



股票代码：002728

股票简称：特一药业

债券代码：128025

债券简称：特一转债

特一药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-019

投资者关系活动类别	<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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>特一药业网上交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	天风证券 李由 中金资管 周宜夫 天治基金 王倩蓉 成泉资本 王雯珺 中金资管 常立 诺安基金 张立 富安达基金 李飞 京华山一 Richard Lee 云南国际信托 王波 睿亿投资 王齐乐 隆顺投资 李玲 国海证券 应婵 国寿养老 鲁嘉琪 武汉鸿翎 夏洋 国寿安保 曲朗宁 南京证券 章琪 东方财富 朱张元 国融证券 赵小小 光大保德信 华叶舒



	凯丰投资 童帅 昆仑健康保险 王轩 永赢基金 陆凯琳 个人投资者 李树明
时间	2022年5月27日
地点	公司二楼会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监 陈习良 总经理助理 许荣煌 证券事务代表 徐少华
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、2022年上半年多地疫情影响，公司如何应对？二季度销售是否有所下滑？</p> <p>回复：目前疫情散发的面大，各疫情发生地因地施策和动态调整，目前的疫情防控效果明显。公司营销中心根据各地的疫情动态，制定灵活的营销策略，尽量将疫情影响降到最低，并努力提高未受疫情影响区域的销售业绩。第二季度，由于4月份的疫情比较严峻，部分区域由于疫情管控和物流受影响，当月的销售影响较大，5月份的销售恢复较好，随着市场恢复，公司将进一步加大产品的供应，减少疫情对营销业务开展的影响。</p> <p>2、新宁制药 GMP 项目、现代中药产品线项目建设进展及未来产能节奏规划？现代中药产品线项目主要生产哪些药品？</p> <p>回复：“新宁制药药品 GMP 改扩建工程项目”因项目在原有规划和设计基础上进行工艺技术改进，对厂房建设设计方案和设备选型等进行了优化和完善，再加上疫情导致订购设备延期交货等，导致施工工期后延，截至目前，该项目土建工程基本完工，因医药项目的检测、验收等要求较高，根据目前的项目进展及完工后的检测、验收等事项，预计2022年6月30日完成。达产后，产能将从2100吨增加到4200吨。</p> <p>“现代中药产品线扩建及技术升级改造项目”中的主要工程（包括检测大楼、生产大楼）的建筑工程主体完工，后期是净化装修及设备安装，设备按照后期生产需求逐步添置，预计2023年12月31日完成。达产后，预计新增年产片剂36亿片、丸剂39.36亿粒、胶囊剂1.26亿粒、颗粒剂超5亿袋的产能。</p>



该项目主要用于生产国医堂中成药产品（如皮肤病血毒丸、降糖舒丸、六味地黄丸、壮腰健肾丸等），同时还增加颗粒剂车间，以备后期生产颗粒剂产品（如清热去湿颗粒、感冒类颗粒、板蓝根颗粒、独活寄生颗粒等）。另外，随着中药配方颗粒试点结束，后期公司将参与中药配方颗粒的生产销售。

3、公司各销售渠道占比：（1）中药和化药制剂在药店、诊所 OTC 销售占比；（2）线上药房销售占比；（3）基药和处方药进入医院、诊所的比例；（4）原料药与化工产品中直销占比。

回复：（1）公司中成药和化学药制剂方面中属于 OTC 药物的品种，主要通过经销商进入药店和诊所，目前销售占比 90% 左右；（2）线上药房销售占比不到 5%；（3）属于国家基本药物和处方药物的品种，通过经销商配送进入医院、诊所等，目前销售占比 10% 左右；（4）原料药与化工产品中直销占比 10% 左右。

