

证券代码：002737

证券简称：葵花药业

公告编号：2015-017

葵花药业集团股份有限公司 2014 年年度报告摘要

1、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

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	周广阔	
电话	0451-82307136	0451-82307136	
传真	0451-82367253	0451-82367253	
电子信箱	1538187508@qq.com	3124893@qq.com	

2、主要财务数据和股东变化

(1) 主要财务数据

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

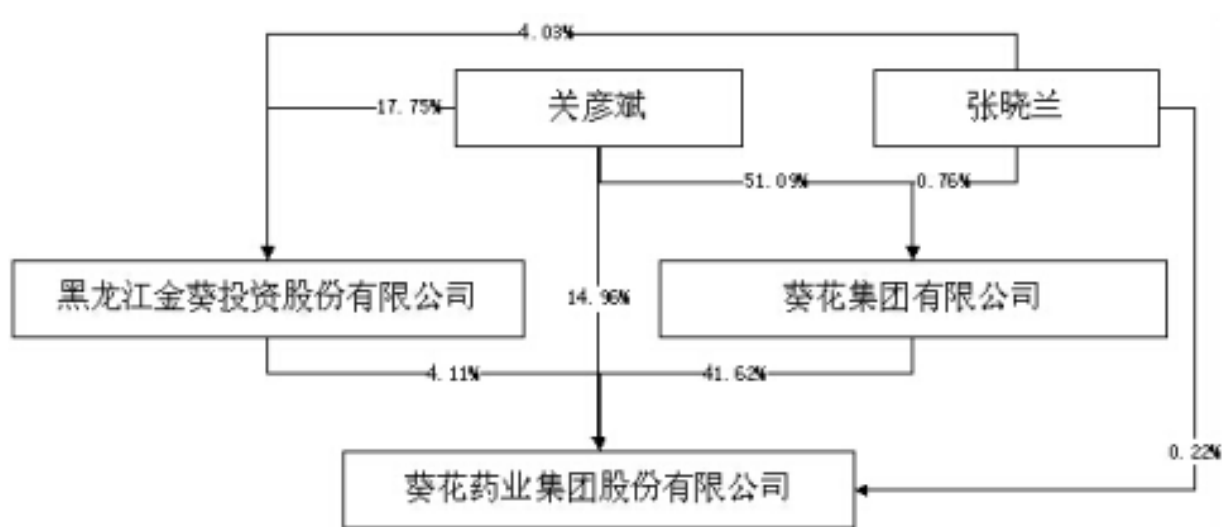
	2014 年	2013 年		本年比上年增 减	2012 年	
		调整前	调整后		调整前	调整后
营业收入（元）	2,718,760,482.08	2,180,932,094.57	2,180,932,094.57	24.66%	1,769,952,991.17	1,769,952,991.17
归属于上市公司股东的净利润（元）	301,127,653.86	262,935,148.03	262,935,148.03	14.53%	234,241,117.01	234,241,117.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	282,677,350.73	232,167,232.88	232,167,232.88	21.76%	210,462,741.99	210,462,741.99
经营活动产生的现金流量净额（元）	403,225,247.89	293,341,828.62	293,341,828.62	37.46%	327,310,490.33	327,310,490.33
基本每股收益（元/股）	2.75	2.40	2.40	14.58%	2.14	2.14
稀释每股收益（元/股）	2.75	2.40	2.40	14.58%	2.14	2.14
加权平均净资产收益率	34.48%	35.87%	35.87%	-1.39%	37.87%	37.87%
	2014 年末	2013 年末		本年末比上年 末增减	2012 年末	
		调整前	调整后		调整前	调整后
总资产（元）	3,733,015,406.41	2,098,593,442.23	2,098,593,442.23	77.88%	1,894,463,257.54	1,894,463,257.54
归属于上市公司股东的净资产	2,216,233,509.49	828,328,768.73	828,328,768.73	167.55%	733,017,915.89	733,017,915.89

