

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：2023-018

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	中信建投、海通证券、兴业证券、国信证券、民生证券	
时间	2023年5月4日	
地点、方式	综合办公中心（电话会议）	
上市公司	董事长	
接待人员姓名	董事会秘书	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>尊敬的各位投资者，大家好！首先和各位投资者回顾一下公司2023年一季度业绩情况。</p> <p>2023Q1公司实现营收63.52亿元，同比增长49.46%。净利润达到12.29亿元，同比增长44.71%。扣除非经常性损益的净利润为11.31亿元，同比增长41.86%。归属于上市公司股东的净利润为11.51亿元，同比增长36.9%。经营活动产生的现金流量净额为3.01亿元，同比下降32.99%，主要由于自今年1月19日起，公司开始合并昆药集团的财务报表，因此一季</p>	

度的相关经营指标受到合并的影响，与往年相比有所变化。

2023Q1,昆药集团实现营收 19.1 亿元,其中工业板块营收为 10.97 亿元,同比增长 13.6%。商业板块由于业务结构调整,剥离了调拨业务,受此优化影响,商业板块实现营收为 6.86 亿元,同比下降 28.7%。昆药集团 Q1 实现归母净利润为 1.31 亿元,同比增长 14.47%。从一季度的情况来看,昆药集团的工业板块营收和净利润总体实现了增长。由于合并昆药集团财务报表始于 1 月 19 日,受合并时点的影响,昆药一季度数据并未完全合并到公司的一季度报告中。总体来说,昆药集团对公司一季度财务指标增长有一定贡献,这个贡献在营收端表现得更为明显,而在净利润端相对较少。扣除昆药集团影响之后,公司经营性净现金流仍保持增长态势。

总体来看,一季度公司营收和净利润实现较快增长,营收增长主要归功于昆药并表的影响以及 CHC 消费者健康业务中的感冒品类、儿科感冒药、大健康等业务快速增长。同时,配方颗粒业务在今年一季度实现了正增长,国药业务中的饮片业务也实现了增长。

在毛利率方面,一季度总体毛利率为 54.08%,同比略有下降,主要受昆药并表和业务结构的影响。扣除昆药影响后,公司的毛利率基本稳定。在主要业务中,品牌 OTC、大健康、康慢业务毛利率略有上升,而处方药毛利率则有所下降,主要因国药业务中饮片业务占比提升。

费用率方面,一季度销售费用率为 22.1%,同比下降 0.95 个百分点,管理费用率基本持平。这主要是因为合并昆药及业务结构的变化。业务结构对于公司而言,主要是国药业务的饮片业务在今年一季度实现了较快的增长,考虑到饮片的毛利率和费用率较低,对毛利率和费用率都会有一定影响。此外,销售费用投放也受到季节性差异的影响。

一季度公司的重点工作之一是推进昆药整合工作。目前,相关工作进展顺利,已顺利实现控制权交接和平稳过渡,百日融合目标基本达成。在与昆药的多次研讨后,双方共同确立了“打造银发经济健康第一股、成为慢病管理领导者、精品国药领先者”的新战略目标。在品牌、产品、渠道、终端等方面的协同在有序推进,且正在逐步导入华润三九的商道体系。在管理体系

融合方面，目前也在持续推进过程中。

展望全年，行业政策和市场环境仍存在诸多不确定因素。预计部分业务，如配方颗粒，仍将面临较大挑战。为此，公司已采取相应应对措施和准备。公司也会在各位股东的支持下，不断加快创新转型，努力实现年度目标，为投资者交上一份满意的答卷。

1、今年内生性的增长情况？

答：总体来讲，昆药在一季度对公司的营收有相对明显贡献。如果剔除昆药的营收影响，公司原有业务实现营收增长超过了 20%。在净利润端，昆药归母后的净利润贡献相对较少，且昆药净利润增速相对三九净利润增速较慢，所以对公司一季度的利润影响相对少一些。扣除昆药影响后，公司净利润增速快于营收增速。

