

证券代码：002737

证券简称：葵花药业

公告编号：2019-017

葵花药业集团股份有限公司 2018 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因
----	----	-------

声明

除下列董事外，其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名
林瑞超	独立董事	出差	崔丽晶

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 584,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10.00 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	葵花药业	股票代码	002737
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	田艳	李海美	
办公地址	哈尔滨高新技术产业开发区迎宾路集中区东湖路 18 号	哈尔滨高新技术产业开发区迎宾路集中区东湖路 18 号	
电话	0451-82307136	0451-82307136	
电子信箱	1538187508@qq.com	2101474806@qq.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(1) 公司主营业务及产品情况

公司所属行业为医药制造业，是以生产中药为主导，以“化学药、生物药”和“健康养生品”为两翼的集药品研发、生产、销售为一体的大型品牌医药集团企业。20年来，公司始终秉承工匠精神，做良心好药，在经营管理上忠诚于品质，聚焦于品种，传承于品牌，专注于品类，通过对品质的坚守，完成对品种、品牌、品类的塑造。目前，公司品种储备千余个，在销品

种300余个，已在“儿科、妇科、消化系统、呼吸感冒、风湿骨伤病、心脑血管病”六大领域形成全面布局，其中，公司“小葵花”儿童药系列已成为行业内的领军品牌，“葵花”消化系统用药，已处于行业领先地位。

公司立志做现代中药的领航者，为“一小一老一妇”提供特色化、差异化的健康解决方案。报告期内，公司持续强化“一小一老一妇”的品类特色，聚焦做大儿童药、老慢病用药、妇科用药品类，落地“品种为王、品类为皇”战略，着力做大核心品种，持续打造黄金单品群。目前，公司黄金单品梯队建设已具成效：第一梯队第一单品小儿肺热咳喘口服液/颗粒销售额持续领跑儿童止咳市场，护肝片、胃康灵、小儿柴桂退热颗粒竞争格局良好，在同名产品中份额处于绝对领先地位，2018年度均实现稳步增长；金银花露实现爆破式增长领军第二梯队，康妇消炎栓、美沙拉嗪肠溶片、复方氨酚烷胺颗粒等均呈现良好增长态势；第三梯队芪斛楂颗粒、五加参蛤蚧精、秋梨润肺膏等有较大市场空间；在打造黄金单品群的同时，公司积极挖掘、培育优质潜力品种，为公司提供长期续航动力。

2、公司经营模式

公司针对患者自我诊疗、基层医疗、专业医疗领域的不同特点，建设性的开创组合营销模式，即品牌模式、普药模式、处方模式、大健康模式，并在既有的营销模式上不断创新，明确了以学术营销和价值营销为重心的营销模式升级转型。品牌模式注重提升品牌效应，并在连锁的战略合作上创新儿童药品类品牌共建、护肝片联合用药爆破等服务营销；普药模式以事业部经营为主导，全力培育品类主品,同时发挥处方的拉动作用，通过培训、终端教育等实现动销；处方模式强化学术推广和循证医学研究。公司通过多种经营模式的驱动，不断提高经营水平，让企业从黄金单品打造到产品线品类布局持续增加企业核心竞争力，倾力打造价值成长型企业。

3、行业发展现状、周期性特点以及公司所处的行业地位

(1) 行业发展现状

近年来，随着医改的持续深入推进，医药行业不断强化监管规范，一系列改革发展政策、配套完善政策相继出台，两票制、药品零加成、医保控费、一致性评价、带量采购等政策陆续实施，医药行业供给侧改革进一步深化，在经济下行和行业监管趋严的压力下，行业优胜劣汰，市场格局加速重塑，医药行业增速放缓。然而，从长远来看，医药市场需求是国民的刚性需求，随着国家“健康中国”战略的强力驱动，人口老龄化进程加速、二孩政策的放开、居民健康意识的提升、收入水平和生活质量的提高，将为医药产业的持续发展奠定良好的基础，医药行业未来将保持持续增长态势。

中医药作为医药行业的细分领域，也将迎来新的机遇。在政府的大力推动下，《中医药法》颁布实施、《中医药“一带一路”发展规划（2016-2020年）》稳步推进，宏观政策对中医药行业发展的推动作用不断强化，国家通过系列扶持政策，进一步促进了中医药的继承与发展。

