证券代码:603233　　证券简称:大参林　　公告编号:2026-039

大参林医药集团股份有限公司
关于公司 2025 年年度报告问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

大参林医药集团股份有限公司(以下简称“本公司”或“公司”)于近日收到上海证券交易所发送的《关于大参林医药集团股份有限公司 2025 年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2026】1063 号,以下简称“《问询函》”)。根据《问询函》的要求,公司会同相关中介机构就《问询函》中所提问题逐项进行了认真核查落实,现将相关情况回复如下:

问题一、关于业务经营

年报显示,公司经营模式包括直营零售、直营式加盟、分销、生产制造,2025 年合计实现营业收入 275.02 亿元,同比增长 3.80%;销售费用、管理费用及财务费用分别为 60.19 亿元、11.95 亿元、1.49 亿元,同比分别下降 2.81%、2.90%、25.90%;期末应收账款 12.60 亿元。此外,报告期内公司门店数量基本保持稳定,其中新开自建门店 501 家,关闭 536 家;但期末使用权资产余额 33.19 亿元,同比下降 13.37%,长期待摊费用余额 4.93 亿元,同比下降 21.34%。请公司:

1. 结合销售费用主要构成项目,量化分析销售费用规模与门店数量、员工人数、租金等经营数据的匹配性、是否与同行业情况相近,并说明运输及物流配送费大幅增长的原因及合理性、主要支付对象信息;

公司回复:

1. 销售费用构成情况

项 目	2025年度	占比
职工薪酬	315,616.70	52.43%
房租及物业费	138,435.95	23.00%
长期资产摊销	39,777.83	6.61%
促销、物料消耗费	43,358.07	7.20%
水电费	15,384.61	2.56%
运输及物流配送费	31,356.02	5.21%
办公费	9,644.00	1.60%
车辆综合费用	2,770.26	0.46%
交通及差旅费	978.24	0.16%
其他	4,611.57	0.77%
合 计	601,933.25	100.00%

报告期内公司销售费用总额 60.19 亿元,其中职工薪酬、房租及物业费用两项合计 45.41 亿元,占销售费用总额的 75.43%,其他为装修摊销、促销费用、门店运营杂费、物流及配送费等支出,符合连锁零售门店经营模式下销售费用以人力、房租为核心的行业特征。

2. 主要经营数据

项 目	大参林公司	益丰药房	一心堂	老百姓
销售费用	601,933.24	585,432.17	449,509.40	469,922.26
其中:职工薪酬	315,616.70	299,180.20	256,621.73	265,955.57
其中:房租及物业费用	138,435.95	156,075.11	119,119.81	115,408.65
平均销售人员数量	37,236	35,518	31,965	33,304.5
平均直营门店数量	10,485.5	10,695	11,305	9,856.5
销售人员人均成本(万元/人)	8.48	8.42	8.03	7.99
租赁门店面积(万平方米)	129.48	148.17	134.30	142.73
单方年租金(元/平方米)	1,069.17	1,053.35	886.97	808.58
营业收入	2,750,218.84	2,443,316.52	1,733,624.18	2,223,661.53
销售费用占营业收入比例	21.89%	23.96%	25.93%	21.13%
单店销售费用	57.41	54.74	39.76	47.68

[注]平均直营门店数量=(期初直营门店数量+期末直营门店数量)/2

平均销售人员数量=(期初销售人员和配送人员数量+期末销售人员和配送人员数量)/2

销售人员人均成本=销售费用职工薪酬/平均销售人员数量

单方年租金=销售费用房租及物业费用/租赁门店面积

报告期内公司营业收入 275.02 亿元,销售费用总额 60.19 亿元,均为四家可比公司最高水平,销售费用率 21.89%,对比其他可比公司处于合理区间,销售费用投入规模与自身营收体量相匹配。

3.销售费用与门店数量、员工人数、租金的匹配性量化分析

截至 2025 年 12 月 31 日,公司及可比公司直营门店分布情况如下:

地区	大参林	益丰药房	一心堂	老百姓
华南地区	6,506	4,859	1,484	544
华中地区	1,073		281	3,473
华东地区	939	3,964	76	2,798
东北、华北、西北及西南地区	1,950	1,695	9,271	2,917
合 计	10,468	10,518	11,112	9,732

