

证券代码：301507

证券简称：民生健康

公告编号：2026-011

杭州民生健康药业股份有限公司

2025 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

公司上市时未盈利且目前未实现盈利

适用 不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以实施权益分派股权登记日的总股本扣除回购专用证券账户中已回购股份后的股份数为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1.50 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	民生健康	股票代码	301507
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	

姓名	陈稳竹	鲍蔚霞
办公地址	杭州市滨江区滨安路 658 号	杭州市滨江区滨安路 658 号
传真	0571-88846691	0571-88846691
电话	0571-88211731	0571-88211731
电子信箱	msjk@mspharm.com	msjk@mspharm.com

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 报告期内所处行业情况

根据国民经济行业分类，公司所属行业为 C27 医药制造业，公司主力产品 21 金维他®多维元素片（21）在管理分类上属于乙类非处方药。作为医药行业的重要组成部分，非处方药市场近年来展现出持续稳定增长态势。随着人们健康意识的提高和消费者健康知识的科普教育加强，自我药疗日渐普及，未病防治观念逐步形成，将进一步推动非处方药行业的发展。同时，分级诊疗制度在全国快速推进，医疗资源的下沉给基层医药市场带来了空间，加速了零售药店的转型，也给非处方药市场扩容带来了更多机会。

从应用属性来看，报告期内公司主要产品多用于维生素和矿物质等营养素及益生菌的补充，公司所处行业属于膳食营养补充剂行业。近几年，国内膳食营养补充剂市场规模逐步扩大，但与世界发达国家相比，整体消费水平较低，人均消费量明显不及美国、法国、日本等国家。随着我国经济发展和人们健康意识的转变提高，人均消费量有较大上升空间，加之人口基数大，为我国膳食营养补充剂市场的发展提供了机遇。在政策、市场和消费需求的共同推动下，膳食营养补充剂市场预计仍将保持稳定增长。其中，我国益生菌产业始于 20 世纪 90 年代末，尽管起步较晚，但在政策利好、消费刚需和科研技术的助推下，中国益生菌产业也迎来了快速增长期。欧睿国际数据显示，2022 年中国益生菌市场规模就已突破千亿元大关，并以每年 11%-12% 的速度快速增长。据国际益生菌协会（IPA）分析认为，中国已经成为全球第二大益生菌消费市场。

①行业政策利好产业良性发展

《“健康中国 2030”规划纲要》《国民营养计划（2017-2030 年）》《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》《“十四五”国民健康规划》《全民健康素养提升三年行动方案（2024-2027 年）》《关于印发“体重管理年”活动实施方案的通知》《促进健康消费专项行动方案》《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》等政策，进一步突出了在“健康中国”建设中“预防为主”的方针，引导国民强化健康意识，健康消费需求重心将从治病转为预防和保健。一系列政策的发布、部署，为行业发展提供了长期驱动力。

报告期内，医药行业、保健食品行业均陆续出台多项政策，规范并利好行业发展。2025 年，国务院修订通过《中华人民共和国药品管理法实施条例》（国务院令 第 828 号），国家药监局发布《关于进一步做好〈药品生产许可证〉发放有关事项的公告》、2025 年版《中华人民共和国药典》《处方药转换为非处方药申请范围指导原则》《非处方药适应症

范围确定原则（修订稿）》，通过一系列举措强化药品全生命周期监管，有力推动药品质量标准提升，推进“药转非”工作，促进非处方药市场进一步扩容；《中华人民共和国食品安全法》修订并施行，国家市场监管总局发布《食品标识监督管理办法》，国家卫健委会同国家市场监管总局发布《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB7718-2025）、《食品安全国家标准 预包装食品营养标签通则》（GB28050-2025）、《食品安全国家标准 保健食品良好生产规范》（GB17405-2025）等系列国家标准，国家市场监管总局、国家卫生健康委、国家中医药管理局联合发布《关于开展国产复方配伍保健食品备案管理试点工作的通知》，上述管理办法、国家标准等政策的发布/制定及《食品安全国家标准 食品添加剂使用标准》（GB2760-2024）的正式实施，推动原料管理规范化、功能声称科学化，助力行业健康可持续发展。

