

公司代码：600993

公司简称：马应龙

马应龙药业集团股份有限公司 2025年年度报告摘要



第一节 重要提示

- 1、 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2、 本公司董事会及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3、 公司全体董事出席董事会会议。
- 4、 中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5、 **董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案**

根据公司第十一届董事会第二十四次会议审议通过的2025年度利润分配预案，拟以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数，向全体股东每10股派发现金股利7元（含税）。截至2025年12月31日，公司总股本431,053,891股，以此计算拟派发现金红利301,737,723.70元（含税），占公司2025年归属于母公司所有者的净利润的51.89%。本方案需提交公司股东会审议通过后实施。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

适用 不适用

第二节 公司基本情况

1、公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	马应龙	600993	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马倩	郭艳萍
联系地址	武汉市武昌南湖周家湾 100 号	武汉市武昌南湖周家湾 100 号
电话	027-87291519	027-87389583
传真	027-87291724	027-87291724
电子信箱	maqian1582@sohu.com	gyp1582@163.com

2、报告期公司主要业务简介

（一）报告期内公司所处行业情况

2025 年受宏观环境、行业政策、市场格局等多因素影响，医药行业持续深化调整、整体经营承压，大健康产业随着健康意识提升、健康消费需求提速，叠加政策支持，发展空间持续拓宽。

1、行业整体经营情况

从医药行业整体看，根据国家统计局数据，2025 年规模以上医药制造企业实现营业收入 24,870 亿元，同比下降 1.2%，实现利润总额 3,490 亿元，同比增加 2.7%。与上年同期相比，营业收入下滑幅度有所扩大，利润增长由负转正。

从药品终端销售看，根据米内网数据，2025 年我国三大终端六大市场药品销售额达 18,538 亿元，同比下滑约 1%。三端中，公立医院药品销售额达 10,977 亿元，同比下滑 2.1%；零售药店终端药品销售额达 5,878 亿元，同比增长 2.4%，增速较 2024 年明显回落；公立基层医疗终端药品销售额达 1,683 亿元，同比下滑 4.9%。六大市场中，实体药店实现 0.6% 的微弱增长，网上药店延续较高增长态势，增速达 13.6%，其他市场均呈现不同程度下滑。

从医药上市公司看，根据万得数据，医药生物板块上市公司前 3 季度营业收入同比下降 1.4%，净利润同比下降 1.6%，行业整体盈利能力处于历史低位。二级子板块内部业绩分化明显，受政策支持的创新药、CXO 等板块营收与利润实现较快增长，医院板块受消费复苏疲软、医保控费等影响表现疲弱，药店及流通板块受益于精细化运营成果、利润端表现出一定韧性，中药板块营业、利润均同比下降，收入降幅高于利润。

相较于医药行业，大健康消费市场保持较快增长。根据魔镜洞察《2025 年消费新潜力白皮书》，2025 年大健康市场持续增长，在中国主流电商平台上销售额达到 3,043.8 亿，同比增长 15.8%，销

量约 29.2 亿件，同比增长 19.0%。其中，保健食品类规模最大，销售额达到 1,244.8 亿元，同比增长 19.9%。社媒端，养生相关话题讨论量同比上升显著，反映出目前大众对于健康的重视。

2、行业政策情况

（1）医保基金监管持续深化。

①医保基金监管制度体系持续完善，顶层设计不断强化。2025 年 6 月全国人大常委会初次审议通过《中华人民共和国医疗保障法（草案）》，并向社会公开征求意见，后续立法工作正有序推进；2026 年 2 月国家医保局印发《医疗保障基金使用监督管理条例实施细则》，为医保基金监管工作和基层执法实践提供更加明确、具体的依据。

②DRG/DIP 支付方式改革深入推进，深刻影响临床用药结构。截至 2025 年末，DIP/DRG2.0 基本覆盖所有符合条件的开展住院服务的医疗机构，支付改革朝更精细化的方向迈进，持续引导医疗机构优化诊疗结构、控制成本消耗，深入影响药品临床使用结构、准入与放量节奏。

