老百姓大药房连锁股份有限公司

2025 第三季度报告

证券代码:603883　　证券简称:老百姓

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示:

公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整,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。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

公司拟实施中期分红,每股派发现金红利0.14元(含税),本次拟分红金额106,244,633.04元,占2025年前三季度合并报表归母净利润的20.10%。

第三季度财务报表是否经审计

□是√否

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

单位:元　币种:人民币

项目	本报告期	本报告期比上年同期增减变动幅度(%)	年初至报告期末	年初至报告期末比上年同期增减变动幅度(%)
营业收入	5,296,154,500	0.07	16,070,467,015	-1.00
利润总额	189,026,254	-10.05	793,275,055	-16.07
归属于上市公司股东的净利润	130,783,352	2.62	528,647,245	-16.11
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	113,349,086	-9.53	494,470,775	-18.55
经营活动产生的现金流量净额	530,772,555	-17.61	2,156,817,724	71.76
基本每股收益(元/股)	0.17	2.64	0.70	-16.09
稀释每股收益(元/股)	0.17	2.64	0.70	-16.09
加权平均净资产收益率(%)	1.94	增加0.05个百分点	7.83	减少1.31个百分点
	本报告期末	上年度末		本报告期末比上年度末增减变动幅度(%)
总资产	20,335,461,322	21,044,853,679		-3.37
归属于上市公司股东的所有者权益	6,803,243,652	6,580,857,270		3.38

注:"本报告期"指本季度初至本季度末3个月期间,下同。

(二)非经常性损益项目和金额

√适用□不适用

单位:元　币种:人民币

非经常性损益项目	本期金额	年初至报告期末金额	说明
非流动性资产处置损益,包括已计提资产减值准备的冲销部分	229,766	524,462	
计入当期损益的政府补助,但与公司正常经营业务密切相关,符合国家政策规定、按照确定的标准享有、对公司损益产生持续影响的政府补助除外	13,349,131	32,785,671	
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,非金融企业持有金融资产和金融负债产生的公允价值变动损益以及处置金融资产和金融负债产生的损益	48,936	2,190,596	
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费			
委托他人投资或管理资产的损益			
对外委托贷款取得的损益			
因不可抗力因素,如遭受自然灾害而产生的各项资产损失			
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回			
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益			
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益			
非货币性资产交换损益			
债务重组损益			
企业因相关经营活动不再持续而发生的一次性费用,如安置职工的支出等			
因税收、会计等法律、法规的调整对当期损益产生的一次性影响			
因取消、修改股权激励计划一次性确认的股份支付费用			
对于现金结算的股份支付,在可行权日之后,应付职工薪酬的公允价值变动产生的损益			
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益			
交易价格显失公允的交易产生的收益			
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益			
受托经营取得的托管费收入			
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	8,821,744	10,227,334	
其他符合非经常性损益定义的损益项目			
减:所得税影响额	5,700,704	7,483,212	
少数股东权益影响额(税后)	-685,393	4,068,381	
合计	17,434,266	34,176,470	

对公司将(公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益)未列举的项目认定为非经常性损益项目且金额重大的,以及将(公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益)中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益的项目,应说明原因。

□适用√不适用

(三)主要会计数据、财务指标发生变动的情况、原因

√适用□不适用

项目名称	变动比例(%)	主要原因
经营活动产生的现金流量净额-年初至报告期末	71.76	主要系本期采购支付的现金减少,同时降本增效导致支付的工资及费用减少。

二、股东信息

(一)普通股股东总数和表决权恢复的优先股股东数量及前十名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	62,446	报告期末表决权恢复的优先股股东总数(如有)	0

前10名股东持股情况(不含通过转融通出借股份)

