公司代码：600998　　公司简称：九州通

九州通医药集团股份有限公司

【2021 年度报告摘要】

第一节 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司董事会拟定的利润分配预案为：以利润分配股权登记日公司总股本为基准，扣除不参与利润分配的回购专户股份，每10股派发现金3.00元（含税）。截至2022年3月31日，公司总股本为 1,873,869,441 股，扣除回购专户股份29,377,800股，拟以1,844,491,641股为基数，预计派发现金红利为553,347,492.30元（含税）。根据《上海证券交易所上市公司回购股票实施细则》第八条的规定："上市公司以现金为对价，采用集中竞价方式，要约方式回购股份的，当年已实施的股份回购金额视同现金分红，纳入该年度现金分红的相关比例计算。"2021年度，公司加上回购股份支付资金113,756,000元（不含交易费用）后，共计分配现金股利653,461,247.30元，占本年度合并会计报表归属于上市公司普通股股东净利润的52.61%。公司董事会认为本年度本次施资本公积金转增股本方案，公司独立董事已就上述事项发表独立意见。

此预案尚需提请公司2021年年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	九州通	600998	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	林新扬	张溪
办公地址	湖北省武汉市汉阳区龙阳大道特8号	湖北省武汉市汉阳区龙阳大道特8号
电话	027-84683017	027-84683017
电子信箱	lxy1777@vip.sina.com	believen@jztey.com

2 报告期公司主要业务简介

1、大健康行业

顺应时、我国大健康产业的市场规模由2016年3.2万亿元增至2020年7.4万亿元，年均复合增长率为23.2%，那中商产业研究院预测，2025年我国大健康产业的市场规模可达11.1万亿元。其中与医养直接相关的健康产业由医疗性健康服务和非医疗性健康服务两大部分构成，已形成了四大基本产业群体：以医疗服务机构为主体的医疗产业；以药品、医疗器械以及其他医疗耗材产销为主体的医药产业；以保健食品、健康产品产销为主体的保健品产业；以个性化健康检测评估、咨询服务、调理康复、保障促进等为主体的健康管理服务产业。

"十四五"期间，生物制药、高端医疗、远程医护等新型大健康业态不断涌现，产业财加值大幅提高，健康服务与旅游、养老等产业广泛结合，智能体检设备、医护机器人等新型健康产品层出不穷，大数据、移动互联网、人工智能等新技术与大健康产业深度融合，推动产业链向纵深发展。国家及各省市层面出台政策，鼓励企业投资布局大健康产业。上述因素将驱动大健康产业快速发展，大健康产业未来发展空间巨大。

2、医药流通行业

(1)行业现状及发展趋势

①行业整体增速放缓，集中度日趋提高。据商务部统计，2011年-2020年，我国医药市场销售整体增速逐年放缓，2020年我国前100家药品批发企业主营业务收入占同期全国医药市场总规模的73.7%，其中九州通等4家全国龙头企业主营业务收入占同期全国医药市场总规模的42.6%。《商务部关于"十四五"时期促进药品流通行业高质量发展的指导意见》提出，到2025年培育形成1-3家超百千亿元、5-10家超千亿元的大型数字化、综合性药品流通企业，药品批发百强企业年销售额占药品批发市场总额86%以上。

图1 2011-2020年我国医药销售规模及增速

说明：数据来源于商务部药品行业运行统计分析报告（2020）

②数字化分销及供应链管理为医药分销未来的发展引擎。据商务部《药品流通行业运行统计分析报告（2020）》统计，2020年医药电商直报企业销售总额达1,770亿元（含第三方交易服务平台），同期全国医药市场总规模的7.4%；其中B2B1（企业对企业）业务销售额1,003亿元，占医药商销售总额的56.4%。2016年-2019年医药B2B销售规模持续高速增长，期间以大于行业整体增速，2020年受疫情影响B2B市场整体销售下降，但基本实现都分投诊疗发步需求及处方流转制度的建立，零售和基层诊疗客户等呈现采购额次高、客单量少、便捷性和实效性要求高的趋势，B2B端客户C端化，流通企业只有推进数字化转型，提升供应链服务效率，建立打通产业链的业务流程，为医疗企业快速直供终端市场才能获得长远发展机遇。

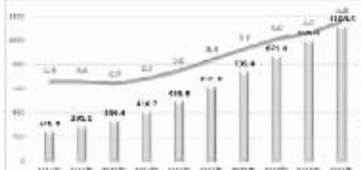
图2 2016-2020年医药B2B市场规模及增速

数字赋能以互联网为载体，实现医疗、医药、医保等多个环节在线化、数字化，主要包括互联网医疗（在线问诊、在线挂号、健康管理、互联网医美、母婴医疗、疫苗接种、互联网心理等业态，据网经社电子商务研究中心发布《2021年度中国数字健康市场数据报告》，2021年度中国数字健康市场规模为4,00619亿元，同比增长41.06%，其中，2021年互联网医疗市场规模为92.230亿元，同比增长43287%，用户方面，2021年互联网医疗用户规模为7.12亿人，同比增长7.25%。2021年医药电商市场规模为1,850.9亿元，同比增长37.09%。

