

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： 2025-003

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他 （2025 年浙江辖区上市公司投资者网上集体接待日暨 2024 年度业绩说明会）
参与单位名称及人员姓名	网上参与提问的投资者
时间	2025 年 5 月 13 日 (周二) 下午 15:00~17:00
地点	公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	董事会秘书陈稳竹
投资者关系活动主要内容介绍	投资者提出的问题及公司回复情况 公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复： 1、请问，公司往年一季度业绩占比较高，今年是否有所改变，谢谢！ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。随着公司产品结构的优化，尤其是新产品的推出，预计季度间业绩的占比差距将会逐渐减少。谢谢！ 2、近期在微信公众号、抖音、京东、淘宝上，看见中科嘉亿公司已经注册了相关店铺，并发布了“民生普瑞宝益生菌冻干粉”民生普瑞宝即食益生菌”等新产品，能具体介绍有哪些分类产品吗？销售前景如何？ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司相关益生菌新产品为保健食品、即食益生菌等产品分类，具体产品的细节请参

	阅每个产品的说明书。您可以关注本公司益生菌产品相关店铺，以便及时了解新产品的发布动态，感谢您的支持。谢谢！ 3、2025 年 5 月，杭州民生健康药业股份有限公司，申请两个 32 类啤酒饮注册商标，具体为（申请 / 注册号：84698649 每日多维，申请 / 注册号 84674532 21 金维他每日多维），请贵司这两个商标是用于什么产品，请具体介绍一下 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。新商标拟计划用于多维饮料类产品，目前尚处于规划阶段。谢谢！ 4、近期，民生健康公司申请注册了，“每日多维”“21 金维他每日多维”两个 32 类啤酒饮料的商标，请问申请的新商标是用什么产品，请具体介绍一下？ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。新商标拟计划用于多维饮料类产品，目前尚处于规划阶段。谢谢！ 5、公司参与行业标准制定与报告期专利情况如何，对于提高公司技术壁垒有哪些帮助 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。2024 年度，公司及子公司新增药品批文 1 项，授权发明专利 3 项，实用新型专利 4 项，保健食品注册证书/备案凭证 10 项，完成功能性食品开发 11 项，作为起草单位参与 2 项团体标准起草工作并获得证书。公司始终重视研发创新工作，致力于完善、优化核心技术体系，为公司未来的技术发展和市场拓展提供坚实基础，谢谢！ 6、随着行业的发展，公司如何应对可能出现的技术替代风险？在技术创新和产品升级方面有哪些前瞻性的布局？ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。经过四十余年的行业深耕，公司形成了多营养素协同效应下的配比技术、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一整套涵盖产品配方体系、生产工艺体系、品质控制与检验体系的核心技术体系。公司拥有技术创新能力，具备自主知识产权体系，能基于行业发展特点，聚焦优势资源，持续在技术、产品、品牌和销售渠道等核心竞争力要素
--	---

	方面创新发展。在未来，公司将继续密切关注市场和行业技术的最新动态。谢谢！ 7、公司在数字化赋能智能制造方面有哪些具体的实践和成果？未来如何进一步深化数字化转型，提升生产和管理效率？ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。为实现生产精益化、自动化、信息化，公司持续开展生产设备、生产工艺和管理方式的改进工作，助推质量与效益双提升。公司募投项目在设计实施阶段考虑了自动化和智能化的设计理念，应用了智能仓储等自动化系统，提高了生产效率。谢谢！ 8、报告期公司研发投入情况如何，主要投向哪些项目，对提升公司核心竞争力有何重要意义？ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。报告期内，公司致力于通过持续的研发创新，全力推进新产品研发工作，2024 年度投入研发费用 2,398.05 万元，占公司营业收入的 3.74%，新增授权发明专利 3 项，实用新型专利 4 项，保健食品注册证书/备案凭证 10 项，完成功能性食品开发 11 项，作为起草单位参与 2 项团体标准起草工作并获得证书。公司的研发投入旨在拓展研发管线，丰富产品种类，增强产品竞争力，巩固公司的核心优势。谢谢！ 9、公司 2024 年营收增长情况如何，在行业竞争激烈的情况下，取得增长的关键因素是什么？未来哪些因素有望持续推动业绩增长？ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。受益于民众健康意识和消费能力的双提升，行业规模不断扩大、健康消费理念不断升级。2024 年度，公司以“新产品、新业务、新模式、新项目”四新战略为核心，持续加强产品创新研究，积极拓展维矿类及其他品类非处方药与保健食品产品矩阵，并加大新业务、新模式的探索。2024 年度，公司实现营业收入 6.41 亿元，较上年同期增长 10.23%；归属于上市公司股东的净利润 9,183.41 万元，较上年同期增长 7.24%。未来，公司将坚持守正创新，持续拓展新边
--	---

