

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：2025-012

投资者关系 活动类别	☐特定对象调研 ☒分析师会议 ☐媒体采访 ☐业绩说明会 ☐新闻发布会 ☐路演活动 ☐现场参观 ☒其他
参与单位名称 及人员姓名	中信建投、中信证券、中金公司、兴业证券、国盛证券、国金证券、华创证券、东北证券、开源证券、国泰海通证券、浙商证券、华源证券、国投证券、国信证券、华安证券等 证券、投资机构
时间	2025 年 10 月 25 日
地点、方式	电话会议
上市公司 接待人员姓名	董事长 邱华伟先生 总裁 吴文多先生 财务总监、董事会秘书 邢健先生 副总裁 王克先生
投资者 关系活动	公司于 2025 年 10 月 25 日和中信建投等券商联合举行 2025 年三季度业绩电话沟通会，就 2025 年前三季度经营与业绩情况与投资者进行了互动交流。

主要内容

介绍

公司财务总监兼董事会秘书邢健先生向各位投资者介绍了公司经营情况下：

2025 年前三季度，面对流感等呼吸道疾病发病率同比降低、零售渠道阶段性调整等因素影响，华润三九聚焦核心治疗领域，多维度扩充研发管线，深挖创新价值；厚植品牌优势，不断优化业务布局，巩固行业领军地位。报告期内，公司实现营业收入 219.86 亿元，同比增长 11.38%；实现归属于上市公司股东净利润 23.53 亿元，同比下降-20.5%。

从毛利率来看，2025 年前三季度公司整体毛利率 53.5%。从费用率来看，2025 年前三季度总体的费用率控制相对较好，销售费用率 27.9%，主要由于并购天士力影响，同比提升 3.8 个百分点。

2025 年公司持续推动研发创新。第三季度公司“米诺地尔搽剂”和“二硫化硒洗剂”获批；同时，公司多个创新项目稳步推进。

在业务层面，公司 CHC 健康消费品业务努力应对呼吸道疾病发病率回落等外部环境影响，凭借较强的品牌影响力、渠道掌控力，在核心领域夯实根基。公司 CHC 业务以“全域布局，全面领先”为策略，围绕“大品种-大品牌-大品类”的建设思路进行品牌打造和产品线丰富，持续拓展业务布局。处方药业务以临床价值为导向，通过自主研发与 BD 转化双线并举，逐步拓展创新产品管线。

公司积极应对政策与市场格局变化，保持战略定力迎难而上，持续夯实行业地位、积淀研发创新实力、逐步释放三家上市公司协同效能，朝着“争做行业头部企业”的战略目标坚定迈进。预计 2025 年公司营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位数增长，利润端保持稳健。

1. 公司 Q3 内生经营表现及全年经营趋势判断？

答：2025 年前三季度从市场情况来看，符合年初预期。流感等呼吸道疾病发病率逐渐回落至正常水平，零售渠道去年年底开始由于政策变化呈现阶段性调整。处方药领域政策逐步明朗，但尚未显现明显增长势头，处于逐步恢复阶段。今年实体药店规模出现小幅下降，公司 CHC 业

务全域布局，具备抗风险的能力，处方药业务延续稳定缓步增长态势。公司三季度业务环比有所增长，前三季度营收和利润进度在预期之内。CHC 抓住 999 感冒灵头部领导品牌的机会，陆续推出更多新品，已陆续上市 999 益气清肺颗粒、999 冰连清咽喷雾剂、999 玉屏风口服液、999 荆防颗粒等新品，推动实现在感冒呼吸品类的全面布局。皮肤药、胃肠及一系列专科药都制定了全年的规划。公司管理保持高效，经营质量保持健康状态。公司在去年年底推出围绕“降本、控费、增效”为主题的敏捷行动，团队有信心推动年度的各项计划的完成，并在未来展现出更佳管理成效。展望全年，预计 2025 年公司营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位数增长，利润端保持稳健。

2. 站在当前时间节点，公司全年呼吸类销售目标和考核目前是否有调整？呼吸品类渠道库存情况如何？近期降温流感抬头，感冒类产品发货情况如何？

答：公司全年呼吸品类目标没有调整，公司在年初预判感冒呼吸类疾病发病率会从此前高位有所回落，对 999 感冒灵等主力品种的销售预计做了理性、客观的估计。公司呼吸品类围绕“大品种-大品牌-大品类”的建设思路，拓展推出更多咳嗽、流感、感冒康复类品种。999 抗病毒口服液已成为行业第一，999 小柴胡颗粒已成为行业第二，品类拓展成效显著。一般一季度、四季度是感冒呼吸品类的需求旺季，公司也做好了相应的备货准备，渠道库存目前处于正常水平。

