公司代码:603883　　公司简称:老百姓

老百姓大药房连锁股份有限公司

【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安永华明会计师事务所(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年度利润分配方案实施股权登记日的股本为基数,向全体股东每10股派发现金 股利人民币6.6元(含税),截至2024年3月31日,公司总股本584,933,136股,扣除公司拟回购注销的限制性股票139,925股,以此计算拟分配的股本基数为584,793,211股,拟派发现金红利385,963,519元(含税)。公司不送红股,同时以资本公积转增股本方式向全体股东每10股转增3股,合计拟转增股本175,437,963股(股本增加数系根据实际计算结果四舍五入所得,最终以中国证券登记结算有限公司实际增加数量为准)。剩余未分配利润滚存至下一年度。本次拟分配的现金红利总额占当年实现的归属于上市公司股东净利润的41.55%。

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	上交所	老百姓	603883	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	冯诗悦	刘超逆
办公地址	湖南省长沙市开福区青竹湖路808号	湖南省长沙市开福区青竹湖路808号
电话	0731-84035189	0731-84035189
电子信箱	ir@laobaidrugs.com	ir@laobaidrugs.com

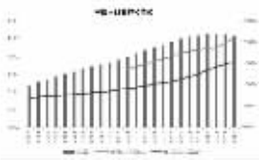
2报告期公司主要业务简介

(一)行业基本情况

1.人口老龄化加深与居民可支配收入提升带动行业增长

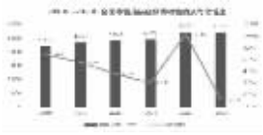
根据国家统计局公布的数据显示,截至2023年年末,中国60岁及以上人口为2.97亿人,占全国人口的21.10%,其中65岁及以上人口为2.17亿人,占全国人口的15.40%。2023年末中国60岁及以上人口占比首次突破20%,65岁及以上人口占比高于14%,这标志着中国正式跨入中度老龄化社会。中国人口老龄化程度持续加深,未来对医疗保健、慢病管理的需求也将稳步上升。

当前,中国人均医疗卫生资源相对偏低,对比主要国家人均医疗卫生支出水平仍存在较大差距,未来政府对于医疗保障体系建设仍有较大提升空间。此外,随着经济发展带动居民可支配收入增长与人们的健康管理意识提升,医疗保健支出在家庭消费中的占比也有望进一步提升。



数据来源:Wind

根据中康数据,2023年全国零售药店全品类销售额规模达到5,394亿元,2018年至2023年增长22.26%。2022年因疫情放开增速较高,2023年因2022年基数较高增速有所放缓。



数据来源:中康CMH

2、处方外流加速与药品服务专业化

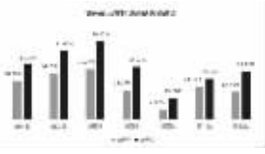
随着“健康中国”战略实施以及医药卫生体制改革的深入,医药分离、分级诊疗、一致性评价、医保控费、带量采购、两票制、双通道、医保改革等一系列政策逐步落地,推动医院内处方药持续外流。

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。医保账户改革前,参保人个人缴纳医保的全部以及单位缴费的部分被划入医保个人账户, 医院门诊就医或药店购药的花费只能由个人账户支付。改革后,参保人单位缴费的部分被划入统筹医保基金,同时统筹医保基金的报销范围扩大,囊括了门诊报销和、住院报销和药店购药报销。医保账户改革实质是就医保障模式的转变,医保基金“按人分配”模式已转向“按病分配”模式。

国家医保局2023年2月15日发布《关于进一步做好定点零售药店纳入门诊统筹管理的通知》,积极支持定点零售药店开通门诊统筹服务、完善定点药店门诊统筹支付政策、明确定点零售药店纳入门诊统筹的配套政策,代表零售药店在国家医药健康保障体系中的作用和地位明显提升,也是对处方流转、医药分业实质性的推动。对于零售药店而言,获得统筹定点药房的资格,将在医保个人账户的基础上新增医保统筹资金的支付方,更能因医院处方外流获取大量客流。

