

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：2024-004

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 checked="" 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	通过“路演中”网络平台参与华安医药网上策略会的投资者
时间	2024年5月23日
地点	公司2楼会议室
上市公司接待人姓名	游雪丹（副总经理、董事、董事会秘书） 周智如（证券事务代表） 徐君（证券事务专员） 黄强燕（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，由游雪丹女士负责回答：</p> <p>1. 公司2024年一季度营收情况怎么样？</p> <p>答：2024年一季度公司实现营业收入2.28亿元，较上年同期增加21.78%，主要原因为一季度公司中药品种增长强劲，五大独家中成药收入同比增长34.61%，其中甘桔冰梅片销售收入增长63.28%。实现归属于上市公司股东的净利润4,035.13万元，较上年同期增加34.05%；归属于上市公司股东的扣非净利润3,726.46万元，较上年同期增加30.41%；基本每股收益及稀释</p>

每股收益较上年同期增加 33.98%。利润端增长的主要原因为一季度主营业务收入增加引起的毛利增加所致。

总体而言，公司近年来受整体行业环境的变化，经营业绩增长有所承压。但公司坚持稳健的经营策略，通过持续加大研发投入，积极创新转型，调整产品结构，建成“三三三”管线布局，同时新产品已经开始逐步上市，未来会给公司带来业绩增量，形成新的业绩增长点，相信未来会创造更好的业绩，为投资者带来回报。

## **2. 在创新药方面，请问目前研发管线的情况如何？研发进展是否符合预期？**

答：公司已具备从靶点发现至早期临床开发的创新药研发能力，公司现拥有4个自主研发的肿瘤类1.1类创新药在研项目，潜在适应症覆盖肿瘤免疫以及肺癌、乳腺癌、结直肠癌、胰腺癌等多种实体瘤。目前随着项目研发进度，部分项目已经公开或提交化合物专利申请。2023年公司共申请创新药化合物专利6项，其中PCT专利2项；截至目前公司共申请创新药化合物专利13项，其中PCT专利4项；此外，目前有1个项目已显示出体内较好的药效数据且接近PCC阶段，并已经启动预毒理及CMC研究，预计将于今年底进入IND-Enabling研究阶段。

2024年4月，公司第一个FIC小分子全球创新药HSN003项目以及BIC小分子创新药HSN002项目的部分研究成果已经在2024年美国癌症研究协会（AACR）年会上以壁报的形式展示，标志着公司创新能力与国际化接轨的第一步。

目前公司创新药研发进度符合预期，公司也将在做好风险控制的前提下，继续有序推进在研项目发展。

## **3. 公司如何应对创新药研发风险呢？**

答：公司正持续投入创新药板块能力建设及快速推进管线

内创新药项目的研发进展，但是医药行业创新药的研发具有投入巨大、研发周期长、高风险的特点，且对研发团队的素质要求非常高，产品从研发到上市需要消耗 7 到 10 年甚至更多的时间，在此期间任何决策的偏差、技术上的失误都将影响整个项目的成败。面对以上风险，公司将加强自身研发团队的建设，不断引进高端科研技术人才，审慎评估研发项目，打造差异化研发管线，通过与拥有先进技术的国外技术团队和国内高端研发机构合作以提高项目成功概率，杜绝盲目投入，并以自主研发为主，积极寻求对外授权与合作的机会，降低创新药研发风险。

#### **4. 中药原材料价格上涨，公司如何应对呢？**

答：首先，从长远来看，中药原材料采购价格不会持续居高不下。其次，为了确保公司中药材供应链的稳定性和可持续性，公司积极开展深入的中药材产地和市场调研工作。这一举措的目的是加强对中药材市场行情的实时监控，以及对未来发展趋势的预测和分析，提前预判年度备货需求、原材料产期的变化，以及已上涨原材料的价格波动，从而为公司的采购策略制定提供有力支持。最后，在制定采购策略的过程中，我们会充分考虑市场需求、供应情况、价格波动等因素，采取灵活的采购策略。例如，针对已上涨的原材料，我们会采取多次少量采购的方式，以降低库存风险和采购成本。同时，我们还会根据原材料产期的变化，合理安排采购计划，确保供应链的稳定运行。为了进一步优化采购策略，我们会不断调整和优化采购周期，使之符合公司业务发展和市场需求。通过控制采购成本，提高采购效率，我们可以降低公司的运营成本，从而提高整体盈利水平。

#### **5. 公司特医食品管线进展如何？**

答：公司目前有 4 项特医食品的项目研发，TY001 正在补发研究中；TY005 正在审评审批中，TY006 正在做配方优化及临床前准备，预计在 2024 年年底将获得首个特医食品生产批件。

#### **6. 公司在大健康领域是怎么布局的？**

答：公司通过引进特医食品配方，切入大健康领域，公司已提交 2 个特医食品项目注册申报，预期会在 2024 年底获得首个特医食品生产批件，有关产品已经以特膳食品的身份在市场上进行销售。同时，公司利用自身在医疗健康领域的优势，紧贴“互联网+医疗”的未来趋势，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、微信小程序商城并陆续推出以大健康消费品为底层逻辑的“严品森活”系列产品，产品可分为食品类包括山楂鸡内金软糖、蓝莓叶黄素酯软糖、元夜茶、早 C 晚 A 茶、诺丽果益生菌白芸豆酵素果冻、燕窝胶原蛋白肽果冻、“小柑桔”青果乌梅压片糖等产品；保健品类包括氨糖软骨素钙胶囊、乳铁蛋白乳清蛋白粉、鱼油 DHA 藻油软胶囊、褪黑素、维生素 C 片等产品集群。

基于品牌中成药和大健康食品的消费品属性，公司将进一步探索品牌数字化营销，开拓包括但不限于抖音、知乎、小红书、B 站等互联网新媒体矩阵，助力产品多渠道推广上量。截至 2023 年年末，公司电商平台销售额已突破 600 万元。公司将“华森”为品牌基石，通过不断推出“严品森活”大健康产品集群，以新媒体营销平台为媒介，进一步深挖大健康消费市场，持续寻找公司新的业绩增长点。

#### **7. 按照公司研发管线“三三三”规划，请问今年将有哪三个新品上市，能否具体介绍一下市场前景？**

答：在研发方面，公司将严格按照研究计划开展一致性评价项目、新仿制药项目、精品中药项目的研发工作，全面完成

	<p>立项目标和新品上市目标，具体新品上市信息请持续关注公司相关公告。公司营销团队也利用现有的成熟的销售体系积极向市场导入新产品，期待快速形成新的业绩增长点。</p> <p><b>8. 公司产品在院内外市场占比情况。</b></p> <p>答：公司目前的销售终端仍然以公立医院为主，院内市场大约七到八成。同时，公司协同多渠道发展，逐步提升电商、新媒体平台、“三终端”的市场占比。</p> <p><b>9.2024 年公司产品是否有提价预期？</b></p> <p>答：公司根据具体的产品及市场销售情况的反馈考虑是否进行提价。</p>
附件清单（如有）	无