

# 四川合纵药易购医药股份有限公司 2020 年年度报告摘要

## 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。

公司全体董事均出席了本次年报的董事会会议。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

本报告期会计师事务所变更情况：公司本年度会计师事务所由变更为立信会计师事务所（特殊普通合伙）。

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

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 95,666,682 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 2 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

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	药易购	股票代码	300937
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	郝睿智	沈金洋	
办公地址	成都市金牛区友联一街 18 号 13 层	成都市金牛区友联一街 18 号 13 层	
传真	028- 83423435	028- 83423435	
电话	028- 83423435	028- 83423435	
电子信箱	haorz@hezonggy.com	haorz@hezonggy.com	

### 2、报告期主要业务或产品简介

#### （一）公司主要业务情况

药易购是一家专注于“院外市场”的医药流通综合服务商。公司通过创新的互联网及大数据技术、高效的仓储及物流系统、完善的品类管理以及全方位、多层次的服务体系等，逐步减少院外市场中间流通环节，为广大的社区医药终端和基层医疗机构提供便捷、高效、低成本的医药流通服务。



公司旨在提供方便快捷的采购体验和及时高效的配送服务，能够有效提高对医药终端的服务效率，以增强终端客户的采购黏性，提升终端覆盖率及单客采购量，促进公司业绩持续稳定增长。报告期内，公司实现销售收入27.90亿元，目前覆盖的社区医药终端和基层医疗机构数量超过7万家。公司目前以四川省作为主要市场，已经覆盖了省内 80%以上的医药连锁企业、70%以上的单体药店和 40%以上的诊所，并形成 800 余家下级分销商的医药分销体系。截止报告期末，公司拥有6家全资子公司、4家控股子公司、4家参股公司。

## （二）主要产品及其用途

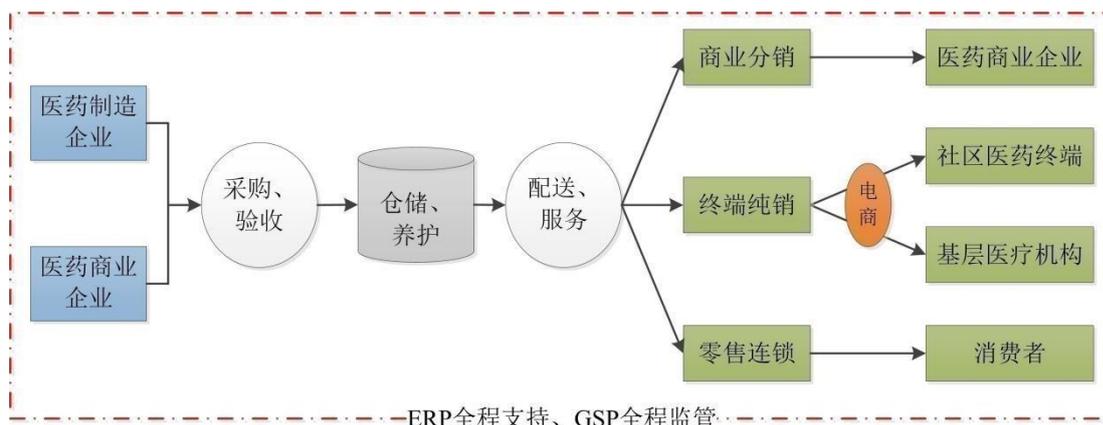
针对院外市场医药终端丰富的用药需求，经过多年积累，公司已建立起完善的医药品种管理体系并持续优化。一方面，报告期内公司经营的医药类产品数量超过18,000个，覆盖西药、中成药、中药饮片和中药材、食品和保健食品、医疗器械及非药品及其他等多个类别，能有效满足院外医药终端常见病患的用药需求，为终端客户在本公司进行一站式采购奠定了基础。