③集中带量采购规则迭代升级，转向质价并重。2025 年 10 月，第十一批国家药品集采于正式开标，最终 272 家企业的 453 个产品斩获拟中选资格，核心目标已从以往的“降药价”转向“稳临床、保质量、防围标、反内卷”，标志着集采从“价格导向”向“质量与价格并重”转型，行业竞争趋于理性规范。

④医保基金使用监管持续从严，规范零售药店经营行为。2025 年国家医保局采用“四不两直”检查方式，对全国定点医药机构开展飞行检查，在全国范围实施“百日行动”专项整治，严厉打击欺诈骗保行为，规范基金使用秩序。

（2）创新药支持力度进一步加大。

2025 年 7 月国家医保局印发了《支持创新药高质量发展的若干措施》，在既往政策基础上进一步强化全链条支持力度。一是建立适应新药准入的医保目录动态调整机制。建立每年一调的动态调整机制，将调整周期从之前最长 8 年缩至 1 年。准入方式由专家遴选改为企业申报，申报范围主要聚焦 5 年内新上市药品。5 年内新上市药品在当年医保目录新增品种中占比从 2019 年的 32%提高至 2024 年 98%。二是对创新药纳入医保目录给予政策倾斜。建立覆盖申报、评审、测算、谈判等全流程的创新药支持机制。三是完善支持创新药发展的谈判和续约规则。价格谈判阶段，多维度综合研判药品价值，以患者临床获益为主要依据确定谈判底价，实现价值购买。纳入医保目录后的续约阶段，优化续约规则，合理控制协议期内谈判药品降价幅度，稳定新药预期，并允许 1 类创新药在触发降价机制情况下重新谈判续约。同时，建立商保与医保协同的多层次支付体系，出台首版商业健康保险创新药品目录，拓宽创新药支付渠道与市场空间。

（3）中医药高质量发展支持政策持续细化。

2025 年 3 月，国务院办公厅印发《关于提升中药质量促进中医药产业高质量发展的意见》，

明确提出健全符合中药特点的监管体系，重点部署加强中药资源保护、加快中药产业转型升级、强化中药质量监管等核心任务，推动中药产业向标准化、规范化、高质量方向发展。2025年9月，国家药监局发布《中药生产监督管理专门规定》，遵循中医药发展规律，立足中药生产实际，整合既有监管经验，突出强调从中药材基原管控、生产规范，到药品出厂放行、上市后监测评价和风险控制的全链条、全环节、全过程质量控制；聚焦中药材管控、生产关键环节等源头问题，提出针对性解决措施，同时鼓励中药生产企业加快技术改造升级，推进数智化转型，提升生产效率与质量管控水平。两项政策一“促”一“管”，既为中药产业高质量发展指明方向、提供支撑，又通过全链条监管淘汰劣质产能，推动中医药产业实现规范化、现代化发展，助力产业传承创新。

（4）积极推动大健康产业发展。

2025年国家密集出台政策支持大健康产业扩容提质，商务部、国家卫健委等12部门联合印发《促进健康消费专项行动方案》，明确提出培育和发展健康消费领域新质生产力，围绕健康饮食、家庭护理、健康管理、药店功能拓展及医养康养融合等方面部署十大任务，推动健康消费场景扩容、模式创新与服务升级；同年11月工信部等六部门印发《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》，明确支持保健食品、特殊医学用途配方食品等特殊膳食研发创新，加速健康产品迭代升级。

3、公司所处行业地位及变化情况

公司坚持品牌经营战略，遵循“目标客户一元化、服务功能多元化”的延伸策略，围绕肛肠、眼科、皮肤等重点领域，由药品治疗向全生命周期的健康管理延伸，涵盖预防、保健、诊断、治疗、康复，不断巩固肛肠健康领域核心优势，积极延伸发展眼美康及皮肤健康，打造健康方案提供商，大力发展大健康产业。

