

证券代码：002332

证券简称：仙琚制药

浙江仙琚制药股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-003

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 ☒其他（投资者接待日）
参与单位名称及人员姓名	华创医药 王宏雨 慎知资产 高岳 湘财基金 张泉 大成基金 陈泉龙 兴全基金 张艺君 东方红 徐宏 博时基金 张之瑞 天风证券 刘一伯 中泰证券 祝嘉琪 招商证券 侯彪 开源医药 阮帅 华泰医药 李奕玮 华鲁投资 马宁科 中信建投 王云鹏 中信建投 赖俊勇 国盛医药 陶宸冉 杭银理财 王哲 天襄资本 杨一 东吴证券 俞昊岚 兴证医药 乔波耀 惠升基金 张政 华源证券 陶晨冉 西部证券 邓琳茜 浙商证券 盖文化 太平洋 周豫 太平洋 乔露阳 浙江省国资运营公司投资事业部 王奕 章谕非 马昌城
时间	2025年05月15日 9:30-11:30
地点	仙琚制药 会议室
上市公司接待人员姓名	董事长 张宇松 总经理 金炜华 财务总监 王瑶华 副总经理 邹文辉 副总经理 董事会秘书 张王伟

投资者关系活动主要内容介绍	一、公司就2024年报及2025年一季报基本情况、经营概况做了介绍。 1、公司2024年营收与利润情况:实现营业收入40.0亿元,同比下滑2.98%。归母净利润3.97亿元,同比下滑29.46%,扣非归母净利润5.49亿元,同比增长2.15%。制剂业务收入24.2亿元,同比增长6.0%,其中呼吸、皮肤领域产品增长显著,分别同比增长31%、19%。原料药业务收入15.5亿元,同比下降13.4%,下滑主要受国际市场中非规范市场价格下滑及规范市场去库存影响。 部分制剂产品纳入省级联盟集采,导致普药业务收入同比下滑19%,对整体营收造成一定拖累。原料药市场价格波动及下游客户库存调整,使得原料药业务收入下降,进而影响公司整体业绩表现。 2、2025年一季度公司实现营业收入10.1亿元,同比下滑2.86%,归母净利润1.44亿元,同比下滑4.7%,扣非归母净利润1.44亿元,同比下滑0.76%。尽管营收和净利润有所下滑,但扣非净利润的降幅较小,显示出公司核心业务仍具有一定的稳定盈利能力。制剂业务在一季度延续了2024年的增长态势,部分重点产品如糠酸莫米松鼻喷剂等继续放量,推动制剂业务整体保持稳健发展。原料药业务受市场价格因素影响,随着国际市场客户去库存周期的逐渐结束,有望逐步企稳回升。 集采政策的持续推进,使得部分产品价格和市场份额受到一定冲击,对公司营收和利润产生影响。原料药市场的波动性较大,价格和库存的变化直接影响公司原料药业务的经营业绩。
----------------------	---

	2025年一季度制剂销售收入5.35亿，同比下降6.6%；主要制剂产品销售收入按治疗领域划分：妇科计生类制剂产品销售收入1亿，同比下降20%；麻醉肌松类制剂产品销售收入3600万，同比增长20%；呼吸类制剂产品销售收入2.1亿，同比增长16%；皮肤科产品5500万，同比增长8%；普药制剂产品销售收入1.16亿，同比下降28%。新产品庚酸炔诺酮注射液、屈螺酮炔雌醇片、戊酸雌二醇片、十一酸睾酮注射液等保持较好增长。 二、现场提问环节： 1、制剂新品种的研发申报进展如何？ 1) 奥美克松钠：据悉，奥美克松钠已于2024年9月申报上市并获受理，目前处于审评审批阶段。 2) 改良型新药CZ1S：改良型新药CZ1S于2025年2月已开展国内III期临床试验。该药品是在现有药物基础上进行的改良和创新，旨在提高药物的疗效和安全性。公司正积极推进CZ1S的临床试验工作，争取早日完成临床试验并申报，为患者提供更优质的治疗选择。 3) 高壁垒复杂制剂项目：公司在高壁垒复杂制剂领域也有多个重点研发项目，如吸入制剂研发已进入关键申报准备阶段。公司通过高壁垒复杂制剂研发，以临床需求为导向，突出独特性和时效性，丰富公司未来麻醉、吸入制剂产品线，增强市场竞争力。 2、公司研发平台如何布局？ 1) 研发平台建设：公司构建了完善的研发体系，形成了梯次分明的产品开发队列。在甾体药物产业链及关键治疗领域，公司建立了多个研发平台，涵盖了原料药研发、制剂研发等多个方面。
--	--

