股票简称：华人健康 **股票代码：301408**

安徽华人健康医药股份有限公司

（Anhui Huaren Health Pharmaceutical Co., Ltd.）

（安徽省合肥市包河区河北路 123 号）

华人健康
HUAREN HEALTH

2026 年度向特定对象发行 A 股股票

募集说明书

（申报稿）

保荐人（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO.,LTD.

（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路128号前海深港基金小镇B7栋401）

公告日期：2026 年 11 月

公司声明

1、本公司及全体董事、高级管理人员承诺募集说明书及其他信息披露资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

2、公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证募集说明书中财务会计资料真实、完整。

3、中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

4、根据《证券法》的规定，证券依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责。投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担证券依法发行后因发行人经营与收益变化或者证券价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本募集说明书正文内容，并特别关注以下重要事项。

一、本次向特定对象发行 A 股股票情况

1、审批程序：本次向特定对象发行股票相关事项已经公司第五届董事会第十五次会议、2026 年第一次临时股东会审议通过。本次向特定对象发行股票相关事项尚需经深交所审核通过并经中国证监会同意注册后方可实施，最终发行方案以中国证监会准予注册的方案为准。

2、发行对象及认购方式：本次向特定对象发行的发行对象不超过 35 名（含 35 名），为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托公司、财务公司、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象由董事会根据股东会授权在本次发行经深圳证券交易所审核通过并获得中国证监会同意注册的批复后，按照中国证监会、深交所的相关规定，根据申购报价情况与保荐人（主承销商）协商确定。若国家法律、法规对本次发行的特定对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。本次向特定对象发行股票的所有发行对象均以现金的方式并以相同的价格认购本次发行的股票。

3、发行定价：本次向特定对象发行股票采取竞价发行方式，定价基准日为发行期首日，发行价格为不低于定价基准日前 20 个交易日公司 A 股股票交易均价的 80%（定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易总量，如有小数，小数点后两位向上取整）。若公司股票在该 20 个交易日内发生因派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易价格按经过相应除权、除息调整后的价格计算。

本次向特定对象发行股票的最终发行价格将在本次发行通过深交所审核并

经中国证监会同意注册后，按照《上市公司证券发行注册管理办法》等有关规定，根据竞价结果由公司董事会根据股东会的授权与保荐人（主承销商）协商确定。

4、发行数量：本次向特定对象发行 A 股股票数量不超过 50,000,000 股（含本数），即不超过本次发行前公司总股本的 12.50%，且募集资金总额不超过 70,907.43 万元（含本数）。具体发行股票数量依据本次向特定对象发行价格确定，计算公式为：发行数量=募集资金总额/每股发行价格。

若公司股票在本次发行董事会决议公告日至发行日期间发生送股、资本公积金转增股本、股票回购注销等事项引起公司股份变动，本次发行的股票数量上限将作相应调整。

在上述范围内，公司董事会将根据股东会授权以及《上市公司证券发行注册管理办法》等相关规定、监管政策变化或发行注册文件的要求及实际认购情况与保荐人（主承销商）协商确定最终发行数量。

5、限售期：本次发行的发行对象所认购的股份自发行结束之日起六个月内不得转让。本次发行结束后，由于公司送股、资本公积转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述限售期安排。限售期结束后的转让将按照届时有效的法律法规和深交所的规则办理。若国家法律、法规或其他规范性文件对向特定对象发行 A 股股票的限售期等有最新规定或监管意见，公司将按最新规定或监管意见进行相应调整。

6、募集资金规模及用途：本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过 70,907.43 万元（含本数），在扣除相关发行费用后的募集资金净额将投资于如下项目：

单位：万元

序号	项目	投资总额	拟投入募集资金金额
1	智能制造与分拣中心项目	55,085.47	40,866.91
2	医药研发项目	10,789.11	10,789.11
3	信息化建设项目	4,251.41	4,251.41
4	补充流动资金	15,000.00	15,000.00
合计		**85,125.99**	**70,907.43**

在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情

况以自有或自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金金额，公司将在符合相关法律法规的前提下，在最终确定的本次募投项目范围内，根据实际募集资金数额，按照项目实施的具体情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自有或自筹资金解决。

7、前募资金使用情况：公司前次募集资金系首次公开发行股票并在创业板上市，前次募集资金到账时间为 2023 年 2 月 24 日，本次发行的董事会决议日距前次募集资金到位日已超过 18 个月。公司前次募集资金净额为 87,945.21 万元，截至 2026 年 6 月 30 日，已累计使用 79,778.08 万元，其中用于补充流动资金 15,377.41 万元，同时扣减补充流动资金后的前次募集资金使用比例为 88.75%，已基本使用完毕。截至 2026 年 6 月 30 日，前次募集资金剩余 9,336.90 万元存放于募集资金专户，公司将按计划继续用于“营销网络建设项目”，拓展安徽省及周边省份门店布局，巩固提高公司行业和市场地位。

二、特别风险提示

本公司提请投资者仔细阅读本募集说明书“第七节 与本次发行相关的风险因素”全文，并特别注意以下风险：

（一）行业竞争加剧的风险

随着我国医药卫生体制改革的不断深化，近年来行业整体步入总量承压、结构分化、创新驱动、生态竞争的新周期。从整体市场规模来看，2025 年度中国实体药店零售规模、药品全终端市场规模都出现不同程度的小幅下滑，行业扩张速度整体放缓。从竞争格局来看，一方面监管趋严与合规成本上升加速行业出清，2025 年全国药店数量净减少约 2.2 万家，闭店率约 7.8%；另一方面，在连锁化率稳步提升与行业存量博弈的背景下，市场马太效应进一步加剧，2025 年药品零售百强企业销售比重已突破 60.9%，行业进入“万店时代”后的整合加速期，头部连锁药店的竞争更加激烈。

若公司不能通过差异化经营、精细化管理及供应链优化等方式有效应对日趋

激烈的市场竞争，可能导致优质门店资源获取成本上升、市场份额被挤压或门店盈利能力下降，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（二）商誉减值的风险

近年来公司累计完成多笔股权收购，商誉规模持续增长。截至 2026 年 6 月 30 日，公司商誉约为 12.99 亿元。若被收购标的在未来经营过程中受宏观经济波动、行业政策变化或市场竞争加剧等因素影响，导致实际盈利能力未达预期，公司将面临商誉减值风险。商誉减值虽属非现金支出，但将直接冲减当期利润，对公司财务状况及经营业绩产生重大不利影响。

（三）药品研发与成果转化的风险

公司通过神华药业、正药科技平台布局高端仿制药以及创新药的研发，此外还通过股权投资等方式与外部研发企业进行合作，不断加码研发端投入。公司研发生产业务板块主要面临从研发、注册到上市商业化、对外投资等全链条的风险。该领域普遍具有投入高、周期长、技术复杂、临床及审评结果不确定等特点。研发项目可能因技术路径、临床试验失败或未能通过审评而终止，此外在药品集中带量采购常态化、制度化推进的背景下，普通仿制药利润空间持续被压降，可能导致前期研发与投资面临回报收窄的风险。

（四）跨区域经营与新市场拓展的风险

公司在实施“深耕安徽，聚焦华东，辐射周边”战略时，通过“自建+加盟+并购”方式进入新区域市场，面临消费习惯差异、本土竞争激烈、品牌认知度培育周期长、地方监管环境复杂等问题，可能导致新市场拓展进度不及预期；跨区域运营也对公司的管理能力、供应链配套、人才储备提出更高要求，存在管理半径扩大带来的运营效率下降风险。

（五）募集资金投资项目实施的风险

公司本次募集资金投资项目为智能制造与分拣中心项目、医药研发项目、信息化建设项目及补充流动资金。可行性分析是基于公司实际情况、市场环境、行业发展趋势等因素做出的，虽然公司做出决策过程中综合考虑了各方面的情况，为投资项目做了多方面的准备，但是在项目实施过程中可能因为国家和产业政策变化、行业市场环境变化、建设进度不及预期、建设和运营成本上升及其他不可

预见的因素，影响项目实际实施情况，导致出现项目未能按期投入运营或不能达到预期效益的风险。

目 录

公司声明 …… 1

重大事项提示 …… 2

一、本次向特定对象发行 A 股股票情况 …… 2

二、特别风险提示 …… 4

目 录 …… 7

第一节 释 义 …… 9

一、一般释义 …… 9

二、特别释义 …… 11

第二节 发行人基本情况 …… 12

一、发行人基本信息 …… 12

二、股权结构、控股股东及实际控制人情况 …… 13

三、所处行业的主要特点及行业竞争情况 …… 14

四、主要业务模式、产品或服务的主要内容 …… 43

五、现有业务发展安排及未来发展战略 …… 57

六、截至最近一期末，不存在金额较大的财务性投资的基本情况 …… 59

七、报告期内利润分配政策、现金分红政策的制度及执行情况 …… 62

八、同业竞争情况 …… 67

九、大额商誉情况 …… 69

十、发行人不存在最近一期业绩下滑的情形 …… 73

十一、报告期内违法违规情况 …… 73

十二、深圳证券交易所对发行人报告期内年度报告的问询情况 …… 73

第三节 本次证券发行概要 …… 75

一、本次发行的背景和目的 …… 75

二、发行对象及与发行人的关系 …… 80

三、发行证券的价格或定价方式、发行数量、限售期 …… 81

四、募集资金金额及投向 …… 83

五、本次发行是否构成关联交易 …… 83

六、本次发行是否将导致公司控制权发生变化 …… 84

七、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序 …… 84

第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析 …… 85
一、本次募集资金使用概况 ……85
二、本次募集资金投资项目的基本情况和经营前景 …… 85
三、募投项目实施能力及资金缺口的解决方式 ……107
四、本次募投项目符合投向主业和国家产业政策的要求 ……108
五、关于补充流动资金的比例符合监管规定的说明 ……110
第五节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析 …… 111
一、本次发行完成后，上市公司的业务及资产的变动或整合计划 ……111
二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化情况 ……111
三、本次发行完成后，上市公司新增同业竞争情况 ……111
四、本次发行完成后，上市公司新增关联交易情况 ……111
第六节 最近五年内募集资金运用的基本情况 …… 112
一、前次募集资金情况 …… 112
二、前次募集资金投资项目情况说明 …… 113
第七节 与本次发行相关的风险因素 …… 126
一、对核心竞争力、经营稳定性及未来发展可能产生重大不利影响的因素 …… 126
二、可能导致本次发行失败或募集资金不足的因素 ……130
三、对本次募投项目的实施过程或实施效果可能产生重大不利影响的因素 …… 130
四、其他风险 …… 131
第八节 与本次发行相关的声明 …… 132
一、发行人全体董事、董事会审计委员会委员、高级管理人员声明 …… 132
二、发行人控股股东、实际控制人声明 ……136
三、保荐人声明 …… 137
四、发行人律师声明 …… 139
五、为本次发行承担审计业务的会计师事务所声明 ……140
六、董事会声明 …… 142

第一节 释 义

在本募集说明书中，除非文中另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一、一般释义

华人健康/公司/发行人	指	安徽华人健康医药股份有限公司
本次发行/本次向特定对象发行股票/本次向特定对象发行 A 股/本次向特定对象发行	指	安徽华人健康医药股份有限公司 2026 年度向特定对象发行 A 股股票
募集说明书/本募集说明书	指	安徽华人健康医药股份有限公司 2026 年度向特定对象发行 A 股股票募集说明书
股东会	指	安徽华人健康医药股份有限公司股东会
董事会	指	安徽华人健康医药股份有限公司董事会
《公司章程》	指	《安徽华人健康医药股份有限公司章程》
定价基准日	指	本次向特定对象发行股票的发行期首日
国胜大药房	指	公司零售业务经营主体的合称
江苏神华、神华药业	指	江苏神华药业有限公司，系华人健康子公司
神华医药	指	神华医药（江苏）有限公司，系江苏神华子公司
安徽国胜	指	安徽国胜大药房连锁有限公司，系华人健康子公司
正药科技	指	安徽正药医药科技有限公司，系华人健康子公司
浙江国胜	指	浙江国胜医药有限公司，系华人健康子公司
全方药业	指	安徽全方药业有限公司，系华人健康子公司
江苏国胜	指	江苏国胜大药房连锁有限公司，系华人健康子公司
汇达医药	指	安徽汇达医药科技有限公司，系华人健康子公司
河南国胜	指	河南国胜大药房有限公司，系华人健康子公司
扬祖惠民	指	福建省扬祖惠民医药连锁有限公司，系华人健康子公司
杭州国胜	指	杭州国胜大药房连锁有限公司，系华人健康子公司
克安舒医药	指	安徽克安舒医药科技有限公司，系华人健康子公司
福建海华	指	福建海华医药连锁有限公司，系华人健康子公司
舟山里肯	指	舟山里肯医药连锁有限公司，系华人健康子公司
合肥健力他	指	合肥健力他大药房有限公司，系华人健康子公司
合肥捷助、捷助科技	指	合肥捷助医药科技有限公司，系华人健康子公司
安吉百姓缘	指	安吉县百姓缘大药房连锁有限公司，系华人健康控股公司
泰西定	指	泰西定健康科技有限公司，系华人健康控股公司

香港同和堂	指	香港同和堂药业有限公司，系华人健康子公司
安徽华仁	指	安徽省华仁医药经营有限公司（发行人前身）
华人健康平台	指	公司医药营销业务核心运营平台，主要从事 OTC 营销与连锁全渠道服务
新药研究院	指	公司旗下从事创新药及高端仿制药研发的机构
数智研究院	指	公司旗下从事数字化与智能化技术研发的机构
苏州赛富	指	苏州赛富璞鑫医疗健康产业投资中心（有限合伙）
阿里健康	指	阿里健康科技（中国）有限公司
黄山赛富	指	黄山赛富旅游文化产业发展基金（有限合伙）
河南胜凡	指	河南胜凡企业管理合伙企业（有限合伙）
安徽裕泰和	指	安徽裕泰和中医药产业投资有限公司
淮仁堂股份	指	安徽淮仁堂药业股份有限公司
四位一体	指	公司构建的涵盖医药零售、医药营销、终端集采、研发生产四大业务板块的生态布局
锐盟	指	全方药业创新的省级共建平台模式，通过联盟机制为中小连锁及单体药店提供集采与运营服务
募集资金	指	本次发行所募集的资金
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《注册管理办法》	指	《上市公司证券发行注册管理办法》
《药品管理法》	指	《中华人民共和国药品管理法》
国务院	指	中华人民共和国国务院
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
国家卫健委	指	中华人民共和国国家卫生健康委员会
国家药监局	指	中华人民共和国国家药品监督管理局
商务部	指	中华人民共和国商务部
人社部	指	中华人民共和国人力资源和社会保障部
财政部	指	中华人民共和国财政部
国家医保局	指	中华人民共和国国家医疗保障局
市场监管总局	指	国家市场监督管理总局
报告期、最近三年及一期	指	2023 年度、2024 年度、2025 年度及 2026 年 1-6 月
元、万元	指	人民币元、万元

二、特别释义

B2B	指	Business to Business 的缩写，商家对商家的电子商务模式
B2C	指	Business-to-Consumer 的缩写，即电子商务的一种模式，也是直接面向消费者销售产品和服务商业的零售模式
O2O	指	Online-to-Offline 的缩写，即在线离线/线上到线下，是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台
DTP	指	直接面向患者（Direct to Patient）提供专业药品配送及药学服务的药房
OTC	指	非处方药（Over The Counter），无需医师处方即可自行判断、购买和使用的药品
GSP	指	药品经营质量管理规范（Good Supply Practice）
GMP	指	药品生产质量管理规范（Good Manufacturing Practice）
CRO	指	医药行业合同研究组织（Contract Research Organization）
OEM	指	原始设备制造商（Original Equipment Manufacturer）
MAH	指	药品上市许可持有人（Marketing Authorization Holder）制度
ERP	指	企业资源计划（Enterprise Resource Planning）管理系统
WMS	指	仓库管理系统（Warehouse Management System）
锐思 AI 大模型	指	公司应用的人工智能大模型技术平台
AS/RS	指	自动化存取系统（Automated Storage and Retrieval System），公司物流环节集成的仓储自动化设备系统
胜晓医	指	公司与讯飞晓医共建的智能健康服务平台
讯飞晓医	指	科大讯飞旗下医疗 AI 品牌，公司信息化建设的合作方

注：本募集说明书中部分合计数与各数值直接相加之和在尾数上存在差异，是由于数字四舍五入造成的。

第二节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

中文名称	安徽华人健康医药股份有限公司
英文名称	Anhui Huaren Health Pharmaceutical Co., Ltd.
股票上市地	深圳证券交易所
股票代码	301408
股票简称	华人健康
法定代表人	何家乐
董事会秘书	李梅
成立日期	2001 年 6 月 29 日
上市日期	2023 年 3 月 1 日
股本	400,010,000 元
注册地址	安徽省合肥市包河区河北路 123 号
办公地址	安徽省合肥市包河区河北路 123 号 A1 栋
邮政编码	230051
联系电话	0551-62862668
传真号码	0551-63677610
电子信箱	zqb@hrjkjt.com
互联网网址	www.hrjkjt.com
经营范围	许可项目：药品批发；药品委托生产；药品互联网信息服务；食品销售；食品互联网销售；第三类医疗器械经营；消毒器械销售；医疗器械互联网信息服务；城市配送运输服务（不含危险货物）；农药批发（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：地产中草药（不含中药饮片）购销；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；卫生用杀虫剂销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；母婴用品销售；日用品销售；日用百货销售；文具用品批发；化妆品批发；家用电器销售；厨具卫具及日用杂品批发；食用农产品批发；农副产品销售；体育用品及器材批发；金银制品销售；珠宝首饰批发；美发饰品销售；鞋帽批发；服装服饰批发；针纺织品销售；户外用品销售；电子产品销售；五金产品批发；电动自行车销售；自行车及零配件批发；宠物食品及用品批发；照相机及器材销售；玩具销售；包装材料及制品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；装卸搬运；企业管理咨询；健康咨询服务（不含诊疗服务）；信息技术咨询服务；会议及展览服务；商务代理代办服务；非居住房地产租赁；住房租赁；广告设计、代理；广告发布；广告制作；卫生用品和一次性使用医疗用品销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

二、股权结构、控股股东及实际控制人情况

（一）前十大普通股股东情况

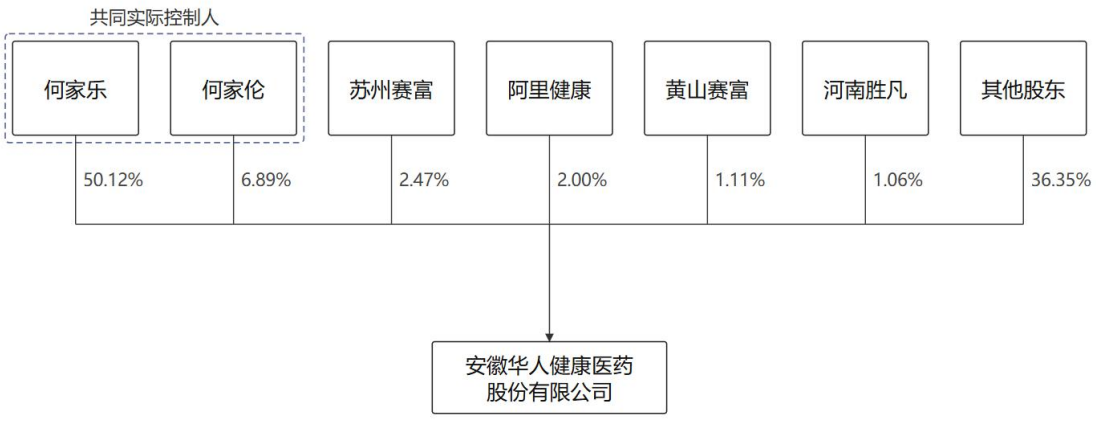
截至 2026 年 6 月 30 日，发行人前十大普通股股东持股情况如下：

单位：股

序号	股东名称	持有人类别	持股数量	持股比例
1	何家乐	境内自然人	200,493,326	50.12%
2	何家伦	境内自然人	27,572,335	6.89%
3	苏州赛富璞鑫医疗健康产业投资中心（有限合伙）	境内一般法人	9,873,206	2.47%
4	阿里健康科技（中国）有限公司	境内一般法人	8,000,147	2.00%
5	黄山赛富旅游文化产业发展基金（有限合伙）	境内一般法人	4,425,065	1.11%
6	河南胜凡企业管理合伙企业（有限合伙）	境内一般法人	4,221,409	1.06%
7	香港中央结算有限公司	境外法人	3,589,769	0.90%
8	河南福曼医企业管理合伙企业（有限合伙）	境内一般法人	2,923,339	0.73%
9	高盛公司有限责任公司	境外法人	1,436,537	0.36%
10	UBS AG	境外法人	1,360,011	0.34%
合计			**263,895,144**	**65.98%**

（二）股权结构

截至 2026 年 6 月 30 日，发行人的股权结构如下图所示：



（三）控股股东及实际控制人情况

截至 2026 年 6 月 30 日，何家乐直接持有公司 50.12%的股份，为公司控股

股东；何家伦直接持有公司 6.89%的股份；何家乐与何家伦系兄弟关系，为公司共同实际控制人。

何家乐，公司董事长、总裁，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 342427197601******。

何家伦，公司董事、副总裁，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 342427197309******。

（四）主要股东所持发行人股份质押情况

截至本募集说明书签署日，持有发行人 5%以上股份的主要股东中，共同实际控制人之一何家乐持有发行人的股份存在质押情形，其质押股份数量为 500 万股，占其持有发行人股份总数的 2.49%，占发行人总股本的 1.25%。

何家乐质押股份占公司总股本的比例较低，系何家乐个人资金需求形成，不存在可能导致控股股东、实际控制人变更的情况。何家乐资信状况良好，具备资金偿还能力，质押风险在可控范围内，平仓风险较低，质押事项不会对公司生产经营及公司治理等方面产生重大不利影响。

三、所处行业的主要特点及行业竞争情况

（一）发行人所属行业

公司是一家以医药产业为核心锚点的科技型、创新型、生态型医药企业。公司所属行业为医药健康产业，业务覆盖医药零售、医药营销、终端集采、药品研发与生产等核心细分领域，是国家重点支持的战略性民生产业。

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司医药营销及终端集采业务板块属于 F 门类 51 大类“批发业”下的 515 中类“医药及医疗器材批发”；医药零售业务板块属于 F 门类 52 大类“零售业”下的 525 中类“医药及医疗器材专门零售”；医药工业生产板块属于 C 门类 27 大类“医药制造业”；医药研发板块属于 M 门类 73 大类“研究和试验发展”。

（二）行业监管体制和主要法律法规及政策

1、行业主管部门及管理体制

公司所在行业主管部门及行业协会包括国家发改委、国家卫健委、国家药监局、商务部、人社部、国家医保局以及中国医药商业协会、中国医药企业管理协会等自律性组织。具体职能如下表所示：

部门	性质	主要职责
国家发改委	主管部门	拟定并组织实施国民经济和社会发展战略、中长期规划和年度计划；对医药行业的发展规划、项目立项备案及审批，对医药企业的经济运行状况进行宏观管理和指导，对药品价格进行监督管理等。
国家卫健委	主管部门	组织拟订国民健康政策，协调推进深化医药卫生体制改革，组织制定国家药物政策和国家基本药物制度；负责计划生育管理和服务工作；拟订应对人口老龄化、医养结合政策措施等。
国家药监局	主管部门	负责药品、医疗器械和化妆品安全监督管理；拟订监督管理政策规划，组织起草法律法规草案，拟订部门规章并监督实施；研究拟订鼓励药品、医疗器械和化妆品新技术、新产品的管理与服务政策等。
商务部	主管部门	研究拟订药品流通行业发展规划、政策和相关标准；推进药品流通行业结构调整；指导药品流通企业改革，推动现代药品流通方式的发展等。
人社部	主管部门	拟订人力资源和社会保障事业发展政策、规划，起草相关法律法规草案，制定部门规章并组织实施；统筹推进建立覆盖城乡的多层次社会保障体系；拟订养老、失业、工伤等社会保险及其补充保险政策和标准；组织拟订养老、失业、工伤等社会保险及其补充保险基金管理和监督制度等。
国家医保局	主管部门	拟订医疗保险、生育保险、医疗救助等医疗保障制度的法律法规草案、政策、规划和标准，制定部门规章并组织实施；拟定医疗保险药品目录调整方案；组织制定和调整药品、医用耗材和医疗服务及设施的价格和收费标准；制定药品和医用耗材的招标采购政策并监督实施；监督管理纳入医保范围内的医疗服务行为和医疗费用等。
中国医药商业协会	行业协会	开展医药商业行业自律管理和诚信建设；开展医药流通行业、地区医药经济发展调查研究；研究市场发展趋势，组织和指导商品交流，促进各种形式的经济合作，引导企业用科学发展观进行科学决策、增强抵御风险能力；参与制定、修订行业准入、行业管理、市场竞争规则、GSP 认证等行业标准。
中国医药企业管理协会	行业协会	调查研究、发布交流和推广应用现代企业管理理论及实践经验，推动企业管理和现代化和生产技术现代化；出版发行医药企业管理书籍、内部刊物及资料；为会员单位提供咨询、培训和信息服务，提高医药企业整体素质。

2、行业主要法律法规

公司所处行业的法律法规主要如下：

类型	行业法规	颁布机构	时间
药品相关	《中华人民共和国药品管理法实施条例》	国务院	2026 年修订
	《药品经营和使用质量监督管理办法》	市场监管总局	2024 年
	《药品标准管理办法》	国家药监局	2024 年
	《药品检查管理办法（试行）》	国家药监局	2023 年修订
	《药品年度报告管理规定》	国家药监局	2022 年
	《药品网络销售监督管理办法》	市场监管总局	2022 年
	《药品注册管理办法》	市场监管总局	2020 年
	《中华人民共和国药品管理法》	全国人大常委会	2019 年修订
	《互联网药品信息服务管理办法》	原国家食品药品监督管理局	2017 年修正
	《药品经营质量管理规范》	原国家食品药品监督管理局	2016 年修正
	《药品进口管理办法》	原卫生部、海关总署	2012 年修正
	《药品说明书和标签管理规定》	原国家食品药品监督管理局	2006 年
食品相关	《中华人民共和国食品安全法》	全国人大常委会	2025 年修正
	《食品经营许可和备案管理办法》	市场监管总局	2023 年
医疗器械相关	《医疗器械监督管理条例》	国务院	2024 年修订
	《医疗器械经营监督管理办法》	市场监管总局	2022 年
	《医疗器械生产监督管理办法》	市场监管总局	2022 年
	《医疗器械注册与备案管理办法》	市场监管总局	2021 年
	《医疗器械网络销售监督管理办法》	原国家食品药品监督管理总局	2018 年

3、行业近期主要监管政策

近年来，监管部门围绕医药零售行业密集出台政策，从医保支付改革、网售合规、健康驿站建设、价格治理、中药高质量发展到全链条追溯多线推进，持续夯实行业规范基础、提升零售药店在医药服务体系中的枢纽地位。部分重要政策及其相关内容如下：

时间	制定部门	政策名称	相关内容
2026 年 9 月	工信部等十部门	《医药工业发展“十五五”规划》	提出到 2030 年生物医药产业加速成为国家新兴支柱产业，规模以上医药工业企业营收超 3.5 万亿元，创新药

时间	制定部门	政策名称	相关内容
			产业规模年均增速 20%以上；部署 8 个方面 25 项重点任务，推动 AI、量子计算等新技术赋能药物研发，提升创新药械出海能力
2026 年 7 月	国务院	《国民健康“十五五”规划》	提出构建全生命周期健康服务体系，统筹资源布局，加强医疗、医保、疾控等协同；大力发展健康产业，完善支持政策，培育壮大健康领域新型服务业态，丰富健康产品供给
2026 年 5 月	国家医保局办公室、财政部办公厅	《关于进一步加强定点零售药店职工基本医疗保险个人账户使用监督管理的通知》	通过建立定点零售药店个人账户支付白名单制度，明确支付政策边界
2026 年 5 月	国家药监局	《处方药网络零售合规指南》	对药品网络零售企业和药品网络交易第三方平台双方规范处方药网络零售行为、落实药品安全主体责任给出针对性建议
2026 年 4 月	国务院办公厅	《关于健全药品价格形成机制的若干意见》	完善重点环节药品价格政策，推动相关主体发挥药品价格发现作用，引导关键领域药品价格保持合理水平，加强药品价格治理
2026 年 2 月	国家医保局	《医疗保障基金使用监督管理条例实施细则》	明确建立医保基金智能监督管理制度，健全事前、事中、事后相结合的全流程、全领域、全链条智能监管体系，细化定点医药机构和参保人员行为规范
2026 年 2 月	中国医药商业协会	《零售药店健康驿站服务指南》	划定健康监测、健康指导、专业药学服务、健康宣教、便民服务、突发疾病应急处置六大核心服务模块，为零售药店向“健康驿站”标准化转型提供实操指引
2026 年 1 月	商务部等九部门	《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》	坚持政府引导与市场主导相结合、创新驱动与规范发展并重，积极优化政策环境，培育和壮大经营主体，推动药品零售行业专业化、集约化、数字化、规范化发展，增强内生动力，激发市场活力，推动高质量发展，更好满足人民群众医药健康需求
2025 年 10 月	中共中央	《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》	明确医药行业创新驱动与高质量发展的战略方向，提出前瞻布局未来产业，重点将生物制造等领域培育为新的经济增长点
2025 年 10 月	国家医保局办公室	《关于进一步加强对定点零售药店药品“阴阳价格”监测处置的通知》	高度关注定点药店“阴阳价格”问题线索，严肃核查处置“阴阳价格”问题，做好常态化监测治理
2025 年 9 月	国家医保局办公室、国家中医药局	《关于开展中医优势病种按病种付费试点工作的通知》	遴选中医优势病种、制定临床路径和付费标准、开展试点并建立动态调整机制

时间	制定部门	政策名称	相关内容
	综合司		
2025 年 6 月	国家医保局、国家卫健委	《支持创新药高质量发展的若干措施》	提出 16 项举措，从研发支持、医保准入、商保扩容、临床应用等多维度完善支持举措，为创新药研发、支付与落地全链条提供政策支持
2025 年 4 月	商务部、国家卫健委等十二部门	《促进健康消费专项行动方案》	培育和发展健康消费领域新质生产力，提升健康商品和服务供给质量，明确促进健康消费发展的具体行动举措，支持零售药店拓展健康咨询、用药指导等健康服务功能
2025 年 4 月	工信部等七部门	《医药工业数智化转型实施方案（2025—2030 年）》	提出到 2027 年医药工业数智化转型取得重要进展，到 2030 年规模以上医药工业企业基本实现数智化转型全覆盖；部署数智技术赋能、数智转型推广、数智服务体系建设、数智监管提升四项行动共 14 项具体任务
2025 年 3 月	国家医保局、人社部、国家卫健委、国家药监局	《关于加强药品追溯码在医疗保障和工伤保险领域采集应用的通知》	依托全国统一的医保信息平台和药品上市许可持有人的药品追溯系统，推动药品全品种生产流通使用过程追溯和药品追溯码在医疗保障和工伤保险领域的全流程、全量采集和全场景应用，逐步实现全部医药机构药品追溯码采集应用全覆盖
2025 年 3 月	国家市场监管总局	《网络交易监督管理办法（2025 修正）》	规范所有网络交易行为，包括主体信息公示、消费者权益保护等，适用于药品网售。
2025 年 3 月	国务院办公厅	《关于提升中药质量促进中医药产业高质量发展的意见》	加强中药资源保护利用，提升中药材产业发展水平，推进中药产业转型升级，强化中药质量监管和临床价值评估
2025 年 1 月	国务院办公厅	《关于全面深化药品医疗器械监管改革促进医药产业高质量发展的意见》	从制度设计上完善审评机制、加强知识产权保护、加快创新药上市进程，全面深化药品医疗器械监管改革，促进医药产业高质量发展
2025 年 1 月	国家医保局办公室	《关于推进基本医保基金即时结算改革的通知》	明确医保基金即时结算改革工作的安排，致力于提高医保结算效率，缓解定点零售药店的资金压力
2024 年 10 月	国家医保局办公室	《关于规范医保药品外配处方管理的通知》	加强定点零售药店外配处方管理，全国各地配备“双通道”药品的定点零售药店均需通过电子处方中心流转“双通道”药品处方
2024 年 1 月	国家医保局办公室	《关于促进同通用名同厂牌药品省际间价格公平诚信、透明均衡的通知》	要求各省份医保部门指导医药采购机构聚焦“四同药品”（通用名、厂牌、剂型、规格均相同的药品），推动医药企业价格行为更加公平诚信，促进省际间价格更加透明均衡，维护患者合法权益
2023 年	国家医保	《国家医疗保障局办公室关	各级医保部门要采取有效措施，鼓励

