

江西同和药业股份有限公司投资者关系活动记录表

证券简称:同和药业

证券代码:300636

编号:2024008

投资者关系活动类型	<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 type="checkbox"/> 其他()
参与单位名称及人员姓名	华创证券 郑辰 王宏雨 招商证券 许菲菲 侯彪 孙经纬 龚心宇 开源证券 余汝意 阮帅 中信证券 张恒楠 国盛证券 胡偌碧 陶宸冉 平安证券 叶寅 韩盟盟 臧文清 光大证券 曹聪聪 华安医药 刘洪飞 华泰证券 李奕玮 海通医药 张子彤 民生证券 杨涛 申万医药 李敏杰 东吴证券 方思予 华鑫证券 胡博新 谷文丽 华西医药 孙曼其 信达证券 唐爱金 太平洋医药 周豫 乔露阳 华福医药 王宣宇 中金医药 吴婉桦 国金证券 王大伟 山西证券 张智勇 中银证券 薛源 德邦证券 周新明 中泰证券 李雨蓓 国泰君安 吴晗 上海慎知资产管理合伙企业(有限合伙) 高岳 上海禧弘私募基金管理有限公司 谢宁宁 北信瑞丰基金管理有限公司 庞文杰 长城基金 龙宇飞 精砚私募基金管理(广东)有限公司 精砚投研 国泰君安证券 付子阳 信达澳银基金管理有限公司 杨珂 华安基金管理有限公司 戴杰妮 上海呈瑞投资管理有限公司 刘青林 同泰基金管理有限公司 唐之超 上海君怀投资管理集团有限公司 许冬宁 湘财基金管理有限公司 张泉

	<p>银河基金管理有限公司 方伟 上海呈瑞投资管理有限公司 王永财 财通证券资产管理有限公司 易小金 金元顺安基金管理公司 陈铭杰 东证锦信投资管理有限公司 莫景成 安徽明泽投资管理有限公司 董阳 兴业基金管理有限公司 陈旭 个人投资者 张学华 华泰资产管理公司 王金成 华创证券资产管理部 王港 德邦证券股份有限公司资产管理总部 孔祥国 上海涌津投资管理有限公司 傅逞强 华泰资产管理公司 胡兰 深圳固禾私募证券投资基金管理有限公司 王生瑞 东方证券 刘恩阳 东方证券资产管理有限公司 徐宏 南方基金管理股份有限公司 陈哲 太平洋寿险资管 赖正建 博远基金管理有限公司 谭飞 中银国际证券股份有限公司 吴炉飞 银华基金管理股份有限公司 吴颖 东吴基金管理有限公司 吴佳歆 国融证券股份有限公司 赵小小 摩根士丹利基金管理(中国)有限公司 陈思睿 东证锦信 罗嘉豪</p>
时间	2024年8月29日10:00
地点	公司会议室
公司接待人员姓名	庞正伟(董事长、总经理)、周志承(副总经理、董事会秘书)
投资者关系互动/主要内容介绍	<p>公司董事长、总经理庞正伟先生对公司2024年上半年的经营情况作了简要介绍:</p> <p>一、报告期经营情况概述</p> <p>报告期内,公司实现销售收入38,205.16万元,同比增长0.08%,其中国外销售32,658.83万元,同比增长3,857.19万元,增幅为13.39%,国内销售5,546.33万</p>

元，同比下降40.83%；新产品实现销售收入18,214.46万元，同比增长9.93%；CMO/CDMO业务实现销售收入3,989.60万元，同比减少36.71%。

报告期内，公司实现净利润6,955.20万元，同比增长21.96%（扣非净利润6,752.63万元，同比增长36.12%）；毛利率为34.53%，同比提升1.19个百分点，净利率为18.20%，同比提升3.27个百分点；研发投入2,218.18万元，同比减少42.43%，占当期营业收入的5.81%，继续保持较高投入水平。

