

证券代码：300705

债券代码：123223

证券简称：九典制药

债券简称：九典转 02

湖南九典制药股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2026-11

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 2026 年半年度业绩说明电话会议
参与单位名称及人员姓名	平安证券、天风证券、中泰证券、中信建投证券、中国人寿养老保险股份、博时基金、高毅资产、T.Rowe Price、景林资产、大成基金等机构投资者代表共 44 人
时间	2026 年 8 月 24 日 10:00-11:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书：曾蕾 证券事务代表：甘荣
投资者关系活动主要内容介绍	风险提示：公司的经营计划目标及产品销售规划能否实现取决于市场状况、经营环境、行业政策等多种因素，存在较大不确定性，部分前瞻预计不代表公司的盈利预测及对投资者的业绩承诺，请投资者对此保持足够的风险意识，并注意投资风险！ 首先董事会秘书介绍了公司 2026 年半年度的经营情况和现有业务的布局与规划： 1、2026 年半年度业绩实现情况 2026 年上半年，公司实现营业收入 12.87 亿元，同比下

	降 14.89%；归属于上市公司股东的净利润 1.60 亿元，同比下降 45.21%；归属于上市公司股东的扣非后净利润 1.49 亿元，同比下降 47.29%。 营业收入同比下滑，核心原因是公司主导品种洛索洛芬钠凝胶贴膏从今年 3 月中旬起，全国各省已全面执行国家集采，中标价格下调了 74.25%。 净利润下滑主要受三方面因素综合影响：其一，洛索洛芬钠凝胶贴膏集采落地后，销售价格同比大幅下降，直接拉低了整体毛利水平；其二，基于长期品牌建设的考量，公司主动加大品牌建设方面的资源投入，今年上半年管理费用中品牌建设相关支出同比增幅显著；其三，公司持续推进产品线布局优化，收购了部分产品，相应计提的无形资产摊销也对当期利润形成一定摊薄。 综合来看，收入端价格承压与费用端结构性增长并存，共同对当期盈利水平形成影响。但整体而言，二季度相比一季度，利润下滑幅度已经在收窄，经营层面趋势向好。 2、业务端收入表现及驱动因素解析 （1）外用制剂板块 公司已构建层次清晰、优势突出的外用产品矩阵，品类丰富、剂型多样，可充分满足不同临床与消费场景需求。目前，公司拥有的化药凝胶贴膏有：洛索洛芬钠凝胶贴膏、酮洛芬凝胶贴膏、氟比洛芬凝胶贴膏、利多卡因凝胶贴膏等，同时，洛索洛芬钠贴剂也已获批；中药独家贴膏有：椒七止痛凝胶贴膏、代温灸膏、消炎解痛巴布膏、强腰壮骨膏等多款贴膏剂。另外还有利丙双卡因乳膏、克立硼罗软膏、酮洛芬凝胶等多元化剂型的产品，累计持有 14 个外用制剂药品注册证书，另有十余个品种处于在研序列。 目前销售的主要外用制剂产品有洛索洛芬钠凝胶贴膏、酮洛芬凝胶贴膏、代温灸膏等，2026 年上半年外用制剂整体
--	---

	收入为 5.1 亿元，同比下降 38.99%，主要系洛索洛芬钠凝胶贴膏受集采降价影响所致。 （2）口服制剂板块 口服制剂板块是公司另一核心业务支柱。2026 年上半年，公司新获批口服制剂品种共计 8 个，板块内已形成消化系统用药、心脑血管用药、消炎镇痛用药、抗感染及抗过敏用药等系列产品线，品类结构日趋完善。上半年口服制剂板块实现销售 4.78 亿元，同比增长 16.43%。主导品种包括达格列净片、泮托拉唑钠肠溶片、瑞舒伐他汀钙片、雷贝拉唑肠溶片、洛索洛芬钠片等。 （3）原辅料及植物提取物板块 该板块作为公司发展的基石板块，目前已累计完成 94 个原料药和 119 个药用辅料的备案登记，产品品类持续扩展，为公司未来业绩增长提供了有力支撑。依托完整的产业链布局，公司具备原料药及关键辅料的自主生产能力，既保障了产品质量，又有效控制了生产成本。2026 年上半年，原辅料及植物提取物板块合并报表范围内实现销售 2.90 亿元，同比增长 13.88%。其中，原料药主要品种包括磷酸奥司他韦、磷酸二氢钠、达格列净等；药用辅料主要品种包括甘露醇、二甲基亚砷、甘油及磷酸盐系列等。 3、公司在外用制剂板块的布局与规划 前文提及，公司目前持有外用制剂品种共计 14 个，以消炎镇痛类贴膏为主导，已形成多品种、多剂型的综合覆盖格局。化药领域，凝胶贴膏剂包括洛索洛芬钠凝胶贴膏、酮洛芬凝胶贴膏、氟比洛芬凝胶贴膏、利多卡因凝胶贴膏等品种，洛索洛芬钠贴剂也已获批，凝胶剂方面有酮洛芬凝胶；中药领域，凝胶贴膏剂包括椒七止痛凝胶贴膏与消炎解痛巴布膏，传统贴膏则有代温灸膏和强腰壮骨膏。 在上述产品矩阵中，以下几款品种值得重点关注：
--	--

