公司代码:600998　　公司简称:九州通

九州通医药集团股份有限公司 2025 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会及董事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

1.3 公司全体董事出席董事会会议。

1.4 本半年度报告未经审计。

1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

报告期内,公司未有经董事会审议的半年度利润分配预案或公积金转增股本预案。

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	九州通	600998	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘志峰	张溪
电话	027-84683017	027-84683017
办公地址	湖北省武汉市汉阳区龙兴西街 5 号	湖北省武汉市汉阳区龙兴西街 5 号
电子信箱	jztdmc@jztey.com	jztdmc@jztey.com

2.2 主要财务数据

单位:元 币种:人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	107,773,768,894.48	102,395,867,613.50	5.25
归属于上市公司股东的净资产	27,770,439,131.01	27,243,192,189.04	1.94
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	81,106,204,559.52	77,170,878,304.81	5.10
利润总额	1,992,028,345.31	1,656,722,176.00	20.31
归属于上市公司股东的净利润	1,445,568,346.08	1,207,638,710.13	19.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	951,859,209.58	1,180,102,202.50	-19.34
经营活动产生的现金流量净额	-2,820,755,882.07	-3,200,824,567.31	11.87
加权平均净资产收益率(%)	5.34	4.90	增加 0.44 个百分点
基本每股收益(元/股)	0.29	0.25	16.00
稀释每股收益(元/股)	0.29	0.25	16.00

公司主要会计数据和财务指标的说明

1、报告期内,公司在营业收入同比增长 5.10%的情况下,归属于上市公司股东的净利润(以下简称“归母净利润”)较上年同期增长 19.70%,主要原因是公司在保持医药分销收入稳健增长的同时,医药工业、数字物流等新兴业务板块收入分别实现 10.77%、24.66%的较快增长;同时,公司完成医药仓储物流基础设施公募 REITs 发行上市,增加公司净利润 4.38 亿元。

2、报告期内,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(以下简称“扣非归母净利润”)较上年同期下降 19.34%,主要原因是防疫物资应收账款及医院客户账期延长等所致减值准备计提增加,对公司扣非归母净利润造成了一定影响。如剔除前述减值准备计提增加因素的影响,公司本报告期归母净利润 15.87 亿元,同比增长 31.44%;扣非归母净利润 10.94 亿元,同比下降 7.33%。

3、报告期内,公司经营活动产生的现金流量净额较上年同期增加 3.8 亿元,主要原因是公司本年中较上年同期加大了应收账款的清收力度,现金回款增加所致。预计全年经营活动产生的现金流量净额为与经营业绩相匹配的正数。

4、报告期内,公司继续加大在新产品、新零售、新医疗、数字化和不动产证券化(“三新两化”)战略以及“三花”(花时间、花精力、花成本)人才战略方面的投入,也对公司扣非归母净利润造成了一定影响。上半年,公司在药九九 B2B、好药师零售、京丰制药等“三新两化”战略实施主体的人工成本投入达 2.45 亿元(不含营运成本、资金成本等),较上年同期增长 21.62%;在“三花”人才引进成本投入 5,520 万元,较上年同期增长 110%。

2.3 报告期公司主要业务简介

一、报告期内公司所属行业及主营业务情况说明

(一)公司所属行业、主营业务及经营模式转型升级

九州通是行业领先的科技驱动型的全链医药行业综合服务商,涵盖医药流通、医药新零售、医药工业、医药 CSO 等业态,包括数字化医药分销与供应链业务、总代品牌推广业务、医药工业自产及 OEM 业务、新零售与万店加盟业务(C 端)、医疗健康(C 端)与技术增值服务、数字物流与供应链解决方案六大方面。

公司结合上下游客户的需求,推行“医药分销+物流配送+产品推广”的综合服务模式。目前,公司已实现“数字化、平台化、互联网化”的大健康产业服务转型升级,建立了“全品类采购、全渠道覆盖和全场景服务”的“千亿级”医药供应链服务平台,已形成行业内具有多业态、多平台等显著特点的“批零一体化”“BC 一体化”、线上线下相结合的服务于 B 端和 C 端用户的大健康综合服务平台。

公司全面转型升级后的六大主营业务与上下游客户、C 端消费者的“全链”服务模式图如下:

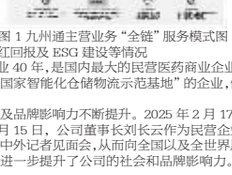

图 1 九州通主营业务“全链”服务模式图

(二)公司的行业地位、分红回报及 ESG 建设等情况

九州通专注医药大健康行业 40 年,是国内最大的民营医药商业企业,也是行业内首家获评 5A 级物流企业、唯一获评全国十大“国家智能化仓储物流示范基地”的企业,位列 2025 年《财富》“中国企业 500 强”第 165 位。

