

公司代码：600750

公司简称：江中药业

江中药业股份有限公司
2022 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，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 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

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

公司2022年度利润分配预案为：以本次分红派息的股权登记日公司总股本为基数，向分红派息的股权登记日登记在册的股东，每10股分配现金红利6.5元（含税），公司目前尚难以预计本次实施权益分派股权登记日时有权参与本次利润分配的总股数（“实际有权参与股数”），因此暂无法确定本次利润分配现金分红总额。若以2022年年末公司总股本629,581,958股，扣除公司于2023年2月23日已完成回购注销的限制性股票33,000股后的股本总额，即629,548,958股为基数计算，每10股派发6.5元（含税），共计派发40,920.68万元，本次现金分红金额占2022年年度合并报表中归属于母公司所有者的净利润的68.65%。本次利润分配派发现金红利的实际总额将以实际有权参与股数为准计算。

同时，公司于2022年12月完成2022年前三季度利润分配分派，分派金额共计31,479.10万元；若按此计算，则2022年年度现金红利总额合计为72,399.78万元，占2022年度合并口径归属于母公司所有者的净利润的121.46%。

如本利润分配预案披露之日起至实施权益分派股权登记日期间，因可转债转股/回购股份/股权激励授予股份回购注销/重大资产重组股份回购注销等致使公司总股本发生变动的，公司拟维持每股分配金额不变，相应调整分配总额。

公司2022年度利润分配预案已经公司第九届董事会第十一次会议审议通过，尚需公司股东大会审议。

第二节 公司基本情况

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
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
电话	0791-88169323	0791-88169323
电子信箱	jzyy@crjz.com	jzyy@crjz.com

2 报告期公司主要业务简介

一、经营情况讨论与分析

2022年是党的二十大胜利召开之年，是公司“十四五”规划承上启下之年，公司坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，贯彻落实党的二十大精神，持续优化产业布局，完善治理管控体系，在积极融入新发展格局、深入推进高质量发展中迈出坚实一步。2022年，公司管理层以“谋经营、抓落实、强管理”为导向，紧密围绕战略规划，强化品牌势能，丰富产品梯队，加强研发布局，加快数字化转型，深化精益制造，重塑组织内功，推动内生发展不断优化，并购整合初显成效。报告期内，公司实现营业收入 38.12 亿元，同比增长 32.63%；实现归属于母公司所有者净利润 5.96 亿元，同比增长 17.87%。

（一）坚持战略引领，蓄力发展势能

公司围绕“做强 OTC、发展大健康、布局处方药”的业务重心，将“内生增长、外延并购”双轮驱动的发展路径走深、走实，“家中常备药的践行者”的战略定位已日渐清晰。

1、非处方药业务：多品类构建产品梯队，多渠道强化品牌认知

非处方药业务主要包括“脾胃、肠道、咽喉咳喘、补益”四大核心品类。报告期内，本板块实现营业收入 26.18 亿元，同比增长 21.31%，核心产品健胃消食片、乳酸菌素片、多维元素片、复方草珊瑚含片等均实现同比增长。

（1）**巩固胃肠品类优势，夯实胃肠日常用药专家与领导者地位。**在品类布局方面，脾胃品类持续构建护城河，围绕 10 亿级单品健胃消食片，培育健儿消食口服液、健脾颗粒，补充雷贝拉唑钠等胃病治疗类品种，从大单品延伸为脾胃品类集群；肠道品类聚焦日常调理，提出“养菌”差异化特性，打造收入规模超 4.5 亿元的乳酸菌素片，结合子公司海斯制药收入规模 4.4 亿元的双歧杆菌三联活菌肠溶胶囊（贝飞达），构建“养菌+补菌”的肠道组合，为患者胃肠健康提供更多治养结合的健康解决方案。

