康美药业股份有限公司

公司代码:600518　　公司简称:康美药业

2014 年度报告摘要

一　重要提示

1.1 本年度报告摘要来自年度报告全文,投资者欲了解详细内容,应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 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	康美药业	600518	
债券	上海证券交易所	11康美债	122080	
债券	上海证券交易所	15康美债	122354	
优先股	上海证券交易所	康美优1	360006	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	邱锡伟	温少生
电话	0755-33187777-8009	0755-33187777-8006
传真	0755-86275777	0755-86275777
电子信箱	kangmei@kangmei.com.cn	kangmei@kangmei.com.cn

二　主要财务数据和股东情况

2.1 公司主要财务数据

单位:元　币种:人民币

	2014年末	2013年末	本期末比上年同期末增减(%)	2012年末
总资产	27,879,317,009.31	22,251,388,975.04	25.29	17,958,292,864.42
归属于上市公司股东的净资产	16,715,965,238.20	12,027,636,936.03	38.98	10,580,984,033.57
	2014年	2013年	本期比上年同期增减(%)	2012年
经营活动产生的现金流量净额	1,132,203,880.61	1,674,010,628.85	-32.37	1,008,350,205.55
营业收入	15,949,188,769.36	13,358,728,517.00	19.39	11,165,154,818.12
归属于上市公司股东的净利润	2,285,879,121.49	1,879,816,994.38	21.60	1,441,191,488.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,263,323,931.22	1,853,001,334.98	22.14	1,445,386,079.19
加权平均净资产收益率(%)	17.74	16.63	增加1.11个百分点	14.55
基本每股收益(元/股)	1.040	0.855	21.64	0.655
稀释每股收益(元/股)	1.040	0.855	21.64	0.655

2.2 截止报告期末的股东总数、前十名股东、前十名流通股东(或无限售条件股东)持股情况表

单位:股

截止报告期末股东总数(户)	121,108
年度报告披露日前第五个交易日末的股东总数(户)	85,593
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	5
年度报告披露日前第五个交易日末表决权恢复的优先股股东总数(户)	7

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	
康美实业有限公司	其他	30.42	668,874,274	0	质押	577,120,000
中信证券股份有限公司	其他	2.17	47,721,982	0	未知	
许冬瑾	境内自然人	2.17	47,648,350	0	质押	46,557,350
普宁市金信典当行有限公司	其他	2.12	46,557,358	0	质押	46,557,358
普宁市国际信息咨询服务有限公司	其他	2.12	46,557,350	0	质押	46,557,350
许燕君	境内自然人	1.59	34,918,028	0	质押	34,918,028
全国社保基金一一三组合	其他	1.20	26,453,122	0	未知	
中国农业银行股份有限公司-国泰国证医药卫生行业指数分级证券投资基金	其他	1.10	24,138,212	0	未知	
庄岸玲	境内自然人	0.71	15,519,292	0	未知	
朱木桥	境内自然人	0.70	15,436,356	0	未知	
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中许冬瑾和许燕君存在关联关系,康美实业有限公司的控股股东为马兴田,与许冬瑾和许燕君存在关联关系。普宁市金信典当行有限公司的控股股东为马兴田,与康美实业有限公司、许冬瑾和许燕君存在关联关系。普宁市国际信息咨询服务有限公司的控股股东为许冬瑾,与康美实业有限公司、普宁市金信典当行有限公司、许燕君存在关联关系。除此之外,本公司未知其他流通股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人情况。本公司未知其他流通股股东和前十名股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司股东持股变动信息披露管理办法》规定的一致行动人情况。					
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明					

