

股票代码：000423

股票简称：东阿阿胶

### 东阿阿胶股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-01

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中信建投、中金公司、中信证券、国泰海通证券、浙商证券、西部证券、国海证券、开源证券、天风证券、华泰证券、国金证券、华福证券、国联民生证券、易方达基金、诚旻投资、富国基金等券商分析师及广大投资者朋友
<b>时间</b>	2026年3月20日
<b>地点</b>	济南
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事、总裁 孙金妮 独立董事 文光伟 董事、副总裁、董事会秘书、财务总监 丁红岩 证券事务代表、董事会办公室总经理 付延
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、公司经营发展回顾及下步工作重点</b></p> <p>(一) 经营发展回顾</p> <p>2025年，东阿阿胶以“增长·突破”为年度管理主题，以“四个重塑”为指引，扎实推动“1238”战略全面落地，核心经营指标持续向好，高质量发展根基愈发稳固。</p> <p>剔除会计重述影响，全年实现营业收入67亿元，同比增长13.17%；归属于上市公司股东的净利润17.39亿元，同比增长11.67%。“一利五率”指标方面，呈现全面良性发展态势。利润总额20.6亿元，同比增长10.98%；净资产收益率16.7%，提升2.1ppt；营业现金比率34.2%，处于行业领先水平；资产负债率22.6%，结构稳健；研发投入强度5.0%，增长1.5ppt。</p>

OTC 业务稳中有进。产品端，阿胶块聚焦精准营销，围绕顾客体验提升与服用便利，布局阿胶粉等即食化剂型。持续深化气血大品类战略，复方阿胶浆以全产业链为基础，构建大品种，增强主品护卫，丰富气血品类布局。渠道端，深化市场终端下沉，实现多渠道协同发力与广覆盖。动销端，全面构建“顾客运营+培训+动销”一体化体系，持续推动中心城市精细化运营，同时以溯源直播、整合营销等活动，持续挖掘消费新场景。

健康消费品多点突破。渠道端，公司产品成功入驻山姆，为渠道拓展打造样板。产品端，做大自用端，升级阿胶糕、遇元气等大单品。动销端，系统构建“专业导购+体验店+即时零售”立体矩阵，省外销售占比大幅提升。供应链端，对标“灯塔工厂”标准，启动健康消费品产业园建设项目，推进智能化、柔性化、绿色化升级。研发端，与知名院校深度合作，围绕中医药理论，开发保健食品新功能，优化产品布局。

医疗渠道拓新增效。以循证医学构筑临床根基，2025 年复方阿胶浆共发布涵盖妇科、血液、肿瘤等领域 8 项专家共识/指南，进一步提升医疗市场竞争力。同时，通过持续深化学术体系，专家网络建设以及精细化运营，系统优化医疗渠道发展格局。

数字营销规模跃升。聚焦年货节、618、中秋及双 11 等四大战役，通过明星引流、品类拓展、整合营销，实现高质量增长；聚焦抖音等平台，打造“内容-运营-渠道”协同体系，升级内容创作力；丰富产品矩阵，重点发力“皇家围场 1619”“遇元气”等系列新品，开发定制品、线上差异化产品，丰富品类布局；强化顾客运营，通过线上熬胶服务、明星直播、达播、自播等方式，实现销量和用户双增长。

第二增长曲线加速培育。强化企地合作，全面深度融合，共同推进鹿产业发展，“皇家围场 1619”通过“大品牌、大单品、大动销、大品类”四大战役，推动快速放量；产业布局方面，围绕梅花鹿地道产区，打通全产业链条，着力构建从原料到生产的一体化闭环；研发创新方面，推动多项标准制定，加大新品开发与新适应症探索。“壮

本”肉苁蓉业务，以企地共建为基础，以三产融合为抓手，加速投后整合。同时，强化科技叙事，围绕产品开发、基础研究、标准制定等，推动品类成长。

研发创新体系化推进。一是，夯实国家胶类中药工程技术研究中心，巩固胶类产业技术壁垒，成立气血理论研究创新联盟；二是，深化标准升级，进一步完善胶类产品质量标准体系；三是，加强物质基础研究，为阿胶现代化体系打造，提供科学支撑。四是，推进大品种战略，发布复方阿胶浆专家共识/指南，癌因性疲乏Ⅱ期临床试验实现首例入组。五是，强化鹿产业、肉苁蓉产业研究，重点围绕物质基础与标准建设，加快研发创新。

