

27.45%，实现归属于上市公司股东的净利润 206,414,274.49 元，同比增长 41.48%。

公司积极分红回馈股东，董事会审议通过的 2025 年年度利润分配预案为：以公司现有总股本 2.46 亿股为基数，现金分红每 10 股派 10 元，每 10 股转增 4.5 股。该利润分配预案尚需经公司 2025 年度股东会审议通过后方可实施。

二、投资者问题回复

Q1：2025 年公司主要产品销售情况拆分如何？2026 年产品销售展望是怎样的？

答：“十四五”期间，公司保持稳健发展态势。2025 年，公司实现营业收入 24.73 亿元，同比增长 27.24%。其中，核心滴眼剂业务表现尤为亮眼，贡献营收 19.50 亿元，同比增幅高达 42.76%，兴齐®美欧品®硫酸阿托品滴眼液和兹润®环孢素滴眼液等主力产品是增长的主要驱动力。

在干眼治疗与儿童近视防控两大核心赛道，公司继续保持龙头地位。兹润®环孢素滴眼液是国内首个获批上市的用于治疗干眼的环孢素眼用制剂；兴齐®美欧品®硫酸阿托品滴眼液作为国内唯一获批用于延缓儿童近视进展的眼用制剂，凭借 0.01%、0.02%、0.04%的完整浓度梯队，成为国内儿童近视干预领域的领先选择。

2026 年是“十五五”开局之年，公司将持续构筑创新药技术壁垒、充分发挥丰富的产品管线优势、深化全渠道营销策略落地，进一步扩大市场份额，推动业务实现更加稳健的增长。2026 年销售持续两位数增长。

Q2：公司近视防控产品各梯队目前的渠道布局情况如何拆分？后续销售策略及规模展望是怎样的？

答：公司近视防控产品美欧品®硫酸阿托品滴眼液目前已实现全渠道布局，覆盖公立医院、民营机构、零售药店及电商渠道，其中医院渠道是新患者首诊及老患者复诊复购的核心场景，而零售药店和电商等院外渠道的销售主要来自老患者的复购。0.01%、0.02%、0.04%三个获批浓度

均已上线上述渠道，最大限度提升产品可及性，便利消费者。其中，0.02%和0.04%浓度于今年1月获批，目前正在陆续进入医疗机构。

儿童近视防控属于长期慢病管理，需根据个体情况实施阶梯浓度个性化治疗。0.02%浓度兼具良好的控制效果与安全性，适合大多数初诊近视患者；对于年龄小、初始近视度数高、近视进展速度快或父母高度近视等高风险儿童，可选择0.02%阿托品联合光学干预或0.04%阿托品；0.01%浓度则主要用于近视控制良好的患儿维持治疗，以及高浓度向低浓度的降阶梯治疗。

2026年，随着0.02%和0.04%浓度产品陆续完成医院准入，叠加全渠道可及性的持续提升，预计将进一步推动新患入组与老患复购，带动该产品线业务实现稳健的增长。

Q3：公司0.02%和0.04%浓度阿托品后续的产品定位与销售目标能否展望？

答：儿童近视防控属于长期慢病管理，美欧品®硫酸阿托品滴眼液通过多浓度梯度的产品组合，支持基于个体差异的个性化治疗。其中，0.02%浓度在控制效果与安全性之间实现了良好平衡，适合作为大多数初诊近视患者的起始选择。对于年龄偏小、初始度数较高、近视进展速度较快或父母双方存在高度近视等高风险儿童，则可在医生指导下采用0.02%阿托品联合光学干预，或直接选用0.04%浓度进行强化治疗。

随着0.02%与0.04%浓度阿托品于今年获批并逐步进入各级医院，叠加全渠道可及性的持续提升，预计到2026年底，多浓度组合在全渠道的销售额稳健增长。其中，院内渠道仍是贡献主力，院外渠道（零售药店和电商）受益于老患复购需求的释放，预计院外渠道增速将显著高于院内，成为新的增长极。

Q4：海外市场方面，公司低浓度阿托品是否有出海相关规划？例如针对东南亚等近视高发国家是否有布局计划？

答：公司对特色眼科制剂有相关的国际化战略规划，有关低浓度阿托品产品出海信息，请继续关注公司公告，达到信息披露节点时，公司将严格按照法律法规相关规定及时履行信息披露义务。

Q5：三个浓度阿托品的首张处方占比是多少？

0.02%浓度拥有更好的控制效果和0.01%相当的安全性，更适合初诊近视患者首选；对于存在年龄小、初始近视度数高、近视进展速度快以及父母高度近视等风险的孩子，可以选择0.02%阿托品联合光学手段或0.04%阿托品。

