

中医药振兴发展“十五五”规划出炉 产业扩容、创新与出海三重机遇显现

◎记者 王墨璞嘉

7月23日,国家中医药管理局、国家发展改革委联合印发《中医药振兴发展“十五五”规划》(下称《规划》)。《规划》明确到2030年实现“人人享有中医药服务”的发展目标,为推动“十五五”时期健康中国建设取得决定性进展提供有力支撑。

中医药龙头企业以及行业专家在接受上海证券报记者采访时纷纷表示,《规划》为行业带来了服务扩容、业态创新与开放发展等多重红利,头部品牌企业与创新型公司有望凭借品质、研发与渠道等优势率先受益。

需求端供给端双向共振 夯实产业基本盘

一系列量化发展目标清晰勾勒出中医药市场扩容路径。根据《规划》设定的预期性指标,到2030年,中医类总诊疗人次占全国总诊疗人次的比例将从2025年的20.2%提升至23%;乡镇卫生院、社区卫生服务中心可提供6类15项以上中医适宜技术的比例将从62.14%跃升至80%。

上海中医药大学首席教授、“一带一路”中医药发展联盟主席徐宏喜认为,指标的设立意味着全国基层市场将迎来扩容,诊疗人次占比提升将带动中成药、中药饮片及中医诊疗设备在基层的需求增长。同时,乡镇卫生院等机构提供中医适宜技术比例跃升,将催生较大的基层医疗设备采购和人员培训市场。

产业端的全链条升级同步推进。上游药材环节,《规划》提出发展道地药材产业,制定100项道地药材种植技术规范,支持200个中药材重点品种的种子种苗标准研究及政策转化。

片仔癀相关负责人表示,公司已针对关键药材开展药材研究及基地建设布局:一方面布局药材良种选育,形成自有种质资源,目前已开展三七、紫苏、栀子、茵陈等药材的良种选育研究;另一方面针对川贝母、麦冬、蟾蜍菊等野生资源依赖或存在资源风险的品种,研究种植技术并建立技术规范。

广药集团有关负责人表示,广药集团将升级道地药材规范化基地矩阵。目前,集团已在全国建立数十个中药材规范化种植基地,覆盖板蓝根、穿心莲、丹参、黄芪等大宗品种。下一步,集团将深化内部产业链协同,立足药材道地产区,分类建设中药材良种繁育基地,推广生态种植、仿野生抚育模式,推动药材种植精准提质。

创新研发与新业态发力 开辟产业第二增长曲线

《规划》将科技创新作为产业发展的支撑,提出开展高质量中医临床研究、中药创新药、中医药器械、装备、关键共性技术等研发;推动中药制剂、经典名方的发掘转化。同时,完善中医药理论、人用经验、临床试验“三结合”审评证据体系,重塑符合中医药发展规律的审



评路径,为行业发展释放政策红利。

广药集团相关负责人表示,中药审批过去长期套用化学药标准,很多有上千年人用经验的经典名方被卡在审批环节。“三结合”审评证据体系在保留临床试验的基础上,把中医药理论和人用经验作为重要依据,本质上是让中药回归中药的逻辑。

“广药集团旗下有13家中化老字号、超百个中药独家批文,这些百年传承积累下来的临床实践数据,就是一座等待激活的‘金矿’。政策通道打开了,对于未来的业绩是重大的利好。”上述广药集团相关负责人表示。

广誉远有关负责人表示,“十五五”时期,公司将开展龟龄集等经典名方现代化研究,从物质基础解析、分子靶点与信号通路,到多中心真实世界临床研究,用现代医学语言阐释经典药方的疗效原理。

新业态方面,《规划》支持社会力量举办中医医疗机构规范化、专科化、品牌化发展。鼓励医疗机构开展中医药特色医养结合服务。发展中医药食养药膳、养生保健等服务,鼓励研发保健食品、化妆品等产品。

