

一心堂药业集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2022年3月30日

地点：一心堂药业集团股份有限公司总部

召开方式：公司年报交流

投资者：开源证券 蔡明子 孙振桓 刘阳 任琳 龙永茂 岑峻宇、深圳广汇缘资产 曹海珍、国海资管 吴正明、安信基金 蓝雁书等投资者 144人

接待人：董事长兼总裁 阮鸿献、董事 郭春丽、董事兼副总裁 张勇、董事兼副总裁 阮国伟、董事会秘书兼副总裁 李正红、财务负责人 代四顺、证券总监 肖冬磊

一、公司经营情况

截止到2021年末，一心堂门店共有8560家，新开门店1603家，净增1355家，2021年公司实现营业收入145.87亿元，同比增长15.26%；归属上市公司股东净利润9.22亿元，同比增长16.66%；归属上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润8.99亿元，同比增长19.41%；总资产143.37亿元，同比增长53.7%，股东权益66.73亿元，同比增长15.43%。

(1) 2021年末总资产达143亿，同比增长53.7%，负债76.65亿，同比增加116.04%。主要原因：1. 2021年1月份开始公司执行新的租赁准则，对房屋租赁合同未来享受的承租期权益按照使用权资产进行了确认，资产增加近31亿；2. 2021年公司合并了四川的本草堂，其主要以加盟和分销业务为主，拥有近10亿资产。

(2) 归属上市公司股东的净利润增长16.66%，扣非后净利润增长近20%，原因在于政府补助。财务费用方面，其包含了理财收益和财务费用支出，净支出为1.1亿。执行新租赁准则，把未来的应付房租折现后，确认了实际使用期的财

务成本，发生近 1.3 亿的财务费用。

(3) 现金流量表：经营活动现金流大量增长，主要是因为会计准则的变化，租房合同在没有确认未来的使用权资产时是全部计入流动资产里面，其支出也计入经营活动，后面确认为长期资产，按照投资活动进行计算，是划分口径的问题；其次在于医保方面：21 年末完成了医保系统以及医保码的切换，很多区域会在 21 年四季度进行切换，期间有两个问题：医保对账和医保停机，经营受到一定影响，同时四季度会加强医保的对账，所以 21 年三四季度的医保款在四季度会进行回款，导致经营活动现金流很高。四季度计提的商誉减值准备也导致四季度利润产生变化。

(4) 门店数量：云南门店有 4939 家，四川 1100 家，广西、山西的门店数量在直线上升，业务拓展关注两个方面：首先是通过门店的自建、并购等方式延伸门店的覆盖范围，带来更多客流；其次是优化存量门店的销售，措施包括补充新的品类，增加客流，提升顾客粘性，带来销售增量。21 年末，医保系统的切换，越来越多的门店可以申请到统筹基金的支付。

(5) 品类结构占比：中西成药销售占比 72%，医疗器械类下降较大，器械计生消毒品类因疫情影响，2020 年因疫情影响口罩等产需求很大，但是口罩是消耗品，会持续销售，且价格变动较大，像体温计、呼吸机等只需购买一次，由于口罩的销售数量和价格都在下降，导致器械收入下降。

(6) 中药产业方面：2021 年公司中药品类销售占比达 9.32%，同比增长 21.21%，目前公司初步建立中药材种苗培育、种植加工、精加工、批发和医疗机构供应以及零售业务的完整产业链，在全省各地对中药材的种植和加工做了前瞻性部署，在中药产业和中药饮片方面拥有厚重的积淀和布局。公司与鸿翔中药科技进行了“食”字号产品，不断增加中药品种深度和附加值，将中药产业做强做大。同时国家“十四五”规划明确提出支持中药产业发展，有了更为利好的政策，一心堂会抓住机遇，加快发展。面对反复的疫情和严峻的市场形式，一心堂会持续加强提质增效的措施，高质量发展，不断提升管理和经营能力，推广能力，加快数字化转型，支持自身的发展，未来会继续做好主营业务，做好药，为中国的健康产业发展贡献绵薄之力。

(7) 顾客关系管理：除了不断增加门店数量，会更多的提升顾客的舒适感，满足顾客需求：慢病管理，用药咨询，健康管理等等。会员增长较快：21 年会员增长 600 万，达近 3000 万，同比增长 25%。

