

证券简称：康恩贝

证券代码：600572

编号：临 2023-034

# 浙江康恩贝制药股份有限公司

## 关于参加沪市主板生物医药行业上市公司 2022 年年报集体业绩说明会情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

浙江康恩贝制药股份有限公司（以下简称：公司、康恩贝）于2023年5月12日下午1:00-2:00参加了由上海证券交易所举办的沪市主板生物医药行业上市公司2022年年报集体业绩说明会，公司董事、总裁罗国良先生，董事、副总裁、财务总监谌明先生，副总裁、董事会秘书金祖成先生，独立董事刘恩先生出席本次业绩说明会。

公司管理层就公司2022年度和2023年第一季度的经营业绩、重点工作、发展规划等具体情况与投资者进行了充分交流，在信息披露允许的范围内对网络预征集的问题和网上投资者的实时提问进行了回答。具体内容详见附件《浙江康恩贝制药股份有限公司关于2022年度业绩说明会纪要》。

关于公司2022年度业绩说明会的详细情况，可登录由上海证券交易所上证路演中心（网址：<http://roadshow.sseinfo.com>）观看本次业绩说明会的视频回放。公司在此对长期以来关注和支持公司发展并积极提出建议的投资者表示衷心感谢！

特此公告。

浙江康恩贝制药股份有限公司

董 事 会

2023 年 5 月 13 日

附件：

## 浙江康恩贝制药股份有限公司 关于 2022 年度业绩说明会纪要

一、会议开始，总裁罗国良先生代表公司致辞，感谢广大股东和投资者朋友一直以来对康恩贝的关心、陪伴和支持。2022 年，康恩贝紧紧围绕浙江省国贸集团生命健康板块战略中的定位，坚定实施发展中药大健康核心产业战略，努力消化多重不利因素，以“双线并举，双轮驱动”为工作主基调，牢牢把握“稳”与“进”两条发展主线，以混改为牵引，锚定年度目标，多维度加强以顾客为中心的价值创造，多层次激发以人才为核心的组织能力，多举措推进大品牌大品种工程和科技创新驱动工程，在中药创新药、大品牌培育等方面取得突破性成果。2023 年，公司将继续围绕公司战略目标和方向，切实抓好大品牌大品种工程、科技创新驱动发展工程、人才强企工程这“三大工程”，为实现公司“十四五”战略目标奠定坚实基础。

二、董事会秘书金祖成先生就公司 2022 年度和 2023 年一季度业绩情况、重点工作以及“十四五”发展规划等方面向投资者作了详细展示和介绍。

三、公司参会领导就网络预征集的投资者提问进行逐一回复，问答整理如下：

（一）国资控股快三年了，混改也快两年了，请问给公司带来了哪些变化？

答：国贸控股给公司带来的影响是多方面的。首先是企业治理方面的影响。2020 年 7 月公司控股权变更后，公司完成换届选举，形成了由党委会、股东大会、董事会、监事会和经理层组成的“一委三会一层”的治理机制，公司法人治理结构得以进一步完善。2021 年 7 月，康恩贝混改方案正式落地，这是浙江省国资系统的第一个国有控股企业混合所有制改革方案。根据该方案，浙江省国资委及省国贸集团对康恩贝实施的是基于国资和民营资本合作、发挥国有和民营各自优势的差异化管控，既保持了康恩贝公司经营决策和管理活动的一致性、连续性、机动性和灵活性，同时又能以更加规范的管理机制去提升公司的管理水平、完善体系建设，推进公司高质量发展。

其次是资源整合方面的影响。康恩贝可以借助省国资的平台整合各方面的资源，比如出于解决同业竞争问题和公司中药大健康核心业务的发展需要，省国贸集团体系

内的药业相关业务已经整合进公司体系内，包括 2022 年 8 月公司受让完成控股股东旗下奥托康制药所持有的奥托康科技 100% 股权，9 月受让完成控股股东所持中医药大学中药饮片公司 51% 股权。

