

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：2026-002

| | | |
|--------------------|--|--|
| 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 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 中信建投、中信证券、中金公司、兴业证券、华创证券、浙商证券、华源证券、国海证券、银河证券、平安证券、国泰海通、国金证券、淡马锡、泰康资产、平安养老、中欧基金、华夏基金、富国基金、景顺长城、嘉实基金、博时基金、盘京投资、国联基金、德福资本、麦格里等证券、投资机构 | |
| 时间 | 2026年3月8日-3月13日 | |
| 地点、方式 | 会议室（现场会议、电话会议） | |
| 上市公司 | 公司管理层 | |
| 接待人员姓名 | 投资者关系团队 | |
| 投资者关系活动主要内容 | 1. 2026年1月30日，八部门联合印发了《中药工业高质量发展实施方案（2026—2030年）》，为中药行业定下未来五年发展纲领。请问如何看待这份方案对行业的指引意义？华润三九作为龙头企业，将如何把握政策机遇、落实高质量发展？ | |

介绍

答：中药行业政策这几年陆续推出。首先，公司通过推动产业链工作和行业耕耘，对中药产业高质量发展的各个节点都有初步的掌握。其次，公司有机会成为产业里的一个生态公司，这将在未来商业推动时发挥重要价值，因此我们在原料端制定标准，在临床端挖掘临床疗效；天士力推进现代中药创制全国重点实验室建设，华润三九承担经典名方等传统医药产业；在产业链制造端，不断推进智能制造，华润三九也是行业首家通过工信部智能制造成熟度四级认证的企业；在营销端，持续推进大品种的打造。这些都是对我们有利的一面，同时在实际过程中也会面临很多挑战，结合我们未来的发展战略，如何把握价值的同时实现商业价值，这是公司未来要考虑的方向。面向“十五五”，我们从一个业务领域变成三个业务领域，分别由三家上市公司主攻，华润三九主攻消费健康，天士力主攻医疗健康，昆药集团主攻银发健康，我们希望三个赛道有所布局，成为行业领先者。

2. 请问未来公司有没有新的创新产品引进？创新方向的规划？

答：公司在“十四五”期间较好地达成了战略目标，公司希望未来有更远大的目标，巩固医药行业引领者的地位。对于制药企业，产品管线的布局优化和创新业务的发展是业务基础和不竭源泉，企业需要在创新产品充盈的基础之上，支撑企业持续有序地发展。华润三九经过多年不断的积累，基本构建了一套相对体系化的创新产品发展模式，主要体现在几方面：一是自主研发创新体系，经过几个战略周期，公司已经构建了较为体系化的组织能力，包括研发资源投入、创新组织建设、研发人才集聚、创新成果和商业转化等，都在“十四五”期间得到了集中的体现，取得了一定的成绩。未来我们会在自主创新的道路上，持续加大力度，为三九品牌赋予更多创新内涵；二是BD及对外合作模式，近些年公司除了自身在研发创新方面的探索之外，还很好地融入到全球创新生态圈中，公司会在国内和国际大范围扫描整个行业优质的创新资源，从中筛选出和我们战略匹配度高的创新产品和项目开展合作，去年已有部分具体项目落地；三是股权合作、投资并购，也是公司十多年来逐渐积累出来的能力，广泛地对行业内优质企业和产品进行跟踪，开

展交流洽谈，持续推进潜在合作机会。在中国医药行业向高质量发展的过程中，产业集中度预计将会进一步提升。华润三九作为相对头部的企业，在吸引优质产业资源方面具有一定优势。未来我们在创新发展方面，会坚持这几种模式，多措并举，同时发力。当然也不排除探索以上三种之外其他模式的可能性。

3. 新的研发创新布局会对公司处方药业务未来发展带来哪些期待？

答：华润三九处方药业务一直围绕核心治疗领域，以临床价值为导向，通过自主研发与 BD 转化双线并举，逐步拓展产品管线，持续推进专家网络体系化建设，强化医学引领，不断拓展医院渠道和覆盖面，坚持学术推广的发展道路。整个“十四五”期间，华润三九处方药业务稳中向好，已经较好地消化前几年集采的影响，整体规模与体系建设已具备较强的风险消化能力。天士力加入以后，加速推动开展与三九业务在管理及研产销等方面的协同融合，双方在渠道融合、行业趋势判断、政策研究、专家资源共享、学术推广体系建设、渠道及产品协同等多方面开展交流和沟通，带来了更多创新研发的发展动力。创新产品对于处方药业务来说，具体有几方面的支撑作用：一是有临床价值和潜力的创新产品，会带来经营上的持续发展动力；二是创新产品会强化处方药业务在学术体系建设、专家资源覆盖、医疗端网络拓展等优势，提升华润三九在医疗端的影响力和品牌力；三是基于华润三九已有的营销体系优势，很多创新产品在较短时间内能形成较好的商业化成果，同时这样的商业转化过程也会吸引更多的创新资源，形成良性循环的发展趋势，也让我们有足的底气站在全球的创新角度，看待自身发展的前景，能够真正的成为创新驱动的企业。

