



推进精益管理、深化组织变革、提升客户价值——

华润三九2012年度业绩说明会



2012年，华润三九管理主题：“**战略·变革·突破**”

经过一年不懈努力，上市公司业绩最终取得突破性增长，多项经营数据创历史新高，为“十二五”战略目标达成，奠定坚实基础。

目录



第一部分

经营回顾



第二部分

工作规划





目录

2012年经营回顾





2012：战略 变革 突破

业绩突破

华润三九2012年各项指标实现突破性增长

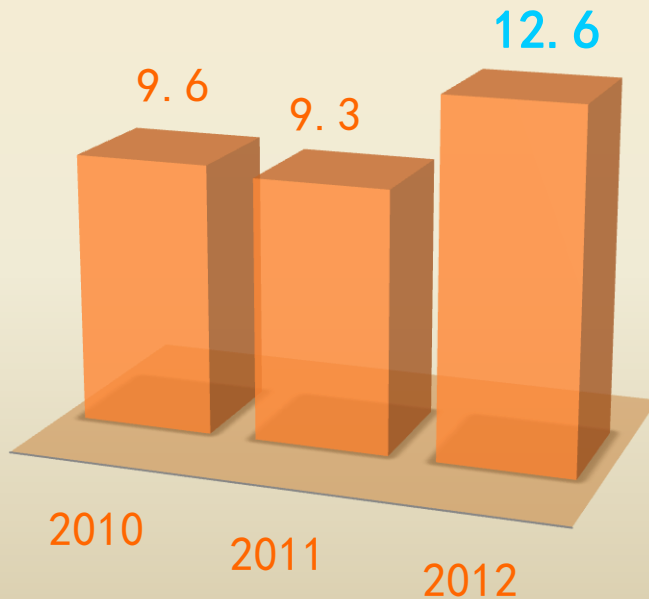
营业收入（单位：亿元）

+25%



营业利润（单位：亿元）

+36%



归属母公司净利润
（单位：亿元）

+33%





2012：战略 变革 突破

业绩突破

华润三九2012年各项指标实现突破性增长

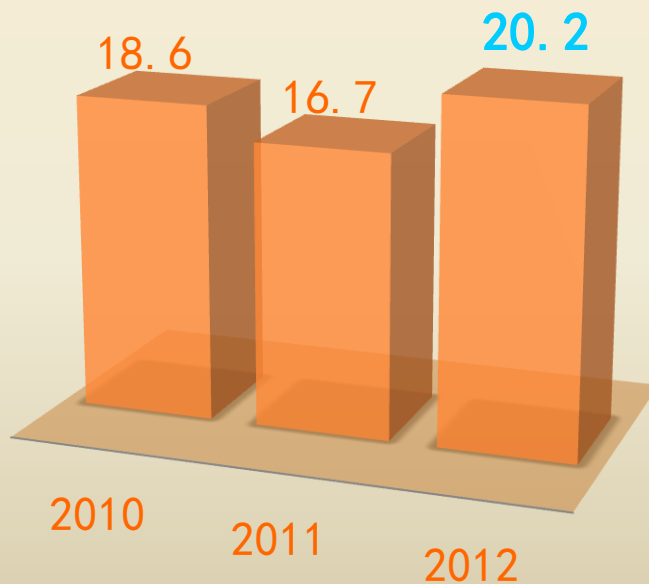
ROIC (单位：%)

+4.9ppt



ROE (单位：%)

+3.5ppt



经营性净现金流
(单位：亿元)

