

# 华润江中药业股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

<p><b>投资者关系 活动类别</b></p>	<p><input type="checkbox"/>特定对象调研      <input type="checkbox"/>分析师会议  <input type="checkbox"/>媒体采访            <input checked="" type="checkbox"/>业绩交流会  <input type="checkbox"/>新闻发布会          <input type="checkbox"/>路演活动  <input checked="" type="checkbox"/>现场参观            <input type="checkbox"/>其他</p>
<p><b>参与单位名称 及人员姓名</b></p>	<p>中信证券、华泰证券、中金公司、中信建投、国泰海通、华福证券、东吴证券、开源证券、中银国际、华鑫证券、申万宏源、华创证券、国金证券、招商证券、东北证券、国海证券、兴业证券、长城证券、国投证券、浙商证券、山西证券、光大证券、华安证券、平安证券、中国人寿养老保险、中信保诚基金、国联基金、兴证全球基金、银河基金、鹏扬基金、创金合信基金、天治基金、阳光资产、新华资产、泰康资产、南土资产、淡水泉投资、睿郡资产、勤远投资、正圆投资、UBS、Morgan Stanley Investment Management、Ankaa capital limited 等。          （以上排名不分先后）</p>
<p><b>时间</b></p>	<p>2026年3月23日</p>
<p><b>地点</b></p>	<p>江中药谷</p>
<p><b>上市公司 接待人员姓名</b></p>	<p>董事长            刘为权          董事、总经理    徐永前          财务总监        黄炎伟          副总经理         李海棠          董事会秘书      田永静</p>

<p>投资者关系活动 主要内容介绍</p>	<p><b>一、公司基本介绍</b></p> <p>2025 年，面对复杂多变的市场环境，公司坚持稳中求进，围绕“做强 OTC、发展健康消费品、布局处方药”三大业务布局，将内生发展和外延拓展相结合，以品牌驱动和创新驱动引领高质量发展，不断巩固核心竞争力，着力培育新质生产力，持续提升经营韧性。报告期内，公司实现营业收入 42.2 亿元，同比下降 4.87%；归母净利润 9.07 亿元，同比提升 15.03%。其中，OTC 业务深耕优势大单品，强化品牌市场认知，实现营业收入 29.92 亿元，同比下降 8.39%；处方药业务积极融入新格局，强化合规运营，受业务结构调整等因素影响，实现营业收入 7.2 亿元，同比下降 9.15%；健康消费品业务强化自营能力，实现营业收入 4.94 亿元，同比增长 43.19%。</p> <p><b>二、投资者问答</b></p> <p><b>1、公司治理结构调整并完成更名后，在战略规划和经营管理方面的主要变化有哪些？公司 2026 年业绩展望如何？</b></p> <p><b>回复：</b>2025 年，公司完成了经营管理层的调整和治理结构的优化，于今年初更名为华润江中药业股份有限公司，决策落地效率、品牌辨识度和市场影响力进一步提升。2026 年，面对内外部压力与挑战，公司将坚持品牌驱动和创新驱动，深耕品牌业务、精益管理、数智运营、技术攻关等产业链核心环节，持续推动增长动能转换，力争实现收入、利润持续稳健增长。</p> <p><b>2、公司 OTC 业务的产品梯队建设情况以及未来发展展望？</b></p> <p><b>回复：</b>公司 OTC 业务始终坚持“大单品、强品类”战略，聚焦胃肠，拓展咽喉、补益等优势品类，目前已形成三级产品梯队。第一梯队为 10 亿级健胃消食片，推动品牌年轻化，巩固全民认知，保持稳健发展。第二梯队为 5 亿级乳酸菌素片及贝飞达，乳酸菌素片围绕“肠道日常调理”定位及“养菌”特性，瞄准核心场景，持续提升心智认知；贝飞达实现广东联盟接续集采中标，持续优化工艺提升产能，与乳酸菌素片建立肠道健康“治养”组合。第三梯队为潜力产品集群，包括多维元素片、复方草珊瑚含片等过亿级单品以及川贝枇杷胶囊、蛇胆川贝液等千万级单品，依托品牌和渠道优势，专品运营强化市场渗透，积蓄增长势能。</p> <p>未来，公司 OTC 业务将坚持品牌和创新双轮驱动，夯实“家中常备药”定位，并深化消费者洞察，提升单品孵化能力，引进增量品种，拓展新兴渠道，加速打</p>
---------------------------	--

造第二增长曲线。一是**核心单品做得更“强”**，健胃消食片持续推进品牌年轻化，拓展新人群及新场景；乳酸菌素片强化“肠道日常调理”的领导地位，差异化渗透益生菌市场；贝飞达产品夯实院内市场，加强院外市场的协同拓展。二是**品类布局拓得更“宽”**，在巩固胃肠品类地位的基础上，利用江中品牌及渠道优势，向咽喉咳喘、补益维矿、慢病特色等品类拓展，同时积极引进潜力大品种，构建有梯度的产品矩阵。三是**渠道覆盖铺得更“广”**，在巩固线下终端覆盖优势的同时，深化消费者洞察，紧抓消费习惯变化，优化线上线下布局，持续深挖渠道增长潜力。

