

证券代码：000963

证券简称：华东医药

华东医药股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-009

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 华东医药 2024 年三季度业绩交流会
参与单位名称及人员姓名	参与单位：国联证券、中金公司、兴业证券、中信建投、银河证券、国金证券、华福证券、广发证券、中信证券、海通证券、太平洋证券、西部证券、东方财富证券、德邦证券、华创证券、天风证券、华西证券、中欧基金、贝莱德资产、嘉实基金、汇添富基金、建信基金、摩根士丹利基金、财通基金、大成基金、蜂巢基金、格林基金、国泰基金、海富通基金、华夏基金、汇丰晋信基金、汇泉基金、韩国投资（上海代表处）、华宝基金、诺安基金、天弘基金、天治基金、万家基金、万纳基金、新华基金、鹏华基金、浦银安盛基金、中庚基金、长盛基金、招商基金、中海基金、中航基金、中加基金、中邮创业基金、国华人寿保险、国华兴益保险、国联人寿保险、国任财产保险、众安保险、平安养老保险、招银理财、英大保险资管、友邦人寿保险、人保资管、人保养老、人寿资管、泰康资产、平安资管、国泰君安、国泰君安资管、瑞银证券、东方证券资管、申万宏源证券资管、财通证券、东方证券、东吴证券、东吴证券资管、国信证券、国信证券资管、华能贵诚信托、华泰证券、华泰证券资管、招商证券、中泰证券、中天国富证券、野村证券、华安证券、华鑫证券、中信里昂、3W Fund Management、China Shandong Hi-Speed Capital Limited、Dymon Asia Capital HK Limited、Franklin Templeton、Indus Capital Advisors Hong Kong Limited、Lilly Asia Ventures、New Silk Road Investment Pte Ltd、PINPOINT ASSET MANAGEMENT LIMITED、SMC - P notes、宁银理财、招商银行、花旗银行、浦发银行、中信期货、中信资管、中融汇信投资、华夏财富创新投资、混沌投资、恒生前海基金、弘毅远方基金、红土创新基金、观

	富资产、光大永明资产、粤民投、泓澄投资、金百镭投资、神农投资、星石投资、塔基资产、遵道资产、碧云银霞投资、碧云资本、博裕资本、丰琰投资、慈阳投资、大家资产、淡水泉投资、正圆基金、玄甲基金、宏鼎投资、汇升投资、兆石投资、泓德基金、泾溪投资、青榕资管、勤远基金、润邦投资、沅杨资管、玖鹏资产、君和立成投资、盘京投资、磐厚投资、鑫绰投资、正心谷投资、中域投资、凯丰投资、前海锐意资本、尚诚资管、易同投资、汇鑫投资、合众易晟投资、相聚资本、新活力资本、新思路投资、鑫元基金、翼虎投资、银叶投资、优益增投资、穿石投资、珠池资产等机构和个人投资者 206 人。
时间	2024 年 10 月 25 日 10:00-10:50
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	公司首席科学官刘东舟、董事会秘书陈波、财务负责人邱仁波
投资者关系活动主要内容介绍	<p>董事会秘书陈波介绍华东医药 2024 年三季度报情况</p> <p>2024 年 1-9 月公司合计实现营业收入 314.78 亿元，同比增长 3.56%；实现归属于上市公司股东的净利润 25.62 亿元，同比增长 17.05%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 24.82 亿元，同比增长 14.90%；如扣除股权激励费用及参控股研发机构等损益影响，2024 年 1-9 月公司实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 27.39 亿元，相比 2023 年同期扣非归母净利润增长 26.81%。其中 2024 年第三季度公司合计实现营业收入 105.13 亿元，同比增长 5.03%；实现归属于上市公司股东的净利润 8.66 亿元，同比增长 14.71%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 8.57 亿元，同比增长 16.93 %。</p> <p>公司医药工业板块 2024 年 1-9 月实现营业收入 99.41 亿元(含CSO业务)，同比增长 10.53%，实现归母净利润 21.40 亿元，同比增长 14.49%；其中第三季度实现营业收入 32.43 亿元（含CSO业务），同比增长 10.32%，实现归母净利润 7.55 亿元，同比增长 20.44%。</p>

公司医药商业 2024 年 1-9 月合计实现营业收入 205.71 亿元，同比增长 1.38%，累计实现净利润 3.23 亿元，同比增长 2.09%。

公司医美板块整体保持稳健增长，2024 年 1-9 月合计实现营业收入 19.09 亿元（剔除内部抵消因素），同比增长 1.90%。其中，国内医美全资子公司欣可丽美学 2024 年 1-9 月实现营业收入 9.09 亿元，同比增长 10.31%，盈利能力不断提升，持续对公司整体业绩增长带来积极贡献。

2024 年前三季度公司工业微生物板块国际市场拓展不断取得积极进展，整体销售趋势持续向好，2024 年 1-9 月合计实现销售收入 4.43 亿元，同比增长 30.17%，随着后续海外市场的持续拓展及合作客户数量的不断增多，工业微生物板块整体有望继续保持较快增长。

