

证券代码：000999

证券简称：华润三九



投资者关系活动记录表

编号：2022-012

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	华商基金、中金基金	
时间	2022年1月26日	
地点	网络会议	
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>尊敬的各位投资者，大家好!</p> <p>首先向各位投资者汇报一下公司 2021 年前三季度业绩经营情况和股权激励计划方案。</p> <p>华润三九是华润医药旗下的业务平台，主要聚焦 CHC 健康消费品业</p>	

务和处方药业务。CHC 业务是公司的核心业务,主要通过品牌的运作能力、渠道的拓展,以及不断的引入新产品,来推动业务的增长。处方药业务主要包括两块,核心治疗领域的处方药业务以及中药配方颗粒业务;处方药业务是公司的发展业务,在学术推广方面为 CHC 业务赋能。从 2021 年前三季度的情况来看,公司实现营收 111 亿,同比增长 19%;归母净利润 11.7 亿,同比增长 10%;扣非后的净利润同比增长 18%;经营性现金流 17.66 亿,状况良好。从营收的构成来看,CHC 业务占比超 60%,处方药业务因受政策和环境的影响占比下降,约占整个业务的 30%。

CHC 业务的核心品类,包括感冒、皮肤、胃肠、儿科、骨科、肝胆等,以及正在发展的大健康业务和康复慢病业务。公司通过不断强化品牌以及拓展新的渠道、提升市占率,引入新产品等方式,CHC 业务去年总体表现不错,其中感冒品类实现快速增长。皮肤、儿科和胃肠品类表现也非常好;尤其是儿科领域,澳诺的产品表现非常优异,疫情期间收获了 20% 的增长,去年实现了更快增长。同时,公司过去几年也是不断地引入新产品,比如 2017 年开始推广的易善复,这 5 年时间内,在零售以及医疗渠道均有非常好的表现。易善复线上业务在去年双十一相关类目的销售排名中排第一。公司去年 8 月开始正式销售龙角散,双 11 的表现非常不错。总体来说,公司会不断的通过强化品牌、拓展渠道以及引入新的产品来实现整个业务更好的增长。

处方药业务在过去几年受政策影响较大,包括中药注射剂受到限辅的影响,抗感染业务受限抗、集采的影响,以及 2020 年疫情对于整个处方药业务的影响,处方药业务的占比这几年在下滑。过去两年受到影响最大



的是抗感染业务，通过对产品结构的调整，预计今年会扭转下滑的趋势，整体实现两位数的增长。处方药业务中也有一些产品表现不错，比如易善复、骨科的天和系列贴膏在处方药渠道的增长非常快速；诺泽产品第一个合约年目标也是完成的非常理想，未来有非常大的市场潜力。二类新药复他舒去年正式上市。五代头孢主要是受欧洲疫情，产业链有一定调整，预计今年正式上市销售。所以，在这些新产品以及一些成长性良好的产品的带动下，处方药业务今年预计会有较好的表现。

处方药另一块业务是配方颗粒业务，前三季度保持了快速的增长。去年 11 月 1 日中药配方颗粒新国标实施，短期内业务会有一些的波动；但是从长期来看，随着市场的逐步放开，医疗终端的拓展，市场的容量也会进一步的放大。但是，新国标实施也会带来成本的上升。公司一方面会通过提高产业链的运营效率，内部挖潜，来降低成本上涨的影响；另一方面也会进行一定的终端提价，来覆盖成本上涨的影响。同时，配方颗粒的监管相对严格，所以我们预计未来的竞争格局不会出现剧烈的变化。

以上是公司相关情况的介绍，谢谢大家。

1、原材料涨价对公司成本影响？

答：随着原料、辅料、人工价格的持续上涨，公司一方面通过内部挖潜，如采取更灵活的采购策略、成本控制措施等方式来降低一部分成本上涨的影响。同时公司一些品种具备一定的提价能力，比如 CHC 的核心品种，每年还会做一些小幅的提价，可以基本覆盖原料上涨的影响。配方颗粒业

