

证券代码：002287

证券简称：奇正藏药

债券代码：128133

债券简称：奇正转债

## 西藏奇正藏药股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2024-002

投资者关系活动类别	<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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
活动参与人员	浦银安盛基金 徐博；易方达基金 鄢煜；西南证券 杜向阳 公司高级副总裁、董事会秘书 冯平；证券事务代表 李阳
时间	2024年06月17日（星期一）16:30-18:00
地点	腾讯会议
形式	线上
交流内容及具体问答记录	<p><b>一、藏医药及公司简介</b></p> <p>公司是国内藏药龙头企业，主要从事新型藏药的研发、生产和销售。现有 25 个独家品种和 141 个药品批准文号，产品涵盖骨骼肌肉系统、神经系统、消化系统、心脑血管、呼吸系统、泌尿系统、妇科、皮肤科、儿科等领域。</p> <p><b>1、一座“宝库”</b></p> <p>藏医学诞生于“世界屋脊”，在藏族人民与疾病的长期斗争中形成，汲取印度医学、阿拉伯医学、中医学、苯医理论精华，自成一体，传承至今，已有 3800 多年。</p> <p>藏医学拥有完整的医学体系、独有的高活性药、督导的炮制工艺、多样的优势治疗领域以及无私利众的医德传承。</p> <p>藏医学用树的根、干、枝、叶，形象系统地介绍了藏医在治疗疾病时所用到的饮食、起居、内服、外治等四种治疗方法。藏医学倡导预防与治疗并重、身体与心</p>

灵同治。在当代，藏医学拥有差异化的治疗优势以及身心一体化的解决方案。

1995年，奇正藏药落户西藏林芝，奇正人以现代科技传承千年经典藏药的征程由此开启。

## 2、奇正藏药的“密码”

### (1) 患者关爱

公司丰富的产品线为患者提供多元的用药选择。公司拥有以消痛贴膏、白脉软膏等25个独家品种为核心的141个药品批准文号，其中OTC品种60个，国家秘密技术（秘密级）品种3个，覆盖骨科、神经科、皮肤科、妇科、儿科、呼吸科、消化科、心脑血管科等多个藏医特色治疗领域。

公司以患者为中心，以临床需求为导向，不断挖掘、丰富公司产品的医学循证证据，助推公司产品进入各项临床应用指南或共识，实现药物的临床价值和临床体验，使患者享有更多的临床获益。

公司发展多模式营销，通过多产品全领域覆盖，提升用户体验。

公司严格遵循GMP及GSP各项要求，实施药品质量全生命周期管理，保障药品安全，守护消费者权益。

### (2) 科技创新

公司秉持“源于经典，基于临床、科技创新、提高疗效、医学整合”的思想，优选经典名方、临床验方进行新药研发，从剂型创新、新适应症拓展、新型给药方式创新以及藏中西结合挖掘临床价值等方面发力，搭建创新与共享的平台，不断推动藏药产业发展。

公司承接的十三五国家重点研发计划——“经典藏药如意珍宝片和白脉软膏治疗藏医重大疾病白脉病示范开发研究”以88分的成绩通过国家验收。

公司打造藏药生产绿色智能标杆，积极主动地拥抱、应用新一代信息技术、自动化技术、工业软件及现代管理思想，向生产智能化、管理智能化、服务智能化稳步迈进。

### (3) 员工发展

公司扎根藏区二十余年，始终将为民族地区培养一批有扎实知识体系、有包容自信品质和兼收并蓄视野的人才看作自己理应承担的责任和使命。

公司坚持通过内部培养、传帮带的方式来培养有潜质的技术人员，通过内部竞聘、招聘平台，促进人才流动，鼓励优秀人员乐于承担，挑战自我，挑起大梁，逐步建立藏区人才良性循环和人才培养长效机制。

