

# 62家中药上市公司披露2023年年报 近七成净利同比增长

## 中药材涨价或加速行业洗牌

■本报记者 张敏 曹卫新

近年来,国内出台了一系列政策支持中医药行业高质量发展,行业迎来黄金发展期。与此同时,在市场需求等因素带动下,2023年部分中药材价格上涨成为了行业焦点。随着A股市场2023年年报披露接近尾声,中药板块上市公司的成绩单引发市场关注。

据同花顺数据,截至4月28日,中药板块73家上市公司中,合计已有62家发布了2023年年报,其中,近七成公司实现业绩同比增长。从头部公司来看,白云山、云南白药、华润三九、同仁堂、太极集团、步长制药、以岭药业、片仔癀等多家上市公司实现营业收入超百亿元,白云山位列榜首,实现营业收入约755亿元。上述头部企业当中,大部分在报告期内实现了营收和净利润双增长。

此外,有16家中药板块公司在报告期内出现了营业收入和净利润均同比下滑的情况。据记者梳理,医保政策调整、集采、中药材涨价等因素是这些公司业绩承压的重要原因。

中康科技中药产业大数据中心总经理、首席分析师贾海彬向《证券日报》记者表示,未来中药行业的马太效应将愈发明显,“头部中药企业已经形成了较为深厚的‘护城河’,研发投入较多,面对原材料涨价等抗风险能力较强,而多数中小企业并不完全具备这些实力。在中药材持续涨价的背景下,中小企业的业绩压力会进一步承压。”

## 43家公司去年净利增长

同花顺数据显示,截至4月28日,上述已发布2023年年报的62家公司当中,有40家实现营业收入同比增长,占比64.52%;43家实现归属于上市公司股东的净利润同比增长,占比近七成。

从营业收入同比增幅来看,上海凯宝、康惠制药、华润三九、贵州三力、陇神戎发等公司,报告期内实现同比增长超30%;从归属于上市公司股东的净利润同比增幅来看,天士力、太龙药业、太极集团、益佰制药、步长制药、ST康美等公

司,报告期内实现同比增长100%以上,亚宝药业、上海凯宝、康恩贝、陇神戎发、康惠制药等公司同比增长超50%。

2023年,在实现营业收入超百亿元的上市公司中,白云山、云南白药、华润三九、同仁堂、太极集团、片仔癀等公司实现了营业收入和净利润双增长。其中,华润三九营业收入同比增长36.83%,归属于上市公司股东的净利润同比增长16.5%;云南白药营业收入同比增长7.19%,归属于上市公司股东的净利润同比增长36.41%。

“未来,中药行业的马太效应将进一步显现。这体现于头部企业的竞争优势进一步巩固所释放的增长空间。”贾海彬表示,首先,头部企业拥有市场知名度较高的产品,如片仔癀、安宫牛黄等。其次,头部企业基于其市场知名度较高的产品,形成了从原料保障到市场推广的产业链一体化。最后,基于品牌形成的多元化生态正在形成闭环,如基于云南白药的健康产品系列、华润江中的健胃消食系列等,进一步巩固了头部企业的“护城河”。

此外,部分上市公司业绩短期内出现不同程度的调整。例如,新光药业去年营业总收入同比下降23.07%,归属于上市公司股东的净利润同比下降40.86%。记者以投资者身份致电新光药业董秘办,相关工作人向记者表示,公司主导产品黄芪生脉饮退出医保目录,是导致公司去年营业收入同比下滑的主要原因。

万邦德2023年年报显示,公司报告期内营业收入同比下降13.69%,归母净利润同比下降47.23%。其中,医药制造板块营业收入同比下降23.71%,归母净利润同比下降53.15%。公司中药业务营业收入同比下滑39.19%,对于该板块业务下滑,记者以投资者身份询问上市公司,公司工作人员介绍,中药业务收入下滑原因系公司核心产品银杏叶滴丸纳入多地集采,单价下跌所致。

## 中药材涨价成行业焦点

2023年,中药材价格持续走高



62家已发布2023年年报的中药板块上市公司中,41家去年研发投入总额同比增长

王琳/制图

引发市场高度关注。中国中药协会一度发布倡议书,坚决反对以任何形式哄抬和操纵药材价格,投机炒作等扰乱药材市场秩序的不正当乃至违法行为。

《证券日报》记者梳理中药板块上市公司年报获悉,无论是头部药企还是中小型中药上市公司,都在关注并积极应对中药材涨价带来的成本压力和业绩压力。

白云山在2023年年报中披露了公司主要中药产品所涉及的中药药材供求情况及价格波动对成本的影响。其中,消渴丸、夏桑菊颗粒、蜜炼川贝枇杷膏等整体变化不大,而小柴胡颗粒、滋肾育胎丸、华佗再造丸、清开灵系列产品整体成本上升。

