2026年4月28日 星期二 证券日报
制作：李 贺 电话：010-83251716 E-mail:zqrb9@zqrb.sina.net

（上接D413版）

三方物流业务方面，报告期内，公司已构建覆盖全国96%区域的智能化医药物流网络体系，形成辐射31个省级行政区、110个地级市的战略布局，拥有141座现代化医药仓储物流中心（含REITs及Pre-REITs相关仓储物流中心），建筑总面积500万平方米，其中符合GSP认证的专业医药仓296万平方米，配套建设11.55万立方米高标准冷库设施，已形成行业领先的温控物流保障能力。同时，公司持续优化行业独有的“Bb/BC一体化”高效供应链物流服务体系，深化批零仓配协同与全渠道一体化运作，在26个核心枢纽部署“Bb一体仓”实现批零业务协同，重点建设9大战略区域的“BC一体仓”，依托统一数智系统与全国智能化仓网，实现B端全链路闭环解决方案与C端“三同”运营模式（同仓存储、同线生产、同场分拣与配送），打通全渠道库存与终端需求，实现对小b端、C端客户直供直发。

凭借以上物流网络布局与专业服务能力，公司基于客户需求打造“九州省配”、“九州到仓”、“九州精温箱配”、“九州精温专运”四大标准化产品，推动全链路能力升级。业务合作方面，公司与赛花药业、云南白药、华润三九、江中药业等医药龙头企业达成千万级合作，服务范围还包括山西汾酒、小米集团、施华蔻等非药企业。此外，在C端业务实现突破，通过携手抖音平台及平安好医生，成功切入医疗器械与保险领域的C端市场。其中，在专业化冷链服务领域，公司已建立覆盖生物药、体外诊断、医疗器械等领域的全温区解决方案，包括为科兴生物、智飞生物、金宇保灵等疫苗企业提供全程温控可追溯的冷链物流服务；为迈瑞医疗、复星诊断等IVD企业提供冷链仓配一体化物流服务。

此外，公司创新打造了仓网运作模式，聚焦于优化仓网结构与提升履约效率，降低流通成本，主要涵盖多级仓网优化与多仓协同运作模式两个方面。其中，多级仓网优化重点打造多层级仓网联动机制，统筹各仓资源配置与跨区域协同路径，实现仓储资源最优配置与高效利用；多仓协同运作围绕采销预测、智能补货调拨、智能分单履约等核心能力，推动仓间任务协同与资源互补，提升整体服务响应能力。

数智物流与供应链整体解决方案业务方面，公司持续推进数字化建设，加强自主研发，为行业内外客户提供集物流中心集成、物流软件集成、物流运营服务、物流智能设备为一体的全场景数智供应链物流集成技术服务。公司旗下湖北九州云智科技有限公司（以下简称“九州云智”）依托数据建模与智能分析能力，统筹开展物流网络、业务模式、作业流程及资源配置一体化规划设计，打造高柔性、高效率、高扩展、高吞吐的全场景数智物流集成解决方案。报告期内，公司继续为行业内外客户提供优质物流供应链解决方案服务，承接了包括北京祥威物流中心建设、北京同仁堂WMS软件建设、广东信必达物流中心建设、东阿阿胶电商智能物流中心建设、河南羚锐物流中心建设、河南张仲景物流中心集成等多个智慧物流项目，形成覆盖项目全周期的智慧物流解决方案体系。

数智化建设方面，公司自主研发的新版WMS、TMS4.0、物流业财管理系统全面运行推广，并完成路由时效管理系统建设，落地药品追溯码“三码合一”管控机制，打通仓储作业、运配调度、财务核算、质量追溯全链路数据壁垒，显著提升业务运转效率，进一步完善标准化物流业务流程体系与精细化财务核算体系。同时，公司将AI人工智能技术深度融入业务场景，通过AI智能体和多种智能算法，打造AI仓储殊货、AI智慧物流、AI安全驾驶管控等行业领先的AI应用功能。公司目前搭建物流AI Agent平台作为全域物流智能决策中枢，依托MCP智能体覆盖拆零订单分组、机器人路径规划、拆零自动分拣、批量复核、订单路由、装载配送、行为安全预警、订单履约过程监控预警等12个典型AI应用场景，通过数据与基础设施深度融合，实现物流全流程AI自动调度与智能决策，为构建全场景高效物流体系提供了强有力的支撑。

物流智能装备方面，九州云智自主研发了适应不同作业环境的系列智能装备产品，并推出一套全面覆盖物流中心作业全流程的机器人产品矩阵，包括新一代拆零“货到人”机器人、立库存储机器人（RGV系列）、移载搬运机器人（AGV系列）、分拨拣选机器人及3D视觉与复核机器人等产品。报告期内，成功自研巷道机器人产品，并在湖北物流中心落地“飞箱”货到人拣选方案，拣选效率显著提升、人力成本有效降低，在拆零订单多、品规复杂的医药流通场景中取得良好应用效果。目前公司的机器人产品已运用于北京祥威、上海真仁堂等行业内客户的物流中心项目。

