

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：2022-053

|                                     |   |  |
|-------------------------------------|---|--|
| <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 checked="" type="checkbox"/> 业绩沟通会（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 type="checkbox"/> 其他                    |
| <b>参与单位名称<br/>及人员姓名</b>             | 中信建投等证券、投资机构分析师   |  |
| <b>时间</b>                           | 2022年8月24日  |  |
| <b>地点、方式</b>                        | 综合办公中心，电话会议   |  |
| <b>上市公司<br/>接待人员姓名</b>              | 董事长<br>副总裁、董事会秘书<br>证券事务代表                                    |  |
| <b>投资者<br/>关系活动<br/>主要内容<br/>介绍</b> | 公司于8月24日和中信建投联合举行2022年半年度业绩电话沟通会，就2022年半年度经营与业绩情况与投资者进行了互动交流。 |  |

公司副总裁、董事会秘书周辉女士向各位投资者介绍了公司经营情况。具体汇报内容如下：

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 2022 年上半年业绩经营管理情况。

2022 年上半年公司克服了疫情和配方颗粒国际切换的一些影响,整体上实现了业务的持续增长。2022 年 H1 实现营业收入 84 亿元,同比增长 6.8%,进度相对良好。其中 CHC 健康消费品业务实现营业收入 55.35 亿元,同比增长 7.43%。处方药业务实现营业收入 24.98 亿元,同比增长 5.68%。增速下滑主要是由于配方颗粒业务受国标切换和省标推进速度的影响;以及中药注射剂业务受疫情和集采影响,销售有所下降,影响了处方药在上半年的业务增速。上半年现金流量表现非常好,实现经营活动产生的现金流量 19 亿元,同比增加 80.6%,保持了非常好的态势。上半年归母净利润为 14.33 亿,同比增长 4.16%,略低于营收的增长,主要原因是业务结构的变化和一定程度的成本上涨。

2022H1 医药行业综合毛利率为 56.39%,同比有所下降,主要原因为业务结构变化和成本上涨。毛利率相对较高的处方药业务的占比较往年有所下降,对公司整体毛利率水平有一定的影响。其中配方颗粒业务在执行新国标之后,成本有明显的上升。并且在国药业务方面毛利率相对较低的饮片业务占比提升,整个国药业务毛利率受这两个因素影响同比有所下降。虽然公司整体毛利率有一定的下降,但是费用率控制很好,销售费用率同比下降 4.1%,管理费用基本持平,原因是一方面主动进行了费用管理,另一方面和业务结构变化有关。在经营管理方面公司采取了一些举措,一是在创新发展方面,研发投入仍在持续加强,公司整体创新能力进一步提升。上半年研发投入为 2.34 亿元,重点项目进展正常。公司有一项 I 类创新中药目前正在推进 II 期临床前的准备。

QBH-196 项目已经在开展 I 期临床；II 类新药复他舒获得了新批适应症，用于乳腺癌患者前哨淋巴结的示踪。富马酸丙酚替诺福韦片获得《药品注册证书》，并且获批后第一时间参加了 7 月第七批的集采，并中选了第 7 批集采。此外我们在中药的传承创新方面也在不断加强投入，同时也在加大加快中药配方颗粒标准的研究，积极开展国家和地方配方颗粒标准的申报，推动整体配方颗粒产品的标准化。

在高质量发展方面，公司持续完善安全生产周期的质量管理体系，开展质量标准化、风险管控、实验室建设等举措，保障质量管理体系的有效运行。在生态环保方面公司积极开展各项工作，包括绿色低碳先行示范和推进总部园区近零碳园区建设等，保障企业的长期可持续发展。

