

药师帮 2024年中期业绩发布

2024年8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 interim report for the unaudited results of the Group for the six months ended 30 June 2024, 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

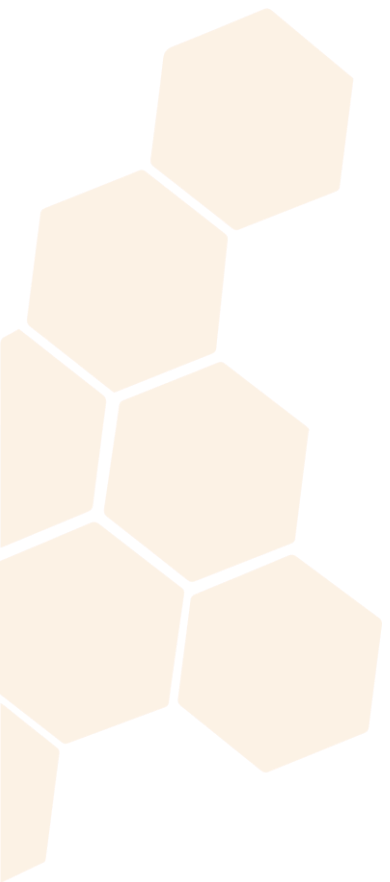
1/ 2024年上半年业绩亮点

2/ 2024年上半年运营亮点

3/ 2024年上半年财务亮点

4/ 未来规划

附录 我们的业务模式



1

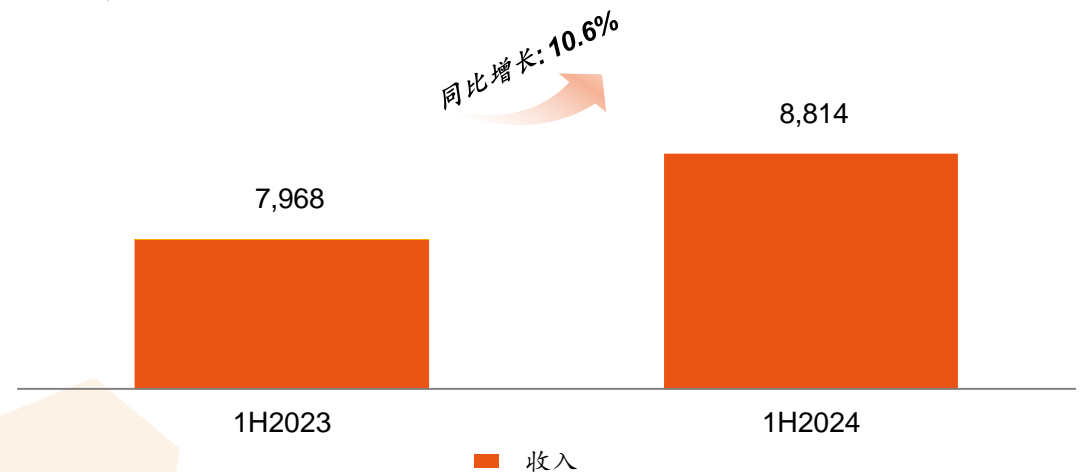
2024年上半年 业绩亮点



2024年上半年，收入逆市双位数增长，盈利水平进一步突破

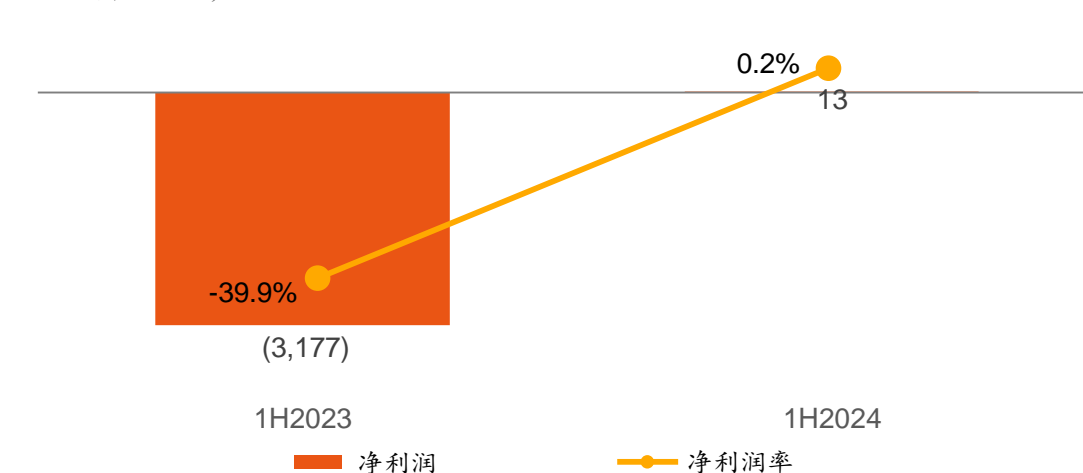
收入规模持续稳步增长

(人民币百万元)



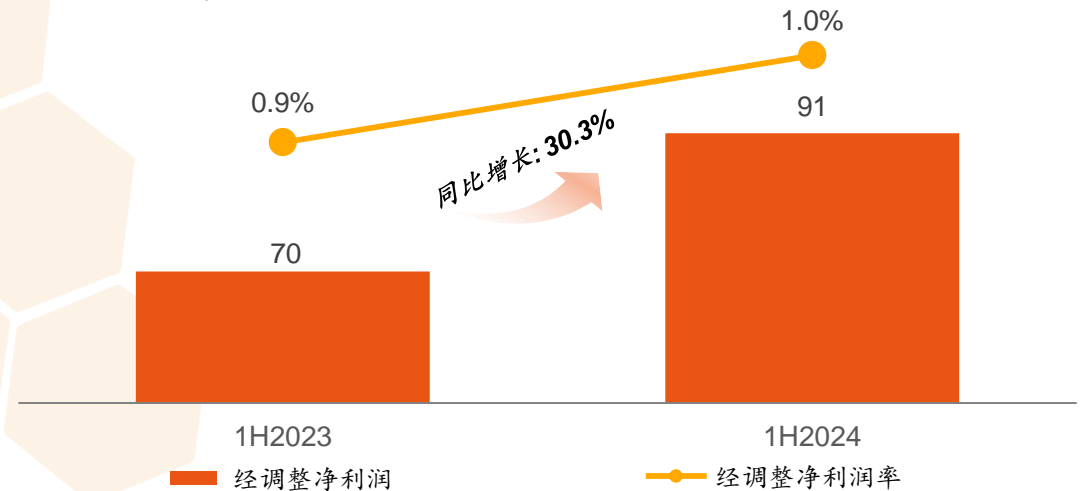
会计净利润首次大幅扭亏为盈

(人民币百万元, %)



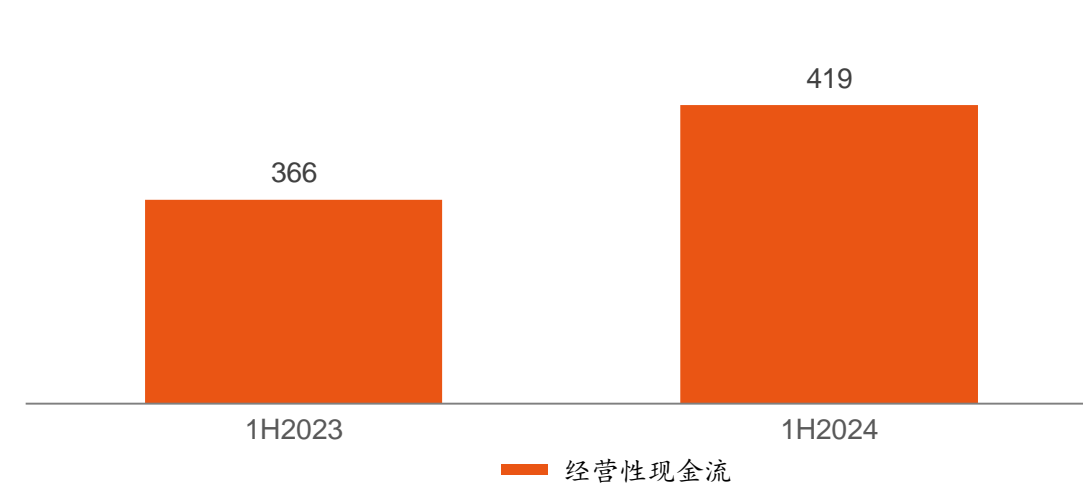
经调整净利润持续大幅增长

(人民币百万元, %)



经营性现金流持续净流入

(人民币百万元)

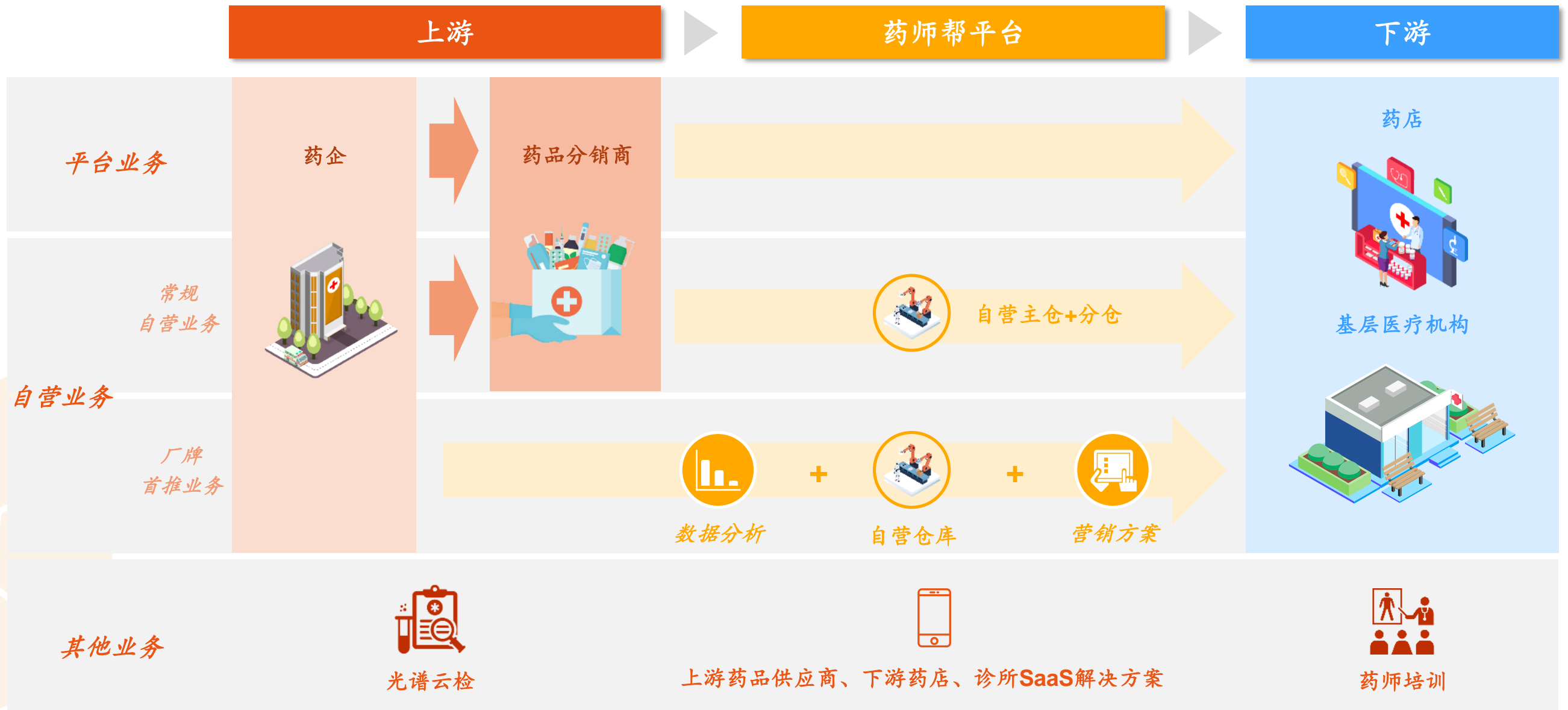


2

2024年上半年
运营亮点



平台+自营+首推的业务模式，持续聚焦与深耕院外医药市场

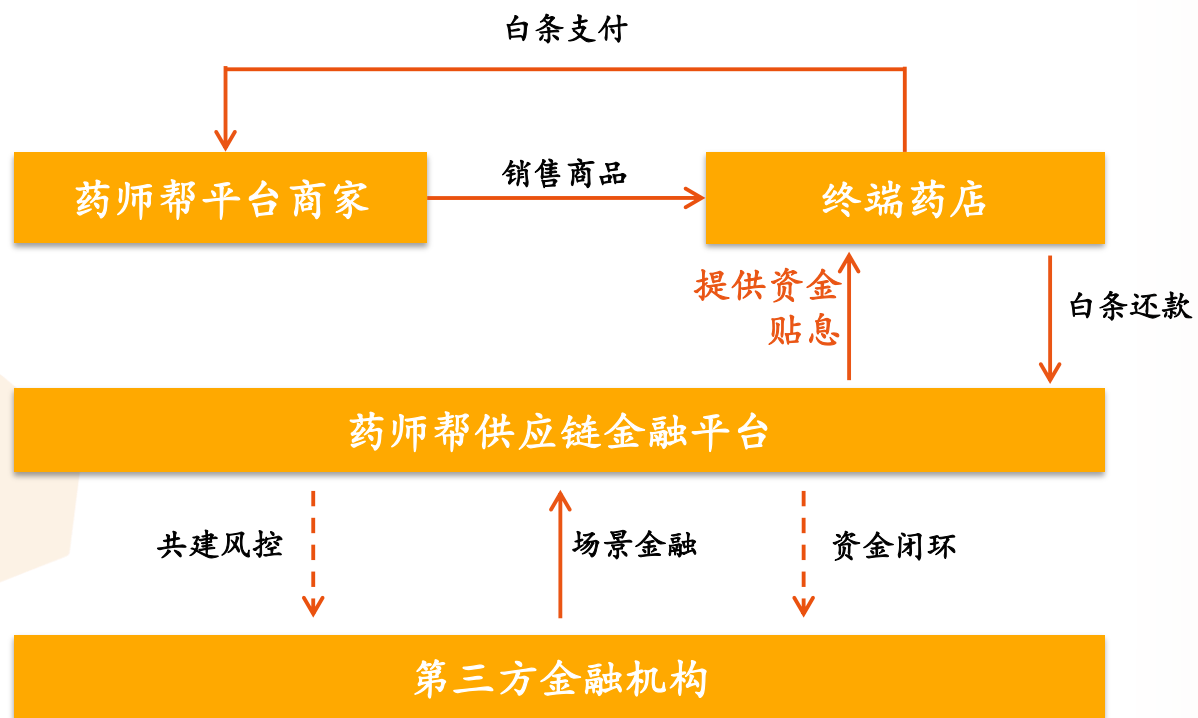


运营亮点概览：增长质重于量，增效降本并行



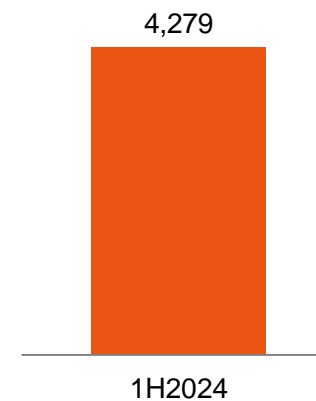
1 高质量增长之客户类别：不断为中小连锁客户提供创新的整体解决方案

供应链金融产品促进下游连锁药店在平台的采购



平台的连锁总部采购家数占全国连锁总数超60%

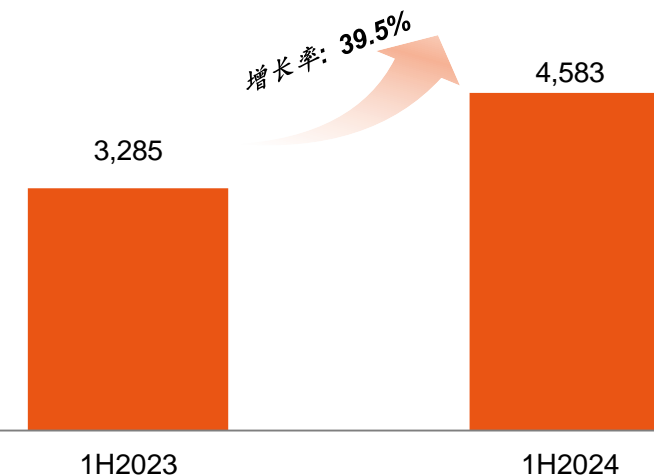
(家)



