

# 锦波生物股价、市值双双位列北交所第一

■本报记者 刘 钊

5月21日,山西锦波生物医药有限公司(以下简称“锦波生物”)2024年年度股东大会在山西太原召开。《证券日报》记者在现场注意到,距离会议召开还有二十分钟,会议室已经坐满了来自全国各地的股东。截至当日收盘,锦波生物以577.50元/股收盘,总市值达到511.16亿元,股价和市值双双位列北交所第一。

以“研发”为本

锦波生物于2023年7月份在北京证券交易所上市。作为A股重组胶原蛋白“第一股”,锦波生物基于生命科学,应用结构生物学、蛋白质理性设计等前沿技术,系统性从事功能蛋白的相关研究。

锦波生物核心业务是以A型重组人源化胶原蛋白为核心原材料制备的高端植入级医疗器械的研发、生产及销售。公司被评为国家级专精特新“小巨人”企业、山西省重点产业链合成生物产业链“链主”企业。

锦波生物2024年报显示,公司全年实现营业收入14.43亿元,同比增长84.92%;归属于上市公司股东的净利润为7.32亿元,同比增幅达144.27%。

对于业绩增长的原因,锦波生物相关负责人在股东大会上表示,营业收入增长主要源于医疗器械、功能性护肤品、原料收入增长。报

告期内,公司团队通过持续加大研发投入,积极研发新产品,努力开拓市场,实现了收入的可持续增长。

锦波生物董事长杨霞在回答投资者提问时,反复强调锦波生物是一家科研型企业,公司擅长研发并产业化原始创新的功能蛋白新材料,尤其是A型重组人源化胶原蛋白。

今年4月份,锦波生物研发的国际首个通过自组装、自交联技术,利用合成生物法生产的“注射用重组III型人源化胶原蛋白凝胶”产品,获得国家药品监督管理局颁发的第三类医疗器械注册证。上述产品是国际首个利用合成生物法生产的“注射用重组III型人源化胶原蛋白凝胶”产品,该产品注射后可对细胞、组织起支撑作用,实现了我国重组人源化胶原蛋白生物新材料各种剂型的覆盖(溶液、凝胶、固体),满足了临床应用场景的多样化需求。

更注重“好产品”

近年来,我国胶原蛋白产品市场规模呈现增长趋势。咨询机构弗若斯特沙利文发布的数据显示,中国重组胶原蛋白产品市场未来将以44.93%的年复合增长率增长,在2025年达到585.7亿元。2030年,中国重组胶原蛋白产品市场将达到2193.8亿元。

在现场交流环节,有参会股东希



望锦波生物可以尽快推出更多的产品,以进一步提高市场占有率。杨霞表示:“产品的研发需要巨大的投入和时间。与其将更多产品推向市场,我们更注重产品的有效性和安全性,好产品才能市场站稳脚跟。”

锦波生物的“野心”并不仅仅局限在国内市场,在近日举办的山西辖区上市公司2025年投资者网上集体接待日暨年报业绩说明会上,锦波生物相关负责人提到,在“出海”成果方面,公司率先获得了越南主管当局颁

发的一项D类医疗器械注册证,是首个境外重组III型人源化胶原蛋白注射用医疗器械。公司已取得了美国、欧洲、巴西等多个国家及地区的专利证书,产品“出海”是公司的重要战略,目前正稳步推进中。公司秉承“创新驱动人类美好生活”的愿景,积极推进国际化战略,努力将更多优质产品推向全球市场。

“我从股价300多元便开始持有锦波生物股票,今天来参加股东大会就是想进一步了解公司未来发展情

况,听了董事长的介绍,对公司发展还是很有信心的。”会议间隙,一位专程从外地赶来参加股东大会的股东对《证券日报》记者说。

对于股东的信任,锦波生物报以丰厚的分红预案。根据相关公告,2024年年度,公司拟以未分配利润向全体股东每10股派发现金红利20元(含税),以资本公积向全体股东每10股转增3股。此次权益分派预计共派发现金红利1.77亿元,转增2655.35万股。

