



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：2022-010

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	方正富邦 郑森峰 浦银 徐博 万家 杨梦朝 中信保诚 杨强 中信保诚 陈爽
时间	2022年3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	<p>一、国医堂产品的销售团队与公司目前的团队是如何融合的？</p> <p>回复：公司对国医堂的收购，是以部分资产收购的方式进行的，含药品的生产技术和部分生产设备及检验仪器；未收购的资产包括房屋建筑物、部分设备、土地。国医堂的人员由国医堂进行安置，包括国医堂的销售团队。公司在OTC市场有成熟的销售团队和销售人员，国医堂的产品如皮肤病血毒丸、降糖舒丸等目前由公司自己的团队进行销售和市场推广；由公司的销售人员直接销售到药店，目前来看，市场反应较好。同时，公司2021年与广州海博特医药科技有限公司签署了《中药大品种培育战略合作协议》，根据协议内容，广州海</p>



博特医药科技有限公司将在广东省内 4 家医院开展样本量为 120 例的皮肤病血毒丸治疗痤疮（青春痘）的多中心、前瞻性、单臂自身对照临床研究。根据医院的初步反馈情况，公司的皮肤病血毒丸对于青春痘的治疗具有积极的效果，截至目前，该研究已进入数据统计阶段，预计 2022 年 4 月份会得出研究结果。希望通过扩大产品的适应症，增加消费人群。

二、公司核心产品的价格策略，消费者对提价的敏感性如何？

回复：止咳宝片是公司的核心产品，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，针对咳嗽（尤其是寒性咳嗽、痰湿咳嗽）疗效确切。

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，止咳宝片成为公司独家品种，公司根据中药材价格、通货膨胀及市场需求情况等变化，于 2017 年、2018 年及 2019 年均适度提高了产品销售价格（不含税价格由 2016 年的 0.23 元/片提升至 2017 年的 0.24 元/片、2018 年的 0.44 元/片、2019 年的 0.47 元/片）。在价格提高的情况下，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），符合当时的销售预期。

2020 年，受新冠疫情的影响，公司给予了经销商一定幅度的让利，止咳宝片的不含税价格单价降至 0.42 元/片，实现销售数量 2.83 亿片（约 1,178.15 万盒）；2021 年，随着国内新冠疫情的有效控制，公司止咳宝片的不含税价格单价逐步恢复至 0.46 元/片，销售数量恢复至 4.97 亿片（约 2,071.10 万盒），相比 2020 年，尽管进行了一定幅度的提价，销售数量及销售收入分别增长了 75.79% 和 95.84%，市场反馈较好，也符合公司销售预期。

后期，公司将继续根据中药材价格、通货膨胀及市场需求情况等的变化对止咳宝片的销售价格进行相应的调整。

三、公司 OTC 渠道销售这块，经销商的库存情况如何？

回复：公司 OTC 产品销售大部分是款到发货，只有一些大型连锁药店存在赊销。公司历来以控销模式进行管理，严格控制经销商的库存，特别是经历了



2020 年疫情，公司管理层也吸取经验，采取了一系列的措施，如要求经销商降低库存量（目前东北地区的经销商库存一般不超过 30 天）；灵活调整终端产品的销售区域（如某一个区域因疫情原因禁止销售时间较长，则会建议经销商调整产品至其相邻但无疫情管控的区域进行销售）等。此外，公司也正在由经销商模式逐步转向自己团队进行销售模式，一方面降低了经销商库存积压的影响，另一方面也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。

四、销售渠道大部分是药店，药店会不会在价格上给予公司压力？

回复：公司根据产品的特点，在与经销商进行友好协商的基础上确定产品销售价格，历年来与经销商保持了良好的合作关系。针对公司的核心产品止咳宝片，因其具备独特的疗效和稳定的客户群，可以给药店起到一定的引流作用。

