

石家庄以岭药业股份有限公司

2018 年度董事会工作报告

2018年是公司“六五”规划的开局之年。报告期内，公司董事会和管理层以“五运隆兴、市场龙头、科技驱动、跨越发展”为指导思想，以国家政策为契机，以市场需求为导向，带领全体员工，贯彻董事会的战略部署，紧密围绕着年初制定的年度经营计划目标，细化经营管理体制，深化营销网络建设、加大研发投入、严控产品质量、强化品牌建设、加强成本控制，通过一系列卓有成效的管理措施，不断丰富业务形态，完善业务链条，持续提升公司管理水平和管理效率，增强企业创新能力和盈利能力，全面提高公司核心竞争力。

2018年公司实现营业总收入 4,814,557,822.46元，同比增长17.97%；归属于上市公司股东的净利润 599,221,880.46元，同比增长10.82%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 569,120,104.69元，同比增长11.94%。

（一）中药板块

1、销售方面

公司始终坚持专业化的学术营销和市场推广模式。报告期内通过整合资源、明确目标、责任到人、跟踪问效，确保了各项市场资源的合理使用，进一步提高了销售资源利用率，各产品学术推广力度和覆盖范围大幅度提升。公司积极适应行业政策变化，调整营销策略，应对医保控费、二次议价等带来的影响；积极适应药品采购中逐步推行“两票制”的趋势，优化营销体系，加强区域管理和市场推广力度，对重点区域精耕细作，进一步调整并落实数据化市场分析策略和终端推广策略，加强市场开发和品牌建设，完善医疗终端和零售终端的渠道建设，全力以赴提升公司产品市场覆盖率和占有率。

针对城市医疗终端，公司进一步加强目标市场覆盖，新增城市等级医疗终端1,151家次，社区医疗终端9,327家次。公司持续强化学术推广，依托国家、省、市四级络病分会体系，组织召开国际络病学大会、省级、地市级络病学术年会483场，发布络病药物研究成果，强化产品学术影响力。报告期内，开展关爱医师健

康公益活动千余场，围绕心脑血管病、感冒流感、糖尿病等疾病开展社区健康教育活 动三千余场，影响教育社区居民二十余万人，持续提升目标人群对公司品牌的 认知度和忠诚度。公司专注基层医疗终端，实施终端分类精准推广。报告期内， 基层医疗终端新增开发医院29,821家次，其中二级及以上医疗终端新增开发2,771 家次；二级以下医院开发27,050家次（含村卫生室\卫生服务站）。公司围绕县级 医院、乡镇卫生院\社区卫生服务中心、村卫生室\卫生社区服务站等核心终端， 全面提升基层医疗学术服务推广能力，共开展“健康中国乡村行”县级讲师培训 110场，县级医师培训531场，乡镇讲师培训2,330场，乡医培训会5,426场，共涉 及1,721个县、8,931家基层终端，有效的树立了公司品牌形象，强化了络病理论 学术影响力，有利的促进了公司产品在基层医疗市场占有率的持续提升。公司在 零售终端采取全品覆盖策略，重点锁定全国10万家药店进行全产品覆盖，选择重 点连锁381家以及次重点连锁517家进行一对一产品学术信息沟通服务，并进行终 端产品实物陈列和POP包装陈列，让更多消费者了解和信任产品，与连锁企业合 作开展有针对性的药事服务及健康检测服务，让老百姓切身体验到免费服务和身 体健康检测。此外，公司还持续加强患者教育，积极推动中华通络操健身活动展 演，以运动引领消费者共同提升对络病理论和通络八字养生文化的理解。

公司专利产品以其卓越的临床疗效陆续进入多个临床专家共识或诊疗方案， 为产品学术推广创造了有利条件。公司专利产品通心络胶囊、参松养心胶囊、芪 芩强心胶囊、津力达颗粒等产品多次被临床指南、专家共识收录并推荐，为公 司产品更好的服务于临床奠定良好的基础。

公司专利产品被临床专家共识收录并推荐情况

产品	单位	文件名称
通心络胶囊	中华医学会	《冠脉微血管疾病诊断和治疗的专家共识》2017
		《冠状动脉痉挛综合征诊断与治疗中国专家共识》2015
	中国中西医结合学会	《动脉粥样硬化中西医结合诊疗专家共识》2017
		《急性心肌梗死中西医结合诊疗专家共识》2014
		《慢性脑缺血中西医结合诊疗专家共识》2018
	中华中医药学会	《经皮冠状动脉介入治疗（PCI）术后胸痛中医诊疗专家共识》2014
		《经皮冠状动脉介入治疗围手术期心肌损伤中医诊疗专家共识》2017
	中国老年医学会	《高龄老年（≥75岁）急性冠状动脉综合征患者规范化诊疗中国专家 共识》2018

