

证券代码：000999

证券简称：华润三九



投资者关系活动记录表

编号：2022-016

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	东兴证券、澄金资产、磐泽资产等证券、基金等投资机构分析师
时间	2022年2月18日
地点	电话会议
上市公司 接待人员姓名	证券事务代表
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、配方颗粒新国标执行和销售情况？</p> <p>答：2022年配方颗粒业务受到新国标实施的影响，短期内业务会有一些波动。与此同时，公司也考虑了新国标切换对业务的影响，并针对不同的情况进行相应的分析，业务方面也相应做了一定的提前筹划。总体来</p>

看，预计配方颗粒业务未来 2-3 年还是会实现较好增长。

执行新国标的产品成本会有一定程度的上升，新国标产品的价格和医院采购周期以及省标的推进速度都有相关性，预计新国标产品的定价在今年上半年会清晰。

2、配方颗粒产品提价的考虑因素？

答：公司对于新标品种的定价会有适当调整，但也会考虑终端的接受能力，同时，公司也会持续优化成本及费用管理，以降低成本。

3、配方颗粒业务本地化战略考量？

答：公司配方颗粒业务市场拓展聚焦核心优势区域，做深做透，并持续布局新市场。公司过去几年也在持续开展本地化工作，公司在全国有 20 多个生产基地，在本地化方面具备产业基础，很多生产基地有颗粒剂产线，可以改造作为本地化基础。同时在一些重点区域也可以和当地企业通过合资合作方式来落实本地化战略。目前公司在广东、安徽、四川已经建成配方颗粒生产基地，投产建设中的基地包括浙江、云南、重庆等。

4、股权激励指标设定？进展情况？

答：公司股权激励计划指标总体设定比较均衡，公司层面包括三个方面的指标--成长类的指标、回报类指标和经营质量类的指标。股权激励计划对标指标设置的还是很有挑战性，标杆公司业绩有不确定性，看 wind

预期数据，标杆公司的增速是较高的。公司如果想要达到 75 分位，需要在 15 家对标企业中做到前三的水平。公司希望在现有业务增长的同时，通过产品引进、并购等方式来实现业务更快增长。同时也会密切关注对标公司的业务增长情况，努力提升利润水平，并持续优化股东权益。

公司股权激励计划正在积极推动中，目前已经获得国资委批准，并已根据国资委相关意见，修订了相关计划草案，并将于 3 月 3 日将股权激励相关事项提交股东大会审议。

5、公司 CHC 业务库存水平？

答：公司非常重视经营质量，库存管理非常严格，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。

6、感冒品类增长规划？

答：感冒品类目前是最大的品类，近年来总体增速较快（除 2020 年受疫情影响外）。感冒品类未来增长的主要来源：1、品牌力的增强是业务长期增长的核心驱动因素。公司近年来持续开展品牌年轻化活动，与消费者保持积极沟通。随着品牌力的增强，公司感冒品类市占率稳步提升。同时品牌价值的提升也带来一定的提价空间；2、公司也在积极拓展线上市场，线上业务的发展也是未来一个比较大的市场份额提升的机会；3、借助 999 感冒灵品牌优势，持续细分、发展品类，未来几年感冒品类具有一定



潜力。

7、公司未来线上业务发展情况？

答：公司重视线上业务发展，在国内布局较早，与包括平台电商、O2O业务以及与互联网医疗企业都有密切的合作关系。过去几年线上业务金额提升较快，但占比仍不是很高，目前约占CHC业务的4%左右，希望未来线上业务占比持续快速提升。目前在构建线上业务的能力以及推出适合线上运营的产品，公司感冒灵作为流量产品线上取得增长快速。澳诺的葡萄糖酸钙锌口服溶液、易善复等都是比较适合线上销售的产品。此外，公司也陆续有新产品加入线上业务的推广中，包括大健康产品、龙角散等产品都具备一定的线上发展机会。公司也建立了数字化中心来统筹线上业务的发展，各个事业部也都有电商的团队，积极拓展线上的业务。

