

丽珠医药集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-07

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 checked="" type="checkbox"/>现场参观 <input checked="" type="checkbox"/>其他：主题投教活动——走进上市公司</p>
<p>活动参与人员</p>	<p>丽珠集团董事会秘书 刘宁 招商证券财富客户部总经理助理 辛欣 招商证券珠海人民西路营业部总经理 陈兆龙 招商证券珠海人民西路营业部副总经理 李倩 招商证券珠海粤华路营业部总经理 林艳华 招商证券医药分析师 侯彪 个人及机构投资者 26 人</p>
<p>时间</p>	<p>2026 年 5 月 19 日 15:00-16:00</p>
<p>地点</p>	<p>本公司六楼会议室</p>
<p>形式</p>	<p>现场调研</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p>一、参观展厅</p> <p>二、交流&问答环节</p> <p>（一）丽珠医药：公司介绍及业绩情况</p> <p>在研发管线与布局方面，丽珠始终坚持“临床价值+差异化创新”的研发战略，依托国家级微球研发平台及抗体类药物等特色技术平台，在消化道、辅助生殖、精神神经等优势领域建立了显著优势，并积极拓展自免、代谢及心脑血管等慢病领域。资本市场层面，公司境外收入占比由 2010 年的 9%跃升至 2025 年的 16%以上，市值随业务成长持续获得市场认可。</p> <p>在国际化战略方面，公司加速推进从产品出海迈向体系出</p>

海。原料药业务 36 个产品在 92 个国家完成 242 项国际注册,深度携手全球头部药企达成战略合作,高端抗生素全球市场占有率稳居行业前列;制剂业务 18 款产品在 11 个国家完成 35 项国际注册,顺利通过马来西亚 PIC/S、巴西 ANVISA 权威认证,销售合作网络覆盖拉美、中东、非洲、东南亚等 50 多个国家。同时,公司建设印尼原料药工厂,2025 年正式推进收购越南上市药企 Imexpharm,在巴西设立办事处,加速海外本地化运营与区域协同发展。

股东回报方面,公司以长期主义持续回馈股东。过去五年,公司累计现金分红与注销式回购合计逾 80 亿元,连续 5 年股东回报率达 80%以上,H 股预计股息率 6%以上,以扎实的资本回报彰显长期经营信心。

在 AI 赋能方面,公司于 2024 年初布局自有云端算力,将 AI 战略融入研发全局。目前 AI 应用已覆盖研发、生产、销售及职能全链条,并在研发链条中由后端向前端系统推进,在靶点发现、工艺优化、临床决策等关键环节已取得初步成效,为创新加速提供新动能。此外,公司在 ESG 领域的卓越表现也获得全球权威认可,包括连续 6 年获深交所信披 A 级评级、连续 3 年入选标普全球《可持续发展年鉴》,跻身“中国企业标普 CSA 评分最佳 5%”等。

丽珠医药将继续以“稳健基本盘+创新增长极+国际化新动能”的战略组合,持续为股东创造长期价值。未来随着重磅创新产品陆续进入商业兑现期、国际化布局深度推进,丽珠有望在新的发展阶段实现更高质量的增长。

(二) 招商证券：行业趋势及投资亮点分享

医疗保健是具备长期超额收益的优质赛道,创新是医药行业底层驱动力。单抗、ADC、双特异性抗体等前沿技术持续成熟,大单品潜力产品是实现企业价值飞跃的关键。投

资医药需关注医保支付政策、审批政策及利率环境等宏观因素,企业层面则需区分创新型 Biotech 公司与仿创类综合性药企的不同投资逻辑。

在丽珠医药投资价值方面,丽珠是兼具“高分红现金流底盘、创新兑现弹性、出海第二曲线”的稳健型制药企业。其稳定的现金流与高比例分红——过去五年累计现金分红与注销式回购合计逾 80 亿元,连续 5 年股东回报率达 80%以上,H 股预计股息率 6%以上——为投资者提供了扎实的回报基础。

面向未来,随着阿立哌唑微球、莱康奇塔单抗等重磅品种的推进,公司的创新成果将进入密集兑现期。其中,阿立哌唑微球可使患者每月注射一次即可,大幅提升依从性;莱康奇塔单抗在头对头研究中优于可善挺,市场潜力巨大。此外,出海战略加速落地,新兴市场用药结构升级空间巨大,丽珠在越南、巴西、中东等市场深度布局,将进一步打开广阔的成长空间。

(三) 交流及问答环节

问:阿立哌唑微球目前医院准入完成率如何?实际销量增速表现?2026 年全年是否有增长预期指引?

