

就上海证券交易所上市公司管理一部
《关于对老百姓大药房连锁股份有限公司 2024 年年度报告的信息披露监管问询函》第 1、
2、3、4 条中部分财务报表项目问询意见的专项说明

上海证券交易所上市公司管理一部：

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”）接受委托，审计了老百姓大药房连锁股份有限公司（以下简称“老百姓大药房”或“公司”）2024 年度按照企业会计准则编制的财务报表，并于 2025 年 4 月 29 日出具了编号为安永华明（2025）审字第 70053916_P01 号的无保留意见审计报告。

按照企业会计准则的规定编制财务报表是公司管理层的责任。我们对老百姓大药房 2024 年度的财务报表执行审计程序的目的，是对老百姓大药房的财务报表是否在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，是否公允反映了老百姓大药房 2024 年 12 月 31 日的合并及公司财务状况以及 2024 年度的合并及公司经营成果和现金流量发表审计意见，不是对上述财务报表中的个别项目的金额或个别附注单独发表意见。

根据上海证券交易所上市公司管理一部以下简称（“贵部”）出具的《关于对老百姓大药房连锁股份有限公司 2024 年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2025】0625 号）（以下简称“问询函”），其中第 1、2、3、4 条涉及与财务报表项目相关的问题，我们阅读了公司对相关问题的回复，并就相关问题进行了仔细核查，现在逐项做出说明，具体如下：

一、关于主营业务与商誉减值风险。年报显示，近年来公司业绩波动较大，但毛利率稳定增长。2022年至2024年公司营业收入分别为201.76亿元、224.37亿元、223.58亿元，同比变化幅度分别为28.54%、11.21%、-0.36%；归母净利润7.85亿元、9.29亿元、5.19亿元，同比变化幅度分别为17.29%、18.35%、-44.13%；同期，整体毛利率分别31.88%、32.55%、33.17%。此外，公司近年来持续通过并购开拓零售业务，形成较大商誉规模，截至2024年底商誉期末余额为57.56亿元，占总资产的27.35%；2024年公司计提商誉减值准备约1.08亿元，公司对商誉组合的分类依据主要以地区为主。

请公司：（1）结合坪效、客单价、行业竞争格局、销售渠道、门店数量、产品销售结构、业务模式等因素以及成本费用变化情况，说明近年来公司营收增速放缓、净利润出现下滑但毛利率持续增长的原因；（2）列示近三年公司各商誉资产组合中并购形成门店数量及比重，说明按地区分类商誉资产组合的原因及合理性，资产组是否较收购时发生变更，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；（3）分地区分别补充披露各商誉资产组合中并购形成门店、自建门店报告期收入利润等主要经营数据、同比变化情况、减值测试的具体过程和参数，说明按地区分类的商誉组合减值测试过程是否合理，减值准备计提的充分性。请年审会计师发表意见。

（一）公司回复：

（1）结合坪效、客单价、行业竞争格局、销售渠道、门店数量、产品销售结构、业务模式等因素以及成本费用变化情况，说明近年来公司营收增速放缓、净利润出现下滑但毛利率持续增长的原因；

随着医药改革政策持续推行，医保个账减少及统筹医保落地滞后、医保强监管等因素影响，行业营业收入增长停滞、利润下滑压力增加。

在政策因素方面：从中长期看，医药改革、基本医疗保险、医保个账和门诊统筹等改革政策的发布落地，意味着医药分业改革起步、推进，将更有力提高行业集中度和连锁化率，对满足消费者健康需求、专业服务能力强且合规经营的大型连锁医药零售企业长期利好的趋势不变。但短期内医保合规监管持续加强，行业价格专项治理、比价系统上线、线上医保结算、超量处方治理、监管码管控、医保自查自纠等政策，对行业发展的影响进一步深入、叠加，行业发展处于调整阶段，导致医保占比较高的部分地区经营受到影响，营业收入同比下降。

在市场竞争方面：短期内医药零售市场规模增速放缓，与高专业服务能力药店不足但低产出药店数量过剩且持续高增长的矛盾凸显，行业内卷日趋严重。根据国家药监局数据，截至2024年底国内药品零售连锁、单体药店数为67.50万家，较2022年末的66.70万家，增长0.80万家，增长1.21%。目前全国67.50万家药店、14.08亿人口，平均每家药店服务人口约2000人。对比美国，店均服务人口约5000人，行业竞争加剧。同时行业增速下滑，根据中康数据，2024年，全国零售药店市场累计销售规模达5,282亿元，同比下滑2.2%。

为应对行业竞争，公司近三年积极增加自建门店和加盟门店数量，以提高市占率：

公 司	项 目	2024 年	2023 年	2022 年
益丰药房	门店数	14,684	13,250	10,268
	其中：直营门店数	10,872	10,264	8,306
	加盟门店数	3,812	2,986	1,962
大参林	门店数	16,553	14,074	10,045
	其中：直营门店数	10,503	9,909	8,038
	加盟门店数	6,050	4,165	2,007
老百姓	门店数	15,277	13,574	10,783

	其中：直营门店数	9,981	9,180	7,649
	加盟门店数	5,296	4,394	3,134

同时，公司积极布局线上渠道，公域 B2C 和 O2O 的销售占比逐年增加：

单位：人民币万元

项 目	项目	2024 年	2023 年	2022 年
公域 B2C、O2O	金 额	196,307	179,723	116,499
	收入占比	10.3%	9.3%	6.6%
零售收入合计	金 额	1,910,671	1,934,950	1,759,733

受线上业务发展及市场消费降级等因素的影响，公司调整产品战略，将产品重心转至中西成药，中西成药的销售占比上升：

单位：人民币万元

年 度	分产品	营业收入	收入占比
2024 年	中西成药	1,768,483	79.1%
	中药	170,380	7.6%
	非药品	296,898	13.3%
2023 年	中西成药	1,738,562	77.5%
	中药	190,150	8.5%
	非药品	315,037	14.0%
2022 年	中西成药	1,565,589	77.6%
	中药	140,451	7.0%
	非药品	311,512	15.4%

受中西成药占比提升、线上销售占比增加及消费降级大环境影响，公司客单价呈现下降趋势。客单价下降是坪效下降的主要原因。经查询公开数据，近三年同行业公司门店坪效均较同期有所下降。同行业公司近三年坪效变化情况如下：

单位：元（含税）/平方米

公 司	2024 年	2023 年	2022 年
益丰药房	51	61	59
大参林	72	76	82
一心堂	34	37	37
健之家	39	40	48
漱玉平民	45	48	55
老百姓	47	54	61

受坪效下滑影响，且门店经营面积增长有限（24 年面积 1,054,936 平方米、23 年面积 986,808 平方米），公司 24 年销售收入同比略有下降。

公司关注到零售业务毛利率和综合毛利率均与同行业头部公司存在有一定差距。同行业头部公司近三年业务零售业务毛利率和综合毛利率情况如下：

公 司	项目	2024 年	2023 年	2022 年
益丰药房	零售业务毛利率	41.4%	39.6%	40.4%
	综合毛利率	40.1%	38.2%	39.5%
大参林	零售业务毛利率	36.6%	38.2%	38.4%
	综合毛利率	34.3%	35.9%	37.8%
老百姓	零售业务毛利率	36.4%	35.7%	34.6%

	综合毛利率	33.2%	32.6%	31.9%
--	-------	-------	-------	-------

为应对市场环境的变化导致的营收增速放缓,公司业务策略调整为以提升毛利率为目标,确保公司的盈利水平。相关措施有:

1.1 全链条优化与成本控制:通过供应链精细化管理的“火炬项目”,实施全链条优化,包括重塑商品选品策略、数字化新品引进、智能化铺货管理、商采系统完善等,提升运营效率,降低供应链成本。

1.2 自有品牌战略深化:与头部厂家合作打造高性价比自有品牌(如“老百姓优选”),执行严于国标的质量标准,提升产品竞争力。2024年度,自有品牌销售额达35.4亿元,销售占比提升至22%,拉动整体毛利率增长。

1.3 采购创新与库存效率提升:通过统采规模化,统采销售占比提升至72.4%,大数据监控库存周转,优化采购成本。

通过上述措施,公司过去两年实现毛利率持续增长。

其中:24年公司综合毛利率同比提升0.62个百分点,从产品结构上看,主要受中西成药毛利率同比上升,销售额同比提升的影响。

单位:人民币万元

项 目	24年毛利率	23年毛利率	毛利率变动对毛利额的影响	收入变动对毛利额的影响	毛利额同比增长
中西成药	31.6%	30.7%	14,401	9,445	23,847
中药	43.2%	43.2%	79	-8,542	-8,463
非药品	36.9%	36.1%	2,517	-6,699	-4,182
合 计			16,996	-5,795	11,202

同时公司门店费用为相对刚性费用,24年费用额同比上升44,706万元,主要为新开店(24年新店1307家、23年新店1471家)导致的费用同比上升。

综上所述,新店的费用是导致公司24年净利润同比下滑的主要因素。

(2) 近三年公司各商誉资产组合中并购形成门店数量及比重,说明按地区分类商誉资产组合的原因及合理性,资产组是否较收购时发生变更,相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定;