作为膳食营养补充剂的重要品类，国家也高度重视益生菌领域的科技创新与产业可持续发展，相继出台一系列具有战略意义的政策，为益生菌行业发展提供了强有力的制度保障。2018 年，国家统计局公布的《战略性新兴产业分类（2018）》将微生物资源列为国家战略性新兴产业资源；2025 年政府工作报告将生物制造列为重点培育的未来产业之一。益生菌行业作为生物制造产业的重要组成部分，在国家战略中的地位日益突出。随着政策法规逐步完善，各项行业标准逐步出台，益生菌行业正朝着高质量发展的方向稳步前行。

总体而言，国家在政策引导层面始终保持积极作为，持续出台并扎实落地相关政策，着力规范行业技术标准，为行业发展注入强劲动力，为企业提供更广阔的成长空间，并为行业的健康、有序、可持续发展指明方向。

②国民健康意识提升释放市场需求

根据公开资料，目前我国人均膳食营养补充剂的消费量为国际发达国家的 1/5 左右，市场渗透率仍存在显著提升空间。近年来，我国大力倡导、持续推进“健康中国”战略，国民健康意识大幅提升。同时随着经济水平不断提高，消费观念也日益升级，健康产品逐渐成为居民健康消费的“必需品”，膳食营养补充剂行业的市场需求进一步拓展，发展态势良好，市场空间与机遇愈加广阔。

③消费者结构改变助推市场发展

根据国家统计局发布的数据，2025 年末我国 65 岁及以上人口数达到 2.24 亿，占总人口比例 15.92%，老龄化日趋严重。结合国家统计局发布的 2021 年-2024 年人口数据及人口老龄化的衡量标准，“十四五”期间我国已进入中度老龄化社会，对养老保健等产品和服务的需求大幅提升，日常健康管理的重要性进一步凸显。

根据《中国营养健康食品行业蓝皮书》，营养健康食品消费最新趋势是人群年轻化、保养日常化、需求细分化和多样化等。年轻人群维持高增速，并逐渐成为营养健康食品消费的中坚力量；服用营养健康产品场景增多，频次提高，保养逐渐成为日常消费习惯；消费者需求向多方面细化发展。市场消费者人群不断扩大，需求日益增多，扩容了行业的整体规模。不同人群、不同年龄的消费者需求多样化、细分化，推动了产品往更专业、更细分的方向发展。

（2）报告期内主要业务情况

公司专注于大健康领域，是集药品、保健食品、功能性食品研发、生产、销售于一体的高新技术企业。公司始终秉持“提供优质产品，成就他人健康”的企业使命，深入贯彻以产品为核心的“新产品、新业务、新模式、新项目”四新策略，

持续加强研发创新，通过产品迭代升级筑牢专业壁垒，构建多维度、阶梯式的产品矩阵，稳步推进营养素补充剂、治疗型用药、益生菌、医美等业务发展，全面布局大健康产业，致力于为实现“健康中国”的战略目标贡献积极力量。公司核心竞争力主要体现在丰富多元的产品矩阵、多维协同的品牌体系、稳固多样的营销网络、专业高效的管理团队、自主可控的核心技术体系等五大方面。

①丰富多元的产品矩阵

公司主力产品 21 金维他®多维元素片（21）于 1985 年研发上市，开创了国内维矿行业先河，该产品以多规格包装布局线上线下渠道，覆盖人群广泛。近年来，以维矿优势领域为出发点，公司大力提升产品研发，深度研究洞察不同人群、不同年龄、不同场景的营养需求，充分利用积累深厚的研发经验、生产技术优势、质量品控优势，面向不同年龄人群多样化的健康需求，持续丰富产品品类，以专业成人营养、儿童营养、益生菌、治疗型用药、医美等多业务板块全面布局大健康领域，全力践行“提供优质产品，成就他人健康”的企业使命。

