

公司代码：600993

公司简称：马应龙

马应龙药业集团股份有限公司 2021 年年度报告摘要



第一节 重要提示

1. 本年度报告摘要来自年度报告全文，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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
2. 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，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. 中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
5. **董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案**
截止2021年12月31日公司总股本431,053,891股，经公司董事会提议，拟以公司总股本431,053,891股为基数，向全体股东每10股派发现金股利3.5元（含税），派发现金股利总额为150,868,861.85元（含税）。该预案已经公司第十届董事会第十四次会议审议通过，尚需提交公司股东大会审议批准。

第二节 公司基本情况

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	马应龙	600993	不适用

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	马倩	赵仲华、郭艳萍
办公地址	武汉市武昌南湖周家湾100号	武汉市武昌南湖周家湾100号
电话	027-87291519	027-87389583
电子信箱	maqian1582@sohu.com	zhaozhonghua@wo.com.cn gyp1582@163.com

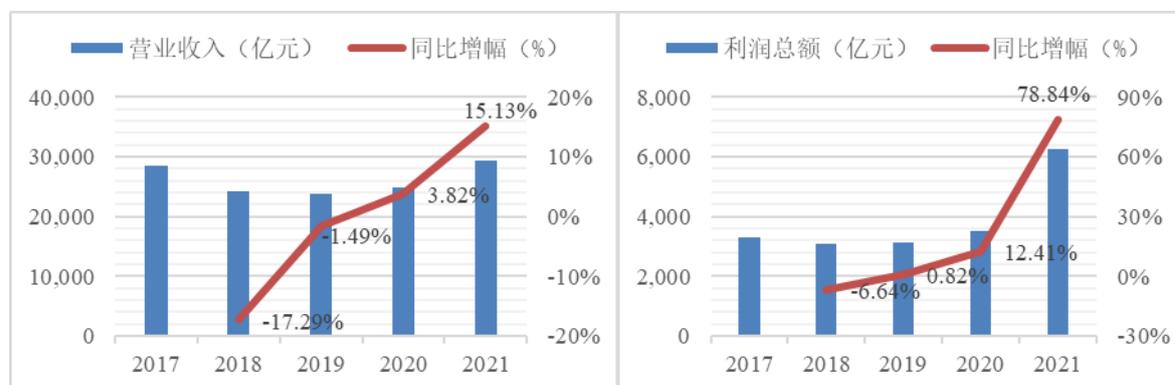
2、报告期公司主要业务简介

(一) 行业发展情况

1、医药工业

随着生活水平的提高以及健康意识的增强,我国医药行业发展迅速,常年保持快于 GDP 增速的增长,一方面是因为人口增加带来的基本医疗需求的增加,另一方面得益于医疗升级需求带来的人均消费的提高。但就行业整体而言,尚处于中、低端阶段,在创新、技术含量、自主知识产权等方面有待提升。近年来,国家出台了多项政策激励我国生物医药产业不断向前发展,新药审批速度加快、仿制药一致性评价、“4+7”带量采购及扩面等推动我国医药企业加快从仿制药向创新药转型,阶段性成效逐步显现。

报告期内医药制造行业实现恢复性增长。根据国家统计局数据,2021 年医药制造业规模以上企业实现营业收入 2.93 万亿元,同比增长 15.13%,与 2019 年同期相比增长 22.50%;实现利润总额 6271.40 亿元,同比增长 78.84%,与 2019 年同期相比增长 101.04%。



图：2021 年医药制造业规模以上企业营业收入和利润总额情况

中药属于医药制造的细分行业，根据中研普华产业研究院《2022-2027 年中国中医药行业供需趋势及投资风险研究报告》显示，近年来中医药行业市场规模呈现稳步增长态势，2016 年我国中医药行业整体市场规模（按主营业务收入计）为 13,893.3 亿元，2016-2020 年期间，中国中医药行业市场规模以 19.4% 的复合增长率持续增长，到 2020 年中医药行业市场规模达到 28,254.3 亿元。近年来，国家陆续出台了多项政策，大力支持中医药发展，如《关于加快中医药特色发展的若干政策措施》、《关于进一步加强综合医院中医药工作推动中西医协同发展的意见》、《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》等等，一方面从政策角度加速推进更多传统中成药获得各省三甲综合医院的“入门”资格；另一方面，从医疗保障的角度，以“中药饮片继续可以加成 25% 销售，将中药饮片/中成药/中药制剂纳入医保目录，医保渠道拓展到零售药店”等一系列实用性强、覆盖面广的重磅举措将加速中成药在医院端的扩容。

