

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：2024-010

投资者关系	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议
活动类别	<input type="checkbox"/> 媒体采访	<input type="checkbox"/> 业绩电话会
	<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	中信里昂、润晖投资、贝莱德、华商基金、华安证券等证券、投资机构	
时间	2024年5月20日-5月24日	
地点、方式	综合办公中心（现场会议、电话会议）	
上市公司接待人员姓名	财务总监、证券事务代表	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司三九品牌是如何做到深入人心的？</p> <p>答：三九深知品牌建设要坚持长期主义。公司品牌建设深入人心，主要在于：1、稳抓时代机遇。公司较早布局广告投放，品牌建设投放一直处于引领状态，为品牌的认知度打下坚实基础。随着媒体碎片化时代来临，大品牌打造难度日益增加。2、公司制定了详细的品牌建设规划，公司坚持“1+N”品牌战略，希望999品牌能够成为家庭用药的主导品牌，同时希望在部分专</p>	

业治疗领域培育出一些专业品牌，即“N”品牌，如顺峰、天和等。3、公司拥有成熟的媒体投放管理体系，及时跟踪媒体发展脉络，评估资源投放方向及效率等。

2、CHC 业务板块未来的潜力和方向？

答：公司业务中，CHC 作为核心业务，处方药和国药作为发展业务，形成根深叶茂的发展模式。三九 CHC 健康消费品业务增长强劲主要来源于品牌优势和较强的渠道能力。公司已连续多年位列中国非处方药协会第一名。公司 CHC 业务希望做到全域布局，全面领先。稳固呼吸、胃药、皮肤品类基本盘的领导地位，围绕大品种-大品牌-大品类的思路，进行品类规划和产品打造。如，公司 999 感冒灵品牌和消费者认知已延伸到呼吸品类，带动 999 抗病毒口服液，999 小柴胡颗粒等产品实现较快增长。与此同时，公司陆续补充 999 布洛芬混悬液、999 对乙酰氨基酚口服溶液等产品，流感产品 999 磷酸奥司他韦胶囊已获批，即将上市。近年来公司也在持续加大创新投入以及线上等新渠道的拓展，以推动业务实现长期增长。

3、公司的提价策略，以及未来是否主要通过调整价格来推动业务增长？

答：提价不是公司推动业务长期增长的主要策略和考虑。公司 OTC 核心品种会考虑不定期适度提价，主要是覆盖原材料成本上涨的影响。提价的过程中会充分考虑患者的接受程度。此外，公司也会持续进行产品升级、打造专业品牌，推出更好体验的产品，以实现品牌价值。

4、除感冒品类外，皮肤、胃药等品类的未来增长潜力？

答：公司胃药和皮肤药未来仍具备一定的增长潜力在于：1、胃药品类中，目前三九胃泰品牌的认知度远高于其现有产品的市场份额。传统的三九胃泰产品由于药材资源不足的局限性，导致其市场规模受到一定制约。目前公司已在三九胃泰品牌下陆续补充了 999 温胃舒、999 养胃舒、999 铝碳酸镁咀嚼片等产品，围绕品类长期规划，持续丰富产品组合。皮肤用药方面，除传统红色装皮炎平外，也在持续丰富产品剂型，补充了 999 必无忧盐酸特比萘芬乳膏、凝胶等，同时也在向皮肤护理领域延伸。

5、24年一季度公司具体业务表现？

答：一季度来看，CHC 业务表现总体较好，其中感冒药持续旺销，品类表现突出，其他业务包括胃药、皮肤用药、骨科用药等整体表现较好。处方药主要受到外部环境影响，虽然医院端正在逐渐恢复，但仍存在一定压力。配方颗粒业务在去年较低基数的基础上，表现较好。但总体处方药业务表现相对较弱。