(1) 职工薪酬与员工人数匹配性分析

职工薪酬为销售人员及配送人员工资、社保公积金、绩效奖金等合计支出,薪酬总额与员工人数直接挂钩,薪酬规模随人员规模同向变动。公司销售人员人均成本 8.4 万/人,人均薪酬略高于一心堂、老百姓,与益丰药房基本持平,差异系主要源于门店区域布局不同,公司门店集中布局于珠三角区域,益丰药房门店在长三角地区占比较高,上述区域社保基数、最低工资标准整体偏高。公司执行市场化薪酬体系,年度调薪、绩效奖金计提政策稳定,不存在薪酬总额脱离人员规模异常波动情形。整体来看,公司职工薪酬总额与人员数量匹配合理,销售人员人均薪酬处于行业可比合理区间。

(2) 房租及物业费用与租赁门店面积匹配性分析

截至 2025 年末,公司租赁门店总面积 129.48 万㎡,在四家可比公司中租赁面积相对最低;因门店集中布局于珠三角核心城市,区域商铺租金标准更高,对应单方年租金 1,069.17 元/㎡,与益丰药房基本持平,高于老百姓、一心堂。当期发生房租及物业费用 138,435.95 万元,房租物业费用总额由租赁总面积、门店区位单方租金水平共同决定,费用规模与租赁面积、区域租金水平匹配,具备合理性。

剔除人力、房租两大刚性固定支出后,剩余销售费用为市场促销、门店运维、物流配套、行政杂费等变动费用,随公司营收规模、门店营销活动投放同步发生,投入规模与业务拓展节奏匹配,不存在销售费用整体大幅偏离经营规模的异常情形。

(3) 销售费用相关指标与同行业对比分析

1) 销售费用率对比

公司销售费用率(销售费用占营业收入比例)为 21.89%,低于四家可比公司平均销售费用率 23.22%。一方面,公司依托营收规模优势形成一定规模效应,摊薄单位营收销售费用;另一方面,公司持续推进降本增效、数字化运营等精细化管理举措,进一步优化费用支出,例如,结合地产市场行情稳步推进降租;持续优化促销策略,重点跟踪促销投入产出效益,压降低效无效促销开支;强化门店日常费用的考核、核查与全流程管控;依托供应链精细化运营体系优化人员配置,合理降低人力成本等。综合行业对比与自身经营管理情况分析,销售费用率具备充分商业合理性,不存在费用率显著异于同行业的情况。

2) 人均、单店关键费用指标同业对比

公司销售人员人均薪酬、单方年租金、单店销售费用与益丰药房接近,略高于其他两家可比公司,主要系公司门店区域工资水平、区域门店租金成本差异,整体单店费用处于行业合理梯度,未出现大幅偏离同业的异常情形。

3) 费用结构对比

四家同行业公司销售费用均以职工薪酬+房租物业费为核心构成,刚性成本占销售费用比重均处于 70%以上,费用结构模式高度趋同,符合线下直营连锁零售行业经营共性;各家差异主要来自门店布局策略、人员配置标准、区域房租薪酬行情、运营促销策略等,属于行业正常经营分化,公司费用结构与同行业模式相近。

综上所述,报告期公司销售费用以职工薪酬、房租物业费为核心构成,职工薪酬总额与员工人数规模同向匹配,人均薪酬同业区间合理;房租物业总额由租赁总面积、门店单方租金水平共同决定,变动逻辑自洽,销售费用整体规模与门店数量、员工人数、租金等核心经营数据匹配性良好;公司销售费用率、人均薪酬、单方年租金、单店销售费用等关键指标与三家同行业可比公司对比,处于行业合理区间,费用结构与行业经营模式趋同,差异具备合理解释依据,不存在销售费用异常列支、规模明显脱离经营实质、显著异于同行业水平的情形,反映公司门店运营实际投入情况。

4. 运输及物流配送费分析

(1) 公司物流费用总体情况

2025 年度公司销售费用中运输及物流配送费为 3.14 亿元,主要系线上平台配送费和线下物流费用,其中线上平台配送费为 2.67 亿元,约占总物流费用的 85%,线下物流费用 0.47 亿元,占比 15%。

