



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：2023-005

投资者关系活动类别	<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 type="checkbox"/> 其他_特一药业线上交流会_
参与单位名称及人员姓名	华鑫证券 胡博新 博道基金 邓韵阳 国盛证券 张玉 汇添富 李泽煜 嘉实基金 宋晓乐 西南证券 钱彦君 上海证券 张林晚 海南谦信 陈静怡 新余善思投资管理中心（有限合伙） 李莹 泰康资产 涂健 国泰基金 赵大震
时间	2023年10月24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 董秘助理 许紫兰 证券事务代表 徐少华
投资者关系活动主要内容介绍	业绩解读： 2023年年初至报告期末，公司实现营业收入 74,529.25 万元，同比增长 27.83%；实现归属于上市公司股东的净利润 18,848.22 万元，



同比增长 92.79%的经营业绩。本报告期内，公司实现营业收入 20,691.18 万元，同比增长 4.55%；实现归属于上市公司股东的净利润 3,635.71 万元，同比增长 0.15%的经营业绩。以第三季度单季度的数据来看，营业收入及经营业绩增幅不大，但从公司今年的经营活动来看，我们对后期的经营充满信心。现在先对相关财务数据进行简单的解读：

首先，公司的财务数据结果反应了公司的实际经营业务，主要表现在：一是公司在销售收入增长的同时，应收款项（包括应收票据及应收账款，下同）未同步增长，反而是下降的。年初至报告期末，公司实现营业收入 74,529.25 万元，同比增长 27.83%；但公司的应收款项从 13,302.15 万元，下降到 9,821.45 万元，下降了 26.17%。这种情况主要是公司在 OTC 市场（药店市场）的销售增长比较大，特别是止咳宝片产品的销售增长较大，而公司药店市场的销售主要采取的是款到发货政策，当这部分的销售增长较大时，应收款项并不一定增长；二是公司的货币资金，自年初的 7.40 亿元，到截止本报告期 6.04 亿元，而半年期为 3.51 亿元，从这些数据看，货币资金在报告期都是波动的，体现其较好的流动性，并非固定不变。相应，由于从年初到截止报告期的平均现金余额较大，累计利息收入达到了 873.58 万元，平均年化收益率接近 2.35%，体现了公司的现金管理效率较高；三是公司的短期借款从年初的 6.34 亿元持续下降，截止报告期末余额为 3.70 亿元，对应的利息费用 1,403.14 万元，与同期对比下降了 1,064.75 万元；四是为了后期的持续发展，公司加大了品牌建设和营销建设，导致公司截止报告期末累计销售费用同比增长幅度较大。报告期末累计销售费用 12,171.79 万元，上年同期为 7,723.37 万元。销售费用增长，主要是营销推广费用的增长。公司年初的经营计划之一是加大公司品牌建设和营销建设力度，为公司后期产能提高后的市场营销做准备。品牌建设是公司长期的战略规划，目的是通过对核心产品特一牌止咳宝片的市场推广（包括电视媒体及网络广告、市场推广宣传等），在



提高特一牌止咳宝片产品的认知度的同时，提高特一品牌的知名度，形成具有较强竞争力的知名品牌，从而带动特一系列产品的市场销售。品牌建设投入的增加，主要是围绕公司的发展战略进行，对后期公司产品的市场营销带来积极的作用。

其次，公司存货自年初的 2.08 亿元，增长到 9 月末的 2.86 亿元，增长了 37.42%，存货的增长主要是公司产成品的增加，公司加大了产成品的储存，为后期旺季产品的销售做好了准备，也彰显公司对市场的信心。

另外，第三季度营业收入和净利润与同期相比增长幅度不大，但是从分产品来看，公司核心产品止咳宝片持续保持了较好的销售增长态势，在今年上半年销售增幅较大的情况下，从渠道商到药店到家庭，都有了止咳宝片的储备，但第三季度，公司的特一牌止咳宝片完成了接近 1.4 亿片（1.397 亿片）的销量，比去年同期增长了 53.7%，恢复到了 2019 年第三季度的水平，而且今年已累计销售了 6.8 亿片。同时，公司在加大品牌建设力度和营销团队建设的长期战略下，管理层相信，后期的销售及经营业绩将进一步得到改善和提高，本年度的第四季度，特别是核心产品止咳宝片，将能继续为公司带来较好的销量和业绩（该预计并不代表公司的业绩承诺，请投资者注意投资风险）。

问答：

1、公司品牌推广情况及业务覆盖范围。

回复：公司始终将品牌战略作为一项系统性工程，有计划地实施并不断总结和改进。经过二十余年的发展，在规模不断扩大的同时，公司持续投入提升公司的品牌影响力。公司主要围绕特一牌止咳宝片进行品牌的推广，除在电视进行广告投放外，公司根据市场实时情况，不定期通过平面媒体、药品展览、地面推广和网络（包括抖音、微博、微信公众号以及微信视频号）等渠道进行品牌推广宣传。多年来，得益于公司品牌的持续推广，公司特一牌止咳宝片的市场认知度从局部区域拓展到全国，同时特一品牌也具有了一定的市场知名度，特一商



标曾为广东省著名商标，现纳入广东省重点商标保护名录，促进了公司产品销售持续的增长，并带来了可观的经营业绩。

公司止咳宝片销售区域已覆盖全国大部分地区。市场覆盖率比较好的地区主要在广东、浙江、江苏、山东、黑龙江、吉林等省及北京市区等区域，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。2020年，公司开始逐步探索由自己的销售团队，在广东省试点开展营销，目前积累了一些经验，利于后期营销工作的开展。