参松养心胶囊	中华医学会	《心房颤动：目前的认识和治疗建议》2018
		《室性心律失常中国专家共识》2016
	国家卫健委	《心律失常合理用药指南》2016
芪苈强心胶囊	中国中西医结合学会	《慢性心力衰竭中西医结合诊疗专家共识》2014
	中华医学会	《中国心力衰竭诊断和治疗指南》2018
		《中国扩张型心肌病诊断和治疗指南》2018
津力达颗粒	中华医学会	《中国2型糖尿病防治指南》2017
	世界中医药学会	《国际中医药糖尿病诊疗指南》2017
	国家中医临床研究基地	《糖尿病中医药临床循证实践指南》2016

在中药国际化方面，公司积极推动中医药走向国际，先后与英国卡迪夫大学、荷兰莱顿大学医药联合研究中心等国际权威学术机构开展中药合作研究，推动多个具有自主知识产权的中药进入国际市场。目前，通心络胶囊、连花清瘟胶囊、参松养心胶囊、芪苈强心胶囊、养正消积胶囊等品种已经在韩国、越南、俄罗斯、加拿大、新加坡、印度尼西亚等多个国家注册并销售，通心络胶囊进入越南国家医保目录。

2、研发方面

公司不断加强科研投入，优化组织架构，提高研发产出效率。目前研究院设置有中药分院、化药分院、健康分院、安评中心、临床中心、国内注册中心、国际注册中心，通过短期、中期及长期的研发规划和投入，布局公司未来研发创新驱动动力。

围绕中药品种研发，公司聚焦于呼吸、消化、内分泌、免疫、神经等核心治疗领域，规范、科学开展临床试验工作，客观评价产品的疗效和安全性，探索产品的适用人群、用法用量及临床应用优势和作用特点，不断推进新产品研发。

公司针对已上市品种进行二次开发，开展临床再评价和作用机制研究，通过临床和实验数据验证产品确切疗效和作用机制，进一步提升公司产品的学术内涵和临床价值，将产品的学术优势转化为市场优势，推动业绩增长。“应用通心络干预颈动脉斑块的前瞻性、随机、双盲、安慰剂对照、多中心临床研究”结果论文发表在国际权威科技期刊《自然》（《Nature》）子刊《科学报告》（《Scientific Reports》，5年影响因子4.609）。“参松养心胶囊治疗窦性心动过缓伴室性早搏多中心、随机、双盲、安慰剂平行对照临床研究”文章被《The Journal of Alternative

and Complementary Medicine》杂志录用。“缺血性脑卒中的随机、双盲、安慰剂平行对照、多中心临床研究”、“养正消积胶囊改善晚期非小细胞肺癌患者化疗生活质量的随机、双盲、安慰剂平行对照多中心临床研究”、“连花清瘟胶囊治疗非流感病毒性肺炎临床研究”等多项循证医学项目已经揭盲，“津力达颗粒治疗血糖控制不佳2型糖尿病合并血脂异常患者的随机、双盲、安慰剂对照、多中心临床研究”正在进行中，“夏荔芪胶囊治疗良性前列腺增生循证医学研究”已启动。结合国家重点研发计划——络病学说营卫理论指导心血管事件链防治研究，布局5项临床循证研究，近期启动了围绕心血管复合终点事件的“中国通络治疗急性心肌梗死心肌保护研究”、“芪苈强心胶囊对慢性心衰复合终点事件的评估研究”和“参松养心胶囊对经射频消融房颤患者预后临床研究”。

公司进一步发挥中医络病理论创新优势，推动络病理论指导下络病病变与气络病变中医优势病种创新药物研发，同时积极布局经典名方、配方颗粒研发。2018年公司获得河北省中药配方颗粒临床研究批复，进一步拓展中药产业链布局，丰富和完善产品结构、满足市场需求，并积极利用品牌效应促进和扩大市场份额。公司目前已获临床批件品种涉及糖尿病及其并发症、泌尿系统、消化系统、呼吸系统、风湿类、耳鼻喉等疾病，在研立项品种27个，涵盖心血管系统、神经系统、呼吸系统、内分泌代谢系统、妇科、消化等疾病，处于临床前研究不同阶段，涉及复方、组分及单体药物及经典名方等；筛选储备品种20余个，涉及骨科、妇科、皮肤科、内分泌科、儿科疾病等领域。公司未来将会进一步丰富公司产品品类结构，延展公司药品的治疗领域，带来经济效益，增强企业竞争力。