2.3 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

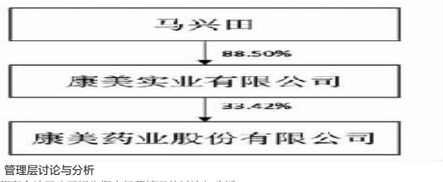
单位:股

截止报告期末优先股股东总数(户)	5
年度报告披露日前五个交易日末的优先股股东总数(户)	7

前10名优先股股东持股情况

股东名称	股东性质	报告期内股份增减变动	持股比例(%)	持股数量	所持股份类别	质押或冻结情况	
						股份状态	数量
博时基金-民生银行-中江信托-民生回创1号组合投资集合资金信托计划	其他	10,000,000	33.34	10,000,000		未知	
博时基金-工商银行-博时-工行-灵活配置5号特定多个客户资产管理计划	其他	9,000,000	30.00	9,000,000		未知	
交银施罗德资管-交通银行-交通银行股份有限公司	其他	6,000,000	20.00	6,000,000		未知	
广东粤财信托有限公司-粤优1号证券投资单一资金信托计划	其他	2,500,000	8.33	2,500,000		未知	
日出东方太阳能股份有限公司	其他	2,500,000	8.33	2,500,000		未知	
前十名优先股股东之间,上述股东与前十名普通股股东之间在关联关系或属于一致行动人情况说明	本公司未知上述优先股股东之间、上述优先股股东与前10名普通股股东之间存在关联关系或一致行动关系。						

2.4 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图



三　管理层讨论与分析

一、董事会关于公司报告期内经营情况的讨论与分析

报告期内,公司遵循“继承创新,敢破勇立”的指导思想,围绕中药全产业链战略,着力于中药材种植与流通、中药生产制造与营销、中药研发与信息化、中医药健康及文化等领域的持续发展,不断发掘挖潜,寻找新的发展动力源,强化了中药全产业链服务体系领先行业地位。2014年是公司进一步摒弃陈旧、创新奋斗的一年,是奠定中药产业战略优势根基的一年。公司启动互联网+中医药,进一步强化了虚拟与实体市场的结合力度,实现医药流通领域、信息化医疗服务领域的创新。依托多年全力打造的中药全产业链模式以及供应链优势,公司战略向中医药产业链延伸,建立起基于大数据的健康云服务平台,在健康产业领域设计“大健康+大平台+大数据+大服务”发展路线图。从康美健康到康美中药网,从康美e药谷到康美中药材价格指数,从国家中医药管理局信息化医疗服务试点平台到设置网络医院,从康美医疗上线到“智慧药房”的落地、互联网+国粹中医药,公司将以更多的工业耐性和创新勇气,以自有产业为支撑积极融入数字化,把互联网深耕在中医药全产业链上,以数字为始,实体经济为主,积极探索实践以中医药产品与服务为特色的互联网+模式,努力振兴和发扬中医药的理念、中药及保健产品、中医药养生保健方法和诊疗等,走上中医药电商荣耀之路!

报告期内,公司实现营业总收入1,594,918.88万元,比上年同期增长19.39%,归属于母公司股东的净利润228,587.91万元,比上年同期增长21.60%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润226,332.39万元,比上年同期增长22.14%。

报告期内,公司主要工作如下:

中医药电商、互联网医疗平台

报告期内,公司紧紧抓住医药电商政策全面松绑和互联网医疗快速崛起的市场契机,利用自身长期积累的产业资源优势和与互联网优势企业的战略合作,全面推行“互联网+”战略,迅速布局和提升医药电商和互联网医疗业务。医药行业具有产业链复杂、高度监管、专业壁垒高、多样性强、可比性弱、信息不透明等特点,其与互联网的结合具有非常高的行业门槛。公司是目前国内医药产业中业务链条最完整、医疗健康资源最丰富、整合能力最强的医疗健康产业龙头企业之一。公司业务体系涵盖药品生产与销售、药材种植与贸易、中药材市场经营、连锁药店、医院经营、药房托管等医药全产业链环节,与超过2000家医院、约15万家药店建立了长期的合作关系,合作医疗机构年门诊总量达到2亿人次以上,其中仅广东省年门诊量超过100万人次的医院就达到35家以上,丰富的医疗资源为公司以互联网思维和技术全面改造和升级传统医疗健康产业,打造具有卓越用户体验、覆盖全生命周期、一站式完整医疗服务闭环的移动健康管理大平台奠定了坚实的基础。

报告期内,公司的医药电商业务多头并进,从康美中药网、康美e药谷、康美商城到一个以线下医药实体资源为支撑,集B2B、B2C、O2O于一体的康美健康云服务平台成功上线,初步完成了从垂直型到平台型电商的战略升级。“康美中药网”作为商务部第一批中药材电子商务示范平台,是基于大数据的中医药全产业链信息服务,集中药材价格指数、药材信息咨询、中药材电子交易于一体的中药材行业第三方网络服务平台。

