

亚宝药业董事长任武贤：

聚焦儿童药 打造多个10亿元级大品种

亚宝药业丁桂儿脐贴上市以来，其累计销售超21亿贴。亚宝药业董事长任武贤日前在接受中国证券报记者专访时表示，丁桂儿脐贴已成为中国工业化生产儿科贴的第一品牌。公司多年来通过工艺改进、设备改造、数字化转型等手段，持续提高产品质量。基于“诚信做人，用心做药”的经营理念，公司在儿科领域已经拥有多个主打产品，未来将更加聚焦儿童药，并将“丁桂儿童药做到中国第一”作为公司未来5-10年的一大战略。同时，集中资源力争打造出3-4个10亿元级大品种，以及多个梯队品种，将亚宝打造成儿科第一品牌。

●本报记者 傅苏颖
实习生 刘月楼 杨榕泽



亚宝药业俯瞰

公司供图

数字化转型促降本增效

亚宝药业成立于1978年，从一个资不抵债的县级企业跻身于全国医药工业百强，并成功在A股上市。在资本市场的助力下，公司产品从20个增加到300多个，并被山西省政府授予首批现代医药产业链链主企业，被中国科协认定为首批“科创中国”中医药贴敷技术创新基地。

回忆40多年的发展历程，任武贤表示：“公司从国有企业改制成为股份制企业，并于2002年9月在上交所上市，在这一过程中，公司从一家区域性公司变成一家全国性股份公司。上市对公司来说，不仅意味着融到资金，更重要的是建立了现代化企业管理制度，各项制度更加规范。”

任武贤介绍，亚宝药业经历过“三个四”：即2002年上市后的四次融资，对北京中医药大学制药厂、四川光泰制药公司、贵州喜儿康、上海清松四家制药企业的并购，以及相继在风陵渡、太原、北京、芮城扩建了四个生产基地。这些举措为公司工业化生产奠定了坚实基础。公司将管理中心搬至北京，也解决了之前人才招聘的局限性问题。

加快数字化转型成为行业大趋势，亚宝药业早已积极布局。任武贤介绍，近年来，公司不断推进数字化转型，已实现产品在一级、二级批发商以及医院、药店的全流程数字化管理，提升管理效率。

在智能化改造和布局新生产线方面，任武贤表示，今年以来亚宝药业已投资超1

亿元，建设智能化包装生产线，在提高效率的同时保证了产品质量。“以丁桂儿脐贴为例，过去1亿贴左右产能要1200人操作，通过进口新的自动生产线，如今车间只需要40多人。”

数字智能化推动成本降低。任武贤表示，通过智能化生产和数字化管理，公司人员整体减少了10%，效率提高了3%-5%。同时，薪酬增加提高了员工积极性，激发了员工的责任心。

任武贤表示，制药企业首先要考虑药品的质量和安全性。亚宝一直秉持“诚信做人，用心做药”的经营理念。“要做百年企业就必须诚信，否则走不长远。未来亚宝药业将紧随国家战略积极转型，争取为患者提供更多质量可靠的产品。”

打造儿科第一品牌

亚宝药业经营业绩长期保持稳健增长。公司2023年半年报显示，报告期内公司实现营业收入15.33亿元，同比增长18.46%；实现归属于上市公司股东的净利润1.68亿元，同比增长67.35%。

2021年年底，亚宝药业制定了“十四五”战略规划，发展战略确定为聚焦儿科业务、适时发展女性健康业务、妥善处置利润贡献低的其他业务。

任武贤称，近期公司适当调整了战略规划，会更加聚焦儿科业务，大方针是将“丁桂儿童药做到中国第一”作为公司未来5-10年的一大战略。集中资源发力儿科业务，力争做到儿科药品种最全、销售收入

达到全国第一。“目前，公司儿科业务营收占比40%左右，未来目标是达到60%。”

