证券代码:002727　证券简称:一心堂　公告编号:2020-035号
债券代码:128067　债券简称:一心转债

一心堂药业集团股份有限公司

【2019】年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

董事、监事、高级管理人员异议声明

姓名	职务	内容和原因

声明

除下列董事外,其他董事亲自出席了审议本次年报的董事会会议

未亲自出席董事姓名	未亲自出席董事职务	未亲自出席会议原因	被委托人姓名

非标准审计意见提示

□ 适用 √ 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

√ 适用 □ 不适用

是否以公积金转增股本

□ 是 √ 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为:以2019年度权益分派方案实施时股权登记日的总股本为基数,向全体股东每10股派发现金红利3元(含税),送红股0股(含税),不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

□ 适用 √ 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	一心堂	股票代码	002727
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	李正红	肖冬磊、阴贯香	
办公地址	云南省昆明市经济技术开发区鸿翔路1号	云南省昆明市经济技术开发区鸿翔路1号	
电话	0871-68185283	0871-68185283	
电子信箱	119237346７@qq.com	119237346７@qq.com	

2、报告期主要业务或产品简介

(一)公司主要业务及经营模式

公司的主营业务为医药零售连锁和医药批发业务,其中医药零售连锁是公司的核心业务。公司主要经营范围包括中药、西药及医疗器械等产品的经营销售,主要收入来源为直营连锁门店医药销售收入。

公司从事医药零售和批发,隶属于医药流通行业。医药流通是指医药产业中连接上游医药生产厂家和下游经销商或零售终端客户的一项经营活动,主要是从上游厂家采购货物,然后批发给下游经销商,或直接出售给医院、药店等零售终端客户的药品流通过程。

(二)报告期内公司所属行业发展阶段、周期性特点

随着新一轮的医药体制改革的深入,“两票制”、“处方外流” 等改革措施为我国药品流通行业带来了良好的发展势头。消费升级、国民对健康刚性需求的增加以及我国基本医疗保障制度的日益完善,为药品流通行业的稳健发展奠定了坚实的基础。目前,药品供应保障能力明显提升,多种所有制并存、多种经营方式互补、覆盖城乡的药品流通体系初步形成。在国民经济持续发展、社会消费水平不断提高、人口老龄化程度加剧、城镇化水平提升以及新医改背景下医保覆盖率扩张等因素共同影响下,我国医药零售行业面临长期发展机遇,预计将保持稳定增长趋势,市场规模将进一步扩大。

医药零售药店行业销售的各种药品的需求主要由人群医疗及健康情况决定,受宏观经济环境影响相对较小,经济周期性不明显;其他非药品类商品的销售则会随经济水平的波动而出现一定周期性特征。由于药品的时效性、便利性以及区域消费者购物习惯等特点,药品零售行业的地域性特点较为明显。总体而言,药品零售行业相对于其他一般零售行业经济周期性较弱。

(三)公司的行业地位

根据中国药店杂志公开发布数据,自2007年起,公司销售额及直营门店数连续多年进入中国连锁药店排行榜十强。2018至2019年度中国药店直营连锁100强排名第一位;2018至2019年度中国药店价值榜100强排名第三位。商务部市场秩序司2018年5月发布《药品流通行业运行统计分析报告2017》2017年药品零售企业销售总额前100位排序中,公司排名第三。根据《21世纪药店报》的数据显示,公司2018-2019年度中国连锁药店综合实力百强企业第二位;2018-2019年度中国连锁药店直营力百强企业排名第一位。根据第一药店财智发布《2018-2019年度中国药品零售企业综合竞争力排行榜》显示,鸿翔一心堂排名第二位。公司市场份额逐步扩大,截止目前主要业务范围集中在云南、四川、广西、山西、贵州、海南、重庆、上海、天津、河南等十个省份及直辖市。

(四)报告期内主要的业绩驱动因素

1、药品流通市场销售规模稳步增长

随着国际国内医药产业链合作逐步深入,“互联网+医疗健康”体系不断完善,供应链服务持续创新,人工智能快速发展,药品流通行业将迎来新的更大发展空间。同时,随着疾病谱变化、人口老龄化加速、人民群众生活水平提高以及保健意识增强,全社会对医药健康的需求将不断提升,药品市场销售规模将进一步扩大。