报告期内,公司社会影响力及品牌影响力不断提升。2025 年 2 月 17 日,九州通参加了中共中央在北京召开的民营企业座谈会;7 月 15 日,公司董事长刘长云作为民营企业家代表亮相国务院新闻办公室举办的“新征程上的奋斗者”中外记者见面会,从而向全国以及全世界展现了九州通作为中国民营企业代表的发展成果及责任担当,进一步提升了公司的社会和品牌影响力。7 月 8 日,九州通入选中国品牌国际化标杆 100 强。

报告期内,公司持续分红回报,加强投资者关系管理。2025 年 6 月 17 日,公司完成 2024 年度现金分红实施,分红金额共计 9.97 亿元,上市以来公司累计向股东现金分红及回购股票金额达 68.61 亿元。2025 年 5 月 7 日,公司参加上海证券交易所组织的“民营活力”主题集体业绩说明会,就投资者关注的问题进行面对面现场交流。此外,公司建立《市值管理制度》,将通过做精做强主业、践行 ESG、建立激励机制、现金分红、投资者关系管理、股份回购及股东增持等各类方式进一步提升公司投资价值。5 月,公司获得中国上市公司协会 2024 年度“上市公司投资者关系管理最佳实践”奖;6 月,公司获得证券时报“第十六届中国上市公司投资者关系管理天马奖”。

报告期内,公司继续加大在 ESG 方面投入,主动参与节能减排及绿色发展、乡村振兴、教育助学、扶贫济困及应急救灾等公益事业,上半年集团层面捐赠善款和物资合计 1,137.81 万元;此外,公司积极响应国家“双碳”战略,通过建设光伏电站降低用能成本,提升能源效率。基于公司在 ESG 领域的突出表现,公司在主流 ESG 评级中均获得肯定,万得予以“AA”级,中诚信绿金予以“A+”级,华证和中证均予以“A”级,商道融绿予以“A-”级,并荣膺金羚奖“2025 年度 ESG 典范企业”。

此外,公司主体信用评级跃升至 AAA(国内最高信用等级),体现了资本市场对九州通综合实力的高度认可。2025 年 8 月 25 日,经国内权威信用评级机构中诚信国际信用评级有限责任公司评定,九州通主体信用等级为 AAA,评级展望为“稳定”,公司也成为医药流通领域唯一的一家 AAA 信用等级的民营企业。此次主体信用评级调升将会进一步降低公司融资成本,增强公司相关债券流动性,提升债券投资人信心与参与度。

(三)公司经营上半年业绩亮点及分析

2025 年上半年,在行业整体增速承压的情况下,公司持续聚焦主营业务发展,并通过资产证券化盘活资产,实现营业收入和归母净利润的双增长,整体经营呈现稳健向上的发展态势。

2025 年上半年,公司实现营业收入 811.06 亿元,同比增长 5.10%;归母净利润 14.46 亿元,同比增长 19.70%;扣非归母净利润 9.52 亿元,同比下降 19.34%,主要原因是受防疫物资应收账款及医院客户账期延长等因素影响,报告期减值准备计提增加;如剔除前述减值准备计提增加因素的影响,公司本报告期归母净利润 15.87 亿元,同比增长 31.44%;扣非归母净利润 10.94 亿元,同比下降 7.33%。公司经营活动产生的现金流量净额较上年同期增加 3.8 亿元,主要是公司本年中较上年同期加大了应收账款的清收力度,现金回款增加所致,预计全年经营活动产生的现金流量净额为与经营业绩相匹配的正数。

报告期内,公司各业务板块齐头并进,实现良好发展。医药分销核心业务实现销售收入 676.34 亿元,同比增长 6.04%,为公司整体营业收入增长奠定较好基础;此外,医药工业、数字物流等新兴业务板块均实现强劲增长,其中医药工业自产及 OEM 业务形成具有市场竞争力的西药、中药及器械产品集群,半年度实现销售收入 15.93 亿元,同比增长 10.77%;医药新零售业务上半年实现销售收入 14.93 亿元(含好药师 B2C 电商总代总销业务),好药师“万店加盟”门店数已达 31,535 家,上半年向加盟店销售额 34.18 亿元,同比增长 41.30%;数字物流与供应链解决方案半年度实现业务收入 5.87 亿元,同比增长 24.66%。此外,总代品牌推广业务(CSO)大力开展新品引进及老品提量,上半年销售规模达 95.91 亿元;药九九 B2B 电商平台及零售电商服务平台等院外数字化分销业务快速增长,上半年收入规模 106.36 亿元,同比增长 21.08%。

