

# 华润三九

## 2022年度业绩说明会

华润三九医药股份有限公司

二〇二三年四月





CONTENTS

01

业绩回顾

02

业务举措

03

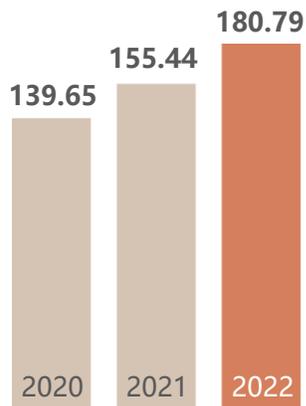
未来展望

# 01

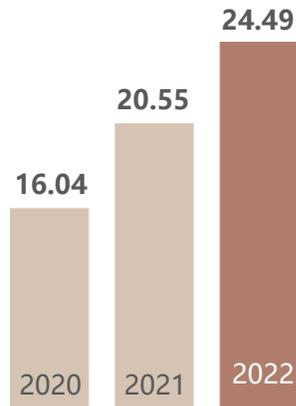
Part 1

**2022年业绩回顾**

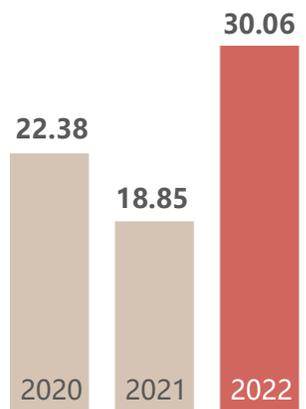




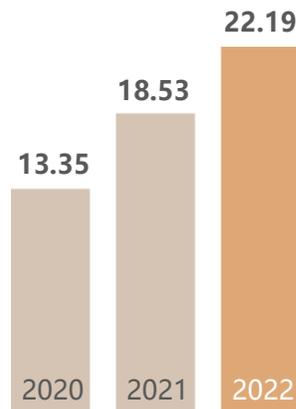
营业收入  
180.79亿元  
同比增长  
