

证券简称：一心堂

上市地点：深圳证券交易所

股票代码：002727

云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司

2015 年度非公开发行 A 股股票预案 (修订稿)



云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司

二〇一六年三月

公司声明

1、公司及董事会全体成员保证本预案内容真实、准确、完整，并确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

2、本次非公开发行股票完成后，公司经营与收益的变化，由公司自行负责；因本次非公开发行股票引致的投资风险，由投资者自行负责。

3、本预案是公司董事会对本次非公开发行股票的说明，任何与之相反的声明均属不实陈述。

4、投资者如有任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、专业会计师或其他专业顾问。

5、本预案所述事项并不代表审批机关对于本次非公开发行股票相关事项的实质性判断、确认、批准或核准。本预案所述本次非公开发行股票相关事项的生效和完成尚待取得有关审批机关的批准或核准。

特别提示

1、公司有关本次非公开发行股票相关事项已经获得公司第三届董事会第二次临时会议审议通过，并经公司 2016 年第一次临时股东大会审议通过。

根据中国证监会反馈意见及公司最新披露的 2015 年度报告，公司董事会对《2015 年度非公开发行 A 股股票预案（调整稿）》部分内容进行了修订，修订内容为将本次非公开发行股票决议的有效期限调整为十二个月，并对非公开发行股票摊薄即期回报有关事项、部分财务数据等内容进行了更新与补充。除上述修订事项外，本次非公开发行方案未发生变化。修订后的预案已经公司第三届董事会第四次临时会议审议通过，根据有关法律、法规的规定，本次修订后的预案尚需股东大会的批准，本次非公开发行方案尚需取得中国证监会核准。

2、本次非公开发行的股票数量不超过本次发行的募集资金上限除以本次发行的发行底价，即不超过 37,922,358 股，本次发行的具体数量已提请股东大会授权公司董事会与保荐机构（主承销商）协商确定。若公司股票在关于本次非公开发行的定价基准日至发行日期间有派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，本次非公开发行的股票数量将做相应调整。

公司实际控制人阮鸿献先生拟参与认购本次非公开发行的股票，认购金额为 10,000.00 万元。如果最终计算的认购股份数出现非整数（不足 1 股整数时）的情况，则进行去尾处理。

3、本次非公开发行的发行对象为包含阮鸿献先生在内的不超过 10 名特定投资者。除阮鸿献先生外，其他投资者均为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者。证券投资基金管理公司以其管理的 2 只以上基金认购的，视为一个发行对象。除阮鸿献先生外的其他发行对象将在本次发行申请获得中国证监会的核准文件后，根据发行对象申购报价情况，遵照价格优先原则，由董事会与本次发行的保荐机构

（主承销商）协商确定；本次非公开发行所有发行对象均以现金认购本次发行的股份。

4、本次非公开发行股票的定价基准日为公司审议本次非公开发行方案的第三届董事会第二次临时会议决议公告日，发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日的交易均价的 90%（定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量），即不低于 55.64 元/股。本次非公开发行股票的发行价格根据《上市公司证券发行管理办法》第三十八条规定确定。若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次非公开发行股票的发行底价将进行相应调整。

最终发行价格将在公司取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批文后，由公司董事会根据股东大会的授权，按照中国证监会相关规定，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定，但不低于前述发行底价。阮鸿献先生不参与本次发行的竞价过程，但承诺接受其他发行对象的竞价结果，并与其他发行对象以相同价格认购本次非公开发行的股票。

5、公司本次非公开发行股票的募集资金总额不超过人民币 211,000.00 万元（含发行费用），在扣除发行费用后的募集资金净额将全部用于上市公司直营连锁及中药材营销网络建设、“互联网+”商业模式升级改造项目、补充流动资金等，具体情况如下：

序号	项目	资金需求（万元）	拟投入募集资金额（万元）
1	直营连锁及中药材营销网络建设	156,529.00	156,000.00
2	“互联网+”商业模式升级改造项目	35,000.00	35,000.00
3	补充流动资金	20,000.00	20,000.00
合计		211,529.00	211,000.00

6、本次非公开发行股票完成后，阮鸿献先生认购的本次发行的股票自上市之日起 36 个月内不得转让，其他认购对象认购的本次发行的股票自上市之日起 12 个月内不得转让。

7、阮鸿献先生以现金认购本次非公开发行 A 股的部分股票构成与本公司的关联交易，本公司将严格遵照法律法规及公司内部规定履行关联交易的审批程序。公司董事会在表决本次非公开发行 A 股股票相关议案时，关联董事回避表决，独立董事对本次关联交易发表意见。在股东大会审议本次非公开发行事项时，关联股东已对相关议案回避表决。

8、本次非公开发行不会导致公司的最终控制权发生变化，公司的控股股东和实际控制人仍为阮鸿献、刘琼夫妇，本次非公开发行股票的实施不会导致公司股权分布不具备上市条件。

9、本次非公开发行完成后，为兼顾新老股东的利益，由公司新老股东共享公司本次非公开发行前的滚存未分配利润。

10、关于公司利润分配和现金分红政策、最近三年现金分红情况及未来三年分红规划等详见本预案“第五节 董事会关于公司分红情况的说明”。

11、投资者在评价公司本次非公开发行股票方案时，应特别考虑本次发行对公司经营业绩的即期摊薄相关事项。具体内容详见本预案“第六节 关于非公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响、公司采取的措施及承诺”。公司指定填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。发行完成后，公司将在定期报告中持续披露填补回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

目 录

公司声明.....	1
特别提示.....	2
目 录.....	5
释 义.....	7
第一节 本次非公开发行股票方案概要.....	10
一、发行人基本概况	10
二、本次非公开发行股票的背景和目的	11
三、发行对象及其与公司的关系	15
四、发行股票的价格及定价原则、发行数量、限售期等	15
五、募集资金投向	18
六、本次发行是否构成关联交易	18
七、本次发行是否导致公司控制权发生变化	18
八、本次发行方案取得批准的情况以及尚需呈报批准的程序	19
第二节 发行对象的基本情况和附条件生效的股份认购合同摘要	20
一、发行对象基本情况	20
二、附条件生效的股份认购合同摘要	24
第三节 董事会关于本募集资金使用的可行性分析	26
一、本次募集资金使用计划	27
二、本次募集资金投资项目的可行性分析	28
三、本次发行对财务状况及经营管理的影响	49
第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析	51
一、本次发行后公司业务及资产、公司章程、公司股东结构、高管人员结构、业务结构变动情况	51
二、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况	52
三、公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况	53
四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，或公司为控股股东及其关联人违规提供担保的情形	53

五、公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的情况	53
六、本次非公开发行股票实施后符合上市条件的说明	53
七、本次股票发行相关的风险说明	54
第五节 董事会关于公司分红情况的说明.....	58
一、公司现行的利润分配政策	58
二、公司近三年利润分配政策的执行情况、最近三年现金分红金额及比例	61
三、股东回报规划	61
第六节 关于非公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务 指标的影响、公司采取的措施及承诺.....	65
一、本次非公开发行股票对股东即期回报摊薄的影响测算	65
二、本次发行摊薄即期回报的特别风险提示	68
三、本次非公开发行的必要性及合理性	68
四、公司应对本次非公开发行摊薄即期回报采取的措施	73
五、相关主体出具的承诺	76
六、关于本次非公开发行摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的审议程序	77

释 义

在本预案中，除非文义载明，下列简称具有如下含义：

一般术语		
一心堂、公司、本公司、发行人、上市公司	指	云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司
本次发行、本次非公开发行、本次非公开发行股票	指	云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司向包括阮鸿献先生在内的不超过 10 名特定对象非公开发行不超过 37,922,358 股 A 股股票的行为
预案、本预案	指	云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司 2015 年度非公开发行 A 股股票预案（修订稿）
定价基准日	指	公司审议本次非公开发行方案的第三届董事会第二次临时会议决议公告日
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
中登公司深圳分公司	指	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
股东大会	指	云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司股东大会
公司董事会	指	云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司董事会
公司章程	指	云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司章程
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所股票上市规则（2014 年修订）》
《管理办法》	指	《上市公司证券发行管理办法》
《实施细则》	指	《上市公司非公开发行股票实施细则》
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
专业术语		
医药流通企业、药品流通企业	指	具有《药品经营许可证》、《药品经营质量管理规范认证证书》、《企业法人营业执照》（《营业执照》），将购进的药品、医疗器械等医药商品销售给合法的药品生产企业、药品经营企业、医疗机构以及消费者的药品经营企业的总称；包括药品批发企业、药品零售企业（含药品零售连锁企业和药品零售单体企业），也包括具有《互联网药品交易服务机构资格证书》的互联网药品交易服务机构
零售药店	指	取得国家有关部门批准开办和经营许可，以向消费者直接销售药品及健康相关产品为主要业务，并为消费者直接提供药学和健康领域专业服务的零售

		营业场所。按形态可分为零售单体药店门店和零售连锁药店门店
新医改	指	2009 年 4 月 6 日，中共中央、国务院向社会公布了关于深化医药卫生体制改革的意见，相较于 1997 年开始的医疗卫生体制改革，本次改革简称或者俗称为“新医改”
互联网+	指	一种新的经济形态，即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升实体经济的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态
道地药材	指	道地药材是指在一特定自然条件、生态环境的地域内所产的药材，因生产较为集中，栽培技术、采收加工也都有一定的讲究，以致较同种药材在其他地区所产者品质佳、疗效好。
SAP	指	SAP 公司，企业管理和协同化电子商务解决方案供应商。SAP 亦为其所开发的软件名称。SAP HYBRIS, SAP HANA, SAP CRM 均为旗下产品名称
CRM	指	Customer Relationship Management（客户关系管理）
ERP	指	Enterprise Resource Planning（企业资源计划），是将企业所有资源进行整合集成管理，简单的说是将企业的三大流：物流，资金流，信息流进行全面一体化管理的管理信息系统
大数据	指	在掌握庞大的数据信息的基础上，依托云计算的分布式处理架构，对这些含有意义的数据进行专业化处理，从而形成更强的决策力、洞察发现力和流程优化能力
B2B	指	Business To Business 的缩写，中文简称为“商对商”，是电子商务的一种模式，即企业之间通过互联网进行产品、服务及信息的交换
B2B2C	指	一种电子商务类型的网络购物商业模式，第一个 B 指商品或服务的供应商，第二个 B 指从事电子商务的企业，C 表示消费者
O2O	指	Online To Offline 的缩写，在线离线/线上到线下，是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台
POS 系统	指	Point of Sales，全称为销售点情报管理系统，是一种配有条码和 OCR 码（Optical Character Recognition 光字符码）的终端阅读器，有现金和易货额度出纳功能
OMS	指	Order Management System，即订单管理系统，主要

		用于商品资料的建立和维护、客户订单信息管理、退换货信息管理等作业
SKU	指	Stock Keeping Unit，即库存量单位，可以是以件、盒、托盘等为单元。现在已引申为产品统一编号的简称，每种产品均对应有唯一的 SKU 号

除特别说明外，所有数值保留两位小数，均为四舍五入。若本预案中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由四舍五入造成的。

第一节 本次非公开发行股票方案概要

一、发行人基本情况

公司名称：云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司

公司英文名称：Yunnan Hongxiang Yixintang Pharmaceutical Co.,Ltd.

股票上市地点：深圳证券交易所

证券代码：002727

证券简称：一心堂

注册地址：昆明市人民西路 821 号

注册资本：26,030.00 万元人民币

法定代表人：阮鸿献

通讯地址：云南省昆明市经济技术开发区鸿翔路 1 号

联系电话：0871-68185283

传真电话：0871-68185283

经营范围：药品（根据《药品经营许可证》核定的经营范围和时限开展经营活动）、I、II、III 类医疗器械（凭许可证经营）、预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、保健食品、消毒产品、农副产品、日用百货、化妆品、食品添加剂、宠物用品、纺织、服装及家庭用品、文化、体育用品及器材、矿产品、建材及化工产品、机械设备、五金产品及电子产品的批发、零售；眼镜的加工、验配、销售；互联网药品交易服务（向个人消费者提供药品）；互联网信息服务（凭许可证经营）；互联网销售商品；包装、仓储、软件和信息技术、人力资源、会议及展览、企业管理、经济信息咨询、母婴保健服务；家政服务；其他服务；受委托代收费；设计、制作、代理、发布国内各类广告；贸易经纪与代理；国内贸易、物资供销；项目投资及对所投资项目进行管理；组织文化艺术交流活

动；装卸搬运和运输代理；机械设备租赁；房屋租赁；电子产品和日用产品修理；职业技能培训；货物及技术进出口；中药材种植。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

二、本次非公开发行股票的背景和目的

（一）本次非公开发行的背景

1、药品流通行业快速发展

药品流通行业是整个医药产业链中关键的一环，是连接医药制造企业和终端消费者的桥梁，近年来，得益于新一轮医改的推进、基本医疗保险扩容所带来的城乡居民用药需求的上升，药品流通行业销售总额一直处于高速增长状态。2014年，药品流通行业销售总额达到 15,021 亿元，其中药品零售市场达到 3,004 亿元；医药连锁率连续 3 年增长，达 36.6%；医药批发百强企业的市场份额为 65.9%，比 2010 年提高 6 个百分点。未来，伴随政府医药卫生投入加大、全民医保政策进一步完善以及人均用药水平的提升，我国药品流通行业销售总额将继续保持快速增长。

2、国家规划构建中药材现代流通体系

根据最新颁布的《中药材保护和发展规划（2015-2020 年）》，我国将构建中药材现代流通体系，在中药材主要产区、专业市场及重要集散地，建设 25 个集初加工、包装、仓储质量检验、追溯管理、电子商务、现代物流配送于一体的中药材仓储物流中心，开展社会化服务。根据《云南省人民政府办公厅关于贯彻落实中药材保护和发展规划(2015~2020 年)的实施意见》（云政办发[2015]89 号）的要求，云南省将加强规划和建设现代化中药材仓储物流中心，积极培育以龙头企业为主的中药材物流集群，配套建设电子商务交易平台及现代物流配送体系，建立大宗中药材品种从种植养殖、加工、收购、储运、运输、销售和使用全过程可追溯体系。

根据国家商务部市场秩序司发布的《云南省抢抓机遇创新发展努力开创药品零售药店发展新局面》，云南省下一步的重点工作之一就是大力推广“互联网+”

中药材，依托云南省丰富的中药材资源，打造以特色中药材为主的国家级大宗中药材现货交易电子商务平台，开展大宗中药材电子交易。

3、国家及地方出台政策大力支持中药材市场发展

根据云南省颁布的《云南省人民政府办公厅关于贯彻落实中药材保护和发展规划（2015-2020 年）的实施意见》（云政办发[2015]89 号），到 2020 年，云南省常用中药材生产稳步发展，中药材种植养殖技术水平提升，质量安全保障能力持续加强，道地特色中药材品牌建设全面提升，濒危中药材得到有效保护，成为全国中药材种植养殖的重要基地。中药材种植面积达到 1000 万亩，建设 100 个以上省级中药材良种繁育基地、100 个以上省级中药材种植养殖科技示范园，申报国家认证单品种中药材 GAP 种植基地达 10 个亿以上。推进 60 个“云药之乡”建设，实现中药材农业产值 600 亿元，年均增长 20%以上。形成销售收入 200 亿元以上的品种（系列）1 个，销售收入 100 亿元以上的品种（系列）1 个，销售收入 50 亿元以上的品种（系列）3 个。

4、药品流通行业“十二五”规划积极推进药品零售企业电子商务发展

2011 年 5 月，商务部正式对外发布了《全国药品流通行业发展规划纲要（2011-2015）》，明确提出包括提高行业集中度、发展药品现代物流和连锁经营在内的总体目标。主要任务包括支持老字号药店在保持传统优势的基础上创新发展，支持连锁经营、物流配送与电子商务相结合，提高药品流通领域的电子商务应用水平，鼓励经营规范的零售连锁企业发展网上药店。

5、“互联网+”与药品流通融合不断加深

药品流通行业不断深化改革发展的同时，行业内药品流通渠道也得到了拓展。随着我国居民网上消费习惯的形成和网络平台及配套服务商的涌现，互联网与药品流通行业相结合的医药电子商务业务迎来了良好的发展机遇。2014 年 5 月 28 日，国家食品药品监督管理总局（CFDA）下发了《互联网食品药品经营监督管理办法（征求意见稿）》，向社会公开征求意见。其中，准入门槛的降低、放宽物流配送条件以及放开处方药网上销售等内容，提升了业内企业开展互联网

