

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：2022-020

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（电话、线上会议）
参与单位名称	中国人保、中信资管、中信保诚、中信期货、中加基金、华夏基金、国信投资、富安达、兴华基金、景泰利丰、杭州优益增、上海易正朗、前海汇杰达理、循远投资、恒越基金、怀德资本、恒复投资、华安证券、山西证券、开源证券、平安证券、海通证券、国融证券、东财证券
时间	2022年9月2日
地点	上海市徐汇区东安路22楼公司会议室、电话及线上会议
上市公司接待人员姓名	副董事长、副总经理：王金华 董事、副总经理、董事会秘书：王光平 副总经理：魏茂陈 财务总监：曾志辉 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、经营情况简要介绍： 今年以来，国际环境变化，全球经济放缓态势明显，国内经济环境同样不乐观，特别是国内疫情依然不稳定，疫情防控给经济基本面带来诸多影响，特别是商品物流流通领域及大消费领域的冲击明显。上半年，全国多地疫情散发对公司产品营销与推广活动造成了较大影响，供应链与物流等上下游不稳定因素对产品流通也造成了一定的冲击。但公司锚定经营目标，在努力实现整体业务目标的同时，苦练内功，强化成本管控与费用控制，保证了阶段性的营收与利润同比增长，基本实现了上半年“俩位数”增长的基本经营目标。 2022年上半年，公司实现营收5.25亿元，同比增加15.53%；净利润0.57

亿元，同比增加 22.65%。对比往期数据来看，公司上半年营收及净利润均创同期新高，从单季度来看，公司一、二季度营收分别同比增长 16.1%、15.02%；归母净利润分别同比增长 21.73%、23.74%，均居同期高位。

在这般艰难外部环境下，能够获此经营成绩实属不易，也充分证明了新天药业这支队伍是可以打硬仗、打胜仗的！“多打粮食”、“一切为了利润”，始终是公司持续规模化发展路上的关键任务与使命！

二、投资者问答：

问题一、公司中药新药、经典名方、配方颗粒等产品研发的最近进展？未来的报产计划以及对公司经营发展可能产生的影响？

答：公司目前的研发主要包括：（1）中药新药的研究：龙苓盆腔舒颗粒、术愈通颗粒、苦莪洁阴凝胶等三个品种已完成 III 期临床研究，预计 2023 年开启陆续提出上市许可申请，目前 1 个品种已开始上市许可申请前的相关准备工作；（2）中药经典名方的研究：公司正在推进 8 首经典名方的研究，预计将从 2023 年至 2024 年初陆续提出上市许可申请；（3）中药配方颗粒国标品种备案及已上市产品再研究：公司现已拥有贵州省标品种 445 个，已完成 133 个国标品种备案，后续中药配方颗粒国标品种备案工作正在按计划持续展开，计划年内实现 200 个国标品种备案；公司也长期坚持对已上市产品的基础和临床学术研究，目前已经有大量的临床数据积累。

中药新药、经典名方和配方颗粒作为公司未来发展战略布局的重要组成部分，是公司未来主产品领域市场的新的增长基点，随着在研中药新药、经典名方的陆续申报审批以及配方颗粒国标备案品种的进一步丰富，将会进一步完善公司的产品结构，丰富产品线，将为公司未来五年计划夯实更丰富的产品线，也是公司下一步规模化销售的重要产品储备。

问题二、请公司结合上半年的业绩增长情况，阐述目前的产品市场发展策略，后续是否能够实现持续的市场增量？

答：2022 年初春开始，国内疫情反复，给营销工作带来了诸多压力；上半年来，经过公司经营管理团队与全体员工，特别是市场一线团队的共同努力，将疫情对公司的影响降低到了相对可控范围内，使得公司在上半年实现了较为不错的业绩增长，收入同比增幅 15.53%，其中妇科类产品同比增长 14.39%，泌尿系统类同比增长 15.50%，清热解毒类同比增长 19.11%，其他类同比增长 74.42%。从增长数据来看，在独家大品种的市场带动下，第二梯队其他产品线

也已开始陆续发力，呈现出快速增长态势。

未来，在公司进一步加强市场投入背景下，尤其是在品牌战略实施后，相信公司产品未来的增长趋势将实现梯队化、规模化和联动化效应，这也是市场可持续发展的必要条件和关键要素。

