



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：2024-006

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他_____	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动																												
参与单位名称及人员姓名	华夏时报 于娜、陈岩鹏																													
时间	2024年8月5日																													
地点	台山（邮件）																													
上市公司接待人员姓名	证券事务代表 徐少华																													
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、请问特一药业业绩对大单品止咳宝是否形成了过度依赖？</p> <p>回复：公司中成药的最大单品为止咳宝片，该单品销售占比大，毛利率高，对公司业绩影响较大，但并未过度依赖。</p> <p>从公司2018年至2023年的营业收入结构来看，止咳宝片在历年的销售中，其销售收入最高时在2023年度占公司营业收入的比重达到了41.96%，为公司的第一大单品；同时，公司持续对止咳宝片进行品牌建设的投入，历年对止咳宝片产品的市场推广和广告投入均较大（除2020-2022年由于防控政策导致药品在药店销售受限制的情况下，减少了止咳宝片产品的市场推广和品牌宣传的投入），如果将止咳宝片产品的毛利减去营销推广费后的毛利占总体的毛利，最高的年度如2023年，占比为38.66%。具体数据如下：</p> <p style="text-align: right;">单位：万元</p> <table border="1"><thead><tr><th>项 目</th><th>2018年</th><th>2019年</th><th>2020年</th><th>2021年</th><th>2022年</th><th>2023年</th></tr></thead><tbody><tr><td>营业收入</td><td>88,497.56</td><td>92,112.23</td><td>63,269.52</td><td>75,816.05</td><td>88,657.09</td><td>106,721.21</td></tr><tr><td>毛利</td><td>52,113.39</td><td>54,661.79</td><td>30,560.75</td><td>40,208.48</td><td>43,473.81</td><td>59,922.40</td></tr><tr><td>其中：止咳宝片收入</td><td>31,413.93</td><td>33,292.83</td><td>11,676.98</td><td>22,768.58</td><td>23,972.81</td><td>44,779.95</td></tr></tbody></table>		项 目	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	营业收入	88,497.56	92,112.23	63,269.52	75,816.05	88,657.09	106,721.21	毛利	52,113.39	54,661.79	30,560.75	40,208.48	43,473.81	59,922.40	其中：止咳宝片收入	31,413.93	33,292.83	11,676.98	22,768.58	23,972.81	44,779.95
项 目	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年																								
营业收入	88,497.56	92,112.23	63,269.52	75,816.05	88,657.09	106,721.21																								
毛利	52,113.39	54,661.79	30,560.75	40,208.48	43,473.81	59,922.40																								
其中：止咳宝片收入	31,413.93	33,292.83	11,676.98	22,768.58	23,972.81	44,779.95																								



止咳宝片毛利	26,506.15	28,635.45	9,536.84	19,520.40	20,410.48	37,898.08
营销推广费	15,442.91	16,749.66	7,763.36	9,318.70	9,464.33	14,729.20
止咳宝片收入占营业收入的比重	35.50%	36.14%	18.46%	30.03%	27.04%	41.96%
止咳宝片毛利扣除营销推广费后的毛利占总体毛利的比重	21.23%	21.74%	5.80%	25.37%	25.18%	38.66%

从以上数据来看，止咳宝片产品的销售收入、毛利占比都比较大，同时，用于止咳宝片产品的市场推广和品牌宣传的投入也比较大。尽管在止咳宝片产品销售减少的年份（如 2020 年和 2021 年药店市场受限，2024 年营销组织变革减少了发货），公司持续进行品牌的投入，影响到公司当期的经营业绩，但公司的目的是为了在发展的过程中，持续提高止咳宝片的市场影响力，从而提高公司的品牌知名度，为后期的发展打好基础。止咳宝片产品对公司的经营业绩能产生较大的影响，但并未形成过度依赖。

同时，为了增强公司核心竞争力，管理层在对止咳宝片销售推广的基础上，持续加大对潜力品种皮肤病血毒丸、降糖舒丸等市场容量大的产品市场推广力度。目前，皮肤病血毒丸、降糖舒丸两个潜力品种市场反馈情况较好。在国家产业政策大力支持中医药行业发展的背景下，鉴于皮肤病血毒丸、降糖舒丸的市场潜力较大，公司已将上述品种作为继止咳宝片后的重大品种进行培育。后续，公司还将启动如壮腰健肾丸、通脉降脂丸等相关产品工艺技术开发和产品的推出。随着这些产品的陆续推出和销售的扩大，将提高公司抗风险的能力。

此外，公司将充分利用“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，提高产品的竞争力。

未来，公司将力争在现有的优势基础上，加强营销队伍的建设，提高营销能力，进一步把止咳宝片市场做深做细，巩固存量市场，拓展增量市场，进一步扩大核心品种止咳宝片的销售份额的同时，加强和培育其他中成药产品如皮肤病血毒丸、降糖舒丸等产品的销售增长和产品梯队，加强原料和制剂的协同效应，形成多品种的盈利组合，为公司的发展走上新的台阶。



	<p>二、公司上半年净利下滑严重将如何提升下半年的业绩?</p> <p>回复：2024 年半年度，公司业绩下降幅度较大主要是因为公司进行营销组织变革，减少了高毛利产品止咳宝片的发货的同时并未减少品牌建设的投入力度，公司持续进行品牌宣传导致当期销售费用占比较高所致。</p> <p>当前的营销市场，随着消费者行为的改变、媒介传播的多样性，市场营销越来越表现为多渠道、平台化的特征，这些改变推动营销模式质变，为公司的发展带来了新机遇、新挑战；2024 年底，公司的产能将逐步释放，随着产能的解决，营销组织的转型升级愈发重要。面对这些改变，公司只有进行营销组织变革（包括架构、职能及绩效等方面的优化调整），拥抱变化和主动创新，才能更好地应对和赢取这些转变所带来的挑战与机遇，实现公司长远发展。</p> <p>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。当前，为了更好地理清渠道，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销售意向，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。公司将根据实际经营情况科学推进营销组织变革步伐，努力减少变革期对经营业绩影响的同时实现公司长远发展。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 8 月 5 日