药品经营的积极性，推动了医药电商企业的快速扩容。截至 2014 年 12 月 31 日，全国累计共有 353 家企业拥有食品药品监督管理总局发布的《互联网药品交易服务资格证书》，其中，持有“向个人消费者提供药品”交易证照的企业累计共有 264 家。

2015 年 3 月《政府工作报告》中指出，2015 年“互联网+”行动计划将为互联网与包括医疗、教育、物流、金融等在内的传统行业各个领域的融合发展提供更大的空间，将培育更多的新兴产业和新兴业态；2015 年 4 月 3 日，商务部印发《2015 年电子商务工作要点》，提出 2015 年电子商务工作要主动适应经济发展新常态，落实“互联网+”行动计划。将互联网引入传统的医药行业、促进行业产业升级、推进医药领域改革，成为医药行业发展的新趋势。

6、上市公司积极完善连锁网点布局，大力推进“互联网+”业务模式升级

一心堂主营业务为医药零售连锁和医药批发业务，其中医药零售连锁是公司的核心业务，经过十几年的发展，公司在企业管理、物流配送、信息化建设、产品采购等领域均达到了国内的领先水平。公司以云南省为基础向全国拓展市场，截至 2015 年 12 月 31 日，公司在全国滇、黔、桂、川、晋、渝、琼、津、沪九省市共开设直营连锁药店超过 3,400 多家。但从整体的区域市场网点数量及构成来看，存在部分区域市场份额占比较小、部分地区网点布局不合理、部分地州物流配送跨度较大等问题，在营运费用及管理成本等方面还有较大下降空间。公司在部分区域门店数量不足的现状不仅影响了区域市场占有率及销售增长率，而且对公司的药店网络布局、品牌形象推广、综合竞争力提升、以及今后的可持续发展都形成了一定的限制。公司仍需提升在区域中弱势市场的门店数量，以扩大区域整体发展规模，提升整体发展水平。

在电商业务方面，公司看到了互联网对于传统商业模式带来的巨大影响和传统电商销售中拼价格及牺牲毛利带来的流量模式的弊端，提出建设结合自身特点和优势的“互联网+”商业模式。2013 年，一心堂充分利用昆明区位优势及生物医药资源优势，进行医药产品、健康产品和服务的销售方式创新，目标成为全国最大的健康产品和服务的消费平台。2014 年一心堂正式启动电商项目及 CRM 项

目实施，为顾客提供多渠道电商销售平台。当前，一心堂官网、一心堂网上健康商城平台已投入运行，部分门店已进行了 O2O 业务实践，此外公司还对线上平台的页面展示、物流配送、财务结算、库存管理、价格管理、员工推荐等各方面开展更多的试点，为后续大面积推进“互联网+”商业模式升级改造做准备。

（二）本次非公开发行的目的

1、拓展线下终端规模，提升上市公司盈利能力

连锁营销网点是公司巩固及拓展市场占有率的基础，也是公司赖以实施线下实体门店与线上电商平台高度一体化的商业模式的依托。随着募投项目的实施，公司连锁药店的数量将大幅提升，在云南省市场的优势更加突出，在公司新进入市场的竞争力将大大增强，公司销售收入会大幅增加。由于连锁药店数量的提高，公司对药品销售终端的控制优势更加明显，对上游供应商的议价能力进一步增强，采购规模效应进一步突出，有利于公司盈利能力的提高。

2、加强中药材营销网络及电商业务建设，提升在中药材领域的市场竞争力

为了更为有效利用我国的中药材资源，国家出台了《中药材保护和发展规划（2015-2020 年）》，明确了中药材是中医药事业传承和发展的物质基础，是关系国计民生的战略性资源。保护和发 展中药材，对于深化医药卫生体制改革、提高人民健康水平、发展战略性新兴产业、增加农民收入、促进生态文明建设，具有十分重要的意义。

云南省拥有丰富的中药材资源，打造专营中药材的营销网络、发展中药材“互联网+”电商业务，不仅响应了国家号召、体现了企业的社会责任，还有助于提升一心堂在中药材领域的口碑和市场竞争能力，提升公司整体盈利能力和市场地位。

3、进一步促进电商业务的发展

“互联网+”商业模式的建设将成为上市公司战略发展方向的升级项目，是公司进一步发展完善企业核心竞争力的举措之一。一心堂电子商务发展目标是“成为中国最大的健康产品及服务的消费平台”，以西南为基础，扩展全国市场。

公司实体店规模已在全国前五强内，通过电子商务的发展，公司力争建设成为中国医药零售行业领军企业。

本次募投项目“互联网+”商业模式升级改造项目是在公司初期电商平台及 CRM 基础上，打造以顾客为核心、基础大数据分析为基础的多渠道、多触点销售平台。线上平台的建立顺应当前国内医药流通行业、电商行业发展趋势，将进一步拓宽公司的销售渠道，提升公司服务水平。在建设线上平台的同时，公司对线下的传统业务模式以及传统工具也进行互联网改造和升级，以适应立体多渠道销售平台的需要，并建成线下线上移动一体化的销售模式。同时，一心堂“互联网+”项目不仅着眼于自主商城的建设，还将成为本地化的健康产品和服务的消费平台，推动、助力于一心堂所在的每个城市中广大健康服务业的企业，为那些没有能力实现电子商务的企业提供一个本地化的电子商务平台。

三、发行对象及其与公司的关系

本次非公开发行的发行对象为包含阮鸿献先生在内的不超过 10 名特定投资者。本次非公开发行前，公司总股本为 26,030.00 万股，阮鸿献、刘琼夫妇为本公司实际控制人。其中，截至本预案出具日，阮鸿献持有本公司 8,784.00 万股，占公司总股本的 33.75%，阮鸿献先生为公司关联方。

除阮鸿献先生外，其他投资者均为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者。证券投资基金管理公司以其管理的 2 只以上基金认购的，视为一个发行对象。除阮鸿献外的其他发行对象将在本次发行申请获得中国证券监督管理委员会的核准文件后，根据发行对象申购报价情况，遵照价格优先原则，由董事会与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

四、发行股票的价格及定价原则、发行数量、限售期等

（一）发行股票的种类和面值

本次非公开发行的股份为境内上市人民币普通股（A 股），每股面值为人民币 1.00 元。

（二）发行方式和发行时间

本次发行全部采取向特定对象非公开发行的方式，在中国证监会核准有效期内择机发行。

（三）发行对象及认购方式

本次非公开发行的发行对象为包含阮鸿献先生在内的不超过 10 名特定投资者。本次非公开发行前，公司总股本为 26,030.00 万股，阮鸿献、刘琼夫妇为本公司实际控制人。其中，截至本预案出具日，阮鸿献先生持有本公司 8,784.00 万股，占公司总股本的 33.75%，阮鸿献先生为公司关联方。

除阮鸿献先生外，其他投资者均为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者。证券投资基金管理公司以其管理的 2 只以上基金认购的，视为一个发行对象。除阮鸿献外的其他发行对象将在本次发行申请获得中国证券监督管理委员会的核准文件后，根据发行对象申购报价情况，遵照价格优先原则，由董事会与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

阮鸿献先生不参与本次发行的竞价过程，但承诺接受其他发行对象的竞价结果，并与其他发行对象以相同价格认购本次非公开发行的股票。

本次非公开发行所有发行对象均以现金认购本次发行的股份。

（四）发行股票的定价依据、定价基准日和发行价格

本次非公开发行的定价基准日为公司审议本次非公开发行方案及相关议案的第三届董事会第二次临时会议决议公告日，发行价格不低于定价基准日前 20 个交易日的交易均价的 90%，（定价基准日前 20 个交易日股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量），即

不低于 55.64 元/股。本次非公开发行股票的发行价格根据《上市公司证券发行管理办法》第三十八条规定确定。若公司股票在定价基准日至发行日期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次非公开发行股票的发行底价将进行相应调整。

最终发行价格将在公司取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批文后，由公司董事会根据股东大会的授权，按照中国证监会相关规定，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定，但不低于前述发行底价。

阮鸿献先生不参与本次发行的竞价过程，但承诺接受其他发行对象的竞价结果，并与其他发行对象以相同价格认购本次非公开发行的股票。

（五）发行数量

本次非公开发行的股票数量不超过本次发行的募集资金上限除以本次发行的发行底价，即不超过 37,922,358 股。阮鸿献先生拟参与认购本次非公开发行的股票，认购金额为 10,000.00 万元。如果最终计算的认购股份数出现非整数（不足 1 股整数时）的情况，则进行去尾处理。

本次发行的具体数量已提请股东大会授权公司董事会与保荐机构（主承销商）协商确定。若公司股票在关于本次非公开发行的定价基准日至发行日期间有派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，本次非公开发行的股票数量将做相应调整。

（六）限售期

阮鸿献先生认购的本次发行的股票自上市之日起 36 个月内不得转让，其他认购对象认购的本次发行的股票自上市之日起 12 个月内不得转让。

（七）上市地点

限售期届满后，本次发行的股票将申请在深圳证券交易所上市交易。

（八）本次发行前的滚存利润安排

本次发行完成后，公司新老股东共同享有本次发行前公司滚存未分配利润。

（九）发行决议有效期

本次非公开发行决议的有效期为发行方案经股东大会审议通过之日起十二个月。

五、募集资金投向

本次非公开发行募集资金总额不超过人民币 211,000.00 万元（含发行费用），扣除发行费用后募集资金净额将全部用于上市公司直营连锁及中药材营销网络建设、“互联网+”商业模式升级改造项目、补充流动资金等，具体情况如下：

序号	项目	资金需求（万元）	拟投入募集资金额（万元）
1	直营连锁及中药材营销网络建设	156,529.00	156,000.00
2	“互联网+”商业模式升级改造项目	35,000.00	35,000.00
3	补充流动资金	20,000.00	20,000.00
合计		211,529.00	211,000.00

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金低于拟投资项目的实际资金需求总量，不足部分由公司自筹解决；如果募集资金到位时间与项目进度要求不一致，将根据实际情况以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。在不改变本次募投项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

六、本次发行是否构成关联交易

阮鸿献先生以现金认购本次非公开发行 A 股的部分股票构成与本公司的关联交易，本公司将严格遵照法律法规及公司内部规定履行关联交易的审批程序。公司董事会在表决本次非公开发行 A 股股票相关议案时，关联董事回避表决，独立董事对本次关联交易发表意见。在股东大会审议本次非公开发行事项时，关联股东已对相关议案回避表决。

七、本次发行是否导致公司控制权发生变化

本次发行前，阮鸿献持有上市公司 33.75%的股权，为公司的控股股东，阮鸿献、刘琼夫妇合计持有上市公司 52.12%的股权，为公司的实际控制人。本次

发行完成后，阮鸿献、刘琼夫妇仍为上市公司实际控制人，不会导致上市公司控股权发生变化。本次非公开发行的实施亦不会导致公司股权分布不具备上市条件。

八、本次发行方案取得批准的情况以及尚需呈报批准的程序

公司有关本次非公开发行股票相关事项已经获得公司第三届董事会第二次临时会议审议通过，并经公司 2016 年第一次临时股东大会审议通过。修订后的预案已经公司第三届董事会第四次临时会议审议通过，尚需股东大会的批准。根据有关法律、法规规定，本次非公开发行方案尚需中国证监会核准后方可实施。

第二节 发行对象的基本情况和附条件生效的股份认购合同摘要

2015 年 12 月 29 日，公司第三届董事会第二次临时会议确定的具体发行对象为公司实际控制人阮鸿献先生，除阮鸿献先生外的其他发行对象将在本次发行申请获得中国证监会的核准文件后，按照《实施细则》等相关规定以及发行对象申购报价的情况，遵循价格优先的原则，由董事会与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定。

阮鸿献先生基本情况及附条件生效的股份认购合同摘要如下：

一、发行对象基本情况

（一）基本情况

姓名	阮鸿献
性别	男
国籍	中国
身份证号码	53252619*****11
通讯地址	云南省昆明市西山区兴苑路千禧龙庭
是否取得其他国家或地区的居留权	否

（二）最近五年主要任职情况

起止日期	任职单位	职务	是否与所任职单位存在产权关系
2013 年 11 月至今	云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司	董事长	是
1997 年 2 月至今	云南云鸿房地产开发有限公司	执行董事	是
1998 年 12 月至今	云南红云健康管理服务有限公司	执行董事	是
2015 年 2 月至今	云南红云制药有限公司	执行董事、总经理	是
2008 年 5 月至今	云南通红温泉有限公司	执行董事	是
2015 年 1 月至今	云南梁河民族制药有限公司	执行董事	是
2015 年 10 月至今	云南红云投资控股有限公司	执行董事	是
2015 年 11 月至今	文山鑫汇源水电开发有限公司	董事	是
2015 年 11 月至今	昆明生达制药有限公司	执行董事	是
2015 年 12 月至今	红河春天健康运动休闲度假村有限公司	董事长	否

2015 年 12 月至今	红河春天房地产开发有限公司	董事长	否
2015 年 4 月至今	云南天地时轮大健康产业有限公司	董事长	否

（三）对外投资公司及其业务情况

截至本预案出具日，阮鸿献先生主要对外投资情况如下：

公司名称	注册资本/ 认缴出资 (万元)	经营范围	持股比例/ 认缴比例	法定代表 人/投资人
云南云鸿房地产开发有限公司	5,126.00	房地产开发；房屋租赁	99.22%	阮鸿献
云南红云健康管理服务有限公司	100.00	健康管理、医学咨询服务；保健、健身运动、皮肤护理、营养膳食、心理健康及康复的咨询、培训；医疗技术开发；桑拿、客房、足浴服务；项目管理、房屋租赁	间接持股 99.22%	阮鸿献
昆明生达制药有限公司	659.80	生产、销售自产的中西成药、植物药品及其它药品。生产、销售自产的系列小食品（川贝枇杷糖、枇杷糖、茶糖含片）；农副产品（土特产）的批发、佣金代理、进出口；药品、保健品的技术咨询服务。	间接持股 99.22%	阮鸿献
云南红云制药有限公司	688.60	农副产品收购、销售	60%	阮鸿献
云南通红温泉有限公司	200.00	温泉开发、经营；餐饮、娱乐、美容美发、康体健身、文化艺术交流服务；日用品销售	50%	鲁少龙
昆明钰心医药并购投资中心（有限合伙）	认缴总额 80,000.00	项目投资及管理；企业管理；经济信息、商务信息咨询；企业管理咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	出资 15,000 万元	执行事务 合伙人： 王嘉、禹 勃
云南梁河民族制药有限公司	2,600.00	片剂、硬胶囊剂、散剂、合剂、酒剂、酊剂、糖浆剂生产、销售；科技新产品的开发、转让及产品销售；矿产品、农副产品、干鲜果品、日用百货、茶、酒销售；货物进出口贸易	90%	阮鸿献
云南红云投资控股有限公司	5,000.00	项目投资及对所投资项目进行管理；投资咨询；房地产开发；	90%	阮鸿献

		企业形象设计、市场营销策划；企业管理咨询、商务信息咨询。依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动） （依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
红河春天健康运动休闲度假村有限公司	5,000.00 万元	游览景区管理；健康养身，商务服务，地产投资，运动休闲设施的投资建造与经营管理，日用百货、服装零售；餐饮服务（含凉菜、冷热饮品制售，不含生食海产品、裱花蛋糕）；物业管理（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	间接持股 90.00%	阮鸿献
红河春天房地产开发有限公司	3,100.00 万元	房地产开发、经营	间接持股 90.00%	阮鸿献
云南天地时轮大健康产业有限公司	20,000.00 万元	康复疗养院管理、医院管理、养老院经营管理、老年人及残疾人养护服务、殡葬服务、清洁服务、洗浴服务、保健服务、软件服务、设备租赁、房地产中介服务、企业管理咨询、物业管理、餐饮、住宿、综合零售	持股 60.00%	阮鸿献
文山鑫汇源水电开发有限公司	8,997.86	水力发电；水力水电开发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	间接持股 54%	阮友宾
上海匹特欧企业管理有限公司	358.00	企业管理、咨询，投资咨询，企业形象策划，市场营销策划，会务服务，礼仪服务，商务咨询；销售日用百货，办公用品。	5.59%	唐清伟