②九州通所处行业地位

①九州通多年位列医药商业企业第4位，为我国最大的民营医药综合服务商，2011年-2020年医药市场占比份额由2.6%提升至4.6%。公司处于行业领先地位，将依托全品类、全渠道和全场景的医药产业链服务能力及数字化转型战略，有效整合上下游资源，为终端市场和C端用户提供多元化的优质服务，提升市场占有份额。

图3 2011-2020九州通占我国医药市场的份额



说明：数据来源于商务部药品流通行业运行统计分析报告及九州通定期报告

②九州通2000年创办了B2B电商网站"九州通网"，为最早开展医药电商的企业之一，在行业内最先提出FBBC的概念，依托互联网和数字化工具，致力于打造一个服务于上游企业（F端）、下游端客户（B端）和终端客户（C端）的医药商品流通、物流、信息、金融等全方位服务平台，形成一个融合B2B/B2C/O2O的立体化医药供应链服务体系。B2B电商平台已成为公司重要的业务渠道，B2B业务收入占主营业务的比例提升至11.83%。

3、医药供应链物流服务平台

（1）行业现状及发展趋势

①药品流通渠道变化驱动医药物流B2B/B2C一体化：药品集中采购改变了药品供应品种结构，进而导致医药配送商及配送份额重新调整和洗牌，中标企业更关注流通服务，对配送效率要求提高，商业企业纷纷开始将物流作为核心竞争力，带来集约运转规模效益，推动"互联网+医疗"和医药电商发展，终端订单趋于碎片化。医药配送企业应搭建仓配一体供应链平台，推进B/B2C一体化，提供便捷、高效的差异化服务，以应对终端市场新的配送需求。

②数字化将成为医药供应链的主要推动力：近两年来，医药流通企业、医药物流企业越来越重视数据积累和数据价值化，统一高效的使用各种数据成为企业数字化运营的关键，企业以数据决策为导向，在供应链、人、物、资金、信息等方面实现数字化管理，以提升运营全程可视化、可追溯，有机连接开分析应用医药供应链上下游各环节的数据，实现高效运营。

③冷链物流发展空间持续增大：随着我国生物医药、疫苗以及检测试剂等冷链产品的快速发展，对冷链设施的需求也越来越大，据统计2020年，冷链物流市场规模超过1,800亿元，冷库容量近2亿立方米，冷链运输车辆超20万辆，冷链物流市场仍有很大的空间。《"十四五"冷链物流发展规划》，明确支持冷链物流企业做大做强，并指出冷链物流发展方向是数字化、智能化和绿色化。

（2）九州通所处的行业地位

九州通医药物流是行业内唯一可以实现B2A医药物流的企业，九州通以大西部医药物流中心被评为中国十大智能仓储物流示范基地（医药行业唯一一家）。目前，公司拥有31座省级医药物流中心，110座区域物流中心，其中江苏、广东、湖北、上海4家省级物流中心已完成BC一体化改造；九州通物流已开发直通干线及星状支线，形成4000余条配送线路，可以做到多段联动，配送广覆盖；各地物流中心符合国家GSP质量标准，服务总量与效率行业领先；九州通目主研发的日动化、智能化物流设备的投入使用，实现了降本增效的目的。

3 报告期内公司从事的业务情况

1、数字化医药分销与供应链服务

公司上游供应商主要是医药生产企业和代理商，下游客户主要包括各级医院、基层医疗机构、连锁及单体药店、互联网电商平台、互联网医疗平台和下游医药分销商（准终端）等。公司处于医药产业链上的中间流通环节，聚合了众多上下游客户与品种资源，具备大然的中间优势。公司在实现内部业务统、财务系统和物流系统互联互通的基础上，链接上游供应商及下游客户信息系统，自主研发并持续优化"智药通"App，为上游客户提供全渠道、全场景数字化分销和产品全代推广服务，为下游客户提供全品类、全渠道、一站式数字化供应链服务。报告期内，公司医药通平台服务上游客户厂家业务达15万人，2016-2021年，公司B2B电商业务收入规模由15.13亿元快速增长至144.70亿元，报告期内占公司主营业务收入比重进一步提升至11.83%。

