

证券代码：002907

证券简称：华森制药

## 重庆华森制药股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2024-007

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 type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称及人员姓名	通过“路演中”网络平台参与公司2024年半年度业绩网上说明会的投资者
时间	2024年8月27日
地点	公司2楼会议室
上市公司接待人姓名	刘小英（总经理、董事） 游雪丹（副总经理、董事、董事会秘书） 秦少容（独立董事） 彭晓燕（财务总监） 周智如（证券事务代表） 徐君（证券事务专员） 刘璐（证券事务专员）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司在遵守信息披露制度的前提下，介绍公司经营业绩、产品布局、市场开发和生产管理等情况，沟通内容与公司公告内容一致。</p> <p>二、采取问答方式，由游雪丹女士、秦少容女士、彭晓燕女士、周智如女士负责回答：</p> <p>1. 公司半年度中呈现营收和利润双增长，请简单介绍一下。</p> <p>答：2024年上半年，公司实现营业收入4.18亿元，较上年同期增加15.92%。收入端增长主要因为公司中药品种增长强劲，</p>

五大独家中成药收入同比增长 34.64%，其中甘桔冰梅片销售收入同比增长 61.29%。上半年实现归属于上市公司股东的净利润 4,721.49 万元，较上年同期增加 14.15%；归属于上市公司股东的扣非净利润 4,155.26 万元，较上年同期增加 16.01%；上半年基本每股收益及稀释每股收益较上年同期增加 14.24%。利润端增长的主要原因为本期主营业务收入增加引起的毛利增加所致。公司实现经营活动产生的现金流量净额 6,475.80 万元，占净利润的 137.16%，公司净利润质量较好。经营活动产生的现金流量净额较上年同期下降 57.81%，主要为上年同期受限资金解封转回引起大额现金流入而本期无相关事项所致；剔除该特殊情形的影响，上半年经营活动产生的现金流量净额较上年增长 16.27%。

营收利润双增长的局面，不仅反映了公司在市场中的竞争力和品牌影响力在不断提高，也表明公司在经营管理、产品创新和市场拓展等方面取得了显著成效。此外，公司通过在成本控制和内部管理方面的不懈努力，进一步加强了公司的财务稳定性和可持续发展能力。

总体而言，公司半年度的双增长表现，不仅为股东和投资者带来了信心，也为公司在未来继续保持竞争优势奠定了坚实的基础。展望未来，公司将继续坚持“稳健经营，创新发展”的经营方针，努力实现更加稳健和可持续的增长。

## **2. 在创新药方面，请问目前研发管线的情况如何？研发进展是否符合预期？**

答：目前公司创新药研发项目均处于临床前研究阶段，管线内含有 5 个肿瘤领域的项目，潜在适应症覆盖肿瘤免疫以及肺癌、乳腺癌、结直肠癌、胰腺癌等多种实体瘤。目前随着项目研发进度的推进，进度靠前的项目进入到临床候选化合物确认阶段，部分项目已经公开或提交化合物专利申请。2024 年上

半年公司共申请创新药化合物发明专利 2 项，其中授权 1 项；截至报告期末公司共申请创新药化合物发明专利 15 项，其中 PCT 专利 4 项，授权 4 项。创新药研发周期长，风险大，目前研发进展符合公司预期，但是公司也会采取更加谨慎的策略去控制创新药研发的风险，通过严格的预算制度以及快速的 GO/NO GO 决策点评估，把风险控制在公司财务可以承受的范围。

2024 年 4 月，公司第一个 FIC 小分子全球创新药 HSN003 项目以及 BIC 小分子创新药 HSN002 项目的部分研究成果已经在 2024 年美国癌症研究协会（AACR）年会上以壁报的形式展示，标志着公司创新能力与国际化接轨的第一步。2024 年 8 月，HSN002 已经按“特异性 PARPX 抑制剂”项目申报由重庆市科学技术局组织的重庆市科技攻关“揭榜挂帅”项目，华森英诺担任生物医药重大专项项目“特异性 PARPX 抑制剂”的牵头揭榜单位。

总体来看，公司拥有稳定的现金流支撑，且高度重视研发创新，2024 年下半年公司也将在做好风险控制的前提下，继续有序推进在研项目发展。

### 3. 对于独家中成药产品的再开发，公司有何规划？

答：华森五大独家中成药甘桔冰梅片、痛泻宁颗粒、都梁软胶囊、八味芪龙颗粒、六味安神胶囊，皆为中药优势病种领域用药，且属于常见病、多发病、慢性病，2024 年上半年五大独家中成药收入同比增长 34.64%，其中甘桔冰梅片销售收入增长 61.29%。中成药板块具有较强的韧性，仍然为公司业绩压舱石。

为持续提升五大独家品种的核心竞争力，保持优势品种的优势地位，公司一是积极开展中保品种的中药保护首保与续保工作。2023 年公司独家中成药甘桔冰梅片获批国家二级中药保护品种，为甘桔冰梅片延长 7 年保护期；2024 年公司独家中成