阿立哌唑微球(阿丽唯®)已纳入国家医保,大幅提升患者可及性。从市场空间看,目前中国精神长效制剂使用率不到 1%,而亚洲国家平均为 17.9%,欧美国家为 25%-30%,市场渗透提升空间巨大。另一方面,长效剂型具备显著临床价值。精神分裂症患者需长期维持用药,但口服制剂停药率高,一年内停药复发率超 50%,两年内达 75%。阿立哌唑微球在安全性、缓释性能等方面显著优于普通剂型,适合作为长期维持用药。

2026 年聚焦医院准入,力争首年市占率 10%。2025 年完

成国谈后，2026 年重点推进医院进院工作，对主流专科医院覆盖率设定目标，目前按既定节奏推进。准入覆盖是后续商业化与销售放量的基础，为长期增长夯实基础。

问：从行业、市场空间、国家政策层面，如何看待公司未来三年的成长性？为实现成长目标，公司有哪些布局和应对措施？

公司对未来三年成长性的判断基于清晰的节奏划分：

2026 年为过渡期，新产品逐步放量奠定增长基础；2027 年起进入新拐点，创新产品集中兑现叠加基本面企稳，迎来加速增长期。

2026 年新产品接力上市，多维度贡献增量。莱康奇塔单抗部分适应症、JP-1366 片剂力保进入 2027 年国谈；亮丙瑞林 3 月剂型、重组人促卵泡激素作为自费产品无需等待国谈即可放量，逐步贡献增量。此外，2026 年 6 月起越南 Imexpharm 收购完成并表，进一步增厚收入。

2027 年起拐点确立，三大驱动支撑长期增长。首先，新产品集中报出进入商业兑现期。2025-2026 年为公司新产品密集获批期，经过商业过渡期后，2027 年起将接续贡献新增收入，创新管线商业价值加速释放。其次，基本面企稳，产品迭代平滑过渡。JP-1366 片剂将形成产品接力，从时间线看上市节奏合理，确保产品矩阵持续优化。第三，国际化注册进入收获期，海外收入加速兑现。公司自 2024 年起全面推进产品国际化注册，整体注册周期约两年。按此测算，2027 年起海外注册将从“申报阶段”进入“获批上市阶段”，国际化收入将从注册收入升级为商业化销售收入，有望成为新的增长极。

基于存量稳固、新产品接力、国际化提速三重驱动，公司 2027 年起有望进入新一轮增长周期，长期成长空间清晰

可期。

问：医药行业近年在集采压力下利润普遍承压，丽珠集团如何在 2022-2025 年间保持利润相对稳定？司美格鲁肽和莱康奇塔单抗的申报进度及未来定价策略？研发团队是否引进海外知名专家，团队构成如何？

丽珠不依赖单一产品或板块，各板块在细分领域具备竞争优势，板块间协同形成有效对冲。公司围绕适应症构建完整产品矩阵，如辅助生殖领域覆盖全诊疗周期，GnRH 管线覆盖全适应症主流品种，单一产品波动不影响整体稳定性。

司美格鲁肽方面,公司首批申报,采用与原研一致路线,原料药自主供应,降糖适应症已在审批中,减重适应症已申报 NDA,预计 2026 年获批,处于第一梯队竞争身位。商业化策略上,国内具备 ETC+OTC 双渠道布局;全球化方面已覆盖数十国注册,通过巴西、印尼客户审计,新兴市场需求强劲且定价体系优于国内,将采取差异化区域定价策略。

莱康奇塔单抗方面,已获优先审评审批资格,锁定 2027 年国谈路径。头对头研究中全方面优效于参照药,且生物药关键物料和原料药实现自主化,成本下降 50%以上,为国谈定价提供优势空间。

公司自 2013-2014 年启动研发体系改革,核心方向是“效率优先”,在创新药高度内卷的竞争格局下,速度是核心竞争力,市场可观察到丽珠临床推进确实较快。基于"AI 将重塑医药研发格局"的判断,公司重点引入 AI 背景、算力能力人才,并与 MIT 等顶尖机构合作,加速 AI+研发战略落地,目前在靶点发现、工艺优化、临床决策等环节已取得成效。

	<p>问：2026年3月丽珠完成管理层交接，核心管理层变化是否会影响公司基本面和未来发展？</p> <p>总体来看，公司稳中有进推进年轻化,内部培养与外部引进结合确保平稳过渡。</p> <p>2024-2026年公司用两年时间完成管理层换新，背后基于三大因素：一是大部分管理层正常退休；二是为实现更积极作为与更高效率，推动团队年轻化；三是保持梯度结构，既有丽珠自主培养人才确保稳定性，也引入外部优秀人才注入新活力，符合稳中有进的发展理念。</p> <p>除公告披露的高管层调整外，核心执行层同步按相同思路换新：以相对年轻的中坚力量为主，叠加外部引进优秀同行，覆盖研发、销售等关键职能。例如，精神神经、自身免疫等新领域及创新药销售，从跨国药引进核心销售人才，补齐创新药商业化能力短板。整体换新不仅体现在管理层，更延伸至核心执行层，确保战略落地有支撑、执行层面有保障，在保持稳定性的同时激发组织活力,为未来发展蓄力。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>本次调研活动期间，公司不存在透露任何未公开重大信息的情形。</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件）</p>	<p>无</p>