

葵花药业集团股份有限公司 2023 年度董事会工作报告

2024 年 4 月

一、概述

2023 年是公司创建 25 周年，也是“五五”规划收官之年。五年中，公司在董事会“战略高位推动，品牌传承焕新，前线开疆拓土，质量精益求精，创新引领发展，协同服务赋能”总体战略部署下，于变局中开新局，观大势、顺势而为，抓大事、谋定后动，凿山破冰、夯基筑台，落子布局、勇毅前行。

面对五年来内外部诸多挑战，公司经营管理团队高位预判形势变化，动态调整经营策略，调结构、控节奏，强化执行落地，过程考核、数字阅兵、结果验证。把不可控变为可控，抓确定性的增长。五年来，公司以自我诊疗为核心，作为家庭常用药产品提供商的定位更加清晰，做老百姓的好药的品质理解更为深刻，小葵花儿童药领先地位进一步筑牢，黄金单品群进一步壮大，品类布局进一步延伸，黄金大单品梯队结构更加清晰，上下游共建共生模式进一步深化，公司行业地位进一步提升，2023 年米思会公布 2022 年度中国中药企业 TOP100 排行榜，公司排名攀升至第 14 位。

截至 2023 年末，公司总资产 688,191.26 万元、归母净资产 476,344.03 万元；2023 年，公司营业收入 570,028.67 万元，较 2022 年增长 11.89%；实现归母净利润 111,914.20 万元，较 2022 年增长 29.05%。

二、年度经营情况回顾

（一）2023 年度经营业绩情况

1、主要会计数据和财务指标

单位：万元

	2023 年	2022 年	本年比上年增 减	2021 年
营业收入	570,028.67	509,451.13	11.89%	446,089.99
归属于上市公司股东的净利润	111,914.20	86,722.20	29.05%	70,468.31
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润	100,347.11	80,422.87	24.77%	60,827.05
经营活动产生的现金流量净额	88,968.79	197,534.15	-54.96%	86,522.95
基本每股收益（元/股）	1.92	1.48	29.73%	1.21
稀释每股收益（元/股）	1.92	1.48	29.73%	1.21
加权平均净资产收益率	24.96%	21.98%	2.98%	20.49%
	2023 年末	2022 年末	本年末比上年 末增减	2021 年末

总资产（万元）	688,191.26	703,174.66	-2.13%	563,514.86
归属于上市公司股东的净资产（万元）	476,344.03	420,473.20	13.29%	370,935.21

2、分季度主要财务指标

单位：万元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	176,552.19	126,840.08	120,127.29	146,509.12
归属于上市公司股东的净利润	40,613.51	23,202.46	21,302.64	26,795.60
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	39,040.50	19,393.19	21,022.19	20,891.22
经营活动产生的现金流量净额	24,902.87	12,674.93	1,174.26	50,216.74

3、营业收入构成情况

单位：万元

	2023 年		2022 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	570,028.67	100%	509,451.13	100%	11.89%
分行业					
医药工业	568,567.14	99.74%	508,347.87	99.78%	11.85%
其他	1,461.54	0.26%	1,103.26	0.22%	32.47%
分产品					
中成药	414,457.68	72.71%	359,364.77	70.54%	15.33%
化学药	135,965.20	23.85%	132,266.98	25.96%	2.80%
营养保健品	18,144.26	3.18%	16,716.12	3.28%	8.54%
其他	1,461.54	0.26%	1,103.26	0.22%	32.47%
分地区					
东北	77,110.74	13.53%	73,284.76	14.39%	5.22%
华北	67,331.20	11.81%	66,323.97	13.02%	1.52%
华东	131,019.13	22.98%	126,167.82	24.77%	3.85%
西北	17,982.80	3.15%	14,443.32	2.84%	24.51%
西南	88,219.72	15.48%	86,141.02	16.91%	2.41%
华中	99,739.58	17.50%	82,641.92	16.22%	20.69%
华南	88,625.51	15.55%	60,448.33	11.87%	46.61%
分销售模式					
OTC 模式	473,341.40	83.04%	422,517.80	82.94%	12.03%
其他模式	96,687.28	16.96%	86,933.33	17.06%	11.22%

（二）重点工作推进情况

1、新品研发取得突破、老品提规持续推动

目前，公司已组建北京儿童制剂技术研发平台、北京研究院、哈尔滨研究院、益生菌联合研发中心及各生产企业研发团队，形成四院一体、研产共进的态势，公司坚持“买、改、联、研、代”既定的研发领域总体方针，围绕儿科、成人消化及妇科产品为中心，获得适应症闭环的产品组合，丰富公司重点领域产品管线，满足公司整体未来发展需求。