1.1 资产组组合的认定标准

为了商誉减值测试目的,公司将一个管理单元(即所谓的经营“片区”)包括的所有零售门店作为资产组组合进行商誉减值测试。

根据《企业会计准则第8号—资产减值》的规定:资产组的认定,应当以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。资产组组合,是指由若干个资产组组成的最小资产组组合,包括资产组或者资产组组合,以及按合理方法分摊的总部资产部分。商誉应当结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。相关的资产组或者资产组组合应当是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合。

就公司药品零售业务而言,虽然每一个零售门店均是一个单独的资产组(即每一个门店产生的现金流入均基本独立于其他门店),但由于公司药品的采购是通过区域的集中采购执行,且公司在区域实施统一的价格体系、人事职能和管理体系,在内部管理上以片区作为一个管理单元。公司收购门店的意图主要是为了增加片区内市场占有率,形成片区协同效应、规模效应及品牌效应。因此,从收购的协同效应中受益的是以片区划分的管理单元(所有门店,无论是通过收购获取的门店还是公司自己设立的门店),从而应将一个片区包括的所有零售门店作为资产组组合进行商誉减值测试。

我们依据公司主营业务流程的协同程度上评判协同效应,具体表现在:

(a) 经营模式(财务和人事管理等):在预算编制、业绩考核方面,公司对不同片区管理层

设定不同预算和考核要求，片区管理层在此框架下调配资源进行运营和管理；在财务管理方面，公司在不同片区管理层安排财务部门进行会计核算、对一定权限内的筹资投资活动有自主决策权；在人事管理上，片区管理层可独立完成人员招聘、专业培训、制定薪酬体系、在晋升机制中进行独立考核等。从而不同片区管理层通过上述活动提高片区内的管理运营的效率，实现财务人事资源的协同效应。

(b) 采购模式：资产组组合内统一选择供应商、审核商品和进行供应商管理等，在片区层级确保资产组组合内的采购价格更优惠，自身对于片区内供应商的议价能力提升，采购流程也更高效，从而充分体现成本上的规模经济效益。

(c) 销售模式：资产组组合内的物流配送统一采购商品并进行统一配送，为了向消费者提供优质的商品及购物体验，公司对门店销售价格、营销政策进行统一管理。

(d) 管理体系：资产组组合统一使用存货管理系统、ERP 系统和财务系统等，资产组组合内统一设置系统权限、审批层次，有效提升经营效率和时效性，成为企业的核心竞争力。

1.2 商誉的分摊情况

根据会计准则的相关要求，在对商誉进行减值测试时，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，应当自购买日起按照合理的方法分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。按照上述资产组组合的认定标准，公司在每一次收购时，需要在购买日确定如何从该次收购的门店产生的协同效应中受益，即收购的门店归属于哪个资产组组合。如果该次收购的门店属于公司原有的片区/资产组组合内，则该次收购产生的商誉分摊至原有的片区/资产组组合。如果该次收购形成新的片区/资产组组合，则该次收购产生的商誉分摊至新的片区/资产组组合(公司于 2022 年度的业务收购形成湖南怀化片区，2023 年度和 2024 年度没有形成新的片区/资产组组合)。

截至 2024 年 12 月 31 日，公司每一次收购均在同一个资产组组合或形成新的资产组组合，故不存在需要将某次收购产生的商誉在不同资产组组合之间进行分配的情况(公司的所有商誉已于购买日分摊至相关的资产组或资产组组合，2024 年度商誉分摊未发生变化)。

1.3 关于在原有片区内进行新的业务收购

自公司于 2015 年成功在上交所上市后，公司的业务规模不断扩大，认定的资产组合的数量也随着收购活动的进行而不断增加，由 2015 年末的 6 个片区/资产组组合（包括安徽、河南、天津、湖南、江苏、陕西），增加至 2024 年末的 24 个片区/资产组组合。其中，公司在部分省份均有后续的收购活动，如前所述，公司在部分地区不再简单地以省为单位作为管理单元。

例如湖南省片区，如 1.2 所述，公司在购买日确定如何从该次收购的门店产生的协同效应中受益，如果新收购的门店从公司主营业务流程的协同程度上评判协同效应较低，即公司会新增一个管理单元来管理新收购的门店，则该收购会新增一个片区/资产组组合。如 2022 年 4 月，公司收购湖南怀仁大健康产业发展有限公司（以下简称怀仁公司）76.12%的股权，由于怀仁公司的经营模式（财务和人事管理等）、采购模式、销售模式和管理体系与湖南片区独立性较高，协同效应较低，故新设了湖南怀化片区。

为增加在原有片区内(该原片区很可能是公司在以往年度通过股权收购方式进入的片区)的市场占有率，公司在原有片区内也会进行新的业务收购。基于管理上的需求及实际安排，如果公司在购买日已计划将新收购取得的门店在购买日后纳入公司在原有片区的管理体系，从而和原片区的既有门店产生协同效应。例如 2024 年公司子公司安徽百姓缘大药房连锁有限公司（以下简称安徽百姓缘）购买 24 家门店。新收购门店与安徽百姓缘的经营模式（财务和人事管理等）、采购模式、销售模式、管理体系与原安徽省其他片区高度统一，协同效

应较高，故合并在安徽省其他片区；2023 年公司子公司临沂仁德大药房连锁有限公司（仁德大药房）购买山东老百姓春天大药房连锁有限公司（春天大药房）51%的股权。春天大药房与仁德大药房的经营模式（财务和人事管理等）、采购模式、销售模式、管理体系与原山东省临沂片区高度统一，协同效应较高，故合并在山东省临沂片区。

1.4 近三年公司各商誉资产组合中并购形成门店数量及比重情况如下：

商誉片区	24 年末 店数	其中：24 年末自建 店数	近三年并购店数				近三年并 购店比重	备注
			其中 24 年	其中 23 年	其中 22 年	合计		
湖南省片区	2,104	1593			10	10	0.5%	22 年并购长沙永康堂 10 家店
安徽省其他片区	965	439	24	230	86	340	35.2%	24 年并购合肥景天 24 家店， 23 年并购安徽为百姓 128 家 店，23 年并购安徽恒舟一家人 102 家店，22 年并购安徽元初 59 家店，22 年并购泾县江南 27 家店
甘肃宁夏省片区	786	537			3	3	0.4%	22 年并购康乐百家康 3 家店
内蒙古自治区片区	590	305			39	39	6.6%	22 年并购白城同泰 39 家店
陕西省片区	608	383						
江苏省常州片区	147	92	6			6	4.1%	24 年并购常州大业 6 家店
江苏省南通片区	261	150			25	25	9.6%	22 年并购江苏普泽 25 家店
山西省运城片区	249	128						
江苏省扬州片区	196	142			9	9	4.6%	22 年并购扬州恒誉 9 家店
江苏省江阴片区	159	110						
河南省片区	236	182						
湖北省片区	202	179						
江苏省镇江片区	52	19						
安徽省巢湖片区	168	83						
江苏省无锡片区	164	115	10			10	6.1%	24 年并购无锡万丰、无锡市万 佳来康等 10 家店
山东省临沂片区	307	160		101		101	32.9%	23 年并购山东春天 101 家店
江苏省昆山片区	74	23						
江苏省泰州片区	152	89			20	20	13.2%	22 年并购兴化楚水 20 家店
广西壮族自治区片区	534	492						
天津市片区	321	302						
内蒙古赤峰片区	335	101						
湖南怀化片区	1,045	303			799	799	76.5%	22 年并购怀仁大健康 799 家店

综上所述，公司按地区分类商誉资产组合具有合理性，资产组较收购时未发生变更，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

(3) 分地区分别补充披露各商誉资产组合中并购形成门店、自建门店报告期收入利润等主要经营数据、同比变化情况、减值测试的具体过程和参数，说明按地区分类的商誉组合减值测试过程是否合理，减值准备计提的充分性。

1.1 各商誉资产组合中并购形成门店、自建门店报告期收入利润等主要经营数据、同比变化情况如下

单位：人民币万元

商誉片区[注]	并购店					
	24 年收入	24 年税前利润	23 年收入	23 年税前利润	收入同比	税前利润同比
湖南省片区	116,601	15,398	124,347	15,123	-6.2%	1.8%
安徽省其他片区	74,772	8,686	71,567	6,705	4.5%	29.5%
甘肃宁夏省片区	68,478	9,889	76,921	10,778	-11.0%	-8.3%
内蒙古自治区片区	50,270	8,409	50,143	7,426	0.3%	13.2%
陕西省片区	48,120	8,922	48,905	7,465	-1.6%	19.5%
江苏省常州片区	18,277	3,395	19,087	3,018	-4.2%	12.5%
江苏省南通片区	53,758	9,050	58,457	9,616	-8.0%	-5.9%
山西省运城片区	26,397	3,977	29,290	4,216	-9.9%	-5.7%
江苏省扬州片区	31,002	3,826	33,280	4,193	-6.8%	-8.8%
江苏省江阴片区	15,775	2,922	18,284	3,115	-13.7%	-6.2%
河南省片区	9,862	1,193	12,110	1,326	-18.6%	-10.0%
湖北省片区	8,199	1,569	8,894	1,372	-7.8%	14.4%
江苏省镇江片区	7,185	1,319	8,784	1,607	-18.2%	-18.0%
安徽省巢湖片区	11,736	1,727	13,429	2,102	-12.6%	-17.8%
江苏省无锡片区	12,206	2,375	14,890	2,781	-18.0%	-14.6%
山东省临沂片区	23,104	3,783	18,504	2,931	24.9%	29.1%
江苏省昆山片区	10,605	1,584	13,125	2,053	-19.2%	-22.9%
江苏省泰州片区	13,372	2,091	15,372	2,363	-13.0%	-11.5%
广西壮族自治区片区	6,619	712	7,050	511	-6.1%	39.5%
天津市片区	4,213	326	5,174	526	-18.6%	-38.1%
内蒙古赤峰片区	33,054	5,858	36,966	7,084	-10.6%	-17.3%
湖南怀化片区	118,230	16,505	134,320	18,625	-12.0%	-11.4%