占全国连锁药店总数约64%

连锁总部在平台采购额占平台总GMV约20%

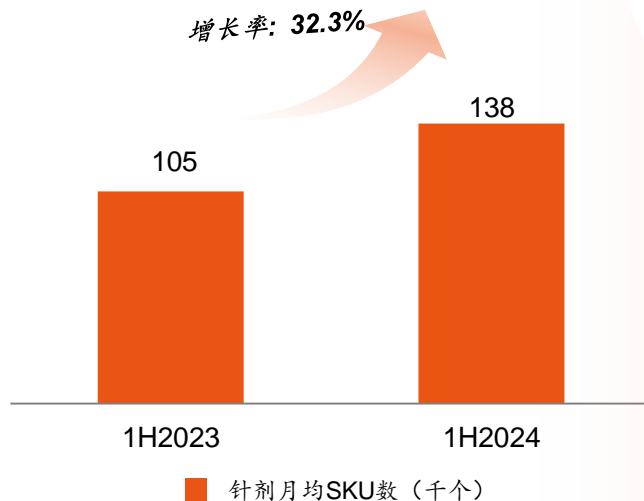
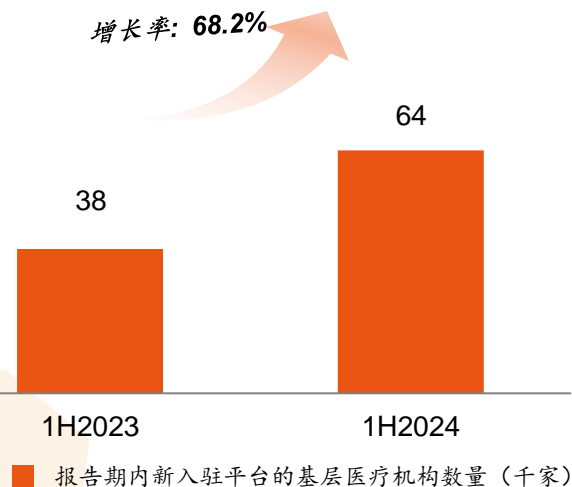
(人民币百万元)



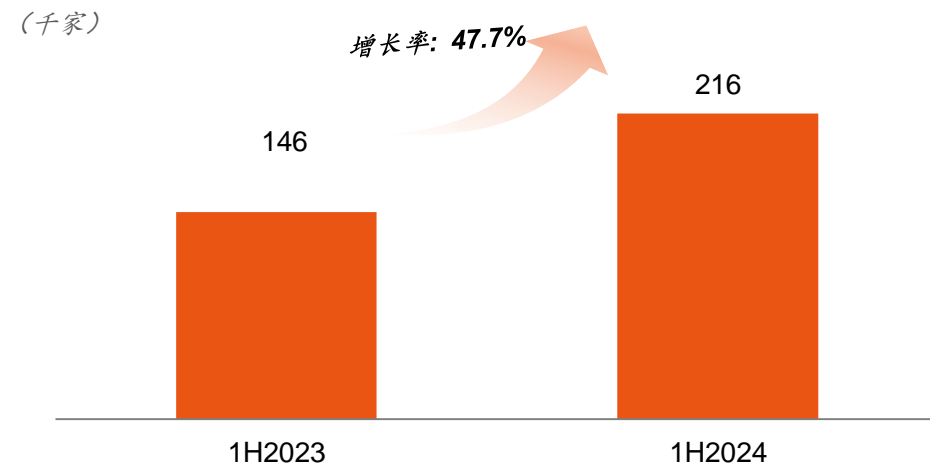
注: 1. 截至2024年6月30日的六个月

1 高质量增长之客户类别：加速引进基层医疗机构和丰富针剂等诊所品种

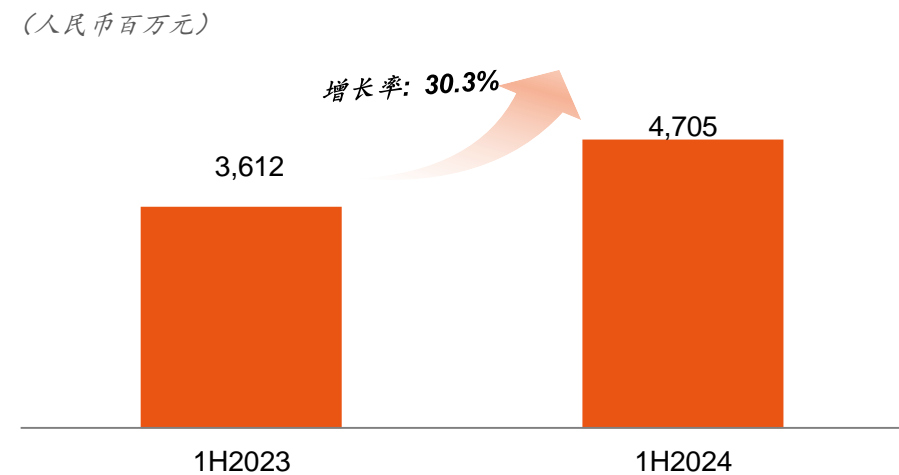
加速引入基层医疗机构，并大力提升对其的品种满足率



基层医疗机构的付费采购用户数迅速增长



基层医疗机构在平台采购额占平台总GMV约20%

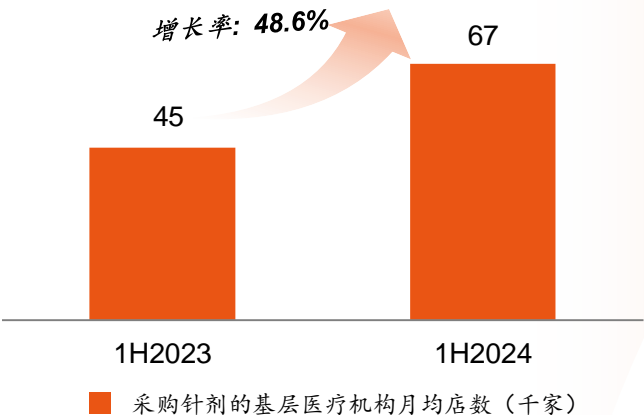


78.9%

自2023年底

35.0%

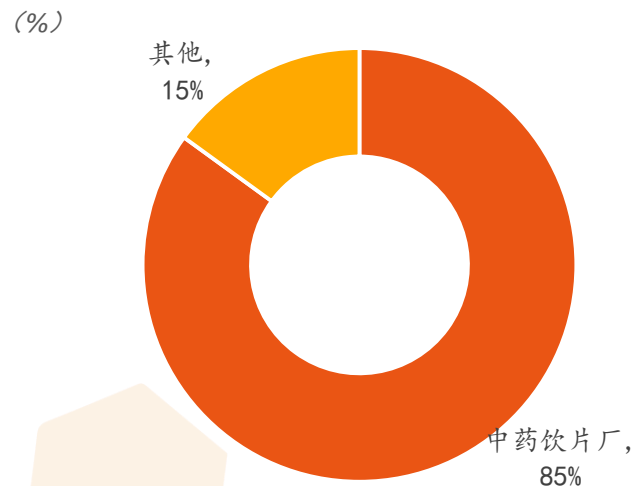
自营仓对其所在区域基层医疗机构的TOP200针剂的满足率¹



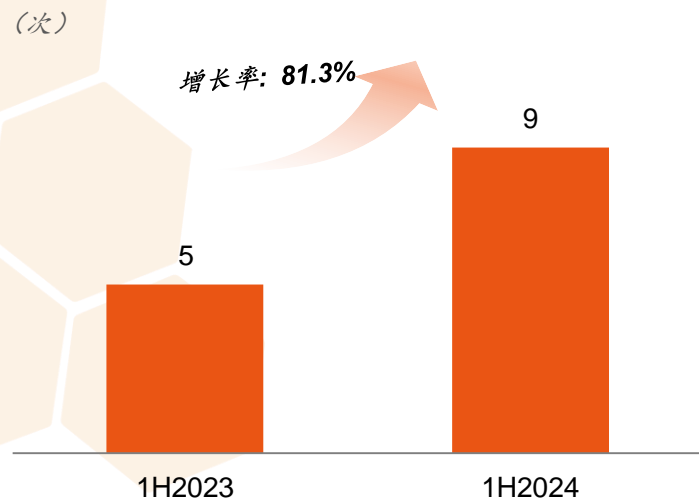
注: 1. 截至2024年6月30日的六个月

2 高质量增长之SKU：中药饮片业务高速增长，逐步推进中药饮片标准建立

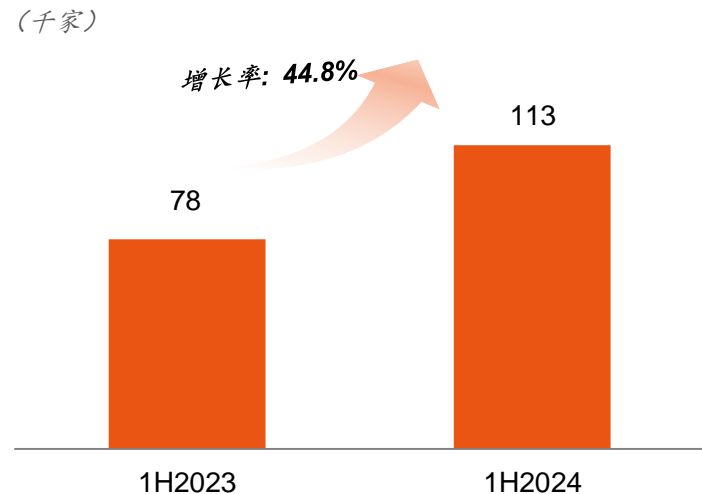
1H24平台中药饮片超85%为饮片厂直供



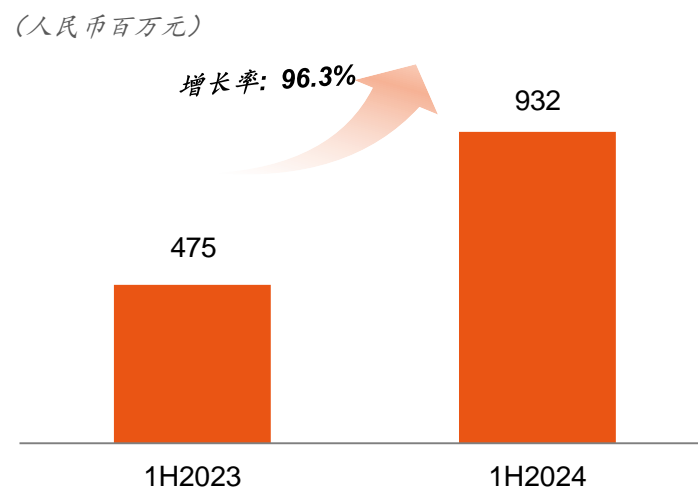
中药饮片每月店均采购次数高速增长



中药饮片月均采购用户数同比增长约45%



中药饮片GMV同比接近翻番



已建立60个中药饮片的金方标准

关键指标

颜色

大小

碎屑率



金方标准：

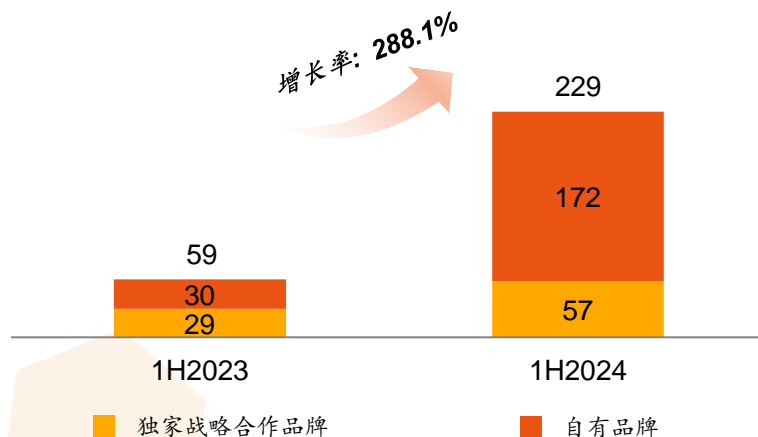
川贝母、白芍、当归、党参、甘草、红参、黄芪、三七、白术、川芎、黄柏、酸枣仁等

3 高质量增长之业务细分：优化首推结构，聚焦独家战略合作品牌及自有品牌

“大单品”战略初见成效，再次验证“乐药师”在下沉终端影响力

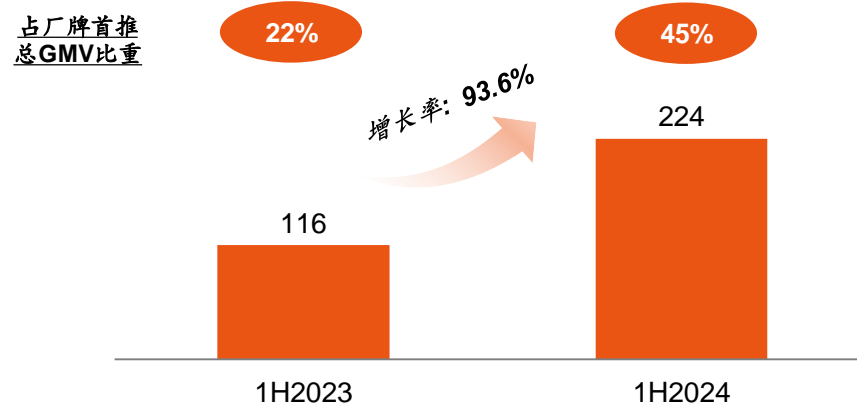
独家战略品牌及自有品牌SKU数大幅增加

(个)



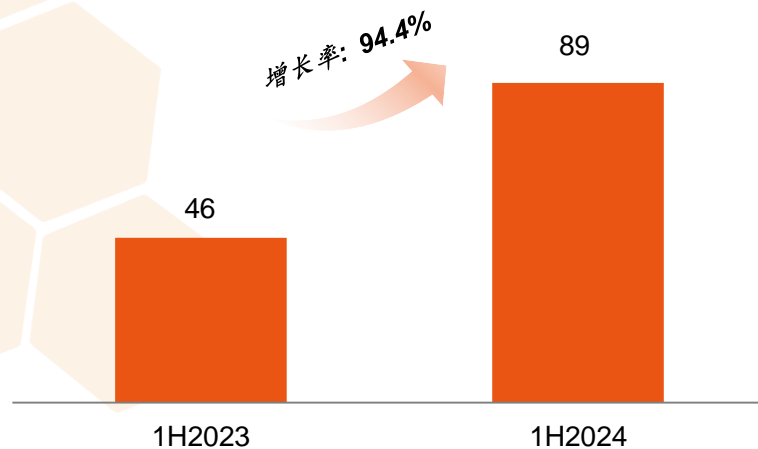
独家战略合作品牌及自有品牌GMV快速增长

(人民币百万元)



