



股票代码：002728

股票简称：特一药业

特一药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-005

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 type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	国投证券 贺鑫 鹏华基金 李建国 红塔红土基金 曹阳 恒生前海基金 鲁娜 金信基金 谭智汭 红土创新基金 杨皓童
时间	2024年7月4日
地点	深圳
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书、财务总监、副总经理 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	<p>一、2024年第一季度业绩下降的原因？</p> <p>回复：2024年第一季度，公司实现营业收入1.65亿元，同比下降45.88%；归属于上市公司股东的净利润915.46万元，同比下降91.32%的经营业绩。主要是因为公司今年开展营销组织变革，第一季度公司核心产品止咳宝片的销量降幅较大所致（除止咳宝片外，其他产品保持了一定的增长）。</p> <p>随着公司规模的扩大，产能的释放，为了后期的长远发展，公司主动进行营销组织变革。公司在原先的营销中心基础上，对业务和管理进行了细化。在销售业务上，组建了“全国KA、OTC招商和电商”等销售部门。在渠道上，按照止咳宝片的规格（36片、24片和48片）分渠道和线条进行销售管理，其</p>



中全国 KA 连锁药店由公司自己的营销队伍直接进行销售和管理；除全国 KA 连锁药店外，由原经销商经销，公司加强对经销商的管理；线上部分由公司自己的电商团队销售和管理。

基于公司营销组织变革带来销售渠道及销售模式的调整，公司与经销商及药店的业务洽谈等方面，都需要过渡的时间，相应减少了止咳宝片产品的发货数量。由于核心产品止咳宝片在第一季度销量减少，再加上持续对特一品牌的投入，导致营业收入和经营业绩降幅较大。

二、公司今年在品牌推广策略上有何变化？

回复：公司以往在品牌推广上，主要以央视频道、地方卫视等广告投放为主。未来，公司将减少在电视方面的广告投放，根据市场情况结合消费者行为习惯，逐步增加在高铁、地铁、电梯和网络（包括小红书、微信公众号以及微信视频号）等媒体渠道进行品牌推广宣传，进一步提高消费者认知，增加新的消费群体，力争将特一品牌打造为具有竞争力的品牌，提高品牌美誉度和知名度，带动特一系列产品的销售增长，提高公司的核心竞争力。

三、公司今年开展营销组织变革减少了止咳宝片的发货，预计什么时候可以恢复发货？

回复：目前公司营销组织变革正在推进，营销渠道也在优化过程中，这些都需要一个过程。公司原预计在 5 月中旬逐步恢复止咳宝片 24 片规格的发货，但随着公司直接与头部连锁药店的业务接洽和商务谈判，进一步深入了解了公司核心产品前期的市场销售情况，有了更清晰、更明确的战略规划，对后续止咳宝片等特一系列产品的销售前景充满了期待。当前，为了把止咳宝片 36 片和 24 片更好地理清渠道，便于后续的市场推广，公司继续相应放缓了发货节奏。公司目前与全国 38 家头部连锁药店中的大部分药店已经达成经销意向，部分已签订合作协议，部分已开始执行签署合作协议的审批流程，目前这些进展相对顺利，但也有处于观望的意向合作者。后期，随着公司与大部分 KA 连锁药店合作意向的达成，公司将择机逐步发货。同时，由于营销组织变革不可能一蹴而就、立竿见影，也可能带来公司暂时的经营风险，请投资者注意投资风险。



四、比价系统对公司的影响？

回复：一方面，特一止咳宝片非医保产品，基本上都在药店市场销售，止咳宝片产品日均消费金额在 7.50 元左右，而且“疗效显著、见效快”，在同类产品中，具有“物美价廉”的优势，产品竞争力强。另一方面，公司有 173 个品规入选国家医保药品目录，基本上都是低价药产品，通过经销商配送进入医院、诊所等，该类产品均是普通的低价药，销售占比较小，对公司影响不大。

当前，公司的首选任务是做大做强核心产品止咳宝片，同时，积极推广梯队产品如皮肤病血毒丸、降糖舒丸等产品，在进一步提升特一品牌的知名度和美誉度的同时，促进其他特一系列产品的销售增长，以增强公司的市场竞争力。

五、止咳宝片有进医保的计划吗？

回复：止咳宝片具有百年历史，其最大的优势在于疗效显著，见效快。止咳宝片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。止咳宝片经广东省中医院和广州中医学院附属医院临床疗效总结有三大特点：①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，临控+显效率为 73%，总有效率为 93%；②毒副作用很低，疗程短、见效快、服药方便；③对虚寒型和痰湿型咳喘治疗效果最好，总有效率分别是 100%及 95%。

公司目前没有对止咳宝片产品能否进入医保进行具体规划。但近年来，公司已委托广州呼吸健康研究院等单位，对止咳宝片治疗流感病毒感染后咳嗽及肺部炎症的药效机制和物质基础进行研究，以及对止咳宝片在药理毒理、依赖性等方面进行进一步的研究，旨在通过对止咳宝片治疗流感病毒感染后咳嗽及肺部炎症的药效机制和物质基础研究，增加其对呼吸道病毒感染引起的气道炎症、咳嗽及痰液增多的适应症。通过这方面的研究，公司希望能有较多的研究成果及研究论文发表后，为公司后期的推广、宣传及消费者教育起到更好的理论支撑，助推止咳宝片产品进入用药指南等。

六、公司是从什么时候开始变革的？原有经销商会不会因为变革导致积极性减少或动力不足？对经销商的考核是否有改变？

回复：公司于 2019 年底进行市场调研后，当时已经考虑进行营销组织变革，后由于防控政策的影响，推迟了这一计划。在 2023 年底，公司与新招聘的营销



	<p>团队进行了充分的沟通和市场分析后，于 2024 年初，确定进行营销组织变革。</p> <p>公司在营销组织变革的过程中，通过自营，培养公司自己的营销队伍，积累在药店的销售经验，指导、管理经销商在各区域的销售工作，进一步提高经销商在该区域药店的覆盖率和增加止咳宝片等特一系列产品的销量，让经销商获得更大的利益，达到共同进步、互利共赢。后期，公司将加大对经销商的管理和市场的督导工作，把对经销商的管理进行细化，包括经销商的终端铺货率、上架陈列、店员培训、促销、动销等多方面的管理和考核。</p> <p>七、除止咳宝片外，预计今年其他中成药的销售收入会有所提升吗？</p> <p>回复：其他中成药产品的销售不受营销组织变革的影响，但是预计今年和明年上半年增长幅度不大。主要是因为公司丸剂车间的产能受限，公司现有的丸剂车间是在 2018 年收购国医堂后改造而来，临时改造的丸剂车间产能有一定掣肘，对丸剂产品的销售增长有一定的制约。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。</p> <p>八、今年计划有几个原料药恢复生产？</p> <p>回复：公司的原料药由全资子公司台山市新宁制药有限公司负责生产销售，原料药车间扩产后，预计将逐步恢复一些未生产但市场需求较好的小品种原料药的生产。后期希望在完成新的厂房建设以及各方面的验证下，充分利用“原料+制剂”关联审评的产业政策，加大新宁制药原料药的协同，把公司制剂生产所需的原料药，更多由新宁制药生产提供，一方面可以保证公司化学制剂药产品的质量，另一方面可以降低制剂药的原料药采购成本，提高整个产品的竞争力。由于实现协同需要一定的时间，目前来看，原料药的销售整体增长不会太快，但是后期有一定的增长空间。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 7 月 4 日