股东名称	股东性质	持股数量	持股比例(%)	持有有限售条件股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
老百姓医药集团有限公司	境内非国有法人	180,453,475	23.74	0	质押	100,140,000
泽星投资有限公司	境外法人	168,013,035	22.10	0	质押	134,410,428
陈秀兰	境内自然人	13,565,698	1.78	0	无	0
石展	境内自然人	10,018,811	1.32	0	无	0
香港中央结算有限公司	境外法人	7,755,755	1.02	0	无	0
林芝腾讯科技有限公司	境内非国有法人	7,391,046	0.97	0	无	0
招商银行股份有限公司-南方中证1000交易型开放式指数证券投资基金	其他	3,474,411	0.46	0	无	0
彭晓琴	境内自然人	2,427,430	0.32	0	无	0
侯盾	境内自然人	2,363,400	0.31	0	无	0
中国建设银行股份有限公司-国泰医药健康股票型证券投资基金	其他	2,261,800	0.30	0	无	0

前10名无限售条件股东持股情况(不含通过转融通出借股份)

股东名称	持有无限售条件流通股的数量	股份种类及数量	
		股份种类	数量
老百姓医药集团有限公司	180,453,475	人民币普通股	180,453,475
泽星投资有限公司	168,013,035	人民币普通股	168,013,035
陈秀兰	13,565,698	人民币普通股	13,565,698
石展	10,018,811	人民币普通股	10,018,811
香港中央结算有限公司	7,755,755	人民币普通股	7,755,755
林芝腾讯科技有限公司	7,391,046	人民币普通股	7,391,046
招商银行股份有限公司-南方中证1000交易型开放式指数证券投资基金	3,474,411	人民币普通股	3,474,411
彭晓琴	2,427,430	人民币普通股	2,427,430
侯盾	2,363,400	人民币普通股	2,363,400
中国建设银行股份有限公司-国泰医药健康股票型证券投资基金	2,261,800	人民币普通股	2,261,800

上述股东关联关系或一致行动的说明	老百姓医药集团有限公司实际控制人为谢子龙、陈秀兰夫妇,除此之外,公司未知上述其他股东是否存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》所规定的一致行动人
前10名股东及前10名无限售股东参与融资融券及转融通业务情况说明(如有)	彭晓琴通过信用账户持有公司股份2,253,530股,通过普通证券账户持有公司股份173,900股,合计持有公司股份2,427,430股

持股5%以上股东、前10名股东及前10名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

□适用√不适用

前10名股东及前10名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

□适用√不适用

三、其他提醒事项

需提醒投资者关注的关于公司报告期经营情况的其他重要信息

√适用□不适用

(一)经营情况说明

2025年前三季度,公司实现营业收入160.70亿元,同比下降1.00%;实现归属于上市公司股东的净利润5.29亿元,同比下降16.11%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润4.94亿元,同比下降18.55 %。

为贯彻落实公司《2025年度"提质增效重回报"行动方案》,积极回报投资者,公司拟每股派发现金红利0.14元(含税),本次拟分红106,244,633.04元,占2025年前三季度合并报表归母净利润的20.10%。

1、主营业务分行业情况

分行业	2025年前三季度					
	营业收入(元)	营业成本(元)	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(百分点)
零售	13,143,977,964	8,318,573,898	36.71	-1.27	0.82	-1.32
加盟、联盟及分销	2,775,614,829	2,425,678,205	12.61	-0.77	-0.20	-0.50
其他	150,874,222	98,061,626	35.00	24.35	81.93	-20.57
合计	16,070,467,015	10,842,313,729	32.53	-1.00	1.00	-1.33

注:2025年第三季度医药零售收入同比增长0.88%,增长率较二季度提升0.68个百分点。2025年前三季度,公司毛利率下降主要系DTP(新特药)政策县域下沉及新品审批加速导致DTP销售占比增加,以及线上零售销售增长导致线上零售销售占比增加。剔除DTP和线上零售,线下零售(不含DTP)毛利率同比增长0.6个百分点。

2、主营业务分产品情况

分产品	2025年前三季度					
	营业收入(元)	营业成本(元)	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(百分点)
中西成药	12,982,958,588	9,067,229,655	30.16	0.09	2.69	-1.77
中药	1,124,575,661	590,238,538	47.51	-6.60	-10.73	2.43
非药品	1,962,932,766	1,184,845,536	39.64	-4.56	-4.74	0.11
合计	16,070,467,015	10,842,313,729	32.53	-1.00	1.00	-1.33

