

证券代码：300434

证券简称：金石亚药

四川金石亚洲医药股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-002

投资者关系活动类别	<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
参与单位名称及人员姓名	国盛证券 杨芳 国盛证券研究所 应沁心 华宝基金 易镜明 中信建投自营 刘岚 健顺资产 张琦悦 泰康资产 王晓锋 国融基金 宗楚昀 格林基金 唐嘉 凯丰投资 张同 金信基金 谭智汨 湘财基金 张泉 WT asset management 张贤亮 宏鼎投资 刘璐璐 中昂国际投资 胡明 瓦琉咨询 祁忠慧 丁雅琴 李丛 杨云添 Pinpoint Bingliang Yan 金元顺安 陈铭杰 长江证券 盛夏

	淡水泉 杨路 国新证券 秦墅隆 银杏环球 王光华 金泊投资 陈佳琦 睿扬 屈霞 建信股权投资 刘昕
时间	2023 年 4 月 25 日 下午 15: 30-16: 30
地点	线上会议
上市公司接待 人员姓名	董事、副总裁、董事会秘书 林 强 副总裁 王志昊 财务总监 王庆国
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p>纪要内容:</p> <p>一、由公司董事、副总裁、董事会秘书林强致欢迎辞，介绍公司基本情况。</p> <p>二、问答环节</p> <p>1、2022 年快克、小快克系列的销售收入占比 42.85%，毛利率同比提升 5.02%，请分析原因？</p> <p>答：首先，报告期内，尤其是 12 月份以后，快克、小快克系列整体的销量和产能均有明显提升。产销量的增加，导致单位成本进一步得到摊薄；另外，部分主要原辅料成本有一定下降。由此导致毛利率同比得到提升。</p> <p>2、快克产品线是否进行了产能扩充？后续的计划？</p> <p>答：综合来看，公司快克系列产能已经不小。后期公司重点关注短时间内突发的产能提升需求，为应对市场变化做足充分准备。公司也将根据市场情况，继续以各生产要素为抓手，集中优化资源配置、提升产能。当然就此我们也在做进一步的科学测算及内部探讨。由于行业属性，产能扩充通常需要经历较长时间的审核、批准流程。</p> <p>3、从 Q1 情况来看，品牌感冒药市场成长性如何？</p> <p>答：这个问题我们从以下几点来看：（一）市场和消费者对品牌的认知，去年 12 月份以后，一定时期内医院诊疗资源紧张，居民自我诊疗需求快速</p>

提升。加之居家治疗指南,《人民日报》发布用药目录,感冒类常备药需求短时间内大幅提升,短期内紧缺。在此情况下,公司全力保供保畅,未对主要产品进行提价,消费端、渠道端也对品牌产生更加充分的认识;(二)随着人们的交流变得频繁和快捷,导致各种变异的流行性感冒病毒传播加剧,从而促使预防、抵抗流行性感冒病毒和增强身体免疫能力药物的需求不断增长。中长期来看,从新发传染病进入季节性或者地方性传播的传染病序列,加之病毒变异的随机性,促使医药行业整体需求增加;(三)大众用药习惯的培养和改变。综上,我们对市场长期的成长性和空间是看好的。

4、目前快克、小快克市场需求情况?

答:去年12月至今年1月份,快克、小快克处于不同程度的缺货情况,2月份开始,缺货情况逐步缓解,目前已经能实现正常供应,市场趋于平稳。去年12月份后,民众家中均有囤货。经过短期内病毒的快速传播和今年的甲流季,囤货基本消化,近段时间,市场需求情况又有所提升。同时,在市场回归平稳以后,消费者的选择回归理性,仍然青睐头部品牌。

5、保健类产品的经营情况?

答:目前公司在保健品板块现有的产品包括“今幸”今幸人参皂苷水解物胶囊(以下简称“今幸胶囊”)、“今幸”灵芝孢子粉颗粒、“快克维”维生素C含片等。其中,今幸胶囊是CFDA审批的第一个人参皂苷Rh2单方产品,它以人参皂苷Rh2为主要功效成分,含量达到16.2%。今幸胶囊突破了传统的人参服用方式,利用公司独有人参皂苷转化提取专利技术获取人参中的有效成分,其主要功能为增强人体免疫力,有效改善亚健康状态。我们认为今幸胶囊产品本身是具备大单品潜力的。2021年度,公司收购浙江省建德市正发药业有限公司(以下简称“正发药业”)70%股权(含增资),进军碳酸钙原料药领域,着手布局钙维矿、补益类产品,也是公司在保健品板块走出的关键一步。

未来公司将继续保健食品、功能性食品领域的思考和探索。

6、公司主要原料药价格趋势?对于后续价格波动风险的应对措施?