康美中药材大宗交易平台(康美e药谷)是一个定位于中药材大宗交易的电商平台,该平台上线运行以来共建设了深圳、普宁、亳州、安国、陇西、玉林、文山、广州、磐安、南京、杭州、西宁等12个区域服务中心,以及覆盖全国各药材主产地共300多个二级服务网点。@平台上线运行以来,制定上市品种标准22个,累计成交量达150多万吨,累计业务电子盘面达800多亿元。未来康美e药谷将着力向上下两不方向进行布点,一是完成国内一二线城市30个服务网点建设;二是与各地县镇政府合作建立涵盖800个主要中药材品种产地服务网点建设。同时将引入行业战略经营商,通过整合行业资源,增加药食同源绿色健康产品的上线投入和业务推广,增加部分品种夜盘交易,促进与大型药企的采购对接,不断深化平台与行业的深度融合,拓宽经营渠道和领域。预计到2015年底,总上市品种约为30个。

“康美健康云服务平台”则利用互联网、移动互联网、地面营销网络三网合一模式,整合线下人、机构、产品等实体健康产业资源,随时随地全方位为用户提供B2B、B2C及O2O健康管理服务。与此同时,公司还通过加强与互联网优势企业的战略合作,对接海量的互联网资源,2015年2月份公司与微信联合推出了春节“摇卡券红包”等一系列活动,通过春节“摇卡券红包”活动,在一周时间内实现了400万人次的线上增量客流。未来公司将继续加大与移动互联网公司的合作,推动康美大健康医药电商服务平台建设。

公司的互联网医疗业务迅速卡位,公司已获得国家中医药管理局信息化医疗服务平台试点单位资格,康美医院获得广东省卫生和计划生育委员会同意设置网络医院。公司还与广东省中医院签订了《中药饮片煎及药品配送服务协议》,该医院2014年药品采购额约16亿元,全年门诊量超过720万人次,未来拟将此模式迅速推向全国,完成互联网医疗业务的快速落地实施。公司规划将通过康美信息化医疗服务平台作为技术支撑,以康美医院为主体对象和复制样本,实现医疗体系全方位信息化,促进传统医疗服务和互联网高效结合,更好地提升医疗效率,进而提高公司在医疗服务领域的影响力,提升公司在全产业链的增值服务作用。目前,康美信息化医疗服务平台项目已启动,全面组建了远程医疗服务平台技术研发团队,已经基本完成了网络医院、掌上药房、健康管家、医药支付和医疗保险等全方位智慧医疗大健康服务平台建设。该医疗平台预计能够全面实现试点医院全诊疗流程信息化、移动信息化服务、异地医院预约诊疗、诊间支付及检验结果查取远程化,顶层专家会诊星状网络化,网上购药、健康管理和慢病防治个性化,医疗费用支付去地域化,医疗保险和商业保险并行的大面金的信息化医疗平台模式。该平台已顺利完成医院上线试点验证工作,实现了从预约挂号、全程导诊、智慧候诊、诊间支付、结果调取、医保结算到随访复诊、健康咨询的医疗全流程信息化服务模式,具备了全面运营的基础条件。公司预计将于2015年陆续推出康美医疗、康美医生、康美大药房(智慧药房)等APP上线,为用户提供一站式的互联网医疗服务。

对于多发病、常见病、慢性病等,可通过网络医院系统为患者提供用药指导服务、健康咨询。网络医院的远程诊疗将承担许多“轻问诊”的需求,实现不限地域的医疗资源优化配置。在医疗机构合作方面,公司与全国2000多家医疗机构建立深度业务关系,未来有机会继续整合链接各大医院网络平台,患者可通过网络医院手机/电脑终端等方式,实现全国范围内的医院和医生查询并进行远程挂号;系统将同时提供号源对应的导诊、候诊服务;患者通过导诊系统到医院就诊之后,通过手机终端的方式即可进行诊间支付、报告远程查询、复诊管理等全流程就医服务,再通过智慧药房管理系统,根据医嘱发药、代煎、配送,亦可选择自取。在物流配送方面,公司自有连锁药房以及合作药房达15万家,拥有覆盖全国的现代化医药物流配送体系,可实现90%以上OTC药品和处方药品规的调配,可为智慧药房的落地提供全面保障,实现患者药品的自主配送服务。2015年,智慧药房将在广州、深圳、北京、成都等城市开展试点,配套建设煎煮服务中心、物流配送中心。