图4 2016-2021年九州通B2B收入及占比

说明：数据来源于九州通定期报告。

2、公司品牌推广业务

随着公司分销业务的不断拓展，经营品种不断增加，市场渠道不断扩大，公司积累了丰富的运营经验，这为公司从上游品牌厂家承接公代品牌推广业务奠定了坚实基础；随着国家大力推进带量采购，配合药品由院内市场转向院外市场，为公司承接该类品种的公代品牌推广业务提供了机会。近年来与公司进行公代品牌推广业务合作的品牌厂家不断增多，品种持续拓展，报告期内，公司公代品牌药品品类超1,426个，公代品牌医疗器械品类超325个。由于公代品销业务的毛利率较高，净利率也高，其对公司业绩贡献度持续提升。

3、医药工业及品牌业务

公司在现已形成的品种、品牌、渠道与营销体系基础上，发展公司的工业产品与品牌业务，具体包括以下板块：西药工业：公司下属的北京京丰制药集团有限公司是一家从事药品生产及研发业务的西药生产企业，目前以抗生素系列、糖尿病系列和心脑血管系列药品的生产与研发为主。2020年京丰制药生产的盐酸二甲双胍片（0.25*100s）通过一致性评价，并在国家第三批集采中成功中标，中药工业：详见本报告"中药业务"章节内容，品牌产品：公司经营的自有品牌经营OTC处方药150个，覆盖ATC三类产品主要记录，建立了以滴灵系列、益肝灵系列、金水宝系列、参芪扶正系列、金水宝胶囊系列、维C银翘系列、复方鳖甲软肝片等380个品牌。

4、数字零售

医药零售业务是公司业务的重要组成部分，公司将充分利用现已建立的供应链优势，通过批零一体化及线上线下相结合的模式，赋能公司零售业务，拓展公司数字化零售。

为了加强医药零售网络布局，吸引更多的单体药店及中小零售企业加盟，九州通于2021年1月正式开始推出"万店联盟"计划，依托供应链与客户资源优势，通过品牌授权的加盟模式，整合集团终端、采购、电商等资源赋能终端药店，目前已完成百家及加盟药店6,138家，计划2022年底完成加盟药店1万家，未来3年内实现2万家以上联盟药店加盟。

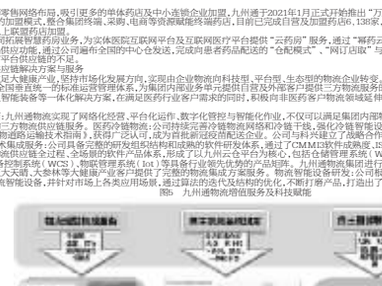
报告期内，公司拓展智慧药房业务，为实体医院互联网平台提供"云药房"服务，通过"幫药云"系统与线上医疗平台及医保端打对接，提供集成处方药品供应功能，通过公司遍布全国的中心仓发送，完成药品系药品配送的"仓配模式"、"网订店取"与"网订店送"的新零售模式，弥补互联网医院和互联网医疗平台供应链的不足。

6、智慧物流供应链解决方案与服务

九州通物流以足大健康产业，以市场化发展方向，实现由企业物流向社会物流的转型，平台型、生态型的物流企业转变。九州通物流联动全国物流资源，依托九州云全平台，光能全国覆盖统一的标准运营管理体系，为集团内部业务单元提供目营及外部客户提供三方物流服务的智慧供应链解决方案，服务内容包括物流技术系统集成及智能装备等一体化解决方案，在满足医药行业客户需求的同时，积极向非医药客户流通领域延伸，延伸公司物流业务领域，提升公司物流盈利水平。

三方物流方面：九州通物流实现了网络化经营、平台化运作、数字化管控与智能化作业，不仅可以满足集团内部物流需求，同时已经全面对外开放，为多行业客户提供专业的三方物流供应链服务。医药冷链物流：公司冷链物流将冷链物流网络和冷链干线、强化冷链智能设备、全程可追溯信息系统作为核心竞争力，参与编制《新冠病毒疫苗物流管理技术指南（试行）》，成为首批新冠疫苗配送企业。公司与科兴建立了战略合作伙伴关系，承担了科兴绝大部分新冠疫苗配送任务。物流技术集成服务：公司具备完整的研发组织结构和成熟的软件研发体系，通过了CMMI3软件成熟度、ISO27001和ISO20000信息管理体系认证；目主研建了覆盖物供应链全过程、全场景的软件产品体系，形成了以九州云仓平台为核心，包括仓储管理系统（WMS）、运输管理系统（TMS）、订单管理系统（OMS）、设备控制系统（WCS）、物联管理系统（Iot）等具备行业竞争优势的产品矩阵。九州通物流集团进行技术服务输出，赋能外部客户，为云南白药、北京同仁堂、武汉同济、大象林大健康产业等客户提供智慧物流解决方案。物流新能源设备：公司根据市场需求目主研发RGV系列、AGV系列、提升机系列等纵横智能设备，并针对市场上各类应用场景，通过算法的优化及结构的优化，不断打磨产品，打造出了轻-重装备结合的智能物流解决方案。