3、主营业务分区域情况

分地区	营业收入(元)	营业收入比上年增减(%)
华中区域	6,905,089,733	-2.57
华南区域	743,150,514	-5.57
华北区域	2,048,883,261	1.85
华东区域	4,127,658,883	-0.81
西北区域	2,245,684,624	2.77
合计	16,070,467,015	-1.00

注:华中区域包括:湖南省、湖北省、江西省、河南省;

华南区域包括:广东省、广西壮族自治区;

华北区域包括:天津市、内蒙古自治区、山西省;

华东区域包括:浙江省、上海市、安徽省、江苏省、山东省;

西北区域包括:陕西省、甘肃省、宁夏回族自治区、贵州省。

4、市场布局情况

截至2025年9月30日,公司构建了覆盖全国18个省、150余个地级市及以上城市,共计15,492家门店的营销网络,其中直营门店9,741家、加盟门店5,751家,报告期内直营门店总体分布情况如下:

单位:家

地区	2024年期末	2025年1-9月		
		新增	关闭	期末
华中区域	3,532	11	65	3,478
华南区域	549	1	7	543
华北区域	1,513	19	65	1,467
华东区域	2,901	24	126	2,799
西北区域	1,486	9	41	1,454
合计	9,981	64	304	9,741

5、直营门店经营效率

店型(按日均销售额划分)	门店数(家)	门店经营面积(平方米)	日均平效(含税,元/平方米)
旗舰店	90	39,098	212
大店	230	42,921	109
中小成店	9,421	923,391	37
合计	9,741	1,005,410	47

注:2025前三季度旗舰店平效同比下降因数据口径调整,部分B2C门店销售额未计入直营门店口径,剔除影响后旗舰店平效与2024年同期基本持平。

6、直营门店取得医保资质的情况

地区	门店总数(家)	获得各类医保资格门店数(家)	占药店总数比例(%)
华中区域	3,478	3,332	95.80
华南区域	543	541	99.63
华北区域	1,467	1,265	86.23
华东区域	2,799	2,751	98.29
西北区域	1,454	1,149	79.02
合计	9,741	9,038	92.78

(二)收购项目情况

报告期内,公司及下属子公司共发生1起收购项目,收购金额3.85亿元,具体情况如下:

1、2025年1月,公司与湖南老百姓怀仁药房连锁有限公司股东签订了《股权转让协议》,收购湖南老百姓怀仁药房连锁有限公司20%股权,收购对价为3.85亿元,该项目已于2025年6月完成交割。

(三)核心竞争力分析

本报告期,公司全面启动"双线"转型变革,启动门店从"交易型"到"关系型"、业务线从"坐商"到"行商"转型,推进商采革新提效,数智AI赋能,强化数字化精细化管理,提升经营效率。2025年前三季度,公司实现营业收入160.70亿元,同比下降1.00%,实现归属于上市公司股东的净利润5.29亿元,同比下降16.11%;2025年第三季度,公司实现营业收入52.96亿元,同比增长0.07%,实现归属于上市公司股东的净利润1.31亿元,同比增长2.62%。

1、深化转型变革

(1)全面启动"双线"转型变革

报告期内,公司聚焦"以顾客为中心",打造以业绩为导向的高效能组织,全面重构商业模式,正式启动门店从"交易型"到"关系型"、业务线从"坐商"到"行商"转型。

门店从"交易型"到"关系型"转型:1)服务理念重构,层层深入宣贯;要求门店员工聚焦"卖顾客想买的",为顾客提供情绪价值,推动店员从销售员转型为顾客信赖的健康顾问,提升顾客体验。2)强化服务导向,优化考核指标:一线员工考核增加服务指标;非一线人员增加"内部客户"评价指标,驱动"后台-门店-顾客"、"被动-主动"的服务赋能闭环。3)总部培训赋能,组织机制重塑:打造讲师团队、建立"邀约制"培训体系,实现一线"要我学"到"我要学"的转变;赋予店长自主选择团队成员、个性化定制卖场布局等权限,充分激发团队活力、快速响应顾客需求。