时间	制定部门	政策名称	相关内容
2 月	局办公室	于进一步做好定点零售药店纳入门诊统筹管理的通知》	符合条件的定点零售药店自愿申请开通门诊统筹服务，为参保人员提供门诊统筹用药保障

（三）行业发展现状和发展趋势

1、行业发展概况及市场容量

报告期内，我国医药行业政策环境与市场格局持续调整。随着医药卫生体制改革的不断深化，国家层面持续强化医药产业战略定位，推动产业向高质量发展方向转型。药品集中带量采购已进入常态化实施阶段，创新药审评审批效率持续提升，中医药传承创新及银发经济发展获得政策支持，相关政策推动行业向规范化、高质量发展方向转型。

从市场需求端看，我国人口老龄化程度持续加深，慢性病患病率呈上升趋势，带动医药健康服务需求不断拓展。从行业供给端看，仿制药价格受集采政策影响整体承压，促使医药企业持续加大研发投入，创新药、高端医疗器械、中医药及医疗健康服务等领域逐渐成为市场关注重点。

综合来看，医药行业整体步入总量承压、结构分化、创新驱动、生态竞争的新周期。产业链协同化、终端服务专业化、运营管理数智化成为核心发展趋势，市场竞争逐步从产能与渠道竞争向产品研发、临床价值及产业链整合能力等方面转变。

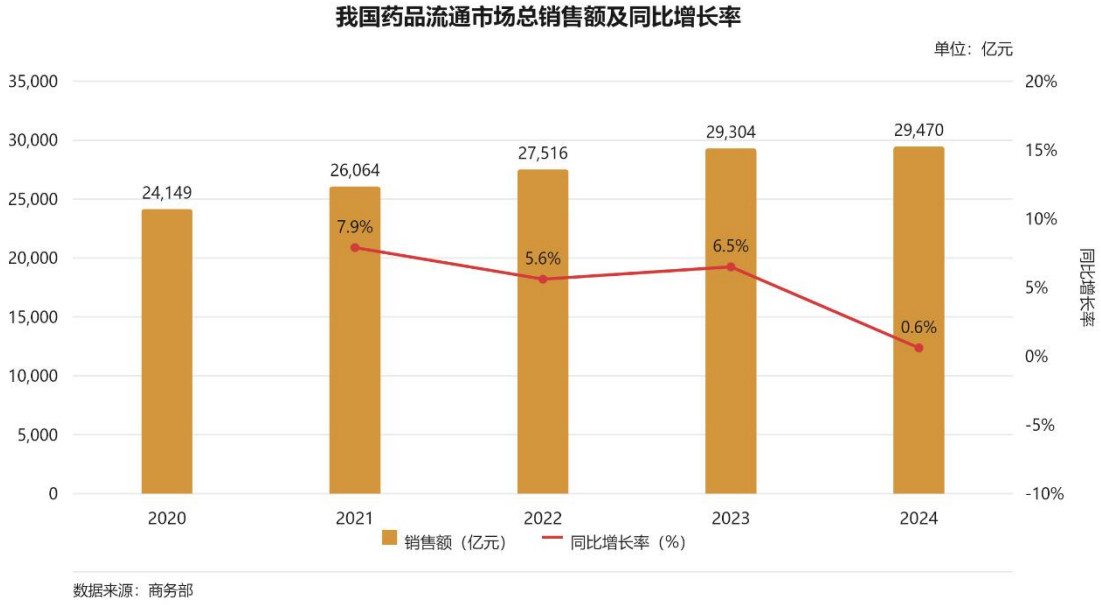
（1）医药流通行业

医药流通行业是连接医药生产与终端消费的重要中间环节，承担着药品、医疗器械等健康产品从生产领域向消费领域转移的职能。按照业务形态划分，该行业主要由医药批发和医药零售两大板块构成。医药批发企业主要面向医疗机构、零售药店等商业客户开展批量销售，承担药品分销、物流配送及供应链服务职能。医药零售则直接面向终端消费者，是居民购药及获取健康服务的核心渠道。我国医药零售行业市场空间广阔，但格局相对分散，正处在连锁化率与集中度快速提升的关键阶段，竞争态势复杂且日趋激烈，呈现出“全国分散、区域集中”的鲜明特征。

近年来，在集中带量采购提质扩面、医保控费常态化实施、医药领域反腐集

中整治深入推进的背景下，医药流通行业传统盈利模式受到一定挑战，行业整体处于经营环境调整与结构优化阶段。行业已从渠道红利时代进入规则重塑时代，竞争逻辑正围绕角色定位、盈利模式与价值贡献展开系统性重构。

从市场规模看，我国医药流通行业整体步入总量承压、结构分化的新周期。根据商务部发布的《2024 年药品流通行业运行统计分析报告》，2020 年至 2024 年，全国七大类医药商品销售总额从 24,149 亿元增长至 29,470 亿元，年均复合增长率约 5.1%。其中，2024 年销售总额同比增长 0.6%，增速相较以前年度有所放缓。



2025 年，市场延续调整态势，米内网数据显示，2025 年中国实体药店零售规模（药品与非药品合计）为 6,165 亿元，同比下降 0.57%；根据中康 CMH 数据，2025 年中国药品全终端市场规模为 20,033 亿元，同比下降 1.4%。2026 年上半年，医药流通行业市场规模呈现恢复性增长，据中物联医药物流与供应链分会统计，上半年医药流通行业市场规模约 1.54 万亿元，同比增长约 4%，全年规模有望突破 3.1 万亿元。

从渠道结构来看，医院终端仍占据主导地位，但院外渠道占比持续提升。根据摩熵医药《2025 年中国药品销售市场分析报告》，2025 年院外渠道合计占比提升至 30.6%，较 2021 年提高约 7.2 个百分点，药品销售从院内绝对主导向院内院外协同发展的格局演进。根据米内网数据，2026 年上半年中国实体药店累计

零售规模为 2,958 亿元，同比微降 0.07%。从运营指标看，上半年线下药店客流显著回暖，店月均订单量同比增长 5%，其中第二季度增速扩大至 6%，带动店月均销售额同比增长 2%；但受消费理性回归与线上渠道分流影响，门店客单价仍承压。竞争已不能依赖交易频次或单价扩张，而必须通过转型健康驿站等方式延长顾客生命周期价值，进而寻找新的服务性增量。

院外渠道扩容的同时，零售终端内部线上线下融合亦在加速，全渠道零售正逐步成为头部企业竞争的重要方向。O2O 作为即时性需求的解决方案，核心价值在于将地理上分散的门店资源转化为响应迅速的履约网络，满足应急用药和便利性需求；B2C 则更多服务于计划性、跨区域的健康消费需求。随着信息技术的发展，会员身份、消费数据、优惠权益和健康档案在多渠道间的互通程度不断提升，推动消费者在不同触点间获得更为连续、一致且个性化的体验。与此同时，线下门店端的行业整合仍在深化，我国零售药店连锁化率近年来维持在 57%左右。根据国家药监局发布的《药品监督管理统计年度数据（2025 年）》，截至 2025 年底，全国零售药店连锁率为 56.23%，门店总数达 65.65 万家。商务部在《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》中提出到2025年药品零售连锁率接近 70%，当前距离该目标仍有较大提升空间。

从产品结构来看，实体药店品类结构持续优化。根据摩熵医药《2025 年中国药品销售市场分析报告》显示，按药品类型划分，2025 年实体药店化学药销售额 2,594 亿元，占比 53.8%，主导地位持续强化。生物药销售额 547 亿元，占比 11.3%，较 2021 年的 7.3%提升 4 个百分点，是增长最快的品类。中成药占比 34.8%，呈持续回落态势。从治疗领域看，肿瘤、心脑血管、糖尿病等慢病处方品类在药店终端持续扩容，成为稳定的增长支撑。

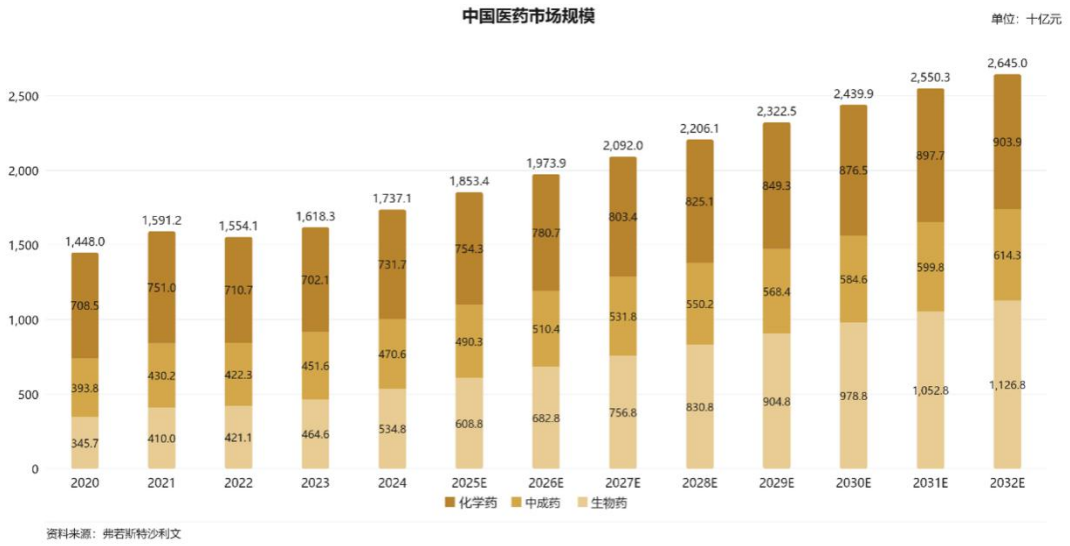
综合来看，我国医药流通行业正处于总量调整与结构优化并行的新周期。行业增长由规模驱动转向质量与效率驱动，渠道端呈现院内承压、院外扩容及线上线下融合态势；零售终端行业进入存量整合阶段，连锁化率提升与加盟扩张成为主流路径；产品端向化学药、生物药及慢病处方品类集中，品类结构持续优化。随着监管趋严与合规成本上升，市场竞争从门店数量比拼转向供应链整合、专业服务及生态构建能力的综合较量，行业份额持续向头部合规企业集中。

（2）医药制造行业

医药制造行业是国民经济的重要组成部分，直接关系公众健康与公共卫生安全。近年来，在居民收入水平提升、医疗保障体系持续完善以及人口老龄化程度加深等多重因素驱动下，我国医药市场规模稳步扩容，行业战略地位日益凸显。

从政策环境来看，国家层面对医药创新产业的支持力度持续加大。2024 年 3 月，政府工作报告首次将“创新药”纳入其中，明确提出加快创新药等产业发展。2024 年 7 月，国务院常务会议审议通过《全链条支持创新药发展实施方案》，从价格管理、医保支付、商业保险、药品配备使用及投融资等环节构建系统性支持框架；同月，国家药监局发布《优化创新药临床试验审评审批试点工作方案》，着力提升临床试验审评审批效率。2025 年全国两会进一步提出健全药品价格形成机制、制定创新药目录、优化药品集采政策等举措，同时明确完善中医药传承创新发展机制，推动医药产业与中医药事业协同发展。上述政策持续深化落实，为行业创新转型提供了明确的制度保障。

从市场空间来看，我国医药市场仍具备较大增长潜力。中国医药市场主要由化学药、生物药以及中成药三个板块构成。根据弗若斯特沙利文行业研究数据，2024 年我国医药市场规模约为 1.7 万亿元人民币；在政策扶持、居民支付能力提升及患者群体扩大的共同推动下，预计至 2032 年市场规模将以约 5.5%的年复合增长率增长至 2.6 万亿元人民币。整体来看，创新药研发、生物制造及中医药现代化等领域将成为行业增长的重要驱动力，医药制造行业有望保持稳健发展态势。



资料来源：弗若斯特沙利文

1）化学药

化学制药行业由化学原料药与化学药品制剂两大板块构成。化学原料药处于产业链上游，为制剂生产提供关键活性成分；化学药品制剂为终端环节，以片剂、注射剂、胶囊剂、粉针剂、溶液剂等剂型直接面向临床，为医药制造业中品种最丰富、应用最广泛的细分领域。

根据弗若斯特沙利文行业研究数据，2024 年我国化学药市场规模约为 7,317 亿元，占整体医药市场约 42.1%，为当前占比最大的细分领域；预计至 2032 年将增至约 9,039 亿元，期间年复合增长率约为 2.7%。在人口老龄化加速、慢病负担持续加重的背景下，心血管、消化系统、呼吸系统等疾病领域的用药需求保持基本稳定，构成化学药品制剂行业的核心基本盘。

在整体扩容的同时，行业内部正经历深刻重构。我国化学药品制剂行业以生产仿制药为主，近年来在一致性评价与集中带量采购政策的叠加影响下，行业竞争格局正经历深刻重构。一致性评价方面，过评及视同过评批文累计超 10,000 件、品种超 1,100 个，行业质量门槛系统性抬升，未通过评价的品种面临市场准入限制。集中带量采购方面，国家集采十批累计覆盖 435 种药品，充分竞争格局已然形成，中标价格大幅下降。在上述政策双重作用下，普通仿制药利润空间被显著压缩，不具备成本优势、技术壁垒或规模效应的落后产能加速出清，行业进入快速分化与结构升级的关键窗口期。具有较大规模、较强研发实力、特色剂型平台能力的企业在未来化学药品竞争市场上处于优势地位。

竞争格局分化倒逼企业向高壁垒领域转型。缓控释制剂、吸入制剂、长效注射剂、脂质体等高端复杂制剂因技术壁垒高、仿制难度大、临床价值明确，具备显著差异化溢价能力，成为仿制药企业突破集采价格红海、实现价值升级的关键路径。与此同时，小分子创新药在心血管、代谢等领域的突破，为化学药行业提供增量增长空间，形成“仿制药保基本、创新药促增长”的双轮驱动格局。

整体而言，化学药品制剂行业正处于“政策倒逼升级、存量优化结构、增量依赖创新”的转型期，中长期具备稳健发展的基本面支撑。具有较大规模、较强研发实力、特色剂型平台能力的企业在未来化学药品竞争市场上处于优势地位。

2）生物药

生物药是指运用微生物学、生物学、医学及生物化学等研究成果，从生物体、生物组织、细胞及其代谢产物中制备的用于预防、治疗和诊断的药品。与化学药相比，生物药具有分子量大、结构复杂、生产工艺要求高等特点，研发与产业化门槛显著更高。

根据弗若斯特沙利文行业研究数据，2024 年我国生物药市场规模约为 5,348 亿元，占整体医药市场约 30.8%；预计至 2032 年将增至约 11,268 亿元，期间年复合增长率约为 9.8%，为化学药、生物药及中药三大板块中增速最快的领域。生物药在肿瘤、自身免疫、代谢性疾病及心血管等重大疾病领域具有明确的临床价值，是创新药研发的核心载体。

从细分领域看，在国家全链条支持创新药发展政策框架下，生物药临床试验审评效率提升、医保准入通道优化，加速了创新生物药从研发到商业化的转化周期。单克隆抗体、重组蛋白、疫苗等构成生物药市场的主体。随着抗体工程、细胞培养及大规模纯化工艺等核心技术的持续突破，生物药正从“me-too”向“best-in-class”乃至“first-in-class”升级；生物类似药在专利到期浪潮下逐步放量，在提升患者可及性的同时，也加速了行业竞争格局的重塑。

整体而言，生物药行业呈现“高壁垒、高投入、长周期”的典型特征，研发与产业化能力构成企业核心竞争力。具备自主技术平台、成熟工艺放大能力及差异化管线布局的企业，将在行业集中度提升过程中占据有利位势，中长期发展基本面稳健。

3）中成药

中成药是以中药材为原料，经提取、浓缩、制剂等工艺加工制成的各类剂型药品（丸、散、片、颗粒、胶囊等），是我国医药体系的特色组成部分。与化学药相比，中成药具有不良反应相对较少、整体调节作用显著等特点，在慢病管理、免疫调节及辅助治疗领域具有明确的临床定位。

根据弗若斯特沙利文行业研究数据，2024 年我国中成药市场规模约 4,706 亿元，占整体医药市场约 27.1%；预计 2032 年将增至约 6,143 亿元，期间年复合年增长率约 3.4%。在人口老龄化、慢病负担加重及中医药临床认可度提升的背景下，中成药需求基本盘稳固。

从政策端看，《“十四五”中医药发展规划》等文件明确了中医药传承创新路径，为行业长期发展提供制度保障。2024 年国家医保目录收录中成药 1,394 种、中药饮片 892 种，目录扩容为院内市场提供支付支撑，提升了中成药的可及性。中药注册分类改革明确了不同类别中药的研发路径和申报要求，经典名方简化审批减少了符合条件的古代经典名方制剂的申报流程，上述举措在一定程度上加速了创新中药的审评审批和产业化进程。在上述政策红利推动下，中成药正从“经验制药”向“循证制药”转型，质量标准提升、临床证据强化及品牌中药价值重估成为行业发展主线。

在细分领域，以真菌发酵技术为特色的中药制剂（如云芝菌、虫草菌粉等）兼具传统中药属性与现代微生物发酵工艺，在免疫调节、肿瘤辅助等领域形成差异化临床价值，是中药现代化与特色化发展的典型方向。整体而言，中成药行业正处于“政策红利释放、质量标准升级、特色品种价值重估”的稳健发展期，中长期具备明确增长逻辑。

2、行业发展趋势

（1）医药流通行业

1）行业集中度提升，头部优势凸显

监管趋严与合规成本上升加速行业出清，根据中康 CMH 数据，2025 年全国药店数量净减少约 2.2 万家，大量单体药店及中小型连锁药店退出市场，释放出市场空间。

在连锁化率稳步提升与行业存量博弈的背景下，医药零售市场马太效应进一步加剧。根据中康产业研究院数据，2025 年药品零售百强企业销售总额占全国药品零售市场份额已突破 60.9%。与此同时，医药批发端整合同步提速，据商务部数据显示，2024 年前 5 家全国性药品批发企业营收占比达 51.2%，前 10 家占比 59.4%，前 100 家占比 75.7%，“5+N”竞争格局初步形成。

头部企业凭借资本、供应链与品牌优势，通过“新开+并购+加盟”组合策略持续扩大网络布局。2025 年百强连锁企业全年新增门店 6,346 家，在全国门店总数负增长的背景下保持净增，但“扩张降速、质量提速”已成为共性选择。在行业扩张整体放缓的形势下，并购更侧重于区域补强，加盟模式则凭借轻资产、快扩张的优势，成为扩大市占率的重要路径。具备生态协同能力与供应链赋能优势的企业，在行业洗牌中进一步巩固竞争地位。

2）零售政策导向明晰，健康驿站转型进入落地期

2026 年初，商务部等九部门联合印发《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》，这是国家首个专门针对药品零售行业的国家级专项政策。文件明确药店要夯实专业服务、健康促进、应急保供等核心职能，并首次在国家层面确立“健康驿站”定位，引导行业由单一“药品销售终端”向综合“健康服务驿站”转型升级。中国医药商业协会随后发布《零售药店健康驿站服务指南》，划定健康监测、健康指导、专业药学服务、健康宣教、便民服务、突发疾病应急处置六大核心服务模块，为药店标准化转型提供清晰实操指引；2026 年 8 月，该协会牵头编制的《零售药店健康驿站服务规范》团体标准正式发布，进一步对设施设备配置、信息化建设、人员配置与专业能力作出规定，并针对社会药房与特药药房分别制定实施细则，标志着健康驿站从方向性指引进入可考核、可复制的标准化阶段。据商务部统计，目前全国已有近 1,000 家零售药店完成升级，转型为具备综合服务能力的“健康驿站”。头部连锁药店企业加速布局健康驿站赛道，健康驿站模式进入规模化落地阶段。

除此之外，处方外流持续推进、门诊统筹覆盖面不断拓宽、创新药院外市场持续扩容等多重利好政策落地见效，进一步拓宽零售药店服务边界，推动行业服务职能延伸。

3）监管体系持续完善，合规成为行业核心竞争力

在医保控费常态化与医药领域反腐集中整治持续推进的背景下，医药行业全链条监管持续趋严。医保基金监管与药品价格监管构成监管体系的核心内容。《医疗保障基金使用监督管理条例实施细则》正式施行，医保飞行检查、智能监控系统与“四同比价”等工具全面应用，形成全链条、穿透式监管体系，实现了对定点药店经营行为的常态化、精细化监督。国家医保局持续推进定点药店医保药品价格监测比较，建立同通用名药品跨区域横向对比机制，推行量价比较指数管理；全国统一严查定点药店“阴阳价格”行为，将价格公平性纳入定点药店准入与年度协议考核。国务院办公厅印发《关于健全药品价格形成机制的若干意见》，明确推行医保定点药店药品公开比价、编制全国统一量价比较指数，强化医保支付标准对零售终端定价的引导作用。

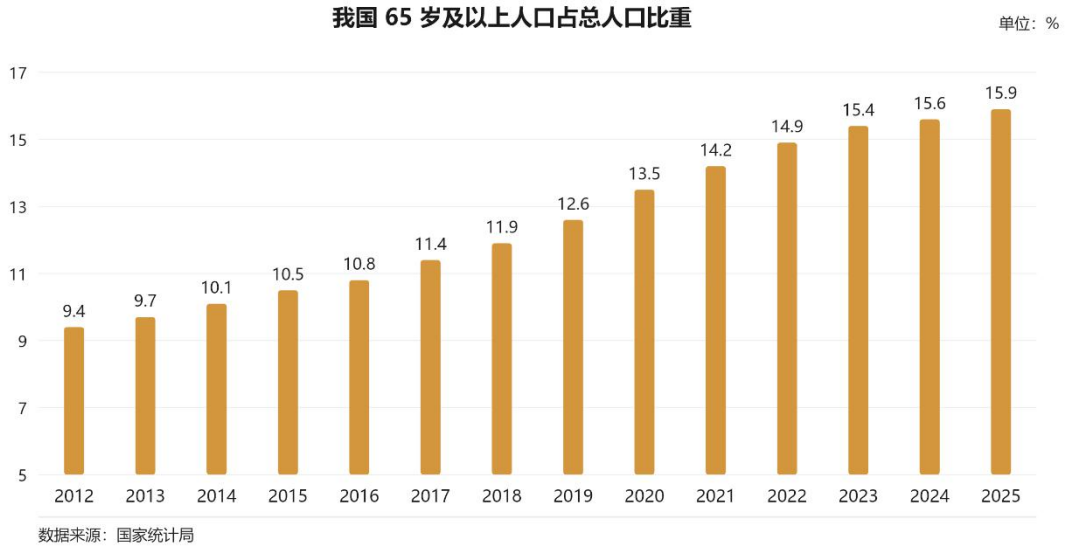
药品追溯、处方药网络零售监管及医保支付方式改革等基础制度同步完善。药品追溯体系建设加速，2026 年 1 月 1 日起所有医药机构实现药品追溯码全量采集上传；处方药网络零售监管持续规范，国家药监局发布《处方药网络零售合规指南》，明确“先诊断、后开方、再售药”的合规流程；医保个人账户改革持续推进，智能化监管工具深度落地，配合医保目录动态调整与支付方式改革深化，对药店的商品结构、处方药管理及合规运营提出更高要求。合规经营已从底线要求升级为企业获取门诊统筹资质、承接处方外流机遇的核心前提，合规能力成为区分企业竞争力的关键变量。

4）集采范围扩大，利润结构重塑

随着集中带量采购提质扩面，国家集采范围进一步扩大至中成药、生物类似药等品类，并逐步向中药饮片等领域延伸，“进基层、进民营医院、进药店”工作持续深化，传统高毛利普药承压明显。根据中康 CMH 医院数据，第十批集采中标品种的片单价同比降幅达 67%，销售额同比降幅达 68%。在集采常态化的持续冲击下，医药流通企业正加速从药品差价模式向“产品+服务”的综合价值模式转型，向自有品牌、代理品牌、保健品、医疗器械等高毛利业务延伸，以优化利润结构、增强抗风险能力。从行业数据看，2025 年百强企业毛利率与净利率的回升，部分即来自商品结构优化与自有品牌占比提升，表明“产品+服务”转型在头部层面已开始产生财务可见的效果。

5）下沉市场释放增量，终端服务向综合赋能升级

在存量博弈背景下，县域及乡镇基层市场正成为医药零售行业的重要增长极。人口老龄化程度的持续加深为基层市场提供了强劲的需求支撑，截至 2025 年末，全国 65 岁及以上人口达 2.2365 亿人，占总人口的 15.9%，县域及乡镇地区老年人口占比较高，慢病管理、康复护理等医药健康需求更为集中且持续扩容。国家卫健委等部门持续优化基层医疗卫生机构布局，推动构建 15 分钟就医购药圈，进一步释放基层医药消费潜力。



下沉市场仍以单体药店及中小型连锁药店为主，上述主体在采购议价、标准化运营及合规管理方面相对薄弱，供应链整合与数字化赋能成为其改善经营状况的重要方式。行业对下沉市场的开拓已从简单的渠道覆盖，升级为通过终端集采、B2B 平台、供应链赋能与定制化商品等综合手段，深度服务中小连锁药店、单体药店与基层消费者，破解基层市场药品可及性与服务专业化的“最后一公里”难题。终端集采行业加速从“卖商品”向“卖服务”转型，从单一供货向“集采+运营+数字化”综合赋能升级，具备标准化终端赋能能力的企业竞争优势持续显现。中康药店通数据显示，O2O 县域店单店年产出达到 109 万元，线上线下一体化模式在县域市场展现出较强增长潜力，表明下沉市场的增量不再主要来自门店加密，而更多来自单店服务半径与履约能力的扩展。

6）专业服务深化与数智技术融合，驱动零售业态升级

医药零售企业持续向“医+药+养+健”综合业态拓展，DTP 药房、慢病管理

中心等专业药房快速发展，健康消费品销售占比稳步提升。行业加快构建慢病管理闭环服务路径，推动药店从药品销售终端向主动健康管理平台转型；医药营销等专业化服务模式通过组织优化与人才输出，赋能零售终端品类管理与患者服务能力。

在门店总量触顶回落、行业持续出清的背景下，单纯依靠网点加密的增长路径已难以支撑持续发展，DTP 药房、慢病管理中心店、社区健康服务店、O2O/B2C 店等细化业态成为结构性突破方向。头部连锁依托门诊统筹、双通道等医保资质，加快向健康驿站等社区健康服务节点延伸，推动门店由交易终端转向长期健康管理触点。

不同业态的成熟度存在明显差异：DTP/特药药房承接创新药院外放量，已进入规模扩容期；健康驿站处于标准化落地与网络化复制阶段；慢病管理与专业药学服务更多作为门店服务能力的延伸，整体仍处培育期。这一分层意味着，业态升级并非简单增设服务项目，而是要求企业同步重构服务对象、服务半径与服务内容——服务对象由“到店顾客”转为长期管理的健康用户，服务半径由“门店周边”扩展至全渠道、全时段，服务内容由一次性交易延伸至随访与用药依从性管理。

服务形态的变化，相应抬高了对数据能力、履约能力与合规能力的要求，数智技术由此从辅助工具上升为业态升级的内在支撑。供应链端，智能算法支持动态需求预测与自动补货，物联网设备保障冷链与仓储质量安全；零售服务端，O2O、B2C 与私域流量协同构建全渠道履约网络；用户运营端，电子处方流转、远程药学服务与精准推送相互衔接，使专业服务突破时空限制。行业竞争要素随之由传统的“位置、品种、价格”，扩展至“数据算力、算法模型、线上流量运营与全渠道体验”。总体来看，专业服务能力决定价值创造空间，AI 数智化水平决定运营效率边界，二者共同构成下一阶段企业分化的关键变量。

（2）医药制造行业

1）政策体系完善，创新生态优化

国家从审评、准入、支付等维度构建了创新药全链条支持体系。国务院办公厅发布《关于全面深化药品医疗器械监管改革促进医药产业高质量发展的意见》，

完善审评机制并加快创新药上市进程；国家医保局与国家卫健委联合印发《支持创新药高质量发展的若干措施》，从研发支持、医保准入、商保扩容等多维度完善支持举措。2026 年《政府工作报告》明确提出打造生物医药等新兴支柱产业；2026 年 6 月国务院常务会议审议通过《国民健康“十五五”规划》，从顶层设计上为产业高质量发展提供系统性支撑。2026 年国家医保药品目录与商保创新药目录“双目录”协同调整机制首次落地，DRG/DIP 支付改革与创新药支持政策协同推进，基本医保之外的高价值创新药多元支付体系逐步成型。

政策红利释放带动创新药研发与上市进程明显提速。药智数据显示，2025 年注册分类为 1 类的新药上市申请达 103 个品种，同比增长 25.61%，同期获批上市 86 个品种，同比大幅增长 68.63%。2026 年上半年，全国共 38 款创新药获批上市，其中国产创新药 31 款，占比超 80%，一批“全球首创”成果集中落地，11 个新靶点、新机制药物均为国产。医药出口结构持续升级，从以原料药为主加速向高附加值制剂切换，创新药对外技术授权交易总额再创新高。港澳药品委外生产政策逐步开放，为医药工业跨境产能布局提供新路径；医药健康产品跨境电商渗透率持续提升，为行业打开增量空间。

2）仿创协同发展，数智技术赋能

在创新药快速发展的同时，高质量仿制药的研发与一致性评价工作持续推进，为集中带量采购背景下的市场供应提供了有力保障，推动行业从“仿创结合”向“创仿并重”演进。仿制药一致性评价与药品集中带量采购的常态化推进，亦倒逼制药企业加快向高壁垒仿制药、改良型新药及创新药方向转型。人工智能等前沿技术在药物发现、临床研究等环节的应用日益深入，加速了靶点筛选、分子设计、临床试验数据分析等关键流程，有效提升研发效率、缩短研发周期，数智化手段正从辅助工具升级为研发基础设施。

3）商业化渠道拓展，研销协同深化

创新药上市节奏加快对商业化能力提出了更高要求。院外市场成为创新药重要落地场景，DTP 药房、双通道药房等专业渠道成为创新药触达患者的重要路径，其冷链物流体系与专业服务能力持续强化，高效承接创新药与生物制剂的院外流转。中康 CMH 数据显示，2025 年一季度，DTP 药房创新药销售额达 233

亿元，同比增长 15.0%。研发与商业环节的协同深化，推动创新药从实验室到患者的全链条效率提升，让具备研产销一体化能力的企业在成本控制与产品供应上构筑更深厚的竞争壁垒。

3、行业的利润水平及变动趋势

（1）医药流通行业

医药流通行业的利润水平主要取决于药品购销差价、高毛利品类占比及运营效率。近年来，集中带量采购常态化推进对传统流通盈利模式形成持续冲击，第十批集采中标品种片单价同比下降 67%，药品批零差价空间明显收窄。叠加医保控费深化、合规成本上升以及 2024 年以来实体药店零售规模增速放缓甚至负增长的影响，行业整体毛利率承压，传统依赖药品差价的企业普遍面临盈利下滑压力。

在此背景下，行业利润结构正在重塑。部分企业加速从药品差价模式向“产品+服务”转型，一方面，通过发展自有品牌、代理品牌以及保健品、医疗器械等高毛利业务优化收入结构，同时借助加盟模式以轻资产方式扩大网络覆盖，并通过 DTP 药房等专业渠道承接处方外流；另一方面，在药店横向比价机制全面推行、中小终端采购成本压力凸显的条件下，提供兼具成本优势与运营价值的系统性赋能支持，成为流通企业参与利润再分配的关键。未来，具备规模优势、供应链整合能力及合规经营基础的企业有望在利润结构调整中保持相对稳定的盈利水平，而缺乏竞争力的单体药店及中小连锁则可能继续面临利润下滑压力。

（2）医药制造行业

医药制造行业利润水平的分化特征较为明显，不同细分领域受政策影响程度差异较大。化学仿制药板块受一致性评价与集中带量采购双重挤压最为突出，十批国家集采覆盖 435 种药品，普通仿制药价格大幅下降，不具备成本优势或技术壁垒的企业利润空间被严重压缩，落后产能加速出清。该板块整体利润水平下滑，行业竞争格局处于深度调整期。

创新药及高端复杂制剂领域则呈现不同的利润走势。缓控释制剂、吸入制剂、长效注射剂等因技术门槛高、仿制难度大，具备差异化溢价能力，在全链条支持创新药政策推动下保持较好盈利空间。生物药领域，单克隆抗体、重组蛋白等产