注 1：云南红云健康管理服务有限公司为云南云鸿房地产开发有限公司全资子公司，阮鸿献通过云南云鸿房地产开发有限公司间接持有云南红云健康管理服务有限公司 99.22%股权；云南红云健康管理服务有限公司持有昆明生达制药有限公司 100%股权，阮鸿献通过间接持有云南红云健康管理服务有限公司 99.22%股权间接持有昆明生达制药有限公司 99.22%股权。

注 2：云南红云投资控股有限公司持有红河春天健康运动休闲度假村有限公司 100%股权，阮鸿献通过云南红云投资控股有限公司间接持有红河春天健康运动休闲度假村有限公司 90%股权。

注 3：云南红云投资控股有限公司、红河春天健康运动休闲度假村有限公司分别持有红河春天房地产开发有限公司 0.32%股权、99.68%股权，阮鸿献通过持有云南红云投资控股有限公司、红河春天健康运动休闲度假村有限公司间接持有红河春天房地产开发有限公司 90%股权。

注 4：云南红云投资控股有限公司持有文山鑫汇源水电开发有限公司 60%股权，为文山鑫汇源水电开发有限公司控股股东。阮鸿献通过控股云南红云投资控股有限公司间接持有文山鑫汇源水电开发有限公司

54%股权。

（四）最近五年受处罚及诉讼、仲裁情况

截至本预案出具日，阮鸿献先生最近五年未受过行政处罚（与证券市场明显无关的除外）、刑事处罚，也未涉及与经济纠纷有关的重大民事诉讼或者仲裁。

（五）与上市公司的同业竞争与关联交易情况

1、同业竞争

上市公司主营业务为医药零售连锁和医药批发业务，其中医药零售连锁是公司的核心业务。公司主要经营范围包括中药、西药及医疗器械等产品的经营销售，主要收入来源为直营连锁门店医药销售收入。认购方阮鸿献先生下属控制的除上市公司外的企业主要业务范围包括房地产开发租赁、健康咨询服务、工业制药、餐饮娱乐、医药投资咨询管理、水利水电开发等领域，阮鸿献先生下属控制的其他企业在主业上与上市公司主业不构成同业竞争。本次发行系阮鸿献先生以现金认购本次非公开发行 A 股的部分股票，本次发行不会导致阮鸿献先生与公司发生同业竞争关系或潜在同业竞争。

2、关联交易

本次发行前，阮鸿献先生下属企业昆明生达制药有限公司、云南红云健康管理服务有限公司、云南通红温泉有限公司与上市公司存在一定范围内的关联交易，上市公司与上述关联公司之间的关联交易均已在公司定期和临时报告中予以披露。为确保投资者的利益，对于日常性关联交易，上市公司已与上述关联公司签订了关联交易协议对关联交易予以规范，公司发生的关联交易价格公允，并且履行了必要的程序；对于偶发性关联交易，上市公司严格遵守公司章程及相关关联交易管理制度的规定，履行相关程序。上市公司与关联公司之间的关联交易不影响公司经营的独立性，不存在损害公司及中小股东利益的情况，不会对公司的正常经营及持续经营产生重大影响。

阮鸿献先生以现金认购公司本次非公开发行 A 股的部分股票，构成与公司的关联交易。对此，公司将按照法律法规等相关规定履行关联交易程序。本次发行后，不会增加公司与阮鸿献及其下属企业之间的关联交易。

（六）重大交易情况

2015 年 11 月 20 日，经公司第三届董事会第二十三次会议审议通过，公司将所持昆明生达 40%股权转让给阮鸿献先生控股的子公司红云健康，公司已履行相关信息披露程序。除以上情况外，本预案出具日前 24 个月内，阮鸿献及其下属控制企业与上市公司之间不存在其他重大交易事项。

二、附条件生效的股份认购合同摘要

2015 年 12 月 29 日，公司与本次非公开发行股份的发行对象阮鸿献先生签署了《附生效条件的股份认购协议》。协议的主要内容如下：

（一）合同主体

甲方（下称“发行人”）：云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司

乙方（下称“发行对象”）：阮鸿献

（二）认购股份数量

双方同意并确认，甲方拟非公开发行不超过 37,922,358 股人民币普通股，乙方根据本协议的约定，拟认购甲方本次公开发行的股票，认购金额为 100,000,000 元人民币。如果最终计算的认购股份数出现非整数（不足 1 股整数时）的情况，则进行去尾处理。

乙方最终实际认购的股票数量根据中国证监会最终批准本次非公开发行股票方案确定。

（三）认购方式、认购价格、限售期及支付方式

1、认购方式：乙方以现金方式认购甲方本次发行的股票。

2、认购价格：本次非公开发行的定价基准日为甲方第三届董事会第二次临时会议决议公告日。本次非公开发行的股票认购价格为不低于定价基准日前 20 个交易日股票交易均价（具体计算公式为：定价基准日前 20 个交易日股票交易总额/定价基准日前 20 个交易日股票交易总量）的 90%，即不低于 55.64 元人民币/股（以下简称“发行底价”）。如果甲方股票在定价基准日至发行日期间内发生派息、送红股、资本公积金转增股本等除权、除息事项，发行底价亦将作相应调整。

本次非公开发行最终发行价格将在甲方取得中国证监会关于本次非公开发行的核准批文后，由甲方董事会根据股东大会的授权，按照中国证监会相关规定，根据竞价结果与本次发行的保荐机构（主承销商）协商确定，但不低于前述发行底价。乙方确认不参与本次发行的竞价过程，但承诺接受其他发行对象的竞价结果，并与其他发行对象以相同价格认购本次非公开发行的股票。

若根据中国证监会、深交所等部门的相关监管要求对本次非公开发行股票的价格进行相应调整，甲方可按要求确定新的发行价格。甲方根据监管要求且经甲方相关权力机构对本次非公开发行股票价格的调整不构成甲方对本协议之违反，且乙方同意接受甲方届时对本次非公开发行股票价格的调整。

3、限售期：乙方在本协议项下认购的股票应在本次非公开发行的股票上市之日起 36 个月内予以锁定，不得转让。

4、支付方式：本协议生效后，乙方应根据甲方和本次发行保荐机构（主承销商）发出的书面缴款通知，按照甲方与保荐人确定的具体缴款日期将认购资金一次性足额汇入保荐人为本次发行专门开立的账户。经会计师事务所验资完毕并扣除相关费用后，再划入甲方开立的募集资金专项存储账户。

（四）合同生效条件

本协议在如下所有条件均满足之日起生效：

- 1、本次非公开发行以及本协议依法获得甲方董事会和股东大会批准；
- 2、本次非公开发行依法获得中国证监会的核准。

（五）违约责任

1、任何一方违反其在本协议中的任何声明、保证和承诺或本协议的任何条款，即构成违约。违约方应向守约方支付全面和足额的赔偿，包括但不限于因违约而使守约方支付针对违约方的诉讼费用（包括但不限于律师费）以及与第三人的诉讼和向第三人支付的赔偿（包括但不限于律师费）。

2、本协议成立后至本协议生效前，如乙方未能按照本协议的约定配合甲方进行本次发行的相关工作（包括但不限于向甲方提交甲方要求的相关资料、信息），经甲方催促之日起 5 日内仍未提供的，甲方有权取消其认购资格。

3、任何一方违约应承担违约责任，不因本协议的终止或解除而免除。

4、本协议生效后，如乙方不能在本协议规定的甲方及/或保荐人（主承销商）发出的缴款通知书约定的认购款项支付时间内向保荐人（主承销商）为本次发行专门开立的账户支付全部认购款项，则视为乙方放弃本次认购，甲方及/或保荐人（主承销商）有权取消其认购资格，并且甲方有权单方解除本协议且要求乙方按其认购款项的 10% 支付违约金。

第三节 董事会关于本募集资金使用的可行性分析

一、本次募集资金使用计划

本次非公开发行股票数量不超过本次发行的募集资金上限除以本次发行的发行底价，即不超过 37,922,358 股，募集资金总额不超过人民币 211,000.00 万元（含发行费用），扣除发行费用后募集资金净额全部用于上市公司直营连锁及中药材营销网络建设、“互联网+”商业模式升级改造项目、补充流动资金等，具体情况如下：

序号	项目	资金需求（万元）	拟投入募集资金额（万元）
1	直营连锁及中药材营销网络建设	156,529.00	156,000.00
2	“互联网+”商业模式升级改造项目	35,000.00	35,000.00
3	补充流动资金	20,000.00	20,000.00
合计		211,529.00	211,000.00

本次非公开发行募集资金使用用途紧紧围绕公司主业展开，有利于提升公司在医药连锁行业的市场竞争力，巩固公司在医药连锁行业的领先地位；通过上市公司“互联网+”商业模式升级改造项目的实施，可以在上市公司先期电商平台的基础上，进一步提升电商平台的应用价值；推广“互联网+”中药材，依托云南省丰富的中药材资源，打造以特色中药材为主的现货交易电子商务平台；同时，可以在上市公司零售连锁门店销售的传统商业模式基础上，借助线下门店布局优势，完善各门店“互联网+”设备的升级改造，实现线上渠道和线下销售的一体化，创新上市公司商业模式，完成上市公司对多渠道、多销售模式的创新性营销平台的搭建，为公司创建中国一流的健康产品及服务消费平台的战略目标奠定坚实的基础。

若本次发行扣除发行费用后的实际募集资金低于拟投资项目的实际资金需求总量，不足部分由公司自筹解决；如果募集资金到位时间与项目进度要求不一致，将根据实际情况以其他资金先行投入，募集资金到位后予以置换。在不改变本次募投项目的前提下，公司董事会可根据项目的实际需求，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

二、本次募集资金投资项目的可行性分析

（一）直营连锁及中药材营销网络建设

1、项目背景

医药行业是我国国民经济的重要组成部分，随着国家医药卫生体系改革的深入，我国医药商业市场也正在不断进行整合，市场集中度不断提高，市场份额和业务不断向少数经营运作实力较强、竞争优势突出的医药流通企业集中，给一些有潜力的医药流通企业提供了快速做大做强的机会。

医药流通体制改革推动我国医药流通行业较快发展，特别是最近几年，随着基本医疗保障制度的确立、社区卫生中心（站）的建立及新型农村合作医疗覆盖率的提高，市场规模持续扩大。随着药品市场规模的不断扩大，药品流通市场销售规模持续增长。根据国家商务部市场秩序司公布的药品流通行业运行统计分析报告，2013 年，全国药品流通行业销售总额达到 13,036 亿元，同比增长 16.7%，其中零售企业销售总额 2,607 亿元，同比增长 12%；2014 年，全国药品流通行业销售总额达到 15,021 亿元，同比增长 15.2%，其中零售企业销售总额 3,004 亿元，同比增长 9.1%，城市社区和农村基层药品市场规模明显扩大。随着行业兼并重组的步伐加快，药品流通企业的数量有所下降、行业集中度有所提升。根据国家食品药品监督管理总局的统计年报显示，截至 2013 年底，全国共有药品批发企业 1.49 万家，药品零售连锁企业 3,570 家、下辖零售连锁门店 15.82 万家，零售单体药店 27.44 万家，零售药店门店总数达 43.26 万家。截至 2014 年底，全国共有药品批发企业 1.33 万家，药品零售连锁企业 4,266 家、下辖零售连锁门店 17.14 万家，零售单体药店 26.35 万家，零售药店门店总数达 43.49 万家。

IMS Health 统计，在过去几年，中国是世界上医药行业发展最快的区域之一。同时，在未来也将保持良好的发展态势，在 2020 年将超越日本成为全球第二大医药消费市场。

根据国家《医药行业“十一五”发展指导意见》的要求，国家将培育 5 个销售额在 50 亿元以上的大型医药集团，10 个销售额在 30 亿元以上的医药商业企

业，并争取有 5 家左右的本土企业初步发展成为国际化医药企业。2011 年 5 月，商务部正式对外发布了《全国药品流通行业发展规划纲要（2011-2015）》，明确提出包括提高行业集中度、发展药品现代物流和连锁经营在内的总体目标。

根据《云南省人民政府办公厅关于贯彻落实中药材保护和发展规划(2015～2020 年)的实施意见》（云政办发[2015]89 号）的要求，云南省将加强规划和建设现代化中药材仓储物流中心，积极培育以龙头企业为主的中药材物流集群，配套建设电子商务交易平台及现代物流配送体系，建立大宗中药材品种从种植养殖、加工、收购、储运、运输、销售和使用全过程可追溯体系。公司借助目前良好的市场环境和产业政策，积极发挥自身优势，争取取得更进一步的发展。

2、项目概述

云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司在云南省的直营连锁及中药材营销网络建设预计投入资金 40,086.00 万元（其中直营连锁建设投入资金 30,080.00 万元、中药材营销网络建设投入资金 10,006.00 万元），建设周期 3 年，建设地点为云南全省各市县。项目的建成将实现累计开设门店 550 家（其中直营连锁门店 500 家、中药材连锁门店 50 家）、营业面积 75,000.00 平方米（其中直营连锁门店 65,000.00 平方米、中药材连锁门店 10,000.00 平方米）的规模，完成对云南全省各市县的市场营销网络搭建。

云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司在海南省的营销网络建设预计投入资金 30,240.00 万元，建设周期 3 年，建设地点为海南全省各市县。项目的建成将实现累计开设门店 300 家、营业面积约 60,000 平方米的规模，完成对海南省各个市、区的市场营销网络搭建。

云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司在重庆市的营销网络建设预计投入资金 36,216.00 万元，建设周期 3 年，建设地点为重庆全市各区县。项目的建成将实现累计开设门店 360 家、营业面积约 72,000 平方米的规模，完成对重庆市各个区的市场营销网络搭建。

云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司在山西省的营销网络建设预计投入资金 30,027.00 万元，建设周期 3 年，建设地点为山西全省各市县。项目的建成将实现累计开设门店 300 家、营业面积约 60,000 平方米的规模，完成对山西省各个市、区的市场营销网络搭建。

云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司在贵州省的营销网络建设预计投入资金 19,960.00 万元，建设周期 3 年，建设地点为贵州全省各市县。项目的建成将实现累计开设门店 200 家、营业面积约 40,000 平方米的规模，完成对贵州省各个市、区的市场营销网络搭建。

项目综合情况如下：

序号	项目	资金需求 (万元)	预计开设 门店数	预增营业面 积 (m2)	建设周期
1	云南直营连锁营销网络建设	30,080.00	500	65,000.00	3
2	云南省中药材营销网络建设	10,006.00	50	10,000.00	3
3	海南直营连锁营销网络建设	30,240.00	300	60,000.00	3
4	重庆直营连锁营销网络建设	36,216.00	360	72,000.00	3
5	山西直营连锁营销网络建设	30,027.00	300	60,000.00	3
6	贵州直营连锁营销网络建设	19,960.00	200	40,000.00	3
合计		156,529.00	1,710	307,000.00	3

3、项目投资资金总体计划

本项目预计总投资 156,529.00 万元，其中房屋租金 62,960.00 万元，货架柜台、电子设备、装修等固定资产投资 33,153.00 万元，存货资金投入 59,370.00 万元，项目投资资金总体计划如下：

序号	投资项目	资金需求 (万元)
1	房租	62,960.00
2	货架柜台	9,245.00
3	电子设备	5,423.00
4	装修	18,485.00
5	存货	59,370.00
6	铺底营运资金	1,046.00
合计		156,529.00

4、项目建设的可行性

（1）消费和服务业主导的产业升级将提升社会对药品零售及相关服务的需求

2014 年全国实现国内生产总值 636,463.00 亿元，按可比价格计算，同比增长 7.40%。国家宏观经济发展情况是医药行业发展的基础，随着宏观经济的快速发展，国内医药行业将进入新一轮的高速发展期。2014 年国内人均 GDP 已经达到 50,910.00 元，通常一个国家的人均 GDP 超过 3,000 美元，随着城镇化、工业化进程的发展，产业结构和消费类型将发生重大转变，第三产业将逐步上升为主导产业，“消费主导—服务业推动”的组合逐渐成为新的增长动力。因此，国内经济的持续增长将有利于医药行业的发展，为本项目的实施创造了良好的经济环境。

