

## 江西同和药业股份有限公司投资者关系活动记录表

证券简称:同和药业

证券代码:300636

编号:2022021

投资者关系活动类型	<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 type="checkbox"/> 其他( )
参与单位名称及人员姓名	<p>中金公司 邹朋            中金公司 刘锡源            光大证券 曹聪聪            东吴证券 朱国广            东吴证券 徐梓煜            山证研究所 魏贇            国海资管 秦海燕            观富资产 杨洁            长城基金 龙宇飞            泓澄投资 殷萌            韶夏资本 刘旭            诚盛投资 冯航            华融证券 孙子乾            兴业基金 陈旭            重阳投资 方溢涵            相聚资本 邓巧            合众易晟 王华均            长盛基金 周思聪            金信基金 钱潇明            盘京 曹姗姗            西部利得 冯皓琪            凯昇投资 叶挺            诺德基金 陈少波            国华兴益 范佳锴            广州汽车集团股份有限公司 黄勇            东北自营 金佳音            永赢基金 陆海燕            KIM 韩国投信 张岑岭 Stacy            董吉汇 张皓博            华泰证券 李勇剑            凯丰投资 裴彦春            凯丰投资 裴彦春            深梧资产 王珊珊            悟空投资 江敬文            兴业基金 应晋帅            长城基金 龙宇飞</p>

	<p>嘉实基金 齐海滔          深圳市尚诚资产管理有限责任公司 黄向前          财通资管 冯雪云          金信基金 谭智汨          财信证券自营 李侃          华安基金 刘潇          域秀投资 刘云鹏          深圳市至诚经纶资产管理有限公司 孙守用          鹏扬 王雪刚          中信期货 魏巍          华夏基金 胥梦缘          中庚基金 刘永          同犇投资 童驯</p>
时间	2022年10月28日11:00
地点	线上会议方式
公司接待人员姓名	庞正伟（董事长、总经理）、周志承（副总经理、董事会秘书）
投资者关系互动 / 主要内容介绍	<p>公司副总经理、董事会秘书周志承先生对公司2022年前三季度的经营情况作了简要介绍：</p> <p><b>一、报告期经营情况概述</b></p> <p>年初至报告期，公司实现销售收入52,827.5万元，比上年同期增长23.43%；实现净利润7,448.62万元，比上年同期增长11.93%（若不考虑股权激励成本同比增长为22.15%），其中销售费用12,416,748.36元，管理费用21,127,421.42元，研发费用41,306,802.25元。报告期内由于对美元加息时间的误判，去年前三季度安排了较多的美元融资，到今年三季度末才基本消化完毕，美元升值的利好未能充分受益；由于新产品各个市场客户众多，市场趋势超过预期，而老厂区产能不足，部分新产品的多功能生产车间生产切换频繁，严重影响产出，新产品脱销情况比较严重。</p>

今年第三季度，公司经营状况有了较明显的改善，各项经营指标同比及环比有明显增长：三季度实现销售收入19,229.98万元，比上年同期增长27.80%（环比增长23.11%）；实现净利润3,184.79万元，比上年同期增长32.60%（环比增长101.44%）；三季度股权激励成本750.72万元（其中影响制造成本385.36万元），不考虑股权激励成本后毛利率为33.36%（同比增长1.84个百分点），净利为3822.9万元，同比增长59.17%，净利率为19.88%。1-3季度累计股权激励成本799.68万元（其中影响制造成本410.5万元），不考虑股权激励成本后毛利率为30.09%、净利为8128.35万元、净利率为15.39%。

三季度管理费用同比增长43.37%，年初至报告期，管理费用同比增长39.76%（主要系报告期限制性股票激励成本增加所致）；三季度财务费用同比下降231.03%（主要系报告期冲销可转债转股后已预提于不需再支付的可转债利息），年初至报告期，财务费用同比增长15.74%（主要系外币借款产生的汇兑损益较大所致）；三季度研发费用同比增长61.20%，年初至报告期，研发费用同比增长69.82%（主要系报告期研发投入增加所致）。

全年预计销售收入7.4亿，其中内销2亿元，占比26.33%；定制产品1.1亿元以上。

## 二、经营具体情况介绍

**1、影响2021年四季度业绩的全球海运紧张、人民币升值、原料价格上涨的三大负面因素在2022年前三季度的表现情况：**

出口运输海运紧张及运费暴涨的情况在第三季度已基本恢复正常；

人民币今年前三季度对美元处于持续贬值状态，对于公司这种以出口为主的且以美元签订合同的原料药企业比较有利；

原材料价格前三季和去年相比总体有所回落，近期大体平稳。

## 2、2021年确立的四大板块经营情况：

内销保持持续增长，但统计口径上内销占比有一定回落；

新产品专利全球范围内陆续到期，销售大幅增加；

CMO/CDMO项目今年交货在四季度比较密集，新项目还没有开始放量；

老产品出口业务总体平稳增长。

具体情况：

**(1) 内销业务：**2022年前三季度实现国内销售14,937.34万元，同比增长2.83%；占收入比28.28%，同比下降5.66个百分点；主要原因是因产能不足而减少了对外贸公司的销售，及其他品种外销收入增速较快所致。非出口的内销业务继续保持较快增长。预计明年二厂区的产能释放后，部分内销产品与新产品可以转移到二厂区生产，不但有二厂区的新增产能，而且一厂区的装置产能利用率也能得到提升，新产品及内销产品的产能进一步提高。