单位：人民币万元

商誉片区[注]	自建店							
	24 年末 店数	24 年收入	24 年税前 利润	23 年末 店数	23 年收入	23 年税 前利润	收入同 比	税前利 润同比
湖南省片区	1593	348,244	31,950	1433	336,978	34,699	3.3%	-7.9%
安徽省其他片区	439	41,289	1,427	378	43,118	1,574	-4.2%	-9.4%
甘肃宁夏省片区	537	68,768	3,537	445	66,430	5,146	3.5%	-31.3%
内蒙古自治区片区	305	26,838	3,336	267	21,699	2,056	23.7%	62.2%
陕西省片区	383	84,603	7,679	292	80,527	7,999	5.1%	-4.0%
江苏省常州片区	92	10,994	1,153	68	11,759	1,741	-6.5%	-33.8%
江苏省南通片区	150	17,269	2,264	112	13,765	1,799	25.5%	25.9%
山西省运城片区	128	11,657	710	104	9,355	569	24.6%	24.9%
江苏省扬州片区	142	30,909	3,192	118	27,380	3,130	12.9%	2.0%
江苏省江阴片区	110	13,820	123	92	10,720	-78	28.9%	257.1%
河南省片区	182	25,180	1,234	188	26,666	998	-5.6%	23.7%
湖北省片区	179	44,167	4,276	171	47,494	2,036	-7.0%	110.1%
江苏省镇江片区	19	2,158	101	24	2,911	313	-25.9%	-67.8%
安徽省巢湖片区	83	7,345	400	76	6,921	368	6.1%	8.8%
江苏省无锡片区	115	13,104	343	85	7,975	161	64.3%	112.4%
山东省临沂片区	160	16,276	-89	151	15,220	653	6.9%	-113.6%
江苏省昆山片区	23	2,709	74	24	3,605	339	-24.9%	-78.2%
江苏省泰州片区	89	9,379	468	79	8,004	478	17.2%	-2.1%
广西壮族自治区片区	492	76,483	4,041	456	79,773	4,719	-4.1%	-14.4%
天津市片区	302	65,231	3,261	242	70,223	6,017	-7.1%	-45.8%
内蒙古赤峰片区	101	7,940	439	88	5,604	457	41.7%	-4.0%
湖南怀化片区	303	14,257	-858	191	6,315	-1,303	125.8%	34.1%

单位：人民币万元

商誉片区[注]	自建店+并购店					
	24 年收入	24 年税前 利润	23 年收入	23 年税前 利润	收入同比	税前利润 同比
湖南省片区	464,845	47,348	461,326	49,823	0.8%	-5.0%
安徽省其他片区	116,061	10,112	114,685	8,279	1.2%	22.1%
甘肃宁夏省片区	137,245	13,426	143,351	15,924	-4.3%	-15.7%
内蒙古自治区片区	77,108	11,744	71,842	9,483	7.3%	23.9%
陕西省片区	132,722	16,601	129,432	15,464	2.5%	7.4%
江苏省常州片区	29,271	4,548	30,846	4,759	-5.1%	-4.4%
江苏省南通片区	71,028	11,314	72,222	11,415	-1.7%	-0.9%
山西省运城片区	38,054	4,687	38,645	4,785	-1.5%	-2.0%
江苏省扬州片区	61,911	7,017	60,661	7,323	2.1%	-4.2%
江苏省江阴片区	29,595	3,044	29,004	3,037	2.0%	0.2%
河南省片区	35,042	2,428	38,776	2,324	-9.6%	4.5%
湖北省片区	52,366	5,846	56,388	3,407	-7.1%	71.6%

商誉片区[注]	自建店+并购店					
	24 年收入	24 年税前利润	23 年收入	23 年税前利润	收入同比	税前利润同比
江苏省镇江片区	9,344	1,420	11,696	1,921	-20.1%	-26.1%
安徽省巢湖片区	19,082	2,127	20,350	2,470	-6.2%	-13.9%
江苏省无锡片区	25,310	2,717	22,865	2,942	10.7%	-7.6%
山东省临沂片区	39,380	3,694	33,724	3,584	16.8%	3.1%
江苏省昆山片区	13,313	1,658	16,730	2,392	-20.4%	-30.7%
江苏省泰州片区	22,751	2,559	23,376	2,841	-2.7%	-9.9%
广西壮族自治区片区	83,102	4,754	86,823	5,230	-4.3%	-9.1%
天津市片区	69,444	3,587	75,398	6,543	-7.9%	-45.2%
内蒙古赤峰片区	40,994	6,297	42,570	7,541	-3.7%	-16.5%
湖南怀化片区	132,488	15,647	140,635	17,322	-5.8%	-9.7%

[注]宁夏健康片区、山西健康片区和药简单不涉及自建店和并购店，未列示相关数据。

根据上表数据可知，并购店（通常不含新店）业绩受各地医药零售相关政策影响，坪效同比下降，导致同店收入同比下降。但因各地政策不同，对收入的影响程度不同。公司采取相关措施提升店铺毛利率，而店铺费用存在一定刚性，导致不同片区的门店 24 年和 23 年的税前利润同比存在差异（安徽省其他片区和山东省临沂片区收入和税前利润 24 年同比上升主要系受 23 年门店并购的影响，部分门店的 23 年业绩自并购后开始计算，非完整年度业绩）。

自建店虽同样受相关政策影响，但与并购店不同（根据统计口径，并购店店数相对稳定，不存在新增店数），自建店包含新店，存在新店对业绩的影响。而新店存在业绩提升周期（新店首次盈利周期为 10 个月左右。开业时间在 1 年左右的店均收入同比增长均值为 150%-170%）。受自建新店店数、开业时间及自建店不同店龄的成长周期影响，自建店业绩表现与并购店存在差异。

公司在收购时，收购对价的确定主要参考企业价值评估的收益法的评估结果。在连锁药店行业的收益法评估模型中，对资产组未来现金流量的预测时，通常包含收购门店的预计未来现金流流入以及收购门店与其所在管理片区现有门店形成协同效应并实现门店规模扩张所带来的增量现金流预期。即通过企业合并取得的商誉在取得日就已经分摊到了预计能从合并的协同效益中受益的资产组，该资产组的预计未来现金流考虑了管理层未来在所在管理片区范围内进行自建扩张所产生效益的合理预期。并购店与自建店均为商誉及商誉资产组的组成部分，商誉减值测试过程使用的相关参数如收入增长率是结合片区自建及并购门店的历史运情况和片区门店自建扩张情况的业务发展规划等综合确定的。

1.2 各商誉资产组减值测试的具体过程和参数如下：

1.2.1 商誉减值测试中使用的主要关键性假设

公司根据资产组组合的认定标准，将商誉分摊到按经营片区划分的 25 个资产组组合，按照预计未来现金流量的现值确定资产组组合的可收回金额，并邀请第三方资产评估机构-中瑞世联资产评估集团有限公司对每一个资产组组合的商誉执行减值测试并出具商誉减值测试评估报告，2024 年 12 月 31 日商誉减值测试中使用主要关键性假设如下：

(a) 预测期收入增长率：管理层根据各个资产组组合所在地区的市场情况、产品结构、业务发展及历史收入增长率来确定各个资产组组合在预计未来现金流中的预测期收入增长率。预测期内总体增长率和历史三年平均增长率接近，并呈现平稳下降，预测期最后一两年的增长率接近永续增长率。

(b) 稳定期收入增长率：采用中国的长期通货膨胀率作为稳定期增长率的最佳估计值。

(c) 毛利率:管理层根据各个资产组和资产组组合所在地区的市场情况、产品结构、业务发展及历史毛利率来确定各个资产组组合在预计未来现金流中的预测期毛利率。管理层在现金流预测中使用的毛利率和历史实际毛利率水平接近。

(d) 折现率:采用加权平均资本成本模型计算评估基准日折现率,该折现率的计算主要受无风险回报率、市场风险溢价、资本结构以及债务成本等多重因素影响。资产组组合的税前折现率维持在 10.69%-12.50%的范围。

