

证券代码：002864

证券简称：盘龙药业

陕西盘龙药业集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称 及人员姓名	马泉林 益民基金 顾义河 禾永投资 厉多伊 中信资管 徐文 招商资管 谭智汨 金信基金 张亚辉 上海茂典资产管理有限公司 赵起鹤 国新国证基金管理有限公司 熊文说 博衍基金 黄泓渊 东方证券自营 肖洁 长安基金 钱文礼 长盛基金 孙远慧 万家基金 张陆佳 华安证券研究所 盖伟伟 上海水璞 罗涛 深圳量度资本 周领 上证资管 马学进 北京金百裕投资 毛泓洋 银河基金 易镜明 华宝基金 李文明 和君资本 林晓凤 光大保德信基金 李昌幸 华安证券研究所 刘伟刚 太平养老 邹军辉 景泰利丰 赵高强 清和泉 张树声 益民基金

邓巧	相聚资本
张帅	宏利基金
刘俊	淳厚基金
王先宗	海港人寿
王思丹	浙江巽升资产管理有限公司
胡明	中昂国际
姚卫巍	浦银安盛
程可	金信基金
朱义	富安达基金
关雪莹	中天国富证券
刘诗瑶	浦银安盛
许高飞	中天汇富
余双宏	深圳光影资本管理有限公司
胡德军	东海基金
林小伟	湘禾投资
陈博	财信证券自营
王岩	运舟公司
张祝源	安联基金
孟湘明	宁波复华安鸿股权投资基金管理有限公司
于建杰	勤智资本
杨金兰	广东医谷
胡明	中昂国际
申艳波	中国国新
罗东梅	正心谷
王坚	宁波旭弘投资
汪欲雄	老虎投资管理上海有限公司
常宁	华商基金
刘鹏	中国钢研
季欣	国投招商投资管理有限公司
李丹	国寿安保基金
车驰	前海联合基金管理有限公司
刘颖飞	平安银行股份有限公司
黄俊杰	深圳市明达资产管理有限公司
魏干	上海金犇投资管理有限公司
黄鹏	广州瑞民私募证券投资基金管理有限公司
刘姝仪	深圳创富兆业金融管理有限公司
孙钰涵	上海乘安资产管理有限公司
李莹莹	郑州智子投资管理有限公司

	<p>闫炳亮 保银投资管理有限公司</p> <p>张 晓 拓璞基金</p> <p>张丽青 鸿运私募基金管理（海南）有限公司</p> <p>张 萍 广东正圆私募基金管理有限公司</p> <p>鲁长剑 上海非马投资</p> <p>张琦悦 上海健顺投资管理有限公司</p> <p>黄钦文 朵娜创梦投资管理（深圳）有限公司</p> <p>叶涛金 汉享投资</p> <p>周启龙 北京公能达投资管理有限公司</p> <p>陈 晨 上海益理资产管理有限公司</p> <p>钟 华 深圳茂源财富管理有限公司</p> <p>曹国军 上海天猷投资</p> <p>盖伟伟 珠海坚果私募基金管理中心（有限合伙）</p> <p>杨崇辉 量子投资（中国）有限公司</p> <p>王 坚 上海健顺投资管理有限公司</p> <p>龚宇琼 上海健顺投资管理有限公司</p> <p>吴亚雯 工银国际控股有限公司</p> <p>许高飞 深圳中天汇富基金管理有限公司</p> <p>李小博 郑州市鑫宇投资管理有限公司</p>
时间	2024年3月4日 14:00-15:00 2024年3月6日 15:00-16:00
地点	陕西盘龙药业集团股份有限公司 西安管理总部
上市公司接待人员姓名	董事会秘书吴杰先生、证券事务代表赵晓妮、IR 经理温嘉欣
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q1：根据已披露公告公司致力于“打造风湿骨伤药物领导品牌”战略的目标，那么核心产品盘龙七片 2023 年的体量和增速如何？2024 年展望与预期？</p> <p>A：公司作为医药企业，秉承“传承精华、守正创新”的精神，紧紧围绕公司“一体两翼”发展战略，将“打造中国风湿骨伤药物领导品牌”作为全体盘龙人的奋斗目标。据米内网数据显示，2022 年，在我国城市及县级公立医院骨骼肌肉系统风湿疾病领域中成药市场中，公司主导品种盘龙七片在市场份额排名第一，市场份额为 7.04%，其竞争优势主要来源于在治疗风湿性关节炎、腰肌劳损、骨折及软组织损伤方面疗效显著，符合相关患者的用药需求。同时随着我国老龄化扩大慢性病用药的市场需求也在增加。如类风</p>

