

管理層討論及分析

業務回顧

截至二零零六年十二月三十一日止，本集團錄得營業額較二零零五年增長約1.2%至約人民幣841,475,000元。各劑型於二零零六年營業額及同比增長率如下：

	營業額	營業額比例	同比增長率
注射液	人民幣466,264,000元	55.4%	2.9%
軟膠囊	人民幣248,282,000元	29.5%	-4.5%
顆粒	人民幣111,917,000元	13.3%	2.7%
其它劑型	人民幣15,012,000元	1.8%	61.5%

營業額只呈平穩增長主要因為年內國家對醫院用藥採購管理進行管治整頓，並治理醫藥流通環節，致醫院用藥採購相對減慢，引發經銷渠道現金流出現呆滯，令醫藥行業整體增長放緩所致。

截至二零零六年十二月三十一日止，集團經營溢利較去年上升約13.0%，達至約人民幣387,034,000元，本集團股本持有人應佔溢利於二零零六年約為人民幣332,977,000元，較去年增幅約0.5%。溢利只呈現溫和增長除醫藥行業整體增長放緩外，主要還受今年所得稅率增加所影響。

注射液產品

於二零零六年期間，本集團售出注射液產品約人民幣466,264,000元，較去年增長約2.9%，其中清開靈注射液、舒血寧注射液及黃芪注射液分別錄得約7.7%、166.0%及1.7%銷售升幅。惟參麥注射液銷售額於期內下降約11.5%。本集團認為，雖然醫藥行業整體增長放緩，令各中藥注射液銷售增長未能達到本集團預期目標。但醫療市場對中藥注射液的需求持續，以及本集團重點發展中藥注射液產品的策略，不斷強化分銷網絡及終端建設以提高市場覆蓋率。於年內本集團多個中藥注射液產品亦被列為「優質優價」產品。中藥注射液產品將繼續為本集團最具增長潛力的劑型。

於二零零六年期間，注射液產品佔營業額約55.4%，而於去年則佔營業額約54.5%，本集團相信，以銷售量及生產能力計，本集團是目前中國最大中藥注射液生產商。

管理層討論及分析

軟膠囊產品

本集團軟膠囊產品於年內錄得銷售總額約人民幣248,282,000元，比去年同期下降約4.5%。雖然藿香正氣軟膠囊之銷售比去年同期上升約39.5%，五福心腦清軟膠囊却較去年同期下降約12.5%。主要受到醫藥行業整體增長放緩所致。

軟膠囊產品於二零零六年佔總營業額約29.5%，而去年同期為31.3%。本集團相信，以銷售量及生產能力計，本集團是目前中國最大中藥軟膠囊生產商。

顆粒產品

於二零零六年期間，顆粒產品的銷售比去年同期上升約2.7%至約人民幣111,917,000元，主要是由於本集團策略性安排，統一顆粒品牌及定位，並加強推廣較受歡迎的顆粒品種，在醫藥行業整體增長減慢下，保持了顆粒產品銷售平穩增長。於二零零六年期間顆粒產品佔集團總營業額約13.3%，而於二零零五年同期則佔營業額約13.1%。



主要產品

參麥注射液－供治療冠心病、病毒性心肌炎及心肺疾病

於二零零六年本集團的參麥注射液銷售額約人民幣180,021,000元，比去年同期下降約11.5%，佔集團總營業額約21.4%。參麥注射液銷售額較去年有所下降，主要原因為國家今年對醫院用藥管理進行管治整頓，致短期醫院對各大品種醫療用藥採購相對減慢。參麥注射液為國家中藥保護品種，亦為國家基本醫療保險及工傷保險目錄藥品，亦為中國國家衛生部列入治療人禽流感診療方案治療用藥。本集團相信，以銷售量計，本集團是目前中國最大參麥注射液生產供貨商，並且在價格上具競爭優勢。根據一項獨立調查，目前參麥注射液在中國醫院採購的中成藥中排名第一。該產品具有較大的發展空間。本集團認為國家監管政策改變將令銷售渠道明朗。本集團之參麥注射液臨床使用量大，在廣大醫生和醫療機構中有較高知名度。本集團將繼續借助該產品已有的品牌和針對性的營銷策略實施，進一步提高中國華北、華中優勢市場及華東、華南潛力市場滲透率和佔有率，增長勢頭勢將重現。

