

药师帮 2023年年度业绩发布

2024年3月



Disclaimer

This presentation has been prepared by YSB Inc. (the “**Company**” and together with its subsidiaries and consolidated affiliated entities, the “**Group**”) solely for information purposes and does not constitute a recommendation regarding the securities of the Group or an offer to sell or issue or the solicitation of an offer to buy or acquire securities of the Group in any jurisdiction or an inducement to enter into investment activity, nor may it or any part of it form the basis of or be relied on in connection with any contract or commitment or investment decision whatsoever.

This document, any information therein and any oral information provided in connection with this presentation is highly confidential and has been prepared by the Company solely for use at this presentation. The information contained herein and any subsequent discussion comprise extracts of operational data and unaudited financial information of the Group that may be subject to further change. The information included in this presentation and subsequent discussion, which does not purport to be complete, comprehensive nor render any form of financial or other advice or appraisals of the assets, securities, business or financials of the Group, has been provided by the Group for general information purposes only. The information contained in this presentation has not been independently verified and cannot be guaranteed. You should refer to the announcement and annual report for the audited results of the Group for the twelve months ended 31 December 2023, which will be subsequently published in accordance with the Rules Governing the Listing of Securities on The Stock Exchange of Hong Kong Limited.

No representation, warranty or undertaking, express or implied, is made as to, and no reliance should be placed on, the fairness, accuracy, completeness or correctness of the information or the opinions contained herein. This presentation is based on the economic, regulatory, market and other conditions in effect on the date hereof. It should be understood that subsequent developments may affect the information contained in this presentation, which neither the Company nor any of its subsidiaries, affiliates, advisors or representatives are under any obligation to update, revise or affirm. None of the Company nor any of its subsidiaries or affiliates, directors, officers, advisors or representatives of the Group shall be liable (in negligence or otherwise) for any loss howsoever arising from any use of this presentation or its contents or otherwise arising from or in connection with this presentation.

By attending or reading this presentation, you will be deemed to have agreed to the terms, obligations and restrictions set out herein.

今天的主讲人



张步镇

董事会主席兼首席执行官



陈飞

执行董事兼首席财务官

1/ 2023年业绩亮点

2/ 2023年业务回顾

3/ 2023年财务回顾

4/ 2024年规划

附录/ 我们的业务模式

1

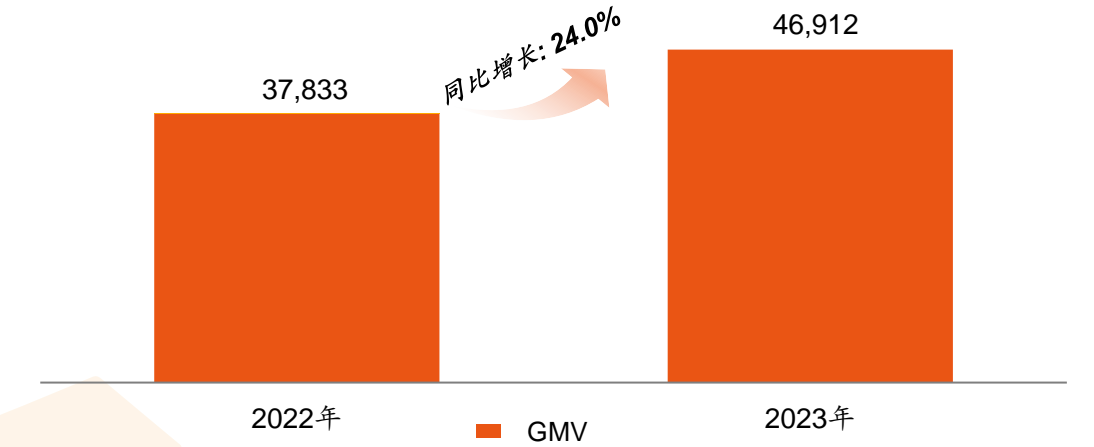
2023年业绩亮点



2023年首次实现年度经调整净利润转正

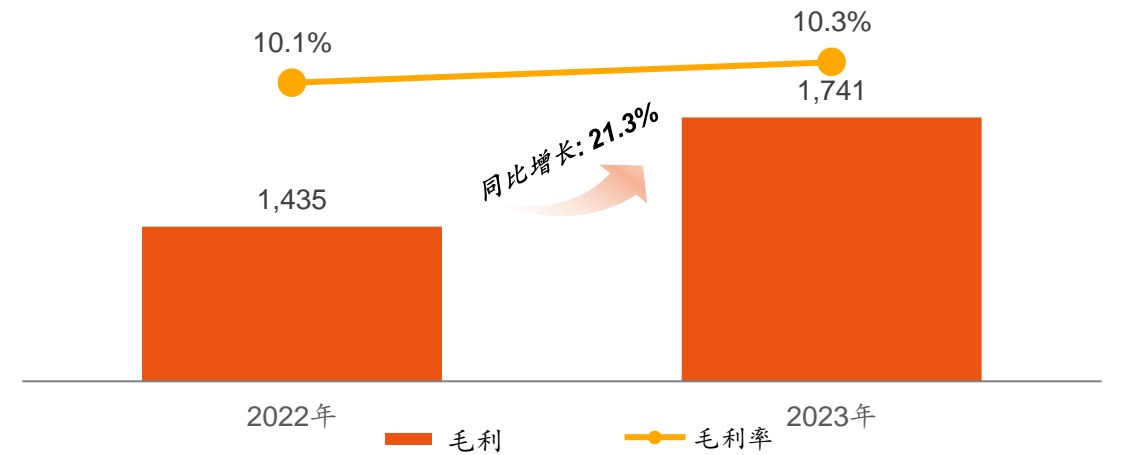
GMV规模持续稳步增长

(人民币百万元)



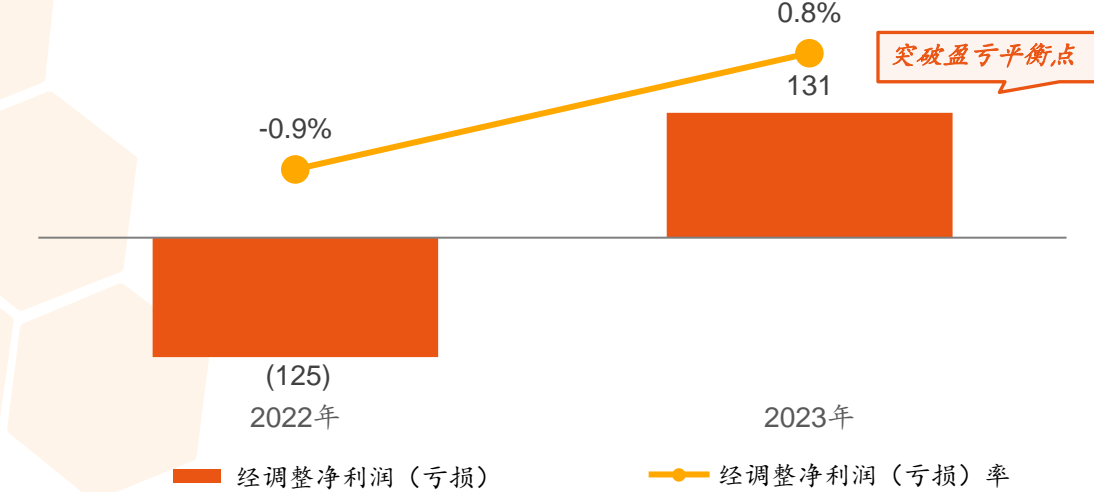
毛利不断增长, 毛利率持续提升

(人民币百万元)



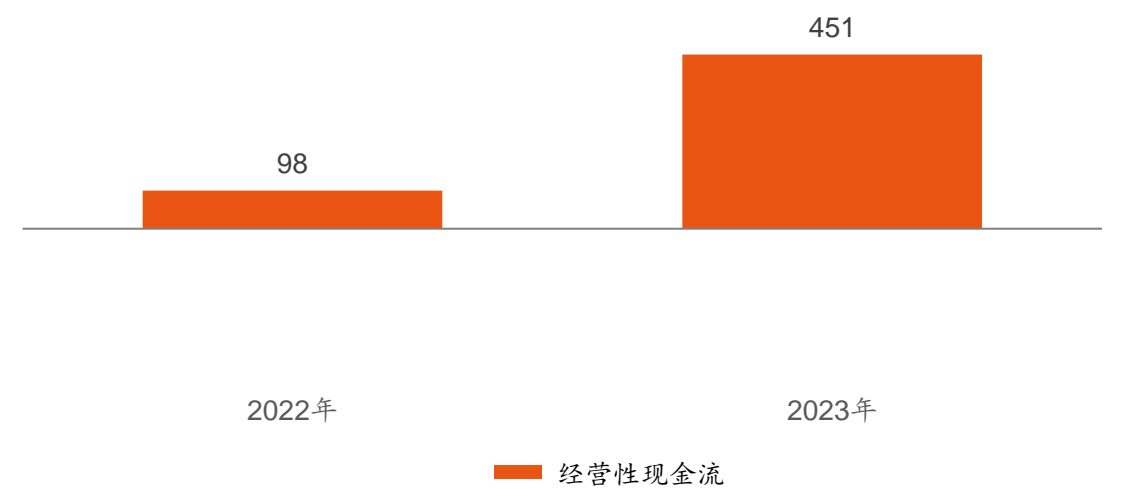
跨越盈亏平衡, 经调整净利润自此全面转正

(人民币百万元)



经营性现金流持续为正, 且不断扩大

(人民币百万元)



各板块齐头并进，推动公司经营提升至新水平



下游买家

更加活跃的参与者群体

- 累计注册买家**超65万家**
- 月均付费买家**超34万家**



基层医疗机构

持续提高基层医疗机构的服务能力

- 累计注册基层医疗机构**约25万家**
- 加速引进诊所、村卫生室等，全年新入驻**超7万家**



自有品牌

坚定“向上走”战略，大力发展“乐药师”自有品牌

- 现货交付**60个品种**
- 覆盖超过**200,000个客户**
- 过千万品种**5个**

乐药师®



自营业务

- 主仓与分仓一体化的战略性仓储布局
- 通过自建物流平台，在**13个城市**的**上百条**路线试点同城车配，基本实现半日达、当日达



供应链金融

构建平台与第三方金融机构、上下游企业一体化的金融服务体系

- 使用供应链金融服务的活跃买家数超**12,000户**
- 全年累计放款金额约**59亿元**，融资订单数约**4.6百万笔**



光谱云检

持续赋能基层医生

- 光谱云检服务基层医疗机构数超**12,000家**
- 试点投放POCT即时检测设备**超2,500家**



SaaS解决方案

持续提升产业链上下游参与者的经营效率

- 上游云商通用用户数超**7,000家**
- 下游掌店易药店用户数超**50,000家**，连接超过**150个城市**的社保部门
- 光谱云诊赋能诊所、村卫生室