2、与昆药整合过程当中最重要的几件事情？

答：关于昆药整合的情况，百日融合已经在 4 月底结束，取得了不错的成效，主要体现在以下三个方面：1) 业务聚焦。昆药业务逐渐聚焦到三七品类和昆中药这两大领域中。此外，引进华润管理体系后，昆药一季度指标表现较好。2) 业务赋能。主要体现在客户维度和市场维度。三九商道的渠道客户会和连锁客户会今年都放在昆明召开，取得了很好的效果。客户体系的整合和归拢有助于提升昆药业务执行效率。在品牌赋能方面，双方就如何打造三七品牌以及“昆中药 1381”品牌开展了多轮探讨。三九分享了品牌打造经验，并制定下一步赋能计划。3) 管理提升。充分运用华润 6S 管理体系，从战略梳理、组织优化和文化融合三个维度推动管理提升，包括风险控制、业务拓展等。

3、品牌药(公司 CHC 业务)一季度情况如何？库存、订单以及各产品需求表现情况如何？

上游的价格如何？是否会考虑涨价？

答：去年底放开后，感冒药销量增加，市场可能对渠道内库存情况有一定顾虑。从目前公司品牌药的表现来看，销售状况良好。在公司刚刚召开的两个客户会议中，大家对于公司供应

保障以及库存控制方面的表现持非常乐观态度。总体而言，目前公司的库存状况良好，控制得当，产品价格相对稳定。产品周转速度也较快，为上半年品牌业务发展奠定了坚实的基础。关于上游原材料价格方面，公司一直密切关注，特别是对于可能影响经济振兴和发展的货币政策以及原材料价格变动。公司内部同时制定了相关应对计划，以应对原材料价格波动。

目前来看，上游原材料价格对公司的影响并不明显，核心原料价格上涨幅度可控，部分去年较为热门的原材料价格已经开始回落。公司仍将保持密切关注并做好应对措施。

4、如何看待国药事业部以及配方颗粒的增长？

答：关于国药业务，去年一季度以及上半年，配方颗粒行业的主要任务是国家药品标准转换，这个过程中业务发展遇到一定的挑战，因此去年配方颗粒业务整体基数较低。

配方颗粒业务涉及整个产业链，包括前端的药材资源、生产环节和销售服务，具有一定的复杂性。特别是在国家药品标准执行后，对业务毛利产生了较大的影响。公司将努力保持作为原有的六家试点企业之一的先发优势，在未来竞争中走得更远、更快。经过去年一年的努力，国标切换和产能方面的问题逐步得到解决。预计今年配方颗粒业务有望逐季改善，并在去年低基数的基础上实现恢复性增长。

5、对于昆药的同业竞争如何规划？

答：昆药涉及同业竞争的主要有两块业务：一是昆药商业，这部分业务公司计划未来剥离；二是三七产品，涉及到未来的整合工作。目前，公司正进行两项工作的前期准备，公司承诺在五年内解决，未来会寻找合适的时机启动相关工作。在正式启动之前，公司也将进行一些基础工作。例如，针对三七产品，双方已经在市场策略方面展开了相应的协同安排，统一规划，避免市场过度竞争局面。

对于昆药商业方面，今年昆药商业的营收有所下降，主要是对现有业务进行了优化和调整。公司希望在这些工作取得一定进展后，考虑启动后续安排。目前，公司正对昆商进行相应的管

理提升，进行一些基础性的准备工作。

6、饮片业务的团队情况和的公司饮片业务定位？

答：饮片业务在国药业务中作为补充业务，国药事业部的核心业务依然是配方颗粒业务。

公司在配方颗粒领域有着多年的经营经验和一定的优势，希望在市场调整过程中进一步扩大市场份额，提升行业地位。饮片业务属于发展性业务，目前仍由配方颗粒团队负责，尚未设立专门的饮片业务团队。饮片市场在监管加强的背景下，将朝向更规范、质量要求更高的方向发展，这个过程将是长期且渐进的，需要围绕品质和技术标准开展业务。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，公司利用已有的配方颗粒业务布局进一步补充了饮片业务。公司饮片业务的增速较快，但总体基数较低。另一方面，饮片业务面临部分厂家由于盈利较低逐步退出的趋势。目前对于公司饮片业务的发展仍处于观察阶段，未来将持续关注是否能够建立产业优势或达到一定的规模。