湿关节炎在我国的发病率为 0.28%~0.4%；骨关节炎以中老年患者多发，40 岁人群的患病率为 10%~17%，60 岁以上的人群中患病率可达 50%，75 岁的人群则达 80%，该病的致残率可高达 53%；因此，公司骨骼肌肉系统疾病用药盘龙七片在市场终端具备较大的竞争力。

公司主导产品盘龙七片为风湿骨科类的国家医保甲类药品，主要目标为中老年人群，且可用于治疗膝骨关节炎、类风湿关节炎、强直性脊柱炎等慢病治疗，可以显著改善患者的关节疼痛肿胀，是治疗风寒湿热、风湿骨伤的推荐用药。盘龙七片临床安全用药 30 余年，得到了相关专家学者和医患人员的充分认可和一致好评。目前盘龙七片已经做了诸多高等级的循证研究，如盘龙七片已入选六部国家级临床诊疗指南、三个专家共识、两部国家级重点教材和一部临床路径释义；在有效性方面，发表了 140 余篇盘龙七片的研究论文，在循证高等级的研究方法下，公司还开展了盘龙七片的 RCT 研究。如果产品能进入基药目录，会进一步助力打开基层市场，给二、三线市场带来业绩增长。

公司在 2022 年推出“2022 年限制性股票激励计划”，该计划以 2021 年营业收入为基数，要求 2022、2023、2024 和 2025 年增长率分别不低于 25%、56%、95%和 140%，针对盘龙七片这一核心产品，规划未来 2 至 3 年将体量做到逾 10 亿元。公司主导品种盘龙七片在基层医疗蓝海市场具有很大的发展潜力。

Q2：公司 2024 年、2025 年关于中药创新药的预期如何？重点培育品种有哪些？

A：首先介绍一下目前除盘龙七片外，公司重点培育的市场份额增长潜力较大的几个品种，第一款是小儿咽扁颗粒，产品采用的是体培牛黄，治疗效果显著，具有很好的市场发展空间；第二款是骨松宝片，功能主治主要为补肾活血、强筋健骨，用于骨痿（骨质疏松）引起的骨折、骨痛、骨关节炎及预防更年期骨质疏松，该产

品与盘龙七片协同用药，针对骨病领域疾病疗效更为确切；另外痛风片等其他产品也具备较大的市场潜力。

院内制剂方面，目前公司已与陕西省多家医院进行了合作，并为部分医院开始一些院内制剂品种的生产配送工作；同时，还与相关院内制剂医院达成了一些未来创新药产品的研发合作，如与陕西省中医医院合作的“清瘟护肺颗粒”产品新药的联合开发。另外公司中药配方颗粒生产线建设项目正在全面快速建设中，中药配方颗粒研发各项工作有序开展，项目建成后将会给公司带来新的业务收入增量。

创新药研发方面，依托“三中心&三平台”的优势，形成以生产基地研发中心为根本，以入驻秦创原创新驱动平台为抓手，以北京研发中心为龙头，搭建了“科学家+工程师”高端科研队伍，企业自主研发能力日益壮大，高质量推进化药研发、中药新药研发、医疗机构制剂开发、大健康产品开发。目前自主研发 1.1 类中药创新药 PLZY-001 和 1 类化药 PLC-01 进入非临床研究阶段。同时专注风湿骨伤优势领域，布局高端外用凝胶透皮给药平台，其中外用凝胶贴膏 PLJT-001、PLJT-002、PLJT-003 等项目已按计划顺利开展，上述重点创新科研项目都是紧靠盘龙药业“打造中华风湿骨伤药物领导品牌”的战略定位，形成了“口服+外用”，“院内+院外”，“传统制剂+高端制剂”的产品管线布局，助力公司新老产品的协同增效，以科技创新赋能助推公司高质量发展。

Q3：盘龙七片产品在院内、OTC、基层医院等渠道占比为多少？目前公司基药目录的进度及预期？

A：盘龙七片在这方面进行了大量科研工作，积极进行该产品的布局，与多所科研机构进行合作，对药物的有效性和安全性进行了相关数据证明。盘龙七片已经进入六部中药指南、两本教材、三个专家共识及一本临床路径释义，分别被列为推荐用药，连续四年被评为中国家庭常备风湿骨病用药上榜品牌产品。

