

证券代码：688658

证券简称：悦康药业

悦康药业集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-003

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"/> 电话会议 <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	开源证券、中银资管、嘉实基金、天弘基金、天风资管、泰康资产、九泰基金、进门财经、国寿养老、沅京资本、光大保德信、广发基金、国联安基金、恒越基金、彤源投资、江苏恒远资本、金库资本、金信基金、长城基金、天风资管、鑫元基金等 21 家机构。
时间	2021 年 12 月 07 日 15: 00-16: 00
地点	悦康药业集团会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：于伟仕 副总经理：宋更申 副总经理：张伟 董事会秘书：许楠
投资者关系活动主要内容介绍	第一部分 董事长向投资者介绍公司简介及发展历程和发展方向； 第二部分 董事会秘书向投资者介绍公司基本面情况： 主要从五个维度对公司进行介绍，简要内容如下： 一、基本情况概述：（1）公司定位：立足于高端化学药的研发、生产与销售，产品覆盖心脑血管、消化系统、内分泌以及抗肿瘤等多个治疗领域，是一家基础雄厚的围绕产品、产能、产业链全面发展的 BIG pharma 公司，也是一家极具 biotech 成长因子的公司；（2）简要介绍前三季度财务情况，2021 年前三季度扣非净利润同比增长 63.75%，前三季度总研发投入同比增长 58.28%； 二、核心优势解读：（1）规模优势：是 规模最大、最具盈利能力的科创板化药企业 ，

根据 wind 数据统计：2020 年度悦康药业营业收入和利润水平均在科创板化药企业中排名前列，公司几款主要产品在相关市场中占据绝对龙头地位；（2）拥有完善的研发体系，创新能力极强，曾获得两次国家二等奖，十六项重大新药创制，根据 wind 数据统计，2020 年度研发支出合计在科创板化药领域排名前列；（3）市场优势：专业化营销网络，市场化能力卓著；（4）全球化能力显著，拥有 20 多年的国际合作经验；

三、核心产品解读：**核心产品银杏叶提取物注射液 2021 前三季度销售收入 15.80 亿，同比增长 57%**，且随着医保报销范围增加及可适用终端的放开该产品具备较大的增长空间；**核心产品活心丸 2021 前三季度同比增长 53%**，市场空间广阔；另外奥美拉唑及二甲双胍销售收入同比增长 25%及以上；核心产品爱地那非上市后有望成为国内获批的首个那非类创新药，具有效率高、起效快、安全性好等特点；

四、介绍公司研发情况：重点介绍公司的创新药布局及研发进展，目前公司拥有**重点创新药项目 10 个**，其中处于申报上市阶段化药 1 个，处于三期临床阶段中药 1 个，**处于一期临床阶段核酸类管线 1 项**，化药 1 个；**处于临床前阶段的核酸系列管线 6 个**，公司正在全力铺开核酸赛道，向核酸药领域进军；

五、介绍公司战略情况：公司整体目标**以股权激励所列示内容作为公司未来三年的战略目标推进方向**；**研发战略**：致力于打造**创新引领的医药全产业链领军企业**；**销售战略**：重组营销体系；**线上、线下、B 端、C 端全面发展**；**国际合作全面推进**；**生产战略**：深化原料、制剂一体化目标；**人才战略**：加强人才梯队建设，不拘一格降人才，加大**研发、销售、及资本运作层面的人才引进力度**；

第三部分 高管与投资者问答交流

Q1：公司上周发布股权激励草案，公司未来三年的净利润维持复合 30%的一个高速增长预期，请领导展开讲下公司在今年业绩基数比较高的背景下公司整体的规划，以及明后年可能主要是哪些品种/业务线有比较快速的增长？

回答：公司在推出激励之前进行了非常认真详细的讨论，信心主要来自以下四个方面。

第一是基于我们**丰富的产品储备**。公司产品的储备存量是丰富的，我们拥有一百多个品种和二百多个品规，特别是这些产品大多都是**针对慢性治疗领域**的一些黄金赛道品种，这些产品在患者使用上有非常好的品牌忠诚度。我们这些年，部分核心品种增速非常明显，比如说像银杏叶提取物注射液，活心丸，今年的前九个月同期的增幅都保持在 50%以上，奥美，二甲双胍增速也很好。拿**银杏叶提取物注射液**作为一个例子，2019 年在医保的范围里又增加了一个耳部血流和神经障碍患者适应症的医保报销政策。基于这一

