

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网站仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事、监事、监事长、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,并承担个别及连带的法律责任。

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 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

根据天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)的审计结果,2021年度归属于母公司所有者的净利润为302,063,356.49元,加上上次分配后留存的未分配利润628,670,180.95元,累计可供股东分配利润为930,733,537.44元。

2021年度利润分配预案:以分红派息股权登记日的股份数为基数,向公司全体股东每10股派现金红利6元(含税)。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

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
普通股	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		朱海霞
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		0731-22400009
电子邮箱	600479@zjy.com	600479@zjy.com		0731-22400009

2 报告期公司主要业务简介

1 行业发展情况

公司所处的行业为医药制造业。根据国家统计局公布的数据,2021年规模以上医药制造业收入为3209.85亿元,利润总额为6271亿元,同比增速分别为20.1%和77.9%。规模以上医药行业整体增速较快主要是因为国内疫苗需求量较大,企业产销两旺等因素拉动所致。从药品终端销售数据来看,根据国家医药经济信息网内的数据,2021年医疗终端呈现恢复性增长,其中化学药增长5.8%,中成药增长10.5%。2021年零售渠道总体销售额首次出现负增长,主要为医疗器械销售回落,同比大幅下降所致。其它细分类影响较小,其中化学药增长6.92%,中成药增长1.82%。

近年来行业政策和市场环境给医药企业带来新的机遇和挑战。一方面随着医疗体制改革进一步深入,医保支付结构不断调整,医保控费仍在持续,仿制药一致性评价、4+7带量采购等政策的实施,使得医药产业链格局发生显著变化,特别是国家集采的常态化对化学仿制药的市场份额有了较大冲击,未来可能会对生物制品和中成药开展带量采购。另一方面,国家促进中医药领域发展的相关政策陆续落地,中医药的重要性不断提升。在中西医并重的方针下,优质中药仍有了广阔的发展空间。

2 行业周期性特点

医药行业不存在明显的周期性,是典型的弱周期行业,这是由其与国民生活密切相关,刚性需求较高的本质决定的。行业增长速度虽有波动,但总体增速平稳。受我国医改推进、政府投入增加、社会老龄化水平加重以及居民生活水平提高等因素的影响,行业持续增长,属于增长性行业。近年来随着医改的不断推进,传统的化学仿制药和中药注射剂受政策冲击较大,但创新药和高技术壁垒的仿制药市场份额在不断提升。

3 公司行业地位

公司处于国内女性医药健康领域的领先地位。“千金”为妇科中成药领域首个中国驰名商标,母公司现有片剂、胶囊剂、颗粒剂等个剂型,主要产品有妇科千金片(胶囊)、补血益母丸(颗粒)、补乳凝胶、妇科断肠饮胶囊等11个独家品种,拥有妇科类产品发明专利46项,生产批件20个。

根据米内网的数据,妇科千金片/胶囊已连续十多年保持口服妇科炎症中成药第一梯队的地位。补血益母丸(颗粒)是产后恢复领域仅有的3个国基药品种之一,2021年销售额超亿元,市场份额实现了大幅提升。2021年妇科千金片、妇科千金胶囊、益母颗粒、加味逍遥丸均进入了零售终端TOP20品种榜,千金品牌在妇科领域的领先地位得到进一步加强。

4 公司主要业务

报告期内,公司主要从事中成药、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。

目前,公司已初步构建了包括医药制造、医药流通和中药种植在内的医药全产业链业务架构。同时,公司秉承“跳出妇科,做女性健康系列表”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。千金净雅妇科专用棉巾的销售已初具规模,千金润洗护理系列产品也是公司重点打造的衍生系列产品。

2 公司经营模式

公司经营模式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、穿心莲等中药材。公司为提高原药材质量,保障供应,子公司千金药厂在甘肃、云南药材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和完善的采购流程。

(2) 生产模式

公司产品主要通过医药终端和零售终端进行销售。

针对终端终端,公司医疗营销部积极参加全国性及省市级的医疗学术研讨活动,传播与交流公司产品的临床研究成果,使职业医生了解、熟悉并认可公司产品的特点和疗效,从而确保产品的临床使用率,最终将产品优势转化为市场优势。随着国家“986”基药政策的推进,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/颗粒独家基药产品,医疗终端几年取得了较大的增长,其中补血益母丸/颗粒发货纯销超亿元,成为公司又一个过亿的独家产品。

针对零售终端,公司医药营销部加强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求,通过渠道分销确保产品到达各零售终端。通过加大开展消费者、药店培训、品牌宣传等门店促销活动,带动三大开发,促进产品销售。坚定执行有序销售制度,优化产品价格策略,2021年实现妇科千金片与胶囊价格降幅有下降,妇科千金片/胶囊、益母颗粒、加味逍遥丸等品种仍保持市场份额第一位。针对线上渠道,2021年在集团新零售营销部的带领下,公司药品和衍生品通过直播带货、推出社群团购等方式进一步加强了线上营销力度。药店板块千金净雅卫生巾系列逐步上正轨,盈利能力实现了较大提升。

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

	2021年	2020年	本期比上年同期增减(%)	2019年
总资产	4,060,240,743.00	4,226,711,308.00	-3.98%	3,812,172,747.49
归属于上市公司股东的净资产	2,169,385,206.04	2,266,771,688.79	-4.53%	2,176,081,788.29
营业收入	3,662,844,613.00	3,626,966,800.62	1.02	3,526,238,132.24
归属于上市公司股东的净利润	302,063,356.49	297,071,060.00	1.68%	294,313,213.06