历经 3 年沉淀，2023 年公司在新品研发方面取得突破，聚乙二醇 3350 散、布洛芬混悬液、布洛芬混悬滴剂及磷酸奥司他韦干混悬剂 4 个品种提交 CDE 并获得受理通知书。同时，2023 年公司护肝片和小儿肺热咳喘口服液完成香港注册申报，阿莫西林颗粒获得通过一致性评价，化药 9 个产品和中药 3 个产品完成中试批生产，1 个化药产品和 1 个中药产品验证批生产，1 个化药产品完成 BE 试验。获得发明专利授权 2 项。同时，引进市场畅销单品蒲地蓝消炎片，依托公司资源优势，未来有望持续上量。

目前，公司自主开展化学仿制药一致性评价 2 项；在研化药项目 32 个，主要聚焦在儿科、成人消化及妇科治疗领域；在研中药项目 7 个，主要集中于经典名方研发；在研保健品项目 97 个，主要集中于普通食品、保健食品、益生菌自有菌株研究等大健康领域；储备功能性食品项目 36 项。

同时，2023 年公司聚焦优势品种升级，通过重塑主品技术工艺，提升质量标准等构建技术竞争壁垒，通过口味、剂型、规格、外观等持续优化、提升用户体验、满足市场需求。

2、黄金单品集群持续放大，护肝片实现历史性突破

公司坚定实施“品种为王、黄金单品为王中王”策略，坚定打造黄金大单品、持续扩容黄金单品集群，强化品牌形象、提升行业地位。2023 年公司充分发挥“品牌、品质、组织、模式、网络”核心优势，起家品种护肝片年度发货金额历史首次破 10 亿元大关，跻身行业黄金大单品第一梯队，以此向公司 25 周年、五五规划收官献礼。

2023 年度公司深度谋划老年慢性病用药领域黄金单品“胃康灵胶囊/颗粒”再次焕新，儿童药领域黄金大单品集群中，小儿肺热咳喘口服液/颗粒市场份额持续领先，小儿柴桂退热颗粒、小葵花露、小儿氨酚烷胺颗粒、芪斛楂颗粒等品种在高区位持续增长，有效带动各品类、品种集群的整体增长，保持小葵花儿童药领域的领跑地位。

3、强化品牌拉力，提升品牌曝光与品种关注度

2023 年公司创新媒介传播策略，结合热点性事件，实践性应用品牌快反传播模式，推动跨界品牌营销活动落地，持续提升品牌流量和曝光度。针对黄金单品的明显淡旺季特征，采

用差异化的品牌、品种推广策略。通过梯队式、组合式、广域式多种用户链接方式，形成对终端客户、终端用户的有效触达，强化品牌认知、品种认可。

2023 年公司强化护肝大讲堂、小葵花妈妈课堂等企业 IP 打造，通过知识及内容传播形式，构建自媒体矩阵，拉升终端客户与用户的数量，提高客户与品牌的粘性，进行学术科普，链接客户心智，从引流、留存、互动、裂变四个维度提升影响力。

4、实施模式领先，推动产业链共生共赢业态

随着医药行业各项政策落地实施，新技术、新模式不断涌现，行业形势发生深刻变化，产业链上下游相互影响、相互渗透，零和博弈不再是主旋律。2023 年，公司分区域、分层次、分方式运作，着力推动上下游重点合作伙伴的合作，实现互信、互利、互惠，共生、共建、共赢，成为命运共同体，共同为社会、为客户、为消费者创造更多的价值，共同推动行业良性、稳定、正向发展。

同时，2023 年公司充分发挥自建渠道、自主推广、自控终端的优势，梳理黄金大单品、黄金单品集群、潜在黄金单品群，一品一策、动态调整、强化执行，确保公司的模式和策略有效触达终端客户。公司主动拥抱新业态和新技术，开发在移动电商平台的大健康产品，深入研究药品在新业态的增长策略。公司探索并实施直播、电商等多元营销形式，通过系统思考和推演进行深入策略规划，完善各类产品的营销路径。同时打通营销前端及 B2B、B2C、O2O 间的数据链路，在实践中不断优化产品增长策略。

