

1.重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，投资者欲了解详细内容，应当仔细阅读同时刊载于深圳证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

公司简介

股票简称	海南海药	股票代码	000566
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书		
姓名	张晖	王小素	
电话	0898-68653568	0898-68653568	
传真	0898-68656780	0898-68656780	
电子信箱	hnhyy000566@163.com	hnhyy000566@163.com	

2.主要财务数据和股东变化

公司是否因会计政策变更及会计差错更正等追溯调整或重述以前年度会数据
□ 是 √ 否

	2013年	2012年	本年比上年增减(%)	2011年
营业收入(元)	1,018,436,18.89	949,887,655.07	7.22%	721,847,493.42
归属于上市公司股东的净利润(元)	93,844,973.48	77,252,790.45	21.48%	105,075,287.33
扣除非经常性损益的净利润(元)	43,459,15.25	55,341,92.62	-21.47%	51,391,964.12
经营活动产生的现金流量净额(元)	181,805,147.85	2,367,913.07	7,577,86%	57,776,381.05
基本每股收益(元/股)	0.19	0.16	18.75%	0.23
稀释每股收益(元/股)	0.19	0.16	18.75%	0.23
加权平均净资产收益率(%)	6.56%	5.76%	1.8%	14.23%
2013年末	2012年末	本年未比上一年末增减(%)	2011年末	
总资产(元)	3,471,916,031.04	2,761,511,839.58	25.73%	2,019,756,260.09
归属于上市公司股东的净资产(元)	1,484,779,120.55	1,395,570,168.99	6.39%	1,314,401,622.27

(2)前10名股东持股情况表

报告期末股东总数	21,821	报告期末总股本	23,304
前10名股东持股情况			
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持有有限售条件的股份数量
深圳市南方同正投资有限公司	境内非国有法人	21.68%	30,877,322
全国社保基金一组合	其他	4.9%	24,355,335
中国银行-诺安基金管理有限公司	其他	4.88%	24,159,178
海南海药股份有限公司	境内非国有法人	4.74%	23,471,361
中国工商银行-华泰柏瑞货币基金	其他	4.03%	18,951,342
华宝信托有限责任公司-时时好市1号集合资金信托	其他	1.8%	8,904,769
中银基金管理有限公司-宝盈泛亚区域增长股票型证券投资基金	其他	1.55%	7,651,835
华宝信托有限责任公司-时时好市13号集合资金信托	其他	1.45%	7,179,310
全国社保基金一组合	其他	1.04%	5,139,106

(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**3.管理层讨论与分析**

2013年，国内医药市场风起云涌，随着新一轮的药品招标、药品降价、新版基本药物目录、新版GMP认证等一系列行业政策的调整和执行，医疗器械行业竞争激烈，医药行业的服务和整合也进入关键时期，行业集中度继续加快。过去一年，公司围绕董事会提出的“以市场为中心，精耕细作，制定终端；以管理为重点，重建章立制，再造流程”的战略思想，抓住医药新政带来的机遇和挑战，从打造产品力、提升营销力、增强执行力三方面对药品的研发、生产、营销，终端各个环节进行精细化管理，提高公司整体竞争力。

1.以市场为中心，从重点产品带动整体销售增长。
公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

2.研发创造价值，以三级研发平台长足发展。
报告期内，公司持续专注传统医药、生物医疗器械、生物大分子（单克隆抗体）三大细分版块，制定了一系列的产品研发计划，不断积累在研品种和专利，加大研发投入，保持公司持续竞争力，加强与国内外知名院校及科研院所的广泛合作，进一步推进新药研发的速度。

3.产业链整合优势释放。
随着对开元医药、台州一铭等企业的整合，原料药事业部的成立，公司产品链优势逐步发挥，原研药及中间体的产能和销售均取得稳定的增长，提高了头孢类、培南类产品的综合竞争能力。

4.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

5.研发创造价值，以三级研发平台长足发展。
报告期内，公司持续专注传统医药、生物医疗器械、生物大分子（单克隆抗体）三大细分版块，制定了一系列的产品研发计划，不断积累在研品种和专利，加大研发投入，保持公司持续竞争力，加强与国内外知名院校及科研院所的广泛合作，进一步推进新药研发的速度。

6.产业链整合优势释放。
随着对开元医药、台州一铭等企业的整合，原料药事业部的成立，公司产品链优势逐步发挥，原研药及中间体的产能和销售均取得稳定的增长，提高了头孢类、培南类产品的综合竞争能力。

7.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

8.研发创造价值，以三级研发平台长足发展。
报告期内，公司持续专注传统医药、生物医疗器械、生物大分子（单克隆抗体）三大细分版块，制定了一系列的产品研发计划，不断积累在研品种和专利，加大研发投入，保持公司持续竞争力，加强与国内外知名院校及科研院所的广泛合作，进一步推进新药研发的速度。

9.产业链整合优势释放。
随着对开元医药、台州一铭等企业的整合，原料药事业部的成立，公司产品链优势逐步发挥，原研药及中间体的产能和销售均取得稳定的增长，提高了头孢类、培南类产品的综合竞争能力。

10.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

11.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

12.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

13.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

14.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

15.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

16.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

17.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

18.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

19.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

20.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

21.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

22.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

23.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

24.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

25.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

26.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

27.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

28.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

29.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

30.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

31.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

32.公司打造营销事业带区域办事处相结合的营销体系，建立了原料药、肿瘤药、胃肠道药、普药等营销事业部，并设立30多个办事处，以完善的营销网络确保市场的覆盖。同时，公司一级代理商、二级分销商布局完整，渠道覆盖全国，我们依靠有效的商业配送网络进行体系营销。2013年，公司根据市场变化、政策导向作调整，从重点产品突破，带动整体销售的增长，其中胃肠止痛销售增长了39%，其他优势品种也保持了良好的发展趋势。

33.公司打造