公司拥有八宝名方，具有“清热解毒、活血化瘀、消肿止痛、祛腐生肌”的功效，延伸应用领域广阔。公司依托八宝组方研制推出了马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、龙珠软膏、马应龙八宝眼霜等深受用户好评的产品，马应龙眼药制作技艺2011年入选“国家非物质文化遗产名录”，形成难以复制的传统中药技艺壁垒。公司长期深耕肛肠健康细分领域，治痔膏药获评国家工信部制造业单项冠军产品，零售终端市场份额持续稳固，品牌影响力与市场认知度稳居行业前列，具备较强的品牌壁垒与用户忠诚度。同时公司依托既有优势，有序延伸布局眼美妆、皮肤健康，逐步构建多品类协同的结构性竞争优势。

（二）报告期内公司从事的业务情况

1、发展沿革

马应龙创始于1582年，以眼药起家，拥有八宝名方。根据中医异病同治的原理以及马应龙八宝名方所具有的“清热解毒、活血化瘀、消肿止痛、祛腐生肌”的功效，20世纪80年代以来，

公司研发人员在八宝名方配伍的基础上，结合消费者的使用反馈，陆续研制推出了治痔药品马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、皮肤药品龙珠软膏和眼部护理马应龙八宝眼霜等深受用户好评的产品（见下图）。公司结合当时的市场竞争状况，主动选择聚焦肛肠，经过多年深耕，逐步构建了肛肠细分市场优势地位。2012-2015 年公司联合中华中医药学会肛肠分会开展了“中国成人常见肛肠疾病流行病学调查”，流调结果整体呈现“一高两低”特点，即发病率高、就诊率低和认知度低，肛肠健康领域发展空间广阔，潜力巨大，任重道远。在此背景下，公司坚持品牌经营战略，遵循“目标客户一元化，服务功能多元化”的发展思路，由原先的以药品治疗为主向全生命周期的健康管理延伸，涵盖预防、保健、诊断、治疗、康复，不断巩固肛肠健康领域核心优势，积极延伸发展眼美康及皮肤健康，打造健康方案提供商，大力发展大健康产业。目前已构建形成医药工业、医药商业和医疗服务的立体产业结构布局。



