

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：2021-024

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <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	华商基金
时间	2021年12月24日
地点	综合办公中心
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>1、股权激励计划的指标设定的考量？</p> <p>答：华润三九作为科改示范企业之一，积极落实相关举措，不断深化改革，推出了2021年限制性股权激励计划（草案），希望建立一个利益共享，风险共担的激励机制。从绩效目标来看，设置了个人和公司层面指标。</p>

公司层面设置了三个业绩考核具体指标，分别包括归母扣非净资产收益率、归母扣非净利润年复合增长率和总资产周转率。可能大家觉得具体目标相对来讲，归母扣非净利润年复合增长率不低于 10%还可以更进取一些。但实际上我们在指标设计上还有更多条件，比如在净利润增长率指标上，同时要求不低于同行业平均水平或者对标企业 75 分位水平；归母扣非净资产收益率，同时要求不低于对标企业 75 分位水平。激励计划选取了 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、国药现代、中国中药、中国生物制药等，对标企业的选取考虑了营收规模、业务范围、企业性质等多维度指标。公司选取的这些对标企业也是中国资本市场上非常优秀的企业，在完成具体指标的同时，还要求达到对标公司 75 分位水平，我们认为还是一个非常有挑战性的目标。

2、在中药研发方面，公司有哪些方向相关布局？

答：国家对中医药的传承创新发展的大力支持，是公司面临的重要发展机遇，华润三九遵循中医药发展特色，制定了围绕“创新中药+经典名方开发+院内制剂开发”的中医药长期研发规划。在创新中药上，关注疗效独特的中药品种，明确产品临床科学价值，进行中药大品种培育；在经典名方开发上，持续加大遴选与立项力度，开展物质基准等相关研究，目前在研经典名方十余首，部分在研品种已完成申报资料；在院内制剂上，积极进行系统筛选及收集，为新品引入做储备。

3、新旧国标切换后未来配方颗粒业务发展趋势、定价情况、集采风

险？

答：国药业务前三季度继续保持良好的增长，11月1日中药配方颗粒新国标实施后，短期来看竞争格局未出现剧烈变化，医疗终端进一步放开，可以覆盖到更多的医疗机构，国药业务的监管要求还是比较严格，业务的长期竞争还是来自于全产业链能力，包括从药材种植到医疗终端服务能力，产业链整体能力的要求都会很高。同时，按照国标生产的产品成本相较原来有一定上升，对该业务的盈利能力有影响。今年面临新旧国标转换，短期业务有些波动，明年主体影响还是会在成本端，成本会有一些的上升。未来，新标品种的定价会考虑终端的接受能力，公司也会持续优化费用结构。此外，公司也会慎重考虑未来业务是否会面临集采风险。总体来看，目前实施国标的品种还相对比较少，未来两年到三年内集采风险相对较小。

4、中药配方颗粒产能情况？

答：产能方面，公司已经有所准备，淮北二期已建成，雅安已投产，目前浙江、云南、重庆、江西也在新建配方颗粒的产能，总体来说公司配方颗粒业务布局坚持两统两分原则，并不断提升智能制造水平，优化产业链成本。未来几年公司固定资产资本性支出主要在配方颗粒业务。

5、湖北中成药集采已公布拟中标结果，公司处方药业务未来的集采压力？

答：湖北集采各个厂家采取策略不太一样。三九非常支持国家集采政

策，积极参与湖北省投标工作。公司有三个中药注射剂和一个口服产品在之前公布的集采目录中，拟中标结果公布后，生脉注射液中选。总体来讲，目前湖北集采涉及的品种营收占比较小，对整体业务影响不大。目前，中成药集采处于起步阶段，公司也会跟进中选品种后续的情况，未中选品种还可以在余量市场进行推广，公司也会根据相关情况制定相应策略。

6、公司感冒系列保持增长的主要原因？999 感冒系列市占率变化情况？

答：999 感冒灵具有非常高的品牌认知度，在传统渠道覆盖率很高，市占率一直是行业第一，被药店当做获客来源，也享受到了传统零售增长红利。近年来随着消费者习惯的变迁，公司越来越关注线上渠道发展，尤其是感冒品类在 O2O 渠道市场发展良好，通过赋能传统线下药房共建线上业务，公司产品实现较快增长。

7、公司线上业务布局和发展情况？

答：线上市场的发展反映了消费群体的行为变化，越来越多的年轻人转到线上购药。公司高度关注线上的布局，成立了数字化中心并制定了五年的战略规划。双十一期间公司产品销售大幅提升。多个产品分别获得相关品类榜单第一。此外，公司在新零售渠道布局相对完整，包括京东、阿里等电商平台，互联网医疗平台，O2O，B2C 等领域，我们都有非常深入的合作。同时公司和传统药店客户也在不断共建线上线下赋能系统。目前来看，公司线上业务取得初步的成果，线上业务在公司 CHC 业务中占比

约 4%。

8、公司 CHC 业务的销售团队情况？

答：CHC 业务分为专注核心品牌业务的品牌 OTC 线，专注儿科，消化，妇科，骨科，肝胆等领域的专业品牌线，康复慢病业务线以及大健康业务四条线。销售团队在专业化细分的基础上，也有充分的协同，如商务、KA 等主要是共享的团队。

9、公司十四五期间的战略规划？

答：公司十三五期间清晰了公司战略定位和创新研发工作的开展方向。十四五期间，公司希望能以 CHC 为核心业务，处方药为赋能业务，品牌+创新双驱动的业务增长模式，实现华润三九高质量发展。

附件清单（如有） -

日期 2021/12/24