

证券代码：300086

证券简称：康芝药业

## 康芝药业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-004

<p><b>投资者关系活动类别</b></p>	<p><input 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（电话及网络远程会议）</p>
<p><b>参与单位名称</b></p>	<p>WillingCapitalManagement、Hel Ved Capital、国金证券股份有限公司、深圳前海云溪基金管理有限公司、博时基金管理有限公司、统一投信、中信期货有限公司、北京金百镨投资管理有限公司、长青藤资产、宝盈基金、上海方御投资、嘉实基金管理有限公司、国泰投信、鑫巢投资、富邦人寿保险股份有限公司、西部利得基金、复华投信、金元顺安基金管理有限公司</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2022年12月15日16:00-17:00</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>公司会议室</p>
<p><b>上市公司接待人员姓名</b></p>	<p>林德新 副总裁兼董秘、程鹏飞 财务总监、高洪常 海南生产基地总经理、刘秋宏 投资主管</p>
<p><b>交流内容及具体问答记录</b></p>	<p><b>问：公司近况介绍及未来规划</b></p> <p><b>答：</b></p> <p>一、 公司具备完善的儿童用药产品体系，上市产品 30 多个，针对儿童呼吸系统、消化系统、皮肤系统、神经系统等，包括解热镇痛类、抗过敏类、抗癫痫类、营养补充剂等化学药和中成药，是国内拥有儿童用药较多的企业。公司致力于降低药物剂量、提升安全性的儿童用药创新，打造儿童大健康企业。</p> <p>二、 领先技术平台包括：口腔速溶膜剂、药物超细微粒制备、药粉微观形态结构检测。</p> <p>三、 抗疫核心产品品类：</p>

- 1) 退热镇痛类：布洛芬颗粒、氨酚黄那敏颗粒、感冒清热颗粒、尼美舒利分散片、银胡感冒散、小柴胡颗粒、医用退热贴等；
- 2) 抗菌类：头孢克洛颗粒、注射用头孢他啶等；
- 3) 抗病毒类：利巴韦林颗粒、复方板蓝根颗粒等；
- 4) 止咳化痰类：止咳橘红颗粒（为公司曾获得中药保护品种的产品）、麻杏止咳糖浆、强力枇杷露等。

四、 公司还布局医疗器械板块，是海南第一家做出医用口罩，尤其是 N95 口罩的企业。目前口罩业务具有定制化服务，包括儿童用口罩。

五、 业务发展战略：公司药品板块围绕新品战略、儿童大健康战略，坚持厂商结盟、合作共赢，坚持具有康芝特色的代理制，建立以地区、产品经理为主导，以学术为基础，以全渠道为目标的营销模式。

六、 目前的业务发展计划：以“5+3+6”的核心产品格局带动业绩增长。其中：计划推出 5 个 1 级销售额品种包括银胡感冒散、注射头孢他啶、左西替利嗪颗粒、肠胃散、妇阴洁洗液；3 个 2 级销售额品种包括布洛芬颗粒、尼美舒利颗粒、贞蓉丹合剂；6 个 3 级销售额品种包括感冒清热颗粒，止咳橘红颗粒、尼美舒利分散片、参梅养胃颗粒、生长华素片、伊曲康唑分散片。

七、 儿童发病种类较为集中，呼吸系统疾病、消化系统疾病、传染病共占儿童总患病的 90%以上，其中又有 70%为呼吸系统疾病。

目前儿童用药销量最大的产品分为常见病和多发病类，其中中成药占 35%，化药占 65%，绝大多数用药通过 OTC 渠道销售。处方药市场中抗感染、呼吸系统及消化肠道用药占 80%，OTC 市场中感冒用药、营养补充剂、消化肠胃用药、咳嗽用药总占 60%以上。

八、 公司聚焦儿童呼吸系统用药，主要在研产品有：

1) HONZ-030：复方 OTC 药品，能够用去氧肾上腺素代替盐酸伪麻黄碱，符合国家要求和临床需求，方便患者购买，本研发药物主要目标市场是替代含有伪麻黄碱成分的感冒药。根据米内网数据，目前，含伪麻黄碱成分的药品国内总销售额为 60.02 亿元。

2) HONZ-031：属于口腔速溶膜剂，新剂型，镇咳类。给药方便，不易吐出，剂量比较准确，且可有效掩盖药物苦味。根据米内网数据，目前国内同类产品含右美沙芬的药品总销售额为 59.18 亿元。

3) HONZ-032: 古代中药名方, 是治疗呼吸道炎症、肺热、咳喘的代表方剂, 国家政策重点扶持的儿童用药。安全性高、毒副作用小。国内同类中药产品的总销售额在 100 亿元以上, 最好的产品的销售额也有 30 多亿。

4) HONZ-033: 属于干粉型剂创新剂型, 在临床疗效和副作用方面具有优势, 用于治疗感冒引起的发热、头痛, 公司依托技术平台研发出适合儿童口感的干粉型剂。产品剂型更适于运输储存和用药。