### 截止目前国内注册的提交、发补情况：

2022年3月利伐沙班通过CDE审批，2022年5月米拉贝隆通过CDE审批，利伐沙班和米拉贝隆于2022年10月通过GMP现场检查，即将开始国内市场销售；

2022年7月加巴喷丁通过CDE审批；

2022年2月非布司他完成发补，3月维格列汀完成发补，6月瑞巴派特完成发补，7月阿哌沙班完成发补，8月甲苯磺酸艾多沙班完成发补，预计2022年底这5个品种多数在国内可以通过CDE批准；

本年度准备提交注册的品种有：恩格列净、阿戈美拉汀、克立硼罗、美阿沙坦钾；

国内已批准并销售的品种：盐酸文拉法辛、塞来昔布、替格瑞洛。

塞来昔布、替格瑞洛二个品种销售仍然处于上升期。今年截至目前完成注册的品种3个，完成发补的品种5个，计划提交注册的品种4个，内销板块产品储备较为丰富，

明年内销的原料药品种将从3个增加到11个。后续随着越来越多的品种完成CDE注册，国内原料药销售快速增长的趋势已经确立。

**(2) 新产品市场情况：**

新产品是增速最快的板块，目前一厂区的新品种生产装置产能利用率已处于饱和状态，许多新产品处于供不应求状态。前三季度新产品销售收入达1.45亿，同比增长46.58%，占收入比为27.54%，同比上升4.35个百分点，新产品增速明显。（新产品前三季度毛利率为33.83%，同比下降14.61个百分点，剔除某个因工艺问题发生亏损的品种，毛利率为47.04%）。

**(3) CMO/CDMO 业务：**

2022前三季度CMO/CDMO项目收入5347万元，同比减少20.89%；占收入比10.12%，同比下降5.67个百分点，主要是因为今年CMO/CDMO项目交货在四季度较为集中（6000万左右），全年过亿的销售目标会超额完成。

**(4) 成熟品种出口业务：**

2022年前三季度，加巴喷丁受原料价格大起大落扰动被打乱销售节奏出现销售下滑，但瑞巴派特、加巴喷丁、塞来昔布、醋氯芬酸等成熟品种的出口业务综合来看总体平稳，同比变化不大。

**3、毛利率：**今年毛利率整体有所回升，全年呈前低后高态势。成熟品种毛利率比2021年有所提高；新产品毛利率高于老产品，随着销售占比的提高，将拉动整体毛利率走高；定制业务毛利率平均在40%以上。

**4、产能：**一厂区今年大部分生产装置产能紧张，除加巴喷丁以外，其他产品产能利用率基本达到饱和，新产品替格瑞洛、维格列汀、阿齐沙坦、米拉贝隆、阿哌沙班、依度沙班、沃诺拉赞、阿戈美拉汀、恩格列净、卡格列净等品种供不应求。目前二厂区一期工程2个车间已进行试生产，2个车间正在进行试生产准备，即将进入试生产阶段。二厂区一期装置完成试生产后，将使以上品种的产能得到巨大扩充，满足以上品种全球专利陆续

到期后的产能需求。

二厂区二期工程已开工建设。二期将建设 7 个合成车间和一个研发楼，由于一期已经完成大部分公用工程设施的建设，预计二期的产能建设节奏会更快，部分车间计划于 2023年底完成设备安装，2024年二季度完成试生产，2024年三季度正式投产。

#### 5、未来发展展望：

公司依然是将新产品抢首仿，做全球主流通用名药第一供应商作为公司的核心竞争力，加大已技术成熟的 18个新品种的国内外推销力度，同时持续保持较高的研发投入水平，每年新立项10个左右的原料药研发项目，保持在该领域的持续竞争优势。

其次，在 CMO/CDMO 领域，根据新的国际形势，将目标定位在原研公司的原料药替补供应商和国际主流 CMO/CDMO 公司的高级中间体供应商，同时承接一些专利已到期的原料药的国内外客户的 CMO 业务。

第三，继续发力国内原料药市场，每年持续提交更多 API 品种的国内注册申报，提高完成注册转 A 品种的数量，积极开展推销，争取有更多的品种实现如替格瑞洛、塞来昔布那样的国内市场占有率，早日实现内销占比 40% 的目标。

第四、在采用公司原料药、并且不影响现有客户的前提下，适度向下游制剂延伸，加快推进在研制剂项目，延伸公司价值链。

第五、开辟新赛道，除现有化学合成技术外，引进生物合成技术，进入动保、农药领域。

2023年，随着二厂区装置的逐步建成，生产产能方面，二厂区一期四个车间产能有5个亿左右，一厂区多功能车间在部分产品转移到二厂区后，多功能车间将摆脱目前品种频繁切换、装置利用率低下的被动局面，产能会有所提升，可以达到9个亿左右；销售方面：老产品明年还会保持10-20%左右幅度的增长；定制业务至少能达到1.5-2亿元的销售；替格瑞洛、维格列汀、阿齐沙坦、米拉贝隆、

