

一心堂药业集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2021年4月29日 10:00-17:15

地点：一心堂药业集团股份有限公司总部

召开方式：公司一季报交流会

投资者：

序号	场次	投资者
1	第一场	中信建投 刘若飞、廖紫滢、伍凝辉等共 52 人
2	第二场	开源医药蔡明子、古意涵等共 23 人
3	第三场	广发医药 罗佳荣、孙辰阳、李桢桐等共 49 人
4	第四场	兴业医药 王佳慧等共 28 人
	合计	152 人

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、公司基本情况

财务数据分析：1) 公司 2021 年一季度营业收入 34.29 亿元，同比增长 11.07%，归母净利润 2.6 亿元，同比增长 27.28%，扣非归母净利润 2.52 亿元，同比增长 26.63%。2) 资产负债率从 2020 年末的 38%上涨到了一季度末的 49%的原因：公司业务经营情况没有变化，主要是会计政策变更使得资产和负债同时增

加导致，。3) 净资产：净资产增加的原因主要是净利润的增加。

新租赁准则的影响：1) 影响预付款项，原本已支付的房租在待摊费用科目核算，即报表中的预付款项里，但新准则把它从预付款项转到使用权资产里了，因此我们报表里预付款项大幅减少。2) 因为新的租赁准则要把所有签的房屋租赁合同确认的应付房租金额都列出来，所以租赁房产确定的使用权资产 25.47 亿。租赁负债增加了 15 个亿，一年内到期的非流动负债增加了 7.3 亿。3) 财务费用，去年有疫情贷、票据、短期融资券等，今年短期负债都还了，所以财务费用正常应该是负数，但新的租赁准则把未来需要支付的房租折现，时间成本产生的利息算到财务费用中，导致财务费用增加，但房租费会对应减少，结果是财务费用增加 2500 万，房租费减少了 1200 万。根据测算，租赁准则 2021 年净影响总共在 4500 万。

经营性现金流方面，应收账款比年初增加了 3.18 亿，环比增长 39.16%，主要是由应收医保和商业保险构成，公司将会在 Q2 改善医保的应收账款。2020 年 5 月完成了第一批股权激励的授予登记，费用 7800 多万，2020 年摊销了 3300 万，2021 年摊销近 3000 万；2021 年 1 月 26 日进行了第二批的授予，需要摊销的费用是 1627 万，2021 年需摊销 970 万，在 2021 年一季度总计摊销的股权激励费用是 1430 万。

在所得税费用方面，房租合同的问题导致了会计负债和税法的差异，进而导致了经营性所得税资产的增加，影响所得税费用。研发费用增长十倍，但绝对值很小，主要是用于配方颗粒项目。

毛利率情况：公司收入同比增长 11.07%，净利润同比增长 27.28%，毛利同

比增长 0.83%。毛利增长的原因：1) 2020Q1 销售疫情产品，但后期由于价格限制，毛利率较低，2021 年疫情产品的销售量较小，对毛利的影响减弱。2) 中药对毛利也有影响，中药的占比提升有利于改善毛利率。3) 医疗器械及计生消毒用品的占比由 2019 的 6.92% 增至 2020 年 10.74%，去年 1-5 月份对疫情产品销售影响较大。4) 利润提升也受益于公司的管理能力，今年一季度公司优化了商品的陈列、调整了门店布局，并且一些铺面存在分租的情况。5) 新租赁准则对利润影响近 1300 万。6) 销售费用率下降 0.39%，导致 2021Q1 利润增速比收入增速快。疫情产品对收入的影响会大一些，预计影响持续到 5 月份。

门店拓展情况：一季度新开业 372 家，关闭 5 家，搬迁 35 家，净增加 332 家，截止一季度末总门店数 7537 家，其中云南 4447 家、四川 940 家（将快速突破 1000 家）、广西 732 家（将快速突破 800 家）、山西 435 家、贵州 353 家、重庆 279 家。截至 2019 年 12 月 31 日门店数量 6266 家，2020 年净增长 939 家，2021 年 Q1 净增加 332 家，去年的新店和次新店有 1271 家。

