

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：2022-022

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩沟通会（电话会议） <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
参与单位名称 及人员姓名	兴业证券、易方达等证券、投资机构分析师
时间	2022年3月28日
地点	综合办公中心
上市公司 接待人员姓名	董事长 副总裁、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>公司副总裁、董事会秘书周辉女士向各位投资者介绍了公司经营情况。</p> <p>具体汇报内容如下：</p> <p>尊敬的各位投资者，大家好！首先向各位投资者汇报一下公司2021年度业绩经营管理情况。</p> <p>过去一年公司积极应对行业政策和市场环境的变化，聚焦主业持续进</p>

行创新转型，不断加大研发投入，提升智能制造水平和运营效率，努力实现了经营业绩的良好增长。同时公司的股价在 2021 年上涨了 39.99%，跑赢大市。2021 年公司实现营收 153.2 亿，同比增长 12.34%。其中 CHC 健康消费品业务实现营收 92.76 亿元，同比增长 17.72%，处方药业务实现营收 53.5 亿元，同比增长 2.76%，抗感染业务受到限抗集采等政策影响，业务在去年有较大幅度下滑，其他处方药业务增长良好，预计今年抗感染业务会在新品的带动下实现恢复性增长。2021 年公司实现归属于上市公司股东的净利润 20.47 亿元，同比增长 28.13%；归母扣非净利润 18.53 亿元，同比增长 38.81%；实现经营活动产生的现金流量净额 18.71 亿元，同比略有下降，总体保持稳健良好态势。

公司在创新、质量和主业方面不断推进，取得了良好的成果。

在创新方面，公司围绕战略方向，持续增加研发投入，加快创新体系建设，逐步提升创新能力，2021 年研发投入 6.31 亿元，占营业收入 4.12%，其中研发费用 5.6 亿元，同比增加 21.8%，新品研发投入占比显著提升，产品立项引进、经典名方研发等创新领域都有积极进展。目前公司在研项目共 71 项，主要围绕肿瘤、骨科、皮肤、呼吸、抗感染等战略领域，仿创结合，进行产品布局。2021 年公司引进用于改善女性更年期症状的一类创新中药，目前正在进行临床前准备工作；一类小分子靶向抗肿瘤药 QBH196 的研究进展也非常顺利，已经进入一期临床；二类新药示踪用盐酸米托蒽醌注射液”（商品名：复他舒）在报告期内也获得了药品注册证书，并且开始上市销售，是国内首个批准用于甲状腺手术区域引流淋巴结的示踪产品；H3K27M 突变型胶质瘤新药 ONC201 也在积极推进国内注册申报工作；

同时公司在仿制药注册和一致性评价开展等方面也取得了一定进展，如富马酸喹硫平缓释片、注射用头孢唑林钠获得药品注册证书，注射用头孢他啶、佐匹克隆片通过仿制药质量和疗效一致性评价。在中医药的传承、创新、发展方面，公司重点关注中药经典名方、院内制剂、配方颗粒等的研究。2021年在研经典名方20余首，向国家中药管理局申报的古代经典名方信息考证研究共30余项，并完成了首个经典名方颗粒项目的注册申报。

在品牌和数字化建设方面，公司持续进行用户观察和营销创新，借助数字化精准投放和品牌内容拓展品牌的影响力。2021年公司推出了999澳诺抖音话题挑战赛，并且上线了999品牌卡通形象——暖心治愈所所长“三舅”，有效提升了消费者的参与度，全方位体现品牌的温暖调性。公司新设立的数字化中心基于数据和市场分析，不断完善数字化渠道布局，建立了电商自营团队，进一步推动了品牌的发展格局，为线上业务发展打下良好基础。

高质量发展方面，2021年公司持续完善质量管理体系建设，提升质量管理水平，通过构建数字化的质量管理能力，做好品质控制和工艺技术提升等方面的工作，以保障并提高产品的质量水平。同时结合医药行业的特点和企业情况，完善碳排放管理的组织架构，对下属生产单元开展了碳足迹调研、碳政策培训，并编写了中长期碳排放的管理规划，提高能源利用效率和减少温室气体排放，确保公司能够实现健康可持续的绿色发展。

