

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：2022-009

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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（电话、线上会议）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	<p><b>通过国盛证券线上会议系统参会：</b>海富通基金、汇添富基金、建信基金、新华基金、恒大人寿、鹏扬基金、东方阿尔法基金、招商基金、民生加银基金、太平资产、东证资管。</p> <p><b>通过平安证券线上会议系统参会：</b>东方阿尔法基金、中金资管、华富基金、中加基金、中信期货资管、长盛基金、华商基金、长城基金、于翼资产。</p> <p><b>通过光大证券线上会议系统参会：</b>华宝基金、华夏基金、建信养老金、华泰柏瑞基金、安信基金、天弘基金、广发基金、人保养老金、招商信诺、广银理财。</p> <p><b>通过民生证券线上会议系统参会：</b>中信建投资管。</p> <p><b>通过开源证券线上会议系统参会：</b>天弘基金。</p> <p><b>通过国海证券电话及线上会议系统参会：</b>工银瑞信基金、融通基金、诺安基金、光大保德信基金、华宝基金、建信基金、中海基金、东海基金、凯石基金、浦银安盛基金、鹏华基金、上银基金、长盛基金、太平基金、瑞华控股、华夏财富创新、国信弘盛、华泰资管、太平资产、华润元大、华宝信托、Dymon Asia、财信证券、方正证券、招商证券、尚近投资、景泰利丰投资、银叶投资、恒复投资、磐耀资产、弥远投资、聚益投资、富利达资管、东方马拉松投资、诚盛投资、金百镭投资、南方睿泰、信风投资、鑫然投资、中再资管、荣源鼎丰、鹤禧投资、北信瑞丰、友邦保险、长江养老机构。</p>
<b>时间</b>	2022年3月29日、3月30日
<b>地点</b>	上海市徐汇区东安路562号22楼公司会议室、电话及线上会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	公司副总经理、董事会秘书：王光平 公司投资者关系总监：刘宏

投资者关系活  
动主要内容介  
绍

一、公司 2021 年年度报告主要情况介绍

2021 年，公司实现营业收入 9.70 亿元，同比增长 29.15%；归属于上市公司股东的净利润 1.01 亿元，同比增长 35.76%。2021 年，公司基本每股收益 0.6193 元/股，同比增长 34.48%；2021 年，公司整体毛利率为 79.26%，公司销售费用率、管理费用率和财务费用率分别为 48.65%、13.85%和 1.74%。

公司长期坚持“现代中药”经营理念，做“说得清、道得明”的中药，坚持以临床疗效作为公司制药的根本价值定位；公司在进行新药开发的时候，不拘泥于中药身份，而是采用现代药物的研究思路、方法和临床试验设计进行疗效、机制和临床效果的研究，注重循证医学证据，通过治疗研究药物作用机制，开展与临床一线疗法进行“头对头”比较的临床研究，以证实优效。

在经营理念方面，坚持“长期主义”的发展理念，坚持“专业、专注、专心”的制药精神。2021 年，公司紧紧围绕经营规划目标，重点在以下几方面有序开展运营与革新：

1、研发方面

公司中药研发体系，经历了二十多年的沉淀与积累，特别是 1999 年将上市后临床研究中心迁到上海，以及 2018 年在上海设立中药新药研发中心之后，公司已经形成“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”为构建了上海中药新药创新研究中心、经典名方研发中心、贵阳技术中心、上市后临床医学研究等四大研发模块。覆盖了中药新药研发从发现、研发、生产、上市及上市后再评价的全过程，形成了中药传统配方与现代科技有机结合的现代药物研究逻辑的中药创新研发管线。

2021 年，随着公司中药研发体系的进一步完善与优化，公司相关管线的品种研发工作，已进入快车道，中药新药、中药配方颗粒和经典名方等产品研发按计划顺利推进；公司已完成和正在研发的产品/项目包括：（1）龙芩盆腔舒颗粒、术愈通颗粒、苦莪洁阴胶囊等三个品种已完成 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。

## 2、营销方面

首先，临床销售依然是公司重点营销渠道，公司实施了一系列营销机构与体系改革，在股权激励计划的有效推动下，全面实施职责、任务与激励政策相结合的考核机制，促进渠道开拓能力、强化终端业务的精细化管理，提升单人、单院及单店产出；结合当前覆盖的医院市场，基于现有产品集群，迭代加强妇科线、男科线等领域的产品推广；此外，公司还专门成立了特殊品种营销团队，进一步持续探索二线品种的推广工作。通过以上多措并举，在业务增长计划的落实层面，取得了显著成效。

第二，OTC 市场拓展的重大突破，公司 OTC 市场布局，从 2018 年开启，在不到 4 年的时间，截止 2021 年底，公司 OTC 市场已经覆盖全国 30 个省市的药店数量达 90000 余家，较 2020 年增长 12%；覆盖近 800 家大中主流药品连锁公司并不断强化了双方的合作关系。药品门店单产较 2020 年增长 26.4%，，OTC 市场的销售，已经呈现了较为不错的“战绩”报告。