3. 公司“十五五”战略规划制定情况？

答：“十五五”规划现在处于规划期。华润三九、天士力、昆药集团三大上市公司正在推动战略规划工作，目前要重点做好“十四五”收官和回顾工作，也会探讨未来的规划。“十四五”期间，行业增速从初期的 6~7% 左右逐渐回落到 1% 左右，这样的态势下，公司提出“内涵式+外延式”的发展模式，希望“十四五”实现营收翻番。从目前的表现来看，公司提出的营收翻番目标已完成（从 2020 年的 136 亿元到 2024 年的 276 亿元）；归母净利润从期初约 15 亿元增长至 2024 年约 33 亿元，今年前三季度已完成 23.53 亿元。在产品卓越方面，公司过亿品种

从“十三五”的18个增加到目前的51个；品牌卓著方面，公司一直位居行业医药品牌前三，近期以558.64亿元的品牌价值入选“2025亚洲品牌500强”榜单；创新领先方面，公司研发投入从2020年的5.8亿元提升到2024年的9.5亿元，“十四五”三九累计获批产品达36项；治理现代方面，公司ESG评级为双A或优秀，公司上市后累计实际募资约16.6亿元，累计分红已超100亿元，其中“十四五”期间分红达64亿元。展望未来，公司在去年推出“敏捷行动”，旨在未来达到300亿、400亿甚至500亿平台，仍要像初创企业一样敏捷响应客户、敏捷捕捉商业机会。管理团队选优配强也是公司发展的有力保障。“十四五”期间行业政策频出、增长放缓，公司通过“内涵式+外延式”发展实现较好成长，并消化处方药集采带来的影响，平衡了研发投入，实现了利润和研发投入的持续增长。公司“十五五”战略的框架是“一体两翼”，华润三九将以CHC为核心业务，争做医药行业头部企业；天士力将以处方药为核心业务，以研发创新为核心驱动力，致力于成为医药市场领先者；昆药集团将以三七产品和精品国药为核心业务，争做银发健康产业引领者。未来，华润三九三大上市公司将聚焦三大核心业务，分别是消费健康、医疗健康和银发健康，相互赋能，共同征战医药健康领域，赢得领先地位。

4. 公司999益气清肺颗粒的推广情况和前景展望？

答：999 益气清肺颗粒由公司携手张伯礼院士及团队研发，产品填补了呼吸道感染康复期用药的市场空白,为患者提供了一种新的治疗选择，公司已制定了相应的营销和生产方案。999 益气清肺颗粒作为中药3.2类新药获批，目前正在积极准备国家医保谈判相关工作。重点看未来一个战略期的成长。

5. 公司处方药业务目前发展情况及未来预期，与天士力院内渠道协同进展如何？

答：华润三九自身处方药业务在“十四五”期间围绕“3+N”治疗领域，以临床价值为导向，通过自主研发与BD转化双线并举，逐步拓展产品管线，坚持学术推广的发展道路。持续推进专家网络体系化建设，强化医学引领，不断拓展医院渠道和覆盖面。2025年华润三九处方药业务

稳中向好，已经较好地消化前几年集采对公司处方药业务的影响，整体规模与体系建设已具备较强的风险消化能力。天士力以处方药为核心，天士力加入以后，加速推动开展与三九业务在管理及研产销等方面的协同融合，双方在渠道融合、行业趋势判断、政策研究、专家资源共享、学术推广体系建设、渠道及产品协同等多方面开展交流和沟通，并有具体落地项目推进，相信未来双方将在医疗端相互协同赋能，争取在处方药领域有更好的发展成果。

6. 公司未来“十五五”期间对天士力的战略规划？对天士力的业务会做哪些梳理？对天士力的研发平台有哪些定位？

答：天士力目前已经完成“百日融合”，已推动做好三个稳定，导入华润战略体系，开展战略梳理。天士力的管理团队和核心骨干成员初步研讨制定了“创新驱动成为中国医药市场领先者”的宏大愿景，华润三九作为大股东全力支持和赋能。未来，公司会继续支持天士力以创新驱动业务发展，强化研发投入，推动研发效率提升，方向上聚焦心血管与代谢、神经/精神、消化等重要领域，聚焦“3+1”管线，不断丰富产品，巩固创新领先地位。同时我们会注重天士力和华润三九业务上的协同赋能，推动加快双方在品牌、产品、渠道、终端等方面的相互赋能。天士力学术推广体系完备，对零售领域赋能已初见成效。天士力的研发已成为华润三九研发战略的一部分，公司“十五五”战略规划中有两个专项，研发体系专项和AI数字化专项，都将体现双方的相互赋能、创造新价值，共同推动天士力业务高质量发展。

