公司代码：600998 公司简称：九州通

# 九州通医药集团股份有限公司 2025年年度报告摘要

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https://www.sse.com.cn/网站仔细阅读年度报告全文。

2、本公司董事会及董事、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预案为：以权益分派股权登记日的总股本扣除回购专户股份为基数，向全体普通股股东每10股派发现金红利2.00元(含税)，不送红股，不以资本公积金转增股本。如以截至2026年3月31日的总股本5,042,470,234股，扣除回购专户56,036,500股，即以4,986,433,734股为基数(最终以权益分派股权登记日可参与分配的股本数量为准)，拟向全体普通股股东共计分配现金红利997,286,746.80元(含税)，占本年度合并报表归属于上市公司股东净利润的比例为44.23%。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比例不变，相应调整利润分配总额。

此预案尚需提请公司2025年年度股东会审议。

截至报告期末，母公司存在未弥补亏损的相关情况及其对公司分红等事项的影响

□适用 √不适用

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 | 刘宏峰 | 倪俊 |
| 联系地址 | 湖北省武汉市汉阳区龙灵西街5号 | 湖北省武汉市汉阳区龙灵西街5号 |
| 电话 | 027-84683017 | 027-84683017 |
| 传真 | 027-84451256 | 027-84451256 |
| 电子信箱 | jztdmc@jztey.com | jztdmc@jztey.com |

2、主要会计数据和财务指标

(1)主要会计数据

单位:元 币种:人民币

| 主要会计数据 | 2025年 | 2024年 | 本期比上年同期增减(%) | 2023年 |
|---|---|---|---|---|
| 营业收入 | 161,389,993,006.56 | 151,809,798,857.35 | 6.31 | 150,139,846,735.79 |
| 利润总额 | 3,289,816,562.02 | 3,637,468,778.16 | -9.56 | 2,990,863,299.92 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 2,254,863,863.25 | 2,507,391,943.72 | -10.07 | 2,174,042,838.43 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 1,747,855,857.88 | 1,813,711,955.61 | -3.63 | 1,960,137,311.82 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 3,440,654,842.71 | 3,082,502,072.58 | 11.62 | 4,747,695,757.88 |
| | 2025年末 | 2024年末 | 本期末比上年同期末增减(%) | 2023年末 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 28,554,850,093.37 | 27,243,192,189.04 | 4.81 | 23,983,172,247.30 |
| 总资产 | 116,407,433,518.87 | 102,395,867,613.50 | 13.68 | 92,789,102,474.22 |

(2)主要财务指标

| 主要财务指标 | 2025年 | 2024年 | 本期比上年同期增减(%) | 2023年 |
|---|---|---|---|---|
| 基本每股收益(元/股) | 0.44 | 0.50 | -12.00 | 0.43 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.44 | 0.50 | -12.00 | 0.43 |
| 扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股) | 0.34 | 0.36 | -5.56 | 0.38 |
| 加权平均净资产收益率(%) | 8.29 | 9.98 | 减少1.69个百分点 | 9.04 |
| 扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%) | 6.35 | 7.18 | 减少0.83个百分点 | 8.11 |

报告期末公司前三年主要会计数据和财务指标的说明

√适用 □不适用

1、报告期内，公司营业收入较上年同期增长6.31%，呈现良好发展态势，主要是公司在医药分销业务继续保持稳定增长的基础上，“三新两化”战略取得显著成效。从业务线上，药品总代品牌推广(CSO)、B2C电商总代总销、数字物流等新兴业务板块收入同比分别增长13.44%、15.10%、21.25%；从产品线上，中药、医疗器械、医美等战略业务板块收入同比分别增长25.43%、15.91%、44.52%，以上业务的快速发展及规模扩大进一步提升公司整体业绩增长。

2、报告期内，归属于上市公司股东的净利润(以下简称“归母净利润”)、归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(以下简称“扣非归母净利润”)较上年同期减少，主要原因包括：

(1)REITs相关非经常性收益同比减少影响归母净利润：2024年公司完成Pre-REITs发行，增加归母净利润5.76亿元；2025年公司完成公募REITs发行，增加归母净利润4.38亿元；因此公司本报告期相关非经常性收益较上年同期减少23.96%；

(2)信用减值计提增加等特殊因素造成扣非归母净利润波动：本报告期，受防疫物资应收账款及医院客户账期延长等因素影响，本报告期信用减值准备计提较上年同期增加172.03%，对扣非归母净利润造成一定影响；

