

大参林医药集团股份有限公司关于公司2025年年度报告问询的回复公告

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。

大参林医药集团股份有限公司（以下简称“本公司”或“公司”）于近日收到上海证券交易所发送的《关于大参林医药集团股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2026】11063 号，以下简称“《问询函》”）。根据《问询函》的要求，公司会同相关中介机构就《问询函》中所提问题逐项进行了认真核查落实，现将相关情况回复如下：

问题一、关于业务经营

年报显示，公司经营模式包括直营零售、直营式加盟、分销、生产制造，2025 年合计实现营业收入 275.02 亿元，同比增长 3.80%；销售费用、管理费用及财务费用分别为 60.19 亿元、11.95 亿元、1.49 亿元，同比分别下降 2.81%、2.90%、25.90%；期末应收账款 12.60 亿元。此外，报告期内公司门店数量基本保持稳定，其中新开自建门店 501 家，关闭 536 家；但期末使用权资产余额 33.19 亿元，同比下降 13.37%，长期待摊费用余额 4.93 亿元，同比下降 21.34%。请公司：

1. 结合销售费用主要构成项目，量化分析销售费用规模与门店数量、员工人数、租金等经营数据的匹配性，是否与同行业公司相近，并说明运输及物流配送费大幅增长的原因及合理性、主要支付对象信息；

公司回复：

1. 销售费用构成情况

项目	2025年度	占比
职工薪酬	315,416.70	52.43%
房租及物业费	138,438.06	23.00%
长期资产摊销	39,777.93	6.61%
促销、物料消耗费	43,368.07	7.26%
水电费	15,384.61	2.56%
运输及物流配送费	31,366.02	5.21%
办公费	9,644.00	1.60%
车辆综合费用	2,770.26	0.46%
交通及差旅费	979.24	0.16%
其他	4,611.27	0.77%
合计	601,933.26	100.00%

报告期内公司销售费用总额60.19亿元，其中职工薪酬、房租及物业费用两项合计46.41亿元，占销售费用总额的75.43%，其他为装修摊销、促销费用、门店运营杂费、物流及配送费等支出，符合连锁零售门店经营模式下销售费用以人力、房租为核心的行业特征。

2. 主要经营数据

项目	大参林集团	益丰药房	一心堂	老百姓
销售费用	601,933.24	588,432.17	449,569.40	469,922.28
其中：职工薪酬	315,416.70	289,180.20	266,621.73	265,966.57
其中：房租及物业费	138,438.06	166,076.11	119,119.81	115,408.68
平均销售人员数量	37,236	36,518	31,364	33,304.5
平均直营门店数量	10,485.5	10,486	11,306	9,366.5
销售人均收入(万元/人)	8.48	8.42	8.03	7.99
租租(店面面积/平方米)	128.48	148.17	134.20	142.73
销售人均面积(平方米/人)	1,080.17	1,083.28	988.07	988.08
营业收入	2,750,218.94	2,443,310.62	1,732,624.18	2,223,693.53
销售费用占营业收入比例	21.89%	23.96%	25.97%	21.13%
直营店数量	57.41	54.74	29.76	47.63

[注]平均直营门店数量=（期初直营门店数量+期末直营门店数量）/2
平均销售人员数量=（期初销售人员数量和配送人员数量+期末销售人员和配送人员数量）/2
销售人均收入=本期销售费用/职工薪酬/平均销售人员数量
单方年租金=销售费用房租及物业费/租赁门店面积

报告期内公司营业收入275.02亿元，销售费用总额60.19亿元，均为四家可比公司最高水平，销售费用率 21.89%，对比其他可比公司处于合理区间，销售费用投入规模与自身营收体量相匹配。

3.销售费用与门店数量、员工人数、租金的匹配性量化分析

截至2025年12月31日，公司及可比公司直营门店分布情况如下：

区域	大参林	益丰药房	一心堂	老百姓
华东地区	6,508	4,859	1,494	1,541
华南地区	1,072	281	281	3,473
华北地区	939	3,964	76	2,798
东北、华北、西北及西南地区	1,960	1,696	9,271	2,917
合计	10,488	10,618	11,112	9,732

