

# 聚焦核心竞争力构建 科创板生物医药行业集体业绩说明会启幕

科创板2024年年报生物医药行业集体业绩说明会系列活动于本周正式启幕，聚焦生物制品及CXO、化学药等细分行业举办多场集体业绩说明会，吸引110余家上市公司参会。从集体业绩说明会召开内容来看，新药研发、海外业务布局以及未来发展战略等是投资者的主要关注点。

● 本报记者 乔翔 黄一灵

## 关注新药研发工作

“2024年，公司积极推进新药研发工作，持续加大研发投入，全年研发投入合计7041.46万元，同比增长26.25%。其中，抗抑郁新药JJH201501正在开展Ⅲ期临床试验；抗肿瘤新药JJH201601正在开展Ⅱa期临床试验。”当被问及2024年研发投入情况时，吉贝尔财务总监赵锁富表示。

吉贝尔董事长、总经理耿仲毅透露，公司抗抑郁新药JJH201501的Ⅲ期临床试验受试者入组工作已完成，公司将持续推进Ⅲ期临床研究，力争2025年底前完成Ⅲ期临床研究和新药上市申请。

吉贝尔董事会秘书翟建中则表示，未来，JJH201501上市以后，公司将充分利用现有产品的渠道优势，通过组建团队、外部合作等多种方式，加快JJH201501的商业化进程，实现产品效益。

据介绍，吉贝尔重视产品研发，长期专注于创新药特别是一类创新药的研究与开发，组建了超百人的专业研发技术团队，构建了以复方制剂研发技术、氘代药物研发技术、脂质体药物研发技术为支撑的新药研发技术平台，开启了一系列创新型药物的研发工作。

“未来，公司将立足现有产业链布局，瞄准



视觉中国图片

重大疾病领域市场，结合自身条件和发展优势，通过自主研发+外部机构合作研发+并购+产品授权引进等方式丰富产品管线，在化学制药、生物制剂等相关疾病领域，加大研发投入，持续提升创新能力和研发水平，加快推进新产品的研发及其产业化，不断提高公司持续盈利能力和综合竞争力。”谈及未来新药研发战略，耿仲毅表示。

“公司的创新药物研发管线在不同阶段有着明确的战略和差异化的思路。”科兴制药董事、总经理赵彦轻介绍，2024年开始，公司进一步升级研发战略，开始立项布局具有全球首创（First-in-Class,FIC）潜力的三靶点抗体药物。这类药物的研发风险较高，但一旦成功，将可能带来革命性的治疗突破，并占据市场领先地位。

值得一提的是，随着人工智能技术的快速发展，将人工智能技术深度融入药物研发，全方位提升药物研发的效率与质量已成为药物研发

领域新趋势。

“作为一种新兴的技术领域，人工智能技术在药物研发的各个环节都带来了创新性的应用，深刻地影响着医药行业的发展模式，推动着整个行业的变革与升级，对于缩短研发周期，降低研发成本具有积极意义。”翟建中表示，公司将积极关注相关人工智能技术的发展及应用，持续评估相关技术对公司业务发展的潜在价值，积极探索各类新技术在公司相关业务场景的融合应用。

## 海外业务成焦点

海外业务成为集体业绩说明会的焦点问题之一。

科兴制药董事长邓学勤称，近年来，公司在国内和海外市场均取得了良好的经营成果，尤其在海外商业化方面表现突出。目前，欧盟市场的白蛋白紫杉醇产品销售情况良好，同时，新产

品的注册工作也在新兴市场稳步推进并陆续获批，进一步巩固了公司海外商业化平台价值。

“未来，公司计划依托成熟的海外商业化平台，在2025年持续引入新产品并推动其销售，从而实现业务的长期增长。”邓学勤预计，在未来5年至10年内，公司将不断拓展国际市场版图，覆盖更多区域与客户群体，确保海外商业化战略稳步实施。根据公司2024年推出的股权激励计划，2025年外销收入增速目标设定为相比2023年增长200%至400%。

“2025年，公司将继续贯彻执行海外商业化战略，加速拓展海外市场。”赵彦轻进一步介绍，在重点市场、重点产品的引进方面，公司将大力引进高技术壁垒产品，聚焦重点疾病领域，打造高品质药出海平台，为公司的长远发展与高质量增长持续注入新动力。与此同时，公司将快速推进已引进产品的注册上市进程，巩固存量、做大增量，助力股权激励考核目标的达成。

# 从晒“万元级”装备到老牌厂商并购突围 骑行经济火热 小车轮撬动“大市场”

● 本报记者 黄一灵 乔翔

4月某个周末，在位于上海张江的一处绿荫骑行道，31岁的互联网从业者陈默（化名）调整着公路车码表，头盔下的蓝牙耳机重复着骑行车队领队的导航提示：今日路线为绕圈骑行，全程约33公里，预计打卡点2处。骑行结束后，陈默向中国证券报记者展示这次的骑行成绩：“最大速度39.7公里/小时，平均速度28.7公里/小时，骑行总时长55分钟左右，比上次明显提升。”

