

证券简称：同仁堂

证券代码：600085

北京同仁堂股份有限公司

投资者关系活动记录表

活动形式	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他方式（临时股东会）	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
时 间	2025 年 12 月 16 日、2026 年 1 月 16 日、1 月 22 日、2 月 4 日	
地 点	北京同仁堂股份有限公司、北京同仁堂股份有限公司同仁堂制药厂	
调研单位	云嘉至资本、广东邦政资管、华夏久盈、广州顺从私募、民生医药、华夏基金、南通春满园、宁波知远投资、鑫源晟投资、山东海润投资、上海九郡私募、上海益和源资管、上海云嘉至实业、深圳德泉资本、深圳诺泉投资、深圳仁丽实业、深圳世纪量子资管、深圳中投德勤投资、鹿秀投资、中国国际金融、泰康资产管理、光大证券等其他投资者。（排名不分先后）	
公司接待人员	董事长，董事，总经理，总会计师，董事会秘书，证券事务代表	
主要内容	<p>一、 近期市场较为关注牛黄进口政策的进展及其对行业原材料供给的影响。请问在当前监管框架下，牛黄进口政策对公司未来牛黄采购成本和供应稳定性将产生怎样的影响？公司目前在牛黄进口及相关检测流程中的推进进度如何？</p> <p>答：关于进口牛黄事项，目前公司已按国家相关监管要求推进前期工作，进口牛黄已运抵北京，并依法送交有关机构开展样品基原鉴定等检验程序。上述检测属于进口牛黄的必要合规环节，相关工作正在按流程有序推进。</p> <p>从整体安排来看，公司已提前做好相应准备，并同步开展全面的可行性研究，审慎评估进口牛黄在合规前提下对未来原料供应结构及成本端的潜在影响。后续如相关流程完成，公司将在符合法规和监管要求的基础上，结合</p>	

实际情况统筹推进相关工作。

在成本及经营影响方面，公司原材料成本核算采用加权平均法，现有牛黄库存将按照既定生产计划逐步消化使用。短期内，天然牛黄价格波动对公司毛利率水平不构成重大影响，公司整体原料供应和生产经营保持稳定。

二、 公司今年在品牌建设方面的工作重点是什么？

答：在品牌建设方面，公司将按照集团公司的统一部署，进一步加强对“同仁堂”品牌的统一管理与规范使用，重点强化股份公司药品“双龙标”的使用和管理。目前，股份公司药品均统一使用“双龙标”商标，通过强化商标管理和规范应用，有助于提升消费者对股份公司产品的识别度和信任度，进一步凸显与其他市场主体的差异化特征。

三、 公司产品品种矩阵布局情况如何？

答：公司披露的核心大品类包括心脑血管类、补益类、清热类及妇科类，均为股份体系内核心大品种。

心脑血管类代表品种包括安宫牛黄丸系列，同仁牛黄清心系列、同仁大活络系列、愈风宁心滴丸、偏瘫复原丸等产品；妇科类代表产品为同仁乌鸡白凤系列、坤宝丸、调经促孕丸等产品；补益类代表品种包括六味地黄丸系列、金匱肾气系列、阿胶系列、五子衍宗系列、归芍地黄系列、柏子养心系列等产品；清热类：包括感冒清热系列、牛黄解毒系列、牛黄清胃系列、连翘败毒系列等产品。

公司未来产品战略重点主要围绕培育和发展核心大品种群，进一步加大资源投入，推动核心品种矩阵多元化发展，增强经营可持续性。

四、 “十五五”规划推进以及提质增效的统筹推进情况如何？

答：公司正在推进“十五五”规划的研究与编制工作，相关规划尚处于调研、论证完善阶段。在当前市场环境下，公司阶段性工作思路总体是坚持稳经营、强能力、提效率，围绕成本端、供给端与营销端协同发力，提升经营韧性与终端动销效率。

