证券代码：002737　证券简称：葵花药业　公告编号：2025-024

葵花药业集团股份有限公司
关于续聘会计师事务所的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示：

公司拟续聘立信会计师事务所（特殊普通合伙）符合财政部、国务院国资委、证监会印发的《国有企业、上市公司选聘会计师事务所管理办法》（财会〔2023〕4号）的规定。

葵花药业集团股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）于2025年4月24日召开第五届董事会第六次会议、第五届监事会第四次会议，审议通过《关于续聘会计师事务所的议案》，同意续聘立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“立信”）为公司2025年度审计机构。本事项尚需提交公司股东大会审议。

现将具体情况公告如下：

一、拟续聘会计师事务所的基本情况

（一）机构信息

1、基本信息

名称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

成立日期：2011年01月24日

组织形式：特殊普通合伙企业

注册地址：上海市黄浦区南京东路61号四楼

首席合伙人：朱建弟先生

2、人员及相关业务情况

人员情况：截至2024年12月31日，会计师事务所合伙人296名，注册会计师2,498名，签署过证券服务业务审计报告的注册会计师743名。

收入情况：立信2024年度业务收入（经审计）47.48亿元，其中审计业务收入36.72亿元，证券业务收入15.05亿元。

客户情况：2024年度上市公司审计客户693家，审计收费总额为8.54亿元，主要行业：计算机、通信和其他电子设备制造业、专用设备制造业，医药制造行业客户43家。

3、投资者保护能力

截至2024年末，立信已计提职业风险基金1.71亿元，购买的职业保险累计赔偿限额为10.50亿元，相关职业保险能够覆盖因审计失败导致的民事赔偿责任，职业风险基金计提、职业保险购买符合相关法律法规的规定。

4、近三年立信在执业行为相关民事诉讼中承担民事责任的情况

序号	起诉（仲裁）人	被诉（被仲裁）人	诉讼（仲裁）事件	诉讼（仲裁）金额	诉讼（仲裁）结果/进展情况
1	投资者	金亚科技、周旭辉、立信	2014年报	尚余500万元	部分投资者以证券虚假陈述责任纠纷为由对金亚科技、立信所提起民事诉讼。根据有权人民法院作出的生效判决，金亚科技对投资者损失的12.29%部分承担赔偿责任，立信所承担连带责任。立信投保的职业保险足以覆盖赔偿金额，目前生效判决均已履行。
2	投资者	保千里、东北证券、银信评估、立信等	2015年重组、2015年报、2016年报	1,096万元	部分投资者以保千里2015年年度报告；2016年半年度报告、年度报告；2017年半年度报告以及临时公告存在证券虚假陈述为由对保千里、立信、银信评估、东北证券提起民事诉讼。立信未受到行政处罚，但有权人民法院判令立信对保千里在2016年12月30日至2017年12月29日期间因虚假陈述行为对保千里所负债务的15%部分承担补充赔偿责任。目前胜诉投资者对立信申请执行，法院受理后从事务所账户中扣划执行款项。立信账户中资金足以支付投资者的执行款项，并且立信购买了足额的会计师事务所职业责任保险，足以有效化解执业诉讼风险，确保生效法律文书均能有效执行。

5、诚信记录

立信近三年因执业行为受到刑事处罚0次、行政处罚5次、监督管理措施43次、自律监管措施4次和纪律处分0次，涉及从业人员131名。

（二）项目信息

1、基本信息

职务	姓名	注册会计师执业时间	开始从事上市公司审计时间	开始在立信执业时间	开始为本公司提供审计服务时间	近三年签署或复核上市公司审计报告情况
项目合伙人、签字注册会计师	单大信	2008年12月	2016年4月	2019年	2021年	葵花药业集团股份有限公司、北京思特奇信息技术股份有限公司
签字注册会计师	李星	2016年	2015年	2020年	2024年	葵花药业集团股份有限公司、北京思特奇信息技术股份有限公司
项目质量控制复核人	田伟	2009年7月	2009年7月	2018年12月	2023年	葵花药业集团股份有限公司、长航凤凰股份有限公司、北京盛通印刷股份有限公司、北京思特奇信息技术股份有限公司、华润化学材料科技股份有限公司、麦克奥迪(厦门)电气股份有限公司

