

证券代码：600222

证券简称：太龙药业

## 河南太龙药业股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

(2024年6月)

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" 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"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他_____
会议时间	2024年6月5日 特定对象调研、分析师会议 2024年6月21日 媒体采访
会议地点	河南省郑州市高新技术产业开发区金梭路8号
参与单位名称 或人员姓名	国投证券：贺 鑫 易方达：余欣鑫 财联社：王平安 张良德
上市公司 接待人员	董事会秘书      李念云 证券事务代表      吴 听 投资者关系专员      吉思凡
投资者关系 活动主要内容	<b>一、介绍公司基本情况</b> 河南太龙药业股份有限公司 1993 年建厂，1999 年在上海证券

交易所上市，是河南省医药行业首家上市公司。目前公司包含药品制剂、中药饮片、药品研发服务三大核心业务板块。

公司药品制剂业务以中药口服制剂为主，治疗领域覆盖呼吸系统、心脑血管、消化系统、神经系统、生殖系统及妇科疾病，主要产品包括双黄连口服液系列、双金连合剂、小儿清热止咳口服液、小儿退热口服液、丹参口服液、生脉饮、复方益母口服液、藿香正气合剂、五子衍宗口服液、小儿复方鸡内金咀嚼片、石杉碱甲片等。公司核心产品双黄连口服液多次被国家卫健委、中医药管理局列入重大疫情诊疗方案的推荐用药，是应对呼吸道传染性公共卫生事件的代表性用药之一，多次被评为“药店店员推荐率最高品牌（感冒药类）”。

全资子公司浙江桐君堂药业负责中药饮片业务的开展，为国家级非物质文化遗产传承保护单位，2024年“桐君堂”被国家商务部认定为“中华老字号”。桐君堂持续扩大道地药材基地以及药材可追溯体系建设规模，做优做稳中药饮片，将传统炮制技术与先进制造工艺有机融合，参与多项行业标准的起草，“药祖桐君”中药饮片在江浙地区具有较高的品牌美誉度和市场占有率。

子公司北京新领先负责药品研发服务业务的开展，位列“中国医药研发公司五十强企业”，可提供临床前药学研究、临床 CRO 研究、药品持证及转化服务、分析检测服务等全产业链技术服务，专注于高端制剂和创新药研究、复杂化合物开发、体内外桥接评估、BE 和临床试验方案分析等领域的技术创新。

未来，太龙药业将持续围绕公司发展战略，聚焦主业，夯实基础，进一步推进公司高质量发展。

二、公司于 2024 年 6 月 5 日下午 13:00-14:30 举行特定对象调研及分析师会议，主要交流内容如下：

**1. 公司药品制剂业务有哪些产品？**

答：公司药品制剂业务主要产品治疗领域覆盖呼吸系统、心脑血管、消化系统、神经系统、生殖系统及妇科疾病。公司以核心产品双黄连口服液在呼吸系统领域的优势，针对特殊人群推出了无糖型双黄连合剂和儿童型双黄连口服液等独家产品，结合双金连合剂、小儿清热止咳口服液、小儿退热口服液等产品，构建科学的清热解毒类产品组合；此外公司积极引入藿香正气合剂，与公司核心产品形成季节互补；同时公司深化产品梯队建设，积极推广心脑血管治疗领域的药品丹参口服液、生脉饮，消化系统类药品小儿复方鸡内金咀嚼片及生殖系统类药品五子衍宗口服液等产品，打造多层次产品矩阵。

**2. 桐君堂的客户构成情况如何？**

答：公司中药饮片业务以直销为主，主要客户覆盖公立医院及中医诊疗机构。近年来，面对饮片市场日益激烈的市场竞争，公司树立“有所为、有所不为”经营理念，打造优质优价营销体系，围绕提质增效的总目标对客户结构进行优化，积极参与浙江省内公立医院的招标采购，并加强向周边省份的服务覆盖，通过道地药材基地溯源的质量保障、传统炮制工艺与创新发酵技术的生产优势、“云

