

证券代码：301408

证券简称：华人健康

## 安徽华人健康医药股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中信证券 陈竹、宋硕、张斌斌 东北证券 叶菁、文将儒 国泰海通 张澄、余文心、周航 国金证券 甘坛焕、王奔奔 方正证券 郭雪寒 中国人寿养老保险 王靖予 东吴证券研究所 苏丰 开源证券研究所 巢舒然 巨杉资产 何川 尚诚资产 黄向前 创金合信基金 张小郭 天治基金 王娟 富安达基金 李守峰 青岛鸿竹资产 费征帅 青榕资产 唐明 平石资产 李龙军 稳见投资 熊斌 青骊 赵栋
<b>时间</b>	2026年4月27日10:00-10:50
<b>地点</b>	公司总部1501会议室及电话会

<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事长、总裁 何家乐先生          董事、副总裁 赵春水先生          董事会秘书、财务总监 李梅女士          国胜大药房副总经理 沈海兵先生          证券事务代表 黄莲莲女士</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p><b>一、介绍环节</b></p> <p>公司董事会秘书、财务总监李梅女士就公司2025年度及2026年第一季度经营情况做了介绍。</p> <p>2025年度,公司实现营业收入54.87亿元,同比增长21.07%;归母净利润为1.91亿元,同比增长38.96%;扣非归母净利润为1.85亿元,同比增长43.67%;经营活动产生的现金流量净额为8.37亿元,同比增长46.42%。这些增长体现了公司在医药零售、医药营销及研发生产等核心业务上的持续发力,尤其是在医药终端领域的深耕和产品矩阵的优化,进一步巩固了公司的市场地位。</p> <p>进入2026年第一季度,公司延续了高质量发展的势头,实现营业收入14.21亿元,同比增长12.17%;归母净利润为7,934.35万元,同比增长29.60%;扣非归母净利润为7,790.69万元,同比增长30.49%。</p> <p>总体来看,华人健康在2025年度及2026年第一季度的业绩表现不仅体现了其在医药行业的竞争力,也展现了其通过多元化布局和持续创新实现的稳健增长。</p> <p><b>二、问答环节</b></p> <p><b>1、长护险、健康驿站、适老化改造等政策下的机遇展望?</b></p> <p><b>答:</b>长护险、健康驿站、适老化改造这三项政策正在形成一个民生保障、产业升级和消费扩容的黄金三角,共同推动我国银发经济进入一个新的爆发期,并为医药企业带来万亿级的发展机遇。</p> <p>根据国家逐步出台的相关政策,明确提出了将药品销售终端转型为健康服务驿站,增加慢病管理、健康监测、用药指导等增值服务,以提升客流和客户粘性。同时,长护险政策将药店纳入长期护理服务网络,承接康复器具租赁、居家护理用药配送等增量业务,进一步拓展了药店的服务范围。此外,适老化改造政策依托国家以旧换新补贴和民生项目,推动药店完善药学咨询和便民服务,引入适老健康产品,打开了银发消费的入口。</p> <p>这些政策的叠加效应,正在推动药店从单纯的药品销售终端逐步升级为社区健康服务的核心节点、老年照顾的重要支撑以及医保支付的关键入口。这三大政策不仅构建了中国特色养老服务体系的核心支柱,还释放了持续的政策红利,同时伴随着市场需求的刚性增长和产业生态的加速成熟。</p> <p>在这样的政策环境下,药店将迎来客流、收入和服务盈利模式的全方位重构。</p>

我们相信，在老龄化经济和国家政策红利的持续释放下，零售药店将会迎来更加广阔的发展空间。

**2、请问公司2026全年的门店拓展计划？自建、并购和加盟三种模式的净增门店数目标分别是多少？**

答：2026年，公司将秉持“深耕安徽、聚焦华东、辐射周边”的发展战略，依托华东区域纵深拓展，通过自建、并购、参股等多模式渗透，构建“核心市场强化+新兴市场并购卡位”的立体化网络布局，进一步成为安徽龙头、华东领先的零售品牌，走出一条内生性增长和外延性并购相结合的稳步增长路径。

2026年，计划自建门店100家；同时，我们在省内部分区域市场会进行补强式并购，也预计100家；新增加盟店200家。这是公司2026年全年门店的拓展计划。

**3、公司计划在安徽大力发展加盟业务，请问目前的进展如何？加盟店的盈利模式是怎样的，公司主要通过哪些方面（如管理费、供应链差价）获取收益？**

答：公司2026年将在安徽加速加盟业务，核心集中在省内各市区空白市场、县域、乡镇，目标实现安徽全域覆盖，以品牌授权加盟、特许加盟、直营托管、全供应链类配送加盟模式并行，优先合作连锁或带店客户加盟。截至2025年底，国胜加盟店约130家，加盟业务已从“试水期”进入“规模化扩张期”，预计2026年加盟业务将得到进一步提升。

国胜加盟为“轻资产、全配送、强赋能、高周转”盈利模式，核心利润来自持续商品供应链差价、加盟费、管理费等，形成“加盟扩张、供应链增厚、服务增值”的闭环。

**4、请问目前公司统筹资质门店的最新比例是多少？2026年的目标是多少？对于已开通统筹支付的门店，其客流量、处方药销售额和销售占比相比未开通门店，平均有多大提升？**

答：2026年第一季度，公司具有门诊统筹资质的门店占比与2025年6月底基本持平。这主要是因为公司核心区域的门诊统筹政策尚未完全落地，尽管我们拥有相关资质，但政策红利尚未释放，因此暂时未能享受到医保统筹带来的流量红利，业绩方面也未受到明显影响。目前，全国医保统筹政策正在陆续推进，省内相关单位也在积极落实，逐步建立更严格的准入门槛和管理规范，推动门诊统筹政策的落地实施。在此背景下，公司现有的已具备门诊统筹资质门店，为未来政策落地后进一步拓展业务奠定了基础。