5、推动组织变革，划小单元释放组织活力

公司始终奉行“品种为王”理念，坚定打造黄金大单品、黄金单品集群，驱动品类发展，推动品种、模式、组织、营销网络协同。2023 年针对行业形势变化，加快推动组织变革、组织裂变，固化精品儿童药、精品成人药、常用药、大健康等五龙治水格局。依据品种特色、模式特点重塑组织内部细分，实现品种、模式、组织的高度匹配，充分释放组织及个体活力，让听得见炮火声的人做决策，强化过程追踪、执行落地，确保公司决策高效、战略落地、执行到位。

6、精益管控提质、智能优化升效

公司恪守“做老百姓的好药”之宗旨，抱一守终。好药，即疗效好、口碑好、用得起，经得起岁月洗礼的产品。公司坚持用精品药十步法，用心做药。2023 年公司在保障质量稳定可靠的前提下，针对物价上涨、中药材价格波动较大等不利形势，通过战略储备、优化渠道、加强周转、联合带量等方式控制原料成本；通过优化工艺、集约排产、控制损耗与能耗等方

式控制单位制造成本；通过信息化和数字化手段进行过程追踪分析，提升智能化的装备水平。提升效率，降低单位成本，确保公司在面对诸多不利因素情况下，2023 年总体成本可控。

同时，公司将“工匠精神”进行常态化项目管理，2023 年持续推进生产系统全链条岗位资格体系认证，推进标准化作业及传帮带机制，拉通 12 家生产企业之间产能协同和经验交流，持续推动生产质量管理提档升级。

7、内控合规稳健提升、共生共赢文化落地

公司奉行“共生共赢”的阳光文化与“底线规则”的法制文化并行，以规则意识、底线思维的法制文化护航“与奋斗者共生、与贡献者共赢”的阳光文化。

2023 年，公司根据内控监管法规及企业运营现状，对规章制度、业务流程进行系统梳理，排查隐患、查缺补漏、防微杜渐，并结合组织重塑、运营需求，渐进式对制度流程进行调整与完善。运用法律手段划定底线与红线，敢于亮剑，保障公司行稳致远、久久为功。

运营管理领域，公司持续优化 OGSM 管理工具实施方式，实现业务聚焦战略、资源匹配策略，公司一组织一个人的目的、目标、策略、动作有效分解、联动，促进公司战略的有效承接、落地。

财务管控方面，2023 年公司推动财务职能在战略支撑、运营分析等方面提升，继续强化预算管理、费效管理、成本管理，充分利用信息化、专业化、集中化、标准化等手段，持续推动业财融合，流程优化，降低沟通成本，提高服务效率，提升公司资源配置和使用效率。

文化落地方面，公司倡导“与奋斗者共生、与贡献者共赢”的共生、共赢阳光文化。2023 年持续与奋斗者、贡献者共享企业发展红利，两期员工持股计划陆续解禁；任职资格体系建设持续推进；朝阳计划、云课堂、各模块内部培训与演练同步开展，发现、储备、赋能、提升员工能力，有效落地培训是员工最大的福利，保持组织的健康与活力，保障组织有序、健康运行。

社会责任方面，2023 年，公司累计向社会捐助超 1100 万元、其中现金捐助超 800 万元。2022 年度公司现金分红 58,400 万元，自 2014 年上市后累计现金分红金额超 28 亿元，超公司上市募集资金总额的 2 倍，公司以实际行动积极响应国家政策导向，加强投资者回报、积极承担社会责任。

（三）公司治理情况

治理结构合理、内控体系健全、管理机制规范，是企业长期稳健发展的保障。报告期内，公司严格按照法律法规以及上市公司规范性文件的要求，持续完善公司治理体系建设，不断提升公司治理水平。具体情况如下：

1、关于股东与股东大会

公司严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规以及其他规范性文件的要求，规范股东大会的召集、召开和表决程序。报告期内，公司共召开股东大会 2 次，审议 12 项议题，议题均获得通过。公司对股东大会审议事项均提供了网络投票，以便于股东行使权利，充分保障股东、特别是中小股东的合法利益。

2、关于董事与董事会

公司第四届董事会成员 9 人，董事人数、专业构成、选举程序符合相关法律法规及规范性文件的要求，具备履职所需的专业技能和综合素质，能够勤勉尽责地履行董事职责。董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会、提名委员会，公司董事会、各专门委员会均按制度及规则开展工作。独立董事依法履行独董职责，切实维护股东，尤其是中小股东的合法权益。

报告期内，公司召开的董事会、各专门委员会会议，审议的各项议题均审议通过，对公司稳健发展起到了重要作用。为进一步保障公司独立董事高效履职，提升专门委员会相关监督职能，报告期内，公司按规则对独立董事工作制度、审计委员会工作细则进行修订。