报告期内销售费用同比增长6.96%，管理费用同比下降8.43%，财务费用同比下降1316.80%，研发费用同比下降42.43%。销售费用增长的主要原因为报告期广告展览费及产品注册认证费增加所致；管理费用下降的主要原因为报告期股权激励成本减少所致；财务费用下降的主要原因为报告期利息收入增加所致；研发费用下降的主要原因为报告期委外研发支出减少所致。

（一）半年度同比数据解读：

1、由于新产品销售增长，非合同定制类半年度营业收入同比上升7.35%，毛利率同比上升3.65个百分点，收入及毛利率同比均有提升。

2、合同定制类项目收入同比下降36.71%，毛利率下降11.97个百分点，主要由于个别老客户因产品专利即将到期，当前库存较大，二季度提前中止与本公司所签合同的执行所致。

3、医药原料药销售收入同比上升11.52%，毛利率同比上升3.85个百分点，主要是由于新产品销售的增长。

4、医药中间体销售收入同比下降33.93%，毛利率同比下降4.23个百分点，主要系合同定制类业务减少所致。

5、国内销售下降40.83%，毛利率同比下降16.38个百分点，主要是因为内销价格下滑与经外贸公司的出口减少所致。

6、外销收入增长13.39%，毛利率同比增长2.58%，主要是因为新产品出口增加所致。

7、上半年因内销价格的下滑与定制业务的减少，增长低于预期。

(二) 二季度同比数据解读：

2024年第二季度实现销售收入17,559.66万元，同比增长9.06%；实现净利润2,598.93万元，同比增长8.59%；毛利率为32.01%，同比增长2.18%；净利率为14.8%，同比下降0.06%；非合同定制业务销售收入16,936.9万元，同比增长24.98%，毛利率32.32%，增长3.84%；CMO/CDMO业务（定制业务）实现销售收入622.75万元，同比下降75.57%；新产品实现销售收入7,243.35万元，同比下降28.26%；国内销售2,683.16万元，同比下降8.75%。

1、非合同定制类二季度营业收入同比上升24.98%，主要由于新产品出口增加所致。

2、合同定制类项目营业收入及毛利率均同比下降，主要是个别客户提前取消订单所致。

3、医药原料药销售额二季度同比上升28.38%，主要由于新产品销售增长所致。

4、医药中间体销售额同比下降约50%，系定制类业务减少所致。

5、国内销售同比下降8.75%，主要是因为对国内下游仿制药企业的原料药销售的价格下滑所致。

6、外销同比增长13.04%，主要是因为新产品出口增加所致。

7、新产品销售7,243.35万元，同比下降28.26%，毛利率43.15%，同比增长3.37%。同期内销价格下滑，个别定制订单被客户要求取消，新产品的业绩增长主要依赖出口业务的增长。

(三) 二季度环比数据解读：

2024年第二季度实现销售收入17,559.66万元，环比下降14.95%；实现净利润2,598.93万元，环比下降40.34%；毛利率为32.01%，环比下降4.66%；净利率为14.8%，环比下降6.3%；非合同定制业务销售收入16,936.9万元，环比下降1.98%，毛利率32.32%，环比下

降4.78%；CMO/CDMO业务（定制业务）实现销售收入622.75万元，环比下降81.50%；新产品实现销售收入7,243.35万元，环比下降33.98%；非新产品实现销售收入10,316.3万元，环比增长6.64%；外销14,876.5万元，环比下降16.34%；国内销售2,683.16万元，环比下降6.29%。

从数据上来看，二季度的环比业绩出现了较大幅度的下滑，这里面有一些具体及偶发的原因，下面具体展开分析一下：

1、首先是某合同定制的原研大客户突然取消了二季度及之后的所有订单，对定制业务、新产品业务、外销业务、中间体业务等细分板块及整体业绩都带来较大影响。其次内销价格的下滑，对内销与新产品板块业务均带来负面影响。