答:价格方面,今年主要原料药价格总体上是下行的。

经过去年12月份至今,公司与主要的原料药供应商建立了更加紧密的

联系和合作模式。对于后续的价格稳定性，公司与主要供应商约定优先供应，保障原料药稳定供应。

7、公司营销渠道建设情况及优势所在？

答：首先是品牌认知，在医药板块，公司借助“快克”、“小快克”品牌的知名度和美誉度，在非处方药领域积极拓展布局，将“快克”从单一的感冒药品牌升级成多品种、系列化的非处方药品牌，形成“快克”、“小快克”的产品矩阵，涵盖成人上呼吸道系统用药、儿童常见病用药等领域，拥有覆盖面更广、产品更互补的市场竞争优势。在此基础上，公司也在持续探索更全面的产品矩阵。

另外在营销渠道和布局上，公司的营销网络在线上和线下两个渠道体系中，同步专注耕耘，构造全渠道、全终端、全覆盖的模式。其中，线下终端的核心渠道拥有 1,200 家协议连锁，合作连锁门店约计 92,000 家，合作单体药店和第三终端 28,000 余家，覆盖全国 90%以上地市、70%以上区县；在线上渠道端，投资建设康宁大药房自有连锁终端，并取得互联网药品信息服务资格，拓展网络营销的渠道。公司结合市场需求，在去年 12 月通过自有连锁终端康宁大药房，推出快克产品抗疫包，取得较好的市场反响；线上渠道启动和强化电商平台的合作，充分利用好 TOB、TOC、OTO 平台，完成更多的广义铺货和消费者沟通。

线上线下相互呼应，同步推进品牌提示加精准传播相结合的战略意图，进一步探索更多的精准传播方式；坚持品牌年轻化运作，成功地将渠道赋能助力于品牌力的培育，从而构建未来的消费者基础。

8、公司主要产品线上、线下销售占比情况？

答：随着公司线上平台启动和强化电商平台的合作，公司网络营销的渠道将进一步得到拓展，线上销售占比有望得到提高。今年公司也在做价格维护的工作和相关的布局，结合线上、线下用户的需求、场景等差异化，我们也相应地作出差异化布局，由此兼顾线上、线下合作伙伴的诉求。

据统计，目前线上销售占比大概在 15%左右。

9、2023 年全年的业绩预期？

答：2023 年一季度，公司实现营业收入 4.20 亿元，归属于上市公司股

东的净利润 1.43 亿元。从产品品种来看，除大小快克外，公司培养的重点产品销量也陆续释放。

公司将继续积极布局，做足充分准备应对市场变化，完成全年经营目标。

10、2023 年一季度主要产品毛利率情况？

答：总体来看维持在较高水平，80%左右。

11、正发碳酸钙领域目前推进情况如何？

答：2021 年度，公司收购正发药业 70%股权（含增资），进军碳酸钙原料药领域，着手布局钙维矿、补益类产品，也是公司在保健品板块走出的关键一步。正发药业是一家致力于高端原料药碳酸钙、食品添加剂碳酸钙研发生产及应用的生产型企业，产品包含药用碳酸钙及食品用碳酸钙。目前公司正在做一些相关数据和前沿方面的研究，并视情况在未来对现有产品做更新迭代。

由于其行业的特殊性，新产品研发周期长、投入大，目前尚处于投入期，暂未有利润贡献。

12、全呼吸道产品的开发和研发进展情况？

答：就目前而言，“快克”系列产品聚焦于成人上呼吸道系统用药，后续将继续探索往外围拓展的可行性；“小快克”聚焦于小儿全系列产品，将立足市场需求，在小儿保健品、功能性食品领域作出更多的思考和尝试，宗旨在于提供更丰富、更优质的产品，满足市场需求。

针对甲流的磷酸奥司他韦胶囊技术开发研究正在推进中，目前处于 BE 试验阶段；公司也在针对用户体验对优势产品进行提升。

13、中药领域的布局？

答：在中药饮片领域，公司借助“快克”品牌影响力，逐步开发“快克本草”系列中药饮片，利用地缘优势开发畜药品种，精选产地、严格质控、确保每一份产品的高品质。公司在此领域，重视产业链上中下游的布局，开展中药材收购和合作种植；为人们提供提高免疫力、改善亚健康的日常保健补益产品，自推出市场，收到较好反馈。

未来将通过自研、并购等方式，选择优势品种进一步扩大产业布局。

14、2022 年新材料与机械板块的情况？

	<p>答：新材料与机械板块主要从事钢增强塑料复合管道技术的研发和应用、真空镀膜设备的研发和制造、垂直循环式立体停车库几个领域的业务。报告期，行业整体情况不太理想，但公司进一步提升研发水平，取得创新性成果。</p> <p>报告期内，公司推出全新带式增强 RTP 管成套设备，取得不错市场反响；在塑料装饰件镀膜、真空玻璃上深耕细作，完成小试样品研制；完成直流商业充电智能垂直循环式立体停车充电中心研发与试验，迈入新能源汽车基建。</p> <p>15、未来发展战略规划？</p> <p>答：（一）提升优化丰富现有产品，利用优势资源和渠道，丰富现有呼吸道系统和小儿精准用药品种；中药领域，将通过自研、并购等方式，选择优势品种进一步扩大产业布局；继续在保健补益类、功能性食品等的思考和探索；（二）进一步提升营销渠道架设，利用现用康宁大药房自有连锁终端，做新的营销尝试，进一步开发市场；（三）院线系统赛道的布局。2023 年 1 月，全资子公司海南亚药旗下“快克啉”多潘立酮片中选十六省（区、兵团）药品联盟集中带量采购；（四）新材料与机械板块将继续聚焦高端技术，以研发为核心，需求技术突破和模式创新。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 4 月 25 日