

■ 上市公司高质量发展·行业集中路演

# 三大交易所公司同台亮相 共话医药生物行业新趋势

日前,深交所举办以“医药生物新机遇”为主题的上市公司2024年度集中路演活动。来自沪深北三大交易所的7家医药生物公司同台交流,共话医药生物行业发展新趋势。

多家与会公司表示,医药生物行业虽然面临集采、消费增速放缓等短期不确定因素扰动,但生命健康领域相关需求旺盛,行业长期向好趋势不变。公司将持续加码技术研发,在拓宽企业竞争“护城河”的同时,积极推动行业高质量发展。

● 本报记者 黄灵灵



医药生物行业上市公司2024年度集中路演活动在深交所举行。

蕾表示,带量采购使得许多国产品牌的市占率明显提升,这对于高端医院进行常规试剂全面国产替代有非常大的帮助,并进一步推动免疫诊断市场下沉。

## 勇当创新“弄潮儿”

此前,国家医疗保障局相关负责人在回应集采影响时表示,集采后医药行业没有放慢创新脚步。集采实施几年来,医药产业研发创新动力强劲,医药工业全行业研发投入年均增长23%,国内在研新药数量跃居全球第二位。

此次参加集中路演的公司纷纷表示,通过加码研发投入,持续提升产品核心竞争力,拓宽了公司竞争“护城河”。

海思科是一家集新药研发、生产、营销等业务于一体的医药上市公司。海思科副总经理、董事会秘书王萌表示,2019年-2023年,公司累计研发投入38.82亿元,占同期营收约23.66%。在后续的研发管线中,公司处于开发阶段的新药项目有10余个。公司聚焦手术期用药以及肿瘤、代谢系统疾病、呼吸系统疾病等治疗领域,构建了丰富的新药产品管线。

川宁生物在合成生物学方面做文章。“公司已有红没药醇、5-羟基色氨酸等多个产品进入生产、销售阶段,是国内首批实现

产品交付的合成生物学企业。”川宁生物董秘顾祥介绍,子公司锐康生物还围绕高端化妆品原料、保健品原料、高附加值天然产物、生物基材料等领域进行布局,打造完整的合成生物学技术平台。

“万泰生物开创了‘诊断-预防’的全新产业格局,聚焦前沿创新技术的自主研发,打造了多款创新产品。”万泰生物董事会秘书余涛表示,截至上半年末,公司拥有有效专利283项;拥有6项新药证书、11项药品注册证书、433项医疗器械注册证、157项国家二级标准物质证书;拥有102项国际认证。

余涛透露,未来公司会积极推进九价HPV疫苗的国际化,更高价次的HPV疫苗也在积极推进中。“未来我们将研发一代、生产一代、储备一代,公司九价HPV疫苗上市注册申请已获国家药监局受理,更具市场竞争力的第三代HPV疫苗产品正在按计划开展临床前研究工作。”

## 看好生命健康产业

面向未来,与会公司纷纷表示,行业虽然面临集采、消费增速放缓等短期不确定因素扰动,但长期向好趋势不改。

爱尔眼科上半年实现营业收入105.45亿元,同比增长2.86%;实现归母净利润20.50亿元,同比增长19.71%。对于公司营

收增速放缓的原因,爱尔眼科副总经理、董秘吴士君表示:“眼科行业有一部分是选择性需求,包括屈光手术等,经济增长放缓等因素影响了消费者的预期。但我们认为,选择性需求只会推迟,不会消失。随着经济企稳,相关需求会释放。”

吴士君表示,从眼科需求的基本盘看,中国青少年近视等眼科就医需求高发,同时人口老龄化带动相关眼科就医需求增长,消费者的眼健康意识也在逐步增强。眼科相关消费阶段性放缓,不会影响长期增长的大趋势、大逻辑。相关数据显示,2023年,我国眼科医疗服务市场规模约1855亿元。其中,民营眼科市场规模约773亿元。

万泰生物是国产HPV疫苗龙头。对于行业未来发展趋势,余涛表示,目前我国HPV疫苗的渗透率还很低,未来公司将利用产品质量等优势积极布局国内外市场。当下,国内仍要积极提升9-45岁适龄女性的HPV疫苗接种率,相比国外高达50%-60%的渗透率,国内HPV市场空间较为广阔。

余涛介绍,根据相关预测,预计全球HPV疫苗的常规接种需求将在2024年达到1亿剂。目前,全球HPV疫苗的供应仍存在较大缺口,为弥补这一缺口,公司正借助产业优势、战略优势积极拓展国际市场。公司的二价HPV疫苗已经获得摩洛哥、尼泊尔、泰国等19个国家和地区的上市许可。