（六）公司2026-2028新三年“四新两化”战略规划

自2026年开始，九州通新三年战略规划正式开启，公司根据行业发展趋势与实际发展需求，由“三新两化”战略调整升级为“四新两化”战略，即通过新产品、新零售、新医疗、新服务的“四新”战略，引领业务增长；通过数智化、资本化的“两化”战略，加速数智化，构建智能供应链，铸造核心引擎；推行资本化，激活资本效能，提升公司市场价值。

新产品战略旨在通过投资、收购、合作等多种方式获得产品的所有权、特许经营权、或者销售主导权，着力搭建全产品的推广营销服务体系，进一步提升公司的盈利能力；新零售战略旨在以数智化工具为依托，进一步创新发展“三医”服务中心、健康驿站、闪电仓以及商业保险履约服务等新型模式，以加强对C端用户的深度链接，构建线上线下相结合、BC仓配一体化、批零一体化的全渠道零售生态，打造高壁垒、高粘性的C端用户价值网络；新医疗战略旨在打造赋能基层诊所的数智化管理平台，构建数字化的基层医疗服务体系，以医疗产品供应链为抓手，通过数智化平台，构建“服务+产品”的基层医疗服务体系，以低成本、高效率的高性价比的医疗服务，为基层民众提供高质量的基本医疗服务；新服务战略旨在推动从“卖产品”向卖“产品+服务”转型，通过数智化、自动化、互联网化等现代技术手段，打造各类覆盖上下游客户及患者的服务包以及全链路增值服务体系，以提升公司持续稳定发展的动力；数智化战略旨在以AI驱动为引擎，以促增长为目标，打造安全可靠、敏捷智能、合规高效的数智化技术体系，全面赋能九州通从传统医药流通企业向全生态大健康AI医疗云平台的战略跃迁；资本化战略旨在灵活运用权益融资、兼并收购、不动产证券化及ABS、ABN等资本化工具，为公司发展筹集资金，增强公司资本能力，同时根据自身不同业态，在条件成熟时，将相关业态适时分拆上市，以提升公司的市场价值。

（七）公司重大业务合作

1、药械分销业务重大合作

公司已与云南白药、同仁堂、亚宝药业、华润三九、扬子江药业、步长集团、奇正藏药、哈药集团、浙江英诺达、青岛百洋、康臣药业、鲁南制药、广东众生、千金集团、吉林敖东、青岛黄海、华润江中、葵花药业及贵州百灵等200余家国内知名药企，以及默沙东、阿斯利康、赫力昂、诺和诺德、欧加隆、晖致中国、上海罗氏、润美康、北京诺华、拜耳医药、香港澳美、赛诺菲、科赴中国、卫材（中国）、珠海联邦、中美史克、正大天晴等50余家外资及中外合资企业，达成了全面战略合作，通过为工业品牌客户提供药品分销、物流仓储及配送、B/C端产品代运营等一站式数字化全链服务，赋能其实现全渠道销售，驱动销售增长，提升品牌影响力和市场占有率。

此外，公司还与飞利浦、迈瑞医疗、美敦力、南微医学、微创医疗、沛嘉医疗、登士柏、圣湘生物、山东威高、上海联影、三诺生物、通用电气、西门子、鱼跃医疗等100余家国内外知名医疗器械企业建立了深度的合作关系，通过公司优势互补、高效协同的B2B/B2C/O2O集成性综合服务平台，达成了医药及器械在全渠道、全范围迅速直供终端市场的目标。

2、总代品牌推广业务重大合作

公司在药品及医疗器械总代品牌推广（CSO）领域不断扩大战略合作，品种矩阵进一步丰富。

药品总代品牌推广合作方面，公司继续与东阳光药（HK01558）、拜耳康王、阿斯利康、科赴中国、卫材药业、华海药业、京新药业等知名药企保持紧密合作，巩固现有优势产品线。同时，公司积极拓展新的合作伙伴，与利奥中国、海正药业、长风药业、华润双鹤、赫力昂等签署战略合作协议，持续丰富药品品类，满足不同市场需求。

器械总代品牌推广合作方面，公司持续与强生、雅培、费森尤斯、理诺珐、罗氏、麦默通等国际知名器械厂家深化合作。同时，公司在检验、牙科等细分领域与核心厂家保持良好合作，凭借精准定位和有效推广，市场份额扩大，为业务增长提供支撑。通过与优质厂家深度合作，公司完善了器械总代产品矩阵，强化了在大外科、心脑血管介入、IVD等重点领域的竞争力，为生产企业提供优质整体解决方案奠定基础。

3、物流供应链解决方案业务合作

报告期内，公司旗下九州云智持续为贵州茅台酒厂（集团）物流有限责任公司提供物流体系数字化建设服务，圆满完成《茅台物流业务管理信息化系统建设项目》，并开展定制输送设备等业务合作，助力贵州茅台搭建覆盖采销、物流、信息服务的菜单式多元酒类供应链服务体系，赋能其供应链数字化升级与高效运营。

