

证券代码：002873

证券简称：新天药业

债券代码：128091

债券简称：新天转债

贵阳新天药业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-019

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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（电话、线上会议）
参与单位名称	信诚基金、泰信基金、浦银安盛基金、银河基金、建信基金、银华基金、华夏久盈基金、申万菱信基金、华安证券、开源证券、民生证券、山西证券
时间	2022年7月29日
地点	上海市徐汇区东安路22楼公司会议室、电话及线上会议
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理、董事会秘书：王光平 证券总监、证券事务代表：王伟
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者问答：</p> <p>问题一、请问公司近年来业绩快速增长的主要原因，这种增长趋势是否具有可持续性？</p> <p>答：公司整体发展是一个持续性战略布局与实施，而经营发展的成长与业绩增长，从来都不可能“一蹴而就”。公司早在2018年开始，结合公司产品线、市场渠道、产品市场份额及未来预期，就实施了一系列产品市场战略布局，包括巩固原有渠道建设，加大临床销售渠道市场的产出、夯实医院覆盖率、加大下沉市场的产出等；新建零售市场布局，开启OTC市场渠道建设与品种布局，到2021年已经打下了相对丰实的市场基础；在产品梯队建设、多品组合、网上销售平台等方面，也呈现了较为明显的发展态势、逐步打开发展空间。</p> <p>除此以外，还有公司内部研发生产、管理等方面的全面提升及股权激励的实施，以及外部行业政策支持与地方政府的产业支持等进一步巩固和促进了公司的发展。</p>

因此，公司近两年开始进入发展快车道，不是偶然现象，而是作为一个企业综合战略布局，多年积累，在具备了诸多发展基础的前置条件下，所展现的一个内生发展动力，是具有一定可持续性的。

问题二、公司二季度以来，经营情况及疫情对业务的影响？公司是如何应对疫情的？

答：今年 3 月以来，疫情多处散发，的确对整体经济环境、产业链物流等，带来了一定程度的影响，特别是华东相关区域。

公司部分区域的处方药销售和 OTC 销售与货物流通，不可避免的受到一定影响。但经过公司全体员工坚守企业发展目标底线，克服困难、砥砺前行，从目前情况看，对今年年度业绩增长目标完成的影响仍在可控范围内，预计公司全年增长趋势不变。

疫情影响，系不可抗力因素，公司市场营销体系已连续经历 2020 年、2021 年的疫情和自然灾害的影响与挑战，在此过程中已总结了一定经验，并提前做了相应预案。对于疫情影响，公司已通过加大 OTC 及线上宣传推广力度、集中力量增强非疫情地区推广力度、适当调整销售安排与物流预案等方式，来减轻疫情对完成全年目标的影响；同时，公司在长期坚持产品全生命周期临床研究，且前期市场战略布局成效显现的基础上，今年还启动了“中药商业品牌”计划，并已在四个省份展开试点，预计将会进一步提升 OTC 市场的产品推广力。

问题三、公司主要在研产品有哪些最新进展？可否就配方颗粒和经典名方产品未来对公司的经营业绩所产生的影响做出初步预判？

答：公司目前已完成 3 个中药新药的临床三期研究，正处在推进新药项目的报产准备期，后续将结合实际情况陆续提出上市许可申请。结合目前的研发进度，基本符合此前预计的报产时间周期。

配方颗粒项目，公司作为贵州省首批 3 家中药配方颗粒研究试点企业之一，现已拥有贵州省标品种 445 个，并完成国标备案品种 100 余个。目前公司正在加快实施配方颗粒产能建设，为后续全国范围的市场化，做品种储备、产能储备、规模化成本优势作准备。

经典名方研发方面，公司目前已有 7 个涵盖妇科、儿科、呼吸科及慢性病等领域的品种在研发管线中，拟在相关部门发布相应方剂关键信息后，陆续提出上市许可申请。研发进度，基本符合此前预计的报产时间周期。

配方颗粒和经典名方对公司来说，都属于未来长期战略新的业绩增长点，也是公司未来发展战略布局的重要组成部分，预计未来将对公司发展产生积极的影响。

问题四、公司主要产品未来 3-5 年的营收目标？疫情影响下是否会考虑调整今年的经营目标？

答：公司将继续秉承做“说得清，道得明”的现代中药理念，依托国家中医药产业政策支持，聚集中医药优势病种，以女性健康、泌尿系统健康、慢性病为主攻领域，并覆盖老年疾病、儿童用药及其他具有自身研发优势的产品领域，持续坚持以临床疗效拉动 OTC 渠道市场为基本抓手，确保存量发展的同时也能够实现增量业务同步发展。

未来 3-5 年，在主要产品方面，公司希望能够成为细分领域的领导品牌，进而实现行业“大单品+强品牌”的战略目标，系统打造“临床价值产品+符合商业逻辑价值”的药品品牌，从而成就多个梯队优势产品群，力争多个主要产品在女性健康妇科、泌尿系统等领域，成为领军产品。

从上半年的经营发展趋势看，虽然产品推广及销售工作受到疫情的部分影响，但影响程度相对可控。

问题五、请阐述一下公司 OTC 市场发展以及品牌战略的实施情况？未来对公司营业收入增长的影响？

答：公司在 2018 年就已筹划布局 OTC 市场，并建立了 OTC 事业部，经这几年的不断努力和拓展，目前 OTC 市场已覆盖 9 万余家门店及约 800 家连锁机构，公司产品院外零售市场基础已经很扎实。

下一步便是加大 OTC 市场投入，加大单品、单店、多品、多店的销售量，提升细分领域的市场份额。公司将继续坚持“以临床疗效拉动 OTC 渠道市场”，同时持续提升 OTC 的销量，进而实现品牌战略目标。从今年 3 月以来，公司便开始落实“龙门计划”推广工作，即在部分省市开展试点，通过新媒体等渠道进行品牌投放和宣传，以和颜品牌为代表进行相应的品牌投放，希望形成“大单品+强品牌”的战略目标。目前，上述试点省市的推广工作正有序开展。

若未来 OTC 品牌战略能顺利在全国范围全面展开，对公司的营业收入、净利润等业绩指标将产生积极影响，公司的整体市场规模、盈利水平将得到明显提升。

附件清单（如有）	无。
日期	2022年8月1日