

浙江康恩贝制药股份有限公司

机构投资者调研活动纪要

一、机构调研情况

时间：2022年11月2日

形式：线上交流

参与交流机构：兴业基金

公司参与交流人员：副总裁、董事会秘书金祖成，总裁顾问杨俊德，投资者关系管理高级经理汪鸯。

二、调研活动纪要

（一）公司概况介绍

公司投资者关系管理高级经理汪鸯首先向参与调研和交流的投资者就康恩贝的基本概况及近几年的经营情况作了介绍。尤其结合刚披露的2022年第三季度报告，详细介绍了各个业务板块的经营情况和各主要品种的增长情况。公司前三季度通过聚焦核心业务发展，推动经营业绩稳中向好，盈利能力持续提升，进一步巩固了内生增长趋势。公司将继续通过内生增长和外延并购双轮驱动，推动公司经营质量和经营规模的同步提升，助力企业实现新的成长和突破。

（二）主要交流问题

1、国资控股对公司的治理有哪些影响？

答：2020年公司控股权变更之后，公司完成董事会、监事会、经理层的换届，形成了“一委三会一层”（党委、股东大会、董事会、监事会、经理层）的治理机制，公司法人治理结构得到了进一步完善。2021年7月，康恩贝混改方案正式落地，这是浙江省国资系统的第一个国有控股企业混合所有制改革方案。根据该方案，浙江省国资委及省国贸集团对康恩贝实施的是基于国资和民营资本合作、发挥国有和民营各自优势的差异化管控，即保持了康恩贝公司经营决策和管理活动的一致性、连续性、机动性和灵活性，同时又可以以更加规范的管理机制去提升公司的管理水平、完善体系建设，推进公司高质量发展。

2、珍视明独立上市的进程如何？

答：据了解，珍视明根据规划会择机启动新一轮增资，为珍视明公司未来争取单独上市做必要的准备，但具体上市时间要看资本市场情况以及眼科、消费品赛道的行业趋势及该企业发展情况再定。

3、现有的产品还会不会受到集采的冲击？

答：公司受集采冲击较大的大品牌大品种产品是“金奥康”牌奥美拉唑肠溶胶囊。2020年公司奥美拉唑肠溶胶囊销售额约为4.7亿元，受集采降价等多种因素影响该产品2021年医院端销量出现了一定幅度的下降。但公司也及时采取了针对性措施，努力稳定和恢复该产品在医院端的销量，同时进一步发挥产品的品牌优势、市场营销优势，积极推动该产品从浙江向全国市场开拓，今年前三季度奥美拉唑肠溶胶囊已经实现近30%的销售收入同比增长。

但另一方面，公司也有产品受益于集采，例如公司第四批集采中标的“光脚”产品泮托拉唑钠肠溶片的医院采购使用已经开始，今年前三季度销售收入已突破7000万元，有效地弥补了奥美拉唑因集采降价影响出现的销售下降。

此外，公司集采中标的品种整体增长情况良好。2021年公司纳入国家集采产品累计实现销售收入3.2亿元，同比2020年增长23.4%，2022年1-9月，纳入国家集采产品累计实现销售收入3亿元，同比2021年增长33.36%。因此综合公司现有品种情况的增长情况及药品集采政策趋势，集采降价对公司的负面影响已基本落地，目前已呈现出正面的影响。

4、公司黄蜀葵花口腔贴片是独家新药吗？目前进度如何，今年能否上市？

答：是的，公司2021年收购的黄蜀葵花总黄酮口腔贴片是口腔溃疡领域的中成药独家新药，是口腔贴片领域的中药潜力大品种。今年6月份，子公司杭州康恩贝的黄蜀葵花总黄酮提取物及口腔贴片药品注册申请获得了国家药监局受理。据了解，药审中心目前正在对该药品进行综合评价，完成后杭州康恩贝即可取得该药品的正式批件，紧接着会加快该产品的正式投产，争取早日上市。

