

公司代码：600422

公司简称：昆药集团

昆药集团股份有限公司
2024 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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 网站仔细阅读半年度报告全文。
- 1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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。
- 1.3 公司全体董事出席董事会会议。
- 1.4 本半年度报告未经审计。
- 1.5 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
无

第二节 公司基本情况

2.1 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 | 昆药集团 | 600422 | 昆明制药 |

| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 |
|----------|--------------------------|--------------------------|
| 姓名 | 张梦珣 | 董雨 |
| 电话 | 0871-68324311 | 0871-68324311 |
| 办公地址 | 云南省昆明市国家高新技术产业开发区科医路166号 | 云南省昆明市国家高新技术产业开发区科医路166号 |
| 电子信箱 | irm.kpc@kpc.com.cn | irm.kpc@kpc.com.cn |

2.2 主要财务数据

单位：元 币种：人民币

| | 本报告期末 | 上年度末 | 本报告期末比上年度末增减(%) |
|---------------|-------------------|------------------|-----------------|
| 总资产 | 10,057,786,269.93 | 9,565,383,273.17 | 5.15 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 5,375,446,246.59 | 5,297,444,082.36 | 1.47 |
| | 本报告期 | 上年同期 | 本报告期比上年同期增减(%) |
| 营业收入 | 3,554,421,628.96 | 3,770,638,315.78 | -5.73 |

| | | | |
|------------------------|----------------|-----------------|------------|
| 归属于上市公司股东的净利润 | 229,483,348.45 | 223,369,852.53 | 2.74 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 160,013,813.94 | 177,305,564.75 | -9.75 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 135,201,840.48 | -289,193,657.15 | 146.75 |
| 加权平均净资产收益率(%) | 4.24 | 4.38 | 减少0.14个百分点 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.30 | 0.29 | 3.45 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.30 | 0.29 | 3.45 |

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位: 股

| 截至报告期末股东总数(户) | | | | 30,031 | | |
|-------------------------------------|---|---------|-------------|--------------|---------------|---|
| 截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户) | | | | 0 | | |
| 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、标记或冻结的股份数量 | |
| 华润三九医药股份有限公司 | 国有法人 | 28.04 | 212,311,616 | 0 | 无 | 0 |
| 云南合和(集团)股份有限公司 | 国有法人 | 7.92 | 59,982,730 | 0 | 无 | 0 |
| 中国工商银行股份有限公司—富国天惠精选成长混合型证券投资基金(LOF) | 其他 | 3.65 | 27,604,816 | 0 | 无 | 0 |
| 中国建设银行股份有限公司—工银瑞信前沿医疗股票型证券投资基金 | 其他 | 2.18 | 16,500,069 | 0 | 无 | 0 |
| 中国工商银行股份有限公司—富国研究精选灵活配置混合型证券投资基金 | 其他 | 1.91 | 14,423,111 | 0 | 无 | 0 |
| 全国社保基金五零三组合 | 其他 | 1.85 | 14,000,000 | 0 | 无 | 0 |
| 中央汇金资产管理有限责任公司 | 国有法人 | 1.56 | 11,814,900 | 0 | 无 | 0 |
| 中国工商银行股份有限公司—中欧医疗健康混合型证券投资基金 | 其他 | 1.49 | 11,299,868 | 0 | 无 | 0 |
| 香港中央结算有限公司 | 其他 | 1.08 | 8,182,920 | 0 | 无 | 0 |
| 中国银行股份有限公司—广发医疗保健股票型证券投资基金 | 其他 | 0.97 | 7,319,070 | 0 | 无 | 0 |
| 上述股东关联关系或一致行动的说明 | 华润三九医药股份有限公司为公司的控股股东,与前十名无限售条件股东和前十名股东中的其他股东之间不存在关联关系、一致行动人情况。未知其他无限售条件流通股股东之间,是否存在关联关系、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 | 不涉及 |

