

B010 Disclosure 信息披露

黑龙江珍宝岛药业股份有限公司关于对上海证券交易所关于公司2024年年度报告的信息披露监管问询函的回复公告

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，并承担个别及连带法律责任。

黑龙江珍宝岛药业股份有限公司（以下简称“公司”）于2025年6月3日收到上海证券交易所下发的《关于黑龙江珍宝岛药业股份有限公司2024年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函〔2025〕0715号，以下简称“《监管问询函》”），根据上海证券交易所的规定，现将《监管问询函》中的问题回复如下：

一、关于业绩变化。年报显示，2024年公司实现营业收入27.04亿元，同比下滑13.84%，归母净利润4.36亿元，同比下降7.30%。扣除非净利润4.03亿元，同比增长1.36%，毛利率为56.11%，较上年增加121.71个百分点。分产品来看，医药工业板块收入、利润额均整体费用下降，公司2024年度毛利润率较2023年增加1.00%，毛利率增加19.60个百分点。分季度看，一度、二季度收入分别为1.17亿元、5.43亿元、3.67亿元、6.77亿元，公司主要产品集采执行时间多在2024年3月以后，但公司一季度收入明显高于其他季度。2024年公司销售费用为2.92亿元，同比下降6.36%，明显高于营业收入降幅，公告披露主要受国家药品集采政策影响，同时公司同步加强费效管控。

请公司补充披露：（1）结合行业政策、产品结构、采购价格变化、公司发展战略等，量化分析公司各板块收入、毛利变化的原因及合理性；

公司回复：公司主要业务分为三大板块，医药工业、医药商业及中药材贸易。

单位：万元

业务板块	2023年度						2024年度					
	主营业务收入	主营业务成本	毛利率	主营业务收入	主营业务成本	毛利率	主营业务收入	主营业务成本	毛利率	主营业务收入	主营业务成本	毛利率
医药工业	197,587.38	90,440.00	56.36%	237,261.00	102,303.00	56.23%	321,000.00	140,907.00	56.08%	16,397.27	8,907.00	-3.62%
医药商业	31,358.13	-	9.37%	27,034.74	-	-52.0%	7,006.64	-	-81.00%	17,958.98	-	-14.74%
中药材贸易	79,462.34	-	206,422.00	-	-	267,699.98	-	-13.20%	17,063.26	-	-6.97%	
合计	308,905.49	209,407.05	56.11%	63,270.74	26,700.98	-	27,098.98	-	-	111,231.00	-	-13.84%

1. 各板块收入变化的原因及合理性：

①医药工业板块：2024年营业收入同比增加20.23%，主要品种近两年销售对比情况如下：

单位：万盒/万元

产品名称	2023年						2024年					
	销售收入	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	营业收入
产品1	687,036	13,425,027	59.64%	237,261.00	102,303.00	56.23%	321,000.00	140,907.00	56.08%	16,397.27	8,907.00	-3.62%
产品2	470,073	9,667,470	57.41%	27,034.74	10,703.00	51.66%	7,006.64	-	-81.00%	17,958.98	-	-14.74%
产品3	27,704.91	11,653.00	55.73%	15,073.14	-	-	539,666	-	-11.33%	9,966.00	-	-16.69%
产品4	79,222.50	11,030.00	50.30%	15,098.60	-81.00%	-	12,000.00	9,039.40	-84.73%	19,950.00	19,460.00	-2.47%
小计	308,905.49	209,407.05	56.11%	63,270.74	26,700.98	-	27,098.98	-	-	111,231.00	-	-13.84%

注：上表为工业板块2024年主要品种销售情况（销售收入占比77.90%）。

从公司产品情况来看，2024年上半年工业板块销售收入增长主要来源于产品1、产品2、产品3等品种，其中产品1、产品2属于中成药制剂、化学制剂主要产品。

（2）医药商业板块：经营收入同比下降2.05%，主要原因如下：

②医药商业：因公司被纳入医保目录，导致公司营业收入同比下降2.05%，医药商业收入主要来自客户群体发生变化，发货商由原来配送商业客户指定商业营销，公司被纳入医保目录，导致公司营业收入同比下降2.05%。

（3）中药材贸易板块：经营收入同比下降2.05%，主要原因如下：

③中药材贸易：因公司被纳入医保目录，导致公司营业收入同比下降2.05%，医药商业收入主要来自客户群体发生变化，发货商由原来配送商业客户指定商业营销，公司被纳入医保目录，导致公司营业收入同比下降2.05%。