值得一提的是，今年上半年在国内经济环境不容乐观的基本面情况下，公司坚持“多打粮食”的经营理念，上半年公司实现了利润同比增幅达到22.65%，超出收入的同比增幅7个百分点。这是市场一线团队与公司体系化管理能力同步提升的经营结果。

问题三、公司在上半年疫情影响下仍然取得这样的业绩，主要是如何应对疫情影响的？

答：公司包括市场营销在内的整个经营体系在连续历经2020年、2021年的疫情和自然灾害的影响与挑战过程中，已总结了大量的宝贵经验，并会对具体情况采取相应预案。主要有以下几方面：1、市场营销方面，公司通过加大OTC及线上宣传推广力度、集中力量进一步加强非疫地区的推广力度、适当调整销售安排与物流预案等方式，来减轻疫情对整体市场销售的影响；2、结合产能与市场预算，合理规划经营库存常备量，以应对疫情带来的物流限制影响；3、优化网络办公、视频或电话会议平台，并对各市场区域进一步强化线上管理，尽最大可能实现线上线下联动、线上替代线下；4、进一步优化公司产业链运营管理效率，降本增效、坚守业绩、利润导向及目标管理措施的逐步实施，极大的提升了公司利润增长幅度。此外，公司后续还将围绕经营目标，不断总结优化以上应对策略。

问题四、结合上半年的业绩情况及下半年可能会产生的疫情影响，公司是否有考虑调整年度业绩目标？如果不调整，是否有信心完成今年的业绩目标？

答：2022年以来，受国际地缘环境、国内经济环境及疫情的影响，对整体经济增长带来巨大压力，公司的产品市场也受到了一定程度的相关影响。结合公司制定的经营战略目标，按照公司董事会对经营管理层的业绩要求，以及市场营销团队所表现的“坚韧不拔、能打硬仗、打胜仗”的积极态度与决心，在大环境周期不乐观的背景下，公司本着“一切为了利润、一切为了现金流”的经营思想，目前暂不考虑调整年度经营目标。

从6月开始，公司的发货与回款已逐步恢复至疫情前的增长趋势，且呈上升曲线，这是个很理想的趋势。我们预判，若排除下半年全国疫情依然出现多

处不稳定的情况因素，公司的全产业链运营及体系管理，均日趋优化，外部经营环境的良好与顺畅，将会极大的促动公司产品市场及销售情况更上一层楼。全体员工也将围绕年初制定的业绩目标而继续努力。

问题五、公司 6 月业绩增速开始恢复后，7 月-8 月的情况怎么样？

答：根据近期发货情况来看，7 月较 6 月有增长，8 月较 7 月也有增长，呈逐月上升的状态，已恢复疫情前的正常的业绩增长态势，但下半年以来，国内多区域的疫情依然在多点散发状态，公司仍不可懈怠，“拉紧弦”继续保持“坚韧不拔、能打硬仗、打胜仗”的积极态度与工作作风，迎战下半年的业绩增长。

针对公司主打品种市场，公司仍将坚定不移的推动 OTC “和颜”品牌建设，这是公司在中药产业领域关键市场发展的举措，也是今年乃至未来长期的经营工作重点。结合上半年几个月公司“和颜”品牌战略试点的实施进展情况看，未来值得期待。

问题六、公司中期推出每 10 股转增 4 股的利润分配方案主要是基于哪方面的考虑？

答：公司在 2017 年上市后，经过连续三年的研发架构与流程优化、市场渠道拓展、产能提升建设、管理全面提升等基础积累，自 2021 年开始进入公司上市以来第二个“三年计划”周期，也是公司经营战略布局下，一个相对快速发展的阶段，并基于公司业绩稳步增长、资产规模的持续积累以及未来发展的较好预期，公司自 2021 年开始，实施股本适度扩容计划，在今年中期再次推出“每 10 股转增 4 股的利润分配预案”（尚需提交股东大会审议），主要也是为了体现公司股本规模与业绩增长、资产规模之间的良性协同发展，使得公司的发展与股本规模更加符合市场逻辑，也更能够契合全体股东与广大投资者的价值期望。有关利润分配预案的具体内容详见公司已于 2022 年 8 月 30 日发布的相关公告。

公司作为中药产业制药企业，在国家中药产业政策日趋向好的政策大背景下，将持续坚持“长期主义”的制药产业逻辑，稳健经营，持续发展，坚持以业绩稳步增长为基石的价值投资逻辑，伴随着企业业绩的稳步提升，为广大投资者创造稳健持续的价值回报。

附件清单（如有）

无。

日期	2022年9月5日
----	-----------