

浙江寿仙谷医药股份有限公司

关于 2017 年度现场业绩说明会

暨投资者接待日活动召开情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

根据中国证监会浙江监管局下发的《浙江辖区上市公司投资者接待日工作指引》等相关规定，为进一步提高企业治理水平，增进公司与广大投资者之间的信息沟通，公司 2017 年度业绩说明会暨投资者接待日活动于 2018 年 5 月 24 日以现场方式举行，管理层就公司经营情况、发展战略等与广大投资者进行了充分交流，同时解答了投资者较为关注的问题。具体情况如下：

一、活动基本情况

1、活动时间：2018 年 5 月 24 日 10:30-16:30。

2、活动地点：

(1) 上午：浙江省武义县白姆乡源口水库脚公司有机国药种植基地；

(2) 下午：浙江省武义县黄龙三路 12 号公司总部。

3、出席人员：

(1) 公司出席人员：董事长兼总经理李明焱先生、董事会秘书兼副总经理刘国芳女士、董事兼财务总监周承国先生、监事会主席徐子贵先生、副总经理宋泳泓女士；

(2) 来访投资者：本次会议共有 57 位投资者出席。

4、活动日程：

时间	活动内容
10:30-11:30	参观公司有机国药种植基地
13:00-14:30	参观公司总部
14:30-16:30	2017 年度现场业绩说明会 (1) 董事长李明焱先生致辞 (2) 董事会秘书刘国芳女士介绍公司 2017 年度业绩情况 (3) 公司管理层与来访投资者互动交流

二、活动交流情况

(一) 公司近三年的经营业绩都相对比较平稳，如何有大的经营战略来保证公司进一步做大做强？

答复：公司始终坚持“创新现代生物科技，培育道地珍稀药材，博采国医国药精华，服务民众健康长寿”的经营宗旨，围绕以灵芝及铁皮石斛等名贵中药饮片加工及保健食品的核心主业，不断完善“全产业链”经营模式，优化产业布局，拓展发展空间，依托寿仙谷品牌的核心竞争优势，全面提升企业综合实力，实现从区域性龙头企业到全国有机国药品牌企业的崛起。

1、产业结构：坚守主业，立足现有产业特色优势，瞄准中医药前沿科技，致力灵芝、铁皮石斛、西红花等名贵珍稀中药材的深度研究开发，实现产品转型升级，提质增效的新突破，做精做尖主业；延伸融合，谋划探索开发、吸纳与主业及产品上下游产业相关的，既能充分利用公司资源优势，又符合时代需求的新产品。初步形成围绕公司现有主业、产品优势，集药品、保健食品、食品、休闲养生旅游为一体的产业集群，实现企业新增长点、新动能建设的有效突破，为企业持续发展打下扩容基础。

2、产品结构：致力打造以灵芝孢子粉中药饮片、保健品为“一峰耸立”、铁皮石斛系列产品、西红花系列产品“两翼争辉”，其他产品“群山拱绕”的产品格局。强力突破中成药品种引进与销售队伍组建瓶颈；加快旅游人才的引进与队伍组建、产品设计，以观光旅游体验促进公司的产品销售。

3、市场网络：继续坚持“名药、名医、名店”营销模式，新设市场发展策略委员会，加强公司重大营销战略、营销决策研究；全面改革与加强营销中心建

设，集聚资源、形成合力；加大销售人才引进力度，加强品牌策划与宣传推广，注重临床应用与学术推广，有效扩大寿仙谷学术领域影响力；推行区域市场大区制改革，加强市场窜货管理，有效维护市场秩序与公司资金、产品安全。借鉴广誉远、东阿阿胶、片仔癀等上市公司成功经验，探索成立公司大客户部、精品事业部、代理专卖店，合资经营公司，不断拓宽公司产品销售渠道，确保公司销售业绩圆满完成。

4、科技研发：围绕公司产品生产全产业链，进一步强化中药材种质资源保护和利用、新品种选育、规范化仿野生有机栽培等技术研究；开展传统中药饮片的挖掘和生产工艺技术创新，建立承传与创新相融合的现代中药炮制新工艺；制定和完善相关中药材、保健产品内控标准，推进相关产品的国家、国际标准的研究制订，提高企业核心竞争力；加强中药安全性分析评价及多成分质量控制和重大生产工艺的研究攻关。加速产品的升级换代与天然健康用品、休闲健康饮品、中药饮片配方颗粒、特殊医学用途食品开发。