1.2.2 整体资产组或资产组组合账面价值

单位：人民币元

资产组名称	归属于母公司股东的 商誉账面价值	归属于少数股东的 商誉账面价值	全部商誉账面价值	资产组或资产组 组合内其他资产 账面价值	包含商誉的资产 组或资产组组合 账面价值
湖南省片区	568,880,865	21,640,656	590,521,521	959,325,681	1,549,847,202
安徽省其他片区	813,551,204	33,215,607	846,766,811	400,541,906	1,247,308,717
甘肃宁夏省片区	343,798,301	156,818,729	500,617,030	324,171,136	824,788,166
内蒙古自治区片区	274,462,516	226,841,419	501,303,935	103,947,991	605,251,926
陕西省片区	221,741,734	113,403,640	335,145,374	316,985,070	652,130,444
江苏省常州片区	205,858,866	7,618,192	213,477,058	83,795,674	297,272,732
江苏省南通片区	193,510,876	98,757,288	292,268,164	158,095,781	450,363,945
山西省运城片区	145,514,810	110,216,190	255,731,000	77,280,647	333,011,647
江苏省扬州片区	129,307,171	61,822,672	191,129,843	121,979,949	313,109,792
江苏省江阴片区	104,406,459	56,850,838	161,257,297	80,667,916	241,925,213
河南省片区	83,906,933	-	83,906,933	89,519,700	173,426,633
湖北省片区	68,255,187	-	68,255,187	97,804,267	166,059,454
江苏省镇江片区	63,759,359	31,644,205	95,403,564	20,976,656	116,380,220
安徽省巢湖片区	63,609,630	38,455,126	102,064,756	56,400,676	158,465,432
江苏省无锡片区	61,017,544	23,741,627	84,759,171	84,845,168	169,604,339
山东省临沂片区	155,590,787	98,506,606	254,097,393	92,384,556	346,481,949
江苏省昆山片区	59,658,890	57,319,326	116,978,216	40,970,025	157,948,241
江苏省泰州片区	111,374,568	50,801,056	162,175,624	66,325,079	228,500,703
广西壮族自治区片区	34,866,132	-	34,866,132	269,645,863	304,511,995
天津市片区	26,238,373	-	26,238,373	178,840,767	205,079,140
内蒙古赤峰片区	594,799,828	-	594,799,828	66,680,952	661,480,780
宁夏健康片区	34,627,634	-	34,627,634	10,157,902	44,785,536
山西健康片区	14,150,943	-	14,150,943	4,619,985	18,770,928
湖南怀化片区	1,492,257,067	468,146,280	1,960,403,347	437,209,710	2,397,613,057
药简单	7,987,199	5,324,799	13,311,998	982,399	14,294,397

1.2.3 预计未来现金净流量的现值及具体参数

单位：人民币元

资产组名称	预测期间	预测期营业收入增长率	预测期利润率	预测期净利润	稳定期间	稳定期营业收入增长率	稳定期利润率	稳定期净利润	折现率	预计未来现金净流量的现值
湖南省片区	2025 年-2029 年	2%-4%	4.1%-5.0%	19,778 万-26,147 万	2030 年至永续期	1.80%	4.37%	24,012 万元	12.32%	1,762,000,000
安徽省其他片区	2025 年-2029 年	3%-6%	1.9%-5.2%	2,631 万-8,558 万	2030 年至永续期	1.80%	4.50%	7,596 万元	11.35%	1,352,000,000
甘肃宁夏省片区	2025 年-2029 年	1%-3%	4.3%-5.7%	6,848 万-10,063 万	2030 年至永续期	1.80%	4.52%	8,179 万元	12.11%	1,015,000,000
内蒙古自治区片区	2025 年-2029 年	2%	5.8%-6.4%	7,039 万-8,137 万	2030 年至永续期	1.80%	5.77%	7,735 万元	10.83%	739,000,000
陕西省片区	2025 年-2029 年	2%	4.0%-4.5%	6,797 万-8,185 万	2030 年至永续期	1.80%	3.84%	7,150 万元	10.84%	850,000,000
江苏省常州片区	2025 年-2029 年	2%-3%	6.9%-8.5%	2,096 万-2,810 万	2030 年至永续期	1.80%	7.16%	2,412 万元	11.93%	323,000,000
江苏省南通片区	2025 年-2029 年	3%-5%	3.8%-4.5%	3,388 万-4,614 万	2030 年至永续期	1.80%	4.14%	4,329 万元	11.94%	505,000,000
山西省运城片区	2025 年-2029 年	2%-5%	5.3%-6.1%	2,391 万-3,064 万	2030 年至永续期	1.80%	5.49%	2,828 万元	11.92%	350,000,000
江苏省扬州片区	2025 年-2029 年	0%-3%	3.3%-4.1%	2,021 万-2,790 万	2030 年至永续期	1.80%	3.52%	2,474 万元	11.84%	380,000,000
江苏省江阴片区	2025 年-2029 年	2%-3%	5.2%-6.3%	1,580 万-2,088 万	2030 年至永续期	1.80%	5.27%	1,789 万元	11.96%	255,000,000
河南省片区	2025 年-2029 年	2%	1.3%-2.8%	512 万-1,171 万	2030 年至永续期	1.80%	1.94%	831 万元	11.68%	191,000,000
湖北省片区	2025 年-2029 年	2%	1.9%-2.4%	1,182 万-1,552 万	2030 年至永续期	1.80%	1.70%	1,165 万元	12.09%	207,000,000
江苏省镇江片区	2025 年-2029 年	1%-3%	5.0%-6.6%	471 万-690 万	2030 年至永续期	1.80%	5.16%	548 万元	11.95%	76,000,000
安徽省巢湖片区	2025 年-2029 年	2%	4.5%-5.2%	874 万-1,105 万	2030 年至永续期	1.80%	4.34%	933 万元	11.78%	165,000,000
江苏省无锡片区	2025 年-2029 年	4%-9%	1.9%-5.1%	513 万-1,819 万	2030 年至永续期	1.80%	4.47%	1,635 万元	11.79%	189,000,000
山东省临沂片区	2025 年-2029 年	4%-8%	2.2%-5.6%	946 万-3,024 万	2030 年至永续期	1.80%	5.18%	2,846 万元	11.62%	378,000,000
江苏省昆山片区	2025 年-2029 年	2%-3%	4.9%-5.9%	786 万-1,040 万	2030 年至永续期	1.80%	5.16%	933 万元	11.94%	128,000,000
江苏省泰州片区	2025 年-2029 年	3%-5%	6.2%-7.6%	1,448 万-2,073 万	2030 年至永续期	1.80%	6.65%	1,838 万元	11.90%	247,000,000

资产组名称	预测期间	预测期营业收入增长率	预测期利润率	预测期净利润	稳定期间	稳定期营业收入增长率	稳定期利润率	稳定期净利润	折现率	预计未来现金净流量的现值
广西壮族自治区片区	2025 年-2029 年	2%	1.7%-2.7%	1,789 万-3,099 万	2030 年至永续期	1.80%	1.65%	1,929 万元	11.01%	344,000,000
天津市片区	2025 年-2029 年	2%-4%	1.0%-2.2%	840 万-2,013 万	2030 年至永续期	1.80%	1.44%	1,369 万元	12.50%	189,000,000
内蒙古赤峰片区	2025 年-2029 年	4%-12%	7.3%-9.9%	3,762 万-6,699 万	2030 年至永续期	1.80%	9.22%	6,381 万元	10.69%	705,000,000
宁夏健康片区	2025 年-2029 年	2%	3.7%-4.0%	771 万-805 万	2030 年至永续期	1.80%	3.46%	751 万元	10.78%	92,000,000
山西健康片区	2025 年-2029 年	3%	0.9%-1.6%	92 万-184 万	2030 年至永续期	1.80%	1.55%	179 万元	11.75%	20,000,000
湖南怀化片区	2025 年-2029 年	3%-4%	7.3%-8.0%	12,991 万-16,161 万	2030 年至永续期	1.80%	7.53%	15,577 万元	10.85%	2,332,000,000
药简单	2025 年-2029 年	2%-18%	30.5%-31.9%	1,820 万-2,344 万	2030 年至永续期	1.80%	31.65%	2,378 万元	10.69%	281,000,000

