公司代码:605266　　公司简称:健之佳

云南健之佳健康连锁店股份有限公司

[2020] 年度报告摘要

一 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,投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上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、准确、完整,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信永中和会计师事务所(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经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司拟以以下方案进行利润分配:

(1)以2020年度公司实现的净利润79,218,761.72元为基数,提取10%的法定公积金7,921,876.17元。

(2)2020年,公司合并报表归属于母公司的股东权益中,年初未分配利润为385,447,216.74元,本年实现归属于母公司股东的综合收益251,148,189.76元,计提法定公积金后,年末归属于母公司股东剩余未分配利润为628,673,530.33元;

母公司年初未分配利润为367,917,122.58元,本年实现净利润79,218,761.72元,计提法定公积金后,年末剩余未分配利润为442,963,537.97元。

(3)2020年度可供股东分配的利润628,673,530.33元,公司拟以2020年12月31日股本53,000,000股为基数,每10股派发现金红利人民币23.00元(含税),共计派发现金红利121,900,000.00元(含税),剩余未分配利润结转下年度。

(4)以上现金股利的个人所得税由公司代扣代缴。

(5)公司拟以2020年12月31日总股本53,000,000股为基数,以资本公积金转增股本方式向全体股东每10股增3股,转增后公司股本达到68,900,000股。

(6)公司将在年度股东大会审议通过后1个月内实施上述权益分派。

二 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	健之佳	605266	无	

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李恒	李子波
办公地址	云南省昆明市盘龙区联盟路与万宏路交汇处万宏嘉园洋苑(地块五)综合楼	云南省昆明市盘龙区联盟路与万宏路交汇处万宏嘉园洋苑(地块五)综合楼
电话	0871-65711920	0871-65711920
电子信箱	ir@pzjcm	ir@pzjcm

2报告期公司主要业务简介

(1)主要业务及主要经营模式概述

公司主要从事药品、保健食品、个人护理品、家庭健康用品、便利食品、日用消耗品等健康产品的连锁零售业务,并提供相关专业服务。

公司立足于云南,深耕西南地区,采用统一、标准的集团内垂直一体化业务管理体系,依托较为完善的连锁零售网络和专业医药服务实力,坚持“集团化管理、多元化经营、全国性扩张”的战略方针,坚持以“中心城市为核心向下渗透”的扩张策略,以顾客需求为核心,关注监管政策趋势,围绕顾客日益增长的对健康和美好生活的需求和药品零售行业在“健康+专业+便利”方面、便利零售行业在“品质+时尚+快捷”方面尚不平衡、不充分的服务水平之间的矛盾和差距,提供市场化的、具备核心竞争力的服务,形成稳步走向全国的战略发展趋势。

针对顾客长期的、动态变化的需求,公司持续改进工作质量、提升服务水平、提升效率,努力实现“顾客满意”的承诺。

公司采用行内领先的管店管理技术、高效的物流体系和不断优化的信息系统三大支柱,联合线e购及APP、微商城、官网等私域电商渠道、第三方平台等传统电商工具,O2O等便捷服务,搭建起以会员为核心的全渠道营销平台,打造集合了社区专业药房、便利店、中医诊所、社区诊所和体检中心等业态的多元化社区健康服务生态圈。

公司的盈利主要来源于零售业务的综合毛利,包括两个方面:

a.通过商品的进销差价获得盈利,为公司盈利的主要来源;

b.为供应商开展商品促销服务、市场推广、会销配送服务等商业服务和技术支持获得的商业服务收入,是公司主要盈利来源的重要补充。

如何为目标顾客提供差异化、稳定、专业和值得信赖的全渠道、差异化服务,持续满足顾客需求,公司主要通过开展如下核心工作,构建核心支柱来实现:

①连锁门店及服务网络建设

a.店型设计

“便捷+专业+便利”的健之佳药店:“品质+时尚+快捷”的健之佳店。

b.门店扩张及更完善的连锁零售网络建设

新店、次新店、成熟门店逐步提升,实现原长期盈利模式的复制和提升,全渠道专业赋能以提升店效入效;

