

公司代码：600518

公司简称：康美药业

## 康美药业股份有限公司 2014 年年度报告摘要

### 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	2012年

			期增减(%)	
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 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	其他	1.20	26,453,122	0	未知	

合						
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						

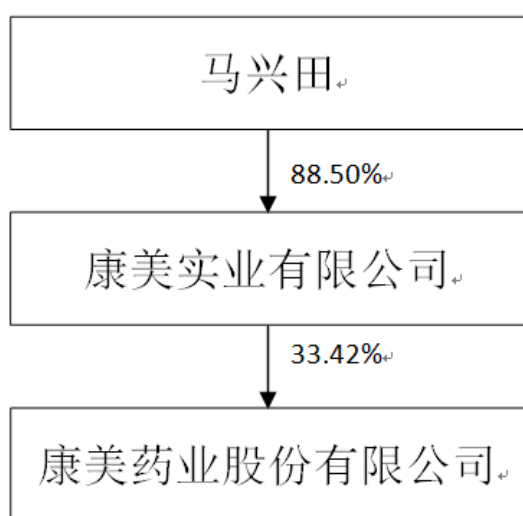
### 2.3 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

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—民生同创 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	其他	2,500,000	8.33	2,500,000		未知	

限公司—粤优1号证券投资单一资金信托计划							
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存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的地位。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、中药材市场营销、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。该平台上线运行以来，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 药谷将着力向上向下两个方向进行布点，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《中药饮片代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而全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相关产品，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定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发平台”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；建立中药新型饮片、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（康美牌人参灵芝鱼胶液，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，依法依规生产经营，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，开拓产地地道药材资源。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，并酝酿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基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、调整长中短期业务参与模式，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年度，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中医药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 (%)
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贷款和税费增加所致。

#### (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	879,536,060.13	682,560,821.93	22.40	120.16	94.96	增加10.04个百分点
物业租售及其他	635,479,979.23	456,171,361.49	28.22	77.85	125.25	减少15.10个百分点

##### 2、主营业务分地区情况

单位：元币种：人民币

地区	营业收入	营业收入比上年增减（%）
华北地区	2,095,556,104.85	11.03
华东地区	4,327,859,394.63	8.96
华南地区	8,197,586,755.87	26.68
西南地区	1,286,387,313.04	26.98

#### (三) 资产、负债情况分析

##### 1 资产负债情况分析表

单位：元

项目名称	本期期末数	本期期末数占总资产的比例（%）	上期期末数	上期期末数占总资产的比例（%）	本期期末金额较上期期末变动比例（%）	情况说明
应收票据	220,259,351.29	0.79	166,023,637.83	0.75	32.67	增加的原因主要系报告期营业收入增长收到应收票据相应增加所致。

应收账款	2,230,048,156.86	8.00	1,705,348,741.09	7.66	30.77	增加的原因主要系报告期营业收入增长应收账款相应增加所致。
预付款项	597,232,442.13	2.14	322,947,135.14	1.45	84.93	增加的原因主要系报告期预付的货款增加所致。
应收利息	4,917,698.63	0.02	1,067,500.00	0.00	360.67	增加的原因系报告期计提银行存款利息增加所致。
其他应收款	53,213,719.79	0.19	86,185,418.74	0.39	-38.26	减少的原因主要系暂付的款项减少所致。
存货	7,368,655,747.82	26.43	3,785,913,720.97	17.01	94.63	增加的原因主要系报告期销售收入增加库存商品相应增加和中药材市场项目开发成本及消耗性生物资产林下参种植增加所致。
其他流动资产	194,002,749.97	0.70	78,217,452.25	0.35	148.03	增加的原因主要系报告期留抵税金和预售房款预缴税金增加所致。
在建工程	454,082,170.43	1.63	767,453,413.49	3.45	-40.83	减少的原因主要系报告期在建工程完工转为固定资产和转入存货一开发成本所致。
无形资产	1,071,969,443.76	3.85	1,802,685,133.20	8.10	-40.53	减少的原因主要系报告期转入存货一开发成本所致。
递延所得税资产	69,620,975.65	0.25	51,550,334.43	0.23	35.05	增加的原因主要系报告期发生可抵扣的暂时性差异增加所致。
其他非流动资产	175,438,334.05	0.63	90,388,757.47	0.41	94.09	增加的原因主要系报告期预付购房款增加所致。
短期借款	3,420,000,000.00	12.27	2,294,076,261.00	10.31	49.08	增加的原因主要系报告期扩大经营而增加借款所致。
应付票据	400,000,000.00	1.43	—	—	—	增加的原因系报告期开出银行承兑汇票所致。
应付账款	1,390,897,926.60	4.99	975,884,278.00	4.39	42.53	增加的原因主要系报告期采购量较大增加所致。
预收款项	1,020,815,225.06	3.66	462,466,472.19	2.08	120.73	增加的原因主要系报告期预收的购房款增加所致。
应交税费	313,501,191.31	1.12	228,279,954.41	1.03	37.33	增加的原因主要系报告期经营业务的扩张导致应纳税费增加所致。
其他应付款	373,245,858.20	1.34	156,978,612.92	0.71	137.77	增加的原因主要系报告期收到购房诚意金所致。
一年内到期的非流动负债	200,000,000.00	0.72	874,888,625.59	3.93	-77.14	减少的原因主要系报告期偿还一年内到期的应付债券所致。
其他流动负债	1,000,000,000.00	3.59	2,000,000,000.00	8.99	-50.00	减少的原因主要系报告期偿还短期融资券所致。
长期借款	4,500,000.00	0.02	204,500,000.00	0.92	-97.80	减少的原因主要系报告期长期借款重分类为一年内到期的非流动负债所致。
递延所得税负债	2,609,521.81	0.01	—	—	—	增加的原因主要系报告期产生应纳税暂时性差异增加所致。
其他权益工具	2,967,700,000.00	10.64	—	—	—	增加的原因系报告期发行优先股增加所致。
盈余公积	876,401,134.97	3.14	645,602,765.79	2.90	35.75	增加的原因系报告期内公司按照母公司净利润计提盈余公积所致。