②多维协同的品牌体系

通过持续高质量的经营与品牌建设，公司核心品牌“21 金维他”已经发展成为国内维矿领域的领军品牌，品牌价值与市场影响力持续攀升：入选“健康产业·品牌发展指数·TOP 品牌”，多次荣膺西普金奖药品榜、“西普会品牌榜金榜”、“品牌中国·中国医药品牌榜”、“西鼎奖·中国药品零售市场畅销品牌”。

结合“主品牌引领+细分赛道突破”的品牌战略，公司在巩固维矿领域优势地位的同时，加速大健康生态布局，着力构建全生命周期、全场景需求的大健康品牌矩阵：“21 金维他”深耕维生素矿物质领域，提供覆盖全人群的营养解决方案；“小金维他”倡导分阶营养、科学补充，致力于为中国 4-13 岁儿童提供专业营养；“民生”精研专业治疗型用药领域，满足消费者更专业、更精准、更高效的治疗需求；“普瑞宝”，专业益生菌品牌，布局功能益生菌的多元化产品矩阵，全方位守护国人健康；“肌素然”，专业医美品牌，通过多肽科技重构肌肤健康生态系统，提供全链路的医美综合解决方案。

③稳固多样的营销网络

公司一贯重视销售网络体系建设，不断强化销售渠道的广度和深度建设，建立了国内主要市场全覆盖的业务格局。线下渠道，公司在重点省份及区域均配备有专业的商务团队，负责当地的渠道建设与管理，保障产品销售实现充分覆盖并精准触达消费者；同时定期通过专业的店员培训、多元化的终端动销活动及精准的消费教育服务，有效提升消费者粘性，为核心品种的稳健增长提供坚实保障。为顺应新时代消费群体的消费理念和消费习惯，公司加大了线上销售渠道布局，在天猫、京东、拼多多、抖音、快手、小红书等知名电商、社交及内容平台开设自营店铺；同时，针对社交渠道、第三终端、即时零售等新渠道的发展，公司结合不同渠道的特点及消费者的差异化需求进行产品适配和渠道定制新品开发，以代理等多种合作模式开展线上分销业务，目前已基本实现全渠道产品覆盖。未来，公司也将持续通过品牌价值的赋能与销售渠道的优化拓展，构建更具市场竞争力的营销网络体系。

④专业高效的管理团队

公司始终坚持人才引领发展的战略定位，核心经营管理团队具备丰富的医药健康行业实践经验，在研发创新、供应链管理及品牌渠道建设等关键领域形成差异化竞争优势。同时，公司持续深化经营管理，不断提升组织效能，构建更敏捷、更高效、更具韧性的组织体系，以支撑公司长远发展目标的实现。在规范运作层面，经营管理团队始终恪守上市公司管理团队的高标准与严要求，积极加强对证券法律法规的深入学习，不断强化合法合规意识，坚守合规治理底线，致力于全面提升并优化公司规范化运作水平。

⑤自主可控的核心技术体系

经过多年行业深耕，公司依托长期的研发实践与产业化落地经验，搭建起一整套涵盖产品配方、生产工艺、质量管控与检验检测全环节的核心技术体系，其中包含多营养素协同的配比技术、微量营养素混合均匀度控制方法、维生素与矿物质片产品稳定性控制技术、微量维生素检测方法等关键技术，并在此基础上对技术体系持续进行完善、优化与迭代升级，保障技术体系的适配性与实用性；在益生菌业务领域，公司以自研自建的炎黄菌株库为基石，以晶融跃构闪释技术、盔甲封装涂层技术及一菌一元精准增殖技术为支撑，构建了从菌株资源保护、活性定殖保障到精准效能输出的全链路技术护城河。报告期内，公司及子公司新增药品批文 3 项，授权发明专利 8 项，实用新型专利 3 项，保健食品注册证书/备案凭证 1 项。截至 2025 年 12 月 31 日，公司及子公司拥有授权专利 169 项，药品批文 13 项，保健食品注册证书/备案凭证 60 项。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