图：马应龙主要产品发展历程

2、主要业务、主要产品及其用途、经营模式

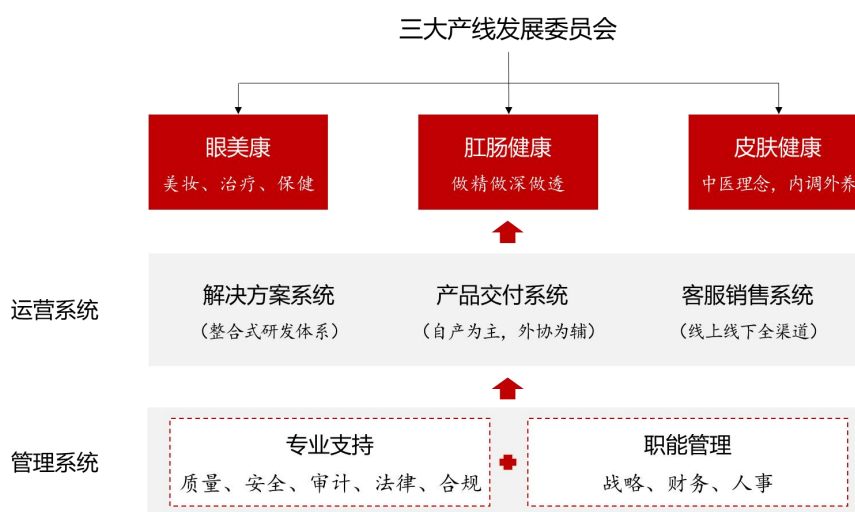
(1) 医药工业

公司持续强化核心优势，实施关联延伸，打造结构性优势。聚焦肛肠领域，持续做精做深做透，夯实细分领域竞争屏障；回归老字号眼科本源，聚焦眼部美妆、保健、治疗，大力发展眼美康；发挥既有优势，遵循内调外养理念，积极拓展皮肤健康护理。逐步构建形成了以肛肠为核心，以眼科、皮肤等为支柱的产品格局，涵盖药品、大健康产品等。目前拥有国药准字号药品百余个，拥有马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、马应龙八宝眼膏、龙珠软膏等独家药品 10 多个，生产剂型涵盖膏、栓、片剂、洗剂、中药饮片等。与此同时，基于全生命周期的健康管理需求（预防、保健、诊疗、治疗、康复），由诊断治疗向前向后延展，积极拓展大健康业务，目前拥有大健康产品 200 余个，涵盖肛肠医疗器械、肛肠卫生用品及日化品、肛肠功能性食品等肛肠健康产品，以眼霜、眼部精华、眼部精油等为代表的眼部健康产品，以及持续开发“内调外养”系列产品的皮肤类健康产品。



图：马应龙主要药品、大健康产品

公司围绕肛肠健康、眼美康、皮肤健康持续完善运营管理体系建设，成立三大产线发展委员会，强化统筹协调，持续完善解决方案系统、产品交付系统、客服销售系统功能建设，增强整体运营能力，围绕专业支持和职能管理持续提升管理水平，助力业务发展。



图：医药工业运行架构图

公司构建了自主研发、合作研发、委托研发相结合的整合式研发体系，坚持核心技术自主可控，推动多元研发资源高效协同，持续提升研发效率与核心竞争力。公司拥有一支专业的、高水平的研发团队，先后荣获湖北省重点产业创新团队、湖北省双创战略团队等称号，持续深化与国内头部科研院所产学研合作，搭建了创新药、微生物、药品工艺开发、化妆品安全功效评价等多个重点技术平台，被认定为国家企业技术中心。

公司以自主生产为主，具有药品、化妆品、医疗器械、食品、消毒产品等生产资质，同时整合外部优质生产资源，有效补充健康产品供给，并持续加强品质管控、成本优化与效率提升。公司核心药品生产设施先进，拥有国际领先、国内尖端的膏栓智能生产线，智能化水平居于行业前列，公司智能制造成效显著，获评国家工信部国家级绿色工厂等。

公司实施全渠道布局、分类侧重，结合渠道属性与产品特点，构建线上线下协同的全渠道营销体系。线下深耕药品零售网络、积极拓展医疗终端、延伸探索消费市场，基本实现主流零售药店终端广泛覆盖、医疗市场深度渗透，终端网络布局较为完善。线上积极布局内容电商、搜索电商、社群电商等多元渠道，基本实现主流电商平台全覆盖。

公司围绕产品质量、生产安全、审计监察、法律合规等关键领域强化专业支撑，加强战略统筹、资源配置与组织保障，构建高效协同的管理系统，为经营发展筑牢合规与运营基础。

（2）医药商业

医药商业主要聚焦区域市场，有序开展医药零售和医药物流业务。

医药零售主要由旗下子公司马应龙大药房运营，实行以会员管理为中心的健康家运营模式，依托线下零售药房、联动线上业务创新发展，秉承“安全、专业、实惠、便利”为核心价值主张，深耕区域市场，致力于成为大众身边的健康管理专家。

医药物流主要从事药品批发、医疗器械经营、药品互联网信息服务等，业务类型主要包括自营、分销、委托储存配送等。自营业务以承接公司体系内部分产品销售以及开展贴牌代理为主，分销业务主要为整合上游优质供应商资源、开展面向线下重点连锁及线上消费群体等的终端配送，委托储存配送业务按药品第三方物流管理规范为委托方提供药品存储、运输等服务。