(2) 周期性特点

医药行业的发展受经济发展水平的影响，与生活质量存在较强的相关性。行业周期性特征不突出。2018年，国家经济水平稳步增长，国内人均医疗保健消费支出有所提高，随着经济的快速发展、人民生活水平的提高、人口老龄化加速、居民健康意识的提升等因素，将推动医药行业的持续发展。

(3) 公司所处的行业地位

公司立足医药工业，践行“工匠精神”，通过“精品药”工程不断提升产品品质，以品质塑造品牌，形成“小葵花”儿童药品品牌、“葵花”消化用药品牌、“葵花蓝人”呼吸感冒药品品牌、“葵花爷爷”心脑血管用药品牌等的强大品牌集群，“小葵花”品牌，是儿童药中最受妈妈信赖的品牌，已成为行业内儿童药领域的领军品牌；在最权威排行榜“葵花”品牌的美誉度、知名度、忠诚度等指数均名列前茅，公司以品牌带动品种及品类的整体规模增长。

同时，在销售渠道上强化终端覆盖优势。公司各事业部已在全国建立了超过400支销售团队，产品覆盖全国约6000家医院和超30万家药品零售终端。

公司凭借过硬的药品质量、优质的品牌形象和强大的销售渠道，现已发展成为行业内大型品牌药企之一。未来，公司将进一步巩固既有优势，强化品牌优势，整合渠道资源，为后续新品种上市及公司业绩持续增长提供动能，积极打造价值成长型企业。

报告期内，公司被中华全国工商业联合会医药业商会评为“2017年度中华民族医药百强品牌企业”；荣登业界瞩目的“2017年度中国医药商业百强榜”；荣获“中国医药行业成长50强”、“守法诚信企业”等称号。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：人民币元

	2018 年	2017 年	本年比上年增减	2016 年
营业收入	4,471,756,277.47	3,855,119,811.67	16.00%	3,363,581,108.19
归属于上市公司股东的净利润	563,277,153.72	423,996,618.38	32.85%	303,015,572.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	490,280,595.96	365,553,051.56	34.12%	235,454,965.68

经营活动产生的现金流量净额	866,207,292.09	567,207,770.99	52.71%	341,231,457.68
基本每股收益（元/股）	0.96	0.73	31.51%	0.52
稀释每股收益（元/股）	0.96	0.73	31.51%	0.52
加权平均净资产收益率	18.25%	15.03%	3.22%	11.86%
	2018 年末	2017 年末	本年末比上年末增减	2016 年末
资产总额	5,059,132,073.11	4,470,167,675.64	13.18%	4,223,636,232.58
归属于上市公司股东的净资产	3,272,849,508.50	2,992,850,701.47	9.36%	2,637,380,198.80

(2) 分季度主要会计数据

单位：人民币元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,090,889,397.01	1,245,168,864.95	798,709,062.16	1,336,988,953.35
归属于上市公司股东的净利润	146,499,041.34	136,294,739.42	62,657,745.07	217,825,627.89
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	120,700,301.34	130,370,865.69	55,320,694.78	183,888,734.15
经营活动产生的现金流量净额	161,914,470.05	114,507,439.24	8,624,253.29	581,161,129.51

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	33,281	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	37,262	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
葵花集团有限公司	境内非国有法人	45.41%	265,200,000	0	质押	85,881,632	
关彦斌	境内自然人	11.38%	66,482,952	66,482,214	质押	11,080,000	
黑龙江金葵投资股份有限公司	境内非国有法人	4.11%	24,000,000	0			
香港中央结算有限公司	境外法人	1.86%	10,861,314	0			
上海浦东发展银行股份有限公司—国泰金龙行业精选证券投资基金	境内非国有法人	1.58%	9,228,630	0			
中国工商银行股份有限公司—国泰估值优势混合型证券投资基金（LOF）	境内非国有法人	1.43%	8,364,176	0			
张权	境内自然人	0.96%	5,622,308	0			
中国建设银行股份有限公司—国泰中小盘成长混合型证券投资基金（LOF）	境内非国有法人	0.88%	5,139,008	0			
中央汇金资产管理有限责任公司	境内非国有法人	0.84%	4,900,400	0			

