

证券代码：002793

证券简称：罗欣药业

## 罗欣药业集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2022-005

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	中金证券医药：俞波 新华基金、天治基金、汇添富基金、信诚基金、华泰资管、聚鸣投资、APS、东海自营、前海互兴等百余家机构
时间	2022年5月10日（20:30-21:30）
地点	进门财经（ <a href="https://www.comein.cn/">https://www.comein.cn/</a> ）
形式	线上举行
上市公司接待人员姓名	罗欣药业集团执行副总裁    董莉君 罗欣药业集团高级副总裁    李  猛 投资者关系副总监            国坤仪
是否涉及应披露重大信息	否
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、介绍公司基本情况</b></p> <p>公司现有完整的产业链条涵盖医药产品的研发、生产和销售。公司产品主要聚焦于消化、呼吸、心血管和抗肿瘤等疾病治疗领域，并且在消化和呼吸领域有显著优势。公司目前的研发管线有 70 多个研发储备，其中在研创新药 8 项，采取自主与合作的研发模式，销售网络覆盖全国 30 多个省。2019 年底 A 股上市申请获证监会核准。公司主营业务包括两大板块：医药工业和医药商业。医药工业板块以化学药品制剂及原辅料药的研发、生产和销售为主，主要产品包括消化类用药、呼吸类用药等；医药商业板块主要提供药品、医疗器械、中药饮片、健康食品及互联网+智慧医疗的综合服务。</p> <p>公司 4 月 13 日公告获批的 1 类创新药替戈拉生片（商品名：泰欣赞®）主要用于治疗反流性食管炎（Reflux Esophagitis，简称 RE）。已于 4 月 28 日首发正式上市。替戈</p>

拉生片是公司首款自研的新型钾离子竞争性酸阻滞剂（P-CAB）。相关临床研究显示相较于 PPI 替戈拉生（P-CAB）具有：起效速度快，30 分钟即达峰，首剂全效；强效持久抑酸；不受进食和基因型影响；有效控制夜间酸突破等特点，为治疗反流性食管炎、改善患者的生活质量带来全新的用药选择。替戈拉生片还有两项新适应症处于 III 期临床试验阶段，分别是十二指肠溃疡及联合疗法根除幽门螺杆菌（Hp）感染。此外，公司在 2021 年宣布，携手韩国 HK inno.N Corporation 合作研发替戈拉生注射剂，目前全球范围内尚无同类注射剂产品上市。公司在消化领域无论是上消化道的食管、胃还是下消化道的肠道及肝胆胰，都是公司未来拓展的重点方向。公司致力于成为中国消化领域生态圈积极引导者。

## 二、交流环节

### 1. P-CAB 产品预计销售人数？在中心医院和基层市场人员的分配？销售策略？

1) 销售团队：除了覆盖核心市场的以及县域医疗市场、民营医院的直营团队。罗欣还拥有覆盖村卫生院的三端团队；广阔覆盖的招商团队和覆盖 OTC 及电商平台的大健康团队。销售根据市场情况划分，目前替戈拉生片没有进医保的情况下，三端团队覆盖的村卫生市场暂不考虑。所以今年核心市场布局的人相对多于县域市场布局的人。这个跟这两个市场的整体潜力有一定的关系，近日国家又出台了一系列的政策要去扶持县域的医疗，所以未来也会跟着政策去调整布局。明年进医保之后销售队伍一定会进行扩大。罗欣不同品种不同规格的产品几百种，不同药品可以去覆盖不同市场。发挥组合优势整体布局，争取获得最好的成本效益比。

2) 销售策略：多年前创新药上市一般都是先做大城市大医院的专家，再逐步向下渗透到基层市场。以往即使是过期的原研药产品，在多年之后依然可以有增长。但从近几年的市场的格局来看，产品的窗口期较短，需要快速上量。变化的主要原因是国家政策的扶持。以前产品进医保需要 3-9 年时间，产品在国谈之前就一直在等待进医保，导致了产品的销售推广策略是从核心市场的中心医院慢慢的辐射到周边。但是近年来国家扶持创新药，腾笼换鸟，让过专利的药物快速进入到国家的集采而降低了价格，也让出了空间能让创新药快速进入国谈，近几年一年一谈加速创新药进入医保，所以销售布局相应的发生改变：要最快时间让更多的医生不只是专家了解产品，在进医保之前就有使用本产品的经验，这样在进入医保之后就可以快速放量。罗欣的布局也是贴合市场的变化，以最快速度去覆盖更多的市场不只是包括核心大城市的中心医院，也包括了我们的县域医疗市场，到明年进医保之后，我们也会快速下沉让他快速的去覆盖所有三端市场。抓住准入和放量的窗口期。

	<p><b>2. 替戈拉生片四月份开始销售后，上海北京发生疫情，目前为止的销售数据如何？</b></p> <p>1) 在供应端方面，基本未受疫情影响，在 5 月 1 号之前湖南、山东，江苏及周边等地做到了药店上架，互联网医院线上药店上架，也包括有一些医院非常快速的进药。</p> <p>2) 发货的角度来看，上海，杭州，苏南等疫情管控地区货运遇到较大挑战，目前还在积极运送当中。五一假期结束基本已将货物供应至全国大部分地区。</p> <p>3) 从准入的角度也是捷报频传，4 月获得山东、江苏两大省公示挂网，5 月份预计获得 6-10 省的挂网。零售销售不受挂网的影响，省一级医院必须在省级平台进行招标挂网后才能销售。替戈拉生挂网速度快主要得益于一类新药受支持，我们也会全力加速完成所有省份的挂网。</p> <p>4) 从医院进院方面，现在已经获得了大量医院提单。</p> <p>5) 销售：近期销售表现良好，互联网医院已经开始上量。所以从供应、发货、挂网、准入、上量综合来看，整体都在积极推进的状态。</p> <p><b>3. 已经上市的替戈拉生片和正在研的有什么差异？</b></p> <p>后面在研的其它 P-CAB 数据还没披露，所以就不清楚有什么区别。但替戈拉生片和伏诺拉生相比有一些优势，一是起效快，替戈拉生片 30 分钟可以起效，第二是替戈拉生和其它药物的相互作用比较少。</p>
附件清单(如有)	无