2、诚信记录

项目合伙人、签字注册会计师和质量控制复核人近三年未曾因执业行为受到刑事处罚，未曾受到证监会及其派出机构、行业主管部门的行政处罚、监督管理措施，未曾受到证券交易场所、行业协会等自律组织的自律监管措施、纪律处分等。

3、独立性

立信会计师事务所（特殊普通合伙）及项目合伙人、签字注册会计师、项目质量复核人员不存在可能影响独立性的情形。

4、审计费用

综合考量立信执业水平、人员配置、工作量及本公司业务情况、审计业务难易程度等多方面因素，拟定审计费用135万元（其中财务报告审计125万元，内控报告审计费用10万元）。如发生需调整审计费用的情形，提请股东大会授权公司管理层进行调整。

三、拟续聘会计师事务所履行的程序

（一）审计委员会审议意见

公司董事会审计委员会对立信会计师事务所（特殊普通合伙）的专业胜任能力、投资者保护能力、诚信状况以及独立性等情况进行了审查，认为立信会计师事务所（特殊普通合伙）具备为上市公司提供审计服务的经验和能力，购买的职业保险能够覆盖因审计失败导致的民事赔偿责任，具有投资者保护能力，在执业过程中能够坚持独立审计准则，真实反应公司财务状况、经营成果、客观、公正的行使审计职能，满足独立性要求。同意续聘立信会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2025年年度审计机构，拟定审计费用135万元（其中财务报告审计125万元，内控报告审计费用10万元），如发生需调整审计费用的情形，提请股东大会授权公司管理层进行调整。同意将该议案提交董事会审议。

（二）董事会对议案审议和表决情况

公司第五届董事会第六次会议以全票同意审议通过《关于续聘会计师事务所的议案》，同意续聘立信会计师事务所（特殊普通合伙）为公司2025年度审计机构，并将该事项提交公司股东大会审议。

（三）生效日期

公司续聘会计师事务所事项尚需提交公司股东大会审议，并自公司股东大会审议通过之日起生效。

四、备查文件

1、第五届董事会第六次会议决议

2、第五届董事会审计委员会2025年第二次会议决议

3、拟聘任会计师事务所关于其基本情况的说明

特此公告。

葵花药业集团股份有限公司

董事会

2025年4月24日

证券代码：002737　证券简称：葵花药业　公告编号：2025-025

葵花药业集团股份有限公司
关于举行2024年度网上业绩说明会的通知

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

葵花药业集团股份有限公司（以下简称“公司”）于2025年4月25日披露公司2024年年度报告。

为便于广大投资者了解公司年度经营情况，公司定于2025年5月8日（星期四）15:00－17:00在全景网举办2024年度网上业绩说明会，本次年度业绩说明会将采用网络远程的方式举行，投资者可登陆全景网“投资者关系互动平台”（http://ir.p5w.net）参与本次年度业绩说明会。

出席本次年度网上业绩说明会的人员有：公司董事长关玉秀女士、公司独立董事赵燕女士、公司副总经理海洋先生、公司财务负责人吴春红女士、公司董事会秘书周广阔先生。

为广泛听取投资者的意见和建议，提升互动交流质量和效率，现就本次年度业绩说明会提前向投资者征集问题，公司将在本次业绩说明会上，对投资者普遍关注的问题进行回答。欢迎广大投资者积极参与！

问题征集方式1：访问https://ir.p5w.net/zj/；

问题征集方式2：扫描下方二维码，进入问题征集专题页面。

特此公告。

葵花药业集团股份有限公司

董事会

2025年4月24日

证券代码：002737　证券简称：葵花药业　公告编号：2025-015

葵花药业集团股份有限公司
2024年年度报告摘要

一、重要提示

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，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

□适用 ☑不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☑适用 □不适用

是否以公积金转增股本

□是 ☑否

公司经本次董事会审议通过的利润分配预案为：以公司2024年12月31日总股本584,000,000股为基数，向全体股东每10股派发现金红利5元（含税），送红股0股（含税），不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□适用 ☑不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	葵花药业	股票代码	002737
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）	不适用		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	周广阔	李海美	
办公地址	哈尔滨高新技术产业开发区迎宾路集中区东湖路18号	哈尔滨高新技术产业开发区迎宾路集中区东湖路18号	
传真	0451-82367253	0451-82367253	
电话	0451-82307136	0451-82307136	
电子信箱	3124893@qq.com	2101474806@qq.com	