在公司业务发展方面，CHC 健康消费品业务作为公司的核心业务，实现较好增长，营收占比 65.9%。CHC 业务发展方面，公司非常重视品牌建设，不断创新与消费者的沟通，推动三九品牌年轻化。999 感冒灵上线了由真实故事改编的短片《种春天》，实现约 2 亿人的触达。感冒药二季度受到一些地区疫情挑战，公司积极应对，线上线下采取一系列举措，推出一些项目，部分降低了疫情限售的影响。皮肤用药和胃药品类保持快速增长。儿科品牌通过数字化技术不断提升传播效率，尤其澳诺品牌实现快速增长。骨科实现相对比较好的增长。大健康业务持续优化线上、线下业务结构和客户布局，线上业务上半年增速良好。康复慢病业务上半年受到中药集采影响，业务基本保持稳定。

处方药业务方面上半年在部分地区受到疫情和政策影响，增速有所放缓，尤其中药注射剂业务出现一定下滑，但是易善复、诺泽还是实现良好增长。骨科领域瘀血痹片产品价值挖掘工作取得成果，上半年表现比较好。抗感染领域表现符合预期，2022 年上半年业务实现恢复性增长。上半年中药配方颗粒业务挑战巨大，公司积极应对试点结束带来的行业变化，积极推进中药配方颗粒新国家标准品种的生产落地研究、销售备案工

作，稳步推进国家标准、地方标准产品的切换，同时增加饮片业务，一定程度弥补配方颗粒业务下滑的影响。

公司持续关注行业合作及整合优质资源的机会。2022年5月，公司公告收购昆药28%股份的重大资产重组预案。截至目前，本次交易涉及的尽职调查、审计、估值等工作正在进行中，待公司及有关各方进一步完善本次交易的相关事项后，公司将再次召开董事会审议本次交易的相关事项，并提请相关管理机构审批。昆药集团和公司在品牌、产品、渠道等方面有良好的协同性，未来双方将整合资源，相互赋能，协同发展。

总体而言，公司上半年在压力下经过努力，整体经营业绩表现良好，展望全年，外部和市场环境还有一定不确定性，如中药配方颗粒新国标实施、中成药集采扩围、疫情出现反复等。对此，公司已拟定了具体的应对措施，如下半年疫情得到有效控制、配方颗粒业务顺利推进，预计公司2022年营业收入将实现双位数的增长。

最后，再次感谢各位投资者一直以来的关心和支持，谢谢大家。

### **1、自我诊疗领域产品力提升的长期规划？**

**答：**公司在十三五后期重新梳理了业务体系，确定了CHC业务为核心业务，两个处方药业务为发展业务，赋能核心业务协同发展的框架。到现在十四五开局的近二年来，CHC呈现出比较好的态势，但今年Q2感冒药限售程度比预期要大得多，所以对公司感冒药的销售有一定的影响，如果去除该影响的话，CHC的整体进展是非常好的。从6月份开始情况在逐月改善了，下半年CHC业务有望实现良好恢复。

公司认为CHC业务需要不断推出高品质、体验好、并有科技含量的品种，首先在研发上，公司有长远布局，健康研究院也专门做了CHC产品研发规划；其次，公司引进了工业设计，通过三年努力，累计获得了全球工业设计四大奖，公司在做更好品质、

体验的产品满足消费者不断提升的消费需求，也是为了迎接线上产品的需求，因为线上产品不仅要有功能、品质还要有颜值；最后，公司在智能制造方面也做了长期的努力，有专门实验室跟进，目前也成为了工业智能制造方面的标杆示范，主要提升的是产品的高品质。整体而言，公司所有这些工作都是围绕消费者为中心而开展，为消费者提供更好的产品、品质和服务。

## **2、感冒品类限售改善情况及全年展望？**

**答：**公司在感冒呼吸品类有较为长线的布局，有感冒灵、复方感冒灵、抗病毒口服液、升级版的板蓝根等品种，也引进了龙角散等国际合作的品种，能够保持品类总体的领先优势。公司也会围绕感冒呼吸的核心品类持续推出品种获得未来增长。

从 Q1 和去年情况来看，品类进展是非常好的，3-5 月份上海疫情防控对江浙沪等核心市场的影响比较大，5 月份下旬开始好转，6 月份回升比较快，现在观察的 7-8 月份虽然是夏季，但气候异常，感冒灵的销售还可以，从总体趋势来看，下半年感冒品类实现增长、追回进度还是有希望的。

