

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：2022-055

投资者关系	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
活动类别	<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	国海证券、兴业证券、广发证券、华创证券、中信建投、南方基金、国泰基金、银华基金、易方达、泰康资产、淡水泉、博时基金、太平资产	
及人员姓名	金、易方达、泰康资产、淡水泉、博时基金、太平资产	
时间	2022年8月24日-8月26日	
地点、方式	综合办公中心，电话会议	
上市公司	副总裁、董事会秘书	
接待人员姓名	证券事务代表	
投资者	1、公司二季度收入增长偏高，配方颗粒业务二季度营收情况？三季度是否会存在只用饮片不用配方颗粒的情况？	
关系活动	答：国药业务上半年增长主要是饮片收入带动，如果剔除饮片业务，配方颗粒收入有所下降，但下降幅度较一季度有所收窄，二季度营收表现好于一季度。	
主要内容		
介绍		

饮片和配方颗粒可以互相替代，上半年配方颗粒增速主要是受各地备案进度影响，配方颗粒在便利性、质量可控性等方面具有优势，大趋势还是会替换一定的饮片使用，会在饮片市场占据一定份额。

2、公司预计截至3季度末，能达成全年多少业绩指标？

答：公司上半年营收进度整体基本正常，希望下半年增速有所提高。通常四季度是感冒药等核心品种销售旺季。

3、年初的收入和利润指标是否会做调整？今年整体收入目标能做到多少？

答：公司上半年在压力下，经过努力，经营业绩表现良好。展望全年，外部和市场环境有一定不确定性，如中药配方颗粒新国标实施、中成药集采扩围、疫情出现反复等。对此，公司已拟定了具体的应对措施，如下半年疫情得到有效控制、配方颗粒业务顺利推进，预计公司2022年营业收入将实现双位数的增长。

4、处方药业务毛利率下降原因？

答：一是处方药业务受到集采影响，导致毛利率和费用率均有所下降。二是业务结构影响，国药业务中饮片业务较去年同期规模大一些，但饮片业务毛利率相对低很多，且配方颗粒国标品种成本有所上升。

5、配方颗粒业务生产优化是否已进入尾声？下半年生产成本趋势？配方颗粒业务国标切换完成后预计发货时间？铺货节奏？

答：二季度新国标和省标品种陆续进入各地医院，相关工作在逐渐推进，尤其是销售备案工作在抓紧进行。生产端产品落地进展比较好，预计到9月底生产的省标+国标能基本满足临床需要。具体配方颗粒新旧国标切换对于成本端以及毛利率的影响，要看各地区提价情况。预计8-9月份，有更多产品销售推广后会比较清晰。

6、二季度现金流情况明显变好的原因？

答：一是 Q2 的回款的情况比 Q1 好。二是公司有部分业务收取承兑汇票，公司适当地做了一些票据贴现，主要是票据贴现利息跟存款利息存在倒挂，对公司来说是合适的财务安排，所以 Q2 整体现金流比 Q1 表现得更好。

7、儿科澳诺业务上半年情况？是否有提价动作？澳诺业务未来展望？

答：上半年澳诺业务受疫情影响较小，增速比较快。目前没有进行提价，还有很多空白区域、线上市场进行拓展。目前仍处于提升市场份额、品牌持续打造阶段。

澳诺是非常好的业务，过去几年维矿类是零售市场增速非常快，潜力非常大的品类，澳诺产品在品类中也有非常好的基础。过去 2 年半左右的时间有非常好的增长在于：1、塑造品牌上做了很多投入，这两年陆续进行了产品升级和品牌升级的工作，目标把澳诺从传统渠道品牌打造为消费者品牌；2、三九依托原有业务体系，对于如何提升现有合作伙伴的积极性也有很多的工作方案和具体合作措施，澳诺原有业务主要覆盖中小终端，三九和大型连锁药店都有很好的合作关系，也有助于澳诺业务拓展更广的终端覆盖；3、澳诺原有业务销售模式和公司有非常好的补充，澳诺原有代理模式下只重点做几个区域，而三九是全国布局业务，可以帮助澳诺在更多的市场有更多的增量。4、拓展线上新的渠道。之前澳诺没有做线上业务，2020 年公司开始尝试澳诺线上业务销售，双十一、618 产品销售排在相关品类的前列。

8、注射剂表现不好原因？

答：主要在于中成药集采的影响，湖北中选品种价格下降比较多，广东集采目前虽然还没正式实施，但是在集采中选结果出来前，部分代理商持观望态度。此外叠加疫情影响，因此中药注射剂上半年表现不好。