(3)剔除特殊影响后扣非归母净利润同比增长9.13%，主营业务盈利能力稳健；如剔除前述信用减值准备计提增加等因素的影响，公司本报告期实现归母净利润24.86亿元，同比减少0.84%；扣非归母净利润19.79亿元，同比增长9.13%。

3、报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额转正为34.41亿元，且较上年同期增加3.58亿元，主要原因是本报告期公司进一步加大应收账款的清收力度，经营性现金流入大幅增加所致。

4、报告期内，公司处于2023-2025三年战略规划的冲刺期，战略投入力度进一步加大。在数智化转型方面，公司全年研发投入3.45亿元，数字化及AI智能化项目达90个，自主开发了销售、采购、物流、诊所、运营、数据等九大智能体，广泛应用于新零售、新医疗、药九九、数字物流等多类业务及运营场景。

5、报告期内，公司继续加大“三花”(即花时间、花精力、花成本)人才引进战略实施等方面的投入，投入金额1.32亿元，较上年同期增长51.45%。全年公司引进新产品、新零售、新医疗、信息技术研发等战略转型高端“三花”人才135人，引进星九管培生187人、星辰校招生392人，为公司战略落地实施提供了人才支撑。

3、报告期内公司从事的业务情况

(一)公司主营业务及经营模式转型升级

九州通是行业领先的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，六大主营业务包括数字化医药分销与供应链业务、总代品牌推广业务(CSO)、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、数字物流与供应链解决方案。

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，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仓配一体化”、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

(二)公司行业地位、发展趋势、公司治理、ESG建设等经营概况

九州通专注医药大健康行业40余年，位列中国民营医药商业企业第一位，2025年《财富》“中国企业500强”第165位。同时，公司也是行业内首家评5A级物流企业、唯一获评全国十大“国家智能化仓储物流示范基地”的企业、医药流通行业唯一一家主体信用等级为AAA的民营企业。

2025年2月17日，九州通参加中共中央在北京召开的民营企业座谈会；7月15日，公司董事长刘长云作为民营企业家代表亮相国务院新闻办公室举办的“新征程上的奋斗者”中外记者见面会；从而向全国以及全世界展现了九州通作为中国民营企业代表的发展成果及责任担当，进一步提升了公司的品牌影响力和社会认可度。

经营业绩方面，公司销售收入由2010年上市当年的211.85亿元增长至2025年的1,613.90亿元，年均复合增长率达到14.50%；归母净利润由2010年上市当年的3.60亿元增长至2025年的22.55亿元，年均复合增长率达到13.01%。公司在国内医药批发市场的占有率从2021年的6.49%提升至2024年的7.16%。

公司治理方面，公司已连续6年获得上海证券交易所年度信息披露评价“A”等级(最高级)，在信息披露和规范运作方面得到肯定。此外，公司积极实施现金分红回报投资者，自上市以来公司累计向股东现金分红及回购股票金额达78.58亿元(含2025年度)，是公司再融资余额的1.43倍(剔除控股股东定增认购额)；最近三年，公司累计分红(含回购)占最近三年平均净利润的140.13%。报告期内，公司先后荣获中国上市公司协会2024年度“上市公司投资者关系管理最佳实践奖”、证券时报“中国上市公司投资者关系管理天马奖”、中国证券报金牛奖“2024年度金牛上市公司分红回报奖”和“2024年度金牛最具价值投资奖”等荣誉。

ESG建设方面，公司持续加大在ESG方面投入，主动参与节能减排及绿色发展、乡村振兴、教育助学、扶贫济困及应急救灾等公益事业，2025年公司捐赠善款和物资合计6,721.24万元；此外，公司积极响应国家“双碳”战略，通过建设光伏电站降低用能成本，提升能源效率。基于在ESG领域的突出表现，公司在主流ESG评级中均获得肯定，万得予以“AA”级，中诚信绿金予以“A+”级，华证、中证与商道融绿均予以“A”级，并荣膺金羚奖“2025年度ESG典范企业”。2026年2月，公司荣获中国红十字会总会“中国红十字博爱奖章”、湖北省人民政府授予的第二届湖北慈善奖“爱心捐赠企业”称号；公司还收到来自湖北省慈善总会的感谢信，对公司长期以来践行企业社会责任、呵护民众健康表示高度认可与诚挚感谢。