业务线从"坐商"到"行商"转型:1)人员层面,与业务强关联核心岗位(如营运、训战、营销、商品、采购等岗位)划定为"行商"人员,制定"行商"细则,公司倡导管理层提升下基层的时间,在一线发现并解决问题。2)操作层面,发布《行商操作指南》,开发"行商助手"和"呼唤炮火"等智能工具,辅助行商人员具备移动指挥中心的作战能力,提升行商效率。3)机制层面,制定行商数据晒榜机制,通过"比学赶超"内部PK、激发活力、提升行商工作质量。

(2)聚焦人才经营体系建设,提升组织效能

公司聚焦人才经营体系建设,通过动能机制建设、赛马及轮岗计划等项目,强化"一把手"管理,激发各经营单位的活力;统一全员认知,强化责任意识,发挥"老板娘"、"店小二"的主人翁精神,提升门店人员经营技能,助力业绩提升。

同时,公司持续深化"简政放权、激发活力"的改革,在完成集团总部组织优化的基础上,第三季度重点推动战区组织变革,进一步对战区"放宽授权",让最贴近战场的人掌握资源调配权,各战区可基于实际情况在标准组织架构的基础上进行灵活调整,让重点资源倾斜业务一线、整合职能岗位减少"部门墙",全力支撑战略达成。

2、优化市场布局

(1)聚焦优势市场

公司紧密追踪行业和政策变化,设定精细化拓展目标及策略,动态补充新店及持续优化存量门店布局,保持门店规模优势与盈利能力提升的动态平衡。截至2025年9月30日,公司门店连锁网络覆盖全国18个省级市场、150余个地级市及以上城市,拥有门店15,492家,其中直营门店9,741家,加盟门店5,751家。2025年1-9月,新增门店756家,其中直营门店64家,加盟门店692家,调整及关闭门店541家。

公司在广覆盖的基础上重点聚焦11个优势省份。截至2025年9月30日,优势省份及重点城市门店占比90.5%。同时,公司积极拓展人口基数庞大、经营成本低的下沉市场。截至2025年9月30日,公司地级市及以下门店占比为78%;2025年1-9月新增门店中,地级市及以下门店占比为88%。

(2)加盟联盟协同

2025年,药店行业出清进一步加速,公司紧抓市场出清整合的机遇,重点以加盟、联盟模式吸纳存量市场,深度赋能中小连锁和单体药店。

公司加盟以"单体老店整合+项目店升级"为核心抓手,同步推进营运商品协同与新零售突破,实现规模化与效益化协同发展。截至报告期末,加盟门店总数达5,751家,前三季度老店加盟占比74.2%、同比增长38.9个百分点。2025年1-9月,公司加盟业务实现配送销售额17.67亿元。

公司联盟借助老百姓平台优势,充分整合内外部资源,助力联盟企业提升经营质量与效率,业绩稳步提升。截至报告期末,公司联盟门店数达到23,000+家(未计入公司总店数);2025年1-9月,公司联盟业务实现配送销售额3.21亿元,同比增长14.4%。2025年,公司加速参股优势联盟客户,累计参股合作企业176家,涉及门店数10,085家,占整体合作客户规模35.6%,对应零售规模117.45亿元。

3、商采革新提效

(1)商采改革深化

第三季度,公司持续推进商采体系变革,重点围绕深化供应链协同、强化数据驱动决策及提升全域商品运营效率三大方向展开,持续以"少花钱买对药"强化顾客粘性,提升盈利能力。

第一、深化供应链垂直整合,进一步完善集团采购机制,强化战略品种的资源控制,前三季度公司统采占比提升至75.2%,同比上升3.9个百分点。第二、强化BI(商业智能报表)系统在营采商销全链路的支撑,基于数据反馈形成"以用户需求为导向"的敏捷商品运营体系,持续优化品类结构与SKU(商品品规)效率,截至报告期末,公司经营SKU约2.5万种。第三、完善品类经理责任制,构建数据驱动的经营闭环,全面落地"营采商销"一体化考核机制;推动各品类建立动态商品策略,强化场景化品类运营,深化"商品+服务"一站式解决方案,提升用户渗透与消费粘性。