图5 九州通物流增值服务及科技赋能



6、医疗健康及技术服务

公司在做大做优医药供应链平台的基础上，持续提供信息技术赋能服务，并向医疗服务、健康管理、医学技术等大健康领域延伸，打造大健康服务平台，完善大健康服务内容。目前该板块业务主要包括：

信息技术研发及与增值服务：公司多年来坚持走产业转型升级与信息化创新融合的技术战略，已从医药分销领域赋能到生产、零售、健康管理等多板块，所有涉及商品及客商编码体系、分类标准、组织结构、人员等各个数据已实现数据标准化。集团与分子公司、分子公司与分子公司之间实现高效的业务协同，数据在ERP系统内实现自动传输与共享，供应商协同管理平台整合了公司内部ERP系统、LMIS系统、财务协同系统等，通过系统连接及授权密码，上下游客户可以进入九州通系统查询提供所需信息服务，自动生成订单以及其他服务等。

大健康平台赋能：上海证券交易所上市公司"幫药"平台，为医药通用、公司内部业务"幫健康"用户端、医生端开发，实现了预约挂号、问诊咨询、复诊续方、慢病管理、电子处方、病假、患者社区、医学科普、商保畅等业务功能。同时，"幫健康"对药店端、医院端系统进行了图构和开发，构建了药店线上线下一体化数字化运营体系，通过导入医疗服务资源把药店快速升级为药诊店；同时，帮助药店提通商业保险支付渠道，使处方商业保险的用户可以在药店完成商保赔付服务，为、帮客数据中台，完成了主数据系统、商品中心、订单中心、会员中心、营销中心、库存中心、商家中心、标签中心、区OD数据识别模块的建设。行业赋能方面，公司通过"智药通"、"幫药云"、"幫药店"和"医卫助手"等系统软件，为上下游客户提供互联网医疗健康服务化工具赋能服务。

医疗诊断服务：报告期内，公司旗下设有九州通医院、黄石广慈老年医院、龙凤防道卫生服务中心等医疗机构，向公众提供中西医诊疗、未病管理、健康档案管理等专业服务。报告期内，公司旗下成都双流九州通医院获"以下简称"九州通互联网医院（以下简称"九州通医院"）医疗机构执业许可证正式获批，取得了开展互联网医疗的分级资质。九州通互联网医院是具有独立经营许可的全科互联网医院，目前开设内科、外科、妇产科、中医科、眼科等诊疗科目。医院将通过线上平台提供在线诊疗服务，并与公司药品流通及零售业务联动，实现在线问诊、复诊续方、慢病管理与药品配送等一"一站式"健康服务。

再生医学技术研发：报告期内，公司积极关九再生医学（天津）科技有限公司先后与华南理工大学聚焦诱导发光光学研究院、山西医学科学院、山西白求恩医院、天津市第五中心医院、国科赛赋（深圳）新药研发科技有限公司等签署合作协议，在人体干细胞、外泌体技术领域开展研发合作。

图6 医疗健康及技术服务内容

4 公司主要会计数据和财务指标

4.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元　币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年增减(%)	2019年
总资产	85,938,870,851.52	80,823,843,660.80	6.32	71,147,765,010.29
归属于上市公司股东的净资产	23,408,607,593.43	21,828,656,053.01	7.25	18,754,209,506.62
营业收入	122,407,434,023.04	110,899,514,087.96	10.42	99,497,077,396.63
归属于上市公司股东的净利润	2,448,334,182.94	3,075,064,823.79	-20.38	1,726,549,479.22
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,403,123,873.87	1,865,957,571.84	-24.80	1,525,327,930.42
经营活动产生的现金流量净额	3,459,045,057.02	3,443,884,108.92	0.44	2,767,873,048.00
加权平均净资产收益率（%）	11.37	15.90	减少4.53个百分点	9.54
基本每股收益（元/股）	1.27	1.60	-20.63	0.85
稀释每股收益（元/股）	1.27	1.55	-18.06	0.84

报告期末公司前三年主要会计数据和财务指标的说明

报告期归属于上市公司股东的净利润较上年同期减少20.38%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（以下简称"扣非归母净利润"）较上年同期减少24.80%，特别说明如下：

1、报告期扣非归母净利润的影响因素如下：

（1）2021年度公司个别公代理经销特药与上年度相比销售较少，且上年度销售后未被市场消化的部分在本年度退货，并于四季度与客户核销完毕，该品种本年的净利润较上年同期减少约1.87亿元；

（2）2021年度公司出口防疫物资与上年度相比销售降幅较大，且折价处理了部分产品（主要在第四季度），该因素影响公司本年度净利润较上年同期减少约1.64亿元；

（3）2020年度因疫情的原因，公司受了政府给予的税费减免、低息贷款的优惠政策，2021年度上述优惠政策主要在下半年结束，受此影响的支出共约1.79亿元，影响本年度净利润约1.38亿元；