点，我们在 2021 年 10 月份，跟中国工程院院士韩德民院士联手在全国 300 家医院的开展了一个针对耳鸣超过 6000 名患者的一个真实世界的研究，**通过对耳鸣这个市场的一个开拓，相当于新增了一个平行的新赛道的全新市场应用。**所以我们觉得这款产品未来将会在现有基础上还能保持一个较好的持续放量的过程；再比如我们这些年精心储备的一个重点的药物，就是**活心丸**这款产品，这是一个由陈可冀院士和张伯礼院士等多位专家主导研发再评价的重点产品。我们在前些年进行了一千多例的现代循证医学的研究，获得了大量的详实数据，能够证明我们这一款产品在**活血温经通脉，特别是在强心方面具备较大的一些优势**，能够实现从急救到预防到治疗康复整个环节的全覆盖。从目前增速看，我们预计这个产品在接下来的几年内会有一个比较好的销售放量过程，我们也希望它能够成为国内这个领域中一个比较具有竞争力的一个大单品。此外，随着中国老龄化的加剧，心血管类产品的市场空间和需求是在不断的增加的，糖尿病市场的需求也存在同样的逻辑。**强者恒强**，我们这些在细分领域的龙头产品未来还会有一个比较好的增长，以上是产品中的存量情况；一些增量的品种也很值得期待，比如近期有望获批的 1.1 类新药爱地那非，**爱地那非现在已经完成了三期临床所有的发补和现场检查工作**，我们预计这个产品可能会比较快的就应该会批复下来，这个产品也是对它给予了一个很好的规划。另外一个 1.1 类新药是**羟基红花黄色素 A**，它是国家目前临床急需的一个用药产品，也是唯一治疗急性脑梗的重大医药专项。这个产品是由张伯礼院士来担任 DMC 主席，单一成分提取的纯度能够达到 97%，**二期的临床数据显示疗效非常好**，我们也希望它能够定位对标国内目前市场上一些竞品都是几十亿的大单品。除此之外还有一款**治疗认知障碍的新药复方银杏叶片**，现在三期临床也比较顺利，也是我们内部规划为是大品种的一个产品。

第二个维度，就是公司从创立之初就提出来的**产品、产能、产业链这样一个战略目标**。除了终端的制剂之外，公司这些年也布局了很多的原辅料板块，这两年通过技术设备的改造，工艺的改进，特别是上市后在资金方面进行了补充以后，原辅料板块儿也在加速提升，目前在原辅料这一块儿总共有二十多项批文，其中一些辅料产品已经实现了**在国内唯一的国产进口替代**，比如丙烯酸乙酯这样一个产品。我们相信随着这一年多产能的扩张和工艺改进，在缓控释的辅料市场，我们的许多产品应该会有比较好的表现。同时上游原辅料和下游制剂之间协同性也进一步的提升，有利于生产成本的降低，像我们马上有希望推出的爱地那非产品，也是包括了制剂和原料的。

第三个维度，是**市场和渠道的建设**。目前悦康的产品销售渠道主要还是基于第三终端。即便我们某些产品已经实现比较好的市场占有率，但是数据显示，目前我们在基层市场还有 60%~70%左右的市场尚未覆盖到，这也反过来给我们提供了更大的一个市场空间。同时我们也有一部分产品更适合在等级医院的，像活心丸、银杏叶提取物注射液等等，这些产品现在正在加快进医院的速度，这个空间是巨大的。同时按照目前的规划，我们将**通过爱地那非这个产品，跟一些大型的互联网销售渠道平台合作**，会把储备的很多比较优异的产品，特别是 OTC 产品全面的布局到电商销售渠道中，接下来我们认为我们的**整个市场和空间及渠道的这种建设会更加丰富**。

最后一个维度就是公司上市后在现金储备和融资手段上会更加的丰富，我们今年也**进一步扩展了 BD 团队**。接下来会通过利用一些**管线引进、投资并购、包括联合开发等形式**，重点聚焦我们原有的一些主要赛道里面，形成新的产品和利润增长点。

Q2: 基于公司前三季度的一个业绩高增长，包括我们看到收入有 19%的增长规模的话，有一个 47%以上的利润增长，能不能请领导再拆分一下我们各项主要业务的一个增长情况以及这个重磅单品的一个增长情况，以及目前是到了四季度末，就是也请领导能不能结合一下四季度整体的一个经营情况去展望一下我们全年的一个业绩预期？

回答: 目前公司产品主要是聚焦四大治疗领域，八大主要产品，**从治疗领域来看**，公司心脑血管类产品 2021 年 1~9 月销售收入是 18.49 亿元，同比增长 31.56%，降糖类产品销售收入是 1.75 亿元，同比增长 20.74%。消化系统类抗感染类 1~9 月销售收入是 8.74 亿元，同比增长 5.12%。**从主要品种来看**，公司主要产品银杏叶提取物注射液 2021 年前三季度收入近 16 亿元，同比增长 57%。活心丸产品 2021 年前三季度收入 7897 万元，同比增长 53%，2021 年前三季度，奥美拉唑收入 2.19 亿元，同比增长 25%，盐酸二甲双胍缓释片 1.74 亿元，同比增长 27%。公司产品的营收规模不断增长，公司**产品结构不断调整，收入结构优化，毛利率也不断增长**。四季度这边因为综合数据还没出来，财务还在核算中。另外这个应该也是涉及到一部分盈利预测的这个情况，我们不太方便去透露，当然等我们的数据出来，适合公告的时间，一定会第一时间公告。