1.2.4 商誉减值损失的计算

单位：人民币元

资产组名称	包含商誉的资产组或资产组组合账面价值	可收回金额	整体商誉减值准备	归属于母公司股东的商誉减值准备	以前年度已计提的商誉减值准备	本年度商誉减值损失
天津市片区	214,508,808	189,000,000	25,508,808	25,508,808	9,429,668	16,079,140
湖南怀化片区	2,397,613,057	2,332,000,000	65,613,057	49,944,594		49,944,594
江苏省昆山片区	157,948,241	128,000,000	29,948,241	15,273,603		15,273,603
江苏省镇江片区	116,380,220	76,000,000	40,380,220	26,247,143		26,247,143
湖南省片区	1,549,847,202	1,762,000,000				
安徽省其他片区	1,247,308,717	1,352,000,000				
甘肃宁夏省片区	824,788,166	1,015,000,000				
内蒙古自治区片区	605,251,926	739,000,000				
陕西省片区	652,130,444	850,000,000				
江苏省常州片区	297,272,732	323,000,000				
江苏省南通片区	450,363,945	505,000,000				
山西省运城片区	333,011,647	350,000,000				
江苏省扬州片区	313,109,792	380,000,000				
江苏省江阴片区	241,925,213	255,000,000				
河南省片区	173,426,633	191,000,000				
湖北省片区	166,059,454	207,000,000				
安徽省巢湖片区	158,465,432	165,000,000				
江苏省无锡片区	169,604,339	189,000,000				
山东省临沂片区	346,481,949	378,000,000				
江苏省泰州片区	228,500,703	247,000,000				
广西壮族自治区片区	304,511,995	344,000,000				
内蒙古赤峰片区	661,480,780	705,000,000				
宁夏健康片区	44,785,536	92,000,000				
山西健康片区	18,770,928	20,000,000				
药简单	14,294,397	281,000,000				

根据企业会计准则，公司从收购的协同效应中受益的是以片区划分的管理单元，从而应将一个片区包括的所有零售门店作为资产组组合进行商誉减值测试，该等处理符合企业会计准则要求。

综上所述，按地区分类的商誉组合减值测试过程符合企业会计准则的要求，公司商誉减值测算过程具有合理性，2024 年减值准备计提的金额充分。

（二）会计师回复

我们按照中国注册会计师审计准则的相关规定对老百姓大药房 2024 年度的财务报表进行了审计，旨在对老百姓大药房 2024 年度的财务报表整体发表审计意见。

在对老百姓大药房 2024 年度的财务报表审计中，我们针对营业收入及商誉的减值测试执行了以下审计程序：

- （1）了解、评估并测试了管理层与商誉减值评估相关的内部控制；
- （2）了解管理层对资产组或资产组组合认定的依据，结合老百姓大药房连锁股份有限公司经营活动的管理模式评价其合理性；
- （3）了解管理层聘请的第三方评估机构的情况，评估其独立性、专业素质和胜任能力；
- （4）邀请内部评估专家协助我们评估管理层采用的商誉减值测试方法及减值测试中使用的关键参数，包括折现率以及永续增长率等；
- （5）复核现金流量预测所采用的未来年度销售收入以及经营业绩，并与相关资产组或资产组组合的历史经营业绩进行比较，尤其是未来销售增长率、预计毛利率、相关费用等；
- （6）对减值测试所使用的关键假设执行敏感性测试和分析；
- （7）复核管理层对商誉减值相关披露的充分性；
- （8）对比 2024 年及 2023 年零售收入情况，按地区、月度对收入及毛利率进行分析性复核，并获取管理层对于毛利率异常变动的解释和说明；
- （9）获取公司 2024 年零售门店业务数据，对公司 2024 年零售门店的销售数据进行分析；

基于我们为老百姓大药房 2024 年度的财务报表整体发表审计意见执行的审计工作以及在问询回复过程中执行的核查工作，我们认为：

1、公司受门店坪效逐年下降以及门店经营面积增长有限的影响，营收增速放缓，净利润下滑；报告期公司通过业务策略调整 and 成本控制、库存效率提升等措施提升毛利率，但因受门店费用的必要支出，新店费用导致公司 2024 年净利润同比下滑，公司对营收及盈利情况相关说明与我们了解到的信息一致；

2、报告期内商誉及商誉资产组的并购门店数量及比重与我们在执行审计及核查工作中获得的资料 and 了解到的信息一致；公司按照片区分类商誉资产组的主要原因是并购门店与片区其他门店在经营模式、销售模式、采购模式及管理体系等方面形成协同效应。报告期，公司对商誉减值测试的资产组组合认定和以前年度未发生变化，公司针对有协同效应的资产组组合进行商誉减值测试符合《企业会计准则》的相关规定；

3、公司根据资产组组合的认定标准，将商誉分摊到按经营片区划分的 25 个资产组组合，按照预计未来现金流量的现值确定资产组组合的可收回金额，并邀请第三方资产评估机构-中瑞世联资产评估集团有限公司对每一个资产组组合的商誉执行减值测试并出具商誉减值测试评估报告。我们复核了商誉减值测试中使用的主要关键假设，未发现明显不合理的情况。报告期，公司商誉减值准备的计提合理。

二、关于批发业务。年报显示，公司 2024 年营业收入 223.58 亿元，同比下滑 0.36%；其中，“加盟、联盟及分销业务”的营业收入为 31.05 亿元，同比增长 5.92%，毛利率 13.06%，而同行业公司加盟及分销业务（或批发业务）的毛利率普遍为 7%至 10%左右。

请公司：（1）补充披露“加盟、联盟、分销业务”中各细分业务的经营主体、业务模式、盈利模式、收入利润规模、毛利率水平，并列示各细分板块前十大客户的名称、交易金额、交易背景、合作年限、关联关系情况；（2）分析各细分业务的成本及费用构成，并结合销售定价、业务模式说明各细分业务毛利率水平与同行业公司是否存在差异及其原因、合理性。请年审会计师发表意见。

（一）公司回复：

（1）补充披露“加盟、联盟、分销业务”中各细分业务的经营主体、业务模式、盈利模式、收入利润规模、毛利率水平，并列示各细分板块前十大客户的名称、交易金额、交易背景、合作年限、关联关系情况；

1.1 加盟业务

加盟业务的经营主体为老百姓健康药房集团连锁有限公司。

公司坚持“总部管理专家”和“药店经营管家”的角色定位，通过实行“七统一”（统一品牌标识、统一管理制度、统一信息系统、统一人员培训、统一采购配送、统一财务管理、统一药学服务标准），高标准管理和推出小店发展模型，商品 100%配送，保障加盟店的质量、效率和产出。同时，公司运用强大的品牌影响力、专业的运营管理能力、先进数字化和新零售实力全面赋能加盟店。加盟业务主要利润来源为配送购销差价。同时，公司会向加盟商收取加盟费及管理费。

其 24 年度前十大客户明细如下：

单位：人民币万元

前十大客户	24 年度销售 额	交易背景	合作开始 时间	关联关系
客户 A	1,443	加盟配送	2023-09	无关联关系
客户 B	447	加盟配送	2020-03	无关联关系
客户 C	396	加盟配送	2016-07	无关联关系
客户 D	370	加盟配送	2023-05	无关联关系
客户 E	321	加盟配送	2020-02	无关联关系
客户 F	319	加盟配送	2020-01	无关联关系
客户 G	298	加盟配送	2017-11	无关联关系
客户 H	295	加盟配送	2016-06	无关联关系
客户 I	291	加盟配送	2017-07	无关联关系
客户 J	291	加盟配送	2019-08	无关联关系

1.2 联盟业务

联盟业务的经营主体为湖南药简单科技有限公司。

联盟业务定位于“第三方综合赋能服务平台”，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，借助平台优势，共享内外资源，降低采购与运营成本，助力联盟企业提升经营质量与效率。联盟业务主要利润来源为配送购销差价等。

其 24 年度前十大客户明细如下：

单位：人民币万元

前十大客户	24 年度销售额	交易背景	合作年限	关联关系
客户 A	1,186	购销协议	2023/4-2025/12	无关联关系
客户 B	828	购销协议	2022/9-2025/12	无关联关系
客户 C	798	购销协议	2019/1-2025/12	无关联关系
客户 D	835	购销协议	2022/11-2025/12	无关联关系
客户 E	811	购销协议	2022/4-2025/12	无关联关系
客户 F	675	购销协议	2023/12-2025/12	无关联关系
客户 G	607	购销协议	2018/12-2025/12	无关联关系
客户 H	566	购销协议	2022/7-2025/12	无关联关系
客户 I	529	购销协议	2020/10-2025/12	无关联关系
客户 J	473	购销协议	2023/10-2025/12	无关联关系

1.3 分销业务

分销业务的经营主体为丰沃达医药物流（湖南）有限公司、湖南名裕龙行医药销售有限公司及公司具有药品批发资质的孙、子公司等。

为充分利用现有医药物流配送平台及发挥商品优势，公司在专注于拓展医药零售业务基础上，拓展对外医药批发业务。公司根据自身情况及客户需求，与其洽谈销售商品意向。根据客户业务及资信状况协商确定销售商业条款，并利用公司现有采购及物流系统进行商品采购和配送，完成商品批发销售。批发业务主要利润来源为商品购销差价等。

公司分销业务综合毛利率维持在 4%左右。

其 24 年度前十大客户明细如下：

单位：人民币万元

客户名称	销售额	交易背景	合作开始时间	关联关系
客户 A	7,046	分销业务	2024-5	非关联方
客户 B	5,768	分销业务	2020-4	本公司董事长控制
客户 C	4,801	分销业务	2017-11	非关联方
客户 D	4,786	分销业务	2021-1	非关联方
客户 E	4,574	分销业务	2023-5	非关联方
客户 F	4,126	分销业务	2020-3	非关联方
客户 G	3,560	分销业务	2017-11	非关联方
客户 H	3,529	分销业务	2024-6	本公司联营企业
客户 I	3,070	分销业务	2018-3	非关联方
客户 J	2,747	分销业务	2018-12	非关联方

