

浙江康恩贝制药股份有限公司

公司 2017 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：2018 年 5 月 31 日（周四）下午 14:00—17:00

地点：杭州市滨江区滨康路 568 号公司办公大楼会议室

参加人员：公司董事长胡季强先生，总裁王如伟先生，副总裁陈岳忠先生，副总裁、董事会秘书杨俊德先生，财务总监袁振贤女士，浙江康恩贝中药有限公司董事长兼总经理徐建洪先生，浙江康恩贝医药销售有限公司总经理徐伟先生。兴业证券、天风证券、中信证券、信达证券、广发证券、银河证券、长城证券、中信建投证券、浙商证券、国信证券、招商证券等多家机构医药行业研究员、投资经理和部分个人股东与投资者共 100 余名。

二、说明会主要内容纪要：

（一）会议开始，由公司董事会秘书杨俊德先生主持并致欢迎辞。

（二）公司副总裁陈岳忠先生就公司 2017 年度及 2018 年第一季度经营情况做了介绍。2017 年度，公司实现营业收入 52.94 亿元，较上年同期减少 12.07%，但按剔除上年末处置的珍诚医药并表因素后的可比口径，营业收入比上年同期增长 31.75%；实现归属于上市公司股东的净利润 7.11 亿元，比上年同期增长 61.23%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 6.98 亿元，比上年同期增长 43.29%。公司大品牌大品种工程总体开局良好，部分产品市场销售取得突破，公司内生增长的趋势和动力大大增强。并且，从已披露的 2018 年一季度报告看，公司实现营业收入 17.82 亿元，较上年同期增长 62.51%；实现归属于上市公司股东净利润 2.68 亿元，较上年同期增长 41.75%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 2.30 亿元，较上年同期增长 20.15%。继续保持了高品质基础上的高速度发展。

（三）公司董事长胡季强先生做了《争做中药工业高增长的排头兵》的主题发言。首先，胡季强阐述认为，中医药是中华民族原创的医学科学，从宏观、系统、整体的角度揭示了人的健康和疾病的发生发展规律，在中华民族发展史上具有独特的地位和作用。作为致力于现代中药和植物药发展的康恩贝，我们有信念更有信心，通过康恩贝、业界同仁及全社会的力量，让中华医药的光芒照耀全世界。

随后，胡季强董事长解读了康恩贝从 2017 年二季度开始，药品工业销售收入持

续四个季度增长，按上年度和今年一季度药品工业收入增长看成为中药上市公司前 10 强中的增长排头兵，其背后的奥秘在于：一是得益于体制机制的创新，持续推进大品牌大品种工程。该工程实行指挥长负责制，指挥长对相关产品品牌负全责，打破原有组织格局，对该品种品牌进行全员、全过程、全周期、全产业链的管理；二是创设多层次共创共享机制，打造康恩贝高速发展动车组。包括集团公司平台层面，也包括在上市公司体系内实行员工持股计划等措施，还探索推进子公司管理层和核心员工团队持股等，这些都是康恩贝在新的发展阶段创新共创共享体系，积极推进企业奋斗者命运共同体建设的创新实践；三是推行品牌森林战略，打造多个细分市场领先品牌。胡季强认为，品牌比专利技术能更持久地创造价值，具有长期的回报价值，但必须持续去投入和维护。重新评估许多药品细分领域市场在过去 10 年、现在及未来 5-10 年的规模，已经从几亿元发展到几十亿乃至几百亿级，因此细分市场的大品种大品牌已经有了足够的市场容量。所以，康恩贝近年来积极采用产品专属品牌策略（精准定位），有力推动了相关产品在细分市场树立起了自己的独特竞争力，比如“金奥康”、“珍视明”、“前列康”、“金笛”、“康恩贝肠炎宁”等。