阿哌沙班、依度沙班、沃诺拉赞、阿戈美拉汀、恩格列净、卡格列净这些新产品原料药及中间体单品销售都可达千万元量级，实现公司的经营规模和盈利能力的较快提升；内销将由今年的3个品种增加到11个品种，内销规模将持续扩大。

接下来进入投资者提问环节：

**1、三季度以来海外运输逐渐恢复正常，能不能展望一下公司明年的海外订单情况？**

答：总体来说目前海外需求还是比较旺盛的，老产品明年的订单还会增加，新产品放量速度超过预期，定制业务明年也会继续放量。可能因为同和现有的经营规模比较小，所以当我们的产能问题迅速解决后，业绩增长的趋势还是很明确的，同时由于美元的升值，明年的出口毛利率也会有一个比较明显的提高。

**2、问：加巴喷丁今年销售情况不太好是什么原因？对明年的销售情况有何展望？1800吨的产能是不是太大了？**

答：由于加巴喷丁的主要原料价格大起大落，打乱了今年的销售节奏，单品全年销售下滑，导致全年8亿总销售目标无法实现。随着公司对该产品工艺优化的完成，成本的下降，明年我们有信心创造同和有史以来加巴喷丁最高的销量记录。

**3、问：二厂区一期投产后部分新产品转移过去，对一、二厂区的生产节奏有何影响？**

答：预计明年二厂区的产能释放后，部分内销产品与新产品可以转移到二厂区生产，不但有二厂区的新增产能，而且一厂区的产能利用率也能得到提升，因为部分产品转移到二厂区后一厂区的生产装置不用再频繁切换，生产的品种越少装置的产能利用率越高。

**4、问：请公司介绍下二厂区一、二期的产能规划和时间**

**预期？**

答：二厂区一期工程2个车间已进行试生产，2个车间正在试生产准备，10月底就会进入试生产阶段。一期4个车间大概可以生产10个新品种，替格瑞洛、维格列汀、阿齐沙坦、米拉贝隆、阿哌沙班、依度沙班、沃诺拉赞、阿戈美拉汀、恩格列净、卡格列净等品种的产能会得到巨大扩充。

二厂区二期工程已开工建设。二期将建设7个合成车间和一个研发楼，由于一期已经完成大部分公用工程设施的建设，预计二期的产能建设节奏会更快，部分车间计划于2023年底完成设备安装，2024年二季度完成试生产，2024年三季度正式投产。二期7个车间多为专用车间，自动化程度很高，节省人力资源，后续会根据各个新产品的放量速度来规划具体生产哪些品种。

**5、问：公司三季度有些订单是二季度滞港延续下来的，那么四季度的销售额对比三季度是不是会下滑呢？**

答：公司四季度的销售额会继续增长，目前在手订单的金额已经超过三季度销售额。

**6、问：公司二厂区一期折旧费用对公司的影响如何？**

答：公司二厂区一期会依据实际投入使用情况分批转固，目前部分已投入使用的辅助工程已转固，一期其余大部分预计在2023年完成试生产后转固。一期全部转固后年折旧额约6000万。一期的4个多功能车间预计2023年实现较满负荷生产，可以带来近5亿的收入，且新产品的毛利率较高，可以覆盖对应转固折旧实现赢利。

**7、问：导致公司上半年亏损的中间体品种后续是否还会对公司业绩造成影响？**

答：这个品种大概给公司造成了1000万亏损，目前工艺问题已经被解决，后面批次的生产已经正常。

	<p><b>8、问：CMO/CDMO 业务方面，公司在谈项目的进展情况和客户的拓展情况如何？</b></p> <p>答：CMO/CDMO 业务方面，公司将目标定位在原研公司的原料药替补供应商和国际主流CMO/CDMO公司的高级中间体供应商，同时承接一些专利已到期的原料药的国内外客户的CMO业务。</p> <p>公司目前CMO/CDMO 业务还是早期7个品种中的3个中间体在放量，客户拓展情况还算顺利，现在公司也在跟一些比较大的原研客户谈CMO/CDMO业务合作，有一点比较遗憾的是之前有一个谈得非常好的原研API品种，因为疫情客户无法到公司进行现场审计，最后一轮这个品种给了国外的供应商。公司2023年定制业务保守估计能达到1.5-2亿元。</p> <p><b>9、问：公司对2023年的业绩有何展望？</b></p> <p>答：2023年，公司业绩应该会继续保持逐季增长。老产品明年还会保持10-20%左右幅度的增长；定制业务预计能达到1.5-2亿元；内销品种会增加到11个；替格瑞洛、维格列汀、阿齐沙坦、米拉贝隆、阿哌沙班、依度沙班、沃诺拉赞、阿戈美拉汀、恩格列净、卡格列净等新产品原料药及中间体单品销售都可达千万元量级，且新产品毛利率较高，公司的经营规模和盈利能力都会得到持续增长。</p>
附件清单（如有）	无