

证券代码： 605266

证券简称： 健之佳

健之佳医药连锁集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）参与“2023 年度云南辖区上市公司投资者网上集体接待日活动”的全体投资者
时间	2024 年 5 月 13 日（周一）下午 15:00-16:40
地点	全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）
上市公司接待人员姓名	副总经理、财务总监、董事会秘书：李恒；证券事务代表：李子波
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者提出的问题及公司回复情况</p> <p>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、想问一下门店布局有哪些变化，是否有新的区域拓展？</p> <p>尊敬的投资者，感谢你的关注与支持。公司坚持立足云南，深耕西南，向全国扩张的策略，由中心城市向县级市场渗透。公司将中期、长期的目标市场确定为经济发展迅速、人口持续积聚的京津冀、长江经济带、粤港澳大湾区、长三角、成渝等重点区域。</p> <p>2022 年，公司通过收购河北唐人医药有限责任公司进入河北、辽宁省，门店布局由 4 个省市增至 6 个。2023 年，公司进一步完善现有 6 个省市门店网络布局，薄弱及空白市场收购策略有效实施，净增门店 1061 家，顺利完成年度新增目标，门店数达 5116 家。</p> <p>2、2023 年营业收入和净利润分别增长了多少，增长率是多</p>

少？

尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注。2023 年度实现营业收入 908,069.71 万元，较上年同期增长 20.84%；归属于上市公司股东的净利润为 41,441.15 万元，较上年同期增长 10.72%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 39,937.29 万元，较上年同期增长 7.26%。

公自 2020 年 12 月上市，对比 2020 年度（或 2021 年初）公司高效使用募集资金、快速发展：

1、 门店布局区域由西南 4 省向华北延伸，覆盖 6 个省市。门店数由 2021 年初的 2,130 家增至 2023 年末的 5,116 家，增幅 140.19%，门店数与同业领先上市公司 2021 年初相当；

2、 营业收入由 44.66 亿元增至 90.81 亿元，增幅 103.31%。

3、 实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4.00 亿元，增幅 68.70%。

门店数、营业收入、净利润分别实现了 33.92%、26.69%、19.05%的高年均复合增长率。

4、 2021 年-2023 年扣除非经常性损益后的净资产收益率保持在 14.67%-16.12%的高水平。

公司在近 3 年达到或超额完成股东大会通过的年度预算、股权激励计划确定的净利润增长目标的基础上，尽可能承受费用及人力资源压力快速拓展门店，为公司后续发展奠定了基础。

公司将募集资金、留存收益、带息负债等长期资金来源，全部运用于门店网络、配送中心、信息系统等长期营运资产建设，随着门店培育成熟、并购整合完成，将逐步发挥效益。

谢谢！

3、公司的全渠道线上业务增长情况如何？

尊敬的投资者，感谢你的关注与支持。随着消费者购药习惯已逐步由线下实体门店单一的渠道向线上、线下全渠道消费转变。公司围绕顾客泛在性、便利性的更高要求，“以顾客需求为核心”的服务理念，自 2011 年开始探索线上业务的发展，依托

已解决“最后一公里”且专业可信赖的实体门店网络，通过传统电商 B2C 平台、第三方平台 O2O、门店预订系统佳 E 购、微商城等满足顾客不同消费场景、品类、专业性、价格带、时效性等多层次、差异化需求，持续提升全渠道专业化服务能力，为门店赋能。

公司线上渠道 2023 年度实现营业收入总计 216,428.18 万元，较上年同期增长 54.58%，占营业收入占重为 23.83%，较上年同期提升 5.20%，线上线下全渠道服务模式稳健、快速发展。

谢谢！

4、如何看待当前医药零售行业的发展趋势，公司有哪些应对策略？

当前医药零售行业经济发展、政策支持带来行业发展机遇，零售药店作为实施健康中国战略的前沿阵地，将从医药供应链的小终端向大众医药及健康消费服务的大终端转化，成为推进大健康服务升级的主力军。消费者线上购药习惯的养成，线上购药医保结算试点、网售处方药政策持续规范，医药零售线上与线下全渠道专业化服务的趋势形成；市场扩容、行业集中度和连锁化率仍有很大空间提升；顾客持续提升的需求和差异化服务的期许，老龄化社会的来临导致养老、医保资金筹措压力增加、慢性病治疗需求强烈，医药健康服务行业长期需求明确。顾客健康保健意识提升、个人健康主体责任时代开启，消费人群、场景、地域全方位拓展，健康消费更趋于主动，健康管理的需求由治疗向预防延伸，发生深刻变化。