第三个是政策方面带来的诸多支持。2021 年 12 月底，公司作为理事长单位，与浙江中医药大学、浙江省中医药健康产业集团共同发起成立了浙江医疗机构制剂转化研究中心，目的是要链接各方优势资源，搭建创新型中医药科研成果转化平台，助力浙江省中医药主平台的建设。在医保等政策和科技创新研发项目的争取方面，也得到了更好的机会与支持。此外，在企业融资方面，借助于国有控股的良好信用资质，近期发行超短期融资券的融资成本基本在 3% 以下，综合融资成本不到 4%。

## **（二）请具体讲一下近年来公司销售费用率和研发投入比例的变化趋势。**

答：销售费用与公司现有的业务结构、产品结构有关，而集采的推进，包括医保控费导致的降价等都能倒逼销售模式转型，有利于降低销售费用率。从数据指标来看，公司的销售费用率从 2018 年的 50% 多下降到了 2022 年的 35% 以内。未来公司会继续创新营销模式，通过数字化转型、营销网络平台建设，引导销售费用结构性改革，推动公司销售费用率进一步下降。

研发投入方面，浙江省国资委对企业的研发费用率有较高的要求，无论是企业内部推行期权激励还是对公司的业绩规划指引，都将研发费用率作为一个很重要的考核指标。并且这几年公司在原有基础的药品上不断提升研发力度、加大产品二次开发，公司的研发投入已经呈现了逐年上升的趋势。2022 年研发投入占工业收入比重 4.55%，同比 2021 年提升 1 个百分点。后续公司也会借助浙江省中医药创新发展联合体、浙江医疗机构制剂转化研究中心等项目，推动更多的合作研发项目落地，继续加大研发投入。

## **（三）请问公司业绩是如何做到从 2019 年的急剧下滑到 2021-2022 年实现触底回升的？**

答：面对 2019 年在多重政策叠加影响下公司子公司贵州拜特核心产品、曾经的 20 亿级大品种丹参川芎嗪注射液销售收入短时间内骤降归零，利润贡献曾占公司近半的贵州拜特因之陷入大幅亏损并带来巨额商誉减值；以及公司部分化药大品种因集采大幅降价、终端拓展受阻等多重困难和挑战，公司积极顺应市场变化，聚焦中药大健

康核心业务的产业发展战略，持续推进业务结构优化，做到“四损四补”：处方药损失从自我保健产品补、院内（医保）市场损失从院外（非医保）市场补、线下损失从线上补、在集采市场中“穿鞋”产品损失从“光脚”产品补，在艰难的环境中实现了业绩的困境反转，推动公司核心主业快速成长，内生动力不断增强。

2022年度和2023年第一季度，公司战略重点中药大健康业务发展持续加速，分别实现营收37.69亿元和14.44亿元，可比口径同比分别增长25%和41%，占公司总营收比重均提升近8个百分点。

**（四）当前国家有很明显的政策导向来扶持和推动我国中药的发展，请问公司在中药创新研发方面如何规划？**

答：随着国家对中医药传承创新支持政策的不断加强和落实，近几年来公司把依托创新驱动发展作为重要的战略，前些年推出的科技创新驱动发展工程已经取得良好成效。公司会不遗余力加大研发投入，围绕中药大健康的方向加快新药研发创新和成果转化，2023年已申报3.1类中药经典名方，争取申报并获批2.1类中药改良型新药。一是加大研发投入，布局产品创新管线。争取在黄蜀葵花总黄酮提取物及口腔贴片等品种创新研发方面取得突破；二是加大中药上市后二次及循证医学研究，“金笛”牌复方鱼腥草合剂着手开展推出儿童用“小金笛”的开发，对“金艾康”牌汉防己甲素、“至心研”牌麝香通心滴丸、龙金通淋胶囊的临床研究、肠炎宁片等产品的新工艺开发及质量标准提升正在有序进行；公司还在医院制剂的开发研究等方面加强与医疗机构的合作；三是产学研联动，助推成果转化。联合省内有关创新主体做好中医药创新发展联合体建设，推动形成中医药创新集群。

**（五）请问公司目前渠道的品种库存情况如何，是否有压货情况？**

答：在市场渠道的布局上，公司通过与连锁零售药店、商业流通企业的合作，已在终端市场形成了全网络、全渠道的布局。公司的存货管理是对各经营单元存货规模和周转情况进行过程管理并纳入考核，近年来公司存货周转速度有所加快；在商业库存方面也有合理的配置，对营销团队有考核要求，要求保持合理的良性库存，不存在盲目压货的情况，维持有效联动。在全国市场布局下，各地区的商务也及时调配渠道库存和终端用户库存，确保公司的产品既满足终端用户的需求，防止区域市场的不平