4. 天士力作为三九整个战略中的创新重要载体，能否介绍下天士力在未来的研发策略？

答：在华润三九和天士力首年融合的过程中，天士力把现有研发体系做了梳理，同时也把未来研发战略做了编制，内部上下达成了高度一致。总体来看，天士力将坚持创新驱动，实现高质量发展，向“成为中国医药市场的领先企业”的目标稳步迈进。天士力根据自身中药现代化的研

发优势和未来以细胞治疗等为代表的技术发展路径判断，确立了“创新中药与先进治疗药物双轮驱动的开放创新体系”的研发战略，聚焦心血管及代谢、神经/精神、消化三大核心领域，持续优化研发管线，加速临床研究及成果转化。目前来看，天士力创新管线有一定厚度，在管线中有31款创新药品，安神滴丸、PTX3003已提交新药申请，未来天士力创新药物品种有望逐步上市。接下来每年都有明确的管理要求，研发方面也有相应的安排和考虑，资源方面也会做一些相应的承接和安排，来支持未来每个管线不断有产品能获批上市进行商业化，对整体业务提供强有力的支撑。

5. 目前华润三九与天士力的融合情况如何？十五五规划方面目前有什么进展？

答：天士力目前已顺利完成与华润三九的“百日融合”并稳步推动“首年融合”各项工作，在业务稳定、团队稳定、客户稳定基础上，以“四个重塑”为指引，持续推进与华润三九的业务协同和相互赋能，双向赋能效果持续显现。在运营管理方面，天士力积极落实华润管理理念，加强财务、人力资源、EHSQ及大监督体系的融合，开展“焕新增效”等系列组织优化活动，优化运营管控模式，提升管理效率，为后续业务协同和战略落地奠定了坚实基础。下一阶段天士力将持续推进与华润三九的三年融合工作。天士力将继续从四个重塑维度持续推进三年融合工作，重点做好公司“十五五”战略工作的高效执行落地，全面推动与华润三九的战略协同迈向新高度。未来天士力将以创新为驱动，在巩固现有核心业务基础之上，不断拓展新的增长点，持续提升核心竞争能力，努力成为中国医药市场领先企业。

6. 昆药集团未来的发展规划是怎样的？在银发健康领域预计将有哪些布局与拓展？

答：在未来不确定的时代里，最大的确定性就是老龄化。在华润三九“一体两翼”的业务布局下，昆药集团的战略目标非常清晰，就是坚定不移地成为中国的“银发健康产业引领者”。这是昆药集团结合国家战略、市场趋势和自身优势做出的坚定选择。昆药集团的规划，可以概括为“聚焦核心，双轮驱动，与系统性产业链布局”。

首先，是聚焦核心人群与赛道。到 2035 年，中国 60 岁以上的银发人口预计将超过 4.2 亿，占总人口比重超过 30%。这不仅仅是人口数字的变化，更意味着健康需求的巨大变迁。在具体的人群上，我们的策略是精准覆盖 45 岁至 74 岁的核心年龄段，并细分为三个需求梯度：以 55-65 岁、健康管理意识强的“银发青年”为核心战略人群；同时前瞻性辐射 45-54 岁中青年群体的预防和教育，以及夯实 65-74 岁、对严肃医疗和康复护理有刚性需求的银发中年群体的专业化服务。这三个梯度完整对应了从疾病治疗、预防保健到高品质生活的全周期健康需求。基于这三个人群，我们会在不同的年龄段布局不同的产品。

其次，双轮驱动方面分为品牌和渠道两方面。品牌方面，我们会以三七产业链、三七制品为核心，打造“心脑血管健康管理专家”的品牌形象。同时，聚焦经典方和精品国药，塑造“昆中药 1381”这个精品国药的品牌形象。渠道方面，依托三九商道，重点布局基层社康这一未来银发健康人群最核心的消费场景。凭借现有的渠道布局，我们有非常好的市场卡位和发展机会。

