

# 华仁药业股份有限公司

## 未来三年（2026年—2028年）战略发展规划纲要

（2026年4月）

**重要提示：**本纲要是基于公司未来发展需要制定的战略规划文件。规划纲要涉及的公司未来发展规划、目标等前瞻性陈述，均不构成公司对投资者的实质承诺。在宏观经济环境和行业发展形势发生变化的情况下，公司可能根据实际情况对本规划做出适度调整。请投资者注意投资风险。

2026-2028年是我国“十五五”规划开局及深入推进的关键阶段，也是华仁药业股份有限公司（以下简称“华仁药业”或“公司”）转型升级、创新发展的重要时期。面对医药行业集中度提升、化学制药领域竞争加剧、海外市场成为发展新支柱的行业趋势，公司立足自身二十八年发展积淀与医药大健康全产业链布局优势，制定本三年战略发展规划，明确发展目标、核心举措与实施路径，推动公司实现高质量发展。

### 一、公司发展基础

华仁药业创建于1998年5月，是一家集研发、生产、销售为一体的，以肾科、呼吸科、精麻科、治疗性大容量制剂等产品线布局为主线，原料药、制剂、医疗器械、医用包材、大健康产品等多板块全面协同发展的国有控股医药健康产业集团。2010年8月，公司在深圳证券交易所成功上市，股票简称“华仁药业”，股票代码“300110”。2019年7月，公司进行了股权变更，西安曲江新区管理委员会成为

公司的实际控制人。

历经二十八年的开拓发展，公司业务领域实现了从基础输液、肾科血净领域向呼吸科、精麻科等高附加值领域的升级拓展，主营产品覆盖基础输液、腹膜透析液、小容量注射剂、治疗性输液、医疗器械、配套医用包材、大健康产品及原料药等。公司拥有 111 个品种 225 个品规药品、17 个品种原料药和 39 个二类医疗器械，其中通过一致性评价药品品种 22 个，国家医保目录药品品种 42 个，实现了“原料+制剂+包材”的一体化发展 and 原料药、制剂、医疗器械、医用包材、大健康产品等多板块的全面协同发展。

截至目前，公司已建成山东青岛（药品生产基地、器械包材生产基地）、山东日照、安徽合肥、广西浦北、湖北孝感六个生产基地，形成了覆盖华北、华中、长三角、珠三角的全国性战略布局，总占地面积约 679.5 亩（其中青岛基地约 149.5 亩，日照基地约 188 亩，合肥基地约 34 亩，浦北基地约 200 亩，孝感基地约 108 亩），生产厂区面积 27.7 万 m<sup>2</sup>，其中 23 个万级（以上）洁净车间，所有生产线均通过新版 GMP 认证。米内网中国化药企业百强中，公司最新排名第 71 位。

## 二、发展愿景与战略目标

### （一）使命愿景

秉承“产业兴华，良药辅仁”的使命，践行“求实、创新、严谨、共赢”的核心价值观，弘扬“始于点滴，止于至善”的发展理念，把华仁药业建设成为一家社会认可、行业知名、患者信赖、员工满意的医疗健康产业集团。

### （二）战略目标

落实国家医药总体战略安排，围绕大容量制剂、血液净化产品、呼吸系统药品、精神麻醉药品等核心领域，稳步推进“产品—客户—服务”一体化、“研发—生产—销售”一体化、“原料—制剂—包材”一体化三个“一体化”建设，持续抓好质量提升和成本控制，强化产品竞争力；持续深耕核心领域，优化患者服务和客户管理，提升市场占有率；紧盯行业发展趋势，选准首仿抢仿目标，提升创新能力，不断优化产品结构，更新利润增长点；坚持依法合规，重塑企业形象，不断提升员工幸福感和归属感，提高公司效益和股东回报，充分履行社会责任，为实现企业愿景奠定更加坚实的基础。

### **三、核心实施举措**

#### **（一）强化党建引领，厚植爱企敬业的思想根基**

以党的创新理论为指引，全面落实新时代党的建设总要求，推动党建工作与企业合规经营深度融合。完善党组织架构，实现各层级党组织全覆盖，开展基层党组织标准化规范化建设，实施党员先锋攻坚计划，建立“政治素质+业务能力”双重培养机制，打造高素质专业化干部队伍。以党建引领企业文化建设，培育企业党建文化品牌，激发员工参与企业发展的主动性，增强员工归属感与社会责任感。