**+16.31%**



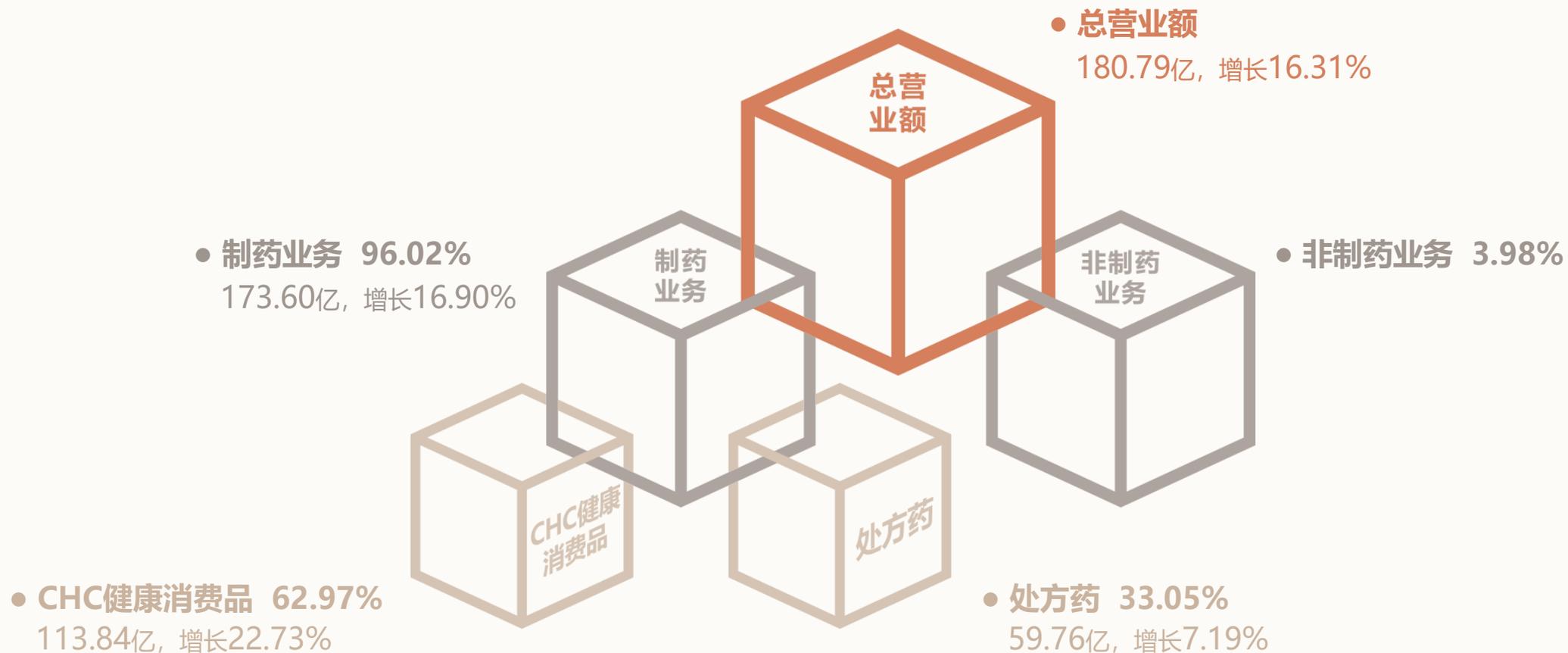
归母净利润  
24.49亿元  
同比增长  
**+19.16%**



经营活动产生的现金流量净额  
30.06亿元  
同比增长  
**+59.52%**



归母净利润 (扣非)  
22.19亿元  
同比增长  
**+19.75%**



# 02

## Part 2

# 2022年业务举措

 创新发展

 质量管理

 绿色发展

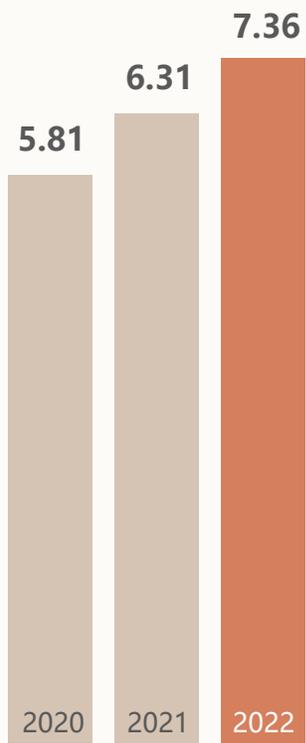
 业务回顾





加强创新研发，完善创新体系和机制建设，提升创新转型能力

+16.65%



研发投入 (单位: 亿元)



