证券代码：600771　　证券简称：广誉远　　编号：临 2026-043

广誉远中药股份有限公司
关于 2026 年度“提质增效重回报”行动
半年度评估报告的公告

特别提示

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

为贯彻落实《国务院关于进一步提高上市公司质量的意见》决策部署，践行“以投资者为本”的发展理念，维护全体股东利益，广誉远中药股份有限公司（以下简称“公司”）制定了《2026 年度“提质增效重回报”行动方案》（详见临时公告 2026-023）。自方案发布以来，公司积极开展各项工作，现对执行情况进行评估，进展情况报告如下：

一、深耕主业提质增效，夯实经营质量根基

公司落实“1541”战略，聚焦创新主基调，攻坚科技、产品、渠道、品牌、数智五场创新硬仗，重塑增长动能。

稳固经营底线。面对中成药行业需求变化和终端格局变化等多重压力，以及公司收入增长和盈利能力提升的现实挑战，公司主动推进渠道生态治理、产品价值链重构和人员结构优化，强化终端动销考核，改善渠道运行效率和营销投入产出。2026 年上半年，公司实现营业收入 8.24 亿元，同比增长 5.78%，归母净利润 0.85 亿元，同比增长 10.15%，经营活动产生的现金流量净额 2.82 亿元，同比增长 14.55%；2026 年 1-9 月，实现营业收入 10.03 亿元，同比下降 5.42%；归母净利润 0.79 亿元，同比增长 0.23%；经营活动产生的现金流量净额 2.26 亿元，同比增长 12.43%。

优化主营业务。精品中药板块在消费下滑的大背景下，凭借品牌积淀与产品核心竞争力，经营态势保持稳定。终端网络稳健扩容，广誉远中医药文化馆成功落地复旦大学

管理学院，校企携手探索健康消费新业态，生动实践产学研协同创新。国药堂顺利入驻深圳宝安国际机场、落子大湾区，青岛、无锡、济南等地中医药文化馆相继开业，同步建立终端“准入－培育－考核－退出”闭环管控机制，终端质量持续提升。**经典国药板块**着眼长远发展，主动调整经营策略，推进渠道整合和产品价值链优化，强化终端动销，着力提升渠道运营效率和业务盈利能力。双天然安宫牛黄丸在澳门成功上市销售，实现老字号产品出海的新突破；半夏泻心汤实现上市销售，进一步丰富了公司的中药产品品类；西黄丸、感冒清热颗粒中标国家第四批中成药集采，打开销售增量通道。**养生酒板块**在产品保质期较短、有效销售窗口期有限，渠道拓展和市场推广面临挑战的情况下，公司锚定“龟酒重塑”战略，聚焦“28 度轻养生”定位，围绕自饮、小聚和礼赠等场景，重点培育 125ml“小炮”和 500ml“精致”两大单品；深耕快销渠道，实施全域招商；引进专业人才，优化营销体系，开展各类推广活动。**大健康板块**优化产品结构，推出九制系列特色代用茶新品，丰富产品梯队。

推进降本增效。公司以“提产能、优效率、控成本、强运营、增效益”为方向，持续强化渠道结构、价格体系与营销增长的战略协同。前三季度生产成本较上年同期降低 4.41%；搭建核心产品原料共建基地，新建 5 个原料基地，完成 128 家供应商年度审评、76 家现场审计。持续推行“现款现货”销售政策，明确应收账款存量压降与增量管控目标；依托司库系统实现资金全链条数字化闭环，单据应用效率提升 30%以上；主动压降带息负债，筹资性现金流出同比下降 92.29%。

扩大品牌声量。公司坚持“权威引领、年轻表达、跨界触达”，深化品牌焕新升级。央视《健康中国》栏目冠名播出 53 期、触达近 4.1 亿人次。探索老字号数字营销新路径，与京东健康深化战略合作，获“年度伙伴奖”。定坤丹荣登“2026 健康中国·品牌榜”并获西普金奖，品牌知名度与美誉度进一步提升。

当前公司收入端面临增长压力，经营策略调整及效率提升仍需持续推进。下一步，公司将兼顾长短期经营目标，统筹把握改革力度与经营节奏，在推进调整的同时，抓好终端动销、产品供应和市场拓展，以终端销售和费用效率的实际改善检验改革成效，切

