

证券代码：603233

证券简称：大参林

## 大参林医药集团股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议
参与单位名称及人员、姓名	中信证券、东北证券、兴业证券、东吴证券、招商证券、摩根大通证券、开源证券、国联证券、海通证券、信达证券、民生证券、申万宏源证券、华安证券、国投证券、国金证券、中邮证券、浙商证券、广发证券、君和资本、北京金百裕投资、野村证券、深圳量度资本投资、嘉实基金、广发资管、人保养老、Morgan Stanley、宁银理财、海南诺和私募基金、亚太财险、高毅资产、易米基金管理有限公司、上海人寿保险股份有限公司、上海国泰君安证券资产管理有限公司、泰康资产管理有限责任公司、博时基金管理有限公司、平安基金管理有限公司、招商基金管理有限公司、首创证券股份有限公司、上海睿郡资产管理有限公司、兴证全球基金管理有限公司、阳光资产管理股份有限公司、上海东方证券资产管理有限公司、涌津投资、嘉实基金、赢利基金、诚域基金、中意资产、真脉资本、永安国富、咸和资产、信达澳亚基金管理有限公司、加皇环球资产管理(亚洲)有限公司、中欧基金管理有限公司、泰康资产管理有限责任公司、精至资产、海景林股权投资管理有限公司、北京匀丰资产、中金公司、AIHC、森锦投资、北京致顺投资管理有限公司、上海至璞资产管理合伙企业(有限合伙)、上汽顾臻(上海)资产管理有限公司、混沌天成资产管理(上海)有限公司、上海石锋资产管理有限公司、上海泾溪投资管理合伙企业(有限合伙)、上海丹羿投资管理合伙企业(普通合伙)、南京璟恒投资管理有限公司、Marathon Asset Management、广东远桥私募基金管理有限公司、上海沣杨资产管理有限公司、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、上海丹羿投资管理合伙企业(普通合伙)、海南君阳私募基金管理有限公司、上海谦璞投资管理有限公司、精至资产等 134 位投资者

时间	2024年9月1日 19:30-20:30
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事、总经理：柯国强； 财务总监、董事会秘书：彭广智； 投资者关系总监：梁润世；
投资者关系活动记录	<p>一、主要内容</p> <p>董事、总经理柯国强先生介绍2024年半年报业绩情况</p> <p>今年上半年行业受到基数、消费力等影响，药店零售行业市场规模有所下滑，根据米内网的数据，实体药店零售规模（药品+非药）同比下滑3.7%。相较于行业规模同比下降，公司依然实现了行业领先的规模增长，2024年上半年营业收入达到133亿元，同比增长11.29%。</p> <p>在消费环境相对弱的情况下，公司及时调整应对，确保了销售收入的持续增长。公司坚信，如果要实现持续稳定的发展，必须要做全国市场，这也是我们一直以来的发展的策略，立足华南，发展全国。我们的发展战略取得了一定的成绩，我们上半年在华南地区以外的区域取得了非常好的增长：东北、华北、西南及西北地区销售额增长超过30%，外延取得了较好的进展。</p> <p>虽然表现业绩短期有波动，但是医药分离以及人口老龄化的大方向仍未改变，我们对行业的持续良性发展依然充满着信心。去年下半年以来，尾部企业灵活的优势在逐步被蚕食，商品力及专业力的劣势在逐步凸显，很多单体店或连锁药店销售额下滑明显。未来一段时间内，行业将面临洗牌，中小连锁及单体店将加速退出，行业集中度将进一步提升。2024年是公司第四个十年的开局之年，在第四个十年内，公司将聚焦于门店的加密深耕以及进一步推进精细创新运营。</p> <p>展望下半年，我们主要是从以下几方面努力。1) 进一步优化供应链，提升供应链的能力，提升毛利。主要从：①我们将优化营销促销策略，提升营销促销的精细和精准，以提升毛利额以及ROI为目标。②两广以外的省份毛利提升依然存在比较大的空间。新进入的这些省份，公司将通过导入自有品牌，优化供应链等方式提升毛利。③调整内部考核，随着地区配套完</p>

善及商品供应链转变，对应门店的考核也会发生调整。2)控费用：费用管控是公司上半年的主要工作之一，通过数字化投入、信息化赋能，进一步减轻门店非销售工作的时间，提高门店人效，也同步提升行政人效，积极与房东沟通谈判下调门店租金；3)持续深耕主要省份，通过市占率的稳步提高，进一步发挥品牌和规模优势，从而提升盈利能力；4)门店的优化及搬迁。

## 二、投资者问答环节

1、Q:公司对于内部管理效率的提升上大概趋势是怎么样的？今年内部管理上出现一些变化，从这个方面来看，公司对于下半年经营趋势是如何判断的？谢谢。

A:公司在管理费用方面不断优化和提升，特别是在新并购区域进一步优化，实现财务共享、人力共享和仓储网络整合。同时，我们也在组织架构的效率上进行调整，与当地文化和政策快速融合。此外，我们执行以成熟省份带动新省份的发展模式，在2022年年底实现变革，很好地支持了新区的发展。下半年，我们将进一步提高行政人效，优化业务和项目，以及通过大数据评估投入和管理情况，以降低管理费用率。

2、Q:关于整个销售费用方面的控制，公司是否做了一些降本的措施，以及公司如何展望中长期的销售费用率？

A:公司对销售费用的控制非常关注，主要包括租金、人力成本和小费用的优化策略。今年上半年整体销售费用增长17%，快于收入的增速，主要原因包括：1)新进的省份以及区域较多，2)上半年新开了接近800家自建店，3)以及做了部分的人才储备。随着区域和门店发展趋于均衡，人效提升以及降本增效，将会看到后续销售费用率的下降。另外，我们还会继续做好与房东谈判降低租金、对销售费用中的电费等其他小费用进行降本控费。

3、Q:长远来看，线下药店门店业态和经营品类的变化趋势如何？

A:药店未来还是会保持三种形态，第一是现在的传统的社区的药店，主要起到一个高效便民的作用。第二个是专业的DTP药房，这块的增长也是比较快速的，对药事专业度、从业人员的专业度以及企业的运营标准的要求较高。第三种是慢病类型的门店。基于医院的零加成、集采等政策推进，医院处方外流的趋势还是很明显的，药品特别是处方药在药店端的销售增长会比较明显。

4、Q:并购市场价格是否出现下行？公司现阶段对不同门店扩张形式的考量是什么？

A:目前我们公司在并购方面保持采用优中取优的方式。我们会综合规模、品牌影响力和估值等因素进行全面的比较。例如我们今年上半年

	<p>并购的像大庆以及齐齐哈尔等地区的几个标的，企业规模在当地还是有一定的市场品牌力的，目前在并购标的选择会更谨慎要求也更高。在价格方面，并购的估值也是去比前几年呈现下降的趋势。在扩张方面，公司还是会持续坚持并购，推动公司的规模及市占率的快速提升。</p> <p>5、Q：消费下行对公司在中参茸等品类的销售影响，下沉市场的消费力是否有所改善</p> <p>A：中药参茸是否有影响，我们内部也都是非常关注这个数据。目前这里边有两类，一类是我们广东人叫汤料，中低价格带的产品，是没有影响的，第二类相对高价的参茸贵细类，公司也对产品规格、单价等方面做了调整以及应对，力争让该品类的增速追上集团整体的收入增速。公司的中参茸产品推广销售在广东、广西、福建、江西、浙江等区域已经比较成熟，占比也相对较高，接下来公司将加强对于河南、江苏、东北等地的市场培育，通过薄弱区域的消费引导来提升占比。</p>
资料清单(如有)	无