

证券代码：603883

证券简称：老百姓

公告编号：2024-035

老百姓大药房连锁股份有限公司

关于 2023 年度暨 2024 年第一季度业绩说明会召开情况的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

老百姓大药房连锁股份有限公司（以下简称“公司”）于 2024 年 4 月 30 日在上海证券交易所网站（<http://www.sse.com.cn>）及指定信息披露媒体披露了《老百姓大药房连锁股份有限公司 2023 年度报告》与《老百姓大药房连锁股份有限公司 2024 年一季度报告》。为使广大投资者更加全面、深入地了解公司情况，公司于 2024 年 5 月 28 日召开“2023 年度暨 2024 年第一季度业绩说明会”，现将会议召开情况公告如下：

一、业绩说明会召开基本情况

2024 年 5 月 21 日，公司在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及指定信息披露媒体披露了《关于召开 2023 年度暨 2024 年第一季度业绩说明会的公告》。

2024 年 5 月 28 日 10:00-11:30，公司通过网络平台上海证券交易所上证路演中心（网址：<http://roadshow.sseinfo.com/>），以视频直播和网络互动方式召开了“2023 年度暨 2024 年第一季度业绩说明会”。公司董事长谢子龙先生、总裁王黎女士、独立董事武连峰先生、独立董事谢子期先生、财务总监陈立山先生、董事会秘书冯诗倪女士出席了本次说明会并与投资者进行了沟通交流，就投资者关注的问题进行了回复。

二、本次说明会投资者提出的主要问题及公司的回复情况

问题 1、公司第一季度为什么毛利率提升？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。2024 年第一季度公司实行了火炬项目，在不改变终端销售价格的前提下，通过优化商品结构提升毛利率，具体

举措如下：

- （1）重构商品选品逻辑，从选品源头侧创造毛利率提升机会；
- （2）完善新品评估与淘汰出清规则，实现商品出入口的有效管控；
- （3）搭建铺货预警体系，与智能请货系统联动，做到“有货卖、有好货卖、有需要的货卖”；
- （4）优化营销激励，调整销售结构提升毛利率；
- （5）通过谈判提升统采占比，助力降本增效；
- （6）优化商采管理系统，完善综合毛利率功能体系搭建，有效赋能经营决策；
- （7）加强智能请货与供应链计划体系等系统建设，服务更大业务体量。

2024 年一季度，公司综合毛利率 35.2%，同比提升 2.2 个百分点。统采销售占比 69.5%，较 2023 年同期上升 1.4 个百分点。公司自有品牌聚焦产品优势，提升产品竞争力。2024 年第一季度自有品牌自营门店销售额达到 8.3 亿元，销售占比 20.8%，较 2023 年同期增加 1.3 个百分点。

问题 2、对未来毛利率趋势该如何看？有哪些因素会驱动毛利变化？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。公司未来几年毛利率是上升趋势。2024 年一季度，公司实施火炬项目，改造商采系统和关键业务流程，营采商销全流程发力提升毛利率。2024 年一季度，公司综合毛利率 35.2%，同比提升 2.2 个百分点。公司未来毛利率提升有两个主要驱动因素：1、在商品方面，前面提及的公司火炬项目进一步深化改革，统采占比提升及自有品牌占比提升等精细化管理也将带动公司毛利率增长；2、公司网络聚焦和下沉策略，也将带动各省份市场占有率提升，从而提升公司毛利率和净利率水平。根据目前公司的经营情况，市场占有率第一的四个省份净利润率明显高于全国均值。公司已经覆盖的 18 个省份拥有广阔的市场发展空间，未来门店网络的快速扩张不仅带来新的利润增长点，而规模效应能带动公司整体毛利率和净利率提升。

长远来看，随着处方外流的进一步推进，医院处方外流到药店，受处方药毛利率较低的影响，行业毛利率可能有下降的趋势。虽然毛利率可能下降，但由于处方外流为医药零售市场带来较大增量，单个药店毛利额仍将保持稳步增长。根据东吴证券预测，2022 至 2023 年处方外流带来的零售终端扩容规模可能达到 3,600 亿元。

问题 3、门诊统筹资质落地对药店的影响是什么？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。2023 年开始，医保改革和定点药房纳入门诊统筹管理对医药零售行业影响深远。门诊统筹向药店放开对龙头连锁药店是有利的，主要有三方面的影响：

