

合肥华润神鹿药业有限公司 项目介绍

一、公司概况

合肥华润神鹿药业有限公司（简称“华润神鹿”）位于安徽省合肥市肥西县经济开发区金寨南路1050号，是一家专业化生产中成药的企业，从事片剂、颗粒剂、硬胶囊剂的生产、研发、销售及售后服务。根据本项目收录的种子信息，华润三九医药股份有限公司（深交所股票代码000999）对该公司持股100%；公司未上市，未披露外部投资人。

公司的历史沿革较为曲折。其前身合肥中药厂成立于1960年，专注于中成药的生产与销售。2001年10月，合肥神鹿集团公司与北京双鹤药业股份有限公司、合肥市技术创新促进中心三方共同投资组建合肥神鹿双鹤药业有限责任公司，注册资本7650万元，其中北京双鹤药业持股63.4%为控股股东。2008年，该公司被华润集团旗下的北京医药股份有限公司（北京医药集团）收购。2011年9月30日，华润三九以人民币4.0428亿元的价格收购了北京医药集团有限责任公司持有的合肥神鹿双鹤药业有限责任公司100%股权，完成股权转让过户手续，公司后更名为合肥华润神鹿药业有限公司。

工商信息显示，公司统一社会信用代码为9134012373167501X8，成立日期为2001年9月28日（另有资料记载为2001年10月30日，系工商注册与三方投资协议签署的时点差异），法定代表人为李涛，注册资本9650万元（较组建时的7650万元有所增加），占地面积145亩。公开资料记载公司拥有员工460人（另有资料记载200至500人区间），其中大专以上学历占45%，高中级专业技术人员67人，执业药师18名。

公司资质与荣誉包括：全国医药行业质量效益型企业、全国中成药工业国有重点企业（五十强）之一、安徽省医药行业骨干企业、安徽省210户国有及国有控股重点企业、合肥市科技先导型企业、安徽省高新技术企业、合肥市科技创新型企业、首批安徽省制造业高端品牌培育企业、合肥市市长质量奖银奖企业、安徽省老字号等。公司技术中心为安徽省省级技术中心，“神鹿”牌商标为全国驰名商标。公司实验室通过CNAS认证。

二、核心业务与技术

公司的核心业务是中成药的研发、生产与销售，重点经营消化系统类、感冒类、儿童类药品。

在生产技术方面，公司现有五条达到国际先进水平的生产线，采用低温回流、一步造粒等先进工艺。低温回流提取有利于保护热敏性成分，一步造粒（沸腾制粒）可将混合、制粒、干燥合并于同一设备中完成，提高效率与批次一致性。公司具备年产片剂3亿片、颗粒剂600吨、胶囊剂1亿粒的综合生产能力。2002年，公司整厂通过了国家GMP认证。

检测能力方面，公司拥有高效液相色谱仪、双波长薄层扫描仪、十万分之一电子天平等检测仪器，以及BGB-150B高效包衣机、小颗粒自动包装生产线等生产设备。

在知识产权方面，公司拥有发明专利14项、软件著作权1项。公司拥有温胃舒颗粒、养胃舒颗粒（胶囊）、益胆片、儿泻停颗粒、银菊清咽颗粒等独家产品和国家中药保护品种。温胃舒、养胃舒商标为安徽省著名商标。

值得注意的是，公司的《药品生产许可证》（编号皖20160234）显示，其生产地址除本部（合肥市肥西县经济开发区金寨南路1050号，涵盖片剂、硬胶囊剂、颗粒剂）外，还包括委托华润体系内其他企业进行中药前处理与提取的地址：安徽省淮北市龙发路39号（安徽华润金蟾药业股份有限公司、华润三九现代中药制药有限公司）、枣庄高新技术产业开发区广润路99号（华润三九（枣庄）药业有限公司）。这一安排反映了华润三九体系内中药前处理与提取环节的集约化布局——将高能耗、高排放的提取环节集中至专业化基地，成品制剂环节保留在各品牌企业。

