

公司积极分红回馈股东，董事会审议通过的 2026 年半年度利润分配预案为：以公司现有总股本 3.55 亿股为基数，现金分红每 10 股派 3 元。该利润分配预案尚需经公司 2026 年第二次临时股东大会审议通过后方可实施。

二、投资者问题回复

Q1：请问公司如何看待 2026 年全年的收入情况；阿托品、环孢素两款核心产品能否做收入拆分，以及对两款产品后续的增长预期如何？

答：2026 年上半年兴齐眼药实现营业收入 14.01 亿元，同比增长 20.48%。2026 年下半年公司将持续构筑创新药技术壁垒、充分发挥丰富的产品管线优势、深化全渠道营销策略落地，进一步扩大市场份额，推动业务实现更加稳健的增长。阿托品、环孢素两款产品分别覆盖儿童近视防控与干眼治疗两大领域，随着 0.01%、0.02%和 0.04%阿托品滴眼液陆续准入到院内和院外市场中，将会持续带来快速增长；随着干眼市场教育的成熟度提高，0.05%环孢素滴眼液作为国内外多项干眼治疗指南与专家共识共同推荐的一线治疗药物，公司预期两款产品合计收入将维持稳健的增长态势，为公司整体业绩增长提供坚实支撑。

Q2：不同浓度阿托品产品在初诊及存量患者中的使用占比情况如何；目前已覆盖的患者规模，以及患者人均使用 DOT 水平能否介绍一下？

答：1) 因 0.02%和 0.04%自今年 1 月获批，目前还在陆续准入到院内和院外渠道中，而医院渠道是新患者首诊及老患者复诊复购的核心场景，而零售药店和电商等院外渠道的销售主要来自老患者的复购。0.01%有良好的市场基础，在存量市场中占据绝对的份额；今年新获批的 0.02%和 0.04%浓度在新患者中不断提升份额，其中 0.02%浓度兼具良好的控制效果与安全性，适合大多数初诊近视患者；对于年龄小、初始近视度数高、近视进展速度快或父母高度近视等高风险儿童，倾向选择 0.02%阿托品联合光学干预或 0.04%阿托品；

2) 由于患者初诊在医院，复购可能选择院外多个渠道，暂无有效人均使用 DOT 数据。

Q3：公司在抗 VEGF 赛道是否有一些研发布局？

答：作为一家眼科专科制药企业，公司正在持续丰富眼科疾病产品管线，目前已覆盖如近视防控、干眼治疗、眼部感染、角膜损伤、青光眼等眼科常见疾病。公司现阶段正在重点布局眼底疾病产品管线，其中包括抗 VEGF 等治疗用生物制品 1 类新药。

Q4：如何看待未来低浓度阿托品的格局变化及公司未来的价格趋势？

答：兴齐获批 0.01%、0.02%、0.04%三个浓度硫酸阿托品滴眼液，是国内唯一经过循证医学验证能够有效延缓近视进展并获批上市的药物，提供了全球首个多浓度梯度矩阵个体化近视防控管理方案，目前处于快速放量、业绩快速增长的阶段；国内有其他企业布局 0.01%-0.05%浓度硫酸阿托品滴眼液，其中部分公司的产品上市申请已获受理。从疾病诊疗角度看，如果多方入市有助于更多近视儿童获得有效防控，推动我国近视防控目标的早日实现。

关于价格趋势，新品上市参考市场需求和研发成本进行自主定价，兴齐眼药通过构建 0.01%、0.02%、0.04%三个阶梯浓度拉开差异，利用 2-3 年市场独占期巩固渠道和医生资源，并推广“药物+离焦镜”联合增效方案增加附加值。低浓度阿托品价格会随着竞争产品陆续上市，根据国家政策和竞争情况进行适当的管理。

Q5：低浓度阿托品的院内及院外销售策略如何？

答：兴齐眼药对低浓度阿托品采取“院内做深，院外做广”的全渠道战略，两者分工明确、协同放量。

1) 院内渠道策略：依托超 500 人的专业推广团队，通过学术专题和专家共识进行专业教育，传递单药有效、联合光学增效、长期安全等关键信息。医疗机构作为建立信任基石、处方药的核心阵地，是新患者的主要来源和信任基础。目前，美欧品已广泛进驻公立医院及主要眼科民营集团。