#### **（二）坚持依法合规，护航高质量发展行稳致远**

严格遵循监管要求与公司章程，完善权责清晰、制衡有效的法人治理结构，修订完善核心制度，确保与国资监管、上市公司规则高度契合。加强制度培训与执行监督，建立监督台账，开展年度法人治理专项评估，杜绝治理不规范相关监管问询、通报情形。搭建并完善内部审计与纪检监察协同监督体系，建立信息共享、线索移交机制；强化监督队伍建设，开展常态化廉洁风险排查与监督工作复盘。

### **（三）严守质量底线，强化产品全生命周期品控**

以 SOP 体系落地为基础，推进质量文化建设，实现各工厂各类检查合格率 100%、零事故、零召回的过程控制目标。持续提升成品良品率，逐年降低产品退货率与客户投诉率，针对不同生产基地制定差异化质量提升指标。筑牢质量管控体系，建立过程质量预警机制，推进分析方法验证体系搭建与快速检验能力形成，实现质量过程可控、可追溯、可改进。盘活现有产能，优化产线效能，稳步提升各基地产能利用率；建立设备预防性维护体系，逐年降低设备维修费用；以质量为前提，建立全集团成本管控机制，实现降本增效目标。

### **（四）持续降本增效，多措并举优化供应链管理**

开展供应链全链条成本摸底，建立成本基线，分年度推进原料采购与物流成本降低。持续开发新增供应商，解决物料单一供应问题，大力推进进口物料国产替代，对大宗物料签订长期价格协议。优化运输路线与运输结构，提升运输满载率，降低物流成本；推进仓储系统软件与自动化改造，实现仓储管理数字化、自动化，提升仓库周转效率。推动销售、生产、采购、物流流程深度融合，构建需求驱动的供应链体系，建成成本预警系统，实现成本主动管理；打造“集团统筹+子公司执行”的一体化仓储运营体系，形成一体化供应链竞争优势。

### **（五）深耕核心领域，产销融合强化产品竞争力**

坚持产销紧密结合，优化各生产基地产线布局，针对大容量制剂、血净产品等核心产线开展技术改造与产能提升，推进新建产线认证与达产。重点布局自产自用型原料药项目，分阶段推进原料药生产车间建设、设备采购与中试生产，推进原料药基地项目建设与产品转移，丰富高端原料药品种布局。针对各生产基地发展特点制定差异化发展

策略，推进产品研发、产能释放与业务拓展，探索食品、输液用品、医药包材、兽药农药输液等代加工路径；打造大健康板块优势品牌，聚焦医学护肤品、功能饮料、中医药关联产品等领域，形成一体化产业体系。推动器械包材各事业部产能优化与效率提升，拓展军用产品、橡胶新技术应用等新市场，加快高端医疗器械产品研发、上市与量产。

#### （六）践行客户至上，应对市场竞争格局新形势

围绕核心产品制定市场拓展目标，持续提升核心产品市场销量与占有率。依托肾科核心产品，建立并完善肾友会管理体系，构建患者数据库，开展常态化患者服务活动，强化患者粘性与品牌忠诚度，形成闭环业务生态。强化营销中心建设，重点打造政策研究、客户沟通、市场管理、产品管理四项核心能力，优化内部部门设置，整合市场职能，增设专业管理部门，实现资源集约与专业化运营。打造适应市场的销售队伍，塑造协同创新的团队文化，完善人才梯队建设，系统提升人员专业素质，建立短期与长期相结合的激励体系，激发销售团队活力。

#### （七）布局国际市场，产品出海贸易锚定新航向

积极响应国家“走出去”战略，以塑瓶输液、血滤、腹透、医疗器械、医用包材等为核心注册产品，聚焦东南亚、非洲、东欧等重点区域开展产品认证注册。与目标地区监管机构保持常态沟通，掌握注册法规与差异化申报要求，针对不同监管层级市场制定差异化合规策略，通过本地化合作、技术授权等方式快速获取上市许可。建立本地化专业营销团队，加强国际学术交流，逐步提升药品、医疗器械、医用包材等产品外贸收入，挖掘国际市场业绩新增长点。