2、医疗服务

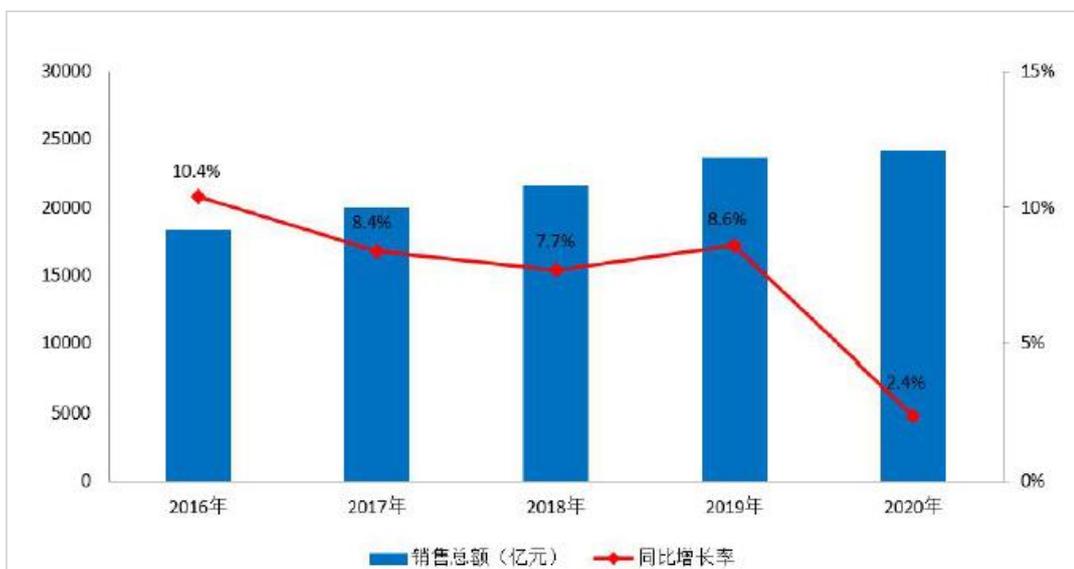
我国人口总量维持低增长，老龄化程度加深，推动医疗服务行业发展。根据第七次全国人口普查数据显示，2020 年我国人口较 2010 年增长 5.38%，年均增长率 0.53%，人口呈低速增长态势，60 岁及以上人口占比 18.70%（其中 65 岁以上占比 13.5%），相较 2010 年 60 岁及以上人口占比上升 5.44%，人口老龄化程度进一步加深。伴随着老龄化的加快、居民健康意识提升以及消费升级等，社会整体医疗需求将进一步放大，人均医疗费用也将逐步上升。在我国医疗资源总量不足、结构性失衡的国情下，满足基本医疗需求和保障是医疗改革与建设的首要主线，公立医院高质量发展，民营医疗差异化竞争的方向基本未变。

近年来国家持续推动的医保控费、分级诊疗、公立医院改革、鼓励民营资本办医等系列医改政策逐步落地将进一步推动公立医疗机构与民营医疗服务机构的职能分化，特别是医生执业方面的政策改革使优质医疗资源逐步向民营医疗服务机构开放，助力民营医疗机构发展。民营医疗机构的定位逐渐清晰，地位被大幅提振，行业发展空间广阔。

3、医药商业

（1）行业市场规模稳步扩大，但增速放缓。

根据国家商务部《2020 年药品流通行业运行统计分析报告》显示，2020 年全国药品流通市场销售规模稳步扩大，但增速放缓，全国七大类医药商品销售总额同比增长 2.4%（扣除不可比因素后），增速同比放慢 6.2 个百分点。



图：2016-2020 年药品流通行业销售趋势

(2) 医药行业集中度持续提高。

2020 年，药品批发企业主营业务收入前 100 位占同期全国医药市场总规模的 73.7%，同比提高 0.4 个百分点。其中，4 家全国龙头企业主营业务收入占同期全国医药市场总规模的 42.6%，同比提高 1.6 个百分点；前 10 位占 55.2%，同比提高 3.2 个百分点；前 20 位占 63.5%，同比提高 2.0 个百分点；前 50 位占 70.0%，同比提高 0.9 个百分点。

(3) 零售药店总数量持续增长，连锁率不断提升。

2020 年，中国零售药店总数量为 55.4 万家，同比上升 5.7%，相比 2015 年的 44.8 万家增长了超 10 万家；其中连锁药店数保持高速增长，从 2015 年的 20.5 万家增长到 2020 年的 31.3 万家，连锁药店数量占比从 45.7% 提升至 56.5%，预计未来药店连锁化趋势将进一步提高。



