

证券代码：300181

证券简称：佐力药业

编号：2023-009

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	大成基金：朱亭霖、王敏杰 光大证券：黄素青；brilliance capital:石林、邢庭志、王珏帆
时间	2023年6月12日 14:00-15:00 2023年6月12日 15:00-16:00
地点	线上会议
上市公司接待人员姓名	董事、常务副总经理兼董事会秘书：冯国富
投资者关系活动主要内容介绍	问题一：公司在集采前后的成本费用的结构是怎么变化的？ 答：公司产品原本就有原材料成本可控的优势，产品毛利率较高。进入集采后，公司从营销端和生产端两个方面来降低成本费用，消化集采价格对利润的影响。在营销端，集采中标品种对于开发医院有优势，在增加医院覆盖数量提升产品销量的同时也有利于降低营销费用率；在生产端，我们通过生产技术升级、降本提效及更换产品规格来等各种措施来降低成本。从现阶段来看，集采后乌灵胶囊的单盒利润比较稳定。

问题二：乌灵系列的收入占比？乌灵胶囊适用人群的平均年龄是多少？

答：1、乌灵系列中收入最主要的还是乌灵胶囊和灵泽片。灵莲花颗粒因为没有进入基药和医保目录，所以收入占比较小。2022 年度乌灵系列营业收入达 10.92 亿元，灵泽片在 2021 年含税收入突破 1 亿元，去年收入增长 68.42%，收入大概是 1 亿多，其余的营收来自乌灵胶囊。2、目前我国存在睡眠障碍的人口超 3 亿人，失眠和焦虑抑郁人群本身年龄跨度就很大，乌灵胶囊作为乌灵菌粉单方制剂，安全性很高，而且可以与其他药物联合使用，病人依从性高。乌灵胶囊适用人群的年龄分布比较宽泛，从中学生到老年人都可以使用。此外，老年人使用乌灵胶囊就更加普遍了，公司正在开展乌灵胶囊针对治疗老年痴呆方向（AD）的二次开发，也在关注老年轻度认知功能障碍（MCI）方面的研究。

问题三：公司是否感受到现在拓展医院相比于之前更加具有挑战性和难度？

答：开发医院是一个相对复杂的事情，最主要的是产品本身需要满足进入医院的所有条件。公司的核心产品乌灵胶囊是国家一类新药，也是国家医保产品、国家基本药物，日均服用价格合理，且在学术端有较强支撑，所以公司如何利用已有的资源去开发医院非常重要。总体来说，公司在拥有较强优势的产品的的前提下，也有较好的医院端营销资源，目前整体的拓展进程还是不错的，新开发医院的数量每年都在增加。同时，公司也会利用集采中标的身份，在集采地区加快医院覆盖，提高市场占有率；对已经覆盖的医院进行深耕，通过学术推广等方式慢慢覆盖更多科室。

问题四：如何理解乌灵胶囊的独特性？

答：第一，乌灵胶囊是单方制剂，即纯乌灵菌粉，是运用现代化生物发酵技术工厂化生产所得，属于公司独家品种；第二，乌灵胶囊有明确的 GABA 作用机理、基因芯片研究和 Meta 分析结果支持，很少有安神类中成药能有这样明确的被西医广泛接受的作用机理；第三，乌灵胶囊疗效明确，安全性高，可长期服用，也是慢性疾病联合用药的理想选择；第四，乌灵胶囊在学术端支撑越来越强，最近又新进入了 5 个临床指南，现已经进入 59 个临床指南、专家共识及专著。

问题五：其他中药公司在精神科这个领域有何比较强的在研管线？

答：我们更专注公司自身发展和提升，公司乌灵胶囊是独家产品，在精神科医生中认可度较高，而且可以联合用药，产品优势明显。医生在开具精神类药物时是非常专业和严谨的，不会轻易地更换患者的药物，随着身心同治理念的不断推广，乌灵胶囊在学术端有很强的支撑，且受众广泛，安全性高；乌灵胶囊是国内首个提出治疗心理障碍和改善情绪的中药产品，在市场上一般被定义为安神类药物，在 2022 年 4 月的《临床药物治疗杂志》上发表的《2017-2020 年我国 9 城市 121 家医院安神类中成药使用分析》相关数据显示，乌灵胶囊用药金额及 DDDs 始终处于第 1 位。

问题六：相较于其他中药厂家，公司产品在销售上面有哪些比较强的推动因素？

答：一是公司的主要产品属于现代生物中药，有较高的技术含量和产品壁垒，销售方面可能前期的推广投入大一些，在市场开拓成熟以后，整体的销售投入占比可以慢慢减少；二是公司主要原材料成本是可控的，传统的中药原材料的价格波动比较大，而公司主要产品的原料药乌灵菌粉，为公司独

家自主生产，通过现代生物发酵技术实现了原料药的规模化生产，质量稳定，成本可控；三是产品销售属于商业行为，每家企业都有各自的优势，公司自身的销售策略使得在国家集采政策下也能够保持相对较好的利润，说明公司的产品还是有核心竞争力的。

问题七：公司在扩科的具体落地情况如何？销售人员有何考核指标？

答：1、公司很早就在扩科，比如浙江地区开始的比较早，很多医院的相关科室都已经覆盖，就是因为深耕的医院中很多相关科室的医生和病人对公司产品接受度高，市场容量大。浙江的扩科也给了在全国进行多科室推广的信心。由于各地区经济情况、医院优势科室等情况都不一样，所以目前进度不大一样。目前精神科和神经内科以及中医科、内分泌科、消化科、五官科等科室的销售都不错。2、销售端对于扩科有非常详细的考核指标，根据每家医院和科室的情况考核指标有所不同，更关注可持续地增长。

问题八：公司华东地区销售占比较高的原因是什么？对于其他地区的放量空间怎么看？

答：1、华东地区包含了中药饮片和配方颗粒的销售收入，而中药饮片和配方颗粒的销售基本都在浙江省内，所以整体销售占比较高。2、公司本身位于浙江省，本身业务在华东地区首先开展，且华东地区的经济发达也有优势利于公司产品的销售。对于关注未来放量空间：一是本身销量较好的华东地区本身还有放量空间；二是公司在广东联盟和北京市等集采地区，都在慢慢实现放量，包括近几年河南等省市销售增量也相对比较明显；三是未来公司的中药配方颗粒完成较多的国标备案后将会在全国范围内逐步进行销售，这也是一块销

	售增量。
附件清单（如有）	无
日期	2023年6月12日