

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：2024-019

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 checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	中信建投、中信证券、海通证券、兴业证券、东吴证券、国盛证券、中金公司、方正证券、国信证券、国海证券、东北证券、国金证券、华创证券、国联证券、信达证券、平安证券、申万宏源、中泰证券、招商证券、浙商证券、华福证券、西南证券等证券、投资机构分析师	
时间	2024年8月26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	董事长 邱华伟先生 副总裁 周辉女士 财务总监兼董事会秘书 梁征先生	
投资者关系活动	公司于2024年8月26日和中信建投、中信证券等券商联合举行2024年半年报业绩电话沟通会，就2024年上半年经营与业绩情况与投资者进行了互动交流。	

## 主要内容

### 介绍

公司财务总监兼董事会秘书梁征先生向各位投资者介绍了公司经营情况。具体汇报内容如下：

2024年上半年，公司凭借优秀的商业模式与精准的业务发展蓝图，以品牌为舵，渠道为帆，创新为驱，业务结构与运营效率持续优化。1-6月公司实现营业收入141.06亿元，同比增长7.30%；实现归属于上市公司股东的净利润23.98亿元，同比增长27.77%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润23.09亿元，同比增长26.33%；实现经营活动产生的现金流量净额23.63亿元，同比增长33.36%，保持良好稳健态势。从昆药集团来看，2024年上半年实现营业收入35.54亿元，同比下降5.73%；实现归属于上市公司股东的净利润2.29亿元，同比增长2.74%。

从制药业务结构来看，CHC健康消费品业务实现营收77.73亿元，同比增长14.00%，占营业收入55.11%。处方药业务实现营收24.17亿，同比下降13.07%，占营业收入17.13%。传统国药（昆药）业务实现营收19.56亿元，占营业收入13.87%。

从主要财务指标来看，2024年上半年公司整体毛利率53.56%，同比增长1.3个百分点；其中CHC业务的毛利率较好，处方药的毛利率有一定下降。从费用率来看，上半年总体的费用率控制相对较好，销售费用率23.48%，同比下降1.5个百分点；管理费用率持平。

2024年上半年研发投入3.92亿元。围绕抗肿瘤、骨科、皮肤、呼吸、抗感染等治疗领域，在新品研发、产品力提升等领域取得多项突破。公司获得盐酸特比萘芬喷雾剂、玻璃酸钠滴眼液2个《药品注册证书》。温经汤颗粒、苓桂术甘颗粒2款经典名方获批上市。昆药集团自主研发的氯硝西洋注射液获得国家药监局签发的《药品补充申请批准通知书》，为同品种中首家申报并通过仿制药质量和疗效一致性评价。

在中药传承创新方面公司不断加强投入。开展“药材-饮片-基准样品-复方制剂”的系统研究，建设中药全产业链溯源体系。在中药材资源研究方面，围绕重点品种，积极布局上游药材

种植基地，持续开展新品种选育、生态种植、产地加工等技术研究，2024 年公司参与的《中药材生态种植理论和技术体系的构建及示范应用》项目荣获国家科学技术进步奖二等奖。同时，公司获评国家工业和信息化部“制造业单项冠军企业”，并成功入选工信部“智能制造标杆企业”。

从各业务板块的表现情况来看，CHC 健康消费品作为公司核心业务展现出强劲的韧性，同比增长 14%，核心品类领导地位及自我诊疗领域的行业地位进一步稳固。公司持续深化品牌影响力，不断创新与消费者的沟通，推动品牌年轻化和价值传播。感冒品类保持“暖暖的很贴心”一贯的品牌主张，增强独特性品牌资产的关联。2024 年上半年呼吸品类保持较快增长且领导品牌地位稳固，999 感冒灵带动细分品类中 999 抗病毒口服液、999 小柴胡颗粒、999 藿香正气合剂等品种实现较快增长，皮肤用药保持较快增长。儿科品类持续开展产品升级和新品打造工作，999 澳诺业务继续以创新和全面的市场策略推动“大品种-大品牌-大品类”的建设。

