

证券代码：688276

证券简称：百克生物

长春百克生物科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-005

投资者关系活动类别	<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 checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	详见附件
时间	2024年4月22日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事、总经理孔维；财务总监孟昭峰；董事会秘书张喆；证券事务代表佟雪莲
投资者关系活动主要内容介绍	<p>以往机构调研中重复问答，本次活动披露文件中未做介绍。</p> <p>2024年4月22日09:00-10:00，公司通过上证路演中心网站举办公司2024年第一季度业绩说明会。投资者可通过https://roadshow.sseinfo.com/roadshowIndex.do?id=18307 查看具体内容。</p> <p>1、2024年一季度业绩情况介绍</p> <p>2024年第一季度，公司实现营业收入27,028.84万元，较上年同期上升50.64%；实现归属于上市公司股东的净利润6,056.51万元，同比上升229.50%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润5,980.40万元，同比上升228.87%。</p> <p>2、公司如何开展带状疱疹疫苗的推广工作？</p> <p>带状疱疹疫苗营销方面，公司将在前期工作的基础上，总结经验，进一步在大众（针对潜在疫苗接种者）、客户（针对各级CDC和POV客户）、临床医生（综合或专科医</p>

院的疼痛科和皮肤科以及全科医生)等不同层面,持续加大工作力度,以不断提升产品的覆盖率和接种率。加大在互联网平台的投放力度,拓展新的流量合作渠道;2024年持续推进数字化门诊工作,力争入驻达到8000家;同时,探索线下的药店、诊所、体检中心、企事业单位等场景下的疫苗科普宣传和引流模式,通过试点积累经验,再逐步推广。

3、带状疱疹疫苗与传统疫苗的推广模式有何不同?市场投入是否增加?

带状疱疹疫苗是成人疫苗,最重要的工作是受种者的引流,其推广方式与传统推广模式完全不同。公司通过线下+线上实现全覆盖。

(1)线下方面,加大中央市场部的宣传投入,通过进行全国宣传活动的知识科普,提高防御疾病认知;有效POV覆盖率力争达到20000家,提高接种覆盖率;同时,进一步完善对推广商的考核、评价机制,对不能完成公司考核要求的推广商及时进行调整和更换。

(2)线上引流方面,利用数字化营销进行疫苗的宣传与预约接种,提高市场转化率。

新的推广模式需要一个适应的过程。公司销售费用为总和管理,总体销售费用不会受到影响,销售费用率会逐渐下降。

4、带状疱疹疫苗的推广商数量?

公司通过对推广商的筛选,确定带状疱疹疫苗第一批推广商约80个。随着带状疱疹疫苗市场推广工作的持续推进,公司将逐步增加推广商数量。

5、智飞生物与GSK的合作与公司是否构成竞争?

目前国内带状疱疹疫苗市场容量足够大,重点是做好受种者的引流,提高该疫苗的渗透率。

6、带状疱疹疫苗在哪些地区销售情况比较好?

地区销售情况是变化的。2023年,上市比较早的地区销

售情况较好。随着各省的招标工作陆续完成，总的趋势是，市场需要时间培育，销售时间越长的地区销售情况越好，越大的市场表现越好。

7、带状疱疹疫苗在不同的地区、不同年龄段的销售策略是否不同？

通过对不同城市、不同性别、不同年龄段、不同家庭成员的大规模调查发现，受教育人群与接种人群有所差异，所以除了总结普适性方案推广，宣传策略会有针对性。中央市场部主要为线上宣传，区域推广根据自己特点进行线下宣传。

8、带状疱疹疫苗一季度的纯销率与去年同期相比，是否有所提升？

2023年带状疱疹疫苗的纯销率大约是36-37%，今年有所上升。从市场规律来看，将继续上升。

9、一季度水痘疫苗和带状疱疹疫苗两个品种的收入占比？

从单品种看，一季度，带疱疫苗的销售额占比接近50%，水痘疫苗销售额占比略超50%，这也反映了成人疫苗在春节期间接种意愿下降幅度更大，这一情况在其它成人疫苗中也有类似的体现。

10、新生儿出生率对水痘疫苗销售的影响？

随着出生率下降，水痘疫苗国内市场容量有下降趋势，公司将努力稳定水痘疫苗的国内市场地位，开展12岁以上人群的推广工作，以期弥补儿童市场的不足。同时，积极推进水痘疫苗产品出口工作，加快推进国际注册及市场开发，增大产品出口数量。