# 天齐锂业：对新能源行业长期发展有信心

■本报记者 舒娅璐

5月21日,天齐锂业股份有限公司(以下简称“天齐锂业”)在成都召开2024年度股东大会。作为A股锂行业龙头,天齐锂业近期的业绩出现回暖,2025年一季度实现营业收入、归属于上市公司股东的净利润分别达到25.84亿元、1.04亿元,实现扭亏为盈。当天的股东大会由天齐锂业董事长蒋安琪主持,公司高管围绕智利盐湖项目情况、锂价趋势、锂资源业务规划、固态电池领域的研发进展等问题与投资者展开交流。

2024年以来,锂价的震荡下行给锂行业公司普遍带来较大业绩压力,截至5月21日,电池级碳酸锂的市场价格仍在6万元/吨以上的低位区间徘

徊。如何看待未来的锂价走势和行业趋势,是投资者一直较为关注的问题。对此,蒋安琪在股东大会上表达了对于未来长期发展的信心。

“众所周知,锂盐市场的供过于求。目前,市场已经进入磨底期,在行业公司普遍面临经营压力的情况下,具备资源、技术、团队、经营理念、客户以及国际化运营等优势的企业才能实现长久的发展。从中长期来看,新能源汽车和储能市场将是锂电行业的核心增长动力,而在新兴应用领域中,电动垂直起降飞行器和无人机等低空飞行器带来的应用场景,也将进一步拓展锂电池的市场空间。我们对新能源行业的长期发展有信心,投资者也要对具备持续竞争能力的企业保持信心。”蒋安琪说。

从经营工作来看,天齐锂业持续推进“夯实上游、做强中游、渗透下游”的长期发展战略,在全球范围内已成功布局了优质锂资源项目。在当前行业低谷期,公司会否进一步增强上游资源布局?

对此,天齐锂业总裁夏浚诚表示:“公司一直持开放合作的态度继续关注全球范围内优质的锂资源项目,并将从开采的经济性、资源禀赋的评估、开发成本、当地政治营商环境、估值水平等多方面进行审慎的考量和评估,同时也会重点研判是否有利于公司核心业务的发展,以及是否符合公司的长远发展战略。”

据悉,公司控股的澳大利亚泰利森格林布什锂精矿已建成年产162万吨,并正在推进化学级锂精矿三号

加工项目的建设,与此同时,天齐锂业正加紧建设四川雅江措拉锂辉石矿项目。

“措拉矿项目选矿工程恢复性建设已于2024年8月份进入临设搭建、原工程维护等准备阶段,目前仍在继续更新项目可行性研究报告,该项目建成后将成为公司首个国内锂精矿供给来源。”天齐锂业管理层向《证券日报》记者介绍,公司的锂资源自给率已达到100%,在行业中具备显著领先优势,接下来还将持续推进措拉矿等锂资源项目拓展。

近年来,天齐锂业持续强化研发,并在固态电池等领域进行了多方面布局。夏浚诚在股东大会上表示,在关键材料方面,天齐锂业已顺利完成下一代固态电池核心材料——硫化锂

的产业化筹备工作,持续推进产品质量提升和降本技术优化;成功研发的电池级硫化锂微粉级新品在均一性与活性上显著提升,同时循环提纯技术的开发大幅降低了生产成本;已完成硫化锂产业化设备、工艺开发,形成技术先进、可落地转化的完整工艺数据包,将使公司拥有硫化锂快速产业化的技术能力,有利于公司在未来推动解决全固态电池关键材料“卡脖子”的难题,助推全固态电池产业链的发展。

