

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:2025002

投资者关系活动类型	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他()
参与单位名称及人员姓名	平安医药 叶寅 藏文清 招商证券 许菲菲 侯彪 龚心宇 中信证券 张恒楠 王凯旋 华安医药 谭国超 杨馥瑗 东吴医药 朱国广 俞昊岚 民生医药 王班 杨涛 申万医药 余玉君 山西证券 魏赞 张智勇 开源证券 阮帅 国泰海通证券 张子彤 吴晗 中泰医药 祝嘉琦 李雨蓓 戴代发 广发证券 罗佳荣 方程嫣 田鑫 中金公司 张璘 俞波 吴婉桦 国盛医药 胡佑碧 华创医药 郑辰 王宏雨 华泰医药 代雯 李奕玮 光大证券 王明瑞 曹聪聪 华源医药 刘闯 陶宸冉 华福医药 盛丽华 华西医药 崔文亮 孙曼其 信达证券 唐爱金 章钟涛 太平洋医药 周豫 乔露阳 明亚基金 田雅楠 中信资管 魏巍 东证锦信 莫景成 罗嘉豪 建安投资控股集团有限公司 TuoLi (李拓) 金科投资 荣富志 安信基金 徐衍鹏 华西基金 刘佳研 上海慎知资产管理合伙企业 高岳师 成平 银河基金 方伟 湘财基金 张泉 深圳市尚诚资产管理有限责任公司 黄向前 上海万纳私募基金管理有限公司 李美泽 海创基金 华如嫣

	东方财富证券 何玮 中广云投资有限责任公司 李曙光 杭州璟侑投资管理合伙企业(有限合伙) 陶勇 杭贵投资 饶欣莹
时间	2025年4月25日15:00
地点	电话会议方式
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	公司副总经理、董事会秘书周志承先生对公司2024年及2025年第一季度的经营情况作了简要介绍： 一、报告期经营情况概述 2024年，公司实现销售收入75,889.05万元，同比增长5.09%；实现净利润10,658.41万元，同比增长0.57%；毛利率为33.01%，同比下降0.29个百分点，净利率为14.04%，同比下降0.63个百分点；CMO/CDMO业务实现销售收入8,269.06万元，同比下降43.18%；新产品实现销售收入36,167.64万元，同比增长17.38%；国内销售14,487.17万元，同比下降1.46%；研发投入5,944.70万元，占当期营业收入的7.83%，继续保持较高投入水平。 2025年第一季度销售收入18,689.75万元，同比下降9.47%，环比下降1.09%；实现净利润2,078.14万元，同比下降52.30%，环比增长91.58%；毛利率为27.58%，同比下降9.08个百分点，环比下降0.68个百分点；净利率为11.12%，同比下降9.98个百分点；CMO/CDMO业务（定制业务）实现销售收入494.09万元，同比下降85.32%，环比下降74.26%；新产品实现销售收入8,063.91万元，同比下降26.50%，环比下降8.06%；国内销售3,569.75万元，同比增长4.68%，环比下降6.75%。 （一）2024年度同比数据解读：

	1、非合同定制类2024年度营业收入同比增长17.27%，毛利率同比增长2.69个百分点，主要由于新产品增长较快（同比增长5300万）。 2、合同定制类项目2024年度收入同比下降43.18%，主要是由于2024年二季度开始个别老客户因产品专利即将到期，库存较大，提前中止合同的执行。 3、医药原料药销售收入同比上升19.58%，毛利率上升3.96个百分点，主要由于新产品规范市场销售增长。 4、医药中间体销售收入及毛利率均同比下降主要系定制类品种销售减少所致。 5、国内销售同比下降1.46%，毛利率同比下降2.86个百分点，均略有下降，主要是因为内销价格下降与经外贸公司出口减少影响所致。 6、外销收入同比增长6.76%，毛利率持平（-0.06%），主要是因为新产品出口增加所致。 7、2024年内销价格下滑，定制业务减少，成熟品种总体销量增长但收入略有下降，但得益于新产品（特别是规范市场）的增长，仍然实现了销售收入的一定增长与净利润持平。 （二）2025年一季度同、环比数据解读： 1、2025年第一季度销售收入18,689.75万元，同比下降9.47%，环比下降1.09%，非合同定制类一季度营业收入同比能有5.31%的增长，主要由于国际市场新产品增长所致，非合同定制类一季度营业收入环比增长7.18%，主要还是由于国际市场新产品增长。 2、合同定制类项目收入2025年一季度同比下降85.32%，环比下降74.26%。一季度毛利率同比下降29.95个百分点，环比下降34.29个百分点，主要是2024年一季度基数较大，另外2025年一季度成熟定制产品未发货，已发货均为早期CDMO品种所致。 3、医药原料药销售额一季度同比增长6.76%，环比增长10.75%，毛利率同比下降9.72个百分点，环比下降1.70个百分点，主要由于成熟品种原料药销售增长较多
--	--