2021年度利润分配预案:以分红派息股权登记日的股份数为基数,向公司全体股东每10股派现金红利6元(含税)。

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、穿心莲等中药材。公司为提高原药材质量,保障供应,子公司千金药厂在甘肃、云南药材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和完善的采购流程。

(2) 生产模式

公司产品主要通过医药终端和零售终端进行销售。

针对终端终端,公司医疗营销部积极参加全国性及省市级的医疗学术研讨活动,传播与交流公司产品的临床研究成果,使职业医生了解、熟悉并认可公司产品的特点和疗效,从而确保产品的临床使用率,最终将产品优势转化为市场优势。随着国家“986”基药政策的推进,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/颗粒独家基药产品,医疗终端几年取得了较大的增长,其中补血益母丸/颗粒发货纯销超亿元,成为公司又一个过亿的独家产品。

针对零售终端,公司医药营销部加强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求,通过渠道分销确保产品到达各零售终端。通过加大开展消费者、药店培训、品牌宣传等门店促销活动,带动三大开发,促进产品销售。坚定执行有序销售制度,优化产品价格策略,2021年实现妇科千金片与胶囊价格降幅有下降,妇科千金片/胶囊、益母颗粒、加味逍遥丸等品种仍保持市场份额第一位。针对线上渠道,2021年在集团新零售营销部的带领下,公司药品和衍生品通过直播带货、推出社群团购等方式进一步加强了线上营销力度。药店板块千金净雅卫生巾系列逐步上正轨,盈利能力实现了较大提升。

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

	2021年	2020年	本期比上年同期增减(%)	2019年
总资产	4,060,240,743.00	4,226,711,308.00	-3.98%	3,812,172,747.49
归属于上市公司股东的净资产	2,169,385,206.04	2,266,771,688.79	-4.53%	2,176,081,788.29
营业收入	3,662,844,613.00	3,626,966,800.62	1.02	3,526,238,132.24
归属于上市公司股东的净利润	302,063,356.49	297,071,060.00	1.68%	294,313,213.06

2021年度利润分配预案:以分红派息股权登记日的股份数为基数,向公司全体股东每10股派现金红利6元(含税)。

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、穿心莲等中药材。公司为提高原药材质量,保障供应,子公司千金药厂在甘肃、云南药材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和完善的采购流程。

(2) 生产模式

公司产品主要通过医药终端和零售终端进行销售。

针对终端终端,公司医疗营销部积极参加全国性及省市级的医疗学术研讨活动,传播与交流公司产品的临床研究成果,使职业医生了解、熟悉并认可公司产品的特点和疗效,从而确保产品的临床使用率,最终将产品优势转化为市场优势。随着国家“986”基药政策的推进,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/颗粒独家基药产品,医疗终端几年取得了较大的增长,其中补血益母丸/颗粒发货纯销超亿元,成为公司又一个过亿的独家产品。

针对零售终端,公司医药营销部加强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求,通过渠道分销确保产品到达各零售终端。通过加大开展消费者、药店培训、品牌宣传等门店促销活动,带动三大开发,促进产品销售。坚定执行有序销售制度,优化产品价格策略,2021年实现妇科千金片与胶囊价格降幅有下降,妇科千金片/胶囊、益母颗粒、加味逍遥丸等品种仍保持市场份额第一位。针对线上渠道,2021年在集团新零售营销部的带领下,公司药品和衍生品通过直播带货、推出社群团购等方式进一步加强了线上营销力度。药店板块千金净雅卫生巾系列逐步上正轨,盈利能力实现了较大提升。

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

	2021年	2020年	本期比上年同期增减(%)	2019年
总资产	4,060,240,743.00	4,226,711,308.00	-3.98%	3,812,172,747.49
归属于上市公司股东的净资产	2,169,385,206.04	2,266,771,688.79	-4.53%	2,176,081,788.29
营业收入	3,662,844,613.00	3,626,966,800.62	1.02	3,526,238,132.24
归属于上市公司股东的净利润	302,063,356.49	297,071,060.00	1.68%	294,313,213.06

2021年度利润分配预案:以分红派息股权登记日的股份数为基数,向公司全体股东每10股派现金红利6元(含税)。

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、穿心莲等中药材。公司为提高原药材质量,保障供应,子公司千金药厂在甘肃、云南药材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和完善的采购流程。

(2) 生产模式

公司产品主要通过医药终端和零售终端进行销售。

针对终端终端,公司医疗营销部积极参加全国性及省市级的医疗学术研讨活动,传播与交流公司产品的临床研究成果,使职业医生了解、熟悉并认可公司产品的特点和疗效,从而确保产品的临床使用率,最终将产品优势转化为市场优势。随着国家“986”基药政策的推进,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/颗粒独家基药产品,医疗终端几年取得了较大的增长,其中补血益母丸/颗粒发货纯销超亿元,成为公司又一个过亿的独家产品。

针对零售终端,公司医药营销部加强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求,通过渠道分销确保产品到达各零售终端。通过加大开展消费者、药店培训、品牌宣传等门店促销活动,带动三大开发,促进产品销售。坚定执行有序销售制度,优化产品价格策略,2021年实现妇科千金片与胶囊价格降幅有下降,妇科千金片/胶囊、益母颗粒、加味逍遥丸等品种仍保持市场份额第一位。针对线上渠道,2021年在集团新零售营销部的带领下,公司药品和衍生品通过直播带货、推出社群团购等方式进一步加强了线上营销力度。药店板块