证券代码:000538　证券简称:云南白药　公告编号:2020-18

# 云南白药集团股份有限公司

## 2019 年度报告摘要

一、重要提示

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,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

声明:无。

所有董事均已出席了审议本次年报的董事会会议

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

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以1,277,403,317为基数,向全体股东每10股派发现金红利30元(含税),送红股0股(含税),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 | 云南白药 | 股票代码 | 000538 |
|---|---|---|---|
| 股票上市交易所 | 深圳证券交易所 | | |
| 变更前的股票简称(如有) | 无 | | |

| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 |
|---|---|---|
| 姓名 | 吴 伟 | 赵 雁、朱芮影 |
| 办公地址 | 云南省昆明市呈贡区云南白药街3686号 | 云南省昆明市呈贡区云南白药街3686号 |
| 传真 | 0871-66324169 | 0871-66203531 |
| 电话 | 0871-66324159 | 0871-66226106 |
| 电子信箱 | wuwei@yunnanbaiyao.com.cn | zyan@yunnanbaiyao.com.cn,000538@ynby.cn |

2.报告期主要业务或产品简介

(一)公司行业地位

云南白药是创制于1902年的百年中华老字号品牌,中国驰名商标,名列首批国家创新型企业。自2006年起,公司主要经济指标稳居全国中医药行业前列,2017年市值过千亿,为20年来沪深两市投资回报最高的公司之一。公司通过技术、产品和管理创新重塑云南白药多品牌体系,由药品品牌成功延伸至健康、服务品牌领域,在Interbrand、胡润、Brand汇发布的中国品牌排行榜中,持续稳居行业首位,公司目前涉足药品、健康品、中药资源以及医药物流等领域,产品畅销国内、东南亚,并逐渐进入欧美日等发达国家,2019年公司完成混改,实现整体上市,百年老店焕发新的生机活力,未来将全力打造大健康产业,为用户提供更多、更优质的产品和服务,努力成为代表中国参与全球竞争的国家队。

(二)产品及业务情况

2019年,公司吸收合并工作圆满完成,市场活力进一步进发,年内,公司持续深耕药品、健康品、中药资源和医药商业等四大业务板块,创新营销模式、丰富产品梯队、经营业绩稳步提升。

药品板块,以"聚焦、管控、分享"为核心销售策略,持续探索大IP场景化营销模式,携手白求恩公益基金会,深入推进专业化的学术推广体系,尝试打造"器械+电商+新媒体"营销矩阵,立体化升级经营策略。健康板块,医学赋能"饮食习惯与口腔健康",云南白药牙膏稳居中国牙膏品类市场NO.1,年内,健康产业园智慧工厂项目取得阶段性成果,第一支无人值守的牙膏试生产下线,标志着云南白药智能制造工业4.0时代的到来;采之汲面膜系列产品,持续强化国内外创新研发合作,积极布局全球市场,硕果累累。中药资源板块,将"豹七三七"品牌形象融合到基地种植、生产加工、质量检测、销售流通、学术开发研究等各个环节,持续强化从产业链前端到后端销售,从外包装到内在质量标准提升,制剂应用技术延伸服务的全流程管控,有序推出以"白药生活+体验店"为主导的新零售模式。医药商业板块,自主研发"满医宝"医药流通供应链智慧协同平台,利用"互联网+物联网技术"实现医药流通环节高效协同,可追溯、管理精细化,基础医疗机构市场最后一公里配送能力有效增强,"1+1>2"的效应体现,以零售药店为中心,将患者、药店、医院、供应商、医保、监管部门互联,搭建药品新零售平台,建立智能药品零售生态圈。

(三)经营模式

1.研发模式

深化落实科研项目竞聘制度,持续进行科研项目聚焦,继续推动"为凤筑巢"计划。进一步完善研发项目管理体系、薪酬体系,在项目成果、管理能力提升、战略协作等方面持续强化,并对项目管理体系进行配套改革,通过里程碑管理和项目复盘建立项目知识管理体系,输出更高质量的科研成果。

2.采购模式

聚焦战略采购,以项目形式持续推进供应链整体优化,提升竞争力。实行采购需求、执行、决策三权分离的制度,强化采购分析,提升采购专业度,有效支持采购寻源降本工作。贯彻公开透明采购机制,通过精准采购执行,不断优化供应链,创新供应链价值。

3.生产模式

工业产品(自制)以"客户为导向",采用"订单制"的生产模式,强调生产与销售的匹配性,优化工作流程和制度,建立了从上到下、逐层逐级的安全生产管理机构体系,使生产的各环节和程序更加规范化和标准化,保证了产品生产和质量的可控性和稳定性。