信用等级方面，报告期内，公司主体信用等级跃升至AAA(国内最高信用等级)，体现了资本市场对九州通综合实力的高度认可。2025年8月25日，经国内权威信用评级机构中诚信国际信用评级有限责任公司评定，九州通主体信用等级为AAA，评级展望为“稳定”，公司也成为医药流通领域唯一的一家AAA信用等级的民营企业。此次主体信用评级调升将会进一步降低公司融资成本，增强公司相关债券流动性，提升债券投资人信心与参与度。近期，公司成功发行两期科技创新债券、一期超短期融资券(支持养老产业)，发行利率分别为1.7%、1.8%和1.53%，创民营企业债券发行利率新低。

(三)公司2025年度业绩亮点及分析

2025年，在宏观经济环境变化及政策调整等外部挑战中，公司坚持战略引领，聚焦主业发展，进一步扩大核心医药分销市场份额，同时通过“三新两化”战略加速转型升级，实现营业收入稳步增长，高于行业平均增速；经营活动产生的现金流量净额转正并实现较大增长。

报告期内，公司实现营业收入1,613.90亿元，同比增长6.31%；归母净利润、扣非归母净利润分别为22.55亿元、17.48亿元，同比略有下降，主要原因是受防疫物资应收账款及医院客户账期延长等因素影响，本报告期信用减值准备计提等增加所致；如剔除前述减值准备计提增加因素的影响，公司2025年归母净利润24.86亿元，同比减少0.84%；扣非归母净利润19.79亿元，同比增长9.13%。全年公司经营活动产生的现金流量净额为34.41亿元，且较上年同期增加3.58亿元，经营性现金流持续向好。

报告期内，公司核心医药分销业务保持稳定增长，销售收入同比增长6.80%，市场份额进一步提升。“三新两化”战略实施成效显著，加速促进公司转型升级及盈利能力提升，总代品牌推广业务(CSO)全年实现销售收入197.77亿元，其中药品总代品牌推广业务收入122.17亿元，同比增长13.44%；医药工业自产及OEM业务形成具有市场竞争力的西药、中药及器械产品集群，实现销售收入33.33亿元；好药师“万店加盟”门店数超34,500家，万店网络持续扩容；B2C电商总代总销业务全年销售规模11.28亿元，同比增长15.10%，抖音、快手等兴趣电商继续领跑行业；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216.13亿元，实现22.22%的快速增长；新医疗业务已发展“九医诊所”会员店达3,338家，会员店规模快速扩张；数字物流与供应链解决方案业务实现营业收入12.90亿元，同比增长21.25%，三方物流业务快速增长。此外，医美业务实现收入12.30亿元(含税)，同比增长44.52%，覆盖专科医美机构1.2万余家，重整并购上市公司奥园美谷科技股份有限公司(已更名为“九州美谷科技股份有限公司”)，进一步拓展医美业务版图。

报告期内，公司从数字化逐步升级为数智化，加速AI人工智能场景应用，大力提升运营效率与服务水平；不动产证券化(REITs)战略成功实施，公募REITs发行上市获1,192倍有效认购，与Pre-REITs项目合计募集资金28.03亿元，为公司业务发展提供有力资金支持。

(四)公司2025年“三新两化”战略实施成果及相关业务经营情况

2025年是公司三年战略的收官之年，公司新产品、新零售、新医疗、数字化和不动产证券化(“三新两化”)战略深入实施，全面落地见效：医疗器械、中药、医美、三方物流业务以及医疗机构渠道业务等实现稳步拓展、协同提升。主要成果及亮点如下：

1、新产品战略实施的成果及亮点

新产品战略作为“三新两化”战略之首，对公司提升盈利能力、增强核心竞争力起到重要作用，是公司利润增长的第二曲线。公司充分发挥集团化运营优势，统筹整合内部资源、业务体系，已构建以CSO为核心、多主体协同联动的新产品业务组织矩阵，包括全擎健康、京丰制药、九信中药、器械集团、新产品事业部、产品战略发展部、中央市场部、研发管理部等。公司正通过独家代理、股权合作、买断权利、自主研发等路径，获取兼具临床价值和市场空间，并且适合于市场需求的新产品，打造以“产品所有权”和“销售主导权”为核心的新产品开发平台，实现“投研产销”一体化发展模式。