五、主要产品医保覆盖的情况

回复：公司目前已有十多个产品纳入医保（如阿奇霉素颗粒、阿奇霉素片、奥美拉唑肠溶胶囊、丹七胶囊、罗红霉素胶囊、小儿咳喘灵颗粒、盐酸左氧氟沙星片、益心舒颗粒、口服补液盐散（III）、阿莫西林胶囊、血塞通分散片、金匱肾气片和枫蓼肠胃康片），医保产品销售额占公司收入的比重在 10% 左右，主要是公司的补益类产品金匱肾气片，该产品目前全国仅有两个批文。

公司于 2021 年开始关注集采，并组织专门人员跟进。根据广东省药品交易中心 2022 年 1 月组织的带量采购及信息发布，公司目前有两个产品（双氯芬酸钠肠溶片，25mg/片，国药准字 H44020865；羧甲司坦片，0.25g/片，国药准字 H44020948）拟中选广东联盟双氯芬酸等药品集中带量采购（第一批），本公司该两个产品属于拟中选中的 A 组。公司经过成本测算，在保证一定利润的前提下参与招投标，若确定中选，将对公司增加产品的销售渠道，扩大产品的市场份额，提升公司品牌影响力，产生积极的影响。

在仿制药一致性评价政策实施背景下，公司选择了市场销售情况良好，具备一定市场潜力的 29 个产品与相关研发机构进行合作，开展药品质量和疗效一致性评价工作。截至目前，已有 11 个产品已通过一致性评价，其他项目正在按计划推进中。后期，公司将以此为契机，积极参加后期的集采和医院的招投标



工作，增加公司产品营销渠道。

六、罂粟的种植是否需要相关的执照，公司的采购流程？

回复：公司止咳宝片所用的中药材其中一味是由罂粟壳提取的浸膏。罂粟壳是国家管制药材，需要执行特殊的采购程序，公司采购的罂粟壳是根据国家药监部门批复的采购申请，到国家指定的甘肃农垦进行采购，具体采购流程如下：

①事先审批

根据生产计划，由物料管理部每年将下年度的预计需求量计划于 9 月底前上报公司总经理，经批准后，再由质量管理部组织申报材料于 10 月底前上报广东省食品药品监督管理局，由省药监局汇总报国务院药品监督管理部门批准。如需调整年度需用量计划时，则由物料管理部于当年 4 月底前上报公司总经理，经批准后，再由质量管理部组织申报材料于 5 月底前向省药监局提出申请。

②定点采购

经批准后，公司向国家批准的生产企业或经营机构购买。同时，公司质量管理部指派专人监督整个购买过程。

③验收保管

药材到货后，除履行正常物料到货的手续外，需及时转入双人双锁管理的特殊药品库。该药材及提取的浸膏的储存、保管、领用等，均受到严格的检查，每月由药监等部门进行现场抽检和查看工作台账。

公司一直以来，按照相关的管理流程严格执行，生产经营管理规范，符合相关的监管要求。

七、含罂粟类似的品种，后期是否越来越难审批了？

回复：根据国食药监安【2005】529号《国家食品药品监督管理局关于麻醉药品和精神药品实验研究管理规定的通知》的相关规定，申请人不得申请含罂粟壳的复方制剂的试验研究。避免了品牌中药遭遇恶性仿制竞争。

八、国医堂并购的背景

回复：2018年公司以资产收购的方式获得广东国医堂药品批文96个，涵



盖丸剂、滴眼剂、呼吸系统、消化系统等中成药用药领域，进一步丰富了公司中成药产品结构。一是新增了丸剂和滴眼剂，丸剂的主要产品包括皮肤病血毒丸、消痤丸、通脉降脂丸、如意定喘丸、五淋丸、抗癆丸、调经祛斑丸等，滴眼剂的主要产品包括复方右旋糖酐 70 滴眼液、阿昔洛韦滴眼液等）；二是丰富了原有产品组合，如呼吸系统方面有蒲地蓝消炎片、感冒灵颗粒、西青果颗粒等，消化系统方面有枫蓼肠胃康片等，补益类方面的有养阴镇静片、补肾斑龙胶囊等；三是完善了产品线的细分领域，为公司销售渠道的细分和精细化推广提供了保障。