“我们已在固态电池核心材料的多个方面与电池企业、下游相关企业展开了较多研发合作,相信公司能够在新一轮高效电池发展过程中扮演非常关键和主要的角色。”夏浚诚说。

# 金发科技海外业务实现快速发展

■本报记者 丁 蓉

“在全球供应链重构背景下,近期,金发科技的出口业务板块迸发了很多新机遇。”5月20日下午,金发科技股份有限公司(以下简称“金发科技”)董事长陈平绪在2024年年度股东大会上表示,“一些海外企业开始调整供应结构,寻找产品品质更好、响应速度更快的供应商,在材料领域,金发科技成为了他们的首选。”

2024年,金发科技业绩重回增长轨道,实现营业收入605.14亿元,同比增长26.23%;实现归属于上市公司股东的净利润8.25亿元,同比大幅增长160.36%。2025年第一季度,金发科技增长势头得以延续,实现营业收入

156.66亿元,同比增长49.06%;实现归属于上市公司股东的净利润2.47亿元,同比增长138.20%。

随着人形机器人、低空经济等新兴产业崛起,以特种工程塑料为代表的高端化工新材料成为资本市场关注的焦点。今年第一季度,金发科技特种工程塑料业务销量保持强劲增长态势,实现产品销量0.63万吨,同比增长91%。在本次股东大会现场,公司管理层系统介绍了公司对高端化工新材料的战略部署。

在技术突破方面,金发科技计划攻克新型长链碳氢聚酰胺、透明聚酰胺、聚酰胺弹性体、超高耐热LCP(液晶高分子聚合物)等材料的产业化关键技术;并加速LCP薄膜深加工产业链的国产化进程,打破该领域长期依赖进

口的局面。研发投入被视为技术突围的核心驱动力。金发科技已经连续7年研发费用超10亿元,年均研发投入占比稳定在营业收入的4%左右。

在产能布局方面,LCP市场前景较好,金发科技当前产能6000吨/年,市场增长较快,产能利用率较高,公司正快速推进新增1.5万吨/年产能建设,预计2025年6月份逐步释放产能。此外,年产0.8万吨长链碳氢聚酰胺项目也已启动建设,计划于2026年3月份投产,为公司高端材料业务增长提供坚实保障。

在应用拓展方面,金发科技将持续深耕电子连接器、汽车零部件、LED照明及显示等优势领域,同时瞄准人形机器人等新兴市场,推动材料的创新应用。

金发科技海外业务正处于快速发展阶段。2024年,公司海外业务实现产成品销量23.35万吨,同比增长29.51%。关税政策加剧全球贸易不确定性,在本次股东大会的交流环节,金发科技在海外的布局受到与会中小股东关注。

金发科技总经理吴敬对《证券日报》记者表示:“由于全球供应链的变化,部分海外的头部制造企业,开始积极调整供应链,流程、选材标准都做了相应变化。以往这些企业由于利润稳定,不愿意切换供应商。供应环境发生的变化,让金发科技有机会进行供应链的优化。”

陈平绪补充道:“下游竞争越充分的行业,调整供应结构的意愿越强。而具有稳定供应能力的企业将

获得青睐,市场份额将向具有综合服务优势的企业倾斜。这对于金发科技来说,蕴藏着新机遇。”

“回顾金发科技32年的发展历程,每一次实现跨越式发展的关键时间节点,都是在同行看来的危机时刻。公司在危机中总是能够发现机遇,逆势布局,成长为我国高分子材料领域领军企业。”金发科技营销副总经理关勋宁在接受《证券日报》记者采访时表示。

中国城市专家智库委员会常务副秘书长林先平对《证券日报》表示:“在全球产业链重构背景下,我国供应链韧性提升。一些海外企业面临重新选择供应商,在技术、效率等方面具有优势的我国企业,有机会斩获新的订单,迎来新的机遇。”

