

重庆华森制药股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-007

<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>广发证券范卓宇、董远 银华基金 孙慧、张雨 国寿安保 曲朗宁 信银理财 李赛 中国建设银行资管部 李军 宁银理财 韦婉 华宝基金 孙嘉伦 方正证券固收部 李琛</p>
<p>时间</p>	<p>2022 年 7 月 15 日</p>
<p>地点</p>	<p>公司二楼会议室</p>
<p>上市公司接待人姓名</p>	<p>游雪丹（董事、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、周智如女士负责回答： 1、去年新上市的三个品种奥美拉唑碳酸氢钠胶囊(奥碳)，茶愈胶囊, 平消片目前销售情况？</p> <p>公司在 2021 年成为奥美拉唑碳酸氢钠胶囊（奥碳）、茶愈胶囊及平消片三个品种的药品上市许可持有人，截至目前除平</p>

消片暂未挂网销售，其余两个品种均已陆续在全国各省市挂网销售，覆盖全国 20 余省市。

2、集采对铝碳酸镁咀嚼片（威地美）和聚乙二醇 4000 散（长松）的影响？毛利率变动情况？预计今年的收入和利润情况？

根据集采规则，大多数公司一般会降价 50%，大家也看到了最近发生的第七批国家集中带量采购，竞争激烈的品种降价幅度都超过 90%，集采降价对已经在市场销售的存量品种的毛利率的一般影响会比较大。今年一季度因疫情防控等影响，也间接对公司产品的市场销售会造成影响，比较直接的影响就是物流问题，相信随着疫情得到有效控制，市场经济进一步提振，集采产品与非集采品种的的营收情况会逐步得到改善。

3、2021 年西南地区和华北地区营收占比下降较多，是什么原因？公司如何应对？

导致西南地区和华北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。公司根据产品特性及市场情况，结合防疫措施，积极调整销售政策与营销方案，深耕存量市场，同时争取更多的市场份额。

4、前五大客户收入占比超过 50%，公司如何维系大客户？是否存在风险，如何应对？

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主体进行合并计算（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），因此显得集中度较高。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形成了良好的配送关系，不存在因客户集中而带来的风险。

5、 公司产品的进院情况？ 院内和院外市场的占比？

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。

6、 公司 2021 年营收和利润下滑的原因？

公司 2021 年营业收入与利润下滑的原因在年报中有详细披露，在此简单说明一下。营收下滑主要受合作品种销售额大幅下滑所致，若剔除合作品种的营业收入，报告期内营收同比增长 9.87%。公司目前处于转型升级的关键时期，收入的压力主要来自于合作品种销售的下降以及集采后销售收入的结构调整；利润端的压力主要来自于研发投入的增大、政府补贴的减少以及新增的折旧金额。

7、 公司如何应对这些变动？ 对研发费用未来的规划？ 今年营收和利润的预期？

随着未来公司每年 2-3 个新产品的上市的规划的落地、独家中成药板块的稳步增长将逐步抵充现阶段对营收和利润冲击的不利因素，并且持续性地投入研发将为公司赢来更多的发展机遇。

8、 奥利司他今年上半年的销售情况？

此前，奥利司他为公司合作产品。2021 年年底，公司通过与合作伙伴达成进一步约定，以自营品牌“曲畅”对奥利司他胶囊进行销售运营。目前曲畅奥利司他胶囊正在市场上进行大力推广，针对减重领域制定个性化策略，与公司特膳食品进行搭配销售，并积极开拓线上渠道，打造互联网销售矩阵。

9、2021 年及 1Q22 奥利司他收入同比下降较多的原因？

如前所述，目前公司以自营品牌“曲畅”进行推广，消费者及市场有一个接受并认可的过程。

10、公司整体的管线布局情况？最近两年的产品上市情况？

在创新药方面，公司已经建成基于功能基因组学的不同类型靶点分子靶向药物生物活性筛选平台、成药性评估药物代谢及药代动力学测试平台、针对特定靶点的小分子药物结构设计和合成平台等三大创新药技术平台，正在建设免疫学平台和体内生物学平台。

在仿制药和中药研发方面，公司已经建成“三三三”管线格局，即每年至少立项三项、申报三项、上市三项。在目前仿制药集采的大环境下，做到仿制药研发“上市速度快、制造成本低、技术壁垒高”，未来争取实现“六六六”的研发管线滚动目标，即仿制药或中成药开发每年立项不低于六项、申报不低于六项、获批上市不低于六项。同时开启制剂国际化的道路，打造复杂制剂平台。

在大健康领域方面，以引入特医食品研发项目为契机，基于制药企业特有优势，拓展特医食品赛道，争取成为重庆市首家拥有特医特色全营养产品的上市药企。同时利用自身在中药领域的优势，推出系列中药养身系列产品，切入中医药消费品领域。

11、公司在创新药领域的最新进展情况？

公司创新药研发策略以自主研发为主，项目具备差异化竞争优势，从全球范围来看，同靶点项目进入临床 I 期的为 1~2 家以内，且有一个是 First-In-Class 的项目，有效避免了靶点内卷。鉴于公司拥有相关品种的全球知识产权，在 IND 阶段或将中国区以外的全球权益 license-out 至国外药企，以此获得

的收入将有效覆盖 pre-IND 之前的研发投入，且覆盖大部分的临床 I 期的费用，如此可以更有效地控制研发风险。

公司现拥有 4 个自主研发的与肿瘤相关的临床前阶段创新药项目，潜在适应症覆盖肿瘤免疫、肺癌、胰腺癌、结直肠癌等实体瘤治疗领域，部分项目已经提交化合物专利申请，并且有进度靠前两个项目已显示出体内研究较好的数据且进入 PCC 阶段，并将于今年底进入 IND-Enabling 研究阶段。公司正加急将在研创新药向 IND 阶段推进，有望在 2023 年拿到 1-2 个临床批件。

12、目前在特医食品赛道的进展情况？预计何时能够贡献收入？公司在这块有什么样的预期？

目前公司拥有特医食品项目 2 项，分别为用于减重术后的营养补充、孕妇用生产过程中的营养补充及胰腺炎术后营养补充。公司已于今年 6 月建成川渝地区首条特医食品生产线，正在进行现场审计。

特医食品的上市需要 2-3 年时间，在前期相关配方可以按照特膳营养食品的方式在市场上进行销售。目前公司已经推出了一种可以用于减重全营养的短肽版固体饮料（伴尔美），结合曲畅奥利司他胶囊进行推广，减重领域是公司重点发力领域之一。

公司通过营养食品的销售布局了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，也为特医食品的上市做好市场准备，预计在 3 年内拿到首个特医食品的生产批件。

13、公司近期是否参与集采？

近期公司未参与集采。目前公司前拥有 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。

14、董事、高管近期是否有减持计划？

	<p>有关减持计划已经披露，具体内容请以公司公告为准。关于公司董事、高管的减持主要是因为个人资金需求和资产财务安排。公司董事、高管及核心股东均看好公司长期发展。</p> <p>15、公司是否考虑下修转债的转股价格？</p> <p>转股价格是否下修公司管理层会结合生产经营情况进行综合考虑，随着公司创新升级及产能释放，销售规模和盈利水平持续提高，董事会及管理层对公司的生产经营情况及未来发展情况有信心，也希望投资者与公司能够双赢。</p> <p>16、公司 CMO 和 CDMO 业务的开展情况？</p> <p>随着公司产能持续释放，公司充分发挥自身技术优势，结合市场需求开展高品质 CMO 和 CDMO 业务。在公司主营业务之外，为行业提供技术和产能支撑。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2022 年 7 月 15 日