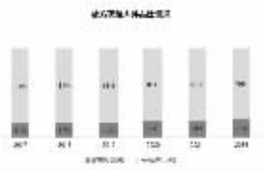
零售药店纳入门诊统筹医保管理长期利好零售药店。从公司内部来看,已纳入门诊统筹医保管理的零售药店来客数和销售额均有较为明显的提升。主要因为:第一、已纳入门诊统筹管理的零售药店大多数执行当地定点基层医疗机构相同的医保待遇政策,享受相对较高的报销比例;第二、零售药店的品类全和便利性优势,使门诊统筹药店的来客数上升。随着政策的稳步推进,零售药店将进一步迎来处方外流红利,发挥好在国家医药健康保障体系中的重要职能。

同时,国家带量采购政策持续推进处方外流。根据中康CMH数据,相关品种集采后,零售渠道销售额占比明显提升。

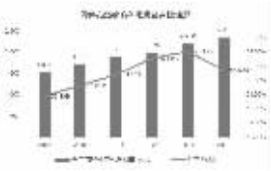


数据来源:中康CMH

根据米内网和东吴证券数据, 近年来我国处方药销售向院外倾斜,2017年至2022年零售终端占比提升超过5个百分点。此外,东吴证券借鉴日本经验对我国处方外流的空间进行测算,根据中性假设2022至2032年公立医院药品市场规模以3%增速增长,其中每年3%的处方外流至零售终端,则2022至2032年处方外流带来的零售终端扩容规模达3,600亿元。



数据来源:米内网、东吴证券

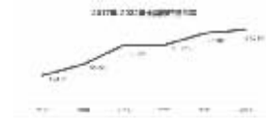


数据来源:米内网,东吴证券

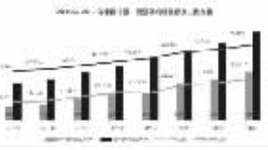
3、行业连锁化率与集中度提升

与发达国家相比,我国药店连锁率较低。据中康CMH,美国药店连锁率已超过71%,而我国2022年连锁率仅58%左右,且不同地区的药店连锁率存在显著性差异。同时,我国医药零售行业集中度相比发达国家市场仍有较大差距。根据东吴证券和中国药店数据,2022年,美国前三强药房市占率为85%,日本前十强药妆店市占率为73.7%,我国前十强药房市占率仅为30.9%,仍有较大提升空间。

商务部2021年10月发布《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》指出:到2025年,培育形成5-10家超过500亿的专业化、多元化药品零售连锁企业,药品零售百强企业年销售额占药品零售市场总额65%以上,药品零售连锁率要接近70%。目前药品零售百强占比55.83%(中国药店数据),连锁化率58%(中康CMH数据)。随着大型连锁药店的持续“内生增长+外延并购”,未来行业并购整合将会加速,行业连锁化率与集中度将进一步提升。



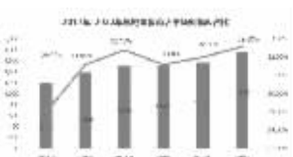
数据来源:中康CMH



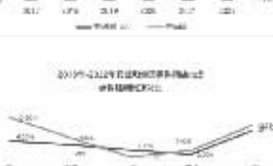
数据来源:中国药店

4、医药零售市场下沉

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%,增速高于同期全国市场。 在一、二线市场逐渐饱和的情况下,连锁龙头药房积极在3-5线及县域乡镇等下沉市场寻找新的增量机会。首先,下沉市场人口众多,人口老龄化程度高,尤其是慢病药品需求广阔,市场潜力巨大。其次,下沉市场的成本更低,门店盈利性更好。



