

公司代码：603896

公司简称：寿仙谷

浙江寿仙谷医药股份有限公司

Zhejiang Shouxiangu Pharmaceutical Co., Ltd.

（浙江省武义县壶山街道商城路 10 号）



2018 年半年度报告摘要

二〇一八年八月十六日

一、重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 本半年度报告未经审计。

1.5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
不适用

二、公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	寿仙谷	603896	/

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘国芳	翁华强
电话	0579-87622285	0579-87622285
办公地址	浙江省武义县黄龙三路12号	浙江省武义县黄龙三路12号
电子信箱	liuguofang@sxgoo.com	sxg@sxgoo.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

主要财务数据	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减（%）
总资产	1,107,400,374.83	926,344,414.89	19.55

归属于上市公司股东的净资产	901,097,135.69	869,748,259.86	3.60
主要财务数据	本报告期 (1—6月)	上年同期	本报告期比上年 同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	88,841,425.85	52,534,532.80	69.11
营业收入	226,975,975.08	167,028,270.76	35.89
归属于上市公司股东的净利润	54,040,554.52	40,957,611.62	31.94
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	44,555,528.15	37,496,966.92	18.82
加权平均净资产收益率(%)	6.02	8.05	减少2.03个百分点
基本每股收益(元/股)	0.38	0.37	2.70
稀释每股收益(元/股)	0.38	0.37	2.70

2.3 前十名股东持股情况表

单位: 股

截止报告期末股东总数（户）				16,324		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）				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	质押或冻结的股份数量	
浙江寿仙谷投资管理有限公司	境内非国有法人	40.44	57,964,030	57,964,030	无	
李振皓	境内自然人	8.07	11,570,500	11,570,500	无	
郑化先	境内自然人	4.12	5,900,500	353,000	无	
李振宇	境内自然人	2.74	3,933,970	3,933,970	无	
叶世萍	境内自然人	2.35	3,362,447		无	
谢华宝	境内自然人	2.10	3,010,000		无	
孙树林	境内自然人	2.02	2,894,000		无	
王瑛	境内自然人	1.89	2,707,500	2,707,500	无	
李建淼	境内自然人	1.73	2,480,700	2,480,700	无	
孙惠刚	境内自然人	1.41	2,028,100		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、李明焱家族（李明焱、朱惠照、李振皓、李振宇）为公司共同实际控制人，上述四人直接或间接合计持有公司 51.25%的股权，其中李明焱、朱惠照为夫妻关系，李振皓、李振宇为兄弟关系，李振皓、李振宇为李明焱、朱惠照之					

	子。李明焱、朱惠照分别持有控股股东寿仙谷投资 65.00%、35.00%的股权，寿仙谷投资、李振皓、李振宇为一致行动人； 2、李建淼系李明焱、朱惠照之侄子，李建淼与李振皓、李振宇系堂兄弟关系； 3、王瑛系李明焱、朱惠照之外甥女；王瑛与李振皓、李振宇系表兄妹关系； 4、除上述情况外，公司未知其他股东之间的关联关系和一致行动情况。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

☐适用 ☒不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

☐适用 ☒不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

☐适用 ☒不适用

三、经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2017 年 5 月 10 日，首个中国品牌日，公司在上海证券交易所主板正式上市，成为灵芝/铁皮石斛行业的首家上市企业。上市一年来，寿仙谷人在全体股东、社会各界朋友的大力支持下，谨记“重德觅上药、诚善济世人”的祖训，胸怀“为民众健康、美丽、长寿服务”的宗旨，全面落实“改革创新、提质增效”战略方针，开展“三强、三高、二比拼”活动，强化内部管控，通过注重科技研发、加强精细化管理、全面推行绩效考核等诸多举措，围绕着“打造有机国药第一品牌”总体目标，聚力企业转型，在“打造有机国药第一品牌”的征程中，又迈出了坚实的一步。

报告期内，公司继续坚持“名药、名医、名店”营销模式，建立健全营销中心和区域市场管理体制，加强公司重大营销战略、营销决策研究，完成了营销中心的组建以及区域市场大区制改革，明确并严格执行各市场主体责任考核制度。通过对产品营销的统一规划、服务、指导与督促，集聚资源、形成合力，加大品牌策划与宣传，注重临床应用与学术推广，同时能够借助营销中心地处杭州的人才聚集地区区位优势，吸纳公司发展需要的高层次人才，加强营销团队建设，企业销售增速得到显著提高。2018 年 1—6 月，公司实现营业收入 22,697.60 万元，同比增长 35.89%，