4.销售模式

工业产品(自制)方面,主要采用的是"先款后货"的原则,与经销商签订年度协议,约定付款期限等事项。针对里要终端,公司有专业员工进行维护,对终端把控能力较强。商业以批发为主,兼有零售业务。批发业务主要面向医疗机构、商业公司等采购量较大、长期稳定的客户,采用"先货后款"的原则;零售业务板块,采用"现款现货"的原则,概不赊销。

(四)行业发展趋势及公司业绩驱动因素

近年来,全球医药行业正面临需求升级、技术革新、新赛道不断涌现的局面。聚焦国内,健康中国战略持续稳步推进,各级医疗卫生资源进一步整合,医联体建设工程有条不紊,"三医"联动改革步伐扎实迈进。面对政策和市场的巨大不确定性,不仅需要公司具前瞻性的研判和分析能力,同时也对公司对变化的反应速度和应对方式提出了更高的要求。

吸开落地,云南白药再次站在了历史发展的新起点,历时四年的混合所有制改革工作,为公司带来了体制机制的全面激活,各项激励措施也按题而东,在如此出时机遇下,公司终继续优化资源配置,积极探寻大健康、医疗康复等领域潜在的研究价值及市场空间,创新人才发展战略,内外兼修保障产品能级和各项产业更高质量的升级和优化。

3.主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

单位:元

| | 2019年 | 2018年 | | 本年比上年增减 | 2017年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 调整前 | 调整后 | 调整后 | 调整前 | 调整后 |
| 营业收入(元) | 29,664,673,868.68 | 26,708,213,487.75 | 27,016,914,506.41 | 9.80% | 24,314,614,044.21 | 24,499,374,735.96 |
| 归属于上市公司股东的净利润(元) | 4,183,727,552.32 | 3,306,554,317.09 | 3,493,771,503.62 | 19.75% | 3,144,961,429.60 | 2,868,537,927.72 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(元) | 2,289,238,198.33 | 2,917,760,650.72 | 2,890,332,986.30 | -20.80% | 2,781,260,642.05 | 3,002,000,913.68 |
| 经营活动产生的现金流量净额(元) | 2,104,744,825.43 | 2,629,807,236.75 | 1,549,034,361.52 | 35.87% | 1,155,689,948.90 | -115,572,394.74 |
| 基本每股收益(元/股) | 3.28 | 3.18 | 2.74 | 19.75% | 3.02 | 2.75 |
| 稀释每股收益(元/股) | 3.28 | 3.18 | 2.74 | 19.75% | 3.02 | 2.75 |
| 加权平均净资产收益率 | 10.31% | 17.37% | 9.06% | 1.25% | 18.56% | 7.92% |

| | 2019年末 | 2018年末 | | 本年末比上年末增减 | 2017年末 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 调整前 | 调整后 | 调整后 | 调整前 | 调整后 |
| 总资产(元) | 49,658,049,084.58 | 30,377,590,094.58 | 53,948,473,940.32 | -7.95% | 27,702,530,127.19 | 55,481,219,002.34 |
| 归属于上市公司股东的净资产(元) | 37,938,097,253.00 | 19,781,999,823.75 | 39,662,058,574.09 | -4.35% | 18,037,520,277.46 | 37,212,761,002.34 |

(2)分季度主要会计数据

单位:元

| | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 |
|---|---|---|---|---|
| 营业收入 | 7,005,894,122.86 | 6,891,489,254.85 | 7,748,782,135.04 | 8,018,508,355.93 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 1,956,834,562.98 | 290,170,190.14 | 1,294,868,007.55 | 641,854,792.65 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 754,545,966.54 | 225,838,128.62 | 1,200,879,567.53 | 107,974,535.64 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -349,512,760.92 | -101,529,267.72 | 604,940,976.41 | 1,950,845,877.66 |