数据来源:中康CMH



数据来源:中国药店

5、数字化、专业化、智能化发展与线上线下服务融合

根据商务部《2022年药品流通行业运行统计分析报告》,零售药店经营能力持续提升,国家医保谈判药品“双通道”管理机制的完善和定点零售药店纳入门诊统筹等政策的实施,零售药店不断提升对接医保信息平台、电子处方流转平台等信息化建设水平,健全药品储存和配送体系,配备专业人才对患者开展合理用药指导。同时,零售药店持续探索专业化、数字化、智能化转型路径,积极拓展服务范围,开展慢病自测、药事服务与慢病管理,对特药疾病患者提供咨询服务和跟踪回访。药品网络销售持续规范,线上药品销售市场规模不断增长,零售连锁企业加强医药电商业务拓展,利用互联网平台扩大药店服务内容和辐射半径,线上线下服务进一步融合。

(二)行业的周期性特点

医药消费的需求主要由覆盖人群数量及发病率共同决定,属于刚需消费。药品零售行业相对于其他一般零售行业,受宏观经济环境影响相对较小,经济周期性不明显。基于国内老龄化加速、居民消费水平提升等客观条件,居民的医药需求持续增长,且对健康保健商品和专业药事服务的需求持续增加。

(三)公司所处行业地位

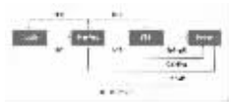
老百姓是中国具有影响力的药品零售连锁企业,致力于打造以科技驱动的健康服务平台。2023年,公司第十一次获得西普会“中国药品零售企业综合竞争力百强榜”冠军,同时蝉联“中国药品零售企业综合竞争力品牌力”冠军、“中国药品零售DTP十强”;位列米思会举办的“2022-2023年度中国连锁药店综合实?百强榜”第三,位列《中国药店》举办的“2023-2024年度中国药店价值榜100强”第四;入选德勤中国和哈佛商业评论等评选的“2023中国卓越管理公司(BMC)”榜单。

(一)主要业务概述

老百姓大药房是国内规模领先的药品零售连锁企业之一, 公司主要通过构建营销网络从事药品及其他健康、美丽相关商品的销售,经营品类包括中西成药、中药饮片、养生中药、健康器材、健康食品、普通食品、个人护理品和生活用品等。除药品零售外,公司兼营药品批发与制造(主要为中成药及中药饮片制造)。在致力于直营经营管理模式的同时,老百姓大药房积极开拓控股式收购“星火公司”合作模式,大力发展行业高标准的药店加盟模式及DTP专业药房、中医馆连锁等业态、积极探索O2O业务,致力于成为以科技驱动的健康服务平台,打造零售引领、服务协同,不断向新零售、处方药等领域拓展的创新平台。

(二)经营模式

公司的主营业务流程如下图所示:



1、采购模式

公司采购流程主要包含预算制定、细化方案、供应商选择、商品审核、供应商管理几个重要步骤。通过采购线各品类买手与商品管理部门、质量管理部门的协同配合,确保商品优质、采购高效以及流程的廉洁。

2、物流配送模式

公司物流配送体系主要包括仓库管理、订单管理、运输管理三个主要流程。公司通过先进的WMS系统、WCS系统和ERP系统实现了物流配送中心商品出入库管理的智能化操作,有效提升物流配送效率和时效性,成为企业的核心竞争力。门店请货订单在全国范围内实现了门店ERP自动请货。大型配送中心实现了TMS订单调配、车辆调度、运费结算的信息化、可视化管理。

3、销售模式

公司的销售模式为自营购销和加盟、联盟,即由物流配送中心统一采购商品并进行统一配送,待购销商品验收进入门店后,作为零售药店的库存,与商品所有权相关的风险和收益均由零售药店承担。自营购销模式下,购销差价是主要利润来源。加盟主要利润来源为配送购销差价、加盟费、管理费和软件使用费。

公司依靠直营门店和加盟店、联盟店进行药品零售业务, 为了向消费者提供优质的商品及购物体验,公司制订了一系列操作规范对门店销售进行管理。此外,公司通过各大电商平台、私域微信小程序等多渠道发展线上业务。

