

公司代码：600771

公司简称：广誉远

广誉远中药股份有限公司

2019 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 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。
- 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。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 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
无

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	广誉远	600771	东盛科技

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	邱旻	葛雪茹
电话	029-88332288	029-88332288
办公地址	陕西省西安市高新区高新六路52号立人科技园A座六层	陕西省西安市高新区高新六路52号立人科技园A座六层
电子信箱	qiumin@guangyuyuan.com	xueru.ge@guangyuyuan.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比 上年度末增减(%)
总资产	3,257,673,083.52	3,078,858,116.98	5.81
归属于上市公司股东的净资产	2,373,857,808.38	2,287,570,596.66	3.77
	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	-78,477,209.17	-234,919,656.60	
营业收入	541,410,770.51	655,051,130.59	-17.35
归属于上市公司股东的净利润	117,282,562.58	144,248,976.95	-18.69
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	99,978,204.87	141,143,735.16	-29.17
加权平均净资产收益率(%)	4.99	7.26	减少2.27个百分点
基本每股收益(元/股)	0.25	0.41	-39.02
稀释每股收益(元/股)	0.25	0.41	-39.02

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)		26,647				
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	
西安东盛集团有限公司	境内非国有法人	22.94	112,864,726	37,197,155	质押	74,984,000
宁波鼎盛金禾股权投资合伙企业(有限合伙)	其他	3.61	17,782,146	17,782,146	无	
华能贵诚信托有限公司-华能信托·悦晟3号单一资金信托	其他	3.39	16,658,694		无	
国寿安保基金-建设银行-人寿保险-中国人寿保险(集团)公司委托国寿安保基金混合型组合	其他	3.02	14,839,329		无	
全国社保基金一零四组合	其他	3.01	14,800,016		无	

樟树市磐鑫投资管理中心（有限合伙）	其他	2.89	14,225,718	14,225,718	无	
财富证券—浦发银行—财富证券—广誉远安宫清心集合资产管理计划	其他	2.69	13,237,352		无	
北京东富新投投资管理中心（有限合伙）	其他	2.31	11,387,781		无	
郑文平	境内自然人	1.89	9,300,000		无	
蒋仕波	境内自然人	1.77	8,694,000		无	
上述股东关联关系或一致行动的说明		华能贵诚信托有限公司-华能信托·悦晟3号单一资金信托所持股份系公司控股股东西安东盛集团有限公司间接增持股份，除此之外东盛集团与其他股东之间无关联关系；鼎盛金禾与磐鑫投资之间有关联关系，其他股东之间公司未知是否存在关联关系，也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。				

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

2019 年上半年，中国宏观经济下行寻底的压力不减，中美贸易战的持续胶着也对整体经济的运行造成了一定冲击，中国经济面临结构性转型升级的新局面，整体产业发展面临新的问题和挑战。同时，随着 2018 年上半年国家医保局和国家卫健委的正式成立，“新医改”进入深水区。其中，以医保控费为导向的相关政策框架体系逐步建立，零售药店销售处方药也面临监管趋严的新局面，这些都对医药企业的发展提出了新的要求，转型升级的阵痛在所难免。

面对复杂多变的外部环境，公司在股东的大力支持和董事会的领导下，继续坚定

“全产业链打造广誉远高品质中药战略”的指导原则，以建成的广誉远中医药文化产业园为新的发展起点，专注“传统中药+精品中药+养生保健酒+精制饮片”四大核心产品板块，以学术创新为赋能抓手，外抓市场，内抓管理，一方面进一步整合优质营销资源、强化销售队伍的战略执行能力，一方面全方位优化公司各项日常运营流程、提高运营效率，确保了公司“立足当下、面向未来”的长期可持续发展。

报告期内，公司实现营业收入 5.41 亿元，与上年同期相比下降 17.35%，主要是因为：（1）我国宏观经济整体下行，产业发展受到冲击；（2）受医保控费落地和行业监管趋严等政策因素影响，医药行业面临转型升级的新挑战。同时，报告期内公司实现归母净利润 1.17 亿元，与上年同期相比下降 18.69%，主要是因为：（1）公司主要原材料价格较去年同期上涨 10%左右，且定坤丹、龟龄集更新产品包装，部分包材价格略有上升，使得产品毛利率有所下降；（2）受新厂正式投产影响，公司固定资产折旧费用、燃料动力等制造费用相应上升；（3）公司持续加大研究开发力度，研发投入较去年同期增长 14.60%；（4）公司拓宽融资渠道，使得报告期内信用证议付费用、银行借款利息及承兑汇票贴现等财务费用较上年同期增长 268.65%。

