

证券代码：300181

证券简称：佐力药业

编号：2024-017

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（电话会议、线上会议）
参与单位名称及人员姓名（以上排名不分先后）	2024年10月28日：东吴证券；中信证券；兴业证券；国金证券；海通证券；中邮证券；开源证券；国盛证券；光大证券；申万证券；长江证券；华福证券；华西证券；华安证券；浙商证券；华宝基金；嘉实基金；珠海常倾资管；天风资管；瑞颐投管；峰岚资管；上汽顾臻(上海)资管；慎知资产；前海进化论资管；亘泰投管；国融证券；Value Partner；杭州优益增投资；Cephei 润晖投资；循远投资；汇丰晋信；博远基金；正心谷；太平资产；银倍投管；东海资管；尚诚资管；乾行资管；深梧资管；上海水璞；易米基金；农银人寿；鹏扬基金；泾谷私募；国华人寿；浪石投资；中金资管；德邦基金；富国基金；中天国富证券；Lake Bleu 清池资本；彤源投资；华泰证券；锐智资本；Golden Nest 鑫巢；纽富斯投资；华夏基金；弘尚资产；国都证券；华安基金；浙江永禧投资；永安国富；中融基金；永赢基金；江西彼得明奇私募；银叶投资；东吴人寿；江海自营；天弘基金；鹤禧投资；山高国际资管；招商自营；北京神农投资；尚雅投资；华能贵诚信托；万丰友方；于翼投研；汇百川基金；正德泰投资；鑫元基金；度量资本；华融证券自营；华美国际投资；循远资产；君阳私募基金；

	<p>Pinpoint 保银投资；北京东方睿石投资；中信资管；泰达宏利；上海峰境私募基金；天玑投资；常春藤私募基金；开思基金；禧弘投资；国华兴益保险；世真投资；中航基金；泓德基金；海通投资银行部；浙商自营；华夏东方养老资管；博衍基金；奥博医疗（香港）；运舟资本；源峰基金；璟镕基金；国泰基金；格林基金；中信保诚；前海开源基金；长城基金；东海证券；新柏霖；域秀投资；招商信诺资产；高远投资；建信基金；长信基金；北京枫瑞私募基金；景林投资；天玑投资；途灵资产；汐泰投资基金；中科沃土基金；长江资管；君怀投资；沙钢投资；上银基金；新华基金；上海证券资管；平安证券；名禹资产；易同投资；泾谷私募基金；泉果基金；河南羚锐投资；和泰人寿；钧泽基金；中银证券资管；信达澳亚基金；青骊投资；盟洋投资；君和资本；观富资产；国寿安保基金；英大资产；摩根资管；东证资管；景顺长城基金；中信建投；国君医药；华创证券；中泰资管；东北医药；中泰证券；人保资产；涌津投资；中意资产；泰康基金；银叶基金；华创自营；久兴投资；平安医药；盘京投资；华鑫证券；国投证券；金百镕投资；森锦投资；青榕资管；TKAMC；天治基金；淡水泉；上海元亨王道投资；宁银理财；野村证券等。</p> <p>2024年10月29日：光大证券；易方达；华商基金。</p>
时间	<p>2024年10月28日8:30-9:30</p> <p>2024年10月29日13:30-14:30</p>
地点	电话会议、线上会议
上市公司接待人员姓名	<p>董事、总经理：汪涛先生</p> <p>董事、常务副总经理：冯国富先生</p> <p>董事会秘书：吴英女士</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题一：公司前三季度各产品收入增长贡献情况？</p> <p>答：公司前三季度整体保持了较好的增长态势，乌灵系列销售收入同比增长 24.88%，其中乌灵胶囊和灵泽片的销售收入分</p>

别同比增长 22.67%和 36.90%；百令系列也在恢复增长，销售数量较上年同期增长 22.14%；中药饮片系列销售收入较上年同期增长了 51.24%；随着中药配方颗粒国标和省标的备案品种增加，中药配方颗粒销售收入较上年同期增长了 175.96%。

