

### 健康元药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

<p>投资者关系 活动类别</p>	<p> <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"/>其他                 </p>
<p>参与单位名称及 人员姓名</p>	<p>                     德邦证券 李强、张绍辉                      中信建投 袁清慧、魏磊                      民生加银基金 柳世庆、刘霄汉、王泳鑫、郝梦娇                      江苏睿诚投资 戴建国、刘丽                      东吴证券 宋金洋                      华夏基金 王泽实、胥梦缘                 </p>
<p>时间</p>	<p>2023 年 7 月 14 日</p>
<p>地点</p>	<p>现场调研</p>
<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p>                     副总裁、董事会秘书——赵风光                      董事会办公室主任、证券事务代表——李洪涛                 </p>
<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p> <b>问：妥布霉素吸入溶液的商业化预期？</b>                      答：妥布霉素吸入溶液目前在各省份挂网、入院等工作正常推进中，已在全国 20 多个省份完成挂网，同时公司也已经打通线上销售渠道，京东药房可以直接购买。因获批的时间未能赶上 2022 年的医保谈判，今年的销售还是依靠公司自主开发，妥布霉素吸入溶液今年的医保谈判也是公司的重点工作，公司正在积极准备相关工作。                      支气管扩张症在国内患者约 2,000 万人，40 岁以上人群患病率约为 1.2%。妥布霉素吸入溶液的成功上市，将可改变肺部伴肺部铜绿假单胞菌感染的支气管扩张患者雾化吸入治疗领域在国内外均无药可用的现状。制剂的销售情况易受到国内医药行业政策变动、市场环境变化等因素影响，未来的销售情况                 </p>

尚存在不确定性。

**问：沙美特罗替卡松吸入粉雾剂目前审批进展如何？其他竞争者情况？**

答：公司沙美特罗替卡松吸入粉雾剂于 2023 年 2 月获得上市许可申请受理，是自新规发布后，国内首家提交上市申请并获受理的产品，目前正在 CDE 审核中。在本公司之后，我们从公开渠道查询发现另有两家企业的沙美特罗替卡松吸入粉雾剂上市许可申请已获受理，公司的审评进度仍属于第一梯队，公司也正在大力推进该产品的上市工作。后续如有相关进展，公司将按照相关规定及时履行信息披露义务，届时请关注公司相关公告。

**问：近期公司获批富马酸福莫特罗吸入溶液，该产品的市场前景如何？**

答：富马酸福莫特罗吸入溶液是国家《第一批鼓励仿制药品目录》品种，也是国家医保乙类药品，该产品的省份挂网、入院等工作均在正常推进中。截至目前国内仅有 3 家获批，公司的产品是目前获批同品种中唯一通过国内验证性临床试验证明有效性和安全性的品种。

因富马酸福莫特罗是一种速效、长效的  $\beta_2$  受体激动剂（LABA），被广泛用于多种呼吸道疾病的治疗，尤其适合老年人，以及无法使用干粉剂或气雾剂的患者。在 GINA、GOLD 等国际指南中，LABA 均为维持期治疗的一线推荐用药。

**问：吸入制剂的研发进展以及未来布局方向和领域？**

答：公司研发管线布局上实行“差异化”竞争策略，以改良型新药的研发入手，力争更快、更多地推进新产品上市。公司除自主研发外，公司持续关注前沿技术，不断加强外部合作，通过授权引进、合作开发等多种方式，积极寻求公司优势领域

产品，今年公司已陆续引进流感药物 TG-1000、治疗肺水肿药物 JRF-106 等多个创新药，拓展呼吸系统其他疾病，后续公司也将完善核心、优势领域的产品梯队建设，进而实现长期可持续发展。

**问：关于保健品板块的战略布局和规划？**

答：健康元是保健品业务起家，2023 年一季度实现收入 0.40 亿元，同比增长 46.99%，增幅显著。

保健品板块三个核心品牌太太、静心及鹰牌历经 30 年来的沉淀，品牌非常的深入人心。借鉴公司处方药数字化营销的成功经验，公司保健品板块也加强数字化营销，主要通过以下几种方式提升品牌知名度：一是通过打造大单品的方式增强电商渠道渗透；二是借助在电商渠道 6.18、双十一等大促做线上、线下结合的全域营销，借此迅速提升品牌影响力；三是加强在小红书、抖音等新媒体平台进行产品优质内容推广；四是打造“更年期专家说”公益平台，科普女性更年期注意事项，沉淀私域用户。

**问：请问公司在宠物药的开发上作何规划？**

答：公司一直以来非常关注动物保健业务领域，今年与控股子公司丽珠集团启动成立了丽健动保公司，重点针对宠物用药市场。丽珠集团近年来已有多种宠物药原料药出口海外主流动保公司，在国内也逐步往制剂方向延伸。丽健动保目前已经获批 1 个品种，后续仍有多个产品在研发与申报当中，目前主要集中在驱虫药方面，后续会拓展治疗领域和剂型，考虑宠物特点并立足公司在药物研发、生产及品牌方面的优势做更多布局。

活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件(如有,可作为附件)	无
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	本次调研活动期间,公司不存在透漏任何未公开重大信息的情形。
日期	2023年7月14日