

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 10 月 31 日 15:30-16:30

地点：一心堂药业集团股份有限公司总部

召开方式：2025 年三季度业绩交流会

投资者：东北证券 叶菁 文将儒、中信证券 陈竹 宋硕 张斌斌、招商证券 梁广楷 许菲菲 方秋实等投资者共 51 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 年三季度经营情况

（一）整体营收与利润数据

1. 营收表现：三季度实现营业收入 41 亿元，同比下降 4.6%，主要受云南区域零售业务下滑、分销业务风险管控收缩两大因素影响。

2. 利润情况：2025 年 1-9 月归属上市公司股东净利润 2.69 亿元，同比下滑 8.17%；同期计提信用减值与资产减值，净影响接近 1500 万元。去年同期存在税务影响，同期利润数据不具可比性。

3. 分红与回购：2025 年初利润分配每股 0.3 元，中期利润分配每股 0.2 元，合计现金分红近 3 亿元；上半年公司进行股票回购，金额 1.5 亿元，其中 1.35 亿元来自股份回购专项贷款，1500 万元为配套自有资金，回购股份计入库存股。

（二）四大业务板块详细表现

1. 零售业务

包含零售药品（占全集团零售收入超 55%）与便利店，其中便利店因基数小、发展快，保持快速增长。区域差异影响明显，云南区域零售药品收入接近两位数下滑（云南门店数量占全集团近 50%），云南以外区域零售收入维持正向增长。

2. 分销业务

受昆明民生药业（二级分销公司）事件影响，行业上下游工业、商业受波及，

公司对分销业务开展大规模风险排查，停掉部分中小连锁配送、基层医疗配送、中药原料贸易等风险业务，剥离部分子公司中药饮片风险业务，导致分销收入大幅下滑。涵盖区域一级配送、中小连锁中药饮片销售、一级产品代理、基层医疗配送、中药原料供应五大类。

3. 中药工业业务

配方颗粒：在云南完成近 660 个产品企标，目前推进国标认证，已形成 400 个左右国标产品，销售增速较快，配方颗粒业务是中药板块未来核心增长点。

传统饮片：消费类饮片（虫草、燕窝、参茸）受整体消费低迷影响下滑严重；粉剂饮片因多地限制跨省销售，同样出现下滑。

4. 医养业务

包含健康管理、牙科、轻诊疗、老年病诊疗、养老服务，规模较小但增长迅速。首个集中养老中心（配套二级老年病医院）去年实现盈利；第二个集中养老中心（400 余床位，配套一级综合医院）已完成房产购置与租赁，预计 2026 年底开业；目前有 4 个托管社区服务中心，公建民营模式，轻资产运营，已实现盈利；居家养老签约近 200 户，同步推进适老化改造与上门服务。

（三）门店网络与调改情况

1. 门店数量变化：年初门店 11498 家，截至 9 月 30 日调整为 11230 家（其中搬迁 126 家，新开+搬迁合计 288 家，关闭 430 家），整体以存量门店优化为核心策略。

2. 区域分布：云南 5521 家（占比 49%），川渝地区门店合计 2519 家，广西 958 家，省外布局持续完善。

3. 门店调改：今年二季度公司启动门店调改，扩充非药品类，以提升门店店效、人效、平效。截至 9 月 30 日已完成 805 家，2025 年底前计划完成 1000 家；2027 年前完成 70%门店泛健康调改（新增个护美妆、洗涤洗护、功能性食品、儿童潮玩等品类）、30%门店专业化（聚焦处方药、DTP 产品、新特药），目标泛健康门店医保支付占比控制在 20%附近。

二、问答环节

问题一：云南零售业务下滑的影响何时能弱化？门店调改的细分品类占比如何？后续推广计划是什么？

答：外部政策（如医保规范）与宏观经济（老龄化、消费渠道多元化）变化较大，药店所面临的环境和模式不太可能恢复至过去状态，公司核心策略是优化内部，包括门店调改、员工培训、激励政策完善等。目前调改门店已显成效，例

如首个调改门店月销售额从 20 万元提升至 30 万元且保持稳定，客流、客单价、客群结构均有优化，单店产出改善将逐步落地，2026 年进入常态化推进阶段。

调改门店新增品类：个护美妆（含械字号、消字号、妆字号，有现有销售基础，占比最高）、功能性食品（以药食同源产品为主）、食品饮料、儿童潮玩；药食同源、轻养生食品是除个护外的重点突破方向，将通过自有中药板块研发+外部工业合作扩充品类。

问题二：现阶段行业系列政策的导向在不断提升集中度，如何看待行业出清现状以及后续出清节奏？

答：行业核心方向是“提升单店服务人数与效率”，经营合规化（如医保溯源码全覆盖、供应链合规）是关键趋势。医保溯源码启用后，产品流通记录唯一，有效减少回流药、串货等乱象，头部规范上市公司竞争环境更公平，但短期会有合规阵痛。

门店出清不会短期大幅发生，预计 2-3 年逐步优化，有行业报告显示最终单店服务人数能达 2000-3000 人，约 2/3 合规医保药店留存，留存门店聚焦服务能力、规范程度、覆盖人群；租金将随市场竞争与门店效率提升逐步趋于合理。

问题三：如何看待长护险落地带来的机遇？目前在试点地区有哪些业务形态？

答：长护险是国家保障失能、半失能老人的重要福利，未来覆盖人群与范围将持续扩大，与公司医养业务高度契合，是重要发展机遇。公司现有金鼎山集中养老中心、2 家托管社区服务中心可承接长护险业务；部分居家养老（针对失能老人护理）也可使用长护险；公司正积极准备长护险承接资质与服务流程，应对未来需求增长。

问题四：省外门店目前盈利情况如何？未来省外投资有哪些规划？

答：省外盈利分化：山西、海南盈利表现较好，广西微利，贵州基本持平，四川、重庆微亏，上海受新建物流项目及去年门店收购项目影响轻微亏损；云南仍是利润贡献主力，随着省外次新店占比下降、老门店进入盈利周期，未来 2-3 年内省外盈利占比将逐步提升。

投资规划：聚焦西南（川渝贵）、海南、山西等现有布局区域，通过新建、收购等多种模式加密门店，强化区域服务深度与供应链合作能力，具体节奏将根据地方政策与市场机会调整。

问题五：未来计划发展多少家医养中心？医养中心从新建到盈亏平衡、稳态的周期如何？

答：集中养老中心不做大规模重资产投入，未来重点推广公建民营社区养老中心（对接政府资源）与居家养老，契合 95%以上老人倾向居家养老的需求。稳态后通过增值服务（理疗、健康管理、三甲医院绿通）提升收益；社区与居家养老因轻资产模式，盈利周期更短，将随团队建设与流程优化逐步放量。