

# 关于对苏州弘森药业股份有限公司 年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

苏州弘森药业股份有限公司（以下简称“弘森药业”或“公司”）于2024年8月16日收到全国中小企业股份转让系统下发的《关于对苏州弘森药业股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第448号）（以下简称“《问询函》”）。弘森药业对《问询函》所列问题逐项进行落实，现回复如下：

## 一、关于主要客户和经销商模式

（一）2022年、2023年内直销前五大客户基本情况及销售收入、占比、销售产品及毛利率，说明各类产品前五大客户变化的原因，主要客户及前五大集中度是否符合行业惯例；如是，说明相关客户的基本情况、成立时间、订单和业务的获取方式、合作历史与该客户新增交易原因，与该客户订单的持续性；

### 【回复】

1. 列示2022年、2023年内直销前五大客户基本情况及销售收入、占比、销售产品及毛利率

2022年和2023年直销前五大客户情况如下：

单位：万元

| 年度     | 序号 | 直销商          | 金额（万元）   | 占比（%） | 销售产品         |
|--------|----|--------------|----------|-------|--------------|
| 2023年度 | 1  | 江西药都仁和制药有限公司 | 1,632.39 | 28.56 | 甲硝唑          |
|        | 2  | 佛山手心制药有限公司   | 1,220.20 | 21.35 | 盐酸雷尼替丁       |
|        | 3  | 上海青平药业有限公司   | 427.20   | 7.47  | 盐酸多塞平        |
|        | 4  | 河北仁合益康药业有限公司 | 353.98   | 6.19  | 盐酸克仑特罗       |
|        | 5  | 仁和堂药业有限公司    | 344.51   | 6.03  | 硫酸沙丁胺醇、盐酸多塞平 |
| 2022年度 | 1  | 佛山手心制药有限公司   | 1,036.23 | 22.63 | 盐酸雷尼替丁       |
|        | 2  | 江西药都仁和制药有限公司 | 1,003.54 | 21.91 | 甲硝唑          |
|        | 3  | 上海衡山药业有限公司   | 446.02   | 9.74  | 盐酸雷尼替丁       |
|        | 4  | 上海青平药业有限公司   | 392.06   | 8.56  | 盐酸多塞平        |
|        | 5  | 仁和堂药业有限公司    | 364.56   | 7.96  | 盐酸多塞平/富马酸酮替芬 |

注：2023年直销模式下，总体毛利率为：55.00%；

2022年直销模式下，总体毛利率为：59.30%。

2023年前五大客户基本情况如下：

| 客户           | 成立时间  | 注册资本       |
|--------------|-------|------------|
| 江西药都仁和制药有限公司 | 2001年 | 13180万元人民币 |
| 佛山手心制药有限公司   | 1989年 | 21315万元人民币 |
| 上海青平药业有限公司   | 1989年 | 2138万元人民币  |
| 河北仁合益康药业有限公司 | 2011年 | 2000万元人民币  |
| 仁和堂药业有限公司    | 2007年 | 5000万元人民币  |

2022年前五大客户基本情况如下：

| 客户           | 成立时间  | 注册资本       |
|--------------|-------|------------|
| 佛山手心制药有限公司   | 1989年 | 21315万元人民币 |
| 江西药都仁和制药有限公司 | 2001年 | 13180万元人民币 |
| 上海衡山药业有限公司   | 1981年 | 4746万元人民币  |
| 上海青平药业有限公司   | 1989年 | 2138万元人民币  |
| 仁和堂药业有限公司    | 2007年 | 5000万元人民币  |

