



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：2022-016

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 type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 特一药业网上交流会
参与单位名称及人员姓名	信达证券 王明路 西部利得 计旭 中信建投 张婧怡 华富基金 潘璐 海富通 陈林海 海富通 赵莹洲 浦银安盛 柯聪伟 长江养老 孙楠 长城基金 徐丰 华鑫证券 杨靖磊 华鑫证券 徐鹏 信达资管 唐国磊 国信证券 朱张元 中信证券 王亚楠
时间	2022年3月30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、公司目前化学制剂药占全部收入的 47%，公司目前生产销售化学制剂药品具体有哪些？其中最大的单品是哪一个？市场上同类功能的化学制剂药品有哪些？公司的产品市场占有率如何？

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，品种较多，单品种销售额在 1000 万至 3000 万之间的有 10 多个，其中大环内酯类产品销售比较大，包括依托红霉素片、红霉素肠溶片、罗红霉素胶囊等产品。大环内酯类的同类药品众多。其中，依托红霉素片、红霉素肠溶片在市场占有率排名前三。

二、公司在化学制剂药最大单品的年收入大概是多少？

回复：公司在化学制剂药的销售收入中，大环内酯类产品销售比较大，目前依托红霉素片、红霉素肠溶片、罗红霉素胶囊等产品，这三个产品目前的年收入合计 7000 万左右。

三、如何将其他化学制剂药品继续做大？

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。公司化学制剂药的优势主要有：一是低价优质的优势；二是公司的化学制剂药种类多、剂型多，具有结构优势；三是有一定的市场基础。后期，公司进一步针对化学制剂药产品的特点，形成产品组合，有针对性地开展市场营销。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。

四、化学制剂药的 2022 一季度的展望如何？一般而言我们的收入确认有季节性规律吗？2022 年展望如何？

回复：公司化学制剂药生产销售不具有明显的季节性。目前，公司生产经营情况正常，预计 2022 年一季度业绩与去年同期相比有一定增长（该一季度业绩需经过财务部分核算，请关注公司后期的公告）。后期，公司将通过化学制剂药低价优质的优势，进一步扩大化学制剂药的产销规模，来摊薄固定费用，提高市场竞争力，以进一步提升公司化学制剂药产品的市场竞争力，以达到公司的经营预期（该预期并不代表公司的业绩承诺，请您注意投资风险）。



五、化学制剂药这个细分行业的最大的风险、难点在哪里？机会点在哪里？

回复：近年来，随着医药体制改革相关政策的逐步落地，国家对医药行业的管理力度不断加大。医保控费、一致性评价、两票制、“集采”常态化等一系列医药政策的实施，为医药行业未来的发展带来重大影响，公司化学制剂药面临政策变化的风险。

公司化学制剂药的下列优势为公司带来了一定的市场竞争机会：一是低价优质，后期可通过进一步扩大化学药制剂的产销规模来摊薄固定费用，以提升公司化学制剂药产品的市场竞争力和经营业绩。二是公司的化学制剂药种类多、剂型多，具有结构优势，可以形成多品种的组合。此外，公司化学制剂药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。

六、公司目前中成药占全部收入的 43%，公司目前生产销售中成药具体有哪些？其中最大的单品是哪一个？市场上同类功能的化学制剂药品有哪些？公司的产品市场占有率如何？

回复：公司中药产品主要有止咳化痰类的止咳宝片和补益类的金匱肾气片等。公司的特一止咳宝片是目前公司最大的单品。

在止咳化痰类药物中，市场上同类功能的化学制剂药品主要有：盐酸氨溴索口服溶液、强力稀化粘素、可待因、右美沙芬、苯丙哌林等。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。

七、中成药领域除了公司之外还有哪些竞争对手？公司相对竞争对手的优势体现在哪里？

回复：中成药领域优秀的同行业公司较多，不同公司优势产品所处的细分市场领域亦有所不同，也具有不同的竞争优势。对公司而言，公司呼吸系统类的核心产品为止咳宝片，在中成药止咳化痰类药品，目前的主要竞争产品为百令胶囊、蜜炼川贝枇杷膏。目前这些产品的市场份额比较分散（单品种均未超过 10% 的市场份额），止咳化痰类中成药产品目前的市场份额呈现均摊的局面，



依然是一个开放和充分竞争的市场。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，止咳宝片的优势有独家处方优势、疗效优势、品牌优势及深厚的用户基础。具体如下：