国医堂的优势品种主要有蒲地蓝消炎片、枫蓼肠胃康片、西青果颗粒、如意定喘片、如意定喘丸、感冒灵颗粒、败酱片、皮肤病血毒丸、消痤丸、降糖舒丸等。由于对国医堂的收购是采用资产收购的方式进行的，主要收购资产为商标等无形资产，未涉及到厂房等的收购，同时由于（1）新的药品品种涉及到新的剂型：丸剂、滴眼剂等；（2）公司目前生产设备尤其是制剂车间的产能利用率已经较高。因此，公司正在推进现代中药产品线扩建及技术改造建设项目以满足新收购药品品种的生产需要。

九、目前疫情对生产、发货的影响

回复：公司的主要生产基地位于广东省台山市和海南省海口市，目前这两个地方的新冠疫情控制情况较好，尚未影响到公司的日常生产经营。与公司合作的物流企业均为比较大型的物流公司，如顺丰、德邦等，目前除了东北地区略微受到影响外，其他地区产品的运输基本不受影响。

十、2021 年 1 季度收入及利润增速较高的原因，今年 1 季度增幅会怎样？

回复：从 2020 年第 4 季度开始，公司的销售（特别是高毛利产品止咳宝片的销售恢复较好）开始逐步恢复，2021 年 1 季度，随着国内新冠肺炎疫情得到有效控制及疫苗接种人员普遍化的背景下，公司不断加强品牌建设、优化产品结构和营销政策，加大内部管理，坚持降本增效，取得了较好效果，2021 年度 1 季度，实现营业收入及净利润增长幅度较大。预计 2022 年 1 季度的净利润在 2021 年的基础上有一定的增长。



十一、止咳宝片销售预计 2022 年的增长情况，价格情况如何

回复：止咳宝片 2021 年的销售收入为 2.28 亿元，销售数量为 4.97 亿片。长期来看，止咳宝片有较大的市场空间。一方面，在当前工业化、城镇化的持续发展下，由于生态环境、气候等发生了较大变化，导致呼吸系统疾病，特别是流行性感、咳嗽等方面的人群持续增加；另一方面，我国人口老龄化的加快，导致在呼吸系统疾病（特别是止咳平喘）方面的用药需求进一步增加（据第七次全国人口普查的数据显示，我国人口老龄化程度进一步提高，截止 2020 年，我国 60 岁及以上人口占全国人口的比重为 18.7%，比第六次全国人口普查结果上升了 5.44 个百分点，达到 2.64 亿），根据米内网医院终端和零售终端数据显示，呼吸系统疾病是中成药的优势领域，且止咳类用药居第二位。

除了市场总体用药需求在增加外，公司的止咳宝片还存在待开拓的空白市场。公司止咳宝片产品目前是以地级市及省会城市为区域代理方式进行销售。2019 年，公司对止咳宝片产品的市场覆盖率进行了全面调查，发现市场覆盖率比较好的地区主要在广东、浙江、江苏、山东、黑龙江、吉林等省及北京市区，其他区域的部分地区还存在着空白的市场；而且市场覆盖率比较好的浙江、江苏、山东及东北等地区也存在部分市场覆盖率较低的区域，这些空白区域的开拓将进一步增加止咳宝片产品的长期市场空间。

从止咳宝片的疗效来看，该产品存在独特的竞争优势。与其他竞品比较来看，止咳宝片的优势主要体现在：疗效显著，见效快。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，止咳宝片在临床上用于治疗慢性支气管炎，针对咳嗽（尤其是寒性咳嗽、痰湿咳嗽）疗效确切。止咳宝片经广东省中医院和广州中医学院附属医院临床疗效总结有三大特点：一是对各类型的慢性咳嗽有显著效果，对止咳、化痰、平喘疗效十分明显，临控+显效率为 73%，总有效率为 93%；二是毒副作用很低，疗程短、见效快、服药方便；三是对虚寒型和痰湿型咳嗽治疗效果最好，总有效率分别是 100% 及 95%。