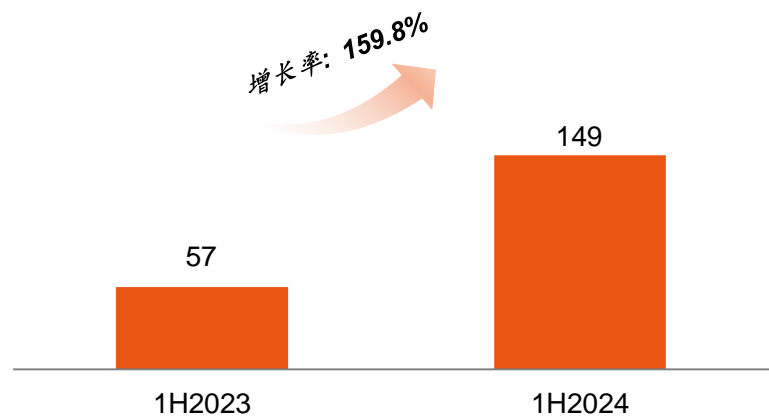
自有品牌月均买家同比增长超90%

(千家)



自有品牌GMV高速增长

(人民币百万元)



首个大单品上市5个月覆盖10万家终端

2024年6月单月GMV突破千万元

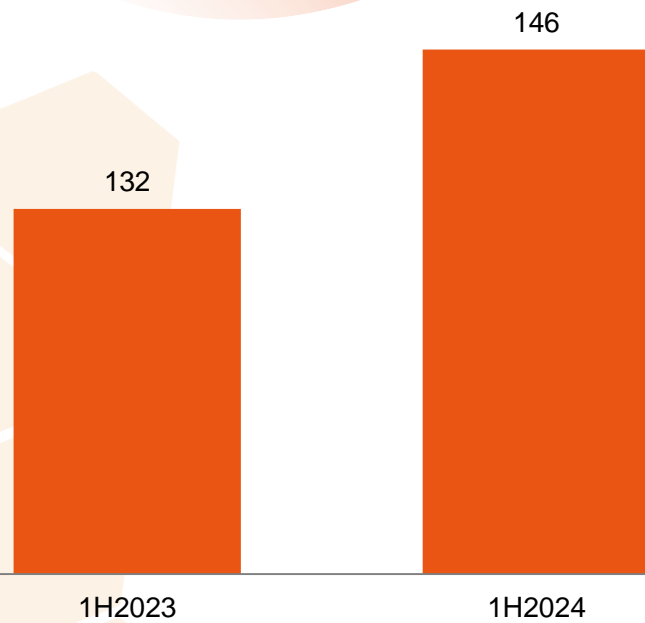
单体药店及基层医疗机构贡献80%的GMV

4 增效降本之平台人效：平台BD拓展及管理下游药店诊所的效率持续优化

BD人均管理宽幅持续提升

(家)

增长率: 10.6%

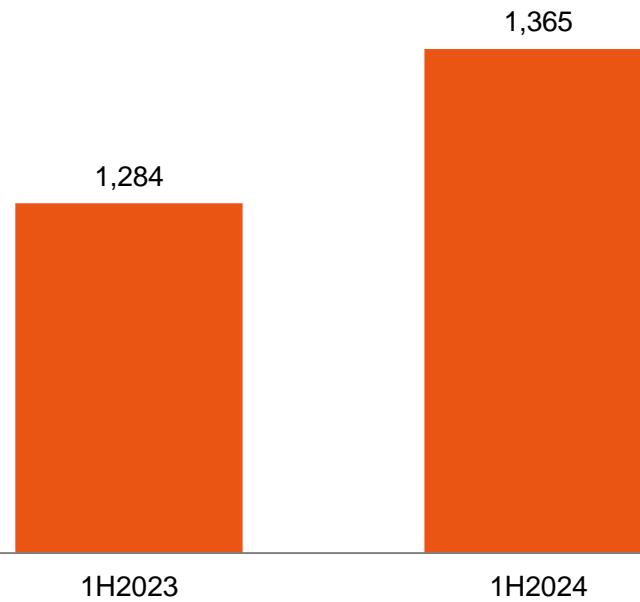


■ 每个BD平均管理药店诊所数

BD人均产出不断提高

(千元)

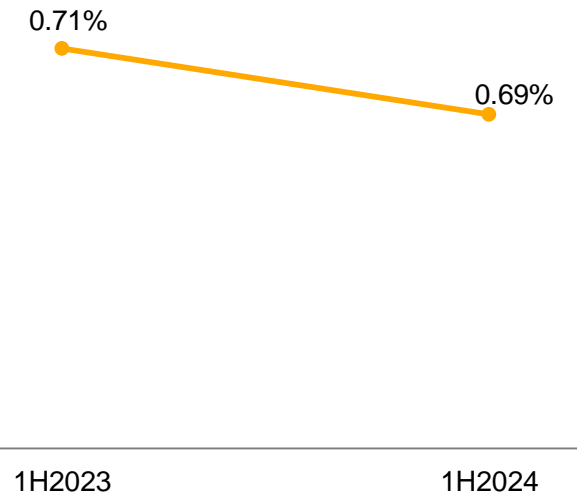
增长率: 6.4%



■ 每个BD月均贡献GMV

BD人工成本占总GMV比持续下降

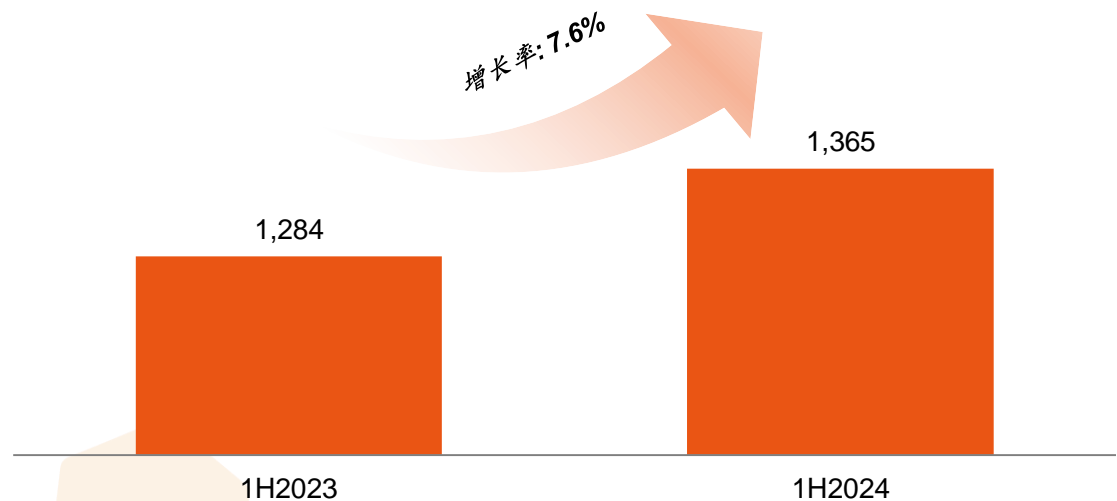
(%)



5 增效降本之自营人效：自营仓库运营管理人效持续提升

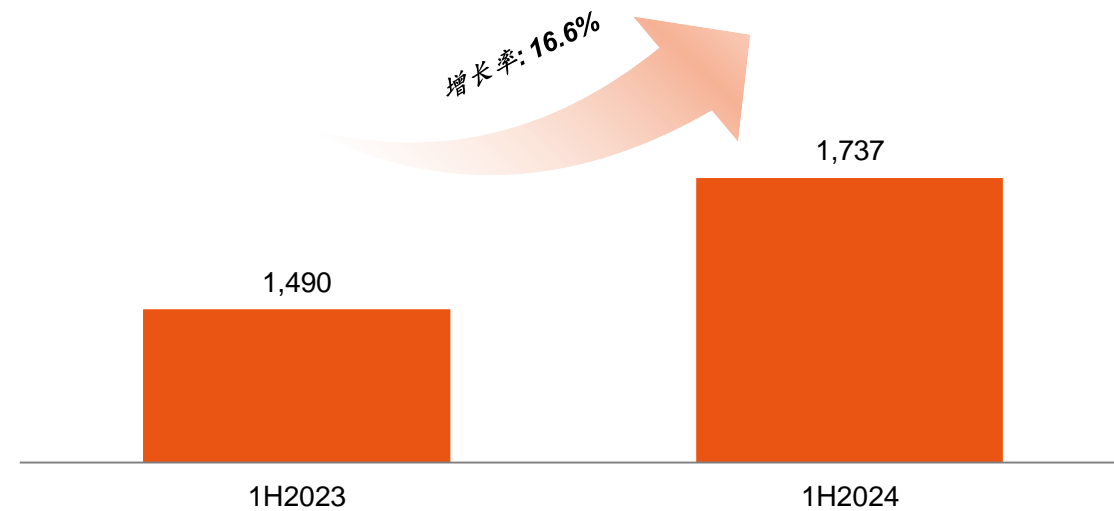
仓库人均管理面积不断增长

(平方米/人)



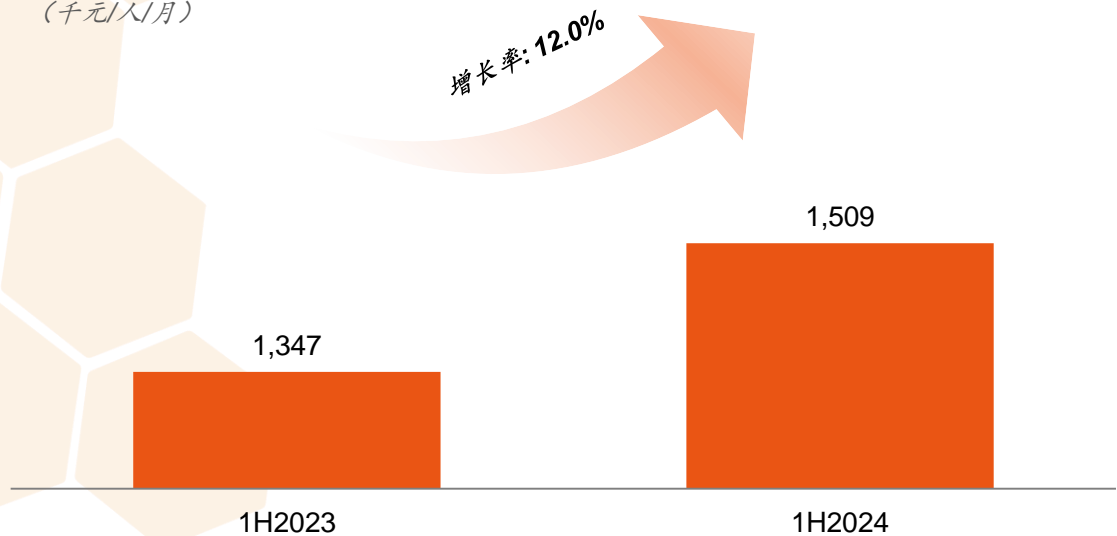
仓库每月人均出库订单数量不断提升

(单/人/月)



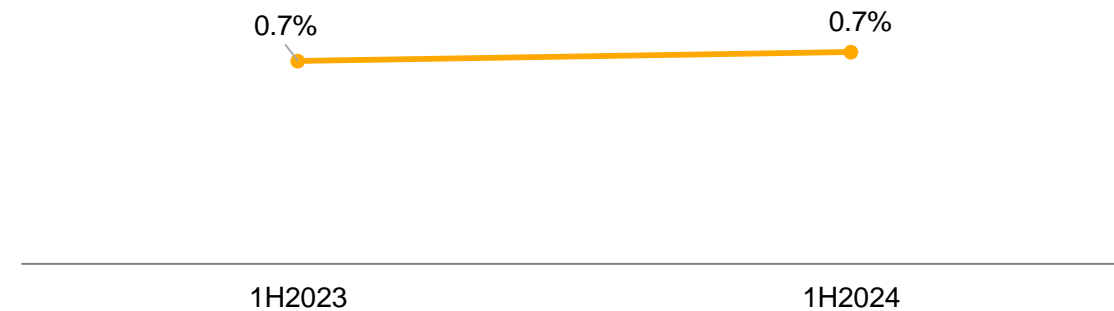
仓库每月人均出库GMV不断提升

(千元/人/月)



仓库人工成本占自营GMV比保持稳定

(%)



5 增效降本之自营物流效率：自营出库及物流效率不断提升

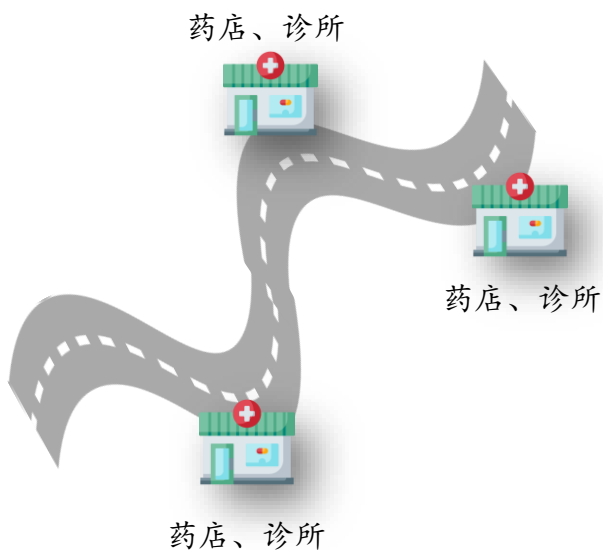
主仓与分仓一体化战略布局，离客户更近，速度更快

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



自建物流平台，同城车配提升效率



3小时

订单出库时间¹



17个城市/
150+线路

已开通自有物流之城市及线路²



58% / 半日达

实现半日达的同城订单占比¹

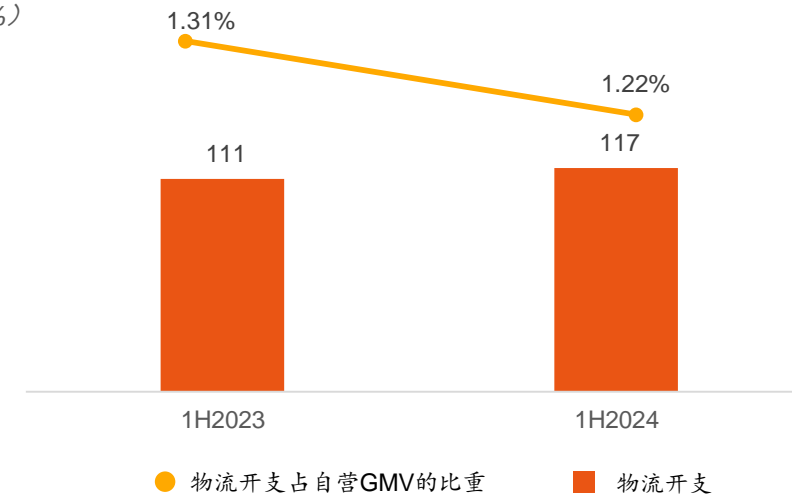


15% / 8小时

实现8小时达的同城订单占比¹

物流开支占自营GMV的比重继续下降

(人民币百万元, %)



