

公司代码：600993

公司简称：马应龙

# 马应龙药业集团股份有限公司

## 2022 年年度报告摘要



## 第一节 重要提示

- 1 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 [www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn) 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，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 中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 **董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案**  
截至2022年12月31日公司总股本431,053,891股，经公司董事会提议，拟以公司总股本431,053,891股为基数，向全体股东每10股派发现金股利3.5元（含税），派发现金股利总额为150,868,861.85元（含税）。该方案已经公司第十一届董事会第五次会议审议通过，尚需提交公司股东大会审议批准。

## 第二节 公司基本情况

### 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	马应龙	600993	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马倩	赵仲华、郭艳萍
办公地址	武汉市武昌南湖周家湾100号	武汉市武昌南湖周家湾100号
电话	027-87291519	027-87389583
电子信箱	maqian1582@sohu.com	zhaozhonghua@wo.com.cn gyp1582@163.com

### 2 报告期公司主要业务简介

#### (一) 行业基本情况

我国人口总量维持低增长，老龄化程度加深，推动医药、医疗产业发展。根据第七次全国人口普查数据显示，2020年我国人口较2010年增长5.38%，年均增长率0.53%，人口呈低速增长态势，60岁及以上人口占比18.70%（其中65岁以上占比13.5%），相较2010年60岁及以上人口占比上升5.44%，人口老龄化程度进一步加深。伴随着老龄化的加快、居民健康意识提升以及消费升级等，社会整体医疗需求进一步放大，人均医疗费用将逐步上升。在此背景下，国家一方面出台多项政策激励生物医药产业不断向前发展，推动医药企业加快从仿制药向创新药转型。另一方面在我国医疗资源总量不足、结构性失衡的国情下，为满足基本医疗需求和保障，加快推动公立医院高质量发展，鼓励民营医疗差异化竞争。近两年，公司所涉行业主要情况如下：

#### 1、医药工业

2022年医药工业规模以上企业实现营业收入33,633.7亿元，同比增长0.5%；实现利润5,153.6亿元，同比下降26.3%。各子行业运行呈现分化态势，相较于化学原料药、医疗器械、卫生材料及医药用品、制药专用设备等子行业实现了较高速增长，生物药品、中药、化学药品制剂等出现负增长或低增长，其中中成药生产、中药饮片加工两个子行业2022年营业收入分别同比增长5.6%、5.5%，利润分别同比下降1.1%、31.9%。（中国医药企业管理协会《2022年医药工业经济运行情况》）

#### 2、医疗服务

2022年全国医疗卫生机构全年总诊疗人次同比下降1.5%，根据中国药学会统计，样本医院用药金额同比下降3.4%，明显低于上年水平（中国医药企业管理协会《2022年医药工业经济运

行情况》)。根据国家卫健委数据显示,2022年1-9月全国民营医院诊疗人次累计同比增长3.1%,全国民营医院出院人次累计同比增长4.8%。

### **3、医药商业**

2021年,全国药品流通市场销售规模稳步增长,增速逐渐恢复至疫情前水平。统计显示,全国七大类医药商品销售总额26,064亿元,扣除不可比因素同比增长8.5%,增速同比加快6.1个百分点。其中,药品零售市场销售额为5,449亿元,扣除不可比因素同比增长7.4%;药品批发市场销售额为20,615亿元,扣除不可比因素同比增长8.65%。(商务部市场运行和消费促进司《2021年药品流通行业运行统计分析报告》)

#### **(二) 行业政策情况**

2022年,国家层面发布医药行业相关政策数百条,医药类本年度基调为鼓励创新、加强监管、传承中药;医保类为目录调整、支付改革、带量采购、平台建设;医疗类为推动分级诊疗和公立医院高质量发展,加强互联网医院建设。现就可能对公司生产经营产生重要影响的主要政策说明如下:

##### **1、国家大力支持中医药行业发展。**

近几年,中医药行业利好政策不断,规章制度不断细化,政策方向上从过去的统筹性长期规划到近几年更加具体的包括医保支付、审评审批规则优化、鼓励中药创新等方向的指导,国家从顶层设计上加大对中医药的支持力度。2022年,中医药相关多个政策发布,包括《“十四五”中医药发展规划》、《推进中医药高质量融入共建“一带一路”发展规划(2021-2025年)》、《基于人用经验的中药复方制剂新药临床研发指导原则(试行)》、《基于“三结合”注册审评证据体系下的沟通交流指导原则(试行)》、《“十四五”中医药人才发展规划》、《中药注册管理专门规定(征求意见稿)》、《中药品种保护条例(修订草案征求意见稿)》等,在注册分类、人才培养、品种保护、一带一路发展等做了细致指导和规划。其中《“十四五”中医药发展规划》是首个以国务院名义印发的中医药五年规划,显示了国家发展中医药的决心。

