

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：2023-005

<b>投资者关系</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
<b>活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 媒体采访	<input type="checkbox"/> 业绩沟通会
	<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
<b>参与单位名称</b>	Point72, 3W Fund、Allianz Global Investors、中泰国际资管、中信资管、UBS 等证券、	
<b>及人员姓名</b>	投资机构分析师	
<b>时间</b>	2023 年 2 月 2 日	
<b>地点、方式</b>	综合办公中心（现场调研）	
<b>上市公司</b>	董事会秘书、证券事务代表	
<b>接待人员姓名</b>		
<b>投资者</b>	<b>1、公司 2022 年业绩预告中的增长来源？</b>	
<b>关系活动</b>	答：和去年四季度疫情放开感冒药销售有一定关系，也和 2021 年基数低有关，21	
<b>主要内容</b>	年 4 季度计提存货跌价准备和商誉减值准备约 1.8 亿元左右，影响金额较大。今年目前	
<b>介绍</b>	来看没有大幅的减值，2022 年底主要有股权激励成本因素的影响计入到四季度。	
	<b>2、感冒药四季度增长情况？</b>	

**答：**感冒药以及感冒品类中抗病毒口服液、止咳类产品四季度均有增长，对公司四季度业绩表现有一定贡献。同时，四季度需求集中爆发提升，但费用投入会有一定节省情况，对四季度利润有所贡献。

### **3、华润三九在引入产品方面的优势？**

**答：**三九在中国市场深耕多年，具备较强的商业推广能力，终端渠道覆盖，专家资源基础非常好。跨国企业希望提升其产品在国内的品牌影响力，三九有非常强的优势。易善复此前在中国市场主要布局医院渠道，三九推广销售易善复后，零售渠道销售从原来的 2000 多万做到 3 个亿，零售渠道认知度有较大幅度的提升。此外，交易条件方面，公司也会给出有竞争力的交易条件，在之前有成功合作经验案例后，相信未来也会有更多的合作机会。

### **4、2023 年配方颗粒预期？**

**答：**2 月 1 日，第四批 48 个中药配方颗粒国家药品标准已正式颁布，虽然比之前预期推后了一点，但仍属于正常状况。配方颗粒业务预计 23 年增速较好，主要在于配方颗粒业务 22 年下滑比较明显，基数较低。此外，去年年底各省备案工作取得一定进展，今年有一定的业务销售基础。新的国标进一步实施后有助于解决公司在各省的备案问题，对配方颗粒终端推广更有利。如果 23 年有更多国标品种进入实施，对公司今年销售推广会更有帮助。

**5、中医院目前患者对于阳康中药滋补需求有所上升，公司目前配方颗粒需求是否也有这种趋势？**

**答：**疫情管控放开后，12 月份、1 月份，配方颗粒业务预防方、治疗方等需求有一定增加，滋补方面目前没有观察到明显增加趋势。

### **6、配方颗粒集采预期？**

答：由于国标品种数量不够多，今年明年不太具备集采条件，配方颗粒大规模集采预计要等到国标数量达到 400 种以后启动，公司也会做好相应准备。

#### **7、昆药业务整合安排？**

答：1、三七产业是三九重点布局的中药产业，昆药三七药品剂型非常丰富，产业链上有较好布局，长期有较大发展机会。未来将在三七种子种苗繁育方面长期投入，提升标准。中游围绕现有药品业务，统一规划，对产品结构和渠道相应调整。同时加快现有品种增加适应症的研发，拓展基药市场，为未来业务增长打下基础。并利用上游优势不断在三七保健食品，功效护肤品等方面做一些拓展。2、协同打造昆中药 1381 品牌。昆中药 1381 品牌是有丰富内涵可深入内容挖掘的品牌。三九有丰富的品牌打造经验，可以和昆药共享资源，共同把昆中药 1381 品牌打造成全国有影响力的精品国药品牌。3、渠道终端、体系等方面也会进一步融合。

#### **8、处方药业务 23 年预期？以及业务未来增长潜力？**

答：中成药集采的影响可能会逐渐有所体现，但考虑到业务规模，预计整体影响可控。通过业务和产品结构不断调整优化等举措，目前业务具备一定的抗风险能力，能够应对挑战，预计 23 年将实现较好增长。目前业务的预期中没有考虑疫情变化的影响因素。处方药业务方面，短期通过产品引进方式推动增长，长期来看，将通过持续增加研发投入，研发获得有价值品种来持续提供业务增长动能。

#### **9、三九如何看待配方颗粒市场竞争格局，如何获取市场？**

答：过去几年市场环境变化较大，2021 年 11 月配方颗粒业务全面放开，更多企业加入到行业中，同时又面临国标切换的影响，整个市场竞争格局和业务存在一定波动。总体认为原有的全国性企业未来还是有比较好的机会，在于配方颗粒业务的长期竞争力在于全产业链能力，对于现有的全国性企业来讲，有比较好的产业链能力和上游药材资

源掌控基础，也是未来监管重点。此外，随着国标品种逐渐颁布实施，新国标切换过程中，现有全国性企业生产经验和工艺数据积累比较好，切换新国标产品过程中速度较快，成本相对较低。三九非常重视智能制造推广，国药业务智能化水平高，运营效率成本控制好。此外，三九与下游核心终端建立了长期战略合作。终端推广着重品牌打造，并提供更多样化的终端产品形态。三九也在持续探索利用中医服务，拓展线上业务，更好覆盖患者，给患者带来更多价值的服务。

#### **10、公司产品提价安排？**

**答：**公司 OTC 品种有一定定价能力，核心品种由于成本上涨，会陆续进行小幅提价，主要是覆盖成本上涨的影响，同时实现品牌价值，提价的过程中会充分考虑患者的接受程度。二是培育中的成长品种，随着产品品牌力提升，不断升级产品体验，改进工艺及包装设计，相应也会对价格做一定提升。

#### **11、23 年收并购预期？**

**答：**并购整合是公司十四五重要战略举措，目前有一些项目在推进中，但仍有不确定性。

#### **12、云南三七产业链方面投资长期对于公司的影响，如成本控制、供应链稳定性方面？**

**答：**三七产业链建设方面，短期将围绕现有产品协同，增加适应症等统一规划。中期围绕三七发展健康类业务以及新适应症不断上市。长期持续在上游开展种子种苗等标准化研究，提升产业规范化程度。长期来看对于成本来源、供应等方面都有帮助，短期内会着重解决供应问题。

#### **13、公司线上业务毛利率和传统销售模式有较大差别吗？**

**答：**O2O 对公司来讲计入传统渠道营收，毛利率和线下差别不大；B2C 业务更多

是看产品，线下规模大、品牌强的成熟产品，在线上的盈利能力相对较强；对于新孵化的产品，线上成本比较高。公司线上店铺已逐渐转为自己运营，同时公司也会不断推出更多适合线上销售的产品。

#### **14、饮片业务规划？**

**答：**饮片和配方颗粒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。2022 年由于配方颗粒销售在部分省份受限，饮片业务作为补充加大了推广，2022 年占比有比较大提升。23 年预计饮片业务还有一定的推进机会。未来国药业务中，配方颗粒业务为核心发展业务，饮片作为补充业务。

**附件清单**

-

**(如有)**

**日期**

2023/2/2