（二）在公司的研发方向上是否有新的突破，以增加企业的利润增加点，以保证公司长远的稳定发展？

答复：为保证企业长远发展需要，公司研发向全产业链纵深拓进。2017 年度，公司灵芝、铁皮石斛、香菇、杭白菊新品种选育、栽培年度试验顺利完成，航天育种组培分离比对试验全面推进。铁皮枫斗灵芝浸膏、西红花铁皮枫斗膏工艺，铁皮石斛提取物制备工艺研究取得再度突破；新完成清可宁颗粒（片）、雪容媚丽片等 10 款产品的试生产、叶酸片三款备案制保健食品的研发，进入毒理、功能和稳定性试验。持续开展中药配方颗粒产品的工艺优化，重点对灵芝、铁皮石斛、菊花、南方红豆杉、绞股蓝五个公司自有品种展开研究工作，掌握最佳提取条件，为后续配方颗粒制备提供基础数据。开展中成药组方配伍及适用提取溶剂影响实验，抗肿瘤中药复方新产品研究、“三降”功能因子筛选及营养健康食品研发，特殊医学用途配方食品的制备。完成黄精膏、佛手固体饮料、佛手液体饮料以及葛根压片糖果四款食品的制备、产品质量标准的备案。

（三）灵芝行业目前似乎群龙无首，国内市场上还有很多生产灵芝孢子粉的厂家，这些厂商已经在国内其他地区药房有销售很多年，公司有什么竞争优势

势可以取得龙头地位？

答复：由于灵芝在全国分布较广，且灵芝孢子粉等灵芝深加工产品功效显著，具有良好经济效益，目前国内生产企业数量及灵芝产品种类繁多。根据国家药监局网站披露信息，截至 2017 年底，有药品批文或保健食品批文的灵芝及灵芝孢子粉产品分别有 192 个和 1,156 个，但目前尚未形成具有全国影响力的品牌，市场上多以区域性品牌为主，如寿仙谷、南京中科集团股份有限公司、福建仙芝楼生物科技有限公司等。

寿仙谷牌灵芝破壁孢子粉技术上相比于传统的工艺有以下优势：

(1) 优良品种选育优势，仙芝 1 号、仙芝 2 号灵芝优良品种的有效成分灵芝多糖和灵芝三萜含量高。

(2) 中药材优质原料优势，仿野生有机栽培，通过中国有机产品、欧盟有机产品、中药材 GAP、道地药材保护与规范化种植示范基地四重认证，确保原材料安全无污染；

(3) 先进去瘪去杂技术。公司通过自行研发的去瘪去杂技术，分离了孢子粉中 20% 左右的瘪壳孢子（瘪壳孢子基本上不含功效成分）。

(4) 国际领先气流破壁技术，公司采用超音速气流破壁法破壁，解决了传统振动磨破壁法破壁重金属超标、易氧化两大难题，确保加工环节无污染。

(5) 国家专利去壁浓缩技术。通过自有创新的去壁浓缩技术，去除 60% 左右的孢子壁，使得功效成分灵芝多糖、灵芝三萜大幅度提升。

（四）公司未来打算在国外销售灵芝孢子粉吗？在哪些国家？国内其他灵芝厂商具有国外销售灵芝的资质吗？

答复：公司于 2016 年在波兰启动欧盟传统草药产品及补充剂注册，其中破壁灵芝孢子粉颗粒、片两个产品按传统草药产品的要求进行申报，目前已按波兰药监部门的要求补充了一次材料；灵芝红曲胶囊等 6 个产品按膳食补充剂的要求进行申报，目前也已收到了波兰药监部门的评审意见，现正在做最后材料补充。上述产品注册成功即可在波兰销售，并可以通过欧盟的互认注册程序，快速得到

