

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：2024-001

投资者关系活动类别	<input 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	中信建投、人保资产、淡水泉、招商资管、盘京投资、博时基金、华鑫证券、永安国富、美银美林等证券、投资机构分析师
时间	2024年1月18日-1月25日
地点、方式	综合办公中心 现场会议、电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、证券事务代表
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司感冒药四季度和24年1月表现（包括渠道库存情况）？</p> <p>答：23年4季度感冒发病率高，从整个终端情况来看，四季度感冒药和相关品类实现相对较好表现。公司感冒灵订单充裕，但产能上有一些瓶颈，公司也在陆续开展产能扩充项目，预计24年会有一定改善。公司感冒品类终端渠道库存良好，1月份延续目前状况，2、3月份需要动态跟踪。</p>

2、公司增资润生药业的情况？

答：呼吸领域是公司核心关注的战略领域之一。公司在现有感冒、止咳领域的基础上，希望不断延伸、扩充至哮喘、慢阻肺等领域。干粉吸入剂仿制壁垒较高，未来市场竞争格局预期会相对较好，但是同样风险系数也更高。润生药业是一家专注于呼吸用药产品研发、生产的企业，公司在 2020 年首次增资参股，润生药业在产品研发上市的过程中，因为疫情、美国报批策略等因素影响，产品研发、上市周期有所延长。目前，润生药业努力克服疫情等不利影响，在研部分产品取得积极进展，沙美特罗替卡松吸入粉雾剂（001）已按美国 FDA 申报要求完成药学研究、一个规格的生物等效性试验及临床终点研究，并以零缺陷通过美国 FDA 的批准前现场检查；已按中国 CDE 申报要求完成随机对照试验，正在进行生物等效性试验。丙酸氟替卡松吸入粉雾剂（003）已提交美国上市申报；已按中国 CDE 申报要求完成体外等效和生物等效性试验，随机对照试验进行中。

3、公司未来不同品牌战略规划？

答：公司采取“1+N”的品牌战略，“1”即 999 家庭常备用药；“N”即各个领域的专业品牌，如儿童补钙领域的澳诺品牌、骨科领域天和品牌、肝病领域易善复品牌等，满足消费者不同的健康管理需求。通过收购昆药进一步补充“昆中药 1381”等传统精品国药品牌，未来也将成为老龄化方向上和消费者沟通的重要品牌。

4、公司未来的并购方向？是否会和其他单元是否做区隔？

答：整合行业优质资源是公司十四五的战略举措之一。CHC 业务优选有影响力的品牌并关注消费升级方向的产品，以尽快实现全域布局。如 2020 年公司收购澳诺制药，为公司儿科领域补充儿童维矿细分领域领导品牌；并购昆药为公司补充了传统精品国药品牌“昆中药 1381”。处方药方面重点关注：中医药领域具备独特资源的产品和创新药机会。治疗领域围绕公司战略，重点关注消化、呼吸、肿瘤等方向。目前有一些项目在接触中，但存在较多的不确定性。公司

关注标的的经营状况，重点关注有一定业务规模的标的，会根据发展潜力给出合理估值。

并购领域方面会和其他业务单元已有领域做相应区隔。

5、原材料价格变动情况？

答：总体来看，去年下半年药材价格呈现下行趋势。成本对各企业的影响与采购周期和药材种类等都相关。目前趋势上没有看到持续上涨压力。

6、公司对配方颗粒业务的展望，包括政策对配方颗粒业务的影响？对行业未来的集采加速预期和应对策略？

答：随着国标品种的陆续出台和行业的完全放开，配方颗粒业务进入调整期。23年下半年配方颗粒业务启动15省集采，对业务带来一定冲击，公司也在积极调整业务模式。公司去年三季度单季主动调整渠道管理，预计23年全年配方颗粒业务表现较弱，由于基数和占比原因对利润端影响相对较小。

长期来看，随着国标品种数量逐渐增加，配方颗粒集采可能会进入常态化趋势。竞争格局方面，配方颗粒集采原来的六家试点企业具备一定的先发优势。配方颗粒行业长期有比较大的增长潜力在于配方颗粒较传统饮片有其特有的优势，公司正在持续构建全产业链管理能力，培育竞争优势。

7、公司研发投入方向？

答：研发方向与公司战略以及业务结构相匹配，策略上坚持仿创结合。CHC业务围绕预防-治疗-康复全领域，推出满足消费者自我诊疗需求的产品，已陆续上市布洛芬混悬液等产品；流感产品磷酸奥司他韦胶囊已获批，即将上市。处方药领域主要围绕重点治疗领域（呼吸、消化、肿瘤等）进行产品管线布局。昆药未来主要承担老龄化方向产品研发，围绕三七开展多个研发项目，未来研发资源会往老龄健康方向倾斜。

8、公司股息分红安排？

答：公司重视回报股东。现金分红比率和分红金额过去几年有一定增长，近年的分红率基本在 40%左右，是比较高的分配比例。未来随着公司利润的增长，预计分红金额将稳中有增。

9、昆药商业和圣火业务解决进展？

答：收购昆药时，公司承诺 5 年内解决同业竞争问题，目前在研究方案并将根据内部整合进展及外部沟通情况适时启动。昆药商业正在夯实现有业务基础，三七业务已开始营销协同。

10、昆药业务整合进展情况？

答：公司正在按首年融合计划稳步推进昆药集团的整合工作，确立了“成为银发经济健康第一股，争做慢病管理领导者、精品国药领先者”的新战略目标。昆药集团业务将进一步聚焦，并与三九协同融合，目前部分业务和产品已融入三九商道体系，实现终端覆盖率稳步提升。同时，双方合作搭建三七产业链创新平台，加快实现打造三七产业链标杆的战略目标。品牌打造方面，双方团队也开展了多次深入研讨，不断推进“昆中药 1381”精品国药品牌的打造以及推动血塞通三七软胶囊产品与品牌升级。管理方面，充分运用华润 6S 管理体系，从战略梳理、组织优化和文化融合三个维度推动管理提升。

11、处方药 24 年增长预期？有哪些重点品种？

答：随着行业整顿趋于平缓，医院处方量正在逐渐恢复，24 年预计能实现较好增长。重点品种包括参附注射液、易善复、复他舒、赛比普等均有增长潜力。易善复增长动力强劲；复他舒持续拓展新适应症；赛比普已进入商业化阶段。

12、公司对于数字化销售和数字化营销未来的一些思考？

答：公司重视数字化发展，在生产环节智能化方面已初见成效。数字化业务方面，公司建立独立的团队并设定了进取的目标。目前公司线上业务整体发展速度较快，B2C 业务占 CHC 业务比重约 5%。十四五期间希望将线上业务占比提升至 10%以上。

公司线上业务一方面会关注现有品种渠道拓展，建立线上自运营能力，目前越来越多的店

	铺转为自运营，积累了比较好的经验。此外，数字化选品能力方面也较之前有较大的提升。未来公司也会加大线上业务的投入，持续构建线上业务能力。
附件清单 (如有)	-
日期	2024/1/25