

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

2023 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

一、本半年度报告摘要来自半年度报告全文，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 网站仔细阅读半年度报告全文。

二、本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半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。

三、公司全体董事出席董事会会议。

四、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。

五、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

公司董事会拟定的半年度利润分配或资本公积金转增股本预案为：以权益分派股权登记日登记的总股本为基数，拟以资本公积金向全体股东每10股转增4股，不派发现金红利，不送红股。如以截至2023年6月30日的公司总股本2,792,065,467股为基数（最终以权益分派股权登记日可参与转增的股本数量为准），向全体股东每10股转增4股，合计转增1,116,826,187股，转增后公司总股本增加至3,908,891,654股。

此预案尚需提请公司2023年第二次临时股东大会审议。

第二节 公司基本情况

一、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
电话	027-84683017	027-84683017
办公地址	湖北省武汉市汉阳区龙兴西街5号	湖北省武汉市汉阳区龙兴西街5号
电子信箱	jztdmc@jztey.com	jztdmc@jztey.com

二、主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	94,168,339,791.93	92,272,115,704.93	2.06
归属于上市公司股东的净资产	25,063,390,085.25	24,639,799,486.94	1.72
	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	79,357,491,172.56	67,984,349,971.94	16.73
归属于上市公司股东的净利润	1,342,998,189.38	1,269,017,086.53	5.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,295,392,137.57	1,106,351,855.88	17.09
经营活动产生的现金流量净额	518,172,955.09	-2,054,972,754.69	125.22
加权平均净资产收益率(%)	5.64	5.54	增加0.10个百分点
基本每股收益(元/股)	0.47	0.44	6.82
稀释每股收益(元/股)	0.47	0.44	6.82

注：公司于2023年6月29日实施了资本公积金转增股本，每10股转增4.9股。根据《企业会计准则第34号——每股收益》“第十三条发行在外普通股或潜在普通股的数量因派发股票股利、公积金转增资本、拆股而增加或因并股而减少，但不影响所有者权益金额的，应当按调整后的股数重新计算各列报期间的每股收益”的相关规定，公司重述了同比期间的每股收益。

公司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 16.73%，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 17.09%，其中**第二季度（4-6月）公司实现归母净利润及扣非归母净利润环比第一季度分别增长 39.32%和 26.00%，单季度业绩加速增长**；主要原因是公司在保持**医药分销业务**稳健增长（14.01%）的基础上，实现**总代品牌推广、医药新零售、数字物流技术与供应链解决方案、医疗健康及技术服务**等新兴业务的加速增长，助

力公司上半年经营业绩的提升；其中，**总代品牌推广业务**营业收入较上年同期增长 38.74%，毛利较上年同期大幅增长 62.15%；**医药新零售业务**营业收入较上年同期增长 37.51%，毛利较上年同期增长 26.00%；**数字物流技术与供应链解决方案**营业收入较上年同期增长 38.05%，毛利较上年同期大幅增长 73.35%；**医疗健康及技术服务**营业收入较上年同期增长 38.83%，毛利较上年同期增长 43.27%；公司在保证营业收入稳步增长的同时，盈利能力也在持续提升。

2、报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额**较上年同期大幅增长 125.22%**，其中第二季度经营性现金流量净额达 35.40 亿元，近年来首次实现公司经营性现金流量净额在半年度转正，主要原因是期内公司加大年中清收力度、销售回现款增加所致，公司经营质量显著提升。

3、报告期公司归母净利润较上年同期增长 5.83%，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 1.63 亿元（基数较高），而本报告期非经常性损益仅为 0.48 亿元。

三、 报告期内公司所属行业及主营业务情况说明

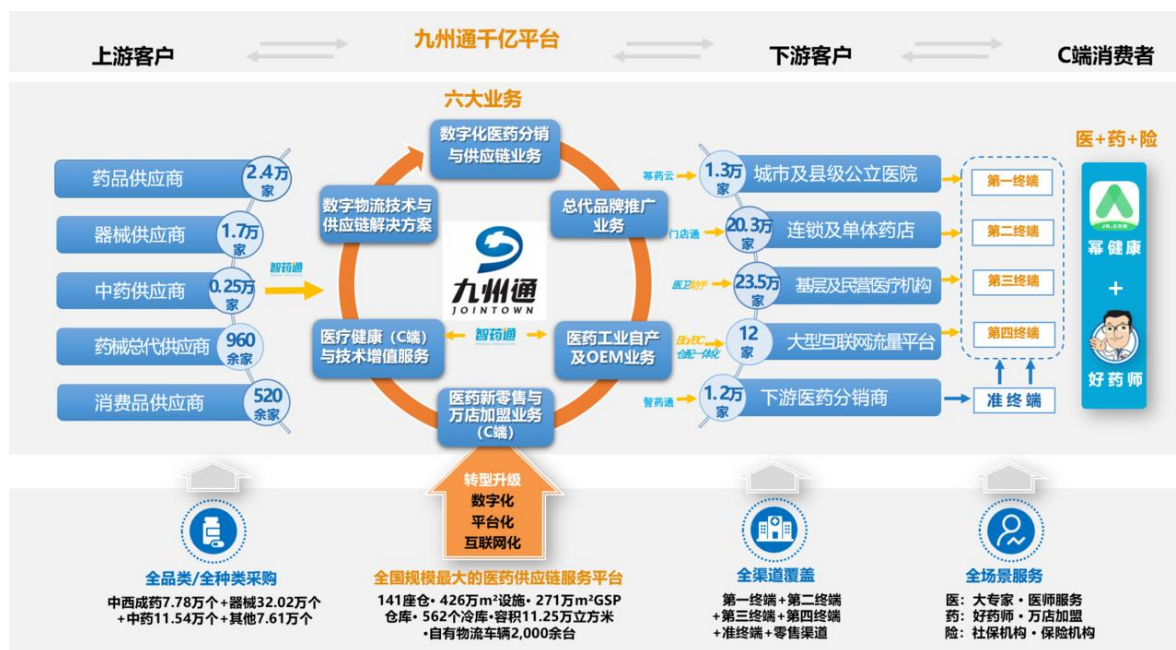
九州通为科技驱动型的全链医药产业综合服务商，公司立足于大健康行业，主营业务包括数字化医药分销与供应链业务、总代品牌推广业务、医药工业自产及 OEM 业务、新零售与万店加盟业务（C 端）、医疗健康（C 端）与技术增值服务、数字物流技术与供应链解决方案六大方面。

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 2023 年《财富》“中国企业 500 强”第 171 位和“中国上市公司”500 强第 99 位。**

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



（一）公司上半年业绩亮点及分析

2023年上半年，随着我国经济社会全面恢复常态化运行，以及医药流通行业的整体复苏，公司紧抓市场机遇，大力发展创新业务，拓展新的增长点，同时经营质量全面提升，推动公司经营业绩稳步增长，整体经营业绩好于行业平均水平。

报告期内，公司营业收入持续稳健增长，达到 793.57 亿元，较上年同期增长 16.73%；实现扣非归母净利润 12.95 亿元，较上年同期增长 17.09%；其中第二季度实现归母净利润及扣非归母净利润分别为 7.82 亿元和 7.22 亿元，环比第一季度分别增长 39.32%和 26.00%，盈利能力持续提升。

2023年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额为 5.18 亿元，较上年同期大幅增长 125.22%，其中，第二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 35.40 亿元，近年来首次实现公司经营性现金流量净额在半年度转正，经营质量显著提升。

报告期内，公司营业收入和扣非归母净利润稳健增长的主要原因是公司在保持医药分销业务稳健增长（14.01%）的基础上，实现总代品牌推广、医药新零售、数字物流技术与供应链解决方案、医疗健康及技术服务等新兴业务的加速增长，助力上半年公司经营业绩的提升；其中，总代品牌推广业务营业收入较上年同期增长 38.74%，毛利较上年同期大幅增长 62.15%；医药新零售业务营业收入较上年同期增长 37.51%，毛利较上年同期增长 26.00%；数字物流技术与供应链解决方案营业收入较上年同期增长 38.05%，毛利较上年同期大幅增长 73.35%；医疗健康及技术服务营业收入较上年同期增长 38.83%，毛利较上年同期增长 43.27%；公司在保证营业收入稳步增

长的同时，盈利能力也在持续提升。

报告期内，公司强力推进“新零售、新产品、互联网医疗和不动产证券化（REITs）”四大新战略落地实施，药九九 B2B 平台、好药师“万店加盟”计划、“幂健康”平台等均进展顺利，器械、总代、中药等高毛利战略产品销售占比不断提升，“Bb/BC 仓配一体化”、多仓联网、九州万店数字化平台、ERP 系统升级等 PMO 及数字化转型重点项目深化推进，取得较好的阶段性成果，加速了公司经营模式的转型升级。2023 年 5 月 29 日，公司“Bb 一体化项目”入选 2023 年中国上市公司协会发布的《上市公司数字化转型典型案例》（技术领先）；此外，公司“Bb/BC 仓配一体化项目”入选《证券日报》“2023 数字经济领航者论坛”评选的《2023 数字经济发展典型案例》（转型类）。

（二）公司主要业务经营情况及创新成果

2023 年上半年，公司主要业务经营及项目创新成果显著，在以下十大方面亮点突出：

1、药九九 B2B 电商平台，全链赋能单体药店、诊所等终端客户，上半年自营业务收入达 60.54 亿元，成为国内领先的院外数字化医药流通平台

上半年，公司面向单体药店、诊所等客户的数字化分销业务稳步推进，药九九 B2B 电商平台自营交易收入规模已达 60.54 亿元，同比增长 15.84%；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，是国内领先的院外数字化医药流通平台。全国已成立并运营 17 家“药九九”公司，专门为小连锁、单体药店、诊所等客户提供 B2B 电商业务服务，平台实行采销一体，责、权、利到人的经营模式。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，上半年收入规模 32.54 亿元，同比大幅增长 62.56%

上半年，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 32.54 亿元，较上年同期大幅增长 62.56%；其中销售给京东、阿里、美团自营平台的药品上半年达到 22.19 亿元，较上年同期增长 83.30%，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“幂健康”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”，代理品规 1,251 个，上半年销售收入 86.37 亿元，同比增长 38.74%；毛利额 14.64 亿元，同比大幅增长 62.15%

上半年，公司总代品牌推广业务（含药品及医疗器械）销售收入达 86.37 亿元，较上年同期增长 38.74%；毛利率提升至 16.95%，毛利额为 14.64 亿元，较上年同期大幅增长 62.15%，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 49.49 亿元，较上年同期增长 48.60%；毛利率提升至 25.95%，毛利额为 12.84 亿元，较上年同期大幅增长 65.70%；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 66 个，其中过亿新品 3 个，过千万新品 13 个。截至报告期末，公司**药品总代品规数达 915 个（预计全年过亿品规 19 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，代理产品涵盖慢病、肿瘤、抗感染等全品类，涉及临床和 OTC 全渠道。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、品牌产品连锁有序营销、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 36.88 亿元，较上年同期增长 27.40%；毛利额为 1.79 亿元，较上年同期增长 40.55%；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 336 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，并探索推进全链路供应能力建设、耗材集中配送、检验科打包解决方案等。

4、医药工业自产及 OEM 业务，形成自有品种的集群式发展，产品竞争力大幅提升

上半年，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，上半年销售收入达 **11.82 亿元**，**毛利率为 22.16%**，**毛利额为 2.62 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”）业绩持续增长，上半年实现营业收入 1.87 亿元；京丰制药以抗生素系列、糖尿病系列、心脑血管系列及外用药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**中标国家第八批集采**，羟苯磺酸钙胶囊、苯磺酸氨氯地平片**通过国家一致性评价**，阿卡波糖片**获得《药品注册证书》**。

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”）上半年实现自产品种销售收入 9.32 亿元；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 注册有美体康、弗乐士两个自有品牌，取得 MAH 二类产品注册证 5 张，一类产品备案证 16 张，拥有 OEM 器械品规达 173 个。公司药品 OEM 包括片剂、胶囊、口服液、复方颗粒等 355 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，门店数已达 15,856 家

上半年，公司强力推进“万店加盟”计划，截至报告披露日，“万店加盟”计划通过“自营+加盟”的模式保持快速扩张，已实现自营及加盟药店达到 15,856 家，门店遍布全国 31 个省市自治区，覆盖 291 个地级城市，共 1,301 个区县，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“门店通”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。报告期内，公司致力于“新零售”场景核心系统的研发，打造九州万店数字化平台，助力门店数字化转型；“门店通”完成系统功能升级，覆盖 5,000 家以上的门店；双端 CRM 系统完成上线，覆盖 B 端会员 18,000 家及 C 端会员 1,500 万；自研零售 ERP 使用门店超过 13,000 家。报告期内，公司积极拓展专业药房，上半年承接处方外流规模达 2.1 亿元。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，上半年销售收入 4.98 亿元，积累了 3,300 万+ C 端用户

上半年，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 4.98 亿元，较上年同期增长 43.2%；其中“6.18”活动销售再次破亿，销售收入 1.1 亿元，较上年同期大幅增长 69.2%。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 3,300 万+ C 端用户。公司旗下好药师 B2C 电商通过“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、强生、韩美、拜耳等近 40 个品牌的线上官方旗舰店，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、抖音、华为商城、唯品会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。报告期内，好药师 B2C 电商新拓 6 家抖音品牌官方旗舰店，同时抖音好药师大药房蝉联 OTC 药品第一名。