2025年，公司与阿里健康合作的首个代运营BC一体仓（杭州塘栖仓）持续高效运营，单日峰值20.2万单，单月峰值321.4万单，同比上年单量增幅15.66%，整体效能提升16%；双方合作的第二个BC一体仓（天津仓）运营良好，单日峰值6.38万单，单月峰值99.84万单，整体效能提升40.12%。

依托先进的医药物流技术与数智化实践经验，公司面向多行业提供“规划+软件+设备+运营”一站式数智物流集成解决方案，已为北京祥威、北京同仁堂、东阿阿胶、河南张仲景、广东信必达、河南羚锐、广东众智达、宜昌东阳光、湖北鼎云科技等行业内外公司提供服务。

公司不断提升冷链物流网络的效率和服务质量建设，持续优化冷链物流网络与干线设计，已为中源协和、上海信谊、安图生物、新华制药、辽宁益康、迈瑞医疗、重庆智飞、上海伯杰、复星诊断、赛克赛斯生物、新时代医药等行业内外企业提供了定制化冷链物流全供应链服务解决方案。

4、银企重大合作

报告期内，公司相继与交通银行、浦发银行、招商银行、中信银行、民生银行、汉口银行签订了“总对总”全面战略合作协议，奠定了银企双方深化合作的坚实基础。2025年3月18日，公司成功召开银企战略合作研讨会，中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行等43家合作金融机构代表出席，双方对未来合作方向进行研讨并达成在授信额度、授信品种创新等方面深化合作的共识。

报告期内，公司主体信用等级跃升至AAA（国内最高信用等级），融资成本进一步降低。2026年1月20日，公司2026年度第一期科技创新债券在银行间市场交易商协会发行成功，债券发行规模3亿元，债券期限180天，认购倍数3.1倍，票面利率1.70%，创湖北省民营企业债券认购倍数最高、票面利率最低的发行纪录，成为2026年湖北省首单民企科技创新债。2026年3月10日，公司2026年度第二期科技创新债券在银行间市场交易商协会发行成功，债券发行规模3亿元，债券期限3年，认购倍数3.8倍，票面利率1.80%，创民营企业债券发行利率新低。2026年4月23日，公司2026年度第二期超短期融资券（支持养老产业）在银行间市场交易商协会发行成功，债券发行规模3亿元，债券期限180天，票面利率1.53%，成为国内医药流通行业首单发行养老债的民营企业。

（八）社会责任

1、节能减排及绿色发展

报告期内，公司积极响应国家“双碳”战略，成立重庆九州曜阳新能源有限公司，搭建新能源光伏平台基金，统筹公司旗下各分子公司自持的仓储基础设施空闲屋顶面积资源，全面负责公司在全国范围及海外产业板块的新能源光伏项目投资、开发、运营及维护工作，在降低公司相关产业主体用电成本的同时，为国家电网贡献绿色电力，实现公司经济效益和社会效益的双赢。公司2025年新建成光伏电站3座，累计建成30座光伏电站，累计装机容量为26.87MW，全年发电量达25,534,437.59千瓦时，相当于减少火力发电产生的17,515.26吨二氧化碳排放，节省7,782.90吨标准煤。

公司积极响应国家节能减排政策，持续优化运力结构，通过自购与租赁新能源车辆，降低能源消耗与尾气排放。截至报告期末，公司自有及租赁新能源车辆共计216台，较上年增加84台。同时，公司在全集团范围内启动新能源物流车辆规模化应用工程，明确车辆准入标准，新增及租赁物流车辆优先选用新能源车型，加快构建低碳高效的医药运输体系。

2、乡村振兴及捐赠救灾

公司持续践行乡村振兴。依托医药健康产业优势，统筹推进产业发展与就业帮扶。公司旗下九信中药聚焦道地药材培育与基地建设，在武陵山区、大别山区、沂蒙山区、川西藏区等重点区域布局建设，推动中药材产业集约化、规范化发展；同时通过规模化基地建设与产业链延伸，直接带动千余人就业，惠及超5万农户，累计助农增收约110亿元，以产业赋能乡村可持续发展。

公司积极参与应急救灾。2025年1月，公司向西藏日喀则定日县地震灾区捐赠价值113万元物资，支援当地抗震救灾工作，提升灾区居民医疗水平。7月，公司向遭受洪涝灾害的贵州榕江和湖北郧西两地捐赠价值53.15万元的药品，以支持救灾重建工作。8月，公司先后向河北暴雨灾区捐赠价值23.96万元的物资，以及向北京市密云区太师屯镇社区卫生服务中心捐赠价值131万元的医疗血透设备、价值50万元的配套净水设备等防汛救灾物资，用于防汛救灾与灾后重建工作。

