

证券代码：300086

证券简称：康芝药业

康芝药业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-006

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input 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（电话及网络远程会议）</p>
<p>参与单位名称</p>	<p>兴业证券、东兴证券、远策投资、华融证券、观富资产</p>
<p>时间</p>	<p>2022年12月22日 15:00至15:30</p>
<p>地点</p>	<p>公司会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>程鹏飞 财务总监、王建业 广州营销中心负责人、王稳奇 研究院院长助理、卢芳梅 证券事务代表、刘秋宏 投资主管</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p>问 1：儿童药和成人用药的区别？儿童药的重点是什么？ 答： 以儿童退烧药物为例，儿童发热或为超高热，或影响睡眠记忆、活动能力变差、昏迷、惊厥。判断标准为整体大于等于 39 度，或口腔温度大于 38.5 度，或腋下温度大于 38.2 度。国家治疗原则是安全、有效、经济、适宜 4 条，也符合药物经济学原理。 康芝药业儿童药物系列品种与这 4 条原则高度匹配，布洛芬颗粒有儿童专用规格，副作用小。中药特色品种多，是公司多年强项，如板蓝根颗粒，抗病毒口服液等。 公司有三大黄金单品，一是小儿氨酚黄那敏颗粒，作用于小儿退热方面。二是外用退热贴剂银胡感冒散（贴牌产品，下同），得到市场上妈妈级和儿童医院临床大夫的高度评价。公司和中国中医协会合作了银胡感冒散真实世界研究项目，通过收</p>

集大样本病例，提高儿科临床大夫对该药品的认知。三是氨金黄那敏颗粒。结合未来研发方面布局，持续保证康芝药业在儿童退热领域的长期优势。

问 2：目前各地感冒药缺货，公司感冒药对外销售和生状况？

公司地处广东海南，敏感度高，广州疫情爆发时公司已高度警觉，提前做好生产预案和计划推进。比 12 月 7 号颁布的防控政策国十条提前近 10 天，正式颁布时已对各类药物生产、销售、终端做好布局。

12 月 7 号颁布后一周内，全国医疗机构、连锁药店、广大民众找药囤药到了恐慌级别。市场各大终端提走库存药物并预定大量订单，有一两天短暂缺货情况，在政府支持下迅速改善。目前公司药物整体销售量可观。

营销板块，公司全渠道布局，在临床、基层诊所、社区门诊、乡镇卫生院、卫生室深耕布局近 20 年，与国内百强连锁药店联系紧密，有业务往来，可以保证药物迅速覆盖到一线终端。

问 3：公司的销售体系和销售团队情况？

内部营销：集团总裁兼任营销最高负责人，下设临床事业部、外用药事业部、电商事业部、商务事业部、连锁事业部、基层终端事业部（面向大量诊所）。

全国市场布局：终端分为招商和直营。全面直营直接面向终端，也是防控放开后公司产品迅速覆盖各大连锁终端药店，让老百姓吃到药的重要原因。公司储备了大量客户和终端资源，在省级医疗机构、三级二级一级乡镇卫生院、连锁药店和社区门诊覆盖非常广。以诊所端为例，全国诊所数量接近 30 万家，与康芝有长期业务往来的接近几万家。

良好的医疗架构团队和整体市场终端、客户布局，保障公司新产品、后续产品可以快速切入终端一线。

问 4：过去几年公司整体研发费用不是很高？

答：

研发投入每年持续在投入，符合民营企业投资稳步推进的节奏。

问 5：研发体系、高校合作情况？

答：

公司成立儿童药物研究院已逾 10 年，内部设有制剂、分析、注册、临床、药理毒理、知识产权几个主要部门，承担公司药品研发、转化、注册等工作；博士后工作站和几个研发平台承担儿童药物相关研发。

目前在研的有 030、031、032、033，进展如期。

问 6：2021 年年中，公司与锦欣生殖签署战略合作协议。关于合作细节和进展？

答：

围绕药品合作开发以及产品代工。锦欣生殖希望借助康芝生产和供应管理能力，康芝希望提供锦欣生殖辅助生殖相关的制剂类产品。目前合作进展要待后续，双方如有正式达成合作时，公司会根据法规的要求履行相关的信息披露义务的。

问 7：2022 年 3 月公告，苏拉明钠药物对奥密克戎变异株有明显抗病毒作用，研究进展？

答：

与广东省公共卫生研究院签署研究委托，相关的研究结果也已进行了公告。

下一步研发进展还在进行，后续会根据研发进展以及法规的要求履行信息披露义务。

问 8：可能未来销售额比较大的药物品种及预期销售额？

答：

除现有 9 个级别品种外，2023 年热炎宁颗粒、小青龙颗粒、柴黄清热颗粒陆续上市，将进一步丰富完善儿童退热产品格局，营销看未来贡献强劲产品推力没有问题。

2023 年形成五三二儿童（退热）药物的市场格局，指 5 个在小儿退热方面的一级品种，3 个二级品种，以及 2 个三级品种。争取在 2025 年以前形成儿科品种和 4 类药物感冒退热线的核心市场格局。

几条措施：一是继续加大儿童药物的研发力度。二是对现有产品线继续实施广深透战略，根据产品的特征实施全渠道布局下沉，多渠道多终端支持产品的扩维增量战略。三是强化品牌影响力，精准策划定位，加大临床、医共体的开发力度，强化临床品牌影响力。四是继续实施临床加院外、线上加线下、临床重点突破、院外存量加增量的整体战略。五是加快黄金单品的打造，在 2023 年形成 5 个核心产品（银胡感冒散、小儿氨酚黄那敏颗粒、氨金黄那敏颗粒、布洛芬、尼美舒利）轮廓，后年彻底成为公司支撑儿科（尤其退热）系列的重要支撑。

问 9：产能利用率情况？产品越来越多，新产能建设规划？

答：

公司上市以来在产品生产能力和储备方面持续进行投资，最近几年在做生产基

	<p>地整合，整合完后产品生产相对集中，随着药品持有人制度逐步落地实施，公司优势品种逐步向总部聚集，生产效率和成本会大幅改善。</p> <p>公司有成熟的生产和质量控制系统，具备根据订单需求，柔性安排调整产能能力，会根据市场需求丰富品类，生产能力可以保障。</p> <p>问 10：公司产品的原料药是自供还是外购？</p> <p>答：</p> <p>化药基本上是外购，能够提高效率。中药材在市场上采购原料，前处理自行完成。目前公司未涉及原料药业务。</p>
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	无
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）	无