2、报告期主要业务或产品简介

（1）公司从事的主要业务

公司是以生产中成药为主导，以“化学药、生物药”和“健康养生品”为两翼，集药品、健康养生品研发、制造与营销为一体的大型品牌医药集团企业。公司秉承“产业报国、贡献社会、受益员工，回报股东”之核心价值观，以“用户第一、指标第一、贡献者第一、加速创新、必须奋斗”为理念，践行“保障儿童用药安全”和“打造老百姓信赖的好药”双重使命，专注医药与大健康领域深度发展。

公司拥有覆盖中成药、化学药和健康养生品的多元化产品线，能够满足不同消费群体的健康管理需求，通过持续深耕产品力建设、强化消费者心智认同、深化品牌价值沉淀、布局全域营销网络及终端精细化运营，公司成功打造了“葵花”与“小葵花”双品牌矩阵，在品牌、品种、模式、营销网络协同驱动下，持续提升行业影响力。

“葵花”成人药品牌：布局呼吸感冒系统、消化系统、风湿骨病、心脑血管、妇科、补益及健康产品领域，凭借护肝片、胃康灵胶囊/颗粒、美沙拉嗪肠溶片、康妇消炎栓等产品矩阵及持续的品牌价值沉淀，其核心产品已深入千家万户，成为成人用药市场的标志性品牌，报告期内，葵花?护肝片荣获“2024年西鼎会(健康商品交易大会)-“2023-2024年度中国药品零售市场潜力品牌”、葵花?胃康灵入选“2024米思会(中国医药健康产业共生大会)-“2024中国医药·品牌榜”零售终端获奖品牌。

“小葵花”儿童药品牌：通过对呼吸系统、消化系统、成长补益、罕见病、健康产品等儿童用药细分领域的深度布局，以及精准的“产品力+品牌力”建设，形成黄金单品集群竞争优势，公司儿童药产品稳居行业市场头部地位。小儿肺热咳喘口服液/颗粒、小儿柴桂退热颗粒、小儿氨酚黄那敏颗粒、金银花露、小儿氨酚烷胺颗粒、芪斛楂颗粒等产品已成为妈妈群体中的明星产品。报告期内，小葵花?获评“2024年西鼎会(健康商品交易大会)-“2023-2024年度中国药品零售市场畅销品牌”。

（2）营销模式及行业认可

在营销体系构建中，公司采用“品牌药、常用药、处方药、大健康、新零售”等多维协同的营销模式矩阵。其中，品牌药及常用药的营销模式已成为行业标杆型OTC营销体系。公司在不断强化OTC端领先地位的同时，持续探索打造医药领域的创新经营模式，积极布局数字化营销和电商渠道，提升消费者购药体验，持续扩大市场覆盖范围。

公司以品质为根、以品牌为擎，以诚信经营为准，奠定市场信任基础，驱动长期价值释放，在保障公司健康、稳健发展的同时，公司也受到行业的普遍认可。报告期内，公司荣登2024米思会(中国医药健康产业共生大会)-“2023年度中国医药工业百强系列榜单”-“中国中药企业TOP100排行榜”-位列第13位，并荣获-第十八届中国消费经济高层论坛-“医药产业领跑品牌”奖项、“2023-2024年度民族医药品牌建设信息发布会”-“2023-2024年度民族医药品牌建设百家企业”等殊荣。

3、主要会计数据和财务指标

（1）近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☑是 □否

追溯调整或重述原因

会计政策变更

元

	2024年末	2023年末		本年末比上年末增减	2022年末	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
总资产	5,825,875,967.73	6,881,912,554.92	6,881,912,554.92	-15.35%	7,031,746,638.33	7,031,746,638.33
归属于上市公司股东的净资产	4,379,138,713.78	4,763,440,300.18	4,763,440,300.18	-8.07%	4,204,731,999.66	4,204,731,999.66

	2024年	2023年		本年比上年增减	2022年	
		调整前	调整后	调整后	调整前	调整后
营业收入	3,377,047,677.27	5,700,286,745.90	5,700,286,745.90	-40.76%	5,094,511,319.93	5,094,511,319.93
归属于上市公司股东的净利润	492,045,424.13	1,119,142,042.33	1,119,142,042.33	-56.03%	867,222,023.31	867,222,023.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	344,718,746.45	1,003,471,054.23	1,003,471,054.23	-65.65%	804,228,690.71	804,228,690.71
经营活动产生的现金流量净额	-307,480,137.23	889,687,895.16	889,687,895.16	-134.56%	1,975,341,495.13	1,975,341,495.13
基本每股收益（元/股）	0.84	1.92	1.92	-56.25%	1.48	1.48
稀释每股收益（元/股）	0.84	1.92	1.92	-56.25%	1.48	1.48
加权平均净资产收益率	10.76%	24.96%	24.96%	-14.20%	21.98%	21.98%