衡；同时持续做好渠道、市场、用户终端等整个营销体系的建设和优化工作，使得终端产品可及可供，满足市场需求。

**（六）公司 2022 年和 2023 年第一季度业绩可喜，请问目前社会活动常态化后公司业绩如何保持持续增长？**

答：2022 年底国内防控政策调整优化带来了有关药品市场需求急增机会，公司相关产品销售取得了较大幅度的增长。目前社会活动已经步入常态化，公司有信心凭借着在医药健康特别是中药大健康领域优势，抓住市场新机遇，将短期市场机会转化为长期可持续发展的优势，保持业绩的持续性增长：一是公司产品管线丰富，在呼吸系统、消化代谢系统、心脑血管系统、泌尿系统等均有所布局，品牌优势和产品优势突出，有专业的营销团队和管理优势；二是公司将充分发挥中药 OTC 及大健康产品在治未病和康复保健中的独特优势，通过以中药为主的自我保健产品品牌群和特色处方中药、特色化药产品群的持续发力，确保公司“基本盘”的增长；三是公司将结合医药市场变化以及民众对于健康的需求，在现有诸多沉淀文号中发掘出更多有发展潜力的文号，争取推出一些新的品种，实现新的增量；四是公司积极与科研院所加大产品转化的合作，开展改良型新药的研发，同时也加大院内制剂项目的合作，如经典名方转化，以把握更多的市场机会；五是积极寻找合适并购对象，努力在企业并购整合方面取得突破。

**四、公司参会领导通过网络文字互动方式回复网上投资者的实时提问，主要问答整理如下：**

**（一）五一期间关注到公司推出的“百万寻找康恩贝肠炎宁”活动，取得了很好的成效。请公司预计肠炎宁产品未来还有多大增长空间？**

答：康恩贝牌肠炎宁系列产品包括主要在 OTC 市场销售的肠炎宁片剂和以医院端销售为主的肠炎宁颗粒，2022 年肠炎宁系列产品销售首超 10 亿元。对于肠炎宁片剂的 OTC 市场，近年来公司不断深耕细作，持续开发新的应用场景，与更多的消费者进行链接。在刚刚过去的五一期间推出的“百万寻找康恩贝肠炎宁”活动，便是国内社会活动常态化后创新营销模式的探索，取得了广泛人群的关注，成效显著。未来，公司会继续探索新传播环境下营销模式的创新，不断提升肠炎宁片剂的品牌知名度，获取更大市场份额；对于肠炎宁颗粒，基于“肠炎宁颗粒治疗功能性腹泻和腹泻型肠易

激综合征（IBS）的临床疗效评价”课题结论，推广肠炎宁颗粒用于治疗“肠功能紊乱”适应症，增加等级医院消化科、内科以及社区医院患者流量。肠炎宁颗粒在医院端已实现了较快增长，2022 年实现销售收入过亿元，同比增长近 90%，2023 年一季度同比增长 110%。根据国内中康开思系统数据统计，公司肠炎宁系列产品长年在国内零售市场保持中成药急性胃肠炎、结肠炎等肠道炎症用药第一品牌的地位。中长期角度看，预计凭借公司在品牌延展、渠道扩张、定价能力等方面的优势，康恩贝牌肠炎宁系列产品将迎来更大的市场空间。

