

公司通过自有科技孵化平台聚焦公司三大技术平台产品、产业进行前期项目孵化，成功孵化出多家具有创新能力的企业和产品，在短短数年间实现项目或技术“从实验室到市场”的技术转化，充分体现出公司快速的产业化能力，为公司的快速发展提供有力的支持。

### 3、规范的质量管控体系

公司生物材料产品属于第三类植入医疗器械，直接关系到患者的健康和生命安全，公司始终把产品质量放在第一位，严格按国家法规和质量规范要求，组织和规范企业医疗器械生产质量管理工作，建立、实施和保持涵盖设计开发、采购、生产、检验、销售等产品生命周期全过程的质量管理体系。公司持续贯彻和加强“全员参与、全过程管理”的质量意识，保证产品的安全性和质量的稳定性。公司通过了 ISO13485 管理体系认证，报告期内公司被评定为“广东省 2022 年度质量信用 A 类医疗器械生产企业”。公司子公司广东中昊药业拥有药品 GMP 证书，其生产车间符合国家法定要求，满足本维莫德乳膏的批量生产。公司从 2013 年开始搭建细胞与干细胞研发应用平台，拥有通过 GMP 现场认证的两条细胞生产线，该生产线依循 GMP 车间的“标准化、规范化”，在细胞存储的安全性、有效性上遵循国际最高标准，为将来全国在细胞生产线 GMP 认证体系的确立提供了示范性的标准。公司的控股子公司北昊研究院以细胞产品为核心，以“精准健康”为目标，精心打造北昊研究院高端生物科技品牌，引领和带动其他产业集群共同发展。北昊研究院承担着多项国家和地方的科技攻关项目，已成为细胞产业领域国家级的研发中心和产业化示范基地。

### 4、成熟的销售渠道建设

公司三大业务板块自建业务团队，依据行业特点及产品特性，不同业务模块采用不同的营销模式。生物材料板块坚持产品多元化的战略方向，通过代理分销及服务配送模式，建立一套立体销售模式。目前已构建了遍及全国的销售体系，形成了专业、规范、有序、完善的多产品销售体系。药业板块产品属创新处方药，营销模式一直依托于专业医学教育，分为三个方面：在自营区域由专职医学信息沟通员做学术信息传递、在招商区域由专职医学项目经理对接代理商、在线上平台由专职电商人员对接互联网信息平台实现新渠道推进医学教育工作。未来公司会继续加强对材料、药业、细胞业务渠道建设，采取双轮驱动，即线上+线下及自营+代理的营销模式。公司将进一步做好销售规划，加大市场拓展力度，适应外部经营环境变化，不断提高市场占有率。

## 四、主营业务分析

### 1、概述

参见“第三节 管理层讨论与分析”中“二、报告期内公司从事的主要业务”相关内容。

### 2、收入与成本

#### （1）营业收入构成

营业收入整体情况

单位：元

	2023 年		2022 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	404,178,697.25	100%	377,285,014.20	100%	7.13%
分行业					
医疗器械	289,097,618.47	71.53%	286,215,041.32	75.86%	1.01%
药品	49,438,451.80	12.23%	34,354,885.49	9.11%	43.91%
租赁及其他服务业	65,642,626.98	16.24%	56,715,087.39	15.03%	15.74%
分产品					
生物型硬脑	87,661,292.74	21.69%	88,124,486.32	23.36%	-0.53%