## **3、公司配方颗粒标准准入进度及全年毛利率趋势？**

**答：**上半年还在切换的阶段，切换后成本会上升，公司会通过加强产业链管理控制成本、调整下游销售价格来消除部分成本上升的影响。现在来看，配方颗粒的竞争是产业链的竞争，原来老六家中前几家竞争优势比较明显，公司也是受益者，预计下半年会比上半年改善，公司也会努力实现正增长，让公司整体营收增长回到两位数以上。

## **4、7-8 月经营情况？**

**答：**7-8 月经营比较正常，也是皮肤药的旺季，新的三九胃泰也推出了，预计有望比 Q2 好。在今年 Q2 国内防控和高温的大背景下，企业需要在经营管理上盯得比较紧，同时做好开源节流。从上半年大部分公司业绩来看，或多或少都有一定困难，公司处在

大健康赛道上，相比其余赛道是比较理想的，如果公司将拓展和管理都抓好的话，应该会争取到一个比较好的业绩，全年目标是实现两位数的收入增长，但还得看下半年对不确定因素的应对。

#### **5、配方颗粒对公司利润端的压制情况？**

**答：**上半年标准切换，在营收方面，配方颗粒的高增长因素受到了影响；在标准切换方面，成本有所上升，对公司整体的营收和利润都有影响。下半年来看，标准切换带来的影响会逐渐减少。

#### **6、二季度毛利下滑的主要原因？二季度费用率明显上升，请问全年的具体规划？**

**答：**公司业务主要由 CHC，处方药事业部，国药事业部所组成，其中 CHC 占比较高，处方药比起往年占比有所下降。虽然 CHC 业务毛利相对较低，但仍处于稳定水平。另一方面，处方药业务中的中药注射剂销售持续下降、抗生素类的一些大品种受集采影响等因素，导致处方药业务毛利明显下降；国药业务的毛利下降则主要受国标产品成本上升影响，这是公司目前需要着力解决的问题。所以公司整体毛利下降主要由处方药业务和国药业务影响和整体业务结构改变所致。

整体来说公司费用率的把控力度是没问题的，拆分来看销售费用率有所下降，主要是针对处方药业务结构变化进行了调整，而管理费用、财务费用应该还比较稳定的。此外，由于上半年处于拓展期，所以费用率相对正常，下半年会根据业务的推进节奏，对费用严格把控。长远来看，公司希望能够在处方药的核心品种领域进行战略上布局，从而推动处方药业务毛利的回升和盈利能力的恢复。

#### **7、请问 CHC 业务中不同领域的药品毛利率差异情况？**

**答：**基本来说都差不多。但康复慢病事业部毛利相对高，而大健康品种由于同质化竞争严重，所以毛利相对低。此外，由于基本用药品种有限价情况，所以毛利也会相对

低。一般来说公司在对新品种定价时都会关注到其毛利。

#### **8、为什么 Q2 与 Q1 收入差异不大，但 Q2 销售现金明显比 Q1 高？**

答：第一，主要是 Q2 的回款的情况比 Q1 好。第二，公司业务中会收取部分承兑汇票，Q2 适当地做了一些票据贴现，因为现在票据贴现利息跟存款利息存在倒挂，对公司来说是个非常合适的安排，所以 Q2 整体现金流比 Q1 表现得更好。

#### **9、公司在渠道上的优势？**

答：渠道优势体现在品牌化的渠道建设—三九商道，公司把优秀客户聚焦在一起，建立了客户商道体系，客户体系建立了 12 年，客户对公司渠道系统的认可度非常高。三九商道体系对公司产品的广覆盖起到了关键的作用，也是公司在业务推进及整合方面的优势。