胡季强还解读了康恩贝近 10 年来并购背后的战略意图。他指出，药企花巨资投入研发的目的是什么？是为获得药品上市许可即药品批准文号！所以，为获得药品批准文号而投入的资金等同于研发投入，包括自行研发（费用化/资本化）、购买技术和产品以及通过收购企业获得批文（资本化）。康恩贝在 2007-2017 年期间，合计投入 54.86 亿用于研发相关的并购和后续研发，取得新增批文 523 个（其中：中药批文 260 个，化药批文 263 个），通过后期研发投入取得新增批文 60 个（其中：中药批文 18 个，化药批文 42 个）。康恩贝现拥有 111 个“三独”（独家品种、独家剂型、独家规格）品种，同时还拥有金奥康牌奥美拉唑肠溶胶囊、注射用奥美拉唑，金康牌汉防己甲素片、金笛牌复方鱼腥草合剂等非独家但具有竞争优势的产品。上述产品批文和品种，都为公司的高速发展提供了充足的产品基础。当然，通过并购整合和营销，也使公司的药品工业销售收入和扣非后净利润十一年来保持了 21.32%和 29.42%的复合增长率。

最后，胡季强向与会人员介绍了康恩贝未来 3-5 年的发展战略目标：

*产业定位——专注制药、专业制药；

*产业战略——以现代中药与植物药为基础业务，化学药专注几个初具优势的治

疗领域，以投资+业务合作方式战略介入生物药；

*发展战略——内生增长为主+并购重组+创新驱动；

*发展目标——按照 2017 至 2026 年的初步规划设想和“十年千亿”的产业愿景目标（特注：有关内容说明详见 2018 年 4 月 26 日在指定媒体披露的《康恩贝 2017 年年度报告》“第四节 三、公司关于未来发展的讨论与分析（二）公司发展战略”），要努力实现工业收入 2018 年增速 55%的目标，2019-2022 年力争实现年均工业收入复合增长率 40%，2022 年达到 300 亿营收的阶段性目标。

（四）会议问答环节，就与会人员现场提问的问题进行说明和互动交流，包括对投资者事先书面发来和登记的关注度较高的问题的答复，主要内容整理如下：

1、问：公司大品牌大品种工程取得了一定成效，徐建洪总经理也是其中三个工程子项目的指挥长，能否以一个产品为例，说明下公司的大品牌大品种战略在终端是怎么执行的。管理层、核心员工持股方面为例，（2018 年 5 月 22 日披露的）有关康恩贝中药有限公司激励方案能否讲的更详细些？这种股权激励模式，是否有在上市公司其他子公司推广的意愿？

徐建洪答：做零售终端的事，跟康恩贝学习致良知活动有很大的关系，我是从 2016 年 4 月份开始学习致良知的，到 8 月份 100 天不到的时间。以前也做终端业务，但学习之后我去终端看到康恩贝品牌产品的那种状况令我很痛心，那个时候我决定要修复与客户的关系。以前，药店卖肠炎宁，他们可能只能赚百分之五到十的毛利润，像这样的状况，换成谁也不愿意推荐这个品牌。2016 年 8 月份我做了一个决定，把肠炎宁给终端的价格作了较大折让（注：商业折让），算了下，一年四个多亿的销售，如果决策错误的话，那一年要损失很多利润，但是我觉得修复与客户的关系是最重要的，（应）给客户提供了比较高的利润。同时，从那年 10 月份开始，我们建立了一支 1500 人的销售队伍，与全国十五万家终端建立了链接，制定了责任制。还调整了品牌策略。这几个事情做下去之后，整个肠炎宁产品去年利润不仅没有下降，而且市场销售数量增长了一倍。通过修复与客户的关系，我们公司整个业务有了快速的增长。另外还有管理层、核心员工持有（康恩贝中药公司）股权的事情，我们整个团队都很感谢胡总和股份公司的信任，大家都很踊跃的把钱投进来，说明我们团队对公司未来的发展还是非常有信心的。当然这个激励对中药公司未来增长的要求是比较高的，今年（利润）要达到百分之四十多增长，以后每年要至少百分之十五的增幅，说明大家对公司的未来还是充满着期望的。我们管理层、核心员工团队成立了一家持股平台企

业，通过这家企业把钱投到中药公司持有股权，是这样一种模式。

陈岳忠补充答：这个股权激励我们传递的信息是，不单单是从利益角度推动，而是一个机制建设，以及和这个相关一个架构性的调整。我们上市公司在对下属一些子公司考虑做股权激励的时候，要一边考虑股权方面激励，一边考虑业务体系架构性的调整，机制性方面的建设。我们的要求是尽可能要供、产、销一体化，不能简单是纯粹的营销团队来做。所以我们今后也会根据要求，成熟一家推进一家。