务方面品种数量多，面临原材料成本上涨影响，今年还面临新国标实施后带来的明显的成本上涨，公司希望通过内部挖潜和适度提价来抵消成本上涨的压力。

2、公司产品提价趋势和策略？

答：OTC 产品价格比较市场化，公司有一定提价能力；处方药成药业务受到招标采购的影响，不具备价格调整的主动权。配方颗粒随着前端药材涨价后，后续配方颗粒会有适度提价。公司 OTC 产品的提价分两种，一是核心品种由于上市多年价格都没有发生变化，但成本已上涨很多，所以对这一类产品会陆续进行小幅提价，主要是覆盖成本上涨的影响，同时实现品牌价值，提价的过程中会充分考虑患者的接受程度。二是培育中的成长品种，随着产品品牌力提升，有逐渐提价的过程；同时，公司不断升级产品体验，改进工艺及包装设计，相应也会对价格做一定提升。这类产品的提价频率和幅度不同于核心品种，会根据市场接受程度定价。

3、配方颗粒业务的提价幅度，定价策略，以及集采政策等的影响？

答：公司对于新标品种的定价会有适当调整，但也会考虑终端的接受能力，同时，公司也会持续优化成本及费用管理，以降低成本。

公司积极支持集采政策，对于山东省正在推进饮片和配方颗粒带量采购，公司正在积极关注细则等内容的出台。目前国标品种数量相对较少，同时在医院是通过智能中药房来服务产品销售，因此，基于现有国标品种数量较少的情况下，预计短期内积极全面推进集采可能不完全成熟。未来

国标品种数量达到一定规模，更有利于进行集采的探索。

4、中药配方颗粒业务壁垒以及未来增长空间？

答：配方颗粒业务具有品种数量多、需要建立全产业链能力、搭建溯源体系，终端方面需提供产品+服务综合解决方案等业务特点。新国标实施后，医疗终端进一步放开，对厂家来讲可以覆盖更多的医疗机构，市场容量会放大。但是配方颗粒业务对企业全产业链能力等方面要求比较高，从药材采购到饮片加工、制剂生产均有较严格的监管，品种要建立溯源管理体系，不是所有生产厂家都具备这样的能力。此外新国际实施带来一定的成本上升，业务投入会比较大，对于厂家盈利能力会有一定影响，也会降低新厂家进入的意愿。目前来看，竞争格局未出现剧烈变化，长期来看会出现多家全国性厂家以及部分地方优势企业，竞争格局有望处于相对有序的状态。

公司在配方颗粒业务上已具备较好的产业基础，构建了全产业链能力。随着配方颗粒业务政策放开，在提升现有终端效率的同时，可以进一步拓展到更多终端。未来业务发展方面，配方颗粒业务对于传统饮片的替代率还有一定的提升空间。此外，中药材长期有涨价趋势，以及新国标实施后带来成本较大上涨，因此未来业务还会有一定提价的可能性。配方颗粒业务未来 2-3 年将实现较好增长。

5、公司药材基地建设情况？

答：关键核心的药材公司建立了自己的生产基地，其他的主要为市场



化采购。

6、其他处方药业务（除配方颗粒业务）受中成药集采影响的情况？

答：公司积极支持国家集采政策，以化药为主的抗感染业务中的核心品种目前已经都纳入集采，未来受集采影响较小；中药集采湖北的结果已经公布，三九有四个品种积极参与了报价，三个是注射剂，一个是口服产品（口服产品在零售市场占比较高），最终有 1 个注射剂品种中选。湖北集采结果来看，目前受影响品种在公司营收中占比约 2%左右。接下来广东中药集采包括参附注射液这一独家品种，预计集采对价格有一定的影响，但销量会有增加，总体能保持一定盈利能力。由于中药注射剂在公司业务中占比不高，集采的影响不会像之前抗感染业务那么显著。

