

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：2022-030

<b>投资者关系</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	景顺长城基金、广发证券等证券、投资机构分析师	
<b>时间</b>	2022年4月18日	
<b>地点、方式</b>	综合办公中心，电话会议	
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董秘	
<b>投资者关系活动主要内容</b>	<b>1、疫情对公司一季度影响和二季度展望？</b> <b>答：</b> 一季度整体而言没有产生较大影响，部分地区处方药及感冒药销售受到一定影响。二季度以来部分地区因疫情防控措施有所加强，对当地药店感冒类产品的销售	

## 介绍

及处方药医院推广产生一定影响。此外，线上销售也受到了不同程度的影响，公司也在持续关注疫情带来影响的时间和区域的变动情况，如疫情得到较好、较快控制，预计对全年业务影响相对有限。

### 2、CHC 业务未来增长逻辑？以及 CHC 下各业务线 21 年的表现？

答：21 年公司 CHC 业务较去年同期增长 17.72%，CHC 核心业务能力基本具备，未来增长逻辑：1、不断强化品牌，品牌是业务发展的核心要素，品牌的背后是高品质的产品和良好的使用体验。公司在品牌之下会进一步细分品类，满足患者在疾病诊疗过程中全程的健康管理需求，并不断引入产品，丰富产品线。公司也在陆续补充一些新产品，如龙角散和抗病毒口服液等。2、不断拓展新渠道。目前线下渠道覆盖了全国超过 40 万家零售药店，覆盖范围广泛。同时，过去几年公司也在持续布局新渠道，近年来线上渠道销售占比快速提升，虽然目前线上业务在公司占比有限，但是公司在不断通过产品结构调整和专业团队打造以适应未来线上业务发展趋势。3、抓住行业变革机会，希望实现行业优质资源整合，引入有市场潜力的品牌，帮助业务实现更快增长。

公司 CHC 业务分 4 条业务线进行专业化管理（品牌 OTC、专业品牌、大健康、康复慢病）。品牌 OTC 业务占比最高，主要包括感冒、皮肤、胃肠三个核心品类，其中感冒品类占比最大，有品牌优势和强大的产品组合，感冒品类 21 年增长较好。专业品牌业务包括儿科品类、骨科品类、消化品类、妇科品类等。21 年，专业品牌业务增速最快，受益于儿科品类的快速增长。大健康线上业务增速较快，CMO 业务稳定增长。康复慢病业务，依托圣火围绕三七资源发展系列化产品，核心品种血塞通软胶囊，整体增长较为平稳。21 年通过冻干三七等新产品引入，康复慢病事业部整体增长较快。

3、未来 O2O 业务和 B2C 业务是否会进一步上升，毛利率和费用率的进一步变化？

答：B2C 和 O2O 是未来有望快速增长的领域，虽然短期存在受疫情影响波动的情况，但长期有成长空间。国家也在持续规范线上平台经营，为业务长期发展奠定了良好基础。

公司高度重视线上业务发展，近年来不断调整产品结构，推出更适合线上销售的产品。同时成立数字化中心和专业化团队，今年逐渐将部分线上店铺转为自营。十四五期间，数字化转型也是公司重要的发展方向。线上是和消费者沟通非常直接且重要的渠道，对公司发展增长有非常重要的带动作用。费用率和利润率方面，总体来讲成熟且线下基础比较好的产品，线上盈利能力相对更强，对于新推出的品牌和产品、仍需要一定的推广周期，推广成本较高。

#### **4、公司 CHC 业务渠道库存情况？**

答：公司非常重视经营质量，库存管理严格，也有非常好的管理系统来支持。公司渠道库存总体保持合理水平，不同产品的渠道库存期限不一样，整体周期在 2 个月左右。

#### **5、感冒品类考虑推出新的产品或并购吗？**

答：感冒品类是业务中最大的品类，近年公司也在不断补充品种，如引入抗病毒口服液，疫情期间适时推出 999 感冒灵+抗病毒口服液组合。同时，布局化药感冒产品及复方感冒灵等；去年公司引入龙角散，对解决和缓解咽喉症状有帮助。同时公司也开展“感冒+”业务，推出 999IDAI 口罩等。未来围绕感冒品类规划将不断引入产品。

#### **6、公司在强化品牌优势和推广上，有新的变化和战略吗？**

答：品牌是公司的核心优势之一。过去几年，公司在持续推动品牌年轻化工作，希望年轻人群能更加关注和喜爱 999 品牌。同时，公司的品牌活动也逐渐向线上转移，

从最早公司冠名的“爸爸去哪儿”到后来做了很多影视剧植入，都产生很好效果。近两年也陆续开展了一系列品牌活动，如推出 999 口红，和拉面说合作等也都取得了比较好的效果，和年轻人群保持了良好的沟通互动。同时公司也和短视频平台有合作，借助平台产出了很多优质内容，如 2021 年推出 999 澳诺抖音话题挑战赛“宝宝 dou 是钙世英雄”，取得了非常好的品牌传播效果。

### **7、未来集采的推行对公司处方药业务的影响？**

**答：**集采已常态化，公司积极支持集采制度推行并做好相关准备。公司抗感染品种的集采风险已基本减弱。中药集采目前在试点过程中，未来预计将会有一轮扩面，更多的省市将跟进集采。从中药集采的品种上来看，公司主要的品种都已经纳入广东和湖北联盟集采。

