

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

2022年第三季度报告解读会纪要

一、会议情况

(一) 会议时间：2022年10月28日 20:00-21:00

(四) 会议形式：电话会议

(五) 参会人员：

1. 公司参会人员：

董事长 谢子龙

总裁 王黎

财务总监 文杰锋

董事会秘书 冯诗倪

2. 机构参会人员：

中信证券、东北证券、国盛证券、华创证券、华西证券、国泰基金、嘉实基金、华夏基金、中信建投基金、摩根士丹利华鑫基金、高毅资产、野村资管、润晖投资、天时资本、银杏环球资本、深圳度量资本、上银基金、新活力资本、兴银理财、中银证券资管、大家保险、国泰君安证券、工银安盛保险、圆心科技、弘毅远方基金、格林基金、国君资管、长金投资、东吴证券、汐泰投资、上汽顾臻资管、北京远惟投资、益民基金、深圳尚诚资产、上海伯兄投资、兴业证券、毕盛投资、丰琰投资、中信建投证券、国任财产保险、长青基业、汇丰晋信基金、九典制药、西藏源乘投资、深圳前海精至资管、上海磐厚投资、远策投资、艾华控股、上海君和立成投资、博时基金、华泰证券、太平洋证券、长江证券、方正证券、汇天泽投资、韶夏资本、开源证券、金信基金、深圳市日斗投资、方源资本、先锋基金、中宏卓俊投资、北京诚盛投资、上海禧弘资管、中信资本、深圳市易联技术有限公司、中邮证券、上海元葵资管、上海涌津投资、东证资管、富达投资、上海安铁同信、前海联合基金、MorganStanley、UBS、AIHC、3W Fund、PinPoint、Aberdeen、Tairen Capital、Genesis Investment Management、Green Court 的

101 位投资者。

二、主要内容

（一）董事长谢子龙介绍公司发展战略

2022 年三季度，尽管受到疫情与经济景气度双重影响，但我们欣喜地看到，公司经营基本面持续改善，主要业绩指标快速提升。第三季度，公司营业收入、归母净利润分别同比增长 25.28%、20.79%，扣非归母净利润更是增长 29.34%，创近五年新高。一方面，人口老龄化、处方外流大逻辑下的医药零售行业持续扩容，具有巨大的发展潜力。另一方面，公司系统性的高效组织变革、精细化革新和前瞻性的数字化转型释放成效，全体老百姓人上下同心筑牢发展基础。

三季度，公司重点聚焦以下工作，并取得了良好进展：

第一、共创医药零售行业“大生态”。不拒众流，方为江海。医药零售行业路漫而阻，道宽且长，需要大家共建行业生态重构增长。三季度末，公司加盟门店达 2,965 家，占公司总门店数 29%；联盟业务覆盖 20 个省、直辖市，合作企业年销售规模近 80 亿元，门店数 4,000 多家。我们用实践证明，老百姓大药房的加盟、联盟模式能为更多的同行带来品牌、管理、供应链、数字化和新零售等全方位赋能。我们也欢迎更多的同行进入老百姓生态，共享发展红利。

第二、数字化、信息化建设持续快速推进。经过数年的信息化建设和数字化转型，公司持续打造科技驱动的健康服务平台，逐步形成独特的数字化竞争优势。前三季度，公司数字化在赋能商品采购、供应链体系、门店请货等具体业务场景取得阶段性成果，并持续开展数据治理，提升门店、商品、人事等基础数据的质量，夯实深度数字化转型的数据基石。同时，公司中台系统建设进入新阶段，已全面支持老百姓集团化管控、全渠道运营、前后台一体化、多业态聚合及规模化发展，未来将进一步支撑公司进入全面数智化时代。

第三、加速怀仁药房整合。首先，集团营运营营销体系全面赋能，怀仁药房门店运营基本面提升。门店整体形象提升、服务质量优化改善、顾客满意度提高。其次，发挥怀仁药房会员管理优势，聚焦会员核心指标提升。运用新媒体、直播、私域、线上线下多渠道精准会员营销，会员销售占比快速提高。经营质量的持续提升带来怀仁药房业绩指标向好。第三季度，怀仁药房净利润率超 8%，盈利能力

持续稳健提升。

昨天，老百姓大药房迎来了 21 周年的生日。21 年间，老百姓从诞生到萌芽，从茁壮到繁盛。老百姓人始终秉承锐意进取的心态——求新、求变，以新思想、新路径战胜新挑战，攀登新高峰。公司高管团中，70 后 3 位、80 后 4 位，90 后 1 位，75%为硕士学历。这样一支年轻化、专业化的团队，在过去几年间推动公司数字化转型、精细化革新、加盟业务提速……，给公司经营质量带来了巨大提升。因为他们，我对公司的未来充满期待！

（二）总裁王黎介绍报告期内公司经营情况

1、“四驾马车”深耕下沉市场

公司直营、星火、加盟、联盟“四驾马车”立体深耕，聚焦发展 9+7 省域市场的同时，重点加大加快低线城市及县域乡镇市场的拓展。截至 9 月 30 日，公司连锁布局网络已覆盖全国 20 个省级市场拥有门店 10,327 家，1-9 月共新增门店 2,214 家。加盟方面，三季度公司“716 直播招商”活动现场签约超 600 家，彰显出加盟领域的号召力。截至报告期末，公司加盟门店数达到 2,965 家，覆盖省市 19 个，1-9 月加盟业务配送收入 12 亿元，同比增长 29%。