7、“幂健康”服务平台业务，全场景赋能 C 端用户，专病运营业务发展迅猛

截至报告期末，公司“幂健康”服务平台已完成医生端、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”药店端已有注册药店 3.5 万家，上半年累计开方量超 3,287 万，日处方单量峰值超 23 万单，实现线上平台处方业务收入同比增长 3,873%，问诊咨询业务收入同比增长 160%；“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，报告期内，公司承接蚂蚁保险等多家互联网平台以及保司的互联网门诊险线上问诊和药品直赔，上半年累计问诊 10.9 万次，服务患者超 148 万名。

报告期内，公司“幂健康”服务平台专病运营业务发展迅猛，公司聚焦眼专科业务运营，平台累计入驻眼科医生 4,109 名、付费患者超过 2.3 万人，上半年累计销售 717 万元，较上年同期增长 154%；公司已完成与朝聚眼科、普瑞眼科、泰康同济、鹰瞳科技的全面合作，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、险相结合的全病程管理方案。

8、互联网医疗业务，数字化技术及运营赋能互联网医院，打造行业专业的处方外流平台

报告期内，公司通过自主研发的“幂药云”平台，以数字化技术和高效运营能力赋能公立医疗机构及三方互联网医疗平台，已建设与运营了 19 家公立医疗机构的互联网医院以及多个互联网诊疗平台。公司参股投资了杭州恒生芸泰网络科技有限公司，积极与国内领先的互联网医院解决方案提供商合作，并与其成立了合资公司，共同推进面向公立医院的互联网医院与处方流转平台建设和运营服务，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。

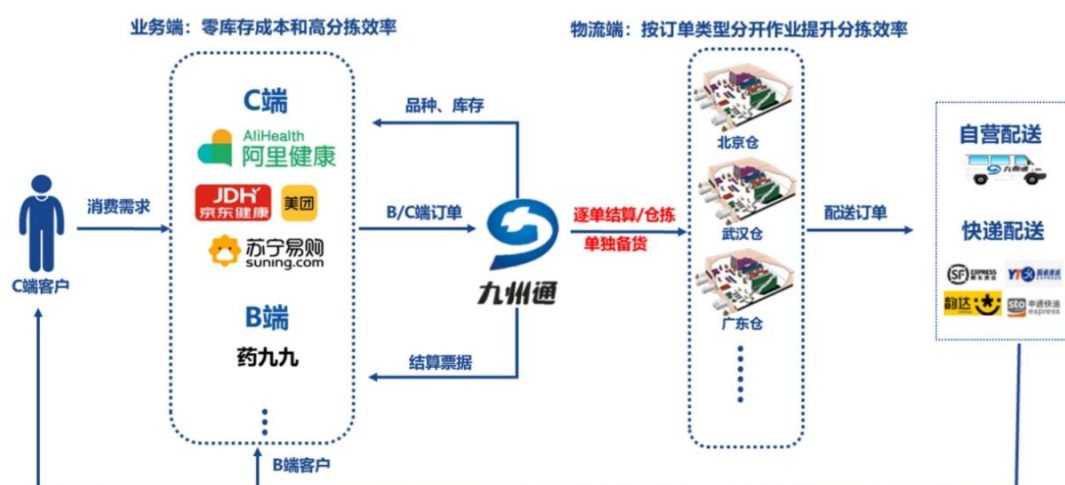
9、物流 Bb/BC 仓配一体化，全力打造面向多端的高效供应链物流服务体系，实现客户“零库存”及 10 万品规资源共享

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，已投入运营湖北、上海、广

州、北京、天津、浙江 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、江苏、新疆、上海、天津、广西、江西、内蒙古、河北、甘肃、湖南共 22 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，可享有公司现有 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。公司“Bb 一体化项目”已入选 2023 年中国上市公司协会发布的《上市公司数字化转型典型案例》（技术领先），“Bb/BC 仓配一体化项目”入选《证券日报》“2023 数字经济领航者论坛”评选的《2023 数字经济发展典型案例》（转型类）。

图 2 “Bb/BC 一体化”的医药供应链服务模式图



10、公募 REITs 项目进展顺利，将分批盘活 330 余万平方米医药物流仓储资产及配套设

截至报告期末，公司在各级政府相关部门的支持下，持续开展医药仓储物流基础设施 REITs（以下简称“公募 REITs”）的申报发行工作。公司拟以拥有的约 330 多万平方米的医药物流仓储资产及配套设

施为底层资产，分批发行公募 REITs，以盘活公司庞大的仓储物流资产及配套设

具体包括医药仓储综合楼、医药仓库分拣中心、医药仓储保障中心1号楼、医药仓储保障中心2号楼、医药仓储保障中心3号楼、医药仓储保障中心辅助用房，合计总建筑面积预计为175,303.85平方米。

公司已完成项目申报初稿，根据湖北省发改委的指示，已于8月正式提交申报文件，启动了正式申报程序；公司已全资设立湖北九州产业园区运营管理有限公司，拟作为未来基础资产的运营管理机构，为基础资产提供运营管理服务；九州通物流已全资设立武汉九州首瑞供应链服务有限公司（以下简称“九州首瑞”），后续拟将首批入池医药仓储物流资产重组注入九州首瑞，并将持有该公司100%的股权转让给公募REITs。

本次公募REITs发行作为公司重大转型战略之一，其意义包括：**(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。

如果公司公募REITs申请上市成功，将对公司未来各项财务指标的优化产生积极影响，并给投资者带来所有者权益的大幅提升，且有望成为国内医药行业首单公募REITs、医药仓储物流首单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。

(三) 社会责任及精准扶贫

公司积极履行社会责任，截至目前已捐款捐物总价值超过**4,300万元**。其中，社会救助类捐赠总值超过2,700万元，支援乡村与偏远地区建设善款物资总值逾780万元，助力医疗卫生体系发展的捐赠总值270余万元。公司热心关注社会热点问题与弱势群体的需求，踊跃参与社会公益事业，荣获“全国红十字模范单位”、“中国红十字博爱奖章”、“湖北省红十字博爱奖”等荣誉。

2023年1月，公司联合工信部向四川省南充市嘉陵区和南部县、河南省洛阳市洛宁县和汝阳县、西藏自治区山南市浪卡子县等5个定点帮扶县（区）老年人群体和重点人群捐赠价值262万余元的应急药品，助力当地防控。2023年8月，京津冀等多地因极端降雨引发洪涝和地质灾害，造成重大损失。公司捐赠280余万元物资驰援北京门头沟与房山、河北保定市高碑店和廊坊新镇等地区救灾一线，助力当地人民灾后消杀防疫，重建家园。

此外，公司积极响应国家乡村振兴战略，捐款捐物助力乡村振兴、巩固脱贫攻坚成果。报告期内，公司响应湖北省号召，支持湖北“新农人”大学生乡村创业帮扶，向青少年基金会捐赠100万元，带动更多青年在农村创业就业，成才成长。同时，公司通过湖北省慈善协会向随州新街镇、襄阳孙蔡村及湖北蕲春地区等村落捐赠150万元，帮助提升乡村宜居宜业水平，建设美丽乡村。

（四）公司重大业务合作

1、药械分销业务重大合作

报告期内，公司与葵花药业（儿科药品）、华润三九（感冒灵颗粒）、扬子江药业（蓝芩口服液等）、正大天晴（高血压、冠心病类药品）、海森生物（心血管类药品）、鲁南制药（儿科药品）、华中药业（布洛芬等）、山东达因（维生素 D 滴剂）、贵州百灵（咳速停糖浆）、润美康（妈咪爱等）、诺和诺德（胰岛素类药品）、沃华医药（全品种）、中美史克（百多邦）、欧加隆（避孕类药品）等**知名医药企业**，以及迈瑞医疗（IVD 和设备）、美敦力（起搏器和血管介入）、费森尤斯（体外循环、血液净化和设备）、欧姆龙、鱼跃（血压计等）等**知名医疗器械企业**继续深化战略合作，为其提供数字化药械分销、物流仓储及配送、B/C 端产品代运营等多方面服务，为工业品牌实现全网化覆盖、全场景销售助力。

2023 年 8 月，公司与强生消费者健康中国签署“全方位战略合作关系”协议，将已有的战略合作升级为“全方位战略合作关系”，进一步拓展大健康领域的业务合作范围，**力争未来三年业务复合增幅超 40%**。

2、总代品牌推广业务重大合作

报告期内，公司继续与**东阳光药（HK01558）、拜耳康王**等开展深度战略合作及业务落地执行，独家总代理的流感品种“磷酸奥司他韦（可威）”3 个单独规格以及康王系列产品（康王发用洗剂等个人护理产品）在 OTC 渠道的**销售加快增长**。此外，公司继续与**阿斯利康（倍他乐克）、诺华制药（眼科药品）、天津力生制药、华海药业、广西金嗓子、利君制药、赛诺菲、卫材（中国）药业**等国内外知名企业进行重大合作，为其提供全渠道品牌营销解决方案，增强产品市场竞争力，提高产品市场占有率。

3、物流供应链解决方案业务合作

报告期内，公司与**阿里健康**合作的首个代运营 BC 一体仓（**杭州塘栖仓**）持续高质量运作，上半年单日峰值达 19 万单，单月峰值 191 万单；双方合作的第二个 BC 一体仓（**天津仓**）高效运营，单日峰值 1.5 万单，单月峰值 25 万单；BC 一体仓的出库及时率达 99.99%，出库准确率达 99.999%。此外，公司将**继续与阿里健康在华中、东北等地区（长沙、成都、江西和沈阳）开展 4 个代运营 BC 一体仓合作**，共同推进双方在三方物流及供应链等方面的进一步合作。

公司为贵州茅台定制化打造的数字营销平台“**i 茅台**”**仓储物流系统**自 2022 年 3 月上线以来运行顺利。截至目前，“i 茅台”APP 的注册用户已经达到 4,400 万人以上，完成订单量超 2,000 万笔。公司通过运用自研的数智物流供应链信息平台以及智能设备，将茅台内外部物流资源进行重新整合及规划，对茅台各区域物流中心流程以及物流设备设施进行升级改造，并且建立了物流运营标准化体系。最终实现了全国集中管控以及“多地域、多业主、多服务商、多仓库、多运段”一体协

同的平台化、数智化物流供应链运作模式。

报告期内，公司承接了包括**同仁堂物流云平台决策分析系统、佳木斯医疗科技产业园项目、美新莱瑞项目、河南驼人系统平台、亚都自动化物流设备系统、医保城智能物流中心建设**等多个大型数智化物流项目，为行业内外企业提供物流供应链数智化一体解决方案。

4、银企重大合作

报告期内，公司继续与各大型银行及证券、保险等金融机构保持长期合作关系。截至报告期末，公司已与**交通银行、中国银行、招商银行、农业银行、光大银行、中信银行、恒丰银行、民生银行、汉口银行、湖北银行**等大型银行总行或分支机构开展**“总对总”战略合作**；各大金融机构以最高效率、最佳方案、最优价格为公司提供专业金融服务，并且发挥其在金融市场的影响力，为公司海量上下游客户提供**“一站式”**金融服务，满足客户多样化的金融需求。公司依托与上述金融机构的战略合作关系，提高了在大健康产业的竞争力，并且为主营业务的稳健经营提供有力保障。

2023年3月底，公司邀请工商银行、农业银行、中国银行、建设银行等32家大型金融机构，共计100多名嘉宾出席**“2023年九州通金融机构研讨会”**，共同就未来合作方向进行深入探讨，进一步拓宽多元化融资渠道，降低融资成本，提高融资效率，为公司各项业务的后续开展提供金融支持。

2023年5月，公司与广发银行总行、平安理财、招银理财、中邮理财、农银理财、中银理财、农银投资、中银投资、建信投资、广银理财、浦银理财、上海信托、中信理财、交银投资十四家金融机构开展座谈交流，拟就公司优先股、永续债、应收账款资产证券化投资、公募REITs前期培育等产品开展合作，优化融资结构，降低融资成本，助力公司实现持续稳定高质量发展。

（五）行业主要政策及对公司的影响

报告期内，随着医疗卫生体制改革的进一步深入，医药行业监管日趋严格，带量采购、“双通道”、“门诊统筹”、“互联网+医疗健康”等行业相关政策持续深化实施，为医药行业的发展带来挑战的同时，也带来较大机遇。此外，公募REITs发行也受到国务院及相关部委和各级地方政府的持续政策支持，促进公司医药物流仓储公募REITs发行工作的顺利推进。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。截至目前，国家组织药品集采共8批，累计333种药品中选，我国药品集采目前已进入常态化、制度化阶段。今年7月，国家卫健委等六部门印发深化医药卫生体制改革2023年下半年重点工作任务，其中包括，常态化开展药品和医用耗材集中带量采购；开展新批次国家组织药品和医用耗材集中带量采购，实现国家和省级集采药品数合计达到450个。

国务院办公厅发布的《“十四五”全民医疗保障规划》提出要求，到 2025 年国家和省级药品集中采购品种达到 500 个以上。

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，甚至在一些区域的公立医院尚未开户；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，从而分别在全国各地的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开拓医院业务的机会，在原有空白市场获得了增量发展，集采政策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。具体而言：

(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 1.33 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 70% 以上在药店和第三终端等市场，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、“门诊统筹”等政策快速落地

2023 年 2 月，国家医保局发布《关于进一步做好定点零售药店纳入门诊统筹管理的通知》，高度重视定点零售药店纳入门诊统筹工作，将门诊统筹基金用于扩大医药服务供给，保障居民更好的享受统筹医保便利；同时，随着“双通道”和零售药店连锁化的持续推进，医药零售行业的市场规模将进一步扩大，而头部医药零售连锁企业及“批零一体化”的医药流通企业在处方外流趋势下将占据先机，具有巨大发展空间。

