

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 2024 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

截至2024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6.20元（含税），派发现金股利总额为267,253,412.42元（含税），占本报告期经审计的归属于上市公司所有者的净利润的50.61%。该方案已经公司第十一届董事会第十八次会议审议通过，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	郭艳萍
联系地址	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
传真	027-87291724	027-87291724
电子信箱	maqian1582@sohu.com	gyp1582@163.com

2、 报告期公司主要业务简介

根据中国证监会颁发的《上市公司行业统计分类与代码》（JR/T 0020—2024），公司所处行业为医药制造业。

（一）报告期内公司所处行业情况

2024 年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，在健康中国战略背景下，健康产业在政策深化与市场变革中加速转型。一方面，国家重点培育医药领域新质生产力，持续深化医改政策，如加速创新药发展、开展药品价格治理、推动医药集采提质扩面、促进医保目录调整常态化、完善中医药顶层设计等，促进医药行业的创新和可持续发展。另一方面，国民健康意识显著提升，个人健康管理从疾病治疗转向主动预防。多重因素影响下，医药行业挑战与机遇并存。

1、行业整体经营情况

（1）医药工业

根据中国医药企业管理协会发布的《2024 年医药工业运行情况》显示，2024 年规模以上医药工业增加值按照不变价格计算同比增长 3.4%；规模以上企业实现营业收入 29,762.7 亿元，同比持平；实现利润 4,050.9 亿元，同比下降 0.9%。各子行业走势分化，化学原料药、医疗仪器设备及器械 2 个子行业营业收入和利润双增长，中药饮片、生物制品、药用辅料及包装材料等 3 个子行业利润为负增长，化学制剂、中成药、制药专用设备 3 个子行业营业收入和利润均为负增长。

（2）医疗服务

国家卫健委数据显示，2024 年 1-8 月，全国医疗卫生机构总诊疗人次 50.1 亿人次（不包含诊所、医务室、村卫生室数据），同比增长 10.7%。医院 30.0 亿人次，同比增长 9.1%，其中，公立医院 25.1 亿人次，同比增长 9.3%；民营医院 4.9 亿人次，同比增长 8.1%。基层医疗卫生机构 17.8 亿人次（不包含诊所、医务室、村卫生室数据），同比增长 14.4%，其中，社区卫生服务中心（站）7.1 亿人次，同比增长 19.0%；乡镇卫生院 8.7 亿人次，同比增长 10.8%。

2024 年 1-8 月，全国医疗卫生机构出院人次 21,170.3 万，同比增长 6.5%。医院 17,253.9 万人次，同比增长 6.6%，其中，公立医院 14,142.3 万人次，同比增长 6.7%；民营医院 3,111.6 万人次，同比增长 5.9%。基层医疗卫生机构 3,110.8 万人次，同比增长 5.6%。医疗服务呈现需求刚性。

（3）医药商业

根据中康 CMH 数据，2024 年全国零售药店市场累计销售规模达 5,282 亿元，同比下滑 2.2%，其中：药品市场规模占比 82.8%，规模同比增长 0.3%；非药市场规模占比 17.2%，规模同比下滑 12.4%。

2、行业政策情况

（1）创新药加速发展

2024 年以来，创新药领域陆续出台多项利好政策。2024 年 3 月，《政府工作报告》提出“加快创新药等产业发展”。2024 年 7 月，国务院审议通过《全链条支持创新药发展实施方案》，指出要全链条强化政策保障，统筹用好价格管理、医保支付、商业保险、药品配备使用、投融资等政策，优化审评审批和医疗机构考核机制。与此同时，国家药监局发布《优化创新药临床试验审评审批试点工作方案》，优化创新药临床试验审评审批机制，探索建立全面提升药物临床试验质量和效率的工作制度和机制。创新药相关政策的陆续发布，有助于为创新药的研发和上市提供高效便捷的通道。

（2）药价治理持续深化

2024 年 1 月，国家医保局在全国医疗保障工作会议中明确提出，2024 年要发挥药品价格治理效能，推进挂网药品价格专项治理，探索药品价格形成新机制，加大价格招采信用评价披露力度。2024 年 1 月，国家医保局发布《关于促进同通用名同厂牌药品省际间价格公平诚信、透明均衡的通知》，开始“四同药品”价格治理，以期消除“四同”挂网药品省际间不公平高价、歧视性高价。2024 年 5 月，国家医保局发布《关于开展“上网店，查药价，比数据，抓治理”专项行动的函》，大力推进“药品比价”功能上线，通过对零售药店价格监测和披露，引导药店主动规范药价。药品价格治理从院内市场拓展至院外市场，从线下拓展至线上，管理手段日益精细化。