- （1）门诊统筹给药店带来客流量提升，实质性推动处方外流；
- （2）消费者在药店的医保消费金额有所上升；
- （3）门诊统筹要求药房合规更加严格，龙头药店优势显现；
- （4）消费者对于推荐用药有医保报销的需求，对门店店员专业性提出更高要求，龙头药店更能适应顾客需求变化。

公司在 2023 年初将门诊统筹项目设为公司最重要的战略项目，重点推进门诊统筹门店资质落地，探索统筹业务模式。截至 2024 年一季度末，公司拥有门诊统筹门店 4,673 家，其中直营门店落地门诊统筹占比 39.78%，公司可互可刷（纳入门诊统筹医保管理且可使用互联网处方）的门店达到 3,338 家，占总门店数比例 24%，其中直营门店可互可刷占比 30.67%。

问题 4、公司如何看行业发展趋势？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。目前，医药零售行业主要面临处方外流加速、市场集中度提升以及市场容量扩大的三大趋势。

（1）处方外流。近年来我国药品市场处方外流趋势明显，集采以后医院销售品种减少，大量品种的零售渠道销售显著提升。多因素促使处方外流趋势增强：1) 药店纳入统筹基金；2) 带量采购；3) 医保双通道；4) DRGs 按病种付费，对医院成本端的控制增强。中国医药零售端的市场份额仅为 27%，而在美国、日本和英国的比重分别达到 50%-86%，中国处方外流的空间较大；

（2）市场集中度提升。受市场环境、监管等因素的影响，头部连锁药房近几年新增门店数快速增长，而中小连锁和单体药房出现负增长，出现明显分化，医药零售行业市场集中度逐步提升。截至 2022 年，中国前 10 强零售药店市场占有率合计 31%，日本前 10 强药妆店市场占有率合计 74%，美国前 3 强药店市场占有率合计 85%，对比之下中国还有较大提升空间；

（3）市场容量扩大。2023 年我国 65 岁及以上人口规模已达到 2.17 亿人，占比超过 15%，未来将继续提升。根据相关报道，我国的乙肝、中风和糖尿病病例数预计将继续增长，医疗健康支出总额用于治疗和管理慢性病的占比预计将进

一步提升。老龄化和慢病率的提高将扩大医药零售行业的市场容量。

问题 5、公司全国扩张计划为自营“9+7”和加盟“9+6”，能否列出是几个省份？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。公司目前自营和加盟拓展计划为“重点拓展 11 省”，直营和加盟有共同拓展的省份，但各有侧重。其中自营重点拓展安徽、天津、陕西、湖南等省市，加盟重点拓展湖南、广西、江苏等省市。

问题 6、截至 2023 年末，公司拥有市占率前三的省份 11 个，其中市占率第一的省份 4 个。能否列出市占率前三的 11 个省份和市占率第一的 4 个省份？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。截至 2023 年末，公司市占率前三的 11 个省份及自治区为天津、湖南、宁夏、内蒙古、甘肃、安徽、陕西等 11 个省市自治区，其中市占率第一的市场为天津、湖南、宁夏和内蒙古。

问题 7、请问管理层如何看待下沉市场，公司持续向社区、县域拓展是如何考虑的？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。中康 CMH 数据显示，县域药店市场占全国药品销售比率逐年提升，从 2017 年的 29% 提升至 2022 年的 32.60%，且历年增速高于同期全国市场。下沉市场具有如下特点及优势：

(1) 下沉市场老龄化程度较高，市场增量更为明显；

(2) 优质的医疗资源集中在一、二线城市，医疗资源相对匮乏的下沉市场成为公司业绩新增长极；

(3) 下沉市场毛利率较高，成本低；

(4) 下沉市场受线上售药及医保改革影响较小。

问题 8、请问公司加盟业务与联盟两块业务有何区别？为何要设计两套外部合作模式？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。公司加盟业务坚持“总部管理专家”和“药店经营管家”的角色定位，通过实行“七统一”（统一品牌标识、统一管理制度、统一信息系统、统一人员培训、统一采购配送、统一财务管理、统一药学服务标准），高标准管理和推出小店发展模型，商品 100% 配送，保障加盟店的质量、效率和产出。同时，公司运用强大的品牌影响力、专业的运营管理能力、先进数字化和新零售实力全面赋能加盟店。2023 年末公司加盟门店达到 4,394 家，新增 1,586 家，较 2022 年末新增门店数增长近 50%。加盟业务实现