(2)优化库存管控

报告期内,公司持续推进库存与现金流管控项目。第一,数智赋能供应链改革,通过销售预测、订货决策、智能请货等方式,在保供应的基础上实现库存周转优化,优化当期现金流;第二,通过因地制宜调整、优化铺货策略提升动销率,增强顾客购药体验;第三,强化铺货后库存复盘与管理,监测及闭环异常库存风险,完善库存管理机制,降低损耗成本。2025年第三季度,公司存货周转天数90天,同比下降8天。

(3)推进性价比项目

报告期内,公司选代升级"性价比项目(原火炬项目)",营采商销协同发力、多维度推进经营优化,聚力提升毛利率。第一,界定不同商品的分类角色与资源配置标准,结合营销体系落地商品运营策略,以精细化运营促进商品毛利率提升;第二,基于"降低顾客用药成本、增加员工收入、提升公司形象"三个维度,着力提升高性价比商品的销售份额;第三,依托事前+事后"双重价格管控机制",提升商品价格管理效率与精确度,优化成本控制。2025年1-9月,自有品牌自营门店销售占比22.8%,较同期增加约0.9个百分点。

4、数智AI赋能

(1)AI聚焦业务场景

公司深化"打造科技驱动的健康服务平台"战略,建设技术开发、场景应用、人才培养的AI生态,以数智AI赋能多项业务场景、助力企业运营提效。第一,技术方面,公司目研企业级智能体中台"老百姓小丸子AI",具有完备的信息安全管控能力,保障核心数据资产。第二,场景应用方面,推动AI从知识问答到经营决策进阶。知识问答层面,小丸子AI覆盖医保政策、门店运维、人资行政、慢病服务四大核心业务场景,提升内部协同效率,赋能一线员工专业药事服务能力;经营决策层面,试点AI辅助加盟门店日常运营、商品管理等业务,实现决策精准度与运营效率双提升。第三,人才培养方面,围绕实际业务需求,持续开展AI专项培训,组织全员AI赋能培训实战PK赛,以赛代训筛选和培养优秀AI人才,提升组织AI能力。

(2)线上业务稳健增长

公司新零售业务聚焦"品类王+应季爆品"商品策略,依托AI智能算法驱动人机协同,实现智能供应链、高效履约与个性化服务,助力业务稳健增长。2025年1-9月,公司线上渠道销售总额(含加盟)约为22.3亿元,同比增长28%。2025年第三季度,公司O2O与B2C销售额排名分别位于市场第四和第三。截至报告期末,公司O2O外卖服务门店达12,434家,24小时门店达715家。

私域方面,持续提升"老百姓大药房送药到家"小程序商城用户体验,第三季度完成小程序商城首页模块升级和支付链路优化;试点跨境业务,优选品牌商品,推进线上线下融合。截至报告期末,老百姓小程序累计用户突破3,000万+。

5、夯实专业能力

(1)筑牢合规运营根基

报告期内,公司持续健全门店专业服务体系,夯实医保合规运营根基。第一,提升专业药事服务能力,持续优化用药指导与健康管理服务。第二,强化处方管理闭环,建立动态监测与响应机制,开展常态化风险排查与自查自纠,完善合规长效管理机制,保障医保基金安全。第三,溯源码项目持续精进,通过信息系统严控药品"进存销"溯源码采集和校验,公司物流仓及门店全部执行入库、出库、退货等环节全链路采集,做到"应采尽采、依码结算、依码支付"。

截至报告期末,公司共有直营医保资质门店9,038家,直营门店中医保门店占比为92.78%。公司共有统筹资质门店数4,602家(其中直营3,358家、加盟1,244家)。

