

证券代码：000999

证券简称：华润三九

公告编号：2020-008

华润三九医药股份有限公司 2019 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

是否以公积金转增股本

是 否

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：只分配，不转增。即以公司 2019 年末总股本 97890 万股为基数，每 10 股派送现金 4.30 元（含税），合计派送现金人民币 420,927,000 元。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	华润三九	股票代码	000999
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	周辉	余亮	
办公地址	深圳市龙华区观湖街道观澜高新区观清路 1 号华润三九医药工业园综合办公中心	深圳市龙华区观湖街道观澜高新区观清路 1 号华润三九医药工业园综合办公中心	
传真	(86)755-83360999-396006	(86)755-83360999-396006	
电话	(86)755-83360999-393042,398612	(86)755-83360999-393692, 398612	
电子信箱	000999@999.com.cn	000999@999.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

公司愿景是成为中国“大众医药健康产业的引领者”，创新运用中西医科学技术，专注高质量医药健康产品创新研发和智能制造，服务中国家庭每一位成员，致力于成为中国医药健康第一品牌。

在消费者端，公司通过对消费者自我诊疗需求的深入研究，制造满足消费者需求的健康产品，经由电视、互联网等媒介与目标消费者进行沟通，并通过遍布全国的经销商、零售药店网络以及医药电商平台等进行销售。自我诊疗(CHC)业务覆盖感冒、胃肠、皮肤、肝胆、儿科、骨科、妇科等品类，并积极向健康管理、慢病管理产品延伸。公司依托 999 及多个专业品牌，以家庭常见疾病治疗及健康管理为出发点，结合行业发展机会，以良

好体验的产品和优质的服务，满足中国家庭从预防、保健、治疗、康复，全周期、多层次的健康需求。公司已连续多年位居中国非处方药生产企业综合排名前列，999 品牌多次位居中国中药口碑榜前列，“999 感冒灵”、“999 皮炎平”、“三九胃泰”、“999 小儿感冒”、“999 抗病毒口服液”、“好娃娃产品”、“气滞胃痛颗粒”、“天和骨通贴膏”、“澳诺葡萄糖酸钙锌口服溶液”等在相关品类内具领先地位。

在医疗端，公司产品覆盖心脑血管、肿瘤、消化系统、骨科、儿科等治疗领域，拥有参附注射液、理洩王牌血塞通软胶囊、华蟾素片剂及注射剂、益血生胶囊、金复康口服液、茵栀黄口服液等多个中药处方药品种，在中药处方药行业享有较高声誉，并在产品管线中逐步补充了有较高临床价值的化药产品。公司为中药配方颗粒生产企业之一，生产 600 余种单味配方颗粒品种。公司处方药业务还涵盖抗感染领域，拥有新泰林、阿奇霉素、红霉素肠溶胶囊等抗生素产品以及镁加铝咀嚼片、汉防己甲素片、地氯雷他定等产品。公司通过对相关疾病诊疗方案的深入研究，研发并制造在临床上具有独特诊疗价值的药品，以可靠的临床证据和专业的学术活动向目标客户群体进行推广，在各级医院实现销售。

同时，公司发挥中药价值创造能力和中、西医结合优势，聚焦核心品类，提升医院品牌影响力，对自我诊疗（CHC）业务赋能，双终端协同、有序发展。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

√ 是 □ 否

追溯调整或重述原因

会计政策变更

单位：元

	2019 年	2018 年		本年比上年增减	2017 年	
		调整前	调整后		调整后	调整前
营业收入（元）	14,701,918,763.71	13,427,746,162.80	13,427,746,162.80	9.49%	11,119,916,379.78	11,119,916,379.78
归属于上市公司股东的净利润（元）	2,112,494,768.19	1,432,078,201.63	1,432,078,201.63	47.51%	1,301,687,249.72	1,301,687,249.72
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	1,202,508,689.71	1,254,066,144.08	1,254,066,144.08	-4.11%	1,124,424,935.75	1,124,424,935.75
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,971,829,766.14	1,911,246,817.85	1,911,246,817.85	3.17%	1,560,392,823.70	1,598,761,123.70
基本每股收益（元/股）	2.16	1.46	1.46	47.95%	1.33	1.33
稀释每股收益（元/股）	2.16	1.46	1.46	47.95%	1.33	1.33
加权平均净资产收益率	18.06%	13.86%	13.86%	4.20%	14.06%	14.06%
	2019 年末	2018 年末		本年末比上年末增减	2017 年末	
		调整前	调整后		调整后	调整前
总资产（元）	20,103,525,732.24	18,029,932,145.02	18,029,932,145.02	11.50%	16,195,463,732.09	16,195,463,732.09