图：我国零售药店数量及连锁率情况

来源：米内网，首创证券

（二）行业政策情况

1、带量采购持续深化推进

药品集采逐渐步入常态化，报告期内国家医保局组织开展人工关节集中带量采购、胰岛素集采渐次落地。除国家层面在积极推动药品带量采购之外，2020年以来，省际联盟集采广泛发展，除港澳台外，基本我国所有省市都参与各种省际联盟采购，包括湖北等19省联盟的中成药集采落地。2021年12月14日，湖北省发布《中成药省际联盟集中带量采购公告（第3号）》，公布了采购品种的报量情况，涉及79个品种，17个组，在湖北联盟之前，广东联盟、青海省、浙江金华、河南濮阳等已针对部分需求大、金额高的中成药品种开展了集采探索。本次中成药集采整体平均降价幅度-42.33%。目前中成药集采对于品牌中药而言，影响较为有限，一方面是中成药中大部分是独家品种，市场选择上更加灵活，零售市场的患者自费属性，品牌力更能发挥优势，空间更加广阔。另一方面是中成药自身成本受原材料价格影响较大，而原材料的价格往往可以通过终端提价的方式向消费端进行传导。

表：2021年湖北联盟中成药集中带量采购情况

产品组	百令、至灵、 金水宝	参麦	丹参	灯盏花 素	活血止痛	康复新
平均降幅	-43.69%	-47.11%	-63.13%	-52.76%	-37.63%	-56.95%
产品组	肾衰宁	生脉	银杏叶	舒血宁	双黄连	小金
平均降幅	-48.62%	-38.44%	-50.49%	-39.99%	-33.48%	-31.96%
产品组	血府逐瘀	血塞通	血塞通、血 栓通	益心舒	银杏酮 酯、杏灵	/
平均降幅	-30.88%	-32.14%	-55.40%	-48.57%	-49.10%	/
产品分类	注射剂			口服		
平均降幅	-53.38%			-40.31%		
整体平均降幅	-42.33%					

来源：湖北省医疗保障局，中航证券

2、医保目录常态化调整

2021年12月3日，2021版国家医保目录发布，新版目录于2022年1月1日执行。调整后的国家医保药品目录内药品总数为2860种，其中西药1486种，中成药1374种，均为历轮医保目录谈判品种数量之最。本次调整，共计74种药品新增进入目录，其中包括59个上市五年内的新药

品种，11种药品被调出目录。本次调整，共计对117个药品进行了谈判，谈判成功94个，其中，目录外85个独家药品谈成67个。平均降价61.71%，最高降价幅度94%，与历次谈判相比均处于较高水平。医保目录较高的谈判成功率一方面表明了国家对于医保谈判普惠性的重视程度，另一方面也表明了医保目录谈判框架基本已定的前提下，市场及医药公司针对谈判准备越来越充分。

表：历轮医保谈判工作开展情况

		一轮谈判	二轮谈判	三轮谈判	四轮谈判	五轮谈判	六轮谈判
拟谈判数量		3	44	18	119	162	117
谈判成功数量	合计	3	36	17	70	119	94
	中成药	0	5	-	18	40	-
	西药	3	31	-	52	79	-
成功率		100.00%	81.82%	94.44%	58.82%	73.46%	80.34%
平均降价幅度		55.33%	44%	56.70%	60.70%	50.64%	61.71%
最高降价幅度		67%	70%	70%	98%	85%	94%

来源：国家医疗保障局，中航证券

3、DRGs/DIP支付方式改革推动医疗机构降本提效

DRGs 全称“疾病诊断分组”，DIP 全称“区域点数法分值付费系统”，二者都是应用量化思维，计算住院治疗费用，将合理治疗费用与医院实际成本相比较，对医疗机构端医保支出进行监控的手段。2021年底，国家医保局启动《DRGS/DIP支付方式改革三年行动计划》，要求以加快建立管用高效的医保支付机制为目标，从2022到2024年，全面完成DRGS/DIP付费方式改革任务，各省级医保部门要制定本省（自治区、直辖市）推进DRGS/DIP支付方式改革具体行动计划，明确目标任务、进度安排、质量要求。