归属于上市公司股东的净利润为 5,404.06 万元，同比增长 31.94%，剔除 2018 年限制性股票激励计划股份支付费用后的净利润为 5,930.89 万元，同比增长 44.81%。

报告期内，公司研发继续向全产业链纵深拓进，“灵芝孢子粉第三代去壁提纯技术”获得日内瓦第 46 届国际发明展金奖，“浙江特色药材标准研究及应用”项目获评浙江省科技进步奖二等奖，“一种铁皮石斛基质及栽种方法”获评中国专利优秀奖。公司主持制订的《中医药—灵芝》、《中医药—铁皮石斛》国际标准顺利完成 DIS 答辩，进入等待出版阶段，主持制订的《灵芝》国家标准正式开题，主持或参与制订的《道地药材（浙铁皮石斛）认证规范》等多项行业、团体标准相继正式出版或进入等待出版阶段。公司进一步深化了产学研合作，与中国工程院院士李玉教授及其团队签署合作协议，共同推进国家灵芝产业的发展升级，同时通过与天津南开医院、湖南中医药大学、上海曙光中医药研究发展基金会合作，开展中医药产品的国际标准化研究、药学药理与临床应用研究。2018 年 5 月，中国中药协会灵芝专业委员会成立大会在寿仙谷总部召开，公司当选为中国中药协会灵芝专委会常务副主任委员单位。

报告期内，公司完善细化了绩效考核机制，梳理、充实、完善内部管理制度，落实积分制管理、精益管理模式，并实施了 2018 年限制性股票激励计划，激发管理、业务团队的积极性，提高经营效率，降低经营成本，较大地调动了员工工作积极性，一些边际性工作分配难的问题得到有效解决，部门工作效率有了明显提升；公司加强了安全管理、资产管理、车辆管理、档案管理，推行提质增效、节能降耗等措施，各项管理费用明显下降。此外，通过不断完善财务核算体系与业务流程，强化资金年度、月度预算，注重产品成本分析，加强与银行沟通协作，财务对产品成本管控作用开始显现，同时通过推进电子档案项目建设，探索管理信息系统软件的二次开发，使其延伸至仓管及区域市场内部管理，企业内部控制得到了有效加强。

报告期内，公司成功创建武义县首家民营企业省级文明单位，并先后被授予“金华市先进基层党组织”、“2017 年度浙江省金牌老字号”、“武义县 2017 年度诚信企业”、“武义县 2017 年度纳税百强企业”、“武义县 2017 年度亩产税收先进企业”等荣誉称号。通过承办“慢病防治健康行”国家示范项目浙江站活动、发起“中国红十字会浙商博爱基金”，公司践行了“为民众健康美丽长寿服务”的企业宗旨，共建共享引导和促进民众健康，助推大浙江大健康发展。2018 年 5 月，首届中华中医药创新文化展在杭州开幕，公司荣获“浙江省中医药科技创新金奖”，公司灵芝孢子粉产品荣获“浙江省中医药科技产品金奖”，公司董事长李明焱被评为“浙江省中医药科技创新引领人物”。

2018 年是公司上市、进入发展新时期的开局之年，也是公司决胜“十三五”的关键一年。公司将紧紧把握上市战略机遇期，聚焦“市场转型创新，研发持续推进，管理提质增效”，围绕灵芝及铁皮石斛等名贵中药饮片及保健食品加工的核心主业，不断完善“全产业链”经营模式，优化产业布局，拓展发展空间，发挥寿仙谷科技与品牌的核心竞争优势，全面提升企业综合实力，打造中国有机国药第一品牌。同时，公司也将借助资本市场这一更高的平台，用更加优秀的业绩，回报投资者，回馈社会！

3.2 管理层讨论与分析

（一）公司营业收入构成及趋势分析

2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元 币种：人民币

项 目	2018 年 1—6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	22,519.74	99.22%	36,715.63	99.24%	31,337.03	99.52%	29,948.21	99.20%
其他业务收入	177.86	0.78%	280.70	0.76%	150.97	0.48%	243.03	0.80%