新品研发投入占比显著提升，在新产品立项、产品研发、产品力提升等领域取得积极进展；



### 促进高新技术产业化发展

获得：发明专利授权34项  
实用新型专利56项  
获得研发政府资助资金7,687.6万元



## 重点研究项目进展顺利



**QBH-196**  
1类小分子靶向抗肿瘤药  
开展I期临床剂量爬坡试验



**DZQE**  
1类创新中药改善女性更年期症状  
进入II期临床研究



**ONC201**  
H3K27M突变型胶质瘤新药  
积极推进国内注册申报工作




**示踪用盐酸米托蒽醌注射液” (复他舒®)**  
2类新药新适应症获批



新适应症：用于乳腺癌患者前哨淋巴结的示踪；  
首次纳入国家医保目录：23年1月



**中药新药QJYQ**  
用于外感疫病康复期的治疗  
已完成临床前研究，正在积极推进注册申报工作



**战略领域**

抗肿瘤  
骨科  
抗感染...  
呼吸  
皮肤

**在研项目：77项**



业务举措

## 创新发展

坚持仿创结合，进行产品布局



### 《药品注册证书》

获得布洛芬混悬液、富马酸丙酚替诺福韦片等3个《药品注册证书》

中选第七批国家药品集中采购



### 开展了10余个品种的一致性评价工作

咪唑斯汀缓释片等3个品种通过国家仿制药质量和疗效一致性评价

国内独家首个过评品种





## 提升产品竞争力，关注中药传承创新



### 中药经典名方

在研经典名方  
二十余首



### 药材资源研究

- 围绕重点药材资源布局上游药材种植基地
- 开展道地药材栽培技术研究
- 形成规范化种植技术规范

参与的国家南药种苗繁育标准化示范区项目入选国家农业标准化示范区项目



### 中药配方颗粒标准研究

与国内知名科研院校合作，推进中药配方颗粒国家标准研究和申报



### 产品力提升

围绕大品种999感冒灵、999理洳王牌血塞通软胶囊、天和骨通贴膏、气滞胃痛颗粒、华蟾素、瘀血痹片、尕痹胶囊等多个品种开展药材资源、工艺优化、质量提升、循证研究等工作



构建品牌影响力，提升品牌市场份额，提升线上线下载传播效率

## 品牌建设

## 数字化媒介推广



- 围绕复工复产主题，联合连锁药店和O2O平台，三方协力解决买药困难问题



- 999感冒灵与新锐品牌蕉内跨界合作推出“不感冒”保暖套装

- 999澳诺登陆央视CCTV1进行品牌宣传

### 激活品牌年轻活力

999® 澳诺®



“澳诺钙，用心爱”的补钙理念传播  
累计覆盖5.9亿人次



- 搭建专职专业的新媒体运营团队
- 围绕用户触点尝试内容营销等推广方式
- 探索数字化全域营销推广方式



## 推进质量管理信息化建设，打造高效可控的质量管理体系



### 深化质量管理体系建设

- 组织生产单元开展质量管理体系梳理；
- 持续推广质量工作标准化；
- 夯实实验室建设成果；

报告期内3家生产单元通过CNAS  
认可委员会现场评审。



### 质量管理信息化建设

- 推广一体化政策数据和学习平台的应用；
- 推进质量管理体系（QMS）、实验室信息管理系统（LIMS）项目建设。



### 防范质量风险

- 完善质量风险管控体系、审计管理体系；
- 通过质量审计、内部抽样评价、质量改进提升等举措，持续提升质量风险的可控性；
  - 累计接受外部监督检查76次、内部审计检查13次，均顺利通过
  - 国家药品抽样性评价85个批次，均符合规定
- 完善集采供应商全生产周期的管理体系，强化供应商管理。

