

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：2024-005

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	参与公司 2023 年度业绩说明会的投资者	
时间	2024 年 4 月 2 日	
地点	全景网	
上市公司接待人员姓名	董事长 邱华伟先生 独立董事 许芳女士 董事、副总裁兼董事会秘书 周辉女士 财务总监 梁征先生 副总裁 王亮先生	

	<p>1、看到公司近年来有在持续提升现金分红比例，公司也公布了质量回报双提升行动方案，请分享下公司未来的分红趋势和策略规划？</p> <p>答：公司非常重视股东回报，2023年，公司拟定的权益分派方案为每10股派送现金15元(含税)，合计派送现金14.82亿元，占公司实现的归属上市的公司股东净利润51.96%，同时以资本公积金向股东每10股转增3股。过去几年公司持续提升分红比率，从20%持续提升至50%左右，并积极响应国资委和证监会对上市公司高质量发展的要求，制定并发布了质量回报双提升的行动方案，后续会围绕已公布的方案推进公司质量和回报的双重提升。未来随着公司业绩的持续提升，希望为股东创造更好的回报、更大价值。</p> <p>2、公司后续进一步在外延并购上的考量和规划？</p> <p>答：公司并购主要围绕战略开展，CHC业务围绕新品牌、新技术、新产品布局，处方药领域围绕“3+N”(即肿瘤、呼吸和消化三大核心领域及特色管线)推动并购工作。随着医药工业集中度不断提高，在未来战略期围绕战略的并购会持续开展。</p> <p>3、目前线上渠道的打造情况？</p> <p>答：公司高度重视数字化发展，制定了“十四五”数字化战略，分为夯实、速赢、突破三个阶段。这几年公司线上业务进展良好，表现可圈可点，未来1-2年是寻求突破阶段。公司希望线上业务能从十四五初期占比不足3%提升到10%左右。目前公司线上B2C业务加上O2O业务占比已超过10%，其中B2C业务大概占比5%左右。未来突破阶段线上比例有望进一步提升。</p> <p>4、在2023年Q1及Q4感冒药需求旺盛的时期，是否有产能相对紧张的情况出现？如有，产能紧张主要是来源于产线还是来源于原材料？后续公司对于产能提升的规划？</p> <p>答：产能紧张主要来源于生产端。2022年底疫情放开后，公司感冒呼吸品类产品一直处于较高需求。公司感冒药原有产能相对充分，由于高位需求，产能面临一定压力。对此，公司前瞻性布局，陆续开展扩产安排，在郴州建立了华南生产基地，23年4季度正式投用，后续一定程</p>
<p>投资者 关系活动 主要内容 介绍</p>	<p>答：公司并购主要围绕战略开展，CHC业务围绕新品牌、新技术、新产品布局，处方药领域围绕“3+N”(即肿瘤、呼吸和消化三大核心领域及特色管线)推动并购工作。随着医药工业集中度不断提高，在未来战略期围绕战略的并购会持续开展。</p>

度上能够缓解感冒药的产能瓶颈。

5、正常情况下，CHC 板块的库存情况？当前 CHC 板块的库存情况？

答：公司 CHC 健康消费品业务相对合理的库存水平是 2-3 个月左右。2023 年感冒、流感高发，导致感冒药渠道库存水平偏低（约 1 个月左右），对公司供应链和库存精细化管理均提出较高要求。目前来看，公司供应能够满足消费者需求。

6、公司在胃肠、皮肤、肝胆、骨科等领域都有非常好的布局和市场份额，这四个领域未来的潜力品种？

答：公司 CHC 业务作为公司核心业务，希望做到全域布局，全面领先。在持续巩固感冒、胃肠、皮肤品类优势地位的同时，骨科天和系列、儿童维矿领域澳诺业务都在推进大品种向大品类的拓展工作。大健康业务也将继续围绕核心品种进行拓展。银发健康的赛道将主要由昆药主攻，近期昆药集团发布了“777”品牌，希望 777 代表三七产业，代表三七软胶囊，华润圣火和昆药集团目前三七产品的品牌分别为“777 理油王”和“777 络泰”，未来也将重点深挖三七产业链的学术价值。CHC 领域在践行全域布局的过程中发现很多值得期待的机会，公司定将全力以赴。

7、公司未来处方药业务发展思路和潜力品种？

答：今年来医药行业陆续出台一系列政策致力于推动行业高质量发展。公司处方药业务制定了“3+N”（即肿瘤、呼吸和消化三大核心领域及特色管线）管线策略，处方药业务 2024 年具备一定机会推动业务实现较好发展。