	所致。 4、医药中间体销售额一季度同比下降79.60%，环比下降71.06%，毛利率同比增长9.07个百分点，环比增长19.48个百分点，系2024年一季度基数较大及定制类品种季度间客户订单安排差异所致。 5、外销销售额同比下降14.97%，环比持平(+0.35%)，主要是因为2024年二季度开始取消订单的定制产品为外销产品，同比基数较大所致。 6、一季度新产品销售额同比、环比均下降，主要是因为发货节奏所致。毛利率下降主要是因为非规范市场新产品销售价格下滑所致。 二、经营具体情况介绍： 1、国际形势对公司2024年及2025年一季度经营影响： 2024年至今国内外产能扩张，竞争加剧，全年成熟品种价格仍然在下滑。新产品2024年全年实现了较大增长，主要的增长来自于规范市场。 2、各业务板块经营情况 (1) 内销业务： 由于集采等因素影响，近期增速有所放缓，价格下跌，销售额下滑，盈利状况不理想。 2024年全年内销1.45亿，同比下降1.46%，2025年一季度0.36亿，同比增长24.68%，环比略有下降(6.75%)，降幅逐季收窄。公司将继续深耕国内原料药市场，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、克立硼罗、恩格列净、美阿沙坦钾，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，持续保持较高的研发投入水平，每年新立项多个原料药研发项目，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。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。 2024年新产品实现销售收入36,167.64万元，同比增长17.38%，毛利率39.53%；2025年一季度，新产品实现销售收入8,063.91万元，同比下降26.50%，环比下降8.06%。 （3）CMO/CDMO（定制）业务： 2024年CMO/CDMO业务实现销售收入8,269.06万元，同比下降43.18%，毛利率为35.43%；2025年一季度销售收入为494.09万元，同比下降85.32%，环比下降74.26%，毛利率为4.48%，由于基数及发货安排的原因，变化较大。 近年新增项目有所增多，但还未实现放量，报告期内的销售主要还是由于老项目的贡献。同时预计未来公司CMO/CDMO业务的增长受到近年国外对中国CDMO项目的限制政策影响，该板块增长仍然承压。 （4）成熟品种出口业务： 成熟品种的出口业务，价格仍在下滑，目前还未企稳，故2025年该板块业务增长承压。 3、关于毛利率： 成熟品种的毛利率2024年略有增长，2024年CMO/CDMO产品的毛利率为35.83%，新产品的毛利率为39.53%，全年综合毛利率为33.01%，同比持平（-0.29%），主要由于CDMO产品毛利率下降较多。
--	---

	2025年一季度主要由于CDMO和新产品规范市场发货节奏等原因，综合毛利率为27.58%。 4、产能：二厂区一期工程4个车间已于2024年7月正式生产，使替格瑞洛、维格列汀、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、恩格列净、卡格列净等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。 二厂区二期2个合成车间正在进行设备安装（将于2025年底试生产），质检研发楼正在进行内部装修。 5、未来发展展望： 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，每年新立项多个原料药研发项目，保持在该领域的持续竞争优势。 其次，在CMO/CDMO领域，公司将目标定位在原研公司的原料药替补供应商和国际主流CMO/CDMO公司的高级中间体供应商，同时承接一些专利已到期的原料药的国内外客户的CMO业务。并将根据新的国际形势，适时调整工作的重点，加快培育现有在手项目，力争早日起量。 第三，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，争取有更多的品种实现较高的国内市场占有率，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。 2025年，随着二厂区装置的逐步建成，生产产能方面，二厂区一期四个车间产能有5个亿左右，二期两个车间将在年底安装完毕进入调试阶段，将在2026年上半年贡献产能，同时一厂区多功能车间在部分产品转移到二厂区后，生产将更集中，产能还会有所提升；销售方面，随着成熟产品去库存结束，还会保持增长，定制业务增长承压，多个新产品原料药及中间体品种销售都可达数千万元量级，未来几年保持较快速度的持续增长，
--	--