7、CHC 业务未来成长性？

答：CHC 健康消费品业务市场化程度高。对于三九来讲，CHC 业务未来成长来源于：1、持续强化品牌，提升市场份额，适度提价实现品牌价值；2、拓展新渠道覆盖，目前公司线上业务发展良好；3、引入更多的产品和品类。CHC 业务未来具备良好的成长性。

8、公司大单品感冒灵、三九胃泰的成长性？

答：感冒品类目前是最大的品类，近年来总体增速较快（除 2020 年受疫情影响外）。感冒品类未来增长的主要来源：1、强化品牌，提高市占率，并具备一定的提价空间；2、拓展线上渠道，线上业务有市场份额提



升的机会；3、持续引入新品牌和新品种，发展品类。胃药品类方面，三九胃泰这个产品受到药材资源的制约，规模一直比较稳定。公司积极打造三九胃泰品牌，将三九胃泰品牌系列化，旗下有产品温胃舒、养胃舒，实现品牌价值最大化。

9、公司目前销售渠道中，线上占比多少？

答：公司重视线上业务发展，在国内布局较早，与包括平台电商、O2O业务以及与互联网医疗企业都有密切的合作关系。过去几年线上业务金额提升较快，但占比仍不是很高，目前占CHC业务的4%左右，希望未来线上业务占比持续快速提升。目前在构建线上业务的能力以及推出适合线上运营的产品，公司也建立了数字化中心来统筹线上业务的发展，各个事业部也都有电商的团队，积极拓展线上业务。

10、公司现金流状况？公司并购、引入产品方面布局？

答：公司非常重视经营质量，经营性现金流一直保持稳健良好的状况。未来公司会围绕战略方向开展并购和产品引进。过去几年公司也在多元化布局产品，在产品引进方面也取得了一些积极进展，CHC业务方面，引入的易善复、澳诺产品都取得快速增长，处方药业务中近年来新上市/引入的产品包含诺泽、五代头孢、复他舒等，此外目前公司也有一些陆续在沟通中的项目。CHC业务方面，公司关注新的品牌，并在现有品类中引入细分代表未来方向的产品，处方药业务中关注有差异化临床价值的产品，包括创新药，有特色的中药产品，有壁垒的仿制药产品等，引进模式方面也

是多元化，并购、战略合作，产品方面合作等，希望能够通过更多元化方式快速丰富产品。公司也将持续关注国际化产品的机会。

11、在中药研发方面，公司有哪些布局？

答：国家大力支持中医药的传承创新发展，华润三九遵循中医药发展特色，制定了围绕“创新中药+经典名方开发+院内制剂开发”的中医药长期研发规划。在创新中药上，关注产品临床科学价值；在经典名方开发上，持续加大遴选与立项力度，开展物质基准等相关研究，目前在研经典名方二十余首，部分在研品种已完成申报资料；在院内制剂上，积极进行系统筛选，开始产品立项。

12、公司股权激励目标设定的对标考核实现是否有压力？

答：对标指标很有挑战性，公司希望在现有业务增长的同时，通过产品引进、并购等方式来实现业务更快增长。同时也会密切关注对标公司的业务增长情况。

13、2022 年业绩指引？

答：2022 年 CHC 业务方面将通过强化品牌、拓展新渠道以及引入新的产品等方式来实现整个业务更好的增长。处方药业务中原有受影响较大的抗感染业务预计会有所回升。整体今年希望实现双位数以上的增长。此外，今年也是公司股权激励业绩考核的第一年，公司核心团队也会努力实现更高的业绩目标。

14、公司未来 3-5 年的战略规划？

答：公司制定了十四五规划，总体希望通过“品牌+创新”双轮驱动，实现公司高质量发展。CHC 业务作为核心业务，具有领先的品牌运作能力，一直处于健康发展轨道上，未来将不断强化品牌，引入更多新品，并拓展线上渠道，以保持良好的增长。处方药业务方面，原有业务影响已基本触底，未来业务可能还会受到一定集采等政策的影响，但影响程度可能会较前几年温和，预计处方药业务会实现较好的增长。

附件清单（如有） -

日期 2022/1/26