品在肿瘤、自身免疫等重大疾病领域临床价值明确，市场定价能力较强，盈利水平显著优于传统仿制药。

中成药方面，受益于医保目录扩容及中医药传承创新政策，品牌中药与特色品种需求稳固，利润水平总体保持平稳。

中长期来看，行业利润增长将更多依赖创新药、高端制剂及特色中成药驱动，具备自主研发能力或特色技术平台的企业盈利水平显著高于传统仿制药板块，利润率优势持续扩大。

（四）行业特点

1、行业竞争格局及行业内主要企业

（1）行业竞争格局

我国医药零售行业市场空间广阔，但格局相对分散，正处在连锁化率与集中度快速提升的关键阶段，竞争态势复杂且日趋激烈，呈现出“全国分散、区域集中”的鲜明特征。

从竞争主体来看，医药零售市场参与者大致可分为三个层次。第一类为已完成全国化或跨省布局的头部连锁企业，其依托资本实力、供应链整合能力及品牌溢价，通过自建、并购与加盟相结合的策略持续扩张营销网络，在多个省份形成跨区域布局，市场份额稳步扩大。第二类为在特定省份或城市群建立龙头地位、同时向周边省份渗透的成长型连锁企业，其通常在核心区域具备较强的门店密度、本地化运营能力及品牌影响力，正通过并购和自建方式实现跨区域发展。第三类为数量庞大的单体药店及小型连锁，其仍占据相当市场份额，但在合规成本上升、集采品种议价能力不足及数字化运营能力薄弱等多重压力下，正加速退出市场，为前两类企业让渡空间。

从竞争方式来看，行业竞争逻辑已发生根本性转变。过去数年，门店数量的快速扩张为竞争主旋律，“开店即增长”的粗放模式在资本助推下盛行。根据中康 CMH 数据，2024 年三季度全国药店总量达到约 70.60 万家后出现拐点，此后连续多个季度净减少，2025 年扩张脚步明显放缓。在此背景下，竞争焦点已从单纯的规模比拼转向运营效率、盈利质量及顾客价值的深度挖掘。头部企业对并购持审慎观望态度，更加注重区域补强式并购及存量门店的提质增效。加盟模式

凭借轻资产、快扩张的优势，成为扩大市占率的重要路径。行业整体告别粗放扩张时代，进入以运营效率、服务价值与生态构建为核心的高质量发展阶段。行业竞争由此不再停留于“谁占据更多网点”，而是转向“谁更懂用户与支付方”，运营能力、专业服务与数智化水平构成下一阶段分化的核心变量。2026 年，健康驿站正在成为竞争逻辑落地的关键载体。健康驿站所承载的慢病管理、健康检测、用药指导等功能，本质上是在药品差价收窄的背景下，将门店从交易场所重构为社区健康服务的持续触点，为单店盈利模型注入服务增量。

从区域分布来看，一二线城市市场渐趋饱和，门店密度较高，同质化竞争加剧，增量空间有限，企业竞争更多体现在专业服务深度、会员运营精度及线上线下融合能力等方面。与此同时，县域及乡镇基层市场正成为重要的增长极，行业对下沉市场的开拓已从简单的渠道覆盖升级为供应链赋能与终端服务深化，通过终端集采、B2B 平台等综合手段提升基层药品可及性。此外，随着人口老龄化程度加深，县域及乡镇地区老年人口占比较高，慢病管理、康复护理等需求更为集中，进一步强化了下沉市场的战略价值，吸引头部连锁加速布局。

从政策环境来看，合规成本上升正在重塑竞争格局。医保控费常态化推进，飞行检查、智能监控系统及“四同比价”等工具全面应用，对定点药店经营行为实现常态化、精细化监督。合规经营已从底线要求升级为企业获取门诊统筹资质、承接处方外流机遇的核心前提。不具备合规能力、缺乏专业药房资质的企业正被加速淘汰，具备生态协同能力与供应链赋能优势的市场主体有望在行业洗牌中进一步巩固竞争地位。

在医药制造领域，行业竞争格局同样处于调整期。集中带量采购和一致性评价推动化学仿制药行业分化，普通仿制药利润空间收窄，不具备成本优势或技术壁垒的企业经营承压，具备特色剂型平台能力和规模效应的企业相对占优。创新药和生物药领域在全链条支持政策下研发活动活跃，行业资源向具备自主技术平台和差异化管线布局的企业集中。

（2）行业内的主要企业

1）老百姓

老百姓大药房连锁股份有限公司成立于 2005 年，并于 2015 年 4 月 23 日在

上海证券交易所上市（603883.SH）。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。

2）一心堂

一心堂药业集团股份有限公司成立于 2000 年，并于 2014 年 7 月 2 日在深圳证券交易所上市（002727.SZ）。公司主营业务为医药零售连锁和医药分销，核心业务围绕大健康产业链展开，以医药零售连锁为核心，医药批发为支撑，同步延伸中药全产业链、医养健康及互联网医药等相关业务，持续深耕大健康产业，坚持“直营为主、加盟为辅、区域深耕、全国拓展”的发展策略，构建起“药品零售+医药批发+中药产业+医养健康+互联网医药”的多元化业务体系，致力于为消费者提供全品类、专业化、便捷化的健康产品与服务。

3）益丰药房

益丰大药房连锁股份有限公司成立于 2008 年，并于 2015 年 2 月 17 日在上海证券交易所上市（603939.SH）。公司是国内领先的药品零售连锁企业之一，主要从事药品、保健品、医疗器械以及与健康相关的日用便利品等的连锁零售业务，子公司益丰医药等作为公司内部采购平台，除内部商品配送外，兼顾加盟配送和少量对外药品分销业务。子公司恒修堂药业有限公司，从事中药饮片的研发和生产，主要满足公司对中药饮片的内部需求。

4）大参林

大参林医药集团股份有限公司成立于 1999 年，并于 2017 年 7 月 31 日在上海证券交易所上市（603233.SH）。公司是国内领先的药品零售连锁企业之一，主要从事中西成药、参茸滋补药材及中药饮片、保健品、医疗器械及其他商品的连锁零售业务。公司致力于通过直营门店以及直营式加盟门店为消费者提供优质实惠的健康产品和专业周到的服务。

5）健之佳

健之佳医药连锁集团股份有限公司成立于 2004 年，并于 2020 年 12 月 1 日在上海证券交易所上市（605266.SH）。公司主要从事药品、保健食品、个人护

理品、家庭健康用品、便利食品、日用消耗品等健康产品、便利产品的连锁零售业务，并为客户提供上述产品所涉及的专业服务。公司以顾客需求为核心，长期专注于差异化定位的药品零售、便利零售服务，依托多个省市区建设的社区专业药房、便利店实体服务网络，构建起以会员为核心的全渠道、专业化服务体系。

6）漱玉平民

漱玉平民大药房连锁股份有限公司成立于 1999 年，并于 2021 年 7 月 5 日在深圳证券交易所上市（301017.SZ）。公司立足于医药流通领域，主营业务为医药零售连锁业务。公司主要经营范围包括中西成药、保健食品、中药饮片、健康器械等产品的经营销售，主要收入来源为直营连锁门店医药产品的销售。

2、影响行业发展的有利和不利因素

（1）有利因素

1）产业政策体系持续完善

2026 年 1 月，商务部等九部门联合印发《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》，明确支持零售药店兼并重组及批零一体化发展；医保目录动态调整、门诊统筹资质放开及“双通道”管理机制完善，提升了零售药店在医药服务体系中的功能定位，具备专业药房资质的企业有望承接更多医院外流处方。医药制造领域，国家已从审评、准入、支付等维度构建创新药全链条支持体系，2024 年政府工作报告首次纳入“创新药”，国务院批准《全链条支持创新药发展实施方案》，国家药监局推进临床试验审评审批效率提升；根据药智数据，2025 年注册分类为 1 类的新药上市申请达 103 个品种，同比增长 25.61%，同期获批上市 86 个品种，同比增长 68.63%。中医药领域，中药注册分类改革、经典名方简化审批降低了中药新药上市门槛，2024 年国家医保目录收录中成药 1,394 种、中药饮片 892 种，目录扩容为院内市场提供支付支撑，推动中成药质量标准提升及临床证据强化。

2）健康需求持续扩容

国家统计局数据显示，截至 2025 年末，全国 65 岁及以上人口达 2.2365 亿人，占总人口的 15.9%，慢性病患病率上升推动慢病管理、康复护理、居家药学服务等需求增长，患者用药周期相应拉长，医药零售企业的长期服务价值进一步

凸显。居民人均医疗保健支出保持增长态势，2021 年至 2025 年年均增长 6.9%，健康消费意愿稳步提升，带动保健品、医疗器械、健康消费品等品类需求增长。在区域结构上，基层医疗基础设施完善及医保支付政策下沉，释放了县域及乡镇市场的健康消费需求，为医药零售企业提供了增量拓展空间。

3）渠道变革与数智化转型

医药流通行业线上线下融合趋势深化，O2O 模式将门店资源转化为履约网络，B2C 模式服务计划性、跨区域的健康消费需求；根据摩熵医药数据，2021 年至 2025 年，网上药店规模从 378 亿元增长至 965 亿元，全渠道零售有助于企业突破线下门店的物理辐射边界。供应链端，智能算法实现动态需求预测与自动补货，物联网设备对冷链运输及仓储环境进行全程监控，有助于降低库存成本并保障药品质量安全；用户运营端，基于用户画像的精准推送、远程药学服务及电子处方流转平台，推动专业服务突破时空限制。此外，DTP 药房、双通道药房等专业渠道成为创新药触达患者的重要路径，根据中康 CMH 数据，2025 年一季度 DTP 药房创新药销售额达 233 亿元，同比增长 15.0%，研产销协同能力较强的企业可通过自有渠道及合作网络实现产品高效触达。

4）行业转型升级加速

在一致性评价和集中带量采购政策的叠加影响下，医药制造行业低端产能加速出清，行业资源向具备技术壁垒的领域集中。缓控释制剂、吸入制剂、长效注射剂等高端复杂制剂技术壁垒较高、临床价值明确，形成差异化竞争优势；小分子创新药及生物药在肿瘤、自身免疫等重大疾病领域的临床价值释放，推动行业形成“仿制药保基本、创新药促增长”的发展格局。中医药领域，质量标准提升、临床证据强化及品牌中药价值重估成为发展主线，特色中药品种在免疫调节、肿瘤辅助等领域形成差异化临床价值。医药流通领域，DTP 药房、慢病管理中心等专业药房快速发展，推动零售终端从单一药品销售向“产品+服务”的综合健康服务平台转型，药学服务、慢病管理等高附加值业务有助于改善传统流通企业依赖药品差价的盈利模式。上述转型升级为具备研发平台、特色品种、专业服务能力的头部企业提供了结构性发展机遇。

（2）不利因素

1）集采与医保控费双向挤压利润空间

集中带量采购已进入常态化实施阶段，国家集采十批累计覆盖 435 种药品，范围扩大至中成药、生物类似药等品类，充分竞争格局已然形成。根据中康 CMH 医院数据，第十批集采中标品种的片单价同比降幅达 67%，销售额同比降幅达 68%。医药制造领域，普通仿制药利润空间被显著压缩；医药流通领域，传统药品差价模式受到挑战，高毛利普药承压明显。与此同时，医保控费常态化推进，“四同比价”等价格治理工具全面应用，进一步收窄了企业的盈利空间。

2）监管趋严抬高合规成本

医保控费常态化与医药领域反腐集中整治持续推进，2025 年医保监管体系呈现全链条、穿透式管理特征。医保飞行检查、智能监控系统与“四同比价”等工具全面应用，对定点药店经营行为实现常态化、精细化监督。药品追溯码在医疗保障领域的全流程、全量采集和全场景应用逐步推进，对企业生产、流通环节的质量管理提出更高要求。合规经营已从底线要求升级为企业获取门诊统筹资质、承接处方外流机遇的核心前提，不具备合规能力的企业面临被淘汰风险，行业整体合规成本持续上升。

3）市场增速放缓与结构分化

近年来，我国医药行业整体步入总量承压、结构分化的新周期。2025 年中国实体药店零售规模 6,165 亿元，同比下降 0.57%；全国药店总量自 2024 年三季度达到约 70.60 万家后出现拐点，此后连续多个季度净减少。尽管人口老龄化带动健康需求持续增长，但行业结构分化、门店密度过高及同质化竞争加剧，导致市场进入存量博弈阶段。一二线城市门店密度较高，增量空间有限；医药制造领域同样面临产品同质化等问题，企业需在创新研发、成本控制和差异化竞争方面投入更多资源。

4）行业门槛抬升加剧分化

医药制造行业具有“高壁垒、高投入、长周期”的典型特征，新药研发从靶点发现到上市通常需要十年以上时间，投入巨大且失败率较高。一致性评价方面，过评及视同过评批文累计超 10,000 件、品种超 1,100 个，行业质量门槛系统性抬

升。医药流通领域，门店扩张、物流体系建设、信息系统搭建及全渠道数字化转型同样需要持续的资金投入。对于资本实力有限、技术储备不足的中小企业而言，同时承担研发创新、运营升级和合规建设的双重乃至多重投入压力较为突出，行业分化趋势加剧。

3、进入本行业的主要障碍

（1）政策及经营资质壁垒

医药流通及制造行业直接关系到公众健康与用药安全，受到国家法律法规的严格监管，存在较高的行政许可与合规门槛。开设药店须依法取得《药品经营许可证》《医疗器械经营许可证》等资质，审批标准严格，对经营场所、设施设备、质量管理人员等均有明确要求；医药制造企业须取得药品生产许可证、GMP 符合性检查及药品注册批件等。

医保定点资质是重要的经营壁垒。纳入基本医疗保险定点管理是药店获得稳定客流的重要保障，申请该资质需满足人员配备、信息系统、内部管理及经营合规性等一系列高标准。近年来，承接处方外流、参与“双通道”供药、提供门诊统筹结算等业务，需要药店额外获得特定资质认证，并具备与医疗机构和医保系统对接的信息化能力、专业的药事服务团队等，上述资质和能力往往无法在短期内建立。

此外，医保控费常态化推进，药品追溯码全流程采集、飞行检查、智能监控系统等监管工具全面应用，合规经营已从底线要求升级为企业获取门诊统筹资质、承接处方外流机遇的核心前提。新进入企业需在合规体系建设方面投入大量资源，短期内难以达到成熟企业的合规水平。

（2）经营规模壁垒

规模效应在医药流通行业体现得尤为突出。采购成本方面，大型连锁企业凭借庞大的采购规模，对上游供应商具备较强的议价能力，能够获得更优的采购价格和供应保障，新进入者或小型企业采购成本较高，难以在价格上形成竞争力。物流与运营效率方面，大型连锁企业通过中央仓、区域仓的集约化配送，能大幅降低单店物流成本、提高库存周转率，自建此类体系对资金和管理能力要求极高。管理协同与数据优势方面，跨区域、多门店的统一、精细化运营管理，依赖于强

大的中后台信息化系统与成熟的标准化管理体系，规模越大，沉淀的经营数据与消费者数据价值越高，可进一步驱动精准营销与智能决策，这对新进入者而言难以复制。

在医药制造领域，规模效应同样显著。较大的生产规模有助于摊薄固定成本、降低单位生产成本，并在原材料采购中获得议价空间。新进入者难以在短期内达到同等规模水平。

（3）资金规模壁垒

医药零售行业属于资本密集型行业，从初始投入到持续扩张均需要雄厚的资金支持。初始投资方面，开设单家符合规范的门店，涉及店铺租赁或购买、装修、证照办理、首期铺货、信息系统接入等，需要相当的初始投入，而若想形成初步的网络规模，所需资金量更大。规模扩张方面，行业已进入整合发展阶段，通过自建新店或收购现有药店进行扩张是主要路径，无论是自建还是并购，均需持续、大量的资本投入，且并购市场竞争激烈，优质标的估值水涨船高，进一步抬高了扩张的资本门槛。流动资金方面，药品采购需占用大量流动资金，且为维持丰富的商品结构和应对货款结算周期，企业需要具备健康的现金流，新进入者或小型企业常面临资金紧张的经营压力。

医药制造领域同样需要大量资金投入，涉及研发设施建设、临床试验、生产线 GMP 改造及产能扩张等，新药研发周期长、投入大、风险高，对资本实力要求更为严苛。

（4）品牌声誉壁垒

品牌声誉是获取消费者信任、建立客户忠诚度的核心要素之一。药品是特殊商品，消费者对用药安全高度敏感，倾向于选择品牌知名度高、口碑良好的连锁药店，尤其是中老年客群及慢病患者，品牌信任是其选择与长期依赖的首要因素。领先企业通过多年的深耕，已建立起庞大的会员体系，并通过专业的药事服务、会员权益和持续的客户关怀，与消费者形成了深度绑定的关系，这种基于信任和习惯的客户粘性，对新进入者构成强大的转换壁垒。

在医药制造领域，通过一致性评价的优质仿制药和品牌中药更容易获得医疗机构及零售终端的认可，品牌中药的价值重估进一步强化了品牌壁垒。新品牌需

要漫长的时间和大量的品质与服务投入来建立信任，短期内难以在品牌层面与成熟企业竞争。

（5）人力资源壁垒

专业化、高素质的人才团队是提供合规、优质服务的关键。零售药店须配备一定数量的执业药师及药学专业技术人员，相关法律法规对人员资质有明确要求。连锁药店的运营管理需要既懂医药专业，又精通零售管理、供应链、数字化运营的复合型人才，这类人才市场上相对稀缺，通常被头部企业所吸纳和储备。

在医药制造领域，新药研发及产业化涉及多学科交叉，对研发人才和产业化人才的要求极高。此外，将标准化服务流程、专业知识与文化价值观有效传导至成千上万家门店和数万名员工，需要建立强大、成熟且持续迭代的培训体系与企业文化，人才培养体系的构建非一日之功，是保障大规模连锁运营服务品质一致性的根基。

4、行业的经营特征

（1）周期性

医药行业与居民健康需求密切相关，整体呈现弱周期性特征。药品作为满足疾病治疗需求的刚需消费品，其消费受宏观经济波动影响相对有限。但行业盈利水平和竞争格局受医药卫生体制改革政策周期影响较为明显，集中带量采购、医保目录调整、医保控费等政策的出台与实施节奏，会对行业产生阶段性影响。

（2）区域性

我国医药流通行业存在较为明显的区域性特征。从零售端看，由于各地医保政策、消费习惯及竞争格局存在差异，连锁药店通常先在特定区域深耕形成规模优势后再向外拓展，呈现“全国分散、区域集中”的格局。从批发端看，药品配送存在合理的物流半径，区域性医药批发企业凭借属地化优势在本地市场占据重要地位。

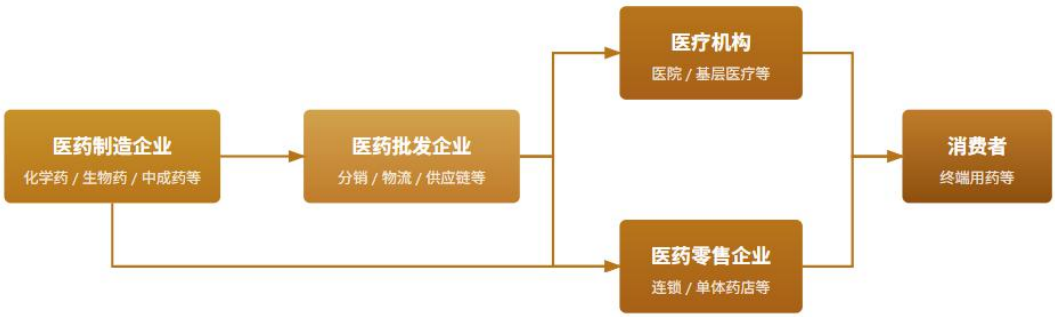
医药制造行业整体区域性特征不明显。虽然部分细分领域受环保政策和产业配套影响，生产企业相对集中于特定区域，中药材资源分布也具有较强的地域性，但药品成品通过流通渠道销往全国，市场覆盖范围不受区域限制。

（3）季节性

医药行业整体不存在明显的季节性特征。但部分药品品类存在季节性消费波动，例如呼吸系统用药、抗流感药物等在冬春季节需求相对旺盛，消化系统用药、防暑降温药品等在夏秋季节销量较高。

5、上下游行业之间的关联性及影响

公司主营业务涵盖医药零售、医药营销、终端集采及研发生产四大板块，在医药健康产业链中同时涉及医药流通与医药制造领域。上游面向医药制造企业、原料药及中药材供应商，下游面向终端消费者、其他医药零售终端及基层医疗机构，形成了覆盖研发、生产、流通、终端服务的业务布局。



（1）公司与上游行业的关联性

公司医药零售、医药营销及终端集采板块的上游为各类制药企业及医药批发商。医药零售企业作为制药企业产品价值实现的终端环节，通过规模化采购和广泛的渠道网络，帮助上游产品完成市场覆盖与动销。规模较大、网络完善的流通企业凭借采购量优势，与上游建立长期稳定的合作关系，获得较强的议价能力和供应保障。上游的集中带量采购、医保谈判等政策会迅速传导至流通端，直接影响药品结构与毛利水平；而流通终端承接处方外流的能力，也直接关系到上游企业院外市场的战略布局。此外，零售终端直接面对消费者，能够敏锐捕捉市场需求、用药依从性及使用反馈，并将这些信息反向传导至上游，为制药企业的研发、生产与市场策略提供决策依据。

公司研发生产板块的上游为化学原料药、中药材、辅料及包装材料等生产企业，其价格波动、质量稳定性及供应连续性直接影响生产成本和产品质量控制。

（2）公司与下游行业的关联性

公司医药零售板块直接面向终端消费者，是药品供应与专业服务的最终交付环节。随着人口老龄化程度加深和居民健康消费升级，下游消费者对用药指导、健康咨询、慢病管理等专业服务的需求持续增长，不再局限于单纯的药品购买。药店作为医保定点机构，可为消费者提供便捷的医保结算服务，是患者享受政策红利的关键终端。同时，零售终端凭借深入社区的网点优势，成为“医药分开”背景下承接处方外流、管理慢病与常见病的重要渠道，有效分担了医疗机构压力，提升了医疗资源效率和药品可及性。

公司医药营销及终端集采板块的下游为其他零售药店、基层医疗机构等。公司为下游客户提供药品分销、品牌营销、供应链赋能、数智化系统支持等服务，下游客户的采购能力、经营稳定性及网络覆盖范围直接影响公司相关业务的销售业绩。近年来，院外渠道占比持续提升，处方外流趋势明显，基层医疗机构及中小零售终端在承接医院处方方面获得新的发展机遇，同时也对公司的供应链响应速度和专业服务能力提出了更高要求。

（3）公司内部板块协同

公司内部各业务板块之间存在显著的协同效应。研发生产板块生产的药品可通过公司自有零售渠道及营销网络实现销售，缩短流通环节，降低渠道成本，同时为前端零售与营销业务提供自有品牌产品及高毛利差异化品种；数智研究院开发的锐思 AI 大模型、智慧库存系统及 BI 数据平台，为各板块提供会员运营、供应链提效及经营决策支持；药店商学院通过向自有门店及合作终端输出体系化支持。零售与营销终端的市场反馈可为研发生产板块的产品研发与生产计划提供依据，形成研产销一体化的闭环。这种内部协同有助于提升公司整体运营效率和市场响应速度，使各板块在采购、生产、流通及终端服务环节形成相互衔接的业务关系。

（五）发行人出口业务情况

报告期内，发行人的境外收入分别为 154.78 万元、408.82 万元、577.17 万元及 320.10 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.04%、0.09%、0.11%及 0.11%，占比较低。

四、主要业务模式、产品或服务的主要内容

（一）发行人主营业务概况

发行人是一家以医药产业为核心锚点的科技型、创新型、生态型医药企业，主要从事医药零售、医药营销、终端集采及研发生产业务，形成了覆盖医药产业链上下游的业务布局。公司依托国胜大药房、华人健康平台、全方药业、神华药业、正药科技及捷助科技等主体开展运营，以医药零售终端为核心，产品矩阵与终端网络协同，药店商学院、数智研究院及新药研究院为各业务板块提供支撑。

1、医药零售

国胜大药房是公司零售业务的核心载体，采用“直营+加盟+并购”模式拓展门店网络，门店主要分布于安徽省，并已通过并购方式进入江苏、浙江、福建等省份。公司门店面向消费者销售药品、医疗器械、保健品及与健康相关的日用便利品，并提供药事咨询、用药指导、慢病管理等专业化服务。发行人建立了“总部—区域—门店”三级管理体系，对门店运营实施精细化管理。截至报告期末，国胜大药房会员数量超过千万，新零售业务保持增长。

2、医药营销

公司医药营销业务聚焦医药产品的组织运营与终端增值服务。产品端，公司通过总代、OEM 定制及自有品牌运营等方式，搭建覆盖呼吸系统、心脑血管、营养滋补等品类的产品矩阵，为连锁药店等终端客户提供商品供给；服务端，依托药店商学院向合作客户输出门店标准化运营、营销策划、AI 数智化平台及专业人才培训等支持。报告期内，公司与数千家上游生产企业和连锁药店企业建立了合作关系。

3、终端集采

终端集采业务由公司控股公司全方药业运营，核心为医药产品的集中采购与平台化供应。全方药业主要面向中小连锁药店、单体药店及基层医疗终端，向上游生产企业集中采购药品、医疗器械等商品，通过省级“锐盟”共建平台及自建 B2B 平台向客户提供商品供给、运营指导及系统对接等服务。目前全方药业已在安徽省内建立会员门店体系，并通过全国控销网络拓展省外市场。

4、研发生产

公司研发生产业务由神华药业与正药科技共同开展。神华药业在国内真菌药物领域较为领先，专注于菌类发酵技术研发与产业化应用，核心产品涵盖云芝菌胶囊、虫草菌粉等特色中药制剂及黄原胶等药用辅料；同时，神华药业在仿制药方向同样具备扎实的产业化基础，目前累计持有的药品批文覆盖多个治疗领域，并具备与批文相匹配的药品生产能力，能够自主完成从获批到投产、再到商业化的完整闭环。正药科技聚焦心血管、消化系统、呼吸系统等领域的高端仿制药与改良型新药研发。二者通过自主研发、合作开发及批文引进等开放式创新模式，为产业链提供产品创新与生产支撑。

（二）主要业务经营模式

公司已形成覆盖药品研发、生产、流通及终端销售的全产业链经营模式，主要经营模式包括采购、生产、仓储物流与配送、销售及研发等环节，具体情况如下：

1、采购模式

公司实行统一采购与区域采购相结合、集中采购与专项采购相补充的差异化采购机制，充分发挥规模化采购优势，兼顾各业务板块及区域的个性化需求。医药零售业务实行“集中采购为主、区域动态补充采购为辅”的模式，依托公司统一供应链平台整合需求，向医药工业企业、一级商业公司采购普药、中成药及健康消费品，针对区域特色品种开展本地化补充采购，同时优先采购体系内江苏神华自产产品、正药科技转化品种。医药营销业务以上游工业企业合作引进总代理、控销品种为主，同步开展 OEM/贴牌定制采购，围绕零售终端需求开发差异化自有品牌品规。终端集采业务依托规模化集采模式，整合全国中小连锁、单体药店会员终端的集中需求，向上游厂商集中议价采购，并依托“锐盟”联盟平台开展联合集采，降低终端采购成本，定向开发专供终端的系列产品。医药研发生产板块方面，江苏神华根据生产计划统一采购生产所需原材料、药用辅料及包装材料；正药科技围绕药品研发项目采购实验原料、试剂及参比制剂，对于 MAH 项目则按需遴选具备资质的受托生产企业开展委托生产合作。

2、生产模式

公司医药研发生产板块根据各主体定位采取差异化的生产模式。江苏神华以自主生产为核心，具备真菌原料药、制剂、药用辅料的自主生产资质与发酵技术优势，自产产品优先供给公司内部零售、营销、终端集采渠道，同时对外开展市场化销售。正药科技以药物研发、品种持有为主，已获批及在研品种主要采用委托生产模式，后续成熟管线可结合产业规划统筹安排自有产能落地或持续委托生产。

3、仓储物流与配送模式

公司搭建了一体化智能仓储物流体系，配套信息化系统实现统一调度、分板块配送。医药零售业务由中心仓集中收货、智能分拣，面向全国直营、加盟门店开展常态化配送，同步配套 O2O 前置仓支撑线上即时零售业务。医药营销及终端集采业务依托共享仓储资源，面向合作连锁药店、单体终端开展 B2B 批量配送，其中全方药业依托数字化系统对接会员终端，实现订单自动归集、统一调度配送，满足基层终端碎片化采购需求。江苏神华设立工业成品仓，自产制剂、原料药发往公司商业流通板块及外部客户，严格按照药品 GSP 要求落实温湿度管控、冷链管理。公司持续推进仓储分拣智能化升级，依托供应链信息系统实现库存动态共享、需求预判，提升全链条周转效率，并通过数据模型优化库存结构与配送调度，缩短门店补货响应时间；同步以统一数据口径贯通工业成品仓与商业流通仓，提升全链条周转效率。

4、销售模式

公司已形成零售、批发、B2B 平台及工业销售相结合的多元化销售格局。医药零售业务线下采取直营、并购、加盟多模式拓展连锁门店，同时推进健康驿站建设，线上布局 B2C 平台电商、O2O 即时零售、私域运营，形成线上线下一体化零售渠道。医药营销业务以总代理、控销、自有品牌推广为核心，面向全国医药连锁、商业公司开展批发分销，为上游工业提供品种全国化推广服务。终端集采业务依托自研 B2B 商城、锐盟联盟平台，面向中小连锁、单体药店提供一站式供应链服务，采取会员集采、品类专供、运营赋能相结合的 B2B 销售模式。医药工业业务采取“内部优先供给+外部市场化销售”模式，成熟品种优先供应

国胜大药房、华人健康营销平台、全方集采渠道，同时面向外部医药商业、连锁终端开展对外销售。

5、研发模式

公司构建“两大平台协同”研发体系，坚持需求导向开展药品创新与成果转化。正药科技作为新药核心研发平台，采取自主研发为主、合作开发、技术引进相结合的模式，重点布局高端仿制药、2 类改良型新药等管线，持有药品 MAH 文号，聚焦心脑血管、消化、呼吸等常见病领域；神华药业依托自身真菌发酵特色技术，开展原料药、特色制剂工艺优化与迭代研发，持续巩固发酵技术壁垒；同时不断提升加强高端仿制药的研发创新力度与产业化水平。公司研发立项充分联动前端零售终端市场反馈，推动研发成果快速在自有渠道实现商业化落地，打通“研发—生产—流通—终端”转化链路。

公司同步推进数智化创新研发，由数智研究院依托各业务场景沉淀的数据资源，持续迭代研发 AI 大模型，打造以锐思 AI 为代表的自研智能体，推动其在会员运营、品类分析、合规预警、门店经营诊断及需求预测等环节深度应用，并与采购、生产、仓储物流、销售等环节实现数据打通，使业务数据反哺模型迭代、终端洞察反哺药品研发立项。

（三）业务经营资质

1、法人主体的业务许可资格情况

发行人主要从事医药零售、医药营销、终端集采及研发生产业务，形成了覆盖医药产业链上下游的业务布局。根据相关法律法规要求，发行人各法人主体如经营批发业务，在零售端实际销售药品、器械或从事药品生产，需要事前审批，具体情况如下：

序号	业务类型	审批事项	法律法规名称	法律法规内容
1	药品批发及零售活动	药品经营许可证	《药品管理法》（2019 年）	第五十一条：从事药品批发活动，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。从事药品零售活动，应当经所在地县级以上地方人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。无药品经营许可证的，不得经营药品。
2	药品生产	药品生产	《药品管理	第三十二条：药品上市许可持有人自行生

序号	业务类型	审批事项	法律法规名称	法律法规内容
		许可证	法》（2019 年）	产药品的，应当依照本法规定取得药品生产许可证。
3	第二类医疗器械的销售	第二类医疗器械经营备案	《医疗器械监督管理条例》（2024 年）	第四十一条：从事第二类医疗器械经营的，由经营企业向所在地设区的市级人民政府负责药品监督管理的部门备案并提交符合本条例第四十条规定条件的有关资料。
4	第三类医疗器械的销售	医疗器械经营许可证	《医疗器械监督管理条例》（2024 年）	第四十二条：从事第三类医疗器械经营的，经营企业应当向所在地设区的市级人民政府负责药品监督管理的部门申请经营许可并提交符合本条例第四十条规定条件的有关资料。
5	互联网药品的销售	互联网药品信息服务资格证书/备案	《互联网药品信息服务管理办法》（2017 年）	第五条：拟提供互联网药品信息服务的网站，应当在向国务院信息产业主管部门或者省级电信管理机构申请办理经营许可证或者办理备案手续之前，按照属地监督管理的原则，向该网站主办单位所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请，经审核同意后取得提供互联网药品信息服务的资格。
			《互联网药品医疗器械信息服务备案管理规定》	第五条：信息服务提供者在提供互联网药品医疗器械信息服务前，应当向所在地省级药品监督管理部门提供单位名称、法定代表人或者主要负责人、住所，以及网站、客户端、应用程序的名称和域名等信息进行备案。
6	医疗器械的网络销售	医疗器械网络销售备案	《医疗器械网络销售监督管理办法》	第八条：从事医疗器械网络销售的企业，应当填写医疗器械网络销售信息表，将企业名称、法定代表人或者主要负责人、网站名称、网络客户端应用程序名、网站域名、网站 IP 地址、电信业务经营许可证或者非经营性互联网信息服务备案编号、医疗器械生产经营许可证件或者备案凭证编号等信息事先向所在地设区的市级食品药品监督管理部门备案。
7	食品销售	食品经营许可证/备案	《中华人民共和国食品安全法》（2025 年）	第三十五条：国家对食品生产经营实行许可制度。从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可。但是，销售食用农产品和仅销售预包装食品的，不需要取得许可。仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方人民政府食品安全监督管理部门备案。
8	食品生产	食品生产许可证	《中华人民共和国食品安全法》（2025 年）	第三十五条：国家对食品生产经营实行许可制度。从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可。

