

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：2022-059

投资者关系	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议（电话会议）
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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称 及人员姓名	万家基金、方正证券等证券、投资机构分析师	
时间	2022年9月8日-9月9日	
地点、方式	综合办公中心，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>尊敬的各位投资者，大家好！首先向各位投资者汇报一下公司2022年上半年的业绩经营管理情况。</p> <p>2022年上半年公司克服了疫情和配方颗粒国际切换的一些影响，整体上实现了业务的持续增长。2022年H1实现营业收入84亿元，同比增长6.8%，进度相对良好。其中CHC健康消费品业务实现营业收入55.35亿元，同比增长7.43%。处方药业务实</p>	

实现营业收入 24.98 亿元，同比增长 5.68%。增速下滑主要是由于配方颗粒业务受国标切换和省标推进速度的影响；以及中药注射剂业务受疫情和集采影响，销售有所下降，影响了处方药在上半年的业务增速。上半年现金流量表现非常好，实现经营活动产生的现金流量 19 亿元，同比增加 80.6%，保持了非常好的态势。上半年归母净利润为 14.33 亿，同比增长 4.16%，略低于营收的增长，主要原因是业务结构的变化和一定程度的成本上涨。

2022H1 医药行业综合毛利率为 56.39%，同比有所下降，主要原因为业务结构变化和成本上涨。毛利率相对较高的处方药业务的占比较往年有所下降，对公司整体毛利率水平有一定的影响。其中配方颗粒业务在执行新国标之后，成本有明显的上升。并且在国药业务方面毛利率相对较低的饮片业务占比提升，整个国药业务毛利率受这两个因素影响同比有所下降。虽然公司整体毛利率有一定的下降，但是费用率控制很好，销售费用率同比下降 4.1%，管理费用基本持平，原因是一方面主动进行了费用管理，另一方面和业务结构变化有关。在经营管理方面公司采取了一些举措，一是在创新发展方面，研发投入仍在持续加强，公司整体创新能力进一步提升。上半年研发投入为 2.34 亿元，重点项目进展正常。在质量管理和生态环保方面也开展了各项工作。

在公司业务发展方面，CHC 健康消费品业务作为公司的核心业务，实现较好增长，营收占比 65.9%。CHC 业务发展方面，公司非常重视品牌建设，不断创新与消费者的沟通，推动三九品牌年轻化。999 感冒灵上线了由真实故事改编的短片《种春天》，实现约 2 亿人的触达。感冒药二季度受到一些地区疫情挑战，公司积极应对，线上线下采取一系列举措，推出一些项目，部分降低了疫情限售的影响。皮肤用药和胃药品类保持快速增长。儿科品牌通过数字化技术不断提升传播效率，尤其澳诺品牌实现快速增长。骨科实现相对比较好的增长。大健康业务持续优化线上、线下业务结构和客户布局，线

上业务上半年增速良好。康复慢病业务上半年受到中药集采影响，业务基本保持稳定。

处方药业务方面上半年在部分地区受到疫情和政策影响，增速有所放缓，尤其中药注射剂业务出现一定下滑，但是易善复、诺泽还是实现良好增长。骨科领域瘀血痹片产品价值挖掘工作取得成果，上半年表现比较好。抗感染领域表现符合预期，2022年上半年业务实现恢复性增长。上半年中药配方颗粒业务挑战巨大，公司积极应对试点结束带来的行业变化，积极推进中药配方颗粒新国家标准品种的生产落地研究、销售备案工作，稳步推进国家标准、地方标准产品的切换，同时增加饮片业务，一定程度弥补配方颗粒业务下滑的影响。

公司持续关注行业合作及整合优质资源的机会。2022年5月，公司公告收购昆药28%股份的重大资产重组预案。截至目前，本次交易涉及的尽职调查、审计、估值等工作正在进行中，待公司及有关各方进一步完善本次交易的相关事项后，公司将再次召开董事会审议本次交易的相关事项，并提请相关管理机构审批。昆药集团和公司在品牌、产品、渠道等方面有良好的协同性，未来双方将整合资源，相互赋能，协同发展。

总体而言，公司上半年在压力下经过努力，整体经营业绩表现良好，展望全年，外部和市场环境还有一定不确定性，如中药配方颗粒新国标实施、中成药集采扩围、疫情出现反复等。对此，公司已拟定了具体的应对措施，如下半年疫情得到有效控制、配方颗粒业务顺利推进，预计公司2022年营业收入将努力实现双位数的增长。