2、专业化服务成为药品零售企业核心竞争力。

未来几年内,零售药店将不断向DTP专业药房、分销专业药房、慢病管理药房、智慧药房等创新模式转型。在互联网技术推动下,无人售药柜、人脸识别、AI机器人等新科技应用也将逐步进入零售药店。预计零售药店将通过互联网、物联网、大数据、云计算等创新技术,为消费者提供更专业、更便捷的服务。

3、公司多区域协同发展,深层次全方位提升服务。

公司重点发展区域在西南地区、华南地区,同时兼顾华北地区的门店发展,公司战略将逐步着眼于全国市场,同时坚持核心区域门店高密度布局,逐步形成城乡一体化的门店布局结构。报告期内,公司加强省外市场的经营管理力度。首先,大力提升公司商品的价格竞争力和品牌力;其次,持续推进商品力提升,通过顾客用药疗效、顾客对价格满意度、供应商采购渠道等方面综合分析,建立差异化的商品精品体系。同时,通过员工专业化服务和顾客满意度系统、顾客回头率的考核,实现公司盈利和顾客满意度的平衡。利用CRM客户关系管理系统提供慢病管理、母婴管理等深度服务,提升顾客粘度。通过商品品类优化与顾客管理双重提升,达到提高交易效率和客单价的目的。同时进行线上线下一体化的营销网络建设,致力于打造全渠道电商。通过规模效应提升议价能力、降低物流及管控成本,迅速提升公司各省外市场的获利能力。

3、主要会计数据和财务指标

(1)近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

□ 是 √ 否

单位:元

	2019年	2018年	本年比上年增减	2017年
营业收入	10,479,093,105.69	9,176,269,668.64	14.20%	7,751,139,413.84
归属于上市公司股东的净利润	603,917,846.83	521,069,744.32	15.90%	422,714,107.41
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	590,657,478.96	508,242,970.29	16.22%	388,755,459.31
经营活动产生的现金流量净额	982,923,959.92	635,771,681.76	54.60%	391,156,158.70
基本每股收益(元/股)	1.0637	0.9177	15.91%	0.8120
稀释每股收益(元/股)	1.0628	0.9177	15.81%	0.8120
加权平均净资产收益率	14.00%	13.47%	0.53%	16.02%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
资产总额	7,962,810,916.52	7,355,878,562.60	8.25%	7,146,602,324.10
归属于上市公司股东的净资产	4,594,923,731.71	4,045,563,115.69	13.58%	3,693,938,649.60

(2)分季度主要会计数据

单位:元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2,587,593,676.71	2,472,429,163.71	2,601,352,069.92	2,817,718,195.35
归属于上市公司股东的净利润	175,312,928.56	161,923,511.15	146,853,822.93	119,827,584.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	172,420,653.79	162,209,956.86	143,656,090.18	112,371,778.13
经营活动产生的现金流量净额	98,468,487.43	202,629,248.43	331,689,586.72	350,136,637.34

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

□ 是 √ 否

4、股本及股东情况

(1)普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10名股东持股情况表

单位:股

报告期末普通股股东总数	22,389	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	23,397	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0

前10名股东持股情况

股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
阮鸿献	境内自然人	31.87%	180,921,090	135,690,817	质押	76,290,000
刘琼	境内自然人	16.55%	93,964,100	71,736,000	质押	39,100,000
香港中央结算有限公司	境外法人	9.97%	56,625,873	0		
广州白云山医药集团股份有限公司	国有法人	7.38%	41,928,721	41,928,721		
赵璐	境内自然人	2.64%	15,002,482	15,002,482	质押	490,000
周红云	境内自然人	2.10%	11,933,720	0		
中国工商银行股份有限公司-景顺长城沪港深精选股票型证券投资基金	其他	1.15%	6,516,482	0		
中国银行-景顺长城动力平衡证券投资基金	其他	0.95%	5,404,100	0		
中国农业银行股份有限公司-景顺长城能源基建混合型证券投资基金	其他	0.93%	5,291,962	0		
中国工商银行股份有限公司-景顺长城精选蓝筹混合型证券投资基金	其他	0.88%	5,000,046	0		
上述股东关联关系或一致行动的说明	除阮鸿献先生、刘琼女士经发好协商,2016年12月27日,已办理离婚手续,解除婚姻关系,公司从审慎角度,仍将其视为关联方以外,公司未知前10名股东是否存在其他关联关系,也未知是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明(如有)	无					

