

浙江寿仙谷医药股份有限公司

2025 年投资者接待日活动召开情况

为进一步提高企业治理水平，增进公司与广大投资者之间的信息沟通，公司 2025 年投资者接待日活动于 2025 年 5 月 14 日举行，公司组织投资者们参观了寿仙谷有机国药基地、洋垄厂区（未来工厂+生物育种创新中心）及寿仙谷文化馆，管理层就公司经营情况、发展战略等与广大投资者进行了充分交流，同时解答了投资者较为关注的问题。具体情况如下：

一、活动基本情况

1、活动时间：2025 年 5 月 14 日 9:40-17:00。

2、活动地点：

（1）上午：公司基地—寿仙谷有机国药养生园；洋垄厂区—未来工厂+生物育种创新中心

（2）下午：公司总部—浙江省武义县黄龙三路 12 号。

3、出席人员：

（1）公司出席人员：董事长李明焱、副董事长李振皓、董事兼总经理李振宇、董事兼副总经理林荣志、董事/副总经理兼董事会秘书刘国芳、财务负责人祝彪、副总经理王汉波、职工代表监事兼行政综合部总监黄俊华、投资者服务部总监曹秀娟

（2）来访投资者：中金财富证券、太乙投资、方正证券、核聚资产、中原证券等机构和个人投资者共计 80 余人。

4、活动日程：

时间	活动内容
9:40-10:30	参观寿仙谷有机国药养生园
10:30-10:50	基地出发至洋垄厂区

10:50-11:50	参观洋堃厂区（未来工厂+生物育种创新中心）	
11:50-12:00	洋堃厂区出发至总部	
12:00-13:00	公司总部用餐	
13:00-14:00	参观公司总部	
14:00-17:00	投资者恳谈会	
	内容	汇报人
	欢迎致辞	董事长：李明焱
	公司情况介绍及业绩汇报	投资者服务部总监：曹秀娟
	寿仙谷公司招商模式介绍	副总经理：林荣志
	灵芝孢子粉的苦味密码与品质真相——从品种工艺到功效，解开市场乱象与科学真相	研究院副院长：杨继鸿博士
	投资者交流	

二、活动主要交流情况

1、公司营销改革的规划和经营业绩什么时候好转

答：公司营销改革已经进入第二阶段，目前在进行品牌加盟商的政策制定与相关产品的开发。去年第一阶段完成了渠道经销商政策的梳理与制定，并于去年底及今年年初开始推行；目前完成经销商改制的广东，截止4月底已较去年同期实现27.45%的营业收入增长；安徽地区基本与去年持平；湖北地区今年3月完成改制后，近两个月较去年同期营收实现24.6%的增长。北京地区开展标杆市场打造，2025年较上年同期实现营收22.26%的增长。从整体情况看推进经销商改制有一定的成效。其他地区有待推进第二阶段的品牌加盟商政策。

2、我是个人投资者，也是消费者，我认可公司的产品是全行业最好的产品，公司今年对省外线下及经销网络要做哪些工作？同时在老客户回购上还要做哪些工作？

答：省外线下继续推进经销商改制，加强渠道经销商和品牌加盟商政策的落地推进；经销商网络需要进一步拓展，提高经销商数量与经营质量。老客户公司将制定会员管理办法，采取消费积分和分享积分奖励的方式回馈老客户，并建立老客户的健康管理档案，将公司逐

渐从卖产品向健康管理公司转型。

3、康寿汉堂的那款活动价在两三百的 1g 装 30 袋的破壁产品，今年一季度销售情况怎么样，有明显增长吗？

答：康寿汉堂产品主要是为了适应直播销售的产品，一季度销售较好，有明显增长。也带动了整个网络销售部门实现一季度与上年持平。

4、今年招商大会结束后，省外的宣传费用安排会不会增加？

答：本次招商大会主要针对品牌加盟商的招商，省外宣传费用都是包含在整个招商政策之中，较以往在费用上有所提升。

5、未来会不会考虑布局虫草这款产品？

答：是否布局虫草产品公司会视市场需求及开发可行性来确定。

6、请问公司有没有提高产品销售的有效方法？

答：近期公司启动的招商方案，就是公司营销兴起三年行动计划之一，目标是通过三年的市场销售模式调整与布局，实现公司销售模式适应不同市场渠道的多样化转变，从根本上解决公司未来销售快速发展的问題。

7、请问 2025 营销突破的点有哪些？并简要阐述未来三年的业绩指引及落地措施？谢谢！

答：2025 年营销突破点还是加快经销商的招商工作，加快市场销售网点的布局，提升潜力市场份额；未来三年公司主要是通过经销商的资源整合，进一步提升市场开拓能力及产品的市场占有率。主要措施为开发渠道加盟商和拓展传统医院、中医馆、连锁药房、商场的业务，通过品牌加盟商加快品牌旗舰店、品牌专卖店、品牌专柜的布局，实现品牌与销售的共同成长。