一是持续推进生产效率提升、包材辅料与原材料成本优化等工作，通过设备更新和智能制造、机械化率提升等举措，推动制造端效率改善与成本结

构优化。二是延续并深化大品种战略，围绕重点品种加大市场推广与终端策略协同，在总结前期营销改革经验的基础上，结合市场变化研究推进新一轮营销体系优化，进一步提升产品认知、选择率与终端转化效率。三是持续加大科研和学术支持力度，整合医疗渠道相关品种，组建专业团队探索医院市场的系统化布局，并配套推进学术研究与专业推广工作，为相关业务的长期发展提供支撑。

总体来看，公司将在稳经营、防风险的基础上，从成本控制、营销体系优化及科研支撑等多方面协同推进相关工作，以应对当前市场环境变化。

五、 在“十五五”规划推进过程中，公司如何通过医疗事业部的建设，推动核心医疗品种培育，并与终端动销提升形成联动？目前医药发展分公司的进展情况如何？

答：公司将医疗渠道作为持续培育的方向，对系内医疗品种进行了统一整合和运作。目前，公司成立医药发展分公司，旨在整合系内医疗类品种，统一开展院内渠道推广、循证医学证据建立、合规体系建设，推广满足院内临床使用需求专属产品等工作。

从品种结构看，医药发展分公司已围绕脑血管、儿科、呼吸系统等领域，逐步梳理形成相对清晰的品种梯队，并以具备一定基础和特色的医疗品种为重点，带动相关品种的协同推广。

在区域布局方面，公司在北京地区医疗终端已有一定覆盖基础，同时正稳步向京津冀及部分外埠地区拓展，相关工作仍在持续推进中。

在团队建设方面，医药发展分公司已完成基础人员配置，并按照区域和产品线进行分工管理，通过专业化运作，加强学术推广和终端服务能力建设，为核心医疗品种的持续培育提供支撑。

六、 如何看待人口老龄化趋势及对公司的影响？

答：公司紧抓市场机遇，积极研究推进应对人口老龄化的发展策略。随着国民经济进一步发展，居民可支配收入和医疗保健消费支出进一步提高，公众对中医药产品和服务的市场需求日益增强。公司常年生产的中成药覆盖心脑血管、补益、清热等多领域，拥有众多适合老年人使用的品种品规。同

时，公司加大科研创新力度，对现有产品进行二次开发，通过循证医学研究拓展适应症，让中医药在治未病、辨正施治方面的优势进一步凸显，成为释放企业长期价值的关键引擎。

七、 安宫牛黄丸目前无法进入院内销售的主要原因和推进院内销售情况如何？

答：安宫牛黄丸（体培）目前已实现院内渠道销售。双天然原材料（天然牛黄+天然麝香）版本因医保政策规定，暂未纳入统筹基金支付范围。目前，公司正持续加大安宫牛黄丸在院内渠道的推广力度，进一步拓宽临床应用场景。公司医药发展分公司进一步整合系内医疗类品种，统一开展院内渠道推广、循证医学证据建立、合规体系建设，推广满足院内临床使用需求的产品等工作。

八、 核心大单品在海外市场布局和推进情况如何？

答：国药公司主要经营海外市场，核心主打产品有安宫牛黄丸、破壁灵芝孢子粉胶囊等。目前海外拓展重点向东南亚地区推进，2025年安宫牛黄丸已完成在柬埔寨的注册，后续将逐步推动在东南亚等国家的注册，东南亚市场对中成药产品需求较为旺盛，认可度较高，海外市场增长空间广阔。随着东南亚市场拓展及海外注册推进，有助于国药公司重点产品的销售渠道拓展。但海外销售容易受当地政策环境变化、汇率波动、市场竞争等因素的影响，存在一定不确定性。公司提示投资者注意关注投资风险，谨慎决策。

附件清单 (如有)	不适用
发布日期	2026年2月24日
备注 (如有)	无