产（元）						
------	--	--	--	--	--	--

(2) 前 10 名普通股股东持股情况表

报告期末普通股股东总数		61,261		年度报告披露日前第 5 个交易日末普通股股东总数		19,415	
前 10 名普通股股东持股情况							
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	41.62%	60,760,000	60,760,000			
黑龙江金葵投资股份有限公司	境内非国有法人	4.11%	6,000,000	6,000,000			
关彦斌	境内自然人	14.96%	21,835,866	21,835,866			
张权	境内自然人	1.46%	2,137,003	2,137,003			
关彦明	境内自然人	1.22%	1,785,449	1,785,449			
丁士恒	境内自然人	1.06%	1,548,549	1,548,549			
陈云生	境内自然人	0.94%	1,369,203	1,369,203			
赵相哲	境内自然人	0.92%	1,340,171	1,340,171			
吴淑华	境内自然人	0.61%	885,744	885,744			
李杰	境内自然人	0.56%	820,412	820,412			
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，控股比例为 51.09%；2、张权、关彦明、丁士恒、陈云生、赵相哲、吴淑华、李杰为葵花集团有限公司参股股东；3、关彦斌先生与关彦明先生为兄弟关系。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		无					

(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



3、管理层讨论与分析

(1) 2014年回顾

2014年，公司经营团队紧紧围绕年初“销售提速，资源整合，人才优化，政务提升，文化落地，资本运作”二十四字方针，对内加强经营管理团队建设、企业文化建设，对外加大资源整合、市场整合力度，扩大各产品的市场占有率，全年保持了良好的发展势头，诸多领域工作均取得历史性突破。

一是销售提速取得突破

全年在“品种为王、药价是魂、用人为本、学术是根”的销售思想引导下，相继成立普药事业部、五部、基药事业部。2014年公司销售领域无论是绝对值，还是增长额、增长速度，均大幅度创新高；围绕公司六大产品群形成销售过亿品种6个、千万元以上品种48个，形成了良好的产品梯队。

二是在资源整合领域取得突破

公司顶层设计和战略谋划水平显著提升，着力推动研发和营销领域组织变革，研发领域实现北京和哈尔滨两个研究院重点突出且差异化定位，确保公司“买、改、联、研”战略落地执行，在都侧重买的基础上，北京侧重“联、研”，哈尔滨侧重“改、联”；营销领域实现医药公司独立运作，放权事业部管理，提升组织效能。对外通过产品代理销售整合产品资源，代理产品销售同比增长近300%，利用葵花的品牌影响力，放大营销网络优势。

三是集团整体生产装备制造水平大幅度提升

利用新版GMP认证契机，加快新厂建设步伐，通过募投项目的前期投入，软硬件设施更新、设备现代化，实现了各生产企业生产环境和装备水平的升级。

四是通过人才优化战略的实施，集团管理团队在专业水平、知识结构、年龄结构方面均有较大改观。未来的市场竞争是人才的竞争，机制为人才动力之源，2014年公司注重选人、用人、培养人、激励人的机制建设，用激励机制引爆人才潜能，引领模式创新。

五是企业文化落地效果取得突破

2014年公司将“关心员工生活、关注员工思想、关爱员工成长”作为文化在组织中落地的核心脉络，以此来激发正能量、强化执行力、增强凝聚力、提高竞争力，实现了员工有坚定的价值取向，有事业情怀，团队凝聚力、战斗力大幅度提升。

2014年公司营业收入为271,876.05万元，比上年增长24.66%；营业利润为38,340.43万元，比上年增长24.54%；营业外收支净额为2,355.49万元，比上年减少39.79%；利润总额为40,695.93万元，比上年增长17.29%，实现归属于母公司股东的净利润（合并口径）为30,112.77万元，比上年增长14.53%。