4、国家层面大力支持中医药发展

近年来国家把中医药工作摆在突出位置，中医药改革发展取得显著成绩。从2016年《中医药发展战略规划纲要》的出台到2017年《中国中医药法》首次将“中西并重”列入发展方针，到2019年习近平总书记在全国中医药大会做出的重要指示，中医药重要地位持续提升，尤其报告期内，《关于加快中医药特色发展的若干政策措施》、《关于支持国家中医药服务出口基地高质量发展若干措施》等多项鼓励中药发展的政策出台，加强质量控制和规范化管理，推动中药创新，鼓励中

药国际化。

表：2021 年中医药主要政策文件

时间	政策文件	主要内容
2021. 01	《关于加快中医药特色发展的若干政策措施》	提出要夯实中医药人才基础，加强中医药特色人才队伍建设，要通过提高中医药教育整体水平，坚持发展中医药师承教育、加强中医药人才评价和激励等措施，并提出将实施中医药特色人才培养工程。
2021. 05	《关于支持国家中医药服务出口基地高质量发展若干措施的通知》	提出 18 条具体政策措施，支持国家中医药服务出口基地大力发展中医药服务贸易，推动中医药服务走向世界。
2021. 06	《关于进一步加强综合医院中医药工作推动中西医协同发展的意见》	卫生健康行政部门要将中西医结合工作纳入医院评审和公立医院绩效考核，推动综合医院中医药发展。
2021. 12	《国家医疗保障局国家中医药管理局关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》	1、符合条件的中医院、药店纳入医保定点；2、为中医传承创新技术开通审批绿色通道；3、自制中药饮片制剂自主定价；4、中医医疗机构可暂不实行按疾病诊断相关分组 (DRGS) 付费；5、符合条件的中药饮片、中成药、院内制剂纳入医保目录；6、加大对中医特色优势医疗服务项目的倾斜力度；7、功能疗效明显的传统医疗服务优先调价；8、中药饮片进价可加价不超 25%。

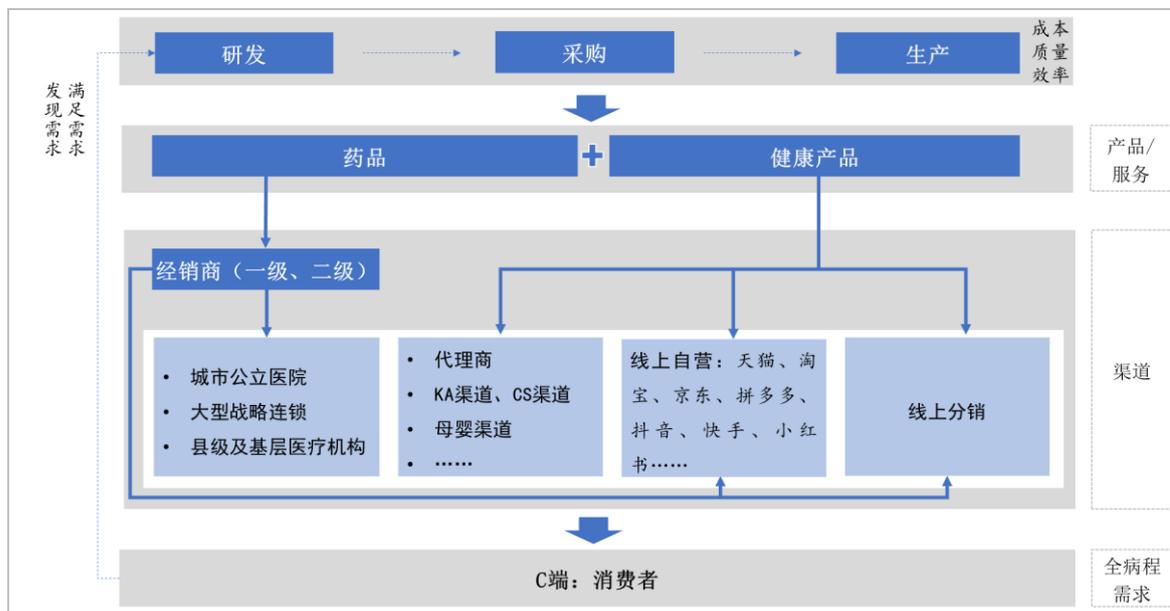
（三）主要业务、主要产品及其用途、经营模式

公司致力于打造肛肠健康方案提供商，大力发展大健康产业，围绕健康期、亚健康期、初病期、中病期、重病期、康复期全病程的客户健康需求，通过强化公司的核心竞争优势，发挥资源整合能力，为客户提供专业化、个性化、多样化的健康管理方案。目前已构建形成医药工业、医疗服务和医药商业的立体产业结构布局。具体情况如下：