4、盈利模式

目前公司主营业务为药品及健康相关商品的零售连锁业务,主要盈利来自进销差价。

3公司主要会计数据和财务指标

3.1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
总资产	21,230,999,976	21,397,332,918	-0.78	16,968,085,717
归属于上市公司股东的净资产	6,701,226,576	6,529,963,538	2.62	4,367,582,832
营业收入	22,437,489,012	20,175,519,303	11.21	15,695,664,147
归属于上市公司股东的净利润	929,023,131	784,961,520	18.36	669,236,722
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	843,765,222	735,724,494	14.68	572,466,483
经营活动产生的现金流量净额	2,729,838,947	2,314,315,009	17.96	2,238,296,544
加权平均净资产收益率(%)	13.91	12.72	增加1.19个百分点	15.72
基本每股收益(元/股)	1.59	1.36	16.91	1.23
稀释每股收益(元/股)	1.59	1.36	16.91	1.23

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)
营业收入	5,440,515,517	5,370,344,804	5,230,666,520	6,296,962,171
归属于上市公司股东的净利润	291,333,643	221,911,800	203,315,066	212,462,632
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	281,428,285	209,148,538	154,867,825	198,320,574
经营活动产生的现金流量净额	849,191,589	187,879,813	392,158,827	1,300,608,718

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用　√不适用

4股东情况

4.1报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位:股

截至报告期末普通股股东总数(户)	23,594
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	20,862
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	0

前10名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
老百姓医药集团有限公司	0	152,741,673	26.11	0	质押	85,780,000	境内非国有法人
泽星投资有限公司	0	129,240,796	22.09	0	质押	103,392,637	境外法人
香港中央结算有限公司	6,732,946	59,532,470	10.18	0	无	0	未知
陈秀兰	0	10,435,152	1.78	0	无	0	境内自然人
中信证券股份有限公司-社保基金17052组合	4,323,547	9,447,486	1.62	0	无	0	未知
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	694,836	9,000,000	1.54	0	无	0	未知
石晨	-51,000	7,837,816	1.34	0	无	0	境内自然人
阿布达比投资局	961,850	6,199,232	1.06	0	无	0	未知
全国社保基金四一八组合	5,371,466	6,159,107	1.05	0	无	0	未知
林芝腾讯科技有限公司	0	5,685,420	0.97	0	无	0	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司的实际控制人为谢子龙、陈秀兰夫妇。除此之外,公司未知上述其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》所规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

4.2公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用　□不适用

4.3公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用　□不适用

4.4报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用　√不适用

5公司债券情况

□适用　√不适用

第三节 重要事项

1公司应当根据重要性原则,披露报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2023年,公司实现营业收入2,243,749万元,同比增长11.21%;实现归属于母公司股东净利润92,902万元,同比增长18.35%;实现经营活动产生的现金流量净额272,984万元,同比增长17.95%。

2公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的,应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

□适用　√不适用

证券代码:603883　　证券简称:老百姓公告编号:2024-022

老百姓大药房连锁股份有限公司第五届监事会第三次会议决议公告

本公司监事会及全体监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。

一、监事会会议召开情况

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19日发出召开第五届监事会第三次会议的通知,会议于2024年4月29日以现场表决的方式召开。会议应参与表决的监事3名,实际参与表决的监事3名。本次会议经过了适当的通知程序,会议程序符合《中华人民共和国公司法》等有关法律法规及《公司章程》的规定,会议及通过的决议合法有效。

二、监事会会议审议情况

会议审议并通过了如下议案:

(一)审议通过《关于公司2023年度报告及摘要的议案》

监事会认为:

(1)公司2023年年度报告编制和审议符合法律、法规、《公司章程》和公司内部管理制度的规定。

(2)年报的内容和格式符合中国证监会和上海证券交易所的有关规定和要求,所包含的年报信息能全面、真实地反映公司2023年度经营和财务管理状况。

(3)未发现参与年报编制和审议的人员有违反有关保密规定的行为。

表决结果:同意3票,反对0票,弃权0票,通过了该议案。

本议案尚需提交股东大会审议。

具体内容详见公司在上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)同日披露的《老百姓大药房连锁股份有限公司2023年度报告摘要》。

