1. 报告期内公司经营情况的回顾2008年实现营业收入168,595.53万元，比上年增长225%，营业利润34,298.51万元，比上年增长14.60%；实现净利润29,613.97万元，比上年增长40.64%。公司主营业务收入和主营业务利润占公司10%以上的经营活动主要是阿胶及系列产品（中成药）的生产及销售，2008年阿胶及阿胶系列产品主营业务收入为105,116.4万元，占公司主营业务收入的61.81%，主营业务成本37,181.22万元，产品毛利率64.63%。（二）对公司未来发展的展望。1、公司所处行业的发展趋势及公司面临的市场竞争格局公司主业为中药行业，属国家重点支持发展行业。随着政府对传统中医药发展的支持力度持续加大，政府强化对药品、食品安全的监管，加强了对优势企业和优秀中药品牌的保护；此外，随着社会养生保健意识的提高，民众对自身健康关注程度和养生保健意识明显增强，客观上促进了中药行业特别是品牌中药的发展。然而，公司也面临着医药行业竞争加剧，同类产品的竞争激烈、部分省份政策性限价、驴皮原料紧张、运营成本提高、金融危机影响消费信心等多方面的发展新难题。公司将审时度势，危中求机，积极应对环境和市场变化，聚焦阿胶主业，做大阿胶品类，回归主流人群。依托“东阿阿胶”的品牌优势，实施文化营销策略和阿胶价值回归工程，增强企业核心竞争力，加快从优秀走向卓越，建设受社会尊重的企业。2、2009年经营计划2009年经营指导思想：追求以人为本、业绩第一、持续发展；树立先人后事、全员营销、快速发展的观念；优化组织、产品结构，聚焦“营销、原料、研发”三大重点，提升股东、顾客、员工价值，通过五年再造一个东阿阿胶，实现员工和公司的共同成长。2009年基本发展思路是：以创造价值为宗旨，围绕“突破、价值、成本、安全、人均单产”五个经营关键词，以大产品、大服务、大质量、大安全为抓手，进一步深化营销转型，实施企业全面转型，以企业转型实现发展新突破。（1）深化营销转型，实现终端拉动式价值增长立足“补血、滋补、养颜”三大市场，围绕“药店、医院、商超”三大终端，以组织结构和渠道的扁平化，提高市场反应速度。实施控制营销，以终端定渠道，以渠道促销售，确保市场良性增长；聚焦目标终端，整合集中配置资源，扩大增值性服务营销活动，强化战略合作终端直供，构建共赢价值链；深化文化营销,高端强品牌，终端树形象，回归阿胶上品价值，提升高端市场份额。通过营销转型，实现OTC、医院、保健品全线增长。（2）产品研发向市场导向转型，支持市场开发瞄准市场需求，围绕补血、滋补、养颜三个方向，以阿胶经方验方为基础，开发阿胶系列新产品；产品标准攻关定位为行业领先。深化与中药现代化发展密切相关的物质基础及作用机理研究，建立与国际接轨的质量标准体系；坚持传统与现代两条腿走路，工艺技术创新向提高原创能力靠拢，巩固行业领导地位。（3）原料开发向价值拉动市场，市场保护资源转型驴皮原料涵养与掌控双管齐下，实施“以肉谋皮”策略，围绕生鲜、餐饮、熟食三大领域，培育营造驴肉消费市场，拉动毛驴价值提升，增加农民养驴收益；聚焦国内四大驴资源区域，以养殖示范基地为依托，建立政府加农户加公司的养殖模式，抓好养殖服务和带动养殖，通过基地辐射周边涵养资源；建立以原料基地为中心辐射的收购网络，对重点区域重点管控，掌控国内驴皮资源，逐步加大国外驴皮进口力度。（4）建立卓越绩效管理体系，提升员工和企业成长两个绩效以创造价值为核心，建立卓越绩效管理体系；借助信息技术创建流程型企业，提高协作意识及办事效率；强化全面预算管理，把好进出两个关口，抓好开源节流、降本增效；树立“大安全”观念，有效防范各种风险；着眼员工成长抓管理，深化以任职资格体系、绩效管理为主要内容的人力资源管理体系建设，履行企业社会责任。

标签数量：13