在品牌建设方面，持续构建“江中”“利活”胃肠领域双品牌。对于成熟的“江中”品牌，通过重点市场“网络+电视+电梯+电台”媒介组合投放，提升品牌传播声量，巩固消费者心智与粘性；同时，跨界联名高势能餐饮品牌，开展大学生群体品牌共创活动，持续推动品牌年轻化。对于年轻的“利活”品牌，围绕“养出自己的有益菌，调理好肠道”的价值主

张，联合权威平台和专家，强化专业背书；通过“电视+网络+电梯”组合投放，与新媒体传播相结合，不断拓展新人群、新场景，持续提升消费者认知，导流线上终端，打通营销闭环。

(2) 打造第二增长品类，开辟咽喉咳喘和补益品类新增长曲线。在咽喉咳喘领域，围绕消费粘性强、收入规模过亿元的复方草珊瑚含片，持续开展教师等原点人群的公关营销，增强渠道合作推广；同时发挥“江中”品牌优势，围绕基层重点市场，做强子公司济生制药的复方鲜竹沥液等特色咽喉咳喘单品，报告期内两个主要单品收入规模合计约 2.3 亿元。在补益领域，子公司桑海制药的多维元素片持续融合发展，通过品牌赋能、渠道覆盖、线上新零售推广等举措，收入规模约 2.3 亿元，市场占有率、推荐率均有所提升，并获得中国药店“2021-2022 中国药店店员推荐率最高品牌”奖，被认定为“江西名牌产品”。

2、大健康及其他：传统业务探索升级，新业务加快布局

大健康业务主要包括康复营养的初元系列产品、高端滋补的参灵草系列产品、胃肠健康系列产品等。报告期内，本板块实现营业收入 4.09 亿元，同比增长 66.99%，康复营养、高端滋补、胃肠健康三大品类均有新发展。

“初元”品牌坚持“术后康复营养”的品牌定位，推出多款功能蛋白粉，进一步扩大品类规模，线下聚焦核心市场、线上开拓重点平台，加快线上转型和新媒体推广，推动线上平台有效承接，实现线上业务占比的提升，整体收入保持平稳。“参灵草”品牌坚持“可以喝的冬虫夏草”定位，聚焦神舟载人航天、吴晓波《走进标杆工厂》活动等热点事件，聚力打造标杆市场，带动全国市场布局，同步探索新模式，逐步提升参灵草的品牌和渠道影响力，收入增速约 30%。胃肠健康系列借势公司品牌成熟的消费者认知，响应年轻消费人群习惯，持续深耕益生菌、膳食营养等品类，积极挖掘新品类机会；夯实传统电商合作，开拓抖音、快手等新平台，强化消费者互动，实现业务较快增长。

3、处方药业务：成熟产品创新价值，并购产品稳固优势

处方药业务主要包括江中牌蚓激酶肠溶胶囊及桑海制药、济生制药、海斯制药的处方药产品等，覆盖胃肠、心脑血管、妇科、肾科、呼吸等领域。报告期内，得益于海斯制药的整合融入，本板块实现营业收入 7.45 亿元，同比增长 64.40%。

江中牌蚓激酶肠溶胶囊（博洛克）在持续推进临床再评价研究，提升基层覆盖质量，积极应对地方集采，探索新业务模式，全年收入基本持平。持续推动桑海制药、济生制药渠道资源整合，寻找八珍益母胶囊、黄芪生脉饮、排石颗粒等优势产品的新增长点。海斯制药积极参与和应对国家和省级集采，贝飞达、雷贝拉唑钠肠溶片等产品在广东联盟集采中标，并