任武贤介绍，公司将不断加大研发、生产和销售的投入，着力培养儿科大品种，计划将丁桂儿脐贴、儿童清咽解热口服液、薏芽健脾凝胶和消肿止痛贴四个产品打造成年收入达10亿元级别的大品种。另外，公司还将布局中药外抹贴剂等，在拥有若干个10亿元级别大品种的同时，拥有一批5亿元级、1亿元级以及后备品种，将亚宝打造儿科第一品牌。

亚宝药业每年会拿出一定资金对已上市产品进行二次开发，不断提高产品质量、疗效、安全性。比如儿童清咽解热口服液，由于该药品成分含有人工牛黄，味道特别苦，孩子服药依从性较差。为此，公司将该药品的口味进行了改善，同时不断拓展其适应症，目前已拓展至超10种适应症。任武贤认为，企业长远发展必须要有好的产品，医药企业更是如此。

亚宝药业长期深耕儿科领域。任武贤坦言，儿童药研发投入大，产品销售价格低，很多企业不愿意在这方面投入。“公司每年会拿出5%-8%的营收用于新产品研发。”任武贤介绍，除儿童药外，亚宝还布局了创新药。截至目前，公司共有5个创新药（含生物制药）获批临床，其中用于治疗脓毒症的创新型重组蛋白SY-005进入二期临床研究。

“新产品研发立项，需要先评估是否符合公司战略方向，是否聚焦儿童、女性等重点目标客户群体，或者该产品是否具备年销售额达5亿元以上空间等。”

目前，亚宝药业研发团队包括研发人

员352名，同时聘请多名国内外知名专家作为特别顾问团，指导研发工作。

深耕特医食品领域

特医食品产业处于快速发展期，预计到2027年全球特医食品市场规模将突破千亿元大关。面对广阔的市场，亚宝药业早已入场。任武贤介绍，依托亚宝药业强大的平台成立了“亚宝健康研究科学院”。

国家市场监督管理总局网站显示，截至目前，共批准51家企业注册138个特医食品，其中包括亚宝药业的“唯源泰”“唯源全”“唯源素”三款产品。

任武贤介绍，未来亚宝药业每年将至少申报两款新产品，包括全营养、蛋白质、多肽、电解质等品类。“在糖尿病、肿瘤等领域，公司的特医食品在立项过程中。”

“特医食品市场未来是一片蓝海，我们有先发优势，市场拓展空间很大。”任武贤说，服用全营养特医食品可以让亚健康人群变成健康人群，潜在病人减少，医药费自然会减少。未来公司会紧跟国家大健康战略，研发更多新产品服务社会。

近年来，随着我国医药监管力度加大，国内GMP标准逐渐向国际标准靠拢。任武贤称，公司制剂产品早前便通过美国FDA认证，在国内走在前列。同时，公司原料药每年有5000万-6000万元的出口额。未来公司将加大力度拓展国际市场。“通过国际化，公司一方面学习国际先进经验，另一方面带动亚宝药业产品质量和GMP管理水平提升。”任武贤说。

国庆假期出行需求旺盛 民航业加大运力供给

●本报记者 金一丹 程竹

今年中秋、国庆假期出行需求旺盛，民航局预测将有2100万余名旅客乘机出行。中国证券报记者调研多家航空公司了解到，各家航司将加大运力供给，新增、加密航线，满足即将到来的国庆出行高峰需求。

旅客出行较集中

民航局运输司副司长靳军号日前在新闻发布会上介绍，从机票预售情况看，今年中秋、国庆假期广大旅客旅游度假、探亲访友等出行需求旺盛，旅客出行较为集中，预计将有超过2100万旅客乘机出行。

去哪儿数据显示，自9月10日起，“十一”假期出行的机票预订量显著增长。截至9月15日，去哪儿平台上“十一”假期国内热门城市机票预订量已超过2019年同期两成。

在出境游方面，境外机票目的地搜索量大幅增长，曼谷、香港、首尔、东京、吉隆坡、新加坡等境外目的地关注度较高。

今年暑期，部分中小城市对游客的吸引力不断增强，所在机场分流量效应逐步显现。去哪儿大数据显示，2023年7月1日至8月31日，“小机场”机票预订量相比2019年同期增长近四成。在去哪儿平台上，暑期四川巴中、宜宾、吉林白城、浙江舟山、衢州，机票预订量增速均在2倍以上；新疆喀什、库尔勒，云南昭通，甘肃张掖、敦煌也有1倍以上的增长。

