华润江中药业股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	□特定对象调研　　□分析师会议 □媒体采访　　√业绩交流会 □新闻发布会　　□路演活动 □现场参观　　□其他
参与单位名称及人员姓名	国盛证券、开源证券、兴业证券、中信建投、中金公司、中信证券、东北证券、长城证券、瑞银证券、长江证券等证券机构及投资者。 （以上排名不分先后）
时间	2026 年 10 月 24 日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	财务总监　　黄炎伟 董事会秘书　　田永静 证券事务代表　　汤洋 投资者关系总监　龚北辰

投资者关系活动主要内容介绍	**一、基本情况介绍** 2026 年前三季度，医药行业仍处于调整阶段，集采提质扩面、价格治理深化以及终端格局变化等因素对企业经营带来一定压力。报告期内，公司立足经营实际，保持战略定力，坚守长期主义，实现营业收入 26.62 亿元，同比下降 9.25%；归属于上市公司股东的净利润 6.17 亿元，同比下降 9.68%；经营活动产生的现金流量净额 10.02 亿元，同比增加 2.88%，经营质量整体保持稳健。 在积极应对经营压力的同时，公司持续推进研发创新和业务布局，取得了一系列积极进展。研发创新方面，公司首个经典名方芍药甘草汤颗粒获批上市，年内新增两款特医食品注册批件，产品储备进一步丰富。市场拓展方面，八珍益母胶囊、雷贝拉唑钠肠溶片新纳入国家基本药物目录，健胃消食片取得澳门中成药注册证明书，为公司拓展院内、基层医疗终端及境外市场创造了有利条件。产能建设方面，海斯制药金匠园现代工厂项目竣工，为后续业务发展奠定基础。 展望未来，公司将继续巩固核心业务优势，加快重点产品培育和市场拓展，持续加强研发创新与成果转化，统筹推进当前经营改善和中长期业务发展，努力提升经营质量与发展韧性。 **二、投资者问答** **1、公司十五五规划最新进展及四季度经营展望？** **回复：**目前，公司已基本完成“十五五”战略规划，公司将坚持品牌驱动和创新驱动，内生外延相结合，围绕 OTC、处方药、健康消费品三大业务板块，持续巩固优势品类、培育重点产品，强化渠道协同和学术赋能，推动实现协同发展。同时深耕品牌建设、研发创新、数智运营、精益管理等环节，夯实“十五五”阶段高质量发展基础。 前三季度，受集采提质扩面、医保控费及院外零售终端竞争加剧等因素影响，公司面临一定阶段性压力。从财务表现看，前三季度公司收入同比降幅较半年度有所收窄，利润同比降幅有所扩大，主要受产品结构阶段性波动、非经常性收益同比减少等因素影响。 四季度，公司将聚焦自身经营，OTC 业务把握秋冬市场需求，强化渠道协同提升终端动销；处方药业务把握基药目录拓展及基层市场发展机遇，强化重点产品学术推广和市场覆盖；健康消费品业务强化线上运营，抓好重要营销节点，提

	升市场推广效果。 **2、公司对 OTC 板块核心产品的经营分析、渠道库存及后续展望？** **回复：**2026 年前三季度，公司主要产品渠道库存整体可控，其中健胃消食片终端需求保持平稳；贝飞达产品销量总体稳定，但收入受到增值税政策变化等因素影响有所承压；乳酸菌素片终端需求整体平稳，三季度渠道库存明显下降，渠道经营状况逐步改善。 下一步，公司将持续推动品牌与渠道建设，分品施策推动业务发展。健胃消食片围绕美食消费场景推动年轻化传播，强化品牌认知；贝飞达在巩固院内市场基础的同时，积极探索拓展院外市场；乳酸菌素片进一步挖掘产品差异化优势，拓展消费场景、优化品牌传播、强化终端推广，努力提升产品市场竞争力。 **3、公司健康消费品业务发展情况？** **回复：**2026 年前三季度，公司健康消费品业务持续加强自营能力，围绕滋补、康复营养、胃肠健康、肝健康等品类打造重点产品，把握消费者多元健康需求，加快产品创新与渠道拓展，积极培育第二增长曲线。前三季度，健康消费品业务实现营业收入 3.44 亿元，同比增长 2.37%。 第四季度，健康消费品业务将把握重点营销节点，加强线上推广和电商运营，优化产品组合与推广策略，持续推动潜力品种培育和市场拓展，提升销售转化效率。 **4、公司分红规划？** **回复：**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。公司已完成 2026 年中期分红，中期分红水平较以前年度保持相对稳定。未来，公司将在综合考虑资本性支出、业务发展需求等因素的基础上，保持相对稳定、可持续的分红政策。 **5、公司三个业务板块毛利率变化的原因？** **回复：**2026 年前三季度，公司综合毛利率同比基本稳定。分业务看，OTC 业务毛利率总体平稳；处方药业务受集采提质扩面等因素影响，毛利率有所下降；健康消费品业务随着自营业务持续发展，业务结构进一步优化，毛利率有所提升。 **6、公司外延并购进展以及未来的规划？**

