

公司代码：600771

公司简称：广誉远

广誉远中药股份有限公司

2020 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	/	康云
电话	/	029-88330818 / 88330835
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
电子信箱	/	kangyun@guangyuyuan.com

注：公司董事会秘书暂时空缺，目前由公司董事长张斌先生代行董事会秘书职责。

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	3,838,683,719.53	3,537,356,944.85	8.52
归属于上市公司股东的净资产	2,400,377,108.03	2,356,936,419.07	1.84
	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	-126,559,912.53	-78,477,209.17	不适用
营业收入	432,558,335.54	541,410,770.51	-20.11
归属于上市公司股东的净利润	43,440,688.96	117,282,562.58	-62.96
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	26,927,054.37	99,978,204.87	-73.07
加权平均净资产收益率 (%)	1.83	4.99	减少3.16个百分点
基本每股收益 (元 / 股)	0.09	0.25	-64.00
稀释每股收益 (元 / 股)	0.09	0.25	-64.00

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)		30,450				
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	13.83	68,037,726		质押	66,257,000
					冻结	1,780,726
晋创投资有限公司	国有法人	8.13	40,000,000		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	3.39	16,658,694		无	

宁波鼎盛金禾股权投资合伙企业（有限合伙）	其他	3.36	16,548,546		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	3.02	14,839,329		无	
樟树市磐鑫投资管理中心（有限合伙）	其他	2.89	14,225,718		无	
北京东富新投投资管理中心（有限合伙）	其他	2.31	11,387,781		无	
蒋仕波	境内自然人	1.77	8,694,000		无	
厦门恒兴集团有限公司	境内非国有法人	1.25	6,158,507		无	
全国社保基金一零二组合	其他	1.02	4,999,737		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，除此之外东盛集团与其他股东之间无关联关系；宁波鼎盛金禾股权投资合伙企业（有限合伙）与樟树市磐鑫投资管理中心（有限合伙）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

2020 年上半年，新冠肺炎疫情爆发并肆虐全球，世界经济负重前行。医药行业也因此面临生产中断、流通困难、医院和药店终端非正常营业、品种限制和客流断崖式下跌等多重困难，生产、流通和销售均受到严重影响。但是，我国医疗卫生体制改革并未因疫情影响而停滞，在平稳延续 2019 年各项既定工作的基础上，新版《药品管理法》、第二批国家组织药品集中采购等多项新法规、新政策密集出台，医药行业迎来了前所未有的挑战和机遇。

面对疫情带来的重重困难，公司在全体股东关注支持和董事会的正确领导下，积

极应对市场，快速适应调整，有序恢复公司各项生产经营活动，同时继续坚定“全产业链打造高品质中药”的指导原则，加强营销转型和新模式探索，不断提高管控效率，为企业有序经营的持续发展奠定新的基础。在宏观经济加速下行和行业政策明显趋严的背景下，加之疫情对医药行业带来正常营业的停滞，商业公司和医院药店终端资金压力激增，全行业整体出现前所未有的困难，公司加强推广力度和线上线下的费用投入，为了保证药品供应，稳定团队，与行业和客户共渡难关，谋求持续发展，自身承担了较大的经济压力。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司总资产 383,868.37 万元，归属于母公司股东权益 240,037.71 万元；受新冠肺炎疫情等因素影响，报告期内，公司实现营业收入 43,255.83 万元，同比下降 20.11%。归属于上市公司股东净利润 4,344.07 万元，同比下降 62.96%，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润 2,692.71 万元。

报告期内，公司主要业务板块的工作重点如下：

（一）营销管理

1、传统中药

传统中药以四大核心产品为基础，在公司品牌培育，高品质中药战略主导方面发挥着重要作用。报告期内，公司针对疫情带来的形势变化灵活施策，依托现有营销体系的竞争优势，积极探索线上推广新模式，确定了线上线下营销相结合的营销策略。同时，公司试水合伙制模式转型，充分激发每个营销团队对公司品牌和产品的认同度，在传统中药市场加营销双轮驱动下，紧抓数字化营销，突破困境，寻找生机。报告期内，该板块实现营业收入 32,614.75 万元，占总收入的 75%，为公司稳定收入起到决定性作用。特别是安宫牛黄丸实现营业收入 1.56 亿，实现近年来同期销售的新突破。