1) 处方优势。中药复方讲究“君臣佐使”的配伍理念。止咳宝片是我国少数含罂粟壳浸膏成分的药物之一，罂粟壳浸膏即为止咳宝片复方中的君药。鉴于国食药监安[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，避免品牌中药经常遭遇的恶性仿制竞争；

2) 是疗效优势。公司生产的止咳宝片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，具有理肺祛痰、止咳平喘和“兼补而散之”的特点，是治疗慢性寒性久咳的良药。公司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%。

3) 品牌优势及深厚的用户基础。止咳宝片具有百年历史，原方在清代末期就享有盛誉，由于有独特的祛痰、镇咳、平喘的疗效，民间俗称为“刘得之救命止咳宝”，具有广泛的忠实用户群体。

八、中成药最大单品年销售收入是多少？如何将其做大？

回复：公司中成药最大单品为止咳宝片，2021年的销售收入为2.28亿元，销售数量为4.97亿片。

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。

公司的止咳宝片产品，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。老龄人口大部分有老慢支的疾病，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，便于老龄人口的使用。在我国人口老龄化加快的时代背景下，公司将依托属于制药行业的优势，针对老龄人口面临的疾病问题，推广和宣传相关的药品，为老龄人提供疗效较好、服用方便的产品。



2019年，公司对止咳宝片产品的市场覆盖率进行了全面调查，从调查结果来看，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。

未来，公司将抓住人口老龄化的机遇，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。

目前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）。

九、中成药今年一季度的展望如何？2022年展望如何？

回复：目前尽管疫情散发的面比较大，但对疫情实行了精准管控，因地施策和动态调整，疫情的防控效果明显，在这样经营环境下，公司营销中心根据各地的疫情动态，制定灵活的营销策略，尽量将因疫情影响降到最低，并努力提高未受疫情影响区域的销售业绩，截止目前，公司2022年的生产经营情况正常，预计2022年一季度业绩同比有一定增长（关于第一季度的经营业绩，请关注公司后期的相关公告）。

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（该预计并不代表公司的业绩承诺，请您注意投资风险）。

十、中成药这个细分行业的最大的风险、难点在哪里？机会点在哪里？

回复：近年来，政府为降低人民群众的医疗成本，加强了对药品价格的管理工作。随着药品价格改革，医药市场竞争的加剧，医疗保险制度改革的深入及相关政策、法规的出台或调整，以及医院药品招标采购等一系列药品价格调控政策的进一步推广，中成药领域存在药品降价的风险。



公司自成立以来一直在中医药领域深耕细作，在中医药产品及公司品牌方面取得了一定成果。在我国人口老龄化且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，做好药品的质量管理和营销渠道的建设，利用公司在 OTC 市场成熟的销售渠道，重点发展中成药品种。

十一、化学原料药具体生产哪些？

回复：公司的原料药生产销售主要是全资子公司台山市新宁制药有限公司负责，主打产品原料药铝碳酸镁、苯妥英钠、冰醋酸、氯化钙在全国市场占有率居前列，铝碳酸镁生产工艺技术达到国际先进水平，注射用氯化钠、碱式硝酸铋曾被授予“国家医药管理局优质产品”，氧化铋、苦味酸等产品质量处于国内领先水平。新宁制药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。

十二、化学原料药业务与中成药、化学制剂药具有生产还是客户的协同效应？

回复：化学原料药由子公司生产后主要直接销售到客户终端（药品生产企业），部分由经销商代理销售。除了目前的铝碳酸镁原料具有一定协同外，其他的原料均对外销售。

十三、公司化学原料药客户主要有哪些？

回复：公司化学原料药客户主要是目前国内厂商包括在国内的外资企业。

十四、目前化学原料药的占比为 10%左右，公司理想的占比规模是做到多大？

回复：化学原料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，预计产能将达到 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。



十五、化学原料药这个细分行业的最大的风险、难点在哪里？机会点在哪里？

回复：化学原料药行业最大的风险在于环保风险。随着整个社会环保意识的增强，新《环境保护法》等越来越严格的环保法律法规的颁布实施，化学原料药行业执行的环保标准也将更高更严格，这不但将增加公司在环保设施、排放治理等方面的支出，同时还可能导致公司因未能及时满足环保新标准而受到相关部门处罚，使公司面临环保风险。

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。新宁制药药品 GMP 改扩建工程项目预计于 2022 年 6 月 30 日完工投产，经过扩产（预计 3 年）后，产能将从 2100 吨增加到 4200 吨。产能提升之余，公司也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，预计 3 年后实现原料药营业收入增长一倍的销售目标。