(1) 职工薪酬与员工人数匹配性分析

职工薪酬为销售人员及配送人员工资、社保公积金、绩效奖金等合计支出，薪酬总额与员工人数直接挂钩，薪酬规模随人员规模同向变动。公司销售人员人均成本8.47万元，人均薪酬略高于一心堂、老百姓，与益丰药房基本持平，差异系主要源于门店区域布局不同，公司门店集中布局于珠三角三角区域，益丰药房门店在长三角地区占比高，上述区域社保基数、最低工资标准整体偏高，公司执行市场化薪酬体系，年度调薪、绩效奖金计提政策稳定，不存在薪酬总额随人员规模异常波动情形。整体来看，公司职工薪酬总额与人员数量匹配合理，销售人员人均薪酬处于行业可比合理区间。

(2) 房租及物业费与租赁门店面积匹配性分析

截至2025年末，公司租赁门店总面积1294.48万㎡，在四家可比公司中租赁面积相对最低；因门店集中布局于珠三角核心城市，区域房租租金标准更高，对应单平年租金1,069.17元/㎡，与益丰药房基本持平，高于老百姓、一心堂。当期发生房租及物业费用 138,438.06万元，区域租物业费用总额由租赁总面积、门店区位单方租金水平共同决定，费用规模与租赁面积、区域租金水平匹配，具备合理性。

剔除人力、房租刚性支出固定支出后，剩余销售费用为市场促销、门店运维、物流配送、行政杂费等变动费用，随公司营收规模、门店营销活动投放同步发生，投入规模与业务拓展节奏匹配，不存在销售费用整体大幅偏离经营规模的异常情形。

(3) 销售费用相关指标与同行业公司对比分析

1) 销售费用率对比

公司销售费用率（销售费用占营业收入比例）为21.89%，低于四家可比公司平均销售费用率23.22%。一方面，公司依托营收规模优势形成一定规模效应，摊薄单位营收销售费用；另一方面，公司持续推进降本增效，数字化运营等精细化管理举措，进一步优化费用支出。例如，结合地产业务稳步推进降租；持续优化促销策略，重点跟踪促销投入产出效益，降低低效无效促销开支；强化门店日常费用的考核、核查与全流程管控；依托供应链精细化管理体系优化人员配置，合理降低人力成本等。综合行业对比与自身经营管理情况分析，销售费用率具备公允价值合理性，不存在费用率显著高于同行业的情况。

2) 人均、单店关键费用指标同业对比

公司销售人员人均薪酬、单方年租金、单店销售费用与益丰药房接近，略高于其他两家可比公司，主要系公司门店区域工资水平、区域门店租金成本差异，整体单店费用处于行业合理程度，未出现大幅偏离同业的异常情形。

3) 费用结构对比

四家同行业公司销售费用均以职工薪酬+房租物业费为核心构成，刚性成本占销售费用比重均处于70%以上，费用结构模式高度趋同，符合线下直营连锁零售行业经营特性；各家差异主要来自于门店布局策略、人员配置策略、区域房租薪酬行情、运营促销策略等，属于行业正常经营分化，公司费用结构与同业匹配度相近。

综上所述，报告期内公司销售费用以职工薪酬、房租物业费为核心构成，职工薪酬总额与员工人数规模同向匹配，人均薪酬同区间合理；房租物业总额由租赁总面积、门店单方租金水平共同决定，变动逻辑自洽，销售费用整体规模与门店数量、员工人数、租金等核心经营数据匹配性良好；公司销售费用率、人均薪酬、单方年租金、单店销售费用等关键指标与三家同行业公司对比处于行业合理区间，费用结构与行业经营模式趋同，差异具备合理逻辑依据，不存在销售费用异常列支、规模明显脱离经营实质、显著异于同行业水平的情形，反映公司门店运营实际投入情况。

4. 运输及物流配送情况分析

(1) 公司物流费用总体情况

2025年度公司销售费用中运输及物流配送费为3.14亿元，主要系线上平台配送费和线下物流费用，其中线上平台配送费为2.67亿元，约占总物流费用的95%，线下物流费用0.47亿元，占比15%。

线下物流费用：商品由仓库配送至门店端发生的第三方物流费用。

线上平台配送费：客户通过淘宝国际、美团等第三方下单购物，公司与第三方平台结算的平台配送费用。

(2) 运输及物流配送费大幅增长的原因及合理性

1) 大型智慧物流中心投运

公司线下物流费用同比增长18.60%，主要系2025年顺德、汕头、南通等多处大参林智慧物流中心陆续投运。相关物流中心配置自动化仓储仓储设备，搭建“24 小时覆盖珠三角、72 小时通达全国”配送网络，提升配送效率，强化供应链竞争力。近年公司加盟门店扩张提速、全国市场覆盖范围持续拓展，搭建现代化智能仓储体系是完善全国配送网络、夯实供应链核心竞争力的必要举措，新仓投运初期产生自运运营、区域分拨等增量物流支出，推高当期物流费用；长期来看，智能仓储体系将持续优化配送路径、集约运力，逐步摊薄单位仓储分拨成本，实现供应链端长期降本增效，放大连锁经营规模效应。