报告期内,公司继续加大数字化战略投入,上半年研发投入 1.46 亿元,积极开展 AI 人工智能在各个场景领域系统的深度应用,如 AI 辅诊、AI 客服、AI 采购助手、AI 营销助手等针对角色和场景的个性化、定制化 AI 解决方案,大力促进公司业务及管理效率的提升,推动公司向数智化转型。公司不动产证券化战略成果显著,公募 REITs 发行上市及 Pre-REITs 首期发行成功后,公司将适时启动公募 REITs 扩募工作,以盘活更多医药仓储物流资产及配套设施,为公司业务发展持续提供资金支持。

报告期内,公司继续推进“三花”(即花时间、花精力、花成本)人才引进战略,上半年引进“三花”人员 87 人、量力管理培训生 150 人及星辰校招生 316 人,包括新产品、新零售、新医疗、物流及信息技术研发等各类关键岗位,在驱动公司转型升级以及探索新业务、新模式等方面做出较大贡献;下半年,公司将聚焦于下属子公司以及新产品、医院、医疗器械、中药等业务“三花”人才引进,为公司战略转型匹配合适的优秀人才。

(四)公司“三新两化”战略实施成果及主要业务经营情况

2025 年上半年,公司新产品、新零售、新医疗、数字化和不动产证券化(“三新两化”)战略顺利推进,各项战略均取得阶段性的实施成果,为公司业绩增长贡献率不断提升。主要成果及亮点如下:

1、新产品战略实施的成果及亮点

新产品战略作为“三新两化”战略之首,其对于公司未来发展具有重要意义。公司发挥全集团相关业务组织整合资源优势,已形成以 CSO 为核心的新产品业务组织矩阵,包括全擎健康、京丰制药、九信中药、器械集团、产品战略发展事业部、中央市场部、医疗终端事业部、药事服务事业部及新品开发事业部等,采用独家代理、股权合作、买断权利、自主研发等多种形式,获取兼具临床价值和市场空间,并且适合于市场需求的新产品。此外,公司设立的新产品战略相关基金“武汉市九盈创业投资基金合伙企业(有限合伙)”已于 2025 年 1 月 7 日完成备案,基金规模 5 亿元,投资范围主要聚焦于创新药、高端仿制药等领域,以积极引进国内外有价值的创新药、改良型新药及高端仿制药等新产品,目前已拥有一些包括注射剂、抗生素原料、眼科及其他产品的投资储备项目。

(1)总代品牌推广业务(CSO)大力开展新品引进及老品提量,持续打造利润增长“第二曲线”,上半年销售规模达 95.91 亿元

报告期内,公司总代品牌推广业务(含药品及医疗器械)销售收入达 95.91 亿元。公司凭借优秀的品牌运营及营销推广能力、丰富的上游厂家资源及全渠道营销网络,在深耕原有代理品种,进一步提升优势品种销量的同时,大力开展新品引进和培育,持续打造利润增长“第二曲线”。

其中,公司药品总代品牌推广业务上半年实现销售收入 57.59 亿元,同比增长 6.26%,主要得益于可威、弥可保等核心代理产品的销售稳健增长。在药品 CSO 品种布局方面,公司旗下全擎健康已成功代理可威、康王、弥可保、倍他乐克及派瑞松等知名品牌,覆盖品规达 755 个,其中年销量过亿明星单品 32 个,广泛覆盖慢病、抗感染等全品类,辐射大健康零售全渠道。2025 年上半年,公司新增引进新品 61 个,包括吸入用布地奈德混悬液等 7 个过千万级单品;同时,公司与利奥中国达成战略合作,获得其卡泊三醇系列等 8 个品规产品在零售渠道的代理销售权。下半年,公司计划继续引进 10 个过千万级新品,进一步充实产品矩阵。此外,公司品牌推广咨询服务创新升级,积极拓展业务领域,上半年公司旗下全擎之见品牌管理公司持续为可威奥司他韦、东阳光鲜虫草、东阳光补己、猛士汽车等客户提供专业品牌推广服务,并与华为鸿蒙达成品牌推广合作。

公司器械总代品牌推广业务上半年实现销售收入 38.31 亿元,由于医用耗材集中带量采购政策的原因,公司代理的超声刀、吻合器等产品销售收入受到一定影响。品种引进方面,已代理强生、雅培、费森尤斯(血透)、理诺达、罗氏、麦默通等品牌厂家的品规共计 1,310 个(其中预计销量过亿品规 20 个),覆盖 11 大厂家 15 条产品线。其中,登士柏(牙科)等成长型新品种快速增量,上半年销售收入近 1 亿元。器械总代品牌推广业务聚焦于国际头部医疗器械企业全国总代理和区域总代理业务,重点发展大外科、心脑血管介入、IVD 全国性平台全链条分销业务,为生产企业产品快速覆盖市场提供整体解决方案。