11、水痘疫苗在海外的销售进展情况如何？

公司目前水痘出口主要在印度、印尼等国家，出口覆盖国家增至6个；正在推进对俄罗斯等地区产品注册及出口工作。未来在满足国内市场的前提下，出口将持续增加。

12、一季度流感疫苗是否有收入？

公司一季度的销售收入中没有流感疫苗。

13、2024-2025 年流感季，美国将启用 3 价流感疫苗，中国 3 价和 4 价流感疫苗之间的格局是否会产生变化？

世卫组织不再推荐四价流感疫苗，接种 3 价流感疫苗是未来的趋势，但国内 4 价到 3 价还需要一定的过渡期。

14、公司今年的流感疫苗何时能够获得批签发？

流感季为每年三季度开始，按照公司计划，预计 5 月可获得流感疫苗的批签发。

15、今年流感的全国形势研判？

每一年度的流感情况预测较难。公司将结合市场需求，同时考虑减值风险，谨慎安排相关工作。此外，公司持续看好流感疫苗的市场前景，液体鼻喷流感疫苗已申请上市许可。同时，佐剂流感疫苗计划于本年度内申报临床研究，该疫苗适用人群为 6 月龄及以上人群，重点覆盖 60 岁以上及 3 岁以下人群，与鼻喷剂型相配合，进而实现覆盖全人群的流感疫苗产品组合。

16、传信生物的 mRNA 疫苗是否有新进展？今年是否有里程碑实现？

公司参股公司传信生物致力于 mRNA 疫苗技术的研发，传信生物聚焦开发具有自主知识产权和免疫细胞靶向的 LNP 递送技术，针对不同的应用场景和管线开发目标，分别开发了肌肉靶向和脾靶向两种 LNP 递送技术。肌肉注射方式不良反应小，人群依从性高，是预防传染病类疫苗首选的免疫方式，也有望用于肿瘤疫苗的研发。目前国际上获批的 2 款预防性 mRNA 疫苗均采用肌肉注射的方式，但是仍存在较高的局部不良反应率，及在肝脏等器官脱靶表达所带来的不良反应的风险。传信生物开发的制剂使 mRNA 在肌肉注射后能够更多的被注射部位的免疫细胞摄取，激发免疫反应，而在肝

脏的富集较少，潜在的肝脏不良反应较小，适用于预防性疫苗的开发。初步数据表明，传信生物肌肉靶向 LNP 递送，在有效性和安全性方面与国外已上市 mRNA 疫苗采用的 LNP 递送技术相比均有显著的优势。该递送技术目前已完成药效学验证，正在进行系统的安全性研究。针对肿瘤疫苗，传信生物开发脾脏选择性靶向递送技术，通过将表达肿瘤抗原的 mRNA 高选择性的递送到脾脏，被脾脏中丰富的免疫细胞摄取，从而激活体内强烈的免疫反应，利用免疫细胞杀伤肿瘤。传信生物基于全新母核结构的脂质分子，构建新的 LNP 处方和制备工艺，相比国外处于临床 II 期的递送技术，具有更高的蛋白表达量、更好的制剂安全性和稳定性。该递送技术目前也已完成药效学验证，正在进行系统的安全性研究。预计今年可达到第二个里程碑。

17、总结及展望？

本年度的目标：2024 年的重点是带状疱疹疫苗，该疫苗 2023 年销售时间不到半年，很多较大省份均为年底陆续进入，2024 年销售期将为全年。该疫苗为公司第一个成人疫苗，公司在总结经验的基础上，持续增加中央市场部投入，通过市场培育期，销售收入才能大幅上升。

公司持续发展目标：长远看，研发工作是公司重要的组成部分。目前，公司多个在研产品在一季度取得了新进展：液体鼻喷流感疫苗已经提交申请上市许可，正在等待审评中心正式受理；破伤风单抗已经启动 I/II 期临床研究；HSV-2 疫苗、Hib 疫苗已经提交 Pre-IND。

2024 年，公司将持续推进吸附无细胞百白破（三组分）联合疫苗项目临床研究工作；完成全人源抗狂犬病毒单克隆抗体 I 期临床研究，开展 II 期临床研究；开展冻干人用狂犬病疫苗（人二倍体细胞）、全人源抗破伤风毒素单克隆抗体临床研究准备及临床研究工作；此外，还将完成流感病毒裂

	<p>解疫苗（BK-01 佐剂）、重组带状疱疹疫苗、单纯疱疹病毒-2 疫苗以及 b 型流感嗜血杆菌结合疫苗的临床前研究，力争向国家药品监管部门申请临床研究。</p> <p>工程建设方面，公司的厂房建设与项目研发进度配套，目前在建的主要有佐剂流感疫苗、重组带状疱疹疫苗、mRNA 疫苗车间等建设项目，为长远发展打下坚实基础。</p>
附件清单	中信医药、东北医药、东方医药、东吴医药、方正医药、国海医药、国金医药、国联医药、国投医药、国信医药、海通医药、华安医药、华鑫医药、华源医药、华福医药、开源医药、民生医药、申万医药、信达医药、西南医药、中银医药、中金医药、中泰医药等 140 家机构投资者及其他投资者。
日期	2024 年 4 月 23 日