

澳诺（中国）制药有限公司 项目介绍

一、公司概况

澳诺（中国）制药有限公司成立于1996年9月，注册资本5100万元人民币，注册地址位于河北省保定市高新技术产业开发区（翠园街1099号），法定代表人为王冲，统一社会信用代码为911306056012037438。公司前身为保定市维生素厂，2002年更名为澳诺（河北）制药有限公司，2008年经分立后更名为澳诺（中国）制药有限公司。2013年5月，哈尔滨誉衡药业股份有限公司以约4.2亿元收购澳诺100%股权，使其成为誉衡药业全资子公司；2019年11月，华润三九医药股份有限公司宣布以14.2亿元收购该资产，交易于2020年1月正式完成，澳诺（中国）制药自此成为华润三九医药股份有限公司全资子公司，是华润集团第二梯队医药制造企业之一。

公司是一家集生产、研发于一体的高科技制药企业，为国家高新技术企业、河北省"专精特新"示范企业、河北省科技型中小企业、河北省创新型中小企业，并曾入选河北省医药工业企业利税十强。公司位于河北省保定市国家级高新技术产业开发区，占地面积约1.5万平方米，拥有口服液体、口服固体两座生产车间，主要经济技术指标长期位居省内前列。自加入华润三九以来，公司引入精益运营管理理念，实施了5S与TPM管理项目，优化了生产车间布局与设备管理水平，整体制造能力与管理水平在集团体系中稳步提升。

二、核心科学与技术（核心业务）

澳诺（中国）制药专注于营养补充领域，以维生素与矿物质（维矿）类产品的研发、生产为核心业务。其核心能力体现在口服溶液剂的工艺与规模化制造方面：公司口服溶液剂产能约10亿支，在生产工艺、成本管理、设备先进性及包材多样性方面具备一定优势。公开资料显示，澳诺制药的生产、质量管理与供应链管理体系基本健全，覆盖从原料甄选、配制、灌装到检验放行的主要环节。

从制剂技术角度看，口服溶液剂的质量控制重点在于含量均匀度、微生物限度、防腐剂用量以及与包装材料的相容性。葡萄糖酸钙锌口服溶液为复方制剂，需兼顾钙盐、锌盐与盐酸赖氨酸的配伍稳定性，对配制、灌装与灭菌工艺有特定要求；公司在包材多样性方面的积累（如不同规格、不同材质包装）有助于适配多渠道与多年龄段的用药需求。相关工艺参数与质量标准以药品注册标准为准。在质量管理方面，公司遵循药品生产质量管理规范（GMP）要求组织生产，并在华润三九体系内推进精益生产与设备管理。其明星产品以"锌钙同补"为产品定位，契合中国人群的钙、锌营养学补充需求，是公司在营养补充剂领域的技术与品牌载体。公司同时围绕维矿缺乏等疾病治疗领域开展新产品研发创新，侧重儿童药与维矿类药品方向。

三、主要产品与管线

澳诺（中国）制药的产品线以营养补充类药品为主，代表品种包括：

（一）葡萄糖酸钙锌口服溶液（商标"金辛金丐特®"，国药准字H20013241）。该产品用于因缺钙、缺锌引起的疾病，包括骨质疏松、手足抽搐症、骨发育不全、佝偻病，妊娠及哺乳期妇女、绝经期妇女钙的补充，小儿生长发育迟缓，食欲缺乏，厌食症，复发性口腔溃疡以及痤疮等，适用人群覆盖婴幼儿、孕妇、老年人等需要补充钙、锌、赖氨酸的群体。该产品为公司核心大品种，市场占有率长期居于钙补充剂药品市场前列。

（二）维生素C咀嚼片。作为维矿类基础补充产品，与公司补钙主线形成组合。

（三）参芝石斛颗粒。属公司中药滋补类品种之一。

在在研与拓展管线方面，公司公开信息提及正继续拓展新产品，包括乳果糖口服液、维生素D3滴剂（软胶囊型）等，方向侧重维矿缺乏及儿童用药领域。上述新品种的具体获批与上市进度以监管披露为准。

四、适应症与疾病背景

葡萄糖酸钙锌口服溶液所对应的临床背景为钙、锌等微量营养素缺乏。钙是骨骼与牙齿的主要构成元素，儿童期缺钙可影响骨发育、导致佝偻病及生长发育迟缓；孕妇、哺乳期妇女及绝经期妇女因生理需求增加而面临钙流失与补充压力；老年人钙缺乏与骨质疏松、骨折风险相关。锌参与免疫、味觉与生长发育，儿童缺锌可表现为食欲缺乏、厌食及生长迟缓。此外，复发性口腔溃疡、痤疮等也被列入该产品的适用范围。

在营养流行病学层面，钙与锌的膳食摄入不足在部分人群中较为常见：钙的膳食来源以乳类、豆制品与深绿色蔬菜为主，锌则多见于肉类、海产品与坚果。受膳食结构、乳糖不耐受以及老年吸收功能下降等因素影响，特定人群（婴幼儿快速生长期、孕期与哺乳期、绝经后女性、老年人）对钙锌的额外补充存在客观需求。这一背景构成口服溶液类补充剂长期拥有消费基础的客观原因；具体人群营养状况数据以权威膳食调查为准。