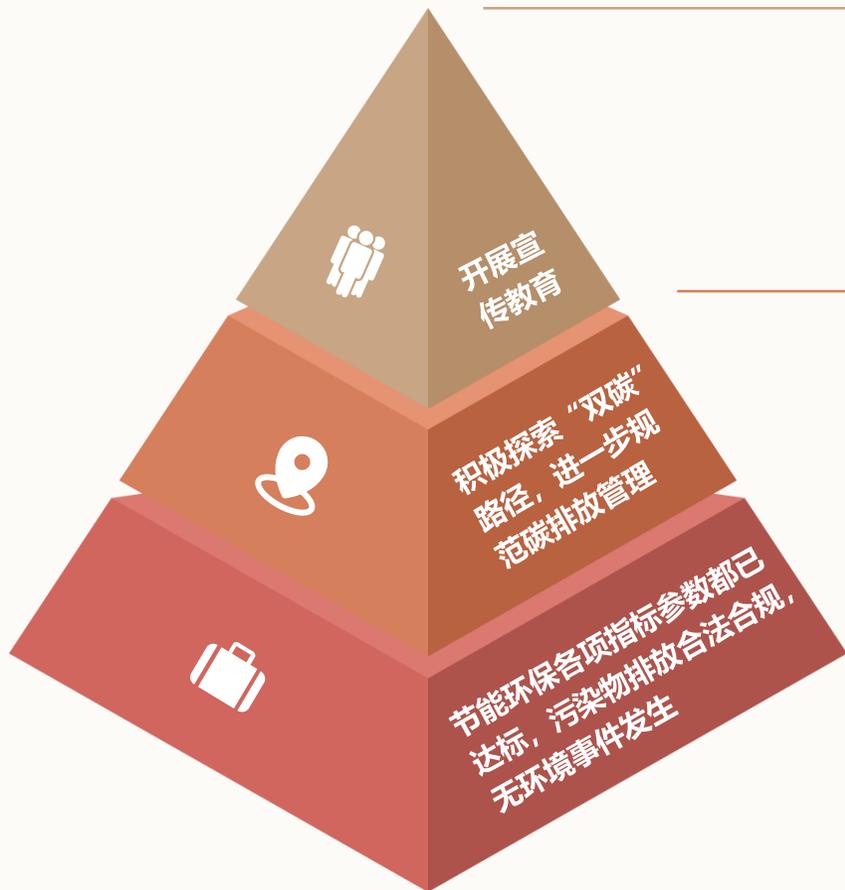


### 质量文化建设

- 通过“3.15国际消费者权益日”、“药品质量安全警示教育”、“质量月”、“三九技能杯”技能大赛、质量征文等系列活动；
- 多次组织开展药政法规解读讨论和专业知识学习。



## 牢固树立绿色低碳发展理念，保障绿色可持续发展



- 组织世界环境日、节能宣传周和全国低碳日等宣传培训活动；
- 大力倡导绿色低碳生产生活方式；
- 逐步将绿色低碳理念贯穿至产品生命周期的全过程。

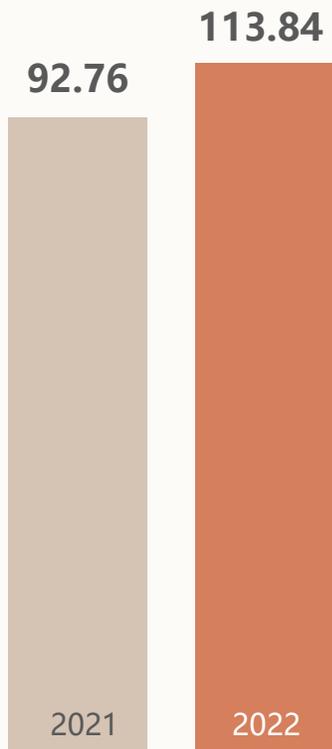
- 初步制定《华润三九碳达峰行动方案》，明确了“十四五”期间“碳达峰”行动目标和重点任务；
- 已将观澜园区打造成具有医药行业特色的近零碳示范标杆园区，探索有效模式和有益经验加以推广；
- 参加碳排放管理培训；强化碳排放数据质量管理。

- 与所属各级企业签订EHS责任书，层层压实生态环保主体责任；
- 多次召开环保专题工作会议和和污染物排放合规警示会议；
- 多次组织节能环保管理人员参加专业技能培训；
- 多次组织开展大规模的污染物排放合规性专项排查；
- 按照《华润三九环保风险分类分级评价方法》对排查出的环保风险项实行分类分级管控；
- 运用EHS信息化管理系统实现隐患项整改闭环跟踪。



克服外部环境影响，紧抓市场机遇，稳固品牌地位

+22.73%



(单位：亿元)

CHC业务收入

## CHC业务实现快速增长

- **感冒、止咳类药物：**上半年销售受到限售政策的影响，通过加强线上渠道投入、制定线下快速反击等举措，销售保持稳定；三季度随着终端销售管理更加规范，销售增长恢复良好；四季度受感冒高发及管控放开影响，订单充足，加紧排产，全力保障药品生产及供应。
- **皮肤用药：**表现较好，通过皮炎平系列化包装设计升级以及数字化平台曝光度提升，999皮炎平红色、绿色装实现快速增长。
- **胃药品类：**推动“三九胃泰”品牌年轻化，围绕抖音等平台开展整合营销，扩大在细分领域的领先地位。
- **儿科品类：**小儿感冒药、小儿止咳糖浆等处于需求旺盛状态，均表现较好。澳诺业务随着品牌影响力的逐步提升增长快速。

