

华润江中制药集团有限责任公司 项目介绍

一、公司概况

华润江中制药集团有限责任公司（简称“华润江中”或“江中”）是华润集团旗下的中药平台型控股公司，总部位于江西南昌。公司的历史可追溯至1969年成立的江西中医学院（现江西中医药大学）附属药厂，经数十年发展成长为以中成药、保健食品研发生产为核心的企业集团。2019年，华润医药通过战略重组入主江中，华润江中由此成为华润集团直接管理的业务单元，实际控制人穿透为国务院国资委，正式纳入华润医药板块体系。

华润江中通过控股江中药业股份有限公司（股票代码：600750.SH，A股上市公司）开展资本运作与产业经营，江中药业是其核心上市平台。公司业务涵盖中成药、保健食品（如知名的“江中牌”健胃消食片、草珊瑚含片等）、中药饮片及经典名方开发等，是华润中药板块的重要支柱之一。从地域看，江中深耕江西，是江西省中医药产业的重要企业；从集团定位看，其与华润三九、东阿阿胶、华润甘肃中药等协同，构成华润中药板块“研发—制造—消费—药材”的产业链拼图。江中的发展带有鲜明的“校办企业—地方国企—央企平台”路径特征：从江西中医学院的校办药厂起步，依托中医药院校的科研与人才资源完成技术积累；后经过股份制改造、借壳上市成为公众公司；2019年并入华润体系后，获得央企的资源与渠道赋能。这种演进使其既保留了中医药专业底色，又具备了现代企业与央企平台的双重属性。江中药业作为其核心上市平台，承担着主要的资产证券化与融资功能。

二、核心科学与技术（或核心业务）

华润江中的核心业务是中成药与保健食品的研发、生产与销售，并辅以中药科研平台能力。

在科研平台方面，公司拥有“经典名方现代中药创制全国重点实验室”（2023年获批，为相关领域的国家级科研平台），聚焦古代经典名方的中药复方制剂研发与现代化创制，是其中药创新的核心技术依托。全国重点实验室是我国科技创新体系的重要组成部分，依托企业和高校建设，面向产业关键科学问题开展研究；该实验室的获批，体现了江中在经典名方领域的科研积累获得国家级认可。

在产品技术方面，公司形成了以OTC（非处方药）与保健品为主的产品矩阵：

- 中成药：覆盖消化系统（如健胃消食片）、咽喉类（如草珊瑚含片）等优势品类；
- 保健食品：依托“江中”品牌延展健康消费产品；
- 经典名方开发：依托全国重点实验室，推进按古代经典名方目录管理的中药新药研发。

其业务模式兼具“品牌OTC消费端”与“经典名方研发端”的双重特征，前者贡献稳定现金流，后者培育中长期增长。在研发组织上，经典名方开发具有“低风险、高确定性”的特征——由于方剂出自古代典籍、临床经验悠久，其安全性基础较全新化合物更充分，监管亦设置了相对简化的审评路径。这使得经典名方成为中药企业规避创新高风险的务实选择，也是江中依托全国重点实验室重点发力的方向。

三、主要产品与管线

华润江中的产品体系以知名OTC与保健品品牌为核心：

- 江中健胃消食片：助消化类OTC代表品种，是国内消化系统用药的知名产品，主要用于脾胃虚弱所致的食积、消化不良；
- 江中草珊瑚含片：咽喉类OTC产品，具有较高市场认知度，用于咽喉肿痛、声哑失音等；
- 其他中成药与保健品：覆盖胃肠、滋补、咽喉等品类，公司亦曾推出猴姑饼干等面向养胃需求的健康消费产品，体现其“中药+消费”的延展思路；
- 经典名方新药：依托全国重点实验室推进的古代经典名方中药复方制剂在研管线（具体品种与进展以公司披露为准，待确认）。

通过江中药业（600750）这一上市平台，公司实现了核心资产的资本化和市场化运营，产品行销全国并具备一定品牌溢价。“江中”品牌经过长期广告与渠道积累，在助消化、咽喉等细分品类拥有较强的消费者心智。在产品策略上，江中采取“大单品+品牌延伸”的思路：以健胃消食片、草珊瑚含片等少数超级单品建立品牌认知，再围绕“养胃”“润喉”“调理”等消费场景延展产品矩阵。这种策略在OTC中成药领域较为经典，优势在于营销资源集中、渠道复用率高，挑战在于单品生命周期管理与新品接续。公司亦尝试将中医药理念融入食品化产品（如猴姑类养胃食品），在“药”与“食”之间拓展边界。具体产品收入结构以江中药业年报披露为准（待确认）。

