公司代码：605266 公司简称：健之佳

健之佳医药连锁集团股份有限公司

2023 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http://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

公司拟以2023年母公司实现的净利润203,661,794.59元为基数，提取10%的法定公积金20,366,179.46元；拟以公司总股本128,848,882股为基数，以资本公积金转增股本方式向全体股东每10股转增2股，每10股派发现金红利人民币12.85元（含税），合计拟派发现金红利165,570,813.37元（含税）。

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	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街道欣营街10号	云南省昆明市盘龙区联盟街道欣营街10号
电话	0871-65711920	0871-65711920
电子信箱	ir@jzj.cn	ir@jzj.cn

2报告期公司主要业务简介

（一）经济发展、政策支持带来行业发展机遇

直面百年未有之大变局的挑战，国家确定了全面建设社会主义现代化国家，深化改革开放，建设全国统一大市场，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这一根本方向；人均国内生产总值达到中等发达国家水平、中等收入群体显著扩大等目标将努力达成。在此上期趋势下，民众在消费能力、消费意愿和需求、消费结构等方面变化巨大，人民日益增长的对美好生活、高质量健康生活的需要，与不平衡、不充分的医药健康领域服务水平之间的矛盾强烈，需要深化改革、高质量解决。

随着"健康中国"战略实施以及分级诊疗、医保个账改革以及门诊统筹等医药卫生体制改革的深入，医药分业的重大政策方向逐步清晰，将重塑院外销售模式以及药企、渠道和患者的三方互动方式，药品市场终端渠道结构深刻变化，促进、倒逼药品流通行业持续改革、发展。

2022年中国卫生总费用占GDP的6.82%，距发达国家还有较大差距和提升空间。零售药店作为实施健康中国战略的前沿阵地，将从医药供应链的小终端向大众医药及健康消费服务升级的大终端转化，成为推进大健康服务升级的主力军。消费者线上购药习惯的养成，线上购药医保结算试点、网售处方药政策持续规范，医药零售线上与线下全渠道专业化服务的趋势形成。

（二）市场扩容、行业集中度和连锁化率仍有待提升

2021年10月，商务部发布的《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，药品零售连锁率接近70%，药品零售百强企业年销售额占药品零售市场总额 65%以上；培育5-10家超五百亿元的专业化、多元化药品零售连锁企业的目标，为医药零售行业的发展指明方向。

根据药监局数据，截止2022年底，全国药店总数为62.33万家，连锁率57.76%，较2021年上升0.54%，与十四五规划差距12.24%；药品零售百强企业销售额2,184亿元，占全国零售市场总额的35.60%，同比提高0.9%，与十四五规划差距28.50%；行业领先的药品零售连锁企业距营业收入500亿元差距仍大，有较大提升空间。

与美国药店连锁化率 71.1%相比，我国连锁化率较低，且不同地区的药店连锁率存在显著性差异。与2021 年美国、日本前三大药房在连锁店中87%、30%的市占率相比，由于中国经济社会发展的不平衡性和地域化特点，医药零售连锁企业的行业集中度难以达到美国水平，但仍有较大提升空间。

（三）顾客持续提升的需求和差异化服务的期许

2021年人口拐点提前到来，上世纪六十、七十年代婴儿潮时期出生且受过系统教育、健康意识强，收入和财富稳定的代际逐步成为慢病和健康消费的主力；城镇化率66.16%较2022年提升0.94%；老龄化社会的来临导致养老、医保资金筹措压力增加、慢性病的疗需求激增，医药健康服务行业长期需求明确。顾客健保健意识提升，健康主体责任时代开启，消费人群、场景、地域全方位拓展，健康消费更趋于主动，健康管理的需求由治疗向预防延伸，发生深刻变化。

面对未来预期的不确定性，顾客"可以买贵的，但不能买贵了"的理性消费趋势明确。

公司以顾客需求为核心，长期专注于差异化定位的药品零售、便利零售行业，以满足顾客日益增长的对健康和美好生活的需求与尚不平衡、不充分的服务水平之间的矛盾和差距。

依托社区专业药房、便利店为核心的社区服务网络，公司建立起以会员为核心的全渠道、专业化服务平台。公司围绕目标顾客对全生命周期、高质量健康生活的追求，为中老年以及年青客群提供严肃医疗之外慢病和常见病、预防和健康管理类产品，公司以差异化的商品结构、专业服务持续提升竞争力，形成可信赖的药品零售品牌。

公司门店以中心城市为核心向县级市场渗透，区域覆盖西南、华北6个省市，形成由区域走向全国的格局。

主要经营模式：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：

①通过商品的进销差价获得盈利，为公司盈利的主要来源；

②为供应商提供市场推广、商品促销、仓储配送等商业服务和技术支持获得的服务收入，是公司盈利的重要组成部分。

如何为目标顾客提供亲切、专业、稳重和值得信赖的专业化、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

公司坚持以"中心城市为核心向下渗透"的扩张策略，门店主要分布于县级以上城市。

（1）店型设计

"健康+专业+便利"的健之佳药店；"品质+时尚+快捷"的之佳便利店。

（2）门店扩张及更完善的连锁零售网络建设

自建+并购持续拓展门店。

公司成立至今，坚持以自建发展为主，积累了成熟的门店拓展经验和选址数据，持续完善选址模型，辅助拓展人员高效、准确完成门店拓展。

公司通过2018年至今上千家收购门店，特别是唐人医药重大资产重组项目，不断系统、深入地总结，完善连锁门店收购、整合体系及工作流程，防范风险、提升效能。收购后，公司快速协调内、外部资源，从营运管理、商品配置、全渠道运营、人员管理、专业培训、系统支持、薪酬激励等方面对标集团、迅速整合，实现收购项目的一体化管理。

针对具有较好品牌基础、仍有较大发展空间的河北，布局相对薄弱的川渝桂辽，除自建外，公司积极筛选并购标的。报告期重庆、河北、辽宁地区收购项目得以落地。

在区域发展上，公司将云南、河北两个利润中心作为支撑持续扩张的盈利基石，在持续深耕拓展的同时提升盈利能力；重庆、辽宁快速提升规模，建设新的利润中心；广西、四川持续加密布点，稳妥快速跟进发展。

在区域发展上，公司将云南、河北区域作为支撑持续扩张的盈利基石，在持续深耕拓展的同时提升盈利能力；重庆、辽宁规模快速增长，建设新的利润中心；广西、四川持续加密布点，稳妥快速跟进发展。

公司成熟门店业绩稳步增长，新店逐步成熟并陆续贡献业绩的模型平稳，精细化管理、专业化服务、全渠道运营、人才梯队培养等核心竞争力在各市场有效复制，盈利模式和复制能力持续强化。

2、商品品类规划及为供应商提供专业服务

（1）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

学习借鉴商超便利零售同行成熟经验，以采购为引擎，营销和营运为两翼，与工业企业共同规划打造GB商品品类船长，挖掘和塑造高品质PB商品提升毛利率，以品类管理为核心规划的商品"拉力"与执业药师、店长、店员的专业化"推力"相结合，可持续、高效能驱动销售增长。

（2）多元化、高品质的商品结构、品类规划及专业服务

公司深度挖掘消费者需求，巩固、发展重点品类，同时提升潜力品类销售规模。借医药改革推行、院外药品零售渠道价值凸显的机遇，推进国谈、集采品及同名非中标品种的引进，为消费者提供更齐全的处方药品种。细化组织管理，加强非药品类，自有品牌品类的长期规划和差异化营销，形成商品竞争优势。本着服务一线门店和顾客的宗旨，与营运、营销打造体系化协同机制，严格执行采购五大策略，并向供应商挖掘服务价值。

3、紧贴顾客需求的服务体系

（1）通过高标准的规范服务标准和培训，赋能执业药师、提升店员专业度，通过药学专业服务，占据会员心目中值得信赖的专业品牌形象；

（2）通过对接医院处方流转平台、规范服务门诊统筹患者，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、执业药师药学服务等顾客需求；

（3）专科化解决方案与门店体系建设，会员服务、慢病管理及药学服务

通过执业药师、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，针对单病种深入研发专科解决方案，建设专科化门店体系；

（4）关注顾客便利性、泛在性需求的全渠道快捷服务，通过互联网平台、配送平台、佳E购电子货架等基础设施触达和服务更广泛顾客，为门店服务赋能，扩大、争夺市场份额。

4、依托实体门店全渠道专业化服务模式的线上运营和探索

公司自2011年组建线上业务团队，善于学习、积极实践，在商品选择、定价策略、营销体系、运营体系、专业培训等方面针对医药行业严格监管要求下基于实体门店的全渠道线上业务特点形成完整的专业服务体系。传统第三方B2C业务，利用总仓+分仓的发货模式，延伸服务网络，提升服务效率，抢占公司空白区域市场份额。O2O 业务，通过扩展门店货架展示、扩充商品线目网订店取，以及第三方平台 30 分钟到家、24 小时送药服务，解决顾客长尾专业商品和"急懒夜私专"需求。