2、发行人及其一级控股公司的主要业务许可资格情况

截至本募集说明书签署日，发行人及其一级控股公司主要业务经营资质或许

可的情况如下：

（1）华人健康

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	皖 AA551000353	安徽省药品监督管理局	2029.04.09
2	第二类医疗器械经营备案凭证	皖合药监械经营备 20233991 号	合肥市市场监督管理局	/
3	医疗器械经营许可证	皖合药监械经营许 20180487 号	合肥市市场监督管理局	2028.10.08
4	互联网药品信息服务资格证书	（皖）-非经营性 -2019-0039	安徽省药品监督管理局	2029.03.31
5	仅销售预包装食品经营者备案	YB13401111237366	合肥市包河区市场监督管理局	/

（2）江苏神华

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品生产许可证	苏 20160326	江苏省药品监督管理局	2030.09.25
2	互联网药品信息服务资格证书	（苏）-非经营性 -2022-0107	江苏省药品监督管理局	2027.09.22
3	食品经营许可证	JY33208310069632	金湖县市场监督管理局	2027.04.28
4	食品生产许可证	SC12732083100194	江苏省市场监督管理局	2031.06.10

（3）安徽国胜

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	皖 BA551000008	合肥市市场监督管理局	2030.06.30
2	第二类医疗器械经营备案凭证	皖合药监械经营备 20203230 号	合肥市市场监督管理局	/
3	医疗器械经营许可证	皖合药监械经营许 20201113 号	合肥市市场监督管理局	2030.12.30
4	互联网药品医疗器械信息服务备案	皖网药械信备字 [2026]000033 号	安徽省药品监督管理局	/
5	食品经营许可证	JY13401111208092	合肥市包河区市场监督管理局	2030.08.26

（4）正药科技

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品生产许可证	皖 20230559	安徽省药品监督管理局	2028.06.15

（5）浙江国胜

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	浙 AA571000419	浙江省药品监督管理局	2029.12.29
2	第二类医疗器械经营备案凭证	浙杭药监械经营备 20244249 号	杭州市市场监督管理局	/
3	医疗器械经营许可证	浙杭药监械经营许 20250681 号	杭州市市场监督管理局	2030.06.22
4	食品经营许可证	JY13301220241418	桐庐县市场监督管理局	2029.10.20

（6）全方药业

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	皖 AA551000514	安徽省药品监督管理局	2030.10.26
2	第二类医疗器械经营备案凭证	皖合药监械经营备 20191355 号	合肥市市场监督管理局	/
3	医疗器械经营许可证	皖合药监械经营许 20240519 号	合肥市市场监督管理局	2029.12.26
4	药品医疗器械互联网信息服务备案凭证	皖网药信备字[2025]00140 号	安徽省药品监督管理局	/
5	仅销售预包装食品经营者备案	YB13401111237408	合肥市包河区市场监督管理局	/

（7）江苏国胜

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	苏 BA025000015	江苏省药品监督管理局	2031.04.12
2	第二类医疗器械经营备案凭证	苏宁食药监械经营备 20210454 号	南京市市场监督管理局	/
3	医疗器械经营许可证	苏宁食药监械经营许 20210451 号	南京市市场监督管理局	2031.07.21
4	仅销售预包装食品经营者备案	YB13201150707233	南京市江宁区市场监督管理局	/

（8）河南国胜

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	豫 DA371009193	郑州市金水区市场监督管理局	2031.04.16
2	第二类医疗器械经营备案凭证	豫郑食药监械经营备 20210007 号	郑州市金水区市场监督管理局	/

（9）扬祖惠民

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	闽 BA591000071	福建省药品监督管理局	2030.01.23
2	第二类医疗器械经营备案凭证	闽榕食药监械经营备 20143308 号	福州市市场监督管理局	/
3	医疗器械经营许可证	闽榕药监械经营许 20250113 号	福州市市场监督管理局	2030.11.04
4	医疗器械网络销售信息备案	（闽）网械销售第 35013149 号	福州市市场监督管理局	/
5	仅销售预包装食品经营者备案	YB13501040057919	福州市仓山区行政服务中心市场监督管理窗口	/

（10）杭州国胜

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	浙 BA571000037	杭州市市场监督管理局	2030.04.09
2	第二类医疗器械经营备案凭证	浙杭药监械经营备 20191311 号	杭州市市场监督管理局	/
3	医疗器械经营许可证	浙杭药监械经营许 20250744 号	杭州市市场监督管理局	2030.07.02
4	互联网药品信息服务备案凭证	浙网药信备字 [2025]00140 号	浙江省药品监督管理局	/
5	食品经营许可证	JY13301220018591	桐庐县市场监督管理局	2031.04.22

（11）克安舒医药

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	第二类医疗器械经营备案凭证	皖合药监械经营备 20221007 号	合肥市市场监督管理局	/
2	医疗器械经营许可证	皖合药监械经营许 20220423 号	合肥市市场监督管理局	2027.06.27
3	医疗器械网络销售备案凭证	皖（合）药监械网备 [2023]第 1391 号	合肥市市场监督管理局	/
4	仅销售预包装食品经营者备案	YB13401111237378	合肥市包河区市场监督管理局	/

注：根据《安徽省医疗器械经营监督管理办法实施细则》第十六条的规定，从事医疗器械网络销售的企业，应当符合《医疗器械网络销售质量管理规范》要求，将从事医疗器械网络销售的相关信息通过安徽政务服务网（皖企通）“药企中心”告知所在地设区的市级药品监督管理部门。克安舒医药已将企业最新的医疗器械网络销售的相关信息告知安徽省药企中心。

（12）福建海华

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	闽 BA597000058	福建省药品监督管理局	2029.12.02
2	第二类医疗器械经营备案凭证	闽龙药监械经营备 20250019 号	龙岩市市场监督管理局	/

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
3	医疗器械经营许可证	闽龙药监械经营许20250009 号	龙岩市市场监督管理局	2030.06.16
4	医疗器械网络销售信息备案	（闽）网械销售第35080190 号	龙岩市市场监督管理局	/
5	互联网药品信息服务资格备案凭证	闽网药信备字[2025]00090 号	福建省药品监督管理局	/
6	食品经营许可证	JY13508020136218	龙岩市市场监督管理局	2029.01.22

（13）舟山里肯

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	浙 BA580000005	舟山市市场监督管理局	2029.04.11
2	第二类医疗器械经营备案凭证	浙舟药监械经营备20180012 号	舟山市市场监督管理局	/
3	互联网药品信息服务资格备案凭证	（浙）-经营性-2019-0002（备）	浙江省药品监督管理局	/
4	食品经营许可证	JY13309030183474	舟山市市场监督管理局普陀分局	2031.05.11

（14）合肥健力他

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	皖 DA551001775	合肥市包河区市场监督管理局	2030.10.29
2	第二类医疗器械经营备案凭证	皖合药监械经营备20243209 号	合肥市市场监督管理局	/
3	医疗器械网络销售备案凭证	皖（合）药监械网备[2024]第 2544 号	合肥市市场监督管理局	/
4	仅销售预包装食品经营者备案	YB23401111244197	合肥市包河区市场监督管理局	/

（15）安吉百姓缘

序号	资质/备案名称	证书/备案编号	颁发部门	有效期至
1	药品经营许可证	浙 BA572000010	湖州市市场监督管理局	2030.09.27
2	第二类医疗器械经营备案凭证	浙湖药监械经营备20150715 号	湖州市市场监督管理局	/
3	医疗器械经营许可证	浙湖药监械经营许20220036 号	湖州市市场监督管理局	2027.03.24
4	互联网药品信息服务备案凭证	浙网药信备字（2026）00057 号	浙江省药品监督管理局	/
5	仅销售预包装食品备案	YB23305230074118	安吉县市场监督管理局	/

3、发行人及其控股公司所属门店的业务许可资格情况

截至报告期末，发行人及其控股公司所属门店已根据其业务所需取得必要的

《药品经营许可证》《医疗器械经营许可证》《食品经营许可证》或相关备案，相关资质均处于有效期内。

（四）主要核心技术情况

公司自成立以来，始终聚焦医药健康产业，围绕药店运营技术、信息化建设及药物研发创新持续投入，积极积累并完善各项自主研发成果，形成了覆盖数智化运营、智慧供应链及药品研发的核心技术体系，核心技术均为自主研发、自主创新。具体如下：

技术平台	技术名称	技术特点	技术来源
门店数智化运营技术平台	POS 系统、OMS 订单中台、国胜到家小程序、门店数字化运营工具矩阵	1、将订单下发、库存扣减、会员核销、售后登记等核心功能整合嵌入门店 POS 收银模块，订单数据与收银数据实时互通，实现门店前端业务一体化管控（如 OMS 订单中台）； 2、覆盖盘点补货、员工培训、合规监管等场景的标准化工具矩阵实现全国门店 100%覆盖，盘点时间由传统的 2 天压缩至 3-5 小时，人力成本节约 70%以上。	自主研发
智慧供应链与智能仓配技术平台	智能补货系统、WMS/WCS/TMS 智能仓配系统、国家追溯码全流程管控体系、智能比价采购系统	1、基于机器学习算法联动销售、库存、客流及周转数据，自动生成单店补货与跨门店调剂方案，缺货率降低 20%（如智能补货系统）； 2、集成 WMS、WCS、AS/RS 等系统并配套自动化立体库、电子标签拣货等设备，实现出入库全智能化及自动请货、智能分仓、精准配送，物流时效提升 30%； 3、追溯码全生命周期管理一码贯穿生产、流通、销售全链条，自动拦截窜货风险，匹配国家追溯监管标准。	自主研发
AI 大模型与数据智能技术平台	国胜华人 ROLA 大模型、chatBI 大模型、RUIS AI 大模型、OCR 与 Vision 视觉识别技术、数据中台与 BI 分析平台	1、基于行业领先大模型自研国胜华人 ROLA 模型，衍生诊断推药、医药识别等专业化智能体，BI 与 AI 融合实现交互式取数与分析，决策效率提升 60%以上（如 chatBI 大模型）； 2、RUIS AI 大模型支持门店专属知识库上传与图文附件深度解析，显著提升咨询解答精准度； 3、数据中台 2.0 基于 Hologres 实时数仓，配套全链路归因分析与自动化报表，实现数据口径统一、逐层下钻。	自主研发
缓控释制剂技术平台	微丸包衣控释技术、骨架型缓释技术、双层片压片技术、肠溶多层包衣技术	1、通过多单元微丸释药系统实现零级或近零级药物释放，有效降低血药浓度波动（如琥珀酸美托洛尔缓释片）； 2、采用凝胶骨架缓释技术，药物通过凝胶层的扩散与骨架溶蚀协同释放，从而达到平稳血药浓度、减少服药次数的目的； 3、双层片工艺可精准控制微量活性成分的含量均匀度，解决复方制剂两组分间不相容导致的降解问题	自主研发

技术平台	技术名称	技术特点	技术来源
		（如达格列净二甲双胍缓释片）； 4、多层包衣阻隔技术可稳定酸敏感药物，实现肠道定点溶出（如艾普拉唑肠溶片）。	
难溶药物增溶技术平台	固体分散体制剂技术、微粉化处理技术、处方内 pH 调控技术	1、利用载体材料将药物以分子、无定形或微晶状态分散，显著提升难溶药溶出速率与口服生物利用度（如替普瑞酮胶囊）； 2、通过原料微粉化或湿法制粒工艺优化，有效克服疏水性药物在溶出介质中的释放波动（如贝派度酸片）。	自主研发
透皮给药技术平台	促渗剂体系筛选	采用高速剪切预分散工艺，对难溶性药物增溶与促渗，实现药物皮肤局部储库式蓄积与低系统暴露（如 ZYX001 喷雾剂，在研）。	自主研发
特色真菌发酵技术平台	菌种保藏与选育、固体/液体深层发酵、活性成分分离纯化	具备虫草菌粉、天麻蜜环菌、灵芝孢子菌等特色药用菌株的产业化发酵能力，部分品种实现从菌种到制剂的全程自主生产，形成差异化竞争优势（如云芝菌胶囊、脑心舒口服液）。	自主研发

（五）主要产品及其用途

1、主要业务板块分类

公司主要从事医药零售、医药营销、终端集采及医药研发生产业务。医药零售板块通过国胜大药房直营及加盟门店向终端消费者销售上述商品并提供药事咨询、用药指导、慢病管理等服务；医药营销板块通过华人健康平台向合作终端提供总代、OEM 定制及自有品牌等差异化产品组合与营销服务；终端集采板块通过全方药业 B2B 平台及锐盟共建模式向中小连锁、单体药店及基层医疗终端提供全品类商品集采与供应链服务；医药研发生产板块通过江苏神华及正药科技，围绕真菌药物、原料药、中成药、保健品及化学仿制药、中药同名同方等方向开展研发与生产，为各业务板块提供自有品牌及差异化产品支撑。

报告期内，发行人主营业务收入按业务板块分类情况如下：

单位：万元

项目	2026 年 1-6 月		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
医药零售	201,100.81	72.69%	385,671.25	71.72%	314,829.12	70.69%	261,091.90	70.13%
医药营销	49,810.60	18.01%	97,009.02	18.04%	79,591.84	17.87%	74,231.97	19.94%
终端集采	17,601.24	6.36%	36,537.61	6.79%	34,411.82	7.73%	29,134.79	7.83%
工业生产	8,114.40	2.93%	18,508.23	3.44%	16,528.34	3.71%	7,773.53	2.09%
信息服务	12.89	<0.01%	29.74	0.01%	27.32	0.01%	41.86	0.01%

项目	2026 年 1-6 月		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	276,639.94	100.00%	537,755.84	100.00%	445,388.44	100.00%	372,274.06	100.00%

注：2026 年 1-6 月数据未经审计。

2、主要产品分类

公司对外销售的主要产品包括中西成药、中药饮片、保健品、医疗器械及原料药等，具体用途如下：

序号	主要产品	用途
1	中西成药	药品是指用于预防、治疗、诊断人的疾病，有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或者功能主治、用法和用量的物质，包括中药、化学药和生物制品等。公司经营的化学药品及中成药制剂主要用于疾病治疗与症状缓解，覆盖心脑血管、消化系统、呼吸系统、抗感染等治疗领域。
2	中药饮片	中药饮片是指经过炮制处理的药材，可直接用于中医临床配方、制剂生产或调剂煎煮。公司销售的中药饮片包括西洋参、枸杞子、金银花等品种，用于中医临床配方及零售终端的中药调剂服务。
3	保健品	保健食品是指声称具有特定保健功能或者以补充维生素、矿物质为目的的食品，即适用于特定人群食用，具有调节机体功能、不以治疗疾病为目的，并且对人体不产生任何急性、亚急性或慢性危害的食品。公司销售的保健品用于特定人群的营养补充及健康调理。
4	医疗器械	医疗器械是指直接或者间接用于人体的仪器、设备、器具、体外诊断试剂及校准物、材料以及其他类似或者相关的物品；其效用主要通过物理等方式获得，目的是用于疾病的诊断、预防、监护、治疗或者缓解等。公司经营的医疗器械包括医用外科口罩、医用护理垫等，用于健康监测、康复护理及医疗辅助。
5	原料药	原料药是指符合药品管理相关法律法规要求、用于生产各类药品的原材料，是药品中的有效成份。公司旗下神华药业生产的特色原料药及药用辅料（如黄原胶）主要用于药品制剂生产，供给内部生产及外部制药企业。

报告期内，发行人主营业务收入按产品分类情况如下：

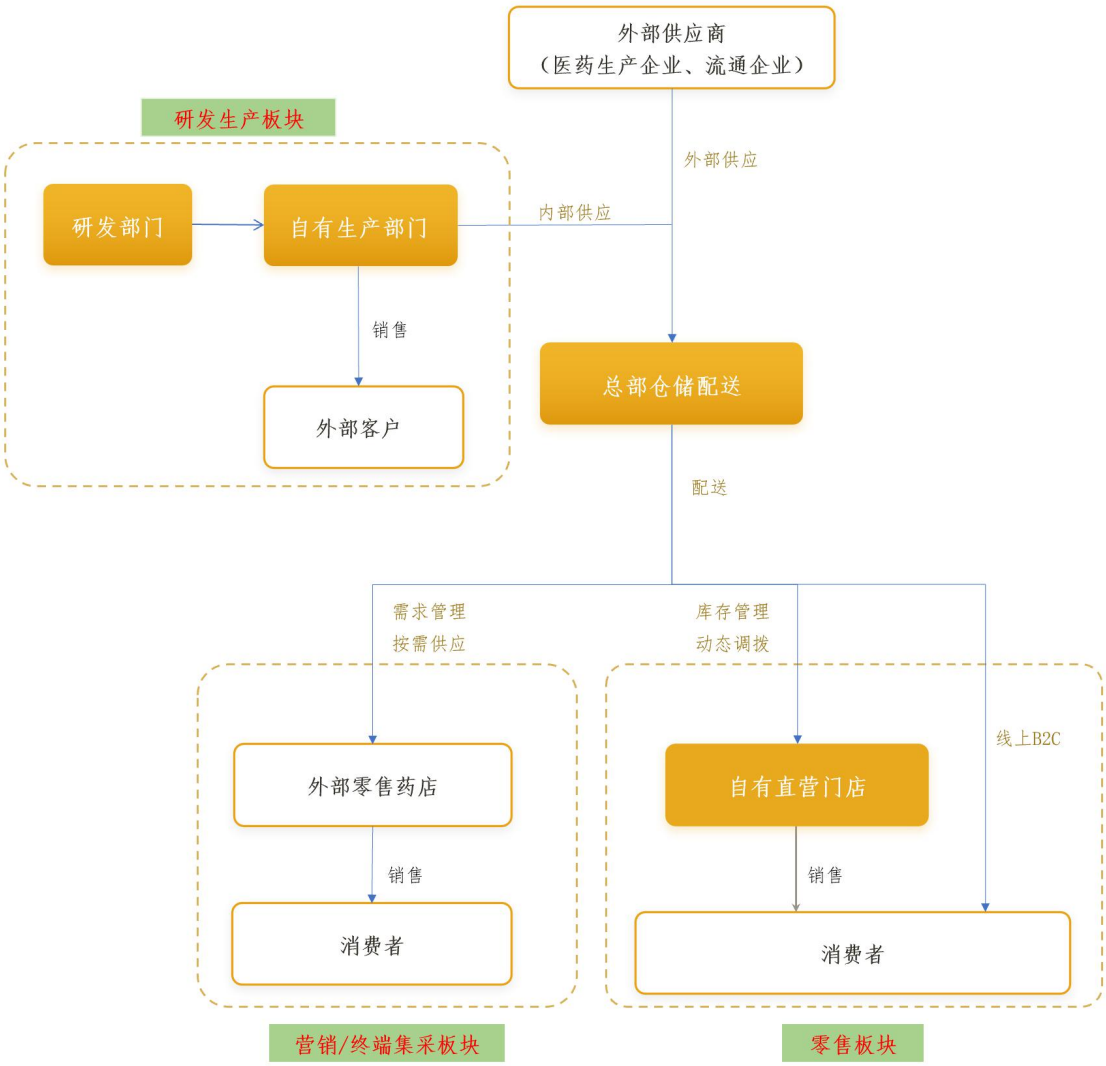
单位：万元

项目	2026 年 1-6 月		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
中西成药	231,540.85	83.70%	442,734.71	82.33%	363,660.76	81.65%	313,657.79	84.25%
中药饮片	9,363.24	3.38%	20,353.23	3.78%	14,884.58	3.34%	12,195.19	3.28%
保健品	8,699.87	3.14%	18,576.94	3.45%	20,938.63	4.70%	15,686.46	4.21%
医疗器械	5,625.46	2.03%	10,572.22	1.97%	18,142.72	4.07%	19,615.79	5.27%
原料药	5,826.50	2.11%	13,723.44	2.55%	8,577.39	1.93%	4,990.01	1.34%
其他商品	15,584.03	5.63%	31,795.31	5.91%	19,184.36	4.31%	6,128.82	1.65%
合计	276,639.94	100.00%	537,755.84	100.00%	445,388.44	100.00%	372,274.06	100.00%

注：2026 年 1-6 月数据未经审计。

（六）主要业务流程图及产品工艺流程图

发行人构建了医药零售、医药营销、终端集采及研发生产“四位一体”的医药健康产业生态闭环，各板块良性协同、优势互补。从收入实现角度，公司主营业务以医药零售、医药营销及终端集采为核心，属于医药流通行业；医药工业生产板块收入占比较小。医药零售、医药营销及终端集采板块的业务流程主要为商品采购、仓储配送、终端销售及运营支持服务，不涉及产品生产制造，主要业务流程图如下：



（七）主要采购情况

报告期各期，发行人主要采购情况如下：

单位：万元

业务板块	产品类别	2026 年 1-6 月		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流通板块	中西成药	152,103.74	86.12%	305,563.36	86.71%	245,041.85	86.87%	232,987.18	87.28%
	中药饮片	3,832.36	2.17%	8,172.67	2.32%	6,622.07	2.35%	7,004.50	2.62%
	保健品	4,803.27	2.72%	7,167.09	2.03%	6,964.24	2.47%	8,303.42	3.11%
	医疗器械	7,908.50	4.48%	17,724.59	5.03%	12,055.10	4.27%	10,126.48	3.79%
	其他商品	4,894.88	2.77%	7,844.61	2.23%	5,723.93	2.03%	6,010.80	2.25%
	小计	**173,542.75**	**98.25%**	**346,472.33**	**98.31%**	**276,407.19**	**97.99%**	**264,432.37**	**99.06%**
生产板块	化学原料	2,091.09	1.18%	4,150.21	1.18%	3,865.45	1.37%	1,709.44	0.64%
	辅料	393.67	0.22%	881.08	0.25%	817.96	0.29%	260.28	0.10%
	物料包材	600.49	0.34%	911.30	0.26%	990.46	0.35%	544.56	0.20%
	小计	**3,085.26**	**1.75%**	**5,942.59**	**1.69%**	**5,673.87**	**2.01%**	**2,514.28**	**0.94%**
合计		**176,628.01**	**100.00%**	**352,414.92**	**100.00%**	**282,081.06**	**100.00%**	**266,946.65**	**100.00%**

注 1：2026 年 1-6 月数据未经审计；
注 2：公司于 2023 年 7 月完成对神华药业 100%股权收购，上表 2023 年生产板块数据仅包含收购后期间。

（八）主要资产状况

1、固定资产情况

截至 2026 年 6 月 30 日，公司固定资产总体情况如下：

单位：万元

序号	固定资产类别	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
1	房屋建筑物	40,476.42	5,759.96	-	34,716.46	85.77%
2	机器设备	18,455.54	10,759.44	298.73	7,397.37	40.08%
3	运输设备	1,302.04	966.75	-	335.29	25.75%
4	电子设备	4,573.60	3,197.39	-	1,376.22	30.09%
5	办公设备及其他	10,117.77	7,162.34	-	2,955.42	29.21%
合计		**74,925.37**	**27,845.88**	**298.73**	**46,780.76**	**62.44%**

注：上述数据未经审计。

2、无形资产情况

截至 2026 年 6 月 30 日，公司无形资产总体情况如下：

单位：万元

序号	无形资产类别	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
1	土地使用权	4,706.61	805.97	-	3,900.64
2	专利权	304.59	267.31	-	37.28
3	非专利技术	5.43	3.69	-	1.74
4	软件	1,658.41	915.47	-	742.95
5	商标	1,962.79	423.28	-	1,539.50
合计		**8,637.83**	**2,415.72**	**-**	**6,222.11**

注：上述数据未经审计。

截至报告期末，发行人及其控股公司拥有专利 76 项，其中发明专利 55 项，占比超过七成，主要集中于药用真菌发酵、缓控释制剂等药品研发领域；此外拥有软件著作权 38 项、注册商标 324 项及美术作品著作权 32 项，覆盖发行人研发、运营等主要业务环节。

（九）境外经营活动

截至 2026 年 6 月 30 日，发行人拥有两家境外全资附属公司，分别为注册于中国澳门的泰西定及注册于中国香港的香港同和堂。2023 年至 2025 年，泰西定未实际开展业务；2026 年 1-6 月，泰西定营业收入金额较小，对发行人整体经营情况不构成重大影响。报告期内，香港同和堂尚未实际开展业务。除上述两家企业外，发行人未在中国大陆以外国家及地区设立其他任何性质的机构从事经营活动。

五、现有业务发展安排及未来发展战略

（一）发展战略

华人健康坚持以新质生产力为引领，坚定推行“1234”全生态发展战略，构建“一体两翼，三擎四柱”的产业生态架构。

一体：以医药健康产业为核心锚点，深度聚焦终端需求。

两翼：以产品矩阵与终端网络为发展主线，以产品力夯实供给优势，以终端网强化渠道壁垒，双向协同驱动增长。

三擎：依托药店商学院、数智研究院、新药研究院三大引擎，分别从人才输出、经营技术、数智升级、产品研发等维度为产业链赋能。

四柱：推动医药零售、医药营销、终端集采、研发生产四大业务平台深度协同，形成全链联动的产业布局。

公司将以智能化升级、研发创新、生态协同为抓手，持续巩固区域龙头地位，稳步提升全国影响力，打造科技型、创新型、生态型医药产业集团。

（二）现有业务发展安排及未来发展计划

面向“十五五”时期（2026—2030 年），围绕上述战略，公司将重点推进四项发展计划。

1、四大业务平台提质扩容计划

医药零售板块秉持“深耕安徽，聚焦华东，辐射周边”的战略方针，通过“自建+加盟+并购”多轮驱动的扩张模式，在持续巩固安徽省内领先地位的同时，有节奏地拓展华东高价值区域；坚持“线上+线下”双轨发展；同步推进门店向“专业药房+便民健康服务驿站”升级，叠加慢病管理、健康检测等增值服务，提升单店盈利与客户粘性。

医药营销板块升级全链路生态赋能平台，优化核心品类矩阵，强化自有品牌建设，深化“产品+服务”双轮驱动模式。终端集采板块依托规模优势整合上游资源，打造联盟集采体系、B2B 数字化平台，以省级锐盟共建模式，压降采购成本，同时以“商品集采+运营指导+系统链接+人才带教”的一站式终端服务体系，赋能中小连锁药店和单体药店。研发生产板块依托正药科技与神华药业，加快产品管线布局，推进仿制药研发与菌物产品及特色中成药开发，提升自有产品供给能力。通过四大业务板块协同增效，实现经营规模与质量并重发展。

2、三大赋能引擎升级计划

药店商学院通过完善的标准化培训体系与人才培养机制，不断为全渠道终端输出运营管理人才与专业药事人才，强化终端赋能能力。数智研究院以“捷驭 AI，助强数智”为发展纲领，持续深化人工智能技术、大数据技术在业务场景的落地应用，搭建统一数据中台，推动产业链向数据驱动、智能协同升级。新药研究院扩充研发团队、完善研发布局，聚焦慢病、消化、呼吸等重点治疗领域，加快仿制药一致性评价与新品种研发进度，持续输出差异化产品成果，筑牢生态核心竞争力。

3、供应链效能跃升计划

针对全业务规模扩张对仓储物流能力的需求，公司将以智能制造与分拣中心项目为依托，对现有仓储物流体系进行智能化、自动化升级，扩大仓储容量与订单处理能力，优化区域配送网络布局，提升配送时效与服务精度，强化冷链物流等专业配送能力，构建与全生态业务相匹配的现代化供应链体系，为公司终端网络扩张、产品品类扩容等举措提供坚实支撑。

4、区域市场深耕拓展计划

公司将持续巩固安徽省内市场龙头地位，实现县域及乡镇市场深度覆盖；稳步向华东区域延伸布局，依托现有供应链与赋能体系复制成熟业务模式，扩大区域市场份额；深化与合作伙伴的生态协同，构建共赢发展的产业生态，持续提升品牌影响力与市场话语权。

华人健康将坚持践行健康生态企业发展战略，通过实施上述四大发展计划，在四个方面持续发力：一是深化产业链生态布局，推动四大板块深度耦合；二是强化研发创新驱动，加速在研产品投产落地；三是推进 AI 深度应用，迭代自研智能体矩阵；四是适度开展并购重组，充分发挥上市公司平台优势，巩固区域龙头地位的同时，稳步提升品牌知名度和行业影响力，打造科技驱动、创新引领、生态协同的医药健康产业集团，为股东创造持续稳定的投资回报。

六、截至最近一期末，不存在金额较大的财务性投资的基本情况

（一）财务性投资及类金融业务的认定标准

项目	规定名称	认定标准
财务性投资	《监管规则适用指引——上市类第 1 号》	对上市公司募集资金投资产业基金以及其他类似基金或产品的，如同时属于以下情形的，应当认定为财务性投资：（一）上市公司为有限合伙人或其投资身份类似于有限合伙人，不具有该基金（产品）的实际管理权或控制权；（二）上市公司以获取该基金（产品）或其投资项目的投资收益为主要目的。
	《<上市公司证券发行注册管理办法>第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十	（一）财务性投资包括但不限于：投资类金融业务；非金融企业投资金融业务（不包括投资前后持股比例未增加的对集团财务公司的投资）；与公司主营业务无关的股权投资；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；购买收益波动大且风险较高的金融产品等。 （二）围绕产业链上下游以获取技术、原料或者渠道为目的的产业投资，以收购或者整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的拆借资金、委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展

项目	规定名称	认定标准
	条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第18号》	方向，不界定为财务性投资。 （三）上市公司及其子公司参股类金融公司的，适用本条要求；经营类金融业务的不适用本条，经营类金融业务是指将类金融业务收入纳入合并报表。 （四）基于历史原因，通过发起设立、政策性重组等形成且短期难以清退的财务性投资，不纳入财务性投资计算口径。 （五）金额较大是指，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的百分之三十（不包括对合并报表范围内的类金融业务的投资金额）。 （六）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额应当从本次募集资金总额中扣除。投入是指支付投资资金、披露投资意向或者签订投资协议等。 （七）发行人应当结合前述情况，准确披露截至最近一期末不存在金额较大的财务性投资的基本情况。
类金融业务	《监管规则适用指引——发行类第7号》	一、除人民银行、银保监会、证监会批准从事金融业务的持牌机构为金融机构外，其他从事金融活动的机构均为类金融机构。类金融业务包括但不限于：融资租赁、融资担保、商业保理、典当及小额贷款等业务。 二、发行人应披露募集资金未直接或变相用于类金融业务的情况。对于虽包括类金融业务，但类金融业务收入、利润占比均低于30%，且符合下列条件后可推进审核工作： （一）本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入类金融业务的金额（包含增资、借款等各种形式的资金投入）应从本次募集资金总额中扣除。 （二）公司承诺在本次募集资金使用完毕前或募集资金到位36个月内，不再新增对类金融业务的资金投入（包含增资、借款等各种形式的资金投入）。 三、与公司主营业务发展密切相关，符合业态所需、行业发展惯例及产业政策的融资租赁、商业保理及供应链金融，暂不纳入类金融业务计算口径。发行人应结合融资租赁、商业保理以及供应链金融的具体经营内容、服务对象、盈利来源，以及上述业务与公司主营业务或主要产品之间的关系，论证说明该业务是否有利于服务实体经济，是否属于行业发展所需或符合行业惯例。

（二）公司最近一期末未持有金额较大的财务性投资

截至2026年6月30日，公司资产负债表中可能涉及财务性投资的财务报表项目情况如下：

单位：万元

序号	项目	账面价值	是否财务性投资
1	交易性金融资产	3,200.00	否
2	其他应收款	5,477.71	否
3	一年内到期的非流动资产	227.02	否
4	其他流动资产	2,754.35	否

序号	项目	账面价值	是否财务性投资
5	其他权益工具投资	4,552.39	否
6	投资性房地产	4,160.74	否
7	其他非流动资产	1,501.06	否
合计		**21,873.26**	/

注：以上数据未经审计。

1、交易性金融资产

截至 2026 年 6 月 30 日，公司交易性金融资产账面价值为 3,200.00 万元，主要为低风险、短期限的理财产品，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资。

2、其他应收款

截至 2026 年 6 月 30 日，公司其他应收款账面价值为 5,477.71 万元，主要为经营活动需要的保证金、押金、费用往来款、备用金等，不属于财务性投资。

