

公司代码：600750

公司简称：江中药业

江中药业股份有限公司 2023 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 本半年度报告未经审计。

1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

无

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	江中药业	600750	东风药业

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	田永静	汤洋
电话	0791-88169323	0791-88169323
办公地址	江西省南昌市高新区火炬大道788号	江西省南昌市高新区火炬大道788号
电子信箱	jzyy@crjz.com	jzyy@crjz.com

2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	6,169,640,179.72	6,243,659,088.84	-1.19
归属于上市公司股东的净资产	3,937,179,495.42	3,890,966,277.28	1.19
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增

			减(%)
营业收入	2,297,549,382.03	1,900,874,553.06	20.87
归属于上市公司股东的净利润	447,001,834.46	392,291,392.15	13.95
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	414,012,620.10	356,791,730.44	16.04
经营活动产生的现金流量净额	530,306,939.21	478,885,030.43	10.74
加权平均净资产收益率(%)	11.04	9.34	增加1.70个百分点
基本每股收益(元/股)	0.70	0.62	12.90
稀释每股收益(元/股)	0.70	0.62	12.90

说明：

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》的规定，报告期内，各比较期间的归属于上市公司股东的每股收益、稀释每股收益及扣除非经常性损益后的基本每股收益按照调整后股数重新计算。

2.3 前10名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数(户)		36,270				
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)		0				
前10名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
华润江中制药集团有限责任公司	国有法人	43.07	271,071,486	0	无	0
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	2.47	15,551,120	0	无	0
香港中央结算有限公司	未知	2.05	12,912,290	0	无	0
中国工商银行股份有限公司—中欧医疗健康混合型证券投资基金	未知	1.88	11,826,425	0	无	0
刘少鸾	未知	1.54	9,667,000	0	无	0
中国工商银行股份有限公司—广发鑫享灵活配置混合型证券投资基金	未知	1.16	7,286,000	0	无	0
中国建设银行股份有限公司—信澳健康中国灵活配置混合型证券投资基金	未知	0.96	6,064,116	0	无	0
平安基金—中国平安人寿保险股份有限公司—分红一个	未知	0.92	5,808,594	0	无	0

险分红—平安人寿—平安基金权益委托投资 2 号单一资产管理计划						
平安银行股份有限公司—广发成长动力三年持有期混合型证券投资基金	未知	0.81	5,123,583	0	无	0
北京银行股份有限公司—广发盛锦混合型证券投资基金	未知	0.79	4,948,680	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	控股股东华润江中制药集团有限责任公司与上述其他九名股东不存在关联关系或一致行动情况。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无					

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

第三节 经营情况的讨论与分析

2023 年是公司全面贯彻落实党的二十大精神的关键之年，也是落实“十四五”战略规划的关键之年。公司围绕“做强 OTC、发展大健康、布局处方药”三大业务重心，持续聚焦高质量发展目标，落实科改示范行动举措，巩固品牌势能，提升创新动能，重塑组织效能，推动产品梯队的可持续发展，促进并购企业的管理水平提升。报告期内，公司实现营业收入 22.98 亿元，较上年同期增加 3.97 亿元，同比增长 20.87%；归属于母公司所有者净利润 4.47 亿元，较上年同期增加 0.55 亿元，同比增长 13.95%。

（一）坚持战略引领，巩固品牌驱动引擎

1、做强 OTC：做强核心业务，保障内生增长

持续打造“脾胃、肠道、咽喉咳喘、补益”四大品类，夯实家中常备药的优势品类矩阵。脾胃品类，围绕“江中”品牌强化媒介广告投放，在新媒体平台开展内容传播，唤醒中老年消费群体的品牌记忆；深度联动美食场景，借势特色美食和“特种兵旅游”热点，进一步提升产品在年轻消费群体的知名度，维稳健胃消食片的收入规模。肠道品类，围绕“利活”品牌夯实肠道日常调理定位，借势一季度消费者需求增加，贴近用药场景，加强广告传播，配合“529 世界肠道健康日”开展多渠道公关推广，强化消费者认知；线下渠道深耕拓展，线上渠道探索 CID 兴趣电商引流，培育更适合婴童的乳酸菌素颗粒，推动品类快速增长。咽喉咳喘品类，推进产品焕新升级，积极响应消费者需求，与感冒用药关联，带动复方草珊瑚含片、复方鲜竹沥液顺势增长。补益品类，推动多维元素片的品牌一体化运营，拓展延伸新品，提升渠道覆盖，促进品类协同发展。