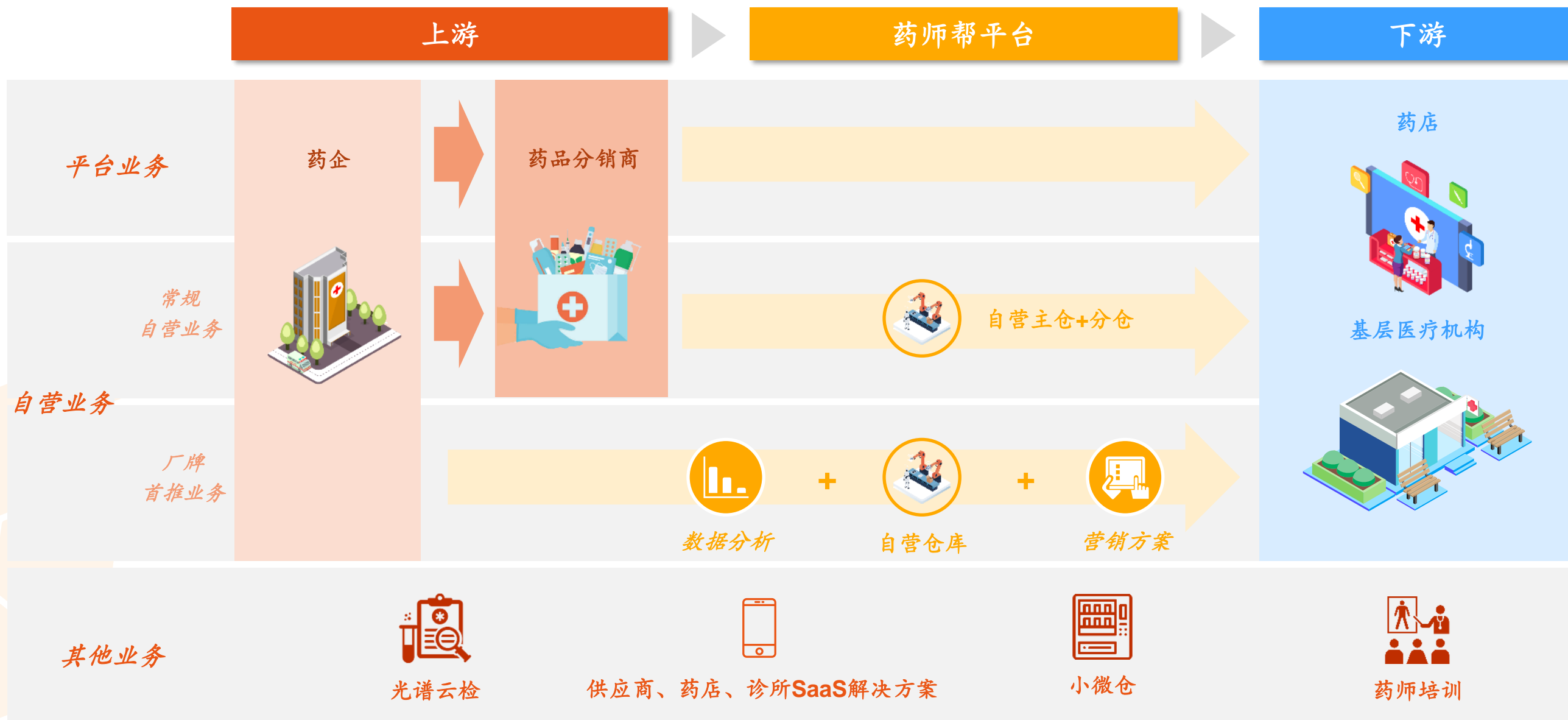


2

2023年业务回顾

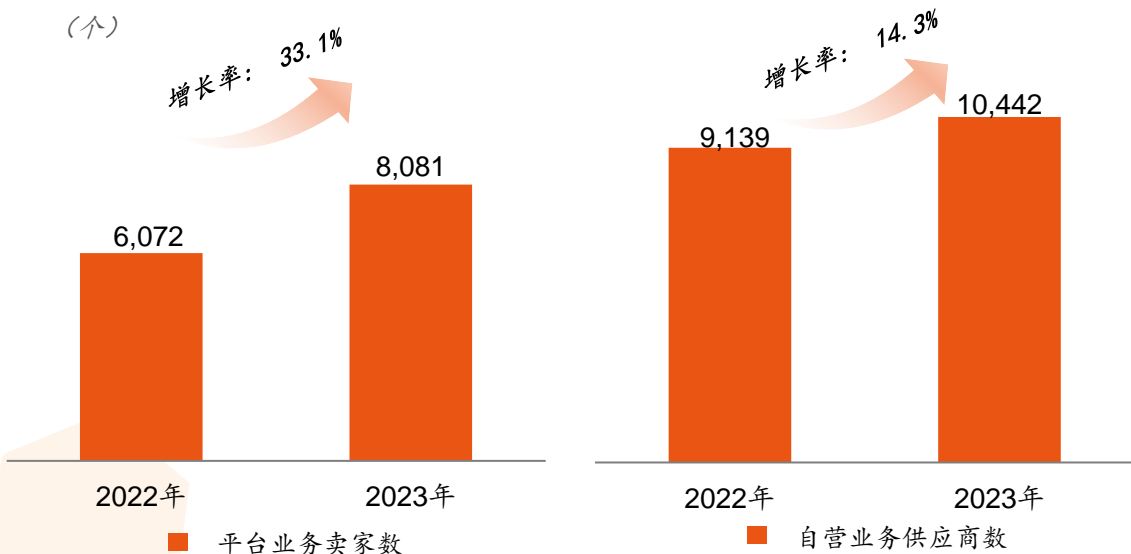


平台+自营+首推的综合业务模式: 聚焦与深耕院外市场

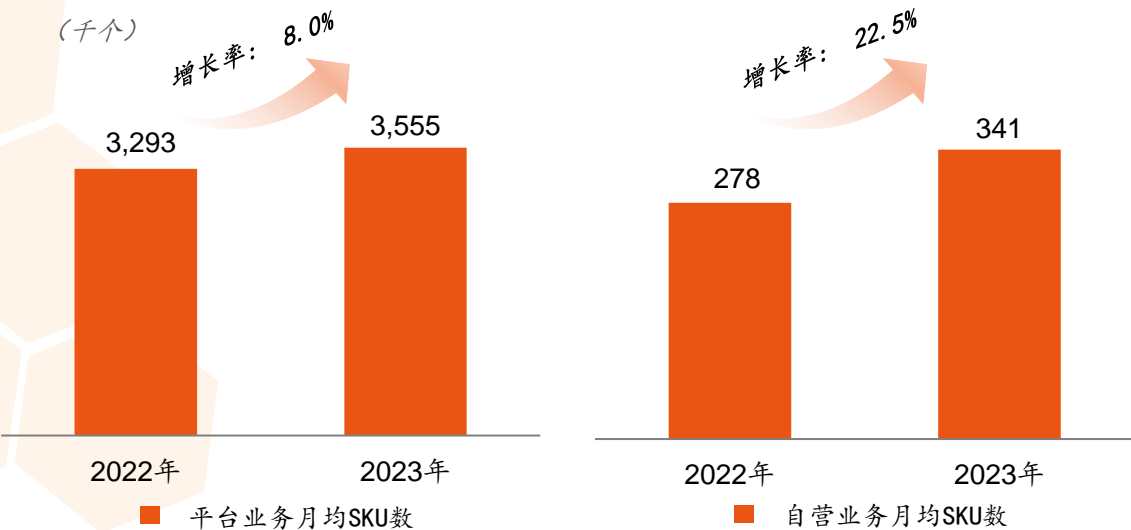


1 进一步向上打造与巩固供应链能力，丰富药品供给

供应链上游平台卖家与自营供应商持续聚合



平台生态内SKU数不断丰富



开始布局市场空间巨大的中药饮片业务



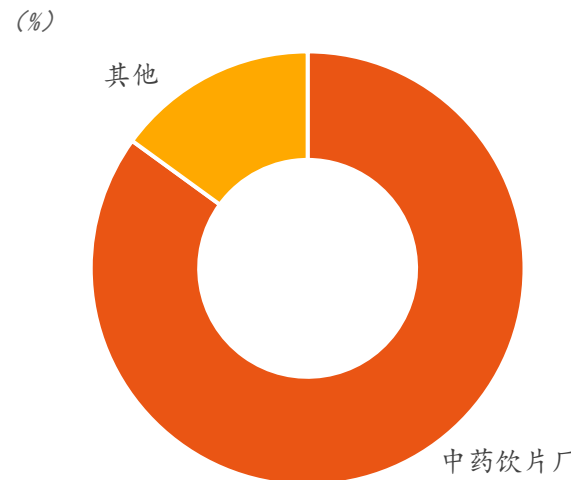
> 2,500亿元

全国每年中药饮片市场规模

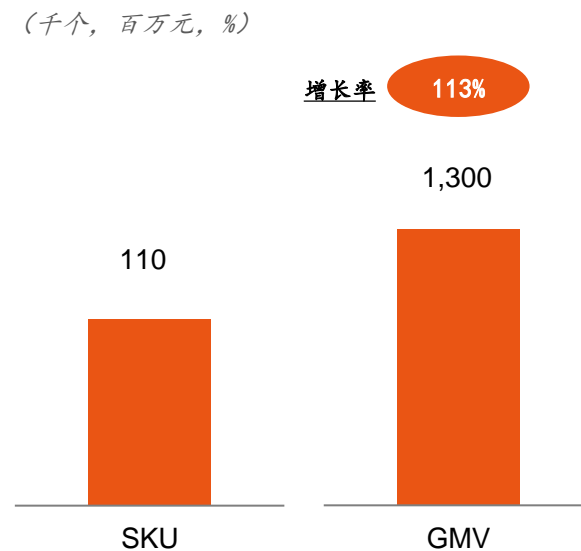
~ 33%

院外市场占比

2023年平台中药饮片超85%为饮片厂直供



2023年平台中药饮片SKU数及规模同比快速增长



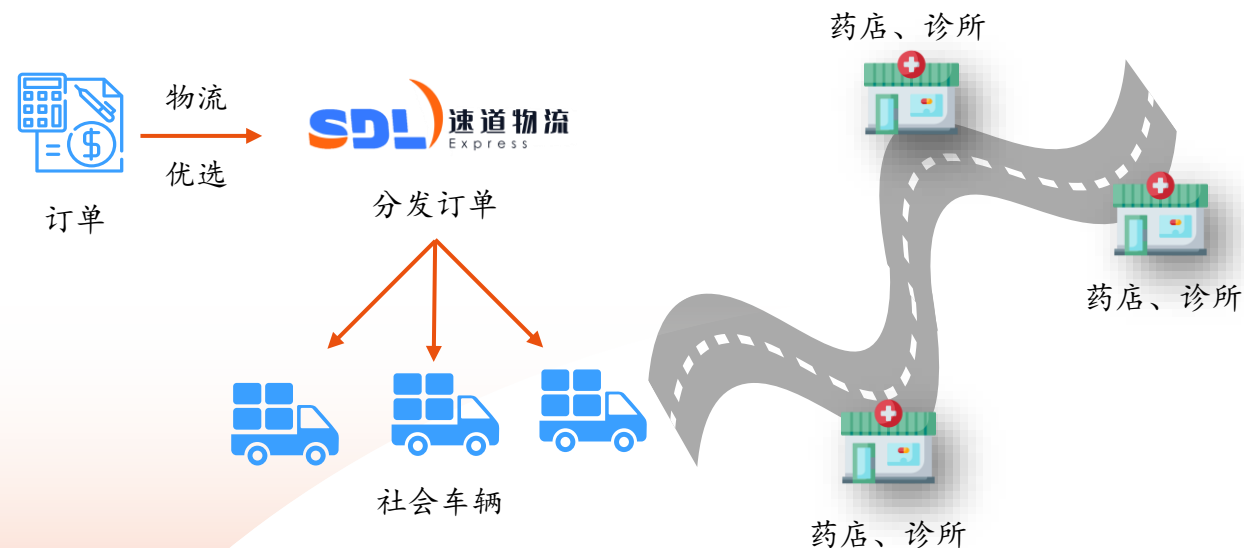
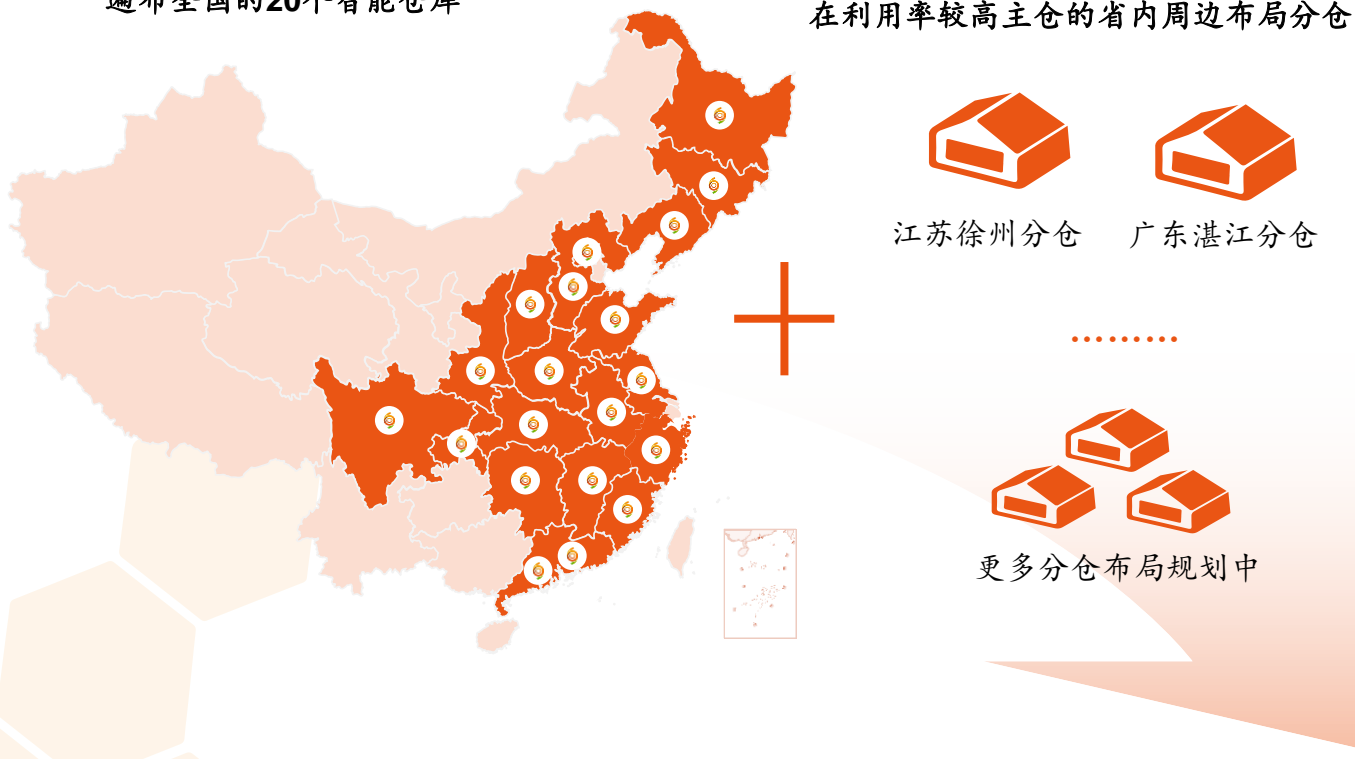
2 不断增强与拓展自营供应链服务能力

主仓与分仓一体化战略布局，离客户更近，效率更高

自建物流平台，试点同城车配，提升配送效率

遍布全国的20个智能仓库

在利用率较高主仓的省内周边布局分仓



3小时 / 50小时

订单出库时间¹ / 跨省配送到乡镇的时间



1.46%
同比
1.27%

物流开支占自营业务GMV的比¹



100+

已开通自有物流路线数²



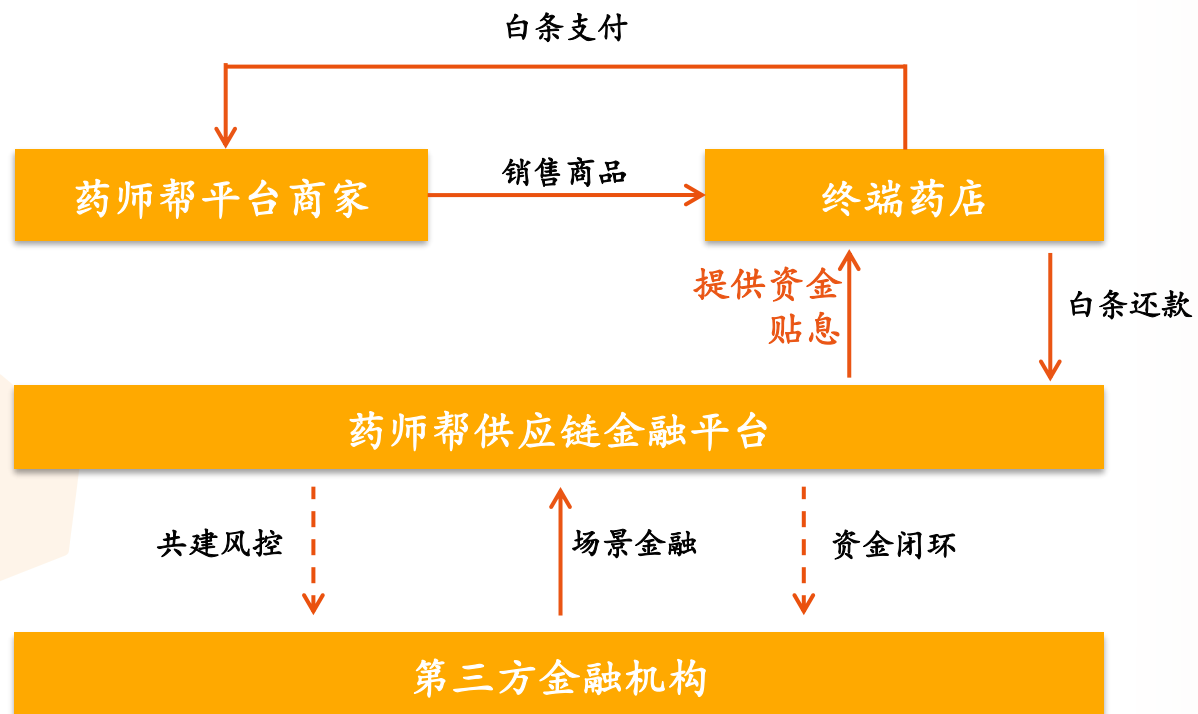
同城车配

自营物流线路订单基本实现半日达、当日达²

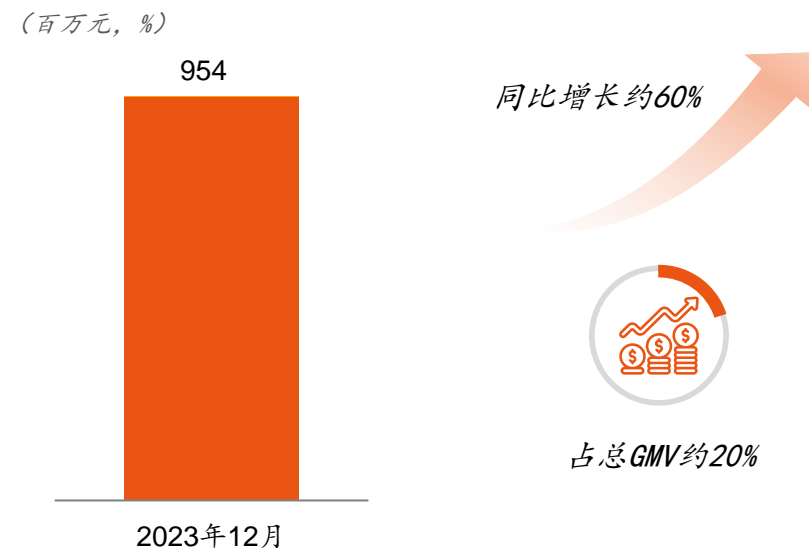
注: 1. 截至2023年12月31日的十二个月; 2. 截至2023年12月31日

3 加速为连锁等更大的客户提供整体解决方案

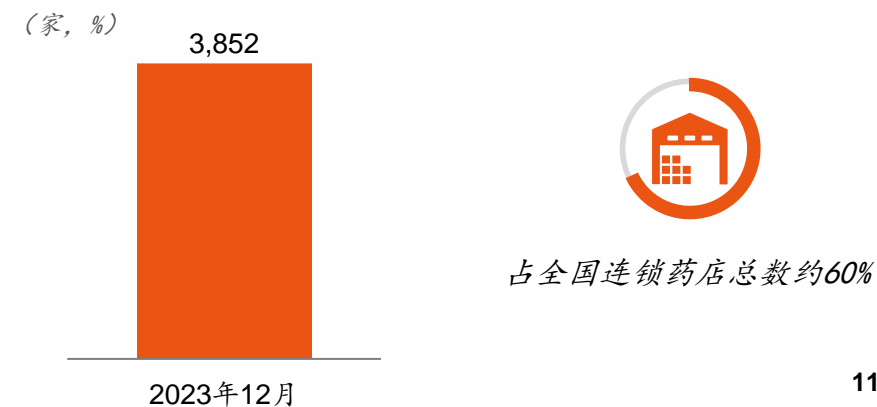
供应链金融满足下游药店的账期需求



连锁总部在平台单月采购额占总体约20%，增长迅速



平台的连锁总部单月付费买家数占全国总数约60%



12,000+

使用供应链金融服务的
活跃买家数¹

~ 5,910百万元

全年累计放款金额¹

~ 4,660千笔

全年使用供应链金融
服务的订单数¹

注: 1. 截至2023年12月31日的十二个月

4 质美价平的好厂好品推动首推业务高质量增长

厂牌首推业务展现强大的向上整合供应链能力

自有品牌持续探索“向上走”战略，推出大单品

与药企合作推广根据下游需求
量身定制的产品

实现厂牌首推业务持续深化

合作推广药企



500+
家¹

合作推广SKU



~1,000
个¹



1,094百万元

2023年GMV



15个

过千万品种



10家

千万厂牌

自有品牌——乐药师[®]



渠道爆品



大单品



60个

覆盖药品种类数



5个

过千万品种



20万家

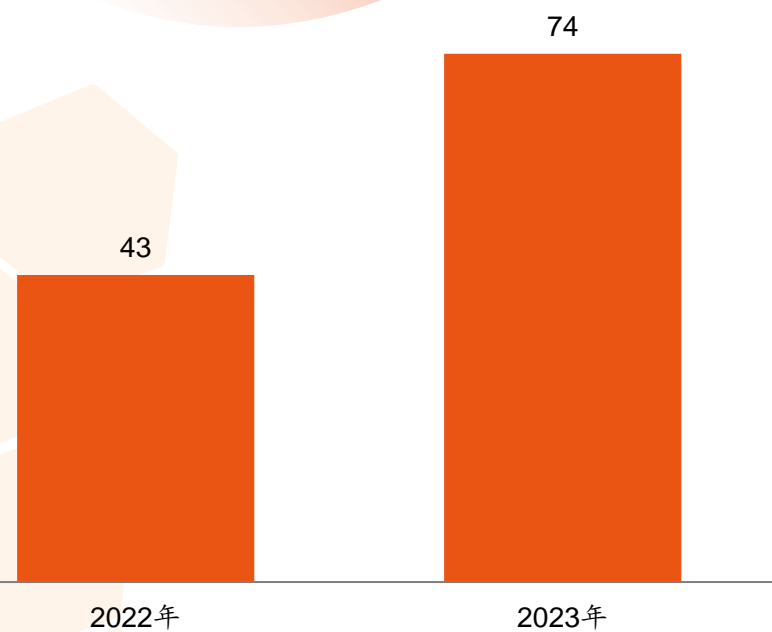
覆盖客户

5 下游业务拓展及管理效率持续优化

基层医疗机构加速入驻平台

(千家)

增长率: 70.7%

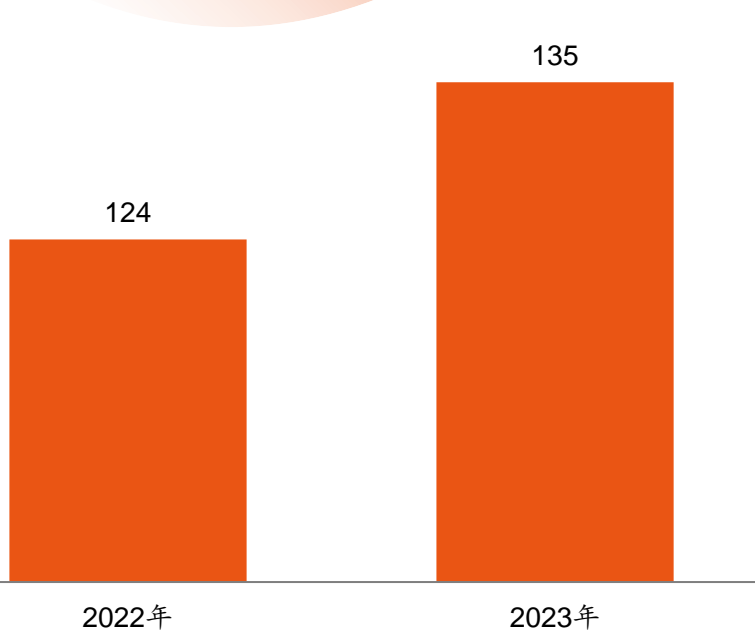


期间内新增基层医疗机构用户数

BD人均管理宽幅持续提升

(家)