## （二）公司哪些品种能培育成类似于肠炎宁一样的大品种？

答：肠炎宁在品牌塑造、全国性布局上已经有很好的成效，也给公司其他产品提供了很好的经验参考。近几年，在大品牌大品种工程的持续推动下，公司内生增长动力不断提升，2022 年公司已经有 15 个过亿元的产品，其中 2-5 亿级的产品有 10 个，这些产品未来都有较好的增长预期，公司也根据这些产品的市场定位和增长潜力，制定了不同的推广策略，主要有：“金笛”牌复方鱼腥草合剂，在国内零售终端清热解毒用药市场排名靠前，产品渗透人群广泛、品牌知名度高，公司聚焦孩子喉咙痛市场推出“小金笛”，定位“好喝的儿童咽喉中药消炎药”，并积极推进“金笛”牌护喉系列产品的开发上市；“金康速力”乙酰半胱氨酸泡腾片，2020 年调入国家医保，近几年增长稳定，被多部官方指南和专业期刊推荐为轻症痰咳症的治疗用药，在 2022 年取得了近 40% 的增长，后续将以乙酰半胱氨酸颗粒剂上市等契机，通过多剂型开发、多给药方式，满足不同患者的用药需求，助力终端销售的进一步增长；“金艾康”汉防己甲素，在肺纤维化、类风湿痛、关节痛等疾病治疗上有明确的疗效，2022 年起该品种的医保支付范围从限单纯硅肺和煤硅肺扩大到了其说明书的全部适应症，包括风湿关节等疾病的治疗，有望取得比较好的增长；“至心研”麝香通心滴丸，在治疗心血管疾病、慢血流等方面有明确的循证医学证据，进入了多个临床指南。近几年公司就该产品的学术研究和推广工作做得比较扎实，该产品在心血管中成药领域的市场地位较高，进入新一版基药目录的机会较大，有望形成销售增量。以上品种具备打造成为大品种的潜力。

（三）近期公司在市场的关注度逐步提升，股价也有较好表现，请介绍公司的股东持股变化情况。

答：2019年以来随着公司经营业绩由亏转盈并稳步回升、经营质量持续提升，公司在市场的关注度逐步提升，公司股东人数持续减少、长线机构投资者及持股显著增加，股东结构明显优化。其中，股东人数从2019年中期最高峰的13.53万户减少到2022年末的10.70万户，2023年一季度末继续减少到8.66万户，从最高峰减少了36%；机构投资者总户数持续增加，2023年一季度末机构投资者总户数相比2022年末增加1200多户，增长近42%。公司2023年一季报披露的前十大股东名单中，包括有QFII-科威特政府投资局，体现了境外资金看好中国经济复苏的确定性，具有成长性和确定性比较明确的行业龙头受到外资的青睐；还有兴业基金和安信基金的持股数持续提升。

#### （四）请具体讲一下公司中药品种在院内和院外市场是如何发力的。

答：结合当下中药政策的利好以及推动中药产业高质量发展举措的不断落地，公司中药品种在院内及院外市场的发展空间广阔。对于院外市场，中药非处方药和中药大健康产品拥有治未病和康复保健两方面的独特优势，随着人民群众在康复保健方面的意识提升，中药将发挥更为重要的作用。公司看好零售端偏消费属性的中药OTC产品如肠炎宁、前列康以及中药大健康产品的成长性，非处方药队伍也正是康恩贝目前整个营销体系中具备较强能力的，公司对于在这个领域相关产品的成长充满信心；对于院内市场，公司在中药处方药核心治疗领域布局了众多有着独特临床和市场价值的中药植物药品种，如黄莪胶囊、龙金通淋胶囊等泌尿系统用药，至心研牌麝香通心滴丸、天保宁牌银杏叶制剂、可达灵片等心血管用药，复方鲜竹沥液、牛黄上清胶囊等呼吸系统用药等。经过数十年的积累，公司形成了数支具有专业化学术推广能力的临床业务团队，并不断加大中药大品种的循证研究和质量提升，着力推动公司重点处方药品种进入新版基药目录，实现处方药品种在医院端的更大覆盖，推动公司院内市场业务实现更快增长。

#### （五）公司未来还会有较大的计提资产减值准备吗？商誉资产的减值空间大吗？

答：公司经过近几年对低效、无效资产的处置以及充分计提资产减值准备，已基本消化了历年来的不利因素，实现了消冗余、降成本。2022年公司计提资产减值准备金额和2021年相比下降80%多，未来预计也不需要计提大额资产减值准备。

公司 2022 年末的商誉资产仅有 1.85 亿元,主要是收购内蒙古康恩贝股权时形成,该公司重点品种“至心研”麝香通心滴丸近年来销售增速保持在 20%左右,在可预计的情况下商誉资产后续不需计提减值准备。

