

华润紫竹 项目介绍

一、公司概况

华润紫竹药业有限公司（简称“华润紫竹”）前身为1969年成立的北京第三制药厂，2000年改制为北京紫竹药业有限公司，2013年成为华润医药集团全资子公司，现系华润双鹤药业股份有限公司（华润双鹤，600062.SH）全资子公司，是华润集团在女性健康与生殖健康用药领域的核心工业资产。公司法定代表人与管理层信息以公开工商为准。

华润紫竹拥有女性健康用药及器械、口腔用药、眼科用药、糖尿病用药、原料药等产品线，其生殖健康类药品上市后长期占据国内、国际市场重要地位，现为联合国人口基金会生殖健康药物供应商。核心产品紧急避孕药“毓婷”“金毓婷”（左炔诺孕酮片）及抗早孕药“米非司酮”等长期居国内市场领先地位，是公司最具辨识度的明星品种。

从产品属性看，华润紫竹的核心品种多为长期临床验证的专科用药，品牌与渠道壁垒高于单纯的仿制药。毓婷/金毓婷作为非处方紧急避孕药，消费者可直接在零售药店购买，因而具备显著的品牌消费属性与渠道铺货要求；米非司酮用于早孕期终止，属处方药品，受制于更严格的流通与使用管理。这种“OTC+处方”组合使公司在女性健康领域既有广泛的消费触达，也有稳固的临床处方基础，形成了消费端与医疗端相互支撑的产品结构。

二、核心业务

华润紫竹的核心业务是女性健康与生殖健康用药、眼科用药、口腔用药、糖尿病用药及原料药的研发、生产与销售。在女性健康领域，公司主营生殖健康类药物，包括左炔诺孕酮片（毓婷、金毓婷）、抗早孕米非司酮、女用长效避孕药左炔诺孕酮炔雌醚片（悦可婷）、治疗子宫内膜异位症的地诺孕素片等；眼科与口腔领域亦有相应产品线。公司同时具备原料药与乳胶业务，形成“制剂+原料”的配套能力。

在眼科与口腔领域，华润紫竹亦有相应产品线，与其女性健康主线形成专科药组合。整体看，公司产品以成熟品种为主，研发策略偏向工艺改进、质量提升与适应症拓展，而非从零开始的first-in-class创新。并入华润双鹤后，其品种可与双鹤的慢病、专科药管线互补，尤其在“女性健康+儿科”序列中发挥品牌与渠道协同，构成华润化药板块中具消费属性的重要一环，其经营重点在于存量品种的稳健运营与市场深耕。

三、主要产品与管线（产品结构）

华润紫竹的产品组合以成熟专科药为主：

1. 毓婷/金毓婷（左炔诺孕酮片）：紧急避孕药，毓婷为原国家计生委与华润紫竹共同研发的中国首个非处方紧急避孕药，自1998年上市以来持续保持全国市场占有率第一。

2. 米非司酮：抗早孕药，市场地位领先。

3. 悦可婷（左炔诺孕酮炔雌醚片）：女用长效避孕药。

4. 地诺孕素片：用于子宫内膜异位症。

5. 眼科用药、口腔用药、糖尿病用药、原料药及乳胶业务：构成多元化专科产品矩阵。

研发方面，公司整体以已上市品种的工艺优化、质量提升与渠道深耕为主，属华润双鹤“女性健康+儿科”专科产品序列的核心承载方，而非前沿创新药研发主导平台。

四、适应症与疾病背景（市场背景）

华润紫竹所处的女性健康用药市场空间广阔。以避孕药为例，国内口服避孕药零售额在2022年约12.7亿元，避孕药整体零售市场规模增至约19.6亿元；紧急避孕药在避孕药市场中份额占比约70%，是需求稳定且消费属性较强的细分。生殖健康药物（如米非司酮用于抗早孕、地诺孕素用于内异症）则对应明确

的妇科疾病治疗需求，部分品种具有政策与公共卫生属性（如联合国人口基金会供应商资质）。

女性健康用药覆盖避孕、生殖、孕产、更年期及妇科疾病等多个维度，其中避孕与生殖健康是兼具公共卫生属性与消费属性的细分。我国避孕药市场以紧急避孕药占比最高（约七成），该品类消费频次较高、品牌忠诚度高，营销与渠道能力对市占率影响显著；与此同时，国家持续优化生育政策、加强生殖健康服务，使米非司酮（用于早孕期终止）、地诺孕素（用于子宫内膜异位症）等品种具备明确的临床与政策需求。眼科、口腔等专科用药则对应老龄化与口腔健康意识提升带来的稳健需求。整体看，华润紫竹所处细分多为需求刚性、格局稳定的专科市场。

五、竞争格局

在紧急避孕药细分，毓婷/金毓婷长期居同行业市场占有率第一位，品牌壁垒显著。整体女性健康用药领域，华润紫竹与华润双鹤现有妇科/儿科品种形成协同；在更广阔的女性健康市场，则面临人福医药、仙琚制药等国内企业及跨国药企的竞争。华润紫竹的竞争优势在于数十年品牌积累、成熟管理模式与华润双鹤渠道协同，而非品类首创。

