

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：2023-008

<b>投资者关系</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
<b>活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 媒体采访	<input type="checkbox"/> 业绩沟通会（电话会）
	<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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	惠理基金、JP Morgan 等证券投资机构分析师	
<b>时间</b>	2023年2月17日-2月20日	
<b>地点、方式</b>	综合办公中心（现场调研）	
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书	
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>1、公司近期的感冒药销售情况如何？处方药预计23年表现？</b></p> <p>答：2022年12月份防疫政策放开，感冒药的需求增加，一月份延续了这个情况。目前还处在渠道补库存的状态，预期三月社会库存会到达合理水平。通过强化品牌，过去几年在感冒品类中的市场份额不断提升，同时公司也在不断拓展线上渠道，全年整体情况与疫情的波动相关。</p>	

中药配方颗粒预计今年会有较好的增长，2022 年配方颗粒业务受制于地区备案进度，营收端和利润端都有一定程度的下滑，导致基数较低。今年随着国标品种不断的发布实施，以及省标和国标进一步完成备案，预计会实现较好增长。公司处方药业务中抗感染业务此前受集采影响较大，但近两年影响已基本消化。未来中成药集采的影响可能会逐渐有所体现，但考虑到业务规模，预计整体影响可控。通过业务和产品结构不断调整优化等举措，预计今年将实现较好增长。

## **2、皮肤和胃肠品类去年增长情况如何？**

**答：**皮肤和胃肠两个品类，公司在过去的几年都做了很多工作，如品牌的梳理和产品的升级，同时不断补充新的产品。胃泰推出适合年轻人群体的产品，皮炎平推出绿色装，顺峰宝宝品牌下推出儿童皮肤护理等新品。整体来看，去年两个品类都实现较好增长。

## **3、感冒品类的未来市占率提升空间？**

**答：**感冒品类的市场份额有进一步拓展的空间，公司不断细分品类，补充新的产品，例如在呼吸品类引入龙角散。希望围绕着感冒诊疗的过程，提供更全方位的解决方案，针对发热、喉咙不适的症状、抗病毒的需求形成产品组合。

## **4、龙角散去年销售情况如何？**

**答：**龙角散是引入的商业合作品牌，还需要一段时间的培育。疫情期间龙角散销售很好，也是受益的品类。到去年八月是我们引入产品一年，很好地达成了首年目标。由于产品在全国范围内认知度还需持续提升，目前还在推广投入阶段。

## **5、去年儿科品类（澳诺）的情况如何？**

**答：**澳诺一直保持较快增长。澳诺业务随着品牌影响力和市占率提升，未来仍具备一定的增长潜力。一是通过产品升级，将包装更新换代为条袋装；二是提升品牌，澳诺

此前更多的是渠道品牌，公司希望将其打造成消费者品牌；三是拓渠道，之前只在几个省主要销售，并购后在持续拓展新的市场和渠道，产品线上销售比较好，增速快。

#### **6、骨科品类未来的发展思路如何？**

**答：**公司去年完成了骨科产品的升级换代，比如热熔胶技术、撕口等提升了产品体验，目前正在推广期。此外公司也在进行产品储备，包括在研的化药贴膏产品等。

#### **7、去年康复慢病业务业务表现？**

**答：**康慢业务去年在 CHC 业务中表现相对较弱，主要在于血塞通软胶囊未中选湖北集采，在湖北集采区域进入实施后，院内市场受到一定影响。后续和昆药整合后，血塞通软胶囊将实现销售协同，成为未来三七制剂的重要品种。

#### **8、大健康业务增长情况？**

**答：**去年大健康业务整体增速较好，大健康业务目前以基础的维生素、矿物质、膳食营养补充剂为主，以及部分中药滋补养生产品。我们在这部分业务上主要是推几个品牌，999 今维多主要是做基础营养保健、桃白白主要是围绕女性健康的品牌，轻益点是围绕年轻时尚群体的品牌等。同时，公司也关注传统滋补营养保健的产品机会。

#### **9、CHC 和处方药未来的毛利率趋势？**

**答：**这几年毛利率变化主要是业务结构原因，CHC 业务预计毛利率会相对稳定，处方药业务未来毛利率可能还会有所下降，主要是集采产品价格有所下降，且配方颗粒毛利率受国标切换影响成本上升，预计对毛利率产生影响。饮片业务占比有所提升，但业务毛利率较低，也影响整体毛利率水平。与此同时，公司正在进行费用管理，以降低毛利率变化的影响。

#### **10、配方颗粒国标进度情况？**

**答：**今年前两个月的情况来看还没有特别明显的变化。近日第四批 48 个中药配方

---

颗粒国家药品标准正式颁布，有助于在各地备案。随着国标品种陆续出台，全国性的企业会更受益。

**11、饮片未来的发展思路如何？**

**答：**公司将饮片作为配方颗粒的补充业务，二者在生产端和医院推广都有比较好的协同作用。长期来看公司将围绕重点的中药材资源进行拓展。

**12、公司和昆药的协同计划？**

**答：**公司希望和昆药尽快达到全方位的协同，产品、品牌打造、渠道终端的协同都已经开始在对接和逐渐落地的过程中。在管理方面，会把华润的管理体系，包括战略管理体系，财务管理体系等，导入到昆药集团，同时公司也派出财务总监等管理人员。

**13、公司销售费用变动趋势如何？**

**答：**公司对销售费用管控比较严，费用投放上和收入相匹配，费用率和业务结构密切相关。未来预计销售费用率稳中有降。

**14、处方药业务布局？**

**答：**处方药业务主要围绕呼吸、消化、骨科、儿科、心脑血管、抗感染等领域，逐渐加强创新转型，加大创新药的布局，实现处方药和 CHC 业务的协同，比如，未来呼吸、消化、儿科品类也将作为处方药发展的重点，为 CHC 业务赋能，起到拓展医院、专家的资源占据学术高地的作用。

**15、抗感染业务是否已经有改善？**

**答：**抗感染业务受集采影响已见底，在产品结构持续优化和新品的带动下，业务去年实现恢复性增长。

---

附件清单 (如有)	-
日期	2023/2/20