

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：2023-029

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
参与单位名称 及人员姓名	参与公司 2023 年半年度业绩说明会的投资者	
时间	2023 年 9 月 7 日	
地点、方式	综合办公中心 网络文字互动	
上市公司 接待人员姓名	董事长 邱华伟先生 董事、总裁 赵炳祥先生 董事、副总裁兼董事会秘书 周辉女士 独立董事 刘俊勇先生 财务总监 梁征先生 副总裁 王亮先生	

	<p>1、公司并购昆药之后，对昆药业务进行梳理并和昆药一起订立了新的战略目标，融合工作也在持续推进，可否介绍下目前与昆药融合过程中主要工作的进展情况？</p> <p>答：上半年并购昆药后整体表现较好，昆药实现业务赛道聚焦，未来业务围绕三七品类和“昆中药 1381”品牌发展。昆药的优势明显，未来的发展潜力非常大。昆药与华润三九的融合按照百日融合、一年融合、三年融合的机制正在稳步推进中。百日融合围绕战略、组织、文化的体系展开，是一个凝聚共识、梳理问题、制定未来方案的过程。目前，百日融合已完成，进入一年融合阶段，这个阶段的主要工作是四个重塑，即价值重塑、业务重塑、组织重塑与精神重塑，这些工作在有序地推进中。</p> <p>2、2023 上半年公司销售费用率、毛利率变化情况以及未来趋势展望？</p> <p>答：公司毛利率主要受到业务结构的影响，同时也会对各业务线进行毛利率水平的管控。</p> <p>2023 年上半年，CHC 业务毛利率稳中有升，处方药业务毛利率小幅下降。今年毛利率也会受到昆药并表的影响。公司近年来销售费用率有所下降主要由于公司持续优化费用投放，公司对每条业务线都有相应的管理要求，费用投放和收入相匹配，管控较严；此外，总体费率下降也与业务结构变化有关。</p> <p>3、公司感冒品类上半年取得了亮眼的表现，请问下半年感冒品类的预期表现以及驱动因素？</p> <p>答：目前来看，7-8 月份感冒药整体表现比较好，主要由于年初到现在不断有二阳出现，渠道和终端库存较低，公司订单相对充足。此外，随着 999 感冒药品牌力进一步增强，消费者/患者对 999 感冒灵认知度进一步提升，口碑传播效果好。公司品牌力提升带动其他细分品类产品增长，如抗病毒口服液、强力枇杷露等。此外，小儿感冒药以及小儿退热产品也取得良好的销售和市场认同度，为产品未来进一步增长打下基础。9 月份之后公司将持续关注三阳和渠道备货需求情况。</p>
投资者	
关系活动	
主要内容	
介绍	

4、公司院内院外业务占比，目前医药行业整顿对公司业务的影响？

答：公司坚持合规经营并持续提升合规管理水平，目前医药行业的整顿有利于公司的长期发展。2023年上半年不含新纳入合并的昆药集团，CHC健康消费品占比超65%，处方药业务占比近30%。院内收入占比相对较小，目前行业整顿对公司整体业务的影响相对较小。

5、公司未来并购整合方向及规划？

答：外延式并购是公司业务增长的重要路径和补充。公司以内涵式增长为主，外延式为新增贡献，以帮助公司巩固行业地位以及进入新的领域。CHC业务优选有影响力的品牌并关注消费升级方向的产品，以尽快实现全域布局。如2020年公司收购澳诺制药，为公司儿科领域补充儿童维矿细分领域领导品牌，未来也会围绕品牌不断丰富产品；并购昆药助力公司补充传统精品国药品牌“昆中药1381”；公司和龙角散合作代理其产品符合未来升级方向的免水润剂型产品等。处方药方面重点关注：中医药领域具备独特资源的产品和有潜力的业务、创新药机会以及有一定壁垒的仿制药品。治疗领域围绕公司战略方面关注消化、骨科、呼吸、心脑血管等重点关注的方向。

6、CHC作为公司的核心业务，未来业务中有哪些品种有一定的增长潜力或弹性？

答：公司品类丰富，感冒、胃肠、皮肤、澳诺钙、易善复、大健康、昆中药1381，三七系列等这些品类预计都会有10亿量级的成长机会。昆药加盟后，公司业务分成CHC事业群，处方药事业群，产业链事业群。三个事业群会按培养大品种、做强大品牌、培育大品类的思路来做大做强。

7、公司未来计提商誉减值的压力？

答：公司非常谨慎对待商誉减值，并依据会计准则要求对商誉进行减值测试。过去几年公司结合政策和业务情况，对浙江众益、和善堂等进行减值测试。目前，其他涉及到较大商誉的企业包括昆药集团、澳诺制药、华润圣火。这三个项目目前经营状况良好，澳诺业务市场潜力

大，昆药业务整合未来盈利能力改善，具有较大的成长空间。在政策没有出现较大变化的情况下，商誉减值压力较小。

8、昆药商业剥离和昆药与圣火同业竞争问题的解决时间规划？

答：收购昆药时，公司承诺 5 年内解决同业竞争问题，目前已在着手准备方案规划和开展相应研究。昆药商业会考虑进一步夯实现有业务基础，基础打好之后逐渐启动相关工作。三七业务整合方面在研讨，业务已开始协同整合，我们也会考虑相应时点启动整合工作。