Q3: 刚刚您这边也有提到的这个重磅创新药爱地那非，它现在处在一个申报上市的阶段，想请问一下公司有没有预期具体什么时候能够获批上市？上市之后这个产品的公司整体销售策略是否有一个统一的规划？在院内和零售的销售策略分别是什么？

回答: 目前爱地那非这个产品，我们现在跟审批部门的沟通情况能够对外正式公布

的情况是：**我们所有的发补材料以及现场核查检查工作都已经完成了**，至于获批时间，因为不掌握在我们手里，所以我们没法明确，但是我们从内部来讲确实**做好了这个产品随时被获批上市的准备**。

关于这个产品上市的整体销售策略，首先，我们特别强调**爱地那非是一个原研药**，在疗效，安全性等方面，和市场上的仿制药有巨大区别。这个产品是兼具着**药品和消费品**的一个**双重属性**。我们在内部建立了一个策略，叫**新媒体的品牌引领加全渠道的销售覆盖**。第一，我们希望引领市场的消费者关注到我们这个产品的原研药，作为 1.1 类新药的这样一个特质。作为国内第一个 1.1 类的新药，临床显示，爱地那非具有更好的安全性，更低的副作用，效率高，起效快等特点，我们这个产品的**化合物结构设计更加的精良和稳定，包括跟靶点的结合率很高，不良反应极低**。市面上部分现有产品从网络上搜集能看到，很容易出现脸红、头疼、眼晕，包括一些胃部反等很多的副作用，还有一些产品在服用的时候需要注意饮酒，包括饮食上的一些禁忌，而爱地那非产品在这些方面目前是没有发现的。所以我们觉得这一点就是爱地那非这个产品最大的一个优势。第二个点就是在品牌的传播方面，我们目前已经**联合了国内顶级的传播平台资源**，通过一些短视频的传播，微信公众号宣传，以及包括国内一些权威的机构，我们会发布一些**男性的健康白皮书**，在一些互联网的搜索引擎平台和知识问答平台进行大面积的产品优势和品牌形象的传播。我们这个**产品品牌叫做爱力士，我们希望把爱力士打造成一个新一代的健康伟哥这样一个品牌形象**。通过这种品牌的塑造，一方面让更多的消费者认知到这样一个新的产品，另外会给我们的经销商队伍和我们网络销售平台的合作方为他们赋能和引流，这是我们品牌建设方面的一个设想。第三点就是从**销售渠道上来看，我们的产品是希望能够实现一个全域销售的**。目前这一类的产品在网络上的销售增速是非常快的，所以我们现在跟大的电商平台已经初步形成了一个战略的合作的意向，有的已经有了比较实质性的进展，我们将全面布局到目前国内大家能够了解到的一些网络销售的渠道平台，这是我们的重中之重。**第二个重点的是我们的 QTC 连锁药店**，跟国内的几个大的连锁药店的合作，有的已经初步达成协议，有的也在过程中间，这两块会是我们比较重点布局和关注的领域。

第三个是我们传统的优势领域就是第三终端市场，这一块是我们悦康长期以来比较具备的优势。**第四个包括医院的院线部分**。当然一线医院的部分可能实际上从数据上看，它在整个这一类产品的销售中的占比规模并不大，但是我们依然还是希望能够有所覆盖，主要的原因是因为专家和医生的这种推荐和认可是非常有助于消费者对这个产品的品牌

认可。总的来说，我们已经做好了这个产品随时上市的一个准备吧。

Q4: 第一个问题是关于公司在这个小核酸药物布局这一块，现在已经到了一个什么样的一个阶段。主要就是包括研发团队还有这个重点产品和适应证的一些布局方面，公司现在已经做了哪些准备？后边还有哪些就是领先于同行的一些技术优势？就是关于这个公司肝癌那个产品就是反义核苷酸药物，就是 CT102 的一个研发进度，因为在这个领域公司布局也比较早，然后也比较领先，所以想看看公司在后边的一个研发进度上有没有一些更快的催化剂和一些对市场前景的看法？现在从临床进度来讲，在什么时间点会进入下一个阶段？