发布时间	发布机构	文件名称	核心内容
2022.1	国家中医药管理局、推进“一带一路”建设工作领导小组办公室	《推进中医药高质量融入共建“一带一路”发展规划(2021-2025年)》	共建“一带一路”：聚焦政府间和国际组织框架下合作、聚焦国际抗疫合作、扩大中药类产品贸易、提升企业“走出去”水平等
2022.3	国务院	《“十四五”中医药发展规划》	该规划是首个以国务院名义印发的中医药5年规划。在中医药供给和资源总量、质量标准建设、医保准入、中医药创新、中医药国际化等方面做出具体发展要求
2022.5	国家药审中心	《基于人用经验的中药复方制剂新药临床研究指导原则(试行)》《基于“三结合”注册审评证据体系下的沟通交流指导原则(试行)》	征求意见对在中医药理论、人用经验、临床试验相结合的中药注册审评证据体系下研发的中药新药，提出不同注册分类临床方面沟通交流的关键节点、会议资料要求以及关注点，并突出人用经验数据的关键地位
2022.10	国家中医药管理局	《“十四五”中医药人才发展规划》	对中医药人才队伍的建设提出了明确规划
2022.11	药监局	《中药注册管理专门规定(征求意见稿)》	就中药注册优先事项、人用经验、临床试验豁免、引入真实世界研究证据、中药说明书修改等内容进行了规定。
2022.12	药监局	《中药品种保护条例(修订草案征求意见稿)》	目标是加强中药品种全生命周期管理，推进中药品种质量持续提升。条例主要包括总则、保护范围及保护等级、申请与审批、中药保护品种证书持有者、监督管理等

资料来源：各政府官网，万联证券研究所

图：2022年中医药重点政策

## 2、中成药集采扩面。

2018年以来，集采已形成常态化格局，2022年1月10日召开的国务院常务会议明确指出，要推动集中带量采购常态化、制度化并提速扩面，持续降低医药价格，让患者受益。随后国家医保局表明中成药将在2021年部分省份已经组织联盟采购的基础上，2022年进一步有序扩大范围。从推进情况看，报告期内已经开展了广东联盟集采、北京市集采、山东省集采，中标品种均有不同程度降价，独家品种降幅相对较小。2022年9月全国中成药联采办公室成立，启动最大规模集采。随着中药行业集采的推进，中药企业需要适应新形势，将更多的精力转移到创新研发上，加强新产品的科研、学术和循证医学方面的投入，以及具有临床价值的创新药开发。

集采	结果公布时间	参与省份	品种数量	参与和中选情况	价格降幅情况
湖北联盟	2022.12.27	湖北、河北、山西、内蒙古、辽宁、福建等19省	76	涉及17个产品组共有157家企业、182个产品参与。97家企业、111个产品中选	平均降幅42.27%，最大降幅82.63%
广东联盟	2022.4.8	广东、山西、河南、海南、宁夏、青海共6省	132	87.86%的企业参与，86.88%的产品产生报价，最终174家企业361个品种拟中选/备选，其中30个独家品种产生拟中选（备选）企业	独家品种拟中标降幅20%左右；非独家拟中标降幅为67.80%
北京市集采	2022.11.4	北京市	84	按市场总体情况，市场竞争较为充分的品种纳入带量联动范围，将竞争相对不足的品种纳入带量谈判。中选共计59个品种，241个品规，涉及122家药企	独家产品的降价幅度不大，非独家产品降幅较大。例如，天士力的复方丹参滴丸降了15%；扬子江的苏黄止咳胶囊（0.45g*24）降了3%；连花清瘟颗粒基本没有降价；湖南康寿的生血宝颗粒降幅约22%。
山东省集采	2022.11.8	山东省	15	67个药品划分为15个品种组竞争。共有155家企业积极参与申报，涉及330个产品	平均降价44.31%，最高降幅87.97%
全国联盟集采（湖北第二批）	-	30省（除湖南、福建外）	42	采购目录包括16个采购组42种药品	报量阶段