会计政策变更的原因及会计差错更正的情况

2023年10月，财政部发布《企业会计准则解释第17号》（财会〔2023〕21号），规定了“关于流动负债与非流动负债的划分”、“关于供应商融资安排的披露”、“关于售后租回交易的会计处理”的相关内容，该解释规定自2024年1月1日起施行。

2024年12月，财政部发布《企业会计准则解释第18号》（财会〔2024〕24号），规定对于不属于单项履约义务的保证类质量保证，应当按照《企业会计准 则第13号——或有事项》有关规定，按确定的预计负债金额，借记“主营业务成本”、“其他业务成本”等科目，贷记“预计负债”科目，并相应在利润表中的“营业成本”和资产负债表中的“其他流动负债”、“一年内到期的非流动负债”、“预计负债”等项目列示，该解释规定自印发之日起施行，允许企业自发布年度提前执行。

本次会计政策变更后，公司将按照财政部发布的《企业会计准则解释第17号》和《企业会计准则解释第18号》中的规定执行，其他未变更部分仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

本次会计政策变更系公司根据财政部发布的相关企业会计准则解释要求进行的变更，且执行该规定未对公司财务状况、经营成果产生重大影响。

（2）分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1,518,181,069.65	1,009,421,027.17	439,304,365.06	410,141,215.39
归属于上市公司股东的净利润	255,183,288.86	231,149,468.98	100,502,648.66	-94,789,982.37
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	237,454,340.04	222,252,189.97	742,268.49	-115,730,052.05
经营活动产生的现金流量净额	204,290,572.95	-346,449,047.84	-257,014,656.13	91,692,993.79

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□是 ☑否

4、股本及股东情况

（1）普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	49,937	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	55,081	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）

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、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
葵花集团有限公司	境内非国有法人	45.41%	265,200,000	0	不适用	0
关彦斌	境内自然人	6.03%	35,220,422	0	不适用	0
黑龙江金葵投资股份有限公司	境内非国有法人	4.11%	24,000,000	0	不适用	0
全国社保基金一零一组合	其他	0.68%	3,947,982	0	不适用	0
#张林	境内自然人	0.61%	3,578,800	0	不适用	0
中国平安人寿保险股份有限公司—自有资金	其他	0.58%	3,412,300	0	不适用	0
张权	境内自然人	0.58%	3,409,874	0	不适用	0
中国银行股份有限公司—易方达中证红利交易型开放式指数证券投资基金	其他	0.58%	3,370,929	0	不适用	0
香港中央结算有限公司	境外法人	0.58%	3,364,412	0	不适用	0
李杰	境内自然人	0.56%	3,281,648	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	1.关彦斌先生为葵花集团有限公司、黑龙江金葵投资股份有限公司第一大股东；2.李杰为葵花集团有限公司参股股东；3.张权为葵花集团有限公司董事、参股股东。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	控股股东、实际控制人及一致行动人未开展融资融券业务。					

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☑适用 □不适用

单位：股

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况								
股东名称（全称）	期初普通账户、信用账户持股		期初转融通出借股份且尚未归还		期末普通账户、信用账户持股		期末转融通出借股份且尚未归还	
	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例	数量合计	占总股本的比例
中国银行股份有限公司—易方达中证红利交易型开放式指数证券投资基金	829,929	0.14%	198,500	0.03%	3,370,929	0.58%	0	0.00%

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

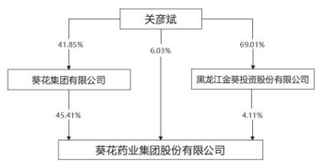
□适用 ☑不适用

（2）公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□适用 ☑不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

（3）以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、在年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 ☑不适用

三、重要事项

1、报告期内经营情况回顾

2024年，医药行业在三医协同发展、治理政策引导及规范治理下，行业逐步回归本质初心，悬壶济世、医者仁心。合法、合规、合理，是企业经营底线，品种、品质（疗效）、品牌，逐步回归为行业发展的常规逻辑，创新加速、特色经营、模式引领、渠道覆盖，成为企业经营护城河。