(2) 分析各细分业务的成本及费用构成，并结合销售定价、业务模式说明各细分业务毛利率水平与同行业公司是否存在差异及其原因、合理性。

1.1 加盟业务及联盟业务费用构成如下：

1.1.1 销售费用

单位：人民币万元

项 目	加盟业务	联盟业务
工资、奖金、社保及员工福利	3,588.14	1,220.73
业务推广费	812.95	15.91
房租费	-	16.27
折旧及摊销	59.66	0.81
水电费	56.92	0.29
办公及网络	13.82	5.30
物管及修理费	7.92	0.17
收款平台服务费	2.42	-
其他	16.32	237.44
合 计	4,558.17	1,496.91

1.1.2 管理费用

单位：人民币万元

项 目	加盟业务	联盟业务
工资、奖金、社保及员工福利	9,727.19	574.72
专业服务费	2,097.94	-
差旅费	1,105.89	16.26
折旧及摊销	955.20	12.77
办公及水电	479.10	17.42
业务招待费	131.25	18.94
企划费	1.42	0.90
其他	598.74	22.09
合 计	15,096.73	663.10

批发业务因具有批发配送资质的相关公司同时承担公司及子公司间的内部配送和外部客商配送，相关费用无法单独拆分属于外部配送部分，无法单独进行费用分析。

经查询公开市场信息，同行业公司均未单独披露加盟业务和批发业务的毛利率及相关费用情况，对比可比公司年报中含加盟与分销的收入成本数据如下表所示：

单位：人民币万元

公 司	项 目	2022 年	2023 年	2024 年
益丰药房 [注]	营业收入	135,929	189,248	210,708
	营业成本	123,055	171,531	194,101
	毛利率	9.47%	9.36%	7.88%
大参林 [注]	营业收入	153,861	342,279	394,036
	营业成本	136,600	303,817	350,008
	毛利率	11.22%	11.24%	11.17%
老百姓	营业收入	245,019	293,099	310,457

	营业成本	214,412	258,984	269,902
	毛利率	12.49%	11.64%	13.06%

注：益丰药房和大参林均披露为加盟及分销业务。

公司加盟、联盟及分销业务毛利率略高于益丰药房和大参林，主要原因系

(a) 公司自 2015 年一直致力于加盟业务的发展。加盟业务布局早且相关服务体系完善，具有较好的业务基础。

(b) 公司加盟、联盟及分销业务均由公司具有批发资质的子公司进行统一配送，与自身零售业务一并由相关配送公司根据配送量等依据，计算的应分配的返利及相关营销服务费收入等。所以，公司披露的加盟、联盟及分销业务毛利已包含前述相关毛利。

(c) 毛利率与产品销售结构及产品成本控制相关。

益丰药房和大参林均未单独公开加盟业务和批发业务的毛利率，无法对细分业务的毛利率差异进行同行业对比。

（二）会计师回复

我们按照中国注册会计师审计准则的相关规定对老百姓大药房 2024 年度的财务报表进行了审计，旨在对老百姓大药房 2024 年度的财务报表整体发表审计意见。

在对老百姓大药房 2024 年度的财务报表审计中，我们针对批发收入与成本主要执行了以下审计程序：

（1）了解与批发收入与成本确认相关的流程与内部控制，执行穿行测试确认内部控制设计是否合理，执行控制测试确认内部控制运行的有效性；

（2）对重要的销售合同进行审阅，评价收入确认的方法是否恰当；

（3）对选定的批发客户执行背景调查、关联关系核查以及实地走访程序；

（4）抽样对批发客户应收账款执行函证程序；

（5）对 2024 年和 2023 年按月度的销售收入及毛利率进行分析性复核，并取得管理层对于变化异常项的合理性分析；

（6）对运费和批发收入的匹配性执行分析性复核程序；

（7）执行截止性测试，检查其签收单、发票或其他收入确认相关的支持性文件；

（8）对收入执行细节测试；

（9）对营业成本执行细节测试。

基于我们为老百姓大药房 2024 年度的财务报表整体发表审计意见执行的审计工作以及在问询回复过程中执行的核查工作，我们认为：

1、批发业务的经营主体、业务模式、盈利模式、收入规模及毛利率水平，以及与前十大批发业务客户交易背景、关联关系及交易金额与我们在执行审计及核查工作中了解到的信息一致；

2、报告期公司批发业务的毛利率水平略高于同行业可比公司含加盟与分销业务的毛利率水平，公司有关批发业务的毛利率不存在明显不合理之处，与我们在执行审计及核查工作中了解到的信息一致。报告期，公司的分销、加盟及联盟的成本构成主要为药品成本，费用构成主要为人工费用，与我们在执行审计及核查工作中了解到的信息一致。

三、关于预付款与其他应收款。年报显示，2024 年一至四季度末预付款余额分别为 1.76 亿元、2.01 亿元、2.16 亿元、1.7 亿元，季节性变化明显。此外，公司其他应收款规模较大，2024 年末余额为 2.65 亿元，32%的应收款账龄为 1 年以上，其中“应收第三方款项”的期末余额为 8,927.8 万元。

请公司：（1）列示 2024 年前十大预付款发生额对象的名称、交易金额、交易背景、预付比例、发货情况、关联关系情况，结合业务模式、结算模式说明公司预付款余额季节性变化的原因，并对比同行业公司说明预付款规模及比例的合理性与必要性，是否存在预付资金流向控股股东及关联方的情况；（2）列示期末余额前十大其他应收款对象的名称、交易金额、交易背景、回款情况、账龄、关联关系情况，应收第三方款项的形成原因、分类依据，是否存在其他应收款流向控股股东及关联方的情况。请年审会计师发表意见。

（一）公司回复：

（1）列示 2024 年前十大预付款发生额对象的名称、交易金额、交易背景、预付比例、发货情况、关联关系情况，结合业务模式、结算模式说明公司预付款余额季节性变化的原因，并对比同行业公司说明预付款规模及比例的合理性与必要性，是否存在预付资金流向控股股东及关联方的情况；

1.1 2024 年前十大预付款发生额对象如下：

单位：人民币万元

公 司	交易金 额	期末余 额	交易背景	预付 比例	采购品种	发货情况	关联 关系 情况
湖南启迪药业营销有限公司	11,352	1,587	预付货款，对方要求预付 100%货款	100%	古汉养生精口服液等	截至本回复公告日已全部到货	非关联方
杭州民生健康药业股份有限公司	2,573	900	预付货款，对方要求预付 100%货款	100%	多维元素片(21)等	截至本回复公告日已全部到货	非关联方
云南白药集团股份有限公司	4,595	709	预付货款，对方要求预付 100%货款	100%	蒲地蓝消炎片、黄连上清片、妇炎康片、血塞通分散片、小柴胡颗粒、伤风停胶囊等	截至本回复公告日已全部到货	非关联方
福建片仔癀健康产业有限公司	8,493	576	预付货款，超授信额度部分预付 100%货款	100%	片仔癀、复方片仔癀含片、茵胆平肝胶囊、安宫牛黄丸等	截至本回复公告日已全部到货	非关联方
海南博生元医药有限公司	496	496	预付货款，对方要求预付 100%货款	100%	麒麟丸(浓缩丸)、金凤丸、嫦娥加丽丸等	截至本回复公告日已全部到货	非关联方
诺和诺德(中国)制药有限公司	6,425	338	预付货款，对方要求预付 100%货款	100%	诺和益、诺和佳、诺和达、诺和灵、诺和锐	截至本回复公告日已全部到货	非关联方
吉林省北方医药有限责任公司	1,632	326	预付货款，对方要求预付 100%货款	100%	复方氨酚烷胺片、复方氨酚烷胺胶囊、咽炎片(薄膜衣片)、感冒灵颗粒等等	截至本回复公告日已全部到货	非关联方

公 司	交易金 额	期末余 额	交易背景	预付 比例	采购品种	发货情况	关联 关系 情况
广州善元堂健康科技股份有限公司	600	314	预付货款，对方要求预付 100% 货款	100%	优力盖硫酸软骨素钙咀嚼片、维生素 D 软胶囊；善元堂牌益生菌粉、鱼油软胶囊、大豆蛋白乳清蛋白粉、维生素 C 咀嚼片等	截至本回复公告日已全部到货	非关联方
宁夏德林医药有限公司	1,532	266	预付货款，对方要求预付 100% 货款	100%	舒筋健腰丸、宣肺止咳合剂、醋酸钙胶囊等	截至本回复公告日已全部到货	非关联方
广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	1,546	253	预付货款，对方要求预付 100% 货款	100%	风油精、消炎镇痛膏(盒装)、阿咖酚散等	截至本回复公告日已全部到货	非关联方

公司的采购付款模式主要为先货后款，供应商给与一定的账期（以 15 天为阶段划分，信用账期包括 15 天、30 天、45 天至 90 天，另根据供应商及 SKU（商品品规）不同，部分供应商结算采用实销月结模式）。2024 年度，公司应付账款周转天数 51 天。