如上表所示，公司营业收入主要来源于主营业务收入；其他业务收入系房租收入等，占营业收入的比重较小。2018 年 1—6 月，公司实现营业收入为 22,697.60 万元，同比增长 35.89%，其中主营业务收入较上年同期增长 35.76%。

（二）公司主营业务收入构成及趋势分析

2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司主营业务收入具体情况如下：

单位：万元 币种：人民币

项 目	2018 年 1—6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
主营业务收入	22,519.74	36,715.63	31,337.03	29,948.21
增长额	/	5,378.60	1,388.82	/
增长率	/	17.16%	4.64%	/

最近三年，公司主营业务收入复合增长率为 10.72%，其中 2016 年度主营业务收入较上年同期增长 4.64%，2017 年度主营业务收入较上年同期增长 17.16%。2018 年 1—6 月，公司实现主营

业务收入为 22,697.60 万元，同比增长 35.76%，主要原因系公司在完善原有销售网络的基础上拓展了新的营销渠道，在持续提高产品品质的同时加大了营销宣传力度，受此影响，公司主要产品的销售收入均有不同比例的增长。

（1）按产品类别划分

公司主要产品为灵芝孢子粉（破壁）、破壁灵芝孢子粉、破壁灵芝孢子粉颗粒、铁皮枫斗颗粒和铁皮枫斗灵芝浸膏。2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司主营业务收入按产品类别划分如下：

单位：万元 币种：人民币

产 品	2018 年 1—6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
灵芝孢子粉（破壁）	8,469.04	37.61%	16,686.47	45.45%	19,438.14	62.03%	19,016.61	63.50%
破壁灵芝孢子粉	3,945.96	17.52%	4,143.24	11.28%	595.81	1.90%	/	/
破壁灵芝孢子粉颗粒	3,105.99	13.79%	4,232.60	11.53%	988.47	3.15%	/	/
灵芝孢子粉类小计	15,520.98	68.92%	25,062.31	68.26%	21,022.42	67.08%	19,016.61	63.50%
铁皮枫斗颗粒	2,710.24	12.03%	3,958.62	10.78%	3,281.44	10.47%	3,490.79	11.66%
铁皮枫斗灵芝浸膏	1,242.40	5.52%	2,148.88	5.85%	2,171.90	6.93%	2,297.10	7.67%
铁皮石斛类小计	3,952.64	17.55%	6,107.50	16.63%	5,453.34	17.40%	5,787.89	19.33%
其他	3,046.12	13.53%	5,545.82	15.11%	4,861.27	15.51%	5,143.71	17.17%
合 计	22,519.74	100.00%	36,715.63	100.00%	31,337.03	100.00%	29,948.21	100.00%

2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司主要产品销售收入合计占主营业务收入的比重分别为 82.83%、84.48%、84.89%和 86.47%，占比较为稳定。除上述主要产品外，其他产品的品类规格较多，单一品类规格产品的销售额较小、占比较低，对主营业务收入的影响程度也相对较小。

在公司产品系列中，灵芝孢子粉（破壁）是核心产品。2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，灵芝孢子粉（破壁）销售收入占公司主营业务收入的比重分别为 63.50%、62.03%、45.45%和 37.61%，灵芝孢子粉（破壁）销售收入占比逐年下降的主要原因系公司于 2016 年下半年向市场推出了作为保健食品的破壁灵芝孢子粉颗粒与破壁灵芝孢子粉，相对于作为中药饮片的灵芝孢子粉（破壁）而言，其有效成分含量更高，效果更好，更为消费者青睐，且保健食品广告宣传受

政府主管部门的管制较少，该等产品面市后销售情况良好，其销售的高速增长分流了灵芝孢子粉（破壁）的消费人群。2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，灵芝孢子粉类产品销售收入占公司主营业务收入的比重分别为 63.50%、67.08%、68.26%和 68.92%，占比稳中有升。