2024年，公司在董事会“战略高位推动、品牌传承焕新，前线开疆拓土，质量精益求精，创新引领发展，协同服务赋能”的六五总体战略部署下，经营管理团队保持战略定力，优化模式、渠道焕新、扁平化营销体系，着力打造上下游共生、共赢生态链，扎实锤炼各战线、各业务模块基本功，一品一策、修堤筑坝，一类一策、夯基垒台。专注实业、聚焦产业，认清本质、聚集势能。立足合规、稳健、长青，同心协力穿越周期，焕发斗志赢战先机。

报告期内，公司主要经营举措如下：

（1）组织模式策略多重优化，驱动长期稳健健康发展

公司经营管理团队高位预判形势变化，调结构、控节奏，动态调整经营策略，抓确定性增长。2024年，根据公司保持稳健发展的内生性需求，公司主动拥抱变革，顺势对模式、渠道、策略进行优化，注重于基本功锤炼、生态链建设、护城河筑牢。上述调整虽对公司短期业绩实现产生阶段性影响，但将有助于公司巩固长期竞争力、实现长远健康发展。

在战略规划上，公司销售系统统一思想，坚定实施既定“六五”规划，围绕“一老、一小、一妇”特色领域布局产品群，特色经营、差异化竞争。坚守“品牌拉、处方带、OTC推、游击队抢”的组合营销模式；坚定贯彻“品种为王、价格是魂、模式为擎，学术是根，落地为赢，用人是本”六句方针，开展营销及策略推广活动，坚定“品种为王、黄金大单品为王中王”的品种理念，构筑黄金单品集群。一品一策、一类一策，实现品牌、品种、品类、模式、组织、营销网络的高度协同。学术引领、循证支撑、专家代言、专业科普有机结合，终端覆盖、店面陈列、促销联动、样板推广齐头并进。

品牌药模式下，精品成人药领域，坚持“有质量、可持续”的增长逻辑，优化渠道、强化费控，以用户为中心、以客户为轴心，打造新形势下的获客、留客、拓客方法论。护肝大讲堂、联合用药、慢病共建等项目有序推动，连锁、诊疗、电商、慢病等终端同频共振，共稳公司基本盘。精品儿药领域，优化组织架构，整顿团队风气，筑牢经营底线，梳理渠道秩序，激发下游放量，保障市场份额。同时，着力打造儿童补益、维矿增长曲线，驱动事业群稳健、可持续发展。

常用药领域，重点深化组织变革，推动模式重塑，启动焕新工程，推动渠道扁平化、业务数字化。有序推动大区制与事业部制的条块结合、矩阵联动的经营模式落地，进一步打磨各事业部的核心主品与模式策略；同时，针对细分赛道的行业动态，主动清理渠道库存，为后续模式优化、良性成长释放张力。

处方模式下，建立健全合规体系、优化调整经营模式。重点推动市场资源优化配置，专家学术体系完善，体系院线资源引流、强化基层医疗覆盖。

大健康模式下，公司依托品牌、平台优势，探索品种、赛道、模式、组织整体协同，巩固儿童矿维、益生菌现有平台的同时，挖掘优势领域，推动实现品牌张力与重点品种业绩相匹配。

新零售模式下，为顺应目前医药健康领域互联网+的发展趋势，公司持续深化渠道布局，设立线上自营平台葵花大药房(湖北)有限公司，整合线上营销资源，多元触达目标客群，开拓增量市场。

（2）提升品牌推广认知高度、打造链接终端共赢业态

2024年，公司在新形势下深度剖析自身“品牌拉、处方带、OTC推、游击队抢”的组合营销模式的精髓与优势，辩证分析数智化、AI迅猛发展洪流下的经营本质，推导效率、流量、服务、推广的辩证关系。

公司聚焦“一老、一小、一妇”的品类经营战略，通过“葵花”、“小葵花”双品牌驱动，推动品牌认知。以产品质量铸品牌之基、以创新传播塑品牌之源、以交互升级固品牌之本。在以敬畏之心进行品质保障的前提下，推动线上宣传，强化品牌认知、重点品种认知、专业学术认知；加强线下服务，进行专业推广、学术赋能、心智转化，链接终端消费者，打通“最后一公里”。精准链接到人、精准服务到人、精准让利终端，以性价比、总成本领先实现企业、客户、消费者共赢。

