

浙江康恩贝制药股份有限公司

公司 2015 年度业绩说明会暨投资者接待日活动会议纪要

一、说明会基本情况：

时间：2016 年 5 月 3 日（周二）下午 14:00—17:00

地点：杭州市滨江区江南大道 3399 号杭州华美达酒店

参加人员：公司董事长胡季强先生，总裁王如伟先生，常务副总裁、财务总监陈岳忠先生，副总裁、董事会秘书杨俊德先生，公司全资子公司贵州拜特制药有限公司总经理朱麟先生；中金公司、国泰君安证券、兴业证券、银河证券、海通证券等多家机构 30 多名医药行业研究员、投资经理和部分个人股东与投资者。

二、说明会主要内容纪要：

（一）公司董事会秘书杨俊德先生宣布公司 2015 年度业绩说明会开始。

（二）公司常务副总裁、财务总监陈岳忠先生结合 PPT 形式就证券市场关心的康恩贝 2015 年度财务状况与经营成果以及公司 2016 年度重点工作安排等做了进一步解读和说明：

1、2015 年公司实现营业收入 53.02 亿，较上年同期增长 48.03%；归属于母公司净利润 4.4 亿，较上年同期减少 20.27%；扣非后净利润 5.17 亿，较上年同期增长 47.92%；经营活动现金净流入 8.31 亿，较上年同期增长 34.63%。2015 年归属于母公司净利润较上年同期降低有两个不可比的因素：一是收购贵州拜特制药有限公司（以下简称：贵州拜特公司）因其 2014-2015 年二个年度累计实现扣非后净利润远高于预测净利润数，就或有对价计提了金融负债 6.59 亿元，相应减少当期净利润 2.86 亿，二是对投资浙江珍诚医药在线股份有限公司（以下简称：珍诚医药）所形成的商誉计提商誉减值准备而减利 0.55 亿。

2、公司 2016 年重点工作，将从驱动营销能力与质量提升、对接互联网及大数据应用、推进全产业链大健康体系布局、强化研发对市场支持职能及完成 2015 年非公开发行股票和公司债券发行事项等九方面积极推进。

（三）问答环节，对事先书面发来和登记的关注度较高的提问作了答复，并就现场提问的问题进行说明交流，主要内容整理如下：

1、问：公司是怎么看待仿制药一致性评价政策？公司哪些品种是重点推进、且

想要进入相应品种评价完成前三个的品种？

答：公司管理层对一致性评价工作非常重视，而且对于相关政策的研究也走在业内前列。对照有关政府部门规定，目前公司（包括子公司）列入一致性评价范围的有 92 个品种（包括不同品规），其中一部分是公司主导品种，包括胃肠道用药金奥康系列等，还有一部分是普药品种。公司针对一致性评价工作，成立了专门的领导小组和工作小组，同时针对国家局及相关技术要求，分门别类，划分为要做一致性评价的品种、暂缓和观察的品种、不做的品种等。对要做评价的不同品种采取不同的研究方式，一部分品种由公司的中央研究院负责开展，一部分品种委托外部的科研所合作，还有些做临床的和医疗机构合作。所有的品种都有规划和时间表，我们的主导品种要确保在前三家通过一致性评价，还有些药品我们要争取在前三家通过。这样一方面把主导品种做强做大，另一方面可以把原来不是主导品种的通过一次性评价工作也能够脱颖而出，占领市场。我们是把一致性评价作为市场和研发的突破点，也是作为我们未来三到五年的药品研发的主要工作和相关投入的一个重点。

