公司代码:605266　　公司简称:健之佳

健之佳医药连锁集团股份有限公司 2026 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 http://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

无

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	健之佳	605266	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	李恒	李子波
电话	0871-65711920	0871-65711920
办公地址	云南省昆明市盘龙区联盟街道旗营街 10 号	云南省昆明市盘龙区联盟街道旗营街 10 号
电子信箱	ir@jzj.cn	ir@jzj.cn

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	9,251,113,518.06	9,754,128,669.76	-5.16
归属于上市公司股东的净资产	2,537,812,606.69	2,672,983,999.85	-5.06
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	4,182,894,280.93	4,456,573,863.28	-6.14
利润总额	82,023,061.27	82,885,153.62	-1.04
归属于上市公司股东的净利润	53,653,966.30	72,378,238.28	-25.87
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	43,377,249.04	65,147,894.47	-33.42
经营活动产生的现金流量净额	594,680,624.50	550,705,820.94	7.99
加权平均净资产收益率(%)	1.99	2.63	减少 0.64 个百分点
基本每股收益(元/股)	0.35	0.47	-25.53
稀释每股收益(元/股)	0.35	0.47	-25.53

公司主要会计数据和财务指标的说明

√适用 □不适用

(1)公司业绩整体情况:

外部冲击挑战和国内两难多难问题交织叠加,消费、投资增长动力不足,国内经济深刻转型;医药零售行业处于转型阶段初期。医药分业、集中度提升的机遇与深层次改革、强监管、客流分化、毛利下降等现实压力交织。健之佳坚定转型,以专业服务建立信任,依托多元化的健康产品探索结构性增长机会。

2026 年上半年,公司受政策、市场及行业影响,整体业绩承压,营业收入同比下降 6.14%;通过优化供应链管理,驱动商品结构转型升级,综合毛利率同比提升 0.61%;同时,坚持降租控费,期间费用持续同比下降,本期降幅 3.48%,但仍无法对冲收入下滑带来的盈利压力,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同比下降 33.42%。

公司以“差异化商品、专业服务”为核心推进转型,满足顾客健康需求,在非医保依赖创新药、非药品类、OEM 产品品类方面的转型成效须逐步呈现;精细化运营控费、专科化运营管理方面持续降本增效,逐步构建新的门店经营模型。

(2)政策因素

①医改政策政策

2022 年以来,医药分业改革拉开帷幕,医保个账改革、门诊统筹政策持续规范,医保基金合规监管加强、行业价格专项治理、药品追溯码全场景应用等政策持续探索、落地,对医疗机构及医生诊疗习惯、医药工业企业营销习惯、零售企业药师和员工销售及医保“理赔”习惯、顾客消费习惯四个领域(以下简称“四个领域习惯”)的影响巨大,医药健康消费受抑制。

根据国家统计局的统计数据,居民人均医疗保健支出同比增速指标 2023 年度为 16%,2024 年、2025 年迅速下滑至 3.6%、1.0%,2026 年上半年下降至 1.2%,医疗保健市场增速从远超 GDP 和居民整体消费增速,逆转为显著低于两者增速。

2022 年 -2025 年,公司以个人账户为主的医保结算收入占药店主营业务收入(不含 B2C)比例快速、大幅下降,分别为 52%、47%、44%、40%,直接导致 2025 年医保结算收入较 2022 年下降 8.11 亿元,对非医保营收亦产生潜在负面冲击;2026 年上半年,医保结算占比进一步降至 38.47%。

与部分省区个账改革后门诊统筹政策基本落实不同,公司所处省区门诊统筹政策尚在探索,其处方流转、便民可及等措施尚未落地。2022 年至 2026 年 6 月,包括慢病、特保及门诊统筹在内的全部统筹医保结算收入占药店主营业务收入(不含 B2C)比例基本稳定,而门诊统筹结算占比仍然较低,以云南为例,2026 年上半年门诊统筹医保结算收入占比仅 0.86%,医药分业的集客红利未显现。

2022 年至今,医保结算收入下降的幅度趋缓;短期、中期政策冲击的拐点或已逐步显现。

“十五五”规划明确加快建设健康中国:实施健康优先发展战略,健全健康促进政策制度体系,提升爱国卫生运动成效,推动从以治病为中心向以健康为中心转变,为人民群众提供公平可及、系统连续的健康服务,提高人民健康水平。