	第一款是洛索洛芬钠凝胶贴膏，作为公司主导品种，该产品在集采落地后虽短期内收入难以完全填补价格下调形成的缺口，但整体销量的增长有效支撑了市场基本盘，目前仍为公司销售额排名第一的产品。同成分的洛索洛芬钠贴剂已于今年 7 月获批上市。米内网数据显示，原研厂家第一三共该产品 2025 年全渠道销售额超过 9 亿元，市场潜力较为可观。洛索洛芬钠贴剂与凝胶贴膏可形成剂型互补，协同共享渠道资源，共同拓展市场空间。 第二款是酮洛芬凝胶贴膏，该产品为 2023 年获批的国内首仿独家品种，目前尚无竞品上市。自上市以来，产品销量逐年增长，持续贡献稳定现金流，是公司重点推广的品种。 第三款是氟比洛芬凝胶贴膏，该产品于今年 5 月获批、7 月上市销售。米内网数据显示，氟比洛芬凝胶贴膏 2025 年全渠道销售额突破 40 亿元，是整个贴膏剂市场排名第一的产品。目前该品种尚未纳入国家集采，但已纳入省级集采，公司可依托现有渠道资源积极拓展市场。 第四款是代温灸膏，作为差异化定位的独家品种，该产品已纳入医保目录，且属于 OTC 甲类，是国内唯一以“以膏代灸”为特色的外用制剂。其成分以辣椒、肉桂、生姜等药食同源药材为主，聚焦温热体感与寒湿痹痛等细分应用场景，兼具疗效与安全性。 米内网数据显示，2025 年中国外用贴膏剂市场总规模约达 236 亿元，其中中成药贴膏为 148 亿元，占比 63%。代温灸膏 2025 年全渠道销售额为 1.29 亿元。在中成药贴膏占据主导地位的巨大市场中，代温灸膏凭借独家品种的竞争壁垒，已占据独特的市场生态位。依托公司现有渠道资源与品牌优势，该产品销量有望持续增长。 第五款是今年 7 月底获批的椒七止痛凝胶贴膏，这是公司二十年磨一剑的战略级产品，也是国内首款按中药 1.1 类
--	--

	标准获批的骨科凝胶贴膏创新药。从剂型角度看，它的突破意义尤为突出。长期以来，中药外用贴膏市场以传统橡胶膏剂为主导，产品同质化严重，而凝胶贴膏作为新型经皮给药载体，具备透气性佳、皮肤刺激性低、剥离方便、载药量大等明显优势。椒七止痛凝胶贴膏将中药复方与凝胶贴膏先进剂型成功结合，兼具经典组方有效性、现代剂型优越性和高质量临床证据三重优势。当前中药贴膏市场中，兼具剂型创新与循证医学支撑的差异化品种相对稀缺，椒七止痛凝胶贴膏恰好切入这一结构性升级的蓝海需求，凭借中药 1.1 类新药的独家壁垒，有望为公司打开新的增长空间。 4、公司品牌建设具体工作 2025 年，公司正式启动品牌升级战略，推出超级符号“九典镇痛先生”，明确锚定“镇痛贴剂专家”的品牌定位，旨在建立“镇痛贴剂”品类与公司品牌之间的强关联，让消费者提到镇痛贴剂，第一时间就想到我们是专业之选。在产品层面，公司完成全系包装焕新升级，线上线下统一打出“贴膏药 选九典”的传播口号，将品牌与品类深度绑定，形成强记忆关联。 展望未来，公司将继续强化线上线下协同发力，推动“九典镇痛先生”从品牌符号逐步成长为镇痛贴剂品类的代名词，持续巩固品牌在目标市场中的领先地位。 以上为公司 2026 年上半年度整体经营情况和现有业务规划的简要概述。 接下来主要采用解答投资者提问的方式进行，主要问题回复如下： 1、上半年各贴膏剂产品分别增长情况如何？以及全年预期是怎么样的呢？ 回复：2026 年上半年，公司外用贴膏板块整体保持稳健运营。分产品来看，洛索洛芬钠凝胶贴膏虽受集采降价影响，
--	--