7. CHC业务各品类的发展情况如何以及当前环境下全年展望？

答：CHC是公司“十四五”的核心业务，也是“十五五”一体两翼战略的核心业务。“十四五”期间，公司CHC业务已突破百亿，在院外市场拓展、专业品牌打造、大健康布局上有一定成果。总结来看，“十四五”期间CHC业务围绕“大品种-大品牌-大品类”的建设思路，其中呼吸品类全品类拓展，从999感冒灵单品扩展到整个呼吸品类，通过品牌强度实现全品类布局，其他品类仍在实践中。结合当前形势来看，2025年，CHC行业增速放缓，零售市场进入“分

化选择”阶段，从依赖医保向非医保、非药房电商方向转型。公司 CHC 业务依托市场化运作及高效的内部体系，力争保持市场份额领先，聚焦感冒、呼吸、胃肠、皮肤、维矿、骨健康、亚健康等领域，分事业部实现差异化聚焦。公司已针对消费者“远虑近忧”需求变化升级策略，推动优化专业品牌布局、设立亚健康领域方向，力争在行业分化中保持市场份额的先发优势和领先地位。全年来看，公司 CHC 业务整体策略明确清晰，通过“全域布局，全面领先”，在各细分品类持续发力，以保持 CHC 核心业务的领导地位。

8. 公司后续销售费用投入如何预期？

答：公司制药业务销售模式总体分为 CHC（零售端）与处方药（医院端）两类，销售费用率受销售模式与品类季节性等因素综合影响，不同品类在淡旺季之间费用投放节奏有所不同。今年前三季度，整体销售费用率上升了 3.8 个百分点，主要因合并天士力影响，剔除天士力影响，各业务板块销售费用率波动不大，基本保持稳定。展望未来，三九 CHC、“昆中药 1381”和“777”等零售业务费用率预计会逐渐趋同；处方药业务随着集采推进销售费用率有逐步降低空间。长远来看业务模式稳定的情况下销售费用率预计将保持稳定。

9. 全年归母利润端经营目标展望？Q4 对呼吸品类业务趋势研判？昆药和天士力的表现？

答：“十四五”发展到目前，行业增速放缓处于微幅增长态势，公司持续增长是“内涵式+外延式”共同发展的结果。“十四五”期间，华润三九战略相对清晰，公司提出“品牌+创新”双轮驱动，总体收获比较大。在内涵式增长方面，CHC 业务稳固领导品牌地位；公司在年初预判感冒呼吸类疾病发病率会从此前高位有所回落，对 999 感冒灵等主力品种的销售预计做了理性、客观的估计，公司密切关注 Q4 呼吸类疾病发病率变化及需求态势情况，并通过高效管理，推动完成年度计划。外延并购方面，昆药已进入公司两年半，正在深入推动渠道重构、品牌建设，通过向零售端扩张消除对处方药的依赖。昆药战略清晰，推出“777”和“昆中药 1381”两大品牌，构建三个事业部，仍需要一定时间构建品牌体系；天士力首年融合基本稳定。综合来看，

公司全年营收预计超越行业平均水平，努力实现双位数增长，剔除昆药和天士力后，原有内涵式业务也有望实现超越行业平均表现。

10. 请问十五五期间公司整体收入增长中枢？有没有新的并购规划？

答：“十五五”公司希望有更远大的目标，推动企业持续增长，以“创新+品牌”为驱动，希望在创新驱动上更有所作为。华润三九未来会继续以“内涵式+外延式”双轮驱动；内涵式方面，做好布局和优化，华润三九会专注 CHC 消费健康领域，天士力专注医疗健康领域，昆药专注银发健康领域，将通过与昆药、天士力在管理、品牌打造及产品管线等方面的协同赋能，推动昆药、天士力战略清晰、业绩导向、提升管理效能。外延式方面，围绕消费健康、医疗健康、银发健康三大领域持续关注并购标的，CHC 领域关注有潜力的品牌资产，处方药领域公司围绕 3+N 核心领域加大创新领域的拓展机会，也会采取多样化的方式获取产品。昆药将重点关注三七品类与精品国药业务并争取领先优势，同时关注银发健康趋势。

华润三九将以 CHC 为核心业务，争做医药行业头部企业；天士力将以处方药为核心业务，以研发创新为核心驱动力，致力于成为医药市场领先者；昆药集团将以三七产品和精品国药为核心业务，争做银发健康产业引领者；整体增长中枢由这些目标决定。

