

老百姓大药房连锁股份有限公司

2026 年度“提质增效重回报” 2.0 行动方案

老百姓大药房连锁股份有限公司（以下简称“公司”）持续践行“以投资者为本”的发展理念，维护公司全体股东利益，推动公司高质量发展，基于对未来发展前景的信心和价值的认可，公司于 2026 年 8 月 20 日发布了《2026 年度“提质增效重回报” 2.0 行动方案》。

2026 年度，公司切实履行并持续评估“提质增效重回报”行动方案的具体举措，现报告如下。

一、公司经营质效概述

（一）整体经营概况

老百姓大药房致力于打造“科技驱动的健康服务平台”，是国内头部大型医药零售企业，同时也是覆盖最广、渗透最深的中国医药零售企业之一。截至 2026 年 3 月 31 日，公司门店总数达 15,001 家，覆盖全国 18 个省级市场、150 余个地级市及以上城市，其中直营门店 9,622 家，加盟门店 5,379 家。

2026 年 1 月，商务部等 9 部门发布《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》（以下简称《意见》）指出，药品零售行业是国家医药卫生事业的重要组成部分，关系人民健康和生命安全。《意见》高度认可零售药店在国家卫生健康事业的重要地位，有利于医药零售行业规范、健康、可持续发展，也是对零售药店商业和社会价值的双重重估，尤其对行业龙头构成了实质性、结构性的长期利好。

表 1 公司财务状况

经营指标	2025 年	2024 年	2023 年
营业收入（万元）	2,223,662	2,235,761	2,243,749
净利润（万元）	54,045	68,512	112,356
总资产（万元）	1,984,540	2,104,485	2,123,100
毛利率	32.30%	33.17%	32.55%

2023 年至 2025 年，公司经营规模总体保持平稳，主营业务毛利率维持在合理区间，

但受商誉及土地减值等因素影响，净利润有所下滑；公司同步优化资产结构，总资产规模略有收缩。

（二）近三年经营变动简要分析

1、门店扩张结构及经营质量改善

2024 年至今，公司实施轻量化转型，放缓重资产扩张，发力加盟与联盟模式。轻资产模式无需大额资本开支，依靠供应链配送、品牌赋能获取稳定配送及服务费收入。

同时，公司直营店单店产出持续增长，门店平效从 2025 年前三季度的 47 元/平方米提升到 2025 年全年 48 元/平方米，再到今年一季度 49.4 元/平方米，门店经营质量持续提升。

2、处方药业务及专业服务能力提升

随着公立医院处方外流、门诊统筹、双通道政策持续落地，零售药店成为承接医院处方的核心场景。公司依托全国化门店网络，布局超 3,000 家慢特病定点及双通道门店，持续强化专业化服务。截至 2025 年末，公司拥有执业药师逾 15,000 人、医保资质门店 13,411 家，统筹资质门店 4,511 家，能优先承接处方外流。

3、数智化创新及新零售业务发展

数智化能力是公司精细化运营的核心支撑，逐步释放盈利红利。供应链端，AI 智能预测精准匹配供需，提升周转率；门店运营端，覆盖医保咨询、慢病服务、会员管理场景，提升服务能力；渠道管控端，实现对加盟门店的标准化管控与经营诊断，改善加盟商经营质量；线上渠道端，数字化履约体系支撑业务增长，保持行业头部排名。2025 年公司线上渠道销售总额（含加盟）突破 31.2 亿元，同比增长 26.3%。

4、经营性现金流持续优化

公司经营性现金流持续优化，在行业整合期展现出较强的经营韧性。2023 年至 2025 年，公司经营性现金流量净额分别实现 27.30 亿元、20.26 亿元、31.34 亿元，同比增长 17.95%、-25.77%、55.08%（年均复合增长率 10.74%），2026 年一季度也实现了 6.76% 的同比增长。持续稳健的经营性现金流，是公司抵御风险、战略转型和回报股东的重要基础。