2) 平台零售收入增长

近年来，面对线上医药零售行业日趋激烈的平台市场竞争，公司大力发展线上O2O及第三方平台零售业务，聚焦“即时达、半日达”服务，满足用户购药便利性需求，2024—2025 年平台零售收入占比增长24.72%，平台合作门店从12,681家增至13,880家，覆盖城市从149个增至162个，订单量年均增长26.1%，未端配送成为业务核心竞争力。同时，2025 年受外部市场各大平台“外卖大战”影响，公司在淘宝国际平台销售规模增长2.5倍，带动配送费自然增加，符合行业“费用随订单量增长”的规律，2024—2025 年，线上平台配送费占公司新零售收入的比例分别为7.53%和7.93%，配送费与平台收入基本匹配。

3) 运输及物流配送费主要支付对象前五名信息

支付对象	性质	金额	占比
上海一恒智通科技有限公司	平台配送费	16,008.18	51.24%
拉扎斯网络科技（上海）有限公司	平台配送费	3,960.00	12.66%
深圳市智慧供应链技术有限公司	平台配送费	2,379.14	7.59%
深圳市顺丰同城物流有限公司	线下配送	1,264.90	4.00%
上海韵达速递信息技术有限公司	线下配送	1,046.46	3.33%
合计		24,716.68	78.23%

综上所述，2025年度物流费用大幅增长，主要系公司大型智慧物流中心投运、平台零售收入增长所致，具备合理性背景。

2. 结合期间费用明细，分析公司销售费用、管理费用及财务费用与营业收入呈反方向变动的原因及合理性，说明期间费用归集是否完整、准确；

公司回复：

1. 期间费用与营业收入变动总体情况

项目	2025年度	2024年度	变动金额	变动比例
营业收入	2,750,218.94	2,640,654.70	109,564.24	3.80%
销售费用	601,933.24	619,306.11	-17,402.87	-2.81%
管理费用	119,541.77	123,107.66	-3,565.89	-2.90%
财务费用	14,874.69	20,074.28	-5,199.59	-25.90%
期间费用合计	736,349.69	762,518.04	-26,168.34	-3.43%
	26.77%	28.78%	-2.01%	

报告期内，公司销售费用、管理费用及财务费用较上期均有不同程度的下降，而营业收入同比上升3.80%，期间费用与营业收入呈反方向变动，主要系公司关闭部分低效直营门店及全面实施降本增效措施所致。

(1) 销售费用构成及变动情况如下：

项目	2025年度	2024年度	变动比例	占营业收入比例(2025)	占营业收入比例(2024)
职工薪酬	315,416.70	335,993.12	-6.06%	11.48%	12.68%
房租及物业费	138,438.06	143,112.63	-3.27%	5.03%	5.40%
长期资产摊销	39,777.93	42,012.46	-5.32%	1.45%	1.59%
促销、物料消耗费	43,368.07	35,575.29	21.88%	1.59%	1.34%
水电费	15,384.61	17,548.16	-12.33%	0.56%	0.66%
运输及物流配送费	31,366.02	29,478.01	6.37%	1.14%	1.11%
办公费	9,644.00	8,120.22	18.77%	0.35%	0.31%
车辆综合费用	2,770.26	2,884.46	-3.09%	0.10%	0.11%
交通及差旅费	979.24	1,767.81	-44.36%	0.04%	0.07%
其他	4,611.27	2,879.96	61.13%	0.17%	0.11%
合计	601,933.26	619,336.11	-2.81%	21.89%	23.27%

本期公司营业收入同比增长3.80%，销售费用同比下降2.81%，主要项目变动原因及合理性分析如下：

1) 职工薪酬

本期公司电商、O2O线上业务占比持续提升，线下门店结构持续优化；全面推广自助收银、远程审方、数字化智能化运营模式，有效提升门店人效，合理优化单店人员编制，年末在取消销售员工、配送人员合计较上年末减少1,734人，月均人效提升6.96%，人员精简具有真实业务支撑，薪酬费用随用工规模合理下降，变动具备商业合理性。