3、一年内到期的非流动资产

截至 2026 年 6 月 30 日，公司一年内到期的非流动资产金额为 227.02 万元，主要为一年内到期的分期收款的股权转让款，不属于财务性投资。

4、其他流动资产

截至 2026 年 6 月 30 日，公司其他流动资产账面价值为 2,754.35 万元，主要为短期房租及其他待摊费用、待抵扣税金等，不属于财务性投资。

5、其他权益工具投资

截至 2026 年 6 月 30 日，公司其他权益工具投资账面价值为 4,552.39 万元，全部为对安徽省中小型连锁药店的参股投资，具体如下：

单位：万元

参股标的名称	主营业务	投资股比	投资金额
宿州市人民大药房连锁有限公司	安徽省宿州市连锁药房，截至报告期末拥有 54 家门店	19%	1,652.62
明光市德祥济生堂大药房连锁有限公司	安徽省滁州市明光市连锁药房，截至报告期末拥有 32 家门店	19%	745.83
安徽五一大药房连锁有限公司	安徽省亳州市连锁药房，截至报告期末拥有 56 家门店	19%	1,691.32
滁州国胜益民医药连	安徽省滁州市来安县连锁药房，截至	19%	462.62

参股标的名称	主营业务	投资股比	投资金额
锁有限公司	报告期末拥有 16 家门店		
合计			4,552.39

以上参股投资标的与主营业务有关，不以短期交易获利为主要目的，在可预见未来无明确出售计划；对被投资方不构成控制、共同控制或重大影响。作为围绕产业生态、以资源协同为目的的投资，符合公司主营业务及战略发展方向，不属于财务性投资。

6、投资性房地产

截至 2026 年 6 月 30 日，公司投资性房地产均采用成本模式计量，账面价值为 4,160.74 万元，主要为以盘活资产为目的，将暂时闲置办公楼出租形成的房屋建筑物，不属于财务性投资。

7、其他非流动资产

截至 2026 年 6 月 30 日，公司其他非流动资产账面价值为 1,501.06 万元，主要为预付的长期资产款和预付的与主营业务有关的股权收购款，不属于财务性投资。

综上，截至 2026 年 6 月 30 日，公司不存在财务性投资比例较高的情形，符合《上市公司证券发行注册管理办法》《证券期货法律适用意见第 18 号》等相关规定要求。

（三）自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，发行人已实施或拟实施的财务性投资及类金融业务情况

公司已于 2026 年 8 月 10 日召开第五届董事会第十五次会议审议通过本次发行相关事项。自本次发行相关董事会决议日前六个月至本募集说明书签署日，公司不存在已实施或拟实施的财务性投资或类金融业务的情况，亦不存在拟实施财务性投资或类金融业务的相关安排。

七、报告期内利润分配政策、现金分红政策的制度及执行情况

（一）公司利润分配政策

根据《公司法》《证券法》《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分

红》等相关法规对于利润分配政策的规定以及《公司章程》的规定，公司的利润分配政策如下：

1、利润分配原则

（1）公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对股东的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；

（2）在公司盈利、现金流满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，公司优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性；

（3）公司现金股利政策目标为剩余股利；

（4）公司董事会和股东会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

2、利润分配形式和比例

（1）公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红进行分配利润。公司采取股票股利进行利润分配的，应当具有公司现金流状况、业务成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（2）公司最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30％。

（3）公司董事会应综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

3、利润分配的具体条件

（1）现金分红的具体条件

除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，优先采取现金方式分配股利。特殊情况是指：

①现金分红影响公司正常经营的资金需求；

②公司未来 12 个月内有重大现金支出等事项（募集资金项目除外）。重大现金支出是指：公司拟对外投资、收购资产或购买设备等累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%且超过 5,000 万元；

③当公司最近一年审计报告为非无保留意见或带与持续经营相关的重大不确定性段落的无保留意见；

④董事会认为不适宜现金分红的其他情况。

（2）股票股利分配条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

4、利润分配的时间间隔

公司原则上采取年度利润分配政策，公司董事会可根据盈利状况、现金流以及资金需求计划提出中期利润分配预案，并经临时股东会审议通过后实施。

5、利润分配的决策机制

（1）公司董事会根据公司业务发展情况和前述利润分配政策制订利润分配方案，表决通过后提交股东会决议通过；

（2）董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应对利润分配方案发表明确的独立意见；

（3）独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红方案，并直接提交董事

会审议；

（4）在股东会对现金分红具体方案审议前，应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时回答中小股东关心的问题；

（5）在公司盈利的情况下，公司董事会未做出现金利润分配预案的，或公司最近三年以现金方式累计分配的利润少于最近三年实现的年均可分配利润的30%的，董事会应在利润分配预案和定期报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途；

（6）审计委员会对董事会拟定和审核的利润分配方案的程序是否符合法律、行政法规、中国证监会和深圳证券交易所的规定提出审核意见，监督公司利润分配的执行。

6、公司利润分配政策的调整程序

（1）如因公司外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，董事会应以股东权益保护为出发点，详细说明规划安排或进行调整的理由，并听取独立董事和公众投资者的意见。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。

（2）董事会应就调整或修改利润分配政策做出预案，该预案应经董事会表决通过方可提交股东会审议。

（3）董事会应在有关利润分配政策调整的议案中详细论证和说明原因。股东会审议调整或修改利润分配政策时，须经出席股东会会议的股东所持表决权的2/3 以上通过。

（二）最近三年公司利润分配方案

1、2023 年年度利润分配情况

2024 年 5 月 20 日，公司 2023 年年度股东大会审议通过《关于公司 2023 年度利润分配预案的议案》，公司以总股本 400,010,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1 元（含税），共计派发现金红利 40,001,000.00 元（含税）。本次利润分配不送红股，不以资本公积金转增股本，剩余未分配利润结转以后年

度分配。

2、2024 年年度利润分配情况

2025 年 5 月 16 日，公司 2024 年年度股东大会审议通过《关于公司 2024 年度利润分配方案的议案》，公司以总股本 400,010,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1 元（含税），共计派发现金红利 40,001,000.00 元（含税）。本次利润分配不送红股，不以资本公积金转增股本，剩余未分配利润结转以后年度分配。

3、2025 年年度利润分配情况

2026 年 5 月 18 日，公司 2025 年年度股东会审议通过《关于公司 2025 年度利润分配方案的议案》，公司以总股本 400,010,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 1 元（含税），共计派发现金红利 40,001,000.00 元（含税）。本次利润分配不送红股，不以资本公积金转增股本，剩余未分配利润结转以后年度分配。

（三）最近三年公司现金分红情况

公司最近三年现金分红情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
各年现金分红金额小计（含税）	4,000.10	4,000.10	4,000.10
合并报表中归属于上市公司股东的净利润	19,135.27	13,769.95	11,466.76
现金分红占归属于上市公司股东的净利润的比例	20.90%	29.05%	34.88%
最近三年累计现金分红合计	12,000.30		
最近三年实现的年均可分配利润	14,790.66		
最近三年累计现金分配利润占实现的年均可分配利润的比例	81.13%		

注：上市公司最近三年未进行股份回购

公司最近三年每年以现金方式分配的利润占最近三年归属于上市公司股东的净利润的比例分别为 34.88%、29.05%和 20.90%；最近三年以现金方式累计分配的利润共计 12,000.30 万元，占最近三年实现的年均可分配利润 14,790.66 万元的比例为 81.13%，公司的利润分配符合中国证监会以及《公司章程》的相关规定。

（四）最近三年公司未分配利润使用情况

最近三年，公司当年实现利润扣除现金分红后的剩余未分配利润均用于公司正常生产经营。

八、同业竞争情况

（一）公司与控股股东和实际控制人及其控制的企业之间不存在同业竞争

发行人控股股东为何家乐，实际控制人为何家乐、何家伦兄弟。截至报告期末，除控制发行人外，何家乐、何家伦不存在控制其他企业的情形。

因此，发行人与控股股东和实际控制人及其控制的企业之间不存在同业竞争情况。

（二）控股股东、实际控制人及其控制的企业所出具的关于避免同业竞争的承诺

在公司首次公开发行股票并在创业板上市前，为更好地维护公司及其他股东的利益，避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人签署了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“（1）本人及本人直接或间接控制的其他企业不会直接或间接从事任何与华人健康及其下属公司经营业务构成竞争或潜在竞争关系的业务与经营活动，亦不会投资任何与华人健康及其下属公司经营业务构成竞争或潜在竞争关系的其他企业；

（2）在本人作为华人健康控股股东/实际控制人期间，如本人及控制的其他企业获得的商业机会与华人健康及其下属公司主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的，本人将立即通知华人健康，并尽力将该商业机会给予华人健康，避免与华人健康及下属公司形成同业竞争或潜在同业竞争，以确保华人健康及华人健康其他股东利益不受损害；

（3）本人保证有权签署本承诺函，且本承诺函一经本人签署即对本人构成有效的、合法的、具有约束力的责任，且在本人作为华人健康控股股东/实际控制人期间持续有效，不可撤销；

（4）本人保证严格履行本承诺函中的各项承诺，如本人或本人直接或间接控制的其他企业因违反相关承诺并因此给华人健康或其他股东造成损失的，本人

将承担相应的法律责任，并承担相应的损失赔偿责任。”

上述避免同业竞争的承诺长期有效，报告期内履行情况良好。

（三）公司与实际控制人胞兄何家裕控制的企业之间不存在构成重大影响的同业竞争

截至报告期末，何家乐、何家伦之胞兄何家裕投资控制的企业基本情况如下：

序号	企业名称	控制情况	任职情况	主营业务	是否构成同业竞争
1	安徽裕泰和中医药产业投资有限公司	直接持股 95.9799%	执行董事兼总经理	健康产业投资	否
2	安徽淮仁堂药业股份有限公司	通过安徽裕泰和间接控制（96.2280%）	董事长兼总经理	中药饮片加工	否
3	安徽人民健康大药房有限公司	通过安徽裕泰和间接控制（100%）	执行董事兼总经理	房屋租赁及管理服务	否
4	安徽淮仁堂健康产业发展有限公司	通过安徽裕泰和间接控制（100%）	执行董事兼总经理	未实际经营	否
5	安徽淮仁堂医药有限公司	通过淮仁堂股份间接控制（100%）	执行董事兼总经理	中药饮片加工	否
6	合肥裕泰堂中医药产业投资合伙企业（有限合伙）	直接持有份额 33.2627%	执行事务合伙人	持股平台	否
7	合肥裕泰坊中医药产业投资合伙企业（有限合伙）	直接持有份额 18.0786%	执行事务合伙人	持股平台	否
8	合肥好又康股权投资合伙企业（有限合伙）	直接持有份额 20.0000%	执行事务合伙人	持股平台	否

如上所述，何家裕投资控制的企业主要从事中药饮片加工、产业投资等，而发行人则主要从事医药零售、医药营销、终端集采、研发生产业务，且其中涉及生产的研发生产业务中均不涉及中药饮片加工业务，发行人与何家裕投资控制的企业在主要产品及服务内容方面存在实质性差异。报告期内，公司与何家裕投资控制的企业在资产、人员、财务、机构及业务等各方面保持相互独立，不存在构成重大影响的同业竞争。

在公司首次公开发行股票并在创业板上市前，为进一步保障发行人权益，何家裕就避免未来直接或间接与发行人发生同业竞争情况出具《关于避免同业竞争的承诺函》：

（1）本人及本人直接或间接控制的其他企业不会直接或间接从事任何与华人健康及其下属公司的主营业务（暨药品的批发和零售）构成竞争或潜在竞争关系的业务与经营活动，亦不会投资任何与华人健康及其下属公司经营业务构成竞

争或潜在竞争关系的其他企业；

（2）本人作为华人健康的关联方，如本人及控制的其他企业获得的商业机会与华人健康及其下属公司主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的，本人将立即通知华人健康，并尽力将该商业机会给予华人健康，避免与华人健康及下属公司形成同业竞争或潜在同业竞争，以确保华人健康及华人健康其他股东利益不受损害；

（3）本人保证有权签署本承诺函，且本承诺函一经本人签署即对本人构成有效的、合法的、具有约束力的责任，且在本人作为华人健康关联方期间持续有效，不可撤销；

（4）本人保证严格履行本承诺函中的各项承诺，如本人或本人直接或间接控制的其他企业因违反相关承诺并因此给华人健康或华人健康股东造成损失的，本人将承担相应的法律责任，并承担相应的损失赔偿责任。

上述承诺长期有效，报告期内履行情况良好。

（四）本次发行对公司同业竞争的影响

本次向特定对象发行股票完成后，公司控股股东、实际控制人对公司的控股权及实际控制关系均没有发生变更。本次发行不会导致公司与控股股东、实际控制人之间新增同业竞争。

九、大额商誉情况

（一）报告期末公司商誉的基本情况

报告期各期末，公司商誉账面价值分别为 60,931.30 万元、98,837.24 万元、128,240.87 万元和 129,905.65 万元，占总资产的比例分别为 13.21%、20.47%、23.37%和 23.76%。发行人商誉金额及占比相对较高。

并购是本行业诸多企业实现跨越式发展的重要途径，对于提升行业集中度、推动行业规范发展有着重要意义。同行业可比公司亦保持着较频繁的并购行为，普遍存在商誉较大的情形。

历史上，发行人依靠在安徽省内的龙头地位，借助资本市场平台优势，持续收购整合安徽、浙江、福建等地区优质零售门店资产，提升市场占有率和行业地

位。此外还通过新兴市场并购卡位，前瞻布局上游医药工业，打造了现阶段医药零售、医药营销、终端集采、医药研发生产四大业务板块共生协同的医药生态型企业，完成从传统连锁药品销售向全产业价值链健康服务的跃迁。

上述非同一控制下企业合并形成了金额较大的商誉，具体情况如下：

单位：万元

被合并单位名称	所属板块	商誉账面价值			
		2026.6.30	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
芜湖国胜	零售	3,539.99	3,539.99	3,539.99	3,539.99
安庆国胜	零售	4,637.30	4,637.30	4,637.30	4,637.30
亳州国胜	零售	6,823.28	6,823.28	6,823.28	6,823.28
安徽全方	终端集采	310.00	310.00	310.00	310.00
南京同和堂	零售	-	-	1,974.99	3,694.99
黄山国胜	零售	4,831.19	4,831.19	4,831.19	4,831.19
淮南国胜	零售	1,066.88	1,066.88	1,066.88	1,066.88
广德国胜	零售	906.96	906.96	906.96	936.96
六安国胜	零售	1,206.95	1,206.95	1,206.95	1,206.95
马鞍山国胜	零售	16,544.76	16,544.76	18,657.26	18,657.26
神华药业	医药工业	13,226.52	13,226.52	13,226.52	15,226.52
无为国胜	零售	5,619.28	5,619.28	5,619.28	-
六安平安	零售	10,535.66	10,535.66	10,535.66	-
舟山里肯	零售	10,297.15	10,297.15	10,297.15	-
阜阳国胜	零售	4,495.68	4,495.68	4,495.68	-
安吉百姓缘	零售	7,662.07	7,662.07	7,662.07	-
德清国胜	零售	3,046.11	3,046.11	3,046.11	-
扬祖惠民	零售	13,159.39	13,159.39	-	-
杭州国胜	零售	6,375.09	6,375.09	-	-
福建海华	零售	13,953.37	13,953.37	-	-
合肥圩美苑	零售	3.26	3.26	-	-
界首国胜	零售	1,664.78	-	-	-
合计		**129,905.65**	**128,240.87**	**98,837.24**	**60,931.30**

（二）报告期内商誉减值测试的过程及结果

1、商誉的减值测试方法及会计处理方法

公司每年年末对商誉进行减值测试，具体测试方法如下：

（1）先对不包含商誉的资产组或资产组组合进行减值测试，确认可收回金额，按资产组或资产组组合账面价值与可收回金额孰低计提减值损失；（2）再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，确认其可收回金额，按包括分摊商誉的资产组或资产组组合账面价值与可收回金额孰低部分，首先抵减分摊至资产组或资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

商誉减值会计处理方法：根据商誉减值测试结果，对各项资产账面价值的抵减，应当作为各单项资产包括商誉的减值损失处理，计入当期损益。抵减后各项资产账面价值不得低于该资产公允价值净额、该资产预计未来现金流量现值和零三者之中最高者。未能分摊的减值损失在资产组或资产组组合中其他各项资产的账面价值所占比重进行分配。

2、报告期内公司商誉减值的具体过程与结果

报告期内，发生商誉减值的资产组的具体情况如下：

（1）2023 年 12 月 31 日

截至 2023 年末，各资产组经营情况良好，未出现减值迹象。经减值测试，当年末不存在商誉减值情形。

（2）2024 年 12 月 31 日

单位：万元

发生商誉减值的资产组	不包含商誉资产组价值 A	100%商誉金额 B	包含商誉的资产组价值 C=A+B	包含商誉的资产组可收回金额 D	折算比例 E	商誉减值金额 F=(C-D)*E	评估报告号
南京同和堂	25.21	3,694.99	3,720.20	2,000.00	100%	1,720.00	沃克森评报字（2025）第 0732 号
当年新增商誉减值金额						**1,720.00**	**-**

（3）2025 年 12 月 31 日

单位：万元

发生商誉减值的资产组	不包含商誉资产组价值 A	100%商誉金额 B	包含商誉的资产组价值 C=A+B	包含商誉的资产组可收回金额 D	折算比例 E	商誉减值金额 F=(C-D)*E	评估报告号
南京同和堂	20.11	1,974.99	1,995.10	-2,670.00	100%	1,974.99	沪申威评报字（2026）第 AH0027 号
马鞍山国胜	359.29	36,582.85	36,942.14	32,800.00	51%	2,112.49	
杭州国胜	224.91	9,498.81	9,723.72	6,600.00	100%	3,123.72	
当年新增商誉减值金额						**7,211.20**	**-**

（三）发行人商誉风险可控

从整体上来看，历史上发行人收购的资产组经营情况良好。近年来，我国医药零售行业在经历前期规模持续增长后，市场总量趋于平稳，正经历深刻的结构性调整。受大环境影响，少部分标的经营情况不及预期。发行人基于谨慎性原则，于每年末进行商誉减值测试并聘请了评估机构对全部商誉资产组的可收回金额进行独立评估，对于出现减值迹象且经减值测试出现减值的标的，及时计提商誉减值。

报告期内，发行人经营业绩持续增长。自上市以来，2023 年度至 2025 年度，公司营业收入从 37.97 亿元持续增长至 54.87 亿元，年复合增速 20.21%；扣非归母净利润从 1.06 亿元持续增长至 1.85 亿元，年复合增速 32.29%，行业地位显著提升。2026 年上半年，公司依旧延续了增长态势，较去年同期，营收同比增长 12.81%、扣非净利润同比增长 31.00%。

当前，发行人经营业绩良好，面对少量标的经营风险，公司可有效应对商誉减值带来的负面影响，科学、稳健、平衡、谨慎地消化高商誉的潜在风险。

本次向特定对象发行 A 股股票数量不超过 50,000,000 股（含本数），即不超过本次发行前公司总股本的 12.50%，且募集资金总额不超过 70,907.43 万元（含本数）。本次发行完成后，公司总股本、净资产将得到较大幅度提升，资产负债率水平得以改善，商誉减值风险整体可控。

十、发行人不存在最近一期业绩下滑的情形

公司 2026 年 1-6 月主要经营成果与上年同期对比如下：

单位：万元

项目	2026 年 1-6 月	2025 年 1-6 月	增长幅度
营业收入	282,469.01	250,390.45	12.81%
归属于上市公司股东的净利润	13,590.89	10,374.31	31.01%
扣除非经常性损益后归属于上市公司所有者净利润	13,205.68	10,081.01	31.00%

注：以上数据未经审计。

公司 2026 年 1-6 月的营业收入为 282,469.01 万元，较上年同期增长 12.81%；归属于上市公司股东净利润为 13,590.89 万元，较上年同期增长 31.01%；扣除非经常性损益后归属于上市公司所有者净利润为 13,205.68 万元，较上年同期增长 31.00%。发行人不存在最近一期业绩下滑的情形。

十一、报告期内违法违规情况

报告期内，发行人及其控股股东、董事、高级管理人员不存在以下情形：

1、现任董事和高级管理人员最近三年受到中国证监会行政处罚，或者最近一年受到证券交易所公开谴责；

2、发行人或者其现任董事、高级管理人员因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查；

3、发行人控股股东最近三年严重损害上市公司利益或者投资者合法权益的重大违法行为；

4、公司最近三年严重损害投资者合法权益或者社会公共利益的重大违法行为。

十二、深圳证券交易所对发行人报告期内年度报告的问询情况

报告期内，公司于 2025 年 7 月 1 日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对安徽华人健康医药股份有限公司年报问询函》（创业板年报问询函〔2025〕第 693 号），对于存货跌价准备计提、在建工程变动、商誉减值测试进行了问询。

公司已就相关问题进行了逐项落实，并于 2025 年 7 月 14 日向深圳证券交易所提交《关于对安徽华人健康医药股份有限公司年报问询函的回复》。

第三节 本次证券发行概要

一、本次发行的背景和目的

（一）本次向特定对象发行的背景

随着我国居民收入水平稳步提升、人口老龄化程度不断加深，全民健康意识持续增强，慢性病管理需求随之释放。与此同时，医药卫生体制改革不断深化，在优化集采机制、鼓励研发创新、促进中医药传承、发展银发经济等方面，相关政策持续落地，药品零售终端的地位与竞争格局正在发生深刻变化。在需求端总量趋稳、结构优化与供给端改革的共同作用下，医药零售行业长期发展趋势清晰，具备规模优势、合规经营能力与全产业链布局的连锁药店企业面临良好的发展机遇。

1、人口老龄化、居民收入增长和健康消费升级的长期驱动下，医药零售市场长期发展空间广阔

我国人口老龄化进程持续加快。根据国家统计局《2025 年国民经济和社会发展统计公报》，2025 年末全国 60 周岁及以上人口达 32,338 万人，占总人口的 23.0%，较 2024 年末的 31,031 万人进一步上升；其中 80 岁及以上高龄人口达 3,580 万人。人口结构变化为医药消费提供了长期稳定的需求基础。此外，2025 年中国银发经济产业规模达 9 万亿元，预计到 2035 年突破 30 万亿元，人口老龄化也是医药健康产业转型升级的重要机遇。

居民支付能力与健康消费意愿同步增强。根据国家统计局数据，2025 年全国居民人均可支配收入 43,377 元，同比增长 5.0%；人均医疗保健消费支出 2,573 元，占人均消费支出的 8.7%，医疗保健已成为居民消费的重要组成部分。

在上述需求因素支撑下，近年来我国药品零售市场总量趋稳、结构优化。根据商务部《2024 年药品流通行业运行统计分析报告》，2024 年全国七大类医药商品销售总额 29,470 亿元，其中药品零售市场销售额 6,500 亿元。从历年数据看，药品零售市场销售额由 2020 年的 5,119 亿元增长至 2024 年的 6,500 亿元，整体保持增长态势。同时，从渠道结构来看，实体药店等院外渠道占比持续提升，根据摩熵医药《2025 年中国药品销售市场分析报告》，2025 年院外渠道合计占比

提升至 30.6%，较 2021 年提高约 7.2 个百分点，药品销售从院内绝对主导向院内院外协同发展的格局演进。

综上，在人口老龄化、居民收入增长和健康消费升级的长期驱动下，医药消费的需求基础稳健而刚性。当前行业由规模扩张转向质量优先、效率优先的发展路径，步入结构持续优化、平稳发展的新阶段，长期发展空间依旧广阔且可持续，具备规模与合规优势的头部企业有望在集中度提升中持续受益。

2、多重政策持续赋能，为医药行业升级建设提供坚实支撑

近年来，国家及地方政府密集出台多项利好政策，为本次项目各项建设内容提供了明确的政策依据与发展导向。

在医药物流领域，国家药监局发布的《药品现代物流规范化建设指导意见》定义了药品现代物流的含义，明确要求完善现代化药品仓储物流体系，推动药品仓储、运输、配送全流程标准化升级。同时，商务部等九部门联合印发的《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》，重点鼓励医药企业推进批零一体化发展，鼓励药品批发企业依法通过兼并重组整合供应链与零售终端，推动批零一体化发展，实现仓储物流资源共用、质量管理体系协同及全流程信息追溯，提升供应链效率，降低行业运营成本。

在医药研发领域，国家陆续发布的多项产业政策与技术指导原则，已清晰传达出鼓励改良型新药和高端制剂发展的政策导向。此外，《产业结构调整指导目录（2024 年本）》将“新型药物制剂技术”、“拥有自主知识产权的创新药和改良型新药”列入鼓励类项目清单，相关产品在审评审批环节可依法申请优先审评，并在后续医保目录动态调整中具备争取准入优势的资格。

在信息化建设领域，《医药工业数智化转型实施方案（2025—2030 年）》明确提出推动医药全产业链数字化转型，鼓励医药零售企业依托大数据、物联网等技术优化经营管理模式。同时，将“改造升级信息基础设施”、“整合释放医药数据要素价值”等列为重点任务，引导行业通过信息化手段提升质量管理与服务水平。

综上，多项政策扶持医药产业创新升级，为本次募集资金投向智能制造与分拣中心项目、医药研发项目及信息化建设项目提供了全方位的政策保障。

3、医药零售行业进入结构性调整与集约化发展阶段

在医保控费趋严、监管标准提升、运营成本上涨及竞争加剧的综合作用下，行业洗牌加速。总体来看，我国医药零售行业在经历前期规模持续增长后，市场总量趋于平稳，正经历深刻的结构性调整。行业集中度提升、支付结构变化、多元化转型和线上渠道增长构成当前行业发展的主要特征。

根据国家药监局发布的《药品监督管理统计年度数据（2025 年）》，截至 2025 年底，全国零售药店连锁率为 56.23%，门店总数达 65.65 万家，同比减少 4.0%。医药行业整体步入总量承压、结构分化、创新驱动、生态竞争的新周期。这也倒逼企业必须从追求规模转向深度挖掘质量与价值，正式进入以结构优化、效率提升和专业化服务驱动的集约化发展阶段。

综上，医药零售行业进入提质增效转型周期，公司亟需深度布局医药零售、医药营销、终端集采、研发生产四大板块，打造独具特色的“四位一体”医药健康生态格局，构筑长期竞争壁垒。

4、公司业务规模持续扩张，全产业链布局不断完善，对资本投入提出更高要求

公司是一家全产业链深度融合的科技型、生态型企业，形成了双向发力、全链共生的产业协同效应，构建起医药零售、医药营销、终端集采、研发生产四位一体的业务布局，2025 年公司进一步确立“一体两翼、三擎四柱”发展战略。在医药零售板块，公司以“国胜大药房”品牌开展连锁经营，采取直营、并购、加盟多轮驱动的扩张模式，门店数量及销售规模持续增长。

最近三年，公司经营规模持续快速增长。2023 年度、2024 年度和 2025 年度，公司分别实现营业收入 37.97 亿元、45.32 亿元和 54.87 亿元，2024 年和 2025 年分别同比增长 19.34%和 21.07%；分别实现归属于母公司股东的净利润 1.15 亿元、1.38 亿元和 1.91 亿元，2024 年和 2025 年分别同比增长 20.09%和 38.96%。门店网络方面，公司直营门店由 2023 年初的 993 家增长至 2025 年末的 2,296 家，其中安徽省内 1,642 家，福建、浙江、江苏、河南等省外市场合计 654 家，另有国胜加盟店约 130 家，经营区域由安徽向华东及周边省份稳步延伸。

业务规模的快速扩张和产业链条的延伸，对公司的仓储物流、研发管线、信

息系统及营运资金等各方面资本投入提出了更高要求。公司现有资源已难以完全满足业务持续发展的需要，亟需通过股权融资增强资本实力，为业务扩张和战略落地提供支撑。

（二）本次向特定对象发行的目的

基于上述行业背景和公司业务发展需要，公司本次向特定对象发行股票募集资金拟投向智能制造与分拣中心项目、医药研发项目、信息化建设项目及补充流动资金。本次募投项目紧密围绕公司主营业务和“一体两翼、三擎四柱”发展战略展开，旨在夯实供应链基础、完善产业链布局、深化数智化转型并优化资本结构，从而增强公司的持续盈利能力和综合竞争力，具体目的如下：

1、顺应医药现代物流行业发展趋势，提升仓储配送能力，夯实公司供应链核心竞争力

医药物流是公司医药流通业务规模化发展的核心基础设施。公司以“零售+营销+集采+研发生产”四大板块协同共生的经营模式为底座，物流体系不仅服务于国胜大药房直营及加盟门店零售网络，更覆盖华人健康平台医药营销业务的全渠道仓配需求、全方药业 B2B 终端集采业务的供应链履约交付，以及神华药业等研发生产板块产品的仓储发运，是贯通公司全产业链生态的关键枢纽。公司目前以合肥、亳州等地物流仓库为支撑，形成了覆盖省内及部分省外区域的仓储配送体系。但随着直营门店由 2023 年初的 993 家增至报告期末的 2,334 家，经营区域扩展至福建、浙江、江苏、河南等省份，叠加华人健康平台营销网络持续下沉、全方药业全国性集采业务快速拓展以及研发生产板块产能逐步释放，现有仓储布局在覆盖半径、配送时效和吞吐能力上已难以匹配多业态协同扩张的整体节奏。

本次发行将部分募集资金投向智能制造与分拣中心项目，通过标准化、智能化医药物流基地搭建，可全面升级仓储分拣、恒温储运、效期管控、全域配送等核心能力，搭建集约化、高效率、可追溯的现代化医药物流体系，满足药品全程溯源、质量管控的政策硬性要求。同时，完善的智慧物流体系能够有效降低仓储损耗、物流配送及库存管理成本，优化全域配送链路，提升终端门店补货效率与履约速度，充分支撑企业线下门店拓展、线上业务落地的规模化扩张需求，为公

司全域业务布局筑牢供应链根基。

2、加大医药研发投入并提升自有品牌产品供给能力，完善产业链布局，构筑差异化竞争壁垒，实现医药产业全生态布局的核心战略

当前医药零售行业同质化竞争加剧，单纯依赖药品购销的经营模式利润空间持续压缩，行业竞争逐步从终端零售转向全产业链比拼。公司以正药科技为研发和 MAH 平台、以江苏神华为生产平台，向行业上游进行延伸，构建了“研发-生产-流通-零售”全产业链闭环。报告期内，公司持续加大研发投入，研发投入金额由 2023 年的 2,419.40 万元增至 2025 年的 3,278.16 万元。自 2024 年至今，公司累计注册申报 13 个化药品种，其中硫酸氨基葡萄糖胶囊已获批投产并实现销售，完整落地流程验证了公司研发注册模式可行；米诺地尔搽剂、沙库巴曲缬沙坦钠片、氨溴特罗口服溶液已获批，公司正在加快推进生产销售；剩余品种处于申报或审评进程中，另有 30 余项在研项目进入中试及申报准备，形成了梯度化在研管线。

本次发行将部分募集资金投向医药研发项目，将加快在研项目推进与成果转化。在供应链端，能够一定程度规避货源短缺、价格波动等经营风险，大幅优化成本管控体系；在市场端，可依托自有自研产品形成独家品类优势，打造差异化核心竞争力。区别于普通医药零售企业，这种战略协同、全链共生的生态格局，可以使公司在跨区域扩张和应对行业变革中，展现出战略柔性与增长潜力。

同时，本次发行将部分募集资金投向智能制造与分拣中心项目，引进先进生产设备、建设现代化智能制造产业基地，在智能制造方面，基地紧密对接正药科技与神华药业研发生产体系，以“特色化制造与前瞻性研发并举”为导向，重点强化神华药业作为“差异化产品制造基石”的菌类发酵及特色中药制剂产能，同步提升正药科技面向心血管、消化、呼吸等领域的高端仿制药与创新药的规模化生产能力，打通“研发—生产—终端”转化链条，有效承接公司在研管线及陆续获批品种的落地需求，系统性提升多剂型产品的规模化生产能力，构筑以自有产品供给能力和产业链一体化协同为核心的差异化竞争壁垒，为公司从传统医药零售商向医药健康综合服务商的战略升级奠定基础，进一步夯实公司“自有制造+零售终端”一体化模式下的核心竞争力。

3、深化信息化建设，全面提升精细化运营管理水平，持续优化消费者品牌体验

在医药消费结构升级与数字经济融合的行业背景下，传统线下门店单一售药模式、人工化管理模式存在服务低效、客群粘性弱、管理粗放等痛点。在此背景下，公司已自主研发“锐思 AI 大模型”，并与讯飞晓医共建“胜晓医”智能健康服务平台，物流环节已集成 WMS、TMS、AS/RS 系统，2025 年新零售（B2C+O2O）销售额达 7.68 亿元。

本次发行公司将部分募集资金用于信息化建设项目，通过全方位门店软硬件升级、数字化信息系统搭建，进一步打通采购、库存、销售、会员、医保结算、处方流转等全流程数据链路，实现门店运营标准化、客户服务精细化、内部管理数字化。一方面，能够优化消费者购药体验，完善健康咨询、慢病管理、线上履约等多元化服务，打造线上线下一体化的医药零售新场景；另一方面，可大幅提升企业整体运营管理效率，实现数据智能分析、精准营销、库存预警、风险管控，构建适配新时代医药消费需求的产业新模式、新体系。