另一方面，在满足下游客户多样性需求的同时，公司结合自身渠道优势和区域性用药习惯，重点开发和培养自身的优势品种资源，有效保障公司盈利能力的同时，亦对客户保持极高的吸引力。2020年度公司拥有1,200家制药企业7,400余个医药品种的全国家或区域代理、经销资格，其中，包括150余家制药企业350余个品种的独家代理资格。

## （三）公司的经营模式及业务流程

### 1、总体业务模式及业务流程

公司医药产品的终端纯销、商业分销及零售连锁的总体业务流程如下图所示：



## 2、品种管理策略

公司在院外市场医药流通行业积累了丰富的经验，充分掌握和挖掘终端客户的用药需求，形成公司特有的针对院外市场的品种数据库，在此基础上公司利用大数据技术形成科学的决策机制，制定品种采购计划。同时，依靠广域的终端覆盖数量，公司逐步增强对上游供应商的议价能力，结合资金周转优势和渠道整合能力，实现品种采购计划的落地。

## 3、采购模式

根据供应商及采购渠道的属性，公司的采购渠道分为“工业直采（包括独家代理和一级经销）”、“协议分销”和“市场比价”。公司建有供应商评价与档案管理制度，与质量优良、信誉良好的供应商确立长期稳定的合作关系，有利于降低公司整体采购成本。

## 4、销售模式

公司的销售模式包括终端纯销、商业分销、医药零售和其他增值服务业务，新兴的电子商务业务（B2B）为拓展终端纯销业务的重要手段。报告期内，公司收入规模保持持续稳定增长。其中，终端纯销业务实现持续快速增长，同比2019年增长率达24.16%，商业分销业务小幅增长，医药零售业务规模尚小。

## 5、返利模式

作为医药流通企业，公司的利润主要来自于产品的进销差价。进销差价可进一步区分为当期实现的利润和随后实现的返利，前者是指当期销售价格高于采购成本的部分，后者是指供应商为保证价格稳定、调动经销商的积极性，当经销商在约定时间内完成约定的销售量或采购任务后给予的奖励。返利是医药制造企业惯用的激励机制，其实质是进销差价的组成部分，构成医药流通企业销售毛利的重要组成部分。

## 6、仓储模式

作为医药流通企业，与其经营范围和经营规模相适应的仓库及管理系统是公司持续稳定发展的必备硬件设施，也是GSP规定的监管重点。《药品经营质量管理规范》对医药流通企业与仓储相关的各环节均做出详细的规范性要求：

公司根据GSP规定设立了符合要求的库房，按色标管理要求执行货位管理，配备制冷空调和加湿器以保证温度、湿度达到指定储存条件。公司配备了WMS系统，实现覆盖仓库全流程的信息化管理，保证了货物管理的准确性、提高了库房管理的效率。

## 7、物流配送模式

作为医药流通企业，物流配送能力是必备的核心竞争力之一，构成公司业务的重要一环。行业通行的物流配送方式包括自行配送（直配）和委托第三方物流公司。鉴于公司业务规模的持续快速增长，尤其是对四川省内终端客户的覆盖率日益提高，为满足客户对配送及时性的迫切需求，提升公司的终端服务能力，公司自建直配物流体系并设立全资子公司药易达物流独立运营。

