

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7月10日 20:00-21:00

地点：一心堂药业集团股份有限公司总部

召开方式：公司近况及2024年半年度业绩预告交流会

投资者：中信证券 陈竹 沈睦钧 张斌斌、东北证券 刘宇腾 文将儒等投资者共135人。

接待人：副总裁兼董事会秘书 李正红、证券事务代表 阴贯香

一、公司近况分析

1. 行业观点：

随着业态环境不断地变化，公司会持续创新突破，发掘新的业务增长点。2018年至今，随着改革推进和市场端变化，药店数量从50万家增长到接近70万家，单店服务能力由3000-5000人逐步下降，个别地区仅有1000人左右。市场环境和政策的变化带来的这些情况对公司来说是机遇，也是挑战。机遇在于这样的格局有利于药店行业的加速整合，行业集中度逐步提升。目前国内很多药店生存环境随着宏观环境的变化，生存压力明显，行业整合会加速。参照专业机构报告中预测的数据，后续药店数量会有所下降，行业集中度将进一步提升。

从监管端来看，高质量发展是行业发展的趋势，药店高质量发展需要管理能力、合规能力、服务能力、专业能力和运营能力的建设。龙头企业需要建设自身的核心竞争力。随着合规整改的深入，公平合理的竞争环境有利于合规且综合运营能力强的头部企业发展。

2. 公司概况：

公司会利用这些机会加强内部管理，提升自身经营管理能力，实现企业市场竞争能力的提升。今年是公司上市十周年，公司实控人自公司上市以来，从未减持公司股份，且数次增持，目前的高管团队也从未减持公司股票，对未来发展仍

有目标、期望、信心，按长期事业来做，团队整体稳定性好。

二、问答环节

问题一：统筹整体对接进度？5月10日征求意见稿之后，落地情况如何？

答：公司直营门店覆盖了十个省，门诊统筹推进的进度和执行细则各地有差异，目前这十个省中主要有山西省有一定量占比的门诊统筹基金支付，山西目前最新的政策是认可本省互联网医疗机构复诊的电子处方。其他省仅有部分门店接通统筹，但尚未产生统筹销售。目前一心堂涉及医保支付更多的是个人账户，只有少量的统筹基金，且以慢特病为主。

5月初的征求意见稿是云南省的征求意见稿，其他省份也在推进过程中。5月24日公司被医保局约谈，5月下旬和6月份公司大部分精力集中在医保自查自纠，梳理优化公司的管理制度及流程，这也为公司后续的管理有一定的促进作用。国家医保局约谈公司之后，也有省级医保局陆续对辖区企业进行了约谈，对于医保基金使用和管理的规范做了进一步要求。在大规模对药店放开统筹基金之前先做行业规范，再推进药店统筹支付和处方外配等工作是合理的，也是更安全的，有利于强化行业自律。

公司自查自纠报告已于6月底提交相关部门，目前还没有明确结论，后续会加强和相关部门的沟通，积极汇报公司的经营及管理情况，同步沟通后续的门诊统筹基金使用和承接的工作。

问题二：业绩预告中二季度利润端承压的核心原因和下一季度的展望？

答：其一是行业因素，行业5月份同店增速放缓。从消费角度而言，滋补调理类的产品交易次数和客单价都在下降，这是市场普遍存在的现象。其二是阶段性的因素，公司5月底开始，为企业长远发展，积极开展自查自纠和整改，并开展员工培训等工作，取消了大部分促销宣传及营销活动，导致同店下滑较明显。自查自纠是阶段性的影响，后续将逐步恢复。

问题三：过去行业重视规模，现在看中现金流和运营力，公司有没有挑战和应对的方式？

答：公司主营药品零售连锁，回归行业本身，药品零售行业经营的品类从管理、规范和需求上比其他零售要高，因此运营成本高于其他零售业态。但是基于业务而言，药店本质还是零售，意味着其企业规模和管理决定了营运效率。公司