### (4) 文化传承

传承千年的藏医药文化滋养、孕育了现代藏药产业。守护好藏医药文化的根脉就是奇正藏药向前发展的

根脉。

截至 2023 年底，公司共捐建、支持藏医诊所 24 家，主要分布于西藏、青海两省。

#### (5) 资源保护

公司追求药材质量与生态环境保护之间的平衡，矢志建立符合长远利益的商业生态系统。在资源保护方面，公司开展摸底调查藏药材资源信息、藏药材种植技术研究、建立野生抚育基地、供应链可持续管理等大量工作。

### 3、积之以因，收之以果

奇正藏药自 2009 年上市以来，业绩持续稳步增长，累计分红超过 23 亿元。

公司为国家首批“创新型企业”、国家级高新技术企业、国家火炬计划重点高新技术企业、国家技术创新示范企业。公司创办 28 年，拥有 GMP 药厂、GSP 营销公司等全资及控股子公司 22 家，借助传统藏医药文化的健康智慧，坚持运用现代创新科技发展新型藏药，引领传统藏药产业升级，成就了公司现代藏药龙头企业的地位。

公司致力于用现代科学技术评价手段把藏医药说明白、讲清楚，围绕市场需求，顺应新环境新态势，搭建全生命周期研发技术平台，全面梳理布局研发管线，深入挖掘藏医药文化精髓和开发潜力。公司研发以临床价值为导向，重视人用经验的整理与分析，挖掘产品核心价值 and 比较优势，构建藏药大品种开发路径，完善产品的证据体系。持续推进藏药新药研发、经典藏药二次开发、质量标准提升、资源可持续发展等研究任务；同时，公司联合国内外科研机构开展新技术、新材料应用研究，为产品升级换代提供科学路径，满足市场更高需求。

公司积极开展循证医学研究，优选适应症、优化说明书，自建营销队伍，开展学术营销和品牌营销，使传统藏药走出藏区，进入主流市场、大众医疗机构和零售药店，被国内外的消费者所认可。

### 4、未来发展战略

公司 2023-2025 年战略为“双轮驱动、双翼领先、双基保障”。双轮驱动是指营销和研发的咬合式发展，其中营销占据了本战略周期的龙头地位，而研发的地位从上一个周期的战略支持跃升到本周期的战略核心。双翼领先是指资源和制造的整合式提升，其中资源保障进入战略主项，而制造方面则提出了立志成为藏药灯塔工厂的雄心。双基保障是指发展数字化共享平台和激活组织的两项重点工作，其中发展数字化共享平台的核心目标定为科学决策以提高公司整体运营效率，而激活组织

旨在进行组织再造，从而解放生产力、提高领导力、培养/吸引高素质人才，作为战略实现的重要支撑。

公司以“弘扬健康智慧·创造生命价值”为使命，以多产品全域营销和藏药现代化为实现路径，通过研发与营销咬合式推动发展，力争实现“外用止痛药第一，藏药市场第一”的战略目标。

## 二、互动交流

### 1、问：公司怎么看消痛贴膏与竞品的竞争情况？

答：消痛贴膏工艺创新采用了真空冻干技术、透皮吸收技术及具独立知识产权的外用湿敷贴剂技术，科学地解决了青藏高原天然植物的活性物质提纯和保存问题，使用时将润湿剂滴在药垫上，最大限度的激发药物活性。其次，消痛贴膏源于民间验方，是国家保密品种，配伍独特科学，由纯天然植物组成，药材来源于青藏高原，活性成分高，且不含乌头碱类的毒性药材。此外，消痛贴膏的疗效有深厚的循证医学研究基础，数百篇学术论文揭示出其强大的止痛作用机理，获得临床医生和患者的普遍认可；强大的产品力使得消痛贴膏的复购率较高。

外用止痛贴膏剂的市场容量持续扩大，这是各厂家和相关产品共同努力的结果。市场上每个厂家都有自己的定位，公司通过聚焦优势病种进行差异化产品创新及定位营销开展业务，以满足医生和患者实际的治疗需求。

