

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：2026-05

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
参与单位名称 及人员姓名	中信证券、中信建投证券、中金公司、华泰证券、长城证券、开源证券等 券商分析师及广大投资者朋友
时间	2026 年 10 月 23 日
地点	公司会议室
上市公司 接待人员姓名	副董事长、首席财务官、董事会秘书 丁红岩 证券事务代表、董事会办公室总经理 付延
投资者关系活动 主要内容介绍	一、产品推广规划 对于阿胶块，将聚焦滋补旺季，深化秋冬滋补心智，深入推进全域整合营销； 对于复方阿胶浆，将以中心城市为重点，聚焦核心连锁和重点门店，统筹动态调整资源分布，同步推进“气血双补”价值推广与条袋装差异化品规升级，并通过科技叙事强化科学服用教育与循证研究； 对于“桃花姬”系列，围绕“做强礼赠、做大自用”双引擎驱动，依托阿胶糕核心大单品势能，以经典品类带动新品类放量； 对于“皇家围场 1619”，将依托肾源三力体系，焕新鹿产业价值，切入男性健康活力管理，系统打造鹿源明星大单品，着力构建男性滋补产品新矩阵； 对于“壮本”肉苁蓉，聚焦“单品打造、货盘拓宽、渠道补齐”三大战役，以“七味苁蓉酒做渗透、壮本苁蓉酒做心智、品牌动作做场景”为策略，借力明星代言、阿拉善英雄会等资源，全方位打通 B 端招商与 C 端声量；

	对于“遇元气”系列，重点围绕核心需求，借助抖音、小红书等平台，沉淀人群与内容资产，验证塑造数字化营销新模式，推动系列新品上市； 对于参类滋补品，聚焦传统和新兴电商渠道，持续提升站内推广效率，优化种草内容，逐步提高转化率； 对于阿胶酒，以家庭装为主要方向，面向家庭分享与聚饮礼赠场景的多瓶组合形态，逐步延展产品品规，同时与科研高校团队深入合作，围绕风味、功效与行业标准等方向阶段性推进，同步开展配方验证。 二、新渠道建设规划 首先，深耕流通礼品、商超等传统核心渠道，夯实存量基本盘，稳固市场基础份额；其次，布局新零售、私域社群、集采平台、零食量贩等新兴渠道，全面拓宽增量入口；再次，落地分渠道差异化运营策略，以精细化服务赋能客户，实现渠道提质与销量稳步增长。 三、产品动销情况 目前，公司核心产品动销良好；医疗、OTC、线上渠道协同发力，纯销表现稳健，可持续性强。 未来，公司将继续以纯销为核心，优化渠道结构，提升终端动销，确保纯销稳健增长与高质量发展。 四、第二增长曲线和第三增长曲线的战略重心 第二增长曲线的战略重心是加速兑现增量，围绕“皇家围场 1619”、鹿产业和“壮本”肉苁蓉产业，立体推动品类扩张、产能释放和终端放量，逐步将男士滋补从布局拓展期推向规模化贡献。 第三增长曲线将以孕育未来发展新势能为目标，依托“养颜抗衰三境界”、差异化原料优势、品牌以及渠道等资产优势，稳步切入医美和功效护肤抗衰赛道，全力加速技术开发、产品孵化和产业生态合作。 五、海外业务规划 一方面，以港澳地区为基石市场，打造全渠道销售及运营样板；发力东南亚市场，以印尼为核心，提升新马泰越业务规模；稳固美加、日韩、澳新等发达国家经销商体系，开拓南美洲、中东、非洲等新市场，助力“抱团出海”平台业务发展。另一方面，系统打造差异化产品矩阵，建设海外
--	--

供应链体系，搭建跨境电商平台；重塑国际品牌战略，统筹全球一致性与本土化展现，持续提升国际品牌知名度。同时，借助建设医药研究平台，广泛链接海内外科研资源，开展海外循证医学、产品注册、标准制定等工作，不断拓深海外传统医药资源。

六、前三季度分产品收入情况

公司业务经营保持高质量健康发展，阿胶块与复方阿胶浆两大产品整体稳健，皇家围场 1619 表现平稳，桃花姬阿胶糕、阿胶粉、阿胶枣同比增长均在双位数以上。

七、投资并购规划

（一）外延并购进展

2026 年 1 月，东阿阿胶完成东丰马记药业有限公司 70%股权收购交割，标的公司现已更名为东阿阿胶马记药业（吉林）有限公司。2026 年 6 月，东阿阿胶完成蜀中药业（吉林）有限公司 80%股权收购交割，标的公司现已更名为东阿阿胶（吉林）药业有限公司。马记药业、蜀中药业两大外延并购项目的落地，进一步丰富完善了东阿阿胶梅花鹿产业及男士滋补产品布局，为公司中长期可持续高质量发展贡献业务增量，持续释放产业动能。

（二）外延并购规划

以服务公司“1238”战略为出发点，锚定“致力于成为大众最信赖的滋补健康引领者”核心愿景，持续扩充外延并购储备作为产业扩张的重要抓手，围绕药品、健康消费品、医美抗衰三大重点板块，持续推进潜在并购项目的挖掘、筛选和对接，不断做大优质标的储备库，全力推动产业投资并购有序落地。

八、未来分红预期

近年来，公司分红力度持续加大，2023 年以来股利支付率均近 100%，几乎将全年净利润全部分配。公司自 1999 年首次分红以来，分红次数已达 30 次，加上前期已注销的 2 亿元回购股份，累计回报总额达 120.86 亿元，平均分红比例约 70%。

2026 年 9 月 10 日，中国上市公司协会发布 2026 年上市公司现金分红榜单。东阿阿胶继 2025 年后再度登顶“股利支付率榜单”榜首，实现

	“两连冠”，充分说明了东阿阿胶在投资者回馈方面所做出的努力，以及资本市场的高度认可。 未来，公司将在综合考虑自身经营发展规划、盈利水平、现金流状况以及股东利益等多方面因素的基础上，合理安排分红节奏与金额，持续做好资本市场回馈等工作。 九、研发业务规划 对于药品研发，将深耕胶类药物、复方阿胶浆大品种培育、鹿及肉苁蓉、新业务拓展及中药新药等研发方向，重点围绕现有产品品质提升、差异化优势、药效及机制研究、临床循证，中药新药及医美美妆等开展工作，同步搭建多层次创新平台，探索 AI 赋能加速研发，全方位赋能业绩增长。 对于健康消费品研发，将围绕公司整体战略，深化产学研战略深度融合，构建系统化研创体系，系统性打造竞争壁垒，夯实产业核心竞争力，实现从顶层战略设计到落地执行的全链条闭环，精准赋能中式滋补赛道高质量发展。 十、驴皮价格预期以及原材料采购布局 （一）驴皮价格趋势 驴皮价格波动，与整个国内毛驴养殖规模、养殖成本以及收益等因素有关。目前保持总体稳定，但长期上涨趋势没有改变。 （二）原材料采购布局 一方面，立足国内基本盘，聚焦核心养殖区域，全面实施毛驴资源涵养工程，同时通过基地示范、合作共建、技术赋能，提升国内毛驴存栏增量，提高毛驴产业整体养殖收益；另一方面，依托国家战略与涉外政策，发挥央企平台优势，重构跨境产业链与价值分配体系，拓宽原料供给渠道，建设安全、稳定、可持续的驴皮原料保供体系。
附件清单 （如有）	无
日期	2026 年 10 月 23 日