Q6：2025年第四季度收入、利润环比下滑的原因是什么？分区域来看，东北地区全年收入下滑，而其他地区均实现增长，原因分别是什么？

答：2025年Q4净利润环比下降主要原因是四季度收入下降，同时四季度期间费用较前期有所增加。东北地区全年收入下滑的主要原因是，公司东北地区营业收入包含了子公司沈阳兴齐眼科医院的销售收入，公司0.01%硫酸阿托品滴眼液产品2024年3月获批上市后兴齐眼科医院销售收入减少。

Q7：公司干眼症产品2026年的发展展望如何？包括2025年度的进院情况、后续增长点等相关分析。

答：公司在干眼治疗市场依旧保持领先地位。当前我国干眼症防治形势严峻，国内干眼患者已突破3.6亿人。随着干眼患者治疗意识的逐步提升，公司干眼症核心产品兹润®环孢素滴眼液作为指南共识推荐的干眼治疗一线用药及国谈医保产品，目前已广泛进入核心城市医疗机构。据第三方数据显示，兹润在医院干眼市场中按金额计算的市场份额排名第一。兹润®环孢素滴眼液作为国内首个获批上市的用于治疗干眼的环孢素眼用制剂，医院仍是其核心销售渠道。

2026年，预计公司干眼类产品将继续保持稳健增长态势。一方面，随着大众对干眼疾病认知度的持续提升，干眼就诊率逐年提高，兹润®环孢素滴眼液国谈医保成功续约后产品有望进入更多层级医疗机构，作为一线治疗用药的使用人群将进一步扩大；另一方面，院外市场（零售药

店、电商渠道) 可及性不断提高, 为已确诊患者的长期用药与便捷复购提供更好支持, 预计院外渠道增速将显著高于院内, 成为新的增长极。综合来看, 公司在干眼治疗领域的龙头地位将进一步巩固。

Q8: SQ-24071 的产品定位与临床推进节奏是怎样的?

答: SQ-24071 滴眼液是公司基于近视发生发展的基础研究研发的新药, 属于不同作用机制的近视防控产品。目前该产品已完成 I 期临床试验的首例受试者入组, 相关工作正在有序推进。

Q9: SQ-129 的临床推进节奏如何? 在行业价格竞争背景下, 该产品的销售定位与销售策略是怎样的?

答: SQ-129 项目目前正在开展 I 期临床试验。面对眼底用药领域日趋激烈的价格竞争, 该产品立足于差异化临床价值, 依托长效潜力和给药方案等差异化特点, 聚焦临床未满足的需求, 同时兼顾产品竞争力和患者可及性, 更好的保障产品未来商业化稳健落地。

Q10: 公司 2025 年净利润增速远超营收增速, 三、四季度利润增速表现尤为显著, 造成利润增速大幅高于营收增速的原因是什么? 该趋势预计能否持续?

答: 利润增速大幅高于营收增速的主要原因为: (1) 公司优化产品销售结构, 滴眼剂产品的销售收入占比持续上升, 在一定程度上提升了公司整体的毛利率; (2) 全年总体的费用率控制相对较好, 销售费用率下降显著。公司将继续加强市场开拓, 同时深化降本增效, 努力保持稳健发展态势。

Q11: SQ-22031 目前的临床进展如何? 相关临床数据有无披露计划? 相比于已上市靶点 NGFR, 公司该管线在治疗神经营养性角膜炎方面具备哪些优势?

答: SQ-22031 已取得 I 期临床研究报告, 并分别在开展神经营养性角膜炎和干眼症两个适应症的 II 期临床试验。公司该管线在分子设计、制剂稳定性和临床使用的便捷性上具备差异化优势, 能更好的满足国内患者未被满足的临床需求。

Q12: 公司深耕眼科领域多年, 后续是否有 License-in 引进新品种的计划? 在眼部疾病领域, 公司具备哪些差异化的技术研发优势?

答: 目前公司正在继续加大在眼科疾病治疗领域的投入力度, 以自主开发结合产品引入等方式快速拓展公司眼科产品管线, 为眼科临床用药提供更多优质产品。公司始终坚持创新引领企业发展的理念, 多项眼科创新药产品正在同步开发中, 目前公司的 1 类治疗用生物制品 SQ-22031 滴眼液已经完成 I 期临床试验, 正在开展神经营养性角膜炎和干眼症两项 II 期临床试验。公司利用独有的缓释技术平台开发的 SQ-129 玻璃体缓释注射液正在开展 I 期临床试验。未来公司将持续加大在眼科创新药领域的投入力度, 不断提升公司的自主创新能力, 布局开发更多有竞争力的眼科创新药产品。

Q13: 2025 年推动超百万儿童接受规范治疗的目标进展如何? 渗透率达到多少?

