

证券代码：600252

证券简称：中恒集团

广西梧州中恒集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系活动	2021年4月机构交流会
形式	<input checked="" type="checkbox"/> 现场 <input type="checkbox"/> 网上 <input type="checkbox"/> 电话会议
时间	2021年4月8日
地点	上海
上市公司接待人员	中恒集团总经理蒋神州、中恒集团副总经理陈明、中恒集团副总经理兼莱美药业董事长彭伟民、中恒集团财务总监易万伟、莱美药业副董事长兼副总经理冷雪峰、莱美药业副总经理兼董事会秘书崔丹、中恒集团证券部、战略发展部/资本运营部、经营与计划财务部负责人及相关工作人员。
投资者关系活动主要内容	<p>4月8日，公司在上海举行了“携手莱美 创新医药”机构交流会，公司总经理携高管团队与长城证券、国金证券、平安证券、中原证券、天风证券等40家券商和机构投资者进行了沟通交流，主要内容如下：</p> <p>问题 1: 中恒集团并购莱美药业的目的是和意义，后续如何对莱美药业进行经营管理？</p> <p>回复 1: 目的和意义：中恒集团作为国内知名的心脑血管领域的中药头部企业，选择牵手莱美药业，主要有以下几方面的考虑：</p> <p>一是莱美药业具有较好的投资价值。主要表现在：</p> <p>1. 莱美药业两大核心产品所处市场空间较大，纳米炭混悬注射液（卡纳琳），唯一获得CFDA批准的淋巴示踪剂，卡纳琳连续三年荣获“中国化学制药行业原研药、专利药优秀产品品牌”“2020中国化学制药行业其他各科用药优秀产品品牌”“制造业单项冠军产品（2019年-2021年）”等多项殊荣。该产品具有良好</p>

的淋巴趋向性，达到淋巴示踪的目的；还可作为药物载体，将药物载入淋巴系统，达到淋巴靶向治疗的目的。

艾司奥美拉唑肠溶胶囊（莱美舒），首家上市国产艾司奥美拉唑口服制剂，国家医保品种，连续三年获得“中国化学制药行业消化系统类优秀产品品牌”称号、2020年获“2020中国化学制药行业原研药、专利药优秀产品品牌”荣誉称号、2019年1月经中国产学研合作创新与促进奖励办公室批准莱美舒获得“2019年中国产学研合作创新成果优秀奖”，作为全新一代质子泵抑制剂（PPI）具有快速、持久、稳定抑制胃酸及较高的Hp根除率。

2. 莱美药业在科研创新方面有较好的布局，莱美药业建立了多层次的科研创新体系，从短期、中期、长期三个维度来构建莱美药业后续核心品种。短中期内，莱美药业主要借助投资平台积极引进优质项目及创新技术，通过战略合作及股权投资等方式筛选符合莱美药业发展需要的潜力产品和技术。莱美药业研发团队将结合市场及莱美药业实际情况重点开展优势细分领域产品开发工作，进一步丰富莱美药业细分领域产品组合，提升莱美药业在该领域竞争力。中长期内，莱美药业坚持自主研发创新的路径，重点推进子公司瀛瑞医药开发的卡纳琳后续升级产品，如纳米炭铁等；康德赛开发自主研发如细胞免疫疗法或其他个性化创新医疗技术等产品。此外，莱美药业与搭建了多靶点小分子化合物药筛选平台和基于蛋白组学的疾病早期检测和诊断技术开发平台的AglaeaPharma共同投资设立“AglaeaPharma 中国药物公司”。通过AglaeaPharma公司新药筛选平台产出的大量候选化合物（Hits）独家授权给AglaeaPharma中国药物有限公司在大中华区内进一步开发和运营，将有利于实现新药开发的创新性突破，布局创新小分子药开发的上下游产业链，形成创新小分子药开发生态圈。通过参与投资AglaeaPharma中国，在抗肿瘤、消化道、眼科等

战略相关领域的创新项目，莱美药业能够抢占合作先机并进行提前布局，有利于进一步提升在医药行业的核心竞争力。

二是莱美药业可以为中恒发展赋能，化解产品单一的风险和问题，提高市场竞争力和抗风险能力。

1. 莱美药业现有的核心产品将直接为中恒集团注入活力，并有望成为中恒新的增长点，在一定程度上解决中恒集团所存在的血栓通“一品独大”的痛点；

2. 莱美药业可以为中恒集团导入优质的产业资源和研发资源，作为中恒集团在仿制药和生物药领域的布局支点，助推中恒实现高质量、可持续发展，助力中恒集团由中药制造为主的医药企业向拥有中药、化学药、生物药等产业板块的综合性医药集团持续迈进。