第三，加大互联网渠道的销售投入力度，加快媒体渠道建设与运营，特别是新媒体建设，将公司产品宣传通过媒体渠道发放与传播，精准触达消费者，全面助力品牌建设。2022 年，公司将在已有市场基础上实施品牌战略，加大品牌建设投入，继续坚持以临床表现为抓手促进零售市场拓展，将临床疗效与符合商业逻辑的医药商业品牌打造计划相结合，打造完整的医药品牌形象，2022 年将是公司的品牌战略元年，接下来 OTC 渠道会逐步走出品牌路线，通过“和颜”品牌的打造，力争实现 2022 年 OTC 市场销售增长 50% 以上。

2022 年，公司已经制定了更为细致深入的业绩增长战略部署与行动计划，在相较 2021 年业务增长基础上，将进一步加大临床销售的“广度、深度、精细度”，持续增加等级医院和基层市场的产品覆盖率，加大学术推广力度，提升单个医院产出，努力实现“三年倍增计划”的第二个年度业绩目标，力争超额完成 2022 年度目标任务。

## 二、投资者问答

**问题一、一季度疫情对公司影响如何？如果受到影响如何应对去完成全年目标？**

**答：**公司市场营销体系已经连续经历 2020 年、2021 年的疫情与自然灾害的影响与挑战，在此过程中已总结了一定经验，并提前做了相应预案，2021 年

的任务也在环境影响情况下,完成了公司制定的业绩目标。今年 3 月以来,公司部分区域销售虽然也受到疫情防控的实际影响,但从目前看,对今年年度业绩增长目标完成的影响仍在可控范围内,增长趋势不变。

公司历年一季度收入占全年比重相对较低,对于疫情影响,公司已通过加大 OTC 及线上宣传推广力度、集中力量增强非疫情地区推广力度、适当调整销售安排与物流预案等方式,来减轻疫情对完成全年目标的影响。

**问题二、公司产品销售是否有季节性?**

**答:** 根据公司历史业绩情况,通常二、三季度收入占全年比重相对较高一些。

**问题三、公司 2021 年经营活动现金流下降的原因?**

**答:** 2021 年,公司经营活动现金流金额为 1.24 亿元,处于相对正常状态。现金流下降主要由于公司原材料款支付、做储备库存及支付市场推广费与品牌建设相关支出所致。

**问题四、配方颗粒国标备案和销售安排情况,在业绩三年倍增计划中占比?**

**答:** 目前,公司中药配方颗粒已完成 60 个国标品种备案,原有贵州省标品种目前在正常销售中。公司将继续推进完成国标品种备案。中药配方颗粒作为公司新的业务板块,相关推广工作目前在贵州省内持续展开,尚处于起步阶段,2021 年度已实现少量销售额,2022 年公司将进一步加大推广力度,提升在贵州省内市场的销售额,中药配方颗粒在三年倍增计划中占比相对较小。

**问题五、公司核心产品在 OTC 渠道的价格情况,是否具有提价空间?**

**答:** 公司从 2018 年开始建立 OTC 事业部进行 OTC 推广,OTC 产品的价格相对较为市场化,价格更加灵活。公司产品毛利较高,是否提价将会充分考虑产品力、品牌力和品牌培育、产品成本、产品升级、市场份额、患者接受程度等各方面的因素,进而做出相应决策。

**问题六、公司目前 OTC 市场占比,计划提升至多少,以及达成此目标的时间?**

**答:** 目前公司 OTC 市场占比约 30%,公司未来将通过多措并举持续加大在 OTC 市场的营销推广力度,在保持处方药市场份额稳定增长的基础上,坚持实施品牌战略,进一步提高销售团队的个人产出,助推 OTC 市场的快速增长。

	<p>随着 OTC 市场收入逐年递进，未来几年 OTC 市场占比有望提升至 50%，形成医院市场与 OTC 市场双轮驱动的发展态势。</p> <p><b>问题七：公司有两条中药饮片生产线，重点生产什么中药饮片，是否对外销售？</b></p> <p><b>答：</b>公司子公司治和药业拥有中药饮片 A 线、B 线共两条饮片生产线，均通过 GMP 认证与检查，且涵盖了常规的中药炮制范围。中药饮片生产线是主要基于公司对产品全过程质量控制，生产的中药饮片仅供公司制剂产品所用，未对外销售。同时，企业具备饮片生产许可也是中药配方颗粒及中药经典名方的产品生产监管法规要求。</p> <p><b>问题八：公司经典名方在硕方医药展开，硕方医药主要进行哪方面研究？</b></p> <p><b>答：</b>上海硕方医药的中药新药研究，包括经典名方的临床前研究，主要展开临床前药学研究。包含药物史研究、中药材溯源、标准研究、药理毒理研究及质量管理等，还包括提取浓缩、饮片炮制、质量分析、制剂研究等多个实验室小试与中试。硕方医药目前已建立了符合现行法规要求的一整套质量保证体系，打造了一支专业性强、研发经验丰富的研发团队，为产品研发质量、中药新药研发从实验室小试、中试放大、生产验证到工业化生产的快速衔接提供保障。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2022 年 3 月 31 日