

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：2022-076

投资者关系	<input 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
参与单位名称及人员姓名	麦格理资本、汇添富、广发基金等证券、投资者机构分析师	
时间	2022年11月14日-11月18日	
地点、方式	综合办公中心，电话会议	
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>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年前三季度和第三季度的业绩情况。</p> <p>2022年Q1-Q3实现营收121.11亿元，较上年同期增长7.53%。其中，CHC业务过去几年保持逐渐上升的态势，今年前三季度占整体营收超过60%，处方药受政策（主要是集采）及疫情的影响，占比有一定下降。实现归属于上市公司股东的净利润19.52</p>	

亿元，较上年同期同比增长 11.17%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 17.83 亿元，同比增长 10.08%。经营活动产生的现金流量净额为 20.18 亿元，同比增长 38.68%，总体现金流呈现健康的状况。

Q3 单季度，实现营收 37.10 亿元，较上年同期调整后同比增长 9.18%，CHC 业务在 Q3 增长较快，主要是感冒药三季度销售恢复增速较快，大健康业务、专业品牌业务均增长较好，持续保持良好增长态势。Q3 实现归母净利润 5.19 亿元，同比上涨 36.52%，扣非归母净利润 4.51 亿元，同比增长 27.17%。

总体来看，前三季度营收和净利润增速基本符合预期，较上半年业绩增速有所提升，主要在于 CHC 业务带动，CHC 业务中品牌 OTC 业务、专业品牌，大健康业务都实现双位数增长。康慢业务略低于预期。具体品类来看，感冒药三季度恢复较好，主要是 1. 疫情防控政策促使销售行为更加规范；2. 6、7 月份感冒发病率提升；3. 去年同期三季度基数较低。整体感冒药三季度恢复良好，也使得感冒药前三季度表现较上半年有明显提升。同时，儿科、胃药、皮肤用药增长较好。

国药业务整体实现增长，其中，饮片业务前三季度增长快速，配方颗粒业务有一定下滑，主要在于配方颗粒业务各省销售备案进度较之前预期慢一些。处方药业务表现主要受中药注射剂影响，中药注射剂受到疫情导致处方下滑和省际联盟集采预期等影响，有所下滑；除此之外，易善复、诺泽等产品均实现良好增长。

毛利率方面前三季度有所下降，主要受到结构变化影响，毛利率较高的处方药业务占比下降，抗感染业务毛利率集采前较高，受集采等政策影响毛利率明显下滑，国药业务毛利率由于饮片业务占比提升也出现一定下降，另外也存在原料药价格、成本上涨等对毛利率带来的影响。

费用率方面，前三季度销售费用率有所下降，主要因为业务结构变化，和过去 2-3

年之中一直在进行主动费用管理。

今年公司在推进重大资产重组，主要是收购昆药 28% 股份。项目目前在推进中，受到疫情影响，交易进程有所延缓，主要是项目构成重大资产重组，尽调、审计评估等相关工作程序比较长，范围更广，还涉及一系列审批，公司目前在全力推进，也于 10 月 29 日披露了财务数据有效期和股东大会通知延期的公告，但仍希望年底之前能完成。昆药集团和公司在品牌、产品、渠道等方面有良好的协同性，双方未来有非常好的协同发展前景。今年主要是配方颗粒业务面临一定挑战，对此公司也做了相应调整和应对措施，公司会努力实现今年既定目标。同时，今年也是股权激励第一年，我们也会努力争取，实现股权激励目标。

1、公司和赛诺菲续签合约，内容上是否有不同？是否有机会扩大到合作其他品类？

答：公司和赛诺菲本次将易善复的合作延长至 2031 年，主要是希望进一步巩固双方未来的合作，希望在预期稳定的情况下，不断增加市场投入，如品牌、数字化方面的投入预计会进一步加大。双方对未来进一步拓展合作，如抗过敏产品等，也在进行合作探讨，希望未来能成功落地。