商务部等九部门发布《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》,明确药品零售行业是国家医药卫生事业的重要组成部分,关系人民健康和生命安全。要求强化药品零售行业专业服务、健康促进、应急保供等功能,打造更好服务人民医药健康需求的“健康驿站”:对完善药事服务(提升药学服务能力、促进处方流转、优化门诊统筹服务)、创新健康服务(提升服务体验、丰富业态)、强化应急服务、优化行业结构(支持零售药店兼并重组、鼓励批零一体化发展)、规范行业秩序(促进智慧监管、促进行业公平竞争)确定原则、指引。

②税收政策

本期西部大开发企业所得税政策及河北子公司涉税重组模式重新认定,更正申报补缴税费。

(3)市场及行业因素

政策调控推动行业从规模扩张转向质量提升,根据中康数据,全国药品终端市场销售额 2025 年同比下滑 1.4%,十五五期间,预计 2026 年下降 0.1%,2027-2030 年预测为 1.7%-2.1%的低增速,行业整体处于“结构调整、低速爬坡”的调整阶段;渠道分化,若能解决处方流转、信任和专业服务能力等挑战,院外零售市场占比可能从 2025 年度的 27.8%提升至 2030 年度的 30.3%,院内市场占比降低。

根据中康科技数据,在医保政策承压、优化医保定点零售药店资源配置、市场竞争加剧背景下,全国零售药店的闭店数量从 2024 年第四季度至今均超过开店数量,全国药店总数持续减少。难以满足合规要求、市场竞争力弱的中小连锁、门店逐步淘汰出清,市场结构优化。

人口老龄化、医药分业、行业集中度提升三大发展逻辑,在加快健康中国建设的“十五五”规划目标中愈加明确,健康需求持续驱动市场及行业长期、规范发展。预计经营合规、规模及品牌优势突出、财务稳健、全渠道专业服务能力强、转型坚决有力的大型连锁药房在行业调整过程中优势渐显。

(4)公司的应对策略及取得的成效

面对外部、政策、市场的高度不确定性挑战,公司回归零售本质,围绕国民全生命周期健康需求加快自我变革,强化核心能力,审慎应对风险。

2024 年初起放缓门店扩张、降租控费,确保成熟门店有力应对政策变化及行业竞争,坚决强化非医保依赖药品、非药业务及全渠道专业化服务转型。

①坚决转型:人口年龄结构、经济发展阶段、财政社会个人卫生健康资金筹集等根本要素的现实压力及变化趋势,驱动医疗保障体系深入改革。2025 年,在医药分业、院外市场扩容、强监管等医药改革长期趋势不变的前提下,改革重塑产业服务价值,监管持续探索改进,正推动四个领域习惯的缓慢改变。医药零售行业短期内客流减少、客单下滑的情况持续,行业逐步形成聚焦转型、打造差异化核心竞争力的共识,但四个领域习惯改变,以及植根专业服务、聚焦健康品类的转型仍是中长期进程。

公司“转型、不转行”,坚决转型、服务顾客健康需求。

基于公司长期坚持社区药房定位,依托多元化高品质健康产品,为中老年及对健康服务有要求的城市目标客群提供全渠道、专业化服务,差异化特点所积累的会员对品牌的信任等竞争优势,将危机转化为降低医保依赖、深入服务转型的契机。

中西成药结构占比提升 1.14%;同时加强供应链合作,进一步强化商品规划和新品、OEM 商品引入力度,不断优化商品结构,中药材、非药品类毛利率分别提升 2.4%、4.47%,带动综合毛利率提升 0.61%,既反映前述四个领域习惯尚未适配政策变化导致的冲击,又体现公司在提升合规运营水平的基础上,转型努力的初步成果。

②稳营收:公司加强既有的差异化商品特点,坚决强化非医保依赖创新药、非药品类、OEM 品牌品类及全渠道、专业化服务转型,转型成果需逐步体现。

在医药分业的集客红利显现前,以慢性病医保统筹结算为代表的原有业务收入不仅未能实现增长,反而因政策过渡原有资质被取消导致回落,公司业绩进一步承压,营收下降 6.14%;二季度,营业收入较上年同期下降 3.25%,较一季度营收的同比下降幅度 8.86%收窄,稳营收工作成效改善。