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

√ 是 □ 否

4.股本及股东情况

(1)普通股股本和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

| 报告期末普通股股东总数 | 60,609 | 年度报告披露日前一个月末普通股股东总数 | 67,566 | 报告期末表决权恢复的优先股股东总数 | 0 | 年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数 | 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 | 质押或冻结情况 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 股份状态 | 数量 |
| 云南省人民政府国有资产监督管理委员会 | 国有法人 | 25.14% | 321,160,222 | 321,160,222 | | |
| 新华都实业集团股份有限公司 | 境内非国有法人 | 24.37% | 311,244,460 | 275,901,036 | 质押 | 311,244,460 |
| 云南省和集团股份有限公司 | 国有法人 | 8.17% | 104,418,465 | 0 | | |
| 香港中央结算有限公司 | 境外法人 | 7.58% | 96,881,891 | 0 | | |
| 中国平安人寿保险股份有限公司-自有资金 | 其他 | 5.80% | 74,067,070 | 0 | | |
| 江苏鱼跃科技发展有限公司 | 境内非国有法人 | 5.59% | 71,368,938 | 71,368,938 | 质押 | 69,227,486 |
| 中国证券金融股份有限公司 | 境内非国有法人 | 2.09% | 26,695,078 | 0 | | |
| 中央汇金资产管理有限责任公司 | 国有法人 | 0.95% | 12,129,800 | 0 | | |
| 陈发树 | 境内自然人 | 0.70% | 8,948,211 | 6,711,158 | | |
| 香港金融管理局-自有资金 | 境外法人 | 0.59% | 7,584,340 | 0 | | |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 陈发树是新华都实业集团股份有限公司的实际控制人,其余股东之间是否存在关联关系或上市公司持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动情况不详。 | | | | | |
| 参与融资融券业务股东情况说明(如有) | 上述前10名股东未参与融资融券业务。 | | | | | |

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(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

5.公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券:是

(1)公司债券基本信息

| 债券名称 | 债券简称 | 债券代码 | 到期日 | 债券余额(万元) | 利率 |
|---|---|---|---|---|---|
| 2014年云南白药集团股份有限公司公司债券(第一期) | 14白药01 | 112229 | 2021年10月16日 | 90,000 | 5.08% |
| 2016年云南白药集团股份有限公司公司债券(第一期) | 16云白01 | 112364 | 2021年04月08日 | 148.8 | 2.95% |

| | |
|---|---|
| 报告期内公司债券的付息兑付情况 | 报告期内,2014年云南白药集团股份有限公司公司债券(第一期)(以下简称"14白药01")因提出申项回售有人公议通过增加一次投资者回售,并完成债券余款兑付回售事项。4月29日至5月6日,投资者回售申报数量为0张,金额为0元,不涉及本金及利息的划付,剩余未回售数量为9,000,000张,金额为900,000,000元。"14白药01"期限6+2年,2019年为5年末公司上调利率选择权和投资者回售选择权行使年份,8月27日至8月28日,投资者回售申报数量为0张,金额为0元,剩余未回售数量为9,000,000张,金额为900,000,000元。此外,债券于2019年10月16日完成利息兑付。报告期内,2016年云南白药集团股份有限公司公司债券(第一期)(以下简称"16云白01")完成债券条款规定回售事项,并因提出事项选择有人会议通过增加一次投资者回售。2月22日至2月26日,投资者回售申报数量为8,476,764张,金额为872,682,853.80元,回售部分债券的本金及利息已于4月8日到账,剩余未回售债券数量为523,236张,金额为52,323,600元。"16云白01"期限3+2年,2019年为2年末公司上调利率选择权投资者回售选择权行使年份,4月29日至5月6日,投资者回售申报数量为508,356张,金额为51,008,186.84元,回售部分债券的本金及利息已于5月20日到账,剩余未回售债券数量为14,880张,金额为1,488,000元。此外,债券于2019年4月8日完成利息兑付。

(2)公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

2019年5月20日,中证鹏元资信评估有限公司(原"鹏元资信评估有限公司")对我公司资信情况出具了《云南白药集团股份有限公司2014年公司债券(第一期)、2016年公司债券(第一期)2019年跟踪信用评级报告》(报告编号:中鹏信评【2019】第【54】号01)。跟踪评级结果为:2014年云南白药集团股份有限公司公司债券(第一期)和2016年云南白药集团股份有限公司公司债券(第一期)信用等级维持为AAA,发行主体长期信用等级维持为AAA,评级展望维持为稳定。该评级结果是考虑到公司在中药领域具有很强的竞争优势,收入和利润保持增长,盈利能力很强,负债水平较低,整体偿债能力较强,资产流动性较好。与上次评级结果相比未发生变化。

评级结果披露地点为:

http://www.cninfo.com.cn/new/disclosure/detail?plate=szse&stockCode=000538&announcementId=1206285755&announcementTime=2019-05-20%2020:06

请各位投资者予以关注。

(3)截至报告期末公司近2年的主要会计数据和财务指标

单位:万元

| 项目 | 2019年 | 2018年 | 同期变动率 |
|---|---|---|---|
| 资产负债率 | 23.28% | 25.84% | -2.56% |
| EBITDA全现债务比 | 43.51% | 29.69% | 13.82% |
| 利息保障倍数 | 38.63 | 13.53 | 185.51% |

6.经营情况讨论与分析

6.1 报告期经营情况简介

2019年,医药行业延续深化医改,以"调结构、强基层、严监管"为核心思路,医疗领域改革节奏加快;"4+7"集采及联动快速推进,国家医保标准化工作正式启动,支付方式改革试点推进,市场监管趋严,产业升级加速,医药行业面临新的挑战和机遇。