CHC健康消费品业务



产品持续拓展，不断升级专业服务



## ● 专业品牌

### 999<sup>®</sup> 澳诺<sup>®</sup>

- 基于成为儿童健康管理第一品牌的愿景，在儿童身体发育、胃肠调理、免疫力发育、智力发育、视力发育等相关领域补充了品类发展规划
- 打造数字化新驱动力

### 易善复<sup>®</sup>

- 牵手全国核心连锁药店发起“保肝稳糖”系列主题科普活动，通过线上线下多渠道开展科普患教、名医直播、健康义诊、学术宣传等多种类型的公益活动，推动全民肝脏健康意识的提升
- 提高零售药店慢病专业服务水平，辅助零售药店转型升级，更好地服务于有保肝护肝需求的人群



大健康业务线上产品实现快速增长，康复慢病业务保持稳定

## ● 大健康业务

- 布局“胶原蛋白类、益生菌类、蛋白粉类”等，满足不同需求
- 构建线上线下一全渠道布局
- CMO业务  
新客户拓展提速  
发展态势良好

## ● 康复慢病业务

- 临床证据提升产品力  
加强999理洵王牌血塞通软胶囊在脑卒中、冠心病等适应症上的学术研究与应用



- 持续丰富产品管线  
深入贯彻“心脑血管慢病”+“三七全株深度开发”产品策略，引入降脂降糖保健品等慢病产品

### • 推动三七产业高质量发展

聚焦三七资源产业体系建设，推动与云南省政府全面深化合作，力争在云南打造集技术研发、种植、产地加工、智能制造、市场销售于一体的三七全产业链龙头企业



业务举措

# 渠道和终端建设

夯实平台基础，拓展新渠道覆盖，提升业务效率

## “999完美药店” 终端门店服务项目

已覆盖全国

# 21个中心城市

# 6000+家核心门店

通过组织大型服务活动，实现产品在渠道及消费者口碑的提升  
与核心连锁探索数字化动销模式，建立新型合作伙伴关系



< 推荐 宝贝



999官方旗舰店

天猫 综合体验 ★★★★★ 粉丝数 30.5万

已订阅

## 多品牌多类目B2C综合场

OTC药品 ✓

RX药品 ✓

居家日用 ✓

美发护发 ✓

零食坚果 ✓

保健食品 ✓

医疗器械 ✓

美容护肤 ✓

618和双11电商大促活动中:

999获得天猫平台:

家庭常备感冒用药**TOP 2**

肝胆OTC类目**TOP 1** (易善复)

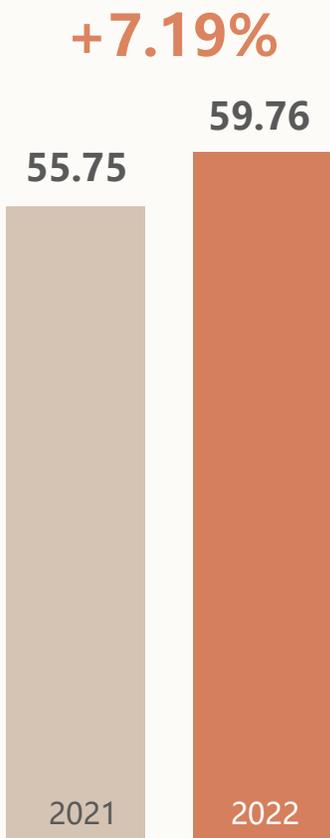
儿科OTC用药**TOP 3**

小儿维矿品类**TOP 1**





重视产品价值发掘与学术营销，业务结构持续优化



(单位: 亿元)

处方药业务收入

## 处方药业务同比增长7.19%

增速放缓主要由于:

- 医院患者数量下降
- 部分地区学术活动推广难度增加
- 配方颗粒业务各省备案进度低于预期销售受限

处方药业务



业务举措

# 处方药业务



## 强化现有产品的循证研究，不断丰富产品线



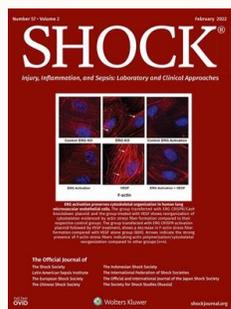
### 从学术证据出发， 围绕疾病进行中成药适应症管理

心脑血管急重症领域的参附注射液、骨科领域的瘀血痹片等产品在SCI收录的国际学术期刊发表研究论文数十篇，进入多个疾病诊疗指南、专家共识，循证医学证据体系愈发完善，《慢性骨病中药优势品种研发与上市后再评价关键技术体系创建及应用》获得中华中医药学会科学技术奖一等奖。

### 中成药学术营销体系建设



### 坚持以临床需求为导向，强化现有产品的循证研究， 着重产品价值发掘与学术营销，并不断丰富产品线



Shock., 2022, 58, 196-203.  
IF 3.533



Front. Pharmacol., 2022, 13,  
1041326.  
IF 5.988



Oxid. Med. Cell. Longev., 2022,  
2022, 4299892.  
IF 7.310

参附注射液代表性研究论文：

1. EFFECTS OF SHENFU INJECTION ON SUBLINGUAL MICROCIRCULATION IN SEPTIC SHOCK PATIENTS: A RANDOMIZED CONTROLLED TRIAL
2. Effects of combination therapy with Shenfu Injection in critically ill patients with septic shock receiving mechanical ventilation: A multicentric, real-world study
3. Effect of Shenfu Injection on Differentiation of Bone Marrow Mesenchymal Stem Cells into Pacemaker-Like Cells and Improvement of Pacing Function of Sinoatrial Node



《慢性骨病中药优势品种研发与上市后再评价关键技术体系创建及应用》



## 持续构建全产业链竞争优势



2022年配方颗粒毛利率有一定下降

配方颗粒新国标执行

2022年饮片业务实现快速增长

对国药业务营收贡献较大



加速推进已颁布国家标准和地方标准品种的生产落地工作

建立起规模化、批量化、高品质、高柔性的跨区域数字化车间

稳步推进国省标产品切换、备案工作

通过单品、适宜技术等学术推广路径，巩固核心市场及重点客户，加快基层医疗市场拓展

构建配方颗粒业务院企共建发展平台及多元学术推广项目

...

建立饮片专职化团队，搭建商业联盟进而打造全国一体化的商业配送及分销平台

拓展饮片业务区域布局，打造黄金单品

以“中医药全产业链价值管理”为指引，持续构建全产业链竞争优势

- 扩大中药材规范化基地建设
- 建立药材采收、种植、产地加工、仓储一体化的产业模式
- 探索药材种植作业智能监控和全过程管理
- 建立覆盖药材种植、饮片/配方颗粒生产、销售流通的全过程的溯源体系
- 持续提高配方颗粒生产效能与质量控制水平



持续关注国内外优质资源，战略性并购整合发力



## 昆药并购

### ► 交易方案：

以支付现金的方式向华立医药集团有限公司和华立集团股份有限公司购买其合计持有的昆药集团股份有限公司28%的股份。

总交易价款为29.02亿元，对应每股转让价格13.67元。

### ► 交易进展：

- 2022年12月30日收到中国证券登记结算有限责任公司出具的《过户登记确认书》，昆药集团28%股份已过户至华润三九名下，交易对应的标的资产已过户完成。
- 2023年1月19日，昆药集团完成董事会、监事会改组工作，昆药集团控股股东由华立医药变更为华润三九。

### ► 交易价值：

昆药集团和华润三九在品牌、产品、渠道等方面有良好的协同性，在三七产业发展及“昆中药1381”品牌打造上，相互赋能，协同发展。

# 03

Part 3

**2023年工作展望**





公司愿景

成为大众医药健康产业的引领者

战略目标

争做行业头部企业，营业收入翻番

业务领域

消费者端 (CHC)

医疗端 (RX)