投资并购实现新突破。收购马记药业 70%股权，依托其优势资源，丰富“皇家围场 1619”产品矩阵，持续优化男性滋补产业链条；收购阿拉善苁蓉集团 80%股权，凭借肉苁蓉稀缺资源与优质品质，扩充肉苁蓉产品线矩阵，持续夯实第二增长曲线产业基础。

海外业务助力中医药出海。深耕港澳，布局东南亚，积极开拓美国、加拿大等国际市场，丰富健全营销网络。通过《四海中医》等系列项目及亮相国际展会，深度品牌、产品与文化共鸣，提升东阿阿胶的国际影响力。

文化赋能产业发展。东阿中医药文化旅游区焕新升级，文旅融合成效显著。承接首届非遗健康生活大会等十余场大型活动，有效放大品牌文化影响力。同时，启动全年龄段研学项目，传递中医智慧与健康理念，实现品牌文化传播、旅游体验与企业经济价值的协同提升。

驴皮原料强保供。以科技+产业为抓手，通过“重建全球产业链”“毛驴涵养”“研发创新升级”“标准构建”四大工程，提升核心原料供应韧性，构建良性产业生态。

市值管理迈出体系化建设关键一步。2025 年 2 月发布《市值管理制度》，全面确立“价值与共”8V 市值管理特色运营主题。股东回报方式创新升级，形成“股权激励+大股东增持+回购注销+100%分红”的多重市值管理手段。2025 年 7 月落地首次股权激励，首次授予激励对

象 172 人，共授予 95.87 万股限制性股票；基于对东阿阿胶价值的认可及未来持续稳定发展的信心，2025 年 5 月华润医药投资完成对公司股份增持，累计增持公司股份 770.95 万股，占公司总股本的比例为 1.2%；2025 年 12 月，启动史上首次以注销并减少公司注册资本为目的的股份回购，截至目前已累计回购 162.86 万股；坚持高比例分红，2025 年度拟向全体股东每 10 股派发现金 14.31 元(含税)，共计分配现金股利 9.22 亿元，分红比例为 100%，自此，公司上市以来累计分红已达 29 次，总额突破 110 亿元，切实践行了回馈股东的承诺。同时，连续三年获得信息披露 A 级优秀评价，2025 年 9 月发布 ESG 专题战略，MSCI 与万得评级双提升。

全面落实“质量回报双提升”专项行动方案，东阿阿胶交出了高质量发展答卷。公司持续聚焦主业，系统提升经营质量；优化法人治理，提升规范运作水平；强化研发创新，发展新质生产力；精准信息披露，畅通投资者沟通渠道；提升回报水平，增强投资者获得感；坚持绿色发展，推动 ESG 体系建设。

未来，东阿阿胶将以“1238”发展战略为指引，全面提升上市公司运行质量，有序落地《市值管理制度》，深入开展“质量回报双提升”，丰富健全市值管理特色体系，系统打造资本市场特色品牌，追求与经营业绩相匹配的、科学可持续的上市公司市值最大化，致力于成为中药上市公司市值管理最佳实践者，为促进我国资本市场长期健康高质量发展做出新的更大的贡献。

## （二）下步工作重点

2026 年是“十五五”开局之年，东阿阿胶锚定“增长·创新”年度管理主题，为“十五五”开好局、起好步。

公司将坚定围绕“1238”战略主线，全面推进战略落地升级。坚持“一个定位、双轮驱动、三产融合”的核心方向，同时围绕未来增长点和增长引擎，着力升级八大能力，即研发创新、智数生态、品牌打造、投资并购、敏捷供应、全域营销、市值管理和组织保障。

公司将深化药品+健康消费品“双轮驱动”，药品聚焦疾病变迁、

消费品围绕需求痛点，以气血为基石延伸赛道，围绕健康需求管理全生命周期，系统规划产品线，构建多元产品矩阵，为消费者提供一站式健康解决方案。同时，坚定推动文化与产业“双轮驱动”，强化“文化叙事-品牌叙事-科技叙事”，全面构建东阿阿胶叙事体系，助力文化与产业协同发展。