智造筑基强动能 研发领航拓新局

# 东北制药以创新驱动高质量发展

在医药产业迎来智能化、创新化两大发展机遇之际,东北制药以“数字医药”战略为引擎,通过智能制造与生物创新药双轮驱动,正在完成从传统制造企业向科技驱动型医药集团蜕变。2025年一季度财报显示,东北制药研发投入同比激增88%,其细胞治疗领域已布局10余款产品,而数字化生产线更使产品生产效率不断提升。

智能化生产转型: 数字赋能激活“老字号”智造基因

东北制药的智能化升级,既是生产流程的革新,更是管理效能与核心竞争力的全面提升。

在东北制药原料药厂区203分厂,全球领

先的吡拉西坦智能化生产线正在高速运转。这条生产线通过全流程自动化控制,生产效率不断提升,产品质量更是凭借数字化“智造”优势在国内国际市场表现出色。这仅是东北制药“智造”转型的冰山一角。

东北制药依托大数据、云计算和人工智能等新技术重塑生产模式,率先建成国内医药智造产业园,实现了生产全流程数字化管控。同时,公司还构建了大数据分析平台,通过数据分析,企业能够及时发现生产过程中的瓶颈与问题,并采取针对性措施进行优化,从而不断提升生产效率与产品质量。此外,公司还积极推动绿色生产,利用数字化手段实现能源的精细化管理,降低能耗与排放,为可持续发展贡献力量。

智能化生产的推进,不仅提升了东北制药

的生产效率与产品质量,更增强了企业的市场响应能力与抗风险能力。在市场竞争日益激烈的今天,东北制药凭借智能化生产的优势,正逐步构建起医药“智造”的核心竞争力。

生物创新药布局: 抢占赛道锻造“新字号”核心竞争力

在巩固传统化药优势的同时,东北制药积极布局生物创新药赛道,将生物创新药作为转型升级的重要方向,加大研发投入,加速新药研发进程,以“仿创结合”策略开辟第二增长曲线。

公司构建了沈阳、北京、上海三地联动的研发布局,形成仿制药与创新药“双创新”驱动模式。近年来,公司凭借“原料药+制剂”一

体化优势,以临床需求为导向不断优化产品结构,2021年至今已累计推出22个新产品,研发管线覆盖神经系统、消化系统、内分泌及代谢、肿瘤、自身免疫性疾病等多个领域。2024年通过收购鼎成肽源,东北制药快速切入细胞治疗赛道。其TCR-T、CAR-T产品管线覆盖胰腺癌、结肠癌、胃癌等适应症,其中DCTY1102注射液已于去年获得临床试验默示许可,标志着东北制药在免疫治疗领域迈出关键一步。

智能化生产的“数字蝶变”到生物创新药的“赛道突围”,东北制药以“老字号”的底蕴与“新字号”的锐气,擘画产业升级新蓝图。未来,公司将持续深化研发创新与数字赋能,推动更多科研成果落地,为企业高质量发展增添新动能。(CIS)

差异化竞争突围

斗鱼一季度总收入9.47亿元

■本报记者 李豪悦

5月20日,武汉斗鱼网络科技有限公司(以下简称“斗鱼”)发布2025年第一季度财报。一季度,斗鱼总收入达到9.47亿元,毛利润和毛利率均实现同比增长。与此同时,运营亏损同比收窄84.3%至2610万元,调整后净利润同比收窄75.6%至2090万元,业绩向好态势明显。

谈及公司第一季度的正向表现,斗鱼联席CEO任思敏认为,这得益于公司专注于增强收入多元化能力和提升效率。

“游戏直播用户规模已经趋于饱和,在此基础上,传统游戏直播平台都开始调转头寻找新的增长曲线。斗鱼2024年的业务调整非常成功,2025年第一季度对直播这一主要业务的依赖在进一步降低,这些改变都有利于公司未来在差异化竞争路上实现突围。”一位文娱领域分析师对《证券日报》记者表示。