#### （八）创新引擎驱动，管线优化和新药仿制并举

持续加大研发投入，深化全产业链研发布局，补齐核心产品品种、品规、剂型短板，推进工艺升级与仿制药一致性评价。以“抢仿首仿”为核心，强化二类精麻药品管线研发，优先布局高价值镇痛药、情感障碍药品等品种。以口服固体制剂为切入点，拓展新剂型与新领域，研发布局痛风、睡眠障碍、慢性咳嗽、骨关节炎等领域临床需求品种。推进研发实验室改造与功能拓展，分阶段建设固体制剂、原料药结晶工艺研发等功能实验室，建立专业研发团队，委托专业平台开展高风险品种研发，降低研发风险。加强产研结合，针对各生产基地开展“定制化研发”，推动研发成果快速转化，形成“研发—生产—战略”闭环。紧扣生物药产业发展机遇，秉持“风险可控、收益稳健、长期布局”原则，优先在单克隆抗体（ADC/双抗）、新型疫苗等方向上筛选符合公司发展实际、临床需求旺盛的中后期项目；探索通过 License-in、合作开发等模式轻资产切入，同步培育自有技术与人才，研发端突破核心技术、市场端提前布局商业化体系，建立全流程风控机制，以多管线布局分散风险，稳步打造生物药创新增长极。

#### （九）优化人力资源，助力企业管理全方位升级

分阶段明晰集团与子公司、各生产单元间权责利划分，构建集团决策为核心、多元业务发展为延伸的高效管理架构。开展核岗定编工作，优化人岗匹配，绘制重点岗位人才地图；完善储备人才培养模型，重塑人力资源培训体系，推进管理干部轮岗轮值，提升重点岗位储备人才率。优化薪酬结构，健全职级与薪级并行的薪酬体系，畅通多维度员工晋升通道，完成绩效激励体系改革并持续优化。建立集团统一的绩效管理框架，将公司战略目标逐层分解，推行差异化考核模式，实现绩效考核全流程信息化；深化绩效考核落地应用，形成“战略—

目标—执行—考核—反馈—改进”的完整绩效闭环，探索绩效预测与预警模型。分阶段建设数字化 HR 平台，实现核心人事、薪酬、绩效等模块上线与系统对接，拓展招聘、培训、人才发展等功能，构建人力资本战略仪表盘，推动人力资源管理数字化、智能化转型。

#### （十）加强绩效考核，向自主经营利润中心转型

打破传统成本管理模式，分阶段推动各业务单元向自主经营利润中心转型，夯实基础、全面推广并固化升级自主经营管理模式。结合业务单元特性差异化设定考核重点，生产部门聚焦降本增效，营销中心锚定保量稳利快周转，采购部门紧扣成本控制，研发部门侧重产品迭代与新项目储备。完善配套保障机制，成立专项领导小组，制定利润中心管理办法，规范内部交易定价；建立以利润、成本、效率为核心，质量与合规为“一票否决项”的考核指标库；推行“基础薪酬+绩效薪酬+经营分红”激励模式，强化跨中心协同考核与专题培训，实现全链条降本、毛利率提升的效益目标，构建自我约束、自我激励、自我发展的长效经营管理体系。

#### （十一）加速数字建设，筑牢全链协同信息化基石

针对系统分散、数据孤岛等问题，分阶段实现各生产基地信息化系统统一，完成老旧服务器与网络设备升级优化，降低设备故障频次，保障系统稳定运行。搭建企业级 BI 平台，覆盖生产、库存、财务等经营核心数据，实现数据智能分析、预警与趋势研判，为管理决策提供支撑。培育各业务部门数字化关键用户，建立内部指导机制与考核标准，实现关键用户全覆盖与考核达标。建立 IT 与业务深度融合的协作机制，常态化开展沟通交流，解决系统与业务适配问题，推动生产运营效率与管理决策响应速度双提升，保障数据安全与业务稳定。

## （十二）资本运作赋能，公司价值与市值均衡发展

稳定现有融资规模，拓宽融资渠道，严防流动性风险。推进资产证券化业务，搭建供应链金融服务平台，审慎开展固定资产售后回租，盘活存量资产；依托重点项目对接产业资本与民营资本，推进银行项目融资；探索境外债券发行，拓展国际融资渠道。灵活运用资本工具，适时开展股权激励、员工持股计划，绑定核心团队与公司长期利益；推进股份回购、大股东增持等操作，维护股价稳定。塑造差异化估值逻辑，向市场传递企业转型定位，引导分部估值，挖掘估值提升空间。加强信息披露，完善信息披露管理制度，增加非财务信息披露，构建多维度信息发布矩阵；强化投资者沟通，建立常态化沟通机制，开展路演、反路演等活动，加强与机构投资者、分析师的深度合作。制定系统性品牌推广策略，打造华仁特色文化品牌；积极参与行业展会、举办产品发布会、开展健康科普公益活动，提升品牌知名度。聚焦环境保护、公益慈善、乡村振兴等领域，切实履行社会责任；健全危机公关管理体系，建立风险预警机制，及时处置潜在危机事件，维护企业良好市场形象。