2. 说明各类产品前五大客户变化原因

2023年度，河北仁合益康药业有限公司新增进入前五大。系对方根据自身需求增加导致。

3. 主要客户及前五大集中度是否符合行业惯例

2022年和2023年，公司同行业可比公司未披露直销模式下的前五大客户情况，报告期内，和公司合作的主要直销客户多为长期稳定关系。未发生重大变化。

4. 说明相关客户的基本情况、成立时间、订单和业务的获取方式、合作历史与该客户新增交易原因，与该客户订单的持续性

2023年度，直销模式下新增河北仁合益康药业有限公司进入前五大客户，与公司交易具体情况如下：

| 客户   | 注册资本     | 成立时间  | 订单和业务的获取方式 | 合作历史   | 新增交易原因                  | 订单的连续性和持续性 |
|------|----------|-------|------------|--------|-------------------------|------------|
| 仁合益康 | 2000万人民币 | 2011年 | 双方商务协商     | 2023年起 | 仁合益康新取得的制剂药证需要用到公司的原料药。 | 预计未来持续合作   |

(二) 列示2022年、2023年各类药品前五大配送经销商和传统经销商情况，包括但不限于与其合作时间、合作区域、平均销售价格及波动原因、销售数量、毛利率等，说明是否存在专门销售你公司产品、成立时间较短或规模较小的经销商、个人等非法人实体经销商，如是，请说明销售收入及占比情况

【回复】

1. 列示 2022 年、2023 年各类药品前五大配送经销商和传统经销商情况，包括并不限于与其合作时间、合作区域、平均销售价格及波动原因、销售数量、毛利率等。

2022 年和 2023 年，硫酸沙丁胺醇注射液、硫酸特布他林雾化吸入用溶液是公司销售的主要产品。上述产品各期前五大经销商情况如下：

(1) 硫酸沙丁胺醇注射液

① 配送经销商销售合作情况

| 年度         | 序号 | 经销商           | 初始合作时间 | 销售数量<br>(万支) | 毛利率     | 合作区域   |
|------------|----|---------------|--------|--------------|---------|--|
| 2023<br>年度 | 1  | 中国医药          | 2015 年 | 40.37        | 88%-99% | 东北地区、<br>华北地区、<br>华东地区、<br>华南地区、<br>华中地区、<br>西北地区、<br>西南地区 |
|            | 2  | 上海医药          | 2016 年 | 21.84        |         |  |
|            | 3  | 华润医药          | 2015 年 | 9.31         |         |  |
|            | 4  | 哈尔滨宝丰医药商业有限公司 | 2017 年 | 7.44         |         |  |
|            | 5  | 重庆化医控股集团      | 2016 年 | 6.67         |         |  |
| 2022<br>年度 | 1  | 中国医药          | 2015 年 | 79.87        | 88%-99% | 东北地区、<br>华北地区、<br>华东地区、<br>华南地区、<br>华中地区、<br>西北地区、<br>西南地区 |
|            | 2  | 上海医药          | 2016 年 | 27.23        |         |  |
|            | 3  | 九州通           | 2015 年 | 13.44        |         |  |
|            | 4  | 重庆化医控股集团      | 2016 年 | 9.89         |         |  |
|            | 5  | 华润医药          | 2015 年 | 9.55         |         |  |

② 传统经销商销售合作情况

| 年度         | 序号 | 经销商       | 初始合作时间 | 销售数量<br>(万支) | 毛利率     | 合作区域                   |
|------------|----|-----------|--------|--------------|---------|------------------------|
| 2023<br>年度 | 1  | 江西同善堂中药饮片 | 2021 年 | 95.28        | 88%-99% | 华东地区、<br>西南地区、<br>华中地区 |
|            | 2  | 鲁药集团      | 2018 年 | 4.56         |         |                        |

| 年度     | 序号 | 经销商          | 初始合作时间 | 销售数量(万支) | 毛利率     | 合作区域           |
|--------|----|--------------|--------|----------|---------|----------------|
|        | 3  | 浙江卫发         | 2015年  | 8.98     |         |                |
|        | 4  | 四川省蜀康药业有限公司  | 2021年  | 9.16     |         |                |
|        | 5  | 湖南济明         | 2017年  | 9.60     |         |                |
| 2022年度 | 1  | 江西同善堂中药饮片    | 2021年  | 87.65    | 88%-99% | 华东地区、西南地区、华中地区 |
|        | 2  | 鲁药集团         | 2018年  | 8.02     |         |                |
|        | 3  | 浙江卫发         | 2015年  | 12.58    |         |                |
|        | 4  | 湖南济明         | 2017年  | 26.83    |         |                |
|        | 5  | 湖南丰和医药物流有限公司 | 2020年  | 5.71     |         |                |

