



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：2023-003

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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 <u>特一药业线上交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	华安证券 谭国超、李昌幸 华安基金 饶晓鹏 国盛证券研究所 胡偌碧、应沁心 光大证券研究所 林小伟、黄素青 华鑫证券 胡博新、谷文丽 中银证券 周海涛 华创证券研究所 黄致君、胡怡维 安信证券 贺鑫 浙商证券 孙建、田野、李晨琛 东吴证券研究所 朱国广 东吴证券 向潇、李倩 东吴人寿 赖政 汇添富 陈潇扬 于翼投研 张亚辉 进门财经 项正标 纽富斯投资 杨雪香 睿璞投资 张萍 亚洲红马投资集团 李伟 西部利得基金 冯皓琪



	<p>循远资产 覃婷 东兴基金 马成骥 青骊投资 赵栋 中金资管 柳天慧 华泰自营 孙可嘉 华融自营 秦墅隆</p> <p>Pickers Capital Elliott Dang</p> <p>红土创新基金 陈若劲 银杏环球 王光华 中昂国际 胡明 永诚财险 邓韵阳 华润三九 黄俊毅 博时基金 张弘 进化论资管 廖仕超</p>
时间	2023 年 4 月 26 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 证券事务代表 徐少华
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、皮肤病血毒丸和降糖舒丸未来的发展规划？</p> <p>回复：皮肤病血毒丸产品适用人群广，对于雀斑粉刺、风疹、湿疹等，起到外病内治的功效；降糖舒丸适用于糖尿病及糖尿病引起的全身综合症，这两个品种目前全国仅两家有药品批文。皮肤病血毒丸已于 2020 年年底上市销售，自上市以来销售收入逐年增长，2022 年销售额接近 2000 万，今年的销售目标为 3000-4000 万。</p> <p>针对这两个潜力品种，公司将积极进行市场推广，一方面充分利用现有止咳宝片销售渠道所带来的优势，由公司直接销售至药店，与药店保持良好的合作关系，在销售止咳宝的同时，推出公司的皮肤病血毒丸等产品，并给予药店有竞争力的利润空间，激励药店去做新产品的推广；另一方面公司将通过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。公司希望通</p>



过 3 到 5 年的努力，把皮肤病血毒丸、降糖舒丸打造为年营销收入到达 3 亿左右的中药核心品种。（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）

2、在流行感染病和新冠的拉动下，今年止咳宝的销售预期

回复：公司核心产品止咳宝片有一百多年历史，在清代末期就享有盛誉，具有“宣肺祛痰、止咳平喘”之功效。经临床总结有三大特点：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%。公司有信心将止咳宝片的销量恢复到历史最好水平并进一步提高其销量（该预测并不代表公司的业绩承诺，请投资者注意投资风险），主要因素如下：

①原有的销售市场将得到恢复：止咳宝片具有独特的止咳、平喘功效，且疗程短、见效快，具有稳定的客户群，客户复购率高。自防控政策优化以来，特别是联防联控机制“新十条”防疫优化措施明确提出不得限制群众线上线下购买退热、止咳、抗病毒、治感冒等非处方药物，相关的该类药品市场得到了快速复苏，止咳宝片原有的消费人群将逐步恢复并有望得到进一步扩大。

②空白市场有待进一步开拓：止咳宝片产品目前是以地级市及省会城市为区域代理方式进行销售。2019 年，公司对止咳宝片产品的市场覆盖率进行了全面调查，发现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。

③增加新的消费群体：一方面，我国人口老龄化加快，2022 年末，我国 60 岁及以上人口比重为 19.8%，达到 2.80 亿人，导致在呼吸系统疾病（特别是止咳平喘）方面的用药需求进一步增加；另一方面，自防控政策优化以来，止咳宝片被列入多个防疫用药指南，并在国务院联防联控机制新闻发布会上被推荐为止咳用药。经过去年末今年初的新冠病毒大规模感染后，消费者在防治的同



时进一步提高了对止咳宝片的认知度，新增的消费群体为止咳宝片带来了增量。

④产能储备充足：从产能储备来看，公司目前止咳宝片的产能每月最高可达到 650 万盒，后期如果市场需求得到进一步的提升，公司能快速根据市场需求调整产品排产，保证安全库存以满足市场需求。

未来，公司将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，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并走上新的台阶。

3、止咳宝的销售渠道建设及拓展计划？

回复：公司的止咳宝片产品主要是以地级市及省会城市为区域代理方式。2019 年，公司对止咳宝片产品的市场覆盖率进行了全面的市场调查，发现市场覆盖率比较好的地区主要为广东、浙江、江苏、山东、东北三省及北京市区。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。针对这种情况，为了进一步提高止咳宝片的市场占有率，公司于 2019 年末提出了在广东省内建立自己的营销团队，在现有止咳宝片销售渠道的基础上，由自己的营销团队直接对终端进行推广销售，培养自己的销售队伍，总结销售经验后，以省为单位逐步推广。推广的方式是与经销商进行协商，可以由经销商按照公司的销售政策及方案对该经销的全域市场进行销售，也可以由公司的销售团队对该市场中的空白市场推广销售，实现销售互补。该工作 2021 年已在广东省内启动，目前正在推进。公司后期实行经销商+自己的销售团队的模式，核心是通过激励经销商和提高市场覆盖率，扩大 OTC 产品的市场销售量。

