

公司代码：600771

公司简称：广誉远

广誉远中药股份有限公司

2018年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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 本半年度报告未经审计。
- 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
无

二 公司基本情况

2.1 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	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	广誉远	600771	东盛科技

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	郑延莉	葛雪茹

电话	029-88332288	029-88332288
办公地址	陕西省西安市高新区高新六路 52号立人科技园A座六层	陕西省西安市高新区高新六路 52号立人科技园A座六层
电子信箱	yanli.zheng@guangyuyuan.com	xueru.ge@guangyuyuan.com

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比 上年度末增减(%)
总资产	2,590,064,717.21	2,517,620,674.29	2.88
归属于上市公司股东的净资产	2,058,075,409.93	1,913,826,432.98	7.54
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比 上年同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	-234,919,656.60	-207,270,891.43	不适用
营业收入	655,051,130.59	503,725,732.29	30.04
归属于上市公司股东的净利润	144,248,976.95	78,675,848.58	83.35
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	141,143,735.16	72,656,150.22	94.26
加权平均净资产收益率(%)	7.26	4.50	增加2.76个百分点
基本每股收益(元/股)	0.41	0.22	86.36
稀释每股收益(元/股)	0.41	0.22	86.36

2.3 前十名股东持股情况表

单位：股

截止报告期末股东总数(户)		15,527				
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	质押或冻结的 股份数量	
西安东盛集团有限公司	境内非国有法人	23.22	81,991,639	27,943,374	质押	53,560,000
财富证券-浦发银行-财富证券-广誉远安宫清心 集合资产管理计划	其他	4.53	16,000,000	16,000,000	无	
宁波鼎盛金禾股权投资合伙企业(有限合伙)	其他	3.60	12,701,533	12,701,533	无	
华能贵诚信托有限公司-华能信托·悦晟3号单一 资金信托	其他	3.37	11,899,067		无	
全国社保基金一零四组合	其他	3.09	10,899,879		无	

国寿安保基金-建设银行-人寿保险-中国人寿保险(集团)公司委托国寿安保基金混合型组合	其他	3.00	10,599,521		无	
樟树市磐鑫投资管理中心(有限合伙)	其他	2.88	10,161,227	10,161,227	无	
北京东富新投投资管理中心(有限合伙)	其他	2.30	8,134,129		无	
郑文平	境内自然人	2.05	7,250,103		无	
长安基金-广发银行-华鑫信托-鑫康财富6号单一资金信托	其他	1.98	7,000,000	7,000,000	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	华能贵诚信托有限公司-华能信托·悦晟3号单一资金信托所持股份系公司控股股东西安东盛集团有限公司间接增持股份,长安国际信托股份有限公司-长安信托-广誉远第二期员工持股集合资金信托计划所持股份为公司员工持股计划所购买股票,除此之外东盛集团与其他股东之间无关联关系;鼎盛金禾与磐鑫投资之间有关联关系,其他股东之间公司未知是否存在关联关系,也未知是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

2018年上半年,随着国家医药卫生领域改革持续深入以及相关政策的不断落地,医药行业在迎来广阔发展空间的同时,行业变革和创新升级也成为了发展新常态。公司紧抓行业变革机会,在董事会的正确领导下和全体股东的大力支持下,坚定围绕“全产业链打造广誉远高品质中药”战略,持续激发传统中药、精品中药及养生酒三大销售引擎动力,深度挖掘科研、品牌、人才、资源四大战略储备,改革创新“供应链+生产+财务+审计+后勤”五大运营服务支撑体系,确保了公司经营业绩快速增长的可持续性。

截至 2018 年 6 月 30 日，公司总资产 259,006.47 万元，归属于母公司股东权益 205,807.54 万元；报告期内，公司实现营业收入 65,505.11 万元，归属于上市公司股东净利润 14,424.90 万元，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 14,114.37 万元。