医保统筹情况：今年一季度新增 128 家统筹支付门店，以慢病和特病为主，统筹支付门店数量占比接近 10%，目前开通统筹支付的门店是有 774 家，其中云南 592 家、山西 133 家、广西 12 家、四川 35 家、重庆 2 家。地市级的统筹支付门店占比最高，其次是县级，两者合计占比达到了 78.81%。

药妆店情况：2020 年公司在海南开设药妆店，今年在云南开设 2 家，公司希望通过这种模式吸引更多年轻客户，将客户群变得更多元。从 2021 年 1 季度 2 家药妆店的销售情况来看，药妆类产品销售占比为 8.63%，毛利占比 9.13%。

配方颗粒业务方面：截至 2021Q1 末公司获取了 609 个配方颗粒产品的批文，未来在业务销售上未来会向医疗机构拓展。

互联网业务方面：门店的覆盖率达到83.24%，O2O业务销售提升30.27%，2021Q1互联网销售0.68亿，其中O2O业务总销售为0.5亿，由于O2O是从2020年5月开始大力发展，所以21年同比销售增速会高一些，呈现健康的发展态势。2021年1季度业务从行政区域来看，O2O业务销售额和交易次数同行政区域级别高低成正相关，而O2O业务客单价是与行政区域级别高低成反向相关。2021年1季度O2O业务主要销售贡献地区为省会及地市级城市。其中省会级城市O2O业务销售占比达到49.08%；县级区域O2O业务销售占比达到15.5%。

商业保险方面，目前开通15种商业保险支付，2021Q1达到1.38亿收入，增速较高。商业保险是公司新的业务突破点，会逐渐强化该支付形式。公司10个省大部分门店开通了商业保险支付。

二、问答环节

问题一：拆分1-3月同店可比增速（剔除疫情因素）？

答：2020年器械消毒类销售占比10.74%，2019年6%，所以影响4%左右，由于影响主要在上半年，所以对上半年影响实则为7%-8%。2021年1-3月毛利率同比提升，交易次数提升，客单价下降（疫情产品销售下降）。

问题二：药妆店药妆品类占8.63%，毛利率水平？

答：刚开业由于有促销活动，毛利率20%+，后期会不断提升。海南药妆品毛利率高于云南。

问题三：2021Q1公司各类门店坪效及租效？

答：2021 年 1-3 月疫情产品的影响持续下降，预计坪效、租效和 2020 年相比差异不大。

问题四：2020Q4 收入增速高于 2021Q1？21 业绩增速预期？

答：2020Q1 疫情产品销售多，导致 2021Q1 收入增速下降。各季度可比性不是很大，2020Q4 节假日多，公司有较多促销活动，会影响收入增速。公司预期通过新开门店、管理优化，业绩不出现大波动。

问题五：2021Q1 药店毛利率、净利率略有提升，2021 全年趋势？

答：从公司来看，2021Q1 由于疫情产品减少，再加上公司中药产品占比提升，毛利率提升。长远来看，公司期望毛利率、客单价略有下降，交易次数提升。

问题六：带量采购品种销售占比、毛利率、客流量贡献？

答：2020 销售占比 8%左右（包括中标的、未中标的通用名），未中标的毛利率较中标的毛利率稍高，中标品种价格和医院接近，几乎为零毛利，主要带来客流增长。

问题七：省会城市 O2O 客单价低于乡镇地区？

答：省会城市配送半径更短，交易次数多，乡镇业务交易次数较少，客单价更高。

问题八：2021 年开店目标？并购进展？

答：预计 2021 年净增 1100 家门店，以自建为主，目前公司正在谈的并购标的规模不大，大概 20-30 多家门店为主，由于并购主要为了在现有区域下沉加密。并购价格和之前对比略有下降，PS 一般为 0.6-0.8。