(2)公司优先股股东总数及前10名优先股股东持股情况表

□ 适用 √ 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3)以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系

5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市,且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2019年度,在董事会、管理层和全体员工的共同努力下,公司发展势头良好,各项工作扎实推进,管理层围绕董事会制定的2019年经营计划和主要目标,坚持以市场为导向,完善绩效考核,强化运营过程管理,保证了公司持续稳健的发展态势。

截止2019年12月31日,公司总资产为796,281.09万元,比上年年末735,587.86万元增加8.25%;负债为336,664.16万元,比上年年末330,636.06万元增加1.82%;股东权益459,616.93万元,比上年年末404,951.80万元增加13.50%。

2019年度,公司实现了销售收入快速增长。报告期内,公司实现营业总收入1,047,909.31万元,较上年同期提高14.20%;营业利润73,921.92万元,较上年增长8.02%;利润总额74,905.03万元,较上年增长8.30%;归属于母公司所有者的净利润60,391.78万元,较上年增长15.90%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润59,065.75万元,较上年增长16.22%。

公司需遵守《深圳证券交易所行业信息披露指引第8号——上市公司从事零售相关业务》的披露要求

(一)门店经营情况分析

1、以西南为核心经营地区、华南为战略纵深经营地区、华北为补充经营地区格局

截至2019年12月31日,鸿翔一心堂及其全资子公司共拥有直营连锁门店6,266家,拥有医保刷卡资质的门店达到5,221家。公司直营网络覆盖10个省份及直辖市,进驻280多个县级以上城市,云南省以外区域门店数量占比39.04%。在除云南以外的诸多市场,也具有较大品牌和服务影响力。其中四川、广西两省门店均突破500家,在四川、广西、山西、海南几省市的直营门店数量均排名当地前列。公司逐步形成云南以外的川渝、桂琼、山西三个重点突破区域,未来公司将在上述区域内深入拓展,不断优化门店布局、商品结构,从而提升一心堂门店在当地的品牌影响力,最终实现销售能力及盈利能力的提升。

公司的全国多区域发展,分为三个阶段,第一个阶段是以云南市场为核心;第二个阶段是以西南市场为核心;第三个阶段,也就是现阶段背靠胡焕庸线,以西南为核心,华南为纵深、华北为补充进行全国市场布局的阶段。

(1)报告期末已开业门店按物业权属划分

地区	经营业态	自有物业门店		租赁物业门店	
		门店数量	建筑面积(平米)	门店数量	建筑面积(平米)
西南地区	医药零售连锁	23	2,809.08	5005	680,822.65
华南地区	医药零售连锁			842	116,425.65
华北地区	医药零售连锁			371	57,254.44
华东地区	医药零售连锁			9	1,384.84
华中地区	医药零售连锁			16	4,776.65
合计		23	2,809.08	6243	860,664.23

注:西南地区包括:云南省、四川省、重庆市、贵州省;

华南地区包括:广西壮族自治区、海南省;

华北地区包括:山西省、天津市;

华东地区包括:上海市;

华中地区包括:河南省;

(2)报告期内主要区域门店拓展情况

地区	2019年度			
	新开业门店数量	搬迁门店数量	关闭门店数量	期末门店数量
云南省	363	79	23	3820
广西省	71	9	16	590
贵州省	42	5	1	242
四川省	110	14	18	756
山西省	53	3	11	363
重庆市	32	2	13	210
上海市			1	9
天津市	2	1		8
海南省	40	10	3	252
河南省	5	1		16
合计	718	124	86	6,266