资料来源：各省医保局，广东省药品交易中心，风云药谈，赛柏蓝，万联证券研究所

图：2022年中成药五次集采对比

### 3、药品监管持续加强。

2022年4月国家药监局发布《药品年度报告管理规定》，进一步指导药品上市许可持有人建立年度报告制度，药品年度报告制度的落地标志着我国药品监管法规体系及监管方式的进一步完善，同时对于医药企业自身的合规体系建设也将起到促进作用。药品网络监管持续加强，2022年5月国家药监局发布了《药品监管网络安全与信息化建设“十四五”规划》，11月《药品网络销售禁止清单（第一版）》发布，明确禁止销售的药品为疫苗、血液制品、麻醉药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品、医疗机构制剂、中药配方颗粒。2022年7月全国药品监督管理工作会议上也强调要深化药品安全专项整治，推进药品监管改革，提升药品监管效能，切实保障人民群众用药安全有效，支持医药产业高质量发展。为此，公司将持续加强全面质量管理体系建设，着力提升产品品质。

#### 4、聚焦提升医疗服务能力。

持续推动分级诊疗和公立医院高质量发展，加强互联网医院建设。推动优质医疗资源向市县延伸是今年分级诊疗及医院高质量发展的重要任务，国家卫健委公布首批纳入千县工程县医院综合能力提升工作的县医院名单。互联网医疗政策进一步打通，驱动医、药、险联动，同时推动互联网医疗回归医疗本质，提升医疗质量和安全性。2022年9月国家卫健委发布通知，拟使用财政贴息贷款更新改造医疗设备。2022年11月，中央财政下达卫生健康领域中央基建投资预算，推动“十四五”102项重大工程和《“十四五”优质高效医疗卫生服务体系建设实施方案》等任务落地。同时，不断鼓励社会资本和社会力量在短板性医疗服务领域开办连锁化、高品质的医疗机构。为此，公司不断深入洞察客户需求，在夯实药品经营的基础上，持续升级医疗服务，推动互联网医院与实体医疗机构的深度融合。

### （三）公司所从事的业务情况

#### 1、发展沿革

马应龙创始于1582年，以眼药起家，拥有八宝名方。根据中医异病同治的原理以及马应龙八宝名方所具有的“清热解毒、活血化瘀、消肿止痛、祛腐生肌”的功效，20世纪80年代以来，公司研发人员在八宝名方配伍的基础上，结合消费者的使用反馈，陆续研制推出了马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、龙珠软膏和马应龙八宝眼霜等深受用户好评的产品，经过多年经营，逐步构建了肛肠细分市场优势地位。



图：马应龙主要产品发展历程

2012-2015年公司联合中华中医药学会肛肠分会开展了“中国成人常见肛肠疾病流行病学调查”，流调结果整体呈现“一高两低”特点，即发病率高、就诊率低和认知度低。由此判断，肛肠健康领域空间广阔，潜力巨大，任重道远。在此背景下，公司贯彻执行品牌经营战略，遵循“目标客户一元化，服务功能多元化”的发展思路，构建肛肠健康方案提供商，大力发展大健康产业，由原先的以药品治疗为主向全生命周期的健康管理延伸，涵盖预防、保健、诊断、治疗、康复，

并逐步构建细分领域竞争屏障。目前已构建形成医药工业、医疗服务和医药商业的立体产业布局。

## 2、主要业务、主要产品及其用途、经营模式

### (1) 医药工业

医药工业逐步构建形成了以肛肠为核心，以眼科、皮肤等为支柱的产品格局，涵盖药品、大健康产品等。公司拥有国药准字药品百余个，拥有马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、马应龙八宝眼膏、龙珠软膏等独家药品 10 多个，生产剂型涵盖膏、栓、中药饮片、口服、片剂、洗剂等。大健康品类架构基于“械食卫妆消”全面涵盖功能性化妆品、功能性护理品、功能性食品、消械产品四大类，其中：功能性化妆品包含眼部护理、眼部日用品、面部及身体清洁与护理等产品；功能性护理品包括婴幼儿纸品、婴幼儿护肤品、女性用品等；功能性食品包括润肠促消化、补肾固本、膳食补充等产品；消械产品包含肛肠术后护理、日用电子辅助产品、眼部器械护理、消毒杀菌类产品，已上市 SKU 超过 400 余个，在研产品 100 余个。

