

证券代码： 002864

证券简称：盘龙药业

陕西盘龙药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-003

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（电话会议）
参与单位名称	华安证券、长城证券、华福证券、光大证券、天风证券、国金证券、华创证券、申万宏源证券、中邮证券、开源证券、国盛证券、长江证券、国海证券、银河证券、国联民生证券、国投证券、西部证券、平安证券、方正证券、兴业证券、招商证券等多家券商分析师及其投研机构客户
时间	2026 年 7 月 14 日（周二）16:00-17:00
地点	西安
上市公司接待人员姓名	董事、副总裁 张德柱 董事、副总裁 黄继林 董事会秘书 赵庆波
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 Q1：盘龙七片被纳入基药后的发展布局，短期内，2026 年下半年、2027 年销售预期 A：尊敬的投资者您好！盘龙七片作为公司核心独家品种，本次被新增纳入 2026 版国家基药目录，叠加原有医保甲类资质，形成“基药+医保甲类”双重政策优势，打通院内公立市场、基层医疗市场、院外零售市场三大渠道。公司整体布局核心是补基层短板、提公立覆盖、扩院外放量，改变过往以城市公立及县级公立医院销售为主，部分院外零售的销售结构，实现等级医院及基层医疗机构双轮均衡驱动。依托县域医共体及城市医联体的政策，快速下沉县域、基层终端，同时深化二级、三级医院临床渗透，同步借力处方流转、慢病用药场景，拓宽零售终端销量。

	2026 年下半年核心工作是政策落地承接、渠道补齐、终端铺货、医院准入。一是完成全国各省适合基层销售的基药规格挂网、医保对接、医院准入备案工作，打通公立医疗机构供货通道；二是重点推进县域医院、社区卫生服务中心、乡镇卫生院等基层终端铺货，补齐此前基层覆盖不足的短板；三是同步开展基层临床学术推广、终端店员培训，提升产品临床认可度与终端动销能力。下半年整体以渠道搭建、终端铺垫、市场渗透为主，实现基药政策落地后的初步放量，夯实全年销售基本盘。 2027 年将进入基药落地后的全面放量、结构优化、规模提升阶段。随着各省市基药配套政策全面落地、各级医院基药配备考核常态化，基层市场、二级以上公立医院市场将迎来持续增量。公司 2027 年将重点深耕基层乡镇卫生院及社区卫生服务中心、围绕“骨折、软组织损伤、腰肌劳损、风湿关节炎”等核心适应症场景，依托循证医学研究成果强化产品临床差异化优势，同时完善全国终端渠道布局，实现空白区域补点、成熟区域增量。整体预期产品销量实现稳健增长，销售结构持续优化，基层市场销量占比显著提升，成为核心增长极。感谢您的关注！ Q2：销售团队的建设情况和全国销售策略如何安排？ A：尊敬的投资者您好！公司围绕盘龙七片基药放量及全产品矩阵发展需求，持续优化销售团队架构，搭建了“学术推广+终端销售+渠道优化+基层攻坚”的专业化团队体系。目前团队人员结构稳定、分工清晰，核心骨干从业经验丰富，具备成熟的处方药临床推广、零售终端运营、基层市场拓展能力。针对基药新增的基层、公立医疗市场，公司已启动专项团队扩容与能力升级，重点增补基层终端推广、医院准入、学术宣讲人员，同步开展常态化政策培训、产品知识培训、连锁推广培训，全面匹配基药落地后的市场拓展需求。同时完善团队考核激励机制，聚焦终端覆盖率、动销率、学术落地效果，激发团队市场开拓积极性。 公司完善经销商遴选、赋能、管控机制，采用分层分级、区
--	--