（4）在数字化转型、创新业务和创新模式上加大投入，2021年公司研发费用及战略性投入较上年同期大幅增加1.58亿元，影响本年度净利润约1.23亿元；

（5）2021年第三季度受间南、山西及湖北疫情带多地洪涝灾害影响，以及每年第四季度本应是业务旺季，但受疫情影响，感冒类、消炎类、退烧类等产品销售被严格控制等，导致2021年下半年销售受较大影响，公司第四季度获取的供应商销售折让未达预期。

上述五项因素合计影响扣非归母净利润较上年同期减少约6.91亿元；

以上五项影响因素中，除了第（4）项"研发及战略性投入增加"因素外，其余四项因素属于偶发性影响。2022年1季度公司经营业绩已出现恢复性增长。

2、报告期非经常性净利润的影响因素如下：

（1）2021年度因政府救灾等捐赠支出大幅增加，较上年同期增加1.8亿元，影响本年度净利润为1.40亿元；

（2）2020年公司全资子公司上海九州通医药有限公司因土地被征储获得补偿金2.90亿元，扣除税费后形成非经常性损益1.95亿元，而2021年公司无该类土地增值收益；

（3）2021年度公司持有的爱美客长发展股份有限公司股票等金融资产公允价值变动损益较上年同期增加2.12亿元，影响本年度净利润为1.59亿元。

上述三项因素合计影响非经常性净利润较少为1.76亿元。

（二）公司主营业务分析

报告期内，公司实现主营业务收入1,223.59亿元，主营业务毛利率8.04%，分别较上年同期增长10.41%和-1.00%。

1、主营业务按业务分类的增长分析：

单位：万元　币种：人民币

分业务	营业收入	较上年增长	毛利	较上年增长
商业分销	10,475,122.83	10.70%	740,342.46	3.93%
总代总销品牌推广	1,301,038.52	11.01%	138,794.34	-12.77%
医药工业及贴牌业务	195,211.73	8.09%	51,568.62	9.59%
医药零售	184,002.47	-9.39%	31,452.84	-40.82%
三方物流业务	53,097.57	74.31%	8,731.32	39.75%
医疗健康及技术服务	27,461.21	-16.34%	9,204.99	-24.17%
主营业务合计	12,235,934.33	10.41%	980,094.57	-1.00%

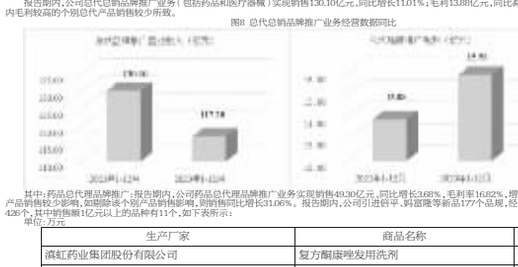
说明：三方物流收入是指公司对外提供物流服务形成的收入，包括公司利用自己物流设施对外提供的物流服务收入和利用对方物流设施赚取公司物流管理服务形成的收入等。

报告期内，公司各项业务增长情况分项说明如下：

（1）商业分销业务

报告期内，公司分销业务实现销售1,047.51亿元，同比增长10.70 %，毛利740.03亿元，同比增长3.93%。销售增长是因为报告期内公司加强县域商业、百强连锁战略合作，拓展连锁委托配送项目。

图7 商业分销业务经营数据回比



报告期内，公司与老百姓、益丰、大参林、一心堂、海王星辰5家全国性百强连锁签订集团整体战略合作协议，销售同比增长达21%；承接三九胃诺的高济、老百姓、益丰独家配送业务；深度拓展县域批发与中小连锁市场，新增覆盖40个空白县，实现了1,200个县域市场的终端覆盖。

截至报告期末，公司业务覆盖12万家公立医院、19万家基层及民营医院、175万家连锁及零售药店等实体终端客户；覆盖京东、阿里、壹号、乐药等12家知名电商平台。

（2）总代总销品牌推广

报告期内，公司总代总销品牌推广业务（包括药品和医疗器械）实现销售130.10亿元，同比增长11.01%；毛利13.88亿元，同比减少12.77%，主要是报告期内毛利较高的个别总代产品销售较少所致。

