股票代码:002433　　股票简称:太安堂　　公告编号:2020-061
债券代码:112336　　债券简称:16太安债

广东太安堂药业股份有限公司更正公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

广东太安堂药业股份有限公司(以下简称“公司”)于2020年4月25日在巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)上披露了公司《2019年年度报告》。经事后审核发现,年度报告中的“第十一节公司债券”中之“八、最近2年主要会计数据和财务指标”的流动比率和速动比率披露错误,现更正如下(更正前后的数据加粗文字表示):

更正前:

单位:万元

项目	2019年	2018年	同期变动率
息税折旧摊销前利润	42,578.20	60,573.36	-29.71%
流动比率	2.01%	2.22%	-0.21%
资产负债率	38.69%	38.36%	0.33%
速动比率	0.90%	0.68%	0.22%
EBITDA全部债务比	12.69%	19.36%	-6.67%
利息保障倍数	2.30	3.82	-39.90%
现金利息保障倍数	3.82	2.20	73.56%
EBITDA利息保障倍数	3.06	4.53	-32.55%
贷款偿还率	100.00%	100.00%	0.00%
利息偿付率	100.00%	100.00%	0.00%

更正后:

单位:万元

项目	2019年	2018年	同期变动率
息税折旧摊销前利润	42,578.20	60,573.36	-29.71%
流动比率	193.29%	201.18%	-7.89%
资产负债率	38.69%	38.36%	0.33%
速动比率	65.28%	89.94%	-24.66%
EBITDA全部债务比	12.69%	19.36%	-6.67%
利息保障倍数	2.30	3.82	-39.79%
现金利息保障倍数	3.82	2.20	73.64%
EBITDA利息保障倍数	3.06	4.53	-32.45%
贷款偿还率	100.00%	100.00%	0.00%
利息偿付率	100.00%	100.00%	0.00%

除上述更正外,《2019年年度报告》中其他内容不变。更正后的《2019年年度报告》已同时在巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)进行披露,由此给投资者造成的不便,公司深表歉意,敬请广大投资者谅解。

特此公告。

广东太安堂药业股份有限公司董事会
二〇二〇年六月二十日

股票代码:002433　　股票简称:太安堂　　公告编号:2020-062
债券代码:112336　　债券简称:16太安债

广东太安堂药业股份有限公司关于深圳证券交易所2019年年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

广东太安堂药业股份有限公司(以下简称“公司”)于2020年6月3日收到深圳证券交易所下发的《关于对广东太安堂药业股份有限公司2019年年报的问询函》(中小板年报问询函【2020】第149号,以下简称“《问询函》”)。公司现对问询函中的问题逐一回复如下:

1、年报显示,2019年你公司实现营业收入40.13亿元,同比上升21.05%,归属于上市公司股东的净利润(以下简称“净利润”)为9,609.40万元,同比下降64.53%,扣非后净利润为3,539.62万元,同比下降9.61%。经营活动现金流量净额为3.36亿元,同比上升210.56%。一季报显示,你公司2020年一季度净利润为1,564.96万元,同比下降56.13%,扣非后净利润为-1,353.08万元。近三年你公司销售净利率分别为9.09%、8.30%、2.54%。

(1)请结合行业特点、公司业务结构、业务开展情况、收入和成本构成、费用等因素详细分析近三年销售净利率下降的原因和本报告期净利润大幅下降的原因及经营性现金流大幅上升与收入利润变动不匹配的原因。

【回复】

一、公司所处的行业特点、公司的业务结构、业务开展情况

(一)公司所处的行业特点

公司属于医药行业,主要从事中成药研发、生产和销售;医药电商销售;中药饮片加工与销售。该行业迎来发展机遇的同时,也面临着严峻的挑战:

1、中成药制造企业,继承发扬了传统中医药优势和特色,也存在缺少国际通用医药标准和规范的劣势,面临利用现代科学技术和管理方法提高中药企业在国际国内市场的竞争能力的挑战以及靶向分子水平临床证据的不足,在一定程度上制约了行业快速发展并走向国际化的进程。中药市场主要靠内需消费拉动,行业细分市场竞争较为激烈,营销模式多为自营、渠道代理、商业招商等传统模式占据主导,医药制造行业研发成本投入大,回报周期长,新药研发受到较大制约,医药制造是政策性监管趋严格的行业,在传统营销模式下,难以获得高速发展。

