九州通医药集团股份有限公司

公司代码:600998 公司简称:九州通

2023年度报告摘要

第一节 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文,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www.sse.com.cn网站仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证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。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

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

公司董事会审议通过的本报告期利润分配及公积金转增股本预案为:以权益分派股权登记日的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.50元(含税),同时拟以资本公积金向全体股东每10股转增2.90股,不送红股,剩余未分配利润结转以后年度。如以截至2024年3月31日的总股本3,908,891,654股为基数,向全体股东每10股派发现金红利2.50元(含税),共计分配现金红利977,222,913.50元,占2023年度合并报表归属于上市公司股东净利润的比例为44.95%;向全体股东每10股转增2.90股,合计转增1,133,578,580股,转增后公司总股本增加至5,042,470,234股。

如在实施权益分派的股权登记日前公司总股本发生变动,公司拟维持每股分配及转增比例不变,相应调整分配及转增总额。

此预案尚需提请公司2023年年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

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	九州通	600998	无

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	刘志峰	张溪
办公地址	湖北省武汉市汉阳区龙灯西街5号	湖北省武汉市汉阳区龙灯西街5号
电话	027-84683017	027-84683017
电子信箱	jztdmc@jztey.com	jztdmc@jztey.com

2 报告期公司主要业务简介

一、经营情况讨论与分析

九州通为科技驱动型的全链医药行业综合服务商,公司的主营业务涵盖医药流通、医药新零售、医药工业、医药CSO等业态,包括数字化医药分销与供应链业务、总代品牌推广业务、医药工业自产及OEM业务、新零售与万店加盟业务(C端)、医疗健康(C端)与技术增值服务、数字物流技术与供应链解决方案六大方面。

公司是国内最大的民营医药商业企业,位列中国医药商业企业第四位。公司在医药分销市场占有率逐年提高,从2019年的4.72%上升至2022年的5.76%。公司是行业内唯一获评全国十大"国家智能化仓储物流示范基地"的企业,位列2023年《财富》"中国企业500强"第171位、"中国民营企业500强"第57位。

公司持续推进主营业务及服务体系的转型升级,现已完成"全品类采购、全渠道覆盖和全场景服务"的业务布局,搭建了"数字化、平台化和互联网化"的全链医药行业综合服务体系,打造了行业稀缺的"千亿级"医药供应链服务平台。公司制定并正在实施"新产品、新零售、新医疗、数字化和不动产证券化"五大战略(即"三新两化"战略),在2023年取得了阶段性成果,进一步提升了九州通在产品营销、渠道构建、技术开发等方面的核心竞争力。

在持续转型升级的推动下,公司的经营业绩持续多年保持了稳健增长,销售收入由2010年上市当年的211.85亿元增长至2023年的1,501.40亿元,近10年复合增长率达到15.49%;归母净利润由3.60亿元增长至21.74亿元,近10年复合增长率达到16.25%。公司良好的经营业绩保障了持续的股东回报,公司自2010年上市以来累计向投资者现金分红及回购股票共计金额达到55.95亿元(含2023年度),最近三年累计分红金额占公司最近三年平均净利润的129.20%。

公司已连续4年获得上海证券交易所年度信息披露评价"A等级",在2023年中国上市公司协会举办的上市公司董事会最佳实践创建活动中荣获"优秀实践案例奖",并在年报业绩说明会最佳及优秀实践活动评选中获得"最佳实践案例奖",是湖北辖区获奖的三家企业之一。在华证的ESG评选中,公司位列医药商业排名第2名,公司再度入选中国上市公司ESG百强企业。

(一)公司2023年业绩亮点及分析

报告期内,面对严峻复杂的内外部环境变化,公司坚定不移地走高质量发展之路,优化业务结构,加强内部管理,降本增效,取得了经营业绩的良性提升。报告期内,公司在持续巩固医药分销核心业务竞争优势的同时,推动新兴业务及创新项目的快速落地,实现营业收入和净利润的双增长,公司在行业内的优势地位进一步增强。

报告期内,公司营业收入再创历史新高,达到1,501.40亿元,较上年同期增长6.92%;实现扣非归母净利润19.60亿元,较上年同期增长13.04%,扣非归母净利润的增长快于营业收入的增长;经营活动产生的现金流量净额为47.48亿元,较上年同期增长19.10%,公司经营性现金流量持续改善,经营质量显著提升。

报告期内,公司营业收入和扣非归母净利润保持双增长的主要原因是公司在实现医药分销业务持续稳健增长的同时,加快推进总代品牌推广、医药新零售等高毛利业务拓展,成果显著;报告期内,公司总代品牌推广业务营业收入达195.84亿元,较上年同期增长46.01%,毛利较上年同期大幅增长52.45%;医药新零售业务营业收入较上年同期增长10.95%;数字物流技术与供应链解决方案营业收入较上年同期增长28.45%,毛利较上年同期增长49.44%。