在其它欧盟国家的销售资格，国内其他灵芝厂家在国外销售灵芝的资质目前不是很清楚。

（五）公司是依据什么优势而成为了世界标准的制定者？

答复：中医药国际化是我国的一项国家战略，而中医药国际标准化是实施中医药国际化的基础。公司具备了从中医药传统文化传承与研究、中药材育种,到仿野生规范化栽培、加工炮制关键技术研发等完善的全产业链的成功构建，以及每一个环节精益求精的规程制定。其中历经十几年钻研，所独创的灵芝孢子粉超低温超音速气流破壁、去壁等新工艺，打破了国际学术界认为超音速气流无法进行灵芝孢子高破壁率的定论，总体技术水平国际领先。此外，公司具备丰富的制定国内灵芝、铁皮石斛标准成功经验。公司将努力推进中医药国际标准的制定，为我国中医药国际化战略做出贡献。

（六）灵芝孢子粉、铁皮石斛，真的具有抗肿瘤、增强免疫力的作用吗？这个效果是如何体现的，或者如何量化的？

答复：灵芝在我国药用历史已达 2000 多年。灵芝在药学著作中始见于公元前二世纪的《神农本草经》，书中将收载的药品分为上、中、下三品，上品药皆为有效无毒者，灵芝被列为上品药材。《本草纲目》对灵芝的功效和药性作了详细记载：赤芝味苦平无毒，主治胸中结、益心气、补中、增智慧。灵芝孢子是灵芝在生长成熟期，从菌管弹射出来的极其微小的卵形生殖细胞，具有灵芝的全部遗传活性物质。近年来，国内外均有大量文献报导灵芝孢子粉具有抗肿瘤、免疫调节、抗病毒等功效。灵芝孢子粉被 2015 年版《浙江省中药炮制规范》收载，规范对灵芝孢子粉的功效做出“补气安神，健脾益肺，用于虚劳体弱，失眠多梦，咳嗽气喘”的描述。国家食品药品监督管理总局批准的文号为国药准字 B20050008 等药品注册批件亦将“健脾益气，养心安神，用于心脾两虚，病后体弱，肿瘤患者的辅助治疗”列入了灵芝孢子粉胶囊药品的功效。

公司以科研立企，与国内外大院名所紧密合作，对灵芝孢子粉的药理药效进行了深入研究，公司开展的药效学试验结果表明破壁、去壁灵芝孢子粉能抑制荷瘤小鼠的肿瘤生长。为进一步研究灵芝孢子粉的分子生物学水平的免疫应答机制，公司联合国外著名实验室，通过使用高通量技术（HTaPCR）和软件数据分

析，进行免疫信号通路扫描，从分子生物学水平揭示灵芝孢子粉的免疫性抗肿瘤作用机制。此外，公司还与国内医疗机构开展大样本、多中心的临床研究，研究课题包括破壁、去壁灵芝孢子粉辅助治疗晚期结直肠癌和晚期胰腺癌临床研究，联合化疗用于晚期非小细胞肺癌临床研究，治疗慢乙肝、乙肝肝硬化临床研究等，临床结果表明，具有一定的疗效。公司提醒投资者和消费者注意，以上都是仅限于试验阶段的结果，产品功效以公司的产品说明书为准。

铁皮石斛在我国的药用历史已有 2000 多年。唐开元年间道家经典著作《道藏》中将其列为九大仙草之首，在《神农本草经》、《本草纲目》、《现代中药大辞典》中均有记载。铁皮石斛被 2015 年版《中国药典》收载，药典对铁皮石斛的功效做出“益胃生津，滋阴清热，用于热病津伤，口干烦渴，胃阴不足，食少干呕，病后虚热不退，阴虚火旺，骨蒸劳热，目暗不明，筋骨痿软”的描述，并被浙江省列入医保用药。现代研究表明，铁皮石斛具有提高机体免疫力、抗氧化、降血糖等方面的作用。

（七）公司的营销模式，与品牌建设，有多大的信心是可以在全国取得龙头地位的？

答复：通过以持续而灵活的广告宣传助推公司品牌、以高规格学术交流活动展示科研实力、以临床试验案例实证产品功效、以基地全产业链考察提振产品口碑，公司“名药、名医、名店”三位一体销售模式得到进一步强化巩固并呈现出后续优势。公司新设湖南、山东、陕西 3 个区域市场，区域市场和省级办事处总数已达 17 个省市，覆盖了长三角、珠三角和北京周边地区，总体销售网格基本完成布局，产品触角正逐步向纵深延伸。

