

证券代码：300086

证券简称：康芝药业

海南康芝药业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2016-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容） <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	《新康界》 谭敏
时间	2016.01.06
地点	海南康芝药业股份有限公司
上市公司接待人员姓名	肖斌、刘金莲
投资者关系活动主要内容介绍	肖斌副总裁接受新康界记者采访，并就行业现状及问题、儿童用药挂网政策，以及儿童药企业在从中将起到的作用等问题进行解答。
附件清单（如有）	机构调研会议纪要
日期	2016.01.06

康芝药业（300086）：机构调研会议纪要

时 间：2016 年 1 月 6 日

地 点：海南康芝药业股份有限公司

参加人员：《新康界》谭敏，康芝药业肖斌、刘金莲

记录人：刘金莲

纪要内容：

一、问：请介绍康芝的“学术模式”？

答：康芝针对儿童合理、安全用药进行全方位的学术教育：对象并不局限在临床医生（含基层的医生），还包括药店的店员、店长，甚至是消费者的教育。“学术教育是产品的根基，康芝会进一步加大市场部的建设，建立有效的学术推广模式。

二、问：行业内常见企业以明星单品打造知名度，康芝以公司品牌还是单品品牌为主？

答：在品牌建设方面，康芝将以公司品牌和单品品牌并进的方式进行，既打造康芝的整体品牌，又针对各个领域的拳头产品，着力打造单品品牌。这样的品牌建设，在营销战术上将演变成“品类营销+单品突破”。

三、问：请介绍康芝“全品类”营销的优势？

答：“品类营销”的关键在于康芝的儿童健康全品类发展。康芝的产品基本覆盖了儿童常见病、多发病所需的各类药品，如果进一步丰富儿童大健康系列产品，这足以支撑连锁药店以此为基础建立儿童专柜或母婴专区。同时，康芝有着丰富的学术推广经验与资源，在连锁的儿童品类管理与提升方面，康芝可以为连锁提供更多的儿童用药的学术教育与服务，提高连锁在这个领域的专业服务能力，这就是品类营销的优势。

四、问：请介绍公司儿童健康全品类发展的趋势。

答：在儿童用药方面，康芝把目标设在“品类最齐全”上。不仅在占据儿童用药市场最大份额的呼吸系统用药、消化系统用药以及营养补充剂这三大品类中

均要打造拳头产品，“哪怕是利润很低的孤儿药，康芝也要做，这是一份责任。”肖斌表示。

为此，康芝会持续投入新产品的研发，打造公司的核心竞争力。例如，与上海巴斯德研究所合作研发手足口病治疗用药，“这将是手足口病第一个真正的治疗药物”，肖斌表示。此外，针对儿童用药特点，公司还将致力于打造“口腔速溶膜”技术平台以及儿童药掩味技术平台等。

五、问：近日，CDE 就公布了《临床急需儿童用药申请优先审评审批品种评定的基本原则》，请问您对目前儿童药政策的看法。

答：

这些对儿童用药来说，都是很实际的利好政策。目前国家正在组织制定的儿童基本药物目录，以及儿科医学界重新修订的儿童临床用药指南等，都将进一步规范儿童用药市场。目前儿童药企业都在积极地做好相关应对工作。

儿童用药还可能在最近制药行业极为关注的控费政策中，提高在医院用药市场的份额。

“医院控制 30%药占比”的目标要实现还需要一段时间，在这个过程中，抗生素、中药注射剂、心脑血管用药等目前市场份额很高的药物将受到最大冲击；而儿童用药的市场份额本来就很小，大部分的价格都不高，而且大多数是自费药物，无论是公立医院控费，还是医保控费，对儿童用药的影响都不大；反而，由于医院用药市场整体规模可能会降低，儿童用药即不受控费影响，又有直接挂网等政策的扶持，市场份额将会有所提高。

儿童用药的独家品种、独家剂型、规格等将会有更大的机会，而且，在销售渠道方面本来就有优势的企业，更容易抓住此次机会。

调研结束。