归属于上市公司股东的净资产（元）	12,563,844,411.13	10,827,719,074.65	10,827,719,074.65	16.03%	9,838,512,030.08	9,838,512,030.08
------------------	-------------------	-------------------	-------------------	--------	------------------	------------------

会计政策变更的原因

财政部 2019 年发布或修订了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》、《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》和《企业会计准则第 12 号——债务重组》。根据《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》的要求，对相关列报项目的变更采用追溯调整法进行会计处理，其中对于企业实际收到的政府补助，无论是与资产相关还是与收益相关，均在“收到其他与经营活动有关的现金”项目填列，该会计政策变更减少了合并现金流量表中投资活动产生的现金流量净额并以相同金额增加了经营活动现金产生的现金流量净额，但对现金和现金等价物净增加额无影响。上述调整对公司总资产、净资产、营业收入和净利润不产生影响。

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	3,482,272,550.36	3,684,536,778.29	3,020,515,093.86	4,514,594,341.20
归属于上市公司股东的净利润	1,166,843,861.83	555,483,866.73	247,065,954.87	143,101,084.76
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	435,456,820.56	541,064,146.58	199,050,076.57	26,937,646.00
经营活动产生的现金流量净额	331,499,981.89	854,431,177.27	332,973,412.07	452,925,194.91

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

报告期末普通股股东总数	25,756	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	43,258	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
华润医药控股有限公司	国有法人	63.60%	622,569,632				
香港中央结算有限公司	境外法人	10.48%	102,540,993				
全国社保基金一零三组合	境内非国有法人	3.51%	34,380,630				
中国证券金融股份有限公司	境内非国有法人	1.61%	15,793,441				
安本标准投资管理（亚洲）有限公司—安本标准—中国 A 股股票基金	境外法人	1.56%	15,238,713				
摩根士丹利投资管理公司—摩根士丹利中国 A 股基金	境外法人	1.23%	12,075,550				
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.14%	11,144,900				
天达资产管理有限公司—天达环球策略基金—全中国股票基金（交易所）	境外法人	0.91%	8,896,696				
涿州京南永乐高尔夫俱乐部有限公司	境内非国有法人	0.75%	7,350,000				

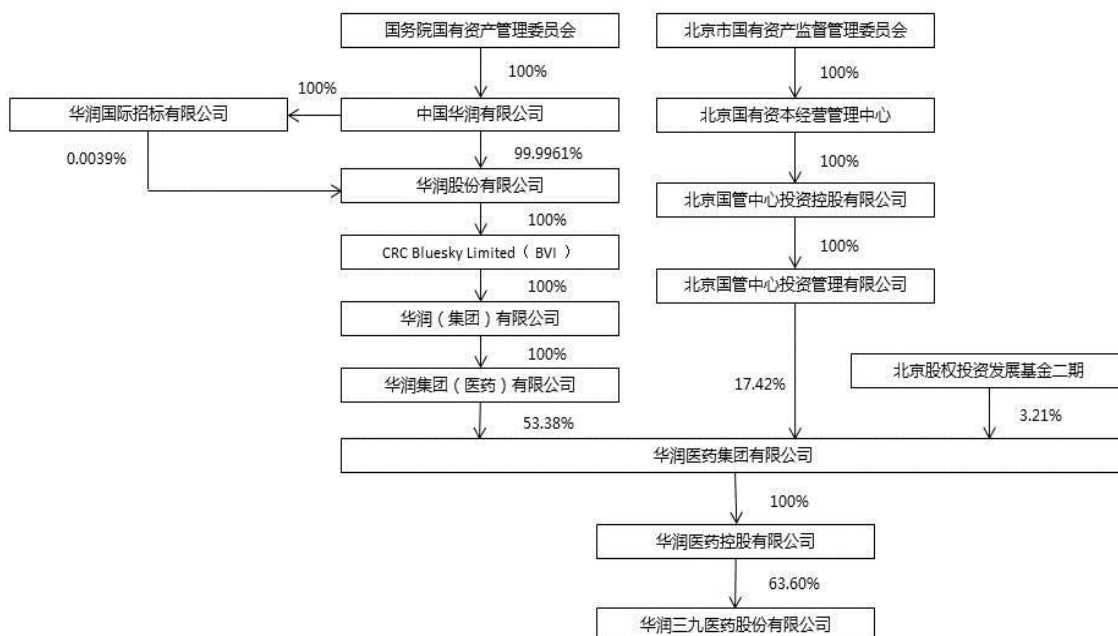
深圳市百业源投资有限公司	境内非国有法人	0.68%	6,619,808		
上述股东关联关系或一致行动的说明		前 10 名股东中，国有法人股股东华润医药控股有限公司与其他股东之间不存在关联关系，也不属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。公司未知其他流通股股东相互间是否存在关联关系，也未知其相互间是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。			
参与融资融券业务股东情况说明（如有）		不适用			