增长率: 8.9%

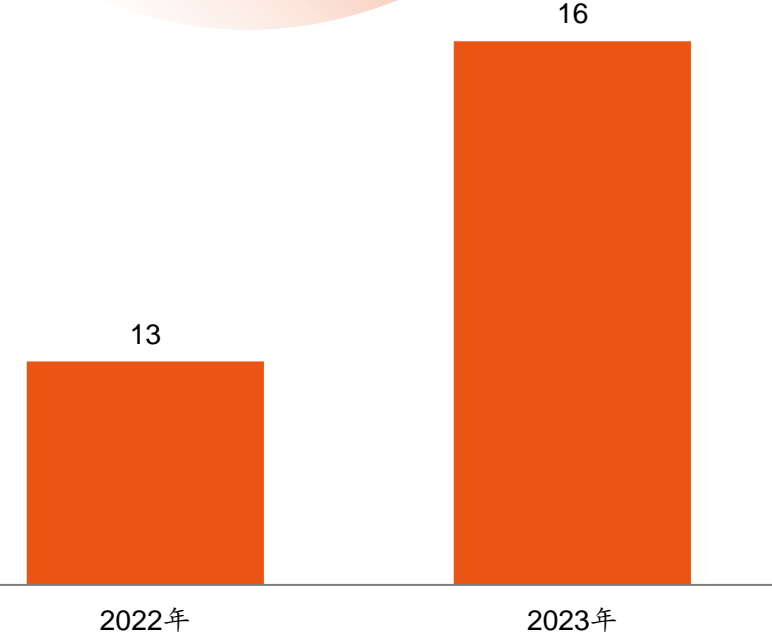


每个BD人员平均管理药店诊所数

BD人均产出不断提高

(百万元/人)

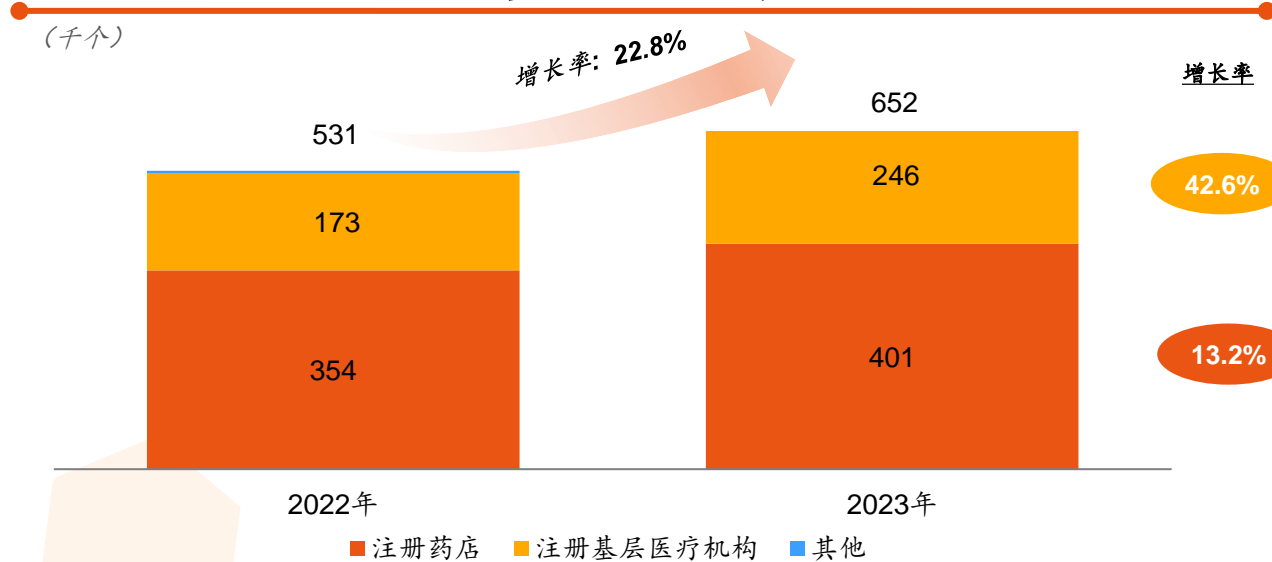
增长率: 19.0%



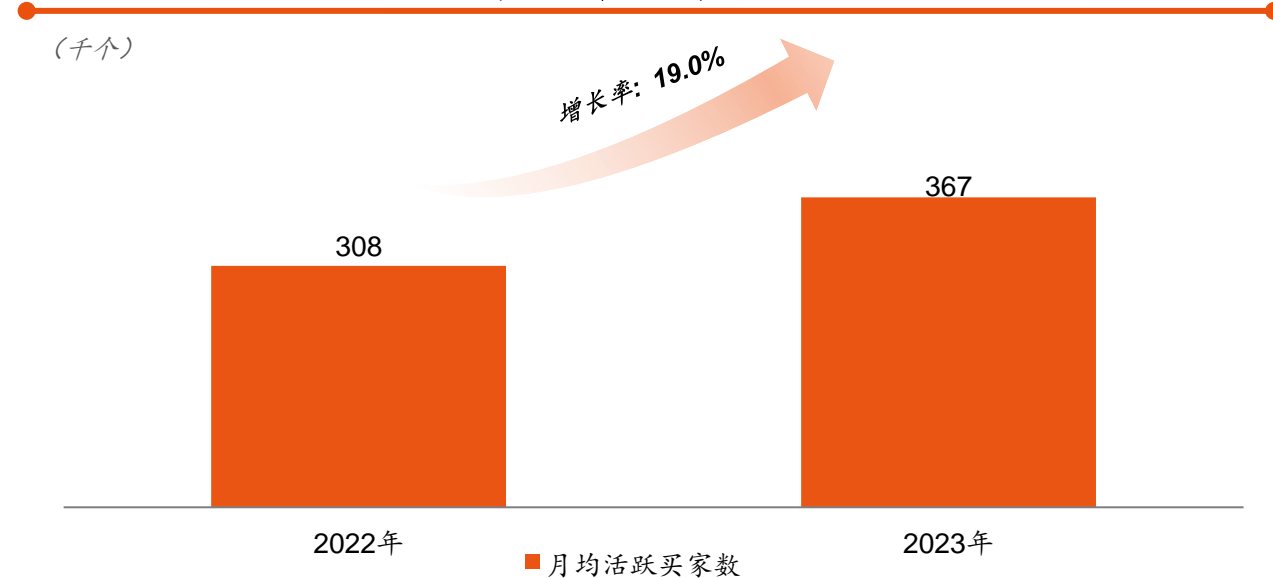
每个BD成员年均贡献GMV

6 下游买家规模及活跃度不断增加

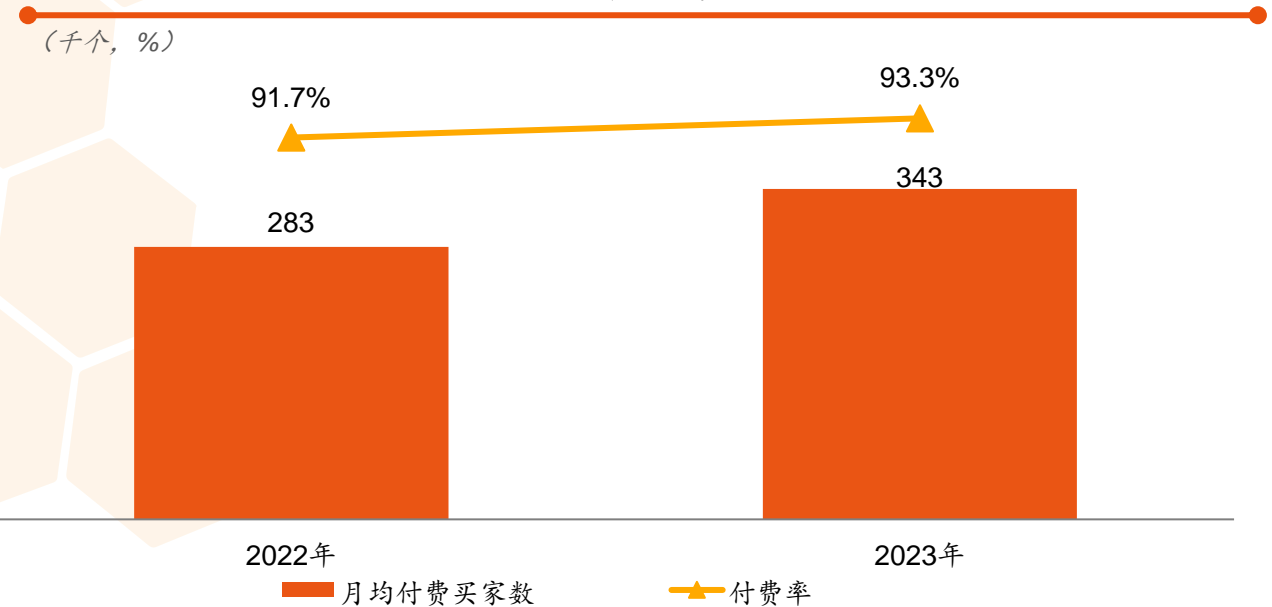
进一步扩大的注册买家基数



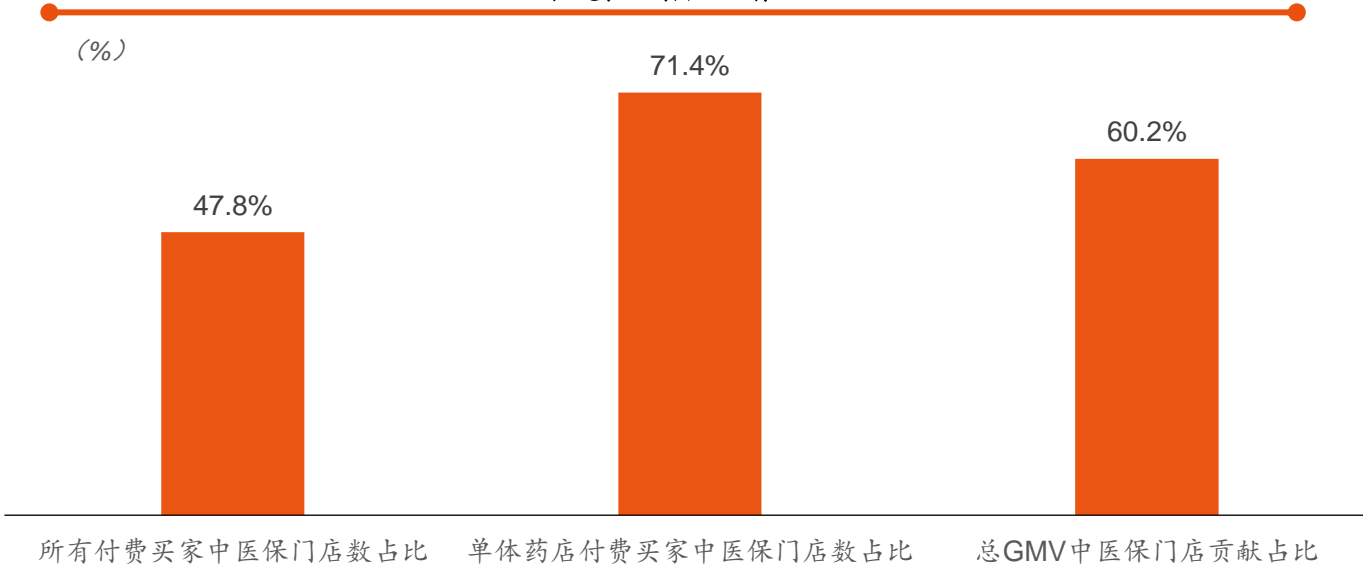
持续提升的买家活跃度



持续提升的付费买家

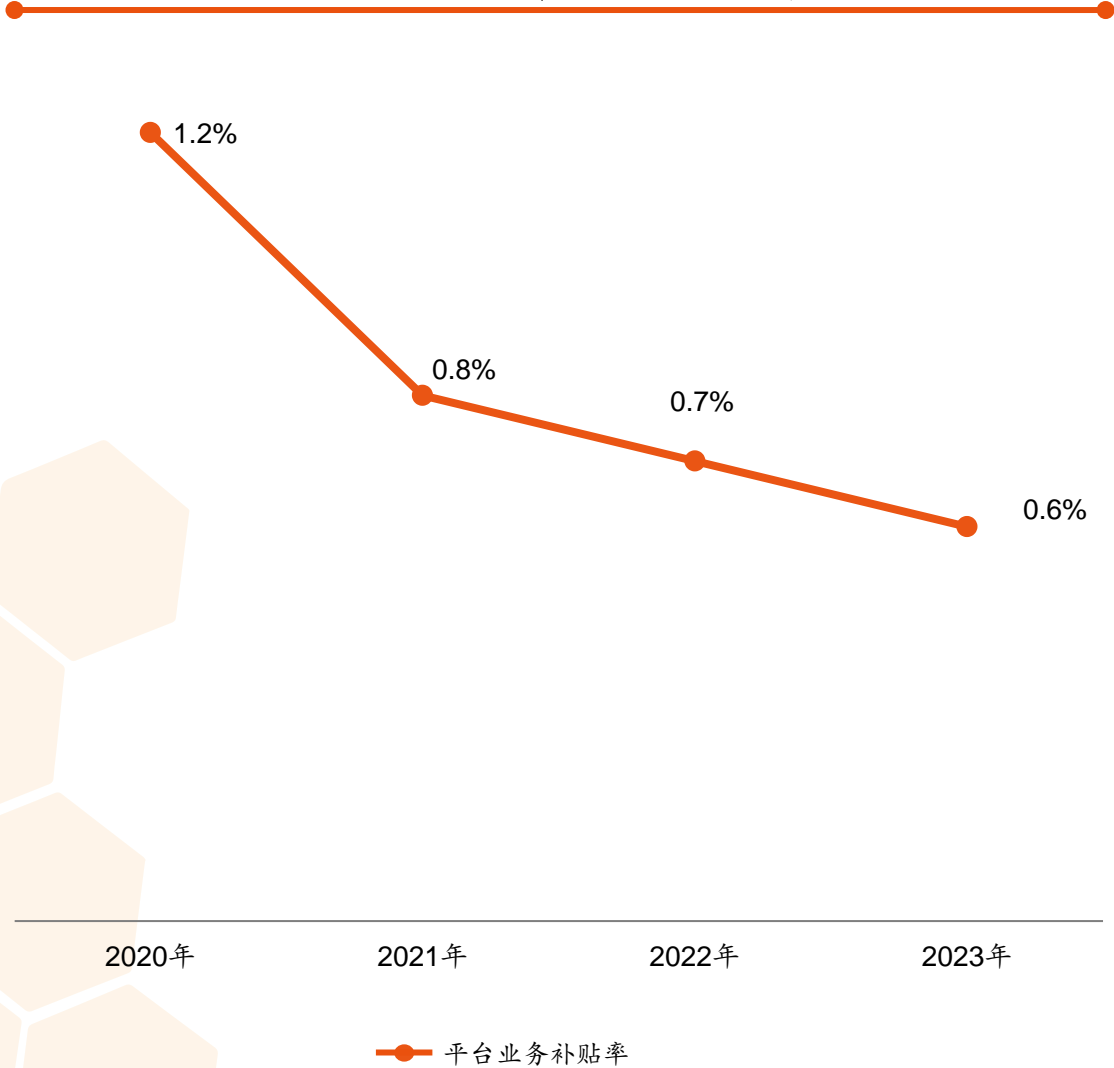


医保定点门店显著活跃



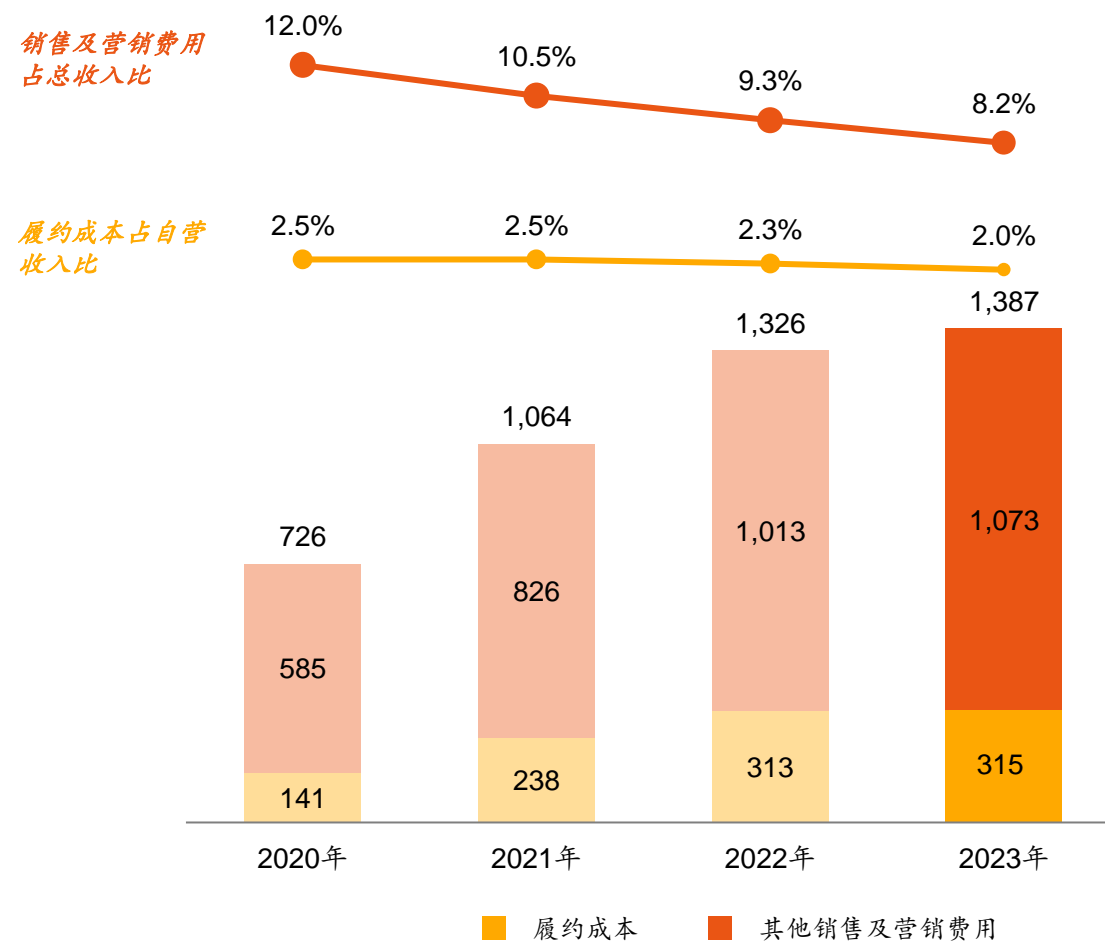
7 平台价值及数字化能力提升，驱动整体营销效率持续优化

更高的用户粘性带来更低的补贴需求



全面提升的营销效率

(人民币百万元)



