

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：2023-004

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议、电话会议）	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	中新融创 中信建投 民生信托 国际金融 人寿资管 中昂国际 中欧基金 平安银行 交银国际 工银国际 万向信托 康曼德 华宝基金 安保基金 易正朗 英大资管 国赞私募 巨杉投资 优益增 健顺投资 红土基金 诚盛资管 循远资管 东方资管 理成资产 工银瑞信 拓璞基金 进门财经 嘉实基金 坤易资管 龙航资产 五地资管 汇杰达理 安盛基金 华安医药 兴益资管 润达盛安 彤源投资 融悦私募 颐和久富 鸿运私募 天成资管 盟洋投资 北京基金 光大资管 博时基金 天弘基金 银华基金 元泓投资 敦和资产 景熙资产 港丽投资 恒越基金 尚诚资管 尚近投资 汇添富 菱信基金 前海联合 平安医药 长盛基金 格林基金 taikang 瑞达基金 泰达宏利 谦心投资 途灵资管 华安医药 玖鹏资产 度势投资 中天汇富 名禹资管 昆仑健康 恒越基金 贝莱德 国融证券 国元证券 华泰证券 开源证券 江海证券 华西证券 平安证券 东海证券 山西证券	
时间	2023年3月30日	
地点	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	
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书：王光平 财务总监：曾志辉 证券总监、证券事务代表：王伟	
投资者关系	一、公司有关情况介绍	

活动主要内容介绍

公司 2022 年末总资产 18 亿余元，2022 年度实现营业收入 10.88 亿元，同比增长 12.15%；归属于上市公司股东的净利润 1.16 亿元，同比增长 15.40%；净资产收益率达到 12.5%。全年整体业绩增长大幅超过了行业平均水平。

2022 年，公司重点推进了以下几个方面的工作：1、在研发方面，结合项目研发进度，进一步加大了研发投入力度，全年内研发投入 3445.08 万元，同比增长 19.25%；2、在市场推广方面，启动了商业品牌战略，并在四个省的九个中心城市实施了相应的试点推广方案，同时结合市场整体战略部署对内部市场组织架构及人员配备做了系统优化，以便更加突出市场推广的专业化、精细化，也更有利于激发市场团队的持续战斗力与开拓精神；3、在产能储备方面，公司新建“全国先进、西南领先”的智能化产线已完成主体工程建设并将于 2023 年中期完成整体工程建设，逐步体现公司在智能制造方面的规模化成本控制与质量控制优势；4、公司在精细化、信息化、流程化、精细化暨“四化”管理以及全年财务预算方面也取得的较大的进步，尤其是在降本增效、费用管控等方面得到较大改善。

针对 2023 年的业绩目标，公司也做了明确细致的部署与行动计划，在目前主要产品销量稳定增长的基础上，将进一步加大销售的“广度、深度、精深度”，加大学术推广力度，持续增加等级医院和基层市场的单品流量和产品覆盖率，进一步提升每一个医院的市场增量。

同时，公司还将不断总结近年来的成本管控经验，继续做好常规库存的有效调整，以有利于应对原材料价格上涨等成本压力，并进一步完善与优化公司“四化”管理，加强财务与业务的更深度融合，提升管理效能，达到降本增效的目标，多措并举保证公司盈利能力的持续提升。

二、投资者问答

问题一、公司如何保障目前这种增长趋势的可持续性？是否具备相应的要素支撑？

答：公司长期坚持做“说得清、道得明”的现代中药，始终把选择具有确切临床疗效的优势产品作为企业发展的基础，本着以“现代科学技术+传统配方”解决临床疗效与价值的现代中药制药逻辑，把持续有效的研发投入作为企业发展的内核助推器，把从研发、生产、质控及营销的全流程的持续改进优化作为企业发展的综合保障。现已完全具备了医药企业长期可持续发展的各项必备要素。具体如下：

1、公司长期坚持的现代中药制药逻辑，符合国家中药产业发展政策趋势。从 2019 年国家发布《关于促进中医药传承创新发展意见》到 2023 年初出台的《中医药振兴发展重大工程实施方案》等相关政策，已经给中药创新、中

