

华润双鹤药业股份有限公司 2014 年三季度业绩说明会会议纪要

一、会议召开时间：2014 年 10 月 29 日(星期三)上午 10:00—11:30

二、会议召开地点：公司 311 会议室

三、会议召开方式：现场方式

四、公司出席高管人员：

董事、总裁李昕先生

董事、董事会秘书及副总裁范彦喜先生

副总裁刘波先生

五、会议纪要：

公司董事、董事会秘书及副总裁范彦喜先生宣布会议开始，并向投资者介绍与会人员。公司概括向投资者介绍了 2014 年三季度经营情况及财务状况。

2014 年前三季度，公司实现主营业务收入 321,647 万元，同比下降 44.30%(工业收入同比下降 2.57%)；实现净利润(归属母公司) 42,962 万元，较去年同期下降 18.03%。

会上，公司高管人员与投资者围绕公司发展有关情况和问题做了交流，具体情况如下：

Q：公司 2014 年前三季度及第三季度单季收入同口径相比下降，并且单季度收入降幅较大，主要影响因素有哪些？

A: 公司主营业务收入上年同期数据包含商业收入, 2013 年 9 月出售商业公司长沙双鹤, 故 2014 年数据中未包含商业收入, 仅工业收入而言, 同比下降为 2.57%。主要原因是受今年塑瓶输液招标价格持续下滑影响, 且已经蔓延到软袋等产品; 以及营销模式调整等因素影响。

三季度单季收入降幅较大, 主要由于去年同期 0 号发货量大因素影响。

Q: 可否介绍公司营销模式调整工作进展情况?

A: 受外部环境影响, 医药企业合规问题提上议事日程, 双鹤从 2013 年下半年即开始营销模式转型, 重点产品一君、盈源、利复星、糖适平、匹伐他汀等都开始转向“学术+代理”销售模式。北京地区营销模式转型已于去年完成, 外埠地区营销模式转型到今年三季度基本完成。转型需要有过渡期, 目前重点产品果糖、转化糖、小儿氨基酸和利复星销量已经开始回升。

调整后的营销模式为“4+3”模式, 即医院推广部(针对中高端医院)、商务推广部(针对中低端市场)、输液销售部和肾科业务部四条销售业务线以及三个区域公司(西北公司、湖北公司、上海公司), 实现资源共享和能力互补, 营销能力得以提升。

Q: 请介绍一下腹透产品前三季度情况?

A: 肾科业务的重点是做好基础工作, 针对腹透产品, 我们旨在搭建两个平台, 一个是在全国范围内与医院共建腹透中心, 增加患者; 另一个是售后服务平台, 针对每个患者来提供服务, 建立患者档案, 搭

建患者教育平台，通过服务掌握终端患者。

Q：新产品依达拉奉注射液导入进度如何？

A：产品依达拉奉注射液尚处于市场导入阶段，目前公司正在积极策划该产品在各省的招标工作。

Q：公司 BFS 产品目前销售情况如何？

A：公司 BFS 产品正在按工作部署积极推进，目前正在北京等十个重点省市积极申请价格报批工作。

Q：可否介绍公司有哪些前景较好的二线产品？

A：公司二线产品中小儿氨基酸、匹伐他汀均保持快速增长，预计今年达到亿元级的产品有：珂立苏、小儿氨基酸；达到 5000 万元级的产品有：匹伐他汀、转化糖、腹膜透析液。上述产品公司明年将重点推广。

Q：低价药政策对公司影响如何？是否有调价的可能？

A：公司针对 0 号、糖适平等产品正在研究低价药政策执行问题。低价药政策的执行情况每个省份不一样，公司将积极采取措施将影响尽可能降到最低。后续对进入低价药目录的其他产品也将根据市场情况适当调整价格。

华润双鹤药业股份有限公司

2014 年 10 月 29 日