6、公司感冒品类4月份增长表现？

答：2024年一季度，公司感冒品类在去年同期高基数的基础上，录得较好表现。目前4月份来看表现符合预期。感冒药受季节波动影响，通常春、冬季为感冒药销售旺季。

7、配方颗粒业务目前的盈利能力和规模？集采降价对毛利率影响？

答：近年来随着新国标的实施以及配方颗粒联采的推行，业务处于动态调整期。24年一季度，配方颗粒业务在去年较低基数的基础上，表现较好，预期全年有一定的机会。24年希望业务能够实现恢复性增长。

根据山东十五省配方颗粒联采结果，公司配方颗粒产品价格平均降幅在40%左右，价格下降对业务毛利率带来一定影响。随着国标品种数量逐渐增加，配方颗粒集采将进入常态化阶段，未来配方颗粒业务将通过卓越运营，提高全产业链能力，力争成为行业领先者。

8、公司其他处方药业务未来增长潜力？

答：公司处方药业务能力和未来发展潜力主要包含：一是，公司具备较强的商业化推广能力，如公司代理赛诺菲的易善复产品在零售和医院端均有较好表现。二是，处方药业务研发方向未来将重点围绕“3+N”领域，BD业务&研发管线选择的持续聚焦，新品的陆续推出有助于业务成效逐渐显现。

9、24年各业务线的增长表现？

答：2024年预期医药健康产业机遇与风险并存，预计公司2024年营业收入将实现双位数

的增长。具体到各业务板块来看，CHC 业务将不断强化品牌，拓展品类。感冒呼吸品类近几年增长快速，公司一方面积极捕捉疫情后感冒呼吸疾病行情，另一方面，也在持续开展一些针对发病率变化的防御性准备安排。2024 年，公司将持续把握机遇，感冒品类在高基数情况下有望保持稳定。处方药业务方面，公司将强化学术引领，加大研发投入，丰富产品线，推动业务良好增长。配方颗粒积极应对集采影响，预计 2024 年将实现恢复性增长。昆药集团围绕未来 5 年战略目标，以三七产业链发展为基础构建康复慢病管理优势，并积极打造“昆中药 1381”品牌和“777”三七品类品牌。

10、未来并购整合规划？体量、级别、产品规划关注情况？

答：公司将持续通过“内生+外延”推动业务增长。CHC 领域重点关注新品牌、新技术、新产品，处方药领域持续关注高临床价值的产品。过去十几年来，公司在并购整合领域的能力有较大提升。公司财务弹性较大，未来几年也是投资并购的窗口期，公司将沿着战略方向继续寻找标的，希望不断有成果呈现。

11、公司分红比例情况以及未来分红趋势？

答：公司将持续关注股东回报，过去几年现金分红比例从 20%持续提升至 50%左右，公司已制定并发布了质量回报双提升的行动方案，后续随着业绩不断提升，分红水平将保持稳中有升的趋势。

12、昆药集团同业竞争安排规划及进展？

答：昆药和圣火的同业竞争问题公司承诺在 5 年内解决，希望尽快能促成合作，以更好的促进团队融合。医药流通业务和华润医药集团的医药商业有一定重叠，昆药商业正在夯实现有业务基础，剥离还需要一定时间。

13、公司感冒药产能补充情况？

答：公司感冒品类过去一年持续供销两旺，产能面临一定压力。23 年底华润三九(郴州)华

南区生产制造中心已开始投产，产能目前处于爬坡过程中，预计 24 年感冒药产能紧张状况会有所缓解。

14、公司如何应对目前原料价格上涨带来的成本增加以及价格波动风险？

答：长期来看，中药材由于人工成本上涨、稀缺等因素，价格趋于上涨态势。公司具体应对方面：1、制定适当的采购策略，如围绕大品种开展一定备货管理；2、对于重要的稀缺的药材资源，加大种植技术研究并积极开展产地种植，推广 GAP 标准化生产；3、公司持续开展对中药材产地、市场行情的跟踪、监控与后市趋势分析，结合具体品种实际情况，制定品类采购策略，确定科学、合理的采购模式。

15、公司后续股权激励推行安排？

答：股权激励是国企改革重要举措之一，三九有幸推出首期限限制性股票激励计划，未来也将根据科改要求，考虑适时争取推出。

附件清单

-

(如有)

日期

2024/5/24