医药传承创新发展指明方向，并进一步提升了中药产业发展新标准。公司长期关注国家产业政策，坚持现代中药的制药逻辑，这是中国中医药产业的未来，也是作为一家坚持传承创新与临床价值的中药企业长期发展的重要基因。

2、公司的战略及产业发展布局，符合中药制药企业长期发展预期。公司长期坚持“医药工匠”的专业精神与“长期主义”发展理念，深耕中药产业近30年，已从原有中成药单条腿走路逐步转变为“中成药+中药配方颗粒+古代经典名方+医药级保健品”齐头并行的产业格局。现已基本形成了中成药市场稳步增长、中药配方颗粒产业化快速推进、古代经典名方研发紧跟国家产业步伐、医药级保健品研发陆续启动、参股小分子化药取得重点突破的产业格局。我们结合公司发展理念与发展逻辑，坚持短、中、长期滚动发展战略的制定与完善，确保企业能够在科学的战略引领下，保持持续增长、稳健发展。

3、公司独家品种产品众多、中药创新药梯队产品优势明显。公司中成药产品多为独家品种，产品覆盖妇科、泌尿系统等多个领域。现有的主导产品坤泰胶囊、宁泌泰胶囊、苦参凝胶、夏枯草口服液均属于经过多年临床验证且疗效独特的独家优质中成药，同时均为国内独家专利品种和国家医保目录品种，且坤泰胶囊已经纳入国家基本药物目录和医保甲类目录。在中药集采政策背景下，具有“高临床疗效与临床价值”的独家品质、基药品种、医保品种等，将展现出较好的未来市场预期，并具备较强的“定价优势”。此外，公司第二梯队品种丰富，包括调经活血胶囊、当归益血口服液、欣力康胶囊、龙掌口含液、消瘀降脂胶囊等，大多为独家品种和OTC品种，也将是公司下一步规模化销售的重要生力军品种。

4、中药创新研发是公司重中之重，也是公司长期持续发展的关键核心。公司目前已经形成了“二三四”研发格局：“二”是研发布局于上海、贵阳两地、“三”是分别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”是系统的构建了中药新药创新研发中心、中药配方颗粒研发中心、古代经典名方研发中心、上市后临床医学研究中心等四大研发模块。在研项目涉及中药创新药、中药配方颗粒、古代经典名方、医药级保健品、已上市产品等多个管线。毋庸置疑，除了第二梯队产品，公司在研的中药创新药、中药配方颗粒、古代经典名方、二次开发产品、医药级保健品梯队的市场化进程，将会切实可行的为公司“五年规划目标”提供足够的产品储备。

5、专业化集约化运营与人才梯队绩效管理，合理的业务职能区域分布，是公司长期持续发展的关键“护城河”。公司的发展与改革永远是主旋律，根据中长期战略规划，逐年分解目标任务，围绕年度经营目标不断优化改进研发、生产、质量、销售等全产业链、架构或业务模式，作为每年的必要重点工作。公司坚持培育一批优秀、专业、实干型的中医药产业人才队伍，是中药

产业发展关键所在，把队伍建设、专业技术人才培养作为持续发展资源聚集的优先级要素布局。在公司创立早期，已经把医药产业的关键两端（研发、市场）职能布局于具有经济及人才优势的发达地区（上海等地），生产职能布局于具有成本优势的西部地区（贵州等地），公司依托贵州本土成熟的中药资源与成本优势，启动“中药产业链”人才队伍建设与管理的人才准备，以“股权激励”与“科学分配机制”等先进人才机制，聚集优秀研发、运营与管理团队与行业领军人才，随着公司业务与规模体量逐年放大、业绩持续增长，此种布局优势越发明显。目前贵州产业基地的产能布局，可以维持未来5年预计40亿产值的全产业链系统的产能准备，“全国先进、西南领先”的智能化、现代化产线与供应链仓储系统，在成本控制与生产效率提升方面，也给予了极大的内生效益；智能制造+成本领先+规模化效应，将是工业制药企业在中药产业未来业绩发展的“三大法宝”。

