



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：2022-012

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	华安证券 医药行业分析师 谭国超 华安证券 医药行业分析师 李昌幸 广发基金 孙琳 国投瑞银基金 张宇初
时间	2022年3月23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、介绍公司销售团队的管理体系，是按照区域还是品种进行考核？</p> <p>回复：公司普药的销售主要在华南地区，由母公司的销售团队负责销售；OTC产品（包括公司的止咳宝片产品和海南海力生产的产品）由全资子公司——特一海力的销售团队负责进行市场的推广和销售；化学原料药及化工产品由全资子公司——新宁制药的销售团队负责进行销售。</p> <p>对于OTC产品的销售团队管理方面，由公司的副总经理负责，实行由区域、销售额或产品销量等指标相结合的管理模式。在OTC市场，公司以地级市及省会城市为区域代理方式进行销售，区域经理负责与所在区各经销商的业务联系、销售管理及药店的跟进；在OTC产品的考核方面，公司的核心品种特一止咳宝</p>



片和潜力品种皮肤病血毒丸、降糖舒丸等，按照该各自产品的销售数量进行业绩考核；其他 OTC 产品，均以销售额进行考核。

二、皮肤病血毒丸和降糖舒丸未来几年的增长空间

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，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。

皮肤病血毒丸和降糖舒丸在市场导入方面会比较顺利，目前这两个品种一方面是由公司直接销售至药店，公司将充分利用止咳宝片销售渠道所带来的优势（2020 年开始，公司在广东地区开始试点由公司销售人员直接将止咳宝销售至终端药店，2021 年已经逐步推广到浙江地区），与药店保持良好的合作关系，在销售止咳宝片的同时，推出公司的皮肤病血毒丸等产品，并给予药店有竞争力的价格空间，店将该产品作为主推产品推广销售；另一方面是通过临床研究进行产品的市场推广，如公司 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具有积极的效果（皮肤病血毒丸针对适应症的治疗周期约 8 周左右，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 月份会出研究报告。后期根据研究报告结论再决定临床样本的扩大或做真实世界研究，希望通过临床试验，提高医生对该产品的认识度和利用研究数据的学术推广。公司希望通过 3 到 5 年的努力，把皮肤病血毒丸、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）。

三、止咳宝片近几年的涨价情况

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。

四、后期化学制剂药规模的扩大，是靠单品种的做大还是靠整体销售的增加？

回复：公司化学制剂药主要为抗生素类、抗感染类、解热镇痛类，具备品类丰富且低价优质的优势，因此在市场上有一定的竞争力。

公司目前受产能限制，化学制剂药的产量勉强能满足市场的需求，后期，随着综合制剂大楼的建成投产，公司化学制剂药的产能将得到较好的提升。鉴于公司化学制剂药 90% 都是经销商代理销售，产生的销售费用较小。后期，公司将继续通过这种低价优质的优势，进一步扩大化学制剂药的产销规模（如经过成本测算，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）来摊薄固定费用，以进一步提升公司化学制剂药产品的市场竞争力和经营业绩。



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）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中选中的 A 组。若确定中选，将对公司扩大销售渠道，提高市场占有率，提升公司品牌影响力，产生积极的影响。此外，在国家一致性评价政策背景下，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，截至目前，已有 11 个产品通过一致性评价。对于已通过一致性评价的品种，公司将在维持原来销售渠道的基础上，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、如果从经营性利润率的角度，OTC 产品和普药的差别大么？

回复：从经营性利润率的角度，OTC 产品的盈利能力更强一些，但各具有一定的优势。公司普药本身具有低价优质的优势，销售区域主要是华南地区，基本由公司自己的物流负责运输至各经销商，虽然毛利率不及 OTC 产品高，但所需的营销费用很小，故销售净利率比较合理且稳定。公司的 OTC 产品特别是核心产品的销售毛利率比较高，主要通过经销商进入药店和诊所，对比普药来说，OTC 产品需要进行广告及品牌的投入，地面的推广等，相关的营销费用比较多。