● 物流开支占自营GMV的比重

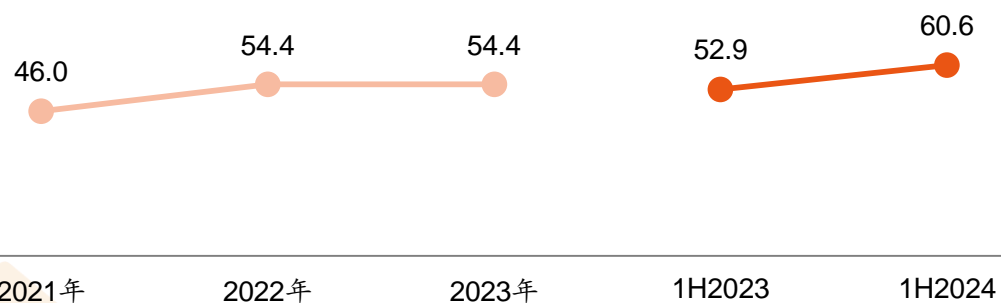
■ 物流开支

注: 1. 截至2024年6月30日的6个月; 2. 截至2024年6月30日

6 增效降本之资金效率：运营资金周转效率不断提高，远胜同侪

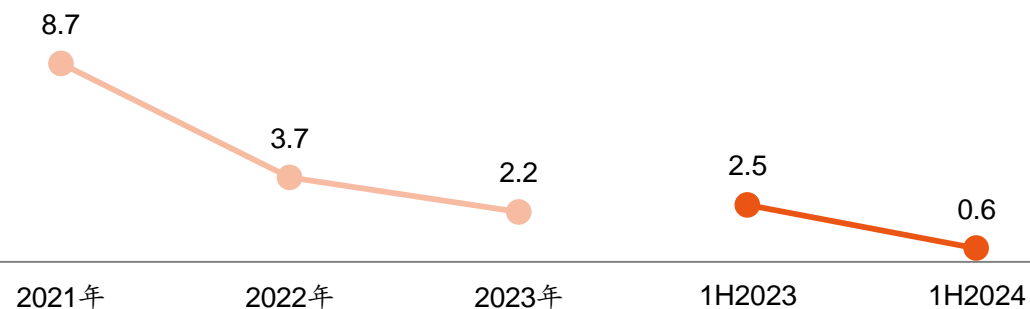
应付账款周转天数

(天数)



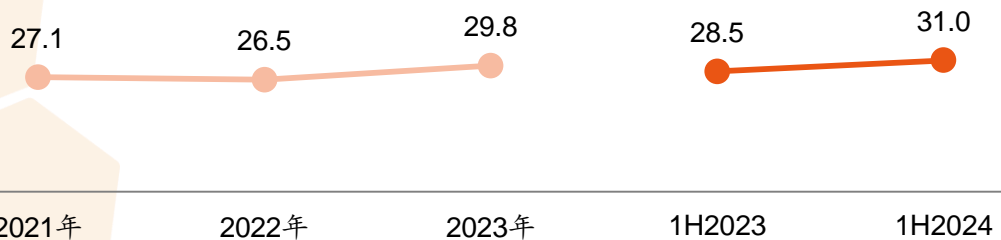
应收账款周转天数

(天数)



存货周转天数

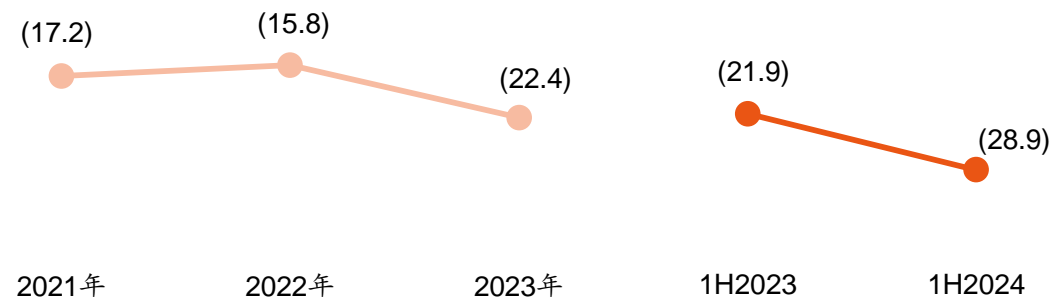
(天数)



为确保药品的稳定供应及品类的满足率，我们增多了部分药品的备货

负现金周转周期¹，不需占用资金

(天数)



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

6 增效降本之资金效率：高效资金周转带来持续资金沉淀和收益

“快周转，零应收”的业务模式带来沉淀资金



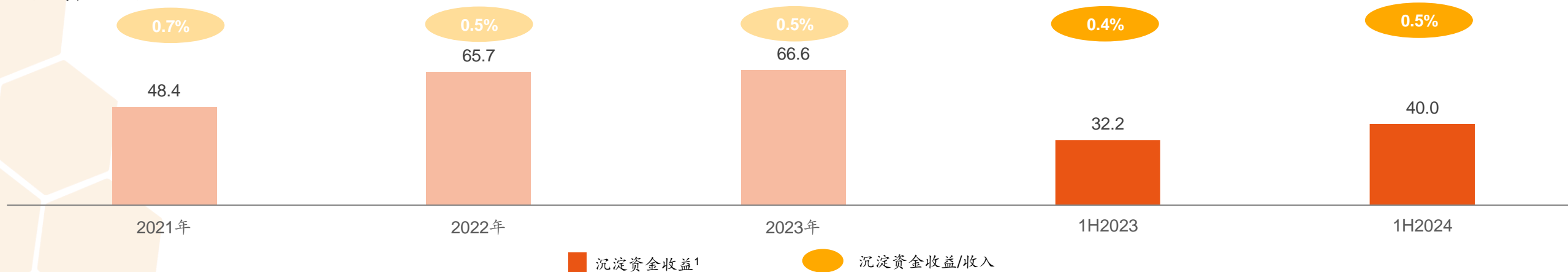
自营上游供应商



平台上游卖家

沉淀资金创造持续收益，作为毛利率的有效补充

(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

3

2024年上半年 财务亮点



2024年上半年财务回顾：逆市增长，盈利突破



药品零售行业负增长的背景下保持两位数增长

88.14亿
24年上半年总收入

10.6%
24年上半年收入同比增长率



会计净利润首次大幅扭亏为盈

0.13亿
24年上半年净利润

0.2%
24年上半年净利润率



经调整净利润大幅增长

0.91亿
24年上半年经调整净利润率

30.3%
24年上半年经调整净利润同比增长率



经营性净现金流持续稳定增长

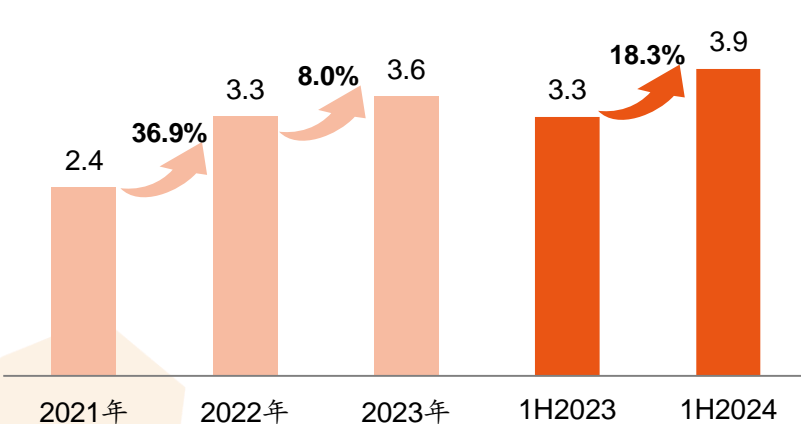
+4.19亿
24年上半年经营活动现金净流入

33.67亿
截至2024年6月30日的总流动资金¹

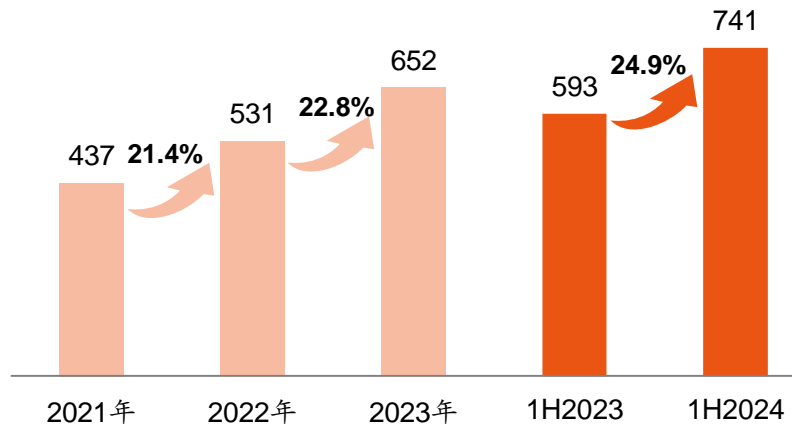
注：1.流动资金包括银行结余及现金、受限制银行存款、定期存款以及短期现金管理产品

下游买家数量持续增长，粘性持续增强，生态繁荣

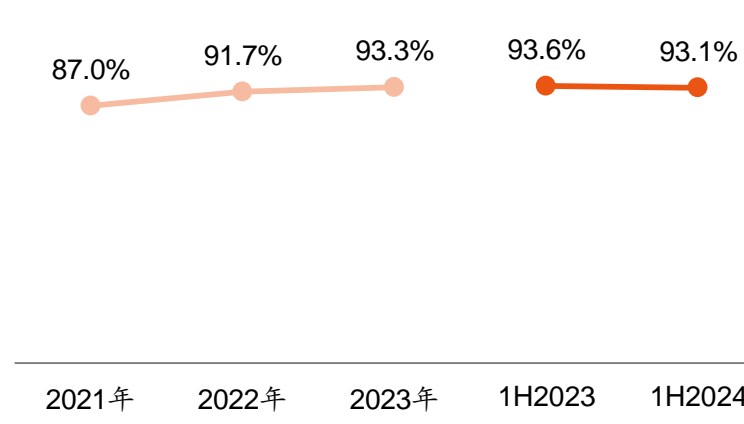
月均可提供SKU¹ (百万个)



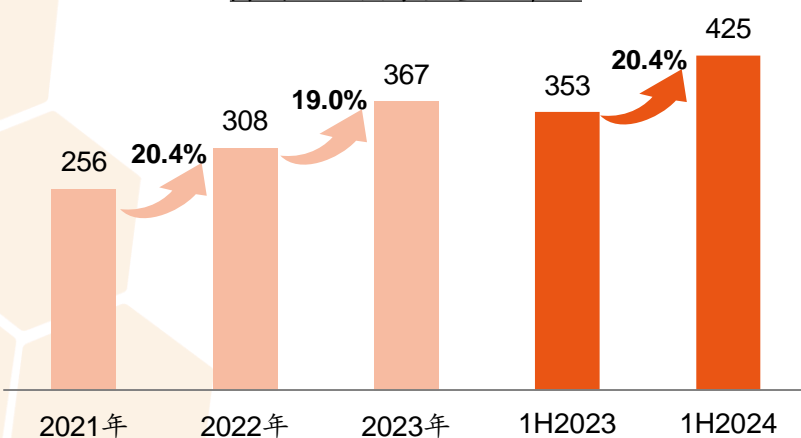
注册买家数量 (千)



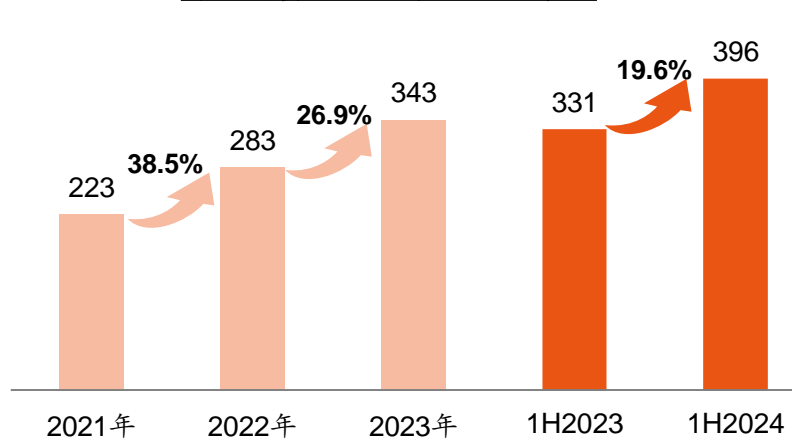
活跃买家的月均付费采购率³



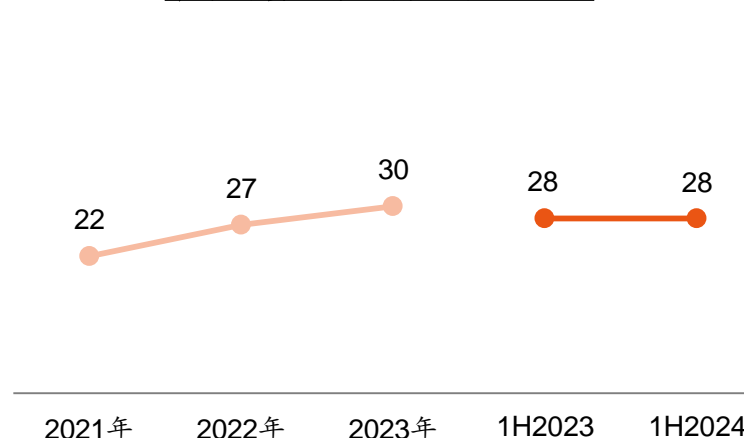
月均活跃买家数量 (千)



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

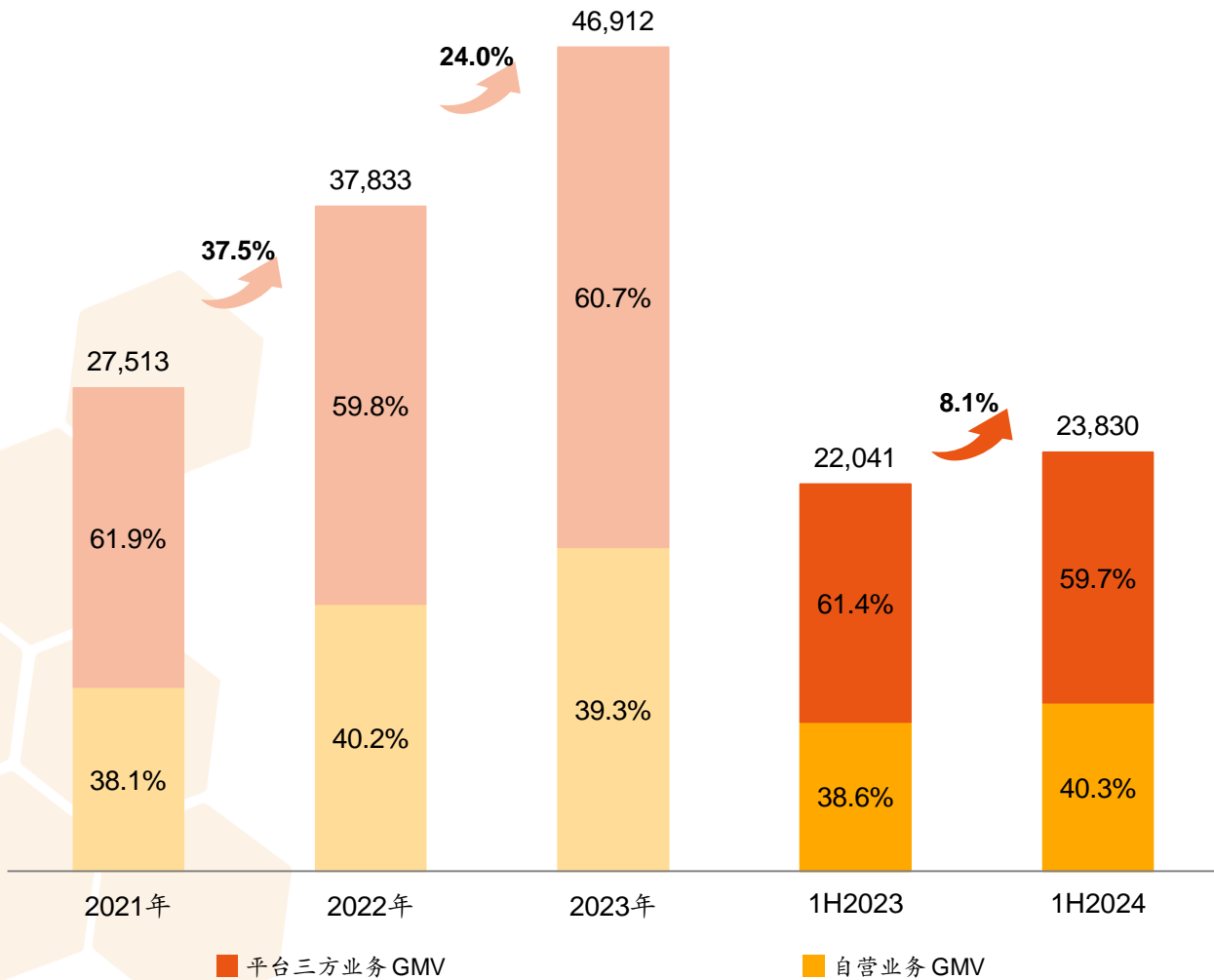


注：1.月平均可提供SKU数量指某一特定时期内某一特定月底可提供的SKU数量的平均值；2.每付费买家月均订单量指某一特定时期内月均订单数量除以月均付费买家数；3.付费采购率指月均付费买家数量/月均活跃买家数量的比率