2、问：很多厂家药品给零售终端都在提价，以增加毛利，康恩贝在这边有没有考虑？现在其他产品给终端的价格是不是毛利都有提升？现在给终端的扣率大概是多少？

徐建洪答：有考虑，今年4月起，我们就对肠炎宁片中2种规格（24片/盒、48片/盒）产品提了10%的价格。当然我们也不是乱提价，确实现在各项成本都在上涨，目前看来提价没有什么大的影响。

关于给终端的扣率，我们按照不同的终端给不同幅度的扣率，当然有些在我们十五万家终端以外的，也比较难管控，所以利润的空间还是比较小的。

3、问：提升毛利，对于很多品牌产品也能达到，其他企业也很容易学，你们公司未来怎么保证一个长期的成长性呢？

徐建洪答：这个确实是一个必要条件，但不是一个充分条件，过去没有终端推荐，甚至负推荐的情况下，肠炎宁也可以做到全国第一，但是完全可以做到更好。说明我们跟消费者，跟用户之间的链接是有不一样的地方。我们康恩贝提出来，“做好人，做好药”，在我们营销环节，我们团队和员工提出来就是为老百姓用对药、用好药作出自己的贡献，我们营销的核心，就是建立在为老百姓用对药、用好药这个目标上，这个是跟别人不一样的，这也是我们所有产品选择和定位都是基于我们现在提出的这么一个使命来做的。

4、问：康恩贝与连锁药店合作方面，目前是做到什么阶段？占有的比例？合作情况，拓展情况怎么样？天施康公司下面有个珍视明，在线上的销售可能高一些，但后续是否也会通过原有的渠道进行推广？

徐建洪答：我们现在连锁药店销售占比大概是百分之三四十的样子，和连锁合作的关系，虽然连锁确实很注重毛利，但是也注重品牌。现在我们和他们合作，基本上是精品合作，是品牌，不是纯粹毛利导向的。

徐伟补充答：珍视明系列产品今年线上的销售应该会超过线下的销售，线上是眼

罩眼贴为主，线下是滴眼液药品为主，从年初开始，我们做了一个新的安排：线上的产品往线下走，线下的药品往线上走。从一到四月份的效果看，还是比较明显的。比如说滴眼液这一块儿，之前都是药店销售，今年和阿里健康合作，根据数据统计，阿里健康线上所有的药品如果按照销售数量计，珍视明滴眼液过去一年排在第一位的。原来线上的珍视明眼罩、眼贴，我们目前正在拓展线下渠道，接下来要与全国各地的线下眼镜店进行合作推广。

5、问：今年天施康公司 5 月就开始全部并表了，未来三到五年，天施康业绩的规划和预期是怎样的？

徐伟答：珍视明是天施康下面的子公司，天施康包括了珍视明，也包括了部分肠炎宁的内部销售，如果把珍视明和肠炎宁的内部销售排除，今年一到五月份的增长是比较高的。接下来三年，业绩预计能够实现较快速的增长，当然也包括了中药配方颗粒。

天施康的产品资源很丰富，去年大品牌大品种工程，除了珍视明系列，肠炎宁系列是江西康恩贝中药有限公司在生产。珍视明总体在快速增长，在江西弋阳基地的生产厂也在快速增长，这两块总体带动我们在 2017 年天施康的业绩增长。我们今年的预算期望能达到 1 亿利润。但是天施康还有好多潜力品种，我们现在也在储备大品牌大品种后续品种，这样能看到我们后面三年一定会有一个好的增长。

6、问：胡总在介绍康恩贝历史的时候提到公司的激励政策有很多个，激励制度也理顺了，到 2022 年做到 300 亿的销售，所以我想问一下这三百亿的构成，需要多少个过 10 亿的品种，多少个过 5 亿的产品，这些产品是从哪里去筛选。

胡季强答：我们是从去年的 4 月 20 号启动的大品牌大品种工程，我们原来定的目标是到 2021 年，十大品种要达成超过十亿的销售额，最高的达 25 亿左右。按照这个规划，到 2021 年，靠这十大品种到就接近 200 亿了。在以后年度动态调整时，我们会再增加大品种，比如今年就新增了两个大品种，变成 12 个了，从明年开始，各个团队还会根据情况增加品种，比如天施康，原来只有两个品种纳入大品牌工程，但是下一步会筛选出至少一两个品种，在明年列入大品种培育计划，经过 4 年时间，可能不一定做到十亿，但是做到 5 亿到 10 亿之间是有可能的。比如从余江分公司的五大品种挑出三个品种，再比如弋阳中药公司的牛黄上清胶囊。各个团队会根据情况来挑选。再比如从公司外部引进潜力品种，我们康恩贝来做营销，用我的品牌，用我的