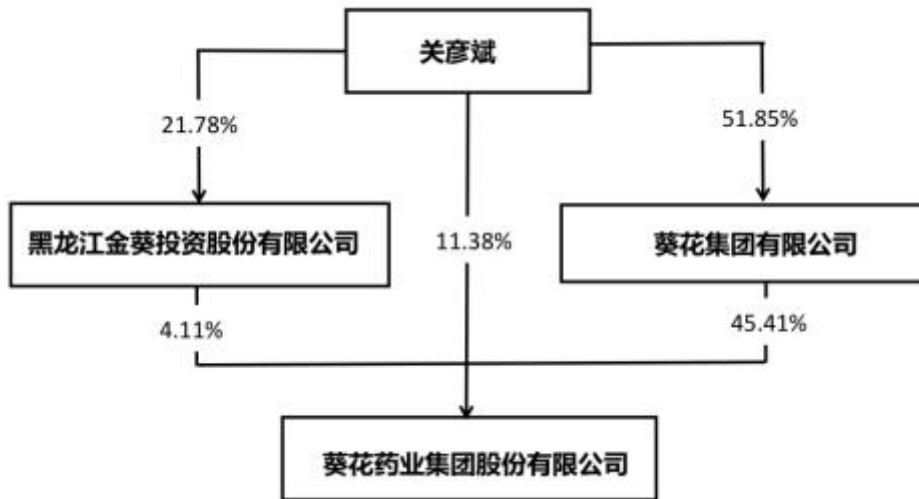
中国人寿保险（集团）公司—传统—普通保险产品	境内非国有法人	0.72%	4,201,670	0	
上述股东关联关系或一致行动的说明		1.关彦斌先生为葵花集团有限公司控股股东，持股比例为 51.85%；为黑龙江金葵投资股份有限公司第一大股东，持股比例为 21.78%；2.张权为葵花集团有限公司董事、参股股东及黑龙江金葵投资股份有限公司参股股东。			
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		无			

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求
否

1、概述

国家对医药行业的发展愈加重视，市场监管日趋严格，随着一致性评价工作的推进、带量采购的启动和“两票制”的推行，医药行业呈现新的发展态势，但国内老龄化速度加剧，老年病、慢性病用药的市场需求依然较大，行业需求持续向上，未来医药行业将在结构调整和政策调控下稳步前行，公司坚信，伴随着行业市场集中度的进一步提升，医药行业的发展对既有的优势、优质企业是有利的。

2、报告期内经营情况

2018年，公司紧扣“价值升级”战略目标，按照“四个革命”即“思想革命引领变革、技术革命驱动进步、营销革命驭势转型、管理革命配套落地”的部署要求，扎实推进各项工作，取得长足显著进步。

截止报告期末，公司总资产505,913.21万元，比上年末增长13.18%；归属于上市公司股东的净资产327,284.95万元，比

上年末增长9.36%。报告期，公司实现营业收入447,175.63万元，比上年同期增长16.00%；归属于上市公司股东的净利润56,327.72万元，比上年同期增长32.85%，详情如下：

项目	本报告期	上年同期	同比增减	变动主要原因
总资产（万元）	505,913.21	447,016.77	13.18%	
归属于上市公司股东的净资产（万元）	327,284.95	299,285.07	9.36%	
营业收入（万元）	447,175.63	385,511.98	16.00%	
营业成本（万元）	183,084.38	155,715.41	17.58%	
销售费用（万元）	144,709.50	127,704.80	13.32%	
管理费用（万元）	36,082.27	33,388.73	8.07%	
财务费用（万元）	14.79	724.16	-97.96%	主要系本期存款利息收入增加以及贷款利息支出减少所致
归属于上市公司股东的净利润（万元）	56,327.72	42,399.66	32.85%	主要系本期销售收入增加，并且通过合理控费使得费用率下降
现金及现金等价物净增加额（万元）	32,776.81	950.21	3349.43%	主要系本期销售规模加大、资金回笼加快，并且进行了合理的控费
研发投入（万元）	12,191.36	10,353.48	17.75%	
基本每股收益（元/股）	0.96	0.73	31.51%	
归属于上市公司股东的每股净资产（元）	5.60	10.25	-45.37%	系资本公积金转增股本所致
加权平均净资产收益率	18.25%	15.03%	3.22%	

