

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：2021-001

<b>投资者关系 活动类别</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩沟通会 <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>	申万宏源研究所、渤海证券分析师 广东民营投资股份有限公司高级投资经理
<b>时间</b>	2021年1月6日
<b>地点</b>	综合办公中心
<b>上市公司 接待人员姓名</b>	董秘、证券事务代表
<b>投资者关系活动 主要内容介绍</b>	<p><b>1、公司和诺和诺德合作业务进展情况？</b></p> <p>答：公司与诺和诺德在中国大陆地区通过合约销售模式共同推广重组人生长激素注射液诺泽®。公司已完成业务交接，目前诺泽®市场规模较小，正在产品培育期。公司已组建了销售团队，完成了市场交接，拟通过拓展诺泽®的销售网络，进一步扩大其可及性，为医疗专业人士提供优质的治疗</p>



方案，让患者能够更便捷地获取诺和诺德研发和生产的优质产品。

## 2、公司产品的提价策略？

答：公司 OTC 产品价格一直较为稳定，随着近年来整体成本，特别是原材料成本、人力成本等不断上涨，公司对部分产品进行了小幅提价，兼顾了患者的接受能力和公司缓解成本压力。针对不同的产品以及产品周期的不同阶段，公司也会采取不同的定价策略。提价带来的增长在公司整体营收增长贡献中占比较小。

## 3、公司现在销售团队的分布？

答：公司自我诊疗和处方药业务销售团队在人员数量上差不多，处方药业务分为专科线，负责配方颗粒和饮片的国药事业部以及抗感染事业部三条业务线。自我诊疗业务分为品牌 OTC，专注儿科，消化，妇科，骨科等领域的专业品牌线，康复慢病业务线以及大健康业务四条线。销售团队在专业化细分的基础上，也有充分的协同，如商务、KA 等主要是共享的团队。

## 4、公司现金流相对充裕，未来对现金流的安排规划？

答：公司经营性现金流良好，账上现金充裕。充足的现金有助于公司抵御外部环境变化的风险，并可在行业波动时期更好地捕捉行业整合机会。公司也会充分考虑股东对于回报的要求，在平衡股东回报及公司业务



发展的需求下，尽可能提高分红率。

#### **5、中药注射剂的情况？**

**答：**经过过去几年的产品结构优化，以及 2020 年大环境影响，2020 年 1-6 月，中药注射剂在营业收入中的占比已逐步下降至约 4%。

#### **6、公司线上业务的发展方向？**

**答：**公司在夯实传统渠道的同时也在积极拥抱新渠道。公司在整合内外部营销资源的基础上，进一步扩大与京东大药房、阿里健康大药房等大型医药电商平台的合作，与饿了么、美团、京东合作，打通线上与线下资源，赋能传统零售渠道，更好服务消费者。公司于 2021 年正式成立数字化业务中心，统筹线上业务规划。公司目前在持续丰富产品，也在对现有产品进行适当调整，未来预计会有更多的产品在线上业务中推出，线上业务占比将有提升。

#### **7、公司并购整合方面的规划？**

**答：**公司高度关注优质资源的整合机会，重点围绕公司战略，在自我诊疗（CHC）领域探索国内外优质品牌的引进，处方药业务重点关注有高临床价值的产品。通过并购、合资、代理、业务合作等形式开展合作，推动公司的转型升级。

2020 年，公司完成了收购澳诺制药 100% 股权，丰富了儿童健康领域



的产品的布局，参股一家高端吸入制剂仿制药企业，并于 2020 年 12 月，收购华润堂（深圳）医药连锁有限公司 100% 股权，打造国药业务平台。同时，公司积极推进与日本 OTC 企业的合作，结合各方产品技术和市场方面的优势来共同发展。

#### **8、集采给公司带来哪些影响？**

**答：**公司业务中 OTC 业务及中药处方药业务占比较高。目前带量采购政策影响主要在抗感染业务。受疫情及限抗、集采政策等影响，抗感染业务 2020 年业绩下滑明显。公司为应对政策影响，积极主动开展了一致性评价工作，阿奇霉素片、铝碳酸镁咀嚼片已通过仿制药一致性评价并已于 2020 年 1 月中选第二批国家药品集中采购。同时，抗感染业务不断加快创新转型，通过新产品引进（2020 年 11 月注射用头孢比罗酯钠获得药品注册证书，为国内首个批准注册的第五代头孢抗生素），产业链整体能力提升，以应对可能的竞争加剧的风险。

#### **9、公司研发投入的投放方向？**

**答：**公司持续增加创新投入，推动创新转型。在产品研发方面，截至 2020 年上半年，公司已立项新产品 50 项，主要在肿瘤、骨科、呼吸等领域。基于公司较好的中药业务基础以及当前国家政策鼓励的大环境，在中药研发方面，公司重点投入经典名方的研发以及配方颗粒标准研究。此外，公司也会关注现有品种的标准提升和剂型改进。



附件清单 (如有)	-
日期	2021/1/6