（3）医疗服务

医疗服务为公司聚焦肛肠优势领域，实施由药向医延伸、拓展服务边界的重要举措。公司拥有肛肠专科连锁医院，汇聚了一批由中国肛肠病治疗领域最具影响力的专家领衔组成的医生团队。同时，强化轻资产运营，先后与百余家县市级公立医疗机构共建马应龙肛肠诊疗中心，依托公司在肛肠领域的既有优势，在肛肠专科标准化建设、肛肠诊疗技术系统培训及规范、疑难病远程会诊等方面为合作医疗机构提供全方位服务。公司持续深挖诊疗中心网络价值，着力促进医药互动经营。



图：马应龙肛肠诊疗中心合作模式

3、主要业绩驱动因素

2025年公司实现营业收入38.67亿元，同比增长3.72%；实现归属于母公司股东的净利润5.81亿元，同比增长10.11%；归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润5.64亿元，同比增长10.35%。公司主要业绩驱动因素未发生重大变化，详细分析请见以下“经营情况讨论与分析”。

（三）经营情况讨论与分析

公司聚焦高质量发展主线，完善医药工业三大产线运营体系，巩固深化肛肠领域核心优势，积极发展眼美康和皮肤健康，由药品治疗向预防、保健、康复延伸，打造健康方案提供商，大力发展大健康产业；同时顺应行业发展趋势，优化调整医药商业和医疗服务。2025年公司实现营业收入38.67亿元、同比增长3.72%，归属于母公司股东的净利润5.81亿元、同比增长10.11%，归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润5.64亿元、同比增长10.35%。受产业结构优化影响，整体利润增速快于营收增速。

1、巩固深化肛肠领域核心优势。

（1）强化研发创新引领，增厚核心优势壁垒。公司围绕肛肠创新药物、肠道及肛周微生态领域，强化研发创新与成果转化。创新药研发方面，治痔中药复方1.1类虎麝止血止痛膏完成二期临床、启动筹备三期临床，便秘化药1类创新药MC-001确定临床前候选化合物、进入临床前开发阶段。肠道微生态方面，进一步完善肠菌移植标准操作规程并推动在旗下诊疗终端落地应用，加强自研菌株鼠李糖乳酪杆菌MBP01专利布局，在肠易激综合征、便秘、痔疮防治领域斩获3项发明专利，同步推进成果转化，年内陆续上市即食性益生菌粉、益生元蜂蜜露等。肛周微生态方面，持续升级卫生湿巾功效，完成多款产品配方迭代与工艺验证，新增3款核心原料开发，持续夯实产品竞争力。

（2）渠道终端协同联动，药品市场根基稳固。持续完善特约项目管理体系，动态优化合作方结构，扩充特约品规合作数量，增强合作粘性，货款回笼得到有效保障。分层拓展零售市场，集中资源深化与头部及集采连锁合作，积极拓展潜力腰部连锁，策划肛肠健康公益行等系列活动，激活终端动销，核心终端产出同比增长超20%。稳固院内市场，在行业深度调整背景下，医院终端产出同比略有下降。顺应医药电商发展趋势，积极拓展线上药品业务，年内线上业务规模同比增速超25%。报告期内，以治痔药品为主的母公司营收同比增长8.44%，净利润同比增长14.77%。

（3）健康品种势能强劲，细分赛道优势初显。聚焦肛周健康细分领域，深耕卫生湿巾核心品类，连续三年联合权威机构发布肛周健康系列白皮书，构筑肛周护理领域专业优势。优化渠道策略，加大卫生湿巾线下药线市场拓展，积极进驻零售药店，探索布局医疗市场，着力构建卫生湿巾与治痔药品协同发展格局；调整线上平台营销策略，强化卫生湿巾专业功效传播，通过内容营销、精准投放与用户运营等，持续占领用户心智。创新打造健康厕所示范场景，先后在武汉商圈、深圳地铁枢纽建成标杆项目，在北京多地文旅景区投放便民取纸设备数百台，以场景化服务提升肛肠健康体验。凭借专业优势打造、全渠道拓展与场景化创新，卫生湿巾自上市以来保持高速增长，2025年规模增速超70%。