(3)报告期内公司经营成果回顾

①推进组织变革，助力销售增长

公司从顶层设计入手，稳步推进实施组织变革，强化集团化管控，统筹顶层设计，规划企业运作。赋予各子公司更多的自主权和支配权，向智能化、精细化管理转变。报告期内，公司品牌模式、普药模式、处方模式、大健康模式均呈现良好增长态势。

品牌模式在保持行业领先地位的基础上，在连锁的战略合作上创新品牌共建、护肝片联合用药爆破、金银花服务营销等经营模式，在连锁、单店的资源占有率与合作力、市场份额上均处于行业一线阵营；

普药模式进一步聚焦主品培育、品类打造和两所开发以及合规化经营，坚持做大主品、坚持开好两会、坚持投入回报，运用品牌优势，深挖儿童药潜力，占领市场份额，并通过在连锁妇科品类经营和终端共建上取得了开拓性的创新，并积极尝试向品牌化、专业化营销转型；

处方模式在国家的政策频出情况下，积极发挥灵活优势优化核心主品策略，积极推进学术营销，开展产品循证医学研究，儿童药系列针对小儿肺热咳喘口服液与国家呼吸病研究所钟南山院士科研团队合作开展了抗病毒机制研究；与中国药科大学国家药物政策研究中心合作完成了药物经济学评价；与中华中医药学会肺炎联盟合作开展了小儿肺热治疗社区获得性肺炎10万例真实世界研究；妇科药系列针对康妇消炎栓与中华中医药学会合作开展了《临床应用专家共识》；与中国中医科学院、协和医院等联合开展了《康妇消炎栓替代/联合抗生素治疗妇女盆腔炎性疾病多中心、随机、双盲试验》；消化系统用药针对护肝片与中国药科大学国家药物政策研究中心合作开展了药物经济学评价；

大健康模式积极搭建完整的业务渠道，结合国内大型的婴童专项展会模式，探索孕婴童渠道；完善产品布局，结合小葵花品牌属性搭建了针对婴幼儿、儿童、青少年特定人群的完整产品解决方案，同时以小葵花妈妈课堂到身边的活动，向消费者传递正确的婴幼儿、儿童的养育方案。

②聚焦黄金单品，夯实品类优势

报告期内，公司持续聚焦核心主品，培育黄金大单品，并在战略规划、产品策划、样板打造、专业化推广上聚焦品类，全力培育品类主品，“一小、一老、一妇”三大品类战略得到有效落实。公司通过品种资源的优化组合和整合配置，进一步夯实品类优势，小葵花儿童药在儿药领域已形成多个黄金单品的品类布局，目前，在销品种59个，销售过亿单品7个，销售规模、产品数量、规模单品在品类均是遥遥领先，未来，公司也将不断丰富、夯实儿童药品类的多细分领域的占位，保持小葵花儿童药难以撼动的品牌、市场优势；依托小葵花儿药的强大用户流量，公司向妈妈群顺延发展妇科药战略，经过2018年一年的培育，妇科药战略作为公司大品类战略威力渐显，特别是在连锁和诊所上快速攻城略地。老慢病（消化系统）战略在护肝片黄金大单品强势增长的同时，胃药家族已具雏形，胃康灵完成价值链重塑，将迎来二次增长；胃痛定、海洋胃药、复合凝乳酶等特色胃药纷纷开始打造样板，肠道用药惠迪在处方市场和零售市场均呈现良性增长。其它三大品类，公司也适时培育品类主品，协调六大品类发展，完善品类布局。

③模式提档升级，转型价值营销

公司积极推进营销模式升级，注重学术引领，从广告模式、控销模式升级为价值营销、学术营销、体验营销模式。

报告期内，公司针对不同产品，积极开展大型临床多中心研究项目，通过大量临床数据验证产品的有效性与安全性。同时，由北京中医药大学牵头完成“护肝片治疗药物性肝损伤作用机制研究”、“康妇消炎栓治疗盆腔炎症性疾病作用机制研究”，用现代药学研究最高技术方法，明确阐释药物在体内作用途径及位点。公司意在从根源上解决“中药治疗机制说不清”的问题，

