

证券代码：300181

证券简称：佐力药业

编号：2024-014

## 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（线上会议）
参与单位名称及人员姓名（排名不分先后）	2024年8月5日：汇添富基金：刘伟林、林淦、刘丹、郑磊、李超、钱伟志。申万医药：王道；国投证券：贺鑫；鹏扬基金：曹敏。 2024年8月7日：诺安基金：黄友文、王创练；光大证券：黄素青；海通医药：张澄；宏利基金：周少博、张帅；嘉实基金：李慧、黄福大；华夏基金：王泽实、孙明达；中邮医药：古意涵；泰达宏利：周笑雯；国寿资产：许经纬；泰康资产：陈璟；国泰基金：邱晓旭；人保养老：毛雅婷；相聚资本：邓巧；鹏扬基金：任宵逸、崔洁铭、吴西燕；长城基金：余欢；天弘基金：刘盟盟、张秀磊；新华基金：赵东宇；信诚基金：闫志刚；华宝基金：齐震；国盛医药：张玉；万家基金：杨梦朝；国寿养老：王靖予。
时间	2024年8月5日 13:30-14:30；15:15-15:45 2024年8月7日 13:30-14:15
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事、常务副总经理：冯国富先生 董事会秘书：吴英女士

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p><b>问题一：乌灵胶囊在各等级医院销售占比情况？还有哪些省份没有集采？</b></p> <p>答：乌灵胶囊目前已经覆盖 13000 多家医院，其中 50%以上是一级医院和社区卫生中心，但是销售收入占比还是以二级和三级医院为主。根据米内网发布的年度中国医药市场发展蓝皮书显示，近两年乌灵胶囊在城市公立医院和县级公立医院市场份额排名均为第一，在城市社区卫生中心和乡镇卫生院的排名在第四、第五左右。因此，公司今后也会进一步发挥乌灵胶囊作为国家基本药物的优势，更加重视基层医疗机构的开发，努力提升销售占比。</p> <p>乌灵胶囊还没被纳入集采的省份包括上海、浙江、山东、甘肃、湖北、四川、安徽、黑龙江、西藏等省份。</p> <p><b>问题二：MCI 对应哪些科室？公司研发端有在做 MCI 方面的研究吗？</b></p> <p>答：MCI 的患者主要在神经科、精神科、老年科等科室，社区卫生中心在全科（老年科）会更多一些，MCI 患者的筛查工作主要在社区进行，中国的 AD 患者不超过 1000 万，但是中国 MCI 患者约有 3877 万人口，MCI 患者如果发展到 AD 会是非常重大的家庭负担和社会问题，因此国家现在也鼓励在社区开展相关的科普教育和公益筛查，让 MCI 患者通过早筛、早诊、早治来减少 AD 的发生。</p> <p>乌灵胶囊的说明书中本身就已经有“健忘”这一适应症，目前主要是销售端在进行推广，MCI 患者更有意愿坚持按疗程长期服用的，依从性会更好，这一块增量市场公司也希望通过销售端来进行挖掘研究。在研发端，公司也在进行乌灵胶囊改良型新药的开发，目前在做 AD 药效学的研究。</p> <p><b>问题三：乌灵胶囊主要的用户画像？</b></p>
---------------------------	--

答：从乌灵胶囊的销售区域看，浙江、上海、广东、北京等经济发展程度较好的区域销售占比相对更高一些，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。从乌灵胶囊的消费群体看，学生到老年人各个年龄段都可能出现失眠、焦虑、抑郁等情绪问题，所以消费群体的范围比较广泛。

**问题四：公司今年上半年院外端的增长情况如何？**

答：公司院外端主要包括 OTC 端和互联网端的销售，销售占比 10%多一点。今年上半年由于 OTC 端总体基数较小，增速相比院内端快一些。公司非常重视 OTC 端的销售，公司接下来的重点是希望通过做好院外端的承接工作，同时加强消费者的健康科普教育，把院外端的销售占比提升至少到 20%。同时，公司也布局了试点地区，探索通过和慢病管理、MCI 等结合的形式来加快院外端市场的拓展。

**问题五：灵泽片未来的增长潜力如何？**

答：首先，灵泽片是国家基本药物，未来还是继续会加快新医院的开发同时深耕已经开发的医院，由于大环境的影响，今年很多医院的药事管理委员会还未召开，对灵泽片的医院端开发进程有一定影响；灵泽片属于专科用药，公司更多的是以医院为单位进行覆盖。其次，灵泽片市场容量还是不错的，特别在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；作为国医名师的组方，已经进了 12 个临床指南、专家共识及教材专著的推荐，在学术端有较强的支撑。最后，灵泽片自 2018 年进入国家基药以来，销售势头很好，从 2019 年的 1000 多万到 2021 年度含税销售突破了 1 亿元，去年含税销售突破 2 亿元，今年上半年也有 30.84% 的增长，公司对灵泽片第一步的销售目标是 5 亿，未来力争打造成 10 亿

	<p>的大品种。</p> <p><b>问题六：今年上半年新增医院的销售量对我们业绩贡献情况如何？</b></p> <p>答：一般来说，新增的医院从开发到销售上量有一个逐步的过程，有些医院的部分科室和医生对我们产品的认知度本身比较高，这部分的医院上量就相对较快。有些医院的医生原先对我们产品的了解度不够，需要通过学术推广等方式来加强医生的教育工作。同时，乌灵胶囊属于多科室用药的产品，在临床上广泛应用于精神科、神经内科、中医科、耳鼻喉科、皮肤科、消化科、心内科、肿瘤科、内分泌科等科室，但很多新增医院目前只开发了一至两个科室，整体销售上量有一个过程。</p> <p><b>问题七：公司核心产品在全国未来可供拓展的医院数量大概有多少？</b></p> <p>答：全国的医疗机构数量包括基层医院和社区卫生服务中心这样各等级的医疗机构超一百万个，公司核心产品作为国家基本药物和国家医保品种，在各级医疗机构的覆盖依然有很大空间。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024年8月5日、2024年8月7日