(2)升级专业药事服务

公司高度重视"专业药事服务"能力建设,持续招募、培养专业药师人才,同时借力数智化技术,构建覆盖疾病预防、监测干预、用药跟进、健康指导的全周期慢病健康管理体系,为患者提供有温度、高品质的健康管理服务。截至报告期末,公司慢病管理服务累计建档2,161万+人,累计服务目测1.3亿+人次,累计回访3,369万+人次(触达成功口径),举行线上线下顾客健康教育3.7万+场次。

报告期内,公司持续高标准建设专业药房,全力满足慢病重症患者最迫切和最专业的药学服务需求。截至报告期末,公司具有"门诊慢特病"定点资格的门店达到1,733家。

(3)完善会员管理

报告期内,公司持续完善会员管理体系,结合区域市场和会员需求,迭代升级会员权益体系,同时加速推进集团标准化与地区个性化作业的结合,提升会员精细化运营能力。截至报告期末,公司会员总数(含加盟)达10,631万人,前三季度活跃会员数2,696万人、会员销售占比73%。

6、深耕大健康服务

(1)拥抱多元化

报告期内,公司围绕顾客的健康需求,持续推进"产品+服务+场景"三维多元化战略,夯实差异化竞争壁垒。1)产品层面:聚焦大健康非药品类核心赛道,持续拓展高适配性商品矩阵,依托全渠道大数据分析精准选品引入网红爆品、品牌商品,自有品牌大力开发"好而不贵"、高性价比的健康类非药产品,让药店的多元化品种成为社区邻居的刚需,提高进店消费频次。2)服务+场景层面:以实体门店为核心载体,构建以专业药事服务为轴心的生态服务链,推动门店从"交易场所"到"健康服务中心"的场景重构,通过服务增值推动用户从"单次购药"到"长期健康管理"的深度绑定。

(2)挖掘商保增量

公司持续关注政策动态、挖掘商保业务增量,通过与商业保险服务机构的技术系统对接互通,与保险公司、TPA(Third-Party-Administrator第三方管理)公司、互联网医院、药企等供需方协同合作,为商业健康险顾客提供个性化的健康管理方案和药品综合保障服务。截至报告期末,公司累计11,000+家门店开通商业保险履约服务。此外,公司借助门店终端网络及会员管理平台,进行基民保、门诊险、意外健康险、过期药置换等商业健康险产品的推广与宣传,引导更多客户参与商业保险计划,获得更多健康保障。

(3)做好温暖服务

公司不断深化"利他"服务理念,把爱心融入健康服务,提供免费茶水、便民卫生间、便民打印、代收快递等便民服务,做社区居民的"健康好邻居";针对银发群体提供帮忙用智能手机打车、帮忙充值话费、协助医院挂号等服务,持续推进门店"适老化"建设工作,为银发经济下的老百姓提供更对的健康生活方式。第三季度,公司重点在全国万家门店推进"爱心驿站"项目,为户外工作者及社区居民提供标准化的6项免费服务,为千万户外劳动者和社区居民筑牢"健康港湾"。

(4)强化品牌建设

2025年,公司持续深化品牌文化建设,对内打造"利他"文化聚人心,对外创新品牌传播提形象。企业文化层面,培养利他文化讲师、开展利他文化培训与故事宣传、评选"利他之星"树榜样,持续强化员工"利他"心智。品牌传播层面,联合多家工业合作伙伴落地IP系列品牌共建活动,构建"官方账号+药师IP+店员KOC"全维度矩阵体系,2025年1-9月全渠道累计曝光60亿,有效提升品牌影响力。报告期内,公司再度上榜"中国服务业企业500强"、荣膺2025西普会"中国药品零售竞争力品牌力冠军"、荣膺"2025中国药店聚心奖"等殊荣。