(2)医药工业自产及 OEM 业务全力打造具有市场竞争力的产品集群,助力“新产品”战略落地,上半年实现销售收入 15.93 亿元,同比增长 10.77%

报告期内,公司积极拓展西药、中药及医疗器械工业自产及 OEM 业务,实现销售收入 15.93 亿元,同比增长 10.77%。公司通过实施“增品种、提品质、树品牌”的战略,持续推动产品品质、品种多样性及市场竞争力的全面提升,助力“新产品”战略落地。

西药工业报告期内实现营业收入 2.87 亿元。其中,药品生产方面,公司旗下北京京丰制药集团有限公司(以下简称“京丰制药”)现有批准文号 300 余个,产品覆盖 10 余种剂型,在产品种达到 170 余个,以降糖、外用药、感染呼吸、心血管、神经系统等系列产品为主,具有“二甲双胍”系列、复方克霉唑乳膏等明星产品。药品研发方面,京丰制药聚焦降糖、外用、心脑及抗感染四大系列,目前已通过一致性评价的药品种类达 12 种,在研新品包括 11 个原料药及 25 个制剂。2025 年 6 月和 8 月,京丰制药旗下北京京丰制药(山东)有限公司及北京京丰制药(河北)有限公司分别收到盐酸苯海索片的一致性评价申请受理通知书及阿达帕林凝胶的药品注册上市许可申请受理通知书。品牌建设方面,京丰制药通过打造形象大使“京京”,为各产品线定制产品手册等举措,持续深化品牌认知,稳步提升品牌影响力。报告期内,京丰制药收获多项发展成果:2025 年 2 月获得“双凯类降糖药及糖尿病并发症抑制剂关键制备技术”科技成果评价证书,强化降糖产品市场竞争力;2025 年 3 月成为瑞舒伐他汀钙片上市许可持有人,进一步提升公司在心血管药物领域的市场竞争力;2025 年 6 月,下属公司汇禹远和收到倍他米松磷酸钠注射液、地塞米松磷酸钠注射液《药品注册证书》,增强注射剂产品市场优势。此外,以二甲双胍、羟苯磺酸钙为代表的糖尿病及伴发症系列药物在全国 20 余个省份联盟集采相继中标,市场份额稳步扩大。目前,京丰制药正在全力打造慢盖院内院外,以患者为中心的“II 型糖尿病伴发高血压 / 高血脂患者全病程解决方案”以及“京丰外用药联合用药皮肤慢病全程解决方案”,未来京丰制药将依托这两大解决方案,着力打造京丰慢病管理双轨模式(II 型糖尿病、外用药),为慢病患者提供全方位的健康服务体系。

中药工业报告期内实现自产饮片销售收入 12.22 亿元,同比增长 13.16%。公司旗下九信中药集团有限公司(以下简称“九信中药”)重点发展道地药材和中药饮片业务,布局中药全产业链,始终致力于生产高质量、安全可靠的中药产品,围绕“九信”“九州天润”“金贵德济堂”“九信堂”“臻养”等品牌,打造普通饮片、精制饮片、直接口服饮片、卷性饮片、参茸贵细、健康食品六大系列产品,满足市场多元需求;同时,九信中药拓展出 OTC 业务、医疗业务、药材业务、线上业务四大营销业务。OTC 业务精饮、普饮系列并行,其中,中药精制饮片涵盖 100 个品种、300 个品规,中药普通饮片涵盖 480 个品种、1,500 个品规,产品丰富度极高;医疗业务拥有 800?品种、4,000?品规,精准匹配医疗机构的多样化需求;线上业务以“信益元”电商专属品牌形成差异化,通过自营仓专销产品合作、贴牌定制等多种合作模式,推出 300?品种、400?品规的电商专供产品,精准触达线上消费群体,进一步扩大市场份额,提升品牌影响力。此外,九信中药启动品牌战略重塑及产品种类战略性拓展工作:品牌端以“道地药 九信造”为核心,优化“1+N”架构设计,强化主副品牌协同效应;产品端聚集渠道特点打造核心大单品,拓展药食同源、农副食品等大健康消费产品,丰富产品品类与管线,从而进一步强化品牌核心竞争力与产品市场穿透力,巩固在国内中药材与饮片行业的前列地位。

医疗器械工业及 OEM 业务报告期内实现营业收入 0.84 亿元,同比增长 9.95%。公司旗下武汉柯尼兹医疗科技有限公司(以下简称“柯尼兹”)业务涵盖研发注册、临床服务、产品营销及生产管理等,已注册美体康、弗乐士两个自有品牌,取得 MAH 二类产品注册证 16 张、一类产品备案证 28 张,拥有 OEM 器械品规达 235 个。报告期内,柯尼兹上市 6 个新产品,其中包括自有专利产品引流袋、2 个 MAH 自持证产品及 3 个 OEM 产品。公司通过自主研发和生产自有品牌及 OEM 产品,开发拥有自主知识产权、独家经营权的产品,提升了公司产品竞争力;同时,公司持续开拓外部销售渠道,扩大产品的市场覆盖面,稳步提升市场占有率,推动公司在医疗器械工业及 OEM 业务领域的持续发展。