2、持续完善眼美康结构布局。

(1) 深挖八宝组方价值，丰富眼美康产品矩阵。强化眼药领域专业优势，着力构建眼部治疗、美妆、保健为一体的产品结构。深入推进独家药品八宝眼膏临床循证研究，其治疗脂质异常型干眼多中心临床研究在多家三甲医院有序开展；有序补充眼药产品梯队，年内玻璃酸钠滴眼液（单剂量）、盐酸奥洛他定滴眼液获批药品注册证书。深化八宝组方核心成分研究与创新应用，联合国内高校院所围绕生物发酵新原料、祛痘功效组方、八宝原粉脂质体包裹技术等持续攻关，并推动研究成果转化，年内完成清粒、抗皱等多款功效眼霜开发以及重组胶原蛋白眼霜等十余个潜力产品升级，眼部治疗、美妆、保健产品矩阵持续丰富。

(2) 优化资源配置，聚焦发力眼部美妆业务。依托既有优势，强化功效护理定位，大力发展眼部美妆业务。以线上平台为主阵地，构建多模式协同的运营体系。一是强化自主运营，通过优化品牌自播机制、提升店铺运营能力、加大内容营销等举措，推动自主运营成交金额占眼部美妆总成交比重突破 50%；二是深化与头部达人主播合作，借力优质渠道扩大品牌声量，核心眼部护理产品稳居细分品类销量前列；三是动态优化定价策略与营销活动机制，加强营销资源精细化管控，推动销售利润率同比提升。在此基础上，打造核心大单品集群，加快单品规模突破，年内眼袋型眼霜规模超 8,000 万元，眼纹型与重组胶原蛋白眼霜规模超 5,000 万元，驱动眼部美妆整体规模同比增长超 30%。

3、探索拓展皮肤健康。

强化并发挥独家皮肤药品龙珠软膏领头羊作用，持续完善循证医学证据体系，2026 年 3 月龙珠软膏治疗中度寻常型痤疮的随机、盲法、多中心临床研究结果发布，结果显示可有效改善寻常型痤疮皮损且安全性良好，为皮肤健康业务发展奠定良好基础。加强皮肤药品零售终端拓展，在辽宁、山东等区域开展新型营销模式试点，通过强化消费者教育、举办主题推广活动等方式，有效提升品牌影响力与终端动销能力，推动报告期内皮肤药品营收同比增长 17.65%。依托肠道与皮肤健康内在关联机制，探索构建“内调外养”一体化皮肤健康管理体系，积极推进相关产品研发，年内完成大麦青汁等口服调理、多肽抗皱等外用护理产品开发，同步启动试点销售，探索发展皮肤健康业务。

4、强化大健康统筹运营。

围绕肛肠、眼科、皮肤等领域，积极拓展大健康业务，强化产品、生产、渠道三端统筹协同。产品端，贯彻“主体集结，整合经营，运行中优化”策略，持续优化产品结构，有序退出非核心业务品种，集中资源深耕肛肠、眼科及皮肤健康领域，年内完成 24 项健康产品开发。生产端，健全高效交付体系，加强生产成本管控，整体毛利率提升七个百分点；建立健全质量管理体系，系统完善质量管控制度文件，明确各环节质量管控标准与责任分工，强化全流程质量管控，保障产品交付效率与质量安全。渠道端，按产品类别实行分线运作，理顺渠道运营机制，持续推动研产

