



贵州三力制药股份有限公司

2023 年度总经理工作报告

报告日期：2024 年 4 月



重要声明

本报告如涉及未来计划等前瞻性陈述，是公司根据当前的战略规划、经营情况、市场状况做出的预判，并不代表公司对未来年度的盈利预测及对投资者的实质承诺，能否实现取决于市场状况变化等多种因素，存在较大的不确定性，敬请投资者及相关人士对此保持足够的风险认识。



目录

- 一、2023 年年度工作总结
- 二、2023 年主要工作回顾
- 三、2024 年主要工作计划



一、2023 年年度工作总结

2023 年是全球经济环境充满复杂性、严峻性和不确定性的一年，中国经济展现出了强大的韧性和积极的增长态势，整体国民经济向好。医药行业迎来全领域、全覆盖、全链条的系统治理，随着《“十四五”中医药发展规划》逐步实施，在老龄化受益明显、政策支持属性强同时需求更为刚性的背景下，中成药行业成长逻辑清晰。公司积极顺应“十四五”中医药产业高质量发展要求，做好中药的守正创新、传承发展工作，报告期内公司业绩实现大幅增长。

2023 年是公司投资并购取得阶段性成果、产品结构实现多元化、组建营销队伍拓展 OTC 渠道、布局上游中药种植产业等方面高质量发展突破性的一年。截至 2023 年 12 月 31 日，公司实现营业收入 16.35 亿元，同比上升 36.10%，实现归属于母公司所有者的净利润 2.93 亿元，同比上升 45.42%，实现归属于母公司所有者的扣非净利润 2.46 亿元，同比上升 26.21%，归属于上市公司股东的所有者权益 14.70 亿元，较期初增长 18.66%。

二、2023 年主要工作回顾

2023 年，公司在董事会的领导下，紧密围绕公司既定发展战略和经营目标，主要完成了以下几项工作：

（一）“双提升”工程圆满推行

2023 年公司持续围绕“双提升”工程的战略定位，一方面：聚焦“微创新”管理举措，以新体制、新机制释放出来的生机和活力，充分有效发挥中药行业发展主战略、主基调。结合行业发展特色和经营管理实际，带领公司员工团结一致、开拓进取，探索出以 GW-SOP（做“好”一项工作的标准程序）为核心工具的效率提升方式，将工作流程、时间管理、关键控制点、跨部门协作和 KPI 考核等内容融合，最大程度减少因制度、经验不足等因素带来的影响，从问题本身出发，以结果为导向，收集跨部门建议，自上而下帮助员工梳理 GW-SOP，由转变思维模式来优化工作方式，培养主动思考、解决问题的习惯，使工作过程更高效、结果



更满意。另一方面：开展了员工“一人一方”能力素质提升，尤其是对部门核心员工和中高层骨干管理人员，通过客观、科学、全面的能力测试和诊断，根据年初制定的一对一培训培养计划开展实施，经过针对性、计划性的培养，有效提高增强了员工服务意识、工作能力，更重要的是形成主动思考的习惯。

最终提升成果来看，2023 年整体业务全流程审批时效有所提升，共收集跨部门建议 70 多条，均协调解决完成，解决率达 95%以上；撰写工作 SOP65 份，初步定稿 GW-SOP22 份，为各部门提供了有效的效率提升工具。公司将持续提升员工干事的创新能力，强化考核激励，坚持正面激励与负面处罚相结合，培养专业人才，完善各部门协作交流机制，凝聚公司发展共识，厚植企业文化理念，推进公司经营管理发展向纵深挺进。

（二）募投项目建成并投产

公司于 2021 年以“中药智能化生产制造”为理念设计并开始建设二期工厂，截至本报告出具日，募投项目（GMP 二期项目和研发中心项目）建设均已完成，并取得变更后《药品生产许可证》，已于 2024 年初达到投产条件，将使公司产品工艺路线、设施设备、技术标准和软件管理达到国内先进水平，使公司核心产品生产实现全过程标准化、自动化、智能化，进一步提高产品品质，提升生产效率。其中，喷雾剂智能化生产线中的很多核心设备和控制环节都是属于国内首次定制化研发，实现从药材前处理、提取浓缩、精制配料、灌装包装等药品生产全过程智能制造，成为国内口腔喷雾剂生产领域智能化领先企业。

该项目配备有喷雾剂、硬胶囊剂、颗粒剂等生产线，对应产能均大幅提升。项目建成投产初期，公司将，在法律法规允许范围内，充分协调各子公司之间产品生产，将使得新生产线的产能爬坡期顺利度过。募投项目建成后，将显著提升公司的生产制造水平，通过生产数据的积累、加工过程的仿真与优化、数字化控制、状态信息实时检测与自适应控制等数字化、智能化技术的全面应用。公司积极运用现代科技手段牢牢把握住中医药和苗医药传承发展优势，在提高生产效率的同时，也做好传统工艺的传承。