2、非合同定制类二季度营业收入环比下降1.98%，主要由于内销的下滑。

3、合同定制类项目营业收入及毛利率下降，主要是个别客户提前取消订单所致。

4、新产品销售收入环比下降33.98%，主要受定制业务下降、内销价格下滑和部分当期出货的影响，新产品的整体出口势头仍然良好。

5、外销环比下降16.34%，主要受定制业务和老产品价格下滑的影响。

6、老产品国外需求正在恢复，虽然价格仍在下滑，但数量呈现增长，说明去库存过程基本结束，老产品整体毛利率的下降主要还是价格下行的影响所致。

二、未来发展展望：

1、内销业务：

2024年上半年内销5,546.33万元，同比下降40.83%。公司将继续发力国内原料药市场，每年持续提交更多API品种的国内注册申报，提高完成注册转A品种的数量，积极开展推销，实现内销与外销同步增长，推动公司整体收入持续稳定增长。公司已批准的维格列汀、非布司他、瑞巴派特、米拉贝隆开始加入内销梯

队，包括新近批准的阿戈美拉汀和即将批准的美阿沙坦钾、克立硼罗，这些新产品的加入，将缓解塞来昔布、替格瑞洛、利伐沙班、阿哌沙班价格下滑的影响，改善内销毛利率，提升销售额和内销占比。

2、新产品出口业务：

公司依然是将新产品抢首仿，做全球主流通用名药第一供应商作为公司的核心竞争力，加大已技术成熟的17个新品种的国内外推销力度，同时持续保持较高的研发投入水平，每年新立项10个左右的原料药研发项目，保持在该领域的持续竞争优势。

由于药品专利在不同国家有1-5年不等的延期，对于同和药业这样在专利到期前10年立项开发多个新品种，并与多个下游客户提前绑定作为一供的原料药公司来说，意味在较长的时间里持续的较多的增量客户。未来，公司第三梯队的产品也将陆续加入新产品的行列，扩大新产品队伍，占领更多国际市场的份额。

新产品是增速最快的板块，新产品新兴市场专利开始密集到期，欧美日韩市场开始陆续到期，2024年上半年虽然新产品对新兴市场的销售受到外汇支付能力的影响，但仍维持增长，主流市场已经开始陆续放量。

3、CMO/CDMO（定制）业务：

CMO/CDMO业务根据新的国际形势，未来不乐观。随着部分品种专利即将到期，业绩会出现下滑。近年公司在CMO/CDMO项目上新增项目有所增多，在个别老项目客户提前中止订单的情况下，公司将积极服务现有项目，争取在新项目放量后弥补现有项目订单减少的损失。

4、成熟品种出口业务：

成熟产品国际市场下游端去库存基本结束，公司将依靠有力的降本增效策略，抢占更多的国际市场份额，为业绩提升作出贡献。

5、产能：二厂区一期工程已结项投入生产。二厂区二期工程已开工建设，二期主要建设7个合成车间和一个研发楼，已完成土建主体工程，研发楼已开始内部装修及外围配套设施的准备工作。二厂区一期项目投入使

用将使替格瑞洛、维格列汀、非布司他、阿齐沙坦、米拉贝隆、阿哌沙班、依度沙班、沃诺拉赞、阿戈美拉汀、克立硼罗、恩格列净、卡格列净、达格列净、依格列净等新品种的产能得到较大扩充，满足以上品种全球专利陆续到期后的产能需求。

三、投资者提问环节：

1、问：公司认为未来两年新产品还会像公司之前说的那样，毛利率比成熟品种高出10%吗？新产品能维持多久较好的盈利状态？

答：我们认为新产品会继续保持毛利率比成熟品种高出10%；一般来说，新产品在专利到期两三年内价格较高，之后价格下降是正常情况，但销量增长，产能利用率提高会使得单位产品固定费用摊销下降，因此毛利率能够保持相对稳定。