+27%



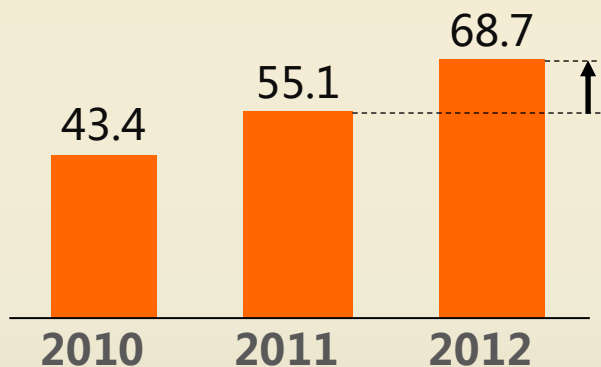
注：ROIC=经营利润/平均投入资本



单位：亿元

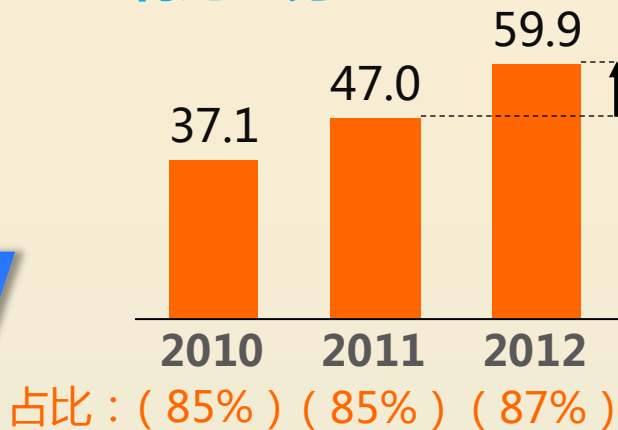
合并主营业务收入

+25%



制药业务

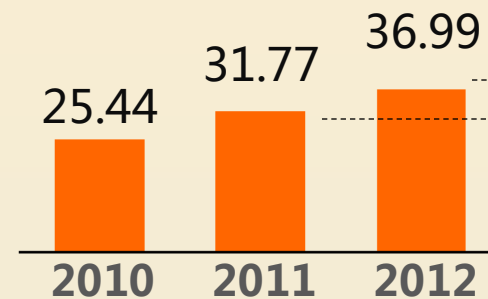
+27%



占比：(85%) (85%) (87%)

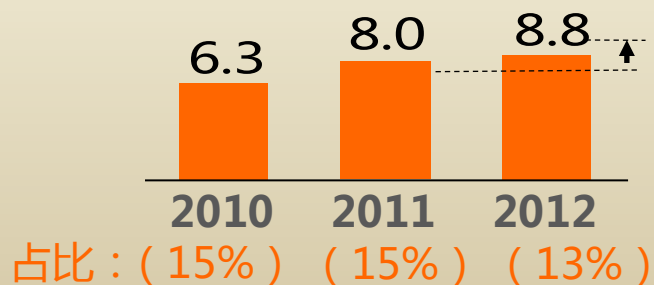
OTC

+16.43%



非制药业务

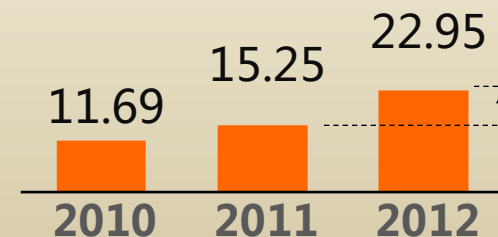
9%

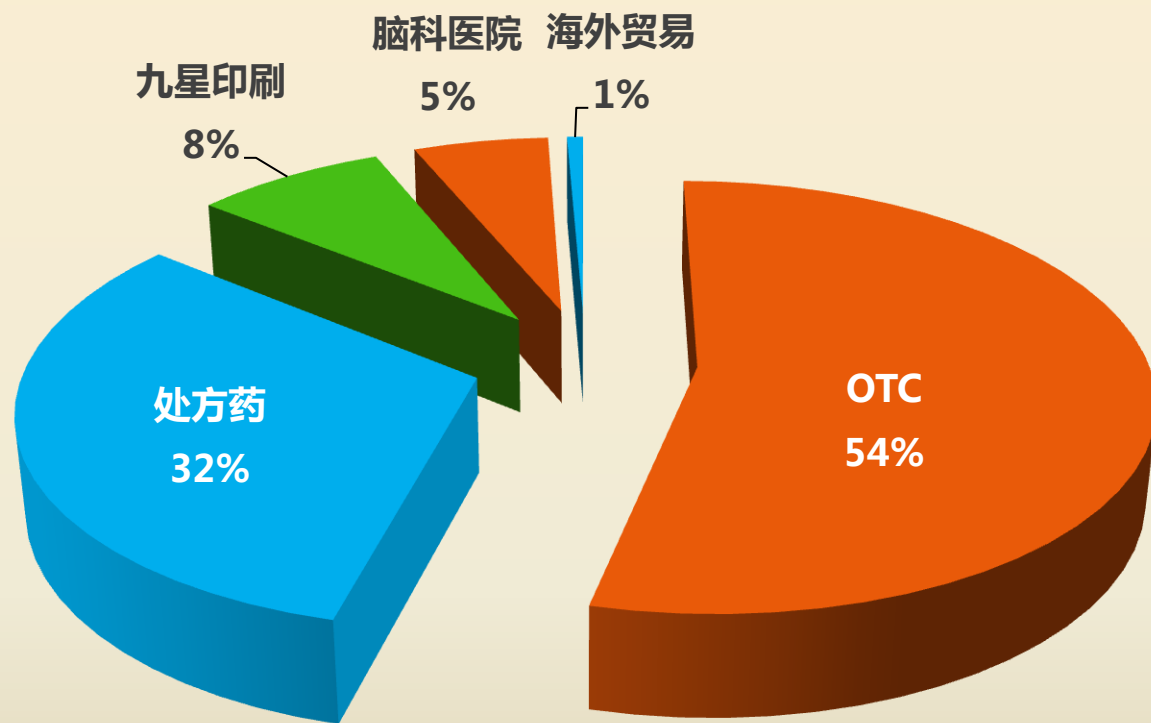


占比：(15%) (15%) (13%)

