

健民药业集团股份有限公司
2026 年 1 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	2026 年 1 月 6 日：华源证券、南方基金
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 style="text-align: center;">1、龙牡壮骨颗粒目前的渠道库存及纯销情况？</p> <p>2024 年初公司直面过去发展中积累的问题和不足，坚定不移地推进营销体系改革，通过变革考核模式、调整组织架构、加快数字化建设等一系列举措的落地实施，成功构建了“敏捷响应、数据驱动、价值共生”的新型营销体系，实现公司医药工业板块的快速恢复，并保持良好的发展态势。2025 年前三季度在克服了药店客流下降等不利因素后，公司医药工业板块收入同比增长 19.67%，龙牡壮骨颗粒、便通胶囊等主要产品均实现不同程度增长。在渠道库存管理方面更加精细，OTC 线龙牡壮骨颗粒及处方线主要产品渠道库存 2024 年末基本降至合理水平，并持续保持合理状态，为产品的市场秩序稳定奠定了坚实的基础。</p> <p style="text-align: center;">2、新生儿数量下降，公司儿药如何发展？</p> <p>我国人口出生率近几年持续下降，长期来看对儿童药品市场是有影响的。公司在业务链布局上也着重考虑我国人口结构的变化，积极做好应对：</p> <p>（1）公司作为我国儿童药品生产基地，将持续深耕儿药领域：一是在稳固龙牡壮骨颗粒市场地位的同时，着力打造龙牡儿药系列产品，强化“龙牡儿药 专业可靠”品牌理念，推动“龙牡”品</p>

	<p>牌由单一产品品牌向品类品牌延伸；二是全面梳理公司儿药线高潜产品，发掘市场潜力和应用价值，目前公司已形成了以感咳、皮肤外用药、补益类等主要治疗领域的系列儿药产品；三是加大研发投入，一方面加快创新药的研发立项和研发进度，另一方面围绕“龙牡”品牌布局儿童仿制药及改良型新药。四是探索合作模式加快重点产品布局，儿药线相关工作进展已在 2025 年 12 月的投关活动记录表中进行了详细说明，敬请查阅。</p> <p>（2）除了儿药线外，公司以“健民”品牌加大家庭常备药、老年用药等领域产品矩阵培育，近年来便通胶囊、健脾生血片、雌二醇凝胶、七蕊胃舒胶囊、拔毒生肌散等非儿药线产品均得到了较好发展，并持续加大研发管线布局，为公司良性发展构建优质的产品结构。</p> <p>（3）积极培育新兴业务，构建更完整的产业生态，夯实长远发展基础。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>3、OTC 主要品种便通、生血的销售情况？</p> <p>OTC 线主要品种便通胶囊、健脾生血颗粒销售状况良好，2025 年前三季度销售持续保持增长。</p> <p>4、公司未来广告投放的进度和规模情况？</p> <p>公司广告主要投放在龙牡壮骨颗粒和“健民”牌便通胶囊两个主要品种，广告投放渠道在新媒体平台及传统媒介均有投放，龙牡壮骨颗粒基于目标人群画像，采取广覆盖，高频次方式，构建以央视、梯媒、长视频、短视频，社媒等为核心的立体化传播体系；便通胶囊采取央视+地方台模式广泛触达目标人群，比如今年 1 月我们将启动央视《全民畅舞》综艺的合作。公司广告投放规模基本会保持在现有的体量，并不断优化投放策略，提高广告投放效果。</p>
--	--

	<p>5、公司新药线销售情况？</p> <p>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，2025 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。</p> <p>6、公司 2025 年非经常性损益的情况？</p> <p>公司非经常性损益主要由金融资产损益和政府补助等构成，2025 年前三季度实现非经常性损益 3003.28 万元，与 2024 年同期相比有所下降，主要是来自政府补助的收益下降所致。</p> <p>7、2026 年的发展展望？</p> <p>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，相关举措已在 2025 年 12 月及以往月度的投关活动记录表中进行了详细说明，敬请查阅。</p>
--	---