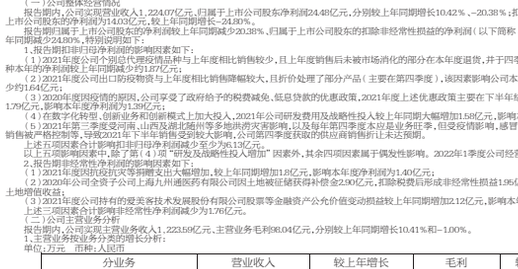
图8 总代总销品牌推广业务经营数据回比

其中：药品总代理品牌推广：报告期内，公司药品总代理品牌推广业务实现销售90.08亿元，同比增长3.68%，毛利率16.02%，毛利率较上年同期下降5.1个百分点。报告期内，商概精品近代理强生、费森、理新达、惠普等品牌的近2千余个品规，全面应用经销商DMS管理平台，线上订单渠道开至90%以上，有效提升了业务运营效率，优化总经销商赋能服务，增强了业务粘性。

（3）医药工业及贴牌业务

报告期内，公司医药工业及贴牌业务实现销售19.52亿元，同比增长8.09%，毛利率26.42%。

图9 医药工业及贴牌业务经营数据回比



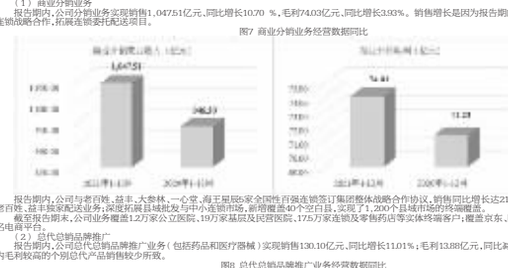
其中：京丰制药：报告期内，京丰制药实现销售3.10亿元，同比增长17.48%；毛利率35.63%，受二甲双胍片带量采购影响，毛利率同比下降4.48个百分点。报告期内，京丰制药在保证集采供应的前提下，顺利完成盐酸二甲双胍片生产场地转移，并取得生产许可批准；新建头孢车间通过GMP检查，完成产品转移并实现上市销售；药品一致性评价做得最大突破，长托菲利片通过一致性评价，盐酸二甲双胍缓释片提前完成BE实验且和阿拉伯目标一致。

九州印材：报告期内，九州印材实现工业销售11.75亿元，同比增长6.42%；毛利率24.02%，较上年同期提升1.03个百分点，主要是九州印不药调整营销策略和产品结构，强化医疗板块销售和精制饮片业务，2021年新开发17个中医医院并实现销售，新开发项目全部实现运营；截至2021年底，共签约医共体15家，覆盖11个省份。

（3）零售业务

报告期内，公司零售业务依托九州通集团医药供应链资源，提供线上线下一体化医药服务，有效保障应对突发公共卫生事件的物资需求；期内实现销售18.40亿元，同期减少9.39%，毛利率17.09%，同比下降9.08个百分点；报告期销售及毛利下降主要是期内国际及国内防护物资已有序恢复供应，导致公司受防护产品销售量大幅下降。截至目前，好药师零售药店6,138家，其中直营店211家（含医药药店5家），加盟店5,907家。

图10 零售业务经营数据回比



报告期内，公司与美团、饿了么、京东到家、京东健康、百度健康等平台进行O2O业务合作，业务覆盖26个省区的91个城市，赋能门店近1,400家；全年曝光人数4,500万，进店人数700万，累计下单166万单，平均进店转化率提升至23.7%。

（4）三方物流业务

报告期内，公司三方物流业务实现销售收入5.31亿元，同比增长74.31%，毛利0.87亿元，同比增长39.75%。三方物流收入和毛利较上年同期大幅增长，毛利增速低于收入增速的主要原因是公司外部客户业务比重较大，部分承接业务转由第三方完成所致。

图11 三方物流业务经营数据回比

报告期内，公司实现了"幫健康"平台开发，完成了医患、患患、医医的社交功能建设，交互打通微信-支付宝-"幫健康"APP，实现了多端无缝切换，提升流量的使用转化率。药店端：覆盖门店1.18万+，日均有效处方单突破12万；医疗机构端：导入优质的临床医生资源，为合作医疗机构（包括互联网医疗、公立医院、基层医院以及第二方互联网医院平台）提供研发+流转服务；与自然人合作，探索自然人+处方流转+智能药柜模式，解决院内药房效率问题；供应链服务：充分利用了九州通集团在一级、二级、三级、四级医药流通领域的优势，为保险公司提供品质高于市场品质的服务组件；病友管理：联合全国主流医疗、专病、慢病、罕见病医院，提供"医药结合、线上线下结合"健康服务；业务中台：实现了多渠道商品服务、订单、会员、支付、物流、结算等功能，实现一键全渠道开店，累计引集会员762万+，完成8,000+疾病知识图谱数据，为整体平台的运营提供医学数据支撑。