实现药材原料可辨真伪、可辨优劣；药物成品指纹图谱化。并在药品生产工艺环节实现有效作用物质最大保留并高于国家标准进行检测，保证药品从药材种植到产品上市的每个环节可追溯，进一步提升药品质量。

④落地“精品药”工程，提升药品品质

2018年，公司实施精品药工程，创造性的提出了“精品药落地十步法”，以药典标准为最低生产标准，生产精品药。公司全面提升生产质量管理水平、生产线自动化水平和生产效率，并结合公司产品实际情况不断提升生产、检测标准，改进生产工艺，精选道地药材，精益生产，严控安全生产及药品质量。目前，公司护肝片、胃康灵胶囊、小儿肺热咳喘口服液核心成分的含量、稳定性等指标，均远远高于药典标准。药品生产工艺环节实现有效作用物质最大保留并高于国家标准进行检测，保证药品从药材种植到产品上市的每个环节可追溯，进一步提升药品质量。对于药品品质的“匠心”追求，保障了公司的产品过硬、稳定的疗效，进而获得患者的持续认可。

⑤落实研发战略，搭建专家平台

公司以洞察消费需求为核心、以“消费信任获得”为最终目标，落地研发战略，通过“买、改、联、研”补充完善品类结构，丰富产品组合、布局，助力实现品类聚焦、品类营销。

报告期内，公司并购天津药物研究院，进一步完善了公司研发体系的建设，天津药物研究院将主要负责以人参、黄芪、刺五加为主要成分的高端保健养生品的研究及开发。截至目前，公司研发中心下设北京、哈尔滨、重庆、天津四家研究院与12家生产企业内设的研究所/部，各研发机构在各自领域内不断加深对产品的深入挖掘和临床研究。

在自主研发基础上，公司通过设立院士工作站、博士后科研工作站整合行业高端资源，搭建与国家顶级专家、学者的创新合作平台。报告期内，药学院士工作站积极开展补虚通瘀颗粒、石龙清血颗粒和通脉颗粒三个已上市中药品种的药效学及生产工艺优化研究，以明确药效物质基础及体内作用机制，指导临床合理用药，并优化生产工艺及质控标准，保证药品质量与安全。公司博士后科研工作站于2018年11月获得人社部全国博士后管委会批复，正式建立。目前正在完善企业博士后管理制度和运行机制，匹配资源，为后续博士后进站做准备。未来，公司将以工作站为技术依托，坚持产、学、研相结合，推动顶级专家的研究项目与市场需求和我公司需要有效对接及成果转化，提升公司自主创新能力和市场竞争力。

(4)公司核心竞争力

公司按照既定发展目标，贯彻“品种为王、价格为魂、学术为根、机制为掣、模式为径、用人为本、落地为赢”的营销思想，依托品牌、品种、品类、模式等优势，积极推进营销升级，稳步实施价值型发展路径，提升核心竞争力，推进企业战略落地。

①双品牌驱动优势

随着移动互联网的快速发展，消费者行为已经发生明显变化，对传统媒体的关注度大幅降低，并且新媒体分散，药品广告的管理越来越严，OTC品牌再造的难度加大。未来的OTC竞争，将是品牌的竞争，已有品牌的OTC企业竞争优势将愈来愈大。

公司历经20年打造了“葵花”品牌，在中国统计信息服务中心权威发布的医药行业品牌榜中，“葵花”品牌在美誉度、知名度、忠诚度等指数排行榜上均名列前茅。“小葵花”品牌，更是儿童药中最受妈妈信赖的品牌，2012-2018年，小葵花连续6年进入健康中国药品品牌榜，是国内儿童药第一品牌。

2018年4月，经全国著名品牌价值研究专业机构——北京名牌资产评估有限公司评定，“葵花”品牌价值100.90亿元，“小葵花”品牌价值80.30亿元。“葵花”与“小葵花”两个消费者知名品牌，构建了公司“成人药”、“儿童药”的消费信任基础；随着公司在销售及传播的持续推进，品牌势能也将逐渐释放，形成完整的有竞争力的产品线，巩固并提升“葵花”、“小葵花”的品牌优势。