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券
否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2019 年，受行业政策和市场环境变化的影响，医药行业依然处于转型变革中。一方面，医药卫生体制改革进一步深化，医保控费仍在持续，医保支出结构仍在不断优化中。2018 年以来三次带量采购的推行，大幅降低了相关药品的采购价格；2019 年卫健委发布的重点监控合理用药药品目录，对临床合理用药加强了管理，并对西医开具中药处方明确了管理要求，给相关企业带来新的挑战。另一方面，国家不断鼓励创新发展，医药行业

创新的政策法规体系逐步完善，医药企业在研发创新方面的投入持续加大，创新药上市速度不断加快，驱动了整体医药市场尤其是医院市场的增长加速。

报告期内，华润三九围绕“十三五”战略规划，主动进行转型升级，持续推动创新体系的构建，强化品牌建设，提升运营质量与效率，稳固行业地位，实现了经营业绩的稳健增长。2019 年实现营业收入 147.02 亿元，同比增长 9.49%，超越行业增长速度，符合预期。其中，自我诊疗（CHC）业务实现营业收入 75.56 亿元，同比增长 13.36%；处方药业务实现营业收入 65.90 亿元，同比增长 6.36%。实现经营活动产生的现金流量净额 19.72 亿元，同比增长 3.17%。实现归属于上市公司股东的净利润 21.12 亿元，同比增长 47.51%，其中包括出售子公司三九医院股权取得的投资收益约 6.8 亿元（税后）以及 2019 年四季度公司计提的商誉减值准备 19,165.66 万元。剔除上述两项影响因素，公司净利润同比增长约 13%。本期商誉减值准备主要为对众益制药形成的商誉计提 17,208.26 万元，对吉林和善堂形成的商誉计提 1,957.40 万元。众益制药主要生产销售阿奇霉素等仿制药，公司于 2015 年收购众益制药 100% 股权，基于“限抗”及药品带量采购对未来经营的影响，出于谨慎考虑，本年对众益制药计提商誉减值准备 17,208.26 万元；吉林和善堂主要从事人参种植加工业务，主要为公司参附注射液、参麦注射液等产品提供原料，并开发人参系列大健康产品，公司于 2014 年收购吉林和善堂 100% 股权。由于近年人参价格下滑且受政策影响中药注射剂销量下滑，吉林和善堂的经营业绩未达预期，出于谨慎考虑，本年对吉林和善堂计提商誉减值准备 1,957.40 万元。本次计提商誉减值准备有利于客观反映企业财务状况，符合《企业会计准则》和公司相关会计政策规定。本次计提已充分考虑未来市场变化的影响，对价格下降等不利因素对相关资产的可回收价值进行了谨慎评估。众益制药的阿奇霉素片已通过一致性评价，并于 2020 年 1 月中选第二批国家药品集中采购，同时，众益制药积极应对未来政策变化所带来的风险，不断增加研发投入，通过多种方式补充产品线，调整产品结构，为长期发展奠定基础。吉林和善堂将在保障产品原材料稳定供应的基础上，加快拓展人参系列健康产品，预计 2020 年大健康类产品占比将有大幅提升，从而不断提升其盈利能力。

