

证券代码： 301507

证券简称： 民生健康

## 杭州民生健康药业股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号： 2026-001

投资者关系活动类别	<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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（2025 年度及 2026 年第一季度业绩交流会）
参与单位名称及人员姓名	参与单位/人员详见附件
时间	2026 年 4 月 24 日 (周五) 15:00-16:00
地点	线上/电话会议
上市公司接待人员姓名	董事 竺昱祺 董事兼总经理 张海军 财务负责人 朱文君 董事会秘书 陈稳竹 民生中科嘉亿总经理 司书锋 证券事务代表 鲍蔚霞 证券事务助理 潘亦乐
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、参会人员情况介绍</p> <p>二、财务负责人朱文君介绍公司 2025 年度及 2026 年第一季度财务情况</p> <p><b>2025 年度核心财务数据</b></p> <p>2025 年度，公司实现了营业收入 7.82 亿元，同比增长 21.89%；归母净利润 1.19 亿元，同比增长 29.35%；归母扣非净利润 9204.36 万元，同比增长 5.54%。</p> <p>2025 年，公司全年经营活动产生的现金流量净额为 1.77 亿元，同比增长 63.35%。现金流优化主要得益于公司存货管理持续优化，客户预收款规模实现新增，以及应收账款及应收票据管理不断优化等。</p>

### **2026 年第一季度核心财务数据**

2026 年第一季度，公司实现了营业收入 3.17 亿元，同比增长 16.95%；归母扣非净利润 6,654 万元，同比增长 8.86%。

### **三、公司董事兼总经理张海军就公司业务发展规划情况做分享**

公司围绕“新产品、新业务、新模式、新项目”四新策略，在 2026 年 Q1 整体延续 2025 年的增长趋势。

1、OTC 业务：公司核心产品 21 金维他已于 2026 年年初完成调价，有助于提升公司整体毛利水平，并有利于进一步巩固其线下大单品的市场地位，未来该产品将维持稳定的增速。公司不局限于 21 金维他单一产品，而是把整个维矿产品系列作为增长核心，包括已推出的碳酸钙 D3、葡萄糖酸钙锌口服液等其他产品。

2、保健品业务：2025 年，公司保健品业务整体表现亮眼。结合该板块 2026 年第一季度的表现来看，目前上升明显。

3、益生菌业务：今年一季度增速达到 100%以上，预计全年也可以达到一个较高的增速。

4、酒石酸伐尼克片：目前市面上该产品批文稀缺，2025 年该产品的线上市场规模约为 2 亿元，线下市场规模约为 1.5 亿元，行业整体增速超过 100%，正处于高速发展阶段。公司于去年底在线上渠道上架该产品，今年 Q1 开始在线下药店进行铺货，2026 年 Q1 已完成 3000 多家药店的进场。预计在二季度末进场的药店可以突破 1 万家。

### **四、投资者提问互动交流**

**1、问：21 金维他这款产品是如何在当前线下药店渠道客流下滑、线上渠道竞争又异常激烈的双重压力下，依然保持稳定增长的呢？**

答：21 金维他过去在线下、线上渠道确实面临挑战，公司于今年年初启动该款产品的调价动作，目前调价流程已全部落地，覆盖线上线下所有渠道，能帮助公司更好地应对市场的竞争与挑战。

保持稳定增长的原因：①线下渠道方面，消费者对膳食营养补充剂认知提升，消费者教育趋势向好。21 金维他之类的产品作为“弹性产品”，能为终端贡献毛利，线下药店愿意进行推广。②公司较好地维护了渠道价值链，ToB 端价值链维护和价格稳定处于较好水平，有助于维护 B 端及广阔市场的产品价格力。③在 ToC 端价值链上，公司做了产品价格与规格的差异化设计。

**2、问：看到公司推出了专门针对儿童的小金维他系列产品，想了解公司对该系列产品后续有怎样的规划？**

答：小金维他品牌定位为“儿童全营养”，是 21 金维他品牌面向儿童人群的延伸系列。该系列产品于今年 1 月举办了产品发布会，并与环球影视“小黄人”IP 达成合作，新包装系列已陆续上架，未来还将启动线下招商计划。