“门诊统筹”+“双通道”政策			
发布时间	主体	文件名称	主要内容
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。
2022-12	湖北省	《关于完善国家医保谈判药品“双通道”政策及建立“单独支付”药品保障机制的通知》	将协议期内谈判药品全部纳入“双通道”目录，建立“单独支付”药品保障机制。
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。

(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趋势。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”计划已实现已达到 15,856 家；以武汉地区为例，已开通医保的好药师药店均已纳入门诊统筹政策范围。“门诊统筹”及“双通道”等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”迎政策利好

近年来，国家鼓励支持各方加大 5G、大数据、人工智能等新一代信息技术在医疗行业的布局，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，并逐步将符合条件的“互联网+”医疗服务纳入医保支付范围。

“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。
2022-11	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。
2023-3	中共中央办公厅、国务院办公厅	《关于进一步完善医疗卫生服务体系的意见》	发展“互联网+医疗健康”，建设面向医疗领域的工业互联网平台，加快推进互联网、区块链、物联网、人工智能、云计算、大数据等在医疗卫生领域中的应用，加强健康医疗大数据共享交换与保障体系建设。
2023-7	国家发展改革委	《关于恢复和扩大消费的措施》	发展“互联网+医疗健康”，进一步完善互联网诊疗收费政策， 逐步将符合条件的“互联网+”医疗服务纳入医保支付范围。

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，其附条件地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。同时，随着将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围的政策深入实施，也将进一步提振“互联网+医疗健康”行业发展。

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，分别为天津、湖北、上海等多家三甲实体医院及互联网诊疗平台提供互联网医院系统建设与运营及供应链服务，积累了丰富的专业经验。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、中医药发展迎机遇期

为更好地发挥中医药特色和比较优势，推动中医药事业的创新发展，国家陆续出台一系列重磅利好政策，中医药政策体系顶层设计日臻完善，中医药产业迎来了历史发展新机遇。2022年3月，国务院办公厅印发了《“十四五”中医药发展规划》（以下简称《规划》），明确了实现新时期中医药高质量发展的基本原则及重点任务，推动中医药产业发展进入新阶段。2023年上半年，国家继续加大对中医药的扶持力度，提出进一步加强中药科学监管，加大“十四五”期间对中医药发展的支持和促进力度，进一步加强中药新药研制与注册管理，全面加强县级中医医疗机构建设。

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。
2023-1	国家药品监督管理局	《关于印发进一步加强中药科学监管促进中药传承创新发展若干措施的通知》	提出全面加强中药全产业链质量管理、全过程审评审批加速、全生命周期产品服务、全方位监管科学创新,向纵深推进中国式现代化药品监管实践和具有中国特色的中药科学监管体系建设。
2023-2	国务院办公厅	《关于印发中医药振兴发展重大工程实施方案的通知》	加大“十四五”期间对中医药发展的支持和促进力度,着力推动中医药振兴发展
2023-4	国家中医药管理局、国家发展改革委、国家卫生健康委	《关于全面加强县级中医医院建设基本实现县办中医医疗机构全覆盖的通知》	提出完善县办中医医疗机构设置,加强县级中医医院基础设施建设,提升县级中医医院服务能力,深化体制机制改革,推动实现县办中医医疗机构全覆盖。
2023-7	国家卫健委等六部门	《深化医药卫生体制改革 2023 年下半年重点工作任务》	促进中医药传承创新发展。加快国家中医药传承创新中心、国家中医疫病防治基地、中医特色重点医院、中西医协同“旗舰”医院建设,推进国家中医药综合改革示范区建设。

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 **11 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

近年来,国务院及相关部委和各级地方政府、证监会、交易所等监管层密集发布公募 REITs

相关支持政策，多措并举推动公募 REITs 常态化发行。

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。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）规则适用指引第 4 号—保障性租赁住房（试行）》	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。
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。
2023-3	湖北省人民政府办公厅	《2023 年全省“稳预期、扩内需、促消费”工作方案》	工作方案强调加强基建投资，积极稳妥推出一批基础设施领域不动产信托基金（REITs）、政府和社会资本合作（PPP）等项目，对投资额 1 亿元及以上的当年新入库、落地 PPP 项目，省级给予一次性奖励。
2023-4	中国证监会	《推动科技创新公司债券高质量发展工作方案》	工作方案强调扩大科技创新资金供给，持续发挥中央企业示范引领作用，加大对优质企业发行科创债的支持力度，推动科技创新领域企业发行 REITs。

2023-5	陕西省发改委	《促进民间投资健康发展的十条举措》	文件强调大力支持民营企业发行基础设施公募 REITs, 对于被国家发展改革委推荐至中国证监会的项目, 省级财政一次性补助前期费 300 万元。回收资金安排的新建、改扩建项目, 优先申请中央预算内投资专项补助。
2023-5	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) 规则适用指引第 1 号——审核关注事项 (试行) (2023 年修订)》	指引突出以“管资产”为核心, 进一步优化 REITs 审核关注事项, 强化信息披露要求, 按照“成熟一类、推出一类”的原则, 明确产业园区、收费公路两大类资产的审核标准, 提高成熟类型资产的推荐审核透明度, 加快发行上市节奏, 进一步健全并发挥基础设施 REITs 市场功能, 推动 REITs 市场高质量发展。
2023-6	中国人民银行、国家金融监督管理总局、证监会、财政部、农业农村部	《关于金融支持全面推进乡村振兴加快建设农业强国的指导意见》	指导建议鼓励运用信贷、债券、资产支持证券、基础设施领域不动产投资信托基金 (REITs) 等方式, 支持专业化、规模化住房租赁企业发展, 依法依规加大对新市民等群体保障性租赁住房建设融资支持力度。
2023-7	国家发展改革委	《国家发改委关于进一步抓好抓实促进民间投资工作努力调动民间投资积极性的通知》	文件鼓励民间投资项目发行基础设施领域不动产投资信托基金 (REITs), 国家发改委将进一步加大工作力度, 推荐更多符合条件的民间投资项目发行基础设施 REITs, 促进资产类型多样化, 进一步拓宽民间投资的投融资渠道, 降低企业资产负债率, 提升再投资能力。
2023-8	国家发展改革委	《国家发展改革委等部门关于实施促进民营经济发展近期若干举措的通知》	文件强调促进公平准入, 扩大基础设施领域不动产投资信托基金 (REITs) 发行规模, 推动符合条件的民间投资项目发行基础设施 REITs, 进一步扩大民间投资。

监管层相关政策的大力推动, 进一步激发公募 REITs 各方的参与热情, 而随着公募 REITs 底层资产扩容及常态化发行逐步推进, 公募 REITs 进入加速发展期。截至目前, 我国已发行或已过审的公募基础设施 REITs 已经有 29 只, 总市值接近人民币 1,000 亿元。

为积极响应国家政策号召, 有效盘活存量资产, 九州通在各级政府相关部门的支持下, 持续开展公募 REITs 的申报发行工作。公司拟以拥有的约 **330 多万平方米的医药物流仓储资产及配套**设施为底层资产, **分批发行公募 REITs**。目前该项目进展顺利, **首批入池**资产九州通物流所持有的武汉东西湖医药物流中心的部分资产, 该资产被国家发改委、商务部和中物联评为全国十大“国家智能化仓储物流示范基地”; 公司已完成了项目申报初稿, 并正式提交了申报文件, 启动了正式申报程序; 公司已全资设立**湖北九州产业园区运营管理有限公司**, 拟作为未来基础资产的运营管理机构, 为基础资产提供运营管理服务; 九州通物流已全资设立九州首瑞公司, 后续拟将首批入

池医药仓储物流资产重组注入九州首瑞，并将持有该公司 100%的股权转让给公募 REITs。

（六）公司所属行业及发展趋势

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：

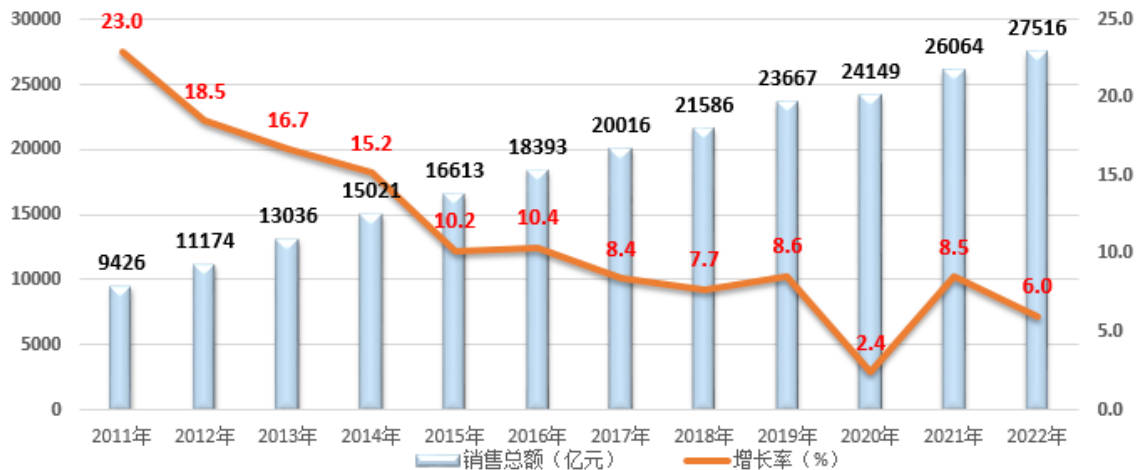
1、医药流通业态

（1）医药流通市场规模不断增长，行业集中度逐步提升

根据《2022 年药品流通行业运行统计分析报告》数据，2022 年全国药品流通市场销售规模稳中有升；全国七大类医药商品销售总额为 27,516 亿元，扣除不可比因素同比增长 6.0%。

最近三年，医药流通行业销售规模年均增幅为 5.6%，头部四家销售过千亿公司的年均增幅为 8.7%，而九州通最近三年的销售收入年均增幅不仅高于行业年均增幅，也高于头部四家的年均增幅。

图 3 2011-2022 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。2022 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 75.2%，同比提高 0.7 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 45.5%，同比提高 1.3 个百分点。对比美国和日本等国家同时参照行业总体目标，我国医药流通领域的集中度还有较大提升空间。《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，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。近年来，九州通的国内市场占有率从 2019 年的 4.72% 提升到 2022 年的 5.76%，公司的行业竞争力

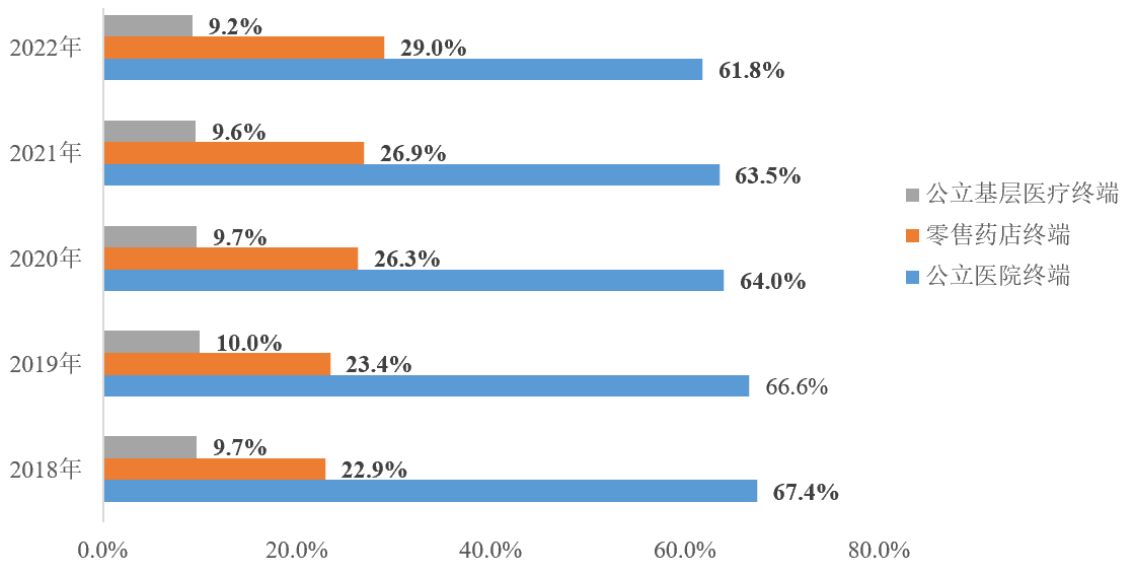
逐步增强，市场占有率逐步增加。

(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，2020年-2022年占比分别为64.0%、63.5%、61.8%；第二终端零售药店市场份额逐步上升，从2020年的26.3%上升至2022年的29.0%；第三终端基层医疗市场份额2020年-2022年占比分别为9.7%、9.6%、9.2%。从趋势来看，二级及以上医院用药市场份额占比逐渐下降，零售药店份额占比上升较大。

院外市场是九州通多年深耕的优势市场，销售占比达到70%以上，零售药店和基层医疗等院外市场总体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 2018-2022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

根据艾瑞网的研究数据，2021年中国医药电商B2B市场规模已达到2,072亿元。政策与市场不断完善的作用下，中国医药电商B2B市场规模2025年预计达到3,758亿元，发展空间巨大。

图 5 2016-2025 年医药 B2B 市场规模



说明：数据来源于艾瑞网

随着分级诊疗逐步落实及“双通道”、“门诊统筹”等制度的深入实施，B 端客户的结构将出现较大变化，基层诊疗和零售药店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，建立从采购、销售、运营到仓储物流的全产业链数字化服务模式，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。2023 年上半年，公司药九九 B2B 电商平台自营交易收入规模已达 60.54 亿元，同比增长 15.84%；同时，向京东、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收入规模达到 32.54 亿元，同比大幅增长 62.56%；以上合计 93.08 亿元，占主营业务收入的 11.74%。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

