

证券代码： 002864

证券简称：盘龙药业

陕西盘龙药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-004

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（电话会议）
参与单位名称	天风证券、光大证券、中邮证券、国金证券、华安证券、开源证券、东吴证券、华福证券、申万宏源证券、方正证券、国投证券、国盛证券、兴业证券、平安证券、长江证券、长城证券、国联民生证券等多家券商分析师及其投研机构客户
时间	2026 年 9 月 3 日（周四）15:00-16:00
地点	进门财经
上市公司接待人员姓名	党委书记、董事长谢晓林 董事、代理总裁 张德柱 董事会秘书 赵庆波 财务总监 朱文锋 董事长助理 肖艺轩
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 Q1：公司上半年渠道端有哪些变化和调整？ A：尊敬的投资者您好！公司秉承“创新驱动、质量为本、精准营销、效率优先”的经营理念，于报告期内持续推进渠道及终端体系的优化调整，上半年渠道端主要变化及调整体现在以下六个方面： 第一，优化业务板块结构，推进提质增效。公司业务涵盖中成药、医药商业、中药饮片、大健康产品四大业务板块。报告期内，公司主动优化调整各板块业务结构，聚焦主业核心资源；同时在各业务板块内部，按照整体经营原则对产品结构进行聚焦调整，推动整体业务提质增效。

	第二，升级成药板块营销四重架构，完善经销商全流程管理机制。成药业务板块坚持以循证学术研究为引领，落地终端分层运营、专家生态共建、合规化营销的完整运营体系。公司设立独立的商务渠道管理部，于今年上半年新设合规部，进一步明确经销商遴选、赋能、全流程管控的销售管理策略，规范成药业务的渠道运营。 第三，纵深推进三大终端六大市场建设。报告期内公司持续深耕二级及以上等级医疗机构市场；KA 事业部覆盖零售药店数量较上年末稳步提升；产品向基层渠道持续下沉，第三终端业务稳步拓展。 第四，落地数字化营销建设，实现营销效能提升。公司内部搭建智能营销中台，实现用户全生命周期管理，并反向赋能供应链、产品研发环节。通过数字化工具赋能，公司用户运营整体效率提升近 40%，营销响应速度提升约 60%，完成数字化营销提效。 第五，完成第三、第四终端组织架构专业化升级，完善院外渠道布局。针对第三终端以及第四终端电商渠道，公司完成专业化组织架构升级；集团旗下陕西盘龙云康网络科技有限公司精简组建专业线上业务团队以及线上医疗业务团队；同时完成盘龙大药房股权收购。通过上述布局落地，公司进一步夯实第三终端、第四终端业务基础，为后续基层市场、院外市场拓展明确对应的营销策略。 第六，渠道调整成效在财务指标层面得到体现。报告期内公司销售费用同比下降近 20%，应收账款较年初下降近 12%，经营现金流持续改善；公司坚持以销定产、按需备货的经营模式，渠道库存维持健康水平。感谢您的关注！ Q2：在研创新产品的临床进展，以及产品的竞争优势介绍？ A：尊敬的投资者您好！公司坚持创新驱动发展战略，研发管线呈现梯队化、协同互补化。中药创新药领域，创新成果显著，中药改良型新药 PL-XP004 取得临床批件进入 II 期临床试验阶
--	---

	段，与口服核心品种形成协同；中药 1.1 类新药 PL-XP013II 期临床试验稳步推进；PL-XP006、PL-XP012 等创新药临床前研究进展顺利。化药领域，硫酸氨基葡萄糖胶囊成功获批上市，进一步丰富了公司骨科慢病 OTC 矩阵；化学仿制药 PL-XP001 已完成上市申报；3 类化学仿制药 PL-XP002、PL-XP003 均顺利取得临床批件，另有多项化药仿制药产品进入不同研究阶段。在中药配方颗粒业务方面，公司现已完成 523 个品种的国家级备案工作。 目前，公司正以梯度化研发管线强力推动公司“21355”大品种培育目标落地，加速构建“口服+外用、经典制剂+高端创新药”的立体化产品生态，不断拓宽产品护城河，为公司高质量、可持续发展提供坚实保障。感谢您的关注！ Q3：公司核心产品盘龙七片 7、8 月的销售趋势如何，下半年的销售展望？ A：尊敬的投资者您好！在今年 7 月 9 日，盘龙七片被新增纳入《国家基本药物目录（2026 版）》；8 月 20 日，国家卫健委、国家中医药管理局、国家疾控局联合印发文件，部署落实基本药物优先配备相关工作。在上述系列政策背景下，公司主动承接，重点推进了以下几项落地工作： 第一，推进盘龙七片基药规格省级挂网工作，目前已完成十余个省份的基药规格挂网。第二，推进医疗机构目录准入对接，持续对接医联体医共体牵头医院，推动盘龙七片完成院内用药目录准入。第三，优化全国销售布局。针对不同类型市场，公司执行差异化销售策略：对于六大存量市场，维持现有销售策略与渠道打法，持续深耕，稳固存量基本盘；针对八大战略市场，落实“一地一策、一院一策”专项拓展方案；针对十一个重点省份，出台优质渠道配套合作政策；面向基层渠道，配置专职业务人员跟进落实渠道下沉相关策略。 结合当前政策环境、产品适应症、骨科细分赛道空间以及同类可比产品情况，公司主导产品盘龙七片具备多维度差异化竞争
--	---