2、医药电商企业,2016年12月发布的《全国药品流通行业发展纲要(2016-2020)》、2019年2月国家卫健委发布的《“互联网+护理服务”试点工作方案》、同年12月修订后的《中华人民共和国药品管理法》,均为互联网医药、互联网医疗的利好政策,处方外流加速。互联网医药、互联网医疗行业生态已成熟,消费者网上购药习惯已形成。医药电商以互联网电子商务和大数据技术为依托,规模高增长,毛利贡献率低,医药电商行业正处于行业上升期,医药电商正在为用户和业界广泛接受,据米内网统计数据显示,2019年度国内零售药店端销售额达4,196亿元,同比增长7.1%,据中康CMH统计数据显示,国内健康产业保持平均15%的复合增长率,预计2020年市场空间6,100亿元,预计处方药将主要流向DTP药房和院边店。线上流量模式转向线下线上融合模式成为主要趋势,潜力巨大。

3、中药饮片企业,一方面技术门槛低,行业竞争激烈;品种众多、加工成本不断上升,利润空间小。另一方面中药饮片行业监管趋严,药材种植与营运成本上升,导致利润空间被进一步压缩,行业销售整体影响较大。

(二)公司的业务结构

公司主营业务由中成药制造、中药材初加工、药品批发零售、健康产业开发产品销售、医疗服务等构成。2017至2019年度营业收入结构如下:

2017至2019年度公司的业务构成情况

单位:万元

经营业务	营业收入			营业收入占比		
	2019年	2018年	2017年	2019年	2018年	2017年
中成药制造	57,466.28	59,933.21	73,369.21	14.32%	18.08%	22.65%
中药材初加工	20,367.82	33,540.46	60,828.26	5.08%	10.12%	18.78%
药品批发零售	309,223.08	215,368.49	146,423.28	77.05%	64.96%	45.21%
健康产业开发产品销售	5,566.88	13,631.24	34,697.64	1.39%	4.11%	10.71%
医疗服务	855.09	782.29	2,943.79	0.21%	0.24%	0.91%
其他业务收入	7,836.37	8,274.09	5,631.86	1.95%	2.50%	1.74%
合 计	401,315.52	331,529.77	323,894.06	100.00%	100.00%	100.00%

(三)业务开展情况

1、中成药制造:公司中成药营业收入主要由不孕不育类药、心脑血管类药、中药皮肤类药三大品类构成。

公司不孕不育类药,在细分领域具有独特的产品优势和品牌优势。以麒麟丸为主打的不孕不育系列产品覆盖产前、产中、产后,形成了完整的产品线,且大部分为独家产品(中药保护产品)。麒麟丸为国内唯一治疗男女不孕不育(以药品说明书为准)的中成药。近年来,不孕不育发病率持续攀升,市场潜力巨大。公司定位生殖健康龙头,为做大核心独家品种,报告期内,公司将麒麟丸的部分销售渠道由院内向院外转移,同时对部分规格产品的终端售价进行了调整。同时加大对妇科、儿科等二线品种的开拓力度,在生殖健康及妇儿科领域将构建新的盈利增长点。

公司心脑血管类药,主要产品为心宝丸。公司在收购广东宏兴集团股份有限公司后,公司心脑血管类药的产品线得以扩充,逐步强化了心灵丸、丹田降脂丸、参七脑康胶囊等独家品种的市场营销。心脑血管类药市场潜力巨大,主打产品心宝丸列入国家低价药目录,以全国基层医疗市场为主,同时覆盖连锁药店超3,000家,公司自2017年开始对心宝丸提价,报告期销售额同比增长71.40%。

中药皮肤类药,报告期内,公司处于对皮肤药、药妆重新进行销售定位调整过程中,并开始扩充营销团队。公司自主研发的皮肤类新药蛇脂参黄软膏于2017年获得新药证书及生产批件后,开始制定新药的更具市场竞争优势的终端定价,并逐步释放产能。此外,由于皮肤药整体市场容量较小,且目前公司以消炎癣湿药膏为主的皮肤类药终端售价较低,销售人员动力不足,销售额有所下滑,报告期内销售额同比下降33.74%。

综上所述,中成药制造是公司的核心产业,2019年,中成药销售额占公司总营业额14.32%,同比下降4.12%;2018年,中成药销售额同比下降18.31%,经过公司聚焦主业策略的实施,业务增长率已开始回升,整体业务运行良好。

