

证券代码： 002603

证券简称：以岭药业

石家庄以岭药业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20240828

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（电话会议） <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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	华创证券、国盛证券、海通证券、中信建投证券、中金公司、兴业证券、中信证券、东吴证券、招商证券、平安证券、华安证券、华泰证券、国投证券、浙商证券、中泰证券、申万宏源证券、方正证券、东北证券、中邮证券、开源证券、中银证券、华源证券 以及其他通过华创证券电话会议系统参会的投资机构
时间	2024年8月28日（周三）
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 吴 瑞 财务负责人 李晨光 IR 总监 张宏斌 河北以岭研究院 新药临床中心循证医学部 侯利利
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">问题交流</p> <p>1. 后续中药创新药值得期待的品种？</p> <p>A: 公司计划每年申报 1-2 个品种。去年，治疗糖尿病视网膜病变的“通络明目胶囊”获批上市，此前治疗持续性变应性鼻炎的“芪防鼻通片”和治疗慢性胆囊炎的“柴黄利胆胶囊”申报新药已获受理。目前公司还有 6 个品种处于临床阶段，其中，治疗类风湿性关节炎的“络痹通片”、治疗儿童感冒的“小儿连花清感颗粒”处于临床III期阶段；治疗类反复发作性尿路感染的“柴芩通淋片”、治疗普通感冒风邪袭表/湿蕴中阻证的“藿夏感冒颗粒”、治疗肌萎</p>

缩侧索硬化症的“参蓉颗粒”和治疗儿童急性气管/支气管炎的“连花清咳颗粒”处于临床 II 期阶段。

未来，公司研发计划布局方向：一是大呼吸领域如上呼吸道/下呼吸道/儿童呼吸系统等多个细分病种，二是内分泌领域如糖尿病视网膜病变、糖尿病足、糖尿病肾病、高尿酸血症等细分病种，三是胃肠肝胆领域四个脏器疾病领域，四是妇科和儿科疾病领域，公司计划在前述四个领域多个细分病种方向均有品种布局。此外，在五官科、免疫类疾病、类风湿、罕见病等方向也有布局计划。

2. 心脑血管品类大单品销售情况及未来推广计划？

A: 今年上半年，通参芪实现销售收入 23.14 亿，下半年，公司继续进一步深化学术推广力度，在 5 项国家重点计划科研成果基础上，积极拓展通参芪应用科室及适用场景，争取进一步带动产品终端销售。

3. 连花清咳转 OTC 后的推广策略？

A: 连花清咳片于去年 11 月获批转为非处方药，该产品自上市以来，临床定位有痰咳嗽，借助公司呼吸品牌及渠道，快速打开了市场，销售呈现了较好增长。

产品转 OTC 后，预计在零售终端将迎来新的机会，无论从品牌宣传力度还是在药店陈列方式上，产品推广策略更加灵活多样。同时，公司将继续丰富产品临床证据，拓展产品应用场景，后续随着多项临床研究结果揭盲、见刊，将会进一步丰富产品疗效证据，从而带动产品在终端的销售。

4. 解郁除烦和益肾养心销售及入院情况？

A: 精神领域这两个品种在去年 3 月组建销售团队，成为公司成长速度最快的产品系列之一。

目前工作重心仍然是打基础，包括开户进院、专家网络建设，以及后续的循证和基础研究规划。未来，随着随着患者群体认知度提升、所处市场容量有望快速扩容以及产品学术证据的不断丰富等因素影响，这两个产品销售希望实现持续快速提升。

5. 研发主要投向那些项目？

A: 中药板块，研发支出主要投向中药新药研发、中药已上市品种二次开发，少部分投向配方颗粒和饮片的研究。化药板块，研发支出主要投向一类新药、原料药/中间体，还有少部分投向化药 ANDA 和一致性评价。此外，还有少部分研发投向健康产品类的研发。

6. 八子补肾产品渠道拓展计划？

A: 目前，八子补肾产品销售渠道集中主要在零售药店端。今年会选择苏州、广州 2 个城市作为试点，同时积极拓展湖南、云南、河北、北京等 7 个省区实现突破，空中地面全渠道推广，如设立大型产品体验中心旗舰店、与当地政府开展抗衰老科研项目合作、加强公共地面媒体如电梯、地铁、公交等推广措施。同时，特渠方面，公司还将与知名公司推出联名包装、与高端渠道合作伙伴建立良好的合作关系，实现客户群的突破，通过积极的客户关系管理和售后服务，建立良好的口碑和信誉争取探索出有效的商业模式，希望全年销售实现突破。