元

	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减	2023 年末
总资产	2,017,051,320.72	1,744,608,477.33	15.62%	1,647,809,834.45
归属于上市公司股东的净资产	1,598,010,542.96	1,530,846,241.06	4.39%	1,473,060,211.58
	2025 年	2024 年	本年比上年增减	2023 年
营业收入	781,631,352.96	641,252,292.20	21.89%	581,733,150.83
归属于上市公司股东的净利润	118,791,692.72	91,834,052.10	29.35%	85,633,797.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	92,043,576.13	87,209,271.59	5.54%	79,186,962.41
经营活动产生的现金流量净额	177,167,740.79	108,458,465.37	63.35%	108,152,661.81
基本每股收益（元/股）	0.33	0.26	26.92%	0.29

稀释每股收益（元/股）	0.33	0.26	26.92%	0.29
加权平均净资产收益率	7.53%	6.12%	1.41%	9.50%

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	271,466,917.97	191,017,361.02	160,167,138.81	158,979,935.16
归属于上市公司股东的净利润	62,705,133.38	19,699,987.20	32,011,393.42	4,375,178.72
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	61,122,010.05	18,206,669.15	8,641,175.25	4,073,721.68
经营活动产生的现金流量净额	118,827,835.83	22,899,214.17	16,420,212.90	19,020,477.89

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况
(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	21,397	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	19,932	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）									
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况				
					股份状态	数量			
杭州民生药业股份有限公司	境内非国有法人	66.75%	238,000,000.00	238,000,000.00	不适用	0.00			
杭州景牛企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.90%	3,208,989.00	3,208,989.00	不适用	0.00			
杭州景亿企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.75%	2,674,157.00	2,674,157.00	不适用	0.00			
香港中央结算有限公司	境外法人	0.68%	2,421,333.00	0.00	不适用	0.00			
杭州瑞民企业管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	0.60%	2,139,326.00	2,139,326.00	不适用	0.00			
杭州超道股权投资基金管理有限	境内非国有法人	0.50%	1,794,157.00	0.00	不适用	0.00			

公司—杭州和盟医智股权投资合伙企业（有限合伙）						
王玮皓	境内自然人	0.37%	1,305,500.00	0.00	不适用	0.00
高灿灿	境内自然人	0.25%	904,783.00	0.00	不适用	0.00
郭仕勇	境内自然人	0.25%	892,300.00	0.00	不适用	0.00
牛金和	境内自然人	0.19%	680,700.00	0.00	不适用	0.00
上述股东关联关系或一致行动的说明	杭州民生药业股份有限公司、杭州景牛企业管理合伙企业（有限合伙）、杭州景亿企业管理合伙企业（有限合伙）、杭州瑞民企业管理合伙企业（有限合伙）同为公司实际控制人竺福江、竺昱祺控制的企业。 除了上述关系，公司未知其他前 10 名股东之间是否存在关联关系，也未知是否为一致行动人。					