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

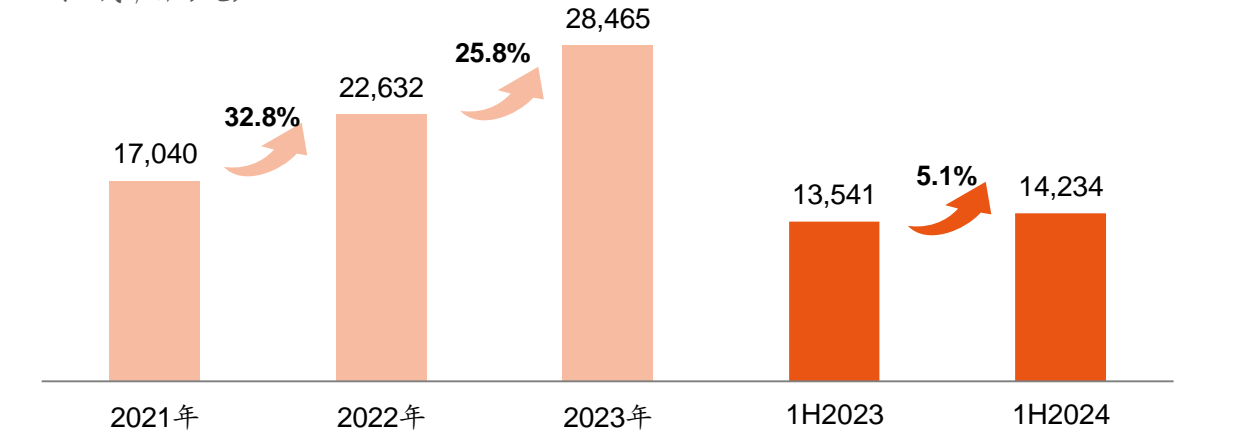
总GMV结构

(人民币百万元)



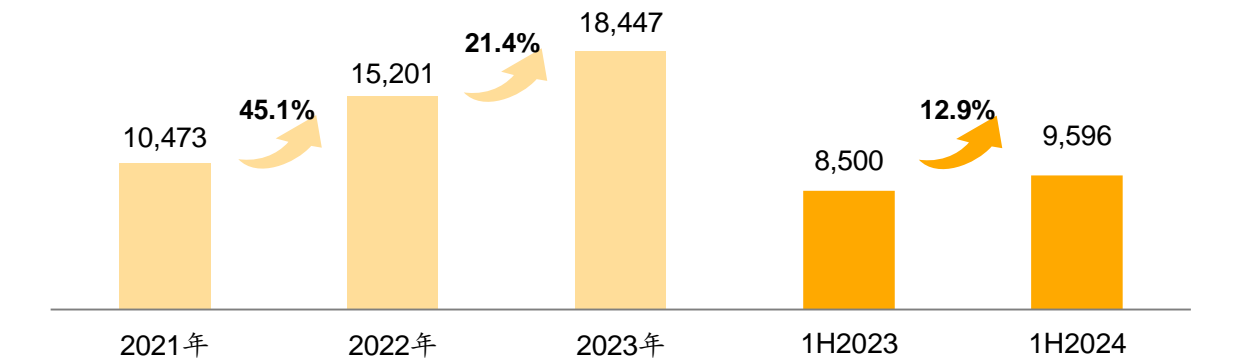
平台三方业务 GMV

(人民币百万元)



自营业务 GMV

(人民币百万元)

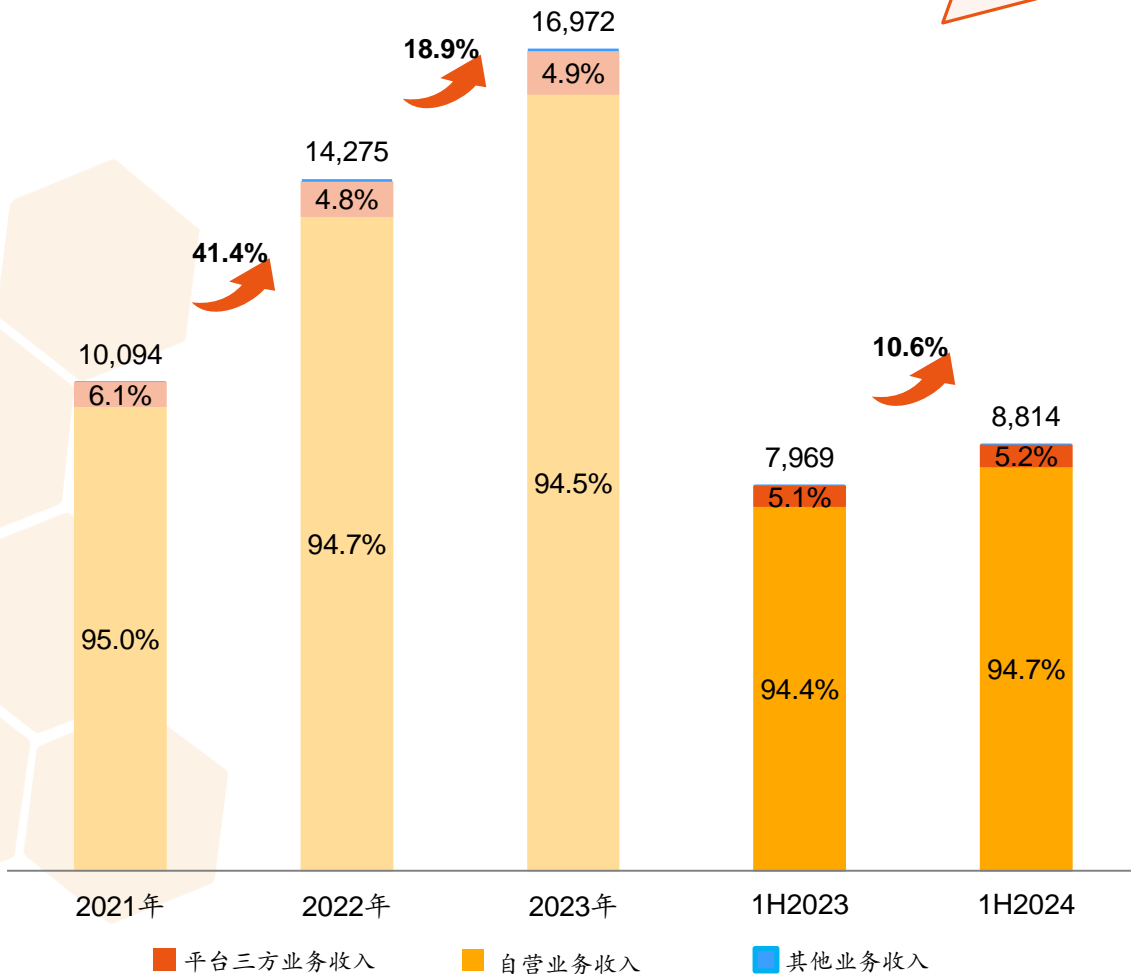


GMV规模的扩大驱动公司收入稳健增长

收入

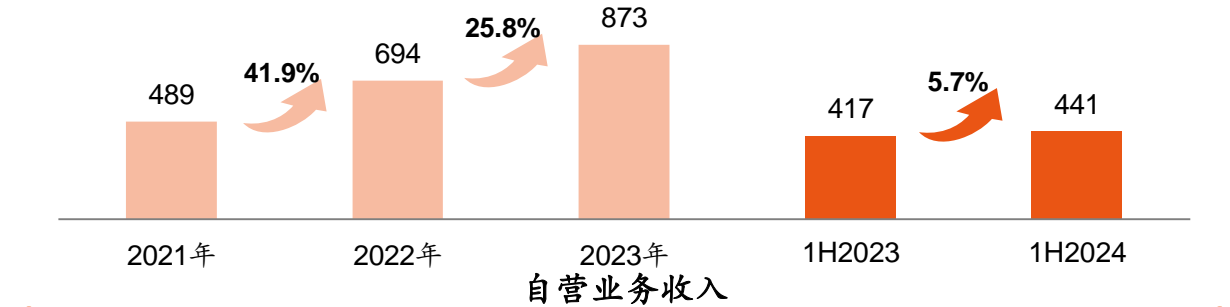
(人民币百万元)

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



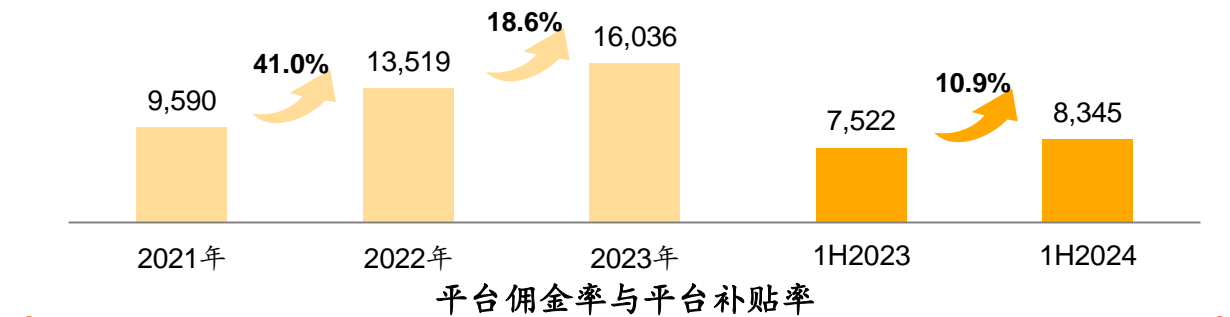
平台三方业务收入

(人民币百万元)

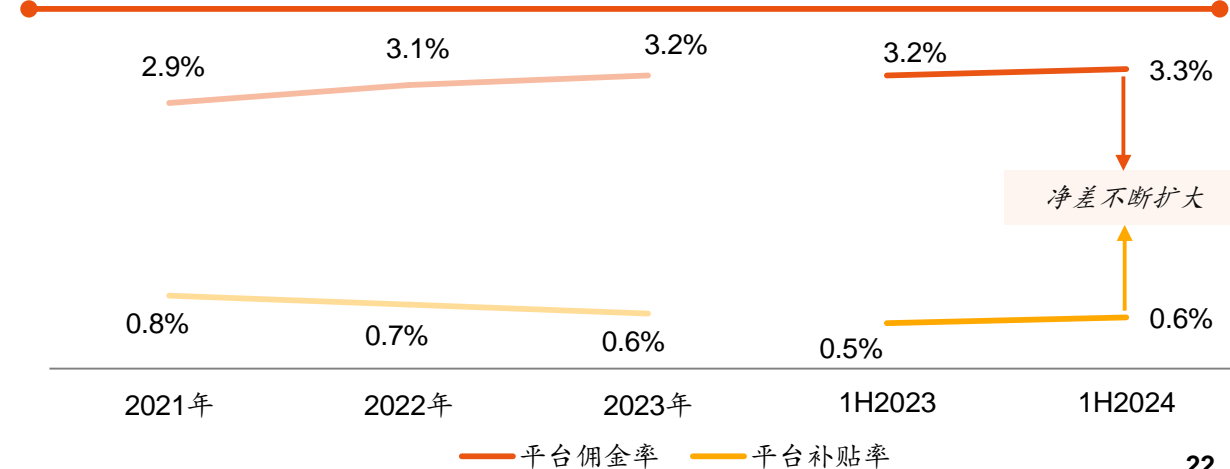


自营业务收入

(人民币百万元)



