

# 健民药业集团股份有限公司

## 2025 年 1 月投资者关系活动记录表

投关活动类别	<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 type="checkbox"/> 其他：
参与单位名称	2025 年 1 月 9 日：申万菱信基金、永赢基金 2025 年 1 月 10 日：摩根士丹利、民生证券、信达证券 2025 年 1 月 13 日：富国基金、深圳世纪量子资本、湖北盛世科技、珠海鸣则投资、广州图灵、厚宏汇智、山西恒天成私募及个人投资者 2025 年 1 月 15 日：华泰证券、南方基金
地 点	公司会议室及线上会议系统
公司参与人员	公司副董事长许良、公司董事兼总裁汪俊、董事会秘书周捷、证券事务代表曹洪、证券事务助理王淼
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
活动主要内容	<p><b>1、公司历史介绍及业务构成情况？</b></p> <p>健民药业集团股份有限公司（以下简称：公司）始创于明崇祯十年（1637 年），原名“叶开泰”，享有“初清三杰”“中国四大药号”的美誉。1953 年 6 月 1 日，“叶开泰”制药部分改造为武汉健民制药厂，2004 年公司在上海证券交易所上市。公司以发展中医药为核心，以儿科产品为特色，是国家小儿用药生产基地，旗下三大知名品牌“健民”“龙牡”“叶开泰”，其中“健民”“龙牡”为中国驰名商标。公司业务主要分为医药工业和医药商业两大板块。医药工业分 OTC 产品线和 Rx 产品线，OTC 产品线主要产品有龙牡壮骨颗粒、便通胶囊、健脾生血颗粒等，Rx 产品线主要有健脾生血片、小金胶囊、小儿宝泰康颗粒、便通胶囊、雌二醇凝胶、七蕊胃舒胶囊、拔毒生肌散等。医药商业主要通过</p>

	<p>公司下属子公司福高公司、维生公司开展，销售本公司及其他企业的医药产品。</p> <p>近几年公司还加大新兴业务培育，大健康业务以儿童健康成长、家庭康养为主要方向，持续开发具有差异化的产品，加强品牌建设和渠道拓展。中医诊疗业务由控股子公司健民叶开泰国医投资（湖北）有限公司负责经营管理，目前已完成武汉三镇中医馆布局，下属中医馆 4 家，其中光谷馆正在筹建中。</p> <p><b>2、公司 OTC 线产品的销售情况</b></p> <p>龙牡壮骨颗粒（以下简称：龙牡）是 OTC 渠道最大的单品，受多种因素影响销售收入较上年同期相比有所下降，但渠道得到持续优化，精细化管理能力提升；公司积极培育第二梯队产品：便通胶囊是 OTC 渠道第二个销售过亿的单品，2024 年持续保持增长，但因广告投入的增加，OTC 渠道便通胶囊产生的销售利润暂无法完全覆盖费用增长。健脾生血颗粒是公司第三个着力打造的渠道单品，该产品为公司独家药品、国家基药品种。我们对健脾生血颗粒进行渠道梳理，优化了价值链，目前销售状况良好，呈环比增长态势。其余品种如健民咽喉片、健胃消食片等销售规模较小。</p> <p><b>3、处方线销售情况，有哪些体量比较大的品种？</b></p> <p>公司处方线坚持学术引领，持续开展医学研究、临床观察，加快新产品医院准入，提升医院市场覆盖，开展新药市场准入、医保谈判，加强代理商队伍建设，不断提升专业化服务能力，基本保持了稳定的发展态势，销售过亿的单品有健脾生血片、小金胶囊、小儿宝泰康颗粒、便通胶囊等。</p> <p><b>4、公司对中药材价格上涨，有哪些应对措施？</b></p> <p>目前部分中药材价格有所回落，但中药材属于农副产品，价格波动具有一定的周期性。公司制造中心根据生产计划、中药材价格走势等实施多种采购模式，包括战略采购、产地直采、产新采购等，并加大与上游供应商、种植户的合作与互助，建立稳固</p>
--	---

	<p>的合作关系，保障公司原材料来源稳定，质量上乘。</p> <p><b>5、出生率下降，对公司未来产品销售的影响？</b></p> <p>从国家卫健委公开数据来看，虽然出生率在下降，但儿童的就诊率在增长，儿童健康支出还在增长。人口出生率的下降，长期来看对儿童药品市场是有影响的，因此我们也在做积极的布局：一是进行双品牌建设，除“龙牡”品牌外，我们将以“健民”品牌为引领，加大家庭常备药、老年用药等领域产品矩阵的打造；二是加大研发投入，加快老年病、慢病等领域相关药品的研发，在研阶段也有相应的药品储备，如 1.1 类中药创新药通降颗粒是治疗胃食管反流病的；三是公司持续加大产品培养力度，近几年非儿药品种也得到了较好的发展，其中销售过亿的产品有便通胶囊、健脾生血片、小金胶囊等，新产品七蕊胃舒胶囊、拔毒生肌散等发展状况良好。</p> <p><b>6、体外培育牛黄的销售情况？</b></p> <p>体外培育牛黄为公司参股公司武汉健民大鹏药业有限公司的主要产品，公司持有其 33.54%股权，2024 年武汉健民大鹏药业有限公司经营状况良好，原料药体外培育牛黄销售正常。</p> <p><b>7、公司未来的发展规划？</b></p> <p>公司经过过去几年的快速发展，资产质量和盈利水平都得到了较大提升，在产品、研发、品牌等各个方面不断优化和强化，但也暴露出一些不足，2024 年公司全面开展营销体系改革，优化考核模式、扁平化组织架构、加强数字化建设等，为未来更加健康地发展奠定了良好的基础。2025 年公司将依然沿着既定的战略路径，持续深耕中成药制造核心主业，加快新兴业务孵化，推进“1+N”战略的落地，虽然未来存在较多不确定性因素，但公司依然保持信心：</p> <p>一是依然坚持品牌引领战略，持续强化“龙牡”“健民”双品牌建设，打造以“龙牡”为品牌的儿童药产品矩阵，以“健民”为品牌的家庭常备药产品矩阵，持续提升品牌影响力，助力产品</p>
--	---

	<p>销售；</p> <p>二是处方线将加快新产品市场培育，通过优化机制，强化队伍等实现七蕊胃舒胶囊、拔毒生肌散、小儿紫贝宣肺糖浆等新品的快速市场突破；老产品将通过新机制、新价值链梳理、新团队建设、增加空白市场覆盖等实现稳健发展；</p> <p>三是持续加大研发投入，深耕中药创新药物研发，加快儿童常见病多发病药物立项研发，推进已上市品种的二次开发，以科技创新不断强化公司产品竞争力；</p> <p>四是持续孵化新兴业务。加快大健康差异化健康产品的开发与市场培育；持续夯实中医馆连锁化能力，推进第四家中医馆开业运营；加快外延式发展探索步伐，提升公司可持续发展能力。</p>
--	--