目前公司已获批准进入临床的中药药品研发项目及其进展情况如下表所示：

序号	类别	名称	适应症	报告期末进展情况
1	中药6类	周络通胶囊	糖尿病性周围神经病变	开展临床研究
2	中药6类	解郁除烦胶囊	轻中度抑郁症	开展临床研究
3	中药6类	连花急支片	急性支气管炎	开展临床研究
4	中药6类	柴苓通淋片	下尿路感染	开展临床研究
5	中药6类	连花定喘片	支气管哮喘	开展临床研究
6	中药6类	百灵安神片	失眠症	开展临床研究
7	中药6类	络痹通片	类风湿性关节炎	获得临床批件

8	中药6类	柴黄利胆胶囊	慢性胆囊炎	获得临床批件
9	中药6类	玉屏通窍片	过敏性鼻炎	获得临床批件

2016年9月10日，连花清瘟胶囊美国FDA二期临床研究在弗吉尼亚州正式启动。该项研究在美国6个州共30家临床研究中心进行，依据国际规范化临床设计，针对连花清瘟治疗流感的作用特点，评价连花清瘟不同剂量、不同给药时间的退热、缓解肌肉酸痛、改善咽痛和咳嗽等症状的疗效和安全性，同时研究种族差异、生活习惯背景对连花清瘟疗效的影响。连花清瘟胶囊成为我国第一个获得美国FDA开展二期临床研究的治疗流行性感冒的中药，也是全球第一个获得美国FDA批准开展二期临床研究的大复方中药。目前该项目截止报告期末仍处于病例入选阶段，已完成过半入组目标。

3、专利注册

报告期内，公司顺利完成了多项专利申报、注册等工作。公司在报告期内获得国内发明专利22项，实用新型专利2项，外观设计专利73项，国际发明专利11项。截止2018年12月31日，公司已累计获得专利461项，其中发明专利274项，实用新型专利7项，外观设计专利180项。

公司在报告期内获得的国内发明专利如下表：

序号	专利名称	专利号	专利类型	有效期
1	一种含有乳香的治疗中风病的药物组合物及其制剂	201820534013.0	发明	2032-1-7
2	一种含有远志的治疗中风病的药物组合物及其制剂	201820533983.9	发明	2032-1-31
3	一种中药组合物在制备治疗痴呆的药物中的应用	201210003150.9	发明	2032-5-12
4	一种中药组合物在制备抑制血管生成的药物中的应用	201210021028.4	发明	2032-5-26
5	一种中药组合物在制备治疗酮症酸中毒合并类白血病反应药物中的应用	201210145860.5	发明	2032-6-28
6	一种中药组合物在制备治疗肝功能异常的药物中的应用	201210166200.5	发明	2032-8-9
7	一种中药组合物在制备治疗糖尿病氧化应激药物中的应用	201210216389.4	发明	2032-8-25
8	一种中药组合物在制备治疗中心性浆液性脉络膜视网膜病变中的应用	201210281997.3	发明	2032-8-25
9	一种中药组合物的制剂的制粒方法	201210304732.0	发明	2032-9-10
10	一种抗病毒中药组合物的制备方法及指纹图谱的测定方法	201210304733.5	发明	2032-11-13
11	一种治疗冠心病的中药组合物制剂及指纹图谱的测定方法	201210330265.9	发明	2032-12-6
12	一种治疗高血压并改善小动脉弹性的药物及其制备方法	201210450660.0	发明	2032-12-7
13	一种中药组合物在制备治疗中耳炎的药物中的应用	201210516705.X	发明	2032-12-6

14	一种具抗凝活性的菲牛蛭素多肽及其制备方法与用途	201210519910.1	发明	2032-11-29
15	中药组合物植物药中间体中单萜及皂苷类成分的分离方法	201210516652.1	发明	2033-6-29
16	一种半枝莲中野黄芩苷提取方法	201210504718.5	发明	2033-7-12
17	一种中药组合物制剂中有效成分的分离和鉴定方法	201310266771.0	发明	2033-9-2
18	一种益智仁水提物的有效成分的分离方法	201310292221.6	发明	2033-10-24
19	一种中药组合物及其鉴别方法	201310388821.2	发明	2033-11-11
20	一种阴香花挥发油中的有效成分的鉴别方法	201310504602.6	发明	2033-12-20
21	一种中药组合物制剂中多种成分含量的测定方法	201310555353.3	发明	2034-3-14
22	箭根酮内酯环糊精包合物及其制备方法，以及一种药物组合物	201310707256.1	发明	2035-11-3
23	一种含有乳香的治疗中风病的药物组合物及其制剂	201410094149.0	发明	2032-1-7
24	一种含有远志的治疗中风病的药物组合物及其制剂	201510736546.8	发明	2032-1-31