报告期内,公司主要业务经营及战略实施成果显著,其中,总代品牌推广业务(CSO)已实现品牌升级,打造利润持续增长"第二曲线";医药工业自产及OEM业务已形成自有品种的集群式发展体系;好药师"万店加盟"已建立全国数字化加盟药店网络,截至2024年一季度末,门店数已达21,192家;好药师B2C电商总代总销业务在抖音、快手新电商渠道快速增长,已成为行业头部服务商;药九九B2B电商平台及零售电商服务平台业务形成强大的B2B电商终端销售渠道,年收入规模已达173.26亿元;物流Bb/BC仓配一体化已构建面向B端和C端的高效供应链物流服务体系。

报告期内,公司开辟新医疗业务"新赛道",构建以数字医疗服务为核心、融合供应链的综合诊所服务平台;公司正在搭建"公募REITs+Pre-REITs"多层级不动产权益资本运作平台;数字化转型持续深化,高效赋能业务变革及管理创新;院内市场进一步拓展,扩大医疗机构渠道覆盖,收入规模突破541亿元。此外,优先股、REITs和Pre-REITs等融资产品正在推进,这些项目的落实均将为公司发展提供充裕的权益性资金支持,有利于公司未来经营规模的进一步扩大和业绩良性增长。

(二)公司业务转型升级概况

公司在行业内率先实施由传统的医药分销业务向数字化、平台化和互联网化的转型升级,并结合上下游客户的需求,推行"医药分销+物流配送+产品推广"的综合服务模式,取得了显著的成效。公司搭建了行业稀缺的"千亿级"医药供应链服务平台,完成了全品类采购、全渠道覆盖和全场景服务的业务布局,并依托千亿平台资源优势,孵化出总代品牌推广业务、医药工业自产及OEM业务、新零售与万店加盟业务(C端)、医疗健康(C端)与技术增值服务、数字物流技术与供应链解决方案等新兴业务,逐步形成行业内具有多业态、多平台等显著特点的"批零一体化"、"BC一体化"、线上线下相结合的服务于B端和C端用户的大健康综合服务平台。

公司转型升级后的六大主营业务与上下游客户、C端消费者的"全链"服务模式图如下:

图1 九州通主营业务"全链"服务模式图

(三)公司"三新两化"战略概况

报告期内,九州通根据业务经营实际及未来战略发展方向,调整制定新产品、新零售、新医疗、数字化和不动产证券化(即"三新两化")战略规划:

新产品战略:通过持有人、代理及OEM等方式,获得产品的所有权、特许经营权或销售主导权,搭建产品与推广营销体系,提升推广新产品的能力和公司的盈利水平;新零售战略:以新技术赋能万店加盟,提升加盟店数字化能力,重塑生态圈,打造批零一体化、线上线下一体化和BC仓配一体化的服务体系,为B端和C端顾客创造全新的价值与体验;新医疗战略:以公司供应链为基础,整合专病服务、线上运营、保险服务等能力,搭建诊所运营体系,打造"九信诊所"品牌,力争成为行业最专业的诊所供应链+运营服务+医疗的服务平台;数字化战略:通过业务、管理、上下游客户服务等N个场景的数字化建设,进一步利用AI技术,开展智能化应用,以提升公司的经营管理水平,降低成本、提高效率,为客户创造更大的价值;不动产证券化(REITs)战略:全力推进"公募REITs +Pre-REITs"多层级不动产权益资本运作平台的搭建,盘活公司庞大的医药仓储物流资产及配套设施,重构公司轻资产运营商业模式,实现资本和资产运营双循环,拓宽多元化权益融资渠道,助推公司业务高速发展。

九州通"三新两化"的战略目标在于:通过新产品战略构建公司产品竞争力,提升公司的盈利水平;通过新零售、新医疗战略触达C端,构建C端服务能力;通过数字化、智能化战略实现公司整体经营管理水平的提升;通过不动产证券化(REITs)战略实现轻资产轻运营,进一步提升公司股东权益增值回报。

(四)公司"三新两化"战略实施成果及主要业务经营情况

2023年,公司紧紧围绕"三新两化"战略开展业务经营,取得了以下重要成果:

1、新产品战略实施的成果及亮点

(1)总代品牌推广业务(CSO)驶入发展"快车道",持续打造利润增长"第二曲线",实现"全擎健康"品牌升级,年销售收入195.84亿元

报告期内,公司总代品牌推广业务(含药品及医疗器械)销售收入达195.84亿元,较上年同期增长46.01%;毛利额为27.89亿元,较上年同期大幅增长52.45%,持续打造公司利润增长"第二曲线",全方位运营推广能力和市场影响力均稳步提升。

