

创健医疗成功研发 III 型重组人胶原蛋白，关注功效型护肤及针剂商业化进程

2024 年 02 月 22 日

【事项】

- ◆ 20 日，创健研究院技术专家团队成功研发出氨基酸序列与人天然胶原蛋白完全一致且具有天然三螺旋结构的 III 型重组人胶原蛋白，并能实现产业化。

【评论】

- ◆ 目前市面产品多为人源化胶原蛋白，人胶原蛋白具备稀缺性。2021 年 3 月，国家药品监督管理局在《重组胶原蛋白生物材料命名指导原则》中，按等级由高到低，将重组胶原蛋白分为人胶原蛋白、人源化胶原蛋白、类胶原蛋白三级。明文要求，重组人胶原蛋白须同时具备“全长氨基酸序列”和“三螺旋结构”两大核心要素，创健医疗和东万生物均突破人胶原研发瓶颈，且创健实现量产。当前市场终端产品的氨基酸序列多来自人胶原蛋白某个氨基酸片段单次或多次重复。
- ◆ 创健医疗启动医美植入剂临床试验，于 24 年 1 月公布上市辅导备案。公司目前已实现“重组 III 型胶原蛋白酵母菌稳定遗传表达体系的构建”及“30 吨稳定发酵纯化技术开发”两项重大技术突破，完成重组 I、II、III、XVII 型胶原蛋白规模化、标准化生产，旗下自有品牌悦白之几、悦白素见和悦生之几，分别布局医美、植发、毛发护理等领域。此次 III 型重组人胶原蛋白成功研发，进一步推动高力学支撑性、卓越活性抗衰功效、低免疫原性及病毒风险 III 型重组人胶原蛋白填充剂产业及商业化进程。
- ◆ 建议持续关注布局胶原蛋白功效性护肤及填充剂产品的上下游企业，映射美妆及医美板块专业、细分、高成长赛道机会：
 - 1) 巨子生物：功效型护肤，已建立 2 大标杆品牌：①可复美：22 年收入超 16 亿 (+80%)，23H1 超 12 亿，我们预计全年 20 亿+。双 11 线上全渠道 GMV 增速超 100%，天猫美妆国货类目第 4，年度新品胶原乳、吨吨次抛等表现突出。②可丽金：强化胶原抗皱心智和差异化打法，双 11 线上全渠道 GMV 增速超 50%，保龄霜、大膜王等单品 GMV 均超 150%，天猫渠道翻倍。医美针剂，预计 24 年 2 款 III 类械产品上市，有望带来业绩催化。
 - 2) 锦波生物：业绩预告 23 年实现归母净利润 2.8-3.0 亿元，同增 156%-175%，延续高速增长。针剂方面，旗下 2 款 III 类械重组 III 型人源化胶原蛋白医美针剂：冻干纤维“薇旖美”主要在民营医疗美容机构销售，具备先发优势，胶原蛋白溶液正在渠道铺设和商业化进程中。化妆品级原料方面，23 年底，欧莱雅采购锦波原料并运用于金致系列“小蜜罐面霜二代”。

强于大市 (维持)

东方财富证券研究所

证券分析师：高博文

证书编号：S1160521080001

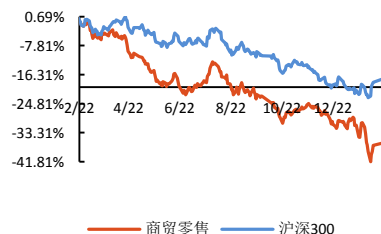
证券分析师：陈子怡

证书编号：S1160522070002

联系人：班红敏

电话：021-23586475

相对指数表现



相关研究

- 《春节假期正式收官，黄金珠宝表现靓丽》
2024. 02. 19
- 《宠物行业深度报告：我国宠物食品赛道梳理》
2024. 01. 03
- 《从湃肽生物看中国多肽市场应用空间》
2023. 12. 15
- 《日本药妆店路径演绎，大健康及性价比零售熠熠生辉》
2023. 12. 04
- 《双十一跟踪：珀莱雅美妆预售第一，国货排品及销售份额持续提升》
2023. 10. 27