（3）医药集采提质扩面

2024 年 5 月，国家医保局发布《关于加强区域协同做好 2024 年医药集中采购提质扩面的通知》，提出继续大力推进医药集中带量采购工作，扩大联盟范围，聚焦重点领域，积极推进 2024 年集采扩面。2024 年 12 月，国家医保局、国家卫健委联合发布《关于完善医药集中带量采购和执行工作机制的通知》，进一步完善医药集中带量采购和执行工作机制，重点从集采药品耗材的进院、使用、监测、考核、反馈等各环节提出细化措施。2024 年 12 月，国家组织药品联合采购办公室正式发布第十批《全国药品集中采购拟中选结果》，中选产品平均降幅达 70% 左右。同时，安徽、浙江、湖北联盟陆续组织开展中成药集采，涉及的品种范围进一步扩大，中成药集采持续扩面。

（4）医保基金监管纵深推进

根据国家医疗保障局最新数据，2024 年 1-12 月，基本医疗保险基金（含生育保险）总收入 28,507.29 亿元，较上年同期增长 5.2%，同口径基本医疗保险基金（含生育保险）总支出 23,824.42 亿元，较上年同比增长 8.1%。2024 年 4 月，国家医保局联合多部门发布《2024 年医保基金违法违规问题专项整治工作方案》，在全国范围内开展专项整治工作，严厉打击欺诈骗保违法犯罪行为。2024 年 10 月，国家医保局发布《关于加强医疗保障基金社会监督员管理工作的指导意见》，进一步规范社会监督员管理，促进社会监督员履职，推动医保基金社会监督作用更好发挥。

（5）医保目录常态调整

2024 年 11 月 28 日，国家医保局正式印发《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录（2024 年）》，于 2025 年 1 月 1 日开始执行。本次调整，共有 91 个药品新增进入国家医保药品目录，调出 43 种临床已被替代或长期未生产供应的药品。本次调整有四个显著特点：一是目录调整工作机制成熟，预期稳定，谈判成功率 76%，平均降价 63%，总体与 2023 年基本相当；二是目录结构进一步优化，目录内品种更加丰富，患者用药水平进一步提升，调整后，目录内药品总数将增至 3,159 种，其中西药 1,765 种、中成药 1,394 种；三是调整突出体现“支持真创新，真支持创新”，新增的 91 种药品中有 90 个为 5 年内新上市品种，38 个是“全球新”的创新药，创新药谈判成功率超 90%；四是更加强调供应保障，让群众“买得到、用得上、能报销”。

（6）医保支付方式改革提速

2024 年 7 月，国家医保局发布了《关于印发按病组和病种分值付费 2.0 版分组方案并深入推进相关工作的通知》，推出按病组（DRG）和病种分值（DIP）付费等医保支付方式的改革，提高支付方式规范统一性，增强医保基金的利用率，减少基金浪费，促进合理诊疗、因病施治。据国

家医保局披露，到 2024 年 12 月 116 个统筹地区已经提前上线 2.0 版分组方案，其余统筹地区也都完成了细化分组、数据测算等准备工作，2025 年 1 月初按时切换分组版本。在配套机制方面，70%以上的统筹地区建立了预付金机制，95%以上的统筹地区建立完善了特例单议、意见收集、沟通协商和数据工作组机制。地方层面，辽宁、广东、山东、安徽等地医保局出台 DRG/DIP 新规，明确了执行时间表，医保支付方式改革正在加速推进。

（7）中医药顶层设计逐步完善

近年来，中医药行业受到各级政府的高度重视和国家产业政策的重点支持，国家陆续出台多项政策，鼓励中医药行业发展与创新。2024 年《政府工作报告》中提出要促进中医药传承创新、加强中医优势专科建设。2024 年 6 月 6 日，国务院办公厅印发的《深化医药卫生体制改革 2024 年重点工作任务》，提出推进中医药传承创新发展，包括推进国家中医药传承创新中心、中西医协同“旗舰”医院等建设、支持中药工业龙头企业全产业链布局，加快中药全产业链追溯体系建设，同时，深化医保支付方式改革，开展中医优势病种付费试点。中医药行业发展获政策大力支持。