报告期内,公司药品总代品牌推广业务实现销售收入达106.96亿元,较上年同期大幅增长60.82%;毛利额为22.67亿元,较上年同期大幅增长54.83%。药品总代品规数达969个(其中销量过亿品规27个),可威、倍平、康王等系列重点品种销量大幅增长,带动终端销售收入及毛利大幅提升。2023年,药品总代品牌推广业务持续探索CSO体系架构的搭建,设立全新品牌管理公司"全擎健康",强化专业品牌管理团队及责任分工机制,建立并打造大健康领域品牌管理专业队伍;以"产品与渠道双驱动,品牌与销售双提升"持续扩大竞争优势,以"管理提质增效"支撑业务发展、沉淀组织能力。公司全年围绕六大核心举措不断创新变革:大力招展新品,引进优质产品98个,其中销量过亿新品2个,过千万新品10个;积极推进重点项目,全年13个重点项目共计销售67亿元,较上年同期增长57%;实现"全擎健康"品牌升级,完成可威全案品牌升级等品牌运营工作;强化业务管控,推进渠道扁平化、业务与管理基础均大幅提升;加强与区域公司协同,为区域公司赋能,扩大市场覆盖;创新人才发展策略,引进高级人才并完善人才梯队,创新培养方式。以上举措实现了公司终端渠道占比提高、业务覆盖更广、运营及推广能力提升、行业影响力扩大,进一步打造中国医药零售CSO领域的领先品牌。

报告期内,公司医疗器械总代品牌推广业务实现销售收入88.88亿元,较上年同期增长31.44%;毛利额为5.22亿元,较上年同期增长42.91%,已代理强生、雅培、费森尤斯(血透)、罗氏、麦默通等品牌厂家的品规共计594个(其中销量过亿品规24个),涉及8大厂家14条产品线。公司聚焦国内外品牌厂家,重点发展大外科、心脑血管介入、IVD全国性平台分销业务,强化基础供应链服务能力建设,升级数字化平台,优化物流体系,完善专业人才,专注于为国内外知名医疗器械品牌提供商业分销及供应链平台服务。

(2)医药工业自产及OEM业务,形成自有品种的集群式发展,增品种、提品质的战略成效持续显现

报告期内,公司积极开发西药工业、中药工业自产及OEM业务,形成自有品种的集群式发展,增品种、提品质的战略成效持续显现,2023年销售收入达24.76亿元,毛利率为23.84%,毛利额为5.90亿元。

在西药工业方面,公司旗下北京京丰制药集团有限公司(以下简称"京丰制药")业绩持续增长,报告期内实现营业收入4.66亿元。药品生产方面,京丰制药产品覆盖10余种剂型和两千种疾病,口服外用并重,在产品种达到150余个,以糖尿病、外用药、感染呼吸、心血管、神经系统等系列产品为主,其中"二甲双胍"系列产品、羟苯磺酸钙胶囊、复方克霉唑乳膏、开塞露等产品凭借全渠道覆盖和好评复购率高成为明星产品。药品研发方面,京丰制药以糖尿病系列、外用药、心脑血管等系列药品的研发为主,已经通过一致性评价的药品种类达8种,在研新品包括11个原料及25个制剂,目前已经与8家科研单位建立战略合作关系。报告期内,京丰制药生产的玉塞米注射液和硫酸阿托品注射液分别中标国家第八批和第九批集采,羟苯磺酸钙胶囊(0.5g)、苯磺酸氨氯地平片(5mg)、盐酸二甲双胍缓释片(0.5g)相继通过仿制药质量和疗效一致性评价,阿卡波糖片取得《药品注册证书》。

在中药工业方面,公司旗下九信中药集团有限公司(以下简称"九信中药")报告期内实现自产品种销售收入18.82亿元。九信中药以道地药材和质量保障为核心竞争力,始终致力于生产高质量、安全可靠的中药产品。目前九信中药可生产参茸贵细、品质精饮、平价精饮、配方普饮、平台专销、药食同源等多品类品种,并打造出"九信"、"九州天润"、"金贵德济堂"、"九信堂"、"臻养"等多系列品牌产品。同时,目前已有9家饮片厂均已入驻并使用中药追溯平台系统,共生产追溯饮片36,234批次,追溯饮片年总产量8,991.44吨,真正实现了中药材流通"来源可追溯、去向可查证、责任可追究"。

在OEM产品方面,公司医疗器械OEM注册有美体康、弗乐士品牌,取得MAH二类产品注册证10张、一类产品备案证25张,拥有OEM器械品规达173个。公司药品OEM包括片剂、胶囊、口服液、复方颗粒等424个品规。公司通过自主研发和生产自有品牌及OEM产品,开发拥有自主知识产权、独家经营权的产品,提升了公司产品竞争力;同时,不断开拓外部销售渠道,扩大产品销售、提升市场占有率,为新产品战略实施奠定了基础。