探索直播业务新模式，获得较好的效果和反馈。

5、密切跟进门诊统筹等政策进展，持续争取规范的处方流转渠道后续能推进。

3公司主要会计数据和财务指标

3.1本年度及近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2023年	2022年		本年比上年增减(%)	2021年	
		调整后	调整前		调整后	调整前
总资产	9,948,934,505.31	9,644,477,126.21	9,385,265,346.27	3.16	5,440,296,767.77	5,214,189,989.48
归属于上市公司股东的净资产	2,861,130,202.55	2,584,735,067.01	2,575,865,500.00	10.69	1,907,673,235.63	1,909,745,632.14
营业收入	9,080,697,142.68	7,514,444,233.35	7,514,444,233.35	20.84	5,234,955,418.99	5,234,955,418.99
归属于上市公司股东的净利润	414,411,521.16	374,294,112.96	363,352,149.44	10.72	298,455,042.72	300,527,439.23
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	399,372,961.93	372,349,907.48	361,407,943.96	7.26	280,885,710.33	282,958,106.84
经营活动产生的现金流量净额	1,024,411,007.69	1,190,602,908.19	1,190,602,908.19	-13.96	744,403,407.97	744,403,407.97
加权平均净资产收益率（%）	15.22	16.20	15.75	减少0.98个百分点	16.70	15.81
基本每股收益（元／股）	3.23	2.97	2.88	8.75	3.33	3.26
稀释每股收益（元／股）	3.22	2.96	2.87	8.78	3.33	3.36

备注：（1）本公司自2023年1月1日起开始执行《企业会计准则解释第16号》中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的会计政策变更规定。本期，公司将累积影响数调整至财务报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目。下同。

（2）2023年，公司实施《2022年度利润分配方案》，以资本公积金转增股本的方式向全体股东每10股转增3股。据此公司参照《企业会计准则第34号一每股收益》及应用指南的规定对2022年每股收益进行了重述。

报告期末公司主要会计数据和财务指标的说明：

2023年经济恢复的不确定性导致消费者收入预期减弱，影响消费意愿和信心，医药零售市场增长乏力。个账改革、门诊统筹等医药改革政策逐步推进，但个账改革落地后，诊疗规范要求、处方流转、药店资质要求、报销额管控、政策推进力度等门诊统筹政策各省不同且尚在探索，对行业影响广泛。公司所处区域因处方来源尚未突破、外流处方少，结合个人账户改革影响顾客消费行为，门诊统筹政策的集客红利尚未呈现。处在医药零售行业新旧周期交汇阶段，公司面临新的机遇和挑战。

面对政策推进、市场高度不确定的外部客观环境，公司坚定药店定位、回归零售本质：更高品质、高效率低成本、更好用户体验，向顾客提供有温度、可信赖的专业服务；严控风险，着力提升效率、高质量发展，以自身工作的确定性，应对外部环境的不确定性。公司积极应对需求不足，将经营重心调整为强化专业服务、提升全渠道营运能力；通过积极竞价、与工业企业联合加大促销和专业推广力度，交易次数良性增长弥补客单价影响。

报告期，公司自建、收购以战略性扩展实体门店网络，本期净增门店1,061家，增长率26.17%，门店规模达5,116家。通过次新店、老店内生增长夯实实体门店营运力根基，全渠道线上业务较上年同期快速增长54.58%，社会药房终端专业价值凸显，带动供应商服务收入稳步提升，共同拉动营业收入较上期增长20.84%。

积极承接院内顾客外流长期趋势带来增量业务，处方药和非处方药合计销售额提升27.53%、结构占比提升3.95%。坚定服务顾客健康需求，中药材、保健食品、个人护理品、生活便利品销售收入增长12.38%。

全年综合毛利率35.88%较上年同期减少0.26%，综合毛利额持续增长19.97%。

2020、2021年自建的近千家门店培育成熟逐步贡献盈利，面对低迷的经济环境，公司坚决控费增效，坚决控租降租，效果逐步体现，报告期职工薪酬、租赁费、财务费用等期间费用刚性增长22.12%，低于门店26.17%的增幅，略高于20.84%的营业收入增长。在2022年疫情导致盈利高基数的基础上，本期归属于上市公司股东的净利润4.14亿元，较上年同期增长10.72%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润4.00亿元，较上年同期增长7.26%，股权激励目标超额达成。

公司运用长期资金快速建设的配送中心、信息系统、门店网络等长期资产待逐步发挥效益，覆盖随门店数量刚性增长的费用后，净资产收益率和扣除非经常性损益后的净资产收益率较上年同期下降0.98%，下降1.45%。

3.2报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度（1-3月份）				第二季度（4-6月份）				第三季度（7-9月份）				第四季度（10-12月份）			
	本年同期	上年同期		同比增减变动幅度（%）	本年同期	上年同期		同比增减变动幅度（%）	本年同期	上年同期		同比增减变动幅度（%）	本年同期	上年同期		同比增减变动幅度（%）
		调整后	调整前	调整后		调整后	调整前	调整后		调整后	调整前	调整后		调整后	调整前	调整后
营业收入	2,166,874,356.81	1,450,283,191.81	1,450,283,191.81	49.41	2,170,851,319.84	1,555,908,812.73	1,555,908,812.73	39.52	2,161,860,512.00	1,702,769,381.83	1,702,769,381.83	26.96	2,581,110,954.03	2,805,482,846.98	2,805,482,846.98	-8.00
期间费用	608,630,417.08	445,616,394.80	445,616,394.80	36.58	659,736,707.10	492,933,029.26	492,933,029.26	33.84	675,447,357.66	517,734,230.58	517,734,230.58	30.46	770,202,665.89	766,073,802.80	766,073,802.80	0.54
归属于上市公司股东的净利润	76,303,944.55	31,314,918.95	29,365,396.05	143.67	81,786,858.82	59,102,084.28	58,631,632.46	38.38	120,347,103.73	105,626,202.40	104,761,137.59	13.94	135,973,614.06	178,250,907.33	170,593,983.34	-23.72
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	74,514,851.16	36,986,351.28	35,036,828.38	101.47	81,000,332.59	57,036,443.43	56,565,991.61	42.02	115,566,992.13	103,474,814.22	102,609,749.41	11.69	128,290,786.05	174,852,298.55	167,195,374.56	-26.63
经营活动产生的现金流量净额	332,485,173.59	-27,843,634.14	-27,843,634.14	不适用	219,602,421.30	362,359,610.44	362,359,610.44	43.02	156,855,150.56	486,989,920.97	486,989,920.97	12.69	315,468,262.24	369,097,010.92	369,097,010.92	-14.53
主营业务毛利率（%）	30.66	31.95	31.95	减少1.29个百分点	35.24	35.26	35.26	减少0.02个百分点	35.36	35.58	35.58	减少0.22个百分点	32.17	31.98	31.98	增加0.19个百分点
综合毛利率（%）	32.61	33.49	33.49	减少0.88个百分点	37.00	38.32	38.32	减少1.32个百分点	38.02	37.56	37.56	增加0.46个百分点	35.88	35.43	35.43	增加0.45个百分点

（一）2023年度情况

顾客健康意识提升，"可以买贵的，但不能买贵了"的理性消费趋势明确；公司所处区域处方来源缺、流转少，门诊统筹政策集客红利尚未呈现，营业收入中的医保结算收入（医保个人账户为主）占主营业务收入比例由2022年的52%下降至2023年46%。公司全面调整经营思路，以自身工作的确定性，应对市场的高度不确定性。专注强化营运力、商品力和专业力，提升管理和营运效率，积极竞价，与工业企业联合加大促销和专业推广力度，力争为顾客提供极致性价比的服务和产品的核心经营策略高效贯彻、执行。

1、强化现有区域市拓展；加强老店、新店、次新店层级管控，老店营收稳定增长，新店、次新店逐步成熟并持续产生业绩贡献。继续稳健推进冀辽大区整合工作，2023年10月完成对辽宁地区的全面融合。

2、强化商品品类规划，加强院内外流品种引进、资源承接，挖掘健康相关品类需求，稳定综合毛利率。

积极竞价，与工业企业联合加大促销和专业推广力度，力争为顾客提供极致性价比的服务和产品，提升交易次数，改善客单价，在竞争激烈的市场中争取更多的营业收入及份额。

3、围绕顾客对服务泛在性、便利性的更高需求，营采合一、持续提升全渠道运营、服务能力；

4、控费增效，降租控租；

5、强化公司营采一体化的品类规划管理及服务为核心的营销体系，为医药工业企业在院外市场日渐重要的专业推广、商品营销持续提供专业服务，长期重视提升供应商服务效能；依托营业收入和采购规模的较快增长，争取医药工业企业更多返利及营销推广费用投入，获取资源服务顾客。