管理層討論及分析

清開靈注射液－應用廣泛的廣譜抗病毒用藥，供治療病毒性疾病，包括呼吸道感染、病毒性肝炎、腦出血及腦血栓等

本集團的清開靈注射液在醫藥行業整體增長放緩的情況下，於本年銷售較去年上升約7.7%，至約人民幣209,610,000元，佔本集團總營業額約24.9%。清開靈注射液為國家基本醫療保險及工傷保險目錄藥品，被國家中醫藥管理局定為中醫臨床急症科必備藥，亦為國家衛生部列入治療人禽流感診療方案治療用藥，臨床使用廣泛。清開靈注射液是本集團歷史最長的中藥注射液，有較豐富的生產工藝經驗、生產成本優勢及知名度，年內更被國家列入為「優質優價」及高新科技產品目錄。本集團相信，以銷售量計，本集團是中國最大的清開靈注射液生產商。本集團將進一步強化終端市場推廣力度，優化渠道結構，該產品來年應能錄得更佳增長。



五福心腦清軟膠囊－供預防及治療冠心病及腦動脈硬化症

五福心腦清軟膠囊銷售金額比去年下降約12.5%至約人民幣142,467,000元，約佔集團總營業額的16.9%。年內，醫藥行業受國家管治整頓措施影響，致渠道資金流轉相對減慢，在渠道短期資金不足的情況下，影響了五福心腦清的銷售流通。五福心腦清軟膠囊是同類心腦血管疾病治療用藥中，平均日服用價格最低的產品之一，深受廣大群眾喜愛。憑藉強力「五福」品牌，本集團將不斷加強終端投入及推廣活動，來年該產品定能重現增長勢頭。

管理層討論及分析

具潛力產品

藿香正氣軟膠囊－供預防及治療中暑、腹部脹痛、嘔吐泄瀉

於二零零六年期間，藿香正氣軟膠囊銷售金額比去年增長約39.5%，錄得銷售金額約人民幣54,943,000元，約佔總營業總額6.5%。藿香正氣軟膠囊的快速增長主要得益於本集團的品牌優勢、有針對性的市場策略，及領先於競爭對手的渠道策略和終端拉動策略的有效實施。藿香正氣軟膠囊屬國家中藥保護品種，亦為國家基本醫療保險及工傷保險目錄藥品，亦被中國國家衛生部列入治療人禽流感診療方案治療用藥。由於其效用顯著及軟膠囊產品的較高吸收率，藿香正氣軟膠囊是非常受歡迎的非處方中藥。來年本集團將加大廣告宣傳和市場推廣力度，並拓大其市場範圍，預期該產品繼續有可觀增長。



舒血寧注射液－供治療缺血性心腦血管疾病

於二零零六年舒血寧注射液錄得約人民幣33,306,000元銷售額，比去年同期上升約166.0%。此產品於二零零五年初本集團擴大提取能力後開始批量投產。根據一項獨立調查，舒血寧注射液居中國醫院中藥採購量第三位，屬於心腦血管臨床用藥的大品種，亦為國家中藥保護品種，本集團相信，憑藉本集團在中藥注射液生產技術優勢及規模經濟效益，該產品將成為本集團的戰略性增長產品。本集團利用其在中藥注射液營銷上取得的經驗、已經具備的品牌優勢，成功將該產品導入市場，並可預期於未來快速增長。

黃芪注射液－心血管疾病及抗病毒－供治療病毒性心肌炎、心功能不全及肝炎

於二零零六年期間，黃芪注射液銷售額比去年增加約1.7%達約人民幣30,336,000元，佔本集團營業總額約3.6%。該產品為國家基本醫療保險及工傷保險目錄藥品。病毒性心肌炎發病率近年來呈上升趨勢，黃芪注射液對病毒性心肌炎有較好的療效，將為未來市場發展奠定雄厚基礎。