8、公司 OTC 产品提价趋势和策略？

答：OTC产品价格比较市场化，公司有一定提价能力；公司OTC产品的提价分两种，一是核心品种由于上市多年价格都没有发生变化，但成本已上涨很多，所以对这一类产品会陆续进行小幅提价，主要是覆盖成本上涨的影响，同时实现品牌价值，提价的过程中会充分考虑患者的接受程度。二是培育中的成长品种，随着产品品牌力提升，有逐渐提价的过程；同时，公司不断升级产品体验，改进工艺及包装设计，相应也会对价格做一定提升。这类产品的提价频率和幅度不同于核心品种，会根据市场接受程度定价。

9、公司对澳诺业务的赋能优化举措？

答：2020年新并购的澳诺制药的葡萄糖酸钙锌口服溶液是儿童补钙领导产品，也是公司核心大品种，具备良好的市场规模和成长性，过去两年都保持了较快增长。未来仍具有较好的成长性主要来源于：1、品牌方面，原有产品更多是渠道品牌而不是消费者品牌。三九有非常强的品牌打造能力，这两年陆续进行了产品升级和品牌升级的工作；2、澳诺原有业务销售模式和公司有非常好的补充。澳诺原有代理模式下只重点做几个区域，而三九是全国布局业务，可以帮助澳诺在更多的市场有更多的增量。澳诺原有业务主要覆盖中小终端，三九和大型连锁药店都有很好的合作关系，也有助于澳诺业务拓展更广的终端覆盖；3、之前澳诺没有做线上业务，去年公司开始尝试澳诺线上业务销售，双十一产品销售已经排在相关品类的第一。长期来看线上也是非常重要的新市场；4、澳诺是儿童健康领域非常好的品牌，我们也在围绕澳诺品牌，考虑引入更多的儿童健康领域产品。

10、公司代理的生长激素发展状况如何以及集采情况？

答：诺泽的产品力较强，学术基础好，预填充注射笔使用方便，可以室温保存，同时安全性和疗效得到了多年的验证，注射时也会减少痛感，因此产品有较好的发展潜力。第一年合作顺利完成了产品的市场交接，增长速度较快。从推广模式来讲，建立了专线队伍及专业的客户服务的团队，提高对患者的服务，这一专业的运营团队和模式可以帮助我们承载更多的品种。公司也在积极关注集采的进展。

11、集采对公司未来业绩的影响？

答：公司积极支持国家集采政策，过去几年以化药为主的抗感染业务核心品种目前已经都纳入集采，未来受集采影响较小。2021 年中成药集采有三个省际联盟开展探索尝试。从已经完成的湖北集采来看，目前受影响品种在公司营收中占比不大。广东中成药集采相对正在进行中。总体来看，未来几年中成药集采可能会进一步扩大范围，预计集采对产品的销售价格有一定的影响，但考虑到公司处方药业务中占比较大的主要是独家品种，且集采产品销售费用会进一步下降，可能带来销量的稳定或增长，因此中药品种盈利有一定保障。但是对于不同的品种的影响还是要具体情况。对于山东省正在推进的饮片和配方颗粒带量采购，公司正在积极关注细则等的出台。

12、2022 年业绩指引？

答：2022 年 CHC 业务方面将通过强化品牌、拓展新渠道以及引入新的产品等方式来实现整个业务更好的增长。处方药业务中原有受影响较大的抗感染业务预计会有所回升。整体上今年希望实现双位数以上的增长。此外，今年也是公司股权激励业绩考核的第一年，公司核心团队也会努力实现更高的业绩目标。

13、公司未来产品引入和国际合作的方向？

答：未来公司会围绕战略方向开展并购和产品引进。过去几年公司也在多元化布局产品，在产品引进方面也取得了一些积极进展，CHC 业务方



	<p>面，引入的易善复、澳诺产品都取得快速增长，处方药业务中近年来新上市/引入的产品包含诺泽、五代头孢、复他舒等，此外目前公司也有一些陆续在沟通中的项目。CHC 业务方面，公司关注新的品牌，并在现有品类中引入细分代表未来方向的产品，处方药业务中关注有差异化临床价值的产品，包括创新药，有特色的中药产品，有壁垒的仿制药产品等，引进模式方面也是多元化，并购、战略合作，产品方面合作等，希望能够通过更多元化方式快速丰富产品。公司也将持续关注国外产品的合作机会。</p>
附件清单（如有）	-
日期	2022/2/18