线下物流费用:商品由仓库配送至门店端发生的第三方物流费用。

线上平台配送费:客户通过淘宝闪购、美团等第三方平台下单购药,公司与第三方平台结算的平台配送费用。

(2) 运输及物流配送费大幅增长的原因及合理性

1) 大型智慧物流中心投运

公司线下物流费用同比增长 18.60%,主要系 2025 年顺德、汕头、南通等多处大参林智慧物流中心陆续投运。相关物流中心配置自动化智能仓储设备,搭建“24 小时覆盖珠三角、72 小时通达全国”配送网络,提升配送效率,强化供应链竞争力。近年公司加盟门店扩张提速、全国市场覆盖范围持续拓宽,搭建现代化智能仓储基地是完善全国配送网络、夯实供应链核心竞争力的必要布局,新仓投运初期产生仓内运营、区域分拨等增量物流支出,推高当期物流费用;长期来看,智能仓储体系将持续优化配送路径、集约运力,逐步摊薄单位仓储分拣成本,实现供应链端长期降本增效,放大连锁经营规模效应。

2)平台零售收入增长

近年来,面对线上医药零售行业日趋激烈的平台市场竞争,公司大力发展线上 O2O 及第三方平台零售业务,聚焦“即时送、半日达”服务,满足用户购药便利性需求,2024-2025 年,公司平台零售收入同比增长 24.72%,平台合作门店从 12,681 家增至 13,880 家,覆盖城市从 149 个增至 162 个,订单量年均增长 26.1%,末端配送成为业务核心竞争力。同时,2025 年受外部市场各大平台“外卖大战”影响,公司在淘宝闪购平台销售规模增长 2.5 倍,带动配送费自然增加,符合行业“费用随订单量增长”的规律,2024-2025 年,线上平台配送费占公司新零售收入的比例分别为 7.53%和 7.93%,配送费用与平台收入基本匹配。

(3) 运输及物流配送费主要支付对象前五名信息

支付对象	性质	金额	占比
上海三快智送科技有限公司	平台配送费	16,068.18	51.24%
拉扎斯网络科技(上海)有限公司	平台配送费	3,969.00	12.66%
深圳百寿健康信息技术有限公司	平台配送费	2,379.14	7.59%
深圳市顺丰同城物流有限公司	线下配送	1,254.90	4.00%
上海蜂鸟智送信息技术有限公司	线下配送	1,045.46	3.33%
合 计		24,716.68	78.83%

综上所述,2025 年度物流费用大幅增长,主要系公司大型智慧物流中心投运、平台零售收入增长所致,具有合理业务背景。

2. 结合期间费用明细,分析公司销售费用、管理费用及财务费用与营业收入呈反方向变动的原因及合理性,说明期间费用归集是否完整、准确;

公司回复:

1. 期间费用与营业收入变动总体情况

项 目	2025年度	2024年度	变动金额	变动比例
营业收入	2,750,218.84	2,649,654.70	100,564.14	3.80%
销售费用	601,933.24	619,336.11	-17,402.87	-2.81%
管理费用	119,541.77	123,107.66	-3,565.89	-2.90%
财务费用	14,874.59	20,074.28	-5,199.69	-25.90%
期间费用合计	736,349.60	762,518.04	-26,168.44	-3.43%
期间费用率	26.77%	28.78%		-2.01%

报告期内,公司销售费用、管理费用及财务费用较上期均有不同程度的下降,而营业收入同比上升 3.80%,期间费用与营业收入呈反方向变动,主要系公司关闭部分低效直营门店及全面实施降本增效措施所致。

(1) 销售费用构成及变动情况如下:

项 目	2025年度	2024年度	变动比例	占营业收入比例(2025)	占营业收入比例(2024)
职工薪酬	315,616.70	335,993.12	-6.06%	11.48%	12.68%
房租及物业费	138,435.95	143,112.63	-3.27%	5.03%	5.40%
长期资产摊销	39,777.83	42,012.46	-5.32%	1.45%	1.59%
促销、物料消耗费	43,358.07	35,575.29	21.88%	1.58%	1.34%
水电费	15,384.61	17,548.16	-12.33%	0.56%	0.66%
运输及物流配送费	31,356.02	29,478.01	6.37%	1.14%	1.11%
办公费	9,644.00	8,120.22	18.77%	0.35%	0.31%
车辆综合费用	2,770.26	2,858.46	-3.09%	0.10%	0.11%
交通及差旅费	978.24	1,757.81	-44.35%	0.04%	0.07%
其他	4,611.57	2,879.96	60.13%	0.17%	0.11%
合 计	601,933.25	619,336.11	-2.81%	21.89%	23.37%

本期公司营业收入同比增长 3.80%,销售费用同比下降 2.81%,主要项目变动原因及合理性分析如下:

