

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
2022 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 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、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

公司董事会拟定的利润分配及资本公积金转增股本预案为：以利润分配股权登记日的总股本扣除回购专户股份（如有）为基数，向全体普通股股东每10股派发现金红利5元（含税），同时拟以资本公积金向全体股东每10股转增4.9股，不送红股，剩余未分配利润结转以后年度。

如以截至2023年3月31日的总股本1,873,869,441股扣除回购专户48,599,098股股份为基数（最终以权益分派股权登记日可参与分配及转增的股本数量为准），向全体普通股股东每10股派发现金红利5元（含税），共计分配现金红利912,635,171.50元；向全体股东每10股转增4.9股，合计转增894,382,468股，转增后公司总股本增加至2,768,251,909股。

根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第7号——回购股份》第八条的规定：“上市公司以现金为对价，采用集中竞价方式、要约方式回购股份的，当年已实施的股份回购金额视同现金分红，纳入该年度现金分红的相关比例计算。”2022年度，公司现金分红总额为1,338,303,571.50元（含回购股票金额425,668,400.00元），占本年度合并报表归属于上市公司股东净利润的比例为64.19%；同时，公司董事会决议本年度拟实施资本公积金转增股本方案，公司独立董事已就上述事项发表独立意见。

此预案尚需提请公司2022年年度股东大会审议。

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	刘志峰	张溪
办公地址	湖北省武汉市汉阳区龙阳大道特8号	湖北省武汉市汉阳区龙阳大道特8号
电话	027-84683017	027-84683017
电子信箱	jztdmc@jztey.com	jztdmc@jztey.com

2 报告期公司主要业务简介

九州通为科技驱动型的全链医药产业综合服务商，公司立足于大健康行业，主营业务包括数字化医药分销与供应链服务、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、数字物流技术与供应链解决方案六大方面。

公司是国内最大的民营医药商业企业，位列中国医药商业企业第四位，是行业内首家获评5A级物流企业及唯一获评国家十大智能化仓储物流示范基地的企业；公司位列2022年“中国企业500强”第207位和“中国民营企业500强”第68位。

（一）公司业绩亮点及分析

报告期内，公司在外部环境复杂多变、行业改革不断深化的背景下，积极应对市场环境 with 行业政策等变化带来的机遇与挑战，全面提升经营质量，实施降本增效并加强费用管控，实现了营业收入规模和扣非归母净利润的加速双增长。

报告期内，公司营业收入再创新高，达到1,404.24亿元，较上年同期增长14.72%；实现扣非归母净利润17.34亿元，较上年同期增长23.56%。2022年1-12月，公司经营活动产生的现金流量净额达到39.86亿元，较上年同期增长15.24%，其中，第四季度经营性现金流量大幅改善，现金回款大幅增加，单季度经营性现金流量净额达54.58亿元。

报告期内，公司营业收入和扣非归母净利润加速双增长的主要原因是公司在保持医药分销业务稳健增长（15.57%）的基础上，实现总代品牌推广、医药工业自产及OEM、医药新零售与加盟、三方物流等新兴业务的快速增长，取得了良好的经营成果；其中，总代品牌推广业务毛利较上年同期增长31.80%，医药工业自产及OEM业务营业收入较上年同期增长23.48%，医药零售业务营业收入较上年同期增长37.89%，均高于公司整体增速，助力公司各项业绩指标的超预期达成。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额较上年同期大幅改善的主要原因是期内公司销

售回款增加、回现款率提升，公司通常从第四季度开始加大应收账款的清收力度，第四季度经营性现金流入会大幅增加，确保全年经营活动产生的现金流量净额为正值且持续改善。

报告期内，公司继续强力推进好药师“万店加盟”计划，加速打造药九九终端平台、“慕健康”平台，重点实施“Bb/BC仓配一体化”、AI智能采购、客服平台升级等战略性PMO项目，均超预期达成各项考核指标，加速了公司经营模式的转型升级。

（二）公司转型升级概况

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，并结合上下游客户的需求，推行“医药分销+物流配送+产品推广”的综合服务模式，取得了显著的成效。

公司搭建了行业稀缺的“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、数字物流技术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



（三）公司转型升级及业务创新成果

报告期内，公司继续深化全品类、全渠道和全场景的业务布局，加快建设数字化、平台化和互联网化的服务能力，并紧紧围绕六大主营业务进行转型升级和业务创新，在数字化医药分销、总代品牌推广、工业自产及OEM、万店加盟、电商B/C端总代总销、“慕健康”服务、互联网医疗、“Bb/BC仓配一体化”等各项业务创新上均取得了丰硕的成果，具体如下：

1、药九九 B2B 电商平台，全链赋能单体药店、诊所等终端客户，年收入规模已达 116.42 亿

元

报告期内，公司继续加快推进面向单体药店、诊所等客户的数字化分销业务，药九九B2B电商平台自营交易收入规模已达116.42亿元，占公司主营业务收入比例为8.30%；目前平台拥有注册用户40万+，活跃用户35万+，覆盖全国99%的行政区域，是国内领先的B2B医药电商平台。药九九B2B电商平台是原九州通医药网B2B交易平台的升级版，由九州通在各区域成立的被称为“药九九”的公司运营，专门为小连锁、单体药店、诊所等客户提供B2B电商业务服务；平台采用“**自营+合营+三方+地推**”的类三方平台模式，实行采销一体，责、权、利到人的经营模式，是对传统分销模式的重大改变。此外，平台通过数字化和信息化管理，可以为上游厂家提供全面、准确的产品流向分析等增值服务，并提供特有的“Bb/BC仓配一体化”物流服务、“一站式”交易服务以及供应链金融服务，以提升客户体验，促进公司由传统医药分销业务向数字化医药分销业务的快速转型。

2、零售电商服务平台业务，全网化服务京东、阿里等大型医药零售电商平台，年收入规模已达 54.59 亿元

报告期内，公司继续开展对京东、阿里、美团、叮当、平安、抖音、快手、百度等大型医药零售电商平台的健康产品供应链业务，销售收入规模已达54.59亿元，较上年同期增长36.46%，其中销售给京东、阿里自营平台的药品已突破40亿元，是其重要的药械供应服务商。公司凭借覆盖全国的仓储物流网络和供应链优势，与电商平台系统打通，可以实现自动下单、自动询价、同城即配、统一结算、全平台控价等多项服务。公司零售电商分销事业部充分整合公司各方资源，包括“**慕健康**”平台的医患服务、“**Bb/BC仓配一体化**”、数字化管理等，已为华润三九、广药集团、北京同仁堂、山东达因等1,500余家品牌企业提供“一站式”全网化分销和供货运营服务，并跟踪服务到C端消费者。

3、总代品牌推广业务，打造利润持续增长“第二曲线”，代理品种 1,371 个，实现销售收入 134.13 亿元

报告期内，公司总代品牌推广业务（含药品及医疗器械）销售收入达134.13亿元，毛利率提升至13.64%，毛利额为18.29亿元，较上年同期增长31.80%，持续打造公司利润增长“第二曲线”，对公司业绩贡献度逐年提升。

报告期内，公司**药品总代品牌推广业务**实现销售收入66.51亿元，较上年同期增长34.90%；毛利率提升至22.01%，毛利额为14.64亿元，较上年同期大幅增长76.51%；其中可威、倍平、康王等系列重点品种销量大幅增长，带动终端销售收入及毛利大幅提升；同时，公司大力引进优质产品103个，其中销量过千万新品23个。截至报告期末，公司药品总代品规数达1,025个（其中销量过

亿品规14个），包括浙江华海、浙江京新、正大天晴、东阳光、宜昌人福等厂家的集采中标产品，以及阿斯利康、拜耳、日本卫材、武田等外资企业的产品。公司已形成较为成熟的总代品牌推广业务模式，包括集采原研落标产品院外代理、集采中标产品院外代理、品牌产品连锁控销、品牌产品院外代理、独家产品院外代理五大模式。

报告期内，公司**医疗器械总代品牌推广业务**实现销售收入67.63亿元，已代理强生、理诺珐、雅培、费森尤斯（血透）等品牌厂家的品规共计346个。公司聚焦国内外品牌厂家，重点发展大外科、心脑血管介入、IVD全国性平台业务，强化供应链基本服务能力的建设，建立统一数字化平台，优化物流体系，完善专业人才，并探索推进外科手术、检验产品打包解决方案。

4、医药工业自产及 OEM 业务，形成自有品种的集群式发展，经营业绩创新高

报告期内，公司积极开发西药工业、中药工业自产及OEM业务，形成自有品种的集群式发展，全年销售收入达24.10亿元，较上年同期增长23.48%，毛利率为23.17%，毛利额为5.59亿元。

在西药工业方面，公司旗下北京京丰制药集团有限公司（以下简称“京丰制药”）业绩创新高，全年实现营业收入4.69亿元，较上年同期增长51.48%；京丰制药以抗生素系列、糖尿病系列和心脑血管系列药品的生产及研发为主，包括盐酸二甲双胍片、复方克霉唑乳膏及莫匹罗星软膏等重点品种，其中盐酸二甲双胍片（0.25*100s）中标国家第三批集采，呋塞米注射液拟中标国家第八批集采。**在中药工业方面**，公司旗下九信中药集团有限公司（以下简称“九信中药”）实现自产品种销售收入18.40亿元，保持稳健增长；九信中药致力于生产高质量、安全可靠的中药产品，目前可生产普通饮片、精制饮片、直接口服饮片、毒性饮片、参茸贵细、药食同源等多品类品种，同时积极在产品上应用趁鲜技术、溯源技术等，已形成晶磨净研、臻品养生、溯本珍源等优势特色产品，并打造出“九信”、“九州天润”、“金贵德济堂”、“真仁堂”、“臻养”等系列产品品牌。**在OEM产品方面**，公司医疗器械OEM新增品规数50个，合计155个，覆盖健康监测、呼吸支持、康复理疗、辅具出行、护理耗材、个护感控6个品类；已注册美体康、弗乐士2个自有品牌；取得二类产品注册证5个、一类产品备案证16个。公司药品OEM包括片剂、胶囊、口服液、复方颗粒等288个品规。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，为新产品战略实施奠定了基础。

5、好药师“万店加盟”业务，全面赋能线下加盟药店数字化管理，门店数已突破 13,000 家

报告期内，公司强力推进“万店加盟”计划，截至本报告披露日，“万店加盟”计划已实现自营及加盟药店突破13,000家，门店遍布全国31个省市自治区，覆盖1,122个城市，预计2025年门店数量将超过30,000家。

作为国内最大的OTC药品配送商和拥有遍布全国现代物流网络的企业，公司充分发挥加盟单体药店投资成本低、效率高、经营灵活的优势，利用自主研发的“募店通”系统与加盟药店的ERP

系统对接，全面赋能加盟药店的数字化管理、为药店提供厂家业务协同（流向管理和价格维护等）、会员管理、患教咨询、医保履约、个人健康管理、慢病管理、远程医疗、电子病历、电商运营（O2O）等系统服务，同时也为药店提供社区团购、城市合伙人、各项业务培训服务，补齐加盟药店的各项短板。未来，公司力争将好药师加盟药店打造成服务最优、效率最高、门店覆盖最广、最具竞争力的零售药店品牌。

6、好药师 B2C 电商总代总销业务，为药械企业提供线上一站式、全网化服务，全年销售收入近 10 亿元，积累了 2,700 万+ C 端用户

报告期内，公司为药械企业提供一站式、全网化B2C电商总代总销服务，实现销售收入9.58亿元，较上年同期增长59%；公司拥有10年+医药电商经验沉淀、300+电商运营团队、31+批零一体仓配能力，积累了2,700万+ C端用户。公司旗下北京好药师大药房连锁有限公司（以下简称“北京好药师”）通过“供应链+数字营销+医患运营”三位一体模式助力药械企业实现全网渠道业务的增长，已经销并运营诺华、哈药、贝因美、雅培器械、诺和诺德、鲁南制药、周林频谱等35个品牌的网络旗舰店，围绕药械企业需求进行产品推广，聚焦优势流量打造全网爆款产品，以加速开拓电商总代总销业务的发展。截至目前，公司已与天猫、京东、拼多多、美团、饿了么、抖音等多个零售电商平台建立了良好的合作关系，采用“全网总代总销+好药师官方网站”相结合的模式，为药械企业提供自营供货（产品运营）、旗舰店运营、内容运营、医生IP运营、商保履约、数字营销等一站式、直接面向消费者的B2C电商总代理总经销服务。

7、“幂健康”服务平台业务，全场景赋能 C 端用户，付费用户已超 40 万人，处方流转订单数已超 63 万单，商保履约金额 2.5 亿元

截至报告期末，公司“幂健康”服务平台付费用户已超40万人，已完成医生端、患者端、保司端、医疗机构端的“一云多端”基础能力建设，构建了行业领先的集“社交+交易”相结合的业务中台和数据中台。其中，“幂健康”医生端提供在线问诊及基础诊疗服务的医生超63万名，实现了C端用户的预约挂号、在线问诊、预约体检、快速购药、健康咨询、慢病管理等功能；“幂健康”药店端已将O2O运营、会员管理、门店培训、商保核销、智能审方等系统打通聚合，目前注册药店3.5万家、日均活跃门店1.5万家；“幂健康”医疗机构端已完成互联网医院、处方审核及流转、云药房等系统的整合及商业化应用，2022年处方流转订单数已超63万单，较上年同期增长928%；“幂健康”保司端基于公司“BC一体化”、“万店加盟”能力，提供O2O和B2C相结合的履约服务，并从药品赔付前置延伸到问诊服务，截至目前，健康保险订单履约达300余万单、履约金额达2.5亿元；2022年为蚂蚁保险等提供履约服务收入较上年同期增长2,759%。

报告期内，公司“幂健康”服务平台专病运营业务取得突破，单病种运营板块的活跃眼科医生已超3,000名，付费患者超过2万人；公司以青少年眼科业务为切入口，已完成与朝聚眼科、普瑞眼科、泰康同济眼科的全面合作，并实现糖尿病、心血管、心理健康疾病中心业务的上线和布局，

