

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：2021-001

投资者关系活动类别	<input 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
参与单位名称及人员姓名	上海医药 2020 年度报告业绩发布会 参与单位： MACQUARIE、MORGAN STANLEY、SUN、JIANGSU HUAYI、BOFA SECURITIES、BOFA MERRILL LYNCH、GSAM、JEFFERIES、MSHX、XINSHENG CAPITAL、TAIREN、ICBCI、CMSHK、CICC、CAPITAL INTERNATIONAL、GOLDMAN SACHS、UBS、EVS、TX CAPITAL、里程碑资管、仕富资本、华安证券、上海考铂投资、汉口银行、中天证券、万联证券、国元证券、弘章资本、太平洋资管、东方财富证券、中辰集团、恒泰证券、国华人寿、尚谦资本、富国基金
时间	2021 年 3 月 26 日 18:00-19:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	上海医药董事长周军先生、执行董事总裁左敏先生、执行董事副总裁李永忠先生、执行董事副总裁兼财务总监沈波先生、副总裁顾浩亮先生、总监中央研究院负责人柯樱女士、总监首席医学官兼研发管理中心副主任于顺江博士、财务部总经理祝合银先生以及 IR 团队孙诗旖、周一宁
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司经营情况简要介绍 2020 年公司实现营业收入 1,919.09 亿元，同比增长 2.86%，其中医药工业实现收入 237.43 亿元，同比增长 1.08%；医药商业实现收入 1,681.66 亿元，同比增长 3.12%，其中分销业务实现收入 1,676.50 亿元，同比增长 3.24%，零售业

	<p>务实现收入 85.19 亿元，同比上升 2.15%。公司经营质量持续改善。经营性现金流净流入 68.45 亿元，同比增长 13.65%。</p> <p>商业板块，公司持续增厚商业网络布局，提升区域市场份额。加快现代物流中心建设，提升医药保障基地服务能级。其次，公司持续巩固进口业务优势，全年成功引进 17 个进口总代品种，进一步强化中国领先医药进口平台的地位。与此同时，公司进一步巩固在进口疫苗方面的领先优势。公司 2020 年疫苗配送实现销售收入 52.38 亿元，同比增长 53.54%。创新业务方面，公司正从产品提供商向服务商转型升级，陆续孵化多个相协同的“互联网+”业务模式。下属上药科园在多家医院及互联网医院开展送药到家、零接触智能药柜项目，在多个省份联通药店及诊所，落地博医上药互联网技术平台，已上线 10 余家 DTP 药房；旗下上药云健康已对接 232 家医院，近期完成 10.33 亿元的 B 轮融资；参股的镁信健康作为国内首个全周期医疗创新支付平台，也已完成 10 亿级的 B 轮融资。。</p> <p>医药工业方面，我们积极应对市场变化，构建销售一代、发展一代、布局一代的产品梯队，持续加大研发投入，并通过融产结合加速创新转型：报告期内，公司过亿品种数量大幅增加，从 2019 年的 35 个增长至 42 个，诞生 2 个过 10 亿的大单品。重点品种覆盖心血管、消化系统、免疫代谢、全身抗感染、精神神经和抗肿瘤等领域。此外，公司在罕见病领域也处于行业领先地位，拥有 15 个品种（覆盖 18 个适应症）的产品管线。</p> <p>同时，公司在拓展国际市场方面也取得阶段性进展。新设国际业务事业部：抗疫药品实现了数十个国家和地区的准入突破；原料药在 50 多个国家进一步提升市场份额；并且，埃塞俄比亚制药厂项目也已启动。定位于全国领先的创新孵化器、CDMO 平台以及抗体产业化平台的上药生物医药产业基地（张江路 92 号）、高端制剂超级工厂宝山医药产业园、国家级原料药绿色工厂上药金山绿色制药精品基地、中药智能制造试点基地上海医药现代中药基地（青浦-上药杏灵），以及引进新一代中药智能制造技术体系的上药青春宝德清智慧药厂（一期）等重大项目均已启动建设。</p> <p>与此同时公司持续推进“卓越制造”，实现降本增效。进一步推进组织变革，提升运营及研发效率，培育新的增长引擎。报告期内，公司优化营销中心与制造管理中心组织架构，新建罕见病平台公司，并进一步完善了人员绩效与薪酬考核体系。并且，公司持续优化研发体系，形成从临床前研发、注册临床、全球研发合作到中试产业化的全链条研发平台；重组科技创新理事会，由陈凯先院士任理事长、裴钢院士任首席科学顾问。</p> <p>研发创新方面，报告期内创新研发显著提速，创新药管线取得诸多进展。截至目前，公司进入临床前及后续研究阶段的创新药管线已有 25 个产品（29 个适应症），其中 15 个产品进入临床或已上市。</p> <p>除自主研发及合作引进之外，公司积极打造“创新生态圈”。一方面通过“产学研”合作布局前沿技术，另一方面通过“融产结合”推动创新落地。</p> <p>此外，仿制药一致性评价工作进展顺利。报告期内 16 个品种（18 个品规）通过一致性评价，累计获批品种已达 21 个（27 个品规），位居行业前列。</p> <p>最后值得一提的是，在新业务方面，公司启动了疫苗领域的布局。我们依托专业技术平台、质控体系、销售网络和二类疫苗分销配送方面的龙头地位，与业内头部企业就疫苗开发、产业化、销售和配送等多方面达成合作。</p>
--	---