医药新零售时代已经开启，强品牌消费趋势已来，公司“葵花”+“小葵花”双品牌优势在未来的市场竞争中，将进一步提升产品定价的能力以及品牌的市场话语权。

②大品种集群优势

公司以品牌引领、打造品类核心主品、引领品类发展为指导，持续推进“黄金单品培育+大品种集群构建+ 品类打造”的营销策略，在“儿科、妇科、消化系统、呼吸感冒、风湿骨伤病和心脑血管慢病”六大领域全面布局，形成了良好的产品梯队。2018年度，公司有63个产品销售金额超过1000万元，其中突破1亿元的产品有11个；在OTC行业，建立了“过亿单品数量行业首屈一指”的大品种集群优势，形成了公司内部有质量的增长，构建起了公司外部对“商业流通、连锁药店、等级医院、社会单店、基层医疗”全渠道的优势合作力。

报告期内，小儿肺热咳喘口服液/颗粒销售额高居儿童止咳品类榜首，护肝片、胃康灵胶囊、小儿柴桂退热颗粒、小儿氨酚烷胺颗粒在公司黄金单品的策略指导下，实现稳步增长，为公司业绩增长奠定了基础；金银花露实现爆破式增长，康妇消炎栓、美沙拉嗪肠溶片等主品均呈现良好增长态势，形成二线黄金品种梯队；芪斛楂颗粒、五加参蛤蚧精、秋梨润肺膏市场空间巨大，为公司业绩增长提供长期续航动力。

公司将进一步聚焦资源培育主品；保障过亿大品种的持续稳定增长，千万级产品的快速成长，持续提升“大品种集群优势”下的产业竞争力；推动公司实现跨越性增长。

③儿童药领军优势

儿童药战略是公司第一战略，公司持续聚焦资源做战略投入，不断完善产品结构，已经构建起了“产品力、产品线力、传播力、品牌力”的综合领军优势，获得了渠道端、消费端的信任优势。小葵花儿童药，目前有59个在销的专业儿童药产品，形成了儿童常用药、特色药的全面覆盖；小葵花儿童药在“销售规模、产品数量、规模单品在品类均是遥遥领先，具有难以撼动的优势。

报告期内，小葵花儿童药有7个单品销售过亿：分别是小儿肺热咳喘口服液、小儿柴桂退热颗粒、小儿氨酚黄那敏颗粒、金银花露、小儿氨酚烷胺颗粒、小儿肺热咳喘颗粒、小儿化痰止咳颗粒。10余个产品销售过千万；芪斛楂颗粒、小儿清肺化痰口服液、小儿智力糖浆、小儿感冒颗粒、盐酸氨溴索口服溶液、葡萄糖酸钙口服溶液、小儿止咳糖浆、小儿咳喘灵颗粒、小儿麦枣咀嚼片等。

强大的品牌力、集群化的规模单品优势以及完整的产品线，构建起小葵花在渠道、终端成为不可或缺的儿童药产品，在

消费端成为儿童药首选的妈妈心智第一阶梯产品。小葵花儿童药是驱动公司业绩增长、构建公司竞争壁垒的核心能力。

④全模式融合优势

公司依据品种特征和销售终端差异，分别采取品牌模式、普药模式、处方模式、大健康模式、新零售探索的营销模式。品牌模式通过消费者教育建立品牌力拉动消费，普药采取控销模式获得终端推力、协同品牌力获得消费，处方模式通过医生互动强化产品的学术推广建立消费的处方拉动；大健康依托强大品牌背书进行补益、保健、食品领域拓展延伸；新零售以消费入口为导向，选择核心产品与“阿里健康、京东医药”等大型医药平台开展合作运营，实现用户的全过程闭环管理、数据获得。每个模式均具备了良好的消费竞争力及运营创新力。五大体系也不断创新，模式间相互协同、彼此呼应、多线发力、统筹作战，实现了“品牌、产品、渠道、组织”的纵横打通经营，形成了行业少有、独具特色的“全模式融合”的营销优势。

全模式营销体系也为公司以产品为核心的“超级单品战略”奠定了良好的“整合型、融合性”营销基础；未来10年，公司的10亿单品战略发展，将依托于公司构建的“全模式营销优势”有效落地，在“学术贯通、组织联动、传播一致性、战役协同”等方面实现快速反应、无障碍落地，保障公司超级单品战略目标的有序达成，强化公司整体竞争力。

