

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：2022-035

投资者关系	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议
活动类别	<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	瑞信、信达证券、银华基金等证券、投资机构分析师	
时间	2022年5月10日-11日	
地点、方式	综合办公中心，电话会议	
上市公司接待人员姓名	副总裁、董事会秘书 周辉女士 证券事务代表 余亮女士	
投资者关系活动主要内容	1、交易完成后如何帮助昆药业务进行效率提升？ 答： 昆药集团和三九在业务上有非常强的协同效应，品牌打造方面，未来双方可以相互赋能，有助于进一步把“昆中药 1381”和“昆中药”两个品牌打造成有全国影响	

下介绍

力的品牌，帮助华润三九补充传统国药品牌。此外，可以整合双方的资源，在三七领域全产业链发展。再次，利用三九在管理、渠道、产业方面的资源，为昆药集团进一步赋能，提升昆药的竞争优势。

2、估值方面做了哪些评估和考量，昆药完成交易后的运营目标分享？昆药高管人员是否会做变动？

答：公司认为昆药业务有比较好的业务基础和行业地位，很多业务上有非常好的发展空间，对三九有长期的战略价值，通过协同赋能，可以进一步帮助昆药集团在业务未来的发展上做得更好。

公司在项目评估时考虑了同行业上市公司的市盈率、市净率水平，做了可比公司和可比交易分析，公司也对未来的业务做了详细的分析，用现金流折现法进行了内部估值。总体来讲，估值在合理区间。考虑到市场法的初步结果及业务发展潜力，以及未来协同价值可以体现，我们认为作为控制权收购溢价率是合理的。

我们在做项目的时候，与原有股东做了充分的沟通，也了解到，昆药近几年在业务整合方面取得了非常好的成效。团队非常有活力，战略开始有聚焦。看重团队、看重业务是我们做这个项目的重要理由，而且对于我们战略上有重要帮助。昆药集团管理层专业能力比较强、行业经验比较丰富，是一个高绩效团队，公司会支持昆药的团队保持稳定，聚焦战略，赋能发展，这是总体思路，也希望华润三九成为控股股东后与昆药团队引进华润的管理思路，共同探讨十四五发展战略。

3、疫情对于公司业务的影响？

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。

4、配方颗粒业务新国标进展，目前挂网进度情况？

答：过去几年配方颗粒业务增长较快，去年 11 月开始进入国标切换期，今年上半年都处在国标的切换期。目前配方颗粒省标及国标备案推进速度仍较慢，各省政策有一定差异。公司也在采取一省一策做应对方案，并密切关注各地政策变化情况。

5、公司预计未来研发费用率有所提升，未来主要研发投入方向？

答：公司研发投入主要 1、围绕治疗领域布局管线，仿创结合，并会谨慎的选择、评估创新药方向；2、布局有特色、有技术壁垒的仿制药以及未来有机会在零售渠道品牌化运作的产品；3、中药研发方面关注经典名方、院内制剂，也包括中药创新药。

6、公司管理层变化对公司发展的影响？公司战略方向是否有变化？

答：公司管理层基本稳定，公司战略清晰之后，管理团队将沿着战略方向去推动业务发展。十四五规划我们提出营收翻番的目标，包括现有业务内涵式增长，也包括通过产品引进、并购带来的一些新的收入、利润贡献。总体来讲，公司十四五战略非常清晰，CHC 作为核心业务重点发展，同时处方药、国药作为发展业务，也将在十四五期间不断提升市场份额，提升市场地位。

7、公司股权激励计划是否可以滚动推出？考核指标是否涵盖并购？

答：目前的股权激励计划是第一期，采用 2+3 安排，公司希望激励计划能够滚动起来，持续有股权激励的安排。股权激励的指标中包含内涵和外延式增长。

8、从投资者回报、并购需求等方面如何考虑现金使用？

答：基本上未来沿着 3 个方向，首先会把股东回报放在比较优先的位置，2021 年度公司提高了分红比例；第二块是公司认为未来几年是行业整合比较好的时机，也看到政策环境、市场环境发生很大变化，给我们获取行业优质资源带来了新的机会，希望能