通过接入专业机构提供各类线上基础医疗服务，并围绕单病种构建医、药、险结合的全病程管理方案。

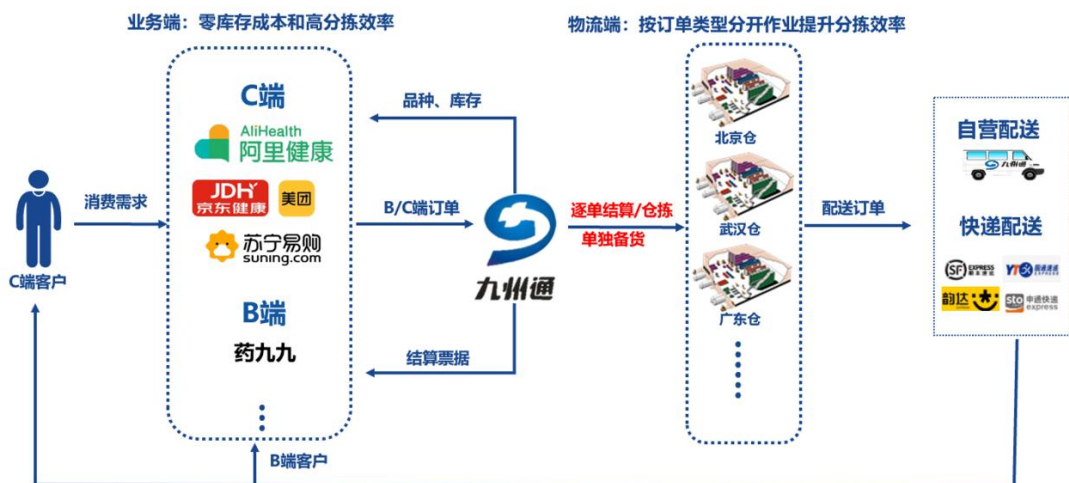
8、互联网医疗业务，深度推进新服务模式，打造行业专业的处方外流平台

报告期内，公司建设与运营了14家公立医疗机构的互联网医院，以及其他多个互联网诊疗平台，全年处方流转规模约6,000万元。公司积极与行业领先的互联网医院系统开发和运营解决方案的提供商合作，凭借自身在医药大健康行业多年形成的全品类、全渠道、全场景的数字化分销与供应链服务平台，以及行业领先的数字化、平台化、互联网化优势，发挥合作方覆盖全国900多家公立医院的三甲官方互联网医院系统建设与运营服务经验，可以实现互联网医院与处方流转的全场景覆盖，为实体医院开展线上问诊（小程序）及互联网医院场景处方流转业务；打通互联网诊疗医保（诊查费、药品费）在线支付、慢病药品医保线上结算、院内品种零库存配送等多项创新服务模式。

9、物流 Bb/BC 仓配一体化，全力打造面向多端的高效供应链物流服务体系，实现客户“零库存”及 10 万品规资源共享

报告期内，公司继续打造面向多端的高效供应链物流服务体系，已投入运营广东、上海、江苏、湖北、浙江、天津6处“BC一体仓”，每日揽收率达99%以上，极大提高了供应链服务效率，满足了不同客户需求；公司已完成湖北、重庆、山东、河南、北京、广东、山西、安徽、四川、浙江、福建、陕西12家公司物流“Bb一体化”改造并投入运营，未来三年公司争取完成“Bb/BC仓配一体化”能力的全覆盖。公司搭建的行业特有的“Bb/BC一体化”高效供应链物流服务模式，在向现有医疗机构、连锁药店等大B端客户提供服务的同时，可向小B端（指单体门店及诊所等）和C端消费者开放优质高效供应链服务，并通过信息和物流系统的改造，实现公司现有商品库存与药店、批发企业打通，对C端和小B端客户直接发货；药店和二级分销商实现“零库存”的同时，可享受公司现有10万商品品规的资源，全面提升九州通在小B端、C端的市场竞争力。

图 2 “Bb/BC 一体化”的医药供应链服务模式图



10、公募 REITs 项目启动，开启公司重大战略转型，盘活 300 余万平方米医药物流仓储资产及配套设施

截至本报告公布之日，公司积极响应国家政策号召，拟以公司（含下属分子公司）拥有的医药物流仓储资产及配套设施为底层资产，正式启动医药物流仓储公募REITs发行准备及申报等工作；初步申报发行方案已经公司2023年3月12日召开的第五届董事会第二十次会议审议通过，拟在湖北选取部分医药物流仓储资产及配套设施作为首批入池资产，预计首次募集资金规模不超过30亿元（最终以发行结果为准）。

公募REITs项目的启动和成功实施，将对公司未来各项财务指标的优化具有积极影响，其意义还包括：（1）REITs 赋能公司，帮助公司提升企业形象及品牌价值，有效提振资本市场影响力；（2）搭建轻资产运营平台，加快重构公司轻资产运营商业模式，盘活公司医药物流仓储资产及配套设施，加快资产流动性，为公司筹集更多运营资金；（3）拓宽多元化权益融资渠道，建立资产开发良性循环模式，减少公司对传统债务融资方式的依赖；（4）提升公司资产运营能力，实现多元化收益。

公司自成立以来，先后分别在全国31个省会城市，110个地级市投资建设了现代医药物流中心和药械分销网点，拥有141个规模不等的高标准符合国家GSP要求的医药物流仓储设施及配套设施。目前公司在全国各地拥有近6,600亩地，建筑总面积超过420万平方米的经营设施，其中，符合国家GSP标准的医药仓储设施近270万平方米，包含519个冷库（面积4.5万平方米，容积10.5万立方米）以及配套设施70多万平方米。如果本公司基础设施公募REITs申请上市成功，有望成为国内医药行业首单公募REITs以及湖北省首单民营企业公募 REITs，具有较强的示范效应和积极正面的社会影响。

（四）行业主要政策情况

报告期内，国家相关部门发布多项行业政策，主要包括集采扩面提速、“双通道”深入本地化、互联网医疗普及、中医药发展创新等，为医药大健康行业发展注入动力，推动行业高质量发展；另外，国务院及相关部委和各级地方政府密集发布公募REITs相关支持政策，为公司正式启动医药物流仓储公募REITs发行工作带来机遇，主要分析如下：

1、带量采购常态化、制度化

带量采购政策主要通过提升仿制药品生产供应的集中度，在保证药品生产质量的同时降低药品价格，从而减轻患者用药负担。从“4+7”试点、联盟地区扩围（第一批）到第八批国家药品集中采购，集采品类由化学药品扩展至生物制药、中成药、高值耗材等。2023年，国家相关部门表示将坚定不移推进药品耗材集中带量采购，持续扩大药品集采覆盖面，继续开展药品集采并落地实施，适时推进新批次药品集采，带量采购工作已处于常态化、制度化。

带量采购政策			
发布时间	主体	文件名称	主要内容
2021-11	国家医保局	《关于做好国家组织药品集中带量采购协议期满后接续工作的通知》	巩固国家组织药品集中采购改革成果，实现采购协议期满后平稳接续。
2023-3	国家医保局	《关于做好2023年医药集中采购和价格管理工作的通知》	坚定不移推进药品耗材集中带量采购、持续扩大药品集采覆盖面、提高集采精细化管理水平、加强药品价格综合治理等。

带量采购政策的落地实施对九州通业务影响利大于弊：在国家开始集采之前，公司除在少数几个省、市的公立医院有开户，并开展业务之外，在大部分地区的公立医院业务乏善可陈，甚至一些区域公司尚未在公立医院开户；国家开始集采之后，公司下属分子公司都不同程度地获得了生产厂家中标产品的配送权，从而分别在各地公立医院开立了户头，也不同程度地获得了各地医院的配送业务。基于上述原因，尽管集采政策对从事医院业务的公司有重大影响，但是，针对九州通而言，集采政策使得公司获得了从事医院业务的机会。具体而言，集采政策不仅为公司拓展公立医院业务提供了机遇，而且也为公司的院外市场及总代品牌推广业务等带来难得的发展机遇：

(1) 公司扩大了在公立医院的业务覆盖范围。公司近三年在等级公立医院渠道（含城市和县级公立医院）的销售收入年复合增长率达13.37%，在等级公立医院的有效客户数快速增长至1.28万家，客户覆盖率进一步提升，已明显受益于带量采购政策的影响。

(2) 带量采购与“零差率”、“国谈品种”、分级诊疗等政策叠加，驱动医院处方流向社会药店，慢病用药流向第三终端，院外市场将迎来发展机遇。公司现有业务的65%以上在药店和第三终端等院外市场，并形成了一套完整的服务体系；等级医院的慢病用药流向第三终端，处方外流到药店，也给公司带来了极大的发展机遇。

(3) 带量采购丢标的品牌产品，因失去了公立医院的院内市场，而纷纷转向院外市场。由于公司具备全区域、全渠道和全场景的供应链服务优势及专业的总代品牌推广团队，公司承接丢标的品牌产品的机会越来越多。

(4) 带量采购政策的实施会加速新产品的迭代，创新药进入公立医院受到多重因素限制，而高端综合性民营医院是一个重要的进入渠道选择。公司从2018年开始全力布局头部民营医疗集团，通过技术赋能提升院内物流管理能力，并通过托管医院的药品、耗材等供应链服务，提升效率、优化成本、减少资源浪费，公司在民营医院的销售规模稳步增长。凭借此优势，公司正在积极地促进创新药企业与民营医院开展药物真实世界数据研究，为上市后临床研究、用药指南提供参考，既促进了民营医院自身的发展，也推动了公司与创新药企业的合作机会。

(5) 带量采购导致药品降价，已使一些慢病日用药费用不足1元，患者到医疗机构开药的交

通费用支出和挂号费用支出远远大于药费的支出，这就使得部分患者无需到医院开药，而直接到离家近的药店买药，这也扩大了药店的市场规模。由于公司具有院外市场的渠道优势，公司在争取带量采购中标品种配送资格的同时，也可以获得了这类品种在院外市场总代理推广的机会。

2、“双通道”+“门诊统筹”政策深化实施

为保障患者对集采中标药品的可及性，国家医保局和国家卫健委联合出台了“双通道”指导意见，将符合一定条件的零售药店纳入统筹医保报销的范围，实行与医疗机构统一的报销支付政策。“双通道”政策为零售药店特别是专业药房带来巨大的发展空间。

2023年，国家医保局发布了《关于进一步做好定点零售药店纳入门诊统筹管理的通知》，要求各级医保部门采取有效措施，为参保人员提供门诊统筹用药保障。

“双通道”+“门诊统筹”政策			
发布时间	主体	文件名称	主要内容
2022-1	云南省	《关于建立完善国家医保谈判药品“双通道”管理机制的通知》	国家医保谈判药品全部纳入“双通道”保障药品范围，根据国家医保谈判药品调整情况动态调整。鼓励有条件的统筹地区将特殊病、慢性病其他用药（麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品除外）纳入“双通道”保障范围。
2022-5	山东省	《关于进一步完善国家医保谈判药品“双通道”管理机制有关事项的通知》	各市要在2022年5月底前将协议期内的谈判药品全部纳入“双通道”管理，确保谈判药品在定点医疗机构或定点零售药店买得到、用得上、可报销，并根据国家医保目录谈判药品调整情况动态更新。
2023-2	国家医保局	《关于进一步做好定点零售药店纳入门诊统筹管理的通知》	各级医保部门要采取有效措施，鼓励符合条件的定点零售药店自愿申请开通门诊统筹服务，为参保人员提供门诊统筹用药保障。

以上政策的实施为头部医药零售连锁企业及“批零一体化”的医药流通企业将会带来巨大的发展空间：

(1) 药店纳入门诊统筹，将会促进处方外流，利好院外市场。《关于进一步做好定点零售药店纳入门诊统筹管理的通知》指出各级医保部门要采取措施，鼓励符合条件的定点零售药店自愿申请开通门诊统筹服务。该政策作为“双通道”政策的延续，将进一步推动各地建立基本医保门诊共济保障制度，也体现了医保部门继续推动医药分家的决心。门诊统筹将促进处方外流，总体利好院外市场，以慢病为主的专业化药房将大有可为。

(2) 具有处方药经营优势的“批零一体化”头部企业将会优先受益。处方外流的药品主要是处方药，“批零一体化”的头部企业具有处方药的资源优势，可以优先获得工业资源满足患者的需

求，在承接处方外流过程中具有一定的竞争力。

(3) 具备系统化、信息化能力的药店，具有承接处方外流的优势。能够纳入统筹医保的药店应当有与医院处方外流系统对接的能力，并有与医保部门系统对接的能力，换言之，没有相应系统化和信息化能力的药店，将不具备承接处方外流的机会。

九州通正在大力推进的好药师“万店加盟”及专业药房拓展计划，打造的重要职能之一就是为承接医院处方外流服务。截至报告披露日，公司“万店加盟”计划已实现自营及加盟药店已突破13,000家。以湖北地区为例，在湖北区域好药师药店（含直营店、加盟店及专业药房）数量达800余家，在武汉地区已开通医保的好药师药店均已纳入门诊统筹政策范围。“双通道”和“门诊统筹”政策的实施将会为公司新零售业务带来巨大的发展机遇。

3、“互联网+医疗”服务加速普及

近年来，由于互联网技术发展及居民健康消费意识增强，互联网医疗发展迅速。国家相关部门相继发布了一系列加速发展及普及互联网医疗服务的有利政策，明确要鼓励和加快“互联网+医疗健康”发展，建立以互联网为载体和技术手段的健康教育、医疗信息查询、电子健康档案、疾病风险评估、在线疾病咨询和诊断、电子处方、远程会诊、远程治疗和康复等多种形式的健康医疗服务，同时实现处方流转、医保支付结算、送药上门一体化服务等。

“互联网+医疗”政策			
发布时间	主体	文件名称	主要内容
2022-3	国务院办公厅	《关于印发“十四五”中医药发展规划的通知》	建设中医互联网医院，发展远程医疗和互联网诊疗。持续推进“互联网+医疗健康”、“五个一”服务行动。
2022-8	国家市场监督管理总局	《药品网络销售监督管理办法》	规范药品网络销售和药品网络交易平台服务活动，保障公众用药安全。
2022-11	国务院办公厅	《“十四五”全民健康信息化规划》	深化“互联网+医疗健康”服务体系，进一步拓展“互联网+医疗健康”服务模式。持续开展“互联网+医疗健康”、“五个一”服务行动，构建线上线下深度融合覆盖全生命周期的卫生健康服务模式。大力发展远程医疗，推动优质医疗资源扩容下沉和均衡布局，提高卫生健康服务均等化与可及性。
2022-12	国务院	《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》	纲要提出，积极发展“互联网+医疗健康”服务，健全互联网诊疗收费政策，将符合条件的互联网医疗服务项目按程序纳入医保支付范围。

目前，我国互联网医疗领域服务内容主要分为互联网健康咨询、互联网诊疗、互联网医院和

第三方平台等，能够合法合规提供互联网诊疗服务的单位主要表现为三种形式，即**独立设置的互联网医院、线下实体医院的第二名称互联网医院以及单独申请互联网诊疗资质的线下实体医院。**

过去，相关部门出于对人民群众生命健康安全的考虑，均实质性要求互联网诊疗不得开展首诊，即只能通过互联网等信息技术开展部分常见病、慢性病复诊和“互联网+”家庭医生签约服务。2022年12月，国家卫健委发布《关于做好新冠肺炎互联网医疗服务的通知》，明确合格的医疗机构可以通过互联网诊疗平台，在线开具治疗相关症状的处方，并鼓励委托符合条件的第三方将药品配送到患者家中。此举无疑对互联网医疗行业是一大利好，其附条件的放开了部分首诊的医疗服务，而非如过去一般将互联网医疗服务强制为复诊范畴。对互联网医疗的部分首诊附条件放开，意味着未来或将有更多的常见病、慢性病可以直接通过互联网医疗进行首诊，以满足人民群众的就医需求，也将推动互联网医疗的快速发展。

九州通正在开展“互联网医疗+处方外流+医保”新模式，通过与专业机构合作等方式，分别在天津、福建、上海、广东、湖南等多家三甲实体医院提供互联网医院系统建设与运营及供应链服务，积累了一定的经验。未来，公司将继续深耕互联网医疗行业，力争打造行业专业的处方外流平台，并成为实体医院的互联网医院系统建设专家和行业领先的代运营服务商。

