

老百姓大药房总裁王黎：

做有温度的医药连锁领军企业

4月23日，老百姓大药房长沙湘雅店如以往一样忙碌。2001年，医药连锁企业老百姓从这里起家。历经22年发展，老百姓已经从湘雅医院门口的一家平价小药店成长为门店数量率先突破1万家的头部上市企业，并迎来了公司上市8周年。

“我来公司已经15年了，回头看公司过去的发展，我们一直在快速变化的市场中坚守‘一切为了老百姓’的初心，在不确定性中寻找发展的确定性，朝着有温度的医药连锁领军企业目标不断前进。”老百姓总裁王黎在接受中国证券报记者独家专访时表示。

● 本报记者 段芳媛



老百姓大药房长沙总部园区

公司供图

门店突破万家

4月21日8时30分，老百姓大药房湖南湘江太平路店开始了新的一天营业。65岁的杨阿姨在店内执业药师引导下，正在为瘫痪多年的老伴购买擦拭身体的药物。“自从去年这家药店开业后，我买药方便很多。年纪大了身体总有些毛病，汪梅（老百姓大药房湖南湘江太平路店店长）每次都会根据我老伴的情况，对症推荐药品，特别方便我们这些老人。”杨阿姨说。

这家为杨阿姨购药带来极大便利的药店开业于2022年6月，是老百姓的第1万家连锁药店，标志着公司成为中国首家门店数破万的民营上市连锁药房，率先迈入“万店时代”。

自2001年10月27日第一家门店长沙湘雅店开业以来，老百姓用21年多时间实现了里程碑式跨越。王黎表示，依托“四驾马车”等创新战略，公司近年来市场拓展呈指数式增长。“从0到5000，我们用了18年，而从5000到10000只用了3年。”

王黎介绍，公司在成立之初就确立了“分享”机制，“上市之后我们一直在想如何将融资的能力惠及更多生态合作伙伴。”于是，老百姓在行业内率先开启加盟模式，创新性启动“星火并购”模式，最终，“自建+并购+加盟+联盟”的“四驾马车”战略应运而生。

与多数企业采取的并购模式不同，老百姓的“星火并购”通过保留原创始人部分股权控股收购区域龙头方式，将“分享”根植于整个并购过程，以合作共赢为目标，为公司高质量扩张带来显著成果。“基于‘星火并购’的优势，我们顺利收购了很多优质连锁药房。以大湘西地区最具影响力的零售连锁药店怀仁药房为例，正是因为我们愿意与原股东分享发展成果，才顺利将他们并入上市公司。”王黎说。

2022年4月，老百姓完成了对怀仁药房76.1199%股权的收购事项。交易完成后，老百姓在湖南省14个地州市中实现7个地州市门店数量排名第一，公司在湖南省的门店数超过3000家（含加盟），并成为湖南省门店数和销售额第一的连锁药房企业。

国泰君安证券分析师丁丹表示：“中国药店连锁化率远低于海外，连锁药店龙头受益于处方外流，将长期保持高景气度。老

百姓‘星火并购’在赋能目标公司运营的同时，保留原创始人部分股权以激活潜能，并购项目业绩表现亮眼，公司未来成长空间广阔。”

在“四驾马车”的支持下，老百姓大药房门店数量快速增加。截至2022年9月30日，公司营销网络（不含联盟）覆盖全国20个省级市场、140多个地级及以上城市，总门店数达到10327家。其中，直营门店7362家，加盟门店2965家。

业绩稳步提升

“回头看，我们在发展过程中也经历了很多阵痛，比较幸运的是我们在阵痛中顺利求新求变，不断焕发新机。这么多年来我们始终坚持以应变变，不断适应行业政策和市场格局的变化，动态且快速调整公司战略，坚持高质量发展。”王黎说。

近年来，随着互联网零售渠道的冲击，线下医药连锁企业陷入集体性焦虑情绪之中。“互联网渠道会不会取代线下医药门店？面对这个关乎‘生死’的问题，大家都在寻找答案。”王黎表示，在这个过程中，老百姓找到了属于自己的答案——数字化转型以及为消费者提供极致的面对面健康服务。

在此背景下，老百姓前瞻性提出“打造科技驱动的健康服务平台”战略，公司的健康业务版图不仅是药品零售，而是从一家传统零售商转变为健康服务平台，向“专业药事服务”和“大健康”转型。

