

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：2022-057

投资者关系 活动类别	<input 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位名称 及人员姓名	华夏基金、景顺长城、麦格里资本、华泰柏瑞、永赢基金、财通资管
时间	2022年8月29日-9月1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	董事会秘书
投资者 关系活动 主要内容 介绍	<p>1、处方药收入里，除配方颗粒占一半，其余的主要业务是哪些品类？</p> <p>答：除国药业务外，处方药业务主要是针对不同的治疗领域，如心脑血管领域有参附注射液等，骨科有天和系列贴膏，消化领域有易善复。目前易善复和天和贴膏都是两个渠道运作，在我们体系内也是有两个不同的团队。儿科领域目前相对重要的是诺泽。此外还有一块抗感染领域的业务，相对比较独立，推广抗生素等产品。</p>

2、从策略的角度，未来是处方药好一些还是 OTC？

答：从需求、发病率的角度来讲，未来处方药市场更大且增长更快速。从公司的业务结构来看，CHC 业务是核心业务，过去几年有不错的增长。两个市场有不同的特点，CHC 业务更市场化，而处方药这几年受政策影响大。从公司发展规划来看，未来 CHC 仍将为核心业务，并以内生及外延并购的方式共同推动业务成长。

3、OTC 增长的驱动力？

答：OTC 业务的驱动力，第一来源于品牌，品牌背后是产品的品质作为支撑。OTC 领域内多数品牌竞争比较激烈，同质化程度高，相应品牌价值也非常高。第二是渠道，渠道终端覆盖的广度，决定了病患能否买到产品。

4、可否拆分上半年各业务板块的体量和增速？

答：CHC 四个业务板块中，上半年品牌 OTC 业务略有增长，主要是感冒药受到二季度限售的影响，有一定下滑。皮肤、胃药增长较好。专业品牌业务整体增速较快，澳诺保持快速增长。其他儿科感冒药受疫情影响增速不是特别好，但由于澳诺带动，所以儿科品类上半年整体表现较好。易善复增长较好，骨科贴膏系列保持平稳增长。大健康业务实现快速增长，但业务基数比较低。康复慢病业务受集采等政策影响，院内业务增速放缓，院外保持一定的增长。

处方药业务中，中药注射剂受到疫情和集采的影响，上半年有所下滑。其他口服制剂如易善复，999 疝痹胶囊增长不错。诺泽上半年整体增长较好，抗感染业务过去两年基数较低，且在新品的带动下业务增长符合预期。国药业务上半年在饮片业务带动下实现增长。除饮片外，配方颗粒业务受国标切换影响，上半年业务有所下滑，但下滑幅度有所放缓。

5、二季度感冒品类受到一定限制，7 月份感冒品类销售增长情况？

答：从目前7月份数据来看，CHC业务中感冒品类增速比较好，4-6月份感冒药受限售影响出现下滑，6月南方地区有流感发病率提升的情况，6月中下旬之后终端感冒药纯销增长快，带动公司感冒药产品在7月份也实现比较好的增长，此外，7月份感冒药销售增长也和去年同期基数低有关，但总体趋势较好。

6、公司药材上游自给化比例？

答：公司目前绝大多数品种药材是通过市场化采购，对于重要或会存在紧缺的中药材资源、公司从源头建立规范化基地，并持续构建全产业链能力。同时，公司注重溯源体系建设，保障药材来源可控，品质稳定。

7、配方颗粒下半年趋势如何？

答：从行业角度看，配方颗粒整体趋势是持续改善的。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；三是新国标产品价格有一定调整可覆盖部分成本上升的影响。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。

8、中药配方颗粒的省标和国标推进情况？

答：从企业的生产角度来说，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，从二季度各省销售情况来看，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月底重要地区的切换工作能够基本完成，各地销售可能完成落地。