（2）城镇化进程将扩大药品零售及相关服务的需求

从社会环境方面看，人口数量是度量社会环境变化的基础性指标，中国人口总量变化不大，维持低速增加的态势，但城镇人口增长较快，城镇、农村人口结构变化明显，城市化进程加快。截至 2014 年末，中国城镇人口数量达到了 74,916 万人，占总人口的 54.77%，未来随着经济的发展，城市人口数量和占比还将大幅提升。人口基数的增长为以城市（特别是随着国家城镇化进程中涌现的众多中小城市）为主要市场的药品零售企业创造出更多的市场需求，而且药品消费作为一种刚性需求必将随人口数量增加而增长。

从人口结构来看，缘于上世纪五六十年代的人口出生潮以及八十年代开始的计划生育政策，使得国内人口不断增长的同时，人口老龄化程度也在不断加快，预计到 2020 年，中国的老龄人口将达到 2.43 亿，将进一步推进医药消费需求。

（3）国内基本医疗保障改革的推进扩大了药品零售及相关服务的需求

随着新医改政策的实施，城乡基本医疗保障制度的建设和完善，国内基本医疗保障覆盖范围不断的扩大，以及近几年政府对各项公共医疗卫生投入的显著增加，使得国内的医药零售市场获得了进一步的扩容。同时，“医药分家”以及“实

行药品零差率销售”将会使医疗机构逐步淡出医药销售环节，而成为专业的诊断、治疗机构，药品销售则逐步向零售市场分流，从而大幅度提高药店销售在整个医药市场的份额。

（4）行业集中度进一步提升，规模经济效应进一步显现

医药零售行业业务模式同质性较高，从美国等发达国家医药流通行业的发展历史看，医药流通行业的发展趋势最终将走向集中，通过规模效应来提升自身在产业链中的竞争力。目前，我国医药零售市场目前仍处于比较初级的发展阶段，根据国家食品药品监督管理局 2014 年度统计年报数据，截至 2014 年底，全国药品零售门店总数共 43.49 万家，其中，药品零售连锁企业 4,266 家，连锁企业门店 17.14 万家，行业集中度低，发展良莠不齐，缺乏整体的经营战略和规划，行业整合呼之欲出。

基于上述情形，国家已出台相应政策鼓励行业整合，充分发挥市场机制的作用，创造企业集约化、规模化经营的环境。据国家商务部 2011 年 5 月 5 日发布的《全国药品流通行业发展规划纲要（2011-2015）》，到 2015 年，全国药品流通行业将形成 1-3 家年销售额过千亿的全国性大型医药商业集团，20 家年销售额过百亿的区域性药品流通企业；药品批发百强企业年销售额占药品批发总额 85% 以上，药品零售连锁百强企业年销售额占药品零售企业销售总额 60% 以上；连锁药店占全部零售门店的比重提高到 2/3 以上。同时，鼓励药品流通企业通过收购、合并、托管、参股和控股等多种方式做强做大，实现规模化、集约化和国际化经营。推动实力强、管理规范、信誉度高的药品流通企业跨区域发展，形成以全国性、区域性骨干企业为主体的遍及城乡的药品流通体系。

（5）一心堂作为药品零售的区域龙头，依托多年来积累的规模、人才、管理等优势以及资本市场的支持，已为跨区域扩张打下了坚实的基础

我国药品零售连锁企业多是局限在局部地区或当地经营，整体规模较小、综合竞争实力参差不齐。一心堂主营业务为医药零售连锁和医药批发业务，其中医药零售连锁是公司的核心业务，经过十几年的发展，公司在企业管理、物流配送、产品采购等领域均达到了国内的领先水平。公司 2014 年成功上市以来，依托资

本市场实现了企业的更快发展，截至 2015 年 12 月 31 日，公司在全国共开设直营连锁药店达到 3,496 家。同时，公司已建立起面向客户、供应商、物流等全方位经营数据的大数据平台，通过对大数据的采集和分析，有效满足顾客需求并提升管理效益。本项目的实施，有利于上市公司巩固在云南市场的优势地位，同时，在海南、重庆、山西、贵州的市场竞争力也将大大增强。

（6）国家及地方出台政策大力支持中药材市场发展

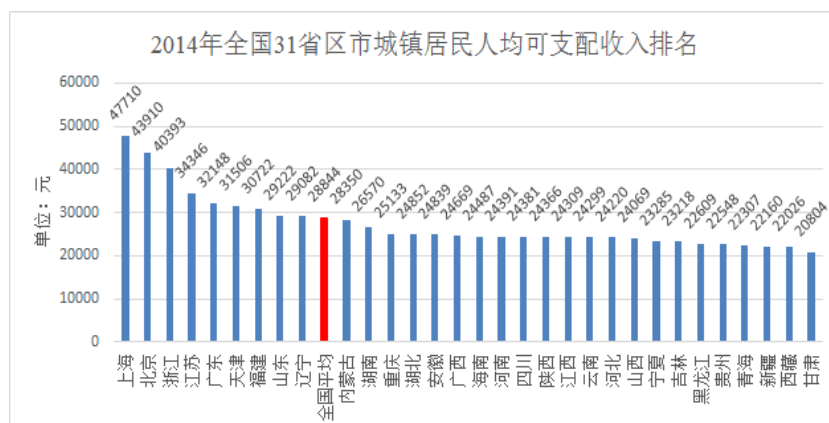
根据云南省颁布的《云南省人民政府办公厅关于贯彻落实中药材保护和发展规划（2015-2020 年）的实施意见》（云政办发[2015]89 号），到 2020 年，云南省常用中药材生产稳步发展，中药材种植养殖技术水平提升，质量安全保障能力持续加强，道地特色中药材品牌建设全面提升，濒危中药材得到有效保护，成为全国中药材种植养殖的重要基地。中药材种植面积达到 1000 万亩，建设 100 个以上省级中药材良种繁育基地、100 个以上省级中药材种植养殖科技示范园，申报国家认证单品种中药材 GAP 种植基地达 10 个亿以上。推进 60 个“云药之乡”建设，实现中药材农业产值 600 亿元，年均增长 20%以上。形成销售收入 200 亿元以上的品种（系列）1 个，销售收入 100 亿元以上的品种（系列）1 个，销售收入 50 亿元以上的品种（系列）3 个。

5、项目建设的必要性

（1）云南地区

①云南省直营连锁营销网络建设的必要性

云南省地处我国西南边陲，总面积为 39.4 万平方公里，是我国少数民族最多的省份。根据国家统计局数据，2014 年云南省常住人口 4,713.9 万人，人均 GDP 约 2.7 万元，在全国排名靠后，属于经济欠发达地区。云南省医疗保障等公共服务较为落后，存在着较大的提升空间。



同时，云南省与缅甸、老挝和越南接壤，是中国面向东南亚和南亚地区开放的重要桥头堡，随着中缅印度洋、中老泰、中越等多条国际通道的建设（见《云南省新型城镇化规划》），云南经济面临着巨大的发展空间。2014 年，云南省国民生产总值 12,814.59 亿元，同比增长 8.1%，社会消费品零售总额 4,632.9 亿元，同比增长 12.7%，人均可支配收入 13,772 元，同比增长 12.7%，增长速度均高于全国平均水平。

根据《云南省农村扶贫开发纲要（2011—2020 年）》，按农民人均纯收入 2,300 元（2010 年不变价）的新国家扶贫标准，云南省贫困人口超过 1,500 万人，到 2020 年，云南省要稳定实现扶贫对象不愁吃、不愁穿，保障其义务教育、基本医疗和住房。同时，根据《云南省新型城镇化规划（2014—2020 年）》，到 2020 年全省常住人口城镇化率达到 50%左右，再新增 500 万以上农业转移人口和其他常住人口在城镇落户。

综上，随着云南省经济的快速发展，贫困人口脱贫致富和城镇化以及医疗保障的推进，全省的医疗卫生事业存在巨大的发展空间。一心堂作为云南省内药品零售排名前列的企业，在云南省内具备网店布局、物流配送、人力资源等多方面的优势，通过扩大营销网络建设，不仅可以抓住云南省居民医疗卫生消费升级的巨大机遇，还可以扩大规模效应，有效降低营运费用及管理成本。

②云南省中药材营销网络建设的必要性

云南是中药材资源大省，中药资源总数和药用植物种树分别占全国的 51.40%和 55.40%，品种和数量均居全国之首，许多特有品种是我国中药材资源

的重要组成部分。三七、滇重楼、云木香、云茯苓、黄连、当归、石斛、阳春砂仁、滇龙胆等药材是云南省重要的道地药材。2014 年，云南省中药材种植面积达 600 万亩，比 2011 年新增 200 万亩，年均增长 14.5%，其中，三七种植面积达 79 万亩，比 2011 年扩大了 5.5 倍。云南省认定和培育了 50 个“云药之乡”，初步建立了三七、天麻、灯盏花、石斛、滇重楼、云木香、滇龙胆、滇黄精等一批中药材大宗原料种植基地；三七、滇重楼、灯盏花、云木香、铁皮石斛等 7 个品种 10 个基地通过了国家 GAP 认证；文山三七、昭通天麻、红河灯盏花、广南铁皮石斛等 4 个品种获得了地理标志产品保护；一批珍稀濒危中药材实现了野生变家种，促进了中药材资源的可持续利用，云南省中药材的知名度和影响力不断扩大，已逐步成为我国中药材种植的重要基地。

2014 年末，公司在云南市场已有直营零售药店 2,039 家、2014 年销售总额 36.89 亿元，其中中药材销售收入占 7.70%，是上市公司除成药以外增长最快的特色产品。2015 年度，公司在云南市场拥有直营零售药业超过 2,500 家。2015 年公司在西南地区销售收入达到 45.39 亿元、占全部主营业务收入的 88.05%，毛利额为 26.71 亿元、毛利率达 41.15%。云南地区作为公司在西南地区最主要的销售市场，为上市公司业绩提供了最重要的贡献。本次募投项目计划在云南地区进行中药材营销网络建设，不仅可以加强上市公司在云南地区医药零售市场的主导地位，也能取得良好的经济效益。

（2）海南地区

海南目标市场的人口总数为 900 万人左右，占全国人口总数的 0.69%，2014 年全年，海南省地区生产总值 3,500.7 亿元，比上年增长 8.5%；社会消费品零售总额 1,090.9 亿元，比上年增长 12.2%。

根据海南省商务厅市场秩序处公布的 2014 年全省药品流通行业运行分析报告，随着医保制度的进一步纵深发展，2014 年海南省药品流通行业规模不断扩大，行业销售总值达到 172.5 亿元，同比增长 25%。药品零售连锁企业从 2013 年的 13 家增加至 25 家，连锁门店数量较上年同期增加了 10%，连锁门店数量比上年同期增加了 10%，全省连锁门店数约占零售门店总数的 30%。此外，随着

2014 年新版 GSP 换证工作的正式实施，推动了海南省大型医药批发和零售连锁企业对小散企业的兼并重组，行业集中度不断提升，逐步改变了海南省药品流通领域中散、小的现状，实现行业规模化、集约化经营。

随着海南省经济快速发展，居民收入水平稳步提高、医疗保健意识不断加强，以及老龄化社会的来临，慢性病及改善生活质量药物的需求增加，消费者在药品与医疗保健上的消费支出必将逐步提升，海南省药品流通行业仍将保持增长。

海南市场从整体的区域市场网点数量及构成来看，存在部分区域市场份额占比较小、部分地区网点布局不合理、物流配送跨度较大等问题，在规模化经营、资源的合理利用、营运费用及管理成本的降低等方面还有较大运作空间。

2015 年，公司在华南地区的销售收入达 5.12 亿元，占全部主营业务收入的 9.93%，毛利额 1.84 亿元，毛利率为 35.92%。海南市场作为公司在华南地区的主要盈利来源，盈利状况良好。本次募投项目计划在海南地区进行直营营销网络建设，不但可以快速抢占海南市场、增强在海南市场的行业地位，而且能够取得很好的经济效益。

（3）重庆地区

重庆地处我国中部和西部地区的结合部，是西南地区商业发展的战略要地，总面积为 8.24 万平方公里，2014 年末，重庆市常住人口 2,991.40 万人，其中城镇人口 1,783.01 万人。2014 年重庆全市生产总值 14,265.40 亿元，同比增长 10.90%，社会消费品零售总额 5,096.20 亿元，同比增长 12.95%。

重庆是全国人口最多的一个直辖市，全市城镇化率达到 59.60%，高出全国平均水平 4.31 个百分点，高城镇化水平为药品零售市场的发展提供了机会。随着社会经济的发展以及老龄化程度的加剧，当地居民对慢性病及改善生活质量药物的需求增加，消费者在药品与医疗保健上的消费支出将逐步提升。城镇居民的药品消费意识和消费能力相对较强，而重庆市的城镇化率在全国城市中位居前列，因此，重庆市药品流通行业未来仍具有较大的发展潜力。

根据国家商务部市场秩序司公布的药品流通行业运行统计分析报告，2014 年，重庆市药品流通行业销售总额达 614.06 亿元（不包括处于上市静默期的重庆和平药房连锁有限责任公司），在全国已有数据的 31 个省直辖市自治区里名列第八位，药品流通行业较为发达，规模化、集约化程度较高。从企业品牌和规模来看，重庆市场以桐君阁大药房、重庆和平药房连锁两大国营药房为主，重庆鑫斛药房、重庆万和药业随着规模的扩张、品牌认知度逐渐提高，但与两大国营药房尚存在较大差距。连锁化程度高反映出当地居民对连锁品牌依赖以及信任，也反映出重庆市场是一个重视品牌的市场。一心堂作为我国西南地区药店零售行业的知名品牌，有着成熟的运营模式、管理机制，与重庆市场消费者重视连锁药店品牌的消费习惯相契合。

2014 年末，一心堂在重庆市场已有直营零售药店 39 家、2014 年销售额约 4,000 万元。2015 年度公司在西南地区销售收入达到 45.39 亿元、占全部主营业务收入的 88.05%，毛利额为 26.71 亿元、毛利率达 41.15%。重庆地区作为公司在西南地区的战略布局区域之一，直营门店销售额增长迅速、盈利状况良好。本次募投项目计划在重庆地区进行直营营销网络建设，不但可以快速抢占重庆市场、增强在重庆市场的行业地位，而且能够取得很好的经济效益。

（4）山西地区

山西省总面积为 15.67 万平方公里，2014 年末，山西省常住人口 3,647.96 万人，其中城镇人口 1,962.32 万人。2014 年山西全省生产总值 12,759.40 亿元，同比增长 4.90%，社会消费品零售总额 5,549.90 亿元，同比增长 11.30%。

根据国家商务部市场秩序司公布的药品流通行业运行统计分析报告，2014 年，山西省药品流通行业销售总额约 294.41 亿元，同比增长 16.24%，市场规模增长较快但连锁药店的集中度并不高。山西市场的主要药品零售企业为山西亨通医药、山西仁和大药房，总店数占全省药店总数的比例较小，连锁药店的规模化程度也不高。因此，山西市场药品零售行业的现状是多而散、规模小。山西市场缺乏规模大、管理科学、技术先进、资金雄厚的航母级药品零售企业，也导致山

西市场的药品零售企业兼并重组不断增加，全国其他区域的大型连锁药品零售企业竞相布局山西市场。

2014 年末，一心堂在山西市场已有直营零售药店 44 家、2014 年销售额约 4,256 万元。2015 年，公司在华北地区的销售收入达 1.01 亿元，毛利额为 3,233.20 万元、毛利率为 32.01%。山西地区作为一心堂在华北地区主要销售来源，区域内直营门店销售额增长迅速、盈利状况良好。本次募投项目计划在山西地区进行直营营销网络建设，不但可以快速抢占山西市场、增强在山西市场的行业地位，而且能够取得很好的经济效益，实现一心堂在山西市场的规模化、集约化经营。

（5）贵州地区

贵州省东毗湖南、南邻广西、西连云南、北接四川和重庆，省会贵阳是中国西南铁路枢纽，黔桂铁路、川黔铁路、贵昆铁路、湘黔铁路四条铁路干线贯穿贵州，总面积为 17.61 万平方公里，2014 年末，贵州省常住人口 3,508.04 万人，其中城镇人口 1,403.57 万人。2014 年贵州全省生产总值 9,251.01 亿元，同比增长 10.80%，社会消费品零售总额 2,579.53 亿元，同比增长 12.90%。