从对止咳宝片的宣传和消费者教育提升方面，该产品的市场份额存在进一步提高的空间。目前，公司对止咳宝片的宣传和消费者教育，是以止咳为重点进行的，后期，公司在宣传和消费者教育中将加大对止咳宝片在治疗慢性支气管炎方面的宣传，也就是咳、喘治疗方面的宣传，以提高消费者认知和扩大消



费人群。同时，公司将进一步加强营销队伍的建设，提高市场营销能力，巩固存量市场并在把存量市场做深做细的同时开拓增量市场，进一步提高止咳宝片的市场覆盖率和消费者人群。

从产能方面考虑，公司止咳宝片有专门的生产车间，当前的产能是 10 亿片（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（相当于 1 亿盒）。

基于此，2022 年，公司预计止咳宝片销售 2500 万盒，鉴于止咳宝片是公司的高毛利产品，其最大的影响因素目前主要是销量的变化，所以公司 2022 年将基本维持止咳宝片的销售价格基础上，努力提升止咳宝片的销售数量。我们相信止咳宝片存在长期的市场发展空间，预计 5-8 年的时间，止咳宝片的年销售量将达到 24 亿片。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。

十二、止咳宝片的营销体系介绍

回复：公司止咳宝片目前的营销模式主要为经销商模式，通过经销商进入药店和诊所。2020 年开始，公司开始逐步创建自己的销售团队，并从广东省开始试点，通过公司自己的销售团队，将止咳宝片销售至药店，一方面提高了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；另一方面也为公司潜力中成药产品如皮肤病血毒丸和降糖舒丸进入药店开拓了渠道。

十三、商誉比较多，系收购海南海力和新宁制药产生，业绩对赌实现情况，商誉是否存在减值？

回复：公司商誉主要系非同一控制下企业合并形成（2015 年公司完成了对海南海力制药有限公司及其下属子公司、台山市新宁制药有限公司及其下属子公司的全资收购）。并购的业绩完成情况说明如下：（1）公司收购海南海力制药有限公司不存在业绩承诺情况。2016 年 1 月，为了更好地发挥产品的协同效应，公司停止了海南海力制药有限公司止咳宝片的生产销售，保留母公司特一药业“特一”止咳宝片的生产销售，融合双方 OTC 市场的营销网络和营销人员，并对销售渠道重叠的区域进行了整合、优化。除 2020 年以来因受新冠疫情影响外，2016 年至 2019 年，止咳宝片实现的销售额及利润均保持了持续的增长；（2）



公司收购台山市新宁制药有限公司的业绩承诺为：目标公司 2016 年、2017 年（以下简称“利润承诺期”）预测实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（以下简称“净利润预测数”）分别为：1,849.91 万元、2,512.33 万元；实际完成情况为：收购标的 2016 年、2017 年实现的扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为：2,128.89 万元，3,137.56 万元。

公司每年年末均对与商誉相关的资产组进行了减值测试，经测试，截至 2021 年底，公司的止咳宝片资产组，新宁制药资产组均不存在减值情况；但是 2020 年度和 2021 年度，在新冠疫情的影响下，公司的海力制药资产组出现减值迹象，在参考国众联资产评估土地房地产估价有限公司出具的《特一药业集团股份有限公司拟对合并海南海力制药有限公司股权形成的商誉进行减值测试所涉及的资产组可回收价值资产评估报告》（国众联评报字(2021)第 3-0021 号、国众联评报字(2022)第 3-0022 号）的基础上，公司分别于 2020 年、2021 年对其商誉计提减值准备 2,242.42 万元和 2,305.71 万元。2021 年，在国家产业政策大力支持中医药行业发展的背景下，海力制药资产组中成药如血塞通分散片、蒙脱石散、银杏叶分散片等产品的销售数量的提升幅度较大，带来了中成药销售收入的增长。2022 年将在此基础上进行总结，加大市场推广的投入力度，提高产品市场的覆盖率，促进产品在 OTC 市场的销售增长。2022 年度，公司将继续加大海南海力产品的市场促销工作和营销渠道的拓展，提高产品销售数量（该市场促销工作经 2021 年 11 月开始，销售数量得到大幅提升）；利用公司现有的产能，通过贴牌生产等多样的销售途径，积极与其他厂家进行合作，提高销售规模。目前上述措施已经在积极推进中，公司管理层认为海力制药资产组后期存在减值的可能性比较小。