3

2023年财务回顾



2023年财务回顾：稳健增长，盈利突破



强劲的GMV增长为财务业绩提供有力支撑

469.12亿
23年总GMV

24.0%
23年GMV同比增长率



稳健的收入增长势头与多样化的变现渠道

169.72亿
23年总收入

18.9%
23年收入同比增长率



稳步提升的毛利率彰显成本优化策略成效

10.3%
23年毛利率

0.2%
23年毛利率同比提升值



经营效率持续改善推动首次全面盈利

10.7%
23年总运营费用率

1.2%
23年运营费用率同比下降值



强大的营运资金管理能力和稳健的现金状况

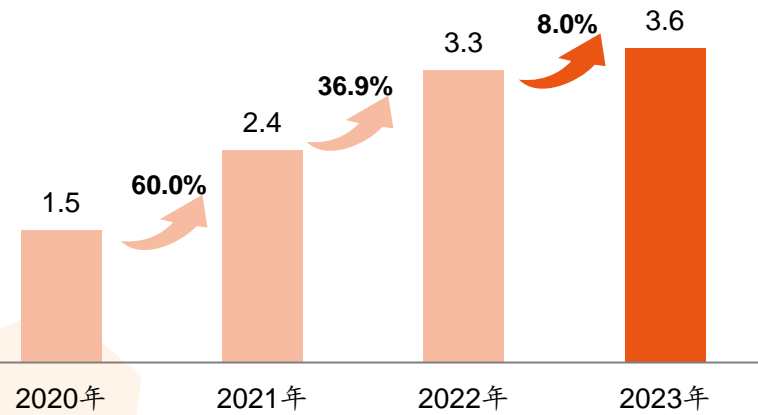
+4.51亿
23年经营活动现金净流入

29.75亿
截至2023年12月31日的总流动资金¹

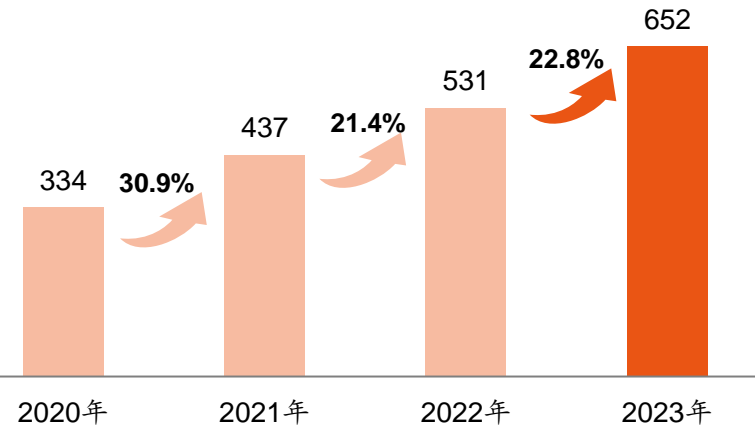
注：1.流动资金包括银行结余及现金、受限制银行存款、定期存款以及短期现金管理产品

下游买家数量持续增长，粘性持续增强，生态繁荣

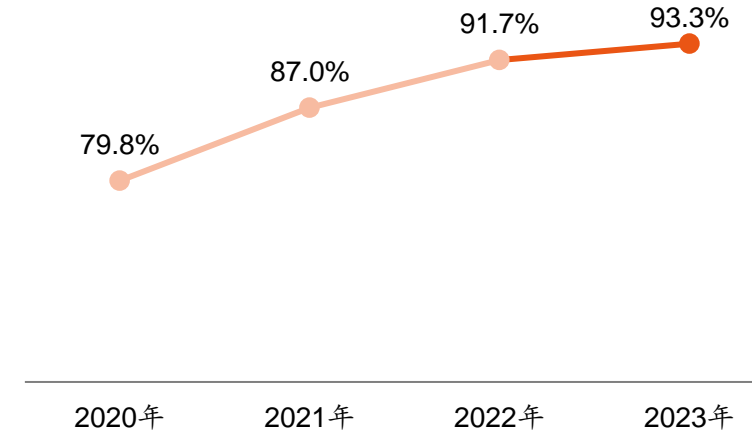
月均可提供SKU¹ (百万个)



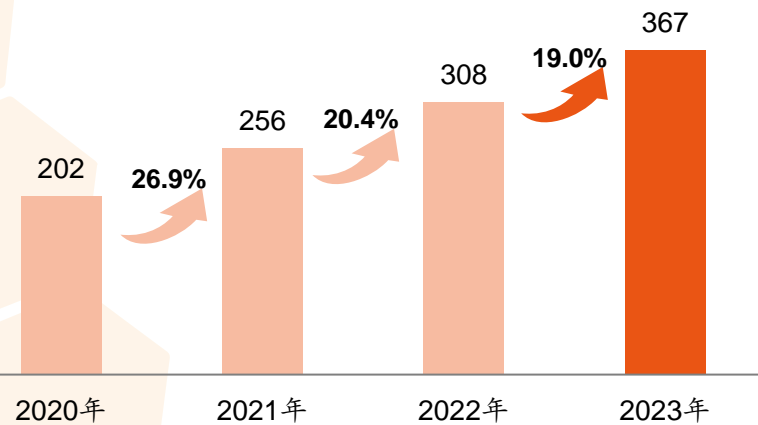
注册买家数量 (千)



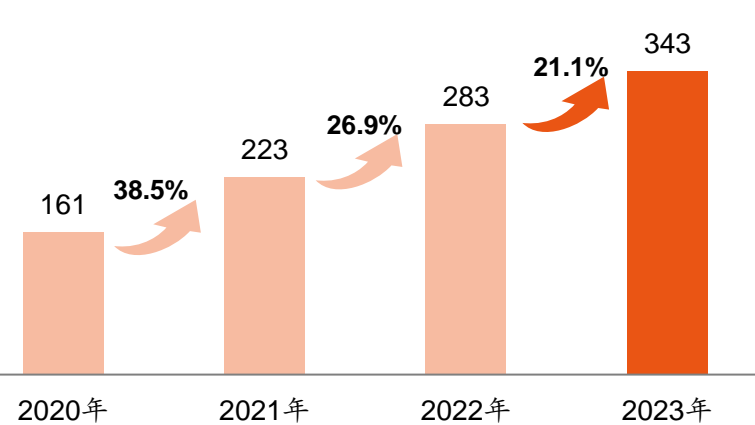
活跃买家的月均付费采购率³



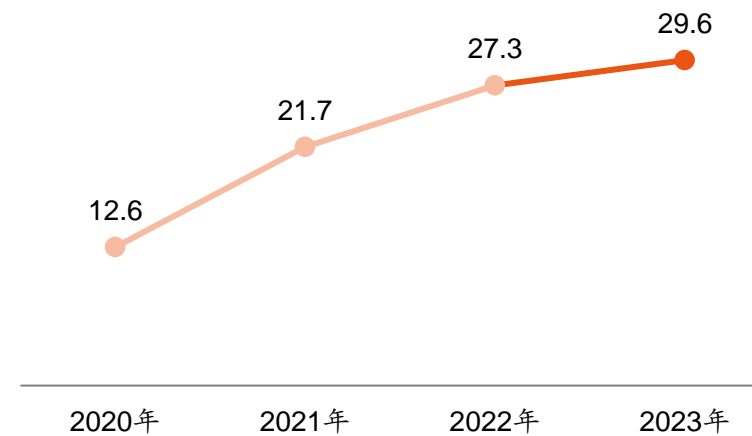
月均活跃买家数量 (千)



月均付费采购买家数量 (千)



单个付费买家的月均采购次数²

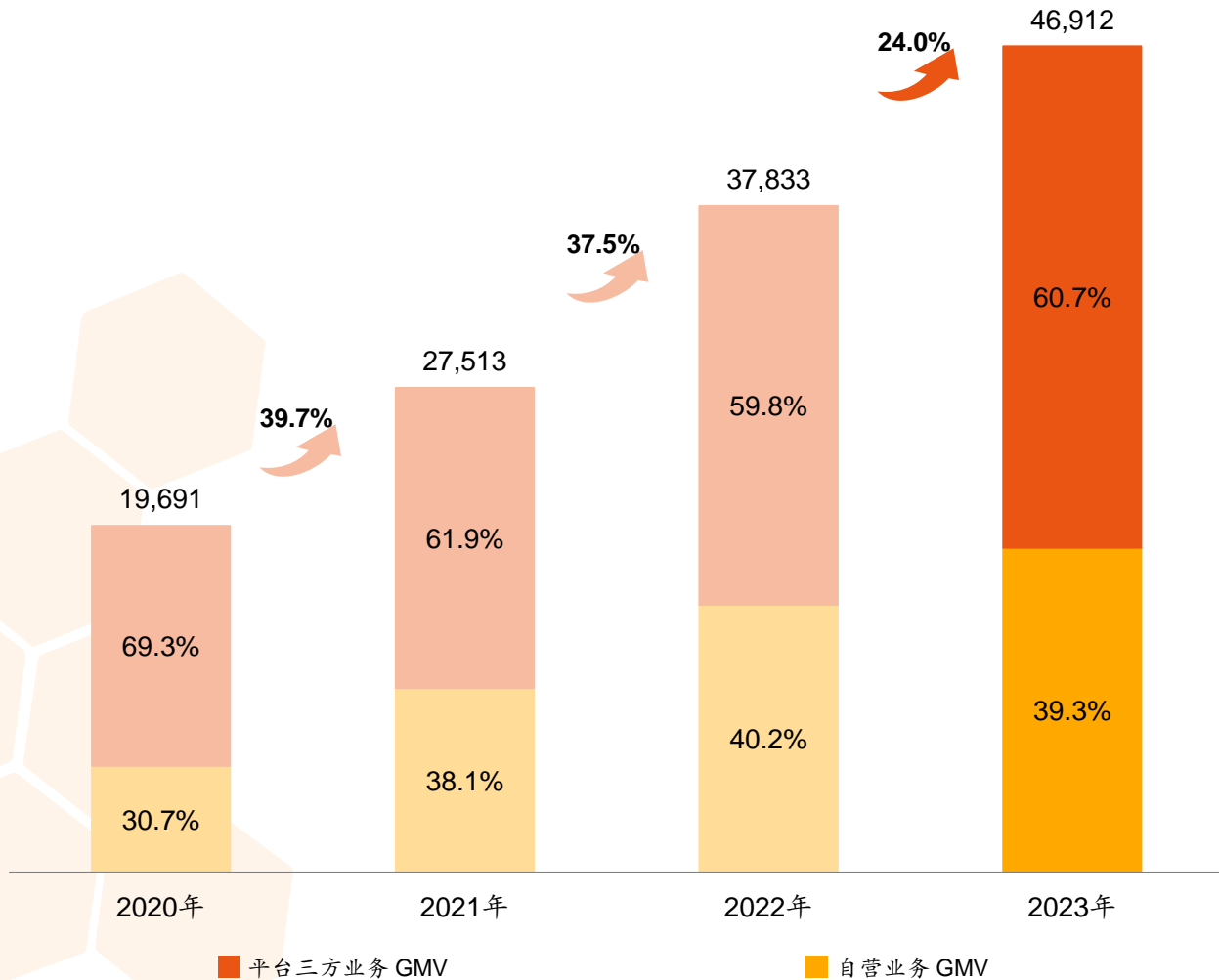


注：1. 月均可提供SKU数量指某一特定时期内某一特定月底可提供的SKU数量的平均值；2. 每付费买家月均订单量指某一特定时期内月均订单数量除以月均付费买家数；3. 付费采购率指月均付费买家数量/月均活跃买家数量的比率

GMV高速增长的同时保持平台三方与自营板块占比的动态平衡

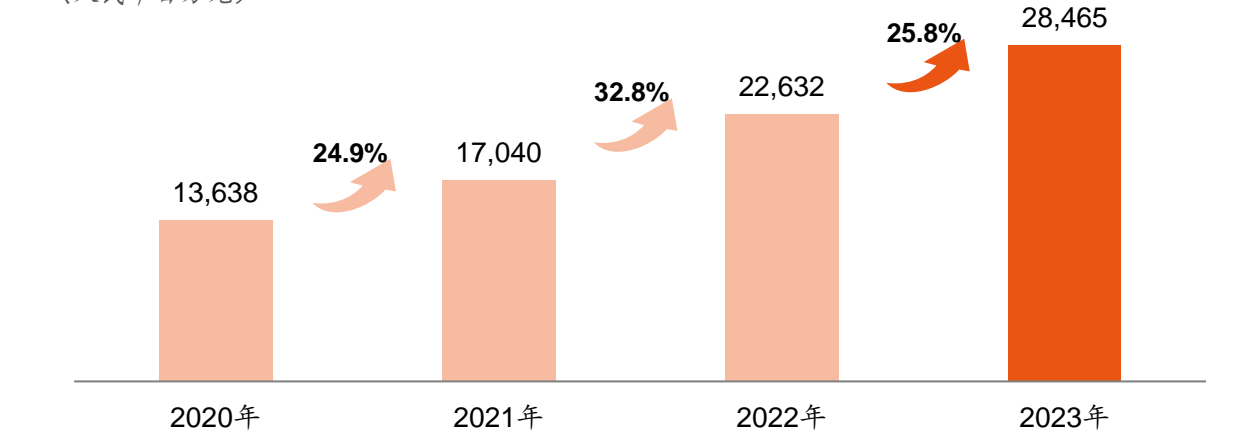
总GMV结构

(人民币百万元)



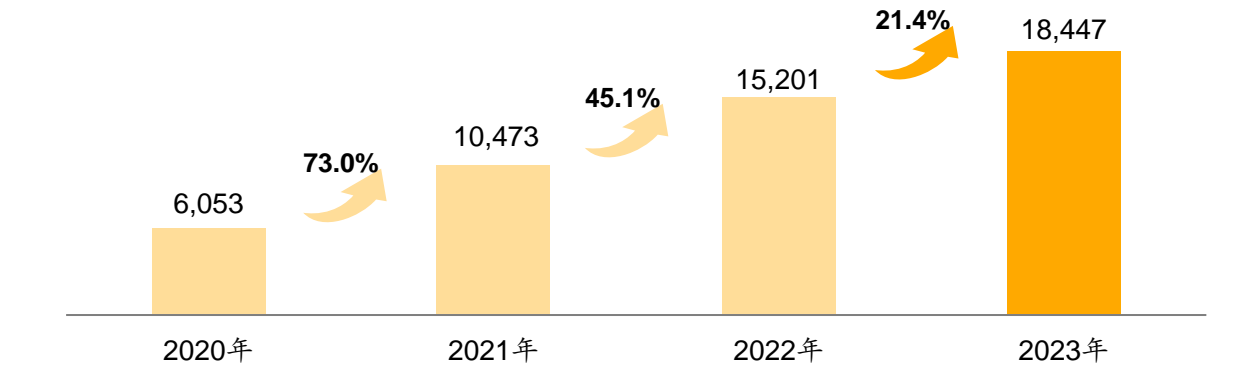
平台三方业务 GMV

(人民币百万元)



自营业务 GMV

(人民币百万元)

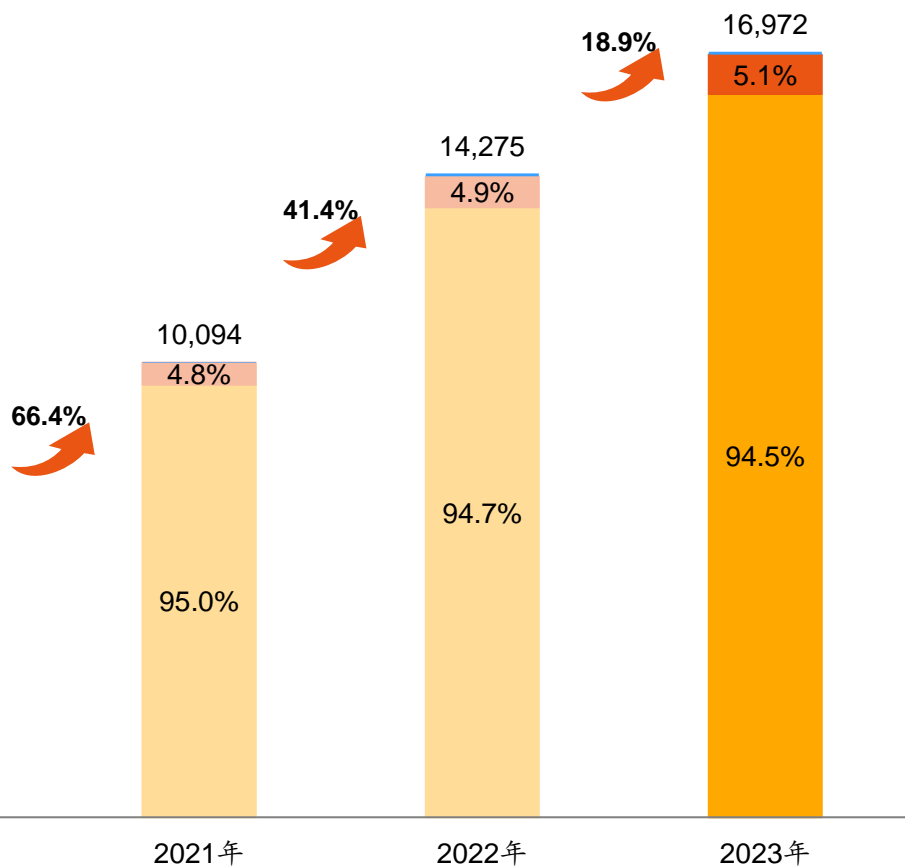


GMV规模的扩大驱动公司收入稳健增长

收入

(人民币百万元)