9、未来品类运营方面会有什么变化？

答：公司 CHC 业务非常重视品牌打造，不断强化品牌是公司长期战略性工作，公

司也在持续投入打造多个专业品牌。品类方面公司也在不断强化，并持续对现有品类进行细分、拓宽。疫情催生线上业务发展，因此公司也在持续强化新渠道建设，线上业务占比在不断提升。公司也在将给患者提供更完整、更全面的治疗用药，产品维度将会关注体验感、疗效更好的产品。

10、OTC 产品是否感受到国家鼓励中药政策的氛围？

答：目前国家鼓励中药政策处方药相对受益较多。OTC 产品更市场化，主要受益于患者治疗理念的变化，如感冒类药物十年前以化药为主，近几年观察到市场有所变化，中药产品占比在持续提升，患者、消费者在自我诊疗领域对中药产品的接受度逐渐提高。

11、公司上半年销售费用率控制情况以及全年销售费用趋势展望？

答：公司上半年销售费用率有所下降，一方面主动进行了费用管理，另一方和业务结构变化有关。预计全年整体费用率预计会比去年稳中有降，公司对费用把控严格。

12、中药配方颗粒不同区域推进情况？

答：配方颗粒正在进行国标加省标的销售落地，目前各个地方政策不同，导致不同地区推进进度不同。经过上半年努力，相关工作有良好进展。

13、饮片业务规划和预期？

答：考虑到和配方颗粒业务在生产和终端推广上有非常好的协同性，公司于 2020 年开始布局饮片业务。目前饮片业务在公司业务中占比较小。公司基于业务协同，在适当加大饮片的销售推广力度。

14、昆药项目进度时间表和同业竞争安排？

答：争取在 11 月份并表，会定期披露进展。昆药集团三七产品和三九现有的业务有一定重叠，医药流通业务和华润医药集团的医药商业有一定重叠，因此在此次上市公司收购的过程中华润集团、华润医药集团、华润三九分别出具了解决同业竞争问题的承

诺函，计划在 5 年内解决同业竞争的问题。未来昆药将逐渐清晰定位，不断聚焦核心业务，在此基础上并结合市场情况确定解决同业竞争的具体方案和计划。

15、公司并购整合关注方向？

答：公司十四五规划将整合行业优质资源作为重要战略举措之一。未来几年公司也会紧紧抓住行业变化带来的整合时机，加快外延并购进程。具体方向上来看，CHC 业务优选有影响力的品牌并关注消费升级方向的产品，帮助公司尽快实现全域布局。公司收购澳诺是在儿科领域中补充细分品牌；昆药并购也是进一步补充传统中药品牌；在感冒品类中引入的龙角散，从中长期来看，也是符合消费升级方向的品牌。处方药方面关注：
1、中医药领域具备独特资源和临床价值的产品 2、关注创新药机会 3、有一定壁垒的仿制药品。

16、未来研发投入趋势和方向？

答：过去几年公司非常重视研发创新工作，研发投入也持续加强。创新药研发方面基于现有业务定位和研发能力，主要是围绕核心领域布局管线，同时注重仿创结合，也高度关注中医药传承创新发展。中药研发项目包括创新中药、经典名方、院内制剂等。

17、目前终端对于四类药销售政策和 6-7 月份纯销表现和展望？

答：随着第九版疫情防控方案的出台，终端销售逐渐规范，今年 4-5 月份时限售管理非常严格，不管线上还是线下销售受到比较大影响。从近期情况来看，已有所好转。此外，6 月份之后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非常快，带动公司感冒药产品在 7 月份也实现比较好的增长，7 月份感冒药销售增长也和基数比较低有关，总体趋势较好。

18、公司代理的诺泽的最新进展？

答：目前已进入第二个合约年，总体表现不错，诺泽产品基数较低，业务的增速较

快。虽然诺泽面临广东集采的影响，但考虑到产品更多是自费患者使用，通过加大推广力度，预计未来产品销售将可实现既定目标。

19、目前线上业务占比数据情况？未来线上业务发力点以及线上业务增长规划？

答：今年上半年受四类药限售影响，B2C 业务增速有所放缓。如果下半年在管控更加规范以及销售逐渐放松的情况下，预计增速会有提升。公司十四五期间希望线上业务占比能提升至 10%以上。未来线上业务发展重点：1、产品上做更多投入。因为线上销售产品的结构和线下有一定差异，这几年线上销售不断提升和产品结构有关，易善复和澳诺就是非常适合线上销售的产品。2、持续强化线上运营能力，经过过去几年的准备，越来越多的店铺逐渐转为自营。3、不断提升客户服务能力。

附件清单

(如有)

-

日期

2022/8/26