根据国家商务部市场秩序司公布的药品流通行业运行统计分析报告，2014 年，贵州省药品流通行业销售总额约 180.64 亿元，同比增长 53.42%，总体增长速度较快，但市场相对零散，主要药品零售企业贵州一树连锁药业有限公司、贵州吉大夫药房连锁有限公司、贵州芝林大药房零售连锁有限公司的药店数占全部药店的比例较低，尚未出现大型药品零售企业。由于贵州市场有着西部大开发的区位优势、药品零售的连锁化程度较低、贵州市场尚未出现大型药品零售企业，因此贵州市场将逐渐成为各大药品零售企业在西南地区发展的重点区域。

2014 年末，一心堂在贵州市场已有直营零售药店 93 家、2014 年销售额约 6,570 万元。2015 年，公司在西南地区销售收入达到 45.39 亿元、占全部主营业务收入的 88.05%，毛利额为 26.71 亿元、毛利率达 41.15%。贵州地区作为公司在西南地区的战略布局区域之一，直营门店销售额增长迅速、盈利状况良好。本次募投项目计划在贵州地区进行直营营销网络建设，不但可以快速抢占贵州市场、增强在贵州市场的行业地位，而且能够取得很好的经济效益。

公司在云南、海南、重庆、山西、贵州部分区域门店数量不足的现状不仅影响了区域市场占有率及销售增长率，而且对公司的药店网络布局、品牌形象推广、综合竞争力提升、以及今后的可持续发展都形成了一定的限制。

上述地区直营连锁及中药材营销网络的建设与实施将有效增加公司在上述地区的营销网点数量、形成更加合理的网点布局，在进一步巩固公司在云南市场领先地位的同时，可以进一步促进公司对新市场的进驻与扩张，实现公司在云南、海南、贵州、重庆、山西市场的整体发展。这也将使公司的内部资源得到充分利用，规模化效应获得充分体现，经营成本将得到更合理的控制，公司品牌形象将得到大幅度提升。

6、项目建设的效益分析

一心堂直营连锁及中药材营销网络建设项目采取边开店、边运营的方式，项目财务评价计算期为建设期 3 年，运营期 7 年，总计算期 10 年。具体经济数据和财务指标如下：

序号	项目（万元）	云南地区		海南地区	重庆地区	山西地区	贵州地区
		直营连锁	中药材连锁				
1	总投资	30,080.00	10,006.00	30,240.00	36,216.00	30,027.00	19,960.00
2	销售合计	1,419,013.53	272,777.93	1,331,661.43	1,639,500.36	1,342,836.72	856,157.81
3	税后利润合计	55,278.85	19,486.79	54,949.41	64,004.34	54,607.98	34,279.36
4	利税总额合计	148,995.41	38,262.06	144,110.70	172,476.06	144,250.21	90,308.57
5	内部收益率	10.37%	13.14%	9.96%	9.24%	9.76%	9.06%
6	静态投资回收期(年)	7.67	7.29	7.84	7.96	7.90	7.97

注：静态投资回收期包含建设期。

7、项目审批备案情况

本项目已取得昆明市发展与改革委员会“昆发改企业备案[2015]18 号”《投资项目备案证》（备案项目编码：15530000621018），2015 年 12 月 22 日，昆明市发展和改革委员会批准公司“直营连锁营销网络”建设项目名称变更、扩大投资范围及增加投资总额，项目名称变更为“直营连锁及中药材营销网络”建设；投资范围由云南省、海南省扩大到重庆市、山西省、贵州省各州市的直营连锁门店及中药材专营店；项目总投资由 40,089.00 万元调整为约 156,529.00 万元。

（二）上市公司“互联网+”商业模式升级改造项目

1、项目背景

根据中国互联网络信息中心发布的统计报告数据显示，截至 2015 年 6 月，我国网民规模达到 6.68 亿，互联网普及率为 48.8%，手机网民规模达 5.94 亿人，网购渗透率超过 50%，居民网购人数和次数均在飞速增长，互联网对个人生活方式、消费习惯的影响得到了进一步深化。

在此背景下，中国医药电子商务悄然兴起，2015 年 3 月《政府工作报告》中指出，2015 年“互联网+”行动计划将为互联网与包括医疗、教育、物流、金融等在内的传统行业各个领域的融合发展提供更大的空间，将培育更多的新兴产业和新兴业态；2015 年 4 月 3 日，商务部印发《2015 年电子商务工作要点》，提出 2015 年电子商务工作要主动适应经济发展新常态，落实“互联网+”行动计划，将互联网引入传统的医药行业、促进行业产业升级、推进医药领域改革，成为医药行业发展的新趋势；2015 年 6 月，商务部发言人在发布会上肯定了药品流通行业适应“互联网+”的新经营模式的创新，并提出商务部将大力推进药品流通领域改革。将现代信息技术的应用引入传统的医药零售行业，推动医药电商业务创新发展，成为未来药品流通行业的发展方向之一。

根据国家《中药材保护和发展规划（2015-2020 年）》，我国将构建中药材现代流通体系，在中药材主要产区、专业市场及重要集散地，建设 25 个集初加工、包装、仓储质量检验、追溯管理、电子商务、现代物流配送于一体的中药材仓储物流中心，开展社会化服务。根据国家商务部秩序司发布的《云南省抢抓机遇创新发展努力开创药品零售药店发展新局面》，云南省下一步的重点工作之一就是大力推广“互联网+”中药材，依托云南省丰富的中药材资源，打造以特色中药材为主的国家级大宗中药材现货交易电子商务平台，开展大宗中药材电子交易。

一心堂自成立起主营业务一直为医药零售连锁和医药批发业务。经过十几年发展，截至 2015 年 12 月 31 日，公司在全国滇、黔、桂、川、晋、渝、琼、津、沪九省市共开设直营连锁药店超过 3,400 多家。无论是直营门店数还是销售额均位居行业前列，连续 6 年跻身中国十强药店。2007-2012 年，公司投资 6,000 万

元，引进世界先进的德国 SAP 信息管理技术；投资约 2 亿元人民币，完成了现代化信息物流配送新基地的建设。公司在企业管理、物流配送、信息化建设、产品采购等领域均达到了国内的领先水平。随着公司业务的快速发展和信息化管理技术的广泛应用，2013 年，鸿翔一心堂充分利用昆明区位优势及生物医药资源优势，进行医药产品、健康产品和服务的销售方式创新，提出了电子商务项目的建设。随着一心堂电子商务项目的不断建设和完善，公司重新定义和塑造了一心堂新的电商商业模式，即采用“互联网+”的商业模式，进行整体电商平台搭建和优化，建立线上线下移动一体化的销售模式。

“互联网+”商业模式升级改造项目的建设将成为上市公司战略发展方向的升级项目。公司电子商务发展目标是“成为中国最大的健康产品及服务的消费平台”，以西南为基础，扩展全国市场。公司实体店规模已在全国前五强内，通过“互联网+”商业模式升级改造项目的实施，公司力争建设成为中国最大的医药零售企业。

一心堂不仅立志成为面向全国消费者的健康产品电子商务企业，还将采用“互联网+”理念，把线上和线下的消费方式做无缝连接。一心堂“互联网+”商业模式升级改造项目，不仅着眼于自主商城的建设，还将成为本地化的健康产品和服务的消费平台，推动、助力于一心堂所在的每个城市中广大健康服务业的企业，为那些没有能力实现电子商务的企业提供一个本地化的电子商务平台。

2、项目概述

（1）“互联网+”商业模式改造阶段

①电商二期项目建设

一心堂在电商一期项目中已经完成电商平台的初步建设，但整个电商平台业务模式尚不完善，在二期项目中将重点完成 B2B2C 以及 B2B 等商业模式的构筑，二期项目完成 B2B2C 功能后，将重点开拓平台之间的互联互通集成，完善商家在一心堂电商平台上的各项管理以及业务功能。

②移动电商平台优化

在目前电商发展趋势中，移动电商将会是未来电商发展的趋势，根据数据分析显示，移动端的流量已经大于传统 PC 端的流量，因此在“互联网+”模式中，重点将针对移动电商进行相应建设和优化。

③远程诊疗及中药饮片工厂建设

一心堂从事的是人类健康产业，一直很重视消费者的健康管理，并致力提供消费者相应的健康管理服务。在未来提供给消费者的商业模式中不仅只是单纯售卖产品，而更应该给消费者提供更好的服务和咨询，因此在二期项目中，一心堂将借助 SAP HYBRIS 平台的优势，重点建立与电商平台集成的远程诊疗服务体系，消费者通过移动设备就可以和专业药师、医师进行远程指导用药购买，并可以替消费者进行代购下单，让顾客购买变得更为专业和方便。

此外，“互联网+”商业模式改造阶段还包括线下传统业务互联网化、电商硬件架构整体升级等。

（2）“互联网+”商业模式优化阶段

①中间件整体架构升级

上市公司“互联网+”模式的核心在于整合线上线下的销售渠道，同时集成移动互联网的各种社区化以及移动功能，因此在整个上市公司多渠道电商平台架构中，强大中间件将提供多个系统以及平台接入和集成，整个电商平台建设将重点打通大数据、CRM 移动、线下 POS 系统、OMS 等相关系统和平台，因此在“互联网+”商业模式升级改造项目建设中将重新构筑以及优化中间件平台架构和性能，以便提供更多的集成渠道和功能。

②ERP 系统优化升级

上市公司 ERP 系统 2008 年上线，ERP 系统作为企业业务核心系统，其重要性不言而喻，随着上市公司实体网点的快速发展以及“互联网+”商业模式升级改造项目的建设和开发，ERP 系统需要改造以适应新业务模式发展。为适应电商特色，上市公司 ERP 系统必须支持海量级的 SKU 管理以及业务运行，对多渠道

的电商业务进行财务记账和管控，因此目前的 ERP 系统的整体架构必须重新升级优化才能适应新的业务模式发展，支撑整个公司业务运作和进行管理。

此外，“互联网+”商业模式优化阶段还包括移动平台优化升级、多系统集成优化、门店选址系统实施。

（3）“互联网+”商业模式深化阶段

①大数据分析系统整体优化

上市公司目前已购入基于 SAP HANA 平台的 SAP CRM 产品作为公司客户关系管理系统，随着系统的实施和上线，上市公司将能对会员提供精细化管理和大数据分析能力，但随着电商多渠道平台的建设和完善，CRM 系统必须针对新的电商模式做持续的优化和升级，既要让会员贯穿所有销售渠道，又要能针对不同渠道特点做不同的会员精细化服务提供，让公司消费者在所有渠道中均能得到更系统、更好的购物体验和服务体验，因此在“互联网+”商业模式升级改造项目中将针对现有 SAP CRM 平台完善会员的线上线下功能优化和集成，强化 CRM 系统的大数据支持以及落地功能，同时对移动化 CRM 功能做整体优化和升级。

②CRM 系统优化升级

上市公司 SAP HANA 内存数据库平台作为整个上市公司的大数据平台，为公司提供海量数据的建模以及快速查询，为企业经营以及精细化管理提供管理数据以及分析结果，随着电商平台的完善以及 CRM 系统的上线，整个大数据平台将持续优化以提供海量数据的数据挖掘分析功能，除针对传统零售行业进行大数据应用以及分析功能，还将结合电商平台特色对电商消费者的购物兴趣、购物习惯、购物点击率等进行相应挖掘和建模，从而对电商消费者进行个体标签分类和分析。

此外，“互联网+”商业模式深化阶段还包括异地机房灾备建立。

3、项目投资资金总体计划

项目投资资金总体计划如下：

序号	项目	具体内容	资金需求（万元）
1	“互联网+”商业模式改造阶段	电商二期项目建设	4,000.00
		移动电商平台优化	3,000.00
		远程诊疗及中药饮片工厂建设	1,500.00
		线下传统业务互联网化	2,000.00
		电商硬件架构整体升级	3,000.00
2	“互联网+”商业模式优化阶段	中间件整体架构升级	3,000.00
		ERP 系统优化升级	2,000.00
		ERP 系统硬件升级改造	2,000.00
		正版化许可	2,000.00
		网络架构升级优化	1,000.00
		选址系统软硬件及实施	1,000.00
3	“互联网+”商业模式深化阶段	大数据平台软硬件升级优化	3,000.00
		CRM 系统二期软件及实施	2,000.00
		CRM 硬件架构升级	2,500.00
		异地灾备系统建设和实施	3,000.00
合计			35,000.00

4、项目建设的必要性

电子商务（Electronic Commerce 简称 EC）指的是利用简单、快捷、低成本的电子通讯如 INTERNET 网络方式，买卖双方进行各种贸易活动，即在网上通过人流、物流、资金流、信息流完整地实现，电子商务是以网络化、数字化技术环境为依托的一种全新的商务方式，其日益广泛的推广应用将给社会和经济带来巨大的变革与收益。

“互联网+”是互联网思维的进一步实践成果，它代表一种先进的生产力，推动经济形态不断的发生演变，从而带动社会经济实体的生命力，为改革、创新、发展提供广阔的网络平台。通俗来说，“互联网+”就是“互联网+各个传统行业”，但这并不是简单的两者相加，而是利用信息通信技术以及互联网平台，让互联网与传统行业进行深度融合，创造新的发展生态。

（1）项目建设能为企业带来较好的经济效益

一心堂实体门店遍及昆明市大街小巷、及云南省各地州、县市、乡镇，尽管诸多的实体店为消费者提供了众多服务，但仍不能满足广大消费者的多样化服务需求，而基于网络的“互联网+”商业模式可以拓展实体门店不能覆盖到的顾客

群体，大大提升一心堂的顾客受众群体，并可向消费者提供相比实体门店更多的商品与服务，提升顾客满意度。“互联网+”商业模式升级改造项目的建设，将给公司带来较好的经济效益，促进公司生产力和科技力的提高。“互联网+”将成为上市公司的又一新兴盈利增长点，有利于企业的高速、持续发展。

（2）项目建设有利于企业市场竞争能力的提升

上市公司“互联网+”商业模式升级改造项目的推广、建设，打破了时空限制，改变了原有的商品交易形态，使一心堂没有布局到的广大地区，都可以成为一心堂的市场。公司将立足于云南多样性的生物及医药资源的利用和开发，通过“互联网+”商业模式，大大加速医药零售商品的流通。“互联网+”商业模式的发展将有利于公司对资源的更为高效使用，提高企业竞争力，有利于企业借助云南优质的自然资源，进入更广阔的市场，参与更高层级的竞争。

（3）项目建设将给消费者带来更多的便利

一心堂始终如一把消费者利益放在首位。一心堂开展“互联网+”商业模式，将给终端消费者带来更多的便利性，消费者可自由灵活、随时随地选购健康产品和服务。一心堂“互联网+”商业模式的快速发展，可以为消费者创造更好的购物体验。一心堂商品种类达万余个，通过对消费者需求分析，今后可为网上购物者提供的商品将达两万以上。公司还会创造移动购物的购买方式，使消费者省时省力省心，对于消费者来说，购物资金成本及时间成本将大幅降低。

（4）项目建设将为中药材及其他相关产业的结构调整助力

公司官方商城将主要以中药材、医疗器械、地产成药等产品为主，同时建设成为各个城市健康服务业的“互联网+”电子商务平台。

该项目将为云南省中药及中药产业等相关行业的发展提供更好的动力，将促进云南省上下游中药材产业结构的调整，对增加当地农民收入，促进社会就业，具有重要的作用。并且，项目也将为各个城市广大从事健康服务业的企业但没有能力搭建线上销售平台的公司或个体创业者提供网上营销平台，有利扶持诸多健

康产业创业者。所以项目将是“健康产品和服务的消费平台”，将有效的聚集人气，提升各商家的营销及服务能力。

5、项目建设的可行性

（1）“互联网+”、中药材电子商务上升为国家战略，为公司项目开展提供政策支持

在 2015 年 3 月结束的第十二届全国人大第三次会议上，李克强总理政府工作报告提出制定“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与传统产业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展。这标志着“互联网+”已上升为国家战略。各级政府也不断出台利好政策，鼓励各行各业与互联网充分连接，实现传统行业与时俱进的转型升级。

同时，根据最新颁布的《中药材保护和发展规划（2015-2020 年）》，我国将构建中药材现代流通体系，在中药材主要产区、专业市场及重要集散地，建设 25 个集初加工、包装、仓储质量检验、追溯管理、电子商务、现代物流配送于一体的中药材仓储物流中心，开展社会化服务。