### 3、公司健康消费品业务的经营情况及未来发展展望？

**回复：**2025年，公司健康消费品业务聚焦核心品类，明确“1+3+N”品类布局，并强化自营能力，优化渠道结构，实现恢复性增长。其中“1”代表滋补品类参灵草系列，通过明晰差异化定位及渠道区隔，强化大众市场渗透，加强专业背书，提升品牌形象，提高营销触达与转化效率。“3”包含胃肠健康、康复营养、肝健康三大品类，胃肠健康品类依托益生菌冻干粉剂型与P9等自研菌株优势打造特色产品，并拓展体重管理、儿童成长等细分赛道；康复营养品类“初元”系列巩固“康复营养”专业品牌，推动“日常营养”产品拓展，丰富业务布局；肝健康品类“肝纯片”持续推进品牌专业化建设与渠道模式优化。同时，积极培育“N”品类潜力品种。

未来，公司健康消费品业务将集中资源做强滋补、康复营养、肠道健康及肝健康四大核心品类，战略布局特医品类，持续挖掘潜力新品，不断丰富产品矩阵，夯实“1+3+N”战略布局；同时，持续强化自营能力，推动可持续高质量发展。

### 4、集采对公司处方药业务的影响，以及对未来处方药业务发展的展望？

**回复：**2025年，集采对公司处方药业务的直接影响有限。未来，公司将在合规化的基础上进一步做大处方药，聚焦呼吸、心脑血管、妇儿等重点领域，深化院内院外双渠道布局：院内端强化学术推广与重点医院覆盖，主动拥抱集采；院外端搭建慢病管理体系，强化第三终端及基层医疗终端市场下沉。同时，通过自主研发与外部引进双轮驱动完善产品梯队。公司中药饮片业务通过“中药饮片+智慧代煎”双轮驱动，抓牢饮片集采机遇，以代煎服务赋能业务发展。

### 5、公司2025年营收下降但利润水平提升，主要原因有哪些？公司未来的

## 分红展望？

**回复：**2025 年受行业整体承压、终端需求变化及渠道结构调整等因素的影响，公司营收同比有所下滑，但盈利水平向好，主要得益于两方面因素：一是公司持续推进精细化管理与费用管控，运营效率稳步提升，成本结构持续优化；二是公司产品结构优化，健胃消食片、贝飞达等高毛利核心产品稳健发展，营收占比有所增长，带动整体盈利水平提升。

分红方面，公司坚持投资者与上市公司共生共荣的理念，“十四五”期间每年实施两次现金分红，现金分红比例位居中药行业前列。未来，公司在综合考虑资本性支出、业务发展需求等因素的基础上，保持分红金额及分红频次的相对稳定，与广大股东共享发展成果。

## 6、精诚徽药的投后整合情况如何？2026 年并购计划和方向？

**回复：**2025 年，公司完成精诚徽药的并购，补充了六味地黄口服液、脑力静糖浆等优势品种，进一步丰富产品矩阵。在并购过程中，公司前置整合工作，推动实现并购公司快速融合。截至目前，公司已明确精诚徽药生产基地的价值定位，并在研发、生产、销售、治理等环节全面对接，实现资源良好协同。

2026 年，公司以优化产业生态、完善产业链布局为核心目标，将投资并购和 BD 引进作为外延发展的关键引擎，将围绕中药及类中药、微生态制剂、特医食品等重点领域，持续强化品类优势，稳步推进外延发展。

## 7、如何判断中国医药行业未来五年趋势？如何顺应趋势对公司业务发展进行调整？

**回复：**未来五年，中国医药行业高质量发展方向明确，但受医保支付改革、集采提质扩面、分级诊疗、渠道分化等多重因素影响，行业短期内仍面临一定压力。长期来看，公司认为医药行业将呈现四个核心趋势。一是**政策引领高质量发展**，医保价值导向、全链条监管趋势愈发清晰，引导行业资源向治理规范、具备核心竞争力的优质企业集中。二是**市场竞争更加立体**，集采提质扩面、渠道结构深度调整等因素引导行业聚焦质量、成本、创新与运营能力的综合竞争。三是**需求结构持续优化**，健康消费升级与人口老龄化共同驱动预防保健、慢病管理、康复营养等多元需求释放。四是**数智化与国际化加速推进**，数字化、智能化技术深度融入产业全流程，中医药国际化进程逐步加快。

为顺应行业趋势，抢抓行业发展新机遇，公司将强化四个方面的工作：**一是坚持创新驱动，加速培育新质生产力**，聚焦经典名方与中药新药研发，加强国家重点实验室建设，提升研发成果转化效率。**二是推进数智升级**，深化精益管理，稳步推进数字化、智能化技术在研发、生产、营销、供应链等环节的应用，打造智慧运营生态；**三是紧抓市场变化**，优化业务布局，精准定位市场需求变化，把握健康消费增长机遇，做强优势品种，挖掘拓展潜力品种，同时积极响应集采与顺应渠道变革，优化全渠道布局，提升消费者触达效率；**四是强化产业链韧性**，持续推进产业链建设相关工作，提升供应链稳定性与成本控制能力，巩固核心竞争力。

展望“十五五”，公司将聚焦高质量发展首要任务，围绕提高“双核一力”，进一步追求“量”的合理增长和“质”的有效提升，争做中医药传承与创新的引领者。

*（交流内容涉及一些前瞻性描述，具有一定的不确定性，不构成对投资者的业绩承诺，敬请投资者对此保持风险意识。）*