

健民药业集团股份有限公司

2025年12月投资者关系活动记录表

投关活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他:
参与单位名称	2025年12月3日: 华泰资产、华源证券 2025年12月10日: 泰康资产、华福证券。
地 点	公司会议室
公司参与人员	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
	<p>1、公司业绩下滑的主要原因?</p> <p>2025年公司前三季度实现营业收入25.52亿元, 同比下降11.43%, 主要是医药商业板块收入同比下降36.91%所致, 公司对医药商业板块业务结构进行了优化, 将一些低毛低效的业务进行收缩, 收入的下滑对利润的影响不大; 前三季度公司实现归属于上市公司股东的净利润2.86亿元, 同比下降11.16%, 净利润的下降主要是联营企业投资收益及非经常性损益减少所致。</p> <p>虽然公司合并报表收入、利润均有所下滑, 但公司医药工业板块持续保持了良好的发展态势, 前三季度在克服了消费下行、药店客流量下降等多重不利因素影响后, 营业收入依然实现19.67%的增长, 主要产品龙牡壮骨颗粒、便通胶囊、健脾生血颗粒、雌二醇凝胶等保持增长, 新产品加快市场导入和医院市场覆盖, 七蕊胃舒胶囊、拔毒生肌散实现较快增长, 小儿紫贝宣肺糖浆提前达成预算目标; 新兴业务板块发展持续向好, 大健康核心产品市场份额增长, 营销模式成功验证, 收入利润实现快速增长; 中医诊疗板块连锁化模式持续验证, 医馆数量达到4家, 业务持续增长, 在消化新馆建设等影响因素后, 利润端仍然实现增长。</p>

2、公司医药商业板块收入会继续下降吗？

2025年公司医药商业板块持续优化业务结构，逐步将一些低毛低效的业务进行收缩，导致医药商业板块收入有所下降，但对利润的影响不大。未来公司医药商业板块将在夯实区域性医院配送业务的基础上，加快新业务拓展，提升盈利水平。

3、公司目前新药的销售情况？

公司是目前市场上为数不多4年获批3个中药1.1类创新药的中药企业，2025年新药线加大等级医院开发力度，加快市场覆盖，销售状况良好，其中七蕊胃舒胶囊预计销售发出超过1亿元，小儿紫贝宣肺糖浆由于其处方温和、普适性好、疗效显著等优势，得到广大医生和用户的认可，今年首年上市销售发出预计超过7000万元；小儿牛黄退热贴膏已启动上市，我们对该产品未来发展充满信心。

4、公司研发管线上还有哪些创新药品种？

公司始终将研发创新作为发展的核心引擎，围绕中药创新药持续投入，加快创新药的研发立项和研发进度，2025年中药1.1类创新药益母妇炎颗粒、中药4类鼻渊通窍颗粒成功获批临床试验，中药1.1类创新药小儿牛黄退热贴膏成功获批上市，中药1.1类创新药通降颗粒、小儿枳术通便颗粒等临床试验进展顺利，同时新立项中药项目4个。

5、公司想打造龙牡儿药专业品牌，请问下儿药线的产品布局？

公司持续加大儿药线产品培养力度，以“龙牡儿药·专业可靠”打造“龙牡儿药”专业IP，并围绕“龙牡”品牌加大产品管线布局。一是围绕四十余个存量儿药品种，聚焦维矿、胃肠、感冒、咳嗽、皮肤五大高规模细分市场，在稳固龙牡壮骨颗粒市场地位的同时，加快儿药产品矩阵打造，形成以婴儿健脾散、小儿喜食糖浆、健胃消食片等为主的胃肠产品线，以复方紫草油、羌月乳膏等为特色的皮外线，以小儿宝泰康颗粒、小儿宣肺止咳颗粒等为特色的儿科产品线。

粒、小儿解感颗粒等为主的儿药感咳类产品，以及小儿益麻颗粒等特色品种。二是持续深耕儿药创新药，加快产品研发立项及成果转化，小儿紫贝宣肺糖浆是公司首个获批的中药 1.1 类创新药儿药品种，2025 年首年上市销售取得了良好的成绩，小儿牛黄退热贴膏于 2025 年成功获批，为公司儿药创新药产品又添一员，同时在研产品梯队中还有小儿枳术通便颗粒等创新药品种；三是围绕儿科新制剂领域加快补齐儿药品种管线，2025 年呋塞米口服溶液、氨溴特罗口服溶液获批上市，布洛芬混悬液等提交上市许可申请；四是探索合作模式加快重点产品布局，2025 年成功引进抗病毒口服液和葡萄糖酸钙锌口服溶液两个重点儿药品种，为公司儿药线的持续健康发展奠定了良好的产品基础。

6、目前公司产品的库存情况

经过公司营销体系的持续改革，公司渠道管理工作更加精细化，在纯销考核机制驱动下，各主要产品渠道库存均保持在合理水平，其中处方线产品的渠道库存比 OTC 线产品的渠道库存更低一些。

7、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：

一是持续深耕医药工业这一核心业务。

OTC 产品线将坚持品牌引领，围绕“龙牡”“健民”进行双品牌建设。打造“龙牡”儿药品牌，推动“龙牡”品牌由单一产品品牌向品类品牌延伸，着力打造龙牡儿药系列产品，输出“龙牡儿药·专业可靠”的 slogan，传递品牌核心理念；以便通胶囊为基础打造“健民”慢病、家庭常备药品牌，在稳固龙牡壮骨颗粒市占率的基础上，着力打造便通胶囊、健脾生血颗粒两大黄金单品，进一步实现市占率显著提升；加快新零售平台建设，利用信息化技术实现实体药房、B2C、O2O 全渠道的融合发展；在产品结构上将提供更多普惠、优质的产品，惠及更多患者。

	<p>处方线将加快新产品七蕊胃舒胶囊、小儿紫贝宣肺糖浆、小儿牛黄退热贴膏、拔毒生肌散等商业化进程，提升医院市场覆盖，实现高速增长；通过新机制、新价值链梳理、新团队建设、增加空白市场覆盖等实现老产品的稳定发展；逐步将复方紫草油、羌月乳膏等独家特色产品从院内市场拓展至院外市场；通过数字化赋能，实现营销精细化管理，提升盈利能力。</p> <p>公司始终坚持把研发创新作为引领企业发展的核心动力。在中药创新药管线上已构建儿童药、消化、呼吸等产品梯队，覆盖常见病、多发病等领域，公司将继续加大投入，加快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。</p> <p><u>二是加快新兴业务孵化。</u></p> <p>加快大健康差异化健康产品的开发与市场培育；持续夯实中医馆连锁化能力，加快现有四家中医馆业务拓展和服务能力提升，并适时布局新馆建设；加快外延式发展探索步伐，提升公司可持续发展能力。</p> <p><u>三是保持医药商业的健康发展。</u></p> <p>公司医药商业会持续优化业务结构，进一步收缩低毛低效业务，并加大创新业务如医院 SPD 业务等的拓展。医药商业板块对公司利润贡献有限，收入的下降对利润的影响不大。</p>
--	---