	域深耕、公私联动、多品种协同的全国销售策略，精准匹配不同市场属性，实现全国市场均衡发展。一是三级、二级公立医院市场：以学术驱动为核心，通过循证医学证据、临床案例推广，强化产品在骨科、风湿免疫、康复科的临床应用，提升医院准入率、处方渗透率，稳固公立基本盘；二是基层医疗市场：作为基药落地核心增量市场，实行网格化分区攻坚，按省份、县域划分责任区域，重点推进乡镇卫生院、社区卫生服务中心的铺货、准入与终端教育，快速填补基层医疗市场空白；三是院外零售市场：依托医保定点药店优先配备、处方流转政策，联动连锁药店拓展陈列、促销、慢病服务，提升终端动销，实现院内处方、院外购药的场景联动。感谢您的关注！ Q3：公司在盘龙七片进入基药之前，已经做了哪些销售方面的准备？目前，销售人员配备情况，以及进入基药后的打算？ A：尊敬的投资者您好！公司长期看好盘龙七片的临床价值与基层市场空间，在产品纳入基药目录前，已完成多维度前置布局，为政策落地放量打好基础：第一，公司持续投入盘龙七片循证医学研究，完善临床疗效、安全性数据，丰富学术支撑体系，夯实产品差异化竞争优势，为各级医疗机构临床准入、学术推广提供核心依据，并且持续加码循证科研与专家学术合作，目前累计纳入 11 部国家级诊疗指南、4 项行业专家共识、3 部国家级权威医学教材，同步产出 180 余篇核心学术论文，全方位筑牢产品临床价值底座。盘龙七片的行业口碑、临床认可度稳居风湿骨伤口服中成药第一梯队，核心壁垒深厚，长期增长竞争力稳固；第二，公司提前优化全国商业配送体系，设立独立的商务与渠道管理部，筛选优质区域合作伙伴，深耕县域及基层渠道，完成大量医疗机构及基层终端的初步铺点与品牌渗透，确保配送及时、货款安全，为企业持续经营提供有力保障；第三，公司提前开展基药政策、基层市场推广专项培训，让核心销售团队熟悉基药准入规则、基层终端运营模式，提前搭建基层攻坚专项小组；第四，
--	--

	依托公司全产业链优势，提前优化产能、完善库存管理，保障产品质量稳定、供货充足，能够承接基药落地后的市场增量需求，避免放量阶段出现供货缺口。 目前公司销售团队配置可全面覆盖第一终端的城市公立、县级公立及乡镇卫生院和社区医院的医疗机构、第二终端的 KA 连锁重点省份逐步打造和第三终端的基销售、人员配置充足、分工精细化。现有团队可完全支撑当前产品销售与市场拓展工作，同时针对基药新增市场需求，已完成团队架构优化，专项配置基层推广、医院准入、学术培训岗位人员，核心区域实现专人专岗深耕，空白区域配备专项攻坚人员，团队整体战斗力、专业化程度可匹配基药落地后的放量节奏。感谢您的关注！ Q4: 对于整个骨科市场的增长如何看？头部品种的天花板如何打开？ A: 尊敬的投资者您好！长期来看，国内骨科中成药市场具备刚需稳定、增量持续、赛道优质的特点，增长逻辑清晰稳固。一方面，人口老龄化持续加深，骨关节炎、腰肌劳损、软组织损伤、风湿骨病等慢病患者基数持续扩大，骨科慢病康复、长期调理的用药需求稳步提升；另一方面，基层医疗体系不断完善，基层骨科诊疗、慢病管理能力持续提升，叠加基药、医保政策对优质中成药的扶持，基层骨科用药市场持续扩容。同时，相较于化药，中成药在骨科慢病调理、术后康复、软组织修复等领域具备副作用小、适配长期用药的差异化优势，临床认可度、患者接受度持续提升，整体行业将维持稳健增长态势。 当前行业老牌头部中成药普遍遭遇存量市场饱和、同业竞争加剧、增长乏力的发展瓶颈，盘龙七片依托本次纳入国家基药目录的政策红利，结合自身独家品种属性从四大维度突破增长天花板：一是借助政策实现基层市场破局，此前产品仅覆盖部分等级医院与零售渠道，基层市场准入受限，纳入基药后基层医疗机构强制配备的硬性要求释放海量基层增量，拓宽原有市场空间；二
--	---