公司持续推进医疗援助。报告期内，公司向湖北汉川市捐赠400万元，定向用于汉川市医疗卫生事业发展，重点支持医疗基础设施升级改造；向咸宁市各医疗机构捐赠138万元，用于医疗健康事业发展。此外，公司还向北京融和医学发展基金会捐赠245.58万元，用于支持基层医疗机构皮肤疾病科普教育；向西藏山南市捐赠价值101.5万元的呼吸机、制氧机等医疗设备，助力边远地区健康卫生事业发展，积极推动基层医疗健康事业整体提升。

公司关注帮扶弱势群体。报告期内，公司向中国残疾人福利基金会、贵州省残疾人福利基金会捐赠物资及现金合计88万元，支持当地残疾人医疗机构及学校公益项目；向中国退役军人关爱基金会捐赠500万元现金，以支持关爱退役军人医疗保健等工作。此外，公司还捐赠30万元现金救助困难家庭先天性心脏病儿童；并投入115万元定向用于“新视界”百万光明眼疾患者救助项目。2026年3月20日，公司携手阳光慈善向新洲区捐赠总价值达86万余元的物资，精准帮扶特困对象、困境儿童、困难家庭，切实守护群众健康。

公司支持教育事业发展。报告期内，公司向武汉市慈善总会捐赠120万元现金，用于应城市教育事业发展；向湖北省妇女儿童发展基金会捐赠现金100万元，支持安陆、云梦、汉川地区家庭教育指导服务中心建设，以及湖北省青少年女子足球事业发展。

3、积极履行社会责任获广泛认可

2026年2月，九州通荣获中国红十字会总会“中国红十字博爱奖章”。此外，公司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。2026年3月，公司获得湖北省人民政府授予的第二届湖北慈善奖“爱心捐赠企业”表彰，以及荣获2025年度全国三八红旗集体称号，彰显了企业在女性人才培养、团队建设与社会责任实践中的扎实成效与良好形象。此外，公司在主流ESG评级中获得较好评价，万得Wind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”。

4、报告期公司所处行业情况

（一）所处行业及发展趋势分析

1、医药流通业态

（1）“十四五”药品流通市场规模持续扩大，保持稳定增长

“十四五”期间，随着我国居民生活水平和消费结构不断改善、医药健康需求持续增长。药品流通行业在政策利好、居民健康意识提升等多重因素驱动下进入平稳发展期，社会作用不断增强，创新驱动力稳步提升，合规管理体系更加健全。

据商务部药品流通行业运行统计分析报告数据，“十四五”期间，我国药品流通市场规模持续扩大，年销售额保持稳定增长，从2020年24,149亿元增长至2024年的29,470亿元左右，2020-2024年销售额复合增速5.10%。

2024年以来，受政策调整与市场环境影响，全国药品流通市场销售规模稳步增长但增速放缓，进入结构性换挡的阵痛期，在政策倒逼与技术创新驱动下，行业正从“流通效率竞争”转向“健康生态构建”，从规模增长转向结构优化。

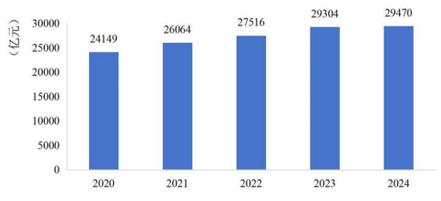


图2 2020—2024年药品流通行业销售规模

（2）行业集中度继续快速提升，龙头集聚效应凸显

《商务部关于“十四五”时期促进药品流通行业高质量发展的指导意见》明确提出，到2025年培育形成1-3家超五千亿元、5-10家超千亿元的大型数字化、综合性药品流通企业，前100家药品流通企业主营业务收入占同期全国医药市场总规模的98%以上。

2025年作为“十四五”规划收官关键节点，行业正式进入上述发展目标的关键兑现期。在带量采购常态化、两票制深化落地、分级诊疗持续推进的行业新格局下，市场分化持续加剧，行业洗牌进程提速，至“十四五”末期，行业已形成以国药控股、上海医药、华润医药、九州通、重药控股5家头部企业+多家区域药品流通龙头的“5+N”竞争格局，形成全国龙头引领、区域主体互补的有序竞争生态。

据商务部数据显示，2024年前5家全国性药品批发企业营收占比达51.2%，前10家占比59.4%，前100家占比75.7%，集中度提升趋势显著。九州通作为行业龙头企业，将充分受益于这一行业发展机遇，近年来，九州通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%，公司的行业竞争力逐步增强，市场占有率逐步增加。

从美国、日本等医药流通市场的发展经验来看，美国三大药品分销企业合计占据95%以上的市场份额，日本前五家药品分销企业合计占比70%以上，相比之下，我国药品流通行业的市场集中度仍有较大提升空间。长期来看，跟随国际产业发展规律，我国药品流通行业的集中度进一步提升将成为必然趋势。