2) 房租及物业费

本期房租及物业费下降的主要原因系部分仓储门店租赁提前终止及存量门店租金下降导致，具体分析详见问题一“4. 说明公司门店数量基本保持稳定的前提下，期末使用权资产余额及长期待摊费用余额同比大幅下降的原因及合理性”之回复。

3) 水电费、交通差旅等费用

公司持续关停低效、亏损直营门店，直营门店总量与整体经营面积下降，同时提高加盟门店业务占比，门店能耗支出相应减少。同时，本期公司开展电费单价管控专项行动，严格参照国家规定电价标准，对电价超标的门店开展整改，并积极与出租方洽谈电价下调事宜，有效降低自有门店水电运营成本。此外，公司推进自有仓库光伏项目建设，通过自发自用清洁能源进一步压降用电开支。

本期公司放缓直营新店拓展节奏，持续优化存量低效网点，加大加盟业务布局比例。区域运营督导、采购、巡检人员跨区域巡店、新店筹建、门店整改等项目频次明显减少，交通及差旅支出同步合理下降，符合业务实际经营模式调整。

(2) 管理费用构成及变动情况如下：

项目	2025年度	2024年度	变动比例	占营业收入比例(2025)	占营业收入比例(2024)
职工薪酬	87,009.23	86,065.13	1.10%	3.16%	3.26%
房租及物业费	12,266.36	16,677.18	-33.07%	0.46%	0.48%
办公费	6,822.26	6,461.42	5.27%	0.25%	0.23%
房租及物业费	3,475.01	4,084.18	-16.38%	0.13%	0.16%
广告、促销费用	2,540.03	-100.00%	0.00%	0.10%	0.00%
股份支付费用	343.88	-100.00%	0.00%	0.01%	0.00%
差旅交通费	3,082.37	3,726.62	-17.27%	0.11%	0.14%
车辆综合费用	879.03	1,009.39	-12.82%	0.03%	0.04%
长期资产摊销	1,447.88	1,013.80	42.89%	0.05%	0.04%
其他	4,468.27	5,526.51	-19.30%	0.16%	0.21%
合计	119,541.77	123,107.66	-2.90%	4.35%	4.60%

本期公司营业收入同比增长3.80%，管理费用同比下降2.90%，主要项目变动原因及合理性分析如下：

1) 广告及促销费用

2024年度公司将总部职能部门促销相关支出计入管理费用，2025年度业务实质统一会计核算口径，不再按业务部门划分费用归属，取消管理费用一促销费明细科目，全部广告、市场推广、促销推广支出统一归集至销售费用核算。本年度管理费用无广告促销费用属于会计列报口径调整，并非当期实际市场推广投入减少，不存在真实促销费用压缩，少计当期费用情形，系科目重分类所致，不影响利润总额整体真实性。

2) 房租及物业费

本期房租及物业费下降的主要原因系公司与出租方洽谈达成租金下调，同时整合区域办公场地，将外租办公点搬迁至自有物业。

3) 差旅交通费

本期差旅费用下降具备合理业务原因：

- ① 营运区域各类工作会议全面改为线上召开，大幅减少线下集中会议支出；
- ② 优化线下实地巡店模式，推行数字化远程巡店，减少外出巡店频次；
- ③ 严格差旅管理，外勤尽量当日往返，严控住宿支出；
- ④ 统一规范交通、住宿报销标准，严控超标费用，人均差旅成本显著下降。

费用支出与公司数字化运营、精细化管控政策相匹配，变动合理。

4) 车辆综合费用

- ① 全面推行线上办公、视频会议、远程审方、数字化远程巡店，大幅减少总部及区域督导区域外出办公、现场督导、门店检查用车频次；
- ② 2025年度市场燃油均价低于上年同期，车辆燃油相关支出同步降低。

车辆费用下降符合运营模式优化及市场价格变动，具备合理性。

(3) 财务费用构成及变动情况如下：

项目	2025年度	2024年度	变动比例	占营业收入比例(2025)	占营业收入比例(2024)
利息支出	7,753.69	8,412.48	-8.07%	0.28%	0.32%
短期租赁未确认融资费用	11,204.00	16,470.22	-31.97%	0.41%	0.62%
减：利息收入	6,907.27	8,127.90	-14.76%	0.25%	0.31%
汇兑损益	7,028.68	-31.96	-318.27%	0.00%	0.00%
手续费及其他	2,794.19	3,350.54	-16.60%	0.10%	0.13%
合计	14,874.69	20,074.28	-25.90%	0.54%	0.77%

