

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：2022-010

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	长城证券等证券、基金等投资机构分析师	
时间	2022年1月21日	
地点	电话会议	
上市公司 接待人员姓名	董事会秘书、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!</p> <p>首先向各位投资者汇报一下公司 2021 年前三季度业绩经营情况和股权激励计划方案。</p> <p>华润三九是华润医药旗下的业务平台，主要聚焦 CHC 健康消费品业</p>	

务和处方药业务。CHC 业务是公司的核心业务，主要通过品牌的运作能力、渠道的拓展，以及不断的引入新产品，来推动业务的发展；处方药业务是公司的发展业务，在学术推广方面为 CHC 业务赋能，目前处方药业务中包含专科业务和国药业务。从 2021 年前三季度的情况来看，公司实现营收 111 亿，同比增长 19%；归母净利润 11.7 亿，同比增长 10%；扣非后的净利润同比增长 18%；经营性现金流 17.66 亿，状况良好。从营收的构成来看，CHC 业务占比超 60%，处方药业务因受政策和环境的影响占比下降，约占整个业务的 30%。

CHC 业务的核心品类，包括感冒、皮肤、胃肠、儿科、骨科、肝胆等，以及正在发展的大健康业务和康复慢病业务。CHC 业务去年总体表现不错，其中感冒品类实现快速增长。皮肤、儿科和胃肠品类表现也非常好；尤其是儿科领域，2020 年初并购的澳诺制药的儿童补益类产品表现非常优异，疫情期间收获了 20% 的增长，去年实现了更快增长。同时，公司过去几年也是不断地引入新产品，比如 2017 年开始推广的易善复，这 5 年时间内，在零售、医疗渠道、线上渠道均有非常好的表现。易善复线上业务在去年双十一相关类目的销售排名中排第一。公司去年 8 月也开始正式销售龙角散，双 11 的表现非常不错。总体来说，公司会不断的通过强化品牌、拓展渠道以及引入新的产品来实现整个业务更好的增长。

处方药业务在过去几年受政策影响较大，包括中药注射剂受到限辅的影响，抗感染业务受限抗、集采的影响，以及 2020 年疫情对于整个处方药业务的影响，处方药业务的占比这几年在下滑。过去两年受到影响最大的是抗感染业务，通过对产品结构的调整，预计今年会扭转下滑的趋势，

整体实现两位数的增长。处方药业务中也有一些产品表现不错，比如易善复、天和骨科产品；公司与诺和诺德合作在 2020 年 8 月份引入了产品诺泽，第一个合约年目标也是完成的非常理想，未来有非常大的市场潜力。二类新药复他舒去年正式上市。五代头孢也在引入中，预计今年正式上市销售。所以，在这些新产品以及一些成长性良好的产品的带动下，处方药业务今年预计会有较好的表现。

处方药另一块业务是配方颗粒业务保持了快速的增长。去年 11 月 1 日中药配方颗粒新国标实施，预计短期内业务会有一些的波动；从长期来看，随着市场的逐步放开，医疗终端的拓展，市场的容量也会进一步的放大。但是，新国标实施也会带来成本的上升。公司一方面会通过提高产业链的运营效率，内部挖潜，来降低成本上涨的影响；另一方面也会进行一定的终端提价，来覆盖成本上涨的影响。同时，公司看到配方颗粒的监管相对严格，所以我们预计未来的竞争格局不会出现剧烈的变化。

2021 年 12 月 2 日，公司首次发布了股权激励计划草案，主要采用限制性股票的方式，激励对象包括高管、中层管理人员和核心业务和核心技术人员等，一共 200 多人。同时，激励计划是采用了两年限售期加三年匀速解锁的安排，定价方面，采用基准日 6 折作为定价折扣。首次授予 886.9 万股，预留了 92 万股。从激励成本来看，如果按照股权激励计划草案公告的前一日的股价来算，大概会在 8800 万左右，未来会根据授予日的价格情况做调整。绩效目标设置了个人和公司层面指标。激励目标设计是非常科学和合理的，公司层面包括三个方面的指标--成长类的指标、回报类指标和经营质量类的指标。在这三类指标中分别选取一归母扣非净利润的

复合增长率、归母扣非净资产收益率以及总资产周转率。除了设定具体的指标值外，公司还选择了 15 家企业作为对标企业，包括云南白药、同仁堂、复星医药、白云山等企业。比如，在扣非净利润的增长上，需要达到标杆企业 75 分位或者行业均值，这都是比较有挑战的目标。我们认为激励计划是对公司整个机制非常重要的突破，同时对于保留核心骨干人才也会有非常积极的作用。

