

上海现代制药股份有限公司

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 checked="" type="checkbox"/> 业绩沟通会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
形式	<input type="checkbox"/> 现场会议 <input type="checkbox"/> 网络会议 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议
参与单位名称	中信证券、信达证券、申万宏源、山西证券、中信建投、西南证券、华福证券、华鑫证券、国金证券、海通证券、国盛证券、天风证券、兴业证券、华泰证券、广发证券、国泰君安等
时间	2025年3月28日
上市公司接待人员姓名	副总裁、董事会秘书：张忠喜 财务总监：王祥臣 研究院副院长：邢世华 董事会办公室主任：程晓瑜
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司 2024 年度经营情况介绍</p> <p>(一) 2024 年度经营业绩整体情况</p> <p>2024 年，面对化学仿制药行业的风险与挑战，公司积极把握行业发展趋势，全面统筹，聚焦主业，全力推进产业升级、科研开发，价值创造力与成长性持续增强。</p> <p>盈利价值方面：实现归母净利润 10.84 亿元，同比增长 56.62%，公司近 5 年归母净利润年复合增长率 13.68%。</p> <p>经营价值方面：毛利率 39.24%，提升 0.92 个百分点；扣除销售费用后的销售贡献率 28.71%，同比增加 8.23 个百分点，价值持续提升。</p> <p>资产价值方面：加权 ROE8.45%，提升 2.43 个百分点；每股收益 0.81 元。</p> <p>社会价值方面：公司持续强化全生命周期绿色管理，全年环保投入资金 1.69 亿元，全面推进碳达峰碳中和行动方案的实施；同时，积极践行央企社会责任，投入 300 余万元助力乡村振兴和社会公益。</p> <p>价值成长方面：营业现金比率 20.63%，增加 6.38 个百分点，营业收入中获取资金的能力持续增强；资产负债率降至 23.22%，下降 2.69 个百分点，资本结构稳健；研发投入总额占营业收入比例为 6.17%，同比提升 0.41 个百分点。充分体现了公司增长的稳定性与可持续性。</p> <p>价值维护方面：公司积极践行“以投资者为本”的发展理念，稳定</p>

投资者回报预期。结合 2024 年中期分红，公司 2024 年度股利支付率达到 37.13%。同时公司制定了未来三年（2025-2027 年）股东回报规划，在保证公司正常经营和可持续发展的前提下，若无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司每年以现金方式分配的利润将不少于当年实现的归属于上市公司股东净利润的 40%，持续加大投资者回报。

（二）细分业务分析

1、中间体及原料药业务

2024 年公司中间体及原料药收入 51.98 亿元，同比增长 8.54%，毛利率 33.86%，同比增加 10.02 个百分点。

（1）抗感染类中间体及原料药实现收入 44 亿元，占比 85%，毛利率为 30.5%，增加 12 个百分点，主要来自于青霉素类、克拉维酸钾系列产品的增长。公司抗感染类中间体及原料药出口销售比例约占 80%。

（2）其他专科类原料药实现收入 7.7 亿元，占比 15%，收入规模与利润贡献基本稳定。

2、制剂业务

受集采联动降价、“四同”药品价格联动等医保控费措施的影响，制剂板块业务发展依然面临着严峻的考验。报告期内实现销售收入 54.51 亿元，下降 20.24%；毛利率 45.72%，下降 4.61 个百分点。2024 年公司整体销售费用率下降 7.3 个百分点，制剂业务板块销售费用率下降 10.3 个百分点，超过了制剂产品毛利率下降的幅度，从而保障了 2024 年度制剂板块整体盈利贡献的稳定提升。

（1）抗感染类产品收入 20.9 亿元，占比 38%，头孢针剂产品销量的下降引起该领域产品收入下降了 17%。

（2）心血管产品收入 6.7 亿元，占比 12%，重点品种硝苯地平控释片价格进一步下降，新产品短期内尚无法形成有效补充。

（3）神经系统用药收入 6.4 亿元，占比提升 2 个点至 12%。芬太尼系列产品销量、收入持续保持 20%以上的增速。

（4）泌尿生殖及激素制剂收入 5.2 亿元，占比 10%，收入的下降源于糖皮质激素产品价格下降所致。

（5）骨骼肌肉系统用药收入 3.8 亿元，占比 7%，在双氯芬酸钠缓释片销量增长带动的因素下，销售收入同比小幅增长 2.41%。

（三）研发情况

公司 2024 年研发投入 6.75 亿元，占营业收入比重 6.17%，提升 0.41 个点。其中用于仿制药开发的研发投入占比 41.51%，用于工艺及质量提

升研究的研发投入占比 38.92%，用于一致性评价的研发投入占比 12.27%。

截止目前，公司在研项目（按品规计）210 项，其中 70%为新产品项目，处于受理申报阶段的项目有 81 个。在研项目中，23%为麻醉及精神产品、15%为抗感染产品、13%为心血管产品、11%为抗肿瘤及免疫产品、10%为代谢及内分泌产品。