十四、止咳宝目前的库存是多少

回复：公司止咳宝片有专门的生产车间，当前的产能是 10 亿片（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（相当于 1 亿盒）。公司生产部门会按照销售计划提前进行止咳宝片所需相关浸膏的提取，在市场需要的时候进行合理安排生产，因产品生产周期短，可以随时满足市场的销售需求，故该产品的库存量不大。



十五、皮肤病血毒丸和降糖舒丸去年的销售额是多少，预计 2022 年的销售额？

回复：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仅两家有药品批文。皮肤病血毒丸已于 2020 年年底上市销售，市场销售反应情况较好，2021 年已达到约 1000 万的销售额，2022 年预计销售额可以达到 2000 万；降糖舒丸于 2021 年 10 月正式上市销售，目前仍处于市场开拓阶段，预计 2022 年的销售额可以达到 500 万。

十六、六味地黄丸和壮腰健肾丸预期推出市场的时间

回复：公司的新产品六味地黄丸，目前现场考核已经通过，预计 2022 年 6 月进行上市销售；壮腰健肾丸预计 2022 年 12 月进行上市销售。

十七、化学制剂药、化学原料药的销售占比情况？化学制剂药、化学原料药情况介绍。

回复：公司是集医药研发、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。

公司化学制剂药的核心优势是：低价优质，在华南地区市场占有率较高，目前已有 11 个产品通过一致性评价，是公司后期参与集采和医院招投标工作的重点产品，有望增加公司产品营销渠道。

公司化学原料药的特色是：技术先进，属于小品种的原料药，部分产品拥有独家原料药生产批件。如冰醋酸（治疗各种皮肤浅部真菌感染，灌洗创面及鸡眼、疣的治疗。可用作腐蚀剂。）、次没食子酸铋（用于痔疮。和硼酸及滑石粉配伍可用于皮肤皱褶处因湿热刺激和互相摩擦所形成的摩擦红斑。）和硫酸钙（食品添加剂及辅料，医疗上用作石膏绷带。）等产品。负责化学原料药生产的子公司新宁制药目前的产能是年产原料药 2100 吨，近几年已满负荷生产，经过扩产后，产能将达到 4200 吨。公司将把特色产品的市场空间进一步提高，发挥特色产品的优势潜力，实现原料药营业收入增长一倍的销售目标。



十八、化学制剂药未来是否不再作为一个重点发展方向？中成药的销售是以医院为主还是 OTC 模式销售为主

回复：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。

对于化学制剂药而言，公司化学制剂药的核心优势是：低价优质，在华南地区市场占有率较高，目前已有 11 个产品通过一致性评价，是公司后期参与集采和医院招投标工作的重点产品，有望增加公司产品营销渠道。

公司中成药的综合毛利率在 70% 以上，对于公司核心及独家产品如止咳宝片，因其有稳定的客户群，市场空间大，公司后期仍以 OTC 销售模式为主；对于市场消耗量大的中成药，如小儿咳喘灵颗粒等，公司将经过成本测算，在保证一定利润的前提下参与招投标，从而增加产品的销售渠道，扩大产品的市场份额，提升公司品牌影响力。