2、中药材初加工:目前主要从事普通中药饮片、人参的初加工和销售。

中药材种植营运成本上升,导致利润空间被进一步压缩,行业销售整体受影响。2018年,初加工销售额占公司总营业额的10.12%,同比下降44.86%;2019年,初加工销售额占公司总营业额的5.08%,同比下降39.27%。从公司战略层面,中药材初加工主要定位为保证公司原材料质量及采购成本的控制,公司将调整初加工的产品,逐步由普通饮片加工转向贵细药材加工,提高产品的附加值。

3、药品批发零售:主要是从事医药电商业务,产品定位垂直互联网慢病管理的B2C模式。

报告期内,康爱多继续发挥会员优势:向超4,100万会员用户开展医药工业企业药品线上展示、推广和精准营销。建立了技术开发团队优势:利用自身技术优势向客户提供精准的产品、品牌推广服务及向公司提供消费者消费习惯、消费群体、品味、需求等大数据分析。强供应链优势:与超过3,000家供应商建立了稳定战略合作关系,在线SKU超过28,000个。利用专家资源优势:建立了15个专家委员会,拥有副主任级在线医师超50,000人。构建了营销渠道优势:已形成线下线上立体营销渠道,线上保持领先优势,线下引领行业新零售。康爱多进行线下DTP药房的布局,有效服务于上游工业企业和下游DTP患者,珠三角地区已拥有自建自营门店10家。同时通过E+药房进行赋能,形成全国立体网络布局,覆盖单体药店、连锁药店约50,000家。除与高流量第三方平台合作外,积极布局多平台、多店铺、多类目的“三多”发展策略,形成“互联网+药、互联网+医、互联网+大健康”等业务板块。打造了仓储物流优势:专业仓储配送基地约7万平方米,实现电子智能作业,日均处理订单超5万单。

综上所述,康爱多通过业务创新、组织创新、营销创新,稳居医药行业百强榜。截至报告期末,总注册会员6,196万,总购买用户5,317万。报告期内,实现销售额31亿元,占公司总营业额的77.05%,同比增长43.58%。康爱多营业收入来源实现多样化,除药品销售收入外,还有获取慢病管理、远程医疗和诊断、医药工业产品平台推广和服务费等多种收入来源的能力,将使康爱多盈利能力得到根本性提升。

4、健康产业开发产品销售:主要是安徽亳州太安堂特色中药材基地项目,主要销售药材交易市场的商铺物业。

项目由公司全资子公司太安(亳州)置业有限公司2014年投资建设,2016年9月建成。公司自持40%的物业用于中药材饮片加工,可出售60%的物业用于作为药材交易市场的商铺。项目预计可实现销售约8亿元,2016年度至2019年度分别实现商铺销售额0.59亿元、3.47亿元、、1.36亿元和0.56亿元,尾盘待售约2.02亿元(2020年及以后年度销售)。

自2018年房地产行业开始调控以来,银行按揭申请审批受限,导致该项目尾盘物业清盘进度迟缓,报告期内销售额占公司总营业额的1.39%,同比下降59.16%。2020年公司继续加强与银行按揭业务合作,完成项目清盘销售。

5、医疗服务:主要包括子公司上海太安医院业务和太安堂健康产业集团太安堂医馆业务(美国洛杉矶)。

2017年1月,公司收购上海凯立实业发展有限公司100%的股权,其旗下全资子公司上海蓝鹰医院(现更名为:上海太安医院)的营业场所系向第三方租用;2018年,公司将自有物业上海中本大厦开始装修作为医院营业场所用;2018至2019年为医院搬迁及试营运期。美国太安堂医馆报告期内也处于试营运期。报告期内,公司医疗服务营业额855.09万元,占公司总营业额的0.21%,同比增长9.31%。该业务是医药制造和医药电商业务的有益补充,未来发展前景较好,将成为公司新的利润增长点。

