

证券代码：002332

证券简称：仙琚制药

浙江仙琚制药股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-004

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 checked="" type="checkbox"/> 其他（投资者接待日）
参与单位名称及人员姓名	慎知资产 高岳 湘财基金 张泉 上海毅木 张阳 浙商证券 盖文化 中庚基金 李妞妞 华鲁投资 马宁科 华泰证券 姚壮 中银资管 经煜甚 富国基金 赵伟 招商证券 侯彪 财通资管 宁金洋 华泰医药 李奕玮 华安基金 戴杰妮 山西证券 张智勇 华西证券 孙曼其 兴业证券 邹文凯 银河医药 孙怡 华创医药 王宏雨 东方红 徐宏 长盛基金 黄施齐 新华资产 王瀚宁 银华基金 岳梅梅 源乐晟 欧阳明 中信建投 赖俊勇 西部证券 邓琳茜 国海证券 万鹏辉 上海盛邦 罗槿航 长盛基金 洪倩怡 民生证券 王班 东方证券 毕海委 红筹投资 葛云霄 华福证券 丽华 毕泰保兴 张蔚洁 嘉实基金 黄洁 嘉实基金 邓云龙 新华资产 刘婷 华宝基金 黄炎 开源证券 阮帅 域秀资本 郝晓婧 浙商证券 郭双喜 新华资产 张滢潭 长信基金 胡梦承 银河基金 毛泓洋 淡水泉
时间	2024年05月21日 9:30-11:30 2024年05月21日 16:00-17:00
地点	仙琚制药 会议室

<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事长 张宇松 总经理 金炜华 财务总监 王瑶华 董事会秘书 张王伟</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>一、公司就2023年报及2024年一季报基本情况、经营概况做了简要介绍。</p> <p>二、现场提问环节：</p> <p>1、2023年业绩下滑的原因是什么？</p> <p>2023年业绩同比下滑主要有三个主要原因。1、2023年主要是集采影响下公司经营业绩有所下滑，其中制剂产品中的罗库溴铵注射液受国家药品集中带量采购影响，黄体酮胶囊受到省级区域集采影响，部分集采产品的销售收入下降明显。2、原料药行业市场竞争加剧，非规范市场产品销售价格下跌，当产品价格下跌时下游客户一般会降低库存和采购周期。3、2023年非经常性损益同比2022年减少约1.1亿元，主要是2022年有公司城南厂区整体搬迁补偿收益约9,100万元计入当年的非经常性损益。</p> <p>2、海外厂商产能转到中国的动力是什么？</p> <p>目前整体的趋势是要求企业需要同时具备国内和国外的业务能力。作为企业，需要关注核心竞争力的构建，如供应链稳定、EHS体系认证、研发和生产流程等方面，以确保公司在国际市场中有竞争力。</p> <p>3、原料药国际市场竞争格局是怎么样的？</p> <p>当前原料药市场需求是多层次的，一方面国际非规范市场容易受到原材料价格、国内外竞争的影响，产品价格产生较大波动。另一方面，随着全球对于药品质量和安全标准的要求不断提高，欧美等地的企业开始重新评估其供</p>

供应链布局，蕴藏着机会和挑战。因此，单纯依靠低成本竞争已不足以在多层次的国际市场立足。通过技术进步、提高产品质量、优化生产工艺、加强研发投入成为关键因素。公司在面对这些挑战时，通过整合资源、拓展全球市场、增强自身的技术研发能力和产业链稳定性，寻找高质量发展路径。

原材料采购方面，我们关注到目前上游起始物料价格的变化，中长期来看上游产品价格还是受到产能、竞争格局、市场供需结构的影响。

4、对于原料药销售团队的建设和新产品规划，具体有哪些计划？

在团队建设方面，公司注重高端规范市场的开拓，制定了明确的战略规划 and 目标，从产品的梳理到研、产、销三线协同，精细化营销管理等核心竞争力的构建。针对销售团队，公司正在建立前瞻性思考模式，专注于中远期规划和高端客户的开发，有规划、有行动去实现原料药板块业绩的可持续增长。同时，在生产体系的构建上也投入大量资源，提升产品质量和市场适应能力，以期在激烈的市场竞争中占据一席之地。