2、问：公司的定位是现代植物药、中药的战略，那么中药配方颗粒 6 月份可能会结束征求意见，公司有组织专门的人员公关这块工作吗？

答：中药配方颗粒业务国内现在还在试点阶段，国家局已经在公开征求意见，近期结束，即将出台管理条例。总体来讲，放开配方颗粒市场和国家统一标准，是大势所趋，据了解，国家局也成立专门的技术管理部门来协调这项工作。未来，中药配方颗粒这样的产品一旦放开，一定会部分替代现在的传统中药饮片。康恩贝一直是把特色中药、现代中药和植物药作为主导产业，康恩贝全产业链当中，中药饮片是非常重要的组成部分。除了康恩贝传统的中药饮片在推进以外，实际上两年前就布局了配方颗粒，但受到国家相关法律法规的制约，在获得许可方面没有大的进展。近期相关法律法规的推进加快，我们在浙江省区域，包括我们下属子公司（江西、云南），也在积极争取各省配方颗粒的试点工作，因为我们已经具备了一定技术和产业基础，包括药材种植基地、提取物技术、全产业链的质量控制管理体系，支撑了我们未来成为这个细分领域龙头企业的条件。我们会加强相关产品的研发，技术的建立，以及中药材基地的建设等，一旦国家中药配方颗粒业务放开的相关政策落实下来，康恩贝有信心也有能力去做好这项工作。

3、问：能否具体阐述下配方颗粒工作中遇到的政策困难？

答：目前主要存在三个方面的问题：第一，中药配方颗粒是中药饮片的升级产品或者叫替代产品，品种数量众多，完全按照中成药的生产过程生产，整个生产管理过程是比较复杂的，既涉及到产品的注册，又涉及到产品的工艺、过程质量控制，所以在 GMP 管理中也会有很多因素，包括质量检验，所以国家局必须要出台一项关于配方颗粒饮片的政策，涵盖注册、生产、监管三个层面的内容。经过业内多次讨论，这个方案在部分内容上还有不同的意见，目前尚未发布；第二，使用环节上，已经上市的六家企业，其生产工艺、质量标准都不同，按照同一个通用名，它的生产工艺、配方也是不同的，所以质量的统一性和标准性也非常困难，也无法实施抽样检查等工作，所以现在国家局确定了由国家药典委来统一协调这项工作，实际上也标志着未来所有上市销售的配方颗粒都要施行统一的质量标准或者是基本一致的生产工艺；第三，是市场流通，包括医院的使用过程当中，这里面会涉及到一些包装、临床使用过程中当中的评价，国家也在制定这方面的政策，我们期待今年六月份以后能够看到比较明确的政策，对我们产业从业者来讲，肯定会有更多的帮助。

4、问：对于中药配方颗粒，公司有没有一个经营计划的时间表？

答：有时间表，但从第一阶段来讲，我们并未达到预期，原因也是上面所述的三个方面政策因素。未来，我们一方面会争取国家的许可，同时，在各个省的区域方面，我们也会做一些争取，有结果时我们会履行公告的义务。

5、问：贵州拜特公司在三年业绩承诺期过后，是否能够保持可持续增长？

答：从 2014 年到 2016 年第一季度，贵州拜特公司的主导产品丹参川芎嗪注射剂一直以合理的增长率良性增长，而从产品角度看，支持该增长的基础便是丹参川芎嗪强大的竞争优势：产品的提纯纯度高、可靠性高、疗效的确定性高。早在 2013 年，贵州拜特公司就已经开始对自身的可持续发展进行了长线布局，发挥产品的竞争优势，并通过市场与学术推广的方式，让终端用户——医生及患者充分认识到产品的功效，而非单纯依赖于代理商等关系进行经营销售。这也是在过去的几年内，其他同类产品的销量总体处于下滑趋势的大环境下，丹参川芎嗪的销量却能保持稳步增长的核心因

素。因此，在业绩承诺期过后，贵州拜特公司的业绩增长依然具备相当强的可持续性。

6、有部分省份出台了对于医院门诊输液限制的政策，该政策是否会对丹参川芎嗪注射剂的销售有负面影响？鉴于丹参川芎嗪注射剂在门诊的使用量不是很大，该产品是否有向门诊使用推广的计划？