	公司还建立了开放式研发平台，在杭州成立仙居医药公司、莘泽医药公司等，在嘉兴设立原料药研发平台仙居（嘉兴）医药科技有限公司，形成了以国外高端研发机构为技术源头，以杭州和仙居两地研究院为技术消化和接收基地，以仙居生产基地为技术实施和落地的综合性技术架构体系。 2) 国内外合作研发：公司积极与国内外知名药企、科研机构开展合作研发，通过引进先进技术和研发理念，提升公司研发水平和创新能力。 公司还参与了多项国家和省级科研项目，与高校和科研机构合作开展基础研究和应用研究，为公司研发创新提供了丰富的技术储备和智力支持。 3) 研发成果转化：公司注重研发成果的转化和应用，通过建立高效的成果转化机制，加速研发成果从实验室到市场的转化进程。公司已有多款新产品成功上市，为公司未来发展奠定基础，同时也进一步提升了公司在行业内的影响力和竞争力。 研发投入与团队建设：从仿制药转向创新药转型，公司通过近十年的沉淀和努力，实现了管理层和员工的年轻化，研发能力大幅提升，研发投入从2015年的8000万增加到2024年2.65亿元；研发强度从3.5%逐渐增加的6.6%，未来还将进一步加大研发强度。2025年一季度研发费用7077万，同比增长3.31%。公司建立了专业的研发团队，涵盖了药物研发的各个环节，为创新药研发提供了有力的人才支持。公司还积极与国内外科研机构和高校开展合作，整合各方资源，加速创新药研发进程，提升公司在创新药领域的核心竞争力。 针对临床需求和特定治疗领域制定了差异化竞争策略，公司关注独特性和时效性，以提升未来产品的市场竞争
--	---

	争力。公司积极拓展销售渠道，加强与医疗机构和临床专家的合作，为公司未来创新药的持续发展提供有力支撑。 3、公司呼吸科领域重点产品的销售情况以及未来预期如何？ 糠酸莫米松鼻喷剂2024年成为公司当前增量收入的主要来源之一。该产品主要治疗过敏性鼻炎和鼻息肉等方面，市场认可度较高。公司通过加强市场推广和渠道拓展，进一步提升了该产品的市场份额和销售拓展，预计未来几年将继续保持快速增长态势。其他呼吸类新产品：公司在呼吸领域未来将推出多款新产品，继续加大呼吸领域新产品的研发和推广力度，进一步丰富呼吸类产品线，满足不同患者的治疗需求，为公司呼吸领域业务的持续增长提供有力支撑。 市场拓展与推广：公司针对呼吸领域新产品制定了市场拓展策略，通过参加学术会议、举办产品推广会等方式，加强与医疗机构和医生的沟通与合作，提高产品知名度和影响力。公司还积极拓展呼吸领域新产品的销售渠道，与多家知名医药经销商建立合作关系，确保产品能够快速进入市场，提高市场覆盖率和销售业绩。 4、公司皮肤科产品目前销售情况及未来预期情况如何？ 皮肤领域产品的乳膏剂2024年实现收入2.3亿元，同比增长19%。 公司通过优化生产工艺和质量控制，进一步提升了该产品的品质和稳定性，增强了产品市场竞争力。公司注重皮肤领域新产品的品牌建设，通过打造品牌形象，提高产品附加值和市场认可度。公司通过开展公益活动、举办皮肤健康讲座等方式，提升品牌知名度和社会影响力。
--	---