2024年，公司持续打造“葵花”、“小葵花”双品牌伞，依据品种特色、目标人群、季节属性、热点事件分布，洞察用户需求，有针对性优化媒介策略，营销节点触达生活场景。以梯队式、组合式、广域式传播矩阵形成对终端客户、终端用户的有效触达，通过策略的细节管控，快速追踪，动态调整，成本优化，复盘强化，探索性打造最佳品牌推广、业态融合的模式组合，持续引领行业品牌建设新高度。

（3）战略推动数智化运营，积极拥抱新兴业态

近年来，B2B、B2C、O2O等线上商业蓬勃兴起，互联网+、数智化科技持续普及应用，满足消费者需求的场景与方式也发生较大变化，对医药健康产业业态结构的影响、渗透正逐步加强。正向应对，积极拥抱互联网+的数智化浪潮，提升数智化经营效率，成为企业必须面对的课题。2024年，公司战略推动数智化运营体系搭建，全局调研、精准把脉，发现痛点、排查漏点，制定数智化建设“532”愿景，即建立研发、制造、供应链、营销、服务数智化云平台，搭建协同工作、业财一体化、全面质量与合规安全协同管理数智业务平台，打造业务数智化及数智化业务应用门户，为构建新质生产力和高质量的企业管理体系奠定基础。

在制造端，公司建立数字化供应链平台，实时共享数据，优化排产计划，探索应用柔性生产方式促进产销协同，构建标准、安全、高效、灵活的生产管理系统。

在流通端，为强化数据资产管理、有效链接终端客户、提升运营管理及分析效率，2024年公司推动自营B2B事业部“药直达”组建、营销供应链“葵之云”上线，同时筹备搭建自营B2C平台葵花大药房(湖北)有限公司，探索与布局新业态下的自营电商平台，积极拥抱新兴业态，开拓满足消费者需求的新路径。

（4）研发成果持续落地，双轮驱动集聚势能

公司坚信，经市场与消费者双重验证的好品种中包含了先进的科技水平和生产力，但好品种的获取途径并不局限于自主研发。结合资源禀赋，公司坚守“买、改、联、研、代”的多途径、组合式的葵花特色研发之路。2024年，公司进一步明确聚焦于“一老、一小、一妇”细分赛道，拓展有竞争优势的产品线。重点侧重“买、联”，贯彻“以品种为王，好的品种解决用户痛点，创造用户价值”的理念，通过“买”获得好品种、大品种；同大专院校、科研单位“联合”开发，通过联合开发获得好品种、大品种。同时，充分挖掘现有药品文号内在价值，重点推进经典名方研究、化药仿制药品种研发，深化“改、研”方面的文章，重点加强围绕核心主品、核心品类进行梯队式护城河建设。

同时，公司奉行“实业+资本”双轮驱动理念，专注实业、坚守主业，以内生式发展实现经营的长期、稳健。围绕主业，以投资方式实现大品种和优势企业的并购和资源整合，加速葵花的跨越发展。2024年，公司在投资并购领域进行诸多探讨，为后续落地奠定基础。

1）报告期内，自主研发项目开展情况

在研化药项目：在研化药品种近四十个，主要聚焦在儿科、成人消化及妇科治疗领域，目前已有部分品种处于放大生产、BE试验以及注册申报等阶段。

中成药项目：根据国家公布的第一批经典名方目录，进行经典名方研发项目开发，同名同方药开发以及中药品种保护(小儿肺热咳喘口服液，小儿柴桂退热颗粒)工作进行中，已上市中成药产品(定坤丹、血府逐瘀丸、乌鸡白凤丸)进行二次开发中。

报告期内，护肝片和小儿肺热咳喘口服液获得香港中成药注册证明书，布洛芬混悬液获得药品注册证书；并有7个品种向CDE提交上市许可申请(聚乙二醇3350散、布洛芬混悬滴剂已于本年度报告披露前获得药品注册证书)，其他产品研发按计划稳步推进实施。

大健康领域：聚焦于益生菌品类，自有菌株开发及功能研究，和以益生菌为主要原料的保健食品开发项目，共4个大类、18个项目，获得发明专利授权8项，获得保健食品备案凭证8件；自有菌株临床研究2项，功能研究10项，均按计划开展。