	2) 院外策略：做广做透，提升可及性，覆盖增量和承接复购的关键引擎，线上增速尤其显著。零售药店已覆盖超 10 万家药房，携手超 5000 家门店设立眼健康服务驿站。获批后第一时间上线京东、天猫等电商平台，患者凭方购买，大幅缩短可及时间差。 3) 未来趋势是推进全渠道深度融合，构建线上线下一体化的近视防控慢病管理生态。 Q6：抗炎类型的干眼产品领域，其他厂商接连上新，公司在竞争加剧的背景下的干眼产品销售政策，如何维持先发的市场份额优势？ 答：1) 强化兹润的产品竞争优势：作为国内首个获批上市的干眼治疗产品，0.05%最佳浓度、精准抗炎全面促进，干眼一线治疗方案，纳米微乳制剂及安全性等优势，非竞品可直接替代关系。 2) 持续巩固市场地位和品牌效应：自 2020 年获批上市，2021 年通过纳入国家医保乙类，价格优势显著，经历 6 年市场独占期，已覆盖全国大部分核心医院，具有先发及医保准入与市场积累优势，率先构筑了较好的产品可及性和品牌效应； 3) 强化全渠道营销模式专业推广：兹润具有广泛且充分的临床研究循证证据，目前已被国内外 25 项干眼指南共识推荐为干眼一线治疗药物，且中国III期和IV期临床研究都显示其不良反应率较低，患者依从率高达 98%，相对于已上市的相关新产品从作用机制、循证证据和患者体验等核心维度都具有很强的市场竞争力及影响力。 Q7：公司接下来在眼底领域的布局，请问公司主要产品以及对应的临床安排，未来如何应对目前以药物长效和低价为主的竞争趋势？ 答：目前公司正在进行多条眼底疾病相关产品管线的开发，其中 SQ-129 玻璃体缓释注射液正在开展用于视网膜分支静脉阻塞(BRVO)或中央静脉阻塞(CRVO)引起的黄斑水肿及糖尿病性黄斑水肿(DME)两个适应症的 I/II 期临床试验，同时基于年龄相关性黄斑变性(AMD)、糖尿病性黄斑水肿(DME)和视网膜静脉阻塞(RVO)等眼底疾病的发病机制，公司正在开发差异化的抗 VEGF 类治疗用生物制品 1 类新药。面对眼底用药领
--	---

	域日趋激烈的竞争，公司在产品立项之初立足于差异化临床价值，聚焦临床未满足的需求，同时兼顾产品竞争力和患者可及性。 Q8：面对后续阿托品竞品的冲击，公司有哪些应对规划，同时请介绍对后续毛利率水平的展望？ 答：1) 坚持“专业渠道作深、合规科普做广”的市场策略：即在处方药合法合规前提下，我们将通过医院渠道的专业服务和规范化的公众近视防控知识科普教育，让更多有近视防控需求的孩子家长了解科学的近视管理和干预方式，并在医生指导下选择适合的近视防控治疗方案。 2) 在目前我国医保控费、集中采购、带量采购、药品招投标等政策的指引下，给药品价格带来不确定性。从盈利水平来看，公司整体毛利率会受到产品销售结构、原材料成本、行业市场竞争环境、推广投入等多重因素共同影响，未来存在一定不确定性。 Q9：请问公司现阶段重点在研产品的整体推进进展，关键管线是否有重要里程碑节点可以分享？ 答：公司申报的伏立康唑滴眼液目前正在开展Ⅱ期临床试验；治疗用生物制品 1 类新药 SQ-22031 滴眼液神经营养性角膜炎适应症完成Ⅱ期临床试验，干眼适应症目前正在进行Ⅱ期临床试验；SQ-22041 眼用凝胶完成Ⅲ期临床试验并申报；SQ-129 玻璃体缓释注射液正在进行Ⅰ/Ⅱ期临床试验；SQ-24071 滴眼液目前正在进行Ⅰ期临床试验；治疗用生物制品 1 类新药 SQ-23101 注射液正在开展用于甲状腺眼病治疗的Ⅰ期临床试验。 Q10：公司后续的资金使用规划如何，回购和分红节奏如何？ 答：公司资金将优先保障核心研发项目推进、主营业务经营周转等关键投入，持续夯实眼科主业发展根基。关于股份回购与现金分红，公司始终兼顾业务发展需要与股东回报，分红政策会严格遵循公司章程相关规定，结合当年经营业绩、现金流状况、未来资本开支需求综合确定；回购安排则将视公司股价、市场环境、资金储备情况审慎研判。此前公司已完成一轮股份回购，回购交易已于 2026 年 8 月 4 日实施完毕，实际
--	--

