

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：2023-015

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 券商策略会 <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 type="checkbox"/> 其他（线上会议、电话会议）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	华泰资产 友邦保险 弘毅远方基金 浙商资管 东方基金 国君资管 兴业证券 华泰资管 平安证券 华创证券
<b>时间</b>	2023年11月21日
<b>地点</b>	上海市徐汇区东安路562号22层公司会议室
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事、副总经理、董事会秘书：王光平
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、公司基本情况介绍</b></p> <p>公司长期坚持做“说得清、道得明”的现代中药，坚守临床价值导向，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。围绕妇科、泌尿系统等疾病领域，涵盖老年科、儿科胃肠健康与记忆改善等方向，坚持以“传统配方+现代科学技术”实现临床疗效与商业价值有效结合的现代中药制药逻辑，合理布局了中药创新药+配方颗粒+经典名方+医药级保健品的中药制造全产业链，目前已经成长为中药妇科领域的代表性企业。</p> <p>今年以来，经济复苏、行业环境面临诸多挑战。在该环境下公司2023年前三季度累计实现营业收入7.76亿元，实现归属于上市公司股东的净利润0.88亿元。公司主营业务发展趋于稳定持续健康发展态势。</p> <p>未来，公司将充分发挥行业与企业自身独有优势，立足长远、顺势而为，努力克服客观因素带来的不利影响，夯实企业新品研发、营销体系改革、精细化管理等主要经营要素，高标准、严要求的做好产品，服务患者，保证长期稳健持续发展。</p> <p><b>二、投资者问答</b></p>

**问题一、公司中药配方颗粒参加省际联盟集采中选情况以及中选后公司对该业务板块的市场推广策略是什么？**

**答：**2023年10月27日，公司参加了由山东省医疗保障局牵头开展的中药配方颗粒省际联盟中药配方颗粒集中采购信息公开大会。根据山东省公共资源交易平台2023年10月27日公布的《关于公示省际联盟中药配方颗粒集中带量采购拟中选结果的通知》显示，公司共计146个配方颗粒产品进入本次省际联盟中药配方颗粒集中采购中选结果。本次省际联盟集中采购，市场覆盖山东、安徽、山西等15个联盟省市区域。

本次批量品种的中选，是公司配方颗粒项目进军全国市场的一次重大突破，有利于提高公司中药配方颗粒业务板块的市场竞争力，为持续扩大中药配方颗粒产品的全国市场份额奠定基础。同时，将进一步释放公司中药配方颗粒智能产线的产能，有利于公司依托智能制造的成本与质控优势，尽快实现成本领先的战略目标。

公司配方颗粒业务将抓住相关鼓励政策的行业机遇，凭借产品质量过硬、品规齐全、技术领先、成本领先等综合能力优势，采用科学高效的市场推广策略，立足贵州、面向全国，以本次省际联盟覆盖的15个省份作为市场战略重心，持续加大推广投入力度，优化营销策略，努力扩大中药配方颗粒产品在联盟省份市场的销售，不断提高市场占有率，提升公司的品牌影响力。

**问题二、公司在OTC市场的零售渠道建设怎么样？**

**答：**公司自2018年开始，坚持以“临床疗效”为抓手，拉动院外零售市场的推广策略，在临床市场覆盖相对充分的基础上，全面布局OTC渠道市场。截至目前，OTC渠道已经覆盖800余家连锁机构，超过10万家门店。且形成了一支专业、稳定的OTC渠道营销推广队伍。2022年年报数据显示，公司OTC渠道销售占比已经超过30%，成为公司产品市场的重要组成部分。

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9个中心城市进行品牌推广试点。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、上海等多个省市相关媒体平台。我们将结合试点推广经验，逐步将商业品牌计划推广至全国市场，从而实现OTC市场与院内市场的并驾齐驱。

### 问题三、公司后续研发投入及主要管线推进情况？

答：公司产品推广与研发立项始终坚守临床价值导向，关注临床需求与市场规模，国内竞争格局良好且有一定技术壁垒，预期能够带来价值回报的基本逻辑，产品研发在以临床价值为导向的基础上，主要把握两个重点：一是专注于深耕熟悉的妇科领域；二是关注产品长期的市场价值走向。

为进一步加快现有在研品种的推进，扩大面向未来市场的新的研发项目布局，预计明年还会在现有研发投入的基础上增加研发投入预算。公司目前的在研项目涵盖了中药创新药、配方颗粒、经典名方、医药级保健品及已上市产品的临床再研究等。

### 问题四、请结合国家基药目录的相关政策预期，解读一下公司主打品种情况？

答：公司主打品种和颜坤泰胶囊已经是国家基药目录品种，在被纳入国家基药目录后的过去几年里，市场份额得到了明显提升，临床价值也在逐年显现，是公司目前收入贡献最大的产品。因此，产品如果被纳入国家基药目录，确实会给企业带来一定的市场“红利”。

随着公司其他主打品种在临床市场的规模化，其临床价值也会逐步得到提升，临床疗效也将得到进一步的认可。我们相信坚守专业化的制药理念和“临床价值”的制药逻辑，在当前国家医药产业政策的推动下，我们的产品终将得到更多的市场认可，为社会提供高临床价值药品，为人类健康服务，也是我们的终极愿景。

### 问题五、公司未来发展规划及业务增长展望？

答：自 2022 年底以来，公司根据五年战略发展规划，围绕主营业务，重点在五个方面做了综合部署，且已取得了显著成效：

1、产品集群丰富：产品线齐全，拥有多领域多个独家专利中药，尤其妇科产品集群涵盖各个细分领域，主打品种已经实现细分市场“领头羊”效应；

2、中药产业板块成熟：中药创新药、配方颗粒、经典名方、医药级保健品等多业务板块协同发展格局正在形成；

3、市场渠道完备：临床销售渠道“降本增效”体系改革完成，营销队伍专业化、精细化的市场能力不断增强；OTC 市场渠道建设趋于完备，中药品牌打造已经深入市场，市场占比持续增长；

	<p>4、产能布局优势凸显：人才与药材优势、智能化制造系统等助力企业凸显成本领先与规模化效应；</p> <p>5、管理效能升级：始终坚持精细化运营管理，充分利用智能化、集约化、信息化、流程化管理带来的长期降本增效动能，持续增强盈利能力。</p> <p>未来五年，公司仍将继续聚焦妇科与泌尿系统疾病、慢性病及人口老龄化等优势赛道，深耕专科、慢病管理领域；持续推动业务、品牌、研发、组织、信息化等方面的提质增效工作落地，加深认同、强抓落实，锚定“女性青春管理与生殖健康第一股”的战略核心，着力打造妇科领域产业标杆，推动企业高质量发展。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2023年11月21日