

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：2022-052

投资者关系	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	国海证券、广发证券、平安基金等证券、投资机构分析师	
时间	2022年7月19日-7月20日	
地点、方式	综合办公中心，电话会议、现场会议	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、配方颗粒业务过去几年和今年上半年业务的情况？业务发展脉络？</p> <p>答：过去几年配方颗粒在三九体系内一直保持快速增长态势。去年11月份开始实施新国标后，业务在去年末和今年上半年有一个比较明显的波动。今年国标切换过程中营收季度之间有波动，国标切换对成本带来上升影响。</p> <p>从过去几年发展脉络来看，公司策略是深耕重点区域，围绕重点终端开展合作，在</p>	

此过程中构建全产业链能力，强化竞争能力。新的国标和省标生产落地需要花费一定的时间，今年 1 季度主要消化原有企标品种，并拓展基层医疗机构。目前总体趋向良性发展，越来越多国标和省标品种进入备案。今年业务重点是国标品种落地。对于厂家来讲，适应各地省标的要求是一个非常大的挑战，省标推进主要是以广东省标为主，推广至省标互认的省份。在国标和省标品种落地过程中带来成本上涨，公司希望通过配方颗粒产品价格调整以及内部通过产业链整合和集约化管理来降低成本影响。下半年公司也将持续推动更多品种落地，加快各地销售备案，进入更多医院销售，并进一步拓展基层医疗机构。今年上半年受国标的切换影响，业务表现不及往年。预计到下半年配方颗粒业务会重拾增长，今年整体将实现正增长。

2、疫情对 Q2 和全年预期的影响？CHC 业务中其他产品表现？

答：二季度以来部分地区疫情防控措施有所加强，对当地药店感冒类产品的销售及处方药医院推广产生一定影响。此外，线上感冒药销售也受到了不同程度的影响，公司也在持续关注疫情影响的时间和区域的变动情况。CHC 业务除感冒品类外，皮肤、胃肠、儿科等品类表现较好。6 月以来各地疫情防控有逐步放松的趋势，如疫情得到较好、较快控制，预计对全年业务影响相对有限。但如果持续时间较长，预计可能对公司业务带来一定压力。

3、未来 OTC 市场竞争激烈的情况下，公司品牌产品的竞争优势？

答：在产品良好的疗效和安全性基础上，OTC 市场的竞争主要集中于品牌。消费者对于品牌的认知度是产品推广关键的要素。公司非常重视品牌建设，持续打造 1+N 品牌体系（999 作为主品牌+多个专业品牌结构）。重点围绕品牌年轻化，不断通过植入、冠名、开展跨界品牌合作推广等方式，希望有更多年轻的消费者/患者能够看到和喜爱公司的产品。此外，公司在媒体投放和消费者沟通方式上发生了较大变化，逐渐向线上

转移。近年来新品牌打造的成本在持续提高，市场上新品牌出现的难度提高，OTC 市场品牌集中度有所加强。

4、公司产品的提价策略？

答：公司过去对产品价格提升主要是覆盖成本上涨，未来公司价格调整安排也会综合考虑成本、产品竞争格局和品牌影响力，以及消费者接受程度等因素。

5、公司股权激励计划是否可以滚动推出？考核指标是否涵盖并购？

答：目前的股权激励计划是第一期，采用 2+3 安排，公司希望激励计划能够滚动起来，持续有股权激励的安排。股权激励的指标中包含内涵和外延式增长。

6、公司外延并购项目关注点？

答：外延发展主要围绕战略领域开展，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。处方药方面关注：1、中医药领域具备独特资源的产品和有潜力的业务 2、关注创新药机会 3、有一定壁垒的仿制药品。

7、中成药集采的相关进展和对业务影响？

答：集采已常态化，公司积极支持集采制度推行并做好相关准备。中药集采目前在试点过程中，未来预计将进一步扩面，更多的省市将跟进集采。从中药集采的品种上来看，公司主要的品种都已经纳入广东和湖北联盟集采，中成药集采产品降幅较化药集采相对温和，产品价格降幅基本在预期中。血塞通软胶囊、易善复零售占比较大，在保持医院份额的同时，预计未来更多增长机会来自于零售市场。

8、公司近年来有一些贴牌产品，相关的发展思路？

答：公司 CHC 业务具有平台化体系，可以承担更多符合体系能力的品种进行销售。公司通过多样化的方式选择产品。通常研发和并购产品的周期会比较长，贴牌模式近年来采用较多的主要是在数字化中心和大健康业务中，这些业务需要快速选品并推向市

场。对于合作的厂家公司都有非常系统的管理流程，并通过合作构建长期战略关系。

9、配方颗粒省标互认，国标也在不断推出，是否国标出台的越多对公司更有利？

国标出台速度预期？

答：国标出台速度预期每年 100 个左右，国标出台对于公司在各地销售相对便利，省标品种公司在重点省份进行推进，是综合考虑了国标推进速度以及标准研究的投入产出效率。

10、昆药项目后续并表时间等安排？昆药商业业务的整合安排？

答：公司初步预期在 11 月份前后完成整个项目的交割。

11、CHC 业务中，线上和线下渠道销售占比情况如何？线上销售规模的目标规划？

答：线上业务在公司业务中占比较小，去年公司 B2C 业务约占 CHC 业务的 4%左右，占比仍不高主要是和公司产品结构有关，但该业务过去几年增长快速。公司不断推出适合线上销售的产品，线上产品逐渐丰富，公司也在逐渐将资源和重点向线上转移，成立了数字化中心，积极打造线上业务能力。预计未来线上业务有望达到 10%以上。

附件清单

(如有)

-

日期

2022/7/20