5、多措并举改善毛利率

公司的毛利率比行业略低，主要系市场覆盖广造成区域市占率不够高，以及处方药和批发配送等低毛利业务占比较高所致。第一，近年来公司聚焦已有优势市场，市场占有率前三的省份从 8 个提升到 11 个。聚焦战略有利于公司规模效应，提升毛利率和净

利润率；第二，广覆盖给公司宽广的发展空间，有利于加盟联盟轻资产模式深耕下沉市场；第三，公司推进商采改革与供应链整合，加快发展自有品牌及优化品类结构，持续改善毛利率。2025 年公司线下零售（不含 DTP）毛利率同比增长 0.6 个百分点。

二、管理层对提质增效重回报现状讨论与分析

（一）经营类指标选取、分析及计划

指标名称	现状	2026 年度目标
自有品牌销售占比	2025 年达到 22.5%，同比提升 0.5 个百分点	较 2025 年提升 1 个百分点
资产负债率	2025 年资产负债率 64.7%，较 2024 年下降 1.3 个百分点	不高于 64.5%（如有并购贷或公司债，则剔除影响）

注：自有品牌销售占比指公司自有品牌销售额占直营门店不含 DTP（新特药）的总销售额的比例。

1、自有品牌销售占比

（1）选取原因：培养自有品牌是公司发展战略之一，公司自有品牌锚定消费者健康核心需求，严选原材料，并与优质企业合作生产保证产品质量，形成公司商品竞争力。同时，自有品牌产品因中间环节更少、成本更低，能为消费者提供更高性价比的产品，也有利于公司毛利率的提升。

（2）现状及目标：公司 2025 年自有品牌直营门店销售占比 22.5%，同比提升 0.5 个百分点。2026 年目标为较 2025 年提升 1 个百分点，即 2026 年自有品牌直营门店销售占比 23.5%。

（3）行动计划：第一，优化产品结构，拓宽渠道增长空间。通过产品汰换优化品盘，聚焦核心自有品牌系列，发力新零售线上渠道。第二，健全激励赋能。推进分层激励规划，迭代目标管理机制。

2、资产负债率

（1）选取原因：资产负债率是判断企业财务韧性、抵御行业周期波动的核心风险指标，在低利率时代，适度负债可利用财务杠杆放大门店扩张收益，过高负债会抬升财务费用、限制再融资空间。因高负债的利息支出可能侵蚀利润，在行业整合周期，合适的资产负债率有利于降低财务费用和控制风险。

（2）现状及目标：公司 2025 年末公司资产负债率为 64.75%，三年来累计下降 2.08 个百分点，财务结构持续优化。2026 年公司资产负债率目标为不高于 64.5%，计算资产负债率指标时，如果当年发生大额（交易金额 5,000 万元以上）并购导致银行专项借款

增加，需剔除并购贷对资产负债率的影响，如果公司发行公司债，亦需剔除公司债对资产负债率的影响。

(3) 行动计划：第一，以自有资金偿还银行有息负债、降低债务规模。第二，关停低效门店、优化使用权资产、压缩无效重资产投入，收缩资产总额。第三，加强轻资产的加盟扩张，降低举债需求。

(二) 回报类指标选取、分析及计划

指标名称	现状	2026 年度目标
现金分红	最近 3 年平均现金分红占比为 55.16%	2026 年分红≥归母净利润 50%，常态化中期分红，择机实施股份回购
投资者交流	全年交流≥150 场	全年交流≥150 场
财报解读	常态化编制可视化定期报告，运用一图读懂、视频；披露英文版年报及 ESG 报告	常态化编制可视化定期报告，运用一图读懂、视频；披露英文版年报及 ESG 报告

1、现金分红

(1) 选取原因：价值投资者以长期现金分红回报为核心收益来源，分红占归母净利润的比例（支付率）能直观衡量公司经营业绩和回馈股东的意愿，合理的分红比例是区分“优质价值标的”与“只融资不分红”企业的关键信号，直接影响长线资金投资意向。