2018 年 1—6 月，公司灵芝孢子粉类产品实现销售收入 15,520.98 万元，同比增长 37.77%，其中破壁灵芝孢子粉销售收入和破壁灵芝孢子粉颗粒销售收入分别较上年同期增长 173.84%和 159.27%；铁皮石斛类产品实现销售收入 3,952.64 万元，同比增长 32.93%，其中铁皮枫斗颗粒销售收入较上年同期增长 41.90%，铁皮枫斗颗粒销售收入增长的主要原因系公司在综合考虑了物价环境、市场状况等诸多因素后，自 2018 年 1 月 1 日起将其零售指导价格上调了 20%。

（2）按销售区域划分

2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司主营业务收入的地区构成如下：

单位：万元 币种：人民币

地 区	2018 年 1—6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
浙江省内地区	14,714.84	65.34%	23,613.84	64.32%	22,343.27	71.30%	21,371.59	71.36%
浙江省外地区	4,085.12	18.14%	7,327.21	19.95%	5,705.96	18.21%	5,696.45	19.02%
互联网销售	3,719.77	16.52%	5,774.58	15.73%	3,287.80	10.49%	2,880.18	9.62%
合 计	22,519.74	100.00%	36,715.63	100.00%	31,337.03	100.00%	29,948.21	100.00%

如上表所示，公司传统销售区域集中于浙江省内地区。2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，浙江省内地区销售收入占主营业务收入的比重分别为 71.36%、71.30%、64.32%和 65.34 %。

作为一家发源于浙江省武义县的集育种、栽培、加工和销售于一体的中药饮片企业，公司在成立之初便确立了精耕细作浙江市场的发展战略，经过多年努力，公司已在浙江地区形成了品牌优势，积累了一批对寿仙谷品牌具有较高忠诚度的稳定客户群，而且浙江省经济发达，居民收入水平较高，对传统中医药文化关注程度高，健康及养生意识较强，灵芝孢子粉、铁皮石斛等属于浙江地区传统的保健滋补品，人们的认知度和接受度高。因此，公司产品在省内接受程度高，浙江地区一直是公司最重要的销售区域。

2018 年 1—6 月，公司在浙江省内地区实现销售收入 14,714.84 万元，同比增长 27.58%；在浙江省外地区实现销售收入 4,085.12 万元，同比增长 28.79%；互联网销售收入为 3,719.77 万元，

同比增长 97.59%。未来，公司将深度开拓包括北京、浙江、上海、江苏、广东等经济发达省市的营销网络区域，增强公司对全国重点市场的影响力，通过区域中心城市辐射周边地区，从而深入挖掘市场潜力，力争进一步扩大外省市场的份额，实现公司多区域发展。

（3）按销售模式划分

2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司主营业务收入按销售模式分类构成如下：

单位：万元 币种：人民币

模 式	2018 年 1-6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
零售	5,779.35	25.66%	9,344.32	25.45%	8,503.58	27.14%	8,030.28	26.81%
互联网销售	3,719.77	16.52%	5,774.58	15.73%	3,287.80	10.49%	2,880.18	9.62%
直销模式小计	9,499.12	42.18%	15,118.90	41.18%	11,791.38	37.63%	10,910.46	36.43%
买断式经销	7,265.76	32.26%	12,530.33	34.13%	11,969.58	38.20%	12,389.20	41.37%
代销式经销	5,754.86	25.55%	9,066.40	24.69%	7,576.07	24.18%	6,648.55	22.20%
经销模式小计	13,020.62	57.82%	21,596.73	58.82%	19,545.65	62.37%	19,037.75	63.57%
合 计	22,519.74	100.00%	36,715.63	100.00%	31,337.03	100.00%	29,948.21	100.00%

如上表所示，公司销售以经销模式为主。2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，经销模式收入占主营业务收入的比重分别为 63.57%、62.37%、58.82%和 57.82%。

①经销模式

公司经销模式分为买断式销售和代销式销售。买断式经销商主要包括杭州胡庆余堂、杭州方回春堂、杭州张同泰等国药老字号以及浙江阿童木医药有限公司等大型医药流通企业；代销式经销商主要包括杭州联华华商集团、杭州大厦等商场超市。公司借助于经销商优质的渠道平台，而经销商也认可公司品牌 and 产品质量，双方一直保持良好合作关系。