### （四）报告期内主要业绩驱动因素

公司通过创新的互联网及大数据技术，以“医药流通+互联网”的方式，实现了传统的医药流通与新

兴的互联网及大数据技术的有效结合，为终端用户提供了便捷的采购体验，大幅提高成交效率，同时也成为公司快速拓展终端客户的有效手段，实现销售规模的快速扩张。

公司自建专业运输车队，建立高效灵活的配送机制，以核心城市成都作为物流配送中心，形成了覆盖全川大部分地区的自有物流配送能力，能迅速响应院外终端的采购需求。

公司通过对信息化平台进行持续改进，上线了智能化仓储管理系统，进一步加强了仓库管理，合理控制药品储存规模、提高仓储利用效率、降低经营成本，使得运营效率进一步提高。在提高公司的信息化管理水平同时为客户提供准时、高效的服务。经过多年的积累，在品类管理方面，公司已建立起完善的医药品种体系，目前经营的医药类产品数量超过 18,000 个，覆盖西药、中成药、中药饮片、食品和保健食品、医疗器械及非药品等多个类别，能有效满足院外医药终端常见病患的药品采购需求，为终端客户在本公司进行一站式采购奠定了基础，种类丰富的品种覆盖成为公司提升终端客户黏性及单客采购量的重要手段。针对众多单体药店、中小型医药连锁企业在连锁经营、品类管理、客户拓展等方面普遍存在经验匮乏、竞争力不足的市场现状，公司通过传统的管理咨询服务和新兴的新零售模式等方式，持续不断地提升终端赋能能力和服务体系，增强其竞争实力和经营能力，提高客户黏性，实现合作共赢。同时，经过多年的发展公司已形成了一支经验丰富、执行力极强的团队，股权激励机制覆盖了中高层管理人员及业务核心，随着公司登陆资本市场，员工积极性将进一步被激发，构成公司持续发展的重要基础。

综上所述，公司通过创新的互联网及大数据技术、高效的仓储及物流系统、完善的品类管理以及全方位、多层次的服务体系等，实现线上与线下相结合，为广大的社区医药终端和基层医疗机构提供便捷、高效、低成本的医药流通服务。公司形成了下游客户终端覆盖与上游工业厂家品种资源导入的正向反馈效应，实现了销售业绩的稳定增长。

#### （五）报告期内公司所属行业的发展阶段、周期性特点以及公司所处的行业地位

随着我国经济的发展以及居民对于医疗保健消费的不断增长，我国医药流通行业呈现持续增长趋势。药品作为特殊商品，关系到人民群众的生命安全，医药行业属于国家重点监管领域。实施新一轮的医疗体制改革以来，以“医药分开”、“分级诊疗”、“两票制”为代表的一系列行业监管政策，为院外流通行业带来广阔的发展机会，药品流通市场格局由医院市场逐步向院外市场转移，为公司未来的持续稳定增长提供了巨大的市场机遇。

目前，院外流通行业本身及其上下游行业呈现出以下发展态势及特点：

1. 上下游供求关系不平衡凸显流通领域的中心作用。任何单一的医药制造企业都无法仅凭自有的优势品种就能满足下游医药终端对品种齐全度的需求，单个下游医药终端也无法直接向上千家制药企业分别下达采购计划，而大型医药流通企业在品种资源汇聚、购销渠道建设、交易撮合和物流配送等方面的优势，将有效切中上下游供求关系不平衡的痛点，凸显其作为医药流通大平台的中心价值。

2. 院外市场医药流通行业集中度不高。院外市场的终端用户基数庞大、但单个主体规模小，相应的该细分行业内的流通企业数量众多且普遍规模偏小，行业集中度低，鲜见全国性或跨区域的寡头企业，以药易购为代表的院外市场医药流通的区域型“医药+互联网”龙头企业，正借助资本力量实现跨越式发展，迎来全国细分领域整合、形成规模效应的机会。

3. 下游行业零售连锁化率的提升和单体药店的独立经营将长期并存，“长尾”小B端客户基于其灵活的经营体制及成本优势将长期存在，连同基层医疗机构形成巨大的市场增长空间。

4. “终端为王”的战略布局将增强流通平台对上游制药企业的影响力。对于院外流通企业而言，服务下沉终端、为终端赋能是必然的战略选择。一旦形成对广大院外医药终端的广域覆盖和深度赋能，实现销售规模增长、市场份额提升的同时，无疑对于上游医药制造企业形成极具吸引力的精准销售平台。院外流通企业可凭借这一无可替代的优势，增强对上游制药企业的话语权，在获取行业领先的制药企业及其优势品种的代理或经销资格方面掌握更大的主动权，在采购定价和结算方式方面拥有更强的议价能力。