（一）持续加大研发投入，创新体系日渐成熟

报告期内，公司围绕战略方向，持续增加研发投入，推动创新转型。2019 年公司研发投入 5.3 亿元，占营业收入的 3.63%，新品研发的投入占比显著提高。创新药物、中医中药、健康药物三个研究院已形成良好的运行体系，在新产品立项、新产品引进、产品力提升、经典名方研发等创新领域取得良好进展。2019 年，公司参与创建的粤港澳大湾区小分子新药创新中心已正式成立，“中药口服制剂关键技术国家地方联合工程中心”国家级平台获得批复并揭牌运营。公司还探索建立了水滴实验室和伏羲实验室，分别专注于差异化产品打造和老年健康产品的拓展。2019 年，公司积极应用先进科学技术成果，促进高新技术产业化发展，共获得省级科学技术进步奖 3 项，获得政府资助研发项目资金 3379 万元，获得国家发明专利授权 19 项，实用新型专利授权 16 项。

在新产品研发方面，公司已立项新产品 43 项，其中创新药 7 项。2019 年新立项 12 项，主要在肿瘤、骨科、呼吸、经典名方等领域，进一步丰富了研发管线。2019 年公司与沈阳药科大学建立全面战略合作，购买了沈阳药科大学所持有的 1 类小分子靶向抗肿瘤新药 QBH-196 项目所有技术成果及知识产权，该产品已于 2019 年 3 月获得国家药品监督管理局发出的《临床试验通知书》，相关技术转移工作正在推进中。基于消化道肿瘤在我国发病率较高，治疗药物有限，QBH-196 有望在胃癌等实体瘤治疗领域实现临床应用，并成为公司抗肿瘤产品管线中的重要产品。同时，五代头孢项目正在注册申请中。报告期内，公司获得铝碳酸镁咀嚼片、对乙酰氨基酚口服溶液 2 个生产批件，利用药品上市许可人制度(MAH)引入赖氨酸磷酸氢钙颗粒，分别为胃肠、儿科品类补充

了新品。在一致性评价方面，公司开展了 10 余个品种的一致性评价工作，其中，铝碳酸镁咀嚼片于 2019 年 2 月获批生产并被收录进《中国上市药品目录集》，视同通过质量和疗效一致性评价；阿奇霉素片于 2019 年 11 月通过仿制药质量和疗效一致性评价。铝碳酸镁咀嚼片、阿奇霉素片已于 2020 年 1 月成功中选第二批国家药品集中采购。

在产品力提升方面，公司围绕感冒灵颗粒、血塞通软胶囊、天和骨通贴膏等大品种，加强药材资源、生产工艺、质量标准、临床循证医学等研究，不断优化工艺，提高质量标准，提升产品品质，为打造和培育大品种夯实基础。公司研发的感冒灵质量标准获得国家标准颁布件，这是公司主导提升的第一个多批文国家标准，为公司在感冒药领域的领先地位进一步保驾护航。公司持续推进中药配方颗粒标准研究，依据国家药典委员会《中药配方颗粒质量控制与标准制定技术要求》（征求意见稿），通过与国内知名科研院所合作，积极参与中药配方颗粒标准研究，加大中药配方颗粒研发力度，力争更多品种申报第二批试点统一标准，不断提高配方颗粒质量控制水平。

在中药经典名方及药材资源的研究方面，公司持续加大投入，积极探索中医药传承和发展之路。目前在研经典名方十余首，其中 2019 年立项 5 首经典名方。在药材资源研究方面，公司重点关注道地药材和种子种苗质量的标准化研究，从源头保障药材质量。2019 年，岗梅道地药材、鸡血藤中药材、九里香中药材共 3 项团体标准获得颁布实施。