	优势：一是政策壁垒突出，盘龙七片属于全国独家品种，同时拥有医保甲类、国家基本药物目录双重资质，具备较强的政策保护壁垒。二是临床价值差异化优势显著。盘龙七片源自第四届、第五届全国人大代表王家成老先生的祖传保密处方，组方共计二十九味中药材，其中包含多味秦巴山区道地“七药”及引经药材，公司积累了较为充分的循证医学研究证据，盘龙七片适应症覆盖骨科细分亚类赛道排名靠前的三大主要病症，包括风湿性关节炎、骨折、软组织损伤、抗炎镇痛等，临床价值具备较强的差异化。三是临床应用科室覆盖面广。适配多场景临床使用，为后续开展专业循证研究、市场落地拓展奠定坚实基础。 同时，人口老龄化进程加深、运动损伤人群规模持续增长，产品所处赛道同时存在存量市场深挖与增量市场拓展的双重机会。综合政策落地节奏、渠道调整推进情况、产品临床价值以及行业竞争格局，公司对盘龙七片下半年销售保持积极态度。感谢您的关注！ Q4:26H1，中药饮片业务营收及毛利率同比下滑原因，该业务下半年及未来规划？ A：尊敬的投资者您好！2026年上半年，公司中药饮片业务实现营业收入 5252.24 万元，该板块收入较 2025 年上半年出现明显下滑，但对比 2024 年上半年仍实现接近翻倍的增长；报告期内中药饮片业务毛利率较去年同期下降 2.5 个百分点。 营收与毛利率阶段性变动，主要来自两方面因素：第一，公司整体主动开展业务结构优化调整，针对应收账款账期较长、经营风险较高的问题，收缩部分低质量业务，传导至中药饮片业务端带来销售结构变化；第二，受医疗机构招标采购政策影响，全国中药饮片集采落地实施，集采降价对饮片业务的产品价格、盈利空间形成直接冲击，共同造成本期毛利率同比有所回落。 面向下半年及中长期发展，中药饮片业务将围绕“降成本、增毛利”核心目标开展经营工作，主要从采购、生产、销售三个
--	---

	维度推进落地：第一，在采购端，强化药材源头直采管理。深入药材原产地开展采购工作，在严格把控药材质量底线的前提下，争取更优的采购成本，从上游原料环节压降成本。第二，在生产端，严控质量与生产成本，充分释放现有生产产能优势，落实开源节流各项管理举措，通过规模化生产摊薄单位制造费用。第三，在销售端，进一步拓展医药工业端及医疗机构市场，持续提升优质市场的占有率，改善产品销售利润率。 长远来看，公司将坚持效益优先的原则，平衡中药饮片业务的业务规模与盈利质量，依托自身全产业链配套能力，持续推动中药饮片业务健康发展。感谢您的关注！ Q5：公司对于人才梯队建设、人才部署战略方面有什么规划？ A：尊敬的投资者您好！人才梯队建设与组织能力保障，是公司提出打赢“五场硬仗”当中的首要任务。结合公司业务发展的需要，公司围绕业务发展实际推进部门整合与组织架构优化。基于业务属性，公司新设商务渠道管理部，整合原有商务及渠道相关职能，统筹多品类产品渠道销售工作；同时设立终端事业部，聚焦第三终端、渠道下沉。此外，顺应行业合规监管要求，公司设立合规部。上述组织架构与职能调整，目的就是为业务战略落地提供组织保障，战略目标的落地归根结底要依靠人才团队来实现。 从现有管理层人员结构来看，公司高管团队已经逐步形成梯队化、年轻化、专业化的格局。 面向未来人才战略，公司坚持内部培养与外部引进并举的人才建设思路。公司管理层对业务发展所需的人才画像有着清晰的定位，后续将持续激发组织活力，完善人才梯队建设，为公司打赢“五场硬仗”、实现长期经营发展提供坚实的人才与组织保障。感谢您的关注！ Q6：公司盘龙七片的渠道库存水平；账上资金的使用规划
--	---

	A：尊敬的投资者您好！首先介绍盘龙七片的库存情况。目前盘龙七片库存周转天数约 30 天，库存金额 700 余万元，整体库存水平处于健康区间，能够较好匹配当前业务开展以及后续基药落地的供货需求。 关于公司账上资金使用规划，公司实施“医疗+零售”双轮驱动的整体战略，现阶段公司现金流储备充足。公司账面资金主要投向两大方向：第一，加大研发投入力度，持续丰富完善公司在研管线；第二，审慎筛选与公司主营业务赛道具备协同赋能效应的优质投资、并购标的。公司将持续用好资本市场平台，审慎评估各类投资并购机会，不会将资金简单闲置存放，致力于提升资金使用效益。当前，公司首要任务是抢抓核心产品纳入基层医疗目录带来的发展窗口期，夯实盘龙七片的产品护城河，聚焦创新，锚定中长期经营目标。在此基础之上，对于外延式发展，公司将保持持续跟踪。感谢您的关注！
附件清单(如有)	无
日期	2026 年 9 月 3 日