#### **(六) 公司的市场营销优势主要体现在哪些方面?**

答:公司的营销优势主要体现在市场品牌、渠道、网络和模式等方面。公司建立了以品牌 OTC 产品营销和处方药学术推广模式为主的药品自营体系,设有多个专业化营销平台型子公司。近年来,随着互联网、大数据、云计算等数字技术的推广应用,医药电商、药品新零售、远程医疗及互联网医院等新模式、新业态不断崛起并呈现了加快发展态势,公司积极响应市场变化趋势,利用自身在医药市场经营数十年所积聚的产品优势、用户资源及品牌影响力,整合线上线下营销资源,改革优化体制机制,着力发展大健康产品的数字化营销体系。过去几年,公司与“阿里健康”、“京东”及“美团”、“饿了么”等第三方平台建立深度战略合作关系,不断将时尚流行元素与新产品开发推广相结合,同时积极探索品牌直营消费者的数字化新零售发展模式,取得了积极成效。经过多年的发展,公司多个品牌 OTC 产品在相关细分领域已处于行业领先地位。同时,这两年公司进一步拓展与医药商业连锁及零售药店的新型合作模式,不断扩大基层社区医疗和民营医院终端网络开发建设,加快布局发展基于线上线下协同的药品工业新零售业务,进一步加强了公司的市场营销优势。

#### **(七) 请介绍公司对中药饮片业务的定位?**

答:公司于 2022 年第三季度末收购完成浙江省中医药大学饮片公司 66%股权,该公司是目前省内最大的产学研相结合的中药饮片生产加工企业之一,在浙江省内拥有较高的市场地位。随着中医药大学饮片公司纳入康恩贝体系,公司未来将中药饮片业务作为重要的业务板块发展,充分发挥中药饮片的优势。目前浙江省正在探索中药材的优质优价机制,基于对中药饮片内在含量、外在性状以及医疗机构的需求满足,公司都会作定制化的保供。此外,对于药食两用的中药饮片市场,未来发展空间也较大,因此在做好中药材产业保供和对医疗机构中药饮片供应的同时,公司还将借助居民保健康复的需求,做好中药煎药“最后一公里”的服务,保障民众健康。



**（八）2022年7月，金华康恩贝产品ES-3000（汉防己甲素）用于治疗复发/难治性白血病适应症获得美国FDA临床试验许可，请问该项目的进展情况？如上市后金华康恩贝是否成为该药品的欧美市场的独家药品供应商？**

答：目前金华康恩贝生产的汉防己甲素片用于治疗复发/难治性白血病适应症已在澳大利亚开展I/IIa期临床试验（美国与澳大利亚对创新药I/IIa期临床试验结果互认）。若未来顺利上市，根据相关约定，金华康恩贝是该药品的欧美市场的独家药品供应商。

**（九）2021年以来公司多次提出，要加快外延并购，完成1-2家医药上市公司或老字号中药企业的并购重组工作，请问该项工作进展如何？**

答：在外延方向，公司将围绕中药大健康产业的战略发展目标，积极推动并购整合，抓住行业集中度不断提高的机遇。在产业整合方面，出于解决同业竞争问题的需要，省国贸集团下属的中药饮片业务已经纳入到康恩贝体系，未来的产业整合将主要就省国贸体系外的标的展开，公司有明确的计划在“十四五”期间完成1-2家医药上市公司或老字号中药企业的并购重组项目，公司也为此一直在努力开展相关工作，这方面如有重要进展，公司会依据上交所有关规定进行持续性披露。

**（十）公司对嘉和生物的投资，未来有处置的打算吗？**

答：公司目前对参股投资嘉和生物股权的定位是财务型投资者。公司暂时不会处置所持嘉和生物股权，一方面是基于嘉和生物自身的基本面良好。嘉和生物近几年在业务聚焦、优化方面做了很多工作，目前在研的新药都是有真正临床价值的产品，且业务进展较为顺利，预计未来逐年都会推出新的药品上市。在人员精简方面也做了很大的调整，资金状况也处于健康良好的状况；此外，港股市场正逐步回暖，诸多港股企业将经历新一轮的估值修复。公司预计，随着港股创新药企业估值的回升，并依托嘉和生物自身未来较好的成长性，嘉和生物大概率会给公司带来正向的非经常性损益业绩影响。