目前公司与国内的百强连锁药店均有合作，药店渠道覆盖率在 20%左右。此外，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，公司将进一步完善营销渠道建设，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。



4、除了止咳宝片以外药品增长的延续性；目前公司药品参与集采的节奏

回复：由于防疫期间四类药物禁止或者限制销售，对公司的药品销售有一定的影响。随着防控措施的优化，公司药品销售得到一定的恢复，特别是退热镇痛、肠胃用药、儿科用药等药品的销售也实现了一定的增长，预期后续会恢复到防疫前的水平并实现进一步的增长。

公司参与集采的产品，主要在化学制剂药产品方面，特别是已通过一致性评价的品种。后期，公司将积极参与招投标，来增加产品的销售渠道，扩大产品的市场份额和销售规模，达到摊薄固定费用的目的，以提升公司的经营业绩。目前，公司的双氯芬酸钠肠溶片、羧甲司坦片已在《广东联盟双氯芬酸等药品集中带量采购（第一批）》中选、复方磺胺甲噁唑片在第八批全国药品集中采购中选。以上产品的中选，对公司增加产品的销售渠道，扩大产品的市场份额，提升公司品牌影响力，产生积极的影响。

5、中药创新药的布局以及未来的规划节奏？

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，重点发展中成药品种。在中药创新药方面：

①在《粤港澳大湾区药品医疗器械监管创新发展工作方案》等政策支持背景下，推动部分中药创新药、改良型新药尽快实现上市销售目标；

②拟通过临床研究或真实世界研究，形成完整的数据资料，对特色中成药产品（如：止咳宝片、皮肤病血毒丸、降糖舒丸等）进行二次开发，以增加产品的适应症及质量和疗效的提高为目标，达到对中成药的传承精华守正创新，做到“老药新用”，让更多的患者受益；

③加强与中医药科研院所及医疗机构合作，对古代经典名方、疗效确切的医疗机构制剂进行研究开发，向中药创新药转化。

6、医美布局最新的情况，如何与公司现有业务协同发展？

回复：当前医美行业，虽然受国家有关政策的影响，经营存在一定困难，但全球医美市场已进入到稳定发展阶段，中国医美市场方兴未艾，发展潜力较



大。在当前健康消费已成为社会发展和需求的重大领域前提下，公司将充分利用自身优势，以现有的相关中药产品，如皮肤病血毒丸针对青春痘和金匱肾气片针对治疗脱发的临床研究为契机，大力开发医美上游品种；同时以公司中药提取技术等研发植物提取物适合于医疗美容需求的材料，为公司从药品的研发生产到中医中药大健康消费领域的拓展，形成更好的协同效应。

7、公司止咳宝三四月份的销售情况，终端库存是否已完成？

回复：公司 2023 年第一季度营业收入 3.04 亿元，综合毛利率达到 62.83%，特别是公司高毛利率产品止咳宝片销售的大幅增长带来了经营业绩持续的增长。根据公司产品出库统计，止咳宝片出库量逐月递增，在第一季度达到 1400 多万盒。止咳宝片在秋、冬时期，特别是每年的 9 月至次年 3 月，销售会比其他月份要相对多一些，4 月至 8 月相对来说销售量会稍低，但从目前来看，4 月的发货量对比 2021 年、2022 年同期有所增长，特别是一些全国连锁药店的采购量有一定的增加。

公司原定于 3 月准备安全库存，因前期销量加大，计划推迟到 5 月上旬。关于经销商渠道的库存周转天数，大中城市及沿海城市库存 30 天左右，东北、内蒙、西北等地区受交通影响，库存 35-40 天左右。鉴于公司加大了市场的推广力度，目前库存流转情况良好，产品周转速度对比往年相对较快。

8、2018 年收购国医堂获得很多批文，后续是否会推出更多的品种？后面是否还会有类似的批文收购？

回复：收购了广东国医堂的批文后，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、六味地黄丸等；今年，公司计划推出壮腰健肾丸（目前已完成中试）、通脉降脂丸（目前已完成小试）等；后续，随着现代中药产品线扩建及技术改造建设项目的陆续完工，公司将陆续推出败酱片、补肾斑龙胶囊、夏桑菊颗粒等，进一步丰富公司的产品结构。

后期，公司也将继续开展市场考察，如果有好的药品批文标的，公司不排



	<p>除适时进行收购。</p> <p>9、净利率提升的节奏？</p> <p>回复：公司的药品主要是 OTC 产品，属于 OTC 药物的品种，主要通过经销商进入药店和诊所。在销售费用方面，由于公司采取了严格的管控措施以及实施精准的广告投放及市场推广，销售收入的增长并没有导致销售费用的大幅增长。2023 年一季度，公司销售净利率达到 34.68%。后续，公司将适时灵活调整营销策略，合理规划营销活动，力求保证销售活动顺利开展的情况下，达到公司控费的管理目标，进一步提高公司的净利率。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 4 月 26 日