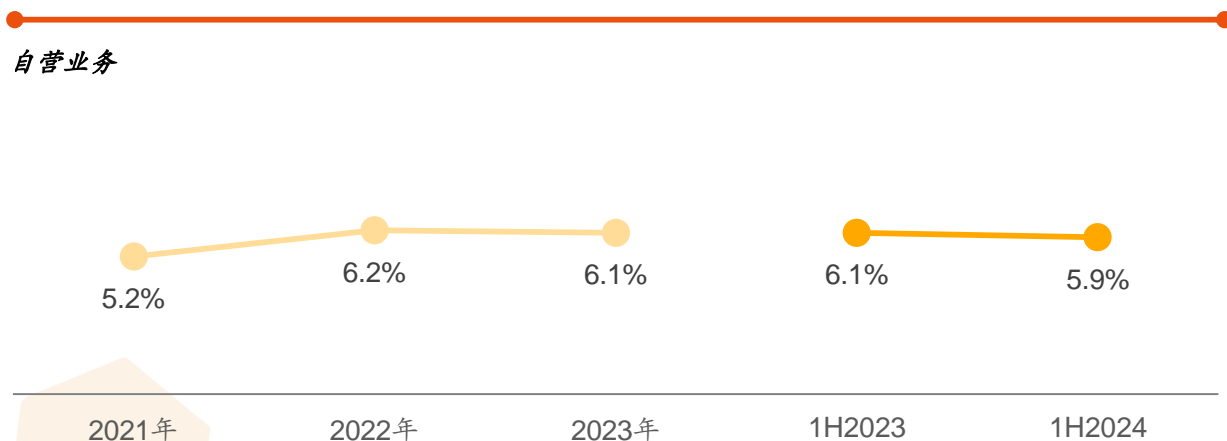
平台佣金率与平台补贴率



毛利规模不断增长，整体毛利率保持稳定

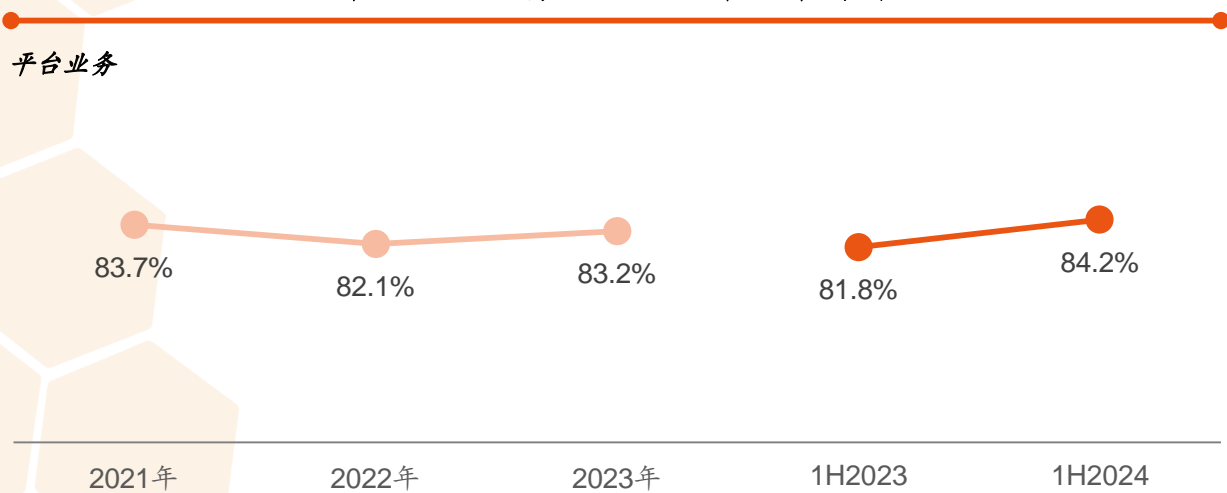
自营业务板块毛利率保持稳定

自营业务



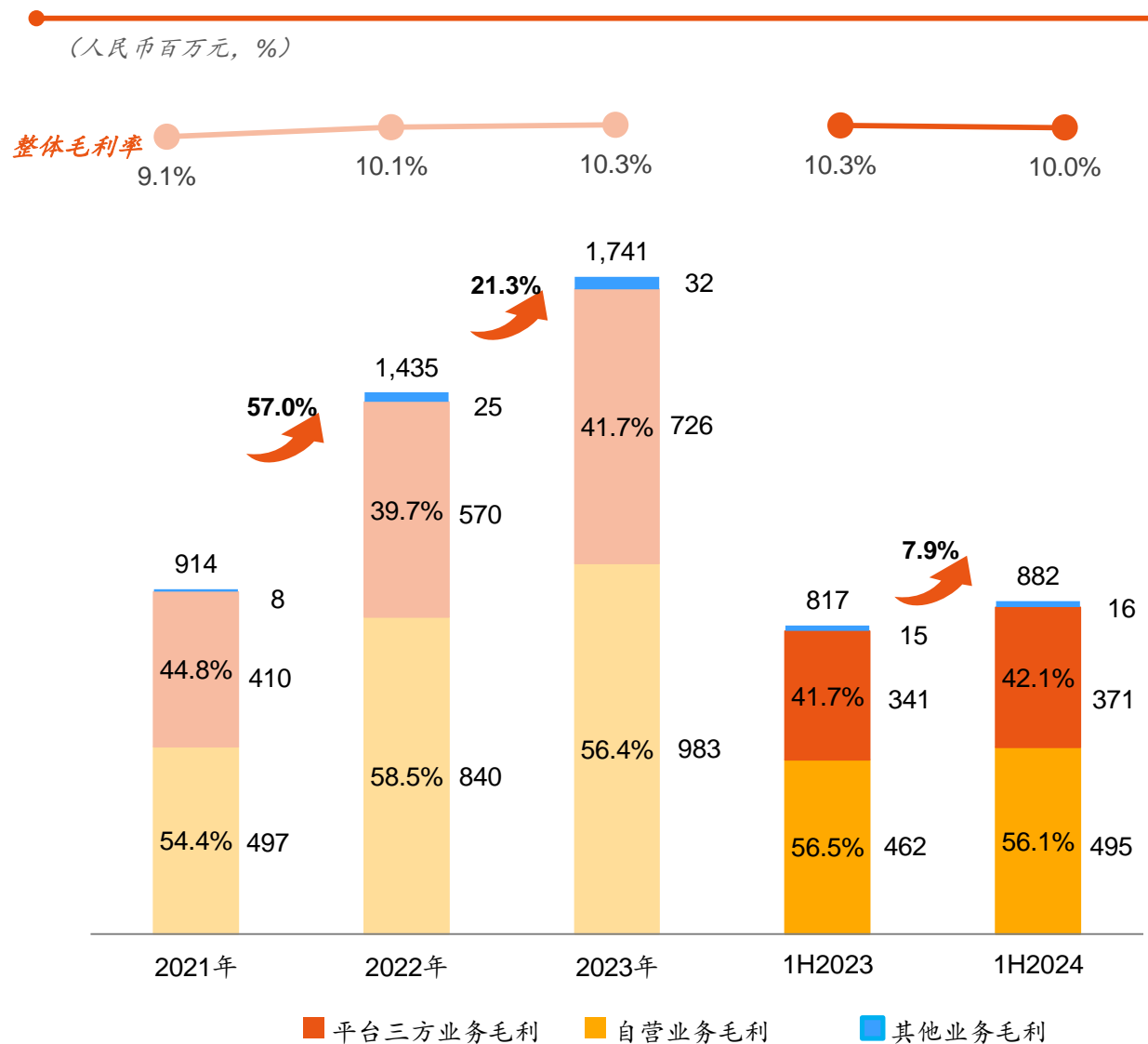
平台三方业务板块毛利率稳中有升

平台业务



2024年上半年整体毛利持续提升

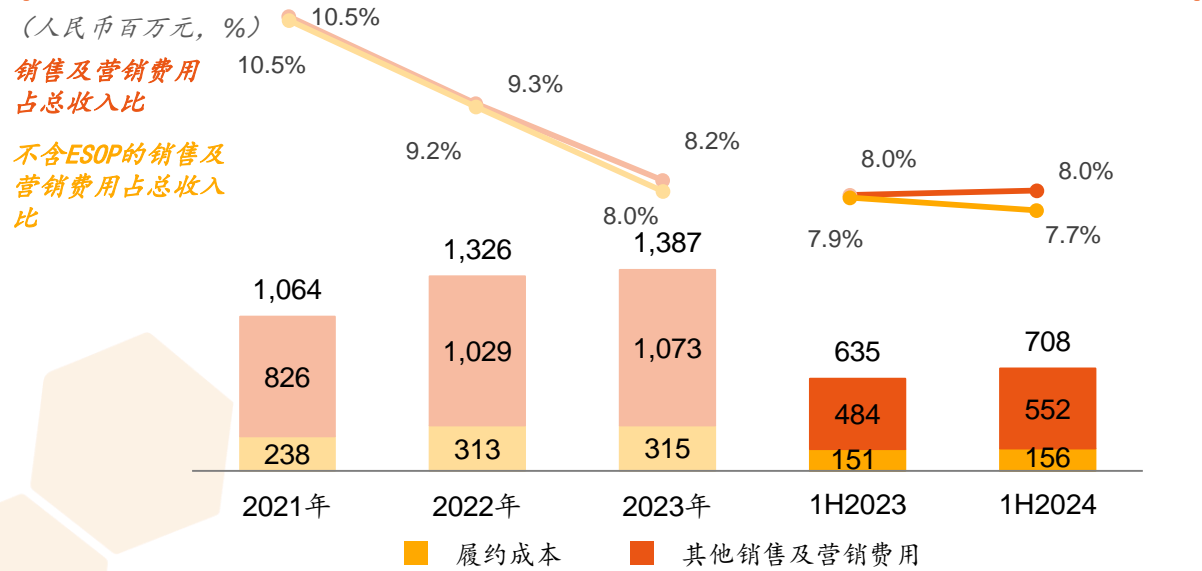
(人民币百万元, %)



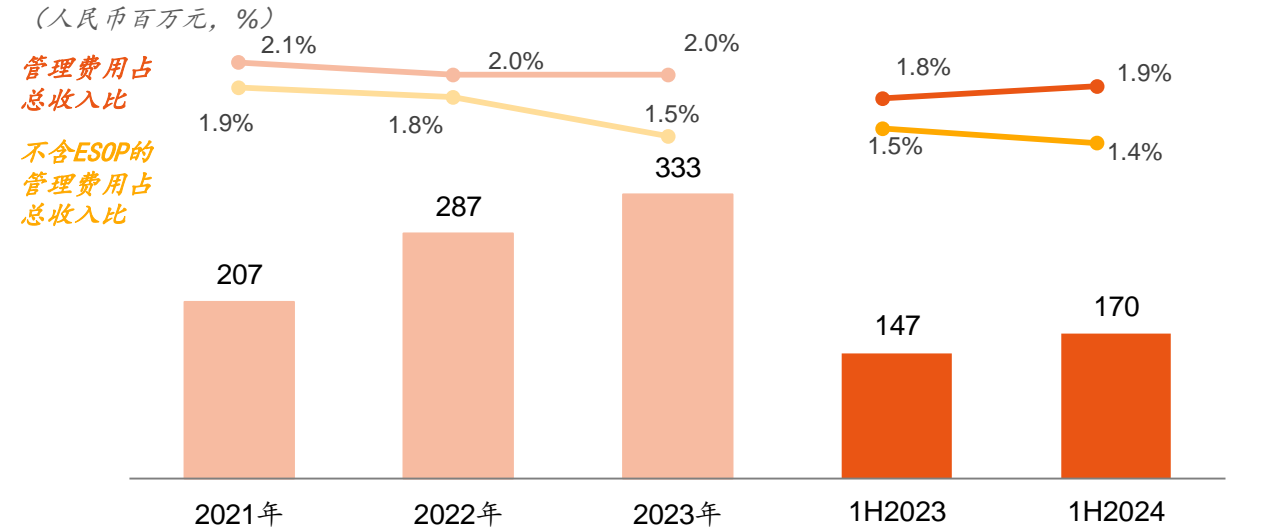
经营效率逐年提升，费用率持续下降

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2021年的**13.2%**缩窄至2022年的**11.9%**，并进一步缩窄至2023年的**10.7%**和2024年上半年的**10.5%**

