

证券代码：300181

证券简称：佐力药业

编号：2024-002

浙江佐力药业股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	2024年1月14日：浙江价远投资：洪雷、彭强、李俊之、陈婕、李星浩；浙江四叶草资产：林海伦、杨忠水；宁波月湖汇：李春旭、周宏良、裘栋；贞和投资：陶敦良、季春雷、吴碧宣、王远高；北京洲通投资：崔传杰；杭州中众基金：付鹏；湖南聚力私募基金：任振飞；宁波速亿投资：李斌；杭州千金汇：彭琳、胡冰冰；宁波英领投资：张莉；个人投资者：金华平、张胜利、叶友良、龚永祥、倪建平、李阳春、陈利勤、郝斌、叶建中、胡建辉、钱军、马畅、陈宇夫。
时间	2024年1月14日 10:00-11:15
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：俞有强先生 董事、常务副总经理兼董事会秘书：冯国富
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司董事、常务副总经理兼董事会秘书冯国富先生对公司基本情况作了简要介绍。

二、Q&A 环节

问题一：请问公司在未来发展上有何规划？

答：湖州市提出要将生物医药打造成千亿级的产业，公司作为链主型企业，也提出了未来营收奋进百亿的战略目标。公司最核心的还是医药制造业，尤其是乌灵系列和百令系列，其中乌灵胶囊会继续加强对医院的覆盖，深耕已经覆盖的医院和科室，同时强化招商、OTC 和互联网端的开发，公司未来力争把乌灵胶囊打造成 20 亿规模的大品种；灵泽片主要用于治疗良性前列腺增生症患者的夜尿频多，效果较为明显，临床上认可度较高，灵泽片自从 2018 年进入国家基药以来，销售势头很好，灵泽片第一步的销售目标是 5 亿，未来力争打造成 10 亿的大品种；灵莲花颗粒主要致力于改善综合女性更年期症状，转为 OTC 品种后公司未来会通过互联网的销售模式来拓展销售量；百令系列公司现在拥有百令片和百令胶囊，虫草菌粉制剂现有几十亿的市场，市场容量广阔，希望通过一系列营销措施，能够把我们的百令系列打造成 10 亿规模的品种。中药饮片和中药配方颗粒方面，浙江省大概有大几十亿的饮片市场，我们每年都有一定的增幅，处于稳健发展的状态，未来会继续以大杭州为中心深耕省内市场，进一步做强；据多家机构预测，配方颗粒市场未来可达千亿级，公司也会进一步强化营销，努力借此机会，开拓全国市场。同时，公司还设立了孙公司浙江佐力医药有限公司，做大优势产品的商业业务。

问题二：2024 年新的基药目录落地对公司有何影响？

答：首先，公司三大核心品种已经在国家基药目录中，在新版基药目录正式落地前，我们还有开发红利期，公司的销售团队会强化这一段时间的开发工作；其次，公司核心品种乌灵胶囊在口服安神类药物中属于头部品种，对于轻中度的失眠、抑郁焦虑患者，可以单独使用乌灵胶囊进行治疗，而对于失眠、抑郁焦虑的中度或重度患者乌灵胶囊可以与其他药物进行联合用药，产品优势明显，公司也在进行乌灵胶囊二次开发和关注MCI方面的研究，相关的研究表明乌灵胶囊与多个AD治疗靶点之间存在相互作用，较好的学术支撑能进一步有利于销售的推广；最后，乌灵胶囊目前已经进入63个临床指南、专家共识及专著，其作用机理明确，在临床端和学术端认可度非常高，在整体医疗环境波动时，乌灵胶囊的影响相对较小。

问题三：乌灵胶囊是否会被其他公司抄袭？公司有哪些防范技术泄密的措施？

答：1、乌灵胶囊的主要原料为乌灵菌粉，公司“乌灵参的工业化生产关键技术及其临床应用”系国家秘密技术，乌灵菌粉由公司独家生产，所以乌灵胶囊有较高的技术壁垒。2、公司建立了严格的技术保密工作制度，和相关工作人员签有保密协议，同时，对于核心的技术实行分段掌握，分段管理，降低核心技术泄密的风险。公司也建立了完善的技术梯队，而且公司核心技术人员队伍非常的稳定。

问题四：公司产品销售和医院覆盖主要集中在华东区域吗？

答：华东区域除了成药还包含中药饮片和配方颗粒的销售收入，中药饮片主要在省内，配方颗粒在浙江省内占比也较高，所以整体销售占比较高。乌灵胶囊的医院已经覆盖全国各地，目前销量相对较大的几个省份是浙江、上海、广东、北京、江苏等经济发展程度较好的区域，经济越发达的地区，社会竞争压力相对较大，存在失眠、焦虑、抑郁等情绪问题的人群也较多，对心理疾病也会更加关注和重视，有利于公司产品的销售；同时，公司营销总部每年都会对销售人员在各级别医院覆盖数量上有细化的考核指标，去年也超额完成医院覆盖指标。

问题五：公司对 OTC 端的渠道拓展有何规划？

答：公司一直以来都非常重视 OTC 端的销售，最近进一步提升了 OTC 销售的战略高度。公司现在院外端销售占比 10%多一点，一般来说，公司如能做好院外端市场的承接工作，可以将院外端销售占比至少提升到 20%。公司为继续提高院外端的销售占比，一直在调整和探索前进，一是公司专门成立了佐力健康科技公司，开展互联网营销。同时，营销总部通过引进人才，强化品牌策划等多种举措推动公司产品销量提升；二是公司会继续加大对院外药房的覆盖工作，提高产品在院外药房的复购率。公司也正在积极推进和连锁大药房的战略合作，利用自主开发的国际通用量表让消费者进行测试，帮助我们科学又精准地筛查出有情绪、睡眠问题的患者，同时开展相关活动让患者能够更好的按疗程服用，打造慢病管理新模式；三是公司正在试点与成功引爆过市场的地推团队合作，着力打造 OTC 市场的

	<p>示范区域，并慢慢将成功的经验推广到全国市场。总之，公司希望通过这些措施，来推动院外端的销量不断提升。</p> <p>问题六：公司未来有没有提高分红率的计划？</p> <p>答：中国证监会一直提倡鼓励上市公司高分红回报投资者，公司近几年也都保持了较高的分红率，公司未来在符合利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，会保持较为稳定的分红策略。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024年1月14日