#### (四) 核心竞争力分析

##### 1、全产业链优势

中药全产业链的业务集群优势显著。公司践行中药全产业链的发展战略，在全国各地投资构建了上至GAP药材种植、药材流通交易、专业市场，下至生产研发、产品销售、药房托管和信息化医疗服务等中医药综合业务集群。

##### 2、品牌优势

公司是中药饮片行业的龙头企业和中医药全产业链运营的代表性企业，在行业内颇具影响力。公司通过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。公司作为样本股进入了上证公司治理指数，先后获评为中国企业500强、中国100家最具成长性上市公司、中国50家最受尊敬上市公司、全国民营企业500强、中国制药工业十强、广东省纳税百强企业，是国家高新技术企业。公司承担编制和运营国家发改委授权的国家级价格指数——康美·中国中药材价格指数；同时拥有“康美”、“新开河”两个中国驰名商标，市场认可度和客户美誉度高。

### 3、网络优势

多年来，公司与全国范围的多家医疗机构以及连锁药店建立了深度业务合作关系，市场营销布局全国；大力推进电子商务建设，开设全国唯一“实体市场与虚拟市场”相结合的综合型医药贸易服务平台——康美药业中药材大宗交易平台，发布康美·中国中药材价格指数；拥有国家中医药管理局信息化医疗服务平台试点单位，设置网络医院、康美医药网、康美中药网、康美健康商城等电子商务平台。公司在全国多个城市设立了分（子）公司和办事处，形成了集医院销售、OTC、西药批发与配送、零售、连锁药店、直销、电子商务等多种方式于一体的立体销售体系。公司广泛开展医院收购和药房托管，成立健康管理公司，开展健康管理服务和健康产品销售。中药材市场全国布局，仓储配送体系覆盖全国。公司拥有安徽亳州中药城、广东普宁中药材市场等，正在建设普宁中药城、甘肃陇西、青海西宁、广西玉林等中药材市场，实现了全国主要区域的布局。公司通过整合物流、仓储基地资源，在全国范围内铺展物流网络建设。

### 4、技术优势。

公司拥有国内唯一的中药饮片国家地方联合工程研究中心、中药饮片标准重点研究室，拥有广东省中药标准化技术委员会、广东省中药饮片工程技术研究开发中心、广东省中药饮片企业重点实验室、广东中药产业技术创新联盟等中药产业公共服务和技术创新支撑平台。建成广东省企业技术中心、企业博士后科研工作站，拥有多项发明专利、外观设计专利和软件著作权。公司承担多个国家科技支撑计划项目，率先提出并实施中药饮片小包装和色标管理，参与多项国家和省级饮片炮制和质量标准、中药材等级分类标准制订。

### 5、产业资源整合优势

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。自成立以来，公司除了确保持续的业务内生增长外，还通过对外投资、战略合作、资产并购等途径，持续地进行产业资源的整合，建立独特的核心竞争优势：目前，公司业务体系已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，合作伙伴涵盖2000家医疗机构和15万家终端药店，产品系列涵盖中药饮片21,253个品规，贵细药材1,593个品规、化学药/中成药25,628个品规、保健食品/食品1,890个品规，具有丰富优质的医疗健康产业资源，为后续的行业资源整合和嫁接奠定了坚实的基础。



## (五) 投资状况分析

### 1、 对外股权投资总体分析

#### (1) 持有非上市金融企业股权情况

所持对象名称	最初投资金额 (元)	持有数量 (股)	占该公司 股权比例 (%)	期末账面价值 (元)	报告期损益 (元)	报告期所有者 权益变动(元)	会计核 算科目	股份 来源
广发基金 管理有限 公司	76,560,000.00	12,000,000	9.458	320,194,478.47	58,545,585.65	49,809,164.77	长期股 权投资	2007年 9月受 让
合计	76,560,000.00	12,000,000	/	320,194,478.47	58,545,585.65	49,809,164.77	/	/

## 2、募集资金使用情况

### (1) 募集资金总体使用情况

适用  不适用

单位:元币种:人民币

募集年份	募集方式	募集资金总额	本年度已使用募集资金总额	已累计使用募集资金总额	尚未使用募集资金总额	尚未使用募集资金用途及去向
2014	非公开发行	2,967,700,000.00	2,467,700,000.00	2,467,700,000.00	500,000,000.00	尚未使用募集资金存储于公司银行存储账户
合计	/	2,967,700,000.00	2,467,700,000.00	2,467,700,000.00	500,000,000.00	/
募集资金总体使用情况说明			尚未使用募集资金余额 50,000.00 万元,其中:10,000.00 万元存放于银行专户,40,000.00 万元转到基本户按募集用途于 2015 年 1 月偿还贷款。			

