



股票代码：002728

股票简称：特一药业

债券代码：128025

债券简称：特一转债

特一药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>特一药业网上交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	华创证券有限责任公司 研究所所长助理、医药行业首席研究院组长 高岳 华创证券有限责任公司 研究员 黄致君 泰康资产管理有限责任公司 投资经理 颜媛 泰康资产管理有限责任公司 投资经理 王晓锋 泰康资产管理有限责任公司 研究部股票研究经理 王宇行
时间	2021年12月21日
地点	公司二楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监：陈习良 总经理助理：许荣煌 财务总监助理：毛小芬 证券事务代表：徐少华
投资者关系活动主要内容介绍	一、业务结构、重点产品的收入体量、增速拆分 回复：特一药业是集医药研发、医药工业、医药商业为一体的综合型医药集团，主要产品包括中成药类、化学制剂药类及化学原料药。目前中成药类、化学制剂药类收入占比均在45%左右，化学原料药及化工产品收入占比在10%左右。中成药类毛利率相对较高，在国家产业政策大力支持中医药行业发展的背景下，公司将紧跟国家改革与发展的大趋势，重点发展中成药类产品。



特一®止咳宝片目前是公司的重点品种，也是公司的核心品种。公司于 2015 年 6 月完成了对海力制药的收购工作，并于同年开始对原有的止咳宝片销售市场（海力制药在被公司收购之前，一直有生产止咳宝片产品）进行整合优化。收购海力制药之后，**特一®**止咳宝片成为公司独家品种，该品种自 2016 年到 2019 年销售保持了持续增长，并于 2019 年销售收入达到 3.33 亿元，销售数量达到 7.11 亿片（约 2960 万盒）。在此期间，公司根据中药材价格、通货膨胀及市场需求情况等的变化，适度调整了产品销售价格，在价格提高的情况下，2018 年度、2019 年度的销售数量保持了稳定，符合公司当时的销售预期。

特一®止咳宝片产品目前的核心竞争优势主要体现为：**疗效显著，见效快**。止咳宝片产品具有百年的悠久历史，拥有一定的消费人群，复购率比较高。后期，公司力争在现有的优势基础上，加强营销队伍的建设，提高营销能力，同时进一步把市场做深做细，巩固存量市场，拓展增量市场，扩大核心品种**特一®**止咳宝片的销售份额。

目前**特一®**止咳宝片有专门的生产车间，当前的产能是 10 亿片（约 4000 万盒），后期可以根据市场需要，在现有的场所增加生产设备，产能可以达到 24 亿片（约 1 亿盒）。

在国家产业政策大力支持中医药行业发展的背景下，公司将紧跟国家改革与发展的大趋势，重点发展中成药品种。公司已将**特一®**皮肤病血毒丸、**特一®**降糖舒丸作为继**特一®**止咳宝片后的重大品种进行培育，目前公司已启动皮肤病血毒丸的临床试验，公司将通过核心品种的临床研究和真实世界研究，推动公司特色中药品种成长为中药大品种，提升公司的经营业绩。皮肤病血毒丸产品适用人群广，对于雀斑粉刺、风疹、湿疹等，起到外病内治的功效；降糖舒丸适用于糖尿病及糖尿病引起的全身综合症，这两个品种均有较大的市场容量，销售前景较好。公司希望通过 3 到 5 年的努力，把**特一®**皮肤病血毒丸、**特一®**降糖舒丸打造为年营销收入到达 3 亿左右的中药核心品种。该业绩预测并不构成公司对投资者的业绩承诺，请注意投资风险。



二、院内外占比、医保收入占比

回复：公司的产品主要是 OTC 产品，属于 OTC 药物的品种，主要通过经销商进入药店和诊所；属于国家基本药物和处方药物的品种，通过经销商配送进入医院、诊所等。近年来院内收入占比在 10%左右，医保收入占比在 9%左右。