2、问：公司成熟品种客户库存情况如何？去库存结束了吗？

答：成熟品种国外需求正在恢复，虽然价格仍在下滑，但数量呈现增长，说明去库存过程基本结束。

3、问：一厂区和二厂区一期的产能利用率如何？

答：一厂区产能基本饱满，存在部分产品产能不足的情况，其中加巴喷丁的产能利用率有较大提升；二厂区一期今年上半年验证批生产已结束，下半年的产能利用率预计能达到60%左右。

4、问：今年新产品在规范市场的增量预期有变化吗？

答：预计今年新产品在高端市场的销售跟2023年比增量可能会达到1.1-1.3亿。

5、问：CDMO订单情况及全年的展望？

答：因为我们的定制项目本来就只有3个产品放量了，所以其中一个原研大客户突然取消了二季度及之后的所有订单对我们定制业务的影响非常大。全年收入预期在8000

万左右。

CMO/CDMO 业务根据新的国际形势，未来不乐观。在个别老项目客户提前中止订单的情况下，公司将积极服务现有项目，争取在新项目放量后弥补现有项目订单减少的损失。

6、问：成熟品种量价恢复的趋势，毛利率展望？

答：成熟产品国外需求正在恢复，虽然价格仍在下滑，但数量呈现增长，说明去库存过程基本结束；虽然我们的价格在下降，但是上游原料的价格也在下降，因此毛利率基本能维持稳定。

7、问：对未来两年过亿品种的展望？

答：未来两年过亿可能性较大的品种有替格瑞洛、利伐沙班、依度沙班、维格列汀、米拉贝隆等。当然2025年不太可能出现过亿的单品，2026年出现的概率较大。

8、问：公司今年折旧费用情况？

答：2023年二厂区一期转固4亿多，土建项目基本转固了，设备的转固会在2024年下半年进行，2024年下半年折旧同比可能会增加3000万左右。

9、问：高端市场和其他市场的区别在哪？

答：高端市场采购量更大、订单更长、售价更高、客户关系更稳定；当然，公司也很注重非高端市场，因为其客户数量很大。

10、问：新产品非规范市场客户的外汇支付是否有改善？

答：在外汇支付方面我们对未来的判断还是比较乐观的，预计进入第四季度应该会好一点，情况不会比现在更差。

11、问：未来资本开支规划以及产能扩张节奏预期？

答：未来几年预计每年投资2亿左右建设新产能（主要是

	<p>二厂区二期的建设），大致相当于每年建设2个车间。</p> <p>二厂区二期主要建设 7 个合成车间和一个研发楼，已完成土建主体工程，研发楼已开始内部装修及外围配套设施的准备工作。二期的7个车间会分批安装，预计2-3年内完成二期所有车间的设备安装。</p> <p>12、问：研发费用未来展望？</p> <p>答：研发费用方面要求提高效率，绝对值上今年会降低，因为外包研发项目数量减少了，同时CRO公司普遍在降价，因此研发外包的项目价格也有所下降。2024年公司研发投入预算是5500万元左右。</p> <p>长期来看，未来研发费用还是会继续增长，研发人员也还会增加。</p> <p>13、问：如何应对与印度原料药企业的竞争？</p> <p>答：原来印度在API和中间体上依赖中国，现在想摆脱中国，但印度有个天然的劣势：气温高对化工合成不利。虽然印度的加入让竞争更为激烈，但我们对自己的技术和成本端控制有充分的信心，我们有的产品是直接卖给印度本土企业，充分说明同和的成本竞争力。</p> <p>我们对印度公司进行了摸底，对标的印度公司的原料成本普遍高于本公司，但是因为本公司生产装置更好、环保、安全要求更高、折旧成本更高，所以在这几方面印度药企的费用会比我们低一些。但印度在环保、安全的低成本也是短期的，不可能长期持续下去。</p> <p>14、问：公司新产品作为客户一、二供的比例如何？</p> <p>答：公司新产品目前作为客户一供的比例较高，在专利到期后，公司会积极争取之前没有达成合作的客户的二供位置。</p>
附件清单（如有）	无