

浙江寿仙谷医药股份有限公司

2022 年度业绩说明会会议纪要

浙江寿仙谷医药股份有限公司（以下简称公司）于2023年5月12日下午15:00-16:30在上证路演中心参加了沪市主板生物医药行业上市公司2022年年报集体业绩说明会，会议召开方式为视频结合网络文字互动，公司通过文字直播方式回复投资者提问。

本次会议嘉宾有董事长李明焱先生、董事兼总经理李振宇先生、独立董事韩海敏先生、财务负责人祝彪先生、董事兼董事会秘书刘国芳女士。董秘刘国芳主持了本场会议，董事兼总经理李振宇先生介绍了公司基本情况并解读了2022年度业绩情况，同时通过企业风采图片、宣传视频及云参观等展现公司风貌及发展情况。会议期间，公司通过网络文字互动方式与投资者进行互动交流和沟通，并就投资者普遍关注的问题进行了回复。会议具体内容如下：

一、公司基本情况和2022年度业绩回顾

（一）公司基本情况

寿仙谷药号始创于 1909 年，是一家百年传承的中华老字号企业、国家级非物质文化遗产代表性项目保护单位、国家高新技术企业，全国农业重点龙头企业。公司一直致力于弘扬和发展中华医药事业，努力打造有机国药第一品牌、世界灵芝领导品牌。公司主产品是第三代去壁灵芝孢子粉系列产品、铁皮石斛和藏红花系列产品。

公司构建了“一链二体三全”卓越绩效管理体系，“产品质量三化同行”、“企业管理三化融合”、“产业发展三化共促”的“道生万物”质量管理新模式，确保了产品质量的“安全、高效、稳定、可控”，先后获得国际标准制定重大贡献奖、浙江省标准创新优秀贡献奖、浙江省人民政府质量奖。系列产品获评“浙产名药”、浙江制造“品字标”，全国十大灵芝品牌、“中国好石斛”。

公司以“张伯礼智慧健康创新实验室”和寿仙谷院士专家工作站为核心，组建了15个科研创新平台，其中国家级科研平台2个。同时，与美国梅奥医学中心、欧洲精准医疗平台、美国国家肿瘤中心、中国中医科学院、中国人民解放军第三0二医院、北京大学等国内外顶尖高校院所开展产学研合作。

（二）公司的五大竞争优势

核心竞争优势之一是全产业链优势：中药企业实现全产业链布局的比较少，公司建立有“中医中药基础科学研究→优良品种选育→仿野生有机栽培→传统养生秘方研究与开发→现代中药炮制与有效成分提取工艺研究→中药临床应用”一整套完善的中药产业链体系。以“安全、有效、稳定、可控”为目标，以科技创新推动中药产业一产地地道化、种源良种化、种植生态化、生产智能化、产业信息化、产品品牌化、发展集约化、管理标准化“八化发展”。公司实施产品身份证可追溯制度，涵盖生产制造检验检测全过程。目前，公司 30 余款主产品实现浙食链赋码，消费者可以直接扫码追溯。

核心竞争优势之二是优良品种选育优势：优良品种是道地中药的关键，品种优劣直接关系到中药材的产量、质量和药效。公司建有珍稀中药材种质资源库，集成多维高效育种体系，自主培育出 10 个优良新品种。其中“仙芝 1 号”为国内首个通过省级以上认定的灵芝新品种。“仙斛 2 号”有效成份多糖含量超过国家药典标准 1 倍以上。

核心竞争优势之三是仿野生有机栽培优势：产品首先要确保安全，公司在远离污染的一类水源保护区武义县源口水库脚下建立了名贵中药材标准化仿野生有机栽培基地，基地种植的灵芝、灵芝孢子粉、铁皮石斛等产品通过了中国、欧盟、美国、日本四重有机认证，基地通过了灵芝、铁皮石斛道地药材保护与规范化种植示范基地认证。

核心竞争优势之四是灵芝孢子粉的核心加工优势：灵芝孢子粉是灵芝到成熟期喷射出的生殖细胞，很细小，直径 4-6 微米；我们在电

镜下看灵芝孢子的结构，有两层坚硬的壁壳，重量占 65%左右，属于几丁质，不容易消化吸收。公司核心工艺之一是首创“四低一高”超音速气流破壁技术，解决了传统振动磨破壁导致铬、镍等重金属超标以及破壁过程温度升高导致氧化变质的难题；核心工艺之二是独创新型去壁技术和精制工艺，通过去除 65%左右的壁壳，使有效成分含量获得十倍以上提升，去壁技术目前公司为全球唯一拥有单位，获得了国家发明专利和日本、美国、欧洲、韩国、南非发明专利。