**5、2025年下半年及2026年初，老店的同店销售增长趋势如何？客流量和客单价是否有改善？公司采取了哪些具体措施来提升老店的内生增长？**

答：3年以上老店2025年下半年销售同比增长3%，客流量和客单价均有所增加。2026年一季度销售同比基本持平。

首先，我们不断优化现有商品结构，新增和培育具有健康功能性的食品、个

护美妆、家居易耗品等非药品类，以满足消费者多元化的需求。其次，我们持续加强员工体系化的培训，提升员工的专业化服务水平，尤其是慢性病管理能力。通过专业化的服务，我们进一步提高了顾客的满意度。

再次，我们加强了会员和慢病患者的管理，对会员进行了分级分类的精细化运营和管理。同时，我们推进了全员慢病管理项目，使其在门店持续落地。此外，我们还在多家门店中设立了兼职慢病专员，为慢性病患者提供建档和用药指导专业化咨询服务。

最后，我们对老店的商圈及门店形象进行了管理升级，顺应国家推动药店转型为健康驿站的政策趋势，打造健康驿站场景专区，以提升品牌影响力。通过上一系列措施，我们致力于提升老店的内生性增长潜力，推动门店向专业化、多元化服务方向发展。

**6、医药代理业务2025年上半年毛利率提升主要驱动因素是产品结构优化、采购成本下降还是销售价格提升？这一趋势在下半年是否持续？**

答：华人健康的医药代理业务目前在资本市场和行业中并不被广泛了解，这里我来详细说明一下。实际上，我们的业务发展历程是先有代理业务，后有国胜大药房。国胜大药房成立于2010年8月28日，而在医药零售行业内，大部分头部连锁药房都是在2000年-2003年左右开始发展的。

我们的医药代理业务起源于团队的工业背景。2023年公司上市后通过收购江苏神华等布局，我们向工业领域延伸，形成了与可比公司在零售业务上的最大差异化。医药代理这一业务板块最早于2008年提出，核心逻辑包括整合上游工业的产品、为下游提供品牌支持以及产品+服务的模式。具体来说，我们为国胜大药房提供自营品种，同时为全国3,000多家中小连锁药店提供自营品种，帮助他们打造品牌，提升毛利率。此外，我们还通过品类营销、门店管理、数字化服务等方式，为中小连锁药店提供全面营运支持。

近年来，医药代理业务增长表现突出，去年同比增长22%，今年第一季度也延续了这一趋势，增长接近20%。在毛利方面，整体毛利率提升至35%左右，主要得益于两方面：一是上游工业采购成本的下降，二是通过优化高毛利商品的营销结构占比，而非简单提价。去年我们成功实现了毛利的显著增长。

2025年，我们的医药代理业务已被重新定位为医药营销板块，这体现了其高附加值和战略重要性。从利润贡献来看，医药营销板块在公司体系中占据核心地位，不仅为零售药店提供了品类补充，也帮助我们在零售药店的调整期中构建了产业生态。未来，我们将持续聚焦工业布局，优化业务结构，确保医药营销板块在整体发展中保持核心竞争力。

**7、公司目前在研项目超40个。请问这40多个项目按治疗领域（如心脑血管、降糖、抗生素等）和药品类型（如化学仿制药、中药同名同方药、改良新药）的**

	<p><b>分布是怎样的？预计2026年有多少个品种可以申报上市？</b></p> <p>答：截至2025年底，公司研发在研项目共45个，2026年预计有10到14个产品可申报上市。按治疗领域分布：心血管6个、降糖2个、消化系统5个、抗病毒2个、免疫2个、维生素矿物质4个、呼吸系统3个、止痛类5个、痛风1个、治疗血小板1个、失眠安神1个，另有同名同方、功能性保健品及药用辅料若干；按类型分类：化学药32个、同名同方7个、保健品5个、药用辅料1个。</p> <p><b>8、氨糖类产品是否已正式上市销售？目前市场反馈如何？该品种未来销售额预期及自主产品的定价策略、毛利率水平是怎样的？</b></p> <p>答：氨糖类产品目前因生产转移（从安徽正药科技转移至江苏神华）耽误了时间，第一批产品预计2026年6月上市。目前，公司氨糖销售体量接近4,000万；成本端，较代理成本降低约20%；定价策略：自主产品上市后维持原有价格体系，以保障市场稳定和客户体验；渠道价值：切换为自主产品后可避免贴牌厂家给其他公司贴牌带来的价格干扰；市场容量：药品+保健品氨糖市场容量超20亿；销售额预期：2027年单品销售额预计超5,000万，长期来看有望成为过亿品种。</p> <p><b>三、公司未来发展展望</b></p> <p>2026年是“十五五”开局之年，公司将紧扣新质生产力引领高质量发展主题，坚持“一体两翼，三擎四柱”全生态战略，以医药产业为核心锚点，依托药店商学院、数智研究院、新药研究院三大引擎赋能，深化四大业务板块协同发展，推进AI深度赋能、强化研发创新、加速并购重组，实现全产业链深度协同，着力培育长期增长新动能，不断提升企业竞争力，持续夯实行业地位，为股东持续创造更大价值。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026年4月27日