

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：2022-006

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input checked="" 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	兴业证券及基金等投资者、分析师	
时间	2022年1月12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,来推动业务的增长。处方药业务主要包括两块,核心治疗领域的处方药业务以及中药配方颗粒业务;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。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。公司通过不断强化品牌以及拓展新的渠道、提升市占率,引入新产品等方式,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,澳诺的产品表现非常优异,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,在零售以及医疗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、骨科的天和系列贴膏在处方药渠道的增长非常快速；2020 年引入的诺泽产品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。五代头孢主要是受欧洲疫情，产业链有一定调整，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，前三季度保持了快速的增长。去年 11 月 1 日中药配方颗粒新国标实施，短期内业务会有一些的波动；但是从长期来看，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，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 284 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，在扣非净利润的复合增长率指标上，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、配方颗粒行业未来竞争格局、量价关系和成长性？

答：配方颗粒业务未来 2-3 年还是会实现较好增长，主要是 1、医疗终端进一步放开，对厂家来讲可以覆盖更多的医疗机构，市场容量会放开 2、去年底出台的中医药传承创新等政策中，对于医保支持中医药的政策更加清晰，有利于市场拓展 3、目前配方颗粒在医疗端参照饮片管理，有利于配方颗粒在临床中的推广使用，有助于覆盖更多人群。基于政策利好、可以拓展更多渠道和临床使用人群等方面，未来配方颗粒业务市场具备一定的增长空间，成长性较好。

竞争格局来看，因为配方颗粒业务对于全产业链能力要求比较高，不是所有生产厂家都具备这样的能力，因此业务具备一定的门槛，未来可能会

发展出少数具有全国性业务拓展能力的厂家，总体还会是有序竞争。配方颗粒业务政策不确定性的地方在于配方颗粒业务是否会在接下来的几年推行集采。目前国标品种数量相对较少，同时在医院是通过智能中药房来服务产品销售，因此，基于现有国标品种数量较少的情况下，预计短期内积极全面推进集采可能不完全成熟。未来国标品种数量达到一定规模，有可能进行集采的探索。对于山东省正在推进饮片和配方颗粒带量采购，公司正在积极关注。

新国标实施会带来成本的上升，对厂家盈利能力产生一定影响。公司一方面会通过提高产业链的运营效率，内部挖潜；另一方面也会进行一定的终端提价，来降低成本上涨的影响。具体的提价幅度还要动态看今年的实际运作情况。

2、CHC 业务未来成长性以及感冒品类销售情况？

答：CHC 健康消费品业务市场化程度高。对于三九来讲，CHC 业务未来成长来源于：1、持续强化品牌，提升市场份额，适度提价实现品牌价值；2、拓展新渠道覆盖，目前公司线上业务发展良好；3、引入更多的产品和品类。感冒品类近年来总体增速还是比较快的(除 2020 年受疫情影响有一定制约外)。CHC 业务未来具备良好的成长性。

3、目前市场销售的配方颗粒产品是否已经切换到国标品种？国标品种的价格涨幅预计多久会相对明朗？

答：2021 年 11 月 1 日之后没有国标、省标的品种，已经不能上市销

售。目前省标制定在推进中，但各省出台省标的速度有所不同。配方颗粒业务新国标的实施会带来业务的短期波动。配方颗粒新国标产品的价格水平预计今年上半年会相对清晰。

4、基于公司股权激励考核情况，公司预计 2022 年扣非净利润端的增速？

答：公司股权激励计划公司层面考核指标中对于归母扣非净资产收益率、归母扣非净利润年复合增长率分别设置需要同时达成的门槛值和对标考核指标。公司选择的 15 家对标企业，包括云南白药、同仁堂、复星医药、白云山等都是资本市场中非常优秀的企业，部分企业 2022 年 wind 一致预期增速超过 20%，我们需要力争实现标杆企业前三水平才达到 75 分位水平的指标要求，顺利解限。公司也会努力实现股权激励相关目标。

5、公司创新产品上市情况？ONC201 和 QBH196 的进展情况？

答：公司采取多样化的创新产品引进方式，2020 年五代头孢已经获得药品注册证书，该产品已经在做各地招标进院的工作，主要是受欧洲供应链的影响，产品不能顺利到国内，预计今年可以上市。二类新药复他舒 2021 年已获得批件并上市。

ONC201 是 2020 年通过 license-in 方式引入进来的，也是公司非常看好的品种，目前该产品的临床进度有推后，目前在根据 CDE 内部指导原则的变化做补充研究，美国的临床在积极推进中。QBH-196 项目目前已经拿到临床批件，公司临床团队也已组建完毕，预计今年可以临床入组。