随着互联网对社会生活影响力的不断提升，其与传统行业结合程度不断提高，对公众认知和企业经营的影响力也越来越大，互联网发展的现状已为公司的电商战略提供了良好的外部环境。

（2）上市公司实体门店布局及电商业务运作经验，为本项目的实施提供了坚实保障

2014 年上市公司正式启动电商项目以及 CRM 项目，借助世界领先的 SAP Hybris 电子商务平台以及 SAP CRM 平台搭建以顾客为核心多渠道电商销售平台，同时基于上市公司大数据分析平台，建立线上线下一体化的精准会员管理体系，为每一个会员建立全面标签分析体系，从而实现会员的精细化管理。

借助线下门店布局优势，上市公司电商平台完成线上渠道和线下销售的一体化，真正实现线下渠道和线上渠道的互联互通，完成公司多渠道平台建立。随着公司电商平台的不断建设和完善，公司将开始“互联网+”整体电商平台搭建和

优化，在一心堂电商以及 CRM 的基础上，重新定义和塑造上市公司新的电商商业模式，重点抓住电商的核心本质——顾客，在洞悉顾客需求的基础上打造以顾客为核心的基于大数据分析为基础的多渠道、多触点销售平台。

在建设线上平台的同时，对线下传统业务模式以及传统工具也进行互联网改造和升级，以适应立体多渠道销售平台的需要，并建立线下线上移动一体化的销售模式。上市公司基于前期对电商业务的搭建与理解，具备进一步升级电商业务、打造“互联网+”整体电商平台的可行性。

6、项目建设周期及效益分析

“互联网+”商业模式升级改造项目建设周期分为 3 年。

序号	项目	内容	时间
第一阶段	“互联网+”商业模式改造阶段	电商二期项目建设、移动电商平台优化、远程诊疗以及中药饮片建设、电商硬件架构升级、传统业务互联网化	2016.1-2016.12
第二阶段	“互联网+”商业模式优化阶段	中间件整体架构升级、ERP 系统优化升级、移动电商平台优化、多系统集成优化、门店选址系统实施	2017.1-2017.12
第三阶段	“互联网+”商业模式深化阶段	CRM 软硬件升级优化、大数据分析系统整体优化、机房异地灾备建立	2018.1-2018.12

第一阶意义和目标：在电商项目一期的基础上，大幅度建设和完善电商平台的各种功能和模块，在打通线上线下渠道的基础上，重点建设移动电商平台以及完善传统业务的互联网化。

第二阶段意义和目标：多渠道电商平台将更加迅速集成各种消费渠道，为顾客提供更多的便利和购物体验，在此阶段中将持续完善和优化各个系统之间的集成和链接，将更大发挥多渠道电商平台优势。

第三阶段意义和目标：在电商的业务模式和渠道不断完善的过程中，利用大数据平台的海量数据结合会员的行为数据以及标签，深度挖掘顾客潜在需求，并为客户提供更全面的购物体验。

本项目符合国家相关的产业政策以及未来公司整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益，项目完成后可以对上市公司财务状况及经营成果产生有利影响：

1、本项目实施完成后，将在上市公司零售连锁门店销售的传统商业模式基础上，完善各门店“互联网+”设备的升级改造，实现线上渠道和线下销售的一体化，创新上市公司商业模式，完成上市公司对多渠道、多销售模式的创新性营销平台的搭建；

2、在创新上市公司商业模式的同时，本项目的实施可以带动和提升公司原有业务的营销水平，使得公司继续保持行业领先水平，拉开与国内其他竞争对手的距离，提高企业经济效益和综合竞争力；

3、本项目实施后，将进一步强化公司客户服务能力，扩大公司产品、业务市场占有率，公司可持续发展能力和盈利能力均将得到较大幅度的改善，有利于公司未来经营规模的扩大及利润水平的增长，对公司的财务状况和经营成果产生积极影响。本项目的建设合理、可行，符合公司及全体股东的利益。

7、项目审批备案情况

本项目已取得昆明市发展与改革委员会“昆发改企业备案[2015]19 号”《投资项目备案证》（备案项目编码：15530112621019）。

（三）补充流动资金

1、项目基本情况

为优化财务结构、增强资金实力以支持公司业务的发展，公司拟使用本次募集资金中的 20,000.00 万元用于补充流动资金。

2、项目的背景及可行性分析

（1）提升营运资金规模，满足可持续发展需求

随着公司业务的发展，尤其是“互联网+”业务的不断扩展，未来营运资金的需求较大。本次补充流动资金项目可以提升公司营运资金规模，满足业务发展需求，为公司可持续发展打下良好的基础。

（2）提高公司抗风险能力和债务融资能力

通过本次补充流动资金项目，公司资本结构可以得到进一步优化，增强抗风险能力和债务融资能力。

三、本次发行对财务状况及经营管理的影响

（一）募集资金运用对公司财务状况的影响

本次募集资金到位后，本公司的净资产将大幅增加；同时，公司的资产负债率进一步下降，将会显著优化公司的资产负债结构，增强公司的偿债能力和融资能力，降低公司运营的财务风险。

（二）募集资金运用对公司经营成果的影响

随着募投项目的实施，公司连锁药店及中药材专营店的数量将大幅提升，在云南市场的优势更加突出，在海南、重庆、山西、贵州的市场竞争力将大大增强，公司销售收入会大幅增加。由于连锁药店数量的提高，公司对药品销售终端的控制优势更加明显，对上游供应商的议价能力进一步增强，采购规模效应进一步加强，有利于盈利能力的提高。

由于药店在开设初期都有一段时期的亏损期，公司在网点建设过程中采取边开店、边建设、边运营的方式，因此在募投项目建设期会有一定的亏损，从而一定程度上影响公司的当期利润水平；随着募投项目的全部建成，募投项目将会逐步提高公司的盈利水平，进入运营稳定期后，将会大幅增加公司的盈利水平。相对应的，在建设期和项目运营前期，公司的净资产收益率会有一定幅度的下降，进入稳定期后，净资产收益率将稳步提升。

上市公司“互联网+”商业模式升级改造项目的实施将会集成上市公司线上线下各种业务功能，为消费者提供一个完整全面的移动电商平台，进一步提升电

商平台的应用价值；同时，可以在上市公司零售连锁门店销售的传统商业模式基础上，借助线下门店布局优势，完善各门店“互联网+”设备的升级改造，实现线上渠道和线下销售的一体化，创新上市公司商业模式，完成上市公司对多渠道、多销售模式的创新性营销平台的搭建。项目实施后，将进一步强化公司客户服务能力，扩大公司产品、业务市场占有率，公司可持续发展能力和盈利能力均将得到较大幅度的改善，有利于公司未来经营规模的扩大及利润水平的增长，对公司的财务状况和经营成果产生积极影响。

第四节 董事会关于本次发行对公司影响的讨论与分析

一、本次发行后公司业务及资产、公司章程、公司股东结构、高管人员结构、业务结构变动情况

（一）业务变化情况及资产是否存在整合计划

本次非公开发行股票募集资金扣除发行费用后募集资金净额将全部用于上市公司直营连锁及中药材营销网络建设、“互联网+”商业模式升级改造项目、补充流动资金。发行完成后，公司主营业务保持不变，不存在因本次发行而导致的业务变化或资产整合计划。

（二）公司章程调整

本次发行完成后，公司注册资本及股本将相应增加。公司将在本次发行完成后，根据实际发行结果对公司章程的相应部分进行修改，并办理工商变更登记。

（三）预计股东结构变化

本次发行前，阮鸿献持有上市公司 33.75%的股权，为公司的控股股东，阮鸿献、刘琼夫妇合计持有上市公司 52.12%的股权，为公司的实际控制人。本次发行完成后，公司的股东结构将发生变化，预计将增加不超过 37,922,358 股股份，阮鸿献、刘琼夫妇仍为上市公司实际控制人，本次发行不会导致上市公司控制权发生变化。

本次非公开发行的发行对象为包含阮鸿献先生在内的不超过 10 名特定投资者。除阮鸿献先生外，其他发行对象为符合中国证监会规定的证券投资基金管理公司、证券公司、保险机构投资者、信托投资公司、财务公司、合格境外机构投资者，以及符合中国证监会规定的其他法人、自然人或其他合格的投资者，发行对象不超过 10 名。证券投资基金管理公司以其管理的 2 只以上基金认购的，视为一个发行对象。

（四）预计高管人员结构变化

公司暂无对高管人员进行调整的计划，公司的高管人员结构不会因本次发行而发生变化。若后续公司拟调整高级管理人员，将会严格履行必要的法律程序和信息披露义务。

（五）业务结构的变动

公司业务结构不会因本次发行而产生变化。本次募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，相关项目的实施将进一步升公司的核心竞争力，巩固公司的市场地位，扩大收入规模，增强公司的持续盈利能力，公司收入结构不会因本次发行发生重大变化。

二、本次发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

（一）对公司财务状况的影响

本次发行完成后，公司资产负债率下降，资本结构得到优化，有利于降低公司的财务风险，提高公司的抗风险能力，为公司持续发展提供良好的保障。

（二）对公司盈利能力的影响

本次非公开发行募集资金投资项目的实施将对公司主营业务收入和盈利能力产生积极影响。“互联网+”商业模式升级改造项目、直营连锁及中药材营销网络建设项目的实施将进一步扩大公司市场占有率，巩固公司市场地位，为公司未来长期发展打下良好的基础。

本次发行完成后，公司总股本将有所增加，而募集资金投资项目的经营效益需要一定时间才能体现，因此短期内可能会导致公司净资产收益率、每股收益等财务指标出现一定程度的下降。但随着未来项目的逐步建成，公司的盈利能力、经营业绩将会明显提高，整体的盈利能力将得到较大提升。

（三）对公司现金流量的影响

本次发行完成后，由于特定对象以现金认购，短期内公司的筹资活动现金流入量将大幅增加。未来随着募集资金拟投资项目的实施，公司主营业务的盈利能力将得到提升，经营活动产生的现金流入将得以增加，从而进一步改善公司的现金流状况。

三、公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况

本次发行完成后，公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、不会因本次发行而发生重大变化，公司与控股股东及其关联人之间不会因本次发行及募投项目的实施而产生新的同业竞争和关联交易。

四、本次发行完成后，公司是否存在资金、资产被控股股东及其关联人占用的情形，或公司为控股股东及其关联人违规提供担保的情形

本次发行完成后，公司不会因本次发行而产生资金、资产被控股股东、实际控制人及其关联人占用的情形，亦不会存在公司为控股股东、实际控制人及其关联人进行违规担保的情形。

五、公司负债结构是否合理，是否存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，是否存在负债比例过低、财务成本不合理的情况

本次发行完成后，公司资产负债率将进一步降低，财务结构将更加稳健，抗风险能力将进一步增强，不存在通过本次发行大量增加负债（包括或有负债）的情况，也不存在负债比率过低、财务成本不合理的情况。

六、本次非公开发行股票实施后符合上市条件的说明

根据本次非公开发行最大发行股份数量测算，预计本次发行完成后流通股占总股本的比率符合《证券法》第五十条关于上市条件的要求。此外，本次非公开发行股票不会导致公司出现《证券法》第五十五条、五十六条所规定的需要暂停

上市或终止上市的情况。因此，本次非公开发行股票完成后公司仍然符合相关法律法规和规范性文件规定的上市条件。

七、本次股票发行相关的风险说明

投资者在评价本次非公开发行股票时，除本预案提供的其他各项资料外，应特别认真考虑下述各项风险：

（一）与本次发行相关的风险

1、本次非公开发行被暂停、中止或取消的风险

尽管公司已经按照相关规定制定了保密措施，但在本次非公开发行过程中，仍存在因公司股价异常波动或异常交易可能涉嫌内幕交易而致使本次非公开发行被暂停、中止或取消的可能。

特此提请投资者关注本次非公开发行可能被暂停、中止或取消的风险。

2、审批风险

本次非公开发行方案已经通过公司董事会批准，截至本预案出具日，本次发行尚需获得的批准包括但不限于：

- （1）修订后的非公开发行方案获得公司股东大会的审议通过；
- （2）非公开发行方案获得中国证监会的核准；
- （3）其他相关部门的批准、核准、同意或无异议（如有）。

上述批准或核准均为本次非公开发行的前提条件，非公开发行方案能否通过股东大会审议及证监会核准存在不确定性，以及最终取得批准的时间存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

（二）业务与经营风险

1、募集资金项目无法产生预期收益的风险

公司本次发行募集资金投资项目的可行性分析是基于当前市场环境、行业发展趋势等因素做出的，投资项目虽然经过了慎重、充分的可行性研究论证，但上述两个项目在实施过程及后期经营中，如相关行业政策、市场环境、医疗体制改革等方面出现重大变化，可能导致项目不能如期完成或顺利实施，进而影响项目进展或预期收益。

2、连锁门店经营管理风险

伴随门店数量增加，公司门店管理压力将进一步增大。若上市公司对连锁门店管理能力不能达到要求，将会出现销售下降、品牌弱化、供销体系紊乱等问题，从而导致上市公司营业收入及经营业绩下降。

3、药品降价风险

近年来，国家对药品价格进行多次调控，对药品零售价格的上限实施限制，对超过限价售药企业进行处罚。大幅度的降价措施，进一步压缩了药品流通企业的利润空间。随着医疗体制改革的逐步深入，不排除进一步扩大限价范围，增大限价幅度的可能性。上市公司虽然建有较为完备的区域营销网络，对上游供货商有较强的议价能力，能够通过降低进货成本在一定程度上保证自身利益，但仍存在因国家进一步限制药品价格，影响公司业绩的风险。

4、门店租赁成本上升的风险

随着近几年来全国房价的不断上涨，房屋的租赁价格也在不断上涨，将给上市公司带来营业场所租金成本提高的风险。未来，若门店租赁价格进一步提升，将增加公司营运成本，影响公司经营业绩。

5、行业竞争风险

药品零售行业属于充分竞争行业，行业的业务创新正在不断发生变化，未来随着行业竞争的加剧，若上市公司不能持续保持竞争优势，可能面临市场份额下滑的风险。

6、行业监管政策变化风险

医药行业因其产品的特殊性，容易受到国家及地方相关政策的影响。随着近年来医疗体制改革的逐步深入，国家实施了公费医疗体制改革政策、社会医疗保障制度、新医改政策，发布了《关于建立国家基本药物制度的实施意见》、《国家基本药物目录管理办法（暂行）》等一系列相关的政策，对整个医药行业尤其药品流通行业产生了深远的影响。未来，行业管理政策的变化可能对公司的正常经营造成一定影响，提醒投资者注意行业管理政策变化风险。

7、净资产收益率下降的风险

本次发行完成后，公司净资产将比发行前有一定增加，股本也将相应增加。由于募集资金使用后的效益可能需要一定时间才能体现，短期内公司净资产收益率可能会存在降低的风险。

8、新增门店不能在短期内实现盈利的风险

通常而言，新增门店一般均需经历一段市场培育期，才能实现盈利。而新增门店自营业起，对前期投入的开办费用需要进行摊销，同时为了快速提升消费者认知，新店的营销投入也相对较多，根据公司 2008-2013 年新增门店盈利情况的历史数据来看，新增门店第 12 个月方可实现当月盈利，第 26 个月方可实现累计盈利。公司直营连锁及中药材营销网络建设项目计划在未来三年新增门店 1,710 家，平均每年新增 570 家，如果公司已进入稳定盈利期门店的盈利增长不能超过新增门店的亏损额，将会给公司未来效益带来一定压力。

（三）其他风险

1、股票市场波动的风险

股票市场投资收益与投资风险并存。股票市场价格波动不仅取决于企业的经营业绩，还受宏观经济周期、利率、资金、供求关系等因素的影响，同时也会因国际、国内政治经济形势及投资者心理因素的变化而产生波动。股票的价格波动是股票市场的正常现象。为此，公司提醒投资者必须具备风险意识，以便做出正确的投资决策。同时，公司一方面将以股东利益最大化作为公司最终目标，加强

