

广东华润顺峰药业有限公司 项目介绍

一、公司概况

广东华润顺峰药业有限公司（简称“华润顺峰”）是华润集团旗下华润三九医药股份有限公司（深交所代码：000999）全资控股的现代化制药企业，持股比例100%。公司创建于1969年，历经半个多世纪发展，已构建起集研发、生产、营销三位一体的皮肤健康全产业链布局，是华润三九外用用药战略核心平台。根据华润三九官网披露，公司现拥有员工370人，总部坐落于粤港澳大湾区核心区域——广东顺德（“凤城”），现代化产业园区占地43亩，其中专业化生产区占比达73%。

华润顺峰是国家重点高新技术企业，建立了广东省外用用药工程技术研究开发中心、广东省企业技术中心等多个研发机构，并曾承担国家863计划重大专项及广东省院士专家工作站项目。公司专注于皮肤健康领域的垂直深耕，定位为“皮肤健康全产业链”企业，业务覆盖皮肤治疗用药、医学护肤与护理、以及多元化剂型开发，是华润三九在皮肤外用用药赛道的核心承载主体。

从产业趋势看，皮肤健康是医药消费中最具“治疗+消费”双重属性的领域之一，既包含需处方的外用药品，也包含可自我药疗的OTC药品与医学护肤消费品。华润顺峰“皮肤健康全产业链”的定位，使其能够在医院皮肤科、零售药店与电商消费等多个场景同时布局，形成比单一药品或单一护肤品牌更完整的用户覆盖。顺德作为粤港澳大湾区制造业重镇，为其生产与供应链提供了良好的产业配套。

二、核心科学与技术

华润顺峰的核心技术能力集中于外用制剂（软膏、乳膏、搽剂等）的处方工艺与皮肤屏障修护技术。公司建有广东省外用用药工程技术研究开发中心、省级企业技术中心、佛山市皮肤屏障修护技术工程技术研究中心等多个研发平台，并与上海交通大学医学院皮肤病研究、南方医科大学皮肤病医院共建联合实验室。研发模式上，公司构建“产学研医”四位一体体系，持续开展外用药品、化妆品研究，优化制剂处方、控制关键工艺参数。

质量体系方面，公司秉持“药品级智造”理念，建立优于国家标准的全流程质控系统：全线产品执行新版中国药典规范，严格按照GMP规范生产；配备高效液相色谱仪等先进检测设备，实现原料—半成品—成品三级检验；采用QMS质量信息系统和MES生产执行系统，建立从原材料到产品出厂的全周期追溯机制。近三年研发投入达亿元级别，专业技术人员占比24%（其中高级职称6名、本科以上学历占比72%），技术创新能力在“十四五”期间得到较大提升。

在皮肤屏障修护技术上，公司围绕“屏障自舒缓”理念开发婴童与敏感肌护理产品，将药品级的处方研究与化妆品级的肤感体验相结合。这种“药妆同源”的研发路径，是其中医学护肤品牌区别于普通日化品牌的核心。公司在2020—2024年完成的外用制剂成果转化11项中，包含8款皮炎湿疹辅助治疗医护品，体现了从治疗向护理延伸的产品策略。联合实验室的设立也加速了皮肤科学成果的产业转化。

三、主要产品与管线

华润顺峰形成三大特色业务矩阵：

（1）专业化皮肤治疗：覆盖真菌感染、皮炎湿疹等常见皮肤病症，拥有酮康他索乳膏、曲咪新乳膏、丙酸氯倍他索乳膏等10余款经典外用制剂。其中酮康他索乳膏为复方制剂（每克含酮康唑10毫克和丙酸氯倍他索0.25毫克），用于皮肤浅表真菌感染（如手癣、足癣、体癣、股癣等），是公司的代表性外用药品。

（2）精准化健康护理：依托“顺峰宝宝”“露蓓儿”等儿童护理品牌及“维柔”成人医学护肤品牌，构建全生命周期皮肤护理体系。“顺峰宝宝”为专注于儿童皮肤屏障自舒缓的婴童护理品牌，2026年曾申报“中国制造·消费者信赖品牌”公示。

（3）多元化剂型开发：具备软膏剂、片剂等剂型生产能力，其中佐匹克隆片、铝碳酸镁咀嚼片获得国家一致性评价，体现其在口服制剂领域的延伸。

2020—2024年，公司完成外用制剂技术开发成果转化11项，包括药品3款、皮炎湿疹辅助治疗医护肤品8款，研发转化效率较高。

四、适应症与疾病背景

华润顺峰的产品对应常见的皮肤健康需求。皮肤浅表真菌感染性皮肤病（手癣、足癣、体癣、股癣等）发病率高、易患难治，是外用抗真菌药物的主要适应症；皮炎、湿疹等炎症性皮肤病则常用含糖皮质激素的外用制剂（如丙酸氯倍他索）控制症状。与此同时，婴童与成人的皮肤屏障修护、日常医学护肤需求快速增长，带动“皮肤护理+预防”类产品市场扩张。随着居民健康意识提升与皮肤健康消费年轻化，外用治疗与医学护肤的边界日益融合，“治疗+护理+预防”的立体化产品体系成为行业趋势，这也是华润顺峰业务布局的逻辑基础。