二、收入和成本构成情况

2017至2019年度公司业务结构变化情况

单位:万元

经营业务	营业收入			营业收入同比增减		
	2019年	2018年	2017年	2019年	2018年	2017年
中成药制造	57,466.28	59,933.21	73,369.21	-4.12%	-18.31%	9.92%
中药材初加工	20,367.82	33,540.46	60,828.26	-39.27%	-44.86%	-23.61%
药品批发零售	309,223.08	215,368.49	146,423.28	43.58%	47.09%	-2.91%
健康产业开发产品销售	5,566.88	13,631.24	34,697.64	-59.16%	-60.71%	481.15%
医疗服务	855.09	782.29	2,943.79	9.31%	-73.43%	100.00%
其他业务收入	7,836.37	8,274.09	5,631.86	-5.29%	46.92%	28.17%
合计	401,315.52	331,529.77	323,894.06	21.05%	2.36%	5.32%
经营业务	营业成本			营业成本同比增减		
	2019年	2018年	2017年	2019年	2018年	2017年
中成药制造	24,810.89	26,194.48	32,661.14	-5.28%	-19.80%	3.52%
中药材初加工	17,256.35	29,208.15	55,656.24	-40.92%	-47.52%	-20.71%
药品批发零售	256,870.24	174,922.29	112,959.37	46.85%	54.85%	-4.50%
健康产业开发产品销售	2,967.79	8,007.05	22,885.76	-62.94%	-65.01%	410.13%
医疗服务	843.81	808.00	2,626.53	4.43%	-69.24%	100.00%
其他业务成本	591.93	325.15	176.64	82.05%	84.07%	3523.89%
合计	303,341.02	239,465.13	226,965.69	26.67%	5.51%	1.09%

(一)2017至2019年度销售净利率下降的原因及分析

公司2017至2019年度归属于母公司股东的净利润分别为:29,039.86万元、27,089.17万元、9,609.39万元;销售净利润增长分别为:19.34%、-6.72%、-64.53%。

单位:万元

项　目	2019年度	2018年度	2017年度
营业总收入	401,315.52	331,529.77	323,894.06
净利润	10,182.51	27,518.06	29,431.40
归属于母公司股东的净利润	9,609.39	27,089.17	29,039.86

公司2017年至2019年度销售毛利率分别为:29.93%、27.77%、24.41%;投资收益同比增长分别为:0.00%、4796743.57%、-83.79%;销售净利润率分别为:9.09%、8.30%、2.54%。

项　目	2019年度	2018年度	2017年度
销售毛利率	24.41%	27.77%	29.93%
销售毛利率同比增减	-3.36%	-2.16%	2.93%
投资收益同比增减	-83.79%	4796743.57%	0.00%
销售净利润率	2.54%	8.30%	9.09%
销售净利润增长	-64.53%	-6.72%	19.34%

公司2017至2019年度销售费用同比增长分别为:4.86%、27.23%、14.53%;管理费用同比增长分别为:20.68%、21.19%、22.27%;财务费用同比增长分别为:63.17%、43.76%、12.42%。

单位:万元

项　目	2019年度	2018年度	2017年度
销售费用	51,101.63	44,620.05	35,070.26
管理费用	19,830.76	16,219.39	13,383.64
财务费用	14,847.86	13,207.96	9,187.82
期间费用小计	85,780.24	74,047.40	57,641.72
投资收益	4,369.18	26,952.50	0.56
项　目	2019年度	2018年度	2017年度
销售费用同比增长	14.53%	27.23%	4.86%
管理费用同比增长	22.27%	21.19%	20.68%
财务费用同比增长	12.42%	43.76%	63.17%
期间费用同比增长	15.85%	28.46%	14.90%

根据上述数据分析,近三年来,归属于母公司股东销售净利率下降的原因:

1、近三年,毛利率较低的康爱多医药电商营业额占比逐年大幅上升,2017至2019年占比分别为45.21%、64.96%、77.05%,而毛利率较高的中成药制造和健康产业开发产品营业额占比逐年下降,2017至2019年中成药制造占比分别为:22.65%、18.08%、14.32%;2017至2019年健康产业开发产品占比分别为:10.71%、4.11%、1.39%。导致公司综合毛利率逐年下降,2017至2019年毛利率分别为:29.93%、27.77%、24.41%。

2、近三年,由于康爱多所处的医药电商行业处于行业上升期,为实现公司对康爱多的细分行业龙头战略定位,公司致力于销售规模与经营效率的相对平衡的同时,在销售推广、平台建设等投入大量资源,期间费用总体呈逐年上升趋势,2017至2019年公司期间费用同比增长分别为:14.90%、28.46%、15.85%,而销售毛利同比逐年下降,2017至2019年毛利率同比增长分别为:2.93%、-2.16%、-3.36%。其中,康爱多2017至2019年期间费用分别为:28,018.99万元、39,868.94万元、48,511.09万元,占公司总费用比例分别为:48.61%、53.84%、56.55%。由此,导致公司销售净利润率逐年下降,2017至2019年销售净利润率分别为:9.09%、8.30%、2.54%。