新开门店聚焦核心城市群,以西南区域省会城市为核心,重庆和广西已实现持续盈利,强化和复制云南成功模式。

②商品品类规划及为供应商提供专业服务

a.以品类管理为核心驱动,营采一体化的品类规划和营销体系

学习顾客端和便利零售同行成熟经验,以品类管理为核心规划的商品“拉力”与药师、店员的“推力”相结合,可持续、高效实现动销和盈利。

b.多元化、高品质的商品结构,品类规划与业务服务

商品的品类规划多于公司差异化的顾客定位和专业品质服务。

与厂商长期合作,以“主题营销、顾客用的指导性商品”为核心,以品质、品质鲜牌商品、微谛娜等专业护肤品长期更迭、专业推广,树立“专业”和“值得信赖”品牌形象,向供应链程度延伸价值。

③柔韧顾客需求的服务体系

a.通过高标准的规范服务标准和培训,提升店员专业度,通过专业服务,提高会员满意度,提升值得信赖的品牌形象

b.通过自建平台、与互联网医院及第三方平台合作等方式,在合规基础上及时响应和满足远程问诊、处方流转、自有及第三方平台远程审方、执业药师疑难问题解答等顾客需求。

c.会员服务、强转管理及数据分析系统

通过线上线下、门店专业店员及公司的会员服务体系、药师专业服务体系、辅助的信息系统及延伸的医药服务能力为会员服务

d.关注年轻顾客,便利需求的全渠道快捷服务,通过互联网平台及配送平台等基础设施为门店服务赋能,扩大市场份额

④行业内领先的、具有管理技术、高效的物流体系和不断优化的信息系统三大支柱

⑤人才的培养和激励体系的保障

⑥内控、合规及财务管控体系

在年度报告全文“第三节 公司业务概要”之“三、报告期内核心竞争力分析”、“第四节 经营情况讨论与分析”之“二、报告期主要经营情况”与“第四节 经营情况讨论与分析”之“三、公司未来发展的讨论与分析”之“(三)经营计划”中,将进一步阐述公司开展上述核心工作、构建核心支柱能力所作出的规划,和因此核心竞争优势,可能面临的风险以及对策措施。

(2)行业情况分析

①行业发展机遇

最近几年,国家医药卫生主管部门先后出台多项政策,医药分开、药占比、零差率、分级诊疗、一致性评价、医保控费、带量集采、福保长处方等一系列医药改革措施的稳步推进,特别是在2020年初新冠肺炎疫情后,有关“互联网+医疗”“互联网+医保”等政策逐步探索和推动,医药分开、医院处方外流在新的形势下明显提速,以线下实体药店为依托,线上线下融合发展的医药新零售模式将逐渐形成。对于药品零售行业而言,以实体药店为依托的线上线下融合发展模式区别于单纯的线上或线下模式,在顾客服务提升及学习、提升店效入效、获得目标市场的领先优势,将成为行业的必然发展趋势。

②行业发展趋势

在社会经济发展、居民消费结构升级、人口老龄化与城镇化多重因素驱动下,我国医药零售行业市场规模持续扩张。根据中国医药商业协会的统计,2019年药品流通行业运行统计分析报告》显示:2019年,我国药品零售市场规模为4,996亿元,同比增长不可比因素同比增长5.9%,增速同比上升0.5个百分点,但是我国零售药店目前规模中规模较小、过规模为分散的区域竞争态势。根据中国医药商业协会发布的《2019年药品流通行业运行统计分析报告》,2019年销售规模100亿的药品零售企业销售总额占零售市场总额的34.9%,同比上升1.5个百分点。我国已初步形成了一批区域性市场领先的医药零售企业,已上市公司的市占率均在3%以下,行业集中度仍处于较低水平,与美国、日本等发达国家医药零售市场发展的集中度仍有较大差距。

③顾客持续提升的需求和差异化服务的附存

十四五规划明确了加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,明确入均国内生产总值达到中等发达国家水平,中等收入群体规模扩大,消费结构升级,顾客的受投资、顾客的受投资、顾客的受投资、