最后，再次感谢各位投资者一直以来的关心和支持，谢谢大家。

1、感冒品类限售改善情况及全年展望？

答：公司在感冒呼吸品类有较为长线的布局，有感冒灵、复方感冒灵、抗病毒口服液、升级版的板蓝根等品种，也引进了龙角散等国际合作的品种，能够保持品类总体的

领先优势。公司也会围绕感冒呼吸的核心品类持续推出品种获得未来增长。

从 Q1 和去年情况来看，品类进展是非常好的，3-5 月份疫情防控对部分市场的影响比较大，7-8 月份受南方地区发病率提升影响，销售回升较快。从总体趋势来看，下半年感冒品类实现增长、追回进度还是有希望的。

2、儿科澳诺业务上半年情况？澳诺业务未来展望？

答：上半年澳诺业务受疫情影响较小，增速比较快。

澳诺是非常好的业务，过去几年维矿类是零售市场增速非常快，潜力非常大的品类，澳诺产品在品类中也有非常好的基础。过去 2 年有非常好的增长在于：1、塑造品牌上做了很多投入，这两年陆续进行了产品升级和品牌升级的工作，目标把澳诺从传统渠道品牌打造为消费者品牌；2、澳诺原有业务主要覆盖中小终端，三九和大型连锁药店都有很好的合作关系，帮助澳诺业务拓展更广的终端覆盖；3、澳诺原有业务销售模式和公司有非常好的补充，澳诺原有代理模式下只重点做几个区域，而三九是全国布局业务，可以帮助澳诺在更多的市场有更多的增量。4、拓展线上新的渠道。之前澳诺没有做线上业务，2020 年公司开始尝试澳诺线上业务销售，双十一、618 产品销售排在相关品类的前列。

3、2022 年下半年配方颗粒增长预期？

答：配方颗粒业务下半年公司给予比较高的期望，一是产品方面，预计到 9 月底，国标产品+省标产品的数量将能够满足临床需要。二是各地备案、推广工作也在向前推进；三是产品价格调整也有一定的贡献。预计全年业务实现正增长，公司将努力实现双位数增长目标。

4、目前复他舒的情况和销售规模？

答：II 类新药复他舒 2022 年上半年获得了新批适应症，用于乳腺癌患者前哨淋巴

结的示踪。复他舒相较于现有的同类产品有其优势，有比较好的市场潜力，有望成为几亿规模的产品。

5、大健康领域需求旺盛，公司大健康业务规划、定位？

答：大健康业务关注消费者需求，如健康美丽、时尚。公司也适时推出新品种，如在美丽方向推出了桃白白品牌等。目前大健康业务还是在探索阶段，尝试构建新品牌，产品日益丰富，剂型上之前以片剂、胶囊为主，现在补充了软胶囊，口服液等。团队方面也有变化，去年线下团队陆续和部分区域 OTC 团队做了整合，并重点布局新零售。从战略上，公司希望大健康业务能快速发展，形成一定规模。

6、品牌端打造规划？

答：在品牌打造方面，公司采取 1+N 的品牌打造策略。999 主品牌持续通过跨界活动等一系列品牌年轻化举措，以及逐渐往线上转移等方式来吸引更多年轻人群关注品牌。随着品牌力的不断强化，公司的核心品类的市场占有率也在持续小幅提升。N 主要代表多个专业品牌。公司在多个专业领域培养专业品牌，如骨科领域的天和品牌，儿科领域的好娃娃、澳诺，大健康领域培育的今维多，桃白白等品牌，希望通过三九的品牌打造能力赋能业务有更好发展。

7、配方颗粒业务进展情况，预计什么时候可以恢复正常水平？

答：二季度国标和省标品种备案存在各省政策差异比较大的情况，导致部分省的销售推广进度受到影响。预计下半年各项工作将持续推进，9 月底切换工作能够基本完成。配方颗粒产品提价情况方面，预计 9 月份有更多产品销售推广后会比较清晰。从目前各地已有的销售情况来看，配方颗粒产品的价格调整好于预期。