注：初始合作时间、合作区域为本公司与客户就所有产品合作情况，下同

(2) 酸特布他林雾化吸入用溶液

① 配送经销商销售情况

| 年度     | 序号 | 经销商       | 初始合作时间 | 销售数量(万支) | 毛利率     | 合作区域                               |
|--------|----|-----------|--------|----------|---------|------------------------------------|
| 2023年度 | 1  | 中国医药      | 2015年  | 1,759.25 | 59%-88% | 东北地区、华北地区、华东地区、华南地区、华中地区、西北地区、西南地区 |
|        | 2  | 云南省医药有限公司 | 2017年  | 680.00   |         |                                    |
|        | 3  | 上海医药      | 2016年  | 316.38   |         |                                    |
|        | 4  | 南京药业      | 2022年  | 234.00   |         |                                    |

| 年度     | 序号 | 经销商          | 初始合作时间 | 销售数量<br>(万支) | 毛利率     | 合作区域                               |
|--------|----|--------------|--------|--------------|---------|------------------------------------|
|        | 5  | 安徽天星医药集团有限公司 | 2015年  | 149.40       |         |                                    |
| 2022年度 | 1  | 中国医药         | 2015年  | 578.64       | 59%-88% | 东北地区、华北地区、华东地区、华南地区、华中地区、西北地区、西南地区 |
|        | 2  | 安徽天星医药集团有限公司 | 2015年  | 124.72       |         |                                    |
|        | 3  | 云南省医药有限公司    | 2017年  | 108.88       |         |                                    |
|        | 4  | 上海医药         | 2016年  | 174.32       |         |                                    |
|        | 5  | 深圳市海王医药电子    | 2015年  | 61.76        |         |                                    |

②传统经销商销售情况

| 年度     | 序号 | 经销商        | 初始合作时间 | 销售数量<br>(万支) | 毛利率     | 合作区域                               |
|--------|----|------------|--------|--------------|---------|------------------------------------|
| 2023年度 | 1  | 山东东美医药有限公司 | 2016年  | 234.45       | 59%-88% | 东北地区、华北地区、华东地区、华南地区、华中地区、西北地区、西南地区 |
|        | 2  | 海南新耀       | 2023年  | 80.00        |         |                                    |
|        | 3  | 广东众源药业有限公司 | 2022年  | 48.07        |         |                                    |
|        | 4  | 江西健祥医药有限公司 | 2022年  | 35.20        |         |                                    |
|        | 5  | 广西其先药业有限公司 | 2022年  | 38.40        |         |                                    |
| 2022年度 | 1  | 山东东美医药有限公司 | 2016年  | 212.85       | 59%-88% | 东北地区、华北地区、华东地区、华南地区、华中地区、西北地区、西南地区 |
|        | 2  | 西安春天       | 2019年  | 175.85       |         |                                    |

| 年度 | 序号 | 经销商         | 初始合作时间 | 销售数量<br>(万支) | 毛利率 | 合作区域 |
|----|----|-------------|--------|--------------|-----|------|
|    | 3  | 漳州市九龙江集团    | 2016年  | 68.00        |     |      |
|    | 4  | 河南威尔曼药业有限公司 | 2015年  | 94.54        |     |      |
|    | 5  | 中国医药        | 2015年  | 33.28        |     |      |

2. 说明是否存在专门销售你公司产品、成立时间较短或规模较小的经销商、个人等非法人实体经销商，如是，请说明销售收入及占比情况

经查询公司经销商名单，以及在国家企业信用信息公示系统对主要经销商的检索，在经销模式下，经销商为医药公司等医药流通企业。公司在经销商选择制度中明确了传统经销商及配送经销商的准入标准、退出机制及考核政策。

