

证券代码：000999

证券简称：华润三九



投资者关系活动记录表

编号：2022-008

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <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	GW&K Investment、交银施罗德基金
时间	2022年1月18日—1月19日
地点	网络会议
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、近期出台的一系列中医药政策对公司的影响？</p> <p>答：近年来国家陆续出台了一系列中医药相关支持政策，去年12月国家医疗保障局办公室、国家中医药管理局联合发布《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》，而后全国各地也开始陆续出台一些具体落</p>

地政策，中药环境更加宽松，对中医药未来长期发展有利。具体来看，1、中医适宜技术的运用给予明确支持，纳入医保支付范围，随着中医诊疗服务纳入医保服务，中药也会得到更多使用；2、中药配方颗粒纳入医保的政策更加清晰；3、医保支付上，中医院可暂不实行按疾病诊断相关分组（DRG）付费，对已经实行 DRG 和按病种分值付费的地区，适当提高中医医疗机构、中医病种的系数和分值；4、双通道方面，未来中药在医保定点零售药店支付有更多支持。同时，我们也看到部分地区开始试行中药集采，包括广东、湖北、山东。从已经出来结果的湖北和已经出来方案的广东来看，相较于化药集采相对温和。总体来看，中医药在政策支持下大环境较好。

公司具体业务包括含 CHC 健康消费品业务和处方药业务。CHC 业务是市场化业务，业务中的核心品种如感冒灵，皮炎平等未纳入医保，CHC 业务未来将通过品牌驱动，拓展新渠道，丰富品类，引入更多优质产品来驱动业务发展。处方药方面，中药占比较高，核心品种大多有医保支持。处方药业务包括国药业务，本次医保政策基本明确配方颗粒纳入医保，但也面临一些挑战，如新国标出台后市场竞争加剧，成本上升等。处方药专科业务基本以医保品种为主，预计独家品种受集采等政策影响相对小一些，临床中药使用环境可能会进一步宽松。

2、受到集采等政策影响后，未来 2-3 年公司处方药业务量价方面的影响？

答：政策影响是多维度的，医保政策是正向影响，但集采会降低价格。对于公司业务来讲，近期受政策影响比较大的集中在配方颗粒业务上，

其他处方药业务中多种因素互相抵消后预计将实现两位数的增长。配方颗粒业务量上可能会增加，也会根据成本上涨情况适度提价，今年提价会陆续落地，我们也会持续关注价格及集采的变化情况。

3、按收入百分比来看，公司受到集采降价影响的产品在公司营收占比？

答：目前公司产品纳入中成药集采试点的品种不多，约占公司营收5%-6%左右，在业务中占比不高。从湖北集采结果来看，受影响品种占比约2%左右。湖北集采产品降价较高，预计广东涉及的品种降价幅度会小一些，总体对于业务收入影响有限。同时，集采产品销售费用会进一步下降，预计还会带来销量的增长，量价间可以互相抵消一部分，因此中药品种盈利有一定保障。

4、公司股权激励方案情况？

答：2021年12月2日，公司首次发布了股权激励计划，主要采用限制性股票的方式，激励计划是采用了两年限售期加三年匀速解锁的安排，定价方面，采用基准日6折作为定价折扣。首次授予886.9万股。绩效目标设置了个人和公司层面指标。激励目标设计是非常科学和合理的，公司层面包括三个方面的指标--成长类的指标、回报类指标和经营质量类的指标。包括归母扣非净利润的复合增长率、归母扣非净资产收益率以及总资产周转率。除了设定具体的指标值外，公司还选择了15家企业作为对标企业，包括云南白药、同仁堂、复星医药、白云山等企业。比如，在扣非净

利润的增长上，需要达到标杆企业 75 分位或者行业均值，因为对标企业未来的业绩也是不确定的，看过去的的数据，标杆公司的增速是较高的。公司如果想要达到 75 分位，需要在 15 家对标企业中做到前三的水平，也是比较有挑战性的目标。未来公司也会持续关注对标企业的发展情况。

5、公司抗感染业务情况？

答：公司抗感染业务受限抗、集采等政策和疫情的影响，连续 2 年多持续下滑，到 2021 年末，抗感染业务已基本降到底部。公司近年来已在积极调整抗感染业务产品结构，集采中标了阿奇霉素片、注射用头孢唑林钠、注射用头孢他啶等品种。同时不断的补充新品，近年有两个新品复他舒、五代头孢获批上市，预计今年该业务在新品带动下将实现双位数增长。

