证券代码：600079 证券简称：人福医药

**人福医药集团股份公司投资者关系活动记录表**

编号：2022002

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **投资者关系活动**  **类别** | |  |  |  | | --- | --- | --- | | □特定对象调研 | □分析师会议 | □媒体采访 | | □业绩说明会 | □新闻发布会 | □路演活动 | | □现场参观 | ☑电话/网络会议 | □其他 | |
| **时间** | 2022年3月1日-2022年3月31日 |
| **上市公司接待人员姓名** | 副总裁兼董事会秘书：李前伦  证券事务代表：吴文静 |
| **是否涉及应当披露重大信息的说明** | 不涉及 |
| **附件清单（如有）** | 无 |
| **投资者重点关注的问题与回复：**  **1.问：目前苯磺酸瑞马唑仑注射液和咪达唑仑口服溶液的进院和销售情况？**  答：注射用苯磺酸瑞马唑仑和咪达唑仑口服溶液是公司近年来陆续获批的新产品，于2021年经过谈判进入国家医保目录。进入国家医保目录能够提高药品的可及性，让更多患者受益。麻醉药的临床使用是一个循序渐进的过程，新产品的销售增长规律和公司的芬太尼系列、氢吗啡酮、纳布啡等产品之前在市场的表现和临床的应用规律是大致相似的。  从2021年1-3季度进院和销售情况来看，注射用苯磺酸瑞马唑仑销售额近5000万元，咪达唑仑口服溶液由于上市时间较晚，我们尚未统计具体数据。我们认为注射用苯磺酸瑞马唑仑和咪达唑仑口服溶液在临床应用上有较大优势，对其在临床应用和用量增长上有信心。  **2.问：公司2021年6月上市的磷丙泊酚二钠相比丙泊酚在临床上的竞争优势以及对该产品长期销售量和销售额的预期？**  答：磷丙泊酚二钠是公司2021年获批的一类新药，这对宜昌人福创新药研发是具有标志性意义的，不仅是国家化药一类新药的获批，更多的是通过这个产品公司彻底完成了从零到一的过程：我们从创新药临床前研究到临床期间以及产品上市整个过程中积累了经验，储备了人才，有利于推进后续药品、特别是创新药物的研发创新。通过药品在上市前临床试验以及上市以后的临床表现来看，磷丙泊酚二钠是丙泊酚的升级产品，是临床应用前景较好的镇静产品。它的使用不会造成患者脂质代谢紊乱，并且在麻醉诱导阶段，对患者呼吸（特别是手术室外麻醉中）和循环的抑制程度轻微。更多的临床优势有待后续与临床专家和医生共同推进循证医学研究。我们也在积极开发更多的适应症，拓展其在临床的应用。  **3.问：集采对公司产品有何影响？公司会如何应对？**  答：国家医保局在针对药品的可及性、提高医保资金的使用效率方面出台了很多政策，出台的制度在实践中逐步实施，现在已经进展到第七批国家集采。集采对公司产品的影响主要有以下方面：第一，对公司有利的方面，进入集采有利于独家产品的推广，使公司有更多更好的药品能进入到患者的视野，进入到医疗机构，让更多的患者受益，同时，在使患者受益的过程中企业也获得更好的发展；第二，对于一些竞争比较充分的药品有一定压力，这对企业的成本控制、供应链管理能力提出更高要求。对于成本控制、供应链管理能力较弱的、没有制剂和原料药一体化优势的企业可能面临压力，甚至无法参与集采；对于大家普遍关注的麻醉药品来说，从它的研发、生产、销售、储运和终端使用、以及价格形成机制、防止流弊等，国家都有明确且严格的制度规定，我们认为集采对该类药品的影响是中性的。  我们认为，作为医药企业，唯有创新和国际化才能应对政策方面的风险。一方面，加大研发投入、提高研发效率，有更多的创新药研发出来，在竞争格局中获得更好的竞争优势；另一方面，持续推进国际化，让公司在国内外生产的产品能够到更大的市场范围去销售，这一直是我们的目标，我们也在逐步实施，也有一些阶段性的成果出现。通过研发创新和国际化，我们有信心在政策变化或者在竞争格局的变化过程中获得更好的发展。  **4.问：公司有丰富的产品管线，今年来看主要项目的研发进度是否达到公司预期？未来2年预计有什么产品获批上市？比如说重组质粒-肝细胞生长因子注射液的研发进度如何？**  答：研发创新是公司既定的发展思路，也是既定的发展战略之一，推动研发创新让更多更优的产品上市，惠及广大患者，同时公司也能够获得更好的发展。具体的研发进展公司会根据相关要求和规定在定期报告和临时公告中进行披露，从目前的研发进展来看是符合公司预期的，也是严格按照公司制定的计划和时间表的安排在推动各个阶段的产品研发。  近两年公司产品线都有不同程度的进展。简单提一下比较重要的产品：一个是广金钱草总黄酮胶囊，现在处于申报生产环节，后续进展请以公司公告为准；二是镇痛镇静药品，后续进展更快一些的是氢吗啡酮、氨酚羟考酮缓释剂型的研发，为患者提供更多的剂型选择。