内部管理，努力降低成本，积极拓展市场，提高盈利水平；另一方面将严格按《公司法》、《证券法》等法律、法规的要求规范运作。

本次非公开发行完成后，公司将一如既往地严格按照《上市规则》和公司信息披露制度，及时、充分、准确地进行信息披露，以利于投资者做出正确的投资决策。

2、其他风险

公司不排除因政治、经济、自然灾害等其他不可控因素带来不利影响的可能性。

第五节 董事会关于公司分红情况的说明

一、公司现行的利润分配政策

根据上市公司《公司章程》规定，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策和现金分红比例及公司未来分红回报规划具体约定如下：

1、利润分配原则：公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、利润分配形式：公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利；在利润分配方式中，现金分红优先于股票股利，公司具备现金分红条件的，应优先采用现金分红的方式分配股利。

公司一般按照年度进行现金分红，在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。公司按照以下原则确定现金分红比例：

（1）公司发展阶段属成熟期，且无重大资金支出安排的，以现金形式分配的利润不少于本次分配利润的 80%。

（2）公司发展阶段属成熟期，且公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%且超过 1 亿万元或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 5%，且该等投资计划或现金支出已按照相关法律、法规、规范性文件及公司章程等公司治理制度文件的规定经公司董事会及/或股东大会审议通过的，以现金形式分配的利润不少于本次分配利润的 40%。

（3）公司发展阶段属成长期，且公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%且超过 2 亿元或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 10%，且该等投资计划或现金支出已按照相关法律、法规、规范性文件及公司章程等公司治理制度文件的规定经公司董事会及/

或股东大会审议通过的，以现金形式分配的利润不少于本次分配利润的 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

对可分配利润中未分配部分，董事会应在利润分配方案中详细说明使用计划安排或原则。

公司在按照本条规定实施现金股利分配的前提下，可以派发股票股利。采用现金股票结合方案进行利润分配的，董事会应当在利润分配方案中对公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素进行详细说明。

3、公司董事会未做出现金分配方案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

4、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定；有关调整利润分配政策的议案需经董事会审议后提交股东大会批准。但公司保证现行及未来的股东回报计划不得违反以下原则：公司在具备现金分红的条件下，每年以现金形式分配的利润不少于该次分配利润的 20%。

在公司董事会制定调整利润分配政策方案的 30 日前，公司董事会将发布提示性公告，公开征询社会公众投资者对本次利润分配政策调整方案的意见，投资者可以通过电话、信件、深圳证券交易所互动平台、公司网站等方式参与。证券事务部应做好记录并整理投资者意见，提交公司董事会、监事会。

公司董事会在审议调整利润分配政策时，需事先书面征询全部独立董事的意见，全体独立董事对此应当发表明确意见。该调整利润分配政策需征得 1/2 以上独立董事同意且经全体董事过半数表决通过。

公司董事会在审议调整利润分配政策时，需事先征询监事会的意见，监事会应当对董事会拟定的调整利润分配政策议案进行审议，考虑公众投资者对利润分配政策调整的意见，利润分配政策调整方案须经监事会全体监事过半数以上表决通过。

公司股东大会在审议调整利润分配政策时，应充分听取社会公众股东意见，除设置现场会议投票外，还应当向股东提供网络投票系统予以支持。利润分配政策调整方案须经股东大会以特别决议的方式表决通过。

5、公司分红回报规划

（1）回报规划制定考虑因素：公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑企业实际情况、所处发展阶段、未来发展目标，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，进而对股利分配做出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

（2）回报规划制定原则：回报规划充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，坚持现金分红为主这一基本原则，在公司具备现金分红的条件下，每年现金分红比例不低于可供分配利润的 20%。

（3）回报规划制定周期和相关决策机制：公司至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的股利分配政策做出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划。但公司保证调整后的股东回报计划不违反以下原则：在公司具备现金分红的条件下，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 20%。

公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会表决通过后实施。

（4）2013-2015 年度股东分红回报计划：公司在按照《公司章程》规定提取法定公积金、任意公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于该次分配利润的 20%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和资本公积金转增。公司董事会提出分红议案，并交付股东大会进行表决，公司接受所有股东（特别是公众投资者）、独立董事、监事对公司分红的建议和监督。

二、公司近三年利润分配政策的执行情况、最近三年现金分红金额及比例

公司最近三年现金分红情况如下：

分红年度	现金分红金额（万元）	归属于上市公司股东的净利润（万元）	现金分红占归属于上市公司股东的净利润的比率
2015 年度	13,015.00	34,643.86	37.57%
2014 年度	15,618.00	29,730.91	52.53%
2013 年度	0.00	24,085.33	0.00%
最近三年累计现金分红金额占最近三年年均净利润的比例（%）			97.10%

注：2016 年 2 月 26 日，公司召开第三届董事会第二十四次会议，审议通过公司 2015 年度利润分配预案，独立董事对该事项发表了意见，该利润分配方案尚需提交公司 2015 年度股东大会审议通过。

公司严格按照《公司章程》及相关法律、法规、规范性文件的要求进行现金分红，最近三年累计现金分红金额（含税）为 28,633.00 万元，占最近三年实现的年均净利润的比例为 97.10%。

三、股东回报规划

为了进一步明确及完善上市公司对新老股东分红回报的原则和决策机制，增强利润分配决策机制的透明度和可操作性，便于股东对公司的利润分配进行监督，切实保护中小股东的合法权益，公司根据《中华人民共和国公司法》、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37 号）、《上市公司监管指引 3 号——上市公司现金分红》（证监会公告(2013)43 号）等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，特制定《云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司未来三年（2016-2018）股东分红回报规划》（以下简称“本规划”），具体内容如下：

（一）制定股东回报规划的考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑了公司实际情况、发展战略、建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，从而对股利分配做出制度性安排，以保证股利分配政策的持续性和稳定性。

（二）股东回报规划的制定原则

1、公司股东分红回报规划应充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，坚持现金分红为主这一基本原则，在符合法律规定的分红条件的前提下，公司应当采取现金方式分配股利。

2、若预计公司未来将保持较好的发展前景且公司发展对现金需求较大，公司可采用股票分红的方式分配股利。

3、公司董事会应结合具体经营情况，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，制定年度或中期分红方案，并经公司股东大会表决通过后实施，股东大会审议时公司应提供网络投票系统进行表决，以保护公众投资者的利益。

（三）股东回报规划的具体方案

1、利润分配原则

公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。

2、利润分配形式

公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式分配股利；在利润分配方式中，现金分红优先于股票股利，公司具备现金分红条件的，应优先采用现金分红的方式分配股利。

3、利润分配期间间隔

公司一般按照年度进行现金分红，在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

4、现金分红条件

2016 年-2018 年期间，公司发展阶段属成长期，且公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%且超过 2 亿元或公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 10%，且该等投资计划或现金支出

已按照相关法律、法规、规范性文件及公司章程等公司治理制度文件的规定经公司董事会及/或股东大会审议通过的，以现金形式分配的利润不少于本次分配利润的 20%。

如果未来三年公司净利润保持持续、稳定增长且现金流状况良好，公司将考虑酌情提高现金分红比例，加大对投资者的回报力度。每年现金分红占比的具体比例由董事会根据中国证监会的规定、公司盈利水平及经营发展计划提出，报股东大会批准。

5、现金分红的比例

在 2016 年-2018 年期间，在公司盈利且现金能够满足公司持续经营和长期发展的条件下，公司将实施现金分红，在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年向股东现金分配股利不低于当年实现的可分配利润的 20%。

在每年现金分红比例保持稳定的基础上，如出现公司业务发展快速、盈利增长较快等情形，董事会可以提出更高的现金分红比例或提议实施股票股利分配预案并报股东大会批准。

公司当年盈利，但因公司业务发展迅速公司董事会做出的利润分配方案中不含现金分配的，应当在定期报告中披露原因并说明未分配的利润留存公司的用途，公司独立董事应当对此发表独立意见，该方案需经公司股东大会以特别决议方式审议通过。

公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会通过网络投票的形式进行表决。公司接受所有股东（特别是公众投资者）、独立董事、监事对公司分红的建议和监督。

6、公司发放股票股利的具体条件

公司经营情况良好，并且董事会认为股本规模与公司规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可根据累计可分配利润、公积金及现金流状况，在满足上述现金分红的前提下，提出股票股利分配预案。

（四）股东回报规划的制定周期及相关决策机制

公司至少每三年重新修订一次《未来三年股东回报规划》。股东回报规划由董事会根据公司正在实施的利润分配政策，结合公司具体经营情况、现金流量状况、发展阶段及资金需求，充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事会的意见后，制定该时段的股东回报规划，提交公司董事会及监事会审议通过后报股东大会审议。

公司董事会结合公司具体经营数据、盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是中小股东）、独立董事的意见，认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，提出利润分配方案，且需事先书面征询全部独立董事的意见，全体独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。董事会提出的利润分配方案需征得 1/2 以上独立董事同意且经全体董事过半数表决通过。

董事会未提出现金分红预案时，应就不进行现金分红原因、留存收益的用途作出说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

公司 2016-2018 年股东回报规划尚需经公司股东大会批准。

第六节 关于非公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响、公司采取的措施及承诺

为落实国务院办公厅于 2013 年 12 月 25 日发布的《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号），保障中小投资者知情权，维护中小投资者利益，上市公司根据《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）相关要求，于 2016 年 1 月 28 日召开了第三届董事会第三次临时会议，审议通过了《关于 2015 年度非公开发行 A 股股票摊薄即期回报的风险提示及填补措施》等相关议案，同时公司董事、高级管理人员、控股股东及实际控制人出具了相关承诺。公司将于 2016 年 3 月 22 日召开 2015 年度股东大会对该议案及相关人员出具的承诺进行审议。

上市公司对本次非公开发行对即期回报摊薄的影响进行了认真分析，并采取了如下措施及承诺：

一、本次非公开发行股票对股东即期回报摊薄的影响测算

本次非公开发行股票募集资金扣除发行费用后将用于上市公司直营连锁及中药材营销网络建设、“互联网+”商业模式升级改造项目、补充流动资金。

本次非公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标影响测算的假设前提：

1、本次非公开发行于 2016 年 6 月底完成，该完成时间仅为测算本次非公开发行摊薄即期回报的假设时间；

2、本次非公开发行数量假定为股东大会审议通过的发行股份数量上限 37,922,358 股，募集资金总额为 211,000.00 万元，不考虑扣除发行费用的影响；

3、宏观经济环境、产业政策、行业发展状况等方面不会发生重大变化；

4、在预测公司总股本时，仅考虑本次非公开发行股份的影响，不考虑其他

因素导致股本发生变化，且以最大发行量 37,922,358 股为基础进行预测。本次发行前公司总股本为 260,300,000 股，本次非公开发行新增股票数量为 37,922,358 股，本次发行完成后公司总股本将增至 298,222,358 股；

5、2015 年，公司以 2014 年 12 月 31 日的公司总股本 260,300,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 6.00 元（含税），分红支付现金 15,618.00 万元，于 2015 年 4 月完成；同时，假定 2015 年度利润分配方案为仅进行现金分红，分红比例假定为当年度归属于上市公司股东净利润的 20%，利润分配于 2016 年 4 月完成，该假设仅为测算本次非公开发行摊薄即期回报对财务指标的影响；

6、在预测公司净资产时，不考虑除募集资金、净利润、现金分红之外的其他因素对净资产的影响；

7、2014 年度公司经审计的归属于上市公司股东的净利润为 29,730.91 万元，假设公司 2015 年归属于上市公司股东的净利润较 2014 年增长 10%，即 2015 年归属于上市公司股东的净利润为 32,704.00 万元，假设 2016 年归属于上市公司股东的净利润分别较 2015 年增长 10%、20%和 30%（该假设分析并不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担任何责任）；

8、不考虑募集资金未利用前产生的银行利息对财务费用的影响；

9、以上仅为基于测算目的的假设，不构成承诺及盈利预测，投资者不应根据上述假设进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担任何责任。

假设情形（一）：2016 年归属于母公司所有者的净利润较 2015 年同比增长 10%

项目	本次发行前 (2015.12.31/2015年度)	不考虑非公开发行 (2016.12.31/2016年度)	本次发行后 (2016.12.31/2016年度)
总股本（股）	260,300,000	260,300,000	298,222,358
期初归属于母公司所有者权益合计（万元）	208,272.23	225,358.23	225,358.23
当年归属于母公司所有	32,704.00	35,974.40	35,974.40

者净利润（万元）			
当期分红（万元）	15,618.00	6,540.80	6,540.80
期末归属于母公司所有者 权益合计（万元）	225,358.23	254,791.83	465,791.83
基本每股收益（元）	1.2564	1.3820	1.2882
加权平均净资产收益率	15.27%	15.05%	10.44%

假设情形（二）：2016 年归属于母公司所有者的净利润较 2015 年同比增长

20%

项目	本次发行前 (2015.12.31/2015年度)	不考虑非公开发行 (2016.12.31/2016年度)	本次发行后 (2016.12.31/2016年度)
总股本（股）	260,300,000	260,300,000	298,222,358
期初归属于母公司所有者 权益合计（万元）	208,272.23	225,358.23	225,358.23
当年归属于母公司所有者 净利润（万元）	32,704.00	39,244.80	39,244.80
当期分红（万元）	15,618.00	6,540.80	6,540.80
期末归属于母公司所有者 权益合计（万元）	225,358.23	258,062.23	469,062.23
基本每股收益（元）	1.2564	1.5077	1.4053
加权平均净资产收益率	15.27%	16.31%	11.34%

假设情形（三）：2016 年归属于母公司所有者的净利润较 2015 年同比增长

30%

项目	本次发行前 (2015.12.31/2015年度)	不考虑非公开发行 (2016.12.31/2016年度)	本次发行后 (2016.12.31/2016年度)
总股本（股）	260,300,000	260,300,000	298,222,358
期初归属于母公司所有者 权益合计（万元）	208,272.23	225,358.23	225,358.23
当年归属于母公司所有者 净利润（万元）	32,704.00	42,515.20	42,515.20
当期分红（万元）	15,618.00	6,540.80	6,540.80
期末归属于母公司所有者 权益合计（万元）	225,358.23	261,332.63	472,332.63
基本每股收益（元）	1.2564	1.6333	1.5224
加权平均净资产收益率	15.27%	17.55%	12.23%

注 1：上述假设仅为测算本次非公开发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对 2016 年盈利情况的观点或对 2016 年经营情况及趋势的判断；

注 2：上述测算未考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、理财收益）等的影响；

注 3：期末归属于母公司所有者权益=期初归属于母公司所有者权益-本期现金分红+本期归属于母公司所有者的净利润+本次股权融资额。

通过上述测算，本次非公开发行完成后，公司即期每股收益和加权平均净资产收益率将会出现一定程度的摊薄。

二、本次发行摊薄即期回报的特别风险提示

本次非公开发行募集资金到位后，公司的总股本和净资产将会相应增加，但募集资金产生的经济效益需要一定的时间才能体现，投资项目回报的实现需要一定周期。本次募集资金到位后的短期内，公司净利润增长幅度可能会低于净资产和总股本的增长幅度，每股收益和加权平均净资产收益率等财务指标可能出现一定幅度的下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。特此提醒投资者关注本次非公开发行摊薄即期回报的风险。

三、本次非公开发行的必要性及合理性

本次非公开发行股票募集资金总额不超过人民币 211,000.00 万元（含发行费用），扣除发行费用后募集资金净额全部用于上市公司直营连锁及中药材营销网络建设、“互联网+”商业模式升级改造项目、补充流动资金等，具体情况如下：

序号	项目	资金需求（万元）	拟投入募集资金额（万元）
1	直营连锁及中药材营销网络建设	156,529.00	156,000.00
2	“互联网+”商业模式升级改造项目	35,000.00	35,000.00
3	补充流动资金	20,000.00	20,000.00
合计		211,529.00	211,000.00

（一）本次非公开发行的必要性及合理性

1、消费和服务业主导的产业升级将提升社会对药品零售及相关服务的需求

2014 年全国实现国内生产总值 636,463.00 亿元，按可比价格计算，同比增长 7.40%。国家宏观经济发展情况是医药行业发展的基础，随着宏观经济的快速发展，国内医药行业将进入新一轮的高速发展期。2014 年国内人均 GDP 已经达到 50,910.00 元，通常一个国家的人均 GDP 超过 3,000 美元，随着城镇化、工业化进程的发展，产业结构和消费类型将发生重大转变，第三产业将逐步上升为主