3、关于监事与监事会

公司第四届监事会成员 3 人，监事人数、人员结构、选举程序符合相关法律法规及规范性文件的要求。公司严格按照法律法规和《公司章程》规定的程序召开监事会的各项会议，公司监事勤勉尽责，积极出席年度内监事会会议，认真审议相关议案，各项议题均审议通过。报告期内，监事会通过参与监事会会议，对公司董事、高级管理人员的行为及其他重大决策事项进行监督，切实维护公司及股东的合法权益。

4、关于经营管理团队

公司经理层管理团队人员的聘任程序符合公司相关管理制度的规定，人员构成满足公司发展的需要，各级管理人员责权清晰，能够严格按照《公司章程》等各项管理制度履行职责，高效执行董事会、股东大会的各项决议。

5、关于信息披露与透明度

公司严格按照深交所相关监管规则、公司信息披露相关制度的规定履行信息披露义务，真实、准确、完整、及时地披露上市公司重大经营信息。2023 年，公司指定《上海证券报》《证券日报》和巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）为公司指定信息披露媒体和网站，并在公司官网设置投资者关系模块，建立了包括热线电话、专用邮箱、投资者互动平台、网络会议

等多样化的投资者沟通渠道，充分保证广大投资者的信息知情权。日常工作中，加强业务培训，不断提高信息披露水平，提升投资者沟通能力，力求为投资者提供更高质量的服务。

（四）2023 年度董事履行职责的情况

1、本报告期董事会情况

会议届次	召开日期	披露日期	会议决议
第四届董事会第二十四次会议	2023 年 04 月 11 日	2023 年 04 月 12 日	1、审议《关于公司 2022 年度总经理工作报告的议案》 2、审议《关于公司 2022 年度董事会工作报告的议案》 3、审议《关于公司 2022 年年度报告全文及摘要的议案》 4、审议《关于公司 2022 年度财务决算报告的议案》 5、审议《公司未来三年（2023-2025 年度）股东分红回报规划》 6、审议《关于公司 2022 年度利润分配方案的议案》 7、审议《关于公司 2022 年度内部控制自我评价报告的议案》 8、审议《关于葵花药业集团股份有限公司非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项报告》 9、审议《关于公司 2023 年度日常关联交易预计的议案》 10、审议《关于 2023 年度向银行申请综合授信额度的议案》 11、审议《关于 2023 年度预计担保额度的议案》 12、审议《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》 13、审议《关于开展票据池业务及票据质押业务的议案》 14、审议《关于公司董事、监事及高级管理人员 2022 年度薪酬的确定及 2023 年度薪酬方案的议案》 15、审议《关于提请召开公司 2022 年年度股东大会的议案》
第四届董事会第二十五次会议	2023 年 04 月 27 日	2023 年 04 月 28 日	1、审议《关于公司 2023 年第一季度报告的议案》
第四届董事会第二十六次会议	2023 年 08 月 24 日	2023 年 08 月 25 日	1、审议《关于公司 2023 年半年度报告全文及摘要的议案》 2、审议《公司 2023 年半年度非经营性资金占用及其他关联资金往来情况汇总表》
第四届董事会第二十七次会议	2023 年 10 月 25 日	2023 年 10 月 26 日	1、审议《关于公司 2023 年第三季度报告的议案》
第四届董事会第二十八次会议	2023 年 12 月 08 日	2023 年 12 月 09 日	1、审议《关于续聘会计师事务所的议案》 2、审议《关于修订独立董事工作制度的议案》 3、审议《关于修订董事会审计委员会工作细则的议案》 4、审议《关于提请召开公司 2023 年第一次临时股东大会的议案》

2、董事出席董事会及股东大会的情况

董事出席董事会及股东大会的情况							
董事姓名	本报告期应参加董事会次数	现场出席董事会次数	以通讯方式参加董事会次数	委托出席董事会次数	缺席董事会次数	是否连续两次未亲自参加董事会会议	出席股东大会次数
关玉秀	5	0	4	1	0	否	2
关一	5	1	4	0	0	否	1
任景尚	5	1	4	0	0	否	1
何国忠	5	1	4	0	0	否	2

关彦玲	5	1	4	0	0	否	2
贾士红	5	1	4	0	0	否	2
林瑞超	5	1	4	0	0	否	1
施先旺	5	0	4	1	0	否	1
崔丽晶	5	1	4	0	0	否	0

