

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



廣州白雲山醫葯集團股份有限公司
GUANGZHOU BAIYUNSHAN PHARMACEUTICAL HOLDINGS CO., LTD.

(於中華人民共和國註冊成立之股份有限公司)
(H股股份代碼：00874)

有關 2017 年年度報告之補充資料

茲提述廣州白雲山醫葯集團股份有限公司（「本公司」）日期為2018年3月15日（2017年度報告摘要）及日期為2018年4月6日（2017年年報），內容有關本公司2017年度業績。除文義另有所指外，本公告所用詞彙與上述摘要及2017年年報所界定者具有相同涵義。

本公司謹此公佈，因應上交所《關於對廣州白雲山醫葯集團股份有限公司2017年年度報告的事後審核問詢函》（上證公函[2018]0295號）的要求，本公司對2017年年報作如下補充修訂：

一、在「第三節 公司業務概要/一、本報告期內，本集團所從事的主要業務、經營模式及行業情況說明/（二）經營模式 /1、大南藥板塊/（3）銷售模式 」補充以下內容：
補充修訂前：

（3）銷售模式

大南藥板塊銷售模式主要分為兩類：一類是國家基本藥物銷售模式，另一類為非國家基本藥物銷售模式。

①國家基本藥物銷售模式

近年來國家大力深化醫療改革，積極推行全民醫保制度。國家基本藥物全部納入國家醫保目錄，並實行全額報銷，形成在我國醫葯市場的巨大優勢。本公司各下屬企業積極響應國家政策，成立專門營銷團隊負責國家基本藥物銷售，積極參與各省基本藥物的招標採購，並將基本藥物銷售作為未來醫葯銷售的重點。

基本藥物銷售模式具體為：政府或醫院通過基本藥物集中採購平臺對基本藥物實行統一招標採購，本公司各下屬企業根據國家相關政策在全國範圍內對基本藥物進行投標，產品中標後，通過藥品經營企業，對基本藥物進行統一配送。

②非國家基本藥物銷售模式

對於非國家基本藥物，本公司設立了醫葯工業銷售、電子商務兩個銷售子平臺進行銷售。

I·醫葯工業銷售子平臺

本公司成立醫葯工業銷售子平臺，「工業操作+商業平臺」模式，整合本集團醫葯工業銷售資源提升醫葯工業企業銷售水平，打造整體醫葯營銷優勢。本報告期內，本集團建立以白雲山和黃公司為主體的 OTC 一體化銷售平臺，深化與零售藥店特別是全國百

強連鎖藥店的深度合作；並以白雲山醫藥銷售公司為平臺，對屬下部分醫藥製造企業銷售資源進行進一步整合。

II · 電子商務銷售子平臺

電子商務銷售子平臺為現有銷售體系的補充、品牌及新品推廣平臺，也是本集團未來重點打造的銷售渠道之一。目前，本公司廣藥白雲山旗艦店已在天貓、京東等設立電子商務終端銷售平臺；廣藥健民網實現網上脫卡支付，成為醫保互聯網定點藥店，將健民傳統店、健民試驗店、各零售店結合線上銷售，全力打造電子商務「大零售」。

補充修訂後：

(3) 銷售模式

①由本公司屬下分公司、控股子公司對其生產的醫藥產品組織對外銷售，主要採取自營和代理模式，通過各級經銷商、代理商的銷售渠道實現對全國大部分醫院、社區醫療和零售終端的覆蓋。

醫院招標產品：本公司各下屬企業根據國家相關政策在全國範圍內對醫院招標產品進行投標，產品中標後，通過藥品流通經營企業，對有關藥品進行配送。

非醫院招標產品：主要通過代理和分銷模式進行推廣。本公司各下屬企業自有隊伍配合經銷商進行終端開發和維護，利用藥品流通經營企業的資源、分銷、配送優勢，實現產品銷售和市場覆蓋。