公司先后成立新产品战略相关产业基金“武汉市九盈创业投资基金合伙企业(有限合伙)”及投资“北京智汇九州创业投资合伙企业(有限合伙)”，基金规模5.2亿余元，主要投资于创新药、改良型新药、高端仿制药、医疗器械、医美及抗衰等领域，致力于引进新产品、培育新业务，助推“新产品战略”落地。

(1)总代品牌推广业务(CSO)新品引进加速，产品结构持续优化，销售规模已达197.77亿元，增长“第二曲线”价值凸显

报告期内，公司总代品牌推广业务(CSO)继续围绕“产品-品牌-营销”三位一体，积极打造营销推广全价值链体系，已成为院外医药CSO业务龙头企业。公司核心代理产品驱动增长的同时，新品引进和培育获得有效成果，产品结构持续优化，品牌运营及营销推广能力不断提升。2025年，公司总代品牌推广业务(含药品及医疗器械)销售收入达197.77亿元，毛利额22.54亿元，占公司主营业务毛利额的18.03%，利润贡献率进一步提升，增长“第二曲线”价值凸显。

其中，药品总代品牌推广业务实现销售收入122.17亿元，同比增长13.44%，主要得益于可威、弥可保等核心代理产品的销售稳健增长。在药品CSO品种拓展方面，公司已代理行业众多TOP厂家的知名品种，包括可威、康王、倍平、弥可保、敏使朗、科赴等，累计代理品规合计超817个，其中年销量过亿明星单品32个，2025年公司引进新品113个，其中过千万新品20个，涵盖慢病、肿瘤、抗感染等全品类，涉及大健康零售全渠道。2025年以来，公司先后与利奥中国、海正药业、赫力昂等知名品牌达成战略合作，取得利奥中国卡泊三醇系列等8个品规产品、海正药业甲泼尼龙片(美卓乐)等3个产品在零售全渠道的代理权，并承接赫力昂旗下钙尔奇、善存、扶他林、百多邦、新康泰克等明星产品品牌在广阔医疗渠道的推广与服务。

此外，公司品牌运营能力进一步提升，建立了完整品牌全案运营团队，为可威、东阳光鲜虫草、华为、贝泰妮、猛士汽车等外部品牌提供策略、创意、整合传播等一站式品牌服务。2026年4月，公司旗下全擎健康获北京晚报“2025年度健康行业卓越品牌”称号。

医疗器械总代品牌推广业务实现销售收入75.60亿元，由于医用耗材集中带量采购政策的原因，公司代理的产品销售收入受到一定影响。在器械CSO品种拓展方面，公司已代理了1,612个品规产品，覆盖11大厂家15条产品线，其中年销量过亿品规达20个。同时，公司积极培育高潜力新品种，2025年新引进心脏瓣膜、试剂、口腔等产线，为器械总代业务增长贡献新动力。

(2)医药工业自产及OEM业务持续强化研发及生产能力，打造具有核心竞争力的自有产品矩阵，全年实现销售收入33.33亿元，同比增长10.81%

报告期内，公司积极拓展西药、中药及医疗器械工业自产及OEM业务，实现销售收入33.33亿元，同比增长10.81%。公司持续强化研发及生产能力，打造具有核心竞争力的自有产品矩阵，推动产品品质、品种多样性及市场竞争力的全面提升，助力“新产品”战略落地。

其中，中药工业实现自产饮片销售收入26.21亿元，同比增长14.66%。产品建设方面，公司旗下九信中药集团有限公司(以下简称“九信中药”)重点发展道地药材和中药饮片业务，拥有“九信”“九州天润”“金贵德济堂”“九信堂”“臻养”五大品牌，普通饮片、精制饮片、直接口服饮片、毒性饮片、参茸贵细、药食同源等六大产品系列，满足市场多元需求。其中，OTC产品主要包括精饮、普饮系列，中药精制饮片涵盖100个品种、300个品规，中药普通饮片涵盖480个品种、1,500个品规，产品丰富度高；医疗产品拥有800?品种、4,000?品规，精准匹配医疗机构的多样化需求；线上产品以“信益元”电商专属品牌形成差异化，通过自营仓专销产品合作、贴牌定制等多种合作模式，推出300?品种、400?品规的电商专供产品，精准触达线上消费群体。饮片生产方面，公司拥有13家通过GMP认证现代化饮片企业，可生产900余个品种、超过7,300个品规的产品，包括酸枣仁、黄连、龙骨、柴胡、党参等480种普通饮片，川贝母、大枣、黑果枸杞、黄芪、桑椹等100余种精品饮片，三七粉、川贝母粉等直接口服饮片，以及半夏、附子等毒性饮片。报告期内，公司已有43个中药饮片品种中标全国中药饮片联盟采购。此外，九信中药启动品牌战略重塑及产品种类战略性拓展工作，品牌端以“道地药 九信造”为核心，优化“1+N”架构设计，强化主副品牌协同效应；产品端聚焦渠道特点打造核心大单品，拓展“药食同源”、衣副食品等大健康消费产品，丰富产品品类与管线，从而进一步强化品牌核心竞争力与产品市场穿透力，巩固在国内中药材与饮片行业的前列地位。