处方药

+50.54%





OTC占营业收入 54%

处方药占营业收入 32%

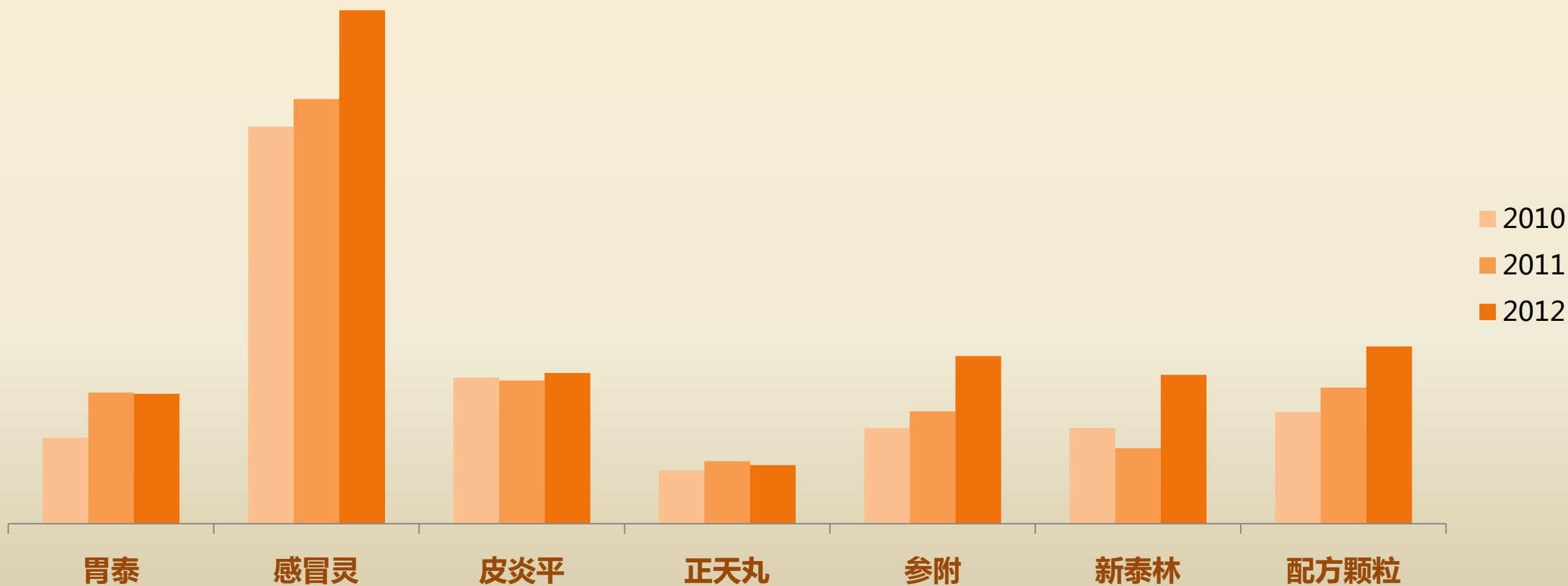




2012：战略 变革 突破

业绩突破

核心品种保持良好增长

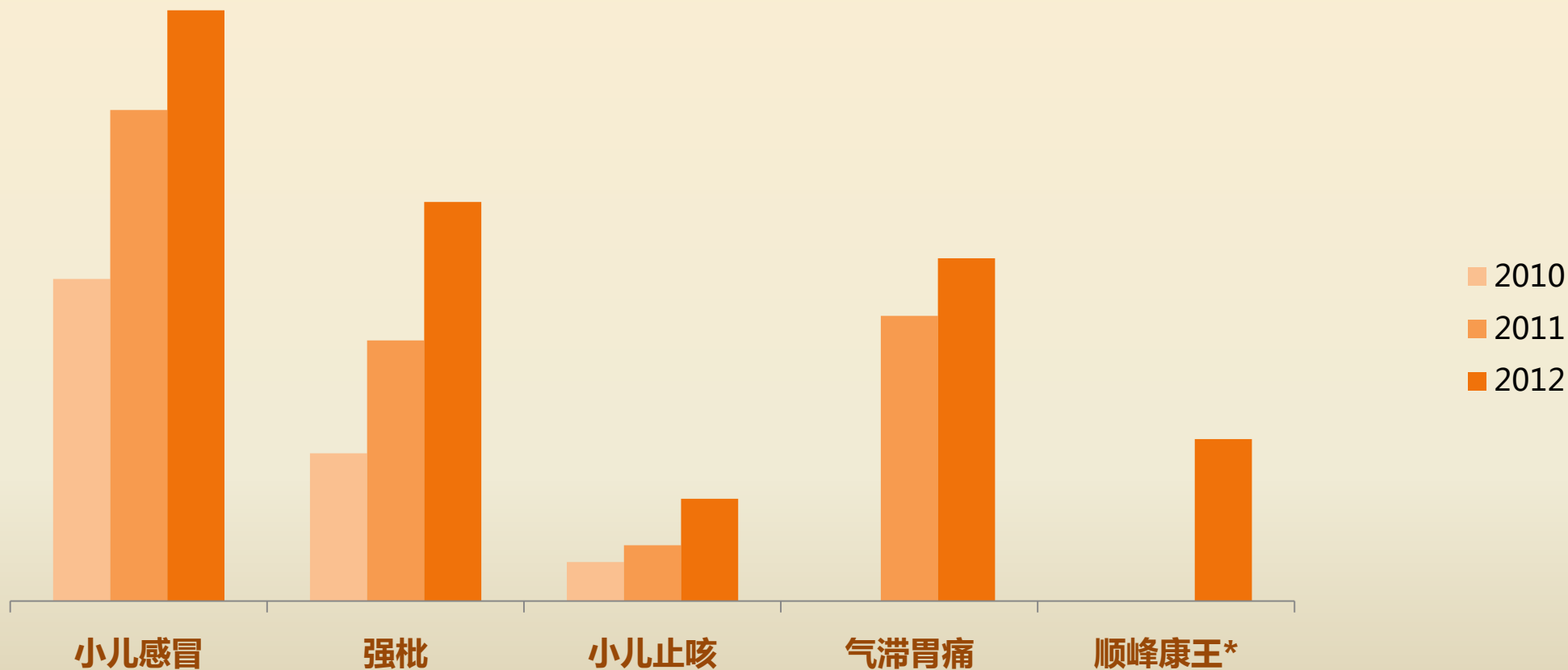




2012：战略 变革 突破

业绩突破

新品实现快速增长



(*注：顺峰康王数据不含2012年1-2月销量)

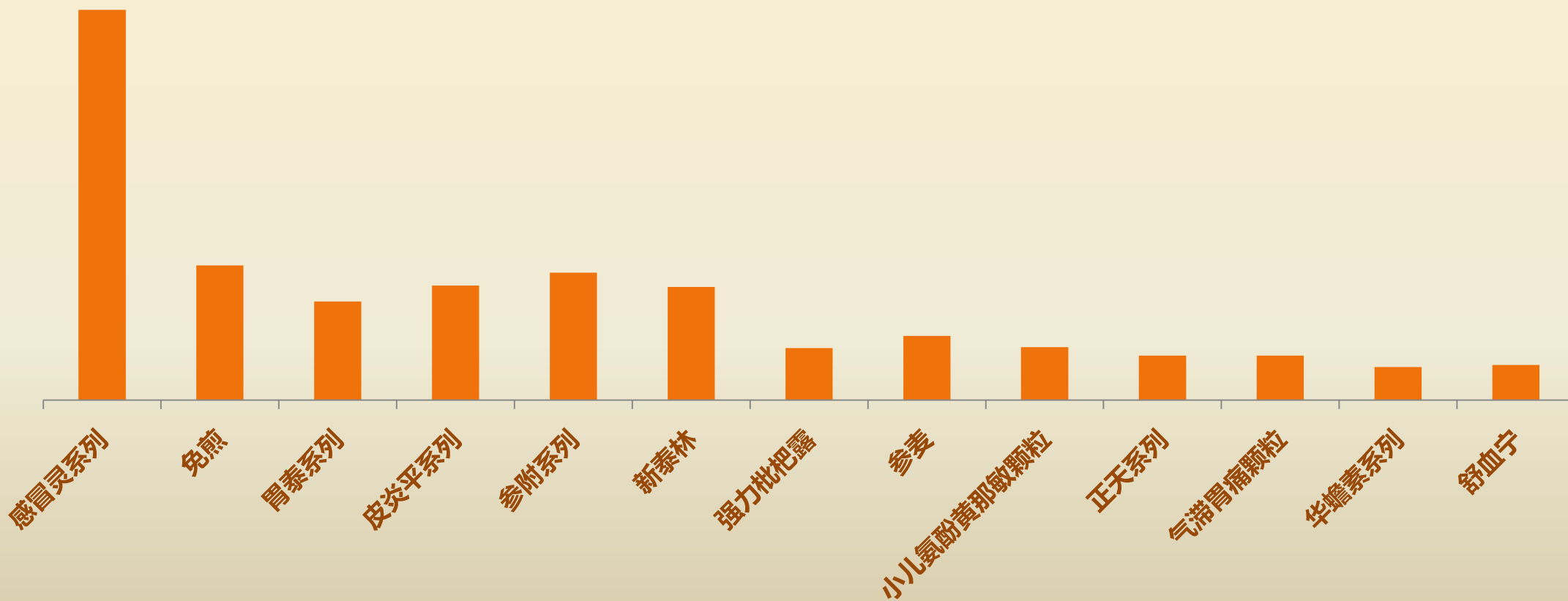




2012：战略 变革 突破

业绩突破

2012年销售收入**过亿**产品





市值排名	单位：亿元	市值	PB (市净率)	PE (市盈率)
	行业均值(整体法)	73.02	4.16	37.13
	行业中值	39.78	3.80	39.72
1	云南白药	593.60	8.45	37.51
4	天士力	361.24	9.34	50.66
6	东阿阿胶	340.75	8.02	32.76
7	华润三九	313.25	5.90	30.89
9	同仁堂	293.49	7.38	51.48
23	华润双鹤	140.24	3.01	22.82
45	上海凯宝	83.49	6.49	34.47
59	江中药业	70.94	3.69	29.51
70	马应龙	55.08	4.36	37.02
109	振东制药	29.95	1.62	31.13

