

证券代码：002603

证券简称：以岭药业

石家庄以岭药业股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：20210611

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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	通过国信证券电话会议系统参加以岭药业深度报告解读会议的安信资管、广发基金、华润元大基金、中邮人寿保险、前海开源基金、华富基金、九泰基金、恒越基金、东海基金、宝盈基金、长盛基金、中海基金、天弘基金、华富基金、北京泓澄投资、深圳前海晟贝乐投资、深圳市新同方投资、富舜资产、杭州汇升投资、深圳财津等机构投资者
时间	2021年6月11日 16:00-17:00
地点	以岭药业会议室
上市公司接待人员姓名	IR 总监 张宏斌先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、连花清瘟 2020 年销售收入取得较为亮眼的表现，其中政府采购占比情况？ 预计未来增长趋势？</p> <p>根据统计，连花清瘟去年政府采购金额占其去年整体销售收入比例较小。我们认为，连花清瘟 2020 年全年销售收入实现高增长的原因主要为品牌知名度提升和空白市场的覆盖。目前，公司在开展连花清瘟治疗小儿流感及预防流感的循证医学研究，不断寻求产品新的市场应用场景，我们对连花清瘟未来的市场前景有信心。</p> <p>2、相比竞品，连花清瘟和连花清咳的差异化竞争优势？</p> <p>公司独家专利中药-连花清瘟是唯一获得国家科技进步二等奖的治感冒、</p>

抗流感的专利中成药，已先后 20 余次被列入国家卫健委、中医药管理局发布的甲型流感、乙型流感、禽流感等疾病相关诊疗方案的用药推荐，是应对呼吸道传染性公共卫生事件的代表性药物。去年以来，莲花清瘟品牌知名度和空白市场覆盖均得到大幅提升，已经成为国内排名第一的治感冒、抗流感领域用药品种（数据来源：米内网/中康资讯数据），从产品治疗领域和品牌知名度来讲，莲花清瘟已取得明显优于竞品的优势。

公司独家专利中药-莲花清咳组方融汇东汉张仲景麻杏石甘汤宣肺泄热和明代叶文龄清金化痰汤清热化痰，具有“化痰止咳”的作用特点，有助于减少痰液生成、降低痰液粘度、促进痰液排出，在治疗有痰咳嗽方面有独特的治疗效果。去年年底，莲花清咳上市即谈判进入了新版医保目录，受益于莲花品牌知名度及销售渠道带动，未来公司希望将其培育成下一个呼吸领域重磅品种。

3、公司产品专利到期时间？预计对收入的影响？

公司针对专利中药均制定了完善的专利保护战略，对专利产品会从工艺创新、理论创新和延伸开发（工艺、标准、适应症）等方面不断申请新的专利以形成产品的专利池，从而延长产品的保护期。

目前，公司最近一个产品-莲花清咳片的专利到期日为 2028 年，同时其后续子专利申请已达近十项，如获授权，其最终保护期将延长至 2040 年以后；其他产品专利到期日均在 2031 年以后，且各个产品的后续子专利申请多达数十项，如获授权，各个独家专利产品的最终保护期限将延长至 2040 年以后，并还有可能不断扩展。

4、公司为何在 2019-2020 增加销售人员？

首先，从宏观政策角度，国家顶层设计层面不断出台促进中医药传承创新发展的政策，整个中药行业将迎来新的发展契机。

其次，从行业角度，心脑血管（中成药-内服）医疗终端销售规模近 5 年复合增长率超过 5%，2020 年受疫情和集采影响，心脑血管-化药市场规模下滑 20%，而心脑血管（中成药-内服）仍然实现逾 4% 的增长，说明通络三宝（通心络/参松养心/芪苈强心）可及市场仍然在增长；且近几年行业集中度持续提

	<p>升，心脑血管（中成药-内服）TOP10 产品 2020 年市场份额 53.3%较 2015 年的 49.3%增长 4 个百分点，而通心络/参松养心/芪苈强心贡献了TOP10 一半（约 2%）的市场份额增量，且其市场份额增速远高于细分行业增速，仍有较大提升空间（数据来源：米内网）。</p> <p>最后，从公司角度，受莲花清瘟带动及荣获国家科技进步一等奖影响，公司社会品牌和学术品牌得到大幅提升，近几年，公司根据市场具体情况进行战略调整，持续对营销体系进行优化升级改革，先是收回基层终端授权并增加了基层销售队伍，之后又将产品分线，新设立商销部覆盖空白市场，还增加了电商队伍，同时对所有销售板块都进行扩张，实现细化管理，从去年和今年销售情况来看，这一系列改革取得了较好的效果。</p> <p>5、销售人员的分布情况？</p> <p>从终端来看，目前公司医疗终端销售人员约占 70%，其余人员在零售终端和商销部；从区域来看，公司销售人员数量配置与区域收入规模基本相匹配，比如销售收入规模较高的山东、河北、北京、广东等地的销售人员配置较多，公司也会根据具体市场情况及时调整。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 6 月 11 日