煎药”等服务体系的支撑，赢得客户的认可。

### **3. 公司药品制剂业务销售渠道、团队等情况是怎样的？**

答：药品制剂业务主要采取“经销分销”与自营相结合的销售模式，目前已建立遍布全国 30 余个省、自治区、直辖市的营销网络，下游客户包括医药经销商、连锁药店等。公司结合区域和渠道资源因素，筛选确定合格的经销商，将产品销售给经销商，通过经销商的销售渠道实现对医疗和零售终端的覆盖；同时与大型连锁药店开展深度合作，并有部分产品通过电商平台实现销售。目前公司产品已覆盖近万家医疗终端，合作的连锁及单体药店已达 20 万家。

### **4. 公司业务有偏重么？以哪个为主？**

答：公司主要业务为药品制造和药品研发服务，具体包含药品制剂、中药饮片及药品研发服务三个板块。公司坚持既定的发展战略，聚焦中药产业、医药研发 CXO 服务主业，不断推进各主营业务齐头并进，持续实施赋能式投资，纵向延伸医药大健康产业链，以创新营销模式、丰富产品管线、优化客户结构、强化品牌价值为业务发展思路，整合内外资源，巩固发展优势、提高发展质量，保持发展战略的持续性和稳定性。

### **5. 介绍一下新领先未来的发展规划**

答：新领先在竞争加剧的市场环境下，将坚持提升技术平台、加大自主立项、扩大创新药临床业务，做新做精主营业务，走出符合公司特点的发展路径；持续拓展、完善全产业链药物研发服务平台，加快推进郑州、重庆、杭州等研究分院的产能释放，丰富项目

储备，提升专业技术和项目管理能力，通过技术优势及一站式服务，增强客户粘性；加强内部管理效率，持续优化研发管理架构，提升人均效能，打造专业化、高素质、有市场竞争力的研发团队，通过对外技术合作、购买等形式，加快启动更多改良型新药高端制剂平台；积极推进 MAH 公司建设，发挥新领先研发技术优势，增加自主立项产品数量，为 CXO 体系丰富产品储备；通过新设立的龙华医药产业基金对医药企业的股权投资，拓展公司与医疗健康机构的合作机会，为公司药品研发服务业务拓展客户和渠道，同时为产业链重组整合做好标的储备，多措并举，实现公司研发服务实力和业务规模的快速增长。

**6. 公司在保障供应链稳定及毛利率提升方面有何措施？**

答：公司采用多种形式把控药材源头，积极推动中药材规范化种植，保障原料稳定供应与药材品质；同时公司也密切关注中药材价格走势，及时到产地摸排药材种植采收详细信息，统筹安排确定合理库存及采购周期，控制采购成本；通过优化产品组合与客户结构，叠加降本增效等管理措施提高整体盈利水平。

**7. 公司如何实现年报中制定的发展目标？公司是否有考核机制？**

答：整体上来看，公司将坚持既定的发展战略，聚焦中药制造与药品研发服务双主业，加强战略性资源投入，提高业务协同聚合能力，保持中药业务快速增长，持续提升 CXO 全产业链研发服务实力；继续挖掘降本增效的潜力，不断提升管理效能；充分运用投融资策

略，发挥资本驱动力，拓展产业链，积极寻找适宜的投资项目和并购目标，储备公司发展资源；持续强化内控体系建设，建立健全风险防控体系，有序推进人才梯队建设，持续提升公司治理水平，为持续高质量发展打下坚实的基础。公司内部也设置有考核指标，强化激励约束，突出正向引导，充分发挥考核工作的评价功能、导向功能和监督功能，保障公司科学决策和平稳发展。