徐宏喜表示,上述领域均有较好的发展潜力。其中:中医药特色医养结合赛道在老龄化加速背景下确定性较强;药食同源类产品受政策与需求双重驱动,未来相关保健品、功

能性食品等细分市场将保持两位数增速;非公立中医医疗服务市场当前集中度、头部企业份额较低,连锁化扩张空间较大。

龙头企业已提前布局新业态。片仔癀培育中药创新药、经典名方及大健康产品矩阵,并以“名医+名店+国药”模式拓展中医诊疗、药品零售和健康管理融合服务,延伸产业价值链条。

广誉远将逐步形成“核心精品中药+普药+大健康产品”的产品矩阵,同时完善“国药堂、国医馆、博物馆”三位一体运营模式,借助互联网医院、私域健康管理等新模式,推动“医—药—康—养”协同发展。

两大方向破局 共推产业可持续发展

《规划》从体制机制与扩大开放两大方向破局:一方面完善医保支付政策,释放中医药市场潜力;另一方面打开中医药海外成长空间,促进产业可持续发展。

面向国内,《规划》提出促进医疗、医保、医药协同发展,健全符合中医药特点的医保支付方式,深化中医优势病种按病种付费试点。

广东药科大学中药学院党委副书记、广东省示范性数字化中药产业学院副院长刘志挺表示,完善医保支付政策有望缓解中药产品“进院难,放量慢,价值体现不足”等痛点。

中医优势病种按病种付费,更重视整体疗效、疗程成本和康复价值,有利于临床价值明确、循证证据充分的中药创新药和特色品种加快应用。

面向海外,《规划》设定“十五五”时期新增20项中医药国际标准的目标,提出深化与国际组织合作,制定传统医药国际规则标准,高质量建设中医药海外中心,推动中药类产品海外准入等。

上述广药集团负责人表示,《规划》将为企业在标准建设、海外市场准入及生态建设方面充分赋能。对此,广药集团正在践行“三个转向”:从“走出去”到“走进来”,从“有产品”到“有体系”,从“做贸易”到“建生态”。

“十五五”时期,广药集团将依托共建“一带一路”倡议,推进“产品先行,本地深耕,科研赋能”策略,在重点市场探索联合建厂、共建实验室、培育本土合作伙伴,构建起“原料—研发—制造—分销”的链条。

片仔癀、广誉远亦在行动。片仔癀将加快境外注册、渠道建设和中医药文化传播,依托品牌优势拓展海外市场。广誉远将稳步布局海外合作,依托循证科研成果支撑产品出海,并推动技艺与文化协同出海,助力中医药走向全球市场。

拼产品,拼场景,拼渠道 食品饮料公司 上半年业绩可圈可点

◎记者 曾庆怡

上半年,食品饮料上市公司的业绩表现延续分化态势,但细分赛道表现仍可圈可点。

Choice数据显示,截至7月23日,A股已有47家食品饮料上市公司披露了上半年业绩预告或业绩快报,其中20家公司预喜(含预增、略增、扭亏),占比约为43%。

纵览这些企业表现可见,面对需求端日益多元化的竞争,能否在优化产品结构、拓展消费场景、完善渠道布局以及有效控制管理费用等方面取得成效,成为公司突围的关键。

持续推进精益管理 多家餐饮公司业绩预增

记者注意到,部分企业凭借卓有成效的改革举措,交出了预喜的成绩单。在已披露上半年业绩预告或业绩快报的47家食品饮料公司中,有10家公司上半年业绩预增,黑芝麻、洽洽食品、*ST 尼雅、佳禾食品等公司同比增速达到三位数及以上。

至于业绩预喜原因,记者发现,主要包含开源和节流:一方面,持续优化产品结构,拓展多元消费场景,深化市场渠道建设等;另一方面,优化多项费用管控,加强供应链精益化管理,实现原料采购成本下降等。

例如,业绩略增的燕京啤酒以啤酒主业为核心,以饮料、健康食品为两翼,拓展多元消费场景,丰富产品矩阵。同时,公司深化市场渠道建设,强化产销协同与费用管控,在所有工厂推行卓越管理体系建设,通过供应链变革、精益管理、数字化建设深挖效率提升空间。