6、完整的专业营销团队优势与具有高临床价值的医药品牌战略，是公司市场扩充的强大力量。公司经过多年积累，已建立了专业、稳定的职业化的营销队伍，整体营销队伍已经打造成为一支具有较高忠诚度、有竞争力和商业化能力的学习型、创新型的职业化团队，在医院端市场公司一方面继续推进营销组织平台化建设，通过专业化和平台化公司改造，不断提升营销团队经营效率和工作活力；另一方面公司对市场营销推广人员进行专业化分工，以加强学术推广力度和服务营销的深度。将产品临床循证医学研究证据转化为临床应用，推动产品向各级医院、基层医疗机构、院外市场、OTC渠道持续渗透。处方药产品目前已覆盖12,800余家县（区）级以上医院，其中三级医院1,700余家，与国内1,500余家医疗商业单位建立了长期稳定的业务关系。

OTC市场渠道方面，自2018年开启的两件大事：一是在临床市场不断增长的同时，以临床疗效拉动OTC市场渠道建设，四年多发展OTC业务贡献率已经超过33%的份额，业务覆盖全国28个省市。二是逐步打造具有“临床价值的医药商业品牌”战略，2021年开启的商业品牌建设的“龙门计划”进展良好，从目前掌握的后台数据来看，产品关注度不断提升，总体预期明确、趋势向好。2023年将是“龙门计划”的市场扩展年，由四个省逐步推广至全国区域。毫无疑问，OTC市场与医药品牌建设与市场深入，将是公司的重要决策布局，也是市场投入的重要环节。随着OTC渠道的不断投入和院端市场的下沉，公司的整体销售业绩将会得到进一步的提升。OTC产品目前已覆盖800余家药品连锁公司、100,000余家门店，与国内近500家药品连锁公司总部建立了长期稳定的业务关系。

问题二、2022年公司主要产品的销售情况？OTC渠道市场拓展情况及已取得的效果如何？

答：2022 年，公司在不利的整体经济环境下，仍然保证了业绩增长大幅超过行业平均增长水平，实现营业收入 10.88 亿元，同比增长 12.15%；实现净利润 1.16 亿元，同比增长 15.40%；净资产收益率达到 12.5%。

其中，妇科类产品占总营收的比例为 71%，实现营收 7.69 亿元，同比增长 11.95%；泌尿系统类产品占总营收的比例为 20%，实现营收 2.22 亿元，同比增长 9.95%；清热解毒类产品占总营收的比例为 8%，实现营收 0.82 亿元，同比增长 19.11%；其他类产品占总营收的比例为 1%，实现营收 0.16 亿元，同比增长 30.95%。

公司自 2018 年拓展 OTC 市场渠道以来，一直坚持以临床疗效为抓手开展市场推广工作，随着公司商业品牌计划的逐步试点推广，公司产品在院外零售市场也得到了较高的市场认可度，未来仍将会按照“以临床市场稳步增长为基础，通过临床疗效拉动 OTC 市场快速增长，再叠加女性青春与生殖健康管理的中药商业品牌”的整体指导思想，在公司保持持续稳定发展的基础上，将 OTC 渠道的收入占比目标从现有的基础上逐年提升至 50%左右，努力使公司的商业品牌价值得到大幅提升，成为妇科领域与女性健康管理的标杆企业与领导品牌。

根据米内网的相关数据，公司目前已经成长为中药妇科领域的头部代表性企业，但我们认为公司的发展还有很大的空间，下一步我们将把握好政策与市场机遇，充分发挥自身优势，将具有高临床价值的妇科系列主打品种通过“临床疗效+品牌打造+梯队组合”进一步做大做强，努力通过公司在妇科健康领域的产品疗效与影响力，将健康、美丽、和谐与幸福带给全国每一个家庭。