截至2022年底，据米内网数据统计，全国零售药房约62万家。公司目前药店覆盖率大概为20%（约为12万家）。后期，公司将在营销网络建设方面进一步完善，加大对全国百强连锁药店以及区域重点连锁药店的销售和业务推广力度，力争后期的药店覆盖率达到40%左右，并在止咳宝片现有24片、36片包装规格的基础上，新增50板（600片）的包装规格，增加第三终端（门诊）的销售渠道。

2、通过自主销售，公司在哪些区域销售的提升比较明显？

回复：由于目前公司的营销团队还在组建阶段，也需要进一步积累销售经验，公司将在营销网络建设方面进一步完善，加大对全国百强连锁药店以及区域重点连锁药店的销售和业务推广力度，增加公司止咳宝片36片在连锁药店的覆盖和增长。报告期内，公司止咳宝片在广东及福建等区域的销售效果比较明显。比如，2022年，公司止咳宝片在广东大参林（广东区域）销售量约为30万盒，预计2023年完成60万盒的销售量；公司与福建的区域药店龙头之一的康佰家连锁药店达成战略合作，止咳宝片成为首推品种，目前的销售比较顺畅，增长较好，几乎比上年的销售量增长了一倍。

3、近几个月支原体肺炎爆发，对公司业绩的影响？

回复：肺炎支原体感染临床以肌肉酸痛、咽痛、发热、咳嗽等状况为主要表现。治疗支原体肺炎，主要以大环内酯类抗菌药物为主。



其中，公司的红霉素肠溶片、依托红霉素片、罗红霉素胶囊、阿奇霉素片、阿奇霉素颗粒等大环内酯类抗菌药物适用于治疗支原体肺炎。这些药品近期销售有一定的增长，但是由于均属于化学制剂药，毛利率不高，对公司经营业绩及利润贡献不会有较大的影响。

此外，公司治疗咽喉痛的药物有蒲地蓝消炎片、咽炎片、复方鱼腥草片、穿心莲片；退烧药方面，公司有对乙酰氨基酚片、布洛芬片、双氯芬酸钠肠溶片；止咳化痰方面的有止咳宝片、小儿止咳糖浆、小儿咳喘灵颗粒、羧甲司坦片。针对公司核心产品止咳宝片，具有百年历史，在临床上用于治疗慢性支气管炎，针对咳嗽（尤其是寒性咳嗽、痰湿咳嗽）疗效确切；对各类型的慢性咳嗽有显著效果，对止咳、化痰、平喘疗效十分明显，疗程短、见效快、服药方便。

4、公司退烧、感冒类药品的增长情况？

回复：公司的对乙酰氨基酚片、布洛芬片、双氯芬酸钠肠溶片、感冒灵颗粒、复方氨酚烷胺胶囊适用于发热、感冒症状。近期，公司退烧类药物销售有所增长，但由于上述药品均属于化学制剂药，毛利率不高，对公司经营业绩及利润贡献没有重大的影响。

5、皮肤病血毒丸、降糖舒丸的销售情况？

回复：在国家产业政策大力支持中医药行业发展的背景下，公司将紧跟国家改革与发展的大趋势，重点发展中成药品种。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。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。

针对这两个潜力品种，公司积极进行市场推广，一方面充分利用现有止咳宝片销售渠道所带来的优势，由公司直接销售至药店，与药店保持良好的合作关系，在销售止咳宝的同时，推出公司的皮肤病血毒丸等产品，并给予药店有竞争力的利润空间，激励药店去做新产品



的推广；另一方面公司将通过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。2023 年前三季度，皮肤病血毒丸、降糖舒丸销售增长幅度较大。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 亿左右的中药核心品种（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）。

6、公司产能现状？

回复：（1）核心品种止咳宝片当前产能为 18 亿片，后期可根据生产需要，在现有的场所增加生产设备，产能可进一步扩大。

（2）由于部分产品如蒲地蓝消炎片、枫蓼肠胃康片、铝碳酸镁咀嚼片等与止咳宝片有共用的包装线，在公司全力保障止咳宝片的生产时，上述产品的供应会有一定影响。随着公司止咳宝片新专用包装线的安装及使用，影响可消除。

（3）丸剂产品的产能目前有一定的限制，主要是公司 2018 年收购的广东国医堂属于异地搬迁改造，公司原来没有丸剂车间，在丸剂产品如皮肤病血毒丸、降糖舒丸销售增速较快的情况下，临时改造的丸剂车间产能有一定掣肘。后续，随着“现代中药产品线扩建及技术改造建设项目”的建成完工，公司产能将得到进一步提高。

7、谈谈公司后期的发展计划

回复：公司目前由于核心产品止咳宝片的销售收入占比较大，特别是毛利率的占比更大，对公司的经营业绩影响非常大。而特一牌止咳宝片具有百年历史，其疗效好、见效快的特点，具有较强的市场竞争力，对中老年人比较适用，且国内 60 岁以上的老年人口在 2022 年已经达到了 2.8 亿，消费人群基数比较大。因此，在当前，公司将持续以止咳宝片为核心，加大市场推广和销售力度，做好中医药产品的传承发展。在加大止咳宝片产品的销售推广力度的同时，加大潜力中成药产品的市场开发，铸造黄金大品种梯队，丰富公司中成药产品结构，提高公司产品组合的竞争力。



	<p>另外，夯实“原料药+制剂”一体化优势，推动化学药品高质量发展。在原料药、制剂药关联审评审批政策背景下，公司将夯实“原料药+制剂”一体化优势，推动化学药品高质量发展。</p> <p>同时，公司将持续加大品牌建设和营销建设的力度，为公司后期的发展奠定基础。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023年10月24日