(3)以CSO为核心的新产品服务体系架构初步形成,多业务组织保障为战略落地提供了坚实基础

报告期内,公司聚焦新产品战略,在不同的市场渠道加强市场推广能力和营销能力,组建专业营销推广团队,形成了独特的供应链服务体系及相对竞争优势。以全擎健康(CSO)为核心,公司成立了产品战略发展事业部,专注探索契合公司自身资源和能力的新产品,通过投资、购买或引进等方式获得国内外优质仿制药、改良型新药及创新药的销售权;公司成立了医疗终端事业部,专注于招展适合医疗机构销售的全国总代或区域代理产品,积极参与招采活动,整合专业线产品和推广资源,获得医药品种的销售权;药事服务事业部聚焦处方药代理、推广及营销策划,引进适合医疗渠道的代理产品,组建专业临床推广团队对引进产品进行销售;中央市场部致力于为集团提供全品类的市场分析、市场策划、学术支持和产品培训,自主挖掘并向各个业务板块推荐产品。这些多业务组织的协同运作,为新产品战略落地提供了坚实而有力的保障支撑。

2、新零售战略实施的成果及亮点

(1)好药师"万店加盟"业务,取得重大进展

报告期内,公司强力推进"万店加盟"计划,"万店加盟"计划通过"直营+加盟"模式保持快速扩张,截至2024年一季度末,直营及加盟药店已达到21,192家,门店遍布全国31个省市自治区,覆盖293个地级城市、1,301个区县,实现网格化布局。预计2025年门店数量将超过30,000家。

作为国内领先的OTC药品配送商和拥有遍布全国现代物流网络的企业,在全国范围开展好药师品牌加盟,为加盟药店提供全场景一站式解决方案,利用自主研发的"门店通"系统与加盟药店的ERP系统对接,全面赋能加盟药店的数字化管理,为加盟药店提供门家业务协同(流向管理和价格维护等)、会员管理、患教咨询、医保履约、个人健康管理、慢病管理、远程医疗、电子病历、电商运营(O2O)等系统服务,同时也为药店提供社区团购、城市合伙人、各项业务培训服务,有效赋能加盟药店,为供应商打造零售渠道价值链。报告期内,公司完成了九州万店数字化系统的研发,通过九大数字化工具助力上下游精准营销,包括零售ERP系统、零售收银系统、医保药监平台、双端CRM系统、门店通、零售BI数据中台、同步精灵、小程序,全国已累计完成加盟店系统上线20,000多家,成为国内使用供应链系统门店数最多的零售连锁公司。公司持续拓展合作供应商,在全国拥有800+品牌供应商,为加盟店提供强力品牌品种保障,签订重点集采KA协议品种450个。报告期内,公司向加盟药店销售规模快速增长,销售收入达到34.8亿元,较上年同期增长83.25%。此外,报告期内,公司顺应政策积极发展专业药房、专业药房、双通道药房及院边店数量已拓展到3,900家(含加盟店),其中自有药房承接处方外流规模达3.3亿元。未来,公司力争将好药师加盟药店打造成服务最优、效率最高、门店覆盖最广、最具竞争力的零售药店品牌。

(2)好药师B2C电商总代总销业务,年销售收入12.15亿元,较上年同期增长26.8%,抖音、快手等新电商渠道快速增长,成为行业头部服务商

报告期内,公司为药械企业提供"一站式"全网化B2C电商总代总销服务,实现销售收入12.15亿元,较上年同期增长26.8%。公司拥有10个B2C电商运营团队、31+批零一体仓配能力,积累了3,500万+C端用户。公司旗下好药师B2C电商通过"供应链+运营+数字化+医疗服务"四位一体模式助力药械企业实现全网渠道业务的增长,为医药生产企业、电商平台提供电商运营、渠道拓展、供应链管理等全场景服务,经销并运营了诺华、拜耳、强生、鲁南、济川、雅培、松下、诺和诺德、哈药、贝因美等40余个知名医药健康品牌的线上官方旗舰店,围绕药械企业需求进行产品推广,聚焦优势流量打造全网爆款产品。截至目前,公司已与天猫、京东、拼多多、抖音、B站、小红书等多个平台建立了良好的合作关系,采用"全网总代总销+好药师官方网站"相结合的模式,为药械企业提供自营供货(产品运营)、旗舰店运营、内容运营、医生IP运营、商保履约、数字营销等"一站式"直接面向C端消费者的B2C电商总代理总经销服务,有效推动公司新零售战略转型落地。报告期内,好药师B2C电商在抖音、快手新电商渠道快速增长,成为行业头部服务商,其中抖音好药师大药房蝉联OTC药品第一名,在医药行业的新媒体赛道具有影响力。2024年4月,好药师B2C电商获得中国医药互联网大会"2023-2024年度健康互联网影响力平台"荣誉。