8、昆药已公布 2028 年医药工业 100 亿的收入目标，在此基础上，华润三九远期的收入目标是怎样的？

答：CHC 作为公司核心业务，关注“预防-治疗-康复”全领域。2024 年 1 月份办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，预示着老龄化领域在未来 5 年有诸多发展机遇。近期，昆药集团披露了其未来 5 年的战略规划，旨在成为“银发健康产业引领者、精品国药领先

者、老龄健康/慢病管理领域领导者”。希望以昆药为主的业务团队能定位在老龄化赛道上并持续深耕。华润三九的“十四五”战略目标要争做行业头部企业，希望在十四五实现营收的翻番。从2023年的情况来看，翻番任务有望提前完成。结合昆药提出“力争2028年末实现营业收入翻番，工业收入达到100亿元”的战略目标，展望未来5年，华润三九有望保持高质量增长。

9、CHC业务以及处方药业务24年不同板块预期？

答：2024年预期医药健康产业仍呈现颇多机会，预计公司2024年营业收入将实现双位数的增长，净利润将匹配营收增长水平。具体到各业务板块来看，CHC业务中感冒呼吸品类近几年受疫情、流感高发影响增长快速，公司也将持续把握机遇，预期24年上半年有望延续相关态势，下半年需要持续动态观察，公司也将继续保持谨慎乐观态度。处方药业务包含中药处方药和国药业务两部分。展望2024年，处方药业务方面，公司将强化学术引领，加大研发投入，丰富产品线，推动业务实现良好增长。配方颗粒业务方面，希望能实现恢复性增长并积极应对未来业务可能面临的集采影响。昆药集团围绕未来5年战略目标持续推动实现较快增长。以上，希望公司在2024年能够把握住机遇，推动业务实现高质量发展。

10、公司23年毛利率变化原因及24年毛利率变化趋势展望？

答：2023年公司整体毛利率是53.24%，基本保持稳定，剔除昆药并表影响，华润三九原有业务存量的毛利率保持稳定。公司核心CHC业务市场地位持续巩固，毛利率水平提升，CHC业务毛利率高于公司平均水平。公司高度关注毛利率指标，近年来公司总体毛利率有所下降主要是受到业务结构的影响，如新并购的昆药集团包含毛利率水平较低的商业流通业务。国药业务近年来持续丰富业务组合，补充了毛利率水平较低的饮片业务。处方药业务受到集采政策影响，毛利率有一定下滑。预期未来公司毛利率水平趋于稳定并有一定提升空间，在于昆药商业流通板块长期会做剥离，同时集采对于处方药业务影响趋于稳定。近年来，公司总体费用率控制较好。18年以来销售费用率持续下降，23年销售费用率为28%，未来公司也会持续优化销售费用率水

平。综合毛利率和销售费用率两个指标看，由于销售费用率下降更快，公司利润水平逐年提升。

11、华润三九股权激励是否会推出第二期？之前对标公司有化药也有中药企业，下一期股权激励对标选择？

答：股权激励是国企改革重要举措之一，三九有幸推出首期限限制性股票激励计划，未来也将根据科改要求，三九和昆药会考虑适时推出。三九股权激励标杆库是全行业的，第一期申报围绕行业引领者提出，标杆选择了行业优秀的前 15 家企业，并设定了有挑战性的目标。未来如有机会推出后续计划，相信对标公司的选择上也会围绕更好的推动公司业务发展来设定。

12、国药业务 24 年的具体战略和销售策略？ 配方颗粒未来行业变化趋势？

答：配方颗粒业务近两年经历了政策的变化，即实施新国标推动标准化并推行集采。推动国标时，考虑到产品的复杂性等因素，公司此前预期国标品种达到 300 个左右有望推动配方颗粒集采，但是目前来看集采推行快于公司此前预期。由于集采较早推行，公司也相应对业务未来发展做了一定修正安排。配方颗粒市场未来可能是一个竞争比较激烈、毛利相对降低、经营模式也在不断演进的市场，需要企业具备一定的全产业链运营能力和精细化管理，原来的六家试点企业在产业链技术环节等方面具备一定的先发优势。公司也在持续构建全产业链管理能力，培育竞争优势，希望在长期竞争中胜出。