而在不远处公园里的波浪道骑行场地，一群“全副武装”的幼龄儿童在父母陪同下，踩着平衡车在波浪道上有秩序地驶过——这是周末“亲子骑行团”的标配画面。有家长告诉记者，起初平衡车运动并不是亲子陪伴的优先选项，但在深入了解后毫不犹豫地选择购置平衡车以及相应的运动装备，后续随着小孩年龄增长也会考虑更专业的儿童自行车。

车轮滚动的声响下，一场由年轻人主导的“骑行热”正席卷而来——从社交媒体上年轻人晒出的万元级骑行装备“九宫格”图片，到老牌自行车企业借收购突围高端市场，再到折叠自行车厂商大行科工冲刺港股。喧嚣之下，骑行热潮似乎正掀起一场产业与资本的深度融合。

## 城市掀起“骑行热”

上海市民小炫是一名骑行爱好者，最近天气逐渐回暖，他会戴上护目镜、头盔等装备，骑着自行车在江边呼啸前行。

“我大概是2、3年前开始骑行的。因为家离公司比较近，一开始每天上下班都会骑，后面会在周末、节假日选择高强度骑行，比如安排一次50公里以上的远行。”小炫告诉记者，自己骑行的目的主要是为减脂，目前效果很显著，自己也喜欢上了这项运动。

当下，骑行热潮持续高涨，消费需求趋向多样化，市场展现出前所未有的活力与潜力。在上海浦东新区一家自行车集合店，记者走进后发现，映入眼帘的是各式各样的自行车。“看你的需求和预算，我们这里便宜的自行车不到5000元，贵的上万元，且根据个性化配置价格也会不一。”该店店长王力（化名）介绍。

王力告诉记者，他自己是一名自行车“发烧友”，“车龄”超过15年，目前在自行车上累计投入已超过10万元，后面和朋友合伙开了这家店。



上海某品牌自行车店

本报记者 黄一灵 摄

“这些年骑行确实越来越火，但大家需求还是不一样的，有的人只是想通过城市骑行方便通勤，同时也能够起到锻炼身体的作用，而有的人是想挑战自我。”王力表示，面对不同的人群，自行车厂商也开发了不同的产品，包括折叠自行车、城市自行车、公路自行车、山地自行车等。价格方面，近年来，随着碳纤维材料应用进一步普及，上万元的高端自行车也越来越多。

值得一提的是，随着骑行技术的提高，装备升级也是骑行爱好者要直面的“甜蜜烦恼”。“我第一辆自行车只花了2500元，最近我刚换了一辆，车架价格加上各种配件组装，整体价格达到上万元。”小炫向记者透露。

记者采访了解到，“骑行热”不仅是一项简单的单人运动，其背后衍生出的社交属性也在重塑年轻人的生活方式。在陈默加入的骑行俱乐部，其入会仪式要求，新人需完成30公里挑战，并在打卡点拍摄创意视频。这个几十人的骑行社群，每个月便会组织一场主题骑行活动。

不止是上海，目前全国多个城市Cityride（城市骑行）等骑行风潮兴起。近日，第二届“骑行北京·百里环廊”公路自行车赛开赛；4月26日，杭州2025年万人骑行嘉年华活动也将启幕。业内人士认为，自行车现在已不仅仅是一种

出行方式，更是一种娱乐方式和社交方式，随着中高收入群体对户外运动愈发热衷，骑行经济市场前景较为广阔。

而在社交媒体上，在年轻人精心挑选的骑行“九宫格”图片中，晒出的不仅是车辆，还有搭配更多车架颜色的限量版水壶，甚至定制化车铃，好似一幅城市骑行图鉴。

## 上市公司争相布局

骑行的小车轮驱动了体育经济，上市公司在相关领域也早已布局。

久祺股份是一家自行车产品出口商，专注于自行车整车及其零部件、相关衍生产品的设计、研发、生产和销售，2024年，公司实现营业收入27.88亿元，同比增长38.98%；实现归母净利润1.23亿元，同比增长15.31%。

谈及2025年发展计划，久祺股份表示，将聚焦E-BIKE（电动助力自行车）智能化发展，开发智能控制系统，结合运动健康数据升级产品。与高校合作，加强电动自行车智能控制系统研发，提升产品竞争力。设立创新实验室，探索AI技术在骑行数据分析、用户行为预测中的应用。在专注内在发展之际，相关上市公司还积

极利用资本市场工具箱做大做强。今年3月，中路股份公告称，公司控制的中路优势拟通过其全资子公司使用自有资金与相关公司通过股权收购及增资方式持有Factor Bikes52.87%股权。

据了解，Factor Bikes是专注于设计、开发、制造和销售自有品牌的高性能全碳纤维公路自行车公司，拥有成熟的研发创新产品设计及工程制造能力，其品牌产品已销往欧洲、北美、亚洲的多个国家和地区，在自行车行业树立起高端品牌形象，目前正处于成长期。