(3)立体化的店群经营

市县乡一体化垂直渗透拓展。报告期内,公司在省会级、地市级、县市级、乡镇级四个类型的市场门店均已超过1000家,形成行业独有的市县乡一体化发展格局。省会级、地市级门店从品牌、商品、服务、物流等维度形成中心辐射,对县域市场人群消费发挥引领示范作用,更利于各层级市场建立竞争壁垒和成本优势。随着医疗健康消费“渠道下沉”,新一轮城镇化的浪潮,农村人口将大规模向三四线城市和县域市场集中,市场潜力巨大。

报告期公司直营门店经营效率情况:

区域	门店数量	门店经营面积(平方米)	日均平效(含税,元/平方米)	租金效率(含税,年销售额/租金)
省会级	1,519	189,088.00	47.30	11.80
地市级	1,872	213,077.62	44.87	16.58
县市级	1,639	178,133.27	43.71	14.32
乡镇级	1,236	94,268.80	40.75	26.65
合计	6,266	674,567.69	44.34	16.83

注:日均平效=日均营业收入/门店经营面积;

日均营业收入=门店当年含税营业收入/当年门店营业天数。

租金效率=年平均销售/年租金

立体、纵深布局是公司门店拓展所长期坚持的发展模式,我们认为,店群效应能增加门店间相互的协同能力,也能形成区域的品牌竞争力。一个区域内合理的药店布局,与区域的人口结构、消费习惯、用药习惯、人流量、消费能力、医疗资源配置等因素相关,如何有效的进行顾客培养是门店销售的关键。如今,交通技术的发达带来人员活动半径越来越大,信息交互越来越快,通过建立立体化的门店布局,能形成更稳定的品牌影响力。大部分的药厂以区域组建营销团队或进行人员分工,提升区域的市场占有率,是公司加强自身竞争能力的基础,也是提升上游协同能力的根本。

2、门店取得医保资质情况

截止2019年12月31日,公司共6,266家直营连锁门店,已取得各类“医疗保险定点零售药店”资格的药店达5,221家,占公司药店总数的83.32%。报告期内公司医保刷卡销售占总销售的41.11%。

地区	门店数量	获得各类医保定点资格门店数量	获医保门店占药店总数的比例
西南地区	5,028	4,451	88.52%
华南地区	842	426	50.59%
华北地区	371	328	88.41%
华东地区	9	3	33.33%
华中地区	16	13	81.25%
合计	6,266	5,221	83.32%

3、营业收入排名前十名的门店情况

销售前十门店累计营业收入占公司整体营业收入的比例1.75%。

门店名称	地址	开业日期	建筑面积(m2)	经营方式	物业权属
一心堂昆明西昌路连锁店	云南省昆明市	2013年12月6日	342.80	直营	租赁物业
一心堂成都一环路药店	四川省成都市	2016年1月1日	273.69	直营	租赁物业
一心堂个旧人民路连锁店	云南省红河州	2002年10月5日	350.00	直营	租赁物业
一心堂昆明果树头连锁店	云南省昆明市	2010年4月30日	250.00	直营	租赁物业
一心堂昆明东寺街连锁二店	云南省昆明市	2018年3月27日	106.21	直营	租赁物业
一心堂丽江福慧路连锁店	云南省丽江市	2002年7月23日	146.20	直营	租赁物业
一心堂宁蒗万格路连锁店	云南省丽江市	2010年8月13日	143.00	直营	租赁物业
一心堂昆明前程路连锁店	云南省昆明市	2017年5月12日	298.72	直营	租赁物业
一心堂昆明人民东路慢性病大药房	云南省昆明市	2018年12月21日	200.00	直营	租赁物业
一心堂昆明凯苑小区连锁店	云南省昆明市	2005年2月26日	100.00	直营	租赁物业

(二)医疗及药事服务业务开展情况

1、诊所业务

随着消费需求的升级,公司开始探索新的业态模式“药店+诊疗”模式,以销售终端局部转换为以服务为经营理念,重点侧重于专业化服务,为公司立体化服务提供基础。2019年公司新设经营诊所有2家,主要是对新业态的探索和布局,为大健康产业链的升级培育出新兴业态模式。未来公司还将继续加强诊所经营业务,为互联网诊疗及健康管理、慢病管理业务打下基础。