基于新的行业形势,公司保持战略定力,凝聚产业力量,夯实基础、提质增效,谋求转型创新发展,调结构、促改革,聚焦份额提升和市场规模拓展,在巩固和强化综合实力的同时,产业结构进一步优化,发展活力和经济效益稳步提升。年内,公司顺利完成了混合所有制改革第二阶段整反同频收合并把控股东云南白药控股有限公司的工作,进一步理顺了体制、激活了机制、激发了团队的干事热情,增强了企业实力,集聚形成了数百亿元的全球资源整合能力,具备了更加雄厚的资金投入实力,为公司顺利发展奠定了坚实基础。

全年,公司实现营业收入296.65亿元,较上年同期的270.17亿元净增26.48亿元,增幅9.80%;实现利润总额47.26亿元,较上年同期的36.97亿元净增10.29亿元,增幅27.85%;归属于上市公司股东的净利润41.84亿元,较上年同期的34.94亿元增长6.9亿元,增幅为19.75%;实现利税58.44亿元,较上年同期的56.67亿元增长3.12%;加权平均净资产收益率是10.31%,年度各项经营管理指标健康稳定,持续增长,产业结构进一步优化,资产运行质量、市场影响和品牌价值持续提升。

一、主要工作

全年,公司主要开展了以下几方面的工作:

(一)吸收合并圆满完成,全面激发内生动力

本年度,公司股东、治理层、经营班子、各相关业务部门和财务顾问、法律顾问,审计评估等吸并参与、决策、执行主体内外协作,勤力同心,围绕吸收合并自药控股暨整体上市工作的相关事项,通过持续近10个月的运营和推进取得了中国证监会的正式核准批复,并于年内7月3日完成了老股注销及新股发行上市,以新的运营主体亮相市场,形成了新的股权结构,总股本增加至1,277,403,317股,标志着本次吸收合并事项基本完成,公司体制机制的灵活性将得到进一步的释放,公司将以此为契机充分运用本次改革带来的资源整合优势,提高运营效率,打造具备较强核心竞争力的医药健康产业上市平台,与全体股东共享改革红利。

(二)强抓管理夯实基础,优化机制提升效能

本年度,公司继续致力于建立治理规范、分工明确、权责统一、协同高效的内部管理体系,通过健全管理制度,加强内部控控能力,夯实管理基础,提高公司运营效率。年内吸并完成后,公司基于新的运营主体,完成了董事会、监事会、高级管理人员的换届选举,为公司的治理构的进一步理顺奠定了重要基础。第八届已离任董事及现任董事均本着对公司负责对股东负责的态度,勤勉履职尽责,独立、客观、审慎地对公司业务发展、经营管理及重大事项发表自己的专业意见和观点,切实有效地维护了全体股东尤其是中小股东的利益。

资金新权管理方面,公司通过严格预算、强化管理、精控成本、完善财权制度、构建财务共享的信息系统平台,提升财务信息服务质量等举措健全内部约束机制,降低公司运营成本,实现增收节支。随着极并后大体量资金的注入,公司加强资金管理,严控风险,统筹安排资金投资渠道和投资期限。全面研究2019年最新减税降费法规和政策,建立完善的减税管控制度,充分享受到了国家的减税降费红利,实现全集团税收优化的最大效益。

规范运作及风险管控方面,顺应监管转型,高度重视规范运作、法人治理结构的完善及投资者关系建设与管理,通过严格执行公司治理相关规定和及时、高效地将公司信息传递给市场和利益相关方,提高公司运作的透明度,连续十三年获得深交所信息披露A类评价。进一步加强对各区域业务执行过程中的实际管控,促进各业务部门更加紧密协调,完善"事前/事中/事后"三位一体的风险管理体系及内控类构。对突发风险,通过购买保险将潜在的经济损失风险进行转移,最大限度降低突发状况可能带来的财产损失。充分调动业务部门参与内控管理,使内部控制形成制定、实施、检查、改进的良性循环,确保公司各项经营活动规范运行,全面提升公司风险管控能力。

采购及生产质量管理方面,聚焦战略采购,以项目形式持续推进供应链整体优化,提升竞争力;强化采购分析,提升采购专业度,有效支持采购寻源降本工作;探索采购新模式,与互联网企业开发整合平台资源,实现员工福利及差旅服务一站式解决方案。不断强化生产质量的管控能力,提高柔性制造能力,强化计划指挥协调作用,通过台班产量及时跟踪生产单元进度,通过产销存分析适时调整月订单,保证市场供货;优化、深化质量考核实施,重点打造设备的常态化,定期组织开展企业内部的自查、自检,日常生产操作严格依照GMP检查、飞行检查标准实施,全年实现安全生产零事故,无重大产品质量事故。