②直销模式

公司直销模式分为零售和互联网销售，并以零售为主。公司互联网销售主要通过天猫官方旗舰店、京东官方旗舰店等网络渠道进行销售。随着公司以登陆资本市场为契机，在持续提高公司产品品质的基础上，逐步加大了营销宣传力度，“寿仙谷”品牌知名度和影响力的不断扩大，产品功效及质量逐渐获得消费者的了解和认可，且公司产品具有规格较少、价格透明、便于运输、

不易损坏变质等特点，公司互联网销售收入快速增长，2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，互联网销售收入占主营业务收入的比重分别为 9.62%、10.49%、15.73%和 16.52%，已成为传统销售渠道的重要补充。

2018 年 1—6 月，公司经销模式收入 13,020.62 万元，同比增长 27.04%，其中买断式经销收入和代销式经销收入分别较上年同期增长 27.52%和 26.44%；直销模式收入 9,499.12 万元，同比增长 19.85%，其中零售收入和互联网销售收入分别较上年同期增长 28.56%和 97.59%。

（三）毛利及毛利率分析

（1）分产品毛利分析

公司综合毛利基本来源于主营业务毛利，2015 年度、2016 年度、2017 年度和 2018 年 1—6 月，公司主营业务毛利分别为 24,428.97 万元、26,912.29 万元、32,079.30 万元和 19,813.85 万元。

2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司分产品毛利情况如下：

单位：万元 币种：人民币

产 品	2018 年 1—6 月		2017 年度		2016 年度		2015 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
灵芝孢子粉类产品	14,471.61	73.04%	23,625.41	73.65%	19,658.70	73.05%	17,110.22	70.04%
铁皮石斛类产品	3,099.42	15.64%	4,403.81	13.72%	3,864.22	14.36%	3,868.59	15.84%
其他	2,242.82	11.32%	4,050.08	12.63%	3,389.36	12.59%	3,450.16	14.12%
合 计	19,813.85	100.00%	32,079.30	100.00%	26,912.28	100.00%	24,428.97	100.00%

2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，灵芝孢子粉类产品（包含灵芝孢子粉（破壁）、破壁灵芝孢子粉颗粒与破壁灵芝孢子粉）作为公司核心产品，对公司毛利贡献度最大，灵芝孢子粉类产品毛利占主营业务毛利的比重一直保持在 70%以上；铁皮石斛类产品（包含铁皮枫斗颗粒和铁皮枫斗灵芝浸膏）亦系公司主打产品，近年来，该等产品销售较为稳定，铁皮石斛类产品毛利占主营业务毛利的比重维持在 14%—16%之间。

（2）分产品毛利率分析

2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司主要产品毛利率情况如下：

产 品	2018 年 1—6 月	2017 年度	2016 年度	2015 年度
-----	--------------	---------	---------	---------

灵芝孢子粉类产品	93.24%	94.27%	93.51%	89.98%
铁皮石斛类产品	78.41%	72.10%	70.86%	66.84%
其他	73.63%	73.03%	69.72%	67.08%
合 计	87.98%	87.37%	85.88%	81.57%

2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司主营业务毛利率分别为 81.57%、85.88%、87.37%和 87.98%，灵芝孢子粉类产品、铁皮枫斗颗粒、铁皮枫斗灵芝浸膏等产品毛利率在过去三年均有所上升，导致公司主营业务毛利率逐年上升。2015 年、2016 年、2017 年及 2018 年 1—6 月，公司灵芝孢子粉类产品毛利占比最高，各年均在 65%以上，灵芝孢子粉类产品毛利率的提升对公司主营业务毛利率的提升贡献最大，公司灵芝孢子粉类产品毛利率提升的主要原因如下：