③控费增效:扭转门店费用结构、控费增效成果逐步体现,已从 2024 年度期间费用同比增长 13.42%,扭转至 2025 年期间费用同比下降 4.99%,2026 年上半年,期间费用持续同比下降,降幅 3.48%。

④公司拥抱并坚决支持医药改革和强监管,积极配合监管部门工作,主动提高药监、医保合规水平。医保稽核、处方强管控系统完善提升,药品追溯码全场景应用系统部署,配合制度完善、培训监督,有效降低员工操作风险,2022 年至今,投入超 2,600 万元推进上述合规管控信息系统建设及部署。

1 季度、2 季度主要财务数据:

单位:元 币种:人民币

项目	第二季度(4-6月份)			第一季度(1-3月份)		
	本年同期	上年同期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)	本年同期	上年同期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	2,092,035,644.74	2,162,356,985.57	-3.25	2,090,858,636.19	2,294,216,877.71	-8.86
期间费用	720,596,800.48	708,215,783.23	1.75	701,163,227.71	764,843,337.97	-8.33
利润总额	39,296,559.04	43,026,906.52	-8.67	42,726,502.23	39,858,247.10	7.20
归属于上市公司股东的净利润	17,704,237.97	38,852,661.91	-54.43	35,949,728.33	33,525,576.37	7.23
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	10,421,376.24	34,159,777.96	-69.49	32,955,872.80	30,988,116.51	6.35
经营活动产生的现金流量净额	432,370,665.43	370,408,727.66	16.73	162,309,959.07	180,297,093.28	-9.98
主营业务毛利率(%)	35.96	33.83	增加 2.13 个百分点	34.51	34.26	增加 0.25 个百分点
综合毛利率(%)	37.15	36.43	增加 0.72 个百分点	35.45	35.00	增加 0.45 个百分点

上半年,公司持续推进转型,聚焦非医保依赖创新药、非药品品类、贴牌商品品类推进转型工作,综合毛利率提升 0.61%;持续强化对租金、配送费用及分部管理费用等前后台支出的精细化管理,期间费用持续同比下降,降幅 3.48%。

面对一季度营收同比下降幅度 8.86%的严峻困难,传统销售淡季二季度营业收入与一季度环比持平企稳,较上年同期下降 3.25%,降幅收窄;司美格鲁肽、替尔泊肽、玛仕度肽等 GLP-1 糖尿病及体重管理药品、达利雷生等睡眠改善药品较少依赖统筹处方和医保结算,通过体系化专业推广、满足会员真实的健康消费需求,实现增量销售弥补了政策冲击下传统严肃医疗药品的营收下滑缺口,中西成药营业收入结构占比提升 1.14%,稳营收工作取得成效。

2.3 前 10 名股东持股情况表

单位:股

截至报告期末股东总数(户)						13,371
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						0
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
深圳市畅思行实业发展有限公司	境内非国有法人	15.17	23,439,968	0	无	0
蓝波	境内自然人	13.96	21,572,958	0	无	0
云南祥群投资有限公司	境内非国有法人	10.52	16,258,712	0	质押	13,818,298
王雁萍	境内自然人	10.01	15,463,319	0	质押	1,450,000
中国工商银行股份有限公司-融通健康产业灵活配置混合型证券投资基金	境内非国有法人	2.59	4,000,000	0	无	0
健之佳医药连锁集团股份有限公司-2024 年员工持股计划	境内非国有法人	1.33	2,051,152	0	无	0
苏州和聚汇益投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.83	1,275,368	0	无	0
苏州和聚融益投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.82	1,267,513	0	无	0
蓝抒悦	境内自然人	0.68	1,047,968	0	无	0
昆明南之图创业投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.62	964,922	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		1.公司实际控制人为蓝波、舒畅夫妇; 2.蓝波、舒畅夫妇合计持有公司控股股东畅思行 66.67%股权,为畅思行实际控制人,与畅思行为一致行动人; 3.祥群投资为蓝波 100%持股的公司,直接持有公司 10.52%股份; 4.昆明南之图、昆明云健宏、昆明春佳伟均受蓝波控制和管理,持有公司 1.86%的股份,以及三家合伙企业中持有公司股票的高级管理人员,均与蓝波构成一致行动关系; 5.蓝波先生的女儿蓝抒悦、蓝心悦女士分别直接持有公司 0.68%、0.13%的股份; 6.苏州和聚汇益投资合伙企业(有限合伙)与苏州和聚融益投资合伙企业(有限合伙)均为苏州和正股权投资基金管理企业(有限合伙)同一控制下企业,合计持股占公司总股本 1.65%,为一致行动人,其与实际控制人无关联关系。 除此之外,公司未知上述其他股东是否存在关联关系或者属于《上市公司收购管理办法》所规定的一致行动人。				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用				