核心竞争优势之五是标准制定优势：一流企业制定标准，公司目前主持或参与制定已发布标准 50 项，其中国际标准 3 项、国家标准 4 项，荣获国际标准制定重大贡献奖。公司主导制定的灵芝和铁皮石斛 ISO 国际标准分别于 2018 年和 2019 年颁布实施，这也为我国的灵芝和铁皮石斛走向世界创造了条件。

（三）2022 年度业绩回顾

公司自 2017 年上市以来，营业收入和净利润每年都保持了较好的增长态势；2022 年度实现营业收入 8.29 亿元，同比增长 8.07%；实现归属于上市公司股东的净利润 2.78 亿元，同比增长 38.32%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 2.53 亿元，同比增长 27.39%。实现基本每股收益 1.43 元，同比增长 36.19%。

2022 年度净利润增速超过营业收入增速的原因有以下几方面，一是毛利率比上年同期提高了 1.09 个百分点；二是费用率比上年同期降低了 3.42 个百分点，；三是政府补助较去年有较大的增长，同比增加了 1200 余万元。

为了回馈广大投资者，公司上市后每年的现金分红都达到了当年归属于上市公司股东净利润的 30%以上，今年的分红预案是每 10 股派 4.4 元。

按产品类别划分，2022 年度灵芝孢子粉类产品营收为 5.79 亿元，

占比为 70.87%，同比增长了 8.14%；铁皮石斛类产品营收为 1.29 亿元，占比为 15.81%，同比增长了 5.36%；其他产品营收为 1.09 亿元，占比 13.32%，同比增长了 7.4%。这里做一下说明，灵芝孢子粉类产品仅包括 4 种寿仙谷牌的第三代去壁灵芝孢子粉，第二代破壁灵芝孢子粉及其他包含灵芝孢子粉原料的产品归入到铁皮石斛类和其他类进行统计。

按销售区域划分，公司产品在省内接受程度高，浙江地区一直是公司最重要的销售区域，2022 年度浙江地区营收为 5.23 亿元，占比 63.91%，同比增长 8.38%；省外地区营收为 9800 万元，占比 11.95%，同比增长 5.84%；互联网营收为 1.97 亿元，占比 24.14%，同比增长 6.42%。

公司的毛利率较为稳定，2022 年度综合毛利率为 85.81%，比去年同期增长了 1.09 个百分点。分产品看，灵芝孢子粉类产品毛利率为 88.68%，比去年同期增长了 0.51 个百分点；铁皮石斛类产品毛利率为 78.72%，比去年同期增长了 1.18 个百分点。

近三年，公司期间费用占营业收入的比重分别为 60.58%、56.61% 和 53.19%，保持较高水平，但在逐年递减。2022 年销售费用同比下降了 3.16 个百分点，销售费用中广告宣传费占了销售费用的 59%，占营收比重为 22.89%，因为疫情原因，减少了广告宣传费的投放，广告宣传费占营收比重同比减少了 2.99 个百分点。管理费用率与上年基本持平。

公司的研发费用占营业收入比重虽然有所降低，但明显高于同仁堂、片仔癀等中医药企业，研发费用主要投入到育种研究、种植研究、炮制加工工艺研究、质量标准研究，以及化学成分、作用机理、药理活性、毒理、临床等相关研究。公司积极与国内外多个高校、科研院所、医院协同开展创新研究。通过产学研合作，加速研发成果落地。

目前的药理药效和临床研究主要方向是第三代去壁灵芝孢子粉改善睡眠、提高免疫力、协同治疗肿瘤、抗辐射、改善心脑血管、预防老年痴呆等。

2022 年，公司在科研方面硕果累累。报告期内累计授权专利 27 项，其中：国外发明专利 4 项、国内发明专利 4 项。5 款产品获得国家保健食品注册批件，5 款产品完成保健食品备案；“仙斛 1 号”、“仙斛 2 号”、“仙斛 3 号”铁皮石斛新品种获得国家品种权保护证书，填补了浙江省铁皮石斛国家品种权的空白；“番红 2 号”西红花新品种获得浙江省新品种认定证书。累计发表论文 18 篇，其中：SCI 论文 12 篇；8 个科研、技改项目通过验收。《灵芝全产业链品质提升关键技术创新及应用》完成科技查新和鉴定工作，成果总体技术水平达国际先进，其中灵芝功能成分靶向育种和破壁去壁深加工技术达国际领先水平。