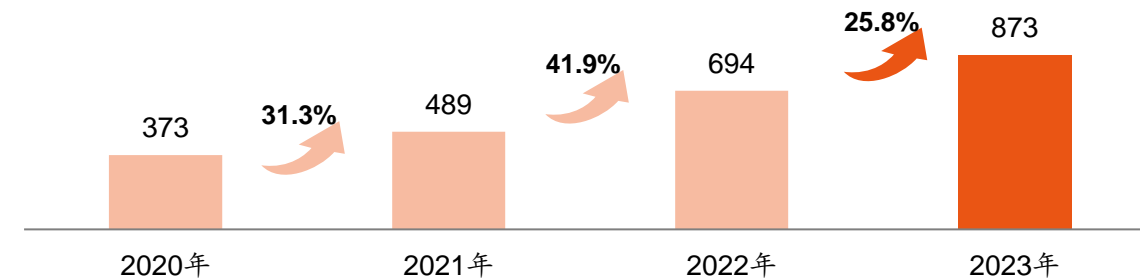
自营业务和平台业务的收入确认方式不同，两者GMV占比的动态微调直接决定了收入增速



■ 平台三方业务收入 ■ 自营业务收入 ■ 其他业务收入

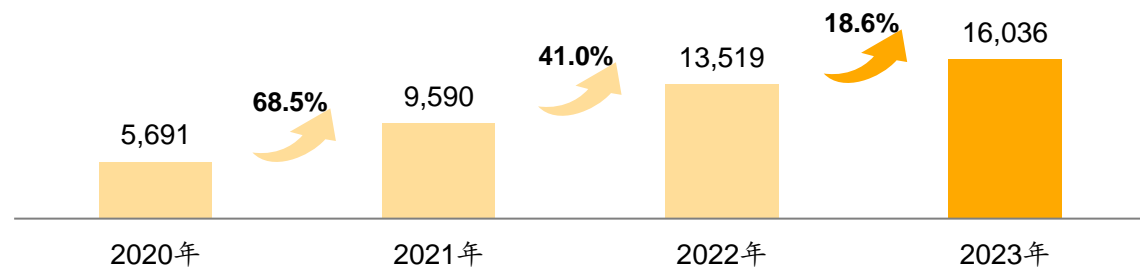
平台三方业务收入

(人民币百万元)

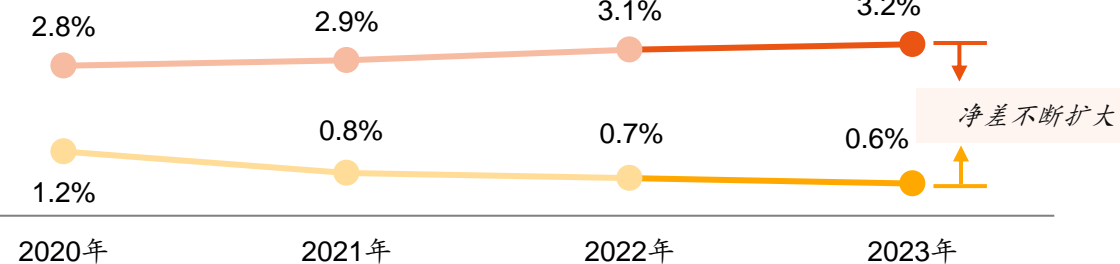


自营业务收入

(人民币百万元)