②醫藥工業銷售平臺

本公司于 2015 年建立了白雲山醫藥銷售公司和白雲山和黃公司兩個銷售平臺，採取「工業操作+商業平臺」模式，整合本集團醫藥製造企業銷售資源，提升營銷能力。

本公司以白雲山醫藥銷售公司為銷售平臺，整合了白雲山製藥總廠、光華藥業、敬修堂藥業三家企業的銷售業務及銷售人員等資源，逐漸構建了處方藥產品營銷中心、OTC 產品營銷中心、總代理、電商運營中心等幾大板塊業務。目前，白雲山醫藥銷售公司主要以銷售以上三家企業的醫藥產品（含處方藥品、OTC 藥品）為主，以上三家企業不再重複配置藥品銷售團隊。截至 2017 年 12 月 31 日，該公司的銷售人員為 555 人，2017 年銷售規模約為 29.59 億元（含稅）。

白雲山和黃公司 OTC 銷售平臺，是以白雲山和黃公司及其屬下企業為主體，帶動本公司屬下製造企業與國內百強連鎖提升業務對接能力；同時，通過白雲山和黃公司全資子公司廣州白雲山和黃醫藥有限公司（「白雲山和黃醫藥公司」），以代理方式對本公司屬下部分企業的中小規模醫藥產品進行推廣銷售、培育發展，進一步提升本集團醫藥產品在省外醫藥連鎖店的銷售。作為本集團 OTC 產品銷售體系的補充，該平臺 2017 年銷售本集團產品的金額約為 4,580 萬元（含稅）。

③電子商務銷售平臺

電子商務銷售平臺為本集團未來重點打造的銷售渠道之一。目前，本公司廣藥白雲山旗艦店已在天貓、京東等設立電子商務終端銷售平臺，2017 年實現銷售收入約 1,600 萬元；本公司合營企業醫藥公司屬下的廣藥健民電商平臺 2017 年實現銷售收入約 4.85 億元。

二、在「第四節 管理層討論與分析/二、本報告期內主要經營情況/（四）行業經營性信息分析 /1、行業和主要藥（產）品基本情況/（2）行業政策變化及影響 /2）行業監管及改革方面的政策法規的變化、影響及應對措施」補充以下內容：

補充修訂前：

2) 行業監管及改革方面的政策法規的變化、影響及應對措施

①全面取消藥品加成

2017年，國家衛計委等7部門聯合印發《關於全面推開公立醫院綜合改革工作的通知》，設定「時間表」、繪製「路線圖」，拉開了我國全面取消藥品加成的大幕。國家衛計委數據顯示，2017年全國所有公立醫院已取消藥品加成，公立醫院綜合改革已推廣至全國諸多地市。短期來看，全面取消藥品加成將加快現代醫院物流延伸服務的發展；中長期來講，全面取消藥品加成將使得處方外流、院外處方流轉成為必然趨勢。

應對措施：本集團將進一步發揮在現代醫院物流延伸服務方面的工作經驗，承接更多的業務，擴充規模優勢，並注意成本控制，以隨時應對可能出現的政策變局。

②「兩票制」

2017年，國務院醫改辦連同衛計委等八部委印發《關於在公立醫療機構藥品採購中推行兩票制的實施意見(試行)的通知》。《通知》明確，公立醫療機構藥品採購中逐步推行兩票制，鼓勵其他醫療機構藥品採購中推行兩票制，爭取到2018年在全國全面推開。各地、各有關部門要積極為兩票制落地創造有利條件。要打破利益藩籬，破除地方保護，加快清理和廢止在企業開辦登記、藥品採購、跨區域經營、配送商選擇、連鎖經營等方面存在的阻礙藥品流通行業健康發展的不合理政策和規定。

應對措施：本集團將自覺整肅規範，充分利用「兩票制」的機會，推動醫藥商業佈局的逐步完善，加快向基層市場的下沉與資源傾斜。

補充修訂後：

2) 行業監管及改革方面的政策法規的變化、影響及應對措施

①全面取消藥品加成

2017年，國家衛計委等7部門聯合印發《關於全面推開公立醫院綜合改革工作的通知》，設定「時間表」、繪製「路線圖」，拉開了我國全面取消藥品加成的大幕。國家衛計委資料顯示，2017年全國所有公立醫院已取消藥品加成，公立醫院綜合改革已推廣至全國諸多地市。短期來看，全面取消藥品加成將加快現代醫院物流延伸服務的發展；中長期來講，全面取消藥品加成將使得處方外流、院外處方流轉成為必然趨勢。