	5、男性健康产品十一酸睾酮注射液的销售进展请介绍一下？ 十一酸睾酮注射液作为公司男性健康领域新推广的重要产品，2024年实现收入约1300万，预计未来将继续保持较好增长态势。 未来公司将围绕男性健康、雄激素补充等不断丰富相关产品线。 6、请介绍公司的战略规划与发展方向。 过去十年，公司通过深入分析每个数字背后的原因，确保稳健运营，同时聚焦甾体技术领域，强调长期成本和价值创造，不受短期行为影响。未来，公司计划围绕健康生命周期，拓展至多领域，积极布局，同时重视风险识别、评估与合规管理，以实现可持续发展。 1) 聚焦甾体激素领域：公司聚焦甾体激素领域，以开放的心态关注创新机会，做全做精激素产业链不断丰富原料药及制剂产品结构，专注于综合能力提升，不断为满足多层次市场需求，发掘结构性市场机会，不断研发新产品、提供新价值，在行业内形成有专业、有特色、有壁垒的独特发展路径。 2) 长期主义与价值创造：公司坚定创新布局，以技术突破形成竞争优势。关注业绩表现，更注重长期发展能力的构建，公司认为只有构建在能力基础上的业绩才是稳固和可持续的，我们的目标是保持公司长期价值的最大化。公司秉承长期主义，公司在未来发展能力的建设上投入更多的资源和努力。 3) 行业定位与竞争优势：公司致力于在甾体激素领域形成有专业、有特色、有壁垒的独特发展路径，通过技
--	---

	术创新和产品差异化，提升公司在行业内的地位和影响力。 公司将加强与国内外同行的合作与交流，积极参与行业标准制定，提升公司在行业的话语权和竞争力，为公司未来的发展奠定坚实基础。 7、后续出海的预期 公司实施制剂国际化“五位一体”战略，从国别政策、市场需求、准入门槛、竞争格局、我方优势等多维度开展后续制剂出海产品规划布局，现阶段开展以宏观政经形势为基准，实现战略方向上锚定，对于出海可行国家范畴进行筛选与聚焦，以宏观政策定局、以行业需求入局、以他国准入破局工作。甾体激素药物应用广泛，全球存量市场大，需求稳定，持续增长为行业带来发展机遇，未来在多重积极与阻碍因素拉锯下仍将继续维持稳健增长动能。 8、关于当前国际贸易政策环境下产品出口的影响情况如何？ 公司预测今年国外销售额整体上会有增长，尽管价格波动面临跌价损失的风险，但公司在销量和市场占有率方面会积极拓展。公司将进一步加强新产品研发和存量产品的销售拓展，以应对国际形势的变化。当前的国际贸易政策对销售额的直接影响较小，但未来地缘政治因素的长期隐性影响有待观察。公司将聚焦于强化甾体原料板块，拓展高端市场，提高市场份额。同时，公司正构建高端大客户市场能力，通过研产销大平台建设和技术精进，为未来2026至2027年的市场机会做好准备。
--	---

	9、公司产品销售策略与体系优势有哪些？ 公司产品分为稳、拓、创三个阶段，其中稳阶段包括流通产品、益玛欣、呼吸等基石产品，目标是稳住市场并适度增长；拓阶段产品需实现高于市场的增长，采用特定策略；创阶段则尝试新领域，如海外产品销售和引进合作产品。公司优势在于拥有四大体系（HR、财务、SFVE、数据），利用体系优势推动销售和战略建设。 10、在产品的申报注册方面，公司在国内外的应对策略有何不同？公司海外产品市场战略及布局拓展如何？ 相较于国内申报，国外申报在申报策略上，公司会根据政策变化及市场发展形势进行灵活调整。比如在海外产品开发与注册方面，公司可能会通过与合作伙伴共同制定海外产品手册，并结合自身研发、注册、生产平台等现有的领域优势，通过体系性建设，选择规模、竞争、价格因素考虑市场趋势良好的品种，确定进军海外市场的具体路径和策略。 11、如何看待公司股价走势及公司未来发展方向？ 公司股价波动受多种因素影响，包括医药行业的整体变化、集采政策的影响以及新产品的开发和未来规划等，比如仿制药领域的调整受行业政策影响较为明显。公司目前正处于发展动能转换期，面对市场变化，公司通过产品创新和供应链优化，促进新旧动能转换；随着存量产品爬坡、集采影响减少以及新产品的逐步显现，相信市场未来能看到公司的业绩发展变化。 12、公司供应链向上游区域延伸的原因及行业现状如何？ 随着行业集中度的提升，供应链向上游拓展的趋势
--	--

	日益显著，其核心驱动力在于成本优化与市场竞争力强化。向上游延伸供应链能够显著降低原材料采购成本，并减少因上游价格波动带来的经营风险；同时，企业可以通过垂直整合策略，能够更好地保障供应安全，提升供应链的抗风险能力。在当前竞争格局下，市场份额较大的企业通常具备更强的供应链稳定性，因此，深化产业链整合并推动技术升级至关重要，这不仅能够巩固公司的市场地位，还能持续增强市场竞争优势。
附件清单（如有）	无
日期	2025年05月15日