11. 公司后续在创新品种引进的思路和节奏？

答：公司今年达成了与艾尔普、博瑞医药的合作。心衰是全球范围内导致高发病率和高死亡率的主要疾病之一，随着全社会老龄化的加剧，重度心衰患者人数预计会进一步提升，有较大的市场潜力。心血管领域是公司关注的核心领域之一，我们关注到基于 iPSC 的心衰治疗，有望成为治疗严重心力衰竭的有效方法。慢病领域有较高的市场潜力，特别是糖尿病领域，与博瑞医药合作的产品为热门靶点，超重和肥胖作为慢性疾病中的独立病种及多种慢性疾病的重要致病因素，在我国人群中的患病率呈持续上升趋势，亟需更多创新疗法以满足日益增长的临床需求。

未来，在创新领域布局方面，公司围绕“3+N”领域加大创新领域的拓展机会，也会采取多

样化的方式获取产品。公司近年来推动“品牌+创新”双轮驱动发展，创新领域布局聚焦战略方向，也会科学地规划和研判，兼顾消费健康赛道，沿着战略发展方向，CHC 核心领域关注新品牌、新产品、新技术，处方药领域关注高临床价值的产品和业务，并持续推动 BD 合作。10 月 22 号，深圳市地方金融管理局联合深圳市发展和改革委员会等印发《深圳市推动并购重组高质量发展行动方案（2025—2027 年）》，方案提出进一步加大并购整合配置资源力度，提高上市公司质量，鼓励上市公司将优质资产向上市方向推动，从而助力深圳“20+8”战略性新兴产业的布局，其中华润三九并购天士力也是作为政策出台的一个背景案例，公司希望利用好这样的政策机会，推动“十五五”期间创新品种的引进和并购。

12. 公司股权激励的推进情况及预期

答：股权激励是国企改革重要举措之一，是市值管理的重要工具，公司于 2021 年推出了第一期限制性股票激励计划。华润三九在过去几年的科改评价中表现优异，连续三年在国资委科改评价中获得标杆。公司将根据科改要求，争取适时推出第二期股权激励计划。

13. 我们的品种目前纳入基药的情况，及未来有望纳入基药的潜在品种

答：公司有多个品种已纳入基药目录，如三九胃泰、气滞胃痛颗粒等，未来积极跟进相关工作，持续关注基药目录调整带来的机会。

14. 对于 26 年 OTC 行业的发展情况及竞争格局的预判，哪些因素需要重点关注？

答：预计零售行业会围绕以消费者为中心，回归品牌和学术两个领域，为消费者提供更多的治疗方案，帮助消费者更快的选择，长期来看零售市场仍有持续增长趋势，增长动力来自行业创新。我们观察到零售市场线上线下的一系列动作，重点围绕消费者推出更多满足消费者需求的产品，零售市场呈现分层分级特征，医保方向趋向专业化，如 DTP 和专业药房领域；线上因效率更高会持续发展；会有非药化的探索，如化妆品、医美、药妆等新动向；非医保品种因不受集采影响展现良好销售态势；同时，线上线下服务一体化将是未来五年乃至更长时期的竞争格局；此

	外，老龄化趋势将推动银发健康需求增长。公司已制定非药化专项行动、老龄化专项行动及线上赋能体系，将高度关注行业变化，赋能行业推动趋势变化。 总结：今年是“十四五”的收官之年，也是“十五五”规划的重要时间节点，华润三九“十四五”取得了一定的成绩，团队持续对“十四五”工作进行总结，同时也在思考未来“十五五”的规划，在昆药和天士力加入后，“十五五”公司布局3个核心赛道：消费健康、医疗健康和银发健康；华润三九将以CHC为核心业务，争做医药行业头部企业；天士力将以处方药为核心业务，以研发创新为核心驱动力，致力于成为医药市场领先者；昆药集团将以三七产品和精品国药为核心业务，争做银发健康产业引领者。公司会持续“对标世界一流”来推动战略达成，围绕“产品卓越，品牌卓著，创新领先，治理现代”等世界一流战略指标推动企业发展。面向“十五五”，从行业方向来看，政策方面逐渐趋稳，总体医保控费趋势不变；经济方面，围绕高质量发展，科技立国，目前处于转型期，短期面临承压转型；社会方面，老龄化趋势持续加深；技术方面，AI技术深度影响医药行业发展；公司将把握好重大机遇和克服各种挑战。相信大家能够更全面地看到，华润三九是一家战略清晰，目光远大，“创新+品牌”双轮驱动，坚持股东导向，关注业务持续成长的公司，希望公司在征战“十五五”过程中一路有大家的支持，争取“十五五”期间赢得行业头部企业的地位和价值，更好地回报广大投资者，谢谢大家。
附件清单 (如有)	-
日期	2025/10/25