三、公司于2024年6月21日下午14:30-16:30接受财联社记者采访，主要交流内容如下：

1. 公司药品制剂业务主要产品为中药口服液，坚持做“中药口服液专家”，请问为什么选择口服液剂型？

答：公司自成立以来，始终坚持“品质化建设”理念，把产品质量放在首位，选择口服液剂型也是从产品品质角度考量的。相较于丸剂、片剂、胶囊等剂型，口服液剂型药品属于液体制剂，更容易被肠胃道吸收、质量稳定、能够迅速发挥药效、服用方便，更接近传统中药炮制及加工方式，因此公司选择专研口服液，致力于做“中药口服液专家”。

2. 公司产品条线是如何划分的？

答：公司中药口服制剂产品条线主要聚焦在治疗领域和适用人群：按治疗领域划分，产品覆盖呼吸系统，如核心产品双黄连口服液系列、双金连合剂及藿香正气合剂等；消化系统，如小儿复方鸡内金咀嚼片、乌金口服液；生殖系统，如五子衍宗口服液等；妇科，如复方益母口服液等。

按照适应人群划分,可分为儿童药,如双黄连口服液(儿童型)、小儿复方鸡内金咀嚼片等;老年用药,如针对糖尿病患者的双黄连合剂(无糖型)、针对心脑血管类疾病的生脉饮、丹参口服液和针对神经系统类疾病的石杉碱甲片。

### **3. 如何看待近几年中药材价格走势?**

答: 中药材价格走势近年来波动较大。但受气候、种植面积、采收周期以及产业周期等多种因素的影响,个别中药材价格疯涨,但今年部分中药材价格已经出现回落,未来中药材市场也会也渐趋理性。公司密切关注中药材价格走势,根据生产计划合理采购相关中药材原料;对于部分长期使用、需求量大且价格波动大、能够长期存放的关键中药材,公司择机组织专项采购,并通过“公司+合作社+农户”的形式在道地药材产区设立长期稳定的供应基地,以保障质量、控制成本。

### **4. 中药集采对公司有何影响?**

答: 中药集采对公司影响可以从两个方面来分析。从产品价格角度来看,集采中标可能会导致公司中标产品价格下降,但相对来说目前中药集采产品考虑到药材成本与品质,降价幅度相比其他品类较为温和;另外从产品销售方面来分析,集采中标有利于提升公司中标产品在医疗机构的覆盖面,从而助力公司提升市场占有率。

**5. 桐君堂获批为“中华老字号”,其品牌价值只限于中药饮片业务较为可惜,后续公司是否对其有进一步规划?**

答：桐君堂药业已获得国家级非遗和中华老字号两项品牌荣誉，在区域内拥有良好的口碑和市场份额。未来桐君堂将在做优做稳中药饮片的同时，深挖品牌价值，宣扬“桐君堂”中华老字号，做好“桐君传统中药文化”国家非物质文化遗产保护传承，打造国内一流饮片企业标本室，提升中药饮片产品附加值；深入挖掘传统中医药在“治未病”领域的优势，开发适合大健康市场的系列产品，按照“互联网+”的思路，拓展消费端市场，形成新的增长点。

#### **6. 公司一季度利润大幅提升，是什么原因？**

答：公司一季度归母净利润较上年同期增长 477.28%，主要是报告期公司持续推进降本、提质、增效各项具体措施，加强精细化管控水平，合理控制经营成本，提升盈利能力。

#### **7. 公司核心产品双黄连口服液市场销售亮眼，是否有带动公司其他产品销售？**

答：公司优化营销体系，深耕销售渠道，以核心产品双黄连口服液为引领，形成按治疗、应用领域划分的多产品梯队组合，同时通过短视频等新媒体宣传的形式弘扬中医药文化，提升品牌知名度和美誉度，多措并举下 2023 年双黄连口服液系列产品销售额创下历史新高，其他产品组合销售额过亿，如丹参口服液、双黄连合剂（无糖型）等产品均取得不错增长，为后续持续快速发展提供了有力支撑。

（以上活动不涉及应当披露但未披露的重大信息）