(3)面向药店、诊所及大型医药零售电商平台等终端客户的院外数字化分销业务,形成强大的B2B电商终端销售渠道,增强触达C端能力,年收入规模已达173.26亿元

报告期内,公司凭借行业领先的医药供应链体系及院外市场竞争优势,通过药九九B2B电商平台业务、零售电商服务平台业务,全链赋能药店、诊所等终端客户以及大型医药零售电商平台,年收入规模已达173.26亿元,形成强大的B2B电商终端销售渠道,增强触达C端能力,促进公司新零售战略落地。

药九九B2B电商平台业务方面,报告期内,公司面向药店、诊所及中小连锁等客户的数字化分销业务规模不断扩大,药九九B2B电商平台自营交易规模已达112.41亿元。目前平台拥有PC、APP、小程序多个移动终端,注册用户40万+、活跃用户35万+,覆盖全国99%的行政区域,成为国内领先的院外数智化交易与服务平台。平台通过链接厂家、供应商、诊所/基层医疗及中小连锁等各个B端,缩短流通环节,挖掘平台数据,构建用户模型,精准捕捉用户需求,形成供应链闭环;此外,平台通过数字化和信息化管理,建立平台数字化营销体系和品牌工业旗舰店运营,实现工业企业参与平台营销及供应链价值体系构建;通过15万+会员客户和3,000+地推团队,建立平台线上线下一体化推广与运营能力,实现终端市场深度覆盖和精准触达;以及提供特有的"Bb/BC仓配一体化"物流服务、"一站式"交易服务以及供应链金融服务,以提升客户体验,促进公司由传统医药分销业务向数字化医药分销业务快速转型。

零售电商服务平台业务方面,报告期内,公司对京东、阿里、美团、叮当、平安、抖音、快手、百度等头部医药零售电商平台的健康产品供应链业务持续扩大,销售收入规模已达60.85亿元,较上年同期增长11.47%,其中销售给京东、阿里自营平台的药品及OTC产品突破42.40亿元,较上年同期增长16.69%,是其重要的药械供应服务商。公司凭借覆盖全国的仓储物流网络和供应链优势,与零售电商平台系统打通,可以实现自动下单、自动询价、同城即配、统一结算、全平台价格监测等多项服务。同时,公司零售电商服务事业部充分整合区域公司产品、供应商、仓储物流等优势资源,已为华润东阿、扬子江、华润三九、广药集团、北京同仁堂、山东达因等1,500余家品牌企业提供"一站式"全网化分销和供货运营服务,并不断完善品牌代运营服务能力,赋能核心供应商持续扩容,提升客户品牌影响力,持续优化产品渠道管控,加大平台物流代运营仓合作,构建行业通道,打造零售电商渠道"代运营+供应链"专业化服务品牌。

(4)物流Bb/BC仓配一体化,打造面向C端和B端的高效供应链物流服务体系,实现线上线下客户"零库存"及10万品规资源共享

公司搭建的行业特有的"Bb/BC一体化"高效供应链物流服务模式,在向现有医疗机构、连锁药店等大B端客户提供服务的同时,可向小B端(指单体门店及诊所等)和C端消费者开放优质高效供应链服务,并通过信息和物流系统的改造以及全仓"一盘货"的管理服务能力,为大B端、小B端和C端消费者提供快速交仓调度、柔性化订单生产、高效履约的全链条物流服务;实现公司现有商品库存与药店、批发企业打通,对C端和小B端客户直接发货;药店和二级分销商实现"零库存"的同时,可享有公司现有10万商品品规的资源,全面提升九州通在小B端、C端的市场竞争力。报告期内,公司完成了面向多端的"Bb/BC仓配一体化"能力的高效供应链物流服务体系全覆盖,已投入运营湖北、上海、广东、北京、天津、浙江6处"BC一体仓",以及完成湖北、重庆、山东、河南、北京、广东、山西、安徽、四川、浙江、福建、陕西、江苏、新疆、上海、天津、广西、江西、内蒙古、河北、甘肃、湖南、吉林、辽宁共24家公司物流"Bb一体化"改造和运营。

公司"Bb一体化工程"已入选2023年中国上市公司协会发布的《上市公司数字化转型典型案例》(技术领先)、"Bb/BC仓配一体化工程"入选《证券日报》"2023数字经济领航者论坛"评选的《2023数字经济发展典型案例》(转型类)、"B端线上线下一体化工程"入选中国医药商业协会评选的《2023数字化转型优秀案例》。