处方药业务在行业重塑格局的过程中，持续强化医学引领，不断提升产品学术价值和产品竞争力。参附注射液新发表 SCI 论文十余篇。赛比普®（注射用头孢比罗酯钠）作为国内首个原研五代头孢菌素，已在 30 余个省市实现挂网，正式进入商业化阶段。国药业务方面，随着配方颗粒业务国标及省级联盟集采推行，市场竞争日益加剧，行业增速放缓的同时推动配方颗粒业务商业模式重构，全产业链能力打造成为业务长期胜出的关键。2024 年上半年，国药业务抢抓市场格局调整窗口机遇，联采区域市场份额显著提升，配方颗粒销量实现恢复性增长。

围绕昆药集团价值、业务、组织及精神方面更深层次的融合工作正在全面有序推进中。为助力昆药集团实现“银发健康产业的引领者”的战略愿景，正式推出“777”全新品牌，构建“三七就是 777”的品牌认知。精品国药平台打造方面，围绕“昆中药 1381”的企业品牌，聚焦核心大单品，驱动品牌跃级发展，加快实现终端转化、快速提升渠道覆盖。为解决血塞通软胶囊产品存在同业竞争的问题，昆药集团将收购公司持有的华润圣火 51% 股权，以优化产业链布局，

推动三七产业链高质量发展。

最后，上半年在绿色发展上，全面推进产品全生命周期和全产业链绿色化，积极打造医药制造行业绿色低碳发展新样本；持续推动郴州三九、枣庄三九等业务单元建设近零碳园区，打造制药行业绿色低碳发展新样本，不断践行环境和社会责任。

展望全年，预计发病率变化、部分行业政策推行及外部环境变化可能对公司的经营活动带来一定不确定性，对此，公司已拟定了具体的应对措施。2024 年公司预计营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位数增长目标，匹配相应合理的利润增速。

### **1、感冒品类二季度表现如何，公司对感冒药品全年的经营情况有怎样的展望？**

**答：**从外部研究数据看，感冒品类市场出现下滑，但公司感冒品类二季度表现良好。过往一年多，公司感冒品类受产能因素影响，渠道库存水平偏低，一直有补库存的需求，上半年公司紧随市场趋势，捕捉感冒品类发展机会，有比较好的表现。全年来看，预计感冒品类年度计划可以如期完成。

### **2、公司今年处方药板块增长预期？配方颗粒和饮片展望？**

**答：**今年上半年来看，处方药业务表现偏弱，但是管理和管控还是较好的，有效保障经营质量。处方药板块在应对各种挑战方面还是游刃有余的，这和我们过去几年逐渐消化集采影响也有一定关系。配方颗粒业务近两年经历了政策的变化，即实施新国标推动标准化并推行集采，公司也对业务的发展做了相关预案，希望能够争取好的市场地位，且不会影响公司业绩表现预期。过去几年公司业绩持续增长，其中处方药板块也是克服了集采政策等带来的影响后，尽力做到最好。

### **3、公司感冒类及其他核心 OTC 产品的渠道库存情况如何？**

**答：**公司感冒药等核心品类渠道库存情况良好，过往一年多感冒品类持续供销两旺，产能

面临一定压力，渠道库存水平偏低。整体渠道库存一般在 2.5-3 个月左右水平。

#### **4、面对零售比价政策等新环境，对后续市场生态如何判断？公司如何应对？**

**答：**药品价格治理是持续深化的，短期可能对企业造成一定压力，但对三九影响较小；长期来看，有助于企业实现更公平诚信的价格行为，并促进药品价格更加透明、合理。华润三九将遵循相关政策，制定合法合规的药品价格供应政策。在统一的政策和一致的市场环境下，对于能够实现高于平均水平的管控成果，公司还是非常有信心，更具体一点来看，信息化可能也是成功应对的关键因素。长期来看，零售市场需要响应市场化需求，围绕各方经营主体的创新，因势利导，相信行业和市场是有修正能力的，我们对市场的判断不必过分悲观。

#### **5、公司上半年 CHC 业务毛利率同比大幅提升至 62.87%，原因及未来的趋势展望？**

**答：**上半年 CHC 业务毛利率提升主要是业务组合变化汇总呈现的财务结果，并不代表经营趋势。公司 CHC 业务希望做到全域布局、全面领先，争取在广泛的品类竞争中胜出。毛利率的变化可能受到季节变化和高毛利产品占比升高导致。总体而言，上半年 CHC 业务的表现还是非常理想的。未来，预计 CHC 业务的毛利率在一个合理区间范围内波动更具可能性。