战略举措

**举措一**  
升级创新体系，  
强化管线建设，  
创新驱动发展

**举措二**  
加快自我诊  
疗业务布局，  
巩固行业领  
先地位

**举措三**  
强化中医药全  
产业价值链管  
理，升级中药  
智能制造，提  
升产业竞争力

**举措四**  
整合行业优  
质资源，加  
强国际化合  
作，强化产  
业竞争优势

**举措五**  
制定数字化战  
略，搭建数字  
化业务体系，  
构建数字化业  
务能力

**举措六**  
落实“科改示范”  
和“对标世界一  
流管理提升”，  
提高组织活力及  
效率

核心能力

八大核心能力

规划保障

七项规划保障



未来展望

# 创新发展

## 加强创新投入，推动战略升级



### 创新体系

创新体系

创新投入

- 持续优化和健全创新体系，针对公司核心战略领域开展创新探索，塑造高绩效创新组织
- 加大创新投入，完善科技创新项目闭环管理体系，提升控风险、促成果的能力
- 强化项目立项论证机制及成果转化机制，沉淀关键技术攻关能力
- 优化创新研发激励机制
- 持续推动创新产品上市



### 升级

产品升级

- 关注预防、保健、治疗、康复全周期，围绕老年、儿童、女性等重点人群，在家庭常见病、预防调养等自我诊疗领域方向进行产品升级



### 探索

中医药创新发展

- 持续加大来源于古代经典名方的中药复方制剂、院内制剂及同名同方药的研发力度
- 加大中医药研发投入，推动经典名方品种注册申报及生产落地
- 关注院内制剂合作机会，持续围绕中成药大品种进行二次开发



### 提升

产品力提升

- 加强种子种苗繁育及道地药材技术标准研究
- 系统开展药材资源种植研究及产地加工技术研究、工艺优化、质量标准提升及循证医学证据打造
- 培育大品种独特优势
- 提升消费者体验，维护核心产品领先地位



### 数字化

数字化能力构建

- 打造全域营销能力，重点聚焦在差异化药品及非药赛道开发以及全链路数字化营销推广能力提升
- 优化产品筛选模型，持续提升媒介专业运营能力和电商会员体系的建设 and 积累