2019年，老百姓正式开启数字化转型。“很多人认为‘数字化’就是做几个软件，弄一些增值服务。我们不这么看。我认为数字化带来了老百姓管理体系的‘重构’。”王黎介绍，自2019年起，公司快速、坚定推动企业数字化转型，从战略高度持续加大投入力度，积极构建企业数字化平台，通过数字化科技赋能前、中、后台业务流程，将互联网技术与业务场景不断融合，不断强化“人、货、场”精细化管理。

随着数字化转型的不断深入，公司战略转型成效逐步显现。得益于门店智能请货系统带来的红利，截至2022年三季度末，老百姓门店库存金额较二季度末减少约1亿元，门店库存周转效率不断提升。同时，通过开发采购数字化供应看板系统，在线赋能采购业务，人力提升6.5%。

在发力数字化转型的同时，老百姓依托

数字化工具不断提升药房的专业药事服务能力。其中，慢病管理是公司重点发力的方向之一。2021年年报显示，老百姓全国门店配置了5434名慢病管理专家和血糖、血压、心率、尿酸、血脂、幽门螺旋杆菌、血氧饱和度等自测蓝牙智能设备。

浏阳市自来水公司退休员工陈阿姨就是老百姓慢病管理服务的受益者。陈阿姨患有心脑血管疾病和白内障，血压血糖控制不稳定。由于陈阿姨自身行动不便，不方便来门店自测，老百姓大药房浏阳店的执业药师何敏每个月上门帮其自测血压血糖、清理小药箱、指导合理用药。

通过极致的健康管理服务，老百姓的处方药销售、复购回访转化率等均稳步提升。2021年年报显示，报告期内，公司加强自测项目推广，合计自测次数521.83万次，同比增长164%；会员人均服药天数同比增加23.9天，提升28.9%；2021年回访数量76.3万人次，回访到店成交会员6.7万人次，回访成交率8.8%。

公司不断优化发展战略，坚持高质量发展，为公司业绩增长带来良好的支撑。数据显示，自2015年上市以来，老百姓的营收和净利持续稳定增长。2015年-2021年，公司营收年均复合增长率达22.84%，归母净利润年均复合增长率达18.6%。

高效组织变革

谈及公司未来发展，王黎表示：“我们在数字上有明确目标，就是收入和市值的双千亿。我们将坚守‘一切为了老百姓’的初心，做一家有温度的医药连锁企业。”

为了实现公司未来发展目标，近两年来老百姓开启了一场高效组织变革。“企业组织变革首先应当符合其业务发展的逻辑和策略。”王黎说，以老百姓推行的“大店改小店”战略为例，高效组织变革深化落地，对该战略的推动作用重大。

王黎介绍，老百姓大药房自2021年8月启动适应于社区店模式和数字化转型的高效组织变革项目，聚焦架构扁平化和管理体系集中化，通过精简管理层级，推动实现管理精细化、营运标准化、服务专业化的目标。

具体来看，在集团层面，公司直营事业群与星火事业群合并为营运中心；在业务线层面，公司采购线、商品中心、物流运营中心、供应链大区合并管理关系；在省区层面，

原31家省子公司整合成18个“战区”，提升管理效率；在门店层面，将扁平化管理节降的费用反哺一线，提升店员薪酬以留住和吸引优秀人才，门店运营基本面大幅改善。

“高效组织变革带来了自上而下执行力的高效贯通，显著提升了营运精细化水平，更好地适应了小店模式的管理精细化需求。从数据上看，‘战区’及自营公司2022年销售人效较2021年提升14.7个百分点。”王黎认为，组织变革项目充分推动了整个公司组织效率的高效提升，为公司数字化转型奠定了不可或缺的基础。

最新财务数据也验证了这点。2022年，老百姓经营状况持续向好，前三季度实现营业收入137.76亿元，同比增长22.13%；归母净利润为6.10亿元，同比增长14.46%。去年一至三季度，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益净利润分别增长12.75%、18.77%、29.34%，高效组织变革成效显著，有力推动业绩增长。

在王黎看来，高效组织变革是驱动战略高效落地的基础，持续打造高质量的人才队伍则是保持组织活力的重要因素。

“我们非常欢迎跨界人才。创新来自跨界，不同的人才、不同的背景、不同的文化加入能够更大地激发组织活力。”王黎介绍，2022年老百姓大药房新入职/晋升中高管166人，硕士及本科学历占比57%，平均年龄37岁。“目前，公司不仅集齐了全国排名前十大学的高材生，还吸引了不少包括哈佛、麻省理工等世界名校在内的毕业生以及互联网大厂的人才，整体中高管队伍年轻化趋势，人才数量及质量显著提升，有利于公司长远发展。”

