

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：2025-010

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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	上海谦璞投资管理有限公司总经理&基金经理 陈实 上海谦璞投资管理有限公司研究员 吴舜禹
时间	2025年6月26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） 龙洁（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><b>1. 对于重点中成药产品的再开发，公司有何规划？</b></p> <p>答：华森五大重点中成药甘桔冰梅片、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，仍然具备市场潜力，仍处于成长期。为进一步扩大重点中成药的市场竞争优势，公司积极开展重点中成药中保续期工作。2024年公司重点中成药八味芪龙颗粒和六味安神胶囊获批国家首家中药二级保护品种，为两款产品延迟7年保护期。2025年一季度公司五大重点中成药收入同比增长24.49%，年初至报告期末五大重点中成药</p>

收入同比增长 31.44%，其中甘桔冰梅片收入报告期内同比增长 38.84%，年初至报告期末甘桔冰梅片销售收入同比增长 54.36% 中成药板块具有较强的韧性，仍然为公司业绩压舱石。与此同时，公司非常重视构建重点品种的学术体系，持续推进公司重点产品进入国家级学会指南/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，为市场准入提供扎实的学术基础。

截至目前公司核心品种五大重点中成药，共计获得 32 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、科学价值和市场价格的高度认可。同时，在集采常态化的大背景下，公司也高度关注五大重点中成药的技术市场推广工作以及准入工作，持续推进中成药板块的高质量发展。

## **2. 公司产品院内与院外的销售占比情况如何？**

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。

## **3. 在创新药方面，请问目前研发的情况如何？**

答：2025 年 5 月，华森英诺通过对华森制药参股创新药企业成都奥睿药业有限公司（以下简称“奥睿药业”）的增持控股，全面整合奥睿药业的研发管线、团队以及设备设施，进一步提升华森英诺小分子创新药研发能力。

通过与奥睿药业整合，目前华森英诺已经拥有 7 个自主立项的 1.1 类创新药在研项目，潜在适应症覆盖肿瘤及自免性疾病

病领域，适应症及潜在适应症包含嗜血细胞综合征（HLH）、青光眼、肿瘤免疫以及肺癌、乳腺癌、结直肠癌、胰腺癌等多种实体瘤。其中进度最靠前的注射用盐酸 ORIC-1940 正在进行临床 Ia/Ib 期的研究。注射用盐酸 ORIC-1940 靶点作用机制明确，效价高，安全性好，可能将是我国首个用于继发性噬血细胞性组织淋巴细胞增多症（HLH）的原研 1 类创新药。另外，公司计划在今年底之前与明年第一季度分别提交另外两个项目的 IND 申请。通过自研管线的推动以及与参股企业的资源整合，华森英诺已经由临床前阶段的生物技术公司成长为临床阶段的生物技术公司。

**4. 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。目前公司正在进行新产品的上市导入期的相关工作，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。

**5. 公司 2024 年年度报告研发费用和研发投入均下降，具体原因是什么？**

答：2024 年，公司研发投入金额较上年同期下降 44.58%，主要为本年资本化项目金额减少所致。研发投入资本化金额较

上年同期下降 74.10%和资本化研发投入占研发投入的比例较上年同期下降 21.68%，主要为随着项目推进与完结，本年在研项目研发支出主要在研究阶段发生，开发阶段的项目支出较往年减少，特别是计入资本化研发支出的转让费，去年发生额较大而本年无相关情况所致。

**6. 公司在 2024 年和 2025 年一季度均有产品出口海外，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，为质量国际化及产能国际化奠定基础。

同时，公司重点中成药产品甘桔冰梅片、六味安神胶囊、都梁软胶囊和痛泻宁颗粒分别于 2024 年 9 月、2025 年 2 月、2025 年 4 月和 2025 年 5 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及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。

**7. 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。

**8. ORIC-1940 在 HLH 上 1 期数据读出的节奏，后续临床开展的节奏？现有疗法安全性不太好，有哪些数据值得期待？**

答：预计明年会有一些量的 Ib 期数据产生，具体数据读出的日期存在不确定性，取决于患者入组的速度。ORIC-1940 在临床前显示出较好的安全性，期待可以有效弥补现行疗法的不足或与现有疗法协同，成为 HLH 领域的新的治疗选择。

**9. HLH 整体分为原发和继发性，目前常用疗法包括 HLH-94 方案、芦可替尼、托珠单抗、依帕伐单抗等，但是细胞因子类大部分为超适应症用药，ORIC-1940 和这些分子比有哪些优势？**

答：传统 HLH-94 治疗原理为：1. 使用化疗药物有效和选择性地消除过度活化的 T 细胞和抑制炎性细胞因子的产生；2. 使用糖皮质激素控制促炎细胞因子过度释放。由于免疫过度激活和细胞因子风暴在 HLH 的发病机制中起关键作用，近年来提出了几个靶点，包括 IFN- $\gamma$ （依帕伐单抗），JAK-STAT 通路（芦可替尼），IL-6（托珠单抗）等主要是通过抑制巨噬细胞 M1 型极化和免疫细胞活化或增殖来起到治疗作用。但是 ORIC-1940 作为 RIPK1 抑制剂，除了抑制 TNFR1 通路，下调细胞因子，抑制巨噬细胞 M1 型极化，促使 M1 型巨噬细胞向 M2 型转变外，ORIC-1940 还能够抑制坏死性凋亡及泛凋亡，降低 DAMPs 水平，

	阻止进一步细胞因子风暴的产生。ORIC-1940 抑制坏死性凋亡及泛凋亡，降低 DAMPs 水平，是其在 HLH 治疗中与其他疗法相比差异化的分子机制，为治疗 HLH 提供新的选择方案，并且对相关药物的联用打下基础。
附件清单（如有）	无