配送销售额约 22 亿元，同比增长约 20%。2024 年一季度公司加盟业务配送收入超过 5.3 亿元。

公司联盟业务以医药零售市场运营服务及商品输出为业务主体，向中小连锁药房提供管理咨询和供应链整合服务，与中小连锁建立广泛的合作关系，利用公司多年药店运营经验和数字化能力，提升联盟企业经营产出。2023 年末，公司联盟业务覆盖 20 个省市，其中重点深耕 12 个省市，联盟企业零售总规模 150+ 亿元，联盟门店数 12,000+家，2023 年度公司联盟业务实现配送销售额约 2.4 亿元，同比增长 25%。值得一提的是，公司联盟业务发展提速，2024 年一季度公司联盟业务实现配送销售额 9,376 万元，同比增长 98.9%。

加盟业务和联盟业务都是公司聚焦下沉市场，轻资产运营的工具，公司加盟业务与联盟业务的区别在于：

(1) 管控力度和合作深度有所区别。加盟业务要求商品 100%配送，并实行七统一严格管理。联盟业务商品不要求 100% 配送，以部分商品配送和业务赋能为主；

(2) 主要面对客户群体有所区别。公司加盟业务主要以认同老百姓经营理念、热爱药店行业的个人投资者和中小连锁企业为主。联盟业务以中小连锁企业为客户群体，旨在广泛合作；

(3) 合作形式有所区别。加盟商 100%控制门店股权。联盟业务中存在少量参股的形式，以加强合作关系。

中国下沉市场不仅有大量的个人加盟商、单体药店，也有众多的中小药店连锁企业，设置两套模式能增强合作的灵活度，从而快速扩大公司在下沉市场的市占率，赋能更多合作伙伴。

问题 9、请问管理层如何看待中医，贵公司是否有计划扩大门店提供的中医药产品与服务类别？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。中医药作为中华文明的瑰宝，随着国民健康意识提升，消费者越发注重“防治养”相结合，而中医药在治未病中的主导作用、在重大疾病治疗中的协同作用以及在疾病康复中的核心作用，正好与消费者防、治、养的健康理念相对应。同时国家的一系列新政推动着中医药行业快速发展，中医药零售市场也充满生机。

老百姓作为头部连锁药店，高度重视中医及中药的价值，主要从以下六个方

面进行中药及中医运营：

(1) 中药亦是药店值得进一步挖掘的引流品种，在“国潮”及“新中式养生”观念的驱动下，中药销售不再局限于中老年客群，也帮助零售药店吸引了年轻客群。在老百姓的店内进行场景化营销打造，通过试吃试饮、突出陈列等场景氛围营造，挖掘顾客购买需求。公司通过品牌创新，比如用新中式说唱讲好中药养生，单条视频点赞转发超 6 万次，受到年轻人的喜爱；

(2) 涉及到药店自身的转型建设方面，打造科学发展的生态系统，其中包括：推进数字化发展，拥抱“智造”，通过数字化扫码溯源，从中药种植源头到生产包装全流程追踪；

(3) 做好中药传承人。提升人员专业服务能力，启动中药大店人才特训营，培养核心门店专业服务能力。集团提供培训赋能，开设中药知识大讲堂项目和中药技能比武大赛，提升一线员工专业推荐能力；

(4) 多元化经营和联合经营也是推动中医药业务增长的关键。例如，与中医馆、理疗馆等进行联合经营，形成中医综合体运营模式，进一步拓展业务范围，实现销售增长；

(5) 针对传统中药销售，输出传统中药文化。公司积极响应国家政策推进中医药发展。公司旗下子公司药圣堂科技积极参与湖南中医药研究所合作，并承担湖南省炮制规范标准修订。2023 年，药圣堂科技制订“中药炮制传承人培养计划”，让年轻技术人员掌握中药炮制核心技术，提升中药炮制技能。同时公司在门店端继续开展“中药传承人”计划和中医诊疗等多元化服务，用“药诊结合”的概念开始打造中医中药“药诊店”，中医坐堂覆盖店数 118 家，服务中医 189 位，为消费者提供更专业、更有温度的一体化中药服务；

