

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：2020-001

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩沟通会（电话会议） <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	证券、基金等投资机构分析师；个人投资者
时间	2020年3月20日
地点	综合办公中心
上市公司 接待人员姓名	总裁 邱华伟先生 副总裁 谈英先生 副总裁兼董事会秘书 周辉女士 助理总裁兼财务总监 梁征先生
投资者关系活动 主要内容介绍	受疫情影响，公司于3月20日在线上和中金联合举行2019年度业



绩沟通会(电话会议),公司管理层就 2019 年度业绩情况及 2020 年度工作展望与各位投资者进行了互动交流。

公司副总裁、董事会秘书周辉女士首先向各位投资者介绍了公司过去一年的经营成果,并就创新、质量效率、自我诊疗(CHC)业务及处方药业务等主要板块的发展方向和思路进行了相应阐述。

周辉女士介绍的公司 2019 年的情况如下:

尊敬的各位投资者,大家好!

此次疫情对公司经营管理是一次全面考验。公司响应国家号召,主动作为,全员科学防护,全力保障生产供应,打好疫情防控战。在春节期间,就完成防疫产品和感冒类产品的生产恢复,并按照各地政府的要求,自 2 月 3 日起陆续复工剩余生产线。至今,公司员工未出现感染病例,产能基本恢复到疫情前水平。今天我们主要与各位投资者回顾公司 2019 年的业绩情况,并展望未来的发展。

过去一年,行业政策和市场环境持续变化,医药行业的转型变革日渐深入。公司积极应对行业环境变化,主动聚焦核心战略业务,创新转型升级,加大创新研发投入,强化品牌建设,在 2019 年实现了各项业务的持续稳健增长,取得良好的经营成果。

2019 年公司实现营业收入 147 亿元,同比增长 9.49%,超越行业平均增长水平。其中,自我诊疗(CHC)业务实现营业收入 75.56 亿元,同比增长 13.36%;处方药业务实现营业收入 65.9 亿元,同比增长 6.36%。处方药业务中,存在统计口径的变化(如 2019 年易善复受两



票制的影响，没有营业收入，只有服务费收入），导致处方药业务的营收有一定影响。

2019 年实现归属于上市公司股东的净利润 21.12 亿元，同比增速较快。其中包括出售子公司三九医院股权取得的一次性投资收益约 6.8 亿元（税后）以及 2019 年四季度公司计提的商誉减值准备 1.92 亿元，剔除上述两项影响因素，公司净利润同比增长约 13%，基本符合公司年初预期。

2019 年末公司净资产 125 亿元，资产负债率 35.9%。实现经营活动产生的现金流量净额 19.72 亿元，同比持续增长。从现金流和资产负债率来看，公司财务状况良好稳健。

公司在 2019 年末计提了 1.92 亿元的商誉减值准备，包括对众益制药形成的商誉计提 17,208.26 万元，对吉林和善堂形成的商誉计提 1,957 万元。（1）公司于 2015 年收购众益制药 100% 股权。众益制药主要生产销售阿奇霉素、红霉素等抗生素仿制药，由于“限抗”政策的持续影响，以及去年阿奇霉素片进入国家药品带量采购目录，预计未来众益制药的经营可能受到一定影响，出于谨慎考虑，本年对众益制药计提商誉减值准备 1.72 亿元；吉林和善堂主要从事人参种植加工业务，为公司参附注射液、参麦注射液等产品提供上游红参原料。注射剂对于前端药材的品质要求高、需求量大，为应对 2014 年左右人参价格上涨较快，质量良莠不齐的情况，公司逐渐向上游延伸，于 2014 年收购吉林和善堂 100% 股权，实现产业链一体化。近年人参价格走低、中药注射剂受政策



影响销量下滑，吉林和善堂的经营业绩未达预期，出于谨慎考虑，本年对吉林和善堂计提商誉减值准备 1,957 万元。（2）本次计提充分考虑未来市场变化的影响，谨慎地进行了财务处理。同时，众益制药积极应对未来政策变化所带来的风险，不断增加研发投入，通过多种方式补充产品线，调整产品结构，为长期发展奠定基础；针对进入集采的产品，供应链也进行了充分准备，保证集采产品能够满足供应。吉林和善堂将在保障产品原材料稳定供应的基础上，加快拓展人参系列保健品，预计 2020 年大健康类产品占比将有明显提升，从而不断提升其盈利能力；同时，和善堂仍为下游公司的产品提供高质量的原材料。