2023年1-3季度实现了收入、净利润的双增长。2022年12月份疫情商品销售激增带来高基数影响，公司2023年四季度营业收入恢复常态，较上年同期下降8.00%，较2021年四季度的销售收入15.68亿元增长65%，与门店增速68%大致相当。四季度销售费用、管理费用有效管控，期间费用与上年同期基本持平，综合毛利率提升0.45%。全年实现营业收入增长20.84%，归属母公司净利润增长10.72%。

（二）2021-2023年上市3年整体情况

公司高效使用募集资金、快速发展，对比2020年度（或2021年初）：

1、门店布局区域由西南4省向华北延伸，覆盖6个省市。门店数由2021年初的2,130家增至2023年末的5,116家，增幅140.19%，门店数与同业领先上市公司2021年初相当；

2、营业收入由44.66亿元增至90.81亿元，增幅103.31%；

3、实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润4.00亿元，增幅68.70%。

门店数、营业收入、净利润分别实现了33.92%、26.69%、19.05%的高年均复合增长率。

4、近3年，扣除非经常性损益后的净资产收益率保持在14.67%-16.12%的高水平：

单位：万元

	2023年	2022 年	2021年	2020年	本期较2020年度（上市初）同比增幅（%）
门店数	5,116	4,055	3,044	2,130	140.19
营业收入	908,069.71	751,444.42	523,495.54	446,635.74	103.31
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	39,937.30	37,234.99	28,088.57	23,673.49	68.70
扣除非经常性收益后的净资产收益率（%）	14.67	16.12	15.67		

公司在近3年达到或超额完成股东大会通过的年度预算、股权激励计划确定的净利润增长目标的基础上，尽可能承受费用及人力资源压力快速拓展门店，为公司后续发展奠定了基础。

公司将募集资金、留存收益、带息负债等长期资金来源，全部运用于门店网络、配送中心、信息系统等长期营运资产建设，随着门店培育成熟、并购整合完成，将逐步发挥效益。

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

√适用 □不适用

本公司自2023年1月1日起开始执行《企业会计准则解释第16号》中"关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理"的会计政策变更规定。对该交易因资产和负债的初始确认所产生的应纳税暂时性差异和可抵扣暂时性差异，根据《企业会计准则第18号——所得税》等有关规定，在交易发生时分别确认相应的递延所得税负债和递延所得税资产。

本期，公司将累积影响数调整至财务报表列报最早期间的期初留存收益及其他相关财务报表项目。具体详见下述表格：

合并资产负债表

单位：元 币种：人民币

项目	2022年12月31日（调整后）	2022年12月31日（调整前）	调整数
非流动资产：			
递延所得税资产	287,218,013.53	28,006,233.59	259,211,779.94
非流动资产合计	5,705,088,618.20	5,445,876,838.26	259,211,779.94
资产总计	9,644,477,126.21	9,385,265,346.27	259,211,779.94
非流动负债：			
递延所得税负债	275,435,477.77	25,184,766.96	250,250,710.81
非流动负债合计	2,851,164,951.70	2,600,914,240.89	250,250,710.81
负债合计	7,076,329,961.81	6,826,079,251.00	250,250,710.81
所有者权益（或股东权益）：			
未分配利润	1,020,842,177.77	1,011,972,610.76	8,869,567.01
归属于母公司所有者权益（或股东权益）合计	2,584,735,067.01	2,575,865,500.00	8,869,567.01
少数股东权益	-16,587,902.61	-16,679,404.73	91,502.12
所有者权益（或股东权益）合计	2,568,147,164.40	2,559,186,095.27	8,961,069.13
负债和所有者权益（或股东权益）总计	9,644,477,126.21	9,385,265,346.27	259,211,779.94

合并利润表

2022年1-12月

单位：元 币种：人民币

项目	2022年1-12月（调整后）	2022年1-12月（调整前）	调整数
减：所得税费用	66,278,186.10	77,347,377.15	-11,069,191.05
五、净利润（净亏损以"-"号填列）	374,459,669.97	363,390,478.92	11,069,191.05
（一）按经营持续性分类			
1.持续经营净利润（净亏损以"-"号填列）	374,459,669.97	363,390,478.92	11,069,191.05
（二）按所有权归属分类			
1.归属于母公司股东的净利润（净亏损以"-"号填列）	374,294,112.96	363,352,149.44	10,941,963.52
2.少数股东损益（净亏损以"-"号填列）	165,557.01	38,329.48	127,227.53
七、综合收益总额	374,459,669.97	363,390,478.92	11,069,191.05
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	374,294,112.96	363,352,149.44	10,941,963.52
（二）归属于少数股东的综合收益总额	165,557.01	38,329.48	127,227.53
八、每股收益：			
（一）基本每股收益(元/股)	3.63	3.52	-11.02
（二）稀释每股收益(元/股)	3.62	3.51	-11.05

3.3 报告期内重大资产重组整合的具体进展情况

（下转B345版）

证券代码：605266 证券简称：健之佳

健之佳医药连锁集团股份有限公司

2024 第一季度报告

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。

重要内容提示

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、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。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人（会计主管人员）保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

第一季度财务报表是否经审计

□是 √否

一、主要财务数据

（一）主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

项目	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	2,313,981,509.90	2,166,874,356.81	6.79
期间费用	730,253,470.06	608,630,417.08	19.98
归属于上市公司股东的净利润	52,259,604.68	76,303,944.55	-31.51
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	50,432,131.86	74,514,851.16	-32.32
经营活动产生的现金流量净额	101,194,323.06	332,485,173.59	-69.56
基本每股收益（元/股）	0.41	0.59	-30.51
稀释每股收益（元/股）	0.41	0.59	-30.51
加权平均净资产收益率（%）	1.81	2.92	减少1.11个百分点
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减变动幅度(%)
总资产	10,055,746,795.96	9,948,934,505.31	1.07
归属于上市公司股东的所有者权益	2,913,389,807.23	2,861,130,202.55	1.83

1、政策因素

个账改革2022年起逐步在各省区落地，2023年初国家医保局发布《关于进一步做好定点零售药店纳入门诊统筹管理的通知》，预示着医药分业加速推进，为行业发展带来很好的发展前景。但个人账户改革落实后，各地细化门诊统筹政策：诊疗规范要求、处方流转、药店资质要求、报销额管控、政策推进力度等各省不同且尚在探索，对行业影响广泛。公司所处区域门诊统筹政策因处方来源尚未突破、外流处方少，结合个人账户改革影响顾客消费行为，公司一季度医保结算收入（以医保个人账户收入为主）占主营业务收入比例已由上年同期的48%下降至42%，门诊统筹政策的集客红利尚未呈现。

2、市场及行业因素

根据国家统计局1-3月数据，社会消费品零售总额同比增长4.7%，其中中西药品同比增长仅3.3%；CPI同比增长0%，3月环比下降1%；PPI同比下降2.7%，充分体现了外部市场仍面临有效需求不足、部分行业产能过剩、社会预期偏弱、风险隐患仍较多、国内大循环存在堵点等困难和挑战，复杂性、严峻性及不确定性持续。

目前，处在医药零售行业新旧周期交汇阶段，中速增长的长周期与调整、分化的短周期相交织，有医药分业、集中度提升等确定性的大趋势，也面临着客流分化、毛利下降等新常态的现实压力；生存和发展的短期压力，与专业化、数字化转型的长期趋势激烈碰撞。

公司强化内功、提升工作质量，以自身工作的确定性应对市场的不确定性，依托门店网络深化全渠道泛在性服务，在存量市场中抢夺份额，报告期线上业务增长12.78%，占主营业务比例较去年同期提升1.24%；战略性扩张门店数达5,236家，强调向高质量和高效率转型；减少依赖"医保生存"，坚决向依托专业服务"顾客需求"转变；从高毛利生存向中低毛利率、高店效和高人效转化；依托专业服务，从商品为王向顾客为王转化。

3、2024年1季度业绩及公司应对得失

除政策、市场、行业的上述外部因素外，面对顾客健康意识提升，"可以买贵的，但不能买贵了"的理性消费趋势和存量市场激烈竞争，公司积极应对，贯彻为顾客提供极致性价比的服务和产品的核心经营策略。

（1）外部因素影响超出预期，公司1季度营业收入增长6.79%弱于预期。公司应对策略的

执行力度和坚决性仍有强化空间，以价换量、提升营业额、抢夺市场份额的措施需坚决执行。

（2）公司抓住工业企业重视院外市场、基于顾客健康需求调整品种结构，加强非处方药、健康品类及OEM产品引进、推广，提升商品品效，贴牌商品销售额较上年同期增长33%，占比较上年同期提升3.76%，有效减缓毛利率下降。本期综合毛利率34.36%，较上年同期增长1.75%。

（3）本期门店数较上年一季度末净增1,071家、增幅25.55%，且基本系新店及正整合的收购店，低收入增幅贡献的综合毛利额无法覆盖门店增长25.55%带来的期间费用19.98%的刚性增长，导致归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润5,043.21万元，较基数略高的2023年1季度同比降低32.32%。

