

证券代码：000999

证券简称：华润三九



华润三九医药股份有限公司

China Resources Sanjiu Medical & Pharmaceutical Co., Ltd.

投资者关系活动记录表

编号：2022-038

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	民生证券、西部证券等证券、投资机构分析师	
时间	2022年5月19日	
地点、方式	综合办公中心，电话会议、现场会议	
上市公司接待人员姓名	证券事务代表	
投资者关系活动内容	1、疫情对 Q2 和全年预期的影响？	
主要内容	答： 二季度以来部分地区因疫情防控措施有所加强，对当地药店感冒类产品的销售及处方药医院推广产生一定影响。此外，线上销售也受到了不同程度的影响，公司也在	

介绍

持续关注疫情影响的时间和区域的变动情况，如疫情得到较好、较快控制，预计对全年业务影响相对有限。但如果持续时间较长，预计可能对公司业务带来一定压力。

2、配方颗粒未来业务预期？

答：过去几年配方颗粒业务增速较快，去年 11 月开始进入了国标切换期，今年上半年都将处于国标切换期，增速预计会不及往年。预计到下半年配方颗粒业务可能会重拾增长，今年全年预计会实现正增长。配方颗粒业务相较于其他业务有其独特的地方，业务具有品种数量多、需要建立全产业链能力、搭建溯源体系，终端方面需提供产品+服务综合解决方案等业务特点。新国标实施后，医疗终端进一步放开，对厂家来讲可以覆盖更多的医疗机构，市场容量会放大。但是配方颗粒业务对企业全产业链能力等方面要求比较高，从药材采购到饮片加工、制剂生产均有较严格的监管，品种要建立溯源管理体系，不是所有生产厂家都具备这样的能力。此外新国际实施带来一定的成本上升，业务投入会比较大，对于厂家盈利能力会有一定影响，也会降低新厂家进入的意愿。长期来看，竞争格局有望处于相对有序的状态。未来业务发展方面，配方颗粒业务对于传统饮片的替代率还有一定的提升空间。因此预计未来 2-3 年配方颗粒业务还是会有较好的增长。

3、公司渠道库存管理情况？

答：公司非常重视经营质量，库存管理严格，也有非常好的管理系统来支持。公司渠道库存总体保持合理水平，不同产品的渠道库存期限不一样，整体周期在 2 个月左右。

4、公司研发费用率在持续上升，未来的研发投入？新药上市预期？

答：过去几年公司非常重视研发创新工作，新品立项数量持续增加，研发投入强度也在持续增长。主要是围绕核心领域布局管线，仿创结合，也高度关注中医药传承创新发展，包括创新中药、经典名方、院内制剂等。预计十四五研发投入强度持续加大，希

望通过几个战略周期的研发投入，持续改变产品结构，实现品牌+创新双轮驱动。

5、中成药集采对公司的影响？

答：中药集采目前在试点过程中。公司主要品种，如中药注射剂等，在湖北、广东的集采试点中已有涉及。由于中药注射剂在公司营收占比已降至 4%左右，预计集采影响相对较小。其他品种如血塞通软胶囊等，零售市场占比已超过 50%，因此集采推行影响也相对有限。湖北集采中公司有四个品种参麦注射液、生脉注射液、舒血宁注射液、血塞通软胶囊参与了报价。就广东联盟集采结果来看，从中选价格变化情况看，参附是独家品种平均降幅，生脉注射液降幅基本和湖北一致，鸦胆子油虽然有一定价格下降，但公司这个产品在广东联盟省区销售额较小，中选集采会带来一些量的增加。血塞通软胶囊入选会带来销量的稳定，价格降幅在预期中。预计集采扩面后会给公司营收带来一定影响，但影响相对较小。

6、公司收购昆药后，未来并购方向？

答：公司十三五、十四五都有整合资源的规划，并购方向非常清晰，主要沿着战略方向选择合适标的，CHC 领域主要关注有市场潜力的品牌以及代表着未来消费升级方向的新锐品牌。处方药重点关注有临床价值的产品，包括创新药机会，也包括有良好临床价值的仿制药产品。