对于此次收购，中路股份表示，通过投资标的公司，力求实现资源的优化整合。一方面，期望通过后续的进一步合作，形成自主研发国际顶级碳纤维自行车的技术能力，以此推进高端碳纤维自行车品类的市场开拓，并借助标的公司在海外地区成熟的销售网络和营销体系，促进永久品牌高端车型出海，推动民族品牌进入国际市场。另一方面，公司可以对自行车产业链如零部件制造、销售渠道、赛事运营等进行延伸和整合，挖掘更多盈利点、争取实现多元化的收益增长。



上海一自行车店售卖的骑行眼镜

本报记者 乔翔 摄

值得一提的是，受益于户外运动的蓬勃发展，越来越多的公司走向资本市场，例如，折叠自行车厂商大行科工今年正式递交招股书，拟赴港上市。数据显示，2022年和2023年，大行科工的销量分别为148956辆和1156877辆。2024年前三个季度，其销量从2023年同期的115670辆增长51.5%至175218辆，超过2023全年的销量水平。

对于市场关注的关税情况，奥浦迈董事长、总经理肖志华表示，公司境外收入主要来自欧洲，当前关税政策对公司业务的影响有限。

## 展望经营方向

会上，多家上市公司还对经营情况进行了展望。

华熙生物董事长、总经理赵燕表示，2025年，在原料业务方面，公司将继续重点关注新业务领域和海外市场的拓展；在医药终端业务方面，特别是其中的医美业务方向，2024年公司新推出两款医美针剂新品，这有望为公司医美业务带来进一步增长空间，而在医药业务方向，2025年公司将继续深耕骨科市场，积极研发引入三类医疗器械及药品，丰富产品管线。

“未来，公司将继续优化产品结构，聚焦高附加值产品线，强化客户信用管理，提升经营质量，不断深化精细化管理，全方位提升运营效率。”毕得医药独立董事（财务）陶永平表示，通过这些举措确保公司在医药分子砌块和科学试剂领域的不断增长。

“2025年，公司的经营计划将围绕增长、可持续增长展开。”华纳药厂董事长、总经理黄本东明确表示。

据介绍，在研发方面，华纳药厂将持续加大研发投入力度，推动公司新产品的立项与研发，保证公司新品注册数量的持续增长；在生产方面，公司将继续以成本质量与人均生产效率为目标开展管理体系优化行动；在销售方面，公司将以充实团队、提升履职能力为主线布局销售工作；在管理方面，公司将持续推进内部信息化建设，不断完善公司人才培养体系建设。

“当前，公司经营机遇与挑战并存，将以科技创新为核心驱动力，落实‘AI+合成生物学’战略，走国际化发展道路，并以数字化和智能化为牵引，建设集团化、扁平化和矩阵化的组织，实现公司高质量、可持续发展。”嘉必优副总经理、董事会秘书易华荣在回答2025年下半年的发展规划时表示，将扎实推进并购、回购等资本运作项目落地，综合运用多种资本工具提升公司价值，为股东、员工和相关方创造更大价值。

## 市场规模有望继续增长

当骑行成为消费市场的亮眼增长极之际，骑行企业注册量也迅速增长。

具体来看，据机构数据，2023年我国骑行相关企业注册量同比增长43.9%至495家，注册量增速达近十年峰值；在此基础上，2024年我国累计注册589家骑行相关企业，同比增长19%。目前，我国现存5067家骑行相关企业。成立年限上，我国骑行领域以老牌企业为主，成立超5年的企业最多，合计占比达57.7%；成立1年内的企业最少，合计占比达11.5%。

此外，在行业分布上，数据显示，骑行相关企业主要集中在批发和零售业，累计有2842家企业，占比64.8%；其次是制造业，有364家企业，占比8.3%。

除自行车本体外，与自行车产业相关的各类细分领域也迎来了成长空间。小炫介绍，购入自行车只是骑行消费的第一步，在配件细分市场，骑行爱好者可以根据自己的需求购置一些额外的装备，比如骑行头盔、码表、车灯、骑行服、护目镜、锁鞋等。而且自己为了骑车能拍到沿途更好的风景还配置了运动相机和无人机。

京东消费及产业发展研究院数据则显示，2024年骑行服成交额同比增长75%，公路车成交额同比增长64%，自行车配件和骑行穿戴装备的成交额同比涨幅均超过40%。尤其在中高端市场，骑行相关装备的成交额同比增长更显著。同时，骑行爱好者不仅对骑行装备的专业性要求更多，还更加关注骑行装备的时尚性。在分享式社交需求的影响下，消费者对公路车、骑行服、穿戴装备的时尚需求均有明显提升，如对骑行穿戴装备时尚外观的关注度同比增长513%，对骑行服美观时尚的关注度同比提升245%。

展望未来，灼识咨询数据显示，按零售值计，全球自行车行业的市场规模由2018年的2645亿元增至2023年的3740亿元，2018年至2023年的复合年增长率7.2%。消费者购买力和自行车平均售价纷纷增长，使市场零售值的增速高于售出辆数。此外，灼识咨询预计，消费者愿意为每辆自行车花费的金额将会增加，有望带动市场规模于2028年内增长至6725亿元，2023年至2028年的复合年增长率为12.5%。