问题九：公司 2021Q1 各地区医保门店数量占比？

答：整体 86%左右，海南省较低，海南门店中只有 3 家有医保，其他各省医保门店占比为 86%-90%，其中医保统筹占比 10%左右。

问题十：会和区域商业保险公司合作？

答：会有合作，但量较小，公司第三方保险主要集中在大的保险公司的保险产品，即保险产品包括一定额度的药店消费金额。

问题十一：非药品产品是否与零售药店合作？

答：有测试类的产品合作，有药品厂家、器械厂家进行产品合作，也会到门店做动销、服务等。

问题十二：2020 年 12 月 5 日，昆明市颁发《药品经营许可证》，目前该政策在各地的落实情况以及公司目前开店筹建情况？

答：会降低开店筹建周期，但对公司影响不大，较多省份都在缩短药店开店筹建周期；对公司盈亏平衡周期影响较大的是房租，公司在云南就此会就免租期进行协商，公司流程更标准化，所以该政策对公司的影响不大。目前公司新店盈亏平衡周期和之前变化不大。

问题十三：2021年1月公司和京东战略合作，联合销售处方药情况？京东如何赋能加盟店？加盟数量、区域规划？

答：目前公司和京东合作得更多的是O2O业务。其他业务进展较缓，加盟合作刚开始。加盟店主要在贵州、重庆试点，陆续开加盟店，目前业绩贡献较小。

问题十四：2021年房租较之前的变动？

答：不考虑新租赁准则影响，房租费用率下降，公司重新梳理合同，进行了降租分租。公司拓展门店时从省会城市开始，房租费率较高，下沉地市级时房租费率下降。越往下沉租效越高。2021年由于新租赁准则较为特殊，第一年影响较大，长期来看影响不大，因为是把远期支付的合同负债时间价值调至财务费用，导致财务费用提升，房租费减少。

问题十五：防疫物资对收入的影响会在什么时候消除？

答：影响是慢慢消除的，去年上半年疫情相关产品销量大，所以今年下半年这些影响会降低。

问题十六：公司把2-3年的店面算做次新店，可以看到省内店龄结构比较稳定，次新店占比20-25%，而川渝地区次新店占比很高。请问公司对未来店龄结构是怎么规划的？

答：我们开新店除了店面位置，最主要考虑的是人力资源，因为我们大部分新增门店的员工都是从老门店抽调的，这就决定了我们不可能突击去开很多的门

店，也不会一下关闭很多的门店，这都是和我们的人力储备有关的。因此我们计划中次新店的占比会比较平稳，绝对值方面会不断增长。

问题十七：一季度关闭门店数量比较少，是因为公司策略上有调整吗？

答：这和公司并购情况有关。因为我们大部分的并购都是加密型的并购，这就涉及到门店的整合与搬迁。而去年并购规模不大，因此今年的门店调优就会相对少一些。

问题十八：未来门店租金会进一步下降吗？

答：整体平均租金会下降，因为我们在做门店下沉，受区位位置影响新增店的房租会比较低。老门店的房租就要具体门店具体讨论了，根据当地市场变化和现有合同的情况，有的租金会上升有的会下降。

问题十九：一季度省内外各区域子公司业绩增速？

答：绝对值方面云南、攀枝花、海南收入增速最低，因为这部分市场已经相对成熟了。贵州、重庆、成都、广西和山西子公司的业绩增速比较快。

问题二十：未来加盟店发展到什么样的体量以后才会体现在报表里？

答：我们的单店产出要低于行业，因为我们主动做了一个下沉，开了很多基层门店，因此门店数量很大。相比之下加盟店的数量还是太少所以没有披露在报表上。目前加盟店模式还在探索阶段。

问题二十一：药妆店后续开店计划如何？

答：海南和云南今年都会继续开，开到几十家以后会加速铺开。云南药妆店刚起步，毛利率很低只有 20%，海南的毛利率较高，高于我们的普通门店。开药妆店有助于改善我们的客户结构，让更多的年轻人成为我们的会员。

问题二十二：一季度处方药占比如何，今年毛利率会提升吗？

答：今年毛利率会提升，但是参考意义不是很大，主要还是因为去年上半年疫情产品毛利率比较低。另一方面我们今年中药占比大概率是 9%以上，这也会提升我们的毛利率。更长远来看，毛利率会往下走一点，我们希望通过降低客单价，提升交易次数来提升我们的客户粘性。

问题二十三：OTO 业务净利率如何？

答：OTO 净利率比线下低，因为我们保持线下线上同价，但是线上有第三方配送分成，拉低了净利率。