

证券代码：002603

证券简称：以岭药业

石家庄以岭药业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20201027-1

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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会（电话会议） <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	通过东兴证券组织的电话会议系统参加会议的投资人
时间	2020年10月27日09:00-10:00
地点	以岭药业会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书吴瑞
投资者关系活动主要内容介绍	<p>第一部分 董事会秘书吴瑞介绍公司2020年前三季度经营情况</p> <p>过去两年公司进行一系列调整，包括持续优化营销体系，加大研发投入，丰富研发管线。这些调整措施从今年开始有了一定效果的显现，公司产品知名度及主力产品市场占有率均得到显著提升，莲花清瘟产品也顺利实现了出口销售。公司管理层围绕年度经营计划有序开展各项经营工作，确保了公司各板块业务的保持较高增长。2020年前三季度，公司实现营业总收入64.47亿元，同比增长48.31%；实现归母净利润10.16亿元，同比增长76.74%，继续延续强劲增长态势。</p> <p>在中药板块，公司持续推进营销体系优化升级，在医疗终端强化分类推广，大力推进产品分线、扩大营销人员队伍，公司主力产品的市场覆盖和市场份额得以不断提升；在零售药店板块，在莲花清瘟的带动下，消费者对以岭品牌认知同步提升，公司依托线上店员教育平台，开展了系列学术科普活动，充分发挥联效推广机制；在商务分销板块，公司组建了分销团队，针对医疗板块及零售板块未覆盖到的单体药房、民营诊所/医院、村卫生室等终端市场，借力商业平台实现终端覆盖和产品推广，促进市场份额的进一步提升；在海外销售方面，公司加快莲花清瘟海外市场注册和销售，积极开拓海外市场，截至目前，莲花清瘟胶囊已在巴西、泰国、新加坡等14个国家</p>

注册获得上市许可，助力海外疫情防控，其海外市场份额同步快速提升。同时在研发方面，今年获批的连花清咳片已顺利实现上市销售，益智安神片申报新药已获 CDE 受理，未来公司继续整理新药申报资料，继续完善产品阵列。

在化生药板块，公司制定了“转移加工切入-仿制药国际国内双注册-专利新药研发生产销售”齐步走战略。一类新药方面，公司继续加大研发力度，目前已有 4 个品种进入临床阶段，其中一个产品已结束二期临床即将开展三期临床；ANDA 产品方面，公司目前已有 10 个 ANDA 产品获美国 FDA 批准，报告期内新增赖诺普利片、阿昔洛韦胶囊；同时，公司将 4 个 ANDA 产品同步在国内申报新药且均已进入优先审评程序；一致性评价药品方面，除前述中美双报的 ANDA 品种外，目前公司还有 40 余个化药批文，其中已有 4 个产品通过一致性评价，其中 3 个参与国家集采并中标。此外，公司也积极完善产业链条，布局开发原料药业务以提升公司盈利水平及市场竞争力，整个化生药板块呈现良好发展态势。

在大健康板块，公司创立了“服务和产品相结合，线上和线下相结合”的一体化的大健康产业发展新模式，继续加大健康产品研发，产品品类更加丰富多达 400 余种，并筛选出连花呼吸防护系列、蓝帽子系列等重点品种培育，销售模式也日趋完善和成熟，为消费者提供了涵盖健康产品、健康管理的全覆盖服务模式。

综上所述，公司三个业务板块均呈现了良好的发展的态势。在今年四季度，公司管理层仍然会依据年度经营计划，积极抓住品牌提升和销售渠道拓展契机，继续提升产品市场覆盖率，争取以更加优异的业绩来回报投资者。

第二部分 问题交流

Q1: 连花清瘟 Q3 单季销售情况及 Q4 销售预期?

A: 连花清瘟 Q3 单季继续延续强劲增态势，同比增长超过 50%。今年三季度，虽然国内个别地区还有疫情散发，但对连花清瘟市场销售的促进作用没有像一季度那样明显。连花清瘟之所以延续高增长态势主要得益于其品牌知

名度及市场覆盖率的大幅提升。莲花清瘟是唯一一个具有治感冒、抗流感、治新冠的治疗类药物，此前已先后 20 余次被列入国家卫健委、中医药管理局发布的甲型流感、乙型流感、禽流感、新冠肺炎等疾病相关诊疗方案的用药推荐，是应对呼吸道传染性公共卫生事件的代表性药物。自上市以来积攒了大量严谨充分的临床实验数据，针对病种领域全面，对普通感冒、流感、新冠肺炎三重治疗防护治疗功效可靠。同时，公司营销体系持续优化升级，在医疗终端成立莲花事业部，为未来维持较高市场份额奠定坚实基础。况且，秋冬季节一般是流感等呼吸类疾病高发季节，也是莲花清瘟产品销售的旺季，公司预计莲花清瘟在 Q4 仍能延续较高增长态势。

Q2: 莲花清瘟颗粒剂和胶囊剂毛利率差异?