4、公司线上布局何时开始？近年增速？公司投放了哪些药品、竞品是否也已上线？是否有关注相关竞品的线上投放情况？

回复：公司从 2015 年底开始线上布局。

在 B2C 方面，2016 年公司直接与阿里健康合作在天猫平台开设特一药业旗舰店，旗舰店以品牌展示为主，主要销售独家产品止咳宝片，作为线下销售的补充；

在 O2O 方面，以独家产品止咳宝片为主，通过合作的终端药店客户在 O2O 平台销售；

在 B2B 方面，本司直接与药师帮平台合作，合作的产品以家居常备用药为主，如枫蓼肠胃康片、铝碳酸镁咀嚼片、小儿止咳糖浆等。这些常备用药非独家产品，均有同类竞品。

B2C 与 O2O 销售与线下销售有交叉，未能准确统计销售增长，B2B 方面保持了 50% 以上的增长。

相关竞品也有部分进行线上销售。不同厂家的市场定位不同、消费人群不同，销售策略也有所不同。

5、公司有公开纪要称止咳宝片、皮肤病血毒丸有直销给药店，但又称目前



仅部分原料药直销、中药和化药制剂均为经销，如何理解？

回复：2020 年开始，公司开始逐步创建自己的销售团队，并从广东省开始试点，通过公司自己的销售团队，将相关 OTC 产品直接销售至药店，对我们公司的营销团队来说，是直销药店，但不是“直销”模式的直接销售，而是由药店代理（买断）销售，我们在统计归类上，视为经销。公司的化学原料药，大部分是直接由公司销售到终端客户（生产厂家），我们在统计归类上视为直销（直接销售到终端，即生产厂家）。

6、由于经销和直销产品不同，毛利率差异难以说明直销优势。从同类产品在不同渠道的销售情况看，直销大约可提升多少毛利率？

回复：目前公司同时走经销和直接由自己的销售团队进行销售的产品主要有止咳宝片、皮肤病血毒丸和降糖舒丸。产品走经销的模式，主要是由代理商进行产品的推广、药店维护等，与公司的营销团队直接销售到药店相比，公司直接销售到药店的费用支付比经销商销售到药店的费用支出要大一些，因此，由公司直接销售到药店的产品，出厂价格比经销商的价格相对要高一些，具体提高的价格幅度，公司根据每一种产品直接销售到药店增加的费用为参考依据，确定合理的供货价格。公司进行直销的尝试，目的是培养公司自己的营销团队，充分发掘市场潜力，将市场做深做细的同时，促进和加强对经销商的管理，形成与经销商的互补。

7、2019 年公司调查止咳宝片销售存在地域性主要原因是什么？拓展到相对空白地域有哪些阻碍？公司未来有怎样的市场拓展目标？

回复：公司的核心产品止咳宝片为 OTC 产品，主要通过经销商进入药店和诊所。2019 年，公司对止咳宝片产品的市场覆盖率进行了全面的市场调查，发现市场覆盖率比较好的地区主要为广东、浙江、江苏、山东、东北三省及北京市区。其他区域的部分地区还存在着空白的市场，而且市场覆盖率比较好的浙江、江苏、山东及东北等地区也存在部分市场覆盖率较低的区域。针对这种情况，为了进一步提高止咳宝片的市场占有率，公司于 2019 年末提出了在广东省内建立自己的营销团队，在现有止咳宝片销售渠道的基础上，由自己的营销团队直接对终端进行推广销售，培养自己的直销队伍，总结销售经验后，以省为



单位逐步推广。推广的方式是与经销商进行协商，可以由经销商按照公司的销售政策及方案对该经销的全域市场进行销售，也可以由公司的销售团队对该市场中的空白市场推广销售，实现销售互补。该工作 2021 年已在广东省内启动，目前正在推进。公司后期实行经销商+自己的销售团队进行销售的模式，核心是通过激励经销商和提高市场覆盖率，扩大 OTC 产品的市场销售量。

8、一季度止咳宝片等主要产品销售量？止咳宝片 5-8 年 24 亿片目标大致从哪年起算？

回复：一季度止咳宝片的销售量为 1.4 亿片，今年的目标是 2500 万盒。公司的对止咳宝片的战略规划 5-8 年 24 亿片，希望在 2030 年达到目标，也是公司对止咳宝片 10 年的发展规划（该业绩预测并不构成公司对投资者的业绩承诺，请注意投资风险）。