在公司业务发展方面，CHC健康消费品业务占比不断提升，2021年占公司营收达60.55%，处方药业务占营收34.92%。CHC业务是公司的核心业务，去年实现了较快增长，感冒用药品类通过不断强化品牌、拓展

线上渠道也实现了较快增长，皮肤用药不断完善产品布局，拓宽品类边界，取得了良好增长，胃肠用药通过品种升级的策略实现增长，骨科品类中的核心品种通过产品技术升级，如天和骨痛贴膏 PIB 剂型提升了撕贴的便捷性、部位可适性，改善了消费者用药体验，同时 999 双氯芬酸钠凝胶上市，进一步丰富了产品组合；儿科品类以品牌为增长驱动力，不断探索数字化路径实现快速增长，尤其是澳诺品牌业务，报告期内实现较好增长；专业推广方面，易善复持续构建了用户数字化的运营生态系统，增长态势良好；大健康业务持续优化线下业务和终端客户结构，重点布局线上健康市场，去年线下业务保持稳定，线上业务增长快速；康复慢病业务营收和利润表现良好，血塞通软胶囊克服各地政策变化影响，保持稳定增长。

处方药方面，公司在心脑血管、骨科、消化、肿瘤等领域不断提升产品力，着重产品价值的挖掘与学术营销，实现业务增长；易善复在医院市场份额持续提升，代理的注射用重组人生长激素诺泽顺利实现了第一个合约年的销售目标；中药配方颗粒业务方面，公司不断完善全产业链管理能力，建立了覆盖药材种植、中药饮片、配方颗粒生产全过程的溯源体系，加快拓展药材的规范化种植基地建设，从源头建立药材资源优势，加速颁布国家标准和地方标准品种的生产落地，开展智能制造升级，加强产业链制造端优势，在营销推广方面不断巩固核心市场，加快拓展基层医疗市场，利用终端协同增加饮片业务布局，去年国药业务，包括配方颗粒和饮片，总体上实现了较好增长。抗感染业务受政策的影响，去年下滑比较明显，预计 2022 年有相对良好的增长。

同时，去年在落实国企改革三年行动的大背景下，公司作为科改示范

企业之一,不断深化改革,去年12月公司推出了首期限制性股票激励计划,于今年初获得国资委批复,并于今年三月经公司股东大会审议通过。本次激励计划首次授予对象273人,包括公司董事、高级管理人员、中层管理人员、核心技术人员及核心业务人员等,授予的限制性股票共计978.9万股,占公司股本总额的1%,其中首次计划授予844.2万股,预留134.7万股,本次激励计划将助力公司保留核心骨干人才,激发员工的奋斗精神,为公司实现业务持续发展奠定良好的基础。

展望十四五,医药行业前景广阔,但同时挑战与机遇并存,公司确定了成为行业头部企业的战略目标,计划到十四五末期营业收入实现翻番。在此目标下,2022年公司将顺应趋势,积极推动品牌+创新双轮驱动的业务增长模式,加大创新投入,持续推动创新和数字化转型,同时持续完善高质量绿色管理体系建设,为长期发展奠定基础。业务发展上将进一步加快产品引进、品牌增长,推动数字化能力贡献,助力公司长期的可持续增长。2021年公司取得了良好的经营成果,相信在十四五战略的引领下,2022年公司发展更加值得期待。

1、新药研发规划?