长期合作的主要供应商有 3000 家左右，在拓展的过程中公司坚持做少区域高密度布局，尽可能多的覆盖一个区域的人群，门店在省会、地市、县级和乡镇四级城市均衡发展，希望药店服务能力覆盖所有层级的城市，更快满足更多客户的需求。这样的布局可以让顾客以最快速及最便捷、安全的方式购药，并且有利于实现公司及供应商合作共赢，双方互惠互利的产品合作模式，供应商运营成本降低，让利给终端消费顾客，尽可能的覆盖更多人群，区域内上游运营成本低，让利顾客，目标不变，实现多方共赢。

问题四：6 月份以来开始比价，公司二季度西药和中成药毛利率表现？

答：公司与上游供应商或厂家合作，推出独家品规，企业包销的模式，对供应商来讲，业务链条缩短，存货压力较小，无需投入二次推广费用，物流成本较低，风险更低，这部分品种毛利的变化，主要是采购成本的差异，并非销售端的价格差异。

关于价格治理及毛利率，线上价格差异更多来自于补贴、阶段性的促销活动等，同店同产品线上线下价格差异，有投诉的风险。充分的市场竞争下都会有比价存在，公司会积极拥抱监管机构推出的比价政策，进而推出更具有市场竞争地位的优质产品。院内院外比价，品种结构有所不同，更多的是基于基药品种的比价，公司在 2023 年度申报门店统筹资质时，执行中标价及购进价孰低的政策，对统筹目录内品种进行调价。

长期经营过程中，公司在不断梳理价格差异，价格对比是一个不可避免的常态化的事情，药品调价也是动态的，药品价格会根据环境来进行动态调整。公司也会积极响应监管机构推出更加透明的价格策略。

问题五：公司上半年门店扩张情况及未来的展望？

答：公司全年扩张计划不变，坚持核心区域深耕门店高密度布局，重点发展西南、华南地区，同时兼顾华北部分地区的门店发展，持续强化在核心发展区域的竞争能力提升。截止 2024 年一季度末，拥有直营连锁门店 10,746 家。二季度门店拓展情况跟一季度情况差不多，未来将按当前计划继续进行门店的拓展，自建策略及并购策略会随市场变化进行动态的调整。

问题六：公司调价的进度？调价药品的比例？什么时候整体完成？对公司业绩影响的量化分析？极端情况下的影响？

答：零售药房是充分市场竞争，价格相对透明，消费者对于药店价格的对比一直有。公司的价格策略是动态的，会根据市场动态实时调整。环境变化不会突然使公司因为调价有明显的波动，公司调价一直是动态的。

问题七：从产业角度展望行业未来的净利润水平？

答：从公开数据可以看到，基于人口结构的变化，推动医保改革及规范治理。作为医保基金使用的参与者，医保改革涉及的是全行业，涉及到的企业在公平的环境内，无论面临何种问题，公平、合理的环境，更有利于头部企业发展。大的企业在改革中，规范性相对好很多，执行力度更强、管理更严的政策环境有利于头部企业。净利率阶段性会有影响，但是长期不会因为规范有所变动，毛利率和净利率的变化更多是产品结构和业务模式变化的影响。如果处方外配推进更彻底，导致社会药房处方药占比更高，则会导致公司毛利率下降。基药品种毛利率相对低。但是这种变化虽然降低了毛利率，但带来了更多的客流和交易次数，毛利额绝对数是提升的。

问题八：公司调价动态化毛利是否会不太稳定？

答：历史上公司以直营店为主，连锁意味着资源的配置和后台的响应速度是一样的，同时也使得公司的所有门店的服务标准化和产品趋同化。门店都是高度统一标准，公司一直是同品同价，但是不同品牌不同规格和剂型的商品，公司会和工业企业依据市场竞品情况联合定价。以顾客需求为导向，符合顾客的选择和需求。