深交所供图

## “智改数转”赋能制造业 灯塔工厂打造竞争新优势

(上接A01版)在不增加设备投资的条件下,这条生产线在两年内单位成本降低34%、产量增长30%、电耗下降39%、水耗下降27%。

全球每三辆新能源车就有一辆使用宁德时代生产的电池,全球每四块显示屏就有一块来自京东方。宁德时代和京东方能拥有现在的市场地位,来自精益化数智制造能力的支撑。智能化、数字化技术的加持,使生产更快更准,让产品更优更省,推动企业在激烈的全球化竞争中脱颖而出。

## 从选择题到必修课

当前,外部竞争环境复杂多变,大数据、人工智能等技术加速迭代,越来越多的企业家认识到,“智改数转”已经不是一道选择题,而是一门关乎企业生存与发展的必修课,是新形势下企业主动适应和引领新一轮科技革命和产业变革的战略选择。

对于人工智能的发展,京东方董事长陈炎顺直呼“发展超乎想象”。他向中国证券报记者介绍,京东方管理层非常关注人工智能的发展。“我们会把1.5%的研发费用专门用于人工智能研发。”聚焦“人工智能+制造、人工智能+产品、人工智能+运营”三大领域,京东方已开始构建大模型训练、大数据、物联网等核心技术能力,将人工智能技术与产业深度融合。

对传统产业而言,“智改数转”更是这类产业向新质生产力跃迁、打破行业天花板的重要阶梯。面对石化行业的产能过剩,万华化学董事长廖增太选择用数字化手段练好内功。“2024年,我们以‘数智化年’为管理主题,生产方式向高端化、智能化、绿色化发展,通过持续的业务变革和数智化建设,进一步提升内部运营和外部协同效率,构建可持续的竞争新优势,实现高质量发展。”廖增太说。

人工智能也让万华化学尝到了甜头。廖增太介绍,人工智能可大幅缩短实验时间。“采用人工智能技术,可从14000多种方案中筛选出156种方案,再通过迭代优化筛选出4种方案。在此基础上进行的实验的效果非常好。”

制造业企业与数智化技术的结合,也为众多从事数智化技术开发服务的公司带来了发展机遇。

英矽智能联合首席执行官任峰告诉中国证券报记者:“除了生物医药行业,人工智能在绿色化学、农业等方面也可以有诸多应用。例如,农业科技企业先正达是英矽智能的合作方,双方将致力于将人工智能应用于植物科学和农业,以加速新分子发现和更有效、更环保的作物保护产品的发明。”

用友网络董事长兼CEO王文京也注意到越来越多企业的数智化需求持续演进。他在接受中国证券报记者采访时表示,随着人工智能技术的普及应用,企业数智化进程已由侧重数字化的阶段进入了数字化和智能化并举的新阶段。“在企业数智化需求的新阶段,更需要强大的平台系统,统一数智底座,打通数据和流程。”

## 由点到面走深走实

接受采访的众多业内人士认为,“智改数转”已从案例示范进入深水区,应进一步推动从点到面、在千行百业的生产实践中走深走实。

工业互联网是数字技术和实体经济深度融合的关键支撑。数据显示,当前,我国“5G+工业互联网”项目数已超过1.4万个,工业互联网已全面融入49个国民经济大类,实现工业大类全覆盖。中国工业互联网研究院院长鲁春从坦言,工业互联网应用需要与行业的知识、经验、技能紧密结合,复杂性高,难以用“一个药方包治百病”,这也决定了制造业数字化转型的复杂性和艰巨性。“要把一个又一个行业做深做透,从消费互联网的‘百米宽、一米深’向工业互联网的‘一米宽、百米深’演进。”鲁春从说。

工信部近日印发《工业重点行业领域设备更新和技术改造指南》,就石化化工、钢铁、有色金属、汽车、工程机械、光伏等重点行业的升级改造提出要求。例如,对于石化行业,《指南》提出,到2027年,推动行业数字化转型成熟度3级及以上企业比例达到15%以上,4级及以上企业比例达到7%以上,关键工序数控化率达到85%以上,数字化研发设计工具普及率达到75%以上。

《指南》强调,加快工业互联网规模化应用,促进制造业“智改数转网联”,推动汽车、钢铁、轻工、工程机械、建材、船舶、消费电子、航空、石油化工、消费品等行业的工业设备、工业互联网、工业算力、工控系统等网络化改造升级。力争到2027年,80%的规模以上制造业企业基本实现网络化改造,边缘网关、边缘控制器等产品部署超过100万台,“5G+工业互联网”项目数超过2万个。

辛国斌表示,制造业是实体经济的主体,推进数字技术与制造业融合发展,有助于充分释放我国制造大国和网络大国的叠加、聚合、倍增效应,构建形成以数据为核心驱动要素的新型工业体系。当前,要加快促进制造业数字化转型,把握数字化、网络化、智能化方向,充分发挥我国海量数据和丰富应用场景优势,推进互联网、大数据、人工智能同实体经济深度融合,利用数字技术对产业体系进行全方位、全链条改造,赋能产业体系优化升级。

