

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：2025-017

投资者关系活动类别	☒特定对象调研 ☐分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☐其他_____
参与单位名称及 人员姓名	疆亘资本投资经理 胡保才 佛山抱石商业投资有限公司行业分析师 苏建鸿 浙江省江山市招商局办公室主任 毛呈程
时间	2025 年 11 月 11 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	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。 二、采取问答方式，由周智如女士负责回答： 1. 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。 2. 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：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 1 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。 公司已经建成多个创新药自主研发平台：计算机辅助的多维度药物发现平台（主要包括靶点发现和验证平台、基于靶点结构的药化设计和合成平台、体外生物学研究平台、临床前药理毒理研究平台、ADME 及 DMPK 评价平台、CMC 开发平台）以及蛋白质靶向降解嵌合体（PROTAC）平台。 目前公司创新药管线推进情况符合预期。总体来看，公司拥有稳定的现金流支撑，且高度重视研发创新，公司也将在做
--	---

好风险控制的前提下，以科学严谨的态度继续有序推进在研项目发展。

3. 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。

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. 公司三季报的业绩如何？公司针对业绩有何举措？

答：在 2025 年三季度，公司实现营业收入 1.84 亿元，较上年同期降低 6.30%；2025 年初至报告期末实现营业收入 6.26 亿元，较上年同期增加 1.90%。在利润端，公司三季度归属于上市公司股东的净利润及归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润分别同比下降 32.37%和 70.50%，主要为本报告期因研发投入增加导致的研发费用增加以及补交企业所得税等因素共同影响。扣除补缴税金的影响，报告期内归属于上市公司股东的净利润同比增加 4.25%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比下降 29.35%。

针对目前的经营业绩的情况，公司已制定清晰的应对策略，主要围绕提升收入、成本优化、费用管控三个维度积极进行调整，旨在夯实基本面，推动业绩企稳回升。在未来，公司仍会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业绩，为投资者带来回报。

6. 公司销售策略是否有新的变化？

答：公司销售策略整体保持平稳，化学仿制药以快速上市及集采中标为主，重点中成药以学术推广及零售渠道和第三终端的拓展为主。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。

附件清单（如有）	无
----------	---