报告期内，公司完成了"幫健康"工具主要运营情况列表如下：

系统名称	服务对象	主要功能	运营情况
智药通（手机APP）	厂家业务及九州通业务员	帮助厂家营销的产品推广宣传以及目标客户的精准查询与管理，帮助客户直接下单，直接跟单	平台活跃用户约15万，公司通过智药通平台各种交易金额达41.69亿元。
幫药云（原"智药云"）	互联网医院和互联网医疗平台等	面向医疗机构的患者线上复诊及购药的数字化供应链解决方案	报告期内为摘医、武汉大学人民医院互联网医院、大连北院医院（三甲）、大连泰达国际、自管医院（三甲）、上海东方医院（三甲）、山东医保大健康集团互联网医院等提供流转处方服务，2021年平台流转处方62万张，交易金额1.147万元。
幫药店（原"门店通"）	下游中体和小连锁药店客户	面向药店的全方位运营赋能解决方案	截至报告期末，平台已为13万家门店提供了赋能服务，入驻商家1,600余家。
医卫助手（软件系统）	基层医疗机构	基层医疗机构医疗技术赋能与就医购药服务解决方案	平台已为基层医疗卫生健康服务的"医卫融合"解决方案，为基层医疗机构提供贯穿全场景、全流程、全环节的慢病管理平台、药械供应保障及医师能力提升服务。已在武汉市武昌区、武汉市汉阳区、麻城市、随县、通大县进行基层应用实践。

截至报告期末，公司从事信息技术研发与维护、二次开发人员达138名，累计获得专利权24项，软件著作权42项，商标授权项目1项。

类型	累计数量	其中：报告期内新增	主要成果（简介）
专利权	242	41	
其中：发明专利	39	8	一种奇巧静的制备工艺、一种无菌超肾大氣加工方法、一种过表达TYGB基因制备抑制外泌体及其制备方法和应用等
实用新型专利	164	25	一种医疗器械用摆机、一种全自动呼吸机及机用进料装置一种天麻丁丁化学体种植装置、车载用移动工机等
外观设计专利	39	8	按压式洗手液、包装瓶（药材系列）、包装袋（九信厨膳序生干货系列）等
软件著作权	492	74	幫"幫健康"平台、幫医平台、智药云处方审核及流转平台、智药通、九州通药等
合计	734	115	

主营业务分渠道的增长分析

公司现已完成医药流通全终端渠道覆盖，报告期内公司在各渠道的销售及占比情况列表如下：

分类	销售额（亿元）	同比增长	收入占比
一、FOB	1,208.19	10.78%	98.50%
（一）第一终端	316.93	14.88%	25.90%
其中：1.公立医院	202.76	18.35%	23.93%
2.县级公立医院	24.17	-15.22%	1.98%
（二）第二终端	226.23	3.75%	18.49%
其中：1.连锁药店	202.29	5.70%	16.53%
2.单体药店	23.94	-10.20%	1.96%
（三）第三终端	113.90	18.95%	9.31%
其中：1.政府机构	52.91	9.39%	4.32%
2.民营医疗机构	60.99	28.70%	4.98%
（四）B2B电商渠道	144.70	13.94%	11.83%
其中：1.互联网平台（第四终端）	40.00	19.56%	3.27%
2.九州通医药通	104.70	11.92%	8.56%
（五）下游商业分销渠道	353.16	11.21%	29.88%
（六）商超及其他渠道	30.27	-9.70%	2.25%
二、DTP	19.49	-9.39%	1.50%
零售渠道	19.49	-9.39%	1.50%
合计	1,223.59	10.41%	100.00%

注：1、上表所公立医院指二级及以上公立医院，县级医院指二级以下公立医院；基层医疗机构指社区卫生服务中心、乡镇卫生院、村卫生室等；民营医疗机构指民营医院、民营卫生室（所/站）、诊所等。

2、互联网平台业务是指公司向阿里健康、京东健康等互联网平台提供的医药健康产品供应链服务；九州通FBBC电商平台业务是指公司向医院、药店、诊所等终端客户提供的九州通医药健康产品的电商供应业务。

3、下游商业主要是区域联盟分销商，公司凭借供应链优势，深化与下游商业合作，通过资源和服务赋能，共同开拓基层地区、偏远地区、农村地区的药店、基层医疗市场。

4、商超及其他渠道是指公司向商超、母婴专卖店、政府机构、厂矿企业、大学、研究机构等提供的医疗健康产品供应链服务。

5、下游商业主要渠道销售增长情况说明如下：

（1）第一终端

报告期内，公司继续拓展城市公立医院及县级公立医院市场，期内实现销售316.93亿元（不含电商业务），同比增长14.88%，其中：城市公立医院增长18.35%；由于多点散发疫情，部分县级公立医院正常营业受影响，导致公司县级医院的整体销售较上年同期下降15.22%。截至期末，第一终端销售占比25.90%。