#### **6、对昆药的整合目前已经推进到什么阶段，下半年会执行哪些重点整合工作？对下半年昆药业务的展望？**

**答：**昆药集团围绕“四个重塑”稳步推进各项融合工作。价值重塑，昆药将锚定“银发健康产业引领者”的战略愿景，战略定位清晰。业务重塑，发布了“777”和“昆中药 1381”两大品牌，构建以三七和精品国药为主的业务；“777”将对三七口服制剂产品重点聚焦，打造“777”品牌，建立“三七就是 777”的品牌联想，在消费者心中树立三七是心脑血管最佳天然用药的认知，推动三七产业价值发现，让三七产品服务更多消费者；“昆中药 1381”近期发布品牌文化片《问道 1381》，古今一脉，大道同心，构建精品国药产品组合，品牌和渠道工作都在持续推进中。组织重塑，借助三九的经验，已制定规划并持续推进，业务组织方面成立了 3

个事业部：“777”事业部、“昆中药 1381”事业部、“KPC1951”事业部，也在持续推进生产（包括质量、精益、采购）、研发等体系统一管理；精神重塑，昆药集团推出“乐成文化”建设，弘扬“乐成文化”理念。下半年按照既定计划持续推进，会重点关注业务重塑和组织重塑，推动昆药提升运营效率和业务拓展。

对华润三九而言，昆药不是简单的并购，而是公司布局银发健康赛道重大战略举措，公司提前 2-3 年布局老龄化领域，未来有望形成比较大的优势，除了整合价值外，希望银发健康产业发展潜力的价值也逐步会被市场发现。

**7、零售药店供给侧的变化（竞争加剧、集中度提升或淘汰），对公司 OTC 业务未来可能产生哪些影响？**

**答：**渠道变化是综合政策、消费、行业整合等多重因素的反应。总体来说，医药零售行业仍处于成长期，短期可能有一定影响，长期预计不会有太大影响。我们会高度关注渠道变化并积极应对，和优秀的零售终端共赢成长。

**8、并购天士力后续的进展节奏，以及其后续的战略定位与规划目标？**

**答：**公司于今年 8 月 5 日披露重大资产重组预案等公告，披露了交易阶段性情况。目前双方密切配合，开展补充尽职调查、审计、评估等相关工作。由于本次交易构成了华润三九重大资产重组，因此后续相关工作量比较大，双方希望加快推进各项工作，同时也已启动经营者集中审查等工作。相关工作完成后，我们也将提交股东、国资委等相关机构审批，待国资委审批通过后提请公司股东大会批准，预计明年 1 季度完成交易。

未来将保持天士力独立上市公司地位，基于天士力在核心领域具备的产品、研发等方面优势，将天士力定位在中药创新药的领先企业，医疗端成为现代中药第一品牌，这样的定位和三九及昆药具有明显的差异化。未来三九将助力天士力巩固在现代中药的研发能力和领先优势，推动天士力在心脑血管、肿瘤、消化代谢、中枢神经等核心领域业务保持增长，实现领先者目

标；同时，可在零售端运营和品牌打造方面进一步为天士力赋能。通过双方整合，有助于三九双终端协同发展战略的有效落地。交易完成后，天士力将启动战略、组织、文化等行动学习工作，共同明确未来的战略领域和战略目标，预计在一年左右时间形成更清晰化的目标。

#### **9、中药材价格上涨对公司的影响，以及应对举措？**

**答：**药材市场的价格波动受到多方面因素的影响，包括供需关系、季节性和地域性差异等因素，整体价格呈上涨趋势。目前，对华润三九影响比较小，昆药总体稳定但有一定影响，差别主要在于管理精细化方面，华润三九在前端集中采购、产地合作等方面有比较好的经验；昆药刚加入三九，目前已按计划组建了相应的团队，帮助昆药提升相应的管理能力相信昆药未来对原材料管控能力会有更好表现。

