

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：2023-036

投资者关系	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	摩根士丹利、万联证券、华福证券、申万菱信、浙商证券等证券、投资机构分析师	
时间	2023年12月8日-12月15日	
地点、方式	综合办公中心 现场会议	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、证券事务代表	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、最近部分地区肺炎、流感严重，请问公司10-11月份以及四季度感冒呼吸类产品表现？</p> <p>答：四季度感冒发病率提升对于感冒品类销售有一定带动作用，10月、11月公司感冒品类销售态势良好，四季度具体情况需要结合12月份表现综合判断，去年12月份同期基数相对较高，目前公司感冒灵订单充足。</p> <p>2、公司配方颗粒业务三季度表现较弱的原因？集采对配方颗粒业务毛利率影响？配方颗粒</p>	

业务竞争格局？

答：公司国药业务在饮片业务增长带动下，前三季度基本保持稳定，但三季度由于主动调整渠道管理以更好的应对配方颗粒集采，配方颗粒业务表现不佳，对当季表现有一定影响，对全年业务表现影响相对较小。此外，医药行业整顿也对业务带来一定影响。根据配方颗粒联采结果，公司配方颗粒产品价格平均降幅在 43%，价格下降对业务毛利率带来一定影响。竞争格局方面，配方颗粒集采原来的六家试点企业具备一定的先发优势。预计配方颗粒业务未来仍具备成长机会，公司正在持续构建全产业链管理能力，培育竞争优势。

3、昆药商业和圣火业务解决进展？

答：收购昆药时，公司承诺 5 年内解决同业竞争问题，目前在研究方案并将根据内部整合进展及外部沟通情况适时启动。昆药商业正在夯实现有业务基础，三七业务已开始营销协同。

4、集采政策对公司的影响？

答：中成药集采和化药集采对公司的影响已基本见底。目前集采主要影响公司配方颗粒业务，随着明年陆续十五个省份进入实施阶段，预计产品价格下降对营收端有一定影响，由于今年的基数和占比原因对利润端影响相对较小。

5、处方药业务表现预期？

答：今年下半年受医药行业整顿影响，医院学术推广活动受限，对公司复他舒等新品进院工作产生影响，对公司处方药业务进度带来一定影响。

6、公司未来并购整合方向及规划？

答：外延式并购是公司业务增长的重要路径和补充，帮助公司巩固行业地位以及进入新的领域。CHC 业务优选有影响力的品牌并关注消费升级方向的产品，以尽快实现全域布局。如 2020 年公司收购澳诺制药，为公司儿科领域补充儿童维矿细分领域领导品牌；并购昆药为公司补充了传统精品国药品牌“昆中药 1381”。处方药方面重点关注：中医药领域具备独特资源的产品

和有潜力的业务和创新药机会。治疗领域围绕公司战略，重点关注消化、呼吸、肿瘤等方向。

7、明年是否有并购机会？标的经营状况如何？

答：整合行业优质资源是公司十四五的战略举措之一，目前有一些项目在接触中，但存在较多的不确定性。公司关注标的经营状况，重点关注有一定业务规模的标的，会根据发展潜力给出合理估值。

8、随着近年来中成药成本上涨，公司毛利率表现？

答：不考虑昆药并表影响，公司前三季度整体毛利率基本稳定。处方药毛利率有所下降，主要是由于国药业务中饮片业务占比提升和成本上涨的影响。CHC 业务毛利率保持稳定。药材价格今年受到供求关系和资本炒作等因素影响，有一定幅度上涨。长期来看，中药材由于能源、人工等成本上涨及资源稀缺等因素，整体价格趋于上涨态势。公司将通过加大种植技术研究、提升智能制造水平、制定适当的采购策略等举措，化解药材上涨带来的影响。同时三九具有较强的品牌打造能力和一定的品牌溢价能力，也进一步助力化解中药材长期涨价问题。

9、公司研发投入方向？

答：研发方向与公司战略以及业务结构相匹配，策略上坚持仿创结合。CHC 领域围绕预防-治疗-康复全领域，推出满足消费者自我诊疗需求的产品，已陆续上市布洛芬混悬液等产品；处方药领域主要围绕重点治疗领域（呼吸、消化、肿瘤等）进行产品管线布局。昆药未来主要承担老龄化方向产品研发，围绕三七开展多个研发项目，未来研发资源会往老龄健康方向倾斜。

10、公司线上业务发展规划？

答：公司线上业务围绕存量提高效率，增量拓展渠道的目标推动。希望十四五末期线上业务占比 10%，目前进展比较好，尤其是感冒灵等核心品种、澳诺钙、易善复等线上销售增长较快。公司正通过优化产品结构，不断引进和孵化新品，并逐步提升线上运营能力，加快提升业务占比。

11、公司股息分红安排？

答：公司主要采用现金分红，《公司章程》中规定，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之六十。公司现金分红比率和分红金额过去几年有一定增长，近年的分红率基本在 40%左右，是比较高的分配比例。积极回报股东是公司的宗旨，未来随着公司利润的增长，预计分红金额将维持在较高的水平。

12、医保账户和统筹发生较大变化，对公司业务的影响？

答：公司核心品种感冒灵、皮炎平、澳诺等都不是医保品种，个人医保统筹管理后，可能会有部分患者购药行为发生变化，回流至医院或社区医疗机构，对非医保品种影响可控，且不改变处方外流的长期趋势。

13、很多院内公司都想把院外作为重要渠道，目前是否有激烈的竞争？

答：目前零售市场竞争格局未发生较大变化，零售市场对品牌更为关注，和处方药业务推广模式有所不同。医院处方基础较好的产品向零售渠道流转的成功概率会比较大，如慢病领域用药转到零售市场将有较好的成长潜力。

14、公司感冒药和其他 CHC 业务领域布局和想法？

答：公司 CHC 业务布局清晰，感冒品类未来市占率提升主要通过持续强化品牌、提升终端覆盖率来实现，并将持续补充细分领域品种，从感冒止咳品类逐渐向大呼吸领域拓展。公司核心品类主要做零售市场，公司和德国领先企业史达德开展业务合作后，将进一步丰富华润三九呼吸管线，并在医疗市场公司拓展布局，满足消费者/患者更多层次的健康需求。渠道拓展方面，结合线下业务持续拓展，加大线上渠道推广，助力进一步增加终端覆盖率。品牌补充方面，公司坚持“1+N”品牌策略，收购昆药后为公司补充了“昆中药 1381”精品国药品牌，并将继续培育更多专业品牌。

附件清单 (如有)	-
日期	2023/12/15