**3、问：关于益生菌业务，想请教一下公司目前益生菌 ToB 业务的收入占比，以及主要大客户的贡献情况是怎样的？**

答：民生中科嘉亿在 2025 年与民生健康完成并表后，延续此前的业务模式，目前仍以 ToB 业务为主。从全年收入结构来看，ToB 业务占比超 90%。去年公司新推出的几款普瑞宝制剂产品，经过一年的市场探索，已取得一定销售额，但在整体收入中占比仍较低。此外，关于 ToB 业务的大客户占比，据统计，去年益生菌 ToB 业务前 20 大客户的销售额占比约为 40%；而从今年一季度 Top20 客户占比分析来看，该比例已提升至约 50%，实现显著增长。这主要得益于与民生健康合作后，民生健康在品牌背书、客户支持、市场拓展等方面给予了民生中科嘉亿极大的帮助，进而带动了益生菌客户尤其是大客户量级的增长，同时推动客户结构进一步优化。

**4、问：看到公司 Q4 销售费用率有所上升，其原因是什么？对 2026 年全年的销售费用率又有怎样的展望？**

答：公司于去年 Q4 推出戒烟新品“乐速克”酒石酸伐尼克兰片。销售费用有所提升，主要是因为新品上市需开展消费者教育与市场推广等前置性工作，这会对公司销售费用率产生一定影响。同时，公司将持续优化销售费用支出比例与结构，总体而言，

全年销售费用率预计不会出现大幅波动。

**5、问：可以看到近期对保健品的监管正在收紧，想请教一下这对公司的线上渠道是否产生了影响？另外，从中长期来看，行业会进一步走向合规化，并出清一些不合规的品牌吗？**

答：关于跨境保健品及直播电商政策的监管影响，公司认为监管趋严对行业发展是有利的，尤其是针对伪跨境及违规宣传行为的整治。公司始终坚守合规宣传原则，将产品质量视为经营底线，在经营与宣传的各个环节均严格遵守相关法律法规。监管层面的强监管、严要求，对于公司这类以品牌为核心的企业而言，无疑是一大利好，它能有效遏制部分打擦边球、经营不规范企业的违规行为，为公司营造更公平的市场竞争环境，创造更广阔的发展机会。

此外，公司目前正在积极布局海外供应链，将严格遵循各项规范要求，开展跨境业务。随着监管趋严，京东、阿里天猫国际等平台的准入门槛已显著提高，部分不合规企业被清理出局，这对国内保健品行业的健康发展同样是积极的利好。

**6、问：公司之前提及的国际化布局，具体是指哪些方向？会有哪些具体的动作？**

答：公司国际化布局中，香港民生健康国际公司承担着“走出去”与“引进来”的双重功能。公司的 Qivita 品牌作为澳洲跨境品牌，依托澳洲与韩国的供应链资源，近期即将落地运营；与此同时，香港的两个中药批文也计划于今年完成跨境销售布局。在出海战略上，东南亚是公司的首选区域，越南、马来西亚等市场也将作为前期重点拓展方向。

预计公司今年跨境业务收入占比将相对较小，前期公司目标以打通跨境商业模式为主。

**7、问：公司 2026 年第一季度各类产品的毛利率情况及其变动趋势如何？成本端（原材料）价格是否存在波动？**

答：公司一季度毛利率情况总体变化不大，但随着国际形势的变化，如果油价持续走高势必会影响到产业链的各个环节，特别是跟石油直接相关的原辅材料以及各环节的运输成本等等。今

年公司对 21 金维他的出厂价格进行了调整，这对提升整体毛利水平起到了积极作用。基于对市场的判断，公司也会提前对部分原料开展库存管理工作。

**8、问：公司此前在宣传中提及拥有多种特色菌株，能否介绍一下这些菌株的具体特色，包括当前的研发进展、商业化进展，以及针对目前市场上备受关注的减肥益生菌，公司是否已有相关布局？**

答：目前，民生中科嘉亿在益生菌业务上主要聚焦四个核心方向：肠道健康、代谢调节及体重管理、睡眠与情绪管理以及抗衰。针对这些方向，公司已布局并开展了多株特色菌株：JYLR-127 菌株在改善便秘方面作用明确；JYLP-326 菌株可有效助力睡眠与情绪改善；JBLC-141 菌株在缓解疲劳上表现突出；JYLA-191 菌株对认知功能恢复具有积极效果。此外，针对当下热门的体重管理应用领域，公司布局了核心专利菌株嗜酸乳杆菌 JYLA-126，关于该益生菌通过改善胰岛素抵抗治疗多囊卵巢综合征肥胖患者的临床研究成果已发表于《Journal of Functional Foods》，该研究揭示，该菌株不仅是具备棕色脂肪激活潜力的“燃脂菌株”，更是能够调控代谢根因的底层功能菌株。目前，该菌株已完成动物实验及相应临床试验。体重管理相关的菌株嗜酸乳杆菌 JYLA-126 目前占公司总营业收入的比例较小。