#### **10、公司新品种引进一般有哪些方式？请介绍下近两年以来公司引入或自研一些新品种情况？**

**答：**十三五中期以来，公司持续加强管线构建，采取了多元化方式不断引进产品，包括自研、并购、投资参股、产品权益引进、代理等，过去几年在各个方向都有一些成果。并购方面完成了昆药、澳诺等项目。引进产品方面，多数产品处于临床阶段，例如 ONC201，主要针对 H3K27M 突变型胶质瘤，目前在美国处于临床 III 期阶段，在国内处于临床 I 期阶段；QBH-196 是多靶点抗肿瘤的小分子化药，目前在临床 I 期阶段。部分产品进入商业化阶段，例如赛比普是国内首个原研五代头孢菌素，对耐药菌、阴性菌有较好疗效，前几年因全球供应链原因上市时间延长，目前希望通过国谈进入医保；淋巴示踪剂复他舒，甲状腺肿瘤和乳腺癌 2 个适应症均已上市，填补了临床空白，针对胃癌的第 3 个适应症正在临床 III 期阶段。过去几年公司也开展了系列 CSO 合作，包括与史达德合作引进了呼吸领域的产品；和赛诺菲在易善复的基础之上在抗过敏等产品领域也开展了合作；公司与智核生物合作引入了获得智舒嘉®（重组人促甲状腺激素（rhTSH））。自研方面，公司近几年也陆续上市了一些仿制药，补充产品管线。公司基于



现有业务基础，通过多元化的方式补充产品管线。

#### **11、公司和昆药股权激励进展？未来天士力股权激励的可能性？**

**答：**股权激励是重要管理工具，三九未来也将根据科改要求，争取适时推出二期激励计划。

对于昆药、天士力实施股权激励，公司是鼓励支持的。

#### **12、后续公司分红的预期如何？**

**答：**公司坚持贯彻股东利益导向，过去几年公司现金分红比率稳步提升，21、22年提升到40%左右，23年进一步提升到50%以上。围绕成为行业头部企业的战略目标，公司内涵式和外延式发展并进，并妥善做好分红安排，积极回报股东。公司积极响应国资委和证监会对上市公司高质量发展的要求，制定并发布了质量回报双提升的行动方案，后续会围绕已公布的方案推进公司质量和回报的双重提升。

#### **13、公司积极开展并购也有很多成功经验，如何提高并购整合成功概率可否分享相关经验？**

**答：**公司开展并购紧密围绕战略方向，并会关注是否能够助力公司战略目标更快实现、是否能够有整合空间、是否能够有价值发现等方面，公司对投资并购的管理体系也是非常成熟和严谨的。

#### **14. 院内中成药集采的影响？公司后续对中药处方药的整体规划？有哪些值得期待的产品布局？中药创新药的机会点在哪里？**

**答：**华润三九经历了化药和中成药以及配方颗粒的集采，针对集采已形成了更加成熟的管理方式，公司应对也更加从容。中药处方药是公司的发展业务，有清晰的规划和实现的路径。未来公司处方药围绕“3+N”战略方向，继续加大研发投入，丰富产品线，推出新品并优化现有产品组合。8月初公司公告了和天士力的合作，代表了管理层对中药处方药未来“十五五”的表现有期待。产品层面，处方药还是要回归以治疗为中心。

而中药创新药蕴含机会在于：1) 党中央高度重视、大力支持中医药发展；2) 相关主管部



门相当有为，出台了多项政策，促进中医药传承创新发展；3）群众需求比较强，中药创新药及其他中医药产品和服务整体上物美价廉。这些机会点我们也会认真分析把握，公司也对中药处方药未来“十五五”的表现充满期待。

**15. 公司对于配方颗粒业务未来毛利率及净利率的展望如何？公司如何应对市场竞争加剧、环境变化及配方颗粒集采影响？**

**答：**配方颗粒业务经历国标和集采等政策影响，未来的毛利率和净利率展望仍有一定挑战。公司也对未来业务的发展做了相关举措。一是将配方颗粒业务对公司整体业绩的影响争取控制在最可控范围。二是配方颗粒作为中药饮片的补充，未来市场仍具有潜力，公司将利用试点企业的先发优势，争取在竞争激烈的市场中保持相对领先的地位。

**16. 公司主要产品价格体系情况以及后续是否还有提价计划？**

**答：**提价并不是公司推动业务长期增长的主要策略。公司更注重以消费者和患者为中心的业务宗旨。对于 OTC 核心品种，公司会考虑原材料涨价等因素，适度进行提价以覆盖成本上涨的影响。在提价过程中，公司会充分考虑患者的接受程度。同时，公司将持续进行产品升级，打造专业品牌，推出更好体验的品种，以实现品牌价值。

