

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>共 17 家机构，24 人次，详情请见附件。</p>
<p>时间</p>	<p>2024 年 9 月 4 日-9 月 6 日</p>
<p>地点</p>	<p>线上接入、现场调研</p>
<p>上市公司接待 人员姓名</p>	<p> 董事长——朱保国 副总裁、董事会秘书——赵风光 投资总监——朱一帆 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> 问：近期国际上多个慢阻肺（COPD）新药获得性进展，公司也在慢阻肺领域进行多年的布局，请问公司如何看待中国 COPD 的市场和公司的发展？ 答：中国慢阻肺患者人数在 1 亿人左右，已成为中国第三大致死性疾病。因疾病认知及重视程度不足等原因，该疾病的知晓率和诊断率仍有较大的提升空间。公司已上市的产品为目前主流治疗 COPD 的药物，公司也已积极布局 IL-4R、TSLP 等新型生物制剂，将在呼吸疾病赛道持续深耕。针对 COPD 的知晓率问题，公司也通过“呼吸专家说”平台，通过专家科普等形式，提升患者教育，助力健康中国 2030 目标。 问：TG-1000 已申报生产，预计获批上市时间，以及后续的销售策略？ </p>

答：TG-1000 为创新抗流感 1 类新药，是一种新型帽依赖性核酸内切酶抑制剂。III 期临床数据显示，TG-1000 所有流感症状缓解的中位时间较安慰剂组具有优越性，并且对甲流、乙流病毒均具有良好抑制作用。相较于奥司他韦，TG-1000 胶囊因抑制病毒时间长的优势，只需服用一次即可。近期，国家出台多个政策优化创新药的审评审批，也希望 TG-1000 能够尽早上市。

流感药的需求也跟流感季节性的爆发息息相关，近几年呼吸道疾病频繁高发，流感、新冠、肺炎支原体感染等多种呼吸道疾病叠加流行，抗病毒用药大幅上升，这可能也是未来后疫情时代的一个疾病流行趋势。因此我们对未来 TG-1000 的销售还是充满信心的。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，未来的销售情况尚存在不确定性。

问：公司沙美特罗替卡松吸入粉雾剂拿到首仿。公司对于该产品的销售预期？

答：沙美特罗替卡松吸入粉雾剂（健可畅）于今年 6 月正式获批上市，公司正在积极推进省份挂网、入院等前期销售准备工作，以加大市场开拓的力度。目前该产品也已开通线上购买渠道，京东健康即可购买。我们致力于提高产品市场占有率，期待未来该产品为公司贡献新的利润增长。由于药品的生产和销售易受到国内医药行业政策变动、招标采购、市场环境变化等因素影响，存在不确定性。

问：未来公司 BD 的重点方向，对目前已引入的创新品种临床开展节奏？

答：研发架构及体系建设方面，上半年公司从组织架构到研发立项逻辑及思路做了深入调整。公司所有研发项目重新评估，加速聚焦创新药项目。集中优势资源，重点关注呼吸、消化、精神、辅助生殖等优势治疗领域的①新靶点、新机制；②新给药方式和③新适应症的扩展，以增强集团研发管线厚度，为后续 3-5 年甚至更长

期准备重磅产品和业绩弹性。

目前健康元几个重点 BD 项目引进后研发进展比较顺利：TG-1000 已申报生产，TSLP 与 IL-4R 两个单抗正在推进II期临床，镇痛新药 FZ008-145、治疗哮喘双靶点新药 DBM-1152A、治疗哮喘口服新药 N91115 均已进入I期临床研究，拜耳小分子药物正在准备 IND 申报资料。

问：今年原料药 7ACA 的价格预期和原料药板块的全年预期？

答：今年上半年健康元本体的原料药较上年同比下降约 4.4%，其中 7-ACA 的价格较上年同期有略有增长，主要还是美罗培南原料药的价格由于去年下降很多，因此价格同比还是下降的，全年看这两个品种的价格今年表现相对稳定。下半年，除了现有原料药产品外，公司积极落实新产品及新产能落地，与风火轮生物合建的焦作健风已完成主体建筑施工，未来拟生产硫辛酸、烟酰胺核糖（NR）等多个保健食品原料药，有望提供新的增量。