目前，华润三九的**市值排名第7**，
市盈率低于行业平均水平、**市净率**
 则高于行业平均水平

注：以上公司按申银万国生物医药行业分类进行排名；相关指标值取自2013年3月29日。





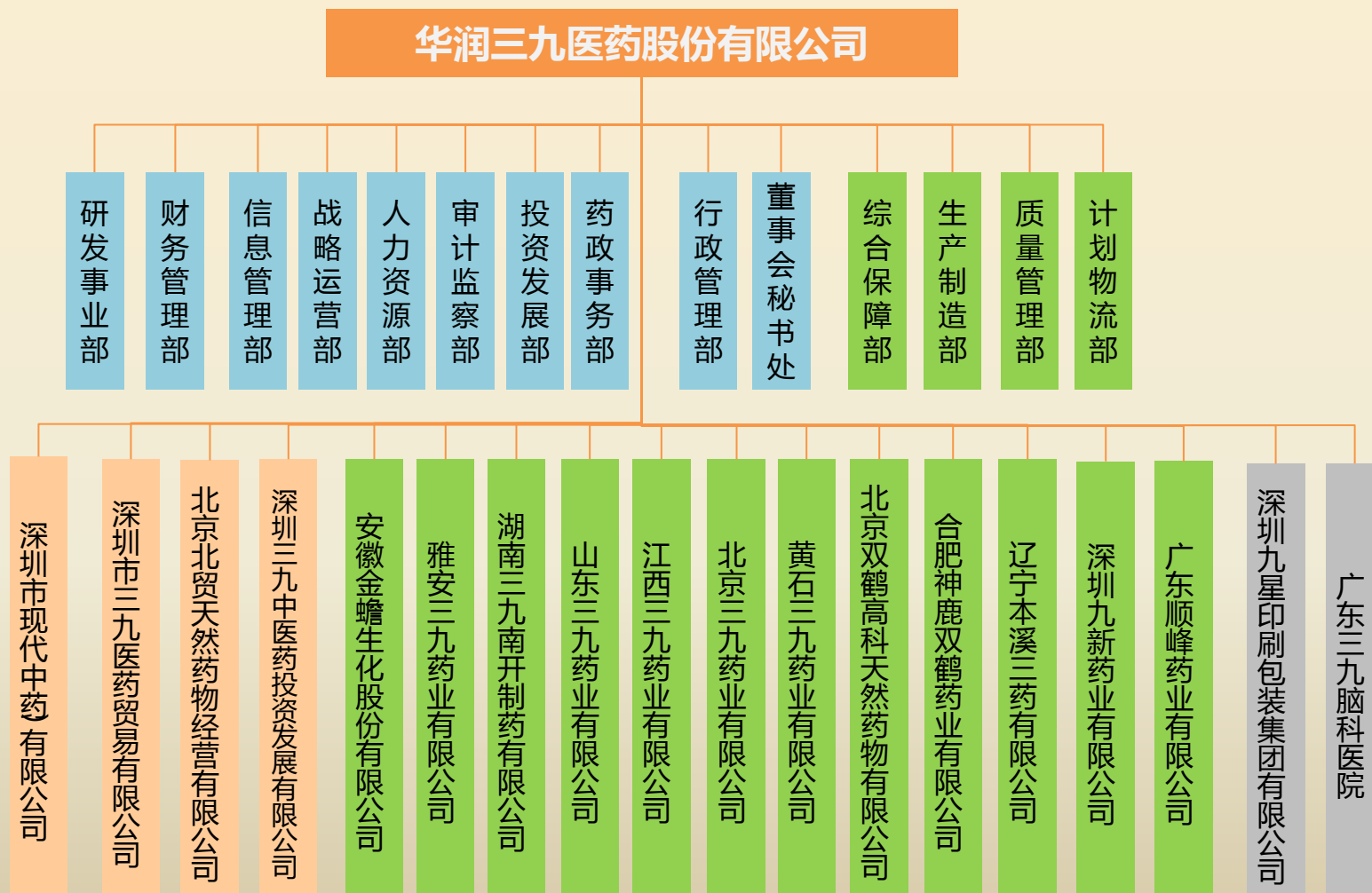
使命及
愿景

- **使命**：关爱大众健康，专注药品创造，打造信赖品牌
- **愿景**：OTC引领者、中药处方药创新者

2015年
目标

- **OTC**：提供全系列自我诊疗产品线，将“999”品牌打造成为家庭用药的领导品牌，同时拥有3个以上领先的专业品牌，在消费者需求洞察、渠道终端管控上引领业界最佳做法
- **中药处方药**：构建独特的中药处方药产品线，在心脑血管、肿瘤领域市场构建领先地位，在中药再评价和行业升级进程中发挥主导作用