7、现金流降低，应收账款与合同负债增加的主要原因？CHC 和处方药在一季度大概的构成比例？

答：公司 2022 年 CHC 业务占比超过 60%，处方药业务占比 33%。目前来看，一季度 CHC 业务表现较好，整体结构没有太大变化。资产负债表中的应收账款和现金流变化主要受昆药并表的影响。昆药一季度经营性净现金流为-5.57 亿元，预计接下来几个季度现金流状况会逐渐改善。扣除昆药影响，公司的经营性净现金流总体表现良好。昆药整体应收账款和存货一季度表现相对较弱，导致经营性现金流表现不佳，这也是未来公司管理提升和改善的重点方向。

关于公司合同负债一季度增加，主要原因是 3 月份甲流发病率提升，市场需求和订单增长较快。去年年底，为满足市场需求，公司将已有库存和生产的產品尽可能保供发出，导致年度末相对于销售规模的合同负债偏低。今年一季度末由于订单增长，合同负债相应增加。

8、未来昆药的收入体量还有利润率的规划，以及未来对于昆药的战略定位？

答：昆药的战略已经在团队内部达成共识，与昆药团队共同确立了成为慢病管理领导者和精品国药领先者的战略目标，并共同制定了昆药未来三年的业务发展规划。为实现这一目标，将重点发展两大核心业务：一是围绕三七心脑血管慢病管理业务，打造全产业链能力；二是聚焦精品国药业务，通过品牌打造和渠道终端赋能，将“昆中药 1381”打造成为精品国药领先品牌。业务链方面，从前端研发到制造及后端服务都将紧密围绕慢病方向。盈利水平方面，未来昆药集团的工业部分将作为核心业务，盈利水平有望提升。公司希望通过 3-5 年的努力，将昆药打造成为银发经济健康第一股。

9、感冒药的展望？关于感冒药品类，是以感冒灵为主还是可能今年会多出一些咳嗽药？

答：去年感冒药达到了一个较高的平台，因此公司在今年的规划中追求稳健增长。从一季度的表现来看，感冒药业务受甲流高发等影响，实现了较快增长。结合这一趋势，公司将以更进取的态度努力推动感冒药业务发展。

感冒药品类发展方面，将继续以感冒灵为核心，同时关注抗病毒口服液、止咳药和中药消炎药等其他品种的发展。此外，公司还将感冒品类与大健康领域的维生素 C 等产品结合，因为越来越多的年轻人和消费者在经历过去三年的变化后，意识到每个人都是自己健康的第一责任人。除了治疗需求外，预防方面的需求也在增长，如维生素 C 和多维类产品。因此，公司在大健康产品方面也进行了一定的拓展。希望通过公司的努力，感冒药品类在今年能实现较好的增长。

10、关于昆药一季度表现，是否与公司的收购及强大销售网络有关？未来两者如何协同发展？

答：昆药一季度主要是聚焦三七品类和“昆中药 1381”品牌，构建两大品类的产品驱动。目前仍处于整合阶段，一季度表现主要是昆药经营团队自己努力的成果，还没有太多赋能，但已在进行相关准备。在 3 月 9 日和 4 月 22 日的两大客户会上，客户参观昆药并进行业务洽谈，

相信对未来业务推动有积极影响。希望未来昆药通过持续聚焦两大核心领域，借助华润和公司的管理和市场赋能，能有更好的表现。

11、接下来两三年内，公司重点培育的品种有哪些？目标是什么？此外，作为并购整合能力强的公司，今年及以后外延方向有哪些？

答：公司业务包括 CHC 健康消费品和处方药业务。CHC 作为公司核心业务，争取全面布局，全面领先，因此，公司 CHC 方向上除了关注治疗领域外，还积极关注前端预防和后端康复领域。具体核心业务布局来看，未来方向除持续丰富感冒、皮肤、胃肠等品类外，也会积极布局专品业务，如 2020 年并购的澳诺制药，在进入三九体系后，取得亮眼的表现。此外，妇科领域也完成了布局，包括口服、外用方向开发了一系列新品种。公司在前端积极关注健康-美丽-时尚三大方向，推出满足特殊人群健康管理需求的产品。希望通过三九 OTC 品牌和产品带动一系列健康产品需求。昆药集团将关注康慢领域，并逐步完成未来老龄化方向产品布局，希望未来 3 年有比较好的表现。未来 OTC 领先地位希望由三九主攻，康慢业务希望由“昆药+圣火”覆盖。