2、会员管理体系实现精准营销与服务，慢病管理带来暖心服务

截止 2022 年 9 月 30 日，公司会员总数已达到 6,868 万，三季度新增会员 257 万，活跃会员 1,044 万。三季度重点升级新注册策略、会员权益及会员精准营销。集团统一会员策略，自上而下落地门店，对门店实现精准引流，提升客户转化和客户体验，三季度会员销售占比较去年同期增长 6.13 个百分点。

公司已在全国 6,500+家门店铺设了血糖、血压、心率、尿酸、血脂等慢病自测蓝牙智能设备；公司慢病管理服务累计建档 800+万人、累计服务自测 3,000+万人次、累计回访 2,000+万人次，举行线上线下患教 2 万+场次，进一步提升了药店作为国家分级诊疗中基层医疗的重要职能。报告期内，公司优化慢病关爱日项目，加强门店慢病知识科普及自测服务，并提供相关商品优惠；通过“慢病知识大奖赛”提升员工慢病服务专业性，为顾客带来温暖服务，持续提高顾客粘性。

3、商品与库存管理持续精进，自有品牌保持高速发展

公司运用数字化工具重点对商品的引进、价格、目录、库存进行管理优化提升，集中品规、加强统采提毛利。截止报告期末，公司经营商品品规 2.7 万余种，同比下降 5.9%；三季度统采销售占比 66%，较去年同期上升 3 个百分点；2022 年 9 月存货周转天数 90 天，保持行业领先。

在“精细化运作，全方位服务”的战略方针下，三季度自有品牌重点发力 OTC 维矿类、养生中药及个护用品类商品。第三季度公司自有品牌销售额达到 5.84 亿元，同比增长 24.3%，毛利额同比增长 27%，自有品牌品类达到 600 多个。三季度公司自有品牌销售占比超过 19.8%，较去年同期增加 3 个百分点。

4、数字化转型成果显现，数据驱动新零售快速发展

数字业务化、业务数字化，三季度公司数字化转型取得阶段性成果。门店智能请货成果显著，三季度末门店库存金额较二季度末减少约 1 亿元，有效提升门店货品周转效率；开发采购数字化供应商看板，在线赋能采购业务，人力提效 6.5%；数据集群与平台完成改造升级，数据仓库在多个数据域持续进行高标准建设；数据治理覆盖面进一步扩大，提升业务运营的数据质量，规范会员数据管理避免数据安全隐患。

依托强大的数据驱动能力，公司新零售板块全渠道业务竞争力全面提升，业绩高速增长。公域方面，公司第三季度在美团和饿了么的全国排名分别为第二和第四，进入第一梯队。私域方面，继续围绕小程序“一键搜购”深耕细做，三季度销售环比增长 93%。同时，公司积极寻求跨界合作，与微信支付、支付宝小程序、字节跳动健康等进行业务探讨，增加多渠道运营。2022 年前三季度，公司线上渠道实现销售额超 9 亿元，同比增长 81%。截至报告期末，公司 O2O 外卖服务门店达到 7,737 家，24 小时门店达到 500 家。

（三）投资者提问环节

问题 1：收购后，公司对怀仁药房的整合情况如何？

回答：怀仁药房整合进程继续快速推进，经营质量持续提升。第一，业绩指标向好，盈利能力持续稳健提升。怀仁药房第三季度净利润率同比明显提升，第三季度净利润率超 8%。第二，集团营运营销体系全面赋能，怀仁药房门店运营基本面提升。门店整体形象提升、服务质量优化改善、顾客满意度提高。第三，发挥怀仁药房会员管理优势，聚焦会员核心指标提升。运用新媒体、直播、私域、

线上线下多渠道精准会员营销，9月会员销售占比88.36%，较4月提升2.22个百分点。第四，核心团队保持稳定，公司管理层（部长级）无离职。第五，企业文化全面推广，“老百姓”品牌正式在新店及改造店使用。怀仁药房整合符合预期，预计能够完成全年需补偿业绩承诺。

问题 2：公司后续大型收并购的规划和策略是怎样的？

回答：公司深度整合怀仁药房需要时间，现阶段公司会谨慎进行大型并购，而是以小型并购为主。相较于重资产方式的并购，公司未来更倾向于轻资产的加盟、联盟模式。当前疫情、政策等环境下，中小连锁、单体药房面临较大影响，而老百姓开发、经营多年的数字化体系、供应链体系等能为他们带来强大的赋能，通过加盟、联盟的方式构建医药零售行业的“大生态”，不仅能加速公司的拓展，更能整合行业资源，使众多同行提升经营管理质量，带来业绩增长。目前，公司制定了“9+7”的拓展战略，聚焦下沉市场。其中，9个优势省份通过自建、并购、加盟、联盟密集布点，7个省份以轻资产扩张的加盟、联盟为主，利用现有门店网络通过线上O2O等方式提升市占率。