六、从公司历史来看，存在某些年份（如 2018 年）净利润增加幅度较大的原因

回复：2018 年公司以促进内生式增长为目标，优化了营销机构并设立集团营销中心，激发了营销活力和管理效率，实现了营业收入 88,497.56 万元，同比增长 28.83%；净利润 15,554.65 万元，同比增长 46.27% 的经营业绩。公司净利润增长幅度高于销售收入增长幅度，主要是因为公司核心产品特一牌止咳宝片的销售收入增长幅度比较大，由于特一牌止咳宝片产品的毛利率比较高，收入的增长带来了更高的毛利占比，导致了净利润增长幅度更大。

特一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）疗效显著。止咳宝片具有独特的止咳、平喘功效，且疗程短、见效快，服用方便。公司于 2015 年 6 月完成了对海力制药



的收购工作后，对原有的止咳宝片销售市场进行整合优化，提高了经销商的积极性，止咳宝片产品在原有市场的基础上进一步得到了巩固和扩大，消费人群增加，带来了销售数量的增长。2018年度，公司根据中药材价格、通货膨胀及市场需求情况等的变化，适度提高了产品销售价格，由2017年的0.24元/片提高到2018年的0.44元/片。由于销售价格提高的幅度较大，在收入增长的同时，带来了更高的毛利。基于这些因素，2018年度在销售收入增长较大的情况下，公司的净利润增长幅度更大。

七、止咳宝片在零售药房的覆盖程度如何？

回复：整体而言，公司止咳宝片全国的覆盖率在40%左右。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。

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。

后期，公司将抓住人口老龄化（止咳宝片的适用人群主要是老年人）的机遇，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，同时进一步把止咳宝片市场做深做细，巩固存量市场，拓展增量市场，扩大核心品种止咳宝片的销售份额。

八、对于竞品而言，公司止咳宝片的优势在哪里？消费者教育方面如何？

回复：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，特别是针对寒性咳嗽，经临床试验，有效率达100%，这是市场是少数有针对寒性咳嗽的产品。另外，止咳宝片产品在治疗慢性支气管炎方面，也有显著的效果。

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哮喘治疗效果最好，总有效率分别是 100%及 95%。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。

从对止咳宝片的宣传和消费者教育提升方面，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。

九、止咳宝片 2022 年的销售目标，止咳宝片的毛利率及净利率如何？

回复：鉴于止咳宝片是公司的高毛利产品，目前影响其利润的最大因素是销量，所以公司 2022 年将努力提升止咳宝片的销售数量，预计全年销售 2500 万盒（约 3.3 亿元）。

止咳宝片是公司的核心品种，毛利率一直维持在 80%左右。公司以产品组合进行营销，未进行单独利润拆分。

十、2022 年止咳宝片的销售增长，主要是基于单店的增长还是整体的增长？

回复：公司将抓住人口老龄化（止咳宝片的适用人群主要是老年人）的机遇，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，同时进一步把止咳宝片市场做深做细，**巩固存量市场，拓展增量市场**，扩大核心品种止咳宝片的销售份额。后期，随着止咳宝片铺货率的提升，公司也会考虑将单店的销量纳入考核体系之中。

十一、皮肤病血毒丸 2021 年的销售额大概是多少？后期毛利率会得到提升么？



回复：公司于 2020 年底推出皮肤病血毒丸，市场销售反应情况较好，2021 年销售额接近 1000 万元。鉴于公司丸剂车间已经建好投产，但是目前实际投入生产的丸剂产品比较少，后期，随着丸剂品种投产的不断增加及产品产量的提升，产品承担的固定费用会随之被摊薄，毛利率也会随之得到提升。

十二、皮肤病血毒丸和降糖舒丸今年的销售目标是多少

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 万元；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 万元。

十三、化学制剂药和化学原料药是否是比较稳定？

回复：总体来说，公司化学制剂药的销售额和毛利率这几年均比较稳定。化学原料药由公司子公司新宁制药负责生产和销售，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，随着“新宁制药药品 GMP 改扩建工程项目”的完工（预计 2022 年 6 月 30 日完工投产），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。

附件清单（如有）

无

日期

2022 年 3 月 23 日