医药零售连锁行业，是一个苦心经营、逐步改善的专业服务行业，需要管理层和全体员工尊重顾客和市场，毫不放松、毫不懈怠地持续改进、坚决应对市场变化。

公司反思并直面现实和未来的机遇和挑战，对2024年度工作保持谨慎、积极的态度，全体员工齐心协力，严控风险，着力推动效率提升、高质量发展，以自身工作的确定性，应对外部环境的不确定性。计划2-4季度以更坚决、主动的策略专注强化营运力、商品力和专业力，提升管理和营运效率，控费增效、积极竞价，与工业企业联合加大促销和专业推广力度，力争为顾客提供极致性价比的服务和产品的核心经营策略高效贯彻、执行，以价换量、提升营业额、抢夺市场份额，提升店效、人效。

（二）非经常性损益项目和金额

√适用 □不适用

单位：元币种：人民币

非经常性损益项目	本期金额	说明
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	337,191.78	
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	904,984.02	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益		
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		
委托他人投资或管理资产的损益		
对外委托贷款取得的损益		
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而产生的各项资产损失		
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回		
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益		
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		
非货币性资产交换损益		
债务重组损益		
企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用，如安置职工的支出等		
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响		
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用		
对于现金结算的股份支付，在可行权日之后，应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益		
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益		
交易价格显失公允的交易产生的收益		
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益		
受托经营取得的托管费收入		
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	537,335.74	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	312,742.31	
减：所得税影响额	261,708.42	
少数股东权益影响额（税后）	3,072.61	
合计	1,827,472.82	

对公司将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》未列举的项目认定为的非经常性损益项目且金额重大的，以及将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目，应说明原因。

□适用 √不适用

（三）主要会计数据、财务指标发生变动的情况、原因

√适用 □不适用

项目名称	2024年3月31日/2024年一季度（元）	2023年12月31日/2023一季度（元）	变动额（元）	变动比例（%）	主要原因
交易性金融资产		50,000,000.00	-50,000,000.00	-100.00	主要系期初理财产品本期到期赎回所致
应收票据	3,101,612.64		3,101,612.64	不适用	主要系本期对外收取承兑汇票结算所致
应交税费	57,579,756.26	93,159,709.98	-35,579,953.72	-38.19	主要系期初企业所得税本期缴纳所致
税金及附加	10,841,143.45	6,918,630.68	3,922,512.77	56.69	主要系本期集团内附加税及印花税增加所致
投资收益	-2,373,958.37	-3,245.68	-2,370,712.69	不适用	主要系本期被投资公司权益法确认亏损增加所致
资产处置收益	371,254.28	620,741.67	-249,487.39	40.19	主要系租赁合同到期、变更清理业务本期减少所致
营业利润	59,991,039.35	99,383,033.13	-39,391,993.78	-39.64	主要系：1.政策、市场、行业外部因素影响，以及公司竞争性竞价、获客策略贯彻力度未能更好适应竞争环境，营业收入增幅无法覆盖门店增长带来的期间费用19.98%的刚性增长；2.公司2023年自建799家门店、2024年1季度自建134家门店，2023年年末并购重庆190家店，以及2024年1季度并购成都德仁堂门店，尚未完成整合工作，导致费用和人力资源已投入但尚不产生业绩贡献所致
利润总额	60,494,312.59	97,454,720.81	-36,960,408.22	-37.93	
净利润	51,884,935.45	75,474,057.39	-23,589,121.94	-31.25	
营业外支出	147,610.08	2,849,396.04	-2,701,785.96	-94.82	主要系上年同期捐赠金额较大所致
所得税费用	8,609,377.14	21,980,663.42	-13,371,286.28	-60.83	主要系利润同比下降影响所致
收到其他与经营活动有关的现金	29,624,516.79	48,971,580.78	-19,347,063.99	-39.51	主要系上年同期收到兴业银行退回质押保证金所致
支付其他与经营活动有关的现金	123,670,796.61	93,651,021.40	30,019,775.21	32.05	主要系本期退还重庆红瑞仁佳收购项目保证金及支付往来款所致
经营活动产生的现金流量净额	101,194,323.06	332,485,173.59	-231,290,850.53	-69.56	主要上年同期货款结算额高于当期所致
收回投资收到的现金	50,000,000.00	231,253,285.35	-181,253,285.35	-78.38	主要系上年同期暂时闲置资金购买的保本理财产品到期收回所致
取得投资收益收到的现金	331,506.85	169,951.60	161,555.25	95.06	主要系本期理财产品取得投资收益同比增加所致
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	25,061.70	8,841.08	16,220.62	183.47	主要系本期报废资产增加所致
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	69,901,800.25	44,966,424.22	24,935,376.03	55.45	主要系门店规模增长装修和设备购置增加及支付唐山配送中心工程款所致
投资支付的现金		330,168,845.00	-330,168,845.00	-100.00	主要系上年同期使用暂时闲置资金购买理财产品所致
支付其他与投资活动有关的现金		1,400,000.00	-1,400,000.00	-100.00	主要系去年同期支付收购项目款
投资活动产生的现金流量净额	-19,545,231.70	-145,103,191.19	125,557,959.49	不适用	主要系上年同期购买理财产品及购建唐山配送中心资产导致金额较高所致
取得借款收到的现金	245,477,492.61	135,000,000.00	110,477,492.61	81.84	主要系日常经营所需资金及重庆红瑞仁佳收购项目并购贷款增加所致
收到其他与筹资活动有关的现金	129,779,154.83	239,057.65	129,540,097.18	54187.81	主要系本期集团内票据贴现增加所致
支付其他与筹资活动有关的现金	330,075,220.43	206,315,037.66	123,760,182.77	59.99	主要系按租赁准则支付门店租金等在本项目列报，公司业务规模增长所致
筹资活动产生的现金流量净额	-140,599,750.95	-298,818,352.35	158,218,601.40	不适用	主要系本期借款及贴现增加致
归属于上市公司股东的净利润	52,259,604.68	76,303,944.55	-24,044,339.87	-31.51	详见"一、主要财务数据之(一)主要会计数据和财务指标"段落说明
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	50,432,131.86	74,514,851.16	-24,082,719.30	-32.32	
经营活动产生的现金流量净额	101,194,323.06	332,485,173.59	-231,290,850.53	-69.56	
基本每股收益（元/股）	0.41	0.59	-0.18	-30.51	
稀释每股收益（元/股）	0.41	0.59	-0.18	-30.51	

二、股东信息

（一）普通股股东总数和表决权恢复的优先股股东数量及前十名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	6,152	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）				0
前10名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）						
股东名称	股东性质	持股数量	持股比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
深圳市畅思行实业发展有限公司	境内非国有法人	19,533,307	15.16	0	无	0
蓝波	境内自然人	17,977,465	13.95	0	质押	7,980,000
王雁萍	境内自然人	12,886,099	10.00	0	质押	1,677,000
云南祥群投资有限公司	境内非国有法人	11,515,249	8.94	11,515,249	质押	11,515,249
中国工商银行股份有限公司－融通健康产业灵活配置混合型证券投资基金	境内非国有法人	6,169,860	4.79	0	无	0
招商银行股份有限公司－安信医药健康主题股票型发起式证券投资基金	境内非国有法人	4,757,519	3.69	0	无	0
兴业银行股份有限公司－融通鑫新成长混合型证券投资基金	境内非国有法人	1,973,600	1.53	0	无	0
中国建设银行股份有限公司－国泰大健康股票型证券投资基金	境内非国有法人	1,944,310	1.51	0	无	0
中国工商银行股份有限公司－融通医疗保健行业混合型证券投资基金	境内非国有法人	1,849,939	1.44	0	无	0
中国建设银行股份有限公司－国泰医药健康股票型证券投资基金	境内非国有法人	1,683,402	1.31	0	无	0