2）报告期内，“买、联”资本投资项目开展情况

为补充完善公司品种结构，公司围绕品牌和渠道优势，积极寻找潜力产品和投资并购机会，前期公司已投资参股的北京法玛星医药科技有限公司凝胶贴膏于2025年1月获得上市审批，参股格乐瑞(无锡)营养科技有限公司获得新一轮资本投资。公司将积极关注参股企业业务的良性进展，推动与公司业务产生协同效应，助力公司综合竞争实力提升。

同时，公司于2024年12月与北京大学医学部共同签署关于成立“北大医学-葵花药业集团菌源酶与创新药物联合实验室”的《合作意向书》，通过科研平台联合打造，借助高校的人才及科研优势，与公司实现资源、优势互补，协同创新，推动公司科研水平提升。

（5）坚守精品药十步法，全链条推进精益生产

公司以敬畏心态、红线思维，时刻铭记药品是特殊商品，关乎天道与人心，时刻铭记公司“做老百姓好药”的宗旨，系统推进精品药十步法，以“以疗效成就口碑，以品质传承品牌”信念推进生产质量系统的诸项事务。

针对原材料价格阶段性波动，公司分品种、品类，有针对性地采取招标采购、产地直采、产地初加工、联合带量、循环补仓等方式积极应对，在保质、保供的前提下，确保原材料成本整体可控。

2024年，公司生产管理系统发挥12家生产企业平台协同优势，集团层面分别设立精益生产组、工艺攻关组、质量管控组、设备安环组，将精益生产理念和方法融入企业管理体系，形成长效管理机制。对主要岗位制定精益化生产标准文件，对产品关键工艺控制点及质量控制点进行梳理排查并制定管理措施，将精益生产策略性导入、以问题导向性优化提升。针对共性问题，通过标杆打造、标准化落实、经验案例分享推广等方式系统化解决提升；个性化事项，通过专题会、项目制进行攻关克难。通过资源共享、控防联动、巡查审计，及任职资格认证、培训体系提升，进一步推动工艺技术标准化管理提升。

公司2024年在质量管控、工艺优化、成本管理、产销协同等方面均取得阶段性成果，为公司开展柔性生产、智能制造奠定基础。

（6）强化合规体系建设，加大股东回报力度

顺应行业政策及上下游业态发展趋势，2024年公司着力强化合规体系建设，强化执行《反商业贿赂管理规定》、《反垄断、反不正当竞争合规管理规定》，并系统性完善公司审计监察体系运作，保障公司合规、稳健、持续、健康、良性运营。同时，公司进一步强化三会一层治理体系建设，顺利完成董事会、监事会换届改组，对治理层诸项制度进行系统完善，明晰三会一层职责边界、强化独立董事以及董事会各专门委员会履职责任，确保“三重一大”事项风控有效落地。

2024年，公司积极响应、长效落实“提质增效重回报”专项行动，践行“产业报国、贡献社会、受益员工、回报股东”之核心价值观，注重投资人回报，持续与股东分享企业发展红利，2023年度公司的分红政策为每股派发现金红利1.5元，总计派发现金红利8.76亿元，占当年归母净利润的78.27%，公司上市至2023年度，公司累计现金分红37.53亿元（不含回购），为公司上市募集资金总额的2.82倍，以实际行动积极响应国家提质增效重回报之大政方针。

（7）提升组织运营管理效能，注重文化引领与培训实效

运营管理方面，公司进一步完善制度流程体系，加强监管协同机制，推动各业务条线之间的高效联动，强化实施追踪问效、落实反馈机制，提升组织效能。充分对接信息化、数字化，让业务跑在流程上、数据跑在流程里，数字阅兵，过程跟踪、结果控制，将不可控变为可控。

知识产权保护方面，为维护企业自身重要无形资产，同时维护广大消费者权益，让消费者买得放心、吃得安心、用得舒心，公司不断提升知识产权保护力度，内部提升相关业务人员知识产权保护意识，同时，通过法律途径依法打击损害公司知识产权进行虚假宣传、误导消费者的不正当竞争行为，2024年，公司完成在西药领域核心商标注册。