十九、公司的销售模式

回复：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。2020 年开始，公司开始逐步创建自己的销售团队，并从广东省开始试点，通过公司自己的销售团队，将止咳宝片销售至药店，一方面提高了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；另一方面也为公司潜力中成药产品如皮肤病血毒丸和降糖舒丸进入药店开拓了渠道。

二十、OTC 产品会给予经销商一定账期么？

回复：OTC 产品销售基本是款到发货，但是对于百强连锁药店，公司会给予一定的账期。

二十一、疫情对 2022 年业绩的影响，同比会上升还是下降？

回复：与 2020 年全国性禁止销售感冒止咳类药品相比，目前的疫情控制



情况对公司的影响有限。经历了 2020 年疫情，公司管理层也吸取经验，采取了一系列的措施，如要求经销商降低库存量（目前东北地区的经销商库存一般不超过 30 天）；灵活调整终端产品的销售区域（如某一个区域因疫情原因禁止销售时间较长，则会建议经销商调整产品至其相邻但无疫情管控的区域进行销售）等。2022 年度，公司管理层将更加努力工作，并在营销网络建设方面进一步进行完善，加大对全国百强药店的直销和业务推广力度，力争把疫情的影响降低并取得较好的发展。从目前的销售发货情况来看，公司销售受疫情的影响不大，预计 2022 年业绩会持续上升。

二十二、中成药产品中，有与新冠相关的产品么

回复：在治疗新冠肺炎方面，根据相关省市公布的新冠状病毒感染肺炎中医药防治方案来看，公司的中成药蒲地蓝消炎片等产品，具有治疗的功效。另外，自疫情发生以来，公司持续关注疫情的进展，并针对公司相关中成药产品，进行适应症方面的研究，公司的特一牌止咳宝片产品，具有百年历史，在临床上用于治疗慢性支气管炎，针对咳嗽（尤其是寒性咳嗽、痰湿咳嗽）疗效确切；对各类型的慢性咳嗽有显著效果，对止咳、化痰、平喘疗效十分明显，疗程短、见效快、服药方便。目前，公司针对该产品在“宣肺祛痰、止咳平喘”的功效，进行适应症方面的研究，特别是对新冠治愈后的久咳不愈、慢阻肺等方面的研究工作。

二十三、制定股权激励业绩指标考虑的因素

回复：公司管理层在充分分析了近年来的销售数据、新冠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。为实现上述业绩目标，公司制定的相应发展规划如下：

一是继续提高和恢复核心产品的销售规模，进一步提高市场份额。公司将在巩固核心产品存量市场并在把存量市场做深做细的同时开拓增量市场，进一步提高止咳宝片的市场覆盖率和消费者人群。

二是加大潜力中成药产品的市场培育和开发力度，增加销售收入。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，重点培育和发展中医药产品。公司预计每年推出两到三个中成药品种，如近年推出的皮肤病血毒丸、降糖舒丸及枫蓼肠胃康片等产品。公司已将皮肤病血毒丸、降糖舒丸作为继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，这两个品种目前全国仅两家有药品批文。皮肤病血毒丸已于 2020 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 2021 年 10 月正式上市销售。

三是以一致性评价为契机，积极参加后期集采的招投标工作，增加营销渠道，带来销售的增长。自 2016 年以来，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、替硝唑片和卡托普利片等 11 个产品已通过一致性评价，针对上述品种，公司将根据市场情况，积极参加后期的招投标工作，以增加产品的营销渠道，进而促进销售的增长。

四是充分利用新宁制药原料扩产带来的产能增加，扩大原料药的市场份额，带来销售的增长。公司的全资子公司新宁制药后期的扩产完工，产能会提高一倍，将进一步扩大公司原料药产品的市场份额，增强公司的盈利能力。