2019 年公司继续围绕创新、质量和效率的主题展开各项工作。创新方面，持续增加研发投入，推动创新转型。2019 年公司研发投入 5.3 亿元，占营业收入的 3.63%，新品研发的投入占比显著提高。公司在研新产品 43 项，其中 2019 年新立项 12 项。经典名方一直是公司重点发展的方向，该方面研究投入持续加大，目前在研经典名方十余首，其中 2019 年立项 5 首经典名方。2019 年公司获得两项生产批件，开展 10 余个品种的一致性评价工作，获得政府资助研发项目资金 3379 多万，获得国家发明专利授权 19 项，实用新型专利授权 16 项。

公司持续开展品牌创新，积极尝试跨界营销，不断赋予品牌年轻时尚的活力。999 感冒灵秋裤、999 皮炎平国潮口红等品牌创新活动，引发了社交媒体的广泛关注和转发。其中 999 皮炎平口红曝光量超 10 亿次，并受到央视、人民网等官方媒体的关注报道，提升了品牌的认知度。



公司强化模式创新，围绕护肝品牌“易善复”，与平安好医生整合资源，在移动医疗上开展深度合作，探索数字化运营方式，取得积极成果。

质量管理方面，2019 年公司围绕建设标准化质量管理体系、确保体系有效运行两个层面，不断加强质量管理水平、提高产品质量。同时，公司制定针对性节能减排措施，提高能源利用效率，减少温室气体排放，确保企业能够健康稳定可持续的发展。

业务发展方面，自我诊疗(CHC)业务增长势头良好，增速大幅超越行业平均水平，营收占公司业务的 51.4%。其中，感冒用药品类增长较快，持续创新产品和升级品牌。皮肤用药品类和胃肠用药增长良好，骨科和儿科产品增长相对平稳。易善复积极探索数字化运营模式，在零售市场份额快速提升。大健康业务是公司培育的潜力业务，2019 年业务总体稳定，“999 今维多”品牌业务增长较好，圣海 CMO 业务受保健市场整治“百日行动”影响，营收出现下滑。康复慢病业务持续增长。

处方药业务聚焦心脑血管、骨科、消化、肿瘤等核心领域，强化产品力提升，加强学术价值传播和专业市场推广，2019 年营收占公司业务的 45%。中药配方颗粒业务增长较快，易善复、华蟾素片等产品增长良好。抗感染业务受行业政策影响，短期承压，去年营收基本持平。

并购整合方面，2019 年公司收购澳诺制药 100% 股权，2020 年 1 月 2 日完成股权转让相关工商变更登记手续，儿童健康领域产品布局进一步丰富。以赛诺菲合作为基础，公司一方面通过跨境业务，将其澳洲优质维矿品牌——Nature' s Own 引入中国市场，另一方面建立起



Nature's Care Pro 品牌的合作。此外，公司正在推进与龙角散、武田制药等日本 OTC 市场领先品牌的合作，期望强强联合，共同拓展中国市场。

回顾 2019 年，公司完成了年初制定的目标，实现了超越行业平均水平的增长。展望 2020 年，虽开年受到疫情冲击，但我们相信 2020 年发展依旧值得期待。2020 年公司将继续推进创新升级，健全创新管理体系，推进 QBH-196 等重点项目的研究进程；围绕老年、儿童、女性三个重点人群，进行产品创新升级；响应国家中药发展规划，加大对中医药传承创新的投入，推进古代经典名方的中药复方制剂研发。

