

天津中新药业集团股份有限公司 投资者调研接待记录

调研方式：线上联合调研

调研时间	2022年3月31日 15:30—16:35		
公司接待人员			
董 事 长：张铭芮	董事、总经理：李 颜		
财务副总经理：牛胜芳	董 事 会 秘 书：焦 艳		
与会投资者			
西南证券	上海尚近投资	汇添富基金	嘉实基金
国融证券	上海宁涌富	富国基金	华夏基金
华泰证券	融溢投资	交银施罗德基金	国投瑞银基金
国海证券	秋之阳投资	鹏华基金	信诚基金
渤海证券	恒立投资	中融基金	浦银安盛基金
阳光资管	上海尚近投资	长城基金	泰信基金
林园投资	天骏投资	万家基金	东方阿尔法基金
红土创新基金			
交流的主要问题及公司回复概要			
<p>问题 1. 2020 年公司开启国企改革，请公司介绍下未来“十四五”整体的战略规划和经营目标？</p> <p>回复：中新药业的战略定位是做中国最有价值的绿色中药企业，规划依托“1+5”战略的建设开展完成。</p> <p>“五大”战略：第一大战略是绿色中药做大做强，公司独家品种 116 个，是国内中药资源最丰富，历史最悠久的企业之一。成药板块会聚焦“三核九翼”战略，第一核是构建心脑血管产品线。以速效救心丸为龙头，统筹舒脑欣滴丸、通脉养心丸、参附强心丸等产品矩阵的市场协同，提供心血管领域多病种解决方案。第二核是立足皮肤创面修复，以京万红软膏为主品种，强化创面修复品牌。第三核则是以百年老字号“达仁堂”承载精品国药。另外“九翼”是推动以清咽滴丸为代表的呼吸类产品、以胃肠安丸为代表的消化类产品、以痹祺胶</p>			

囊为代表的风湿骨痛类产品、以癃清片为代表的泌尿类产品、以乌鸡白凤片为代表的妇儿类产品、以紫龙金片为代表的肿瘤类产品等产品线发展。

第二大战略是中药饮片。在“十四五”规划里面，中新药业会深度整合中药饮片和药材基地资源，布局 GAP 基地建设。传承“达仁堂”精品中药饮片品牌，开发达仁堂精品中药饮片，从道地药材，产区选择，炮制加工，全面检测指标，品质标准等方面做好“达仁堂”精品中药饮片规划和建设。

第三大战略是全力打造达仁堂大药房精品国药药店的建设工程，以达仁堂作为自有品牌和依托，探索拓展布局连锁店。

第四大战略是打造达仁堂医院体系，以“药道地，精医道”的医养结合为中医特色，探索品牌连锁的建设。

第五大战略是对大健康布局，通过整合中新药业旗下品牌和产品资源，布局药食同源的大健康品类和功能性产品品类。

“一”是指品牌建设，所有核心工作围绕老字号品牌建设守正创新，以中新药业品牌资源引领发展。

具体到目标，除了 2022 年是稳定基础结构年以外，从 2023 年开始每年的增长目标是不低于 18%。谢谢。

问题 2. 前述 18% 的增长目标是以 2021 年为基数吗？是指工业的增长还是公司整体的增长？是指收入还是利润？

回复：是以 2021 年为基数，指的是公司工业板块的收入。2022 年度为基础调整年，不纳入 18% 的考核。

问题 3. 目前董事会层面我们已经看到一些变化，请公司介绍下新的组织架构。

回复：新的组织架构，一是突出品牌，增设品牌部，充分挖掘老字号底蕴。二是集中生产中心，强化生产智造。通过产能集中布局降低成本。三是突出研发主体，推动旗下中药研究院和各工业企业研究力量整合。四是打造财务中心，加强能力建设，提升财务管控水平。五是营销板块优化调整，独立管理。

问题 4. 公司如何来看股权激励。

回复：在国企混改以后，公司对激励持开放态度。我们在去年就有跟咨询公司探讨。不限于股权激励，包括对于整个中新药业层面的股权激励，超额利润分享，薪金待遇等多个层次。

问题 5. 现有股权激励是继续进行还是设立新的项目，上半年规划能出来吗？

回复：伴随规划目标和管理层的变化会有新的激励，上半年会落实。

问题 6. 中药材成本提升，速效救心丸等成药是否有提价的需要。

回复：作为保命救人的中成药，速效救心丸按日服 10-15 粒算，目前日用金额在 4 元左右。近年很多中药材价格上涨，川芎价格翻了一番，对公司造成了一定的成本压力。同时，速效救心丸提价也存在一定挑战，产品很大一部分在医疗体系销售，各个省招标政策等有一定限制，我们也会积极关注跟进中药大品种优质优价的政策。当然，价格调整的推动过程中，我们最终还是会考虑性价比，更好的服务大众健康，而不是一味提价。