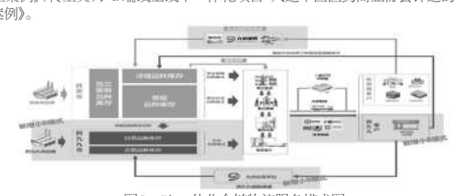

图2 Bb一体化全链物流服务模式图

图3 BC一体化全链物流服务模式图

3、新医疗战略实施的成果及亮点

(1)开辟新医疗业务"新赛道",构建以数字医疗服务为核心、融合供应链的综合诊所服务平台,提升加盟店数字化能力,重塑生态圈,打造批零一体化、线上线下一体化和BC仓配一体化的服务体系,为B端和C端顾客创造全新的价值与体验;新医疗战略:以公司供应链为基础,整合专病服务、线上运营、保险服务等能力,搭建诊所运营体系,打造"九信诊所"品牌,力争成为行业最专业的诊所供应链+运营服务+医疗的服务平台;数字化战略:通过业务、管理、上下游客户服务等N个场景的数字化建设,进一步利用AI技术,开展智能化应用,以提升公司的经营管理水平,降低成本、提高效率,为客户创造更大的价值;不动产证券化(REITs)战略:全力推进"公募REITs +Pre-REITs"多层级不动产权益资本运作平台的搭建,盘活公司庞大的医药仓储物流资产及配套设施,重构公司轻资产运营商业模式,实现资本和资产运营双循环,拓宽多元化权益融资渠道,助推公司业务高速发展。

九州通"三新两化"的战略目标在于:通过新产品战略构建公司产品竞争力,提升公司的盈利水平;通过新零售、新医疗战略触达C端,构建C端服务能力;通过数字化、智能化战略实现公司整体经营管理水平的提升;通过不动产证券化(REITs)战略实现轻资产轻运营,进一步提升公司股东权益增值回报。

(四)公司"三新两化"战略实施成果及主要业务经营情况

2023年,公司紧紧围绕"三新两化"战略开展业务经营,取得了以下重要成果:

1、新产品战略实施的成果及亮点

(1)总代品牌推广业务(CSO)驶入发展"快车道",持续打造利润增长"第二曲线",实现"全擎健康"品牌升级,年销售收入195.84亿元

报告期内,公司总代品牌推广业务(含药品及医疗器械)销售收入达195.84亿元,较上年同期增长46.01%;毛利额为27.89亿元,较上年同期大幅增长52.45%,持续打造公司利润增长"第二曲线",全方位运营推广能力和市场影响力均稳步提升。

报告期内,公司药品总代品牌推广业务实现销售收入达106.96亿元,较上年同期大幅增长60.82%;毛利额为22.67亿元,较上年同期大幅增长54.83%。药品总代品规数达969个(其中销量过亿品规27个),可威、倍平、康王等系列重点品种销量大幅增长,带动终端销售收入及毛利大幅提升。2023年,药品总代品牌推广业务持续探索CSO体系架构的搭建,设立全新品牌管理公司"全擎健康",强化专业品牌管理团队及责任分工机制,建立并打造大健康领域品牌管理专业队伍;以"产品与渠道双驱动,品牌与销售双提升"持续扩大竞争优势,以"管理提质增效"支撑业务发展、沉淀组织能力。公司全年围绕六大核心举措不断创新变革:大力招展新品,引进优质产品98个,其中销量过亿新品2个,过千万新品10个;积极推进重点项目,全年13个重点项目共计销售67亿元,较上年同期增长57%;实现"全擎健康"品牌升级,完成可威全案品牌升级等品牌运营工作;强化业务管控,推进渠道扁平化、业务与管理基础均大幅提升;加强与区域公司协同,为区域公司赋能,扩大市场覆盖;创新人才发展策略,引进高级人才并完善人才梯队,创新培养方式。以上举措实现了公司终端渠道占比提高、业务覆盖更广、运营及推广能力提升、行业影响力扩大,进一步打造中国医药零售CSO领域的领先品牌。

报告期内,公司医疗器械总代品牌推广业务实现销售收入88.88亿元,较上年同期增长31.44%;毛利额为5.22亿元,较上年同期增长42.91%,已代理强生、雅培、费森尤斯(血透)、罗氏、麦默通等品牌厂家的品规共计594个(其中销量过亿品规24个),涉及8大厂家14条产品线。公司聚焦国内外品牌厂家,重点发展大外科、心脑血管介入、IVD全国性平台分销业务,强化基础供应链服务能力建设,升级数字化平台,优化物流体系,完善专业人才,专注于为国内外知名医疗器械品牌提供商业分销及供应链平台服务。

(2)医药工业自产及OEM业务,形成自有品种的集群式发展,增品种、提品质的战略成效持续显现

报告期内,公司积极开发西药工业、中药工业自产及OEM业务,形成自有品种的集群式发展,增品种、提品质的战略成效持续显现,2023年销售收入达24.76亿元,毛利率为23.84%,毛利额为5.90亿元。