	实现公司的经营规模和盈利能力的持续提升。 接下来进入投资者提问环节： 1、问：公司新品原料药法规市场2024年销售额及2025年预期？ 答：公司新品原料药法规市场2024年收入1.8亿，2025年预计2.3亿。 2、问：成熟品种和CDMO两个板块2025年的业绩指引？ 答：成熟品种板块承压，价格仍在下滑，销售量在增加。 CDMO板块2024年二季度开始一个大客户提前中止合同执行后整体下滑较大，2025年季度平均相比2024年Q2-Q4平均水平会略好，之前开发的早期品种已开始少量销售。 3、问：合成生物学技术应用的进展如何，能够在成本上产生多少效益？ 答：酶法技术同和介入较早，加巴喷丁的酶法技术十几年前就做出来了，但是没有推到生产线上。同和已建立自己的酶法技术团队，后期6、7个新品种酶法技术应用较多，和院校合作也很多，能够产生多少效益要看未来。 4、问：美国加关税对公司出口原料药业务影响？ 答：公司直接发美国的产品比例较低，美国对这部分业务加征关税对公司影响不大；间接业务可能受美国加征关税影响，目前国内出口及印度出口美国的制剂厂家因为关税的不确定性，对美国的出口业务持观望态度，上述情况对公司的影响需要进一步评估。 5、问：2025年公司的产能利用率情况预期？ 答：公司一厂区产能8个亿左右，目前产能利用率较高，
--	--

	今年有技改扩产计划，2026年以后有望把一厂区的产能进一步提高，能空出一些装置配合国外CDMO客户的需求；二厂区一期产能5个亿，预计2025年的产能利用率会达到60%左右；二厂区二期7个合成车间已经完成土建，其中的2个车间在春节后开始设备安装，预计在2025年第四季度开始工艺验证，现在新技术新装备发展较快，二期后面5个车间公司希望能用上更新的技术和装备，预计这5个车间在2028年形成产能。 6、问：加巴喷丁目前的全球竞争情况，以及公司对成熟产品的预期？ 答：这是一个过度竞争的品种，在整体供大于求的情况下还有新的竞争者加入。依靠技术优化，公司这个品种2024年逆势而上，销量相较去年有较大增长，2024年毛利率也有改善，该产品目前价格仍在下滑，公司其他成熟产品大多价格也还在下滑，该板块今年还是有一定压力。 7、问：内销品种市场需求情况及预期？后续品种规划？ 答：虽然由于第十轮集采，国内医药产品整体价格下滑幅度较大，但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、克立硼罗、恩格列净、美阿沙坦钾，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。 8、问：2025年研发投入规划和展望？ 答：继续保持较高的研发投入水平，主要还是小分子合成方向的人员会增加，新装备技术如微通道、连续萃取、连续分离等的应用会增加，每年新立项多个原料药
--	---

	研发项目，对老产品工艺持续改进。今年研发大楼投入使用，人员进一步增加，研发投入会相应有一定增长。 9、问：新品注册节奏？与印度的竞争情况？ 答：未来第三代新产品将陆续达到可注册状态，公司会继续保持每年有10个或更多新品立项。 大多数品种都有来自印度的竞争。成本控制上双方各有优势，有些品种成本印度低，有些品种同和更低；公司在合成工艺成熟度、研发速度、原料成本方面强于印度，但在安全、环保费用方面处于劣势地位，设备折旧费用也高于印度。目前的竞争策略仍是扬长避短，降本增效，不必过度放大印度的成本优势。 10、问：主要原料药品种2024年法规市场和非法规市场价格变化情况？2025年全年价格展望？ 答：主要原料药品种2024年法规市场价格相对平稳，非法规市场价格还处在下跌过程中，目前看来2025年情况与2024年类似。 11、问：CDMO业务原研大客户取消2024Q2及以后订单的报表端销售额影响？CDMO当前在手增量订单情况、2025年展望？ 答：较大影响（大几千万）；2025年有部分新品少量销售。CDMO对今年的业务贡献非常有限，CDMO业务要恢复增长还有待2026、2027年。
附件清单（如有）	无