①灵芝孢子粉（破壁）生产工艺改进与调整影响

2015 年版《浙江省中药炮制规范》施行后，公司对灵芝孢子粉（破壁）的生产工艺进行了适当改进与调整，不再去除灵芝孢子油（约占灵芝孢子粉（原料）的 15%—20%），调整之后灵芝孢子粉（原料）的投入产出比大幅提升。2014 年度，公司仅销售按老炮规生产的产品；2015 年度，公司既销售按老炮规生产的产品，又销售按新炮规生产的产品；2016 年度至 2018 年 1—6 月，按老炮规生产的产品所剩无几，公司主要销售按新炮规生产的产品。2014 年度至 2016 年度，公司销售灵芝孢子粉（破壁）耗用灵芝孢子粉（原料）的综合投入产出比从 10.03%提升至 24.62%，使得灵芝孢子粉（破壁）生产成本大幅下降，进而导致灵芝孢子粉（破壁）的毛利率从 78.02%提升至 93.51%；2016 年度至 2018 年 1—6 月，公司销售灵芝孢子粉（破壁）耗用灵芝孢子粉（原料）的综合投入产出比较为稳定。

②公司自产灵芝孢子粉（原料）比重变化影响

根据《增值税暂行条例》的规定，公司自产的灵芝孢子粉（原料）在公司和其子公司之间销售时公司无需缴纳增值税而子公司可根据相应税率抵扣进项税，从合并的角度看，这部分可抵扣进项税抵减了灵芝孢子粉类产品的生产成本。因此自产灵芝孢子粉（原料）比重逐年提高，使得灵芝孢子粉类产品的单位生产成本有所下降。

③单位销售价格波动影响

由于经销模式降低了公司拓展业务的成本，公司利用经销商的销售渠道实现最终销售，需要让利给经销商提升经销商积极性，通常公司根据经销商资信等级、合作时间、销售规模等情况给

予不同的折扣，供货价格一般低于直销价格。而产品销售模式（直销与经销的占比）、不同经销客户销售收入占比的波动等造成了灵芝孢子粉类产品销售价格的略微上涨。

2018年1—6月，公司灵芝孢子粉类产品毛利率减少了1.03个百分点，主要原因系由于产品生产工艺的区别，破壁灵芝孢子粉产品毛利率和破壁灵芝孢子粉颗粒产品毛利率均低于灵芝孢子粉（破壁）产品毛利率，随着破壁灵芝孢子粉产品和破壁灵芝孢子粉颗粒产品销售收入占灵芝孢子粉类产品销售收入的比重不断提升，使得灵芝孢子粉类产品毛利率有所下降；铁皮石斛类产品毛利率增加了6.31个百分点，主要系公司于2018年1月1日起上调铁皮枫斗颗粒产品的市场零售价格所致。

（四）期间费用分析

2015年、2016年、2017年及2018年1—6月，公司期间费用情况如下：

单位：万元 币种：人民币

项 目	2018年1—6月		2017年度		2016年度		2015年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
销售费用	11,011.38	48.51%	17,856.43	48.27%	13,879.34	44.08%	12,806.54	42.42%
管理费用	3,998.34	17.62%	5,592.81	15.12%	4,943.50	15.70%	5,132.78	17.00%
财务费用	-52.07	-0.23%	157.75	0.43%	703.90	2.24%	805.49	2.67%
期间费用合计	14,957.65	65.90%	23,606.99	63.81%	19,526.74	62.01%	18,744.81	62.09%
营业收入	22,697.60	100.00%	36,996.33	100.00%	31,488.00	100.00%	30,191.24	100.00%

2015年、2016年、2017年及2018年1—6月，公司期间费用率分别为62.09%、62.01%、63.81%和65.90%，呈上升趋势，主要系销售费用增长较快所致。2015年、2016年、2017年及2018年1-6月，公司销售费用占营业收入的比重分别为42.42%、44.08%、48.27%和48.51%，呈较明显的上升趋势。公司销售费用支出增长较快，主要原因系公司以登陆资本市场为契机，逐步加大了营销宣传力度，在保持平面、电视、广播、网络等渠道进行广告宣传的基础上，加强了地面推广、客户体验等精准营销宣传。2015年、2016年、2017年及2018年1—6月，公司广告宣传费分别为5,206.03万元、5,687.99万元、8,409.66万元和4,736.65万元。

2018年1—6月，公司销售费用为11,011.38万元，同比增长40.03%，其中广告宣传费支出4,736.65万元，同比增长39.28%；管理费用为3,998.34万元，同比增长70.99%，其中研发支出

1,434.64 万元，同比增长 130.36%，摊销 2018 年限制性股票激励股份支付费用 526.83 万元。

3.3 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

☐适用 ☒不适用

3.4 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

☐适用 ☒不适用