A: 莲花清瘟胶囊剂和颗粒剂的毛利率没有太大幅度区别，基本上一致。

Q3: 莲花清瘟美国 FDA 进展及海外销售情况?

A: 莲花清瘟胶囊美国 FDA 二期临床试验研究仍按计划正常推进中，公司在美国设有专门团队积极推进相关工作，目前临床病例已经入组完毕，处于数据分析统计阶段。

在海外业务方面，公司已成立了国贸中心，全面负责产品的海外市场销售。目前莲花清瘟产品在已注册的 14 个国家整体销售增长态势较好，同时，公司也同步在中东、非洲、拉丁美洲等多个国家积极推进注册工作，继续积极推进莲花清瘟产品的海外注册和销售工作，为进一步扩大产品的海外市场份额做积极努力。

Q4: 公司未来对配方颗粒的销售规划?

A: 公司 646 种配方颗粒已获批在河北省内医疗机构开展临床研究使用，并已建立了专门的销售团队。今年上半年，公司已与部分医院签署了合作协议。配方颗粒在医院销售需要同步建设智慧中药房，受疫情影响，很多签约医院智慧中药房的设备投建进程较慢，直接影响到配方颗粒销售业务的开展。

但公司对未来配方颗粒市场份额提升很有信心。一是公司目前已经有 646 种配方颗粒获批，品类较全；二是公司在河北省内中药行业品牌知名度较高，销售渠道畅通。随着国家层面相关配套政策出台，相信公司配方颗粒业务未来市场成长潜力较大。

Q5: 心脑血管产品的 Q3 恢复情况？

A: 公司心脑血管产品呈现逐季增长态势。今年一季度，受交通管制、医疗资源向发热门诊倾斜、公司生产线向连花清瘟倾斜等因素影响，心脑血管系列产品销售收入同比小幅下滑；二季度，国内疫情得到较好控制，公司荣获国家科技进步一等奖对于三个心脑血管产品市场影响力的提升作用得到初步显现，加之连花清瘟产品带动以岭药业及其他产品品牌知名度提升，公司营销体系优化、销售队伍扩张、覆盖空白市场、产品开始分线，针对不同的终端制订不同的销售策略等措施效果从二季度开始显现，心脑血管产品销售收入同比实现 10% 以上增长；三季度单季，心脑血管系列产品恢复增长态势进一步加大，通心络和参松养心实现双位数增长、芪苈强心实现同比增幅近 40%。公司预计今年四季度甚至明年，公司心脑血管系列品种都会有更好的表现。

Q6: 公司预计明年销售过亿品种？

A: 公司产品品种储备丰富，除连花清瘟和通络三宝（通心络/参松养心/芪苈强心）外，公司预计未来潜力过亿品种包括专利中药津力达颗粒、八子补肾胶囊、养正消积胶囊、夏荔芪胶囊以及保健品酸枣仁油软胶囊。

Q7: 一类新药苯胺洛芬临床进展？

A: 一类新药苯胺洛芬已经结束二期临床，公司将加快推进产品研发进度，制定三期临床方案，后期如有实质性进展，我们将及时披露。

苯胺洛芬定位于治疗术后疼痛的大市场领域品种，目前已上市的同类产品的销售规模在 10 亿以上。

Q8: 化生药板块发展规划？

	<p>A:在化生药板块，公司继续按照“转移加工-仿制药国际国内双注册-专利新药的研发销售”齐步走的发展战略，目前公司在 一类新药、仿制药和原料药均取得了较好的研发进展和成果。未来，公司计划形成“一类新药为主、高端仿制药为辅”的优势产品集群，完善化药和原料药一体化的完整产业链布局，提升产品盈利水平和市场竞争力，继续搭建营销团队和营销网络，为公司持续稳定发展贡献力量。</p> <p>Q9: 今年销售人员的扩张情况及未来 2-3 年扩张预期?</p> <p>A:公司近几年一直持续推动营销体系优化升级，一是公司针对终端进行细化，将医疗板块和零售板块分开，新布局商务分销板块；二是在医疗终端成立独立的产品事业部，更利于产品的精准学术推广；三是紧抓基层市场，拓展基层销售团队人员数量。截至目前，整个销售团队调整基本接近尾声，未来随着销售人均产出提升，会为公司销售收入保持较好增长奠定基础。</p> <p>Q10: 三季度为何经营现金流净额大幅变化?</p> <p>A:一是因今年公司资金整体现金流情况较好，较去年同期相比，公司在 Q3 单季未做大量应收票据贴现；二是三季度为中药材产新季节，公司在每年产中药材新季节均会进行一定量的采购储备以保证生产供应。前述综合原因导致 Q3 单季经营净现金流略有下降但是从一到三季度来看净现金流是健康的。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020 年 10 月 27 日