### (2) 募集资金承诺项目情况

适用  不适用

单位:元币种:人民币

承诺项目名称	是否变更项目	募集资金拟投入金额	募集资金本年度投入金额	募集资金累计实际投入金额	是否符合计划进度	项目进度	预计收益	产生收益情况	是否符合预计收益	未达到计划进度和收益说明	变更原因及募集资金变更程序说明
偿还银行贷款	否	1,000,000,000.00	500,000,000.00	500,000,000.00	是	50.00%		886,666.73	是		
补充营运资金	否	1,967,700,000.00	1,967,700,000.00	1,967,700,000.00	是	100.00%					
合计	/	2,967,700,000.00	2,467,700,000.00	2,467,700,000.00	/	/		/	/	/	/
募集资金承诺项目使用情况说明											

### (3) 募集资金变更项目情况

适用  不适用

### 3、主要子公司、参股公司分析

单位：元币种：人民币

公司名称	公司类型	所处行业	主要产品或服务	注册资本	净资产	总资产	营业收入	营业利润	净利润
康美新开河(吉林)药业有限公司	子公司	制药	红参	350,000,000.00	481,729,334.65	1,177,643,886.43	345,134,828.65	17,661,674.04	34,401,813.78
康美(亳州)华佗国际中药城有限公司	子公司	商务会展	商务会展	360,461,800.00	494,449,427.13	1,811,504,030.10	615,785,890.17	74,856,004.92	61,618,255.79
康美(普宁)中药材专业市场物业管理有限公司	子公司	物业管理及柜台出租	物业管理及柜台出租	8,000,000.00	10,034,979.42	11,301,624.56	3,894,640.00	795,098.97	596,469.32
康美时代(广东)发展有限公司	子公司	健康产品	健康产品	10,000,000.00	10,389,472.87	20,096,510.41	26,170,101.78	583,081.78	389,472.87
广东康美药业有限公司	子公司	批发贸易	批发贸易	10,000,000.00	22,400,582.43	47,267,584.06	112,030,967.78	1,194,072.57	228,302.29
成都康美药业有限公司	子公司	制药	中药饮片、批发贸易	100,000,000.00	120,781,887.66	456,250,708.32	249,097,878.84	22,449,604.73	16,979,670.54
康美药业(四川)有限公司	子公司	药物批发	药物批发	5,000,000.00	14,231,114.02	48,863,557.41	98,533,431.16	2,313,306.49	1,773,847.54
上海美峰食品有限公司	子公司	贸易	食品	25,000,000.00	31,650,645.81	231,002,197.45	458,576,790.85	4,475,442.85	3,188,346.52
上海金像食品有限公司	子公司	食品加工	食品	65,000,000.00	70,990,340.12	265,167,025.11	379,614,359.53	1,194,169.09	1,129,645.16
上海康美医药咨询有限公司	子公司	医药咨询	医药咨询	330,000,000.00	331,406,854.42	627,957,884.81	697,912,203.34	1,780,935.38	80,333.73
康美(北京)药业有限公司	子公司	制药	中药饮片	5,000,000.00	31,803,153.56	94,645,693.87	115,510,983.21	1,008,178.04	806,088.42
广发基金管理有限公司	参股公司	基金设立、基金业务管理	基金设立、基金业务管理	126,880,000.00	3,425,885,518.24	5,076,994,753.34	1,461,391,997.46	747,529,791.54	585,455,856.53
人保康美(北京)健康科技股份有限公司	参股公司	批发贸易、技术开发	批发预包装食品、技术开发、项目投资、咨	30,000,000.00	23,883,651.93	24,435,122.85	217,964.08	-4,273,006.03	-4,273,005.75

		询服务					
--	--	-----	--	--	--	--	--

#### 4、非募集资金项目情况

√适用 □不适用

单位:元 币种:人民币

项目名称	项目金额	项目进度	本年度投入金额	累计实际投入金额	项目收益情况
中国-东盟康美玉林中药材(香料)交易中心及现代物流仓储项目	3,000,000,000.00	公司预算投入3,000,000,000.00元,工程累计投入5,631,214.50元,占投入0.19%,目前项目已进入建设施工阶段。	5,631,214.50	5,631,214.50	
甘肃定西中药材现代仓储物流及交易中心工程项目	1,100,000,000.00	公司预算投入1,100,000,000.00元,工程累计投入183,525,280.58元,占投入16.68%,目前项目已进入建设施工阶段。	83,182,027.52	183,525,280.58	
康美(亳州)华佗国际中药城项目二期工程项目	1,000,000,000.00	公司预算投入1,000,000,000.00元工程累计投入552,951,421.55元,占投入55.30%,项目已进入建设施工阶段。	298,847,480.20	552,951,421.55	
普宁中药材专业市场工程项目	1,000,000,000.00	公司预算投入1,000,000,000.00元,工程累计投入1,222,084,225.43元,占投入122.21%,目前项目已进入建设施工阶段。	422,079,818.44	1,222,084,225.43	
亳州中药饮片和保健食品生产工程项目	900,000,000.00	公司预算投入900,000,000.00元,工程累计投入222,204,295.66元,占投入24.69%,目前项目中药饮片生产车间正在办理生产认证等手续。	51,247,993.38	222,204,295.66	
青海国际中药城项目	850,000,000.00	公司预算投入850,000,000.00元,工程累计投入338,855,759.88元,占投入39.87%,目前项目已进入建设施工阶段。	256,406,931.47	338,855,759.88	
阆中医药产业基地基建工程项目	300,000,000.00	公司预算投入300,000,000.00元,工程累计投入367,962,119.20元,占投入122.65%,目前项目生产车间正	142,326,995.75	367,962,119.20	

