

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：2022-037

<b>投资者关系</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
<b>活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 媒体采访	<input 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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	农银汇理、海燕资本、长城基金	
<b>时间</b>	2022年5月16日-17日	
<b>地点、方式</b>	综合办公中心，电话会议、现场会议	
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书	
<b>投资者关系活动主要内容</b>	<b>1、收购昆药的协同效应？</b> <b>答：</b> 昆药集团和三九在业务上有非常强的协同效应，品牌打造方面，未来双方可以相互赋能，有助于进一步把“昆中药 1381”和“昆中药”两个品牌打造成有全国影响	

## 介绍

力的品牌，帮助华润三九补充传统国药品牌。此外，可以整合双方的资源，在三七领域全产业链发展。再次，利用三九在管理、渠道、产业方面的资源，为昆药集团进一步赋能，提升昆药的竞争优势。

### 2、公司收购昆药后，未来并购方向？

答：公司十三五、十四五都有整合资源的规划，并购方向非常清晰，主要沿着战略方向选择合适标的，CHC 领域主要关注有市场潜力的品牌以及代表着未来消费升级方向的新锐品牌。处方药重点关注有临床价值的产品，包括创新药机会，也包括有良好临床价值的仿制药产品。

### 3、公司收购昆药的背景？

答：公司一直非常关注整合行业优质资源的机会，对在公司战略方向上的一些企业也做了很系统的研究。昆药集团是公司一直以来关注的重点企业之一，所以也非常高兴有这样的一个机会能够和昆药集团达成股权方面的合作。昆药和三九在业务上有非常好的协同性，包括品牌、产品、渠道等。

### 4、未来创新方向？

答：过去几年公司非常重视研发创新工作，新品立项数量持续增加，研发投入强度也在持续增长。主要是围绕核心领域布局管线上，仿创结合，也高度关注中医药传承创新发展，包括创新中药、经典名方、院内制剂等。预计十四五研发投入强度持续加大，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。

### 5、配方颗粒业务的预期增长？成本和终端价格传导情况？未来配方颗粒业务毛利率水平情况？

答：过去几年配方颗粒业务增速较快，去年 11 月开始进入了国标切换期，今年上半年都将处于国标切换期，增速预计会不及往年。预计到下半年配方颗粒业务可能会重

拾增长，今年全年预计会实现正增长。公司在商业计划中也有配方颗粒较往年增速上有所降低的预期，希望国标切换期能够尽快地完成。新国标实施带来成本上涨，未来成本将上升，同时公司希望通过 1、配方颗粒产品价格调整覆盖成本上涨影响 2、内部通过产业链整合和集约化管理来降低成本。

#### **6、疫情对 Q2 和全年预期的影响？**

**答：**二季度以来部分地区因疫情防控措施有所加强，对当地药店感冒类产品的销售及处方药医院推广产生一定影响。此外，线上销售也受到了不同程度的影响，公司也在持续关注疫情影响的时间和区域的变动情况，如疫情得到较好、较快控制，预计对全年业务影响相对有限。但如果持续时间较长，预计可能对公司业务带来一定压力。

#### **7、公司感冒、胃肠等品类一季度情况？**

**答：**感冒品类 1 季度总体稳定，但 3 月下旬以来受疫情影响较明显。感冒是公司重要品类，如疫情较快得到控制，预计全年将实现较快增长。儿科品类 1 季度增长较快，主要是澳诺业务增长带动。皮肤、胃肠品类增长良好。

#### **8、未来产品引进方向？治疗领域方向？**

**答：**产品引进主要围绕公司战略开展。公司 CHC 业务为全域布局，不断向预防、康复保健等领域拓展，以满足消费者更多的需求。处方药业务围绕抗肿瘤、心脑血管、骨科、消化、儿科、呼吸、抗感染等领域展开。

#### **9、2022 年 Q1 销售费用率下降原因，全年费用率情况？**

**答：**2022 年一季度销售费用下降主要是结构性因素的影响。一季度 CHC 业务占比明显提升，CHC 业务整体费用率较低，通常公司 1 季度 CHC 业务费用率在全年相对较低，四季度较高，主要是进入冬春之后，感冒品类发病率提升且四季度节日比较多，费用投放增加。一季度处方药业务费用率有所降低，主要是：1、疫情影响下，部分地区