国家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，其中湖北、上海、广州、北京、天津、浙江 6 座“BC 一体仓”投入运营，湖北、重庆、山东、河南、北京、广东、山西、安徽、四川、浙江、福建、陕西、江苏、新疆、上海、天津、广西、江西、内蒙古、河北、甘肃、湖南共 22 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。

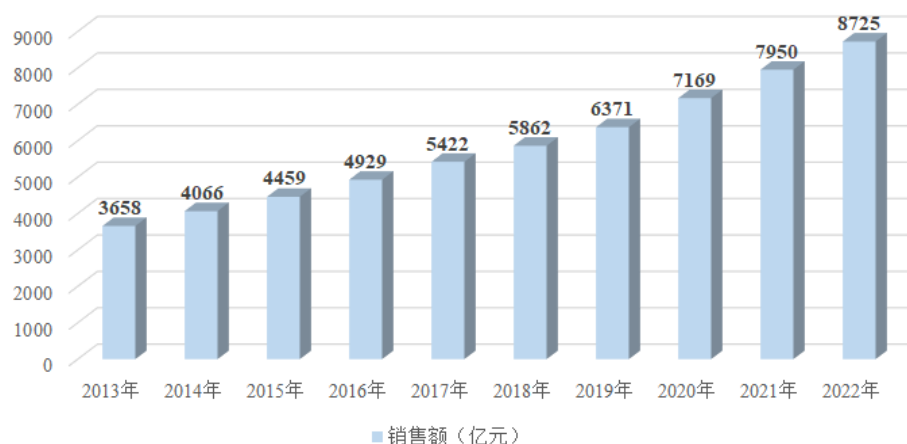
中国冷链物流行业市场规模稳步增长，根据艾媒咨询统计数据，2022 年冷链物流市场规模达 6,371 亿元，预计 2025 年将达到 8,686 亿元。目前，中国冷链物流行业正处在规范发展期，构建现代冷链物流体系、补齐冷链物流发展短板是行业发展目标，未来冷链物流行业将向着智慧化、绿色化、标准化发展。随着冷链物流产业布局更加完善，国家标准及利好政策逐渐落实，消费升级及冷链物流与人工智能、大数据的深度融合等利好因素，中国冷链物流产业将会进一步发展。

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，实体药店恢复快速增长态势

从我国零售药店市场规模来看，2013 年至 2022 年呈逐年稳健上升趋势。米内网数据显示，按终端平均零售价计算，2022 年中国实体药店和网上药店（含药品和非药品）销售规模达 8,725 亿元，同比增长 9.75%。

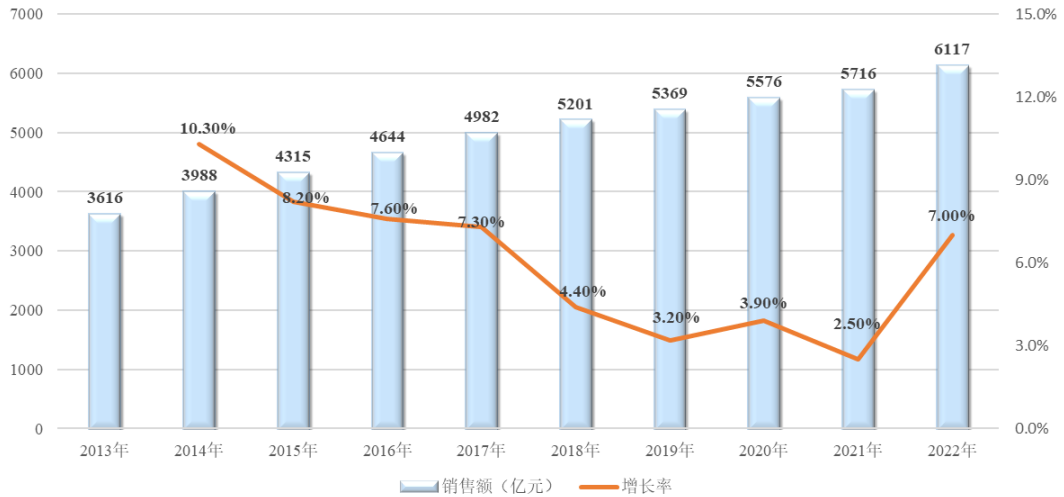
图 6 2013-2022 年中国实体药店和网上药店（含药品和非药品）销售情况



说明：数据来源于米内网

其中，中国实体药店占比为 70.1%，2022 年销售规模为 6,117 亿元，同比增长 7.00%，恢复增长态势。

图 7 2013-2022 中国实体药店（含药品和非药品）销售情况



说明：数据来源于米内网

(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”、“门诊统筹”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。

同时，全国各地积极推动处方流转平台建设，为处方外流提供线上流转处方渠道，进一步加速处方外流。根据各省市医保局、卫健委官网披露的处方流转平台建设情况，全国约 22 个省市开启了处方流转平台建设，其中广东省、湖南省、湖北省等约 13 个省市处方流转平台已落地平台建设，实现了医院与药店的对接；另外，反腐工作开展有望进一步推动处方外流。零售药店将成为处方外流的主要承接主体，为九州通带来发展机遇。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达到 15,856 家，门店遍布全国 31 个省市自治区，覆盖 291 个地级城市，共 1,301 个区县，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。

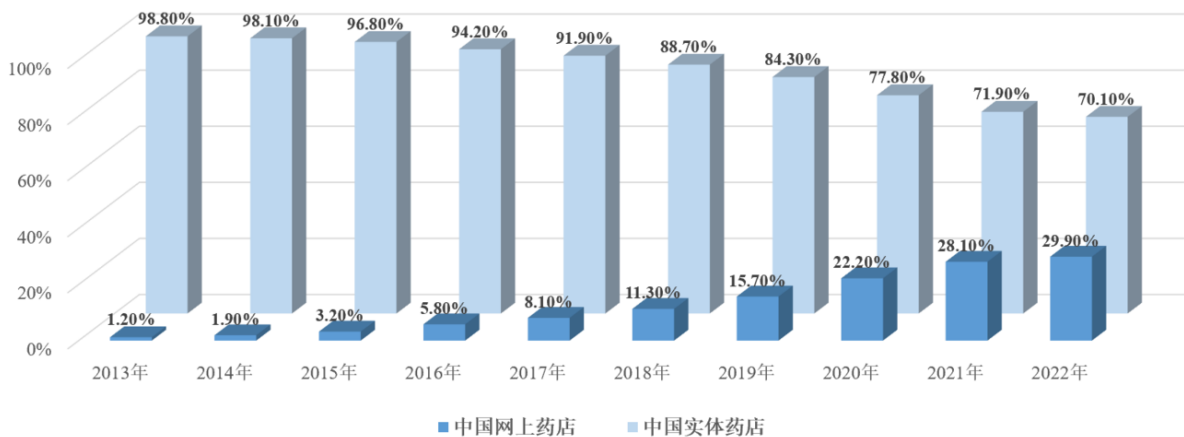
《商务部关于“十四五”时期促进药品流通行业高质量发展的指导意见》提出，到2025年，药品零售百强企业年销售额占药品零售市场总额65%以上，药品零售连锁率接近70%；近几年药店连锁率已从2017年的50.50%增至2022年的57.80%，增速较快，但相较于70%的规划还有一定距离，未来三年药店连锁率提升空间巨大，为九州通“万店加盟”项目带来发展机遇。

（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+”政策的推动下，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”。米内网数据显示，2022年中国网上药店（含药品和非药品）销售规模已达2,608亿元，网上药店（含药品和非药品）销售额占比从2016年的5.80%提升至2022年的29.90%，网上药店的“地盘”仍在持续扩张。

图8 2013-2022年中国实体药店和网上药店（含药品和非药品）销售额占比



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”、“幂健康”、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深化实施，加速品牌推广及运营服务发展

集采等相关政策的深化实施，加速了品牌推广及运营服务业态的发展。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。

对于原研药厂商来说，一方面，其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，其开始关注院外市场，但积累较为薄弱，对专业院外渠道运营的需求加大。基于以上需求，原研药厂商更看重重流通商的分销渠道能力及品牌推广能力，弃标/丢标的原研品牌为实现院外市场快速推广，倾向于选择具备强分销渠道网络及品牌推广经验的流通及品牌运营一体服务商，这给品牌推广及运营行业发展提供了不断增长的动力。

4、互联网医疗业态

(1) 社会刚需及政策支持等多因素驱动互联网医疗行业高增长，多种应用场景促互联网+医疗深度融合

中国拥有庞大的医疗健康市场，医疗健康支出规模庞大且稳步增长，但是人均医疗健康支出仍有巨大增长空间。此外，在医疗资源分布不均、医疗资源短缺、人口老龄化发展和慢性病患率上升等因素的推动下，中国更需要利用互联网特性发展医疗健康产业，以提高更为优质全面的服务。近年来我国互联网医疗始终保持高增长态势，根据中商产业研究院统计数据，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 2022 年和 2023 年将分别达到 3,099 亿元和 3,647 亿元。

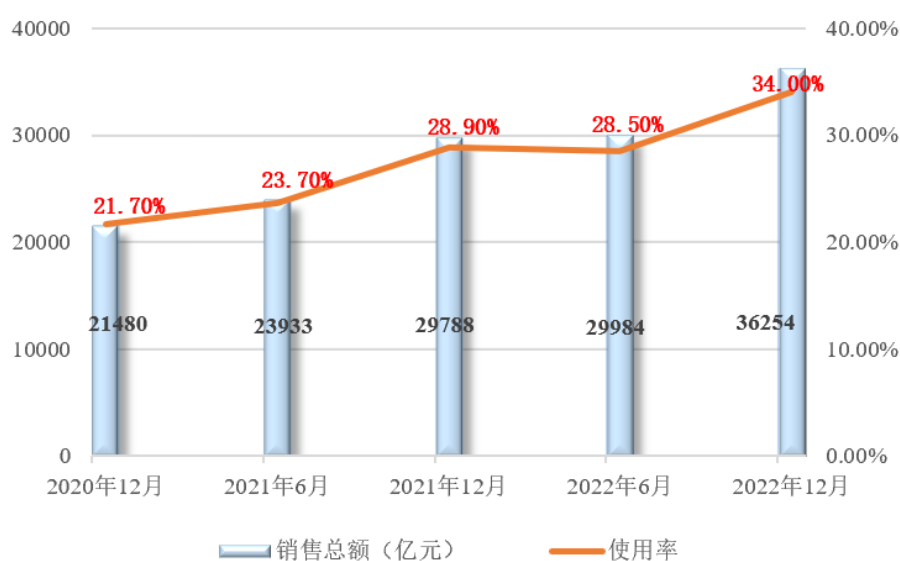
近年来，国家卫健委、医保局、发改委、商务部、市场监管总局等部门也相继发布政策，明确要大力推进和发展互联网医疗服务，支持实体医院通过互联网向患者提供诊疗服务，鼓励常见病/慢病线上复诊、处方流转、网售处方药等服务业态，提倡线上线下融合发展，要求按照“网订店取”、“网订店送”的运营模式实现药品的可及性，逐步将符合条件的互联网医疗服务项目按程序纳入医保支付范围等。这些政策的出台为行业发展带来新的变局，促使越来越多的 C 端用户、医生、医疗机构和药械企业等相关方积极参与其中。

未来，随着多种应用场景促进“互联网+医疗”的深度融合，互联网医疗服务、医疗信息化、医药电商、互联网商保、医疗智能硬件等将成为行业重点，形成完整的医药闭环。

（2）互联网医疗在线用户快速增长，医疗行业加速拥抱互联网

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 51 次《中国互联网络发展状况统计报告》数据，截至 2022 年 12 月，互联网医疗用户规模达 3.63 亿，占网民总数的 34%，同比增长 21.70%，成为 2022 年用户规模增长最快的应用。在互联网医疗如火如荼发展的今天，医疗行业正在加速拥抱互联网。尽管如此，我国在线医疗用户对互联网医疗使用率仍然较低，互联网医疗的应用发展空间较大。

图 9 中国在线医疗用户规模趋势



说明：数据来源于 CNNIC

（六）公司主营业务情况说明

经过多年的转型升级，九州通现有的主营业务主要包括六大方面：数字化医药分销与供应链业务、总代品牌推广业务、医药工业自产及 OEM 业务、医药新零售与万店加盟业务、医疗健康与技术增值服务、数字物流技术与供应链解决方案。报告期内，各项业务均实现稳健经营，部分