6、澳诺、龙角散的销售情况？未来 CHC 业务引进产品的方向策略？

答：2020 年并购的澳诺制药的葡萄糖酸钙锌口服溶液是儿童补钙领导产品，也是公司核心大品种，具备良好的市场规模和成长性，2020 年实现了超过 20% 的增长，2021 年继续保持了较快增长，未来仍具有较好的成长性。龙角散是去年 8 月份开始销售，主要是线上为主，目前线下覆盖重点区域零售终端。去年双十一龙角散线上销售表现较好，希望未来实现较快增长。

未来 CHC 业务产品引入方面，1、希望引入领先品牌，进一步丰富 CHC 业务品类 2、现有品类中，引入符合未来升级方向的产品。CHC 领域中也会持续寻找国内外优质产品或品牌的引进的机会。

7、公司配方颗粒产能情况？

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，总体来说可以满足未来的销售需求。

8、公司代理的生长激素发展状况如何？

答：诺泽的产品力较强，学术基础好，预填充注射笔使用方便，可以室温保存，同时安全性和疗效得到了多年的验证，注射时也会减少痛感，因此产品有较好的发展潜力。第一年合作顺利完成了产品的市场交接，增长速度较快。从推广模式来讲，建立了专线队伍及专业的客户服务的团队，

提高对患者的服务，这一专业的运营团队和模式可以帮助我们承载更多的品种。预计通过 3-5 年的时间诺泽可从较低的基数，做到几个亿的规模，我们对市场的发展空间比较有信心。

**9、目前公司产品中，中药占比情况？国家中医药管理局颁布的创新发
展指导意见，未来业务中中药占比是否会有提升情况？**

答：国家政策对中医药还是非常支持。我们业务中，中医药占比接近 70%。中药是我们未来发展重点。处方药研发管线中考虑中+西相结合。目前业务来看，CHC 业务中，中药在零售渠道有非常多机会，零售渠道我们也做了很多提前准备，未来也会把中药放在重要的位置。

**10、抗感染业务未来发展情况，集采影响是否会逐渐消除，新引进产
品对业务影响状况？**

答：公司抗感染业务受限抗、集采等政策和疫情的影响，连续 2 年多持续下滑，到 2021 年末，占比约 5%左右。公司近年来已在积极调整抗感染业务产品结构，集采中标了阿奇霉素片、注射用头孢唑林钠、注射用头孢他啶等品种。同时不断的补充新品，近年有两个新品复他舒、五代头孢获批上市，预计今年该业务在新品带动下将实现双位数增长。

11、公司和赛诺菲合作的情况？

答：公司于 2017 年开始和赛诺菲开展合作。合作主要包括两方面 1、成立合资公司，目前合资公司经营较好符合预期。 2、推广销售易善复。

易善复在过去 5 年，零售和医疗渠道上易善复均表现较好，销售增长超过预期。零售渠道销售从原来的 2000 多万做到 3 个亿，处方药渠道一直保持比较快速增长，份额和市场排名也有明显提升。此外，公司和赛诺菲也在持续沟通进一步加深合作，引入赛诺菲更多的品种。

12、集采对公司处方药业务的影响？

答：以化药为主的抗感染业务中的大品种目前已经都纳入集采，未来受集采影响较小；中药集采湖北的结果已经公布，三九有四个品种积极参与了报价，三个是注射剂，一个是口服产品，最终有 1 个注射剂品种中选。3 个注射剂品种都是非独家的品种，目前在公司营收中占比较小，口服产品主要是零售市场，这次没有中选影响有限。接下来广东中药集采包括参附注射液这一独家品种，预计集采对价格有一定的影响，但是量会增加，总体能保持一定盈利能力。由于中药注射剂在业务中占比不高，所以集采的影响不会像之前抗感染业务那么显著。

小结：公司过去几年业务发生了一些变化，CHC 业务在公司业务中占比大幅提升，同时公司在持续增加创新投入、丰富产品管线以及数字化转型等方面都取得积极进展。此外，公司还有一些新的产品引进机会。因此未来几年公司业务预计仍将呈现良好增长态势。2022 年，公司也希望通过并购和产品引进等方式，努力提高业务增速。今年也是公司股权激励业绩指标设定考核的第一年，业绩指标的完成情况对股权激励计划实施也非常重要，公司核心团队会全力以赴，努力实现业绩目标。



附件清单 (如有)

-

日期

2022/1/12