4、中医药产业迎来高质量发展机遇

近年来，国家大力支持中医药发展，不断出台相关利好政策，提出推进中医药高质量融入共建“一带一路”发展规划，明确“十四五”时期中医药发展和基层中医药服务能力提升的目标任务和重点措施，并提出进一步推进医养结合发展。其中，2022年3月国务院办公厅印发的《“十四五”中医药发展规划》（以下简称《规划》）是首个以国务院办公厅名义印发的中医药五年规划，体现了国家各层面对中医药发展的关注和重视，将推动中医药事业产业发展进入新阶段，使中医药产业发展成果更好地惠及广大群众，为全面推进健康中国建设、更好保障人民健康提供有力支撑。

中医药政策			
发布时间	主体	文件名称	主要内容
2021-12	国家中医药管理局	《推进中医药高质量融入共建一带一路发展规划（2021-2025年）》	规划从政府合作、医疗、科研、贸易、产业、区域国际合作、教育、文化等八方面提出了“十四五”时期推进中医药高质量融入共建一带一路的重点任务。
2022-3	国务院办公厅	《关于印发“十四五”中医药发展规划的通知》	规划提出到2025年，中医药健康服务能力明显增强，中医药高质量发展政策和体系进一步完善，中医药振兴发展取得积极成效，在健康中国建设中的独特优势得到充分发挥。
2022-3	国家中医药管理局	《关于印发基层中医药服务能力提升工程“十四五”行动计划的通知》	提出从完善基层中医药服务网络、推进基层中医药人才建设、推广基层中医药适宜技术、提升基层中医药服务能力等重点方面落实“十四五”行动计划，实现到2025年，基层中医药实现五个“全覆盖”的目标。

2022-8	国家卫生健康委	《关于进一步推进医养结合发展的指导意见》	提出发展居家社区医养结合服务，发挥中医药和中西医结合在养生保健、慢性病防治等方面的优势，推动中医药进家庭、进社区、进机构；推动机构深入开展医养结合服务，优化服务衔接，完善支持政策，多渠道引才育才，强化服务监管。
--------	---------	----------------------	---

国家大力支持中医药发展的各项政策，提高了中医药在我国医疗体系中的地位，中医药行业发展前景广阔，中医药产业将迎来高质量发展机遇，为公司中药板块业务发展带来了历史性机会。

公司旗下九信中药构建起了一个覆盖全国的道地中药材资源网络。未来，九信中药将继续加大中药材产区建设，致力于道地药材生产规范管理，符合《规划》中关于“道地药材生产、中药饮片溯源、中药炮制规范保护、第三方检测平台建设”等指导意见。

九信中药在全国范围内建设有10家GMP认证现代化饮片企业，并不断运用高新技术改进中药传统炮制方式，发展中药制药工程技术，同时建立了涵盖中药材、中药饮片的信息化追溯体系。未来，九信中药将继续加快中药制造业数字化、网络化、智能化建设，加强技术集成和工艺创新，提升中药装备制造水平，加速中药生产工艺、流程的标准化和现代化；以“智能制造”契合中医药领域改革中关于“以质量为导向的中药饮片市场价格机制”理念。同时，九信中药致力于生产高质量、安全可靠的多种品类中药产品，未来将继续加强产品质量管控，丰富道地药材产品、大健康产品等品类，响应《规划》中“丰富中医药健康产品供给”的长远目标。

5、REITs 支持政策密集出台

自2020年至今，国务院及相关部委和各级地方政府密集发布公募REITs相关政策，以支持公募REITs的快速扩容。从年初REITs试点税收政策的实施，到年中扩募制度的出台；从顶层设计上打通存量REITs可持续发展通道，到支持民间投资项目参与基础设施领域不动产投资信托基金试点等，均给公募REITs市场带来无限发展空间。

REITs 政策			
发布时间	主体	文件名称	主要内容
2020-4	中国证监会、国家发展改革委	《关于推进基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）试点相关工作的通知》	文件的发布标志着中国公募 REITs 正式启动。文件提出 REITs 试点项目的公募 REITs 条件：1、聚焦重点区域；2、聚焦重点行业；3、聚焦优质项目；4、加强融资用途管理。
2020-8	中国证监会	《公开募集基础设施证券投资基金指引（试行）》	文件规范了公募 REITs 设立、运作等相关活动，保护投资者合法权益。
2021-3	国家发展改革委	《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	文件明确提出“推动基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）健康发展，有效盘活存量资产，形成存量资产和新增投资的良性循环”，标志着基础设施 REITs 已成为提升投资

			效率、促进投资合理增长的重要手段。
2021-7	国家发展改革委	《国家发展改革委关于进一步做好基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）试点工作的通知》	文件要求进一步做好基础设施 REITs 的试点工作，提出：1、不断深化认识，加强支持引导；2、加强项目管理和协调服务；3、严把项目质量关；4、促进基础设施 REITs 长期健康发展；5、加强部门协作和政策落实。
2022-1	财政部、税务总局	《关于基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）试点税收政策的公告》	文件明确对 REITs 设立前、设立阶段的相关资产交易或股权收购暂不确认企业所得税，允许递延纳税，以支持 REITs 发展，文件是国内首次在税收方面支持公募 REITs 发展。
2022-4	中国证监会	《关于加快推进公募基金行业高质量发展的意见》	意见提出支持公募主业突出、合规运营稳健、专业能力适配的基金管理公司设立子公司，专门从事公募 REITs、股权投资、基金投资顾问、养老金融服务等业务，提升综合财富管理能力和专业能力。文件首次提出建立专门公募 REITs 基金子公司的概念，为公募 REITs 业务载体打开发展空间。
2022-5	国务院办公厅	《关于进一步盘活存量资产扩大有效投资的意见》	意见明确了盘活存量资产的重点领域，一是重点盘活存量规模较大、当前收益较好或增长潜力较大的基础设施项目资产；二是统筹盘活存量和改扩建有机结合的项目资产；三是有序盘活长期闲置但具有较大开发利用价值的项目资产。
2022-5	中国证监会、国家发展改革委	《关于规范做好保障性租赁住房试点发行基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）有关工作的通知》	通知提出推动保障性租赁住房 REITs 业务规范有序开展。
2022-7	国家发展改革委	《关于做好盘活存量资产扩大有效投资有关工作的通知》	通知提出各省级发展改革委要积极鼓励符合条件的项目发行基础设施 REITs，宣传推广已发行基础设施 REITs 项目的经验做法，发挥示范带动作用，调动有关方面参与积极性。
2022-7	国家发展改革委	《关于做好基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）新购入项目申报推荐有关工作的通知》	通知提及各地要主动协调有关部门，在依法依规的前提下，重点围绕土地使用、PPP 合同或特许经营协议签订、国有资产转让、相关手续证书办理等，对项目合规性手续完善工作给予积极支持，这为公募 REITs 实际开展过程中解决难点给予极大支持。
2022-7	上海证券交易所、深圳证券交易所	《公开募集基础设施证券投资基金（REITs）规则适用指	指引主要从业务参与机构与基础设施项目、回收资金使用与监管、运营管理与信息披露等方面进行指导和要求。

	交易所	引第4号—保障性租赁住房（试行）》	
2022-10	国家发展改革委	《关于进一步完善政策环境加大力度支持民间投资发展的意见》	支持民间投资项目参与基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）试点。
2022-12	国务院	《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》	纲要提出，有序推动基础设施领域不动产投资信托基金健康发展。通过多种方式盘活存量资产，形成存量资产和新增投资的良性循环。
2022-12	湖北省人民政府	《关于更好服务市场主体推动经济稳健发展若干政策措施的通知》	文件强调支持基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）试点，并给予相应的政策支持和奖励。
2023-3	国家发展改革委	《关于规范高效做好基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）项目申报推荐工作的通知》	文件进一步就 REITs 试点工作的前期准备、发行条件、审核流程、专业支撑、募投项目、运营管理等要求进行了系统总结，这对推进基础设施 REITs 常态化发行具有重要的指导意义。
2023-3	中国证监会	《关于进一步推进基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）常态化发行相关工作的通知》	文件从加快推进市场体系建设、完善审核注册机制、坚持规范发展并重、凝聚各方合力4个方面共12条措施，进一步推进 REITs 的常态化发行和完善业务规则。

2022年以来，在上述政策的支持下，公募REITs项目加速审核与发行，公募REITs进入加速推进期。截至公告披露日，我国已发行上市基础设施REITs 27只，REITs产品稀缺属性凸显，投资者对公募REITs认购积极，这对盘活存量资产，扩大有效投资具有重大意义。

为积极响应国家政策号召，有效盘活存量资产，九州通正式启动医药物流仓储公募REITs发行准备工作，拟以公司（含下属分子公司）拥有的医药物流仓储资产及配套设施为底层资产，开展基础设施领域不动产投资信托基金（REITs）的申报发行工作，初步申报发行方案已经公司2023年3月12日召开的第五届董事会第二十次会议审议通过，并完成湖北省发改委入库申报工作。本次公募REITs发行作为公司重大转型战略之一，对公司而言有如下意义：（1）REITs赋能公司，帮助公司提升企业形象及品牌价值，有效提振资本市场影响力；（2）搭建轻资产运营平台，加快重构公司轻资产运营商业模式，盘活公司医药物流仓储资产及配套设施，加快资产流动性，为公司筹集更多运营资金；（3）拓宽多元化权益融资渠道，建立资产开发良性循环模式，减少公司对传统债务融资方式的依赖；（4）提升公司资产运营能力，实现多元化收益。

（五）所处行业及发展趋势分析

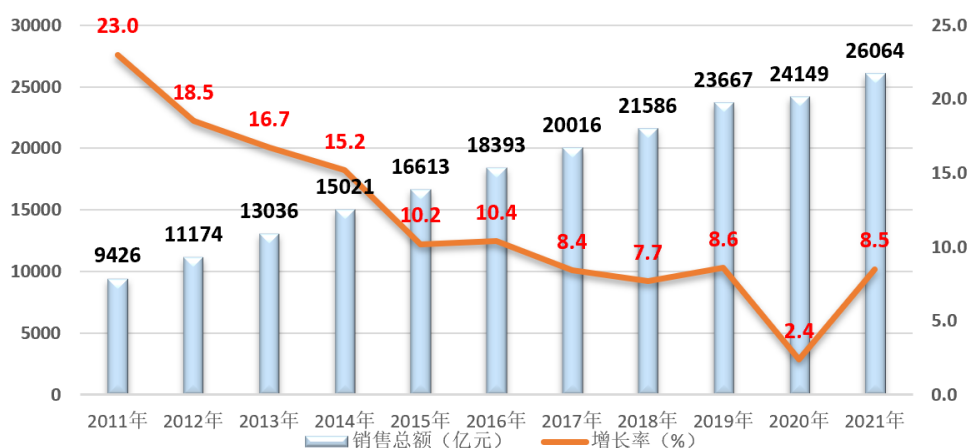
公司的核心主营业务所处行业主要为大健康行业中的**医药流通业态**，行业情况说明及发展趋势分析如下：

1、医药流通业态

（1）医药流通市场规模不断增长，行业集中度逐步提升

2021年，全国药品流通市场销售规模稳步增长。统计显示，全国七大类医药商品销售总额26,064亿元，扣除不可比因素同比增长8.5%，增速同比加快6.1个百分点。

图3 2011-2021年我国医药销售规模及增速图



说明：数据来源于商务部药品流通行业运行统计分析报告

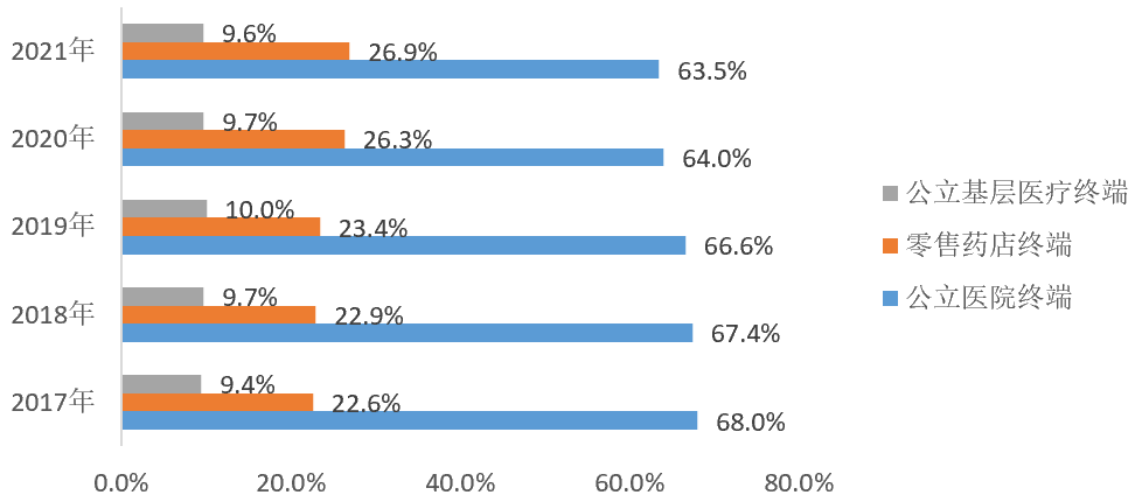
此外，**医药流通行业集中度不断提升**。2021年我国药品批发企业主营业务收入前100位占同期全国医药市场总规模的74.5%，同比提高0.8个百分点，其中九州通等4家全国龙头企业主营业务收入占同期全国医药市场总规模的44.2%，同比提高1.6个百分点。《商务部关于“十四五”时期促进药品流通行业高质量发展的指导意见》提出，到2025年培育形成1-3家超五千元、5-10家超千亿元的大型数字化、综合性药品流通企业，前100家药品流通企业主营业务收入占同期全国医药市场总规模的98%以上，这为九州通等“千亿级”收入规模的龙头企业带来了发展机遇。

（2）市场渠道格局变动趋势明显，院外市场份额占比逐步提升

根据米内网统计数据，我国药品销售分为三大终端六大市场，从三大终端的销售额分布来看，第一终端二级及以上医院市场份额最大，但近年呈下降趋势，2019年-2021年占比分别为66.6%、64.0%、63.5%；第二终端零售药店市场份额逐步上升，从2019年的23.4%上升至2021年的26.9%；第三终端基层医疗市场份额2019年-2021年占比分别为10.0%、9.7%、9.6%。从趋势来看，二级及以上医院用药市场份额占比逐渐下降，零售药店和基层医疗终端份额占比有所上升。