公司将符合下述条件的经销商作为备选传统经销商：

- (1) 省级独家传统经销商需具有覆盖本省全部区域的销售网络；
- (2) 省级独家传统经销商，年销售额原则上达到 20 亿元；
- (3) 非独家传统经销商具有选定市域的销售网络；
- (4) 资金回流快。

公司将符合下述条件的配送经销商作为备选配送经销商：

- (1) 相关配送资质齐全；
- (2) 配送覆盖率广，在其覆盖区域内的二甲以上医院开户率原则上达到 90%；
- (3) 若配送经销商在部分省份开户率不足，可以选择本省二甲医院全覆盖的配送经销商；
- (4) 货款回流快。

因此，与公司合作的经销商主要为国内大中型公司如中国医药、华润医药、上海医药等，该类医药公司通常销售产品种类较为丰富，同时拥有丰富的行业经验及配送渠道，与公司合作时间较长。

综上，不存在专门销售本公司产品、成立时间较短或规模较小的经销商、个人等非法人实体经销商。

(三) 结合以上情况说明公司主要产品对经销渠道和直销渠道的销售收入、销量、平均销售单价，分析单价差异情况及原因，说明你主要客户及销售占比变化的原因及合理性。

【回复】

1. 结合以上情况说明公司主要产品对经销渠道和直销渠道的销售收入、销量、平均销售单价，分析单价差异情况及原因

2022 和 2023 年度，公司主要产品不存在同时采用直销和经销两种模式的情

况；其他产品同时采用直销模式和经销模式的为盐酸雷尼替丁原料药。直销模式下，公司主要向长期合作的制药企业销售原料药，价格由双方根据市场情况协商确定。经销商模式下，一般采用中标价格扣除一定比例的配送费用定价或采用成本基础上加合理利润空间的定价模式，经销模式产品单价保持稳定。经销和直销模式下的定价方式的不同导致了两种模式下单价的差异。

报告期内，经销和直销模式下的售价均保持稳定。

## 2. 说明你主要客户及销售占比变化的原因及合理性

### (1) 硫酸沙丁胺醇注射液

2022年和2023年，公司硫酸沙丁胺醇注射液客户前五大变动情况如下：

| 项目 | 2023年度    |      | 2022年度    |
|----|-----------|------|-----------|
|    | 客户名称      | 是否变动 | 客户名称      |
| 1  | 中国医药      | 否    | 中国医药      |
| 2  | 上海医药      | 否    | 上海医药      |
| 3  | 江西同善堂中药饮片 | 否    | 江西同善堂中药饮片 |
| 4  | 华润医药      | 是    | 九州通       |
| 5  | 重庆化医控股集团  | 否    | 重庆化医控股集团  |

2023年度公司硫酸沙丁胺醇注射液销售中，华润医药新增进入前五大，九州通退出前五大（2023年正常合作中），系产品销售正常波动所致。随着吸入用硫酸沙丁胺醇溶液纳入国家集采，导致硫酸沙丁胺醇注射液销售收到影响，对前五大客户造成了一定影响。

### (2) 硫酸特布他林雾化吸入用溶液

2022年和2023年，公司硫酸特布他林雾化吸入用溶液前五大单体客户变动情况如下：

| 项目 | 2023年度     |      | 2022年度       |
|----|------------|------|--------------|
|    | 客户名称       | 是否变动 | 客户名称         |
| 1  | 中国医药       | 否    | 中国医药         |
| 2  | 云南省医药有限公司  | 是    | 安徽天星医药集团有限公司 |
| 3  | 上海医药       | 否    | 上海医药         |
| 4  | 山东东美医药有限公司 | 否    | 漳州市九龙江集团     |
| 5  | 南京药业       | 是    | 山东东美医药有限公司   |

2023年度，新增云南省医药有限公司、南京药业进入前五大。主要系公司硫酸特布他林雾化吸入用溶液于2022年度执行国家集采，对前五大客户变动造成一定影响。安徽天星医药和漳州市九龙江集团2023年退出前五大（2023年正常合作中）。