三、主要产品与管线

公司共有27个批准文号的产品品种，主要包括：

- 温胃舒颗粒/胶囊：国家中药保护品种，用于中焦虚寒所致的胃痛；
- 养胃舒颗粒/胶囊：国家中药保护品种，用于慢性胃炎、胃脘灼热型胃痛；
- 益胆片：被列入《国家基本药物目录》，用于肝胆湿热证；
- 儿泻停颗粒：国家级新药，用于小儿腹泻；
- 银菊清咽颗粒：独家产品，用于咽喉肿痛；
- 化浊轻身颗粒：国家中药保护品种，用于肥胖相关的痰浊证；
- 正柴胡饮胶囊：用于外感风寒初起；
- 芍药甘草汤颗粒、三七片、百蕊片等。

其中，温胃舒与养胃舒是公司最具代表性的产品组合，被业界称为国内胃药市场上具有代表性的“一病两药”产品——温胃舒针对虚寒型胃痛，养胃舒针对阴虚型（胃脘灼热）胃痛，通过中医辨证分型实现同一疾病下的产品互补。这种“一病两药”的产品设计与营销策略，在OTC中成药领域具有较高的认知度。

公司产品销售覆盖全国并有品种进入国家基本药物目录。公司在研管线的具体构成、注册申报进度未公开披露/待确认。

四、适应症与疾病背景

公司产品覆盖消化系统、儿科、咽喉与感冒等常见病领域。

消化系统是公司的核心领域。温胃舒、养胃舒对应的临床场景主要是慢性胃炎、功能性消化不良、消化性溃疡恢复期等。我国慢性胃炎在接受胃镜检查人群中的检出率较高，幽门螺杆菌感染率在部分地区仍处于较高水平，功能性消化不良在消化内科门诊中占相当比例。中医对胃脘痛的辨证分型主要包括寒邪客胃、饮食伤胃、肝气犯胃、湿热中阻、瘀血停胃、胃阴亏耗、脾胃虚寒等，温胃舒与养胃舒分别对应虚寒与阴虚两大常见证型，构成了较为清晰的产品定位。

益胆片对应胆囊炎、胆石症等肝胆疾病的湿热证。胆囊结石在我国成人中患病率较高，且随年龄增长而上升，利胆类中成药在慢性胆囊炎的对症治疗中有一定应用。

儿泻停颗粒对应小儿腹泻。小儿腹泻是我国儿童常见病之一，尤其在秋冬季轮状病毒流行期发病率上升。儿科用药是华润三九CHC业务的重点品类之一，公司在这一方向具有产品基础。

银菊清咽颗粒对应急性慢性咽炎、扁桃体炎等咽喉部炎症。正柴胡饮胶囊源自古方，用于外感风寒初起的发热恶寒、无汗、头痛、鼻塞等症状。

化浊轻身颗粒对应中医痰浊内蕴型肥胖。随着我国超重与肥胖人群比例上升，体重管理相关产品的市场关注度提高，但中成药在这一领域的循证证据积累相对有限。

五、竞争格局

在胃药OTC市场，竞争高度充分。主要参与者包括华润三九自身的三九胃泰系列、江中的健胃消食片、多家企业的胃苏颗粒、气滞胃痛颗粒、摩罗丹等中成药，以及奥美拉唑、铝碳酸镁等化学药OTC产品。温胃舒、养胃舒凭借“一病两药”的差异化定位与长期的品牌积累，在细分证型市场中占据一定位置。

值得注意的是，公司置身于华润集团庞大的胃肠品类产品矩阵之中。华润三九旗下的三九胃泰、辽宁华润本溪三药的气滞胃痛颗粒、华润神鹿的温胃舒/养胃舒，以及华润江中的健胃消食片、乳酸菌素片等，共同构成了覆盖不同证型与不同消费场景的组合。集团层面通过品牌定位与渠道区隔管理内部产品关系。

在儿科用药领域，儿泻停颗粒面临蒙脱石散、益生菌制剂等品种的竞争。儿科中成药整体受到儿童用药安全性关注度提升的影响，说明书完善与循证证据要求趋严。

从行业环境看，中成药OTC市场受到以下因素影响：一是零售药店渠道的集中化与连锁化，对品牌力与渠道利润的要求提高；二是线上渠道（B2C、O2O、兴趣电商）的快速发展，改变了传统的营销触达路径；三是中成药集采向部分品种延伸；四是中药材价格波动带来的成本压力。

