

江苏恩华药业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2019-001

投资者关系活动类别	<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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 座谈（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	北京润达盛安投资管理有限公司研究员胡建东；方正富邦基金王喆；承珞资本研究员林田心；源星资本副总裁蒋波；交银施罗德基金管理有限公司研究员刘牧；中信保诚基金管理有限公司股票投资分析师王岩；安信证券医药研究员盛丽华；国盛证券医药研究员张金洋；广州市里思资产梁飞君；雪石资产高级分析师吴胜；雪石资产高级分析师孙礼彬；毅木资产研究员任清莲；国金证券医药分析师孙炜；易方达基金管理有限公司资深研究员杨桢宵；兴全基金管理有限公司王品；泓德基金管理有限公司研究员操照煦；长江证券医药研究员郑辰、方程嫣；上海品正资产管理中心严小飞；华泰柏瑞基金张弘；中信证券股份有限公司医药行业研究员刘泽序。
交流时间	2019.1.4
上市公司参会人员姓名	公司总经理：孙家权 董事会秘书：段保州 证券事务代表：吴继业
交流方式	现场问答
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">Q1：“4+7”政策的出台对右美托咪定的影响如何？公司以后有什么规划与想法？</p> <p style="text-align: center;">A1：恩华右美的成长很快，因此政策出台后，大家对右美都特别关注。“4+7”政策的出台是对整个行业的影响，而不是对某个企业、某个产品的影响。预计未来1-2年右美还会保持较快增长，尤其是非“4+7”地区。公司将积极推动右美的一致性评价工作，积极沟通，争取尽快通过一致性评价。公司将会采取差异化的竞争，保证公司在未来的竞争中不断提升市场份额。</p> <p style="text-align: center;">Q2：如果带量采购在全国推广，将会对公司已建立的渠道优势产生冲击，公司怎样继续发挥已有的渠道优势？</p>

A: 恩华的产品严格意义上可以分为 2 类, 一是管制药品, 对这类药品具有特定的渠道与管线; 二是非管制药品, 对这类产品恩华的销售模式是专业推广。由于公司的产品主要是医生的处方药品, 商业公司也乐意与恩华合作, 因此公司与全国省一级、区域性龙头商业公司维持着良好的合作关系。

Q3: 在加大创新投入的同时, 公司在人才引进及激励方面有哪些措施?

A: 在高端人才引进方面, 公司也在着重加强。公司在上海和苏州分别建立了研究院, 将其作为人才的窗口、信息的窗口、技术的窗口, 并计划建成全国的共晶平台、高端制剂平台。

Q4: 这次“4+7”的试点, 恩华如何用现有的优势去抢占剩下 50% 的份额?

A: 右美近几年增速非常快的原因是恩华的产品拥有 ICU 适应症及专业的学术推广, 公司在 12 月份申报右美一致性评价时, 申报了 4 个适应症, 这是恩华的优势。通过这些差异化的竞争, 保证公司在未来的竞争中不断提升市场份额。

Q5: 公司在一致性评价工作方面的进展?

A: 恩华一直在专心致志地推进该项工作, 利培酮普通片已通过国家现场审查, 有望 2019 年上半年通过一致性评价。2018 年底又陆续申报了右美托咪定、利培酮分散片、氯氮平片 3 个品种; 2019 年计划申报 13 个主要品种, 2019 年后恩华的主要品种都将会完成一致性评价工作。

Q6: 在项目合作、创新药和仿制药方面的思路是怎样的? 创新药转化过程较慢是什么原因?

A: 恩华在创新药研发方面有这样的思考: 1、公司短期内重点关注 505b2 这类产品; 2、中枢神经领域的创新产品数量相对较少, 恩华会加强国际合作, 看重在国外进入二期临床的产品, 这类产品风险小, 转化也容易一点。3、仿制药方面, 除了本身的产品线, 恩华也会加大国内外合作, 引入在欧美已经上市的品种, 在国内直接上市。

创新药转化过程较慢的主要原因: 中枢神经类产品转化本身有难度, 例如必须在癫痫患者、精神分裂患者进行试验, 患者寻找相对较难; 另外,

由于中枢神经领域的特殊性，很多国外做过的实验，在国内也不能免掉。因此，恩华加大了临床方向的人才引进力度，引进了一些做创新药的高端人才，加快创新药转化。

Q7: 瑞马唑仑目前已有两家在报，会不会影响公司的咪达唑仑？

A: 力月西这个产品独特的优势是顺行性遗忘，在短小手术、局部麻醉、全麻诱导方面都还会广泛、大量的使用，这个产品价格不高。瑞马唑仑有两家在报，目前还没获批。恩华也在做。瑞马唑仑和咪达唑仑的特性不一样，由于瑞马唑仑适应症的局限性使其对公司产品的影响不会太大。

Q8: 销售分线改革后的架构是怎样的，带量采购政策对销售队伍有何影响？

A: 恩华销售队伍目前有 1,500 多人，分为麻醉、重症、精神、神经 4 个事业部，从目前恩华增长来看，分线是成功的。随着恩华产品上市的越来越多，仍需很好的学术教育和相应的临床研究，仍需要专业的队伍进行联络与渠道维护。公司未来的销售架构也会随着带量采购的推进而进行有一定的调整，销售人员数量的增长可能会放缓。

Q9: 公司设立了苏州研究院和上海研发中心，未来会不会考虑 CRO 外包的方式？目前是怎样的研发思路？

A: 未来一个企业关起门做研发会越来越困难了，也不会只做国内，不考虑国外。公司现在也和国内外的其他机构进行合作，恩华也不倾向于所有的产品都自己做，可以与专业机构在产品研发的不同阶段进行分工合作。恩华今后所有的创新药都会国内外双报。

Q10: 为应对带量采购，公司会采取怎样的价格策略？

A: 带量采购导致产品价格下降是趋势，不可避免的，公司会在不同的时间段，会采用不同的价格策略，因时因地不断调整。公司会选择对公司更为有利的价格策略。在实际操作中注重差异化的竞争策略。

Q11: 公司会不会考虑其他的治疗领域？或者其他商业模式上有所考虑？

A: 恩华在大的战略方向上短期内仍聚焦中枢神经领域，短期内不会考虑其它治疗领域。在中枢神经领域则会纵向发展，进行不同的探索与尝试，例如恩华正在开发伴随诊断的产品，通过基因检测，为医生提供药

	<p>物治疗方案。未来在医药大数据方面，也会有所尝试，通过开发软件将不同医院的数据连接，并标准化，供给医生进行临床及前瞻性研究。</p> <p>Q12: 恩华会跟随进行价格战吗？价格最终会降到什么水平？</p> <p>A: 产品降价是趋势，价格只是竞争的手段与策略。中枢神经领域和其它治疗领域相比，竞争企业相对较少，针对不同产品根据相关政策的变化采取不同价格应对策略。</p> <p>Q13: 总结一下恩华的竞争优势？</p> <p>A: 1、所有的竞争优势都是比较优势。带量采购目前尚未涉及管制药品，这会为公司业绩增长带来一定的缓冲期。2、聚焦优势，公司将所有的人力、物力、财力聚焦在中枢神经领域，继续巩固、加大在这个领域的优势。3、开放的市场推广策略。中枢神经领域的网络、渠道、专家资源是恩华的宝贵财富。4、恩华将集中资源在创新与仿制药的研发上。资源聚焦和不聚焦是不一样的，2-3年之后看，创新和仿制都会有进展。</p>
其他情况说明	<p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了交流与沟通，并严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况，同时已按深交所有关规定要求参会人员签署《调研承诺书》。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2019.1.4