3、公司所处行业地位及变化情况

公司坚持品牌经营战略，遵循“目标客户一元化、服务功能多元化”的延伸策略，由药品制造商向健康方案提供商转型升级，大力发展大健康产业，形成了医药工业、医疗服务、医药商业的产业布局。

医药工业领域，马应龙拥有八宝名方，含有麝香、牛黄、琥珀、珍珠、冰片、炉甘石、硼砂、硃砂等八味中药，马应龙眼药制作技艺 2011 年入选“国家非物质文化遗产名录”，并在此基础上，陆续研制推出了马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、龙珠软膏、马应龙八宝眼霜等深受用户好评的产品。2019 年，国家工信部发布第四批制造业单项冠军企业（产品）通告，公司治痔膏药获选单项冠军产品，是国内唯一获此殊荣的中药类产品，2022 年 11 月顺利通过国家工信部制造业单项冠军企业（产品）复评。根据中康资讯《2023 年肛肠类市场竞争态势研究报告》显示，2023 年公司在零售终端市场份额稳中有升。

医疗服务领域，公司入选“2024 届社会办医医院集团 100 强”，马应龙肛肠诊疗技术研究院是经国家民政部批准设立的肛肠诊疗技术研究院，北京医院为社会办医三甲肛肠专科医院，武汉医院联合小马医疗 2021 年获批成为湖北省互联网医院。

医药商业领域，马应龙大药房荣获 2023-2024 年度中国药店价值榜百强企业等。

（二）报告期内公司从事的业务情况

1、发展沿革

马应龙创始于 1582 年，以眼药起家，拥有八宝名方。根据中医异病同治的原理以及马应龙八宝名方所具有的“清热解毒、活血化瘀、消肿止痛、祛腐生肌”的功效，20 世纪 80 年代以来，公司研发人员在八宝名方配伍的基础上，结合消费者的使用反馈，陆续研制推出了马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、龙珠软膏和马应龙八宝眼霜等深受用户好评的产品（见下图）。公司以眼药起家，结合当时的市场竞争状况，主动选择聚焦肛肠，经过多年深耕，逐步构建了肛肠细分市场优势地位。2012-2015 年公司联合中华中医药学会肛肠分会开展了“中国成人常见肛肠疾病流行病学调查”，流调结果整体呈现“一高两低”特点，即发病率高、就诊率低和认知度低。由此判断，肛肠健康领域空间广阔，潜力巨大，任重道远。在此背景下，公司贯彻执行品牌经营战略，遵循“目标客户一元化，服务功能多元化”的发展思路，构建肛肠健康方案提供商，大力发展大健康产业，由原先的以药品治疗为主向全生命周期的健康管理延伸，涵盖预防、保健、诊断、治疗、康复，并逐步构建细分领域竞争屏障。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。



图：马应龙主要产品发展历程

2、主要业务、主要产品及其用途、经营模式

（1）医药工业

公司持续强化核心优势，实施关联延伸，打造结构性优势。聚焦肛肠细分领域，持续做精做深做透，构建细分领域竞争屏障；回归老字号眼科本源，聚焦眼部美妆、保健、治疗，大力发展眼美康；持续挖潜盘活，发挥既有优势，积极拓展皮肤健康护理。逐步构建形成了以肛肠为核心，以眼科、皮肤等为支柱的产品格局，涵盖药品、大健康产品等。目前拥有国药准字号药品百余个，拥有马应龙麝香痔疮膏、麝香痔疮栓、马应龙八宝眼膏、龙珠软膏等独家药品 10 多个，生产剂型涵盖膏、栓、片剂、洗剂、中药饮片等。与此同时，基于全生命周期的健康管理需求（预防、保健、诊疗、治疗、康复），由诊断治疗向前向后延展，积极拓展大健康业务，目前拥有大健康产品 200 余个，涵盖肛肠医疗器械、肛肠卫生用品及日化品、肛肠功能性食品等肛肠健康产品，以眼