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

□适用 √不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

□适用 √不适用

2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

□适用 √不适用

第三节 经营情况的讨论与分析

3.1 在连锁门店服务网络建设方面

1、公司门店变动情况

2026 年,在市场低迷、强监管、政策探索期等综合影响下,公司以存量门店提质增效为导向持续优化门店结构,将运营管理重心调整为存量门店效率的提升。

高租金、高亏损门店整改扭转、保留证照资质“腾笼换鸟”迁址。

门店规模稳定,结构持续优化,期末门店总数为 5,413 家。

经营业态	地区	2025年末(家)	2026年 1-6 月			2026年 6 月末	
			开店(家)	关店(家)	净增门店数(家)	期末门店数(家)	医药门店数量结构占比(%)
医药零售	云南省	2,931	13	6	7	2,938	57.28
	贵州省	19	1	0	1	20	0.39
	云贵地区	2,950	14	6	8	2,958	57.67
	四川省	373	0	6	-6	367	7.16
	重庆市	590	0	3	-3	587	11.44
	广西自治区	280	3	3	0	280	5.46
	川渝桂地区	1,243	3	12	-9	1,234	24.06
	河北省	503	0	5	-5	498	9.71
	辽宁省	441	0	2	-2	439	8.56
	冀辽地区	944	0	7	-7	937	18.27
	医药门店小计	5,137	17	25	-8	5,129	100.00
便利零售	云南省	284	0	0	0	284	-
	合计	5,421	17	25	-8	5,413	-

2、医药零售门店区域分布和坪效

区域	门店数量(家)	结构占比(%)	门店经营面积(㎡)	本期日均坪效(元/㎡)	上年同期日均坪效(元/㎡)
省会级	1,414	27.57	162,390.48	44.17	48.29
地市级	2,017	39.33	223,659.83	35.70	35.99
县市级	1,427	27.82	155,227.33	30.02	29.23
乡镇级	271	5.28	23,149.91	28.87	28.93
合计	5,129	100.00	564,427.55	36.29	37.37

注:①日均坪效 = 不含税营业收入 /181 天 / 经营面积

②门店结构占比因四舍五入存在差异。

省会级城市的门店坪效因营收受冲击下降,随着公司业务向专业化、健康相关商品多元化转变,地市级、县级、乡镇级坪效相对平稳或改善。

3、门店店均营业收入

门店类型	2026年上半年(万元)	2025年上半年(万元)
所有类型零售连锁	71.78	74.57
医药零售连锁门店	72.32	74.78
便利零售连锁门店	62.03	71.03

注:门店店均营业收入 = 门店不含税营业收入 / 期末门店数。

4、医药门店取得医保资质情况

报告期末,公司拥有医保资质的门店 4,967 家,占药店总数 96.84%,其中双通道资质门店 245 家,门诊统筹资质门店 1,292 家,慢病资质门店 558 家,特病资质门店 249 家。其中,因政策调整,拥有慢病资质门店数量较 2024 年末的 780 家减少 222 家。

在医药分业的集客红利显现前,以慢性病医保统筹结算为代表的原有业务收入不仅未能实现增长,反而因政策过渡原有资质被取消导致回落,公司业绩承压。部分区域试点线上医保支付,公司积极支持开通,为顾客基于门店的线上购药提供便利,社区药房线下实体门店的网络价值逐步呈现。

3.2 商品品类规划

2026 年,公司坚持“家庭医生、健康顾问、社区好邻居”的经营服务定位,推动零售药店从传统的“药品销售终端”向更加专业化、全面健康的“健康服务驿站”转型,除场景化的专业服务外,进一步丰富健康相关的产品。

持续强化公司营采一体化的品类规划管理及专业服务为核心的营销体系,为医药工业企业在院外市场日渐重要的专业推广、商品营销持续提供专业服务,其他业务收入占营业收入比重 4.93%相对稳定。

