

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：2022-064

投资者关系	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
活动类别	<input type="checkbox"/> 媒体采访	<input type="checkbox"/> 业绩沟通会
	<input type="checkbox"/> 新闻发布会	<input type="checkbox"/> 路演活动
	<input type="checkbox"/> 现场参观	<input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称及人员姓名	淡水泉、琪鼎投资、锦华资本、红钧资本（现场调研）	
时间	2022年9月29日-9月30日	
地点、方式	综合办公中心，电话会议、现场调研	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司选择此时并购昆药的考虑？</p> <p>答：公司积极寻找整合行业优质资源的机会，在并购方向上，CHC业务优选有影响力的品牌并关注消费升级方向的产品，帮助公司尽快实现全域布局。品牌方面考虑未覆盖的品类和现有品类中细分品牌；处方药方面关注差异化产品，包括：1、中医药领域具备独特资源和临床价值的产品，筛选重要品种补充产业链。比如，三七是重点考虑的</p>	

品种，其市场较为成熟且产业链有提升机会；2、关注创新药机会；3、有一定壁垒的仿制药。

2、公司和其他华润系上市公司定位差异，比如并购中和阿胶是否会有竞争标的的情况？

答：各公司均有不同的业务定位，并购标的选择上不会出现竞争的情况。

3、中药配方颗粒业务目前的状态和发展趋势？

答：今年配方颗粒受政策影响比较大，新国标切换过程中遇到的情况比之前预期中复杂，各省政策差异比较大。配方颗粒业务目前在公司占比中不算特别高。从前八个月情况来看，国药业务（配方颗粒业务+饮片）略有增长，主要是饮片业务带动。目前企业内部生产、产品准备推进较好，国标品种、省标品种已经基本可以满足临床需要。各地备案进度有比较大的差异，目前广东省进展比较好。公司持续推进国标和省标备案工作，预计四季度重点省份能够恢复正常。今年配方颗粒业务将努力实现正增长。预计明年配方颗粒业务会在今年低基数的基础上实现较快增长。

4、目前终端对配方颗粒提价的接受情况？

答：提价主要是覆盖成本上涨，终端需要一个逐步接受的过程，目前没看到有特别明显的影响。

5、收购昆药后三九品牌价值是否会有改善？

答：收购昆药将为三九补充传统国药品牌，补足品牌短板。三九的品牌价值处于被低估的情况，目前市场上新品牌打造难度大，999系列品牌在市场中排名前列，品牌打造方面有非常成功的经验。

6、未来 CHC 业务的发展主要是依靠提价还是份额提升？

答：公司预计未来业务发展主要来源于市场份额的提升，品牌集中趋势会愈加清晰。

同时随着线上渠道的发展，消费者更多关注品牌，促进品牌企业的发展。

7、销售费用率下半年趋势？

答：公司上半年销售费用率有所下降，一方面是主动进行了费用管理，另一方面和业务结构变化有关。全年费用率水平预计会比去年有所下降，最终毛利率和销售费用率要看业务结构的变化。公司也会根据业务的推进节奏，对费用严格把控。

8、公司未来线上业务占比？

答：公司十四五期间希望线上业务占比能提升至 10%以上。未来线上业务发展重点：

1、产品上做更多投入。线上销售产品的结构和线下有一定差异，这几年线上销售不断提升和产品结构有关，易善复和澳诺就是非常适合线上销售的产品。2、持续强化线上运营能力，经过过去几年的准备，线上店铺逐渐转为自营。3、不断提升客户服务能力。

9、感冒灵、皮炎平、胃泰品种近期销售情况？

答：感冒药二季度受疫情影响，有所下滑，7-8 月份增速较好，有比较明显恢复。1-8 月皮肤、胃药、儿科品类均保持较快增长。

10、疫情防控放松是否对公司业务是否有明显促进作用？

答：第九版疫情防控方案出台后，四类药管理已经非常规范，公司感冒药销售也逐渐回归正常状态。预计四季度感冒药销售主要受感冒发病率状况和产品市场份额变化的影响。此外，受疫情的影响，消费者的购药习惯也发生了一些变化，消费者单次购买产品的数量有所提升，会有一定的储备药物的需求。

11、昆药后续品牌建设方面发展思路？

答：昆药的品牌定位和三九不一样。三九是 1+N 的品牌策略，三九一直以来缺少一个传统的中药品牌，收购昆药后，有助于进一步把“昆中药 1381”和“昆药”两个品牌打造成有全国影响力的品牌，帮助华润三九补充传统国药品牌。后续公司也将进一

步梳理昆药的品牌内涵和价值定位，不断挖掘和深化品牌故事，开展品牌建设工
作。三九会把品牌、媒介资源以及公司的平台合作资源共享给昆药，提升昆药品牌打造
的效率。

12、昆药整合的进展？明年昆药并入后，是否会进一步增厚利润？

答：相关工作正常推进中，由于收购昆药构成三九的重大资产重组，因此项目过程
所需的时间比较长，且昆药下属企业数量较多，工作量比较大。

昆药是独立的上市公司，并购后也将保持独立运作，管理团队方面不会做大的调整，
经营方面还是依托昆药原有团队，双方未来整合更多的是考虑业务协同。1、清晰公司
战略定位，虽然项目还没有完全交割，但是双方团队也做了战略方面研讨和交流。对于
昆药这样业务比较有规模的企业，如何清晰定位，聚焦核心业务是比较大的挑战。2、
昆药采用多业务单元管理模式，华润的管理体系将对昆药有较大帮助，在华润此前并
购的一些企业中已有较好体现。3、在品牌打造、终端合作方面都有较好的协同性。并
表后预计对明年利润端会有一定的帮助，明年也是公司股权激励期，公司会力争完成
业绩要求，达成股权激励目标。

13、完成昆药收购后，如果股价低于收购价，对公司商誉是否有影响？

答：公司收购昆药的价格最终是双方谈判确定。商誉是否减值需要考虑多方面因素，
重点看现金流折现价值是否低于收购价。未来昆药将聚焦在销售和盈利能力的提升，预
计昆药盈利能力会有改善，会对市值表现形成支撑。

14、三九未来规划方向上，是否有大的指引性的规划？

答：公司已公告十四五发展规划，预计到十四五末，公司将实现营业收入翻番。三
九处于稳健增长时期，公司 CHC 业务具备比较强的核心竞争力，包括品牌打造和渠道
覆盖等能力，支撑了核心业务如感冒、儿科用药未来的增长。同时易善复、大健康业务
预计也会有比较快的增长。处方药方面，国药业务预计未来 2-3 年仍有一个快速增长的

过程。其他处方药业务将持续调整业务结构，补充新的产品，消化集采等带来的影响。
其中，易善复、诺泽和骨科产品预计会有比较好的增长机会。

附件清单
(如有)

-

日期

2022/9/30