2、坐堂中医业务

2019年公司中医坐诊门店335家,2019年中医处方量同比2018年中医处方提升7.66%。

3、远程药事服务业务

2019年6月1日公司成立远程药事服务部,正式开展推行“互联网+药学服务”远程专业化服务。公司远程审方涉及平台有一心堂自建平台、平安好医生、微问诊等,目前主要以一心堂自建平台为主,一心堂自建平台2019年最高审方量达到251.98万张/月。

(三)报告期内线上销售情况

公司陆续推出一心堂APP、团购业务、跨境业务、O2O业务,同时利用自身优势品牌影响力以及区域服务优势,推出了一心到家B2C业务。2019年度实现电商业务交易额7,343万元。其中,第三方销售平台的交易额2,313.89万元。近两年公司依托门店网点优势,O2O业务较2018年加速增长。2019年同比2018年销售额增长222.30%,交易次数增长396.46%。2019年电商O2O业务销售额达到3,700万元,交易次数达100万次以上,客单价为36.46元。O2O业务布局主要以市区为主,销售占比96.62%,交易次数占比96.38%,州县地区合计销售占比仅3.38%,交易次数占比仅3.62%。

(四)中药产业链分析

中药产业,是公司未来主要发展的产业之一,公司已初步完成建立中药种植、初加工、精加工、批发、医疗机构供应、零售销售业务等完整的产业链。公司于目前设立有云南鸿翔中药科技有限公司、鸿翔中药科技有限责任公司、云中药业有限公司三个专注于中药研究、种苗培育、中药材料收储、饮片加工、配方颗粒生产业务。公司于2019年完成318个配方颗粒品种备案并取得临床使用资格,在中药的产能、产值上得到进一步提升。

(五)会员管理与服务业务

2019年公司会员销售占比83.88%,较2018年会员销售占比81.41%提升2.47个百分点。同时,2019年会员交易次数同比2018年提升11.95%。会员交易次数占总交易次数比重由2017年的57.93%,提升到2018年的63.28%,再到2019年的67.08%。会员交易次数在近三年销售不断提升的过程当中,保持每年稳步增长,为公司业绩稳步提升起到关键支撑作用。

通过近两年会员销售复购率情况来看,2019年消费1次会员的占比29.79%、消费2至5次会员的占比36.67%,消费6至10次会员占比15.03%,消费10次以上会员占比18.52%;2018年消费1次会员的占比32.86%、消费2至5次会员的占比34.98%,消费6至10次会员占比14.16%,消费10次以上会员占比18%。对比2018年除消费1次会员以外,消费2至5次会员、消费6至10次会员、消费10次以上会员占比均有所提升,其中消费2至5次会员占比重最大,具体表现在新会员通过时间的沉淀培养为对公司品牌信任度的认可。未来公司将着重关注消费1次的潜力会员,持续维护消费2次以上会员,深入挖掘消费1次潜力会员的购买力,并通过专业性服务吸引更多的客户成为新会员。

公司通过优化商品结构达到经营效率的提升,在2019年公司会员客单价为89.28元,与非会员客单价34.96元相比较,增加2.55倍。会员与非会员主要差别在于对品牌的认同度和对购买商品类型差异化。

(六)特慢病药房业务

2019年公司新增设专业慢病药房3家,开通各类慢病医保支付门店477家,其中云南慢病医保门店343家、山西慢病医保门店90家、四川慢病医保门店32家、广西慢病医保门店10家、重庆慢病医保门店2家。2019年慢病医保门店对门店整体销售贡献率为10.43%,单店最高贡献率达到84.12%。公司开通的慢病医保类型有省、州市、区县慢性病医保,2019年以市慢病医保为主导,占慢病医保总量的66.28%,其次是县慢性病医保占慢病医保总量的24.87%。2019年慢病医保门店客单价为295.97元,是非慢病顾客消费客单价的4.17倍。2019年慢病医保刷卡金额较2018年慢病医保刷卡金额增长33.10%,慢病医保交易次数较2018年慢病医保交易次数增长38.04%。通过近两年慢病医保销售情况来看,主要以内分泌系统、心血管系统药品为主,近两年内分泌系统药品销量占总体慢病医保药品的销售额超过14%,心血管系统药品销量占总体慢病医保药品的销售额超过54%。另外通过从近两年慢病医保刷卡金额和交易次数的两个维度可以看出慢病医保的增长趋势较快,未来具有较大的市场空间。