⑤基础设施建设完备优势

经过20年发展，公司完成了“产品、渠道、组织、推广”全营销链的优势基础建设，为公司的“新十年”发展积蓄了稳定、强劲的驱动力。

I 产品：公司下辖12个药品生产企业，在销产品超过300个，基本满足了患者自我诊疗常用的需求；储备了超过1000个产品批文，具有完备的“自有产品补充能力”。

II 渠道：公司与全国近1000家药品流通企业，超过3000家三甲医院，500家头部连锁药店，超过20万家核心单店建立了持续、稳定、良好的合作关系，形成了与医药渠道头部力量紧密连接的“渠道力”。

III 组织：公司组建了2个销售子公司、2个销售孙公司，下辖16个事业部的药品销售组织；全国建立了超过400支省级销售团队，直接掌控了超过30万家销售终端，囊括了“等级医院、连锁药房、单体药店、基层卫生院、社区卫生中心、诊所、网上药店、医药健康平台”药品全终端的核心终端，构建了规模庞大的、组织严密的、覆盖领先的营销网络，独步于行业。

IV 推广：公司的营销活动完全市场化运作，一手抓消费者，一手抓销售者，一手抓处方撬动，通过“广告拉、处方带、OTC推、普药拦、健康品跟”的业务管理和推广模式，使产品在临床处方、流通领域和销售终端及消费者面前更显竞争优势。在广告拉模式下，从传统电视广告、辅媒广告传播到互联网传播，以及当前的新媒体传播，公司10多年保持稳定的资源投入，持续运营、不断迭代，创新、引领传播模式，在医药行业屈指可数。

(5)公司未来发展展望

2019-2028，是公司的价值新十年，公司确定向做“价值成长型企业”进发，从产品价值升级、品类价值落地、人力价值提升、社会价值实现出发，实现企业长远发展。2019年是“新十年”战略元年，公司将继续贯彻“聚焦价值升级，激活组织个体，推动模式创新，强化绩效管理，倡行阳光文化，夯实企业根基”这一工作思路，强化“品种—品牌—品类”的营销路径，引领营销升级，推动战略落地。

①三大品类领先战略

公司继续坚定不移地落地“一小一老一妇”的品类战略，从产品力、产品线力、传播力、品牌力等方面强化领军优势，构建竞争壁垒。

第一、小葵花儿童药围棋战略：

小葵花已经是儿童药品类的领导者；细分品类止咳化痰连续多年市场份额遥遥领先，未来三到五年，公司将聚焦资源发展“儿童感冒、儿童发烧、儿童大健康”三大品类，完成细分品类领导地位的获得，实现小葵花儿童药“金角银边草肚皮”围棋战略金角品类的主品落地。

I 儿童退烧登上领导地位：持续培育“小儿柴桂退热颗粒+退热贴+布洛芬”三个黄金产品，推动高速成长，通过3-5年，打造三个单品总规模登上儿童退烧品类OTC市场份额的领导地位。

II 儿童感冒市场份额领先：持续强化“小儿氨酚黄那敏颗粒、小儿氨酚烷胺颗粒、小儿感冒颗粒”三大产品的终端竞争，形成市场差异化的合力，力争实现三大产品总份额在儿童感冒品类OTC市场的领先地位。

III 儿童大健康领域拓展：金银花露、芪斛楂、小儿枣夹咀嚼片，产品成分均是药食同源；具有较强的“大健康属性”，三个产品均处于高速成长期；2019年，将继续推动金银花露、芪斛楂的指数级增长，引领小葵花向儿童大健康领域迈进。

第二、妇科药品类崛起战略：

依托小葵花儿童药的购买人群基础优势，以及小葵花的品牌信任优势，顺势推动公司妇科品类的崛起。第一个5年目标，完成领军品种康妇消炎栓的消费者品牌的打造，完成撑举品类的主品梯队培育；打造5个5000万以上主品，实现连锁、诊所、处方等级医院三大资源突破；未来10年，实现妇科品类OTC总量领跑战略目标到达。

第三、消化药护胃战略：

继续坚持“护肝片10亿黄金单品战略”不动摇，品牌、处方、普药三线发力，打造葵花“金牛产品”。此外，激活胃康灵的二次增长，打造“胃药家族”产品矩阵（胃康灵+胃痛定+复合凝乳酶+海洋胃药+良姜胃疡+肝胃气痛片），差异化定位，实现胃药对症治疗，精准化用药，从而形成品类带动效应，实现胃药产品的品类破局。