## 二、关于经营业绩

(一)请你公司结合各主营产品(产)品的定价机制、成本构成、市场需求等,说明各主要药(产)品毛利率大幅提高的原因及合理性,高毛利率是否可持续。

【回复】

公司各主营产品毛利率较2022年无重大变化,保持稳定。年报中此处披露有误,公司已更正年报,详见2023年年报更正公告。

## 三、关于期间费用

(一)列示2022年、2023年按品种、发生时间等口径的市场推广服务费的具体分项构成、费用支付方式,说明2023年业绩增长的情况下市场推广服务费大幅减少的原因及合理性

【回复】

1. 按照产品品种列示报告期市场推广费用

单位:万元

| 项目          | 2023年度   |         | 2022年度   |         |
|-------------|----------|---------|----------|---------|
|             | 金额       | 占比      | 金额       | 占比      |
| 硫酸沙丁胺醇系列:   | 3,732.81 | 84.91%  | 5,223.56 | 69.13%  |
| 硫酸沙丁胺醇注射液   | 2,349.87 | 53.45%  | 4,319.98 | 57.17%  |
| 吸入用硫酸沙丁胺醇溶液 | 1,375.36 | 31.29%  | 855.28   | 11.32%  |
| 其他          | 7.58     | 0.17%   | 48.30    | 0.64%   |
| 硫酸特布他林:     | 611.59   | 13.91%  | 2,039.61 | 26.99%  |
| 其他产品        | 51.58    | 1.18%   | 292.88   | 3.88%   |
| 合计          | 4,395.98 | 100.00% | 7,556.05 | 100.00% |

2023年根据产品市场竞争环境及公司产品结构的战略调整,减少了硫酸沙丁胺醇注射液的市场推广投入。

2022年和2023年,公司主要推广的产品为硫酸沙丁胺醇系列和硫酸特布他林系列,其中硫酸沙丁胺醇系列主要为吸入用硫酸沙丁胺醇溶液和硫酸沙丁胺醇注射液,硫酸特布他林系列主要为硫酸特布他林雾化吸入用溶液。本公司对硫酸沙丁胺醇系列和硫酸特布他林系列产品的推广投入占市场推广费总额95%以上,2023年业绩增长的情况下市场推广服务费大幅减少变动原因如下:

(1)2023年硫酸沙丁胺醇注射液收入推广投入持续下降,硫酸沙丁胺醇注射液需要专业人员操作,相比于适应症相同的吸入用硫酸沙丁胺醇溶液,硫酸沙丁胺醇注射液使用不便捷,推广难度大,且公司同类产品吸入用硫酸沙丁胺醇溶液进入国家集采,市场需求增加,注射液市场空间不断减少,因此公司相应的收入逐步减少,同时公司调整推广策略,逐步减少硫酸沙丁胺醇注射液的推广投入;

