

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：2025-001

<b>投资者关系 活动类别</b>	<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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他
<b>参与单位名称 及人员姓名</b>	人保香港资产、润晖投资、德摩资本、文渊资本、华夏基金、海通证券、GIC、财津投资、杭州中众私募、厦门金时资产、杭州贵信投资、浙江思悦投资、浙江南鼎资产、中财绿汀等证券、投资机构
<b>时间</b>	2025年1月8日-1月14日
<b>地点、方式</b>	综合办公中心（现场会议、电话会议）
<b>上市公司 接待人员姓名</b>	董事会秘书（代）、证券事务代表
<b>投资者 关系活动 主要内容 介绍</b>	<b>1、公司 2024 年全年经营表现？</b> <b>答：</b> 24 年行业整体压力较大，公司克服各方面困难，超越行业平均增速，完成年初预计目标，整体符合预期。CHC 业务持续丰富品牌矩阵、深化品牌影响力，感冒、胃药、皮肤、肝胆等品类表现较好，处方药业务持续丰富产品线，着重产品价值发掘与竞争力提升，配方颗粒业务

实现恢复性增长。

**2、2024 年院外零售市场变化明显，公司感冒品类仍保持较好增长，请问公司通过哪些方式做到？**

**答：**公司的竞争优势主要体现在品牌和渠道。品牌帮助消费者提升选择效率，渠道帮助消费者更便捷地购买。公司整体受院外零售市场变化影响相对较小。公司持续关注发病率和订单需求，积极做好交付工作。

**3、目前公司感冒品类渠道库存水平如何？**

**答：**公司感冒等核心品类渠道库存情况正常。感冒品类渠道库存一般在 2.5 个月左右水平。

**4、目前公司感冒品类产能扩产情况如何？**

**答：**公司推动进行了两轮扩产，一是华润三九(郴州)华南区生产制造中心，产能在爬坡过程中逐步释放；二是华润三九(枣庄)生产基地的改造，投产后可进一步缓解产能压力。

**5、公司后续是否有提价计划？**

**答：**公司更注重以消费者和患者为中心的业务宗旨，努力为消费者/患者提供优质产品。公司 OTC 核心产品单价在同类品种价格带上处于偏低水平，公司会考虑原材料涨价等因素，根据宏观政策变化和行业竞争格局情况，适度进行提价以覆盖成本上涨的影响。在提价过程中，公司会充分考虑患者的接受程度。同时，公司将持续进行产品升级，打造专业品牌，推出更好体验的品种，以实现品牌价值。

**6、公司在大健康和康复慢病管理方面有什么战略调整吗？**

**答：**公司在大健康策略上没有大的变化，重点围绕三类人群：女性、中老年、年轻时尚人群，结合消费者需求，打造不同产品，持续丰富产品线，包含基础膳食营养品，女性胶原蛋白，健身补充剂等产品。在康复慢病管理方面，2024 年 12 月 20 日，华润圣火股权转让的相关工商变更登记手续办理完成，解决了同业竞争问题。昆药集团以“银发健康产业的引领者”为愿景，围绕

“传承精品国药，以三七产业链为核心，立足于老龄健康，拓展慢病管理领域”的战略核心，重点打造“777 理血王”和“777 络泰”等三七系列产品为核心的慢病管理以及“昆中药 1381”系列为核心的精品国药两大平台，致力于成为“老龄健康-慢病管理领域领导者”和“精品国药领先者”。

#### **7、公司后续在品牌投入方面的计划？**

**答：**公司长期以来坚持品牌投入，保持相对稳定的品牌投入力度。近几年，随着媒体环境的变化，公司在投放策略和渠道的选择上相应也做了一些调整和转变，在新渠道新方式上不断加大投入力度。

#### **8、公司代理易善复等表现如何？未来是否有新的代理计划？和史达德的合作目前进展如何？**

**答：**代理合作方式也是公司快速获取产品的一种方式，易善复表现一直比较好，零售渠道和处方药渠道均保持较快增长。同时，公司和史达德达成合作共同开拓感冒呼吸市场，整体表现符合预期；公司和华润生物达成瑞通立等产品的合作，2024 年 12 月瑞通立获批新适应症用于急性缺血性卒中（AIS）患者的溶栓治疗；公司和 MNC 的合作帮助我们在一些管线上快速补充产品，商业推广能力不断加强。

#### **9、公司 CHC 业务未来的战略布局？**

**答：**公司 CHC 业务希望做到全域布局，全面领先。稳固呼吸、胃药、皮肤品类基本盘的领导地位，围绕大品种-大品牌-大品类的思路，进行品类规划和产品打造。呼吸品类最早是感冒灵颗粒，逐步扩展到呼吸品类，并布局哮喘、COPD 等细分赛道。CHC 是公司核心业务，公司高度关注 CHC 领域新的业务发展机会，以及品牌和技术的变化。