(七)带量采购业务

带量采购对公司而言,是一个能取得更多处方药品种的机会,更是一个降低处方药采购成本的机会。零售药店在过去20多年的发展中,形成与医院渠道不同的药品消费模式,大部份的品种,都为消费者提供了偏好选择的机会,不管是品牌、价格、剂型或是包装,可以满足不同消费者的需求。对于供应商而言,每个供应商会同时生产多个品种、多个剂型,同时因为中标的周期问题,供应商会拓展出院外销售渠道,同时也会与零售药店拓展更多的品种合作,零售药店与供应商的关系将更紧密,这种合作,将是双向互利的,也将是多方受益的。

(八)报告期内仓储及物流情况

截止2019年鸿翔一心堂集团在全国共拥有11个物流配送中心,物流总建筑面积为107795.6平方米,用于常温、阴凉、冷藏商品的存储及流转,保障了集团6个省份、3个直辖市、1个自治区6000多家一心堂直营连锁门店的商品配送,平均每天的作业行项超过21万行,17000个客户箱件、出库金额超过1800万,以及完成中药外部销售跨度29个省的100多家客户,60家药厂的配送,公司整体物流年配送箱件超过610万件。所有物流作业均为无纸化及可视化作业,作业方式机械化为主自动化为辅。报告期,针对冷藏药品的储运温度问题,质量中心通过自行研究+供应商合作的方式,建成冷链监控平台,整合公司冷备数据及设备温度记录数据,实现在PC端和移动端实时监测,以冷链数据做主要监测指标,实现多维度动态监测冷链运作情况,同时制定并完善冷链运作管理文件,实现冷链操作标准化。解决了冷藏药品储运过程中保温、测温、可追溯等技术难题。2020年物流中心将整合仓储资源,以营运标准化、模式多样化、适度自动化、精确节能化为运作目标,提升各DC配送能力和利用率,2019年被评为医药冷链物流最佳服务企业。

云南物流中心是鸿翔集团最大的仓储中心,物流中心大楼总面积54400㎡,整体设计为四层,每层面积为13600㎡;建筑体长:200M,宽:82M;目前使用信息系统主要:SAP-WM模块、WCS、MFC等多套仓库作业管理系统;现代化的手持终端RF及PDI、前移式平衡重高位叉车、电动托盘搬运车、手动液压叉车、提升机、电梯等设备都在库区作业的各个环节使用,执行物流业务的运作,包括货物存储、配送、装卸等业务。贯穿整个仓库926m的自动输送线,3条自动分拣线共82个道口、160辆拣选作业车、170张准复核工位承载着物流中心业务的3800多家门店和省外10家物流中心的配送业务。

2015年11月,物流中心完成二期改造建设,将一心堂原有的仓库作业模式上改造为大摘果套小播种模式(线上B2C)与纯播种方式(线下B2B)并行,这在业内的物流中心实现了突破。公司电商业务的发展,线下B2B和线上B2C业务的打通,业务操作全程可控、全程无纸化。是鸿翔一心堂物流独特的自创业务模式。信息系统的运用一方面实现了商品在进货、库存、养护、订单、拣选作业、复核、集货集运、配送出库、在途、逆向物流等过程中的高度集成管理,有效保证了国家医药物流的GSP管理规范的执行;另一方面在该系统平台上有效集成了现阶段所需要的物流设备的正常运作,如高位货架、大型叉车、自动化传输系统、电子分拣扫描系统、RF 移动终端(无线射频终端)、提升机、中央空调、自动温控设备、电动搬运车、扫描平台、托盘、周转箱、打印机、冷藏设备、GPS(全球定位系统)等。采用GPS实时监控运输车辆所在地理位置,对货位配送进行跟踪,保证商品配送的及时性和安全性。公司还针对冷藏商品的配送专门开发了一个冷链运输的温控系统。从商品出库开始在系统内记录出库温度,运输冷藏商品的保温箱每5分钟对箱内温度进行回传。方便后台人员实时关注冷藏商品运输的问题及期间异常情况的调整。保证顾客购买冷藏药品的安全性。