公司在报告期内获得的国际发明专利如下表：

序号	专利名称	专利号	国别	专利类型	有效期
1	一种中药组合物在制备促进骨髓间质干细胞在体存活和心肌分化的药物中的应用	08783591.4	欧洲	发明	2028-7-29
2	一种治疗支气管炎的药物及其制备方法	1201200238	越南	发明	2029-6-30
3	治疗失眠的药物组合物及其制备方法	PI2013000612	马来西亚	发明	2030-8-30
4	治疗失眠的药物组合物及其制备方法	W00201301061	印度尼西亚	发明	2030-8-30
5	一种丁苯酞的衍生物及其制法和用途	1-2014-01516	越南	发明	2032-9-26
6	一种丁苯酞的衍生物及其制法和用途	PI2014001082	马来西亚	发明	2032-9-26
7	一种丁苯酞的衍生物及其制法和用途	12111410.5	中国香港	发明	2031-10-13
8	吡咯取代咪唑酮类衍生物、其制备方法、包含该衍生物的组合、及其用途	CA2939012	加拿大	发明	2035-2-4
9	吡咯取代咪唑酮类衍生物、其制备方法、包含该衍生物的组合、及其用途	EP15746066.8	欧洲	发明	2035-2-4
10	吡咯取代咪唑酮类衍生物、其制备方法、包含该衍生物的组合、及其用途	RU2016136351	俄罗斯	发明	2035-2-4
11	吡咯取代咪唑酮类衍生物、其制备方法、包含该衍生物的组合、及其用途	VN1201603311	越南	发明	2035-2-4

（二）化药板块

针对化药板块，公司制定了“转移加工切入—仿制药国际国内双注册—专利新药研发生产销售”三步走的化药发展战略，以公司全资子公司以岭万洲国际制

药有限公司（以下简称“以岭万洲国际”）作为公司化药板块的主要运营平台。截至目前，公司已建立了完善的符合国际标准的生产平台、研发平台，建立了国际化的研发、质量、营销、生产、注册团队。截至报告期末，公司已经累计申报美国ANDA产品9个，其中已有5个产品获批，外购ANDA产品1个；拥有国际制剂一车间、二车间及北京生物抗肿瘤药车间，并多次通过FDA和欧盟认证；营销网络布局国内外，其中中国和美国两个全球最大的医药单体市场建立了自营营销团队和营销网络，已获得美国50个州的批发商许可证。

1、现有业务发展情况

报告期内，国际化药现有三大业务模块——合同加工、临床样品加工、自有ANDA（简略新药申请），经过多年的积累与市场开拓，均得到了长足发展。

（1）合同加工：固体口服制剂进入欧美规范市场，尤其进入PICS成员国，在国际制药领域获得了肯定，公司目前有4个产品在新西兰占有率达80%，5个产品在英国市场占有率超过60%，1个产品市场占有率在加拿大40%以上，产品遍布欧美终端网络，公司成为中国制剂出口欧美规范市场规模较大的企业之一，被誉为中国制剂出口规范市场的代表型企业。公司在新业务开发方面取得了突破性进展，尤其是德国、澳大利亚、新西兰的合同加工项目，进一步优化了产能配置、品种配置，促进了市场多元化、客户多元化，将进一步提升毛利率。

（2）临床样品加工业务：这是公司在MAH新政制度下进行的企业内部资源和市场外部自研的整合，是根据市场需求和企业自身需求进行的差异化业务定位，填补了市场空白，为国际大型企业和众多研发企业提供用于临床研究的新药临床样品加工研发服务，目前已有十余个一类新药和特色仿制药项目方面的合作，多次获得行业组织颁发的“中国新药临床样品加工代表性企业”称号，品牌和口碑影响力逐步扩大。该业务除了能带来加工利润外，公司还可利用公司现有资金平台和国内外营销平台，同合作伙伴进行生产、投资、销售的全方位合作，既利用了企业产能资源，也同时为企业带了更多的品种代理销售的机会。