8、最近 3 年营收和净利每年在下降，是产能跟不上还是销售人员不给力？

答：主要原因，一方面是宏观环境造成的消费降级，低客单价产品对高客单的高端产品形成市场压力；另一方面也不否认省外市场在十多年的开发期间，销售团队未能达成公司省外发展战略目标，给公司整体发展拉了后腿。公司目前产能充足，但因销售下滑，产能不能充分释放，导致单位产品的成本增加，降低了毛利率。

9、未来公司发展的方向，业绩增长的持续性。

答：公司未来发展方向，在业绩方面，主要是寻求第二增长曲线，目标是省外市场实现全面布局，打造与省内市场相匹配的销售能级；同时在线上销售积极跟进新的发展业态，进一步提升线上业务规模。通过强化营销兴企提升销售规模，更好地提升公司整体实力。同时将坚定地以科技立企为公司发展根本，通过科研能力的加强，研发更加优质的产品服务社会。

10、寿仙谷在最近几年的营销过程中犯了哪些错误？有没有改进的方向和具体措施？

答：主要是公司在布局省外市场过程中，未能很好地执行整体发展战略，在费用使用和人员团队的建设中，疏于管理。致使省外发展未能达成公司目标，使公司失去了十多年省外市场发展的时机。目前省外市场从业务模式、团队人员、内部管理等做了全面梳理与调整。

11、公司对核心管理层选拔任用是局限于家族内部还是对社会开放？对公司总经理职位和江浙沪营销负责人有没有考核和任期？

答：核心管理层选拔任用对社会开放，欢迎大家推荐；管理职位都有考核与任期。

12、寿仙谷品牌广告语是什么？去壁灵芝孢子粉广告语是什么？无糖型铁皮枫斗颗粒广告语是什么？

答：品牌广告语“世界好灵芝、中国寿仙谷”；去壁孢子粉广告语“寿仙谷去壁灵芝孢子粉，破壁再去壁，更纯、更易吸收”；无糖型铁皮枫斗颗粒广告语：“怕糖，试试寿仙谷铁皮枫斗颗粒，不含蔗糖配伍灵芝”。

13、有没有考虑请代言人增加知名度

答：根据相关政策规定，明令禁止明星代言医疗、药品、医疗器械、保健食品和特医食品广告。因此，公司主营产品不能邀请明星进行代言。另一方面，结合实际营销需求，公司会筛选合适的明星作为灵芝文化形象大使或者寿仙谷品牌代言人。谢谢！

14、公司和国内外众多知名医疗机构合作研究去壁灵芝孢子粉对人体健康有益作用机制研究，是为了研发以灵芝孢子粉为原料的新型药品吗？如果是，最终产品上市目标达到，预计还需要多久时间？

答：寿仙谷与国内外多家知名医疗机构（如美国梅奥医学中心、浙江大学医学院附属第一医院等）合作，重点研究去壁灵芝孢子粉在心血管健康、免疫调节、抗肿瘤及改善睡眠等

方向的作用机制和临床试验。其目的是通过科学验证为去壁灵芝孢子粉临床应用提供依据，并筛选潜力领域推进新药研发。目前相关研究尚处于机制探索和适应症筛选阶段，药品从研发到上市需经历严格的多期临床试验及药监部门审批流程，所需时间受多种因素影响，暂无法具体预测。建议关注公司官方发布的科研进展或临床试验结果，以获取最新动态。

15、董事长好！您准备把寿仙谷做成一家什么样的公司？对下一代有什么期望？

答：始终坚持“重德觅上药、诚善济世人”之祖训，要求下一代一定要潜心研究、精心制造，不断推动技术迭代，核心技术一定要走在行业和世界前列，以货真价实、安全高效之上品，竭诚为民众健康、美丽、长寿服务！努力打造世界灵芝领导品牌，争取 2035 年实现营业收入 100 亿元、总资产 100 亿元、为农民增收 100 亿元三个百亿目标。

16、公司近期是否会回购。

答：公司近两年投入较大，暂时不不考虑回购。基于对公司未来发展前景的信心及中长期投资价值的认可，切实维护广大投资者利益，促进公司持续、稳定、健康发展，2025 年 5 月 6 日实际控制人发布了增持计划公告，拟在半年内增持不低于 2,000,000 股，不超过 3,964,877 股，目前已经增持了 2,430,500 股。

浙江寿仙谷医药股份有限公司董事会

2025 年 5 月 14 日