### **8、中药配方颗粒业务目前发展情况？新国标实施的影响？**

**答：**配方颗粒政策的放开带来市场进一步扩容的机会，公司也在持续加大业务向基层拓展的力度，争取在扩容过程中占据比较好的位置。同时业务放开也带来一定影响，新国标产品成本上升，竞争进一步加剧，有一些新企业会进入。但是总体来看预计未来 3 年配方颗粒业务还是具备较好的增长，主要在于随着监管的持续加强，产业竞争格局还是比较良性，颗粒业务具有品种数量多、全产业链能力要求高，终端方面需提供产品+服务综合解决方案等业务特点，因此具备全产业链运营能力的企业仍将具备一定的优势。一季度配方颗粒省标及国标备案推进速度较慢，各省政策差异比较大。公司采取一省一策做应对方案，预计今年二季度配方颗粒价格调整及销售趋势会更清晰。

### **9、展望 2-3 年，中药配方颗粒业务的收入增速和盈利能力如何变化？**

**答：**配方颗粒业务今年由于新旧国标切换会有一些影响，全年增速有不确定性，

预计较以往年度略低。预计明后年业务将保持良好增长态势。新国标的品种成本提升幅度比较明显。

#### **10、中药创新药和经典名方申请的差别？经典名方未来规划？**

**答：**公司高度重视中医药创新工作，围绕“创新中药+经典名方开发+院内制剂开发”开展中药创新研发。从研发的过程和注册管理要求来看，经典名方可以免临床且方剂来自于国家发布的经典名方目录，是有多年人用经验的传统方剂，因此研发周期会相对快一点。公司也非常重视经典名方品种的研发，重点关注在老龄、慢病和妇女等领域进行立项。目前在研经典名方 20 余首，完成了首个经典名方颗粒项目的注册申报，未来还会持续强化经典名方立项。中药创新药的立项和研发工作公司也在积极推进中。

#### **11、过去几年公司费用率相对比平稳，随着渠道优势的建立，后续费用率是否有进一步下降的可能？**

**答：**过去几年公司费用率有所下降，一方面是受业务结构的影响，处方药部分产品受集采影响下降较大，且处方药业务销售增速慢于 CHC 业务，使得公司费用率有所下降。另一方面，公司 CHC 业务中核心品类随着营收规模扩大，营销费用投放效率有所提升。此外，处方药自营模式占比不断提升预计也会带来费用率的下降。过去几年公司对费用管理越来越精细化，预计各业务销售费用率稳定中会小幅下降。

#### **12、易善复持续保持增长的原因？**

**答：**易善复有非常好的产品品质和学术基础。过去 5 年，零售和医疗渠道上易善复均表现较好，销售增长超过预期。医疗渠道方面，公司具备一定的医疗渠道覆盖优势且有进一步向基层拓展的能力，不断拓展销售渠道。零售渠道方面，我们具备较强的品牌运作能力，同时借由易善复产品也在逐渐构建专业推广能力，和互联网医疗、

线下连锁药店等都建立较好合作，通过系统培训药师及脂肪肝检测等为患者提供了更好的服务。同时聚焦核心终端，联合打造完美药店项目。

### **13、诺泽的集采进展和未来发展情况？**

**答：**诺泽的产品力较强，学术基础好，安全性和疗效得到了多年的验证。同时预填充注射笔使用方便，可以室温保存，注射时会减少痛感，优势突出，因此产品有较好的发展潜力。第一年合作顺利完成了产品的市场交接，增长速度较快。从推广模式来讲，公司建立了专线队伍及专业的客户服务的团队，提高对患者的服务。诺泽未中选广东集采。未来仍将作为潜力品种重点推广，主要是：诺泽产品本身具备较好的优势，公司已基于对患者的服务建立了客户服务体系，未来可拓展更多的人群从而实现增长，我们对市场的发展空间比较有信心。

### **14、股权激励计划推出后给公司带来的变化？**

**答：**公司作为科改示范企业，推出了股权激励计划。这是公司首次获得股权激励计划，股权激励计划涉及的人员范围较广。在指标设定上，除 10%的扣非净利润增长的门槛值外，还需达到标杆企业 75 分位或行业平均值，达到 75 分位需要做到对标企业前三的水平，还是非常具有挑战性的。股权激励计划有助于激发核心团队和核心员工奋斗精神，保留核心骨干人才，对业务长期发展起到积极的推动作用。公司十四五提出了更进取的战略目标，未来也会在保证业务发展的基础上，持续提高现金分红比率积极回馈广大投资者。

### **15、公司十四五提及营收翻番，具体的收入利润规划？**

**答：**公司十四五的目标以 2020 年为基数，实现营收翻番，目标达成综合考虑了内涵式增长+产品引进和并购机会。公司具备整合行业优质资源的经验，团队的能力也在增强，希望利用十四五期间行业变革时期能抓住整合优质资源的机会。

---

	<p>公司在十四五营收翻番的目标指引下，部署年度业务目标，并希望盈利能力匹配营收增长。</p> <p><b>总结：</b>过去几年行业政策、市场环境不断变化，三九积极顺应趋势，业务模式和结构在不断转型升级，去年股权激励也实现突破。2022年是公司十四五战略期的第二年，CHC业务方面将充分发挥自身业务优势，不断强化品牌，丰富品类、拓展新渠道，并开展数字化转型。处方药会不断加大创新投入、丰富管线，实现业务创新转型。十四五期间对公司的发展充满信心，希望投资者继续关注支持华润三九。</p>
<b>附件清单 (如有)</b>	-
<b>日期</b>	2022/4/18