答：严格来说，并没有文件明确规定临床门诊停止使用输液。临床门诊使用的输液多为急诊用药，而现在主流的心血管类注射剂药物很少在门诊使用，多集中于住院使用。该类产品的用量计算也是以病人住院周期的用量来计算，与门诊使用没有直接的关系。截止目前，约 98% 的丹参川芎嗪注射液均在住院使用。因此，就算出台限制门诊输液的政策，也不会对该产品的销量产生负面影响。

若不解决门诊的医保报销问题，门诊暂不会纳入丹参川芎嗪注射液的未来市场推广的规划之内。

7、问：贵公司 2015 年终止了有关细胞免疫的并购事项，是因为公司预见到了细胞免疫领域一些不规范的发展情况？还是有其他的原因？公司未来是否还有往精准医疗方向发展的意向？

答：这涉及到一个程序和配合信息披露的问题。2015 年 12 月底，公司公告停牌筹划重大事项，接洽与筹划股权资产收购的标的公司为国内某生物技术有限公司，主要从事干细胞储存、免疫细胞治疗、干细胞药物研发等业务。停牌期间，公司与标的公司及其主要股东就合作目标、交易条件、交易估值、工作进展安排进行了多次洽谈。根据公司与标的公司及其主要股东会谈的情况，各方虽然有合作意愿，但对本次重大事项有关的交易条件、进程安排特别是按照上市公司信息披露等监管规则要求必须相互配合的工作等尚无法达成一致意见，公司认为目前推进该重大事项的条件尚不成熟，经审慎考虑，决定终止筹划本次重大事项。

关于细胞免疫治疗，在治疗领域和监管范畴属于生物药领域。公司最近几年的年报中关于发展战略都说明，会择机在生物医药领域进行布局。发展生物药，这是公司的一个既定战略目标，是不会改变的。同时，我们也看好在生物制药领域里几个比较重要的细分领域，包括细胞免疫治疗的前景，我们会根据政策走向，继续积极寻找机会合作，做布局性的安排。

8、问：康恩贝集团公司的保健品业务、大农业种植业务后续是否有注入上市公司板块的计划？

答：目前为止还没有考虑筹划集团公司保健品和药材种植业务注入上市公司的程序。当前上市公司的产业体系是互联网医+药，集团公司的保健品业务因为当时业绩不理想在 2013 年从上市公司剥离到集团公司，近几年做了一些创新、改善，包括整合电子商务，目前有些新的布局 and 安排。从战略的角度来看，上市公司要整合上游的种植，以及下游的诊疗服务，但这需要一个时机的选择，近两三年内集团公司保健品和药材种植业务没有注入上市公司的安排。

9、问：在未来几年中，公司是否会加大研发投入，来开发出创新型大品种？

答：在化药领域，公司确实需要大力发展创新药品，包括率先研制出某类仿制药、努力获得一致性评价前三位的先期资格；但在中药领域，公司虽然有八、九个产品正处于研发阶段，但开发新药并不是近期工作的重点。其原因有以下三点：1. 公司已拥有相对丰富的独家产品资源；2. 区别于化药，中药产品的可替代性很弱，一旦某个品种确立起竞争地位，其他品种很难将其替代；3. 中药获得批文非常困难，在前四年里，中药获得批文的数量仅为全部批文约 3%。因此在中药领域，公司近期的重点还是集中在现有产品的质量提升、深度临床研究、进一步提高医学方面的依据，以助推临床市场及 OTC 市场的推广。

10、问：从年报上看，珍诚医药业绩未达预期，原因是什么？对珍诚医药后续是否会加大控股比例？

答：康恩贝控股珍诚医药后，一方面对珍诚医药战略方向及业务结构进行了部分调整与优化，基于双方的相对优势明确重点发展浙江 OTC（非处方药）市场；根据药品市场发生的变化优化药联 5 万家业务模式以利于和康恩贝医+药战略衔接；根据经济和行业形势变化，为进一步规范和加强风险控制需要，对基于医药电商业务链为基础开展的供应链金融增值服务业务进行了梳理，适当调整、控制了供应链金融增值服务相关业务的规模。另一方面，由于医药行业继 2014 年增速下降后 2015 年增长进一步放缓，同时药品市场竞争不断加剧，尤其是本区域内新出现的医药电商类竞争对手企业通过压低价格、甚至部分品种采用超低价促销争夺市场，珍诚医药为稳定业务