公司未来将努力开展网络医院、掌上医院、智慧药房、健康管家、医药支付和医疗保险等全方位智慧医疗健康服务平台建设,形成线上以康美移动医疗、医药电商商城、大宗价格指数、信息管理中心等为支持,线下以康美自营医院、药房、物流公司、药材市场、合作医疗机构及连锁药房作为依托,辅于康美支付公司、保险,从而打造了完整的医和药的大健康生态圈,实现全面的医药电商、互联网医疗服务能力,增强公司的核心竞争力。

康美·中国中药材价格指数是国家发改委2012年部署编制的12个国家级重要商品价格指数之一,自发布以来一直运行稳定,已经得到了社会各界用户的广泛好评,现已推出英文国际版,为政府制定政策、调控市场、引领药材种植、监测、管理、指导、服务提供重要的数据支持与依据,使传统中医中药文化得以更好地传播。

2014年公司基于大数据的中药信息化体系建设取得先机,IT战略研究形成了多项成果:中药资源地图、中药知识服务平台、中药生命周期溯源平台等项目,中药大数据框架已形成。公司首创将物联网现代信息追踪技术应用于中药材关产品,以公司产品质量控制体系为基础,运用RFID物联网技术,以中药溯源平台为支持,建立康美中药产品溯源/防伪系统,从源头保障产品质量,为企业和消费者提供丰富多样的增值服务。

电子支付平台

报告期内,公司设立了广东康美通信息服务有限公司以及广东康美支付有限公司二家全资子公司,通过该主体的第三方支付牌照申请,并于2014年3月通过了央行广东省分行审批,完成公示,牌照正在核放当中。康美电子支付平台将聚焦医药领域,大力发展专业性的第三方支付,简化医院收款流程,药房付款流程,做到诊间支付,诊间实时清算,药房一键取药等功能。除了行业通用的银行卡、信用卡绑定,支付功能之外,康美电子支付平台同时着力推进打通医保清算系统,实现医院的医保清算,做到无卡支付,一键核准医保信息,实时医保抵扣,离线医保等功能。

随着互联网医疗、移动医疗、医药电商的快速发展,在线医保支付成为一大难题,患者不能享受在线医保抵扣,需要全款自付医疗费用,而互联网医疗势必成为大众日常所需要医诊方式,在线医保支付将会大力推动互联网医疗的发展,公司着力推进医疗行业的第三方支付,将努力为医疗和医药行业量身订制更成制的支付解决方案,推动医疗和医药行业的互联网发展。

康美电子支付平台将结合康美医生和康美医疗,快速覆盖市场,实现在康美电商、康美医生、康美医疗、康美钱包之间的信息互通,实现会员共通,为用户提供更贴身、便捷、高效的服务。

科研开发平台

报告期内,公司在推进研发设施建设的基础上,大力推动产学研一体化,与中国中医科学院、广州中医药大学、香港浸会大学合作开展了“冬虫夏草真伪鉴定方法学研究、道地产区冬虫夏草年可采收量预测技术服务项目”、“广东省中药炮制辅料标准研究平台”等国家级项目;公司承担的国家发改委2010年现代中药高技术产业发展专项目“优质特色饮片的规范化高技术产业化示范工程项目”、国家工信部中药材生产扶持专项、广东省企业技术中心等顺利通过验收;建立中药断型饮片、中药标准化建设等项目近20项,参与完成了国家药典委员会中药炮制规范及标准操作规程应用研究项目中11种炮制方法的研究工作;获得国家食品药品监督管理局审批的保健食品生产批件1件(康美婢人参灵芝鱼胶液,国食健字G20140654),新开发10多种40余个保健功能类产品,其中包括冬虫夏草等多个名贵中药材系列新产品的开发;完成熟地黄等3个中药饮片品种工艺攻关以及8个品种的临床研究;报告期内公司获新授权专利4个,受理专利17个。

运营管理平台

报告期内,公司力推集团人力资源体系建设和完善薪酬管理制度,大力调整部门架构和人才结构,优化绩效管理,持续加强员工的学习和培训管理;充分利用公司各地业务平台开展人才招聘工作。

报告期内,公司围绕企业业绩提升的总体目标,以建设服务型总部为宗旨,进一步健全了总经理负责制、理清、理顺了总部与各部门、分子公司的定位,实现了公司决策的高效灵活。公司把严格控制集团成本作为提升市场竞争力的重要手段,加大公司财务预算管理体系以及内部审计的建设力度,从预算管理的条件、预算的编制程序、内容和方法,执行、控制与调整、差异分析与考核等方面做出了详细制度安排,确保预算管理落到实处,为推进规范企业财务预算管理提供了指导,同时通过定期和不定期审计工作的开展,促进企业进一步建立、健全内部约束机制,全面降低了公司运营成本。

