

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：2022-071

投资者关系	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
活动类别	<input type="checkbox"/> 媒体采访	<input checked="" type="checkbox"/> 业绩沟通会（电话会）
	<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
参与单位名称 及人员姓名	国海证券、兴业证券、华创证券、方正证券、西南证券等证券、投资机构分析师	
时间	2022年10月31日	
地点、方式	综合办公中心，电话会议	
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>公司于10月31日和国海证券、兴业证券、华创证券、方正证券、西南证券联合举行2022年三季度业绩电话沟通会，就2022年前三季度经营与业绩情况与投资者进行了互动交流。</p> <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。具体汇报内</p>	

容如下：

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 2022 年前三季度和第三季度的业绩情况。

2022 年 Q1-Q3 实现营收 121.11 亿元，较上年同期增长 7.53%。其中，CHC 业务过去几年保持逐渐上升的态势，今年前三季度占整体营收超过 60%，处方药受政策（主要是集采）及疫情的影响，占比有一定下降。实现归属于上市公司股东的净利润 19.52 亿元，较上年同期同比增长 11.17%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 17.83 亿元，同比增长 10.08%。经营活动产生的现金流量净额为 20.18 亿元，同比增长 38.68%，总体现金流呈现健康的状况。

Q3 单季度，实现营收 37.10 亿元，较上年同期调整后同比增长 9.18%，CHC 业务在 Q3 增长较快，主要是感冒药三季度销售恢复增速较快，大健康业务、专业品牌业务均增长较好，持续保持良好增长态势。Q3 实现归母净利润 5.19 亿元，同比上涨 36.52%，扣非归母净利润 4.51 亿元，同比增长 27.17%。

总体来看，前三季度营收和净利润增速基本符合预期，较上半年业绩增速有所提升，主要在于 CHC 业务带动，CHC 业务中品牌 OTC 业务、专业品牌，大健康业务都实现双位数增长。康慢业务略低于预期。具体品类来看，感冒药三季度恢复较好，主要是 1. 疫情防控政策促使销售行为更加规范；2. 6、7 月份感冒发病率提升；3. 去年同期三季度基数较低。整体感冒药三季度恢复良好，也使得感冒药前三季度表现较上半年有明显提升。同时，儿科、胃药、皮肤用药增长较好。

国药业务整体实现增长，其中，饮片业务前三季度增长快速，配方颗粒业务有一定下滑，主要在于配方颗粒业务各省销售备案进度较之前预期慢一些。处方药业务表现主要受中药注射剂影响，中药注射剂受到疫情导致处方下滑和省际联盟集采预期等影响，

有所下滑；除此之外，易善复、诺泽等产品均实现良好增长。

毛利率方面前三季度有所下降，主要受到结构变化影响，毛利率较高的处方药业务占比下降，抗感染业务毛利率集采前较高，受集采等政策影响毛利率明显下滑，国药业务毛利率由于饮片业务占比提升也出现一定下降，另外也存在原料药价格、成本上涨等上涨对毛利率带来的影响。

费用率方面，前三季度销售费用率有所下降，主要因为业务结构变化，和过去 2-3 年之中一直在进行主动费用管理。

今年公司在推进重大资产重组，主要是收购昆药 28% 股份。项目目前在推进中，受到疫情影响，交易进程有所延缓，主要是项目构成重大资产重组，尽调、审计评估等相关工作程序比较长，范围更广，还涉及一系列审批，公司目前在全力推进，也于 10 月 29 日披露了财务数据有效期和股东大会通知延期的公告，但仍希望年底之前能完成。

昆药集团和公司在品牌、产品、渠道等方面有良好的协同性，双方未来有非常好的协同发展前景。今年主要是配方颗粒业务面临一定挑战，对此公司也做了相应调整和应对措施，公司会努力实现今年既定目标。同时，今年也是股权激励第一年，我们也会努力争取，实现股权激励目标。

1、三季度收入和利润增速有比较大的差异，原因怎么理解？

答：三季度盈利端恢复比较好，主要跟三季度感冒药销售恢复良好有关系，同时也和三季度去年同期的基数较低有关。二季度感冒药的销售受到了四类药销售限制，表现的不是很理想，但是到三季度，随着第九版疫情防控方案出台，四类药的销售逐渐规范化、销售更加顺畅。此外，六七月份感冒发病率提升，所以感冒药销售在三季度恢复得非常好。感冒药业务占比比较高，费用率相对较低，盈利能力比较强。所以呈现出三