管理層討論及分析

清開靈軟膠囊－供治療高燒、病毒性感冒及呼吸道感染

清開靈軟膠囊乃國家中藥保護品種，既是處方藥又是非處方藥，屬雙跨品種，亦為國家基本醫療保險及工傷保險目錄藥品，被國家衛生部列入治療人禽流感診療方案治療用藥。年內，清開靈軟膠囊銷售額約人民幣13,471,000元，較去年同期上升約0.5%，佔本集團營業總額約1.6%。藉本集團的品牌優勢、渠道策略和終端拉動策略的有效實施，以及本集團清開靈注射液的品牌協同效應，本集團相信此產品應可錄得更高之增長。



資本開支

年內本集團已完成興建新智能物流中心以配合業務增長，總投資約人民幣36,500,000元。本集團現已全面進行興建新注射液車間，投資額約人民幣1.1億元。預期工程將於二零零八年初竣工。新建車間將令本公司注射液的年產量比目前水平增加約一倍，達20億支。

為提升研發能力，本集團擬於北京廊坊構建新研發大樓，預計總投資為人民幣33,800,000元。此外，本集團亦已啟動多個提升綜合實力及競爭力的項目，包括ERP建設及質檢中心改造等，預計各項目共投入約人民幣25,370,000元。

研究及開發

目前，本集團有28種具潛力的新產品研究項目正進行藥學、臨床試驗或已完成臨床試驗，其中9種用作治療不同類型心血管疾病、3種用作治療消化系統及4種用作治療抗病毒疾病。所有臨床試驗正如期進行。

年內，國家人事部批准本集團設立博士後科研工作站，為集團科研開發工作提供新的巨大動力，加強促進科技成果轉化和推動現代中藥人才培養基地和科技創新基地。

管理層討論及分析

本集團清開靈注射液及降脂通絡軟膠囊於年內入選《中國高新技術產品目錄》。該目錄由國家科技部、財政部和國家稅務總局組織編制。入選該目錄產品需屬於關鍵技術及高新技術領域範圍並符合技術含量高，具有自主知識產權，市場潛力大，有較好的經濟效益、社會效益和環境效益等要求。列入該目錄的產品可以享受稅收、貸款等一系列國家優惠政策。

專利申請

本集團不斷加強中藥知識產權保護工作，於二零零六年內，本集團研製出的「一種用於治療心血管疾病的山楂葉注射劑」獲得了國家知識產權局頒發專利證書，並啟動了以知識產權為先導的專利申請戰略，加強對本集團在研產品及其技術進行專利保護，提升企業長遠核心競爭能力。目前為止，本集團擁有3個專利發明及共有12個正被評審的專利申請。

中藥保護

於二零零六年期間，本集團取得健陽片及茵樞黃注射液中藥保護品種續保證書，保護期由二零零六年至二零一三年。到目前為止，本集團共有12個中藥品種獲得國家保護。

行業法規的轉變

二零零六年內，國家發展及改革委員會分別調低醫療保險目錄內67種抗腫瘤西藥、99種抗微生物西藥及32種中成藥腫瘤用藥的最高零售價；在二零零七年二月二十八日，國家亦公布調低278種中成藥內科用藥的最高零售價，本集團只有9個藥品在調價名單當中。其中清開靈注射液、舒血寧注射液、燈臺花素注射液、冠心寧注射液四個產量較大的注射液品種被列入「優質優價」範圍內。入選「優質優價」的產品，降價幅度比其它非「優質優價」的同類品種較小。本集團相信，鑒於本集團大多數產品的市場平均零售價現時仍低於國家的最高零售價，調低醫保目錄內的最高零售價將不會對本集團盈利構成重大影響。本集團相信，「優質優價」對產品在今後保持競爭優勢有十分重要的意義。降價政策將加快中藥行業優勝劣汰的進程，促進中藥產業集中度的提高，使資源向優勢公司的集中，有助於促進本集團等優勢企業的發展。