3、近三年,公司财务费用逐年上升,2017至2019年财务费用分别为:9,187.82万元、13,207.96万元、14,847.86万元。财务费用挤占了中药制造板块的利润,对公司净利润影响较大。

综上所述,近三年,由于中成药制造、中药材初加工、健康产业开发产品营业额同比逐年下降,财务费用同比逐年上升,康爱多医药电商营业额增长较快且营业额占公司总营业额逐年上升,占比超过一半,医药电商高速发展的同时,也导致营业毛利的逐年下降,营业费用的大幅上升,从而导致公司的总体费用水平上升、综合毛利水平下降,致使公司近三年销售净利润率逐年下降。

(二)本报告期销售净利下降的原因及分析

报告期,公司营业额同比增长21.05%,营业成本同比增长26.67%,期间费用同比增长15.85%,其中:销售费用增长14.53%、管理费用增长22.27%、财务费用增长12.42%,投资收益同比下降83.79%,营业利润同比下降61.32%,归属于母公司股东的净利润同比下降64.53%。

单位:万元

项　目	2019年度	2018年度	同比增减
营业总收入	401,315.52	331,529.77	21.05%
营业成本	303,341.02	239,465.13	26.67%
毛利率	24.41%	27.77%	-3.36%
销售费用	51,101.63	44,620.05	14.53%
管理费用	19,830.76	16,219.39	22.27%
财务费用	14,847.86	13,207.96	12.42%
期间费用小计	85,780.24	74,047.40	15.85%
投资收益	4,369.18	26,952.50	-83.79%
营业利润	12,742.40	32,947.02	-61.32%
归属于母公司股东的净利润	9,609.39	27,089.17	-64.53%

其中:康爱多营业额、成本、费用情况如下

报告期,子公司康爱多营业额同比增长44.35%,营业成本同比增长52.71%,期间费用同比增长21.68%,其中:销售费用增长20.93%、管理费用增长26.19%、财务费用增长4.33%,营业利润同比下降44.60%,归属于母公司股东的净利润同比下降47.27%。

单位:万元

项　目	2019年度	2018年度	同比增减
营业额	310,044.73	214,789.18	44.35%
营业成本	257,896.82	168,884.44	52.71%
毛利率	16.82%	21.37%	-4.55%
销售费用	40,348.40	33,366.02	20.93%
管理费用	7,957.01	6,305.77	26.19%
财务费用	205.68	197.15	4.33%
期间费用小计	48,511.09	39,868.94	21.68%
营业利润	2,874.87	5,189.65	-44.60%
归属于母公司股东的净利润	2,058.85	3,904.31	-47.27%
期间费用占公司总费用比	56.55%	53.84%	-
营业额占公司总营业额比	77.26%	64.79%	-

根据前述及上述数据分析,导致销售净利润同比下降64.53%的原因:

1、报告期,业务板块营业额构成占比变化,导致销售综合毛利率下降。

2018至2019年,中成药制造、中药材初加工、药品批发零售(康爱多)、健康产业开发产品、医疗服务、其他业务收入的营业额占比分别为:

经营业务	营业额占比	
	2019年	2018年
中成药制造	14.32%	18.08%
中药材初加工	5.08%	10.12%
药品批发零售	77.05%	64.96%
健康产业开发产品销售	1.39%	4.11%
医疗服务	0.21%	0.24%
其他业务收入	1.95%	2.50%
合计	100.00%	100.00%

子公司康爱多营业额占比从上年64.96%上升到77.05%,为继续扩大市场规模和市场占有率,获取更多的活跃用户量以及提升复购率,公司采取薄毛利策略,导致毛利率从上年的21.37%下降至报告期的16.82%,同比下降4.55%;毛利率较高的中成药制造营业额占比从上年的18.08%下降至报告期的14.32%,健康产业开发产品营业额占比从上年的4.11%下降至报告期的1.39%,由于营业额构成占比的变化,导致综合毛利率下降,直接影响净利润额。