7、未来 CHC 业务增速和渠道拓展情况？

答：CHC 未来增长逻辑：1、不断强化品牌，品牌是业务发展的核心要素，品牌的背后是高品质的产品和良好的使用体验。公司在品牌之下会进一步细分品类，满足患者在疾病诊疗过程中全程的健康管理需求，并不断引入产品，丰富产品线。公司也在陆续补充一些新产品，如龙角散和抗病毒口服液等。2、不断拓展新渠道。目前线下渠道覆盖了全国超过 40 万家零售药店，覆盖范围广泛。同时，过去几年公司也在持续布局新

渠道，近年来线上渠道销售占比快速提升，虽然目前线上业务在公司占比有限，但是公司在不断通过产品结构调整和专业团队打造以适应未来线上业务发展趋势。3、抓住行业变革机会，希望实现行业优质资源整合，引入有市场潜力的品牌，帮助业务实现更快增长。

8、CHC 线上业务占比和未来发展规划？

答：线上业务在公司业务中占比较小，目前线上业务约占 CHC 业务的 4%左右，占比仍不高主要是和公司产品结构有关，但该业务过去几年增长快速。目前线上产品逐渐丰富，公司不断推出适合线上销售的产品，公司也在逐渐将资源和重点向线上转移，成立了数字化中心，探索线上业务能力。预计未来线上业务有望达到 10%左右。

9、2022 年 Q1 销售费用率下降原因，全年费用率情况？

答：2022 年一季度销售费用下降主要是结构性因素的影响。一季度 CHC 业务占比明显提升，CHC 业务整体费用率较低，通常公司 1 季度 CHC 业务费用率在全年相对较低，四季度较高，主要是进入冬春之后，感冒品类发病率提升且四季度节日比较多，费用投放增加。一季度处方药业务费用率有所降低，主要是：1、疫情影响下，部分地区学术活动推广受到限制；2、处方药 1 季度由于销售进度受疫情影响趋慢，费用管控也会相对严格。接下来的几个季度，预计 CHC 业务的销售费用率会相较 1 季度略有上升。预计处方药业务费用率随着业务增速的逐渐恢复将有所增加。全年预计各业务线销售费用率将稳中有降。

10、品牌力的提升如何观察到？

答：过去几年公司陆续在尝试品牌年轻化工作，将品牌影响力扩展到更多年轻圈层。17 年推出现象级短片《总有人偷偷爱着你》，2020 年 999 感冒灵联合拉面说推出暖心鸡汤面等都是品牌活动。同时，公司在做线上业务的拓展的时候会考虑品牌调性。参考

国际通用 WPP 品牌榜，过去十年间只有同仁堂、云南白药和华润三九作为品牌药企一直在榜单内。

11、公司未来风险（除政策方面）影响因素？

答：1、中药材价格波动风险。中药材价格去年有一定提升，对公司成本造成一定压力，总体对毛利率影响不是特别大。对于药材价格波动，公司会 1、加强全价值链管理，通过从采购到生产环节，不断加强精益化管理，提升智能制造水平，降低产业链成本。2、基于原料、辅料、人工价格的持续上涨，公司一些品种仍具备一定的提价能力，过去几年，公司提价主要集中在一些多年价格没明显变化的品种，采取小幅提价来覆盖成本上涨。**2、研发创新风险。**药品研发周期长、投入大、失败率高，从新药开发到上市期间受政策法规、市场竞争格局等不确定性因素影响较多，随着公司研发投入不断加大，公司将面临一定的研发创新风险。公司已建立较为完善的研发制度和体系，制定中长期研发规划，坚持以临床需求为导向，围绕公司战略领域合理配置资源。项目执行中定期开展项目回顾评估，不断优化产品管线布局，合理把控研发风险。**3、并购整合风险。**并购项目投入大，整合难度高，且市场环境及政策环境不断变化，可能面临对标的企业风险分析不充分或应对措施不足，对并购业务的市场潜力、潜在价值和盈利能力预测出现偏差，投后整合不达预期等风险。公司已建立完善的投资管理制度及流程，并不断总结和优化投后整合模式。通过对标的公司全面深入的调查，深入分析政策环境和各种风险，合理分析项目价值确定交易条件，制定并有效实施整合方案，以保障项目流程合规，实现预期回报。

附件清单

-

(如有)

日期

2022/5/19