		在筹办生产认证等手续。			
上海中药饮片生产基地项目	300,000,000.00	公司预算投入 300,000,000.00 元，工程累计投入 50,025,655.00 元，占投入 16.68%，目前项目已进入建设施工阶段。	50,025,655.00	50,025,655.00	
青海玉树虫草交易市场及加工中心项目	150,000,000.00	公司预算投入 150,000,000.00 元，工程累计投入 5,246,370.00 元，占投入 3.50%，目前项目已进入建设施工阶段。	5,246,370.00	5,246,370.00	
合计	8,600,000,000.00	/	1,314,994,486.26	2,948,486,341.80	/

## 二、董事会关于公司未来发展的讨论与分析

### (一) 行业竞争格局和发展趋势

2014 年对医药行业来说，是机遇与挑战并存的一年。医药行业政策的变化，如低价药物目录、单独二胎、拟放开互联网售药、医疗健康市场化等，将为医药行业的未来发展奠定基础。

2015 年，国内 GDP 增速的下降、经济结构的调整可能会影响医药行业的发展速度。然而，人口老龄化不断扩大、财政对医疗卫生的投入增长、人们保障水平及健康意识的不断提高、低价药品目录、单独二胎、互联网售药的拟放开等相关政策的落实将为医药行业的发展带来了新机遇。

公司属于医药行业，在医药行业快速发展的同时，医药企业的竞争日益加剧，未来行业集中仍是大趋势。新版 GMP 的实施将成为行业集中及产业升级契机，同时随着监管的加强，医药产业经营环境将更加规范，产品创新将日趋活跃，产业集中度将日益提升。一方面，我国医疗卫生事业长期没有跟上经济发展步伐的历史遗留问题逐步得到了改善，国家加大了对医疗卫生事业的持续投入，并出台了一系列有利于中药饮片行业发展的产业政策；另一方面，随着人们财富的日益增长，城市化进程的不断发展和人口老龄化趋势，强化了人们对医疗卫生的需求。除此之外，随着行业的不断规范，部分小规模企业将逐渐被淘汰，行业的集中度将逐渐提升，也为规范运作、已形成规模效应和品牌影响力的优势企业的不断壮大创造了空间。

### (二) 公司发展战略

公司推动内涵成长和外延发展同步进行。一是要深化公司的内涵式发展，以创新促改善，通过内部管理与技术研发的提升，促进产业与资本的溢出效益；二是要加强大健康产业发展导向，在强化公司全产业链战略优势的基础上，谋划互联网大健康产业，为公司赢取更加辽阔的发展未来；三是积极参与国家一带一路战略，依托康美中国-东盟玉林中药材中心等先动优势项目，探索

中医药产业与文化融入国际市场的发展步骤和战略目标；四是规范优化新型营销模式，激发新型营销模式的正能量；五是理顺集团管理思路，深化改革和架构调整，果断去除过时的、不符合产业发展的旧东西，发展产业进步所需要的新事物，树立现代中药产业新型国际品牌形象。

2015年公司发展的总体目标是：抱元推新，规范延伸，深化中药全产业链服务体系建设，推动中药产业走向世界；志在卓越，内外同步，为打造中药产业的国际品牌而全面进发！

2015年公司工作的指导思想：

围绕中医药全产业链战略思想，通过全国布局扩张发展，推动了产业规模迅速提升。对所管控的资源进行新一轮整合，减少内耗，调整结构；同时适度补充新的资源，形成更加科学合理的优化配置，合力产生最大正能量。

深化中医药全产业链服务体系建设，获取溢出效益；优化公司经营管理，加强规范管理体制；对内团结公司全体员工，对外联合一切可利用的资源，齐心协力驱动中医药全产业链服务体系实现新的提升。

做好今年深化产业链和经营管理工作，要围绕一个核心，实现四个转变，做到七个坚持。即以提升中医药全产业链的溢出效益为核心，实现从重外延式发展到内涵和外延集合发展转变；实现从粗放式管理向精细化专业化管理转变；实现从传统制造向服务型制造转变；实现从技术推动的创新模式向市场拉动的创新模式转变。为实现四个转变，必须坚持复兴中医药产业梦想，着力参与中医药产业和文化的国际融入步伐；坚持中医药全产业链战略，着力挖掘中医药全产业链的溢出效益；坚持敢破勇立的企业基因，着力研发创新和服务创新；坚持协同共进、合作共赢的原则，着力对内协同、对外联合共同推动产业飞跃；坚持以市场为导向、以客户为中心的经营方针，着力公司销售规模和经济效益的持续增长；坚持“质量至上”的理念，着力产业标准体系建设的持续参与和引领；坚持企业员工“康美一家人”的文化，着力康美心怀苍生、大爱无疆的核心理念共同进步。

### **(三) 经营计划**

#### **1、全面推进中药材种植服务体系布局**

要继续推进道地药材产业布局，构建种植管理体系，建立若干个现代大规模的规范种植管理示范点，从源头把控药材的农残、重金属含量不超标。要大力推进规范、规模种植，大力扩展种植品种，加快建设种源中心的建设步伐，快速推进试验品种走向产业化，通过优化种源、科学培植提高药材产量和质量。人参种植要确保充分高效利用有限参地资源，加大农田栽参技术的总结和应用力度，进一步扩大种植规模；要重点巡视养护好林下参基地，减低动物损害以及人为破坏

盗损等影响，提高产出率；要加快推进玛卡、“新开河 1 号”人参新品种等药材的大规模、规范化种植基地建设；要积极寻求广西、云南等道地药材的种植资源；要积极构建一套完整的种植管理和服务体系。

## **2、激发中药流通服务体系的溢出效益**

要规划实施好公司中药材市场、中药物流配送、电商在内的中药流通立体网络服务体系，需从战略的高度建立一个既互相制约、又互相促进的中药流通运营机制，全面促进中药流通网络运行规范、有序，创造最大的规模效益。要加快流通服务领域信息化建设，优化资源配置，强化成本控制，加强审计监察，提升服务质量。