另外，重组质粒-肝细胞生长因子注射液PUDK-HGF项目是生物制品一类药，属于生物大分子产品，主要用于治疗肢体动脉闭塞症、肢体静息痛和缺血性溃疡等严重血管疾病，目前在按计划推进，预计今年可以完成入组。  **5.问：公司产品线布局是否需要进一步聚焦？**  答：公司坚持“归核聚焦”战略：一方面，投入更多的资源，加快核心业务的发展；另一方面，对于协同效应不突出、竞争优势不明显的领域，逐步退出。最近几年公司“归核聚焦”的成效显著，既包括对核心的麻醉药产品管线宜昌人福的股权进行增持，也包括对省外的商业平台、医疗服务以及其他非核心的资产进行出售、剥离，都取得了很好的效果。  公司产品线是有进一步聚焦的必要，产品管线是一个动态调整的过程。目前的产品管线是历史形成的，但我们也在进行动态的评估，未来公司会根据产品管线的发展情况陆续做出调整。实际上，在去年或者今年公司已经在对产品管线做调整了。在此过程中，公司会认真评估，也会听取投资者和行业专家的意见、建议。总而言之，公司会把主要资源和精力投入到最擅长的领域，通过比较优势推动公司核心业务的持续稳定发展。  **6.问：其他公司同类产品获批上市后会对公司形成压力吗？怎么看竞争格局的变化？**  答：在市场经济中不存在没有竞争的领域，只是不同行业的竞争格局特点可能不太一样。在市场竞争的情况下，企业的发展要以行业竞争现实为基础，发挥各自的比较优势，做好自己的工作。  人福医药麻醉产品管线经过20多年的发展，已经具备很强的核心竞争能力，主要体现在两个方面：一方面，通过研发创新已经形成了产品丰富、布局合理的产品梯队和产品群，这方面是有显著优势的；另一方面，经过20多年的发展，公司已经构建了一个准入、医学、市场、商务、销售五位一体的现代化的市场营销体系，这个队伍的市场服务能力、学术推广能力已经具备了很强的竞争能力，这也是公司的核心竞争优势之一。  当然，发展是动态的，公司发展的脚步没有停止。公司在持续推动研发创新，研发出更多更好的产品让患者受益。同时，我们也在持续优化、提升市场服务能力和学术推广能力。同行的情况我们会关注，更重要的是把主要精力、资源投入到最擅长的核心业务领域，专注于把自己的工作做好，保持持续竞争优势，把企业发展好。  **7.问：我们了解到公司目前有一个专业化学术推广的销售策略，目前公司整体的销售团队有多少人？未来有没有扩张规划以及有没有其他的销售推广策略？**  答：公司专业化的学术推广并不是现在才开始做或者现在才形成的，是公司20多年的发展过程中一直持续构建、持续优化、持续推动的经营模式。目前我们已经形成了全集团超过5000人的市场营销团队，其中包括麻醉药（可细分到麻醉科、ICU、疼痛肿瘤等科室）、甾体激素类药物、精神类药物及维吾尔民族药等领域。  涉及到未来的发展，我们会坚持学术推广的发展道路，坚持研发创新，对上市的新药和新产品，增加专家、医生的了解以及患者的使用。学术推广是符合用药的规律和要求的，在临床过程中也是必须的。这在实际发展过程中不断得到验证，是公司正确的发展道路。同时，公司也会根据公司的产品特点、市场特点，同步推进其他商业模式的发展。  **8.问：在DRGs改革以后，我们看到今后日间手术的比例会增加，公司对此有没有布局？**  答：首先，DRGs对临床诊疗行为的影响，包括DRGs、DIP的实施对提高资金使用效率、提高用药的精准性方面从试点的情况来看还是非常好的，目前正在进行试点推广。根据我们获取的信息来看，就门诊手术和住院手术的比例，医保支付的占比，在不同的区域有不同的影响。但总的发展趋势是对门诊的日间手术，对提高诊疗效率有非常好的推动作用，以上是我们从上市公司的角度理解行业的发展，信息不一定很全面，通过我们的体会是有以上的发展趋势和特点。  其次，从公司的布局来说，目前在开展新药的研发和剂型的拓展，从冻干/注射液等剂型扩展到口服固体制剂、透皮制剂、鼻喷剂、口服溶液以及口腔黏膜贴片等剂型，以更多地适用临床需求和发展。同时，多科室推广一直是公司既定的发展思路，公司以麻醉镇痛为基础，切入到多科室，到ICU、肿瘤疼痛，以及妇产科、骨科等多科室，包括日间手术等，但公司的资源和能力有一个逐步提升的过程，后续如果获得更多、更大的进展，再和投资者进行交流。  **9.问：公司目前有一些特医食品获批，相对来说这是小众市场，公司有没有对特医食品的市场空间做过调研？**  答：公司发展特医食品这个细分领域，跟多科室推广的思路是一致的。特医食品目前在欧美发展得比较成熟，国内比较初期，但我们认为未来的临床需求和发展空间是很大的。比如我们的产品“枢能”，能够较好解决术前、术后能量需求这一问题，目前销售规模近千万。公司将来会按照产品群的思路去发展这一领域，研发出更多更好的产品，满足患者的需求。 | |