具体业务上，自我诊疗（CHC）业务方面，将不断强化核心业务和 999 品牌，拓展预防-治疗-康复全领域业务。处方药业务方面，公司将围绕重点产品参附注射液、易善复、华蟾素、天和骨通贴膏、茵栀黄口服液等，深挖产品临床优势。中药配方颗粒业务方面，公司将落实国家中医药发展战略，全面布局中药产业链，借助智能制造，提升效率，拓展饮片业务，促进饮片和配方颗粒的协同发展。抗感染业务方面，2020 年受仿制药一致性评价及带量采购推进的影响，预计继续承压；公司将通过加快推进五代头孢等新产品项目进度，加快重点品种的仿制药一致性评价工作等举措，促进业务结构调整，使得公司在市场竞争中处在有利位置；对于已入选国家集采目录产品，做好供应保障，通过规模化生产不断降低成本；并积极推动高端制剂 CMO 国际合作项目落地，提升公司长期发展动能。

公司将继续寻找行业优质资源的整合机会，巩固公司在核心领域的



优势地位，并且尝试拓展新业务。

目前公司已经初步克服了疫情影响，预计 2020 年公司营收可以实现超越医药行业平均水平的增长。2019Q1 由于存在出售三九医院股权 6.8 亿（税后）一次性收益，因此 2020 公司的净利润可能会有所下降。公司已于 2020 年 3 月 20 日发布 2020 年一季度业绩预告，预计净利润水平在 4.4-5.6 亿，剔除一次性事项的影响后，2020 年一季度公司经营业绩基本符合预期。

最后，再次感谢各位投资者一直以来的关注和支持，谢谢大家。

在问答环节中，投资者与公司管理层进行充分互动。

投资者问：能否谈谈行业未来的发展，尤其是零售行业的趋势？以及公司全渠道上的布局？

邱华伟先生：公司致力于成为大众医药健康引领者，近年来，医药行业政策迭出，机会不断涌现，公司管理层对零售市场业务一直非常坚定，认为零售市场的发展有很大空间。一方面，面临消费升级的机会，另一方面，有处方外流的机会。同时还存在整合机会，公司对零售市场充满信心，零售市场未来有增长空间。

公司抓住 OTC 升级机会，成立了 OTC 事业部和专业品牌事业部，同时针对康复慢病和大健康业务机会进行相应布局，成立大健康事业部和康复慢病事业部，完成自我诊疗(CHC)业务全面布局。同时，利用公司积累的零售行业优势、良好的消费者基础以及和上下游形成的良好关系，争取



在这一领域的竞争中全面领先。

公司具备医疗资源和科技水平，在处方药业务方面，公司聚焦核心领域，积累学术优势，向自我诊疗（CHC）业务赋能。

投资者问：大家都很看好整个零售行业，行业在不断扩容和升级。公司近年来在这方面的创新非常多，包括积极探索新模式、开放和平安好医生等互联网品牌对接等,请问公司如何考虑和布局呢？

邱华伟先生：2020年初的新冠疫情催生线上业务机会。公司很早就探索“医+药”发展的模式，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。

投资者问：公司不断拉近和C端消费者的距离，发布很多暖心视频，推出周边口红、秋裤等。公司推出这类活动的主要目的是否为扩大品牌在消费者中间的影响，增加和消费者的沟通？

邱华伟先生：公司坚持以消费者为中心，持续输出高质量的品牌内容，以优质内容与消费者沟通，增强品牌认知度和好感度。公司推出的999感冒灵秋裤项目、999皮炎平国潮系列口红等，产生了良好的社会传播力。作为30多年的老品牌，公司最初通过明星代言和广告等，影响了一大批消费者。但现在年轻的一代消费者正在崛起，如何和这些消费者保持沟通



能力，使得品牌年轻化、时尚化、更健康，成了公司的重大课题。

公司这些年的举措也确实受到了年轻消费者的欢迎。实际上是一种和消费者沟通的方式。例如“拉面说”是一个高端拉面品牌，具有和公司 999 品牌契合的“温暖”理念，因此通过合作，实现跨界联动，同时也观察消费者是否能够接受公司的用心。未来，公司会持续推进这类营销方式，使得三九的品牌更为年轻、时尚、健康。

