

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：2022-029

投资者关系	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
活动类别	<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
参与单位名称及人员姓名	SVI、摩根证券投资信托股份有限公司、Cedar Street Asset Management	
时间	2022年4月14日-4月15日	
地点	综合办公中心	
上市公司接待人员姓名	董秘	
投资者关系活动主要内容	<p>1、配方颗粒新旧国标切换是否属于阶段性情况？</p> <p>答：2021年11月1日新国标实施后，企业需要按新的国标标准生产销售产品，目前，国标品种不到200个，没有国标的产品需要按各地省标进行生产销售。目前配</p>	

介绍

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。

2、未来配方颗粒业务市场拓展布局？未来增速预期？

答：公司配方颗粒业务市场拓展聚焦核心优势区域，做深做透，并持续布局基层新市场。随着医疗终端的进一步放开，未来配方颗粒市场将有扩容的机会，同时配方颗粒业务的竞争会较以往激烈，但总体竞争格局相对较好，预计未来 3 年配方颗粒业务将保持良好增长。

3、预计配方颗粒业务受集采政策的影响？

答：公司积极支持集采政策，山东省目前正在进行部分饮片的集采试点，公司也在积极关注相关进展。基于现有配方颗粒国标品种数量较少的情况，预计短期内全面推进集采可能不完全成熟。未来国标品种数量达到一定规模，更有利于进行集采的探索。

4、配方颗粒业务的壁垒和竞争优势？

答：配方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。新国标实施后，医疗终端进一步放开，对厂家来讲可以覆盖更多的医疗机构，市场容量会放大。但是配方颗粒业务对企业全产业链能力等方面要求比较高，从药材源头采购到饮片加工、制剂生产均有较严格的监管，品种要建立溯源管理体系，不是所有生产厂家都具备这样的能力。此外新国际实施带来一定的成本上升，业务投入会比较大，对于厂家盈利能力会有一定影响，也会降低新厂家进入的意愿。

5、感冒品类如何跑赢品类增速？未来市占率提升空间？

答：感冒品类目前是最大的品类，近年来总体增速较快（除 2020 年受疫情影响

外), 主要来自于: 1、品牌力的增强是业务长期增长的核心驱动因素, 公司近年来与消费者保持积极沟通, 增强消费者对品牌的粘性。2、公司也在积极拓展新渠道, 目前线上业务占 CHC 业务的 4%, 但增长快速。线上业务的发展也是未来一个比较大的市场份额提升的机会。3、通过持续拓展终端覆盖, 持续提升市占率。

6、CHC 业务能够实现快速发展的逻辑?

答: CHC 和处方药发展在逻辑上有差异, 处方药需要产品创新迭代。CHC 业务本身是成熟品种, 结合目前注册要求很难有创新产品, 因此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。公司品牌力较强, 连续多年位列中国非处方药企业综合排名榜首, 连续入选 WPP 最具价值品牌榜。公司搭建了成熟的三九商道客户体系, 与全国最优质的经销商和连锁终端广泛合作, 覆盖了全国超过 40 万家零售药店, 同时公司新渠道布局早、全面, 并通过产品结构调整、产品升级等不断优化、丰富产品组合, 且持续推出满足消费者需求的产品。

7、公司产品提价情况?

答: 公司不定期对部分品种进行适度提价, 如感冒灵近年来会有小幅提价。主要是中药材、纸张价格等成本有比较明显上涨, 公司产品在终端定价相对较低, 有一定小幅提价空间。提价主要是覆盖成本上涨, 提价需要考虑因素较多, 包括成本、产品竞争格局和品牌定位, 以及消费者接受程度等。

8、公司未来毛利率变动趋势?

答: 公司近两年毛利率下降主要是结构性因素影响, 一是抗感染业务集采后销售量和毛利率均明显下滑。二是国药业务中补充了部分饮片业务, 饮片业务毛利率相对较低。未来预计逐渐会有一些中药品种开展集采, 以及配方颗粒国标品种成本上涨可能会对毛利率带来影响。但同时, 业务中也有一些结构改善的因素, 新上市的

产品毛利率会相对高一些。综合以上，预计毛利率基本可保持稳定。

9、公司未来 3-5 年的发展规划和目标？

答：去年以来国家在中医药发展方面推出一系列支持政策，包括医保支持中医药、鼓励中医药传承创新发展、颁布《“十四五”中医药发展规划》等，非常有利于中医药的长期发展。在此背景下，公司希望把握机会，计划到十四五末期营业收入实现翻番，业务的增长中同时考虑了外延式增长带来的增量。内涵增长来看，CHC 业务方面，品牌 OTC 中感冒品类未来仍具备成长机会和空间。儿科品类除 2020 年受疫情影响外，整体增长较好，并购的澳诺业务实现了快速增长，公司也在持续对澳诺业务开展产品和品牌升级，培育澳诺线上业务能力，并围绕澳诺品牌引入更多的儿童健康领域产品。易善复以及大健康业务未来都有比较好的增长潜力。皮肤、胃肠、骨科品类未来预计也将保持良好增长。此外，公司也在持续丰富、优化产品结构，如皮肤健康管理类产品推出针对儿童敏感肌的顺峰宝宝系列产品，针对成人皮肤护理的维柔系列产品等；引进如龙角散等新产品，未来均具备增长潜力。

处方药业务方面，政策影响已经基本到底部，抗感染业务目前占营收比重已下降到约 6%。同时，处方药产品结构也基本调整到位，在复他舒，五代头孢等新产品带动下，抗感染业务今年预计会实现双位数增长。现有产品如易善复、骨科天和系列，诺泽等有比较好的增长机会。国药业务中目前主要以配方颗粒业务为主，饮片业务占比较低。目前配方颗粒省标及国标备案正在推进，各省政策差异比较大，预计业务一季度增速将有所下降，但是总体在预期中。未来几年配方颗粒业务仍具备较好的增长潜力，主要是 1、随着医疗终端的进一步放开，市场持续扩容 2、产业链较长，品种数量较多，新国标标准较高等因素，提高了业务壁垒，预计未来竞争格局会相对有序。此外预计集采全面推行将在 2-3 年后。

同时外部变化也带来了行业资源整合机会，公司也在创新方向上持续加大投资布局，加快外部产品引进，努力实现十四五战略目标。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。

10、公司外延并购项目关注点？

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。

11、未来股东回报规划？

答：公司非常重视股东回报，近年来公司也在持续加大现金分红比率。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。

附件清单

(如有)

-

日期

2022/4/15