#### **10、昆药并表的具体时间，昆药的毛利率低于三九，如何在并表后改善利润率？**

答：争取并表在 11 月份，会定期披露进展。并购昆药项目过程中，公司也对昆药业务模式进行深度了解，昆药的工业、商业业务要分开看，三九是战略引导业务的组织，战略非常聚焦，核心关注的是工业部分，过去昆药销售模式和三九差异很大，三九会帮助昆药进行渠道的整合。同时昆药也采用多业务单元管理模式，华润的管理体系将对昆药有较大帮助。华润并购的一些企业在进入华润体系后，利润变得更理想，因为管理更成体系化。公司将持续聚焦昆药的三七产业，以及长期化的品牌业务（昆中药 1381）上面，促进其利润水平进一步升高。此外公司作为股东将助力昆药成为云南三七产业的龙头骨干企业，参与到云南省千亿三七产业的发展规划，推动三七产品发展，更好的服务中国的患者。

#### **11、中药配方颗粒不同区域推进情况？**

答：配方颗粒已经在进行国标加省标的推进，各个地方政策不同，导致不同地区速

度不同，但经过上半年努力，除了个别 3-4 个省份，工作已经基本完成。

## **12、经典名方研发注册及上市的工作进展和展望？**

**答：**经典名方是国家中药局重点推的创新方向。目前公司在研发领域应该在第一梯队，大约有 20 多个项目，有望成为第一批获批公司。目前经典名方新产品审批专家仍在进行商议讨论的过程，工作进度主要取决于国家局的推进力度。公司看好此创新方向，因为经典名方还是围绕常用药物提供中药解决方案，它有大量的人用经验后，可免去临床实验，所以这是中药传承创新里一个相对较好的推进方向，公司看好经典名方在预防领域、康复领域发挥作用。经典名方的未来市场也是可期的，所以公司将持续把握机会，其中康复慢病管理市场是公司的主要优势领域。

## **13、能否介绍一下诺泽未来的发展展望以及儿科线领域的布局？**

**答：**儿科也是公司重点布局领域，在 CHC 领域里面包括 999 小儿药系列、澳诺钙，公司也在尝试推出新品好娃娃系列。在儿童药这块，公司一直关注儿童治疗的业务，因为诺泽是全球生长激素领导者，所以公司选择跟诺和诺德合作引进这种全球的领先品种，给中国的消费者提供不一样的选择，也是公司的使命跟业务发展的方向。

儿童药的品类是公司持续关注的一个领域，其实在创新方面还是有很多难度的，主要是创新药临床还是遇到比较大的困难，所以小儿药的研发会慢一些，公司将从中药的维度，从安全性方面抓好，以及国际化合作这两个点来切入。

## **14、南方地区收入增速等趋势与其他地区差异较大原因？**

**答：**公司营业收入构成中南方地区收入增速有所差异主要是受印刷业务和新泰林在南方地区下滑等影响。

**总结：**公司十四五的目标是以 2020 年的业务为基数，争取实现营收翻番，也综合

考虑了内涵式增长跟产品引进并购的机会。公司目前整个体系具备了整合行业优质资源的经验，团队的产营销各种能力也不断在增强，也希望利用十四五的行业变革期，抓住各种内涵式增长跟整合优质资源的机会，在公司营收翻番的目标引领下部署各个年度的目标，同时也希望盈利能力匹配营收的增长。

公司的战略是要做 CHC 领域的领军企业，也不断的从 OTC 的核心业务出发，抓住消费升级的趋势，从前端的预防到后端的康复进行了全领域的布局，未来接续业务将不断的强化品牌拓展渠道，全面布局，推动业务持续增长。处方药业务当中，国药业务以及处方药在政策调整、市场扩容以及有序竞争的格局下，也存在着较好的增长空间，公司将顺应形势，通过内涵跟外延双管齐下的方式实现业务的更好发展。

今年公司签署了昆药集团合作协议，将成为昆药的大股东，在推进昆药业务的聚焦跟赋能的同时，也将把昆药的业务推向更新的高度，从而使公司在 CHC 领域的引领者地位更加稳固，同时在中药行业的地位进一步提高，公司也希望通过未来几年的发展，顺利实现十四五的目标，为广大投资者创造价值，谢谢大家。

**附件清单**

**(如有)**

-

**日期**

2022/8/24