前10名无限售条件股东持股情况			
股东名称	持有无限售条件流通股的数量	股份种类及数量	
		股份种类	数量
深圳市畅思行实业发展有限公司	19,533,307	人民币普通股	19,533,307
蓝波	17,977,465	人民币普通股	17,977,465
王雁萍	12,886,099	人民币普通股	12,886,099
中国工商银行股份有限公司－融通健康产业灵活配置混合型证券投资基金	6,169,860	人民币普通股	6,169,860
招商银行股份有限公司－安信医药健康主题股票型发起式证券投资基金	4,757,519	人民币普通股	4,757,519
兴业银行股份有限公司－融通鑫新成长混合型证券投资基金	1,973,600	人民币普通股	1,973,600
中国建设银行股份有限公司－国泰大健康股票型证券投资基金	1,944,310	人民币普通股	1,944,310
中国工商银行股份有限公司－融通医疗保健行业混合型证券投资基金	1,849,939	人民币普通股	1,849,939
中国建设银行股份有限公司－国泰医药健康股票型证券投资基金	1,683,402	人民币普通股	1,683,402
中国工商银行股份有限公司－中欧医疗健康混合型证券投资基金	1,624,672	人民币普通股	1,624,672
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、公司实际控制人为蓝波、舒畅夫妇；蓝波、舒畅夫妇合计持有深圳市畅思行实业发展有限公司66.67%股权，为畅思行实际控制人； 2、蓝波、舒畅夫妇与畅思行为一致行动人； 3、昆明昆明南之图投资合伙企业（有限合伙）、昆明云健宏投资合伙企业（有限合伙）、昆明春佳伟投资合伙企业（有限合伙）为公司员工持股平台，均受蓝波管理和控制，合计持有公司1.87%的股份； 4、蓝波先生的女儿蓝抒悦女士直接持有公司0.68%的股份； 5、祥群投资为蓝波100%持股的公司，直接持有公司8.94%股份； 上述股东为公司实际控制人的一致行动人。 除此之外，公司未知上述其他股东是否存在关联关系或者属于《上市公司收购管理办法》所规定的一致行动人。		
前10名股东及前10名无限售股东参与融资融券及转融通业务情况说明（如有）	不适用		

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用 √不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用 √不适用

三、其他提醒事项

需提醒投资者关注的关于公司报告期经营情况的其他重要信息

√适用 □不适用

（一）在连锁门店服务网络建设方面

1、公司门店变动情况

报告期，公司以自建为主，收购为辅，持续聚焦布点提升现有6个省市门店规模和竞争力：

第一梯队：云南、河北两大利润中心

云南以自建为主，河北自建+收购，持续下沉，深耕，密集布点，渠道下沉；

报告期末，云南药房门店数达2,836家，保持持续、稳健的发展态势，在全国医药门店数的结构占比下降至57.67%；川渝桂冀辽门店数结构占比提升至42.33%。

第二梯队：重庆、辽宁

自建、收购快速推进，重庆取得第一阶段突破，店数近600家，省地县市场持续渗透；辽宁沈阳及5地市门店规模417家，快速突破。

第三梯队：四川、广西

薄弱区域持续加密布点：自建、收购稳步发展，四川期末店数达307家，广西期末店数达267家；

公司持续加强冀辽区域以及重庆红瑞仁佳项目整合，加大地级、县级市场渗透率，重点倾斜资源、输送核心管理干部，强化处于快速发展期的各省区管理和人才梯队建设，夯实营运力、商品力和专业力核心基础。

2024年1-3月，公司自建门店134家，收购门店14家，因发展规划及经营策略调整关闭门店1家，净增门店147家，期末门店总数达到5,263家，较年初门店数增长2.87%，较2023年1季度末同比增长25.55%。

经营业态	地区	2023年末	2024年1-3月			2024年3月末	净增门店数	门店增长率	医药门店数量结构占比	较2023年3月末同期增长	
			自建	收购	关店					2023年3月末	门店增长率
医药零售	云南省	2,759	77	0	0	2,836	77	2.79%	57.67%	2,456	15.47%
	四川省	281	12	14	0	307	26	9.25%	6.24%	198	55.05%
	广西自治区	261	7	0	1	267	6	2.30%	5.43%	198	34.85%
	重庆市	594	5	0	0	599	5	0.84%	12.18%	325	84.31%
	川渝桂区域合计	1,136	24	14	1	1,173	37	3.26%	23.85%	721	62.69%
	河北省	479	13	0	0	492	13	2.71%	10.00%	422	16.59%
	辽宁省	403	14	0	0	417	14	3.47%	8.48%	298	39.93%
	冀辽区域合计	882	27	0	0	909	27	3.06%	18.48%	720	26.25%
	合计	4,777	128	14	1	4,918	141	2.95%	100.00%	3,897	26.20%
便利零售	云南省	339	6	0	0	345	6	1.77%	-	295	16.95%
	总计	5,116	134	14	1	5,263	147	2.87%	-	4,192	25.55%

备注：公司全资子公司四川健之佳连锁药房有限公司收购四川德仁堂药业连锁有限公司69家药店的门店资产及其经营权益，截至1季度末，根据协议约定14家门店达到交割条件，其余门店持续移交中。

2、门店区域分布和经营效率

公司贯彻"以中心城市为核心向下渗透"的扩张策略，持续夯实省会级城市规模、品牌优势，加强地级、县级市场集市布点辐射，其门店数结构占比为67.21%，地县级门店均已多于省会门店。

医药零售门店区域分布及坪效情况如下：

店型	门店数量	结构占比	门店经营面积（平方米）	本期日均坪效（元/平方米）	上年同期日均坪效（元/平方米）
省会级	1,350	27.45%	159,280.20	48.15	53.40
地市级	1,906	38.76%	216,588.07	39.75	48.97
县市级	1,399	28.45%	154,500.73	34.07	38.96
乡镇级	263	5.35%	23,147.75	33.46	36.24
合计	4,918	100.00%	553,516.75	40.32	46.78

报告期末新店、次新店合计1,163家，占比由上年同期的24.98%略下降至22.10%仍较高；其中，公司2023年自建799家门店多为新店，2024年1季度自建134家门店。2023年年末并购重庆190家店，以及2024年1季度并购成都德仁堂门店，尚未完成整合工作。

培育期门店营业收入低，整合期门店营业未恢复，店效、坪效较去年同期有所下降。

3、门店店均营业收入

门店类型	2024年1-3月（万元）	2023年1-3月（万元）
所有类型零售连锁	40.47	47.12
医药零售连锁门店	41.29	48.06
便利零售连锁门店	28.76	34.66

报告期末，公司新店、次新店占比仍保持22.10%较高的水平，近期收购门店尚在整合，短期内营业收入偏低，店均收入下降。

培育期门店业绩成熟后，快速自建门店为公司后续发展奠定基础。

4、医药零售连锁门店取得医保资质的情况

公司积极响应医保门诊共济制度改革，积极申请慢病、特病、双通道、门诊统筹药店资质，但所处省区处方来源尚未突破、外流处方少。

公司截止期末，合计823家门店通关门诊统筹资质，门店数量占比为16.73%。

公司拥有慢病门店615家、特病门店232家、双通道资格门店143家。

已取得类"医疗保险定点零售药店"资格的药店达4,489家，占药店总数91.28%。

地区	门店数（家）	获得各类医保定点资格门店数量（家）	占药店总数的比例(%)
云南省	2,836	2,656	93.65%
四川省	307	277	90.23%
广西自治区	267	235	88.01%
重庆市	599	555	92.65%
河北省	492	421	85.57%
辽宁省	417	345	82.73%
合计	4,918	4,489	91.28%

（二）在商品品类规划及供应商提供专业服务，提升经营业绩方面

1、医保、医疗、医药协同发展和治理工作深入，医药卫生体制改革不断深化，网售处方药、医保双通道、医保个账改革及门诊统筹等与零售药店密切相关的政策持续推行，多重因素助推消费者健康意识增强，医药健康消费更趋重视。公司围绕顾客对全生命周期、高质量健康生活的追求，提供治疗类及其他与健康生活方式相关的商品和服务，业务持续、稳健发展。

（1）营业收入以行业划分的情况

2024年一季度，按业务类型划分的营业、毛利率情况分析：

单位：元币种：人民币

分行业	营业收入	营业成本	毛利率（%）	营业收入占比（%）	营业收入同比增减（%）	营业成本同比增减（%）
医药零售	2,090,369,981.24	1,396,193,391.95	33.21	90.34	5.92	2.84
便利零售	90,552,301.94	80,289,352.79	11.33	3.91	-9.07	0.57
为医药、便利供应商提供专业服务	133,059,226.72	42,302,581.95	68.21	5.75	41.83	86.20
合计	2,313,981,509.90	1,518,785,326.69	34.36	100.00	6.79	4.01

2、剔除不便于分解至品类，为医药、便利供应商提供的专业服务收入，对公司零售终端的品类结构变动情况分析如下表：

单位：元币种：人民币

品类划分	本期主营业务收入	结构占比（%）	上年同期主营业务收入	结构占比（%）	结构占比增减（%）
处方、非处方合计（中西成药）	1,685,615,707.19	77.29	1,537,076,508.51	74.15	3.14
其中：处方药	769,532,348.48	35.28	750,516,051.84	36.20	-0.92
其中：非处方药	916,083,358.71	42.00	786,560,456.67	37.94	4.06
中药材	80,183,457.49	3.68	97,700,193.56	4.71	-1.04
保健食品	93,879,718.69	4.30	122,583,576.23	5.91	-1.61
个人护理品	24,619,148.16	1.13	19,131,592.98	0.92	0.21
医疗器械	172,148,957.35	7.89	196,779,357.94	9.49	-1.60
生活便利品	122,588,176.10	5.62	97,559,685.19	4.71	0.91
体检服务	1,887,118.20	0.09	2,224,999.56	0.11	-0.02
主营业务合计	2,180,922,283.18	100.00	2,073,055,913.97	100.00	-