8、公司感冒灵、皮炎平等都是成熟的产品，如何看待未来增长来源？

答：公司不断强化品牌，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。公司也在呼吸品类中陆续补充一些新产品，如龙角散和抗病毒口服液等。针对不同人群，在皮炎平品牌下推出了金色装和绿色装产品，皮肤类延伸推出医用级皮肤保护品牌“维柔”。胃药品类方面，公司积极打造三九胃泰品牌，将三九胃泰品牌系列化，旗下有产品温胃舒、养胃舒，实现品牌价值最大化。

9、公司线上线下产品价格体系？

答：O2O 渠道方面价格和线下没有太大区别，我们更多关注的是渠道份额的提升。线上电商平台渠道销售方面，公司根据业务规划及运营策略，目前线上线下运营不同品种不同规格。目前总体价格体系相对合理。

10、昆药业务情况？昆药并入后，公司的整合规划？

答：公司一直非常关注整合行业优质资源的机会，对在公司战略方向上的一些企业也做了系统的研究。昆药集团是公司一直以来关注的重点企业之一，所以也非常高兴有这样的一个机会能够和昆药集团达成股权方面的合作。昆药和三九在战略上有非常好的协同性。从昆药集团的情况看，2021 年实现营收 82 亿元，工业和流通业务基本各占 50%，工业板块包括三大块，即以三七、天麻、青蒿素为主的植物药系列产品；“昆中药 1381”和“昆中药”品牌下的精品国药产品；以及骨风关肾领域的化学药。昆药工业业务规模和基础都较好，产品组合丰富，过去几年业务结构持续优化，口服占比不断提升，占比超过 70%，院内外布局结构在不断完善、院外占比约 50%左右。昆药集团和三九在业务上有非常强的协同效应，品牌打造方面，未来双方可以相互赋能，有助于进一步把“昆中药 1381”和“昆中药”两个品牌打造成有全国影响力的品牌，帮助华润三九补充传统国药品牌。此外，可以整合双方的资源，在三七领域全产业链发展。再

次，利用三九在管理、渠道、产业方面的资源，为昆药集团进一步赋能，提升昆药的竞争优势。

11、昆药并购后管理团队是否会变化？

答：昆药集团管理层专业能力比较强、行业经验比较丰富，是一个高绩效团队，公司会支持昆药的团队保持稳定，聚焦战略，赋能发展，这是总体思路。三九也会安排能为昆药业务战略发展有帮助的人员推动业务持续发展。

12、公司代理的诺泽的最新进展？生长激素集采对公司影响？

答：目前已进入第二个合约年，总体表现不错，诺泽产品基数较低，业务的增速较快。虽然诺泽面临广东集采的影响，产品有很多自费患者使用需求，加大推广力度，推动未来销售实现既定目标。

13、三九收购昆药进程以及估值考量？

答：本次交易正在进行中，待公司及有关各方进一步完善本次交易的相关事项后，公司将再次召开董事会审议本次交易的相关事项，并提请相关管理机构审批。本次交易构成公司重大资产重组，相对需要时间较长，争取 11 月前后完成交易。

公司评估业务价值的时候，在立足于现有业务的存量价值的同时，更重要的还是看未来业务长期的发展潜力和价值。公司基于未来盈利预期做了估值分析，采用了多种估值方法，总体认为收购昆药集团符合公司战略方向，昆药集团有很好的战略价值，现有业务基础较好，未来发展潜力较大，和三九在业务上有非常强的协同效应，我们认为目前溢价率在合理水平，期望未来整个业务发展的潜力能够不断释放出来。

总结：十四五期间公司也做了比较进取的规划，目标是到 2025 年能够实现营收的翻番。公司按照该目标，在 CHC 领域努力抓住消费升级的趋势，从预防到康复进行全

领域布局，同时进一步的强化品牌影响力，以及不断拓展新的渠道，尤其是线上渠道，推动 CHC 业务实现持续增长。处方药业务这几年一直在做创新转型，研发方面不断强化投入，结合企业现有的业务特点做整体的规划，我们希望通过多样化的方式不断引入新的产品。国药业务方面，不断地强化全产业链的能力，深耕核心区域，我们希望随着配方颗粒市场的扩容，分享行业成长更大的机会。

公司也非常重视行业资源的整合机会，比如昆药就是我们认为非常好的一个合作机会，我们也希望未来能够抓住行业变革期带来的整合机会，能够有更多的业务纳入整个华润的体系，我们也希望利用过去积累的业务整合、协同发展的经验，推动十四五实现更好的增长，也为各位股东创造更大的价值。

附件清单
(如有)

-

日期

2022/9/9