

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：20241029

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 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、华泰证券、华福证券、浙商证券、申万宏源、中泰证券、招商证券、德邦证券、东北证券、中邮证券、开源证券、华西证券、西部证券 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10月29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 河北以岭研究院中药研究分院院长 魏 聪 投资者关系总监 张宏斌
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. 中药研发关键时间点及后续计划？</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”已获批上市。目前，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，近日又新增 1 个治疗感冒气虚证的连花玉屏颗粒申请开展临床获受理。目前公司共有 7 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。</p> <p>未来，公司研发计划重点布局方向：一是大呼吸领域如上呼吸道/下呼吸</p>

道、儿童/成人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。此外，在五官科、免疫类疾病、类风关、罕见病等方向也有布局计划。

2. 心脑血管品类大单品未来推广计划？

A: 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，继续深化学术化专业推广，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的终端销售。

3. 解郁除烦和益肾养心销售及入院情况？

A: 静神领域这两个品种自去年 3 月组建销售团队，已成为公司成长速度较快的产品系列之一。目前事业部工作重心仍然是打基础，包括拓展院端覆盖、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。

4. 报告期，研发投入在各板块的占比、主要投向那些项目？

A: 公司研发投入主要投在新品研发和已上市品种的二次开发。中药板块投入高于整体高于化药板块，健康板块投入占比较低。

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发。化药板块，研发支出主要投向一类新药、少部分投向化药 ANDA 和一致性评价等方向。此外，还有较少部分费用投向健康产品类的研发。

5. 八子补肾产品销售定价及产品竞争情况？

A: 自去年下半年，公司组建了八子销售部，重点拓展产品销售渠道和探索产品销售模式，并更换产品包装，同时对全渠道的产品做了新旧更换及控价。

产品定价和竞争方面，八子补肾胶囊并非单一的补肾填精类产品，它近几年围绕抗衰老赛道，从基础实验到临床试验都积累的大量的证据，并且短短几

年内，在科研团队努力下，已累计发表 19 余篇权威 SCI，是国内证据最多的抗衰老代表品种，目前产品暂无新的价格调整计划。

八子补肾胶囊的销售渠道主要集中在零售药店端和线上渠道。近两年，针对该产品主要做的工作是“广覆盖”，下一步是加强“品牌建设”，提高客户依从性，实现销售良性循环。包括如和连锁药店战略合作、加强会员维护；和其他第三方合作，开展产品科普教育等方式。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（商学院等）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。

6. 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。

7. 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、黄连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，全年毛利率跟中药材价格和产品结构直接相关，具体还需再观察。

未来，公司将以市场为导向，进一步提升核心科技创新能力，打造核心产

品。公司会通过优化营销体系模式、提高流程管控能力、对生产线技术改革升级、加大中药材种养殖基地建设、提高高毛利业务占比等多重降本增效方式来保持产品毛利率水平的稳定。

8. 产品在药店端的推广策略是否有所调整？

A: 零售终端仍然是公司重点布局的市场，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，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，总体来看院外市场发展前景仍然较好。

下一步重点工作，公司将根据“品牌致胜、形成规模、实现目标、创造利润”品牌战略规划，加强品牌建设，提高客户对产品的依从性，从而提升认购率。

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现了比较好的态势。

9. 如何展望公司在海外市场拓展策略和预期？

A: 不断提高中医药国际品牌影响力，推动中医药走向海外，需要走创新驱动、品牌致胜之路，这也是以岭药业 30 余年发展一直努力的方向。拓展海外市场主要从以下 3 个维度开展工作：

首先是推动中医络病理论出海。公司创始人在传承古人络病研究基础上，首次系统构建络病理论体系，这是近百年来中医理论的重大创新，其中“中医脉络学说构建推动微血管病变防治”被评为新时代（2012-2022）中医药标志性科技成果新学科首位。创立中医络病学新学科，编著《络病学》教材，在国内外 40 余家高等医学院校开课。在海内外建立了 130 余家络病专业委员会，遍布美国、加拿大等多个国家和地区，培养了一大批络病研究人才，学术品牌国际影响力日益突显。

二是坚持以科技创新为动力，研发生产更多新药好药。创新是发展中医药

	<p>新质生产力的核心要素和关键支撑。以岭药业将科技创新作为立企之本，以络病理论为指导，创立络病理论创新转化全国重点实验室，荣获6项国家重大科技成果奖，其中2019年国家科技进步一等奖。开展心脑血管、呼吸、衰老等疾病防治研究，促进创新药物转化，已成功研发上市了14个创新中药，填补了多项临床重大疾病治疗空白，产品被列入200余项临床诊疗指南和专家共识。</p> <p>三是加强国际交流与合作，推动中医药走向世界。中医药是中华文明的瑰宝。以岭药业连续20年召开国际络病学大会，与多家国际医学科研机构开展合作，推进中医药国际学术交流与传播。目前公司研发的专利中药已取得50多个国家和地区的批文。未来，以岭药业将坚持理论创新与现代科技相结合，传承好、创新好、发展好中医药学这个伟大的宝库，为振兴中医药事业、建设健康中国贡献力量！</p> <p>10. 公司在大健康产业主要有哪些布局进展？</p> <p>A: 大健康板块，以“通络-养精-动形-静神”养生八字为文化统领，以“健康需要管理、身体需要经营”为创新理念，充分挖掘中国传统养生的理论精髓，融合现代科技，开展全方位的健康产品研发与健康管理服务，建立了“医、药、健、养”一体化、线上线下相结合的健康产业体系。公司目前已研发上市了系列健康产品，形成通络健康心脑血管系列产品、养精抗衰老增强免疫力系列产品、动形抗疲劳护关节系列产品、静神助眠及改善情绪系列产品、莲花呼吸健康系列产品。</p> <p>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、植物饮料怡梦、津力旺等产品。今年，公司功能性饮料系列产品收入实现了较大突破。</p>
附件清单 (如有)	
日期	2024-10-29