

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：2021-022

<b>投资者关系 活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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
<b>参与单位名称 及人员姓名</b>	海通证券以及证券、基金等投资机构分析师
<b>时间</b>	2021年12月21日
<b>地点</b>	线上会议
<b>上市公司 接待人员姓名</b>	董事会秘书
<b>投资者关系活动 主要内容介绍</b>	<p>公司于2021年12月21日参加海通证券举办的会议，公司董事会秘书就2021年前三季度经营与业务情况以及2021年限制性股权激励计划方案进行解读，并就公司经营情况与投资者进行互动交流。</p> <p>具体情况如下：</p>

尊敬的各位投资者，大家好！

首先向各位投资者汇报一下公司 2021 年前三季度业绩经营情况和股权激励计划方案。

2021 年 Q1-Q3 公司实现营收 110.99 亿元，同比增长 19.17%，实现归母净利润 17.41 亿元，同比增长 10.13%，扣非归母净利润 16.2 亿元，同比增长 18.11%。一到三季度，公司实现经营活动产生的现金净流量为 14.66 亿元，现金流还是呈现比较健康的状况。

营收构成相较 2019 年有较大变化，CHC 业务大幅上升，占整体营收超过 60%，处方药受政策及外部环境的影响占比下降。CHC 健康消费品业务通过持续强化品牌、拓展新渠道覆盖及引入更多新品，业务持续健康增长。感冒品类不断提升品牌价值，提高市占率，并持续发力线上市场，实现较快增长。皮肤、儿科、胃肠品类表现较好。新品引入方面，2020 年收购的澳诺制药的葡萄糖酸钙锌口服溶液增长较快，未来仍具有较好的增长潜力。易善复在零售和医疗渠道上均表现较好，今年双十一，易善复在品类销售中排名第一，未来公司也将考虑利用数字化工具推动易善复线上业务发展，预计易善复将保持较快的增长。今年 8 月正式引入的龙角散和公司感冒品类联动销售，双十一也取得良好的表现。

公司处方药业务近年来受到中药注射液限辅、抗感染业务限抗集采等政策影响较大。未来，公司处方药专科业务将逐渐实现良性发展，抗感染及中药注射剂两块业务在公司业务中占比已降到较低，天和、易善复、诺泽等产品具备良好增长潜力。国药业务前三季度继续保持良好增长，11

月 1 日中药配方颗粒新国标实施后，短期来看竞争格局未出现剧烈变化，医疗终端进一步放开，可以覆盖到更多的医疗机构，同时，按照国标生产的产品成本相较原来有一定上升，对该业务的盈利能力有影响。明年营收预计较好，但随着成本上升盈利能力会有一定影响。

股权激励计划方面，经过公司管理团队近 2 年的努力，于 12 月 2 日公司发布首期股权激励计划（草案），对于保留公司核心骨干人才，激发团队实现十四五战略目标会起到积极作用。公司股权激励计划工具采用限制性股票，激励对象包括高级管理人员、中层管理人员、核心技术人员及核心业务人员等共 284 名，其中创新研发类人才 53 名。在时间安排上，采用 2 年限售期+3 年匀速解锁。定价方面，采用基准日 6 折作为定价折扣。在激励额度上，首次授予按照国资管理的要求，不能超过股本总数 1%。本计划一共授予股份数为 978.9 万股，首次授予的股数为 886.92 万股。总的激励成本来看，总成本预计最高在 8797 万，未来将在激励计划有效期内进行摊销。

绩效目标设置了个人和公司层面指标。公司层面设置了三个业绩考核具体指标，包括归母扣非净资产收益率、归母扣非净利润年复合增长率和总资产周转率。这些指标也是按照国资委要求分别选取了回报、成长、经营质量三个方面的指标。这些指标相对来讲公司还是认为有一定挑战性的，除去门槛指标外，还应同时满足不低于对标企业 75 分位水平或行业平均水平。激励计划选取了 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、国药现代、中国中药、中国生物制药等，对标企业的选取考虑了营收规模、业务范围、企业性质等多维度指标。公司选