1、营业收入以行业划分的情况

按业务类型划分的营业、毛利率情况分析:

单位:元 币种:人民币

分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	毛利率比上年同期增减(%)
医药零售	3,813,032,261.36	2,438,277,781.40	36.05	91.16	-5.15	-6.71
便利零售	162,295,582.86	136,484,429.34	15.90	3.88	-11.95	-13.36
医药批发	1,433,386.46	1,065,727.79	25.65	0.03	-78.60	-81.28
为医药、便利供应商提供专业服务	206,133,050.25	88,713,895.75	56.96	4.93	-16.09	-0.56
合计	4,182,894,280.93	2,664,541,834.28	36.30	100.00	-6.14	-7.03	0.61

注:上述数据尾差为四舍五入所致。

2、剔除医药批发以及不便于分解至品类为供应商提供的专业服务收入,对公司零售终端的品类结构变动情况分析如下表:

单位:元 币种:人民币

品类划分	本期营业收入	结构占比(%)	上年同期营业收入	结构占比(%)	结构占比增减(%)
中西成药	3,100,212,511.60	77.99	3,230,768,275.41	76.85	1.14
中药材	125,600,112.14	3.16	145,822,200.66	3.47	-0.31
非药品	745,489,311.46	18.75	823,566,991.27	19.59	-0.84
体检服务	4,025,909.02	0.10	4,045,314.80	0.10	0.01
主营业务合计	3,975,327,844.22	100.00	4,204,202,782.14	100.00	-

注:上述数据尾差为四舍五入所致。

结合前表,对报告期公司零售终端分品类结构的营业、成本、毛利率变动情况分析如下表:

单位:元 币种:人民币

分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年同期增减(%)	营业成本比上年同期增减(%)	毛利率比上年同期增减(%)
中西成药	3,100,212,511.60	2,065,452,363.22	33.38	-4.04	-4.45	0.29
中药材	125,600,112.14	64,267,226.81	48.83	-13.87	-17.72	2.40
非药品	745,489,311.46	442,389,380.69	40.66	-9.48	-15.82	4.47
体检服务	4,025,909.02	2,653,240.02	34.10	-0.48	-5.00	3.14
主营业务合计	3,975,327,844.22	2,574,762,210.74	35.23	-5.44	-6.98	1.07

注:上述数据尾差为四舍五入所致。

商品力和专业力是零售连锁药店转型的关键和依托。

强化药学服务、转型所需处方药、非处方药、非药商品的品类引进、优化:

(1)公司围绕顾客需求由严肃治疗向消费类健康的转变,优化中西成药商品结构、提升销售,加快从传统药品品类向较少依赖统筹处方和医保结算的创新药品转型。

报告期,公司重点打造的司美格鲁肽、替尔泊肽、玛仕度肽等 GLP-1 糖尿病及体重管理类药品销售近 1.6 亿,用于改善成人睡眠的非精神类药品达利雷生销售额突破 800 万,转型效果逐步呈现,部分弥补传统药品受政策冲击所带来的业绩缺口,结构占比提升 1.14%。

公司长期以来塑造的商品力、专业力的核心竞争优势,让公司在转型探索期成为行业内创新药在零售药店落地的标杆。

(2)中药材通过加强供应链管理,毛利率提升 2.4%。

(3)非药品类进一步强化商品规划,通过加强新品、OEM 商品引入,不断优化商品结构、管控内卷式竞争,毛利率提升 4.47%。

继续探索“健康与美丽”服务,强化与品类船长战略合作,重点挖掘潜力品牌和品种增长潜力:

公司持续加强个人护理品和医疗器械中综合毛利率较高的功能性护肤品品类规划,强化与龙头企业贝泰妮在薇诺娜等舒敏产品中的战略合作,加强可复美、美医研等产品营销,持续塑造“健之佳”贴牌商品组合;引进、推广欧洲 LSI 系列独家产品,通过一般贸易引进国内以扩大销售,发挥该产品创新、高效、安全的专业解决方案优势。系统拓展、培育品类商品组合,塑造健之佳在顾客心中“健康与美丽”的形象,报告期公司通过跨境购及线下零售门店渠道销售 LSI 系列达 1,000 万元。