(6) 打造专业中医连锁品牌。百杏堂名医馆为老百姓大药房集团旗下全国连锁名医馆，以“名医 仁心 良药”为经营宗旨，汇集全国名老中医专家近 900 名，拥有国内领先的药材直采、质控体系提供优质道地药材，已为全国数百万患者提供优质高效的专业中医诊疗服务，积累了良好口碑。依靠强大的运营团队、创新的商业模式、先进的智能医馆管理系统，使百杏堂名医馆拥有行业领先的巨大优势。截至目前，百杏堂已在全国有 6 家连锁中医名医馆，年就诊人数突破 200 万。

问题 10、公司数字化一年投入多少钱？有什么效果？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。公司 2019 年开始进行数字化深度转型，数字化项目已见成效。2023 年公司研发投入约 1.33 亿元，占营业收入的比例约 0.6%，数字化项目 ROI（投资回报率）不断提升。

2023 年，公司数字化转型主要聚焦以下五个方面：

（1）数字化运营持续精进。利用数字化管理工具加强对业务业绩综合管理的透明度和精细度，提升公司经营管理水平和效率；

（2）数字化采购降本增效。重点完成精细化管控年度合同续签，实现续签合同在线管控、实时预警，为供应商结算、订货履约提供坚实的数据基础；

（3）数字化物流智能高效。建设数字化赋能的供应链、物流和仓储系统，推动物流体系可视化和智能化；

（4）数字化营销持续提效。通过管控营销活动的投入产出比，优化营销效率；

（5）数据治理持续开展。盘点核心业务数据资产，提升基础数据的质量，夯实数字化转型的数据基石。

未来，公司将继续深化数字化能力建设，打造科技驱动的健康服务平台，为老百姓加盟联盟业务的广大伙伴赋能。

问题 11、成为加盟商的条件有哪些？公司如何管理加盟商？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。公司加盟商主要以认同老百姓经营理念、热爱药店行业的个人投资者和中小连锁企业为主。成为公司加盟商的条件如下：

（1）文化与理念的认同。加盟商能高度认同老百姓大药房的经营理念，志同道合、资信良好、有开拓创新的精神和一定的抗风险能力，最关键的是热爱药店、热爱大健康产业；

（2）要求加盟商有一定的资金实力；

（3）了解当地市场熟悉当地商圈和社区情况；

（4）积极配合公司的管理。

公司作为行业内最早大力发展加盟业务的企业之一，坚持“总部管理专家”和“药店经营管家”的角色定位，聚集 9+6 区域，重点下沉 3-5 线下沉市场，通过实行“七统一”（统一品牌标识、统一管理制度、统一信息系统、统一人员培训、统一采购配送、统一财务管理、统一药学服务标准），高标准管理和推出小

店发展模型，商品 100%配送，保障加盟店的质量、效率和产出。同时，公司运用强大的品牌影响力、专业的运营管理能力、先进数字化和新零售实力全面赋能加盟店。

问题 12、2023 年公司门店快速增长，但收购的节奏所放缓，想问下原因是由于大的标的变少还是估值太高？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。公司收并购节奏放缓的原因如下：

（1）从 2023 年开始，一二级市场收购标的估值倒挂，一级市场优质标的估值高于公司二级市场估值；

（2）截至 2023 年，公司已建立覆盖全国 18 个省级市场、150 余个地级以上城市的连锁覆盖网络（不含联盟），已完成覆盖广的布局，无需通过并购进入新的市场；

（3）经济处于平稳增长期间，公司在收购方面比较谨慎，但自建门店、加盟店仍将持续快速扩张。

问题 13、公司对非药品的销售有何计划？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。公司在非药业务方面积极创新的探索，目前公司非药业务的规划方向为大健康非药品相关方向，具体方向如下：

第一个方向是慢病检测和康复类的器械。包含血压计、血糖仪和听力辅助等常见 3C 设备，公司目前也在做适老化设备方面的探索，包含塑形仪器，小型按摩器、按摩仪、筋膜枪，康复训练设备目前也在随着市场发展而增长。

第二个方向是有专业属性的个人护理品。尤其是医美类别的个人护理品，包括医美的术后面膜，防过敏的护肤品，以及防脱发的洗发水，快消品的平替产品等。与知名品牌来做联名品牌，快速抢占份额。