(二)审议通过《关于公司2023年度环境、社会和公司治理(ESG)报告的议案》

表决结果:同意3票,反对0票,弃权0票,通过了该议案。

具体内容详见公司在上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)同日披露的《老百姓大药房连锁股份有限公司2023年度环境、社会和公司治理(ESG)报告》。

(三)审议通过《关于公司2023年度内部控制评价报告的议案》

表决结果:同意3票,反对0票,弃权0票,通过了该议案。

具体内容详见公司在上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)同日披露的《老百姓大药房连锁股份有限公司2023年度内部控制评价报告》。

(四)审议通过《关于公司2024年第一季度报告的议案》

监事会认为:

(1)公司2024年第一季度报告编制和审议符合法律、法规、《公司章程》和公司内部管理制度的规定。

(2)2024年第一季报的内容和格式符合中国证监会和上海证券交易所的有关规定和要求, 所包含的信息能全面、真实地反映公司2024年第一季度经营和财务管理状况。

(3)未发现参与季报编制和审议的人员有违反有关保密规定的行为。

表决结果:同意3票,反对0票,弃权0票,通过了该议案。

具体内容详见公司在上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)同日披露的《老百姓大药房连锁股份有限公司2024年第一季度报告》。

(五)审议通过《关于公司2023年度监事会工作报告的议案》

表决结果为:同意3票,反对0票,弃权0票,通过了该议案。

本议案尚需提交股东大会审议批准。

具体内容详见公司在上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)同日披露的《老百姓大药房连锁股份有限公司2023年度监事会工作报告》。

(六)审议通过《关于2023年利润分配预案的议案》

监事会认为:公司本次利润分配方案符合《公司法》及《公司章程》的相关规定,决策程序合法、合规,符合公司战略规划,有利于建立稳定的投资回报机制,不存在损害公司及股东,特别是中小投资者利益的情况,具有合理性和可行性。

表决结果:同意3票,反对0票,弃权0票,通过了该议案。

该议案尚需提交公司股东大会审议。

具体内容详见公司在上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)同日披露的《老百姓大药房连锁股份有限公司关于2023年利润分配及公积金转增股本方案的公告》。

(下转B376版)

证券代码:603883　　证券简称:老百姓

老百姓大药房连锁股份有限公司

【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	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	5,539,130,441	1.81
归属于上市公司股东的净利润	321,257,612	10.27
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	310,168,626	10.35
经营活动产生的现金流量净额	417,071,839	-50.89
基本每股收益(元/股)	0.55	9.84
稀释每股收益(元/股)	0.55	9.84
加权平均净资产收益率(%)	4.68	增加0.32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	21,371,565,467	21,230,999,976	0.66
归属于上市公司股东的所有者权益	7,035,513,791	6,701,226,576	4.99

(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	1,480,776	
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		
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	14,526,180	
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	-2,049,201	
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-4,183	
减:所得税影响额	1,639,806	
少数股东权益影响额(税后)	1,624,790	
合计	10,698,986	

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	变动比例(%)	主要原因
经营活动产生的现金流量净额	-50.89	主要系销售商品收到的现金减少所致

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	20,862	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)	

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
老百姓医药集团有限公司	境内非国有法人	152,741,673	26.11	0	质押	85,780,000
泽星投资有限公司	境外法人	129,240,796	22.09	0	质押	103,392,637
香港中央结算有限公司	未知	58,296,423	9.97	0	无	
陈秀兰	未知	10,435,152	1.78	0	无	
中信证券股份有限公司-社保基金17052组合	未知	9,447,486	1.62	0	无	
石晨	境内自然人	7,808,816	1.33	0	无	
全国社保基金四一八组合	未知	7,450,081	1.27	0	无	
阿布达比投资局	境外法人	6,696,332	1.14	0	无	
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	未知	5,700,000	0.97	0	无	
林芝腾讯科技有限公司	境内非国有法人	5,685,420	0.97	0	无	