公司的战略目标是成为灵芝与铁皮石斛细分市场的领导者，在全国所有大中城市都设有寿仙谷专柜或直营店。全国范围内已建设 500 家左右的网点，覆盖长三角核心城市，华北地区的京津冀豫鲁，东北辽沈地区，西南重镇川渝，华中腹地湖北江西，沿海地区闽粤。目前的营销网络重点在长三角，公司还将梯度式地向全国拓展，针对市场需求公司也制定了明确的发展战略，未来将进一步扩大和优化销售渠道，逐步建立和完善多层次多渠道的销售网络，扩大市场占有率，逐步提升品牌价值，推动品牌由区域走向全国。

具体来讲，公司将加强在全国重点城市的营销网络建设，抢占并巩固市场份额，然后以重点城市为依托，建立辐射全国消费市场的销售网络，未来两年计划在北京、上海、广州、深圳、天津、重庆、杭州、南京、武汉、成都、济南、长沙、西安等地新开设近一百个专柜，扩大现有营销网络的覆盖范围，在全国形成星星之火燎原之“势”，提升公司销售规模，最终成为国内灵芝、铁皮石斛行业第一个具备全国影响力的产品。

（八）有无外延式扩张计划，具体方向？

答复：公司将立足现有产业特色优势，做精做尖主业，通过内生性增长和外延式发展的双轮驱动，实现效益增长和市值提升的目标，树立企业的产融互动。

（九）公司最近发布公告，在杭州购置了价值 1.6 亿的房产，这么大笔的金额是否对目前运作的三个项目产生影响？

答复：公司本次使用募集资金及自有资金在杭州购置营销中心场所是综合考虑了市场环境的变化以及公司的实际经营情况后作出的决策，是公司统一营销资源、拓宽销售渠道、树立良好公司形象和提升市场竞争力的重要举措，有利于公司对产品营销的统一规划、服务、指导与督促，同时能够借助杭州作为人才集聚地的区位优势，吸纳公司发展需要的高层次人才，加强营销团队建设，实现公司的长远发展，符合募集资金使用安排，不影响公司日常资金正常周转需要，不影响募集资金项目的正常运转，不影响公司主营业务的正常发展。

（十）公司的毛利润非常的高，随着市场的充分竞争，利润会产生一定的影响，公司对行业的情景和利润怎么看待？

答复：伴随工业化、城镇化、老龄化进程加快，我国慢性病发病率呈逐年上升趋势，慢性病最突出特点是复杂性，其治疗需要通过全面调理来改善病情。“未病先防，既病防变，已病早治”的治疗方式已逐渐得到业界的认可，无论是从医学的本质要求，还是从世界的健康趋势看，充分发挥中医药在防治疾病、保健养生、临床运用等方面的作用，大力发展和推广中医药事业都是行业的必然发展趋势。中共中央、国务院 2016 年出台的《“健康中国 2030”规划纲要》明确提出要实施中医治未病健康工程，将中医药优势与健康管理结合，加快养生保健服务

发展，国务院 2017 年发布的《中国防治慢性病中长期规划（2017-2025 年）》更是进一步指出要发挥中医药在慢性病防治中的优势和作用。未来，随着今后国民经济的进一步发展，我国居民可支配收入和保健支出的提高，对医疗保健的需求将进一步提升，公司产品的市场发展空间巨大。

目前生产工艺改进的空间已经较小，毛利润上升的空间已经不大，公司未来主要是通过扩大规模，降低固定费用占比，提高原材料亩产、提高工作效率、节省各项费用开支来提高净利润。

（十一）公司营销网络建设及销售情况。

答复：2017 年度，公司上市效应开始体现，全年实现营业收入 3.70 亿元，同比增长 17.49%，上市后二至四季度的营业收入同比增长 22.85%，上升趋势明显。公司年内新设湖南、山东、陕西 3 个区域市场，区域市场和省级办事处总数已达 17 个省市，覆盖了长三角、珠三角和北京周边地区，总体销售网格基本完成布局，产品触角正逐步向纵深延伸。2017 年度，公司省内市场实现销售收入 2.36 亿元，同比增长 6.11%；省外市场实现销售收入 0.73 亿元，同比增长 28.41%；互联网销售收入 0.58 亿元，同比增长 71.22%。