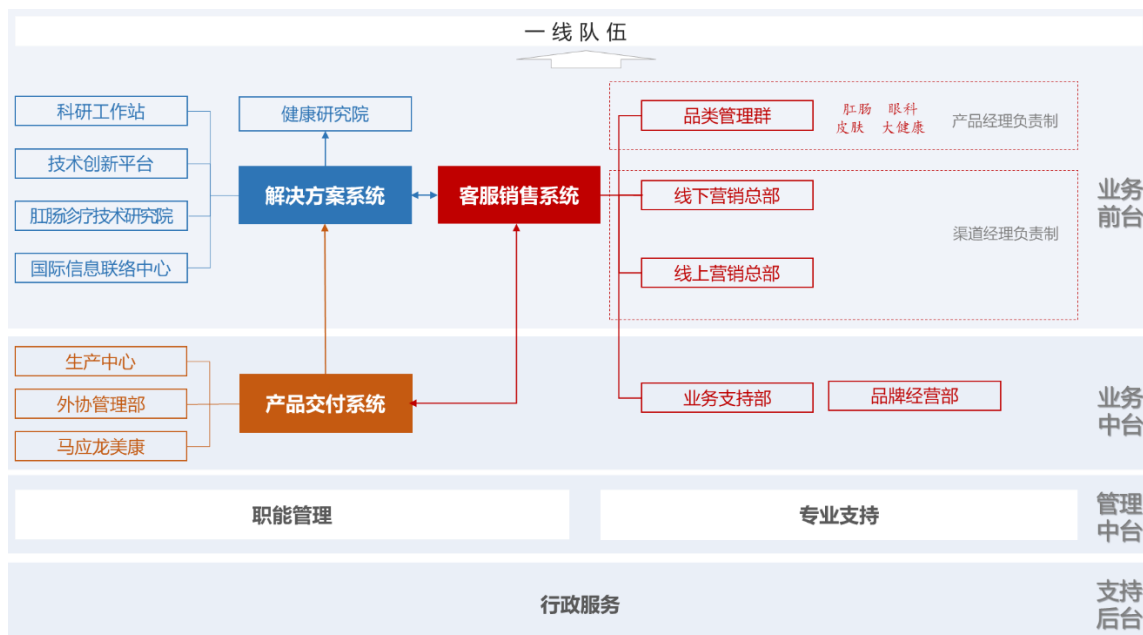


图：马应龙主要药品、大健康产品

在保障成本、质量、效率的前提下，公司以自主生产为主，委托生产、贴牌生产为辅，采取平台化的工业制造形式，主要剂型软膏、栓剂为国内产能规模最大的生产制造基地之一，中药无菌眼膏为国内首家，拥有化妆品生产车间、中药材提取车间等。核心产线生产设施先进，拥有国际领先、国内尖端的膏栓智能生产线，包括 3 套自动配料系统、2 条高速软膏线、3 条高速栓剂线和 11 个工业机器人、3 套 CIP 系统。同时以马应龙美康江西生产基地打造眼药发展平台，拥有滴眼剂等生产条件。

公司贯彻落实“全渠道布局，分类侧重”的经营思路，通过自建销售团队拓展线上线下市场，线下市场配置四大渠道线，分别为商业渠道、医院渠道、零售渠道、大健康渠道，覆盖全国 8 个大区、42 家办事处，通过业务人员加强对经销商、代理商、医疗机构、零售药店、专卖店、KA 商超等渠道的拓展与维护。线上渠道按照产品类别分线配置，涵盖美妆线、护理品线、药品线等，基本实现主流电商平台的全覆盖。





图：医药工业运行架构图

## (2) 医疗服务

医疗服务是公司立足肛肠健康核心领域、打造肛肠健康方案提供商、拓展肛肠全产业链的重要支点。公司秉承中医“大医精诚”的理念办医院，先后在武汉、北京、西安、南京、大同等地建立马应龙肛肠连锁医院。目前已汇聚了一批由中国肛肠病治疗领域最具影响力的专家领衔组成的医生团队，拥有主任、副主任医师 40 多人，博士生导师 6 人，硕士生导师 15 人，为当下国内规模领先的肛肠专科连锁医院。同时，为充分发挥马应龙在肛肠领域的优势，在肛肠专科标准化建设、肛肠诊疗技术系统培训及规范、疑难病远程会诊等方面为县级医院提供全方位服务，公司先后与迁安市老干部局医院、临朐县人民医院等分别共建了 60 余家肛肠诊疗中心。马应龙肛肠连锁医院与众多国家级医药科研机构保持着良好合作，共同建立了北京大学马应龙博士后工作站、卫生部医药生物工程技术研究中心临床基地、国家中医药管理局肛肠病重点专科、军事医学科学院马应龙博士后工作站、中山大学达安基因肛肠疾病研究及检测中心、湖北省肛肠药物工程技术研究中心等研发机构，并先后承担省部级以上科研课题 15 项，着力将马应龙肛肠连锁医院打造成为集临床诊疗和科研于一体的专业化医院，使马应龙肛肠连锁医院专家团队始终保持与国际上最先进的肛肠诊疗技术接轨，使患者优先享受到最新科研成果的诊疗服务。马应龙健康云平台“小马医疗”作为公司为打造健康方案提供商，构建商业生态链而构建的专业化、垂直化的移动医疗平台，希望通过整合药品经营、诊疗技术、医疗服务、健康数据等各种资源，链接药企、医院、医疗信息化厂商、医疗器械和智能硬件厂商、体检机构、保险机构等行业资源，构建全链条、一体化的肛肠健康生态圈。