公司回复：公司回应对公司1-2年应收账款的前五大客户明细表：

单位：万元

序号	客户名称	收入发生额	所属板块	客户类型	结算方式	信用期限	是否新增		2023年1-6月回款	2024年1-6月回款
							2023年应收账款余额	2024年应收账款余额		
1	哈尔滨医药有限公司	17,048.71	中成药贸易	中成药经销商	电汇	6个月	2,000	2,000	7,128,350	7,117,70
2	北京国药集团医药有限公司	13,316.31	中成药贸易	中成药经销商	电汇	4个月	2,000	2,000	3,581,581	3,220,43
3	哈尔滨医药有限公司	13,262.80	中成药贸易	中成药经销商	电汇	6个月	2,000	2,000	4,892,932	4,226,43
4	中恒医药有限公司	13,072.13	中成药贸易	中成药经销商	电汇	10日	2,000	2,000	4,794,623	4,577,75
5	北京国药集团医药有限公司	11,676.00	中成药贸易	中成药经销商	电汇	6个月	2,000	2,000	3,676,994	3,363,68
6	合计	69,270.01	-	-	-	-	-	-	-	-

2. 关于经营模式：年报显示，2024年公司应收款项期末账面价值30,932万元，同比增长25.49%，占营业收入比114.33%，年报未披露前五大应收账款客户具体名称，但前五名客户有3家新增，公司披露要系目标客户群体发生变化，发货商由原来配送商业客户指定商业营销，公司应收款组合和医药配送组合和余账余额分别为5.04亿元、28.41亿元，其中账龄在1-2年应收账款期末余额占公司应收账款总额的43.25%、39.49亿元，公司2024年未付预付款项金额为50.90亿元，同比下降64.75%，公司披露要系综合考虑医药结算所致，公司前五大供应商中有4名为新增，公司披露综合考虑医药结算所致，引入竞争机制，提升应收账款质量。

请公司补充披露：（1）各合作伙联合推广其推广费用下降，报告期向客户推广活动的方式、持续的技术学术推广指导，由经销商通过自身渠道进行临床应用信息沟通，指导临床合理用药、协助监测药品不良反应及相关循证医学指导等推广工作，实现经销商所辖区域的推广力度，基于与合作伙伴联合推广责任的形式，公司推广费用下降。

（2）集采产品规模优势增量，推广策略调整

报告期内，得益于公司在招集中采方面的优势，核心中成药品种注射用血塞通100mg、血栓通胶囊、舒血宁注射液200ml、双黄连口服液顺利入围京津冀“3+N”多个省份执行，化药品种盐酸复方氨基酸胶囊、盐酸莫西沙星注射液、注射用炎琥宁200mg等亦陆续入围部分省集中采购项目。产品集采进入进一步扩大了产品市场份额，获得规模优势增量，从而推动产品销售收入及利润双增。

集采中选及执行后，公司推广策略进行调整，以适应可以部分报销部分费用。

综上所述，报告期向客户推广活动的方式、持续的技术学术推广指导，由经销商通过自身渠道进行临床应用信息沟通，指导临床合理用药、协助监测药品不良反应及相关循证医学指导等推广工作，实现经销商所辖区域的推广力度，基于与合作伙伴联合推广责任的形式，公司推广费用下降。

（3）结合公司信用政策、客户情况等，说明公司1-2年应收账款占比较高原因及合理性。

公司回复：公司回应对公司1-2年应收账款的前十大客户明细表：

单位：万元

序号	客户名称	收入发生额	所属板块	客户类型	结算方式	信用期限	是否新增		2023年1-6月回款	2024年1-6月回款
							2023年应收账款余额	2024年应收账款余额		
1	哈尔滨医药有限公司	17,048.71	中成药贸易	中成药经销商	电汇	6个月	2,000	2,000	7,128,350	7,117,70
2	北京国药集团医药有限公司	13,316.31	中成药贸易	中成药经销商	电汇	4个月	2,000	2,000	3,581,581	3,220,43
3	哈尔滨医药有限公司	13,262.80	中成药贸易	中成药经销商	电汇	6个月	2,000	2,000	4,892,932	4,226,43
4	中恒医药有限公司	13,072.13	中成药贸易	中成药经销商	电汇	10日	2,000	2,000	4,794,623	4,577,75
5	北京国药集团医药有限公司	11,676.00	中成药贸易	中成药经销商	电汇	6个月	2,000	2,000	3,676,994	3,363,68
6	合计	69,270.01	-	-	-	-	-	-	-	-

3. 关于经营模式：年报显示，2024年公司应收款项期末账面价值30,932万元，同比增长25.49%，占营业收入比114.33%，年报未披露前五大应收账款客户具体名称，但前五名客户有3家新增，公司披露要系目标客户群体发生变化，发货商由原来配送商业客户指定商业营销，公司应收款组合和医药配送组合和余账余额分别为5.04亿元、28.41亿元，其中账龄在1-2年应收账款期末余额占公司应收账款总额的43.25%、39.49亿元，公司2024年未付预付款项金额为50.90亿元，同比下降64.75%，公司披露要系综合考虑医药结算所致，公司前五大供应商中有4名为新增，公司披露综合考虑医药结算所致，引入竞争机制，提升应收账款质量。