3、董事会下设专门委员会在报告期内的情况

委员会名称	成员情况	召开会议次数	召开日期	会议内容	提出的重要意见和建议	其他履行职责情况	异议事项具体情况(如有)
审计委员会	崔丽晶、施先旺、何国忠	6	2023年03月13日	1. 审议内审部门《2022年第四季度工作总结及2023年第一季度工作计划》 2. 审议内审部门《2022年度工作总结及2023年度工作计划》	审议通过。	无	无
			2023年03月31日	1、审议《关于公司2022年年度报告全文及摘要的议案》 2、审议《关于公司2022年度财务决算报告的议案》 3、审议《关于公司2022年度内部控制自我评价报告的议案》 4、审议《关于公司2023年度日常关联交易预计的议案》 5、审议《关于葵花药业集团股份有限公司非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项报告》 6、审议《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理的议案》 7、审议《关于2023年度预计担保额度的议案》	审议通过。相关事项提交董事会审议。	无	无
			2023年04月24日	1、审议《关于公司2023年第一季度报告的议案》 2、审议内审部门《2023年第一季度工作总结暨2023第二季度工作计划》	审议通过。相关事项提交董事会审议。	无	无
			2023年08月14日	1、审议《关于公司2023年半年度报告全文及摘要的议案》 2、审议《公司2023年半年度非经营性资金占用及其他关联资金往来情况汇总表》 3、审议内审部门《2023年第二季度工作总结暨2023年第三季度工作计划》	审议通过。相关事项提交董事会审议。	无	无
			2023年10月20日	1、审议《关于公司2023年第三季度报告的议案》 2、审议内审部门《2023年第三季度工作总结暨2023年第四季度工作计划》	审议通过。相关事项提交董事会审议。	无	无
			2023年12月04日	1、审议《关于续聘会计师事务所的议案》	审议通过。相关事项提交	无	无

					董事会审 议。		
薪酬与 考核委 员会	关一、林 瑞超、崔 丽晶	1	2023 年 03 月 31 日	1、审议《关于公司董事、监事 及高级管理人员 2022 年度薪酬 的确定及 2023 年度薪酬方案 的议案》	审议通过 上述议 案。同意 提交董事 会审议。	无	无
战略委 员会	关一、关 玉秀、林 瑞超	1	2023 年 03 月 31 日	1、审议《关于公司 2023 年发 展战略的议案》	审议通过 上述议案	无	无

（五）履行社会责任情况

公司为制药企业，核心定位于家庭常用药领域。这一领域事关全体国民，心存敬畏之心、诚实做人、诚实做药，做老百姓的好药，买得起、有疗效，事业起点即承担社会责任。修合虽无人见，存心必有天知。

公司秉承“产业报国、贡献社会、受益员工、回报股东”之初心，始终以“保障中国儿童用药安全，呵护中国儿童健康成长。做老百姓的好药，为亿万家庭带来健康美好生活”为使命，时刻牢记“葵花，是股东的葵花，是葵花人的葵花，更是社会的葵花”的信念，积极履行社会责任，用实际行动回馈社会，在不断提升企业经营价值的同时，向价值创造型标杆不懈努力。

1、股东和债权人权益保护

（1）治理规范、经营合规

公司严格按照上市公司规范治理的要求进行“三会一层”规范运作，强化内部控制体系建设，不断提升公司法人治理水平、议事效率。经营管理团队在董事会授权内，保证公司经营合规、执行到位、决策合法，持续提升经营业绩，为股东创造价值，保障公司股东、特别是中小股东以及债权人的合法权益。

（2）保障中小股东参与决策

公司严格按照法律法规规定执行股东大会的召集、召开和表决程序，公司对股东大会审议事项均提供网络投票，以便于股东行使权利，充分保障股东、特别是中小股东行使公司经营决策的权力。

（3）共享企业发展红利

公司注重投资者回报，愿与投资者共享企业发展红利，持续进行高比例的现金分红。报告期内，公司实施 2022 年度权益分配，每 10 股派现金红利 10 元（含税），现金分红 58,400 万元人民币。上市后至 2022 年度，公司已累计现金分红超 28 亿元人民币，切实维护投资者分享公司发展红利的合法权益。

（4）重大信息公平知情权

日常经营过程中，公司对报告期内发生的重大事项均进行合规披露，并通过互动易平台、投资者热线、网络业绩说明会等多元形式与投资者建立有效沟通，帮助投资者即时了解公司经营动态，保护投资者信息知情权。

2、员工权益保护

公司践行“同心育葵花、与奋斗者共生，合力创伟业，与贡献者共赢”之共生共赢的阳光文化，兼具事业情怀与人文关怀，持续增进员工福祉，让岗位薪酬具有竞争力、工作环境具有吸引力、职场空间具有生命力。