以上四种在研产品已完成前期开发, 部分产品已完成中试, 并进入临床试验阶段。

九、 公司市场开拓计划:

- 1) 加强医院渠道拓展;
- 2) 适应医改趋势, 抓住改革性机会, 挖掘潜力品种;
- 3) 把握国家发展中成药机会;
- 4) 突破电商渠道。

问: 前三季度及四季度经营情况

答:

2022 年 1-9 月份营业收入 3.49 亿, 同比减少 2.37 亿。一方面是由于去年 7 月份对医疗业务的剥离, 影响收入 1 亿多元的收入, 其次公司总代理的一款产品在去年底到期, 今年仅有一些库存, 对收入影响约 6000 多万元。

今年在持续做销售投入, 改善产品和渠道结构。

问: 公司儿童、成人防护领域产品在四季度以来的生产、销售情况如何?

答:

10 月以来, 解热镇痛、抗病毒、N95、医用外科等产品销量激增。布洛芬颗粒、尼美舒利颗粒、氨酚黄敏颗粒、左西替利嗪颗粒、感冒清热颗粒、止咳橘红颗粒等产品订单安排多。

原料储备方面与上游协调保障供应; 并从集团向海南基地内部调拨设备, 海南基地原有设备在多班次运行。

采取闭环生产方式, 一线人员全部驻厂, 生产劳动力有保障, 并加强对外来人员的监测。

问: 目前订单与排产的情况与安排?

答:

自 11 月以来，订单量快速增加，公司通过外招、从其他基地内部调动员工、调整排班等方式加班生产，目前订单计划预计需要排到 1 月底才完成。

**问：终端销售渠道布局情况如何？**

**答：**

目前公司终端销售已覆盖全渠道。

针对疫情放开，主要有两方面布局：

- 1) 加强对等级医院的拓展，结合集采做好药品准入；
- 2) 目前针对部分产品在华南等区域开展直营模式。

此外，针对现况，一方面加强与百强连锁终端药店的衔接，尽量让患者能直接买到药和防护用品。另一方面，此次产品的放量也可进一步提升公司品牌和产品的影响力。

**问：解热镇痛药的原料药价格波动情况？**

**答：**

目前布洛芬、氨酚黄敏等原料药有小幅上涨、但波动不大，在市场需求和公司产能释放的基础上，原料药波动影响不大。

公司也已提前开始布局未来采购渠道。

**问：未来产品及销售布局规划？**

**答：**

1. 目前市场在销产品，持续改进产品结构和销售渠道，开拓第一终端（等级医疗机构）、大型连锁及区域连锁终端，核心产品的销售占比也持续增加。

2. 生产中心在海口，防疫防控态势较好，公司供应能力比较稳定。依托丰富的产品管线、产品质量及供应稳定，逐渐加大对第一、二终端的拓展。

3. 在加速全渠道网络完善过程中，基于对第一终端的拓展，强化专业医生认可，增加在消费者中的认知和接受度。对于部分产品、地区也开展直销尝试。并进一步依托电商渠道、网上药店的发展，加大对线上渠道的拓展。

此外，还要建立中成药的的特色销售网络，未来也会强化中药产品布局。

**问：销售团队布局情况？**

**答：**

1. 一方面，适当延展销售模式：以往为精细化招商代理模式，根据新的产品线和产品力，考虑对部分产品做直营尝试。

	<p>2. 另一方面，结合海南自贸港可能的利好政策，探索增加海南自贸港药品营销中心的建设运营。</p> <p><b>问：中长期产品矩阵布局规划？</b></p> <p><b>答：</b></p> <p>存量产品：针对解热镇痛类产品需求大增，考虑重新挖掘已有存量产品。公司产品储备丰富，如布洛芬、对乙酰氨基酚、尼美舒利等，且有儿童专用剂型。</p> <p>增量产品：在研产品布洛芬去氧肾上腺素片，既可退热，还可治疗鼻塞，国内独家，预计明年可以上市，市场需求可观；在研产品儿童专用镇咳药、儿童用新一代布洛芬干粉型剂（更安全）、古典中药名方等，在儿童呼吸科管线的药物储备丰富。此外在儿童精神类、急救类等方面也有布局。</p> <p>此外，寻找在日本等国外获批、国内未上市但有临床需求待满足的产品的合作机会，如考虑类似产品开始在海南自贸港销售，并与第一终端开展合作等。</p> <p><b>问：公司中长期展望</b></p> <p><b>答：</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 体系层面：紧绕儿童领域，公司有大量工作基础，如今儿童核心药品机会越加显著，未来需求可观。</li> <li>2. 研发层面：更加重视安全、高效、更适宜儿童的药物研发。</li> <li>3. 疫情：尽量满足防控产品供应需求，并做好未来布局，如中成药。</li> </ol>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>无</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提</p>	<p>无</p>

供的文 档等附 件（如 有，可 作为附 件）	
---------------------------------------	--