积极培育麻醉类潜力产品；同时，主动融入公司管理体系，通过精益化管理持续改善经营质量，实现净利润的快速增长。

（二）强化创新驱动，激活发展动能

1、研发投入持续加大，转化能力稳步提升

公司作为第二批“科改示范企业”，始终以国家战略需求为导向，以中医药传承创新发展为使命，不断加大研发投入强度与高层次人才引进，积聚力量开展关键核心技术攻关与产业化转化。报告期内，公司通过“自研”加“引进”相结合的研发模式，进一步夯实胃肠领域研发布局；在新产品孵化、老产品优化、核心技术等领域取得阶段性进展，完成1项仿制药引进，获得4个老产品补充批件，2个特医产品通过现场核查；持续推进活菌药物及中药新药临床前研究；与澳门大学、香港浸会大学、暨南大学等一流的科研机构合作共建共生研发组织项目。

知识产权及商标方面，报告期内公司新获国内发明专利授权17项，实用新型专利授权16项，新增注册商标263项。

2、精益生产日益深入，智能制造赋能未来

公司围绕创新、绿色、协调、开放、共享的五大新发展理念，持续倡导践行“制造文明”，强化EHSQ体系管理，积极推进精益管理体系建设，促进并购子公司提质增效，降低EHSQ风险，不断夯实生产管理基础。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，注重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，项目已完成主体封顶并通过药品生产静态认证检查，预计2023年底前正式投产。报告期内，公司获评第十一届中华环境优秀奖（企业环保类），“中药提取智能化绿色制造关键技术开发及产业化项目”获评江西省科学技术进步奖一等奖。

3、数字化转型持续深化，经营管理提质升级

公司积极服务国家战略，持续深化数字技术与公司经营的融合发展，数字化转型进程走深向实。报告期内，推进财务共享体系落地，持续提升网络安全水平；利用大数据赋能营销，提升渠道管控能力；推动营销数字化转型，初步形成产品开发、营销推广、用户运营、需求分析的闭环，赋能新产品开发和精准布局，提升营销效率；优化产能布局，助力制造产能统筹优化，落实十四五碳排放战略规划，推进节能技术改造。2022年，公司获评江西省工业数据安全第一名。

（三）推动组织变革，保障发展效能

公司践行习近平总书记视察江中药谷时对中医药人才培养的嘱托，强化党组织的政治功能和组织功能，构建执行有力的组织体系，明确组织变革方向，强化总部专业和服务能力，分类授权，构建以业务为核心的事业部组织模式；按照适才适岗，能者上、平者调、庸者下的原则，通过落实“起立坐下”举措，推动干部能上能下和有序退出，为“十四五”战略规划顺利落地，奠定坚实的组织和人才保障。

（四）优化价值传递，共享发展成果

公司坚持价值创造与价值实现兼顾，以“优化披露、健全机制、强化沟通”为抓手，努力塑造更加生动、积极、透明的企业形象，切实保障股东权益。优化定期报告业绩说明会展现形式，主动完善 ESG 信息披露，展示更加多维立体的企业形象；持续健全投资者关系管理工具箱，积极开展多渠道投资者沟通，传递更加通俗易懂的经营信息；重视投资者回报，坚持高比例现金分红，重组上市以来累计现金分红占期间归母净利润比例达 50%，与股东充分共享公司的发展成果。报告期内，公司保持上海证券交易所年度信息披露 A 级评价。

二、报告期内公司所处行业情况

（一）行业发展现状

医药行业是我国国民经济的重要组成部分，对保护和增进人民健康、提高生活质量、救灾防护、军需战备以及促进经济发展和社会进步均具有十分重要的作用。公司主营业务主要属于医药制造业—中药细分行业。

2022 年，受地缘政治恶化、药品集采常态化等多方面因素影响，医药制造业经营整体承压，生产成本上升，盈利能力下滑。在“三医联动”的改革背景下，带量采购、医保目录调整、基药目录调整、医保支付方式改革、分级诊疗等工作持续推进，提质降价的主基调仍未发生改变。根据国家统计局统计，2022 年全国规模以上医药制造业实现营业收入 29,111.4 亿元，同比下降 1.6%；营业成本 16,984.6 亿元，同比增长 7.8%；利润总额 4,288.7 亿元，同比下降 31.8%。