（1）合规用工

公司严格遵守《劳动法》等相关法律法规，尊重和维护员工的个人权益，与员工建立劳动关系，缴纳五险一金，并完善人力资源管理及绩效考核体系，为员工提供合理、有竞争力的薪酬待遇。

对涉及员工切身利益的事项，以职工代表大会等形式听取员工的意见，关心和重视员工的合理需求。

（2）员工关爱

报告期内，公司不断升级改造办公环境，提高员工服务质量，改建员工食堂，建立葵园网红打卡地，升级安保系统，让“环境清新、食品精心、葵园养心、厂区安心”深入人心，全面提升员工体验。

为便于员工工作闲暇之余休闲放松，公司在厂区内设足球场、篮球场、乒乓球台、健身房，不定期地组织员工集体观影、趣味运动会、羽毛球、摄影、歌唱等各种喜闻乐见的活动，打造富有青春活力的组织氛围。

（3）晋升成长

公司强化岗位任职资格认证项目，为优秀管理型、专业型人才分别搭建职级晋升通道；启动朝阳计划、青苗计划等人才培养项目，搭建各层级员工培训成长路径；陆续创建葵花云学堂、葵花商学苑、办公楼内添设悦读角，为员工学习成长创造多层次平台，持续为公司各战线输送各梯队人才。报告期内，公司获评-HR 价值网-2023 年度十大雇主品牌。

3、供应商、客户、消费者权益保护

公司建立与产业链上下游供应商、客户共生共赢的新型合作伙伴关系，零和博弈不再是主旋律。主动推动命运共同体建设，合作共生、协力共赢，分区域、分层次、分策略运作；着力推动上下游重点合作伙伴的合作，实现互信、互利、互惠，共生、共建、共赢；共同为社

会、为客户、为消费者创造更多的价值，共同推动行业良性、稳定、正向发展。

2023 年，公司坚持市场良性竞争，制定反商业贿赂管理办法、反垄断、反不正当竞争合规管理办法并下发执行，以制度为纲，促进行业健康发展。

消费者权益保护方面，公司从原材料入手，建设溯源机制，践行工匠精神，推进精品药工程，保证药品质量稳定、可批次追踪、问效。同时，公司售后服务热线持续畅通，保障消费者诉求即时得到回应解决。在学术科普方面，公司开设“小葵花妈妈课堂”、“葵花护肝大讲堂”以及新媒体平台，持续为公司产品特性进行科普，强化消费者认知。

4、安全、环保和可持续发展

公司严守安全生产和环保合规底线。报告期内，公司进一步健全安全生产责任机制、加强安全教育，确保安全管理工作有效落地。严格执行国家环境法律法规、部门规章与行业标准，将清洁生产纳入公司的日常管理当中，不断完善公司环境保护管理制度，持续加大各子公司环保监管力度，强化环保设施建设，压实环境保护管理责任，对生产过程中产生的废水、烟气、噪声及固体废弃物等进行严格管理，做到稳定达标排放。

同时，公司积极响应国家环保政策，不断推进技术创新，节能减排，为公司的健康可持续发展提供有力保障。

5、公共关系与公益事业

公司坚持守法、合规经营，依法纳税，充分发挥产业资源优势，积极投身公益事业，对地方教育、医疗、扶贫济困等方面给予了相应支持，促进地方经济建设和社会发展，实现企业价值和社会价值的统一。

公司联合中国社会福利基金会成立“小葵花儿童安全用药公益基金”，建立“小葵花公益课堂”普及儿童安全用药相关知识，与连锁医药联合打造“葵花护肝大讲堂”千人公益科普讲座，通过现场科普和线上直播向超百万人次肝病病患传递保肝护肝知识，传播健康理念。

国际癫痫关爱日期间，公司捐赠支持了“中国 Dravet 综合征国际知晓日”活动，同时打造《“癫”倒的世界》公益纪录短片，让更多的人了解癫痫病、正视癫痫患儿、掌握科学的院外急救知识；河北、五常水灾以及甘肃地震灾害期间，公司积极捐款捐物，参与纾困救难；

同时，公司子公司积极对接地方政府，积极参与公益事业。公司及子公司年度内累计捐款、捐物价值 1100 余万元。公司荣登第三届华夏公益论坛-“年度华夏公益影响力企业”榜单、荣获第二十届中国慈善榜发布盛典“年度慈善榜样”荣誉称号，公司 628 国际癫痫关爱日《“癫”倒的世界》短片获时代营销盛典-公益传播奖。