2、报告期,康爱多医药电商批发业务市场规模增长迅速的同时,也带来费用投入的大幅增长,导致营业利润下降,直接影响净利润额。

公司期间费用同比增长15.85%,其中康爱多费用同比增长21.68%,占总费用的56.55%。

3、报告期,投资收益同比大幅减少,营业利润同比下降,导致净利润与上年同期相比下降幅度较大。

公司2018年处置广州金皮宝置业有限公司75%的股权产生的投资收益2.05亿元及剩余25%股权,因没有控制权,按公允价值重新计算产生利得0.68亿元,持有潮州太安堂小镇投资有限公司20%股权,按权益法核算长期股权投资亏损0.03亿元,2018年合计投资收益2.70亿元。报告期,公司转让广东康爱多数字健康科技有限公司股权产生的投资收益0.50亿元,持有潮州市太安堂小镇投资有限公司20%股权,按权益法核算长期股权发生的投资亏损0.06亿元,报告期合计投资收益0.44亿元,同比减少2.26亿元,同比下降83.70%,直接影响净利润额。

(三)本报告期经营性净现金流大幅上升与收入利润变动不匹配的原因及分析

报告期,公司经营活动现金流入47.95亿元,其中,除销售商品收到的现金42.80亿元外,还包含收到转让广州金皮宝置业有限公司股权的往来款(2018年11月转让75%股权的应收承债款,注1)3.77亿元。

一方面,由于报告期收到上述承债款较多,导致当期经营性净现金流大幅上升,同时因业务结构占比的变化,费用投入增加,导致毛利率和利润率下降幅度较大、产品销售利润减少。2018年处置广州金皮宝置业有限公司75%的股权产生的投资收益和利得合计2.73亿,使报告期净利润同比大幅下降,从而导致经营净现金流增长与净利润变动的不配比。

另一方面,由于报告期市场资金流动性普遍收紧,导致应收货款回收较慢,报告期应收账款原值余额8.08亿元,同比增加2.30亿元,增幅39.76%,造成经营净现金流增长与收入变动的不配比。

分析如下:

扣除处置子公司股权(注1、注2)影响因素后的净现比如下:　单位:万元

项　目	2019年度	2018年度	同比增减
营业额	401,315.52	331,529.77	21.05%
应收账款原值余额	80,785.06	57,803.07	39.76%
净利润	10,182.51	27,518.06	-63.00%
经营活动产生的现金流量净额	33,624.72	10,827.11	210.56%
净现比	3.30	0.39	2.91

扣除处置子公司股权(注1、注2)影响因素后的净现比如下:　单位:万元

项　目	2019年度	2018年度	同比增减
营业额	401,315.52	331,529.77	21.05%
应收账款原值余额	80,785.06	57,803.07	39.76%
净利润	10,182.51	27,518.06	-63.00%
减:处置长期股权投资产生的投资收益	5,037.74	20,537.43	-75.47%
减:股权丧失控制权后,剩余25%股权按公允价值重新计算产生的利得	-	6,845.81	-100.00%
加:对应的所得税	755.66	3,060.00	-75.31%
扣减后净利润	5,900.44	3,194.82	84.69%
经营活动产生的现金流量净额	33,624.72	10,827.11	210.56%
减:收到广州金皮宝置业有限公司的往来款	37,700.00	2,300.00	100.00%
扣减后经营活动产生的现金流量净额	-4,075.28	8,527.11	-147.79%
净现比	-0.12	2.67	-2.79

注1:2018年11月公司处置广州金皮宝置业有限公司75%股权,交易对价10.125亿元,其中应收股权款2.79亿元,应收承债款7.335亿元(含留存2.125亿元作为25%股权的物业建设资金),该项目是可出售的物业投入的资金计入以前年度投资发生当期的经营活动现金流出项目,当其资金回收时,需对应在经营活动现金流入项目反映。

注2:2019年12月公司转让广东康爱多数字健康科技有限公司3.5%股权,股权款8,750.00万元,报告期已收到7,500.00万元,确认投资收益5,037.74万元。

(2)结合季度财务指标说明第四季度收入较前三季度增加的原因及各季度收入、利润、现金流不匹配的原因及合理性。

【回复】

一、第四季度收入较前三季度增加的原因及分析

从营业额占比分析,报告期第四季度营业额125,607.99万元,占全年营业额的31.29%。其中,中成药制造及其他21,768.27万元,占全年营业额的5.42%;医药批发零售93,376.51万元,占全年营业额的23.27%;中药材初加工6,245.30万元,占全年营业额的1.56%;健康产业开发产品3,703.78万元,占全年营业额的0.92%;医疗服务514.14万元,占全年营业额的0.13%。