1.2 2024 年度同行业预付账款余额季度变化情况如下

单位：人民币万元

公 司	项 目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
益丰药房	预付款项	12,921	14,064	14,850	30,285
	存货	373,826	376,992	389,749	452,810
	预付款项占存货比例	3.46%	3.73%	3.81%	6.69%
大参林	预付款项	18,324	22,325	22,166	18,021
	存货	434,439	428,460	420,660	412,800
	预付款项占存货比例	4.22%	5.21%	5.27%	4.37%
一心堂	预付款项	14,241	21,594	19,521	13,319
	存货	396,609	397,151	400,024	408,775
	预付款项占存货比例	3.59%	5.44%	4.88%	3.26%
老百姓	预付款项	17,616	20,137	21,641	17,039
	存货	424,442	395,762	374,131	357,354
	预付款项占存货比例	4.15%	5.09%	5.78%	4.77%

从上表看出，各家公司预付账款与存货的比例都存在季节性波动，公司预付款占存货的比例属于中间水平，比例的季度波动、预付款规模及 24 年期末余额均与同行业公司基本一致。预付账款余额及其季节性波动主要受采购情况影响，与同行业公司比较无异常情形。

经核对，公司预付账款明细及相关发生额不存在预付资金流向控股股东及关联方的情况。

对于供应商提供的独家商品或市场热销品（如杭州民生健康药业股份有限公司的多维元素片、云南白药集团股份有限公司的蒲地蓝消炎片等），公司按供应商要求，采用先款后货模式进行采购，预付比例具有商业必要性和合理性。

(2) 列示期末余额前十大其他应收款对象的名称、交易金额、交易背景、回款情况、账龄、关联关系情况，应收第三方款项的形成原因、分类依据，是否存在其他应收款流向控股股东及关联方的情况。

单位：人民币万元

公 司	交易余额	交易背景	回款情况	账龄	关联关系情况
先声再康江苏药业有限公司	2,315	应收门店处置款（应收第三方款项）	25 年已回款 592 万，剩余款项根据约定，于 25 年末收回	一至两年	非关联方
北京钱袋宝支付技术有限公司	1,841	线上平台余额	已全部回款	一年以内	非关联方
上海寻梦信息技术有限公司	1,132	线上平台余额	已全部回款	一年以内	非关联方
上海拉扎斯信息科技有限公司	1,082	线上平台余额	已全部回款	一年以内	非关联方
厦门三快在线科技有限公司	1,050	线上平台余额	已全部回款	一年以内	非关联方
湖南怀仁大健康产业集团有限公司	945	根据收购协议，需由原股东承担事项（应收第三方款项）	25 年已回款 544 万，剩余款项预计 25 年末收回	一年以内及一至两年	非关联方
北京三快在线科技有限公司	856	线上平台余额	已全部回款	一年以内	非关联方
深圳百寿健康信息技术有限公司	752	线上平台余额	已全部回款	一年以内	非关联方
北京京东世纪贸易有限公司	644	线上平台余额	已全部回款	一年以内	非关联方
网银在线（北京）科技有限公司	514	线上平台余额	已全部回款	一年以内	非关联方

综上所述，其他应收款前十大对象为线上平台余额及并购形成的应收第三方款项。公司应收第三方款项包括并购形成的应收款项等因公司经营活动产生且金额较大的应收第三方款项。

公司与控股股东及关联方无资金借贷类往来，相关关联交易情况已在定期报告中如实披露。公司不存在通过其他应收款核算控股股东及关联方资金流动的情况。不存在其他应收款流向控股股东和关联方的情况。

（二）会计师回复

我们按照中国注册会计师审计准则的相关规定对老百姓大药房 2024 年度的财务报表进行了审计，旨在对老百姓大药房 2024 年度的财务报表整体发表审计意见。

在对老百姓大药房 2024 年度的财务报表审计中，我们针对预付账款、其他应收款、及与预付账款、其他应收款相关的关联方关系情况主要执行了以下审计程序：

我们在审计过程中对预付款项执行了以下程序：

- （1）了解、评价和测试与采购流程相关的内部控制设计和运行的有效性；
- （2）获取预付账款明细与总账、报表余额核对一致，了解相关性质；
- （3）对预付款项进行函证，对于尚未回函或回函不符的预付款项执行替代性审计程序，包括但不限于获取并查看相关合同、银行回单等；
- （4）抽取大额预付款项，检查其合同、采购订单、支付预付款的银行回单及付款审批文件；
- （5）检查预付款项的期后结转情况。

我们在审计过程中对其他应收款执行了以下程序：

- （1）获取其他应收款明细与总账、报表余额核对一致，了解主要其他应收款余额的性质和交易背景；
- （2）了解被审计单位的预期信用损失计提政策，复核被审计单位账龄划分是否正确；
- （3）分析期初期末余额是否存在异常变动，是否有合理的原因解释；
- （4）对其他应收账款选取样本执行函证程序，获取第三方证据，核查其他应收款项的准确性；
- （5）检查中其他应收款在财务报告中的列报和披露。

我们在审计过程中对形成预付账款、其他应收款的手方与本公司的关联方关系情况执行了以下程序：

- （1）获取公司董监高人员清单，检查这些人员的对外投资情况，检查管理层提供的关联方清单的完整性；
- （2）将关联方清单与公司的客户/供应商清单进行核对，关注是否存在与董监高投资的公司之间的交易往来；
- （3）获取并检查与外部关联方的交易明细，对本年存在重大关联交易的金额及期末余额执行函证程序；
- （4）获取全公司的银行流水，核查银行流水交易中是否存在控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员的资金占用。
- （5）复核管理层在财务报表中对关联方相关披露。

基于我们为老百姓大药房 2024 年度的财务报表整体发表审计意见执行的审计工作以及在问询回复过程中执行的核查工作，我们认为：

1、 报告期末公司前十大预付对象的交易余额、交易背景、预付比例、发货情况、关联关系情况与我们在执行审计及核查工作中了解的信息一致。独家商品或市场热销品的供应商通常要求先款后货的模式采购，公司结合业务模式、结算模式分析各季度预付款项占存货金额比重，预付账款与存货的比例存在季节性波动，与同行业相比不存在明显异常之处的情况说明与我们在执行审计及核查工作中了解的信息一致；

2、 报告期公司前十大其他应收款的期末余额、交易背景，形成原因，回款情况，账龄及关联关系情况的说明与我们在执行审计及核查工作中了解到的信息一致；其中应收第三方款项主要为并购形成的款项等，公司不存在其他应收款流向控股股东或关联方的情况。

四、关于无形资产。年报显示，公司期末无形资产余额为 8.42 亿元（其中软件及专利权期末余额 4.49 亿元），占总资产的比例为 4%，同行业公司多数不高于 2%；同期，公司研发投入 1.36 亿元，其中资本化研发投入占比 98.52%，同行业公司的资本化比例多数在 75%以下。

请公司：（1）列示软件及专利权的具体明细，包括名称、形成或取得时间、用途、金额等，结合同行业可比公司分析说明软件及专利权规模较大的原因及合理性；（2）说明研发投入转为无形资产的确认时点、确认条件和确认依据及合理性，以及资本化比例较高的原因及合理性，与同行业公司相比是否存在较大差异，是否符合《企业会计准则》的相关规定。请年审会计师发表意见。

（一）公司回复：

（1）列示软件及专利权的具体明细，包括名称、形成或取得时间、用途、金额等，结合同行业可比公司分析说明软件及专利权规模较大的原因及合理性；

截至 24 年末，公司无形资产余额为 8.42 亿，其中：土地使用权 2.53 亿元；软件及专利权期末余额 4.49 亿元(账面原值 6.20 亿元，累计摊销 1.71 亿元)，商标权 1.39 亿元，其它 0.07 亿元。公司软件及专利明细如下：

单位：人民币万元

分 类	项 目	名 称	账面原值	其中：自研	说 明[注]
软 件	数字化智能引擎平台	商业智能平台	8,852.62	8,852.62	集数据整合、分析、可视化和决策支持于一体的平台
	数字化聚合服务平台	ERP 系统	8,465.75	6,765.64	门店核心运营系统，结合商品管理、库存管理、订单管理等服务，为门店核心业务提供精准高效的信息化赋能
	数字化应用服务平台	小程序商城	4,195.65	4,161.37	给私域用户提供老百姓线上商城，用户足不出户可通过微信小程序购买老百姓大药房各类药品商品
	企业数字化平台	远程问诊审方平台	3,818.35	3,818.35	通过门店终端，为门店顾客提供在线共享远程药师的购药咨询和问诊等服务
	数字化应用服务平台	CPMS 商采系统	3,780.47	3,737.26	为集团商品采购业务流程赋能，提供商品采购、合同、对账等服务
	数字化应用服务平台	SAP 企业管理系统	3,297.03	459.51	实现集团业务财务一体化的系统，从商品主数据，采购管理，库存管理，商品销售，财务管理，生产制造等模块满足全业务线高效管控
	数字化聚合服务平台	新零售中台	2,711.86	2,711.86	新零售全渠道业务平台，为新零售业务提供商品、价格、库存、订单、支付、物流等服务

