

健民药业集团股份有限公司

2024年11月投资者关系活动记录表

投关活动类别	<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 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	2024年11月1日：平安养老基金、浙商证券 2024年11月6日：信达证券 2024年11月7日：国联基金、嘉实基金、招商基金、银河基金、长盛基金、淡水泉、浙商资管、淳厚基金、正心谷、泰康资产、国联证券 2024年11月12日：宽远资产、东吴证券 2024年11月15日：国联基金 2024年11月19日：南方基金、招商证券 2024年11月21日：融通基金、安信基金、第一北京、兴全基金、睿骏资产、光大证券
地 点	公司会议室及线上会议系统
公司参与人员	公司董事兼总裁汪俊、董事会秘书周捷、证券事务代表曹洪、证券事务助理王淼
相关情况说明	本次活动不涉及应当披露而未披露的重大信息
活动主要内容	1、介绍一下公司三季度经营业绩情况？ 公司《2024年三季度报告》已于2024年10月18日披露。公司前三季度实现营业收入28.81亿元，同比下降7.58%，实现归属于上市公司股东的净利润3.22亿元，同比下降22.53%。净利润的下降主要是公司上年同期转让子公司股权带来的非经常性损益收入影响以及本期公司营销转变考核模式、优化渠道库存带来的医药工业销售发出下降和中药材价格上涨带来的采购成本增加。

2、龙牡壮骨颗粒目前的渠道库存情况及下降的原因？

截至三季度末，公司主要产品龙牡壮骨颗粒的渠道库存已到达合理水平。今年以来，公司为解决上一个发展周期暴露出来的一些问题和不足，启动了营销体系的全面改革，考核模式由发出考核向纯销考核转型，前三个季度销售发出较上年同期有所下降，同时消费下行压力，小儿维矿类产品整体发展放缓，从中康数据看，该品类销售较上年同期相比也出现下降。

3、便通胶囊的产品优势和目前销售状况？

便通胶囊由芦荟、肉苁蓉等 6 味中药组成，具有健脾益肾、润肠通便的功效，缓解脾肾不足、肠腑气滞所致的便秘症状疗效显著，是公司独家产品，医保乙类药品。便通胶囊在医院渠道销售二十余年，奠定了良好的用户基础，近年来投放到 OTC 渠道销售，目前发展状况良好。便通胶囊在医院和 OTC 渠道同时销售，前三季度医院市场便通胶囊保持稳定；OTC 渠道便通胶囊市场覆盖率持续提升，销售发出保持增长，但因公司广告投入的增加，OTC 渠道便通胶囊产生的销售利润暂无法完全覆盖费用增长。

4、公司广告主要投放在哪些品种？

公司广告主要投放在龙牡壮骨颗粒、便通胶囊这两个品种，2023 年公司焕新广告片，优化广告投放方案，在央视、卫视、省级电视台、爱奇艺、腾讯视频、芒果 TV、分众传媒等媒体，进行大声量广告投放，有效连接目标消费群体，提高品牌力。公司将坚持品牌引领战略，持续加大品牌建设，助力产品销售。

5、公司 OTC 线其他产品情况？

在产品方面除龙牡、便通胶囊外，健脾生血颗粒是公司第三个着力打造的渠道单品，该产品为公司独家药品、国家基药品种。我们对健脾生血颗粒进行渠道梳理，优化了价值链，目前销售状况良好，呈环比增长态势。其余品种如健民咽喉片、健胃消食片等销售规模较小。公司有二百六十多个产品批准文

号，产品资源丰富，我们也将陆续筛选一些独家、类独家的产品投放到 OTC 渠道当中，进一步丰富渠道产品。

6、四同药品价格治理对公司产品销售带来影响吗？

公司在医院渠道、零售终端药店同时销售的产品，院内外的销售价格差异不大，“四同药品”价格治理对公司产品销售未产生负面影响。

7、出生率下降，对公司未来产品销售的影响？

从国家卫健委公开数据，虽然出生率在下降，但儿童的就诊率在增长，儿童健康支出还在增长，儿药市场目前还保持增长态势。人口出生率的下降，长期来看对儿童药品市场是有影响的，因此我们也在做积极的布局：一是进行双品牌建设，除“龙牡”品牌外，我们将以“健民”品牌为引领，加大家庭常备药、老年用药等领域产品矩阵的打造；二是加大研发投入，加快老年病、慢病等领域相关药品的研发，在研阶段也有相应的药品储备，如 1.1 类中药创新药通降颗粒是治疗胃食管反流病的；三是公司持续加大产品培养力度，近几年非儿药品种也得到了较好的发展，其中销售过亿的产品有便通胶囊、健脾生血片、雌二醇凝胶、小金胶囊等，新产品七蕊胃舒胶囊、拔毒生肌散等发展状况良好。

8、针对中药材价格的波动，公司采取哪些应对策略？

中药材属于农副产品，价格波动具有一定的周期性。公司制造中心根据生产计划、中药材价格走势等实施多种采购模式，包括战略采购、产地直采、产新采购等，并加大与上游供应商、种植户的合作与互助，建立稳固的合作关系，保障公司原材料来源稳定，质量上乘。

9、体外培育牛黄的销售情况？

体外培育牛黄为公司参股公司武汉健民大鹏药业有限公司的主要产品，公司持有其 33.54% 股权，2024 年前三季度武汉健民大鹏药业有限公司经营状况良好，原料药体外培育牛黄销售

正常。

10、公司中医馆未来会进行扩张吗？

中医诊疗业务为公司持续孵化的新兴业务，目前发展状况良好，已开设中医馆 3 家，初步完成武汉三镇中医馆布局。现阶段公司中医诊疗业务仍然以武汉为核心，进一步完善布局。