5、康恩贝产品很多，请问公司未来的增长驱动主要会来源于哪些产品？

答：公司多年来一直坚持多品牌策略，丰富的产品群是公司核心竞争力和独特价值的体现。公司也根据每个产品的市场定位和增长潜力，制定了不同的推广策略。比如，针对“金笛”品牌，公司重点推进“金笛”牌护喉系列产品的开发上市；前列康品牌，公司重点加快这个品种在阿里健康、京东、拼多多及美团、饿了么等电商平台的推广，它的定位会从疾病治疗性逐步走向自我保健性，与更多的消费者产生互动和链接；非处方药板块的肠炎宁，目前是零售市场肠道中成药第一品牌，公司力争该品种今年能突破 10 亿元销售；处方药板块主要的增长来自子公司金华康恩贝的两大品种，一个是金康速力乙型半胱氨酸泡腾片，这个产品 2020 年调入了国家医保，今年前三季度实现同比约 20% 的增长；另一个是金艾康汉防己甲素，从今年 1 月 1 日起，该品种的医保支付范围从限单纯硅肺和煤硅肺扩大到了其说明书的适应症，还包括用于风湿痛、关节痛等疾病的治疗。据米内网数据，公司生产的汉防己甲素片在口服抗炎镇痛类药物中占同品类中销售份额比例约 80%，且市场占有率位居第一；另外，公司的独家中成药品种至心研麝香通心滴丸，在治疗心血管疾病、慢血流等方面有明确的循证医学证据，进入了多个临床指南，市场增长较快，今年前三季度累计销售收入同比增长 17%；以及前面提到的黄蜀葵花总黄酮口腔贴片，也有较大的增长潜力。

6、公司还有多少商誉资产？

答：根据公司披露的财务报告显示，公司已于 2021 年及以前年度累计计提商誉减值准备 7.69 亿元（主要为计提贵州拜特公司的商誉减值准备 7.4 亿元）。目前剩余商誉账面价值为 1.85 亿元，主要为公司在 2012 年、2016 年收购内蒙古康恩贝公司股权时形成的商誉 1.64 亿元。

7、看公司这几年的利润率比较低，主要是什么原因？

答：康恩贝在 2004 年上市之初，主要是以中药产品为主，资产结构和业务结构都相对单一，营销方式也以 OTC 为主，因此有 10% 左右的净利润率。在此后的持续发展中，公司不断注入了其他业务板块的产品，比如化学药制剂、原料药等，这类产品以处方药销售方式为主，销售费用率较高，并且生产此类产品的公司大都资产体量较重，折旧摊销等成本相对较高，也进一步降低了公司整体净利

率。再者，有些子公司处于微利或亏损状态，从合并报表的角度看，也会拉低公司整体的净利率。

2020 年纳入国有控股体系之后，根据省国贸集团对下属企业提出的“瘦身健体、专注主业”的要求，公司加快了对内部低效、无效资产的处置；同时随着国家集采的推进，包括医保控费导致的降价倒逼企业销售模式转型，以及公司内部进一步加强成本控制和费用管理，近几年公司销售费用率处于逐步下降的趋势；再者，公司也在不断做强老品牌、做大新品牌，推动整体盈利能力进一步增强；综合以上几个方面来看，未来公司整体的净利润率是会逐步提高的。

8、公司推出的股票期权激励，是以扣非后的经营指标为基数？

答：是的，公司选取了净利润增长率、加权平均净资产收益率、研发投入总额占当期工业营业收入的比例、净利润现金含量作为公司层面业绩考核指标。其中“净利润增长率”和“加权平均净资产收益率”的计算均以激励成本摊销前的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润作为计算依据。公司选用的“激励成本摊销前的归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润”，更能体现公司正常经营性的盈利能力水平。

9、认购英特非公开发行股份也能进一步增厚公司的利润，公司当时也主要是出于这方面的考虑才参与定增吗？

答：这是一方面的原因，当然更重要的是本公司以及下属子公司基本是从事药品生产的企业和专业化销售企业，是英特集团的上游客户单位，一直以来与英特集团批发业务合作基础较为扎实，现在同为省国贸集团下属企业，双方业务协同进一步加强。通过认购英特集团非公开发行股票，能充分发挥公司和英特集团各自在技术、客户、生产运营及战略资源等方面的优势，深化双方在市场拓展、内部运营管理、技术研发、下游客户渠道等领域的资源共享与合作，有助于公司整体盈利规模的提升。