

华润双鹤药业股份有限公司

2019年第一季度业绩说明会会议纪要

- 一、会议召开时间：2019年4月29日(星期一)下午 15:00—16:30
- 二、会议召开地点：公司 311 会议室及上海证券交易所“上证 e 互动”平台(<http://sns.sseinfo.com>)“上证 e 访谈”栏目
- 三、会议召开方式：现场和网络相结合的方式
- 四、公司出席高管人员：董事、董事长冯毅先生，董事、董事会秘书、副总裁范彦喜先生，副总裁吴文多先生
- 五、会议纪要：

公司首先向投资者概括介绍了 2019 年第一季度经营情况及财务状况：2019 年第一季度公司实现主营业务收入 26 亿元，同比增长 22.7%；实现净利润(归属母公司)3.3 亿元，同比增长 9.6%；整体毛利率为 64.77%。

公司高管人员重点围绕公司发展、研发战略与经营等方面的问题与投资者做了深入交流与沟通，具体情况如下：

(一)重点工作开展情况

1、输液业务

问：输液业务一季度表现如何？产品结构调整情况如何？

答：输液业务是公司重点发展的业务领域之一，在该领域，公司重在落实“一轴两翼”的战略发展规划，推进“三进一退”策略，围绕成本、效率、营销模式打造输液核心竞争力；积极调整输液业务结构，

提高高毛利的软包装输液以及治疗和营养性输液占比；加大基地市场的占有率，提升盈利能力。

第一季度输液业务收入同比增长 4.5%，重点产品 BFS 输液、直软输液收入均实现双位数增长；输液结构调整再突破，基础输液中软包装销量占比达六成，较 2018 年末提升 2 个百分点。

问：公司 BFS 输液销售情况如何？

答：公司输液核心产品 BFS 进入销售攻坚阶段，持续加快医院终端的开发和替换，截至报告期末累计覆盖医院近 200 家；以输液安全为切入点打造证据链，开展精品品牌活动，拓展全国市场销售，尤其在北京打造标杆市场，实现顶级标志性医院开发，提高产品价值地位。截至报告期末，BFS 输液销量同比增长超百分之八十。

2、非输液业务

问：专科业务一季度表现如何？

答：一季度专科三个业务领域快速发展，收入同比增长 96%。其中儿科业务通过开展线上+线下学术活动扩大产品影响力，利用产品进入基药的机会加快医院开发，目前珂立苏覆盖县域医院 100 余家，小儿氨基酸覆盖 200 余家；肾科业务持续加快腹透中心建设项目推进，目前已建成 120 余家，其中百人中心已达 30 家；全面开展对湘中制药的协同、整合工作，新并购的精神/神经领域贡献收入过亿。

问：慢病管理业务一季度表现如何？

答：2019 年一季度慢病业务收入同比增长 24%。公司通过持续开展产品学术转型，加强县域和基层市场拓展；在全国推进省区一体化管理，强化协同能力；按计划推进市场活动等，重点产品压氏达、

穗悦系列、硝苯地平、匹伐他汀钙等均保持高速增长，其中匹伐他汀钙销量同比增长 70%。

3、研发情况

问：公司研发工作进展如何，未来有何发展规划？

答：2019 年公司持续加大研发投入，目前在研项目一百余项，重点围绕研发转型、仿制药一致性评价、仿制药研发和对外合作开展研发创新工作。其中，仿制药一致性评价方面，口服固体制剂一致性评价在研品种十余个，一季度申报 3 个，开展 BE 试验 3 个，二甲双胍缓释片(卜可)通过一致性评价，注射剂一致性评价首批开展 24 个项目，完成 2 个参比制剂备案；仿制药研究方面，枸橼酸咖啡因注射液通过现场检查，左乙拉西坦片纳入优先审评程序，重点项目均按计划推进；产品引进方面，重点项目均在立项前的准备工作。

公司于一季度启动研发战略梳理工作，聘请专业咨询团队制定研发战略，已初步完成外部环境分析与内部能力诊断研究，基本确定未来产品发展的目标和路径。公司未来产品发展将采取短、中、长相结合的产品获得路径，打造企业差异化竞争能力。

4、外延并购

问：公司外延并购工作进展如何？未来并购主要方向是什么？

答：公司积极推动外延并购工作，紧抓行业洗牌机遇加大投资并购步伐，围绕“1+1+6”核心领域积极拓展并购寻源，重点聚焦心脑血管、儿科、肾科、精神/神经、呼吸和麻醉镇痛六大专科领域产品布局以及研发平台获取，寻找与战略领域匹配的优质企业。一季度与多家企业接触，目前有多个重点项目正在密切接触中。

5、其他

问：在人才引进和培育方面公司有何措施？

答：公司不断完善人才引进和培育机制，人才梯队建设按计划推进，年内启动“八八计划”和“百人工匠计划”，打造经理人后备队伍和关键岗位人才梯队。其中“八八计划”经过两轮筛选，确认90人分两期开展培训，并完成培训方案制定。

(二)医药行业环境及监管政策对公司的影响

问：公司重点产品O号一季度销售情况如何，其退出基药目录对公司有何影响？

答：公司重点产品复方利血平氨苯蝶啶片(O号)在全国推进省区一体化管理，强化协同能力，一季度销量实现小幅增长。该药品目前仍在医保甲类目录中，经过长期的市场推广，市场份额在零售市场占较大比例。公司积极调整营销策略应对基药落地，深度商业合作、跟进政府事务、强化学术引导，对零售市场和县级市场积极布局和推广，继续保持该药品在市场的影晌。

问：公司降压产品压氏达表现如何，是否受到“4+7”带量采购政策影响？

答：公司降压产品苯磺酸氨氯地平片(压氏达)充分抓住一致性评价窗口期，快速推进补标和调价，拓展终端覆盖，一季度销量同比增长百分之二十以上。

“4+7”带量采购政策于今年3月20日全面实施，该政策是否会对压氏达带来影响，与各地区的具体政策和执行有关。公司积极采取措施减少“4+7”带量采购政策带来的影响，包括对医疗机构进行库存填

充和终端拉动，推进“4+7”以外地区等级医院和基层医院的开发，推进 OTC 及民营医院市场的开发等。

(三)财务数据情况

问：其他应付款增加较快的原因是什么？

答：其他应付款较期初增加较快，主要是由于公司从华润医药集团有限公司全资子公司华润医药控股有限公司借款以及预提应付未付的销售费用等所致。

华润双鹤药业股份有限公司

2019 年 4 月 30 日