未来展望

# 绿色高质量发展

持续完善高质量绿色发展体系及能力

## 可持续发展



01

### ● 质量管理

密切关注政策法规变化，深化质量管理体系建设，推进适应新发展形势的质量管理体系建设  
推进质量管理数字化转型

### ● 环境保护

持续开展节能环保降碳工作，常态化开展环保风险排查，加强宣传培训，贯彻执行“碳达峰碳中和”规划，进一步加强绿色低碳能力建设，推动节能环保降碳项目有序开展

02





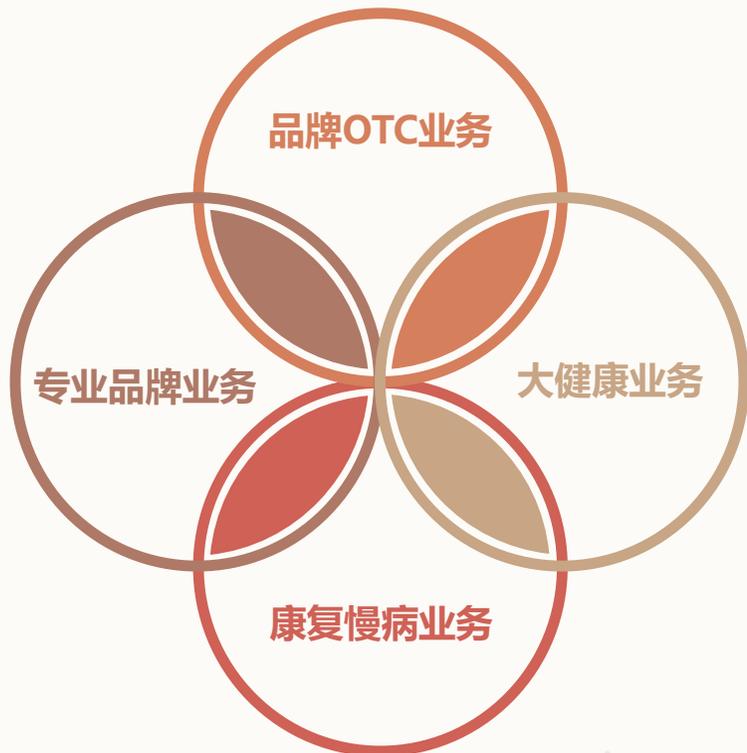
## 强化核心业务和999品牌影响力，打造专业性品牌集群

### 品牌OTC业务

- 持续升级产品，丰富预防周边、细分症状产品
- 夯实传统渠道与终端基础，把握新入口发展机遇，持续拓展电商、O2O等新渠道，巩固感冒、胃肠、皮肤等品类优势

### 专业品牌业务

- 持续提升消化、骨科、儿科、妇科等领域的产品开发能力
- 加强学术研究，构建学术高地，丰富品牌资产
- 围绕患者临床需求构建服务体系



### 大健康业务

- 以老年人群、运动人群、女性人群的健康管理需求为切入点，形成丰富的产品组合
- 进一步提升数字化运营能力
- 以大单品打造为核心目标，逐步形成行业优势地位

### 康复慢病业务

- 持续加强三七产业链建设
- 提高产能和生产运营效率
- 加强品牌+学术的营销系统建设



未来展望

# 处方药业务

强化产品生命周期管理，开展多元化外部合作以丰富产品管线

## 01

强化产品生命周期管理，以患者为中心推进产品间的联动与赋能，优化相关疾病诊疗方案与生态建设以实现品牌共赢



## 03

将积极应对国家及省级集采，对于已入选集采目录产品，做好供应保障，通过规模化生产不断降低成本



## 02

洞察行业机遇，利用自身优势，开展多元化外部合作以丰富产品管线

新产品复他舒®（示踪用盐酸米托蒽醌注射液）、赛比普®（注射用头孢比罗酯钠）加大推广力度，以实现快速增长





完善全产业链溯源能力，提升中药配方颗粒和饮片业务能力

## 01



### ■ 国药业务

持续推进标准化、规范化种植基地建设，完善全产业链溯源能力

## 02



### ■ 中药配方颗粒业务

- ✓ 持续提升对市场环境变化和成本上升的应对能力，夯实自营基础和能力
- ✓ 加大市场拓展，大力发展基层

## 03



### ■ 饮片业务

- ✓ 推动饮片产品分级，提升饮片盈利水平
- ✓ 完善商业联盟渠道管控体系搭建
- ✓ 布局煎药服务标杆
- ✓ 加快拓展饮片医疗终端市场



未来展望

## 昆药整合



### 平稳推进昆药集团整合进程

#### 公司与昆药集团将在业务、管理方面实现协同价值。

- 协同深入挖掘“昆中药1381”品牌的内涵，基于三九丰富的品牌打造经验，共同把“昆中药1381”品牌打造成有全国影响力的精品国药品牌；
- 渠道终端等方面将充分共享三九商道体系和终端覆盖；
- 三七产业是三九重点布局的中药产业链项目，昆药三七药品剂型非常丰富，产业链上有较好布局，双方将合作推动三七产业链高质量发展；
- 管理融合方面，将逐步导入华润战略和财务管理体系，助力昆药集团进一步提升运营管理水平，改善盈利能力。





## 预计2023年公司营业收入将实现双位数增长， 净利润将匹配营收增长水平



### 注解

该预计未考虑昆药并购对于业绩的增厚、可能存在的并购、外部环境等不可预测因素对公司收入的影响，并假设宏观经济环境的变化对医药行业整体景气程度没有重大影响，医药相关政策的实施不会对公司核心产品的销售及价格造成重大影响，中药配方颗粒品种国家标准及地方标准推行顺利且产品毛利率变化符合预期。



# THANKS



关爱大众健康  
共创美好生活