管理層討論及分析

由於年內多次發生因藥品質量而引發藥品安全的事故，故國家監管機構決心加強對醫藥生產企業進行整頓管治，印發多個管理生產過程及質量有關的法規，包括：《全國藥品生產專項檢查實施方案》、《藥品GMP飛行檢查暫行規定》、《關於進一步加強藥包材監督管理工作的通知》、《藥用輔料生產質量管理規範》等。為進一步加強藥品生產企業監督管理工作，監管機構對不符合以上法規要求的企業將依法吊銷其藥品生產許可證，或收回其GMP證書。本集團認為，整頓將加強整體醫藥行業的規範，加強公眾對安全用藥的信心及有利於醫藥行業的健康發展，一批不能符合規範要求的藥品生產商將被淘汰。

未來展望

2007年將繼續是一個變革之年，整個醫療和藥品體系的改革正在醞釀。國家對醫藥行業監管力度將進一步加強，並已成立了由11個有關部委組成的醫療體制改革協調小組，負責制定我國醫改的新方案。改革定位為政府加大公共衛生投入和全民享有基本醫療保障。

中國醫療體制改革結構調整已然起動，改革的進行有利於規範市場。在變革當中一些企業將被淘汰，但優勢企業的優勢也將進一步得到加強，促使市場集中度將進一步加強。具規模的醫藥企業市場佔有率將加快增大，政府建立和諧社會需要加大對醫療衛生事業的投入，加快醫藥發展相關配套。《農村衛生服務體系建設與發展計劃》正式實施，是過去以來覆蓋範圍最廣，投資力度最大的農村衛生建設規劃。其中「新型農村合作醫療保險」制度將令農民在2010年能享有基本醫療和公共衛生服務。國家對公共衛生投入增加，社區醫療和農村醫療衛生服務體系的健全發展，將帶動用藥品需求迅速增長，為「十一五」期間醫藥工業持續發展打下堅實基礎。

管理層討論及分析

雖然醫療體制改革令二零零六年醫藥市場只能呈現平穩增長的態勢，但中國醫藥行業發展迅速的步伐未有改變。隨著中國經濟的快速發展及中國人均收入的持續增加，全民健康意識的不斷提高，人口老齡化，促使人均用藥水平不斷提高；現代中藥在我國醫藥市場上具有龐大的消費人群和良好的療效。第十一個五年計劃期間，國家政府已落實支持中醫藥事業發展，培育現代中藥產業。現代中藥市場將繼續快速增長。

增長策略

本集團將繼續貫徹以下既定增長策略的實施，以期能取得更高增長及效益：

1. 優化產品結構，在進一步提升主力產品(參麥、五福、清開靈)的收益貢獻基礎上，培育潛力產品(如：藿香、黃芪、舒血寧、清開靈軟膠囊等)，形成產品梯隊，擴大其產品群。
2. 優化分銷渠道結構，與渠道配送能力強、資金實力大、覆蓋區域廣闊的大型經銷商形成緊密戰略性合作關係，形成神威渠道網絡骨幹，以進一步提高分銷渠道效率。
3. 強化銷售終端建設，加強培育及優化第三終端(大量廠礦醫院、小區門診和農村鄉鎮衛生院等終端)，醫院處方藥及OTC終端網絡管理隊伍。從而加強終端品牌建立及終端需求的拉動。
4. 實施區域增長策略，發揚競爭優勢市場(華北、東北、西北區域)能力，同時在對中藥有殷切需求的潛力市場(華南、華中、華東)上發掘商機，為本集團的未來增添新的產出區域(集團的區域戰略發展重點為珠江三角洲、長江三角洲、環渤海灣，長江沿線和京廣沿線的經濟發達區域)。
5. 本集團將按照既定的研究和開發策略，在中老年慢性疾病、抗病毒、小兒多發常見病等領域繼續加大研發投入。
6. 謹慎篩選收購對象，進一步推進收購兼併事宜。

