

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：2023-004

|               |   |  |
|---------------|---|--|
| <b>投资者关系</b>  | <input 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"/> 业绩沟通会（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 checked="" type="checkbox"/> 其他 |
| <b>参与单位名称</b> | 融通基金、南方基金、长城基金、国联证券、睿远基金、东北证券、浙商基金等证券投资机构分析师  |  |
| <b>及人员姓名</b>  | 资机构分析师  |  |
| <b>时间</b>     | 2023年1月30日-1月31日  |  |
| <b>地点、方式</b>  | 综合办公中心（现场调研、电话会议）   |  |
| <b>上市公司</b>   | 董事会秘书、证券事务代表  |  |
| <b>接待人员姓名</b> |   |  |
| <b>投资者</b>    | <b>1、配方颗粒业务 2023 年预期？</b>   |  |
| <b>关系活动</b>   | <b>答：</b> 配方颗粒业务最近两年波动比较大，去年配方颗粒业务受到国标切换备案进度的影响出现一定幅度的下滑。配方颗粒业务预计 23 年增速较好，主要在于配方颗粒业务 22 年下滑比较明显，基数较低。同时，备案品种数量逐渐增加，预计 23 年的增长具备一定的基础。如果 23 年各省备案进度比较快或者国标品种出台速度快的话，销售进 |  |
| <b>主要内容</b>   |   |  |
| <b>介绍</b>     |   |  |

度可能会更好。此外，配方颗粒业务监管也更加规范。

## **2、配方颗粒集采情况？**

**答：**由于国标品种数量不够多，今年明年不太具备集采条件，配方颗粒大规模集采预计要等到国标数量达到 400 种以后启动，公司也会做好相应准备。

## **3、昆药商业部分后续剥离安排？**

**答：**昆药商业的医药流通业务不是三九战略方向上业务，会考虑进行剥离。目前还没有时间表，将选择合适时机尽早启动。

## **4、公司对于昆药业务考虑，和公司的协同效应？**

**答：**1、三七产业是三九重点布局的中药产业，昆药三七药品剂型非常丰富，产业链上有较好布局，长期有较大发展机会。未来将在三七种子种苗繁育方面长期投入，提升标准。中游围绕现有药品业务，统一规划，对产品结构和渠道相应调整。同时加快现有品种增加适应症的研发，拓展基药市场，为未来业务增长打下基础。并利用上游优势不断在三七保健食品，功效护肤品等方面做一些拓展。2、协同打造昆中药 1381 品牌。昆中药 1381 品牌是有丰富内涵可深入内容挖掘的品牌。三九有丰富的品牌打造经验，可以和昆药共享资源，共同把昆中药 1381 品牌打造成全国有影响力的精品国药品牌。

## **5、公司并购整合方向？**

**答：**外延发展主要围绕战略领域开展，CHC 业务优选有影响力的品牌并关注消费升级方向的产品，帮助公司尽快实现全域布局。处方药方面关注：1、中医药领域具备独特资源的产品和有潜力的业务 2、关注创新药机会 3、有一定壁垒的仿制药品。

## **6、公司原料药方面是否受到影响？**

**答：**公司之前做了一定的准备，成立了专门小组，根据疫情变化做相应应对，包括

供应链准备等，主要原材料供应方面做了一定储备。原材料近期价格上涨较快，货源紧张。

#### **7、公司儿科品类未来增长潜力？**

答：CHC 中第二大品类是儿童用药，是 CHC 业务里重要布局、发展的板块。主要是澳诺产品，其潜力和规模较大、增长较快，未来几年也有望实现快速增长。在澳诺的品牌下，公司也在持续补充一些新的产品。此外小儿感冒、止咳类产品也有较好的业务规模，品牌优势比较强。

#### **8、B2C 和 O2O 销售的毛利率和传统销售模式有较大差别吗？**

答：O2O 对公司来讲计入传统渠道营收，毛利率和线下差别不大；B2C 业务更多是看产品，线下规模大、品牌强的成熟产品，在线上的盈利能力相对较强；对于新孵化的产品，线上成本比较高。公司线上店铺已逐渐转为自己运营，同时公司也会不断推出更多适合线上销售的产品。

#### **9、感冒灵保持增长的原因？**

答：1、核心因素在于品牌的影响力不断提升。过去几年公司持续开展品牌年轻化工作，吸引年轻人群关注品牌，对于产品推广和品牌传播取得较好效果。2、渠道不断拓展，覆盖更多终端和线上销售渠道。3、不断的丰富、细分品类。

#### **10、公司感冒类产品是否有扩大生产线计划？**

答：公司感冒灵产能提升项目在实施中，预计 2024 年投产。

#### **11、昆药和三九今年整合计划？**

答：公司近期将启动新一轮的战略研讨，希望尽快明确十四五战略规划和 2023 年商业计划目标。昆药是一家上市公司，总体整合思路以稳定为基调，更多会依托原团队，三九为其赋能。今年重点工作包括：1、战略梳理 2、业务协同（品牌打造，三七制剂

业务市场端合作，双方产品方面合作，渠道终端合作等) 3、管理、文化融合工作也在持续推进。

#### **12、公司产品提价安排？**

**答：**公司 OTC 品种有一定定价能力，核心品种由于成本上涨，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，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。

#### **13、饮片业务规划？**

**答：**饮片和配方颗粒在生产和终端推广上有非常好的协同性，公司于 2020 年开始布局饮片业务。2022 年由于配方颗粒销售在部分省份受限，饮片业务作为补充加大了推广，2022 年占比有较大提升。23 年预计饮片业务还有一定的推进机会。未来国药业务中，配方颗粒业务为核心发展业务，饮片作为补充业务。

#### **14、公司近年来销售费用率下降原因以及趋势展望？**

**答：**公司近年来销售费用率有所下降，主要是和业务结构变化有关，CHC 业务近年来占比逐渐提高，而 CHC 业务整体费用率低于处方药。具体业务中，销售费率相对较高的配方颗粒业务近两年有所下滑，饮片业务增速较快，但饮片业务毛利率和销售费率相对较低。另一方面公司也在主动进行费用管理，公司对每条业务线都有相应的管理要求，长期来看，销售费用率有小幅下降的空间。

#### **15、公司药材上游自给化比例？**

**答：**公司目前多数药材是通过市场化采购，对于重要或会存在紧缺的中药材资源、公司从源头建立规范化基地，并持续构建全产业链能力。同时，公司注重溯源体系建设，保障药材来源可控，品质稳定。

**16、公司已发布业绩预告，请问四季度较前三季度有所加快，具体 CHC 业务的表  
现情况？**

**答：**公司四季度营收、利润基本保持前三季度态势，整体的增长情况符合半年度我们对于全年的预期。2022 年公司 CHC 业务中核心品类增长较好，感冒、儿科、皮肤、胃肠、易善复等业务均实现较快增长，其中，感冒、止咳类药物四季度以来需求量较大、订单充足，但由于产能饱和，因此供应未能满足市场需求。儿科品类中澳诺业务持续表现较好，四季度以来小儿感冒药也处于需求旺盛状态。大健康业务增速良好，重点布局线上市场，线下市场保持稳定，线上产品快速增长。CHC 业务中康复慢病业务表现相对较弱，主要在于血塞通软胶囊未中选湖北集采，在湖北集采区域进入实施后，院内市场受到一定影响。

**附件清单  
(如有)**

-

**日期**

2023/1/31