问题三、公司 2022 年股权激励目标的具体达成情况？2023 年预计整体宏观环境将好转，公司是否有信心实现新一年的股权激励目标？

答：2022 年，公司在不利的整体经济环境下，业绩增长虽然大幅超过行业平均增长水平，但仍未能达到股权激励的最高目标，预计可以实现股权激励的 C 档目标。2023 年，将是公司市场管理与改革发展的重要转折之年，一是结合临床市场发展相对成熟且已经形成良好增长的趋势下，逐步推进“保增长+控费用”的管理策略，使今年的临床销售取得明显增长的同时，确保销售额增长率明显高于费用增长率；二是进一步加大 OTC 市场的品牌推广及广告投放，在区域、品种、资金等方面投入都会加大，进一步巩固并扩大战果。此外，公司还将持续加强体系化管理、集约化管理，积极推进研发等各项工作，并加强对各个事业部的预算目标的考核力度，控费增效。举全公司之力，努力实现 2023 年的业绩考核目标。

问题四、公司如何应对原料采购价格上涨带来的成本压力？

答：公司针对部分原材料价格上涨带来的成本压力，一是通过市场分析预

判，提前对部分潜在价格上涨品种做 3-6 个月不等的库存备货，尽最大可能降低原材料短期价格波动给公司造成的成本压力；二是通过集约化运营管理，结合新建的智能化仓储与生产线投产，在原料供应、产线加工、质量检测、成品输出等环节广泛、深入地应用了大量的信息化管理和智能制造等先进管理理念与技术措施，进一步的降低了人工与管理成本，并实现了 ERP 与企业生产经营的深度融合；三是持续优化了全面财务预算与各业务环节的深度融合，通过“四化”管理，提升运营与管理效率，实现了公司期间费用率的逐年递减。

2022 年，在原材料上涨引起营业成本上升的同时，仍然保证了公司的销售利润率基本维持不变，在立足公司长远发展的同时也较好的保证了公司的短期盈利能力。

问题五、目前公司的研发进度如何？预计 2023 年会有哪些新的进展？

答：公司长期重视产品研发，始终将研发作为企业可持续发展的源动力与核心竞争力，目前的在研项目主要涉及中药创新药、配方颗粒、经典名方以及医药级保健品等，重点聚焦妇科、泌尿系统疾病类、老年病、儿科及呼吸系统等自身优势领域，同时公司还对已上市产品进行二次开发。

根据当前的项目进度预判：

- 1、在研的 3 个中药创新药将在 2023 年至 2024 年开始陆续提出注册申请，目前 1 个品种已开始上市许可申请前的 CDE 沟通与相关准备工作。
- 2、配方颗粒已经完成 180 个品种的国标及新省标备案，2023 年累计备案品种计划达到 300 个，争取达到基本的组方品种数量。
- 3、经典名方在研的 8 首方剂中，预计有 2-3 首将在今年下半年开始准备注册申请，后续在公司管理团队进行充分论证后，确定具体申报时间。
- 4、医药级保健品的研发工作已陆续启动，这是公司新开启的一个重要研发板块，也是公司产业延伸的一个重要布局，预计今年年底将有产品可以完成研究阶段的部分工作。
- 5、已上市产品的二次开发工作将结合相关品种的市场表现力开展，根据其市场表现的优劣进行有针对性的二次开发工作，确保产品经二次开发后市场更广、发展动能更强。

上述在研产品作为公司未来发展战略布局的重要组成部分，是未来主产品市场领域的新增长基点，将会进一步完善公司的产品结构，丰富公司产品线，也是公司下一步规模化销售的主要产品储备。

问题六、公司除坤泰胶囊以外的其他主打产品是否有希望进入新的基药目录？

答：针对新版基药目录调整，公司已积极准备并将尽力争取新的核心主力品种入选。公司目前主打品种和颜坤泰胶囊就是基药，过去几年的市场增长，

	<p>也离不开基药的“红利”，我们希望其他核心产品也能达到基药评审的标准要求。</p> <p>进入基药目录的条件除产品需具备较好的临床疗效外，还需看药物自身的产品价值，无论公司其他产品是否入选国家基药目录，公司坚持做具有临床价值好产品的基调不会发生变化，我们已充分意识到现代女性健康及男性泌尿健康领域的市场是巨大的，也关注到大量有基础用药需求的患者诉求，若公司产品能够有多个入选基药目录，那对广大患者的用药需求及市场预期都将具有重要的积极作用。</p>
附件清单 (如有)	无。
日期	2023年3月31日