（十二）灵芝孢子粉辅助治疗癌症是否进入临床阶段？

答复：公司与国内医疗机构开展大样本、多中心的临床研究，研究课题包括破壁、去壁灵芝孢子粉辅助治疗晚期结直肠癌和晚期胰腺癌临床研究，联合化疗用于晚期非小细胞肺癌临床研究，治疗慢乙肝、乙肝肝硬化临床研究等。由于临床试验是一项漫长而又艰巨的工作，相关课题研究目前正在进行中，待临床试验结束并进行统计分析后，试验结果会以论文的形式公开发表。

（十三）2018 年一季度业绩增长加速的主要原因？

答复：2018 年第一季度，公司主要区域市场的销售收入均有不同比例的增长，其中省内市场销售同比增长 37.99%，省外市场销售同比增长 38.07%，互联网销售收入较去年同期增长 115.92%。公司主营业务收入增长较快主要系以下几个方面原因综合所致：

（1）公司在持续提高公司产品品质的基础上，逐步加大了营销宣传力度，

公司 2018 年第一季度的广告宣传费用同比增长 67.48%；

(2) 某些疾病的发生与气候条件变化密切相关，且传统滋补保健市场所具有的季节性影响；

(3) 公司于 2016 年下半年向市场推出了作为保健食品的破壁灵芝孢子粉颗粒与破壁灵芝孢子粉，价格较作为中药饮片的灵芝孢子粉（破壁）分别提升了 22.22% 和 20.00%，该等产品一季度销售情况良好，其销售的高速增长使得灵芝孢子粉类产品的单位销售价格有所提高，相应使得公司灵芝孢子粉类产品销售收入快速增长；

(4) 公司主要产品之一“寿仙谷牌铁皮枫斗颗粒”零售指导价自 2018 年 1 月 1 日起上调 20%，该产品一季度销售情况良好，相应使得销售收入增长较快。

(5) 公司 2018 年一季度推出了股权激励方案，其中核心业务人员占比 75% 以上，业务人员的积极性明显提高。

(十四) 同时生产灵芝的药品和保健品，互相之间的协同如何体现？

答复：公司生产灵芝孢子粉（破壁）中药饮片，需在取得药品生产许可证、药品 GMP 证书后，按《中国药典》或《浙江省中药炮制规范》的要求炮制而成，目前我国存在各地区制定的中药饮片炮制规范，对《中国药典》中未收录或不明确的中药饮片的炮制予以规范，从而造成各地区炮制标准不一，使得公司相关中药饮片产品在部分地区的销售受到一定影响。

公司破壁灵芝孢子粉、破壁灵芝孢子粉颗粒保健食品在取得保健食品生产许可证、相关产品批文后，根据经国家食品药品管理总局审批后的产品配方和生产工艺生产销售，生产标准统一，不会出现在部分省市销售受到限制的情形，相对于中药饮片而言，保健食品广告宣传受政府主管部门的管制较少，且颗粒剂服用更加方便，该等产品已成为公司灵芝孢子粉（破壁）中药饮片产品的重要补充。

(十五) 产品生产周期多长，需求放量产能如何保障？

答复：公司在白姆乡和俞源乡建有 1,400 多亩的中药材种植基地，其中 2017 年度灵芝的种植面积为 153.27 亩，铁皮石斛的种植面积为 409.03 亩。灵芝属一

年生中药材，种植周期通常为一年。铁皮石斛的种植周期通常为五年，前两年为生长期，后三年为采收期。目前产品库存在销量提升 1 倍到 1.5 倍可以保障，且销售收入占比 68% 以上的灵芝孢子粉为一年生，调整种植计划较为容易。

（十六）营销力度加大带来的费用压力怎样？

答复：2015 年至 2017 年，公司销售费用占营业收入比例分别为 42.42%、44.08% 和 48.63%，呈逐年上升趋势，主要系公司广告宣传费用增长较快所致。公司有信心通过加大营销宣传来带动产品销售收入的增长，实现正向循环。

特此公告。

浙江寿仙谷医药股份有限公司董事会

2018 年 5 月 26 日