

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

机构投资者交流活动会议纪要（2024.12）

一、会议情况

（一）会议时间：2024年12月份

（二）会议形式：现场/线上会议

（三）会议地点：公司会议室/券商策略会/线上会议等

（四）参会人员：

1. 公司参会人员：

董事会秘书 冯诗倪

证券事务代表 刘遐迹

2. 机构参会人员：

来自东吴证券、国君证券、招商证券、西部证券、中金公司、海通资管、兴业基金、国泰君安、中信证券、华宝证券、光大证券、交银施罗德、鹏扬基金、明达资管、先锋基金、博时基金、摩根士丹利、汇添富、前海开源、国金证券基金、摩根基金、睿远基金、璟恒投资、华泰资产、中欧基金、淡马锡、申万资管、Alpines capital、翼品资本、红杉资本、国金证券、淡水泉、盘京投资、兴全基金、中庚基金、中海基金、丹弈投资、保银、光大保德信、农银汇理、华夏基金、嘉实基金、天治基金、太平基金、太平洋资管、平安养老保险、平安资产、广发自营、彤源投资、明河投资、杭州乐信投管、杭银理财、毅木资产、浦银安盛、财通资管、鑫元基金、阳光资管、火星资管、中银国际、睿郡资产、正心谷资本、泰康基金、南土资产、高毅资产、华能贵诚信托、APS资管、东亚前海证券、国信证券、农银汇理基金、平安资管、华安基金、银河基金、工银安盛、博裕资本、博道基金、永赢基金、富国基金的105位机构投资者。（排名不分先后）。

二、主要内容

投资者提问

问题 1：公司“聚焦+下沉”战略实施情况如何？

回答：在行业不断规范化、专业化的趋势下，公司动态调整拓展策略，精准拓展市场，集中资源聚焦拓展 11 个市占率前三的省份，提高优势区域的市占率、品牌影响力和消费者心占率。2024 年 1-9 月公司新增门店中，优势省份及重点城市新增门店 2,045 家，占比为 86%。同时，公司积极开拓下沉市场，医疗资源相对匮乏的下沉市场成为新增长极。截至三季度末，公司 15000 家门店中地级市及以下门店占比为 77%。

问题 2：公司数智化优势在业绩提升上有什么实际效果？

回答：公司 2019 年以来实施数智化转型，主要围绕五个方面：第一，数智化运营持续精进；第二，数智化采购降本增效；第三，数智化物流智能高效；第四，数智化营销持续提效；第五，数据治理持续开展。

2024 年，公司数智化重点聚焦商品与供应链，赋能业务升级。第一，聚焦优化库存周转，强化异常库存识别与管理机制，提高库存周转率，提升运营效率与资金利用率。第二，打通商采、营销等多系统，为高效地精细化运营决策提供坚实的数据支撑。第三，持续挖掘并应用数智化工具，完善和优化全链路运营策略，提升消费者购物体验。第四，紧贴业务核心诉求，加强营采商销数据基础建设与治理，完善业务架构，为采购端降本增效提供数据支撑。

公司数智化项目已卓有成效。例如：在运营方面，公司迭代升级智能荐药系统，该程序通过建立一套药品知识库，帮助一线员工快速查找、科学荐药，提升服务专业度。在采购方面，公司已构建行业领先的数智化供应链系统，为公司选品谈判、日常业绩跟踪、供应链深度合作以及自有品牌开发等赋能。在物流方面，2024 年第三季度公司存货周转天数下降 5 天，总库存金额比年初下降 4.1 亿元。在营销方面，公司利用数智化工具，Q3 促销毛利 ROI（投资回报率）为 1.49，同比提升 6.1%。

问题 3：目前公司在多元化探索方向做出了哪些努力？

回答：2024 年三季度，公司启动多元化项目探索，着力提升非药销售占比。第一，发掘新品类，利用全渠道大数据精选 SKU（商品品规数）开展试点，筛选潜力产品，拓展商品阵容。第二，关注新服务，以满足顾客需求为核心，深入了

解顾客的消费习惯与偏好，提升顾客购物体验。第三，打造新形象，通过美化购物环境、优化货架陈列、提高员工素养、加强专业服务，全方位塑造品牌形象。第四，探索新模式，紧跟行业动态和市场趋势，创新经营理念与营销策略。第五，建立数智化测试平台，建立大数据支撑及智慧决策系统，提供科学决策依据。

根据相关数据，2023年，美国CVS药店医疗服务和医疗保障收入达到了71%，日本头部药店非药品销售占比达到了60%，而我国的非药类销售占比仅为18%。与美国和日本相比，我国药店在商品及服务多元化方面仍有很大发展空间。未来公司将围绕多元化的创新产品和创新服务等领域积极布局，以满足不同人群的需求。目前公司也已经在部分地区门店进行多元化试点测试，供应链、运营团队也持续探索、复盘，试点门店数将有序推进、逐步推广。