财务管控方面，2024年以合规高效为目标，梳理优化财务系统各项制度及流程，强化资金管控、预算管理，实效性提升经营动态追踪分析，完善财务体系梯队建设。

人力资源、员工培训与文化建设方面，公司生产系统、销售系统、管理系统、研发系统等管理模块，依据业务特点，独立打造培训计划，统筹推进青苗计划、继任者计划、朝阳计划、领军人才计划。同时，秉承内生为主、外聘为辅的用人理念，在营销系统实施讲武堂、沙盘推演、打桩拉练，在实战中识别、发现、培养人才，以赛马模式跑出葵花人才梯队建设的加速度，捍卫葵花营销铁军荣耀。以理念传播、榜样带动为手段，以多种形式文化活动推动“同心育葵花、与奋斗者共生，合力创伟业、与贡献者共赢”之共生共赢的阳光文化，与员工产生共鸣、共情、共振，不断加深对员工的人文关怀、不断提升员工获得感、认同感。

2、公司未来发展展望

2025年是公司六五规划实施的关键一年，承上启下、传承焕新。公司董事会与经营管理团队保持战略定力，恪守企业价值观、经营理念，与变共舞，以战略、模式、组织、管理同步驱动，驭变图强，统一思想、上下同欲，结硬寨、打呆仗，推动公司在竞争中赢得先机。2025年公司将在整体战略引领下推动以下工作：

（1）坚定“一老、一小、一妇”战略，实施特色经营

坚守公司是以中成药为主导，以化学、生物制剂为两翼，以保健品和功能性食品为补充的大型品牌药业集团的定位，紧紧围绕老年、慢性、补益养生领域，儿童领域、妇科领域布局产品。

一老：人口老龄化、生活习惯方式变化等因素叠加，老年病、慢性病用药、补益、健康养生品需求趋势提升，针对社会消费群体的结构性变化及公司品类结构与特色，公司进一步提升“一老”战略定位。以“一老”战略为牵引，强化公司在“老年、慢性、补益及健康养生领域”的品类布局与战略推广。在保持优势品类消化系统竞争优势的同时，聚焦心脑血管核心品类，立足“以疗效为核心”的品类定位，成立独立事业部分线操作，充分发挥补虚通瘀颗粒、石龙清血颗粒等核心产品的临床需求优势，整合企业、行业资源加速市场布局，建立差异化竞争壁垒，确立品类行业领先地位。以公司特色品种双虎肿痛宁喷雾剂为依托，舒筋丸、活络消痛片等品种共同发力，推动风湿骨病品类持续增长。将一老战略从消化品类的黄金单品打造升级为消化、心脑、风湿骨病、滋补保健四大品类赛道齐发力，由主品带动品类发展。

一小：持续强化“小葵花”儿童用药的领先地位，持续优化“金角、银边、草肚皮”产品结构，结合现有品种、在研品种和销售队伍属性，按呼吸系统、消化系统、补益成长三条增长曲线，推动“组合销售”及产品梯队培育，聚焦核心优质客户战略合作，开展场景化营销、产品升级，重启终端口碑建设，和战略客户共同打造终端小葵花品牌道场，同时，持续加大资源投入，强化学术引领、守正出奇，久久为功。

一妇：提升妇科品类定位，成立妇科品类独立事业部，聚焦妇科用药，培育妇科金角、银边品种，加速整合产品线，构建从诊疗到零售的全场景解决方案，快速布局妇科市场，拉动品类增长。

通过实施“一老、一小、一妇”三大品类特色经营，差异化竞争，以“实业+投资”双轮驱动，因势利导推动模式创新，打造企业经营的护城河。

（2）深化组织体系建设，阵地前移贴近用户

公司结合自身模式与优势，2025年战略推动营销组织体系优化，市场体系与销售体系并行，顶层设计与实战优化并重。战略推动成人用药事业群、儿童用药事业群、常用药事业群、处方事业部、大健康事业部、电商事业部分线运营。黄金单品，一品一策，依据品种特色进行组合营销的侧重组合，六大领域用药，一类一策，依据品类属性进行推广与流量型的策略组合。

进一步拓展用户思维，以用户为中心高效开展工作，渠道扁平化，阵地前移，贴近用户、服务用户，线上拓展品牌认知，线下强化品质服务，实现总成本优化，与用户共生、与客户共赢。

（3）深度落实精品药十步法，有序推进精益生产与柔性生产

深度领会，严格落实“精品药十步法”，选真材、用实料，做老百姓的好药，切实保证产品的质量过硬、疗效确切。发扬钉子精神、工匠精神，扎扎实实的推进精品药工程，落实、见效。以信息化、数