要借鉴和复制亳州和普宁中药材市场的成功经验，要加快玉林、西宁等市场的建设推进，建成最有代表性和竞争力、全面具备现代中药交易流通服务功能的商贸流通市场体系，要将玉林产业园打造成为康美药业走向国际化的重要标志。要继续巩固管理基础，打造适应中医药全产业链服务体系需求的专业物流配送体系。加快构建广州、上海、北京等城市的大型医药物流配送中心，完善直销和电商物流体系。

## **3、加强提升中药生产服务体系的集群管理职能**

中药生产要形成整体格局，要成立专业管理服务机构，对各生产基地进行统一调度和主导，尽快形成高能、低耗的生产管理体系。要加强各生产基地的有效管理沟通，协调产能互补；生产基地之间要加强先进运营模式、工艺技术等方面的交流沟通，做到资源共享；要加强工艺、验收、炮制、切制等技术性岗位的人员培训储备，及时为生产第一线输出合格技术人才；要紧抓安全生产、工艺革新、节能降耗，确保质量优秀、成本降低，鼓励技术创新，优化人员配置；完善公司质量管理体系并监督有效实施，做好各环节质量节点控制，确保产品出厂合格率 100%。

## **4、挖潜立体营销服务网络的巨大能量**

要继续规范营销体系，培训专业营销团队，提高营销管控能力和水平。要重点抓好预算管理、营销人员行为管理、费用管控的工作，有效提高盈利能力；要注意避免各营销渠道、市场以及产品交叉重叠等容易出现资源浪费的现象，要着力解决货物供应、物流运输、仓储存在的问题。要做好医院托管业务维护，优化系统对接，继续寻求新的合作目标；要加强与商业公司的合作，引进开发分销模式。新品种要充分挖掘市场潜力，关注重点产品的销售突破，中药饮片要继续扩大向周边省市辐射；要探索筹建康美网上中药房项目，努力实现电商和自建终端的突破，实现医药线上线下的整合营销，打造以中医药产品与服务为特色的国际化中药电子商务模式。要继续探索开展线上移动终端中药 APP（微信服务端）的运行，实践未来医药电商与医药仓储、物流配送体

系，将医院、诊所、药店，与煎煮服务中心、物流网络相结合的路子，切实解决中医药服务最后一公里问题。

### **5、突出中药特色，打造基于大数据的健康产品服务平台**

在移动互联网时代，要加快电子商务项目组的运作，各业务部门要转变观念，运营部门要敢于学习和借鉴成功的市场经验，清晰定位，准确切入推广点，形成统一的营销战略系统和管理服务体系，培养电商品牌，推动电商系统效益的巨大转化。在确认康美通的总体方向和商业模式的基础上，要集中精力把第三方支付、药材小贷迅速推向市场；要积极推进康美健康 1818 品牌建设推广，吸引不同的合作商，丰富产品线；要加强电商风险控制，减低服务成本。

电商平台的发展要与中药产业信息化技术充分结合，互相促进。要充分发挥信息化服务体系的强大功能，催生新生效益。

### **6、提速网络医疗与传统医院相融合的双驱动健康医疗体系**

在国家鼓励社会资本进入健康产业的政策导引下，利用自身的产业资源，采取多种途径与外界医疗力量合作，在医院自建与重组收购上发挥了先动的优势，抢得了先机。先机固然重要，但如何做好重组后的公立医院平稳转型和康美医院的管理提升应是医院和相关职能部门年内的工作重点。

网络医疗的魅力在国家政策春风吹拂下，在大数据、云技术成熟应用的支撑下快速绽放。要积极开展康美信息化医疗服务平台建设，康美的网络医疗与传统医院要密切互动、资源共享，让双驱动的健康医疗体系成为激发服务提升、服务创新的源泉！

### **7、推动品牌建设，精心铸造中药产业国际名片**

要继续围绕中医药领域整合深耕，实现康美中药饮片领导品牌的核心目标。要在品牌建设、产品推广、企业文化宣传等全方位入手，促进提升品牌影响力。要针对康美新开河、康美人生等重点子品牌及医院专业线、终端药店线等渠道制订相应的营销推广计划，塑造康美中药材领导品牌的战略地位。

要做好企业网站平台的形象、信息发布、更新及维护工作；完成集团微信平台的后台开发，整合旗下新媒体平台入口；要加强对拟开发的产品进行竞品信息、市场定位数据收集和分析、生产条件可行性的评估，制定合理的产品规划发展方向，着重进行以人参、冬虫夏草等为原料的保健食品、草本护肤类产品的协同开发。

### **8、致力完善研发管理体系，全面提升产学研成果转化率**

要加强研发管理体系建设，明晰管理权责，提升统筹能力，减低科研风险。要拿出长效管理



体制，激发研发团队活力，敢于引进外围智囊力量，打造具备强大辐射力的研发平台。要加强行业研究，及时收集分析行业信息，准确把握未来发展方向，从而促进符合市场需求的产品研发面世，推进产学研成果转化，提高经济效益和社会效益。

要尽快完善项目申报、行为规范和相关指南文件，建立项目申报管理体系，形成长效激励机制，培养专业科研和申报人员，建立专业团队，最大限度提高人员的能动性和积极性，大力争取科研项目国家、地方财政和政策扶持。