（3）自有ANDA：由万洲国际主导向美国FDA申报ANDA产品，目前已完成9个产品的申报，其中5个品种已获得美国FDA批准，包括公司自主研发的技术壁垒型降压药非洛地平缓释片、抗肿瘤药阿那曲唑片和来曲唑片、经典抗生素环

丙沙星片、经典抗病毒感染药阿昔洛韦片。此外，公司还收购了抗焦虑药物丁螺环酮片ANDA批文，进一步充实了产品阵列。公司未来后续还将开展更多ANDA项目的申报和收购，未来以美国为起点向欧洲、亚非拉地区拓展的市场将非常广阔。同时，公司根据实际情况，对于获得美国FDA批准的ANDA产品依托目前一致性评价政策，在中国国内申报新药注册，中美两个市场并重，目前已经有3个品种向中国FDA开展申报工作。随着美国ANDA品种非洛地平缓释片在国内的审批上市，公司有望在国内降压药市场领域首先打开市场并将积极开拓。目前公司新建的八万平米国际制剂车间即将进入后期认证阶段，国际销售网络亦已经初步搭建完成，已获得美国50个州的批发商许可证，这将会为未来ANDA产品的国际市场销售和国际制药板块的持续发展以及国际竞争力不断提升奠定基础。

ANDA产品FDA注册情况表

序号	产品名称	治疗领域	状态	备注
1	阿昔洛韦片	抗病毒	已批准	自研
2	环丙沙星片	抗生素	已批准	自研
3	非洛地平缓释片	高血压	已批准	自研
4	阿那曲唑片	抗肿瘤	已批准	自研
5	来曲唑片	抗肿瘤	已批准	自研
6	丁螺环酮片	抗焦虑	已批准	收购
7	盐酸帕罗西汀片	抗抑郁	递交	自研
8	塞来昔布胶囊	抗炎镇痛	递交	自研
9	赖诺普利片	心血管	递交	自研
10	伐昔洛韦片	抗病毒	递交	自研

ANDA产品国内同步注册情况表

名称	国内注册申请进展
非洛地平缓释片	资料已递交至CDE，已受理，正式进入审评阶段，并纳入CDE优先审评程序
阿昔洛韦片	资料已递交至CDE，已受理，正式进入审评阶段
阿那曲唑片	资料已递交至CDE，已受理，正式进入审评阶段
环丙沙星片	准备阶段
来曲唑片	准备阶段
丁螺环酮片	准备阶段

2、新业务拓展情况

(1) 产品引进代理销售：除了现有三大业务外，公司启动了“产品引进代

理销售”的新业务模式，将作为化药板块第四大业务类型向市场上推广。除了通过临床样品加工业务带来的产品代理销售业务机会外，公司还将开展美国ANDA品种的收购、欧洲MA品种的收购、国内外有临床需求的新药品种和仿制药品种的国内代理销售权益的谈判等。公司将利用现有资源，进一步丰富化药板块的产品线，更好的服务临床和患者。目前中国和美国已经签约部分代理品种，并已经在市场正式进行销售。

(2) 原料药：根据化药品种研发需求、市场需求，并鉴于国内环保政策对供应链的影响，公司计划投资原料药领域设立原料药厂，并将开发29个原料药品种，用于支撑关键成品药国内外市场的开发和拓展。

3、新品种研发情况

以市场需求为起点，公司开展了多种类型化药产品的研发：

(1) 口服固体制剂：经过多年的发展，公司在口服固体制剂领域积累了丰富的技术和生产经验。除了非洛地平缓释片外，公司还启动了多个缓释片、控释片等高技术、高门槛品种的研发和申报。

(2) 注射剂：作为化药品种的一个大类，公司将投资建立注射剂车间，构建拥有西林瓶水针、冻干粉针、预灌封注射剂等多样化的注射剂生产能力。已有4个品种纳入研发计划。

(3) 一类新药：“专利新药”是化药板块三步走战略的第三步，公司继续加大一类创新药研发力度，寻找成熟的和早期介入的青苗类合作项目，构建核心竞争优势，形成一类创新药、505B2、高端仿制药的优势产品群，以原料药基地做保障，奠定化药核心竞争优势地位。目前公司已开展了多个化学一类新药的合作研发，已有部分进入临床（见下表）。

序号	名称	适应症	阶段
1	苯胺洛芬注射液	术后疼痛	二期临床
2	芬乐胺片	帕金森氏病	一期临床
3	XY0206片	实体瘤、急性髓性白血病	一期临床
4	XY03-EA片	缺血性脑卒中	临床申报