(8) 互联网业务：公司不断推行互联网平台，通过打破传统的销售方式，提升顾客满意度，比如药店自助购药，自助结算。互联网业务 2021 年实现收入 3.8 亿，以 O2O 的业务为主，占比达 80%。

(9) 医保支付：首先支付范围在变化，其次个账的资金的拨付比例也在调整。公司在进行两个工作：1. 增加统筹支付的药店数量 2. 一些省份参与门诊登记的结算模式，以商业保险为补充，去年商业保险销售 6.4 亿。处方药方面：19 年底公司开始参与带量采购，带量采购的品种销售数量不断增加，提升了药店的竞争能力，随着双通道药店的增加，处方药的销售会不断提升。

(10) 彩票业务：主要在云南昆明，其他有两个省也在同步推进，提升了门店客流。

(11) 药妆业务：截止 21 年末有 300 多家药妆店。

(12) 医疗方面：向长期慢性病的顾客提供更加精准的线上和线下服务，截止到 21 年末，特慢病门店共 331 家，增长近 10%，二级以上医院的院边店共 623 家，正在申请双通道业务，会有较大的增量。

二、互动问答环节：

问：药妆旗舰店中是否带有药品品类的销售？如何实现不同店型之间的导流？

答：药妆业务主要是为了引流年轻会员，药妆整体增长较好。

问：因为租赁准则变化，21 年财务费用计提了 1 亿，特别是四季度计提了 4、5 千万，今年明年财务费用同比 21 年是否会下降以及预计下降幅度？

答：分两部分：使用权资产确认了 31 亿，其实是确认了长期应付款，按照新的准则，长期应付款是未来的负债进行折现之后，计算出时间成本，之前签的合同与之后将签的合同没有差别，财务角度上存在时间差异，需按照基准利率进行折现，将时间成本计入财务费用。

问:四川的门店增长计划?

答:四川门店达 1100 多家, 目前门店数量还在增长。

问:21 年零售增速 5%有所放缓的原因? 今年明年增速预期能否恢复并继续增长?

答:首先是 20 年疫情产品的原因, 其次是疫情管控的原因。疫情管控结束后, 顾客在终端的药品需求是很明显的。

问:22 年的新开店计划, 省内、省外各多少家, 以及并购和自建的规划?

答:公司 2022 年今年开店的计划中 70%在云南省以外, 30%在云南省以内。

问:整体毛利率提升的原因? 零售剔除疫情产品毛利率的变化情况如何?

答:2021 年, 公司对品类进行调整, 中药销售占比从提升到 9%, 全产业链中药, 毛利率略高, 这是提升毛利最核心的因素。中药产业, 从种植开始就严格把控质量, 把第一车间建在田地里, 整个中药产业链是种植、生产、加工、销售一条龙。产品结构: 除了以前的精制饮片、云南的粉剂, 利润很高, 2021 年下半年布局了食品线, 今年会更加努力做好。

问:22 年怎么继续加强省外区域的管理?

答:集团重视省外公司, 强化团队建设, 对省外公司管理进行人才输出, 同时引进同行业优秀人才。经营优化, 改善经营体制。老门店优化, 聚焦老店的经营管理, 培训员工, 提高素质, 进行品牌建设, 产品优化。与省外子公司开展多样化的合作方式。

问:药店行业目前所处的发展阶段, 以及公司未来成长空间还有多大?

答:多方面考虑: 1. 疫情因素 2. 我国药店数量相对饱和, 未来主要考虑当地的具体情况拓展, 并且尽力增加药店的覆盖半径, 提升顾客粘性, 增加品列。

问: 新建门店的投资回收周期?

答：新开门店盈利周期 12 个月，因疫情等因素影响，当月盈利周期 12-14 个月左右，盈亏平衡周期是 2 年。

问：公司对于中药配方颗粒业务的布局？

答：公司从 18 年开始做云南省省标品种，2021 年已公布国标近两百个品种，公司布局会以云南为主，辐射到西南，再到全国。公司当前边做标准边做业务推进，前期两年稳扎稳打，增速较平稳，第三年开始增速预计会加快。