图：马应龙肛肠诊疗中心合作模式

### (3) 医药商业

医药商业包括医药零售和医药物流两大业务。

公司医药零售实行以会员管理中心的健康家运营模式，以线下零售药房为依托，以线上业务创新发展为平台，始终致力于健康产业的发展，做大众身边的专业健康管理专家。以“安全、专业、实惠、便利”为核心价值主张，以品牌提升价值，以服务赢得竞争，凭借优质的商品和良好的服务在广大消费者中形成了“买品牌药到马应龙”的口碑。目前，线下经营网点业务涵盖社区零售药房、DTP院线药房、重症慢病定点药房等；线上渠道分布在天猫、京东、美团等各大流量平台上。旗下马应龙大药房连续十四年入选中国药品零售行业百强排行榜，2020年荣获“武汉市疫情防控重点保供突出贡献企业荣誉称号”，2021年入选武汉市线上经营重点企业（平台）。2022年，马应龙入选湖北省级电子商务示范企业。

医药物流主要从事药品配送、医疗器械批发兼零售、物流服务等，致力于深耕湖北区域市场，构建比较优势，采购模式主要包括协议分销和市场比价采购，销售模式主要包括自营业务、配送业务、分销业务和B端业务。自营业务以承接马应龙体系内部分产品销售以及开展贴牌代理为主；配送业务以向主流连锁药店、第三终端（小微连锁与单体药房）配送为主；分销业务包括厂家协议分销和网络拓展分销，其中厂家协议分销是向取得代理或经销资格的商业企业采购，同时会同生产厂家签订三方分销协议；网络拓展分销是以其拥有的产品资源为基础，向其他商业企业销售产品；B端业务主要是通过线上平台广泛采购全国优势品种，服务终端市场。

### 3、主要业绩驱动因素

2022年公司实现营业收入35.32亿元，同比增长4.35%；归属于上市公司股东的净利润4.79亿元，较上年同期增长3.10%。主要为公司医药制造业务市场基础良好，贡献了较稳定的收入来

源和利润来源，详细内容请见“第三节 重要事项 1、经营情况讨论与分析”。

#### （四）公司所处的行业地位及变化情况

公司以肛肠及下消化道领域为核心定位，打造肛肠健康方案提供商，大力发展大健康产业。通过深化实施品牌经营战略，根据“目标客户一元化、服务功能多元化”的发展思路，向诊疗产业延伸产业链，大力发展互联网医疗，并围绕大健康领域积极寻求发展机会，形成了医药工业、医疗服务、医药商业的产业布局。

**医药工业领域**，马应龙拥有八宝名方，含有麝香、牛黄、琥珀、珍珠、冰片、炉甘石、硼砂、硼砂等八味中药，马应龙眼药制作技艺 2011 年入选“国家非物质文化遗产名录”。并在此基础上，陆续研制推出了马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、龙珠软膏、马应龙八宝眼霜等深受用户好评的产品。2019 年，国家工信部发布第四批制造业单项冠军企业（产品）通告，公司治痔膏药获选单项冠军产品，是国内唯一获此殊荣的中药类产品，2022 年 11 月顺利通过国家工信部制造业单项冠军企业（产品）复评。根据中康资讯《2021 年肛肠类市场竞争态势研究报告》显示，2021 年公司整体市场份额和零售终端市场份额均实现同比提升，主导产品马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓市场表现良好。

**医疗服务领域**，公司入选“2022 届社会办医医院集团 100 强”，马应龙肛肠诊疗技术研究院是唯一一家经国家民政部批准设立的肛肠诊疗技术研究院，北京医院为民营医院中唯一的三甲肛肠专科医院，武汉医院联合小马医疗获批成为湖北省内首家民营互联网医院。