高毛利业务拓展顺利，经营持续向好，具体业务详细介绍如下：

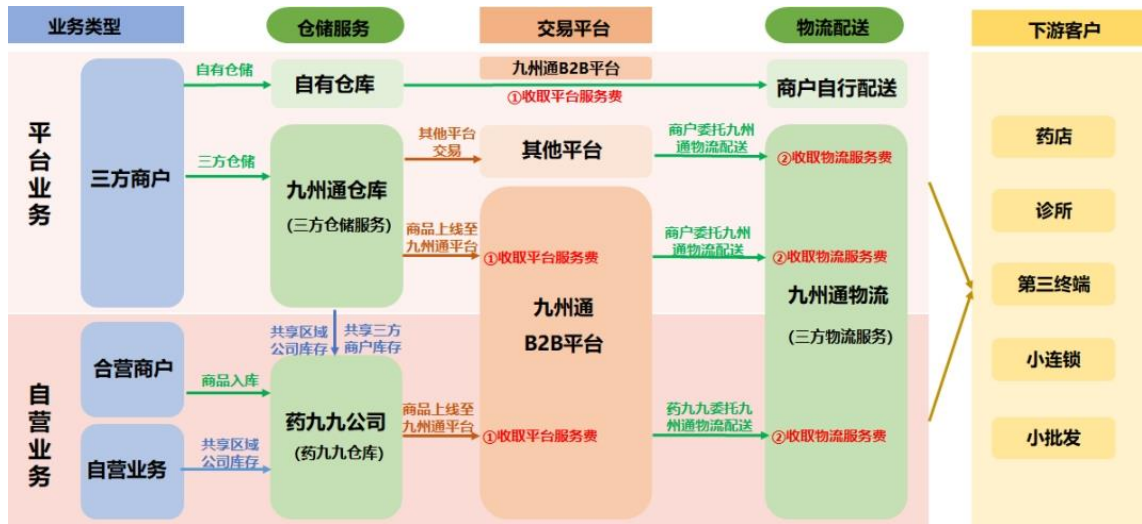
1、数字化医药分销与供应链业务

公司数字化医药分销与供应链业务的上游客户主要是药械生产企业和代理商，下游客户主要包括二级及以上医院、基层医疗机构、连锁及单体药店、大型互联网电商平台、互联网医疗平台和下游医药分销商（准终端）等。公司处于医药产业链上的中间流通环节，聚合了众多上下游客户与品种资源，依托医药物流系统优势，形成了天然的药械供应链网络平台。

公司经过多年的数字化转型，搭建了全国统一的药九九 B2B 交易平台（www.yyjzt.com），不断丰富平台产品及提升价格合理性；公司自主开发了上游供应链 SaaS 系统“智药通”、云采购及下游 SaaS 系统“云店通”，搭建了电子首营交互平台，并通过平台数智化能力、社群营销、工业旗舰店运营、SaaS 服务和线下地推相结合，与相关银行合作，借助供应链金融平台，为上游客户提供全渠道、全场景的数字化分销服务，为下游客户提供全品类、“一站式”的数字化供应链服务。

上半年，公司数字化医药分销与供应链业务收入规模为 674.88 亿元，占主营业务收入比重为 85.15%；其中，药九九 B2B 平台等数字化分销业务收入规模达到 60.54 亿元，向京东、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收入规模达到 32.54 亿元，以上合计占该业务板块的 13.79%。截至报告期末，公司药九九平台（www.yyjzt.com）活跃用户 35+ 万，“智药通”平台活跃用户 19.9 万。

图 10 数字化医药分销与供应链业务



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，依托于公司“新产品战略”和全品类、全渠道资源流通优势，结合 CSO 行业一体化、院外化、品牌化趋势，以零售渠道为主，专注产品挖掘及价值产品引进，并通过健全的品牌策划运营体系，赋能核心产品品牌，为合作伙

伴提供全渠道品牌营销解决方案。

公司总代理品牌推广业务包括**药品总代理品牌推广业务**和**器械总代理品牌推广业务**。其中，**药品总代理推广业务**已初步形成了具有竞争力的五大业务模式，包括集采原研落标产品院外代理、集采中标产品院外代理、品牌产品连锁有序营销、品牌产品院外代理、独家产品院外代理，实现销售规模和盈利能力的稳步提升。截至报告期末，药品总代品规数达 915 个（**预计全年过亿品规 19 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。上半年公司药品总代品牌推广业务实现销售收入 49.49 亿元，同比增长 48.60%；毛利额 12.84 亿元，同比大幅增长 65.70%。

图 11 总代品牌推广业务重点合作品种



公司**医疗器械总代品牌推广业务**聚焦国内外品牌厂家，重点发展大外科、心脑血管介入、IVD 全国性及大区平台业务，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，并探索推进全链路供应能力建设、耗材集中配送、检验科打包解决方案等。上半年公司医疗器械总代品牌推广业务实现销售收入 36.88 亿元，较上年同期增长 27.40%；毛利额为 1.79 亿元，较上年同期增长 40.55%；已代理强生、微创医疗、理诺珐、雅培、费森尤斯（血透）、罗氏、UA 等品牌厂家的品规共计 336 个。

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

公司旗下全资子公司京丰制药主要从事药品生产、销售、研发，以及医药专业孵化器、第三方检测平台业务，主要产品包括糖尿病系列、抗生素系列、心脑血管系列、外用药等系列产品。基于“产业链价值协同、原料制剂配套、研销产孵并重”的战略定位，京丰制药持续强化质量管理与品牌宣传，推进仿制药一致性评价，打造二甲双胍片大单品，培育原料与制剂配套的优质产品。报告期内，京丰制药生产的呋塞米注射液中标国家第八批集采，羟苯磺酸钙胶囊（0.5g）、苯磺酸氨氯地平片（5mg）相继通过仿制药质量和疗效一致性评价，阿卡波糖片取得《药品注册证书》。

图 12 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，在中药材资源、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。

在**中药材资源**方面，为从源头把控质量，九信中药在核心产区建立有 18 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，10 个药材品种获得“三无一全”品牌基地行业荣誉；在**中药研发**方面，九信中药搭建了基于应用的产学研相结合的中药技术研发平台，组建了 70 余人的中药研发团队，承建 30 余项国家级项目，获得授权专利 100 余项；在**中药生产**方面，为实施中药饮片标准化生产，九信中药已建成 11 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。上半年公司中药工业稳定增长，实现销售收入 9.32 亿元。

图 13 中药全产业链布局



图 14 九信中药主要产品



(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，聚焦家用、低耗、康复、高耗与 IVD 品种，以 OEM、ODM、临床成果转化、收并购等方式获取产品并建立产品筛选机制及自有供应链，并搭建家用和医疗专业营销团队，充分挖掘九州通营销资源，不断开发新渠道拓展市场，形成自有产品产学研投销一体化工业体系。

截至报告期末，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 173 个。

报告期内，公司 OEM 业务发展迅速，上半年实现营业收入 6,317 万元，较上年同期增长

43.27%；实现毛利 1,817 万元，较上年同期增长 45.79%。

4、医药新零售与万店加盟业务

新零售业务是公司新三年战略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达到 15,856 家，门店遍布全国 31 个省市自治区，覆盖 291 个地级城市，共 1,301 个区县。公司是全国最大的 OTC 产品经销商，拥有布局全国的现代物流中心，可以为加盟药店提供丰富的品种资源和高效的配送服务。同时，公司致力于“新零售”场景核心系统的研发，打造九州万店数字化平台，通过零售 ERP、医保接口、门店通、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。报告期内，公司向加盟药店销售规模快速增长，上半年向加盟店销售收入 16.42 亿元，同比增长 51%。

图 15 公司“万店加盟”好药师门店



5、医疗健康与技术增值服务

公司在做大做优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。报告期内，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”、“门店通”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”服务平台注册药店 3.5 万家，提供在线问诊及基础诊疗服务的医生超 63 万名，商保履约累计服务患者超 148 万名。

(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、康复养老、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服务目前聚焦眼专科运营，平台已累计入驻眼科医生 4,109 名、付费患者超 2.3 万名，已完成与朝聚眼科、普瑞眼科、泰康同济、鹰瞳科技的合作，为患者提供专业的医疗健康管理服务。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 16 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依托专业的物流管理团队及自主研发的“九州云仓”系统，构建了覆盖范围广、服务类型全面的集仓储、运输、信息网络“三网合一”的物流供应链体系。在满足公司自身经营需求的同时，坚持向市场输出专业物流系统、服务及设备，为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服务以及先进的物流智能设备，实现由企业物流向科技型、平台型、生态型的物流供应链企业转变。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 4.03 亿元，较上年同期增长 38.05%；毛利额 1.03 亿元，较上年同期大幅增长 73.35%。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

公司物流通过网络化经营、平台化运作，数字化管控与智能化生产，在满足公司自身经营需求的基础上，也为医药、消费品、烟草等行业内外客户提供专业的三方物流供应链服务。在仓储服务方面，公司依靠经验丰富的物流团队和先进的“九州云仓”系统，与供应链上下游客户紧密合作，为客户提供物流全环节信息系统管理，实现全链路可视化，全流程可追溯；在运配服务方面，九州通拥有覆盖全国 96% 的医药配送网络平台，年均物流量约 1.7 亿箱，为多行业客户提供快捷、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，公司继续为阿里健康、费森尤斯、叮当智慧药房、恩威药业、海思科、正大天晴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，在保持存量业务稳健发展的同时进一步加强增量业务开拓。

图 17 物流中心调度系统显示屏



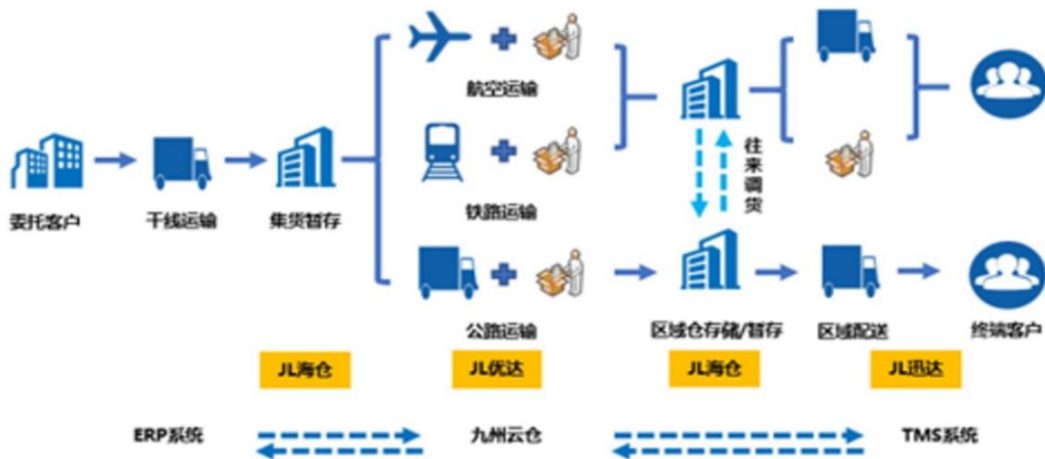
图 18 物流干线运输可视化跟踪实景图



(2) 医药冷链物流

公司通过与中源协和开展深度合作，在临床样本、细胞产品、脐血等-196℃、-80℃、-15℃~-25℃多温层产品冷链包装方案等方面进行研究，成功探索生物临床、血液制品各环节标准化运作模式，并在行业内成功申报《医学检验生物样本冷链物流运作规范》国家标准试点企业。报告期内，公司继续为西门子、迈瑞生物、明德生物、厦门万泰、长春金赛、上海伯杰医疗、安图生物、科兴疫苗、科兴器械等企业提供专业的冷链物流服务，同时开拓石药集团、河南牧原、上海律昂杰、中慧生物等 16 家新客户，进一步提升业务体量。

图 19 冷链物流仓配服务模式图



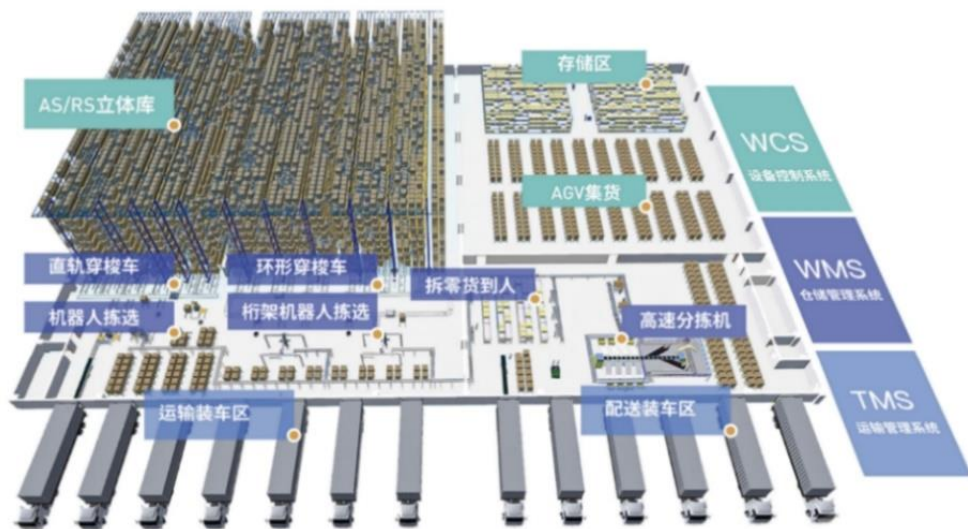
(3) 数智物流与供应链整体解决方案

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，通过“九州云仓”平台建设全国统一数仓、数据质量、标签、指标与分析模型体系，形成企业数据资产。仓储管理系统(WMS)、

运输管理系统（TMS）、运营分析系统（OAS）、订单管理系统（OMS）、计费管理系统（BMS）、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，为客户实现全链路实时可视跟踪、主动预警防范、智能调度、协同控制、数据驱动决策、自动分析诊断等全景数字化运营管控。

九州通 20 年来在供应链物流领域实践沉淀，公司旗下湖北九州云智科技有限公司（以下简称“九州云智”）进行技术服务输出，赋能外部客户，为北京同仁堂、大参林医药、贵州茅台等客户提供“规划+软件+设备+运营”的一站式、一体化集成交付服务，为多行业、多业主、多业态的企业提供物流解决方案。九州云智探索出基于 aPaaS 模型架构的一套平台服务应用生态，构建企业敏捷的技术底座，打造新一代的企业技术中台、业务中台及应用平台，依托一体化的集成技术支撑，不断赋能企业自主研发扩展能力，同时通过提供全系研发工具支持，简化开发流程，降低人员能力要求，提升开发效率，敏捷响应业务需求交付。