（2）公司发展战略

公司将秉承“产业报国、贡献社会、回报股东、受益员工”的核心价值观，坚守“诚实做人、诚实做事、诚信永恒”的经营理念，以振兴祖国传统中药为己任，依托葵花十几年积累的产品优势、品牌优势、销售网络及营销模式优势，以中药产业发展为龙头，在生物药、化学药和补益保健类领域不断拓展，努力打造大医药、大健康的新格局，使公司逐步成为国内大型医药企业集团。

（3）公司核心竞争力

依托品牌、销售网络和营销模式的优势，做大核心品种，带动品类竞争发展的营销优势是公司的核心竞争力。围绕公司的核心竞争力，推动资源整合、产品研发、生产经营质量管理三大战略升级，保障、强化公司核心竞争优势和可持续性发展。

第一、营销优势

一是品种优势：一是品种优势：做大核心品种是检验一个医药企业行业地位和品牌含金量的核心指标。公司现有过亿品种6个，其中小儿肺热咳喘口服液为公司独家品种，连续多年高速增长；护肝片、胃康灵（胶囊+颗粒）作为公司老牌名药，多年来销售收入一直保持较高水平；康妇消炎栓、小儿氨酚黄那敏颗粒、小儿化痰止咳颗粒作为公司重点打造的新品，实现了高速增长，销售额已突破亿元平台。

品种资源是医药企业不可替代的核心资源，公司销售千万级以上品种有48个，除以上6个亿元品种外，5000万以上品种4个，3000万元至5000万元品种5个，产品梯队及续航能力建设良好，为公司规模化增长奠定了基础。

二是品类优势：在“品种→品牌→品类”的发展战略引导下，公司依托核心大品种，确立了六大产品群战略。报告期内，在六大产品群全面推进的基础上，公司进一步聚焦小葵花儿童药，形成行业领军地位；进一步提升妇科药产品群、呼吸感冒药产品群、消化药产品群的行业影响力和发展速度，扩大心脑血管产品群和风湿骨病产品群的产品上市数量和销售规模。小葵花儿童药实现同比高速增长，已经成为医药市场上产品数量、销售规模、品牌影响力三项领先的儿童药领军产品。妇科药系列和呼吸感冒药系列也实现同比快速增长，消化药系列、心脑血管药系列、风湿骨病药系列用药也实现同比稳步增长。六大品类的快速增长证明了公司战略的科学性和准确性，为公司未来可持续发展提供了丰富的产品储备。

三是品牌优势：报告期内，公司科学适度的增加了广告宣传费用、学术推广费用、终端及地面品牌建设费用，进行立体式品牌宣传，持续加强针对消费者的科普教育、幼儿园健康公益活动、社区公益活动，提升品牌美誉度，进一步提升“葵花”商标的主品牌价值，快速培育小葵花系列儿药商标、得菲尔商标、言诺欣商标等品类子品牌商标。

四是销售网络优势：报告期内，公司进一步扩大了销售网络优势，在原有的品牌事业部、处方事业部、普药事业一部、普药事业二部、普药事业三部的基础上，又组建了普药四部、普药五部、基药事业部。目前八个销售事业部在全国建立了近200个省级销售团队，总体销售队伍人数同比大幅提升。公司通过优化商业网络布局，与全国近800家医药流通企业建立了良好稳定的合作关系，其中在全国合作的一级经销商88家，合作的二级经销商700余家。公司进一步提高了终端的覆盖率，在零售市场通过丰富品种加大了连锁战略合作的力度和范围，提高了县级以下药店的占有率和销量；在医疗市场，大幅提高了等级医疗机构和基层医疗机构的覆盖率。

五是营销模式优势：公司是行业内为数不多的同时操作处方模式、品牌模式、普药模式、基药模式、流通模式的综合型大型医药企业集团。特别是品牌模式和普药模式已成为医药行业该模式的代表企业。