## **9、坚持底线思维落实制度执行**

要抓制度的废改立，更要抓制度的执行。要提高制度的科学性、合理性，做到制度的可执行。制订的制度一定要科学合理，要让员工能接受，这样有利于制度的执行，取得实效。其次是要加大制度执行的监督力度，保证制度的能执行。在制度执行上，要公正、公平、公开，一视同仁，对违反制度的要坚决处罚，对严格执行制度的要奖励，切实发挥制度的积极作用，真正体现制度在公司管理中的价值。最后要把制度学习和培训作为一项重要工作来做，让员工能全面理解和掌握公司制度，从而能真正执行和遵守制度。

## **10、交流合作纵横联盟，积极营造多元合作氛围**

强调内延发展的同时，继续推动外延扩张。交流合作要实施纵横联盟战略，形成多元合作新局面。

要发挥深圳总部的国际化交流平作用，与国内外各领域开展全面的国际化交流合作活动。产品服务可走向国际，资本市场的合作交流同样应该走向国际化发展。

要同时加强内部合作和实施对外合作，通过外部合作刺激促进内部合作的提升。要输出性合作和输入性合作双脚并行，输出优势资源、优质服务给弱势群体，向强势群体输入补充性资源。要正视自身弱点，发掘他人长处，通过不同交流途径，结合多种合作手段，获取综合发展能量，形成强劲的发展动力。

## **11、强化结构调整，完善人力资源管理体制**

强化结构调整要从规范内控管理体系、绩效管理体制、产业服务管理体系等方面入手。要强化内控体系的风险控制职能，完善公司内控建设工作，补充内控体系薄弱环节，形成完整合理的内控体系结构，有效防范控制公司经营管理的运营风险。要规范集团绩效管理体制，改进现有的绩效评价体系，建立集团绩效考核体系，加强对中高层领导的绩效考核。考核评价要涵盖运营管理评价、团队管理评价、技术管理评价、专业度评价等全方位的评价。要建立绩效管理数据库，评优工作以数据库的量化数据为依据。要深化企业组织结构调整，完善制度和流程体系，合

理调配部门人员，优化工资结构，建立内部双赢机制。要平衡员工的利益，解决待遇不公问题。要加强专业团队建设，加强培训系统建设，建立人才交流机制。以强化结构调整为手段，力争在一段时间内成功构建与康美发展需要相匹配的现代专业服务体系。

#### **(四) 因维持当前业务并完成在建投资项目公司所需的资金需求**

为实现 2015 年度公司经营计划和工作任务，公司的资金需求主要来自生产经营、营销网络拓展、科研开发、新项目投资建设、信息化医疗产业以及收购相关资产等方面，预计全年资金需求较大。经公司初步测算，公司财务结构稳健，资金存量能够基本满足生产经营和部分项目的投资需求，如存在其他资金缺口将通过争取银行专项授信、发行债券、发行股份、发行信托产品、设立产业基金等各种方式金融融资工具统筹解决。

在资金的使用上，公司将加强资金预算管理和投资效果评估工作，最大限度提高资金使用效率和效益。对于募集资金，公司将严格按照《公司募集资金管理规定》及国家相关法律法规的规定使用。

#### **(五) 可能面对的风险**

##### **1、医药制度改革带来的风险**

随着我国新医改的启航，医药行业市场蕴藏了巨大商机，医药需求和消费的持续增长将给公司带来较大的发展机遇。但医药制度改革也蕴藏着一定的风险，包括国家针对医药管理体制和运行机制、医疗保障体制、医药监管等方面存在的问题提出相应的改革措施，以及新的药品注册管理办法、新的药品 GMP、GSP 认证标准的推行、药品定价机制的调整等，将有可能对公司造成一定的影响。

##### **应对措施：**

新一轮医疗改革国家将通过直接提供医疗保障和借力市场建立社会保险体制等措施，重点解决人民群众的基本医疗保障。在有效促进药品市场需求的进一步释放的同时，也推动医药产业市场结构经历一个逐步重构的过程，对企业的市场方向决策、企业规范运作、构建核心竞争力等提出了更高的要求，市场方向明确、规范运作、具备规模效应、已形成核心竞争优势的企业，有望抓住新医改的市场机遇，进一步扩大市场优势。

公司作为中药饮片行业的龙头企业和中医药全产业链运营的代表性企业，为应对新医改所带来的挑战和机遇，重点着力于加强公司在中药材种植和采购、药品加工和生产、销售和流通各环节的质量管控和规范运作，紧跟最新产业政策和行业监管法规，加大对道地药材的质量控制、药

品研究开发、GMP、GSP 等认证的建设投入，并进一步加大市场开拓力度，扩大药房托管业务模式的市场影响力，积极布局医药电商、互联网医疗等代表产业方向的新兴业务板块，以有效应对新医改所带来的挑战和机遇，借力新医改的市场机遇，增强公司的盈利能力和市场影响力。

## 2、中药标准调整的风险

长期以来，我国中药饮片质量标准基础薄弱，市场上中药饮片质量参差不齐，严重制约了中药饮片行业的规范化发展。而于 2010 年 7 月 1 日正式实施的新版《中国药典》首次编纂了中药饮片卷，中药饮片有了国家标准。新版药典在中药饮片标准方面的突破，初步解决了长期困扰中药饮片产业发展的国家标准较少、质控水平较低、地方炮制规范不统一等问题，对于提高中药饮片质量、保证中医临床用药的安全有效、推动中药饮片产业健康发展将起到积极的作用。未来随着新药典国家标准的推行和进一步调整，若公司不能及时适应政策的变化，可能会影响到公司的经营状况。