问题 7. 速效救心丸目前是 13 亿左右的规模，未来市场规模能看到多少，公司是否有一个 3-5 年的销售规划？

回复：心脑血管人群 3.3 亿，每年接近两位数在增长，市场规模在 600 亿以上。

立足于速效救心丸，“十四五”目标是至少翻一番，公司将全面推动“中国心·健康行”行动，打造中新药业心脑血管线。以速效救心丸为龙头，统筹舒脑欣滴丸、通脉养心丸、参附强心丸等产品矩阵的市场协同，从舒心，养心，强心，到救心提供心血管全链条解决方案，更好守护国民生命健康。相比速效救心丸，其他品种基数小，要求比翻番要高。

问题 8. 速效救心丸院内院外渠道端怎么发力？速效救心丸的销售团队建设请您介绍一下。

回复：围绕“中国心·健康行”行动，四个产品（速效救心丸、舒脑欣滴丸、通脉养心丸、参附强心丸）的队伍建设有非常大的改变。从原分属于不同的渠道和队伍整合到一个公司运营。营销的学术推广方面加强专业分工，医疗和零售从产品规格到学术推广的队伍建设完全分开。以用户利益为核心，产品价值为基础，以价值赋能为目标，以精准动销为重点，建设好队伍，做好心脑血管产品的推广。恰逢速效救心丸上市 40 周年，产品累计 1,100 亿粒，服务了近十亿人次，我们会做一个总结，在品牌和主品上下功夫。

渠道建设上会进一步下沉终端，一季度构建了省级经销，二级分销，终端动销的渠道体系。

在医院端，公司通过在全国胸痛中心和等级医院的学术宣讲工作，提升医院患者影响力。在连锁赋能方面，把连锁门店工作纳入了重要的工作目标。最终还是以用户为重，通过建队伍，强推广，突品牌，下沉终端，把四个优质的产品送到消费者手里面，为心脑血管患者提供健康解决方案。

问题 9. 公司的二线产品比较多，通脉养心丸、清咽滴丸等产品的规划，

能否量化介绍一下。

回复：严格来讲这些不是二线品种，我们是按品类来区分，都是品类线的一线品种。

通脉养心丸前面有介绍，纳入“中国心·健康行”行动。2021年因为控制渠道，业绩基本持平，历史上产品销售主要集中在京津冀特别是天津地区。产品是张伯礼院士的老师国医大师阮士怡的经典方子，对冠心病心律失常非常有效，对于长期心脑血管保护也很有特色，养脑养心，现在公司在做医保以外的准入工作。

清咽滴丸是由六神丸和清音丸处方化裁而来，四味主药非常有特色，通过舌下含服到达粘膜，快速有效保护，我们提倡声音工作者常备。产品是基药，医保和 OTC 品种。公司在去年全面梳理了销售方式，解决了一些问题，今年是一个调整期，未来作为公司 OTC 端品牌打造的重点。

对于独家片剂癃清片，公司计划在未来三年进一步拓展除目前优质 8 个省份以外其他省份的销售和学术工作。

关于“十四五”产品的规划，规模 20 亿元以上的是速效救心丸；通脉养心丸和清咽滴丸是 5-10 亿元规模的产品；胃肠安丸、癃清片，和痹祺胶囊是 3-5 亿元规模的产品；清肺消炎丸和治咳川贝枇杷滴丸计划每年不低于 20% 的增涨等等。

问题 10. 公司对安宫牛黄丸的定位。

回复：安宫牛黄丸、牛黄清心丸、清宫寿桃丸三个产品都是国家级非遗，此外还包括海马补肾丸等产品依托达仁堂销售公司，重点打造精品国药。

公司的安宫牛黄丸制作技艺独特，我们对安宫牛黄丸有信心。目前是根据市场的行情布局。未来会按照精品国药打造。

问题 11. 公司在研发上的规划。

回复：中新药业的研发是以“以患者为中心，不断打磨产品”为基调。在未来，会加强基础研究，提高创新能力。加强与张伯礼院士，天津中医药大学，海河实验室的联系合作。以临床价值为导向，以真实世界研究为抓手，加强临床专家合作，重视转化医学，加大大品种二次开发。同时，公司也会持续研究经典名方。

