

证券代码：600196

证券简称：复星医药

上海复星医药（集团）股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2023-01

投资者关系活动类别	<input checked="" 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"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
时间	2022 年 11 月-2023 年 3 月
地点	线上、线下交流
参与单位名称	特定对象调研、2022 年年报路演：大成基金、富国基金、银华基金、Martin Currie、Wellington、Balyasny Asset Managementt 等超过 60 家机构 2022 年年报业绩说明会（电话会）：个人/机构投资者超 200 人
上市公司接待人员姓名	董事长 吴以芳先生 副董事长 关晓晖女士 首席执行官 文德镛先生 执行总裁、首席战略官 梅璟萍女士
投资者关系活动主要内容介绍	1、2022 年公司业绩亮点？ 2022 年，复星医药营业收入和经常性收益稳健增长。报告期内实现营业收入 439.52 亿元，同比增长 12.66%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 38.73 亿元，同比增长 18.17%。同时公司保持了健康的经营活动现金流 42.18 亿元，同比增长 7.10%。业绩稳健增长主要得益于新品和次新品的收入贡献以及营销费用的有效控制。制药业务中，包括汉利康、汉曲优、复必泰、捷倍安、苏可欣、汉斯状等在内的创新产品和生物类似物收入约百亿。公司优化收入结构的同时，持续深化海外布局，报告期内

中国大陆以外地区和其他国家实现收入 139.38 亿元，同比增长 2.49%，在总收入占比 31.71%。此外，公司积极践行 ESG 全球治理规范，2022 年 10 月，公司的 MSCI ESG 评级由 BBB 级进一步提升至 A 级，在国内同行业中处于领先水平。

产品方面，公司于 2022 年持续推进创新产品的开发落地，汉斯状（斯鲁利单抗注射液）三项适应症（MSI-H、鳞状非小细胞肺癌及小细胞肺癌）以及捷倍安（阿兹夫定片）等多款产品获批上市，奕凯达（阿基仑赛注射液）、13 价肺炎疫苗、长效肉毒素 RT002、Tenapanor 片等产品的临床试验也在有序推进中。

对外合作方面，依托多年的产业经验积淀、高强度创新研发投入和全球渠道网络建设，公司已具备行业领先的全球双向许可能力，报告期内与安进等多家药企达成产品许可引进协议，同时相继向 Organon、Eurofarma、Abbott 等公司授出多款产品境外权益许可，首付款合计 7,750 万美元。

全球化方面，公司持续提升全球运营能力，与 Syneos Health 合作启动汉斯状美国市场的商业化筹备工作。2022 年，公司开始筹备非洲科特迪瓦本地化生产。控股子公司 Gland Pharma 拟出资收购 Cenexi，战略布局欧洲 CDMO 业务，控股子公司 Sisram 新增英国及迪拜直销区域，直销业务收入提升至 66%。

2022 年，公司继续推进组织发展并强化能力建设，分设创新药、成熟产品及制造和疫苗三大业务，推动专才聚焦专业，同时整合研发、市场推广和销售，由总部统筹管理，集中资源助力优势业务；推进优化研发决策机制，根据研发阶段设置 GT1-GT6 研究关键决策点，依次通过科学委员会、临床及注册评审委员会以及研发管理委员会进行项目决策。公司坚持人才引领发展，年内引入超 10 位资深科学家和高能级人才，覆盖从立项到商业化各环节。启动科学顾问委员会 SAB 项目，计划引入来自国内外知名院校或曾任企业高管的院士、科学家、临床领军人物和法规专家。

2、如何看待公司未来销售费用率、毛利率、研发费用率的变化？

2022 年，公司研发投入 58.85 亿元，其中研发费用 43.02 亿元，

在保持高强度研发投入的同时，维持了收入和经营性收益的稳健增长。其中归属于上市公司股东净利润同比减少主要由于所持有的 BNTX 等股票市场价格波动，年内 BNTX 公允价值变动及处置净影响约-10 亿元。

2022 年毛利率、销售费用率较去年同期分别下降了 0.8 和 2.4 个百分点，毛利率减销售费用率上升了 1.6 个百分点。毛利率同比减少的主要原因包括：1) 非自有公共卫生防护物资海外销售业务毛利率较低，2) 人工成本增加、主原辅材料涨价等导致部分产品单位成本上升，3) 由于产品结构优化，制药业务毛利率同比增加 2.96 个百分点。销售费用率同比下降主要由以下综合原因导致：1) 持续加强对销售费用的管控并有所成效，2) 集采产品销售费用率同比下降，3) 汉斯状等上市新产品保持了市场开发和销售团队的投入。截至 2022 年末，公司拥有货币资金 162.41 亿元，归属于上市公司股东的净资产 445.82 亿元，流动比率、速动比率等各项指标基本保持稳定。

