

一心堂药业集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2025 年 9 月 1 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：公司 2025 年中报业绩交流会

投资者：东北证券 叶菁 文将儒、招商证券 梁广楷 许菲菲 方秋实、中信证券 陈竹 宋硕 张斌斌等投资者共 60 人。

接待人：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、2025 年上半年经营情况

（一）核心财务数据

1. 营业收入：2025 年上半年，公司实现营业收入 89.14 亿元，同比下滑 4.2%；其中零售收入下滑 2 个多点，分销、中药原料供应及中药饮片业务下滑幅度较大，为主动性业务调整导致。

2. 净利润：受 2023-2024 年税务辅导及当前经营环境影响，上半年净利润呈两位数下滑；2024 年已完成税务历史风险处理不确定性风险降低，经营稳定恢复。

3. 现金流与负债：现金流健康稳定，仅控股的子公司四川本草堂有银行贷款融资，其他子公司无有息负债，资产负债率处于健康水平。

（二）门店与费用情况

1. 门店数量：截至 2025 年 6 月，门店数量 11,372 家，上半年减少 126 家门店。

2. 费用：新开门店带来房租、人工等刚性费用增长；公司持续控费提效，销售费用、管理费用（含职工薪酬、房租、营销费等）仍有优化空间，下半年及后续将持续优化以提升费效。

（三）重点业务推进

1. 门店调改：行业面临整体供给过剩，店均服务人数下降，需提升单店产出与坪效。计划 70% 门店向泛健康品类的“多品类”药店转型，30% 向“专业药房”转型（其中近 1/3 门店增加医疗属性），截至 8 月底调改门店超 400 家。

2. 数字化建设：公司设专项部门与子公司推进数字化建设，形成运营效率与管理能力提升的信息架构，成都子公司一心数科负责产品、服务等系统化建设，最终实现公司的深度数字化管理及联动顾客、供应商、监管及合作各方数据、流程、信息链通。

3. 中药业务：向药食同源、配方颗粒及国标产品方向推进，加大产品研发投入。

4. 医养业务：公司首个集中医养中心两年实现盈亏持平，形成“集中+社区+居家”一体化模式；目前已筹备第二个集中医养中心，待相关产权证书办理后开始装修，计划 2026 年上半年投入使用；康复中心、健康管理中心及药店结合诊所体系快速搭建。

5. 分销与原料业务：因经营环境变化大幅收缩，停掉有信用风险的客户业务，聚焦自主可控、符合市场方向的业务，淘汰不符合公司长期发展需求的业务。

（四）未来规划

1. 2025 年 10-11 月进行战略复盘，并规划未来 3-5 年发展战略。

2. 持续推进门店调改，提升现有门店坪效，提升公司经营管理质量。

二、问答环节

问题一：调改店近期数据，未来对店员、店长考核是否设更精细化指标？

答：截至 8 月底调改门店 400 多家，绩效考核方面，新品类绩效比例优于传统品类，后续会将非药品类的单品销售额及顾客复购率、客品次等服务类指标纳入考核；同时关注顾客对新经营模式的反馈，完善品类建设、消费场景打造及上下游合作。

问题二：云南医保政策影响下，处方药下滑幅度，及 9 月后政策恢复及改善预期？

答：处方药销售受影响较大的为云南、四川两省，3 月 18 日后两省处方药销售下滑十几个点，中西成药整体下滑超过 4%，零售收入下滑 2%，公司已开拓新区域销售增长及扩充非药品类提升弥补上述两个主要区域处方药销售下滑带来的影响；政策执行方面越来越透明和公平，公司调整经营策略以适应政策发展，30% 专业药房调改贴合行业政策，预计 2025 年四季度或有数据成效。

问题三：近 3 年省内外调改门店数量规划，及当前可经营非药品类的门店数量？

答：所有门店需转型升级，2025 年计划完成 1000 家门店调改，2026 年完成 70%门店中剩余部分的 70%（近一半门店），2027 年完成所有门店品类与场景建设；当前多数区域非药品类限制已放开（部分区域因医保支付协议有限制），西南部分省份政府鼓励药店品类与服务拓展；专业药房结合药店+诊所+互联网医院模式，2-3 年内完成打造，2027 年完成明确的慢病用药与常规需求服务体系的系统化升级。

问题四：请问公司所在区域 020 刷医保的开放情况如何？020 毛利率如何？未来我们对新零售的态度是积极发展还是保持稳健？

答：020 刷医保处方来源政策各地不同，当前公司在线上 020 医保业务销售占比可忽略，整体 020 业务增长较快；行业过去存在恶性竞争（如低价售药、过度补贴抢流等），公司 020 及 B2C 业务坚持长久稳健健康发展，业务多分布在省会城市占比近 60%+，地市级 30%+，县级城市较少，乡镇基本没有；近一两个月运营成本略降，毛利率回归理性，预计行业竞争将趋理性、操作更规范。

问题五：二季度毛利率和净利率环比下滑主要是哪些原因？三季度费用控制情况如何？

答：净利润下滑核心因处方药（西南两省两位数下滑）及中药滋补养生品（消费能力影响）下滑，费用因门店增长（较 2024 年初增近 11%）呈刚性（人工、房租为主），短期难降；三季度将优化房租、营销费、运输费及日常办公费等费用，人工费优化空间小，固定资产折旧与装修摊销难调整；后续公司将调整销售结构，减少对云南单一区域、医保支付比例及药品品类销售的依赖。

问题六：2025 年上半年器械及其他品类占比 16.4%（2024 年 13%），下半年占比提升速度是否会保持？

答：扣除分销、加盟等以药品为主的业务，当前非药销售占比近 20%；下半年非药销售提升速度会更快，因非药品类建设加快、员工能力提升、消费者认知提高，目标未来 3-5 年非药占比达 40%。

问题七：目前调改店盈利情况？报调改店预计什么时间可以在报表端有较明显的业绩增量贡献？

答：公司的门店中还是专业药房单店产出要高一些，当前调改的“多元化”药房超 400 家，单店销售额略高于平均水平；四季度非药占比、医保占比等财务指标变化更明显，净利润受多因素影响，2025 年很难因门店调改一个事项有大幅的财务指标改变。

问题八：目前省外调改门店的案例，及省外调改门店设计与选品和云南省内的思路差异？

答：省外海南、贵州、重庆、山西、四川调改进度快，重庆调改门店销售变化大于云南；选品上集团统一泛健康品类方向，主流产品以集采为主，同时给予地方采购权限（非药品类权限大于药品），各区域根据客群反馈动态优化方案，大方向一致、细分品类有差异。

问题九：公司在商保方面的布局情况？

答：公司较早参与商保业务，历史上因上海药联、智瓴健康等合作业务风险导致损失，当前在云南、广西等 9 省市开展 11 种商保业务，近期探索与保险公司新的业务合作；借鉴成熟国家保险体系与药店模式，暂不考虑过重投入。