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

3.1 经营情况的讨论与分析

2024 年上半年，外部环境更趋复杂严峻、不确定性加强，各行各业挑战与机遇并存、风险与发展交织，我国坚持扩大内需、促进投资、提振消费，经济运行总体平稳、稳中有进，延续回升向好态势；同时，一系列经济政策密集出台，旨在不断优化经济结构，加快培育壮大新动能新优势，在此情境下，以创新升级作为核心驱动力、以高质量发展为生存根基的企业才能无惧变化、穿越周期，乘着中国经济航船沿着新质生产力的发展航道持续前进。

医药行业领域，集采政策不断迭代，规则渐趋常态化、稳定化，“四同”政策出台，旨在全国药品价格协同，在引导行业重塑市场格局、加强价格治理的同时，推动医药工业龙头企业提升品质、提高供应链水平，引导合理定价、加快创新迭代步伐。需求端，随着中国老龄化的加速，心脑血管、恶性肿瘤等慢性疾病的发病率不断攀升，叠加消费者对于预防、治疗、康复、保健等方面渐次升级的需求，与慢性疾病、老龄化相关的医疗服务及医疗产品将迎来增量空间，同时也将在潜移默化中对医药产业的结构产生深远影响。支付端，新一轮医保谈判方案持续、渐进改进，在供应保障和专家监督方面予以加强，合规性强、定价科学合理的医药企业有望获得更多的发展机遇。

中药细分领域，银发经济的风潮也开始从国家政策层面启动，首个支持银发经济发展的专门文件《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》出台，《中共中央关于进一步全面深化改革推进中国式现代化的决定》中对于发展银发经济给予定位，中医药在老年病、慢性病防治的作用被引起重视，中药银发产业有望在支持政策的助力下迎来全新发展机遇；中成药集采持续全方位深入推进，行业特征被充分考虑、优质优价被高度重视、平均降幅渐趋温和稳定，拥有优势生产、技术产业链，产品质量、品牌、营销过硬的中药龙头企业将在中药产业链格局的重构中具备先发优势、巩固行业地位；中药材价格的上涨仍在持续，部分中药企业的成本端仍在承压，但同时，成本管控能力强、品牌价值高、定价能力强的品牌中药企业将在市场竞争格局中拥有更强的抗风险能力，能够穿越周期、逆势发展。

2024年是公司加入华润大家庭、与华润三九稳步推进融合重塑的第二年。现阶段，公司持续推动全面融合工作，加深双方在价值、业务、组织及精神层面的深度融合。在董事会的带领下，公司坚定聚焦战略引领，锚定“银发健康产业引领者”战略核心；做优做强主业，打造“老龄健康-慢病管理领导者、精品国药领先者”；加强改革深化，以智提质锻造生产供应链、组织机制水平；提振奋斗士气，“说到-做到-得到”提升公司内生发展力量，全力推动实现高质量跨越式发展。

2024年上半年，公司实现营业收入355,442.16万元，受业务结构持续优化及针剂业务因相关政策影响收入有所下滑的影响，营业收入同比下降5.73%。公司上半年持续推进提质增效，实现归属于上市公司股东的净利润22,948.33万元，同比增长2.74%；经营活动产生的现金流量净额13,520.18万元，同比增长146.75%。

1、结构重塑、打响品牌，构建宽广护城河，慢病管理平台焕然一新

在国家的大力支持下，发展银发经济、增进老年人福祉成为老龄化社会共同的目标，公司紧抓“银龄”时代机遇、聚焦三七产业链，正式发布“777”品牌，建立“三七就是777”的品牌联想、强化消费者认知；启动华润圣火51%股权的收购工作，进一步提升公司在心脑血管领域产品的核心竞争力，为打造成为银发健康产业引领者、老龄健康-慢病管理领域领导者而努力，为大众健康事业贡献企业力量。