#### **10、处方药注射剂等品种受政策影响如何？**

**答：**注射剂品种在公司营收中占比低，在集采大背景下，公司要求各个品类保持一定市场份

额，追求稳定发展。

### **11、公司如何看待后续配方颗粒业务的增长预期？**

**答：**预计 25 年公司配方颗粒和饮片在陆续的集采过程中会有一些压力，在 24 年恢复性增长的基础上希望 25 年继续增长。过去一年公司把握集采机遇，销量和市占率均有增长。25 年公司将聚焦优化销售模式，提升盈利能力。公司将持续利用试点企业的先发优势，争取在竞争激烈的市场中保持相对领先的地位。

### **12、天士力并购后续时间规划？**

**答：**公司及相关各方正在积极推进本次交易的各项工作。目前本次交易涉及的尽职调查、审计、评估或估值、重大资产重组核查等工作正在进行中。本次交易尚需公司董事会再次审议及公司股东大会审议批准，并经相关监管机构批准后方可正式实施，预计将在 2025 年 1 季度完成交易。

### **13、公司与天士力如何相互赋能？**

**答：**华润三九的愿景是“成为大众医药健康产业的引领者”，公司争做行业头部企业。华润三九的核心业务是 CHC 健康消费品业务，处方药业务是公司的发展业务；天士力主要聚焦心脑血管、消化代谢、肿瘤、中枢神经四大治疗领域。天士力创新中药研发能力强，是创新中药标杆企业。华润三九在品牌打造和 CHC 渠道优势可以帮助天士力提升院外市场效率，并对天士力进行管理赋能，提升运营效率。同时，天士力将赋能华润三九，进一步提升公司的研发创新能力，助力华润三九巩固行业领先地位，成为行业头部企业。

### **14、公司后续毛利率展望？**

**答：**目前，公司 CHC 毛利率基本稳定，处方药受政策及产品结构影响有一定波动。CHC 业务方面，努力应对市场挑战，持续向产品升级方向推进；处方药业务方面，推动以创新产品改善毛利率水平；长期来看，公司毛利率受到业务结构等因素的综合影响，预期公司毛利率水平趋于

稳定并有一定提升空间。

#### **15、公司如何看待昆药未来发展？**

**答：**公司按照三年融合计划，清晰了昆药集团战略定位，昆药集团锚定“银发健康产业的引领者”的战略愿景，业务聚焦到三七软胶囊等系列产品为核心的慢病管理以及“昆中药 1381”系列为核心的精品国药。昆药去年颁布了“777”品牌，在消费者端构建“三七就是 777”的认知，今年“昆中药 1381”品牌也会推动升级，并逐步拓展产品及业务渠道，预计业务逐年向好，长期看好昆药集团的发展。

#### **16、昆药商业业务同业竞争安排规划及进展？**

**答：**华润三九收购昆药集团涉及到的商业流通业务同业竞争，已承诺在 5 年内解决。昆药商业流通业务目前正在夯实业务基础，为解决同业竞争做好准备。

#### **17、公司后续分红计划？**

**答：**公司坚持贯彻股东利益导向，过去几年公司现金分红比率稳步提升。公司制定并积极落实“质量回报双提升”行动方案，深入响应国务院关于推动资本市场高质量发展的相关文件精神，积极推动一年多次分红、预分红、春节前分红，增加分红频次，以增强投资者获得感，提升投资者回报水平。结合经营发展实际情况，公司已实施 2024 年前三季度权益分派。未来公司将进一步落实公司“质量回报双提升”行动方案。

#### **18、公司后续外延并购计划？**

**答：**从政策环境来看，证监会出台“并购六条”等政策，国资委鼓励上市公司作为平台加大重组和整合力度，尤其在战略新兴产业方面鼓励支持开展专业化整合工作，华润三九未来会继续关注行业优质资源整合机会，一方面做好昆药集团融合工作，推进天士力项目进展，发挥协同价值；另一方面，未来采用多元化方式通过投资并购支持公司整体创新转型，加大创新药领域投资的探索力度，在 CHC 核心业务方向上继续关注有机会、有潜力的品牌资产。

---

	<p><b>19、公司后续股权激励计划?</b></p> <p><b>答:</b>股权激励是国企改革重要举措之一,华润三九在过去几年的科改评价中表现优异。公司未来也将根据科改要求,争取适时推出二期激励计划。</p>
<b>附件清单 (如有)</b>	-
<b>日期</b>	2025/1/14