3) **江苏吴中**：24年1月，子公司达透医疗独家代理“聚乳酸面部填充剂”AestheFill（童颜针爱塑美）正式获NMPA批准上市，将打开再生类针剂增长空间。同时，23H2公司战略投资东万生物，已攻克完整三螺旋活性结构原料的研发瓶颈，但未产业化，吴中美学拥有其重组人胶原蛋白原料独家经销权与独家开发权。

4) **创健医疗（未上市）**：已获批II类械重组III人源化胶原蛋白溶液，主打皮肤抗衰；悦白素见-重组III型人源化胶原蛋白修复液，主打基础维养抗初老；悦生之几-重组XVII型胶原蛋白次抛精华液，主打头皮抗衰等。重组III型胶原蛋白植入剂、重组III型胶原蛋白冻干纤维、医用重组胶原蛋白可吸收修复敷料等III类医疗器械已进入临床；24年预计另有5项III类械进入临床。

4) **丸美股份**：自研重组双胶原具备I型+III型嵌合、C-pro扣环三螺旋结构、翻译暂停专利技术三重优势，目前已推出2款II类械产品，未来10年赛道投入将破亿。推新路径：2026年推出重组胶原蛋白水光针III类械产品；2028年填充类III类械产品等。

5) **聚源生物（未上市）**：预计24年2款III类械重组胶原蛋白冻干纤维植入剂获批。

6) **福瑞达**：23年12月，推出首个重组胶原蛋白医美品牌珂溢KeyC，主要针对医美术后修复场景，专业级产品矩阵持续扩充。

【风险提示】

- ◆ 新品推广和新品牌孵化成本上升；
- ◆ 产业化进程或获批进度不及预期；
- ◆ 功效性护肤赛道竞争加剧；
- ◆ 获客成本增长。

东方财富证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会核准的证券投资咨询业务资格

分析师申明：

作者具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格或相当的专业胜任能力，保证报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于作者的职业理解，本报告清晰准确地反映了作者的研究观点，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

投资建议的评级标准：

报告中投资建议所涉及的评级分为股票评级和行业评级（另有说明的除外）。评级标准为报告发布日后3到12个月内的相对市场表现，也即：以报告发布日后的3到12个月内的公司股价（或行业指数）相对同期相关证券市场代表性指数的涨跌幅作为基准。其中：A股市场以沪深300指数为基准；新三板市场以三板成指（针对协议转让标的）或三板做市指数（针对做市转让标的）为基准；香港市场以恒生指数为基准；美国市场以标普500指数为基准。

股票评级

买入：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅15%以上；
增持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于5%~15%之间；
中性：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-5%~5%之间；
减持：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-15%~-5%之间；
卖出：相对同期相关证券市场代表性指数跌幅15%以上。

行业评级

强于大市：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅10%以上；
中性：相对同期相关证券市场代表性指数涨幅介于-10%~10%之间；
弱于大市：相对同期相关证券市场代表性指数跌幅10%以上。

免责声明：

本研究报告由东方财富证券股份有限公司制作及在中华人民共和国（香港和澳门特别行政区、台湾省除外）发布。

本研究报告仅供本公司的客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为本公司的当然客户。

本研究报告是基于本公司认为可靠的且目前已公开的信息撰写，本公司力求但不保证该信息的准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的报告之外，绝大多数研究报告是在分析师认为适当的时候不定期地发布。

在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见并不构成对任何人的投资建议，也没有考虑到个别客户特殊的投资目标、财务状况或需求。客户应考虑本报告中的任何意见或建议是否符合其特定状况，若有必要应寻求专家意见。本报告所载的资料、工具、意见及推测只提供给客户作参考之用，并非作为或被视为出售或购买证券或其他投资标的的邀请或向人作出邀请。

本报告中提及的投资价格和价值以及这些投资带来的收入可能会波动。过去的表现并不代表未来的表现，未来的回报也无法保证，投资者可能会损失本金。外汇汇率波动有可能对某些投资的价值或价格或来自这一投资的收入产生不良影响。

那些涉及期货、期权及其它衍生工具的交易，因其包括重大的市场风险，因此并不适合所有投资者。

在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任，投资者需自行承担风险。

本报告主要以电子版形式分发，间或也会辅以印刷品形式分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。

如需引用、刊发或转载本报告，需注明出处为东方财富证券研究所，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。