9、参考 2018 年经验，主要产品价格上调导致收入和毛利率明显增长。近年原材料价格上涨、通胀延续，公司是否会再对主要产品涨价？公司的定价策略如何确定？

回复：近几年，由于材料、人工等价格的上涨，公司参考各方面因素，适当调整了部分产品的价格，减轻了成本上涨的压力。后期，公司会根据材料等成本及市场需求情况，适当制定合理的销售价格，既保证公司发展的需要，又同时满足消费的需要。

10、公司产品市占率是否逐年提升？主要抢占哪些竞品的份额、哪些竞品仍有威胁？

回复：公司中成药的核心品种为止咳宝片，目前排名前 10 的产品，市场份额比较分散，均未超过 10% 的市场份额，止咳化痰类中成药产品目前的市场份额呈现均摊的局面，依然是一个开放和充分竞争的市场。根据南方医药经济研究所米内网数据库的统计数据，公司的止咳宝片连续多年位列止咳类口服药前五大品牌，市场占有率近年来在中成药止咳化痰类产品中稳中有升。

11、糖尿病通常需要胰岛素疗法，降糖舒丸疗效如何？相比胰岛素有哪些



优势和不足？

回复：降糖舒丸属于降糖类药物，功能为滋阴补肾，生津止渴。用于糖尿病及糖尿病引起的全身综合症。降糖舒丸的优势在于：一是口服即可，服用方便；二是降糖舒丸适用症范围广，不仅适用于糖尿病，也适用于由于糖尿病引起的全身综合症。

12、血毒丸、降糖舒丸市场渗透进展是否符合预期？3-5年的3亿目标是合计还是对于单品？

回复：皮肤病血毒丸产品适用人群广，对于雀斑粉刺、风疹、湿疹等，起到外病内治的功效；降糖舒丸适用于糖尿病及糖尿病引起的全身综合症，这两个品种目前全国仅两家有药品批文。皮肤病血毒丸已于2020年年底上市销售，市场销售反应情况较好，2021年已达到约1000万的销售额，2022年第一季度销售收入同比增长73.42%；降糖舒丸于2021年10月正式上市销售，目前仍处于市场开拓阶段，预计2022年的销售额可以达到500万元。公司希望通过3到5年的努力，把皮肤病血毒丸、降糖舒丸打造为年营销收入到达3亿左右的中药核心单品（该业绩预测并不构成公司对投资者的业绩承诺，请注意投资风险）。

13、有降糖舒丸批文的另一企业是哪家？

回复：降糖舒丸全国仅有2家批文，除了公司外，另外一个企业是吉林吉尔吉药业有限公司。

14、公司的药品会在旗下医美企业内直接销售吗？

回复：公司设立全资子公司特美健康作为大健康产业投资运营平台，围绕医药领域，以健康管理为出发点，从健康消费维度为公司寻找新的经营渠道，促进公司未来持续稳健的发展。公司目前暂未参股医美企业，后期若有医美相关优质标的，公司不排除适时进行收购或参股等多种形式参与。

公司将充分利用自身优势，以现有的相关中药产品，如皮肤病血毒丸针对青春痘和金匮肾气片针对治疗脱发的临床研究为契机，大力开发医美上游品种；同时以公司中药提取技术等研发植物提取物适合于医疗美容需求的材料，为公司从药品的研发生产到中医中药大健康消费领域的拓展，形成更好的协同效应。



15、公司在小苹果儿科股权占比多少？未来是否考虑提升？预计还需培育多久开展 IPO？

回复：公司在小苹果儿科股权占比 2.2323%。目前，公司与小苹果儿科的合作还处于初步介入和业务合作阶段，暂不参与到小苹果儿科的经营层面。小苹果儿科在收入、门诊数量和增长率方面均处于中国儿科连锁门诊领域龙头位置，其发展目标之一为通过 IPO 等方式实现上市，如成功实现，公司的股权投资有望取得一定的增值收益。

从长远来看，公司与小苹果儿科在战略拓展的合作上存在很大的空间，小苹果儿科主要从事儿科专科医疗服务领域，为学龄儿童提供特色化专科的一站式健康管理服务。未来公司与小苹果儿科将在儿科亚专科、药品供应链等领域逐步探索深度合作的可行性。

