

# 健民药业集团股份有限公司

## 2026年3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	2026年3月24日：国海证券、华泰资产 2026年3月25日：个人投资者向先生
地 点	公司会议室
公司参与人员	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
	<p><b>1. 公司主要品种的库存情况？</b></p> <p>公司主要品种龙牡壮骨颗粒、便通胶囊、健脾生血颗粒等 OTC 产品以及处方线主要品种的渠道库存均保持在合理的水平。</p> <p>2025 年公司营销体系改革成效显著，品牌双轮驱动策略持续推进，医药工业板块快速恢复，全年实现营业收入 20.25 亿元，较上年同期增长 15.92%，OTC 产品线与处方药产品线齐头并进实现双增长，核心品种稳健、新产品发展势头良好。</p> <p><b>2. 便通、生血销售情况？</b></p> <p>公司坚持品牌引领策略，在持续构建“龙牡儿药 专业可靠”品牌认知的同时，加强“健民”品牌建设，进一步提升“健民”品牌在慢病、家庭常备药等领域的影响力，通过综艺冠名、社会化媒体传播、公益项目等多元化传播方式，持续提升品牌知名度与美誉度，便通胶囊、健脾生血颗粒作为“健民”品牌下的核心产品，通过“院内+院外”模式，销售实现稳步增长，其中便通胶囊销售发出同比增长 29%；健脾生血片/颗粒同比增长 20%。</p> <p><b>3. 公司儿药线的发展策略？</b></p> <p>2026 年公司儿药线发展的核心策略：</p>

在品牌端，坚守“龙牡”核心品牌定位，以龙牡壮骨颗粒为核心，依托儿童发育成长专业优势，稳步拓展医院市场；紧扣“健脾加钙D，科学助长高”产品核心价值，塑造科学、安全、有效的儿药品牌形象，筑牢“龙牡儿药 专业可靠”的市场认知，强化品牌专业公信力。

在产品端，加速“龙牡”儿药产品矩阵布局，多维度发力补齐产品管线。一方面深挖存量儿科高价值产品潜力，另一方面通过合作引进、自主研发等多元途径，构建贴合儿科常见病症分布、品类齐全的儿药产品体系，夯实业务持续发展的产品根基。

在营销端，推进产品包装系列化升级，深化优质连锁战略合作、打造标杆客户；深耕广域市场，实施产品分类施策，打造区域样板市场，强化专业团队，构建以品牌、项目、培训为支撑的专业服务体系，全面提升市场覆盖与运营效能，推动业务持续稳健增长。

#### **4. 新产品小儿牛黄退热贴膏的退热效果如何？**

小儿牛黄退热贴膏为公司去年获批的中药 1.1 类创新药，是国内唯一获批的药准字号儿童退热贴膏。小儿牛黄退热贴膏将中药透皮吸收技术、穴位敷贴疗法与物理降温原理有效结合，药物作用于大椎穴和神阙穴，经皮肤渗透进入血液循环，达到退热解表、清热解毒之功效，主要用于小儿急性上呼吸道感染风热证所致的发热（38.5℃及以下），具有良好的临床应用基础，安全性与有效性得到了充分验证。目前该产品已上市，市场销售相关工作有序推进，并会积极准备今年的国谈。

#### **5. 公司在研品种进展如何？**

2025 年公司持续加大研发投入，全年投入 11,565.64 万元，同比增长 19%，产品管线不断丰富。中药 1.1 类创新药小儿牛黄退热贴膏、化药 3 类呋塞米口服溶液及氨溴特罗口服液获批；益母妇炎颗粒、通窍鼻炎颗粒获得临床批件，新立项 4 个品种。2026 年公司将加快完成通降颗粒 III 期临床，按节点推进枳术通便颗粒、

益母妇炎颗粒等在研品种的临床研究，并围绕儿科、妇科及慢病领域，同步布局大健康产品，全年力争立项新项目 3 项。

#### **6. 公司新药线销售情况？**

公司加速新药线商业化能力建设，重点推进小儿紫贝宣肺糖浆、七蕊胃舒胶囊两款中药 1.1 类创新药的市场导入与培育。通过强化临床准入、深化学术推广、拓展渠道覆盖等系统性举措，有效提升产品可及性与市场认知度，创新药商业化能力持续夯实。2025 年，七蕊胃舒胶囊销售发出同比增长 39%；小儿紫贝宣肺糖浆上市首年即获市场认可，销售发出超 7000 万元，是近年来中药创新药上市首年销售表现较好的产品之一。