未来公司持续聚焦抗感染、心血管、麻醉及精神、代谢及内分泌等重点领域，自研与 BD 引进双轮驱动，提速成果落地、加快创新突破、推进平台建设，为公司高质量发展注入新动能。

（四）2025 年重点工作计划

从行业来看，集采提质扩面、价格动态治理，促使化学药品企业向“拼质量、拼价格、规模化、集约化、智能制造”转变，也为医药企业优化产业布局、深化产学研用融合、提高药品质量和安全水平提供了明确指引。

2025 年，公司将继续以高质量发展为核心任务，坚持稳中求进的工作总基调，从数字化赋能、推动科技创新与产业创新加速融合、深化营销体系改革、优化产能布局与内部资源整合等方面，聚力改革创新，锻造产业链竞争力，筑牢风控屏障，构建可持续发展新格局。

根据行业形势与市场状况，结合“十四五”发展规划，2025 年预计实现营业收入 113.40 亿元，较 2024 年实际营业收入增长 3.68%；预计发生营业成本 71.74 亿元、销售费用 9.99 亿元、管理费用 8.47 亿元。

二、主要交流问题

1、公司目前制剂业务的研发布局思路和策略是怎样的？

公司研发主要基于以下几个方面的思路：一是聚焦心脑血管、代谢等慢病领域，持续推进大品种战略，补充院端、零售等一线及基础的有成本和规模生产优势的产品以及潜力大品种，实现核心领域和核心产品的补全补齐；二是基于国家产业基础特点，持续推进原料制剂一体化，在立项阶段同步规划附加值高、有技术壁垒的原料药品种，保障产业链安全；三是关注数据保护政策后续进展，关注三类首仿和具有临床价值的改良型新药等，利用市场独占期红利，建立新产品市场壁垒期，形成公司产品品牌优势。

2、抗感染类中间体原料药业务的成本端公司还会采取哪些措施？

承接这部分业务的主要子公司国药威奇达，从 2022 年下半年起进行优化调整，目前产能利用率和生产动态调整状态已达到较优且能快速响

应的状态，公司会根据市场行情趋势及时调整产品结构，保持产能利用率维持在较优状态，确保整体成本处于优良状态；同时，在原材料采购方面，公司通过战略合作、集中采购等方式降低控制采购成本；此外，公司也积极运用新技术、新工艺，不断提高原料药收率，持续降本增效。

3、公司后续现金使用计划是怎样的？

2025 年公司现金使用主要基于以下考虑：一是保证运营活动的资金保障；二是保障部分规划中基建项目投入；三是确保公司后期分红方案的顺利实施；四是对剩余资金加强统筹管理，实现效益最大化。此外，公司将持续推动内生发展与外延并购双轮驱动的发展战略，为外延式产业布局做好资金支持准备。

4、公司未来在外延收购方面的规划是怎样的？

国药现代作为国药集团旗下化学制药工业发展与资本运作的核心平台，将持续聚焦五大重点领域，结合产业链、技术链图谱，进行重点布局。

从产业链角度：一是加强抗生素产业长板；二是强化口服固体制剂和注射剂产业基础；三是补充外用制剂和眼科用药短板；此外还会积极关注关键性原料药的新技术新工艺、关键辅料、关键装备等。

从技术链角度：围绕口服固体制剂开展技术布局，重点加强缓控释技术、儿童矫味技术以及热熔挤出技术平台建设；拓展外用制剂技术布局，重点关注凝胶贴膏技术、新型透皮技术等。

原料药技术布局方面，重点关注生物化学类的合成生物技术、植物化学类的黄酮类天然产物提取技术、分离纯化技术中的结晶工程技术和工程技术中的连续流制造技术等。

此外，公司将根据国药集团统一规划，积极推进集团内的产业整合力度。

5、如何理解集采政策对公司后续发展的影响？

目前集采已进入动态价格管控状态，无论是国家集采、地方集采还是地方联盟集采等，未来都将是常态化的。公司目前已有 25 个品种中标国家集采，其中大部分为公司大品种产品，其他公司主要产品，也已陆续落实各地集采等医保控费政策。后续制剂产品价格出现小幅波动，对公司经营影响将逐步趋缓。

6、如何展望未来公司销售费用率的趋势，是否还有进一步的下行空间？

近几年公司持续加强销售费用的管控，一方面是公司自身营销管理优化，另一方面是顺应行业政策导向。2019 年以来，公司销售费用率从近 30%降到 10%左右，有了很大幅度的优化。未来，随着营销模式调整，销售服务费可能会继续有所优化，但必要的学术推广、临床应用推广等方面的费用依然会保持合理支出。

整体来看，公司销售费用率已经达到相对优化的状态，预计未来不会有太大波动。