第二、资源整合优势

2014年初公司明确提出“推进资源整合，打造全产业链竞争”的中长期发展规划，整合公司内部存量资源、整合外部资源、整合管理资源。

一是内部存量资源整合：强化集团化管控，对公司品牌及子品牌管理、信息化数据管理、生产基地设备、土地及产品资源等进行整合，提升经营效益。

二是外部资源整合：通过购买产品、购买企业、贴牌代理产品等方式整合社会资源，放大营销优势。

三是管理资源整合：理顺公司架构权责，推进组织变革，模拟分公司运营，激活销售事业部门，提升组织效能和管理水平。

四是全产业链竞争：立足医药工业企业，产业链前端向药材GAP基地延伸，产业链后端向医药商业和终端连锁药店延伸。

第三、研发优势

进一步整合集团研发资源，根据公司现状、行业发展态势以及国家对新产品研发审批的实际情况，明确公司“买、改、联、研”的研发战略并强化落地执行，突出“买”产品，通过买产品带动企业并购，北京和哈尔滨两个药物研究院重点突出且差异化定位，在确保“买”的战略实施基础上，北京药物研究院侧重“联、研”，哈尔滨侧重“改、联”；成立了专门负责产品购买的项目部，对现有产品提档升级的改剂型、改规格、改工艺项目十几项目，新产品研发已经立项启动多个新药。

第四、生产运营质量管理优势

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，生产符合GMP标准的各项要求，进一步将公司建设成为技术领先、生产规范、产品优质的高新技术企业。

报告期内，葵花药业集团（唐山）生物制药有限公司顺利通过新版GMP认证，目前集团已有7家生产企业通过新版GMP认证；葵花药业集团医药有限公司、葵花药业集团（哈尔滨）医药有限公司也顺利通过新版GSP认证；这些都进一步促进了公司质量管理体系的完善和提升，保障以优质产品服务市场，有利于公司产品质量和公司竞争力的双重提升。公司还通过制度健全，流程优化等方法，进一步提升运营质量和效率。

（4）2015年度经营计划

2014年公司严格按照董事会制订的方针及经营目标，科学规划、精心布局、团结奋进、强化执行，实现了销售收入与利润均保持较快增长，为2015年进一步落实新的战略规划奠定了坚实基础。总结2014年的经营计划执行情况，分析市场与政策发展趋势，公司制定了2015年度经营计划，将主要做好以下几方面的工作：

第一、促进销售提速，实现销售规模和利润的快速增长

以品种提速、费用提速、组织管理提速三项措施，保障销售提速的落地。在品种提速上，一是通过一品一策，聚焦核心大品种的高增长，二是通过新品上市外延发展放大品牌网络优势，一手抓内部休眠产品激活，一手抓外部贴牌品种代理。在费用提速上，加大费用投入，聚焦费用使用，提升费效产出比；在组织管理提速上，一方面通过扩大事业部自主权，推进独立分公司建设，配齐组织结构，提升组织效能。另一方面，通过推进事业部产品分线管理、成立KA事业部，实现人员加密和资源的精耕细作。

第二、突出特色经营，深化产品群建设

①强化儿药产品领导者地位，提高壁垒。借助国家在儿童药发展方面的各项政策，进一步突出小葵花儿童药产品群的经营特色，在产品研发、销售竞争、品牌建设、患者服务、社会公益回报等方面，提高行业竞争壁垒。

②完善消化药产品结构，放大销量。目前公司消化药系列领军品种护肝片、胃康灵销售表现突出，但消化药产品群结构

比较薄弱、品种少。2015年重点依托领军产品的特色及优势，利用政策性机遇，进一步实现消化药领军产品的市场覆盖、推广和销售增长；依托两个领军品种，整合公司内外部产品资源，快速增加产品数量，完善肝胆胃肠各领域的产品布局。