1、营销管理

(1) 传统中药：公司始终坚持以学术为根本，以文化为引领，围绕“学术+品牌”双轮驱动的营销战略要求，整合医学、商务、KA 内外部优势资源，三管齐下，不断完善市场开发和营销体系建设，提升四大核心产品市场占有率。

医学方面，公司进一步强化学术研究，继续加大对龟龄集治疗轻-中度老年认知功能障碍（肾虚髓减症）临床研究、定坤丹对多囊卵巢综合征临床研究等学术项目的投入，先后启动龟龄集胶囊对特发性少弱畸精子症多中心临床研究、定坤丹治疗子宫内膜异位症多中心临床试验等顶级研究项目，并将最新临床研究成果在《中国免疫学杂志》、《中国实用妇科与产科杂志》、《中华生殖与避孕杂志》等国内核心期刊予以发表。报告期内，公司新增开发二级以上医院 600 余家，先后参与省级学术会议 70 余场，开展全国妇科内分泌培训工程会议近 30 场，持续组织开展广誉远文化游活动 15 场，不断提升了广誉远品牌知名度和产品影响力，进一步带动了终端销量的稳步提升。

商务方面，公司加快全国商业系统性布局，重点围绕九州通、重庆医药、广州医药、国药控股等布局 OTC 市场，围绕浙江英特、四川科伦、南京医药等布局区域及地县市场，同时以商业三会为依托，以“撒网行动”为抓手，面向各大型商业及二级商业召开宣讲会 500 余场，不断扩大商业覆盖面和产品铺货率。

KA 方面，公司进一步深化百强连锁战略合作，坚持“专业化培训+精细化服务+闺蜜般客情”的终端服务战略，提供以顾客为中心的专业化服务，推进好孕中国项目深层次合作，启动山东漱玉平民、山西鸿翔一心堂、宁夏国大药房、重庆和平连锁等十余家连锁药店好孕项目，上半年已在全国布局好孕专柜 2,700 余家，开展好孕专柜培训 1,300 余场，好孕专员培训 2400 余人次。同时，联合百强链制定定制营销合作方案，先后与山西荣华大药房、湖南千金药房等成功开展“黄河大声唱”、“疼爱大作战”等接地气地推活动，深受广大消费者喜爱和参与，有效提升了终端市场动销，推动公司核心产品快速放量。

2018 年上半年，公司商务、医学、KA 三大事业部资源共享、并肩作战，使得传统中药实现销售 51,244.18 万元，较上年同期增长 22.08%。

(2) 精品中药：报告期内，公司继续以市场需求为导向，着力加快渠道转型升级，促进全国专卖店向文化体验店转变，推进国药堂、国医馆、店中店建设在重要商业区、高端住宅区等区域布局，充分利用公司已开发的全国连锁药店资源，合作开展“黄金单店计划”，深入推广“广誉远学者计划”，整合中医名医资源、开设中医工作室。报告期内，公司持续聚焦证券、金融、商会、商学院、财经媒体等高端精准人群，以誉远健康俱乐部为切入点，全力搭建高端用户体验平台，并通过养生大讲堂、健康讲座等优质社群活动，沉淀优质客户资源，提高客户粘性，进一步提升公司品牌和产品在高净值人群中的知名度与认可度。

2018年上半年，精品中药实现销售 8,769.83 万元，较上年同期增长 78.55%。

(3) 养生酒：报告期内，公司以餐饮为核心，持续聚焦占位高端健康酒市场，扎实布局山西、浙江、江苏、广东等潜力市场，创新电视购物、报媒购物、直销定制等多渠道销售新模式，同时启动招商工作，挖掘区域空白市场，持续拓展高质量合作商。终端推广方面，公司线上线下紧密结合，线下围绕重点区域及目标消费群体开展差异化营销，通过糖酒会、互动品鉴会、夜场推介会等形式持续培育消费群，精准营销，让消费者零距离接受产品、感受产品，不断提升消费者对龟龄集酒的认知和口碑。线上加大与天猫、京东等零售平台的营销创新，实现线上销售新突破。2018年6月，广誉远天猫旗舰店荣获“天猫酒水 2017 年度最受消费者欢迎店铺”奖项。