学术活动推广受到限制；2、处方药 1 季度由于销售进度受疫情影响趋慢，费用管控也会相对严格。接下来的几个季度，预计 CHC 业务的销售费用率会相较 1 季度略有上升。预计处方药业务费用率随着业务增速的逐渐恢复将有所增加。全年预计各业务线销售费用率将稳中有降。

#### **10、公司业务未来增长亮点和潜力？**

**答：**公司 CHC 业务具备较强品牌力，产品组合丰富，终端覆盖达到 90%，未来有很好的成长潜力，主要来源于 1、感冒品类将不断强化品牌、拓展线上渠道，同时不断在感冒领域中补充产品。2、公司非常关注儿童健康领域，儿科品类未来具备较好成长。公司 2020 年并购澳诺后，也在 1) 逐渐将澳诺品牌打造成消费者品牌，这两年陆续进行了产品升级和品牌升级的工作，并将进一步丰富产品；2)拓展线上新渠道；3)帮助澳诺在更多的线下市场拓展更多增量和更广的终端；3、易善复过去几年零售渠道增长快速，未来预计产品规模有望过 10 亿，有较高的增长潜力；4、皮肤、胃肠品类有一定增长机会；5、大健康业务正在打造品牌，不断推出新产品，转型线上销售，是重点培育的品类。

处方药业务中，易善复在医院渠道有进一步增长潜力，诺泽虽然受到广东集采影响，但总体影响有限。同时，抗感染等业务的政策影响基本到底部，随着新产品陆续上市，如示踪剂、五代头孢，经典名方等，处方药预计将实现较好增长。国药业务在政策放开后可以进一步拓展基层市场，适度替代部分饮片，有市场扩容的机会。同时，在严格监管下竞争格局也会相对有序，全国性布局的企业具有先发优势，因此未来几年该业务将有比较好的成长性。同时，公司将顺应行业趋势，加快新产品引进和并购整合，从而实现业务更快增长。

#### **11、公司经典名方进展？预计上市的产品销售预期？**

**答：**公司重视中医药创新发展，经典名方是重要的研发方向之一，目前在研经典名方 20 余首。今年初完成了首个经典名方颗粒项目的注册申报，预计今年下半年还会有产品进入注册申报阶段。新上市产品需要培育，短期重点在医院市场，长期更多关注零售市场的机会。

## **12、公司如何降本增效？**

**答：**近年来，公司在智能制造、精益化生产方面做了很多工作，同时对于采购体系也在持续优化。未来，公司除内部挖潜也会考虑适度提价来覆盖成本上涨。

## **13、公司 OTC 产品提价趋势和策略？**

**答：**OTC 产品价格比较市场化，公司有一定定价能力，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。

## **14、昆药项目后续并表时间等安排？昆药商业业务的整合安排？**

**答：**公司初步预期交易完成时间要到年末，争取能够在 11 月份前后完成整个项目的交割。

昆药集团商业板块目前大概 40 亿规模，主要做云南省内业务，在云南省内覆盖非常全面，在区域市场位于领先地位。对于华润三九来讲，一是将构成与三九控股股东的同业竞争，二是三九战略聚焦在制药业务。因此，在未来同业竞争解决的过程中，昆药集团的医药商业板块会有合适的解决方案。目前处于预案阶段，我们没有具体的计划。未来将结合市场环境、各方诉求，形成具体的方案。

### 15、未来业务并购方向？

答：公司并购方向非常清晰，未来也会持续关注行业优质资源的合作和整合机会，主要沿着战略方向选择合适标的，CHC 领域主要关注有市场潜力的品牌以及代表着未来消费升级方向的新锐品牌。处方药重点关注有临床价值的产品，包括创新药机会，也包括有良好临床价值的仿制药产品。

### 16、金装感冒灵推出原因？

答：金装感冒灵主要是为满足消费者对于产品品质和体验感的追求而推出的差异化产品。

### 17、抗感染业务预计未来规模和表现？

答：抗感染业务受到限抗、集采等政策影响，过去两年有较大幅度下滑，公司也在不断调整产品结构，预计今年抗感染业务会在新品的带动下实现增长。

附件清单

-

(如有)

日期

2022/5/17