“777”品牌重磅亮相，开启三七领域划时代发展新篇章。为助力实现“银发健康产业的引领者”的战略愿景，在一年多的“学术+品牌”打造及探索中，针对以三七为核心成分的产品群，公司正式推出“777”全新品牌，标志着公司银发健康产业迈入了全新阶段，是公司对国家关于应对人口老龄化的战略需求的积极响应，将全力推动中药产业链高质量发展。公司将持续围绕“777”提升品牌价值，以“777”品牌代表三七产业，聚焦三七全产业链，在不断拓展自身三七产业的新边界的同时构建“三七就是777”的品牌认知，强化消费者对于血塞通软胶囊有效成分三七总皂苷的认知。同时通过持续提升终端掌控与医院开发能力，充分发挥血塞通口服系列多剂型、多品规的组合优势，做好顶层设计及前瞻布局，通过强化渠道拓展协同、增强产品品牌价值，带动产品在院外实现较快增长。此外，公司携手连锁，开启777三七“生命之河”私享会、“777”银发青年守护行动等系列活动，通过传播三七价值，与连锁共赴“利国利民”事业，鼓励全社会做好血管健康管理、让“生命之河”长流。报告期内，受益于品牌打造与纯销攻坚，公司血塞通软胶囊销售创下近年同期历史新高。

启动收购华润圣火51%股份，布局银发健康产业发展新阶段。为落实公司战略规划，实现公司三七战略性、专业化整合，公司启动收购华润三九持有的华润圣火51%股权，以进一步提升公司在心脑血管领域产品的核心竞争力，实现打造成为“老龄健康-慢病管理领导者”的战略目标。公司已于2024年6月27日召开股东大会，审议通过了本次交易方案。本次交易是公司落实国家中医药产业振兴发展战略和云南省三七发展规划的重要举措，有助于加快实现公司三七业务战略性整合，同时推进三七产业链高质量发展。2024年4月，华润三九获评国家工业和信息化部“制造业单项冠军企业”，冠军产品为昆药集团“络泰”、华润圣火“理淙王”血塞通软胶囊。未来，公司将充分利用好两个产品的资源优势，院内方面，华润圣火“理淙王”血塞通软胶囊学术能力扎实，其联合阿司匹林用药的中西医结合诊疗方案“阿理疗法”临床数据良好，在院内市场的开拓方面具备先发优势；院外方面，目前有预防和康复需求的人群基数较大，可以充分发挥昆药“络

泰”血塞通系列多剂型、多品规的组合优势，在拓展院外业务版图方面进行布局发力；公司亦将进一步丰富三七产品管线、拓宽三七产品集群，构建“防、治、康、养”产品矩阵，满足银发群体在慢病管理方面更专业化、多层次的需求，共同谱写银发健康产业发展的全新篇章。

2、品宣亮相、渠道发力，焕发中药新光辉，精品国药平台厚积薄发

公司重点围绕“昆中药 1381”的企业品牌、聚焦昆中药参苓健脾胃、舒肝颗粒等核心大单品，通过全方位、多维度、高频次的广告投放强势出击，以大流量、大声势、大布局增加品牌曝光率、驱动品牌跃级发展；并通过强化市场营销与品牌声量的紧密结合，多渠道齐头并进，加快实现终端转化、快速提升渠道覆盖，打造精品国药平台。**品牌重塑与亮相：**报告期内，公司充分挖掘“昆中药 1381”丰富厚重的历史文化价值，探索老字号品牌新定位、打造专属品牌 IP，并通过多平台、多维度的全民品牌互动活动，树立品牌化认知，持续提升品牌价值。其中，拥有 600 多年历史的“昆中药 1381”企业品牌及重点产品昆中药参苓健脾胃颗粒在新春佳节亮相央视、湖南卫视及热播大剧，让“每餐一包，四季健脾胃”的健康理念走入每个家庭。昆中药舒肝颗粒“拒绝焦虑”系列短片温暖上线，并携手连锁药店及京东健康推出大型快闪活动“舒肝解压馆”，以此建立消费者与品牌间更深层次的链接，为产品持续介入情绪治疗领域奠定消费者基础。值得一提的是，报告期内舒肝颗粒进入《青少年抑郁障碍中西医结合防治指南》，不断增强的学术力为院内市场需求的增加助力、亦为院外情绪治疗领域拓宽市场。**渠道联动与赋能：**报告期内，公司完成全国范围内的零售、医疗体系昆药销售渠道整合建设，实现从多级渠道到聚焦重点主流客户重点管控；借势三九商道启动“铁架子工程”、“蒲公英计划”，单品聚焦、宣传造势、纯销突破，建立以固化终端、销量增长为目标的新型医药营销模式；借助“冠军计划”，聚焦区域龙头、抢占战略高地，实现大型连锁铺货率稳步提升；秉承“诚、信、礼、勤、智、识”的文化价值体系，传递“大药厚德、痼疾在抱”的行业生态文化；让昆药商道渠道合作伙伴从短期化思维变为长期理念，双方将实现真正的合作共赢。品牌认知提升、多频次消费者触达，助力“昆中药 1381”重点产品提速增长，报告期内，昆中药系列产品销售表现突出，其中，参苓健脾胃颗粒、舒肝颗粒、香砂平胃颗粒三大核心单品合计同比增长 20% 以上。