	是依靠临床研究完成应用场景破局，公司持续完善盘龙七片循证数据，拓展术后康复、运动损伤、慢病长期养护等多元临床场景，将产品定位从短期对症用药延伸至骨伤全周期管理，拉长患者用药周期、提升单客消费；三是通过渠道布局实现全渠道均衡破局，摆脱过往渠道结构单一的短板，构建“三级医院+二级医院+基层医疗+连锁零售+处方流转”的全渠道体系，依靠院内处方提升与院外终端动销双向发力，规避单一渠道增长瓶颈；四是依托资质与学术建设完成品牌壁垒破局，产品为独家品种同时拥有基药、医保甲类双重政策资质，形成难以复制的竞争壁垒，公司同步持续落地学术推广与品牌宣传，巩固自身在骨伤口服中成药赛道的龙头位置，持续抢夺行业增量，彻底打破传统品种的销量增长上限。感谢您的关注！ Q5：目前各产品的存货周期大概多久 A：尊敬的投资者您好！公司整体存货管理规范、周转健康，坚持以销定产、按需备货的生产库存策略，兼顾市场供货稳定性与存货周转效率，各品种存货周期整体处于合理可控区间：核心品种盘龙七片作为公司主力放量品种，市场需求稳定且持续增长，公司根据全国渠道铺货、终端动销节奏动态调整产能与备货量，目前存货周转周期保持稳健合理水平，无长期积压库存，可充分匹配基药落地后的市场增量需求，同时有效控制存货减值风险；骨松宝片、小儿咽扁颗粒等第二梯队品种正处于市场培育、稳步放量阶段，备货节奏贴合终端销售增速，存货周转状态良好，周转效率持续优化；其他常规品种均采用按需生产、动态控库模式，存货周期稳定、风险可控，整体贴合行业正常周转水平。 公司会持续优化产销衔接、库存管控体系，进一步提升存货周转效率，保障公司经营现金流健康、资产质量稳定。感谢您的关注！ Q6：盘龙七片销售的优势区域、弱势区域有哪些？公司后续将如何打造产品与企业品牌力？
--	---

	A：尊敬的投资者您好！当前盘龙七片现有优势区域集中在过往基药政策落地执行力度不足、基层终端覆盖有限的市场，这类区域产品销售以城市及县级公立医院为主，院内渠道基础稳固，市场份额长期位居骨伤口服中成药第一梯队；北上广等医药发达省份属于公司现阶段销售的薄弱区域，当地此前已有大量基药品种布局，公司前期未深耕基层终端，市场渗透率偏低，但随着盘龙七片纳入新版国家基药目录，基层医疗机构强制配备政策将充分释放该类区域增量，是公司后续重点开拓的蓝海市场。 产品力是支撑企业品牌价值的基础，公司长期持续加码盘龙七片循证医学、临床疗效与安全性研究，该品种在纳入基药前就凭借完善的学术数据，连续多年占据全国城市、县级公立医院同类口服产品销售榜首，目前已被 11 部国家级诊疗指南、4 项行业专家共识、3 部国家级医学教材收录推荐，累计产出 180 余篇核心学术论文，以完整的学术体系构建起产品差异化临床壁垒，也为各级医院准入、临床学术推广提供权威支撑。 未来，公司还将持续加大科研投入，进一步完善学术支撑体系，依靠产品实力持续拔高企业品牌价值；同时考虑到处方药宣传存在渠道合规限制，公司将在监管规范范围内持续增加品牌宣传投入，联动科研机构、医药行业媒体、协会及各地政府相关单位，面向医护人员、零售终端从业者与骨伤慢病患者开展合规健康科普和产品价值普及，从医疗机构、零售终端双场景同步发力，持续提升盘龙七片单品与盘龙药业整体行业品牌影响力。感谢您的关注！ Q7：公司目前外延并购的情况及布局 A：尊敬的投资者您好！公司坚持“内生增长+外延发展”双轮驱动的发展战略，一方面聚焦主营业务深耕核心赛道，通过持续加大研发投入优化产品结构、提升产品竞争力，巩固并扩大现有市场份额，深挖内部增长潜能；另一方面积极依托资本市场平台，围绕产业链上下游开展合理布局，寻找契合公司发展战略的
--	--

	优质合作与并购机会，延伸产业链条、拓展业务边界，不断增强公司综合竞争力与抗风险能力，推动公司长期健康稳定发展，回报广大投资者的支持与信任。 公司现阶段已制定清晰的并购战略，聚焦公司整体战略，围绕核心骨科慢病赛道，优先选择可与公司产生产业协同的标的，通过投资并购、产业基金、产品引入等方式，实现产品管线、销售渠道、技术创新三大维度的协同。若取得相关实质性进展，公司将严格按照监管规则及时履行信息披露义务。感谢您的关注！
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 7 月 14 日