

证券代码：601607

证券简称：上海医药

上海医药集团股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2024-001

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他_____
参与单位名称	此次业绩说明会通过上证路演中心向全市场公开发布 参与机构：中信证券、中信建投、国金证券、浙商证券、汇添富基金、富国基金、广发基金、嘉实基金、华宝基金、东方资产、华安基金、前海人寿、摩根士丹利、南方基金、拾贝投资、润晖投资、等 198 人次。
时间	2024 年 3 月 29 日
地点	上海医药大厦报告厅及线上平台
上市公司接待人员姓名	执行董事、总裁 沈波 执行董事、执行总裁 李永忠 副总裁 张耀华 副总裁、董事会秘书 钟涛 副总裁 李东明 总监、首席医学官 于顺江 财务部总经理 祝合银 营销中心副主任、产品战略部总经理 杨毓方 战略发展部总经理、全球研发合作部副总经理 魏明扬
投资者关系活动主要内容介绍	Q：公司对于 ROE 及净利率的绩效考核要求？ A：目前，公司绩效考核分为两类，一类是财务业绩指标，占据较大权重，另一类是可持续发展指标。在财务业绩指标中，ROE、利润和收入等都是核心指标。 Q：商业整体增长亮眼，作为公司的基石业务，未来有哪些规划？和工业业务有哪些联动和赋能？ A：上药作为商业龙头之一，一方面将继续推进网络布局的优化。目前，公司已覆盖 25 省，还有继续拓展的空间。另一方面将继续推进创新服务。近十年来，公司创新服务布局成效显著，主要体现在三

个方面。

其一，为创新药企业提供全方位服务，目前市场地位领先。十年前开始，我们开始为创新药企业打造覆盖上市前到上市后的全生命周期解决方案。2015年，公司孵化云健康，2018年，公司孵化镁信，为创新药支付提供便利。目前，公司已在创新药准入、商业化和多元支付方面建立了优势。未来，该平台将为上药自己研发生产的创新药进行赋能。

其二，着力建立商业板块CSO团队，已为外资企业推广产品超过60个。2023年底，赛诺菲把超过1/3的产品打包给公司，规模超过50亿。未来，医药商业板块的CSO业务也将赋能医药工业板块的诸多优质产品。

其三，新建医美推广团队，据有关报告，预计2025全球减肥市场将达到2000亿美金，中国2023年也有近150亿美金的市场规模。去年，公司获得贝那鲁肽的运营权，并建立了专业的医美营销团队。未来，我们将在玻尿酸，肉毒素和减重等方面寻求更多合作。

数字化方面，公司在十年前就开始布局SPD业务，通过数字化、智能化帮助医院提升运营效率，未来，医药商业板块的SPD业务也可为工业器械制造领域的布局进行赋能。

Q: 创新药研发的进展以及上市预期如何？

A: 目前，公司在研新药管线共有68个，其中创新药55个，改良型新药13项。公司已有安柯瑞（重组人5型腺病毒）、凯力康（尤瑞克林）、培菲康（双歧杆菌三联活菌）3款创新药，兰索拉唑碳酸氢钠1款改良型新药上市。在创新药管线中，已有3项提交上市申请，并已有2项具有良好前景的1类新药获得受理。

从团队建设来讲，现在临床试验的推进主要依赖于自建临床注册团队，速度较外包时期显著加快。今年预计将新增若干项目进入临床2期及3期。

Q: 中药板块未来的发展趋势展望？

A: 中药业务去年整体表现优秀，营收接近100亿，绝大部分是中成药，有很多优势品种，比如雷允上的银杏酮酯、青春宝的冠心宁，胡庆余堂的胃复春、厦中的八宝丹等。

公司中药业务未来发展可期，从策略上讲，主要做两件事情，其一是巩固终端营销体系，通过学术推广提升销售能力。其二是大品种二次开发，通过真实世界研究进一步佐证临床价值，已有多个重点产品在开展RCT研究。

	<p>Q: 降本增效的问题，工业板块有哪些降本增效的工作在推进，以及未来的展望？</p> <p>A: 制造管理的原则方针是质量为先、成本最优、智能制造和绿色发展。在确保质量的前提下，持续开展降本增效是工业板块重点工作。整体思路是围绕提升产能利用率，严格控制新增产能的六大举措：其一是优化生产布局，重点发展一批水平比较高的基地，水平较低的基地会逐步关闭。其二是全面的精细管理，上药在医药行业开展较早，已经形成了文化。2023年推进了23个重点产品的全价值链的降本，今年将进一步扩展到所有的重点品种。其三是扩大智能采购；第四提升资金指标，优化工序、提升效率、降低成本。其五是提升生产基地的人员效率。第六是加强降能降耗。</p> <p>Q: 公司在医药行业销售费用排名靠前，对于销售费用的管控有哪些举措？</p> <p>A: 虽然公司销售费用的绝对金额较大，但同时，公司销售额也较大。2023年四季度，公司的销售费用率开始下降，背后是营销模式的整合与调整。2023年下半年开始，管理层就坚决对于营销模式进行了有效的调整和优化，自营终端能力得到很大改善及提高。预计在营销模式优化的过程中，2024年的销售费用率将得到进一步的管控。</p>
附件清单 (如有)	无
注意事项	公司严格遵守信披规则进行投资者交流，如涉及公司未来计划、发展战略等前瞻性描述，不构成公司对投资者的实质性承诺。