3、聚焦研发、夯基固本，筑牢发展压舱石，加快创新升级、推动提质增效

创新实力提升，进一步加强产品研发和成果转化：报告期内，公司自主研发的氯硝西洋注射液获得国家药监局签发的《药品补充申请批准通知书》，为同品种中首家申报并通过仿制药质量和疗效一致性评价，进一步丰富公司在神经精神领域管线。自主研发的适用于缺血性脑卒中的中药/天然药物 1 类新药 KYAZ01-2011-020 II 期临床研究进展顺利，已完成数据清理。首个自主研发的小分子创新分子、拟用于非酒精性脂肪肝的 KYAH01-2018-111 完成 pre-IND 沟通咨询，IND 资料准备中。化药 2.2 类改良型新药 KYAH02-2020-149 已获国家药监局签发的《药物临床试验批准通知书》，公司在慢病领域的管线将得到进一步完善。同时，两个 3 类仿制药药学阶段取得关键性进展，进入 BE 阶段；一个 3 类仿制药及一个一致性评价处于审评阶段。产品力提升方面，公司围绕血塞通系列、天麻素、蒿甲醚等多个在产产品，开展药材资源、工艺优化、质量提升、药效对比研究等工作，持续提升产品品质、提高产品竞争力。其中，工艺优化的 KYAH07-2022-192

项目已完成前期试验工作，正在进行补充申请资料的整理。其他研发项目也在稳步推进，将持续丰富公司产品管线，为实现公司战略目标蓄势赋能。

出海提速，国际化产业能力不断提升：报告期内，公司自主研发产品双氢青蒿素磷酸哌喹片 40mg/320mg 完成全球基金等国际组织公立采购的产品及供应商认证，为以后公司产品进入国际公立采购市场积累了宝贵经验。以此为契机，公司与比尔及梅林达盖茨基金会再次合作，由基金会为昆药集团在新抗疟药产品开发、世卫预认证等方面提供资金、技术和市场准入支持，双方携手为全球抗疟事业贡献力量。截至 2024 年 6 月 30 日，公司向海外提交了 23 份注册申请，获得 12 个境外产品的注册批文。注射用血塞通（冻干）、血塞通软胶囊、血塞通滴丸已在 15 个国家获得准入。同时，血塞通软胶囊、注射用血塞通（冻干）在乌兹别克斯坦实现上市销售，三七产业国际化迈出坚实步伐；公司成功举办越南年度卒中大会，产品已覆盖越南 30 余个省，90 多家医院。同时，公司中标联合国儿童基金会、联合国项目事务署等医疗项目，助力公司国际公立市场的开拓。

治本攻坚，EHSQ 体系全面加深融合：2024 年上半年，公司继续深化在 EHS 及质量管理体系方面与华润三九的重点对标融合。EHS 方面，确立了以“双重预防机制建设”、“薄弱单元帮扶”为抓手的基础能力提升工作，明确公司 EHS 工作的短期目标和中长期发展规划，为公司 EHS 发展途径与方向提供根本遵循。同时，EHS 融合及能力提升工作取得了阶段性的成果：以昆中药为试点打造的 EHS 示范项目成功实施，后续亦将以点带面，充分发挥示范引领作用。质量管理方面，建立集团化质量管理机构、推进华润三九标准化质量管理体系落地、开展质量文化建设、加强组织能力建设与人才培养。公司将秉承“国际标准、全球信赖”的质量理念及“以人为本、客户至上”的质量方针，持续提升质量管理水平，为客户提供更加优质的产品和服务。