请公司补充披露：（1）各合作伙联合推广其推广费用下降，报告期向客户推广活动的方式、持续的技术学术推广指导，由经销商通过自身渠道进行临床应用信息沟通，指导临床合理用药、协助监测药品不良反应及相关循证医学指导等推广工作，实现经销商所辖区域的推广力度，基于与合作伙伴联合推广责任的形式，公司推广费用下降。

（2）集采产品规模优势增量，推广策略调整

报告期内，得益于公司在招集中采方面的优势，核心中成药品种注射用血塞通100mg、血栓通胶囊、舒血宁注射液200ml、双黄连口服液顺利入围京津冀“3+N”多个省份执行，化药品种盐酸复方氨基酸胶囊、盐酸莫西沙星注射液、注射用炎琥宁200mg等亦陆续入围部分省集中采购项目。产品集采进入进一步扩大了产品市场份额，获得规模优势增量，从而推动产品销售收入及利润双增。

集采中选及执行后，公司推广策略进行调整，以适应可以部分报销部分费用。

综上所述，报告期向客户推广活动的方式、持续的技术学术推广指导，由经销商通过自身渠道进行临床应用信息沟通，指导临床合理用药、协助监测药品不良反应及相关循证医学指导等推广工作，实现经销商所辖区域的推广力度，基于与合作伙伴联合推广责任的形式，公司推广费用下降。

（3）结合公司信用政策、客户情况等，说明公司1-2年应收账款占比较高原因及合理性。

公司回复：公司回应对公司1-2年应收账款的前十大客户明细表：

单位：万元

序号	客户名称	收入发生额	所属板块	客户类型	结算方式	信用期限	是否新增		2023年1-6月回款	2024年1-6月回款
							2023年应收账款余额	2024年应收账款余额		
1	哈尔滨医药有限公司	17,048.71	中成药贸易	中成药经销商	电汇	6个月	2,000	2,000	7,128,350	7,117,70
2	北京国药集团医药有限公司	13,316.31	中成药贸易	中成药经销商	电汇	4个月	2,000	2,000	3,581,581	3,220,43
3	哈尔滨医药有限公司	13,262.80	中成药贸易	中成药经销商	电汇	6个月	2,000	2,000	4,892,932	4,226,43
4	中恒医药有限公司	13,072.13	中成药贸易	中成药经销商	电汇	10日	2,000	2,000	4,794,623	4,577,75
5	北京国药集团医药有限公司	11,676.00	中成药贸易	中成药经销商	电汇	6个月	2,000	2,000	3,676,994	3,363,68
6	合计	69,270.01	-	-	-	-	-	-	-	-

4. 关于经营模式：年报显示，2024年公司应收款项期末账面价值30,932万元，同比增长25.49%，占营业收入比114.33%，年报未披露前五大应收账款客户具体名称，但前五名客户有3家新增，公司披露要系目标客户群体发生变化，发货商由原来配送商业客户指定商业营销，公司应收款组合和医药配送组合和余账余额分别为5.04亿元、28.41亿元，其中账龄在1-2年应收账款期末余额占公司应收账款总额的43.25%、39.49亿元，公司2024年未付预付款项金额为50.90亿元，同比下降64.75%，公司披露要系综合考虑医药结算所致，公司前五大供应商中有4名为新增，公司披露综合考虑医药结算所致，引入竞争机制，提升应收账款质量。

请公司补充披露：（1）各合作伙联合推广其推广费用下降，报告期向客户推广活动的方式、持续的技术学术推广指导，由经销商通过自身渠道进行临床应用信息沟通，指导临床合理用药、协助监测药品不良反应及相关循证医学指导等推广工作，实现经销商所辖区域的推广力度，基于与合作伙伴联合推广责任的形式，公司推广费用下降。

（2）集采产品规模优势增量，推广策略调整

报告期内，得益于公司在招集中采方面的优势，核心中成药品种注射用血塞通100mg、血栓通胶囊、舒血宁注射液200ml、双黄连口服液顺利入围京津冀“3+N”多个省份执行，化药品种盐酸复方氨基酸胶囊、盐酸莫西沙星注射液、注射用炎琥宁200mg等亦陆续入围部分省集中采购项目。产品集采进入进一步扩大了产品市场份额，获得规模优势增量，从而推动产品销售收入及利润双增。

集采中选及执行后，公司推广策略进行调整，以适应可以部分报销部分费用。

综上所述，报告期向客户推广活动的方式、持续的技术学术推广指导，由经销商通过自身渠道进行临床应用信息沟通，指导临床合理用药、协助监测药品不良反应及相关循证医学指导等推广工作，实现经销商所辖区域的推广力度，基于与合作伙伴联合推广责任的形式，公司推广费用下降。

（3）结合公司信用政策、客户情况等，说明公司1-2年应收账款占比较高原因及合理性。