界、搭建新平台、瞄准新赛道、探索新模式，以创新为翼，谱健康新篇章，以产品为魂，塑可持续增长未来。谢谢！

10、公司在与中科嘉亿的合作中，对方做出了业绩承诺。这一合作对公司在益生菌领域的发展有哪些战略意义？除了业绩承诺，还有哪些方面的协同效应值得期待？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司与中科嘉亿的战略合作，将有利于拓展公司在益生菌领域的业务发展空间，提升研发实力和市场竞争力，增强公司综合影响力，有助于进一步提升公司的业务规模和盈利能力，符合公司长期发展战略、业务布局和全体股东的利益。谢谢！

11、报告期内公司对益生菌板块进行了全局规划及优化调整，调整的原因和目标是什么？目前取得了哪些阶段性成果？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司深耕益生菌领域 20 余年，成功打造了专业益生菌产品线—普瑞宝，是集研发、生产、销售全产业链为一体的益生菌平台，旗下布局专业肠道益生菌、维矿+益生菌等多元化的产品矩阵，满足了不同消费者的健康需求。2024 年底，公司与中科嘉亿达成了战略合作，公司将充分利用中科嘉亿在益生菌菌株与原料领域的优势，全面整合双方资源，积极布局、协同推进，以“嘉亿”+“普瑞宝”两大品牌，布局专业功能益生菌的多元化产品矩阵，打造从菌粉、OEM 到制剂的全产业链益生菌生态体系。谢谢！

12、公司在 2025 年经营计划中指出要培育多个明星大单品，如何从产品研发、市场推广等方面确保这些大单品的成功打造？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。培育大单品，打造第二增长曲线是公司一直在努力推进的工作。在研发端，公司不断寻求技术突破，提升产品功效；在原料端，公司会优选能给消费者带来更好体验的原料。对于市场推广，公司将采用多元化的拓展策略，依托自身特色和优势，线上线下开展多样化的不同模式尝试，通过不断的探索与实践，逐步形成一套与公司相契合且有效的市场推广策略。谢谢！

13、公司提到“四新”战略，在 2024 年围绕该战略开展了诸多工作，如引进人才、推进新品研发等。能否介绍一下“四新”战略的实施成果以及对公司未来发展的战略意义。

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司以“新产品、新业务、新模式、新项目”四新战略为核心，持续加强产品创新研究，积极拓展维矿类及其他品类非处方药与保健食品产品矩阵，并加大新业务、新模式的探索。同时，公司大力引进外部优质人才，全方位优化人力资源配置，为公司战略落地提供人力支持。“四新”战略是公司的核心战略，它以创新驱动和健康发展的理念为指导，以市场需求为导向寻求突破，致力于实现公司的高质量、可持续和健康发展。谢谢！

14、从地域销售数据来看，华中地区营收增长 23.69%，表现突出。公司在华中地区采取了哪些针对性的市场策略？这些策略是否可以复制到其他地区？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司一贯重视销售网络体系建设，不断强化销售渠道的广度和深度建设，建立了国内主要市场全覆盖的业务格局。公司在重点省份及区域均配备有专业的商务团队，负责当地的渠道建设与管理，保障产品销售实现充分覆盖并精准触达消费者。未来，公司将持续通过品牌价值的赋能与销售渠道的优化拓展，构建更具市场竞争力的营销网络体系。谢谢！

15、维生素与矿物质补充剂系列产品是公司的主要营收来源，2024 年该系列产品营收增长 10.47%。公司在维持该系列产品市场优势方面采取了哪些措施？未来有何进一步的发展规划？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。为了巩固维矿类产品在市场竞争中的优势地位，公司制定了以下策略方针：确保核心产品——21 金维他®多维元素片（21）的稳步增长，维持其市场地位；其次，在 OTC 产品领域，公司紧跟市场需求，布局了赖氨酸磷酸氢钙颗粒、碳酸钙 D3 咀嚼片、葡萄糖酸钙锌口服液等