应对措施：

作为中药饮片行业的龙头企业和中医药全产业链运营的代表性企业，充分把握和发挥在道地药材的种植采购、主流中药材市场专业运营、药材筛选加工、多层次销售流通网络等中医药产业链各环节上所建立的优势，从道地药材出发并通过对中药材市场大数据的采集和分析，梳理并建立中药材种植和采购质量评价标准，从根源上保障中药材临床用药安全；从公司对药材的筛选加工环节的全流程控制出发，保障中药材产品在制造环节的质量标准；通过有效减少中药材流通环节并统一制定和执行流通环节的质量控制标准，保障中药材产品在流通环节的质量标准。通过以上措施，公司已在国家标准的基础上，通过加强产品标准的管控，形成行业领先的企业标准，以进一步适应和防范中药标准的调整所带来的风险。

## 3、环保政策调整的风险

公司所属的医药行业受到的环境保护监管比一般行业要严格很多。在公司产品的生产过程中，会产生废水、粉尘、废渣等污染性排放物和噪声，如果处理不当会污染环境，给人们的生活造成不良后果。虽然公司已严格按照有关环保法规及相应标准对上述污染性排放物进行了有效治理，使“三废”的排放达到了环保规定的标准，但随着人们生活水平的提高及环保意识的不断增强，国家及地方政府可能在将来颁布新的法律法规，提高环保标准，使公司支付更高的环保费用。国家环保政策的变化将在一定程度上使公司面临环保风险。

应对措施：

公司高度重视在企业经营过程中不断提高整体环境保护意识、加强环境保护措施，一是切实领会掌握国家环保政策的实质，增强公司和员工的环保责任意识，将环保理念融入企业制度，依靠健全的制度规范作业行为，牢固树立“环保优先、以人为本”的理念，以经营可持续、社会责任可持续、环境可持续为总体目标；二是讲究科学管理，不断完善环保管理机制，从中医药产业的行业特点出发，将环保政策法规转换为企业制度和规范，建立环保管理长效机制；三是加强过程控制，落实管理责任，过程控制是强化环保管理的关键，全面落实环保达标责任，加强精细化管理，抓好环保瓶颈攻关，加大节能增效和污染减排考核，逐级落实防范和应对环境风险的责任，加强日常应急演练，合理储备应急物资，提高异常情况下环保应急保障能力；四是保证合理环保投入，加强末端治理，末端治理是实现环保达标的保证。要抓住环保达标排放、废物总量控制的关键环节和薄弱环节，保证环保资金投入。

#### 4、信息安全的风险：

“互联网+”作为一种全新的经济形态，正充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，迅速全面推动产业改革，促进以云计算、物联网、大数据为代表的新一代信息技术与传统产业的融合创新。公司迅速抓住“互联网+”经济形态对产业升级的有效推动市场机遇，通过借力信息化、互联网化手段，无论是产业链上游的中药材种植管理、中药材专业市场经营管理、中药材贸易分析、医药现代物流管理，还是产业链下游的中药饮片、中成药制剂、保健食品、化学药品的生产和销售，以及自有门店销售、直销、电子交易平台、医疗服务等，均全面推动信息化和互联网化建设，实现公司在推进中医药全产业链运营战略过程中各环节之间的协同效应，形成公司业务发展新核心驱动力。

随着互联网技术的快速发展和网络应用环境的全面推广和深化，信息安全所面临的挑战和威胁愈加多样化，公司在全面推动信息化和互联网化建设的同时，网络信息安全成为亟待解决的问题和不可避免的风险。公司已高度重视并加大对网络信息安全建设的投入，若公司不能及时有效防范信息安全风险，将对公司的经营状况造成不利影响。

应对措施：

对网络信息安全风险的防范，应从风险根源出发对应采取防范措施，网络信息安全风险主要来自以下几个方面：一是网络信息系统本身存在的问题和风险，如系统漏洞、移动存储介质隐患

等；二是计算机病毒侵害、黑客攻击、间谍软件等来自外部的威胁；三是网络信息系统安全管理制度建设及执行层面所带来的风险，如安全管理制度的缺失、制度执行不到位等。公司高度重视信息安全风险的防范和杜绝，基于“纵深防御、动态建设、集中管理”的思想，一方面，持续加大对网络信息系统和信息安全系统建设的投入，另一方面，建立网络信息系统安全管理制度，并有效加强管理制度的执行和监督。

## 5、市场经营及管理风险

公司的主营业务主要涉及了中药饮片行业、医药商业、化学制药行业三个不同的子行业。一方面，随着国家对中医药的大力支持，更多的企业和资本开始进入公司的行业，加剧了行业的竞争。另一方面，公司的中药饮片和中药材贸易业务对中药材的需求量较大，中药材价格的波动将影响公司的盈利水平。其次，公司已初步完成全国性战略布局，近年来收入、利润和资产规模都在快速扩张，导致公司管理跨度加大，合理有效的经营管理成为公司未来发展的关键。随着机构日渐繁杂，业务趋于多元化，如果公司各方面管理问题不能及时、有效地解决，没有良好的机制吸引各类中高级人才充实公司的经营团队，将无法满足不同业务规模迅速扩张的需要，存在相应的管理风险。

### 应对措施：

公司将进一步巩固和提升中医药全产业链一体化经营模式，上游及时跟踪中药材生产和价格波动信息，中游整合中药材专业市场和中药饮片供应等相关资源，下游不断拓宽医院、批发、零售终端等销售渠道，以产业联动协同带动公司各项业务的快速发展。公司已经建立了有效的内部控制体系，并不断引进与培养管理、技术和市场营销等人才。同时，公司内部已经形成一套完整、高效的人才培养、提升机制，为公司内部员工的成长提供了保证。