三、主要竞品、竞对、市场地位，价格带水平

回复：公司目前核心品种为  止咳宝片，止咳宝片产品具有百年的悠久历史，产品秘方入选岭南中药文化保护遗产， 止咳宝片曾为国家二级中药保护品种，在临床上用于治疗慢性支气管炎，尤其是寒性咳嗽、痰湿咳嗽，疗效确切。

 止咳宝片属于中成药止咳化痰类药品，主要竞争产品有蜜炼川贝枇杷膏、百令胶囊、肺力咳、苏黄止咳胶囊等，除京都念慈庵的蜜炼川贝枇杷膏市场占有率在 20%左右外，其他产品的市场占有率都较低，差别不是太大，有较大的竞争机会。公司  止咳宝片的市场占有率近年来在中成药止咳化痰类产品中稳中有升，根据南方医药经济研究所米内网数据库的统计数据，公司的  止咳宝片连续多年位列止咳类口服药前五大品牌。

基于公司  止咳宝片产品独特的疗效及市场对终端价格的普遍接受，公司根据中药材价格、通货膨胀及市场需求情况等的变化，合理制定  止咳宝片销售策略，适度调整产品销售价格。2021 年前三季度，公司止咳宝片产品的平均销售单价为 0.46 元/片，与 2020 年相比（0.42 元/片），提升幅度为 9.52%。尽管进行了一定幅度的提价，销售数量及销售收入与 2020 年全年相比，分别增长了 14.11%和 24.65%，市场反馈较好，也符合公司销售预期。

四、集采风险

回复：公司的产品主要是 OTC 产品，且院内销售的品种占比较小，



集采尚未对公司的业绩产生重大不利影响。

自 2016 年以来，公司持续进行化学制剂药产品的一致性评价工作，公司进行的一致性评价项目均为公司现有的，市场销售情况良好的品种，截至目前，已有头孢氨苄胶囊、蒙脱石散、头孢拉定胶囊、磺胺嘧啶片、阿莫西林胶囊、盐酸克林霉素胶囊、甲硝唑片、吡嗪酰胺片、复方磺胺甲噁唑片、替硝唑片等 10 个产品通过了一致性评价，其他项目正在按计划推进中。

后期，对于已通过一致性评价的品种，公司将积极参与集采的投标，增加产品的销售渠道，扩大产品的市场份额。

五、新品储备

回复：在当前国家产业政策背景下，公司重点发展中成药品种。

公司将“特一”[®]皮肤病血毒丸、降糖舒丸作为继“特一”[®]止咳宝片后的重大品种进行培育，皮肤病血毒丸产品适用人群广，对于雀斑粉刺、风疹、湿疹等，起到外病内治的功效；降糖舒丸适用于糖尿病及糖尿病引起的全身综合症，这两个品种均有较大的市场容量，销售前景较好。另外，公司还将启动如“特一”[®]六味地黄丸、通脉降脂丸、壮腰健肾丸、安胎丸等相关产品工艺技术开发和产品的推出。同时，公司也会继续加强化学制剂药和原料药的研发工作。

六、线上渠道发展情况

回复：在当前互联网医药医疗行业生态逐渐成熟，消费者的网上购药习惯已经形成的时代背景下，公司已在B2B、B2C、O2O渠道上开展与品牌企业合作，为消费者提供更加便捷的线上购药方案。在B2B方面，公司主要与药师帮平台合作，通过该平台覆盖终端门店或诊所；在B2C方面公司主要与阿里健康大药房合作；其他如京东大药房、康爱多、健客、德开、泉源堂等都是由经销商与各平台开展合作；在O2O方面，全国百强线下药店的线上旗舰店如大参林、高济体系、海王星辰、老百姓、益丰、一心堂、漱玉平民大药房及健之家等都有销售公司的产品，这些百强药店也在美团、饿了么这些O2O平台上销售。