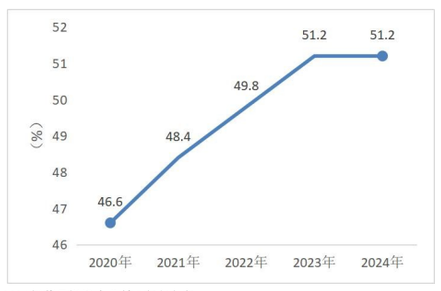
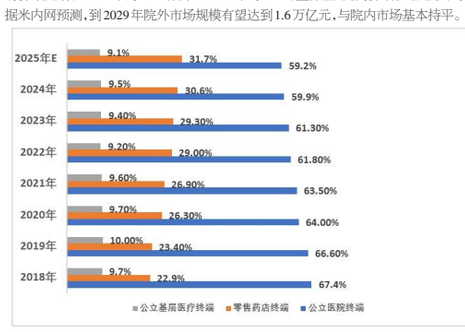


图3 2020-2024年药品批发企业前5家市占率

（3）院外市场占比持续攀升，零售药店+基层医疗双核驱动，助力公司抢占优势增量市场

我国药品销售分为三大终端六大市场，从市场格局看，公立医院仍占据主导地位，但市场份额持续收窄。据米内网统计，预计2025年公立医院市场份额为59.2%，较2021年的63.5%下降4.3个百分点；零售药店市场份额则从2021年的26.9%提升至2025年的31.7%，成为最具增长活力的终端；基层医疗市场份额同期从2021年的9.6%微降至2025年的9.1%，整体呈“院内份额收缩、院外零售扩张”的态势。据米内网预测，到2029年院外市场规模有望达到1.6万亿元，与院内市场基本持平。



随着“双通道”、“门诊统筹”等政策的推进，处方外流规模持续扩大。DTP药房、院边店、双通道药房等专业化渠道成为承接主力，推动零售药店从“规模扩张”向“价值升级”转型，逐步形成“处方药主导、服务多元化、线上线下一体化”的竞争格局。与此同时，基层医疗在分级诊疗、医保覆盖扩大、带量采购延伸等政策推动下，也进入快速发展期，市场潜力巨大，药企正加速布局县域及农村市场，通过“县乡村一体化”供应链提升基层药品可及性。九州通长期深耕零售药店与基层医疗市场，院外市场销售占比超过70%；在院外市场持续扩容、结构不断优化的背景下，公司凭借先发优势与网络布局，有望在优势领域实现更稳健的发展。

图4 2018-2025年三大终端市场份额（数据来源：米内网）

（4）大数据、云计算、物联网及人工智能重塑传统的流通模式，促进行业数智化升级

近年来，在政策引导、技术赋能与市场需求的共同促进下，医药流通行业数智化转型全面提速。政策层面，2025年4月，工信部等7部门联合印发《医药工业数智化转型实施方案（2025—2030年）》；2025年5月，商务部等8部门印发《加快数智供应链发展专项行动计划》，指出“到2030年，形成可复制推广的数智供应链建设和发展模式，在重要产业和关键领域基本建立深度嵌入、智慧高效、自主可控的数智供应链体系”，为医药流通数智化升级提供政策支撑，助力提升供应链效率与抗风险能力；技术层面，物联网、大数据、AI等技术成果加速落地，深度渗透医药流通全链条，物联网是通过射频识别（RFID）等技术实现药品仓储、配送、零售的实时监控与自动化操作，保障药品安全；大数据整合全链条数据，优化库存与配送路径，提升运营效能；AI替代人工重复性劳动，实现仓储分拣、库存管理智能化，提升效率与精度。在政策引导与技术赋能下，我国药品流通行业正处于数智化转型的快速发展与整合期。

九州通在行业内率先推进数字化、互联网化、平台化转型。经过多年发展，公司的数字化能力在行业内已处于领先水平，并逐步向“数智化”升级；公司通过医药流通全产业链多场景AI与数智化技术应用，进一步提升了服务质量与运营效率，数智化能力已成为公司的核心竞争力。

（5）从药品渠道商向综合健康服务商转型，构建供应链与专业服务壁垒

根据商务部《2024年药品流通行业运行统计分析报告》，随着人口老龄化加剧以及居民健康意识持续提升，医药市场需求逐年增长，且需求结构从单纯药品供给向多元化、全周期健康服务延伸。行业竞争已从单一的渠道分销、价格比拼，升级为“全产业链整合+全场景服务”的综合实力较量，单纯的药品配送业务已无法构筑长效壁垒，具备上下游贯通、全场景覆盖的一体化服务能力，成为龙头企业抢占市场、拉开差距的核心抓手。

报告指出，当前药品批发企业正主动突破传统配送模式，通过开展SPD、CSO等业务，为产业链上下游提供一体化解决方案，这不仅是行业服务能力升级的体现，更是医药流通行业盈利模式重构的核心方向，已成为行业发展的主流趋势。与国际成熟市场相比，我国医药流通行业的主要业务模式仍为传统配送服务，而发达国家头部企业已通过全球化供应链与专业化服务形成垄断优势，其CSO服务、供应链金融等增值业务发展成熟，更易于构建起较高的行业壁垒和显著的客户粘性。