（四）公司的发展战略

2023 年，公司将紧紧围绕“打造有机国药第一品牌”“打造世界灵芝领导品牌”愿景、2035 年带动农民增收百亿、营收百亿、总资产百亿“三个百亿”远景目标，坚持“科技立企、营销兴企、管理强企”发展战略，以信息化技术手段，突破公司销售模式创新、企业管理再夯实、人力资源再优化，加大科技研发投入，提升内部管控体系，优化生产工艺制造，加快产业园的建设，实现生产、营销、研发、资本运营上的新突破，为实现企业高质量发展打下坚实基础。计划 2023 年实现营业收入同比增长率、净利润同比增长率均达到 20% 以上。

二、公司与投资者文字交流互动

问题 1：公司营销是短板，看不到新变化，2022 是收缩的，销售人员从 660 人降低到 580 人，由于营销没有准备好，原计划 2023 年 6 月

投产的项目延期一年，请问领导公司在营销这块有什么计划或打算改进一下？

答：您好！感谢您的关注！2022 年度，公司销售保持持续增长态势。2022 年度，公司营业收入同比增长 8.07%。公司销售人员数量没有明显变化，年报中销售人员从 660 人降低到 580 人主要是统计口径做了略微调整。

原计划 2023 年 6 月达产的募投项目延期一年是由于募投项目设计时间较早，公司在积极推进项目建设的同时，对原设计规划进行了阶段性的调整优化，同时，该项目整体工程量较大，故相关生产线的建设周期有所延长。

公司营销工作计划请查阅公司年度报告及相关公告。谢谢！

问题 2：公司发展战略？目前应该集中火力资源一个城市一个城市打（像飞鹤学习），是先浙江省内如专门做大一个城市如宁波，然后长三角专门做好一个如上海，最后全国。

答：您好！感谢您的建议，公司的发展战略是“科技立企、营销兴企、管理强企”。以信息化技术手段，突破公司销售模式创新、企业管理再夯实、人力资源再优化，加大科技研发投入，提升内部管控体系，优化生产工艺制造，加快产业园的建设，实现生产、营销、研发、资本运营上的新突破，为实现企业高质量发展打下坚实基础。您的建议很好，我们将认真研究吸取。谢谢！

问题 3：定位要清晰！例如飞鹤最合适中国宝宝的奶粉一下就和其他洋奶粉区分开了，还有“怕上火就喝王老吉”等等，公司的灵芝功能太

多了，定位这块如何考虑？

答：您好！感谢您的建议！灵芝为中药上品，能够对人体功能实行双向调节。公司灵芝孢子粉为扶正固本、补气安神、增强免疫力的高端健康产品。谢谢！

问题 4：公司以名医来推广产品功效，公司是否能努力推进一项持续的营销活动，以占据各大医院主任医师每日喝水的茶杯为目标，直接让各大医院的专家体验公司产品，以这些专家的自身言行来树立公司产品口碑，不断培育行业真正的意见领袖？

答：您好！非常感谢您的建议！公司通过之前的努力，产品得到了很多名老中医的认可。十三五开始，公司与多家三甲医院开展灵芝孢子粉、铁皮石斛等循证医学临床研究，验证产品功效，取得了一定的成效。谢谢！

问题 5：从历史数据看，公司虽然规模不大，但收入增长忽上忽下，尤其季度业绩波动大，公司未来如何开拓市场，确保经销、线下各类渠道的稳健增长？是否有严格的奖惩等机制约束，来达到季度和年度的底线增速如 10% 增长水平，实现未来持续 20% 增长？

答：您好！感谢您的建议！公司销售具有季节性，主要是公司产品在秋冬季节服用人员较多，且公司会在春节、中秋等节日进行较大力度促销，很多消费者会在这些时间点购买、囤货，部分礼品消费也体现在春节等传统重大节日。公司将在坚定不移实施销售“强基工程”，做深传统市场基础上，实行寿仙谷品牌全国化，做活招商板块。继续推进以孢子粉片剂产品为主的招商模式，以品牌旗舰店和代理商专卖店

