

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： 2026-005

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 （2026 年半年度业绩交流会）	
参与单位名称及人员姓名	参与单位及人员详见附件	
时间	2026 年 8 月 28 日 (周五) 上午 10:00-11:00	
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 营销副总刘志明 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	一、公司介绍环节 财务负责人围绕关键财务数据、营收与利润变动情况以及运营指标等内容，详细介绍了公司上半年取得的业绩成果与整体经营情况。 二、调研问答环节 1、问：我们观察到公司维矿品类依旧保持了较好的增长态势，但据我们了解，今年整体行业大盘，包括线下药店渠道都面临一定压力，线上的竞争环境也较为激烈。想请教，公司维矿品类实现增长的核心动因是什么？大单品 21 金维他今年上半年的营收占比是多少？	

答：上半年度，整体维矿品类线下渠道总体保持恢复性增长，线上渠道也实现了小幅上涨。今年上半年，21 金维他的销售收入占总营业收入约 50%左右，在 21 金维他价格上调约 10%的情况下，其市场数量份额、规模份额均保持相对稳定，总体表现良好。随着其他业务逐步放量，公司对单一单品的依赖度有所下降，收入结构也得到持续优化。

公司维矿品类主要依靠新品拉动销量增长，上半年该品类中的葡萄糖酸钙锌口服溶液、小金维他系列产品等均保持了较好的增长势头。在今年 6 月，公司维矿品类上市硫酸氨基葡萄糖胶囊、AE 胶丸两款新品，截至目前已完成多个省份的招商和布局。

2、公司年初对金维他进行提价，渠道及终端的接受度和反馈情况如何？

答：从今年开始，公司 21 金维他出厂价已经完成调整，经销商出货价也已同比例提升。线上主流电商平台零售价格已经调整到位，线下药店终端在重点合作客户覆盖的城市已基本完成零售价的同比例调整。此次调价通过价值链再分配，切实提升了终端客户与经销商的单位利润，市场反响总体平稳有序。

3、公司如何看待原材料及包装成本波动对公司的影响，公司如何应对相关波动？哪块原材料价格上涨比较多，公司除了提价之外，还有什么应对的措施？

答：原材料及包材价格波动是行业普遍面临的挑战，会对企业成本与毛利产生潜在影响，公司对此保持高度关注并已建立系统化的应对机制。

公司主要从四个方面着手：一是优化供应商体系，关键物料建立多源供应，并与核心供应商签订长期框架协议，平抑短期价格波动；二是建立价格监测机制，灵活调整采购节奏与库存水平，把握行情合理备货；三是采购联动研发生产，在合规与质量保证前提下优化物料选型，避免单一供应商依赖；四是依托规模采购的议价能力，在保障供应稳定与质量的前提下，将成本增幅控制在最小范围。

4、小金维他上半年大概是什么规模体量？目前铺货进度到

哪一步了？对全年的规模体量如何展望？

答：小金维他系列目前已经在传统电商、内容电商、自营直播间上架售卖，同步启动线下招商工作，目前已经完成多个省份的招商与连锁渠道铺货，上半年销售同比增速超过 100%，下半年该系列还将新增 10+SKU，预计全年规模体量保持高增速。

5、观察到今年上半年戒烟药赛道的竞品增速有所提升，全行业正在共同培育市场，整体市场规模持续扩大，消费者对戒烟产品的认知度也在逐步提升。想就此请教：目前国内戒烟药的竞争格局是否发生了变化？如果辉瑞原研药回归，是否会对未来行业的竞争格局产生影响？

答：当前国内戒烟药市场增速较快，但整体竞争格局未发生明显变动，当前市场中的主要产品包括威立戒、艾乐畅、帕瑞可和家庭药师等。上半年公司戒烟药产品乐速克已完成线上赛道从零到一的起步布局，京东、天猫、拼多多等电商平台均已正常销售；线下市场方面，截至上半年，乐速克的终端铺货网点数量已经突破一万家。公司针对该款产品的策略为线上推广由专业内容团队负责，线下则依托成熟有力的动销方案推进市场拓展。

从整体市场来看，由于行业保持较高增速，因此无论原研药产品是否回归，都不会对当前竞争格局和发展态势造成太大影响。戒烟品类本身在国内仍属新兴品类，面向消费者的市场教育目前还远远不足。公司十分看好该品类的发展前景，但行业当前最大的难点在于，如何帮助有戒烟需求的人群建立认知，使其意识到戒烟的必要性。这类消费者培育工作需要长期推进，而这正是公司目前正在开展的核心工作。

6、公司目前益生菌业务整体表现如何？下半年针对益生菌业务有怎样的规划？另外，益生菌 To B 业务和 To C 产品目前进展如何？

答：今年 H1，公司益生菌业务保持较高增速，业务围绕构建“4+1+3”产品加技术矩阵：4 株核心专利菌株（覆盖肠道健康、情绪睡眠、体重管理及抗衰四大方向）；1 个 MSU 女性益生菌系列，聚焦女性微生态健康需求；3 大核心技术，即盔甲封

	装涂层技术、一菌一元精准增殖技术、晶融跃构闪释技术。同步升级品牌定位：以本土原研之力，打造全产业链、高定植、循证益生菌，让定植可见，让循证可信。 分业务来看，益生菌 ToB 业务继续保持较高增速，未来将持续深化大客户策略，实现快速响应与深度定制相结合。ToC 业务线下以药店渠道为主，选取黑龙江、浙江等作为试点省份开展推广，主推民生普瑞宝牌益生菌粉蓝帽子单品，正在逐步积累忠实客户，试点区域的线下市场动销与复购率也在稳步提升；线上已对抖音、天猫、京东、视频号、阿里大药房等主流平台实现运营覆盖，正在进行产品、机制的探索和打磨。整体 ToC 业务仍处于探索阶段。 7、公司澳洲跨境品牌的落地及起量节奏是怎样的？ 答：截至 H1，公司出海业务主要有 Qivita 品牌下的男女营养包两款产品，主要落地东南亚市场，下半年将重点布局马来西亚、印度尼西亚、越南等国家，公司今年以走通跨境链路为核心目标。 8、公司上半年整体对新品的费用投入较高，如何展望下半年费投力度及方向？ 答：上半年公司在新品上的投入目前都符合计划，处于可控的状态，下半年将继续依照年初的规划，持续推进新品相关的投入工作。
附件清单(如有)	无
日期	2026-08-28

附件：参与单位及人员列表（排名不分先后）

序号	单位名称	参会者姓名
1.	财通证券	吴文德、马咏怡
2.	圆信永丰基金管理有限公司	田玉铎
3.	银华基金管理股份有限公司	李爽
4.	中国人寿养老保险股份有限公司	裴勇
5.	国投证券资产管理有限公司	刘亚洲
6.	华宝基金管理有限公司	毛文博
7.	中国国际金融股份有限公司	王凯
8.	红思客资产管理（北京）有限责任公司	孙浩桐
9.	银河基金管理有限公司	于嘉馨
10.	天治基金管理有限公司	王娟
11.	交银施罗德基金管理有限公司	陈均峰
12.	嘉实基金管理有限公司	沈玉梁
13.	广发证券	湛保罗
14.	方正证券	王海瑜
15.	长江证券	陈硕旸