面对种种不利因素，公司持续夯实发展基础，进一步调整和改善财务结构，应收账款得到有效控制，报告期内公司应收账款为 14.78 亿元，增速放缓；同时公司经营性现金流净额为-7,847.72 万元，较去年同期的-2.35 亿元也取得显著改善。

报告期内，公司主要业务板块的工作重点如下：

（一）医药工业

随着新建广誉远中医药产业项目于去年 10 月正式投产，困扰公司发展多年的产能瓶颈得到解决，但产能的快速放大和智能生产设备的启用对生产流程的磨合与优化、以及与下游营销体系的衔接提出了新的要求。面对政策及经济等外部环境的诸多不利因素，公司放眼未来，围绕“将生产能力打造成核心竞争力”的目标对医药工业的整体运营进行了全方位的流程和资源的优化与整合，为医药工业板块未来长期稳定的发展打下了基础。报告期内医药工业实现营业收入 4.69 亿元。

1、传统中药

传统中药是公司发展的重要推手，因为同时面向商业流通、医院终端和连锁药店等多个直接或间接的下游客户，也是受经济下行等诸多因素影响最大的板块之一，报告期内该板块实现营业收入 4.07 亿元。面对种种不利因素，公司在报告期内坚持“学术引

领+营销升级”的双轮驱动战略，一方面狠抓学术赋能，一方面推动终端营销的持续升级，为整块业务的长远发展奠定了基础。

学术创新上，公司持续推进定坤丹对卵巢低反应患者 IVF/ICSI-ET 结局的影响研究、定坤丹治疗 PCOS 的临床系统生物学研究、龟龄集用于特发性少、弱、畸精子症的多中心临床试验、龟龄集治疗轻-中度老年认知功能障碍(肾虚髓减证)的临床研究、安宫牛黄丸治疗急性缺血性脑卒中患者伴急性意识障碍的多中心临床试验等多项临床研究工作，并进一步加强了与协和医院、厦门大学、中国药科大学、上海中医药大学和山西大学等院校联合实验室研究成果输出及转化，报告期内一篇关于定坤丹能够有效改善多囊卵巢综合征胰岛素抵抗的学术论文成功发表在 SCI 期刊，进一步夯实了公司学术推广建设。

终端营销的优化升级上，首先是医院方面，报告期内公司新增医院终端 460 余家，先后参办全国及省市各类学术会议近 90 场，进一步巩固了核心产品的学术地位，不断提升了公司品牌形象和产品知名度，带动了医院终端动销的稳步提升。其次在连锁药店方面，公司强化销售团队专业服务质量、深耕连锁，报告期内围绕全亿健康、高济、一心堂、大参林、海王星辰、老百姓、国大药房等 top10 核心连锁及门店全面升级专业化培训、陈列、消费者教育和持久性地推活动，推动药店终端动销同样实现较快增长。其中，公司组织 60 家连锁参与了广誉远文化行活动，举办“好孕中国”启动会近百场并培训终端销售人员达到 13,000 余人次，同时，公司面向终端消费者开展门店地推活动近 8,000 场，开展各类养生大讲堂活动近 900 场。

商务流通网络建设上，公司继续巩固全国商业网络覆盖和系统布局，围绕全国性龙头商业开发 OTC 市场，围绕区域性商业开发医院市场，报告期内签订一级商近 200 家，确保了公司产品在全国市场的快速分销和运转。同时公司将商业网络延伸到地县级市场，报告期内设立地区办事处共 80 个，未来地县级商业、小连锁和第三终端将是传统中药业务发展的又一重点渠道。

2、精品中药

精品中药产品定位高端，面向广大高净值人群，同样受到经济下行等不利因素的干扰，报告期内实现营业收入 6,230.07 万元。

精品中药在报告期内坚持优化提升运营效率和服务质量的目标，以国药堂和国医馆等营销网络开发为基础、以精准圈层营销为突破口、以培训和后勤支持为保障，持续推

动业务的转型升级。其中，公司积极探索大客户销售模式，2019年上半年共举办各类精准营销活动18场，“上市公司员工健康关爱计划”走进上市公司4家，同时对金融界企业家俱乐部、优铺商学院和500+大客户也进行了持续的深耕服务，推动了精品中药营销渠道的整合升级，为公司业务未来的持续性发展做好了准备。