单位:万元

项　目	各季度营业额					
	中成药制造及其他	医药批发零售	中药材初加工	健康产业开发产品	医疗服务	合计
2019年一季度	10,551.03	63,693.32	4,803.37	1,353.17	35.53	80,436.42
2019年二季度	9,773.70	83,712.14	3,994.90	509.93	45.79	98,036.45
2019年三季度	15,373.29	76,277.48	5,324.26	0.00	259.63	97,234.66
2019年四季度	21,768.27	93,376.51	6,245.30	3,703.78	514.14	125,607.99
合计	57,466.28	317,059.45	20,367.82	5,566.88	855.09	401,315.52

从营业额环比增长分析,报告期第四季度环比增长29.18%。其中,中成药制造及其他环比增长41.60%;医药批发零售环比增长22.42%;中药材初加工环比增长17.30%;健康产业开发产品环比增长100.00%;医疗服务环比增长98.02%。

项　目	各季度营业额环比增减					
	中成药制造及其他	医药批发零售	中药材初加工	健康产业开发产品	医疗服务	合计
2019年一季度	-35.90%	-12.25%	-45.63%	24.17%	-11.13%	-18.76%
2019年二季度	-7.37%	31.43%	-16.83%	-62.32%	28.86%	21.88%
2019年三季度	57.29%	-8.88%	33.28%	-100.00%	467.06%	-0.82%
2019年四季度	41.60%	22.42%	17.30%	100.00%	98.02%	29.18%

其中,2019年第四季度较前三个季度增长分别为:56.16%、28.12%、29.18%。

项　目	中成药制造及其他	医药批发零售	中药材初加工	健康产业开发产品	医疗服务	合计
2019年四季度较一季度增长	106.31%	46.60%	30.02%	173.71%	1347.01%	56.16%
2019年四季度较二季度增长	122.72%	11.54%	56.33%	626.33%	1022.91%	28.12%
2020年四季度较三季度增长	41.60%	22.42%	17.30%	100.00%	98.02%	29.18%

根据上述数据分析,第四季度营业额增长较快的原因如下:

报告期,中成药制造业务及医药批发零售业务进入第四季度销售旺季,中药制造产品经销商经过前三个月的库存消化,进入第四季度销售冲刺和年前备货阶段,医药电商批发零售业务第四季度“双11节”及其他活动开展,进入产品促销高峰期,上述二大板块业务均为公司主要经营业务,报告期二大板块业务实现营业额11.51亿元,占第四季度营业额的91.67%,占全年营业额的28.69%。

其次,中药材初加工业务和健康产业开发产品销售第四季度较前三个季度销售回升。中药材初加工第四季度较前三个季度分别增长:30.02%、56.33%、17.30%,健康产业开发产品销售第四季度较前三个季度分别增长:173.71%、626.33%、100.00%。中药材初加工业务前期也受春节和市场资金流动性影响,但各季度总体呈平稳增长趋势。健康产业开产产品主要是销售亳州太安堂中药材商铺,由于银行按揭收紧,前三季度受到较大影响,第四季度开始重新启动银行按揭,商铺销售回升。

二、报告期各季度收入、利润、现金流不匹配的原因及分析

报告期内二季度和四季度是中药制造和医药电商批发零售业务的销售旺季,而一季度和三季度一般需要提前采购备货,同时销售推广和促销力度较大,资源投入相对集中,因此,一季度和三季度购买商品的现金支出相对增加较多,二季度和四季度费用支出相对增加较多,导致各季度的现金流净额与收入、利润配比存在差异。

报告期内中成药制造业务二、三季度经营净现金流金额与当期收入、利润出现较大差异,主要是二、三季度收到转让广州金皮宝置业有限公司股权的往来款(2018年11月转让75%股权的应收承债款,(注3))3.77亿元。

单位:万元

项　目	合计	2019年一季度				
		中成药制造及其他	医药批发零售	中药材初加工	健康产业开发产品	医疗服务
营业收入	80,436.42	10,551.03	63,693.32	4,803.37	1,353.17	35.53
净利润	4,089.93	886.46	2,869.02	330.85	284.09	-280.49
经营活动产生的现金流量净额	730.13	3,427.15	-2,053.30	327.35	-994.48	23.40

