

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：2023-006

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他_____	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	中国证券报 康曦	
时间	2023年6月27日	
地点	公司2楼会议室（电话会议）	
上市公司接待人姓名	游洪涛（董事长） 游雪丹（副总经理、董事、董事会秘书） 周智如（证券事务代表）	
投资者关系活动主要内容介绍	<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，由游洪涛先生负责回答：</p> <p>1. 中成药板块作为公司业绩压舱石，在过去保持了高速增长，请问公司预计未来这一业务能否继续保持高速增长态势？五大独家中成药品种的市场潜力有多大，围绕独家中成药产品的再开发，公司有何计划，未来五大独家中成药品种会否成为公司新的利润增长点？</p> <p>目前在支持中医中药发展方面政策力度空前，中医药作为祖国文化的瑰宝近年来受到前所未有的关注与支持，振兴中医药发展也逐步上升到国家战略层面。</p>	

华森五大独家中成药包括甘桔冰梅片、痛泻宁颗粒、都梁软胶囊、八味芪龙颗粒、六味安神胶囊，皆为中药优势病种领域用药，且属于常见病、多发病、慢性病。公司五大独家中成药作为公司的业绩压舱石，2022年同比增长17%。在集采常态化的大背景下，结合公司自身特色，公司将继续积极布局中成药研发管线。仿制药及中成药的开发是公司营收和利润持续增长以及现金流的保障，通过持续加强研发投入和不断完善研发团队建设，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。新品种的不断上市将为公司提供稳定的利润增量，将为公司转型升级提供有力的业绩保障。公司也将是严格按照研究计划开展研发工作，全面完成立项目标和新品上市目标。公司高度关注五大独家中成药的技术市场推广工作以及准入工作，持续推进中成药板块的发展，相信未来五大独家中成药品种会不断为公司经营发展持续提供动力。

2. 奥利司他胶囊作为国家唯一批准的减肥药，目前销售情况如何，此外，特膳营养食品的市场拓展如何？在减肥药领域，公司处于什么市场地位？

奥利司他胶囊原为公司合作产品，具体合作模式详见公司招股说明书。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。自营品牌曲畅奥利司他胶囊目前处于市场导入期，与公司特膳食品进行搭配销售，上量仍需要时间。

目前公司已经推出了一款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。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，也为特医食品的上市做好市场准备。

公司抓住机遇切入特医食品赛道，以此布局大健康产业领

域，已于 2022 年 6 月建成川渝地区首个特医食品生产基地。目前公司正在进行特医食品的开发，已有 3 个特医食品项目进入中试阶段，在相关配方正式获得特医食品生产批件之前，以特膳食品的身份正式在市场上进行销售，进入市场的时间较短，但大健康市场空间广，相信在未来的销售数据会展现出我们的成果。

3. 公司已于 2022 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了 3 个项目的特医食品项目的中试放大研究工作。公司布局特医食品赛道的原因是什么，在这个领域，公司有何竞争优势，预计何时能够为公司贡献业绩？除特医食品外，公司还布局了大健康消费品“严品森活”系列产品，请问目前这一系列产品销售情况如何，公司涉足大健康消费品的考虑是什么？

全球特医食品的市场规模约 30 亿美元，其中中国的市场规模约 70 亿元人民币，目前持有特医食品的批件大多是外企，比如雀巢、雅培等。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，药企切入此赛道具有先天优势。

2022 年 6 月公司已建成川渝地区首个特医食品生产基地并且在该条生产线上完成公司特医食品项目 TY001、TY005、TY006 的中试生产。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。

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。同时利用自身在医疗健康领域的优势，持续推出华森“严品森活”系列产品，切入大健康消费品领域。公司建成天猫旗舰店并陆续推出以大健康消费品为底层逻辑的“严品森活”系列产品，包括山楂鸡内金软糖、元夜茶、早C晚A茶等产品，在市场也取得了较好的效应。但切入时间较短，上量仍需时间，公司也将持续深挖大健康市场，寻找公司新的业绩增长点。

