**一心堂药业集团股份有限公司**

**投资者调研会议记录**

**时间：**2020年12月25日9:30-12:00、15:30-17:30
**地点：**一心堂药业集团股份有限公司总部

**召开方式：**公司业务交流会（现场/电话）

**投资者：**中信建投 贺菊颖 刘若飞、人保养老 王晓琦 、财信吉祥人寿 唐宇凌、海富通 刘洋、前海联合 熊钰、东吴资管 陆一韬、中庚基金 蔡云翔、泰康资产 桂跃强、广发证券 孙辰阳、长盛基金 张伟光 吴达 郝征 周思聪、华商基金 张晓 彭欣扬 童立 高兵 王毅文

**接待人：**副总裁兼董事会秘书 李正红、证券总监兼证券事务代表 肖冬磊、证券事务代表 阴贯香

**一、公司业务介绍**

公司将继续坚持“少区域高密度发展”的战略目标，主要拓展川渝、贵州、广西、海南、山西六省市的门店，让我们的门店覆盖这些省份的大部份市县、甚至乡镇一级的基层市场，为各个层级的老百姓提供相同品种、相同规格、相同价格的产品，让不同城市的患者享受相同的药事服务。我们的门店在四级城市中各占比25%左右，大部份的门店都贴近居民的社区，足够满足消费者的品种和便利性、专业性需求，同时也为居住在城市的中老年人，提供免费的、专业的药师咨询服务。

公司在经营线下门店的同时，同步打通了互联网购药服务，接通了第三方的业务平台，同步也开通了自己的一心到家 药速达业务，在O2O、B2C业务上，我们自己不断开发新的会员，通过多渠道满足顾客的需求，线下在社区为居民提供专业药师服务的同时，我们也通过线上服务为上班族、年轻消费者提供全时段药事服务。在商品的配送上，我们除了委托第三方配送，在非高峰时段，我们员工也会为顾客提供送货服务，对行动不便的老人，我们的员工在上门送药的同时，还会提供部份测试服务，为一些子女在异地的老人提供与子女互通用药信息的服务，让居民感受到一心堂的温暖。

我们的产品，会同时保有多个SKU数，部份产品达到5个以上，这里面包括不同的厂家、剂型、价格等，从而满足不同的顾客偏好需求，我们时时对存货动销进行反馈，并不定期依据顾客需求进行产品的更新迭代，我们的存货设置有安全库存，以确保消费者最短时间购买到他需要的产品，我们每个区域的门店库存互联互通，实现存货的快速效应。

截止2020年9月30日，我们已取得382个配方颗粒品种的批文，目前在审的品种还有200多个，目前我们的区域，中药配方颗粒在医保支付范围内。全国药用生物资源12000多种，云南有6000种，占比50%以上。我们将充分挖掘云南的中药资源，将云南的产品带给更多的消费者。未来，我们将持续在中药的品种和种植技术研究、收购、粗加工、精加工、提取、检测上不断努力，将我们的中药占比由现在的8个多点提升到10%以上。

**二、问答环节**

**问题一：处方外流承接情况？**

答：已经有省份和区域在试点公共平台处方外流，也有区域在准备试点公共处方外流平台，这包括部份药店点对点式的处方外流，也包括普通用药的广播式正反向处方外流，我们分布在各种层级城市、社区的门店，将迎来更多的处方药服务机会，也将给患者提供及时、便利、专业的用药支持。

**问题二：带量采购品种销售介绍？**

答：中标的品种我们按带量采购的模式来合作，非中标的或不参与带量采购的品种，我们按正常商业模式合作。我们目前的销售中，药品和中药的占比达到我们总销售的83%，其中处方药的销售达到36%，带量采购的及通用名品种占到我们总销售8%以上，从第二、三季度的客流增长中就已经有显示的变化，我们部份处方药销售数量比同增长3倍以上。。

**问题三：关于中药销售情况？**

答：中药目前以线下销售为主，但云南中药资源丰富，考虑未来销售更多品种。在川渝、广西销售比在云南销售环境更好，销售增加自然带动中药销售。在云南提高中药销售能力，门店终端做中药动销。配方颗粒项目还在稳步推进。

**问题四：我们在上海、天津有几家门店量不是特别大,配送方式如何？**

答：我们覆盖10个省，11家零售公司。上海公司是委托第三方配送，在其他所有省都有自己的物流，只是规模有差异。未来重点发展的省城基本上是自建的物流，运输有自己运的，也有委托第三方运的。

**问题五：O2O业务的合作及竞争情况？**

答：目前在与第三方互联网平台合作，O2O和B2C业务都有合作，且尝试配送业务，公司在覆盖面、支付方式、消费者认知、药品时效性皆具有优势。竞争最初在器械、保健品开始进入互联网市场时已经产生了，目前合作大于竞争。

**问题六：一心堂与京东健康合作模式？**

答：公司与京东健康签署了战略合作协议, 属于互补合作共赢的关系。主要有2个方面：（1）未来探索线下联合加盟门店；（2）在京东健康上销售滋补品，比如药材干货、名贵药材。互联网顾客与实体药店的顾客消费存在差异性。我们公司线下做了20年，20年来公司的销售、利润一直在持续增长，目前仍保持这个现状，公司线下更多是贴近消费者，让消费者在我们店里得到一个健康品的消费保障。

**问题七： 今年开店数量较多是否会对明年业绩造成压力？**

答：公司截至三季度新开业门店810家，但从长远发展来看，门店数量仍需要进一步增加，新开门店数量及占比已经考虑到长久发展以及对业绩的影响，且加密型拓展下盈利周期缩短，总体来看，公司在门店数量增加和业绩增长上能够较好平衡。

**问题八：川渝的发展情况和规划？**

答：川渝现在的门店数量已经超过了1000家，但和我们长远的目标规划还有一定的差距。未来公司会在人员的储备和物流体系的建设等方面逐步做筹备，对未来长期的规划，做扎实的准备。川渝人口基数接近1.3亿，单店平均服务人数大概1900人，比全国的平均水平要低很多。随着医保的规范，税收的规范，包括带量采购政策等多方面的政策变化，连锁会更有优势。