在西药工业方面,公司旗下北京京丰制药集团有限公司(以下简称"京丰制药")业绩持续增长,报告期内实现营业收入4.66亿元。药品生产方面,京丰制药产品覆盖10余种剂型和两千种疾病,口服外用并重,在产品种达到150余个,以糖尿病、外用药、感染呼吸、心血管、神经系统等系列产品为主,其中"二甲双胍"系列产品、羟苯磺酸钙胶囊、复方克霉唑乳膏、开塞露等产品凭借全渠道覆盖和好评复购率高成为明星产品。药品研发方面,京丰制药以糖尿病系列、外用药、心脑血管等系列药品的研发为主,已经通过一致性评价的药品种类达8种,在研新品包括11个原料及25个制剂,目前已经与8家科研单位建立战略合作关系。报告期内,京丰制药生产的玉塞米注射液和硫酸阿托品注射液分别中标国家第八批和第九批集采,羟苯磺酸钙胶囊(0.5g)、苯磺酸氨氯地平片(5mg)、盐酸二甲双胍缓释片(0.5g)相继通过仿制药质量和疗效一致性评价,阿卡波糖片取得《药品注册证书》。

在中药工业方面,公司旗下九信中药集团有限公司(以下简称"九信中药")报告期内实现自产品种销售收入18.82亿元。九信中药以道地药材和质量保障为核心竞争力,始终致力于生产高质量、安全可靠的中药产品。目前九信中药可生产参茸贵细、品质精饮、平价精饮、配方普饮、平台专销、药食同源等多品类品种,并打造出"九信"、"九州天润"、"金贵德济堂"、"九信堂"、"臻养"等多系列品牌产品。同时,目前已有9家饮片厂均已入驻并使用中药追溯平台系统,共生产追溯饮片36,234批次,追溯饮片年总产量8,991.44吨,真正实现了中药材流通"来源可追溯、去向可查证、责任可追究"。

在OEM产品方面,公司医疗器械OEM注册有美体康、弗乐士品牌,取得MAH二类产品注册证10张、一类产品备案证25张,拥有OEM器械品规达173个。公司药品OEM包括片剂、胶囊、口服液、复方颗粒等424个品规。公司通过自主研发和生产自有品牌及OEM产品,开发拥有自主知识产权、独家经营权的产品,提升了公司产品竞争力;同时,不断开拓外部销售渠道,扩大产品销售、提升市场占有率,为新产品战略实施奠定了基础。

(3)以CSO为核心的新产品服务体系架构初步形成,多业务组织保障为战略落地提供了坚实基础

报告期内,公司聚焦新产品战略,在不同的市场渠道加强市场推广能力和营销能力,组建专业营销推广团队,形成了独特的供应链服务体系及相对竞争优势。以全擎健康(CSO)为核心,公司成立了产品战略发展事业部,专注探索契合公司自身资源和能力的新产品,通过投资、购买或引进等方式获得国内外优质仿制药、改良型新药及创新药的销售权;公司成立了医疗终端事业部,专注于招展适合医疗机构销售的全国总代或区域代理产品,积极参与招采活动,整合专业线产品和推广资源,获得医药品种的销售权;药事服务事业部聚焦处方药代理、推广及营销策划,引进适合医疗渠道的代理产品,组建专业临床推广团队对引进产品进行销售;中央市场部致力于为集团提供全品类的市场分析、市场策划、学术支持和产品培训,自主挖掘并向各个业务板块推荐产品。这些多业务组织的协同运作,为新产品战略落地提供了坚实而有力的保障支撑。

2、新零售战略实施的成果及亮点

(1)好药师"万店加盟"业务,取得重大进展

报告期内,公司强力推进"万店加盟"计划,"万店加盟"计划通过"直营+加盟"模式保持快速扩张,截至2024年一季度末,直营及加盟药店已达到21,192家,门店遍布全国31个省市自治区,覆盖293个地级城市、1,301个区县,实现网格化布局。预计2025年门店数量将超过30,000家。

作为国内领先的OTC药品配送商和拥有遍布全国现代物流网络的企业,在全国范围开展好药师品牌加盟,为加盟药店提供全场景一站式解决方案,利用自主研发的"门店通"系统与加盟药店的ERP系统对接,全面赋能加盟药店的数字化管理,为加盟药店提供门家业务协同(流向管理和价格维护等)、会员管理、患教咨询、医保履约、个人健康管理、慢病管理、远程医疗、电子病历、电商运营(O2O)等系统服务,同时也为药店提供社区团购、城市合伙人、各项业务培训服务,有效赋能加盟药店,为供应商打造零售渠道价值链。报告期内,公司完成了九州万店数字化系统的研发,通过九大数字化工具助力上下游精准营销,包括零售ERP系统、零售收银系统、医保药监平台、双端CRM系统、门店通、零售BI数据中台、同步精灵、小程序,全国已累计完成加盟店系统上线20,000多家,成为国内使用供应链系统门店数最多的零售连锁公司。公司持续拓展合作供应商,在全国拥有800+品牌供应商,为加盟店提供强力品牌品种保障,签订重点集采KA协议品种450个。报告期内,公司向加盟药店销售规模快速增长,销售收入达到34.8亿元,较上年同期增长83.25%。此外,报告期内,公司顺应政策积极发展专业药房、专业药房、双通道药房及院边店数量已拓展到3,900家(含加盟店),其中自有药房承接处方外流规模达3.3亿元。未来,公司力争将好药师加盟药店打造成服务最优、效率最高、门店覆盖最广、最具竞争力的零售药店品牌。