公司的研发不断的投入以及产品管线不断丰富的时候，也有多款创新产品及生物类似药即将进入商业化的成果密集落地的阶段。预计今年四季度至明年，乌司奴单抗注射液、索米妥昔单抗注射液、注射用利纳西普、塞纳帕利胶囊、迈华替尼片以及与美国 MediBeacon 公司合作研发的肾小球滤过率动态监测系统有望陆续获批上市，为公司未来发展持续增添新的动能。

（公司研发进展具体情况详见三季报“（二）研发情况”部分。）

此外，公司海外核心医美市场注册工作正在全面提速，Sinclair 全部注射剂管线已在中东地区十余个主要市场进行了注册和上市，EBD 核心产品在中东主要市场的注册进度已过半，Ellansé® S 型、MaiLi、KIO015 等多款注射类核心产品在美国市场的注册积极推进中。

在国内，MaiLi Extreme 的医疗器械注册申请于 2024 年 4 月获得受理，有望于 2025 年在国内获批上市。强脉冲光射频治疗仪 V20 于 2024 年 9 月获批上市，是继冷冻美白产品 Glacial Spa®酷雪®和射频抗衰产品 Reaction®芮艾琨®之后，公司第三款在国内上市的能量源医美器械产品。与重庆誉颜战略合作产品重组 A 型肉毒毒素 YY001，于 9 月 12 日召开了临床总结会，其 III 期临床试验中表现出与已完成的 I/II 期临床结果的高度一致性；其有效性、安全性和免疫原性都达到了既

定的临床试验终点，与对照药相比表现优异。此外，公司还积极推进生美设备 Prème DermaFacial 在国内上市的各项工 作，以持续丰富的产品矩阵，继续全方位为求美者提供卓越体验和服务。

（公司 BD 工作情况详见三季报 “（三）三季度至本报告披露日公司对外投资及合作情况” 部分。）

投资者互动交流

问题 1、GLP-1 管线后续临床开发及对外授权的计划？

答：GLP-1 管线方面，（1）公司自主研发的口服小分子 GLP-1 受体激动剂 HDM1002，已完成用于超重或肥胖人群的体重管理适应症 II 期临床研究全部入组，预计于 2024 年 10 月获得顶线结果，预计 2024 年 Q4 进行 pre-III 期沟通；同时已完成糖尿病适应症 II 期临床研究首例受试者入组。

（2）公司自主研发的 GLP-1R/GIPR 双靶点长效多肽类激动剂 HDM1005，目前正在中国开展的 Ia 期、Ib 期临床试验进展顺利，预计于 2024 年 Q4 获得 Ia 期临床研究报告、Ib 期（第一部分）临床试验的顶线结果，并计划于 2025 年初启动 II 期临床试验。

（3）控股子公司浙江道尔生物科技有限公司在研的 FGF21R/GCGR/GLP-1R 靶点的多重激动剂 DR10624 目前正在新西兰开展肥胖合并高甘油三酯血症的 Ib/IIa 期临床试验；同时，重度高甘油三酯血症的国内 II 期临床已启动，目前已完成首例受试者入组及给药。

（4）司美格鲁肽注射液糖尿病适应症已完成 III 期临床研究全部受试者入组，预计 2024 年 Q4 获得主要终点数据并递交 pre-BLA 沟通。司美格鲁肽注射液体重管理适应症的 IND 申请已于 2024 年 9 月底获批。

对外合作授权方面，目前有外部公司也在关注上述项目研发进展，公司将积极推动对外合作事宜，未来如有确定进展将按照信息披露相关规定及时公告。

问题 2、公司哪些创新药及生物类似药的注册进展较快？

答：公司引进的全球首创 ADC 新药索米妥昔单抗注射液（ELAHERE[®]，研发代码：IMGN853、HDM2002）针对铂耐药卵巢癌的中国上市许可申请目前处于综合审评阶段。

公司从美国 Kiniksa 引进的全球创新产品注射用利纳西普（ARCALYST[®]），用于治疗冷吡啉相关的周期性综合征（CAPS）和复发性心包炎（RP）适应症的中国上市申请均在审评过程中。

公司与荃信生物合作的乌司奴单抗生物类似药 HDM3001（QX001S）用于治疗斑块状银屑病的中国上市许可申请目前处于综合审评过程中。

公司与美国 MediBeacon 公司合作研发的肾小球滤过率动态监测系统 and 瑞玛比嗪注射液目前均处于注册审评阶段。

公司 1 类新药迈华替尼片用于 EGFR 21 号外显子 L858R 置换突变的局部晚期或转移性非小细胞肺癌（NSCLC）患者的一线治疗的上市申请于 2024 年 5 月获得受理，目前处于审评阶段。