院外市场是九州通多年深耕的优势市场，销售占比达到65%以上，零售药店和基层医疗等院外市场份额的趋势性提升将有利于公司在优势市场获得持续稳健的发展。

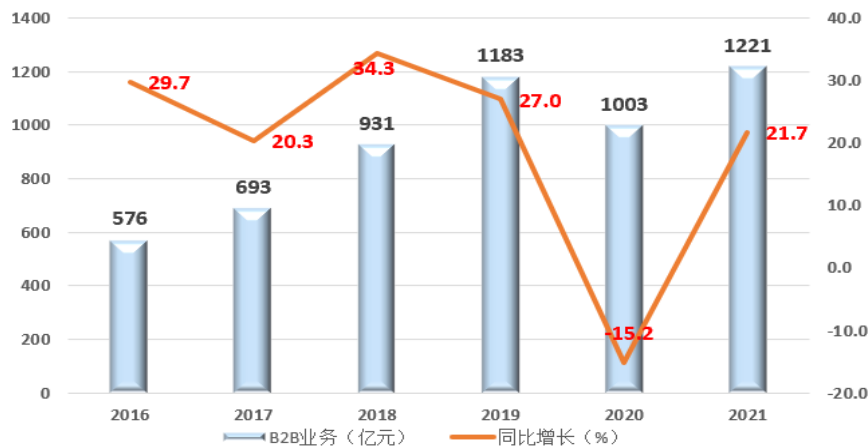
图4 2017-2021年三大终端市场份额



(3) 数字化分销及供应链管理将成为行业未来发展的新引擎

据商务部《药品流通行业运行统计分析报告（2021）》统计，2021年医药电商直报企业销售总额达2,162亿元（含第三方交易服务平台交易额），占同期全国医药市场总规模的8.30%；其中B2B（企业对企业）业务销售额1,221亿元，占医药电商销售总额的56.40%。

图5 2016-2021年医药B2B市场规模及增速



未来，随着分级诊疗逐步落实及处方流转制度的建立，B端客户的结构将出现较大变化，零售和基层诊疗客户的市场份额将逐步提升，且此类客户主要呈现采购频次高、客单量少、便捷性和实效性要求高的趋势，即B端客户C端化，流通企业只有推进数字化转型、提升供应链服务效率，建立全产业链的业务渠道，助力医药生产企业快速直供终端市场，才能获得长远发展机遇。

九州通是国内最早开展医药电商业务的企业之一，在行业内最先提出FBBC的概念，依托互联网和数字化工具，致力于打造一个服务于上游企业（F端）、下游B端客户（包括医疗机构、药店、诊所、快消品店、政府采购集团等）和C端用户的供应链服务平台，形成一个融合B2B/B2C/O2O的立体化、数字化医药供应链服务体系。2022年，公司B2B电商业务收入规模已达171.01亿元，较上年同期增长18.18%，占主营业务的比例提升至12.19%，公司数字化分销业务已成为公司重要的业务渠道。

（4）药品流通渠道变化驱动医药物流 Bb/BC 一体化

药品集中采购改变了药品供应品种结构，进而导致医药经销商及市场份额重新调整和洗牌，中标企业更关注成本管控，对配送效率提出了更高要求。落标品种转向院外市场，带来零售药店终端的市场需求，终端订单趋于碎片化，这也要求药品流通行业具有精细化的服务能力。医药商业企业只有搭建仓配一体供应链平台，推进“Bb/BC一体化”，提供便捷、高效的差异化服务，以应对终端市场新的市场化需求，才能获得历史性的发展机遇。

九州通医药集团物流有限公司（以下简称“九州通物流”）是行业内首家获得5A级医药物流的企业，公司武汉东西湖医药物流中心被评为中国十大智能仓储物流示范基地（医药行业唯一一家）。目前，公司拥有31座省级医药物流中心、110座区域物流中心，其中江苏、广东、湖北、上海、浙江、天津6座“BC一体仓”投入运营，湖北、重庆、山东等12家公司“Bb一体化”完成改造并投入运营，能适用于多渠道、多场景（ToB、ToC、Bb）业务的供应链需求，通过合理的投入物流仓配资源、打通业务与物流平台，提供仓配全链路服务。九州通物流已开发直通干线及星状支线，形成4,000余条配送线路，可以做到多段联运，配送广覆盖；各地物流中心符合国家GSP质量标准，服务总量与效率行业领先；九州通自主研发的自动化、智能化物流设备的投入使用，实现了降本增效的目的。

（5）冷链物流发展空间持续增大

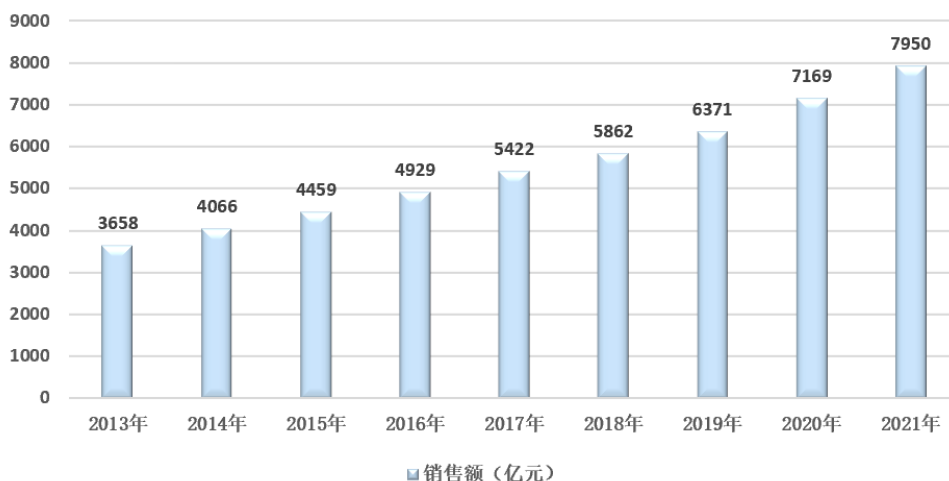
随着我国生物医药、疫苗以及检测试剂等冷链产品的快速发展，医药物流行业对冷链设施的需求也越来越大。2022年6月，国家发展改革委印发《关于推进现代冷链物流体系建设工作的通知》，明确支持以国家骨干冷链物流基地为核心、产销冷链集配中心和两端冷链物流设施为支撑的三级冷链物流节点设施网络建设，培育一批具有较强国际竞争力的综合性龙头企业。为此，中国农业发展银行将提供1,200亿元综合授信，重点加大对国家骨干冷链物流基地、产销冷链集配中心、冷链设施智能化绿色化改造提升、冷链物流新业态新模式发展、骨干冷链物流企业培育等5方面的支持力度。九州通在冷链物流方面已具备行业优势，冷链物流网络和冷链服务体系已较为完善，正在凭借较强的医药冷链配送能力，进一步向其它冷链业务拓展。

2、医药新零售及加盟业态

(1) 零售药店行业市场规模逐年上升，增速快于流通行业整体增速

从我国零售药店市场规模来看，2013年至2021年呈逐年稳健上升趋势；零售药店销售规模从2013年的3,658亿元增长至2021年的7,950亿元。

图6 2013-2021年中国零售药店销售规模情况



说明：数据来源于国家统计局、观知海内咨询整理

同时，零售药店终端销售增速快于药品流通行业整体增速。国家统计局数据显示，从2014年至2021年，我国零售药店销售规模均处于增长状态，2020年同比增长12.53%，2021年同比增长10.89%，而行业整体增速约8.0%左右，零售药店子板块增速快于医药流通行业整体增速。

(2) 处方外流打开零售药店行业千亿市场空间

随着“零差率”、“带量采购”等政策的实施，二级及以上医院的自费用药处方开始流向零售药店；同时，“双通道”政策的出台，为药店纳入统筹医保报销打开了大门；2022年9月《药品网络销售监督管理办法》的出台，在政策层面肯定了网售处方药，围绕“线上线下一体化”原则持续推进药品销售规范化。在以上政策的推动下，未来零售药店市场将逐步放量，市场潜力巨大。

九州通旗下好药师自营及加盟业务发展迅速，截至本报告披露日，“万店加盟”计划已实现自营及加盟药店突破13,000家，门店遍布全国31个省市自治区，覆盖1,122个城市，预计2025年门店数量将超过30,000家。同时，公司利用“BC仓配一体化”以及“线上线下一体化”的新零售模式，可以承接各类OTC订单及从等级医院流出的处方药订单，这将极大地促进公司在院外市场的快速发展。

(3) 加盟方式快速抢占零售药店市场，药店连锁率提升空间大

近年来，加盟方式越来越成为连锁药店扩张的一个趋势。根据米内网统计数据，在百强连锁的扩张过程中，加盟方式占比有大幅提升，由2020年24%的加盟占比提升至2021年的40%。连锁药店企业通过为加盟药店提供信息系统、培训管理和专业运营等服务，为其充分赋能；加盟药店也可以借助大连锁的商品采购价格、标准化的信息化系统、知名品牌信任、专业的服务培训等优势，实效高效运营。加盟药店轻资产的特性有助于连锁药店快速扩张，充分发挥规模效应降低费用占比。

《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》提出，到2025年，药品零售百强企业年销售额占药品零售市场总额65%以上，药品零售连锁率接近70%；近几年药店连锁率已从2017年的50.5%增至2021年的57.2%，增速较快，但相较于70%的规划还有一定距离，未来三年药店连锁率提升空间巨大，为九州通“万店加盟”项目带来发展机遇。

(4) 药店迈入“新零售时代”，线上渠道增长强劲

“互联网+药品流通”、“互联网+医保服务”等相关政策，将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围，鼓励定点医疗机构提供“不见面”购药服务，网络售药医保支付也开始进入探索实施阶段。在“互联网+”行动的推动下，医药零售行业进入转型升级的创新发展阶段。

在线上线下售药监管协同的背景下，零售药店加速迈入“新零售时代”。根据头豹研究院统计数据，2017年-2021年实体药店销售额复合年均增长率为3.5%；而2017年-2021年线上药店销售额复合年均增长率为50.2%，其中2021年线上药店销售额为2,234亿元，同比增长40.4%，线上药店增长强劲。

3、品牌推广及运营业态

(1) 医药行业专业化、精细化、数智化分工，催生专业品牌推广及运营服务需求

近年来，医药行业产业链分工不断细化，专业化程度不断提高，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，药械生产企业对专业的品牌推广及运营服务提出更多需求：**一方面**，药械企业为获得持续的竞争优势，倾向于维持较高研发投入，而在其它方面压缩运营成本，因此，将销售环节交由专业的品牌推广及运营服务机构是降低营销成本、保证研发投入的有效方式；**另一方面**，随着数字经济时代的到来，如何通过数字化营销打破时间、地域的限制，让产品得到全渠道、全范围的持续曝光，成为药械生产企业营销的一个新难题，**这为九州通这类具有数字化营销优势的品牌推广及运营服务业态带来了业务机会。**

九州通在品牌推广与运营方面持续探索数字化管理与营销模式，目前已取得阶段性成果。**一方面**，公司在营销端建立了全渠道数智化营销体系，通过将分销事业部、零售电商事业部、集团B2B、B2C业务，“万店加盟”、“慕健康”、药九九等各业务板块进行全链路链接，全方位提升营销及获客能力；同时，以数据智能分析为核心，通过客户数据平台、产品分析、智能运营、私域运

营、咨询培训等多元化业务布局，为数据、产品、运营、市场和管理等各个团队提供丰富且有效的解决方案；另一方面，公司通过小程序、公众号、微信社群、推文、互联网医院、旗舰店运营、店员及患者教育等，进行线上线下一体化品牌打造，为产品销售赋能。目前，专业的品牌推广及运营服务商已成为越来越多药械生产厂商进行产品推广的重要选择。

（2）带量采购等医改政策持续推进，加速品牌推广及运营服务发展

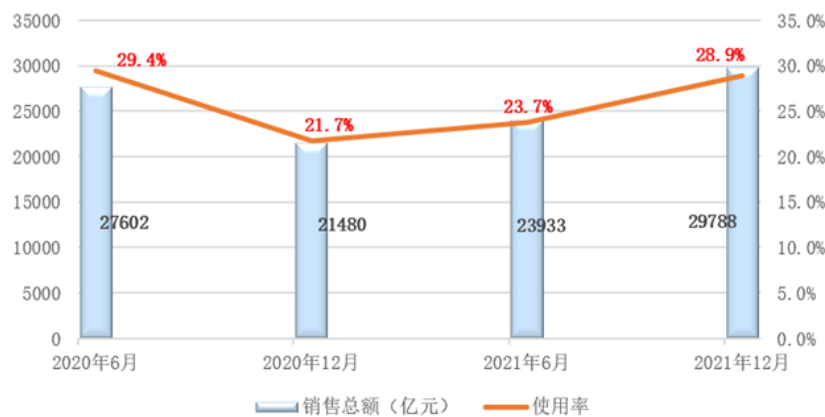
从医改政策实施的直接效果来看，进入集采名录的药品价格普遍大幅下降，未进入集采名录的原研药不具备价格优势，价格随之下降导致量价齐跌，整体院内销售受到较大冲击。一方面，原研药厂商持续拓展院内市场的压力加大，各产品销售团队的人均产出下降，存在外包院内销售的需求；另一方面，原研药厂商开始关注院外市场，但积累较为薄弱，对专业院外渠道运营的需求加大。因此，医改政策持续推进，加速了品牌推广及运营服务业态的发展。

4、互联网医疗业态

近年来，国家卫健委、医保局、发改委、商务部、市场监管总局等部门相继发布政策，明确要大力推进和发展互联网医疗服务，支持实体医院通过互联网向患者提供诊疗服务，鼓励常见病/慢病线上复诊、处方流转、网售处方药等服务业态，提倡线上线下融合发展，要求按照“网订店取”、“网订店送”的运营模式实现药品的可及性，逐步将符合条件的互联网医疗服务项目按程序纳入医保支付范围等。这些政策的出台为行业发展带来新的变局，促使越来越多的C端用户、医生、医疗机构和药械企业等相关方积极参与其中。

同时，人口老龄化、慢性病患者率上升、人均医疗保健支出相对较低等因素也推动互联网医疗新业态的快速发展。2021年中国互联网医疗行业市场规模达2,230亿元，同比增长43.87%，预计2023年将达3,647亿元。目前，我国在线医疗用户对互联网医疗使用率仍较低，互联网医疗的应用发展空间较大。

图7 中国在线医疗用户规模趋势



说明：数据来源于CNNIC，华经产业研究院整理。

2、总代品牌推广业务

总代品牌推广业务是从公司医药分销业务中孵化出来的新兴业务板块，近年来增长迅速；该业务毛利率和净利率均较高，其对公司业绩贡献度持续提升。公司总代品牌推广业务致力于为合作伙伴提供全渠道的品牌营销解决方案，完成品牌推广与运营实施工作的“策略-计划-执行-跟踪-反馈-优化”全流程闭环管理，具备终端快速触达、通路管理透明及生意可控的核心竞争力。该业务通过对代理产品的深度个性化挖掘与品牌营销策划，帮助合作伙伴建立产品品牌推广和营销体系，构建数据化、网格化、标准化的客户管理体系，以提升产品的市场占有率及市场竞争力。

近年来，公司积累了丰富的产品推广和运营经验，建立了独特的竞争优势，包括健全的分销体系、广覆盖的院外市场、有序的渠道管控能力、围绕零售门店的动销能力、面向患者（消费者）的教育经验等，并具备2C电商运营及线上线下全方位的品牌建设能力，为公司从上游品牌厂家承接总代品牌推广业务奠定了坚实基础。此外，随着国家大力推进带量采购，部分药品由院内市场转向院外市场，为公司承接该类品种的总代品牌推广业务提供了机会。