单位:万元

项　目	合计	2019年二季度				
		中成药制造及其他	医药批发零售	中药材初加工	健康产业开发产品	医疗服务
营业收入	98,036.45	9,773.70	83,712.14	3,994.90	509.93	45.79
净利润	712.94	1,180.55	-209.87	280.63	-211.76	-326.61
经营活动产生的现金流量净额	23,926.94	20,228.86(注3)	2,806.18	734.65	-25.70	182.96

单位:万元

项　目	合计	2019年三季度				
		中成药制造及其他	医药批发零售	中药材初加工	健康产业开发产品	医疗服务
营业收入	97,234.66	15,373.29	76,277.48	5,324.26	0.00	259.63
净利润	4,097.64	1,375.82	2,617.67	499.85	-86.00	-309.70
经营活动产生的现金流量净额	11,025.43	15,093.76(注3)	-3,499.18	-39.96	-362.51	-166.68

单位:万元

项　目	合计	2019年四季度				
		中成药制造及其他	医药批发零售	中药材初加工	健康产业开发产品	医疗服务
营业收入	125,607.99	21,768.27	93,376.51	6,245.30	3,703.78	514.14
净利润	1,282.00	3,105.01	-3,218.04	485.10	753.40	156.53
经营活动产生的现金流量净额	-2,057.78	-231.91	-650.40	-1,379.28	-17.79	221.61

注3:2018年11月,公司处置广州金皮宝置业有限公司75%股权,交易对价10.125亿元,其中应收股权款2.79亿元,应收承债款7.335亿元(含留存2.125亿元作为25%股权的物业建设资金),该项目是可出售的物业投入的资金计入以前年度投资发生当期的经营活动现金流出项目,当其资金回收时,需对应在经营活动现金流入项目反映。

(3)你公司连续两年扣非前后净利润差异较大,一季度扣非后亏损,请说明你公司利润是否主要来源于出售资产,并结合目前行业状况、公司的产品核心竞争力等说明公司的持续盈利能力,以及拟采取的改善经营业绩的具体措施。

【回复】

一、目前行业状况

报告期,公司面临全球经济增长态势减弱,国际贸易摩擦加剧,国内经济下行压力增大,同时受到“两票制”、医保控费等行业政策波动的影响,公司积极应对,调整产品结构、延伸医药电商创新业务,实现生产经营整体平稳运行。报告期内,公司实现营业额40.13亿元,同比增长21.05%;实现营业利润1.27亿元,同比下降61.32%;归属于上市公司股东的净利润0.96亿元,同比下降64.53%。报告期,营业额保持较快增长,经营性现金流得到改善。

2019年,《“互联网+护理服务”试点工作方案》、《中华人民共和国药品管理法》先后发布,利好政策有利于促进医药电商、互联网医疗的发展。

子公司康爱多通过E+药房合作的线下药店超4.7万家,直营店10家,总注册会员超6,000万,总购买用户超5,000万。

2020年一季度,新冠肺炎疫情爆发,由于公司主要核心产品心宝丸、麒麟丸、中药皮肤药为非防疫类产品,疫情对公司中药制造销售产生影响,呼吸科产品一季度开始启动生产线规划,但效益需在以后季度逐渐释放。

二、公司的产品核心竞争力

公司不孕不育类药,心血管类药及皮肤药的主要核心产品为独家品种。其中,在不孕不育类药细分领域,具有独特的产品优势和品牌优势;心脑血管类药品整体市场容量巨大,公司心脑血管类药的产品线丰富,心脑血管类药主要产品除心宝丸外,还有心灵丸、丹田降脂丸、参七脑康胶囊等独家品种作为有益补充;中药皮肤类药,除中药特色皮肤药外,启动药妆研发和生产且公司自主研发的皮肤类新药蛇脂参黄软膏作为新药的终端定价将更具市场竞争优势。

同时,医药电商行业经过几轮调整,行业竞争格局清晰。互联网医药医疗行业生态逐渐成熟,消费者的网上购药习惯已经形成。康爱多在企业品牌、用户规模、销售规模、供应链、技术开发、专家资源、仓储物流等方面均形成了较强的竞争优势。

三、近二年及最新一期净利润情况

2018年度、2019年度、2020年1-3月,非经常性损益分别为:23,173.24万元、6,069.77万元、2,918.05万元,非经常性损益占归属于上市公司股东的净利润比例分别为:85.54%、63.16%、186.46%,扣非前后归属于上市公司股东的净利润差额较大,主要原因是财务费用、销售费用增长,业务板块营业额结构占比变化导致销售毛利率及主营业务利润率下降。非经常性损益主