

证券代码：002873

证券简称：新天药业

债券代码：128091

债券简称：新天转债

## 贵阳新天药业股份有限公司

### 投资者机构调研活动记录表

编号：2023-011

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 券商策略会 <input type="checkbox"/> 其他（线上会议、电话会议）
参与单位名称及人员姓名	银华基金 万家基金 兴银理财 沅谊资产 中信建投 中泰证券
时间	2023年6月7日
地点	贵州省贵阳市乌当区高新北路3号公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书：王光平 证券总监、证券事务代表：王伟
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>投资者问答：</b></p> <p><b>问题一、公司二季度销售情况如何？</b></p> <p><b>答：</b>根据公司销售数据显示，从今年2月份以来，市场销售已开始恢复，目前已基本恢复至年度正常水平，预计三、四季度也将保持相对稳定的趋势。</p> <p><b>问题二、公司已经设定了营业收入的增长目标，想问下公司对利润指标有怎样的预期？</b></p> <p><b>答：</b>公司始终专业、专注、持续深耕中药产业，近10年以来，公司营业收入年均复合增长率达12%，归母净利润年均复合增长率达25%，连续多年保持良好的增长态势。结合公司五年发展规划，我们相信在全体员工的不断努力下，公司能够在收入、利润等方面均保持稳中有进、稳中向好的持续增长趋势。</p>

**问题三、针对和颜坤泰胶囊的销售目标，院端和 OTC 的占比如何？**

**答：**和颜®坤泰胶囊系公司主打独家专利品种、基药、医保甲类品种，是国内唯一改善卵巢功能衰退的中成药、已进入多项教科书、共识和诊疗指南，是公司妇科类重磅品种。

公司 OTC 市场自 2018 年开始从无到有，到 2022 年占总营收的比例已经达到 33% 以上，发展势头良好，随着公司在 OTC 渠道端的持续投入与营销策略的发力，及女性青春管理与生殖健康“和颜”中药商业品牌的进一步投放与市场深入，预计该占比在未来周期里会逐年递增，公司的产品品牌影响力及整体发展力等都已经进入一个全新的发展增长周期。

**问题四、公司除坤泰胶囊以外的其他主打品种预计未来有多大的市场规模？针对今年的基药目录调整，这些品种是否有望被纳入新的基药目录？**

**答：**随着公司市场战略的逐步实施，公司的营销体系架构细分及市场推广延展将持续推进，同时第二阶段商业品牌计划（在品牌概念建立的基础上，强化产品功能宣传的投放）也已经陆续推出，这将对公司产品推广起到长期可持续的促进作用。

公司将在“持续增长、规模发展”的主基调下，围绕“大单品+强品牌”的市场目标，以“和颜”品牌为代表，在以临床疗效为根本的院内、院外协同效应下，争取在 3-5 年内，努力打造 2-3 个过 5 亿元以上的大单品和多个亿元以上的优质产品。

针对新版基本药物目录调整，公司将持续关注，也会尽力争取新的核心主力品种入选，同时我们也在全力做好产品本身的基础准备，希望其他核心产品都能达到基药评审的标准要求。但无论是否入选国家基药目录，公司坚持做具有临床价值好药的基本制药逻辑与专业定力不会发生变化。

**问题五、公司营销体系改革中最大的变革体现在哪些方面？**

**答：**公司本次营销体系的改革主要基于进一步推进规模效应下的市场营销体系降本增效，加强营销团队及产品营销推广的专业化、精细化管理等相关市场策略部署。

目前，营销体系改革已经取得阶段性进展，包括架构调整与团队建设、产品与市场策略、品牌推广培训、市场协同、员工考核激励等等，公司营销体系改革，旨在“持续增长、规模发展”的经营战略总基调下，提升营销体系产品市场深度挖掘、专业化分工、降费增效等成果，进一步提升公司产品市场能力与盈利能力。

**问题六、针对下沉市场的覆盖，公司有什么具体的措施去引导其实现？**

**答：**为加大下沉市场的销售覆盖和产出，公司采取了一系列推进措施，例如：

第一，针对营销团队，我们引进了部分外部优秀团队，包括一些专业的营销团队负责人，使营销能力能够达到现有市场发展的需求；同时在下沉市场所在地直接培养了一些区域营销团队，这也有利于公司进一步降低成本。

第二，不断完善对营销人员的考核与激励方式，实行中心市场和二、三级市场的差别化考核与激励模式，包括绩效考核、股权激励等，力争科学地实现营销人员优胜略汰，培养一支专业化的团队。

第三，公司针对二、三级市场包括对区县级医院，加大了市场排摸力度，推动营销铺货，提高营销团队的个人产出。

**问题七、公司对当归益血口服液、调经活血胶囊等二线品种是否有中长期发展规划？**

**答：**公司推出的商业品牌战略，就是为了实现以“和颜”品牌为代表的市场形象塑造，希冀通过实现“大单品+强品牌”的目标，以带动第二梯队品种的销售。目前针对第二梯队品种，公司已在配货、销售团队等方面给予资源配置，希望未来第二梯队品种对营收增加做出更大的贡献。

**问题八、请问公司目前对中药配方颗粒的市场规划是怎样的？**

**答：**配方颗粒作为公司新产业布局的重要业务模块，是公司未来主产品市场领域新的组成部分，目前已初步实现省内规模化销售。按照既定计划，位于贵阳生产基地的中药配方颗粒智能化产线，预计将于2023年6月建成并投入试生产运营，为未来配方颗粒全国范围的规模化市场，做充分的产能准备。

国标品种备案方面，公司现已完成近200个品种备案，今年计划达到300个国标品种备案目标，未来还将紧跟国家标准出台节奏，进一步加速推进国标备案。

面向全国市场，我们围绕“技术领先、成本更优、市场力量更强”的发展目标，在加快国标备案研发与智能化产线建设的基础上，正在组建一批具有丰富实践经验的全国市场营销团队，结合已有的推广经验与国家产业政策变化，准备在未来快速实现全国市场推广。

**问题九、公司对研发费用投入的未来规划情况是怎样的？**

	<p><b>答：</b>公司开展研发工作是在以药品临床价值为导向的基础上，主要把握两个重点，一是专注于深耕熟悉的妇科领域；二是关注产品长期的市场价值走向。为进一步加快现有在研品种的推进，扩大面向未来市场的新的研发项目布局，公司目前重点投入的研发项目主要覆盖中药创新药、中药配方颗粒、古代经典名方、医药级保健品以及已上市产品的临床再研究等五个模块。</p> <p>公司长期关注中药研发系统建设，尽最大能力倾斜公司资源到研发系统，随着公司产业布局的不断完善，结合现有在研项目的研发进度及投入周期，不断提高研发投入预算上限。预计未来 2-3 年内，研发费用将在现有基础上实现较大比例新增，以支撑和保障后续研发需求及产出，完善产品结构及产品梯队规模。</p> <p><b>问题十、公司今年完成本轮股权激励计划之后，未来还会实施新的股权激励计划吗？</b></p> <p>公司将会结合今年的业绩情况及未来的增长预期综合考虑，在本轮股权激励计划结束之后，不排除筹划下一经营周期的股权激励计划。</p> <p>如果我们继续实施下一轮股权激励计划，激励的重点对象仍将放在销售和研发团队中。</p>
附件清单（如有）	无。
日期	2023 年 6 月 8 日