

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 | 投资者网上提问 |
| 时间 | 2025 年 5 月 16 日（周五） 下午 16:00~17:00 |
| 地点 | 公司通过全景网“投资者关系互动平台”（ https://ir.p5w.net ）采用网络远程的方式召开业绩说明会 |
| 上市公司接待 人员姓名 | 1、董事长、总经理蓝波 2、副总经理、财务总监、董事会秘书李恒 3、全国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、公司对社会 responsibility 方面有何建设，是否有相关计划呢</p> <p>尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。</p> <p>为更好实现各利益共同体的共赢发展，公司长期坚守对客户、员工、供应商、社会、股东的义务和责任，在解决就业、对外捐赠、乡村振兴、健康教育等方面积极发挥企业的作用。</p> <p>为社会提供近 2.1 万个就业岗位，特别是为女性员工和管理人员、建档立卡户、重点人群提供了良好的就业、培训、发展条件。</p> <p>联合厂家开展等专项筛查、开展患教义诊、开展健康讲座、协办慈善活动，提升顾客对慢病管理的认知；为 400 多万慢病会员提供免费“四高”指标监控，助力健康管理；连续 21 年承办“家庭小药箱清理”活动，投入 600 余万元普及安全用药知识；此外公司通过云南光彩事业基金会捐赠四所儿童之家，连续举办 5 场“健步走”活动，将健康理念传递到千家万户。</p> <p>后续公司将持续以更坚实的步伐推动企业高质量发展，为社会发展贡</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>献更大力量。谢谢！</p> <p>2、公司 2024 年通过并购区域连锁药店持续扩大市场份额。未来公司将如何平衡自建门店与并购策略的协同效应？在跨区域扩张中，如何解决不同地区的医保政策差异和本地化竞争挑战？</p> <p>尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。</p> <p>面对市场低迷以及行业政策不确定的影响，公司自 2024 年二季度公司迅速调整经营策略，放缓门店扩张速度，将主要精力聚焦于现有门店提质增效。2024 年 1-12 月，公司自建门店 314 家，收购门店 122 家，因发展规划及经营策略调整关闭门店 66 家，净增门店 370 家。2025 年，公司将结合市场和政策的实际情况，确定不同地区的拓展策略。</p> <p>公司所处的 7 个省区，政策落地、实施持续探索的进度略有差异，但总体而言，国家监管政策在公开、公平、严格、严谨等方面整体一致，尚未看到明确的医保差异需要公司制定差异化的竞争策略。</p> <p>面对医保政策的监管，公司高度重视并积极配合，将合规运营放在首位；充分发挥公司在运营、商品、全渠道等方面的差异化优势应对竞争。</p> <p>谢谢！</p> <p>3、互联网平台如京东、美团等分流线下客流，区域龙头如一心堂竞争激烈，公司毛利率承压。公司如何在竞争中提升市场份额和盈利能力。</p> <p>尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。</p> <p>面对医药、医保改革持续探索、深入，行业及公司转型明确趋势，公司将危机转化为降低医保依赖，向健康品类及专业化服务、全渠道营销深入转型的契机，在提升合规运营水平的基础上，推动业务加快转型调整，从“满足顾客需求”向“激发顾客需求”转型，应对毛利率下降、市场竞争激烈的风险。</p> <p>作为依托实体门店服务网络、提供线上线下全渠道专业服务的企业，第三方平台并不分流公司业务，而是提供数据服务及配送服务的基础服务平台，系公司的合作伙伴，帮助实体门店通过快递、同城物流服务更多顾客，获取更多线上服务营运能力有限的竞争对手市场份额，与公司的合作远大于竞争。</p> <p>公司长期坚持采取差异化的商品、专业服务、品牌等定位与同业上市</p> |
|--|--|

| | |
|--|--|
| | <p>公司形成差异化的竞争格局、优势，通过营运力、商品力、专业力、品牌力、规模力核心竞争力的塑造共同推动行业进步。</p> <p>面对医药零售行业转型升级的关键机遇，公司围绕顾客对全生命周期、高品质健康生活的需求，在强化原有专业化服务模式的基础上，打造包括健康相关品类在内的消费化零售模式，加强实体门店传统零售的自我迭代，同时积极拥抱渠道多元共存的局面，在原有存量市场中持续提升市场竞争力，积极满足顾客潜在需求，拓展增量市场。</p> <p>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和差异化专业服务能力，拉动业绩的增长。谢谢！</p> <p>4、医保控费、集采降价等政策可能影响公司利润，公司如何应对政策变化，把握政策红利，降低政策风险</p> <p>尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。</p> <p>面对行业短期压力和中长期转型挑战，公司保持谨慎、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。</p> <p>针对以下行业政策风险：</p> <p>随着医药改革的不断深化，一系列措施稳步推进且步入常态化，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、执行过程中需应对各种复杂情况，政策在落实过程中存在根据实际情况调整的可能性，相关政策存在一定的不确定性。</p> <p>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、药品追溯码等政策的发布和实施，行业政策调整持续，监管力度加强、合规要求提升，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。</p> <p>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，通过提升内部合规管理规范，积极应对行业政策变化带来的机遇和挑战，同时，积极与医保等部门沟通</p> |
|--|--|