六、团队与平台

公司法定代表人为李涛，企业负责人为徐梅，质量负责人为吴艳芳（依据药品生产许可证公示信息，最新任职情况以官方登记为准）。公开资料还提到，合肥华润神鹿药业的董事长及首席执行官曾为贾连岳先生（该信息来自百科类资料，时效性未确认）。最新管理团队完整构成未公开披露/待确认。

在人才结构方面，公司拥有员工约460人，其中大专以上学历占45%，高中级专业技术人员67人，执业药师18名。

平台方面，公司技术中心为安徽省省级技术中心，实验室通过CNAS认证。公司在华润三九体系内，可共享集团的研发资源、品牌资源与渠道网络。同时，公司通过药品生产许可证中列明的委托提取安排，与安徽华润金蟾药业股份有限公司、华润三九现代中药制药有限公司、华润三九（枣庄）药业有限公司建立了生产协同关系。

品牌资产方面，“神鹿”牌商标为全国驰名商标，温胃舒、养胃舒商标为安徽省著名商标，公司获评安徽省老字号，这些品牌资产是公司在OTC市场的重要竞争基础。

七、融资与资本

公司注册资本9650万元，由华润三九100%持股，未上市，无独立外部股权融资记录，投资人信息未公开披露。

公司历史上最重要的资本事件是2011年9月华润三九以4.0428亿元收购北京医药集团持有的合肥神鹿双鹤药业100%股权。此前，公司经历了从合肥中药厂到合肥神鹿集团、再到与北京双鹤药业合资、后被北京医药股份收购的多轮股权变动，是国有医药企业改制与央企整合的典型样本。

作为华润三九合并报表范围内的全资子公司，公司的营业收入、净利润、资产总额等财务指标不单独披露，未公开披露/待确认。公开资料仅记载其历史经营状况：“经济效益连续五年为安徽省最佳经济效益企业，连续十年为合肥市利税超千万元大户”，但该表述对应的时点较早（合资阶段），不代表当前经营水平。

八、发展展望

从公开信息看，公司的发展方向包括以下几个方面。

一是巩固胃药品类优势。温胃舒、养胃舒作为“一病两药”的经典组合，具有较强的品牌辨识度与证型区分度。围绕这一组合进行品牌年轻化、场景拓展与循证证据补充，是可观察的方向。

二是儿科与咽喉品类的培育。儿泻停颗粒、银菊清咽颗粒等独家品种具备差异化基础，儿童健康是华润三九CHC业务的重点发展领域之一，公司在这一方向具有产品资源。

三是产业链协同的深化。公司已通过委托提取方式将中药前处理环节集中至集团内专业化基地，未来在原料采购、质量标准统一、成本控制方面可能有进一步协同空间。

四是数字化与智能制造升级。公司现有五条生产线与GMP体系，在华润三九整体推进智能制造的背景下，其产线的数字化改造是可能的投入方向，具体规划未公开披露/待确认。

五是品牌资产的再激活。“神鹿”作为全国驰名商标与安徽省老字号，具有历史积淀，如何在新的消费环境下重塑品牌认知，是公司面临的课题。

公司未来的具体产能规划、新品种上市时间表以及在华润三九CHC业务矩阵中的角色定位，均未公开披露/待确认。

信息来源：华润三九官方网站（999.com.cn）合肥华润神鹿药业有限公司简介页；互动百科（baike.com）、搜狗百科“合肥神鹿双鹤药业有限责任公司/合肥华润神鹿药业有限公司”词条（含历史沿革与股权变动记载）；环球医药网（qgyys.net）合肥华润神鹿药业有限公司企业简介与药品生产许可证公示信息；药物综合数据库yao86.com合肥华润神鹿药业有限公司工

商信息与许可备案信息页；华润三九医药股份有限公司2011年相关收购公告及2025年年度报告。以上信息均来自公开渠道，成立日期、员工人数、注册资本在不同来源与不同时点间存在差异，已在文中并列说明。