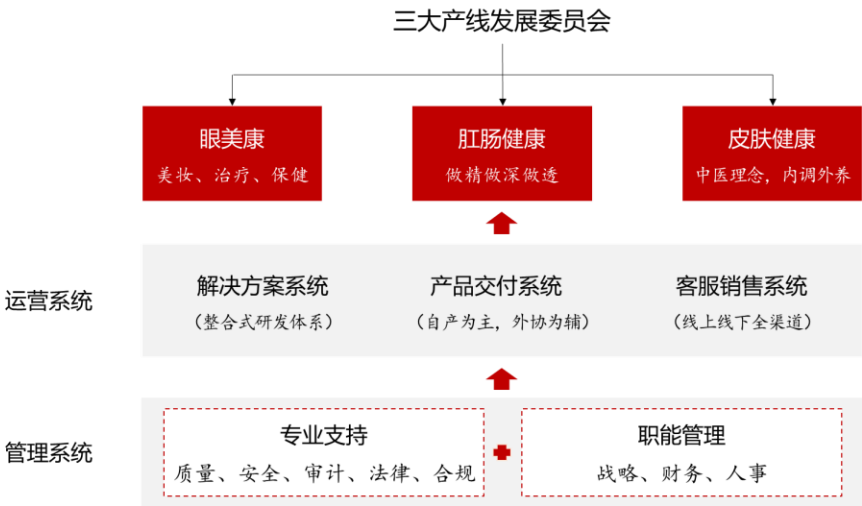
霜、眼部精华、眼部精油等为代表的眼部健康产品，以及持续开发“内调外养”系列产品的皮肤类健康产品。



图：马应龙主要药品、大健康产品

在保障成本、质量、效率的前提下，公司以自主生产为主，委托生产、贴牌生产为辅。公司核心产线生产设施先进，拥有国际领先、国内尖端的膏栓智能生产线，包括 4 套自动配料系统、2 条高速软膏线、5 条高速栓剂线和 11 个工业机器人、4 套在线清洗系统；公司智能制造项目，报告期内获评国家工信部“国家技术创新示范企业”、“工业互联网试点示范项目”、“5G 工厂名录”、国家级绿色工厂等。同时公司以马应龙美康江西生产基地打造眼药发展平台，拥有滴眼剂等生产条件。

公司围绕肛肠健康、眼美康、皮肤健康持续完善运营管理体系建设，成立三大产线发展委员会，完善解决方案系统、产品交付系统、客服销售系统，强化系统支持能力，持续提升专业支持和职能管理水平，支撑业务发展。



图：医药工业运行架构图

(2) 医疗服务

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。公司秉承中医“大医精诚”的理念办医院，先后在武汉、北京、西安、大同等地建立马应龙肛肠连锁医院。目前已汇聚了一批由中国肛肠病治疗领域最具影响力的专家领衔组成的医生

团队，拥有主任、副主任医师 40 多人，博士生导师 6 人，硕士生导师 15 人，为当下国内规模领先的肛肠专科连锁医院。同时，为充分发挥马应龙在肛肠领域的优势，在肛肠专科标准化建设、肛肠诊疗技术系统培训及规范、疑难病远程会诊等方面为县级医院提供全方位服务，公司先后与百余家县市级基层医疗机构共建了马应龙肛肠诊疗中心。马应龙肛肠连锁医院与众多国家级医药科研机构保持着良好合作，共同建立了北京大学马应龙博士后工作站、卫生部医药生物工程技术研究中心临床基地、国家中医药管理局肛肠病重点专科、军事医学科学院马应龙博士后工作站、中山大学达安基因肛肠疾病研究及检测中心、湖北省肛肠药物工程技术研究中心等研发机构，并先后承担省部级以上科研课题 15 项，着力将马应龙肛肠连锁医院打造成为集临床诊疗和科研于一体的专业化医院，使马应龙肛肠连锁医院专家团队始终保持与国际上最先进的肛肠诊疗技术接轨，使患者优先享受到最新科研成果的诊疗服务。马应龙健康云平台“小马医疗”作为公司为打造健康方案提供商，构建商业生态链而构建的专业化、垂直化的移动医疗平台，希望通过整合药品经营、诊疗技术、医疗服务、健康数据等各种资源，链接药企、医院、医疗信息化厂商、医疗器械和智能硬件厂商、体检机构、保险机构等行业资源，构建全链条、一体化的肛肠健康生态圈。