报告期内，OTC 业务实现营业收入 16.46 亿元，同比增长 23.27%。

2、发展大健康：培育潜力业务，梳理发展定位

聚焦康复营养、高端滋补、胃肠健康等战略核心业务，在探索中不断梳理发展定位。“初元”系列代表的康复营养类，推动品类聚焦，线下聚焦业务资源，线上巩固品类优势，实现品类销量提升。“参灵草”系列代表的高端滋补类，强化“航天级”滋补品形象，联动经销商加大推广投入，增强渠道凝聚力，并持续挖掘新消费社群，推动业务可持续发展。“利活”益生菌代表的胃肠健康类，通过产学研联动，共筑“中国菌”壁垒，供应端推动价值链重塑，研发端在国际顶级期刊发布植物乳杆菌 P9 改善慢性便秘的临床科研成果，引领益生菌业务高质量发展。此外，老产品肝纯片瞄准目标人群需求，在线上新渠道焕发新活力。

报告期内，大健康及其他业务实现营业收入 2.85 亿元，同比增长 59.47%。

3、布局处方药：夯实存量业务，提升运营能力

覆盖心脑血管、妇科、泌尿系统、胃肠、抗真菌等领域，在集采等政策背景下，不断强化营销运营能力。原有处方药业务通过提升覆盖质量，强化产品推广，夯实蚓激酶肠溶胶囊（博洛克）、八珍益母胶囊、排石颗粒等存量业务；围绕“一老一少”健康需求，积极培育新品种。海斯制药加强融合发展，保障主力品种生产，推进盐酸氯普鲁卡因市场开发及盐酸奥洛他定片、伏立康唑片的培育，力争降低集采影响。

报告期内，处方药业务实现营业收入 3.44 亿元，同比增长 0.16%。

（二）强化科技引领，打造创新驱动引擎

1、研发创新

公司持续夯实“科改示范”工作成果，围绕短、中、长期研发规划，引进科技人才，推动管线布局，不断优化创新合作机制，提升创新发展能力。报告期内，公司基于经典名方现代中药制剂科研平台，有序推进业务优势领域相关的经典名方研究，持续开展公司及子公司特色品种的二次开发、中药新药研究等；公司两款特殊医学用途配方食品“初元安本®特殊医学用途蛋白质组件配方食品”和“江中初元特殊医学用途全营养配方食品”获得国家市场监督管理总局颁发的注册证书；与香港浸会大学、华润科学技术研究院合作，共同推进“参灵草”产品改善特定患者免疫、疲劳的临床研究；与澳门大学联合申报醋香附国际标准，已获德国药品法典委员会受理回函。公司在国务院国资委 2022 年度“科改示范企业”专项考核中获评“优秀”。

2、智能制造

公司围绕“创新、绿色、协调、开放、共享”的新发展理念，持续倡导践行“制造文明”，强化 EHSQ 体系管理，积极提升生产运营对标管理，深化精益管理体系建设，不断促进并购子公司提质增效、降风险，稳步夯实生产管理基础。报告期内，公司高质量推进中医药科创城项目建设，以“节能降耗、提质增效”为目标，开展数字化管理平台建设，致力打造一个“智能、绿色、经济”的园区式工厂，项目已完成生活区工程建设，预计 2023 年底前正式投产；启动子公司海斯制药金匠产业园项目，推动解决产能瓶颈；公司通过国家智能制造能力成熟度（CMMM）标准符合性审查，成为江西省首家通过智能制造能力成熟度四级的企业。

3、智数赋能

公司持续强化数字化建设，推动财务体系转型升级，改善消费者服务体验，助力经营提质增效。公司持续优化财务共享平台建设，完善子公司财务管理系统，提升财务中台服务能力；搭建“江中惠选”平台，探索消费者运营，完善私域会员服务体系，赋能大健康新品促销；扩充数字化营销媒体平台矩阵，贴近年轻消费群体，孵化胃肠健康品类大单品。报告期内，公司线上业务收入（终端销售）占比超 10%。

（三）深化组织重塑，激活人才驱动引擎

公司以“十四五”战略目标为指引，紧密围绕业务发展需要，着重建强干部人才队伍，提升组织保障能力。一是推进组织变革，精简业务架构，推动业务部门平台化建设，构建专业性和灵活性的组织运行机制。二是继续开展干部“起立坐下”岗位竞聘工作，推动形成“能上能下”的组织氛围，打造具有担当精神的人才队伍，已累计完成 300 余个岗位竞聘，超 30%的人员实现轮岗或职责变化。三是加快年轻经理人培养、选拔、任用，制定梯队人才培养计划，助推干部队伍年轻化。

第四节 重要事项

公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

适用 不适用