（加盟店）形式，招募“热心保健、品德为先、资源丰富、区域统筹”的合作商，打造样板市场，形成可复制、可推广的市场建设经验，形成寿仙谷品牌产品矩阵，通过强有力的功效实现消费者孵化品牌的认知，占领消费者灵芝类产品第一品牌心智。以临床科研项目为抓手，持之以恒地开展学术推广和科普宣传，走进医院，走近专家，走近患者，让人民群众认知中医药、认知灵芝、铁皮石斛和西红花，认知寿仙谷产品的独特与优势，开发西医院线；布局跨境贸易，推进实施寿仙谷“出海”计划，实现寿仙谷海外业务的突破。全面建立巩固和完善寿仙谷家庭医疗模式体系。加大新资源食品的招商引资。布局抖音新零售，打造线上线下销售协同增长。公司建立有严格的绩效考核机制，明确市场销售人员绩效与销售业绩相挂钩，有信心完成年度计划目标。谢谢！

问题 6：公司的可转债尚有 1 亿元，还三年到期，目前不进行强赎的主要原因是什么？公司在推动转股方面做了哪些积极准备？公司是否欢迎中小投资者来贵行实地调研与高管互动，如近期有调研需求的话，采取何种方式与董秘或证代预约。

答：您好！感谢您的关注！公司于 2023 年 5 月 9 日已披露《寿仙谷关于“寿仙转债”预计满足赎回条件的提示性公告》，预计 2023 年 5 月 15 日触发有条件赎回条件，公司将召开董事会并审议是否强赎，审议结果请关注后续相关公告！公司随时欢迎各大投资者莅临公司调研、参观、指导，联系人俞女士，联系电话 0579-87622285、18757935959，谢谢！

问题 7：李总，请问有规划什么时候在北京和深圳建专卖店吗？

答：您好！感谢您的关注！公司已在北京建立专卖店，寿仙谷专卖店地址为：北京市东城区朝阳门街道南竹竿胡同银河 soho2 号楼 1 幢 2 层 50209（寿仙谷药业）。深圳区域已列入全国招商计划。谢谢！

问题 8：李总您好，请问今年公司是否有新产能释放？目前灵芝孢子粉的销售和产量方面哪个对公司制约较大？

答：您好！感谢您的关注！为扩大产能，公司新建的洋堍寿仙谷健康产业园保健品生产一期工程已通过 GMP 认证。公司每年根据销售计划安排产能，包括有机栽培基地逐年转换及生产线的扩张，使产能与销售保持平衡。谢谢！

问题 9：李总您好，请问公司在浙江外市场开发情况如何？今年一季度有什么样进展？全年计划达到什么目标？

答：您好！感谢您的关注！公司在坚定不移实施销售“强基工程”，做深传统市场基础上，实行寿仙谷品牌全国化，做活招商板块。在浙江省外市场推进以孢子粉片剂产品为主的招商模式，以品牌旗舰店和代理商专卖店形式加盟。截止到 2022 年底，已签约 14 家城市代理商。今年一季度新增 2 家城市代理商。公司一季度业绩情况详见《寿仙谷 2023 年第一季度报告》。全年计划实现营业收入、净利润同比增长率均达到 20%以上。谢谢！

问题 10：李总您好。请问公司哪个产品有望成为公司第二增长极？

答：您好！感谢您的关注！寿仙谷牌铁皮石斛系列产品为公司第二大品种，有望继续成为公司第二大增长极。谢谢！

问题 11：请问公司如何提高资金利用情况？年内有哪些较大的投资计划或研发投入计划？

答：您好！感谢您的关注！公司根据年度、季度、月度资金使用计划，保持充足流动资金，同时加强资金管理，对资金实行集中管理,合理统筹安排，提高资金使用效益和资金回报率。公司今年主要投资计划为洋堍一期、二期可转债项目推进、武义国医国药馆建设项目。研发投入计划为开展多中心、大样本临床试验等。其他大型投资及研发投入请关注公司后续公告。谢谢！

问题 12：请问公司对于打开省外市场有何举措？

答：您好！感谢您的关注！公司在坚定不移实施销售“强基工程”，做深传统市场基础上，实行寿仙谷品牌全国化，做活招商板块。在浙江省外市场推进以孢子粉片剂产品为主的招商模式，以品牌旗舰店和代理商专卖店形式加盟。谢谢！

问题 13：李总，您好，请问公司旗下中药制剂业务现阶段经营情况如果，实际生产品种有多少个？

答：您好！感谢您的关注！公司 10 个中药制剂品种获得许可，目前在售产品 6 个，已建立药品销售团队，争取在中药制剂销售业务上取得突破。谢谢！

浙江寿仙谷医药股份有限公司

2023 年 5 月 12 日