

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 8 月 19 日 15:00-16:00

地点：一心堂药业集团股份有限公司总部

召开方式：公司半年报业绩交流会

投资者：兴业证券 孙媛媛 王佳慧、中信证券 陈竹 沈睦钧、中信建投 刘若飞、海通证券 梁广楷、太平洋证券 盛丽华、东北医药 刘宇腾等投资者 205 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

财务情况：2021 年上半年营业收入同比上年同期增长 11.16%，归属于上市公司股东的净利润同比上年同期增长 25.82%，归属于上市公司股东的扣非净利润同比上年同期增长 28.15%。基本每股收益同比上年同期增长 21.04%，总资产比上年末增长 31.37%，归属于上市公司股东的净资产比上年末增长 6.86%。

在 2020 年上半年新冠疫情推动下，口罩、消杀产品的快速增长导致销售基数提升的前提下，2021 年上半年各项关键性财务指标同比上年同期依然保持较好增长势头。在内部管理方面的实施细节上，通过加强各项业务模块的精细化管理，从而提升公司的盈利能力。

开店及拓展情况：截止 2021 年 6 月 30 日鸿翔一心堂及其全资子公司直营门店数 8053 家，其中云南省 4660 家，四川省 1073 家，广西省 781 家，山西省 477 家，贵州省 388 家，重庆市 300 家，海南省 336 家，河南省 19 家，上海市 10 家，天津市 9 家。2021 年上半年末公司直营门店数同比 2020 年上半年末增长 20.50%，环比 2020 年末增长 11.77%。

店型结构：门店覆盖的商圈有核心商业圈、次级商业圈和边缘商业圈构成，具体细分下来为商业区店、旅游区、商住混合店（含十字路口）、社区店（含小区、工业区）、文教区店（学校）、医院店、乡镇店。

截止 2021 年 6 月末，公司社区店（含小区、工业区）和商住混合店（含十字路口）占比较高，分别占整体门店数的 31.08%和 29%。公司注重立体化网络布局，乡镇店占比达到整体门店数的 19.50%。商业区店占比整体门店数的 8.07%，院边店占比整体门店数的 7.27%等。

疫情对经营的影响：公司经营的疫情类产品有口罩、体温计、退热贴、消毒产品、发热咳嗽、相关药物、中药类产品。2021 年上半年同比疫情产品影响销售额下滑近 8%。

DTP 品种的经营情况：2021 年上半年全集团 DTP 产品销售额同比上年同期增长 20.24%。

院边店的经营情况：截止 2021 年上半年末，公司院边店门店数达到 583 家，2021 年上半年净增加 17 家。

慢性病管理：截止 2021 年 6 月 30 日公司直营门店数 8053 家，开通的各类慢病医保门店为 814 家，慢病医保门店占比全集团门店总数 10.11%。开通慢病医保和特慢医保双重医保资质的门店有 204 家，结合公司立体化门店布局的特

点，慢病医保门店按行政区域划分为省、州、市、区、县慢性病医保，慢病医保门店在各级行政区域覆盖较为合理。慢病医保门店数量增长来看，2021年2季度单季度净增长40家慢病医保门店，2021年上半年慢病医保门店净增长168家。

中药业务发展：公司全资子公司云南鸿翔中药有限公司在成为中药配方颗粒云南省试点生产企业后试点生产，完成一部分配方颗粒品种的备案并取得临床备案批件。

云南鸿翔中药有限公司在中药板块配方颗粒业务方面，自2020年末获得云南省609个批文后，团队全力组织保障生产供应及相关配套支持，同步组建专业化销售服务和实施保障队伍。

截至2021年6月30日已成功实现4家等级医疗机构及近200余家基层或民营客户的初步合作与使用，为公司切入中药配方颗粒市场奠定了一定的基础。

公司针对中药配方颗粒业务，将会在2021年11月份部分品种开始按国家标准执行，提前筹谋相关生产工艺标准验证、道地基源药材原料采购、规模化工业生产、产能设备配套改造等，为后期国标品种的销售和根据相关政策文件所预计的带量集采等做好提前布局。

互联网业务发展方面：公司近年来大力发展O2O业务，截止2021年6月30日已实现7298家直营门店覆盖O2O业务。目前公司电商业务模式有O2O业务（自营和第三方）、B2C业务（自营和第三方）。

2021年上半年整体电商业务实现销售额为1.61亿元，同比增长150%，O2O业务占整体电商业务销售额的78.33%。自营一心到家业务销售额占整体业务销售额的23.20%，其中一心到家业务同比翻了13倍。

商业保险业务的发展情况：商业保险业务发展较快，2017年成立专门部门负责商业保险业务的引进和筹划，对商业保险业务各项业绩指标进行具体推进。2021年6月30日公司涉及商业保险支付方式15种，有业务销售的门店有7566家，占比门店总数93.95%，商业保险业务门店规模逐年扩大。2021年上半年商业保险业务销售额达到2.99亿元，销售额同比上年同期增长189.59%。

二、问答环节

问题一：公司门店布局情况？

答：立体化布局发展依然是公司持续拓展的发展方向，形成行业独有的市县乡一体化发展格局，省会级、地市级门店从品牌、商品、服务、物流等维度形成中心辐射，对县域市场人群消费发挥引领示范作用，更利于各层级市场建立竞争壁垒和成本优势。

问题三：新租赁准则的影响？

答：新租赁准则对公司上半年损益的影响：从可比门店房租费分析，执行新租赁准则后，费用增加近2500万元。

问题三：新政策和新兴市场下的经营改变？

答：公司管理层结合大健康产业理念的发展思路，搭建大健康生态系统业务的发展模式，布局未来发展规划发挥企业价值，激发团队潜能，满足对健康追求的愿景。布局医云医疗产业，建设除公立医疗机构以外的医疗服务体系，探索新

的发展机会。不断完善医疗服务链条，以整合资源、建立慢病管理、设置专业零售药房为动机打造医云模式。不断强化发展 DTP 专业药房、分销专业药房、慢病管理药房、智慧药房等模式。公司在互联网技术应用上也不断提升和完善，我们将通过互联网、大数据等创新技术，为消费者、供应商提供更专业、更便捷的服务。经营范围增加药妆、开展商业保险服务、慢病管理服务、病种管理等。我们要从一个简单的商品流转平台变成为一个能解决顾客健康需求的平台，不止有产品，还要更多的植入我们的服务、我们的专业，所以我们也在思考，过去很多个的营销模式也需要改变，我们的药店需要变更越来越专业，这样才能赢得顾客信任。

问题四：慢性病门店细分情况？

答：慢病医保从各省级及直辖市细分来看，截止 2021 年 6 月 30 日云南省慢病医保门店 634 家。云南省以外慢病医保门店 180 家，占比 22.11%。

慢病医保从行政区域细分来看，截止 2021 年 2 季度末地市级慢病医保门店数占比最高，达到 41.03%；县级慢病医保门店数占比其次，达到 36.73%，合计占比达到 77.76%。