(3)全面搭建以 CSO 为核心,覆盖商务拓展(BD)、研发注册、品种评估及营销推广等业务领域的全方位新产品战略架构体系,构建公司特有的新产品战略生态

为加快新产品战略实施落地,公司已构建以全擎健康(CSO)为核心,覆盖商务拓展(BD)、研发注册、品种评估及代理推广等业务领域的全方位组织架构体系,除下属京丰制药、九信中药、器械集团等工业及自产子集团外,相继成立产品战略发展事业部、新品开发事业部、中央市场部、医疗终端事业部及药事服务事业部等部门,形成“投 - 研 - 产 - 销”一体化全链条,合力构建九州通特有的新产品战略生态。

公司根据新产品战略的特点和需求,针对不同业务板块配备了专业化团队并明确职责分工。产品战略发展事业部大力推进产品引进和权益合作,通过投资、购买或引进等方式获得国内外优质仿制药、改良型新药及创新药的销售权,上半年已上线新产品 BD 管理系统,实现线上 BD 管理;新品开发事业部负责挖掘和评估具有潜力的新产品,并进行研发立项和项目管理;中央市场部负责整体市场调研和品牌推广,为各业务部门提供市场数据支持和品牌建设指导,上半年累计引进 15 个品种,其中过千万品种 8 个;医疗终端事业部和药事服务事业部则侧重于产品在医疗终端的应用与服务,确保产品能够精准触达目标客户群体,上半年引进新品 35 个。未来,公司将进一步加大产品挖掘与商务拓展力度,积极评估和引进有临床价值和市场价值的战略品种,为新产品战略的健康有序发展提供坚实保障。

2、新零售战略实施的成果及亮点

公司新零售战略以“万店加盟”为核心,形成包含 B2C 电商总代总销、药九九 B2B 电商平台、零售电商等业务矩阵,打造触及 C 端客户的全方位、全场景的“线上线下一体化”新零售服务体系。

(1)好药师“万店加盟”门店扩展至 31,535 家,零售网络覆盖全国广阔区域并持续深耕下沉市场

截至 2025 年 6 月底,好药师直营及加盟药店门店总数已达到 31,535 家,门店遍布全国 31 个省市自治区、293 个地级城市及 1,621 个区县,零售网络覆盖全国广阔区域。目前,好药师“万店加盟”已进入网格化拓展阶段,持续深耕地市、县域及乡镇下沉市场,预计 2025 年末门店数将超 33,500 家。

经过前几年的高速扩张期,好药师“万店加盟”自 2025 年开始注重经营质量的提升。上半年,公司向加盟药店销售规模继续快速增长,销售收入达 34.18 亿元,同比增长 41.30%;此外,面向 C 端的新零售业务上半年实现销售收入 14.93 亿元(含 B2C 电商总代总销等业务)。好药师积极拓展合作供应商,全国累计拥有超 800 家品牌供应商为加盟店提供强力品牌品种保障,已引进定制品种 76 个,集采战略合作 KA 政策品种累计达 625 个。

专业药房方面,截至报告期末,好药师 DTP 特药药房、慢病重症药房及“双通道”药房等相关资质药房已超 6,500 家(含加盟店),经营 SKU3,000?,其中上半年自有药房承接处方外流规模达 2.75 亿元。此外,依托“数智化药学服务 + 特慢病医保 + 商保”模式,公司针对肿瘤、罕见病、高血压、糖尿病等 13 个慢特病种开展专项服务,已累计服务慢病患者超百万人。

即时零售 O2O 业务方面,好药师大药房通过“门店通”系统整合各大流量平台接单(美团、饿了么、京东、抖音等),一站式打通 O2O,赋能药店“网订店送”的电商能力,线下送药服务门店数量超 5,600 家(含加盟店),已覆盖全国 200 余城市,上半年实现销售规模 1.98 亿元。

数字化赋能服务方面,好药师以“零售 SaaS 系统 + 追溯码解决方案”双轨并行,为加盟药店提供从合规溯源到高效运营的“一站式”解决方案。其中,面向“新零售”场景打造的九州万店数字化平台已服务好药师大药房全部零售门店,平台集成了零售收银、进销存管理、医药电商、CRM 会员、BI 报表、医保平台等功能,成为零售行业最具特色的 SaaS 系统。