新光药业在2023年年报中介绍,公司主导产品生产所需的主要原材料包括黄芪、党参、麦冬、五味子、西洋参等中药材。由于中药材价格受产地气候变化、人工成本变化、市场供求关系变化等多种因素影响,未来如公司所需主要中药材原料价格大幅上升,将对公司盈利状况造成一定程度的不利影响。

有不具名中药上市公司高管向《证券日报》记者介绍:“我们有公司靠近中药材的原产地。从我们观察的情况来看,中药材涨价更多的是在渠道商环节。从种植的农户及合作社来看,中药材的价格并没有涨多少。对于中药材生产

企业来说,上游涨价,下游的压力是比较大的。因为相对而言,成品的价格相对稳定。”

“从2020年上半年开始,国内中药材价格已经经历了三轮快速上涨且有加剧态势,据统计,2020年1月份至2023年12月份,368种常用中药材价格的平均涨幅高达34.46%。中药材价格连续上涨已经影响到中下游产业的生产成本。”贾海彬向记者表示。

进入2024年以来,一些热门中药材品种随着库存消耗和关注度提升,价格出现明显上涨。“由于资本介入、需求的长期增长以及劳动力成本上涨等因素,未来3年,中药材行情会反复震荡并维持高位运行,诸如白芍、白术等热点药材的价格,整体仍将在相对高位运行。中药材的供给仍存在不稳定因素。”贾海彬认为。

在业内人士看来,中药原材料价格上涨,还会加速行业调整甚至是洗牌,没有原材料保供能力的企业会被市场淘汰。

## 加码研发紧抓机遇

当前,中药行业迎来了人口老龄化等带来的发展机遇,同时又面临着中药材涨价等压力。未来,中药企业该采取何种措施抓住机遇、应对市场挑战?

在保障原材料供应方面,奇正

藏药向《证券日报》记者表示:“公司始终重视药材资源供应的可持续性。公司积极开拓优质道地产区,致力于稳定药材供给。同时,通过多渠道采购策略,有效分散供应风险,降低对单一产区或单一供应商的依赖。我们与供应商建立长期稳定的合作关系,并签订长期基地化采购合同,以确保供应链的可靠性和稳定性。”

记者注意到,加码创新研发也是中药企业持续提升竞争力、打造新品的关键。数据显示,在上述62家已发布2023年年报的上市公司当中,有41家报告期内实现研发投入总额同比增长;32家研发投入总额超1亿元。

精华制药相关负责人对《证券日报》记者表示:“公司与美国哈佛大学周金荣教授团队合作启动‘王氏保赤丸通过调节肠道菌群功能促进胃肠健康的机制研究’,与上海中医药大学合作启动大柴胡颗粒增加治疗胰腺炎适应症的药理研究的相关工作,验证了我们产品的安全性和有效性,进一步扩大了产品的知名度和影响力。”

“数字化将是中药企业发展的重要方向。在此背景下,企业可以运用数字技术对供应链进行梳理,加强数字信息导航,对原材料供应、市场需求等进行科学预判。”贾海彬表示。

# 方大特钢推进设备节能改造 节能创效双并进

日前,方大特钢液压系统伺服节能电机改造项目正稳步推进,该项目于2022年启动,截至今年3月份已完成66台液压伺服节能电机的改造工作,改造后公司主要工序液压站电机综合电耗下降41%,节能效果明显。

近年来,方大特钢积极贯彻新发展理念,将推进设备节能技术应用及改造作为实现能耗双控目标和企业降本增效的重要途径。在设备节能技术改造过程中,公司技术团队将电机节电率作为重要指标并进行攻关,对炼铁、炼钢、轧钢

等主要工序原有液压系统伺服电机进行全面优化,采用更为先进的伺服节能技术和高效设备,提高系统经济运行效率,有效降低企业运营成本。其中,轧钢厂优特钢液站8台电机改造完成后总耗电量每日可减少1511.7千瓦时,合并计算节电率达45.71%。并且,先后对水泵、各液压站电机进行评估,对改造后节电率将达到15%以上的水泵、液压站电机等进行改造。通过选用节能型水泵替换原有水泵的方式,陆续完成41台水泵的节能改造,改造后总耗电量每日减少19780.73千瓦时,