图：基于全病程的客户需求

1、医药工业

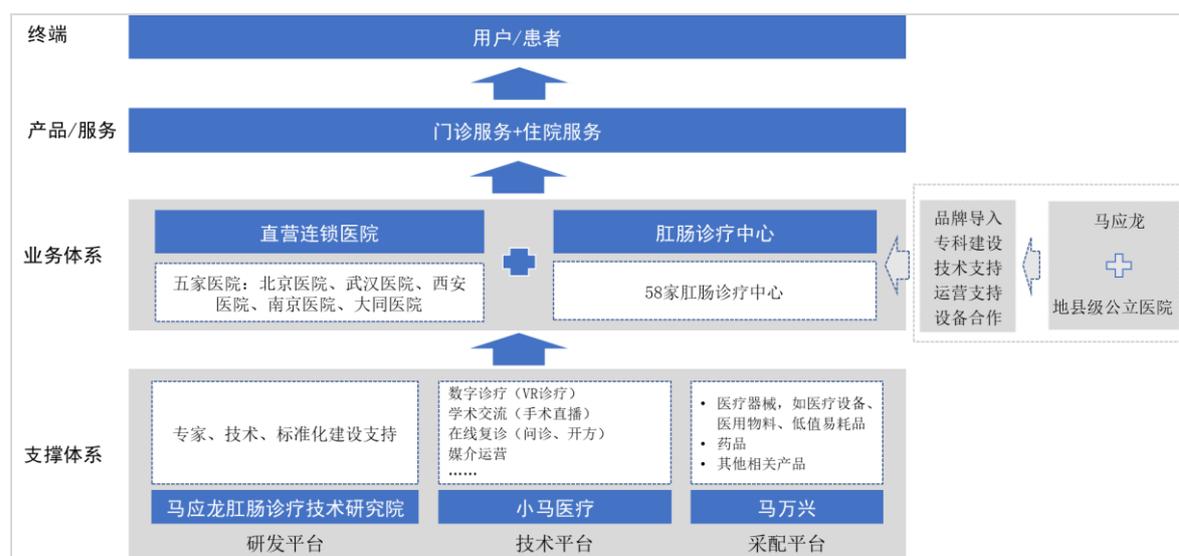


图：医药工业经营模式

医药工业以客户为中心，组织研发、生产和销售资源，打造健康方案提供商。为适应内外部环境变化，公司以客户的全病程需求为导向，整合内外部研发资源，提高研发效率，不断发现客户需求、满足客户需求。公司在保障成本、质量、效率的前提下，以自主生产为主，委托生产、贴牌生产为辅，采取平台化的工业制造形式，公司为国内单剂型厂房面积和产能规模最大的软膏、栓剂生产制造基地之一，中药无菌眼膏为国内首家。公司持续为消费者提供肛肠、皮肤、眼科、妇科等药品及功能性化妆品、功能性护理品、功能性食品、器械等健康产品。目前拥有国药准字药品超过 100 个，拥有马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、马应龙八宝眼膏、龙珠软膏等 10 多个独家品种；健康产品以“马应龙”品牌和核心资源为基础，功能性化妆品聚焦眼部护理，实施双品牌运营策略，功能性护理品包括母婴护理和家庭护理两类，功能性食品、器械产品聚焦肛肠健康、眼部健康等，并逐步向其他领域拓展。公司通过自建销售团队拓展线上线下市场，线下市场

已经形成覆盖全国 8 个大区、42 家办事处，共 1000 多名自有销售人员的终端网络，负责对全国 256 家一级经销商、1953 家二级分销商等商业渠道进行维护，并积极推动产品在城市公立医院、大型战略连锁、县级及基层医疗机构、互联网终端等渠道的市场动销；线上市场借助马应龙的品牌影响力，紧跟互联网发展趋势，先后进驻淘宝、天猫、京东、抖音等主流互联网渠道，通过自营店铺和平台店铺相结合，打造马应龙独特的线上渠道终端网络。