在品牌建设方面，公司不断创新与消费者的沟通方式，在数字营销创新基础上，积极尝试跨界营销，不断赋予品牌年轻时尚的活力。2019 年，公司推出富含中国传统文化设计元素的“999 三口组——鹤顶红、夕阳红、够坦橙”国潮系列口红，将好玩、趣味的创意元素注入 999 皮炎平品牌。本次 999 皮炎平口红跨界营销曝光量超 10 亿次，并受到央视、人民网等官方媒体的关注报道以及各圈层大 V 的互动转发，有效提升了品牌的认知度。年初推出的 999 感冒灵秋裤系列，围绕 999 感冒灵品牌的温暖调性展开跨界营销，实现与年轻消费者的良性互动，推动了品牌的年轻化建设。针对护肝品牌“易善复”，公司通过数字化方式线上线下进行推广，协同移动医疗平台提供专业化服务，打造“完美药店”改善客户的线下购物体验，实现了客户的精准服务，开创了数字化专业闭环的推广体系。

（二）优化质量管理体系，构建绿色可持续发展长效机制，助力业务高质量发展

1、持续优化质量管理体系

为了夯实质量管理体系，持续提升质量管理水平，公司围绕标准化质量管理体系建设和体系有效运行两个层面开展相关质量管理工作，不断提升产品质量和生产单元质量管理水平，从质量技术研究、开发和应用实践层面开展质量技术提升活动，保证质量管理体系的有效运行。2019 年公司的“气滞胃痛颗粒全产业链质量控制”、“华蟾素系列产品质量标准化控制研究与应用”两个项目分别荣获中国质量协会质量技术二等奖和优秀奖。

报告期内，公司进一步明确总部对生产单元的管理范畴和标准，统一管理流程，目前已经完成 19 家生产单元标准化质量体系文件的推广实施。为统一实验室管理模式和考核评价标准，打造标准化实验室品牌，公司建立了《标准化实验室手册》，完成 6 个生产单元实验室标准化管理体系的推广、22 家单元的手册差距分析和落地计划的制定，并计划 2022 年底前完成所有生产单元的手册落地执行。并参照中国食品药品检定研究院能力验证模式继续开展能力验证项目，促进实验室检测能力的提高，确保实验结果的准确、可靠。截至目前，四家重

点企业的实验室均已经顺利通过中国合格评定国家认可委员会 CNAS 认证和复认证。

公司通过风险控制、审计管理评价两大重点举措，保证质量管理体系的有效运行。2019 年公司共完成 113 个品种及其原辅料的内控标准风险梳理，统筹完成集采供应商的现场质量审计，跟踪评价供应商整改报告，严格新增供应商准入制度，持续加强供应商管理。同时，采取飞检形式的内部审计，拓展质量审计的深度和广度，减少质量审计监督盲区，推进生产单元持续改进，有效保障标准化质量管理体系的运行。结合新《药品管理法》的实施，重点开展质量审计人才梯队搭建，开展生产管理、质量管理等 7 个模块内容及审计技巧的培训和考核，构建了一支约 30 人的评审专家团队和一支专业化质量审计师队伍，以保障生产单元的质量管理体系有效运行，强化质量管控能力。

公司结合行业特点和企业实际，持续推进质量文化建设，强化全体员工质量意识，切实做到“企业追求质量，人人关注质量”。自 2008 年起，每年开展“质量宣传月”活动，2019 年在全公司范围内开展“3.15 国际消费者权益日”等“质量宣传月”活动，包括质量宣传、警示教育、学习交流、技能比赛、管理要素践行等活动，结合《药品生产质量管理规范》、《药品管理法》，普及质量知识，增强质量意识，锻炼质量控制技能，让质量意识内化于心、外化于行。在全公司内营造了关心重视质量的良好氛围，从而让产品质量文化贯穿于产品的整个生命周期，有效促进公司整体质量管理水平的提升。

2、推动节能减排，构建绿色可持续发展长效机制

报告期内，公司严格遵守《中华人民共和国环境保护法》、《中华人民共和国安全生产法》、《中华人民共和国职业病防治法》等环境保护及安全生产相关的法律法规要求，结合医药行业特点和企业情况制定针对性节能减排措施，开展节能减排与环境保护宣传等一系列举措，落实《华润三九生态环境保护暨污染源治理三年行动计划》，促进公司绿色可持续发展。2019 年，华润金蟾荣获工业和信息化部发布的“国家级绿色工厂”荣誉称号；沈阳三九荣获香港环保促进会“超卓环保安全健康奖”金奖，雅安三九、观澜基地获得“超卓环保安全健康奖”银奖。