答:公司希望在优势品牌OTC基础上实现品牌和创新双轮驱动,实现转型升级。公司在创新维度上做了跨越战略周期的研发规划。规划聚焦在三个领域:1.健康药物研究。对重点领域的管线补充和对新产品的升级公司都做了相关规划;2.中医药研究。重点在经典名方和院内制剂、配方颗粒标准研究等,公司已经有相关布局。3.创新药物研究,包括中药+西药。

公司会围绕重点领域捕捉创新药机会。在鼓励创新的氛围下公司希望提升研发投入，做更广泛的创新布局。希望在十四五后期有更多新品落地，支撑公司的高质量发展。

2、CHC 业务毛利率提升原因？

答：十四五公司制定了从品牌 OTC 向 CHC 转型的战略。CHC 有二个维度思考，第一个维度是消费需求升级，会有一些更好品质，更好体验的品种，如推出高端感冒药，能够改善公司毛利结构。第二个维度是新品类的拓展，会有毛利更高的品种上市。这二方面业务会逐步提升毛利率。CHC 整个领域体现了毛利率稳定，持续提升的良好状态。公司期望创新研究进一步加强，新品不断推出后，这个趋势会持续推动。

3、CHC 业务未来规划？

答：公司目前主要聚焦在感冒呼吸，胃肠，皮肤，妇儿，维矿等领域。公司品牌策略是 1+N，1 是 999 家庭全系列，N 是专业品牌。公司会不断丰富品类规划和业务拓展。CHC 领域拓展机会较大，公司将 999 从治疗领域向前端预防和后端康复作拓展。公司在核心领域会持续争取领先，培育大品种。同时会通过并购获得类似澳诺钙这样 15-20 亿的大品类。也通过合作进入新品类，如和赛诺菲合作获得妇儿和护肝品类，也通过和日本龙角散合作获得咽喉系列品类。在未来公司会持续捕捉 CHC 领域不断拓展的机会。

4、2022 年配方颗粒业务预计增速？

答：考虑到 2022 年上半年是国标切换期，重现 20%以上的增速有难度，但 10%左右的增速有机会。

5、公司销售费用率情况？

答：销售费用率是综合指标体现，有两个趋势。CHC 方向由于规模效应，管理效率提升很快。无论和消费者沟通还是渠道费用上，由于销售规模提升，导致费用率不断优化。处方药业务在集采前有较高销售费用和毛利，集采后毛利和销售费用率都有下降。公司毛利率由 64%下降到 59%同集采也有关系。公司希望十四五期间销售费用可以进一步优化。

6、OTC 产品定价战略？

答：三九是以消费者为中心的公司，产品价格要和消费者需求，满意度相匹配。公司有一定品牌溢价能力。公司会综合考虑消费者需求体验满意程度，慎重地考虑溢价空间。CHC 领域持续有一些新技术和新产品应用，公司也在持续关注新技术、新品种、新品类的诞生，希望不断推出高体验，高客单价的新品种，与传统业务形成组合。

7、大健康业务规模及未来方向？

答：在 OTC 业务升级后，公司定义了大健康市场。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，结合新世代健

康养生需求，推出朋克养生类产品等。目前业务营收占比 5%以内。但公司有长远布局，并更多关注线上需求，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。

8、处方药业务结构情况？

答：处方药是公司的发展业务，为 CHC 业务赋能。过去公司处方药以中药针剂和抗生素为主，希望未来围绕 4+3 领域，不断丰富中药+西药品种，构建学术优势，实现更多消费者自选品种发展。公司研发投入近一半投入在处方药管线上，研发心脑血管，肿瘤，呼吸，消化，妇儿等领域的产品。

9、抗生素恢复性增长情况？

答：抗生素是公司投入很多年的传统领域。过去抗感染在治疗领域是品类最大的板块，但受限抗集采政策影响，整体增长为负，公司核心品种也受到集采影响，过去几年呈现阶梯式下降。抗感染业务营收占比从超 10% 降到约 6%。一方面公司也在持续对业务进行转型，顺应集采趋势，通过集采中标了阿奇霉素片、注射用头孢唑林钠、注射用头孢他啶等品种。同时，公司补充了部分新品种，复他舒等获批上市。通过这些举措带动抗生素未来的发展，预计今年实现两位数增长。