今年，民生中科嘉亿将完成多个菌株的临床试验，涉及婴儿腹泻、尿酸改善及女性健康等方向，目前这些临床研究已进入收尾阶段，初步数据显示均取得积极正向的结果。同时，公司今年将进一步启动新的临床布局，研究方向仍围绕睡眠及情绪管理、抗衰、代谢调节及体重管理、肠道健康四大核心领域展开。以上即为公司目前在菌株研究方面的重点方向及特色菌株情况。

**9、问：查询到 21 金维他多维元素片的两项发明专利将于 2028 年到期，到期后会对公司产生什么影响？**

答：发明专利并非公司最关键的竞争壁垒。经过 40 多年深耕维生素矿物质领域，公司已拥有涵盖产品配方、生产工艺、品质控制和检验的系列核心技术体系，如多营养素协同的配比技

	<p>术、微量营养素混合均匀度控制方法、维生素与矿物质片产品稳定性控制技术、微含量维生素检测方法等，这些核心技术体系是公司独有的，是当前产品市场竞争力的来源，亦是未来业务增长点的内生动力。</p> <p><b>10、问：观察到 21 金维他品牌今年在抖音平台的表现十分亮眼，想请教一下关于维生素与矿物质类行业的情况：我们过往注意到部分细分保健品成分的需求增速较快，但今年也都受到监管政策影响。想请教各位领导是否观察到维生素与矿物质这类相对传统的大类目，在线上线下渠道的需求有出现明显改善吗？</b></p> <p>答：消费者对维矿类产品的需求在变化，年轻一代消费者对这类产品的认知教育已相对成熟，未来我们产品布局将围绕人群细分、精准营养进行定制化，并在剂型创新（如营养包、包芯片、三层片）和运动营养类目等方面寻求突破。</p> <p>（本投资者关系活动记录表中涉及的业务发展规划、预测是公司基于目前的行业、市场环境、经营情况制定的发展规划及作出的判断，并不构成业绩承诺，敬请投资者对此保持足够的风险意识，并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。）</p>
附件清单(如有)	无
日期	2026-04-24

附件：参与单位及人员列表（排名不分先后）

序号	单位名称	姓名
1.	华夏基金管理有限公司	李柄桦
2.	新华基金管理股份有限公司	夏旭
3.	北京方圆金鼎投资管理有限公司	应文添
4.	厦门坤易投资管理有限公司	郑婷
5.	杭州超道股权投资基金管理有限公司	沈军
6.	杭州超道股权投资基金管理有限公司	郭铁
7.	北京沅沛投资管理有限公司	李爽
8.	湖南源乘私募基金管理有限公司	刘小璘
9.	信达证券股份有限公司	章钟涛
10.	东吴证券股份有限公司	邓洁
11.	广发证券股份有限公司	谌保罗
12.	信达证券股份有限公司	程丽丽
13.	山西证券股份有限公司	魏赞
14.	华鑫证券有限责任公司	胡博新
15.	中国国际金融股份有限公司	武雨欣
16.	方正证券股份有限公司	王泽华
17.	国泰海通证券股份有限公司	訾猛
18.	国泰海通证券股份有限公司	杨柳
19.	国泰海通证券股份有限公司	胡慧铭
20.	西部证券股份有限公司	田地
21.	国泰海通证券股份有限公司	闫清徽
22.	西部证券股份有限公司	陆伏崴
23.	西部证券股份有限公司	于佳琦
24.	东方财富证券股份有限公司	孙颖
25.	方正证券股份有限公司	王海瑜
26.	中邮证券有限责任公司	张子健
27.	上海申银万国证券研究所有限公司	王子昂

28.	华福证券有限责任公司	童杰
29.	东方财富证券股份有限公司	王越
30.	财通证券股份有限公司	马咏怡
31.	天风证券股份有限公司	吴艾漪
32.	东方财富证券股份有限公司	田然
33.	中邮证券有限责任公司	蔡雪昱
34.	国盛证券有限责任公司	李梓语
35.	东方证券股份有限公司	李耀
36.	民生证券股份有限公司	张馨予
37.	首创证券股份有限公司	郭琦
38.	招商证券股份有限公司	任龙
39.	招商证券股份有限公司	朱彦霖
40.	华泰证券股份有限公司	倪欣雨
41.	东方财富证券	孙颖
42.	耕霖资产	陈洋洋
43.	广发证券股份有限公司	李国华
44.	荣信泰私募证券基金管理有限公司	徐辉