9、山东目前已经开展了饮片集采试点，这个是否意味着饮片将在几年内迎来大规模集采？饮片集采是否会带来比较大的价格降幅？

答：山东省年初开始尝试进行饮片集采试点，目前来看，拟进行集采的品种数量比

之前预估纳入集采品种少，所以饮片集采仍处于持续推进、摸索阶段。饮片业务本身毛利率较低，预计集采带来大幅降价的可能性较小。

10、上半年皮肤和胃药增速快的原因？

答：一是过去几年公司不断围绕产品改进使用体验，对包装、产品品质等开展了一系列的产品升级，并持续与消费者保持沟通，努力实现品牌价值的最大化；二是上半年感冒药的销售受到了疫情的影响，部分资源投向会适度调整。

11、上游原材料涨价是否对公司毛利率产生较大影响？后续预计毛利率的情况？

答：上半年原材料、能源涨价对毛利率的影响较小，毛利率变动主要是受到结构性因素的影响。后续 OTC 产品在考虑消费者接受程度的情况下有一定的提价空间以覆盖成本上涨的影响。最终综合毛利率要看业务结构的变化。公司也会根据业务的推进节奏，对费用严格把控。

12、与昆药的业务整合目前进展如何？会沿用原有的管理层吗？

答：目前昆药项目还在积极推进中。总的思路要先清晰战略，再看二者的业务如何相互赋能，以改善经营效率和盈利能力。昆药集团现有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，后续会共享渠道和资源来实现协同发展。

13、后续并购后，昆药注射剂业务的展望？

答：公司选择并购昆药的时机比较好。过去几年昆药内部产品结构发生比较大的变化，虽然昆药注射剂过去几年持续下滑，但是口服制剂增速非常快，目前的业务结构已经优化。未来集采可能会对部分业务有影响，但是预计口服制剂的快速增长能抵消部分注射剂的影响。并购后可以整合双方的资源，推动三七全产业链发展，潜力巨大。昆中药品牌下系列产品将在品牌驱动下实现长期增长。总体上预计未来注射剂有望保持稳

定，口服产品的增长将带动业务实现更快更好的增长。

14、下半年哪些方面重点发力有助于完成全年目标？

答：过去几年公司业务结构中 CHC 业务占比提升较快，且业务自身盈利能力比较强，公司会持续关注 CHC 业务下半年表现。配方颗粒业务方面，国标切换的影响公司在年初预算规划中已有相应考虑。如果配方颗粒业务全年进度完成较好的话，也会对全年目标完成有一定帮助。

15、在 CHC 业务中，除了感冒类，还有哪些营收稳定、较有发展潜力的品类？这些品类下半年展望如何？

答：CHC 里第二大业务是儿童用药，是 CHC 业务里重要布局、发展的板块。主要产品是澳诺，潜力和规模较大、增长较快，未来几年也有望实现快速增长。在澳诺的品牌下，公司也在持续补充一些新的产品。另外小儿感冒、止咳类也有一些产品规模不错，今年受疫情影响，表现不是特别好，但品牌优势还是比较强的。

皮肤和胃药品类也具有一定的规模，上半年实现快速增长。代理产品易善复规模增长比较快，未来在零售市场有望成为过 10 亿的产品。康慢业务中血塞通软胶囊是双跨品种，近年来零售市场占比逐渐提高，之前康慢业务增长良好，但今年上半年院内市场受疫情、集采等影响有一定压力，预计今年业务将保持稳定。此外，大健康业务规模目前还较小，但增长潜力大。

16、处方药未来毛利率变化趋势及影响因素有哪些？

答：处方药业务未来毛利率可能还会有所下降，主要是 1、集采产品价格有所下降。2、国药业务中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。此外还存在结构性因素影响，饮片业务占比有所提升，但业务毛利率较低。与此同时，公司正在主动进行费用管理，以降低毛利率变化的影响。

17、B2C 和 O2O 销售的毛利率和传统销售模式有较大差别吗？

答：O2O 对公司来讲计入传统渠道，营收、毛利率和线下差别不大；B2C 业务更多是看产品，线下规模大、品牌强的成熟产品，在线上的盈利能力相对较强；对于新孵化的产品，线上成本比较高。今年，公司线上店铺已逐渐转为自己运营，同时公司也会不断推出更多适合线上销售的产品。

附件清单

(如有)

-

日期

2022/9/1