

证券代码： 301507

证券简称： 民生健康

## 杭州民生健康药业股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号： 2025-009

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>业绩交流会</u> ）
参与单位名称及人员姓名	参与单位及人员详见附件
时间	2025年8月26日(周二)上午9:30-10:30
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	财务总监 朱文君 董事会秘书 陈稳竹 证券事务代表 鲍蔚霞
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>一、公司介绍环节</b></p> <p>财务总监通过关键财务数据和核心财务指标等信息，详细介绍了公司在上半年所取得的业绩表现及整体经营状况。</p> <p><b>二、调研问答环节</b></p> <p><b>1、问：公司主力维生素矿物质类产品 25H1 实现收入 4.26 亿元，收入占比 92.15%，同比增长 9.84%。其增长的逻辑是什么，在未来是否能够持续保持稳定的收入增长？对于后续提升净利率的思路和策略，公司有何考量？</b></p> <p><b>答：25H1 公司主力产品维矿系列保持稳健增长，其中主力大单品 21 金维他多维元素片在线下渠道保持销售数量份额和销售金额份额双增长。根据中康咨询的数据显示，21 金维他在药店终端中的数量份额为 35.12%，同比上升 3.26%，金额份额为 25.05%，同比上升 5.85%，数据均高于多维大盘，显示终端动销</b></p>

的强劲。同时，线上保健食品类维矿产品通过扩大销售平台等方法，取得较大的增长。

维矿类产品作为公司的基本盘，公司将持续做好产品扩展和渠道深耕，维持市场地位。在利润率方面，公司计划通过提升产量、争取上下游溢价、内部精细化管理等措施，进一步提升利润空间。

**2、公司维生素矿物质类产品的收入从分拆单品的角度来看，结构是怎样的呢？**

答：以 2025 年上半年数据为例，公司维矿系列产品约产生营业收入逾 4 亿元。该大类往下进行细分，包含 21 金维他牌多维元素片、保健食品、其他 OTC 维矿等。其中 21 金维他®多种维生素 B 族片、21 金维他倍+系列、21 金维他通用系列等产品均为千万级大单品。

**3、公司维生素矿物质类产品的毛利率出现下滑的原因是什么？请问 OTC 药品、保健食品及功能性食品的毛利率分别处于何种水平？**

答：从成本角度看，目前尚无影响公司毛利水平的因素，主力产品 21 金维他多维元素片的毛利水平保持正常。公司旗下的维生素矿物质类产品，占据公司收入的最大比重。由于维生素矿物质大类下涵盖各细分品类，且各品类通过不同的销售模式进行推广，不同的销售模式决定了产品的毛利率会存在差异。2025 年上半年，保健食品及功能性食品增长速度快于 OTC 药品类，导致综合毛利水平有所下滑，后续随着自营电商业务的增加，预计保健食品的毛利水平将会逐步提升。

**4、关于销售费用率，注意到公司在第二季度实现了销售费用率上几个百分点的下降。从全年视角出发，考虑到下半年公司可能会推出一系列新品，这是否会将导致下半年销售费用出现轻微上升？**

答：从公司内部管理或产品总体规划的角度来看，毛利率和产品费用率这两项指标需要结合分析。销售费用率的降低，是由于公司在不同渠道不同销售模式决定的，并非源于公司在推广

费、电商服务费等方面的投入减少。下半年度，公司将有多款重点新品上市，这会涉及一定的费用配比，但预计新品上市对公司总体销售费用率的冲击不会特别显著。

**5、由于对民生中科（山东）的了解有限，能否请领导简要介绍一下民生中科（山东）的主要业务，以及目前其与上市公司协同合作的概况？**

答：去年，公司与潘玉林、中科嘉亿等主体共同签署《战略合作协议》，通过民生中科（浙江）收购民生中科（山东）100%股权。2025年1月20日，民生中科（山东）完成股权转让、治理结构调整对应的工商变更登记，成为民生中科（浙江）的全资子公司，并于今年2月份纳入公司合并财务报表范围。民生中科（山东）位于山东青州，拥有自己的菌粉发酵基地，以自研自建的炎黄菌株库为核心，深度整合盔甲功效递送、人源性菌株+食源性菌株原生交互设计的多菌株复配、晶溶瞬释造粒等一系列创新技术，搭建了功能菌株筛选、功效验证、功效递送技术及产品创新等全链条核心平台，布局从菌株筛选到终端产品应用的全产业链，构筑坚实稳固的竞争壁垒。目前，民生中科（山东）的主要业务为菌粉销售、益生菌产品的OEM，今年重点推广减脂、调节情绪、缓解疲劳、认知恢复、调节肠道等功能的专利菌株。