同时,公司积极响应国家药品溯源管理要求,公司为零售门店打造“追溯码一站式零售系统解决方案”,助力门店实现高效合规运营。该方案支持追溯码全生命周期管理,从药品入库到销售出库的各个环节,均能实现数据追踪与可视化呈现,助力药店清晰掌握药品流向与状态,提升运营管理的精细化程度。公司创新性地建立具备自学习功能的“三码合一”数据库,实现零售过程中仅需一次扫码操作,即可同步精准识别商品信息、批号、追溯码及医保码,目前扫码准确率达 99.81%,有效简化操作流程,大幅提高零售服务效率。报告期内,好药师《药品溯码风险管控平台创新应用》案例荣获“2024-2025 年药品零售企业数智化创新最佳案例”。此外,好药师推出 AI“自动建店”与“自动赋码”功能,智慧赋能门店运营。

报告期内,好药师大药房蝉联“2024 年度中国药品零售企业销售总额十强”,并相继荣获“2025 中国药品零售综合竞争力百强”“2025 中国药品零售行业风向·加盟标杆企业”以及“2024-2025 年度中国药店价值榜百强”等多项权威奖项。同时,凭借创新实践,好药师大药房成功入选《药品零售企业创新与应用优秀案例》,旗下专业药房被评选为“零售药店经营棋病治疗药品药学服务规范示范店”。

(2)九州通 B2C 电商总代总销业务,上半年销售收入 5.65 亿元,同比增长 13.96%,在抖音、快手兴趣电商领域继续保持领先地位

公司旗下好药师 B2C 公司以“供应链 + 运营 + 数字化 + 医疗服务”为核心竞争力,围绕“品牌 + 内容 + 品种”布局,为药械企业持续提供“一站式”全网化 B2C 电商总代总销服务,上半年实现销售收入 5.65 亿元,同比增长 13.96%。

公司拥有 15?年医药电商经验沉淀、400?业务运营团队、31?批零一体仓配能力,积累了 3,500 万?C 端用户。好药师 B2C 公司以线上零售为基本核心,通过构建品牌业务、兴趣电商、品种打造三大战略布局,为医药生产企业、电商平台提供电商运营、渠道拓展、供应链管理等全场景服务,助力药械企业实现全网渠道业务增长,同时加速自身向一线品牌服务商、优质内容生产商、高价值品种运营商转型。

公司拥有战略合作品牌 60 余家,经纬并运营了 146 家知名医药健康品牌的线上官方旗舰店,其中十万以上销售额品牌 140 余个,百万以上销售额单品 80 余个,千万级项目 20 余个,上亿级运营项目共 4 个,主要围绕药械企业需求进行产品推广,聚焦优势流量打造全网爆款产品。上半年,B2C 电商总代总销业务全网总销售 GMV 达 8.16 亿元,“618”活动销售总额突破 2 亿元;在抖音、快手等兴趣电商渠道快速增长,同比增长达 95%,持续领跑行业。

报告期内,好药师 B2C 公司凭借在医药电商领域的卓越表现与创新运营模式,屡获殊荣并赢得市场高度认可。2025 年 1 月,好药师 B2C 公司接连斩获“2024 年抖音电商医药健康年度卓越合作药房”、美团医药“新零售领航奖”及饿了么买药“最佳合作伙伴奖”三项荣誉;2025 年 6 月,再度摘得年度品牌数字化大奖医疗保健类“金奖”与电商及效果营销类“优秀奖”。

(3)面向药店、诊所及大型医药零售电商平台等终端客户的院外数字化分销业务快速增长,上半年收入规模达 106.36 亿元,同比增长 21.08%,B2B 电商终端销售渠道规模不断提升

公司凭借行业领先的医药供应链体系及院外市场竞争优势,通过药九九 B2B 电商平台业务和零售电商服务平台业务,全链赋能药店、诊所等终端客户以及大型医药零售电商平台。报告期内,公司 B2B 电商终端销售渠道规模快速提升,销售收入达 106.36 亿元,同比增长 21.08%。

1)药九九 B2B 电商平台业务方面,公司以终端纯销模式为核心,全力发展院外医药数字化平台业务,持续为诊所、中小连锁、药店等客户提供“一站式”采购、专业地推、供应链金融、SaaS 系统等服务。上半年,药九九 B2B 电商平台自营销售收入达 63.04 亿元,同比增长 14.62%,业务规模实现较大增长,成为医药行业领先的线上线下一体化数智化交易与服务平台。

平台品种上,药九九设置专职直采团队,与上游工业企业建立紧密联系,品种丰富度逐步提升,品种价格优势凸显,目前已与 10,000 家工业企业达成合作,合作品种多达 10 万?个,自营全品类 SKU 突破 46 万个,形成 TOP 品类全与价格优的双重优势。此外,药九九为核心工业企业提供定制化与数字化品牌营销方案,联动上下游促成工业合作项目近 300 个。

平台服务上,药九九整合线上线下一体化运营体系,完善平台长效营销机制,持续提升用户体验与用户合作粘性。平台以客户需求为核心,通过数字客服托管服务智能解决客户诉求,为用户提供 7*12 小时专业客户服务,目前诊所、中小连锁及药店等注册用户突破 60 万?,活跃用户 38 万?,终端客户满意度达到 96.2%。