取的这些对标企业也是中国资本市场上非常优秀的企业，因此达到对标公司 75 分位水平，还是一个非常有挑战性的目标。

以上是公司相关情况的介绍，谢谢大家。

### **1、公司目前渠道库存状况？公司产品的提价策略？**

**答：**华润三九非常重视经营质量，库存管理非常严格，也有非常好的管理系统来支持。公司渠道库存总体保持健康合理水平，不同业务产品的渠道库存期限不一样，整体周期在 2 个月左右，部分产品如澳诺产品的渠道库存很短。

提价方面，过去几年华润三九有部分 OTC 的产品有小幅提价。一方面考虑到成本上涨，另一方面也是品牌价值实现。之前年度 OTC 产品的价格受到管制，公司很多品种的价格多年没有变化。近年来随着成本，特别是原材料成本、人力成本等不断上涨，公司对部分 OTC 产品进行了小幅提价，兼顾了患者的接受能力和公司缓解成本压力。针对不同的产品以及产品周期的不同阶段，公司也会采取不同的定价策略。

### **2、公司线上业务布局和发展情况？**

**答：**线上市场的发展反映了消费群体的行为变化，越来越多的年轻人转到线上购药。公司高度关注线上的布局，成立了数字化中心并制定了五年的战略规划。双十一期间公司产品销售大幅提升。多个产品分别获得相关品类榜单第一。此外，公司在新零售渠道布局相对完整，包括京东、阿

里等电商平台，互联网医疗平台，O2O，B2C 等领域，我们都有非常深入的合作。同时公司和传统药店客户也在不断共建线上线下赋能系统，像老百姓、益丰、一心堂、大参林、海王星辰等都是我们合作紧密的客户。目前来看，公司线上业务取得初步的成果，线上业务在公司 CHC 业务中占比约 4%。

### **3、配方颗粒新国标的执行对公司的影响及业务未来面临的集采风险和发展规划？**

**答：**目前配方颗粒业务在华润三九业务中占比约 20%，过去几年该业务发展速度非常快。新国标实施之后，这个业务在短期内预计会保持较好增长。一方面因为医疗终端进一步放开，另一方面，目前竞争未出现剧烈变化，业务的壁垒主要在于品种数量多以及构建全产业链的能力，所以配方颗粒业务有一定的成长性，但同时也面临着一些成本压力，以及我们也需要慎重考虑未来是否会面临集采风险。总体来看，目前实施国标的品种还相对比较少，未来两年到三年内集采风险相对较小。

### **4、公司十四五期间的战略规划？**

**答：**十四五期间华润三九战略领域没有发生变化，依然聚焦健康消费品（CHC）和处方药。CHC 业务作为核心业务，具有领先的品牌运作能力，一直处于健康发展轨道上，未来将不断强化品牌，引入更多新品，并拓展线上渠道，以保持良好的增长。可能影响盈利端增速的主要是配方颗粒业务毛利率的变化，公司将通过费用管控等措施，努力实现良好增长。

**5、2020年1月份，华润三九完成了澳诺100%股权收购，在6月及12月又完成两轮股权收购，未来华润三九还会在哪些产品或者细分领域去通过收购或者是产品引流方式扩大产品线？**

**答：**华润三九过去几年完成了多个项目并购和产品引进，主要是沿着战略领域来发展，重点寻找CHC品牌以及符合未来升级方向的产品，比如澳诺在儿童健康领域中是非常好的品牌。华润三九也在寻找创新产品及有临床价值的差异化产品，比如润生的干粉吸入剂业务也有非常高的壁垒，同时呼吸领域也是华润三九在未来重要开发的领域。未来将重点围绕公司战略，寻找优质标的，采取灵活多样的资源获取方式，强化核心业务和能力。

**6、受集采和限抗等政策影响的业务目前收入占比是多少？**

**答：**过去几年中药注射剂和抗感染业务已经下滑至比较低的占比，目前两块业务占比合计不到10%。中药注射剂这两年已经基本稳定，预计会有小幅的变化。抗感染业务受集采和疫情的影响比较大，预计明年这部分业务依然会有小幅的下滑但影响较小。公司已调整产品结构，预计明年抗感染业务将有双位数增长。

附件清单（如有）

-

日期

2021/12/21