管理層討論及分析

財務分析

營業額

於二零零六年，本集團繼續專注打造高質量的現代中藥產品，在經營環境受醫藥行業整體增長放緩下保持了平穩增長，總營業額比去年上升1.2%。其中，注射液產品的營業額約為人民幣466,264,000元，較二零零五年上升約2.9%，約佔本集團營業額的55.4%。軟膠囊的營業額約為人民幣248,282,000元，較去年同期下降約4.5%，約佔本集團營業額的29.5%。顆粒劑的營業額約為人民幣111,917,000元，較去年同期上升約2.7%，約佔本集團營業額的13.3%。本集團其它劑型藥品的銷售額約為人民幣15,012,000元，約佔本集團營業額的1.8%。

本集團三個主要產品：參麥注射液營業額約人民幣180,021,000元，較二零零五年減少約11.5%；清開靈注射液的營業額約人民幣209,610,000元，較二零零五年增長約7.7%；五福心腦清軟膠囊營業額約人民幣142,467,000元，較二零零五年下降約12.5%。

於同期內，本集團用於治療心腦血管病的產品佔總營業額約51.8%（二零零五年：49.2%）；抗病毒產品佔總營業額約29.5%（二零零五年：28.0%）；治療腸胃病產品佔總營業額約6.5%（二零零五年：12.4%）；用於治療其它病症的產品，佔集團總營業額約12.2%（二零零五年：10.4%）。

本集團於二零零六年在處方藥營業額約為人民幣684,122,000元，佔總營業額約81.3%，非處方藥營業額約為人民幣157,353,000元，佔集團總營業額約18.7%。

本集團於二零零六年十二月三十一日共有30個產品被列入醫療保險目錄內。

銷售成本

本集團在二零零六年度銷售成本約為人民幣249,175,000元，約為總營業額的29.6%。直接材料、直接勞工及其它生產成本佔總銷售成本約74.4%、5.0%及20.6%。

經營毛利率

於二零零六年，集團整體毛利率比去年從66.9%上升至約70.4%。而本集團注射液產品、軟膠囊產品及顆粒產品的平均毛利率分別為約77.6%、69.4%及45.3%。整體毛利率增加，主要得益於本集團的規模效益及高效的內部管控，並憑藉其先進的生產技術達致高提取率及成品率。本集團推廣的潛力產品毛利率可觀，亦是導致本集團於年內毛利率有所提升的原因之一。

管理層討論及分析

分銷成本

於二零零六年期間，本集團的整體分銷成本較去年增加約14.3%，約佔本集團營業額的21.8%（二零零五年：19.4%）。主要原因為分銷商推廣費用增加約37.9%。分銷商推廣費用約佔集團營業額的11.4%（二零零五年：8.1%），分銷商費用主要是給予分銷商的推廣贊助補貼。本集團致力加強產品終端推廣，雖然市場增長轉弱，但本集團既定於本年度大力開拓華東及華南等潛力市場，並積極參與展覽、研討會及培訓活動，以致分銷商推廣贊助補貼及有關推廣費用有所上升。

行政開支

於二零零六年期間，本集團的行政開支比去年減少約5.2%，約佔集團營業額的8.0%（二零零五年：8.6%），行政開支下降主要原因為研發費用比去年減少約64.2%。主要原因為年內國家監管機構對新藥審批放緩。研發費用於二零零六年佔集團營業額約0.4%（二零零五年：1.2%）。

行政開支亦包含非生產性固定資產折舊費用，約佔集團總營業額約0.3%（二零零五年：0.2%）。

所得稅率

適用於神威藥業有限公司（「神威藥業」）及河北神威藥業有限公司（「河北神威」）的中國企業所得稅及地方所得稅為其各自應課稅溢利的33%。根據中國現行有關的法律及規例，「神威藥業」及「河北神威」有權於營運產生溢利的首年起計及其後，獲得豁免中國企業所得稅兩年。「神威藥業」及「河北神威」於其後的三年獲寬減企業所得稅的50%。同時，這兩間公司自首個獲利年份起計及其後獲豁免五年地方所得稅。

