

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：2022-014

投资者关系活动类别	<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（线上会议、电话会议）
参与单位名称及人员姓名	通过天风证券线上会议系统参会：工银瑞信、光大保德信、中金资管、国泰君安、申万宏源国际、东方财富、国融证券、方正证券。 通过西部证券电话会议系统参会：恒越基金、杭贵投资、龙航资管、太平洋证券。
时间	2022年5月12日
地点	贵州省贵阳市乌当区高新北路3号公司会议室、线上会议、电话会议
上市公司接待人员姓名	公司董事、副总经理、董事会秘书：王光平 公司投资者关系总监：刘宏 公司证券总监、证券事务代表：王伟
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司 2021 年及 2022 年一季度主要情况介绍 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%。2022 年一季度，公司实现营业收入 2.49 亿元，同比增长 16.10%；归属于上市公司股东的净利润 3,088 万元，同比增长 21.73%。 2022 年，公司已经制定了更为细致明确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。同时，在 OTC 市场，2022 年公司已经实施了有明确目标的市场突破措施，在保持“以临床疗效拉动 OTC 渠道市场”的销售能力的同时，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”，通过多维度、渠道的加强，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。结合 2022 年初以来的经营

发展情况看，年度业绩增长目标不变，公司全年增长趋势不变。

二、投资者问答

问题一、公司主要产品收入和增速及产品规划？

答：2021年，公司妇科类产品营收近7亿元，增速31.83%。

和颜®坤泰胶囊系公司主打独家专利品种、基药、医保甲类、处方药与OTC双跨品种，是国内唯一改善卵巢功能衰退的中成药、进入多项教科书、共识和诊疗指南，是公司妇科类重要品种。本产品在2018年全国中药大品种科技竞争力妇科领域排名第二，获“2020-2021年临床价值中成药品牌榜”、“2020-2021年中国家庭常备药上榜品牌”、“2020-2021中国药店店员推荐率最高品牌”；坤立舒®苦参凝胶，系公司独家剂型、医保乙类，主治妇科抗菌消炎，是唯一“三步恢复阴道微生态平衡”的高纯度植物凝胶。该产品已进入《中西医结合妇产科学教材》、《中成药临床应用指南》、《中国中西医结合生殖医学科》、中华医学会最高级别指南《细菌性阴道病诊治指南》等多项专家共识和诊疗指南，获得“2018-2019，2020-2021中国药店店员推荐率最高品牌”。

据米内网统计数据显示，公司坤泰胶囊2021年上半年销售稳居“全国三甲”。公司主导产品已具备充分的临床用药经验，和妇科领域临床地位。在女性生殖健康领域，具备较强的适应症优势与市场基础。

2021年，公司泌尿系统产品营收超过2亿元，增速22.76%。

公司研产的宁泌泰胶囊，系独家专利品种、医保乙类、苗药品种，已进入多项专家共识和诊疗指南，其功能主治为清热解毒，利湿通淋，用于湿热蕴结所致淋证，是泌尿系统全面镇痛、直击尿频的基础中成药。

公司将继续秉承做“说得清、道得明”的现代中药理念，聚焦中医药优势病种，以女性健康、泌尿系统健康、慢性病为主攻领域，并覆盖老年疾病、儿童用药等，通过自身研发与外部技术引进相结合，努力打造专利中药创新药、中药配方颗粒、中药经典名方、中药保健品集群发展的中医药领域的特色优质企业，力争成为女性健康管理领域的领先企业。公司将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，继续推动在妇科、儿科、男科及慢性病领域的布局。

同时，随着公司OTC市场的进一步拓宽与深化，下一步将通过“临床疗效+OTC拓展+品牌推广”的方式，持续加强和颜®坤泰胶囊在妇科领域的优势，提升产品在基层市场销售占比、提升适应症患者渗透率。

问题二、公司OTC市场品牌建设内容？

答：2022年，公司在继续“以临床疗效拉动OTC渠道市场”的同时，加强展开“和颜”品牌建设，持续提高产品在消费者中的品牌影响力。公司女性青春与生殖健康管理的中药商业品牌——“和颜”品牌推广正在四个省份进行

	<p>试点，目前，和颜坤泰胶囊“卵巢安康 和颜坤泰”品牌广告已登录广东、湖南、湖北、河南等省市相关媒体平台。</p> <p>问题三、公司中药配方颗粒研发情况？</p> <p>答：公司现已完成国标品种备案 96 个（目前国家已发布 196 个国标品种），公司将继续进行国标品种研究及备案。目前公司中药配方颗粒产品主要在贵州省内展开销售，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。</p> <p>问题四、公司医院市场和 OTC 市场销售占比情况？互联网销售情况如何？</p> <p>答：目前，公司医院端占比约 70%，OTC 端约占比约 30%。互联网销售目前占比不大，还在进一步推进中。</p> <p>问题五、公司三个中药新药进度如何？</p> <p>答：目前，公司已经完成龙芩盆腔舒颗粒、苦莪洁阴凝胶、术愈通颗粒等 3 个中药新药的临床三期研究，正处在项目的报产准备期，公司将根据国家相关政策和项目情况整理进行准备工作，预计 2023 年前将陆续展开报产申请。</p> <p>问题六、公司产品是否进入集采？</p> <p>答：公司目前没有产品进入集采。未来，公司将密切关注相关政策发布情况，通过强化成本费用控制管理，降本增效，不断提升公司 OTC 市场的占比等措施，进一步提高公司产品的竞争优势。</p> <p>问题七、公司可转债不强赎承诺即将到期，近期如若再触强赎条件是否考虑强赎？</p> <p>答：公司可转债不强赎承诺于 2022 年 6 月 30 日到期，此后若再次触发强赎条件，公司将根据实际情况和市场环境等因素进行综合判断、决策，投资者可以及时关注公司信息披露情况。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2022 年 5 月 13 日