合并计算节电率达23.86%。

为减少钢材轧制过程中的能源消耗,2021年至2023年,公司还陆续对轧钢厂优特钢线加热炉、高线加热炉、棒材线加热炉进行节能改造,采用“节能型全纤维模块化预制炉顶”技术,并辅以节能型黑体技术喷涂等方式,使煤气用量明显减少,年创效约1650万元。

截至目前,公司按照“成熟一个,推进一个”的原则,先行先试完成部分轧钢加热炉、水泵、液压伺服电机及蓄能节能改造工作,在降低用电量、减少煤气消耗量等方面效果

良好,已完成的改造项目预计年创效可达2000万元以上。

公司表示,下一步将持续开展查缺补漏,稳步推进设备节能改造和新技术应用,进一步提升企业整体节能水平,助力企业实现降本增效。今年第一季度,在钢铁行业整体弱势运行情况下,方大特钢保持盈利态势,实现营业收入58.74亿元,实现归属于上市公司股东的净利润为9341.5万元;实现归属于上市公司股东的扣非净利润达1.57亿元,较上年同期增长8.61%。(文/徐加平)(CIS)

## 心脑血管产品亮眼 持续优化产品结构

具体到产品营收情况,以岭药业心脑血管

类产品表现尤为亮眼,实现了营收的同比增长12.71%。这一成绩的背后,既得益于公司长期以来对心脑血管领域的深耕细作,也与公司持续推动产品创新和技术升级密不可分。

以岭药业坚持以科技创新为核心驱动力,建立了中医病理理论创新为指导的新药研发技术体系,并不断提升复方中药、组方中药、单体中药新药研发能力。此外,以岭药业设立了医药研究院作为研发主体,专职从事新药研发和创新研究,并通过短期、中期及长期的研发规划和投入,不断优化公司产品结构,提升产品竞争力。

值得一提的是,以岭药业的产品布局完整,梯队合理,覆盖了心脑血管疾病、呼吸系统疾病、肿瘤、糖尿病、神经系统疾病、泌尿系统疾病等重大疾病领域。这些产品均为独家产品,组方独特,在多个疾病领域占有独特的学术地位和市场地位。这种全面而深入的产品布局,使得以岭药业能够在激烈的市场竞争中保持领先地位,为公司的未来发展奠定了坚实的基础。

为了验证产品的疗效和安全性,以岭药业积极开展了多项随机、双盲对照、多中心的循证医学研究。部分研究成果发表在国际权威杂志,在国内外医学界产生了重大影响。这些研究成果不仅为公司产品学术推广提供了强大动力,也为公司在未来几年继续保持持续增长打下良好基础。

## 持续加大研发投入 中药创新成果丰硕

以岭药业自上市以来,一直保持着对研发投入的坚定承诺,连年上升的资金投入充分展现了公司对于科技创新的高度重视。从最新披露的年报来看,以岭药业研发投入继续保持增长态势。公告显示,公司2023年研发投入9.35亿元,同比增长4.41%,这一投入比例在同行业中处于较高水平。这一成就的背后,是公司对于创新发展的执着追求和不懈努力。

在研发团队的建设上,以岭药业同样不遗

余力。公司积极引进归国专家、外籍专家等高层次人才,并培养了一支由博士、硕士等骨干力量组成的近2000人的研发队伍。这支高素质、专业化的团队,为公司在中药创新领域取得的一系列重要成果提供有力支撑。

近10年来,以岭药业在专利方面取得显著进展,累计获专利持续快速增长,为公司的“传承精华,守正创新”战略提供了坚实保障。目前,公司成功研发了14个国家专利新药,其中10个列入国家医保目录,5个列入国家基本药物目录,10个列入专家共识、诊疗指南、高校教材推荐用药,全部列入国家重点新产品。这些专利不仅体现了公司在中药研发领域的深厚实力,也为公司在国内外市场上的竞争提供了有力武器。

除了新药研发外,以岭药业还注重对已上市中药品种的上市后再评价及二次开发。通过对药效作用机制的深入探讨、上市后循证医学评价及真实世界研究等手段,公司不断提升已上市产品的临床价值,为患者提供更加安全、有效的治疗方案。同时,公司积极建设各