面对院外市场良好的市场环境和有利的发展趋势，如何从数量众多的医药流通企业中成功突围、做大做强，是院外流通企业面临的当务之急。除医药行业内的竞争外，院外流通企业还面临来自医药行业外的挑战。由于上游医药工业占有品种资源，而互联网企业占有流量优势，其参与医药B2B行业的竞争在一定程度上对公司及行业内大型流通企业构成了竞争压力。

公司自2007年成立以来，专注于院外市场的医疗流通服务。公司通过创新的互联网及大数据技术、高效的仓储及物流系统、完善的品类管理以及全方位、多层次的服务体系等，逐步减少院外市场中间流通环节，为广大的社区医药终端和基层医疗机构提供便捷、高效、低成本的医药流通服务。目前公司已构建了一支经验丰富、执行力极强的团队，借着医药电商行业的快速发展的东风，公司高效的物流配送体系、信息化管理系统、品种资源及上下游渠道优势充分发挥其竞争优势。公司领先的行业地位及十余年树立的良好品牌形象使得公司能够不断发展合作伙伴、扩大经营规模、提升行业影响力，夯实了公司持续发展的坚实基础。公司通过构建F-B-C产业链条，打造基于大数据医药全流通供应链服务平台，形成一个强大的院外市场医药销售体系，在区域性的院外市场尤其是四川省形成了一定的优势竞争地位，同时该平台也获得四川科技厅省级重点项目支持。截至 2020 年12月31日，公司与 53,000 余家医药终端建立首营企业档案，客户分布遍及全国除港澳台之外的 31 个省、市、自治区，其中覆盖了四川省 80%以上的医药连锁企业、70%以上的单体药店和40%以上的诊所，并形成 800 余家下级分销商的医药分销体系。

### 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

	2020 年	2019 年	本年比上年增减	2018 年
营业收入	2,790,133,940.28	2,289,374,798.00	21.87%	2,023,988,593.92
归属于上市公司股东的净利润	54,017,717.66	64,663,460.43	-16.46%	56,557,769.06
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	51,823,032.37	62,646,387.35	-17.28%	56,663,316.16
经营活动产生的现金流量净额	69,319,600.48	42,333,762.32	63.75%	7,167,071.07
基本每股收益（元/股）	0.75	0.9	-16.67%	0.82
稀释每股收益（元/股）	0.75	0.9	-16.67%	0.82
加权平均净资产收益率	10.75%	14.58%	-3.83%	16.09%
	2020 年末	2019 年末	本年末比上年末增减	2018 年末
资产总额	839,378,687.05	743,643,453.31	12.87%	634,371,711.41
归属于上市公司股东的净资产	518,024,241.68	475,781,668.15	8.88%	411,118,207.72

#### (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	704,233,474.23	630,358,449.53	689,298,473.81	766,243,542.71
归属于上市公司股东的净利润	10,478,657.35	12,018,701.01	9,920,923.11	21,599,436.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	10,420,338.94	11,940,375.63	7,854,627.45	21,607,690.35
经营活动产生的现金流量净额	50,410,138.83	68,166,325.32	-57,991,434.31	8,734,570.64