公司看到了行业变革和长期发展的机遇和挑战，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、便利零售行业，以满足顾客日益增长的对健康和美好生活的需求与尚不平衡、不充分的服务水平之间的矛盾和差距。持续完善线上、线下服务网络，延伸服务顾客半径，长期坚持推行“基础管理、品牌塑造、商品营销、市场推广”四大经营策略，塑造公司在规模、营运、商品、服务、专业方面的竞争力，为目标顾客提供亲切、稳重、

专业和值得信赖的全渠道、差异化服务。

在公司年度报告“管理层讨论与分析”的“公司关于公司未来发展的讨论与分析”、“行业格局和趋势”“公司发展战略”、“经营计划”、“可能面对的风险”等章节，做了较全面的分析，可结合在一起阅读。谢谢！

5、去年的门店扩张情况如何，具体增加了多少家门店？

尊敬的投资者，感谢你的关注与支持。公司 2023 年 1-12 月，公司自建门店 799 家，收购门店 272 家，净增门店 1,061 家，期末门店总数达到 5,116 家，较年初门店数增长 26.17%。具体门店拓展情况见公司年报及一季报，谢谢！

6、新的医疗政策或法规对公司的经营有哪些潜在的影响？

尊敬的投资者您好！感谢您对公司的关注。公司所处医药零售行业个账改革、门诊统筹等医药改革政策逐步推进。但个账改革后，门诊统筹政策各省推进进度不一。公司所处区域因处方来源尚未突破、处方外流较少，结合个账改革影响顾客消费行为，门诊统筹政策的集客红利尚未呈现。

面对政策推进、市场高度不确定的外部客观环境，公司坚定药店定位、回归零售本质：更高品质、高效率低成本、更好用户体验，向顾客提供有温度、可信赖的专业服务；严控风险，着力提升效率、高质量发展，以自身工作的确定性，应对外部环境的不确定性。公司积极应对需求不足，将经营重心调整为强化专业服务、提升全渠道营运能力；通过积极竞价、与工业企业联合加大促销和专业推广力度，交易次数良性增长弥补客单价影响。同时，公司持续跟进医药、医保改革政策进展，做好合规、系统、内控、管理等方面的准备，积极配合、推进后续工作，确保医药分业、门诊统筹等工作顺利承接，做好专业服务。

7、公司在实施了哪些措施以应对医药零售市场增长乏力的挑战？

尊敬的投资者，感谢您对公司的关注。

	<p>医药零售市场因医药医保改革政策的规范深入、结构调整变化、消费者收入预期弱导致消费更理性审慎、门店增加同质化竞争激烈等因素，整体增长率有限，但国家统计局的医药健康零售领域整体增长率仍保持较快水平。</p> <p>公司通过差异化的全渠道专业化服务，进行应对：</p> <p>1、公司通过全渠道专业化服务，持续强化营运力、商品力、专业力，来提高规模力和品牌力。</p> <p>2、依托执业药师和专业培训，通过专科门店、专科解决方案、药学服务等长期、专业化工作，确保专业服务能力和价值能够被顾客感知，能被工业企业重视和持续投入资源开展患教、慢病管理服务和促销推广，将依赖医保向依靠专业、服务顾客健康需求转变。</p> <p>3、通过全渠道服务，满足顾客线上、线下、泛在性的专业健康服务需求，确保公司在第三方平台 B2C、O2O 及公司平台均保持优势和专业品牌形象，满足顾客需求，利用平台物流、配送基础设施，精细化运营，获取竞争对手市场份额。</p> <p>4、通过更专业、高效的供应链管理体系和品类规划，营采一体化，为顾客提供更强性价比、优质、可信赖的商品。</p> <p>医药控费政策外，通过抓住工业企业重视院外市场、基于顾客健康需求调整品种结构，加强其他处方药、非处方药、健康品类及 OEM 产品引进、推广，提升商品品效，通过长期品类培育、消费者教育、差异化定位和营销，服务好城市有较高品质要求的目标顾客需求，改善、应对毛利率下降风险。</p> <p>5、通过自建+收购，拓展基于门店的销售网络，在现有市场密集布点、提升盈利能力，有序进入新目标省区。</p> <p>6、严控风险、合规经营，保持良好的资金以实现发展目标。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 05 月 13 日