



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：2022-005

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 checked="" type="checkbox"/>其他 <u>特一药业网上交流会</u></p>								
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>东兴证券 医药行业首席分析师 胡博新 工银安盛人寿资管 研究经理 劳亭嘉</p>								
<p>时间</p>	<p>2022年2月11日</p>								
<p>地点</p>	<p>公司二楼会议室</p>								
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事会秘书、财务总监：陈习良 总经理助理：许荣煌 证券事务代表：徐少华</p>								
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、公司股权激励制定的业绩目标比较激进，请问业绩增速和业绩预期的驱动力来自哪里？</p> <p>回复：公司本次股权激励计划主要是针对2021年-2023年会计年度，并分年度对公司的业绩指标进行考核，以业绩考核目标是否达到作为激励对象当年度的行权条件之一。具体如下：</p> <table border="1" data-bbox="448 1630 1394 1910"> <thead> <tr> <th>行权期</th> <th>业绩考核目标</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第一个行权期</td> <td>以2020年净利润为基数，2021年净利润增长率不低于170%</td> </tr> <tr> <td>第二个行权期</td> <td>以2020年净利润为基数，2022年净利润增长率不低于300%</td> </tr> <tr> <td>第三个行权期</td> <td>以2020年净利润为基数，2023年净利润增长率不低于450%</td> </tr> </tbody> </table> <p>公司管理层在充分分析了近年来的销售数据、当前疫情的持续影响情况等因素的情况下制定了合理的业绩目标，随着公司核心产品</p>	行权期	业绩考核目标	第一个行权期	以2020年净利润为基数，2021年净利润增长率不低于170%	第二个行权期	以2020年净利润为基数，2022年净利润增长率不低于300%	第三个行权期	以2020年净利润为基数，2023年净利润增长率不低于450%
行权期	业绩考核目标								
第一个行权期	以2020年净利润为基数，2021年净利润增长率不低于170%								
第二个行权期	以2020年净利润为基数，2022年净利润增长率不低于300%								
第三个行权期	以2020年净利润为基数，2023年净利润增长率不低于450%								



止咳宝片的销售恢复及公司新产品皮肤病血毒丸、降糖舒丸的良好市场销售反馈，公司董事会和管理层对股权激励所设定的各年度业绩目标充满信心。为实现上述业绩目标，公司制定的相应发展规划如下：

1、拓展现有核心品种的市场份额。在我国人口老龄化加快的时代背景下，公司将依托属于制药行业的优势，针对老龄人口面临的疾病问题，推广和宣传相关的药品，为老龄人提供疗效较好、服用方便的产品。老龄人口面临的疾病，主要包括呼吸系统疾病、心脑血管疾病、及癌症等方面。在呼吸系统疾病方面，公司的止咳宝片产品，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）疗效显著。老龄人口大部分有老慢支的疾病，止咳宝片具有独特的止咳、平喘功效，且疗程短、见效快，服用方便，便于老龄人口的使用。2019年，公司对止咳宝片产品的市场覆盖率进行了全面调查，从调查结果来看，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，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，这些空白区域的开拓将进一步增加止咳宝片产品的长期市场空间。未来，公司将抓住人口老龄化的机遇，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，同时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，扩大核心品种止咳宝片的销售份额。目前止咳宝片有专门的生产车间，当前的产能是10亿片（约4000万盒），后期可以根据市场需要，在现有的场所增加生产设备，产能可以达到24亿片（约1亿盒）。

2、加大潜力中成药产品的市场培育和开发力度，增加销售收入。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，重点培育和发展中医药产品。公司预计每年推出两到三个中成药品种，如近年推出的皮肤病血毒丸、降糖舒丸及枫



蓼肠胃康片等产品。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，目前公司已启动皮肤病血毒丸的临床试验，公司将通过核心品种的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，提升公司的经营业绩。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。皮肤病血毒丸已于 2020 年年底上市销售，目前市场销售反应情况较好；降糖舒丸已于 2021 年 10 月正式上市销售。

3、以一致性评价为契机，积极参加后期集采的招投标工作，增加营销渠道，带来销售的增长。自 2016 年以来，公司一直在持续开展质量和疗效一致性评价的研究开发工作，截至目前，公司的头孢氨苄胶囊、蒙脱石散、头孢拉定胶囊、磺胺嘧啶片、阿莫西林胶囊、盐酸克林霉素、甲硝唑片、吡嗪酰胺片、复方磺胺甲噁唑片、替硝唑片和卡托普利片等 11 个产品已通过一致性评价，针对上述品种，公司将根据市场情况，积极参加后期的招投标工作，以增加产品的营销渠道。