探索通过直接进口、跨境购等方式引入独家、优势商品,在飒夫人小儿愈美那敏、爱司盟高含量保健食品、LSI 系列功效性护肤品引进、热销的基础上,规划、引进日本等海外优质商品。

(4)挖掘供应链优势持续优化商品结构,依托公司自身的品牌知名度、构建用户信任,加大 OEM 品牌的研发、塑造力度,打造药品、医疗器械、个人护理品、保健食品、生活便利品等系列独家产品,提升毛利率的同时为顾客提供高质价比的差异化选择。坚定强化与品牌战略合作,打造贴牌“健之佳”药、械,“品健”保健食品,“健佳人”个人护理品的 OEM 品牌及商品组合。

2026 年上半年,贴牌商品销售额占主营业务收入的比例为 15.11%。

3.3 基于实体门店的全渠道线上业务

顾客对全渠道、泛在性的健康服务便利提出更高要求,公司通过用户画像,分层级解析其消费需求和习惯。通过数据赋能基于实体门店的线上药房精细化运营,通过营运、商品、专业综合构建信任,改善排名,防范“内卷式”恶性竞争,使其成为零售端持续增长的重要助力。

全渠道线上业务具体情况如下:

单位:万元

线上业务项目	2026年上半年营业收入		2025年上半年营业收入		金额较上年同期增减变动
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
第三方平台 B2C 业务	28,826.80	6.89%	36,734.71	8.24%	-21.53%
第三方 O2O 平台业务	62,796.88	15.01%	59,447.76	13.34%	5.63%
自营平台业务	27,980.13	6.69%	35,676.40	8.01%	-21.57%
合 计	119,603.81	28.59%	131,858.87	29.59%	-9.29%

公司不强调 O2O 和 B2C 线上属性,更重视其依托实体药房网络及专业服务优势,“网订店取”、“网订店送”为门店及员工全渠道赋能,利用线上平台提供在线问诊、用药指导、健康管理等药学专业服务,以提升顾客的健康便捷体验。

第三方平台 B2C 业务,由低价竞争转向价格、产品和专业服务的相对平衡,进入价值增长阶段。

第三方平台 O2O 业务,通过合理布局区域中心门店、延伸线上服务时间,提升供应链能力、满足顾客“急懒夜专私”及日常购买的差异化需求。

细化营运管理,线上经营模式从省会级城市向地级、县级渗透策略的执行。重点跟进 24 小时、夜班门店,夜间销售额持续增长;深入拆解商品品类数据,寻找部类、单品增长机会点;数据分析颗粒度由面及点逐步细化,门店产出效能持续改善。营业收入较上年同期增长 5.63%,占营业收入比重为 15.01%。

自营 O2O 平台业务,佳 E 购通过加强商品规划,积极承接院内外流顾客的需求,完善专科长疗程用药解决方案,满足顾客专业、长尾商品需求;强化直播新模式的探索,通过加强与供应链资源整合获得更丰富产品、专业支持和溯源信任等方式吸引消费者,以到店自提等低成本或快递等便捷方式送达,为顾客创造价值。

报告期内,全渠道线上业务实现营业收入总计 119,603.81 万元,占营业收入比重为 28.59%,线上线下全渠道服务模式运营稳健。

第四节 重要事项

公司应当根据重要性原则,说明报告期内公司经营情况的重大变化,以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

√适用 □不适用

4.1 可能面对的风险

1、市场竞争加剧及顾客需求持续提升的风险

改革初期,医药分业探索、处方流转不畅导致对医药零售企业的集客红利尚未呈现。基层医疗机构能力提升、公立医院药品零加成和带量采购政策及门诊统筹政策在医疗机构的深入推进,医药零售实体门店医保结算收入下降、面临的经营竞争加剧。同时线上购物、消费习惯成熟,线下流量分化,到店客流降低,基于药店的线上竞争激烈,要求医药零售企业持续提升专业服务能力和效率。

应对措施:积极与医保等部门协调,争取按规范模式将门诊统筹政策及业务落地、实施;通过推进与互联网医院合作,争取通过医保平台获取流转处方,规划和推进基层医疗机构设立,以“诊所 + 药店”模式,依靠基层医疗机构开展门诊统筹业务。深入了解顾客需求,加强全渠道业务发展,持续塑造差异化商品和专业服务能力,提升企业竞争力。