應對措施：2017年，全國公立醫院取消藥品加成，嚴控藥費增長，限制處方藥用量，這一變化導致醫院用藥增長的放緩。由於「強基本」、「保基層」以及分級診療的實施，藥品用藥重心下移、基層醫療機構用藥量將有所增加。鑒於此，本集團進一步加快向基層市場的下沉與資源傾斜，拓展基層醫療銷售網絡建設，提升基層藥品銷售量。

②「兩票制」

2017年，國務院醫改辦連同衛計委等八部委印發《關於在公立醫療機構藥品採購中推行兩票制的實施意見(試行)的通知》。《通知》明確，公立醫療機構藥品採購中逐步推行兩票制，鼓勵其他醫療機構藥品採購中推行兩票制，爭取到2018年在全國全面推開。各地、各有關部門要積極為兩票制落地創造有利條件。要打破利益藩籬，破除地方保護，加快清理和廢止在企業開辦登記、藥品採購、跨區域經營、配送商選擇、連鎖經營等方面存在的阻礙藥品流通行業健康發展的不合理政策和規定。

應對措施：「兩票制」的實施，將促使製造企業加快原有商業營銷模式的轉型，深度介入市場而使渠道扁平化。本集團藥品銷售部分採用多級經銷商模式，「兩票制」的實施，短期內對本集團藥品銷售帶來一定的壓力。在此情況下，本公司下屬製造企業一方面將與經銷商共同探索渠道扁平化之下合作的新模式，或者將重新遴選區域其他的營銷和推廣服務供應商開展營銷推廣活動，以適應新模式的轉變；另一方面將積極參與各省醫藥產品的招投標工作，強化與藥店特別是連鎖藥店的合作，加快醫院產品銷售業務的轉型，強化學術推廣能力，穩定和擴大市場份額。

三、在「第五節 重要事項/二、承諾事項履行情況/(六) 控股股東關於商標注入的承諾」補充修訂以下內容：

補充修訂前：

(六) 控股股東關於商標注入的承諾

項目	內容
承諾背景	與 2013 年重大資產重組相關的承諾
承諾方	控股股東
承諾內容	<p>1、廣藥集團承諾，在下述任一條件滿足之日起兩年內，廣藥集團將按照屆時有效的法律法規的規定，將王老吉系列商標（共計 25 個）和其他 4 個商標（包括註冊號為 125321 的商標、註冊號為 214168 的商標、註冊號為 538308 的商標和註冊號為 5466324 的商標）依法轉讓給廣藥白雲山：(1) 2020 年 5 月 1 日屆滿之日，或在此之前許可協議及其補充協議被仲裁機構裁定失效/無效/終止，或在此之前協議雙方同意後終止或解除許可協議；或(2) 鴻道（集團）有限公司依法不再擁有許可協議中約定對王老吉商標的優先購買權。</p> <p>2、在原承諾函的基礎上，廣藥集團進一步承諾如下：待王老吉商標全部法律糾紛解決，自可轉讓之日起兩年內，廣藥集團將按照屆時有效的法律法規的規定，在履行相關報批手續後，將「王老吉」29 項系列商標及《商標託管協議書之補充協議》簽署日（含本日）後廣藥集團通過合法方式取得及擁有的其他王老吉相關商標及 4 項商標依法轉讓給本公司。本公司可以現金或發行股份購買資產的方式取得，轉讓價格以具有證券從業資格的評估機構出具的並經國資部門核准的資產評估報告中確定的評估值為基礎依法確定。</p>
承諾時間及期限	原承諾於 2012 年 2 月 29 日作出，廣藥集團 2012 年 6 月 15 日就相關內容進行了補充承諾，有效期至承諾履行完成日止。
是否有履行期限	否
是否及時嚴格履行	<p>2014 年 12 月，承諾方廣藥集團向本公司發來了《關於修改「王老吉」系列等商標注入承諾的函》，其因「紅罐裝潢糾紛案」審判事宜擬將原承諾中的履約期限修改為「等《紅罐裝潢案》判決生效之日起兩年內」。</p> <p>經本公司第六屆董事會第八次會議審議同意，關於廣藥集團修改「王老吉」系列等商標注入承諾履約期限的議案已提交本公司 2015 年 3 月 13 日召開的 2015 年第一次臨時股東大會審議並獲通過。</p>
是否規範	是