二、问答环节：

提问 1：截止到目前为止，上海医药最新的研发管线里面的一些进展情况？

答：上海医药截止到20年底，公司已进入临床前及后续研究阶段的创新药管线已有25个产品（29个适应症），其中15个产品进入临床或已上市。预计到21年底，创新临床管线（含改良型新药）项目35项，其中临床3期项目6项，临床2期项目7项，临床1期项目10项，提交pre-IND/IND 11项，1项非注册临床研究。

上药博康（SPH-BIOCAD）的6个品种国内注册取得以下阶段性进展：

1)PD1单抗已经于2021年2月7日获取CDE临床批件，同意于中国开展肺癌和宫颈癌两项国际三期多中心实验，预计2026年上市；

集团2020年研发费用16.57亿元，约40%投向创新药研发，约31%投向二次开发，约15%投向一致性评价，约13%投向仿制药3类/4类，剩余的主要投向原料药。

提问 2：上海医药在疫苗配送疫苗分销方面有哪些优势、哪些不足？

答：上海医药是国内整个疫苗领域的领先企业，疫苗冷链配送的运输网络，包括覆盖的CDC包括全国31个省有2000多家的疾控中心。

目前上海医药今年经营的进口疫苗有4个产品，去年整个疫苗配送实现了超过50亿左右的规模，同比大幅增长50%以上，可以说上海医药在这个领域有非常丰富完整的配送经验，

提问 3：上海医药是否在2021年还有继续计提的商誉减值的准备？

2020年，由于受到疫情的影响，医药行业面临着前所未有的挑战，疫情对部分公司的业务及产品的市场占有率发生影响。另外医药行业政策变化对医药行业发展及公司未来业务产生着深远的影响，但公司拥有着非常丰富的产品资源和市场布局，并将依托这两年不断优化的集团产品战略，更大限度地发挥集团的协同效应，提升新并购企业的盈利能力。公司将根据评估结果、各项因素的影响程度及公司业务未来发展规划审慎判断是否存在商誉减值。

剩余的商誉中，康德乐和天普的减值风险较小，康德乐业务已经与分销各个省平台深度融合，与分销的协同效益逐步显现，利润率进一步提升；天普凯力康产品2020年销量较2019年增长3倍，利润没有出现下滑的迹象。

提问 4: 公司已经在 2019 年启动了第一期的股权激励, 那么 2020 年也是第一个行权业绩的考核期。上海医药管理层对于 2019 年股权激励计划的经营成果是否满意, 是否达到了预想的结果? 之后是否有计划进行第二次的股权激励?

答: 上海医药作为上海市国企双百改革的标兵, 市场化改革的步伐会一直持续。控股股东以及董事会已经明确表示, 对于公司 2020 年的业绩是比较满意的。目前内部已经开始着手研究第二期的股权激励方案的可行性, 我们希望在接受第一次经验与教训的同时, 更加充分的达到激励的目的, 以更好的业绩回报广大投资者对上海医药的支持。

提问 5: 上海医药创新药的贡献, 在 20 年的占比是多少?

答: 上海医药去年在整个进口药品当中, 新引进了 17 个进口总代理品种, 这些新引进的产品, 下半年以后包括今年的一季度, 都有爆发式的增长, 平均增幅超过百分之五十, 为公司 2020、2021 年整个分销业务的增长奠定非常好的基础。

提问 6: 公司跟俄罗斯 Biotech 有一个合作, 有一系列产品的将引进, 包括 PD-1, 但起步比较晚, 在中国市场现在才刚刚开始三期的临床, 公司对市场方面有什么想法? 未来上药博康计划引入(或合作) BIOCAD 哪些新品种?