投资者问：是否可以介绍公司在大健康板块的发展情况，未来的规划，以及公司未来还会关注哪些产品线的收购机会？

邱华伟先生：公司自我诊疗(CHC)业务是全面布局策略，当下零售市场大环境是从“以治疗为中心”转变为“以健康为中心”。业内一些公司在这一领域有很好的突破。大健康是行业发展的一个重要的组成部分，大健康行业也在持续规范。

公司基于不同客户群和品类打造健康品牌组合，“999 今维多”定位于基础膳食营养补充剂系列；“三九益普利生”主打功能性产品系列；“9YOUNG”则定位为针对年轻人的新品牌，包括胶原蛋白、减肥代餐等年轻化产品。未来，公司将进一步完善大健康业务产品线，加大 999 今维多品牌推广，提升保健品动销能力，并继续跨境电商等新业务模式的探索。

投资者问：近来物流配送的提升和互联网化迅速推进，公司如何看待下沉市场的开拓空间？

邱华伟先生：2019 年零售市场分化加剧，同时消费升级情况在发生，



包括新的产品形式和单价更高的产品在做取代。下沉市场仍然是很有必要的。

投资者问：公司在感冒等产品具有较高知名度，产品的市占率是怎样的水平，如何看待未来的增长空间？

邱华伟先生：999 感冒灵近年一直处于行业领先地位，但由于感冒药市场相对分散，因此市占率不是很高，仍然具有较大的发展空间。999 皮炎平保持了细分市场领导地位，目前稳定是首要目标。三九胃泰在细分市场排名前列，公司通过“三九胃泰”品牌的重新定位和更新，进一步推广如温胃舒、养胃舒等其他品种以及新品规划等方式促进品类快速发展。

投资者问：2019 年处方药增速趋缓，主要影响因素有哪些？2019 年配方颗粒增长情况如何，能否对这一业务进行未来展望？公司 2020Q1 的业绩预告表明主要业绩下滑原因是由于去年三九医院的投资收益，请问新冠肺炎对业绩的影响有多大？

邱华伟先生：2019 年医药政策频出，包括国家集采等。限辅限抗政策对公司中药注射剂和抗感染业务带来一定的影响；集采政策也带来了一定的不确定性。此外，处方药中部分品种由于两票制原因，结算口径有所变化。2019 年，配方颗粒业务获得了较好的增长。

新型冠状病毒肺炎疫情对公司部分业务一季度的经营进度产生一定影响，公司通过产品结构调整及新渠道拓展降低了疫情影响，预计经过努力，公司 2020 年营业收入将实现超越医药行业平均水平的增速。2020



年 Q1 业绩预告中提到预计 2020Q1 的利润在 4.4-5.6 亿元左右，较去年同期有所下降，主要是和 2019 年 1 月份公司出售所持深圳市三九医院有限公司 82.89% 股权带来约 6.8 亿元（税后）资产处置收益有关。如果扣除三九医院出售的非经常性损益影响，2020 年一季度公司经营业绩基本符合预期。

投资者问：公司在未来并购上有什么想法呢？重点关注哪些产品呢？

海外业务如何布局？

邱华伟先生：医药行业整体增长有所放缓，公司高度关注业务整合并购的机会。围绕公司战略布局，在自我诊疗（CHC）业务重点探索国内外优质产品或品牌的引进，处方药业务重点关注有高临床价值的产品。同时关注国际合作机会，基于中国市场的未来机会，通过合资、代理、合作等形式开展合作，希望能实现公司的转型升级。

投资者问：未来公司倾向于做较大金额的并购，还是较小金额呢？还是主要关注市场机会？

邱华伟先生：公司的并购总体围绕战略选择。目前公司倾向于选择品牌比较大、影响比较大或者产品潜力比较大的标的，但主要还是关注市场机会如何。

投资者问：可否分享下公司如何做到激励团队，保持灵活和开放？

邱华伟先生：公司作为一家国企，有市场化基因，得益于大股东华润



集团是根植香港的高度市场化的大型央企，同时也得益于公司地处深圳，具有很好的投资氛围和人才。

医药领域应该是充满创新的，资本市场给予创新企业充分的估值，希望通过不断努力将公司打造成创新驱动的更好的药企。

附件清单（如有） -

日期 2020/3/20