品牌文化建设平台

报告期内,公司通过积极的市场调研和分析、品牌管理,制定了更加清晰、长远的品牌战略规划。通过积极参与媒介宣传、新媒体建设、品牌活动,更加凸显行业形象。公司深入挖掘公司产品的品牌价值和广告宣传点,有针对性地开展宣传活动,结合移动互联网的广泛普及,制定了新媒体运营制度,运作公司微信订阅号和服务号,并通过微信平台的游戏开发等措施,吸纳新用户关注,使公司产品与普通大众有更加亲密的接触。2014年,公司进行了康美西洋参品牌推广建设活动,筹办了第四届康美“新开河杯”全国中药知识技能大赛活动,组织了第六届中国品牌药企沙龙会议,积极参与了各类药品信息发布会、虫草艺术节等活动,提升了公司产品和品牌的曝光度。公司积极履行社会责任,依规依法生产经营,积极保护股东、员工、客户、消费者等利益相关方的合法权益,积极履行对社会、环境等方面的社会责任。@报告期内,公司获得了多项荣誉,在行业内地位显著提升:荣获“中国企业500强”、“全国民营企业500强”“中国最具投资价值上市公司”、“中国最具竞争力医药上市公司20强”、“中国制药工业十强”、“中国最具品牌力药企20强”、“国家守合同重信用企业”、“中药行业AAA级信用企业”、“广东纳税百强”、“广东企业百强”、“广东制造业百强”等称号。

中药材种植板块

公司自建种植基地是为了保障部分药材的稳定供应,将有助于平抑部分原料的价格波动,同时从源头上保证了药材质量。

报告期内,结合中药全产业链发展需求,加快实施中药材规范化种植。新开河人参种植面积进一步扩大,林下参种植项目进展顺利。全面拓宽种植区域和品种,推进了云南药材种植基地建设,完成了玛卡等多个道地中药材种植调查及准备工作。完成了土壤改良及机械设备改进工作。对规范化种植品种及时防病、合理施肥,实施科学的田间管理,确保药材无农残,最大程度保留成分与功效,使产品质量、药用价值含量均达到或超过国家标准。建成了中药材优质种源中心;完成了三七、牛大力等示范品种的种植试验和组培实验研究;开展了人参种植资源圃及人参良种繁育基地建设,承担了“国家基本药物所需中药材种子种苗良种繁育基地项目”建设。

2014年6月5日,公司第六届董事会2014年度第七次临时会议审议通过了《关于计划投资8亿元开展林下参产业项目的议案》,截止2014年底,公司已累计投入资金91,195.00万元,未来根据药材种植规划的需要,将进一步扩大投资规模。

集安大地参业有限公司截止2014年底参地已累计完成种植面积超8,000亩,可继续种植面积有1万多亩,计划2015年和2016年分期各种植5,000亩以上,预计到2016年底累计种植总面积将超1.8万亩,是国内人参种植面积最大的企业。

药材种植管理有限公司完成国家工信部“三七规范化种植基地建设”项目验收工作,并采取“企业+基地+农户”的规范化种植及生产模式分别在丽江玉龙雪山、普洱市孟连县、昭通小草坝、甘肃西和县建设生态中药材GAP规范化种植基地,已完成了半夏、天麻等种植基地前期调研准备工作,正在开展的何首乌、茯苓、白花蛇舌草等品种规范化种植调研和可行性论证,为各类中药材GAP种植基地建设及认证奠定扎实基础。新一年计划进一步将其打造成为中医药全产业链的中药材源头,建设“康美药业优质中药材种源中心”,保障中药材的产品质量,增强中药材产业的核心竞争力,成为一个具有核心竞争力的中药材种植基地。

报告期内,公司已开展菊花、金银花、怀山药等32个品种战略联盟种植基地,遍布河南、安徽、四川、山东、广西等多个省市,开拓产地道地药材资源。2015年计划新增15个品种战略联盟种植基地,进一步优化配置资源。

中药业务板块:

公司中药业务板块主营业务主要包括中药饮片生产销售和中药材贸易。

(1)中药饮片

中药饮片是药用动植物(原料)经过一定加工炮制方法制成的、适合于中医临床选用以制成一定剂型的药物,其实质就是中医临床所使用的中药单味药。中药材经过种植、采摘、捕获后还需经一系列炮制加工才能成为可熬制汤剂入药的中药饮片,中药饮片经进一步的加工可成为可直接服用的中成药。公司中药饮片系列产品种类齐全,目前可生产1,000多个种类,超过20,000个品规,是最具竞争力的业务板块之一。

2014年,生产管理服务体系突破了技术瓶颈,进行了新一轮改革和创新,促进了中药饮片产能大幅提高。各生产基地应新政策要求进行新版GMP改造,大部分已申请评审并通过新版GMP评审认证。公司致力构建涵盖生产、质量、计划、仓储、工程设备、人力资源等管理体系,为中药生产一体化奠定了坚实基础。在生产技术的开发和引进上,公司积极研究应用近红外技术和自动化设备等技术,在引进现代科技生产优质中药饮片技术等方面获得新提升;体现现代中药工业智能生产的全自动包装机已投入运行,并配配下一阶段的机器人技术应用,为中药生产服务体系提供全新服务支撑。

报告期内,公司中药饮片营业收入279,949.24万元,同比增长55.15%;预计到2015年底,公司中药饮片规划产能达到5万吨以上,未来市场份额将得到进一步提升。

(2)中药材贸易

公司中药材贸易业务以批发为主要经营模式,即根据不同药材的生长周期到相应的药材生产地进行集中大规模采购,采购完成后,药材经过一系列的初加工、筛选、分档等环节进行下一步的销售,其余部分进入库存。随后根据药材供需,市场价格等因素,通过相应的营销手段,将中药材分批直接或间接销售给中药饮片厂、中成药厂、保健品厂等需求对象,部分贵细药材则销售给终端客户。公司中药材贸易业务的盈利模式主要是依托公司的品牌,利用公司的检测技术、仓储设施、物流网络等资源,保证中药材的质量,缩短从采购、加工、仓储、配送到交割的整个交易时间,增加中药材的附加值,成为品牌中药材提供商,获取中药材的溢价收入。为提高公司在中药材贸易业务的市场份额,加强对上游原材料供应的主动权及获取更多的信息渠道,公司收购了国内几大中药材专业市场,结合自主发展的中药物流系统,公司的产业链流通体系已渐成规模和品牌效应,逐步掌握了中药材市场、信息、价格等方面的主动权。

报告期内,公司以道地药材产地为源头,以中药材专业市场和大宗药材交易平台为平台,将实体市场和虚拟市场相结合,与药材种植户、贸易商以及生产厂商形成战略合作关系,主要销售模式为自有品牌经销与销售。公司中药材贸易业务将通过全面研判中药材重点经营品种价格走势,及时调换品种、调整长中短期业务类与模式,并努力推动从中药材贸易商向中药材供应服务商的角色转变。2014年,公司中药材贸易药材主要品种30多个,营业收入716,145.22万元,同比下降11.50%;2014年,中药材贸易的销量比2013年增长40%左右,由于药材价格下跌,影响了中药材贸易营业收入同比下降。未来随着药材价格的稳定,公司中药材贸易营业收入将同步增长。

西药业务板块

公司西药业务板块主营业务主要包括自产药品和药品贸易及医疗器械。

(1)自产药品

1、自产药品

公司的自产药品主要为市场需求较大的抗感冒、抗生素药和抗高血压药等领域的化学药及中成药。自产药品主要产品包括康美络欣平、康美培宁、康美利乐、康美诺沙、康美乐脉丸、康美半夏颗粒等为代表的产品。自产药品销售终端主要是医院和连锁药店。未来几年,公司将依托现有资源经营,进一步拓展与各地区医院、以及各大型连锁药店的合作,并积极顺应国家医改政策的要求,大力开拓医院运营和药房托管、网络医院、互联网医疗等新业务,继续通过产业链各环节业务的协同效应,带动自产药品业务的持续增长。2014年度,公司自产药品营业收入为21,940.09万元。

(2)药品贸易及医疗器械

公司药品贸易业务的销售终端主要是医院和连锁药店,其中医院主要通过参与药品采购招标,中标后根据医院的需求将药品配送至医院;对于连锁药店,公司主要通过经销商间接销售给连锁药店,公司将药品发运到经销商,通过经销商分销配送,使药品进入终端连锁药店。公司能通过自身各种优势资源和渠道获得更多优质医院药品的代理权,2014年度,公司药品贸易营业收入377,580.43万元,同比增长70.11%;公司医疗器械营业收入43,622.36万元,同比增长78.87%。