季度单季净利润增速高于收入增速的现象。

2、公司毛利率和销售费用率三季度也有变化，未来的可持续性怎样？

答：毛利率和费用率的变化，一方面是跟业务结构关系非常密切，另外也是采取了一些具体的管理措施产生的影响。处方药整体的毛利率水平高于 CHC 业务，三季度 CHC 业务占比提升，公司毛利率有一定下滑。另外，处方药里的抗感染业务集采之前毛利率较高。集采后毛利率下行，且业务占比也在下降，对整体毛利率也有负面影响。

费用率上，CHC 业务费用率偏低，结构变化也导致公司费用率下降。

长期运营角度，毛利率主要受公司业务结构和成本上涨的影响，费用率会有一个下降的趋势。

3、三季度配方颗粒的恢复情况，以及对于明年的展望？

答：配方颗粒业务三季度表现低于预期，主要原因为各地备案的进度低于预期。另外三季度以销售新国标和省标为主，备案慢的影响逐渐显现。

前三季度国药业务整体是增长的，配方颗粒业务销售受到影响后，饮片业务做了一定的补充。

目前新国标品种在各地备案基本完成。因为各省政策差异，目前大概有 10 个省份省标备案较好。公司也在持续推动配方颗粒业务备案进程，今年配方颗粒业务表现可能会低于预期，但是国药业务实现增长还是很有希望的。

明年配方颗粒业务总体相对乐观，虽然销售区域还是会受到一定影响，但是考虑到备案品种增加以及目前价格调整状况，预计明年业务整体实现恢复性增长。

4、三季度线上渠道的发展情况，四季度线上展望？

答：线上渠道增速相对线下更快。上半年 B2C 线上业务增速慢于往年，主要是受到疫情影响。O2O 业务整体增速比较快。希望 B2C 在四季度能有更好的表现，全年预计

B2C 业务增速快于线下业务增长。

5、公司四季度利润比较低的原因？

答：过去几年四季度利润比较低，主要因为四季度有一次性减值的因素。前 2 年主要是众益抗生素业务受集采影响的商誉减值，去年是一个小项目的商誉减值和配方颗粒由于国标切换计提存货跌价准备，影响了四季度利润表现。

目前来看，今年商誉减值的可能性比较小，四季度会有股权激励费用的确认，但是总体对今年利润影响金额会低于前两年。

6、山东集采对饮片行业未来可能怎么影响？

答：山东饮片联采和今年上半年出台的《中药材生产质量管理规范》都提出鼓励优质优价，这应该是未来中药发展鼓励的一个方向。通过优质优价可以解决现在行业中存在的一些不规范的情况，目前部分饮片炮制标准，饮片等级都没有统一的规范，市场规范化程度还有进一步提升的空间。山东联采鼓励的方向公司高度认同，公司也在密切关注集采的进展。华润三九在中药材上游做了很多投入，包括标准研发、种子种苗种植等。优质优价有利于解决中药产业链中的薄弱环节。

7、维矿类产品过去两年增速很高，背后的核心驱动因素？

答：维矿类产品过去三年是零售终端增速非常快的大品类，澳诺也是公司 CHC 业务中增速最快的一个业务。背后的驱动因素：一方面是消费升级的趋势：家长对于儿童健康的关注度提高，维矿类产品中高价格带适中，预计未来这类产品还将保持比较好的销售趋势；另一方面是线上业务的发展也对维矿产品的成长起到助推的作用。

8、感冒药三季度基数不是特别高的原因，四季度展望？

答：三季度本身不是旺季，基数比较低，所以三季度增长较快。四季度感冒发病率相对较高，规模较大。目前来看订单情况等不错，销售趋势还是比较良好的状况。

9、CHC 业务里感冒以外皮肤和胃药业务三季度的表现如何？

答：皮肤和胃药前三季度保持双位数增长。受益于过去几年的积累和品牌的打造，预计全年维持较好的增长。

10、抗感染、骨科和诺泽等处方药方面单三季度表现？

答：抗感染业务三季度单季表现不是特别理想，有一些季度性波动的原因。全年我们预计增长符合预期，一方面是复他舒等新上市产品的带动，另一方面集采产品对收入和利润也有一定贡献。易善复、诺泽、骨科产品都有比较好的增长。