	但凭借销量增长的拉动，收入降幅好于预期；酮洛芬凝胶贴膏价格体系稳定，收入与销量均实现较快增长；代温灸膏作为新纳入品种，上半年销售开局良好，呈现逐步放量的态势。 全年来看，贴膏板块整体收入将保持一定规模，虽受集采降价影响同比有所下滑，但整体降幅处于可控区间。 2、酮洛芬凝胶贴膏与洛索洛芬钠凝胶贴膏在适应症上存在一定重合，酮洛芬凝胶贴膏是否受到洛索洛芬钠凝胶贴膏降价集采的交叉影响？ 回复：酮洛芬凝胶贴膏的推广并未受到洛索洛芬钠凝胶贴膏集采降价的明显影响，上半年依然保持了良好的增长态势。 3、公司对一些特色单品，例如代温灸膏、椒七止痛凝胶贴膏的市场定位如何？这些产品未来能有多大的潜力？ 回复：代温灸膏是国内所有中药贴膏中唯一带“灸”字的产品，具备“以温代灸”的特色功效，对三伏贴、艾灸等产品具有一定替代作用，目前市场反馈良好，具备一定的消费认知基础，长期有望成为公司外用制剂板块的重要增长品种。 椒七止痛凝胶贴膏为中药复方制剂与新型凝胶贴膏剂型的结合产品，面向对温感敷贴和中药贴膏有偏好的消费群体，定位为传统贴膏的消费升级选择，公司将推进该产品参与2027年国家医保谈判，以院内市场为主要切入点，后续逐步拓展院外市场。 4、公司对新获批的重点品种（氟比洛芬凝胶贴膏、椒七止痛凝胶贴膏、洛索洛芬钠贴剂等）的战略规划和渠道布局是怎样的？
--	--

回复：公司外用制剂产品已实现化药凝胶贴膏、贴剂及中药凝胶贴膏、橡胶贴膏等多剂型的全面覆盖，致力于实现全消费场景的覆盖，并将九典打造为镇痛贴膏领域的知名品牌。

在渠道布局上，公司采取全渠道差异化的推广策略。依托临床院内、OTC、电商及诊疗等多元化渠道，结合各品种的产品特性与市场定位进行精准区隔与匹配。同时，公司也通过包装规格等方式有效防范跨渠道串货，保障各渠道健康稳健发展。

未来，公司将充分发挥各重点品种的差异化竞争优势，不断完善外用制剂产品矩阵，满足不同终端市场的用药需求，努力为公司打开新的长期增长空间。

5、公司销售费用、研发费用、管理费用的趋势如何？

回复：销售费用方面，2026年上半年公司销售费用率为34.73%，整体呈明显的下降态势。研发费用方面，公司2026年上半年研发费用为7,965.51万元，同比下降26.78%，主要系研发项目推进进度不同，阶段性投入有所减少所致。管理费用方面，2026年上半年公司管理费用为10,591.89万元，同比增长95.41%，这主要是受公司品牌建设投入增加，以及收购品种带来的无形资产摊销影响，该摊销影响将在2026年全年充分体现，预计2027年起管理费用将趋于稳定。

6、口服制剂和原辅料板块的全年预期如何？

回复：关于口服制剂和原辅料板块的全年预期，公司总体持乐观态度。

口服制剂板块方面，上半年保持了良好的增长态势，主要得益于相关集采续采品种的持续放量。预计全年该板块将延续这一稳健的增长势头。

	原辅料板块方面，上半年同样实现了稳健增长。公司凭借产业链一体化优势，在工艺优化与成本控制上具备较强竞争力，使得相关产品毛利率维持在较好水平。近年来，公司持续优化原辅料产品结构，不断提升高附加值产品占比，预计未来两至三年该板块整体表现将持续向好。
附件清单	无
日期	2026 年 8 月 24 日