## 民生健康董事长竺福江:

# 聚焦“四新”战略 全面进军大健康行业

● 本报记者 熊永红 罗京

作为“21金维他”发明者和品牌方,民生健康坚持质量至上理念,面向不同年龄段人群多样化的营养补充需求,持续丰富产品品类,打造多元化的维生素矿物质OTC产品和保健食品产品族群。

在上市一周年之际,民生健康董事长竺福江在接受中国证券报记者专访时表示,“公司围绕‘新产品、新业务、新模式、新项目’四新战略,优化业务布局,搭建21金维他、普瑞宝、民生健康、民生同春4大核心业务板块,涵盖维生素矿物质、益生菌、治疗用OTC药、大健康等多个细分市场,全面进军大健康行业。”

## 打赢品牌捍卫之战

民生健康成立于2009年,控股股东为杭州民生医药控股集团有限公司下属的子公司杭州民生药业股份有限公司(简称“民生药业”)。民生药业的历史渊源可以追溯到1926年成立的民生药厂,是我国最早的四大西药厂之一。

1985年,民生药业推出“21金维他”。彼时,国内老百姓缺乏营养补充的理念,“21金维他”销售面临诸多挑战。“1995年,民生药业的销售利润率降至历史低点,面临营销疲软、债务负担重、产品结构不合理、资金困难等多重困难。与此同时,市场经济风起云涌,发展机遇就在眼前。”竺福江说。

1995年,竺福江临危受命,成为民生药业董事长,上任后便实行一系列改革。2000年,民生药业经过整体改制,由国有企业转变为民营企业,并在分配、用人制度等方面进行了创新。

2002年,借助在权威电视平台投放广告,“21金维他”的知名度和美誉度迅速提升,当年销售额突破1亿元。

“21金维他”的成功也伴随着烦恼,民生药业开启漫长的商标维权之路。



民生健康生产线

公司供图

法律和政策的源头着手。当时,“21金维他”还是地方标准的产品,只有将产品上升为国家标准,才能根据药品命名原则修改该产品的通用名称。为此,我们加大技术攻关,提高质量标准,并于1999年实现21种成分的全部检测。同年11月,浙江省药品检验所复核并通过了“21金维他”的检测标准。”

同时,国家药典委员会审定了“21金维他”在西药地方标准再评价中修订的质量标准。2000年5月,国家药品监督管理局发文,“21金维他”由原地方标准上升为国家标准,药品名称为“多维元素片(21)”,“21金维他”不再作为药品通用名使用。“21金维他”成为商标为民生药业独有。

随后,竺福江发现,市面上出现非多维元素片商品使用“21金维他”字样标识。于是,竺福江带领公司团队继续展开品牌捍卫之战。期间,“21金维他”被认定为“中国驰名商标”,并在2009年最终确认“21金维他”商标归属民生药业所有。“这一路既有艰辛亦有收获。这是中国知识产权保护相关法规不断完善健全的有力证明。”竺福江说。

## 打造第二增长曲线

随着居民健康意识的提升,膳食营养补充剂相关产品逐渐成为健康消费的必需品。

队深入分析不同年龄不同性别人群的身体机能、饮食、生活习惯、功能需求等,根据行业权威《中国居民膳食营养素参考摄入量》科学定制配方,推出细分品牌“21金维他倍+”。

在扩充产品线的时候,民生健康积极打造第二增长曲线。2020年,民生健康完成对健康科技的收购,公司产品体系拓展至益生菌,相继推出了民生普瑞宝牌益生菌颗粒、民生感益宝牌益生菌(儿童型)、民生抗力宝益生菌固体饮料等产品。

今年上半年,民生健康益生菌自有菌株库进一步扩容。其中,MSJK0025菌株完成肠道定植体内试验,改善乳腺炎体内试验、工艺优化及吨级中试,并于2024年6月完成商业批原料菌粉的首产;MSJK0068菌株完成降胆固醇体内试验,完成原料菌粉生产工艺优化及吨级中试;MSJK0048菌株完成降血脂体内试验,完成原料菌粉生产工艺优化及吨级中试。

近年来,益生菌市场规模持续增长。相关机构预测,到2029年全球益生菌市场规模将突破千亿美元。广阔的赛道吸引了众多企业入局,汤臣倍健、均瑶健康、江中药业、中粮集团、华大基因等企业均推出了益生菌相关产品。

竺福江表示,当前益生菌产品的质量标准不够严格和明确,存在大量同质化的产品,品质良莠不齐。“益生菌产品需要特定的技术支持,如果技术不达标,产品在进入胃肠道后会失去活性。”