**医药商业领域**，报告期内马应龙大药房入选中国连锁药店 50 强、中国药店价值榜百强企业等。

### 3 公司主要会计数据和财务指标

#### 3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	5,057,615,623.25	4,126,920,634.04	22.55	3,866,460,232.46
归属于上市公司股东的净资产	3,496,240,837.10	3,171,381,849.96	10.24	2,849,405,054.96
营业收入	3,532,379,037.45	3,385,059,255.51	4.35	2,791,591,948.24
归属于上市公司股东的净利润	479,004,678.15	464,591,713.85	3.10	419,058,020.92
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	461,708,600.22	431,686,157.80	6.95	327,128,429.99
经营活动产生的现金流量净额	341,852,836.66	597,171,048.92	-42.75	282,988,369.42
加权平均净资产收益率（%）	14.37	15.43	减少1.06个百分点	15.51
基本每股收益（元/股）	1.11	1.08	2.78	0.97
稀释每股收益（元/股）	1.11	1.08	2.78	0.97

注：经营活动产生的现金流量净额变动主要系本期大额存单较上期收回减少以及工薪支付的现金增加所致。

### 3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	949,086,965.18	978,668,820.08	857,326,999.59	747,296,252.60
归属于上市公司股东的净利润	137,549,555.60	134,383,732.65	144,120,820.37	62,950,569.53
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	137,516,496.53	135,442,570.95	140,319,142.93	48,430,389.81
经营活动产生的现金流量净额	-137,319,701.64	48,117,058.30	345,339,441.20	85,716,038.80

注：2022 年 4 季度公司营收相对较低主要系：一是优化医药商业业务结构，医药商业规模同比下降；二是年底物流不畅影响了部分业务发货。2022 年 4 季度净利润环比下降主要系公司销售费用一般呈周期波动，四季度集中执行部分年度合同的销售费用所致。

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

## 4 股东情况

### 4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

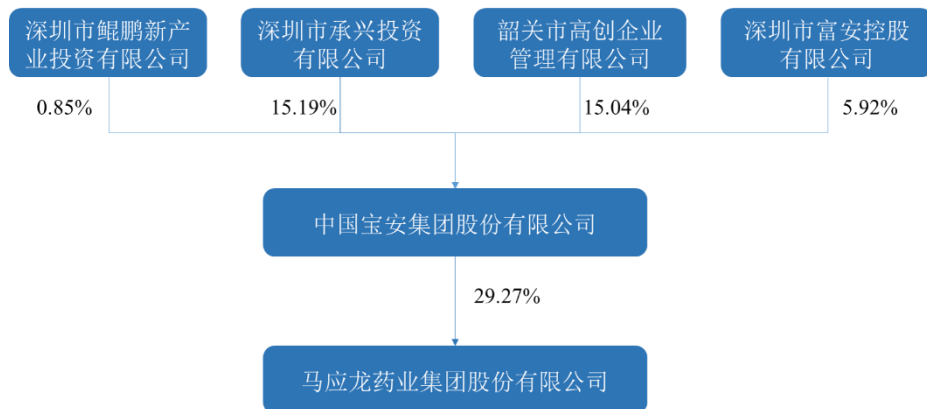
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					41,986		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					34,973		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 (%)	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
中国宝安集团股份有限 公司	0	126,163,313	29.27	0	质押	100,000,000	境内非 国有法 人
武汉商贸集团有限公司	421,000	22,439,723	5.21	0	无	0	国有法 人
香港中央结算有限公司	2,458,531	13,865,971	3.22	0	无	0	境外法 人
溪牛投资管理（北京）	1,571,600	6,805,781	1.58	0	无	0	其他

有限公司—溪牛长期回报私募证券投资基金							
中信证券—中信银行—中信证券红利价值一年持有混合型集合资产管理计划	4,329,736	4,329,736	1.00	0	无	0	其他
平安银行股份有限公司—前海开源中药研究精选股票型发起式证券投资基金	2,135,708	3,765,351	0.87	0	无	0	其他
华一发展有限公司	0	3,754,868	0.87	0	无	0	境外法人
中国建设银行股份有限公司—汇添富创新医药主题混合型证券投资基金	3,707,900	3,707,900	0.86	0	无	0	其他
李霞	1,290,000	2,700,000	0.63	0	无	0	境内自然人
温炳逢	2,498,955	2,498,955	0.58	0	无	0	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，华一发展有限公司为中国宝安集团股份有限公司的控股子公司，公司未知其余股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。						

#### 4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



注：截至 2022 年 12 月 31 日，本公司控股股东中国宝安集团股份有限公司的第一大股东深圳市承兴投资有限公司及其一致行动人深圳市鲲鹏新产业投资有限公司合计持有中国宝安股份总数的 16.04%，第二大股东韶关市高创企业管理有限公司持有中国宝安股份总数的 15.04%，第三大股东深圳市富安控股有限公司持有中国宝安股份总数的 5.92%。中国宝安集团股份有限公司无控股股东，无实际控制人。