（三）完成阶段性资本运作，成效显著



自上市以来，公司积极布局中成药制药行业、致力丰富产品线。2023 年初通过投资控股好司特，间接控股无敌制药，并于 2023 年 11 月将汉方药业纳入合并范围，与 2022 年投资控股的德昌祥一起释放投资并购效能，实现产品线扩张。三力、德昌祥、汉方药业、无敌制药四家制药主体带来的多元化产品结构通过协同效应实现放量，报告期内单体均实现盈利，对公司的营收和利润带来了显著的积极影响。

2023 年 1 月，公司通过收购好司特 61% 的股权，间接控股其子公司无敌制药。无敌制药是国内专业从事研究、生产治疗骨病药品的重点骨干生产型企业，同时也是中华老字号企业，主要产品有“无敌丹胶囊、无敌止痛搽剂、外用无敌膏、无敌药酒”等产品。其拥有胶囊、膏药、药酒、搽剂四条现代化生产线，以及中药前处理车间和质检中心，拥有完善的质检体系。公司通过收购无敌制药拓展了骨科中成药领域，助力丰富产品种类，提升业务竞争力，贡献了新的产品和利润增长点。

2023 年 11 月，公司完成收购参股公司汉方药业，对其持股比例由 25.6% 提升至 75.9%，汉方药业成为公司控股子公司。汉方药业作为贵州省老牌药企，药品批文丰富，独家产品众多。目前拥有 8 条 GMP 药品生产线；80 余个药品批准文号，其中 19 个独家品种，28 个国家医保品种，含芪胶升白胶囊、妇科再造胶囊、日舒安洗液/湿巾、黄芪颗粒、儿童回春颗粒等重点产品。公司自 2020 年 12 月参股汉方药业以来，协助汉方药业梳理管理架构、销售体系，使得汉方药业在管理和销售方面都取得了巨大提升。公司通过对汉方药业进行股权投资，助力公司进一步丰富产品矩阵，填补了血液类、补益类用药等科室领域。汉方药业自 2023 年 11 月纳入公司合并报表范围以来，进一步提升公司盈利能力，增厚当期收入及利润。

（四）扩张自营销售队伍，多渠道丰富营销体系

2023 年，公司完成对汉方药业控制权的收购并对其销售队伍进行了整合，组建了处方事业部和 OTC 事业部，在持续开发医院渠道的同时，进一步加大 OTC 渠道的开发力度。2023 年新增开发医院渠道 700 余家；新增开发百强连锁 15 家；新增开发中小连锁药店 600 余家；新增开发第三终端 6 万余家。OTC 渠道的快



速扩张，为公司产品销量的稳定增长，提供了坚实有力的保障。

在线上渠道方面，公司与阿里健康、京东大药房、美团等签署了合作协议，开始尝试线上渠道的销售，线上主要销售的核心产品有：开喉剑喷雾剂(儿童型)、开喉剑喷雾剂、芪胶升白胶囊、儿童回春颗粒、妇科再造胶囊、妇科再造丸等，全年按计划完成销售任务，实现公司电商销售渠道的突破。

另一方面，通过子公司小苕医药布局线上业务，自 2022 年 10 月开始建设一套覆盖全国的公立医院互联网医院 SaaS 体系，同时与大型商业配送公司合作共享，2023 年已签约公立医院 42 余家，已与 10 余家省级大型商业公司完成签约，覆盖贵州、陕西、黑龙江、重庆、湖南、江西、广东、四川、河南等省份。

（五）上游种植产业布局

2023 年 9 月，根据公司经营发展需要，三力与子公司三力健康以及贵州健康农共同投资设立了三康合伙，三力合计持有股权比例 60%。通过三康合伙下设子公司三康中药材，作为“中药材全产业链”项目的实施主体，旨在解决贵州省制药企业核心药材的种植，形成道地核心中药材种植、采收、贸易、仓储为一体的生产基地，全力打造贵州核心优势品种的全产业链供应体系。

2023 年 10 月，公司引入省农业发展基金向控股子公司三康中药材增资 8,000 万元，共同开展中药材全产业链项目。本次对外投资有利于发挥合作双方团队人才与资源优势，共同对外投资开展中药材种植业务，促进公司中药材基地的标准化、规模化。一方面保障中药材的品质可控，另一方面以应对原材料价格波动风险，进而维持公司产品质量和成本的稳定性。通过引进政府基金设立子公司布局上游中药材种植行业，完善公司 产业链，有利于从源头上控制产品品质以及维持原材料成本的稳定性或进一步压降成本，让公司能够更好地开拓市场及提升产品竞争力。

（六）持续开展深度合作研发、完善循证医学证据链

近年来，公司围绕三力及子公司核心产品积极开展与医院、高校的合作，在中国中医科学院中药研究所、国家北京药物安全评价研究中心等具有 GLP 研究资质的单位开展多个品种的安全性评价和药理药效评价研究。在天津中医药大学



