

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：2025-003

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 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	深圳市林园投资管理有限责任公司 董事长林园 上海承风金萍私募基金管理有限公司 董事长余承 成都唯赢投资咨询有限公司 投资总监汪海 等一行
时间	2025 年 4 月 27 日 、2025 年 4 月 28 日
地点	公司 2 楼会议室
上市公司接待人姓名	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，由周智如女士负责回答：</p> <p>1. 公司 2025 年一季度增长放缓，具体原因是什么？</p> <p>答：在 2025 年一季度，公司实现营业收入 2.39 亿元，整体收入较上年同期增加 4.62%，收入增速放缓主要为上年同期流感高发，患者多出现咽喉不适症状，公司权重产品甘桔冰梅片受市场需求影响出现阶段性销量大幅增加，而本期市场需求阶段性减弱，权重品种甘桔冰梅片销售收入同比下滑。整体看来五大重点中成药一季度营收略微增长 0.93%，其中六味安神胶囊增长 32.10%，痛泻宁颗粒增长 80.24% 体现出较好的增长势头</p>

与产品市场潜力。与此同时国家药品集采品种（包含二轮续标品种）报告期内整体增长 28.71%，体现了公司在集采大背景下较强的政策解读能力、市场准入能力以及终端执行力。

公司始终坚持稳健的经营策略，通过不断强化研发投入力度，积极推动创新转型进程，优化产品结构，成功构建了“三三三”管线布局。与此同时，新产品已陆续投放市场，预计将在未来为公司带来业绩增量，形成新的利润增长点。相信未来会创造更好的业绩，为投资者带来回报。

2. 近期关注到公司有产品布局海外市场，请问具体的情况。

答：近几年公司通过提前布局，陆续在海外市场有了一定的突破。2023 年 5 月公司第五期生产基地以零缺陷通过了美国 FDA 的 cGMP 现场检查，标志着公司 GMP 管理体系已达到较高水平；2023 年 10 月公司产品盐酸丁螺环酮片获得美国 FDA 新增药品生产场地批准通知。该项目为公司的合作项目，目前公司正在积极拓展市场。

同时，公司重点中成药产品甘桔冰梅片、六味安神胶囊和都梁软胶囊分别于 2024 年 9 月、2025 年 2 月和 2025 年 4 月成功获得新加坡注册批文，标志着公司产品具备在新加坡市场销售的资质，而且为公司境外产品结构与产品管线的拓展开辟了新的道路，成为公司中成药产品出口海外的关键里程碑。这不仅彰显了国际社会对公司产品品质的肯定，也展现出公司在研发创新和市场拓展方面的持续追求。

3. 当前集采背景下，公司受集采的影响大吗？公司如何应对？

答：集采降价对存量市场影响较大，但集采降价对新增品种影响有限。在集采背景下，除无法中标的情形外，公司的策略是在优势领域中探索多元发展，整体对抗降价风险。首先在

研发端，短中期策略仍是注重在产品上市，公司已经建成“三三三”管线格局，公司营销团队利用现有的成熟的销售体系积极向市场导入新产品，不断寻找新的利润增长点。目前仿制药在研管线研发目标是参与首轮集采，新产品的不断上市会为公司带来新的营收。其次，在市场拓展方面，公司以公立医院为主，带动基层医院、私立医院、零售连锁药店及电商平台的多渠道发展，不断开拓增量市场并提高公司产品存量市场占有率。最后，在产品布局方面，公司亦积极布局特医食品、营养品等消费属性更强的品种，整体抵御相关风险。综上，在集采背景下，公司会坚持在优势领域中探索多元化发展的策略，同时公司将进一步拓宽产品管线和市场通路，积极寻找新的业绩增长点。

4. 在创新药方面，请问目前研发管线的情况如何？研发进度是否符合预期？

答：目前公司正在快速推进 4 条创新药研发管线，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，部分项目已经公开或提交化合物专利申请，截至 2024 年末，公司共申请创新药化合物发明专利 17 项，其中 PCT 专利 6 项，授权 4 项。此外，目前有 1 个项目已显示出体内较好的药效数据，目前已经达成 PCC，并已经推进至 IND-Enabling 研究阶段，预计 2025 年完成 IND 申报。

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。

鉴于经营与发展的需求，公司已将全资子公司北京华森英诺生物科技有限公司的注册地迁回重庆，并于 2024 年 10 月顺利完成工商变更登记手续，正式更名为重庆华森英诺生物科技有限公司。此举旨在更好地推动创新药物板块的发展，负责肿瘤类创新药物的研发工作。目前创新药研发进度符合预期，公司将在严格控制风险的前提下，持续进行研发投入，有序推进在研项目，为公司发展不断注入活力。

5. 公司认为发展特医食品的优势是什么？

答：全球特医食品的市场规模约 30 亿美元，其中中国的市场规模约 70 亿元人民币，目前持有特医食品的批件大多是外企，比如雀巢、雅培等。特医食品从研发到生产线建设并通过相关生产线认证，再到特医食品注册顺利审批通过，期间所消耗的时间大约为 2-3 年，整个研发至上市周期不亚于仿制药的研发，这就导致了行业的政策壁垒、资金壁垒和技术壁垒都比较高，比如特定全营养的特医食品研发是需要做临床试验、周期较长、费用较高，药企切入此赛道具有先天优势。在大健康领域方面，以引入特医食品研发项目为契机，基于制药企业特有优势，拓展特医食品赛道，短期内对补充公司营业收入及现金流有着积极的影响。

6. 公司产品在院内外市场的占比情况？

答：公司目前的销售终端仍然以公立医院为主，院内市场大约七成。同时，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。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。

7. 公司对特医食品是如何进行推广的，公司的特医食品生产线什么时候释放产能？

答：公司目前拥有特医食品自研项目 4 项。公司 TY005 项目已于今年获得国家市场监督管理总局核准签发的《特殊医学用途配方食品注册证书》及《特殊医学用途配方食品生产许可证》，该批件是公司及重庆市首个特殊医学用途配方食品注册证书，代表着公司在特医食品领域实现了零的突破，为重庆市特医食品领域填补了市场空白，有助于提升公司的市场竞争力。后续公司将积极推进该产品的生产及上市销售，特医食品生产线将逐步释放产能。

公司已建成天猫旗舰店、京东旗舰店、拼多多旗舰店、抖音专营店、微信小程序商城公司等，进一步探索品牌数字化营销，开拓互联网新媒体矩阵，助力产品多渠道推广上量。

8. 针对经营活动现金流大幅波动的情况，公司是否有采取措施来稳定现金流，以应对可能的经济不确定性？

答：2024 年，公司实现经营活动产生的现金流量净额 1.62 亿元，占净利润的 210.83%，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 26.25%，主要为上年同期收到受限资金解封转回而本期无相关事项所致，剔除该特殊因素的影响后，2024 年公司经营活动产生的现金流量净额同比增加 33.10%。这对公司的日常运营和未来投资计划没有影响。

9. 现在公司的减肥药销量如何，占比又是什么情况？

答：公司减肥药曲畅奥利司他胶囊过去为合作产品，在 2021 年末与合作方调整了合作模式，由公司自行销售，目前仍在市场导入期，为公司在大健康领域的布局产品。

	<p>10. 公司有计划实施股权激励吗？</p> <p>答：公司董事会及管理层会积极结合公司发展状况及市场行情考虑实施股权激励计划。</p>
附件清单（如有）	无