公司总代品牌推广业务包含**药品总代品牌推广业务**和**器械总代品牌推广业务**两个板块。截至报告期末，公司药品总代品牌推广事业群下辖3家独立法人公司、15个事业部，拥有专业的营销推广团队3,000余人，网络覆盖零售、医疗、电商等全渠道，代理品规1,025个，其中规模过亿品规14个。报告期内，公司药品总代品牌推广业务实现销售收入66.51亿元，同比增长34.90%；毛利额14.64亿元，同比增长76.51%。

图9 总代品牌推广业务重点合作品种



报告期内，公司**医疗器械总代品牌推广业务**实现销售收入67.63亿元，已代理强生、理诺珐、雅培、费森尤斯（血透）等品牌厂家的品规共计346个。公司聚焦国内外品牌厂家，重点发展大外科、心脑血管介入、IVD全国性平台业务，强化供应链基本服务能力的建设，建立统一数字化平台，优化物流体系，完善专业人才，并探索推进外科手术、检验产品打包解决方案。

3、医药工业自产及 OEM 业务

医药工业自产及OEM业务是公司重要的高毛利业务板块，该业务是公司在现已形成的品种、品牌、渠道与营销优势基础上，运用公司“千亿级”供应链服务平台所积累的大数据，有针对性开发自营工业产品与OEM业务，再通过公司全渠道的销售网络分销至终端或C端消费者，具体包括以下三个板块：

(1) 西药工业

公司旗下京丰制药立足于医药工业生产经营、专业孵化器等行业，主营业务包括药品生产及研发、药品销售、孵化器。报告期内，药品的生产与研发主要以抗生素系列、糖尿病系列和心脑血管系列药品为主；京丰制药生产的盐酸二甲双胍片（0.25*100s）已通过一致性评价，并于2020年成功中标国家第三批集采；2021年卡托普利片（25mg）/（12.5mg）也已通过一致性评价；2023年3月29日，呋塞米注射液拟中标国家第八批集采。报告期内，京丰制药旗下北京均大检测科技有限公司检测平台顺利通过CATL认证（农残认证）、CNAS（实验室）认证，提升检测平台综合实力，为拓展检验检测服务领域再添强有力的资质保障。报告期内，京丰制药业绩创新高，全年实现营业收入4.69亿元，较上年同期增长51.48%；实现毛利1.62亿元，较上年同期增长46.76%。

图10 西药工业产业链主要产品



(2) 中药工业

公司旗下九信中药作为中药产业平台公司，立足于中医药大健康产业，以道地药材和质量保障为核心竞争力，在中药资源、中药研发、中药生产、中药营销、中药电商等领域进行全产业链深耕布局。为从源头把控质量，九信中药在核心产区建立有19家专业道地药材公司，规范化种植药材基地15万亩，8个中药材基地通过国家GAP认证，7个药材品种获得“三无一全”品牌基地行业荣誉；旗下拥有10家GMP认证现代化饮片企业，其中2家通过CNAS国家认可实验室认证，可生产

普通饮片、精制饮片、直接口服饮片、毒性饮片、参茸贵细、药食同源等多种产品，拥有“九信”、“九州天润”、“金贵德济堂”、“真仁堂”、“臻养”等系列产品品牌。

图11 九信中药系列产品实物展示



九信中药依托九州通覆盖全国96%以上区域的医药物流网络和70余家中药营销部门作为营销渠道，已在31个省、自治区、直辖市建立了贯穿上、中、下游产业链的中药营销生态。社会责任方面，九信中药践行产业扶贫，助力乡村振兴，在湖北恩施、罗田、麻城等地建设标准化道地中药材基地，以此带动当地产业发展及农户增收，实现从“输血扶贫”到“造血扶贫”。报告期内，九信中药实现销售收入18.40亿元，保持稳健增长，并且获得“2022年度头部力量·中国医药高质量发展成果企业”、“2022年度中国医药·品牌榜”零售终端中药饮片（精制）品牌、“2021年度中药企业百强榜”、“2021年度中国医药工业百强企业”等荣誉。

图12 中药全产业链布局



(3) OEM 产品

公司旗下九州通医疗器械集团有限公司（以下简称“九州通器械集团”）发力工业自有品牌，在千万级爆品打造、资质证照及营销队伍建设三个方面取得突出成绩，不仅打造了体温、血糖两个零售千万级爆品，而且新增了网络销售备案，开通抖音等电商渠道业务，新取得二类产品注册证3张，一类产品备案证16张，同时组建了零售营销、医疗营销、研发注册三支专业团队，引进生产厂家产品研发、生产管理、产品注册、工业设计与产业研究等13名专业人才。

截至目前，九州通器械集团已取得MAH二类产品注册证5张，一类产品备案证16张，建立了以武汉柯尼兹医疗科技有限公司为主体的美体康、弗乐士产品体系，OEM器械品规达155个；公司经营的OEM药品包括片剂、胶囊、口服液、复方颗粒等288个品规。报告期内，公司OEM业务发展迅速，实现营业收入1.02亿元，较上年同期增长50.16%；实现毛利3,257万元，较上年同期增长151.78%。

4、医药新零售与万店加盟业务

新零售业务是公司业务的重要组成部分，公司充分利用现已建立的供应链优势，通过“万店加盟”、“批零一体化”及线上线下相结合的模式，赋能公司零售业务，触达C端用户，拓展公司数字化零售与万店加盟。

公司“万店加盟”计划目前进展顺利，截至报告披露日，公司已实现自营及加盟药店突破13,000家，门店遍布全国31个省市自治区，覆盖1,122个城市，预计2025年门店数量将超过30,000家，形成更加完善的零售网络布局。公司是全国最大的OTC配送商，拥有布局全国的现代物流中心，并通过零售ERP、医保接口、幂店通、智药通、CRM及直播等数字化工具，为加盟药店提供各种数字化赋能服务，包括标准化开店、管理培训、城市合伙人等人员管理，采购分析、销售诊断、库存优化等商品管理分析，以及医保履约、商保引流、O2O电商、社区团购、健康管理等经营场景延伸，补齐单体药店/中小连锁的经营短板，全面赋能单体药店、中小连锁数字化。

图13 公司“万店加盟”好药师门店



5、医疗健康与技术增值服务

公司在做大做强医药供应链平台的基础上，持续提供信息技术增值服务，并向医疗服务、健康管理、医学技术等大健康领域延伸，打造大健康服务平台，完善大健康服务内容。目前该业务板块主要包括：

（1）信息技术开发与增值服务

公司多年来坚持走产业升级与信息化创新融合的技术战略，信息技术增值服务已从医药分销领域覆盖到生产、零售、健康管理等业务板块。2022年，公司持续自主开发及迭代升级信息技术，以支撑首营平台、“药九九”B2B电商平台、“智药通”APP、“幂健康”平台等内部管理与外部赋能工具。集团与分子公司、分子公司与分子公司之间实现高效的业务协同，数据在ERP系统内实现自动传输与共享；公司供应商协同管理平台整合了公司内部ERP系统、LMIS系统、财务协同系统等，通过系统连接及授权密码，公司上下游客户可以进入九州通系统查询提供所需的信息服务、自动生成订单以及其他服务等。

（2）大健康平台及赋能工具的研发及服务

报告期内，公司完成大健康平台品牌矩阵搭建，其中“幂健康”用户端和医生端已实现预约挂号、在线问诊、预约体检、快速购药、健康咨询、慢病管理等一系列功能。此外，平台还通过“幂健康”药店端、医院端、保司端实现药店运营、互联网医院处方流转、商保核销及综合药事服务解决方案等服务功能；行业赋能方面，公司通过“智药通”、“幂药云”、“幂店通”等系统软件，为上下游客户提供互联网智能化工具赋能服务。公司“幂健康”服务平台付费用户已超40万人，处方流转订单数已达63万单，商保履约金额2.5亿元。

（3）医疗诊断服务

报告期内，公司旗下黄石广慈老年病医院有限公司、武汉市汉阳区龙阳街社区卫生服务中心等医疗机构，向公众提供中西医诊疗、未病管理、健康档案管理等专业服务。九州通健康科技集团有限公司（以下简称“健康科技集团”）旗下的互联网医院专病运营取得突破，以青少年眼科业务为切入点，已完成与朝聚眼科、普瑞眼科、泰康同济眼科的全面合作，并实现糖尿病、心脑血管、心理健康疾病中心业务的上线和布局；通过接入专业机构，可提供诊前咨询、预约挂号、二次诊疗、检查检验、治疗康复、重疾绿通、院外护理、综合体检等线上基础医疗服务。同时，健康科技集团完成天津北辰、上海东方、上海健康云等机构的深度对接与运营，打通了天津市在线医保统筹结算，实现了互联网医院专科专病运营的闭环模式。

图14 医疗健康及技术增值服务内容



6、数字物流技术与供应链解决方案

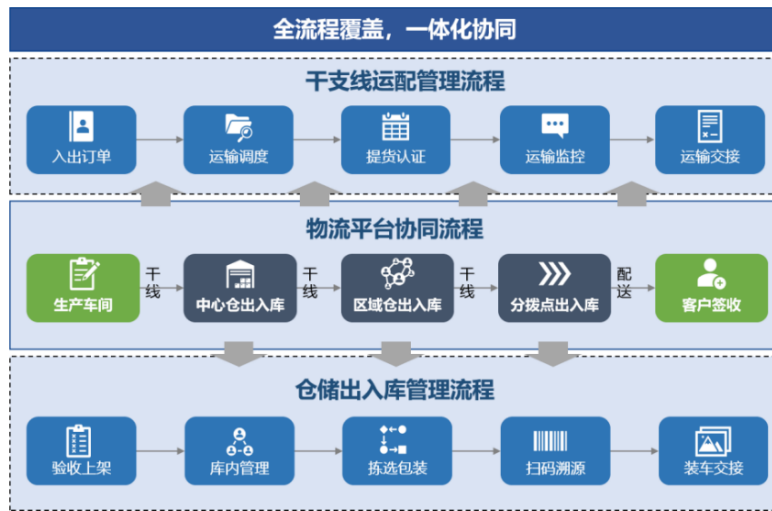
公司下属九州通物流在满足公司自身经营需求的基础上，坚持市场化发展方向，依托物流专业管理团队及自主研发的“九州云仓”系统，不断向上下游客户及非药业务领域客户提供三方物流、医药冷链物流、数智物流与供应链整体解决方案、物流智能设备研发，实现由企业物流向科技型、平台型、生态型的市场化物流企业转变。报告期内，公司数字物流技术与供应链解决方案业务实现收入6.61亿元，较上年同期增长24.43%，毛利额1.35亿元、较上年同期增长54.50%。

公司物流与供应链服务内容主要包括以下四个方面：

(1) 三方物流

公司物流已实现网络化经营、平台化运作、数字化管控与智能化作业，不仅可以满足内部各类物流需求，而且已经全面对外开放，为多行业客户提供专业的三方物流供应链服务。**在仓储服务方面**，公司凭借专业的物流运作团队及“九州云仓”系统，与上下游客户对接，为客户展示透明确定性的物流信息，库内作业信息高度协同，智能设备加持系统集成；**在运配服务方面**，以全国九州通深度覆盖的医药配送网络平台为基础，提供快捷、准时、安全、优质的标准化医药运输服务。同时，通过整合内外物流资源，提供代运营及供应链仓配一体化物流服务，满足客户对医药配送的个性化需求。报告期内，公司继续为欧姆龙、强生、正大天晴、海思科医药、恩威医药等企业提供全国仓配一体化物流供应链服务以及相关业务，获得了客户的高度认可。

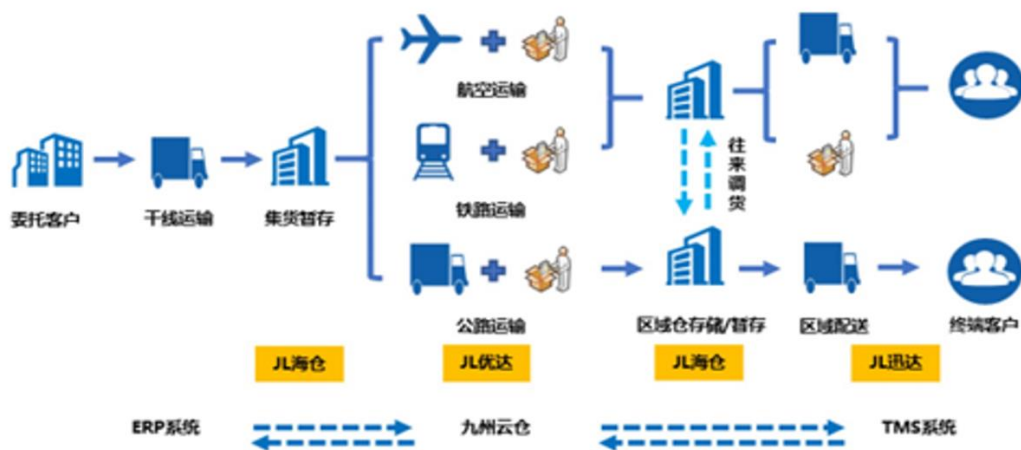
图15 物流全流程服务模式图



(2) 医药冷链物流

公司持续完善冷链物流网络和冷链干线，加快冷链智能设备、全程可追溯信息系统升级，并在其它冷链业务方面获得了良好的拓展。公司通过丰富的仓储资源、完善的网络运力和精细的运营管理模式打造了特有的医药冷链物流产品“九链通”，其具体包括九冷海仓（仓储服务）、九冷优达（物流运输）和九冷迅达（落地配送）三大部分，并通过仓储、干线、配送三大板块协作运行，保证项目运作服务质量。报告期内，公司继续为迈瑞生物、科兴器械、科兴疫苗、西门子、长春金赛、上海波杰医疗、安图生物、明德生物、厦门万泰等企业提供各类组合的冷链物流服务。

图16 冷链物流仓配服务模式图



(3) 数智物流与供应链整体解决方案

公司自主构建了覆盖物流供应链全过程、全场景的软件产品体系，形成了以“九州云仓”平台为核心，涵盖仓储管理系统（WMS）、运输管理系统（TMS）、订单管理系统（OMS）、设备控制系统（WCS）、物联管理系统（Iot）、12轮四向穿梭车、自动化AGV机器人等具备行业领先优势的产品矩阵。公司旗下湖北九州云智科技有限公司进行技术服务输出，赋能外部客户，为正大天晴、

中智大药房、贵州茅台等客户提供了集基建工程、业务系统、物流系统、智能化装备和运营服务为一体的物流解决方案。

图17 九州云智团队提供技术服务输出



(4) 物流智能设备研发

九州通物流已取得《一种托盘与料箱复合存储系统》《一种零货自动拣选的作业技术》等 54 项物流智能设备相关专利，同时，根据市场需求自主研发 RGV 系列、AGV 系列、提升机系列物流智能设备，并针对市场上各类应用场景，通过算法的迭代及结构的优化，不断打磨产品，打造出了轻/重装备结合的智能物流设备解决方案，其中《多料箱货到人拣选系统创新与应用》完成了第五代拆零自动化机器人拣选技术设计、研发与应用，通过创新拆零作业模式，自主研发智慧物流系统，实现拆零能效的全面提升，并成功应用于多个外部项目。