中药细分行业发展形势好于医药制造业。自中医药发展上升为国家战略以来，党中央、国务院和专职部委高度重视中医药发展，密集出台多项利好政策法规，引领中医药事业高质量发展。2022 年，国家加大中医药振兴发展支持力度，推进落地中医药传承创新相关的政策支持，如国家卫健委印发《中国妇女儿童发展纲要的实施方案》，计划建立完善女性全生命周期健康管理模式，拟做优做强中医妇科、儿科；《十四五中医药发展规划》提出将对中医药循证评价等展开重点攻关；《基层中医药服务能力提升工程“十四五”行动计划》提出，

到 2025 年基层中医药实现五个“全覆盖”；在《十四五国民健康规划》中，还将通过三医协同来推进“以人民健康为中心”的全方位全周期健康服务，全方位推动中医药行业快速发展，中医药大健康将更加贴近人民群众的日常生活。

中医药作为中华民族的瑰宝，在治未病、重大疾病治疗、疾病康复和重大传染性疾病预防中发挥着独特作用，具备“简便廉验”的突出优点；广大人民群众对中医药诊疗和服务的关注度与认可度不断提升，对中医药全周期全链条服务的需求也将日益旺盛。工信部全国医药工业统计数据显示，2022 年上半年中药工业营收达 3407 亿元，同比增长 7.7%，高于医药工业 5.9 个百分点；同期中药工业利润总额 404.5 亿元，同比增长 6.8%。

（二）行业周期性特点

长期来看，行业周期性特征并不突出，但具体的药品品种受适应症的高发季节等特殊情况的影响，相应的药品市场需求存在一定的季节性特征。

（三）公司所处的行业地位

公司拥有“江中”“初元”两个驰名商标和“杨济生”“桑海”两个江西省著名商标。据世界品牌实验室（World Brand Lab）发布的 2022 年《中国最具价值品牌》排行榜，“江中”品牌价值 322.58 亿元，位于医药行业第 6 位。

江中牌健胃消食片荣获 2022 大健康产业年度产品奖、2021-2022 年度医药零售市场畅销品牌；江中利活牌乳酸菌素片荣获西鼎会 2021-2022 年度医药零售市场畅销品牌、西湖论坛“最受药店欢迎的明星单品”。

三、报告期内公司从事的业务情况

（一）主营业务

公司主要从事药品和大健康产品的生产、研发与销售，在证监会行业分类中属于医药制造业。

1、非处方药

主要产品有公司本部的健胃消食片、乳酸菌素片、复方草珊瑚含片等，控股子公司的双歧杆菌三联活菌肠溶胶囊（贝飞达）、多维元素片（21）、牛黄蛇胆川贝液、风寒感冒颗粒、复方鲜竹沥液、复方瓜子金颗粒、氨咖黄敏口服溶液、夏桑菊颗粒、川贝枇杷胶囊等。

2、处方药

主要产品有公司本部的蚓激酶肠溶胶囊、痔康片、舒胸颗粒等，控股子公司的中药类产品八珍益母胶囊、肾宝胶囊、排石颗粒、黄芪生脉饮、珍菊降压片、双橘颗粒等，及化药类产品雷贝拉唑钠肠溶片、注射用伏立康唑、注射用盐酸溴己新、盐酸氯普鲁卡因等。

3、大健康产品及其他

主要包括初元、参灵草及胃肠健康产品。初元主要为营养饮品，其中初元复合肽营养饮品主要成分是肽，是由不同小分子活性蛋白搭配研制的产品；参灵草主要成分为西洋参、灵芝、冬虫夏草（或虫草菌粉）；胃肠领域主要为益生菌系列产品；胖大海菊花乌梅桔红糖（原名：亮嗓）、古优氨基葡萄糖钙片等产品也属于特色品种。其他中包含酒类及医疗物资批发业务等。