平台佣金率与平台补贴率

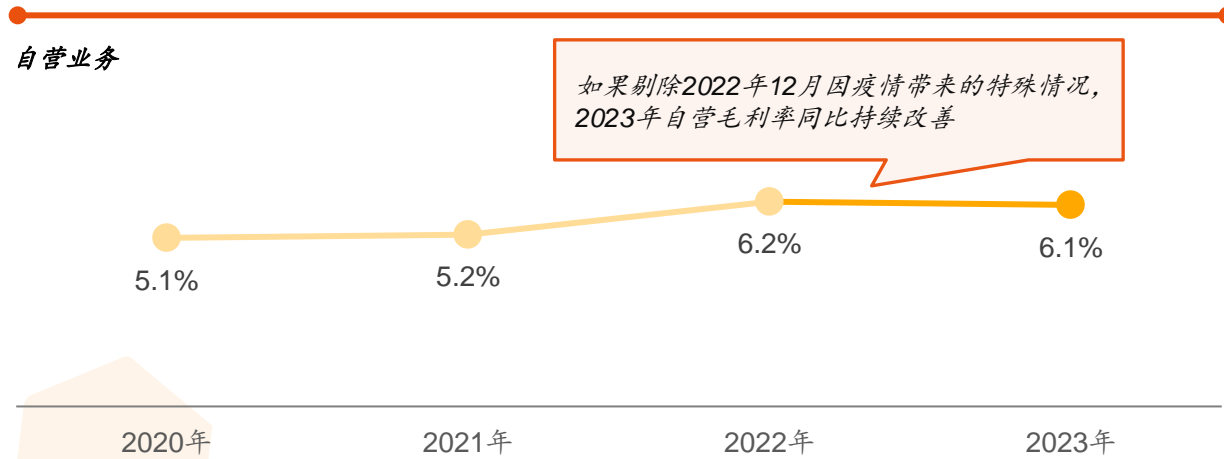


净差不断扩大

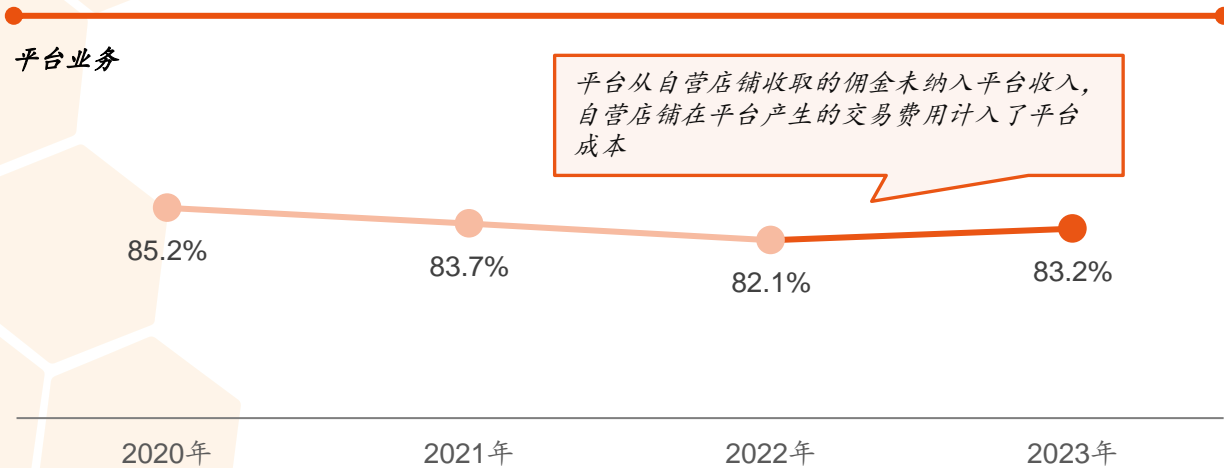
● 平台佣金率 ● 平台补贴率

毛利规模不断增长，整体毛利率持续提升

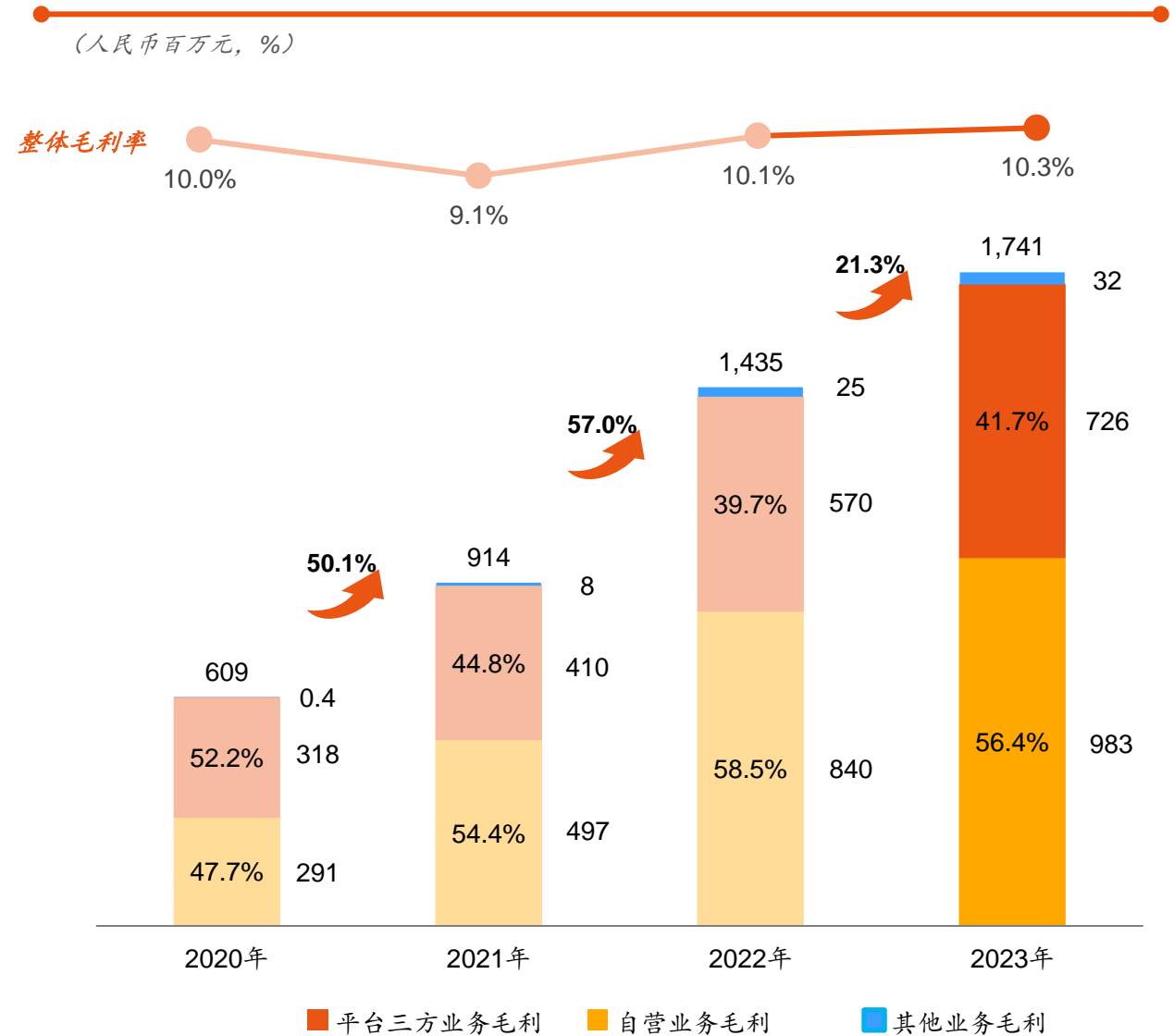
自营业务板块毛利率保持稳定



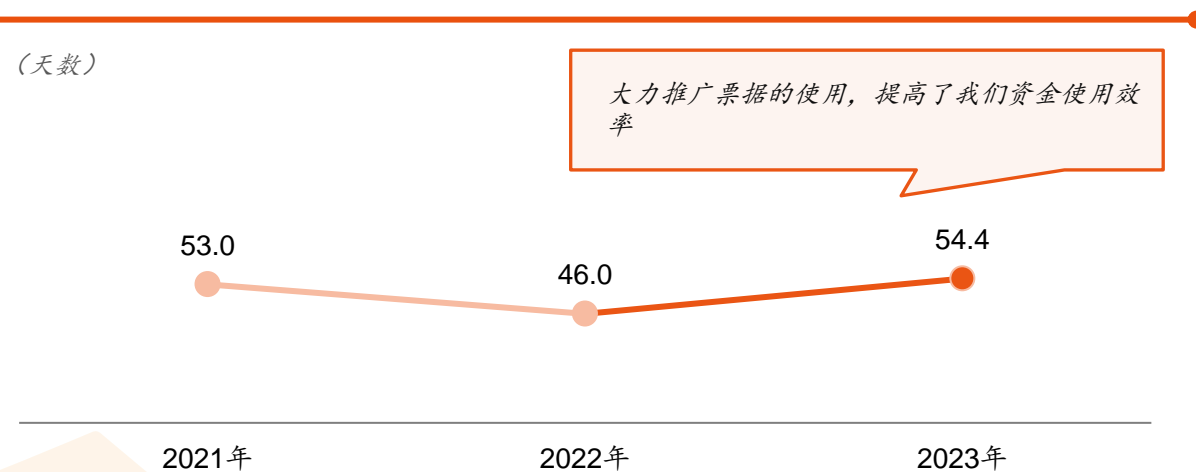
平台三方业务板块毛利率稳中有升



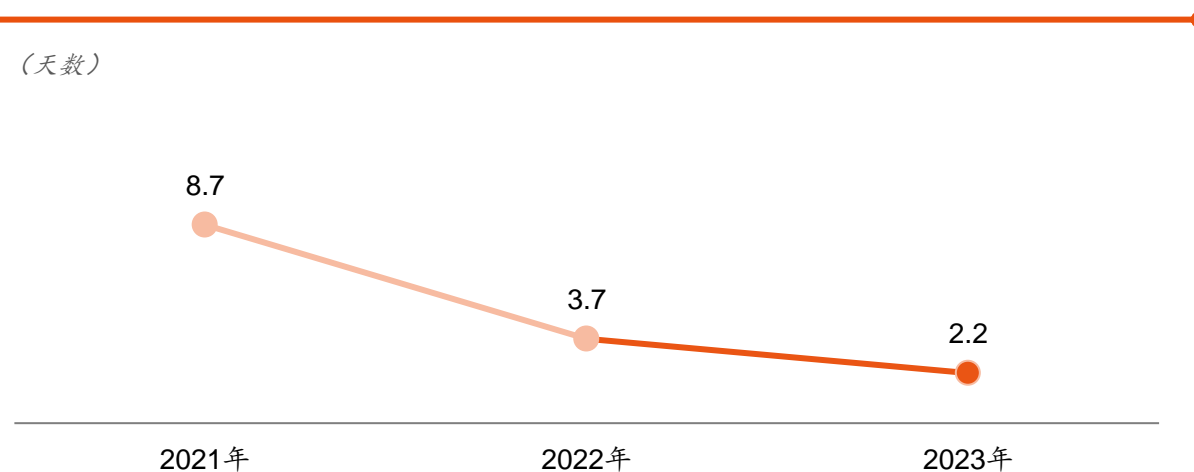
2023年整体毛利率持续提升



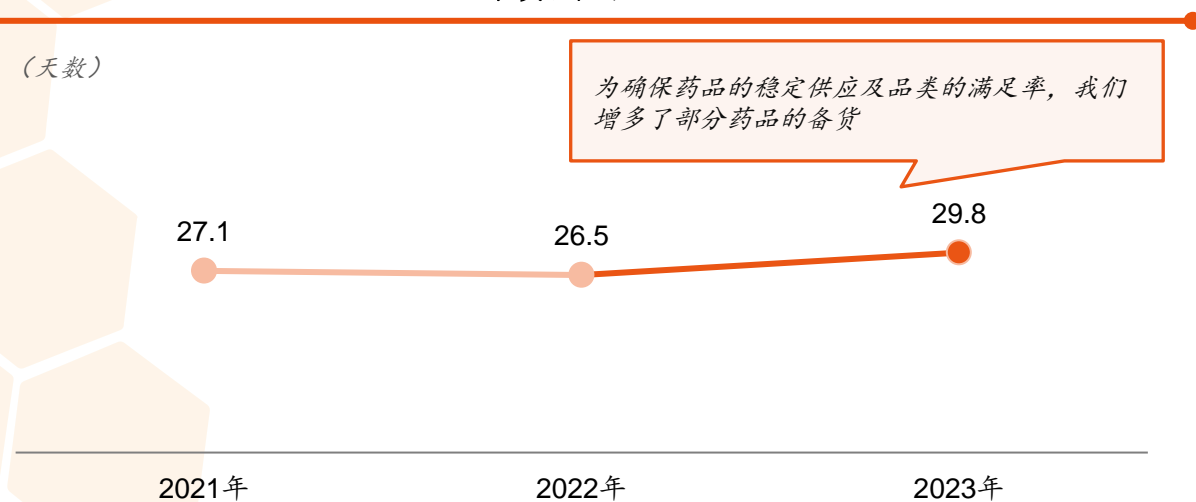
应付账款周转天数



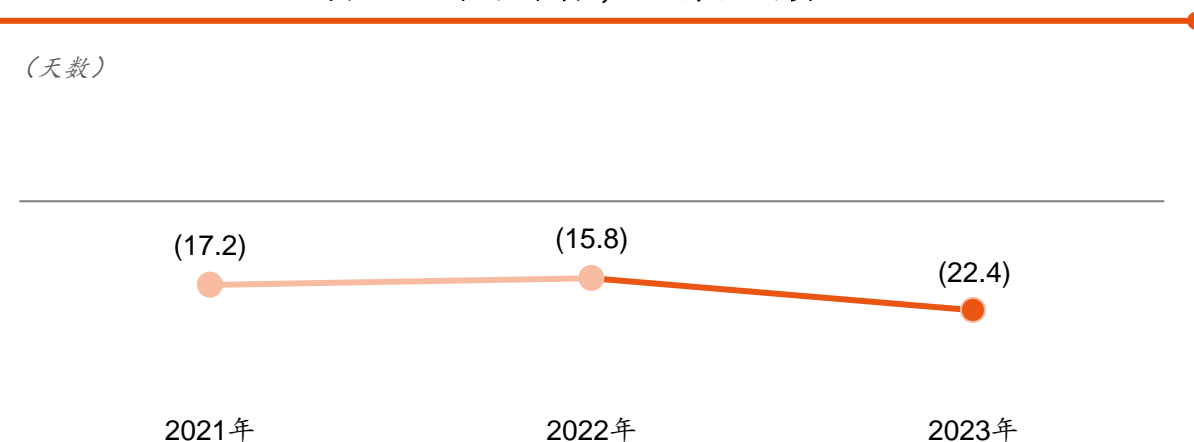
应收账款周转天数



存货周转天数



负现金周转周期¹，不需占用资金



注：1. 现金周期=存货周转天数+应收账款周转天数-应付账款周转天数

快周转、零应收的业务模式带来资金沉淀和额外收益

“先收钱，再发货”的业务模式让我们实现快速周转，带来沉淀资金



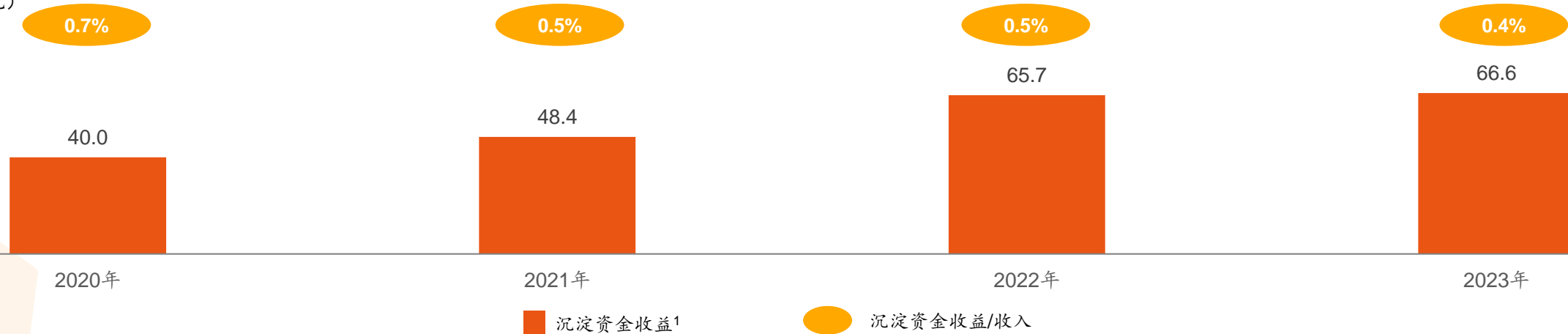
自营上游供应商



平台上游卖家

沉淀资金带来额外收益，作为毛利的有效补充

(人民币百万元)

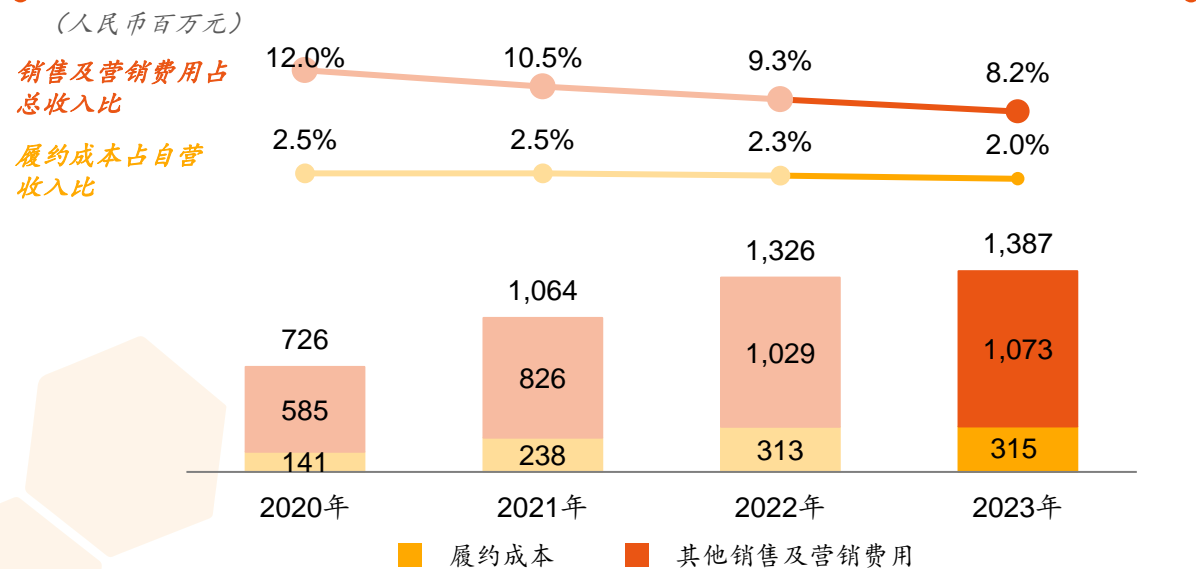


注：1. 由其他收入减去政府补贴得到，主要包括银行存款利息和投资收益

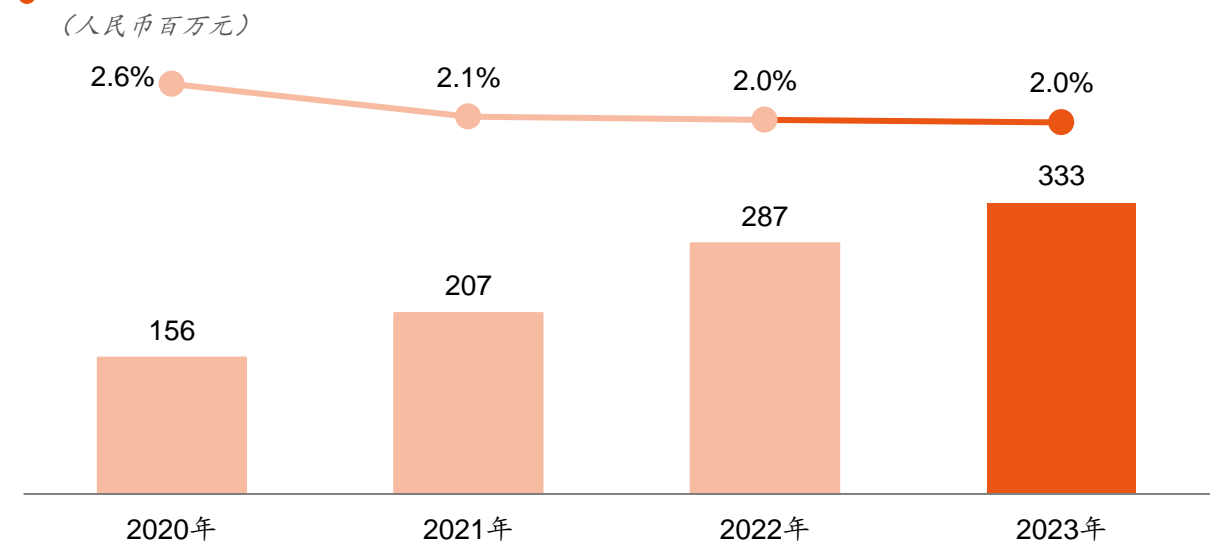
经营效率逐年改善，费用率持续下降

我们致力于改善我们的经营效率。我们总的运营费用（含ESOP）占收入比例由2020年的**15.0%**缩窄至2021年的**13.2%**，并进一步缩窄至2022年的**11.9%**和2023年的**10.7%**

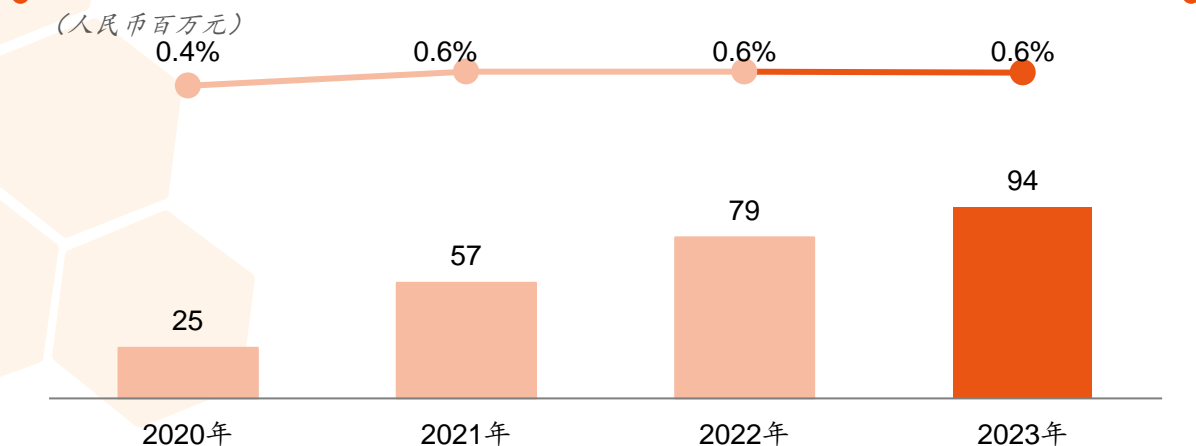
销售及营销费用



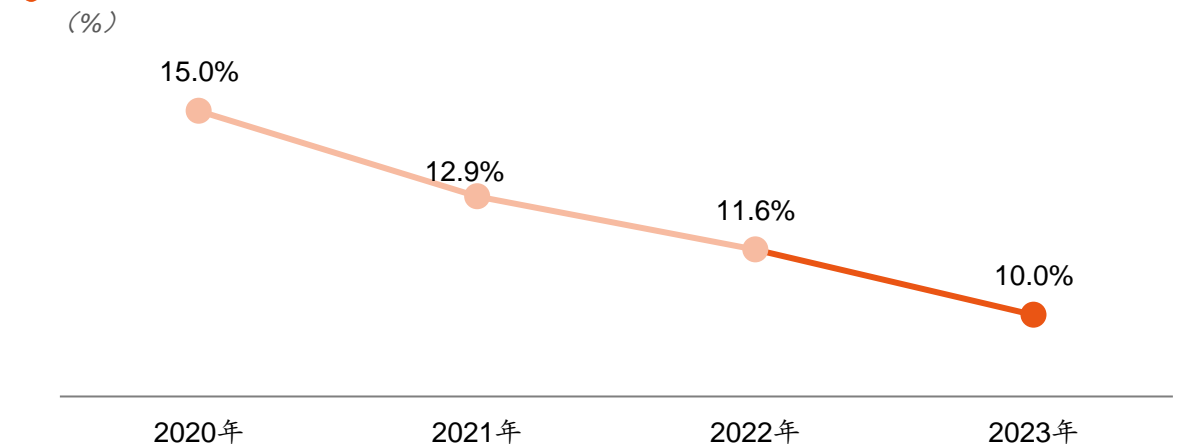
一般行政及管理费用



研发费用



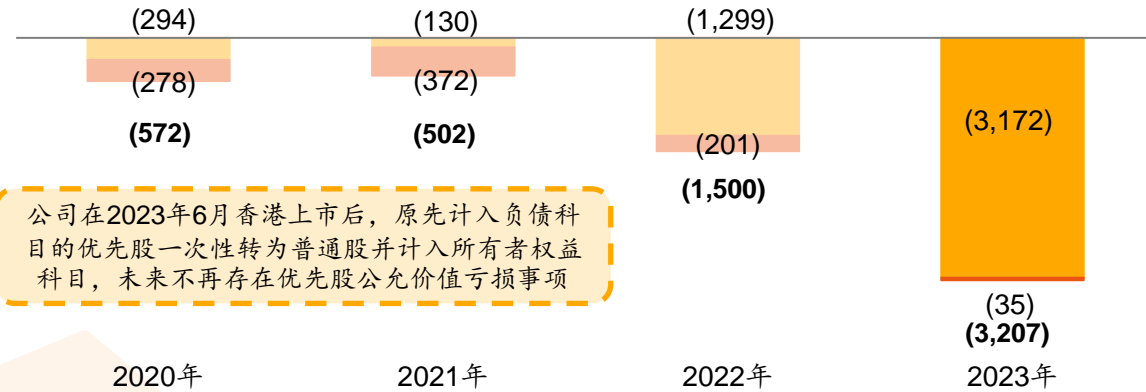
不含ESOP的运营费用占总收入比更快速下降



跨过战略亏损期，实现全年经调整净利润转正

净利润（亏损）

(人民币百万元)

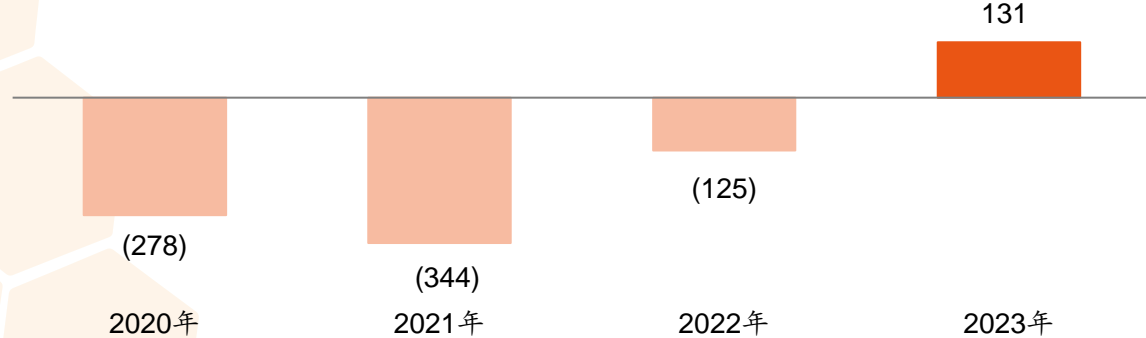


公司在2023年6月香港上市后，原先计入负债科目的优先股一次性转为普通股并计入所有者权益科目，未来不再存在优先股公允价值亏损事项

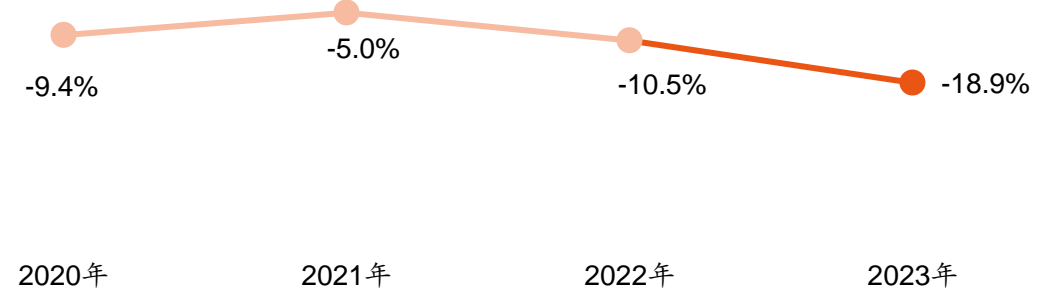
■ 优先股公允价值亏损 ■ 其他净亏损

经调整净利润（亏损）¹

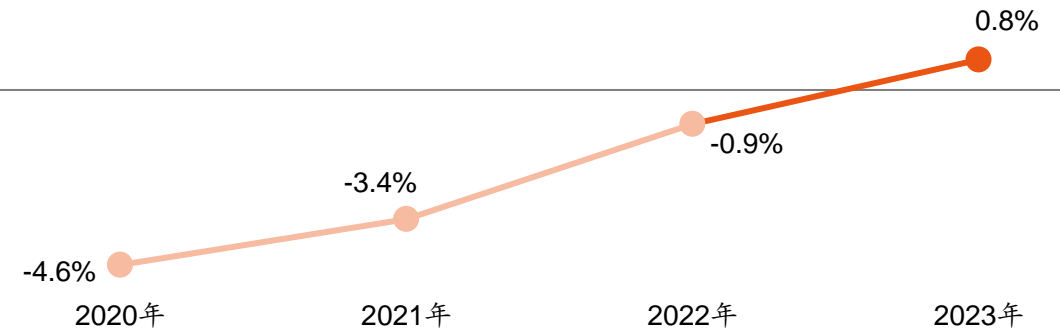
(人民币百万元)



净利润（亏损）率



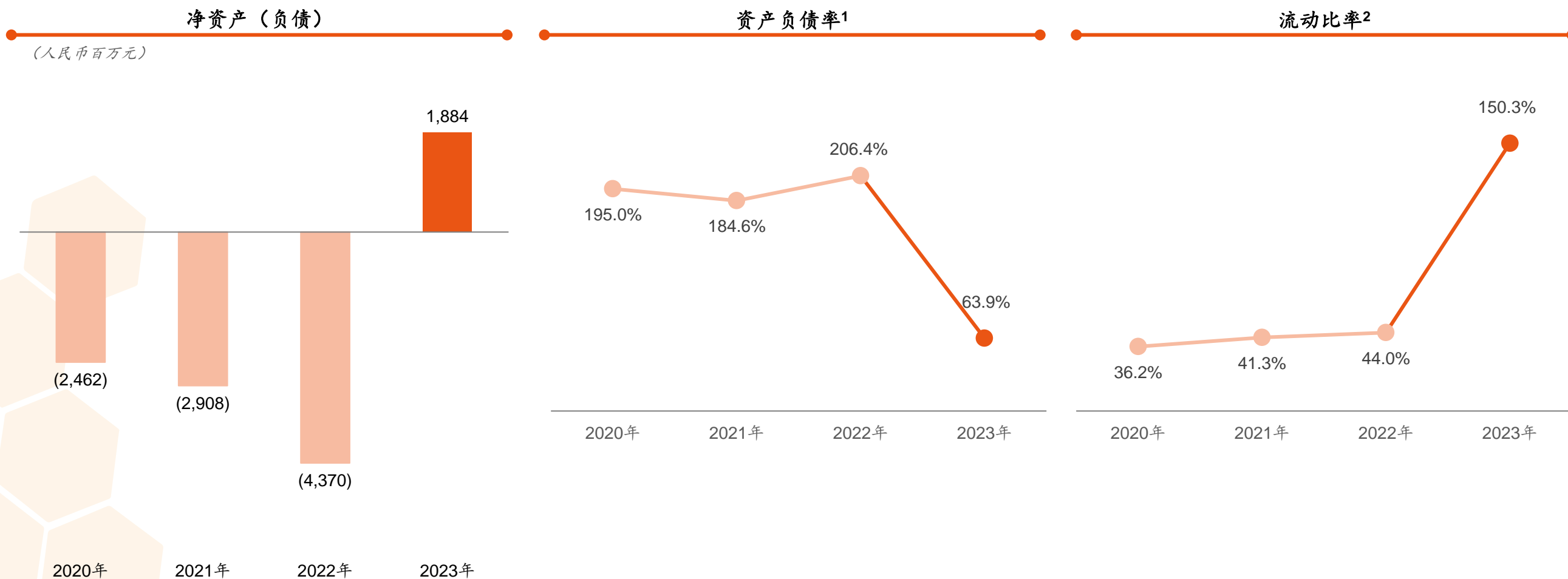
经调整净利润（亏损）率¹



注：1. 经调整净亏损是由年内亏损通过加回以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动、股权激励费用和上市费用