本次收购后，民生中科（山东）充分借助上市公司品牌的协同效应，通过与21金维他等品牌产品共同参加行业展会、拜访客户等一系列举措，有效推动益生菌业务快速增长。通过借助上市公司的品牌影响力和客户渠道优势，民生中科（山东）已与国内主要的保健食品代工企业、乳粉企业都建立了合作关系，未来有望进一步提升供应量。目前，该业务板块的产能扩建工作也已取得进展，新生产线预计将于9月底投产，这将为公司进一步扩大销量带来帮助。

同时，民生中科（浙江）原有的益生菌制剂业务也将充分发挥原料菌粉优势，依托“民生”品牌影响力，积极开拓面向消费者的终端产品。民生中科（浙江）位于浙江安吉，公司计划将其打造成益生菌溯源工厂。

**6、根据公司此前披露的信息，在医美业务领域，公司计划打造一批样板店。请问目前该领域的进展情况如何？**

答：公司目前已成功在陕西西安和辽宁沈阳开设两家肌素然样板店，后续还将陆续推进更多样板店的落地。针对这些首批样板店，公司将深入细致地进行产品投入评估，并根据实际情况及时优化调整相关策略，力争摸索出成功的运营模式，为该板块明年的顺利发展奠定坚实基础。

**7、公司目前已有益卫舒、伐尼克兰片、米诺地尔搽剂等三款治疗型用药批文，介绍一下各产品预计的销售模式、销售渠道以及市场预测等。**

答：益卫舒产品目前已经上市，前期产能不足的情况在逐步消除中。产品销售初期主要采用线下代理模式，随着产能的提升，公司也将考虑线上销售以及 OTO 模式的可行性。米诺地尔搽剂和伐尼克兰片目前在进行新品上市前的筹备工作，并将按计划陆续推向市场。在销售模式方面，未来公司将采用线上线下结合的销售模式。这些产品都是公司重点布局的产品，有望成为未来新的增长点。

**8、从线上细分渠道来看，目前京东、抖音、小红书、微博等平台在整体收入中的占比情况如何？后续在这些细分渠道中，未来的重点发力方向又将聚焦在哪里？**

答：从公司 To C 的线上业务板块来看，目前传统电商平台如京东、天猫等，以及兴趣电商平台如抖音、快手等，占比相对均衡。针对不同的线上渠道，公司采取差异化的策略，并未明显侧重于某一渠道；各类线上销售渠道均由不同的业务团队负责运营，旨在实现各渠道的良性发展和可持续增长。

**9、公司对于未来分红的规划是怎么样？**

答：公司高度重视投资者回报，并计划通过持续实施现金分红的方式，积极回报投资者。上市以来公司一直保持持续、稳定的现金分红，平均每年度的现金分红金额占当年净利润的比例超过 40%。公司未来也将继续严格按照监管规定及公司章程等要求，保持现金分红的合理性和稳定性。

附件清单(如有)	无
日期	2025-08-26

附件：参与单位及人员列表（排名不分先后）

序号	单位名称	参会者姓名
1.	东吴证券	苏铖、邓洁
2.	方正证券	湛保罗
3.	博时基金	钟天皓
4.	鹏扬基金	王亦沁
5.	途灵资产	赵梓峰
6.	深圳创富兆业金融管理有限公司	吴贇宇
7.	西部证券自营	郭亦骏
8.	轩汉投资	王卓星
9.	瓦琉咨询	杨朝强、陈哲毅
10.	万霖资产	徐海锋
11.	颢科	辛唐薇
12.	上海天貌投资	曹国军
13.	星泰投资	陈婷婷
14.	阳光资产管理公司	孙冬
15.	杉树资产	吴志泰
16.	中银证券资管	胡晓航
17.	前海人寿	孙辉辉
18.	信达自营	曲亮
19.	财通证券	黄欣培
20.	华安证券	谭国超、钱琨
21.	长江证券	陈硕旻