中药注射剂业务面临一定的压力，一方面是疫情导致医院处方量下降，另一方面受集采预期影响，集采结果公布前，终端推广上有一定观望情况。中成药集采对公司的整体影响不大，但是对处方药业务有一定影响。

11、医院处方量七八月份已经环比改善，如何预期未来的这块的业绩？

答：我们预计四季度会比三季度好转。三季度已经看到医院逐渐在恢复，并接近正常水平。目前情况看四季度进展较好。

12、饮片的价格体系和配方颗粒的价格体系是怎样的关系？饮片集采对配方颗粒集采有怎样的借鉴意义？

答：配方颗粒和饮片是同一个市场，但是两个业务的具有不同的特点。饮片一方面跟上游中药材资源密切相关，尤其价格与中药材价格高度相关。另一方面饮片的毛利率低，使用过程中损耗相对大。部分品种各地方标准不统一，炮制规范不同。山东目前推进饮片联采是很务实的。山东联采提升行业的规范化程度，促进行业长期的高质量发展。

配方颗粒有国家标准，未来采购方式可能会更类似中成药的模式。目前在国标数量有限，省标备案进度差异较大的情况下，还不具备大规模集采的条件。预计配方颗粒国标品种达到一定数量后，推行集采的可能性会比较大。

13、配方颗粒的成本主要也是原材料成本，配方颗粒价格和饮片价格会有一些的挂钩吗？

答：配方颗粒的毛利率较饮片业务高，一方面制剂的成本比较高，另外一方面终端推广过程中需要提供相应服务，且国家要求产业链全程溯源管理，对企业要求比较高，因此业务会有更高的毛利率，也是相对合理的。

饮片的价格会对配方颗粒业务有一定影响，但是不会完全联动。价格体系还是和自身业务特点相匹配。

14、公司针对配方颗粒带量采购做过哪些准备？

答：公司规划中做了相应的考虑，配方颗粒大规模集采预计要等到国标数量达到400种以后是比较可能的。针对未来可能的集采，一方面提升企业的全产业链能力是应对集采很好的办法，通过全产业链能力构建和上游基地建设和药材资源品质控制，进而降低整体成本。

渠道方面，公司加快终端的拓展、提供更好的服务，拓展基层市场。

生产上，推动智能制造。公司观澜基地和金蟾基地是工信部智能制造的标杆工厂。通过推行智能制造可提高生产效率、提升产品品质，降低成本。

希望未来整个业务，在监管下高质量的运行，对规模比较大的企业也更加有利。

15、三九对于昆药的赋能，有哪些方面能够比较快的落地？

答：双方团队将逐渐开始对接，随着交割完成，三九会开放包括渠道体系、终端体系和媒介等资源等。同时和昆药团队做一些战略方面的研讨，确定未来昆药的重点领域以及昆药的十四五规划。三九希望昆药不断聚焦核心业务、提升经营效率。待并购完成，会把华润管理体系导入昆药，把效能发挥到最大。我们也相信昆药在未来两年会有比较明显的变化。

16、经典名方的进展预期，预计未来他的市场机会展望？

答：经典名方现在的进展比之前预期要慢一点，目前还在探索期。公司看好经典名方的方向，在加大品种的立项，目前首个品种注册工作在不断推进中。公司立项产品主要围绕老年、女性和儿童三个人群布局。未来市场定位会先拓展医院渠道，长期增加院外渠道。

17、展望下四季度和明年业绩预期？

答：公司四季度主要关注感冒药和配方颗粒业务的表现。感冒药目前看来趋势良好，配方颗粒业务增长略低于预期。公司之前做全年预算的时候，也考虑到配方颗粒今年受政策的影响出现下滑的可能。预计今年年底重点省份的省标和国标能够比较好的落地，考虑到量价的变化，预期明年营收和利润会有比较好的表现。今年也是股权激励的第一年，公司会努力抓住市场机会去达成全年的股权激励目标。公司在十四五初期制定了十四五发展规划，确立了2025年营收翻番的目标。这几年在研发创新方面不断增加投入，并强化品牌打造，希望通过创新+品牌双轮驱动实现业务的长期增长。公司同时非常关注行业优质资源整合的机会，希望不断引入更多产品，丰富公司的管线，力争实现公司十四五目标，推动业务持续增长，为投资者创造价值。

附件清单

(如有)

日期

2022/10/31