

证券代码：688739

证券简称：成大生物

## 辽宁成大生物股份公司

## 投资者关系活动记录表

编号：2025-001

|               |   |
|---------------|---|
| 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<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他                                 |
| 参与单位          | 东方红、招商基金、清淳投资、湘禾投资、浙商医药、招商证券、财通基金、华杰高景、国盛证券、国投证券、红杉中国   |
| 时间            | 2025年10月17日   |
| 地点            | 公司会议室   |
| 上市公司接待人员姓名    | 成大生物总经理毛昱、董事会秘书李业基  |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p><b>Q1:公司控股股东及相关董事高管调整对经营有什么积极影响？</b></p> <p>答：公司治理结构于2025年2月发生重大调整，公司控股股东辽宁成大完成董事会换届选举，其控股股东由此前的辽宁国资经营公司变更为韶关高腾，因韶关高腾股权结构穿透后无实际控制人，公司实际控制人相应由辽宁国资委变更为无实际控制人。此次调整使公司治理机制更趋灵活高效，为专业化决策和市场化运营注入新动能，也为体现公司在加强资本市场沟通、积极探讨通过并购等方式打造第二增长曲线的努力和决心。</p> <p><b>Q2:请问公司国际业务表现如何，“疫苗出海”战略推进情况？公司整体销售团队配置怎样，能保障产品市场</b></p> |

**覆盖吗？**

答：2025年上半年，公司国际业务表现良好，人用狂犬病疫苗销售收入实现大幅增长，业务已覆盖30多个国家，期间新增印尼市场准入，同时正积极拓展巴西等市场容量较大的“一带一路”国家和地区，“疫苗出海”战略稳步推进，国际市场优势持续巩固。销售团队配置方面，国内拥有400余人专业自营团队，覆盖除港澳台外全国各省疾控中心及接种终端，国际销售团队经验丰富，通过本地化合作拓展市场，国内外销售网络双轮驱动，能够有效保障产品市场覆盖的深度与广度。

**Q3：公司今年有什么创新的方面或突破？**

答：公司在多方面取得创新突破。多款研发产品处于关键节点，人用二倍体狂苗通过临床试验现场核查，完成产品注册检验，根据国家药审中心的反馈意见开展补充研究工作；四价、三价流感疫苗已申报药品注册上市许可；15价HPV疫苗进入II期临床等。公司与中科紫东太初共建“AI+疫苗研发联合实验室”，探索AI技术深度应用。国际化进程加速，人用狂犬病疫苗成功获得印尼市场准入，并积极拓展巴西等市场容量较大的一带一路国家和地区。此外，公司正在积极探索产业投资与并购整合机会，前瞻布局前沿技术平台，挖掘创新项目，打造第二增长曲线。

**Q4：现有疫苗产品大概是什么样的情况？**

答：公司核心产品人用狂犬病疫苗，在细分领域长期稳居行业龙头，凭借深厚技术积累与高市场认可度建立坚实竞争壁垒。当前虽然面临市场竞争加剧，但受益于国内公共卫生意识持续提升的行业红利，叠加公司成熟的生产工艺与严格的质量控制体系，未来将通过优化营销策略，进一步巩固并扩大市场份额，持续释放龙头价值。另一核

心产品乙脑灭活疫苗，作为国内唯一在售的国产人用乙脑灭活疫苗，公司正通过深耕国内终端市场，稳步夯实渠道基础，积极推进市场渗透布局，不断提升其销售贡献度，为公司经营业绩提供有效支撑。

未来新品规划清晰，公司已制定明确计划，明年将正式推出两款新产品以优化产品结构、增强综合竞争力：人用二倍体狂苗，相较于现有同类产品在安全性、免疫原性与接种程序多样性上均具备一定优势；四价流感疫苗，顺应流感疫苗升级换代的行业趋势，能更好满足市场多元化需求。