问题 3：疫情对公司三季度经营的影响如何？

回答：三季度疫情影响销售增速2个点，主要原因系疫情严重的城市和地区实施3-7天的静默管理导致闭店。目前来看，疫情对医药零售企业的业绩影响是局部的、短期的。公司以“全国一盘棋”的思维积极应对。第一，做好品类策略管理。疫情影响下，消费者认知发生变化，更注重养生、提高免疫力、防护等方面。公司在大数据支撑下相应拓宽商品品类，调整商品结构，关注预防、康复等品类。第二，加大线上线下融合，大力发展新零售业务，尤其是客户粘性高的私域业务，打造“产品+服务+客群”闭环生态。第三，通过团购、商保的等对冲业务消减疫情对经营影响。

问题 4：数字化升级具体如何赋能门店运营？具体效果如何？

回答：公司运用数字化方式赋能经营与管理，从多个维度提升供应链效率、营运效率、管理效率。三季度，数字化转型成效逐步展露，并取得以下阶段性成

果：第一，门店智能请货成果显著，三季度末门店库存金额较二季度末减少约 1 亿元，有效提升门店货品周转效率；第二，开发采购数字化供应商看板，在线赋能采购业务，人力提效 6.5%；第三，数据集群与平台完成改造升级，数据仓库在多个数据域持续进行高标准建设；第四，数据治理覆盖面进一步扩大，提升业务运营的数据质量，规范会员数据管理避免数据安全隐患。第五，巡店助手线上工具全面推广，巡店效率提高了 50%；第六、效期出清助力效期商品消化，2022Q3 出清率同比提升 3.2%，环比提升 1.8%。第七、薪酬计算器于第三季度在全国陆续上线，员工日均使用次数超过 5 次。薪酬计算器将集团所有经营策略精确到每一分钟、直驱一线，让员工能够即时分享、即时兑现，从而驱动一线高效执行集团经营策略和运营策略。

**问题 5：新零售业务发展较快，O2O 业务对线下业务起到怎样的补充作用？
公司如何做好线上增量客户的留存？**

回答：公司线上、线下业务呈现出相互补充、相互促进的关系。尤其在疫情之下，线上方式有效对冲了影响。首先是作为线下购买渠道的补充，老百姓小程序的多元化品种，满足了顾客非到店场景下购买药品、生活用户的需求，解决顾客疫情期间管控不便出外出的健康采买问题。上海 3 月疫情期间，政府仅开放线上渠道，O2O 业务成为居民解决出门难、购药难的有效途径。其次是作为线下履约满足的补充，老百姓小程序可以智能根据顾客下单品种的全国门店、仓库实时库存情况，匹配不同发货仓及发货方式。解决了门店缺货无法履约的问题，在疫情期间，也能及时帮助顾客买到药、收到药，守护顾客的用药健康。

对于线上增量用户，一方面，公司结合不同地区疫情封控情况，利用微信购药、线上开方、微信健康咨询等线上线下服务，通过社群、企微添加门店周边顾客，打通门店与周边社区居民的空中双向沟通通道。另一方面，公司从三方面做好服务，提升用户粘性和留存度。

1、会员精细化运营，分析会员的类别，进行会员标签化，不同标签用户精准触达，实现精准营销避免流失；

2、日常化需求满足，不断通过企微与社群解决顾客的需求，培养顾客与门店的信任关系；

3、互动活动运营，通过社群开展各种营销活动、互动活动，直播等，通过内容与活动提高客户粘性。

问题 6：公司对未来线上、线下生态的展望是怎样的？

回答：随着医药零售市场规模的增加，行业与监管层的沟通交流越来越多，行业朝着规范化发展。今年《药品网络销售监督管理办法》落地，有利于线上及线下企业一致监管、促进行业公平。目前我们观察到线上、线下的医药零售企业加速进行线上线下的打通融合。老百姓深耕行业 21 年，在线上线下融合方面具有核心竞争力，相信未来能构建好线上线下生态。

问题 7：公司对自有品牌发展的规划是怎样的？

回答：目前公司自有品牌营收占比约为 20%。公司已经开始进行自有品牌品类迭代与优化，并不盲目追求自有品牌的占比提升，更注重顾客粘性与自有品牌的美誉度。公司实行头部做强的聚焦策略，希望在自有品牌高质量发展的同时提升占比。

（四）董事长谢子龙总结致辞

感谢各位投资者与券商伙伴对本次交流活动的大力支持！据中康数据，今年上半年中国零售药店总销售额为 2,480 亿元，同比增长 3.4%，增速快于医药制造业的 0.9%。经济大环境扰动之下，医药零售行业呈现出高韧性。政策层面，“带量采购”、“双通道”、“门诊统筹药店”等红利持续释放，同时互联网售药规范性文件相继出台，促进行业良性竞争。机遇与挑战之下，老百姓大药房将坚持长期主义，打造“科技驱动的健康服务平台”，对于未来我们充满信心。

老百姓大药房连锁股份有限公司董事会

2022 年 10 月 31 日