图18 九州通物流智能设备



3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	92,272,115,704.93	85,935,870,851.52	7.37	80,823,843,660.80
归属于上市公司股东的净资产	24,639,799,486.94	23,408,607,593.43	5.26	21,826,656,053.01
营业收入	140,424,191,627.41	122,407,434,023.04	14.72	110,859,514,087.96
归属于上市公司股东的净利润	2,084,962,539.78	2,448,334,182.94	-14.84	3,075,054,823.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,733,755,465.63	1,403,123,873.87	23.56	1,865,957,571.84
经营活动产生的现金流量净额	3,986,228,156.04	3,459,045,057.02	15.24	3,443,884,108.92
加权平均净资产收益率(%)	8.98	11.37	减少2.39 个百分点	15.90
基本每股收益(元/股)	1.08	1.27	-14.96	1.60
稀释每股收益(元/股)	1.07	1.27	-15.75	1.55

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”）较上年同期增长 23.56%，主要原因是本报告期内公司在保持医药分销业务稳健增长（15.57%）的基础上，实现总代品牌推广、医药工业自产及 OEM、医药新零售与万店加盟、三方物流等新兴业务的快速增长；其中，总代品牌推广业务毛利较上年同期增长 31.80%，医药工业自产及 OEM 业务营业收入较上年同期增长 23.48%，医药零售业务营业收入较上年同期增长 37.89%，均高于公司整体增速，促进公司业绩指标的超预期达成。

2、报告期归属于上市公司股东的净利润（以下简称“归母净利润”）较上年同期减少 14.84%，主要原因是上年同期公司持有的爱美客技术发展股份有限公司（以下简称“爱美客”）股票价格变动引起的公允价值变动等形成非经常性损益为 10.45 亿元，而本报告期非经常性损益仅为 3.51 亿元。

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	35,150,347,697.59	32,834,002,274.35	34,962,147,548.16	37,477,694,107.31
归属于上市公司股东的净利润	452,326,577.51	816,690,509.02	469,690,139.83	346,255,313.42
归属于上市公司	477,239,626.57	629,112,229.31	409,016,543.37	218,387,066.38

股东的扣除非经常性损益后的净利润				
经营活动产生的现金流量净额	-2,646,124,039.84	591,151,285.15	583,615,141.42	5,457,585,769.31

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

√适用 □不适用

说明：报告期公司不同季度经营活动产生的经营性现金流量净额差距较大，主要是公司为控制应收账款风险，从第二季度开始采取措施提升公司的销售回款，尤其在年底加大应收账款的清收力度，导致第二、三、四季度经营性现金流入大幅增加所致；其中，公司第四季度经营性现金流量大幅改善，现金回款大幅增加，单季度经营性现金流量净额达 54.58 亿元。

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

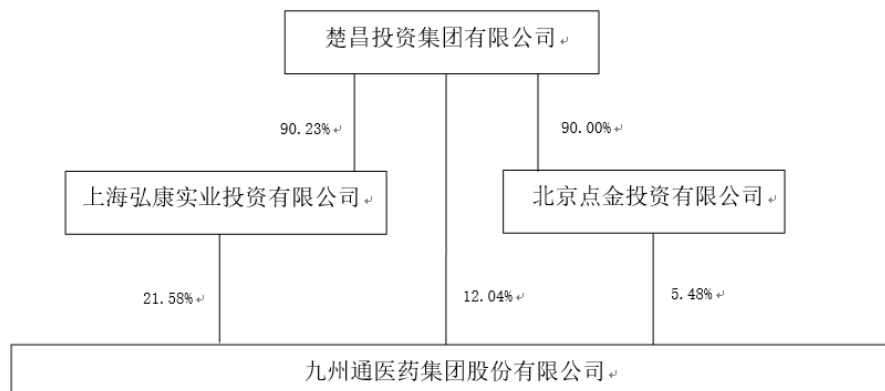
单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）		30,765					
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）		25,486					
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）		0					
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股数 量	比例 （%）	持有有限 售条件的 股份数量	质押、标记或冻结情 况		股东 性质
					股份 状态	数量	
上海弘康实业投资有限公司		404,441,118	21.58	0	质押	305,640,000	境内非 国有法 人
狮龙国际集团（香港）有限公司		213,894,000	11.41	0	无	0	境外法 人
中山广银投资有限公司		124,624,583	6.65	0	质押	96,500,000	境内非 国有法 人
北京点金投资有限公司		102,763,876	5.48	0	无	0	境内非 国有法 人
楚昌投资集团有限公司		100,613,898	5.37	0	质押	58,600,000	境内非 国有法 人

中国信达资产管理股份有限公司		100,000,000	5.34	0	未知		国有法人
香港中央结算有限公司	31,213,749	79,628,940	4.25	0	未知		其他
楚昌集团—华英证券—22 楚昌 EB01 担保及信托财产专户		55,000,000	2.94	0	无	0	其他
楚昌集团—华英证券—22 楚昌 EB03 担保及信托财产专户		46,000,000	2.45	0	无	0	其他
刘树林		26,317,200	1.40	0	质押	25,930,000	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	<p>报告期末，公司前十名股东中的楚昌投资集团有限公司（楚昌集团）的控股股东为刘宝林，上海弘康实业投资有限公司（上海弘康）和北京点金投资有限公司（北京点金）的控股股东为楚昌集团，中山广银投资有限公司（中山广银）的控股股东为刘树林，因刘宝林和刘树林为胞兄弟关系，以上四家法人股东上海弘康、楚昌集团、北京点金和中山广银及自然人股东刘树林构成关联关系，且“楚昌集团—华英证券—22 楚昌 EB01 担保及信托财产专户”、“楚昌集团—华英证券—22 楚昌 EB03 担保及信托财产专户”为楚昌集团非公开发行可交换债专门开立的专用证券账户，与楚昌集团存在关联关系；根据《上市公司收购管理办法》的相关规定，上海弘康、楚昌集团（包括楚昌集团—华英证券—22 楚昌 EB01、22 楚昌 EB03 担保及信托财产专户）、北京点金、中山广银、刘宝林及刘树林为一致行动人。</p>						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

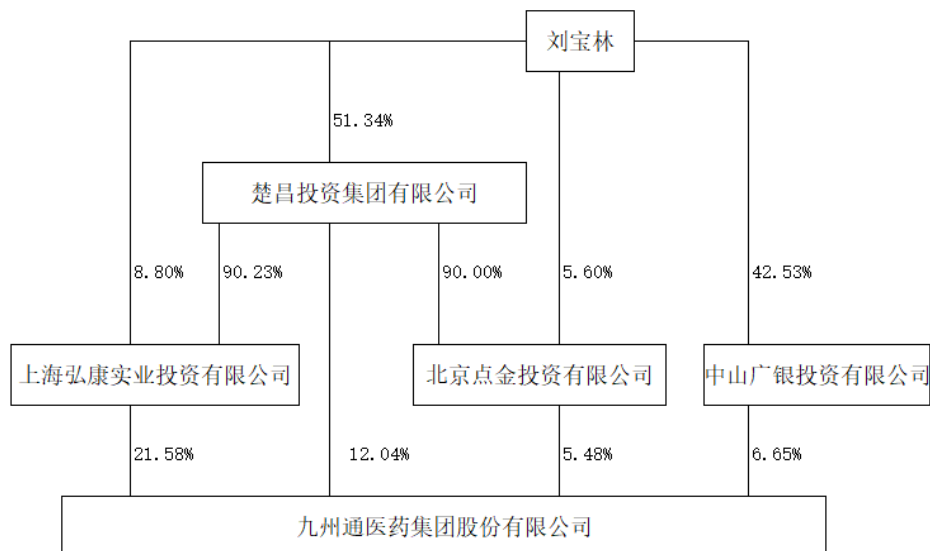
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

√适用 □不适用

单位:股

截至报告期末优先股股东总数（户）	5						
年度报告披露日前上一月末的优先股股东总数（户）	5						
前 10 名优先股股东持股情况							
股东名称	股东性质	报告期内股份增减变动	持股比例 (%)	持股数量	所持股份类别	质押或冻结情况	
						股份状态	数量
中国东方资产管理股份有限公司	代表国家持有股份的单位	0	25.00	5,000,000	优先股	未知	
中银金融资产投资有限公司	代表国家持有股份的单位	0	25.00	5,000,000	优先股	未知	
交银金融资产投资有限公司	代表国家持有股份的单位	0	20.00	4,000,000	优先股	未知	
工银资本管理有限公司—工融金投二号（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）	代表国家持有股份的单位	0	20.00	4,000,000	优先股	未知	
中央企业乡村产业投资基金股份	代表国家持有股份的单位	0	10.00	2,000,000	优先股	未知	

有限公司						
前十名优先股股东之间，上述股东与前十名普通股股东之间存在关联关系或属于一致行动人情况说明	公司前十名优先股股东之间、上述股东与前十名普通股股东之间不存在关联关系或属于一致行动人的情况。					

5 公司债券情况

√适用 □不适用

5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)
九州通可转换公司债券	九州转债	110034	2022-01-14	0	本次发行的可转债票面利率为第一年0.20%、第二年0.40%、第三年0.60%、第四年0.80%、第五年1.60%、第六年2.00%
九州通医药集团股份有限公司2020年度第一期中期票据	20九州通MTN001	102002343		200,000,000	6.00
九州通医药集团股份有限公司2021年度第一期超短期融资券	21九州通SCP001	012105438	2022-03-17	0	3.50
九州通医药集团股份有限公司2022年度第一期超短期融资券	22九州通SCP001	012280870	2022-05-08	0	3.30
民生加银资管-九州通应收账款第五期资产支持专项计划优先A级资产支持证券	JZT5优A	168160	2022-03-18	0	3.60
民生加银资管-九州通应收账款第五期资产支持专项计划优先B级资产支持证券	JZT5优B	168161	2022-03-18	0	4.00
民生加银资管-九州通应收账款第五期资产	JZT5次	168162	2022-03-18	0	

支持专项计划 次级资产支持 专项计划					
九州通医药集团 股份有限公司 2021 年度第 一期资产支持 票据优先 A 级	21 九州通 ABN001 优 先 A	082100007	2022-11-08	0	4.95
九州通医药集团 股份有限公司 2021 年度第 一期资产支持 票据优先 B 级	21 九州通 ABN001 优 先 B	082100008	2022-11-08	0	5.30
九州通医药集团 股份有限公司 2021 年度第 一期资产支持 票据次级	21 九州通 ABN001 次	082100009	2022-11-08	0	
九州通医药集团 股份有限公司 2022 年度第 一期定向资产 支持票据优先 A 级	22 九州通 ABN001 优 先 A 级	082280420	2024-04-22	720,000,000	4.00
九州通医药集团 股份有限公司 2022 年度第 一期定向资产 支持票据优先 B 级	22 九州通 ABN001 优 先 B 级	082280421	2024-04-22	250,000,000	4.30
九州通医药集团 股份有限公司 2022 年度第 一期定向资产 支持票据次级	22 九州通 ABN001 次 级	082280422	2024-04-22	30,000,000	

报告期内债券的付息兑付情况

债券名称	付息兑付情况的说明
九州转债	2022 年 1 月 17 日，公司已支付“九州转债”的本金和最后一年利息，“九州转债”到期兑付金额为 108.00 元/张（含税），到期兑付对象为截至 2022 年 1 月 14 日上海证券交易所收市后在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司登记在册的“九州转债”全体持有人。本次到期赎回的本金为 1,497,919,000 元人民币，到期赎回总额为 1,617,752,520 元人民币（含税），已于 2022 年 1 月 17 日兑付完毕。（详见公司公告：临 2022-006、临

	2022-007)
九州通医药集团股份有限公司 2021 年度第一期超短期融资券	已到期并兑付完毕。
九州通医药集团股份有限公司 2022 年度第一期超短期融资券	已到期并兑付完毕。
九州通医药集团股份有限公司 2020 年度第一期中期票据	每年度按时付息，未出现利息逾期情况。
民生加银资管-九州通应收账款第五期资产支持专项计划优先 A 级资产支持证券	2022/1/18 兑付利息 37.476 万元、本金 10,569.60 万元；2022/2/18 兑付利息 7.74 万元、本金 2,527.2 万元，优先 A 本金兑付完毕。
民生加银资管-九州通应收账款第五期资产支持专项计划优先 B 级资产支持证券	2022/1/18 兑付利息 36.547 万元；2022/2/18 兑付利息 39.0655 万元，本金 2,070 万元；2022/3/18 兑付利息 28.934 万元，本金 9,430 万元，优先 B 本金兑付完毕。
民生加银资管-九州通应收账款第五期资产支持专项计划次级资产支持专项计划	2022/3/18 兑付利息 1,084.601593 万元，兑付本金 2,500 万元，次级本金兑付完毕。
九州通医药集团股份有限公司 2021 年度第一期资产支持票据优先 A 级	2022/7/8 兑付利息 2,362.980822 万元，兑付本金 47,564.1849.35 万元；2022/8/8 兑付利息 102.730844 万元、兑付本金 19,966.453544 万元；2022/9/8 兑付利息 18.789686 万元，兑付本金 3,891.434915 万元；2022/10/17 兑付利息 3.056678 万元，兑付本金 577.9926606 万元；优先 A 本金兑付完毕。
九州通医药集团股份有限公司 2021 年度第一期资产支持票据优先 B 级	2022/7/8 兑付利息 808.213699 万元；2022/8/8 兑付利息 103.531507 万元；2022/9/8 兑付利息 103.531507 万元；2022/10/17 兑付利息 103.249315 万元，兑付本金 23,000 万元；优先 B 本金兑付完毕。
九州通医药集团股份有限公司 2021 年度第一期资产支持票据次级	2022/10/17 兑付本金 1,245.620019 万元；2022/11/8 兑付次级利息 2,754.380218 万元，兑付本金 3,754.379981 万元，次级本金兑付完毕。

报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

适用 不适用

5.2 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

适用 不适用

单位：元 币种：人民币

主要指标	2022 年	2021 年	本期比上年同期增减 (%)
资产负债率 (%)	68.91	68.50	0.41
扣除非经常性损益后净利润	1,733,755,465.63	1,403,123,873.87	23.56
EBITDA 全部债务比	0.08	0.09	-14.00
利息保障倍数	3.23	3.78	-14.47

第三节 重要事项

公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

1、公司整体经营情况

报告期内，公司实现营业收入1,404.24亿元、归母净利润20.85亿元，分别较上年同期增长14.72%、-14.84%；扣非归母净利润为17.34亿元，较上年同期增长23.56%。公司营业收入和扣非归母净利润双增长的主要原因是公司在保持医药分销业务稳健增长（15.57%）的基础上，实现总代品牌推广、医药工业自产及OEM、医药新零售与加盟、三方物流等新兴业务的快速增长，取得了优秀的经营成果；其中，总代品牌推广业务毛利较上年同期增长31.80%，医药工业自产及OEM业务营业收入较上年同期增长23.48%，医药零售业务营业收入较上年同期增长37.89%，均高于公司整体增速，助力公司各项业绩指标的超预期达成。