备注：结构占比因四舍五入存在尾差。

结合前表，对2024年一季度公司零售终端分品类结构的营业、成本、毛利率变动情况分析如下表：

单位：元币种：人民币

品类划分	主营业务收入	主营业务成本	毛利率（%）	营业收入比上年增减（%）	营业成本比上年增减（%）
中西成药	1,685,615,707.19	1,163,007,157.51	31.00	9.66	4.89
其中：处方药	769,532,348.48	580,049,423.78	24.62	2.53	-3.36
其中：非处方药	916,083,358.71	582,957,733.72	36.36	16.47	14.64
中药材	80,183,457.49	46,203,293.78	42.38	-17.93	-13.36
保健食品	93,879,718.69	63,814,710.20	32.03	-23.42	-8.49
个人护理品	24,619,148.16	17,673,973.59	28.21	28.68	21.86
医疗器械	172,148,957.35	95,133,622.81	44.74	-12.52	-18.09
生活便利品	122,588,176.10	89,359,792.56	27.11	25.65	21.51
体检服务	1,887,118.20	1,290,194.29	31.63	-15.19	-12.13
主营业务合计	2,180,922,283.18	1,476,482,744.73	32.30	5.20	2.71

注：结合上述业务类型、品类结构的营业、毛利率数据，进一步延伸分析：

本期公司营业收入较上年同期增长6.79%；综合毛利率34.36%较上年同期增长1.75%，具体原因系：

（1）医疗改革逐步实施，个账改革减少职工个人医保账户收入，公司一季度医保结算收入（医保个人账户为主）占主营业务收入比例已由上年同期的48%下降至42%，但各省门诊统筹政策尚在探索、进度不一，处方来源及外流推进有限，门诊统筹政策的集客红利尚未呈现。

（2）经济恢复弱，不确定性增加，消费者收入预期减弱，影响消费意愿和信心，医药健康消费市场短期增长动力弱。

（3）外部因素影响超出预期，公司1季度营业收入增长6.79%弱于预期。公司应对策略的执行力度和坚决性仍有强化空间，以价换量，提升营业额，抢夺市场份额的措施需坚决执行。

（4）公司通过提升规模品牌认知度、社区门店便利性、商品结构丰富，以全渠道专业化能力服务顾客需求，积极承接院内顾客处方外流趋势带来的业务增量。强抓医院品种引进和资源争取，重视品牌厂商的深度合作，中西成药营业收入合计同比增长9.66%，结构占比提升3.14%。

（5）公司围绕目标顾客对全生命周期、高质量健康生活的追求，为中老年以及年青客群提供严肃医疗之外慢病和常见病、预防和健康管理类产品。受政策及市场低迷影响，中药材、保健食品、医疗器械销售收入较上年同期分别下降17.93%、23.42%、12.52%，公司通过积极参与竞价抢占市场份额，中药材、保健食品毛利率有所下降。

公司深入挖掘顾客需求，个人护理品、生活便利品销售收入分别增长28.68%、25.65%。

个人护理品及医疗器械品类中，综合毛利率较高的功效性护肤产品的销售占比为3.39%。

（6）报告期，公司重点加大自有品牌产品的开发和引进力度，与知名品牌商品对标，为顾客提供质量可靠、疗效确切、性价比高且渠道可控的商品减缓毛利率下降。

围绕公司的经营定位，坚持同时规划打造GB商品和塑造PB商品自有品牌，满足顾客的多样、高性价比的选择，健之佳、品康、群祥、之佳佳便利等自有品牌为会员熟知、信赖，销售额持续增长，有效减缓毛利率的下降。

一季度，贴牌商品销售额较上年同期增长33%，高于营业收入整体增幅，占主营业务收入的比例为15.46%，较上年同期提升3.76%，有效减缓毛利率下降，带动综合毛利率恢复提升，具体情况如下：

年度	销售额（不含税）	占主营业务收入的比例（%）
2024年1-3月	33,719.56	15.46%
2023年1-3月	25,348.71	11.70%

（7）充分重视药房终端价值，加强厂家资源争取，全渠道促销活动规划，通过员工专业化服务和推广，获得上游厂家更多的服务费用，其它业务收入较上年同期增长41.83%，占营业收入占比为5.75%较上年同期提升1.42%。

一方面在政策落地滞后，市场竞争激烈、营业收入增长有限的情况下，综合毛利率提升帮助公司保障了盈利水平，另一方面，也给了公司二季度后稳定综合毛利率、加强竞价，以价换量、提升营业额、抢夺市场份额的信心和机会。

（三）在紧贴顾客需求的专业服务方面

1、稳定、优质的会员体系

公司 "亲切、专业、稳重、值得信赖"的专业形象深入人心，形成了与公司品牌定位吻合的稳定的会员顾客群体，通过门店拓展、发展线下线上潜在消费者为公司忠实有效会员。

公司通过完善的会员管理体系，定制会员专享体验，丰富并强化会员权益，依托专业的慢性病管理系统，以专业的基础药学服务和健康管理服务相结合，提升会员、慢病会员的满意度和回购率，实现交易次数和销售额的持续增长。

在严格保护顾客权益和隐私的同时，通过CRM客户关系管理系统的运用，以企业微信为顾客提供专属健康顾问服务，全渠道会员信息共享，顾客画像标签、量身定制营销方案、购药用药追踪提醒、营销信息自动化识别推送、店员服务助手等功能逐步上线，帮助店员、执业药师为会员提供更有针对性的商品和回访服务，进一步提升会员黏性与满意度。

2、慢病管理和专业服务

（1）公司持续完善慢病会员建档、慢病会员回访、消费者教育、"四高"监测数据提示、用药指导、风险提示等全周期慢病管理服务。

门店慢病管理大数据项目持续推进，目前慢病会员建档280万人，较上年同期增长75%，已有2,158家门店部署"四高"监测设备，为顾客提供及时的健康自测、用药指导、风险提示等服务，顾客服药顺从度提升、监控并改善慢病指标，报告期内，为新老顾客38万人合计检测四高157万次。

（2）持续打造皮肤病、眼科、呼吸疾病、糖尿病等专科药房，报告期末，专科药房达1,341家，占药店总数27.27%。通过对专科药师的培训和专业指导，从疾病的治疗、症状改善、并发症治疗、患者教育、疾病筛查、营养支持、健康管理等方面，制定全方位的专科化解决方案，通过对药师、店员的培训和专业指导，结合厂商专业患教和促销资源、专科药物配置陈列，依托会员服务体系、药师专业服务体系、CRM系统会员营销，提供免费的"四高"慢病指标数据监控服务，提升顾客服药依从性，专科药房的解决方案形成闭环，效能远高于普通门店。

此外，本报告期，开展患教和医药义诊合计110多场，涉及糖尿病、心脑血管、呼吸哮喘、胃肠健康等。

3、全渠道专业服务能力提升

（1）持续强化营运规范培训和执行标准，保持店员专业水准，重视会员权益、提高会员满意度，推进以会员为核心的全渠道、专业化营销体系的效能提升，确保值得信赖的品牌形象深入人心。

（2）更深入、合规地推进对接医院处方流转平台、规范服务门诊统筹患者；为顾客对症、合理用药提供规范的远程问诊、远程审方、执业药师服务。

（3）持续推进康特森眼科医院、DTP业务、便利店业务与医药零售业务的协同，进一步搭建全渠道、专业化、多元化的健康服务生态圈。

（4）公司围绕顾客泛在性、便利性的更高要求，持续完善全渠道服务能力，满足顾客不同消费场景、价格带、时效等多层次、差异化需求。全渠道线上业务具体情况如下：

单位：万元

线上业务项目	2024年1-3月营业收入		2023年1-3月营业收入		金额较上年同期增减变动
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
第三方平台B2C业务	17,759.15	7.67%	18,465.56	8.52%	-3.83%
第三方平台O2O业务	23,596.92	10.20%	15,853.85	7.32%	48.84%
自营平台业务	12,742.55	5.51%	13,650.24	6.30%	-6.65%
合计	54,098.62	23.38%	47,969.66	22.14%	12.78%

消费者购药习惯已逐步由线下实体门店单一的渠道向线上、线下全渠道消费转变。公司围绕顾客泛在性、便利性的更高要求，"以顾客需求为核心"的服务理念，自2011年开始探索线上业务的发展，依托已解决"最后一公里"且专业可信赖的实体门店网络，通过传统电商B2C平台、第三方平台O2O、门店预订系统佳E购、微商城等满足顾客不同消费场景、品类、专业性、价格带、时效性等多层次、差异化需求，持续提升全渠道专业化服务能力，为门店赋能。