根据南方所数据显示，2022 年盘龙七片销售额位于其细分领域第一名，市场份额为 7.04%，2022 年在院端销售份额为 90%，OTC 连锁药店端为 10%，预计 2023 年零售端市场会进一步增大。公司将持续关注国家基药目录调整的最新情况。

Q4：盘龙七片的医院布局情况如何，基层医院市场是否有开发计划？

A：盘龙七片具有活血化瘀、祛风除湿、消肿止痛之效。在循证高等级的研究方法下，公司开展了盘龙七片的 RCT 研究，基于盘龙七片确实具有较好的疗效，其在临床应用以及有效性方面深受广大患者好评，目前共发表 140 余篇盘龙七片的研究论文，盘龙七片已进入国内 4000 余家医院用于临床应用和疾病治疗。另外公司已经开通了盘龙七片的线上销售工作。

随着我国老龄化人口扩大，基层医疗市场慢病用药需求增大。公司在 2023 年设立了县域事业部，计划每年在基层及零售端增加 300 人左右，以推进基层蓝海医疗市场开发工作。

Q5：公司目前销售团队情况如何？

A：公司依据自身特点，建立了高效的营销管理体系与组织架构，打造了一支医药知识专业、销售经验丰富、业务拓展能力强、人员稳定的营销团队。公司实行商务与终端两分离原则，制定了从核心主导产品到疾病全方位培训机制，通过不断加强营销团队企业文化建设与营销技能培训工作，提升团队的业务能力、凝聚力和战斗力，促进公司业绩能够长期稳定增长。目前公司自建营销团队稳定高效、执行能力强，对公司价值观、使命感高度认同。

Q6：小儿咽扁颗粒和骨松宝片 2024 年增长预期如何，长期规模如何？

A: 小儿咽扁颗粒和骨松宝片是公司的重要产品。小儿咽扁颗粒具有清热利咽，解毒止痛的效用，2024年市场销售目标为1.5亿左右。骨松宝片具有补肾活血、强筋壮骨的作用，用于骨痿（骨质疏松症）引起的骨折、骨痛、骨关节炎及预防更年期骨质疏松症，随着我国老龄化加剧以及用药需求的增加，骨松宝片未来具有很好的市场发展前景，2024年计划销售目标为0.5-1亿元。

Q7: 目前公司大健康产品种类很多，2024年大概有什么样的预期增长？我们的营销方面的规划是啥样的？预计未来规模如何？

A: 公司大健康产业主要是利用柞水的区位优势，围绕医疗、医养、医美三方面展开布局。目前，盘龙七系列牙膏、盘龙牌补水面膜、黄芪茯苓以及葛黄面等大健康系列产品的开发并成功上市销售，深受消费者喜爱，建立起在健康品牌商业化赛道的优势。目前大健康业务在公司占比规模相对较小，但是品种比较丰富，市场潜力巨大。

公司目前大健康主要分为六大产品系列板块，分别为：生活日化类，主要产品有盘龙七牙膏、盘龙本草药膏、盘龙儿童牙膏、漱口水、口腔喷雾剂等口腔护理系列产品；保健食品类，主要产品有骨胶归珍片、百合雪莲、人参三七片、辅酶Q10软胶囊、铁叶酸片、破壁灵芝孢子粉颗粒等系列产品；功能食品类，主要产品有葛根魔芋面、蒲公英菊花决明子茶等系列花草茶等系列产品；保健养生用品类，产品有泡脚醋、精油等系列产品；“械”“妆”“消”字号产品，主要产品有盘龙修护/械品面膜、盘龙本草精华抑菌液等系列产品；中药细粉类，主要产品有西洋参细粉、天麻细粉等系列产品。

公司正在积极布局大健康产品线上销售，大健康产品目前在京东商城、淘宝、拼多多平台、微盟、抖店(盘龙云康)、抖店(盘龙久妹)、微信小商店共七个平台均有销售，公司已在积极推进大健康产品的线上线下布局，让更多盘龙健康产品普及终端消费者。

	大健康产品具有消费属性，在治“未病”、防“未病”方面具有很大的市场空间，大健康领域未来市场前景广阔。
附件清单（如有）	
日期	2024年3月6日