创新业务稳健发展

财报显示,斗鱼2025年第一季度直播业务收入5.65亿元,占总收入的60%;公司目前大力推动的第二曲线“创新业务、广告及其他收入”2025年第一季度收入达到3.83亿元,同比增长了60.2%,收入占比由2024年同期的24%提升到40%。

创新业务、广告及其他收入的增长,主要得益于斗鱼游戏会员服务及语音社交业务收入增加。

具体来看,斗鱼通过与主流游戏厂商合作,不断更新营销活动玩法,提供斗鱼特色的道具售卖服务,为核心游戏用户提供了沉浸式的游戏体验,提升了用户购买意愿。例如,春节期间,斗鱼开启英雄联盟蛇年限定福利专场,头部主播下场带货,配套相应的游戏趣味赛事,充分利用了斗鱼主播、赛事资源优化厂商合作模式。

而游戏道具的售卖在运营得当的情况下,会带动玩家互动,提升日活。例如,1月份,斗鱼联合《和平精英》开启和平小店,和平小店将游戏道具带货转化为玩家互动,更好满足玩家消费需求的同时提升了活动参与感。此外,斗鱼利用平台PGC节目为载体探索道具售卖,《斗鱼和平精英冒险之旅》邀请跨分区主播前往长白山开展“户外娱乐+游戏直播”,分区新增观看UV(独立访客)达到非活动日的两倍。

除了游戏道具售卖之外,斗鱼在第一季度推出的独立语音社交服务,也有效提升了用户的参与度和付费转化。一季度,该业务收入达2.9亿元,平均月度活跃用户为49.84万,月度平均付费用户为8.29万。

创新业务的稳健发展,为平台提供了多元化营收增长的新动力。上述分析师认为,多元化帮助斗鱼摆脱收入结构单一的风险,增强抗周期能力。与此同时,与游戏厂商的深度绑定,一方面能够增加用户的沉浸式消费体验,另一方面能够提升平台在产业链中的议价能力。

成本缩减成效显著

第一季度,斗鱼毛利润和毛利率增长亮眼。其中,毛利润为1.14亿元,同比增长4.1%,环比增长62.6%;毛利率达到12%,同比增长1.5%,环比增长5.9%。

得益于斗鱼优化版权采购策略和主播薪酬体系的运营策略,成本得到有效控制。

上海夏至时咨询管理有限公司高级研究员杨怀玉对《证券日报》记者表示,游戏直播平台长期依赖高价主播签约与赛事版权采购,导致内容成本较高。

对此,斗鱼更加注重内部主播的培养和生态培育,实现主播成本的有效控制,并持续推进针对主播薪酬体系的调整,探索跨平台深度合作模式,以充分释放主播的流量价值与商业潜力。

赛事方面,斗鱼采用“精选+自制”的模式控制成本。

此前,斗鱼副总裁曹昊表示,2025年,斗鱼将专注于获取具有更高ROI潜力的官方赛事版权。例如,《和平精英》《王者荣耀》等,并与版权持有者争取更有利的定价,优化版权成本。

财报显示,第一季度,斗鱼转播官方大型赛事活动近40场,包括王者荣耀KPL春季赛、穿越火线CFPL春季赛、无畏契约曼谷大师赛、CS2 Blast春季赛和里斯本公开赛等官方大型赛事。

自制电竞赛事20余场,重点包括Dota2的主播冠名和品牌合作赛事,英雄联盟时光杯S2及结合游戏会员活动和官方赛事冠名推出的和平精英PGC节目。其中,英雄联盟时光杯S2带动观赛时长增长134%,日均赛事回流实现了255%的大幅提升,这种流量也会进一步反哺平台的游戏道具销售和会员服务。

任思敏表示:“斗鱼逐步启动传统业务成本结构的优化进程,动态调配直播资源,平衡内容供给。在此过程中平台流量和收入规模将会受到内容调整的波动,这些措施是提升公司运营效率的必要措施,长期来看有利于公司的健康可持续发展。”