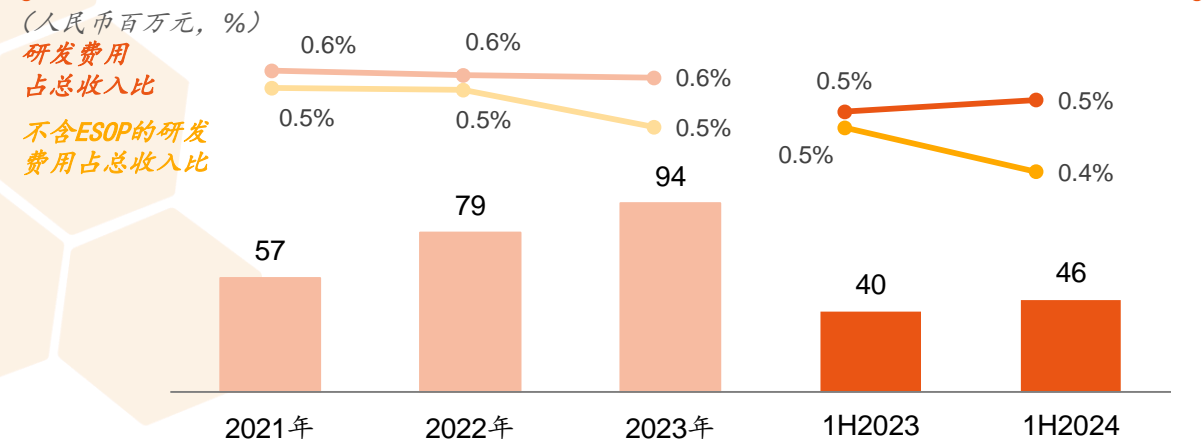
销售及营销费用



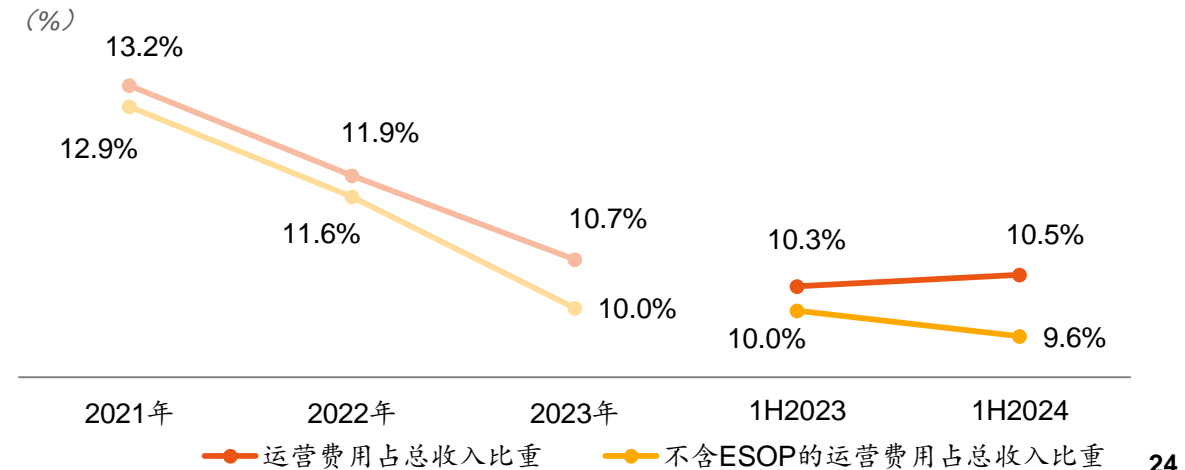
一般行政及管理费用



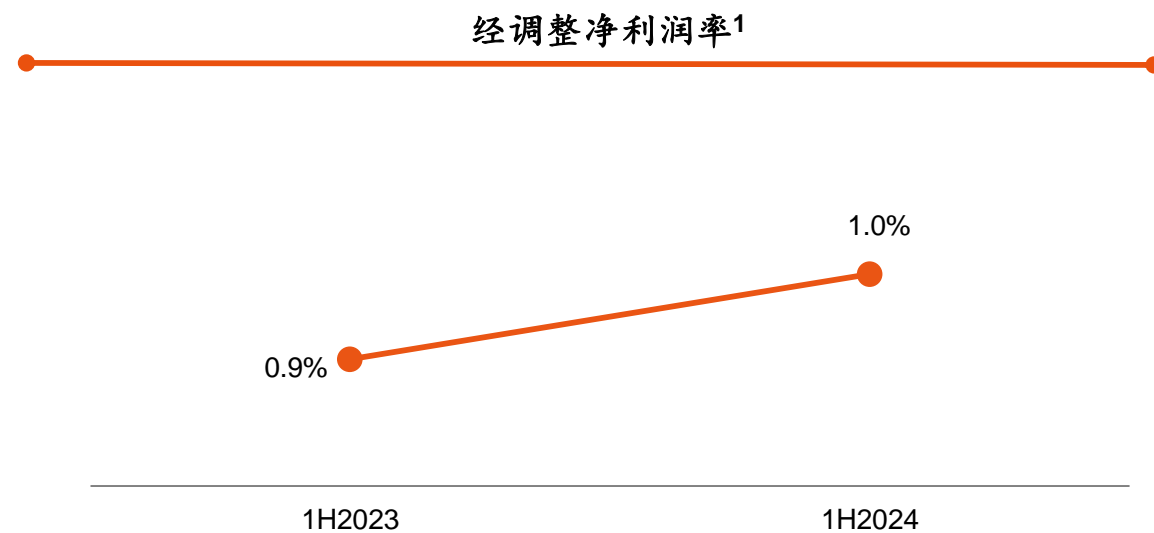
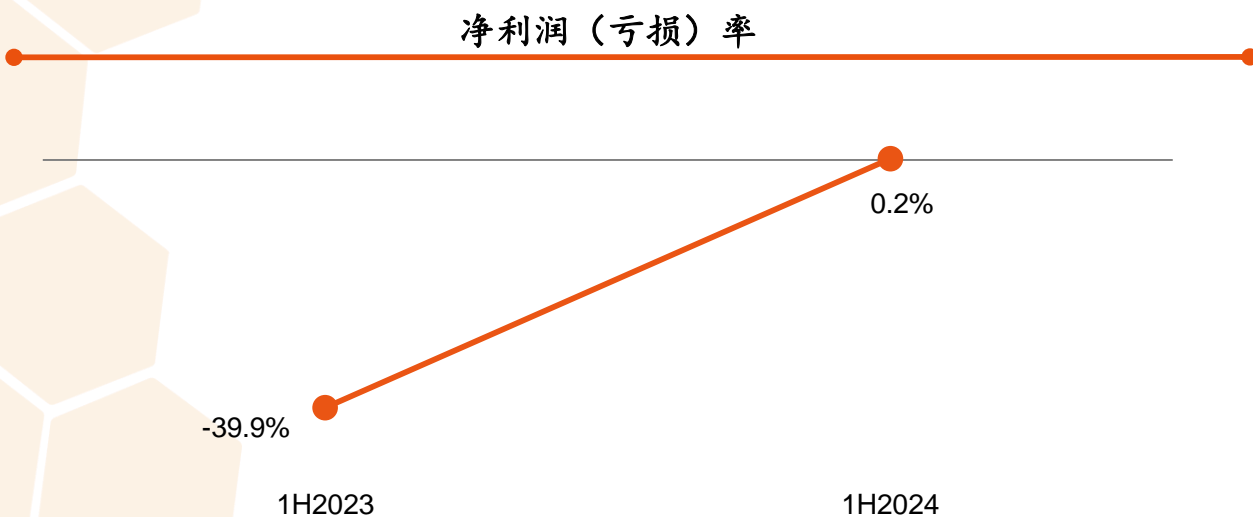
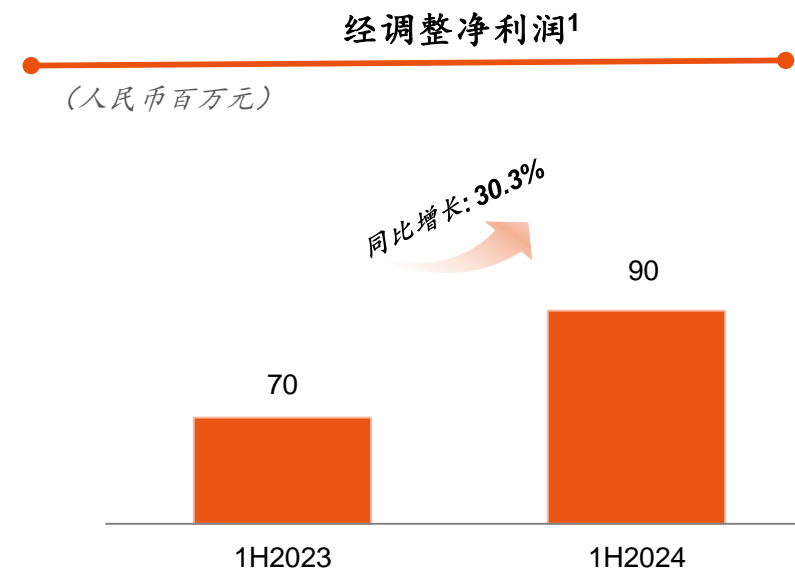
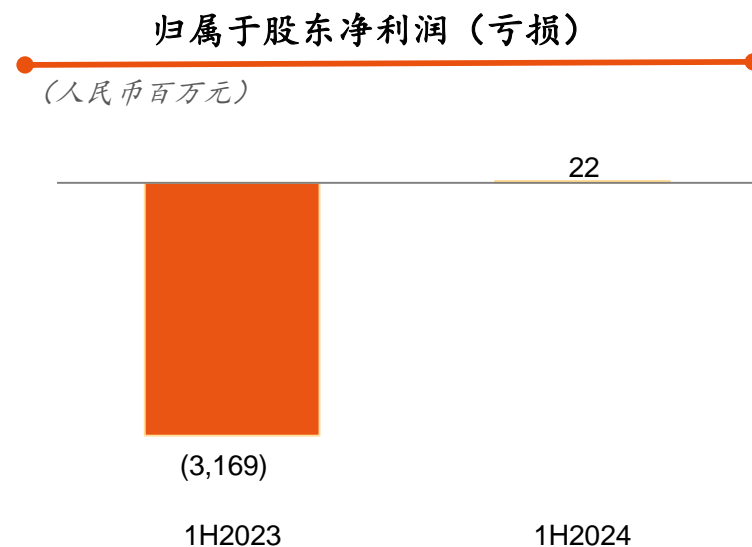
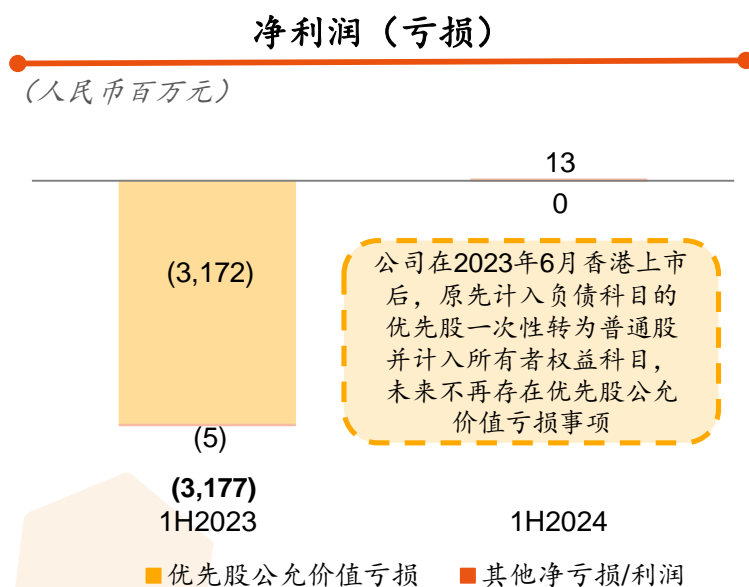
研发费用



不论是否含ESOP，运营费用占总收入比持续下降



跨过战略亏损期，会计净利润首次扭亏为盈，经调整净利润大幅增长

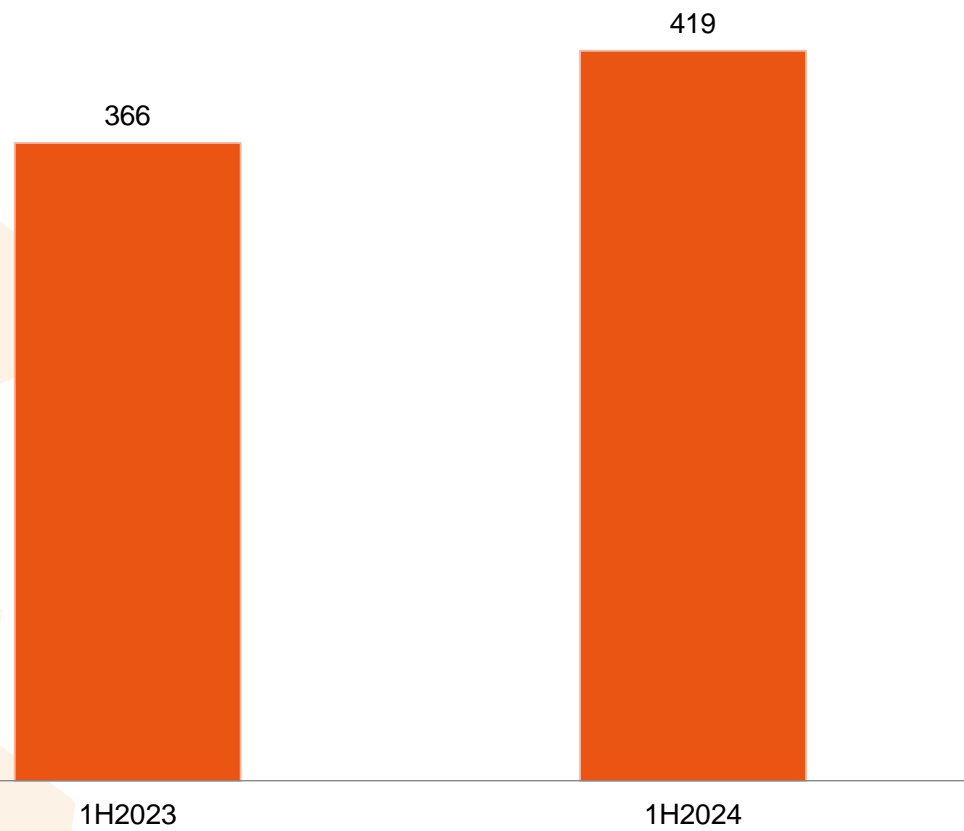


注: 1. 经调整净利润是由年内利润/亏损通过加回以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动、股权激励费用和上市费用

现金管理能力持续提升，现金状况稳健

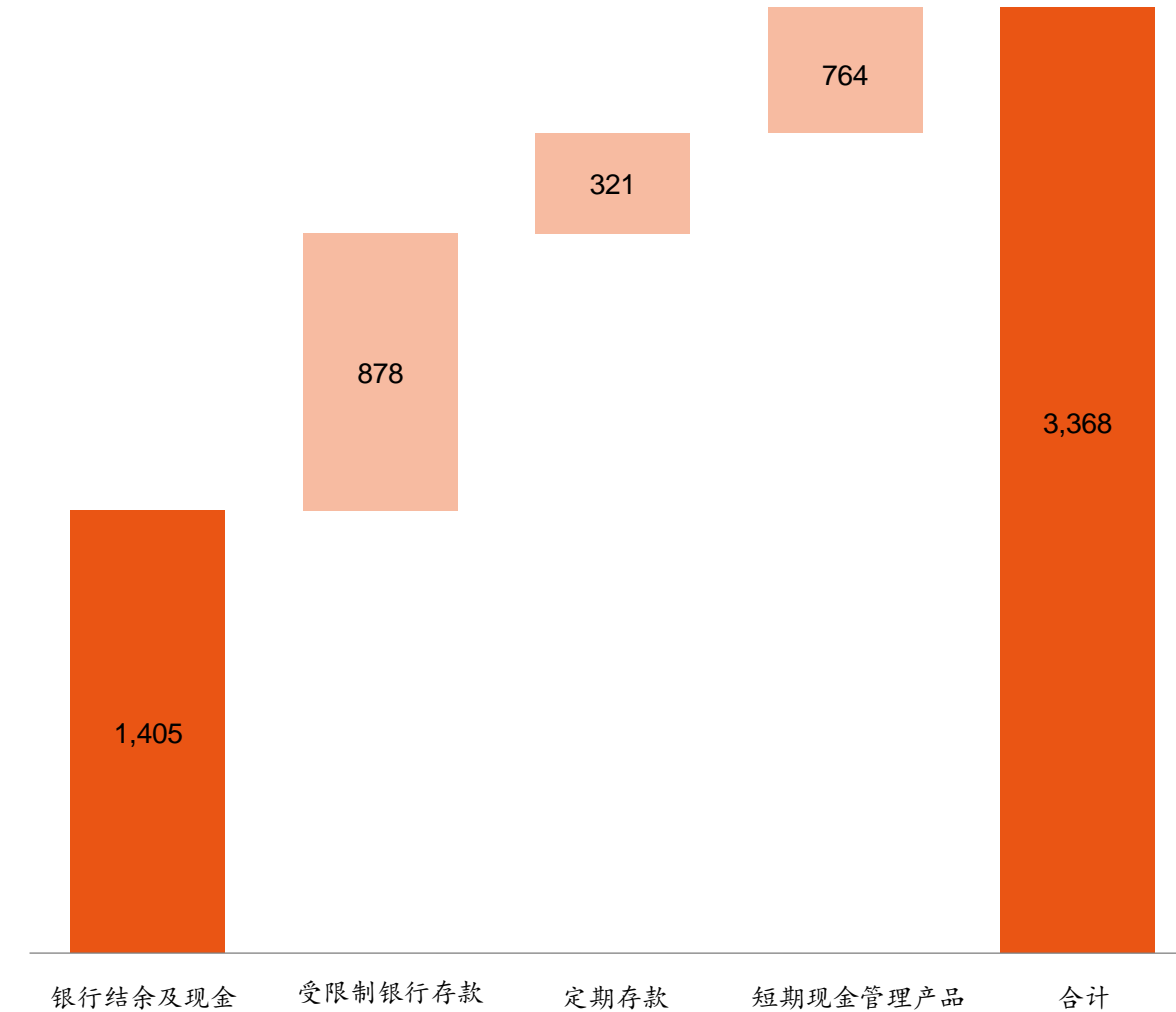
经营活动现金持续净流入

(人民币百万元)



现金流动性愈加充足

(人民币百万元)
截至2024年6月30日



4

未来规划



持续拓展和做深下游客户



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

- ✓ 继续深入源头产区，推出更多品种的金方标准，并加强与产区龙头企业开展道地药材大单品合作
- ✓ 推进建立统一的中药评级标准及中药质量评级体系

提升自营业务供给与履约能力



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



持续开展医药冷链配送服务测试，并将陆续在主要城市逐步开展医药冷链配送运营



加强与上游厂牌战略合作首推业务，持续扩充自有品牌“乐药师”产品阵营，继续加强首推大单品、流通爆品和会员精品等优质独特产品的全渠道覆盖

大力拓展创新业务



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
- ✓ 持续为基层医疗机构打造“光谱小屋”基层智慧医疗整体解决方案，全面赋能基层医疗机构和基层医生