(2) 现状分析：公司高度重视投资者回报，严格按照中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等相关要求，进行稳健的现金分红。公司上市以来共派发现金红利 23.8 亿元，为首次公开发行募集资金净额的 236%。同时为建立科学、持续、稳定的分红回报机制，保证公司利润分配政策的持续性和稳定性，2024 年 8 月，公司发布了《未来三年（2024-2026 年）股东回报规划》，在符合现金分红条件且保证公司正常经营和发展的资金需求的情况下，2024 年-2026 年公司每年以现金方式分配的利润最低应达到当年合并报表归属于上市公司股东净利润的 50%。公司最近 3 年平均现金分红金额占最近 3 年平均归母净利润的比为 55.16%。

(3) 目标及计划：公司长期看好主营业务发展前景，2026 年将严格执行分红不低于归母净利润 50%的股东回报规划，常态化中期分红，通过持续现金分红、全力深耕主业提升经营业绩等方式维护全体股东权益。后续如果条件适宜，公司将按照法律法规及时履行内部决策与信息披露程序，适时推出回购、增持等相关计划。

2、投资者交流

（1）选取原因：投资者交流场次是可量化、可对比的投资者关系管理工作产出，积极的投资者交流有利于传递公司价值，优化股东结构，稳定二级市场流动性。同时，交流中投资者提出的专业问题和建议，将协助公司优化经营决策，形成 “市场沟通——战略优化” 闭环。

（2）现状分析：公司高度重视投资者关系管理，健全完善与投资者的良性交流机制，构建了股东会、业绩说明会、投资者调研参观、投资者热线及邮箱、上证“e 互动”平台、公司网站等多样化的沟通方式和渠道，积极与投资者建立联系和沟通，主动进行信息传递，加强了投资者对公司的了解，更好地传递了公司投资价值。

（3）目标及计划：主动邀约投资者参加股东会、业绩说明会、投资者调研参观，增加投资者交流机会，积极参加券商策略会、上市公司协会等投资者交流活动，全年投资者交流不少于 150 场。

3、财报解读

（1）选取原因：财报解读质量影响公司价值传递。一图读懂、解读短视频浓缩核心指标，可视化动态讲解战略、行业政策、业绩情况，且适配更多传播渠道，提高可读性并扩大触达范围。同时，英文版财报可满足境外机构、QFII、北向资金、海外投行的合规阅读需求，是纳入外资股票池的基础条件。

（2）现状分析：公司不断提升定期报告和临时公告编写质量，常态化编制可视化定期报告，运用一图读懂、视频等形式解读定期报告，便于投资者理解。2025 年公司完成了 2024 年年度报告、2025 年季度报告、半年度报告及临时公告等 123 份公告文件，同时公司还将年报、ESG 报告等报告全文翻译为英文版一并披露，有利于触达海外投资者。

（3）目标及计划：保持常态化编制可视化定期报告，运用一图读懂、视频等形式解读定期报告便于投资者理解。并继续披露英文版年报及 ESG 报告，传递公司价值，触达更多投资者。

（三）规范类指标选取、分析及计划

指标名称	现状	2026 年度目标
完善公司治理与合规经营	完成公司治理制度的修订；监事会职能由董事会审计委员会承担	1、完善公司董事、高管薪酬管理相关制度； 2、公司合规培训 5 场，涵盖董事、中高管等核心人员； 3、独立董事履职时间 15 日以上。 4、持续强化门店合规经营。

1、选取原因：公司治理与合规建设是上市公司风险防控与股东权益保护的基石。完善的治理架构通过权责制衡、科学决策与有效监督，筑牢内控防线，防范经营与法律风险；严密的合规体系则确保公司运营全程遵循法规及监管要求，避免声誉与财务损失。二者协同发力，既保障公司稳健运行，又切实维护股东权益，从根本上实现企业价值与投资者利益的长期共赢。