	新品，拓展新的市场领域；在保健品产品线上，21 金维他倍+品牌旗下系列产品持续推陈出新，旨在为不同年龄、性别和消费场景下的消费者提供更加精确和个性定制化的营养补充方案，以满足市场日益多元化的细分需求。未来，公司将持续完善维矿系列产品矩阵，以满足消费者的更多需求。谢谢！ 16、公司在研的新产品复合型营养素补充制剂的进展如何？预计何时能够上市并为公司带来收益？ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司在研的复合型营养素补充剂为系列化产品，目前产品处于不同的研发阶段，公司将根据研发进度及时做好上市工作，完善公司产品体系。谢谢！ 17、公司提到要积极探索品牌的国际化道路，在品牌出海方面有哪些初步规划和设想？目前是否有相关的准备工作正在进行？ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。在政策层面上，国家积极倡导海外投资。公司计划将现有优质产品品类推广至国际市场，以满足海外与中国消费者相似的营养需求。此外，公司不仅致力于“走出去”，还希望实现“引进来”，即引进国外的成熟配方，借助公司的品牌和渠道优势，为消费者提供更丰富的产品选择。目前公司已经成立国际业务部，专职开展国际业务。谢谢！ 18、公司电商销售渠道营收情况如何，在拓展线上渠道方面采取了哪些有效的策略？未来线上渠道的发展重点是什么？ 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。为顺应新时代消费群体的消费理念和消费习惯，公司不断加大加强线上销售渠道布局，在天猫、京东、拼多多、抖音、快手、小红书等知名电商平台开设自营店铺，并结合代理等多种合作模式开展线上分销业务，增加公司产品的消费者可及性。未来公司将持续加强线上渠道建设，加大线上产出。谢谢！ 19、公司提到要构建全生命周期、全场景需求的大健康品牌矩阵，目前各品牌在不同细分领域的发展情况如何？未来如何进
--	---

一步协同各品牌发展，提升整体品牌影响力？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。“21 金维他”深耕维生素矿物质领域多年，提供覆盖全人群的营养解决方案，市场稳定；“民生”精研专业治疗型 OTC 用药领域，满足消费者更专业、更精准、更高效的治疗需求，目前铝碳酸镁混悬液已于 2024 年底上市销售，新近获批的两款产品酒石酸伐尼克兰片和米诺地尔搽剂，正在包装设计及生产准备阶段，预计将于三季度上市销售；“嘉亿”+“普瑞宝”，专业益生菌菌粉与制剂品牌，布局专业功能益生菌的多元化产品矩阵，目前已初步搭建从菌粉、OEM 到制剂的全产业链益生菌生态体系；“民生同春”以科技融合传统，以运动、职场等潮流健康需求为突破，致力于全方位解决消费者健康需求，目前尚在探索阶段。未来，公司将持续深耕“21 金维他”品牌，巩固专业维矿 40 年的品牌形象，与运动产业联动，塑造专业、健康、活力的品牌风貌，同步以优质内容强化品牌主张，并借助精准的内容传播加深品牌记忆；在新品牌的塑造上，公司将以产品为核心切入点，通过“精准广告”触达目标人群，精心培育明星单品，以此作为引擎推动品牌整体发展。结合线上+线下各渠道“精准人群+场景渗透”的传播发力，公司将高效推动品牌家族的构建，全面提升品牌影响力。谢谢！

20、公司 2024 年新设立了杭州民生同春健康科技有限公司并将其纳入合并报表范围,该子公司的业务定位是什么？对公司的业务布局和发展战略有何重要意义？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。2024 年 6 月，公司出资设立全资子公司杭州民生同春健康科技有限公司。“民生同春”作为公司大健康平台，将科技与传统相结合，以运动、职场等潮流健康需求为突破，致力于全方位解决消费者健康需求。同时，“民生同春”也将是公司探索新销售模式的一个平台。谢谢！