2、公司主营业务分析

报告期内，公司实现主营业务收入 1,402.82 亿元、主营业务毛利 109.06 亿元，分别较上年同期增长 14.65%和 11.27%。

单位：亿元

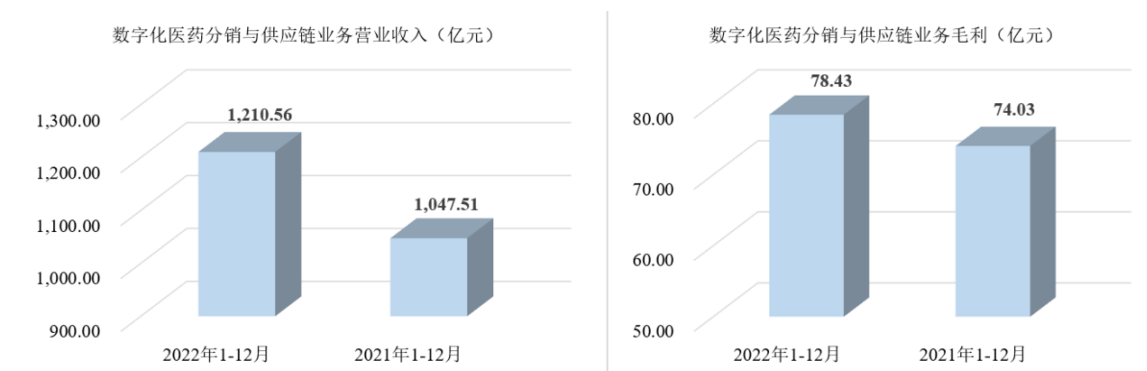
分业务	营业收入	收入同比 增减	毛利	毛利同比 增减
数字化医药分销与供应链业务	1,210.56	15.57%	78.43	5.94%
总代品牌推广业务	134.13	3.10%	18.29	31.80%
其中：药品总代品牌推广业务	66.51	34.90%	14.64	76.51%
医药工业自产及 OEM 业务	24.10	23.48%	5.59	8.31%
医药新零售业务	25.37	37.89%	4.69	49.19%
医疗健康与技术增值服务	2.05	-25.50%	0.71	-22.90%
数字物流技术与供应链解决方案	6.61	24.43%	1.35	54.50%
主营业务合计	1,402.82	14.65%	109.06	11.27%

(1) 主营业务分业务增长情况

1) 数字化医药分销与供应链业务

报告期内，公司数字化医药分销与供应链业务实现销售收入1,210.56亿元，同比增长15.77%；毛利额78.43亿元，同比增长5.94%。

图 21 数字化医药分销与供应链业务经营数据同比



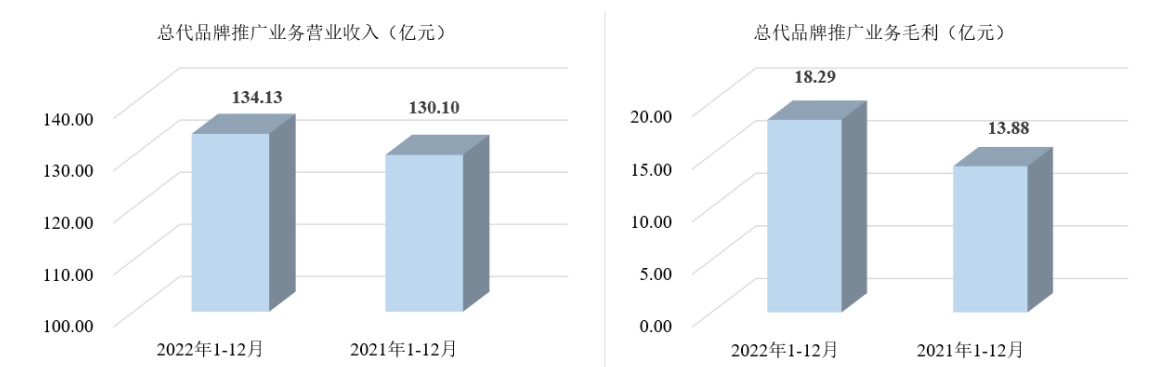
报告期内，公司采购与分销部门充分联动，积极对接供应商，核心供应商品种销售大幅提升；有序开展营销活动，大力争取客户政策，持续开拓县域市场。分销平台数字化转型成果丰硕，全面推广下游返利系统、研发上线二级协议管理工具、迭代升级智药通平台，智药通平台累计销售81.88亿元，同比增长50.64%；月均拉单人数17,884人，目标完成率103%。

报告期内，公司有序推进药九九业务模式，累计成立12家药九九公司，实现121家区域店铺上线运营；建立了合营业务操作模式与流程，平台入驻商户438家，电子首营功能开发完成，取得CA认证客户近5万家。

2) 总代品牌推广业务

报告期内，公司总代品牌推广业务(包括药品和医疗器械)保持平稳增长，实现销售收入134.13亿元；毛利额18.29亿元，同比增加31.80%，主要是倍平、可威等毛利较高项目品种销量增长所致。

图 22 总代品牌推广业务经营数据同比



药品总代品牌推广方面：报告期内，公司药品总代品牌推广业务实现销售收入66.51亿元、

同比增长 34.90%，毛利率 22.01%，较上年提升 5.19 个百分点，主要是防控放开后毛利较高的可威销售大幅增长。报告期内，公司引进新品 103 个品规，经营总代理药品品规共计 1,025 个。

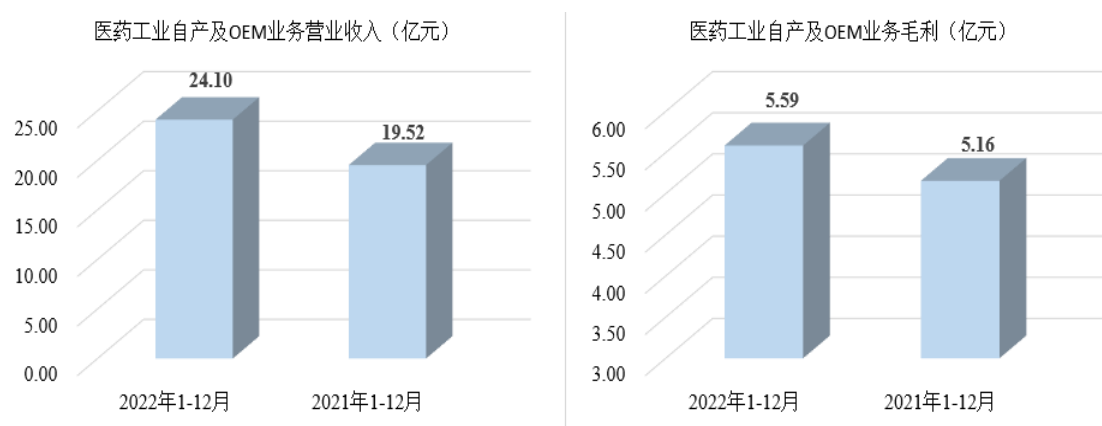
报告期内，公司持续优化总代业务组织架构，形成商业/零售/广阔/电商/全渠道五大版块，建立了清晰的组织结构，明确了各板块业务模式。报告期内，公司引进销量过千万新品 23 个；重点产品推行项目制管理，宜昌东阳光可威、滇虹药业康王、阿斯利康倍他乐克、金嗓子喉片等 14 个品规销售金额 1 亿元以上。

器械总代理品牌推广方面：报告期内，公司器械总代品牌推广业务实现销售收入 67.63 亿元、同比增长-16.31%，毛利率 5.40%。受防控政策影响，2022 年上半年上海九州通医疗器械供应链有限公司的强生等总代理销售有所下降。

3) 医药工业自产及 OEM 业务

报告期内，公司**医药工业自产及 OEM 业务**实现销售收入 24.10 亿元，同比增长 23.48%，毛利率达到 23.17%。

图 23 医药工业自产及 OEM 业务经营数据同比



京丰制药：报告期内，京丰制药实现销售收入 4.69 亿元，同比增长 51.48%，主要是京丰制药积极开拓销售渠道所致。报告期内，京丰制药对下属生产企业规范命名，强化品牌建设；整合内部资源，有效提升运营质量。京丰河北公司顺利完成新厂搬迁，完成 11 个产品的生产场地变更，并组建了外用药推广团队；北京均大检测科技有限公司检测平台顺利通过 CATL 认证（农残认证）、CNAS（实验室）认证，提高了检测平台综合实力。

九信中药：报告期内，九信中药实现自产品种销售收入 18.40 亿元，同比增长 16.82%；毛利率达到 19.79%。报告期内，公司持续推进医联体项目，开拓自产饮片医疗渠道，全年销售逆势增长。

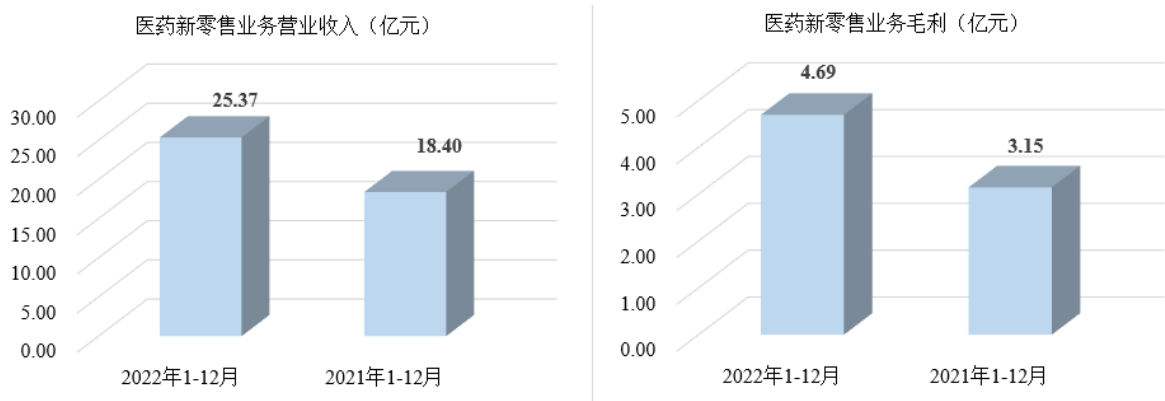
4) 医药新零售业务

报告期内，公司自营线上线下零售业务实现销售收入 25.37 亿元、同比增长 37.89%，毛利率

18.49%，同比提升 1.40 个百分点。

报告期内，公司旗下好药师新增加盟店 6,249 家；截至本报告披露日，已实现自营及加盟药店突破 13,000 家，门店遍布全国 31 个省市自治区，覆盖 1,122 个城市，预计 2025 年门店数量将超过 30,000 家。

图 24 医药新零售业务经营数据同比

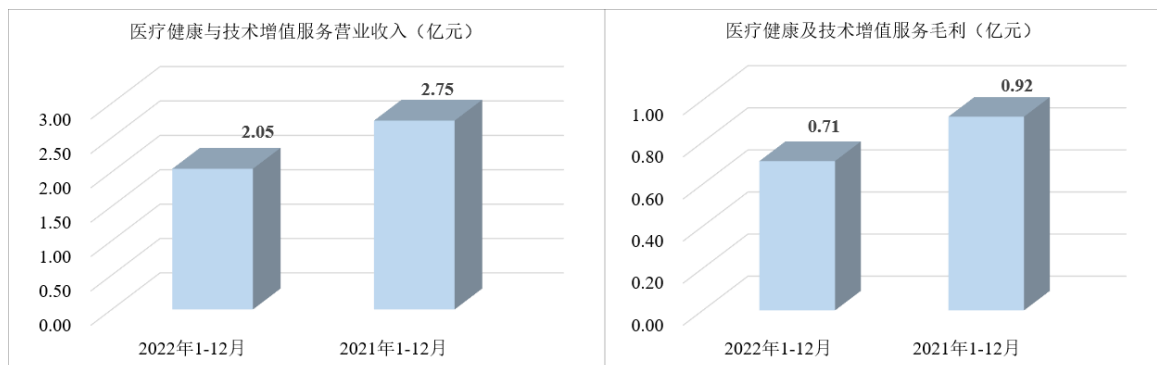


公司零售业务依托九州通集团医药供应链资源，提供线上线下一体化医药服务，有效保障防控物资需求。报告期内，公司优化调整零售业务组织结构，将好药师业务划分为“万店加盟”配送业务、新零售业务（B2C 和 O2O 业务）、直营业务、医院药房四大板块。“万店加盟”进度超前：截至报告披露日，已实现自营及加盟药店突破 13,000 家；新零售保供物资有贡献：上海防控期间，公司充分发挥新零售优势，日均配送超过 15,000 单，服务了上千个社区；在全国管控放开过程中，积极协调保供物资，确保特种药品供应。

5) 医疗健康与技术增值服务

报告期内，公司医疗健康与技术增值服务实现收入 2.05 亿元、同比增长-25.50%，毛利 0.71 亿元、同比增长-22.90%，主要是受防控影响。

图 25 医疗健康与技术增值服务经营数据同比



医疗健康服务方面：截至目前，“幂健康”平台已完成医生端、患者端、保司端、医疗机构端一云多端基础能力建设，构建了行业领先的集“社交+交易”相结合的业务中台和数据中台，

实现了在线问诊、在线续方、在线购药、慢病管理等多项医疗健康管理服务。**面向药店：** 零售平台累计注册药店 3.5 万家，日均活跃门店 1.5 万家，报告期内流转处方 5,078 万单，审方 2,607 万单；日均活跃医生数 155 名，日均在线时长 4.8 小时。**专病运营：** 以眼科业务为切入点，与朝聚、普瑞、泰康同济达成全面合作，构建了眼科医生服务网络，合作眼科医生超 3,000 名；并中标了费森开同、强生博鳌医生、AZ 倍他乐克药店患者慢病管理，破局药企数字化营销业务。**保险业务：** 与蚂蚁保险、太平保险、泰康保险等保司达成深度合作，2022 年累计服务患者超过 110 万名，累计问诊咨询 9.7 万次。

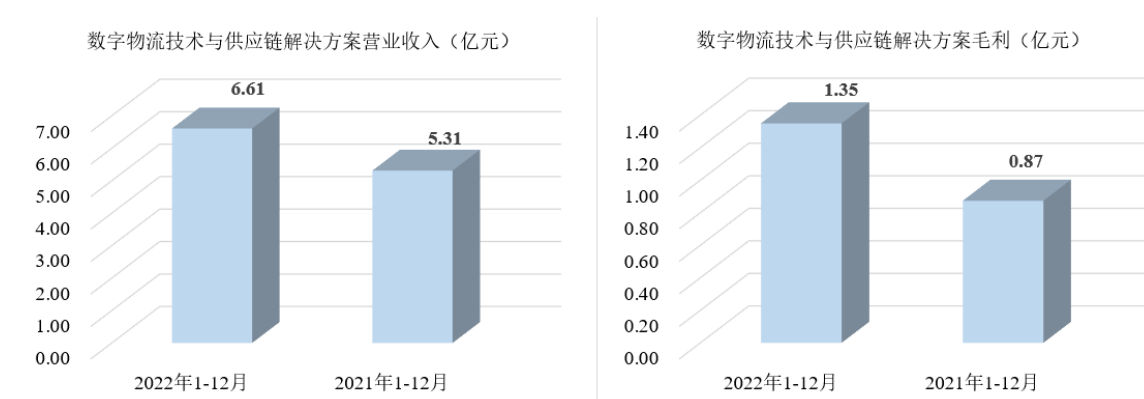
信息技术研发方面： 截至报告期末，公司从事信息技术研发与维护、二次开发人员达 1,472 人，累计获得专利权 387 项、软件著作权 575 项，简要列表如下：