2、现状分析：公司严格按照《中华人民共和国公司法》《上市公司章程指引》《公司章程》等相关法律、法规、规范性文件的规定，建立了一套有效监督、运行高效的公司治理架构，目前公司未触及规范类指标中的任何负面指标。

公司与实际控制人、控股股东、持股 5%以上股东及公司董事、高级管理人员等“关键少数”保持了密切沟通，不断强化“关键少数”合规意识。同时公司根据证监会、交易所相关规则变化，更新完善了《公司章程》等 27 项内部治理相关制度，并组织相关人员学习。同时安排公司董事、高管及相关人员参加监管部门、各级上市公司协会等举办的培训活动，持续提升公司董事、高管的履职能力与专业素养，推动公司持续规范运作，有效规避相关风险。

3、目标及计划：2026 年，公司将持续完善内部制度建设，进一步提升公司治理水平和合规经营能力。一是按照《上市公司治理准则》规定，建立董事、高管薪酬管理相关制度及配套方案，保证董事、高管薪酬水平与市场发展相适应，与公司经营业绩、个人业绩相匹配，有效地将股东利益、公司利益和高管个人利益结合在一起，促使各方共同推动公司长远发展。二是持续加强与“关键少数”的沟通交流，组织开展监管政策专题培训，不断强化相关方的合规意识与履职能力，2026 年开展公司合规培训 5 场，涵盖董事、中高管等核心人员。三是加强独立董事监督职能，确保独立董事全年履职时间都在 15 日以上。四是持续强化门店合规经营，通过完善制度体系、迭代数智化系统，降低违规风险。

三、提质增效重回报行动方案目标汇总

表 2 经营类指标及行动计划

指标名称	现状	2026 年度目标	落地执行计划
自有品牌销售占比	2025 年达到 22.5%，同比	较 2025 年提升 1 个百分	1、优化产品结构，拓宽渠道增长空间。 2、健全激励赋能。推进分层激励规划，迭

	提升 0.5 个百分点	点	代目标管理机制。
资产负债率	2025 年资产负债率 64.7%，较 2024 年下降 1.3 个百分点	不高于 64.5%（如有并购贷或公司债，则剔除影响）	1、以自有资金偿还银行有息负债、降低债务规模。 2、关停低效门店、优化使用权资产、压缩无效重资产投入，收缩资产总额。 3、加强轻资产的加盟扩张，降低举债需求。

表 3 回报、规范类指标及行动计划

指标名称	现状	2026 年落地执行计划
现金分红	最近 3 年平均现金分红占比为 55.16%	2026 年分红≥归母净利润 50%，常态化中期分红，择机实施股份回购
投资者交流	全年交流≥150 场，全套可视化财报解读	全年交流≥150 场，全套可视化财报解读
完善公司治理	完成公司治理制度的修订；监事会职能由董事会审计委员会承担	1、完善公司董事、高管薪酬管理相关制度； 2、全体中高层合规培训 1 场； 3、独立董事履职时间 15 日以上。

四、投资者交流渠道

公司投资者交流渠道如下：电话：0731-84035189；邮箱：ir@lboxdrugs.com；官网：<https://www.lboxdrugs.com>。

公司将继续构建规范、透明、高效的投资者关系管理体系。公司将始终秉持“真实、准确、完整、及时、公平”的信息披露原则，合规履行各项信息披露义务，有效向市场传递发展信息。公司将通过多种形式加强投资者沟通，扩大投资者交流覆盖面，提升投资者交流深度，积极全面地向资本市场展示公司价值，提升资本市场对公司长期投资的价值认同。

公司努力通过良好的业绩表现、规范的公司治理、积极的投资者回报，切实履行上市公司的责任和义务，回馈投资者的信任。

本报告所涉及的公司规划、发展战略等系非既成事实的前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意相关风险。

老百姓大药房连锁股份有限公司

2026 年 8 月 20 日