(三)稳步推进智能制造,开启工业4.0时代

云南白药健康产业园智慧工厂项目于2019年9月下旬完成设备调试,该园区用地面积113亩,总建筑面积189395.04平米;厂房地上建筑面积45015.35平米,地下建筑面积32925平米;仓储区建筑面积14751.15平米。智慧工厂集成了先进理念、技术和设备,共有具备国际先进水平的牙膏生产线9条,年产能6亿支。配料制膏系统全封闭自动化生产,在最快的生产线上,ABB手臂机器人每分钟可生产牙膏510支,自动灌装、自动包装,再自动出仓。智慧工厂在实现生产规范化、标准化和自动化管理的基础上,可以对牙膏生产工艺中的每个环节进行智能管理;实现了自动化与信息化的融合,可以一键完成牙膏从原材料到产成品入库全过程,能通过扫码实现生产和服务全程的查询追溯。2019年9月,公司第一批试生产"智造"牙膏的问世,标志着云南白药牙膏生产正式开启工业4.0时代,实现了从制造到"智造"的进阶。

此外,公司文山七花公司整体搬迁项目新初加工车间以外,综合办公楼、综合制剂车间、原料车间、饮片车间、库房、动力中心、危险品库、周地罐区及配套的污水处理站等公共辅助设施已进入试生产完成,该项目建成后,园区中的数字化展厅将形成一个从种植、采挖、加工、产品、检测、仓储、物流、销售、交易等为一体的全过程信息展示、数据追踪分析集智能化、一体化的服务平台。

(四)合理规划产业布局,紧贴市场以变应变

报告期内,公司聚焦"以药为本"的核心主业,坚定不移地把"药"作为企业多元化产业布局的基石,筹划、调整公司的产品策略、研发体系和营销方式,公司继续不断丰富产品管线,积极推进产品结构调整和升级,凭借基改带来的体制机制优势和资源储备,围绕战略资源,持续战略资源,时对骨伤科、妇科、肿瘤等领域,主要围绕品品、器械、医疗等方面开展大健康项目工作,实施一批重点项目,搭建生物医药平台,推动完成对中国抗体的基石投资,促进在研产品后续商业化合作;积极布局工业大麻和CBD相关的业务发展,研发、投资;打造以药为基础,向生物医药、健康食品、日化产品、医疗器械开发为利润增长点的多品种产品结构和布局。

打造与合作方相互赋能的综合服务平台,通过寻找最佳结合点和契机,充分发挥合作方的优势,建立长期稳定,符合共同利益的战略合作关系。联合北大口腔医院,复旦大学口腔医院等8家国内权威医院,7所大学组成20多位国内知名专家顾问团,开展口腔健康学术交流发布,国人饮食习惯与口腔疾病的预防治疗研究,新品活性肽临床功效验证,社会义诊等多种活动,有效提高研发的专业深度及应用广度;与日本方面合作进行蓝光对皮肤的影响研究;与美国哥伦比亚大学合作,研究雾霾对脸部皮肤的影响及对应保护的研究。先后与北京协和、山东齐鲁、四川华西等国内知名医院专家共同探索和研究白药胶囊对脱骨科患者术后静脉血栓发生的药理作用机制和临床疗效;成立云南、广东白求恩骨科加速康复联盟,共推动骨科加速康复理念传播及应用,加快提高临床诊疗水平。

响应国家推行分级诊疗,构建县域紧密型医共体的规划,以互联网+医疗健康技术服务为切入点,积极布局医共体市场。采用SaaS云平台的设计模式,与银行合作共建医共体整体解决方案,把咨询+互联网技术+药品配送+医共体产业延伸整合为一个可支持一套部署多家租户(医院、药店、药企、机构客户)同时在线的应用,助力公司相关业务板块拓展发展。

(五)加速营销资源整合,持续推动渠道建设

全面深化推进营销模式转型,推动市场营销工作步入新轨道。根据市场现状和营销模式转型要求,重新调整和布局销售队伍,深化核心区域市场建设,重点按终端拉网作战,充分发挥目标导向作用。

密切关注医改政策调整,顺应市场变化,深化医疗机构学术推广模式,继续实施"调结构、深挖潜、精细化运作、专业化推广"的营销策略,终端精细化管理、策略分级,聚焦资源对TOP1500医院的增量投入带动销量,有效应对国家医改政策和药品招标方式的变化。大力构建以场景输出(场景+病种)和专业输出为主的全过程健康解决方案,分阶段在药房构建旗舰店、体验区、样板店,聚焦"疼痛、运动、护眼、小伤口"领域病种(亚健康)为切入点,从预防、治疗、康复做产品延伸,助力品牌引爆、增加消费者粘性、提升销售。