三是中恒集团为莱美发展赋能。

1. 中恒集团依托于世界 500 强广投集团，也具有诸多的项目和资源储备，可以将创新药、生物药方面的储备资源导入莱美药业，并将莱美业打造成中恒体系内创新药、生物药的生产、研发中心和销售平台。

2. 可以充分发挥广投产融优势，为莱美药业的发展提供低成本的资金支持。

3. 充分利用广西的潜在市场优势和区位优势，有效开拓广西市场和东南亚市场。

中恒集团收购莱美药业后，莱美药业的战略规划、组织架构、经营管理团队等保持不变，公司科研、生产、销售等日常经营管理业务仍由现有管理团队负责。莱美药业管理团队已有 20 多年行业从业经历，有着丰富的医药行业工作经验，对产品市场价值有较强的识别能力和产品设计能力，能够结合行业政策和市场变化制定和执行莱美药业发展战略，激发企业活力。

我们相信，中恒集团与莱美药业强强联手，必将在中恒集团内部产生显著的良性化学反应和协同效应，有利于提升中恒集团未来盈利能力以及在生物医药行业的地位，有利于提升整体业绩和竞争力和

抗风险能力。

问题 2: 中恒集团 2020 年度利润下滑的原因, 2021 年度有什么具体的经营举措?

回复 2: 中恒集团 2020 年度经营业绩有所下滑的主要原因主要有:

一是受疫情影响, 以及国家医保政策调整等政策环境影响, 导致 2020 年度主要产品的销量下滑, 对公司 2020 年度的经营业绩产生了一定程度的影响。

二是 2020 年 6 月份与莱美药业并表, 莱美药业的经营业绩也在一定程度上对公司的整体业绩产生了影响。

需要说明的是, 公司 2020 年度经营业绩虽有所下滑, 但公司核心产品的市场地位和份额并未下滑, 市场优势地位依然稳固。

2021 年度经营举措/应对措施:

一是计划进一步加强血栓通循证医学研究, 加快安全性、有效性的再评价工作, 加强血栓通的基础和临床研究, 为临床使用提供支撑。完成血栓通标准化建设, 不断提升血栓通产品质量, 保证临床用药安全有效。加强学术推广, 提高医生对血栓通的了解, 提高临床使用的安全性。紧跟医保目录的调整, 加强学术推广, 确保在中风偏瘫、视网膜中央静脉阻塞病症上占据更多的市场份额。

二是充分利用挖掘梧州制药所拥有的 300 余个药品批号, 加大中华跌打丸、炎见宁、妇炎净等产品的培育和銷售推广力度;

三是利用现有产品优势, 在丽人、妇女、儿童和消化四大方向中, 针对三大目标人群, 布局五大核心品牌及产品组合: 龟苓、田七、坤月安、肥儿宝、肝得乐;

四是在成功并购莱美药业的基础上, 通过投资设立产业并购基金等方式, 积极寻找合适的标的, 通过并购丰富公司产品管线, 持续减少对血栓通单品的依赖。

中恒集团将坚持创新驱动战略，以医药大健康战略为核心，推动医药产业和大健康产业同步发展，从研发创新、资本运作和促进产业升级出发，努力打造综合性医药大健康产业集团。

问题 3: 莱美药业 2020 年度继续亏损的原因，核心产品的销售预期、创新药方面的研发情况，以及下一步有什么具体的经营计划。

回复 3:2020 年莱美药业业绩亏损的主要原因为：

一是资产减值影响，莱美药业对可能与中恒集团产生同业竞争以及不符合公司未来战略规划的公司进行相应处置。

二是开发支出转费用化影响，莱美药业决定将部分受行业政策影响较大、市场空间有限、产品竞争激烈以及投资回报率低的研发项目予以终止研究，并将终止的在研项目的开发支出转入当期研发费用。

三是新冠疫情和期间费用等综合影响:2020 年度，新冠疫情对公司采购、生产、销售等多方面带来较大影响。公司产品以消化道、甲状腺等领域的专科药品为主，疫情期间受国家医疗资源集中调配的统筹管理，市场需求量下降，导致收入同比减少。另外，由于融资规模扩大、新增合并报表范围等原因，导致财务费用、管理费用同比增加。

核心产品销售情况:

一是卡纳琳在甲状腺领域的普及率较好，产品还可适用于乳腺、胃肠、妇科肿瘤等领域，在这些领域有很大增幅，市场空间大，目前临床专家对于乳腺、胃肠临床使用的推广情况较好。

