

证券代码：002727

证券简称：一心堂

一心堂药业集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：TG202608-001

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他（电话会议）
活动参与人员	东北证券、国联民生、国金证券、国盛证券、中信建投、开源证券、西部研发、中信证券、国金医药、中泰证券、中邮证券、东吴证券、财通证券、创金合信基金、国融基金、国寿养老、国投证券、华安证券、华宝基金、华泰证券、华鑫证券、汇丰晋信基金、嘉实基金、交银施罗德基金、摩根大通、银河基金、长城证券、中国人寿养老保险、中信里昂、中信期货、华夏基金、天治基金、北京泽铭投资、高瓴投资、乐赢私募基金、谢诺辰阳私募、海富通基金、红思客资产管理、红象投资、华夏久盈资产、华夏理财、巨杉（上海）资产管理、宁银理财、青岛鸿竹资产管理、上海冲积资产管理、通用技术集团投资、UBS 等机构，共 68 位投资者。
时间	2026 年 8 月 27 日 10:00-11:00
地点	一心堂药业集团股份有限公司总部
形式	电话会议
公司接待人员姓名	副总裁兼董事会秘书李正红先生 财务负责人肖冬磊先生 证券事务代表阴贯香女士
交流内容及具体问答记录	一、前期经营情况分析 （一）整体财务与业务概况 1. 核心业绩：2026 上半年归母净利润同比增长 2.88%；整体营业收入小幅下滑，现金流改善更为明显。收入下滑主要来自公司主动收缩分销代理、基层医疗配送业务、以及面向中小饮片厂、单体药店、小型连锁的中药原料供应、中药饮片配送业务所致。现金流快速增长一方面源于纯零售业务现金流回笼速度快，另一方面源于 2025-2026 年整合低质量门店，门店数量同比减少，经营质量提升的结果。 2. 门店调整：持续整合低效门店，门店总数量同比减少，但覆盖省份维持不变。减少新店开设、门店改造等资本开支，新开店费用投入下降，推动净利润增速优于收入增速。核心目标为提升存量门店经营质量。 3. 门店转型战略：持续推动“70%大健康药房+30%专业药房”门店

	结构改革。 70%门店转型大健康药房：扩充非药品类，引入年轻化消费品，拓展泛健康消费，优化客群年龄结构，降低对医保、药品品类的依赖。目标大健康药房中非药销售占比接近 40%。 30%门店向专业药房转型：重点布局 DTP、特慢病等业务，目前主要为区域中心门店、院边店，已覆盖所有省份、基本覆盖所有地级市，部分县级市也有布局，部分品类增速超过 50%。 4. 财务健康度：严格管控资产负债率、有息负债，保障货币资金储备，提升企业抗风险能力；持续优化存货余额与存货周转，把商品动销作为经营核心，持续提升资产利用效率。 （二）各板块业务进展 1. 中药业务 收缩对外原料、中小客户饮片配送业务；但零售端中药销售实现上升，传统饮片、配方颗粒、破壁饮片销售增长，毛利贡献较好。云南中药扩产能项目预计 2026 年内完成基础建设，同步推进新型中药饮片、药食同源产品研发，布局破壁饮片业务，近几个月该业务增长较快。整体中药业务规模无明显增长，系主动收缩中药原料供应、中小连锁及诊所中药饮片配送业务，但零售端传统中药饮片、药食同源产品销售稳步增长，对毛利贡献明显。业务结构得到进一步优化，风险降低，质量提升。 2. 非药业务：上半年非药占比持续提升，核心增长品类包括个护美妆、母婴产品、功能性食品、药食同源产品。保健品前期受支付目录影响承压，去年起恢复增长。公司目标为大健康药房的非药销售占比达到 40%，后续将重点加大个护美妆、洗涤洗护、功能性食品、药食同源产品等泛健康类产品的拓展力度。 3. 数字化建设：依托成都子公司一心数科推进数字化建设，对内提升运营管理精细化程度与经营效率，对外强化上游供应商协同、下游会员管理与顾客服务，目前已取得较好成效。 4. 线上业务：O2O、B2C 等新零售业务增长明显，盈利能力持续改善。 5. 医养业务：首个养老中心已实现盈利；第二个集中养老中心预计 2026 年内投用；社区养老、居家养老模式已经定型，后续重点复制推广，联动药店慢病会员开展服务。 二、问答环节 问题一：行业出清背景下，预计盈利恢复到什么水平？ 答：行业受市场需求、渠道竞争、合规监管推动持续出清，公司门店数量同比接近两位数幅度下降，但同店收入增长明显，来自复购提升以及竞争对手客流转移。客流交易次数同比环比均向上，预计 2026 年下半年同比、环比增速快于上半年。市场门店数量减少，行业集中度进一步提升。 问题二：非药品类提升的品类有哪些？未来非药占比的目标是多少？
--	--

