

健民药业集团股份有限公司

2025 年 4 月投资者关系活动记录表

投关活动类别	☒ 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：
参与单位名称	2025 年 4 月 7 日：博时基金，国海证券 2025 年 4 月 8 日：中信证券、翁小娟 2025 年 4 月 9 日：平安基金、西南证券 2025 年 4 月 9 日：农银汇理、泰康资产、招商基金、长城基金、阳光资管、华泰保兴、国联安、诺德、国泰、华夏基金、宏利基金、泓德基金、广发基金、太平资产、景顺、富国、泰康基金、建信基金、工银瑞信、平安基金、大成基金、南方基金、信达澳亚、东方红、国泰海通证券 2025 年 4 月 11 日：国投瑞银、国盛证券 2025 年 4 月 15 日：股东大会会休期间交流
地 点	公司会议室及线上会议系统
公司参与人员	副董事长许良、董事/总裁汪俊、董事会秘书周捷、证券事务代表曹洪、证券事务助理王淼等
相关情况说明	本次活动不涉及应当披露而未披露的重大信息
3 月 5 日—3 月 6 日 活动主要内容	1、回顾一下公司 2024 年的经营情况？ 2024 年公司实现营业收入 35.05 亿元，同比下降 16.81%，其中医药工业收入下降 19.28%，医药商业收入下降 13.58%。医药工业除受行业变化、经济环境等外部因素影响外，公司还持续深入开展了营销体系改革，调整组织架构、优化考核模式、加强数字化建设等工作，同时加强了渠道库存管理，医药工业板块销售发出整体较上年同期有所下降。OTC 产品线龙牡壮骨颗粒销售发出下降，但渠道库存降

	至合理水平，销售结构得到改善；便通胶囊、健脾生血颗粒纯销保持高速增长，市占率显著提升。处方线持续加强渠道管理及纯销提升等工作，核心产品健脾生血片、便通胶囊、拔毒生肌散等主要产品纯销实现较快增长，截至 2024 年末，处方线主要产品渠道库存降至合理水平；持续加强新产品培育，七蕊胃舒胶囊成功续约国家医保，小儿紫贝宣肺糖浆谈判进入国家医保，有利于该等产品在医院线的推广和销售。 2024 年公司新兴业务持续快速发展，其中中医诊疗业务实现收入和利润的持续增长，完成在武汉三镇的中医馆布局，并启动建设叶开泰中医药文化传承中心、第 4 家医馆光谷馆等；大健康业务通过打造龙牡品牌儿童发育养护专家系列化产品矩阵为方向，完成重点产品龙牡壮骨营养棒 2.0 的升级及优化，并持续改进产品力，销售收入持续增长。 2、公司一季度的经营情况？ 2025 年公司持续推进营销体系改革，不断优化改革措施，加强各项措施的落地实施，相关管理举措详见公司《2024 年年度报告》“经营计划”部分以及《2025 年 3 月投资者关系活动记录表》相关内容。2025 年第 1 季度公司各项业务按计划持续推进，主要品种销售情况正常。 3、公司目前研发的整体情况？ 公司始终将研发创新作为发展的核心引擎，一方面围绕中药创新药持续投入，加快创新药的研发立项和研发进度；另一方面围绕“龙牡”品牌布局儿童仿制药及改良型新药，同时加大产品的二次开发力度，为公司的未来发展构建优质的产品管线。2024 年公司新立项研发项目 6 个，截至目前公司在研新药项目 30 余项，在临床研发阶段的中药创新药项目有通降颗粒、枳术通便颗粒等多个产品。 4、公司营销团队情况，未来还会增加吗？ 截至 2024 年末，公司销售人员 1,212 人，未来短期内
--	--

	人员规模不会发生较大变化。 5、公司小儿用药的渠道库存情况？ 公司小儿用药主要品种有龙牡壮骨颗粒、小儿宝泰康颗粒、小儿宣肺止咳颗粒、小儿解感颗粒等。截至 2024 年底，公司上述产品库存均处于合理水平。 6、龙牡壮骨颗粒的竞争对手有哪些？ 龙牡壮骨颗粒属于小儿维矿类产品，是公司独家药品，具有强筋壮骨，和胃健脾之功效，用于治疗 and 预防小儿佝偻病、软骨病；对小儿多汗、夜惊、食欲不振、消化不良、发育迟缓等症也有治疗作用。龙牡壮骨颗粒与上述治疗领域的药品均构成一定的竞争关系。 7、公司龙牡壮骨营养棒的销售情况 龙牡壮骨营养棒属于公司大健康业务的主导产品，截至目前销售状况良好，销售发出保持增长。 8、公司中医馆的扩张方向？ 中医诊疗业务为公司近年来培育的新兴业务，目前已有 3 家中医馆，第 4 家医馆光谷馆于去年底启动建设，预计 2025 年开业。现阶段公司中医诊疗业务将以武汉为核心，适时布局新馆建设。 9、公司并购工作开展情况？ 公司以医药制造为核心，积极寻找上下游优质并购标的，加快项目的筛选和评估，截至目前尚没有进入董事会审议阶段的并购项目。 10、公司儿科用药的规划？ 公司是全国小儿用药生产基地，拥有儿药品种四十余个，涵盖了儿童消化、感冒、皮外等多个治疗领域，主要品种有龙牡壮骨颗粒、小儿紫贝宣肺糖浆、小儿宝泰康颗粒、小儿宣肺止咳颗粒、复方紫草油、痄子粉等。公司将加快“龙牡”品牌建设，推动“龙牡”品牌由单一产品品牌向品类品牌延
--	--

	伸，在稳固龙牡壮骨颗粒市占率的基础上，着力打造龙牡儿药系列产品，输出“龙牡儿药 专业可靠”的 slogan，传递品牌核心理念；进一步优化产品销售结构，加快中药 1.1 类新药小儿紫贝宣肺糖浆等的商业化进程；加大产品市场拓展，将复方紫草油、羌月乳膏等独家特色产品从院内市场向院外市场延伸；公司还将继续加大研发投入，加快儿药中药创新药的立项研发，并围绕“龙牡”品牌加快儿童仿制药及改良型新药的产品管线布局。
--	--