图：马应龙肛肠诊疗中心合作模式

（3）医药商业

医药商业包括医药零售和医药物流两大业务。

公司医药零售主要由旗下子公司马应龙大药房运营，实行以会员管理为中心的健康家运营模式，以线下零售药房为依托，以线上业务创新发展为平台，始终致力于健康产业的发展，做大众身边的专业健康管理专家。以“安全、专业、实惠、便利”为核心价值主张，以品牌提升价值，以服务赢得竞争，凭借优质的商品和良好的服务在广大消费者中形成了“买品牌药到马应龙”的口碑。

医药物流主要从事药品批发、医疗器械经营、药品互联网信息服务等，经营业务主要包括自营业务、分销业务、委托储存配送业务等。自营业务以承接公司体系内部分产品销售以及开展贴牌代理为主，分销业务主要为线下聚焦重点连锁配送、线上聚焦核心 C 端配送，委托储存配送业务按药品第三方物流管理规范为委托方提供药品存储、运输等服务。

3、主要业绩驱动因素

2024 年公司实现营业收入 37.28 亿元，同比增长 18.85%；实现归属于母公司所有者的净利润 5.28 亿元，同比增长 19.14%；归属于母公司的扣除非经常性损益的净利润 5.11 亿元，同比增长 44.98%。主要业绩详细分析请见以下“经营情况讨论与分析”。

4、经营情况讨论与分析

2024 年公司以“不忘初心，守正出奇，笃行致远”为指导思想，执行“打造优势，提升效率”的经营策略，各项工作取得了积极进展。2024 年公司实现营业收入 37.28 亿元，同比增长 18.85%；实现归属于母公司所有者的净利润 5.28 亿元，同比增长 19.14%；归属于母公司的扣除非经常性损益的净利润 5.11 亿元，同比增长 44.98%。

（一）医药工业：巩固优势，关联延伸，经营态势向好。2024 年医药工业主营业务收入 21.61 亿元，同比增长 17.82%。

1、深化药线调整，药品经营能力持续提升。

持续深化与特约经销商合作，动态优化特约分销商、配送商网络布局，促进区域内有效协同，运行情况良好。集中资源加大头部连锁拓展及合作力度，百万级、千万级产出的连锁数量持续增加，头部连锁产出贡献占比同比提升，在零售终端销售实现持续增长。新设广阔渠道，加大基层市场拓展力度，选取区域试点，完善商业渠道建设，加强区域纯销网络构建，推动膏、栓及二线品种在第三终端的覆盖，报告期内试点地区主要品种终端覆盖率实现同比提升。药线渠道整体经营能力提升明显，推动母公司营收同比增长超 19.91%，其中治痔药品同比增长 23.19%。

2、强化品类经营，大健康业务不断拓展。

巩固肛肠领域核心优势，实施关联延伸。顺应肛肠健康管理需求，全新升级上市卫生湿巾系列，以痔疮护理为切入点，精准定位目标客户群体，通过精心研发独特配方、选用优质材料等，打造差异化竞争优势。构建产品专业形象，连续发布湿厕纸新消费趋势白皮书、肛周皮肤微生态护理白皮书，强化肛肠护理领域专业地位。注重内容营销，策划层次分明、丰富多样的营销推广活动，进一步提升品牌知名度。2024 年卫生湿巾系列年销售规模突破亿元。回归眼科本源，在夯实眼部药品经营的基础上，持续强化眼部健康大单品打造，提升线上业务盈利能力。2024 年美妆

系列产品营收同比增长 30%。在卫生湿巾系列、八宝眼霜系列等品类的拉动下，报告期内大健康整体规模实现同比增长、利润持续增厚。

3、加码品牌营销，促进终端市场销售。

强化品牌营销的统一规划与部署，线上、线下各渠道分线协同，报告期内加大资源投放力度，采用多手段整合营销传播方式，助力终端市场拓展。一是坚持内容营销，持续开展达人合作，策划热点话题，强化专业背书，扩大品牌声量。二是加大媒介投放，联合滴滴出行发起“出行护航计划”关怀司机群体，投放武汉地铁承接文旅热度，借助丰巢到家及各大文旅景区布局“健康厕所”特色场景，通过聚焦精准人群与特色场景的媒介投放，抢占目标用户心智。三是打造品牌推广季特色营销节日，围绕 510 品牌日、529 肠道健康日、66 爱眼日等节点，系统开展多形式、多层次、广覆盖的营销推广活动，形成传播合力。