**17. 公司在成功打造一个明星产品后形成的护城河最重要在什么地方？**

**答：**公司的竞争优势主要体现在品牌和渠道。品牌帮助消费者提升选择效率，渠道帮助消费者更便捷地购买。此外，公司在产业链效率和行业领导地位方面也构建了优势。通过持续贯彻创新、质量、效率管理主题，公司逐渐形成综合竞争优势。长期以来沉淀下来的综合能力，加上产业链运营效率、高绩效团队等，这些综合因素共同构成了公司的护城河。

**18. 如何看待药店客流转向基层医疗的趋势以及对公司的影响？公司在基层医疗渠道未来有何战略布局？**

**答：**公司观察到药店客流和处方外流流向基层医疗的趋势，对此已建立专业品牌业务团队

进行相关业务探索和机会把握；并针对具体政策和市场演变开展了专项跟踪和研究。公司将不断研判行业机会，并制定相应策略。

**19、公司如何看待院外渠道在医保政策压力下的变化，对于公司业务有哪些影响？**

**答：**医保政策推动引导行业高质量发展。处方外流是一个长期趋势，有望给零售市场带来长期的增量和机会。院外市场是零售市场的重要组成部分，对我们的业务比较关键，公司高度关注市场演变情况，并有专项研究和应对措施，积极捕捉未来发展机遇。

**20、公司感冒等大单品目前收入体量以及未来增长预期？CHC 还有哪些有亮点的大品种？**

**答：**上半年公司紧随市场趋势，捕捉感冒品类发展机会，有比较好的表现。全年来看，预计感冒品类年度计划可以如期完成。公司 CHC 业务希望做到全域布局、全面领先，争取在广泛的品类竞争中胜出。对于大单品，公司要求持续布局并推动发展。这几年，CHC 业务中，核心的感冒、皮肤、胃药，以及肝病、补钙等领域都是有很好的成长表现，未来将围绕“大品种-大品牌-大品类”的思路持续推进，持续落实 CHC 业务全域布局、全面领先的策略。

**21、面对未来线上购药趋势的加快，公司怎么调整自己的商道体系？公司对于电商客户和零售客户的商业合作是否有侧重点的变化？**

**答：**线上购药从长的时间维度来看增长趋势非常明显，我们也在密切跟踪观察。三九商道是商业优质客户的集群，线上购药系统也是三九商道的重要组成部分。零售渠道覆盖核心客户群体，是广覆盖；电商渠道在某些品类的推广覆盖，以及满足客户即时性、便捷性需求等方面会有一定侧重；不同渠道未来会遵循良性竞争原则；公司关注消费者需求和体验，也会和客户共同探讨如何做好消费者购药的服务。

**22、看到公司上半年 CHC 业务以及利润快速增长？公司对全年增速目标展望？**

**答：**上半年，在复杂多变的市场环境下，公司取得较好成长。CHC 业务核心能力进一步加强，取得高于行业平均的增长；处方药业务处于调整期，管控有效，应对适宜，有效保障经营

质量。展望全年，预计发病率变化、部分行业政策推行及外部环境变化可能对公司的经营活动带来一定不确定性，对此，公司已拟定了具体的应对措施。2024 年公司预计营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位数增长目标，匹配相应合理的利润增速。

**总结：**明年是十四五最后一年，公司十四五营收翻番的战略目标有望顺利完成；天士力项目如按计划顺利推进，十四五目标有望超额完成；华润三九将在 OTC 第一的基础上进一步成为中药行业领军企业。未来，华润三九将定位为以 CHC 为核心业务的医药健康控股集团，致力于成为医药行业头部企业；天士力合作达成后，将以处方药作为核心业务，致力于成为创新中药领导者；昆药将以三七产业链和精品国药为核心业务，致力于成为银发健康引领者。我们将一如既往地进取有为、持续成长，为股东和投资者持续创造价值。最后感谢各位投资者长期以来对公司的关心和关爱，公司热切的期待投资者能够陪伴公司共同成长，谢谢大家。

附件清单

-

(如有)

日期

2024/8/26