未来，公司将继续心存敬畏、主动担当、积极作为，勇担社会责任。

三、2024 年度经营规划

（一）总体经营目标

2024 年，是公司“六五规划”开局元年，面对宏观经济、行业变革的复杂形势，公司在董事会“战略高位推动，品牌传承焕新，前线开疆拓土，质量精益求精，创新引领发展，协同服务赋能”总体战略指引下，审时度势，观大势、抓大事，继续专注实业、坚守主业，坚定“一小、一老、一妇”特色领域，特色经营、差异化竞争，力争六五期末，公司销售规模突破百亿大关，成为国内家庭常用药领域最具影响力的企业。

（二）战略主轴指标

- 1、儿童药领域的领先地位进一步巩固；
- 2、“一老、一妇”行业地位进一步提升；
- 3、黄金单品群规模、单品体量进一步壮大；
- 4、利用新技术的全渠道经营能力进一步强化；
- 5、葵花、小葵花双品牌伞认知度进一步提高；
- 6、资本经营驱动实业增长的方式进一步丰富。

（三）落实战略举措

六五期间，为保障公司总体经营目标、战略主轴指标顺利达成，公司将跟踪实施四大引擎提速、四大创新助力、四大保障落实。

1、四大引擎提速、抓确定性增长

（1）强化品牌拉力，做多优势品类。公司将顺应时代脉搏跳动，精准品牌传播路径，持续提升“葵花”、“小葵花”双品牌流量，持续保持品牌热度、主品认知，增加亲和度、信任度，强化品牌拉力。

（2）品策有效合一、推动线上增长。充分利用当前新业态、新技术，以用户思维驱动，精准施策、充分发力，匹配适合管理体系，推动公司 B2C、O2O 等线上业务发展。

（3）做大核心主品、奠定行业地位。公司将坚定执行“品种为王、黄金大单品为王中王”的理念，坚定打造黄金大单品、黄金单品集群，从用户体验、用户链接等角度出发，有效提升产品品质、优化视觉呈现、渠道策略，驱动各核心主品在高位继续保持增长，有效带动品类增长。

（4）强化产业协同、实现共生共赢。新形势下，公司倡导产业链内放弃零和博弈思维，着力推动上下游重点合作伙伴的深度合作，实现互信、互利、互惠，共生、共建、共赢，要确

定性增长，成为命运共同体，共同为社会、为客户、为消费者创造更多的价值，共同推动行业良性、稳定、正向发展。

2、四大创新助力，注入发展新动能

(1) 自研新品陆续上市、业绩增长获新动能。六五期间，布洛芬混悬液、布洛芬混悬滴剂、磷酸奥司他韦干混悬剂以及其他在研品种有望获得生产批件并投放市场，为公司规模扩大注入新的动能。同时，公司将进一步研发及引入符合公司战略和匹配组织能力的产品，持续为公司成长注入新生力量。

(2) 战略推动大健康领域品类、模式升级。公司将发展大健康业务上升至组织战略，丰富品种组合、推动线上业务、重塑经营模式、匹配组织升级，助推公司在大健康领域实现跨越式增长。

(3) 构建黄金大单品打造方法论、落地营销推广新逻辑。面对近年来快速发展的数字化、智能化、AI 时代，公司将结合自身优势，更新认识论与方法论，构建新质成长力，落地营销推广新逻辑，高位驱动，引领传统医药产业模式升级。

(4) 灵活运用资本手段、增强价值获得新能力。公司将继续实施“实业+资本”双轮驱动，从全球视野、行业前沿、适度超前的维度，以结果为导向，灵活地运用资本手段，提升新产品、新领域拓展与获取能力，有效提升传统并购后整合能力，实现外延式增长。

3、四大保障落地，强固支撑体系

(1) 加强合规体系建设、提升组织发展能力。顺应时代及行业趋势，完善企业内控合规体系各项制度流程，合规经营，保障企业稳健发展。同时，以葵花“贡献者”核心价值观为引领，推进组织模式升级，实现组织与管理协同，支撑公司战略和业务发展。

(2) 深化精品药十步法、品质观念入脑入心。公司将持续落地精品药工程，“用妈妈心，做儿童药”、“做老百姓的好药”，以敬畏之心制药，确保产品老百姓用得起、有疗效，以品质赢得口碑。

