

一心堂药业集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2024年10月31日 15:00-16:30

地点：一心堂药业集团股份有限公司总部

召开方式：2024年三季度业绩交流会

投资者：国联证券 郑薇 付鹏飞 陈馨悦、中信证券 陈竹 宋硕 张斌 斌 魏通、东吴证券 朱国广 冉胜男 苏丰、平安证券 叶寅 倪亦道 王钰畅、东北证券 刘宇腾 文将儒 荆香玉、海通证券 周航 张澄 孙旭东等投资者共 88 人。

接待人：董事兼执行总裁张勇先生、副总裁兼董事会秘书李正红先生、财务负责人肖冬磊先生和证券事务代表阴贯香女士。

一、公司介绍

（一）门店扩张情况

截至 2024 年第三季度，公司共有直营连锁门店 11,516 家，2024 年 1-9 月新开门店 1,694 家，净增加 1261 家，其中第三季度新开门店 377 家，净增加 225 家。目前公司有少量加盟门店，包括一心堂旗下的加盟店和控股子公司本草堂旗下的门店。

（二）地域布局规划

公司目前在云南省覆盖已经比较全面，县级市和绝大多数的乡镇均有一心堂连锁门店，未来将重点扩张云南以外各省份。重点发展川渝地区，川渝地区因人口基数、经济状况、消费能力较强等因素，未来仍将是公司在云南省外布局的重点区域。公司在海南省内现有 500 多家门店，未来以存量经营为主，提升存量门店的经营品质。未来希望在广西、山西、贵州等地也形成一定的市场规模，省、市、县、乡镇四级布局，打造完整的网络覆盖，提升单一地区的盈利能力。

（三）行业情况

今年以来，药店行业的加盟商、单体药店、小连锁药店在陆续出清或减少门店数量，部分地区保有医保资质的门店数量也在减少，叠加相关政策的变化，部分地区规模化效应在逐步显现，行业集中度会有提升。

（四）2025 年规划

2025 年，以经营存量的门店为主，改善新店、次新店经营质量，大幅提升存量门店的单店效益，重点完善经营品类扩张和服务能力的提升，尝试在存量门店的基础上增加新的业务模式、品类和服务客群。

在不改变战略的前提下，把所覆盖地区每个市场建设成为省级、市级、县级、乡级的立体门店群，最终形成具有区域强势品牌影响力的企业，实现单一区域的广覆盖和深覆盖，最终提升单一区域的盈利能力。

同时，公司在一部分成熟优势门店做新业态尝试，发展创新业务，如便利店+药店，诊所+药店，一旦模式成功将会向其他地区推广。

（五）税收情况

各子公司 2023 年接受所在税局完成对前期纳税情况进行税务辅导后，于 2024 年再次依据母公司的税务政策调整政策执行口径。2024 年三季度部分子公司依据本地税局指导完成数据确认及申报，目前尚有部分子公司正在税收辅导中，待有进一步结果公司将在定期报告中披露。

（六）新业务情况

公司发展创新业务一心便利、泛健康品类、新零售等业务，客群年轻化，倡导便利、品质、快捷、互联、有温度的现代生活，从店面环境、服务标准、产品研发到商品陈列，顾客的购物体验，都与药店有所不同。经过精心布局，现已成功拓展为包含美妆、个护、食品、奶粉等多品类共同发展的格局。品类规划方面，一心堂明确以健康为导向，搭建起涵盖多个领域的泛健康品类。未来会依据各个省市的实地情况进行不同的策略和品类调整，通过高效率数字化运营工具建设和新零售组织能力强化，实现新零售销售规模和利润持续稳健增长，为集团零售主营业务带来更多增量。

（七）提质增效情况

1. 通过降租谈判、日常控费、品类优化等多措并举，改善毛利状况。

2. 数字化建设：在成都新设立全资子公司一心数科，从事软件开发和内部数字化项目实施，未来会形成从产品流为导向的全链条数智化建设，除了提质增效外，数据也会形成资产。预计到 2025 年初步建成数字化模型，未来 2-3 年再向智能化迈进。

（八）合规经营情况

持续加强相关政策学习、完善日常管理、提升财务管理、以合规为前提稳健经营。

（九）中药业务情况

除了中药零售，也在推进配方颗粒，未来会加强与中医诊所的业务合作，以及对中药饮片和配方颗粒的推广。在中药产业链的建设上，除了最前端的种植不涉入，会在此业务上去拓展和提升。

二、问答环节

问题一：如何看待近期监管部门规范处方流转？

答：目前有部分门店接入门诊统筹，实际接入到统筹的门店目前在业务端贡献还未体现，药店参与统筹更多的是提供了参保人员购药的便利性。目前所覆盖地区统筹政策还未落地。

从长期管理来看，有很多省份尝试用国家医保支付平台做流转，对于规范性、合规性、安全性的要求更高但长期有利于合规化发展。

问题二：三季度客流量和客单价的变化趋势？如何展望四季度及明年的走势？

答：24年以来客流方面一直保持双位数增长，但客单价有所下降，部分受政策影响比较大的区域客单价下降接近20%。品类方面主要是贵细中药、保健品、偏向于零售的化妆品类，以及集采药品价格变化影响。

问题三：药品比价政策在公司覆盖省份的执行情况，如何看待未来可能的潜在影响？

答：比价一直存在，近期关注度较高。目前信息也比较透明，会根据市场变化情况调整零售价。比价不单影响零售终端，对于上游工业也会有影响。在市场更加透明的情况下，企业的供应链整合能力和成本优化能力就非常重要。

问题四：24-25年的门店拓展计划，是否有做扩大加盟业务的打算？

答：在当前大环境下，公司会以稳健发展作为核心基调，以质量为优先，综合考虑未来成长性以及门店布局的合理性。并购方面，也要考虑并购标的深层次质量。在优势区域，核心是做好提质，利用店群满足客户多样化需求。

以目前情况看，加盟还是有发展空间的。一些单体药店和中小连锁也希望通过合作改善自身业务发展。对于适合的地区，会加大加盟推进力度。

问题五：多元化门店和普通药店的内生表现是否有差异？未来的规划？

答：经营模式的多元化并不意味着公司业务的多样化，公司还是会首先做好专业药房，做好药品供应和客户健康管理。取消对药店陈列品类的限制会给药店带来机遇，门店经营品类能够满足绝大多数顾客的需求。通过经营品类的改变，可以改善客户结构。对于超大门店，可以做分割转租，减少经营费用。

公司在云南地区门店可以增加经营品类，海南地区未来的发展重点也是增加品类。其他地区可以同时增加门店和品类。

问题六：公司在不同省份的利润率水平如何，差异产生的普遍和个体原因？

答：公司在各省地区的利润影响因素主要有以下几点：

(1) 门店结构，新店、次新店及成熟门店的结构比例。

(2) 不同地区的用药习惯影响品类结构，比如有些地区处方药销售占比高，有些地区对于滋补养身产品需求多。

(3) 不同地区门诊统筹政策差异较大。

(4) 单个公司在当地的影响力有关，门店数量、采购量对于采购价有直接影响，最终会影响经营能力。

问题七：三季度应收账款增幅较大，如何应对应收账款汇款压力？

答：应收账款主要是商业批发款，分为成药分销业务和中药原料药供应两块。整体在可控范围内，成药分销主要面向头部客户，信用有保障，且账期基本较短。此外还有一些零售业务形成的医保款。商业保险应收款余额较年初有所下降。

问题八：目前统筹医保及个账占比情况？

答：统筹基金（包含门诊统筹+门慢门特）占比较小。公司不断增加非药泛健康品类，医保占比逐渐降低。