## 6、投资决策和项目管控的风险：

有效投资是企业发展和经营的必要手段，是提升企业核心价值和自主创新的必经之路，投资项目的收益和成效系由多个复杂因素所决定，而有效地实现投资决策并提高投资效益已然成为企业投资首要面对的课题，不仅要持续提高选择投资项目的决策水平，而且还要有效提高防范各种项目风险的管理能力。

随着公司中医药全产业链运营战略的推进，对产业链上游的中药材种植、中药材专业市场经营、中药材贸易、医药现代物流，产业链下游的中药饮片、中成药制剂、保

健食品、化学药品的生产和销售，以及自有门店销售、直销、电子交易平台、医疗服务等环节的持续资源整合都对公司的投资决策和项目有效管控能力提出了更高的要求。如果公司不能形成有效的投资决策和项目管控机制，将会对公司的业务经营和盈利能力造成不利的影响。

应对措施：

投资决策的重点在于解决投资方向与市场需求的一致性，项目管控的核心在于持续关注投入产出的匹配性和构建合理的效应评价标准体系。为此公司在前端不断加强项目投资决策机制的建设，在中端强调对投资项目的投资进度、效益测算等的持续跟踪，在后端加强对投资决策和项目管控成效的分析总结并形成系统化的评价标准。以有效降低公司在推进中医药全产业链运营战略过程中的投资决策风险和项目管控风险。

### 三、董事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

#### (一) 董事会、监事会对会计师事务所“非标准审计报告”的说明

适用 不适用

#### (二) 董事会对会计政策、会计估计或核算方法变更的原因和影响的分析说明

适用 不适用

#### (三) 董事会对重要前期差错更正的原因及影响的分析说明

适用 不适用

### 四、利润分配或资本公积金转增预案

#### (一) 现金分红政策的制定、执行或调整情况

根据中国证监会的有关要求，为切实保护中小股东利益，结合公司实际情况，已对公司章程中涉及现金分红政策的条款和其他条款进行修订，规定了明确的分红标准和分红比例。

#### (二) 公司近三年（含报告期）的利润分配方案或预案、资本公积金转增股本方案或预案

单位：元币种：人民币

分红年度	每 10 股送红股数 (股)	每 10 股派息数 (元) (含税)	每 10 股转增数 (股)	现金分红的数额 (含税)	分红年度合并报表中归属于上市公司股东的净利润	占合并报表中归属于上市公司股东的净利润的比率 (%)
2014 年	5	3.20	5	703,588,634.56	2,285,879,121.49	30.78
2013 年	0	2.60	0	571,665,765.58	1,879,816,994.38	30.41
2012 年	0	2.00	0	439,742,896.60	1,441,191,488.21	30.51

## 五、积极履行社会责任的工作情况

### (一). 社会责任工作情况

公司《2014 年度社会责任报告》全文刊登于上海证券交易所网站：[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)。

(二). 属于国家环境保护部门规定的重污染行业的上市公司及其子公司的环保情况说明  
报告期内，公司未发生重大环境问题。

## 四 涉及财务报告的相关事项

4.1 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计发生变化的，公司应当说明情况、原因及其影响。

适用 不适用

4.2 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的，公司应当说明情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用

4.3 与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

公司名称	变化情况
广东康美之恋大药房连锁有限公司	无变化
广东康美药物研究院有限公司	无变化
广东康美物流有限公司	无变化
广东康美药业有限公司	无变化
广东康美支付有限公司	无变化
广东康美通信息服务有限公司	无变化
康美（普宁）中药材专业市场物业管理有限公司	无变化
康美时代（广东）发展有限公司	本期新设
康美中药城（普宁）有限公司	本期新设
康美（广东）中药材交易中心有限公司	本期新设
深圳市康美人生医药连锁有限公司	无变化
深圳前海康美国际供应链管理有限公司	本期新设
康美（深圳）电子商务有限公司	无变化
成都康美药业有限公司	无变化

公司名称	变化情况
成都康美药业生产有限公司	无变化
康美药业（四川）有限公司	无变化
康美滕王阁(四川)制药有限公司	无变化
康美保宁(四川)制药有限公司	无变化
康美新开河(吉林)药业有限公司	无变化
集安大地参业有限公司	无变化
通化康美大地参业有限公司	无变化
荣成康美大地参业有限公司	本期新设
吉林新开河食品有限公司	无变化
康美（通化）药业有限公司	本期新设
康美（本溪）药业有限公司	本期新设
上海美峰食品有限公司	无变化
上海金像食品有限公司	无变化
上海康美医药咨询有限公司	无变化
上海康美药业有限公司	无变化
上海德大堂国药有限公司	无变化
上海德大实业有限公司	本期非同一控制新增
浙江省土副保健品有限公司	无变化
康美（北京）药业有限公司	无变化
北京康美制药有限公司	无变化
康美（北京）药物研究院有限公司	本期新设
北京益康来医药有限公司	无变化
康美（亳州）世纪国药有限公司	无变化
康美(亳州)世纪国药中药有限公司	无变化
康美（亳州）华佗国际中药城有限公司	无变化
康美（亳州）华佗国际中药城商业有限公司	无变化
康美药业（文山）药材种植管理有限公司	无变化
康美中药城（玉林）有限公司	本期新设
康美甘肃西部中药城有限公司	无变化
康美中药城（青海）有限公司	无变化
康美中药城（玉树）有限公司	本期新设

本期合并财务报表范围及其变化具体情况详见本财务报表附注“八、合并范围的变更”和“九、在其他主体中的权益”。

4.4 年度财务报告被会计师事务所出具非标准审计意见的，董事会、监事会应当对涉及事项作出说明。

适用 不适用