

证券代码：002873

证券简称：新天药业

债券代码：128091

债券简称：新天转债

## 贵阳新天药业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-002

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议） <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	华金证券 魏赟 海通证券 郑琴、王郑洋 东兴证券 胡博新 德邦证券 陈铁林、陈进 广发证券 罗佳荣 汇添富基金 张韡 南方基金 王铮娇 广发基金 段涛、陈书炎、梁东旭、吴佳桂 兴业基金 应晋帅 华宝基金 齐震、魏扬帆、张金涛 富国基金 姜恩涛 交银施罗德基金 楼慧源、徐嘉辰 长信基金 张子乔 彤源投资 谷玺、苑建 混沌投资 张培培 财通资管 冯雪云、易小金、王鑫园 东方红资管 解婕
时间	2022年1月12日、2022年1月13日
地点	上海市徐汇区东安路562号22楼公司会议室、线上会议
上市公司接待人员姓名	公司副总经理、董事会秘书：王光平 上海硕方医药总经理：成亮 公司投资者关系总监：刘宏
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司有关情况介绍</p> <p>1、主要发展历程</p> <p>公司于1995年8月成立，从事现代中药制药近三十年，主要从事妇科领域、男性泌尿科领域等中成药的研发、生产和销售。2017年5月在深交所挂牌上市，2019年12月成功发行可转换公司债券，2021年4月推出股权激励计划暨“三年倍增”目标计划。</p>

## 2、主要产品管线

公司产品以独家、专利品种为主，主要产品管线中，妇科产品类占比约 70%，泌尿系统类占比约 20%，清热解毒类以及其他产品占比约 10%，公司目前主打产品包括坤泰胶囊、苦参凝胶、宁泌泰胶囊、夏枯草口服液等妇科系列、泌尿系统品种及相关领域“第二梯队”相关产品线。

## 3、战略目标规划

(1) 继续坚持做“说得清、道得明”的现代中药，做适合“临床价值的好药”；坚持以“弘扬民族医药文化，增进人类健康福祉”为企业经营发展愿景。提升中药产品的标准，在“疗效+安全”两个核心要素上，自我定义并提升自有产品的研发（及二次开发）与临床研究标准；以现代中药（临床诊断标准+临床数据的量化分析）的研发逻辑，在疗效与安全性方面，实现临床价值效用的产品研发立项与市场推广的核心制药理念。

(2) 中药创新药研发战略：经过多年的发展，新天药业已经形成“二三四”的研发格局。“二”即研发布局于上海、贵阳两地；“三”是建立了上海海天医药、上海硕方医药、贵阳新天药业三大研发基地；“四”为构建了中药新药创新研究中心、上海硕方医药、贵阳新天技术中心、产品医学研究部等四大研发模块。

新天药业的中药研究不仅是简单的中药新药成药性研究，而是贯穿于中药新药从发现、研发、生产到上市后再评价的所有阶段，形成符合国家药品法律法规要求、符合中药研发规律且具有企业自身特点的研发体系。新天药业的中药研发具备“系统性、领先性、独特性”特点；形成了符合国家药品法律法规要求、符合中药研发规律且具有企业自身特点的研发体系。

公司将继续加大科研队伍建设与投入，努力在国内中药领域，实现成为中药创新药的“孵化”基地，将逐步成为公司未来战略布局的发展“引擎”。

(3) 市场战略：继续增加医院、院外市场覆盖率，大力拓展 OTC 市场，扩展产品适应症、加大实现新剂型产品的市场投放力度，同时加大互联网线上销售投入，实现 OTC 系列“OMO 线上+线下一体化”营销模式，力争将公司产品在 OTC 渠道销售占比提升到 50%及以上。

(4) 品牌打造：未来 2-3 年，力争实现细分领域领导品牌；未来 3-5 年，力争实现行业“大单品+强品牌”目标。系统打造“临床价值产品+符合商业逻辑价值”的药品品牌。