最后是系统性产业链布局。在产品与市场端，我们会基于在心脑血管、骨骼肌肉、神经精神等领域的系列产品（如血塞通、阿尔治、天麻素等），持续扩大市场份额，并以学术为抓手，推动产品线延伸和临床指南应用，增加在医疗终端的开发力度，不断抢占市场份额。在产品开发端，以天麻、青蒿和三七为抓手，不断完善公司在预防健康领域的产品开发和原料工艺，发挥云南植物药宝库的优势。在出海与国际化方面，青蒿素系列产品本身已服务全球大量患者，我们正在同步推动从制剂端到原料端的全球认证。这条成熟的“国际通道”，也为我们核心的三七产品出海奠定了基础。目前，我们的血塞通制剂已获得包括越南、印尼在内的许多国家和地区的上市许可，部分地区如越南还进入了医保。未来我们将不断完善产品矩阵，推动整个产业链的国际化。

总结来说，昆药集团的路径是：聚焦核心人群，通过品牌与渠道双轮驱动，不断完善在银发健康领域的产业布局，实现从“早布局”到“早站位、抢红利”的目标。

7. 请问昆药加入华润三九大家庭后，未来将如何进一步发挥协同效应，来赋能自身业务的发展？

答：昆药集团加入华润三九后，经历了三年的融合期。下一个阶段，我们将不断深化前期融合的成功实践，主要体现在三个方面：一是战略聚焦。融合之后，让整个昆药集团在“一体两翼”的布局下，战略资源变得更加聚焦，核心是在银发健康领域进行深耕。华润三九与银发健康相关的产品，以及昆药与消费健康相关的产品，可以实现资源共享，共同推动在产品管线上的布局优化。二是渠道与市场的融合和联动。依托三九商道的渠道力量，帮助昆药系列产品强化终端渗透、填补空白市场，包括未来在基层和社康领域的想法与落地，都可以协同开展。三是品牌打造与运营管理系统能力的提升。品牌方面，华润三九拥有强大的品牌打造能力，可以持续推动和完善我们在“777”三七制品以及“昆中药 1381”精品国药领域针对用户心智的品牌构建。运营管理方面，包括华润的 6S 管理体系、人才梯队培养建设、生产品控质量等系统能力，对昆药的整体管理起到提升作用。通过这三个方面的系统融合与赋能，我们希望让昆药集团看的更准、走的更稳，为各位投资者创造可持续的长期价值。

8. 请问如何思考零售市场的未来竞争格局及发展趋势？

答：面向未来，零售市场发生着深刻的变化。一是零售市场专业化发展，处方药比例在不断提升，专业化服务问题值得思考，如 DTP 和专业药房领域；二是非医保化趋势，去年整个市场也面临了一系列关店潮，迫使行业去思考非医保化探索，非医保品种因不受集采影响展现良好的销售态势；三是非药化趋势，如化妆品、医美、药妆等新动向；四是智能化趋势，零售市场线上线下将会融合发展，线上线下服务一体化将是未来五年乃至更长时期的竞争格局。这是我们观察到的行业四化趋势，也在做相应的专项行动，比如非药化专项行动、老龄化专项行动及线上赋能体系等，希望能捕捉到行业机会，保持行业领先地位

总结：总体看来，市场环境方面，整体还是面临一定的挑战；政策方面，医药控费为主基调，

中药要回归国家倡导方向，在治未病领域发挥主导作用，在治疗领域发挥协同作用，在康复领域发挥核心作用；社会化方面，老龄化趋势不断加剧，华润三九“一体两翼”业务布局紧抓这个方向，同时探索新型的情绪化消费需求和独居等消费需求方向；技术化方面，AI 将对医药行业的全领域带来影响。综合这些因素来看，未来面临的市场具有一定的不确定性，公司第一要紧抓机会的前瞻，重新站位；第二要调整业务结构，从单一业务转变为多元业务结构；第三要找对节奏，要立于不败之地才能更顺利的拓展业务。未来，华润三九从一个业务领域变成三个业务领域，分别由三家上市公司去承担消费健康、医疗健康和银发健康的业务布局，“创新+品牌”双轮驱动，捕捉相应机会，相互赋能，协同成长，希望华润三九成为行业头部企业。

附件清单
(如有)

-

日期

2026/3/13