业绩预增的西麦食品强调了对渠道的重视。在最新披露的投资者关系活动记录表中,公司透露,其线下业务的渠道端增长抓手是:一方面,稳定传统大卖场的基本盘;另一方面,布局新渠道抓取增量。

在成本管控方面,洽洽食品具有一定代表性,其净利润增长主要是由于上半年销售收入增加以及葵花籽原料采购成本有所下降。公司预计上半年净利润为2.4亿元至2.65亿元,同比增长170.75%至198.96%。

同样,受益于国资控股后,进一步改善治理结构和强化内部管控,黑芝麻上半年管理费用同比减少约1200万元。公司预计上半年净利润为2500万元至3200万元,同比增长221.94%至312.08%。

佳禾食品预计上半年净利润为2724.18万元至3921.15万元,同比增长119.11%至215.39%。公司称,主要受益于原材料成本下降及内部精益管理,B端(企业端)业务毛利率有所提升。

不过,也有部分食品饮料企业受终端需求不及预期、行业竞争加剧等因素影响而业绩承压。据统计,截至7月23日,共有27家食品饮料企业预亏或预减,主要分布在酒类、食品加工、休闲食品、饮料乳品等细分赛道。

不断丰富产品矩阵 调味品公司销量喜人

在已披露上半年业绩预告的细分赛道中,3家调味品企业均为预增,且净利润同比增速达到两位数及以上。调味品企业凭借上游原料和成本端的双向驱动,彰显良好韧性。

中炬高新预计上半年净利润为3.9亿元至4.3亿元,同比增长51.84%至67.41%。公司分析称,三重因素共振,增厚了整体盈利水平。收入端,调味品业务持续放量;供应链端,通过优化采购管理体系,叠加规模效应,推动毛利率持续改善;管理端,费用管控精益求精,费用率稳步下行。

天味食品也受益于收入端与成本端驱动实现业绩预喜。公司预计上半年净利润为3.73亿元至3.89亿元,同比增长96.43%至104.45%。公司解释称,上半年,在收入端,销量稳步增长,在成本端,受益于全链路成本管理体系及原材料采购价格下降,上述因素共同推动综合毛利提升。此外,精细化费用管控推动期间费率持续提升,运营效率进一步提升。

莲花控股预计上半年净利润为2.4亿元至2.6亿元,同比增长48.75%至61.14%。对于业绩增长原因,公司表示:上半年,公司调味品产品矩阵持续丰富,依托“消费+科技”双轮驱动稳步扩容市场与营收;线上线下渠道深度融合,落地年轻化品牌升级;深入推进“123456”运营管理体系实施落地,优本增效提质成效显著。

“食品饮料企业在近年来持续面临激烈竞争。”中国食品产业分析师朱丹蓬在接受记者采访时表示,上市公司由于有资本市场的赋能,品牌效应不断提升、规模效应不断夯实、粉丝效应不断增强,具备比一般企业更强的抗风险能力。

在他看来,未来,大分化或许会成为食品饮料上市公司发展的主旋律。从基本面看,或延续强者恒强、弱者更弱的态势;从渠道看,敢于拥抱新零售渠道的企业有望“杀出重围”;从品类看,围绕大健康、功能性进行产品结构优化升级的企业更有竞争力,就细分赛道而言,休闲食品、饮料及调味品有望保持正向稳定发展。

“猴荒”折射医药产业路径依赖 源头创新亟待跨越

◎记者 张雪

短短数年间,实验猴从“耗材”变为“硬通货”,单价直逼20万元,CRO(合同研究组织)企业锁单囤猴屡见不鲜。该现象虽被市场视为创新药赛道拥挤的一个信号,却更深层地指向了产业的路径依赖——热门靶点扎堆,导致稀缺的临床前资源集中于重复性验证,而非开拓性探索。

当下医药产业正面临关键抉择:是继续在已知领域“内卷”抢猴,还是转身攻坚源头创新的难关?