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
老百姓医药集团有限公司	152,741,673	人民币普通股	152,741,673
泽星投资有限公司	129,240,796	人民币普通股	129,240,796
香港中央结算有限公司	58,296,423	人民币普通股	58,296,423
陈秀兰	10,435,152	人民币普通股	10,435,152
中信证券股份有限公司-社保基金17052组合	9,447,486	人民币普通股	9,447,486
石晨	7,808,816	人民币普通股	7,808,816
全国社保基金四一八组合	7,450,081	人民币普通股	7,450,081
阿布达比投资局	6,696,332	人民币普通股	6,696,332
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	5,700,000	人民币普通股	5,700,000
林芝腾讯科技有限公司	5,685,420	人民币普通股	5,685,420
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司的实际控制人为谢子龙、陈秀兰夫妇。除此之外,公司未知上述其他股东是否存在关联关系或属于《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)	无		

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)经营情况与分析

2024年一季度,公司高举火炬项目提升综合毛利率,推进门诊统筹落地提升门店客流,强化数字化精细化管理提升经营效率。报告期内,公司实现营业收入55.39亿元,同比增长1.81%;实现归属于上市公司股东的净利润3.21亿元,同比增长10.27%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润3.11亿元,同比增长10.35%。一季度综合毛利率35.2%,同比提升2.2个百分点。

1.火炬项目提毛利

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。第一、重构商品选品逻辑,从选品源头侧创造毛利率提升机会。第二、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。第三、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”。第四、优化营销微助,调整销售结构提升毛利率。第五、通过谈判提升统采占比,助力降本增效。第六、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。第七、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93.5%,较去年同期上升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。报告期自有品牌自营门店销售额达到3亿元,销售占比20.8%,较去年同期增加1.3个百分点。

2.门诊统筹引客流

推动门店门诊统筹资质落地,现有统筹门店精细化管理。第一、优化结算场景、按政策要求配备执业药师,更大范围承接统筹客流。第二、加强医保业务合规建设,确保统筹持续经营能力。第三、加强统筹商品的供给、重视商品医保价格管理、调整统筹销售结构,在确保合规的同时进一步满足顾客需求。第四、持续推动互联网医院处方体系搭建和布局,以“自建+合作”的模式来确保处方供给。

截至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93,338家,其中直营门店可互可刷占比30.67%。可互可刷门店在来客数和销售额方面均有较为明显的提升。

3.网络拓展齐下沉

公司持续打造“自建+并购+加盟+联盟”四驾马车立体深耕的模式,聚焦拓展市占率前三的11个优势省份。截至2024年3月31日,公司连锁布局网络(不含联盟)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14,109家,其中直营门店9,470家,加盟门店4,639家。2024年一季度新增门店642家,其中直营门店新增357家,加盟门店新增285家,同时,公司精细化深耕下沉市场,截至2024年3月31日,公司地级市及以下门店占比76%;2024年一季度公司新增门店中,优势省份及重点城市占比为85%,地级市及以下门店占比为77%。

4.加盟联盟生态化

公司加盟业务继续高质量发展,一季度实现精细化管理提升。第一、招商中心强化组织,分片区管理,成立项目管理部门,线上线下考核拉通。第二、强化加盟新店筛建的过程管理,新开店生命周期数字化管理。第三、加盟供应链中心加强重点供应商下沉与管理,提升终端服务。第四、优化商品结构,引进加盟专供商品,适配门店需求。第五、推广自动盘货系统使用,改善加盟店断货率。第六、加盟营运中心推行全国周场管理制度,推进加盟门店标准化。一季度,老百姓第四届“318加盟直播招商节”直播观看人数累计突破782万人次,全款签约店数刷新招商节纪录。2024年一季度公司加盟业务配送收入超过5.3亿元。

联盟业务方面,子公司药筒单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。报告期末,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160+亿元,联盟门店数13,500+家。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%。