7. 中药创新药通络明目胶囊产品介绍

A: 去年新获批上市的中药 1.1 类新药通络明目胶囊，主要治疗 2 型糖尿病视网膜病变非增殖期及增殖前期患病人群。其产品特色为保护视网膜微血管和血-视网膜屏障，改善视网膜功能，有效治疗糖尿病视网膜病变。药效实验证实，其可发挥保护视网膜微血管及视网膜细胞综合效应，临床研究证实，治疗 DR 疗效确切，综合疗效总有效率、中医证候疗效、视力疗效、眼底改变疗效、眼底荧光血管造影疗效均优于对照药物（羟苯磺酸钙），明显改善视物昏花、目睛干涩、面色晦暗、肢体麻木、倦怠乏力、气短懒言、五心烦热、口干咽燥、大便干结等症状，临床应用安全性良好。8 月 27 日，该产品通过 2024 年国家医保目录调整初步审查。

8. 公司未来分红预期？

A: 公司未来，也将根据实际经营业绩情况，在符合公司利润分配政策、保障公司正常运营和长远发展的前提下，更加重视现金分红，更好地回报广大

股东。

9. 公司公司配方颗粒业务进展？

A: 公司按照国家药监局等相关部门要求，持续加大配方颗粒研发投入，加快新标准配方颗粒（国标/省标）的研发备案工作，目前在国家药监局完成备案公示的品种 477 个。公司在全国各省持续开展跨省备案，截至 2024 年 8 月，已在全国 25 个省份实现 300 个品种以上的跨省备案，16 个省份实现 400 个品种以上跨省备案。

公司跟进国家医保局执行网采的要求，快速推进各省配方颗粒挂网申报工作，目前已在 14 个省开展挂网工作，各省已备案品规平均挂网率 90%以上。在山东牵头的 15 省联盟集采中，公司中标品规 452 个，中标品种 199 个；在天津牵头的 3+N 联盟集采中，公司中标品规 451 个，中标品种 198 个。目前公司正在按照各省医保局集采落地执行进度，全力推进点采医疗机构的签约及供应工作。

10. 中药材成本压力今年是否有缓解？

A: 自今年开始，部分中药材价格如酸枣仁、连翘、金银花等药材价格有所回落,但也有部分中药材如蝉蜕、人参、黄芪等药材价格同比涨幅明显，整体来看，公司所需中药材价格同比 22 年及去年同期来看仍处于相对高位，我们判断在秋季中药材集中产新季节，药材价格可能会有一定幅度的调整。

11. 公司持续积累循证依据，在学术推广上带来的贡献和成果？

A: 围绕中药品种研发，公司聚焦于心脑血管、呼吸、内分泌、神经、消化、免疫、泌尿等核心疾病领域，打造中医药理论、人用经验、临床试验“三结合”的创新中药证据链，践行“理论+临床+新药+实验+循证”一体化中医学术创新转化新模式，完善新药筛选、立项、研发、上市后再评价等不同阶段项目管理，探索产品的适用人群、临床应用优势和作用特点，客观评价产品的疗效优势、安全性，不断推进新产品研发，丰富已上市产品核心科技内涵。

公司积极持续开展已上市中药品种的上市后再评价及二次开发，已上市品种继续开展药效作用机制深入探讨、上市后循证医学评价及真实世界研究，通

过实验和临床数据验证产品作用机制和确切疗效，为中成药的临床应用提供客观研究证据，建立产品的学术影响力和学术地位，进一步提升产品临床价值，将产品的学术优势转化为市场优势，驱动产品销量增长。