4、凝聚共识、四个重塑，领航融合新业态，提升运营管理、强化组织变革

在百日融合、一年融合圆满完成的基础之上，2024 年，公司与华润三九将在价值、业务、组织及精神方面全面推进更深层次的融合工作。**价值重塑：**报告期内，公司正式发布未来五年（2024 年-2028 年）的战略发展规划，将秉承“大药厚德、痼疾在抱”的企业使命，以“银发健康产业的引领者”为愿景，围绕“传承精品国药，以三七产业链为核心，立足于老龄健康，拓展慢病管理领域”的战略核心，重点打造三七系列产品为核心的慢病管理以及“昆中药 1381”系列为核心的精品国药两大平台，致力于成为“老龄健康-慢病管理领域领导者”和“精品国药领先者”。同时，围绕公司未来五年战略发展目标，不断推动各核心业务板块及生产供应链子战略的解码落地，为实现核心战略奠定坚实基础。**业务重塑：**公司借助三九商道体系和终端覆盖等优势，持续推动渠道变革，重点加强经销商管理，并着力建设昆药商道：以三九商道这一商业智慧为典范，结合昆药自身产品及渠道特性，与客户共同建设的、提升全渠道营销能力的渠道网络。通过昆药商道，实现公司各类型产品通过商业快速到达终端和用户，并通过商业网络的丰富，逐步实现全终端覆盖、建设全渠道生态平台。同时，推动实现全渠道数字化运营，探索形成“新零售”以及“银发健康经济”的创新模式。**组织重塑：**为加强组织对战略实施的重要保障作用，公司实施“领成计划”，打造价值型总部、构建以客户为导向的“4C”型组织，纵向加强集团化管理，横向强化产业链协同，充分发挥战略引领、业务赋能、价值创造、风险防控和专业服务等核心职能作用，推动公司向高效一体化组织迈进。报告期内，公司完成了生产制造中心、生产运营管理中台、采购管理中心、EHS 管理中心、质量管理中心等平台的设立，为进一步推动提质增效、提升管理效率打下坚实基础。同时，为加快推动公司“十四五”战略规划落地，推进营销策略落地执行，聚焦营销人才发展，激发营销组织活力，公司召开营销平台“说到·做到”项目启动会，构建营销组织说到做到管理体

系，并形成营销组织管理机制、推动战略分解执行落地；构建业绩导向和绩效文化的激励机制，重点突出目标管理、组织发展和营销策略的制定、实施、优化、改进，形成绩效闭环管理；推动公司由劳动密集型企业向人才密集型企业转变，通过乐成书苑打造学习型组织，助力员工成长、提升人才整体素质。**精神重塑**：报告期内，“大药厚德，痼疾在抱”正式升级为公司使命，核心是利他精神，即制药人要有高尚的品德，将百姓的疾苦和困难放在自己的心中。企业使命将始终贯穿公司整个生产经营的过程，同时公司也将通过业务、渠道层面的深化改革，坚定走长期主义道路。一是坚持党建引领，持续推动乐成文化建设，进一步激发公司发展的内生力量。2024年1月，公司乐成文化手册正式发布，成为引导昆药人日常工作的精神指南和行动纲领；7月，公司首批乐成文化讲师获得认证，标志着昆药集团乐成文化“蒲公英”宣讲团正式成立，以乐成文化为载体和抓手，积极开展文化宣贯。2024年上半年，公司持续传承华润红色基因，在党建引领和三九文化指导下，持续构建乐成文化，努力建设一支跟党走、跟三九走、跟昆药走，与企业同呼吸、共命运的人才队伍。二是积极推动党建、文化、业务融合，提升员工向心力、归属感。组织乐成文化系列活动，营造“开心工作、快乐生活”氛围；打造党建文化课程，宣传利他为民精神；组织开展2024年“一对一”捐资助学活动，践行利他精神，彰显国企责任担当；坚持为群众办实事，开展职工慰问工作，增强组织凝聚力；探索建立党建品牌，推进党建融入公司生产经营、融入乐成文化；开展评先评优活动，营造崇尚先进、学习先进的良好氛围，见证公司团体和个人成长、成就、成为。

3.2 公司应当根据重要性原则，说明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