在女性健康与生殖健康用药领域，除华润紫竹外，人福医药、仙琚制药等国内企业亦布局避孕药与激素类药物，跨国药企在部分专科用药上也有参与。华润紫竹的差异化壁垒主要来自“毓婷/金毓婷”数十年的品牌沉淀与极高的市场认知度——作为原国家计生委与紫竹共同研发的中国首个非处方紧急避孕药，毓婷自1998年上市以来长期保持全国市场占有率第一，形成了较强的消费者心智与渠道壁垒。并入华润双鹤后，其女性健康品种与双鹤既有妇科/儿科品种形成互补，进一步巩固在专科药领域的组合优势。

六、团队与平台

华润紫竹具备二十余年女性健康用药行业经验，拥有成熟的生产质量体系、营销网络与管理模式。2024年2月，华润双鹤公告以31.15亿元收购北药集团持有的华润紫竹100%股权，交易完成后华润紫竹成为华润双鹤全资子公司，财务并表。该整合使华润紫竹接入华润双鹤的资本、研发与销售平台，团队与管理体系延续原有架构。需提及的是，华润紫竹旗下销售公司北京紫竹曾因固定转售价格、限定最低价格实施垄断，于2023年5月被北京市市场监管局依法处罚（按2020年度销售额2%罚款，计1264.36万元）。

在团队与平台组织上，华润紫竹具备二十余年女性健康用药行业经验，拥有成熟的生产质量体系、营销网络与管理模式，并能依托华润双鹤的资本、研发与销售平台获得进一步支撑。并入华润双鹤后，原北药集团体系内的资源得以在上市公司框架内重新整合，团队与管理架构延续原有体系，同时获得更规范的治理与更广阔的渠道协同。其长期积累的OTC品牌运营经验与处方药学术推广能力，是其在女性健康细分保持领先的重要组织资本。

七、融资与资本

华润紫竹为央企全资工业资产，无独立外部融资记录。其关键资本事件为2024年2月23日华润双鹤公告拟以31.15亿元收购北药集团持有的华润紫竹100%股权（资金来源为自有或自筹），该交易构成关联交易（双方实控人均为华润集团）。交易以资产评估报告确认的股东全部权益价值为依据，较华润紫竹单体净资产账面价值11.52亿元增值率170.40%。财务数据显示，华润紫竹2022年营收9.59亿元、净利润2.69亿元；2023年1—8月营收7.06亿元、净利润2.82亿元，利润率呈上升趋势。该收购是华润集团化药板块内部整合、将优质资产注入上市公司的重要举措。

从交易定价看，华润双鹤以31.15亿元收购华润紫竹100%股权，较其单体净资产账面价值增值率170.40%，溢价主要反映品牌价值、成熟管理模式与持续向好的经营能力。财务数据显示华润紫竹利润率呈上升趋势（2021—2023年1—8月利润率由约24%升至约40%），显著高于华润双鹤同期水平，意味着并购对上市公司盈利结构有正向拉动。该交易构成关联交易，已按规则履行审议与披露程序，是华润集团化药板块内部专业化整合的组成部分。

八、发展展望

华润紫竹并入华润双鹤后，短期以丰富"女性健康+儿科"专科产品序列、发挥营销协同与成本优势为主；中长期依托华润双鹤平台，在女性健康、眼科、口腔等专科领域持续深耕。作为华润生殖健康核心工业资产，其发展节奏与华润医药内部整合战略紧密相关。具体经营与产品进展以华润双鹤公告及公司披露为准。

并入华润双鹤后，华润紫竹的后续重点在于发挥"女性健康+儿科"专科序列协同、共享双鹤的营销与研发平台，并在眼科、口腔等既有产品线上做深做透。作为华润生殖健康核心工业资产，其发展以稳健经营与内部整合为主，而非激进外延扩张。需关注的是，旗下销售公司曾因价格垄断被处罚，合规经营与反垄断风险的管理将是长期课题。具体经营与产品进展以华润双鹤公告及公司披露为准。

在合规经营层面，公司需持续强化反垄断与价格治理，确保品牌优势在监管框架内稳健发挥，这也是华润紫竹作为消费类专科药龙头的长期经营主题。其后续在女性健康与专科药领域的深耕成效，以华润双鹤公告及公司披露为准。

信息来源：

1. 上海证券报/中国证券网（cnstock.com）：《华润双鹤拟31.15亿元收购华润紫竹》（2024-02-23公告解读）
2. 光明网（gmw.cn）：《华润双鹤拟31亿收购华润紫竹100%股权丰富产品管线》（2024-03-01）
3. 正观新闻（zhengguannews.cn）：《华润医药整合提速：华润双鹤斥资31亿元拿下避孕药大单品毓婷》
4. 界面新闻（toutiao.com）：《华润双鹤31亿收购华润紫竹，拿下避孕药毓婷》（含垄断处罚信息）
5. 腾讯新闻（qq.com）：《华润双鹤营收增速三连降》（2026-07-08，提及2024年4月31.15亿收购紫竹）