

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：2022-046

<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>	深圳笃道投资有限公司等机构及个人投资者	
<b>时间</b>	2022年6月17日	
<b>地点、方式</b>	综合办公中心，现场会议	
<b>上市公司接待人员姓名</b>	证券事务代表	
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>1、中成药集采对公司的影响？</b></p> <p>答：目前公司业务中 CHC 业务占比已超过 60%，处方药业务占比超过 30%。公司积极支持国家集采，以化药为主的抗感染业务中的大品种目前已经都纳入集采，影响已在以前年度体现。中药集采目前在试点过程中，公司主要品种，如中药注射剂等，在湖北、广东的集采试点中已有涉及。中药注射剂在公司营收占比已降至 4%左右，血塞通软胶</p>	

囊等品种价格降幅在预期中，且零售市场占比已超过 50%，预计中药集采会给公司营收带来一定影响，公司将通过优化推广活动，提高销量及控制营销费用降低相关影响。

## **2、2022 年 Q1 销售费用率下降原因，全年费用率情况？**

**答：**2022 年一季度销售费用下降主要是结构性因素的影响。一季度 CHC 业务占比明显提升，CHC 业务整体费用率较低，通常公司 1 季度 CHC 业务费用率在全年相对较低，四季度较高，主要是进入冬春之后，感冒品类发病率提升且四季度节日比较多，费用投放增加。一季度处方药业务费用率有所降低，主要是：1、疫情影响下，部分地区学术活动推广受到限制；2、处方药 1 季度由于销售进度受疫情影响趋慢，费用管控也会相对严格。接下来的几个季度，预计 CHC 业务的销售费用率会相较 1 季度略有上升。预计处方药业务费用率随着业务增速的逐渐恢复将有所增加。全年预计各业务线销售费用率将稳中有降。

## **3、公司收购昆药业务的考量和协同性？**

**答：**公司认为昆药集团业务及团队基础都比较好，和三九在业务上有很强的协同价值。过去几年昆药业务结构持续优化，口服占比不断提升，院内外布局结构在不断完善。品牌打造方面，未来双方可以相互赋能，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。在三七产业领域，可以整合双方的资源，推动全产业链发展。同时，利用三九在管理、渠道、产业方面的资源，为昆药集团进一步赋能，提升昆药的竞争优势和运营效率。

## **4、后续解决与昆药的同业竞争安排？**

**答：**昆药集团三七产品和三九现有的业务有一定重叠，医药流通业务和华润医药集团的医药商业有一定重叠，计划在收购后 5 年内解决同业竞争的问题，解决的方式可以多样化。公司坚持聚焦核心业务，将尽快与昆药团队就未来发展战略及目标形成共识，

将在清晰业务定位基础上，并结合市场环境确定解决同业竞争的具体方案和计划。

#### **5、公司创新药研发进展？经典名方上市获批情况？**

**答：**过去几年公司非常重视研发创新工作，新品立项数量持续增加，研发投入强度也在持续增长。主要是围绕核心领域布局管线，仿创结合，也高度关注中医药传承创新发展，包括创新中药、经典名方、院内制剂等。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，预计今年下半年还会有产品进入注册申报阶段。

#### **6、商誉减值压力？**

**答：**公司每年会严谨评估减值风险，总体来讲现有项目没有大的减值风险。此前，商誉减值主要是众益，其核心品种进了国家集采，影响超出此前预期。

#### **7、公司十四五提及营收翻番，具体的收入利润规划？**

**答：**公司十四五的目标以 2020 年为基数，实现营收翻番，目标达成综合考虑了内涵式增长+产品引进和并购机会。公司具备整合行业优质资源的经验，团队的能力也在增强，希望利用十四五期间行业变革时期能抓住整合优质资源的机会。

公司在十四五营收翻番的目标指引下，部署年度业务目标，并希望盈利能力匹配营收增长。

#### **8、公司业务中有所期待的潜力产品有哪些？**

**答：**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。此外公司也在持续补充适合线上销售的产品。

处方药业务方面，新品复他舒，五代头孢将有快速增长空间；现有产品如易善复、骨科天和系列，诺泽等也有比较好的增长机会。

在研发创新方面，CHC 业务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。公司也高度关注中医药传承创新发展，主要围绕创新中药、经典名方、院内制剂等领域开展中医药创新工作。

### **9、公司如何降本增效？**

**答：**近年来，公司在智能制造、精益化生产方面做了很多工作，同时对于采购体系也在持续优化。未来，公司除内部挖潜也会考虑适度提价来覆盖成本上涨。

### **10、公司近年来毛利率下降的原因？**

**答：**过去几年公司毛利率有所下降主要是受业务结构的变化以及成本上涨的影响。

1、整体业务中毛利率相对较高的抗感染业务处于下滑的状况，影响了公司整体毛利率水平。2、原材料、能源、人工等价格上涨，对毛利率有一定影响。

### **11、请问公司感冒品类未来是否仍有增长潜力？**

**答：**感冒品类过去几年发展得较好，市场份额不断提升，长期来看，我们认为仍具有较好的成长空间。主要在于 999 品牌力较强，且线上渠道发展对于品牌集中度提高有促进作用。未来，感冒品类有机会进一步提升市场份额；同时，公司不断细分品类并补充产品，逐渐向预防、健康护理领域拓展，开展“感冒+”业务，如结合疫情预防需求，适时的推出 999 感冒灵+999 抗病毒口服液，形成感冒用感冒灵、预防疫情用抗病毒口服液的组合。同时，公司推动感冒+消杀类的销售，包括 999IDAI 口罩和一系列消杀品种，如洗鼻水等。公司也会结合疫情防控形势变化，适时推出产品+服务的相关安排。希望通过这些举措，持续推动感冒呼吸品类的增长。

---

**12、公司渠道库存状况？**

**答：**华润三九非常重视经营质量，库存管理非常严格，也有非常好的管理系统来支持。公司渠道库存总体保持健康合理水平，不同业务产品的渠道库存期限不一样，整体周期在 2 个月左右，部分产品如澳诺产品的渠道库存很短。

**附件清单  
(如有)**

-

**日期**

2022/6/17