1) 职工薪酬

本期公司电商、O2O 线上业务占比持续提升,线下门店结构持续优化;全面推广自助收银、远程审方、数字化智能化运营模式,有效提升门店人效,合理优化单店用工编制,年末在职销售员工、配送人员合计较上年末减少 1,734 人,月均人效提升 6.96%,人员精简具有真实业务支撑,薪酬费用随用工规模合理下降,变动具备商业合理性。

2) 房租及物业费

本期房租及物业费下降的主要原因系部分仓储网点租赁提前终止及存量门店租金下降导致,具体分析详见问题一“4.说明公司门店数量基本保持稳定的前提下,期末使用权资产余额及长期待摊费用余额同比大幅下降的原因及合理性”之回复。

3) 水电费、交通差旅等费用

公司持续关停低效、亏损直营门店,直营门店总量与整体经营面积下降,同时提高加盟门店业务占比,门店能耗支出相应减少。同时,本期公司开展电费单价管控专项行动,严格参照国家规定电费单价,对电价超标的门店开展整改,并积极与出租方洽谈电价下调事宜,有效降低自有门店水电运营成本。此外,公司推进自有仓库光伏项目建设,通过自发自用清洁能源进一步压降用电开支。

本期公司放缓直营新店拓展节奏,持续优化存量低效网点,加大加盟业务布局比例。区域运营督导、采购、巡检人员跨区域巡店、新店筹建、门店整改等外勤频次明显减少,交通及差旅支出同步合理下降,符合业务实际经营模式调整。

(2) 管理费用构成及变动情况如下:

项 目	2025年度	2024年度	变动比例	占营业收入比例(2025)	占营业收入比例(2024)
职工薪酬	87,009.23	86,065.13	1.10%	3.16%	3.25%
长期资产摊销	12,266.36	12,667.18	-3.16%	0.45%	0.48%
办公费	6,822.26	6,051.42	12.74%	0.25%	0.23%
房租及物业费	3,475.91	4,156.81	-16.38%	0.13%	0.16%
广告、促销等费用		2,549.03	-100.00%	0.00%	0.10%
股份支付费用		343.98	-100.00%	0.00%	0.01%
差旅交通费	3,082.37	3,725.62	-17.27%	0.11%	0.14%
车辆综合费用	878.93	1,009.39	-12.92%	0.03%	0.04%
咨询服务费	1,547.96	1,013.80	52.69%	0.06%	0.04%
其他	4,458.75	5,525.31	-19.30%	0.16%	0.21%
合 计	119,541.77	123,107.66	-2.90%	4.35%	4.65%

本期公司营业收入同比增长 3.80%,管理费用同比下降 2.90%,主要项目变动原因及合理性分析如下:

1) 广告及促销费用

2024 年度公司将总部职能部门促销相关支出计入管理费用,2025 年度按业务实质统一会计核算口径,不再按业务部门划分费用归属,取消管理费用一促销费明细科目,全部广告、市场推广、促销相关支出统一归集至销售费用核算。本年度管理费用无广告促销费用属于会计列报口径调整,并非当期实际市场推广投入减少,不存在真实促销费用压缩、少计当期费用情形,系科目重分类所致,不影响利润总额整体真实性。

2) 房租及物业费

本期房租及物业费下降的主要原因系公司与出租方洽谈达成租金下调,同时整合区域办公场地、将外租办公点搬迁至自有物业。

3) 差旅交通费

本期差旅费用下降具备合理业务原因:

① 营运区域各类工作会议全面改为线上召开,大幅减少线下集中会议出行;

② 优化线下实地巡店模式,推行数字化远程巡检,减少外出巡店频次;

③ 严格差旅管控,外勤尽量当日往返,严控住宿支出;

④ 统一规范交通、住宿报销标准,严控超标费用,人均差旅成本显著下降。

费用变动与公司数字化运营、精细化管控政策相匹配,变动合理。

4) 车辆综合费用

① 全面推行线上办公、视频会议、远程审批、数字化远程巡店,大幅减少总部及区域督导跨区域外勤、现场督导、门店核查用车频次;

② 2025 年度市场燃油均价低于上年同期,车辆燃油相关支出同步降低。

车辆费用下降符合运营模式优化及市场价格变动,具备合理性。

(3) 财务费用构成及变动情况如下:

项 目	2025年度	2024年度	变动比例	占营业收入比例(2025)	占营业收入比例(2024)
利息支出	7,733.69	8,412.48	-8.07%	0.28%	0.32%
租赁负债未确认融资费用摊销	11,204.00	16,470.22	-31.97%	0.41%	0.62%
减:利息收入	6,927.37	8,127.00	-14.76%	0.25%	0.31%
汇兑损益	70.08	-31.96	-319.27%	0.00%	0.00%
手续费及其他	2,794.19	3,350.54	-16.60%	0.10%	0.13%
合 计	14,874.59	20,074.28	-25.90%	0.54%	0.76%

报告期内,公司未确认融资费用(即计入财务费用的利息支出)本期发生额较上年同期有所减少,主要系公司租赁负债规模下降及租赁结构优化所致。具体原因如下:

1) 租赁变更导致负债规模缩减

受外部宏观经济环境及市场变化等因素影响,租金成本呈下降趋势,为优化门店结构并降低运营成本,公司积极与出租方开展租金减免谈判,并达成降租协议,使用权资产、租赁负债重新计量后,未确认融资费用总额减少,直接导致本期及以后各期的摊销发生额相应减少。

2) 租赁负债本金的正常偿还

随着公司按期支付各项租金,租赁负债的摊余成本不断减小。未确认融资费用是采用实际利率法进行摊销,随着摊余成本的自然递减,每期分摊确认的财务费用随之减少。

综上所述,公司本期未确认融资费用发生额的减少,是公司主动推进“仓储网络整合”与“存量门店降本”战略,以及租赁负债正常摊销的综合结果。该变动真实反映了公司优化资产结构、降低融资成本的合理经营成效,符合企业会计准则的相关规定。

2.期间费用归集是否完整、准确

公司相关费用在实际发生的当期确认期间费用,对于已结算的费用按合同及结算单据确认,对于已发生但未完成结算的费用根据合同约定金额、业务统计量进行合理预提,符合企业会计准则的规定,公司的费用确认政策在各会计期间会计政策一致,未发生变更。期末对结账日前大额期间费用执行截止性测试,确保全部期间费用归集完整、计量准确。

3. 补充披露各经营模式下的应收账款金额及占对应收入的比例,并区分经营模式列示前五大应收对象名称、是否关联方、销售内容、交易金额、应收账款余额、账龄及期后回款等情况;

公司回复:

1. 各经营模式下的应收账款金额及占对应收入的比例

经营模式	2025年度			2024年度		
	应收账款余额	收入	占比	应收账款余额	收入	占比
零售业务	86,210.77	2,234,874.47	3.86%	94,300.55	2,190,567.96	4.30%
加盟及分销业务	47,621.49	447,543.78	10.64%	41,218.56	394,035.69	10.46%
其他	201.44	67,800.58	0.30%	1,080.42	65,051.06	1.66%
小 计	134,033.70	2,750,218.84	4.87%	136,599.53	2,649,654.70	5.16%

截至 2025 年 12 月 31 日,各经营模式下的应收账款余额分别为零售业务 86,210.77 万元、加盟及分销业务 47,621.49 万元、其他业务 201.44 万元,占当期对应营业收入的比例分别为 3.86%、10.64%、0.30%。

2. 各经营模式下前五大应收对象名称、是否关联方、销售内容、交易金额、应收账款余额、账龄及期后回款等情况

(1) 零售业务

序号	客户名称	交易内容	销售收入	应收余额	账龄	截至 2026 年 6 月 30 日回款比例
1	西安市灞桥区医疗保险经办中心	中西成药、中参药材、非药品等	11,009.14	2,556.68	1年以内	94.46%
2	伊犁州医疗保障局		15,385.01	1,754.19	1年以内	89.54%
3	南通市通州区医疗保险基金管理中心		8,971.38	1,480.35	1年以内	99.97%
4	成都市医疗保障事务中心		9,331.55	1,316.93	1年以内	99.96%
5	南宁市医疗保障事业管理中心医疗保障基金		11,301.24	1,242.55	1年以内	98.17%
合计			55,998.33	8,350.71		95.82%

截至 2025 年 12 月 31 日,公司直营零售业务前五大应收对象均为医疗保障局,与公司不存在关联关系。上述应收账款账龄均在一年以内,截至 2026 年 6 月 30 日,整体期后款比例为 95.82%。

(2) 加盟及分销业务

序号	客户名称	交易内容	销售收入	应收余额	账龄	截至 2026 年 6 月 30 日回款比例
1	东方红西洋参物业(通化)股份有限公司	中西成药、中参药材、非药品等	8,185.27	5,756.80	1年以内	71.07%
2	重庆万家燕医院有限公司		2,344.68	2,442.16	1年以内;1-2年	94.16%
3	四川新荷花中药饮片股份有限公司[注]		951.84	2,312.25	1年以内	100.00%
4	广东金康药房连锁有限公司		2,925.50	2,144.38	1年以内	23.18%
5	高州市人民医院		1,164.48	1,250.44	1年以内;1-2年	79.05%
合计			15,571.77	13,906.03		