五、竞争格局

在补钙与维矿补充剂市场，澳诺（中国）制药的核心产品面临多层次竞争：一方面为药品类钙补充剂（如碳酸钙D3、葡萄糖酸钙、乳酸钙等单方或复方制剂），另一方面为保健食品与膳食营养补充剂（如碳酸钙片、液体钙、氨糖软骨素钙等）。据华润三九收购公告援引米内网数据，澳诺“金辛金丐特”葡萄糖酸钙锌口服溶液近年来连续位列零售市场钙补充剂第二位、钙补充剂药品市场第一位，在零售渠道与医疗渠道市场份额均持续增长。作为儿童补钙大品种，该产品在OTC（非处方药）渠道拥有较高的品牌认知度，“澳诺”“金辛金丐特”为儿童补钙知名品牌。

从渠道结构看，钙补充剂销售高度依赖零售药店与电商OTC渠道，品牌认知与终端动销是关键竞争要素；同时部分产品亦通过医疗渠道（如儿科、产科、骨科）处方或推荐销售。在集中带量采购常态化背景下，维矿类口服溶液多属非集采的OTC品类，价格体系相对稳定，但与保健食品补钙产品存在跨品类替代竞争。华润三九的CHC（消费者健康）渠道与“999”品牌背书，为澳诺产品提供终端覆盖支撑。相较于以片剂、胶囊为主的竞品，口服溶液剂型在儿童与老年人群中的依从性具备一定差异优势，但具体市占率口径以第三方机构最新数据为准。

六、团队与平台

澳诺（中国）制药依托河北保定生产基地开展研发与生产，是国家高新技术企业及河北省多项认定企业。公司在口服溶液剂领域积累了工艺、设备与成本管理經驗，产能规模约10亿支/年，构成其制造平台基础。加入华润三九后，公司借助集团在品牌、渠道、质量与供应链方面的资源，推进精益运营（5S、TPM）与车间布局优化；研发方面，公司公开表述将侧重新产品研发创新，建设儿童药、维矿类药品生产基地。关于研发团队规模、核心技术人员及具体专利数量，公开渠道未充分披露，以公司官方信息为准。

七、融资与资本

澳诺（中国）制药的资本变动主要体现为两次控股权的并购交易。第一次为2013年5月，誉衡药业以约4.2亿元收购澳诺100%股权。第二次为2019年11月，华润三九公告以14.2亿元收购澳诺100%股权；根据收购公告，以2019年3月31日为评估基准日，澳诺股东全部权益评估价值为15.9亿元（采用资产基础法与收益法），基准日后（2019年8月）澳诺向誉衡药业分配利润1.3亿元。交易于2020年1月完成，华润三九取得其100%股权。财务数据方面，公告披露澳诺2018年营业收入约3.60亿元、净利润约1.48亿元，2019年上半年营业收入约1.69亿元、净利润约0.72亿元（以上为审计数）。该等历史财务数据反映并购时点的经营规模，当前年度经营数据以华润三九定期报告合并口径披露为准。

八、发展展望

在成为华润三九全资子公司后，澳诺（中国）制药的发展定位围绕"儿童药、维矿类药品生产基地"展开。公司公开表述的战略方向包括：借助华润三九的平台资源，整合在健康领域的品牌、市场与技术优势；在维矿缺乏等疾病治疗领域持续进行新产品研发创新，拓展如乳果糖口服液、维生素D3滴剂等产品；依托现有口服溶液剂产能与工艺能力，巩固其在儿童补钙与维矿补充剂市场的地位。

政策层面，国家持续鼓励儿童用药研发与供应保障，维矿类儿童补充剂受益于优生优育与健康中国战略下的营养健康投入；与此同时，保健食品与OTC的监管趋严（如广告合规、功能声称管理）也对企业的合规经营提出更高要求。澳诺在保持核心品种竞争力的同时，需在研发立项与合规营销之间取得平衡。在人口结构变化与营养健康消费扩容的背景下，公司所处细分领域具备一定成长空间，但具体业务进展与产能释放节奏以公司后续披露为准。

从行业规模看，中国儿童用药与维矿营养补充剂市场随生育政策优化与居民健康支出提升而稳步增长；口服溶液剂型因剂量可调、服用方便，在儿科与老年科具备稳定需求。同时，营养类补充剂的消费向电商与即时零售渠道迁移，对企业的渠道运营与品牌数字化提出新要求；监管对口服溶液剂的微生物限度、配制均一性与包装密封性检查也日趋严格，企业需在扩产同时维持质量一致性。

信息来源：华润三九官网公司简介、华润三九收购澳诺（中国）制药公告及PDF、天眼查企业基础信息、搜狗百科澳诺（中国）制药发展历程、布谷医生药企库企业介绍等公开资料。