2、行业政策与监管要求变化的风险

医药改革是涉及医疗体系、医保体系、医药体系等多个领域的系统性、长期性改革,改革内容复杂、涉及面广。在医药分业的集客红利显现前,以慢性病医保统筹结算为代表的原有业务收入不仅未能实现增长,反而因政策过渡原有资质被取消导致回落,可能导致公司业绩进一步承压。

随着医保个账改革、门诊统筹、打击骗保专项整治、价格专项治理、线上医保结算、药品追溯码强管控、医保白名单等政策的发布和实施,监管力度加强、合规要求提升。部分门店在运营过程中,因员工个人原因或内控缺陷未规范操作,可能导致门店医保结算收入不再拨付,相关资质被取消、暂停等风险。若公司未能及时根据政策要求进行内部管控的提升改进、业务模式的调整创新,可能给公司经营带来风险。

监管部门加强药品经营监督管理,对公司所处省级区域批发、零售业务运营、管理提出更高要求。若业务架构不符合监管要求,在整合过渡期分部经营业务可能受到影响。

应对措施:公司严格遵守法律法规,密切关注国家政策,加强对行业法律法规和政策规范的把握和理解、遵循,通过完善内部合规管理规范,医保稽核、处方强管控系统完善提升,药品追溯码全场景应用部署等,有效降低员工操作风险,积极配合监管部门主动提高药监、医保合规水平,积极应对行业政策变化带来的机遇和挑战;丰富健康品类商品,提升专业服务能力,减少医保政策依赖。

加强与监管部门的沟通,明确监管变化对公司架构、信息系统、组织调整、门店运营的要求,及时规范调整,与相关监管部门保持顺畅沟通,尽可能减少因调整对公司经营业绩带来的负面影响。

3、政策及市场变化的长期趋势导致商品毛利率下降的风险

随着医药体制改革的推进,国谈集采扩面,中西成药毛利率空间有限,但预计可稳定在较合理水平;行业向专业门槛较低、竞争更激烈的健康相关产品延伸,非药产品由于缺乏专业壁垒、竞争激烈、信息透明、渠道多元化,综合毛利率存在下降风险。同时,国内外原研药的引进和创新持续加快,仿制药市场竞争加剧。医药零售行业商品毛利率的下降将成为长期趋势。

如果不能及时调整商品经营组合与策略,采取措施提升专业服务水平、提升效率和降低经营成本,将对公司发展和业绩产生一定影响。

应对措施:把握政策及市场变化的长期趋势,积极承接顾客流向院外、医院处方外流带来的巨大的增量市场和客流,做好慢病配药、常见病等医保结算但低毛利业务的专业药学服务和健康管理,提升公司的市场占有率、营业规模及综合毛利额;积极探索与品牌商的深度合作,不断打造和提升 OEM 商品及其他综合毛利较高优势商品销售占比提升,减缓毛利率下降;强化公司营采一体化的品类规划管理及服务为核心的营销体系,为医药工业企业在院外市场日渐重要的专业推广、商品营销持续提供专业服务,提升公司长期重视的供应商服务效能,拉动业绩的增长。

4、业绩承压,并购项目商誉减值风险

根据《企业会计准则》,公司对合并成本大于合并中取得的标的公司可辨认净资产公允价值部分的差额,应当确认为商誉。公司近年来,通过收购加速门店扩张,商誉大幅增加。

受政策环境、市场需求等多种因素的影响,监管要求、顾客消费购买习惯发生重大变化,行业及公司业绩承压。公司坚决推进发展转型,对业绩的改善、增益成效须逐步呈现,转型期间原合并形成的商誉可能存在减值风险,从而对公司未来经营业绩产生不利影响。

应对措施:持续强化中高管理层、尤其是营运干部坚决转型的决心,严格按照公司业务转型的战略规划,在非医保依赖创新药、健康相关品类、贴牌品类商品规划、引进方面,专业化运营、全渠道营销、规范化营运执行等方面高标准要求、培训、执行到位;同时全面落实费用管控措施,强化降租控租,保持并提升运营效率和效益。对已切实发生商誉减值风险的项目,审慎处理、客观计提减值准备。