注:公司向四川新荷花中药饮片股份有限公司的销售原材料的业务中,不承担主要存货风险,按净额法确认收入,其总额法下收入约为 7,231.95 万元。

截至 2025 年 12 月 31 日,公司加盟及分销业务前五大应收对象中,广东金康药房连锁有限公司(以下简称金康药房公司)为公司持股 19.00%的参股企业,为加强优势资源互补,公司已于 2026 年 5 月收购金康药房公司剩余 81%的股权,交易对价已充分考虑金康药房公司对公司的上述债务情况,收购后金康药房公司成为公司全资子公司,金康药房公司截至目前回款 497 万,收购交易对手方为郑浩涛、郑浩东,与公司不存在关联关系,转让对价系综合考虑目标公司销售规模、市场地位及净资产状况等因素协商确定,对价已考虑金康公司的净资产状况,包含目标公司全部负债,其中包括应付大参林的货款。其余四家客户与公司亦不存在关联关系。

上述客户期末应收账款账龄主要集中在 1 年以内,另有少量账龄为 1-2 年的应收货款(其中重庆万家燕医院有限公司 24.41 万元,高州市人民医院 155.64 万元,截至 2026 年 6 月 30 日,均已全额回款)。截至 2026 年 6 月 30 日,除广东金康药房连锁有限公司因收购业务尚未推进回款安排外,其余客户期后回款比例均在 70%以上。

(3) 其他

序号	客户名称	交易内容	销售收入	应收余额	账龄	截至 2026 年 6 月 30 日回款比例
1	哈尔滨灵峰中医馆有限公司	互联网医院建设服务		100.00	1-2年	
2	惠州市云海健康管理服务有限公司	外包服务	165.06	30.88	1年以内	100.00%
3	养天和大药房股份有限公司	技术服务	17.92	15.30	1年以内	100.00%
4	拜耳医药保健有限公司	供应商费用	14.15	15.00	1年以内	100.00%
5	杭州有赞科技有限公司	学员报名费	134.01	14.87	1年以内	100.00%
合计			519.81	176.05		43.20%

截至 2025 年 12 月 31 日,公司其他业务前五大应收对象与公司均不存在关联关系,除哈尔滨灵峰中医馆有限公司(以下简称灵峰中医馆)外,期末账龄均在一年以内,公司为灵峰中医馆提供互联网医院建设服务,应收余额系项目尾款,将在医保审批完成后支付,截至 2026 年 6 月 30 日,除哈尔滨灵峰中医馆有限公司暂未回款外,其他客户均已全额回款;

4. 说明公司门店数量基本保持稳定的前提下,期末使用权资产余额及长期待摊费用余额同比大幅下降的原因及合理性。

公司回复:

1. 使用权资产

报告期内,在公司门店数量基本保持稳定的前提下,期末使用权资产余额出现较大幅度下降,除租赁期内使用权资产的正常折旧摊销外,主要系公司基于战略规划主动优化仓储物流网络,以及应对宏观环境变化对存量门店实施降本增效措施所致。具体原因及合理性如下:

(1) 仓储物流网络整合优化,部分租赁提前终止

为贯彻供应链降本增效战略,公司对仓储物流网络进行了系统性整合。报告期内,随着新建的大参林顺德仓于 2025 年正式投入使用,公司相应关闭了清远、江门、东莞等地的原有中转仓。受上述仓储网点优化及租赁合同提前终止的影响,相关使用权资产予以终止确认,导致期末使用权资产净值较上年同期减少 2,963.62 万元。该变动属于公司主动优化资源配置、提升整体运营效率的合理举措。

(2) 存量门店租金下调,使用权资产重新计量

受外部宏观经济环境及消费市场变化等因素影响,公司部分门店经营承压。为优化门店结构并降低运营成本,公司积极与出租方开展租金降租谈判,约 1,220 家门店成功达成降租等租赁变更协议。根据《企业会计准则第 21 号——租赁》关于租赁变更的相关规定,公司对上述租金下调的租赁合同进行了重新计量,相应调减了使用权资产的账面价值。上述变更导致使用权资产原值下降约 22,267.23 万元。