具体到今年，公司规划与天津中医药大学和海河实验室合作布局新药开发。与张伯礼院士和田金洲院士共同推动中国脑计划，主要包括公司旗下清宫寿桃丸和舒脑欣滴丸等产品，争取脑病实验室在天津落户。在京万红软膏方面，争取与付小兵院士共同申报国家重大项目，研究功能性修复机理。此外常规性的改造，工艺质量改进工作会继续加强。也会探索与中医院校合作创新药

研发模式。

问题 12. 请介绍一下云天上联盟的合作情况。

回复：云天上是指云南白药，上海医药和天津医药，目前还是框架性的。

三家集团在云南、上海和天津拥有属地的商业资源，未来三方会利用好工业资源对商业的赋能，加强工业的重点产品销售的合作。

问题 13. 考虑到今年公司处于调整阶段，2022 年的销售费用、管理费用是否会有些调整？

回复：在 2022 年，公司会严格对制造成本，管理和销售费用率管理。今年会有结构上的变化，考虑到公司的调整以及社会责任承担，费用率大概会维持在 2021 年的水平，规划在 2023 年-2024 年调整。此外在内控管理方面，会启动供应链集采，降低原辅包材采购成本，制定亏损点的减亏方案。综合降低整个中新药业的成本。

问题 14. 今年分红占净利润的比例达到 50%以上，会作为新的常态吗？

回复：分红是回报和感谢投资者的重要方式之一，未来公司要创造更多利润回报投资者。明年还要根据公司的发展确定，不能讲 50%是一个常态。

问题 15. 关于品牌运营，是多品牌矩阵还是主打中新这个品牌。

回复：公司旗下四个老字号（达仁堂、隆顺榕、京万红、乐仁堂），达仁堂认知度高于其他品牌，未来会以达仁堂为主强化品牌建设，进行全产业链赋能。另外三个作为子品牌赋能使用，隆顺榕作为卫药品牌，赋能“毒麻精”中药饮片。京万红赋能皮肤疮面产品线。乐仁堂承载特色剂型成药。

问题 16. 请公司介绍关于达仁堂亳州，新丰制药等亏损企业的情况。

回复：达仁堂亳州，是基础饮片生产企业，去年正式独立运营，亏损是因为销售产能没跟上来，主要来源于设备折旧。未来会推动达仁堂亳州，中药饮片厂整合，统一管理体系。将天津一部分资源部署到亳州，发挥前沿市场反馈快的特色，争取减亏实现盈利。

化药板块，新丰制药产品主要是抗生素，抗限令影响比较大。新新制药主要生产内分泌产品，像二甲双胍，格列齐特，过去主要围绕过评开展工作，陆续过评后，今年对考核要求有提升。

问题 17. 增长规划包括西药吗，有没有可能剥离？

回复：目前没有做过多的拆解，新丰制药和新新制药的（规模）占比比较小，还没有考虑纳入到增长率的占比中。

目前还在中新药业板块，暂时没有剥离想法。

问题 18. 请铭芮董事长展望下全年以及明年、后年的业绩。

回复：首先非常感谢投资者对中新药业的关注和支持。

2021 年中新药业控股股东天津医药集团混改给公司带来了非常大的变化。未来，公司会加大体质机制创新，同协赋能市场营销，稳固推进科技创新、效能提升等方面重点工作，充分利用好旗下 4 个老字号（达仁堂、隆顺榕、京万红、乐仁堂），14 项非遗（其中达仁堂清宫寿桃丸传统制作技艺、京万红软膏组方制作技艺、隆顺榕卫药制作技艺、安宫牛黄丸制作技艺、达仁堂牛黄清心丸制作技艺等 5 个为国家级项目）和两个国宝级中药（速效救心丸为国家机密品种，京万红为国家秘密品种）等重要资源，做大做强，努力实现十四五规划，朝着中国最有投资价值的企业努力。

风险提示

本次投资者调研会如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或管理层对行业及公司发展或业绩的保证，公司将根据相关要求及时履行相关信息披露义务，敬请广大投资者注意投资风险。