

同仁堂股份业绩增长 高质量发展成效显著

拥有354年历史的北京同仁堂是我国传统中医药代表性企业。在《2022胡润中国最具历史文化底蕴品牌榜》上,同仁堂品牌位列榜单第二。立足打造世界一流中医药大健康产业集团的发展定位,同仁堂集团着力构建“制药+大健康”产业格局,实行“医、药、养”结合,努力为广大人民群众提供个性化、精准化、高端化、全程化的中医药健康服务,致力于实现“有健康需求的地方就有同仁堂”的企业愿景。

8月29日晚间,北京同仁堂股份有限公司(以下简称同仁堂股份)晒出亮眼成绩单,上半年实现营业收入97.61亿元,同比增长30.02%,高质量发展动能强劲。

蹄疾步稳谋发展 砥砺奋进谱新篇

后疫情时代,人们对于健康的重视程度空前高涨,而大健康市场规模的逐步扩大,为同仁堂股份的发展提供了有利外部环境,同仁堂股份深入学习贯彻党的创新理念,全面落实同仁堂集团公司、同仁堂股份党委和董事会的决策部署,近几年实现了产销两旺的良好局面。

8月29日晚发布的2023年半年报显示,报告期内,公司实现营业收入97.61亿元,同比增长30.02%;扣非归母净利润9.79亿元,同比增长33.22%。

拉长时间轴,投资机构、大小股东对同仁堂二级市场股票的投资价值充分认可,同仁堂(股票代码:600085)股价在2021年1月起进入上升通道,今年股价最高触及64.28元,创25年来历史新高,市值一度突破800余亿元。

经营数据是企业发展的晴雨表,也是体现企业管理水平的一个重要因素。年报数据显示,同仁堂股份近三年业绩增速均保持在两位数,其高质量发展的背后是同仁堂集团副总经理兼同仁堂股份党委书记、董事长邱淑斌为首的新一届党委领导班子率全体员工团结奋斗的结果,而不久前公布的“2023福布斯中国最佳CEO榜单”中,邱淑斌位列第30位,更是彰显了同仁堂股份管理创新、业绩提升、发展韧劲等价值获得市场的充分肯定。

聚焦“六个高质量” 打造中药现代化标杆

在经历了全球性疫情大考后,中医药发展驶入快车道。国家不断出台的相关政策让产业发展方向更为清晰,为中医药产业的高质量发展带来机遇。同仁堂股份围绕三大发展战略——高质量发展战略、大品种战略、精品战略,公司上下凝心聚力,在变中求稳,在稳中创新,聚焦高质量党建、高质量科研、高质量生产、高质量营销、高质量管控和高质量人才,这六个方面高质量工作的顺利开展正是同仁堂股份竞争力提升、业绩增长的重要基础。

一、高质量党建引领高质量发展

“同修仁德 济世养生”是同仁堂的创立初心,与“全心全意为人民服务”的宗旨高度契合。不仅

同仁堂中医药知识图谱系统



▲ 北京同仁堂中医药知识图谱。

▶ 非遗传承人郭凤华教授徒弟手工搓丸技艺。



如此,发展中的同仁堂股份仍在不断探索,坚持以高质量党建引领高质量发展,党建经营深度融合、同频共振。2023年上半年,公司一方面抓好党建理论学习,深入开展学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育,另一方面把坚定思想落实为坚决行动,把学习成果转化为发展成果,员工精神风貌不断提升,公司全体党员干部在工作中主动担当作为,在公司开展的“四带四促”(党员带群众促团结奋斗、师傅带徒弟促技艺传承、先进带新人促精神引领、上级带下级促责任担当)活动中充分发挥模范带头作用,更好地指导企业生产实际。

同仁堂股份打造的“党建引领中医药文化传承与创新展示中心”将“坚持党的领导、加强党的建设”与“传承精华、守正创新”有机融合,获评北京大兴区区级科普基地。以该展示中心为基础开展的内容丰富、特色鲜明的《智慧党建阵地 传承创新展示平台》项目入选“2023全国企业党建创新优秀案例”,为进一步促进中医药文化传承、营造团结奋斗的发展氛围、筑牢“党建、质量、诚信”三大基石发挥了积极作用。

