

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

投资者关系活动记录表

编号：2020-005

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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"/> 业绩沟通会 <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	Athena Capital Management
时间	2020年5月27日
地点	电话会议
上市公司 接待人员姓名	证券事务代表
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>首先证券事务代表介绍了公司2020年一季度的经营成果及全年展望，并就投资者问题进行互动交流。</p> <p>公司2020年一季度情况介绍如下：</p> <p>年初疫情对企业是一次全面的考验，公司主动作为，快速响应国家号召，在全员科学防护的前提下，春节期间，完成防疫产品和感冒类产品的生产</p>



恢复，其他的生产线自 2 月 3 日起陆续复工，全力保障生产供应。目前公司员工未出现感染病例，产能已经基本恢复到疫情前的水平。经过全体员工的努力降低了疫情的影响。

总体来看，一季度公司实现营业收入 31.37 亿元，同比下降 9.9%，归属于上市公司股东的净利润 5.33 亿，下降 54.29%，主要原因是 2019 年一季度确认出售子公司三九医院股权取得一次性投资收益约 6.8 亿元（税后）导致，除掉一次性收益的影响，公司实现归属于上市公司股东的净利润同比增长约 9%。一季度业绩除受一次性收益影响外，还有一些非经常损益因素影响，扣除非经常性损益后公司实现归属于上市公司股东的净利润为 4.4 亿，同比增长 2.28%，在疫情大环境下仍取得相对平稳的业绩。公司经营性活动产生的现金流量净额继续保持比较好的势头，一季度是 6.45 亿，同比增长 94.5%，和经营业绩相匹配，公司在现金流方面保持稳健合理的水平。

具体展开来看，在营收方面，受疫情影响，公司各业务表现差异比较大，自我诊疗业务有小幅的增长，处方药业务受疫情影响比较大，出现比较明显的下滑，因此一季度自我诊疗业务的营收占比有明显的提升，预计是一个阶段性的影响。从品类上来看，自我诊疗业务中品牌 OTC 业务，大健康业务和康复慢病业务都有比较好的增长，也带动了整体自我诊疗业务的增长。自我诊疗业务中如胃肠用药、儿科用药等一季度表现不是很好，主要原因跟产品本身的特性有关，在疫情期间受到一定影响。处方药业务一季度有比较大的下降幅度，其中相对表现比较好的是配方颗粒业务，公司一季度快速调整了产能，全部用于预防方和治疗方的生产，营收只是有



小幅的下降。其他处方药业务方面，医院就诊病人数量大幅度下降对业务的影响比较明显。以上是从营收端的角度来看公司一季度的业务情况。

从毛利率的水平来看，公司总体一季度毛利率下降了 2.4%，主要受成本上涨及产品结构影响。一方面高毛利的业务如抗感染业务一季度下降比较明显，另一方面是疫情期间原料药的采购价格上涨比较明显，包括纸张成本上升比较快，所以总体上毛利率还是有一些影响。

疫情期间公司费用率水平控制的比较好，销售费用率下降 4.5%，主要是由于处方药业务方面的销售费用有所下降，自我诊疗业务疫情期间推广投入减少以及部分费用的节省，如差旅费、会议费等。一季度公司管理费用率基本持平。

总体来讲，受疫情影响公司一季度营收有一些结构性的变化，有小幅的下滑，通过费用的下降和管理控制，整体的利润水平实现了相对较好的成果。随着疫情的逐步控制，医院业务也在恢复中，如果疫情没有大的反复，预计 2020 年上半年，公司实现归属于上市公司股东的净利润在 8.6 亿-12 亿之间。目前来看，疫情对公司的影响应该在两个月左右，下半年将通过加大业务推广力度争取把进度赶回来，有可能实现年初预测的目标。

投资者提问环节纪要：

1、公司自我诊疗（CHC）业务覆盖的具体领域？

答：面对外部环境的变化，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，致力于以良好体验的产品和优质的服务，满足每一个家庭成员从预防、保健、治疗、康复，全周期、多层次的健康需求，巩固领导品牌。

2、公司跟赛诺菲的合作模式？

答：公司与赛诺菲达成的战略合作包括三个方面，一是公司与赛诺菲分别出资70%、30%成立合资公司，发展妇科和儿科两个品类；二是公司为赛诺菲全球排名前列的护肝产品易善复做全渠道代理；三是公司计划未来逐步引入赛诺菲其他全球OTC品种。

2019年，公司代理销售的“易善复”在医院及零售双渠道取得较好增长。同时，公司以赛诺菲合作为基础，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，公司也在和赛诺菲探讨更多的合作机会。

3、公司配方颗粒业务未来业务发展规划？

答：公司为中药配方颗粒生产企业之一，生产600余种单味配方颗粒品种。随着中药配方颗粒结束试点的政策推进，以及国家标准的逐步实施，配方颗粒业务将面临新的竞争环境，公司持续拓展药材种植基地建设以及药材种源研究，积极参与道地药材与中药配方颗粒标准研究，从药材源头到饮片炮制、工艺技术不断优化，加快推进第一批配方颗粒试点品种国家标准的生产落地。与此同时，依据国家药典委员会《中药配方颗粒质量控制与标准制定技术要求》(征求意见稿)，公司通过与国内知名科研院校合作，



积极参与中药配方颗粒标准研究，加大中药配方颗粒研发力度，力争更多品种申报第二批试点统一标准，不断提高配方颗粒质量控制水平。

配方颗粒业务公司未来还是比较看好的，因为在这次疫情防控中，中药发挥了比较突出的作用，得到了国家，专家，患者层面非常高的认同，会带动配方颗粒业务未来在医院的产品推广。随着政策放开，会有更多的专家推荐方在临床应用，从专家的推荐和患者的认知层面来看，未来对于配方颗粒都是一个更好的发展时期，所以从中长期来看，配方颗粒业务还是有比较好的发展机会。

4、公司在创新方面的研发投入及未来规划？

答：公司持续增加创新投入，推动创新转型。公司创新是全方位的，包括产品创新、业务模式创新、品牌建设创新及智能制造。在产品创新方面，2019年公司研发投入5.3亿元，在研新产品43项，新品研发的投入占比显著提高。创新方向主要围绕老年、儿童、女性等重点人群，在家庭常见病、预防调养及零售市场专科用药等方向进行产品创新升级。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 and 转发。

附件清单（如有）

-

日期

2020/5/27