通过网络化和数字化方式,形成了完备、高效的物流作业管理系统。同时充分考虑了未来业务发展的可变化情况,兼顾了技术的经济性和先进性。物流先进设备的启用,遥遥领先于国内同行业集成系统的上线切换,有效提升了鸿翔物流各工作岗位的工作效率和精细度。RF收货改变了大订单验收及数据提交机制,物流打通了与上游3000余家供应商的系统对接,实现订单电子化,部分供应商实现了EDI对接,订单数据实现资源共享, 由原来的整单提交改成逐行提交,缩短了供应商到货验收的等待时间;后台HANA系统及CRM运用大数据分析,对商品、采购、物流、财务、质量、会员管理等业务流程进行了统一整合、梳理,业务的规范性和财务管理的精细度得以进一步提升。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

□ 是 √ 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

□ 适用 √ 不适用

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□ 是 √ 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

□ 适用 √ 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

□ 适用 √ 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1)与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

√ 适用 □ 不适用

一、执行《关于修订印发2019 年度一般企业财务报表格式的通知》

财政部于2019年4月、9月分别发布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号)、《关于修订印发合并财务报表格式(2019版)的通知》(财会[2019]16号),对一般企业财务报表、合并财务报表格式作出了修订。

本次会计政策变更已经公司第四届董事会第十五次、第十八次会议审议通过。本公司已根据其要求按照一般企业财务报表格式(适用于已执行新金融准则、新收入准则和新租赁准则的企业)、合并财务报表格式编制财务报表。主要变化如下:

1、将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”行项目及“应收账款”行项目;将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”行项目及“应付账款”行项目;

2、新增“应收款项融资”行项目;

3、列报于“其他应收款”或“其他应付款”行项目的应收利息或应付利息,仅反映相关金融工具已到期可收取或应支付,但于资产负债表日尚未收到或支付的利息;基于实际利率法计提的金融工具的利息包含在相应金融工具的账面余额中;

4、明确“递延收益”行项目中摊销期限只剩一年或不足一年的,或预计在一年内(含一年)进行摊销的部分,不得归类为流动负债,仍在该项目中填列,不转入“一年内到期的非流动负债”行项目;

5、将“资产减值损失”、“信用减值损失”行项目自“其他收益”行项目前下移至“公允价值变动收益”行项目后,并将“信用减值损失”行项目列于“资产减值损失”行项目之前;

6、“投资收益”行项目的其中项新增“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”行项目。本公司根据上述列报要求相应追溯重述了比较报表。

执行《关于修订印发2019 年度一般企业财务报表格式的通知》对本公司2018年12月31日合并财务报表的主要影响如下:

原列报报表项目及金额		新列报报表项目及金额	
应收票据及应收账款	610,519,172.54	应收票据	4,094,445.42
		应收账款	606,424,727.12
应付票据及应付账款	2,031,937,992.76	应付票据	729,655,308.35
		应付账款	1,302,282,684.41

除上述项目变动影响外,本次会计政策的变更不会对当期和会计政策变更之前公司总资产、负债总额、净资产及净利润产生任何影响。

二、执行新金融工具准则导致的会计政策变更

财政部于2017年3月31日分别发布了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量(2017年修订)》(财会[2017]7号)、《企业会计准则第23号——金融资产转移(2017年修订)》(财会[2017]8号)、《企业会计准则第24号——套期会计(2017年修订)》(财会[2017]9号),于2017年5月2日发布了《企业会计准则第37号——金融工具列报(2017年修订)》(财会[2017]14号)(上述准则统称“新金融工具准则”),要求境内上市企业自2019年1月1日起执行新金融工具准则。

本次会计政策变更已经公司第四届董事会第十五次会议审议通过,本公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则。