类创新平台,包括国家企业技术中心、络病理论创新转化国家重点实验室等,为公司的研发创新提供了良好的环境和条件。

在科研投入的加持下,以岭药业的中药创新成果不断涌现。去年10月份,公司独家创新中药“通络明目胶囊”成功获得国家药监局批准上市,这一成果在眼科领域具有重要的临床价值。此外,以岭药业中药1.1类创新药芪防鼻通片已申报生产,柴黄利胆胶囊顺利完成III期临床,小儿连花清感颗粒及络痹通片正处于III期临床研究阶段,预示着未来有更多的创新药物将陆续问世。

回顾过去一年,以岭药业在研发创新、产品布局和市场拓展等方面均取得了显著成果。展望未来,以岭药业将继续坚持以科技创新为核心驱动力,以市场需求为导向,不断提升产品质量和研发能力。通过持续的创新和发展,公司有望在未来几年内实现更大的突破和进步,为中医药产业的繁荣和发展作出更大的贡献。(CIS)

## 微观公司

# 回报投资者 上市公司要有三股“气”

■本报记者 桂小笋

如今,“更好回报投资者”“增强投资者获得感”已成为上市公司业绩报表中的重要看点。而在笔者看来,给予投资者稳定的回报预期,上市公司要有三股“气”。

合法合规以树正气。随着对上市公司监管趋严,越来越多过往的违规行为被揪出,同花顺数据显示,仅今年以来就有51家公司公告了被立案调查事项,而这些违规行为,无不令中小投资者受到了伤害。那么,上市公司要让投资者对公司有信心,就要树立合法合规的正气,这是回报投资者的核心基础。认真沟通以接地气。上市公司和投资者的沟通有很多方式,电话、互动平台、业绩说明会等,但在实际过程中,有不少公司的沟通沦为形式,互动平台的回复慢,说明会内容寥寥,不同提问回复内容复制粘贴相同信息等,这都是沟通投资者不接地的表现。让投资者有获得感,首先要让投资者更了解公司,倾听投资者心声,有效沟通投资者是回报投资者的关键。

稳健经营以筑底气。温氏股份在4月28日发布的财报中提及,公司2023年亏损,但公司同时决定,拟向全体股东每10股派发现金1元(含税),合计派发现金6.62亿元(含税)。不得不说,持续可预期的现金分红彰显了公司发展信心。而对于业绩亏损仍坚持分红,温氏股份表示,本次分红不会影响公司正常的生产经营资金需求。

众所周知,保持连续、稳定的分红是回报投资者的重要方式。但回报投资者要有“心”更要有“力”,以温氏股份为例,本次拟派现金分红金额仅占期末合并报表范围内累计可供分配利润的5%,应该说,长期稳健经营带来的健康的现金流也是上市公司回报投资者的底气。

综合来看,上市公司如果能够拥有上述三种“气”,不仅是对股东合法权益的切实保障,也有利于资本市场高质量发展。

# 厨房小家电市场进入存量竞争阶段 行业“强者恒强”愈发凸显

■本报记者 冯思婕

4月28日晚间,爱仕达披露了2023年年报,报告期内,公司实现归属于上市公司股东的净利润-3.78亿元。东方财富Choice数据显示,截至4月28日记者发稿,包括爱仕达在内的A股厨房小家电行业12家上市公司已全部完成2023年年报披露,其中,3家公司报告期内净利润同比下滑。

2023年,步入存量竞争阶段的厨房小家电行业加速“内卷”。奥维云网(AVC)数据显示,2023年厨房小家电整体零售额约549亿元,同比下降9.6%,零售量26543万台,同比下降1.8%。

浙江大学管理学院特聘教授钱向劲告诉《证券日报》记者:“目前市场上厨房小家电品牌众多,同质化竞争严重,消费者往往要货比三家才会做出决定。”

在这样的背景下,厨房小家电行业也从“宅经济”带动跨越到了未来两年到三年内的饱和存量竞争之中。而加强多渠道布局,成为了许多厨房小家电企业的共识。

九阳股份表示,公司协调发展货架电商与内容电商、新零售与下沉市场,继续积极布局拓展新兴渠道,重点发展抖音、小红书等内容电商平台。

奥维云网小电大数据事业部高级研究经理严乐雨在接受《证券日报》记者采访时表示:“从目前渠道变化趋势上来看,线上的新兴电商渠道和线下的百货渠道等正在成为消费者转移的方向。”

与此同时,“强者恒强”的局面也日益显现。苏泊尔在年报中表示,在厨房小家电领域,公司承压前行,实现了传统电商、抖音渠道综合市场份额第一的好成绩。

奥维云网(AVC)数据显示,苏泊尔2023年在线上 and 线下的市场份额均有所提升,分别位居行业第一和第二。