

重庆华森制药股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-004

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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_____</p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>德邦证券 高远  德邦证券 王绍玲  翊安（上海）投资有限公司 赵汉辉 等</p>
<p>时间</p>	<p>2022 年 5 月 7 日</p>
<p>地点</p>	<p>公司二楼会议室（电话会议）</p>
<p>上市公司接待人姓名</p>	<p>游雪丹（副总经理、董事会秘书）  周智如（证券及法务总监）</p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p>一、公司在遵守信息披露制度的前提下，介绍公司经营业绩、产品布局、市场开发和生产管理等情况，沟通内容与公司公告内容一致。</p> <p>二、采取问答方式，由游雪丹女士负责回答：</p> <p><b>1. 当前公司流动性状况是否有所提高？</b></p> <p>公司现金流状况良好，除发行的可转换公司债之外，公司目前没有商业银行贷款或发行其他债券，就现有的资产情况而言偿债能力较强。</p> <p><b>2. 公司前五名客户的销售占比超过了 5 成，请问公司如何巩固维护与大客户之间的合作关系？</b></p> <p>公司销售客户主要为大型医药商业，大型医药商业按照披露要求对同一控制下的公司要求合并计算（如各省市国药控股的子公司需要按照“国药控股股份有限公司”合并计算销售额</p>

进行计算和披露），因此集中度较高。公司在各省市药品销售情况正常，与各地的优质医药商业公司自然而然形成了配送关系。

**3. 政府补助的可持续性如何？公司对于未来政策的走向是怎样分析的？**

公司主营业务为药品的研发、生产及销售，现金和利润主要来自于主营业务收入。当然，生物医药版块是国家战略新兴产业，也是各地政府重点发展的地方产业，一般会有政策支持，公司是否可以持续拿到政府补助，特别是与收益相关的政府补助存在不确定性。

**4. 特医食品从研发到上市需要花费 2-3 年，目前公司的生产线还未完工，未来还需要生产线的认证和特医食品注册审批，请问这两步大概还需要花费多长时间？能否在短期内对公司盈利起到积极作用？**

公司的特医食品生产线预计于今年 6 月完工，在研特医食品项目可以转移至生产基地进行中试放大。目前公司自研特医食品目前处于小试阶段，预计在 3 年内能够拿到首个特医食品的生产批件。公司已通过自主商业化的能力将特医食品配方在全国范围内以营养食品的身份进行销售。公司通过营养食品的销售布局消化和减重领域的大健康赛道，短期内对补充公司营业收入及现金流有着积极的影响。

**5. 在创新药、仿制药和特医食品三条赛道中公司未来的发展是否会有所偏重？**

仿制药、中成药、特医食品是公司短中期营收和现金流的保障，创新药是公司转型升级的未来，侧重点不同。

**6. 公司生产的激素及调节内分泌功能药物有哪些？是否被纳入集采？**

公司生产的激素及调节内分泌功能药物主要是奥利司他胶囊。奥利司他胶囊目前由公司“曲畅”作为品牌进行自主商业化运营，目前尚未被纳入集采。

**7. 在西南地区公司面临的竞争情况如何？是什么原因导致公司在西南地区的营业收入有所下滑？又是什么原因导致公司在华东地区的收入增长明显？**

导致西南地区营收下滑的主要原因是公司的集采产品铝碳酸镁咀嚼片（威地美）在该地区多省市未中选，导致市场份额有所下滑，营业收入下降。同样在华东地区收入增长明显也是因为集采产品在该地区多省市中选，包括福建、江苏、上海等。因此，西南地区与华东地区的营业收入变化较为明显。

**8. 医药工业的原材料中生产量减少的合作品种有哪些？未来有无增产的可能？**

主要为报告期内公司合作产品奥利司他胶囊销售额大幅下降，因此采购的相关原材料也大幅减少。

**9. 公司的供应商集中度较高，那么公司的议价能力如何？未来有无意愿增强与其他供应商的合作？**

公司的主要采购为中药与原料药。中药价格一般随行就市，原料药与大部分供应商签署了战略合作协议，对公司的议价能力没有较大影响。如果有合适的、优秀的供应商，公司也非常希望能与其达成合作。

**10. 疫情是否会对公司的推广营销活动产生影响？是否有相应的应对方案？**

目前国内疫情防控措施以控制人员流动为主，比如医院不能随意进出。且公司的主要产品均为常见病、多发病药物，并非疫情相关的直接药物，因此，对公司在医疗机构渠道的推广营销活动有一定影响。鉴于此，公司以维护医疗机构渠道为主，

积极开拓零售渠道，一是以公立医院市场的美誉度带动院外市场的发展；二是持续加大与大型零售连锁药店、大型电商平台的深度合作而进一步推进零售市场的发展；三是以特医食品为契机切入大健康领域，目前重点推广曲畅奥利司他胶囊与减重营养配方的组合产品，打造新媒体营销渠道，对公司现金流的补充会有积极的影响。

#### **11. 公司的理财产品风险和收益情况如何？**

公司主要通过现金管理购买理财产品，主要为低风险且保本的产品。收益情况大致与市场保持一致。

#### **12. 能否介绍一下公司产品进院情况？通过医院渠道销售与通过药店渠道销售的占比是多少？**

公司销售网络已覆盖全国 31 个省、市、自治区，公司产品在医院、连锁药店等主要销售渠道占有率较高，现已覆盖全国近 9500 家等级公立医院。公司主要以公立医院市场（包括等级医院、基层医疗机构）为主，公立医院市场与非医院市场的销售额占比大概在 8:2。近年来医药行业也发生了较大的变化，如前述，公司更加注重院外市场的发展，特别是零售连锁和电商大平台的发展。目前院外市场的占比有所提升，大概为 3:7。

#### **13. 公司是否有意愿投入更多精力开辟线上销售模式？特医食品通过线上进行销售是否会更好？**

互联网+医疗为未来趋势，公司将进一步探索如何更有效地与互联网进行链接，为各销售渠道市场放量助力。基于品牌中成药和大健康食品的消费品属性，公司将进一步探索数字化营销，开拓包括但不限于抖音、知乎、小红书、B 站等互联网新媒体矩阵，助力产品多渠道推广上量。

#### **14. 进入集采的药品毛利率变动情况如何？公司中标的数量有多少？**

	<p>目前公司进入集采的产品为铝碳酸镁咀嚼片（威地美）和聚乙二醇 4000 散（长松）。根据集采规则，大多数公司一般会降价 50%以上以竞争市场规模，集采对存量品种的毛利率的影响会比较大。</p> <p><b>15. 未来公司是否还会有其他产品可能进入集采名单？</b></p> <p>公司目前拥有 20 个原料药带制剂项目，大部分品种的上市目标是冲刺首轮集采。</p> <p><b>16. 能否进入国家及省级医保目录的影响因素包括哪些？与学术推广活动有何关联？</b></p> <p>主要因素一为产品力影响，二为国家政策左右，三为公司市场准入能力影响。良好的学术推广活动有利于让相关领域的专家更了解公司产品，提升公司的产品力。</p> <p><b>17. 公司进行学术推广对提振销售收入和开拓销售区域的效果如何？</b></p> <p>今年上半年受各地封控政策影响，有关效果存在不确定性。但长期来看优质的学术推广对提振销售收入有积极的影响。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 5 月 7 日