

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：2023-007

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	阳光保险 长信基金 建信基金 通用投资 明世伙伴基金 东兴基金 海通资管 金友创智 华夏基金 兴银理财 东吴基金 国寿安保 国联安基金 浙商资管 国都资管 淳厚基金 琦轩投资 光大永明 金泊投资 正心谷 招银理财 源峰基金 亚太财险 招商证券 国海证券 海通证券 国盛证券 开源证券 德邦证券
时间	2023年5月12日、15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、券商策略会。
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书：王光平 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	<p>投资者问答：</p> <p>问题一、公司营销体系改革的主要目的，目前的进展情况，预计对二季度及以后报告期的影响？</p> <p>答：公司本次营销体系的改革主要基于进一步推进规模效应下的市场营销体系降本增效，加强营销团队及产品营销推广的专业化、精细化管理等相关战略部署。目前，营销体系改革已经取得阶段性进展，包括架构调整与团队建设、产品与市场策略、品牌推广培训、市场协同、员工考核激励等等，公司营销体系改革，旨在“持续增长、规模发展”的经营战略总基调下，提升营销体系产品市场深度挖掘、专业化分工、降费增效等成果，进一步提升公司产品市场能力与盈利能力。</p> <p>问题二、公司在市场营销尤其是OTC市场方面今年会有哪些重要举措？</p>

答：公司在逐步深化营销体系改革的同时，将继续坚持以“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”效应的整体产品市场战略，在不断扩大与强化临床渠道并提升投入产出效率的同时，坚定不移的推动 OTC 市场拓展及第二阶段的品牌建设，并依托专门的市场营销培训中心对全体市场营销人员进行系统培训，全面提升公司市场营销能力。

在公司持续稳定发展的基础上，将致力于不断扩大 OTC 渠道的收入占比；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。

问题三、公司今年在研发提升方面，尤其是费用投入及项目团队建设方面有哪些具体的措施？

答：公司产品研发主要是以临床价值为导向，把握两个重点，一是专注于深耕熟悉的妇科等领域，将研发新品管线与公司成熟的市场资源紧密结合，充分配置，实现全产业链的资源优势最大化；二是坚持“临床疗效”价值的制药逻辑，做“说得清、道的明”现代中药，关注产品长期的市场价值走向。

随着公司产业布局的不断完善以及市场地位的不断提升，研发工作将显得尤为重要，公司已建成涵盖新药“发现、研发、生产、上市及上市后再评价”的全流程研发体系。且拥有多专业人才队伍的基础上，持续加快现有在研项目推进，大比例增加有效的研发费用投入，继续扩充研发队伍，增强研发能力、提升研发效率。确保在研项目按计划有效推进的同时，也保证每年都有新的优质研发项目立项。

问题四、公司在不考虑未来新品增量的情况下，如何依赖现有产品实现未来 3-5 年的业绩目标？

答：1、公司将在“持续增长、规模发展”的主基调下，围绕“大单品+强品牌”的市场目标，以“和颜”品牌为代表，在以临床疗效为根本的院内、院外协同效应下，争取在 3-5 年内，努力打造 2-3 个过 5 亿元以上的大单品和多个亿元以上的优质产品。

2、加大基药品种及主要医保品种的基础用药市场、下沉市场的覆盖与流向。

3、在大单品引领细分市场的同时，带动并打开第二梯队优秀品种及管线新品的市场增量通道，取得妇科系列品种以及泌尿外科重点品种双领先市场地位。

按照公司市场发展战略规划，预计通过未来几年的持续增长，主导产品营收构成更加合理稳定，二三梯队品种将形成稳定的市场基础，共同推进业绩目标的达成。

问题五、公司面对配方颗粒的未来全国市场，除了研发与产能，市场布局方面有哪些具体部署？

答：中药配方颗粒作为公司新产业布局的重要板块，也是未来主产品市场领域新的增量与业绩驱动力。面向全国市场，我们围绕“技术领先、成本更优、市场力量更强”的发展目标，在加快国标备案研发与智能化产线建设的基础上，不断强化市场团队建设。

目前已实现省内的初步规模化销售，并专门引进外部专业人员组建了一批具有丰富实践经验的全国市场营销团队，下一步将结合已有的推广经验与国家产业政策变化，准备在未来快速实现全国市场推广。

问题六、公司针对下一期的股权激励方案是否已经有了初步的激励目标考量？

答：公司将会根据今年的业绩目标情况及未来的增长预期，综合考虑未来的激励计划目标。从本轮股权激励计划的实施与公司业绩增长目标任务的历年完成情况看，股权激励计划是公司经营发展“价值创造”的有效推动力，是公司业绩持续增长发展的一个重要因素。

因此结合 2023 年度的年度业绩表现，公司计划会在未来的经营周期里，继续制定新一轮激励计划方案，随着公司规模的不不断扩大，长远来看收入增量、费用控制、利润贡献等因素或将纳入激励目标的考核范畴。

问题七、公司随着规模的不断扩大及 OTC 市场占比的进一步提升，销售费用率预计还有多大的下降空间？

答：公司近年来的发展不断提速，规模效应也在逐步凸显，公司对此正在实施内部管理以及营销体系的全面改革，并在贵阳成立了专门的市场营销培训中心，降本增效是公司营销体系改革与团队培训的重要内容。

随着公司规模的不不断扩大和 OTC 市场占比的进一步提升，公司营销体系改革的降本增效成果将会逐步显现，在规模增长发展的同时，持续降低销售费用占比，是公司制定的长期战略目标要求。

问题八、汇伦医药如果未来进入资本市场，会对公司有哪些影响？

答：公司前期对汇伦医药的投资，主要是为了实现小分子化药领域的战略

	布局，对公司完善产业格局具有一定支持作用。从汇伦医药目前良好的发展态势判断，该公司顺利实现资本市场化进程，对其自身发展将产生重大积极影响，同时也会对公司战略投资小分子化药产业带来现实投资收益价值；长期来看其与公司将形成产业互补、资源协同的作用，进一步推促进公司长期战略规划目标的实现。
附件清单 (如有)	无。
日期	2023年5月15日