4、优化资产结构，增强抗风险与持续发展能力

本次向特定对象发行股票募集资金到位后，公司资产负债结构将进一步优化，财务杠杆水平下降，资金实力得到实质性增强。更加稳健的资本结构，有助于提升公司抵御宏观经济波动和行业竞争加剧等外部风险的能力，同时为后续技术研发、市场拓展及产业链整合提供充裕的资金支持。通过本次再融资，公司内部资源配置效率将进一步提高，为长期战略落地提供坚实保障。

二、发行对象及与发行人的关系

本次向特定对象发行的发行对象不超过 35 名（含 35 名），为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托公司、财务公司、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者。证券投资基金管理公司、证券公司、合格境外机构投资者、人民币合格境外机构投资者以其管理的二只以上产品认购的，视为一个发行对象；信托公司作为发行对象的，只能以自有资金认购。

最终发行对象由董事会根据股东会授权在本次发行经深圳证券交易所审核

通过并获得中国证监会同意注册的批复后，按照中国证监会、深交所的相关规定，根据申购报价情况与保荐人（主承销商）协商确定。若国家法律、法规对本次发行的特定对象有新的规定，公司将按新的规定进行调整。本次向特定对象发行股票的所有发行对象均以现金的方式并以相同的价格认购本次发行的股票。

截至本募集说明书签署日，公司尚未确定本次发行的发行对象，因而无法确定发行对象与公司的关系，具体发行对象及其与公司的关系将在发行结束后公告的发行情况报告书中予以披露。

三、发行证券的价格或定价方式、发行数量、限售期

（一）发行证券的价格、定价方式

本次向特定对象发行股票采取竞价发行方式，定价基准日为发行期首日，发行价格为不低于定价基准日前 20 个交易日公司 A 股股票交易均价的 80%（定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日 A 股股票交易总量，如有小数，小数点后两位向上取整）。若公司股票在该 20 个交易日内发生因派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息事项引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易价格按经过相应除权、除息调整后的价格计算。

本次向特定对象发行股票的最终发行价格将在本次发行通过深交所审核并经中国证监会同意注册后，按照《上市公司证券发行注册管理办法》等有关规定，根据竞价结果由公司董事会根据股东会的授权与保荐人（主承销商）协商确定。

在定价基准日至发行日期间，若公司股票发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行的发行价格将作相应调整，调整公式如下：

派发现金股利：P1=P0−D；

派送股票股利或转增股本：P1=P0/（1+N）；

上述两项同时进行：P1=（P0−D）/（1+N）。

其中：P1 为调整后发行价格，P0 为调整前发行价格，N 为每股送红股或转增股本的数量，D 为每股派送现金股利。

（二）发行数量

本次向特定对象发行 A 股股票数量不超过 50,000,000 股（含本数），即不超过本次发行前公司总股本的 12.50%，且募集资金总额不超过 70,907.43 万元（含本数）。具体发行股票数量依据本次向特定对象发行价格确定，计算公式为：发行数量=募集资金总额/每股发行价格。

若公司股票在本次发行董事会决议公告日至发行日期间发生送股、资本公积金转增股本、股票回购注销等事项引起公司股份变动，本次发行的股票数量上限将作相应调整。

在上述范围内，公司董事会将根据股东会授权以及《上市公司证券发行注册管理办法》等相关规定、监管政策变化或发行注册文件的要求及实际认购情况与保荐人（主承销商）协商确定最终发行数量。

（三）限售期

本次发行的发行对象所认购的股份自发行结束之日起六个月内不得转让。本次发行结束后，由于公司送股、资本公积转增股本等原因增加的公司股份，亦应遵守上述限售期安排。限售期结束后的转让将按照届时有效的法律法规和深交所的规则办理。若国家法律、法规或其他规范性文件对向特定对象发行 A 股股票的限售期等有最新规定或监管意见，公司将按最新规定或监管意见进行相应调整。

（四）本次发行符合理性融资，合理确定融资规模

根据《〈上市公司证券发行注册管理办法〉第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 18 号》之“四、关于第四十条‘理性融资，合理确定融资规模’的理解与适用”：（一）上市公司申请向特定对象发行股票的，拟发行的股份数量原则上不得超过本次发行前总股本的百分之三十。（二）上市公司申请增发、配股、向特定对象发行股票的，本次发行董事会决议日距离前次募集资金到位日原则上不得少于十八个月。前次募集资金基本使用完毕或者募集资金投向未发生变更且按计划投入的，相应间隔原则上不得少于六个月。前次募集资金包括首发、增发、配股、向特定对象发行股票，上市公司发行可转债、优先股、发行股份购

买资产并配套募集资金和适用简易程序的，不适用上述规定。

本次发行前，发行人总股本为 400,010,000 股，本次发行股票的数量不超过 50,000,000 股（含本数），即不超过本次发行前公司总股本的 12.50%。发行人前次募集资金为首次公开发行并在创业板上市，前次募集资金到账时间为 2023 年 2 月 24 日，本次发行的董事会决议日距前次募集资金到位日已超过 18 个月，符合上述规定。因此，发行人本次发行符合理性融资、合理确定融资规模的相关规定。

四、募集资金金额及投向

本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过 70,907.43 万元（含本数），在扣除相关发行费用后的募集资金净额将投资于如下项目：

单位：万元

序号	项目	投资总额	拟投入募集资金金额
1	智能制造与分拣中心项目	55,085.47	40,866.91
2	医药研发项目	10,789.11	10,789.11
3	信息化建设项目	4,251.41	4,251.41
4	补充流动资金	15,000.00	15,000.00
合计		**85,125.99**	**70,907.43**

本次募集资金不包含董事会前投入的资金。在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自有或自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金金额，公司将在符合相关法律法规的前提下，在最终确定的本次募投项目范围内，根据实际募集资金数额，按照项目实施的具体情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自有或自筹资金解决。

五、本次发行是否构成关联交易

截至本募集说明书签署日，公司尚未确定本次发行的发行对象，因而无法确定发行对象与公司的关系，具体发行对象及其与公司的关系将在发行结束后公告

的发行情况报告书中予以披露。

六、本次发行是否将导致公司控制权发生变化

截至 2026 年 6 月 30 日，何家乐直接持有公司 50.12%的股份，为公司控股股东；何家伦直接持有公司 6.89%的股份；何家乐与何家伦系兄弟关系，为公司共同实际控制人。本次发行完成后，何家乐仍为公司控股股东，何家乐、何家伦仍为公司共同实际控制人，本次发行不会导致公司控制权发生变化。

七、本次发行方案取得有关主管部门批准的情况以及尚需呈报批准的程序

2026 年 8 月 10 日，公司第五届董事会第十五次会议审议通过了本次向特定对象发行 A 股方案。

2026 年 8 月 26 日，公司 2026 年第一次临时股东会审议通过了本次向特定对象发行 A 股方案。

本次向特定对象发行 A 股尚待深交所审核通过以及中国证监会同意注册。

在完成上述审批手续之后，公司将向深交所和中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司申请办理股票发行、登记和上市事宜，完成本次向特定对象发行 A 股全部呈报批准程序。

第四节 董事会关于本次募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金使用概况

本次向特定对象发行股票募集资金总额不超过 70,907.43 万元（含本数），并以中国证监会关于本次发行的注册批复文件为准。本次发行的募集资金在扣除相关发行费用后的募集资金净额将投资于如下项目：

单位：万元

序号	项目	投资总额	拟投入募集资金金额
1	智能制造与分拣中心项目	55,085.47	40,866.91
2	医药研发项目	10,789.11	10,789.11
3	信息化建设项目	4,251.41	4,251.41
4	补充流动资金	15,000.00	15,000.00
合计		**85,125.99**	**70,907.43**

本次募集资金不包含董事会前投入的资金。在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自有或自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关法规规定的程序予以置换。

本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金金额，公司将在符合相关法律法规的前提下，在最终确定的本次募投项目范围内，根据实际募集资金数额，按照项目实施的具体情况，调整并最终决定募集资金的具体投资项目、优先顺序及各项目的具体投资额，募集资金不足部分由公司自有或自筹资金解决。

二、本次募集资金投资项目的基本情况和经营前景

（一）智能制造与分拣中心项目

1、项目概述

本项目一方面拟通过新建生产厂房、购置先进生产设备等方式，提升公司制剂产品的规模化生产能力；另一方面拟通过新建分拣中心、购置智能化设备，扩充仓储容量并提升物流作业效率。本项目的实施有助于从根本上缓解公司产能瓶颈，提升公司自动化、智能化生产与运营水平，为业务的可持续发展奠定基础。项目基本情况如下：

项目名称	智能制造与分拣中心项目
实施主体	安徽华人健康医药股份有限公司及安徽正药医药科技有限公司
项目总投资	55,085.47 万元
项目建设地点	安徽省合肥市包河区大连路与黑龙江路交口西北角
建设期	36 个月

2、项目实施的必要性

（1）深化医药产业生态布局，提升公司制剂产品的规模化生产能力，构筑差异化竞争壁垒

伴随人口老龄化深度演进、国民健康意识持续提升及慢性病管理需求加速释放，我国药品零售市场总量趋稳、结构优化。公司作为医药全产业链生态企业，近年来持续拓展门店网络、丰富经营品类，业务规模与客群基础不断扩大。然而，在行业竞争日趋激烈、药品零售同质化加剧的背景下，仅依赖上游供应商的产品供给已难以形成持续性的竞争差异，公司在自有品牌产品开发、独家品种引入及终端毛利提升等方面均面临瓶颈，制约了盈利能力与品牌价值的进一步跃升。

本项目拟新建现代化智能制造产业基地、引进先进生产设备，系统性提升多剂型产品的规模化生产能力。本项目成功实施后，将有效缓解现有产能瓶颈，显著提升公司订单承接能力与市场响应速度，进一步夯实以自有产品供给能力和产业链一体化协同为核心的差异化竞争壁垒，巩固公司作为大健康全产业链生态企业的战略定位，持续释放全链协同效应，为企业高质量发展奠定更坚实基础。

（2）提高自动化智能化生产水平，夯实公司核心竞争力

在新质生产力的战略指引下，医药行业数智化转型正由局部探索迈向系统重构。2025 年 4 月，工业和信息化部等七部门联合印发《医药工业数智化转型实施方案（2025-2030 年）》，明确提出到 2030 年医药工业企业基本实现数智化转型全覆盖。数智化转型不仅是提升生产效率、降低运营成本的重要途径，更是保障药品质量安全、增强企业核心竞争力的关键举措。面对日益严格的药品质量管理规范及行业数智化转型大势，推进生产全链条的自动化、智能化升级已势在必行。

本项目拟引进先进的自动化生产设备，实现工艺参数的实时监测与精准调

控、药品生产全生命周期数据的可靠追溯，有效降低人为因素对产品质量稳定性的不利影响。本项目成功实施后，公司将在保障药品质量安全与合规性的基础上，切实提升制剂生产的自动化、智能化水平，实现降本增效，为自有品牌制剂的品质稳定与市场竞争力提供制造端保障，进一步夯实公司“自研制造+零售终端”一体化模式下的核心竞争力。

（3）突破仓储容量瓶颈，支撑公司主营业务持续扩张的刚性需求

截至报告期末，公司医药零售板块国胜大药房在安徽省内完成 16 个地级市全覆盖，在经济发达的江苏省、浙江省、福建省通过并购整合完成战略布局，直营门店总数已达 2,334 家。医药营销板块，公司构建了总代、OEM 及自有品牌产品矩阵，链接了上千家上游药企与近 3,000 家连锁药店，形成规模化的营销网络。终端集采板块，通过全方药业 B2B 平台及创新的省级锐盟共建平台，实现下沉市场规模化渗透，加速向全国性终端赋能平台升级。在医药零售、医药营销、终端集采三大业务板块共同拉动下，公司销售规模持续扩大，商品品类、库存规模及订单数量快速增长，仓储、分拣、配送等物流处理需求呈快速上升态势，对公司仓储物流体系的承载能力提出新的挑战。

目前，公司核心物流基地库容利用率长期处于高位，仓储物流瓶颈凸显，入库、存储、拣选、出库等各环节作业量大幅增长，现有仓储能力日益成为制约公司采购弹性、库存优化及旺季供应的突出短板。

本项目将引入先进物流技术与专业设备，建立自动化立体仓库以及全流程物流系统，有效扩充仓储容量、提升物流作业效能，为公司门店及全国合作终端提供精准稳定的配送保障，有力支撑医药零售业务、医药营销业务、终端集采业务的持续扩张。

（4）前瞻优化物流基建，助力公司应对行业竞争新格局

公司物流体系作为供应链核心枢纽，不仅需要高效保障旗下国胜大药房超 2,000 家门店的零售配送，更承载着华人健康全国数千家合作企业的商品集散与配送服务，依托集中采购、集约仓储、统一配送等规模化运营，形成显著的成本与效率优势。医药行业品类繁多、批次管控严格、效期限制明确，部分药品需多温区存储，对仓储管理的精细化、物流作业的精准化要求较高。公司现有物流体

系区域领先，但伴随行业技术迭代、市场竞争加剧，若维持现有物流水平，或将面临运营成本走高、终端响应不及时等问题，区域物流优势亦会被同行逐步追赶。为此，公司亟需前瞻布局，推进物流体系升级迭代，以持续夯实全链协同的生态支撑能力。

本项目拟建设分拣中心，构建覆盖入库、存储、拣选、出库、配送全流程的智能化物流体系。本项目系公司结合行业研判实施的重要战略布局，是公司实施“1234 全生态战略”以及“深耕安徽、聚焦华东、辐射周边”发展战略的重要支撑，将有效扩大公司仓储容量与作业效率，为公司多品种产品的生产与流通提供高效、精准、可靠的物流保障，切实降低运营成本，助力公司巩固、扩大核心竞争优势，备战新一轮行业竞争。

3、项目实施的可行性

（1）项目符合国家产业政策导向

近年来，国家以及各地政府部门对医药物流行业加强总体规划，并及时制定有利于发展医药物流的各项政策，发挥政府引导作用，有利于促进药品现代物流发展。

序号	颁布日期	颁布部门	法规名称	主要内容
1	2026 年 3 月	国家药监局	《药品现代物流规范化建设指导意见》	药品现代物流是以满足《药品经营质量管理规范》要求为基础，具有适合药品储存和实现药品入库、验收、传送、分拣、上架、出库、复核、集货、运输等现代物流系统的装置和设备，具有独立的计算机信息管理系统以及覆盖药品收货、验收、储存、养护、出库、运输等环节的全过程的质量控制和信息追溯体系，实现药品物流过程的规模化、集约化、数字化、智能化、可追溯。
2	2026 年 1 月	商务部等 9 部门	《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》	鼓励大型药品零售连锁企业建立药品需求动态预测和低库存预警机制，加强库存调配。鼓励药品批发企业依法通过兼并重组整合供应链与零售终端，推动批零一体化发展，实现仓储物流资源共用、质量管理体系协同及全流程信息追溯，提升供应链效率，有效降低运营成本。
3	2025 年 12 月	安徽省药品监督管理局	《安徽省全面深化药品医疗器械监管改革促进医药产业高质量发展若	整合药品仓储和运输资源，实现多仓协同，支持药品流通企业跨区域配送，加快形成以大型骨干企业为主体、中小型企业为补充的城乡药品流通网络。鼓励药品经营企业开展批零一体化经营，支持药品零售连锁经营。

序号	颁布日期	颁布部门	法规名称	主要内容
			干措施》	
4	2025年1月	国务院	《全面深化药品医疗器械监管改革促进医药产业高质量发展的意见》	支持批发企业有效整合仓储资源和运输资源，构建多仓协同物流管理模式。优化许可流程，提高零售连锁率。

综上，政府相关政策支持医药流通行业供应链体系建设，鼓励医药物流行业向集约化、数字化、智能化转型，为本次项目建设营造了良好的政策环境。

（2）完善的销售网络为新增产能消化提供了可靠保障

公司已建立起强大的自有零售终端销售网络和多元化的渠道体系，能够有效保障新增产能的快速消化。在自有零售终端方面，公司采用“直营+加盟+并购”多轮驱动模式，秉持“深耕安徽、聚焦华东、辐射周边”的战略发展，公司门店数量、销售规模持续增长。截至报告期末，公司直营门店总数已达 2,334 家，会员人数超 1,300 万人。数量密集的门店网络、完善的会员体系及强大的本地化专业服务能力使其在区域市场形成了强大的品牌影响力和消费者认知度。在分销渠道方面，公司医药营销业务、子公司安徽全方药业有限公司持续深耕医药流通服务及终端集采业务，与数千家中小连锁、单体药店及基层医疗终端建立长期稳定合作关系，构建了区域根据地与全国辐射网络相结合的立体化业务布局，持续拓宽下沉市场覆盖边界，形成广泛的渠道覆盖。

因此，公司已形成“自营零售网络+全国代理分销渠道+终端集采平台”三大体系协同发力的多元化销售格局，精准覆盖从城市社区到县域乡镇的全层级药品消费市场，可实现新增产能的高效铺货与终端渗透，确保项目投产后产能能够及时消化。

（3）公司拥有成熟的仓储物流管理体系、丰富的物流基地建设经验与充足的专业人才储备

本项目是公司在现有成功模式基础上的优化与扩建。公司长期深耕医药零售行业，已逐步形成了包含管理制度、业务流程、岗位设置、技术支持等方面的一整套较为成熟的仓储物流管理体系，并积累了物流基地规划至落地的全流程实操

经验。2024年公司投运的东部产业基地项目的物流中心建筑面积约5.5万平方米，仓储容量峰值可达50万件，系华东规模领先的医药单体立体仓库之一。在项目建设过程中，公司独立主导立项规划、工程施工、设备选型、信息系统部署及运营调试全流程，形成了标准化项目管理模式，并通过搭建专业物流人才梯队，掌握大型医药物流仓储运营管理能力。

因此，成熟的仓储物流管理体系、丰富的物流基地建设经验与充足的专业人才储备从根本上保障了项目推进的方向正确性与执行效率，大幅降低了项目的技术与管理风险。

（4）完善的质量控制体系为项目提供了坚实的运营基础

药品质量安全是企业的生命线，贯穿研发、生产、仓储、配送、销售全链条。公司始终视质量为不可逾越的红线，严格执行国家GSP、GMP等各项质量管理规范，已建立起覆盖全链条的严格质量管控体系。公司实行供应商全生命周期动态管理，建立严格的准入、评估与淘汰机制，从源头把控质量风险；在仓储运输环节，广泛应用物联网技术对药品存储温湿度、运输环境等进行实时监控与全程追溯，确保药品在流通各环节始终处于可控状态；在内部管理层面，公司持续强化全员质量安全培训与责任考核，建立常态化的内部飞行检查与风险预警机制，形成质量管理闭环。

本项目将沿用公司现有的质量管控理念与体系架构，可确保药品在生产、仓储、分拣、配送全过程中的质量安全性与合规性。

4、项目投资概算

本项目总投资55,085.47万元，其中计划使用募集资金投入40,866.91万元，全部用于资本性支出。不足部分由公司以自有资金或通过其他融资方式解决。具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	项目投资总金额	使用募集资金投资金额	是否资本性支出
1	工程费用	42,781.62	37,117.34	是
1.1	建筑工程费	27,402.72	21,738.44	是
1.2	设备购置费	15,378.90	15,378.90	是
2	工程建设其他费用	3,775.97	3,749.57	是

序号	项目	项目投资总金额	使用募集资金投资金额	是否资本性支出
3	预备费	2,327.88	-	否
4	铺底流动资金	6,200.00	-	否
合计		**55,085.47**	**40,866.91**	**-**

5、项目备案、环评事项及进展情况

截至本募集说明书签署日，本项目已取得安徽合肥包河经济开发区管理委员会出具的《安徽合肥包河经济开发区管理委员会备案表》（项目代码：2606-340111-04-01-709888），及合肥市生态环境局出具的《关于华人健康医药研发、智能制造与分拣中心（包河经开区 BH13-A-14-4 号工业地块）项目生态环境影响报告表审批意见的函》（环建审[2026]8052 号）。

截至本募集说明书签署日，本项目已取得备案、环评批复；发行人通过招拍挂方式取得本项目建设需新增用地，土地使用权证书已取得。

6、项目建设进度安排

本项目整体建设期为 3 年，主要包括场地建设与装修、设备购置与安装调试、员工招聘与培训、试生产。项目实施进度安排具体如下：

项目	建设期第 1 年				建设期第 2 年				建设期第 3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地建设与装修												
设备购置与安装调试												
员工招聘与培训												
试生产												

7、项目效益测算

经过可行性论证，该项目有关制剂产品的智能制造部分具有良好的经济效益，项目达产后，能够为公司带来持续的现金流入；该项目的分拣中心建设部分因面向公司内部提供药品仓储及物流配送，不直接产生效益，经济效益无法直接测算，但项目实施后产生的间接效益将在公司的经营中体现。

本项目中智能制造部分效益测算税后内部收益率（IRR）为 12.97%，静态税后投资回收期（含建设期）9.09 年，项目经济效益、经营前景良好。

关于本项目中智能制造部分的效益测算具体如下：

（1）项目达产期、投产期的产能利用率

项目评价期为 10 年，其中建设期为 3 年，运营期为 7 年。第 4 年（T+4）开始运营，投产率达到 13.00%；第 5 年（T+5）达到 60.00%；第 6 至 10 年（T+6-T+10）达到 100.00%。

（2）销售收入预测

本项目销售收入的测算由各类产品预计销量乘以预计单价得出，预计销量综合考虑设备产能、市场预计需求等因素确定，预计单价综合考虑各类产品市场价格及代理、集采、年降等因素确定，预计相对谨慎。

（3）营业成本及期间费用测算

本次募投项目的产品成本主要包括直接材料、直接薪酬、制造费用。直接材料参考目前各产品材料成本及市场行情进行估算；直接人工根据本项目人员需求及公司现有薪酬水平进行估算；制造费用主要包括间接生产人员薪酬、折旧费、摊销费、直接燃料和动力费等；其他制造费用根据公司历史水平进行测算。

项目期间费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用，参考公司相关费用占收入比例的历史水平进行测算。

（4）增值税、税金及附加

本项目适用的税费情况如下表所示：

税种	计税依据	税率
增值税	商品销售增值额	13%
城建税	应缴流转税额	7%
教育费附加	应缴流转税额	3%
地方教育费附加	应缴流转税额	2%
房产税	房屋原值的 70%	1.2%

8、本次募投项目是否新增大量固定资产或无形资产的相关说明

T+1 至 T+3 年，本项目新增折旧和摊销费用对公司税前利润的影响均为 0.00 万元，T+4 至 T+8 年折旧和摊销费用对公司税前利润的影响均为 2,255.13 万元，

T+9 至 T+10 年折旧和摊销费用对公司税前利润的影响均为 2,174.42 万元，对公司经营业绩带来一定的压力。但随着募投项目投产，在募投项目效益产生后，上述因素对公司经营业绩的影响将逐渐减少，募投项目产生的效益将能够消化年折旧及摊销费用的增加，并增强公司盈利能力。

（二）医药研发项目

1、项目概述

本项目拟完成公司在普通仿制药、高端仿制药以及 2 类创新药方向的研发活动。本项目实施完成后，有助于公司拓展在研药物的临床研究深度，强化自身研发实力，开拓新的研发管线，有利于为公司商业渠道提供了丰富且极具优势的产品供给，提升终端毛利率与市场竞争力，增强公司的盈利能力。

项目名称	医药研发项目
实施主体	安徽华人健康医药股份有限公司、安徽正药医药科技有限公司及江苏神华药业有限公司
项目总投资	10,789.11 万元
项目建设地点	合肥市包河区大连路与黑龙江路交口西北角
建设期	36 个月

2、项目实施的必要性

（1）顺应行业纵向整合趋势，延伸公司产业链价值

随着国家药品集中带量采购政策常态化、医保基金控费压力持续传导，医药流通环节的利润空间显著收窄，以分销和零售业务为主的企业面临外部盈利能力波动的风险，而同时拥有自主生产批件和销售渠道的企业在成本转嫁、供应保障和价格策略上表现出更强的经营弹性。本次项目开发的缓控释片、透皮贴剂及 2 类创新药等品种，均具有较明确的市场需求场景和一定的技术壁垒。品种获批投产后，一方面可依托公司现有销售团队及渠道网络快速落地终端，有效节约新品推广成本，通过研产销一体化提升利润空间；另一方面，自有品种的持续丰富，能够提升企业原料采购、委托生产环节的议价能力，优化供应链成本与安全稳定性，充分发挥内部制造与销售之间的协同效应。

因此，本项目是公司顺应医药行业垂直整合、集约化发展趋势的重要战略布局，有助于加快形成“研发驱动生产、生产支撑销售、销售反哺研发”的正向循

环，增强企业应对行业政策变动的适应能力，为长期稳定增长奠定较为坚实的产业架构基础。

（2）聚焦高端复杂制剂工艺研究，突破关键生产技术瓶颈

公司本次研发项目聚焦缓控释固体制剂、透皮贴剂及 2 类创新药等多个品类。相较于普通制剂，以上产品处方设计复杂、生产工艺链条长，对工艺控制精度、质量稳定性要求极高，存在诸多产业化技术瓶颈，也是高端制剂研发生产的核心难点。

本项目将依托新增的智能化中试设备，系统开展高端制剂技术工艺研究，搭建物料、工艺与质量联动的标准化控制体系，积累产业化核心工艺数据。本次工艺技术攻关，能够有效突破高端制剂生产关键瓶颈，降低中试及产业化验证风险，缩短技术转化周期，为药品注册核查提供完备的数据支撑，持续构筑公司在高端制剂赛道的差异化技术壁垒。

（3）布局 2 类创新药研发，培育差异化竞争优势

国内仿制药行业竞争加剧，2 类创新药临床价值清晰、拥有市场独占潜力，是药企差异化竞争关键方向。该类品种基于已上市药物活性成分，通过优化剂型、给药方式、释药机制或适应症等实现升级，相较普通仿制药审评标准更高、竞争壁垒更为突出。

本项目依托自有技术平台与渠道资源布局细分领域，现阶段重点推进改良型新药研发。若能通过临床试验确证其设计优势，未来有望获得新药证书并享受一定的市场独占期或定价自主权，同时可借助公司在零售渠道的既有优势实现快速放量。此外，根据药审部门已发布的改良型新药相关技术指导原则，此类品种在非临床和临床研究方面可酌情桥接已上市药品的公开数据，从而在一定程度上控制研发投入规模和整体开发周期，助力公司率先实现细分领域产品落地，打造专属产品特色，构建难以复制的差异化核心竞争力，支撑企业中长期高质量发展。

（4）升级研发硬件与完善人才配置，提升综合研发效能

公司现有研发平台已具备常规口服固体制剂及外用制剂开发能力，支撑多个品种完成申报或成功获批。随着研发管线向缓控释制剂、透皮贴剂、2 类创新药等高端复杂剂型拓展，现有实验场地布局、专用精密设备配置及专业研发人才储

备，已成为制约研发效率提升的主要瓶颈。

本项目拟进行专业化改造，有序推进制剂实验室、分析实验室及合成实验室的建设，并实施专业化分区布局，实现功能区域的清晰划分，减少交叉干扰；同时新增百余台高端研发及中试设备，补齐复杂剂型工艺开发、中试放大的硬件短板。人才层面，公司将有针对性地引进一批具备 2 类创新药临床设计、经皮给药系统评价及产品生命周期管理等细分方向经验的骨干成员。

通过硬件优化及人才引进，公司可有效提升多项目并行研发的资源调配效率与实验规范性，缩短处方筛选、工艺放大的试错周期，全面提速 2 类创新药等在研管线推进进程，夯实公司长效研发运营基础与高端制剂技术研发实力。

3、项目实施的可行性

（1）国家产业政策导向清晰，项目方向与政策高度契合

近年来，国务院、国家药监局相继出台多项产业政策与技术指导原则，持续释放支持高端制剂及改良型新药发展的导向。《“十四五”医药工业发展规划》重点布局缓控释制剂、经皮给药系统等复杂制剂，鼓励企业针对未被满足的临床需求开发改良型新药；《药品注册管理办法》《化学药品改良型新药临床试验技术指导原则》等文件明晰 2 类改良新药注册标准与临床优势验证路径，支持依托已有数据合理简化试验，稳定企业研发与审评预期。同时，《产业结构调整指导目录（2024 年本）》把新型制剂技术、自主知识产权改良型新药纳入鼓励类，相关品种可申请优先审评，更有机会纳入医保。

公司本次规划研发的缓释片、透皮贴剂及 2 类创新药，均属于政策重点支持领域；且研发路径契合监管要求，依托优先审评等机制有望缩短上市时间、降低注册风险，助力项目实现预期投资收益。因此，良好的政策环境为本项目实施创造了有利的外部条件。

（2）研发管理体系健全，团队具备多方向项目执行基础

公司近年通过对研发生产板块的持续建设和资源整合，已构建起较为系统的研发组织架构和运行流程。目前，公司确立了以正药科技为核心的前端研发平台与以神华药业为依托的产业化基地之间的职能分工，内部设立项目立项、制剂开发、分析测试、临床事务及注册申报等专业部门，并制定了覆盖从早期调研到上

市后变更管理全生命周期的标准操作规程。

截至报告期末，公司已建立完整的专职研发团队，核心人员具备大中型药企仿制药全流程开发经验，精通口服固体制剂、半固体制剂及缓控释制剂研发。围绕 2 类创新药、复杂制剂研发需求，公司引进培育掌握微丸包衣、固体分散体、压敏胶贴剂技术的专业人员，并与三甲医院、CRO 机构达成合作意向，可为临床试验、药效评价、生物检测等工作提供外部技术支持。

（3）前期研发积累取得阶段性成效，整体技术风险可控

公司布局医药制造、搭建研发平台以来，在产品开发与技术平台建设上取得的阶段性成果，为本项目开展提供实践支撑。品种方面，自 2024 年至今，公司累计注册申报 13 个化药品种，其中硫酸氨基葡萄糖胶囊已获批投产并实现销售，完整落地流程验证了公司研发注册模式可行；米诺地尔搽剂、沙库巴曲缬沙坦钠片、氨溴特罗口服溶液已获批，公司正在加快推进生产销售；剩余品种处于申报或审评进程中；另有 30 余项在研项目进入中试放大与工艺验证阶段，形成了梯度化在研管线。技术储备方面，微丸缓控释包衣、固体分散体、透皮贴剂配方等核心技术已完成实验室重复试验，初步厘清工艺参数与质量指标关联，部分技术具备中试转化条件。此外，公司重点开发的 2 类创新药已先后完成组方相容性、处方小试筛选及初步药效学动物模型评估，实验数据显示各活性组分在目标制剂中稳定性良好，为后续进入中试放大和临床前安全性评价阶段奠定了初步的研究基础。同时，子公司神华药业多年积累的真菌发酵原料药和制剂工业化生产经验亦可供研发团队在工艺放大环节参考借鉴。

综上，依托现有研发管线、成熟技术储备及经营现金流，本项目技术路线清晰，关键节点的不确定性已在一定程度上被识别和分散，整体技术风险可控。

4、项目投资概算

本项目总投资 10,789.11 万元，其中计划使用募集资金投入 10,789.11 万元，其中资本性支出 6,343.51 万元，非资本性支出 4,445.61 万元。具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	项目投资总金额	使用募集资金投资金额	是否资本性支出
1	建筑工程费	724.94	724.94	是

序号	项目	项目投资总金额	使用募集资金投资金额	是否资本性支出
2	设备购置费	1,025.21	1,025.21	是
3	研发费用	8,951.46	8,951.46	部分涉及资本性支出
3.1	高端固体制剂方向	1,526.90	1,526.90	涉及资本性支出 1,052.40 万元
3.2	普通口服固体制剂方向	5,620.76	5,620.76	涉及资本性支出 3,473.76 万元
3.3	复杂制剂方向（贴剂）	903.80	903.80	涉及资本性支出 67.20 万元
3.4	2 类创新药	900.00	900.00	否
4	预备费	87.51	87.51	否
合计		**10,789.11**	**10,789.11**	**-**

5、项目备案、环评事项及进展情况

截至本募集说明书签署日，本项目已取得安徽合肥包河经济开发区管理委员会出具的《安徽合肥包河经济开发区管理委员会备案表》（项目代码：2606-340111-04-01-709888），及合肥市生态环境局出具的《关于华人健康医药研发、智能制造与分拣中心（包河经开区 BH13-A-14-4 号工业地块）项目生态环境影响报告表审批意见的函》（环建审[2026]8052 号）。