问：公司保健食品板块增长迅速，全年保健食品板块预期？

答：保健食品板块今年上半年业绩尤其亮眼，实现营业收入 1.80 亿元，在去年高增长的前提下，同比增长约 106.37%。主要增长的动能还是来自于集团两年多以来，在这个板块的持续投入升级成果的释放。“太太”、“静心”及“鹰牌”三个品牌业绩贡献均比较出色。公司围绕品牌搭建一套以用户运营为核心数据驱动的 DTC 品牌数字营销体系来驱动销售的增长。在内容营销方面，通过鹰牌与 gaga 跨界联名的花旗参特调饮和意可贴的抖音短剧等新打法和玩法都是比较“出圈”的。同时，公司加强渠道转化，加强线上渠道承接，开通天猫、京东、抖音、小红书旗舰店，与线下 50 强连锁战略协议签订合作和执行，大力开拓线下食线渠道。保健食品是我们集团的起家版块，在集采的时代背景下，战略意义会愈发凸显。在营销模式升级的同时，我们也将持续在新产品布局方面发力。

	<p>问：公司近年回购与现金分红的比例较高，出于怎么样的考量？</p> <p>答：公司非常重视股东回报，近四年来，公司已完成四次二级市场回购，回购资金已累计近 22 亿元，绝大多数回购股份均完成注销。根据规定，回购视同现金分红，过去三年，公司当年现金分红加上回购金额，占比最近一期经审计归母净利润比例平均达 60% 以上。今年 8 月，公司启动新一轮 3-5 亿元回购计划，目前待股东大会审批。</p> <p>公司多次实施回购、现金分红等措施能够维护广大投资者的利益，增强投资者信心，同时也彰显了公司董事会及管理层对公司内在价值的坚定信心。公司也将坚持以提升公司经营业绩和企业价值作为长期工作重点，力争以优良的业绩回报广大投资者。</p>
<p>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)</p>	<p>无</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>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。</p>
<p>日期</p>	<p>2024 年 9 月 4 日-9 月 6 日</p>

附件：参会人员名单

序号	姓名	公司	时间	参会方式
1	杨舒怡	华源证券	2024年9月4日	现场调研
2	刘锡源	富国基金	2024年9月4日	现场调研
3	陈晨	UBS	2024年9月4日	现场调研
4	郑博华	UBS	2024年9月4日	现场调研
5	邓俊	UBS	2024年9月4日	现场调研
6	伊崇巍	UBS	2024年9月4日	现场调研
7	Yanqian Wu	Oddo BHF SCA (P)	2024年9月4日	现场调研
8	Steven Huang	Broad Peak Investment Advisers Pte Ltd (P),	2024年9月4日	现场调研
9	Yuan Wu	Neumann Advisory Hong Kong Limited (P)	2024年9月4日	现场调研
10	Ge Song	China Merchants Fund (P)	2024年9月4日	现场调研
11	Clarie Li	Goldman Sachs Asset Mgmt (P)	2024年9月4日	现场调研
12	Dino Chen	Grand Alliance Asset Mgmt (P)	2024年9月4日	现场调研
13	Qiao Deng	U Capital (P)	2024年9月4日	现场调研
14	Zhiwen Zeng	Golden Nest Capital Management (P)	2024年9月4日	现场调研
15	李奕玮	华泰证券	2024年9月5日	线上接入
16	冯雪云	惠理基金	2024年9月5日	线上接入
17	宋歌	国盛证券	2024年9月5日	线上接入
18	张宇煊	鹏华基金	2024年9月5日	线上接入
19	梁浩	鹏华基金	2024年9月5日	线上接入
20	范晶伟	鹏华基金	2024年9月5日	线上接入
21	冯俊曦	国投证券	2024年9月6日	线上接入
22	黄施齐	长盛基金	2024年9月6日	线上接入
23	洪靖怡	长盛基金	2024年9月6日	线上接入
24	郝征	长盛基金	2024年9月6日	线上接入