根據國發1988第26號，適用於神威藥業營銷有限公司（「神威營銷」）的中國企業所得稅為其應課稅溢利的15%。

因二零零六年為「神威藥業」及「河北神威」獲利年份的第三年，故此二零零六年的整體所得稅從去年上升致約15%。本集團從二零零六年至二零零八年的整體所得稅率亦應保持約為15%。

本集團相信，「神威藥業」及「河北神威」將能按現在中國有關高新科技企業稅務優惠，申請持續寬減企業所得稅，從而在二零零八年後保持其15%總實際所得稅率。

管理層討論及分析

少數股東權益

本集團在二零零五年，收購「神威營銷」股本餘下的20%，於收購後，本集團持有「神威營銷」的100%股本，消除了相關少數股東權益。

股本架構

截至二零零六年十二月三十一日止，本集團之資本結構及已發行股本並無變動。

流動資金及財務資源

於二零零六年十二月三十一日，本集團銀行存款折合約人民幣1,582,014,000元，其中約777,993,000元為人民幣，約796,060,000元為港元（相等於約人民幣804,021,000元）。除貿易及營運應付款外，本集團並無其它負債。

董事認為，本集團的財務狀況穩健，有足夠的財務資源應付其未來發展所需。

貿易應收款項及應收票據

於二零零六年十二月三十一日，貿易應收款項及應收票據金額比二零零五年十二月三十一日減低約52.9%，是由於本集團鼓勵客戶以現金方式代替票據付款。貿易應收款項及應收票據周轉期分別為1.4日及42.9日（二零零五年：分別為2.2日及70.5日）。

存貨

二零零六年十二月三十一日存貨比二零零五年十二月三十一日增加約7.7%，主要原因為集團預期二零零七年初的銷售需求將有所增加。根據二零零六年十二月三十一日存貨類別分析，原材料、在製品及製成品分別佔存貨約35.9%、29.9%及34.2%（二零零五年：分別為48.8%、14.7%及36.5%）。

二零零六年製成品存貨周轉期為19.0日（二零零五年：13.2日）。

物業、廠房及設備

於二零零六年十二月三十一日，物業、廠房及設備較二零零五年十二月三十一日下降約3.0%。

商譽

商譽是由於本集團於二零零五年收購神威營銷股本餘下20%所產生。

管理層討論及分析

貿易應付款項

於審閱期內，應付貿易帳款周轉期為138.0日(二零零五年：61.0日)。

貸款及銀行借款

除約人民幣2,973,000元(二零零五年：無)應付票據以人民幣1,368,000元(二零零五年：無)應收票據及人民幣1,882,000元(二零零五年：無)銀行存款作抵押外，本集團在二零零六年十二月三十一日並沒有貸款或銀行借款(二零零五年：無)。因此，本年度根據計息債項計算的負債資本比率為零(二零零五年：零)。

資產抵押

本集團在二零零六年十二月三十一日結算時以定期存款及應收票據金額分別約為人民幣1,882,000元(二零零五年：無)及人民幣1,368,000元(二零零五年：無)抵押擔保應付票據約人民幣2,973,000元(二零零五年：無)。

或然負債

本集團在二零零六年十二月三十一日結算時並沒有任何或然債務(二零零五年：無)。

承受匯率波動風險

本集團絕大多數營業交易與負債均以人民幣及港元計值。本集團奉行穩健財務政策，所有銀行存款均為人民幣及港元。於二零零六年十二月三十一日，本集團無任何銀行負債、外匯合同、利息或貨幣掉期或其它對沖用途之金融衍生工具。因此，本集團並無重大利率及外匯風險。

重大投資及收購

本集團在二零零六年內，並沒有作出重大投資及收購。

僱員

在二零零六年十二月三十一日，本集團僱員人數為2,155人(二零零五年：1,748人)。薪酬乃本著公平原則，參考市場情況及根據個別表現制定及修訂。本集團並為員工提供其它福利，包括：醫療保險及退休福利。本集團在香港的僱員亦均已加入強積金計劃。