王黎认为，在高效组织变革和高质量人才队伍的支撑下，公司未来发展可期。“未来，行业集中度会越来越高。欧美市场头部企业的市占率已经达到70%-80%，我们国家和他们相比还有差距。差距意味着发展空间。目前，我们有1万多家店，在高效的组织管理体系、信息化数字化管理手段以及人才队伍的支撑下，即便未来门店数达到5万甚至10万家，我们希望仍然能够保持高效率。”

“我们要成为社区居家养老的健康生活驿站，打造健康中国的毛细血管。”王黎表示，在老龄化不断加深的背景下，希望用每一天的身体力行努力为社会做更多贡献，温暖更多老百姓。

蓝思科技孙公司 拟86.66亿元投建新项目

● 本报记者 吴科任 段芳媛

4月23日晚，蓝思科技发布公告称，旗下全资孙公司泰州蓝思为进一步优化产品和销售结构、提高市场份额，拟以自有资金和银行借款的方式投资建设“精密部件生产项目及改扩建项目”，项目预计总投资86.66亿元。

蓝思科技同时发布2022年年报。公司2022年实现营业收入466.99亿元，同比增长3.16%；归母净利润为24.48亿元，同比增长18.25%。公司拟每10股派发现金红利2元（含税），预计现金分红总额14.86亿元。

满足客户多元化需求

近年来，蓝思科技通过持续推进垂直整合战略，不断完善产业链布局，为客户提供包括玻璃、金属、蓝宝石、陶瓷、塑胶在内的一站式解决方案。

蓝思科技表示，2021年，公司完成对泰州园区的股权收购，启动园区资源整合、自动化升级改造、提高产出效能、提高自制物料供应能力等工作，实现了智能手机金属结构件市场份额的快速提高。同时，通过加大研发投入，建立了金属研发中心和研发团队，对消费电子金属结构件、汽车及新能源相关金属部件进行持续研发，深化了与客户的全面战略合作，得到了更多客户的认可。为满足客户多元化需求，有必要通过本项目的实施，持续提升产能效率，扩大产能规模、完善生产配套，并进一步丰富产品和销售结构，提高市场份额。

公告显示，上述项目由多个分项构成：B2、B3扩建项目，二期扩建项目，消费类电子产品精密部件生产项目，自动组装机壳背盖组件3200万件/年，电子产品模具、检治具65400套/年，电子产品刀具728.4万片/年，汽车及新能源金属结构件7500万件/年。

整体项目将采取分期投资的方式，整体建设期3年。其中，第一期（2021-2022年）已经实施完成。根据泰州蓝思发展需要，拟在第一期项目的基础上追加投资第二期，并拟于2023年实施完成。项目总定员12000人。项目全部建成投产后，预计可实现年销售收入80亿元，利润总额4.21亿元，税后静态投资回收期为10.97年（含建设期），税后财务内部收益率为8.83%。

蓝思科技提示，电子精密部件产品兼具科技与消费属性，创新对消费的驱动程度，以及宏观经济景气程度等因素，均可能对市场需求产生影响，从而可能对本项目经济效益产生影响。

新能源车业务发展较快

2022年，全球消费电子市场整体发展放缓，部分细分市场的产品库存备货量高于安全水平，给蓝思科技等相关企业带来一定压力。不过，部分消费电子企业布局新能源汽车业务，并受益于行业高景气度。

通过长期布局经营，稳扎稳打，蓝思科技的新能源业务收入迎来增长期。2022年，公司新能源汽车业务创收35.84亿元，同比增长59.41%，占公司营业收入比例上升至7.67%。

目前，蓝思科技汽车电子产品包括车载电子玻璃及组件、车载中控屏（结构与功能零部件及组装）、仪表盘组件、B柱组件、车载装饰件、大尺寸新型汽车玻璃（如天幕、侧窗、挡风等）、反光镜、后视镜等。公司汽车行业客户数量进一步增加至30家以上，中控屏、B柱、充电桩等主要产品销售持续增长，侧窗、挡风、天幕等大尺寸新型汽车玻璃等增量新产品持续配合客户进行创新优化和验证。

此外，为配合海外客户新需求，蓝思科技在墨西哥成立了子公司，专门从事汽车电子零配件业务。

除了新能源汽车业务，蓝思科技还瞄准智能穿戴赛道。在VR/AR领域，公司拥有丰富的技术储备和全球优质客户资源，为客户提供一站式解决方案与服务，涵盖玻璃、金属、摄像、声学模组等材料 and 零组件，以及贴合及组装等服务。