13、公司如何应对目前原料价格上涨带来的成本增加？

答：2023 年药材价格经历一波快速上涨，今年个别品种也存在价格上涨情况，对制造端造成一定压力。三九应对：1、制定适当的采购策略，如围绕大品种开展一定战略库存备货管理；2、如原材料成本涨幅较大，会在综合考虑消费者需求和股东利益的基础上，采取平衡成本的价格调节举措。

14、如何平衡西药、中药的投入？

答：华润三九创新运用中西医技术服务中国消费者，坚持中西医并重，围绕消费者为中心选

择最优解决方案。

15、经典名方未来的市场预期？

答：经典名方是国家《“十四五”中医药发展规划》中医药传承创新发展方向之一，具体其应用场景、推广方式以及医保政策等仍处在逐渐明朗的过程中。目前公司有 4 首已提交上市申请，有望今年有所收获。公司也在提前开展新品入市安排，是一个持续探索前进的过程。

16、公司 CHC 业务已经积累了较多从单品到品类发展的经验，能否从潜力产品选择和销售策略讲述下从单品到品类的独特优势？胃肠产品有几个过亿大品种，产品品种较多，未来零售有较大空间下的发展举措？

答：三九打造大品种、做强大品牌、培育大品类的业务路径有非常丰富的实践。感冒药是在此路径下的成功践行，并购的澳诺制药也在依此路径打造，999 澳诺钙是全民补钙品种，儿童补钙领域排名第一。2020 年并入公司后，三九把 999 澳诺钙这一大品种打造成为更具客户忠诚度的大品牌，目前在围绕妇儿持续拓展品类。

三九胃泰是家喻户晓的胃药品牌，公司也做了细致的品牌规划安排，推出三九胃泰养胃舒、低糖型温胃舒等产品。未来几年，三九胃泰品牌将从高知名度向高适用性方向拓展。

17、今年如何看待感冒药品类优势？

答：观察到疫情放开后，全民免疫力有一定恢复过程，2023 年伴随感冒、流感高发，呼吸品类成为消费者关注品类。华润三九洞察机遇，2023 年感冒品类在 2022 年高基数的情况下仍录得成长。2024 年公司也会密切关注呼吸品类变化。目前 1 季度情况来看，呼吸品类仍处于 23 年发病率较高的延续期，公司也会把握机遇。长期来看，预计随着免疫力的提升，呼吸类药品的需求将逐渐回归正常水平。公司也在持续关注呼吸品类新需求，希望在竞争中保持较好表现。

18、公司在市值管理方面的举措？

答：为落实国资委、证监会以投资者为本，提高上市公司质量和投资价值，增加投资者回报

的相关要求，公司制定了“质量回报双提升”行动方案，并将密切关注市值管理具体实施细则的相关情况，在良好业绩下给投资者带来可期回报。

19、中药审评审批机制改革对公司的影响，研发方面公司有哪些应对措施？

答：国家重视中医药创新工程的力度持续提升，如中药审评政策近年来有比较积极正向变化，如注册分类修改，三结合政策落地等。三九非常重视中药创新研发，投入力度比较大，结合新政，下一步：1、持续加大中药研发投入占比，积极布局新药开发项目；2、提升研发成功概率，如结合注册新政开展研发路径创新改变，针对三结合政策，在合作方式上进行创新改变；3、打造一支技术能力强，具备全球战略视野和国际研发经验，多学科结合创新型技术团队。

20、国家积极支持中药全产业链建设，可否分享下公司近年来在中药产业链建设方面的相关举措？以及中药产业链前端布局情况？

答：公司紧跟央企增加核心功能，提升核心竞争能力的相关要求，秉持中医药传承创新发展理念，围绕中药产业链上中游，不断整合中药产业链各方资源，推动基础固链、技术补链、融合强链、优化塑链，建立在中药领域的引领优势，打造成中药行业领导者。在产业链上游，公司积极开展道地药材良种繁育和野生濒危资源保护工作，种子种源基地建设不断夯实。同时，公司注重溯源体系建设，保障药材来源可控，品质稳定。在产业链中游，围绕中药创新和中药大品种循证医学打造。在中药生产制造环节，借助自动化、信息化、智能化的发展，持续深化智能制造水平，有效提升中药产品质量的稳定性。产业链下游，协同客户共同构建中药良好体系，让消费者喜欢用、用得着、更广泛喜爱中药，培养药事服务和营销推广体系。华润三九承担产业引领角色，将积极发挥中央企业的主体支撑和融通带动作用，推动中药产业链生态圈各方达成发展共识，全力推动中医药产业链高质量发展。

附件清单 (如有)	2023 年度业绩说明会演示文稿
日期	2024/4/2