图 20 智能物流中心规划示意图



说明：以上高度智能的物流中心，通过在各个流程环节使用智能装备，能够降低劳动强度，提高作业效率与准确性，保证作业吞吐量。

（4）物流智能设备研发

九州通物流已取得《一种带夹抱机构的可换向式穿梭车》《一种用于穿梭车的提升机》等 51 项物流智能设备的相关专利，公司在为行业内外提供智能物流设备解决方案的同时，自主研发全系列穿梭车产品及配套设备（包括箱式两向穿梭车、箱式四向穿梭车、货叉变距穿梭车、托盘四向穿梭车等），并支持-25℃~45℃的冷库穿梭车系列产品，适用于多类型、多功能、多温区、多行业的智能物流解决方案。

图 21 九州通物流智能设备



四、报告期内核心竞争力分析

适用 不适用

(一) 医药行业全品类、全渠道、全场景的数字化分销与供应链综合服务平台

1、全品类

公司积累了丰富的经营品类，包括西药、中成药、中药饮片、中药材、医疗器械、计生用品、生物制品、保健品和化妆品等品种品规共计 58.95 万个，其中中西成药品种规数 7.78 万个，器械品种规数 32.02 万个，中药品规数达到 11.54 万个，保健品和化妆品等其他品种规数 7.61 万个，能满足下游不同渠道客户的“一站式”采购需求。

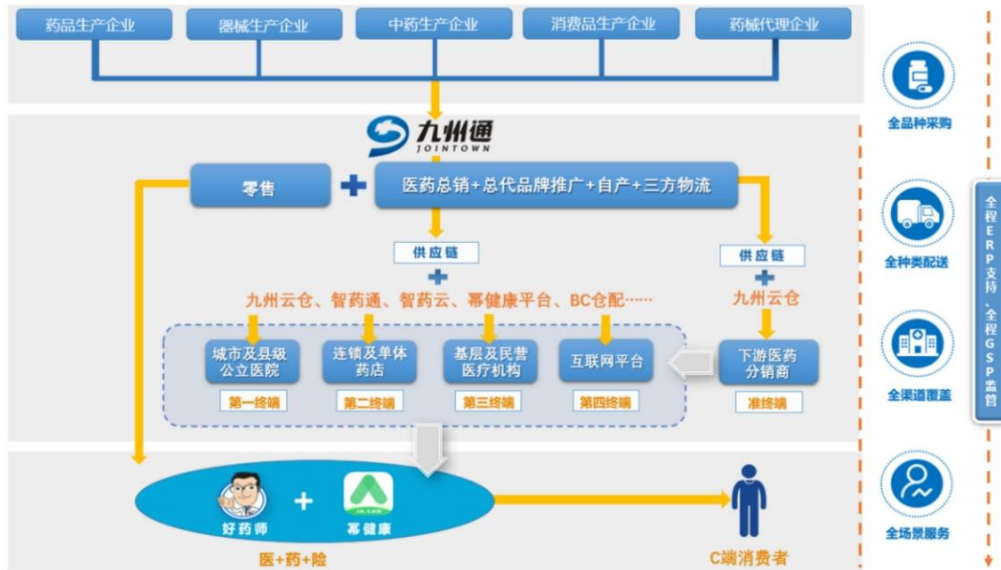
2、全渠道

公司建立了行业稀缺的全渠道分销网络，覆盖中国 96%以上的行政区域，包括城市及县级公立医院（第一终端）、连锁及单体药店（第二终端）、基层及民营医疗机构（第三终端）、互联网流量平台（第四终端）及下游医药分销商（准终端）客户；公司全渠道 B 端客户规模约 47.28 万家，其中城市及县级公立医院客户 1.33 万家，连锁及单体药店客户 20.28 万家（合计覆盖零售药店数量约 37 万余家），基层及民营医疗机构客户 23.48 万家（其中民营医院客户 1.33 万余家），下游医药分销商 1.2 万余家，其他客户近 1 万家，能保证各类 OTC 品种、医院临床品种等顺利进入各渠道终端。

3、全场景

公司依托全品类、全渠道的核心优势，积极向上游供应商、下游客户及 C 端消费者拓展服务场景，加大总代品牌推广、“批零一体化”、“BC 仓一体化”、“万店加盟”等业务布局，已使公司从单纯的医药分销企业在数字化、互联化的加持下，向数字化分销、总代品牌推广、三方物流以及物流技术等综合服务商转型，从单纯依托实体药店或者电商平台开展的零售业务向以 C 端消费者为精准服务端转型，并能提供“医+药+险”的线上线下相结合的全场景医疗健康服务。

图 22 九州通医药供应链服务体系



（二）高效运营的数字化、平台化、互联网化的产业服务能力

1、数字化

公司是行业内少数具有自主研发的全国统一的业务、物流与财务信息系统的企业，拥有包括供应链服务平台、ERP 系统、财务共享体系、物流集成服务平台（LMIS）等管理系统，这为构建集团统一的互联网数字化服务平台及提供数字化服务能力奠定了坚实基础。公司的数字化体系不仅可以对内提升管理水平和运营效率，而且也可以对外提供增值服务，还可以支撑高效、安全的物流供应链服务。2023 年上半年，公司继续深化实施数字化转型规划，16 个数字化转型子项目顺利推进，大大提升客户体验及对外业务赋能水平等。其中，公司财务共享云平台、“Bb 一体化项目”分别入选 2022 年和 2023 年中国上市公司协会发布的《上市公司数字化转型典型案例》；“Bb/BC 仓配一体化项目”入选《证券日报》“2023 数字经济领航者论坛”评选的《2023 数字经济发展典型案例》（转型类）。

2、平台化

公司建成了覆盖连锁药店、单体药店/诊所、医院/基层医疗机构、县级商业联盟分销商（准终端）以及互联网医药供应链的全渠道“高速公路”平台，并利用该平台运营不同品类的药品、器械、

中药、消费品以及总代品牌推广、工业自产和 OEM 产品。另外，公司搭建了可以覆盖全国的六大平台，包括产品营销平台、物流共享平台、电商及信息化运行平台、财务共享平台、供应链增值服务平台和生态投融资平台。

3、互联网化

公司从医药分销与零售入手，搭建了药九九 B2B 平台（www.yyjzt.com）、“智药通”APP 等互联网交易平台，以及为客户提供赋能服务的互联网工具包，2023 年上半年平台销售规模达到 60.54 亿元，是国内领先的院外数字化医药流通平台。公司推出的“幂药云”、“门店通”、“医卫助手”等互联网服务工具，赋能线下众多等级医院、药店、基层医疗机构等客户，为医药供应链和互联网医疗处方提供云仓的后台服务支持。

（三）全国领先的“批零仓配一体化”的医药物流供应链服务体系

1、行业领先的医药物流资源及技术支撑

作为医药行业首家 5A 级物流企业、国家唯一的医药智能仓储示范基地，公司拥有规模庞大的医药供应链服务平台基础设施，包括 141 座仓、426 万平方米的经营及配套设施，其中符合 GSP 标准的仓库设施 271 万平方米，包含 562 个冷库（面积 4.89 万平方米，容积 11.25 万立方米），物流网络资源覆盖全国 96% 以上区域。

公司经过二十年技术沉淀与进化，培养了一支具备创新应用思维的物流管理团队，并通过自主规划集成、自主系统研发、自研智能装备，实现物流领域所有子系统的数据互联互通、数据口径统一，构建了覆盖广、服务全的仓储、运输、信息网络三网合一的专业大健康物流供应链服务平台，实现全链路实时可视跟踪、主动预警防范、智能调度、协同控制、数据驱动决策、自动分析诊断的全景数字化运营管控，并且已实现技术输出。公司构建一体化多仓协同云仓平台，通过主仓链接 31 座省级枢纽仓和 110 座市级区域仓，实现内外仓运配资源共享、优势互补、合伙经营、相互引流的生态化、网络化模式。

图 23 九州通物流技术应用成果



2、持续提升的全仓物流及多端服务能力

公司利用多年在 B 端积累的供应链资源，向 B 端、C 端客户开放了自身的供应链体系以及全仓物流服务，以便为 B 端客户及 C 端用户提供更好的服务。针对 B 端客户，公司通过打造线上线下一站式服务，实现 B 端客户与公司库存品种资源共享、仓运配资源及信息平台共享，最终实现 B 端业务平台化发展；针对 C 端用户，公司通过开展一体化支撑，以及全链路数据和智能化物流技术支持，对 C 端用户实现作业流程再造、全链路数据拉通、规范化数据流转、多仓集约化管理、客制化配送时效等功能。

公司持续提升全仓多端服务能力。目前，“BC 一体仓”已经完成湖北、上海、广州、北京、天津、浙江所有电商业务区域上线，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、江苏、新疆、上海、天津、广西、江西、内蒙古、河北、甘肃、湖南共 22 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。

公司凭借全仓物流及多端服务能力，在行业内形成了“履约快、服务好、成本优”的核心优势，做到客户响应及时率 100%、收货及时率 96%、出库及时率和准确率分别达 98% 和 99.99%、订单处理时长仅 80 分钟、同城和省内配送时效分别控制在 12 小时和 24 小时内，实现备货、管理和流通成本的三低目标。

图 24 九州通多仓协同系统



3、多元化的核心产品与服务

公司多年来坚持技术创新，并且形成不同的产品矩阵，满足客户多样化的需求，其中最核心的服务和产品是供应链仓配一体、专业冷链、技术输出及智能设备。在供应链仓配一体方面，公司通过建立集中运营、垂直管控的运营模式，能够为客户提供集提货、入仓、存储、分拣、扫码、配送、退货于一体的物流仓储服务、配置全国前置仓、干支线、落地配等配送服务，以及提供物

流代运营服务。在专业冷链方面，公司为满足客户不同的冷链服务需求，坚持通过丰富仓储资源、完善网络运力和精细运营管理模式，打造医药冷链物流产品，同时将仓储、干线、配送三大板块协作运行，为客户提供高质量、优服务、低成本的客制化服务。在技术输出及智能设备方面，公司通过调研客户需求确定目标，并在项目方案规划设计、软件及智能设备研发、系统集成实施、运营改善与售后等全流程与客户多次沟通，最终输出技术服务以及智能设备产品。

（四）行业领先的新业态孵化及业务创新支持能力

1、新业态支持能力

公司依靠全品类、全渠道和全场景的“千亿级”医药供应链服务平台，以及高效运营的数字化、平台化和互联网化的产业服务能力，开启产业链布局及新业态探索，如：利用打造的“智药通”系统赋能生产企业，实现对销售人员、品类和客户的有效管理；利用开发的“幂药云”系统，助力实体医院的处方流转；利用开发的“门店通”系统赋能“万店加盟”药店的管理；利用“医卫助手”赋能基层医疗机构；利用“药九九”平台支持药店、诊所业务。同时，公司根据创新业务及技术发展需要，持续吸收外部各类优秀人才加盟，有力促进了公司业务发展与技术创新。

2、业务创新能力

公司具有较强的业务创新能力，近十年来，公司不断优化和变革商业模式。在由传统的针对药店、诊所、基层医疗机构客户的“快批、快配”模式向针对全渠道实施的“医药分销+物流配送+产品推广”的综合服务商模式转型后，公司又借助“千亿级”销售平台优势资源，开始孵化出“幂健康”平台、“第三方物流”服务平台、生态圈投资平台、供应链技术增值服务平台等新业务、新模式。

（五）灵活高效的民营体制及特色的“家”文化品牌优势

1、民营体制及人才优势

公司作为国内最大的民营医药流通企业，具有机制灵活、决策高效的竞争优势。在人才竞争力方面，公司核心管理团队包括公司创始人、内部培养多年的职业经理人以及外部引进的高端人才，涵盖了经营管理、技术研发、市场营销、财务管理、物流运营等各个方面，且大多在医药大健康行业深耕多年，平均从业年限超过 15 年，对行业发展趋势及公司发展战略具有深刻的理解和认识，为公司持续稳健发展奠定了扎实的基础。2014 年至今，为充分调动员工积极性，吸引和保留优秀管理人才和核心骨干，并进一步完善公司治理结构，健全公司长效激励机制，促进公司长期、持续、健康发展，公司每年推进限制性股票激励计划或员工持股计划，激励对象涵盖公司董事、中高级管理人员、子公司高级管理人员及集团核心技术人员和核心业务人员等，保证个人利益与公司利益紧密关联，形成利益共享、执行力强的高效管理团队。

2、文化及品牌优势

公司多年创业、发展的实践形成了以创造共同事业的文化、尊重员工的文化等为主要内涵的原生态“家”文化体系，提倡“平等、友爱、互帮、共进”等理念。另外，公司坚持“以客户为中心、以业绩为导向、以文化为驱动、以质量为生命”的核心价值观，不断进行文化整合，利用“家”文化纽带增强集团的凝聚力、向心力和竞争力，充分发挥企业文化在增强企业核心竞争力中的重要促进作用一直为公司的发展提供着源源不断的精神动力。

公司作为医药流通民营第一品牌，勇于承担社会责任，秉承“以人为本”的理念，关注社会热点问题与弱势群体的需求，通过捐赠、志愿服务、慈善活动等多种形式参与社会公益事业。公司还与政府部门、行业协会、非政府组织等多方合作，在医疗教育、扶贫助困、灾害救援等领域发挥企业优势，积极行动。在过去三年防控期间，面对复杂严峻的防控形势，公司从管理层到员工始终坚守、迅速响应、积极动员，严格执行防控规定，落实企业主体责任，部署防控与物资保障供应工作，满足社会大众需求。

