

健民药业集团股份有限公司
2025 年 7 月投资者关系活动记录表

投关活动类别	☒ 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：
参与单位名称	2025 年 7 月 1 日：六禾投资 2025 年 7 月 18 日：深圳前海琪鼎、上海元公厚、深圳笃到投资 2025 年 7 月 21 日：天风证券 2025 年 7 月 31 日：人保资产、德海私募证券基金
地 点	公司会议室
公司参与人员	公司董事/总裁汪俊、董事会秘书周捷、证券事务代表曹洪、证券事务助理王淼等
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、公司主要产品销售情况？ 2025年公司持续优化营销考核体系，从“纯销考核”向“纯销+利润”持续推进，加快数字化建设助推营销管理精细化，持续开展品牌建设和梯队产品培育，一季度公司克服了消费下行、药店客流量下降等多重不利因素影响后，实现医药工业销售收入的增长，其中龙牡壮骨颗粒在销售发出收入增长的同时，销售结构得到改善；便通胶囊、健脾生血颗粒持续保持良好态势。医院线产品销售保持稳定，新产品销售保持增长。 2、公司新兴业务的发展情况？ 中医诊疗及大健康业务是公司近年来持续培育的新兴业务。公司中医诊疗业务持续保持健康发展，上半年新开业医馆一家，运营医馆数量达到四家，分布在汉阳、汉口、武

	昌和光谷。大健康业务以儿童健康成长为主持续加大核心品种培育和差异化产品的开发，目前发展状况良好。 3、公司几个中药创新药销售情况？ 公司始终坚持把研发创新作为引领企业发展的核心动力，在中药创新药研发领域持续深耕，自2021年七蕊胃舒胶囊获批后，公司陆续获批了小儿紫贝宣肺糖浆、小儿牛黄退热贴膏两个创新药产品。2025年公司加快新产品商业化进程，加快小儿紫贝宣肺糖浆、七蕊胃舒胶囊等的市场导入，提升医院市场覆盖，新产品市场开拓工作进展顺利；小儿牛黄退热贴膏刚刚获批，上市准备工作按计划推进，会参加今年的医保谈判。 公司持续加大研发投入，加快新药立项并推进在研新药研发进程，推动更多产品进入 IND 和 NDA；同时加快围绕“龙牡”品牌的儿童仿制药及改良型新药进行产品管线布局；加快产品的二次开发力度，为公司的良性发展构建优质的产品管线。 4、公司未来的发展规划？ 未来公司将持续深耕中成药制造核心主业，加快新兴业务孵化，推进“1+N”战略目标的达成，相关战略举措详见公司已经披露的《2024年年度报告》经营计划部分及《2025年6月投资者关系活动记录表》。 5、公司广告投放渠道，广告投放对费用端的影响？ 公司作为 OTC 品牌药企，将持续强化品牌力，打造“龙牡”儿药品牌、“健民”慢病/家庭常备药品牌，不断优化广告的投放模式，通过长视频、短视频、综艺、央视、梯媒等多渠道进行策略性投放，有效提升品牌知名度和产品市场占有率。广告投放体量与去年相比相差不大。 6、介绍下公司营销体系改革及主要产品的渠道库存 2024年公司直面过去几年快速发展过程中积累的问题
--	---

	和不足，坚定不移地推进营销体系全面改革：一是优化考核体系，实现由发出考核向纯销考核全面转型，2025年公司在纯销考核的基础上叠加利润贡献考核，持续构建起高效、灵活且适应性强的考核体系，激发员工潜力，推动企业战略目标的实现；二是优化组织架构，形成矩阵式管理体系，提高资源配置效率和组织的灵活性以及协作能力。三是数字化建设持续推进，数据直联工作基本完成，进一步提高营销体系精细化管理能力；四是加快终端去库存工作，截至2024年末，公司 OTC 线龙牡壮骨颗粒及处方线主要产品渠道库存基本降至合理水平，目前持续保持并合理优化。营销体系改革的持续推进，基本解决了影响公司持续发展的存量问题，将有利于公司未来更健康地发展。 7、中药材价格下降对公司成本的影响？ 中药材行情整体回落有利于公司成本下降和盈利状况的改善。中药材也属于农副产品，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。
--	--