10、配方颗粒计提减值具体情况？新老标切换后销售情况？

答：配方颗粒国家制定了新老标切换政策，执行力度较大。11 月 1 号之后不能生产非国标品种，因此去年四季度渠道销售比较高，公司考虑市

场消化进度等因素，从审慎原则上进行了计提。

国标只有不到 200 种，销售中要考虑省标情况。省标执行还是有一定难度，尤其部分要求严格的省份有影响。过去配方颗粒行业复合增速在 20% 以上，今年上半年预计行业呈较低增长。从营销端来说公司也在积极做好监管沟通和市场销售等相关工作，希望切换工作做得更顺畅。

11、广东中成药集采影响？配方颗粒集采预期？

答：国家层面集采已经形成了大的制度安排，作为国企会全力支持。中药集采公司积极参与试点工作，广东省涉及独家品种，总体会有价格下降，但没有西药那么大幅。山东也在尝试配方颗粒集采，目前还处于局部试点。国标发布 400-500 种后可能会推系统化集采制度。时间点预计在 2-3 年之后。公司对中药集采有预案，整体影响会有，但是在可控范围内。

12、渠道深化为业务带来的附加值？

答：渠道集中度不断提升，商业集中度已经完成，零售随着上市公司增加，集中度也在不断提高。整个行业随着集中度提升会出现制造方议价能力下降，费用支出提高的趋势，但作为品牌头部企业受影响相对小些。品牌领先地位在未来竞争中至关重要，强势的品牌在集中度提高后还会获得一定优势，获得商业青睐。

13、合同负债增长的原因？

答：主要是 CHC 业务预收货款去年末增加导致。

14、十四五期间实现营收翻倍目标规划？

答：营收翻倍目标是按 2020 年作为基数。公司在战略梳理时，充分利用 OTC 优势将原有业务升级到 CHC 领域，并以 CHC 健康消费品为核心业务，争取全域领先。从消费者需求升级和零售终端扩容以及线上业务增长出发，CHC 领域拓展空间很大。行业集中度在进一步提高，公司会关注并购合作机会，推动核心业务增长。公司在处方药上希望丰富管线产品，追上行业发展速度，实现关键领域领先地位。

15、线上渠道战略？

答：线上渠道方面，公司高度关注健康类业务。线上业务成为传统企业转型的不二选择。公司制定了线上战略，成立了数字化中心，用来捕捉线上健康业务发展机遇。线上业务的根本还是需求和产品品质，不同点是线上业务对体验更重视。数字化中心承担了开拓新品类，实现新体验的任务。未来希望线上业务达到 10%左右。

16、未来 OTC、专品、配方、处方药等增速的规划？

答：公司将 CHC 业务定位为核心业务，处方药作为发展业务，争取盈利率水平不降的情况下，通过品牌+创新双轮驱动，持续推动业务增长。品牌 OTC、专品、康慢，大健康业务将持续推出产品升级，迎合消费者需求，并把握零售终端扩容机会，以及线上业务快速增长，CHC 领域发展机会非常多，拓展空间非常大，希望业务内涵增长能高于行业平均水平。同时我

们也会关注行业集中度进一步提高的机会，利用公司相对充裕资金，通过并购等方式，内涵+外延式推动业务发展。处方药领域将丰富管线，利用创新平台推出更多新品，保持竞争能力和盈利水平，希望未来战略期内，业绩和市值能同步增长。

总结：感谢各位投资者对三九的厚爱，除之前已向各位投资者汇报的报告期内取得的业绩外，通过团队的努力，公司在国企改革、行业地位、公司治理等方面也取得比较好的成效，公司连续多年位列中国非处方药协会发布的非处方药生产企业综合排名榜首，中国医药工业中药企业百强榜单蝉联第 3，获得智能制造领域工信部标杆企业，获最佳雇主百强荣誉，并入选科改示范企业优秀企业，对标世界一流标杆企业的荣誉，为十四五开局打下非常好基础。十四五期间，希望抓住 CHC 核心领域发展的众多机会和处方药创新发展以及行业集中度不断提高趋势，争取成为行业头部企业，让公司和投资者收获业绩和市值的双丰收。

附件清单（如有）

-

日期

2022/3/28