(3)本期折旧及新增租赁合同影响

报告期内,使用权资产折旧金额 125,806.57 万元,部分门店租赁合同于 2025 年到期并续租及新增门店租赁增加使用权资产原值 99,837.44 万元,综合上述正常折旧与新增续租事项,导致使用权资产净值减少 25,969.13 万元。

综上所述,公司期末使用权资产余额的下降,并非由门店大规模退租或关闭引起,而是公司在门店数量保持稳定的基础上,通过“优化仓储布局”与“存量门店降本”双管齐下,主动降低单店及仓储租赁成本的结果。该变动真实反映了公司应对市场变化的经营决策,符合企业会计准则的相关规定,具有充分的商业合理性。

2. 长期待摊费用

报告期内,公司长期待摊费用具体构成及变动情况如下:

项 目	2025年期末金额	2024年期末金额	变动金额	变动比例
门店装修款	29,446.08	39,503.52	-10,057.44	-25.46%
办公楼及仓库装修	8,745.06	10,789.88	-2,044.82	-18.95%
门店转让费	7,928.88	9,638.39	-1,706.51	-17.71%
其他	3,135.50	2,688.45	447.05	16.63%
合 计	49,255.51	62,617.24	-13,361.73	-21.34%

(1) 报告期内,长期待摊费用新增的金额及变动情况如下:

项 目	2025年新增金额	2024年新增金额	变动金额	变动比例
门店装修款	8,455.34	17,847.26	-9,391.92	-52.62%
办公楼及仓库装修	1,998.24	3,324.54	-1,326.30	-39.89%
门店转让费	877.24	3,979.80	-3,102.56	-77.96%
其他	710.67	1,993.91	-1,283.24	-64.36%
合 计	12,041.49	27,145.51	-15,104.02	-55.64%

本期新增长期待摊费用 12,041.49 万元,同比下降的主要原因是:

1) 2025 年新增门店装修款 8,455.34 万元,较上年下降 52.62%,新增门店转让费 877.24 万元,较上年下降 77.96%,系 2025 年公司新建门店增速放缓所致。2024 年公司新开直营门店 907 家,收购门店 420 家,闭店 733 家,2025 年新开直营门店 501 家,收购门店 0 家,关闭直营门店 536 家,新开及收购门店减少,导致本期新增门店装修款以及门店转让费金额大幅下降。

2) 2025 年办公楼及仓库装修款新增的金额较 2024 年下降 39.89%,系 2025 年公司门店扩张战略阶段已从此前的全国跨省份扩张期,平稳过渡至已覆盖省份的省内加密期,核心聚焦现有已进入省份的门店加密布局,因此本年度未新增省外扩张,未新设省级子公司及省级配送中心,相应未产生新增省级仓库、省级办公楼的大额资本化投入,办公楼及仓库新增的金额下降。

3) 其他主要系系统服务费、产品宣施费等一次性支付的大额费用支出。2025 年公司已顺利完成全国跨省份扩张关键阶段,在深耕现有区域方面,2025 年公司以加盟为核心、自建为补充的策略。因此本期配套新建的跨省信息化基建项目减少,相应开支减少,需要在其他中进行摊销的金额相应减少。

本期长期待摊费用新增金额低于上期新增金额,资产存量日然回落。

(2) 报告期内,长期待摊费用摊销计提的金额及变动情况如下:

项 目	2025年摊销金额	2024年摊销金额	变动金额	变动比例
门店装修款	17,851.13	21,388.80	-3,537.67	-16.54%
办公楼及仓库装修	4,043.06	2,996.98	1,046.08	34.90%
门店转让费	2,683.75	3,812.53	-1,228.78	-32.23%
其他	263.63	1,076.77	-813.14	-75.52%
合 计	24,741.57	29,276.07	-4,533.50	-15.49%

本期摊销金额较大,持续冲减账面余额,是本期余额同比下降的直接原因。本期摊销合计 24,741.57 万元,公司长期待摊费用全部采用直线法摊销,摊销年限严格匹配受益期限。

综上所述,本期长期待摊费用同比下降 21.34%,主要系公司本期新开大型门店数量较上年同期减少,新增长期待摊支出相应放缓,2023-2025 年,直营门店净增加数量分别为 1,871 家、594 家和 -35 家,存量装修项目按期摊销,新增门店数量呈下降趋势,导致长期待摊费用期末余额同比出现较大幅度下降。

会计师意见如下:

1. 核查程序

(1) 获取公司及同行业可比公司销售费用构成明细及主要经营数据,对销售费用实施分析程序,包括销售费用结构分析、同期数据变动分析、同行业可比公司数据对比分析等,分析销售费用与经营数据的匹配性及变动合理性;了解公司销售费用中运输及物流配送费的具体构成情况,获取并检查物流服务商签订的相关协议,了解运输及物流配送费的计算标准,分析费率变动的原因及合理性;

(2) 获取公司期间费用明细,对期间费用实施分析程序,包括费用结构分析、同期数据变动分析等;抽查期间费用相关凭证,包括费用相关的审批单、发票和付款单据等,检查费用真实性、准确性;实施费用截止性测试程序,在资产负债表日前后确认的费用中选取样本,检查费用确认是否存在跨期,入账是否完整;

(3) 了解企业销售、收款等环节的内部控制流程,并对关键控制点执行穿行测试确认内部控制设计是否合理,执行控制测试确认内部控制运行的有效性;获取公司应收账款明细,检查主要客户的销售合同,了解主要合同条款或条件,评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定;对主要客户实施销售回款检查以及期后回款检查,查看实际回款是否与合同约定的条款一致;对重要的客户实施关联关系核查程序;

(4) 获取公司使用权资产明细,了解公司使用权资产与租赁负债核算的具体过程;复核公司使用权资产折旧政策,评价是否符合企业会计准则的规定;获取公司相关租赁合同,检查租赁期开始日、租赁期限、租金及租金的付款安排等条款,对使用权资产与租赁负债金额进行重新计算;检查租赁原始凭证及相关的发票、付款单据;获取长期待摊费用明细,了解长期待摊费用明细项目的具体性质及内容;获取长期待摊费用中大额项目的合同,检查相关的协议及业务单据,对长期待摊费用摊销进行重新计算。

2. 核查意见

经核查,我们认为:

(1) 报告期公司销售费用整体规模与门店数量、员工人数、租金等核心经营数据匹配性;公司销售费用率、人均薪酬、单店租金等关键指标与同行业可比公司对比,处于行业合理区间;2025 年度物流费用大幅增长,主要系公司大型智慧物流中心投运、平台零售收入增长所致,具有合理业务背景;

(2) 公司销售费用、管理费用及财务费用与营业收入呈反方向变动,主要系公司优化门店结构并降低运营成本及全面实施降本增效措施所致,未发现公司应计未计、人为调节费用的情形,费用归集完整、准确;

(3) 公司已按各经营模式列示了前五大应收账款对于手方的名称、是否关联方、销售内容、交易金额、应收账款余额、账龄结构及期后回款情况,相关信息披露完整、准确;

(4) 公司期末使用权资产同比大幅下降系主动降低单店及仓储租赁成本的结果,该变动真实反映了公司应对市场变化的经营决策,符合企业会计准则的相关规定;公司期末长期待摊费用同比大幅下降主要系大额资本化投入减少及长期待摊费用直线法摊销所致,具有合理性。

问题二、关于商誉及商誉减值准备

年报显示,公司商誉期末账面原值 35.67 亿元,主要为前期收购的门店资产,本期计提减值准备 0.54 亿元,累计减值准备 0.98 亿元,账面价值 34.68 亿元。报告期内公司关闭门店 536 家。请公司:

1. 按照取得方式(自建/并购)、取得年份等维度汇总披露报告期内关闭门店、亏损门店的数量、取得成本,以及所属资产组对应的商誉名称(如有)、账面原值、累计减值准备等信息;

公司回复:

报告期内关闭的门店 536 家,其中归属商誉资产组的门店共计 292 家,具体情况如下:

(1)闭店中自建取得的门店信息如下表:

取得方式	取得年份	闭店数量	其中:亏损门店数量	平均单店自建成本(万元)
自建	2015及之前	14	10	
	2016-2020年	43	36	40-60
	2021年	23	23	40-60
	2022年	20	20	40-60
	2023年	77	55	30-50
	2024年	60	59	30-50
	2025年	7	7	30-50
	合计	244	210	

(2)闭店中归属并购资产组的门店信息如下表:

序号	所属商誉资产组	闭店数	其中:亏损门店数	关闭门店取得年份	商誉资产组整体并购成本	商誉账面原值	累计减值准备
1	赣州大参林华尔康连锁药店有限公司医药商业资产组	3	3	2023至2025年	6,076.74	5,022.62	-
2	安阳大参林千年健医药连锁有限公司15