二、高质量科研增强核心竞争力

“炮制虽繁必不敢省人工;品味虽贵必不敢减物力”,这是同仁堂数百年坚守的古训,同仁堂股份在传承的同时也一直以发展的眼光扎根实践,研究市场需求,重视产品研发,公司研发费用由2019年的1.11亿元增长到2022年的2.17亿元,增幅95%。2023年半年报显示,公司投入研发费用1.02亿元,同比增长41.26%。

同仁堂股份目前拥有800余个药品品规,常年生产的品规超过400种,涵盖内科、外科、妇科、儿科等类别,产品储备丰富,科研工作主要围绕新产品研发、品种培育、标准体系建设等方面开展。近年来,公司开展了清脑宣窍滴丸研发工作,对同仁牛黄清心丸等重点品种进行二次开发,加速推进经典名方中药复方制剂的安全性评价研究和生产验证工作;开展潜力品种探索性研

究,挖掘品种价值;完成麦冬等内控标准研究,进行生产质量问题攻关;提前布局解决濒危珍稀药材资源问题。中医药产品的研发创新有利于完善产品阵列,进一步夯实同仁堂股份可持续发展的基石,提升公司核心竞争力。

三、高质量生产提升效率促发展

今年上半年,同仁堂股份各生产基地、仓储配送中心全力以赴抓生产,通过技改提高劳动效率,顺利实现一季度开门红以及中期的时间任务双过半。

为推动医药制造能力系统升级,同仁堂股份进一步通过工艺优化、设备自动化升级及信息系统打通融合的方式完善自动化工厂建设。2022年完成了多个实用新型和发明专利。以大兴分厂为试点,搭建首个传统制剂中成药数字智能生产车间,建设完成后可实现对生产设备的实时监控,同时对在线生产数据进行实时采集与分析。

同仁堂股份还与浪潮集团签署战略合作协议,搭建供应链运营平台,目前供应链平台已开始试运行。供应链运营平台建设项目是实现产业数字化转型的重点任务,也是推动企业向高质量发展的战略转型的关键举措。在仓储配送环节,上线TMS运输管理系统,实时监控配送状态,提高了配送的时效性、精准性,为力争早日达成“数据标准化、协同一体化、精细化管理和决策支撑”目标,实现信息化建设新跨越提供保障。

四、高质量营销推动业绩稳步提升

2023年是同仁堂集团“品牌、品种、品质”建设年。上半年,同仁堂股份持续推动营销改革,线上线下齐发力,加大品种推广力度,助力大品种战略、精品战略的落地实施。

同仁堂股份聚焦精品战略,重磅发布御药传奇系列的11个产品,积极利用头部新媒体平台的传播优势,对公司的拳头产品制定营销推广策略,针对同仁乌鸡白凤丸、五子衍宗丸、国公酒、坤宝丸、同仁御酒等不同产品策划匹配营销方

案,选择关键节点贯穿全年营销工作,吸引各平台高黏性新老用户,提升产品认知度。今年七夕,同仁堂股份打造了一场别开生面的七夕线下古风趴——你是我的心上“仁”主题活动。通过超高出镜率、抽取锦囊以及药材知识科普等环节,潜移默化地让受众了解五子衍宗丸、同仁乌鸡白凤丸,传播健康知识的同时又实现了产品推广的目标。

同仁堂股份利用AI技术构建以同仁堂重点药品为核心的数据库——北京同仁堂中医药知识图谱,借助知识图谱普及中医药知识。知识图谱采用了线下与线上运用相结合的方式用于图谱检索、智能答题和虚拟场馆的服务等,通过指尖点触“云手册”即可对数据库中180余种产品的属性、成分、功能主治、规格、性状、临床应用等2万余个相关知识节点进行搜索、答疑解惑,实现了知识传播和中医文化传承发展的有效融合。

五、高质量管控取得成效

高质量管控是企业高质量发展的手段和支撑,同仁堂股份贯彻新发展理念,提高整体运转效率,激发各层级积极性、主动性、创造性,引导公司上下在新的管控模式下取得成效。同仁堂股份认为,无论是生产制造、质量控制、财务管理,还是业务变革、数字化升级,核心是企业资源的优化配置,在资源相同的情况下,向精细化管理要效率。

