

一、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,投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

2. 本公司监事会、监事及董事、监事、高级管理人员保证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. 天职国际会计师事务所(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. 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

根据天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)的审计结果,2020年度归属于母公司所有者的净利润为297,071,596.93元,加上上次分配后留存的未分配利润750,105,701.02元,累计可供股东分配利润为1,047,177,297.95元。

2020年度利润分配预案:以2020年12月31日总股本418,507,117股为基数,向全体股东每10股派发现金红利10元(含税)。

二、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
A股	上海证券交易所	千金药业	600479
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	朱溧	丁四海	
办公地址	湖南省株洲市天元区株洲大道801号	湖南省株洲市天元区株洲大道801号	
电话	0731-22496088	0731-22496088	
电子邮箱	624214962@163.com	qjy@kjt.com	

2. 报告期公司主要业务简介

报告期内,公司主要从事从成药、化学药和女性卫生用品的研制、生产和销售以及药品的批发和零售业务。公司现有片剂、胶囊剂、颗粒剂、丸剂、煎膏剂、散剂和溶液剂等12种制剂,22条自动化生产线,110项药品注册批件和18项原药剂注册批件。公司及控股子公司共占有29个药品被列入《国家基本药物目录(2018年版)》,53个药品入选了《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录(2020年版)》。截止2020年底,千金集团累计拥有有效专利388件,其中发明专利139件,实用新型专利36件,外观专利211件。

公司拥有良好的品牌形象,公司中成药主导产品妇科千金片(胶囊)、补血益母丸(颗粒)是国家的国基药品种,国医保甲类品种,妇科千金胶囊和妇科断红胶囊是国家中药保护品种。

目前,公司已初步构建了包括医药制造、医药流通和医药种植在内的医药全产业链架构。同时,公司秉承“跳出妇科,做女性健康系列;跳出本业,做中药衍生系列”的发展战略,以妇科中药为核心,逐步向女性健康产业链延伸,千金净雅系列专用棉片的销售已初具规模,千金净雅系列和千金姜茶系列产品也是公司重点打造的衍生系列产品。

(二)公司经营模式

公司经营主要包含医药工业和医药商业,医药工业主要生产中成药和西药,医药商业主要包括医药批发及零售。

(1) 采购模式

公司的主要原材料为当归、党参、穿心莲等多种中药材及各种化学原料药。公司为提高原材料质量,保障供应,子公司千金药业在甘肃、云南药材产地设立了中药材种植、收购、加工基地。除此之外,公司生产所需的其他中药材,化学原料药,辅助材料,包装材料等物料均系向外部供应商采购。公司建立了一套成熟的供应商遴选与考核机制,实行优胜劣汰,制定了规范的采购管理制度,招标管理制度和完善的采购业务流程。

(2) 生产模式

公司按照国家GMP要求和公司制定的药品生产标准组织生产。生产部门负责安排生产任务,协调和督促生产计划的完成,同时对产品的生产过程、工艺要求和卫生规范等执行情况进行监查;质量控制部门负责生产过程中的质量监督和管理,通过对生产各环节的原材料、半成品质量严格控制,保证最终产品的质量和安全。

(3) 销售模式

公司产品主要通过医疗终端和零售终端进行销售。

针对医院终端,公司组建了医疗营销部,积极参与全国性及省市级的医学学术研讨活动,传播与交流公司产品的临床研究成果,使医生了解、熟悉并认可公司产品的特点和疗效,从而确保产品在终端使用,最终将产品优势转化为市场份额。随着国家“986”基本药政策的推进,公司实施了“基药大开发”的营销策略,重点推广妇科千金片/胶囊和补血益母丸/颗粒两大独家基药产品,在疫情的影响下治疗板块全年仍保持了一定的增长份额。

针对药店终端,公司组建了药店营销部,加强了与全国各地连锁药店及单体药店的合作,根据连锁药店的特点制定出不同的合作方案,满足连锁差异化的需要,通过渠道分销确保产品到达各零售终端。通过加大终端消费者教育、学员培训、品牌宣传等门店促销活动,公司2020年在零售端的业绩增速较快。除妇科千金片/胶囊外,益母颗粒、加味逍遥丸等产品在零售端均出现快速增长,市场地位得到进一步加强。

针对线上渠道,2020年积极响应成立了新零售营销部,下设药品销区、衍生品销区,通过直播带货、社区团购等方式衍生产品的线上营销。同时,公司将旗下各子公司的衍生产品销售进行整合,将千金净雅药店渠道与母公司公司渠道合并,利用总部的品牌和团队优势进一步做大千金净雅在药店渠道的销售额。

(3) 行业情况分析

公司产品主要通过医疗终端和零售终端进行销售。

针对医院终端,公司组建了医疗营销部,积极参与全国性及省市级的医学学术研讨活动,传播与交流公司产品的临床研究成果,使医生了解、熟悉并认可公司产品的特点和疗效,从而确保产品在终端使用,最终将产品优势转化为市场份额。随着国家“986”基本药政策的推进,公司实施了“基药大开发”的营销策略,重点推广妇科千金片/胶囊和补血益母丸/颗粒两大独家基药产品,在疫情的影响下治疗板块全年仍保持了一定的增长份额。

针对药店终端,公司组建了药店营销部,加强了与全国各地连锁药店及单体药店的合作,根据连锁药店的特点制定出不同的合作方案,满足连锁差异化的需要,通过渠道分销确保产品到达各零售终端。通过加大终端消费者教育、学员培训、品牌宣传等门店促销活动,公司2020年在零售端的业绩增速较快。除妇科千金片/胶囊外,益母颗粒、加味逍遥丸等产品在零售端均出现快速增长,市场地位得到进一步加强。

针对线上渠道,2020年积极响应成立了新零售营销部,下设药品销区、衍生品销区,通过直播带货、社区团购等方式衍生产品的线上营销。同时,公司将旗下各子公司的衍生产品销售进行整合,将千金净雅药店渠道与母公司公司渠道合并,利用总部的品牌和团队优势进一步做大千金净雅在药店渠道的销售额。