销一体化协同联动，提升渠道运营效能。报告期内，大健康业务营收、净利润分别同比增长 30%、25%。

5、优化调整医药商业和医疗服务结构。

(1) 优化医药商业业务结构。全面评估零售药店经营态势，顺应政策导向与行业发展趋势，优化门店布局，稳妥处置低效、负效资产，强化重症慢病药房专业化经营，探索建设健康药房；优化线上业务产品结构，压降低毛利品类、加大自有品牌产品经营，线上盈利能力持续改善。受门店调整影响，报告期内医药零售规模及净利润同比下降，相关风险得到有效处置。调整医药物流业务结构，有序退出低效益业务，深化与品牌工业及重点客户合作，完善终端配送网络。受业务优化影响，报告期内医药物流营收略有下降，净利润同比增长。

(2) 优化医疗服务运营模式。依托肛肠专科优势，积极推动实体医院拓展健康管理业务，开展菌群胶囊移植、胃肠镜检查、大肠水疗等特色服务。受行业政策影响且特色业务尚在培育期，报告期内实体医院营收、利润有所下降。合作共建肛肠诊疗中心突破百家，经营重心由规模扩张转向运营质量提升，通过强化品牌、技术与人才赋能，完善远程会诊、专家巡诊等服务模式，助力提升诊疗中心经营能力，持续深挖平台价值。

6、完善多维保障体系。

(1) 筑牢品质长效保障。系统规划制定质量提升方案，发布《药品类品质领先能力评估框架与提升计划》，推动质量管理能力持续迭代升级。打造高标准生产体系，制定并发布《软乳膏先进制造能力评估框架与提升计划》，并稳步推进实施；年内零缺陷完成药品生产许可换证并取得新版证书，零缺陷通过美国食品药品监督管理局 GMP 现场检查，生产质量保障能力获国内外权威认可。持续加强全过程质量管控，通过严格落实原辅包材准入与放行管控、强化生产现场质量监督、规范变更与偏差管理、切实执行验证确认、持续开展产品稳定性考察等举措，产品品质得到有效保障。

(2) 强化运营效能保障。深化数智赋能，围绕生产、销售、管理等重点领域，有序推进数智技术落地应用，促进提质增效。生产端，深化智能制造，持续完善工业智联平台建设，推进重点产线自动化、数字化改造，打通生产设备与系统的数据接口，实现生产过程实时互联与数据可视；建设成果广受认可，继多项国家及省市级荣誉后，年内再获省市级智能化典型应用案例认定。销售端，加快建设营销数据中台，完善客商主数据治理规则，实现主要客商流向数据直连，健全终端数据追溯与全渠道数据贯通机制，持续提升数据质量，赋能业务决策；试点引入 AI 客服、AI 直播等数字化服务，优化服务效能。管理端，持续推进财务、人力等领域数字化平台建设，完善数字化管控流程，提升运营管理效能。

(3) 夯实组织机制保障。围绕研发、生产、渠道及中台系统等，持续完善组织架构、明确功

能定位、优化运营机制，强化专业人才支持。优化研发架构，完善药品研发、个护产品开发相关部门职能、新设功能性食品研发部，强化创新药物、功效护肤、益生菌菌株研发及相关产业化应用。深入推进精益生产，持续完善“提案-评估-实施-验证-激励”全流程改善机制，推动降本增效。优化线上线下资源配置及激励约束机制，引导业务一线强化大健康业务拓展力度。升级业务中台，进一步明确并拓展其功能定位，强化其供应链一体化、研产销协同、数字化营销、市场秩序维护等统筹支持能力。为保障业务发展，加大中高端人才队伍建设，年内围绕研发、生产、渠道等关键领域，引进多名中高端人才。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2025年	2024年	本年比上年 增减(%)	2023年
总资产	5,436,242,151.77	5,181,936,729.77	4.91	4,829,523,622.47
归属于上市公司股东的净资产	4,379,741,754.44	4,065,961,926.61	7.72	3,737,968,219.51
营业收入	3,866,608,233.15	3,728,023,668.64	3.72	3,136,746,407.53
利润总额	709,000,783.91	657,553,692.12	7.82	524,703,237.63
归属于上市公司股东的净利润	581,492,372.69	528,093,859.48	10.11	443,250,935.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	563,726,172.23	510,857,286.05	10.35	352,367,707.07
经营活动产生的现金流量净额	600,440,356.88	497,608,730.77	20.67	604,065,441.30
加权平均净资产收益率(%)	13.77	13.56	增加0.21个百分点	12.31
基本每股收益(元/股)	1.35	1.23	9.76	1.03
稀释每股收益(元/股)	1.35	1.23	9.76	1.03