以医学赋能、品效合一、品群联动的矩阵式营销组合方式,实现云南白药牙膏稳居国内牙膏品类市场NO.1,同时获得"最受消费者喜爱品牌"、"最值得信赖品牌"等诸多殊荣。洗护产品坚持"控病防脱"品牌定位,完成了"洗护养"理念的产品线布局;美肤BU确定了从传统产品生产制造商向全套皮肤护理解决商的战略发展方向。通过开展"数智营销"、"以国为潮"跨界创新、渠道使用"联合商业计划"模式,实现品牌升级蜕变和口碑树立,为良好产品质量让路奠定基础。

进一步强化的七品牌在三七中高端市场的占位,同时逐步构建起砂仁、红花、重楼、灯盏细辛、茯苓等重点品种群,逐步模索出一条云南道地品种可持续可复制的产销模式,开创"白药生活+"云南白药康养生活品集合店运营模式,以门店为窗口打造私域传递"云南白药"品牌温度。

积极应对"两票制"变化,紧抓药事服务机遇,基于信息化技术手段和智能设施设备,整合供应链资源,推动供应链管理的扁平化,加快向智慧型医药供应链服务商转型发展,提升配送效率,提高供应链协同能力。提供标准、准确、高效、专业的集约化药品院内配送服务;利用物联网、人工智能、云计算技术构建云平台,帮助医院开展互联网诊疗业务,全力以赴提高市场覆盖的深度、广度。

(六)健全人才培养体系,构建长效激励机制。

以战略发展为根本,不断创新人才培育机制,合理有效配置人才资源,树立"培训出是投资"的管理理念,在人才培养机制方面积极创新,根据业务主长周期的差异性及不同业务领域的能力需求,制定差异化有针对性的人才培养体系,员工队伍更为专业化、职业化、市场化,推动人力资源管理工作的提档升级,重新调动内部现有人才的培养晋升通道,解决优秀员工留用、提高及发展问题,同时打开外部人才流入的通道,解决现有人才缺口与公司战略发展不匹配的矛盾。

将高效率导向、使命必达的经营理念融入文化体系建设中,进一步完善薪酬分配机制,考核激励机制和选拔用人机制,建立以绩效和价值为导向的长效机制。推出员工持股计划,以公司在2019年1月4日至2019年11月19日期间公司回购的股票3,301,001股,占公司总股本比例0.26%,激励对象为431人,将股东和公司核心管理团队的利益绑定,吸引留住优秀人才,为公司高质量发展、高经营理人员、核心管理人员、业务技术骨干的积极性,有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起,最大幅度提升公司的长期盈利能力。

(七)务实经营回馈社会,践行环保责任

2019年,公司继续加大在社会责任履行方面的投入力度,我们务实经营,升级百年白药,一紧跟药改,从严控控产品质量安全,推动研发及营销创新,努力完善内控管理,供应链管理等制度体系,为公司高质量发展提供保障;我们践行环保,坚守绿色发展——继续优化产能

证券代码:000538　证券简称:云南白药　公告编号:2020-18

## 2019 年度报告摘要

结构和资源配置,不断降低各项能耗、排污指标,为国家生态文明建设贡献力量;我们回馈社会,塑造企业担当——我们始终把保护消费者、投资者合法权益放在工作的重中之重,不断推出员工关怀新举措,为员工营造家的温暖,继续开展和谐邻里、敬老扶幼、扶贫助困、捐资助学等社会公益活动,积极回馈社会大众。

二、公司荣誉

2月,云南白药集团荣获由中国医药保健品进出口商会颁发的"中国中成药行业企业出口十强"称号,公司连续5年获此奖项。

4月25日,云南白药集团健康产品有限公司荣膺"2018年中国轻工业两化融合"先进单位,系云南省唯一获奖单位。

5月6日,WPP携手凯度共同发布了"BrandZ?2019 最具价值中国品牌100强"排行榜,云南白药以品牌价值28.97亿美元,位列榜单第45位,医疗保健行业第1位。

5月16日,云南白药入选首届"新财富最佳上市公司"榜单,医药生物企业有4家上榜。

5月31日,云南白药(000538.SZ)在"格隆汇·首届大中华区最佳上市公司"评选活动中荣获"A股上市公司最具投资价值奖"。

5月31日,国际咨询平台Interbrand发布"2019年中国最佳品牌排行榜",云南白药品牌价值74.35亿元,排名榜单第34,位列医药板块首位。

5月31日,2019金融界"金智奖"价值评选·价值上市公司颁奖典礼召开,云南白药(000538.SZ)荣获"杰出社会责任上市公司"称号。

6月3日-5日,全国工商联医药业商会发布"2018年度中国医药行业最具影响力榜单",云南白药集团位列"2018年度中国医药工业百强",云南省医药有限公司位列"中国医药商业百强"。