4. 按照公司研发管线“三三三”规划，请问今年将有哪三个新品上市，能否具体介绍一下市场前景？目前公司是否通过了美国FDA的cGMP认证，通过这一认证对公司的影响是什么？

在研发方面，公司将严格按照研究计划开展一致性评价项目、新仿制药项目、精品中药项目的研发工作，全面完成立项目标和新品上市目标，具体新品上市信息请持续关注公司相关公告，公司营销团队也利用现有的成熟的销售体系积极向市场导入新产品，期待快速形成新的业绩增长点。

2023年上半年公司迎接FDA cGMP国际认证检查，公司将持续关注认证结果并及时公告，公司生产线通过cGMP验证后，并以此为契机实现生产质量国际化，并且公司会通过将空余的产能向合作伙伴开放，承接CMO和CDMO业务以提高产能利用率，进一步实现降本增效。

5. 在创新药方面，公司已经拥有4个自主研发的肿瘤类1.1类创新药在研项目，覆盖多种实体瘤。请问目前研发进度是否符合预期，创新药是否是公司未来打造的第二增长曲线？

目前研发进度符合预期，公司已经拥有4个自主研发的肿瘤类1.1类创新药在研项目，覆盖多种实体瘤，目前随着项目研发进度，部分项目已经公开或提交化合物专利申请，报告期内

公司共申请创新药化合物专利 9 项，其中 PCT 专利 2 项；截至目前公司共申请创新药化合物专利 11 项，其中 PCT 专利 2 项；此外，目前有两个项目已显示出较好的临床前研究成药性提示性数据且接近 PCC 阶段，并已经启动预毒理及 CMC 研究，并预计将于今年底进入 IND-Enabling 研究阶段，预计 4 个项目将在 2023 年达成 PCC，或将于 2024 年斩获首个创新药临床批件。

为更好地发展创新药板块，公司设立北京华森英诺生物科技有限公司，全面承接公司创新药研发项目，负责肿瘤类创新药研发业，公司将持续加大研发投入，有序推进在研项目，为公司发展不断注入活力，不断探索为公司未来打造第二增长曲线。

6. 在仿制药方面，公司首个仿制药专利挑战获得成功、首个高变异高难度仿制药预 BE 试验获得预期结果，请问这个对公司仿制药业务有何影响？

公司首个仿制药专利挑战获得成功、首个高变异高难度仿制药预 BE 试验获得预期结果，给公司研发增加动能，未来公司将向技术难度更高的研发项目发起挑战。同时，公司将继续坚持科技创新高质量发展之路，不断向技术壁垒更高的创新药、高端复杂制剂、高端仿制药领域突破。

7. 请问公司对互联网+医疗的发展前景如何看待？公司哪些品种未来将通过互联网的方式进一步放大销售规模？

互联网+医疗为未来趋势，公司将进一步探索品牌数字化营销，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。公司将以“华森”为品牌基石，通过不断推出“产品森活”大健康产品集群，以新媒体营销平台为媒介，进一步深挖大健康消费市场，持续寻找公司新的业绩增长点。

	<p style="text-align: center;">8. 请问公司今年是否有信心实现营收净利的双增长？</p> <p>公司对2023年发展充满信心。基于市场客观因素影响，2022年全年营业收入降幅放缓，公司营业收入变化也呈现出先抑后扬态势。目前，医院终端诊疗已基本恢复到正常水平，从2023年一季度的数据来看，公司已平稳度过受社会环境因素影响的时期。</p> <p>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，预计未来五年每年至少3个以上新药品品种推向市场。公司高度关注新品的市场导入情况，相信凭借公司成熟稳健的销售体系，可以实现新品的快速放量。新品种的不断上市将为公司提供稳定的利润增量，将为公司转型升级提供有力的业绩保障。公司也会陆续推出以大健康消费品为底层逻辑的“严品森活”系列产品，通过互联网新媒体矩阵，助力产品多渠道推广上量。通过不断推出“严品森活”大健康产品集群，以新媒体营销平台为媒介，进一步深挖大健康消费市场，持续寻找公司新的业绩增长点，努力实现营收净利的增长。</p>
附件清单（如有）	无