③培育妇科药领军产品和品牌，拉动品类发展。妇科药结构完善，领军品种明确，需要加快领军品种康妇消炎栓转OTC工作，通过广告培育品牌，拉动妇科药品类的快速增长。

④培育呼吸感冒药领军产品和品牌。目前公司呼吸感冒药产品群结构完善，销售基础好，产品梯队合理，品类增长快，但缺乏广告领军大品种。2015年通过购买等方式导入呼吸感冒药的广告大品种，树立领军产品，打造呼吸感冒药品牌。

第三、资源整合创新布局，加快资本运营

①资源整合：2015年继续加大资源整合力度，计划激活公司休眠品种30个以上，贴牌代理社会品种100个以上，拟建设成立精品OEM购销平台，补充完善公司产品线，并进一步整合各生产企业的生产资源，降低成本、提高利润。

②创新布局：试点启动电商销售、试点启动大健康市场。加快GAP药材基地建设规模和区域布局。

③资本运营：在“买、改、联、研”战略引导下，加快投资并购步伐，重点投资品种研发、药品生产批文购买、生产企业投资与并购。通过收购引进重磅大品种，助力企业爆发式增长。

第四、强化安全生产和质量管理

公司将通过持续开展技术开发和创新以保证产品的技术和质量优势。公司将严格按照GMP要求进行生产、销售，提高产品质量、降低原材料和能源的消耗，提高生产过程的自动化水平，优化和更新生产工艺。2015年重点工作项目：

①2015年完成葵花药业集团伊春有限公司糖浆剂、胶囊剂、浸膏剂三条生产线的GMP认证，完成葵花药业集团冀州有限公司全厂新版GMP认证。

②进一步强化OEM药品的质量管理、质量监管体系及驻厂生产管理体系。

③推进公司核心大品种质量标准升级，提升行业竞争壁垒。

第五、延伸产业链，实施全产业链竞争战略

目前市场上中药材质量参差不齐，使用伪、劣、受污染的中药材会对药品质量、用药安全带来巨大隐患。为确保本公司所生产药品的质量，并提升公司品牌影响力、整体抗风险能力，公司不断向医药行业上游产业——中药材种植领域拓展，对公司重点品种涉及的中药材，如白芨、柴胡等，从源头入手，建设符合国家标准的中草药种植基地。同时，逐步进入中药饮片和大健康产品领域，在新的领域寻求突破。最终形成公司从药品药材种植到药品生产、销售这一纵向全产业链的格局。

综上，2015年公司将围绕上述年度发展规划与经营目标，严谨扎实地做好每一项工作，实现快速发展，努力为全体股东带来持久、丰厚的投资回报，实现公司价值最大化和股东利益最大化。

4、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

2014年初，财政部分别以财会[2014]6号、7号、8号、10号、11号、14号及16号发布了《企业会计准则第39号——公允价值计量》、《企业会计准则第30号——财务报表列报（2014年修订）》、《企业会计准则第9号——职工薪酬（2014年修订）》、《企业会计准则第33号——合并财务报表（2014年修订）》、《企业会计准则第40号——合营安排》、《企业会计准则第2号——长期股权投资（2014年修订）》及《企业会计准则第41号——在其他主体中权益的披露》，要求自2014年7月1日起在所有执行企业会计准则的企业范围内施行，鼓励在境外上市的企业提前执行。同时，财政部以财会[2014]23号发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报（2014年修订）》，要求在2014年度及以后期间的财务报告中按照该准则的要求对金融工具进行列报。

具体调整事项如下：

单位：元

调整内容	受影响的会计报表科目名称	影响金额	
		2014年12月31日	2013年12月31日
将在“长期股权投资”核算的对桃城区农村信用合作联社投资，追溯调整至“可供出售金融资产”核算	可供出售金融资产	1,750,000.00	1,750,000.00
	长期股权投资	-1,750,000.00	-1,750,000.00

（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

公司报告期无合并报表范围发生变化的情况。

（4）董事会、监事会对会计师事务所本报告期“非标准审计报告”的说明

☐ 适用 ☒ 不适用

葵花药业集团股份有限公司

法定代表人：关彦斌

2015 年 4 月 22 日