	支付金额约一亿元、回购 240.50 万股，相关股份已于 8 月 7 日完成注销。 回购、分红的具体实施节奏、金额及时间，若后续有相关方案，公司将按照监管要求及时履行审议程序并对外公告，请以公司披露的公告为准。 Q11：2026 上半年 0.01%/0.02%/0.04%三款阿托品拆分收入、渠道结构及终端动销情况如何？ 答：2026 上半年，0.01%作为基础浓度贡献了主要销售，0.02%和 0.04%新品正处于加速医院准入和市场导入阶段，渠道端以医院首诊拉动、零售端承接老患者复购的全渠道布局已趋于完善，终端动销呈现逐季提升的良好态势。目前兴齐美欧品的销售主要来源于仍是院内渠道，但渠道结构较去年有所优化。 Q12：恒瑞环孢素上市后，兹润（环孢素 II）院内、院外处方量有没有出现分流，毛利率是否已经承压？ 答：随着相关环孢素产品获批上市，国内干眼抗炎治疗赛道竞争进一步加剧。两款产品制剂特点、理化属性存在差异，给临床带来更多治疗选择。从现阶段临床实际情况看，兹润上市多年，已经积累大量真实世界用药数据，医生临床使用经验丰富，同时产品纳入国家医保，院内院外成熟的学术和渠道体系也已经搭建完成，临床端具备较好的使用基础。目前，毛利率保持稳定态势。 Q13：面对销售新规的执行，公司在核心品种销售策略有何变化？ 答：1）以患者为中心构建产品组合，推广全生命周期的眼健康管理理念：为干眼患者、近视儿童、眼感染患者提供个性化方案，以专业差异化巩固先发优势。 2）坚持“专业渠道作深、合规科普做广”的营销战略，将已获批的国药准字产品，合规铺向医院、药店和电商全渠道。 3）强化数字化营销管理模式，持续提高营销效能。
--	--

	副董事长总结： 本次半年度业绩交流会，是公司与资本市场深度沟通、坦诚对话的重要契机。我们希望通过本次交流，让各位投资者全面、深入地了解兴齐眼药上半年的经营成果、核心业务进展、中长期发展战略及未来布局规划，真切感受公司的发展韧性与成长潜力。未来我们期待与广大投资者携手同行，共同深耕光明事业。
附件清单	参加交流活动人员名单
日期	2026 年 9 月 1 日

附件：参加交流活动人员名单（排名不分先后）

序号	公司	姓名
1	广发证券	罗佳荣
2	广发证券	龙雪芳
3	国联民生	张金洋
4	国联民生	胡偌碧
5	国联民生	乐妍希
6	国投证券	冯俊曦
7	开源证券	余汝意
8	开源证券	阮帅
9	申万宏源	张静含
10	申万宏源	仰佳佳
11	东北证券	叶菁
12	东北证券	古翰羲
13	华安证券	谭国超
14	国金医药	甘坛焕
15	国金医药	韩旖旎
16	NF Trinity Capital	Wendy Wen
17	嘉实基金	沈玉梁
18	交银施罗德基金	陈均峰
19	德邦基金	史彬
20	东北证券	廖彬宏
21	东方证券	刘迎
22	光大证券	刘勇
23	广东民营投资	崔巍
24	广州云禧	李伟杰
25	国融基金	宗楚昀
26	国投证券	胡雨晴
27	国投证券	刘亚洲
28	海南思瑞私募	容杰
29	杭州城投	赵航
30	荷荷私募	陈亮
31	恒生前海基金	鲁娜
32	华安合鑫	卢慧语
33	华安证券	李婵
34	华安证券	韩浩然
35	华宝基金	毛文博
36	华夏基金	常黎曼
37	华夏理财	王莎
38	巨杉资产	何川

39	开源证券	刘毅
40	乐赢投资	徐杰恩
41	宁波莲盛	游艺
42	平安基金	黄文敏
43	乾元资管	潘云姗
44	厦门中略	易韶鸿
45	上海冲积	张智聪
46	上海高恩	高惠明
47	上海理成	周锐
48	上海人寿保险	李伟
49	上海途灵资管	赵梓峰
50	绍兴宸鑫资管	施雨辰
51	申万宏源	孙磊
52	申万宏源	陈田甜
53	申万菱信	姚宏福
54	深圳猎投资本	骆峰
55	深圳市杉树资管	熊斌
56	深圳市尚诚资管	黄向前
57	苏银理财	刘志超
58	太平养老	张凯
59	天风证券	杜巧
60	天弘基金	郭相博
61	天治基金	王娟
62	阳光资管	赵孟甲
63	银河基金	于嘉馨
64	涌金资产	吴一峰
65	圆信永丰基金	田玉铎
66	招商基金	杨美玲
67	浙商证券	金嫣
68	中国人寿养老保险	吕品洁