第三个方向是中医养生用品以及药食同源的一些零食。公司目前在探索药食同源，跟用户的健康需求趋势相关的一些品种，同时也跨界合作了很多健康服务类的产品。

问题 14、公司独立董事怎么履职？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。公司独立董事积极参加了公司召开的各次董事会，并以谨慎的态度在董事会上行使表决权。公司每年召开四次现场董事会议，独立董事现场了解管理团队经营情况，并现场走访公司门店，了解一线信息。针对与投资者利益息息相关的关联交易、募集资金使用、股权激励等

相关事项,独立董事均进行了认真的审核和查验,并按照相关规则要求发表意见,同时有效监督、核查、督促公司及时披露信息,切实维护了公司整体利益和全体投资者的合法权益。

问题 15、贵公司的北向资金比例,在头部药房中还有增加的空间,希望贵公司将 ESG 报告翻译一个英文版本,年报翻译一个英文版本,多去香港交流,择机去欧美交流路演。老百姓大药房布局合理、战略清晰,是中国布局最广泛的药房,希望贵公司多和海外投资者交流,让其认知到这个优势,先从提供英文版的年报,ESG 报告开始吧。同行药房,也有这么做了的,希望重视。

答:尊敬的投资者,您好,感谢您的宝贵建议!公司高度重视海外投资者关系管理工作,积极参加海外投资者调研和交流活动,从而充分传递公司投资价值,详见每月初发布的投资者交流活动会议纪要。香港中央结算有限公司(沪港通投资者)占公司流通 A 股比例从 2023 年 10 月 26 日的 7.69%提升到 2024 年 5 月 27 日的 10.37%。感谢您对公司的关注和支持!

问题 16、公司未来门店拓展战略如何?网络聚焦是如何做的?有什么好处?

答:尊敬的投资者,您好,感谢您的关注。公司在覆盖范围广的前期优势下,聚焦发展优势市场并积极拓展下沉市场,提升盈利能力。

老百姓是中国医药零售覆盖最广的企业之一,广覆盖给公司提供了广阔的发展空间,市占率提升潜力大。2023 年年末公司连锁网络(不含联盟)已覆盖全国 18 个省级市场、150 余个地级以上城市,在全国共开设门店 13,574 家。公司已经覆盖的 18 个省份涵盖了全国医药零售市场 3/4 的市场份额。

公司计划聚焦优势省份市场,积极拓展下沉市场。公司聚焦拓展 11 个优势省份,重点加深加密优势市场的门店网络,并积极开拓下沉市场。

聚焦优势市场的好处在于:在已有省份中提升市占率,能提升公司在当地竞争力的同时,毛利率、净利率能进一步上升。此外,管理团队本地化,以及对当地市场和监管政策熟悉,能提升门店拓展成功率。

拓展下沉市场的好处在于:下沉市场具有庞大的人口基数、不断提升的消费能力,且与城市医疗保健消费支出差距持续缩小,下沉市场发展潜力大,成本低,门店盈利能力更好。

公司聚焦与下沉的战略已取得一定的进展。截至 2023 年年末,公司拥有市

占率前三的省份 11 个，其中市占率第一的省份 4 个，地级市及以下门店占比为 76%。2023 年新增门店中，优势省份及重点城市新增 2,913 家，占比 86%，地级市及以下门店占比为 78%。

问题 17、公司独立董事是否在战略与 ESG 委员会任职？公司将战略发展委员会调整为战略与 ESG 委员会的原因是什么？

答：尊敬的投资者，您好，感谢您的关注。我是公司独立董事武连峰，是公司战略与 ESG 委员会委员，同时也是提名、薪酬与考核委员会主任委员。今年初公司将“董事会战略发展委员会”调整为“董事会战略与 ESG 委员会”，并在原有职责基础上增加相应 ESG 管理职责等内容。目的是进一步完善公司治理架构，适应公司战略发展需要，提升公司 ESG（环境、社会、治理）管理运作水平，增强核心竞争力，提升公司可持续发展能力。

三、其他事项

关于本次说明会的具体内容，投资者可登录上海证券交易所上证路演中心（网址：<http://roadshow.sseinfo.com/>）查阅。

感谢各位投资者积极参与本次说明会，公司对长期以来关注、支持公司发展的广大投资者表示衷心感谢。

公司 2023 年度及 2024 年第一季度业绩说明请用微信扫码观看：



特此公告。

老百姓大药房连锁股份有限公司董事会

2024 年 5 月 29 日