未来，公司将逐渐加大线上销售推广的力度，努力实现线上线下的市场联动与销售协同，在B2B方面，公司将继续加大普药产品的线上推广，如新增六味地黄丸、口服补液盐等产品的上线，以满足更多消费者的需求；在B2C和O2O方面，在特一®止咳宝销售的基础上，增加皮肤病血毒丸和降糖舒丸的电商合作，逐步提高线上销售的份额，进一步扩大公司产品市场影响力。

七、销售模式

回复：公司从事化学原料药、中西药制剂的研发、生产和销售，公司目前的营销模式主要为经销商模式。其中：①中成药和化学药制剂方面，属于OTC药物的品种，主要通过经销商进入药店和诊所，同时逐步提高对大中型连锁药店、基层诊疗等终端的销售比重；属于国家基本药物和处方药物的品种，通过经销商配送进入医院、诊所等。②化学原料药及化工产品方面，部分直接销售到终端客户（生产厂家），部分通过经销商销售。未来，公司将由经销商模式逐步转向直销模式，提高药店等终端的收益及积极性，从而进一步扩大公司的销售规模。

八、激励目标比较高，如何规划去实现？未来的战略规划

回复：公司本次股权激励计划在 2021 年-2023 年会计年度中，分年度对公司的业绩指标进行考核，以达到业绩考核目标作为激励对象当年度的行权条件之一。具体如下：

行权期	业绩考核目标
第一个行权期	以2020年净利润为基数，2021年净利润增长率不低于170%
第二个行权期	以2020年净利润为基数，2022年净利润增长率不低于300%
第三个行权期	以2020年净利润为基数，2023年净利润增长率不低于450%

公司管理层在充分分析了近年来的销售数据、当前疫情的持续影响情况等因素的情况下制定了合理的业绩目标，随着公司核心产品特一®止咳宝片的销售恢复及公司新产品皮肤病血毒丸、降糖舒丸的良



	<p>好市场销售反馈，公司董事会和管理层对股权激励所设定的各年度业绩目标充满信心。</p> <p>公司主要围绕呼吸系统类、皮肤系统类和消化系统类三大品类来制定未来的经营策略。在我国医药行业发展态势良好，国家产业政策大力支持中医药行业发展的背景下，公司将紧跟国家改革与发展的大趋势，未来业绩增长的重点是在中医药产品方面。公司每年会推出两到三个中成药品种，近年，公司陆续推出了蒲地蓝消炎片、感冒灵颗粒、皮肤病血毒丸、枫蓼肠胃康片、降糖舒丸等。皮肤病血毒丸产品适用人群广，对于雀斑粉刺、风疹、湿疹等，起到外病内治的功效；降糖舒丸适用于糖尿病及糖尿病引起的全身综合症，这两个品种目前全国均只有两家有药品批文。皮肤病血毒丸已于去年年底上市销售，目前市场销售反应情况较好；降糖舒丸已于今年10月正式上市销售。目前，公司已启动皮肤病血毒丸的临床试验，公司将通过核心品种的临床研究和真实世界研究，推动公司特色中药品种（含止咳宝片、皮肤病血毒丸、降糖舒丸等）成长为中药大品种，提升公司的经营业绩。同时，公司一直在持续开展质量和疗效一致性评价的研究开发工作，截至目前，公司的头孢氨苄胶囊、蒙脱石散、头孢拉定胶囊、磺胺嘧啶片、阿莫西林胶囊、盐酸克林霉素、甲硝唑片、吡嗪酰胺片、复方磺胺甲噁唑片、替硝唑片等10个产品已通过一致性评价，公司将根据市场情况，积极参加招投标工作，增加产品的营销渠道。</p> <p>此外，公司充分考虑对投资者的回报，建立了持续、稳定及积极的分红政策，近年来股息率均维持在4%以上，既为投资者提供分享公司经营业绩增长的成果，也彰显了公司对企业经营发展的信心。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 12 月 21 日