2、医疗服务

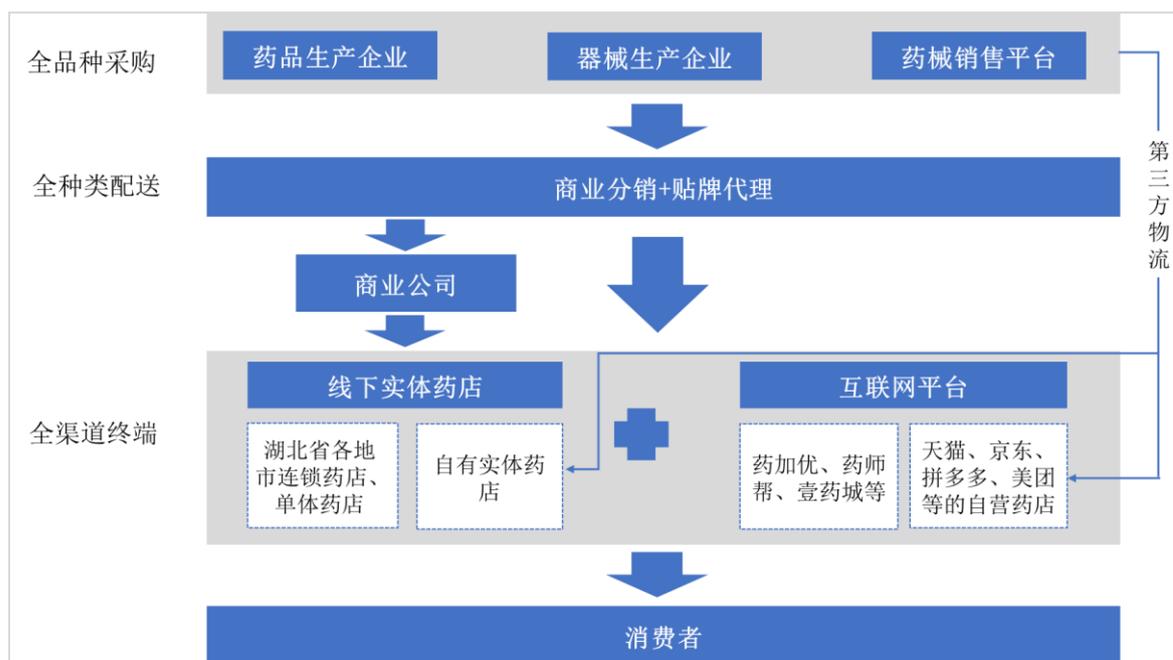


图：医疗服务经营模式

医疗服务是公司立足肛肠健康核心领域、打造肛肠健康方案提供商、拓展肛肠全产业链的重要支点，具有抢占细分领域制高点、开发医院医生优势资源、促进医药互动经营的战略意义。马应龙医疗服务以马应龙肛肠诊疗技术研究院作为研发平台，汇聚专家及技术资源，为旗下诊疗业务提供专家、技术支持和标准化建设，该研究院为首家也是唯一一家经国家民政部批准设立的肛肠诊疗技术研究院。以小马医疗作为技术平台，致力于为医院提供数字化诊疗设备与技术，持续开发肛肠数字化诊疗项目，为医生提供学术交流平台，开展“小马 I 计划”系列肛肠手术直播活动，制作精品视频课程等等。以马万兴为采配平台，为直营连锁医院、肛肠诊疗中心以及其他社会医院，提供医疗器械、耗材、健康产品及衍生服务等。公司通过经营和管理的肛肠连锁医院、肛肠诊疗中心为肛肠疾病患者提供诊疗服务，其中直营医院由公司控股子公司马应龙医投直接控股经营，分布在北京、西安、武汉、南京、大同等地，其中北京医院为民营医院中唯一的三甲肛肠专科医院；肛肠诊疗中心由马应龙医投与地县级公立医院合作，在公立医院设立马应龙肛肠诊疗中

心，由马应龙为其提供品牌支持、肛肠技术体系建设支持、运营支持、开展设备合作等，截至披露日，已合作共建肛肠诊疗中心 58 家；合计病床数超 2000 张。马应龙医疗服务业务主要利润来源于直营连锁医院的患者门诊和住院收费，肛肠诊疗中心的品牌特许使用费、技术服务费，马万兴的进销差价及提供增值服务等。

3、医药商业



图：医药商业经营模式

公司医药商业包括医药物流及药品零售两块业务，医药物流主要由旗下子公司马应龙物流开展，马应龙物流从上游药品生产企业、器械生产企业以及药械销售平台采购药品、保健品、消械产品等，一部分批发给商业公司，一部分直接配送至湖北省各地市连锁药店、单体药店、公司自有实体药店以及 B2B 平台、B2C 平台等，实现线上线下全渠道配送。与此同时，公司积极拓展药品零售业务，不断完善善实体药店建设，联动重症药房、中医馆扩大服务半径，持续探索标杆社区康养服务；大力发展医药零售 B2C 业务，在天猫、京东、拼多多、美团等平台开设了零售药店，为患者提供完整的“智能分诊+在线图文问诊+电子处方+药品配送”的一体化闭环云医疗服务。医药商业的主要利润来源为医药产品的进销差价及提供的增值服务等。