西药工业实现销售收入5.74亿元。公司旗下北京京丰制药集团有限公司(以下简称“京丰制药”)主要从事片剂、胶囊剂、颗粒剂、溶液剂、膏剂等制剂以及化学原料药的研发、生产与销售。其中，药品研发方面，京丰制药聚焦降糖、外用、心脑及抗感染四大产品系列，目前已通过一致性评价的药品种类达15种，在研新品包括25个制剂、11个原料药，具有“二甲双胍”系列、复方克霉唑乳膏等明星产品。报告期内，公司旗下地塞米松磷酸钠注射液等4个制剂获得药品注册证书，原料药格隆溴铵获得上市申请批准通知书，“双胍类降糖药及糖尿病并发症抑制剂关键制备技术”获得专业评估机构颁发的科技成果评价证书，经评定“整体达到国内领先水平，建议进一步推广应用”。药品生产方面，京丰制药现有制剂及原料药批准文号200余个，覆盖186种制剂、27种原料药，涵盖全身抗感染、消化系统及代谢、皮肤病、神经系统、心脑血管系统、呼吸系统等领域；其中，57种药品进入《国家基本药物目录(2018年版)》，22种药品被列入OTC品种目录，42种药品被列入《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录》(2025年版)。报告期内，京丰制药生产的盐酸二甲双胍片等8个品种年销售收入过亿，阿卡波糖片等19个品种年销售收入过千万，卡托普利片等7个品规中选国家集采接续采购。品牌建设方面，京丰制药通过打造形象大使“京京”、为各产品线定制产品手册等举措，持续深化品牌认知，稳步提升品牌影响力。此外，京丰制药正在全力打造覆盖院内院外、以患者为中心的“II型糖尿病伴发高血压/高血脂患者全病程解决方案”以及“京丰外用药联合用药皮肤慢病全程解决方案”。未来京丰制药将依托这两大解决方案，着力打造京丰慢病管理双轨模式(II型糖尿病、外用药)，为慢病患者提供全方位的健康服务体系。

医疗器械工业及OEM业务实现销售收入1.38亿元，同比稳健增长。业务涵盖研发注册、临床服务、产品营销及生产管理等，已注册美体康、弗乐士两个自有品牌，取得MAH二类产品注册证19张、一类产品备案证28张，拥有OEM器械品规达225个。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，公司持续开拓外部销售渠道，扩大产品的市场覆盖面，稳步提升市场占有率，推动公司在医疗器械工业及OEM业务领域的持续发展。

(3)新产品战略架构体系不断完善，覆盖商务拓展(BD)、研发注册、品种评估及营销推广等领域，保障战略落地

报告期内，公司新设新产品事业部，全面统筹新产品BD、研发、工业投融资等职能，在高壁垒品种方面，为公司筛选战略性的产品管线，提升新产品落地所需的医药工业投融资、研发注册、生产管理等能力，并强化公司内部业务协同，服务于“新产品”战略落地。事业部分别下设产品战略发展部、研发管理部、中央市场部，其中，产品战略发展部负责重点推进产品引进和权益合作，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；2025年，已助力公司旗下全擎健康签约4个品规合作项目，并实现新产品项目管理系统一期上线，推动了BD管理体系的信息化运营；研发管理部负责为公司提供专业化的药品研发及注册服务，2025年已取得6个品规的注册批件；中央市场部负责统筹市场调研和品牌推广，为公司提供市场数据支持和品牌建设指导，2025年累计引进21个产品品种，其中过千万品种14个。