	企业数字化平台	CRM 会员管理系统	2,471.15	1,754.71	以客户数据的管理为核心，利用信息科学技术，实现市场营销、销售、服务等活动自动化，并建立一个客户信息的收集、管理、分析、利用的系统，帮助企业实现以客户为中心的管理系统。
	数字化应用服务平台	营运平台	2,361.23	2,351.25	支持门店空间陈列、视频点检等营运服务的智能化信息平台
	企业数字化平台	人力资源管理系统	2,317.90	1,610.90	赋能于招聘、绩效、考勤、培训、薪酬、人事组织等人力资源管理各板块的数智化系统
	数字化应用服务平台	营销平台	2,139.64	2,134.68	集中管理各种营销活动的平台，与会员、POS 收银、ERP、新零售等业务系统打通，为门店和新零售业务提供全面的营销指导
	数字化应用服务平台	新零售 O2O 平台	1,858.94	1,854.51	基于新零售 O2O 业务的中台，对接各 O2O 平台，提供价格、商品、库存、订单等服务
	企业数字化平台	百姓通 APP	1,802.05	1,802.05	员工的高效移动办公平台，包括：培训、报表、考勤、人事自助、请货、调剂、拣货、来货验收、盘点、商品/库存快速查阅、离线收银、巡店等功能
	数字化聚合服务平台	POS 收银系统	1,488.76	1,475.29	通过双屏 POS 收银机和各种外设设备、POS 客户端和后台系统，为门店实现多支付方式的高效收银结算服务
	数字化应用服务平台	医保软件	1,101.47	-	为满足各级医保部门的合规检查和医保指定收银软件的收银功能，将门店进销存数据、商品信息、库存信息等信息上传或接入
		MDM 主数据平台	971.73	971.73	集中管理商品、门店、客商等业务主数据，为各种下游系统提供精准统一的主数据服务
		其他软件	10,293.82	4,450.11	
专 利		中药相关专利	144.47		
合 计			62,072.89		

[注]软件已按类别汇总，取得时间存在一定区间性。如商业智能平台，取得时间从 2020 年至 2024 年，各年均根据模块功能的实现性，从开发结转至无形资产核算。

公司软件规模较大的原因详见本回复四（2）本公司研发投入较高的原因之说明。

(2) 说明研发投入转为无形资产的确认时点、确认条件和确认依据及合理性，以及资本化比例较高的原因及合理性，与同行业公司相比是否存在较大差异，是否符合《企业会计准则》的相关规定。

1.1 公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出，只有在同时满足下列条件时，才能予以资本化，即：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出，于发生时计入当期损益。处于开发阶段的项目，在实现项目目标时，由项目组及项目需求方联合验收并提交产品验收报告。公司根据产品验收报告，将开发完成的项目结转至无形资产核算。

1.2 同行业近三年研发投入情况及资本化情况如下：

单位：人民币万元

公 司	项 目	2022 年	2023 年	2024 年
益 丰	资本化金额	3,550	3,319	3,603
	研发支出总金额	6,081	6,674	6,996
	资本化比例	58.4%	49.7%	51.5%
大 参 林	资本化金额	6,291	2,824	2,764
	研发支出总金额	13,729	10,917	7,932
	资本化比例	45.8%	25.9%	34.8%
老 百 姓	资本化金额	10,885	13,031	13,400
	研发支出总金额	11,108	13,282	13,601
	资本化比例	98.0%	98.1%	98.5%

其中：公司 24 年度研发支出明细如下：

单位：人民币万元

项 目	2024 年
研发人员薪酬	13,010
委外研发费	445
折旧摊销费用	16
其他	130
合 计	13,601

1.3 公司近三年研发支出总金额高于同行业且资本化比例较高的主要原因系：

(a) 打造科技驱动的健康服务平台，是公司的发展战略。数字化、科技化是公司的重要发展战略之一，所以公司的研发支出近年来都高于行业且取得了较好的成果。公司一直致力于信息驱动业务发展，且基于独立开发，不受外部供应商制约、自研产品与公司业务契合度高于外部采购品及确保数据安全性等思想方针，高度重视信息化产品的独立性研发。为此，公司在信息系统开发上的投入规模较大。与同行业公司比较，公司 24 年研发人员为 434 人，益丰药房和大参林分别为 323 人与 236 人，同时公司研发人员的高学历人才占比为 10%，益丰药房和大参林分别为 4%与 6%。公司研发支出总额大于同行业公司。

(b) 在可行性方面：基于发展需要，公司将企业数字化平台及新零售建设项目作为募投项目之一，向中国证监会申请非公开发行股票以筹集相关研发资金。根据中国证券监督管理委员会于 2021 年 7 月 8 日出具的《关于核准老百姓大药房连锁股份有限公司非公开发行股票的批复》(证监许可[2021]2294 号)，核准公司以非公开发行股票方式向特定投资者发行人民币普通股(A 股)39,927,820 股,发行价格为 43.59 元/股，募集资金总额为人民币 174,045 万元。其中:企业数字化平台及新零售建设项目 30,023 万元。在项目申请时，公司已对企业数字化平台及新零售建设项目进行详细的可行性分析并出具可行性分析报告。根据可行性分析报告，企业数字化平台及新零售建设项目由 4 个子项目组成，分别是数字化智能引擎平台、数字化应用服务平台、数字化聚合服务平台和企业数字化平台（对应形成的相关软件见本回复四(1)软件具体明细表格）。公司已对该项目的必要性、可行性和建设方案进行了详细的探讨及规划。

(c) 在技术、财务资源和可靠计量方面：公司已经构建了较为完善的 IT 系统，且 IT 团队具备独立开发系统及相适应的运维能力，具备快速与各线上平台及渠道系统对接开发能力，所有开发项目均独立立项、独立核算。

(d) 在有用性方面：产品需求均由业务部门直接提出，产品成果将直接用于业务部门的相关活动。

综上所述，公司判断企业数字化平台及新零售建设项目处于开发阶段，对相关研发支出予以资本化。

公司资本化率高于同行业公司的原因系公司的研发项目在近三年均处于开发阶段，与同行业公司在软件所处的研发阶段上存在差异。另外，根据公开信息显示，大参林还存在药品批文工艺验证的研发项目，其研发过程与软件研发存在差异性，也导致资本化率存在差异性。

（二）会计师回复

我们按照中国注册会计师审计准则的相关规定对老百姓大药房 2024 年度的财务报表进行了审计，旨在对老百姓大药房 2024 年度的财务报表整体发表审计意见。

在对老百姓大药房 2024 年度的财务报表审计中，我们针对无形资产和开发支出主要执行了以下审计程序：

（1）对公司信息开发部门和财务部门进行访谈，了解研发流程的关键控制，获取研发过程中和开发支出转为无形资产的审批、验收文件，检验内部控制设计和执行的有效性；

（2）获取公司研发项目清单、开发支出台账、研发人员花名册、研发部门工资表等，对本年的研发支出执行细节测试，判断开发支出归集是否准确完整，判断开发支出是否存在与其他成本费用混淆的情况；

（3）获取研发投入资本化项目清单，资本化投入金额，与信息部门各项目负责人访谈，了解针对信息系统的重大研发成果与研发进度，向管理层了解研发投入资本化的依据，并与可比公司进行比对，判断资本化时点是否合理；

（4）对本期发生的资本化研发支出项目选取样本，检查相关项目达到资本化条件的判断是否充分，检查其支持性文件、原始凭证是否齐全，判断资本化项目是否符合公司资本化政策与企业会计准则规定；

（5）获取本年开发支出转为无形资产的项目清单，了解公司研发项目实施及信息系统投入使用计划，复核转固时点准确性，获取开发支出转为无形资产相关的验收文件。

基于我们为老百姓大药房 2024 年度的财务报表整体发表审计意见执行的审计工作以及在问询回复过程中执行的核查工作，我们认为：

1、公司关于报告期内软件及专利权名称的明细及用途、应用领域等相关情况的说明与我们在执行审计及核查工作中了解到的信息一致；公司软件规模较大的主要原因是公司为了不受外部供应商制约、信息安全以及提高系统与公司业务的契合度，采用独立开发而非外购的方式研发信息系统。信息系统研发人员数量高于同行业可比公司，研发支出总额高于同行业公司，上述情况说明与我们在执行审计及核查工作中了解到的信息一致。

2、公司关于资本化比例较高的说明及分析与我们在执行审计及核查工作中了解到的信息一致；报告期内公司信息系统开发项目研发投入转为无形资产的会计处理符合《企业会计准则》的规定。经查看同行业公司公开资料，同行业公司有些还存在药品批文工艺验证类的研发项目，研发内容有所不同，资本化比例与公司存在差异的说明与我们了解的情况一致。

（此页无正文）

本说明函仅为回复上海证券交易所于 2025 年 5 月 22 日出具的《关于对老百姓大药房连锁股份有限公司 2024 年年度报告的信息披露监管问询函》之使用，不适用于其他用途。



安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）

中国 北京
2025 年 6 月 20 日