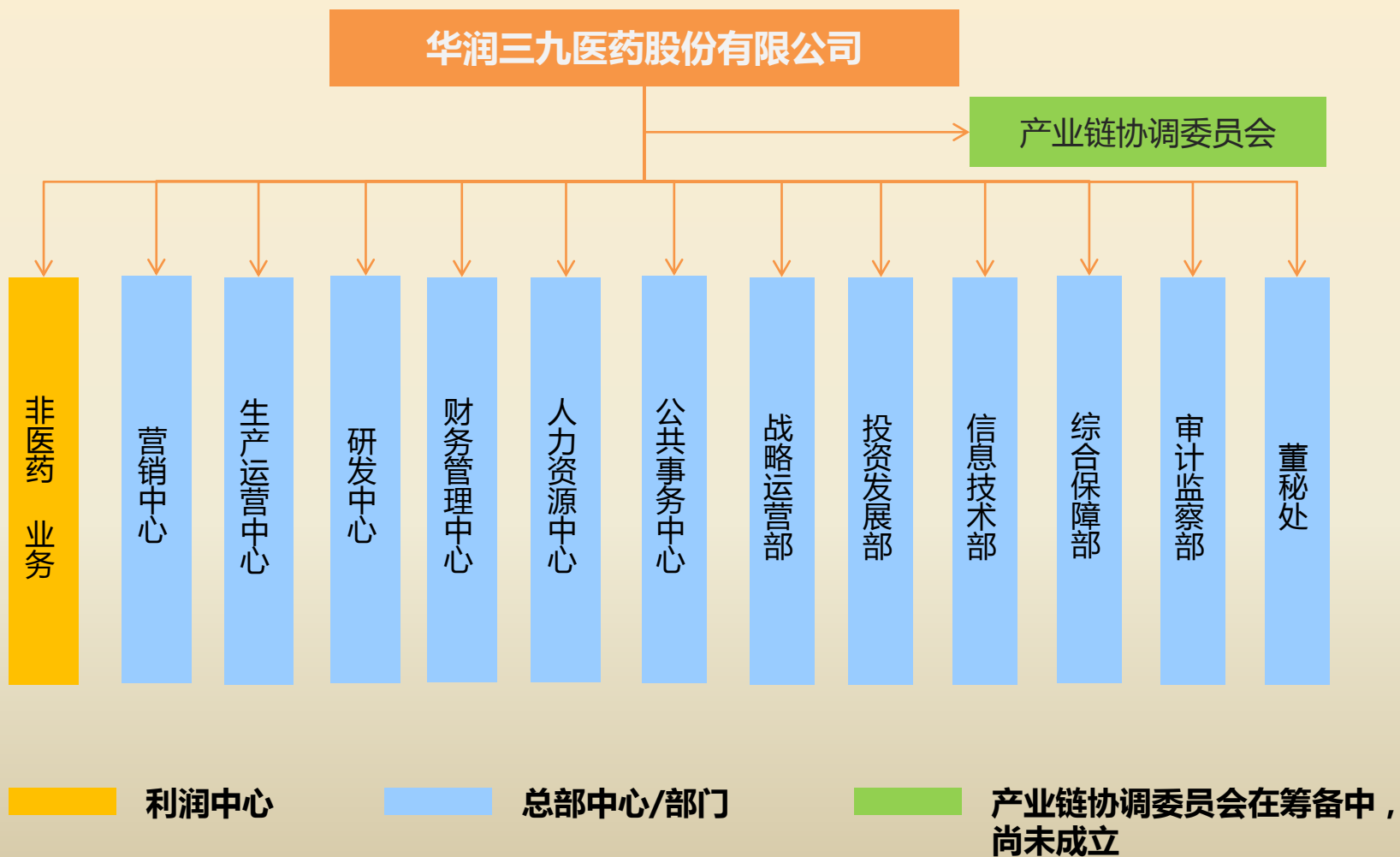


研发及职能管理

市场销售

生产制造







2012：战略 变革 突破

业务提升

一、营销渠道变革



三九商道

999[®]

为爱专注 为家守护

品牌打造



学术推广



区域精耕
一体化



拓展基层
医疗市场

营销中心开展“三九商道”、“品牌打造”、“学术推广”、“区域精耕一体化”、“拓展基层医疗市场”等一系列改革，增强渠道掌控能力。





推行
精益
六西格玛

开展
集采

初拟
产能战略
布局方案

工艺
统一

生产体系完善





研发平台建设

- 以打造产、学、研合作共同体为目标，建立总部研发中心管控职能的研发平台。
- 完成原本溪三药国家级国药中心的改制、增资工作。

研发业绩

- 2012年开展项目**224**项，其中战略举措项目**22**项；
- 正天丸、三九胃泰颗粒、核心品种药材资源取得阶段性成果，获得**两个生产批文**；
- **冰连清咽喷雾剂**完成上市前研究工作。