①第三方平台B2C业务经过多年深耕，业务逐步成熟，成为公司争取服务增量市场的利器。

②第三方平台O2O业务，通过提升供应链能力、合理布局区域中心门店，依托线下实体门店，满足顾客"急懒夜专私"的差异化需求，门店覆盖率达92.97%，其中24小时及夜班门店占比14.46%，通过精细化运营增强顾客粘性、控制成本。

③公司自建O2O平台佳E购通过加强专科长疗程用药解决方案的打造、差异化营销为顾客提供专业、长尾的商品品类；微商城系统"健之佳急送"业务，提供送货上门便捷服务；探索直播新模式，获得较好的效果和反馈。

2024年1-3月，线上渠道实现营业收入总计54,098.61万元，较上年同期增长12.78%，占营业收入比重为23.38%，较上年同期占营业收入比重22.14%提升1.24%，线上线下全渠道服务模式稳健、快速发展。

随着电商业务逐步成熟，传统B2C业务、自营平台业务过往的快速增长趋势出现首次下滑，第三方平台O2O业务增速仍达48.84%。

4、承接处方药外流、应对双通道政策工作的推进

2023年国家医保局发布《关于进一步做好定点零售药店纳入门诊统筹管理的通知》后，医药分业的方向进一步明确。

个人账户改革落实后，各地细化门诊统筹政策：诊疗规范要求、处方流转、药店资质要求、报销额管控、政策推动力度等不同且尚在探索，对行业影响广泛。

公司所处区域门诊统筹政策因处方来源尚未突破，外流处方少，结合个人账户改革影响顾客消费行为，公司一季度医保结算收入（医保个人账户为主）占主营业务收入比例已由上年同期的48%下降至42%，但门诊统筹政策的集客红利尚未呈现。

公司将积极承接院内顾客、商品向社会药房的流出，配合医药改革做好合规承接门诊统筹业务处方流转、专业服务等准备工作。

（四）在营运管理技术、物流体系、信息系统三大支柱方面

1、在营运管理技术方面

在成熟的新店、次新店业绩提升模式和管理、营运标准体系基础上，进一步细化、提升门店落地效果；强化以店长为核心的门店人员管理，强抓营运基础规范。

在所有地区建设"实训基地"，以持续迭代完善的标准化、规范化、可复制的营运规范体系，以及系统的培训、药学专业服务体系为支撑，帮助快速扩展的年轻员工群体成长为药学服务的专业团队。

强化川渝桂分部人才梯队建设，支持分部营运、商品、采购和培训等核心部门人才需求，为更快拓展储备人才。

冀辽大区辽宁分部组织架构、内控体系、信息系统、薪酬考核等统一融合工作2023年10月末后稳定实施，采用健之佳品牌运营；河北分部计划2024年3季度完成此项工作，采用健之佳、唐人双品牌运营。

2、在物流配送体系建设方面

公司实行"总仓+各省分仓"的现代物流配送模式，在6个省区均拥有现代化物流中心，云南新物流中心一期工程改造、河北唐山物流中心建设项目预计2024年底投入使用；川渝桂辽将根据未来发展要求，持续规划、建设物流配送能力。

3、在信息系统建设方面

公司充分考虑信息系统对行业监管要求持续提升、零售业态迅速变化的支持，根据线上、线下全渠道服务体系的建设需求，持续建设、完善信息系统。

正规划、推进更深入、全面的信息化共享、SRM系统改造等信息化建设工作，赋能一线员工、打通强化中后台支撑前台能力，提升商品与供应链协同效率，提升运营管理效率与服务质量，推动公司数字化运营能力提升。

（五）结合一季度经营情况和2024年年度计划，公司后续期间主要经营策略

2024年，面对经济发展的诸多不确定和消费者对健康逐步重视的挑战和机遇，公司以专业驱动为核心打造专业药房，以运营驱动公司高质量发展，通过降本增效、优化运营效率抢夺存量市场，积极探索、挖掘潜在需求拓展增量市场，实现业绩平稳增长。

公司重点致力于提升人效、品效、店效，持续打造和强化连锁零售业务的规模力、营运力、商品力、专业力、服务力，以提升公司核心竞争力。持续重点推进以下五方面的工作，持续强化公司差异化的经营特点和竞争力：

1、积极应对门诊统筹政策滞后影响，围绕顾客需求做好自身工作。

面对所处区域门诊统筹政策推行较缓，处方来源、处方流转有困难的客观情况；围绕顾客需求，毫不放松、毫不懈怠地持续改进、坚决应对。

2、强化西南和冀辽区域拓展，渠道下沉、密集布点；完成河北唐人第二阶段剩余20%股权收购工作，完成河北分部组织架构、内控体系、信息系统、薪酬考核等的全面融合。

3、强化商品品类规划，细化品类管理，紧抓工业企业院外品种引进、资源承接，提升综合毛利率；二季度起更积极竞价，与工业企业联合加大促销和专业推广力度，力争为顾客提供极致性价比的服务和产品的核心经营策略高效贯彻、执行，以价换量、提升营业额、抢夺市场份额，提升店效、人效。

4、围绕顾客对服务泛在性、便利性的更高需求，营采合一、持续提升全渠道运营、服务能力。

5、坚决降租控租；控费增效。

6、强化公司营采一体化的品类规划管理及服务为核心的营销体系，为医药工业企业在院外市场日渐重要的专业推广、商品营销持续提供专业服务，长期重视提升供应商服务效能；依托营业收入和采购规模的较快增长，争取医药工业企业的更多返利及营销推广费用投入，获取资源服务顾客。

（六）或有事项

2024年初，公司收到《大企业税收风险提示函》，为深入落实党中央、国务院关于深化"放管服"改革、优化营商环境的部署，全面加强大企业纳税服务，帮助企业防范税务风险，提升大企业税收合作遵从。结合医药零售行业税收风险管理情况，为降低公司的税收风险，特做此函提示公司可能存在的涉税风险，并要求公司开展自查工作。

公司积极与税务机关沟通，了解其提示的行业税收风险事项在具体业务管控、财务核算及涉税处理等方面，系行业共性还是企业特例，了解税务机关对其性质、税法依据的初步思路。根据公司实际情况积极自查，将公司对行业特点、涉税征管环境、业务规范情况、与行业相似或不同的经营管控情况、自身财务及税务处理情况、税收法律法规依据等逐步整理，充分向税务机关汇报、积极沟通交流。

税务机关正认真了解公司逐步反馈的初步核查情况。

由于公司正向税务机关汇报、沟通交流，且尚未完成自查阶段工作，相关事项的性质确定及影响评估，尚不具备条件，其影响存在不确定性。

（七）落实新发展阶段的工作规划

上市三年，公司在营运力、商品力、专业力、规模力和品牌力方面获得长足发展，营业规模、门店数量、覆盖的区域、市场渗透率大幅提升；

2024年作为新发展阶段的开局之年，将密切结合门诊统筹进展、市场实际，落实年度规划、预算、拓展、采购、营运等重要工作；推进新一轮股权激励计划和员工持股计划，推进年度预算落地及后续发展。

