

证券代码：002737

证券简称：葵花药业

公告编号：2022-055

葵花药业集团股份有限公司 2022 年半年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

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

公司计划不派发现金红利，不送红股，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		
变更前的股票简称（如有）	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	周广阔	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	3124893@qq.com	2101474806@qq.com	

2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	2,249,168,302.98	2,101,740,734.54	7.01%
归属于上市公司股东的净利润（元）	401,217,652.72	307,301,274.54	30.56%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净	357,652,282.42	261,214,122.98	36.92%

利润（元）			
经营活动产生的现金流量净额（元）	492,363,334.38	450,085,495.95	9.39%
基本每股收益（元/股）	0.70	0.53	32.08%
稀释每股收益（元/股）	0.70	0.53	32.08%
加权平均净资产收益率	10.43%	9.22%	1.21%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	5,630,760,336.51	5,635,203,544.61	-0.08%
归属于上市公司股东的净资产（元）	3,709,453,466.37	3,709,407,064.33	0.00%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	48,465	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
葵花集团有限公司	境内非国有法人	45.41%	265,200,000.00	0	质押	23,000,000
关彦斌	境内自然人	9.03%	52,740,422.00	0		
黑龙江金葵投资股份有限公司	境内非国有法人	4.11%	24,000,000.00	0		
香港中央结算有限公司	境外法人	1.66%	9,705,761.00	0		
葵花药业集团股份有限公司—2021 年员工持股计划	其他	0.72%	4,180,000.00	0		
张权	境内自然人	0.68%	3,943,506.00	0		
张玉玲	境内自然人	0.67%	3,901,320.00	0		
李杰	境内自然人	0.56%	3,281,648.00	0		
中国工商银行股份有限公司—富国中证红利指数增强型证券投资基金	其他	0.38%	2,216,176.00	0		
中国建设银行股份有限公司—大成中证红利指数证券投资基金	其他	0.27%	1,568,700.00	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；为黑龙江金葵投资股份有限公司第一大股东；2. 张权为葵花集团有限公司董事、参股股东；3. 李杰为葵花集团有限公司参股股东；4. 至报告期末，公司股份回购专用证券账户中持有公司股份 2,950,060 股，占公司目前总股本的比例为 0.51%。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用 不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用 不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

三、重要事项

2022 年上半年，随着医疗改革不断推进，医药行业竞争进一步加剧；伴随着新冠疫情在各地陆续反复，对各行各业产生持续影响。

面对行业、市场的诸多不利影响，公司上下一心，相信相信的力量，紧紧围绕年初制定的战略方针，稳步、扎实开展各项工作。公司坚守“用户第一、指标第一、加速创新、必须奋斗”的葵花价值观，坚持以市场为导向、以用户为基础，聚焦主业，持续深化营销模式升级、持续组织团队打造、不断优化产品生产工艺，全面提升内部治理水平。对外深挖潜力，寻求发展机会；对内夯实基础，提高管理水平，促进公司业绩提升。

2022 年上半年，公司实现营业总收入 224,916.83 万元，较上年同期增长 7.01%；实现归属于上市公司股东的净利润 40,121.77 万元，较上年同期增长 30.56%。

报告期内，公司重点工作推进情况如下：

1、品牌打造

报告期内，公司围绕“小葵花”、“葵花”双品牌驱动策略，划分儿童品牌组及成人品牌组，聚焦核心单品，“小葵花”儿童用药品类集群、“葵花”成人用药中的妇科用药和老慢病用药。

公司坚持打造葵花与小葵花两大品牌，迭代 IP，聚焦核心单品，实现用户心智认知的不断深化；并通过台端媒体、梯媒、垂直问诊平台、新媒体等途径强化宣传覆盖；并通过抖音、公众号、小红书、微博等自媒体平台开展宣传活动，建立起更贴合用户，更适应市场、更具象化触达的自媒体平台矩阵；通过开展小葵花健康包、芪斛植成长季、葵花护肝月等主题推广活动，聚焦单品，以“健康”话题链接用户，形成媒体投放高曝光，创意传播精准化的宣传、推广形式。公司以品牌建设、广告拉升、用户服务，助力公司布局产品群、打造黄金单品、构建大品种集群。