**Q5：公司前十大股东中几乎没有机构投资者，未来是否会加强与机构投资者的沟通？**

答：公司始终将与资本市场的良性互动置于重要位置，未来会持续加大与机构投资者的沟通力度，通过多维度、立体化举措传递公司核心价值、深化市场共识，为长期稳健发展注入更多动能。

公司已搭建起完善的常态化沟通机制：一方面，依托定期业绩说明会、线上专题交流等形式，及时、准确传递战略布局、业务进展及研发动态，确保信息披露的透明度与充分性；另一方面，积极响应机构调研需求，通过实地走访、专项路演等深度互动模式，精准解答机构对核心产品竞争力、市场拓展规划等关键问题的关切，切实搭建高效的价值传递桥梁。随着公司通过常态化沟通持续释放疫苗业务进展与新品研发亮点，机构投资者对公司长期发展逻辑的认知将逐步深化，有望吸引更多专业机构资金入驻，进一步释放公司的估值潜力。

未来，公司将不断拓宽沟通场景与维度，包括主动参与行业顶级投资峰会、联合专业分析师开展深度价值解读等，持续提升信息披露质量与双向沟通效率，助力资本市

场更全面、深入地认知公司内在价值。

**Q6：从疫苗行业地位看，成大生物有哪些发展潜力？业绩驱动有哪些？**

答：公司依托现有产品优势完善技术平台、拓展国内外市场，顺应国家战略布局新领域，同时构建了细菌疫苗、病毒疫苗、多联多价疫苗、重组蛋白疫苗四大研发技术平台，为长期发展筑牢基础。国内以专业自营团队深耕疾控中心与接种终端，国际通过本地化合作覆盖 30 多个国家，构建起全球化销售网络。人用狂犬病疫苗作为拳头产品长期占据国内市场主导地位，独家生产的人用乙脑灭活疫苗通过终端推广持续释放潜力；研发管线储备充足，为业绩驱动提供持久动力。此外，受“十四五”规划政策支持，全球化战略下“一带一路”沿线业务拓展带动国际收入占比提升，叠加全球疫苗技术升级与新兴市场需求扩容的行业红利，多维度推动公司业绩稳健发展。

**Q7：公司研发团队实力如何，能支撑技术创新吗？公司在研管线丰富吗？有哪些重点项目值得关注？**

答：公司研发实力持续夯实，现有研发人员 287 名，占员工总人数 16.05%，其中硕士及以上学历占比 47.73%，并在北京、沈阳、本溪设有研发中心。公司与中科紫东太初共建 AI 联合实验室，聚焦“AI+疫苗研发”创新体系，围绕数据整合、技术攻关、服务赋能及生态构建深化合作，可有效支撑技术创新。研发管线储备充足且推进有序，人用二倍体狂苗、四价/三价/高剂量流感疫苗、15 价 HPV 疫苗和 20 价肺炎疫苗等重点产品按计划推进，筑牢技术壁垒，为未来竞争与增长提供持久动力。

**Q8：公司乙脑灭活疫苗的市场推广成效如何？**

答：公司乙脑灭活疫苗的市场推广已取得阶段性成效，一方面实施“巩固渠道、扩大终端”策略，结合产品

|      |   |
|------|---|
|      | <p>销售实际优化营销管理架构，完善激励机制，加强销售人员过程管理与结果考核，指导团队在产品营销方面合理分配资源，提升团队凝聚力、战斗力与协同力，进一步强化销售能力；另一方面，在稳固传统营销渠道优势的同时，重点拓展以城市社区医院、乡镇卫生院为主的接种终端，主动加大产品在终端的覆盖与渗透力度，同时建立快速响应机制对接客户需求，确保推广服务高效落地。</p> <p>2025 年上半年该产品的接种终端覆盖数量及终端渗透率，均较去年同期有所增长，推广策略的有效性已逐步显现。</p> |
| 附件清单 | -   |
| 日期   | 2025 年 10 月 17 日  |