够抓住机会加大并购整合力度，三九现有业务能力较好，整合能力也基本具备，相信并购将实现比较好的整合效应；第三块是投入创新方向，包括研发、数字化方面。

9、公司收购昆药，未来并购方向？

答：公司并购方向非常清晰，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。昆药项目我们看重的也是昆药提出的打造“昆中药 1381”精品国药品牌，这对三九原有的业务版图形成了很强的补充；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。

10、处方药业务的构成？22 年处方药业务发展预期？

答：处方药在整个业务占比目前接近 40%，主要两大块业务，一是国药业务，包括配方颗粒、饮片。另一块是聚焦在几个治疗领域的产品线，包括抗肿瘤、心脑血管、消化、骨科等几个大的治疗领域以及抗生素业务。处方药在公司定位为发展业务，是重点培育的业务。国药业务未来重点是构建全产业链能力，从前端药材种子种苗研究，到种植，饮片加工、提取、制剂及商业推广；处方药业务是聚焦核心领域，不断丰富管线，在医疗端为 CHC 业务赋能。将通过不断加大研发投入，布局创新药以及高壁垒仿制药，也会围绕临床疗效比较清晰的传统中药领域布局产品。

11、处方药业务是否考虑化药引进？

答：处方药围绕治疗领域的临床需求布局，没有完全区分中药、化药。现有业务中，中药占比比较高，这几年业务结构不断调整，化药比例有所提升。

12、CHC、处方药业务未来增速预期？盈利能力情况？

答：公司 CHC 业务将不断强化品牌，拓展渠道，全域布局，推动业务增长。处方药业务中，国药业务具有较好的增长空间，一是政策放开后可以进一步拓展基层市场，

二是可以适度替代部分饮片，有市场扩容的机会。同时，在严格监管下竞争格局也会相对有序，全国性布局的企业具有先发优势，因此未来几年该业务将有比较好的成长性。专科及抗感染业务政策影响基本见底，随着新产品上市，产品结构不断优化。通过不断加强循证研究及学术推广，处方药预计将实现较好增长。同时，公司将顺应行业趋势，通过内涵+外延（新产品引进和并购机会）双管齐下，实现业务更快增长。公司在十四五营收翻番的目标指引下，部署年度业务目标。

13、从现金流角度两块业务的情况？

答：CHC 业务现金流较好，处方药回款周期较长。公司经营管理中非常关注经营质量，对回款管理严格，重视信用政策、票据管理、社会库存管理，公司现金流较好地匹配了盈利情况。

14、国药业务是标准化的产品为什么预期增速高？竞争优势在哪里？

答：未来配方颗粒业务随着国标的持续推进会越来越标准化，配方颗粒业务相较于其他业务有其独特的地方，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，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也有一定的提升空间。

15、国药业务是否有价格压力？

答：短期来看集采压力较小。国标产品成本上升，新的国标产品上市过程中可能有

一个价格调整的过程，调价幅度也会持续动态关注。未来 2-3 年时间，随着国标品种覆盖到 400 多种以后，集采可能推行，会有一些价格压力。

16、未来商誉减值压力？

答：公司每年会严谨评估减值风险，总体来讲现有项目没有大的减值风险。此前，商誉减值主要是众益，其核心品种进了国家集采，影响超出此前预期。

17、CHC 业务毛利率比处方药低，占比持续提升，公司的经营考虑？

答：CHC 是公司核心业务，公司已连续多年位列中国非处方药协会发布的非处方药生产企业综合排名榜首。公司 CHC 业务具备较强品牌力，终端覆盖基本达到 90%，同时持续布局线上渠道，产品组合丰富、覆盖领域广泛，因此 CHC 业务未来还是有很好的成长潜力。

18、上游中药材价格波动对公司成本影响，今年公司提价计划？

答：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。

19、1 季度销售费用较去年同期下降较多的原因，全年来看销售费用率情况？

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

	<p>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。</p> <p>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。</p>
附件清单 (如有)	-
日期	2022/5/11