2、感冒药四季度展望？

答：四季度感冒发病率相对较高，规模较大。目前来看订单情况不错，销售趋势良好。

3、是否有观察到公司感冒细分品类中复方品更受欢迎？

答：目前没有明显看到复方感冒灵比 999 感冒灵增长的更好。未来公司将围绕感冒的治疗和预防，提供更多产品。近年来，公司也在逐渐丰富产品组合，如新上市布洛芬混悬液，引入抗病毒口服液和龙角散等。

4、强力枇杷露、龙角散未来是否会成为比较大的品类？

答：这两年强力枇杷露增长不错，未来随着呼吸道疾病发病率提升，市场需求预计会有提升。龙角散经过 1 年代理，推广结果符合双方期望，今年顺利续签合约，未来具备较好的增长潜力。

5、中药配方颗粒标准切换情况？未来对公司影响？

答：目前新国标品种在各地备案基本完成。因为各省政策差异，目前大概有超过 10 个省份省标备案较好，希望到年底有 20 个省左右。公司也在持续推动配方颗粒业务备案进程，今年配方颗粒业务表现低于预期，但是国药业务（含饮片）实现增长还是很有希望的。

明年配方颗粒业务总体相对乐观，虽然销售区域会受到一定影响，但是考虑到备案品种增加以及目前价格调整状况，预计明年业务整体实现恢复性增长。

现有完成切换地区价格提升幅度好于预期，提升幅度可覆盖成本上涨，但预计毛利率有一定幅度下降，具体仍需等到更多省份终端完成切标，观察后续数据变化。

6、收购昆药主要产品线？

答：昆药和三九有比较好的协同效应。1、三七产业和三九有非常好的协同，昆药三七种类非常丰富，产业链上有一定布局，公司早前也收购昆明圣火介入到三七产业，未来双方整合后，有助于提升三七产业上游质量标准，应对集采大环境变化，并更好制定未来不同省份推广策略。此外，未来大健康类产品开发方面也可以做一些协同。2、打造昆中药 1381 品牌。三九的品牌偏大众、年轻化，有昆中药 1381 这样深厚历史的品牌，也是对三九业务蓝图一个有力的补充。三九有丰富的品牌打造经验，也有很多资源可以和昆药共享，把昆中药 1381 品牌打造成全国有影响力的精品国药品牌是长期发展目标。

7、配方颗粒基层推进情况？

答：目前公司主要以配方颗粒备案进度较好的重点区域等级医院为重心，逐步拓展基层医疗机构。此外，对于其他销售备案进度较慢的地区，公司也已经开展了基层医生培训等工作。

8、配方颗粒渗透率？

答：配方颗粒目前只允许在医疗机构销售，配方颗粒与饮片各有优势，配方颗粒目前定位清晰，作为饮片的补充。份额可能会占饮片市场的 30%~50%，未来成长空间较大。

9、昆药未来销售协同策略？

答：三九在渠道和终端覆盖方面在国内领先，且建立了良好的合作关系。尤其是在零售终端覆盖率、线上平台合作等方面都有非常好的优势，可以和昆药做非常好的协同和赋能。

10、公司线上业务毛利率和经营利润率是否高于通过线下？

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。

11、赛诺菲易善复为代表的肝胆类贡献？肝药未来规划？

答：目前易善复在 CHC 中是重要品种，过去几年增长快速，未来希望围绕易善复构建保肝护肝用药品类。

12、化药集采对公司的影响？

答：过去几年公司抗感染业务受集采影响比较大，但目前化药集采的影响已基本消化完毕，抗感染业务随着新品带动（复他舒等）、集采品种补充增量等，预计未来能实

现较好增长。

13、公司产品研发方向？

答：研发方向与公司业务结构和战略匹配，主要围绕重点治疗领域立项产品，包括为 CHC 业务储备品种等。处方药业务研发方向：一是创新药，包括中药和化药，中药主要关注院内制剂开发、经典名方（20 多个项目在研）。二是仿制药，主要关注零售渠道有品牌化运作空间的产品。三是产品力提升，如配方颗粒标准化提升、大健康方向的产品开发，针对 CHC 产品升级剂型、外观设计等，以提升产品体验。