6月28日,云南白药获深交所2018年度信息披露考核A类评价,连续13年保持考核优秀。

8月8日,2019(第13届)中国品牌节颁奖盛典召开,云南白药荣膺"建国70周年70种国品牌"。

8月26日,在2019(第36届)全国医药工业信息中心年会上,云南白药入选"2018年度中国医药工业百强榜"榜单第35名。

10月9日,2019年中国医药企业家科学家投资家大会在京召开,发布"中国医药上市公司竞争力20强"榜单。云南白药位列榜单第10位,连续11次年入围。

10月16日,云南白药入选《财富》杂志(中文版)"最受赞赏的中国公司",是医药制造业中唯一入榜的企业,连续9年上榜最受赞赏的中国公司。

10月22日,品牌评级权威机构Chnbrand发布2019年(第五届)中国顾客满意度指数(C-CSI)品牌排名和分析报告,云南白药牙膏获牙膏品类品类第一名。

10月,云南白药荣膺"'壮丽70年、奋斗新时代'新中国成立70周年医药产业脊梁企业"。

10月,云南白药天颐茶品有限公司在2019年中国茶叶经济年会上荣获2019年中国茶叶最具传播力品牌奖;凤庆茶厂传统滇红工夫红茶(金芽)荣获2019世界红茶产品质量推选活动最高奖项"大金奖",传统滇红功夫茶荣获金奖。

10月,云南白药系列产品(气雾剂、膏、创可贴、酊)获2019年度中国非处方药产品综合统计排名中成药·骨伤科类第1名;白药集团获2019年度中国非处方药生产企业综合统计排名前10强第7位,连续8年上榜中国非处方药统计排名。

11月12日,公司董事长王明辉连续4年入选《哈佛商业评论》"中国百佳CEO"榜单,2019年排名第11。

11月17日,由彼得·德鲁克管理学院、机械工业出版社华章公司和领教工坊在京联合发布2019"彼得·德鲁克中国管理奖"首届获奖企业名单,其有8家企业获奖,云南白药集团获此殊荣。

11月21 日-25日,2019秋季中国(广州)国际茶业博览会开幕,云南白药天颐茶品"醉春秋·初见"获金奖。

12月12日,云南白药以品牌价值255亿元位列2019胡润品牌榜第66位,蝉联医疗健康行业第1位,连续11年入围榜单。

12月,云南白药采之汲面膜推日本认证"浪化千燥引起的小皱纹"宣称资格,采摘USDA认证 100%源于天然后,获欧盟ECOCERT COSMOS NATURAL 认证,标志着采之汲代表中国优质品牌和产品进入欧美日市场具备了相应的条件。

三、营业收入构成

单位:万元

| 主 体 | 营业收入 | | 同比增减 |
|---|---|---|---|
| | 2019年1-12月 | 2018年1-12月 | |
| 省医药 | 1,901,355 | 1,633,317 | 16.41% |
| 药品事业部 | 439,681 | 453,086 | -2.96% |
| 健康产品事业部 | 467,871 | 446,671 | 4.75% |
| 中药资源事业部 | 136,758 | 136,699 | 0.04% |
| 天颐茶品 | 9,277 | 8,332 | 11.34% |
| 其他 | 11,525 | 23,587 | -51.14% |