(三) 大健康板块

公司整合创业20多年来的优势资源，首创“医、药、健、养”一体化新模式，以“健康需要管理，身体需要经营”为创新理念，“通络-养精-动形-静神”八字养生文化为统领，充分挖掘传统健康养生精髓，并融合现代健康新技术，实现医药健养一体化，线上线下相结合，吃住购游一站式，为消费者提供全方位的健康服务，构建了大健康产业架构——涵盖以岭养生主题酒店、以岭健养中心、以岭健康电商、健康产品营销中心、以岭连锁药堂等业务板块，针对健康人群、亚健康人群和慢病人群提供健康管理服务，开展辨证施治、健康教育、健康咨询、健康管理、健康养生、健康产品产业化等服务内容，为消费者提供高品质、高质量、专业化的健康产品和服务。

在健康产品研发方面，公司已研发上市了300余种健康产品，搭建起新型中药饮片、营养保健品、营养食品、健康家居、智能可穿戴设备、日化用品等品类架构。公司用做药的思维研发健康产品，用做药的标准生产健康产品，传统中医与现代科技相融合，保障每一款健康产品的市场价值和产品品质。以岭晚必安牌酸枣仁油软胶囊选用太行山野生酸枣，通过低温压榨手段从酸枣仁中提取得到酸枣仁油制成胶囊产品，养心安神、镇静催眠作用比普通的酸枣、酸枣仁更加突出，既能有效改善失眠症状，又无不良反应，且不产生耐受性或依赖性，上市后备受消费者青睐。以岭健儿饼干是一款助消化的儿童营养食品，研发配方引用了中医传统调节脾胃名方“参苓白术散”和“消导药”理念，针对儿童脾胃发育特征特别添加了鸡内金，还含有山楂、山药、茯苓、莲子等9种消食益脾中药成分，并根据儿童成长需求，在中药配方的基础上添加钙、铁、锌，结合胃肠发育添加膳食纤维（低聚果糖），有效解决孩子消化能力弱、不爱吃饭等问题。公司健康产品酸枣仁油软胶囊、土元鸡蛋、连王古茶、人参饼干、黑芝麻油还获得了“中国名特优商品”称号。

以岭健康电商线上线下一体化全力打造B2B、B2C、O2O结合的综合性电子商业营销平台，强化以岭品牌产品在互联网平台的覆盖与销售，目前全产品线（含药品、保健食品、功能食品、饮品、日化等）已覆盖国内天猫、京东等主流B2C电商平台，且众多产品进入天猫、京东自营目录。药品线产品针对全国进行O2O结构布局，与地面零售部一起覆盖全国近6万家连锁药店，并利用阿里健康、京东到家等O2O平台强化互联网流量营销共同探索药品终端销售新零售模式。同时，

健康电商自营平台继续深化与地面健康城的融合，利用微信小程序、微营销工具全力打造本地综合性O2O业务，在线销售产品近5000个SKU，覆盖OTC药品、保健食品、食品、日化、滋补保健等实物产品及酒店订房、健康管理、康养服务、康养旅游等一系列本地生活服务。

以岭健康城以传统中医文化推动健康产业发展，打造独具以岭特色的康养智慧综合服务。健养中心下设通络、养精、动形、静神四大馆，中医热敏灸、中医经络推拿、五行药浴、中华通络操、睡眠监测等服务项目深受消费者认可和喜爱。以岭凯旋门大酒店是中华康养主题酒店，以养生药膳、养生客房、康养会议为特色亮点，荣获多项业内殊荣。康养旅游开展中医药文化游、中医药养生体验游、中医药特色医疗游等服务，有效整合境内外养生旅游资源。以岭药堂连锁严格按照GSP药店管理规范执行，目前拥有30余家直营门店分布石家庄各区，已完成全连锁石家庄市医保开通以及河北省医保14家开通，发展了门店会员42万，会员销售占比达到70%。

在健康产品销售方面，公司顺应大健康产业的行业趋势，不断丰富产品线，以酸枣仁油软胶囊、连花清菲饮料、健儿饼干为主进行精准营销，培育目标消费群体。组建了健康产品销售渠道，商超KA卖场、CVS便利系统、传统经销商及加盟分销4大渠道，锁定一万余家终端，完善渠道覆盖率及占有率；其他大健康产品以加盟、直营、社群的方式建立营销新模式。