四、成功并购顺峰药业、整合天然四家企业

并购顺峰药业

12年2月9日与顺峰签署股权转让协议。
转让价款：**人民币6亿元**

- **品牌**：在皮肤药领域，获得了专业品牌，对市场形成巨大影响力；
- **产品线**：丰富皮肤药产品线同时，有效补充其他剂型，如：药妆（顺峰宝宝）、外用搽剂、抗生素；
- **产业布局**：打造皮肤药生产研发基地，有利于产业布局的优化

整合天然药

2011年完成对天然药四家企业100%股权的收购
2012年**整合顺利**，新品种实现了良好增长

- **品类**：胃肠、心脑血管等领域
- **整合进展**：温胃舒颗粒、养胃舒颗粒已整合进入胃肠用药品类，2012年销量增长良好，成为未来胃肠品类新的业绩增长点

注：2012年完成了对**桂林天和药业**的尽职调查和项目谈判，为2013年完成收购奠定了基础





搭建精益管理体系

- 集采项目
- 华润三九（郴州）节能项目
- 华润三九（南昌）包材降耗项目

- 走玄奘之路，
打造雁行团队

- 推动全员绩效项目，
树立业绩文化

**精益
管理**

**团队
建设**

**全员
绩效**

2012年管理提升





目录



2013年工作规划

“推进精益管理，深化组织变革，提升客户价值”



华润三九战略

以消费者为导向，构建全系列自我诊疗产品线，持续提升产品力，以品牌运作和渠道建设驱动业务持续、快速的增长

OTC引领者

借助行业整合，获取中药注射剂为主的独特产品，不断发掘产品价值，提升业务规模，培育长期竞争力

中药处方药创新者

打造“1+N”品牌线

渠道拓展和管控

提升产品力

组织变革

整合中药注射剂

消费者洞察与回应

生产供应管理

并购整合

研发创新

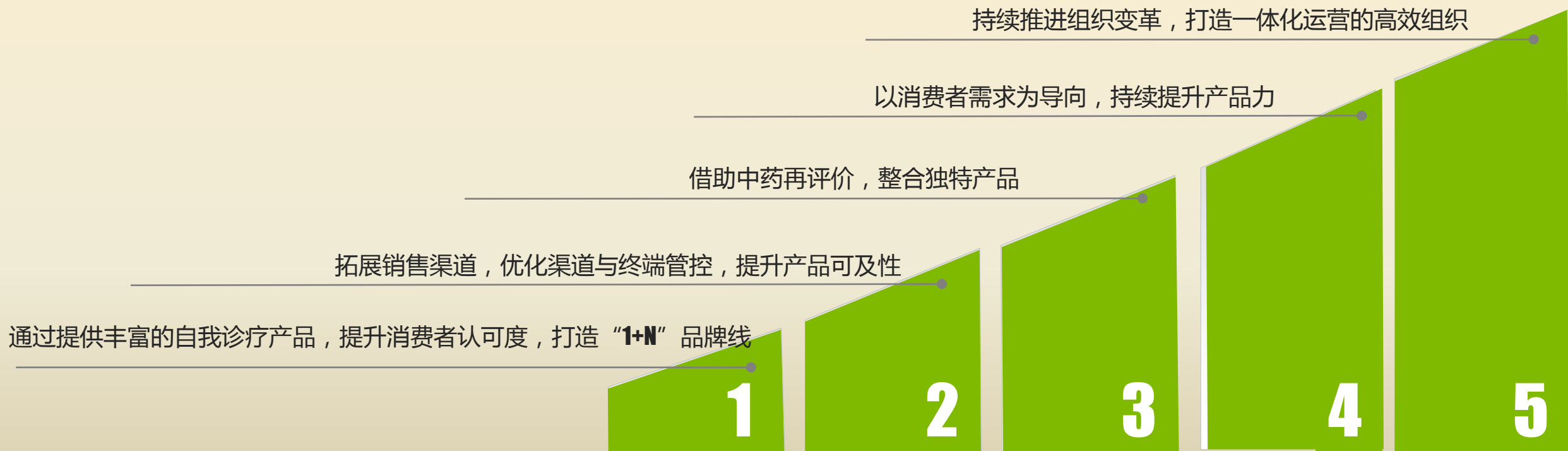
政府事务

学术推广

一体化运营的高效组织

以客户为导向的企业文化







战略举措一：打造“1+N”品牌线





优化渠道管控

品牌化运作“三九商道”，优化渠道结构，提升各级渠道客户满意度，发挥渠道驱动力

建设终端平台

- ✓以终端为着眼点，开展区域精耕一体化
- ✓与连锁建立战略合作伙伴关系

拓展基层医疗

- ✓建设基层医疗队伍
- ✓拓展基层医疗市场





中药注射剂再评价

- ✓开展以中药注射剂产品为主的中药再评价
- ✓通过对产品的深入研究，建立更高的生产和质量标准
- ✓围绕核心产品，开展多中心临床研究项目



获取独特产品

- ✓借助行业整合机遇，通过并购获取独特产品
- ✓发掘现有产品创新潜力，开展目标领域重磅产品的研发





战略举措四：以消费者需求为导向，持续提升产品力

- 建立统一规范的质量管控体系
- 提升产品制造工艺水平并予以标准化

- 基于消费者需求，挖掘产品潜力，精确产品定位
- 对现有产品进行二次开发和改进



- 开展原料GAP基地建设、更高层次的质量标准建立、国家级奖项等项目







研发创新：

- 研发聚焦：围绕产品力提升和中药再评价，评估和梳理现有项目，实现资源聚焦
- 研发机制建设：项目管理为主，项目经理负责制
- 研发能力提升：藉由中药再评价，锻炼/引入队伍、积累经验，提升研发能力