（二）经营模式

1、采购模式

公司本部生产所需原材料由公司采购部统一集中向国内外厂商或经销商采购，根据各生产基地的需求量、结合原材料采购策略、采购周期下达采购订单；主要子公司桑海、济生、海斯等所需原材料由各子公司按照采购管理制度完成寻源、招标、合同签订、订单下达等采购相关工作。部分公用物料实行集中采购。采购方式一般采用招标采购、询价采购、谈判采购、直接采购、竞价采购等五种方式。

2、生产模式

秉承质量、安全、环保第一，推行精益生产为核心的高效制造。公司大力推行安全生产、节能环保、柔性生产、精益制造及智能制造。生产安排以市场需求为导向，结合产品销售特性及安全库存，科学合理制定年度、月度、日生产计划。公司持续推进 EHSQ 管理体系及精益管理体系建设，以 EHSQ、GMP、ISO 等管理体系为基础，搭建公司产品生产、质量管控、安全环保、职业健康管理模式；从原料采购、人员配置、设备管理、生产过程、质量控制、包装运输等方面，严格执行法律法规相关规定；对原料、辅料、包装材料、中间产品及成品进行全过程检测及监控，确保产品质量安全。

3、销售模式

公司非处方药业务销售终端主要为药店和基层医疗终端；处方药销售终端主要为等级医院、诊所、卫生院等医疗机构及药店终端，以代理销售为主；大健康产品的线下销售终端主要为大型商场、超市及卖场。非处方药、大健康产品销售主要采取经、分销商覆盖的方式，

公司主要负责产品的广告及宣传投入，并参与终端推广及经、分销商维护等。线上电商渠道主要布局于天猫、京东、饿了么等平台，销售模式分为 B2B、B2C、O2O 模式。

（三）主要业绩驱动因素

本报告期内，公司实现归属于母公司所有者净利润 5.96 亿元，较上年同期增长 0.90 亿元，增幅 17.87%。详见本节“一、经营情况讨论与分析”。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近三年主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

主要会计数据	2022年	2021年	本期比上年同期增减(%)	2020年
营业收入	3,811,641,510.59	2,873,974,462.18	32.63	2,441,451,789.23
归属于上市公司股东的净利润	596,058,708.67	505,687,248.49	17.87	473,739,388.42
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	506,520,866.82	424,156,470.17	19.42	444,526,688.21
经营活动产生的现金流量净额	1,015,989,416.27	917,037,660.75	10.79	752,501,253.68
归属于上市公司股东的净资产	3,890,966,277.28	4,003,034,097.91	-2.80	3,876,867,968.11
总资产	6,243,659,088.84	5,997,600,248.38	4.10	4,923,573,835.05
基本每股收益（元/股）	0.94	0.80	17.50	0.75
稀释每股收益（元/股）	0.94	0.80	17.50	0.75
加权平均净资产收益率（%）	14.53	12.52	增加2.01个百分点	12.74

3.2 2022 年分季度主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	930,726,704.79	970,147,848.27	973,492,830.29	937,274,127.24
归属于上市公司股东的净利润	183,697,243.65	208,594,148.50	112,645,005.35	91,122,311.17
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	173,430,614.36	183,361,116.08	93,205,288.58	56,523,847.80

经营活动产生的现金流量净额	-19,559,417.10	498,444,447.53	-23,962,013.26	561,066,399.10
---------------	----------------	----------------	----------------	----------------