在新金融工具准则下所有已确认金融资产,其后续均按摊余成本或公允价值计量。在新金融工具准则施行日,以本公司该日既有事实和情况为基础评估管理金融资产的业务模式、以金融资产初始确认时的事实和情况为基础评估该金融资产上的合同现金流量特征,将金融资产分为三类:按摊余成本计量、按公允价值计量且其变动计入其他综合收益及按公允价值计量且其变动计入当期损益。其中,对于按公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资,当该金融资产终止确认时,之前计入其他综合收益的累计利得或损失将从其他综合收益转入留存收益,不计入当期损益。

在新金融工具准则下,本公司以预期信用损失为基础,对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款及财务担保合同计提减值准备并确认信用减值损失。

本公司追溯应用新金融工具准则,但对于分类和计量(含减值)涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则不一致的,本公司选择不进行重述。因此,对于首次执行该准则的累积影响数,本公司调整2019年年初留存收益或其他综合收益以及财务报表其他相关项目金额,2018年度的财务报表未予重述。

执行新金融工具准则对本公司2019年 1月1日财务报表的主要影响如下:

1、首次执行日前后金融工具分类和计量对比表

(1)对合并财务报表的影响

2018年12月31日(变更前)			2019年1月1日(变更后)		
项目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
应收票据	以摊余成本计量	4,094,445.42	应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	4,094,445.42
应收账款	以摊余成本计量	606,424,727.12	应收账款	以摊余成本计量	610,368,505.91
其他应收款	以摊余成本计量	177,385,841.13	其他应收款	以摊余成本计量	179,423,501.20
其他流动资产-理财产品	以摊余成本计量	613,863,486.12	其他流动资产-理财产品	以摊余成本计量	613,863,486.12
其他应付款	以摊余成本计量	166,033,179.83	其他应付款	以摊余成本计量	149,961,061.09
一年内到期的非流动负债	以摊余成本计量	798,898,614.27	一年内到期的非流动负债	以摊余成本计量	814,970,733.01

(2)对公司财务报表的影响

2018年12月31日(变更前)			2019年1月1日(变更后)		
项目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
应收票据	以摊余成本计量	1,873,814.30	应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	1,873,814.30
应收账款	以摊余成本计量	1,060,466,610.77	应收账款	以摊余成本计量	1,062,169,268.98
其他应收款	以摊余成本计量	442,784,332.31	其他应收款	以摊余成本计量	445,092,660.96
其他流动资产-理财产品	以摊余成本计量	613,863,486.12	其他流动资产-理财产品	以摊余成本计量	613,863,486.12
其他应付款	以摊余成本计量	192,334,658.23	其他应付款	以摊余成本计量	176,262,539.49
一年内到期的非流动负债	以摊余成本计量	798,861,539.26	一年内到期的非流动负债	以摊余成本计量	814,933,658.00

2、首次执行日,原金融工具账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融工具账面价值的调节表。

(1)对合并报表的影响

项目	2018年12月31日(变更前)	重分类	重新计量	2019年1月1日(变更后)
摊余成本:				
应收票据	4,094,445.42			
减:转出至应收款项融资		-4,094,445.42		
按新金融工具准则列示的余额				
应收账款	606,424,727.12			
重新计量:预计信用损失准备			3,943,778.79	
按新金融工具准则列示的余额				610,368,505.91
其他应收款	177,385,841.13			
重新计量:预计信用损失准备			2,037,660.07	
按新金融工具准则列示的余额				179,423,501.20
其他流动资产-理财产品	613,863,486.12			613,863,486.12
其他应付款	166,033,179.83			
减:转出到一年内到期的非流动负债		-16,072,118.74		
按新金融工具准则列示的余额				149,961,061.09
一年内到期的非流动负债	798,898,614.27			
加:其他应付款转入		16,072,118.74		
按新金融工具准则列示的余额				814,970,733.01
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益:				
应收款项融资				
从应收票据转入		4,094,445.42		
按新金融工具准则列示的余额				4,094,445.42

(2)对公司财务报表的影响

| 项目 | 2018年12