9、关于近期山东公布的配方颗粒集采对于公司业务的影响、应对与展望？

答：公司支持地方试点开展配方颗粒集采。经过多年发展，公司配方颗粒业务已基本构建全产业链能力，覆盖前端的种子种苗、GAP 种植，中药炮制，中端的提取、制剂以及后端的医疗服务等，对于保障供应、成本控制具备一定优势。本次配方颗粒集采涉及到的 15 个省份在公司配方颗粒业务中占比相对不高。目前配方颗粒集采实施时间暂未确定，执行细则等仍待进一步明确，公司也将持续密切关注后续进展，并积极做好应对，加强配方颗粒产业链竞争力。

10、公司研发投入方向及规划以及昆药未来研发主攻方向？

答：公司持续完善创新体系和机制建设，近几年在创新驱动上初见成效，更加坚定了我们未来在创新方向的投入。研发方向与公司战略以及业务结构相匹配，CHC 领域围绕预防-治疗-康复全领域，推出满足消费者自我诊疗需求的产品；处方药领域主要围绕重点治疗领域进行产品线规划布局。昆药未来主要承担老龄化方向研发，对于三七也开展了一系列的创新研讨，未来研发资源也会往这一方向推动。

十四五期间研发投入有望进一步提升，公司希望通过几个战略周期的研发投入，持续改变产品结构，实现“品牌+创新”双轮驱动，推动公司成为行业头部企业。

11、公司中药研发中，经典名方研发方向及规划？

答：中药创新药有一类药的创新，经典名方、同名同方等赛道。公司目前在研经典名方 30

余首，研究较为扎实，经典名方在药材资源考证等方面具备一定的难度。推广方面，公司将利用三九C端禀赋，医疗端在相应聚焦品类中进行推广。

12、中药材涨价对公司的影响以及公司采取何种举措和应对措施？

答：中药材价格今年有一定幅度上涨，公司产品所使用的中药材品种数量众多，各药材价格变动程度不一，对总体成本影响幅度相对较小。长期来看，中药材由于人工成本上涨、土地资源利用等因素，价格趋于上涨态势。公司希望通过加大种植技术研究、提升智能制造水平、制定适当的采购策略等举措，积极消化药材上涨带来的影响。同时三九具有较强的品牌打造能力和一定的品牌溢价能力，也进一步助力化解中药材长期涨价问题。

13、公司大健康业务未来的增长方向和举措？

答：公司大健康业务从健康、美丽、时尚三个维度进行品牌打造，陆续推出999今维多，桃白白，9 YOUNG等品牌，并推出健身专用蛋白质粉等年轻人喜爱的年轻时尚产品。未来，大健康业务将深入洞察市场变化，以老年人群、运动人群、女性人群的健康管理需求为切入点，形成丰富的产品组合，进一步提升数字化运营能力，以大单品打造为核心目标，逐步形成行业领先地位。2023年上半年，大健康业务实现较快增长。

14、公司处方药业务2023年上半年表现？

答：处方药业务增长11.3%，基本符合预期。随着循证医学研究加强和医院处方量恢复，参附注射液持续实现增长。消化领域的相关产品稳步增长。诺泽业务增长动力强劲，患者管理数量稳步增长。复他舒通过国谈，将加快扩大医院覆盖面。抗感染业务方面整体基本稳定。注射用头孢噻肟钠中选了全国药品集中采购，赛比普已进入商业化阶段。国药业务在饮片业务快速增长的带动之下实现增长。配方颗粒业务随着国家标准品种的逐步落地，上半年纯销表现转好，总体趋于稳定。

15、饮片业务的定位，2023年上半年表现如何？预计全年增长情况怎样？

答：考虑到饮片和配方颗粒业务在生产和终端推广上有非常好的协同性，公司于 2020 年开始布局饮片业务。2023 年上半年，饮片业务实现快速增长。饮片业务长期将聚焦重点药材资源进行全产业链布局和发展。

16、公司在渠道方面具有很强的管控能力，具体如何管理 OTC 渠道？

答：强大的渠道体系管理和终端覆盖是公司的核心优势之一，公司搭建了三九商道体系，涵盖一、二级经销商约 700 家，通过三九商道体系可以较好的管理销售行为，通过商道体系也帮助产品快速实现覆盖，效率和成本有一定的优势。公司会对经销商的覆盖能力、配送能力、资金情况指标等进行综合评估。公司经销商体系相对固定，选择的经销商经营综合实力都是很强的。

17、公司股价大幅回调，且回调时间长，公司有没有回购计划？

答：公司暂无回购计划。

18、建议公司加大在日化、功能性饮料等领域的研发和投入，不断创新品类（如中药牙膏、板蓝根奶茶、999 润喉糖、999 祛火凉茶等），牢牢占据 90、00 后的消费者心智，除电视剧植入之外，不断借助一些新渠道去打造和推广公司品牌（如小红书、微信朋友圈广告等等）？