以上是公司相关情况的介绍，谢谢大家。

1、2022 年抗感染业务表现？

答：抗感染业务前几年受政策影响比较大，去年抗感染业务影响已基本降至底部，2022 年，预计在产品结构基本调整到位，以及新产品的带动下，抗感染业务预计会实现两位数增长。同时，公司也会不断引入更多新品。

2、公司 2022 年重点发力的细分领域和新品研发安排？

答：公司近年来持续加大研发投入，十四五期间，公司将持续坚持创新转型，创新投入主要围绕公司业务方向。目前公司业务中占比较高的是 CHC 业务，处方药业务占比有所下降。研发投入方向 1、为 CHC 业务储备一定的品种，关注未来零售市场中有较大机会的产品，包括围绕健康管理全过程，开发健康类产品；2、针对医院市场，围绕核心治疗领域（肿瘤、心脑血管、骨科等），不断布局产品。此外，公司业务中还有很大一部分中

药业务，在利好中药政策的支持下，中药创新药、经典名方、院内制剂等也是研发投入的重要方向，经典名方主要围绕慢病、女性健康等领域，目前在研经典名方 20 余首。院内制剂方面目前公司也初步完成了一些产品布局。

3、2022 年业绩指引？

答：2022 年 CHC 业务方面将通过强化品牌、拓展新渠道以及引入新的产品等方式来实现整个业务更好的增长。处方药业务中原有受影响较大的抗感染业务预计会有所回升。整体上今年希望实现双位数以上的增长。此外，今年也是公司股权激励业绩考核的第一年，公司核心团队也会努力实现更高的业绩目标。

4、配方颗粒业务竞争优势，业务未来发力点？

答：配方颗粒业务具有品种数量多、需要建立全产业链能力、搭建溯源体系，终端方面需提供产品+服务综合解决方案等业务特点。公司在配方颗粒业务上已具备较好的产业基础，构建了全产业链能力。随着配方颗粒业务政策放开，在提升现有终端效率的同时，可以进一步拓展到更多终端。未来业务发展方面，配方颗粒业务对于传统饮片的替代率还有一定的提升空间。此外，中药材长期有涨价趋势，以及新国标实施后带来成本较大上涨，因此未来业务还会有一定提价的可能性。配方颗粒业务未来 2-3 年将实现较好增长。

5、公司控制销售费用率采取的措施？

答：公司近年来销售费用率下降，一方面是结构性因素影响，主要是由于处方药业务占比持续下降。另一方面，公司采取有效的销售管理举措管控了费用水平。CHC 业务由于规模化效应带来销售费用率的降低，线上业务目前占比较小，但总体费用率相对低一点。处方药业务方面，公司持续加强精细化管理，业务模式上也在持续进行转型，集采品种本身费用低，推广品种也在陆续做一些模式转换，自营模式比重逐步提高，费用率也会得到较好的控制。

6、原材料涨价对公司成本影响？公司药材基地发展、供给状况？

答：随着原料、辅料、人工价格的持续上涨，过去几年，公司毛利率水平有小幅下降。公司一方面通过内部挖潜，如采取更灵活的采购策略、成本控制措施等方式来降低一部分成本上涨的影响。同时公司一些品种具备一定的提价能力，比如 CHC 的核心品种，每年还会做一些小幅的提价，可以基本覆盖原料上涨的影响。配方颗粒业务方面品种数量多，面临原材料成本上涨影响，今年还面临新国标实施后带来的明显的成本上涨，公司希望通过内部挖潜和适度提价来抵消成本上涨的压力。

中药材种植方面，围绕核心的重要药材以及野生资源有瓶颈的药材，公司已经开展一些药材种子种苗研究并开展相关种植。其他药材主要通过市场采购以及逐渐建立溯源体系，来保障品质及供应。

7、公司 CHC 业务未来并购整合和产品扩容方向？



	<p>答：公司过去几年完成了多个项目并购，支持了业务的发展和能力提升。公司在品牌打造、终端覆盖和新渠道拓展等方面具备领先优势。未来，在行业变革的过程中具有一定的整合机会，公司希望加大并购整合力度。</p> <p>在产品引入方向上，公司会沿着战略方向，寻找有潜力的品种，重点考虑引入有一定市场基础的品牌，并关注符合消费升级方向的产品。合作方式也比较多元化，包括并购、战略投资、产品方面的合作等都在我们的考虑范围内。</p>
附件清单（如有）	-
日期	2022/1/21