2019 年，公司及下属业务单元按照三年行动计划任务书明确的时间和标准，开展 VOCs 治理、异味治理、污水在线监测、超低氮锅炉改造等项目。同时，为加强污染物排放管控，华润三九开展在线仪表集中监测项目，陆续将 6 家生产单元污染物在线监测数据接入总部在线监测系统。报告期内，主要生产单元已按计划完成 VOCs 治理项目建设，暂未完成 VOCs 治理项目的单元污染物排放量也均达到国家及地方排放标准。

为满足生态环境保护的新形势和新要求，公司不断研究并运用节能减排技术，深入开展节能、节材、节水及降碳活动。报告期内，华润三九总结编制《挖掘重点能耗系统节能潜力》文件，在下属生产单元推广，枣庄三九开展了能源管理项目，引进 MVR 蒸发浓缩系统，实现浓缩时间、温度、液位、密度等参数均一稳定，保障产品质量的同时大幅节约了蒸汽能源消耗。

为不断提高员工的节能环保意识，增强紧迫感和责任感，公司举办各类线上线下活动宣传国家有关节能减排和绿色环保的方针政策、法律法规、标准规范等内容，营造“绿色发展、人人有责”的浓厚氛围。2019 年，公司及下属子公司组织开展了“节能宣传周与全国低碳日”、“公众开放日”等活动。华润三九（北京）、华润三九（郴州）等单位协助举办或积极参加了当地政府举办的世界环境日宣传、环保咨询等公益活动。

2019 年，公司万元产值综合能耗（可比价）和万元增加值综合能耗（可比价）较去年同期分别下降了 10.29% 和 12.25%，取得了良好的成果。

（三）聚焦核心领域，加速品牌及产品创新，实现业务持续稳定增长

1、自我诊疗（CHC）业务：夯实平台基础，强化品牌及终端合作

报告期内，自我诊疗(CHC)业务增长 13.36%，大幅超越行业增长。其中，感冒用药品类持续创新升级产品和强化品牌，实现了持续较快的增长。皮肤用药品类逐步布局个人护理领域，拓宽品类边界，亦实现了较快增长。胃肠用药品类通过“三九胃泰”品牌的重新定位和更新，新品规划等方式实现良好增长。骨科用药品类针对目标人群使用痛点进行产品升级，推出全新一代中药贴膏新品——热可塑橡胶型天和追风膏，获得消费者的认可。“易善复”在零售市场推出“养疗合一，三步重赋肝活力”的新定位，并积极探索数字化用户运营模式，市场份额显著提升。在品牌推广方面，公司积极拥抱消费升级趋势，多渠道多方式构建品牌专业性，赋予品牌年轻化特质。公司持续输出高质量的品牌内容，以优质内容与消费者沟通，增强品牌认知度和好感度。公司推出的 999 感冒灵秋裤项目、999 皮炎平国潮系列口红、999 皮炎平“痒痒痒”广告片，以受年轻群体喜爱的“Emoji”表情包为创意元素，话题曝光量均过亿，产生了良好的社会传播力。

在产品拓展方面，公司抓住消费升级的大趋势，洞悉消费者需求变化，引入优质产品 999 蒲地蓝消炎片、999 银菊清咽颗粒、999 精氨酸布洛芬颗粒、氯雷他定糖浆、盐酸特比萘芬、铝碳酸镁等产品，为消费者提供多样性的用药体验，满足消费者的多样化需求。

大健康业务是公司培育的潜力业务，公司基于不同客户群和品类打造健康品牌组合，“999 今维多”定位于基础膳食营养补充剂系列，“三九益普利生”主打功能性产品系列，“9YOUNG”则定位为针对年轻人的新品牌。报告期内，大健康业务总体稳定，“999 今维多”等品牌产品业务实现快速增长，但圣海 CMO 业务受保健市场整治“百日行动”影响，客户订单减少，营收出现明显下滑。为稳定 CMO 业务，公司加强新客户开发，积极拓展电商品牌客户、连锁药店客户和海外客户，客户结构明显优化。同时公司抓住行业监管加强、管理规范的契机，加快品牌建设，不断丰富产品组合，包括引入海外健康产品和国内健康概念的食品和个护产品等。报告期内，公司新推出“今维多营养蛋白质粉”、三九益普利生氨糖软骨素、9YOUNG 胶原蛋白代餐奶昔等潜力产品，并与澳洲品牌 Nature's Care Pro 达成战略合作，成为 Nature's Care Pro 品牌在中国的独家经销商，共同开发中国市场并研发新品，力争给中国消费者提供更多更好的选择。同时积极开拓线上渠道，在淘宝、京东和微信小程序上已开设 999 健康旗舰店、999 营养保健旗舰店以及 999 会员官方旗舰店等，全方位拓展线上业务。