立足公司特有的三产融合模式，将持续构建“一产保供、二产造血、三产扩影响”的协同发展体系。以二产工业为核心引擎，向上带动原料源头建设，向下延伸至自营零售、文旅等服务业态，形成全链条贯通的发展格局。三大产业深度融合、相互赋能，共同推动业务整体协同与价值提升，并将其复制到第二增长曲线打造中，构筑东阿阿胶独特的产业竞争壁垒。

以八大能力为组织支柱，全面打造互为支撑、循环增强的能力体系。首先，研发创新再突破。2026年公司将继续加大研发投入，持续强化核心技术壁垒，创新提升产品附加值，不断提升企业核心竞争力。

其次，智数生态创体系。将以关键场景为牵引，从“组织系统重塑、客户服务升级、生产供应敏捷、管理运营一体”四大维度，系统推进智数生态建设，全面赋能业务发展。

第三，品牌打造拓新局。围绕“一超多强”品牌矩阵，持续深化品牌壁垒，推进品牌焕新，升级品牌叙事，提升边际效益，助推生意增长。

第四，投资并购高成效。聚焦药品、健康消费品、X赛道三大方向，精准投资并购，推动公司产业规模合理快速增长。

第五，敏捷供应全升级。升级供应链管理组织和流程，科学构建供应链控制塔体系；优化完善EHSQ大监管质量体系，全面提升产品质量管控能力；系统推进精益管理理念，提质增效，实现企业高质量发展。

第六，全域营销齐发展。OTC聚焦阿胶大品种、气血大品类、第二曲线和非药产品，优化产品布局、渠道策略与动销体系；健康消费品以礼品+自用“双轮驱动”，夯实基础，提质增效；鹿和肉苁蓉产业推

动产业升级和三产融合，营销与投资并举，研发助力新品；数字营销以“新品×新渠道×内容力”，力求差异化突破；医疗坚持“自营+招商、学术+合规、营销+科研”，持续拓展渠道；海外业务系统构建国际化产品体系，拓展线上线下渠道，让东阿阿胶走向更广阔的国际市场。

第七，市值管理焕新篇。将持续升级上市公司治理体系，提升规范运作水平；深化 ESG 管理，强化精准信息披露与投资者沟通；结合发展实际，稳定高比例分红，以多元举措丰富投资者回报，实现公司价值与股东价值同步增长，共享东阿阿胶资本市场 30 年高质量发展成果。

第八，组织保障强支撑。将持续优化组织架构，完善人力资源管理机制，激发组织活力，不断提升组织效能。同时，系统搭建人才画像与后备池，能上能下、能进能出，锻造一支敢打胜仗、能打胜仗的东阿阿胶铁军，全面保障战略目标达成。

## 二、公司“十五五”发展的主要方向和布局

“十五五”期间，东阿阿胶将持续融入国家大健康发展战略，围绕“1238”战略主线，迭代升级。

双轮联动驱动多元增长。一方面，深化药品+健康消费品“双轮驱动”，以气血为基石延伸赛道、丰富人群。另一方面，推进文化+产业“双轮驱动”，以品牌建设为有力抓手，以“文化叙事、品牌叙事、科技叙事”为链条，全方位构建完整叙事体系，坚定扛起中医药文化传承使命。

三产融合筑牢发展根基。依托三产融合模式，构建“一产保供、二产造血、三产扩影响”协同发展体系，以二产工业为核心引擎，向上带动原料源头建设，向下延伸至自营零售与服务终端，形成全链条贯通的发展格局，并将其复制到第二增长曲线的打造中，构筑东阿阿胶独特的产业竞争壁垒。

战略支撑开拓全新局面。依托“一中心 三高地+N 联合”，打造“研发创新+科技叙事”增长引擎，开拓新品类、新功效，积极探索面向未

来的健康产品与服务，培育新增长点。同时，通过外延并购，积极引进契合公司战略的新产品、新业务，寻求外延发展新机遇。

### 三、健康消费品产业园的功能定位

为扎实落地“1238”发展战略，高效支撑健康消费品业务高质量发展，公司投资建设健康消费品产业园项目，用于药食同源食品、保健品、功能性食品等健康消费品的生产与配套仓储物流、质检中心、新品孵化中心、电商分拣及药品成品仓储等。