学术推广：

- 建设学术推广核心平台
- 培育专科线队伍

消费者需求洞察与回应：

- 系统性的消费者需求研究体系
- 对需求的评估、回应与反馈机制

并购整合：

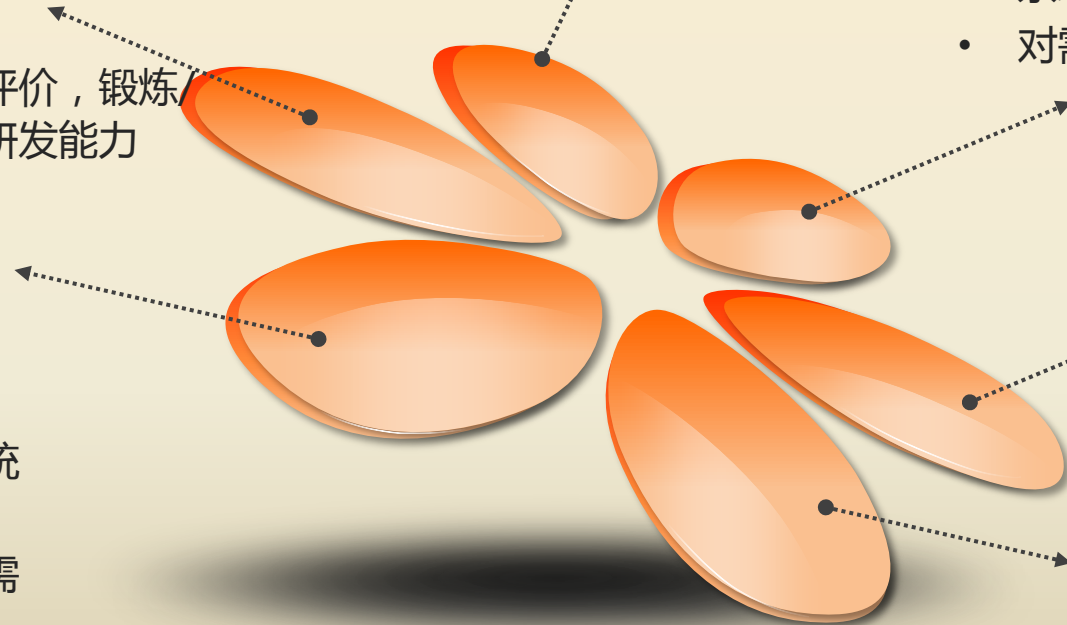
- 并购项目库建设与项目评估
- 整合体系（策略、流程与组织）

生产供应链管理：

- 整体规划布局与各单元定位
- 以精益管理为抓手，推进系统内的生产、质管标准化
- 打造高效供应链，实现客户需求快速响应和系统成本最优

政府事务建设：

- 以政府关系网络建设为基础，以策略性项目为推进剂，搭建有预见性和长期性的政策与政务快速响应平台

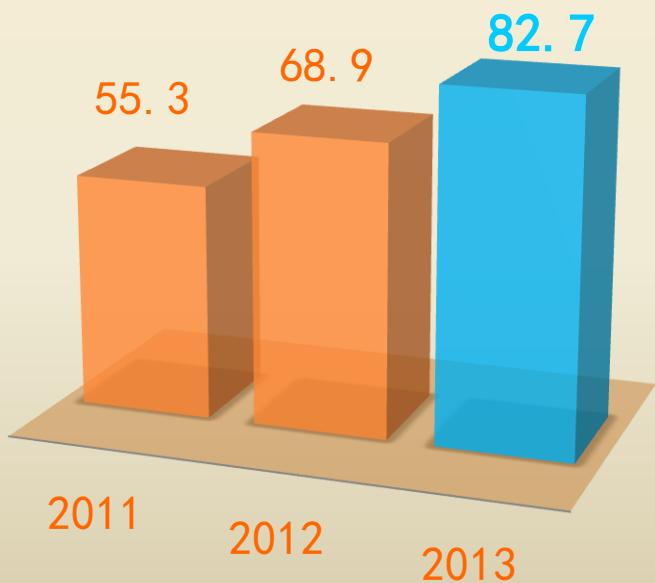




2013年度
经营预测

预测营业收入（单位：亿元）

+20%



资本性支出

7.4 亿元

营运资金需求

5.12 亿元

2013年资金需求及使用计划



注：未考虑并购及宏观环境变化等因素



2013年，华润三九将为实现
“OTC引领者，中药处方药创新者”
的战略目标不懈努力！

