

证券代码：603883

证券简称：老百姓

老百姓大药房连锁股份有限公司

机构投资者交流活动会议纪要（2024.7）

一、会议情况

（一）会议时间：2024年7月份

（二）会议形式：现场/线上会议

（三）会议地点：公司会议室/券商策略会/线上会议等

（四）参会人员：

1. 公司参会人员：

董事会秘书 冯诗倪

证券事务代表 刘遐迹

2. 机构参会人员：

中信证券、中欧基金、淡水泉、中银国际、汇丰晋信、惠升基金、国华兴益、德邦证券、勤远私募、途灵资管、君和立成、东吴基金、农银汇理、鑫元基金、光大保德信基金、泓德基金、兴业基金、汇添富基金、博道基金、长江证券、上银基金、弘尚资管、光大证券、东吴证券、广发证券、易方达基金、嘉实基金、平安养老、天弘基金、华福证券、招商证券、东海证券、瑞银、凯岩投资、长江证券、奶酪基金、富国基金、高盛、凯石资本、汇丰前海证券、景泰利丰、Mondrian、东北证券、银河证券、民生证券、大和证券、国盛证券、Matthews Asia、华夏久盈等 49 位机构投资者（排名不分先后）。

二、主要内容

投资者提问

问题 1：公司目前加盟业务发展如何？有什么特点？

回答：加盟业务是公司长期发展的“第二曲线”，以“共赢、利他”为宗旨，对加盟商进行全流程创业帮扶，希望通过全面赋能切实帮助加盟商提升门店运营

效益。每年公司在固定节点都会推出“加盟招商节”，推出优惠加盟政策，降低加盟门槛。

截至目前，老百姓大药房加盟门店总量已突破 5,000 家。2019 年至 2023 年，公司加盟年配送收入从近 6 亿元增长至到 22 亿元，复合年均增长率约为 38.38%。公司门店数量加速储备，配送收入显著增长，公司加盟规模优势进一步夯实。

公司加盟业务坚持“总部管理专家”和“药店经营管家”的角色定位，通过实行“七统一”（统一品牌标识、统一管理制度、统一信息系统、统一人员培训、统一采购配送、统一财务管理、统一药学服务标准），高标准管理和推出小店发展模型，商品 100% 配送，保障加盟店的质量、效率和产出。同时，公司运用强大的品牌影响力、专业的运营管理能力、先进数字化和新零售实力全面赋能加盟店。

问题 2：行业政策对公司有什么影响？

回答：在监管趋严、价格透明度提高的趋势下，合规运营、精细管理、选品和服务能力更强的大型连锁药店将进一步凸显优势，市场集中度有望加速提升。第一，近年来国家各级监管逐步升级，药品零售行业的合规性持续提高，公司长期主动研究和配合监管政策，已制定了严格的合规管控体系，并通过系统化、信息化加强全流程管控。第二，医保价格监管趋严，市场价格透明度提高，小型连锁药店及单体药店面临较大的经营压力。而龙头医药连锁药店拥有较强的议价能力、丰富的产品矩阵、数字化赋能的合规管理等经营优势，能在“市场整合期”中进一步提高市场占有率。第三，连锁药房企业的核心竞争力是规模效应和精细化管理带来的成本优势，公司通过合理定价和专业药事服务获得消费者的青睐。第四，公司深耕医药零售行业，具有广泛的医药工业合作伙伴和商品管控能力，通过线上线下的差异化全渠道销售满足消费者的多元化需求。第五，医保门诊统筹政策推进，合规性更强的大型连锁药店比中小药店获得了更多的门诊统筹资质，客流进一步向大型连锁药店集中。第六，产品和服务的多元化是公司未来发展方向。

问题 3：公司目前下沉市场进展如何？

回答：公司目前聚焦拓展 11 个优势省份，重点加深加密优势市场的门店网络，并积极开拓下沉市场。公司认为，持续布局下沉市场、发力加盟联盟业务，

一方面是公司战略发展第二曲线、提高市场份额的必要性，另一方面也是身为医药零售企业的社会责任，推动下沉医疗健康服务更优质可及，同时助力返乡创业，为乡村振兴贡献新力量。

截至 2024 年一季度末，老百姓地级市及以下门店的占比为 76%；2023 年新增门店中，地级市及以下门店占比为 78%。

问题 4：目前老龄化社会趋势明显、慢病患者需求与日俱增，老百姓在慢性病管理和健康咨询方面有什么创新举措吗？

回答：公司于 2018 年成立“慢病与健康管理中心”，建立覆盖广泛的慢病管理体系，为会员提供“一对一”、“精准化”的健康管理服务，帮助慢病会员管理慢性疾病。公司借数字化赋能慢病管理，通过智能系统与数据平台，在保护个人隐私信息前提下精准建档、跟踪病程，执行标准化流程协助顾客健康检测及合理用药。同时，公司持续深化“拓展老年人健康社交空间”的发展战略，合理布局社区店，铺设门店免费慢病自测设备，提供用药咨询、健康咨询等专业服务；依托亲情服务提升用户黏性，构建长久互动的健康管理关系，打造顾客身边的专业健康管理顾问。

截至 2024 年一季度末，公司慢病管理服务累计建档 1,400 万+人，累计服务自测 7,000 万+人次，累计回访 2,400 万+人次，举行线上线下患教 2.4 万+场次。

问题 5：公司目前品牌建设情况如何？

回答：公司输出贴近用户需求的品牌内容，积极开展品牌活动，内外兼修开辟品牌发展新路径。内容运营方面，通过整合社交媒体平台和内容分发渠道，构建新媒体传播矩阵。一季度累计创作健康科普及品牌传播内容 60+条，品牌短视频 30+条，IP 形象曝光突破 300 万。输出《治愈共同体宣传片》等 10 万+优质视频，充分传递老百姓“专业、温暖”的品牌价值和“少花钱、买对药”的品牌理念。

品牌活动方面，公司以用户为中心，通过创意洞察、精准营销等手段提升品牌“心占率”。一季度推出了“亲情味，健康年”、“无痛中国，美好发生”等 5 场品牌共建活动。通过品牌深度共创，实现品牌力提升。

老百姓大药房连锁股份有限公司董事会

2024 年 8 月 9 日