证券代码： 002603　　证券简称：以岭药业

# 石家庄以岭药业股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：20261029

| | |
|---|---|
| **投资者关系活动类别** | □特定对象调研　　□ 分析师会议<br>□ 媒体采访　　☑业绩说明会（电话会议）<br>□ 新闻发布会　　□ 路演活动<br>□ 现场参观<br>□ 其他 （请文字说明其他活动内容） |
| **参与单位名称及人员姓名** | 华创证券、国联民生证券、中信建投证券、中金公司、德邦证券，国投证券、兴业证券、国泰海通证券、开源证券、华泰证券、中信证券、中邮证券、国盛证券、长城证券、华源证券、华安证券、长江证券、国金证券、东北证券、天风证券以及其他通过华创证券电话会议系统参会的投资机构 |
| **时间** | 2026 年 10 月 29 日（周四） |
| **地点** | 公司研会议室 |
| **上市公司接待人员姓名** | 董事会秘书 吴　瑞<br>财务负责人 李晨光<br>IR 总监　　张宏斌 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | **问题交流**<br><br>**1. 新版基药目录执行后，产品入院进展情况？**<br><br>《国家基本药物目录（2026 年版）》于 9 月 1 日起正式实施，对比上一版 2018 版目录，解郁除烦胶囊作为公司独家 1.1 类创新中药，首次纳入新版基药目录，公司纳基药目录品种由原来 5 个增加至 6 个。解郁除烦胶囊此前已纳入国家医保乙类目录，同时被《中国抑郁障碍防治指南（2025 版）》列为轻中度抑郁症推荐用药，产品循证证据充分。<br><br>基药身份将有利于提升产品覆盖。公司将持续做好专业化推广、供应链保障，积极推动产品落地。 |

| | |
|---|---|
| | **2. 呼吸类、心脑血管等药品渠道库存水平、终端需求趋势如何？**<br><br>公司主力产品渠道库存均处于一个合理的水平。<br><br>三季度受南方流感发病率影响，呼吸类产品销售呈上升趋势，根据以往经验，Q4 通常为呼吸类产品销售旺季。<br><br>报告期内，通参芪三个产品合计销售收入同比增长较好，未来，公司继续进一步深化专业推广力度，在 5 项国家重点计划科研成果基础上，积极拓展产品应用科室及疾病应用场景。<br><br>**3. 全年分红规划？**<br><br>现金分红是公司回报股东的重要方式之一，通常情况下，持续稳定的分红也是企业稳健经营的标志之一。公司着眼于长远、可持续的发展，综合考虑经营情况、发展目标、股东回报等多重因素，已经建立了对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制。未来，公司未来也将根据实际经营业绩情况，在符合公司利润分配政策、保障公司正常运营和长远发展的前提下，更加重视现金分红，更好地回报广大股东。<br><br>**4. 公司中药和生化药研发管线推进思路？**<br><br>**（1）中药方面**<br><br>公司仍然按照自己的计划，每年申报 1-2 个品种 IND。<br><br>目前，治疗类风湿性关节炎的芪桂络痹通片和治疗儿童感冒的小儿连花清感颗粒申报新药已获受理。2025 年 7 月，公司申报首个 3.1 类经典名方半夏白术天麻颗粒获 CDE 受理，近日，1.1 类中药新药“健骨关节颗粒”临床试验申请获得 CDE 受理。<br><br>目前，公司有 8 个品种处于临床阶段，治疗慢性胆囊炎的“柴黄利胆胶囊”和治疗胃肠型感冒的“藿夏感冒颗粒”处于临床 III 期阶段；治疗反复发作性尿路感染的“柴芩通淋片”、治疗肌萎缩侧索硬化症“参蓉颗粒”、治疗小儿支气管炎的“连花清咳颗粒”、治疗感冒气虚证的“连花玉屏颗粒”、治疗慢性阻塞性肺疾病的“芪龙定喘片”5 个品种处于临床 II 期阶段。未来，公司计 |

| | |
|---|---|
| | 划进一步加大 IND 申报力度。<br><br>公司未来研发计划布局：1）大呼吸领域：布局上呼吸道/下呼吸道/儿童等多个领域约 10 个以上品种；2）内分泌系统；布局糖周/糖足/糖肾/高尿酸血症；3）消化系统：布局胃肠肝胆四个脏器；4）妇科和儿科疾病延展；5)还有五官科/免疫类/类风关等小系统单个品种布局。<br><br>（2）**化药方面**<br><br>目前，公司有 3 个创新药品种进入临床阶段，其中治疗急性髓性白血病的“XY0206 片”处于III期临床研究，治疗缺血性脑卒中的“XY03-EA 片”和适应症为辅助生殖的“G201 胶囊”处于 II 期临床研究。10 月，首个完全自主研发的化药创新药“LB220-D08 缓释片”已获批开展临床，此外，公司还有多个产品处于临床前阶段。<br><br>**5. 公司院内外经营的展望？**<br><br>在院内市场，未来，公司继续进一步深化专业推广力度，在各项国家重点计划科研成果基础上，积极拓展主力产品应用科室及疾病应用场景，同时积极布局二线品种的临床计划，积累更多治疗证据，提升开户覆盖，为公司持续稳健发展夯实基础。<br><br>院外市场也是公司重点布局的市场。在健康中国 2030 战略指引下，行业持续推动从 “以治病为中心” 向 “以人民健康为中心” 的转变，政策鼓励零售药店向社区健康驿站转型，强化慢病管理、健康科普、药学服务的能力，同时居民主动健康意识不断提升，院外零售渠道迎来新的发展机遇。<br><br>整体来看，公司院内院外业务向上发展。三大品类所处发展阶段各有差异：心脑血管立足慢病长期用药需求，呼吸品类依托 OTC 身份挖掘家庭常备市场，八子补肾重在场景验证与用户教育，其他二线品种也蓄势待发。依托现有产品矩阵与终端服务能力，我们认为，公司业务中长期具备良好的成长潜力。<br><br>**6. 如何预期八子补肾产品的后续发展？**<br><br>以《健康中国 2030》规划纲要为顶层纲领，近几年，国家陆续出台多项 |