2、生产领域

公司坚持精品药打造工程，深化精益管理，通过工艺优化、口味改善、提升标准、实现品种持续做优。同时，提升采购、生产、储存、销售等供应链各环节的信息化水平，实现资源互助、共享，发挥要素资源的最大效用。公司通过自动化升级、能耗控降、战略储备、集约排产，在保产保供的同时，实现企业的收入有增长、成本能节降、品种可优化、效能稳提升。

3、销售领域

报告期内，为聚焦用户需求、实现全渠道联动，进一步推动公司儿童及黄金单品发展战略，公司对原品牌模式、处方模式销售组织格局进行重塑，按照业务条线组建小葵花精品儿童药板块、葵花成人精品药板块，分线操作公司儿童药及成人慢病消化药品类。同时，公司启动“药直达”区域试点，运用互联网及大数据技术，试水“工厂+互联网平台+终端”的新销售模式。

小葵花精品儿童药板块：

零售终端，公司持续聚焦核心单品，根据产品实施特色化销售推广，并在连锁端逐步提升服务品质，协同连锁客户建立儿童会员体系，抢占目标用户人群，通过用户教育，实施会员营销并进行小葵花品牌渗透；

医院端，公司进一步深化学术营销、价值营销转型，围绕头部医院灵活开展科室会+沙龙会+PMS+巡讲会等学术会议，并邀请国内中医儿童呼吸领域、儿科中西医领域消化领域专家召开主题论证会议，进一步明确产品优势、临床价值，提升产品的学术价值，也为公司产品销售提供了新的学术方向和素材。报告期内，公司产品复合凝乳酶胶囊成功进入首部专家共识《儿童功能性消化不良中西医结合诊治专家共识》。

葵花成人精品药板块:

针对公司成人精品药品种特点, 聚焦黄金单品、落地产品策略; 制定单品考核机制, 通过压力传导, 提高组织执行力; 打造肝炎日、高血压日、糖尿病日等疾病日主题营销活动, 探索单品种社区服务中心战略试点, 为公司产品销售挖掘新的市场机遇。

普药板块:

持续深化“三主三次”战术落地, 坚持聚焦公司产品策略, 抢抓高潜品种, 锁定增量抓手, 确定增量路径; 持续扩大连锁开发力度, 探索头部连锁公司直营模式、整合连锁承包模式的双模式驱动; 并进一步细化连锁产品合作率, 提高高潜品种在头部及整合连锁中的品种进场, 提升合作级别, 增强连锁合作后品种服务, 做实核心单品, 带动儿科、妇科品类发展。

大健康板块:

公司在大健康领域持续聚焦益生菌品类、儿童矿维补益、医疗器械领域。上半年, 小葵花大健康两款吸管产品开发并实现上市, 蓝莓叶黄素软糖上市首月即破百万 GMV; 组建连锁事业部、新业务部, 补足线下连锁药店空白、开启自营电商渠道, 成立 MCN, 试水直播推广, 实现产品的全渠道销售。

4、运营管理

公司以贡献者文化塑魂、以高活力组织为保障, 推进长远战略落地, 推进高效运营。

公司全面应用 OGSM 管理工具, 深入打造流程性组织, 提升人均效能; 在生产、人资及财务系统领域实施集团、子公司、大区制管理体制, 进一步收缩和简化管理线, 提升效率和节约管理资源, 实现人员优化和资源的有效配置。并通过开展葵花朝阳计划、领军人才、任职资格认证等人才培养项目, 实现组织效率及关键人才的能力提升。

报告期内, 公司持续提升内部控制水平, 全面梳理、排查企业经营所面临的各类或有风险, 并有针对性的制定风险应对措施, 提升企业风险应对能力, 并推行财务 BP 机制, 分设生产研发、营销财务管理部, 支持经营、贴近一线, 有效提升财务筹划、财务分析、风险预警水平。公司成立财务共享中心, 通过专业化、信息化、规范化、标准化, 实现企业经营信息的协同、共享, 助力经营管理团队高效、科学决策。