

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：2025-008

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（线上交流）
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 7 月 7 日至 7 月 10 日
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 陈稳竹 证券事务代表 鲍蔚霞 证券事务助理 潘亦乐
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司介绍环节 由证券事务代表通过公司发展历史、业务结构、主要产品、民生医药控股集团的业务板块等方面介绍了公司的基础情况。 随后，董事会秘书对公司各业务板块最新经营状况进行了补充说明。 二、调研问答环节 1、问：观察到公司维矿类产品近年来持续增长，能否介绍一下公司是如何实现增长的？ 答：维矿类产品作为公司主营业务，最近几期的报表都实现了增长，主要是几方面的增长：线下药店终端，根据中康统计的维生素矿物质补充剂下多维元素品类（不含孕妇）的产品数据，公司主力产品 21 金维他®多维元素片（21）的市场占有率逐年稳步提升；维矿 OTC 的一系列新产品，如赖氨酸磷酸氢钙颗粒、

	碳酸钙 D3 咀嚼片、葡萄糖酸钙锌口服溶液等，在线下药店的销售逐步增加，也为公司业绩增长做出了一定贡献。 线上销售方面，公司目前设立了三个线上事业部进行运营，分别是新零售保健品事业部、新零售 OTC 事业部以及新零售业务拓展部。公司的保健食品，都是通过线上进行销售，从传统电商平台扩展至社交电商等新兴平台，销售渠道得以拓宽，销量得以较大幅度增长。 2、问：去年公司收购了山东中科嘉亿，全面进军益生菌产业。请介绍一下业务模式，后续如何在益生菌市场突出重围？ 答：公司于 2024 年度与中科嘉亿相关主体达成战略合作，成功拓展了公司在益生菌领域的业务发展空间，构建了涵盖菌粉、OEM 到制剂的全产业链益生菌生态体系，在益生菌原料成本端具备了显著的竞争优势。公司在益生菌领域的差异化竞争策略聚焦于功能性菌株相关产品的开发。 具体从几个方面来看：①在菌株品种方面，公司自有“炎黄菌株库”目前已经有 6500 多株菌株入库，其中专利菌株将近 50 株；②在专业技术方面，公司凭借技术及研发实力，拥有多项独特技术，包括领先的盔甲包埋及功效递送技术、多菌株复配技术等；③在实验数据方面，公司重点推广的专利功能菌株，都会通过动物实验、体外实验和临床实验，通过详实数据来证明其确切的效果。 3、问：目前益生菌市场上已有通过新零售渠道取得成功的企业，形成了头部品牌，请问公司未来会怎么考虑线上销售？ 答：目前市场上热销的益生菌产品，多数属于普通食品，并未获得保健品批文。这些产品主要通过线上渠道和社交电商平台进行销售。 对于公司益生菌业务而言，一方面将继续深耕原料菌粉销售及 OEM 的 To B 市场，另一方面，如何将功能菌株有效融入 To C 端产品，将是公司未来重点考虑的战略方向。公司将结合市场上已有的线上销售成功经验，以及自身积累的 To C 产品经验，积极布局益生菌线上销售。目前，公司益生菌业务的 To C 团队刚
--	--

	刚组建，产品采用民生普瑞宝品牌，线上旗舰店也已开设。 4、问：介绍一下 Q3 计划上市的米诺地尔搽剂和伐尼克兰片的上市计划及未来的规划？ 答：公司新品米诺地尔搽剂预计将于 8 月正式面市，而伐尼克兰片则计划在 9 月中下旬上市。针对这两款新品，公司将采取不同的销售策略。 对于伐尼克兰片，公司计划主要采用创新的传播手段进行消费者健康教育和宣传，旨在提升消费者的健康意识，并引导其自主购买产品。同时，公司也将积极在线下重点终端进行产品推广。 米诺地尔搽剂则将通过线上和线下渠道同步销售。在米诺地尔的差异化竞争策略方面，公司将充分结合 21 金维他的渠道优势，开展灵活多样的销售活动。 5、问：当前线下药店的客流量下降情况依然存在，若公司的新品肌素然主要通过与药店合作进行推广，是否会面临较大的推广难度？ 答：对于线下渠道，经过多年深耕，公司已积累丰富的药店资源，具备介入线下药店渠道的实力。肌素然是公司今年新推出的全新医美护肤产品品牌，本身就是基于合作药店面临多方面压力，有拓展产品品类的需求，且通过把低频的药品消费转化为相对高频的护肤场景，也可以为药店引流。 近期，肌素然医美护肤产品已正式上市，现有产品均属于二类医疗器械。 针对现有医美护肤产品，公司计划采用线上线下同步的方式进行推广。公司计划通过代理商模式进行产品线下推广，重点选择部分优质代理商展开合作。公司首家店中店形式的样板店，目前正在规划中。肌素然线上的天猫自营旗舰店已于近期开设，前期主要承担产品宣传和教育功能，后期会考虑新增部分妆字号品类的产品。 6、问：公司业务板块比较多，有维矿、戒烟、肠道、生发、益生菌、医美等，现在公司的组织架构是什么样？ 答：公司各业务板块均由独立的事业部来进行运营。线下业
--	---

	务部门包括 OTC 商务事业部和 OTC 零售事业部；线上业务部门涵盖新零售保健品事业部、新零售 OTC 事业部以及新零售业务拓展部。医美板块设有专门的医美事业部，而益生菌业务则通过控股子公司中科嘉亿（浙江）及其全资子公司中科嘉亿（山东）进行开展。 公司凝聚了一支经验丰富、积极进取、专注执着、系统思考的经营管理精英，团队稳定性高。未来，公司将继续通过积极的人才策略结合高效的管理方式，包括有竞争力的薪酬福利体系、有序完善的内部晋升机制、全面系统的人才培养体系等多元化人才激励措施，有效地吸引和稳定核心人员，确保公司业务的稳健增长与可持续发展。 7、21 金维他这款产品，是否存在库存问题？ 答：公司通过库存管理系统能及时了解所有一级经销商的库存情况，并对一级、二级经销商的库存进行有效管控。此外，通过 DDI 直连系统还能追踪每日药店的进销存数据，基于这些数据，精准控制药店的进货量，确保库存与销售需求相匹配。 8、公司长远的战略目标是怎样的？ 答：①公司的基石业务--维生素与矿物质补充剂系列保持稳定增长；②益生菌板块成为公司业务的第二增长曲线，在未来能够尽快追赶业内优秀企业；③布局的新品可以在未来逐步展现出良好势头。
附件清单(如有)	无
日期	2025-07-11

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
2.	东吴证券	邓洁
3.	汇添富基金	田立
4.	汇添富基金	杨璿
5.	汇添富基金	刘闯
6.	汇添富基金	林淦
7.	汇添富基金	赵鹏程
8.	筌筌资产	赵宏鹏
9.	筌筌资产	倪文祎
10.	筌筌资产	郑峰
11.	筌筌资产	刘金磊
12.	筌筌资产	颜敏浩
13.	筌筌资产	赵纬辰
14.	新华资产	雷凯
15.	长安基金	肖洁
16.	长安基金	朱施乐
17.	鹏扬基金	曹敏
18.	博时基金	钟天皓
19.	银华基金	周晶