此外,公司已建立起全国领先的“批零合配一体化”医药物流供应链服务体系,通过 29 个药九九专仓(含 8 个中心仓),实现核心主城区当日达,市内次日达率 > 90%;为上游工业伙伴与下游客户(诊所、中小连锁、单体药店)提供智能采购、精准营销、高效物流配送等综合服务。

平台数智化上,药九九 APP 融合先进的智能推荐算法与区块链加密技术,实现了药品精准匹配与交易数据安全存证,其 Android 版已获软件著作权;平台功能迭代升级智能搜索、智能客服系统、智能采购系统与自动化核单等,大幅提升营运效率与履单效率。此外,平台拥有 PC、App、小程序多个移动终端,让上下游客户享有安全、高效、便捷、精准的服务体验。

2025 年 4 月,药九九平台通过“湖北精品”标准先进性评价,药九九品牌在国内医药流通数智化领域影响力显著提升。

2)零售电商服务平台业务方面,报告期内,公司对京东、阿里、美团、叮当、平安、抖音、快手、百度等头部医药零售电商平台的健康产品供应链业务快速增长,上半年实现销售收入 43.32 亿元,同比增长 31.89%;其中销售给京东、阿里自营平台的药品及 OTC 产品销售额达 34.20 亿元,同比增长 32.44%,是其重要的药械供应服务商。

针对上游品牌厂家,公司依托多元化的供应链服务、全面的代运营服务及数智化的平台服务,成功打通从品牌到下游平台的全链路,助力厂家品种快速实现全网销售,已为东阿阿胶、扬子江、华润三九、广药集团、北京同仁堂及山东达因等 2,300 余家品牌企业提供“一站式”全网化分销和供货运营服务。上半年,公司新增运营品牌 28 家,包括广药光华、奇正藏药、香港澳美、深圳信立泰、广西花红及江苏康缘等,累计运营品牌 54 家,其中预计年销售额过千万的 19 家。

此外,公司将覆盖全国的仓储物流网络和供应链优势与零售电商平台系统进行衔接,提供自动下单、自动询价、同城配配、统一结算、全平台价格监测等多项服务,并在行业内率先推出多仓协同业务模式,通过直连核心工业端完成采购结算,由“一仓发全国”转为“统采分发”,充分发挥自有物流及区域仓配优势,在提升履约时效的同时有效降低物流成本。目前,公司已落地重庆植恩和广东罗浮山等核心供应商的多仓业务模式,大大降低物流成本,提高入仓时效,提升了市场竞争力。

公司将不断完善品牌代运营服务能力,赋能核心供应商持续扩容,提升客户品牌影响力,持续优化产品渠道管控,加大平台物流代运营合仓作,构建行业通道,打造零售电商渠道“代运营 + 供应链”专业化服务品牌。

3、新医疗战略实施的成果及亮点

(1)新医疗战略稳步推进,“九医诊所”规模不断扩大,AI 智能化工具及完善品种全面赋能诊所

报告期内,公司新医疗战略稳步推进,截至 2025 年 7 月底,公司诊所会员店超 2,400 家,计划三年内实现万家诊所联盟。

公司旗下九医诊所公司主要以供应链业务为基础,聚焦全国诊所“产品推广 + 会员联盟”,最终目标走向“医疗服务 + 供应链”融合的业务模式。其中,在品种满足率方面,公司在已有供应链品种的基础上,不断引入诊所专销品种,完善诊所品种结构,并与太极、华润三九、长风药业、吉林敖东、津药药业等多个上游厂家达成合作,上半年新品引入超 260 个。在数字化赋能方面,公司自主研发并上线九医 SaaS 诊所管家系统,为诊所客户提供数智化运营增值服务,可实现 3 秒建档、10 秒出方、医保结算、营收分析以及药品追溯码、5 秒入库、效期预警等,目前 1,525 家诊所会员店已上线使用该系统;此外,公司与腾讯云合作开发的九医诊所 AI 辅助诊断平台,通过接入腾讯医学 AI 推理,实现了诊疗系统的大模型应用,系统覆盖近 3,000 种疾病,11 万?种药品知识,目前“九医诊所”会员店月均使用 AI 辅诊平台的次数合计 5.1 万次。

2023 年诊所备案制实施以来,我国诊所数量和规模快速增长。据国家统计局数据,2024 年我国门诊部(所)39.8 万个,较 2023 年新增 3.5 万余个。到 2024 年底,我国基层医疗机构数量已达 104 万个,同比增速 2.36%;其中,门诊部(所)数量同比增速 9.94%,成为基层医疗市场增长最快赛道。据米内网预计,2029 年我国民营医院、私人诊所、村卫生室等规模将达到 4,500 亿元。