**4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图**

适用 不适用

**4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况**

适用 不适用

**5 公司债券情况**

适用 不适用

### 第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

公司 2022 年经营情况讨论与分析内容如下：

2022 年公司进一步强化品牌经营战略，遵循“目标客户一元化，服务功能多元化”的发展思路，贯彻落实“主体集成，整合经营，运行中优化”的产品定位和开发策略，打造肛肠健康方案提供商，大力发展大健康产业，不断拓宽经营边界，加快构建发展新格局，着力推动高质量发展。2022 年公司实现营业收入 35.32 亿元，同比增长 4.35%；归属于上市公司股东的净利润 4.79 亿元，较上年同期增长 3.10%，其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4.62 亿元，较上年同期增长 6.95%。

#### （一）老字号焕发品牌新活力。

公司贯彻实施“守正出奇”的品牌经营战略，坚持传承与创新并重，推动老字号企业开拓创新。报告期内公司围绕肛肠、眼科、大健康等业务领域策划实施系列品牌推广活动，持续创新传播手段，携手黄鹤楼打造联名 IP，推出楚盒·鹤礼，借助创意短视频、全域种草、直播带货等多种形式有效触达终端消费者；全面升级昙华林马应龙体验馆，着力构建大健康产品社群营销集中地。公司通过营销创新、跨界融合、产品升级和场景再造等，进一步推动守正与创新结合，2022 年公司品牌价值持续提升，连续 19 年入选“中国 500 最具价值品牌”，品牌价值达 502.58 亿元。

#### （二）产业发展构建新格局。

**医药制造发展韧性突显。**深化营销网络建设，精准释放资源，持续强化运营管理，核心品种销售规模稳步提升。发布肛肠健康发展规划，聚力强化肛肠品类经营，巩固产业链优势地位，肛肠品类规模持续稳定增长。回归眼科本源，发展眼部健康产业，围绕眼部美妆、保健、治疗，大力拓展眼美康业务，年内眼科品类销售规模快速增长，增速达 24%。深挖潜力，盘活存量资源，发挥既有优势，以龙珠软膏为核心布局发展皮肤健康护理业务。2022 年医药制造营业收入较上年同期增长 10%。

**大健康发展势头良好。**重组大健康事业部，拓展职责范畴，全面统筹公司旗下大健康业务发展。强化顶层设计，持续优化完善大健康产业发展规划，构建高效有序出品体系，积极推动全渠道布局，报告期内大健康业务发展势头良好，营业收入较上年同期增长 23.75%，线下、线上销售均取得良好进展。

**医疗服务升级运营模式。**直营医院求变创新，深化开展立体营销，积极拓展线上业务，入驻

美团平台，开设线上店铺，提供在线购买服务并实现销售。持续搭建医疗服务网络，覆盖范围逐渐扩大，截至目前累计签约共建诊疗中心 65 家；平台经营功能不断完善，推动医疗器械、药品等配送业务拓展，年内供应链业务规模快速增长。大力推动智慧医疗建设，开发推出肛肠 VR 数字化诊疗技术、肛肠数字模型库等。探索发展互联网医院，实现复诊开方，互联网诊疗服务模式逐步完善。报告期内医疗服务营业收入同比增长 40.11%。

**医药商业优化业务结构。**持续完善医药零售经营功能，重症药房获“双通道”资质，中医门诊获医保资格，探索“医+药+养”闭环机制，推动联动业务发展；加强样板店建设，着力提升门店精细化管理水平；聚力发展 B2C 业务，推动业务规模持续扩大。优化调整医药物流业务结构，优化网络拓展分销业务，积极探索品牌厂家、医药物流与连锁药店“三位一体”的合作模式，加快推进核心战略连锁的销售上量；借助第三方平台，积极发展 B2B 业务；发挥自有平台药加优优势，加强线上线下客户资源整合，推动私域流量价值转化。报告期内医药商业营业收入较上年同期下降 7.7%，毛利率水平同比增加 0.77 个百分点。