净资产大幅转正

我们在2023年6月香港上市后，原先计入负债科目的优先股一次性转为普通股并计入所有者权益科目，使得我们的净资产、流动比率和资产负债率发生质的改变

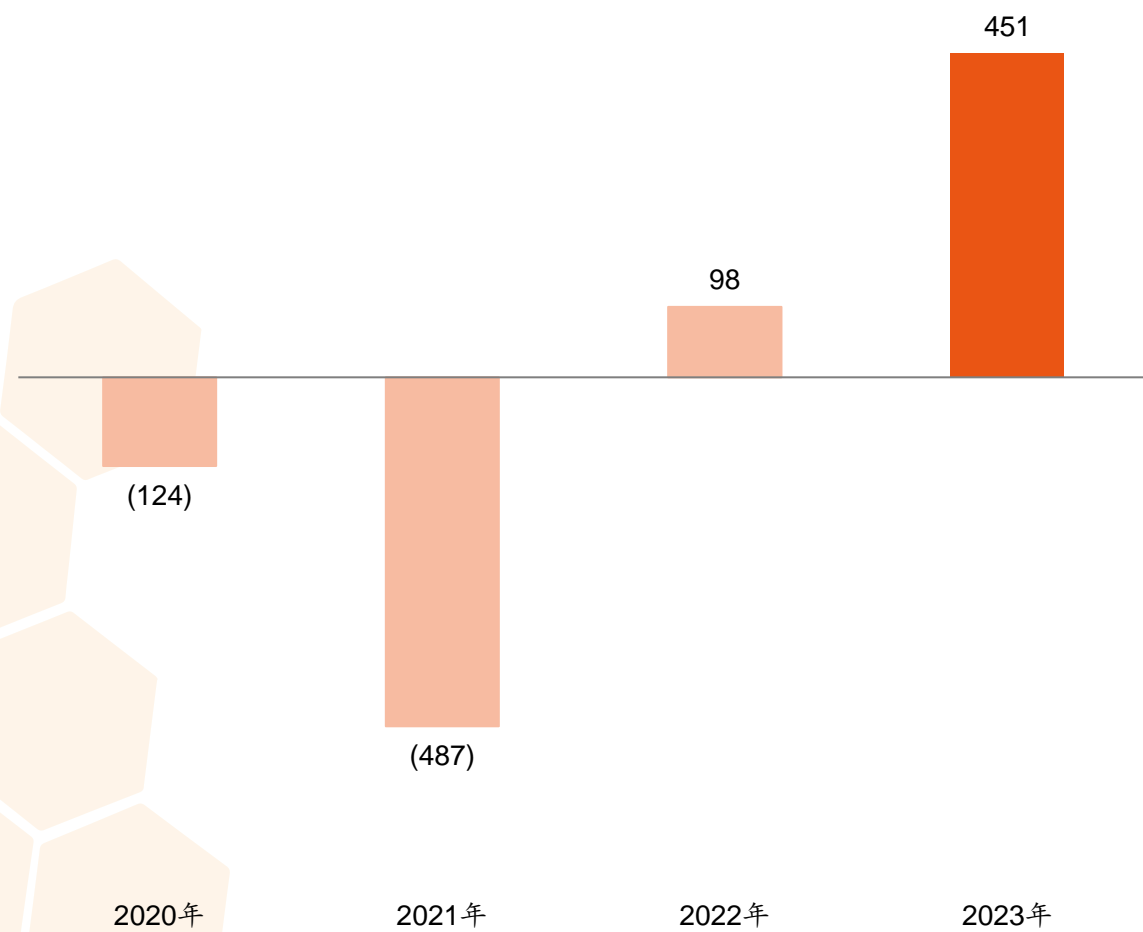


注: 1. 资产负债率=总负债/总资产; 2. 流动比率=流动资产/流动负债

现金管理能力持续提升，现金状况稳健

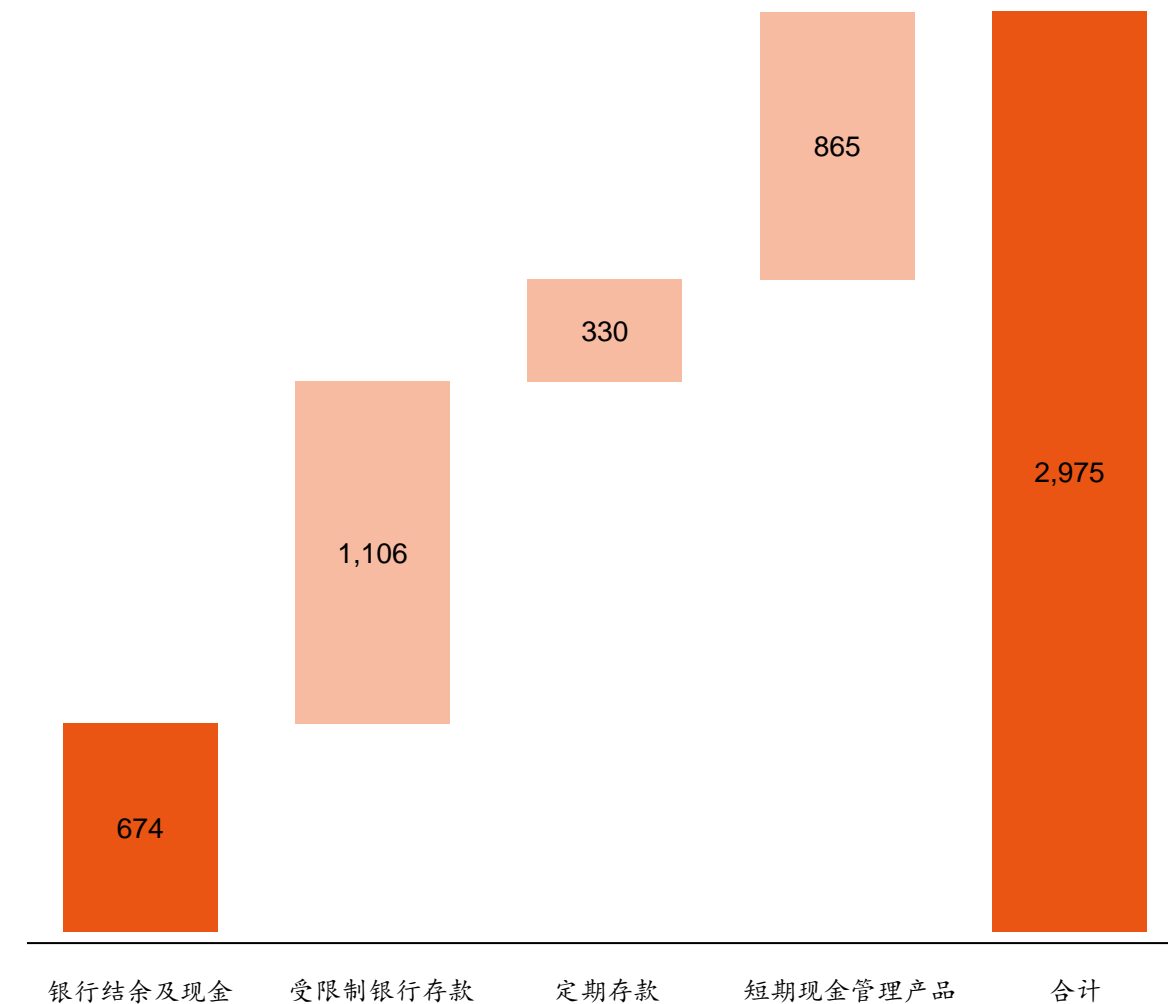
经营活动现金持续净流入

(人民币百万元)



现金流动性愈加充足

(人民币百万元)
截至2023年12月31日

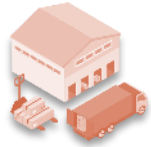


4

2024年规划



持续拓展下游客户



针对目前覆盖率已较高的单体药店，优化品类供给，扩大同城车配，提升配送效率，提升单体药店采购中药师帮份额



加速开拓与覆盖基层医疗机构，引入针剂、中药等特色品类，提升对诊所、村卫生室药品种类的满足率



沿着“帮买、帮管、帮卖”这一路径不断延伸服务，提供一站式的数字化赋能

不断巩固平台业务优势



加强与上游供给端合作，不断丰富平台药品品类，为下游提供更稳定、多样和优质的供给



重点拓展中药饮片业务

- ✓ 与产区龙头企业开展地道药材大单品合作
- ✓ 致力于建立统一的中药评级标准及中药质量评级体系

提升自营业务服务能力



加速在现有符合条件的主仓的省内周边布局更多分仓，更好地就近服务于用户



进一步发展同城车配，实现更多区域的订单半日达与当日达



加强与上游厂牌战略合作首推业务，并进一步拓展自有品牌，特别是首推大单品

大力开拓创新业务



进一步发展光谱云检服务

- ✓ 在全国范围内的基层诊所、村卫生室投放数万台数字化POCT即时检测设备
- ✓ 基层医疗终端提供“易用性、经济性、科技性”兼具的基层医学检测方案，助力基层医生实现专业化、标准化



持续迭代与推广面对诊所的光谱云诊SaaS服务

- ✓ 完善小程序报到、问诊开方、患者管理、系统管理、一键入库等功能
- ✓ 由试点省份向全国推广
- ✓ 逐步推进接入城市医保

让好医好药普惠可及

- “好医好药”——不断向上游去重塑产品的生产、制造、流通流程
- “普惠可及”——不断向下游去实现医药对消费者的公平可及和普惠性
- “医”——相对于药品供给，提升基层医疗水平是更难的题目

以科技创新，助力百万药店诊所成为更专业可靠的健康守护者

- 科技创新、数字化能力始终是药师帮解决问题的底座
- 助力药店诊所成为数亿居民实现健康预防、快病治疗、慢病康复、重症筛查的更专业可靠的场所

Q&A环节



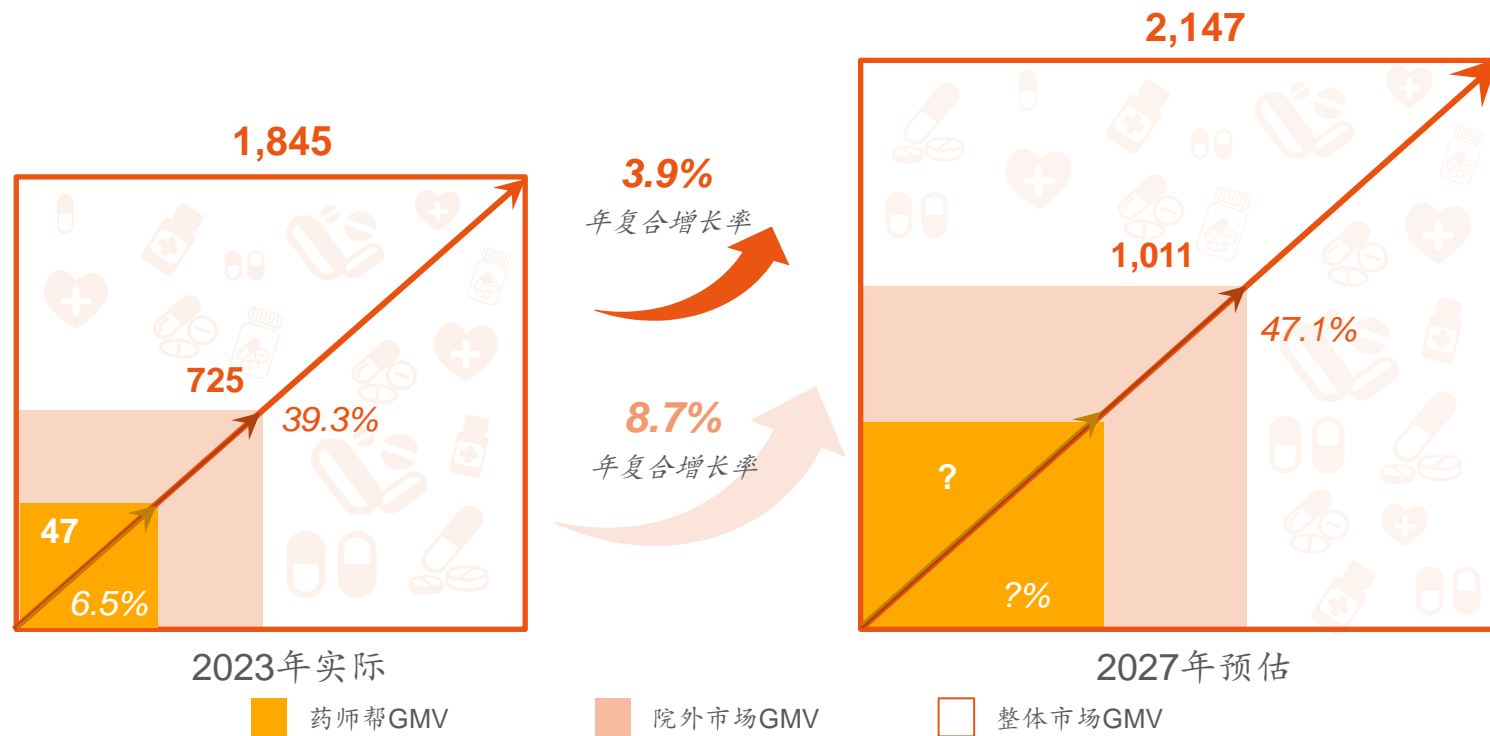
5

附录：我们的业务模式



院外医药产业市场预计将成为整体医药市场增长的重要驱动力

十亿人民币



院外医药产业市场的主要驱动力

-  国家出台关于处方药外流的有利政策
-  向院内市场推广新药的门槛不断提高
-  药企向院内市场供应药品的动力有限
-  医疗资源日益向基层倾斜成为趋势
-  新科技和新业务模式助力院外市场发展

数字化作为解决传统院外医药产业市场面临的挑战的方案

- ✘ 市场高度分散，供需不匹配
- ✘ 多层级市场导致交易成本高，效率低
- ✘ 价格不透明，药品溯源难
- ✘ 基层医疗层级缺乏数字化管理工具



数字化

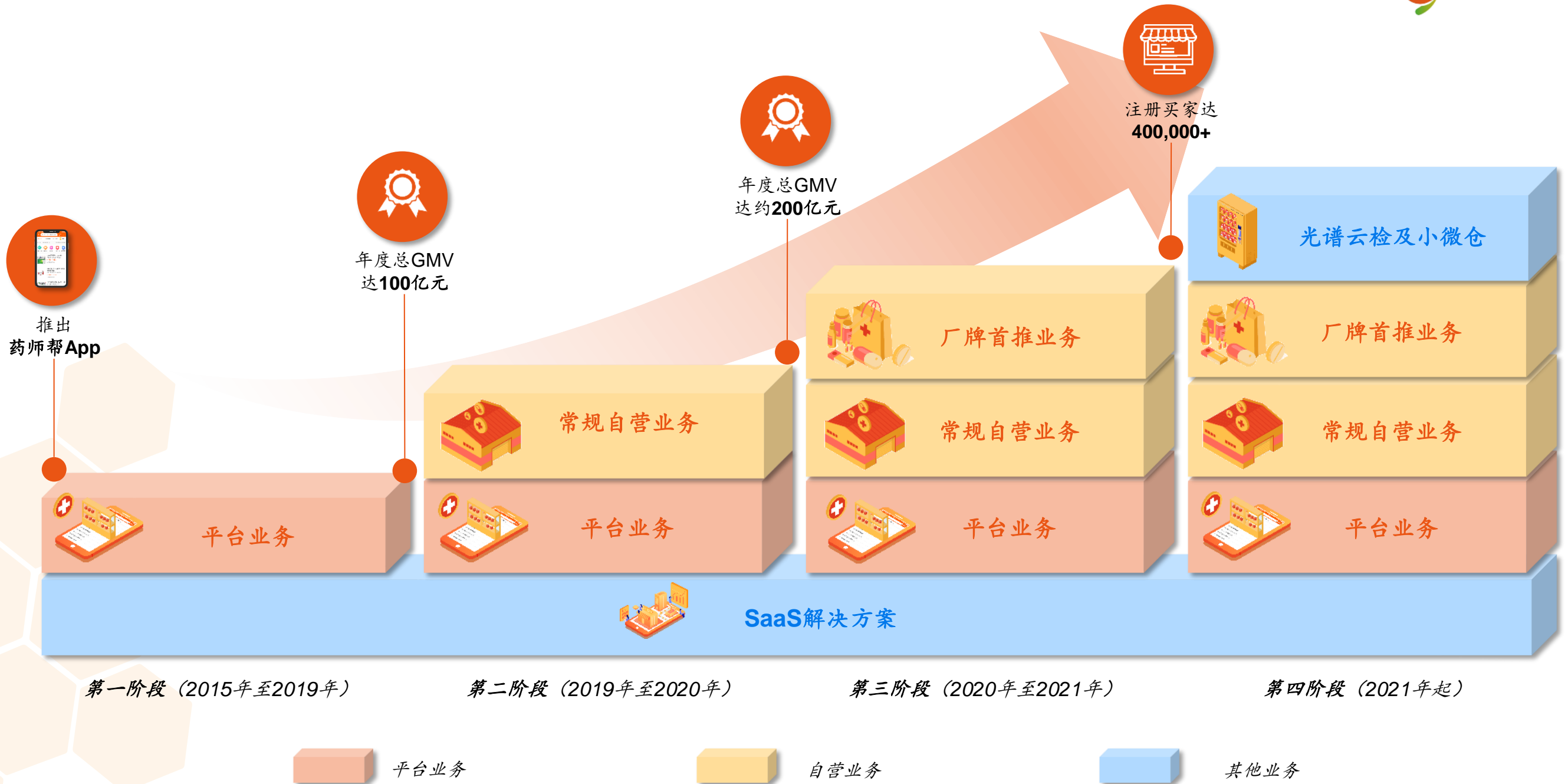
线上平台打破地域疆界，无缝连接业务上下游

数字化解决方案提升运营效率

利用数据洞见发现商机并使其变现



我们业务模式的演变





1

中国最大及发展迅速的院外医药产业数字化综合服务平台，得益于强大的网络效应

2

平台业务与自营业务的协同整合及动态平衡持续驱动业务创新增长

3

行业领先的技术及数字化解决方案，赋能全价值链的参与者

4

一流的智慧供应链管理提升用户体验和运营效率

5

深耕广阔院外医药产业行业，量身定制数字化支持商务拓展战略

6

极具远见且互联网技术和医疗健康服务经验丰富的管理团队

1 中国最大及发展迅速的院外医药产业数字化综合服务平台，得益于强大的网络效应

规模最大 + 高速增长 辅以强大网络效应



第1家

院外医药产业行业中
采用移动互联网方式
将医药价值链整合的企业



第1名

2023总GMV⁴

~470亿



第1名

院外数字化医药
产业行业份额^{1,4}

22.0%



第1名

GMV年复合
增长率^{2,4}

33.6%



第1名

月均活跃买家^{3,4}

~37万

来源：弗若斯特沙利文

注：1. 2023年GMV市场份额；2. 2020年到2023年；3. 2023年的月均活跃买家；4. 在院外数字化医药产业行业中。

2 平台业务与自营业务的动态平衡满足买家的所有需求



平台业务



自营业务



丰富多样的SKU
“多”