（四）生产与环保方面

公司认真贯彻落实各项法律、法规,强化环保目标责任制,环境管理能力显著提高。公司目前已构建了“全品种-全方位-全过程-全覆盖”的质量管理体系，涵盖了影响产品质量的所有因素，于2016年顺利通过了HACCP、ISO 9001、ISO 22000三大体系认证。2017年公司荣获了ISO14001环境体系证书，标志着公司的环境管理工作迈上了一个新的台阶，对加强环境管理、降低经营成本具有积极意义。

公司不仅将“药品质量重于泰山，人民生命高于一切”的质量理念落到实处，更把绿色发展理念贯穿于厂区建设、药品研发生产全过程，通过园区绿色规划、产品工艺创新、废物资源利用等项目实施，实现了用地集约化、原料无害化、生

产洁净化、废物资源化、能源低碳化，走出了一条绿色发展的循环经济之路，既有利于社会生态环境保护，又增加了企业经济效益、提高了产品竞争力。

二、2019年度经营计划

2019年是公司“六五”规划关键之年。公司将继续秉承“五运隆兴、市场龙头、科技驱动、跨越发展”的指导思想，围绕中药、化药、健康、资本等业务板块，以市场需求为导向，以新产品研发为支撑，以经济效益为中心，以四个整合、管理创新、科技进步、人才培养为抓手，坚持“引进来、走出去”的营销发展策略，全面实现2019年经营目标和利润目标，为“六五”发展奠定坚实基础。

(1) 强化“以市场为龙头，以科技为驱动”的中医药国内市场发展策略

中药板块作为公司发展的核心板块，已经形成了合理的产品布局与梯队建设，建立了较为完善的市场营销体系。公司将中药板块作为公司发展的核心板块，2019年将继续以产品研发为支撑，以强化营销团队建设为基础，以加强行为管理和财务管理为保障，以营销数据分析管理为导向，强化分类别终端分级管理，加快市场占有率和覆盖率的全面提升。医疗板块围绕“一个中心”，落实“三个基本点”；商零板块围绕“处方药OTC化、OTC产品保健品化、保健品快消品化”的策略，开展品牌提升、渠道促进、终端营销工作。此外，营销中心还将继续围绕“凝聚、激励、约束”六字方针，加强团队文化建设，强化以人、财、物为保障的基础管理，强化各级员工培训，营造良好销售环境，确保结果目标和过程目标双达标。

2019年公司还将依托在现代中医药产业近30年的深耕优势，凭借完善的生产质量管理体系和强大的科研实力，以及获得国家GMP认证的120多套现代化数字监控中药提取设备和12条颗粒剂自动生产线，生产包括丹参、陈皮、当归、山楂、甘草等在内的400多个中药配方颗粒临床常用品种，积极开发中药配方颗粒市场。

(2) 坚持“三步走为路径，产业链构建为支撑”的化药发展策略

2019年是化药板块发展承上启下的关键一年。公司将坚持以利润为导向，坚持“转移加工切入-仿制药国际国内双注册-专利新药研发生产销售”三步走战略。合同加工业务将努力提高生产效率，优化成本架构，同时开发新市场、新客户、新品种，以利润为核心，逐步优化市场结构、客户结构和品种结构。临床样品加

工业业务继续提升品牌竞争力，从一类新药临床样品加工、特色仿制药临床样品加工、中美双报等三个角度承接新项目。同时利用资本优势和国内外营销资源优势，签订中长期生产加工和代理销售合作协议。自有ANDA业务在美国市场根据成本情况和市场情况，以整体利润为核心，高毛利产品抢占主流渠道份额，低毛利产品优化渠道限定；在中国市场推进美国ANDA产品在中国的注册上市；在欧洲和亚非拉市场，推进自有ANDA产品在欧洲和亚非拉市场的注册上市。产品引进代理销售业务以临床需求为中心，通过收购、合作、代理等多种方式，引进国内外品种在国内销售，代理更多其他厂家的ANDA产品在美国销售。同时，公司还将继续完善产业链条，积极推进原料药厂建设，提升公司盈利水平及市场竞争力。

在产品研发方面公司还将进行积极的中长期产品布局。口服固体制剂将继续通过自研、收购等方式开发仿制药品种，尤其是有成本优势、技术优势的品种，重点发展缓控释制剂，并增加微丸包衣、渗透泵等缓控释技术和品种；注射剂将建立健全多剂型产品线，各类注射剂作为化药产品剂型规划的重要拼图。以临床疗效和临床需求为核心，建设注射剂车间，并开发相应产品；一类新药研发方面继续推进现有在研新药品种，同时利用资本优势，从市场上寻找一类新药潜力品种，重点领域是心脑血管、抗肿瘤、抗抑郁等领域。