### （三）品类运作打开新局面。

以产品经理、渠道经理为主线的运作体系全面铺开，四大品类运作持续深入，品类序列不断丰富。

**肛肠品类。**持续加强肛肠品类渠道管控与市场价格维护，确保核心产品库存可控以及终端价格稳定；优化调整组合销售策略，强化重点产品经营；持续丰富肛肠品类序列，报告期内新增肛肠药品资源 2 个、肛肠健康产品 6 个。

**眼科品类。**聚焦提升八宝眼膏核心竞争力，加强循证医学研究，专家网络和学术背书价值凸显；持续丰富眼科品类序列，报告期内新增眼科药品资源 2 个，眼部健康产品数十个，部分已实现上市销售。

**皮肤品类。**皮肤品类以龙珠软膏为核心，持续加强市场建设，建立健全学术营销体系，组织开展交流活动，为后续市场拓展打下良好基础，报告期内新增皮肤药品资源 2 个。

**大健康品类。**大健康产品按照肛肠健康、眼美康、皮肤健康、抗毒提免等若干主题集结，形成产品类型以功能型化妆品、功能型护理品、功能型食品、中药饮片及医疗器械为主的产品管线，报告期内自主在研项目 81 个，上市 44 个，获得 2 个发明专利授权。

### （四）渠道建设取得新进展。

贯彻落实“全渠道布局，分类侧重”的经营思路，深化线下、线上渠道建设，推动线上线下业务融合发展。



**完善线下渠道布局。**在线下总部原药线渠道的基础上，大力拓展非药线市场，设立大健康专职队伍，主要健康产品销售实现突破。三大终端拦截战役协同深化。在确保县域等级医院高覆盖的基础上，着力提升销售质量，终端覆盖率保持在 90% 以上，终端产出实现同比增长。持续推进肛肠诊疗中心共建项目，诊疗网络不断拓展，加强公司自有药品、大健康产品在共建体系销售。优化完善健康家运营模式，以重症药房、中医门诊、O2O 业务为经营载体，不断丰富服务内容，拓展服务半径。

**大力拓展线上渠道。**强化美妆、护理、药品等业务线上经营，构建完善渠道矩阵，实现主流电商平台的基本覆盖。完善供应链建设，优化采购环节，细化仓储物流管理，提升供应链管理能能力。成立直播运营组，积极拓展自播业务，销售规模实现持续放量。加大自营品种经营力度，线上全渠道自有产品销售规模持续提高。会员管理成效明显，部分渠道会员成交占比逐步提升。年内线上业务规模稳步增长。

#### **（五）智能制造迈上新台阶。**

深化推进数字化工厂建设。贯彻落实产能规划，报告期内以进口栓剂生产线为代表的系列提升产能设备正式投入使用，化妆品生产车间完成改造，产能提升明显。持续优化完善核心智能产线运行，装箱码垛、云化 AGV 小车实现全品规产品自动入库与出库，WMS 系统与 ERP 系统实现自动对接。在核心产线智能升级改造基础上，工业智联平台顺畅运行，生产经营核心管理要素实现动态监控，实现产量产值、成本、质量、安环、供应链信息实时更新，生产经营管理效率提升明显。公司智能制造项目，获评国家工信部“2022 年新一代信息技术与制造业融合发展示范项目”、“国家服务型制造示范企业”，入选联合国工业发展组织工业数字化领域中国代表案例。强化供应链建设，实施供应商分级分类管理，强化战略合作；灵活采用阶段性招标与策略性备货锁价相结合的采购策略，辅以战略谈判、引入新供应商、推进原料国产化等手段，强化采购成本管控，报告期内采购成本整体可控。

#### **（六）组织变革激发新动力。**

**组织架构深化调整。**线下总部完成大健康渠道团队组建，拓展非药线市场；线上总部着力加强内部管理与外部协同，进一步明确职责分工，改善业务流程，完善管理制度，推动采购、仓储物流等环节的精细化管理；产品经理、渠道经理分类运作步入正轨。业务中台支持功能持续健全，客户管理、物流管理、数据管理等方面的支持力度不断加大，业务运行效率和监管职能进一步强化。

**强化人才引进与培养。**聚焦价值创造，细化岗位价值点，明确岗位任职条件，加大高素质人

才引进力度。推动实施“四定”工程，开展人才盘点，优化调整人员结构，促进人力资源经营效能实质提升。整合内外资源，加强职业教育培训体系建设，持续提升员工履职能力，公司职业教育体系获批国家教育部、工信部、国资委联合认定的“全国职业教育教师企业实践基地”。

**持续加强全面风险管理。**面对外部环境不确定性增加，持续加强全面风险管理，不断健全以质量、合规、审计、法务、安全为核心的联防联控工作机制，坚持底线思维，边界管理，强化数据监测、实时反馈与处理，公司抗风险能力不断增强。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用

马应龙药业集团股份有限公司

董事长：陈平

2023年4月8日