四、季度财务报表

(一)审计意见类型

□适用 √不适用

(二)财务报表

合并资产负债表

2024年3月31日

编制单位：健之佳医药连锁集团股份有限公司

单位：元币种：人民币审计类型：未经审计

项目	2024年3月31日	2023年12月31日
流动资产：		
货币资金	780,141,461.26	857,928,878.48
结算备付金		
拆出资金		
交易性金融资产		50,000,000.00
衍生金融资产		
应收票据	3,101,612.64	
应收账款	530,212,926.20	440,476,301.82
应收款项融资		
预付款项	40,745,243.09	43,876,833.20
应收保费		
应收分保账款		
应收分保合同准备金		
其他应收款	69,848,778.22	56,940,156.84
其中：应收利息		
应收股利		
买入返售金融资产		
存货	2,516,076,343.45	2,373,564,146.48
其中：数据资源		
合同资产		
持有待售资产		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产	98,440,413.99	114,787,466.15
流动资产合计	4,038,566,778.85	3,937,573,782.97
非流动资产：		
发放贷款和垫款		
债权投资		
其他债权投资		
长期应收款		
长期股权投资	44,734,063.22	47,420,763.90
其他权益工具投资		
其他非流动金融资产		
投资性房地产		
固定资产	914,112,145.16	918,585,320.59
在建工程	210,286,041.03	202,006,712.18
生产性生物资产		
油气资产		
使用权资产	1,582,198,146.72	1,566,049,607.45
无形资产	89,285,554.85	92,197,537.26
其中：数据资源		
开发支出		
其中：数据资源		
商誉	2,403,131,467.18	2,403,131,467.18
长期待摊费用	471,464,703.51	485,933,479.98
递延所得税资产	294,128,937.80	285,426,144.73
其他非流动资产	7,838,957.64	10,609,689.07
非流动资产合计	6,017,180,017.11	6,011,360,722.34
资产总计	10,055,746,795.96	9,948,934,505.31
流动负债：		
短期借款	754,109,863.22	749,609,344.62
向中央银行借款		
拆入资金		
交易性金融负债		
衍生金融负债		
应付票据	944,368,318.45	940,994,458.93
应付账款	1,822,948,992.03	1,754,051,847.29
预收款项	4,826,716.58	4,098,066.48
合同负债	32,358,341.17	28,491,957.88
卖出回购金融资产款		
吸收存款及同业存放		
代理买卖证券款		
代理承销证券款		
应付职工薪酬	144,414,734.20	153,951,370.88
应交税费	57,579,756.26	93,159,709.98
其他应付款	101,066,801.67	139,289,559.91
其中：应付利息		
应付股利	576,048.24	576,048.24
应付手续费及佣金		
应付分保账款		
持有待售负债		
一年内到期的非流动负债	1,017,520,766.01	996,342,742.62
其他流动负债	159,839.75	123,199.28
流动负债合计	4,879,354,129.34	4,860,112,257.87
非流动负债：		
保险合同准备金		
长期借款	1,029,796,776.14	1,022,471,780.71
应付债券		
其中：优先股		
永续债		
租赁负债	952,261,257.74	927,523,524.31
长期应付款		
长期应付职工薪酬		
预计负债		
递延收益	11,861,588.39	11,956,196.64
递延所得税负债	285,971,864.28	282,254,501.16
其他非流动负债		
非流动负债合计	2,279,891,486.55	2,244,206,002.82
负债合计	7,159,245,615.89	7,104,318,260.69
所有者权益（或股东权益）：		
实收资本（或股本）	128,848,882.00	128,848,882.00
其他权益工具		
其中：优先股		
永续债		
资本公积	1,360,924,270.91	1,360,924,270.91
减：库存股	7,151,825.57	7,151,825.57
其他综合收益		
专项储备		
盈余公积	108,398,653.92	108,398,653.92
一般风险准备		
未分配利润	1,322,369,825.97	1,270,110,221.29
归属于母公司所有者权益（或股东权益）合计	2,913,389,807.23	2,861,130,202.55
少数股东权益	-16,888,627.16	-16,513,957.93
所有者权益（或股东权益）合计	2,896,501,180.07	2,844,616,244.62
负债和所有者权益（或股东权益）总计	10,055,746,795.96	9,948,934,505.31

公司负责人：蓝波主管会计工作负责人：李恒会计机构负责人：宋学金

合并利润表

2024年1一3月

编制单位：健之佳医药连锁集团股份有限公司

单位：元币种：人民币审计类型：未经审计

项目	2024年第一季度	2023年第一季度
一、营业总收入	2,313,981,509.90	2,166,874,356.81
其中：营业收入	2,313,981,509.90	2,166,874,356.81
利息收入		
已赚保费		
手续费及佣金收入		
二、营业总成本	2,259,879,940.20	2,075,730,635.20
其中：营业成本	1,518,785,326.69	1,460,181,587.44
利息支出		
手续费及佣金支出		
退保金		
赔付支出净额		
提取保险责任准备金净额		
保单红利支出		
分保费用		
税金及附加	10,841,143.45	6,918,630.68
销售费用	642,949,038.87	532,538,365.18
管理费用	53,115,199.86	43,408,530.63
研发费用		
财务费用	34,189,231.33	32,683,521.27
其中：利息费用	33,411,303.37	30,374,364.03
利息收入	1,712,523.31	1,493,160.62
加：其他收益	7,892,173.74	7,621,815.53
投资收益（损失以"-"号填列）	-2,373,958.37	-3,245.68
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-2,686,700.68	-210,712.80
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益		
汇兑收益（损失以"-"号填列）		
净敞口套期收益（损失以"-"号填列）		
公允价值变动收益（损失以"-"号填列）		
信用减值损失（损失以"-"号填列）		
资产减值损失（损失以"-"号填列）		
资产处置收益（损失以"-"号填列）	371,254.28	620,741.67
三、营业利润（亏损以"-"号填列）	59,991,039.35	99,383,033.13
加：营业外收入	650,883.32	921,083.72
减：营业外支出	147,610.08	2,849,396.04
四、利润总额（亏损总额以"-"号填列）	60,494,312.59	97,454,720.81
减：所得税费用	8,609,377.14	21,980,663.42
五、净利润（净亏损以"-"号填列）	51,884,935.45	75,474,057.39
（一）按经营持续性分类		
1.持续经营净利润（净亏损以"-"号填列）	51,884,935.45	75,474,057.39
2.终止经营净利润（净亏损以"-"号填列）		
（二）按所有权归属分类		
1.归属于母公司股东的净利润（净亏损以"-"号填列）	52,259,604.68	76,303,944.55
2.少数股东损益（净亏损以"-"号填列）	-374,669.23	-829,887.16
六、其他综合收益的税后净额		
（一）归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额		
1. 不能重分类进损益的其他综合收益		
（1）重新计量设定受益计划变动额		
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益		
（3）其他权益工具投资公允价值变动		
（4）企业自身信用风险公允价值变动		
2. 将重分类进损益的其他综合收益		
（1）权益法下可转损益的其他综合收益		
（2）其他债权投资公允价值变动		
（3）金融资产重分类计入其他综合收益的金额		
（4）其他债权投资信用减值准备		
（5）现金流量套期储备		
（6）外币财务报表折算差额		
（7）其他		
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额		
七、综合收益总额	51,884,935.45	75,474,057.39
（一）归属于母公司所有者的综合收益总额	52,259,604.68	76,303,944.55
（二）归属于少数股东的综合收益总额	-374,669.23	-829,887.16
八、每股收益：		
（一）基本每股收益(元/股)	0.41	0.59
（二）稀释每股收益(元/股)	0.41	0.59

本期发生同一控制下企业合并的，被合并方在合并前实现的净利润为：0元，上期被合并方实现的净利润为：0 元。

公司负责人：蓝波主管会计工作负责人：李恒会计机构负责人：宋学金

合并现金流量表

2024年1一3月

编制单位：健之佳医药连锁集团股份有限公司

单位：元币种：人民币审计类型：未经审计

项目	2024年第一季度	2023年第一季度
一、经营活动产生的现金流量：		
销售商品、提供劳务收到的现金	2,278,545,308.75	2,331,854,747.76
客户存款和同业存放款项净增加额		
向中央银行借款净增加额		
向其他金融机构拆入资金净增加额		
收到原保险合同保费取得的现金		
收到再保业务现金净额		
保户储金及投资款净增加额		
收取利息、手续费及佣金的现金		
拆入资金净增加额		
回购业务资金净增加额		
代理买卖证券收到的现金净额		
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	29,624,516.79	48,971,580.78
经营活动现金流入小计	2,308,169,825.54	2,380,826,328.54
购买商品、接受劳务支付的现金	1,600,100,389.57	1,448,262,597.51
客户贷款及垫款净增加额		
存放中央银行和同业款项净增加额		
支付原保险合同赔付款项的现金		
拆出资金净增加额		
支付利息、手续费及佣金的现金		
支付保单红利的现金		
支付给职工及为职工支付的现金	372,162,839.20	418,381,640.53
支付的各项税费	111,041,477.10	88,045,895.51
支付其他与经营活动有关的现金	123,670,796.61	93,651,021.40
经营活动现金流出小计	2,206,975,502.48	2,048,341,154.95
经营活动产生的现金流量净额	101,194,323.06	332,485,173.59
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	50,000,000.00	231,253,285.35
取得投资收益收到的现金	331,506.85	169,951.60
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	25,061.70	8,841.08
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		
收到其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流入小计	50,356,568.55	231,432,078.03
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	69,901,800.25	44,966,424.22
投资支付的现金		330,168,845.00
质押贷款净增加额		
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额		
支付其他与投资活动有关的现金		1,400,000.00
投资活动现金流出小计	69,901,800.25	376,535,269.22
投资活动产生的现金流量净额	-19,545,231.70	-145,103,191.19
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金		
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金		
取得借款收到的现金	245,477,492.61	135,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	129,779,154.83	239,057.65
筹资活动现金流入小计	375,256,647.44	135,239,057.65
偿还债务支付的现金	169,764,000.00	211,114,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	16,017,177.96	16,628,372.34
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润		
支付其他与筹资活动有关的现金	330,075,220.43	206,315,037.66
筹资活动现金流出小计	515,856,398.39	434,057,410.00
筹资活动产生的现金流量净额	-140,599,750.95	-298,818,352.35
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响		
五、现金及现金等价物净增加额	-58,950,659.59	-111,436,369.95
加：期初现金及现金等价物余额	412,576,143.06	573,385,475.72
六、期末现金及现金等价物余额	353,625,483.47	461,949,105.77

公司负责人：蓝波主管会计工作负责人：李恒会计机构负责人：宋学金

(三)2024年起首次执行新会计准则或准则解释等涉及调整首次执行当年年初的财务报表

□适用 √不适用

特此公告

健之佳医药连锁集团股份有限公司

董事会

2024年4月26日