

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：2023-003

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（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 checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	嘉实基金、国海证券	
时间	2023年1月16日	
地点、方式	综合办公中心（现场调研）	
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>1、公司四季度和明年预期？</p> <p>答：公司四季度营收、利润基本保持前三季度态势。四季度通常是公司感冒品类销售旺季，12月份疫情管控放开后，对感冒药及相关产品需求有进一步增长。具体品类方面，CHC业务中核心品类增长较好，感冒、止咳类药物需求量较大、订单充足，但由于生产有一定周期，产能已饱和，因此供应不能满足市场需求。儿科品类总体表现比较</p>	

好，其中澳诺业务持续表现较好，四季度以来小儿感冒药也处于需求旺盛状态。皮肤药和胃肠用药全年保持较快增长。大健康业务增速良好。CHC 业务中康复慢病业务表现相对较弱，主要在于血塞通软胶囊未中选湖北集采，在湖北集采区域进入实施后，院内市场受到一定影响。

处方药业务方面，配方颗粒业务全年表现低于预期，主要在于省标品种各地备案进度，12月由于疫情管控放开后预防方、治疗方等需求增加，12月份配方颗粒表现较好，但是全年趋势较难扭转。饮片业务增速很快，对国药业务营收贡献较大，但饮片业务毛利率较低。处方药受集采政策影响的主要是中药注射剂品种，在易善复、诺泽、骨科产品、示踪剂等增长带动下，处方药业务预计全年实现增长。

2、配方颗粒业务明年表现？

答：配方颗粒业务预计明年增速会加快，主要在于配方颗粒业务今年下滑比较明显，基数较低。同时，备案品种数量逐渐增加，预计明年的增长具备一定的基础。如果明年各省备案进度比较快或者国标品种出台速度快的话，销售进度可能会更好。

3、配方颗粒业务集采预期和竞争厂家进入情况？

答：公司规划中做了相应的考虑，配方颗粒大规模集采预计要等到国标数量达到400种以后启动，公司也会做好相应准备。

4、昆药商业的安排？

答：昆药商业流通业务不是三九战略方向上业务，会考虑进行剥离。目前还没有时间表，将选择合适时机尽早启动。

5、公司对于昆药的规划和协同安排？

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，并更好应对集采大环境变化，制定推广策略。此外，未来健康类产品开发方面也有发展机会。2、协同打造昆中药 1381 品牌。三九有丰富的品牌打造经验，有很多资源可以和昆药共享，共同把昆中药 1381 品牌打造成全国有影响力的精品国药品牌。3、零售渠道、终端等均可资源共享。

6、三九和昆药整合后，未来三七品类的发展规划？

答：三七产业方面我们已拟定发展规划，三七地域性比较强，和昆药整合到一起后，三七业务具备一定的规模，可对上游资源品质和标准提升有更大影响力，同时云南省也非常支持华润带动产业发展。未来将在三七种子种苗繁育方面长期投入，提升标准。中游围绕现有药品业务，统一规划，对产品结构和渠道相应调整。同时加快现有品种增加适应症的研发，拓展基药市场，为未来业务增长打下基础。并利用上游优势不断在三七保健食品，功效护肤品等方面做一些拓展。

7、公司整合圣火和昆药的节奏？

答：整合启动时点将结合最终方案及二级市场表现确定，包括业务整合计划及支付方式是现金支付或通过发行股份等，业务上希望能尽早进行统一规划和布局。

8、公司原料药方面是否受到影响？

答：公司之前做了一定的准备，成立了专门小组，根据疫情变化做相应应对，包括供应链准备等，主要原材料供应方面做了一定储备。配方颗粒业务原材料近期价格上涨较快，货源紧张，配方颗粒和饮片产品定价相对市场化。

9、公司通常的库存情况和目前的状态？

答：社会库存通常在 2 个月左右，目前感冒药的库存很少。

10、饮片业务规划？

答：饮片和配方颗粒在生产 and 终端推广上有非常好的协同性，公司于 2020 年开始

布局饮片业务。2022 年由于配方颗粒销售在部分省份受限，饮片业务作为补充加大了推广，2022 年占比有比较大提升。未来国药业务中，配方颗粒业务为核心发展业务，饮片作为补充业务。

11、经典名方规划？

答：经典名方是中药研发的重要方向，目前在研经典名方 20 余首。立项产品主要围绕老年、女性和儿童三个人群布局。未来市场定位会先拓展医院渠道，并逐渐转向院外渠道。

**附件清单
(如有)**

-

日期

2023/1/16