网络，开拓市场。每个团队都可以动态调整增加，滚动发展达成目标。适当时候公司会披露这个规划。

7、问：康恩贝 2017 年年报中披露，研发人员有 734 人，占到员工人数比例为 8.73%，全年研发费用是 1.5 个亿，虽然康恩贝不是一家生物制药企业或者类似恒瑞这样的创新药模式，公司在研发上具体在做些什么工作？这个研发费用的分布是怎么样的？研发给公司经营收益方面带来什么作用？未来几年在研发上有些什么样的规划？

王如伟答：我对公司研发工作做一个简要的汇报：近五年公司在研发方面也是根据规划，以及国家高新技术企业对研发费用的比例等按安排的。目前化学药板块在研的产品有 32 个，其中 9 个是创新药，23 个是仿制药，其中已经取得 18 个临床批件，有 3 个品种在进行三期临床，还有 14 个品种处于临床前研究阶段，中药和植物药总共立项的项目总共有 6 个，其中 1 个项目在做二期临床，5 个项目在临床前研究，第三，有 18 个品种在开展一致性评价工作，其中有 2 个品种已经接受了现场考核，还有 3 个品种进入了 BE 阶段，还有，我们有 5 个品种在规划安排做再评价，其中中药注射剂一个，还有 4 个化药注射剂。11 个产品在做二次开发。有六大类的投入。研发人员 734 号人，我们分成了五个板块，在杭州总部，在各个生产基地，都有我们的研发人员做相关工作。有些做创新，有些做二次开发，有些做临床循证医学研究，等等。我们的研发费用都是计入当期费用。未来我们会更聚焦，同时我们在生物药板块当中会有一些投入。

8、问：从公司 2017 年年报看，公司产品在终端有一些重叠，这样一个重叠公司销售方面有没有一个整合的计划？公司的发展方向是什么？

胡季强答：我们的销售体系本来就是分散的，一个销售团队开始可能只有 2 个亿、3 个亿、5 个亿的销售，我们希望在 5 年以后变为 20 亿，30 亿，50 亿的销售体系，可以承载更多的产品。所以，为了加快发展，我们不是简单合并，而是激发它们的潜能。对于像康恩贝医药销售公司，英诺珐医药公司这 2 个比较专业的营销公司，我们会像恒瑞一样做内部拆分，使得它能承载的品牌和产品越来越多，否则靠一支队伍超过 3 个品牌产品会顾此失彼，要把一个产品做大必须要专注，一支队伍只盯住一个、二个产品。销售并不是简单的一支队伍把一堆产品就能卖出去，不是这么回事。怎么做好，选对人、建团队和创机制最重要，不是一合并了事，这样做可能更加不好。2016 年 7 月份，我们开了一天的会讨论专门这个问题，大家得出结论：不是因为销售队伍

没有整合好所以没有做好，而是因为我们没有真正激发起团队的活力，因此我们要从激活体制机制这个本质入手。

关于公司的发展定位，我研究了 2017 年度我国医药上市公司的数据，发现 252 家有药品工业收入的上市公司，药品工业汇总营业收入仅 5400 亿，而总的营业收入则超过了 12000 亿，绝大部分企业的业务有纵向与横向多元化的倾向，从制药到分销、零售、医疗服务、食品、保健品、日化用品、医疗器械什么都干，有的企业尽管营收过千亿，但制药业收入只占 1/10。去年药品营收排第一位的华润医药 2017 年的营收是 223 亿。而同期位于世界前列的制药企业巨头则依然是专注于制药业甚至是专注于某个病种，如诺和诺德专注于糖尿病，占 90%以上的业务收入，世界排名前 20 的糖尿病药，有 10 个是它生产的。从规模看，2017 年世界有三大制药公司的药品营收超过 500 亿美元，第二十名的营收也超过 150 亿美元。相比之下，中国的药厂太弱小了，经过研究，2016 年底康恩贝决定专注制药业务，以内生增长为主，我们剥离了珍诚医药，推出了大品牌大品种工程，七个营销团队聚焦十大核心产品品牌。结果，年报显示，在 2017 年制药业务营收超过 50 亿元的 22 家 A 股医药上市公司中，康恩贝药品工业销售增长达到了 31%，是药品终端市场平均增长率的近 4 倍，增速名列前茅。2018 年一季度公司制药业务（占全部业务收入的 97%以上）的营收增长速度更是达到了 67.3%，增速为前 2017 年药品工业销售收入前三十上市公司的第一名，并且是制药第一股增长率（21.7%）的 3.1 倍。

