

证券代码： 300765

证券简称： 新诺威

石药集团新诺威制药股份有限公司投资者关系活动记录表

编号： 2021-04

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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	交银施罗德基金管理有限公司：邱华、张程 上海申银万国证券研究所有限公司：张静含
时间	2021年6月1日下午
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：潘卫东 董事会秘书兼财务总监：杜英 国际贸易部负责人：王晓彬 国内贸易部负责人：张国一 石药集团中诺药业（泰州）有限公司副总经理：刘宇 保健食品研发负责人：张瑞国 证券事务代表：戴龙
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、董事长就公司基本情况做介绍</p> <p>公司为石药集团（01093.hk）控股子公司，2019年分拆回A股上市。公司主要从事功能食品的研发、生产、销售。目前两大主营产品分别为咖啡因类产品与保健食品类产品。在规模成本、质量技术、优势客户及品牌具备较强竞争力。未来仍将围绕功能食品相关的大健康领域进行发展。</p> <p>二、互动问答</p> <p>问题 1：咖啡因的全球产量情况、公司的行业占比。</p>

答复：咖啡因全球产能约 25,000 吨，国内产能约为 20,000 吨，公司年产量在 12,000 吨，约占全球市场份额的 50%左右。

问题 2：全球咖啡因生产厂商情况。

目前咖啡因主要生产国为中国、印度及德国，其中印度无法自产咖啡因的前端原料，竞争力较差；德国咖啡因受制于成本较高，产量较少。

问题 3：公司订单的签订周期及定价方式。

答复：公司针对大型客户会采用年单的形式，小数量的临时性订单会根据需求随时商谈。公司订单会考虑成本、汇率等因素来调整价格。少部分年单客户也会采用浮动价格。

问题 4：公司拓展新客户的方式

答复：主要是参加各项行业展会、定点客户拜访以及海外销售子公司市场拓展等方式。

问题 5：如有新厂商进入咖啡因行业是否会加剧竞争。

答复：咖啡因作为第二类精神药品本身具备较高门槛，另外由于咖啡因的终端客户相对固定，且都是大中型知名企业。对品牌、供货质量和稳定性要求极高，一般对新厂家的合作态度较为谨慎。同时未来咖啡因行业两极分化会较为严重，大公司具备一定的行业话语权，大体量和稳定的产品质量、与国际接轨的销售模式是最大的竞争力。

问题 6：公司咖啡因类产品未来发展展望。

咖啡因主要使用用途为饮料食品添加剂及医药原料。目前以食品添加剂为主，医药原料为辅。公司将进一步拓展大型终端客户并依托海外子公司抓散单。同时进一步开拓高毛利的医药原料客户，提升公司利润水平。

问题 7：保健食品类产品的铺货的主要渠道及线上销售情况。

答复：目前保健食品类产品铺货的主要渠道是连锁药房。线上销售占比较少，随着消费者购物习惯的改变升级以及疫情

	<p>后电商的快速发展，未来电商渠道必将作为健康类产品的主要购买方式之一，公司接下来也将重点发力线上销售。除传统电商外，也会考虑新零售等方式。</p> <p>问题 8：目前公司的保健食品主要为维生素 C 含片，是否有后续接力产品。</p> <p>答复：目前公司可使用的保健食品文号近 90 余个，在未来产品线规划中，维生素 B 族含片已于去年上市，将是公司重点打造的第二大产品。同时氨糖软骨素也于石家庄试点推广，接下来还会有蓝莓叶黄素等产品陆续推出市场。</p> <p>问题 9：公司产品与竞品的优势有哪些。</p> <p>答复：公司的保健食品是针对消费者需求，充分参照临床指南及国内外大量科学文献的基础上立项研发的，吸收利用度、剂型口感等方面具备较大优势；同时定价亲民，目的是让普通消费者都能消费得起，从而提升国人的整体健康水平。</p> <p>问题 10：公司保健食品的未来展望。</p> <p>公司现有产品的铺货率仍旧有很大提升空间，很多空白市场等待扩展。公司的新产品也会借用成熟的模式、成熟的渠道在线下药店持续发力。在保证线下渠道优势的前提下，公司也将重视线上渠道的扩展，利用差异化产品或规格扩展线上渠道销售。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2021 年 6 月 1 日