去哪儿大数据研究院相关分析师表示：“‘小机场’城市以其完善的基础设施、独特的人文环境、高性价比，吸引越来越多的游客前往。”

加大运力保障

面对即将到来的中秋、国庆出行高峰，靳军号介绍，假期期间，民航针对2100万旅客出行预计保障航班13.7万班，日均超过1.7万班。其中，日均保障国内客运航班14000班、运输国内旅客196万人次，分别比2019年国庆假期增长18%、17%。

各大航空公司加密航班频次、新开航线，满足旅客多样化出行需求。记者从中国国航了解到，近期，国航持续优化运力，在9月新开、复航、增班多条航线，包括9月1日起北京-洛杉矶航班增至每周两班、9月1日起北京-雅加达航班增至每周四班、9月7日起成都-雅加达航班增至每周四班、9月10日起新开杭州-迪拜航班每周三班、9月10日起上海-福冈航班增至每周三班以及9月17日起北京-冲绳航班复航每周两班。

9月28日起，中国东航新开“上海-伊斯坦布尔”往返直飞航线将正式通航。这一航线将为两座世界名城、全球重要航空枢纽搭起新的空中通衢。9月1日起，中国东航加密“上海浦东-洛杉矶”往返航线的航班，由当前每周一班往返增至每周三班往返。

春秋航空计划10月7日起，新开深圳-大阪往返航线。春秋航空相关负责人日前在业绩说明会上表示：“国际航线将持续恢复。国际航线恢复有利于充分利用机队资源，提高飞机利用率，从而降低单位成本。”

在国内航线方面，春秋航空表示，目前仍然围绕现有基地，最大程度围绕国内主要基地挖掘、抓住需求。公司实现国内基地深度和广度的提升，进一步完善国内基地布局和航线网络。

中泰证券表示，站在航空投资大时代的起点，2023年航空公司将迎来业绩触底反弹。此外，机场将受益于航空需求复苏，收入将明显改善。

强化政策支撑

为做好国庆假期民航出行保障工作，记者了解到，民航局将从运力增加、服务保障及安全等方面予以支持。

在国内市场方面，民航局鼓励航空公司假期间在热门航线上以加班、更换机型等方式加大运力投入，支持航空公司积极拓展三四线航空市场，持续推动“干支通、全网联”航空运输网络体系建设，以此满足广大旅客假期期间较为集中出行需求。

在国际市场方面，民航局积极推进国际客运航班平稳有序恢复。目前，每周实际执行的国际客运航班量已经恢复到2019年的52%，客运航班通航国家数已恢复至疫情前的近90%。值得注意的是，至英国、意大利、马尔代夫等14个国家和地区的航班量已超过疫情前水平。

此外，民航局在假期期间对旅客集中出行的需求、航班运行的整体状况实施动态监控、动态跟踪。针对各航空公司提出的临时航班申请，将及时予以批复，为保障假期期间运力安排充足提供有力保障。

在增加运力的同时，民航局表示，将持续督促航空公司、机场等保障单位按照真情服务工作要求，不断优化保障流程，为旅客提供便捷、舒适的出行服务。在遇到特殊天气等航班不正常情况下，民航局将督促航空公司、机场等单位做好不正常航班信息告知、客票退改签等服务，提升客服电话接通率，及时回应旅客诉求。

火车票难抢上热搜 旅游市场持续升温

●本报记者 段芳媛 见习记者 杨梓岩

9月15日，中秋节、国庆节假期首日（9月29日）火车票开售，当日售出火车票2287.7万张，创出单日售票量历史新高。同时，综合多家在线旅游平台数据，中秋、国庆假期国内热门城市酒店预订量较2019年同期增长5倍，出境游订单较去年同期增长近20倍。业内人士表示，今年中秋、国庆假期旅游市场值得期待。