五、前 10 名股东持股情况表

单位：股

截至报告期末股东总数（户）				25,529		
截至报告期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	股东性质	持股比例（%）	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
上海弘康实业投资有限公司	境内非国有法人	21.58	602,617,266	0	质押	359,343,300
狮龙国际集团（香港）有限公司	境外法人	11.41	318,702,060	0	无	0
中山广银投资有限公司	境内非国有法人	6.65	185,690,629	0	质押	131,120,000
北京点金投资有限公司	境内非国有法人	5.48	153,118,175	0	无	0
楚昌投资集团有限公司	境内非国有法人	5.37	149,914,708	0	质押	146,914,000
中国信达资产管理股份有限公司	国有法人	5.00	139,603,166	0	未知	
香港中央结算有限公司	其他	4.39	122,614,151	0	未知	
楚昌集团—华英证券—22 楚昌 EB01 担保及信托财产专户	其他	2.85	79,584,926	0	无	0

九州通医药集团股份有限公司—2023—2025年员工持股计划	其他	2.59	72,412,656	0	无	0
楚昌集团—华英证券—22楚EB03担保及信托财产专户	其他	2.45	68,540,000	0	无	0
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	不适用					

六、截至报告期末的优先股股东总数、前10名优先股股东情况表

√适用 □不适用

单位:股

优先股代码	360039、360041						
截至报告期末优先股股东总数（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	代表国家持有股份的单位	0	20.00	4,000,000	优先股	未知	

号（天津）股权投资合伙企业（有限合伙）							
中央企业乡村产业投资基金股份有限公司	代表国家持有股份的单位	0	10.00	2,000,000	优先股	未知	
前 10 名优先股股东之间，上述股东与前 10 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。					

七、 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

八、 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率 (%)
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	2020-12-22		200,000,000	6.00
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 A 级	22 九州通 ABN001 优先 A 级	082280420	2022-04-22	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	2022-04-22	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	2022-04-22	2024-04-22	30,000,000	
九州通医药集团股份有限公司 2023 年度第一期定向资产支持票据优先 A 级	23 九州通 ABN001 优先 A 级	082300294	2023-05-18	2025-05-17	720,000,000	3.80
九州通医药集团股份有限公司 2023 年度第一期定向资产支持票据优先 B 级	23 九州通 ABN001 优先 B 级	082300295	2023-05-18	2025-05-17	250,000,000	4.10
九州通医药集团股份有限公司 2023 年	23 九州通 ABN001 次	082300296	2023-05-18	2025-05-17	30,000,000	

度第一期定向资产 支持票据次级	级					
--------------------	---	--	--	--	--	--

反映发行人偿债能力的指标：

适用 不适用

主要指标	报告期末	上年末
资产负债率	69.09	68.91
	本报告期	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	4.27	4.41

第三节 重要事项

一、公司应当根据重要性原则，说明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

√不适用

二、报告期内公司整体经营情况及业务分析

（一）报告期内公司整体经营情况

报告期内，公司实现营业收入 793.57 亿元、归母净利润 13.43 亿元，分别较上年同期增长 16.73%、5.83%；扣非归母净利润为 12.95 亿元，较上年同期增长 17.09%。公司营业收入、归母净利润和扣非归母净利润均持续增长的主要原因是公司在保持医药分销业务稳健增长的基础上，实现总代品牌推广、医药新零售与加盟、数字物流技术与供应链解决方案、医疗健康及技术增值服务新兴业务的加速增长，助力公司业绩提升。

（二）报告期内各项业务经营情况

报告期内，公司实现主营业务收入 792.57 亿元、主营业务毛利 66.51 亿元，分别较上年同期增长 16.62%和 22.93%。

单位：亿元

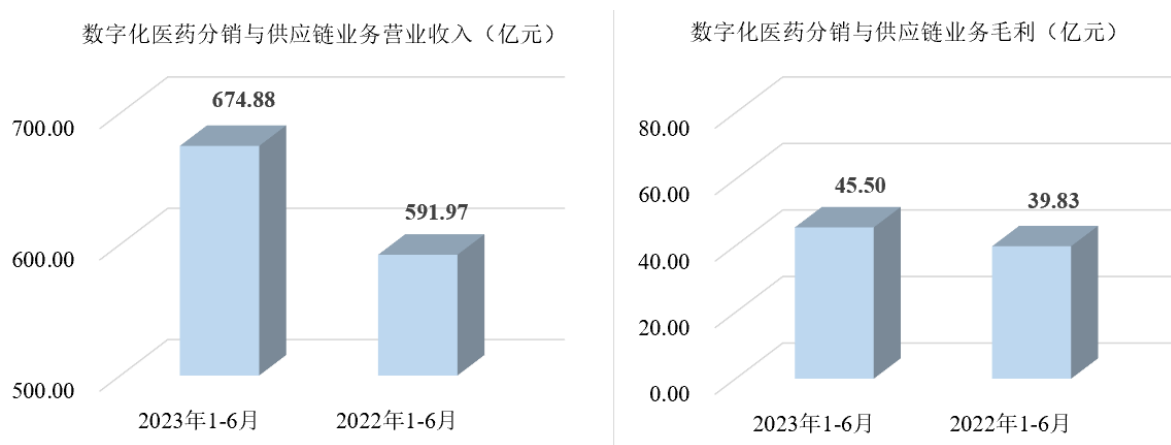
分业务	营业收入	收入同比增减	毛利	毛利同比增减
数字化医药分销与供应链业务	674.88	14.01%	45.50	14.24%
总代品牌推广业务	86.37	38.74%	14.64	62.15%
其中：药品总代品牌推广业务	49.49	48.60%	12.84	65.70%
器械总代品牌推广业务	36.88	27.40%	1.79	40.55%
医药工业自产及 OEM 业务	11.82	5.44%	2.62	3.52%
医药新零售业务	14.42	37.51%	2.34	26.00%
医疗健康与技术增值服务	1.05	38.83%	0.39	43.27%
数字物流技术与供应链解决方案	4.03	38.05%	1.03	73.35%
主营业务合计	792.57	16.62%	66.51	22.93%

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经营稳健，实现销售收入 674.88 亿元，同比增长 14.01%；实现毛利额 45.50 亿元，同比增长 14.24%。

图 25 数字化医药分销与供应链业务经营数据同比

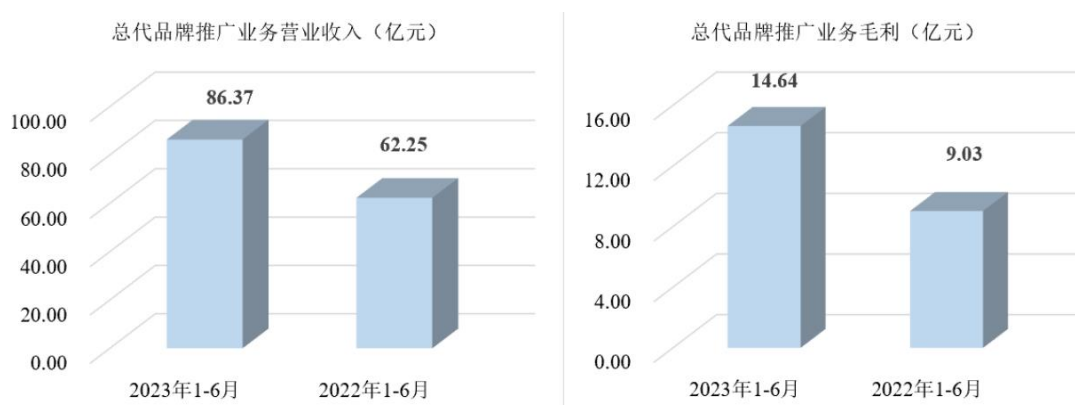


报告期内，公司持续推进分销业务数字化转型，全面推广二级协议采销共管平台、提升对码比价系统准确度，围绕全国性百强连锁升级服务，实现头部客户增量 12 亿元，客户满意度提升 10%。公司针对单体药店和诊所门诊渠道，有序推进“药九九”业务模式，通过智药通平台等数字化管理工具，为厂家提供全面、准确的流向分析，助力促销政策落实与监督，稳步提升终端业务份额。2023 年上半年，公司药九九平台经营质量稳步提升，整体客单提升 6%，会员客单提升 12%；月活客户 17.5 万家，同比提升 13.5%。

(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）保持高质量增长，实现销售收入 86.37 亿元，同比增长 38.74%；毛利额 14.64 亿元，同比增长 62.15%。

图 26 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 49.49 亿元，同比增长 48.60%；实现毛利额 12.84 亿元，同比大幅增长 65.70%，主要是可威、倍平、康王等系列重点品种销量大幅增长所致。公司通过健全品牌运营工作机制，搭建多媒介、多平台品牌宣传服务供应商合作资源库，圆满完成可威品牌的策划与推广实施；同时聚焦优质新品引进，推行核

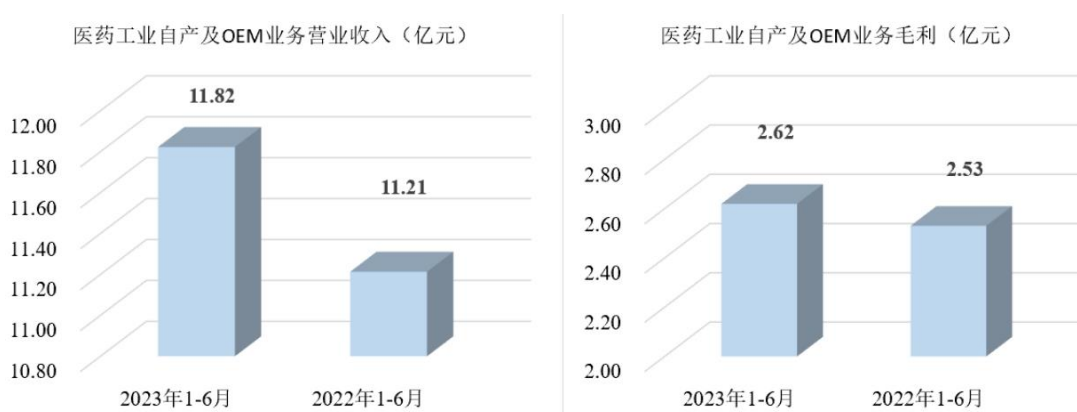
心产品项目制，上半年共引进优质产品 66 个，其中 3 个过亿新品、13 个过千万新品。

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 36.88 亿元，同比增长 27.40%；实现毛利额 1.79 亿元，同比增长 40.55%，主要是存量项目业务稳步增长，新项目业务拓展增量所致。

（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 11.82 亿元，毛利率达到 22.16%。

图 27 医药工业自产及 OEM 业务经营数据同比



西药工业：报告期内，公司西药工业板块实现销售收入 1.87 亿元，毛利率 36.44%，主要系原料采购价格下降以及产品工艺优化所致。公司全面升级营销顶层设计，优化组织架构及考核模式，并进一步强化生产保障和研发体系，呋塞米注射液中标国家第八批集采，羟苯磺酸钙胶囊（0.5g）、苯磺酸氨氯地平片（5mg）相继通过仿制药质量和疗效一致性评价；2023 年 7 月，口服降血糖药阿卡波糖片取得《药品注册证书》。

中药工业：报告期内，公司中药工业板块实现自产品种销售收入 9.32 亿元，毛利率 18.85%。中药产研项目持续创收，完成净切项目、党参项目、当归黄芪智能生产 3 个国家重点研发项目，完成黄连、湖北贝母新品种选育省级项目及半夏厚朴汤市级项目验收，申报项目 8 个；中药品牌建设初见成效，斩获“2022 年度中国中药百强企业”及“2023 中国医药-零售终端品牌”等多项荣誉称号。

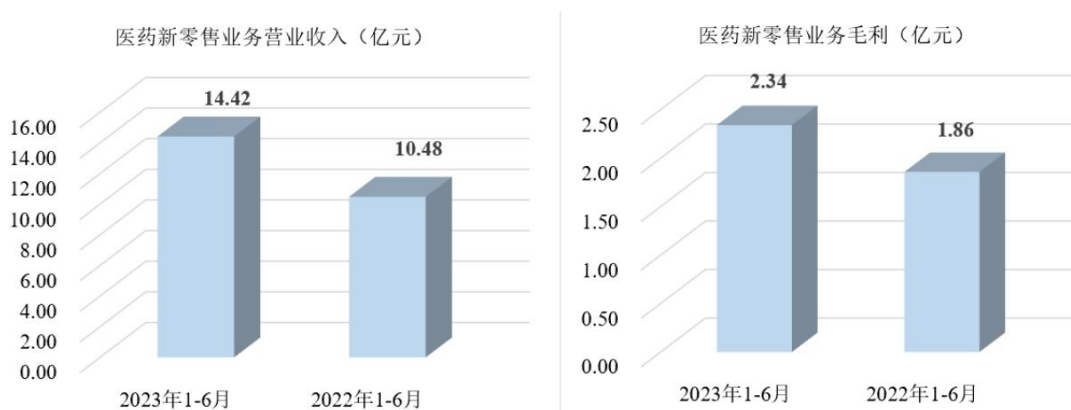
（4）医药新零售业务

报告期内，公司自营线上线下零售业务实现销售收入 14.42 亿元、同比增长 37.51%；实现毛利额 2.34 亿元，同比增长 26.00%。公司零售业务以好药师品牌为载体，依托九州通强大的供应链和丰富的上下游客户资源，构建“万店加盟、新零售 O2O、直营连锁、专业药房”四大业务体系，全方位打造零售生态网。