(2)2021年6月,硫酸特布他林雾化吸入用溶液取得药证;2022年7月,该产品中选第七批国家集中采购,随着集采的不断深入,公司硫酸特布他林雾



化吸入用溶液产品收入大幅增长，为配合产品上市销售，提升产品竞争力，公司逐步增加对其推广投入费用。

## 2. 费用支付方式

2022年和2023年，公司支付市场推广费均采用银行对公转账方式。

(二) 列示2022年、2023年市场推广服务费支出对象前五名基本信息、是否具备相关资质、关联关系、合作模式、具体项目、推广费用构成详情、结算方式等情况

### 【回复】

1. 列示2022年、2023年市场推广服务费支出对象前五名基本信息、是否具备相关资质、关联关系、合作模式、具体项目、推广费用构成详情、结算方式等情况

(1) 2022年和2023年，公司前五大推广服务商基本情况具体如下：

| 序号 | 公司名称           | 成立时间       | 注册资本          | 注册地                                  |
|----|----------------|------------|---------------|--------------------------------------|
| 1  | 西藏林芝百盛药业有限公司   | 2009-10-15 | 3000万人民币      | 西藏自治区林芝市巴宜区八一镇永久片区粤林产业园3号厂房          |
| 2  | 成都梅迪泰恒医药科技有限公司 | 2022-11-21 | 50万人民币        | 成都高新区天晖中街56号1栋15层1517号               |
| 3  | 安徽名扬广告有限责任公司   | 2004-04-16 | 50万人民币        | 安徽省合肥市瑶海区胜利路元一时代花园8幢607号             |
| 4  | 安徽赛欣医药科技咨询有限公司 | 2016-12-09 | 500万人民币       | 合肥市瑶海区胜利路元一时代花园8#607                 |
| 5  | 南宁市琛之明商务服务有限公司 | 2020-11-10 | 50万人民币        | 南宁市邕宁区良堤路6号南宁万达茂B11栋1单元十一层1101号房     |
| 6  | 成都博腾兴医药科技有限公司  | 2022-05-09 | 50万人民币        | 中国(四川)自由贸易试验区成都高新区盛安街401号1栋1单元4层402号 |
| 7  | 陕西医智诺信息科技有限公司  | 2018-03-06 | 3276.2347万人民币 | 陕西省西安市高新区锦业一路6号永利国际金融中心14楼1401-02-03 |
| 8  | 唐山如迎生物科技有限公司   | 2021-06-29 | 240万人民币       | 河北省唐山市滦南县兆才大街南侧建设路以东曼城商业街B-6二层       |
| 10 | 成都柏腾福兴医药科技有限公司 | 2020-04-08 | 100万人民币       | 中国(四川)自由贸易试验区成都高新区盛安街401号1栋1单元4层402号 |

(2) 是否具备相关资质

公司按照《推广服务商管理制度》选取标准筛选推广服务商，同时获取了主要推广服务商的营业执照，通过企查查等公开网站查询了其注册资本、成立时间和规模情况。除上述条件外，国家未就学术推广机构开展学术推广业务设定行政许可，因此相关市场推广商无需就经营推广服务业务取得经营资质。

(3) 关联关系

经网络检索国家企业信用信息公示系统，查询主要推广服务商的股权情况，

公司和合作推广机构不存在关联关系。

(4) 合作模式、具体项目、推广费用构成详情

公司的销售模式分为直销和经销两种模式。其中经销可以分为传统经销商模式和配送经销商模式，在配送经销商模式下：配送经销商仅承担药品配送职能。公司负责产品市场推广的统筹、规划，自行委托推广服务商负责推广活动的执行，配送经销商不承担区域渠道开拓、市场和学术推广等工作。

推广服务商的主要服务内容如下：

| 服务分类      | 具体内容                |
|-----------|---------------------|
| 学术推广      | 科室会议、学术会议、培训会议      |
| 渠道建设与维护   | 集采增量、集采维护、市场推广会议    |
| 信息收集与市场调研 | 学术拜访、流向调查、市场调研、营销策划 |

2022 和 2023 年，公司开展各类推广活动具体情况如下：

| 类型           | 内容    | 2023 年度  |         | 2022 年度  |         |
|--------------|-------|----------|---------|----------|---------|
|              |       | 金额       | 占比      | 金额       | 占比      |
| 学术会议         | 科室会   | 635.27   | 14.45%  | 1,525.77 | 20.19%  |
|              | 学术会   | 364.82   | 8.30%   | 712.53   | 9.43%   |
|              | 培训会   | 155.54   | 3.54%   | 417.94   | 5.53%   |
|              | 其他    | 1.83     | 0.04%   | 25.96    | 0.34%   |
| 学术会议小计：      |       | 1,157.47 | 26.33%  | 2,682.20 | 35.50%  |
| 渠道建设与维护      | 市场推广会 | 521.00   | 11.85%  | 1,232.08 | 16.31%  |
|              | 集采服务  | 1,424.49 | 32.40%  | 359.88   | 4.76%   |
| 渠道建设与维护小计：   |       | 1,945.49 | 44.26%  | 1,591.96 | 21.07%  |
| 信息收集与市场调研    | 拜访    | 1,049.81 | 23.88%  | 2,256.10 | 29.86%  |
|              | 调研    | 241.65   | 5.50%   | 1,022.43 | 13.53%  |
| 信息收集与市场调研小计： |       | 1,291.46 | 29.38%  | 3,278.54 | 43.39%  |
| 其他           |       | 1.56     | 0.04%   | 3.36     | 0.04%   |
| 合计           |       | 4,395.98 | 100.00% | 7,556.05 | 100.00% |