导产业，“消费主导—服务业推动”的组合逐渐成为新的增长动力。因此，国内经济的持续增长将有利于医药行业的发展，为本项目的实施创造了良好的经济环境。

2、城镇化进程将扩大药品零售及相关服务的需求

从社会环境方面看，人口数量是度量社会环境变化的基础性指标，中国人口总量变化不大，维持低速增加的态势，但城镇人口增长较快，城镇、农村人口结构变化明显，城市化进程加快。截至 2014 年末，中国城镇人口数量达到了 74,916 万人，占总人口的 54.77%，未来随着经济的发展，城市人口数量和占比还将大幅提升。人口基数的增长为以城市（特别是随着国家城镇化进程中涌现的众多中小城市）为主要市场的药品零售企业创造出更多的市场需求，而且药品消费作为一种刚性需求必将随人口数量增加而增长。

从人口结构来看，缘于上世纪五六十年代的人口出生潮以及八十年代开始的计划生育政策，使得国内人口不断增长的同时，人口老龄化程度也在不断加快，预计到 2020 年，中国的老龄人口将达到 2.43 亿，将进一步推进医药消费需求。

3、国内基本医疗保障改革的推进扩大了药品零售及相关服务的需求

随着新医改政策的实施，城乡基本医疗保障制度的建设和完善，国内基本医疗保障覆盖范围不断的扩大，以及近几年政府对各项公共医疗卫生投入的显著增加，使得国内的医药零售市场获得了进一步的扩容。同时，“医药分家”以及“实行药品零差率销售”将会使医疗机构逐步淡出医药销售环节，而成为专业的诊断、治疗机构，药品销售则逐步向零售市场分流，从而大幅度提高药店销售在整个医药市场的份额。

4、行业集中度进一步提升，规模经济效应进一步显现

医药零售行业业务模式同质性较高，从美国等发达国家医药流通行业的发展历史看，医药流通行业的发展趋势最终将走向集中，通过规模效应来提升自身在产业链中的竞争力。目前，我国医药零售市场仍处于比较初级的发展阶段，根据国家食品药品监督管理局 2014 年度统计年报数据，截至 2014 年底，全国药品零

售门店总数共 43.49 万家，其中，药品零售连锁企业 4,266 家，连锁企业门店 17.14 万家，行业集中度低，发展良莠不齐，缺乏整体的经营战略和规划，行业整合呼之欲出。

基于上述情形，国家已出台相应政策鼓励行业整合，充分发挥市场机制的作用，创造企业集约化、规模化经营的环境。据国家商务部 2011 年 5 月 5 日发布的《全国药品流通行业发展规划纲要（2011-2015）》，到 2015 年，全国药品流通行业将形成 1-3 家年销售额过千亿的全国性大型医药商业集团，20 家年销售额过百亿的区域性药品流通企业；药品批发百强企业年销售额占药品批发总额 85% 以上，药品零售连锁百强企业年销售额占药品零售企业销售总额 60% 以上；连锁药店占全部零售门店的比重提高到 2/3 以上。同时，鼓励药品流通企业通过收购、合并、托管、参股和控股等多种方式做强做大，实现规模化、集约化和国际化经营。推动实力强、管理规范、信誉度高的药品流通企业跨区域发展，形成以全国性、区域性骨干企业为主体的遍及城乡的药品流通体系。

5、一心堂作为药品零售的区域龙头，依托多年来积累的规模、人才、管理等优势以及资本市场的支持，已为跨区域扩张打下了坚实的基础

我国药品零售连锁企业多是局限在局部地区或当地经营，整体规模较小、综合竞争实力参差不齐。一心堂主营业务为医药零售连锁和医药批发业务，其中医药零售连锁是公司的核心业务，经过十几年的发展，公司在企业管理、物流配送、产品采购等领域均达到了国内的领先水平。公司 2014 年成功上市以来，依托资本市场实现了企业的更快发展，截至 2015 年 12 月 31 日，公司在全国共开设直营连锁药店超过 3,400 多家。同时，公司已建立起面向客户、供应商、物流等全方位经营数据的大数据平台，通过对大数据的采集和分析，有效满足顾客需求并提升管理效益。本项目的实施，有利于上市公司巩固在云南市场的优势地位，同时，在海南、重庆、山西、贵州的市场竞争力也将大大增强。

6、“互联网+”商业模式升级改造项目建设有利于企业市场竞争能力的提升

上市公司“互联网+”商业模式升级改造项目的推广、建设，打破了时空限制，改变了原有的商品交易形态，使一心堂没有布局到的广大地区，都可以成为

一心堂的市场。公司将立足于云南多样性的生物及医药资源的利用和开发，通过“互联网+”商业模式，大大加速医药零售商品的流通。“互联网+”商业模式的发展将有利于公司对资源的更为高效使用，提高企业竞争力，有利于企业借助云南优质的自然资源，进入更广阔的市场，参与更高层级的竞争。

7、“互联网+”商业模式升级改造项目建设将给消费者带来更多的便利

一心堂始终如一把消费者利益放在首位。一心堂开展“互联网+”商业模式，将给终端消费者带来更多的便利性，消费者可自由灵活、随时随地选购健康产品和服务。一心堂“互联网+”商业模式的快速发展，可以为消费者创造更好的购物体验。一心堂商品种类达万余个，通过对消费者需求分析，今后可为网上购物者提供的商品将达两万以上。公司还会创造移动购物的购买方式，使消费者省时省力省心，对于消费者来说，购物资金成本及时间成本将大幅降低。

（二）本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次非公开发行募集资金使用用途紧紧围绕公司主业展开，有利于提升公司在医药连锁行业的市场竞争力，巩固公司在医药连锁行业的领先地位；通过上市公司“互联网+”商业模式升级改造项目的实施，可以在上市公司先期电商平台的基础上，进一步提升电商平台的应用价值；推广“互联网+”中药材，依托云南省丰富的中药材资源，打造以特色中药材为主的现货交易电子商务平台；同时，可以在上市公司零售连锁门店销售的传统商业模式基础上，借助线下门店布局优势，完善各门店“互联网+”设备的升级改造，实现线上渠道和线下销售的一体化，创新上市公司商业模式，完成上市公司对多渠道、多销售模式的创新性营销平台的搭建，为公司创建中国一流的健康产品及服务消费平台的战略目标实现奠定坚实的基础。

（三）公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

1、人员储备

公司高度重视人力资源队伍的建设和管理，长期致力于建立良好的、开放型的企业文化体系，以吸引各种优秀的人才进入公司工作。公司主要高管均出自医

药生产和医药流通领域，对医药流通市场规律有深入理解，形成了符合医药流通运行规律、具有鸿翔特色的管理理念和管理模式；部门经理以上的管理人员，近一半来自于各大型连锁药店与大型连锁超市的经营管理团队，而公司开放型的企业文化，保证了各种不同体系的企业管理人员进入公司后最终能够良好合作，并以公司为平台建立自己终身的职业生涯规划。公司不断对员工进行企业文化宣传教育，并树立“诚信、共赢、仁爱、负责”的核心价值观，增强企业凝聚力。此外，公司还分别对高管、各级管理人员、门店店长、基层员工进行系统性专业培训，实现人才队伍阶梯建设，满足业务扩张带来的人力资源需求。

2、技术储备

公司长期致力于良好的供应链建设，通过改善与上、下游供应链的关系，降低了采购成本，以满足客户的需求。目前公司已和大量知名的药品生产企业及批发企业建立了长期稳定的战略合作伙伴关系。在产品供应的稳定性、供货价的优惠、各种资源的支持方面具有明显优势。同时，公司致力于供应商结构的优化，在商品供应中尽量减少中间环节，从而使商品供应成本最小化。

同时，公司线上业务积极迎接互联网化和移动互联网化，在原有信息化及电商项目建设的基础上，积极建设以 O2O 模式为核心的全渠道营销网络体系。当前公司除了利用第三方网络销售平台进行销售外，还自主搭建了一心堂网上商城平台，该平台的建设及升级为公司大力推进多元化电商、特色电商奠定了基础。

公司是中国药品零售业信息技术实力较为领先的连锁公司之一。2007 年，公司引入并运行 SAP 信息管理系统，成为国内首家使用 SAP 系统的医药流通企业。以 SAP 为基础，2009 年 11 月，公司启动了 BI（商业智能）以及 SAP 二期优化项目，2010 年 4 月 BI 项目成功上线，进一步实现财务业务平台一体化和财务业务数据分析一体化。2010 年，公司实施了 SAP 三期优化项目 WMS 系统，进行了相应的硬件改造，扩大了物流的作业精度、速度以及物流仓库的吞吐能力。

3、市场储备

公司长期坚持发展直营连锁门店的策略，充分发挥公司规模优势。公司设置

了发展中心，专业于直营门店的扩张和业务的拓展，根据公司发展战略明确目标市场，以及目标市场的产业政策和市场环境，完成门店选址和筹建。为了提高开店成功率，公司对已开门店进行调研，制定出详尽的开店选址标准，对政策环境、人流密度、周边环境做出详细规定，制定公司门店盈利预测和发展计划，保证公司业务持续稳定健康发展。

针对门店拓展、经营和管理的标准化建设，公司当前已建立了多个主要管理制度和主要业务流程，并在业务实践中不断修订和完善。这些管理体系都与公司所建设的信息系统全面集成，从而保证了管理体系运行的稳定性与严密性，使门店建设具备可复制性，公司可持续发展能力进一步提升。

四、公司应对本次非公开发行摊薄即期回报采取的措施

为保证本次募集资金有效使用、有效防范即期回报被摊薄的风险和提高未来的回报能力，公司拟通过严格执行募集资金管理制度，积极提高募集资金使用效率，加快公司主营业务发展，提高公司盈利能力，不断完善利润分配政策，强化投资者回报机制等措施，提升资产质量、增加营业收入、增厚未来收益、实现可持续发展，以填补回报。具体措施如下：

（一）公司现有业务板块运营状况

公司的主营业务为医药零售连锁和医药批发业务，其中医药零售连锁是公司的核心业务。公司主要经营范围包括中药、西药及医疗器械等产品的经营销售，主要收入来源为直营连锁门店医药销售收入，医药零售连锁业务对报告期内的销售收入贡献超过 90%。截至 2015 年 12 月 31 日，公司门店数量为 3,496 家。2015 年，公司实现主营业务收入 515,495.34 万元，同比增长 19.08%。

（二）公司现有业务板块主要风险及改进措施

1、公司现有业务面临的主要风险

（1）政策性风险

医药行业因其产品的特殊性，容易受到国家及地方相关政策的影响。随着近

年来医疗体制改革的逐步深入，国家实施了一系列相关政策，对整个医药行业尤其药品流通行业产生了深远的影响。未来，行业管理政策的变化可能对公司的正常经营造成一定影响。

（2）行业竞争风险

药品零售行业属于充分竞争行业，行业的业务创新正在不断发生变化，未来随着行业竞争的加剧，若公司不能持续保持竞争优势，可能面临市场份额下滑继而影响公司收入增长的风险。根据国家食品药品监督管理总局 2014 年度统计年报数据，截至 2014 年底，全国药品零售门店总数共 43.49 万家，其中，药品零售连锁企业 4,266 家，连锁企业门店 17.14 万家，众多企业在市场上形成竞争格局，行业竞争激烈。

随着国家出台相应政策鼓励医药零售行业的整合，大型国企加速对地方医药企业的并购重组，并持续加大投入，完善营销网络，全国大型医药商业企业数量不断增加、销售规模成倍增长；另一方面，外资也通过各种方式不断进入国内医药流通市场。随着进入医药流通行业的大型企业数量的不断增加，企业规模的不断扩大，行业集中度将进一步提高，行业竞争将加剧。

（3）募投项目实施风险

本次募投项目是在充分考虑了行业发展趋势、公司经营战略、区域布局以及自身市场、管理等积累的基础上，经过管理层深入调研、认真论证后确定的。公司已在人才储备、技术保障等方面为募投项目的实施做了充分准备。

由于本次募投项目投资规模较大，若资金不能及时到位，将影响项目进度，增加后期运行成本；项目实施过程中不可预见因素的存在，将使公司的募投项目存在一定的实施风险；同时，募投项目实施过程中如果公司的组织模式和内部管理制度不能及时适应，可能会产生一定的管理风险。

（4）募集资金项目无法产生预期收益的风险

本次发行募集资金投资项目的可行性分析是基于当前市场环境、行业发展趋势等因素做出的，投资项目虽然经过了慎重、充分的可行性研究论证，但上述项

目在实施过程及后期经营中，如相关行业政策、市场环境、医疗体制改革等方面出现重大变化，可能导致项目不能如期完成或顺利实施，进而影响项目进展或预期收益，因此，本次募投项目存在无法达到预期效益的风险。

2、公司主要改进措施

作为医药零售行业的领先企业，公司将继续坚持以连锁药店终端业务为核心，大力发展连锁药店零售业务，以现有市场为基础逐步向外扩大延伸，提高市场占有率。公司将以云南市场为基础，保持云南市场竞争优势的同时，大力拓展重庆、贵州、山西、海南市场，并逐步建立以西南地区为基础，可辐射全国的营销网络。在当前医药流通行业并购重组、竞争加剧的背景下，公司将把握机会，积极参与医药零售行业整合；同时，公司还将不断拓展中药材、母婴产品、眼镜等医药健康衍生产品和服务市场。此外，在传统行业受到互联网影响的环境下，公司将继续加大对互联网电商业务的投入，利用互联网对公司传统业务进行升级改造，建立“互联网+”的大健康药店，实现公司业务的全面转型。

（三）提升公司经营业绩的具体措施

1、加快募投项目投资建设，争取早日实现预期效益

董事会已对本次非公开发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目直营连锁及中药材营销网络建设将为公司增加新的利润增长点，符合公司的未来整体战略发展方向，具有较好的市场前景，有利于公司巩固在云南市场的领先地位、进一步开拓省外市场；“互联网+”商业模式升级改造项目可以提升公司整体竞争实力，提升公司电子商务业务的整体营收水平。根据募投项目的可行性分析，项目正常运营后公司收入规模和盈利能力将相应提高。本次发行的募集资金到位后，公司将加快募投项目的投资进度，推动募投项目的早日完成，尽快产生效益回报股东。

2、加强募集资金管理，防范募集资金使用风险

为规范募集资金的管理和使用，确保本次发行募集资金专款专用，公司已经根据《公司法》、《证券法》、《上市公司监管指引第2号—上市公司募集资金管理

和使用的监管要求》及《深圳证券交易所股票上市规则》等法律、法规的规定和要求，结合公司实际情况，制定了《募集资金管理办法》，明确规定公司对募集资金采用专户存储制度，以便于募集资金的管理和使用以及对其使用情况进行监督，保证专款专用，由保荐机构、存管银行、公司共同监管募集资金按照承诺用途和金额使用。本次非公开发行募集资金到位后，公司、保荐机构将持续监督和检查募集资金的使用，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

3、不断完善利润分配政策，强化投资者回报机制

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司分红相关规定的通知》（证监发[2012]37号）、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43号）等规定以及《上市公司章程指引（2014年修订）》的精神，公司制定了《未来三年（2016-2018年）股东回报规划》。公司将严格执行相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制，结合公司经营情况与发展规划，在符合条件的情况下积极推动对广大股东的利润分配以及现金分红，努力提升股东回报水平。

4、不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权、作出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

五、相关主体出具的承诺

（一）公司董事、高级管理人员对本次非公开发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺如下：

“1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

3、本人承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动。

4、本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、本人承诺拟公布的股权激励（如有）的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

作为填补回报措施的相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

（二）阮鸿猷、刘琼夫妇作为公司控股股东及实际控制人，就公司 2015 年度非公开发行 A 股股票摊薄即期回报采取填补措施事宜，承诺如下：

“本人不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。”

六、关于本次非公开发行摊薄即期回报的填补措施及承诺事项的审议程序

董事会对公司本次非公开发行摊薄即期回报事项的分析、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺等事项已经公司第三届董事会第三次临时会议审议通过。公司将于 2016 年 3 月 22 日召开公司 2015 年度股东大会对该承诺事项进行审议。

公司将在定期报告中持续披露填补回报措施的完成情况及相关承诺主体承诺事项的履行情况。

公司已于 2016 年 1 月 29 日在巨潮资讯网披露了《云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司关于 2015 年度非公开发行 A 股股票摊薄即期回报的风险提示及填补措施的公告》（2016-012 号）等相关文件。

云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司董事会

二〇一六年三月十六日