被迫适度降价以应对。这两个方面的因素影响导致珍诚医药 2015 年度营业收入未达预期。同时，因中国人民银行自 2014 年 11 月起至 2015 年 10 月连续 6 次下调存贷款利率，5 次下调存款准备金率，使社会融资成本下降较多，受此影响，珍诚医药电子供应链金融增值服务相关业务毛利率、毛利额降幅较大。

康恩贝已经持有珍诚医药 57.25%的股份，达到控股的目标。珍诚医药不是作为康恩贝销售的一个平台，而是作为一个开放式平台，从它整个业务规划来讲，是面对大的药厂和整个市场，这样也有利于珍诚医药更好的发展。

11、问：公司在互联网医药方面是否仍将加大外延的收购力度？

答：这个问题还是回到我们产业互联网的本质来讲，制造业或者以产业为主体的企业，到底跟互联网是个什么关系？我们认为，现在它只是一个链接的工具，如果我们直接去做互联网产业，就不是原来我们的产业定位了。作为一个以药品研发、生产、销售为主体的企业，我们要推进互联网的融合，我们目前所做的投资安排，都是为了让我们的产业能够更好地链接消费者、用户，而不是直接进入这个领域。康恩贝去年投资的一些公司，主要是希望建立一些产业协同，比如可得网是以互联网技术为主体建立的一个电子商务平台，为所有消费者和上游客户服务，我们投资以后，可以形成一种比较好的链接，加强深度合作，围绕眼健康领域，利于推进珍视明眼类大健康系列产品，通过它的平台更好地占领市场。这是我们现在投资互联网、参与互联网的一种方式，通过投资，建立一种既有股权资产关系，又有业务关系的一种紧密联系的模式，再通过内部的信息化系统进一步完善，来进行整个公司的所有管理流程优化。

12、问：贵公司的心血管产品线是否能够像眼护理产品线那样，进行产业垂直的整合？

答：相对于通过自有资源打造新的平台，公司一直致力于通过与现有专业平台进行战略合作的模式，来获得与消费者建立紧密链接的机会。在心血管领域，公司目前正在积极寻找合适的合作契机及合作机构。公司投资的上海鑫方迅与浙江检康这两个平台，正是出于这样的战略考虑。这两个平台目前的成熟度还不够高，但在将来很可能发展为公司直接链接心血管药品消费者的重要桥梁。

13、问：看贵公司 2015 年报，单看母公司报表，扣除其他经济收益，这两年是亏损的，是把利润放在了相关销售类公司导致的吗？

答：关于母公司的报表，近两年确实存在一个结构性问题，来自公司本部兰溪制药总厂的压力也比较大。一个原因是本部（兰溪制药总厂）的几个主要品种，如前列康前几年增长都很好，是可以做成慢病大品种，但由于我们对于情况的高估，渠道的压力非常大，在 2013 和 2014 年进行了渠道调整，2015 年已经出现了恢复性增长。根据 2016 年公司预算，前列康将会持续保持稳定增长；另一个品种天保宁，前面几年增幅不大，投入成本较多，产品销售尚未大幅提升，导致了对经营性利润的影响。另一个原因是平台问题，这两年本部并购投入的资金主要是由股份公司本部来承担，导致财务成本增长较快。