2、新零售战略实施的成果及亮点

(1)好药师“万店加盟”门店超34,500家，万店网络持续扩容，数字化赋能协同布局下沉市场

截至2026年3月底，公司旗下好药师直营及加盟药店门店总数已超34,500家，覆盖全国31个省市自治区、293个地级市、1,806个区县，实现“千城万店”，形成布局全国的万店加盟服务网络。作为公司旗下面向C端消费者的零售服务平台，好药师大药房综合厂家KA政策、独家品种、即时零售O2O、商业保险、远程诊疗等核心优势，持续赋能线下门店，不断提升其综合经营能力，为C端消费者提供线上线下融合的全场景健康零售服务。

报告期内，好药师“万店加盟”业务重点聚焦“量质双提”，公司向加盟药店销售规模继续保持较快增长，实现销售收入71.60亿元，同比增长32.79%，近三年复合增长率达55.64%。公司面向C端的新零售业务稳步发展，2025年实现销售收入28.79亿元(含B2C电商总代总销等业务)。

2025年，好药师持续优化品种结构，品种优势持续加强。公司在全国拥有超800家品牌供应商，累计引进开发集采KA品种698个、独家品种21个、OEM品种78个，供应链优势进一步加强，核心品种市场影响力持续提升，为加盟店提供强力品种保障。

即时零售O2O加速布局。好药师依托公司完善的电商体系及专业运营经验，通过“门店通”系统整合各大流量平台接单(包括美团、饿了么、京东、抖音等)，一站式打通O2O，赋能药店“网订店送”的电商能力，服务网络已覆盖全国200余城市，2025年实现销售收入4.60亿元，即时零售服务门店数量达7,000家(含加盟店)。同时，好药师积极探索即时零售创新模式，大力推进“闪电仓”等新业态落地，持续深化新零售估值布局。

专业药房规模扩大。好药师以“数智化药学服务+特慢病医保+商保”为核心模式，构建“体系+系统+社群”三位一体的患者服务闭环，加快专业药房网络布局。截至报告期末，好药师旗下DTP特药药房、慢病重症药房、“双通道”药房等相关资质药房已超6,800家(含加盟店)；经营SKU3,000+，涵盖国谈药品、DTP药品、慢特病药品、辅助用药、特医食品、中药饮片、高值耗材等七大品类；服务覆盖肿瘤、罕见病、高血压、糖尿病等13个慢特病种，累计服务慢病患者超百万人；公司自有药房承接处方外流规模达5.9亿元。

数字化赋能不断提升。好药师聚焦“新零售”场景的数字化赋能，以“零售SaaS系统+追溯码解决方案”双轨并行，为加盟药店提供从合规溯源到高效运营的“一站式”解决方案。公司自建的全零售服务场景的“九州万店”SaaS平台已从早期单一的进销存管理系统，逐步衍生出供应链、药店经营、数据智能体三大产品线，涵盖零售BI、双端会员CRM、门店通、门店助手等九大数字化工具，目前已服务好药师大药房全部零售门店，成为零售行业最具特色的SaaS系统。其中，“门店通”系统支撑公司进一步深耕门店精细化运营，系统集成了BCRM客户生命周期管理、O2O即时零售代运营自动化、智能品种分析等核心功能，全方位赋能门店高质量发展。

同时，公司为零售门店打造的“追溯码一站式零售系统解决方案”，构建了药品追溯码、商品码、医保码“三码合一”的追溯码库，实现全链路高效采集、精准上报与智能预警，从药品入库到销售出库的各个环节，均能实现数据追踪与可视化呈现，助力药店清晰掌握药品流向与状态，在提升运营管理精细化程度的同时全面满足监管要求，为门店合规经营与风险防控提供保障。报告期内，好药师《药品溯码风险管控平台创新应用》案例荣获“2024-2025年药品零售企业数智化创新最佳案例”。

报告期内，好药师大药房行业综合实力稳步提升，成功蝉联“2024年度中国药品零售企业销售总额十强”，先后斩获“2025中国药品零售综合竞争力百强”、“2025中国药品零售行业风向·加盟标杆企业”、“2024-2025年度中国药店价值榜百强”等多项权威荣誉；并凭借数字化创新相继获评“医药行业数字化转型标杆案例企业”、“西湖奖·医药零售数字化领军企业”、“西湖奖·中国医药零售成长力企业”及“西普会加盟标杆企业”。2026年3月，好药师再度入选“2025-2026年度中国药店价值榜百强”、“西湖奖?中国医药零售成长力企业”，斩获“西湖奖?会员服务标杆门店奖”，标志着公司在会员精细化运营等细分领域持续突破，收获行业权威认可。