5、公司如何看待未来业绩实现和能力构建？

公司更关注业绩增长背后的行动逻辑。坚信业绩的提升应基于能力提升为基础，要有具体的行动所支撑，而不是单纯一个业绩数字。我们更注重以能力提升和积极行动带来的可持续增长。

6、在原料药市场中，公司认为企业的主要机遇在哪里？

具备产业链向前延伸能力，继续巩固中低端非规范市

场，积极拓展国际高端规范市场。

国际头部企业内部原料药业务的结构调整可能带来新的业务机会。这些头部企业更看重供应链的完整性和安全性，我们可以通过国内和国外生产基地的协同，提供整体解决方案，同时以及技术、品质控制的优势来拓展更多规范市场客户。

7、企业如何应对原料药采购环节的成本压力和市场竞争？

企业应转变观念，建立以市场为导向的运营体系，将所有工作都以市场接受度为标准。销售人员不再只是单纯推销产品，而是与研发、注册等部门共同参与市场调研和产品开发，构建起产品、市场和客户之间的紧密联系。此外，企业还应利用数据系统，实时监测产品销售情况、客户覆盖情况以及市场反馈，以此驱动销售团队优化策略，提升效率，实现高质量增长。

8、对于成本控制和供应链优化有哪些具体举措？

公司通过近几年的努力，完成了70%以上关键中间体的自给能力构建；对采购体系进行了改革，战略品种采取集团化采购策略、对其他物料采取差异化采购策略。此外，我们还强调供应商管理变革，通过与市场对标，建立相应能力进一步降低采购成本，在集团采购、供应商管理等方面进行了深入优化。

9、对于原料生产端的效率提升和销售端的变化？

对于原料生产端，我们通过近几年的精益生产项目的持续推进，在生产效率方面已经取得了较大改变，未来我们希望通过各个生产单元和工艺的持续优化进一步提高生产效率。销售端方面，公司根据业务需要适当增加了原

料药销售人员的数量,通过多种措施激发现有销售人员的潜能,增强与客户的互动,制定更具体的销售团队规划和区域覆盖目标。

10、采购的成本的市场对标如何进行?

采购成本需要及时的市场对标,在采购过程中通过多种方式降低采购成本。公司具备产业链向前延申的技术能力,掌握主动权,实现采购成本的市场对标。

11、对于当前原料药销售团队的情况,有哪些改进空间?

对于销售团队,更需强调精细化管理,包括明确的客户、市场和产品,通过精准地针对客户需求提升销售能力。高端客户拓展是一个长期的过程,根据业务需要增加原料药市场拓展人员,同时充分发挥现有人员的积极性和潜力。

12、针对原料药欧洲市场的需求,公司有哪些具体举措?

欧洲市场的需求是公司原料药重点关注的方向之一,我们会根据市场需求快速响应,提供产品和技术支持。同时,为了拓展全球市场,公司成立了专门销售拓展办公室,主动寻找全球范围内与公司现有产品及领域相关的品种,并提前布局未来几年的目标市场。

13、在制剂新产品销售方面有哪些准备?

制剂新产品需要具备的销售能力,包括市场准入能力、市场覆盖能力和专业化学术推广能力。近两年公司顺应市场变化,销售队伍经历了短期调整阶段,更加注重准入部门和市场部的能力培养,针对新产品和潜力品种组建了新的产品项目团队。

	<p>14、对于全球甾体原料药未来的发展空间如何看？</p> <p>从全球视角看，甾体原料药属于存量市场，传统甾体原料药产品的总体需求稳定。未来空间主要集中在一些有技术壁垒的独特产品类别上，比如甾体类高端衍生物、无菌原料药等，具备相应高壁垒技术生产能力的厂家比较少。</p> <p>15、公司吸入制剂方面公司有哪些技术上的布局？</p> <p>公司在吸入制剂的布局主要是肺部给药的研发平台搭建。除了正在开展的糠酸莫米松鼻喷剂、噻托溴铵粉雾的一致性评价工作，目前在干粉吸入剂型的基础上重点选取一些有研发壁垒的药械联合的产品方向，积极开发下一代吸入剂型，多个二联吸入复方制剂、三联复方制剂已完成研发立项，未来还将围绕肺部给药平台推进一系列吸入类创新型品种。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年05月21日