### 2、问：消痛贴膏还有发展空间吗？

答：公司主打产品消痛贴膏虽然上市 20 年，市场开发空间还很大。

从市场角度看，消痛贴膏在骨骼肌肉系统疾病外用中成药贴膏剂药店市场和医疗市场的市场份额排名靠前，但市场份额仍有提升空间。

从水平方向看，各省份的开发不均衡，有些省市有很大拓展空间。

从垂直角度看，公司逐渐由以前的重点在核心大城市不断进行渠道下沉，重点开发基层医疗及县域市场，扩大市场覆盖。

从渠道方面看，除在医疗渠道深耕等级医院、精细化布局县域医院和基层医疗市场、加快医疗终端的县域拓展和渠道下沉外，公司重视零售渠道拓展，以品牌营销战略为指引，深耕 KA，加大药店终端的市场活动推广力度，提升团队执行力；公司通过互联网及新零售积极拓展新客户人群，推动品牌适度年轻化，通过品牌年轻化带动公司客户年轻化，重点关注久坐和运动损伤两大

人群，扩大新的消费群体；加快数字化营销转型，扩大电商平台销售，进一步拓展 O2O 新零售渠道，并创新数字化品牌沟通模式，深化新媒体营销布局，创新终端推广活动。

公司进行营销组织变革，在营销中心下将商务销售部拆分为独立部门，通过商业分销做大间接销售；设立中央市场部，拉通市场资源，强化学术营销、品牌营销和数字化营销能力建设，统筹各渠道策略规划和资源的合理分配及监督执行。

### **3、问：除消痛贴膏外，公司哪些现有产品值得期待？**

答：根据藏药现代化战略，公司在藏医治疗优势领域、公司现有产品、重大疾病中寻找交叉点，不断挖掘产品的临床价值、满足临床治疗需求，提供藏医特色解决方案。

如白脉软膏，国家“十三五”科技部重点研发项目《经典藏药如意珍宝片和白脉软膏治疗藏医重大疾病白脉病的示范开发研究》以 88 分的成绩通过国家验收，项目发表白脉软膏联合如意珍宝片治疗急性缺血性脑卒中以及白脉软膏治疗糖尿病周围神经病变相关研究基础及临床文献，为神经内科、内分泌科新科室拓展提供依据；由中国中医科学院望京医院牵头，全国 8 家三甲医院共同完成《白脉软膏治疗腰椎间盘突出症的多中心、前瞻性、随机、双盲、安慰剂对照临床研究》，充分验证了白脉软膏治疗 LDH 的疗效及安全性，相关研究成果发表 SCI 期刊《phytomedicine》，影响因子 7.9，JCR 分区 Q1 区，是白脉软膏骨科首个高级别证据。

通过开展临床研究不断积累高等级循证医学证据，证明公司产品有效性、优效性，为现代疾病诊疗提供差异化治疗方案。

### **4、问：公司产品是否会被集采？是否有降价压力？**

答：目前公司尚未有产品纳入集采。

公司持续关注国家相关政策的发布及执行细则，从管理和产品等方面着手提升企业品牌竞争力。公司通过精细化管理，加强组织建设，逐步推进省区分线管理制度，激活组织活力，建立专业的独立学术推广队伍。渠道下沉，布局并发展县级医院及基层医疗市场，优化各渠道资源匹配。学术引领，专业驱动，强化合规经营，加大对产品基础研究、临床价值、高等级循证医学研究的投入，完善各产品循证证据链条，提升产品临床价值及产品竞争力，促进业务可持续发展。在零售市场继续

	<p>加大品牌营销力度，通过持续的品牌建设和投入，建立奇正品牌的知名度和偏好度，占领消费者心智，增强消费者粘性。与此同时，公司不断丰富产品线，通过资源配置发展白脉软膏、青鹏软膏、红花如意丸等其他产品。消痛贴膏在公司整体销售收入的占比逐年下降。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>