（四）主要业绩驱动因素

2021 年公司营业收入 33.85 万元，同比增长 21.26%，其中医药工业主营业务收入同比增长 21.42%，医疗服务主营业务收入同比增长 33.77%，医药商业主营业务收入同比增长 25.26%。医

药工业营业收入的增长主要是公司治痔类产品营业收入同比增长 18.81%；医疗服务营业收入的增长主要是公司旗下直营医院、马万兴营收同比增长；医药商业营业收入的增长主要是药品零售及批发配送等业务同比增长明显，尤其医药零售 B2C 业务规模大幅增长。具体情况详见“经营情况讨论与分析”部分。

3、公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年 增减(%)	2019年
总资产	4,126,920,634.04	3,866,460,232.46	6.74	3,285,443,251.14
归属于上市公司股东的净资产	3,171,381,849.96	2,849,405,054.96	11.30	2,556,925,879.44
营业收入	3,385,059,255.51	2,791,591,948.24	21.26	2,705,396,243.00
归属于上市公司股东的净利润	464,591,713.85	419,058,020.92	10.87	359,967,239.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	431,686,157.80	327,128,429.99	31.96	320,754,861.85
经营活动产生的现金流量净额	597,171,048.92	282,988,369.42	111.02	491,584,397.14
加权平均净资产收益率(%)	15.43	15.51	减少0.08个百分点	14.96
基本每股收益(元/股)	1.08	0.97	11.34	0.84
稀释每股收益(元/股)	1.08	0.97	11.34	0.84

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	860,956,194.27	807,523,549.00	861,793,512.51	854,785,999.73
归属于上市公司股东的净利润	117,260,477.51	137,533,984.26	112,953,705.27	96,843,546.81
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	119,175,978.83	113,851,063.91	118,929,107.04	79,730,008.02
经营活动产生的现金流量净额	-119,998,544.41	20,601,299.89	287,973,383.89	408,594,909.55

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

4、 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					47,311		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					52,014		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有 有限 售条 件的 股份 数量	质押、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
中国宝安集团股份有限 公司	0	126,163,313	29.27	0	质押	100,000,000	境内 非国 有法 人
武汉商贸集团有限公司	0	22,018,723	5.11	0	无	0	国有 法人
香港中央结算有限公司	-6,268	11,407,440	2.65	0	无	0	境外 法人
何雪萍	8,190,000	8,190,000	1.90	0	无	0	境内 自然 人
中国工商银行股份有限 公司—中欧时代先锋股 票型发起式证券投资基 金	5,696,461	5,696,461	1.32	0	无	0	其他
溪牛投资管理（北京） 有限公司—溪牛长期回 报私募证券投资基金	5,234,181	5,234,181	1.21	0	无	0	其他
华一发展有限公司	0	3,754,868	0.87	0	无	0	境外 法人
招商证券股份有限公司	1,642,194	3,201,397	0.74	0	无	0	境内 非国 有法

							人
中国银行股份有限公司一博时医疗保健行业混合型证券投资基金	2,766,900	2,766,900	0.64	0	无	0	其他
中国工商银行股份有限公司一泰康策略优选灵活配置混合型证券投资基金	2,000,040	2,000,040	0.46	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	上述股东中，华一发展有限公司为中国宝安集团股份有限公司的控股子公司，公司未知其余股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

□适用 √不适用

4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

□适用 √不适用

4.5 公司债券情况

□适用 √不适用

第三节 重要事项

一、公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

（一）经营情况讨论与分析

2021年公司实现营业收入33.85亿元，同比增长21.26%；归属于上市公司股东的净利润4.65亿元，较上年同期增长10.87%，其中归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润4.32亿元，较上年同期增长31.96%。其中，医药工业主营业务收入同比增长21.42%，医疗服务主营业务收入同比增长33.77%，医药商业主营业务收入同比增长25.26%。

1、做强核心，肛肠领域竞争优势不断强化。

（1）肛肠品类序列不断丰富，规模持续增长。围绕肛肠领域全病程客户需求，不断丰富产品序列，目前已形成26个品种86种规格产品，涵盖药品、医疗器械、保健品、食品等多种品类，满足肛肠疾病和保健的全病程需求。肛肠品类规模持续增长，2021年同比增长18.81%。品牌价值不断提升，连续18年入选“中国最具价值品牌”，品牌价值达到492.81亿元。