报告期内，公司稳步推进加盟店拓展，提升加盟店经营质量，并持续优化九州万店数字化平

台，助力门店数字化转型，完善全国零售运营团队，提升门店服务满意度，增强客户粘性。截至报告披露日，好药师全国门店总数达到 15,856 家；同时，公司积极拓展加盟店 O2O 服务，完善加盟店 O2O 拓展标准，通过门店新加盟、订货会等重点措施挖掘合作客户，O2O 业务覆盖门店突破 2,200 家。

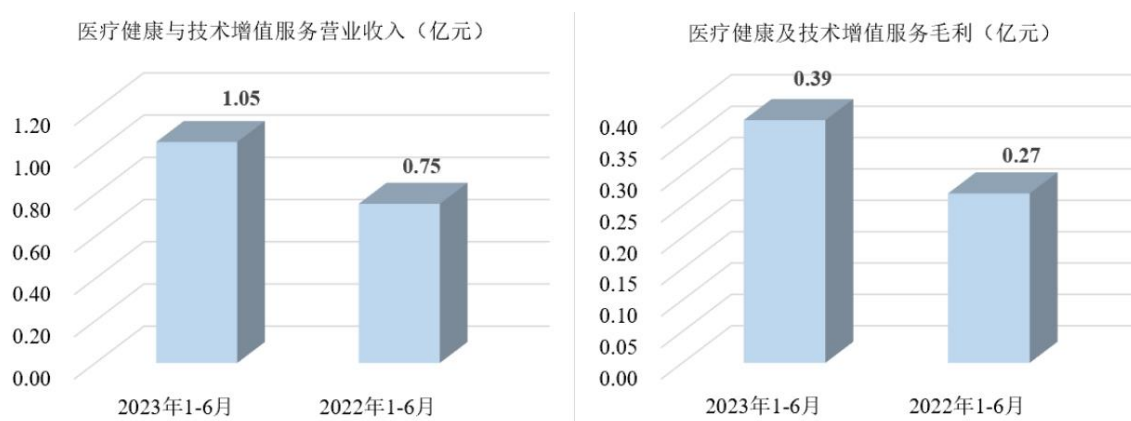
图 28 医药新零售业务经营数据同比



(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 1.05 亿元，同比增长 38.83%，实现毛利额 0.39 亿元，同比增长 43.27%。

图 29 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：公司聚焦眼科专病业务，上半年眼科业务销售同比增长 154%，累计入驻眼科医生 4,109 名、付费患者超 2.3 万名；公司保险业务承接蚂蚁保险等多家互联网平台与保司的互联网门诊险线上问诊和药品直赔，上半年累计问诊 10.9 万次；公司医疗机构业务以“慕药云”系统为核心，深耕面向公立医疗机构和互联网平台的运营服务，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；公司药店业务通过系统化的管理和开发平台业务，积极拓展线上平台处方业务和问诊业务，年累计开方量超 3,287 万，日处方单量峰值超 23 万单，并实现上半

年线上平台业务收入同比增长 3,873%，问诊咨询业务收入同比增长 160%。

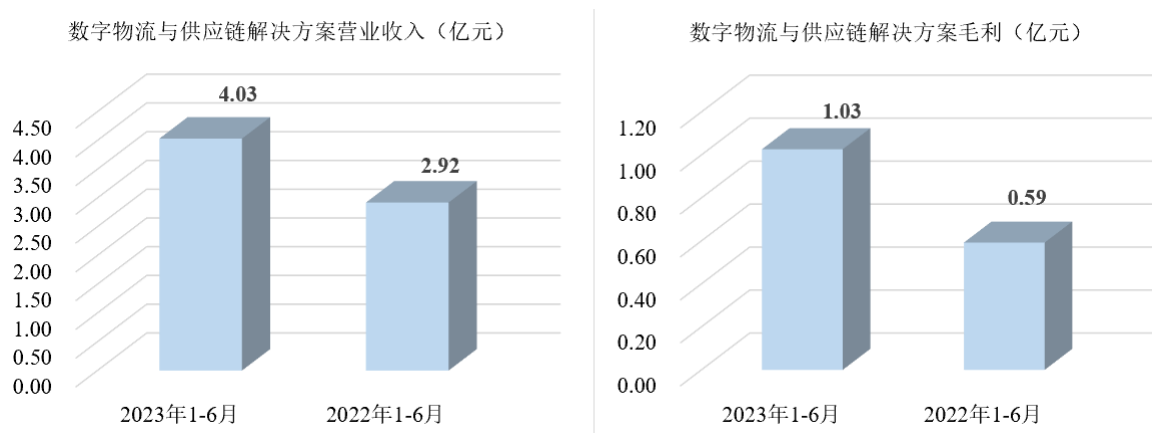
信息技术研发方面：截至报告期末，公司累计获得专利权 436 项、软件著作权 588 项，简要列表如下：

类型	累计数量	其中： 期内取得	主要成果（部分）
专利权	436	31	
其中：发明专利	59	3	硝酸异山梨酯的制备工艺、一种修饰细胞外囊泡的试剂及制备方法、多谱系肝类器官模型及基于该模型的药物肝毒评价方法
实用新型专利	335	27	一种用于药品生产的新型多功能存储设备、一种具有防护结构的药粉用混合设备、一种便于清理的低温冷却循环泵、一种全自动数显立式压力蒸汽灭菌装置、一种中药饮片天麻加工专用切片装置等
外观设计专利	42	1	血糖仪
软件著作权	588	16	九州众采平台商品中心系统、数据治理平台、数据中台开发平台、智药通软件、中药房处方数据发送系统等
合计	1,024	47	

（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 4.03 亿元，同比增长 38.05%，毛利额 1.03 亿元，同比大幅增长 73.35%。数字物流技术与供应链解决方案收入和毛利较上年同期大幅增长，主要因为报告期内公司数字物流技术与供应链解决方案业务规模大幅提升，并且带动毛利有所提升。

图 30 数字物流技术与供应链解决方案经营数据同比



报告期内，公司对“Bb 一体化”系统进一步升级，大幅提升了终端物流效率，支持公司经营规

模的扩大。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%。

公司与阿里健康合作开展的两个 B2C 医药物流云配项目（塘栖仓和天津仓）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，公司研发团队完成集成开发平台以及基于医药行业的 OWTB（OAS、WMS、TMS、BMS）四大子应用系统研发，完成培训手册编写，为打造行业数智化一体解决方案夯实基础。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）、运营分析系统（OAS）、订单管理系统（OMS）、计费管理系统（BMS）、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、料箱变距穿梭车、托盘四向穿梭车、冷库穿梭车。 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。	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。
	AGV 系列： 潜伏搬运机器人、移载搬运机器人、料箱搬运机器人、复合拣选机器人、一种地牛 AGV 出库系统。	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。
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	778.15	16.30%	98.18%
(一) 第一终端	199.10	18.17%	25.12%
其中：1.城市公立医院	181.38	23.29%	22.88%
2.县级公立医院	17.72	-17.09%	2.24%
(二) 第二终端	142.80	11.87%	18.02%
其中：1.连锁药店	128.44	10.58%	16.21%
2.单体药店	14.36	24.85%	1.81%
(三) 第三终端	76.89	26.27%	9.70%
其中：1.基层医疗机构	36.45	29.71%	4.60%
2.民营医疗机构	40.44	23.31%	5.10%
(四) B2B 电商平台	93.08	28.78%	11.74%
其中：1.互联网平台（第四终端）	32.54	62.56%	4.11%
2.九州通互联网平台（自营）	60.54	15.84%	7.64%
(五) 下游商业分销渠道	239.41	13.03%	30.21%
(六) 商超及其他渠道	26.87	-4.00%	3.39%
二、TOC	14.42	37.51%	1.82%
零售渠道	14.42	37.51%	1.82%
合计	792.57	16.62%	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 199.10 亿元（不含电商业务），同比增长 18.17%，其中：城市公立医院增长 23.29%，县级公立医院下降 17.09%。

截至报告期末，第一终端销售占比 25.12%。

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。截至报告期末，公司累计争取到国家带量采购 2,480 个配送权，其中独家配送权 270 个（含省独家配送权 102 个），有效覆盖公立医院客户 1.33 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 142.80 亿元，同比增长 11.87%，其中：连锁药店销售增长 10.58%；单体药店销售增长 24.85%。截至期末，第二终端销售占比 18.02%。

截至报告期末，公司有效连锁药店客户达 6,000 余家（覆盖零售药店约 18 万家）；覆盖单体零售药店约 19.68 万家。

(3) 第三终端

报告期内，公司第三终端实现销售收入 76.89 亿元（不含电商渠道业务），同比增长 26.27%，其中基层医疗机构增长 29.71%，民营医疗机构增长 23.31%。截至期末，第三终端销售占比 9.70%。

报告期内，公司持续开拓民营医院业务，新签约 23 家民营医院。截至报告期末，公司基层医疗机构有效客户达 22.15 万家，民营医院有效客户数达 1.33 万家。

(4) B2B 电商渠道

报告期内，公司 B2B 电商渠道业务实现销售收入 93.08 亿元，同比增长 28.78%，销售占比 11.74%。其中，公司持续为国内互联网平台（即第四终端，包括阿里健康、京东健康、美团、叮当等国内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，上半年实现互联网平台（第四终端）销售收入 32.54 亿元，同比大幅增长 62.56%。同时，九州通互联网平台（自营）渠道业务上半年实现销售收入 60.54 亿元，同比增长 15.84%。

(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 239.41 亿元，同比增长 13.03%，销售占比为 30.21%。

(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 26.87 亿元，同比下降 4.00%，销售占比为 3.39%。

(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 170.64 亿元，同比增长 21.89%；实现毛利额 11.47 亿元，同比增长 13.11%。公司医疗器械业务主要包括商业业务与工业业务，其中**商业业务**聚焦上游核心供应商开发以及下游核心医院与百强连锁覆盖，重点提升设备、IVD 产线市场占有率，打造医疗器械专业数字化供应链服务能力；报告期内，公司在湖北、江苏、四川启动 IVD 流水线打包项目，中标镇江人民、四川省人民金牛院区、四川省肿瘤、武汉泰康同济、深圳惠六等医院。**工业业务**聚焦家用、康复、低耗、高耗、IVD 品类，以 OEM、ODM、持有人、临床成果转化、收并购等方式获取自有产品，注册有美体康、弗乐士两个自有品牌，取得二类产品注册证 5 个、一类备案证 16 个，拥有 OEM 品规 173 个。报告期内，公司落地控股工厂 OEM 新品 18 个生产上市，新增 OEM 品规 67 个。

4、中药板块业务

报告期内，公司中药板块整体实现销售收入 22.47 亿元（含中药工业），同比增长 30.51%；实现毛利额 4.01 亿元，同比增长 25.69%；其中，中药工业板块实现自产品种销售收入 9.32 亿元，毛利额 1.76 亿元。公司中药秉承“道地药材”与“质量为上”的品牌理念，为客户提供多样化的产品与服务，**中药药店业务**包括精饮系列和普饮系列，可满足高端赠礼、家用养生、日用茶饮等各类需求；**中药医疗业务**包含医疗专销普通饮片、医疗专销小包装饮片、医疗专销经古名方、医疗专销特色单方四大系列，饮片品种达 1,000 多个、四大系列品规 6,000 多个，“一站式”满足医疗机构对分级饮片的需求；**中药材业务**经营核心品种 30 多个，常备品种 100 多个，已建、在建 30 个中药材品种基地，其中黄连、茯苓、天麻等 22 个中药材基地品种已经上线中药材质量追溯平台。

5、生物制品及医美业务

报告期内，生物制品业务迅速发展，实现销售收入 12.05 亿元，同比增长 41.63%。公司生物制品业务以血液制品品类为核心品种，依托九州通的平台优势，为医疗机构、零售终端及患者提供安全、高效的血制品服务。公司生物制品事业部现有 100+专业营销人员、16 个经营品种，经营品规达到 136 个。该业务凭借九州通的网络资源，采用院内开发与院外零售相结合的营销模式，已建立覆盖全国的血制品营销网络，业务已覆盖全国 31 个省份，服务客户 2.59 万家，包含 3,000 多家医院客户。

报告期内，医美业务增长态势强劲，销售收入同比大幅增长 107.82%。公司医美业务专注于医美细分行业市场，提供医美专属药品和耗材“一站式”采购服务，致力于为医美行业提供更安全的、高效的、合规的产品推广和服务，打造医美行业第一商业品牌。报告期内，公司医美事业部与国内外众多头部供应商达成战略合作；截至 2023 年 6 月 30 日，**公司医美业务已覆盖 5,446 家医美机构**，线上活跃客户达到 1,471 家。

6、大健康生态投资

公司大健康生态投资持续聚焦创新药研发、基因组检测、癌症筛查、体外诊断等前沿医疗领域。报告期内，公司投资的武汉滨会生物科技股份有限公司旗下产品溶瘤病毒 OH2 注射液被国家药品监督管理局药品评审中心批准纳入突破性治疗品种，并被美国 FDA 授予快速通道资格，且于 2023 年 8 月获得湖北省药品监督管理局颁发的治疗用生物制品《药品生产许可证》A 证，用于治疗抗 PD-1 治疗后耐药或进展的不可切除的 III 期或 IV 期黑色素瘤。公司投资的甫康（上海）健康科技有限责任公司产品马来酸奈拉替尼片获得国家药品监督管理局临床试验许可，将在 EGFR 罕见病的晚期非小细胞患者中开展临床实验，目前这一适应症全球尚未获批，属于 2.4 类新药。

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	甫康（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。
	江苏鸪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。

九州通医药集团股份有限公司

2023年8月29日