

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：2022-031

<b>投资者关系</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
<b>活动类别</b>	<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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	华夏基金、南方基金、国金证券等证券、投资机构分析师	
<b>时间</b>	2022年4月20日	
<b>地点、方式</b>	综合办公中心，电话会议、现场会议	
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董秘	
<b>投资者关系活动主要内容</b>	<b>1、疫情对公司一季度影响和二季度展望？</b> <b>答：</b> 一季度整体而言没有产生较大影响，部分地区处方药及感冒药销售受到一定影响。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	

## 介绍

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带来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。

### 2、公司线上业务发展情况和未来发展规划？

答：公司高度重视线上业务发展，公司新渠道覆盖相对完整，包括平台电商（阿里、京东、拼多多）、O2O、互联网医疗、垂直电商等都有非常深入的合作，近两年也加大和抖音等平台的合作。同时成立数字化中心和专业化团队，经过几年的运营，公司建立了基本的电商运营能力，今年陆续开始自营部分店铺；和互联网医疗企业如平安好医生也开展战略合作，通过互联网+医+药的模式，提供产品和后续服务。同时，通过和O2O平台合作赋能线下连锁，资源共享，推动业务发展。近年来不断调整产品结构，推出更适合线上销售的产品，近年来易善复、澳诺葡萄糖酸钙锌口服溶液、龙角散，大健康业务等线上增速较快。线上是和消费者沟通非常直接且重要的渠道，对公司发展增长有非常重要的带动作用，十四五期间，数字化转型也是公司重要的发展方向，预计未来线上业务有望达到10%左右。

### 3、公司感冒类产品对于竞品的竞争力？

答：对于CHC产品而言，清晰的产品定位、强品牌驱动以及渠道覆盖广度都是非常重要的因素。999感冒灵定位普通感冒领域，过去几年一直在强化品牌打造和推动品牌年轻化，采用了一些创新的品牌模式，从最早的冠名到影视剧植入，到开展一系列品牌活动，目的是和更多的吸引年轻人群和其建立沟通关系。同时，公司渠道覆盖广泛，感冒灵线下传统渠道覆盖超过40多万家药店，同时也在持续拓展线上渠道，因此预计未来感冒品类还是有比较好的增长潜力。

### 4、CHC业务未来增长逻辑？

**答：**CHC 核心业务能力基本具备，未来增长逻辑：1、不断强化品牌，品牌是业务发展的核心要素，品牌的背后是高品质的产品和良好的使用体验。公司在品牌之下会进一步细分品类，满足患者在疾病诊疗过程中全程的健康管理需求，并不断引入产品，丰富产品线。公司也在陆续补充一些新产品，如龙角散和抗病毒口服液等。2、不断拓展新渠道。过去几年公司也在持续布局新渠道，近年来线上渠道销售占比快速提升，虽然目前线上业务在公司占比有限，但是公司在不断通过产品结构调整和专业团队打造以适应未来线上业务发展趋势。3、抓住行业变革机会，希望实现行业优质资源整合，引入有市场潜力的品牌，帮助业务实现更快增长。

#### **5、儿科业务去年增速较快，未来业务的增速目标？**

**答：**公司儿科业务主要包含三个细分品牌：999 小儿感冒系列未来将不断巩固品牌增强竞争力。好娃娃品牌近年来在陆续做品种优化工作，预计未来业务将实现良好增长。澳诺业务过去两年均实现快速增长，未来仍具备增长潜力，主要是公司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。

#### **6、公司未来销售费用情况？**

**答：**过去几年公司费用率有所下降，一方面是受业务结构的影响，处方药部分产品受集采影响下降较大，且处方药业务销售增速慢于 CHC 业务，使得公司费用率有所下降。另一方面，公司 CHC 业务中核心品类随着营收规模扩大，营销费用投放效率有所提升。此外，处方药自营模式占比不断提升预计也会带来费用率的下降。过去几年公司对费用管理越来越精细化，预计各业务销售费用率稳定中会小幅下降。

#### **7、集采对公司处方药业务的影响？**

**答：**集采已常态化，公司积极支持集采制度推行并做好相关准备。公司抗感染品种

的集采影响已基本减弱。中药集采目前在试点过程中，未来预计将会有一轮扩面，更多的省市将跟进集采。从中药集采的品种上来看，公司主要的品种都已经纳入广东和湖北联盟集采，从目前广东和湖北联盟集采结果来看，中成药集采产品降幅较化药集采相对温和，产品价格降幅基本在预期中。比较关注的品种如血塞通软胶囊、易善复零售占比较大，且业务预计未来增长机会来自于零售市场。广东集采中公司产品诺泽未中选，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。

#### **8、处方药业务未来增长潜力？**

**答：**处方药业务方面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约 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。现有产品如易善复、骨科天和系列，诺泽等有比较好的增长机会。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正在推进，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。同时，公司现有研发管线中，未来也陆续会有一些产品上市补充增量。

#### **9、配方颗粒新旧国标切换之后 Q2 有可能恢复常态化增速吗？2022 年预期增速？**

**答：**配方颗粒业务今年由于新旧国标切换会有一些影响，全年增速有不确定性，预计较以往年度略低。一季度配方颗粒省标及国标备案推进速度较慢，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。预计明后年业务将保持良好增长态势。

**10、十四五期间，对中药传承创新类的产品比较支持，我们经典名方产品规划？**

答：公司重视中医药创新发展，经典名方是重要的研发方向之一，目前在研经典名方 20 余首。今年初完成了首个经典名方颗粒项目的注册申报，未来还会持续强化经典名方立项。经典名方方剂来自于国家发布的经典名方目录，是有多年人用经验的传统方剂，因此研发周期会相对快一点。预计今年下半年还会有产品进入注册申报阶段。

**11、公司研发投放指引？未来研发方向？**

答：公司非常重视研发创新工作，过去几年新品立项数量持续增加，研发投入强度也在持续增长，未来研发围绕主要业务领域。CHC 在核心领域开展规划和立项，同时关注数字化、线上、老龄化新需求带来的市场机会，在这些领域也会开展系统规划和立项工作。处方药领域会持续在核心管线上强化管线规划和新品立项。公司也围绕创新中药、经典名方、院内制剂等领域开展中医药创新工作。预计十四五研发投入强度持续加大。

**12、公司外延并购项目关注点？**

答：外延发展主要围绕战略领域开展，CHC 业务重点关注有影响力的品牌及消费升级方向的产品，帮助公司尽快实现全域布局。处方药方面关注：1、中医药领域具备独特资源的产品和有潜力的业务 2、关注创新药机会 3、有一定壁垒的仿制药品。

附件清单

-

(如有)

日期

2022/4/20