注:本期其他项构成主要为深圳聚客刷离前营业收入、集团母公司其他业务收入。

7.主营业务分析

7.1 概述

参见"经营情况讨论与分析"中的"一、概述"相关内容。

7.2 收入与成本

(1)营业收入构成

单位:元

| | 2019年 | | 2018年 | | 同比增减 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 金额 | 占营业收入比重 | 金额 | 占营业收入比重 | |
| 营业收入合计 | 29,664,673,868.68 | 100% | 27,016,914,506.41 | 100% | 9.80% |
| 分行业 | | | | | |
| 工业销售收入 | 11,023,947,583.32 | 37.16% | 10,823,062,060.25 | 40.06% | 1.86% |
| 商业销售收入 | 18,550,732,374.81 | 62.53% | 15,922,582,386.32 | 58.94% | 16.51% |
| 技术服务 | 5,183,003.66 | 0.02% | 3,222,853.68 | 0.01% | 60.82% |
| 保理业务 | | 0.00% | 124,414,765.54 | 0.46% | -100.00% |
| 旅店饮食业 | 2,098,137.61 | 0.01% | 957,994.92 | 0.01% | 119.01% |
| 种植业销售收入 | 3,251,888.12 | 0.01% | 12,118,066.99 | 0.04% | -73.16% |
| 基金管理服务 | | 0.00% | 2,399,929.65 | 0.01% | -100.00% |
| 融资租赁收入 | | 0.00% | 8,250,931.49 | 0.03% | -100.00% |
| 其他业务收入 | 79,460,881.16 | 0.27% | 119,905,516.57 | 0.44% | -33.73% |
| 分产品 | | | | | |
| 工业产品(自制) | 11,023,947,583.32 | 37.16% | 10,823,062,060.25 | 40.06% | 1.86% |
| 批发零售 | 18,550,732,374.81 | 62.53% | 15,922,582,386.32 | 58.94% | 16.51% |
| 农产品 | 3,251,888.12 | 0.01% | 12,118,066.99 | 0.04% | -73.16% |
| 金融服务 | | 0.00% | 135,065,626.68 | 0.50% | -100.00% |
| 其他服务 | 7,281,141.27 | 0.03% | 4,180,848.60 | 0.02% | 74.15% |
| 其他 | 79,460,881.16 | 0.27% | 119,905,516.57 | 0.44% | -33.73% |
| 分地区 | | | | | |
| 国内 | 29,082,334,159.24 | 98.04% | 26,426,914,873.19 | 97.82% | 10.05% |
| 国外 | 582,339,709.44 | 1.96% | 589,999,632.22 | 2.18% | -1.30% |

(2)占公司营业收入或营业利润10%以上的行业、产品或地区情况

√ 适用 □ 不适用

单位:元

| | 营业收入 | 营业成本 | 毛利率 | 营业收入比上年同期增减 | 营业成本比上年同期增减 | 毛利率比上年同期增减 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 分行业 | | | | | | |
| 工业销售收入 | 11,023,947,583.32 | 4,301,923,000.68 | 60.98% | 1.86% | 9.65% | -2.77% |
| 商业销售收入 | 18,550,732,374.81 | 16,849,477,662.14 | 9.17% | 16.51% | 15.26% | 0.98% |
| 分产品 | | | | | | |
| 工业产品(自制) | 11,023,947,583.32 | 4,301,923,000.68 | 60.98% | 1.86% | 9.65% | -2.77% |
| 批发零售 | 18,550,732,374.81 | 16,849,477,662.14 | 9.17% | 16.51% | 15.26% | 0.98% |
| 分地区 | | | | | | |
| 国内 | 29,082,334,159.24 | 20,626,138,816.37 | 29.08% | 10.05% | 14.43% | -2.72% |

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下,公司最近1年按报告期末口径调整后的主营业务数据

□ 适用 √ 不适用

(3)公司实物销售收入是否大于劳务收入

√ 是 □ 否

| 行业分类 | 项目 | 单位 | 2019年 | 2018年 | 同比增减 |
|---|---|---|---|---|---|
| 工业销售收入 | 销售量 | 元 | 11,023,947,583.32 | 10,823,062,060.25 | 1.86% |
| 商业销售收入 | 销售量 | 元 | 18,550,732,374.81 | 15,922,582,386.32 | 16.51% |

(4)公司已签订的重大销售合同截至本报告期的履行情况

□ 适用 √ 不适用

(5)营业成本构成

行业分类

单位:元

| 行业分类 | 项目 | 2019年 | | 2018年 | | 同比增减 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 金额 | 占营业成本比重 | 金额 | 占营业成本比重 | |
| 工业销售 | 直接材料 | 3,828,020,864.15 | 18.06% | 3,374,437,088.59 | 18.17% | 13.44% |
| 工业销售 | 直接工资 | 125,124,223.31 | 0.59% | 151,513,877.55 | 0.82% | -17.42% |
| 工业销售 | 其他直接支出 | 7,390,980.91 | 0.04% | 11,092,299.63 | 0.06% | -33.37% |
| 工业销售 | 制造费用 | 341,386,932.31 | 1.61% | 386,260,440.76 | 2.08% | -11.62% |
| 商业销售 | 采购成本 | 16,849,477,662.14 | 79.51% | 14,618,966,265.10 | 78.70% | 15.26% |
| 技术服务开发 | 技术开发 | 4,822,728.70 | 0.02% | 1,844,798.38 | 0.01% | 161.42% |
| 种植业 | 种植成本 | 4,227,484.49 | 0.02% | 15,385,631.40 | 0.08% | -72.52% |
| 其他 | 其他 | 30,913,475.39 | 0.15% | 15,032,131.95 | 0.08% | 105.65% |

说明:无。

(6)报告期内合并范围是否发生变动

√ 是 □ 否

注