(5) 资本市场战略：公司将继续坚持“以股权激励+业绩增长为基石”的

“三年倍增”增长模式；继续提升“净资产规模提升+股本扩充”的资产配置战略布局；继续推进引入战略投资和机构投资者的股东结构优化计划；继续筹划再融资计划规划；继续保持对“小分子化药产业”的关注，适时推进对大健康产业的规划布局；同时，公司将继续拓展产品领域，择机并购合适的妇科、儿科、男科及慢性病品种。

## 二、投资者问答

### 问题一、公司在处方药销售方面如何提高产品销量？

**答：**在处方药销售方面，公司将从以下方面继续提升产品销量：一是提高各类产品在医院的覆盖率，包括提升医院及区县终端覆盖率；二是继续加大循证医学研究力度，推进产品更广泛的进入权威诊疗指南；三是加大专业学术推广力度，加强医生和患者对公司产品的认知与认可；四是持续提升患者依从性和足疗程使用率；五是继续深挖产品潜力，加强现有品种的二次研发。

此外，公司此前已完成整体营销团队的机构改革与绩效机制激励计划，包括营销体系优化、营销队伍能力提升、营销策略的优化，以及此轮股权激励向营销体系倾斜等综合管理措施的实施，效果明显。

### 问题二、公司在 OTC 销售方面如何提高产品销量？

**答：**公司于 2018 年建立 OTC 事业部，目前公司产品覆盖 8 万余家药店。公司将继续坚持“以临床疗效拉动 OTC 渠道市场”的销售能力；同时，从以下方面继续提升 OTC 的销量：一是继续提升单店产出，加强品类组合销售，提升多品门店比例，适时推出新规格和疗程装等；二是继续提高连锁药店产品覆盖率；三是继续加强医药品牌建设，持续提高产品在消费者中的品牌影响力，打造并建立强有力的“医药品牌”。

公司在两年前已开始布局并拓展了 OTC 市场且取得了较好的预期效果。公司后续还将进一步加大 OTC 市场投入以及品牌建设，继续通过医院市场多年来的临床疗效积累以及产品良好的市场反馈，在保证医院市场稳步增长的同时，不断提升 OTC 市场占比。

### 问题三、公司产品是否进入集采？

**答：**公司主要产品属于独家品种，现有产品目前尚没有受到相关政策的影响，公司也会实时跟进相关政策，对销量和价格做综合评估，并做出适当应对。

另外，公司每年还会对所有产品进行成本及费用的核算及分析，不断优化成本费用管控，预计药品集采对公司的影响有限。

	<p><b>问题四、公司对研发费用的投入？</b></p> <p><b>答：</b>公司研发投入近几年基本稳定在 3%-4%之间，从整体规划角度，公司近几年在研发投入方面一直在持续增加。</p> <p><b>问题五、公司研发情况和进度？</b></p> <p><b>答：</b>公司已完成和正在研发的产品/项目情况如下：（1）龙苓盆腔舒颗粒、术愈通颗粒、苦莪洁阴胶囊三个品种已完成 III 期临床研究，将结合实际情况陆续提出上市许可申请；（2）正在开展涉及妇科、儿科、老年科、呼吸科的中药经典名方的研究，拟在相关部门发布相应方剂关键信息后，陆续提出上市许可申请；（3）持续开展公司重点品种坤泰胶囊、宁泌泰胶囊、苦参凝胶、夏枯草口服液的临床医学研究，对相关产品进行二次开发。</p> <p><b>问题六、公司参股的小分子化药项目—上海汇伦生物经营情况？</b></p> <p><b>答：</b>公司自 2020 年初开始，实施对汇伦生物的产业战略投资，目前投资额 2.9 亿元。据了解，上海汇伦生物化药项目经营发展稳健向好，截止到 2021 年底，汇伦生物已经获批 10 余个含独家、首仿、大品种产品的生产注册，主打品种已经实现相应规模化的市场销售，未来市场可期。</p>
<p><b>附件清单 (如有)</b></p>	<p>无。</p>
<p><b>日期</b></p>	<p>2022 年 1 月 13 日</p>