同仁堂股份立足三大管控中心,助力企业发展。一是生产管控中心运营效率大幅提升。公司大力推进信息化和工业化深度融合,充分利用供应链平台功能,实现采购管理、库存管理、存货核算、生产管理全方位监控,确保从原料到成品基本实现“生产一条线,数据一个源,供应一张网”。二是质量管控中心提质升级成效突出。质量管控中心整合各工业单位不同业务领域队伍,加强横向交流与专业提升;修订《科技创新管理办法》,细化项目管理全流程;提升质量标准管理共识,制定

标准修订工作要求;全面推进药物警戒体系化管理,纵深加强药品安全管理能力。三是财务管控中心价值创造作用凸显。通过矩阵式管理模式,实现财务数据及时、准确、全面的搜集、合并及分析,为公司决策提供依据;以制度、标准、流程、指挥、调度、管理、系统、队伍“八个统一”为指引,做到制度统一、标准统一、流程统一。

六、高质量人才促进代际传承

推动中医药发展,人才培养是关键。同仁堂股份坚持党管人才,不断构建人才队伍建设新格局,以党建为引领,以传承为核心,以创新为突破,探索如何保护、传承和发展同仁堂特色技艺,并积极打造与之相匹配的技能人才队伍。

“师傅带徒弟”是实现传统制药技艺代代相传的法宝之一。自2019年同仁堂集团开展“四带四促”党建创新文化传承行动以来,同仁堂股份提高了对传承与创新的政治站位和思想认识,充分发挥师傅带徒弟的引领作用,促进技艺传承,弘扬工匠精神。

目前,同仁堂股份已初步形成了一支大工匠领军队伍,涵盖了中药炮制、中药鉴别、安牛传统制作、蜜丸制剂、中药泛丸等关键岗位。他们还身兼东城区非遗传承人、北京市劳动模范、首都劳动奖章获得者、首席技师工作室领办人等多重身份,代表了各自领域技术技能与职业品德的最高水平,公司关键技能人才梯队建设取得显著成效。

政策红利加速释放 券商看好北京同仁堂

近年来,我国先后出台《中医药发展战略规划纲要(2016—2030年)》《“健康中国2030”规划纲要》及《“十四五”中医药发展规划》等相关政策,加大对中医药产业的支持力度。在政策红利影响下,未来有望切得更大的市场蛋糕。

据药融云全国药店零售数据库,2022年,全国药店零售市场最畅销TOP10药品中,安宫牛黄丸以46.66亿元排名第二,这是安宫牛黄丸销售额首次突破了40亿元大关。同仁堂股份2022年年报数据显示,公司营业收入前五名的主要品种为安宫牛黄系列、同仁牛黄清心系列、同仁大活络系列、六味地黄系列、金匮肾气系列。其中心脑血管类药品营收为40.63亿元,在治疗领域分类的经营数据中,心脑血管类营收占比高达41%。

在党建引领高质量发展格局下,同仁堂的金字招牌越擦越亮,同仁堂集团用实际行动实现了“从北京同仁堂、中国的同仁堂向世界的同仁堂发展”的巨大跨越,让中医药惠及了世界五大洲、28个国家和地区,为中医药的国际化发展做出了杰出贡献。在新一轮产业发展机遇中,同仁堂股份将进一步深入学习贯彻党的二十大精神,增强民族自信、文化自信,肩负振兴中医药的责任感和使命感,为健康中国助力,激发新动能,塑造新优势,努力打造成为中医药高质量发展的行业标杆。

北京同仁堂股份有限公司同仁堂制药厂

广告

不惧岁月

坤宝祝您好状态

同仁堂坤宝丸

OTC

功能主治: 滋补肝肾, 镇静安神, 养血通络。用于妇女绝经前后, 肝肾阴虚引起的月经紊乱, 潮热多汗, 失眠健忘, 心烦易怒, 头晕耳鸣, 咽干口渴, 四肢酸楚, 关节疼痛。

注意事项: 对本品过敏者禁用, 过敏体质者慎用。其他注意事项请详见说明书。

不良反应: 尚不明确。 禁忌: 尚不明确。 请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用。

京药广审(文)第 250414-02994 号