2018年上半年，养生酒实现销售 2,218.13 万元，较上年同期增长 180.12%。

2、品牌建设

报告期内，公司坚定“极致产品、极致客户体验、极致品牌传播”理念，强化品牌营销战略制定与执行，大力推进公司品牌建设。传统及框架媒体方面，公司将市场销售及经典热门栏目相结合，重点围绕江苏、北京、山西、广东市场，依托卫视频道先后合作《北京春节联欢晚会》、《非凡匠心》、《非诚勿扰》、《我们仨》、《爱情找对门》等经典栏目，在全国 30 多个城市 75,000 余点位投放框架海报，覆盖人群四千余万，使得公司品牌知名度和定坤丹搜索热度极大提升。网络及自媒体方面，公司继续以广誉远新媒体营销矩阵为驱动，通过百度、360、今日头条、美柚、39 健康网、家庭医生在线等多家网络平台进行口碑推广和大数据合作，精准服务需求客户，提升产品曝光度，进一步扩大了公司品牌影响力。社会化营销方面，公司不断探索创新品牌营销手段，自建的首档药企 IP—科普微综艺栏目《誉医来了》已于 2018 年 3 月上线，栏目以中医药文化知识传播、中医诊疗方法等积极健康向上的内容为主，向广大消费者

传播中医药文化和健康养生方式，第一季节目全网播放量已达 6,600 余万次，进一步提升了客户及粉丝粘性，拓宽了品牌传播渠道广度。2018 年上半年，公司先后获得“中国行业十大创新力品牌奖”、“2018 中国年度影响力品牌奖”大奖，同时公司被授予“中国医药物资协会 VIP 战略合作企业”，公司产品定坤丹、龟龄集分别被评为“大健康产业年度影响力品牌奖”、“大健康产业最具竞争力产品奖”，广誉远“好孕中国”品牌营销则被评为“OTC 黄金营销案例奖”。

3、生产管理

公司始终秉承“修合虽无人见，存心自有天知”的制药古训，以良心制药，严格甄选道地药材，选取高于国家药典标准的原材料，遵循古法炮制工艺，按照 GMP 管理要求，从原料采购、人员配置、设备管理、生产过程、质量控制、包装运输等环节实行全链条生产管理，确保产品质量。报告期内，公司在充分挖掘现有产能潜力的同时，进一步加快产业园项目建设，通过科学合理的人员安排、计划与调度，使生产任务、建设目标均得以圆满达成。2018 年上半年，山西广誉远先后荣获“3·15 全国质量诚信品牌优秀示范企业”、“全国产品和服务质量诚信示范企业”、“大健康产业最美工厂奖”等奖项。

4、人力资源建设

报告期内，公司围绕 2018 年度经营目标的达成，加快战略型人力资源体系建设，推进人力资源管理由业务驱动型向战略驱动型转变，进一步优化人才质量和结构，以业绩达成与管理提升为绩效导向，不断健全内部考评激励机制，深化与重点医学高校战略合作，确保公司人才输入环境的稳定。2018 年上半年，公司通过各类渠道和途径努力做好关键岗位核心人才输送，先后引入多位中高端营销人才，进一步充实、强化营销团队战斗力。同时，公司加大大学生管培生培养计划的投入，不断为公司发展提供新鲜血液。

5、内控体系建设

报告期内，公司以修订后的《制度汇编》和《内部控制手册》为基础，对各权属企业生产经营的重点环节展开检查评价和内部审计，从设计保障和执行有效两方面加强日常检查和专项检查。同时，围绕销售、采购、工程建设等重点环节开展流程梳理和风险测评，针对募集资金使用、费用支出、渠道开发等重点领域加大日常检查力度，强化风险防控，使公司内控管理水平得到进一步提高，有效保证了企业稳步健康发展。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用