四、季度财务报表

(一)审计意见类型

□适用√不适用

(二)财务报表

合并资产负债表

2025年9月30日

编制单位:老百姓大药房连锁股份有限公司

单位:元　币种:人民币　审计类型:未经审计

项目	2025年9月30日	2024年12月31日
流动资产:		
货币资金	2,217,203,640	2,379,865,319
结算备付金		
拆出资金		
交易性金融资产		
衍生金融资产		
应收票据	86,050,865	76,074,821
应收账款	2,029,486,302	2,340,489,925
应收款项融资	15,269,288	15,269,288
预付款项	159,757,397	170,391,318
应收保费		
应收分保账款		
应收分保合同准备金		
其他应收款	286,457,083	265,281,348
其中:应收利息		
应收股利		
买入返售金融资产		
存货	3,762,900,861	3,573,538,507
其中:数据资源		
合同资产		
持有待售资产		
一年内到期的非流动资产	51,771,074	37,528,487
其他流动资产	219,576,450	215,072,326
流动资产合计	8,828,472,960	9073511339
非流动资产:		
发放贷款和垫款		
债权投资		
其他债权投资		
长期应收款	61,496,965	79,389,411
长期股权投资	88,853,555	85,352,717
其他权益工具投资	35,526,618	35,877,723
其他非流动金融资产	6,761,001	12,093,150
投资性房地产	313,823,005	316,529,855
固定资产	1,283,955,516	1,365,648,334
在建工程	97,230,363	107,795,924
生产性生物资产		
油气资产		
使用权资产	2,223,008,484	2,502,807,163
无形资产	837,750,931	841,812,406
其中:数据资源		
开发支出		
其中:数据资源		
商誉	5,763,331,828	5,756,158,728
长期待摊费用	665,150,323	734,121,761
递延所得税资产	117,458,909	116,703,610
其他非流动资产	12,640,864	17,051,558
非流动资产合计	11,506,988,362	11,971,342,340
资产总计	20,335,461,322	21,044,853,679
流动负债:		
短期借款	988,506,462	1,656,884,090
向中央银行借款		
拆入资金		
交易性金融负债		
衍生金融负债		
应付票据	3,989,059,419	4,546,258,111
应付账款	2,513,100,224	2,008,964,593
预收款项	16,257,446	18,293,769
合同负债	194,145,915	195,193,795
卖出回购金融资产款		
吸收存款及同业存放		
代理买卖证券款		
代理承销证券款		
应付职工薪酬	350,174,810	430,424,756
应交税费	124,169,207	191,184,507
其他应付款	793,560,961	653,535,414
其中:应付利息		
应付股利	208,088	208,088
应付手续费及佣金		
应付分保账款		
持有待售负债		
一年内到期的非流动负债	1,109,082,297	1,204,356,466
其他流动负债	15,985,857	14,443,599
流动负债合计	10,094,042,598	10,919,539,100
非流动负债:		
保险合同准备金		
长期借款	1,580,336,137	1,397,226,137
应付债券		
其中:优先股		
永续债		
租赁负债	1,406,361,181	1,522,516,044
长期应付款		
长期应付职工薪酬		
预计负债		
递延收益	10,804,290	12,925,575
递延所得税负债	39,069,017	36,696,534
其他非流动负债		
非流动负债合计	3,036,570,625	2,969,364,290
负债合计	13,130,613,223	13,888,903,390
所有者权益(或股东权益):		
实收资本(或股本)	760,095,613	760,231,174
其他权益工具		
其中:优先股		
永续债		
资本公积	1,723,208,616	1,970,466,686
减:库存股	15,350,449	16,935,356
其他综合收益	15,231,092	15,231,092
专项储备		
盈余公积	301,549,640	301,549,640
一般风险准备		
未分配利润	4,018,509,140	3,550,314,034
归属于母公司所有者权益(或股东权益)合计	6,803,243,652	6,580,857,270
少数股东权益	401,604,447	575,093,019
所有者权益(或股东权益)合计	7,204,848,099	7,155,950,289
负债和所有者权益(或股东权益)总计	20,335,461,322	21,044,853,679