实提升股东长期回报水平。**精品中药业务方面，**围绕节气养生，开展“冬藏固本”、“春夏养阳”等主题动销活动，强化文化馆、国医馆、国药堂的运营联动，将文化体验、健康服务与产品销售相结合，支持经销商拓展客户、促进终端动销，提升核心终端单店产出。**经典国药业务方面，**聚焦头部连锁，通过网格化精细运营，强化核心品种在重点终端的覆盖与动销，将数字化营销网络作为线上渠道矩阵的关键一环，深化普药产品复产后的优质优价广覆盖，实现公司品牌宣传与普惠增量双重目标。**数字经济方面，**升级 CRM 用户运营体系，夯实用户触达通路，同步通过 IP 矩阵引流、跑通线上医带药路径。做强互联网医院业务底座，对内承接线上复诊、处方流转业务，对外面向基层医疗机构输出平台、专家、供应链赋能能力，促进数智技术与业务经营深度融合。**养生酒业务方面，**产品处于市场培育期，市场基础薄弱，品牌影响力不足，公司通过优化产品矩阵，完善价格体系，夯实发展基础；抢抓市场机遇，加大赋能力度，实施精准招商；省内打造标杆市场带动周边，省外加大投入培育区域经销商、扩大市场份额，运用多种现代化推广方式，精准触达客户，提升品牌影响力。**产品开发方面，**深化四大单品二次开发，推进定坤丹口服液焕新上市，推进古代经典名方品种的研发及注册，开发大健康系列新品。**品牌传播方面，**深化与中央广播电视总台战略合作，落地《健康中国》《中国商帮》广誉远专案，优化终端门店形象标准。

二、坚持创新驱动，培育新质生产力

创新是公司 2026 年的主基调和最鲜明底色，也是应对当前经营压力、赢得未来主动的根本之策。

开展循证研究。坚持以临床价值为导向，把现代化循证研究作为品牌继续穿越历史周期、解决时代问题的核心根基。联合头部科研院所开展龟龄集、定坤丹科研项目 40 余项，与上海中医药大学团队围绕龟龄集全链条科研与老年肌少症新适应症开展攻关；同步推进与中国中医科学院团队的二次开发合作；联合东部战区总医院完成龟龄集男科药理研究，阐明修复血-生精小管屏障、改善男性生育力的作用机制；联合南京中医药大学完成定坤丹多囊卵巢综合征机理研究，成果发表于国际期刊。

攻关学术难题。联合山西大学、山西白求恩医院等组建的山西省重点实验室获批立项。本年度新增学术论文 7 篇，其中 SCI 论文 3 篇。截至 9 月底，龟龄集、定坤丹两大品种累计发表 SCI 论文 43 篇，获 29 部指南与专家共识收录推荐，其中定坤丹纳入《子宫内膜癌保留生育功能中西医结合专家共识》，龟龄集入选互联网医院男科团体标准。

推进数智转型。坚持研发、管理、服务三端同步发力，数智化正从“系统建设”走向“业务赋能”。建成投用数智化平台与数据中台，上线 11 个分析域。深化诊疗协同，接入京东“AI 大为医生”辅助诊疗系统。

下一步，公司将聚焦经典名方现代化研究，统筹开展物质基础解析、功能指纹图谱、多中心真实世界临床等攻关。以核心产品龟龄集为例，围绕抗衰老、神经认知和生殖三大方向，集聚资源推进各项科研项目。搭建统一营销数据中台，推进智能工厂与全产业链溯源赋码，拓展人工智能应用场景。

三、完善公司治理体系，筑牢合规运营防线

完善法人治理结构。顺利完成董事会换届，治理层结构进一步优化；1-9 月召开股东会 2 次、董事会 7 次，召开提名委员会 3 次、薪酬与考核委员会 4 次、战略委员会 1 次、审计与合规委员会 8 次，董事会各专门委员会发挥专业支撑作用；完善信披相关管理，提升工作质量，1-9 月定期报告如期披露，临时公告合规披露，披露各类公告 80 余项，未发生信披违法违规情形。修订并发布《董事会秘书工作细则》《信息披露事务管理办法》《董事、高级管理人员持股变动管理办法》等 7 项制度，完善董事会秘书履职保障、信息披露事务管理、董事及高级管理人员持股变动申报与披露等关键环节的管理依据。