(3) 落实成本策略、推动总成本结构合理。公司将优化总成本结构，严选原料、优化工艺、节约费用成本、优化生产成本结构；充分链接新业态、新营销、新传播趋势，优化与降低渠道流程费用，加大终端用户心智链接与科普，将“流量换留量”，顺应行业趋势变化，让公司总成本费用结构更为合理，将公司打造成价值创造型企业，实现有价值的增长。

(4) 共生、共创、共享价值，共建“葵花家园”。公司将以“贡献者”文化和“阳光”文化为核心，培养具有葵花基因的人才队伍，打造阳光型、学习型组织。同时，结合公司战略，完善以“贡献者”为中心的认可与激励体系建设，推动组织良性循环，保持组织活力。

（四）面临的风险及应对措施

1、行业政策变动风险

医药产业政策改革不断深化，医药行业进入深度调整阶段，政策连环加码，行业集中度提高，对整个医药行业的发展带来重大、深远影响，企业经营任重、道远，压力、挑战持续升级。

应对措施：公司密切关注政策变化，持续提升内部控制水平，优化产业布局，完善业务结构，提高自身经营及抗风险能力，驱动公司健康、稳健发展。

2、市场竞争加剧风险

医药行业是集高附加值和社会效益于一体的高新技术产业，也是国家重点支持发展的支柱型产业。行业整体处于持续发展阶段，随着新产品、新企业、新模式的不断涌现，市场竞争进一步加剧，可能在一定程度上影响公司业绩。

应对措施：面向消费者，公司持续提升产品质量，完善产品结构，从用户角度出发优化自身服务体系，以产品和服务获得消费者认同；面向市场，公司不断完善渠道推广、经营模式，调结构，控节奏，灵活调整经营策略，做优做强存量业务，并开辟新的增长通道，全面巩固和扩大公司市场份额。

3、原材料价格波动风险

药材由于受地域、气候、环境、劳动力成本等因素的影响，导致价格存在一定波动性。如果原材料价格涨幅较大，将有可能对公司成本端产生影响，进而影响公司利润。

应对措施：公司积极关注原材料市场价格行情，并建立科学的原材料采购机制，结合公司实际生产需求，实施核心大品种原材料的战略储备，不断优化采购方案，有效控制价格成本。

4、新品导入不达预期风险

为进一步提升公司品牌产品力，夯实市场竞争优势，公司不断优化自身产品结构，并以“买、改、联、研、代”为研发战略，快速实现新产品获得，前瞻性地布局空白市场细分领域，但新产品导入市场，需要一定时间的培育，同时，受市场需求、渠道推广、消费者认知等多方因素影响，短期内销售业绩存在不确定性。

应对措施：公司在新品导入前，充分调研标的市场，探求受众消费者需求，关注产品质量，研判产品与公司发展战略、经营模式、渠道推广、产品结构的契合度，并在产品导入后，针对不同品种实施差异化的销售策略，匹配配套资源，积极发挥品牌优势，拉动新产品的终端销售，降低或有风险。

5、管理风险

随着公司经营业绩稳步增长，企业体量、管理半径持续扩大，对公司产品研发、制造、流通全链条业务环节提出更高要求，公司现有管理体系、管理模式、管理人员面临新的挑战，如果不能实施有效管理，将存在一定经营风险。

应对措施：公司将凝聚共识，坚持抓基础、强主业、育长板、强韧性、重效益，持续提升治理能力、竞争能力、创新能力、抗风险能力、回报能力，做实公司各级管理体系的不断优化，提高管理团队的管理能力，以保证公司发展阶段、发展规模、发展速度与管理能力的协调、匹配。

6、人才流失风险

鉴于医药行业的技术密集型特点，医药人才呈现出专业性、动态性、层次性特征，较强的专业知识、较高的需求层次、较强的成就动机和流动意愿，而公司目前的经营模式下，核心渠道 OTC 端业务对于核心团队的人员稳定性要求较高，如果发生核心人才流失，可能对公司短期业绩产生一定影响。

应对措施：公司倡导“与奋斗者共生、与贡献者共赢”的共生、共赢阳光文化，以文化为引领，在组织管理体系、制度流程体系、薪酬考核体系、培训赋能管理、核心人才激励等方面不断优化与完善，激活组织个体，激发组织活力。公司建立葵花商学苑，并推动朝阳计划、继任者计划、任职资格评价等人才培育项目陆续落地，对核心人才进行员工持股计划激励，通过对人才科学的“选、育、用、留”，打造强劲“人才引擎”，助力企业高质量发展。

葵花药业集团股份有限公司

董事会

2024 年 4 月 25 日