9、问：请介绍关于拜特公司丹参川芎嗪注射液的情况，对这个品种的规划和今后的销售趋势？

王如伟答：首先我们对这个产品做了一个长远的规划，开展了四个方面的基础研究，二次开发工作，涵盖了质量标准提升、药品评价、临床循证路径研究，其中前面三项工作都已完成。这两年我们贵州拜特公司的营销体系也是做了一个比较好的模式转型。第二个方面从去年和今年的市场情况来看我们做了营销优化，2018 年上半年在高端（等级）医院占比 70-80%，下面基层医院的占比达到 22%，未来会形成三/七开。实际上，目前临床上的一些限制使用、辅助用药等，对这个产品影响相对比较小。今年的 1-6 月预计丹参川芎嗪注射液注射销售会比较平稳。

我们根据去年年底完成的丹参川芎嗪注射液真实世界研究的评价结果，从 8 个方面做出这个产品对应的结果：安全性、有效性、适用症覆盖、用药人群，用法、用量，联合用药、临床研究未来的整合性以及循证医学依据。未来还有一项国家总局要推动

的中药注射剂的再评价，现在还没有正式的文件下发，征求意见稿已经下发了四个多月。我们是按照征求意见稿开展了一些启动性工作，努力争取成为国内第一个通过再评价的中药注射剂，预计投入在 8 千万到 1 个亿，这个投入最后会形成前面讲的 8 个方面的成果，这个成果未来对市场营销以及这个产品的市场周期产生正向的一个效果，

陈岳忠补充答：从财务角度补充些信息，2017 年从销售量来看丹参川芎嗪注射液完成了 8070 万支注射剂的量，今年预算我们安排 8500 万支。王总前面讲的我们在二级医院以下的市场开拓，从 2017 年占 16%的比例，到 2018 年有 21%比例，这样可以缓解三级医院和二级医院的影响。现在我们目标医院这块，根据我们产品从营销团队有 27000 家的目标医院，其中三级医院有 1300 多家，二级医院 5700 多家，二级以下有 2 万家，目前已经开发的有 1 万 1 千多家，目标医院还有 1 万 6 千多家是可以去开发的，2018 年新开发市场计划 4 千家，从整个面对目前的情况下从二级医院以下去开拓可以缓解二级、三级医院对我们的影响。目前压力是比较大的，但是我们有信心启稳，这是我们努力的方向。

10、问：公司在生物药上有所布局，公司对生物药下一步有什么计划，现在入股的这家公司有哪些在研的产品请介绍下。

王如伟答：关于投资嘉和生物药业有限公司，用三个看好来表达。一个是看好市场，看好这个产业，在这个项目投资前我们做了大量的尽调工作，公司现在切入这个市场也是符合产业发展机会的。同时我们也注意到 2017 年全球药物销售前十位生物药占 8 个，前 30 位生物药占 16 个；第二个我们坚定看好嘉和生物，是国内最早开发抗体药物的企业之一，它的全产业链的链条做得比较扎实，同时工艺转化率效率非常高，而且目前其控股公司沃森生物产业化能力强，质量体系好，如果康恩贝一起加入合作的话，可以对在研产品的临床推进、注册，未来产品获批上市后的市场营销、品牌建设会给做加法，同时相信嘉和生物的产业链可以通过合作增加实力。目前嘉和生物有 9 个品种获得了临床批件，3 个项目正在处于三期临床，其中有一个项目准备申报快速通道，所以我们坚定看好嘉和生物；第三是坚定看好我们互相之间的互补，通过这个生物药平台设立有竞争力的体制和激励机制，未来我们会在全球范围内去整合一些有前景的生物类创新项目和一流的人才，需要一个平台，期待未来能够看到康恩贝在生物药领域当中我们的发力。