（二）养生酒

以新建广誉远中医药产业项目正式投产为契机，养生酒一举解决了困扰多年的产能瓶颈问题，报告期内实现销售收入3,262.16万元。

报告期内，公司进一步加强渠道建设，推动了“餐饮+药店”双渠道销售战略的落地，并成功推出了新品金钻龟龄集酒。公司一方面通过拉萨龟龄集酒业布局餐饮商超及体验店渠道，累计开发经销商400余名，并与阿里零售通、怡亚通和云集达等社交电商达成全面战略合作关系；另一方面，公司围绕新品金钻龟龄集酒上市完成了全国7省市31家主要药店连锁的开发合作，开展了13场次的连锁集中培训和1,000余场的门店贴柜培训，并开展地推试饮600余场，参加试饮人数超过5,000人次。

（三）品牌建设

报告期内，公司持续深耕品牌建设，不断创新，进一步提升了广誉远的品牌知名度及品牌价值积累。

首先在传统媒体方面，公司与江苏卫视《非诚勿扰》、《新相亲大会》、山西黄河电视台、重庆时尚频道《健康第一》等知名电视台和栏目深度合作，并针对重点连锁药店开展了以“非诚勿扰线下报名通道”为代表的品牌共建策划活动，强化了线上线下的结合，促进了终端导流；其次在互联网方面，公司针对今日头条、小红书等新兴垂直媒体平台，以口碑运营为切入点持续深化市场教育，同时以百度、360等作为营销收口，结合“3·8女神节”、“母亲节”、“父亲节”、“618”等重要营销节日节点，协同电商开展互联网线上宣传及导流工作；此外，公司还借助新品金钻龟龄集酒在西湖论坛的重磅上市、广誉远定坤丹见证5,200名大学生创造吉尼斯世界纪录等营销活动，将传统老字号品牌营销持续推向新高度和年轻化。

（四）生产研发管理

公司始终秉承“修合虽无人见，存心自有天知”的制药古训，严格甄选道地药材，遵循独特古法炮制工艺，围绕“高品质中药战略”增强公司科研质量和实力，以市场需求为导向，以“做引领中医药质量标准的企业标杆”为目标，不断提升生产质量管理水

平，加强生产现场管理及全过程控制，推动精细化管理和产品质量升级，确保产品高品质出厂。

报告期内，随着山西广誉远新厂的生产磨合步入正轨，公司在生产管理上坚持“苦练内功夯实基础”的发展思路，一方面进一步提高了生产的统筹规划水平，对生产流程的“人机合一”提出更高要求；另一方面积极组织申报了小儿咳喘灵口服液、甘露消渴胶囊、感冒清热颗粒和加味龟龄集酒的恢复生产工作，并完成了新品金钻龟龄集酒的上线生产。研发方面，公司持续围绕产品二次开发、经典名方研发、质量标准及工艺方法等研究课题，不断挖掘产品生命周期和市场价值。报告期内，公司以自研和合作形式共立项和开展研发项目 26 项，已完成 5 项，涉及龟龄集质量控制方法研究、龟龄集治疗肾阳虚药效研究、定坤丹潜在质量标志物的研究及产品再注册等，先后发表相关论文 6 篇，持续为公司生产过程质量控制、工艺参数及产品临床功效等提供依据和指导。

（五）内控体系建设

报告期内，公司围绕年度内控和审计工作计划，对上市公司各级权属公司开展日常例行经营情况审计和内控执行情况检查，对重点业务板块，开展销售市场终端管理检查、原料供应资源调研分析跟踪、工程投资过程监督、单项管理专项分析、重大合同会审审核等多项提升管理的具体工作。同时，公司组织相关部门深入学习《上市公司治理准则》和《证券期货市场诚信监督管理办法》，结合企业实际，完善制度，对标要求，梳理检查，在各重大方面促进了企业运营环境的良性发展，保证了审计监督和内控评价的有效性。

3.2 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

3.3 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