答: 在整个研发管线中, 首先肿瘤药的品种是比较多的, 小分子大分子都有; 第二公司也在开展免疫疗法特别是免疫细胞治疗, 公司在第十人民医院建了我们免疫细胞治疗的一个支配中心。现在对于很多肿瘤病种, 都采取联合用药联合治疗的这种方式, 所以我们对 PD-1 的研究虽然晚了一点, 但是对于后期整个肿瘤布局产品线, 我们认为 PD-1 跟其他联合用药, 甚至包括我们后期再开发的溶瘤病毒产品, 它仍然能发挥极大作用。

基于此, 尽管时间上稍微晚了一些, 我们还是加大力度推出 PD-1 出来, 日后跟我们的免疫细胞治疗、跟我们其他的整个药品一起联合推广。

另一方面, 有关未来引入的新品种, 俄方已提供给我方第二批拟合作的产品清单。清单中的产品包含临床前到临床三期的品种, 主要涵盖抗肿瘤、自身免疫类以及罕见病产品。产品清单中, 临床前和早期的临床产品基本都为国际上 First-in-Class 或者 Best-in-class 类别产品。

另外上药博康也依靠上海医药的广大资源, 在国内外寻求 in-license 或 co-develop 的合作方式。目前与几家国内知名的生物技术公

司展开洽谈，正积极筹划在肿瘤领域特别是 PD1 联合用药领域、自身免疫领域以及罕见病领域寻找合适的合作机会。

提问 7：未来分销业务的一个收入增长的趋势，以及毛利率的一些利润率的展望，细分领域还有哪些可以看到的一些增长点？

答：整个分销业短期确实正受到了带量采购的影响。从上海医药整个分销业务来看，医院是我们最重要的市场，在整个医院的市场当中，医保的产品也是我们占到非常大的一个比重，所以从短期来看，我们确实受到了集采的给我们带来的一些挑战。

但是从另外一方面来说，我们在创新转型方面，从去年开始也做了非常好的布局。第一个方面就是我们为创新药（包括国内的知名的创新药企业和一些跨国药企）奠定了非常好的基础，开展一体化增值服务：公司从这些创新药研发前期的我们对照品的提供、包括临床准入、临床患者的招募、包括市场的准入、包括整个线上线下 DTP 药房的拓展、包括我们美心健康的整个的创新药的支付的平台，为整个创新药企业提供一系列的增值服务。

从2017年开始，公司在整个创新领域引进的产品几乎占到了整个上市产品的 70%，到 2025 年创新占公立医院销售从现在的 15%预计能够提升到 45%，上海医药会非常好地抓住这样的机会。

第二个方面在带量采购中，很多的原研药厂外企、产品落标以后，他们解散了团队，那么从另一个方面来说，公司的 CSO 业务，包括我们前 5 年布局的总代总销的这样的一个合约销售推广的模式得到了更大的发展机会。

从今年来看，公司获得了非常好的市场机会，这也是我们业务转型很重要的一个方面。从原来我们传统的配送业务，我们转型到配送加我们营销服务。从今年以来，我们已经有 5 家厂家的外资厂家的远远的落标品种交给我们做市场的推广。我想这个方面特别是 CSO 的整业务的扩展，也让我们更好的去抵御带量采购所带来的负面影响。

第三个方面，我们也是全力拓展我们大健康领域，医疗器械，包括我们的医美产品、大健康产品，这也是我们一个非常好的新的增长点。

第四个方面就是我们借用我们在前五年互联网加的云药房云健康的培育下，联合我们的镁信健康，在医保支付领域线上线下的新零售体系，着重做我们的整个新零售的拓展。我相信通过我们 4 个方面的创新转型，上海医药的分销板块更好的在整个体育大量采购所带来负面影响之后，会有一个非常持续健康的发展。

提问 8：2020 年大概的一个市场份额分布是怎么样？

答：去年整个中国的医药分销板块，我们平均增长是大概在百分之-3~-5%左右，上海医药整个分销板块录得了 3%正增长。我们整个市场占有率也是略有提高。

	<p>从三大家来看，年报的数据来看，基本上都高于整个市场的平均的增长，所以可以看出整个头部企业的集中度是逐步在增强。上海医药从 2018 年超越竞争对手名列第二位以后，从 2020 年整个情况来看，我们继续巩固了排名第二的这样的市场地位。</p> <p>那么从上海医药我们整个业务板块的特色来看，一方面我们在创新要领域，特别是进口领域，创新药领域继续保持着领先的市场地位。</p> <p>同时我们在整个创新模式在整个 SPD、云药房、线上和线下一体化的一个新零售体系，特别是我们进入医保支付领域、镁信健康等——上海医药也是在创新布局上深耕多年，在这个领域上占据整个中国医药分销市场中的一个领先的地位。所以我们也要坚持我们创新转型的战略，使得我们在整个创新领域当中会整个业务的发展奠定更好的基础。</p> <p>同时我们从行业情况来看，我们也看到很多小的分销商面临的经营的困难和压力。因此我想我们一方面创新业务，一方面也是有合适的标的的话，我们也将进一步加大我们并购的力度，加速我们行业的整合。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2021 年 3 月 31 日