	回复：公司外延发展以优化产业生态、完善产业链布局为核心目标，将聚焦OTC、处方药、健康消费品三大核心领域，围绕中药及类中药的主航道，联动微生态制剂、特医食品、特色饮片等细分赛道的副航道，持续强化品类优势。 目前，公司持续加强项目寻源、筛选和研究论证，稳步推进重点项目跟进，兼顾战略协同、经营质量和投资回报，积极稳健推动外延发展。 **7、公司后续产品梯队规划？** **回复：**公司将围绕核心品类巩固、重点品类拓展和创新产品培育三个方向，持续完善产品矩阵。一是巩固核心品类优势，持续做深脾胃、肠道等优势品类，巩固核心大单品市场地位；二是拓展重点品类布局，依托品牌、科研和渠道资源，积极拓展呼吸、妇儿、特医食品、药食同源等重点领域，培育新的业务增长点；三是加快创新产品培育，持续加强研发创新与成果转化，推动新品孵化和上市，近期公司首个经典名方芍药甘草汤颗粒获批，进一步充实了公司产品储备。未来，公司将持续加强重点品种培育和大单品打造，构建层次清晰、发展有序的产品梯队，为中长期发展积蓄动能。 **8、贝飞达现在的产能进展，毛利率变化情况？** **回复：**公司持续推进贝飞达工艺优化，稳步提升现有产能，并积极推进金匠园现代工厂项目。截至2026年9月，金匠园现代工厂项目已全部竣工，但贝飞达新产线正式投产前还需完成产品技术转移、质量研究及监管审批等程序，公司正有序推进相关工作，争取于2027年底正式投产。 2026年前三季度，受增值税政策变化等因素影响，贝飞达产品毛利率同比有所下滑。同时，受院内推广环境变化及公司持续加强合规管理、优化推广方式等因素影响，相关销售费用有所下降，产品销量总体稳定。 贝飞达兼具OTC、国家基本药物、医保品种等优势，在院外市场仍有较大的拓展空间。未来，公司将在巩固院内市场的同时加大院外推广，积极拓展连锁药店、基层及电商等渠道，扩大市场覆盖，为新产能释放后的产品发展奠定基础。 **9、医院业务目前的趋势？** **回复：**公司坚持以临床价值为核心，持续夯实院内准入、学术推广与合规运营能力，稳步拓展院内业务。一是强化重点产品市场覆盖，把握集采执行及基药目录调整等政策机遇，扩大复方鲜竹沥液、排石颗粒、八珍益母胶囊等重点产品

	在等级医院与基层终端的市场覆盖；二是强化专业化学术推广能力，提升临床触达，并重点推进八珍益母胶囊专家共识相关工作，为产品临床应用提供专业学术支持；三是巩固饮片业务优势，加强院内客户维护和市场拓展，发挥智慧代煎等特色服务优势，持续提升院内业务竞争力。 **10、新版基药目录对公司的影响？** 回复：公司八珍益母胶囊（0.35 克/粒）及雷贝拉唑钠肠溶片新纳入《国家基本药物目录（2026 年版）》。两款产品纳入目录，为公司拓展院内市场及基层医疗终端带来新的发展机遇，有利于产品在医疗机构的市场准入和推广使用，进一步扩大市场覆盖。下一步，公司将积极推进相关产品的市场准入、学术推广和终端覆盖，把握政策机遇，推动重点产品市场拓展。 展望：2026 年前三季度，公司经营面临一定阶段性压力，但江中良好的品牌认知度、核心产品竞争力及较好的现金流等长期发展基础依然稳健。下一步，公司将聚焦重点业务和产品，持续加强渠道建设和终端推广，深化精细化运营，全力推动四季度经营改善，努力提升全年经营表现。同时，公司将统筹好业务发展与股东回报，持续巩固核心竞争优势，为公司长期稳健发展奠定基础。 *（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。）*