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

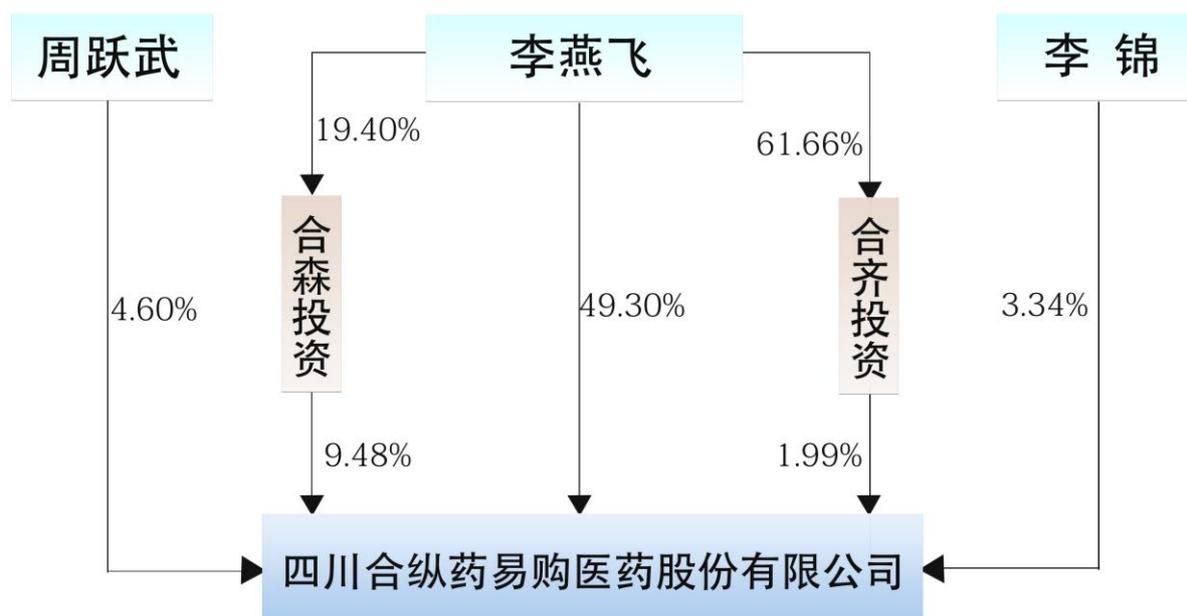
报告期末普通股股东总数	16	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	29,080	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
李燕飞	境内自然人	49.30%	35,370,000	35,370,000			
成都市合森投资管理中心（有限合伙）	其他	9.48%	6,800,000	6,800,000			
田文书	境内自然人	8.36%	6,000,000	6,000,000			
成都博源新航创业投资基金合伙企业(有限合伙)	其他	4.93%	3,537,386	3,537,386			
周跃武	境外自然人	4.60%	3,300,000	3,300,000			
四川海特航空创业投资基金合伙企业（有限合伙）	其他	3.90%	2,800,000	2,800,000			
嘉兴海容陆号股权投资合伙企业（有限合伙）	其他	3.72%	2,670,263	2,670,263			
李锦	境外自然人	3.34%	2,400,000	2,400,000			
深圳鼎锋明道汇诚投资合伙企业（有限合伙）	其他	2.79%	2,000,000	2,000,000			
成都技转智石创业投资基金合伙企业（有限合伙）	其他	2.44%	1,750,011	1,750,011			
上述股东关联关系或一致行动的说明	李燕飞为公司的控股股东、实际控制人。周跃武、李锦、合森投资及合齐投资为其一致行动人。						

## (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

随着我国经济的发展以及居民对于医疗保健消费的不断增长，我国医药流通行业呈现持续快速增长趋势。药品作为特殊商品，关系到人民群众的生命安全，医药行业属于国家重点监管领域。新一轮的医疗体制改革以来，以“医药分开”、“分级诊疗”、“两票制”为代表的一系列行业监管政策，为院外流通行业带来广阔的发展机会，药品流通市场格局由医院市场逐步向院外市场转移，为公司业务规模持续稳定增长提供了极为有利的发展空间。