14、问：近两年行业整体受招标降价因素的影响较大，公司比较大的子公司金华康恩贝，2015 年的业绩出现了负增长，请问对其业绩影响的因素有哪些？未来公司如何应对？

答：金华康恩贝是化学药为主的公司，前两年呈现出较好增长，2015 年影响业绩的主要有两个方面，一个是阿乐欣价格调整的影响，但从这个产品本身特性来讲，大幅增长不太可能，大家关心的是会不会大幅下滑，从浙江省市场来看，基本上会维持在 2 亿以上的规模。另一个是原料药的影响，这两年环保压力较大，出口有所收缩，但有利的是环保压力下一些企业面临停产，一些原料药品种借机能够掌握价格主动权，使得毛利大幅增加。另外还有研发投入大等因素。不过现在还有几个比较好的品种，比如汉防己甲素、乙酰半胱氨酸泡腾片，这两个品种上量也非常快，再加上前几年研发的投入，外部品种的转移取得，经过调整后，未来几年的发展还会重新往上走。

15、问：贵公司近期的股价表现比较低迷，低于去年胡董事长和管理层的增持价格，且走势弱于医疗行业整体走势，那么未来公司将采取什么措施来提振市场对公司的预期？

答：刚才对过去的 2015 年的业绩做了说明，不管怎么说，给市场的感觉，我们是没有达到预期。从公司目前的股价表现来看，很多投资者特别是去年跟着康恩贝大股东、管理层增持的股东，都是套牢亏损的，所以在这里向大家致歉。但是我们的努

力始终没有改变，我们公司自身的发展没有改变，我们不会因为市场而去改变公司既定的战略和发展方向，我们也要吸取过去两年以来在这方面可能有些试图去满足市场，去追逐概念的这样一种做法，今后我们不会去这样做，而会坚持自己的发展逻辑，坚定地走自己的发展路线。

现在我们业务发展的战略当中，提到了整个产业链的整合问题，但是目前为止的产业链整合，第一考虑的是怎么让我们的产品保证质量，以及在产业链的中间各环节能够加大我们的优势，比如向上游配方颗粒、提取物、中药材种植这样一个产业延伸，核心是要打造一个中药为主这样一个质量保证的基础，质量和价格稳定的基础，这个目标不会改变，至于它的经济效果，我们也在做一项服务社会的工作，就是通过产业链我们还要帮助到老少边穷地区的老百姓精准脱贫致富，这也是另外一个意义。但是对我们来说核心意义仍旧是保证获取优质原料，从而做出优质的产品，维持公司的长期持续发展。第二，往下游延伸，并不是真的把我们的产业定位发展到医疗产业去，而是怎么解决跟消费者通过各种路径链接的问题。目前的卖药模式会逐步被改变，未来谁能够获胜呢？一定是能够建立一套有效的，通过互联网，但不仅仅包括互联网跟用户、消费者、患者链接的路径，让消费者能够了解公司，特别是在慢病，一些预防性或者维持性的领域，比如活血化瘀类的药物，只有消费者认同，才能够持续做大。未来的方向就是能够和消费者直接对话沟通，让他主动相信，指定用药，消费者具有最大的决定权，这时候医生的作用就会变得次要。慢病类药应该是主要关注品牌，我们的产业链运作应该是明确这个方向，而不是说追随市场吹捧的领域。

16、问：据说贵公司正系统推进康恩贝哲学落地工作，以促进文化转型升级，希望能够详细介绍下。

答：这个问题也是我们经营管理层每天需要思考和行动体现的。2014年10月，康恩贝在国内首家成立了企业盛和塾——康恩贝盛和塾，由此开启了康恩贝人习稻悟道、修身正行的学习提升之旅。2015年10月，作为学习稻盛和夫经营哲学的重要成果之一——康恩贝哲学手册正式发布。

“提升心性，拓展经营”，哲学能够对人产生正性引导，康恩贝哲学手册是康恩贝人的行动准则，在制定过程中经营管理层，包括子公司总经理都积极参与其中，外挂于制，内化于心，实践于行，知行合一。手册从道、法、人、业四个篇章入手，系统阐述了康恩贝的使命、愿景、核心价值观、企业精神和康恩贝人遵循的八大基石，

从而真正做到企业超越把利润作为唯一目标的传统理念，以诚信经营为本，强调对环境、消费者、对社会的贡献，致力于实现利益相关方的共有、共享、共赢。