仿制药扎堆申报与创新药同质化困局

在仿制药领域,“品种同质化”现象突出。据《中国仿制药发展报告(2025)》数据,2024年通过一致性评价或视同过评的仿制药品种达到914个,较2021年的543个大幅增加,其中70%的品种集中在33%的企业中。同品种且有5家及以上企业过评的仿制药数量从2021年的79个增至2024年的203个,占比从14%升至22%。

这一现象的背后是重复建设。以赛升药业为例,其上月末报产的甲磺酸艾莫司他单品,仅月内就有超过15家企业扎堆报产。自5月15日药品数据保护办法正式实施以来,政策窗口期打开,仅6月至今,注射用甲磺酸艾莫司他已有18家企业报产。

来自摩翰医药的数据显示,该品种2025年销售额已突破6亿元,2026年一季度销售额便达到3亿元,仍保持高速增长。国内至今仍维持独家格局,仅江苏杜瑞制药一家企业获批上市。

但重复报产的直接后果,是产品临床价值重叠,上市后迅速陷入价格战。据行业预测,甲磺酸艾莫司他预计2027年前后将批量获批,一旦获批企业数量达到3家即具备集采条件。对于赛升药业这样的后来者而言,即便产品成

上半年,国家药监局共批准38个1类创新药上市,其中11个为具备全新靶点、全新机制的原创药物,且全部为国产自主研发。对比2025年全年11个新靶点新药中仅有4个国产的数据,今年本土源头创新实现了“质”的跨越。不过,从全球来看,欧洲和美国药企的整体研发成果转化率平均约为30%,而中国药企不到10%

功上市,商业回报也将大幅缩水。

创新药领域同样如此。从PD-1到ADC再到GLP-1,热门赛道拥挤已成为行业顽疾。例如在ADC领域,仅在2025年AACR年会上就有86款ADC产品由中国药企展出,47%以上的项目围绕Tubulin、HER2等热门靶点展开。

波士顿咨询合伙人杜青展示了这样一组数据:中国在临床阶段的创新药分子数量从总量上看已超越美国,在ADC、双抗、细胞治疗等复杂分子赛道尤为领先。但若拆开来看,真正从源头发现全新靶点的药物仅占7%,更大的比重仍是“工程化的快跟和创新”——即在已知靶点上做跟随式创新。

某上市药企研发负责人告诉上海证券报记者,其所在企业在研管线中热门靶点不止一款。“押注热门靶点虽能降低早期研发的不确定性,但后续可能面临多重隐患。”他分析称,即便药物成功上市,也可能因缺乏差异化优势而面临商业化竞争激烈、销售增长乏力的困境。过度扎堆已经导致临床试验资源紧缺,进一步拖慢研发进度。

“猴子都不够用了”,这是当前行业从业者的普遍感慨。实验猴价格从数年前的不足万元飙升至目前的20万元,CRO企业甚至需要预付订金锁定猴源。这种对稀缺资源的

争夺,本质上是同质化研发需求过度的结果。

源头创新的曙光

变化正在发生。

上半年,国家药监局共批准38个1类创新药上市,其中11个为具备全新靶点、全新机制的原创药物,且全部为国产自主研发。对比2025年全年11个新靶点新药中仅有4个国产的数据,今年本土源头创新实现了“质”的跨越。

6月22日,国家药监局官网一次性挂出多份批件,4款完全由中国本土企业自主研发的全球首创1类新药集中获批上市。它们是:百利天恒的EGFR×HER3双抗ADC(全球首款双抗ADC)、科济药业的舒瑞基奥仑赛(全球首款实体瘤CAR-T)、智翔金泰的斯乐韦单抗(全球首个狂犬病双抗)、普莱医药的培来加南喷雾剂(国内首款抗菌肽1类新药)。

国家药监局数据显示,我国在研新药数量约占全球30%,位列全球第二。2026年上半年,创新药对外授权共完成81笔,交易总额约1100亿美元,已达到2025年全年交易总额的80%。

面对同质化困局,一批头部企业已开始从“跟随式创新”向“源头创新”转型。