5、业务转型、变革风险

公司自成立以来,结合本土市场环境,长期学习、探索美日同行模式,始终坚持多元化创新并逐步形成差异化的专业竞争优势。

公司董事会、经理层已形成共识,围绕目标顾客对全生命周期、高质量健康生活的需求,深入挖掘目标顾客除严肃医疗之外慢病和常见病、预防和健康管理类产品及服务需求,主动从“依赖医保”销售、药品价格竞争模式向长期坚持强化专业药学服务、健康管理服务、差异化商品品类管理能力转型,从“满足顾客需求”向“激发顾客需求”转型。

尽管公司在目标客群定位、专业药学服务、健康管理、差异化商品规划、全渠道营运、信息化管理等诸多核心领域围绕业务转型持续积累,建立了较扎实基础、坚决变革,但监管政策限制、工业企业自身变革、消费者行为习惯改变、自身管理及营运团队能力提升调整等都是长期、渐进的过程,公司面临巨大挑战和曲折,存在业务转型、变革不顺利的风险。

应对措施:将危机转化为降低医保政策依赖,向健康品类及专业化服务、全渠道营销深入转型的关键契机,在提升合规管控水平的基础上,推动业务加快转型调整。

坚持围绕“以顾客需求为中心”的服务理念,虔心学习、勇于探索、持续改进。

明确自身定位,坚定中西成药核心业务不动摇,同时深入挖掘目标顾客除严肃医疗之外慢病和常见病治疗、预防和健康管理类产品及服务需求;通过品类调整、加强促销清理等模式,为业务转型、引进和推广新商品释放货架、仓储、资金等关键资源,提升存货周转效率,保障资金安全。

持续推进全渠道发展,提升线上 B2C 电商业务、O2O 业务、直播业务效能,改善顾客销售体验。

推动数字化运营能力提升,探索 DeepSeek 大模型的产业化运用,提高商品与供应链协同效率,提升管控效果和信息系统安全性;强化信息化建设赋能一线员工、提升运营管理效率与服务质量。

零售业的历史,就是应对时代变化的历史。深刻认识医药零售连锁行业,是一个苦心经营、逐步改善的专业服务行业,在确保合规经营的基础上,需要管理层和全体员工尊重顾客和市场,毫不放松、毫不懈怠地持续改进、坚决应对市场变化,实现转型、变革目标。

6、涉税风险

根据税收风险提示等税务机关要求,公司持续配合开展自查、检查工作。若被认定按税收法律法规需要缴纳税款,可能对公司当期业绩带来影响。相关事项的性质确定及影响评估,尚不具备条件,其影响存在不确定性。后续有明确进展或结果将进一步公告进展情况及相关影响情况。

4.2 结合本期经营情况和 2026 年年度计划,公司 2026 年下半年主要经营策略

直面现实和未来的机遇与挑战,公司回归零售本质,围绕国民全生命周期的健康需求打造服务体系。面对行业短期压力和中长期转型挑战,公司对 2026 年度工作保持谨慎、积极的态度,以坚持强化自身核心能力,审慎应对风险、持续微调经营策略应对外部变化。

1、坚持投资于人,赋能员工实现有效转型

2026 年,公司围绕“差异化商品、专业服务”为核心推进转型,持续贯彻“以人为本”的理念,以丰富的商品资源、专业的培训体系和精细化运营体系赋能员工,增强顾客粘性、构建信任,优化费用结构、提升运营管理效率,推动企业向专业、精细、差异的方向创新、转型。

持续推进全渠道发展,提升线上 B2C 电商业务、O2O 业务效能,改善顾客体验;积极探索直播业务,为门店及员工业绩增长赋能。

推动数字化运营能力提升,提高商品与供应链协同效率,提升管控效果和信息系统安全性;强化信息化建设赋能一线员工、提升运营管理效率与服务质量。

以更坚决、主动的策略专注强化核心竞争力,提升管理和营运效率,控费增效,通过精细化运营管理提升单店收益。

2、迁址整合、提质增效,提升店效、人效

门店拓展以高租金、高亏损门店整改扭转、保留证照资质的“腾笼换鸟”迁址为主,争取估值合理的并购整合机会。

细化门店管理,加强门店层级管控,聚焦具有业绩提升潜力的门店。强化营运措施执行,赋能执业药师和员工提升专业服务能力,提高奖金和人效。

3、强化全员用药安全、医保合规意识,