药八味芪龙颗粒获批国家首家中药二级保护品种，为八味芪龙颗粒获得 7 年保护期；与此同时，公司还在同步开展六味安神胶囊、痛泻宁颗粒、都梁软胶囊的中药保护工作。二是在集采常态化的大背景下，公司更加重视构建重点品种的学术体系，高度关注五大独家中成药的技术市场推广工作以及准入工作，持续推进公司重点产品进入国家级学会临床指南/共识，进而持续推进高质量高层次的学术推广活动，从而实现产品信息被精准地传递至市场终端。报告期内，公司核心品种痛泻宁颗粒完成《痛泻宁颗粒治疗腹泻型肠易激综合征肝气犯脾证的临床综合评价》，其临床综合价值被评为 A 级，证据充足，结果确定；甘桔冰梅片完成《甘桔冰梅片治疗急性咽炎风热犯肺证多中心、双盲双模拟随机对照临床观察》，较对照组甘桔清咽颗粒显示出优效性。截至目前公司核心品种五大独家中成药，共计获得 28 项权威教材、临床指南、临床路径诊疗方案及专家共识的推荐，体现了学术机构及市场对公司产品的临床价值、科学价值和市场价值高度认可，同时持续推进中成药板块的高质量发展。未来公司持续在各个维度加强公司五大独家中成药的市场竞争优势，为公司发展提供持续稳定的动力。

#### 4. 公司的特医食品生产线什么时候释放产能？

答：公司已于 2022 年 6 月建成川渝地区首个特医食品生产基地，目前拥有特医食品自研项目 4 项，主要用于 10 岁以上特定疾病或医学状况下的蛋白质补充、肿瘤特定全营养补充、减重术后的营养补充、孕妇生产过程中的营养补充及胰腺炎术后营养补充。目前 TY001、TY005 已进入审评审批阶段；TY002、TY006 已进入小试研究阶段，预期会在 2024 年底获得首个特医食品生产批件。公司获得生产批件后即开展相关的新产品市场导入工作，特医食品生产线将逐步释放产能。

**5. 请问独立董事，公司的内部控制体系是如何？有没有需要完善及提高的地方？**

答：公司目前已经建立了较为完善的内部控制体系，未来也会持续进行优化和完善。在 2023 年，被纳入评估范围内的业务与事项均得到了妥善执行，且会计师事务所已出具了标准无保留的审计意见，表明公司内部控制目标已达成。作为独立董事，我们密切关注公司的日常运营状况，及时掌握公司的运营动态及潜在的经营风险，获取决策所需的相关信息和资料，并在董事会会议上充分表达观点；同时，我们持续监督和审查公司的内部控制工作，以提升公司管理水平，降低经营风险，确保公司的健康运作。

在信息披露质量方面，独立董事坚持公开、公正、公平的原则，确保公司信息的真实、准确、完整和及时性，以维护公司及股东的共同利益。针对公司未来的发展，我们认为应持续强化技术创新与人才培养，推动产品和服务的更新迭代，以增强市场竞争力。

综上所述，作为独立董事，我们将继续遵循独立、客观、公正的原则，认真履行职责，为公司的发展贡献己力。坚信在全体员工的共同努力下，公司定能达成更加卓越的成就。

**6. 在中成药板块，中药材成本上涨公司如何应对？**

答：首先，从长远来看，中药原材料的采购成本不会长期维持在高位。为了应对目前中药原材料周期性的价格高位，以及确保公司中药材供应链的稳定性与可持续性，公司积极开展深入的中药材产地和市场调研工作。这一举措的目的是强化对中药材市场动态的实时监控，并对未来趋势进行预测与分析，提前预判年度备货需求、原材料生产周期的变动以及价格波动等因素，从而为公司采购策略的制定提供坚实的数据支持。最后，在制定采购策略的过程中，公司会充分考虑市场需求、供

应情况、价格波动等因素，采取灵活的采购策略。例如，对于价格已上涨的原材料，公司采供部会采取多次少量采购的方式，以减少库存风险和降低采购成本。同时，根据原材料生产周期的变化，合理规划采购计划，确保供应链的平稳运作。为了进一步优化采购策略，公司采供部会不断调整和优化采购周期，以适应公司业务发展和市场需求的变化。通过控制采购成本和提升采购效率，降低公司运营成本，进而提升整体盈利水平。

### **7. 公司销售策略是否有新的变化？**

答：公司以公立医院、带动基层医院、私立医院、零售连锁药店及电商平台五大渠道协同发展，深耕存量市场、开拓增量市场并提高存量市场占有率。同时，公司也将积极布局包括但不限于零售连锁药店、三终端（门诊、诊所、村卫生站和单体药店等）以及电商平台，以提升院外市场占比。

### **8. 公司在大健康领域是怎么布局的？**

答：公司通过引进特医食品配方，切入大健康领域，目前公司已有 2 个特医食品项目进入审评审批阶段，预期会在 2024 年底获得首个特医食品生产批件。同时，公司利用自身在医疗健康领域的优势，紧贴“互联网+医疗”的未来趋势，持续推出以大健康消费品为底层逻辑的“严品森活”系列产品，产品可分为食品类包括山楂鸡内金软糖、蓝莓叶黄素酯软糖、元夜茶、早 C 晚 A 茶、诺丽果益生菌白芸豆酵素果冻、燕窝胶原蛋白肽果冻、“小柑桔”青果乌梅压片糖等产品；保健品类包括氨糖软骨素钙胶囊、乳铁蛋白乳清蛋白粉、鱼油 DHA 藻油软胶囊、褪黑素、维生素 C 片等产品集群。基于品牌中成药和大健康食品的消费品属性，公司将进一步探索品牌数字化营销，开拓包括但不限于抖音、知乎、小红书、B 站等互联网新媒体矩阵，助力产品多渠道推广上量。截至上半年末，公司电商平台销售额

	已突破 900 万元。公司将以“华森”为品牌基石，通过不断推出“严品森活”大健康产品集群，以新媒体营销平台为媒介，进一步深挖大健康消费市场，持续寻找公司新的业绩增长点。
附件清单（如有）	无