| | |
|--|--|
| | <p>协调，争取政策落地，规范服务门诊统筹患者。围绕顾客“预防和健康管 理”的实际需求，继续重视发挥医疗器械、保健品、中药材、个人护理 品、生活便利品等非药产品的规划和引进、推广，以更专业的解决方案服 务顾客。谢谢！</p> <p>5、请问库存周转天数是多少？</p> <p>尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。</p> <p>2024 年市场及行业竞争加剧；医药分业改革探索期，政策不断探索、 调整、完善，对行业影响深入、叠加，对顾客行为、监管方、医药零售从 业者的影响不稳定，医药健康消费受抑制等影响，公司 2024 年度，公司营 业收入增长同步增长放缓，存货较年初余额增加 7.54 亿元，增幅 31.78%， 主要系培育期新店、次新店及并购整合期门店占比高，此类门店存货周转 速度慢，以及春节较早、年末提前备货导致大库及门店存货储备增长，存 货年周转次数为 2.08 次，同比下降 0.49 次。谢谢！</p> <p>6、蓝董事长，你好，请问贵司对于同一种药品，线上零售价格和线下门店 零售价格是否有差异？如有差异，价格浮动幅度大概是？</p> <p>尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。</p> <p>公司在合规的基础上，除按法律法规、国家监管规范定价有限制的药 品外，医药零售市场按顾客不同消费场景、竞争情况、服务要求、成本、 时效等满足顾客多层次、差异化的需求，形成相应的、不同的市场定价。 公司积极通过实体门店和线上平台构建的全渠道服务网络，主动满足顾客 泛在性的用药、健康服务需求。</p> <p>因面对的消费场景、竞争环境、运营成本不同，公司采取合规、公 允、市场化、差异化的竞价策略，保障公司提供的商品、服务具备市场竞 争力。谢谢！</p> <p>7、年报中提到公司毛利率同比提升但销售费用率居高不下，主要系新店培 育和数字化投入。管理层是否考虑通过供应链优化或私域流量运营来进一 步改善利润率？未来 3 年净利润率的目标区间是多少？</p> <p>尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。</p> <p>面对医药、医保改革持续探索、深入，行业及公司转型明确趋势，公 司将危机转化为降低医保依赖，向健康品类及专业化服务、全渠道营销深</p> |
|--|--|

| | |
|----------|--|
| | <p>入转型的契机，在提升合规运营水平的基础上，推动业务加快转型调整，在您关注的以下两方面：</p> <p>1、在供应链优化方面，公司明确自身定位，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，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。</p> <p>2、公司通过自营平台 O2O、跨境购业务推进依托门店的全渠道服务：</p> <p>（1）公司门店自营可在线预订、到店自提或送货到家的 O2O 系统佳 E 购，通过加强专科长疗程用药解决方案、差异化主题营销活动规划和支持为顾客提供专业、长尾的商品品类。同时，在合规基础上及时响应和满足远程问诊、处方流转、自有及第三方平台远程审方、执业药师药学服务等顾客需求。</p> <p>（2）微商城系统升级和改版，推出“健之佳急送”业务，依托第三方同城物流企业，提供及时的在线预订、送货上门便捷服务。</p> <p>（3）积极探索直播模式，优化直播+微商城购物体验，以极致性价比的产品供应链管理优势、专业的直播内容、丰富的直播形式吸引和服务消费者，尝试包含个护、保健食品、养生中药、生活便利品等多品类融合型直播，凸显健之佳“大众药品+时尚健康品”的商品定位，获得较好的效果和反馈。</p> <p>（4）跨境购业务：</p> <p>通过自营平台拓展、运营跨境购业务，进一步拓宽保健食品、个人护理品、母婴用品等高品质商品线，挖掘会员需求。</p> <p>以上工作有利于公司推动业务加快转型，从“满足顾客需求”向“激发顾客需求”转型，应对毛利率和净利率下降风险。谢谢！</p> |
| 附件清单（如有） | |
| 日期 | 2025-05-16 |