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

适用 不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

适用 不适用

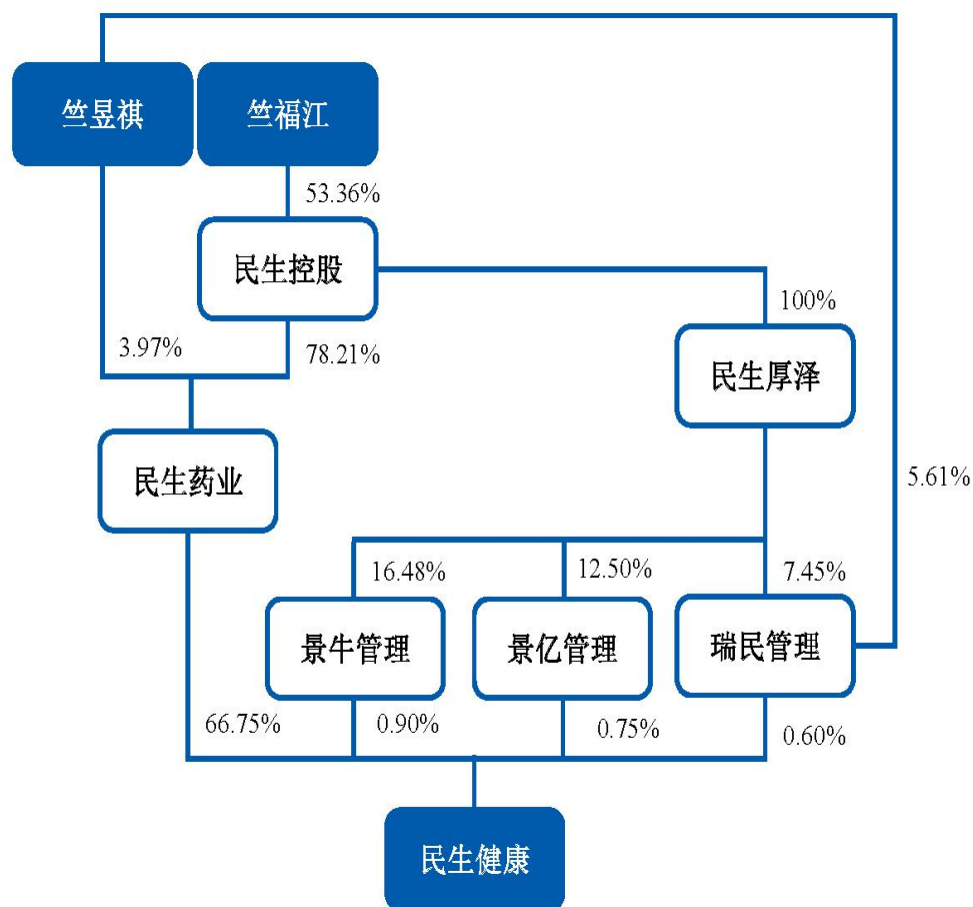
公司是否具有表决权差异安排

适用 不适用

（2）公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

受益于民众健康意识和消费能力的双提升，行业规模不断扩大、健康消费理念不断升级。报告期内，公司深入贯彻以产品为核心的“新产品、新业务、新模式、新项目”四新策略，持续加强产品创新研究，围绕“给生活以质量、给岁月以健康、给容颜以光彩”的三层产品布局，积极拓展大健康领域产品矩阵；以与中科嘉亿（山东）进行战略合作为契机，有效整合与拓展益生菌业务版图；结合酒石酸伐尼克兰片的上市进度，有序启动戒烟药的科普与消费者教育工作，加速治疗型用药领域的拓展布局；同时积极推进全域立体化渠道生态的构建，多维度全面提升公司综合竞争力。报告期内，公司实现营业收入 7.82 亿元，较上年同期增长 21.89%；归属于上市公司股东的净利润 1.19 亿元，较上年同期增长 29.35%。

报告期内，公司募投项目正在按计划推进，建设进展顺利。截至报告期末，维矿类 OTC 产品智能化生产线技改项目的建设进度为智能仓库结构已全部完成，内装施工完成，智能全自动仓储系统、智能四向穿梭车搬运系统、智能物流输送线等智能仓储系统安装中；保健食品智能化生产线技改项目已施工至生产大楼主体结构封顶，内装施工中，设备安装及调试中；研发中心技改项目已完成场地建设及装修，软硬件采购及安装中。