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

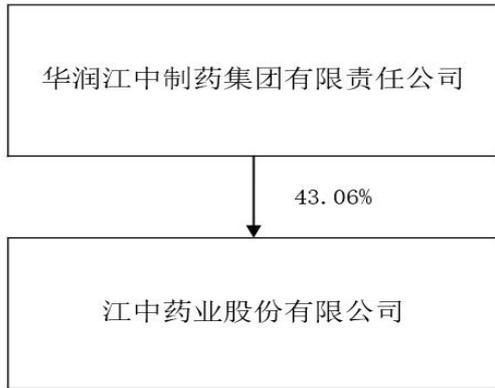
4.1 截至报告期末前十名股东、前十名流通股股东（或无限售条件股东）持股情况表

单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)					44,773		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)					40,577		
前十名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 (%)	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
华润江中制药集团有 限责任公司	0	271,071,486	43.06	0	无	0	国有 法人
中央汇金资产管理有 限责任公司	0	15,551,120	2.47	0	无	0	国有 法人
香港中央结算有限公 司	4,411,180	12,146,964	1.93	0	无	0	其他
刘少鸾	3,408,975	9,640,000	1.53	0	无	0	未知
太平洋资管—农业银 行—卓越财富股息价 值股票型产品	3,411,011	3,411,011	0.54	0	无	0	未知
中国工商银行股份有 限公司—融通内需驱 动股票型证券投资基 金	250,270	3,393,420	0.54	0	无	0	未知
罗军	920,000	3,100,000	0.49	0	无	0	未知
广州市通灵健康产业 有限公司	2,572,195	2,572,195	0.41	0	无	0	未知
张兴	2,400,076	2,400,076	0.38	0	无	0	未知
刘长清	2,355,390	2,355,390	0.37	0	无	0	未知
上述股东关联关系或一致行动的 说明	控股股东华润江中与上述其他九名股东不存在关联关 系或一致行动情形。						
表决权恢复的优先股股东及持股	无						

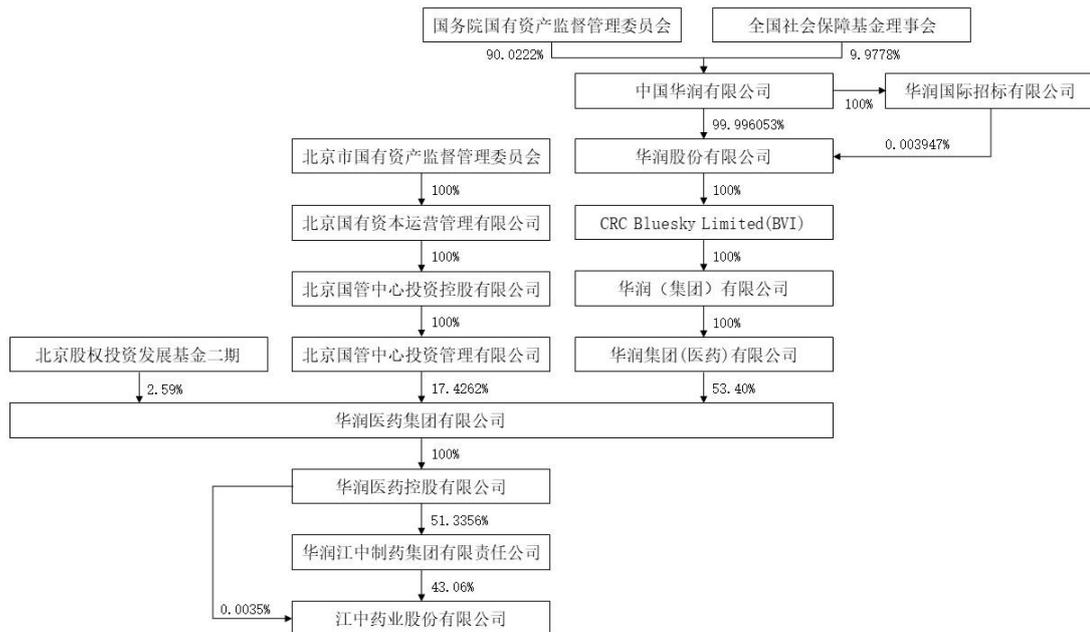
数量的说明

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露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。

报告期内，公司实现营业收入 38.12 亿元，同比增长 32.63%；实现归属于母公司所有者净利润 5.96 亿元，同比增长 17.87%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用