同时,医保扩容将打开诊所发展天花板。在国家相关政策支持下,符合条件的诊所逐步被纳入医保定点范围;2025 年 3 月,在第十四届全国人民代表大会第三次会议上,国家卫健委表示 90%以上村卫生室已纳入医保定点范围,医保将进一步向基层倾斜。随着“小病进社区”政策深化,诊所医保药品市场规模迎来新突破,为药企提供持续增长通道。

(2)互联网医疗业务,大力拓展数智化三医大药房,积极承接处方外流

报告期内,公司互联网医疗事业部积极推进面向等级医院的数智化三医大药房、处方流转平台、医疗信息化系统的建设和运营服务;并通过前述业务整合药企、物流、药店等线上线下医疗资源,实现患者从诊疗、支付、配送、药学、产品等整个业务流程的闭环,实现“诊前 + 诊中 + 诊后”的全程管理。

数智化三医大药房方面,通过提供便民门诊、慢特病管理和互联网医疗服务、一站式医保经办服务和智能药房服务,运用数智化技术,实现电子处方流转、医保经办、线上购药、用药指导、健康管理、O2O 送药上门等服务,并通过公司 BC 一体化仓库,提供上万种药品供应,包括平价药和短缺药,最大程度满足患者的用药和“一站式”综合服务需求。目前公司数智化三医大药房及处方流转项目已达成 11 家。

医疗信息化建设方面,公司凭借互联网医院、慢病管理、电子处方流转等成熟产品及数字化技术优势,为各级医院提供医疗信息化服务,目前已完成 21 家医院的医疗信息化建设。

4、公司数字化、不动产证券化(REITs)战略实施的成果及亮点

(1)公司数字化、智能化转型加快,深入开展 AI 人工智能在公司业务及管理场景的应用,数字化水平引领行业

近年来,九州通在数字化及智能化转型方面持续加速,重点加大在 AI 人工智能方面的投入与应用,数字化能力在行业内已处于领先水平。上半年,公司研发投入 1.46 亿元,研发技术人员达 1,557 人。

1)数字化项目实施情况。目前,公司已在上下游客户科技赋能、数字化决策支持、智能供应链体系建设等领域实现了数字化、互联网化、平台化。公司的数字化转型项目在前期部分项目已实施完成的基础上,目前正在建设实施的项目有 35 个,涵盖业务、运营、物流等众多场景的数字化技术应用,助力公司降本增效。在具体的应用场景中,公司业务数字化涉及分销、器械、中药、诊所等业务场景,包括智药通 CRM、SPD 耗材管理、SPD 智能柜等项目;运营数字化涉及采购、风控、客服等职能管理,包括智能采购、数字化经营分析及风险诊断、智能客服等项目,实现职能和经营管控数字化;物流数智化包括智能仓储拣货、货到人智慧物流、管控驾驶等项目,通过推动物流调度智能化、作业自动化、操作标准化、过程可视化、信息移动化等,进一步提升物流运营效率。

2)AI 技术应用情况。公司积极拥抱 AI 人工智能技术,通过自主研发以及与阿里云、腾讯云等头部企业合作等方式,开发针对不同应用场景的 AI 智能体,加速业务及管理的数智化转型。目前,公司以 AI 技术、大模型为基础,结合自身业务及管理体系,开发针对不同应用场景的 AI 智能体,包括 AI+ 智慧物流、AI+ 中西医诊疗、AI+ 医疗器械、AI+ 智能办公等。其中,骨科嫦娥智慧服务平台、九医诊所 AI 辅助诊断平台、九信中药诊疗系统等项目分别通过引入 AI 人工智能技术,大大提高骨科手术器械产品出库、诊所诊断及中医诊疗等不同场景的运营效率,同时提升诊疗效率和患者体验,获得医院、医生、患者等多方用户好评;AI 物流中“货到人”项目将智能调度算法应用于订单组波、商品存储、出库命中、AGV 调度等全生命周期,多维提升“货到人”综合效能,加力“货到人”拣选出库效率提升 10%。

此外,公司内部办公系统、员工数字助理“智力哥”已接入 DeepSeek,通过智能化办公提高公司效率,优化公司经营决策;以及引入阿里的通义灵码,通过大模型赋能研发体系效率提升,大幅减少技术开发时间,带来约 38%的工作效率提升。未来,公司将继续探索 AI 技术与公司系统的深度融合,拓展更多管理及业务应用场景,推动公司进一步向数智化转型。

3)数据资产管理情况。在深入推进数字化战略转型升级的过程中,公司形成了丰富、高质量的数据资源,并积极挖掘数据要素价值。目前,公司建立了面向医药行业的共享数据集,汇聚了超 600 万的医药行业主数据,已建有 370 万?行业商品库、309 万?行业终端库,链接着近 70 万的上下游客户,经营着 80 余万品种品规,在数字化医药分销领域拥有药品从上游供方到下游