第一附属医院、北京中医药大学东直门医院等多所三甲医院开展多中心随机双盲、安慰剂平行对照的多中心临床研究。丰富和补充了主要品种的高等级循证证据。在各主要品种的上市后再评价中，公司聚焦产品的治疗靶点，解决了中药普遍的疗效宽泛、临床定位模糊问题，做出了中药独家品种的差异化、个性化，且公司积极响应近年来持续出台的关于中药品种保护的政策和制度，2023 年度，开展了重点产品开喉剑喷雾剂（儿童型）和芪胶升白胶囊的中药品种保护申报工作，突出产品在特定疾病上的治疗效果，突出中药、民族药在特定疾病上的疗效特色。此外，报告期内公司在核心产品研发方面取得一些阶段性成果，包括：芪胶升白胶囊防治白细胞减少症药效及其作用机制研究已成功结题，发表了 1 篇 SCI 论文及 1 项发明专利；大品种妇科再造丸深度开发研究项目已成功结题，发表了 4 篇核心论文及 2 项发明专利；关于开喉剑系列产品，公司持续进行上市后药效学评价，开喉剑喷雾剂（儿童型）自上市以来逐步开展了急性毒性、长期毒性、皮肤刺激性、口腔黏膜刺激性安全性评价研究，持续提升公司核心产品的质量和安全性。

贵州三力始终秉承“创造人类健康生活”的企业使命，做勇于推动生产力创新、技术创新、市场创新的新质生产力创新主体，抓住中医药产业大发展、生产力大变革的重要发展机遇，加快推进企业数智化生产和研究转型，增强企业在中医药领域的核心竞争力，向着“成为国人信赖的制药企业”的愿景迈进，以实际行动践行在国家医药大健康行业稳健发展的承诺。

三、2024 年主要工作计划

（一）深化效率提升工程

公司将依托于此前通过“双提升”工程营造出的高效率、高质量工作氛围土壤，围绕“工娱结合、文体发展、深化绩效、积分激励”的核心，开展“薪酬绩效积分制”项目。一抓工作深度，强化核心工作的引领作用，明确员工工作方向，部署更具水平、更具专业、更具视界的人员设置；二抓企业文化，凝心聚力巩固三力团结，协作共赢体现三力精神，激发员工上进心、共享力、认同感。绩效积分促进业务能力的全面提升，员工多方位、多角度、深层次发展，刻苦钻研实现工



作的质量跃升，勇于扩展发掘自身技能的无限可能；文化积分激活员工企业活动的参与感，深入贯彻落实“坚持、担当、探索、开拓、共享”的企业价值观，将工作与文化巧妙融合、互为补充。公司将持续以绩效文化为重点、以统筹兼顾为举措，积极推进薪酬绩效工作常态化、专业化、兼容化。

（二）持续推进营销队伍建设，优化营销管理体系

2024 年公司将持续推进营销队伍建设，处方销售队伍和 OTC 营销队伍双线发展。处方事业部方面，通过持续对学术人员加强专业化学术方面培训，开展高端学术活动，通过产品力及学术力的带动，新增开拓不低于 600 家二级以上公立医院，实现以学术力来推动产品销售的持续和稳定增长。OTC 事业部方面，在整合了汉方药业的营销团队后，销售人员扩充至 1200 人，预计年内将增加至 1600 人，销售团队规模的扩大，赋能公司及子公司多元化产品在 OTC 端的放量。为提升全国各地 OTC 销售团队的归属感，公司从 2023 年底开始，将陆续在全国多地成立 9 家分公司，推进三力分公司 OCT 模式建设，以便于销售人员的入职和日常办公；计划用 3—5 年时间，建成一支 3000 人的销售队伍，营销体系全面发力，通过加大终端开发力度，提升现有覆盖终端销量的同时，大力拓展空白市场，提升公司品牌市场影响力。

公司未来，通过优化营销管理体系，赋能三力及子公司产品，围绕“四个核心、四个重点”的大品种战略，打造公司多科室产品矩阵，实现多元化产品放量，提升公司“三力”及“德昌祥”两大品牌的知名度。着重品牌建设和产品推广，通过加大广告投入、开展公益活动等方式，提高品牌知名度和美誉度。

（三）深化产业链布局，稳步推进中药材种植进程

近年来，中药材价格出现较大幅度的波动，总体呈上涨趋势。药材价格上涨影响因素复杂且具有不可预测性，同时中药材资源属性较强，存在中药材实际种植面积下降、资金炒作等现象，公司一直很重视对原材料品质控制和价格风险的抵御。2024 年，公司将依托新设立的子公司三康中药材主业和资源优势，积极布局上游中药材种植领域，有利于从源头上控制产品品质以及维持原材料成本的稳定性或进一步压降成本，让公司能够更好地开拓市场及提升产品竞争力，进而赋能公司销售业务高质量稳健增长。



（四）聚焦大健康赛道

公司一方面持续深耕、挖掘现有核心产品及业务增量的潜力，为公司的稳健扩张积蓄能量；另一方面将保持投资并购战略，寻找大健康板块标的、高效推动公司整体经营的突破性增长，再扩医药版图、深耕大健康赛道。

公司出于对远期业绩的信心和人才队伍建设支持的决心，后续将考虑制定新一轮股权激励计划，进一步激发团队为公司贡献才智、创造价值的积极性，保障公司高质量可持续发展和长期价值创造的趋势，为公司注入高成长动力。