二十四、2021 年的实际业绩基本在业绩预告的下限，是否业绩不符合预期

回复：公司在 2021 年业绩预告中，提出 2021 年实现的净利润为 12,000.00 万元—15,000.00 万元，实际实现净利润 12,691.74 万元；2021 年度，在新冠疫情的持续影响下，公司全资子公司海南海力制药有限公司包含商誉的资产组出现减值迹象，公司基于谨慎性原则，在对商誉进行减值测试的基础上对商誉计提减值准备 2,305.71 万元，剔除商誉减值影响，公司实现的净利润为 14,997.45 万元，符合公司的业绩预告。

二十五、请介绍长生不老药



回复：公司全资子公司新宁制药及台山化工已对 NMN（ β -烟酰胺单核苷酸）进行立项和开展工艺研究，该项目还处于研究初期，存在较大的不确定性。

二十六、止咳宝片销售，上海地区销售占比大么？

回复：上海地区医保产品销售占比较大，公司的止咳宝片属于 OTC 产品，在上海地区的销售占比较小，销售占该产品的比重接近 1%。

二十七、2022 年一季度业绩的增速同比是否不会很高？2022 年完成股权激励目标的压力大么？

回复：从 2020 年第 4 季度开始，公司的销售（特别是高毛利产品止咳宝片的销售恢复较好）开始逐步恢复，2021 年 1 季度，随着国内新冠肺炎疫情得到有效控制及疫苗接种人员的普遍化的背景下，公司不断加强品牌建设、优化产品结构和营销政策，加大内部管理，坚持降本增效，取得了较好效果，2021 年度 1 季度，实现营业收入及净利润增长幅度较大。鉴于 2021 年 1 季度的基数已经比较高，2022 年 1 季度的净利润在 2021 年的基础上会有略微的增长，增长幅度不会很大。

与 2020 年全国性禁止销售感冒止咳类药品相比，目前的疫情控制情况对公司的影响有限，公司将采取更加灵活的销售策略，在未发生疫情的地区积极进行产品的销售推广，根据目前的销售发货情况来看，公司管理层认为 2022 年完成股权激励目标的压力不大。

二十八、2022 年华南地区销售，中成药及化学制剂药的销售占比

回复：公司华南地区以化学制剂药为主，销售占比约为 82% 左右，中成药销售占比约为 18% 左右。

二十九、后期营销推广费用的规划

回复：公司每年根据营销计划实施相关的营销费用，包括人员薪酬及产品市场推广和品牌宣传等费用。2021 年度，公司的营销费用占销售收入的比重为 15.66%，与 2020 年的销售费用占收入的比重基本相当。后期，公司将加强销售费用管理，坚持降本增效，科学合理制定营销策略和政策，在加强产品的市场



推广的同时，加强相关费用的预算管理，以提高公司的经营业绩利润。

三十、皮肤病血毒丸的见效时间多久？

回复：皮肤病血毒丸针对适应症的治疗周期约 8 周左右。公司 2021 年与广州海博特医药科技有限公司签署了《中药大品种培育战略合作协议》，根据协议内容，广州海博特医药科技有限公司将在广东省内 4 家医院开展样本量为 120 例的皮肤病血毒丸治疗痤疮（青春痘）的多中心、前瞻性、单臂自身对照临床研究。根据医院的初步反馈情况，公司的皮肤病血毒丸对于青春痘的治疗有一定的积极作用（该临床试验的时间是 4 周，试验结束后，有些消费者已经自己到药店购买公司的皮肤病血毒丸产品），截至目前，该研究已进入数据统计阶段，预计 2022 年 4 月份会得出研究结果。

三十一、除止咳宝片外，目前销售额比较大的品种还有哪些？

回复：除止咳宝片外，目前销售额比较大的品种有金匮肾气片、红霉素肠溶片、罗红霉素胶囊、依托红霉素片和阿咖酚散等。其中，金匮肾气片属于公司的补益类产品，目前全国仅有两个批文，该产品已纳入国家医保。公司金匮肾气片的销售终端是医院，主要通过医院招投标销售，目前年销售额 3500 万元左右。

附件清单（如有）

无

日期

2022 年 3 月 21 日