14、CHC 和处方药未来的毛利率趋势？

答：这几年主要是业务结构原因，处方药业务未来毛利率可能还会有所下降，主要是集采产品价格有所下降，且配方颗粒受国标切换影响成本上升，预计对毛利率产生影响。此外饮片业务占比有所提升，但业务毛利率较低，也影响整体毛利率水平。与此同时，公司正在进行费用管理，以降低毛利率变化的影响。CHC 业务预计毛利率会相对稳定。

15、十四五较十三五发展侧重点转变？

答：战略定位目前没有特别大的变化。核心能力构建方面会有一些调整，更加侧重研发创新和数字化能力的提升。

16、公司产品的提价策略及安排？后续 CHC 产品提价是否可以持续？

答：公司不定期对部分品种进行适度提价，如感冒灵近年来会有小幅提价。公司产品价格调整主要是覆盖成本上涨，调价时间和方式将综合考虑成本、产品竞争格局和品牌影响力以及消费者接受程度等因素决定。核心品种未来还将保持小幅提价策略，目前来看消费者的接受程度比较好。

17、近几年 Q4 季度都会有资产减值的原因？今年是否会有资产减值情况？

答：前几年主要是由于集采等政策变化带来对相关被并购企业业务预期的变化，从而相应计提了商誉减值准备。此外，去年配方颗粒业务由于国标切换而计提了一定的存货减值。今年主要是增加了股权激励的成本，四季度可能会有一些审计调整事项，但是金额小于往年一次性减值金额。

18、后续会有更多品种受到集采影响吗？

答：目前，三九中药大品种基本已纳入两个省际联盟集采，广东主要针对独家品种，降幅相对比较合理。目前公司品种纳入新一轮中成药集采的主要是华蟾素片，公司也在持续关注相关集采动态。

19、处方药中抗感染业务情况？预计今年表现？

答：抗感染业务在新品的带动下，增长符合预期。公司也在不断调整产品结构，预计今年抗感染业务会在新品的带动下实现增长。

20、公司销售费用率控制情况以及全年销售费用趋势展望？

答：公司前三季度销售费用率有所下降，一方面和业务结构变化有关，CHC 业务增速高于处方药，而 CHC 业务整体费用率低于处方药，同时，今年销售费率相对较高的配方颗粒业务下滑，取而代之的是饮片业务，而饮片业务相对销售费率低。另一方面主动进行了费用管理，预计全年整体费用率预计会比去年稳中有降，公司对费用把控严格。

21、鼓励中药政策中，目前对产业和企业实际产生影响的政策？

答：2016 年以前中药政策偏中性，中药注射剂受到监管政策严格管理，2016 年之后中药在临床使用方面受到限制比较多。国家层面上近年持续推出了利好中药政策，去年以来，更多政策落地使得中药相关品种受益。

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，医保

目录动态调整的过程中注重中西药并重等；从产品使用来讲，中药在限定使用医院层级、适应症上都有一定的放宽趋势；同时，关注中药种植和药材质量，逐步出台一些鼓励政策，鼓励企业把前端品质进一步提升，引导建立优质优价机制，预计对于领先的企业比较有利。

22、CHC 业务未来驱动力？

答：1、不断强化品牌，开展品牌年轻化工作，吸引年轻人群，提升品牌影响力； 2、培育专业化品牌； 3、持续提升线下覆盖率，不断拓展线上渠道，优化调整产品结构，选择更适合线上销售的品种； 4、持续引入产品丰富品类。

附件清单

(如有)

-

日期

2022/11/18