3、2022 年公司各板块的业绩情况如何？

分板块来看，制药业务实现营业收入 308.12 亿元，同比增长 6.60%，分部业绩 37.95 亿元，同比增加 28.04%，分部利润 34.13 亿元，同比增长 29.77%。制药业务分部收入增长主要由于：1) 新品及次新品保持快速增长，同比增长超 20%，2) Gland Pharma 受两条胰岛素产线停产升级、注射剂包材供应短缺影响产能和订单承接能力等因素影响，收入同比下降 6%，3) 复必泰销量同比下降 30%。分部业绩及分部利润增长主要得益于新品及次新品收入占比持续提升，产品结构持续优化，制药业务毛利率同比提升，销售费用率同比下降。

医疗器械与医学诊断业务实现营业收入 69.49 亿元，同比增长 17.03%；分部业绩 5.21 亿元，剔除 2021 年亚能生物股权转让等因素影响后，同口径增长 11.87%；分部利润 7.71 亿元，同口径增长 2.33%。医疗器械与医学诊断业务增长主要得益于：1) 新产品上市及渠道扩展，复锐医疗科技 (Sisram) 业务在北美及欧洲等主要市

场的强势增长；2) 新冠抗原检测试剂盒等新上市产品的收入贡献。

医疗健康服务业务实现营业收入 60.80 亿元，同比增长 47.64%，剔除报告期内新并购的广州新市医院等因素影响后，同口径增长 33.56%，收入增长主要得益于线上业务的增长以及线下医院收入的恢复。但由于线上业务投入较大、线下医院诊疗量阶段性减少、新开业医院的前期亏损等因素影响，报告期内分部业绩为-6.22 亿元，同比减少 2.55 亿元，分部利润为-7.92 亿元，同比减少 3.59 亿元。

商业化方面，复星医药通过持续强化营销体系的建设与整合，已形成与现有产品及拟上市产品相配套的分线营销体系，全球商业化团队超 7,000 人，其中制药业务团队约 6,000 人，着重打造了创新药肿瘤及非肿瘤团队、OBM 广阔市场团队、OTC 及线上渠道的新零售团队、非洲、印度及美国商业化团队。2022 年制药业务中共有 5 款超 10 亿产品，3 款 5 至 10 亿产品，8 款 3 至 5 亿产品，以及 31 款 1 至 3 亿产品。此外，器械板块控股子公司 Sisram、Breas 持续加强全球渠道布局，2022 年 Sisram 直销收入占比从去年同期 62%提升至 66%。

4、公司全球化的推进进展，包括斯鲁利单抗（PD-1）在美国的规划等

在全球化运营发展方面，复星医药不断深化全球化运营体系，2022 年中国大陆以外地区和其他国家收入占公司总收入超 30%，海外员工总数达 6,426 人，占员工总数的 16.7%。在欧洲市场，控股子公司 Gland Pharma 拟出资不超过 2.1 亿欧元收购 Cenexi，构建欧洲本土化制造能力；在非洲市场，公司拥有约 800 人的商业化团队，已启动建设集药品研发、制造及物流配送为一体的科特迪瓦园区，未来将实现非洲本地化药品制造及供应；在印度市场将继续推动 Gland Pharma 向生物药 CDMO 转型，其产品向复杂制剂以及高难度注射剂转型，Gland 产品注射用右雷佐生已于今年 2 月在中国境内获批上市，其他多个品种已在中国境内递交上市申请；在美国市场，公司也将围绕成熟产品、创新药及医疗器械业务，持续加强美

国运营能力。

目前我们在美国商业化核心岗位和职能招募了专业化人才，同时与 Syneos Health 合作，搭建经验丰富、专业度高的商业化团队。考虑到斯鲁利单抗（PD-1）主要产品在肿瘤领域，特别是小细胞肺癌适应症的突出疗效，适合作为进入美国市场的第一款产品，未来公司也会推进更多适应症、以及可以与斯鲁利单抗（PD-1）联用的产品在美国申报上市。公司在美国市场的布局将以肿瘤、罕见病为主，注重产品组合协同。目前 H008 也在美国推进临床试验。

5、CAR-T 友商 CD19 和 BCMA 逐渐上市，怎样看待未来竞争格局，预计二线适应症获批时间？

后续市场上会有 1-2 个 CAR-T 产品上市。CAR-T 产品考验公司营销能力与生产体系的配合，复星凯特作为首发者，已经建立了完整的体系，在监管链和鉴别链都有较好的表现。目前复星凯特市占率过半，生产成功率接近 100%，在充分证实商业化的过程中，复星凯特的体系配合已经达到了较完善的程度，对未来竞争格局有信心。

