

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、公司对社会责任方面有何建设，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>后续公司将继续以更坚实的步伐推动企业高质量发展，为社会发展贡</p>

献更大力量。谢谢！

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？

尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。

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。

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。

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。
谢谢！

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。

尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。

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。

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。

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

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。

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。

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！

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

尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。

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。

针对以下行业政策风险：

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。

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。

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

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！

5、请问库存周转天数是多少？

尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。

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！

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？

尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。

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。

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！

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？

尊敬的投资者，您好！感谢您对公司的关注。

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>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