6、中药配方颗粒集采的看法？

答：对于山东省正在推进饮片和配方颗粒带量采购，公司正在积极关注细则等内容的出台。目前国标品种数量相对较少，同时在医院是通过智能中药房来服务产品销售，因此，基于现有国标品种数量较少的情况下，预计短期内积极全面推进集采可能不完全成熟。未来国标品种数量达到一定规模，更有利于进行集采的探索。

7、公司产品的提价安排？

答：OTC 产品价格比较市场化，公司有一定提价能力；处方药产品受到招标采购的影响，不具备价格调整的主动权。配方颗粒随着成本上涨，

后续会有一定提价。公司 OTC 产品的提价分两种，一是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，有逐渐提价的过程；同时，公司不断升级产品体验，改进工艺及包装设计，相应也会对价格做一定提升。这类产品的提价频率和幅度不同于核心品种，会根据市场接受程度定价。

8、公司 CHC 业务中大单品感冒灵、胃泰的情况及成长性？

答：感冒品类目前是最大的品类，在业务中占比最高，品类下包含感冒灵、感冒清热、抗病毒口服液等产品。感冒品类未来增长的主要来源：
1、借助感冒灵品牌优势，持续发展品类；2、提升品牌价值，提高市占率，具备一定的提价空间；3、线上业务的发展也是未来一个比较大的市场份额提升的机会。胃药品类方面，三九胃泰这个产品受到药材资源的制约，规模一直比较稳定。公司积极打造三九胃泰品牌，将三九胃泰品牌系列化，旗下有产品温胃舒、养胃舒，实现品牌价值最大化。

9、公司 CHC 业务围绕核心品类进一步扩充细分后，子产品/品牌是否影响原有大品种的市场？

答：公司业务策略就是持续不断扩充品类并在现有品类中不断细分。如感冒品类下，根据患者的不同需求，提供解决普通感冒症状的产品、抗病毒类产品等，不同细分领域的需求不会影响大品种销售。

10、公司目前销售渠道中，线上占比多少？

答：公司重视线上业务发展，在国内布局较早，与包括平台电商、O2O业务以及与互联网医疗企业都有密切的合作关系。过去几年线上业务金额提升较快，但占比仍不是很高，目前占CHC业务的4%左右，希望未来线上业务占比持续快速提升。目前在构建线上业务的能力以及推出适合线上运营的产品，公司也建立了数字化中心来统筹线上业务的发展，各个事业部也都有电商的团队，积极拓展线上的业务。

11、中药配方颗粒业务的竞争优势？

答：新国标实施后，医疗终端进一步放开，对厂家来讲可以覆盖更多的医疗机构，市场容量会放大。配方颗粒对企业全产业链能力要求较高，从药材采购到饮片加工、制剂生产均有较严格的监管，品种要建立溯源管理体系。此外新国际实施带来一定的成本上升，业务投入会比较大，对于厂家盈利能力会有一定影响，也会降低新厂家进入的意愿。目前来看，竞争格局未出现剧烈变化，长期来看会出现多家全国性厂家以及部分地方优势企业，竞争格局有望处于相对有序的状态。

12、中药配方颗粒业务的提价情况？

答：配方颗粒按照新国标生产的产品成本相较原来有一定上升，加之中药材价格长期有涨价趋势，公司对于新标品种的定价会有适当调整，但也会考虑终端的接受能力，同时，公司也会持续优化成本及费用管理，以降低成本。

13、在中药研发方面，公司有哪些布局？

答：国家大力支持中医药的传承创新发展，华润三九遵循中医药发展特色，制定了围绕“创新中药+经典名方开发+院内制剂开发”的中医药长期研发规划。在创新中药上，关注产品临床科学价值；在经典名方开发上，持续加大遴选与立项力度，开展物质基准等相关研究，目前在研经典名方二十余首，部分在研品种已完成申报资料；在院内制剂上，积极进行系统筛选，开始产品立项。

14、公司并购整合方面的规划？

答：公司高度关注优质资源的整合机会，重点围绕公司战略，寻找优质标的，采取灵活多样的资源获取方式，拓展业务领域、巩固业务优势，强化核心资源和能力。CHC 健康消费品业务将围绕预防、保健、治疗、康复全周期，探索国内外优质产品或品牌的引进，处方药业务重点关注有高临床价值的产品。同时公司也持续关注传统中药领域的有独特价值的产品。

附件清单（如有）

-

日期

2022/1/19