报告期内，公司未确认融资费用（即计入财务费用的利息支出）本期发生额较上年同期有所减少，主要系公司租赁负债规模下降及租赁结构优化所致。具体原因如下：

1) 租赁变更导致负债规模缩减

受外部宏观市场环境及市场变化等因素影响，租金成本呈下降趋势，为优化门店结构并降低运营成本，公司积极与出租方开展租金减免谈判，并达成降租协议，使用权资产、租赁负债重新计量后，未确认融资费用总额减少，直接导致本期及以后各期的摊销发生额相应减少。

2) 租赁负债本金的正常偿还

随着公司按期支付各项租金，租赁负债的摊余成本不断减少。未确认融资费用是采用实际利率法进行摊销，随着摊余成本的自然递减，每期分摊确认的财务费用随之减少。

综上所述，公司本期未确认融资费用发生额的减少，是公司主动推进“仓储网络整合”与“存量门店降本”战略，以及租赁负债正常摊销的综合结果。该变动真实反映了公司优化资产结构、降低融资成本的合理经营成效，符合企业会计准则的相关规定。

2.期间费用归集是否完整、准确

公司相关费用在实际发生时按当期确认期间费用，对于已结算的费用按合同及结算单据确认，对于已发生但未完成结算的费用根据合同约定金额、业务统计单进行合理预提，符合企业会计准则的规定，费用的使用确认测试在各会计期间会计政策一致，未发生变更。期末对结转至下期的大额期间费用执行截止性测试，确保全期间费用归集完整、计量准确。

3. 补充披露各经营模式下的应收账款金额及占对应收入的比例，并区分经营模式列示前五应收对象名称、是否关联方、销售内容、交易金额、应收账款余额、账龄及期后回款等情况；

公司回复：

1. 各经营模式下的应收账款金额及占对应收入的比例

经营模式	2025年度	2024年度
	应收账款余额 收入 占比	应收账款余额 收入 占比
零售业务	86,210.77 2,234,874.47 3.86%	94,300.55 2,190,567.95 4.30%
批发及分销业务	47,621.49 447,143.78 10.64%	41,200.66 394,038.69 10.46%
其他	201.44 67,800.88 0.30%	1,089.42 66,651.06 1.66%
小计	134,033.70 2,750,218.94 4.87%	136,593.53 2,649,654.70 5.16%

截至2025年12月31日，各经营模式下的应收账款余额分别为零售业务86,210.77万元、批发及分销业务47,621.49万元，其他业务201.44万元，占当期对应营业收入的比例分别为3.86%、10.64%、0.30%。

2. 各经营模式前五五大应收对象名称、是否关联方、销售内容、交易金额、应收账款余额、账龄及期后回款等情况

(1) 零售业务

序号	客户名称	交易内容	销售收入	应收余额	账龄	截至2025年12月30日回款比例
1	西安西安东大街医药保健中心	中西成药、非药品等	11,009.14	2,566.68	1年以内	94.46%
2	伊州医药有限公司		15,397.01	1,754.10	1年以内	89.54%
3	南通市通州区医药保健中心	中西成药、非药品等	8,371.38	1,480.38	1年以内	99.87%
4	成都市医药保健服务中心		9,331.56	1,316.93	1年以内	90.96%
5	南宁市医药保健服务中心		11,301.24	1,242.59	1年以内	98.17%
合计			56,166.33	8,360.71		96.82%

截至2025年12月31日，公司直营零售业务前五大应收对象均为医疗保障局，与公司不存在关联关系。上述应收账款账龄均在一年以内，截至2026年6月30日，整体期后回款比例为95.82%。

(2) 加盟及分销业务

序号	客户名称	交易内容	销售收入	应收余额	账龄	截至2025年6月30日回款比例
1	东方红医药集团（通化）股份有限公司	中西成药、 中成药、 中药饮片、 中药制剂、 非药品等	8,185.27	5,766.80	1年以内	71.07%
2	重庆万泰康医药有限公司		2,344.68	2,442.16	1年以内;1-2年	94.16%
3	四川新蜀华医药股份有限公司(眉山)		961.84	2,312.28	1年以内	100.00%
4	广东金康药业连锁有限公司		2,925.50	2,144.25	1年以内	23.18%
5	高州市人民医院		1,164.48	1,260.44	1年以内;1-2年	79.05%
合计			15,571.77	13,906.03		