报告期内，公司不断参与可家及地方带量采购品种配送招标，取得重大成果。截至报告期末因家带量采购已完成5批，公司在31个省区可配送品种数共1,680个，实现配送品种共222个其中在国家带量品种共71个；地方带量采购已完成24个项目，公司可配送品种达240个，公司配送品种达240个。报告期内，公司实现三级医院合作入驻项目，期内完成签约项目860个，其中595个等级医院，285个县域项目。报告期末，公司的城市公立医院有效客户达5,800余家，覆盖率约65%；县级公立医院约3,400家，覆盖率约50%。

（2）第二终端

报告期内，公司第二终端零售药店渠道（批发客户，不含零售及电商业务）实现销售236.23亿元，同比增长3.75%，其中：连锁药店销售增长5.70%；单体药店增长-10.20%，主要是部分单体药店未能达到质量管理规范（GSP）要求而被迫关闭；报告期内，公司单体药店覆盖率达到5.1%，单体药店覆盖率的提升，有利于增强对终端市场的控制力。

报告期内，公司加强战略百强连锁合作，依托公司品种、品牌、技术与物流等资源优势，大力拓展连锁药店和单体药店业务，期内公司零售药店批发客户的销售同比增长较快，截至报告期末，公司有效连锁药店达15,300多家，覆盖零售药店数量的16万家，其中百强零售连锁和区域500强连锁企业覆盖率达到93%；公司单体药店客户覆盖零售药店总数的17万家。

（3）第三终端

报告期内，公司第三终端实现销售113.90亿元（不含电商渠道业务），同期增长18.95%，其中基层医疗机构增长9.39%，民营医疗机构增长28.70%。报告期内，尤其第二与第三季度，部分地区疫情反复，导致部分商业、零售渠道，基层医疗机构新投性恢复一般诊疗服务；另外公司持续开拓民营医院业务，新签约17家民营医院并全部投入运营。截至期末，第三终端销售占比9.31%，公司整个医疗机构终端合计销售占比35.21%（不含电商渠道业务）。

截至报告期末，公司基层医疗机构有效客户达18.06万家，覆盖率约25.43%（覆盖率=已检各村卫生室）；民营医院有效客户数达5.07万家，覆盖率约48%。

（4）B2B电商渠道

报告期内，公司B2B电商业务实现销售收入144.70亿元，较上年同期增长13.94%，销售占比11.83%，该业务已发展成为公司重要的业务渠道，同时凸显了公司供应链平台优势与价值。其中，公司为合作医院互联网平台（慈源巨鸿、健康元、京东健康医药电商等）提供医疗健康产品的供应链服务，是其医疗健康产品的主要供应商，期内互联网平台供应链业务实现销售收入40.00亿元，同比增长19.56%；九州通日身FBBC电商平台渠道业务实现销售104.70亿元，同比增长11.93%。

（5）下游商业分销渠道

报告期内，公司对下游医药经销商销售收入363.16亿元，同比增长11.21%，持续保持稳定增长，截至期末销售占比29.68%。

（6）商超及其他渠道

报告期内，公司商超及其他渠道实现销售收入40.27亿元，同比下降9.70%，销售占比3.29%。该渠道销售有所下降主要原因是报告期内疫情防护物资恢复供应目多地实现有序有序恢复，政府部门、企事业单位、商超等非医药类主体的防护类产品需求未同时消退。

（7）零售渠道

详见本节公司业务分类中的零售业务内容。

3、医疗器械板块业务

报告期内公司医疗器械板块实现销售240.14亿元，同比增长12.55%，占公司整体销售额比例为19.62%；毛利16.19亿元，同比增长7.98%。报告期内，公司大力推进医疗器械业务：商业分销方面：加强与冠脉支架、骨科、起搏器、药物球囊、吊体、PTCA导丝等厂家合作，2021年取得冠脉支架配送27.42万条，行业占比19%；骨科通过"集约化平台+共享服务+专业推广"的创新模式来积极对骨科渠道。器械总代品牌推广：详见本节公司业务分类中的总代品牌推广业务内容。

器械业务创新方面：SPD业务：以患者服务为核心，质量管理为保障，聚焦医疗物资、临床医技科室、供应链业务等维度，通过信息化软件和智能化设备，搭建数字化、智能化、精益化的"医疗物资全化运营服务平台（赋得通 SPD20）"，打造数字供应链生态体系，服务医院客户100多家，其中三甲医院客户14家。耗材延展业务：20年行业经验配货，获得10家知名品牌授权和12家国际认可证书，打造了专业的"耗材延"售后服务体系，在全国目建30个维修服务中心和210个服务网点，可为医疗机构提供涵盖耗材全程供应链的多元医疗器械产品"1站式专业服务"。

4、中药板块业务

报告期内，公司中药板块实现销售收入32.39亿元，同比增长11.59%；毛利率20.62%。其中中药工业实现销售收入15.75亿元，同比增长8.42%；毛利率24.92%，同比提升1.03个百分点，主要是公司产精制饮片提升产品质