问题 4：公司自有品牌 2024 年的发展情况如何？

回答：公司自有品牌持续创新，聚焦国内头部厂家，厂家直供保障品质，非药品类打造“老百姓优选”，为消费者优选出安全、健康、具有性价比的健康生活好物。2024年1-9月，自有品牌自营门店销售额达到25.3亿元，销售占比21.9%，较同期增加约2.4个百分点。

未来公司将更注重原料来源，通过备案确保配方成分领先其他品牌产品，承载用户的品牌好感度，做消费者心占率，提供更加人性化、个性化的用户体验，挖掘互联网上新功能的热销产品做自有品牌。

问题 5：公司在慢性病管理和健康咨询方面有何措施？

回答：公司于2018年成立“慢病与健康管理中心”，建立覆盖广泛的慢病管理体系，为会员提供“一对一”、“精准化”的健康管理服务。公司借数智化赋能慢病管理，通过智能系统与数据平台，在保护个人隐私信息前提下精准建档、跟踪病程，执行标准化流程协助顾客健康检测及合理用药。同时，公司持续深化“拓展老年人健康社交空间”的发展战略，合理布局社区店，铺设门店免费慢病自测设备，提供用药咨询、健康咨询等专业服务，以及免费代煎中药、免费清创处理等16项免费便民服务；依托亲情服务提升用户黏性，构建长久互动的健康管理关系，打造顾客身边的专业健康管理顾问。

目前公司慢病管理服务累计建档1,684万+人，累计服务自测9,050万+人次，累计回访3,736万+人次，举行线上线下顾客健康教育2.7万+场次，100%执

行六项慢病自测门店数达到 9,352 家。公司数据显示，慢病自测会员复购率高于普通会员 10 个百分点以上，年销售额高出普通会员一倍以上。

问题 6：目前行业政策情况如何？

回答：2024 年下半年以来，门诊统筹政策及医保价格监管趋严，药品零售行业的合规性及市场价格透明度进一步提升。在监管趋严、价格透明度提高的趋势下，中小型连锁药店及单体药店面临较大的经营压力，而龙头医药连锁药店拥有较强的议价能力、丰富的产品矩阵、数智化赋能的合规管理等经营优势，能在“市场整合期”中进一步提高市场占有率。未来公司将深耕医药零售行业，建立广泛的医药工业合作伙伴关系来提升商品管控能力，并通过线上线下的差异化全渠道销售满足消费者的多元化需求，进一步探索公司多元化经营方向。

问题 7：目前线上医保支付政策对公司有何影响？目前医药零售线上线下的竞争格局如何？

回答：线下药店仍然是顾客除了公立医药外，购药的首选之地。主要原因为：第一，目前我国零售药品顾客主要仍以中老年人为主，且购药多以应急需求为主。我国线下零售药店分布广泛，对于中老年人而言，线下药房更方便。第二，药房能提供专业服务，例如购药咨询、自测检测服务和慢病管理服务等，是线上无法替代的。第三，线下医保支付仍是主要支付渠道。

问题 8：目前公司毛利率变化趋势如何？公司有什么举措提升毛利率？

回答：近年来，处方药外流加速，线下药店处方药销售占比增加，而处方药毛利率较低，致使行业毛利率整体呈下降趋势。公司在 2024 年前三季度，综合毛利率为 33.87%，较去年同期上升 1.36pp，这得益于公司商采体系精细化管理的“火炬项目”的常态化实施，具体为以下四点：第一，迭代数智化系统，实现了营采商销全流程管控。第二，重构选品逻辑，优化了商品的引入和淘汰机制。第三，改革一线激励方案，完善销售结构。第四，加强供应链谈判，实现降本增效。随着火炬项目持续实施，截至 2024 年三季度末，公司统采销售占比 71.3%，同比上升 3.4 个百分点。随着“火炬项目”的推进，公司毛利率仍有提升空间。

此外，公司将继续聚焦市占率位于前 3 名的 11 个优势省份，持续深耕下沉市场，进一步提升优势区域市占率，从而进一步提升公司毛利率和净利率。

问题 9：目前线下药店行业出清情况如何？有什么因素驱动？

回答：2024 年以来，社会消费降级、行业政策趋严、合规经营要求及成本提升、药店数量较多等因素导致线下零售药店竞争加剧，致使线下药店迎来优胜劣汰。根据中康数据，中国线下零售药店在 2024 年前三季度分别关闭 6,778 家、8,792 家和 9,545 家。在监管趋严、价格透明度提高的趋势下，中小连锁药店及单体药店面对更大的经营压力关店较多，而合规运营、精细管理、选品和服务能力更强大型连锁药店将进一步凸显优势，市场集中度有望加速提升，店均服务人数也将有所恢复。

老百姓大药房连锁股份有限公司董事会
2024 年 12 月 31 日