未来，医药流通行业的核心趋势之一，便是围绕“大健康”核心理念，持续探索创新转型路径，不断提升专业服务能力，推动行业从传统渠道服务向综合健康服务升级。

2、总代品牌推广业态

（1）医药产业链专业化、精细化分工，催生专业品牌推广及运营服务需求

近年来，医药行业正加速从“研-产-销”一体化模式向专业化、平台化分工转型，医药产业链分工日益细化，以品牌运营专业化服务为核心的商业化平台在流通环节的价值日益凸显，成为医药流通行业的重要组成部分。依托大数据、云计算等数字化技术的营销方式成为行业发展新趋势，用数字化能力提升运营效率，以数字化工具协同增强品牌的推广效果。

对药企而言，与CSO企业合作价值显著。一方面，降本增效成效突出。药企倾向剥离非核心销售业务，聚焦研发生产，推动CSO服务需求从辅助销售向精细化、专业化推广转型；CSO凭借专业资源与规模效应，优化销售流程，精准投入营销资源，降低药企运营成本，提升资金使用效率。另一方面，CSO助力药企市场拓展与品牌建设。在数字经济时代，如何利用数字化营销实现时间和地域限制，实现产品的全渠道、全方位曝光，成为药械生产企业面临的新挑战。CSO凭借对各地医药市场的深入了解，能依据产品特性定制区域化推广策略，挖掘潜在市场，并通过学术推广、患教活动等方式提升药企品牌知名度与产品认可度。

（2）带量采购等医改政策持续深化，倒逼运营效率升级，加速CSO行业发展

近年来，政府对医疗健康领域的改革措施加速了医药CSO行业发展。随着“两票制”的实施、带量采购的推进以及分级诊疗制度的完善等，这些政策持续深化促使药企调整营销策略，增加对专业化、高效化销售服务的需求，加速了CSO行业发展。

从医改政策实施的直接效果来看，集采名录内药品价格大幅下降，未集采的原研药也因缺乏价格优势而面临量价齐跌的局面，院内销售受到较大冲击。原研药厂商面临双重压力：一方面，院内市场拓展难度增大，销售团队人均产出下降，外包销售需求增加；另一方面，厂商开始关注院外市场，但由于积累薄弱，对专业院外渠道运营的需求显著上升。因此，原研药厂商更看重流通商的分销渠道和品牌推广能力，倾向于选择具备强大分销网络和品牌推广经验的一体化服务商。这为品牌推广及运营行业的发展注入了持续增长的动力。

带量采购政策对医药行业的运营成本和效率提出了新挑战，产品降价与服务要求增加的矛盾凸显。如骨科、大外科、IVD等行业增速放缓或负增长，但带量采购后医院对服务的深度及个性化需求却日益增长，流通企业必须提供高时效性、强个性化的专业服务。此外，市场架构重塑，更多国产品牌和高性价比厂家迎来入场机遇，平台化、规模化运作需求凸显，只有向上延伸多样化服务，向下兼并区域市场，才能稳定市场份额及盈利空间。这对品牌推广及运营服务业态而言，既是服务能力升级的挑战，也是市场需求扩容的机遇，必将加快推动CSO行业持续进步。

（3）创新药商业化浪潮兴起，驱动专业品牌推广及运营服务需求爆发

近年来，我国围绕创新药出台了一系列政策，涵盖注册审批、医保支付、投融资等多个关键领域，全方位助力中国创新药行业蓬勃发展。2025年我国已批准上市的创新药达76个，超过2024年的48个，创历史新高。创新药市场的快速扩容直接带动了CSO行业的需求增长。其中，Biotech企业及初创药企作为创新药研发的核心力量，普遍“重研发、轻销售”，由于自建商业化团队成本高、周期长、经验不足，迫切需要借助专业CSO的力量，快速实现创新药的市场准入和商业化落地。同时，创新药具有技术壁垒高、学术性强的特点，对CSO机构的专业能力提出了更高要求，也推动了行业需求向专业化、精细化方向升级。

此外，跨国药企加速本土化布局，为了快速适应中国市场环境、降低固定成本、实现产品的广泛覆盖，也纷纷选择与本土CSO机构合作，将部分销售环节外包，进一步放大了行业的服务需求。

3、医药工业业态

（1）多因素驱动仿制药行业快速发展，国内仿制药行业需求持续旺盛

近年来，国内化学仿制药行业处于政策引导与市场需求双向作用的转型发展期，带量采购等政策的常态化实施重塑了行业竞争格局。受带量采购等政策影响，虽然公立医院与基层医疗“以价换量”将带动销量增长，但价格也呈现下降趋势，导致部分化学仿制药市场规模下降，但这一政策也显著提升了仿制药的可及性，带动中选品种销量实现大幅增长，同时倒逼行业淘汰落后产能、提升质量管控水平。