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



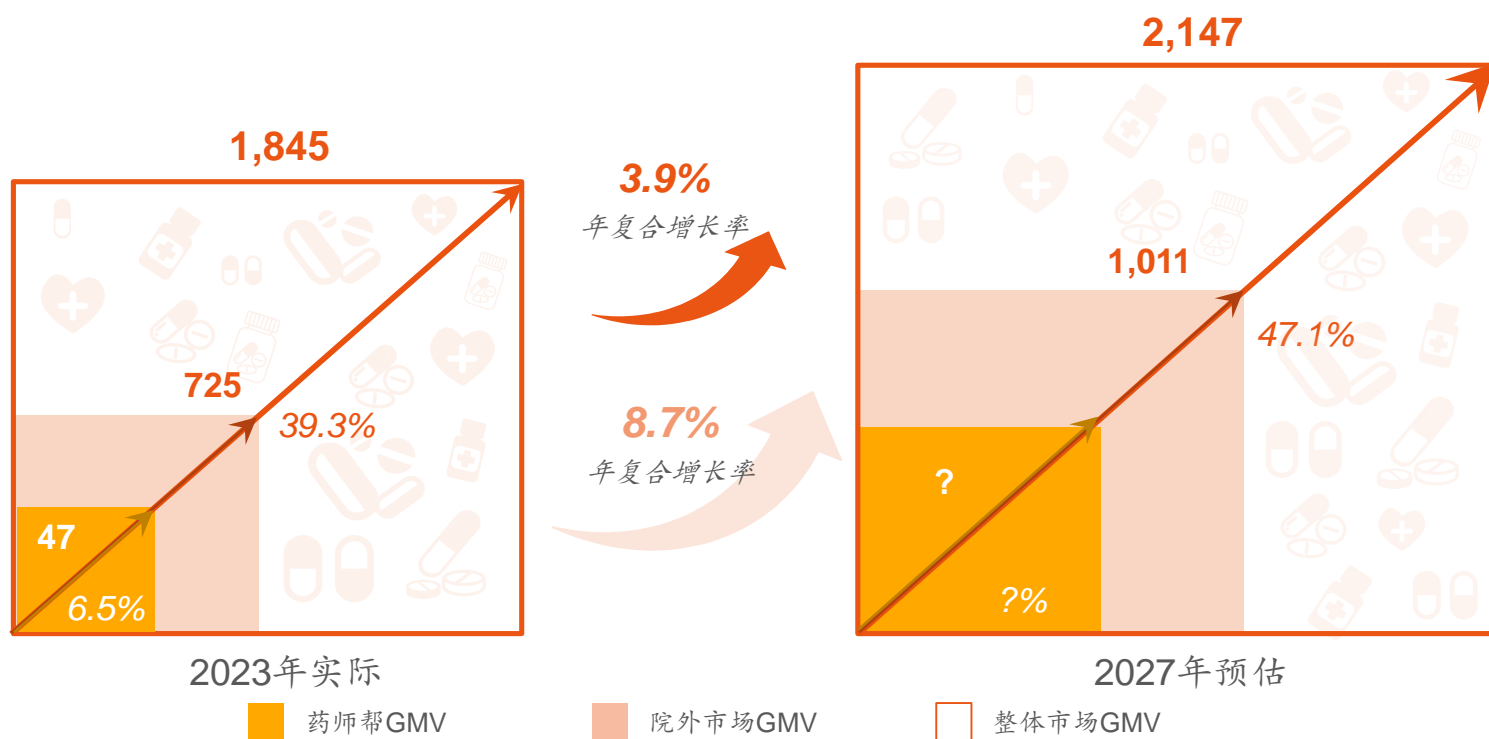
5

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



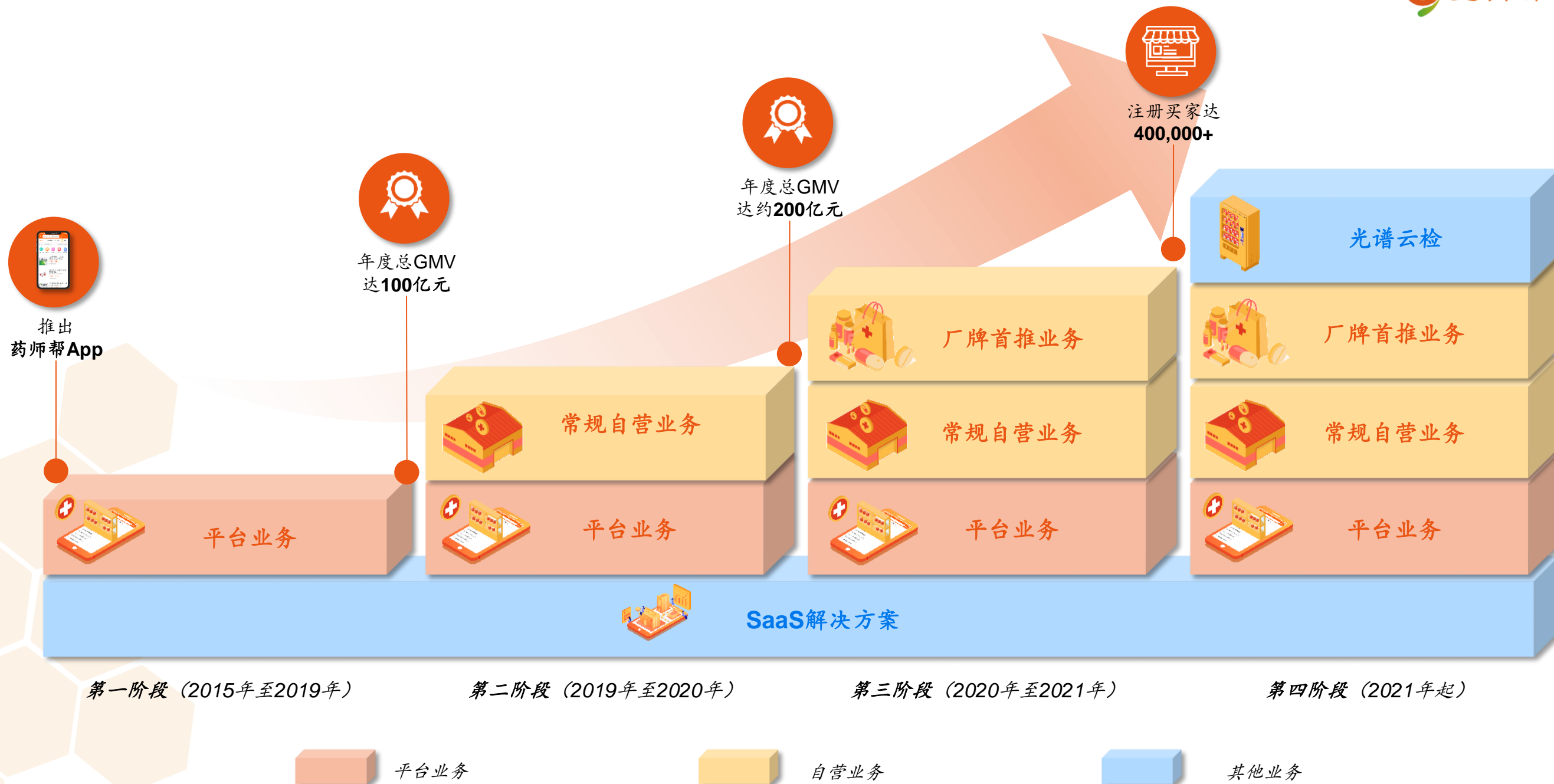
线上平台打破地域疆界，无缝连接业务上下游

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

1H2024总GMV⁴

~238亿



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}

~43万

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. 2024年上半年的月均活跃买家；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。2024年上半年，平台业务占到总GMV的大约60%，自营业务占到总GMV的大约40%

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

乐药师®

500+

合作药企¹

~1,000

厂牌首推业务提供的SKU产品¹

224百万元

独家战略合作品牌及自有品牌
“乐药师”产品GMV²

45%

占厂牌首推业务
比重²

170个

“乐药师”药品
种类数¹

30万家

“乐药师”累计
覆盖客户数¹



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74万下游药店诊所



专注“独家合作战略”+自有品牌，推动厂牌首推业务的高质量增长

- 1、重点拓展独家战略合作品牌及自有品牌“乐药师”产品覆盖
- 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



持续挖掘渠道爆品潜力产品，不断扩大“乐药师”品牌市场影响力

- 1、基于平台和市场数据精准捕获用户需求，逐步建立具有市场竞争力的自有品牌体系
- 2、大单品战略，帮助下游用户实现差异化竞争，提升盈利能力

平台业务

数据分析

供应链能力

自营业务

注：1.截至2024年6月30日；2.截至2024年6月30日的六个月

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

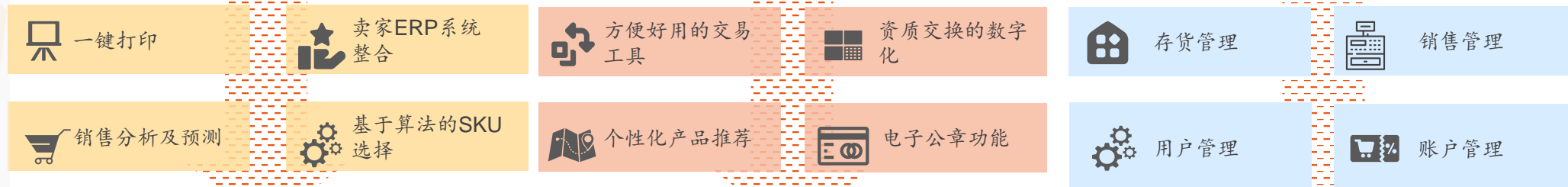


3 行业领先的技术及数字化解决方案，赋能全价值链的参与者

宝贵的交易数据赋能全价值链的参与者



行业领先的技术与数字化解决方案



云商通

- 1、覆盖超**7,700**个上游厂商
- 2、每家每年约**节约50万**的管理成本

药师帮网页版

药师帮APP

- 1、覆盖平台上下游**所有参与者**
- 2、每个上游厂商节省纸张耗材、快递成本、管理成本**约90%逾百万元**

首营资质交换平台

掌店易

- 1、覆盖约**54,000**家药店
- 2、连接超**160**个城市社保部门

为上游提供的SaaS服务

数字化平台

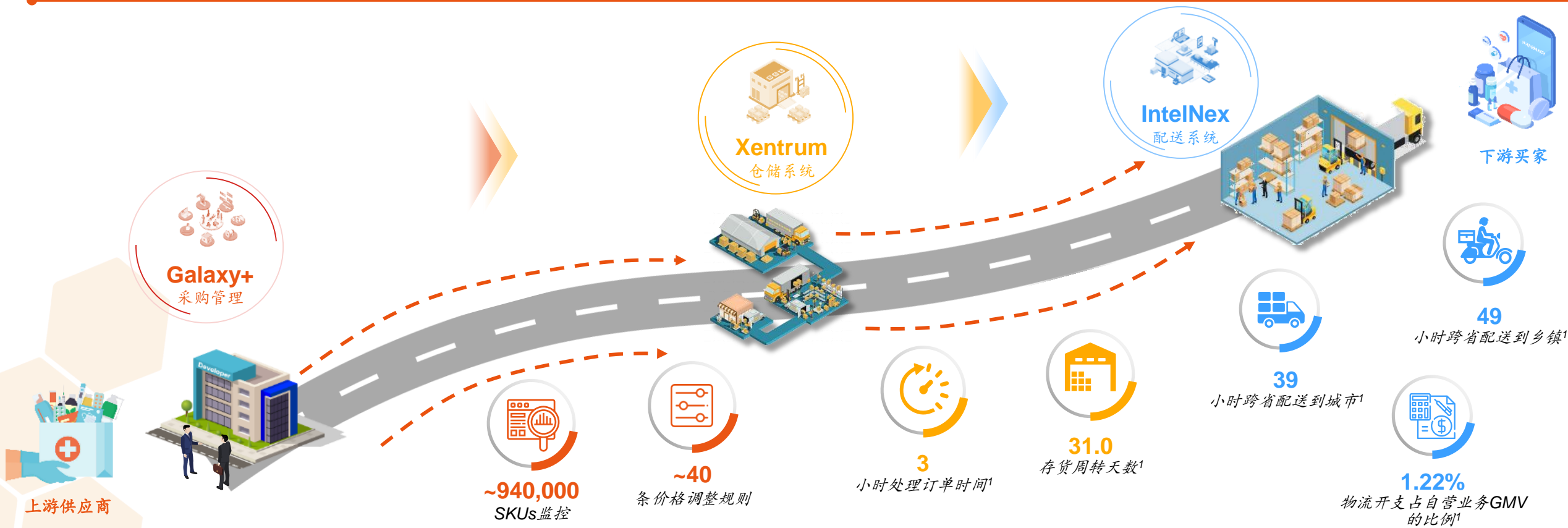
为下游提供的SaaS服务

数据洞见

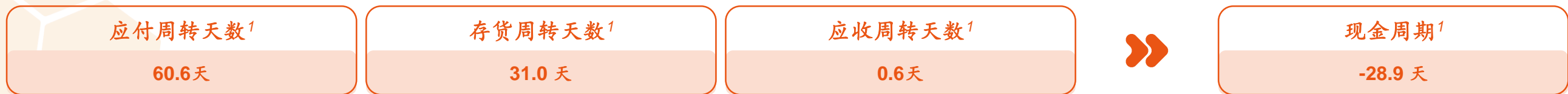
效率提升

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...



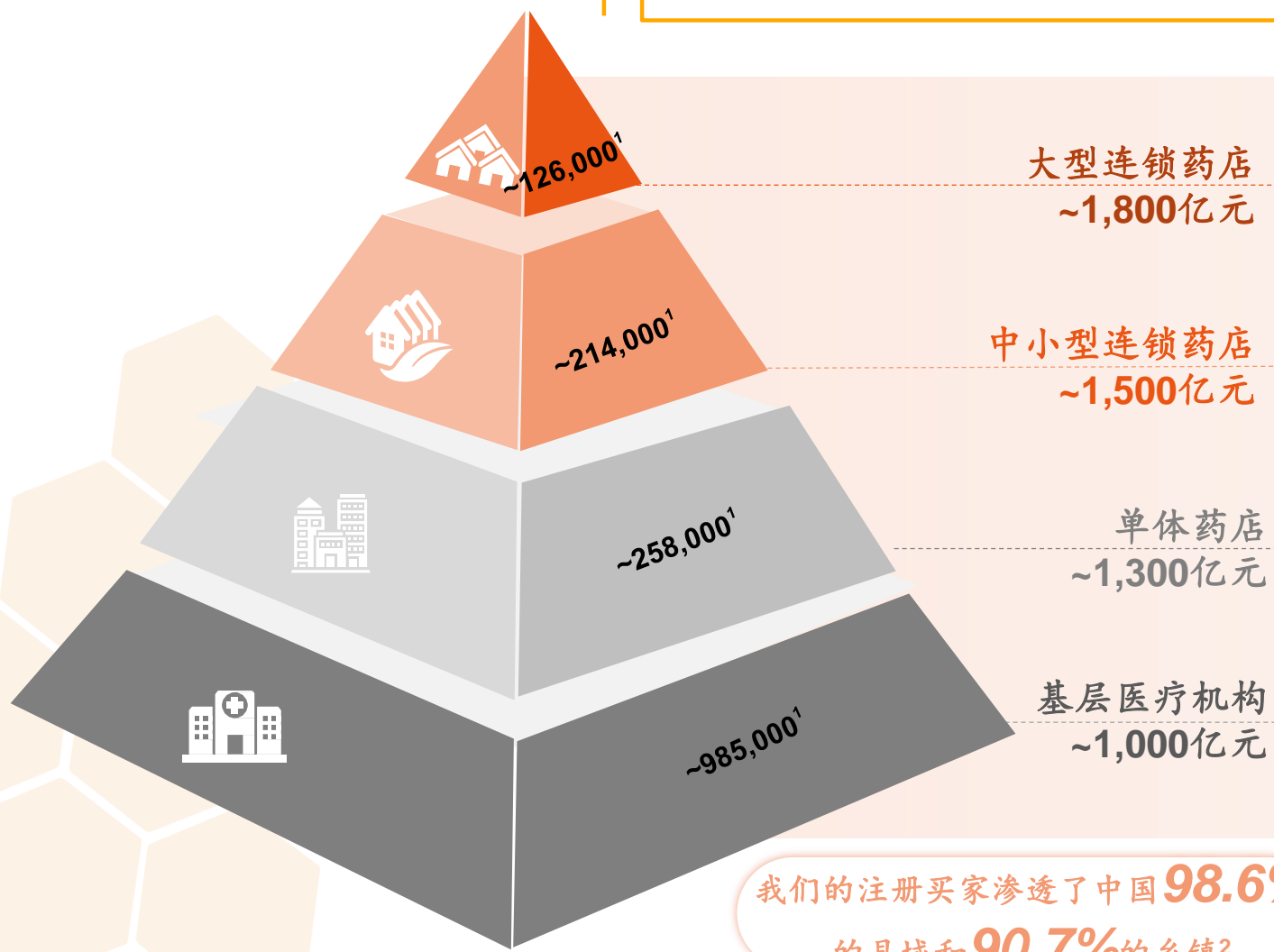
...让我们能够实现快周转和高效现金管理，是我们的核心竞争力



注：1. 2024年上半年数据

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

- 下游形成虚拟联盟
- 线上平台打破地理限制
- 稳定的供应与履约能力
- 数字化解决方案
- 光谱云检和药师培训

我们的注册买家渗透了中国**98.6%**的县域和**90.7%**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2024年6月30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**146**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



~741,000
买家¹

注：1.截至2024年6月30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



16+

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





药师帮