推进内控、风控、合规一体化建设。响应行业政策调整，强化学术推广、药品推广合规建设，建立“发现－核查－处置－整改”闭环管理机制，构建覆盖采购、生产、营销、财务等环节的穿透式风控体系；修订《内部控制手册》，开展合规培训、法律专题培训 10 期；优化《采购管理办法》《采购评审专家管理制度》，新引入外部专家 6 名。

下一步，公司将深化“码上放心”平台数据应用，发挥平台数据在流程管控、风险

识别和经营分析中的支撑作用，推动数据归集、分析应用与业务管理深度融合，提升内控治理的精准性和有效性。落实《内部控制手册》配套评价方案，做好制度宣贯培训、内控自评和专项检查等工作，提升内控体系执行力和有效性。完善“问题、责任、整改”三张清单闭环管理机制，对发现的问题逐项明确责任主体、整改措施和完成时限，实行跟踪督办、对账销号和定期复盘，确保问题整改闭环落实、见底见效，提升公司规范运作水平和风险防控能力。

四、压实“关键少数”责任，激发履职担当效能

公司强化董事、高级管理人员等“关键少数”人员的履职管理与激励约束，健全绩效考评与薪酬管理体系。制定《董事和高级管理人员薪酬管理制度》《董事、高级管理人员离职管理制度》，将高管薪酬与公司经营业绩、盈利水平紧密挂钩，有效激发团队积极性与责任担当。加强控股股东、董事及高级管理人员的合规教育和履职能力提升，夯实规范运作基础，组织控股股东、董事、高级管理人员参加外部培训 18 次，覆盖内幕信息防控、廉洁合规等专题，引导“关键少数”及相关人员依法合规履职。

下一步，公司将压实“关键少数”责任，推动“关键少数”在经营管理、改革攻坚和风险防控中主动担当、积极作为。推进劳动、人事、分配三项制度改革，将提质增效成效与绩效考核、薪酬分配刚性挂钩，健全以价值创造为导向的考核评价体系。

五、提升投资者回报水平，增强股东获得感

公司积极推进股份回购、公积金弥补亏损等工作，累计回购股份 298.06 万股，使用资金 4998.13 万元，未来拟用于股权激励或员工持股计划，传递公司对自身发展前景和长期价值的坚定信心；审议通过《关于使用公积金弥补亏损的议案》，母公司报表未分配利润由负转正，为后续实施现金分红创造条件；6 名董事及高级管理人员合计增持 12 万股，体现管理层与公司长期价值共成长的积极态度。上述举措相互衔接，持续修复股东回报基础，体现公司重视投资者回报、持续提升股东价值的积极导向。

下一步，公司将持续把提升投资者回报水平、增强股东获得感作为经营管理和市值管理的重要内容，统筹兼顾公司可持续发展与股东合理回报，与广大股东共享公司高质

量发展成果。

六、优化投资者关系管理，传递长期投资价值

公司深入践行“以投资者为本”理念，持续畅通资本市场交流渠道，构建多层次、常态化、高效率的投资者沟通机制。召开业绩说明会 2 次，围绕经营成果、战略推进和投资者关切进行充分交流，多种渠道与各类投资者保持密切互动，及时传递公司价值；对社会各方围绕班子建设、酒业发展、内部管理、品牌宣介、绩效管理、营销拓展等方面提出的意见建议，及时收集、分类研究，结合实际吸收改进，并举一反三优化相关经营举措，以实际成效回应关切、接受监督。上证 e 互动平台回复率保持 100%，累计回复投资者提问 367 条；改进信息披露呈现方式，定期报告配套制作“一图读懂”并多渠道发布，以更加直观、易懂的形式提升信息传播效率和可读性，便于投资者快速了解公司经营情况。

下一步，公司将在严守信息披露合规底线的前提下，进一步丰富沟通形式、优化互动机制，持续提升投资者关系管理工作质效，不断增强资本市场认同度，稳固投资者信心。

特别提示：

本评估报告所涉及的公司发展战略、经营规划等是公司基于现阶段实际情况作出的基本判断，未来可能会受到市场变动、政策调整等因素影响，具有一定的不确定性，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请广大投资者理性对待、审慎决策、理性投资，注意投资风险。

特此公告。

广誉远中药股份有限公司董事会

二〇二六年十月二十八日