四、适应症与疾病背景（如适用）

华润江中的OTC与保健品主要对应常见轻症与日常健康需求：

- 健胃消食片对应饮食积滞、消化不良等胃肠功能紊乱，疾病背景为功能性消化不良这一高发的消化系统问题，与现代人饮食不规律、压力相关的胃肠不适需求契合；
- 草珊瑚含片对应咽喉肿痛、急慢性咽喉炎等上呼吸道感染相关证候，对应用嗓过度、感冒咽痛等常见场景；
- 经典名方新药则对应更丰富的中医临床适应症，需以具体品种说明书为准（待确认）。

这类产品处于“药品—保健品”交叉的大健康消费带，需求刚性较强、复购率高，受医保控费影响相对较小，具备消费属性。其市场表现更多取决于品牌、渠道与消费者认知，而非医保准入。

五、竞争格局

在OTC与中药消费品领域，华润江中面临来自华润三九（999感冒灵等）、江中药业同业、同仁堂、白云山、葵花药业等企业的竞争，但在“助消化”“咽喉含片”等细分品类拥有强势品牌心智。OTC中成药市场品牌集中度高、头部效应明显，江中的优势在于长期的品牌沉淀与渠道渗透。

在经典名方研发层面，公司与一方制药、天江药业等国药系企业，以及同仁堂、以岭等展开同向布局，竞争焦点在经典名方获批数量与商业化能力。其“经典名方现代中药创制全国重点实验室”提供了国家级科研平台优势，有助于在经典名方这一政策鼓励的方向上建立先发地位。

作为华润集团中药平台，江中与华润三九、东阿阿胶、华润医药商业等形成板块协同，在研发、生产、渠道上资源共享。

六、团队与平台

华润江中由华润集团直管，管理团队兼具中药产业与华润体系背景。其科研平台“经典名方现代中药创制全国重点实验室”于2023年获批，是公司中药创新的核心载体，依托江中药业及江西省中医药科研资源运行。江西拥有丰富的中草药资源与中医药院校，为公司提供了人才与科研协同基础。

公司通过江中药业（600750）这一A股平台，建立了研发、生产、营销的完整体系，并在南昌等地拥有生产基地。品牌方面，“江中”是颇具国民认知度的中药消费品牌，其品牌资产是公司重要的无形资产。江中药业作为上市平台，也为公司提供了再融资与并购的工具。

七、融资与资本

华润江中本身未上市，其资本运作主要通过控股的江中药业（600750.SH）实现——江中药业为A股上市公司，是华润江中核心资产的资本化平台。2019年华润医药战略重组入主，是华润系内部的控制权变更，非市场化融资轮次。

华润江中无公开独立IPO计划；其发展资金来源于集团投入、江中药业再融资与经营现金流。江中药业作为上市公司，具备相对通畅的资本市场融资渠道，可支撑其研发与并购投入。在集团层面，江中药业亦可作为外延扩张的平台，通过定增、并购等方式整合中药消费与经典名方资产，服务于华润中药板块的整体布局。

八、发展展望

华润江中的发展围绕“做强 OTC 品牌消费、做深经典名方研发”双轮驱动。一方面，“江中”品牌在助消化、咽喉等品类具备稳固心智，可借助华润医药的渠道与品牌运营能力进一步放大；另一方面，经典名方现代中药创制全国重点实验室为其打开中药新药创制空间，是中长期增长潜力所在。

作为华润集团中药平台型控股公司，江中与华润三九、东阿阿胶、华润甘肃中药等协同，构成华润中药板块“研发—制造—消费—药材”的产业链拼图。在中医药传承创新与消费升级的双重背景下，兼具品牌消费属性与经典名方研发能力的江中，具备一定的发展弹性。具体战略以公司官方披露为准。

在政策层面，国家分批发布古代经典名方目录，并简化按目录管理的中药复方制剂的审批路径，鼓励将《伤寒论》《金匱要略》等典籍中的经典方开发为现代中药新药。华润江中拥有“经典名方现代中药创制全国重点实验室”，在经典名方物质基准、工艺验证、质量标准等环节具备研究基础，有望在此方向上持续产出。另一方面，居民消费升级带动“治未病”、日常调理类健康消费品需求增长，江中“品牌OTC+保健品”的组合与这一趋势相契合。但OTC中成药市场竞争激烈、广告与渠道费用高企，品牌维持需要持续投入。江中能否在经典名方研发与消费品牌运营两端同时发力，是其长期成长的关键。相关进展以公司披露为准。消费端的品牌资产与研发端的经典名方能力，是其区别于单纯生产型中药企业的关键特质，也是观察其长期价值的两个支点。

信息来源：华润江中制药集团公开资料、江中药业（600750.SH）年报与公告、国务院国资委及华润集团关于战略重组的公开信息、“经典名方现代中药创制全国重点实验室”相关公示、关于华润中药板块与OTC中成药市场的公开报道。