该产业园以智能化、柔性化、绿色化为建设理念，旨在打造符合“灯塔工厂”标准的产业综合体，聚焦健康消费品的研发、生产、仓储、物流全链条服务，同时承载药品成品仓储功能，形成“双园区协同、全链条覆盖、多能力支撑”的发展格局。

### 四、分红政策与规划

展望未来，公司将坚持高比例分红，根据实际情况，合理安排分红节奏与金额，既能保障足够资金用于业务拓展、研发创新、产能提升等经营需要，又能切实回馈股东，让股东从公司成长与发展中收获利益。

### 五、与山姆合作情况

公司高度重视高端会员店渠道建设，2025年与山姆等渠道建立深度合作，整体表现较好，合作稳定顺畅。同时，通过多品类新品开发，夯实长期合作基础，放大品牌势能，反哺其他渠道开拓。下一步，公司将持续优化产品组合，深化渠道运营，培育重要增长点。

### 六、原料保障规划

#### （一）深耕拓展国际市场，构建全球化供应链体系

为夯实海外驴皮供应基础，公司以“全球布局、区域深耕”为核心策略，持续优化国际化供应网络。

第一，拓展多元供应渠道。已在中亚、南亚、美洲、非洲等核心区域，建立稳定驴皮供应网络，同步推进重点区域准入。第二，探索国际毛驴资源循环开发及全产业链模式。依托国内高校及科研院所，联合国外养殖及科研机构，共同创建稳定可持续的毛驴资源循环开发

体系，通过品种改良、高效饲喂及养殖技术输出，实现毛驴养繁扩价值及效率效益双提升，为公司原料持续性保供奠定坚实基础。

## （二）涵养推广并重，稳固国内毛驴产业发展新格局

针对国内毛驴由役用向商用转化以及毛驴整体价值逐年提升等现状，公司整合多方资源，在毛驴传统养殖和重点存栏区域，以涵养推广为重点，着力构建稳固的国内毛驴产业发展新格局。

同时，联合国内知名院校，聚焦驴产业转型升级，创建产、学、研深度融合的业务新生态，为国内驴产业高质量发展注入科技动能。

## 七、毛利率及净利率变动趋势

未来，预计公司整体毛利率水平，将保持相对稳定。一方面，产品结构持续优化，阿胶块、复方阿胶浆等核心产品占比稳定，第二增长曲线有序放量，有效支撑毛利水平；另一方面，原料与供应链可控，公司建立长期战略储备与稳定采购体系，通过规模化、智能化生产，持续降本增效。

净利率将相对平稳，核心在于公司坚持精细化费用管控与高质量投入的平衡。一方面，持续优化营销效率，严控期间费用，提升运营效能；另一方面，围绕研发创新、渠道升级与品牌建设，系统性稳健投入，保障可持续健康发展。

## 八、投资并购规划

“十五五”期间，公司将聚焦药品+健康消费品“双轮驱动”，通过投资并购，丰富产品组合，拓展业务布局，补齐能力短板。

药品领域，将通过外延并购及BD手段，丰富产品管线，在做深补气补血核心业务的基础上，拓展第二增长曲线和其他滋补相关赛道，构建多元化的药品版图。健康消费品领域，将聚焦中式滋补及功能性食品，通过外延并购，进入细分赛道头部，构建科学完善的健康消费品运营体系。

## 九、海外业务的产品选择及市场布局

2025年，公司在香港设立东阿阿胶国际有限公司，承接贸易、零售等职能。另外，开设东阿阿胶香港滋补生活旗舰店，融合多元业态，

	<p>大力培育海外滋补生活体验空间。</p> <p>文化与品牌出海方面，与凤凰卫视联袂打造大型中医药文化国际传播项目《四海中医》，助力中医药文化出海。产品出海方面，目前在售产品包括阿胶块、复方阿胶浆、桃花姬阿胶糕、阿胶速溶粉、阿胶枣等。港澳市场主要产品包括阿胶块、阿胶速溶粉、桃花姬阿胶糕及阿胶枣，东南亚地区的主要产品为复方阿胶浆。</p> <p>展望未来，公司将深耕港澳，积极突破国际市场。港澳市场方面，持续深耕连锁药房、电商平台等渠道，深化业务协同，联合开发新品。国际市场方面，重点拓展东南亚、欧美等市场，开拓滋补健康专区。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>日期</p>	<p>2026年3月20日</p>