十六、公司目前几大单品其中化学制剂药、中成药的各自最大的单品占比销售收入较高，主要单品的增长情况对公司的整体局势影响较大？如何克服对大单品的依赖？

回复：公司化学制剂药品种多、类型多，销售达到 1000 万以上的产品有 10 多个，相对比较分散，不形成依赖。

公司中成药的最大单品为止咳宝片，该单品销售占比大，毛利率高，其对公司具有一定的依赖。但管理层已充分意识到公司核心产品过于单一的风险。为了拓展公司未来发展前景，降低对核心产品单一依赖，增强公司竞争力，管理层在加大止咳宝片销售推广的基础上，加大对潜力品种皮肤病血毒丸、降糖舒丸等市场容量大的产品市场推广力度，目前，这两个潜力品种已经在广东、浙江等省相关药店销售，目前市场反馈情况良好。在国家产业政策大力支持中医药行业发展的背景下，鉴于皮肤病血毒丸和降糖舒丸的市场潜力较大，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



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。另外，公司还将启动如六味地黄丸、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。随着这些产品的陆续推出和销售的扩大，将提高公司抗风险的能力，降低单一品种占比过大的经营风险。

十七、公司目前近一半的销售收入集中在华南，加上华东的 20%，60%左右分布在华南、华东，公司的产品是不是具有区域文化属性，比如中药就有区域属性？这种产品的区域属性是不是会限制公司产品的全国推广？

回复：公司产品销售覆盖全国大部分区域，其中化学制剂药主要是通过华南地区的经销商配送至全国（中成药的销售不存在区域限制），导致在统计口径上显示为华南地区的销售占比较高。目前公司与国内的百强连锁药店均有合作，目前的药店渠道覆盖率在 20%左右。同时，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。后续，公司将在营销网络建设方面进一步完善，加大对全国百强药店的直销和业务推广力度，进一步把市场做深做细，巩固存量市场，拓展增量市场，进一步提高公司产品的市场覆盖率和消费者人群。

十八、公司产品的销售主要是通过直接向客户销售以及委托代理商销售相结合的方式进行。不同的模式区别有哪些？定价有没有差异？目前直销、委托代理占比如何？

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，将止咳宝片直接销售至药店，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。



目前公司中成药、化学制剂药销售均为经销模式，不存在直销；化学原料药部分产品存在直销，占比 10%左右。

十九、全渠道来看，按照医院、诊所、药店来看，哪类渠道销售占比最高？每类渠道的主要攻破难点在哪里？产品的推广与普及在渠道方面有没有重点攻关？

回复：公司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；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。目前公司在药店和诊所的销售占比 90%左右。

公司在产品推广销售方面，针对不同的产品和营销方式，制定不同的营销策略。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。公司的 OTC 产品特别是核心产品，主要通过经销商进入药店和诊所，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。

二十、医药终端的产品推荐，如何才能让终端推荐人员优先推荐公司的产品？

回复：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。因此，止咳宝片在药店有较好的铺货率和稳定的消费群体。同时，我们依托止咳宝的口碑，以及多年来和药店保持的良好关系，直接和药店签约了皮肤病血毒丸的销售，并给予药店有竞争力的营销政策，激励药店将该产品作为主推产品进行推广。

二十一、您觉得医药行业的竞争是完全竞争吗？生产有壁垒吗？壁垒体现在研发？还是审批的制度？您觉得营销环节的关键是什么？

回复：医药行业管理规范，产品品种丰富，市场竞争充分。

药品存在一定的壁垒，包括药品的处方、工艺技术、疗效以及品牌等。

在营销方面，需要根据不同产品的功能，针对合适的消费人群，进行明确的市场定位，加大对产品在功能主治、疗效等方面的市场宣传推广和消费者教育，提高产品的市场认知度为此制定合适的营销策略。



二十二、未来，公司将由经销商模式逐步转向由公司直接到零售终端的销售模式，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。公司在这方面有哪些具体的可行的举措吗？

回复：（1）2019年，公司对止咳宝片产品的市场覆盖率进行了全面调查，捋清公司产品覆盖空白区域，为后续市场推广及销售奠定基础；（2）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；（3）后续，公司将进一步扩大销售团队，加强销售人员培训，提高总体销售能力。