21、公司在生产方面进行了设备引进和工艺改进，对提高生

产效率、降低成本和提升产品质量起到了哪些具体作用？未来在生产技术升级上还有哪些计划？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。报告期内，公司生产工艺和生产设备的改进工作主要体现在提高包装线生产效率，优化配料工序工时及改进包衣片工艺，提高包衣效果，改善工艺流程，提高产品成品率和产品质量。未来，公司将持续开展生产设备、生产工艺和管理方式的改进工作，以实现生产的进一步精益化、自动化、信息化。谢谢！

22、公司的“21 金维他桃花瓶”广告成功植入热门剧集，营销效果如何？未来公司在广告投放和营销创新上还有哪些计划？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司专门针对成年女性定制的多种维生素矿物质片——“21 金维他桃花瓶”，产品广告成功植入国民 IP 大剧《欢乐颂 5》、热播剧《玫瑰的故事》，深度绑定剧情，通过产品与剧情巧妙融合，传递“专为中国女性定制多维营养”的品牌理念，在消费者心中树立了更加鲜明、深刻的产品形象。未来，公司将持续深耕“21 金维他”品牌，巩固专业维矿 40 年的品牌形象，与运动产业联动，塑造专业、健康、活力的品牌风貌，同步以优质内容强化品牌主张，并借助精准的内容传播加深品牌记忆；在新品牌的塑造上，公司将以产品为核心切入点，通过“精准广告”触达目标人群，精心培育明星单品，以此作为引擎推动品牌整体发展。结合线上+线下各渠道“精准人群+场景渗透”的传播发力，公司将高效推动品牌家族的构建，全面提升品牌影响力。谢谢！

23、公司在销售模式上以经销模式为主，同时也在拓展其他模式。在维护与经销商合作关系方面，公司采取了哪些措施？其他销售模式未来的发展空间如何？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司以经销模式为主，在主要销售省市均配有商务团队，负责当地具有一定覆盖度和销售能力的连锁药店等终端的拓展与管理，对辖区内经销商进

行定期或不定期拜访，跟踪及协助各项业务的开展。目前，公司通过评估经销商在行业内的知名度、影响力、终端覆盖能力以及商业信誉等多个方面，综合考量后选定合作经销商。未来，公司将持续拓展新的合作经销商。针对新的产品品类，公司会进行销售渠道的匹配调整，发展如招商业务、线上直营等业务模式。谢谢！

24、报告期公司四大费用情况如何，未来在成本控制上还有哪些潜力可挖？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司的各项主要费用一直保持在合理的区间内，我们持续努力严格控制各项成本和费用的支出，加强成本管理，优化预算管理流程，并强化执行监督，旨在全面提升公司的经营效率。谢谢！

25、公司在维生素产品中比其他上市公司有什么优势？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司主力产品 21 金维他®多维元素片（21）于 1985 年研发上市，开创了国内维矿行业先河，该产品以多规格包装布局线上线下渠道，覆盖人群广泛。经过四十余年的行业深耕，公司已形成了多营养素协同效应下的配比技术、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一整套涵盖产品配方体系、生产工艺体系、品质控制与检验体系的核心技术体系。近年来，公司以维矿优势领域为出发点，大力提升产品研发，深度研究不同年龄、不同场景人群的营养需求，充分利用积累深厚的研发经验、生产技术优势、质量品控优势，面向不同年龄段人群多样化的健康需求，持续丰富产品品类，全面布局大健康领域。谢谢！

26、你好！公司上市以来，股票为什么一直下跌？

尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司自上市以来经营状况良好，业绩保持稳健增长。股票价格受宏观经济、所在行业情况、市场环境等多种综合因素影响，敬请注意投资风险。谢谢！

	27、新产品 酒石酸伐尼克兰片用于成人戒烟、铝碳酸镁混悬液是否已上市 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司产品铝碳酸镁混悬液已于 2024 年底上市销售，新近获批的两款产品酒石酸伐尼克兰片和米诺地尔搽剂，目前正在包装设计及生产准备阶段，预计三季度上市销售。谢谢！ 28、新药什么时候上市 尊敬的投资者您好，感谢对公司的关注。公司产品铝碳酸镁混悬液已于 2024 年底上市销售，新近获批的两款产品酒石酸伐尼克兰片和米诺地尔搽剂，目前正在包装设计及生产准备阶段，预计三季度上市销售。谢谢！
附件清单(如有)	无
日期	2025-05-13