

湖南九典制药股份有限公司

2021 年-2023 年发展战略规划

一、战略规划背景

（一）行业方面

受益于我国经济快速增长以及医疗体制改革等因素，我国医药工业整体发展态势良好，规模以上医药工业企业利润总额整体呈现波动增长的态势。然而，由于近年来国家通过医保控费、药品招标制度改革等手段持续对药品价格进行调控，药品价格呈下降趋势；另一方面，由于原料药生产的安全环保要求不断提高，人工成本持续上涨，药品制造成本呈上升趋势。

竞争格局方面，整体而言行业内部竞争者数量众多，且竞争对手间提供的产品或服务大致相同，医药行业内部竞争愈加剧烈，大大挤压了产品利润空间，给企业生存带来了巨大压力。

（二）公司基本现状

1、2020 年，公司实现营业收入近 10 亿元，其中主导产品洛索洛芬钠凝胶贴膏实现销售收入过 4 亿元，另有多个凝胶贴膏剂品种在研，局部给药的产品集群正逐步成型。公司在外用贴膏剂这一细分市场具备一定的竞争优势。

2、公司高度重视研发，近年来，公司研发人员占员工总数的 30%以上，研发投入占营业收入的比重平均达到 8%以上，公司具备较强的研发能力和研发支持。

3、公司原辅料基地即将达产，原辅料品种丰富，能有效的降低成本，将为公司制剂发展提供足够的保障。

4、公司已完成 2020 年启动的可转换公司债券的发行，本次募集资金 2.7 亿元主要用于经皮给药新产品的研究和扩大生产。后续公司将持续借力资本市场融资助推自身发展。

二、总体发展战略

公司将坚持“九转中西、典诺健康”的核心理念，抓住医药行业发展机遇，充分利用在外用贴膏剂产品上已取得的研发和销售成果，发挥在原辅料及系列制

剂产品领域的资源优势，全面提升核心竞争力，实现可持续发展，力争在三年内成为国内局部经皮给药的龙头企业，并逐步成长为中国医药行业领跑者之一。

三、具体发展目标

（一）市场发展目标

1、强化“制剂+原料+辅料”一体化发展。

药品集中带量采购的核心是医保控费、以量换价，这对药品生产企业来说就在于拼价格、拼成本。原料药是制剂企业生存和发展的基础，掌握了原材料就赢得了价格的弹性空间，使一体化有了规模化的根基。集中带量采购的产品就有了低成本的保障，公司的一体化能够有效提升产品的市场竞争力。原辅料的发展也秉承一体化发展的整体思路，立足九典，拓展国内国外市场。集中力量提升工艺技术和设备水平，做精做大一批产品，全力助功制剂市场的竞争；同时要充分运用新技术和新设备，确保安全、环保合规同行，形成在国际市场竞争的新优势。

2、开发重点市场，培育明星产品，拓宽多品种多渠道的销售。

公司将进一步完善销售组织架构，打造由市场分析人员、学术推广人员和按大区设置的销售人员组成的销售团队，以紧跟国家医药政策改革动态，在充分掌握市场信息、竞争信息的基础上，结合公司的竞争优势，针对性的制订营销策略，不断开拓市场，培育高端透皮贴剂领域明星产品，力争三年内做到细分市场领先品牌，迅速占领市场，在市场逐渐成熟的情况下，再行推出产品组合，使企业在未来日趋激烈的市场竞争中立于不败之地。

（二）产品开发目标

1、以仿制药为基础，加快研发改良型新药和创新型新药。

药品是人民群众防病治病的重要武器，仿制药是疾病治疗的基础，也是公司赖以生存的基础。作为一家研发驱动型企业，公司始终将技术创新和新产品研发作为发展基础，公司将持续增加研发投入，攻克技术创新壁垒，批量研发改良型新药，并逐步探索创新型新药的研发。

2、以普通制剂为主，发展以贴膏剂、缓控释制剂为重点的高端制剂。

集中带量采购的持续推进，普通仿制药迎来了微利时代，但高技术壁垒的仿制药具有较大的盈利及发展空间。公司拟打造一条差异化的竞争路线，立足于贴

剂、贴膏剂自主研发和长期积累形成的技术优势，发展高端透皮贴剂领域，形成局部给药的产品集群；同时不断提升研发技术，朝着市场前景好的缓控释制剂领域发展。

3、继续扩大前期研发和市场形成的产品格局。

经过多年的发展布局，公司形成了以疼痛、消化系统、心脑血管、皮肤和抗过敏等四大领域为重点的产品格局，同时在其他合适的产品管线进行发展。随着下游药品消费市场需求的不断扩大，公司外用制剂产品的需求不断增加，公司必须紧跟行业需求领域的变化趋势，积极拓展现有产品线，丰富产品的治疗领域，不断优化产品结构，以满足下游各个市场领域的消费需求。

（三）外延发展目标

公司在高度重视自身研发能力、确保内生增长活力的同时，紧盯行业研发动态。随着国内外创新药、仿制药发展环境的变化，医药外包服务（CXO）的发展成为行业前进的热趋势。药品上市许可持有人（MAH）制度是国际较为通行的药品上市、审批制度，能从源头上抑制制药企业的低水平重复建设，提高新药研发的积极性，促进委托生产的发展，推进医药产业快速发展。

公司全资子公司湖南普道医药技术有限公司凭借多年的研发底蕴，可承接开展合同研发（CRO）、合同生产（CMO）、合同销售（CSO）以及合同研发与生产（CDMO）等各类服务，可与不同主体、不同形式的 MAH 公司开展多种形式的合作，聚焦社会资源和资金资源，达成合作共赢，并在深度协作的模式下继续提升在未来发展阶段的核心竞争力。

（四）人才发展目标

人力资源是公司最重要的战略资源之一，公司将以未来业务发展需求为导向，以外部引进和内部培养相结合，建设与公司业务规模相适应的人才队伍。公司将重点培养或引进目前业务发展亟需的研发人才、技术人才、管理人才、营销人才，并继续引进具有国际视野、掌握先进技术的高级复合型管理人才，实现人力资源的最优化配置，提升企业人力资源的整体素质，形成一个具有核心价值观、专业技能突出、管理能力强、有序流动的企业人力资源团队，突显企业在“人才”方面的核心竞争力。