五、竞争格局

在外用皮肤药与医学护肤领域，华润顺峰面临多维度竞争。在皮肤科外用药品（抗真菌、糖皮质激素类）方面，竞争对手包括华润三九体系外的专业皮肤药企及大型普药企业，市场品种较多、竞争充分；在婴童与成人医学护肤赛道，则面临宝洁、强生、薇诺娜（贝泰妮）、薇姿等国内外消费品牌的竞争。华润顺峰的相对优势在于其“药品级智造”的质量体系、华润三九的品牌与渠道协同，以及“顺峰宝宝”等在皮肤外用领域积累的专业认知。作为华润三九外用战略核心平台，其在医院皮肤科渠道与OTC渠道具备体系内协同效应。

皮肤科用药市场品种众多、同质化程度较高，外用抗真菌与糖皮质激素类制剂的竞争激烈且价格透明。在医学护肤消费端，国货品牌近年快速崛起，薇诺娜、玉泽等以“皮肤学级护肤”定位抢占敏感肌市场，国际品牌则占据高端份额。华润顺峰的优势在于“药企基因”带来的专业可信度与华润三九的渠道网络，“顺峰宝宝”在婴童护理细分领域已建立一定认知。其挑战在于消费端品牌建设投入大、回报周期长，且与专业日化企业在营销打法上存在差异。

六、团队与平台

华润顺峰法定代表人为潘红炬（天眼查口径），员工370人，总部位于广东顺德。公司组织上以皮肤健康全产业链为框架，设有广东省外用工程技术研究中心、省级企业技术中心、佛山市皮肤屏障修护技术工程技术研究中心等研发平台，并与上海交通大学医学院、南方医科大学皮肤病医院建有联合实验室。营销方面，公司依托华润三九的渠道体系开展皮肤治疗用药与医学护肤产品的市场推广。2026年“顺峰宝宝”品牌申报“中国制造·消费者信赖品牌”，反映其在消费端品牌建设上的持续投入。

七、融资与资本

华润顺峰为华润三九（000999）全资子公司，持股100%，属于央企体系内部全资控股企业，无公开外部融资或独立上市记录。其发展资本主要来自母公司华润三九的内部投入。公司单体财务数据（如营收、净利润）公开资料未逐项披露（待确认）；作为华润三九外用战略核心平台，其在集团皮肤健康业务板块中占据关键位置。

八、发展展望

华润顺峰在公开表述中践行“关爱大众健康，共创美好生活”的愿景使命，面向“健康中国2030”战略机遇，提出持续深化皮肤健康生态圈建设，通过构建“治疗+护理+预防”的立体化产品体系，致力成为皮肤健康领域具有国际竞争力的标杆企业。未来方向包括：依托广东省外用工程技术研究中心等平台深化外用制剂与皮肤屏障修护技术研发；扩大“顺峰宝宝”“露蓓儿”“维柔”等护理品牌矩阵；推进软膏、片剂等

多剂型的一致性与新品开发。在皮肤健康消费持续升级的背景下，公司凭借华润三九体系协同与药品级制造能力，具备稳健发展基础。

皮肤健康消费的长期增长逻辑清晰，但行业也面临监管趋严（如化妆品功效宣称管理、药品广告合规）与竞争加剧的双重压力。华润顺峰未来的关键在于：能否将“药品级智造”的专业形象有效转化为消费端品牌资产；能否在“顺峰宝宝”“露蓓儿”“维柔”等矩阵间形成清晰定位与协同；以及口服制剂一致性评价品种能否贡献增量。在健康消费升级与中医药外用特色受到关注的背景下，公司具备差异化发展空间。

在研发与品牌储备上，公司依托广东省外用工程技术研究中心持续推进皮肤屏障修护技术转化，并将“药品级智造”的专业形象向消费端延伸；顺峰宝宝、露蓓儿、维柔等矩阵的协同，是其从治疗走向预防护理的关键。在渠道上，华润三九的零售与电商体系为其医学护肤产品提供触达优势。综合来看，华润顺峰兼具药企的研发质控基因与消费品的用户触达需求，其成长取决于专业形象向消费品牌的转化效率，以及在皮肤健康消费长期升级趋势中的卡位能力，监管合规与营销投入的平衡是其经营重点，尤其是化妆品功效宣称管理与药品广告合规的边界把握。

从行业视角看，皮肤健康是医药消费中兼具刚性与弹性的赛道，治疗端受人口与疾病结构支撑，消费端受居民健康意识驱动；华润顺峰在两端的同时布局，使其具备穿越周期的需求基础，但也对企业跨界的运营能力提出更高要求。

信息来源：华润三九官网公司简介（999.com.cn/netWorkcompanyProfile8）、天眼查企业信息、顺峰宝宝官网（ad-skinrepair.com）、中国工业报“2026中国制造·消费者信赖品牌”公示、公开工商与企业信息。