二是关于艾司奥美拉唑，莱美药业将不断拓展莱美舒销售渠道，扩增第三终端覆盖面，加强销售及服务的精细化管理。此外，莱美药业将继续聚焦打造消化道药物平台，通过技术合作与自主研发，丰富消化道领域产品线。2020 年 12 月，公司获得注射用艾司奥美拉唑钠《药品注册证书》，也将提升公司在消化道药物市场的份额，增强公司在 PPI 领域的竞争优势。

创新研发管线方面：一是积极布局眼科赛道，继续借助爱尔眼科医院院内体系开发或引入干眼症、眼底黄斑治疗药物等产品，逐步的形成丰富的眼科用药产品集群，形成医药工业价值和终端渠道价值的高效配合。二是围绕现有优势领域，自主开发如肿瘤领域的个性化免疫细胞治疗、纳米炭-铁等创新技术和产品。三是借助通过子公司莱美香港和已设立的产业并购基金寻找拥有核心竞争力的优势产品，引进蛋白组学项目落地国内，积极布局创新小分子药开发产业链以及“早诊断、早治疗”领域相关先进技术。下一步经营计划：莱美药业将继续发挥重点产品细分领域优势，聚焦甲状腺疾病打造甲状腺疾病领域头部企业，通过科研、营销升级双轮驱动，持续开发和引进创新技术和产品，提升莱美药业经营业绩和核心竞争力，努力做好经营工作以良好的经营业绩回报投资者。

问题 4：公司在健康食品领域有什么具体的经营计划，是否有向保健品领域发展的计划？

回复 4：公司秉承做强做大食品工业的思路，在食品工业方面，依托龟苓膏，大力发展龟苓宝，加速推进“双钱”高端产品的发展，整合渠道体系，加大宣传推广，将双钱实业打造为绿色、健康、无污染的食品新型企业，成为广西特色食品的龙头企业。过去三年龟苓膏每年都有 15%的增长率，呈现出良好的发展态势。

公司将着重从以下几个方面开展经营活动：

一、丰富产品系列，巩固并做大龟苓膏、龟苓宝、六堡茶等产品线。龟苓膏属于中华老字号，我们将充分借鉴国内外知名品牌的成功经验，结合产品的特点，打造品牌故事、传播品牌文化，提高品牌认知度与忠诚度；

二、在深耕两地市场的同时，积极开拓两广以外的市场，结合市场实际情况调整两广外的经营思路和方向，并确保对其他地区市场的持续投入，带动整体业绩提升；

三、整合各方资源推进股权混改，进一步完善激励约束机制，突破体制障碍；

四、完善市场定位，加大线上销售力度，立体营销，进一步做大做强健康食品产业。

至于是否向保健品领域发展，公司目前对此持开放态度，如是时机合适，条件成熟，公司将依托现有的健康食品，适时进入保健品领域。

问题 5：公司对龟苓宝饮料系列定位是什么？后续增长趋势和空间怎么看？

回复 5：公司于 2019 年下半年对龟苓宝饮料重新做了定位，主要目标消费群体是针对高端消费者，针对追求品质生活的消费者。龟苓宝是公司重点打造的品种之一，龟苓宝饮料市场销售规模比龟苓膏食品市场规模更大，具有更为广阔的发展空间。我们在南宁市场创建样板市场，主要针对餐饮渠道，便利店系统做推广和消费者教育，取得了良好的效果。我们预计后期随着重点市场的逐步开发，广告投入力度的加大，龟苓宝销量将继续取得较快的增长。

问题 6：目前国内血栓药的种类众多，市场竞争日益激烈，公司有哪些措施来保持血栓通的销量？

答复 6：措施主要有四点：

一、目前公司的血栓通产品特别是冻干剂型处于中药注射剂领先地位，其质量、安全性和纯度领先于同类产品，且市场口碑好，份额高，医院、医生及患者的认可度高，市场地位和竞争优势明显。

二、持续为中药注射剂正名，维系血栓通医保药物地位，减少医保受限等情况带来的销量损失。另外，针对各地重点监控目录政策出台后对公司产品的影响，积极开展沟通协调工作，改善销售环境。

三、加强血栓通循证医学研究，加快安全性、有效性的再评价工作，加强血栓通的基础和临床研究，为临床使用提供支撑；完成血栓通标准化建设，不断提升血栓通产品质量，保证临床用药安全有效；加强学术推广，提高医生对血栓通的了解，提高临床使用

的安全性；紧跟医保目录的调整，加强学术推广，确保在中风偏瘫、视网膜中央静脉阻塞病症上占据更多的市场份额。

四、通过及时调整产品学术策略、加强与代理商共管模式、加大血栓通产品学术和品牌推广投入、扩大产品影响力等多种举措，促进产品营销升级。完善代理商和经销商的评估管理，加强对代理商和经销商的激励及精细化管理，扩大市场覆盖与深耕重点市场，不断开发三终端市场，实现多端客户销售，销售渠道向县级和基层医疗机构下沉，不断拓宽销售渠道，改善销售环境，巩固和开拓市场份额。