4、充分利用新宁制药原料扩产带来的产能增加，扩大原料药的市场份额，带来销售的增长。公司的全资子公司新宁制药后期的扩产完工，产能提高一倍，将进一步扩大公司原料药产品的市场份额，增强公司的盈利能力。

二、请问公司原料药的产能是多少，具体有哪些品种？原料药的出口占比有多少？扩产后的摊销盘活期是怎样的节奏？

回复：公司化学原料药由子公司新宁制药生产销售，产品主要包括铝碳酸镁、苯妥英钠、冰醋酸、氯化钙、硫酸亚铁等，基本为内销，外销比例很小。新宁制药目前产能 2100 吨左右，受限于产能不足，供货比较紧张。此外，新宁制药生产的基本为小品种原料药，技术先



进，厂家对产品的认可度高。新宁制药后期的扩产完工，产能会提高一倍，将进一步扩大公司原料药产品的市场份额，增强公司的盈利能力。新宁制药产品的扩产，公司进行了充分的市场调研和可行性分析，扩产新增加的固定资产的折旧由扩产后新增加的产品分担其折旧费用，不会对现有的产品成本产生影响，目前扩产的产品均是市场销售良好、产品技术含量高，具有较好知名度的产品，公司预计达成后能提高产品的市场份额和增加销售，进一步提高经营业绩。

三、目前国内较多原料药厂家在扩产，请问公司产能翻倍后如何开发客户？原料药的提价情况？

回复：公司生产的基本为小品种原料药，技术含量高、质量稳定，用户满意度高。其中铝碳酸镁目前在国内的市场份额第一，市场占有率 70% 左右；冰醋酸、次没食子酸铋、硫酸钙等均为全国独家批准文号，市场需求量大，客户稳定且认可度高。同时，受限于产能不足，以上产品供货一直较为紧张。此外，针对目前市场份额较小的原料药品种，公司扩产后在提高产能的基础上提高生产规模，有利于进一步降低生产成本，提高产品的市场竞争力。目前这些原料药均具有一定的定价权，后续，公司将根据生产成本、合理毛利率及市场供求等综合考虑，确定合理的供货价格。

四、公司有将近十几个品种通过一致性评价，请问参与集采的节奏和预期是怎样的？

回复：在国家一致性评价政策背景下，公司选择了市场销售情况良好，具备一定市场潜力的 29 个产品与相关研发机构进行合作，开展药品质量和疗效一致性评价工作。截至目前，公司的头孢氨苄胶囊、蒙脱石散、头孢拉定胶囊、磺胺嘧啶片、阿莫西林胶囊、盐酸克林霉素、甲硝唑片、吡嗪酰胺片、复方磺胺甲噁唑片、替硝唑片和卡托普利片等 11 个产品已通过一致性评价。针对上述品种，公司将根据市



场情况，积极参加后期的招投标工作，以增加产品的营销渠道，增加公司的经营业绩。

五、请问化学制剂药的收入体量，是否有营收额达到几千万元的产品？

回复：公司目前生产销售的化学制剂药有 69 个品种左右，化学制剂药的营业收入占公司营业收入的 45%左右，其中营业额过千万的产品包括依托红霉素片、红霉素肠溶片、阿咖酚散、土霉素片、曲咪新乳膏、硫酸庆大霉素片、布洛芬片、复方磺胺甲噁唑片、磺胺嘧啶片等。这些产品的营业收入相对比较稳定，具有较好的市场基础，属于低价药产品，具有一定的市场竞争力。

六、请问止咳宝的销售情况，2021 公司的经营业绩非常好以及增速很快的原因是否与止咳宝销售量重新上升带动毛利率上升有关呢？

回复：公司 2021 年业绩增长较大主要是核心产品止咳宝片的销售恢复较好。2020 年，由于受到新冠疫情影响，公司 OTC 产品的销售活动开展受到限制，加上零售药店购买发热、咳嗽药品人员信息登记报告制度等限制措施的实施，客户产品需求量下降，导致公司止咳宝片销售收入下降显著，对公司利润影响比较大。2021 年随着国内新冠肺炎疫情得到有效控制及疫苗接种人员的普遍化，公司止咳宝片销售基本恢复至正常水平，止咳宝片产品由于销售占比的提高和较好的毛利率水平，带来了综合毛利率的提高；同时，公司不断加强品牌建设、优化产品结构，加大内部管理，坚持降本增效等措施，公司的经营业绩也取得了较好效果。