（3）整合资源，依托研发、制造业优势发展大健康产业

大健康板块将继续贯彻“通络-养精-动形-静神”八字养生文化指导思想，秉承“品牌至上”的观念，在“医、药、健、养”一体化健康管理运营新模式上继续探索进步，将公司产品研发和制造业优势在健康领域发展壮大。在品牌塑造方面坚持打造名城-名店-名品，从开发、升级、维护三个方面加强会员管理，提升服务品质。

健康电商将致力于打造以岭B2B销售与互联网医院平台，服务产品与实物产品销售相结合，强化互联网数据改造，着力打造以岭全产品营销的互联网数据平台，打造线上线下一体化的健康产品营销模式，加大健康产品营销力度，孵化名品爆品。石家庄以岭健康城将基于“健康需要管理，身体需要经营”的创新理念，充分挖掘健康养生精髓，融合现代科技，顺应市场及行业发展趋势，通过优势资源整合和全新的流程再造，打造全新的康养体验经济新模式。以岭药堂连锁将以

以岭处方药、以岭OTC产品和以岭保健食品等产品为依托，深耕会员，做好会员服务，开展中医咨询、远程问诊等配套专业药事服务；健康产品营销将聚焦健康、引领健康、打造精品，加速健康产品的销售与推广，以商超、零售连锁、特通、直营加盟四大销售渠道为核心，在八字养生理论指导下建立健康产品矩阵，集中打造酸枣仁油软胶囊、健儿饼干、莲花清菲等品牌产品，带动推广22个主力产品，全面销售300个健康产品。

（4）“引进来、走出去”的中药保健品发展策略，拓展国际市场

中药保健品国际销售坚持“引进来、走出去”的发展策略。“引进来”就是要依托横琴进出口平台，坚持市场导向，积极引进海外特医食品、营保、蓝帽子产品，持续优化产品结构，加快国际产品的国内销售；“走出去”就是发挥研发制造业优势，以专利中药和自研保健品为主，以拓展配方颗粒、转口贸易、保健品加工业务为辅，加强市场布局规划，提升现有市场份额，拓展新兴目标市场，双举并重，加快中药保健品国际化进程。

（5）进一步完善中药-化药-健康品研发创新体系建设

以公司发展战略为核心，以市场为导向，科技为驱动，以项目管理为抓手，整合资源，强化合作，开展研发工作。依托中药-化药-保健品三大研发平台，加强四大中心建设，自研和“引进来”相结合，加快专利中药研发进展，大力研发化学一类新药，完善保健产品品类，积极拓展生物药领域。加强人才梯队建设，完善研发创新体系，坚决杜绝科研浪费，全面实施项目管理，为六五发展提供产品支撑。

（6）加强资本运作，完善业务链条，提升公司市值，助力公司发展

围绕主营业务，加快资本运作，引进资本市场的优势资源，促进企业快速发展，扩大公司的市值规模，为股东创造更大的价值。公司将依托资本平台，引进不同层次人才，坚持以“增强核心竞争力、完善主营业务链条、具有科技竞争力和市场发展前景的项目”作为公司投资并购三个主要原则，加大国内外项目搜寻，做好项目论证，控制投资风险，借助资本运作的力量使公司发展迈上新的台阶。

（7）围绕中心，服务发展，全力以赴支持目标达成

坚持“二线围着一线转，一线围着市场转，全员围着客户转”的企业营销文化，落实内部客户考核机制。加强经营预算管理领导小组管理职能，财务中心围绕“规范、安全、成本、效益”加强财务管理；人力资源围绕“激励、凝聚、约束”加强人才队伍建设；行政中心围绕“时限、效率”提升组织效率；生产中心围绕“质量、成本、效率”保障产品供应；供应中心围绕“物流供应降成本，基地建设创利润”保障原材料供应。

综上，2019年度公司董事会将继续认真履行《公司法》和《公司章程》等法律法规赋予的职责，严格执行股东大会决议，更大发挥董事会的作用，推进公司各项业务发展。公司全体董事将在2019年的工作中，更加认真负责，勤勉尽力，为公司的决策和董事会的规范运作做出更多努力和贡献，为股东创造更多价值。

石家庄以岭药业股份有限公司董事会

2019年4月25日