康复慢病业务方面，公司聚焦慢病防治与康复，推动理洩王牌血塞通软胶囊的循证研究，不断探索家庭医生服务模式，升级“微问诊”业务，业务保持了稳定增长。目前家庭医生项目已在云南、广东、安徽、江苏、辽宁、北京、天津 7 个市场开展试点。理洩王牌血塞通软胶囊先后进入 3 个国家级临床诊疗指南，荣获云南省发明专利二等奖，与国家卫健委脑防委合作的阿理疗法 3000 例 RCT 研究项目进展顺利，已实现 100%病例入组。同时，公司积极拓展三七产业链，与云南省科学技术院、昆明理工大学、文山学院（文山三七研究院）共同发起成立云南省三七研究院，开展三七全株产品综合开发。

在终端覆盖方面，公司不断夯实平台基础，拓展新渠道覆盖，提升业务效率。公司同赛诺菲合作推出的“完

美药店”项目，已布局全国 8 个城市，2000 家药店，以精准的客户需求分析、优化的商品视觉体系、系统的资源定制服务，为消费者营造完美体验。并搭建了一支专业化零售终端推广团队，以专业化动销赋能终端，帮助产品实现良性增长。新渠道拓展方面，在整合内外部营销资源的基础上，进一步扩大与京东大药房、阿里健康大药房等大型医药电商平台的合作，着重于感冒、胃药、皮肤、儿科用药等的上架率及品类扩充，逐渐丰满品牌和品类结构，使品牌产品与数字化资源相辅相成。与饿了么、美团、京东合作，打通线上与线下资源，赋能传统零售渠道，更好服务消费者。并通过易善复等慢病用药产品，与平安好医生开展移动医疗深度合作，为患者提供更精准的全方位服务。

2、处方药业务：顺应行业趋势，持续推动转型

报告期内，处方药业务同比增长 6.36%，其中中药配方颗粒业务实现了快速增长，抗感染业务受限抗等政策影响，基本持平。

公司聚焦心脑血管、骨科、消化、肿瘤等重点领域，关注疾病的全周期管理，不断丰富产品，驱动专科化布局。同时不断提升产品力，加强学术价值传播和专业市场推广，并不断完善合规体系，健全管理制度及监督体系。随着互联网诊疗技术的加快应用，公司加大运营管理数字化建设，逐渐加强线上学术推广，整合线上处方和线下零售渠道资源，以配合互联网医院的发展。

在心脑血管领域，参附注射液以循证发展为原则，不断完善学术推广体系，促进合理用药，打造具有临床价值的差异化中药产品，并提升自营推广模式占比，实现了营业收入的稳定。在骨科领域，深度挖掘瘀血痹片的临床价值，提升天和骨通贴膏的产品力，促进营销学术推广。在消化领域，以易善复为核心，通过多渠道品牌建设传递学术观念，建设脂肪肝中心 130 家，联合肝基会开展患教活动，通过全方位、多角度的举措，打造肝病推广平台，并大力开拓基层市场，以扎实的学术推动易善复持续增长。在肿瘤领域，以华蟾素片、金复康口服液为基础，优化肿瘤推广线，建设自营终端，提升产品认知度，并积极探索肿瘤全病程管理模式。随着业务发展，公司产品结构已逐步优化，2019 年中药注射剂在公司营业收入中的占比已下降至约 6%。