报告期内,康美医院运营进展顺利,住院病人数日均达到350张,达到一期预设目标。报告期内,公司把信息化医疗服务领域作为产业链的有效补充,公司顺应国家大力发展不同医疗服务产业和大健康服务业的政策趋势,先行先试探索大健康产业发展模式,积极开拓医疗服务和药房托管等新业务,并不断拓展新的市场区域,提升公司核心竞争力,为未来创造新的市场机会。未来公司将结合实际经营情况继续探索推动公立医院“医药分开”、药房托管的工作。随着公司医院运营和药房托管、网络医院、互联网医疗业务的顺利开展,药品贸易业务的规模有望得到快速增长。

保健食品及食品业务板块

近年来,公司积极布局快速保健食品及食品市场,还先后于2009年末收购了上海美峰和上海金像,取得以华东地区为核心,辐射全国的食品营销渠道,为公司保健食品进入商超等终端门店提供了直接通道。公司于2013年设立新开河食品,加快具有东北地方特色的下游产品开发力度,重点推进药食同源保健食品及绿色食品业务,以此作为公司大健康产业的完善与补充。目前,公司正在推动保健食品与食品系列在电商平台的销售。2014年度,公司保健食品及食品营业收入为87,953.61万元,同比增长120.16%。新一年,公司计划结合直销业务的需要,采取投资、并购等方式进一步扩大保健食品及食品的产品品种规模,以满足市场营销的需要。

物业租售及其他业务板块

公司物业租售及其他业务主要包括中药材专业市场物业管理和物业出售,不涉及住宅等商品房租售。公司近年先后收购安徽亳州和广东普宁等中药材专业市场,逐步规范药材市场管理,并投资建设新的专业市场,公司主营业务相应增加了物业租售业务。2014年度,康美(亳州)华佗国际中药城有限公司物业出售实现营业收入为58,878.52万元,出售面积108,964.15平方米。截止2014年12月31日,公司累计投入205,725.05万元,公司累计物业出售实现营业收入回收资金118,691.63万元,累计出售面积215,163.42平方米,累计物业出租面积82,521.35平方米。

随着康美(亳州)华佗国际中药城有限公司二期项目、普宁中药材专业市场项目、康美中药城(青海)项目、康美中药城(玉树)项目、康美中药城(甘肃)项目、中国-东盟康美玉林中药材(香料)市场等项目的逐步建成,预计总建筑面积达到220万平方米以上,可售面积达到137万平方米以上,未来三年内公司物业租售业务收入将呈现大幅度增长。

直销业务板块

子公司康美时代自2014年启动直销业务以来,完成了团队搭建、流程建设等基础工作,全年设立了5家省级分公司,600余家服务中心,同时积极拓展直销业务,并取得了良好成绩,2014年,公司直销队伍人数约20万人,收入约为60,000万元。经过全年规划及实践,康美时代公司在市场服务、业务办理、教育培训及后勤保障等方面已做足准备,夯实基础,为来年发展奠定了良好开端。

未来,公司将通过电商平台整合直销客户资源,直销业务与电商平台的融合创新有机会产生更大的商业空间。公司计划依托中医药全产业链优势,集合各业务板块的优势资源,搭建一个轻松自由、多元经营的创业平台--康美易创,该平台计划包含以下五大商务模式:

直销业务模式:客户通过康美健康平台购买直销产品,满足一定条件可申请成为康美药业直销员,经公司培训考试通过,颁发直销员证,开展直销业务。

电子商务模式:直销员在康美健康平台享有特定的直销产品折扣及销售积分累计;健康平台可通过整合线上资源,扩大直销员的服务群体;直销员具备相应资质,可以商家入驻的形式,进驻康美健康平台销售产品。

连锁加盟模式:直销员具备相应资质,可申请成立康美人生加盟店;康美人生店除了销售高端贵细滋补品、传播养生理念以外,还可作为区域的品牌形象店、体验中心、服务中心。

微商代理模式:直销员可申请成为康美人生店的微商代理,微商代理通过网络渠道推广、销售康美人生店的健康产品;通过广大直销员、线上顾客的接入,充分整合线上、线下渠道,可增加康美人生店的顾客群体。

授权经销模式:直销员符合相应资质,可申请转化为康美时代授权经销商,通过经销康美时代产品获利;也可通过为公司提供咨询服务、推广服务、调研服务等市场服务行为,获取市场服务费。