二十三、您觉得医药行业单一大单品的最大规模能够做多大？是做医药工业，还是做医药药品更加能成规模做大做强？

回复：对于公司而言，公司核心产品止咳宝片属于呼吸系统疾病方面的药物，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。止咳宝片主要适用于中老年人群，在我国人口老龄化加快的时代背景下（据第七次人口普查数据，我国60岁以上人口2.64亿，占人口比重18.7%），该产品的市场潜力巨大（老龄人口大部分有老慢支的疾病，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，便于老龄人口的使用）。该产品目前有专门的生产车间，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）。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。

二十四、公司发展的核心战略是什么？是品种扩张+品类扩张，还是后续继续外延发展原料药开始做大医药工业，或者扩展医美，多条腿走路？会不会让人感觉战略上有点散？

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，重点发展中成药产品板块。

公司的战略发展规划如下：

（一）拓展现有核心品种的市场份额

在我国人口老龄化加快的时代背景下，公司将依托属于制药行业的优势，



针对老龄人口面临的疾病问题，推广和宣传相关的药品，为老龄人提供疗效较好、服用方便的产品。老龄人口面临的疾病，主要包括呼吸系统疾病、心脑血管疾病、及癌症等方面。在呼吸系统疾病方面，公司的止咳宝片产品，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。老龄人口大部分有老慢支的疾病，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，便于老龄人口的使用。

2019年，公司对止咳宝片产品的市场覆盖率进行了全面调查，从调查结果来看，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。

未来，公司将抓住人口老龄化的机遇，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。

目前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）。

（二）加大潜力中成药产品的市场培育和开发力度

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。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。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、消痞丸、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。

随着公司生产排场的综合安排及现代中药产品线扩建及技术改造建设项目的陆续完工，公司已逐步推出国医堂项下的蒲地蓝消炎片、枫蓼肠胃康片、感



冒灵颗粒、皮肤病血毒丸和降糖舒丸等产品，目前市场反馈情况良好。在国家产业政策大力支持中医药行业发展的背景下，鉴于皮肤病血毒丸和降糖舒丸的市场潜力较大，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。

二十五、您觉得医药的高毛利主要是来自哪种壁垒？是生产端的壁垒导致供应稀缺还是需求端的不敏感？

回复：医药的高毛利壁垒主要是技术和疗效。

二十六、您觉得公司未来几大业务板块哪一块成长性最好？您觉得哪一块最适合公司在其中做大规模的？或者公司在这块竞争优势最强的？

回复：不同的公司，有不同优势，业务板块侧重点不同。就特一药业来说，公司未来业绩增长的重点是在中医药产品方面，在做大核心产品的同时加大潜力中成药产品的市场培育和开发力度。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。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。

二十七、公司可转债项目的进度如何？预期达产时间如何？

回复：公司可转债的募投项目有两个，一是新宁制药药品 GMP 改扩建工程项目，二是药品仓储物流中心及信息系统建设项目。

“新宁制药药品 GMP 改扩建工程项目”因项目在原有规划和设计基础上进行工艺改进，对厂房建设设计方案和设备选型等进行了优化和完善，再加上疫情导致订购设备延期交货等，导致施工工期后延，截至目前，该项目土建工程基本完工，因医药项目的检测、验收等要求较高，根据目前的项目进展及完工后的检测、验收等事项，预计 2022 年 6 月 30 日完成。

“药品仓储物流中心及信息系统建设项目”因部分建设项目实施地点变更



到台山市水步镇振兴路 21 号，受该宗地整体规划与设计进度的影响，预计该项目的药品仓储物流中心于 2022 年 6 月 30 日完成。

二十八、可转债的财务费用一年是多少？

回复：公司可转债的票面利率不等于实际利率，加上陆续有可转债转股，每年的财务费用大概在 1800 万元左右。

二十九、目前可转债余额还有 3 亿元，还有一年多就要到期了，后续公司如何促进转股呢？

回复：公司的《公开发行可转换公司债券募集说明书》对可转债不同的情形，有明确的规定，公司一直履行该规定，公司管理层将努力做好公司的经营，保持公司持续的发展。同时，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。

公司希望投资者能根据公司的发展情况以及自身的情况，合理决策。

三十、为什么转债的评级只有 AA-？

回复：公司最近两次（2021-06-17、2020-05-22）可转债评级都是 AA-，评级展望维持为稳定。评级机构根据各方面的因素进行了综合考虑，公司尊重评级机构的评价结果。公司管理层努力做好公司的经营，提高公司抗风险能力，保持公司持续的发展。

附件清单（如有）

无

日期

2022 年 3 月 30 日