截至本募集说明书签署日，本项目已取得备案、环评批复；本项目拟利用智能制造和分拣中心项目的新建场地，对其部分楼层的办公场所进行专业化改造，用于医药研发。

6、项目建设进度安排

本项目建设期为 3 年，项目实施进度安排具体如下：

项目	类型	T+1 年	T+2 年	T+3 年
高端固体制剂方向管线	仿制药	各产品按进度分别开展小试处方工艺研究、中试放大及工艺验证生产，进行 BE 备案并开展 BE 试验，提交注册申报；同步启动稳定性研究。	进度靠前产品按预计时间取得药品注册批件，持续开展稳定性研究；进度靠后产品完成中试放大及工艺验证生产，推进 BE 试验，提交注册申报。	完成剩余产品的 BE 试验，提交注册申报，推进注册审评；已获批产品持续开展上市前后稳定性考察。
普通口服固体制剂方向管线	仿制药	各产品按进度分别开展小试处方工艺研究、中试放大及工艺验证生产，进行	进度靠前产品按预计时间取得药品注册批件，持续开展稳定性研究；进度靠后	完成剩余产品的 BE 试验，提交注册申报，推进注册审评；已获批产品

项目	类型	T+1 年	T+2 年	T+3 年
		BE 备案并开展 BE 试验，提交注册申报；同步启动稳定性研究。	产品完成中试放大及工艺验证生产，推进 BE 试验，提交注册申报。	持续开展上市前后稳定性考察。
复杂制剂方向管线	仿制药	开展委外开发；工艺验证阶段产品完成工艺验证生产并开展 BE 试验；BE 试验阶段产品完成 BE 试验并提交注册申报；同步启动稳定性研究。	推进委外开发，推进注册审评并按预计时间取得药品注册批件；持续开展稳定性研究。	完成委外开发，已获批产品持续开展上市前后稳定性考察。
ZYX001 喷雾剂	2 类创新药	完成原料药理化性质表征、处方工艺研究与体外透皮试验；启动中试 GMP 样品制备及质量研究。	推进处方优化，持续开展中试 GMP 样品制备及质量研究；开展局部刺激性、致敏性等非临床安全性研究；着手 Pre-IND 会议准备。	完成处方优化和中试 GMP 样品制备及质量研究；完成局部刺激性、致敏性等非临床安全性研究；提交 IND 申请。

7、项目效益测算

本项目不直接产生经济效益，项目效益将体现为未来研发成果转化为产品所产生的经济效益。高端仿制药和 2 类创新药的成功研发将有助于公司加快新品种药物开发进度、满足临床用药需求，并且通过具体研发项目的开展，将为公司培养一批技术骨干和行业专家，提升公司整体研发实力。

8、本次募集资金用于研发投入的情形

（1）研发投入的主要内容及技术可行性

本项目拟使用募集资金用于研发投入，用于研发设备投入、研发费用以及合成实验室、制剂实验室、分析实验室等实验室建设。项目研发内容包括 5 个高端固体制剂方向管线、18 个普通口服固体制剂方向管线、2 个复杂制剂方向管线以及 1 个 2 类创新药的研发活动。具体如下：

项目	研发内容	技术可行性
高端固体制剂方向管线	重点攻克技术壁垒较高的复方缓释、肠溶、微丸包衣等制剂的开发。该方向包含达格列净二甲双胍缓释片、氟伐他汀钠缓释片、丙戊酸钠缓释片、琥珀酸美托洛尔缓释片、艾普拉唑肠溶片等 5 个核心项目	利用双层片压片、缓释骨架、功能性包衣等核心技术，实现药物控制释放和稳定性提升
普通口服固体制剂方向	以临床需求广泛、市场容量大的治疗领域为核心，聚焦心脑血管、中枢神经、代谢、抗	充分依托公司难溶药物增溶技术平台与口服速释制剂技

项目	研发内容	技术可行性
管线	炎镇痛等赛道，重点开发具有较高技术门槛和临床价值的普通口服固体制剂，涵盖口服速释与复方制剂等。该方向共布局 18 个在研项目，代表性品种包括苯磺酸美洛加巴林片（糖尿病周围神经痛）、莱博雷生片（失眠）、缬沙坦氨氯地平片（Ⅰ）与氨氯地平阿托伐他汀钙片（心血管复方组合）、塞来昔布胶囊（骨关节炎及疼痛）、精氨酸布洛芬颗粒（疼痛/发热）等	术平台，通过微粉化处理、固体分散体增溶、包衣掩味等手段，针对性解决难溶性药物溶解度差、生物利用度低、药物不良气味等核心难题，同时优化制剂稳定性与含量均匀度，提升仿制药的临床有效性与用药顺应性
复杂制剂方向管线	战略性布局经皮给药系统，抢占高附加值制剂领域。该方向包含洛索洛芬钠贴剂、氟比洛芬凝胶贴膏 2 个项目	通过透皮吸收技术，实现药物在局部稳定释放，具备规避肝脏首过效应与系统性大量暴露的风险
2 类创新药方向（ZYX001 喷雾剂）	聚焦现有疗法存在明显局限、临床需求未被满足的治疗领域，开发具有差异化临床优势的外用改良型新药。代表项目为 ZYX001 喷雾剂（2.2 类改良型新药），将已上市口服 JAK 抑制剂改良为外用喷雾剂，定位为“第二代外用 JAK 抑制剂”，适应症为特应性皮炎（AD）	填补传统外用糖皮质激素、钙调神经磷酸酶抑制剂疗效或安全性局限与口服 JAK 抑制剂系统暴露风险之间的临床空白

（2）研发预算及时间安排

医药研发项目总投资 10,789.11 万元，其中研发费用总金额为 8,951.46 万元。研发费用中仿制药涉及的 BE 试验费用和注册费为可资本化的项目，资本化金额为 4,593.36 万元。研发投入建设期为 3 年，具体如下：

单位：万元

研发投入	T+1	T+2	T+3	合计
资本化支出	1,572.20	1,740.76	1,280.40	4,593.36
非资本化支出	2,001.80	1,317.80	1,038.50	4,358.10
合计	**3,574.00**	**3,058.56**	**2,318.90**	**8,951.46**

（3）目前研发投入及进展、已取得或预计可取得的研发成果等

截至本募集说明书签署日，公司已完成项目的必要性和可行性的论证，陆续进入研究阶段。

（4）研发投入中拟资本化部分符合项目实际情况、符合《企业会计准则》的相关规定

1）企业会计准则关于内部研发支出资本化的规定

根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》第七条至第九条规定：

内部研发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：

①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；②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；③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，能证明其有用性；④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；⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。公司取得国家药监局《临床试验批件》（或完成生物等效性试验与临床试验平台备案）之后至获得新药证书（或生产批件）之前所从事的支出在符合上述开发阶段资本化的条件时予以资本化；针对部分不需要进行临床试验的注射剂，在取得药品注册受理通知书时予以资本化。

2）公司的研发支出资本化会计政策

划分内部研发项目的研究阶段和开发阶段的具体标准：为获取新的技术和知识等进行的有计划的调查阶段，应确定为研究阶段，该阶段具有计划性和探索性等特点；在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等阶段，应确定为开发阶段，该阶段具有针对性和形成成果的可能性较大等特点。本公司在取得国家药监局《临床试验批件》（或完成生物等效性试验与临床试验平台备案）之前所从事的工作为研究阶段；取得国家药监局《临床试验批件》（或完成生物等效性试验与临床试验平台备案）之后至获得新药证书（或生产批件）之前所从事的工作为开发阶段。

3）本次募投项目研发支出资本化情况

医药研发项目中仿制药以取得临床试验批件（或 BE）作为资本化的时点，资本化的项目类别包括取得 BE 后的试验费用以及注册费。研发支出资本化情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	项目投资总额	研发支出总额	研发支出资本化金额	资本化的项目类别
医药研发项目	10,789.11	8,951.46	4,593.36	BE 试验费用、注册费

9、本项目新增折旧摊销对经营业绩的影响

T+1 至 T+5 年，本项目新增折旧和摊销费用对公司税前利润的影响均为 109.35 万元，T+6 至 T+10 年折旧和摊销费用对公司税前利润的影响均为 105.15 万元，对公司经营业绩的影响较小。

（三）信息化建设项目

1、项目概述

本项目聚焦公司数字化、智能化与安全合规建设，围绕全产业链业务需求设计，统筹实施信息化全方位升级。一方面开展数据中心基础设施迭代升级，扩容存储与网络资源，建设仓储 WMS、TMS 系统建设，并优化升级财务、BI、ERP、中台、医保一体化等核心业务系统；另一方面强化网络安全体系建设，部署全套安全防护与审计系统，落实三级等保认证及办公软件标准化部署，同时搭建私有化算力平台、引入 RPA 工具、配置视觉识别及医药大模型等智能化能力，完善 AI 应用环境，并通过续保各类软硬件年度运维服务，健全全流程运维保障体系。各类业务系统改造全面覆盖采购、仓储、物流、财务、门店终端场景，适配企业业务规模扩张需求。项目基本情况如下：

项目名称	信息化建设项目
实施主体	安徽华人健康医药股份有限公司及安徽国胜大药房连锁有限公司
项目总投资	4,251.41 万元
项目建设地点	安徽省合肥市包河区河北路 123 号
建设期	36 个月

2、项目实施的必要性

（1）夯实信息化基础设施底座，满足公司业务持续扩张的需求

伴随公司业务规模的快速增长、门店网络的跨省扩张及电商新零售业务的深化，对信息系统的处理能力、协同效率与架构弹性提出了更高要求，现有算力、机房承载能力、终端办公模式逐步出现瓶颈。

本项目通过数据中心建设、配套安全设备部署与专业安全服务投入，完善 IDC 基础网络、存储与安全架构；同步推进云桌面落地，优化员工终端办公体系，提升 IT 资源集约化利用水平，为 ERP、药品追溯、门店 POS、医保云等核心业

务提供稳定、高可用的硬件运行底座，满足业务中长期增长承载需求。

（2）增强信息系统软硬件基础，保护公司信息安全

随着公司业务持续拓展，经营过程持续产生交易数据、财务信息、药品流通数据、医保业务数据等大量敏感核心数据，相关业务运营需严格遵循网络安全等级保护、医保信息化监管、数据安全管理等法律法规要求，数据合规与信息安全管控压力持续加大。当前公司跨区域经营布局持续推进，业务节点不断增多，现有 IT 基础设施安全防护能力、系统运行稳定性面临更高挑战。在此背景下，开展基础设施系统性升级具备显著必要性。

本项目通过购置安全软硬件产品、引入专业安全服务，进一步完善审计、访问权限控制、网络边界防护、数据备份一体化安全体系，补齐现有信息安全能力短板。项目实施后，能够有效抵御网络攻击、降低数据泄露、不规范运维等风险，为公司持续规模化扩张和数智化转型筑牢安全底座。

（3）优化公司业务流程，提高门店运营效率，增强公司核心竞争力

当前头部连锁药企均已加速数字化布局，数字化能力已成为行业核心竞争要素。首先，本项目通过 ERP 系统迭代升级，可全面打通业务流程链路，显著提升门店运营、供应链管理与客户服务效率，支撑公司规模化扩张需求。其次，通过挖掘数据资产价值，依托大数据与 AI 能力实现经营数据分析、风险预警、业务智能决策，赋能精细化运营与精准营销，强化客户粘性与复购转化。最后，标准化 IT 基础设施与多线路网络部署，可保障业务系统稳定运行，降低运营风险，为跨区域拓展提供坚实技术底座。

本项目成功实施后，将构建“技术+数据+运营”的复合竞争力，在医药零售行业集中度持续提升的背景下，为公司抢占市场份额、实现长期可持续发展奠定数智化基础。

3、项目实施的可行性

（1）紧跟国家数字化发展战略，项目具备良好的宏观政策环境

近年来，数字技术创新和迭代速度明显加快，本项目高度契合国家推动产业数字化、智能化的战略方向，具备良好的宏观政策环境。2025 年 4 月，工信部

等七部门颁布的《医药工业数智化转型实施方案（2025-2030 年）》，明确了医药产业数字化转型的目标与路径。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》进一步要求要推动药品零售行业专业化、集约化、数字化、规范化发展，增强内生动力，激发市场活力，推动高质量发展，更好满足人民群众医药健康需求。

因此，本项目的实施，既是公司谋求高质量发展的内在驱动，也是落实国家相关战略、顺应医药零售数字化转型大势的必然举措，具备坚实的政策可行性。

（2）公司拥有丰富的数智化建设经验，项目具备扎实的实施根基

本项目系依托公司多年建设、已处于行业领先的信息化体系上进行的战略升级。首先，公司控股公司合肥捷助医药科技有限公司（即数智研究院）是国家高新技术企业和合肥市大数据企业。通过数智研究院，公司已成功完成自有大模型（锐思 AI 大模型）、终端智能助手和多个智能体的开发，管理、决策效率显著提升，具备 AI 与医药业务场景结合的落地经验。其次，公司现有的 WMS 仓储、TMS 运输系统已推进至三期，大数据平台、BI 可视化体系均在运行，本项目为功能扩容升级，无需承担全新系统适配风险。同时，公司已与多家头部医药供应链业务系统厂商、云基础设施服务商长期合作，具备企业级 IT 架构、多系统集成及数据打通能力，实施路径清晰，可保障业务连续性与合规性。

因此，以上现有基础为本次升级提供了清晰的技术路径、可靠的参照平台，显著降低了实施风险与复杂度。

（3）公司拥有专业的信息化建设管理及人才团队，项目具备核心的人才与组织保障

公司已构建一支结构合理、能力扎实的信息化专业队伍，团队成员不仅技术扎实，更在长期与业务协同中深入理解医药流通场景，具备技术有效落地的复合能力。本项目实行分三年梯度建设的科学实施规划，具备多家软硬件供应商统筹管理能力，同时配套 AI 研发、安全运维、终端运维专职人员，可完成智能应用落地、系统日常运维与安全合规长效管控。

因此，公司具备医药行业数智化专长的复合型人才团队，为项目成功提供核心人力保障。

4、项目投资概算

本项目总投资 4,251.41 万元，其中计划使用募集资金投入 4,251.41 万元，全部用于资本性支出。具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	项目投资总金额	使用募集资金投资金额	是否资本性支出
1	设备购置费	4,091.41	4,091.41	是
1.1	硬件设备	720.28	720.28	是
1.2	软件	3,371.13	3,371.13	是
2	项目实施费	160.00	160.00	是
合计		**4,251.41**	**4,251.41**	**-**

5、项目备案、环评事项及进展情况

截至本募集说明书签署日，本项目已取得安徽合肥包河经济开发区管理委员会出具的《安徽合肥包河经济开发区管理委员会备案表》（项目代码：2608-340111-04-04-930286）。

本项目为在公司现有经营场所内实施的信息化基础设施升级与软件系统建设项目，建设和运营过程不涉及工业生产工艺，无废气、废水、废渣产生，对环境的影响总体较小且可控。根据《中华人民共和国生态环境法典》《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》的规定，本项目无需办理环评审批备案手续。

本项目亦不涉及新增土地。

6、项目建设进度安排

本项目建设期为 3 年，项目实施进度安排具体如下：

项目	建设期第 1 年				建设期第 2 年				建设期第 3 年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
设备购置与安装调试												
信息化建设												
试运行												

7、项目效益测算

该项目为成本支撑类性质，产生的经济效益无法直接测算。本项目建设完成

后，将进一步推进公司数智化建设进程，提高公司的运营管理效率，降低管理成本，提升公司整体竞争力。

8、本项目新增折旧摊销对经营业绩的影响

T+1 至 T+5 年，本项目新增折旧和摊销费用对公司税前利润的影响分别为 203.62 万元、360.99 万元、500.18 万元、431.54 万元和 360.29 万元，T+6 至 T+10 年折旧和摊销费用对公司税前利润的影响均为 298.33 万元，对公司经营业绩带来一定的压力。但随着信息化建设的完善，在内部各业务环节的赋能增加，上述因素对公司经营业绩的影响将逐渐减少，并增强公司盈利能力。

（四）补充流动资金项目

1、项目概述

公司拟将本次募集资金中的 15,000 万元用于补充流动资金，以满足公司业务发展对营运资金的需求。

2、项目实施的必要性

公司自上市以来，经营业务持续发展，收入规模逐年增加，2023 年度至 2026 年 1-6 月，公司营业收入分别为 379,716.03 万元、453,169.23 万元、548,668.35 万元和 282,469.01 万元。随着业务规模的进一步扩张，公司在日常经营、门店建设、药品研发等方面的资金需求也将进一步增加，以全面深化医药零售、医药营销、终端集采、研发生产四大业务平台的资源共享与业务协同，巩固公司在行业内的竞争优势地位，扩大市场份额。

本次募集资金部分用于补充公司经营所需的流动资金，可以更好的满足公司日常运营的资金周转需要，会对公司财务状况及经营成果产生积极影响，降低公司财务风险，改善公司财务结构，为公司长期可持续发展提供资金保障。

3、项目实施的可行性

（1）本次募集资金部分用于补充流动资金符合法律法规的规定

本次发行的部分募集资金用于补充流动资金，符合公司当前的实际发展情况以及所处行业发展的相关产业政策和行业现状，符合《上市公司证券发行注册管理办法》《证券期货法律适用意见第 18 号》中关于募集资金使用的相关规定，

具备实施的可行性。募集资金到位后，公司资金实力将进一步增强，有利于公司经济效益持续提升和健康可持续发展，符合公司及全体股东利益。

（2）公司具备完善的法人治理结构和内控制度

公司已按照上市公司的治理标准，形成了规范、标准的公司治理体系和规范有效的内部控制环境。在募集资金管理方面，公司按照要求制定了《募集资金管理办法》，对募集资金的存储、审批、使用、变更投向、管理与监督等进行了明确规定。本次发行募集资金到位后将严格按照规定存储在董事会指定的专门账户集中管理，确保本次发行的募集资金得到规范使用。

4、补充流动资金规模的合理性

公司本次补充流动资金的规模不超过未来三年（2026-2028 年）的累计营运资金缺口，采用销售百分比法对公司未来 3 年的新增营运资金需求进行测算。具体测算情况如下：

前提假设：

（1）预测期内公司各项经营性资产、经营性负债占营业收入的比重与公司历史三年（2023 年至 2025 年）平均占比保持一致；

（2）经营性流动资产=应收款项融资+应收账款+预付款项+存货

（3）经营性流动负债=应付账款+预收款项+应付票据+合同负债

（4）2023 年至 2025 年三年营业收入的复合增长率为 20.21%，根据企业实际情况、行业趋势及未来发展战略，并出于谨慎性考虑，假设 2026 年至 2028 年营业收入增长率为 10%。

（5）新增流动资金缺口=2028 年末流动资金占用额-2025 年末流动资金占用额；

根据上述假设，公司营运资金需求及未来 3 年流动资金缺口测算如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年末/2025 年度		2026 年末/2026 年度	2027 年末/2027 年度	2028 年末/2028 年度
	金额	最近三年平均占营收比例	金额	金额	金额
营业收入	548,668.35	100.00%	603,535.19	663,888.71	730,277.58
应收账款	56,582.79	11.11%	67,057.80	73,763.58	81,139.94
应收款项融资	2,299.95	0.45%	2,700.12	2,970.13	3,267.14
预付款项	20,837.96	3.72%	22,465.97	24,712.57	27,183.82
存货	105,463.69	19.54%	117,925.30	129,717.83	142,689.61
经营性流动资产小计	**185,184.39**	**34.82%**	**210,149.19**	**231,164.10**	**254,280.51**
应付票据	123,950.93	20.44%	123,352.96	135,688.25	149,257.08
应付账款	42,668.32	7.22%	43,560.84	47,916.92	52,708.61
预收款项	527.43	0.12%	752.12	827.33	910.06
合同负债	3,758.93	0.65%	3,900.90	4,290.99	4,720.08
经营性流动负债小计	**170,905.61**	**28.43%**	**171,566.81**	**188,723.49**	**207,595.84**
营运资金占用金额	14,278.77	6.39%	38,582.38	42,440.62	46,684.68
新增流动资金缺口					**32,405.91**

注：上述相关假设及预估的财务数据仅用于本次资金缺口测算，不构成盈利预测或承诺。

根据测算，公司未来 3 年的累计营运资金缺口为 32,405.91 万元，超过本次公司拟用于补充流动资金的规模 15,000.00 万元，补充流动资金规模具有合理性。

5、募投项目的效益测算

本项目用于补充公司经营所需的流动资金，不直接产生经济效益。本项目实施后，可以更好的满足公司日常运营的资金周转需要，会对公司财务状况及经营成果产生积极影响，降低公司财务风险，改善公司财务结构，为公司长期可持续发展提供资金保障。

6、募投项目的审批情况

本项目不涉及备案、环评的相关手续，亦不涉及新增用地。

三、募投项目实施能力及资金缺口的解决方式

（一）募投项目实施能力

针对本次募投项目，公司在人才、技术、市场等方面都进行了充分的准备，公司具备募投项目实施能力，具体参见本募集说明书“第四节/二/（一）/3、项

目实施的可行性”、“第四节/二/（二）/3、项目实施的可行性”和“第四节/二/（三）/3、项目实施的可行性”。

（二）资金缺口的解决方式

本次募投项目总投资额为 85,125.99 万元，拟使用募集资金为不超过 70,907.43 万元。在本次发行募集资金到位之前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况以自筹资金先行投入，并在募集资金到位后按照相关规定的程序予以置换。若实际募集资金金额（扣除发行费用后）少于上述项目拟以募集资金投入金额，募集资金不足部分由公司自筹解决。

四、本次募投项目符合投向主业和国家产业政策的要求

（一）募投项目符合国家产业政策

经核查，本次发行满足《上市公司证券发行注册管理办法》第三十条关于符合国家产业政策的规定。

公司主营业务为医药零售、医药营销、终端集采、研发生产四大板块，包括药品零售连锁、医药品牌营销、终端集采与供应链赋能、药品研发生产与销售，主要产品涵盖中西成药、中药饮片、保健品、医疗器械、原料药等自有品牌及代理品种。

根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司医药营销及终端集采业务板块属于 F 门类 51 大类“批发业”下的 515 中类“医药及医疗器材批发”；医药零售业务板块属于 F 门类 52 大类“零售业”下的 525 中类“医药及医疗器材专门零售”；医药工业生产板块属于 C 门类 27 大类“医药制造业”；医药研发板块属于 M 门类 73 大类“研究和试验发展”。根据国家发改委发布的《产业结构调整指导目录（2024 年本）》，发行人医药研发项目属于鼓励发展的产业，且发行人主营业务不属于限制类及淘汰类行业。

本次募集资金投向用于智能制造与分拣中心项目、医药研发项目、信息化建设项目及补充流动资金，均围绕公司主营业务开展，符合国家产业政策的要求，不存在需取得主管部门意见的情形。

（二）本次募集资金投向符合板块定位（募集资金主要投向主业）

本次募集资金投资项目与公司主营业务方向一致。其中，智能制造与分拣中心项目的分拣中心部分一方面能够有效扩充仓储容量、提升物流作业效能，为公司门店及全国合作终端提供精准稳定的配送保障，有力支撑医药零售业务、医药营销业务、终端集采业务的持续扩张，另一方面智能制造部分有助于从根本上缓解公司产能瓶颈，提升公司自动化、智能化生产与运营水平，为业务的可持续发展奠定基础；医药研发项目有助于公司拓展在研药物的临床研究深度，强化自身研发实力，开拓新的研发管线，有利于为公司商业渠道提供了丰富且极具优势的产品供给，提升终端毛利率与市场竞争力，增强公司的盈利能力；信息化建设项目改造全面覆盖采购、仓储、物流、财务、门店终端场景，通过优化公司业务流程，提高门店运营效率，增强公司核心竞争力，适配企业业务规模扩张需求；补充流动资金项目，满足公司主营业务发展对营运资金的需求，会对公司财务状况及经营成果产生积极影响，降低公司财务风险。

本次发行募集资金投向与主业的关系如下：

项目	智能制造与分拣中心项目	医药研发项目	信息化建设项目	补充流动资金
1、是否属于对现有业务（包括产品、服务、技术等，下同）的扩产	是，智能制造部分通过新建现代化智能制造产业基地、引进先进生产设备，系统性提升多剂型产品的规模化生产能力；分拣中心部分系在公司现有物流体系基础上的升级与扩建，可有效提升公司物流承载能力与配送效率	否	否	否
2、是否属于对现有业务的升级	否	是，通过完成公司在普通仿制药、高端仿制药以及 2 类创新药方向的研发活动，拓展在研药物的研究深度，提升药品研发能力和技术水平，并进一步丰富公司产品管线	是，通过数据中心基础设施迭代升级并强化网络安全体系建设，优化公司业务流程，进一步推进公司数智化建设进程，提高公司的运营管理效率，降低管理成本，提升公司整体竞争力	否
3、是否属于基于现有业务在其他应用领域的拓展	否	否	否	否
4、是否属于对产业链上下游的（横	否	否	否	否

项目	智能制造与分拣中心项目	医药研发项目	信息化建设项目	补充流动资金
向/纵向）延伸				
5、是否属于跨主业投资	否	否	否	否
6、其他	否	否	否	满足主业发展对营运资金的需求，对公司财务状况及经营成果产生积极影响

因此，本次募投项目与公司主业密切相关，本次发行募集资金主要投向公司主业，符合公司发展战略。

五、关于补充流动资金的比例符合监管规定的说明

本次募集资金使用计划中，智能制造与分拣中心项目、信息化建设项目均使用募集资金用于资本性支出，医药研发项目中部分资金用于资本性支出，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	投资总额	拟投入募集资金金额	资本性支出金额	非资本性支出金额
1	智能制造与分拣中心项目	55,085.47	40,866.91	40,866.91	-
2	医药研发项目	10,789.11	10,789.11	6,343.51	4,445.61
3	信息化建设项目	4,251.41	4,251.41	4,251.41	-
4	补充流动资金	15,000.00	15,000.00	-	15,000.00
合计		**85,125.99**	**70,907.43**	**51,461.83**	**19,445.61**

本次使用募集资金非资本性支出金额总计为 19,445.61 万元，合计占本次募集资金规模的比例为 27.42%，不超过本次募集资金规模的 30%，符合《证券期货法律适用意见第 18 号》等相关监管规定。

第五节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行完成后，上市公司的业务及资产的变动或整合计划

公司计划将本次募集资金用于智能制造与分拣中心项目、医药研发项目、信息化建设项目及补充流动资金。投资项目符合相关的法律法规、规范性文件及国家相关的产业政策，符合公司的中长期经营战略布局，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募投项目实施完成后，能够夯实公司供应链基础、完善产业链布局、深化数智化转型，有利于公司继续保持和巩固在医药健康行业中的地位，增强公司的综合市场竞争力。

本次发行完成后，公司的主营业务不会发生重大变化，本次发行亦不涉及资产及业务整合计划。公司近年来通过产业并购持续完善区域布局与产业链协同，未来仍将结合行业发展趋势及公司战略规划，围绕医药健康主业择机开展业务整合，相关事项将严格按照法律法规履行审批程序和信息披露义务。

二、本次发行完成后，上市公司控制权结构的变化情况

本次发行完成后，公司的股本总额将增加，股东结构将发生一定变化，公司原股东的持股比例也将相应发生变化，但预计何家乐仍为公司控股股东，何家乐及何家伦仍为共同实际控制人，本次发行不会导致公司控制权发生变化。

三、本次发行完成后，上市公司新增同业竞争情况

本次发行前，公司在业务、人员、资产、机构、财务等方面均独立经营，不受控股股东及其关联人的影响。本次发行完成后，公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、同业竞争情况均不存在重大变化，公司仍将保持独立运作，不会因为本次向特定对象发行而产生新的同业竞争。

四、本次发行完成后，上市公司新增关联交易情况

本次发行完成后，公司关联交易情况不存在重大变化。公司将严格按照中国证监会、深交所及公司内部规定履行必要程序，遵循公允、合理的市场定价原则，保证关联交易的合规性和交易价格的公允性。

第六节 最近五年内募集资金运用的基本情况

一、前次募集资金情况

（一）前次募集资金金额、资金到账情况

公司 2023 年 3 月首次公开发行股票并上市，除此以外，公司最近五年内不存在其他募集资金的情形。2023 年首次公开发行股票募集资金的基本情况如下：

经中国证券监督管理委员会《关于同意安徽华人健康医药股份有限公司首次公开发行股票注册的批复》（证监许可[2022]2406 号）同意注册，公司获准向社会公众发行人民币普通股 A 股 6,001.00 万股，每股面值人民币 1 元。截至 2023 年 3 月 1 日止，本公司已向社会公众发行人民币普通股 A 股 6,001.00 万股，每股发行价格 16.24 元，募集资金总额为人民币 97,456.24 万元。扣除承销费等发行费用（不含本次公开发行股票发行费用可抵扣增值税进项税额）人民币 9,511.03 万元，公司募集资金净额为人民币 87,945.21 万元。

上述资金已于 2023 年 2 月 24 日全部到位，经中天运会计师事务所（特殊普通合伙）审验并出具中天运[2023]验字第 90009 号《验资报告》。

（二）前次募集资金专户存放情况

公司按照《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》规定在以下银行开设了募集资金的存储专户，前次募集资金的初始存放和截至 2026 年 6 月 30 日的存放情况如下：

单位：元

账户名称	存放银行	银行账户账号	初始存放金额（注）	截至报告期末余额
安徽华人健康医药股份有限公司	招商银行股份有限公司合肥分行	551902528510888	907,734,283.02	92,614,460.01
安徽华人健康医药股份有限公司	交通银行股份有限公司合肥南七支行	341306000013001920566	-	171,800.44
安徽华人健康医药股份有限公司	合肥科技农村商业银行股份有限公司七里塘支行	20000218018466600000169	-	579,456.93
安徽国胜大药房连锁有限公司	招商银行股份有限公司合肥分行	551904234310908	-	3,307.70
江苏国胜大药房连锁有限公司	招商银行股份有限公司合肥分行	125912214010808	-	5.64
河南国胜大药房	招商银行股份有限	371908123310801	-	0.48

账户名称	存放银行	银行账户账号	初始存放金额（注）	截至报告期末余额
有限公司	公司合肥分行			
芜湖国胜大药房连锁有限公司	招商银行股份有限公司合肥分行	553900691810505	-	5.74
亳州国胜大药房连锁有限公司	招商银行股份有限公司合肥分行	551908138610902	-	4.85
安庆国胜大药房连锁有限公司	招商银行股份有限公司合肥分行	556900276610806	-	2.63
合计			**907,734,283.02**	**93,369,044.42**

注：初始存放金额与前次发行募集资金净额差异为 2,828.22 万元，系初始存放金额中包含尚未以募集资金支付的发行费用。

二、前次募集资金投资项目情况说明

（一）前次募集资金使用情况对照情况

截至 2026 年 6 月 30 日，公司实际使用募集资金 79,778.08 万元，具体使用情况如下：

单位：万元

募集资金总额	97,456.24	已累计使用募集资金总额	79,778.08
		各年度使用募集资金总额	79,778.08
变更用途的募集资金总额	17,573.44	2023 年之前（注）	9,248.85
		2023 年度	40,115.75
变更用途的募集资金总额比例	19.98%	2024 年度	11,798.25
		2025 年度	17,040.84
		2026 年 1-6 月	1,574.39

投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额			实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额（3）=（2）-（1）	项目达到预定可使用状态日期（或截止日项目完工程度）
承诺投资项目	已变更项目，含部分变更（如有）	募集资金承诺投资总额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额（1）	实际投资金额（2）	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额		
承诺投资项目										
营销网络建设项目	是	55,567.80	55,567.80	37,994.36	29,827.23	55,567.80	37,994.36	29,827.23	-8,167.13	2026 年 12 月
支付舟山里肯医药连锁有限公司股权收购款	是	不适用	不适用	4,500.00	4,500.00	不适用	4,500.00	4,500.00	-	2024 年 1 月
支付福建省扬祖惠民医药连锁有限公司股权收购款	是	不适用	不适用	5,337.16	5,337.16	不适用	5,337.16	5,337.16	-	2025 年 6 月
支付福建海华医药连锁有限公司	是	不适用	不适用	5,005.89	5,005.89	不适用	5,005.89	5,005.89	-	2025 年 6 月

股权收购款										
支付杭州国胜大药房连锁有限公司股权收购款	是	不适用	不适用	2,730.39	2,730.39	不适用	2,730.39	2,730.39	-	2025 年 6 月
补充流动资金	否	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00	-	2023 年 3 月
承诺投资项目小计		**60,567.80**	**60,567.80**	**60,567.80**	**52,400.67**	**60,567.80**	**60,567.80**	**52,400.67**	**-8,167.13**	
超募资金投向										
支付马鞍山国胜曼迪新大药房连锁有限公司股权收购款	否	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	9,000.00	-	2023 年 11 月
支付江苏神华药业有限公司股权收购款	否	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	8,000.00	-	2023 年 7 月
补充流动资金	否	10,377.41	10,377.41	10,377.41	10,377.41	10,377.41	10,377.41	10,377.41	-	2024 年 5 月
超募资金投向小计		**27,377.41**	**27,377.41**	**27,377.41**	**27,377.41**	**27,377.41**	**27,377.41**	**27,377.41**	**-**	
合计		**87,945.21**	**87,945.21**	**87,945.21**	**79,778.08**	**87,945.21**	**87,945.21**	**79,778.08**	**-8,167.13**	