（1）医学方面：

报告期内，公司围绕核心产品在质量标准、药理机制及药效等方面开展了多项临床前研究工作，聚焦不孕不育症、原发性痛经、多囊卵巢综合征、老年认知功能障碍、老年衰弱综合征、脑卒中等多个疾病领域，为深挖产品价值提供了坚定的科研支持。同时，公司继续联合山西大学、厦门大学、中国药科大学、上海中医药大学、南京中医药大学、成都中医药大学、广东省中医院等高等院校及医院发挥各自优势，共建联合实验室及研究生联合培养基地，并先后成立广誉远经典名方二次开发学会服务站和本草生物学山西省研究生联合培养基地，为公司研发工作的开展提供了强有力的学术支持。

报告期内，医院方面克服停业或非正常营业的影响，持续通过电话拜访、朋友圈互动、线上学术推广会议等形式，开展健康关爱，慢病管理，稳定定坤丹和龟龄集产品优势的同时，提升安宫牛黄丸和牛黄清心丸的亮点凸显，特别是安宫牛黄丸入选由国家卫健委和国家中医药管理局联合公布的《新型冠状病毒肺炎诊疗方案》后，公司随即组建安宫牛黄丸医学部，积极探索品种发展和服务升级，实现新增 81 家医院的用药支持，为公司核心品种多点位协同发力奠定良好的基础。

（2）商务方面：

报告期内，公司继续开展围绕全国重点龙头医药商业公司的商业系统性布局，持续保持与全国大型商业的合作，优选资信良好，业务网络覆盖广，经营能力强的合作客户，通过线上签约、平台互动，增加强强合作，以保证公司产品的顺畅流转和及时配送。在数据管理上，公司推进数字化管理变革，已与 26 家一级商业客户开展流向直连，从根本上解决公司信息及时性和准确性问题。

（3）OTC 方面：

公司继续深化与老百姓、一心堂、国大药房等 TOP10 连锁龙头的线上线下合作，同时借力合作伙伴的资源优势，通过会员营销、连锁拓客引流共享等新思路、新模式，进一步扩大了公司产品的客户认同度和消费认知粘性，保障公司销售增长的可持续性。同时，公司适应不断变化的市场形势，线下团队和线上电商团队协同发力，以发展的眼光积极迎接新趋势。报告期内开展各类型线上培训和直播 400 余场，参与天猫 510 国潮行动、全网 618 年中大促等线上活动，通过站内站外的全域种草提高产品及品牌知名度，探索网红直播的新营销模式。通过中国药店-广誉远杯“金牌健康管理师”活动，全国报名近 7000 人，各行业大咖参与热情高涨，提升健康新理念的同时，营造品牌新亮点。线下，通过持续地推活动，推动药店终端良性发展。线上，通过专业化培训以及与阿里健康、京东健康等平台的合作，不断提升公司品牌的市场影响力和产品的竞争力。

2、精品中药和养生酒

精品中药是公司品牌定位和高端品质的窗口，以国医馆和国药堂为基础，克服疫情重创，发挥中医药专家资源优势，通过线上线下与企业家俱乐部、金融界和走进上市公司等圈层精耕活动，提升公司品牌和产品在高净值人群中的知名度与认可度。同时开展各类线上培训和客户健康教育 14 场，组织中医药抗疫文化之旅-媒体健康行-走进山西广誉远等活动，加快渠道转型升级，进一步拓宽产品覆盖区域，根植优质客

户资源。

养生酒则以健康养生，强身滋补为产品理念，围绕线上健康教育，多渠道营销推广，开展“助力中国好声音”、“养生日签”、“节气养生”、“6.21 父亲节-健康让爱更动情”等不同形式和渠道的推广活动，助力品牌聚焦和产品美誉度提升。