与英派药业合作进行市场推广的塞纳帕利胶囊的上市申请已于 2023 年 8 月获得受理。

问题 3、公司在 ADC 领域创新产品的布局思路？

答：ADC 领域，公司通过自主研发与产品引进相结合的方式，同时陆续投资、控股、孵化多家拥有领先技术的生物科技公司，形成 ADC 全球研发生态圈。目前进展较快的 ADC 项目有：（1）索米妥昔单抗注射液针对铂耐药卵巢癌的中国上市许可申请目前处于综合审评阶段。（2）自主研发 ADC 项目 HDM2005，靶向受体酪氨酸激酶样孤儿受体 1（ROR1），用于治疗晚期恶性肿瘤，已于 2024 年 8 月完成该产品的中国临床首例受试者入组，目前在第三个剂量爬坡给药阶段。（3）HDM2027（HDP-101）的中国 IND 申请已于 2024 年 10 月获批，用于治疗 B 细胞成熟抗原（BCMA）阳性克隆性血液学疾病（如复发/难治性多发性骨髓瘤），由人源化抗 BCMA 抗体与蘑菇毒素 α -鹅膏蕈碱肽

衍生物偶联而成，其毒素具有全新的作用机制。（4）公司自主研发特色创新靶点的 ADC 项目 HDM2020、HDM2012 和 HDM2017 已完成 PCC 确认，进入 IND 研发阶段，预计 2025 年递交中国和美国的 IND 申请。后续，公司在 ADC 领域将继续围绕新靶点、多靶点、新毒素、具有自主知识产权的偶联技术等进行布局。

问题 4、外用制剂罗氟司特乳膏近期获得临床试验许可，预计临床关键时间节点？

答：公司递交的罗氟司特乳膏用于治疗特应性皮炎、斑块状银屑病 2 个适应症的中国 IND 申请于 2024 年 9 月获得批准，预计 2024 年 Q4 完成首例入组。

问题 5、公司对新引入的 OX40L 管线的适应症拓展有何规划？

答：公司与韩国 IMBiologics corp.合作的 2 款产品，IMB-101 是靶向 OX40L 和 TNF α 的双特异性抗体，目前 IMB-101 正在美国进行临床 I 期研究，拟用于治疗类风湿关节炎。IMB-102 是靶向 OX40L 的单抗，目前处于临床前研究，潜在适应症为中重度特应性皮炎及其他自身免疫性疾病。公司也在积极推进 OX40L 相关管线的国内研发。

问题 6、请公司展望一下今年工业板块的增长预期以及增长驱动力？

答：2024 年前三季度，公司医药工业在内分泌、心血管领域等的多款重点产品，为公司医药工业的业绩增长带来了积极贡献；公司负责进行商业化的尼欣那[®]、和辉瑞公司战略合作的 3 款产品的销售稳步提升；近两年新获批的产品如利拉鲁肽注射液、与科济药业合作的赛恺泽[®]等也贡献了新的增量；工业微生物板块业绩也在持续增长。综合上述因素，公司医药工业在今年前三季度保持稳定增长，全年医药工业整体也有望继续保持稳定增长。

问题 7、请公司介绍一下目前工业微生物板块业务拓展情况？

答：在经过前期的调整后，公司工业微生物板块目前已进入稳步快速发展的阶段，包括特色原料药&中间体、xRNA、大健康&生物材料、动物保健在内的四大业务板块，今年前三季度都取得了较好表现。其中，大健康&生物材料板块，今年湖北美琪健康正式投产和销售，带来了明显的业务增量，业务发展势头良好；特色原料药&中间体板块，珞珈生物拥有毒素全产品线，能够满足目前市场所需毒素的商业化供应，客户数量不断增加，业务增速及盈利能力都取得了较好表现。多肽、中间体业务，今年通过前期的市场开拓，积累了较多意向客户，随着客户后续产品商业化的逐步落地，该板块有望保持较好增长。此外，动物保健板块，产品市场推广顺利，业务也在稳步发展。

问题 8、公司商业板块未来增长预期？

答：医药商业今年处在恢复性增长阶段。因去年下半年受行业政策影响，对医院采购需求造成了一定冲击，导致去年下半年医药商业营收增速下降。但医药商业营收今年在逐季稳步回升，同比增速在今年一季度略有下降、二季度企稳的情况下，第三季度达到了 5% 以上的增长，后续有望继续保持稳健增长。

问题 9、应收账款回款情况展望？

答：公司在应收账款管理上，针对应收款项回笼制定了严格的内控和考核要求。应收账款存在季度波动，一般在半年度末和年末应收账款会有大量回笼。整体来看，公司目前应收账款的风险可控，全年的应收款项回笼率有望达到预算目标。

问题 10、伊妍仕第二代产品发布后，第二代产品和第一代产品的定位差异及推广策略？

答：伊妍仕®第二代新品和第一代产品在价格和市场定位上做了一定区分，但总体产品还是定位高端。第二代新品将核心成分 PCL 微球进一步细分为大、中、小三种不同粒径类型的 3 款产品，可以精细化满足求美者的差异化需求。后续公司将第一代产品作为公司在再生

	领域的基础类产品，针对第一代产品适当扩大覆盖区域和合作的机构数量，让更多的求美者有机会体验 PCL 微球的再生效果，同时第二代新品组合将以满足求美者个性化及精细化的求美需求为理念进行市场拓展。
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 10 月 25 日