補充修訂後：

(六) 控股股東關於商標注入的承諾

項目	內容
承諾背景	與 2013 年重大資產重組相關的承諾
承諾方	控股股東
承諾內容	<p>1、廣藥集團承諾，在下述任一條件滿足之日起兩年內，廣藥集團將按照屆時有效的法律法規的規定，將王老吉系列商標（共計 25 個）和其他 4 個商標（包括註冊號為 125321 的商標、註冊號為 214168 的商標、註冊號為 538308 的商標和註冊號為 5466324 的商標）依法轉讓給廣藥</p>

	<p>白雲山：(1) 2020年5月1日屆滿之日，或在此之前許可協議及其補充協議被仲裁機構裁定失效/無效/終止，或在此之前協議雙方同意後終止或解除許可協議；或(2) 鴻道（集團）有限公司依法不再擁有許可協議中約定對王老吉商標的優先購買權。</p> <p>2、在原承諾函的基礎上，廣藥集團進一步承諾如下：待王老吉商標全部法律糾紛解決，自可轉讓之日起兩年內，廣藥集團將按照屆時有效的法律法規的規定，在履行相關報批手續後，將「王老吉」29項系列商標及《商標託管協議書之補充協議》簽署日（含本日）後廣藥集團通過合法方式取得及擁有的其他王老吉相關商標及4項商標依法轉讓給本公司。本公司可以現金或發行股份購買資產的方式取得，轉讓價格以具有證券從業資格的評估機構出具的並經國資部門核准的資產評估報告中確定的評估值為基礎依法確定。</p>
承諾時間及期限	原承諾於2012年2月29日作出，廣藥集團2012年6月15日就相關內容進行了補充承諾，有效期至承諾履行完成日止。
是否有履行期限	否
是否及時嚴格履行	<p>2014年12月，承諾方廣藥集團向本公司發來了《關於修改「王老吉」系列等商標注入承諾的函》，其因「紅罐裝潢糾紛案」審判事宜擬將原承諾中的履約期限修改為「等《紅罐裝潢案》判決生效之日起兩年內」。</p> <p>經本公司第六屆董事會第八次會議審議同意，關於廣藥集團修改「王老吉」系列等商標注入承諾履約期限的議案已提交本公司2015年3月13日召開的2015年第一次臨時股東大會審議並獲通過。</p>
是否規範	是
備註	<p>2017年8月16日，最高人民法院對「紅罐裝潢糾紛案」進行公開宣判，此為終審判決。同日，廣藥集團與本公司全資子公司王老吉大健康公司收到最高人民法院關於「紅罐裝潢糾紛案」的相關民事判決書（詳見本公司日期為2017年8月16日的《廣州白雲山醫藥集團股份有限公司關於「王老吉紅罐裝潢糾紛案」終審判決結果的公告》）。根據廣藥集團2012年2月29日作出的承諾、2012年6月15日作出的補充承諾以及2014年修改後的承諾，廣藥集團將「王老吉」系列等商標轉予本公司的條件已成就。目前，相關工作已經開展，本公司與廣藥集團已成立工作小組，聘請了相關中介機構開展評估及相關工作，爭取於承諾期間內完成商標注入工作。</p>

除上述補充修訂內容外，本公司2017年年報其他內容不變。因上述補充修訂給投資者帶來的不便，本公司深表歉意。

廣州白雲山醫藥集團股份有限公司
董事會

中國廣州，2018年4月18日

於本公告日期當日，本公司董事會成員包括執行董事李楚源先生、陳矛先生、劉菊妍女士、程寧女士、倪依東先生與吳長海先生，及獨立非執行董事儲小平先生、姜文奇先生、黃顯榮先生與王衛紅女士。