4、优化研发架构，多项在研项目取得进展。

围绕产业布局，优化调整研发内设机构设置，强化专业分工，聚焦肛肠、眼科、皮肤等战略重点领域，系统提升解决方案支持能力，报告期内多项在研项目取得进展。肛肠类中药一类创新药虎麝止血止痛膏（暂定）获得临床批件，复方聚乙二醇电解质散（III）获得药品注册证书，自主专利菌种获得保藏证书、正积极推进相关产品开发；眼科类用药地夸磷索钠滴眼液、盐酸莫西沙星滴眼液获得药品注册证书；皮肤类主导品种龙珠软膏成功获得中华中医药学会临床应用专家共识，将进一步为医生在临床使用提供参考依据。与此同时完成 60 个大健康产品的自主研发，涵盖特妆、医疗器械等，为后续大健康业务市场拓展奠定坚实基础。

5、深化智能制造，交付质效提升明显。

公司在已建成国内中药大品种数字化智能工厂的基础上，持续深化智能制造，柔性物流系统、供应链协同系统、智能排产系统等顺利推进并在运行中不断优化；有序推进产能建设，年内栓剂新增引进原料配制系统、两条进口高速生产线，软膏剂新增原料配罐线，散剂新增条包线等，推动栓剂、软膏剂、散剂产能实现有序提升。年内智能工厂建设成果新增入选国家工信部“工业互联网试点示范项目”、“国家 5G 工厂名录”，公司被评为“国家技术创新示范企业”。与此同时，公司积极践行 ESG 理念，借助打造智能工厂契机，持续推动绿色工厂建设，报告期内先后获得湖北省绿色制造和国家级绿色工厂称号。持续加强全面质量管理，报告期内顺利通过各类常规检查、专项检查，质量管理成效获监管部门认可，栓剂、软膏剂车间获授为省药品检查员实训基地。

（二）医疗服务：筑牢基底，强化布局，挖掘平台价值。2024 年医疗服务主营业务收入 4.49 亿元，同比增长 30.15%。

直营医院积极顺应 DRG 改革，优化调整医疗项目结构，积极拓展肠道菌群移植、大肠水疗等消费医疗业务，经营业绩保持稳定。累计签约百家肛肠共建诊疗中心，持续优化运营支持模式，通过组织开展多主题活动、丰富共建圈专家库、促进行业专家交流等方式，提升共建中心诊疗服务能力。强化医疗领域品牌影响力建设，积极开展内容营销，开展线上肛肠知识科普活动，年内组织开展数十场肛肠手术直播，联合业内大咖出版《肛瘘理论与实践》课程；强化信息数字技术在肛肠诊疗领域的应用探索，完成 46 例 3D 肛肠数字模型以及 AI 肠镜辅助检查系统 V2.0、电子结肠内窥镜图像处理软件等开发，助力提升肛肠领域诊疗效率。

（三）医药商业：顺应趋势，优化结构，提升经营质量。2024 年医药商业主营业务收入 12.49 亿元，同比增长 14.81%。

药品零售积极调整线上业务结构，促进业务规模、净利润同比增长。医药物流优化供应结构，拓展工业企业资源，强化与商业公司合作，提升连锁终端配送能力，2024 年医药物流经营业绩逐步企稳，销售规模同比增长，实现扭亏为盈。

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

	2024年	2023年	本年比上年 增减(%)	2022年
总资产	5,181,936,729.77	4,829,523,622.47	7.30	5,088,122,194.90
归属于上市公司股东的净资产	4,065,961,926.61	3,737,968,219.51	8.77	3,494,620,050.12
营业收入	3,728,023,668.64	3,136,746,407.53	18.85	3,532,379,037.45
归属于上市公司股东的净利润	528,093,859.48	443,250,935.32	19.14	478,571,950.10
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	510,857,286.05	352,367,707.07	44.98	461,275,872.17
经营活动产生的现金流量净额	497,608,730.77	604,065,441.30	-17.62	341,852,836.66
加权平均净资产收益率(%)	13.56	12.31	增加1.25个百分点	14.35
基本每股收益（元 / 股）	1.23	1.03	19.42	1.11
稀释每股收益（元 / 股）	1.23	1.03	19.42	1.11