公司负责人:谢子龙　主管会计工作负责人:陈立山　会计机构负责人:石磊

合并利润表

2025年1—9月

编制单位:老百姓大药房连锁股份有限公司

单位:元　币种:人民币　审计类型:未经审计

项目	2025年前三季度(1-9月)	2024年前三季度(1-9月)
一、营业总收入	16,070,467,015	16,232,148,089
其中:营业收入	16,070,467,015	16,232,148,089
利息收入		
已赚保费		
手续费及佣金收入		
二、营业总成本	15,346,265,452	15,333,787,742
其中:营业成本	10,842,313,729	10,734,977,690
利息支出		
手续费及佣金支出		
退保金		
赔付支出净额		
提取保险责任准备金净额		
保单红利支出		
分保费用		
税金及附加	55,415,750	57,651,534
销售费用	3,512,519,053	3,577,910,985
管理费用	773,164,391	825,589,932
研发费用	63,671,598	638,932
财务费用	99,180,931	137,018,669
其中:利息费用		
利息收入		
加:其他收益	55,214,767	48,759,761
投资收益(损失以"-"号填列)	4,191,434	5,078,322
其中:对联营企业和合营企业的投资收益		
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益		
汇兑收益(损失以"-"号填列)		
净敞口套期收益(损失以"-"号填列)		
公允价值变动收益(损失以"-"号填列)	1,500,000	
信用减值损失(损失以"-"号填列)	771,139	-43,254
资产减值损失(损失以"-"号填列)	-3,355,643	-2,659,467
资产处置收益(损失以"-"号填列)	524,462	1,196,214
三、营业利润(亏损以"-"号填列)	783,047,722	950,691,923
加:营业外收入	27,370,962	13,007,539
减:营业外支出	17,143,629	18,544,151
四、利润总额(亏损总额以"-"号填列)	793,275,055	945,155,311
减:所得税费用	156,905,898	201,428,964
五、净利润(净亏损以"-"号填列)	636,369,157	743,726,347
(一)按经营持续性分类		
1.持续经营净利润(净亏损以"-"号填列)	636,369,157	743,726,347
2.终止经营净利润(净亏损以"-"号填列)		
(二)按所有权归属分类		
1.归属于母公司股东的净利润(净亏损以"-"号填列)	528,647,245	630,147,823
2.少数股东损益(净亏损以"-"号填列)	107,721,912	113,578,524
六、其他综合收益的税后净额	22,791	
(一)归属于公司所有者的其他综合收益的税后净额	22,791	
1.不能重分类进损益的其他综合收益	22,791	
(1)重新计量设定受益计划变动额		
(2)权益法下不能转损益的其他综合收益		
(3)其他权益工具投资公允价值变动	22,791	
(4)企业自身信用风险公允价值变动		
2.将重分类进损益的其他综合收益		
(1)权益法下可转损益的其他综合收益		
(2)其他债权投资公允价值变动		
(3)金融资产重分类计入其他综合收益的金额		
(4)其他债权投资信用减值准备		
(5)现金流量套期储备		
(6)外币财务报表折算差额		
(7)其他		
(二)归属于少数股东的其他综合收益的税后净额		
七、综合收益总额	636,391,948	743,726,347
(一)归属于母公司所有者的综合收益总额	528,670,036	630,147,823
(二)归属于少数股东的综合收益总额	107,721,912	113,578,524
八、每股收益:		
(一)基本每股收益(元/股)	0.70	0.83
(二)稀释每股收益(元/股)	0.70	0.83

本期发生同一控制下企业合并的,被合并方在合并前实现的净利润为:0元,上期被合并方实现的净利润为:0元。

公司负责人:谢子龙　主管会计工作负责人:陈立山　会计机构负责人:石磊

合并现金流量表

2025年1—9月

编制单位:老百姓大药房连锁股份有限公司

单位:元　币种:人民币　审计类型:未经审计

项目	2025年前三季度(1-9月)	2024年前三季度(1-9月)
一、经营活动产生的现金流量:		
销售商品、提供劳务收到的现金	18,820,107,374	18,599,452,504
客户存款和同业存放款项净增加额		
向中央银行借款净增加额		
向其他金融机构拆入资金净增加额		
收到原保险合同保费取得的现金		
收到再保业务现金净额		
保户储金及投资款净增加额		
收取利息、手续费及佣金的现金		
拆入资金净增加额		
回购业务资金净增加额		
代理