| | |
|---|---|
| | 老龄、银发经济、健康消费相关文件抗衰老产业上升至国家战略层面。2024年，国家首次明确提出发展抗衰老产业，抗衰老从个人需求升级为国计民生层面的国家需求，银发经济赛道前景广阔。随着大众居民的健康观念不断迭代升级，主动抗衰老、重视慢性病养生管理的意识持续提升。<br><br>在此行业大背景下，八子补肾胶囊依托扎实的科研证据支撑，凭借多机构联合开展的大规模小鼠抗衰老动物实验，在 DNA 甲基化年龄、寿命延长、多器官衰老干预等多方面获得多项研究发现，同时完成国内中医药抗衰老循证临床试验，目前已累计发表 20 余篇权威 SCI，2026 年 10 月 11 日，络病理论创新转化全国重点实验室联合多家权威机构在国际顶级学术期刊 Exploration（IF：30.4）在线发表题为“八子补肾方通过激活 AMPK-Sirtuins 信号轴与髓系免疫重置逆转慢性应激诱导的炎性衰老”的研究论文，该研究发现八子补肾胶囊可以通过激活 AMPK-Sirtuins 信号轴、重塑髓系免疫稳态并改善线粒体功能，从而逆转慢性应激诱导的多器官炎性衰老并延长寿命。<br><br>八子补肾产品是国内证据较多的抗衰老代表品种，在抗衰老赛道中具备突出竞争实力。展望未来，该产品计划在零售药店、特渠、电商等多渠道全面布局，充分承接银发经济与大众抗衰的消费需求。<br><br>**7. 大健康板块的销售情况？后续趋势以及销售策略？**<br><br>公司依托三十余年发展积累的理论创新优势、科研创新优势以及完善的医疗资源和产业资源，积极开拓布局大健康产业。以岭健康依托“通络—养精—动形—静神”理论指导，深挖中医“治未病”传统养生智慧，融合现代生物技术开展大健康产品研发与健康管理服务。近两年，以岭健康科技处于调整转型期。未来，公司计划聚焦睡眠健康（晚必安等）、心脑健康、呼吸健康（连花系列）、中式滋补 4 个方向打造产品矩阵，争取做出细分赛道领先品牌。<br><br>**8. 配方颗粒业务省内外销售情况及未来展望？**<br><br>公司响应国家推动中药配方颗粒标准化、产业化的政策号召，秉持着“遵循古法 还原汤剂”的理念，将质量控制前移至研发设计阶段，着力推进中药配方颗粒全生命周期质量控制模式，为医生和患者提供质量过硬的药品。除了 |

| | |
|---|---|
| | 关注产品质量及供应，公司还致力于助力医疗机构提升服务效率及临床医生的中医诊疗能力，助力医疗机构的中医药高质量发展。<br><br>随着集采和取消加成等政策在各省的执行，医院按调剂服务费收费将更加合理化，进一步减轻患者购药负担。未来公司会综合根据政策变化情况、业务拓展及利润贡献情况综合制定相应战略规划。<br><br>**9. 公司线上 O2O、电商平台的协同布局情况，以及对 O2O 模式机会的看法？**<br><br>公司线上形成 B2C 平台电商、B2B 线上批发、O2O 即时零售+新媒体私域电商四大矩阵：B2C 做品牌种草、长期零售；B2B 给药店线上供货；O2O 对接美团、京东、淘宝闪购到家等平台，联动线下连锁门店做即时配送，承接应急用药与处方外流。<br><br>医药即时零售持续增长，公司连花系列应急品种高度适配外卖场景；同时网售处方药放开，O2O 门店是处方外流的核心履约载体，叠加我们线下门店，O2O 能快速给零售业务带来增量，还能深度绑定连锁药店。中长期来看，公司把 O2O 打造成处方流转落地枢纽，串联院内、院外、线上线下全渠道，把药品零售升级为慢病健康服务，挖掘长期用户价值。 |
| 附件清单（如有） | |
| 日期 | 2026-10-29 |