16、从投资收益角度看，儿科、私密医疗等医美项目每年大致贡献多少利润？

回复：公司暂不参与到小苹果儿科的经营层面，不直接获得营业利润。公司投资小苹果既可以取得一定的股权投资增值收益，也为未来公司布局并发展医疗服务板块积累经验，同时通过业务的协同，有利于公司进一步利用自身的资源，在儿童医疗服务市场和儿童用药市场协同布局发展。

17、部分药品如蒲地蓝、利巴韦林进入哪些地区新冠肺炎防治方案？请介绍实际疗效。 回复：蒲地蓝、利巴韦林入选海南新冠肺炎防治方案。蒲地蓝消炎片适用于清热解毒，抗炎消肿，用于疔肿、咽炎、扁桃体炎；利巴韦林适用于病毒性上呼吸道感染，皮肤疱疹病毒感染。

18、NMN 研发进展如何？预计多久推出实际产品？研发团队背景如何？

回复：公司全资子公司新宁制药设立了研发中心，中心拥有一支高素质的研发团队，旗下有多名高级工程师、中级工程师及执业药师，具有较强的研发创新能力。新宁制药及台山化工已对 NMN（ β -烟酰胺单核苷酸）进行立项和开展工艺研究，后续如有相关进展，我们将及时履行信息披露义务。另外，因该项目还处于研究初期，存在较大的不确定性，请投资者注意投资风险。



19、已通过集采的药品销售与定价情况如何？新通过一致性评价药品的集采招投标进展？未来通过一致性评价的药品都会走集采吗？

回复：对于公司的化学药制剂，特别是已通过一致性评价的品种，公司将积极参与招投标，从而增加产品的销售渠道，扩大产品的市场份额和销售规模，达到摊薄固定费用的目的，在提升公司品牌影响力的同时，提高公司的盈利能力。后期，公司将积极参与相关品种下一轮的招投标。

20、国医堂旗下药品销售占比和近年增速如何？相比主打药品，公司对这部分定位如何？

回复：国医堂旗下产品已对外进行销售的有枫蓼肠胃康片、皮肤病血毒丸、感冒灵颗粒、降糖舒丸和蒲地蓝消炎片，2021年此5个品种的销售较2020年的销售额上涨了102.69%，销售占比（国医堂品种销售额合计占全部中成药销售额）也从2020年的5.10%到2021年的6.28%，计划今年能达到10%左右。公司已将皮肤病血毒丸、降糖舒丸作为继止咳宝片后的重大品种进行培育，目前公司已启动皮肤病血毒丸的临床试验，公司将通过核心品种的临床研究和真实世界研究，推动公司特色中药品种成长为中药大品种，提升公司的经营业绩。

21、公司为何在毛利率较低的化学制剂有一定布局？目标占比或发展规划是什么？

回复：公司布局化学制剂药，一是化药制剂产品具有较大的市场容量，同时公司化学制剂药种类多、剂型多，具有结构优势，可以形成多品种的组合，达到规模效应；二是公司化学制剂药具有低价优质的特点，在保证产品质量的前提下，满足市场需求，履行公司的社会责任；三是公司的化学制剂药有一定的规模，化学制剂药的销售，为公司提供稳定的现金流，对高附加值产品的研发、推广提供保障。

22、对于还剩1.5年的转债，公司有怎样的考虑？虽然目前股价距满足强赎还比较远，但公司后续是否倾向尽早运用强赎条款？

回复：2017年发行的可转债，公司遵照《公开发行可转换公司债券募集说明书》的相关条款执行和实施。募集资金说明书约定了可转债存续期限、转股



	<p>期限、转股价格的确定及其调整、转股价格的向下修正条款、赎回条款和回售条款等等内容（详情可查阅公司的《公开发行可转换公司债券募集说明书》，于 2017 年 12 月 4 日披露于巨潮资讯网）。公司按照相关条款的内容履行，如果需要履行相关条款时，公司会及时按照流程进行讨论，做出相应的决议事项并及时公告。</p> <p>截止目前，公司没有与可转债有关事情的讨论。如果有相关事情的讨论及决议时，公司将及时履行信息披露义务。同时，敬请投资者在进行投资前，及时查阅公司的募集说明书并自行判断。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 5 月 27 日