报告期内，在品种及渠道方面，公司为满足社区医药终端和基层医疗机构丰富的用药需求，在品种资源和上下游渠道上持续拓展和优化。品种方面，目前公司经营的医药类产品数量约18,000余种，充分满足院外市场终端客户的品种需求；上游供应商渠道方面，公司取得1,200多家制药企业7,400余个医药品种的全国或区域代理、经销资格，其中，包括150余家制药企业350余个品种的独家代理资格，成为700多家制药企业4,000余个品种的指定二级分销商；下游客户渠道方面，公司与约53,000家医药终端建立首营企业档案，覆盖了四川省80%以上的医药连锁企业、70%以上的单体药店和40%以上的诊所，并形成800余家下级分

销商的医药分销体系。

在公司董事会的领导下，公司管理团队及全体员工团结一致，勤勉有为，2020年公司销售收入27.90亿元，同比增长21.87%，实现归属上市公司股东的净利润为5,401.77万元，同比下降16.46%。电子商务平台注册用户数达7.3万家，年均周活跃用户数1.1万家，增长率分别为15.77%、35.58%；电子商务业务收入从2019年的9.76亿增长到2020年的12.12亿，增长率为24.18%，终端纯销业务收入从2019年的13.07亿元增长至2020年的16.36亿元，增长率达25.17%，其中实现精准营销5.65亿元，较2019年增长45.48%。

收入增长的同时净利润有所下滑，主要系毛利率下降2%。一方面，公司于2020年开始执行新的《企业会计准则-收入》，将运费及相关成本作为合同履约成本在营业成本中列支，2020年公司仓储物流费用1,937.30万元，营业成本口径的调整导致毛利率下滑近1个百分点。另一方面，受疫情影响公司产品销售结构发生变化，疫情期间感冒、发烧类药品的药店销售受到严格管控以及民众减少外出导致公司代理、经销的感冒、抗生素等药品的需求下降，毛利率及毛利额有所下降。此外，随着药品流通行业与互联网逐步走向深度融合，医药电商市场进入快速成长阶段，传统药品流通企业、医药电商平台及行业外电商企业之间跨界竞争愈发激烈，为持续扩大市场份额，公司在业务的开展过程中除了主动调整产品结构外，采用了多种促销手段与营销方案，加大促销投入力度，主要表现为销售折让，2020年公司销售折让同比去年增加900万元，也成为毛利率下降的因素之一。

## 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、面临退市情况

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

#### 重要会计政策变更

(1) 执行《企业会计准则第14号——收入》(2017年修订)(以下简称“新收入准则”)

财政部于2017年度修订了《企业会计准则第14号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自2020年1月1日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整2020年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，比较财务报表不做调整。执行该准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	2020年1月1日	
		合并	母公司
将与产品销售业务相关的销售积分对应的公允价值重分类至合同负债。	合同负债	2,498,776.01	2,498,776.01
	递延收益	-2,498,776.01	-2,498,776.01
将与销售商品时预期将退回商品的账面价值重分类至其他流动资产。	其他流动资产	3,026,561.52	2,720,418.84
	预计负债	-3,026,561.52	-2,720,418.84

与原收入准则相比，执行新收入准则对2020年度财务报表相关项目的影响如下（增加/（减少））：

公司主要销售药品，根据公司签订的销售合同条款约定，需经客户终验收合格方可完成商品控制权的转移。报告期内，本公司于合同开始日或首次执行新收入准则日对合同进行评估，本公司正在履行的销售合同对应的履约义务是在某一时点履行，对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入，执行新收入准则不影响本公司收入确认时点。

## （2）执行《企业会计准则解释第13号》

财政部于2019年12月10日发布了《企业会计准则解释第13号》（财会〔2019〕21号，以下简称“解释第13号”），自2020年1月1日起施行，不要求追溯调整。

### ①关联方的认定

解释第13号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第13号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

### ②业务的定义

解释第13号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自2020年1月1日起执行解释第13号，比较财务报表不做调整，执行解释第13号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

## 重要会计估计变更

无

## （2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

## （3）与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

本年度本公司的合并范围新增一家子公司四川福合科技有限公司，该公司于2020年5月12日通过购买方式取得，股权取得成本为16万元，股权比例为100%。