(2)九州通B2C电商总代总销业务继续保持快速增长，抖音、快手兴趣电商领域持续领跑行业

报告期内，公司旗下好药师B2C公司持续推进“1+3+N”全渠全域战略，以线上零售为核心，深耕品牌业务、兴趣电商与品种打造三大战略布局，为药械企业持续提供行业独有的“一站式”全网化B2C电商总代总销服务。2025年，B2C电商总代总销业务规模保持快速增长，实现销售收入11.28亿元，同比增长15.10%。

好药师B2C公司定位为医药品牌全渠道电商服务商，以全网代运营模式为核心，为医药品牌客户提供线上全渠道店铺运营服务。公司拥有15?年医药电商经验沉淀、400?业务运营团队、31?批零一体仓配能力，积累了3,500万?C端用户，此外，好药师线上线下服务C端会员总数已超6,000万。公司已构建覆盖天猫、京东、拼多多、抖音、快手等主流电商平台的运营矩阵，通过精细化店铺管理与专业药事服务能力相结合，为品牌客户提供从店铺运营、营销策划到用户运营的全链路服务。公司凭借优势供应链资源，整合过万医生IP资源，持续强化“专业科普+场景化种草”内容营销能力，已形成“品牌代运营+兴趣电商+品种打造+垂直渠道+线上零售”五大板块协同发展的格局。

品牌代运营成果丰硕，公司为品牌厂家在京东健康、阿里健康、天猫超市等平台自营大药房及旗舰店提供“供应链+运营”一体化服务，并在拼多多、美团、抖音、快手等全渠道电商平台，助力工业企业开设品牌POP官方旗舰店并提供专业运营服务。目前，公司拥有战略合作品牌80余家，经销并运营了超150家知名医药健康品牌的线上官方旗舰店，包括诺华、济川、哈药、信立泰、科伦、诺和诺德等，打造了十万以上销售额爆品170余个、百万以上销售额单品90余个、千万级项目20余个、上亿级运营项目4个。2025年，B2C电商总代总销业务全网总销售GMV达17.25亿元，“618”“双11”活动销售总额再创新高，销售总收入突破4.75亿元。

兴趣电商持续领先，公司在抖音、快手、小红书等兴趣电商平台开设大药房旗舰店及品牌官方旗舰店，为品牌厂家提供供应链、代运营及内容推广服务，其中抖音、快手医药行业排名TOP1。依托成熟的内容运营体系，公司自有“好药师”IP全网粉丝突破100万，累计服务20余家知名工业品牌，并通过医生科普、官达同播、千川投放等模式，成功孵化了同仁堂金匮肾气丸、达克宁咪康唑散、迪康宝宝乐通窍鼻炎颗粒等多个黄金单品，实现了从“存量焕新”到“新品引爆”的全链路运营能力闭环，产品爆款孵化能力与运营水平实现同步提升。报告期内，公司在抖音、快手等兴趣电商渠道继续保持高增速，同比增长71.60%，持续领跑行业。

报告期内，好药师B2C公司凭借在医药电商领域的卓越表现与创新运营模式，屡获殊荣并赢得市场高度认可。2025年1月，好药师B2C公司接连斩获“2024年抖音电商医药健康年度卓越合作药房”、美团医药“新零售领航奖”及饿了么买药“最佳合作伙伴奖”三项荣誉；2025年6月，再度摘得年度品牌数字化大奖医疗保健类“金奖”与电商及效果营销类“优秀奖”。2026年4月，好药师B2C公司获评京东健康服务商最高荣誉——“铁冬青奖?2026卓越代运营服务商”、京东健康医药“2025年度最佳合作伙伴奖”，彰显了公司在医药电商代运营赛道的核心竞争力与领先地位。

(3)面向药店、诊所及头部医药零售电商平台的院外B2B数字化分销业务持续发力，年销售收入达216.13亿元，同比实现22.22%的快速增长

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电商平台业务和零售电商服务平台业务，全链赋能药店、诊所以及大型医药电商平台等终端客户。报告期内，公司B2B电商终端销售渠道规模销售收入达216.13亿元，实现22.22%的快速增长。

其中，药九九B2B电商平台业务方面，公司旗下药九九B2B电商平台以院外终端纯销模式为核心，为诊所、中小连锁、单体药店等客户提供“一站式”采购、专业地推、供应链金融及SaaS系统等综合服务，已成为医药行业领先的线上线下一体化数智化交易与服务平台。2025年，平台自营销售收入达127.90亿元，同比增长15.70%。