蓝思科技表示，新建的“智能穿戴和触控功能面板建设项目”终端产品类型包括VR、AR、智能手表等，智能穿戴业务将成为公司未来重要的业务增长点。截至2022年末，该项目已投入募集资金进度达到72%。

围绕2023年经营计划，蓝思科技表示，将开源节流，创新引领；坚持客户至上，持续研发投入；坚守主业，积极开拓新市场，开发新产品；加强对新能源汽车相关产品与技术研发等。



新华社图片

光模块赛道景气度高

中际旭创2022年净利润同比增长39.57%

● 本报记者 吴科任

4月23日晚，中际旭创发布2022年年报及2023年一季度报。2022年，公司实现营业收入96.42亿元，同比增长25.29%，归母净利润为12.24亿元，同比增长39.57%；2023年一季度，公司实现营业收入18.37亿元，同比下降12.04%，归母净利润为2.5亿元，同比增长14.95%。

中际旭创处于光模块赛道，有望在人工智能浪潮中获得更大发展。作为信息化和通信系统的核心器件，光通信模块的发展对5G通信、大数据、互联网等行业的影响至关重要。Lightcounting预测，2022年-2027年，全球光模块市场规模年均复合增长率将达11%，并于2027年突破200亿美元。

高端产品收入占比提升

中际旭创集高端光通信收发模块的研发、设计、封装、测试和销售于一体，为云数据

中心客户提供100G、200G、400G和800G等高速光模块，为电信设备商客户提供5G前传、中传和回传光模块以及应用于骨干网和核心网传输光模块等高端整体解决方案。

中际旭创表示，2022年，受数据流量和带宽需求快速增长的影响，海外重点客户继续加大资本开支，并带动对数据中心400G和200G等高端产品的需求上量。公司保障全面交付能力，持续提升降本增效，高端产品占比重进一步提升。此外，公司海外销售收入占比提高，并以美元为结算货币，报告期内美元兑人民币的汇率波动也对收入和毛利率带来一定正向影响。

进一步看，2022年高速光通信模块、中低速光通信模块、光组件三类产品分别给中际旭创带来营业收入87.46亿元、6.66亿元和2.29亿元，同比增速分别为8.01%、-4.75%和-29.95%。其中，因客户加大对高端产品的部署力度以实现传输速率升级，公司中低速光通信模块销售量、生产量相应下降。同期，公司境外销售收入同比增长44.99%至

83.77亿元。

为保障新产品开发与技术升级有序进行，中际旭创2022年研发投入达到7.92亿元，同比增长40%左右，占营业收入比例提升至8.22%。报告期内，公司800G和相干系列产品等已实现批量出货，1.6T光模块和800G硅光模块已开发成功并进入送测阶段，CPO（光电共封）技术和3D封装技术也在持续研发进程中。

AIGC技术助力行业发展

光模块是光通信设备的关键组成部分，主要作用是实现光电转换，应用领域涵盖云计算数据中心、宽带接入及长距离传输等。

“近期，以ChatGPT为代表的生成式AI工具正引领新一轮科技革命。前沿科技产业化落地需要云厂商庞大的算力支持，而光通信网络是算力网络的重要基础和坚实底座，预计这将进一步推动海外云巨头对于数据中心硬件设备的需求增长与技术升级。”中际旭

创表示，高算力、低功耗是未来市场的重要发展方向，CPO、硅光技术或将成为高算力场景下“降本增效”的解决方案。AIGC的高速发展将进一步促进数据流量的持续增长和包括光模块在内的ICT行业发展，推动光模块向800G及以上产品加速迭代。

LightCounting表示，AI对网络速率的需求是目前的10倍以上，而CPO有望将现有可插拔光模块架构的功耗降低50%，有效满足高速高密度互联传输场景的需要。

在海外市场，中际旭创将努力提升800G和400G等主力产品的交付能力和质量水平，把握海外重点客户在云数据中心部署800G等高端光模块需求机会，加大产品的交付能力和出货量。在国内市场，公司将根据客户数据中心技术迭代和电信市场的需求，积极导入800G和400G等各类型产品。

中际旭创提醒，AIGC技术发展尚处于起步阶段，其下游应用领域的拓展进程存在一定不确定性，CPO相关产品技术的成熟以及下游市场的规模化应用尚需时日。