②买、改、联、研研发展望

公司将研发提升到战略的高度做业务管理，推动研发与行业、市场、销售、生产、技术的全面联动，紧紧围绕在以消费者为核心的基础和导向上；以“买、改、联、研”四字为方针，以儿科、妇科、老慢病为治疗领域，进行葵花药业的研发管线规划布局。

I 以国家政策为驱动的药品研发。根据国家发展中医药的政策扶持，进行中药经典方制剂的研发；根据国家保障儿童用药相关政策的出台及CDE为儿童用药开通优先审评绿色通道，聚焦资源加快儿童药经典名方的再研发。

II 以战略合作为基础的 innov 药研发。通过代理销售、授权研发及国际化战略合作为基础，进行 innov 药的探索性合作研发。

III以循证医学为手段的大品种精品药研发。通过临床循证医学研究，围绕在产在销大品种进行深入研究，并通过药材标准化控制、工艺改进及产品质量标准提高，积累产品学术所需相关资料，打造现代化中成药精品药。

③可能面临的主要风险

行业政策变动风险

随着国家医改进程的不断深入，医保控费、一致性评价、两票制、药品集中采购、“4+7”带量采购等系列政策措施的逐步落地，医药行业监管规范日趋严格，为整个医药行业的未来发展带来重大影响。同时，国家对药品价格的监管，对部分药品价格会产生影响。但公司的经营重心以及优势品种均属于以中成药为主的OTC业务，产品以企业自主定价为主，消费以患者自我选购为主，公司的营销可控性较强，受医改政策影响相对较小。

中药材价格波动风险

中药材受生存环境、市场供求等关系的影响较大，近年来，中药材价格出现较大幅度的波动。如果未来公司生产所需的主要中药材价格出现大幅上涨或异常波动，将导致公司药品成本的变化，对公司盈利能力产生不利影响。公司核心大品种，对于其核心药材，都会基于科学评估做战略储备，有针对性的做自有药材基地规划建设布局，以保持稳定的药品成本，降低盈利风险。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
护肝片	438,102,711.53	88,056,235.98	69.87%	17.04%	-0.38%	-3.55%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

(1) 会计政策变更

财政部于2018年6月15日发布了《财政部关于修订印发2018年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15号），对一般企业财务报表格式进行了修订。本公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”；“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定	“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”，本期金额618,528,202.62元，上期金额486,729,527.31元；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”，本期金额442,803,676.67元，上期金额397,818,518.85元；调增“其他

资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	应收款”本期金额0.00元，上期金额0.00元；调增“其他应付款”本期金额0.00元，上期金额77,929.71元；调增“固定资产”本期金额0.00元，上期金额0.00元；调增“在建工程”本期金额90,789.50元，上期金额0.00元；调增“长期应付款”本期金额0.00元，上期金额0.00元。
(2) 在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	调减“管理费用”本期金额121,913,564.33元，上期金额110,362,139.28元，重分类至“研发费用”。
(3) 所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。比较数据相应调整。	“设定受益计划变动额结转留存收益”本期金额0.00元，上期金额0.00元。
(4) 将原收到的与资产相关的政府补助，从“收到的与筹资活动有关的现金”中重分类至“收到的与经营活动有关的现金”中	调减上期“收到的与筹资活动有关的现金”8,437,000.00元，调增“收到的与经营活动有关的现金”8,437,000.00元。调减本期“收到的与筹资活动有关的现金”14,699,020.00元，调增本期“收到的与经营活动有关的现金”14,699,020.00元。

(2) 会计估计变更

本公司本年度无会计估计变更事项。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

被购买方名称	股权取得时点	股权取得成本	股权取得比例 (%)	股权取得方式	购买日	购买日的确定依据	购买日至年末被购买方的收入	购买日至年末被购买方的净利润(元)
葵花药业集团(天津)药物研究院有限公司	2018年7月12日	1758万元	70.00	货币资金收购	2018年7月12日	取得控制权	142,971.85	-4,095,916.77

(4) 对 2019 年 1-3 月经营业绩的预计

适用 不适用