类型	累计数量	其中：期内取得	主要成果（部分）
专利权	387	77	
其中：发明专利	74	8	一种奋乃静的制备工艺、一种无硫趁鲜天麻加工方法、一种过表达 PTGDS 基因的间质干细胞外泌体及其制备方法和应用、一种低电导率低渗透压电穿孔缓冲液及应用等
实用新型专利	271	65	一种防卡滞功能的理瓶机、一种全自动中药制丸机用进料装置一种天麻工厂化立体种植装置、车载用移动 CT 机、一种医药浮游菌采样器等
外观设计专利	42	4	按压式洗鼻器、包装瓶（药材系列）、包装袋（九信厨膳养生干货系列）、药品包装盒（盐酸达泊西汀片）等
软件著作权	575	10	“ 慕健康 ”平台、 慕医 平台、 智药云 处方审核及流转平台、智药通、九州速药、远程会诊系统等
合计	962	87	

6) 数字物流技术与供应链解决方案

报告期内，公司数字物流技术与供应链解决方案业务实现收入 6.61 亿元，同比增长 24.43%；毛利额 1.35 亿元，同比增长 54.50%。三方物流及技术服务收入和毛利较上年同期大幅增长，主要原因为 2022 年三方业务和技术服务收入获得快速发展，如：承接的阿里健康位于杭州的塘栖 B2C 医药物流云配项目、茅台物流技术解决方案服务项目等都取得成功，并获得了行业的认同。

图 26 数字物流技术与供应链解决方案经营数据同比



报告期内,阿里健康 B2C 医药物流云配项目成功实现了自有 WMS 系统由 B 端向专业 C 端模式的纵向拓展,并在系统稳定、运营效率、差错率以及柔性度等方面都取得了极大成功,具有极强的竞争力,充分展示了公司在医药物流方面从规划建设、系统研发、实施运营等整套技术及运营管控经验的独特能力,这将有力地支撑公司内外部不同物流业态、多样化需求业务的拓展。报告期内,公司升级的“Bb 一体化”系统,有效提升了终端物流效率;公司开发的**行业内首个与多料箱机器人进行灰盒对接的物流系统**,创新了九州通第五代拆零货到人拣选技术,提升拣选效率近 50%;公司自主开发了天璇研发平台,在茅台等项目中极大地提升了系统开发效率。报告期内,公司完成了茅台集团成品仓、全国 2 个中心仓和 6 个区域仓的仓储数字化转型工作,可支持茅台 24 万瓶/天的出库量。

报告期内,公司持续优化九州云仓数智系统,加大智能设备研发力度,向数字化、智能化方向发展。**主要开发成果**如下表所示:

业务板块	主要研发成果	获得奖项
信息技术研发	核心信息系统: 仓储管理系统 (WMS)、运输管理系统 (TMS)、订单管理系统 (OMS)、设备控制系统 (WCS)、物联管理系统 (Iot)、天玑数据平台 V1.0、天璇云开发平台 V1.0 等。	自主设计研发的“天璇云开发平台”,获得了医药行业 2021 年度“十佳医药供应链技术创新示范案例”
智能设备研发	RGV 系列: 料箱两向穿梭车、料箱四向穿梭车、冷链箱式穿梭车、料箱变距穿梭车、托盘四向穿梭车。	料箱四向穿梭车荣获 2020 年度全国物流机器人智能等级大奖赛智能物流仓储机器人一等奖 高速料箱穿梭车系统,获第四届中国智能物流技术装备大会“2021 年度中国仓储技术装备推荐产品”荣誉 自主开发行业内首个与多料箱机器人进行灰盒对接的物流系统,创新九州通第五代拆零货到人拣选技术
	提升机系列: 料箱提升机、换层提升机、复合提升机、托盘提升机。	
	AGV 系列: 潜伏搬运机器人、移载搬运机器人、料箱搬运机器人、一种地牛 AGV 出库系统。	
冷链设备研发	箱体可翻转的冷热双控的全功能医药冷藏箱、用于冷藏货品转移的便携式可伸缩对接舱、箱体主被动双制冷模式的半导体医药冷藏箱等。	

(2) 主营业务分渠道的增长分析

公司现已完成医药流通全终端渠道覆盖,报告期内公司在各渠道的销售及占比情况列表如下:

单位: 亿元

业务按渠道分类	销售收入	同比增长	收入占比
一、TOB	1,377.45	14.29%	98.19%

(一) 第一终端	354.17	11.75%	25.25%
其中：1.城市公立医院	311.04	6.24%	22.17%
2.县级公立医院	43.14	78.45%	3.08%
(二) 第二终端	243.82	7.77%	17.38%
其中：1.连锁药店	219.75	8.63%	15.66%
2.单体药店	24.07	0.55%	1.72%
(三) 第三终端	132.17	16.04%	9.42%
其中：1.基层医疗机构	61.19	15.66%	4.36%
2.民营医疗机构	70.97	16.37%	5.06%
(四) B2B 电商平台	171.01	18.18%	12.19%
其中：1.互联网平台（第四终端）	54.59	36.46%	3.89%
2.九州通互联网平台（自营）	116.42	11.20%	8.30%
(五) 下游商业分销渠道	430.17	18.45%	30.66%
(六) 商超及其他渠道	46.11	14.50%	3.29%
二、TOC	25.37	37.89%	1.81%
零售渠道	25.37	37.89%	1.81%
合计	1,402.82	14.65%	100.00%

注：1、城市公立医院指二级及以上公立医院，县级医院指二级以下公立医院；基层医疗机构指社区卫生服务中心、乡镇卫生院、村卫生室等；民营医疗机构指民营医院、民营卫生室（所/站）、诊所等。

2、互联网平台业务（第四终端）是指公司向阿里健康、京东健康等互联网平台提供的医药健康产品供应链服务；九州通互联网平台业务是指公司向医院、药店、诊所等终端客户提供的医药健康产品的电商供应链业务。

3、下游商业主要是区域联盟分销商，公司凭借供应链优势，深化与下游商业合作，通过资源和服务赋能，共同开拓基层地区、偏远地区、农村地区的药店、基层医疗市场。

4、商超及其他渠道是指公司向商超、母婴专卖店、政府机构、厂矿企业、大学、研究机构等提供的医疗健康产品供应链服务。

报告期内公司各渠道销售增长情况说明如下：

随着数字化转型逐步推进，公司数字分销平台功能日渐完善，部分零售药店业务、基层及民营医疗业务由线下转至线上，B2B 电商渠道业务占比逐年提升。

1) 第一终端

报告期内，公司继续拓展城市公立医院及县级公立医院市场，期内实现销售收入 354.17 亿元（不含电商业务），同比增长 11.75%，其中：城市公立医院增长 6.24%，县级公立医院增长 78.45%。截至期末，第一终端销售占比 25.25%。

报告期内，公司积极参与国家及地方带量采购品种配送招标，取得重大成果。报告期内，公司争取到国家第六批及第七批带量采购 377 个配送权，其中独家配送权 48 个（含省独家配送权

31 个)。

截至报告期末，公司有效覆盖公立医院客户 1.28 万家。

2) 第二终端

报告期内，公司第二终端零售药店渠道(批发客户，不含零售及电商业务)实现销售收入 243.82 亿元、同比增长 7.77%，其中：连锁药店销售增长 8.63%；单体药店销售增长 0.55%。截至期末，第二终端销售占比 17.38%。随着数字化转型逐步推进，公司数字分销平台功能日渐完善，部分零售药店渠道业务由线下转至线上，公司第二终端业务占比降低。

截至报告期末，公司有效连锁药店客户达 6,000 多家（覆盖零售药店约 18 万家）；公司覆盖单体零售药店约 19 万家。

3) 第三终端

报告期内，公司第三终端实现销售收入 132.17 亿元（不含电商渠道业务）、同比增长 16.04%，其中基层医疗机构增长 15.66%，民营医疗机构增长 16.37%。报告期内，公司持续开拓民营医院业务，新签约 26 家民营医院；截至目前已托管合作 94 家医院。截至期末，第三终端销售占比 9.42%。公司整个医疗机构终端合计销售占比 34.67%（不含电商渠道业务）。

截至报告期末，公司基层医疗机构有效客户达 22.3 万家，民营医院有效客户数达 1.29 万家。

4) B2B 电商渠道

报告期内，公司 B2B 电商业务实现销售收入 171.01 亿元，同比增长 18.18%，销售占比 12.19%，该业务已发展成为公司重要的业务渠道，同时凸显了公司供应链平台优势与价值。其中，公司为目前国内互联网平台（即第四终端，包括阿里健康、京东健康等国内最重要的互联网流量平台）提供医疗健康产品的供应链服务，是其医药健康产品的主要供应商，期内互联网平台（第四终端）供应链业务实现销售收入 54.59 亿元，同比增长 36.46%；九州通互联网平台渠道业务实现销售收入 116.42 亿元，同比增长 11.20%。

报告期内，公司上线了 B2B 合营业务新平台，开展三方合营业务服务，建立了合营业务操作流程与制度，跑通了合营业务模式，现已实现 120 余家店铺上线运营，截至期末平台入驻商户已达到 438 家。

5) 下游商业分销商渠道（联盟准终端客户）

报告期内，公司对下游商业分销商实现销售收入 430.17 亿元，同比增长 18.45%，截至期末销售占比为 30.66%。

6) 商超及其他渠道

报告期内，公司商超及其他渠道实现销售收入 46.11 亿元，同比增长 14.50%，销售占比为 3.29%。

7) 零售渠道

详见本节公司业务分类中的零售业务内容。

3、医疗器械板块业务

报告期内，公司医疗器械板块实现销售收入 293.87 亿元，同比增长 22.38%；毛利额 22.53 亿元，同比增长 39.15%。报告期内，医疗器械集团组建专业医疗业务团队，成立医疗设备业务部强化头部厂家粘性，医疗渠道销售获得较快增长。

业务基本情况详见本节器械总代及器械 OEM 部分。

4、中药板块业务

报告期内，公司中药板块实现销售收入 36.83 亿元，同比增长 13.72%，毛利率 19.75%。九信中药实现自产品种销售 18.40 亿元，同比增长 16.82%，毛利率 19.79%。

业务基本情况详见本节中药工业介绍部分。

5、大健康生态投资

报告期内，公司大健康生态投资立足医药工业、专科医疗、母婴电商平台等基础行业，聚焦抗肿瘤、基因检测、手术机器人、数字医疗等前沿领域，并向新一代信息技术、新能源领域拓展。

报告期内，公司投资的武汉滨会生物科技股份有限公司溶瘤病毒候选药物 BS001（OH2）注射液获美国 FDA 孤儿药认定（Orphan Drug Designation, ODD），用于治疗 IIb 期至 IV 期黑色素瘤，成为首个中国自主研发获得美国 FDA 孤儿药认证的溶瘤病毒候选药物。

截至报告期末，公司生态产业投资的企业主要列表如下：

是否上市	所属领域	单位名称	主营业务
已上市	医药生物	湖北省宏源药业科技股份有限公司	原料药研发、生产。
未上市	医疗服务	武汉德韩口腔医疗集团有限公司	口腔医疗服务。
	新药研发	甬康（上海）健康科技有限责任公司	抗肿瘤和抗衰老领域的药物研发和生产。
		武汉滨会生物科技股份有限公司	以重组溶瘤 II 型单纯疱疹病毒（OH2）注射剂为主的抗癌药物研发。
	医疗器械	山东沪鸽口腔材料股份有限公司	口腔医疗器械产品的研发、生产、销售和服务。
		湖南泰瑞医疗科技股份有限公司	制氧机以及整体供氧系统解决方案。
		美东汇成生命科技（昆山）有限公司	微创外科和生命科学领域生物耗材的“大智造”平台。
广州嘉检医学检测有限公司		推动基因组检测技术在临床的转化应用，在国家精准医疗计划指导下，以降低出生缺陷率 1% 为目标。	

	南京浦光生物科技有限公司	体外医学诊断系统研发商,首创“邻位触及化学发光共振能量转移 (CRET)”平台并实现产业化,解决目前磁微粒化学发光检测平台存在的诸多问题,实现了免分离和免清洗步骤。
	武汉奥绿新生物科技股份有限公司	聚焦心脑血管介入、微创外科精密手术、骨科高端植入的创新医疗器械 CXO (CRO 研发外包服务+CMO 委托生产服务+CDMO 定制加工外包服务) 企业。
	武汉菲思特生物科技股份有限公司	专注于心脑血管和肿瘤疾病全病程的临床需求寻找有价值有市场的好产品,面向药物基因组、微生物和甲基化检测三大领域展开市场推广。
	湖北新纵科病毒疾病工程技术有限公司	全产业链的突破了液相芯片技术的关键瓶颈 (唯一被美国 FDA 批准的可用于多重定量检测的技术),是中国第一家取得流式点阵仪产品注册证的企业。
	北京和华瑞博科技有限公司	医疗手术机器人公司,定位于智能骨科手术解决方案提供者。
	江苏鹏远生物科技股份有限公司	基于甲基化基因检测技术的癌症早期筛查。
医药工业	湖北康沁药业股份有限公司	大输液生产及销售、军特药生产及销售。
	江苏知原药业股份有限公司	聚焦皮肤、肾病两大免疫疾病领域,专业从事药品 (医疗器械) 研发、生产。
	宜昌东阳光生化制药有限公司	从事大环内酯类、抗流感药物磷酸奥司他韦、心血管类替米沙坦、奥美沙坦酯等原料药的生产。
医药包材	苏州创扬医药科技股份有限公司	医用聚丙烯包装材料、卤化丁基胶塞等。
数字医疗	杭州快快康付科技有限公司	基于诊疗数字化的医疗服务管理平台,为患者提供可负担的最好健康保障。
	上海明品医药科技有限公司	以“互联网+医疗健康”服务模式构建全新生态闭环,成为“落地分级诊疗的工具,践行健康中国的抓手”,实现了在医生决策支持、居民健康管理和企业产品研发中的数字化转型应用平台。
	未来数字健康管理科技 (海南) 有限公司	孵化打造数字健康产业。
新一代信息技术	传神语联网网络科技股份有限公司	人工智能语言服务商。
	上海雷龙信息科技有限公司	为国内的保险公司提供软件产品和服务以及数据业务。

	未名企鹅（北京）科技有限公司	提供生命健康领域的大数据产品和解决方案，帮助客户实现数据驱动的业务增长。
母婴电商平台	开曼洋驼网络科技有限公司	国内领先的母婴产业 B2B2C 平台，汇聚品牌方、经销商、实体店和消费者于一体的母婴产业互联网平台。
自动化工业	浙江凯乐士有限公司	专注于提供物流自动化与机器人整体解决方案和一站式服务的科技企业。

公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用

九州通医药集团股份有限公司

法定代表人：刘长云

2023 年 4 月 25 日