	答：非药业务的战略目标是降低公司零售经营对医保支付、单一区域、单一品类的依赖，降低政策变动带来的经营风险，在稳固药品类核心竞争力的同时拓展其它品类能力。非药品类除了传统的器械、计生、消毒、保健品外，新增了个护美妆、母婴、情绪价值产品、功能性食品、药食同源食品等品类；其中保健品销售此前受支付目录影响持续下降，从 2025 年开始陆续恢复增长，2026 年保健食品、药食同源食品的销售也保持增长，个护美妆、洗涤洗护是纯增量品类。公司的长期目标是在大健康品类药房实现非药品类占销售比接近 40%，未来会持续加大个护美妆、洗涤洗护、功能性食品、药食同源产品的布局力度。 问题三：创新药院外市场的行业空间，一心堂的布局情况？ 答：1. 药店的核心根基是药品相关的供应链能力和专业化服务，拓展多品类不会放弃药品经营和服务主业。30%专业药房承担创新药、DTP 等产品销售主力。 2. 30%专业药房多为区域中心店、院边店，目前已有近 1000 家和药店协同的医疗相关机构，还覆盖了打通处方流转的中心门店和院边门店，专业药房已经实现所有省份覆盖，基本覆盖所有地级市，部分县级城市也已有布局。 3. 跟进处方流转政策落地节奏，政策落地则配套产品与服务建设；政策未落地则自建医疗服务体系，内部打通诊所-社区-二级医院的服务链条，承接慢病、原研药、创新药销售及服务。 问题四：当前西南地区的医药相关政策环境是否已经稳定？公司 Q3 是否能迎来业绩拐点？未来收入增长中枢大概在什么水平？ 答：无法确定政策和监管是否会稳定在当前状态，政策大概率持续优化，合规、保障医保与用药安全是长期趋势，飞检等强监管将常态化，合规是大势所趋。市场合规化反而会营造更公平的竞争环境，对头部企业有利，公司已经适应政策变化，持续提升自身合规能力。业绩端从 2025 年 3 月下旬政策调整后，公司逐步优化经营策略和管理方式，2026 年二季度开始客流、交易次数等指标同比环比均有明显改善，三季度的改善幅度会比二季度更大，且改善的持续性较强。 问题五：未来门店扩张预期，在业务布局方面的最新规划是怎样的？ 答：1. 门店总量有所减少但存在区域分化，部分区域门店数仍有增长，行业整体门店数量存在下行空间，公司短期不会大规模新开门店。部分区域相关政策也不支持大规模新增门店。 2. 并购：仅在政策友好、存在合适标的的区域做小规模并购，大范围大规模并购暂不推进。 3. 加盟为短期重要拓展手段，公司在推进该项业务。子公司本草堂加盟门店 2500 余家处于整合过程；加盟收入计入批发板块，不计入零售收入。 4. 业务拓展重心：①深挖存量门店客流，在不增加大额投入前提下
--	---

	提升销售；②少量并购+加盟拓展网点；③拓展药食同源、非药健康类产品，做产品端扩张。 问题六：九部委相关文件对零售药店行业及公司有哪些影响？线上销售合规化对公司的影响？ 答：1. 九部委鼓励消费政策对实体零售药店具备正向作用，二三季度逐步看到客流、复购、客单改善，效果还在持续释放。即便部分区域遭遇汛情扰动，公司同店增长仍有明显改善，经营质量提升显著。 2. 合规是行业长久发展的底线，更公平透明的监管环境有利于企业长期发展，公司从四个维度建设多维度合规管理体系：第一是制度保障，持续强化合规制度体系与内部监管政策，确保内部监管无死角；第二是工具保障，打造覆盖所有业务流程节点的全流程信息化监管体系，减少人为监管的盲点，相关建设走在行业前列；第三是人员管理，一方面开展高强度、精细化的深度合规培训，将合规意识灌输到所有员工层面，另一方面内部合规处罚标准不低于外部监管要求，严禁内部不合规行为；第四是内外部协同，开放投诉举报渠道，接受顾客、会员、供应商等外部主体的监督。公司认为长期坚持合规能够提升企业生命力，保障企业长久生存。 问题七：公司对后续盈利能力（毛利率、净利率）有何展望？未来创新药销售占比提升是否会影响公司毛利率水平？ 答：创新药、DTP、处方药等品类占比提升确实会拉低公司整体毛利率水平，但公司正在推进全品类经营模式、经营结构优化，不会仅聚焦创新药业务。非药、药食同源产品、零售端中药品类（公司自有中药生产业务）的毛利率相对高，目前这些品类也在同步增长，结构持续优化，因此虽然近几个月创新药、DTP 产品增速较快，但公司整体毛利率并未出现下滑。短期来看公司毛利率出现大幅增长的可能性较低，受多品类互相影响将保持相对平稳，短期内可以看到公司整体经营质量得到非常明显的改善。 问题八：上半年批发分销、中药业务规模收缩的原因，后续业务策略？ 答：1. 批发业务下滑是因为公司基于经营风险判断，主动停止高风险、低质量的部分分销业务；筛选下游客户，评估经营与结算风险，对风险高、持续经营能力弱的客户相关业务进行收缩。目前公司分销转型两大方向：①单品深度运营，依托自身零售体量培育产品向外输出；②加盟业务。 2. 公司中药业务一方面会完善下游客户信用评价体系，筛选优质客户开展相关贸易业务；另一方面会大力度投入产品研发，持续加强传统中药饮片、配方颗粒、破壁饮片以及药食同源产品的相关布局，同时持续推进中药材基地布局，2026 年能看到中药材基地布局的进一步提升。中药业务除了服务外部客户，也会为内部一心堂体系开发更多新产品，满足消费需求。
--	---

	三、管理层下半年及中长期展望 公司坚持高质量发展，不追求低质量规模扩张，目标是打造抗风险能力强、可持续经营的综合健康服务企业。 1. 四大业务板块（零售、中药、分销加盟、医疗健康）持续推进，注重产品、服务、渠道布局，打造综合健康服务体系，实现更高质量的发展。 2. 公司目标是在所有布局的区域都成为当地头部企业，目前云南以外省份的经营质量、收入、盈利能力已经有非常明显的改善提升，2026 年公司停止大规模门店拓展后，存量门店经营质量会进一步提升。
关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明	接待过程中，公司严格按照《投资者关系管理制度》《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整，没有出现未公开信息泄露等情况。
活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件	无