回答: 我们核酸这个领域是**依托杭州天龙这个平台去做的**。杭州天龙药业呢是与中科院合作进行核酸药物的研发，**是国内首批进入核酸药物领域的领军企业**，是中国核酸行业产学研联盟的骨干单位，拥有国内首个核酸药物国家地方联合工程中心，核酸药物浙江省工程中心，近年来承担重大新药创制，国家重大专项和国家 863 重大重点项目八项，**建立了从靶点的筛选，核酸序列的合成，修饰，递送，评价，申报以及临床的完整的这个经验**。研发团队现在已经接近 50 人，具有强大的研发能力，从适应症的角度来讲呢主要是聚焦在抗肿瘤传染病和心血管领域，注射用 CT102 这个项目是我们今年的 3 月 4 号首个治疗肝癌的核酸产品，注射用 CT102I 期临床在解放军第五医学中心启动，由王福生院士亲自担任 PI，**目前一期进展顺利**，在今年 9 月 22 号的时候，公司正式发布公告，一期斥资 1.8 亿建立小核酸药物和疫苗的研发及中试平台。基于这个平台建设，我们将进一步加强从靶点筛选与确认，序列设计，抗原设计，药效评价，小式和中式 IND 申报到临床实验的全链条的完整的研发能力。未来我们布局的主要产品主要是基于小核酸和 mRNA 两条技术路线，聚焦的适应症领域是抗肿瘤，传染病和心脑血管。现在一期进展很顺利，应该很快就会进入二期。

Q5: 未来公司在创新药和仿制药这个立项上面有没有思路上的不同。还有一个就是说后续研发投入和引进人才这一方面有什么样的规划？

回答: 我们在创新药和仿制药制定了不同的研发策略。在创新药方面，主要由三个方面，一是**加强搭建核酸技术平台，布局核酸药物梯队**，公司以这个原发性肝细胞癌的治疗药物 CT102 为基础，将围绕公司优势的治疗领域里的抗肿瘤，心脑血管传染病建立核酸药物生产产品梯队，通过自研引进，合作研发的方式加快团队建设，搭建核算平台。

第二个方面就是将围绕着公司的优势领域布局，以小分子这个技术路线为主的这个

创新药主要聚焦在心脑血管，抗感染，这个降糖等领域，未来公司将在该领域通过自行研发合作，开发和权益授权等方式布局一系列的创新，要进一步加强在优势领域的竞争优势。

第三个方面就是依靠我们的核心技术平台继续发展，巩固加强改良型新药的平台建设，进一步加强缓控释制剂。独家高端药用辅料驱动。高端改良型新药的研发。在仿制药方面呢主要有两个方面，一是精细化立项品种聚焦市场空间大，具有一定的技术壁垒。在一致性评价和仿制药立项方面，充分考虑当前的集采环境，市场变化，充分利用公司的技术市场优势，精选品种通过原料药，制剂一体化及产品规模化夯实仿制药的成本控制能力，依靠原料药，高端辅料研发及公司的规模化优势，增强仿制药一体化的能力，进一步增强集采政策下的成本优势，增强公司公司的竞争力。

Q6:公司的核心品种银杏叶提取物注射液以及活心丸公司未来在等级医院和基层医疗机构上面的一个销售规划是怎样的以及预期这两个品种在未来的一个销售峰值分别能达到多少呢？

回答:因为牵扯到具体的销售峰值，可能我们在这里不能给出一个明确的一个数字。但是我觉得可以去分析一下我们目前的覆盖情况。现在银杏叶提取物注射液，目前我们在等级医院中，现在这个未开发的市场还要超过一半以上，在基层的卫生机构我们未开发超过了一半以上，空间非常大。那么第二个就是活心丸是一个重要的产品。我们的活心丸目前在市场的覆盖情况，等级医院目前还有 90%的市场没有开发，而基层的这一块儿也有 90%左右没有开发，所以我们觉得市场空间巨大。

关于活心丸，我们内部对标的是希望它成为一个超级大单品，并且以我们目前的产品优势来看，我们希望能够跻身国内第一梯队的这样一个水平，我相信这个数字大家心里应该是有一个大概的一个估算的吧。

Q7:那最后的话我们请董秘许总来给我们做一个对公司未来发展战略做一个总结。

回答:主要还是四个方面吧，一个是从目标层面，我们定下的这个三年复合增长率 30% 的目标，以及每年 2-3 个 IND, 1-2 个新药的目标，这里也强调下，这个是我们战略目标，不构成盈利预测。从研发战略层面，刚才那个宋院长也做了一个分享，主要是聚焦在新药和高端仿制药两个层面，核心也是打造创新引领医药全产业链领军企业，从销售战略来讲也是国内和国外两个方面，国内是加强线上、线下布局、b 端，c 端全面发展，国际层面就是推进国际合作业务全面发展。从生产战略来看，进一步深化原料、制剂一体化

	的战略目标，从人才战略来讲是全方位引入研发、销售、资本运作等多方向的人才，全面加强人才梯队建设。
附件清单(如有)	
日期	2021年12月7日