5.数字化与新零售

数字化继续紧贴公司战略,围绕供应链推进数智化转型和精细化运营管理。一季度主要聚焦:第一、围绕供应链,通过优化商品结构,升级铺货逻辑,深化店仓联动,确保核心商品在库率。门店铺货率等得到改善;第二、优化商采系统综合毛利率管理功能,实现从合同、核算、收款全链路管控闭环,加速实现毛利率追踪和考核;第三、O2O融合发展,通过数字化工具提升作业效率,助力新零售业绩突破;第四、以专项模式开展重点难点业务域数据治理,持续夯实数据基础;第五、智能商圈规划完成一阶段建模,部分研究成果已推广全国。

新零售打造全渠道业务竞争力。2024年一季度线上渠道销售总额约5亿元,同比增长42%。全域方面,2024年一季度公司O2O与B2C销售额排名分别位于市场第六与第三。私域方面,公司“老百姓大药房”小程序提供24小时在线服务,一季度销售额约0.3亿元,同比增长84%。截止报告期末,公司O2O外卖服务门店达11,263家,24小时门店达5629家。

6.专业温暖服务好

高标准建设专业药房。一季度,公司新增“门诊慢特病”定点资格门店11家,总数达到1,595家,新增具有双通道资格的门店45家,总数达到325家,DTP药房达到176家。公司直营门店中,医保门店8,441家,占比89.13%,有效承接处方外流。

慢病服务体系不断升级。公司致力于提升专业服务体验,为会员提供全面、科学、专业的慢病管理服务,利用数字化智能工具、强化亲情服务价值,持续满足客户核心需求。截至一季度末,公司慢病管理服务累计建档1,400万+人,累计服务自测7,000万+人次,累计回访2,400万+人次,举行线上线下顾客健康教育24万+场次。

会员管理精细化提升。报告期末,公司会员总数达9,098万,其中活跃会员数1,423万,一季度公司新注册会员数463万,会员销售占比74%。

7.人才建设强团队

团队培养方面,公司有序开展人才梯队培养项目。第一、开发业务线“学习地图”,提供快速了解业务的通道。第二、组织物流精英、营销精英等专业线训战营。第三、推行“下沉一线”项目,全员参与一线工作、了解一线运营。

人才引进方面,公司开展了新春招聘直播及深圳专场招聘会,通过“直播带货”等方式宣传了雇主品牌形象,提升招聘效率。通过一线城市专场招聘,引进沿海地区高质量人才。

文化建设方面,公司启动一线员工利他心智项目,将利他文化传递给每一位员工和顾客。通过提升福利、增加用餐区等措施关怀员工,让员工找到归属感。同时,公司升级门店免费自测服务,更好满足顾客健康需求。

8.品牌打造助出圈

公司输出贴近用户需求的品牌内容,积极开展品牌活动,内外兼修开辟品牌发展新路径。内容运营方面,通过整合社交媒体平台和内容分发渠道,构建新媒体传播矩阵。一季度累计创作健康科普及品牌传播内容60+条,品牌短视频30+条,IP形象曝光突破300万。输出《治愈共同体宣传片》等10万+优质视频,充分传递老百姓“专业、温暖”的品牌价值和“少花钱,买对药”的品牌理念。

品牌活动方面,公司以用户为中心,通过创意洞察、精准营销等手段提升品牌“心占率”。一季度推出了“亲情味,健康年”、“无癌中国,美好发生”等5场品牌共建活动。同时,公司启动“2024中国老百姓健康影大赛”年度品牌大事件,总曝光量超45亿次,通过品牌深度共创,实现品牌力提升。

(二)经营数据说明

1.主要业务分行业情况

分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
零售	4,683,479,506	2,860,295,277	38.93	2.18	(1.40)	2.22
加盟、联盟及分销	819,117,442	712,419,256	13.03	0.24	(0.89)	0.82
其他	36,533,493	16,668,509	54.37	(8.41)	(37.77)	21.52
合计	5,539,130,441	3,589,383,142	35.20	1.81	(1.53)	2.20

2.主要业