注：2023 年之前投入金额系公司用前次募集资金置换“营销网络建设项目”前期自有资金投入所发生金额。

（二）前次募集资金变更情况

1、变更募集资金投资项目投入募集资金金额

公司于 2023 年 11 月 22 日召开第四届董事会第十三次会议和第四届监事会第十一次会议，并于 2023 年 12 月 29 日召开 2023 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于变更募集资金用途的议案》。根据公司长期战略规划，结合现阶段发展需求，为提高募集资金使用效率、优化资源配置，公司变更部分募集资金用途，将用于“营销网络建设项目”的部分募集资金 4,500.00 万元，变更用于新项目“购买自然人王祥安、浙江自贸区雪源项目投资合伙企业（有限合伙）合计持有的舟山里肯医药连锁有限公司 60%的股权”。公司独立董事对上述事项发表了独立意见，保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

公司于 2025 年 5 月 19 日召开第五届董事会第九次会议和第五届监事会第八次会议，并于 2025 年 6 月 6 日召开 2025 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于变更募集资金用途的议案》，决定变更部分募集资金用途，将用于“营销网络建设项目”的部分募集资金 13,073.44 万元，变更用于以下新项目：（1）变更募集资金 5,337.16 万元用于购买宁波闽哲汇投资合伙企业（有限合伙）持有的福建省扬祖惠民医药连锁有限公司 46.01%股权；（2）变更募集资金 5,005.89 万元用于购买闽哲汇持有的福建海华医药连锁有限公司 46.01%股权；（3）变更募集资金 2,730.39 万元用于购买闽哲汇持有的杭州国胜大药房连锁有限公司 70.01%股权。公司独立董事专门会议 2025 年第二次会议审议通过了上述事项，保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

截至 2026 年 6 月 30 日，公司累计变更用途的募集资金总额为 17,573.44 万元。

2、募集资金投资项目延期

公司于 2024 年 4 月 25 日召开第五届董事会第二次会议和第五届监事会第二次会议，审议通过了《关于部分募集资金投资项目延期的议案》，将“营销网络建设项目”达到预定可使用状态的日期由原定的 2024 年 3 月 25 日延期至 2026 年 12 月 31 日。保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

（三）前次募集资金项目的实际投资总额与承诺投资总额的差异说明

公司承诺将募集资金 37,994.36 万元投资于营销网络建设项目，截至 2026 年 6 月 30 日，募集资金实际投入金额 29,827.23 万元，实际投入金额较承诺投资总额少 8,167.13 万元，主要原因系公司营销网络建设项目尚未建设完毕，项目实施过程中，因各种因素，开店进度受阻，未能如期推进，整体进度仍显滞后。“营销网络建设项目”达到预定可使用状态的日期延期至 2026 年 12 月 31 日。

（四）已对外转让或置换的前次募集资金投资项目情况

1、前次募集资金投资项目已对外转让情况

截至 2026 年 6 月 30 日，公司不存在前次募集资金投资项目已对外转让的情况。

2、前次募集资金投资项目先期投入及置换情况

公司于 2023 年 3 月 17 日召开第四届董事会第七次会议和第四届监事会第五次会议，审议通过了《关于使用募集资金置换预先投入募投项目及已支付发行费用的自筹资金的议案》，同意公司使用募集资金 11,530.55 万元置换公司前期以自筹资金预先投入募集资金投资项目的自筹资金人民币 10,070.55 万元及已支付的发行费用金额 1,460.00 万元（不含增值税）。中天运会计师事务所（特殊普通合伙）对公司预先已投入募集资金投资项目的自筹资金使用情况进行了审验，并出具了《关于安徽华人健康医药股份有限公司以募集资金置换预先投入自筹资金的鉴证报告》（中天运[2023]核字第 90076 号），对公司募集资金投资项目预先投入自筹资金的情况进行了核验和确认。本次募集资金置换时间距离募集资金到账时间不超过 6 个月，符合法律法规的相关规定。

公司于 2023 年 4 月 10 日召开第四届董事会第八次会议，审议通过了《关于新增设立募集资金专户并授权签订募集资金四方监管协议的议案》，同意公司及子公司新增设立募集资金专用账户，并授权公司法定代表人或其指定的授权代理人与相关方签署募集资金监管协议。同时，明确对于营销网络建设项目中可以直接支付的相关费用，如场地租赁费等，将按募集资金的支付要求从募集资金专户中直接支付给第三方；对于无法进行直接支付的款项，如场地装修、设备购置、门店铺货等支出需要从公司统一支付的款项，由财务部门建立明细台账在公司自

有资金账户支付后，每月进行一次汇总，并按募集资金支付的有关审批流程，在审核、批准后，从募集资金账户中等额转入公司一般账户，同时通知保荐人。

2025 年 6 月 15 日，中国证监会《上市公司募集资金监管规则》正式实施后，规定以募集资金直接支付确有困难的，可以在以自筹资金支付后六个月内实施置换。公司于 2025 年 10 月 24 日召开第五届董事会第十三次会议，审议通过了《关于使用自有资金支付募投项目部分款项并以募集资金等额置换的议案》，同意自 2025 年 5 月 1 日至 2025 年 9 月 30 日，公司使用募集资金置换先行支付募投项目相关款项的自有资金共计 347.74 万元。上述事项无需提交公司股东会审议，保荐人对公司本次置换事项无异议。相关款项全部在以自筹资金支付后六个月内置换完毕。

公司于 2026 年 4 月 23 日召开第五届董事会第十四次会议，审议通过了《关于使用自有资金支付募投项目部分款项并以募集资金等额置换的议案》，同意自 2025 年 11 月 1 日至 2026 年 3 月 31 日，公司使用募集资金置换先行支付募投项目相关款项的自有资金共计 290.51 万元。上述事项无需提交公司股东会审议，保荐人对公司本次置换事项无异议。截至本募集说明书签署日，本次拟置换的 290.51 万元实际未从募集资金专户中划转至公司自有账户，未来亦不置换。

公司于 2026 年 8 月 26 日召开第五届董事会第十六次会议，审议通过了《关于使用自有资金支付募投项目部分款项并以募集资金等额置换的议案》，同意自 2026 年 4 月 1 日至 2026 年 7 月 31 日，公司使用募集资金置换先行支付募投项目相关款项的自有资金共计 69.76 万元。上述事项无需提交公司股东会审议，保荐人对公司本次置换事项无异议。截至本募集说明书签署日，相关款项已置换完毕。

公司于 2026 年 10 月 26 日召开第五届董事会第十七次会议，审议通过了《关于使用自有资金支付募投项目部分款项并以募集资金等额置换的议案》，同意自 2026 年 8 月 1 日至 2026 年 9 月 30 日，公司使用募集资金置换先行支付募投项目相关款项的自有资金共计 57.58 万元。上述事项无需提交公司股东会审议，保荐人对公司本次置换事项无异议。截至本募集说明书签署日，相关款项已置换完毕。

（五）临时闲置募集资金及未使用完毕募集资金的情况

1、用暂时闲置募集资金临时补充流动资金的情况

公司于2024年6月24日召开第五届董事会第三次会议和第五届监事会第三次会议，审议通过了《关于使用闲置募集资金临时补充流动资金的议案》，同意在确保不影响公司募投项目建设及募集资金正常使用计划的情况下，结合公司生产经营需求，使用不超过15,000.00万元的闲置募集资金临时补充流动资金，使用期限自董事会审议通过该议案之日起不超过12个月，到期前将按时归还至募集资金专户。公司独立董事专门会议2024年第二次会议审议通过了上述事项，保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

截至2025年5月8日，公司已将上述用于临时补充流动资金的闲置募集资金15,000.00万元全部归还至募集资金专户，使用期限未超过12个月。

公司于2025年5月19日召开第五届董事会第九次会议和第五届监事会第八次会议，审议通过了《关于使用闲置募集资金临时补充流动资金的议案》，同意在确保不影响公司募投项目建设及募集资金正常使用计划的情况下，结合公司生产经营需求，使用不超过10,000.00万元的闲置募集资金临时补充流动资金，使用期限自董事会审议通过该议案之日起不超过12个月，到期前将按时归还至募集资金专户。公司独立董事专门会议2025年第二次会议审议通过了上述事项，保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

截至2026年4月10日，公司已将上述用于临时补充流动资金的闲置募集资金10,000.00万元全部归还至募集资金专户，使用期限未超过12个月。

2、用暂时闲置募集资金进行现金管理的情况

公司于2023年3月17日召开第四届董事会第七次会议、第四届监事会第五次会议，审议通过了《关于使用部分闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意在已签署募集资金监管协议且确保不影响募集资金投资项目建设和公司正常运营的情况下，使用额度不超过人民币3亿元的暂时闲置募集资金进行现金管理，该额度在董事会审议通过之日起12个月有效期内可循环滚动使用。募集资金现金管理到期后归还至募集资金专用账户。独立董事发表了明确同意意见。保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

公司于 2023 年 4 月 10 日召开第四届董事会第八次会议、第四届监事会第六次会议，于 2023 年 5 月 8 日召开 2022 年年度股东大会，审议通过了《关于使用部分闲置自有资金现金管理及募集资金余额以协定存款和智能对公存款方式存放的议案》，同意公司使用不超过 6 亿元闲置自有资金进行现金管理；同意公司在不影响募集资金投资项目建设和公司正常运营的情况下，对募集资金余额以协定存款和对公智能通知存款方式存放。使用期限自股东大会审议通过之日起 12 个月内有效，在上述额度和决议的有效期内，资金可以滚动使用。独立董事发表了明确同意意见。保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

公司于 2024 年 4 月 25 日召开第五届董事会第二次会议和第五届监事会第二次会议，审议通过了《关于使用部分闲置自有资金现金管理及募集资金余额以协定存款和对公智能通知存款方式存放的议案》。董事会同意公司及子公司在不影响募集资金投资项目建设和公司正常运营的情况下，使用不超过 6 亿元人民币闲置自有资金进行现金管理，对不超过 3.5 亿元人民币的募集资金余额以协定存款和对公智能通知存款方式存放。存款利率按与募集资金开户银行约定的存款利率执行，存款期限根据募集资金投资项目现金支付进度而定，可随时取用。保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

公司于 2025 年 4 月 23 日召开第五届董事会第七次会议和第五届监事会第六次会议，审议通过了《关于使用部分闲置自有资金现金管理及募集资金余额以协定存款和对公智能通知存款方式存放的议案》。董事会同意公司及子公司在不影响募集资金投资项目建设和公司正常运营的情况下，使用不超过 6 亿元人民币闲置自有资金进行现金管理，对不超过 2.8 亿元人民币的募集资金余额以协定存款和对公智能通知存款方式存放。使用期限自董事会审议通过之日起 12 个月内有效，在上述额度和决议的有效期内，资金可以滚动使用。保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

公司于 2026 年 4 月 23 日召开第五届董事会第十四次会议，审议通过了《关于使用部分闲置自有资金进行现金管理及募集资金余额以协定存款和对公智能通知存款方式存放的议案》。董事会同意公司及子公司在不影响募集资金投资项目建设和公司正常运营的情况下，使用不超过 6 亿元人民币闲置自有资金进行现金管理，对不超过 1.1 亿元人民币的募集资金余额以协定存款和对公智能通知存

款方式存放。使用期限自董事会审议通过之日起 12 个月内有效，在上述额度和决议的有效期内，资金可以滚动使用。保荐人对上述事项发表了无异议的核查意见。

3、未使用完毕募集资金的情况

截至 2026 年 6 月 30 日，公司前次募投项目已累计使用募集资金 79,778.08 万元，尚未使用的募集资金余额为 9,336.90 万元（含累计收到利息收入和投资理财产品收益的净额），未扣减补充流动资金的前次募集资金使用比例为 90.71%，同时扣减补充流动资金后的前次募集资金使用比例为 88.75%，募集资金未使用完毕主要系营销网络建设项目尚未建设完毕。随着募集资金投资项目建设的不断推进，募集资金将逐步投入使用。

公司尚未使用的募集资金存放于募集资金专户，并将按照募投项目计划有序用于公司承诺的募集资金投资项目，未用作其他用途。

截至 2026 年 6 月 30 日，公司前次募集资金结余及节余募集资金使用情况如下：

单位：万元

项目名称	募集资金承诺投资总额	募集资金累计投入金额	募集资金结余/节余	未使用完毕的原因	剩余资金使用计划
承诺投资项目					
营销网络建设项目	37,994.36	29,827.23	9,336.90	项目实施过程中，因各种因素，开店进度受阻，未能如期推进，整体进度滞后	按照募投项目计划有序用于公司承诺的募集资金投资项目
支付舟山里肯医药连锁有限公司股权收购款	4,500.00	4,500.00	-	不适用	不适用
支付福建省扬祖惠民医药连锁有限公司股权收购款	5,337.16	5,337.16	-	不适用	不适用
支付福建海华医药连锁有限公司股权收购款	5,005.89	5,005.89	-	不适用	不适用
支付杭州国胜大药房连锁有限公司股权收购款	2,730.39	2,730.39	-	不适用	不适用
补充流动资金	5,000.00	5,000.00	-	不适用	不适用
超募资金投向					
支付马鞍山国胜曼迪新大药房连锁有限公司股权收购款	9,000.00	9,000.00	-	不适用	不适用

项目名称	募集资金承诺投资总额	募集资金累计投入金额	募集资金结余/节余	未使用完毕的原因	剩余资金使用计划
支付江苏神华药业有限公司股权收购款	8,000.00	8,000.00	-	不适用	不适用
补充流动资金	10,377.41	10,377.41	-	不适用	不适用

（六）前次募集资金投资项目实现效益情况说明

截至 2026 年 6 月 30 日，前次募集资金投资项目实现效益情况具体如下：

单位：万元

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率	承诺效益（注 1）	最近三年一期实际效益（注 2）				截止日累计实现效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年 1-6 月		
承诺投资项目									
1	营销网络建设项目	不适用	未做承诺	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
2	支付舟山里肯医药连锁有限公司股权收购款	不适用	2,342.40	不适用	697.27	816.11	357.13	1,870.51	尚处于对赌期，舟山里肯 2023 年度、2024 年度、2025 年度均完成承诺净利润数。
3	支付福建省扬祖惠民医药连锁有限公司股权收购款	不适用	1,897.57	不适用	不适用	380.82	312.57	693.39	尚处于对赌期，扬祖惠民 2025 年度完成承诺净利润数。
4	支付福建海华医药连锁有限公司股权收购款	不适用	1,289.44	不适用	不适用	631.78	243.17	874.95	尚处于对赌期，海华医药 2025 年度完成承诺净利润数。
5	支付杭州国胜大药房连锁有限公司股权收购款	不适用	未做承诺	不适用	不适用	85.58	50.96	136.54	不适用
6	补充流动资金	不适用	未做承诺	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
超募资金投向									
1	支付马鞍山国胜曼迪新大药房连锁有限公司股权收购款	不适用	未做承诺	423.28	827.05	126.96	417.06	1,794.35	不适用
2	支付江苏神华药业有限公司股权收购款	不适用	未做承诺	948.53	2,633.65	2,617.71	1,285.70	7,485.59	不适用
3	补充流动资金	不适用	未做承诺	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用

注 1：支付舟山里肯医药连锁有限公司股权收购款项目业绩承诺期间及业绩承诺为：就业绩承诺期间的业绩指标，业绩承诺方承诺：舟山里肯在业绩承诺期内 2023 年度、2024 年度、2025 年度及 2026 年度的承诺净利润数分别不低于人民币 1,156 万元、人民币 1,223 万元、人民币 1,309 万元及人民币 1,372 万元。舟山里肯 2024 年 1 月纳入公司合并范围，故承诺效益 2,342.40 万元为只考虑 2024 年 1 月至 2026 年 12 月的承诺净利润数按照公司享有的权益比例折算计算得出。

支付福建省扬祖惠民医药连锁有限公司股权收购款项目业绩承诺期间及业绩承诺为：扬祖惠民在业绩承诺期内 2025 年度、2026 年度及 2027 年度的

承诺净利润数分别不低于人民币 1,360.00 万元、人民币 1,428.00 万元、人民币 1,499.40 万元。扬祖惠民 2025 年 6 月纳入公司合并范围，故承诺效益 1,897.57 万元为只考虑 2025 年 6 月至 2027 年 12 月的承诺净利润数按照公司享有的权益比例折算计算得出。

支付福建海华医药连锁有限公司股权收购款项目业绩承诺期间及业绩承诺为：海华医药在业绩承诺期内 2024 年度、2025 年度及 2026 年度的承诺净利润数分别不低于人民币 1,378.13 万元、人民币 1,447.03 万元、人民币 1,519.38 万元。海华医药 2025 年 6 月纳入公司合并范围，故承诺效益 1,289.44 万元为只考虑 2025 年 6 月至 2026 年 12 月的承诺净利润数按照公司享有的权益比例折算计算得出。

注 2：表中股权收购项目实现的效益系公司合并报表中按权益享有的所属子公司（相应标的公司）的净利润。

舟山里肯 2024 年 1 月纳入公司合并范围，故统计的最近三年一期为 2024 年 1 月至 2026 年 6 月。

扬祖惠民 2025 年 6 月纳入公司合并范围，故统计的最近三年一期为 2025 年 6 月至 2026 年 6 月。

海华医药 2025 年 6 月纳入公司合并范围，故统计的最近三年一期为 2025 年 6 月至 2026 年 6 月。

（七）前次发行涉及以资产认购股份的资产运行情况说明

公司不存在前次发行以资产认购股份的情况。

（八）前次募集资金实际使用情况的信息披露对照情况

公司上述前次募集资金使用情况报告中募集资金实际使用情况与公司定期报告和其他信息披露文件中披露的有关内容一致，实际情况与披露内容不存在差异。

（九）会计师事务所对前次募集资金运用所出具的专项报告结论

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）对公司截至 2026 年 6 月 30 日止前次募集资金使用情况报告进行了鉴证，并于 2026 年 8 月 10 日出具了《前次募集资金使用情况鉴证报告》（苏公 W[2026]E1383 号），结论为：华人健康董事会编制的前次募集资金使用情况报告已经按照中国证券监督管理委员会《监管规则适用指引——发行类第 7 号》的规定编制，在所有重大方面真实反映了华人健康截至 2026 年 6 月 30 日止的前次募集资金的实际使用情况。

第七节 与本次发行相关的风险因素

一、对核心竞争力、经营稳定性及未来发展可能产生重大不利影响的因素

（一）行业风险

1、行业竞争加剧的风险

随着我国医药卫生体制改革的不断深化，近年来行业整体步入总量承压、结构分化、创新驱动、生态竞争的新周期。从整体市场规模来看，2025 年度中国实体药店零售规模、药品全终端市场规模都出现不同程度的小幅下滑，行业扩张速度整体放缓。从竞争格局来看，一方面监管趋严与合规成本上升加速行业出清，2025 年全国药店数量净减少约 2.2 万家，闭店率约 7.8%；另一方面，在连锁化率稳步提升与行业存量博弈的背景下，市场马太效应进一步加剧，2025 年药品零售百强企业销售比重已突破 60.9%，行业进入“万店时代”后的整合加速期，头部连锁药店的竞争更加激烈。

若公司不能通过差异化经营、精细化管理及供应链优化等方式有效应对日趋激烈的市场竞争，可能导致优质门店资源获取成本上升、市场份额被挤压或门店盈利能力下降，进而对公司经营业绩产生不利影响。

2、行业政策变化的风险

公司所处的医药流通行业受国家及地方政策影响显著。近年来，医药卫生体制改革深入推进，药品集中带量采购常态化、扩围化，医保目录动态调整，支付方式改革（DRG/DIP）及门诊统筹政策细化等举措密集出台，对行业竞争规则与盈利模式产生深远影响。上述政策背景下，药品集中带量采购覆盖品种范围逐步扩大，中标价格存在下降空间，可能对公司产品利润空间形成挤压；医保支付方式改革、门诊统筹政策细化等亦可能影响门店客流结构与销售品类构成，对公司品种管理、供应链响应及门店运营能力提出更高要求。

若公司未能及时、准确地把握政策动向并调整经营策略，在品种结构优化、供应链管理及门店运营等方面做出有效应对，可能导致毛利率下滑、客流结构变化或市场份额流失，进而对公司经营业绩产生不利影响。

3、消费者消费习惯改变的风险

随着互联网技术进步及物流配送体系完善，医药电商、O2O 即时配送等新型零售业态快速发展，一定程度上改变了部分消费者的购药习惯。若线上医保支付政策进一步落地或线上处方流转机制加速完善，线下零售药店可能面临客流分流及价格透明化带来的竞争压力。与线下实体门店相比，电商平台开放性、包容性的生态环境使得线上商品零售价格体系更加灵活，竞争也更加激烈。

虽然公司已取得互联网药品交易资质并积极布局线上业务，但当前收入仍以线下零售为主。若公司不能有效匹配市场消费习惯变化，加快线上线下融合布局，可能面临客户流失及销售规模增长受限的风险。在发展线上业务的同时，可能还会面临产品价格、毛利率下降与毛利空间被压缩的风险。

4、药品价格下行的风险

近年来，医药卫生主管部门通过药品集中带量采购、医保控费、国家医保药物准入谈判、设立基本药物目录等举措推动药品价格下降。随着医院零差价率、分级诊疗实施、处方外流和双通道政策的推进，零售药店药品销售价格可能逐步与医院终端趋同。公司零售业务、医药营销等业务涉及品种众多，相关药品价格受市场供需、上下游议价能力及行业竞争格局等多重因素影响，存在下行空间。

若公司主要经营品种价格出现下行，且不能通过优化品种结构、提升高毛利品类占比或提高供应链效率等方式有效应对，可能导致整体毛利率下滑，进而对公司盈利能力产生不利影响。

5、宏观经济波动的风险

公司主要从事医药零售、医药营销、终端集采及研发生产业务，主营业务均围绕医药产业，其中以医药零售业务收入为主。虽然药品的需求主要由人群数量、年龄构成及发病率等因素共同决定，行业的周期性特征不明显，但宏观经济的周期性波动可能影响消费者实际可支配收入水平及消费支出结构，进而影响人们在医疗和保健方面的支出。若未来宏观经济增速放缓或居民消费意愿下降，可能一定程度上影响零售药店行业的整体发展。

若公司不能根据宏观经济环境变化及时调整经营策略，优化商品结构及门店布局，可能面临销售规模增长放缓及盈利能力下降的风险，进而对公司经营业绩

产生不利影响。

（二）财务风险

1、商誉减值的风险

近年来公司累计完成多笔股权收购，商誉规模持续增长。截至 2026 年 6 月 30 日，公司商誉约为 12.99 亿元。若被收购标的在未来经营过程中受宏观经济波动、行业政策变化或市场竞争加剧等因素影响，导致实际盈利能力未达预期，公司将面临商誉减值风险。商誉减值虽属非现金支出，但将直接冲减当期利润，对公司财务状况及经营业绩产生重大不利影响。

2、应收账款回收的风险

随着经营规模的扩大，公司应收账款规模相应增长，报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为49,354.23万元、45,417.02万元、56,582.79万元和49,895.11万元，占各期营业收入的比例分别为 13.00%、10.02%、10.31%和 17.66%。针对应收账款规模较大的情况，公司已按照《企业会计准则》等相关要求计提应收账款坏账准备，未来若公司采取的收款措施不力或下游客户经营状况发生重大不利变化，出现支付能力问题或信用恶化，公司可能面临应收款项坏账损失的风险，从而对公司未来业绩造成不利影响。

3、存货跌价风险

报告期各期末，发行人存货账面价值分别为 77,208.79 万元、86,384.13 万元、105,463.69 万元和 106,862.54 万元，占流动资产的比重分别为 27.32%、33.26%、36.21%和 37.06%。为确保日常经营的正常进行，公司必须保持一定规模的存货水平，且存货规模随着门店数量的增长、经营规模的扩大也会相应提高。若出现部分商品因市场需求变化或行业政策导致销售价格下降，或者出现滞销等情况，则可能需对该等商品计提跌价准备，从而对公司财务状况和经营成果产生不利影响。

（三）经营风险

1、药品研发与成果转化的风险

公司通过神华药业、正药科技平台布局高端仿制药以及创新药的研发，此外

还通过股权投资等方式与外部研发企业进行合作，不断加码研发端投入。公司研发生产业务板块主要面临从研发、注册到上市商业化、对外投资等全链条的风险。该领域普遍具有投入高、周期长、技术复杂、临床及审评结果不确定等特点。研发项目可能因技术路径、临床试验失败或未能通过审评而终止，此外在药品集中带量采购常态化、制度化推进的背景下，普通仿制药利润空间持续被压降，可能导致前期研发与投资面临回报收窄的风险。

2、跨区域经营与新市场拓展的风险

公司在实施“深耕安徽，聚焦华东，辐射周边”战略时，通过“自建+加盟+并购”方式进入新区域市场，面临消费习惯差异、本土竞争激烈、品牌认知度培育周期长、地方监管环境复杂等问题，可能导致新市场拓展进度不及预期；跨区域运营也对公司的管理能力、供应链配套、人才储备提出更高要求，存在管理半径扩大带来的运营效率下降风险。

3、租赁物业产权不完善以及未办理租赁物业备案的风险

截至报告期末，发行人承租用于门店经营、办公仓储等用途的物业中，部分租赁房产存在出租方未能提供其有权出租的证明文件。其中，与门店经营相关的租赁物业中，产权不完善的租赁数量占发行人门店租赁总数量的比例为 10.75%。上述瑕疵租赁房产的可替代性较强，发行人可在合理时间内找到符合条件的替代场所开展业务，但若租赁瑕疵问题集中爆发，仍可能对公司经营造成不利影响。

此外，截至报告期末，发行人门店租赁物业未办理租赁备案登记手续。未办理租赁备案不影响租赁合同的效力，但未办理租赁备案登记手续的租赁物业，存在被房屋主管部门处罚的风险。

4、创新业务模式被跟随与先发优势弱化的风险

公司领先的创新商业模式在取得成功后，可能被竞争对手模仿或改良，从而导致先发优势减弱、市场竞争加剧，压缩该业务的利润空间和市场占有率，进而对公司的业绩增长曲线培育造成一定程度的干扰。

5、药品质量与安全管理风险

药品质量安全是企业的生命线，贯穿研发、生产、仓储、配送、销售全链条。

尽管公司已建立严格的质量管理体系，但仍无法绝对排除因供应链上游波动、储运条件偶发异常或操作环节人为失误等因素导致的潜在质量风险事件。

二、可能导致本次发行失败或募集资金不足的因素

（一）审批风险

本次向特定对象发行尚需获得深交所审核通过及中国证监会同意注册，公司能否取得相关批准或注册，以及最终取得批准或注册的时间都存在不确定性，提请广大投资者注意审批风险。

（二）认购风险

本次发行的发行对象为不超过 35 名（含 35 名）的特定对象，且最终根据竞价结果由公司董事会与本次发行的保荐人（主承销商）协商确定，发行价格不低于定价基准日（即发行期首日）前 20 个交易日公司 A 股股票交易均价的 80%。本次发行的发行结果将受到宏观经济和行业发展情况、证券市场整体情况、公司股票价格走势、投资者对本次发行方案的认可程度等多种内外部因素的影响。因此，本次发行存在发行募集资金不足甚至无法成功实施的风险。

三、对本次募投项目的实施过程或实施效果可能产生重大不利影响的因素

（一）募集资金投资项目实施的风险

公司本次募集资金投资项目为智能制造与分拣中心项目、医药研发项目、信息化建设项目及补充流动资金。可行性分析是基于公司实际情况、市场环境、行业发展趋势等因素做出的，虽然公司做出决策过程中综合考虑了各方面的情况，为投资项目做了多方面的准备，但是在项目实施过程中可能因为国家和产业政策变化、行业市场环境变化、建设进度不及预期、建设和运营成本上升及其他不可预见的因素，影响项目实际实施情况，导致出现项目未能按期投入运营或不能达到预期效益的风险。

（二）募集资金到位后公司即期回报被摊薄的风险

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司的总股本和净资产都将会有一定幅度的增加，由于本次发行募集资金使用效益可能需要一定时间才能得以体

现，本次募集资金到位后公司即期回报（基本每股收益、净资产收益率等财务指标）存在被摊薄的风险。

四、其他风险

（一）股票价格风险

股票价格的波动不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，还受到国家宏观经济政策调整、金融政策的调控、股票市场的交易行为、投资者的心理预期等诸多因素的影响。投资者在考虑投资公司股票时，应预计到前述各类因素可能带来的投资风险，并做出审慎判断。

（二）不可抗力风险

不排除自然灾害、战争以及突发性公共卫生事件可能会对公司的资产、财产、人员造成损害，并影响正常生产经营。此类不可抗力事件的发生可能会给公司增加额外成本，从而影响公司盈利水平。

第八节 与本次发行相关的声明

一、发行人全体董事、董事会审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体董事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

董事：

何家乐　　何家伦　　鲁　勖

殷　俊　　赵春水　　李莉莉

刘　亮　　程　谋　　李传润

除董事外的高级管理人员：

李　梅

安徽华人健康医药股份有限公司

2016 年 11 月 19 日

发行人全体董事、董事会审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体审计委员会成员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体审计委员会成员签名：

刘 亮	程 谋	李传润

安徽华人健康医药股份有限公司

2020年 11 月 19 日

发行人全体董事、董事会审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体审计委员会成员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体审计委员会成员签名：

刘 亮	程 谋	李传润

安徽华人健康医药股份有限公司

2016 年 11 月 19 日

发行人全体董事、董事会审计委员会委员、高级管理人员声明

本公司及全体审计委员会成员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体审计委员会成员签名：

刘 亮	程 谋	李传润

安徽华人健康医药股份有限公司

2026 年 11 月 19 日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：

何家乐

共同实际控制人：

何家乐　　何家伦

安徽华人健康医药股份有限公司

2016 年 11 月 19 日

三、保荐人声明

本公司已对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

陈　舒

保荐代表人：

陈维亚　　范　哲

法定代表人（或授权代表）：

江　禹

华泰联合证券有限责任公司

2026 年 11 月 19 日

本人已认真阅读安徽华人健康医药股份有限公司募集说明书的全部内容，确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对募集说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

马 骁

保荐机构董事长（或授权代表）：

江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2026 年 11 月 19 日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读募集说明书，确认募集说明书内容与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

李　强　　陈昱申

陆　伟　　梁天锐

律师事务所负责人：

徐　晨

国浩律师（上海）事务所

2026 年 11 月 19 日

五、为本次发行承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读募集说明书，确认募集说明书内容与本所出具的审计报告（2023 年度《苏公 W[2024]A656 号》、2024 年度《苏公 W[2025]A585 号》和 2025 年度《苏公 W[2026]A578 号》）、盈利预测审核报告（如有）等文件不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在募集说明书中引用的审计报告（2023 年度《苏公 W[2024]A656 号》、2024 年度《苏公 W[2025]A585 号》和 2025 年度《苏公 W[2026]A578 号》）、盈利预测审核报告（如有）等文件的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

程晓曼　　田大庆

刘鑫康　　陶洁菲（已离职）

会计师事务所负责人：

朱佑敏

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）

2026 年 11 月 9 日

关于审计机构签字注册会计师陶洁菲离职的说明

2024 年 4 月 25 日，公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称本所）出具的安徽华人健康医药股份有限公司苏公 W[2024]A656 号审计报告的签字注册会计师为程晓曼和陶洁菲，其中签字注册会计师陶洁菲已从本所离职，因此无法在本所出具的审计机构声明页中签字，但签字注册会计师的离职不影响本所已出具的上述审计报告的法律效力。

特此说明。

会计师事务所负责人：朱佑敏

朱佑敏

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）

2024 年 11 月 19 日

六、董事会声明

（一）关于除本次发行外未来十二个月内是否有其他股权融资计划的声明

除本次发行外，公司未来十二个月内将根据业务发展规划、项目投资进度等情况，并结合公司资本结构、融资成本等因素综合考虑是否实施其他股权融资计划。若未来公司根据业务发展需要及资产负债状况需安排股权融资时，将按照相关法律法规履行相关审议程序和信息披露义务。

（二）本次向特定对象发行股票摊薄即期回报及填补措施

根据《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）、《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17 号）以及中国证监会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）等相关要求，为保障中小投资者知情权、维护中小投资者利益，公司就本次向特定对象发行股票事项对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，并制定了拟采取的填补回报措施，相关回报主体对即期回报摊薄的填补措施能够得到切实履行作出了承诺，具体情况详见公司于巨潮资讯网发布的《安徽华人健康医药股份有限公司关于 2026 年度向特定对象发行 A 股股票摊薄即期回报与公司采取填补措施及相关主体承诺的公告》等公告。

（本页无正文，为《安徽华人健康医药股份有限公司 2026 年度向特定对象发行 A 股股票募集说明书》董事会声明之盖章页）

安徽华人健康医药股份有限公司董事会

2026年 11 月 19 日