（二）品牌建设

报告期内，广誉远持续深耕品牌建设，不断创新，为广誉远的品牌知名度及品牌价值不断做积累。通过 360 度整合品牌资源，从线上科普，新媒体运营，抗疫公益活动，民族品牌等多角度发力，使老字号广誉远在国货品牌的地位得到彰显。传统媒体方面，与江苏卫视《非诚勿扰》、《新相亲大会》、北京卫视《养生堂》等知名卫视、知名栏目开展深度合作，持续提升企业品牌及产品的知名度；特别是在新冠肺炎疫情发生后，辅以新潮传媒、商场移动终端、凤凰传媒 LED 等户外媒体资源，强化企业社会责任的同时，加强与市场销售一线、连锁终端的互动与沟通，促进终端导流；其次在互联网方面，在今日头条、小红书、淘宝、抖音等移动互联网端开展内容沉淀及活动合作，强化“种草”力度；在平安好医生、妙手医生、名医在线、39 健康网等垂直媒体口碑运营深化市场教育；在公益方面，积极捐赠抗疫物资，捐赠节气养生香囊，开展北京卫视聚焦中医药文化直播探店活动，受到央视新闻、视界中国、北京时间等 16 家直播平台重点关注，较好的传播了广誉远品牌历史、传统文化、炮制工艺及国医馆名老中医资源，弘扬中医智慧和中医药文化。

（三）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，严格甄选道地高品质药材，遵循古法炮制工艺，按照 GMP 管理要求开展生产全链条管理，确保产品质量。2020 年是广誉远中医药文化产业园经过一年多的磨合与整固，步入良性运转的首年，也是公司提出保质量、降成本、增效益的管理提升年。公司上下铆足劲头，真抓实干。报告期内，公司积极组织，克服疫情的严重影响，逐步开工复产，保证疫情物资供应，保证正常市场需求，充分彰显老字号中药企业的产品优势和社会责任担当。

同时，公司狠抓管理提升，多次组织专题会议，领导干部深入一线，梳理流程，强化人员岗位责任心和技能提升，多角度制定管理提升执行细则。从采购管理上，不断优化流程，筛选优质供应商，对原料基地实地考察，新落地 8 家合作基地等举措，确保供应链品质和资源供应。在生产过程中挖潜改造，灵活调配，推动人机高度合一

等举措，保证质量，进一步细化现场管理效率提升。同时，全面优化绩效考核办法，充分调动每个岗位每个职能的紧迫感和使命感，打造人人都是公司业绩的创造者的思想共识，并通过考核和多种形式的技术培训和技能提升，不断提高操作技能和生产效率。

（四）人力资源建设

围绕人力资源中长期发展战略规划，通过组织架构效率提升，职责优化，履职能力提升等多角度加强绩效管理方案改进，提升人员功效，优化人才配置优化，助力管理提升和营销聚力。报告期内，开展多维度线上培训、产品知识培训、技能演练和誉学堂知识体系完善等工作，为营销技能提升和管理效率提升提供知识资源供应。

（五）内控体系建设

报告期内，克服疫情影响，顺利完成 2019 年度内控自评相关工作，确保内控评价的有效性。公司严格按照内控体系管理评价计划，开展各项工作，以保证公司整体运行的有序可控。通过对内部控制执行情况的日常检查和定期检查，对重点业务板块和重要事项的过程控制，从各重大方面保证了事前控制，事中跟踪和评价，事后分析反馈的良性运转。同时，在工作过程中，加强风险防控意识，及时梳理和关注风险，保证公司经营环境整体风险可控。并对公司《内控手册》进行修订完善，在各重大方面保证企业运营和发展的需要，保证内控体系的有效运行。

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

1、会计政策变更的原因

2017 年 7 月 5 日，财政部发布了《关于修订印发<企业会计准则第 14 号—收入>的通知》（财会〔2017〕22 号），根据通知要求，公司于 2020 年 8 月 12 日召开第七届董事会第五次会议，审议通过了《关于会计政策变更的议案》，决定对公司相关会计政策内容进行变更，公司独立董事及监事会已分别对此发表了同意的意见。

2、会计政策变更的影响

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，根据衔接规定，首次执行新收入准则的累积影响仅调整首次执行新收入准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息。执行新收入准则不会导致公司收入确认方式发生重大

变化，不会对公司包括总资产、净资产、净利润在内的财务状况、经营成果和现金流量产生影响。

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