处方药业务希望和 CHC 业务相互赋能，因此公司在原来具备一定优势的心脑血管和抗肿瘤、抗感染等领域基础上，积极布局呼吸、骨科、胃肠品类。处方药业务中还包含国药业务，未来希望在以上品类中建立学术优势，聚焦核心领域，培养大品种，为 CHC 业务赋能，构建业务竞争优势。

在外延方向，公司将围绕战略发展，推动并购整合，抓住行业集中度不断提高的机遇。未来上市公司并购机会可能减少，但会持续关注非上市公司资源，壮大业务方向。

12、请问在未来，公司对于配方颗粒业务的规划是什么？

答：配方颗粒是一个长线业务，公司认为要持续构建产业链能力，实现全产业链均衡发展，才能在竞争中取得优势。作为中药领域高质量发展的倡导者和推动者，公司在国药业务中非常

重视这一方向。未来，公司将致力于构建全产业链的卓越运营能力，相信随着国家对中医药发展的重视和政策明朗化，国药业务的集中度有望逐渐提高。公司希望在赢得竞争过程中实现规模和效益的同步上升，提升竞争地位。

13、去年国药业务中，配方颗粒业务有下降，饮片业务有上升，请问在未来三年内，公司将如何调整这两个业务的发展战略？

答：在未来三年里，公司配方颗粒业务仍将作为国药业务中的核心业务。饮片业务属于发展业务并处在探索阶段，公司会持续关注、观察饮片业务的未来走向。中药饮片市场监管不断趋严，市场规范度有望进一步提高。公司希望在国药业务中，以配方颗粒为核心，观察饮片业务是否有未来的发展机会。

14、公司在品牌业务上具有领先优势，如何在长期内保持这个优势，并应对潜在竞争对手的挑战？

答：公司在品牌业务上的领先优势与公司在战略检讨中的深度解析及布局密切相关。公司明确了CHC作为核心业务，处方药和国药作为发展业务的战略方向。为了保持长期优势，公司将：（1）持续推动核心业务的发展，对各个品类的表现保持关注，并在市场机会出现时及时调整。（2）保持与行业内其他企业的交流与合作，相互学习，共同发展。（3）保持足够的耐心和长期主义，在品牌业务的推动中积累经验，不断提升品牌实力。（4）在面临竞争压力时，采取错位竞争策略，争取在部分品类保持领导地位，同时关注新品类的诞生，抓住市场机会。

15、在十四五中期战略检讨中，公司有没有类似于十三五中期战略检讨的重要战略调整？

答：公司在十四五中期战略检讨中，将继续遵循华润旗下企业的战略驱动思路，关注业务聚焦和管理能力提升。在十四五的战略检讨中，公司将更加关注创新和效率这两个主题，以推动业务发展。主要有以下几点：（1）关注创新：寻求推出更多优质的品种，提升产品竞争力；（2）提升组织效率：优化组织结构，以实现更快速的业务发展；（3）竞争力提升：以竞争为

导向，深入研讨创新和效率问题，进一步提升市场竞争力；（4）质量管理：持续关注产品质量和服务，确保公司形象和品牌价值。此外，公司也将关注昆药业务的拓展以及管理提升，通过合力推动公司在未来的表现越来越优异。

总结：公司的使命是关爱大众健康，共创美好生活。公司致力于成为大众医药健康产业的引领者和医药行业的头部企业。管理团队将持续推进这一目标。在未来，公司将紧密围绕消费者需求，依据创新、质量和效率三个维度来推动产业的高质量发展，希望为广大投资者持续创造价值。

附件清单

（如有）

-

日期

2023/5/4