问题 7：公司市值是否与公司的业绩和未来前景相匹配，公司在市值管理方面有哪些具体举措？

答复 7：公司股价市值受宏观环境、公司行业、国家政策和具体经营业绩等多方便因素的影响。

公司历来高度重视投资者利益，管理层会积极开展经营，以良好的业绩和分红回报广大投资人。一是开展股份回购。为使公司股价更好反映公司实际业绩情况和公司价值，公司开展了股份回购工作，截至 2020 年 4 月，共计从二级市场上回购了约 5000 万股股份，回购金额约 1.5 亿元，拟全部用于股权激励，相关股权激励方案也将适时推出。二是高比例分红。以 2020 年度为例，2020 年公司实现营业收入约为 36.76 亿元，归属于上市公司股东的净利润约为 5.63 亿元。公司拟分红金额达 2.9 亿元，占 2020 年度归属于上市公司股东的净利润的比例为 52.34%，再次刷新公司的分红比例记录。近年来，中恒集团分红均高于监管部门鼓励的现金红利分配总额不少于当年归属于上市公司股东的净利润 30%的比例，进一步让广大投资者能够分享上市公司发展成果。经统计，从 2017 年以来，公司连续四年实施了现金分红，累计现金分红金额超过 10 亿元。三是公司认为公司的市值与公司的内在价值尚不匹配，本次开展投资者见面会也说明公司高度重视市值管理工作，也是公司市值管理的一个重要举措，今

后将开展更多的类似活动，向市场传递公司投资价值。

同时，管理层将不断努力经营公司业务和实施长远战略布局，不断提升内在价值，争取更好的回报投资者。

问题 8：公司目前有哪些主要研发项目和优势？

回复 8：主要研发项目：血栓通有效性及安全性再评价研究、中华跌打丸二次开发、荧光素钠、中药经典名方，以及艾司奥美拉唑镁肠溶胶囊、注射用艾司奥美拉唑钠、伏立康唑片等品种的开发和研究等。

主要研发优势：为加快打造中恒集团现代化健康产业，提升中恒集团整体研发水平和核心竞争力，成立了中恒集团研发大平台——中恒研究院，全面负责中恒集团的新产品研发和技术、产品提升工作，管理和建设技术研发平台，统一管理、实施集团和知识产权工作。依托人才队伍的强力支撑，先后创建了多个自治区级和国家级研究（研发）中心，在原有的广西壮族自治区企业技术中心、广西药物提纯工程技术研究中心、广西三七深加工重点实验室等重点创新研发平台基础上，还与北京大学、暨南大学、四川大学、天津中医药大学、中国科学院上海药物研究所、军事医学科学院等多家高校及科研机构建立深度紧密的合作关系。为提高中药研发实力，中恒集团和上海中医药大学成功共建“三七研究中心”，与深圳清华大学研究院共建“深圳清华大学研究院中恒创新研发中心”，是公司“加强技术研发和产品创新，着力打造广西医药龙头企业”战略的新落点。莱美药业建立了多层次的科研创新体系，从短期、中期、长期三个维度来构建公司后续核心品种，持续开发优势细分领域战略产品、坚持自主开发创新产品和先进医疗技术、科研创新引入拥有核心竞争力的优势产品和先进技术。

我们相信，依托中恒原有的研发能力，再加上莱美药业在化学药和创新药方面的研发能力和研发优势，必将使中恒的整体研发实力迈上一个新的台阶，并产生更多的研发成果，真正将研发打造为公司的核

心竞争力，促进公司未来的业绩增长。

问题 9: 公司参与重整奥奇丽公司的原因及期望?

回复 9: 重整投资奥奇丽公司，对中恒集团有较强的战略意义和协同作用。

一、“田七”牙膏曾是全国排名前四的牙膏品牌，在国内有较高的知名度，而且本身就是梧州当地的品牌。

二、中恒集团重视三七（即田七）产业发展和培育，近年来，推出以三七为主要原材料的核心产品注射用血栓通（冻干），并通过设立广西三七深加工重点实验室、与上海中医药大学共建“三七研究中心”等方式加大专项研发。

三、通过发挥“田七”品牌形象效用协同开发三七产品，将进一步延伸中恒集团三七产业链布局，打造“田七”品牌日化产品生产基地，扩大“田七”系列产品推广应用。

“田七”属于民族牙膏品牌，掌握独家产品配方，在行业中具有一定的品牌影响力和核心竞争力，公司对田七品牌的期望是重新塑造国民牙膏品牌，成为中药日化行业的中坚力量之一。