从市场需求端来看，中国庞大的人口基数和加速推进的人口老龄化进程，为仿制药行业提供了持续旺盛的需求支撑。随着老年人口数量的增加和寿命的延长，慢性病、糖尿病、心血管疾病等老年高发疾病的患病率持续攀升，而仿制药凭借性价比优势，成为这类疾病长期治疗的核心用药选择，市场需求基数不断扩大。

此外，原研药专利到期高峰将带来巨大市场，大量年销售额超10亿美元的原研药在未来五年内将集中失去专利保护，这一趋势不仅对跨国制药巨头的营收构成显著压力，也为国内仿制药及生物类似药企业提供了抢占市场份额的绝佳机遇，企业可通过技术研发实现专利到期药物的快速仿制，借助成本优势快速切入市场。

尽管面临价格下行压力，但受益于需求增长、专利到期红利以及行业集中度提升等多重因素，根据《中国仿制药发展报告（2025版）》数据预测，预计到2030年中国仿制药行业规模仍将保持在8,000亿元以上。同时，第十一批国家药品集采规则的优化，引导行业从“价格战”转向“价值战”，企业纷纷向高壁垒仿制药领域布局，聚焦复杂剂型、特殊给药途径等技术门槛高的品种，推动仿制药行业向高质量发展转型。

（2）全链条政策赋能产业升级，创新药市场迎来高速增长期

中国创新药市场正处于产业逻辑持续向上的黄金发展期，叠加全链条政策支持、研发实力提升以及出海突破等多重利好因素，近几年市场规模实现快速扩张，已成为医药行业最具想象力空间和蓬勃发展活力的板块，同时也是科技板块“新质生产力”中极具成长性的重要创新赛道，承载着我国医药产业从“仿制药大国”向“创新药强国”转型的核心使命。

政策层面，我国已构建起覆盖创新药研发、审批、上市、医保准入、商业化等全链条的支持体系，为创新药发展保驾护航。从研发端的税收优惠、研发费用加计扣除，到审批端的优先审评审批、突破性治疗药物认定等政策，大幅缩短了创新药的研发周期和上市流程，降低了企业研发成本；医保准入层面，国家医保目录谈判常态化开展，将更多优质创新药纳入医保范围，破解了创新药“定价高、可及性低”的难题，同时为创新药支付提供了广阔空间，推动创新药快速实现临床放量。这些政策的协同发力，有效激发了企业的创新积极性，推动国内创新药研发投入持续增加，创新成果不断涌现。

此外，出海突破成为国内创新药市场高速发展的重要增长极，行业正从“借船出海”向自主全球化过渡。2025年，中国创新药BD（商务拓展交易）“出海”授权金年交易总金额达到1,356.55亿美元，交易总数量达到157起，两项核心指标均刷新历史纪录。

市场规模方面，创新药呈现高速增长态势。前瞻产业研究院结合Frost & Sullivan测算初步统计，2024年我国创新药行业市场规模空间超过1.13万亿元，随着创新药研发成果的持续落地、医保准入的不断推进以及出海收入的快速增长，行业规模将持续扩大。结合工信部数据，“十四五”期间中国医药工业年均收入增速达9.3%，考虑到创新药行业的高成长性，前瞻产业研究院预测，以略高于此增速的10%计算，至2030年，中国创新药行业市场规模有望接近2.3万亿元。

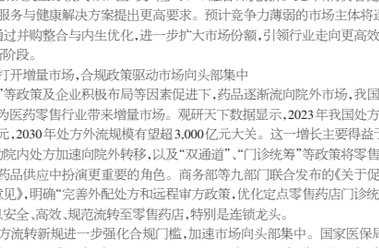


图5 2025-2030年中国创新药行业市场规模预测（单位：万亿元）

（数据来源：前瞻产业研究院）

4、新零售业态

（1）从规模扩张到质效提升，医药零售进入结构性优化阶段

商务部《2024年药品流通行业运行统计分析报告》显示，2024年中国药品零售市场销售额6,500亿元，扣除不可比因素同比增长1.3%；零售连锁企业总数6,607家，同比减少118家；零售药店总数68.37万家，同比增加1.67万家。数据表明，门店数量增长已逐渐放缓，行业集中度持续提升。在结构性压力下，小型连锁企业经营承压，而龙头连锁企业与部分经营灵活的单体药店则展现出更强韧性。2024年，药品零售前10位企业年销售总额1,504亿元，占全国药品零售市场总额23.1%；前100位年销售总额2,470亿元，占比38.0%。零售连锁率为57.0%，规模化、连锁化发展进程持续推进。

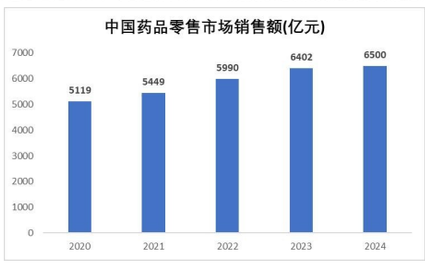


图6 2020—2024年中国药品零售市场销售规模

2026年1月，商务部等九部门联合发布《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》，明确支持横向并购重组、鼓励批零一体化发展，持续为行业整合“松绑加速”，医药零售行业正从过去依赖门店数量扩张的粗放增长模式，转向以运营效率、专业服务与多元化经营为核心的高质量发展阶段。