(2)好药师B2C电商总代总销业务,年销售收入12.15亿元,较上年同期增长26.8%,抖音、快手等新电商渠道快速增长,成为行业头部服务商

报告期内,公司为药械企业提供"一站式"全网化B2C电商总代总销服务,实现销售收入12.15亿元,较上年同期增长26.8%。公司拥有10个B2C电商运营团队、31+批零一体仓配能力,积累了3,500万+C端用户。公司旗下好药师B2C电商通过"供应链+运营+数字化+医疗服务"四位一体模式助力药械企业实现全网渠道业务的增长,为医药生产企业、电商平台提供电商运营、渠道拓展、供应链管理等全场景服务,经销并运营了诺华、拜耳、强生、鲁南、济川、雅培、松下、诺和诺德、哈药、贝因美等40余个知名医药健康品牌的线上官方旗舰店,围绕药械企业需求进行产品推广,聚焦优势流量打造全网爆款产品。截至目前,公司已与天猫、京东、拼多多、抖音、B站、小红书等多个平台建立了良好的合作关系,采用"全网总代总销+好药师官方网站"相结合的模式,为药械企业提供自营供货(产品运营)、旗舰店运营、内容运营、医生IP运营、商保履约、数字营销等"一站式"直接面向C端消费者的B2C电商总代理总经销服务,有效推动公司新零售战略转型落地。报告期内,好药师B2C电商在抖音、快手新电商渠道快速增长,成为行业头部服务商,其中抖音好药师大药房蝉联OTC药品第一名,在医药行业的新媒体赛道具有影响力。2024年4月,好药师B2C电商获得中国医药互联网大会"2023-2024年度健康互联网影响力平台"荣誉。

(3)面向药店、诊所及大型医药零售电商平台等终端客户的院外数字化分销业务,形成强大的B2B电商终端销售渠道,增强触达C端能力,年收入规模已达173.26亿元

报告期内,公司凭借行业领先的医药供应链体系及院外市场竞争优势,通过药九九B2B电商平台业务、零售电商服务平台业务,全链赋能药店、诊所等终端客户以及大型医药零售电商平台,年收入规模已达173.26亿元,形成强大的B2B电商终端销售渠道,增强触达C端能力,促进公司新零售战略落地。

药九九B2B电商平台业务方面,报告期内,公司面向药店、诊所及中小连锁等客户的数字化分销业务规模不断扩大,药九九B2B电商平台自营交易规模已达112.41亿元。目前平台拥有PC、APP、小程序多个移动终端,注册用户40万+、活跃用户35万+,覆盖全国99%的行政区域,成为国内领先的院外数智化交易与服务平台。平台通过链接厂家、供应商、诊所/基层医疗及中小连锁等各个B端,缩短流通环节,挖掘平台数据,构建用户模型,精准捕捉用户需求,形成供应链闭环;此外,平台通过数字化和信息化管理,建立平台数字化营销体系和品牌工业旗舰店运营,实现工业企业参与平台营销及供应链价值体系构建;通过15万+会员客户和3,000+地推团队,建立平台线上线下一体化推广与运营能力,实现终端市场深度覆盖和精准触达;以及提供特有的"Bb/BC仓配一体化"物流服务、"一站式"交易服务以及供应链金融服务,以提升客户体验,促进公司由传统医药分销业务向数字化医药分销业务快速转型。

零售电商服务平台业务方面,报告期内,公司对京东、阿里、美团、叮当、平安、抖音、快手、百度等头部医药零售电商平台的健康产品供应链业务持续扩大,销售收入规模已达60.85亿元,较上年同期增长11.47%,其中销售给京东、阿里自营平台的药品及OTC产品突破42.40亿元,较上年同期增长16.69%,是其重要的药械供应服务商。公司凭借覆盖全国的仓储物流网络和供应链优势,与零售电商平台系统打通,可以实现自动下单、自动询价、同城即配、统一结算、全平台价格监测等多项服务。同时,公司零售电商服务事业部充分整合区域公司产品、供应商、仓储物流等优势资源,已为华润东阿、扬子江、华润三九、广药集团、北京同仁堂、山东达因等1,500余家品牌企业提供"一站式"全网化分销和供货运营服务,并不断完善品牌代运营服务能力,赋能核心供应商持续扩容,提升客户品牌影响力,持续优化产品渠道管控,加大平台物流代运营仓合作,构建行业通道,打造零售电商渠道"代运营+供应链"专业化服务品牌。

(4)物流Bb/BC仓配一体化,打造面向C端和B端的高效供应链物流服务体系,实