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	969,147,449.22	979,875,582.64	888,258,824.22	1,029,326,377.07
归属于上市公司股东的净利润	203,572,140.06	139,650,142.90	157,788,434.47	80,481,655.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	195,050,628.12	126,593,638.79	146,481,435.58	95,600,469.74
经营活动产生的现金流	153,332,989.59	157,265,295.48	139,203,327.68	150,638,744.13

量净额				
-----	--	--	--	--

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

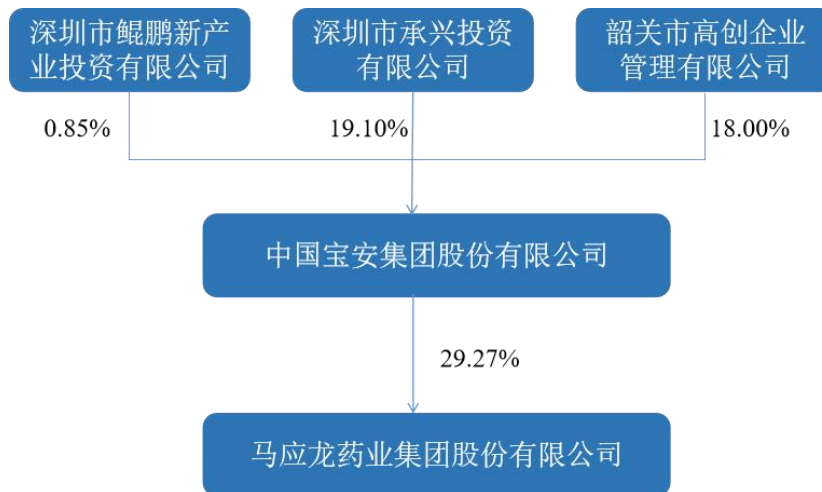
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）						32,304	
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）						41,404	
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记 或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
中国宝安集团股份有限 公司	0	126,163,313	29.27	0	无		境内非 国有法 人
武汉国有资本投资运营 集团有限公司	0	22,449,723	5.21	0	无		国有法 人
交通银行股份有限公司 －招商均衡优选混合型 证券投资基金	9,526,036	9,526,036	2.21	0	未知		其他
香港中央结算有限公司	-4,177,043	8,780,437	2.04	0	未知		境外法 人
中国工商银行股份有限 公司－富国天惠精选成 长混合型证券投资基金 （LOF）	7,900,000	8,000,000	1.86	0	未知		其他
基本养老保险基金二零 七组合	568,900	7,425,623	1.72	0	未知		其他
香港金融管理局－自有 资金	1,626,100	5,677,200	1.32	0	未知		其他
招商银行股份有限公司 －交银施罗德新成长混 合型证券投资基金	-1,784,491	5,310,498	1.23	0	未知		其他
中国农业银行股份有限 公司－招商品质发现混 合型证券投资基金	4,778,711	5,269,111	1.22	0	未知		其他
瑞银资产管理（新加坡） 有限公司－瑞银卢森堡	-66,000	4,576,400	1.06	0	未知		其他

投资 SICAV							
上述股东关联关系或一致行动的说 明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5、 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1、 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2025 年公司实现营业收入 38.67 亿元，同比增长 3.72%；实现归属于母公司股东的净利润 5.81 亿元，同比增长 10.11%；归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 5.64 亿元，同比增长 10.35%。

2、 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用

马应龙药业集团股份有限公司董事会

2026 年 4 月 24 日