中药配方颗粒是公司处方药领域的重要业务之一，公司通过不断的产品升级，打造核心优势单品。随着中药配方颗粒结束试点的政策推进，以及国家标准的逐步实施，配方颗粒业务将面临新的竞争环境。为此，公司加快全产业链布局，整合信息化、物联网和移动技术，搭建了从药材种植到终端消费者的追溯平台，建立产品追溯机制，加强产业链溯源管理。在营销推广方面，公司持续加强学术能力建设，搭建专科学术传承与服务平台，整合现有客户资源，搭建饮片营销渠道；并探索创新的业务模式，通过 999 智汇云系统，以线下智汇药房为依托，与互联网中医药平台合作，构建多位一体的闭环生态产业链，提升智能化药房效率，构建线上线下互联互通的中医药综合服务平台，为患者提供更加优质便捷的服务。在生产技术方面，公司持续拓展药材种植基地建设以及药材种源研究，积极参与道地药材与中药配方颗粒标准研究，从药材源头到饮片炮制、工艺技术不断优化，加快推进第一批配方颗粒试点品种国家标准的生产落地。

抗感染业务方面，在限抗政策及药品集中带量采购政策推进的环境下，公司积极应对行业挑战，推进营销资源整合，下沉终端，拓展零售业务，经努力，报告期内该业务营业收入与去年基本持平。同时，公司加快一致性评价进度，积极参与国家集采，通过仿制药一致性评价的产品阿奇霉素片、铝碳酸镁咀嚼片已于 2020 年 1 月中选第二批国家药品集中采购，相关品种的生产供应安排已落实。随着仿制药一致性评价和带量采购政策的

推进实施，抗感染业务的市场竞争风险和价格维护风险存在进一步加剧的可能，短期内仍将面临较大的压力。为此，公司正在加快业务转型，加大产品研发投入与新品种引入，五代头孢项目及其他创新产品项目的临床研究及上市工作正在加紧推进，并积极推动高端制剂的 CMO 国际合作，向新业务逐渐转型。

3、并购整合：持续关注国内外优质资源，丰富产品线

报告期内，公司基本完成收购澳诺制药 100% 股权，进一步丰富了儿童健康领域产品布局。在与赛诺菲合作的基础上，将其澳洲优质维矿品牌——Nature's Own 通过跨境电商引入中国市场，为消费者更加多元化的健康生活方式提供支持。此外，公司正在推进与龙角散、武田制药等日本 OTC 市场领先品牌的合作，结合双方在产品、技术及市场方面的优势，共同拓展中国市场。

(四) 其他

报告期内，公司全面推进依法治企的各项工作，推进公司法治文化建设，健全“三重一大”决策机制，基本实现了规章制度、经济合同、重要决策的法律审核百分之百。公司重视并不断完善法律风险防范机制，定期开展法律风险梳理，规范关联交易、劳动用工等重点领域和关键环节的合规管理，提高法律风险管理水平。在知识产权保护方面，建立内部协同机制，提高主动维权的覆盖面及频率，为公司技术创新、品牌建设提供法律支持。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10% 以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
医药行业	14,145,867,026.06	2,343,109,299.19	68.82%	9.99%	37.34%	-2.43%

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

2019 年，公司实现归属于上市公司股东的净利润 2,112,494,768.19 元，同比增长 47.51%，主要是因公司通过公开挂牌转让，于 2019 年 1 月完成出售所持深圳市三九医院有限公司 82.89% 股权，给公司带来约 6.8 亿元（税后）资产处置收益，上述收益为非经常性损益。

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

2019 年 4 月 30 日，财政部发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》；2019 年 5 月 9 日，财政部修订发布了《企业会计准则第 7 号—非货币性资产交换》的通知；2019 年 5 月 16 日，财政部修订发布了《企业会计准则第 12 号—债务重组》的通知。

由于上述会计准则的修订，本公司需对相关会计政策进行变更，并按以上文件规定的起始日开始执行上述会计准则。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

与上年度财务报告相比，公司新增加 4 家合并企业：投资设立全资子公司华润现代中药（昆明）有限公司、三九健康天地有限公司，共同投资设立控股子公司黑龙江九昌北草堂医药有限公司，并购取得全资子公司四川三九医药贸易有限公司。

与上年度财务报告相比，公司减少 3 家合并企业：已注销全资子公司深圳华润三九现代中药有限公司、控股子公司桂林天和药业生物科技有限公司，挂牌转让控股子公司深圳市三九医院有限公司。