旅客出行需求高涨

今年中秋节、国庆节假期合并，在返乡探亲和长线出游的双重激发下，旅客出行需求高涨。9月15日，中秋、国庆假期首日（9月29日）火车票开售30分钟后，北京出发到上海、广州、武汉等地多车次车票售罄。

据“中国铁路”微信公众号消息，铁路部门9月15日开始发售中秋国庆黄金周假期第一天即9月29日车票，当日售票量达到2287.7万张，其中铁路12306网站（含客户端）售票量达到2095万张，均创单日售票量历史新高。

不少旅客表示，铁路12306平台系统出现无法登陆等问题，对此，12306客服回应中国证券报记者，在线购票人数过多，系统承载力不足，建议晚些时候再尝试购票。

实际上，9月14日中秋国庆假期前日（9月28日）火车票开售后，因为抢票难，“12306”相关话题就登上了新浪微博热搜。12306客服表示，今年抢票较往年确实更难，建议立即加入候补，等待其他用户改签或退票。

在线旅游平台也晒出中秋国庆假期铁路出行相关数据。记者从飞猪平台获悉，截至9

月14日24时，当天的火车票预订量相比非节假日及暑期的日常增长近3倍。

据中国铁路官方消息，今年中秋、国庆假期铁路运输自9月27日至10月8日，预计发送旅客1.9亿人次。业内人士表示，从火车票预订量及相关数据来看，今年“十一”长假有望创下近五年国庆假期出行人次新高。

机票酒店预订火爆

今年中秋、国庆假期机票酒店预订高峰来得更早，价格也水涨船高。

截至9月15日，去哪儿平台上中秋、国庆假期国内热门城市酒店预订量相比2019年同期增长5倍。

从机票价格看，携程FlightAI数据显示，今年中秋、国庆假期机票均价（含燃油基）相比2019年同期上涨最高达52%，价格高峰出现在长假头尾。同程旅行数据显示，中秋、国庆假期出行的机票均价较“五一”假期上涨13%。

记者在第三方平台上搜索发现，以北京到乌鲁木齐航线为例，南航同时段航班9月26日票价为1450元，9月29日则涨至3820元。

酒店价格同步上涨。记者在第三方平台上发现，北京、上海、广州等热门城市的经济型酒店，平日300元-500元/晚的房间在中秋、国庆假期基本都涨价至700元-1000元/晚。杭州西湖、西安大唐不夜城、上海迪士尼度假区等热门景区周边的多家酒店，涨价幅度均在50%以上。

北京环球影城周边的一家民宿老板告诉记者，长假期间2-3人住的套房涨价幅度在80%以上，且已经订满，客源基本来自外地。



9月16日，游客在江苏启东启唐城观看民俗表演。新华社图文

出境游加速恢复

今年中秋、国庆假期出境游市场加速恢复。此前，文化和旅游部已先后公布三批恢复出境游团队游的国家和地区，目前我国公民出境团队游目的地已达138个。业内人士表示，旅游规划、签证办理等需要一定时间准备，而中秋、国庆假期恰好是出境游市场的爆发点。

从目前情况可看，多家旅行平台的出境游产品已售罄。众信旅游相关负责人表示，欧洲市场表现亮眼，中东市场活跃度也非常高。携程数据显示，中秋、国庆出境游订单同比增长近20倍。春秋旅游披露的信息显示，早在8

月底，中秋、国庆假期欧洲游产品就已基本售罄，涉及目的地包括西班牙、葡萄牙、瑞士等。

国际航线加快恢复、免签政策等提升了游客出境游意愿。9月14日，泰国宣布对中国游客实施约5个月免签政策，即自2023年9月25日至2024年2月29日。从众信旅游中秋、国庆期间泰国旅游产品的报名情况来看，普吉岛产品已基本售罄。

中东游持续升温。阿联酋航空中国区总经理李向告诉中国证券报记者，目前阿联酋航空往返中国内地的航班班次数量已恢复至2019年水平，每周运营迪拜往返北京、上海、广州共35个航班。此外，阿联酋延续对中国游客的免签政策。10月份正值迪拜最佳旅游季节，预计会吸引不少游客前往。