

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：2022-027

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名 称 及人员姓名	华安基金、华泰柏瑞	
时间	2022年4月7日	
地点	综合办公中心	
上市公司 接待人员姓 名	董秘	
投资者 关系活动 主要内容	<p>1、配方颗粒国标推进情况？未来收入、盈利能力等可能变化？</p> <p>答：目前配方颗粒省标及国标备案推进速度偏慢，各省政策差异比较大。公司采取一省一策做应对方案，预计今年二季度配方颗粒价格调整及销售趋势会更清晰。</p>	

介绍

配方颗粒国标品种的成本提升幅度比较明显，国标标准定的比较高。新旧国标切换过程中，预计今年上半年收入增长会受到一定影响，全年增速预计较以往年度略低。

2、配方颗粒集采预期推进的时间线？

答：公司积极支持国家集采政策，目前中药集采在试点中，山东集采主要针对饮片和配方颗粒。目前国家层面发布的配方颗粒标准不到 200 个，未来还会持续增加，是一个渐进的过程。基于现有国标品种数量较少的情况下，预计短期内配方颗粒业务集采会以试点的形态来做。预计配方颗粒标准发布到 400 种后，满足基本医疗需求的情况下，可能会推进集采。

3、公司中药注射剂参附等的规模？

答：近年来公司注射剂业务处于相对稳定的状态，目前中药注射剂在公司业务中占比约 4%，参附作为独家品种销售规模最大。

4、公司代理诺泽的原因及集采情况和未来发展情况？

答：诺泽的产品力较强，学术基础好，安全性和疗效得到了多年的验证。同时预填充注射笔使用方便，可以室温保存，注射时会减少痛感，优势突出，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，公司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。诺泽未中选广东集采。未来仍将作为潜力品种重点推广，主要是：诺泽产品本身具备较好的优势，公司已基于对患者的服务建立了客户服务体系，未来可拓展更多的人群从而实现增长，我们对市场的发展空间比较有信心。

5、大健康业务情况及未来方向？

答：大健康业务关注消费者的新需求，如健康美丽和治未病。公司也在适时推新品种，如在美丽方向推出了桃白白的品牌，在预防领域推出了维矿类品种等。未来，公司

将持续关注线上需求，构建新品牌。从战略上，公司希望能形成规模化的大健康产业。

目前大健康业务还是在尝试阶段。

6、感冒灵受疫情影响情况？

答：2020年公司感冒品类受到疫情爆发影响，增速有所下降。去年和今年一季度情况来看，没有产生较大影响。近两周疫情管控区域有所扩大，但是线上业务受限相对少一些。公司也在持续关注疫情持续时间，如短期控制有成效，对业务的影响则较小。

7、公司业务毛利率下降原因？

答：公司业务毛利率下降主要是结构性因素影响，如抗感染业务集采后销售额和毛利率均明显下滑。

8、公司新渠道发展策略和产品策略？

答：公司积极推动线上业务布局，在新零售渠道布局相对完整，包括京东、阿里等电商平台，互联网医疗平台，O2O，B2C等领域，我们都有非常深入的合作。同时公司和传统药店客户也在不断共建线上线下赋能系统。公司成立数字化业务中心统筹线上业务发展，不断加强线上业务自运营能力，线上部分店铺将逐渐转为自营模式。公司也会有越来越多更适合线上业务产品销售的推出。产品维度上，近几年公司不断调整产品结构，O2O业务的快速发展给传统产品提供了很多的线上销售机会，易善复、澳诺等产品线上表现均较好。大健康领域也在不断推出新品，逐渐培养出一系列适合线上发展的产品。未来希望线上业务占比达到10%左右。

9、目前是否有关注意到药店终端处方外流的趋势？

答：公司关注到处方外流的趋势并努力抓住机会，1、将持续加强外部合作引入适合的产品 2、在研发管线中储备一些在零售渠道有品牌化运作机会的产品。同时，公司CHC业务中的专业品牌和康复慢病业务线业务模式逐渐成熟，将承接处方药在零售市场的机

会。

10、请问未来 2-3 年公司销售费用率的变化趋势如何？

答：公司对费用管理越来越精细化，随着营收规模扩大，营销费用投放效率有所提升，未来各业务销售费用率预计稳定中会小幅下降。此外，集采推进也会带来费用率的下降。

11、公司各板块未来 2-3 年增速目标和驱动因素？

答：公司计划到十四五末期营业收入实现翻番，业务的增长中同时考虑了外延式增长带来的增量。内涵增长来看，CHC 业务方面，品牌 OTC 中感冒品类未来仍具备成长机会和空间。儿科品类除 2020 年受疫情影响外，整体增长较好，并购的澳诺业务实现了快速增长，公司也在持续对澳诺业务开展产品和品牌升级，培育澳诺线上业务能力，并围绕澳诺品牌引入更多的儿童健康领域产品。易善复以及大健康业务未来都有比较好的增长潜力。皮肤、胃肠、骨科品类未来预计也将保持良好增长。此外，公司也在持续丰富、优化产品结构，如皮肤健康管理类产品推出针对儿童敏感肌的顺峰宝宝系列产品，针对成人皮肤护理的维柔系列产品等。骨科贴膏类产品也在持续改进技术，引进如龙角散等新产品，未来均具备增长潜力。

处方药业务方面，国药业务中目前主要以配方颗粒业务为主，饮片业务占比较低。目前配方颗粒省标及国标备案推进速度偏慢，各省政策差异比较大，预计业务一季度增速将有所下降，但是总体在预期中。未来几年配方颗粒业务仍具备较好的增长潜力，主要是 1、随着医疗终端的进一步放开，市场持续扩容 2、产业链较长，品种数量较多，新国标标准较高等因素，提高了业务壁垒，预计未来竞争格局会相对有序。此外预计集采全面推行将在 2-3 年后。其他处方药业务政策影响已经基本到底部，抗感染业务目前占营收比重已下降到 6%。同时，处方药产品结构也基本调整到位，在复他舒，五代头孢

	等新产品带动下，抗感染业务今年预计会实现双位数增长。现有其他业务如易善复、骨科天和系列，诺泽等产品未来在医院市场还有比较好的增长机会。
附件清单 (如有)	-
日期	2022/4/7