(5) 结算方式

公司支付市场推广费均采用银行对公转账方式，推广服务商提供推广服务协议、推广活动报告以及结算清单，经公司业务员审核后提交付款申请审批流程，不同类型推广活动的单据区别如下：

| 序号 | 单据名称   | 单据主要内容   |
|----|--------|--|
| 1  | 推广合同   | 推广区域、产品、推广活动形式、服务期限、合同金额、结算方式、双方权利义务等  |
| 2  | 推广活动报告 | 报告内容与推广活动类型有关：学术会议：会议邀请、会议议程、会议照片、签到表、会议总结；市场调研：拜访记录、调研报告；集采服务费：差旅发票等营销策划：策划方案 |

| 序号 | 单据名称 | 单据主要内容          |
|----|------|-----------------|
| 3  | 结算清单 | 活动类别、费用类别、服务金额  |
| 4  | 记账凭证 | 费用申请审批单、发票、银行回单 |

(三) 结合委外研发项目的具体情况,包括但不限于研发内容、合同金额、合同签订时点、约定付款时点与条件、实际付款情况、研发进展、研发成果的所有权归属等,说明你公司报告期内委外研发费用大幅上升的原因,公司研发模式是否发生较大变化

【回复】

1. 报告期内,公司2023年主要委外研发项目情况如下:

单位:万元

| 序号 | 项目名称         | 合同时间       | 合同金额                                    |
|----|--------------|------------|---|
| 1  | 美阿沙坦钾        | 2023/7/10  | 单个研发项目合同<br>金额区间为: 200.00-<br>482.40 万元 |
|    |              | 2023/7/10  |   |
|    |              | 2023/7/10  |   |
| 2  | 硫酸艾沙康唑胶囊     | 2023/7/10  |   |
|    |              | 2023/7/10  |   |
| 3  | 吸入用丙酸倍氯米松混悬液 | 2023/2/12  |   |
| 4  | 吸入用布地奈德混悬液   | 2023/2/8   |   |
| 5  | 注射用替考拉宁      | 2023/7/11  |   |
| 6  | 玛巴洛沙韦片       | 2023/7/11  |   |
| 7  | 注射用盐酸万古霉素    | 2023/7/11  |   |
| 8  | 硫酸艾沙康唑       | 2023/10/19 |   |
| 9  | 比索洛尔氢氯地平片    | 2023/7/11  |   |
| 10 | 注射用硫酸艾沙康唑    | 2023/6/29  |   |
| 11 | 硫酸阿米卡星注射液    | 2023/6/29  |   |
| 12 | 玛巴洛沙韦        | 2023/7/11  |   |
| 13 | 玛巴洛沙韦干混悬剂    | 2023/7/11  |   |

注1: 上述多数研发合同约定付款情况: 合同签订: 30%, 完成小试、中试, 获得国家药监局受理通知书: 60%, 获得生产批件: 10%。

注2: 截至2023年12月31日, 上述研发项目均在开展小试研究阶段。

2. 说明你公司报告期内委外研发费用大幅上升的原因, 公司研发模式是否发生较大变化。

2023年度, 公司管理层一方面基于现有经营情况和未来发展战略, 加大对新产品的研发力度, 另一方面, 公司开始了新的研发周期规划, 以此来拓宽公司产品线, 进一步提升公司竞争力。因此2023年度公司投入研发的新品种较多, 导致报告期内公司委外研发费用大幅上升, 报告期内公司研发模式未发生较大变化。

苏州弘森药业股份有限公司



2024年9月3日