复星凯特奕凯达的二线适应症预计今年获批，适应人群拓展将进一步建立产品的领导地位。其他新产品/适应症也在顺利推进临床，如惰性淋巴瘤、套细胞淋巴瘤、急性淋巴性白血病等。未来随着患者数增加，产品成本端也有望进一步下降。通过产品临床疗效、服务体系、适应症拓展，我们有信心稳固行业领先地位。

6、复锐医疗科技的业务亮点？

1) 全新产品的推出：全新经皮给药设备（Alma TED™）是一款基于超声波的能量设备平台，旨在解决当今日益增长的脱发问题；CBD+专业护肤解决方案™ 是一款能显著改善皮肤发红并舒缓敏感肌肤表层的专业护肤解决方案；首款家用美容仪 LMNT one™ 是一款基于光波能量的嫩肤治疗产品，旨在通过即刻亮肤、促进胶原新生等多重维度助力消费者在家轻松实现肌肤年轻化。

2) 现有产品推向新市场：Alma Hybrid™ 利用独家技术，在同

一台设备中结合三种核心能量源，通过创新混合型手具实现客制化配比，为求美者提供个性化嫩肤及疤痕治疗方案，该产品于 2022 年 8 月在加拿大上市；Alma Duo™是一种先进、有效、经 FDA 批准的解决方案，通过促进性器官血液循环以恢复其正常功能。该产品于 2022 年 11 月成功推向全球市场。

3) 全球化扩张：2022 年公司积极布局全球直销渠道，包括新设英国直销办公室，在 2023 年初新设迪拜直销办公室，支持和满足欧洲及中东市场对公司产品及服务的旺盛需求。

7、FS-1502 临床进展和 ADC 药物布局？

FS-1502 在乳腺癌、尿路上皮癌、胃肠癌等适应症的疗效和副作用均符合预期，乳腺癌已经进入 3 期临床，是唯一和已上市 ADC 进行对照研究的产品。我们加速了战略适应症的临床，在疗效和副作用平衡方面，我们有信心做到 BIC(Best-in-class, 即同类最佳)。复星医药在 ADC 还有其他布局，包括复宏汉霖非常重视 AXC，也有一些引进的产品在积极的谈判中。ADC 成药的复杂性和难度不低，我们会根据自身管线战略谨慎布局产品。

8、生物类似物未来的销售预期和策略？如何看待生物药集采？

1) 汉曲优国内销售进一步增长，2022 年 5 月 2.4 万升产能获批，松江基地产能放量解决了产能瓶颈问题，23 年全年有望放量增长；

2) 国内生物类似药市场发展迅速，在经过 2022 年的省级集采试点后，整体降价是比较温和的，并且公司的核心生物类似物汉利康和汉曲优整体的竞争格局比较良好，预计短期进行全国性集采的条件并不充足，当然目前公司在产能及产品储备方面也做了充分的准备。

3) 生物药和小分子很不一样，研发成本和技术门槛高，厂家产能普遍不足，扩张需要的时间长，普遍降价意愿不强，降价幅度整体可控。

9、Gland Pharma 战略方向

Gland Pharma 向生物类似药 CDMO 转型方向不变，2023 年 1 月已签约拟出资不超过 2.1 亿欧元收购欧洲 CDMO 公司 Cenexi，战略布局欧洲市场 CDMO 业务，构建欧洲本土化制造能力。同时 Gland Pharma 也在持续推动注射剂产品的中国上市，实现双向赋能。

10、疫苗业务目前的情况及未来展望？

1) 2022 年持续整合安特金和雅立峰，拥有独特的多价体结合技术、昆虫细胞杆状病毒重组技术、减毒灭活技术研发及生产能力，主要在研产品包括具有自主知识产权的 13 价肺炎球菌结合疫苗(多价结合体)、24 价肺炎球菌结合疫苗(多价结合体)、四价流感病毒裂解疫苗等，并积极布局流脑系列疫苗、重组流感疫苗等产品的研发；

2) 近期疫苗业务也有很多进展，2022 年年内，冻干人用狂犬病疫苗(Vero 细胞)和四价流感病毒裂解疫苗于中国境内的上市注册申请分别获受理；2022 年 11 月，13 价肺炎球菌结合疫苗(多价结合体)于中国境内启动 III 期临床试验；2023 年 1 月，安特金收到《药品生产许可证》，也为在研疫苗产品的后续商业化生产奠定基础；

3) 疫苗业态较为独立，研发周期同样比较长，但是带来的壁垒也非常高，预计在研肺炎疫苗上市之后会进入较快的增长通道，我们未来也将持续通过内生外延的方式加强管线深度。