未来零售行业的增长将不再取决于门店数量的简单增加，而更依赖于单店运营效率的提升、专业化服务能力的深化，以及业务模式（如“医+药+险”、O2O融合）的创新。此外，消费者健康管理需求升级，对药店的药事服务与健康解决方案提出更高要求。预计竞争力薄弱的市场主体将逐步出清，而头部连锁企业有望通过并购整合与内生优化，进一步扩大市场份额，引领行业走向更高效、更专业、更集约的高质量发展新阶段。

（2）处方外流打开增量市场，合规政策驱动市场向头部集中

在“医药分开”等政策及企业积极布局等因素促进下，药品逐渐流向院外市场，我国处方外流市场规模持续扩大，正为医药零售行业带来增量市场。观研天下数据显示，2023年我国处方外流累计流出规模已超1,000亿元，2030年处方外流规模有望超3,000亿元大关。这一增长主要得益于“零差率”、带量采购等政策推动院内处方加速向院外转移，以及“双通道”、“门诊统筹”等政策将零售药店纳入医保报销体系，使其在药品供应中扮演更重要的角色。商务部等九部门联合发布的《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》，明确“完善外配处方和远程审方政策，优化定点零售药店门诊统筹服务”，将进一步推动处方信息安全、高效、规范流转至零售药店，特别是连锁龙头。

此外，电子处方流转新规进一步强化合规门槛，加速市场向头部集中。国家医保局《关于规范医保药品外配处方管理的通知》明确，自2025年1月1日起，配备“双通道”药品的定点零售药店均需通过电子处方中心流转处方，原则上不再接受纸质处方。这一政策依托全国统一医保信息平台，构建了连接医疗机构、药店与参保人的数字化流转通道，在提升国谈药、门特药供应效率的同时，也通过全流程数字化监管大幅提高了处方外流的合规门槛。对于已具备完善信息系统、合规管理能力的头部连锁药店，这构成了重要的准入壁垒与竞争优势，将进一步推动处方药市场向规范化、规模化企业集中。

（3）药店业态升级，健康服务功能日趋完善

传统零售药店单纯“卖药”的经营模式已无法适配行业高质量发展需求，叠加居民健康需求从“治病”向“防病+治病+康养”多元化升级，零售药店业态迎来重大变革。2025年《政府工作报告》提出要“创新和丰富消费场景，利用新技术洞察消费趋势，多角度、多层次创新供给、优化消费场景”。2025年4月，商务部、国家卫生健康委等12部门联合印发《促进健康消费专项行动方案》，要求引导零售药店拓展健康促进、营养保健等功能，将零售药店打造成未来百姓健康服务的驿站。2026年1月，商务部等九部委联合印发《关于促进药品零售行业高质量发展的意见》，作为我国首个专门针对药品零售行业的国家级政策文件，首次明确推动药店从“药品销售终端”向“社区健康驿站”转型，为行业业态升级划定核心方向、提供有力政策支撑。

依托政策红利，零售药店将加速摆脱单一药品零售属性，构建“药品+专业服务+便民康养”的全链条业态，一方面依托执业药师、健康管理师等专业人才，做强处方审核、慢病随访、用药依从性管理等核心药事服务，打造专业化健康服务阵地；另一方面搭配保健品、医疗器械、中药饮片、养生茶饮等多元化产品，兼顾应急购药、日常保健、慢病康养等多元需求，真正融入居民日常生活，成为15分钟健康服务圈的关键节点，实现从“药品零售商”到“全民健康服务商”的身份蜕变，同时兼顾应急保供哨点职能，进一步提升商业价值与社会公益价值。

（4）O2O即时零售发展迅猛，成为医药零售行业增长新动能

在数字化生活普及、即时配送体系完善的背景下，医药O2O即时零售模式异军突起，凭借“线上下单、线下门店发货、30分钟-1小时极速达”的核心优势，精准契合居民应急购药、即时用药的刚性需求，成为医药零售行业全新的增长极，有望重构医药零售的消费场景与运营逻辑。

根据商务部研究院发布的《即时零售行业发展报告（2025）》测算，我国即时零售已迈入万亿级规模的关键阶段，2026年我国即时零售规模将突破1万亿元，2030年有望达2万亿元，“十五五”期间年均增速将达12.6%。医药即时零售作为重要细分领域，增长潜力尤为可观。据米内网预测，若线上医保全面开放，到2030年其在实体药店市场的份额将提升至32.1%，成为拉动医药零售整体规模扩张的核心力量。

目前，各大头部连锁药店、电商平台均加速布局O2O业务，入驻美团、饿了么、京东到家等主流即时零售平台，打通线上流量入口与线下配送链路，覆盖感冒退烧、慢病用药、计生用品、医疗器械等多品类即时购药需求。