（2）肛肠服务持续拓展。强化医疗服务产业布局，重点打造5家专科医院，联合建设58家肛肠诊疗中心，搭建小马医疗线上服务平台，注册医生人数超过3万人，获批湖北省首家民营互联网医院，完善肛肠服务运营资质，形成从药到医的全产业布局，进一步拓宽核心竞争领域护城河。诊疗产业收入规模同比增长33.77%。

（3）坚决打好三大终端拦截战役，提升终端营销能力。布局以“县域终端市场、基层医疗机构、社区终端”为重心的三大终端拦截战役。推动公司主导产品在县域终端市场全覆盖，实现主导产品在县级医院覆盖率超90%。深化与公立医院合作共建肛肠诊疗中心模式，强化公司品牌对诊疗领域的影响力，通过品牌导入、肛肠技术体系建设、专家技术、运营支持、肛肠专科设备合作等方式，持续完善肛肠诊疗中心建设，目前共建中心已覆盖17个省，58个市县级地区。以马应龙大药房为主体覆盖社区终端，拓展对社区终端的服务能力，联动重症药房、中医馆扩大药房服务半径，推动线上线下双运行模式，药品零售规模同比增长12.4%。

2、拓宽领域，提升平台运营质量和能力。

（1）拓展新兴产业，培育发展动能。围绕技术、市场需求、品牌优势等延伸发展大健康产业，打造功能型化妆品、功能性护理品和功能性食品等系列产品，大健康上市品种达到135个，产业

规模超 3 亿。回归本源，布局发展眼科业务，目前已拥有八宝眼膏、复方右旋糖酐 70 滴眼液等多个产品。并购组建马应龙美康作为眼科产品生产基地，储备眼科药品交付能力。

(2) 加速智能制造，提升交付品质和效率。董事会发布《关于大力发展数据工程的指导意见》，推动生产数字化升级。公司主导产品生产车间升级自动化、智能化产线，包含自动配料系统、2 条高速软膏线、3 条高速栓剂线和 11 个工业机器人、3 套 CIP 系统，实现核心产线 100% 数字化管理，形成国内最先进的膏栓智能生产线；推动 5G+ 工业互联网建设，集成运行生产智慧管理平台，采用 3D 动态模拟工厂、数字孪生等技术打造 5G+ 工业制造智慧管理平台，产品交付周期平均缩短一半以上。公司获评湖北省基于互联网的制造业“双创”平台、湖北省上云标杆企业、5G 全连接工厂（园区）项目等。

(3) 优化机制，提升全渠道营销能力。结合市场导向和战略引领的双重制导原则，建立以客户为中心的价值驱动机制，基于“人货场”重构客服销售系统架构。完善品类管理机制，实行产品经理负责制，实现肛肠、眼科、皮肤、大健康等重点品类的全过程规划；统筹全渠道布局，强化营销资源的协同，适应产品和业态的多样化发展需求，构建线下营销总部和线上营销总部，实行渠道经理负责制。线上业务渠道联通医药工业、商业、诊疗、大健康等全产业，实现线上线下互动经营，线上业务规模快速增长至 8 亿，同比增长 56%。

3、做优管控，提升管理效率。

(1) 推行战略成本管理，有效管控关键环节成本。完善全价值链的成本管控体系，建立产品成本价值评估机制，细化产品成本核算，优化目标成本管理，通过工艺改进、流程再造和模式创新，促进成本的持续改善。制造环节生产成本得到有效控制，2021 年毛利率较上年同期提升 0.84 个百分点。

(2) 深化实施“四定”工程，提升人力资源经营效率。围绕“定事、定岗、定人、定薪”，进一步完善组织架构、部门职责以及岗位责任，优化人力资源结构；构建和完善内部培训平台，以企业技能培训为重心，促进产学研一体化，实现产教融合，工学相长，提升员工综合素质，促进团队能力拓展，适应公司战略转型和升级需求。

(3) 实施全面风险管理，增强抗风险能力。设立风险管理委员会统筹实施全面风险管理，关注内部环境变化，支持、督导和检查内部运营状况，以质量、法务、审计、合规、安全为核心，开展重点风险联防联控，提升风险管控能力和协同性，积极组织 and 参与防疫抗疫工作，保障业务运营的合规、高效运作。

二. 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的, 应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用

公司名称	马应龙药业集团股份有限公司
法定代表人	陈平
日期	2022年3月21日