多样的卖家提供广泛全面的SKU



具有竞争力的价格
“省”



广泛的卖家资源提供了透明且具竞争力价格的丰富SKU



卓越的产品质量
“好”



对我们平台上的交易设置了严格的标准，确保卖家所售产品的质量



及时高效的配送
“快”



卖家负责物流配送（通常由第三方物流服务供应商）和其他售后服务



根据对海量交易信息的分析甄选合适、有需求的SKU



凭借规模经济效应实现有利的价格条件，从而帮助买家省钱



智能仓库与交付管理确保稳定的产品供应



经战略性设计的库存与交付系统可生成最优交付计划，遍布全国的仓库网络确保可靠的履约

注：饼状图显示的是商品交易总额规模(GMV)贡献率。2023年，平台业务占到总GMV的大约62%，自营业务占到总GMV的大约38%

2 厂牌首推：协同整合产业上下游，数字化赋能上游工业



药企

定位市场机会

形成合作

推出产品

数字营销

监测与反馈

500+

合作药企¹

~1,000

厂牌首推业务提供的SKU产品¹

15个

“乐药师”1.0贴牌产品
过千万品种

10家

“乐药师”1.0贴牌产品
过千万厂牌

乐药师[®]

60个

“乐药师”2.0反向柔性定制
覆盖药品种类数

20万家

“乐药师”2.0反向柔性定制
覆盖客户数



数字化营销解决方案，帮助上游实现智销

- 1、帮助上游药企的新品实现从0到1的精准营销
- 2、帮助上游药企从院内走向院外，精准投放到院外的约60万下游药店诊所



深厚且独特的市场洞察，帮助上游实现智造

- 1、面对全渠道开放的1.0流通模式
- 2、基于大量交易数据形成的市场分析，与上游药企合作生产更能满足下游需求的药品



区域专属品种的反向柔性定制，帮助上游提高产能的利用率

- 1、一品一镇一店，仅面对单体药店和诊所的2.0会员模式
- 2、集合终端需求向上游的优质厂家定制，一方面提高了上游药企的产能利用率，一方面也确保了上游药企的产出顺利转变为收入

平台业务

数据分析

供应链能力

自营业务

注：1. 截至2023年12月31日

2 其他业务会进一步提升买家参与度，助推变现能力

光谱云检

与基层医疗机构合作，
在选定的基层医疗机构投放检测设备，
进行检测并生成检测结果。

为医务人员提供强有力的支持，
帮助他们作出更明智的医疗建议，
提高基层医疗层级的检测质量



SaaS解决方案

我们的掌店易为药店提供
库存、销售及交割管理服务；
我们的云商通为医药
卖家提供销售管理



小微仓

24小时无人智慧药柜，
可提供超过2,000个SKU。帮助延长药店
运营时间，提高其运营效率

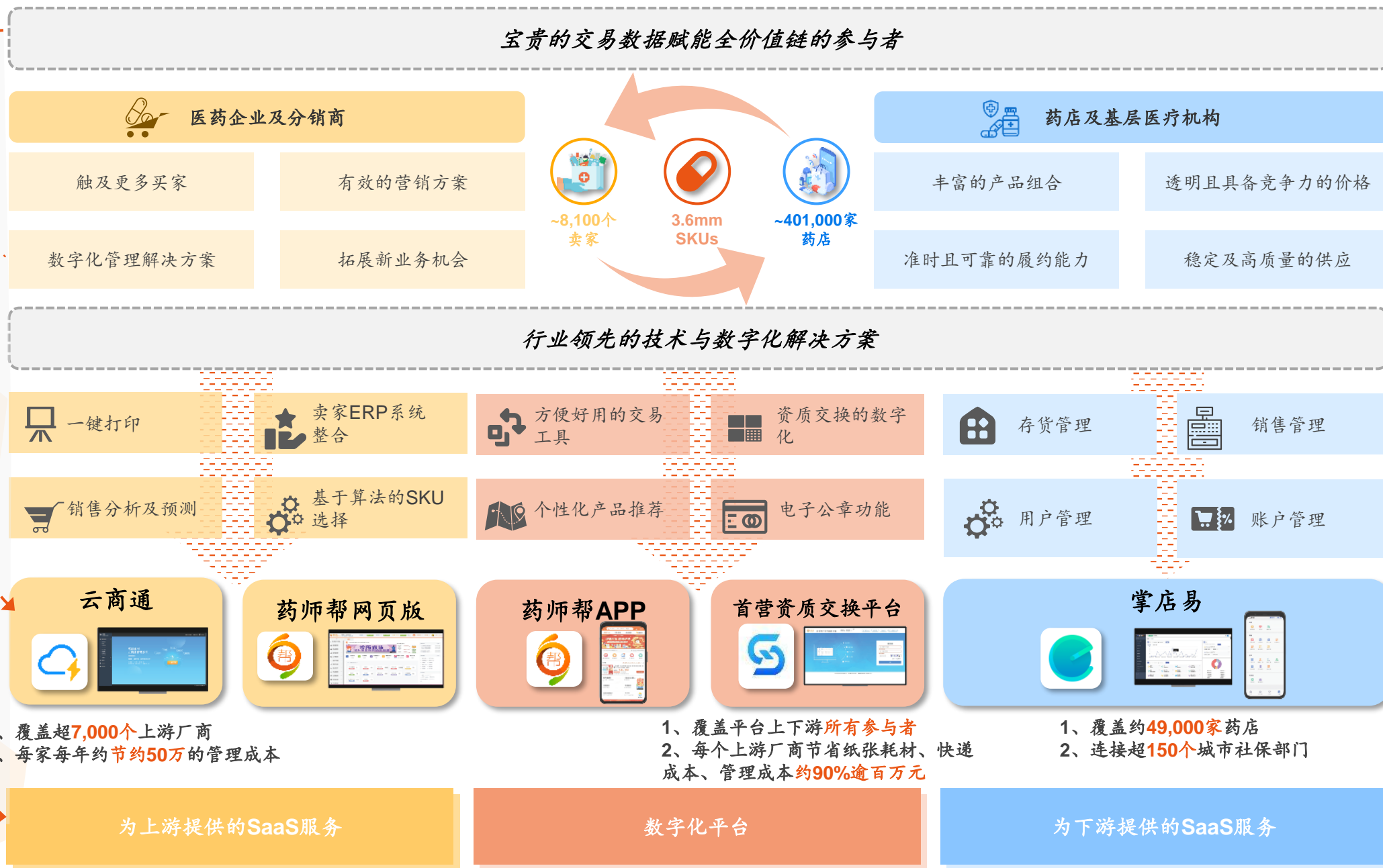


药师培训

提供准备药师资格考试的
在线课程



3 行业领先的技术及数字化解决方案，赋能全价值链的参与者

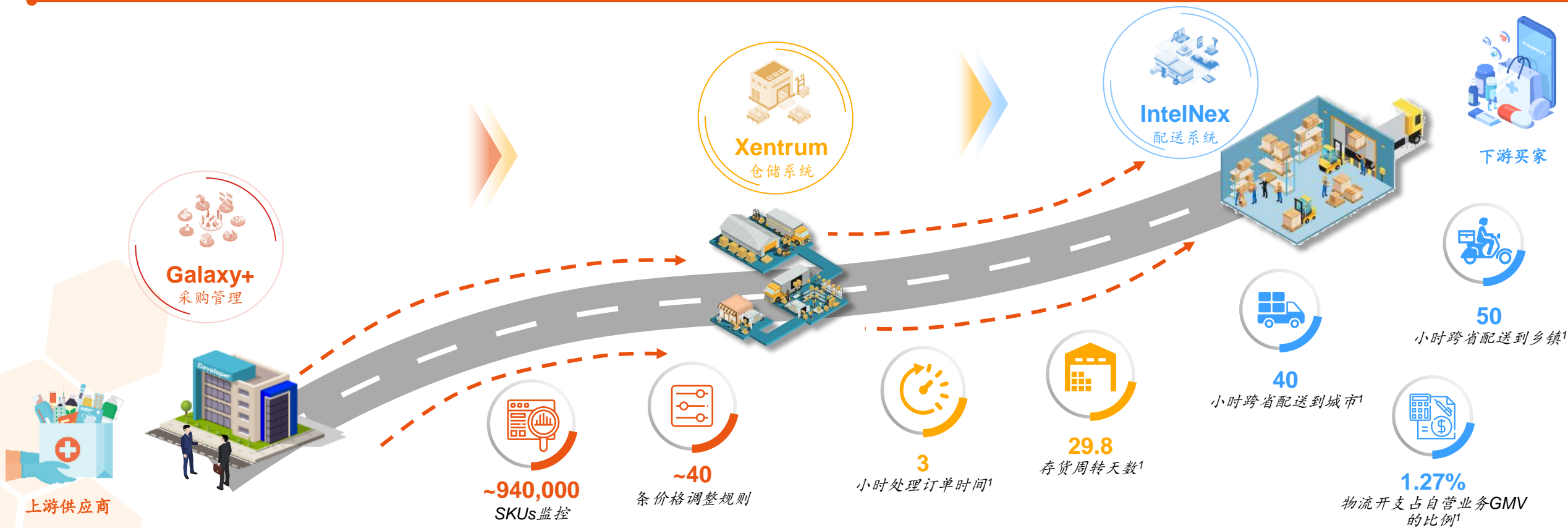


数据洞见

效率提升

4 一流的智慧供应链管理提升用户体验和运营效率

我们的智慧供应链管理系统在有效管理上下游方面卓有成效...



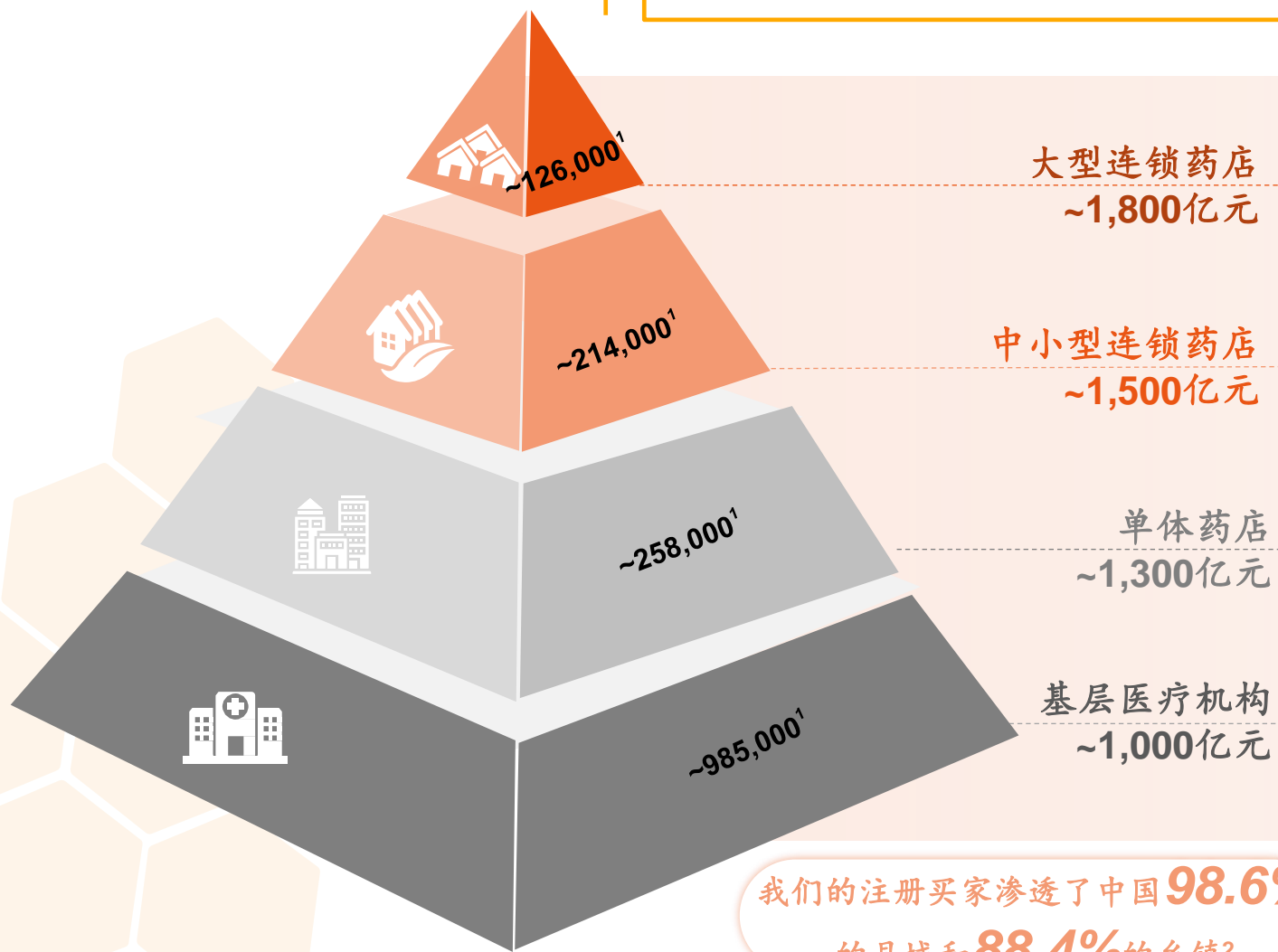
...让我们能够实现快周转和高效现金管理，是我们的核心竞争力

应付周转天数 ¹	存货周转天数 ¹	应收周转天数 ¹	»»	现金周期 ¹
54.4 天	29.8 天	2.2 天		-22.4 天

注：1. 2023年数据

5 我们是关注基层医疗层级需求的行业先行者

我们专注于为基层医疗机构提高**自营药品供应链能力**和**下游医疗专业服务能力**



- 缺乏议价能力
- 分布较为分散
- 履约效率低
- 营业效率低
- 医学水平低



我们的注册买家渗透了中国**98.6%**的县域和**88.4%**的乡镇²

资料来源：弗若斯特沙利文
注：1. 根据弗若斯特沙利文，截至2021年12月31日的零售终端估计数量；2. 截至2023年12月31日

5 我们量身定制商务拓展战略以最佳反映我们的市场定位

集中和数字化管理的销售队伍

杰出的销售技能

医药知识

了解当地市场



药伙伴

- ✓ 推广药师帮APP
- ✓ 推广厂牌首推产品
- ✓ 其他业务的交叉推广
- ✓ 收集有价值的市场反馈



将买家与商务拓展成员智能匹配



App内的绩效跟踪



生成动态销售策略

商务拓展成员人均管理约**135**家药店²

商务拓展覆盖全国



2,900+
商务拓展团队成员¹



31
省份覆盖¹



~652,000
买家¹

注：1.截至2023年12月31日

6 极具远见且互联网技术和医药产业经验丰富的管理团队

我们的管理团队兼备医药产业经验和信息技术能力，推动医药交易和服务的迭代以及数字化供应链的发展



20+

张步镇

董事会主席兼首席执行官



- 在管理互联网科技公司和为中国企业开发技术解决方案方面拥有**超过20年**的丰富经验
- 在房天下任职**15年**，负责技术开发和商业管理



15+

陈飞

执行董事兼首席财务官



- 前任土巴兔集团首席财务官兼董事会秘书
- 拥有**超过10年**投资银行及金融服务行业经验



24+

肖浩东

副总裁



- 曾于西安杨森制药有限公司任职**超过15年**，担任南部地区商务销售总监
- 曾于广州医药有限公司大众药品销售分公司担任总经理
- 曾于强生（上海）医疗器材有限公司，担任渠道管理总监



14+

陈焯杞

首席技术官



- 曾担任威创集团股份有限公司系统架构师
- 曾就职于新邮通信设备有限公司

#+

相关工作经验

拥有顶级科技及医疗投资者支持



H CAPITAL



谢谢!

@ 药师帮