答：感谢您的建议。

19、看不了直播。

答：您好，公司 2023 年半年度业绩说明会采用网络文字互动方式。

20、面对二级市场最近股价下跌了百分之 30 的，公司有没有回购股票的打算，来增强投资人的信心。巩固公司的竞争力和上市公司的吸引力。

答：公司暂无回购计划。

21、请问华润三九相比同仁堂的核心竞争力是什么？怎么解决品牌缺少历史底蕴的问题？

答：公司产品线丰富，CHC 健康消费品业务覆盖了感冒、皮肤、胃肠、止咳、骨科、儿科、膳食营养补充剂等近 10 个品类，处方药业务覆盖了抗肿瘤、心脑血管、消化系统、骨科、儿科等治疗领域。在品牌打造、渠道终端覆盖、智能制造等方面公司也在持续打造核心竞争优势。

公司并购的昆药集团拥有中国五大中药老字号之一，至今已有 642 年历史的“昆中药 1381”品牌，获得吉尼斯世界纪录“Oldest operating pharmaceutical business”（全球最古老的制药企业），并获评中国非物质文化遗产保护单位。

22、请问公司有没有打算继续并购中药同行业的公司，从而加大公司在市场上的凝聚力，稀有性。

答：您好，公司围绕战略领域，持续关注行业合作及整合优质资源的机会，以及中医药领域具备独特资源的产品和有潜力的业务等。

23、对于销售费用，公司有没有打算节约销售费用来提高公司的利润率？

答：您好，公司对销售费用管控严格，费用投放和业务策略及营收增长相匹配，并不断加强费用精细化管理。通过费用管控及规模效应产生的费用优化，未来预计各业务线销售费用率稳中有降。公司销售费用率变化也受到业务结构变化影响。

24、华润三九未来增长潜力在哪里？可以保持 10%以上的业绩增长吗？或者说靠什么实现增长，一直靠并购实现增长吗？

答：您好。公司战略清晰，CHC 业务加强全域布局，不断丰富品类，进一步拓展新渠道。处方药业务方面，围绕重点治疗领域不断加强研发创新投入，持续优化业务结构。希望通过创新+品牌双轮驱动实现业务的长期增长。十四五期间公司制定了比较进取的规划，目标是到 2025 年较十三五末期能够实现营收的翻番。预计 2023 年公司营业收入将实现双位数的增长，净利润将匹配营收增长水平。上述经营计划不构成公司对投资者的业绩承诺，敬请广大投资者注意投

资风险。

25、请问公司最近打算回购股票吗？

答：公司暂无回购计划。

26、建议公司可以进一步提高分红比例，从现有的 40%提升到 60%以上，展现央企担当，谢谢！

答：感谢您的建议。

27、6 月以来当归、多种中药材出现大幅度的价格上涨且突破历史高价。是否会对公司经营产生影响？

答：中药材价格今年有一定幅度上涨，公司产品所使用的中药材品种数量众多，各药材价格变动程度不一，对总体成本影响幅度相对较小。长期来看，中药材由于人工成本上涨、土地资源利用等因素，价格趋于上涨态势。公司希望通过加大种植技术研究、提升智能制造水平、制定适当的采购策略等举措，积极消化药材上涨带来的影响。

28、公司近几年销售费用一直稳中有降，在医药反腐大背景下，公司销售费用是否仍有进一步下行的空间？建议公司加大 999 品牌打造，拓宽销售渠道，开拓直营渠道，进一步降低销售费用？

答：感谢您的建议。公司近年来销售费用率有所下降主要和业务结构变化有关。此外，公司对每条业务线都有相应的管理要求，费用投放和收入相匹配，管控较严。

29、公司当前市值反映了公司真实估值吗？

答：公司一直非常关注公司市值管理的表现，股价的表现受多重因素影响，包括市场情绪和投资者风险偏好等。公司将持续通过创新转型，强化经营管理的质量，实现经营业绩稳健增

长。公司也将通过多种方式来提升股东回报。

30、下半年昆药的和三九融合的重要工作及落地情况？

答：昆药与华润三九的融合按照百日融合、一年融合、三年融合的机制正在稳步推进中。目前，百日融合已完成，进入一年融合阶段，这个阶段的主要工作是四个重塑，即价值重塑、业务重塑、组织重塑与精神重塑，这些工作在有序地推进中。

31、想问一下管理层三九配方颗粒国标备案情况、相关的营收数据以及对其未来增速展望？

答：公司积极开展国标品种备案工作，目前已完成 200 余个国标品种的备案工作。随着国家标准品种的逐步落地，今年上半年纯销表现转好，总体趋于稳定。

32、今年业绩计划能否有信心完成？

答：公司 2022 年年报及 2023 年半年报中均对 2023 年业绩展望进行披露，在不考虑昆药并购对于业绩的增厚，公司 2023 年营业收入将实现双位数的增长，净利润将努力匹配营收增长水平。公司有信心完成业绩计划。

附件清单

-

(如有)

日期

2023/9/7