

证券代码：002864

证券简称：盘龙药业

## 陕西盘龙药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2025-005

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	万家基金 杨梦朝 招商基金 夏帅 鹏扬基金 曹敏 长城基金 龙宇飞 长城证券 蔡航 长城证券 刘鹏 标普全球市场财智 孔冰逸 荣疆投资 彭卫 银河证券 宋丽莹 东方财富证券 何玮 深圳市同城投资管理有限公司 裘伯元
时间	2025年6月23日-25日
地点	陕西盘龙药业集团股份有限公司、上海浦东新区、湖南长沙市
上市公司接待人员姓名	董事会秘书吴杰，证券事务代表赵晓妮，投资者关系管理专员梁馨方
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>投资者提出的问题及公司回复情况</b></p> <p>公司就投资者在本次现场参观中提出的问题进行了回复：</p> <p><b>Q1：公司2025年战略布局</b></p> <p>A：尊敬的投资者您好！2025年，公司将继续深化“一体两翼三纵深”发展战略，以骨科慢病为主体，以品牌化一体化商业为左翼，以中药饮片、中药配方颗粒协同创新升级为右翼；推进</p>

营销组织的专业化、合规化、扁平化整合，搭建“一中心四平台”研发体系，强化生产质量数智话管控，从“前中后”三端纵向提升公司治理水平，聚焦风湿骨伤、慢病疼痛等核心领域，构建“口服+外用、院内+院外、传统制剂+高端制剂”的立体化产品矩阵。同时，公司将加速“1+N”开放式研发体系建设，强化创新驱动，并持续优化“六力工程”（市场力、产品力、创新力、品牌力、保障力、价值力），提升智能制造水平与供应链保障能力。此外，公司将在内生增长的基础上，积极寻求产业链优质并购机会，推动产业与资本协同发展，持续提升企业核心竞争力与投资价值。未来，公司将继续坚持“传承精华，守正创新”的理念，以高质量发展回馈广大投资者。感谢您的关注！

**Q2：公司 2024 年及 2025 年一季度财务指标**

A：尊敬的投资者您好！公司 2024 年全年营业收入 973,864,163.02 元，同比微降 0.71%；实现归属于上市公司股东的净利润 120,271,592.81 元，同比增长 8.91%。公司 2025 年一季度实现主营收入 250,212,341.68 元，同比上升 19.08%；实现归属于上市公司股东的净利润 31,249,274.14 元，同比增长 0.33%。感谢您的关注！

**Q3：公司未来对大健康产品的营销计划**

A：尊敬的投资者您好！公司高度重视大健康产品的市场拓展，将积极拓展“互联网+医药”新渠道，深化与主流电商平台的战略合作，通过数字化营销手段强化品牌建设；同时持续优化供应链体系，创新营销渠道布局，并积极探索智能仓储管理模式，加快推进数字仓储平台建设，以全面提升大健康产品的市场竞争力。感谢您的关注！

**Q4：公司 2024 年在中药配方颗粒业务上有什么进展？对往后至一到两年是什么看法？**

A：尊敬的投资者您好！公司在 2024 年完成了中药配方颗粒板块智能化生产线的建设，涵盖了中药提取、颗粒制剂到产品包

装的完整流程。得益于省级标准互认政策的支持，公司在中药配方颗粒业务领域取得了突破性的进展。截至 2024 年年末，公司已成功完成 211 个中药配方颗粒品种的上市备案，并获得了相应的备案凭证。展望未来，公司将通过科技创新研发引领，实现中药配方颗粒备案品种数量累计达 400 个以上。在销售端，公司目前已经完成了福建、云南、广西、北京等 8 省市第一批品种限价挂网准入工作，并制定了包括政策宣讲、渠道拓展以及品牌建设在内的一系列措施，旨在进一步扩大销售规模，使其成为推动公司业绩增长的新动力。感谢您的关注！

**Q5: 公司主导产品盘龙七片在 2024 年的市场表现如何？**

A: 尊敬的投资者您好！依据公司 2024 年年度报告的数据显示，盘龙七片已入选“家庭常备风湿骨病药”品牌榜单、“区域特色中草药”和“秦药优势中成药”、“中医药市场消费推荐品牌”产品、“品牌影响力匠心产品”、“西湖奖·最受药店喜欢的明星单品”等荣誉。同时因其治疗风湿骨伤疗效确切、安全性高，盘龙七片被七部国家级临床诊疗指南、三个专家共识、三本国家权威教材、一个临床路径释义收录并分别列为推荐用药。2024 年 H1 在我国城市及县级公立医院骨骼肌肉系统风湿性疾病领域中成药市场中，公司主导产品盘龙七片市场份额排名第一，市场份额为 8.05%。感谢您的关注！

**Q6: 公司对营销渠道及销售的组织架构是怎样一个做法？**

A: 尊敬的投资者您好！公司建立了科学完善的营销管理体系，针对不同产品采取差异化的营销策略。对于核心产品（如盘龙七片、骨松宝片等），采用“专业化学术推广模式”，由特药事业部负责终端市场开发及精准营销策略制定，市场部统筹医学研究规划及学术活动策划，通过临床研究支持、专家共识推广等专业化学术推广方式提升产品认知度。对于非核心产品，则由零售事业部通过经销商管理模式进行销售管理，持续优化经销商网络建设。

	<p>公司坚持“商务与终端两分离”原则，构建了“产品+学术+终端+品牌”的立体营销模式，已在国内 30 个省市建立了覆盖等级医院 4800 余家、零售终端 7000 余家、基层医疗机构 6000 余家的完善营销网络。同时，公司积极拥抱“互联网+医药”赛道，高举电商战略旗帜，依托盘龙云康科技为平台，精心构建了一支以数字技术为核心，营销、推广科普专业化医药数字化营销服务电商团队，积极强化与头部健康电商平台合作，构建线上线下协同发展的营销新格局。未来，公司将持续优化营销组织架构，强化团队建设，推动营销业绩的持续稳定增长。感谢您的关注！</p>
附件清单(如有)	无
日期	2025 年 7 月 1 日