

证券代码：300181

证券简称：佐力药业

编号：2024-001

## 浙江佐力药业股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	2024年1月3日：华安证券：李昌幸；光大证券：黄素青；华泰证券：高初蕾、张云逸、甄晓春；银倍投资：李朝；上海慈阳投资：宋小庆；睿亿投资：许锋；天弘基金：吕俏；弘尚资产：王若曦；申万宏源：李敏杰；趣时资产：王晓东；宏利基金：张帅；拾贝投资：陈问；中意投资：马成骥。 2024年1月4日：平安养老保险：陶歆蔚、金立、朱丽丽。
时间	2024年1月3日 14:00-15:15 2024年1月4日 9:45-11:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：俞有强先生 董事、常务副总经理兼董事会秘书：冯国富先生
投资者关系活动主要内容介绍	问题一：乌灵胶囊和百令片目前分别已进入到哪些省份的集采？乌灵胶囊在集采地区的单盒利润是否有下降？ 答：1、乌灵胶囊目前已经进入广东联盟、北京市、江苏省、福建省等地区的集中带量采购；百令片除了湖北联盟地区未中

标，后续广东联盟、北京市、山东省、浙江省、上海市、江苏省等地区的集中带量采购均已中标。2、从企业的角度来说，公司关注的重点是通过以价换量，实现销售量和利润的增长，乌灵胶囊在集采地区中标有利于扩大医院数量提升销量也利于降低营销费用，公司也通过更换产品包装等各种措施来降低生产成本。总体来看，乌灵胶囊在集采地区的单盒的利润基本不受影响。

**问题二：公司对乌灵胶囊明年和未来的销售规模有何目标？**

答：首先，近几年乌灵胶囊的国家基本药物的优势得到充分发挥，医院覆盖数量和销售规模一直在稳健增长，医保政策也较为友好，除了集中带量采购作为国家大趋势，其他外部环境基本没有大的变化，相信明年和未来的增长趋势依旧还在；其次，乌灵胶囊在临床端和学术端认可度不断提升，目前已经进入63个临床指南、专家共识及专著；再次，公司每年对于销售人员在产品的终端覆盖和销售数量上也会有相应的考核指标；最后，公司未来的销售目标是力争把乌灵胶囊打造成20亿规模的大品种，并通过对产品的宣传推广将产品打开院外消费端的市场，提升产品的销售量。

**问题三：公司对于乌灵胶囊在治疗阿尔茨海默症（AD）和轻度认知功能障碍（MCI）方面的研究有何进展？**

答：公司产品乌灵胶囊二次开发用于治疗AD的适应症目前处于药效学研究阶段，同时公司也在关注MCI方面的研究。中国

的 AD 患者不超过 1000 万，但是中国 MCI 患者有 3877 万人口，MCI 患者是痴呆的高危人群，数量更庞大，而乌灵胶囊的说明书中本身就有“健忘”这一适应症，因此对 MCI 这一特殊阶段的研究，特别是乌灵胶囊对 MCI 患者临床治疗方法尤其是延缓 AD 的到来的研究，是非常有意义的，这也能充分发挥中药治未病的优势。公司参与的中国人口福利基金会的“老龄健康发展基金老年认知功能维护及心理健康促进计划”示范项目《乌灵胶囊治疗认知损害临床研究及公益活动》已经举行了启动仪式，希望未来能通过在全国多个省市开展公益认知筛查、真实世界临床研究、认知障碍科普教育等一系列行动，让 MCI 患者通过早筛、早诊、早治来减少 AD 的发生，因为老龄化社会的到来是我国经济社会的难题而老年痴呆患者本身也是非常重大的社会负担，公司希望通过科普教育和公益筛查的形式让更多的老年人能够更早获益，为中国人口健康老龄化贡献一份力量。

**问题四：公司对灵泽片销售规模的定位是怎么的？**

答：公司对灵泽片第一步的销售目标是 5 亿，未来力争打造成 10 亿的大品种。灵泽片主要用于治疗良性前列腺增生症患者的夜尿频多，效果较为明显，临床上认可度较高。灵泽片作为专科用药，目前覆盖的医院数量近两千家，所以我们今后主要的工作一是加快各级医疗机构的开发，做好学术宣讲，让更多的医生了解到产品的优点；二是国家现在也在大力推广中西医联合用药，灵泽片在单独用药治疗效果不错的基础上还能与治

疗前列腺疾病的非那雄胺、坦索罗辛等西药联合用药，进一步提升治疗效果。总体来说，灵泽片市场容量较为广阔且是一个很有前景的产品。

**问题五：乌灵胶囊在新开发医院和存量医院的销量增速上有什么差别？**

答：新开发医院在前期的销量贡献一般情况下会低于存量医院，新开发医院的销售上量整体会有一个过程。乌灵胶囊提倡心身同治，可以改善睡眠质量、缓解焦虑抑郁情绪、改善健忘症状，副作用小，安全性高，临床上认可度较高，属于多科室用药的产品，在临床上广泛应用于精神科、神经内科、中医科、耳鼻喉科、皮肤科、消化科、心内科、肿瘤科、内分泌科等科室，有些开发较早的存量医院多科室深耕做的不错，销量增速比较快，但是从全国范围来看，很多医院目前只开发了一至两个科室，销量增速相对较慢。因此，公司未来会在开发新医院和深耕存量医院上同步发力，不断提升产品销售量。

**问题六：公司前三季度销售费用有所下降，请问后续是否会持续下降？**

答：公司前三季度的销售费用在 40%左右，同比有一定的下降。今年销售费用下降最主要的原因是集采，公司后续如有品种参与集采，中标地区的销售费用总体是下降的。但是公司每个产品的销售在不同的市场发展阶段，比如今后配方颗粒和新产品的营销推广，会增加销售投入。

	<p><b>问题七：募投项目转固的主要影响什么时候会体现在报表上？</b></p> <p>答：公司的募投项目都在稳步推进中，各个项目根据实施进度规划会阶段性的建设完成，逐步在报表中体现。</p> <p><b>问题八：乌灵胶囊覆盖医院的区域主要在哪里？</b></p> <p>答：乌灵胶囊已经覆盖全国所有省份，一万多家医院的区域是比较分散的，其中 50%以上是一级医院和社区卫生中心。</p> <p><b>问题九：请领导展望一下公司 2024 年的整体情况</b></p> <p>答：公司 2024 年在产业布局上将继续坚持“一体两翼”的发展战略目标，继续聚焦营销、聚焦研发。当前在医药环境相对友好的情况下，乌灵胶囊的销售量按照原先的成长逻辑已经在逐渐恢复，未来公司也会继续深耕乌灵系列产品，包括乌灵胶囊的二次开发，加快开发乌灵系列新产品，争取未来把乌灵系列打造成 10 个产品的大家庭；百令片的医保适应症限制从 2024 年 1 月开始放宽，“京津冀 3+N”联盟等地区集采也将带来机会；灵泽片 2024 年的销量在目前的基础上整体会有所增加；中药配方颗粒 2023 年下半年开始随着备案数量增加有一定的增长，未来一方面是持续增加备案的数量，另一方面是做强浙江市场并尽快开拓外省市场；中药饮片我们每年都有一定的增幅，处于稳健发展的状态。总而言之，我们历年是小而美的稳健发展企业，公司经营层对于 2024 年的发展充满信心。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 1 月 3 日、2024 年 1 月 4 日