

证券代码：002907

证券简称：华森制药

重庆华森制药股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-010

| | |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别 | <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 checked="" 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 | 信达证券 张弛、王明路；前海人寿 黄皓；浙商证券 金豪；平安基金 江正青；中金资管 莫华寅、樊荣；建信基金 李峰；国联证券 高远，安柯，黄荣达，赵润笛；信达澳亚 王宇豪；英大资产 刘青青；天弘基金 刘佳欣； 通过“路演中”平台参加调研活动的若干投资者 |
| 时间 | 2022年10月28日 15:00-16:00 2022年10月31日 15:00-16:00 2022年11月01日 16:30-17:15 |
| 地点 | 公司会议室 |
| 形式 | 线上交流 |
| 上市公司接待人姓名 | 游雪丹（董事、副总经理、董事会秘书） 周智如（证券及法务总监） |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 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。 二、采取问答方式，由游雪丹女士负责回答： 1、请简单介绍一下公司第三季度的经营情况。 报告期内公司营业收入 5.61 亿元，较上年同期下降 12.96%，主要由于①合作品种奥利司他胶囊较上年同期下降 81.84%，扣除合作品种奥利司他胶囊的影响后，报告期内营业收入同比下降 0.41%，该部分营收对利润的影响非常小；为了减少合作品种销售对公司销售收入的影响，去年下半年公司与合 |

作方达成协议，公司可以自主运营品牌“曲畅”奥利司他胶囊，而自营奥利司他胶囊品牌曲畅目前处于市场导入期，上量仍需要时间；②受今年年初以来度各地疫情封控政策的影响，市场终端受到影响，扣除合作品种影响，医药工业营业收入较上年下降 1.31%。

报告期内归属于上市公司股东的净利润较上年同期下降 18.55%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比下降 28.75%，主要原因是①报告期内公司持续加大研发投入，研发投入较上年同期增长 32.76%，研发费用较上年同期增长 53.39%；②受折旧增加及合作产品销量下降的影响，本期产量同比下降 22.69%，导致单位生产成本增加、毛利率下降；③按权益法核算确认的投资损失增加。

2、公司研发管线布局情况？

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。

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，推出养生茶系列产品，切入中医药消费品领域。

3、公司未来对研发费用的规划及对未来 3 年营业收入和利

润有何预期？

公司将持续性的对研发进行投入，相信随着未来疫情逐步得到控制，公司每年 3 个以上新产品上市规划的落地、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，公司未来发展会保持一个较好的增长率。

4、公司在创新药领域的进展情况？

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 年底或 2024 年初获得 1-2 个临床批件。

同时，为助力创新战略发展，搜集创新药领域前沿资讯，富集更多人才资源，以及看好北京经济技术开发区的行政资源与政策的加持，公司决定在北京设立子公司，用以承接创新药事业部的研发、业务及人员。

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 至国外药企或研发机构，以此获得的收入将有效覆盖 Pre-IND 之前的研发投入，及大部分的临床 I 期的费用，如此可以更有效地控制研发风险。

5、目前公司在特医食品的进展情况？收入贡献如何？公司有怎样的预期？

特医食品从研发到生产线建设并通过相关生产线认证，再到特医食品注册顺利审批通过，期间所消耗的时间大约为 2-3 年，整个研发至上市周期不亚于仿制药的研发，这就导致了行

业的政策壁垒、资金壁垒和技术壁垒都比较高，比如特定全营养的特医食品研发是需要做临床试验，周期较长，费用较高，对于食品企业而言就投入太高，而药企切入此赛道则具有先天优势。

目前公司拥有特医食品项目 4 项，主要用于 10 岁以上特定疾病或医学状况下的蛋白质补充、肿瘤特定全营养补充、减重术后的营养补充、孕妇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，并在该生产线上开展特医食品项目的中试放大研究工作。

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，减重领域是公司拟加强布局的领域之一。

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。

6、疫情对公司的销售影响如何？公司营销队伍是否考虑扩大？

从去年开始，公司积极拓展线上销售渠道，打造多元化多媒体的互联网矩阵，先后开立了拼多多、抖音商城、微信小店、小程序商城等多个渠道。今年下半年“华森制药旗舰店”在天猫上线。一直以来，公司销售队伍都比较稳定，且学术能力与商业化能力较强，能满足公司发展需要。

7、目前公司 CDMO 与 CMO 的业务。

公司利用富余产能，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。

| | |
|----------|------------|
| 附件清单（如有） | 无 |
| 整理时间 | 2022年11月2日 |