2015年,公司将通过研发和并购等方式,不断丰富公司保健类产品。预计2015年全年上市20个直销新品,其中保健品10个,小型厨具2个,护肤品8个。

(一)主营业务分析

1　利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元　币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	情况说明
营业收入	15,949,188,769.36	13,358,728,517.00	19.39	
营业成本	11,768,221,100.64	9,872,688,780.15	19.20	
销售费用	426,417,657.20	383,046,580.04	11.32	
管理费用	582,887,882.17	507,058,821.97	14.95	
财务费用	434,947,756.50	355,798,589.83	22.25	
经营活动产生的现金流量净额	1,132,203,880.61	1,674,010,628.85	-32.37	
投资活动产生的现金流量净额	-768,886,322.21	-735,267,903.82	-4.57	
筹资活动产生的现金流量净额	1,141,321,231.57	1,428,959,915.80	-20.13	
研发支出	58,014,712.21	62,019,664.24	-6.46	

(1)主要销售客户的情况

本年度前5名销售客户销售金额合计为889,615,288.89元,占销售总额比重为5.59%。

2　成本

(1)成本分析表

单位:元

分行业情况						
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
医药工业	直接材料	1,804,540,499.24	15.33	1,193,642,248.63	12.09	51.18	
医药工业	直接人工	75,965,288.66	0.65	68,583,299.12	0.69	10.76	
医药工业	制造费用	131,726,062.58	1.12	123,561,529.00	1.25	6.61	
医药商业	主营业务成本	8,616,827,592.75	73.22	7,934,201,442.07	80.37	8.60	
小计		10,629,059,443.23	90.32	9,319,988,518.82	94.40	14.05	
食品工业	直接材料	21,990,706.41	0.19	41,048,556.05	0.42	-46.43	
食品工业	直接人工	425,199.87	0.00	542,469.81	0.01	-21.62	
食品工业	制造费用	557,355.41	0.00	1,435,461.32	0.01	-61.17	
食品商业	主营业务成本	659,587,560.24	5.61	307,084,853.30	3.11	114.79	
小计		682,560,821.93	5.80	350,111,340.48	3.55	94.96	
物业租售及其他	主营业务成本	456,171,361.49	3.88	202,514,500.63	2.05	125.25	
小计		456,171,361.49	3.88	202,514,500.63	2.05	125.25	
合计		11,767,791,626.65	100.00	9,872,614,359.93	100.00	19.20	

(2)主要供应商情况

本年度前5名供应商采购金额合计为1,041,508,167.72元,占采购总额比重为7.65%。

3　费用

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	情况说明
资产减值损失	20,448,439.27	14,156,770.38	44.44	同比增加的原因系报告期计提资产减值增加所致。

4　研发支出

(1)研发支出情况表

单位:元

本期费用化研发支出	58,014,712.21
研发支出合计	58,014,712.21
研发支出总额占净资产比例(%)	0.35
研发支出总额占营业收入比例(%)	0.36

5　现金流

单位:元币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)	情况说明
经营活动产生的现金流量净额	1,132,203,880.61	1,674,010,628.85	-32.37	同比减少的原因主要系报告期支付的货款和税费增加所致。

(二)行业、产品或地区经营情况分析

1、主营业务分行业、分产品情况

单位:元币种:人民币

主营业务分行业情况					
分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
医药	14,392,373,529.03	10,629,059,443.23	26.15	14.34	14.05	增加0.19个百分点
保健食品及食品	879,536,060.13	682,560,821.93	22.40	120.16	94.96	增加10.04个百分点
其他	635,479,979.23	456,171,361.49	28.22	77.85	125.25	减少15.10个百分点
主营业务分产品情况						
分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
中药	9,960,944,642.09	7,257,785,888.92	27.14	0.65	0.61	增加0.03个百分点
其中:中药材贸易	7,161,452,226.05	5,423,379,262.62	24.27	-11.50	-9.77	减少1.45个百分点
西药	4,431,428,886.94	3,371,273,554.31	23.92	64.70	60.08	增加2.19个百分点
其中:药品贸易	3,775,804,342.84	2,855,039,485.45	24.39	70.11	66.61	增加1.59个百分点
医药器械	436,223,570.93	338,408,844.68	22.42	78.87	61.04	增加8.58个百分点
保健食品及食品	879,536,