平台品种优势上，药九九平台商品丰富度与价格竞争力持续增强，目前已与10,000家工业企业达成合作，合作品种多达10万?个，自营挂网SKU44万个，平台核心品种的满足与优价能力得到较大提升。此外，药九九联动上下游达成工业合作项目近300个，并为工业企业提供定制化数字营销方案，其中高毛利业务品牌首推业务，自2025年3月以来累计实现销售收入近8,000万元。

平台运营与客户服务上，药九九整合线上线下一体化运营体系，完善了“会员日”“爆破日”“诊所日”等长效营销机制，持续提升用户体验与用户合作粘性。平台客户规模持续扩大，诊所、中小连锁及单体药店等注册用户突破65万?，活跃用户38万?，终端客户满意度达到96.3%。

此外，药九九平台的物流履约能力保持高效，通过全国29个药九九专仓(含8个中心仓)构成的“批零仓配一体化”体系，市内次日达率>90%，保障了全国核心区域的快速配送。

平台数智化建设上，药九九融合智能算法推荐与区块链加密技术，确保了药品精准匹配与交易安全。2025年，平台持续推进功能迭代升级，上线并优化智能搜索、智能客服系统、智能采购系统与自动化核单等数字化系统，大幅提升营运效率与履单效率，服务效率和用户体验持续提升，日均登录客户数已突破4万。此外，药九九通过PC、App、小程序等多终端布局，为上下游客户提供了安全、高效、便捷、精准的全场景服务体验。

报告期内，药九九荣获“湖北精品”与“中国品牌国际化标杆100”等品牌荣誉，并再次蝉联“中国产业数字化百强榜”。

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继续保持高速增长，2025年实现销售收入88.23亿元，同比增长33.08%；其中，面向京东、阿里自营平台的产品销售额达70.88亿元，同比增长34.19%，是其重要的药械供应服务商。

此外，公司对上游品牌厂家提供多元化的供应链服务、全面的代运营服务及数智化的平台服务，成功打通从品牌厂家到下游平台的全链路，助力厂家品种快速实现全网销售。报告期内，公司已为东阿阿胶、扬子江、华润三九、广药集团、北京同仁堂及山东达因等2,900余家品牌企业提供包括日动下单、自动询价、同城即配、统一结算、全平台价格监测等多项服务在内的“一站式”全网化分销和供货运营服务。报告期内，公司新增代运营上游工业品牌35家，包括广药光华、奇正藏药、深圳信立泰、特一药业及江苏康缘等，目前已累计代运营工业品牌61家，其中年销售额过千万的达18家。

公司积极打造差异化竞争优势，在行业内率先推出多仓协同业务模式，通过直连核心工业端完成采购结算，由“一仓发全国”转为“统采分发”，充分发挥公司自有物流及区域仓配优势，在提升履约时效的同时有效降低物流成本。2025年，公司多仓业务方面取得显著进展，全年销售额突破1亿元，上游拓展植恩、罗浮山、华润三九等6家供应商，下游销售覆盖京东、阿里两大电商平台，物流成本进一步降低。

零售电商服务平台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)凭借成熟供应链优势，全面布局线下药店网络、B2C、O2O及仓配服务，打造线上线下一体化的商保履约业务体系

公司凭借多年积累的成熟医药供应链核心优势，以商业保险为纽带，成功打通线下实体药店、线上电商平台以及医疗机构的商品履约服务链路，大力开拓保险履约增量市场。报告期内，公司商保履约等业务实现销售收入1.15亿元(含税)，同比增长56.42%。

公司旗下保险事业部业务范围覆盖“标准化药品器械目录定制、理赔直付、问诊风控和药品核销”等在内的保险产品开发设计及推广的全流程，并开展健康险、医疗基金、惠民保等多种履约业务。目前公司已与中国平安、中国人保、中国太保、德华安顾人寿保险、众安保险及水滴保险等多家保险公司合作，持续为患者提供健康保险履约服务。

其中，公司与平安好医生在平安基金商城、中心仓、仓配项目三大领域开展业务合作，目前平安基金商城履约规模年复合增长率超165%；仓配网络已覆盖广东、重庆、安徽、江苏、广西、天津等9省市，通过多点仓储网络有效提升平安客户购药配送服务体验。

2026年《政府工作报告》将“推