七、止咳宝以前的销售模式主要是经销，请问公司未来在省外的销售扩张模式打算直销还是继续走经销呢？



回复：公司的止咳宝片产品主要是以地级市及省会城市为区域代理方式。2019年，公司对止咳宝片产品的市场覆盖率进行了全面的市场调查，发现市场覆盖率比较好的地区主要为广东、浙江、江苏、山东、东北三省及北京市区。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。公司在上述总结分析的基础上，为了进一步提高止咳宝片的市场占有率，于2019年末提出了先在广东省内建立自己的营销团队，在现有止咳宝片销售渠道的基础上，由自己的营销团队直接对终端进行推广销售，培养自己的直销队伍，总结销售经验后，以省为单位，进行逐个推广，推广的方式是经销+直销的形式为主，实现销售市场互补。

八、请问公司的经销商整体的药店渠道覆盖率是怎样的？基本进入百强连锁药店了吗？

回复：国内药店数在55万家左右，目前公司与国内的百强连锁药店均有合作，药店渠道覆盖率在20%左右。此外，全国百强线下药店的线上旗舰店如大参林、高济体系、海王星辰、老百姓、益丰、一心堂、漱玉平民大药房及健之家等都有销售公司的产品。后续，公司将在营销网络建设方面进一步完善，加大对全国百强药店的直销和业务推广力度，进一步把市场做深做细，巩固存量市场，拓展增量市场，进一步提高公司产品的市场覆盖率和消费者人群。

九、止咳宝片进入药店的价格与零售价格的差价与皮肤病血毒丸和降糖舒丸的差价相比，止咳宝片的差价率较小，止咳宝片对药店有吸引力吗？

回复：止咳宝片与皮肤病血毒丸、降糖舒丸所处的市场推广阶段不同，因此销售策略不同。止咳宝片至今已有百年历史，在临床上用于治疗慢性支气管炎，尤其是寒性咳嗽、痰湿咳嗽，疗效显著。经过



多年的市场推广，止咳宝片客户认可度高，受众稳定，能为药店带来稳定的消费群体，增加客流量。而皮肤病血毒丸和降糖舒丸作为公司近两年新推出的产品，是在现有止咳宝片销售渠道的基础上，由自己的营销团队直接对药店进行推广销售，尚处于推广初期，因此策略不同，定价也不一样。

十、公司的小儿止咳品种挺多，请问利润与竞争对手相比怎样？

回复：在止咳化痰类药物方面，目前除了止咳宝片外，其他止咳类产品销售占比不大。后续，公司将依托止咳宝片多年来在相关销售地区形成的良好口碑，培育、带动  品牌系列品种。此外，公司子公司特美健康投资参股小苹果儿科，涉足医疗服务领域及儿科市场，有利于公司进一步利用自身的资源，在儿童医疗服务市场和儿童用药市场协同布局发展。在国家鼓励中医中药的时代背景下，公司将进一步开发中成药品种，扩大适用人群，拓展公司产品在儿科领域的市场。

十一、请问经销商渠道的库存周转天数能否统计？

回复：大中城市及沿海城市库存 30 天左右，东北、内蒙、西北等地区受交通影响，库存 35-40 天左右。公司管理层注重进销存的监控与调节，实时掌握各地动销与库存情况，对于部分动销率有偏差的市场及时给予支持和调整，促使全国市场动销平衡可控。

十二、请问止咳宝是 OTC 产品？会不会有集采的压力？

回复：止咳宝片是 OTC 品种，同时也是全国独家品种，其销售渠道绝大部分在药店、个体诊所销售，市场比较稳定，有较好的消费群体。后续，公司主要考虑通过其他品种增加集采来实现销售增量。

十三、中成药产品中的血塞通分散片、小儿咳喘灵颗粒是否参与这次广东集采？请问竞争情况和销售情况是怎样的？



	<p>回复：公司已为血塞通分散片、小儿咳喘灵颗粒参与广东省联盟的中成药集采项目开展准备工作。小儿咳喘灵颗粒此前在医院销售反馈较好，受众认可度高，具有一定的竞争优势；血塞通分散片相对竞争较大，后期，公司主要做好其产品质量和发挥价格优势。该两个产品近年来的平均销售规模在 1000 万左右，占公司营业收入的比例较小。</p> <p>十四、请问公司中成药医保产品有多少呢？</p> <p>回复：目前，公司的产品纳入《2020 年国家医保药品目录》共有 173 个品规，其中中成药 68 个品规，化学制剂药 105 个品规。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 2 月 11 日