注：1、2024年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比增长44.98%，主要因医药工业营收增长以及产品结构变化。

2、公司2024年经营活动产生的现金流量净额同比下降17.62%，主要因本期期末未到期应收票据规模增加。

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	955,017,184.55	972,697,941.98	864,101,704.84	936,206,837.27
归属于上市公司股东的净利润	197,665,895.38	114,246,117.65	145,592,209.22	70,589,637.23
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	193,099,080.66	115,456,625.51	140,415,128.49	61,886,451.39
经营活动产生的现金流量净额	59,465,024.89	165,703,661.24	92,117,763.69	180,322,280.95

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

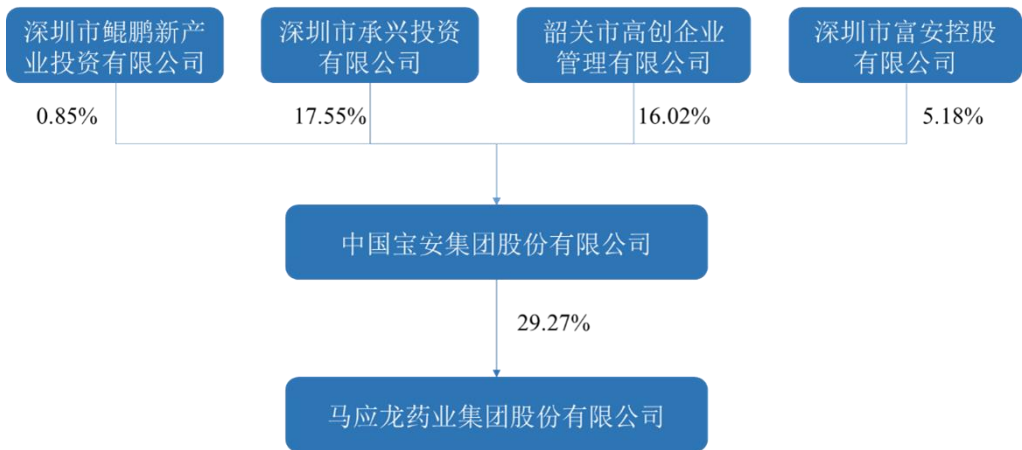
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					36,153		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					40,455		
前十名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）							
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
武汉国有资本投资运 营集团有限公司	0	22,449,723	5.21	0	无		国有法人
中信银行股份有限公 司—交银施罗德新生 活力灵活配置混合型 证券投资基金	628,800	13,810,509	3.20	0	未知		其他
香港中央结算有限公 司	7,817,411	12,957,480	3.01	0	未知		其他
招商银行股份有限公司—交银施罗德新成	5,947,489	7,094,989	1.65	0	未知		其他

长混合型证券投资基金							
基本养老保险基金八零七组合	460,700	6,856,723	1.59	0	未知		其他
瑞银资产管理（新加坡）有限公司—瑞银卢森堡投资 SICAV	4,642,400	4,642,400	1.08	0	未知		其他
中国建设银行股份有限公司—南方医药保健灵活配置混合型证券投资基金	4,509,116	4,509,116	1.05	0	未知		其他
交银施罗德基金—中国人寿保险股份有限公司—传统险—交银施罗德德国寿股份均衡股票传统可供出售单一资产管理计划	4,146,700	4,146,700	0.96	0	未知		其他
香港金融管理局—自有资金	4,051,100	4,051,100	0.94	0	未知		其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未知上述股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。						

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



注：1、上述产权控制关系为截至 2024 年 12 月 31 日情况，持股比例保留两位小数。

2、截至 2024 年 12 月 31 日，本公司控股股东中国宝安集团股份有限公司的第一大股东深圳市承兴投资有限公司及其一致行动人深圳市鲲鹏新产业投资有限公司合计持有中国宝安股份总数的 18.39%，第二大股东韶关市高创企业管理有限公司持有中国宝安股份总数的 16.02%，第三大股东深圳市富安控股有限公司持有中国宝安股份总数的 5.18%。中国宝安集团股份有限公司无控

股股东，无实际控制人。

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

5、公司债券情况

☐适用 ☒不适用

第三节 重要事项

1、 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。

☐适用 ☒不适用

2、 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

马应龙药业集团股份有限公司

董事长：陈平

2025 年 4 月 1 日