答: 公司 2025 年推动超百万儿童接受规范治疗的目标已达成, 但市场渗透率尚未达到两位数, 预示着巨大的增量空间与发展潜力。我们正积极推进“学术引领”与“公众教育”双轮驱动的推进策略。

在学术层面, 积极参与由中华医学会眼科分会、中国近视防控能力建设联盟 (CAMP) 等学协会组织的近视防控学术会议, 面向临床医生系统推广儿童近视防控指南、专家共识及阿托品应用共识、临床研究等循证证据, 规范诊断、治疗、患者管理、长期随访与合理用药等慢病管理全流程。在公众教育层面, 联合学协会及媒体主办的各类近视防控科普宣传项目, 持续提升儿童、家长、学校及全社会对儿童近视防控的重视程度; 同时协同药店、电商等院外渠道, 面向消费者开展专业科普。此外, 通过“控近视 兴未来”等系列公益行动在全国多个城市落地, 我们正逐步构建从学术引领到公众教育、从院内诊疗到院外管理的全链条近视防控生态。

Q14: 产品出海目前的进展情况, 是否遇到阻碍?

	<p>答：公司专注眼科药品开发，在眼科疾病治疗领域布局了多条差异化的创新药产品管线，目前正在加快推进创新药产品管线。同时公司在产品立项和开发过程中也在为未来产品出海做准备，海外医药市场潜力巨大，若产品能够成功出海将为公司提供更加广阔的市场空间。</p> <p>副董事长总结：</p> <p>兴齐眼药始终坚持“经营健康、缔造光明”的初心使命，深化社会责任担当，将可持续发展理念深度融入生产、质量、研发、销售等全业务链条，以实际行动践行医药企业的核心价值。与此同时，我们将持续优化公司治理结构，完善内部管理体系，以更稳健的经营业绩、更清晰的成长路径，为全体股东创造长期、稳定、可持续的投资回报。</p>
<p>附件清单</p>	<p>参加交流活动人员名单</p>
<p>日期</p>	<p>2026 年 04 月 28 日</p>

附件：参加交流活动人员名单（排名不分先后）

序号	公司	姓名
1	国联民生	张金洋
2	国盛证券	胡偌碧
3	国盛证券	乐妍希
4	国投证券	冯俊曦
5	广发证券	罗佳荣
6	广发证券	龙雪芳
7	开源证券	余汝意
8	开源证券	刘艺
9	申万宏源	张静含
10	申万宏源	仰佳佳
11	东北证券	叶菁
12	东北证券	古翰羲
13	华安证券	谭国超
14	华安证券	任婉莹
15	嘉实基金	万品玉
16	华夏基金	张太立
17	长城基金	陈良栋
18	鹏华基金	李韵怡
19	鹏扬基金	刘冬
20	高恩私募基金	高惠明
21	高恩私募基金	刘文斌
22	泰康资管	翟雪
23	中国人寿养老保险	王靖予
24	中银证券	胡晓航
25	中银基金	王方舟
26	安信资管	刘亚洲
27	北京诚盛	冯航
28	创金合信	张小郭
29	东方基金	王然
30	丰道资本	夏甘霖
31	蜂巢基金	赵花琴
32	光大证券	刘勇
33	国泰海通	陈铭
34	华安基金	刘潇
35	华宝兴业	毛文博
36	巨杉资管	何川
37	宁波莲盛投资	游艺
38	农银汇理	杨伟
39	平安资管	万淑珊
40	前海开源基金	毕建强

41	青榕资管	唐明
42	秋阳投资	郑捷
43	上海冲积资管	张智聪
44	上海铭大实业	张英杰
45	上海人寿保险	李伟
46	上海途灵资管	赵梓峰
47	上海煊鼎资管	李啸骏
48	上海证券	张林晚
49	申万宏源	孙磊
50	申万菱信基金	姚宏福
51	深圳瑞业资管	丁小兆
52	深圳尚诚资管	黄向前
53	太平资管	尹卫国
54	太朴生命科学投资	韦世龙
55	天治基金	王娟
56	通用投资	李悦
57	西部利得基金	冯皓琪
58	西部医药	杨天笑
59	西部证券	周密
60	新疆前海联合基金	聂琨
61	浙江益恒	钱坤
62	中海基金	梁静静
63	中信医药	王郑洋