公司致力于打造中药高质量研究范式，瞄准解决临床重大问题，找准中医药特色优势，与西医权威团队合作，整合中西医资源，推动科技创新，改变现代医学决策，服务人民健康，推动中医药高质量发展。近两年是公司学术大年，多个重磅临床研究成果陆续刊出。首先，国家重点研发计划“脉络学说营卫理论指导系统干预心血管事件链研究”课题顺利通过专家组验收，该项目完成了通络药物干预代谢综合征糖耐量异常、冠状动脉易损斑块、急性心梗、射频消融术后房颤复发、慢性心衰等 5 项循证医学研究，其中，4 项循证结果：1) “通心络治疗急性心肌梗死心肌保护研究”结果论文发表在 JAMA《美国医学会杂志》，2) “津力达颗粒对代谢综合征糖耐量异常的干预研究”结果论文发表在 JAMA Internal Medicine《JAMA 内科学》，3) “芪苈强心胶囊对慢性心衰复合终点事件的评估研究”结果论文发表在 Nature Medicine《自然医学》，4) “参松养心对经射频消融房颤患者预后临床研究”论文结果发表在 European Heart Journal《欧洲心脏杂志》，通心络另外一项研究成果论文也将陆续发表见刊，进一步完善了通络三宝及津力达产品的临床治疗证据链。其次，2024 年 6 月，“八子补肾胶囊治疗早衰的随机、双盲、安慰剂对照、多中心临床研究”的论文在国际植物医学领域权威期刊《Phytomedicine》（影响因子 7.9）上发表。同时，公司后续还有多个循证医学研究有序开展中，为丰富产品治疗证据而持续努力。

12. 产品在药店端的推广策略是否有所调整？

A: 随着人口老龄化发展，心脑血管病人数量逐年增长，慢病患者对于药品的需求是刚性需求，需要长期用药，同时药店作为患者重要的购药场所，不仅方便快捷，而且药店具有医保、慢保、统筹等政策属性，部分省区心脑血管病人可以享用与医院购药同等的政策，所以总体来看院外市场发展前景较好。

目前院外市场大约有 64 万家药店，公司零售部锁定了 18 万家药店，搭建了专业销售队伍在做终端专业推广。同时，公司分销部通过商业覆盖其他 46

万家药店，从近几年销售数据来看，公司院外市场占比呈逐年提升态势。

公司更加重视连锁终端和上游头部工业企业深化合作。作为中医药创新型企业，公司随市场需求而动，充分发挥自身优势，在院外市场将加大力度推广科研证据、加大患者教育、慢病管理轻诊疗等方式赋能市场，协助院外市场提高患者服务水平，从而赋能药房提高顾客忠诚度。同时积极布局健康品领域，帮助药房丰富产品线，为消费者提供更多健康选择。以岭药业也在积极布局 O2O 线上平台，搭建线上互动平台，提高患者购药便利性。

13. 从长期来看，我们的增长动能在哪里？分板块分产品展望一下未来的增长预期？

A: 在中药板块，公司继续进一步深化学术推广力度，为产品实现良性持续稳定增长夯实基础。1) 心脑血管领域，在 5 项国家重点计划科研成果基础上，积极拓展产品应用科室及适用场景，随着内部改革到位、外部政策环境趋于稳定等，未来通参芪希望保持增长；2) 连花清咳借助清瘟销售渠道、团队和品牌，销售实现快速突破；3) 精神双品，解郁除烦和益肾养心自上市以来，开户工作也在稳步顺利推进，目前已实现开户 480 余家，并且覆盖了国内前 10 大精神卫生中心的 7 家，随着患者群体认知度提升，所处市场容量有望快速扩容，产品增量曲线值得期待；4) 抗衰老领域，OTC 品种-八子补肾基于近几年抗衰老相关研究，公司加大推广力度、调整组织架构、积极探索有效销售模式和销售渠道，希望将其培育成抗衰老领域代表品种；5) 储备新品方面，公司计划每年申报 1-2 个创新药品种，为销售增长提供不竭动力。

化药板块，目前已有一个品种已申报 NDA 获得受理，未来随着产品获批，化药板块盈利模式、营收规模将希望更好。

大健康板块，目前公司重点推广品种为蓝帽子保健食品和功能性植物饮料系列产品，包括：酸枣仁油软胶囊、醇甘宝积雪草胶囊、植物饮料津力旺、连花清菲、醇甘宝等产品。

14. 基药目录调整预期及申报品种？

A: 我们也在密切关注基药政策推进进展，届时，公司将根据申报要求判

	断申报品种可能性，新入围产品将迎来新的销售机会，具体进展还需等国家政策的发布。
附件清单 (如有)	
日期	2024-08-28