问题二：公司在乌灵胶囊 MCI 方面取得了什么成果？

答：公司目前正在开展乌灵胶囊关于 AD 方向的二次开发，包括关注轻度认知功能障碍 (MCI) 方面的研究。乌灵胶囊的说明书中本身就有“健忘”这一适应症，随着老龄化社会的到来，大家对于 AD 的认知度也越来越高，但是 AD 患者一旦确诊基本已经是中度或者重度，所以让 MCI 患者通过早筛、早诊、早治的方式预防并通过单独或者联合使用乌灵胶囊治疗来预防或延缓 AD 的发生，发挥中医药“治未病”的优势。MCI 的部分患者很少主动到医院就医，大部分还是在社区，公司通过和中国中药协会、阿尔茨海默病协会等专业体系共同开展“老年认知功能维护及心理健康促进计划”下基层进社区公益活动，把睡眠情绪和认知功能的维护整合在一起，并提出了脑效能健康管理理念，从今年八月份开始，我们已经取得了一定成效，相关医院和连锁药店都在积极参与这个项目。公司希望通过科普教育和公益筛查的形式让更多的老年人能够更早获益，为中国人口健康老龄化贡献一份力量。同时，MCI 患者更有意愿坚持按疗程长期服用，依从性会更好，这将是一块潜力很大的市场和增长点，有助于乌灵胶囊未来实现 20 亿的销售目标。

问题三：灵泽片未来如何实现 10 亿的销售目标？

答：从流量的思维看，治疗前列腺增生的常用化药是非那雄胺、坦索罗辛等，在化药集采时每个省基本都有这两个品种的报量，从中我们可以大致测算出前列腺增生患者的数量，整体市场空间广阔，随着化药集采之后，预留的处方空间也会增大，

国家当下鼓励中西医联合用药，灵泽片可以和已经进入集采的西药联合用药，促进整体销量上涨；从临床效果看，灵泽片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，很多患者在医院开了灵泽片后主动进行复购；从过去几年整个前列腺增生的中成药成长情况看，灵泽片的增速也一直保持领先地位。因此，不论从前列腺增生用药市场的规模，灵泽片本身的临床效果，还是近几年销售曲线增长趋势，我们将实现第一步 5 亿元销售目标，未来力争将灵泽片打造成 10 亿的大品种。

问题四：百令胶囊未来市场发展的主要抓手和战略规划？

答：公司百令胶囊已经完成 29 个省、自治区、直辖市的挂网工作，当下湖北联盟地区的集采是比较重要的窗口期，公司将紧抓此次集采的机会，加大市场拓展。公司未来将同时在医院端、OTC 端和互联网端进行全渠道销售，院内端会从广阔的县域市场或者基层医疗卫生机构等相对容易进入的市场进行切入；院外端更是一个商业化模式比较强的市场，公司会积极布局零售药店和电商平台。

问题五：中药饮片和中药配方颗粒未来增长的驱动性以及后续的延续性？

答：中药配方颗粒方面，随着国标和省标的备案品种增加，去年到今年的销售增幅还是非常明显的，公司目前已经完成备案 403 个，其中国标备案 247 个，省标 156 个。公司作为浙江省中药配方颗粒科研专项试点企业，起步相对较早，具有一定的工艺、技术储备和生产能力优势，因此，公司今后在深耕浙江市场的同时，会积极加快省外市场开发力度，也引进了研发、生产、销售等方面专业的人才。中药饮片方面，公司的主要业务都是在浙江省内，上半年与合作医院在医院互联网端的销售

	<p>较好，未来会继续以杭州、湖州为中心深耕省内市场，并积极参与省内各大医院的招标工作，努力提高饮片在浙江省内的占有率。作为公司“一体两翼”战略中重要的组成部分，中药饮片和中药配方颗粒市场空间广阔，公司会努力将这两块业务做成一定规模，助力公司业绩的提升。</p> <p>问题六：京津冀“3+N”联盟地区有多少省份已开始执行？</p> <p>答：京津冀“3+N”联盟地区目前已经有 14 个省份开始执行集采，黑龙江省也刚发布相关文件，将于 2024 年 11 月 18 日开始正式执行京津冀“3+N”联盟带量联动工作。</p> <p>问题七：公司未来三年是否有并购计划？</p> <p>答：公司一直在关注好的并购机会，未来的并购方向还是围绕主业延伸，如公司有优势领域的神经科、精神科等市场领域，或者与公司现有产品及销售等资源能够发挥协同效应的标的，以及本身具有独家性或者稀缺的产品，使好的并购标的赋能公司的发展。</p> <p>问题八：公司三季度经营性现金流同比下降的原因？</p> <p>答：经营性现金流较上年同期有所减少的主要原因一是中药饮片、中药配方颗粒以及新增商业公司销售收入的增长而增加采购量的现金支出；二是随着企业经营收入的增长而增加的各项费用所致。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 10 月 28 日、2024 年 10 月 29 日