

证券代码：000999

证券简称：华润三九



投资者关系活动记录表

编号：2021-003

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	大成基金
时间	2021年1月25日
地点	综合办公中心
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、自我诊疗业务未来发展潜力？</p> <p>答：近年来，医药行业政策迭出，机会不断涌现，自我诊疗市场的行业集中度提升是大趋势，公司产品市占率还有进一步提升的空间；新渠道的快速发展也将给公司未来业务带来新的增长动力。OTC业务中999感冒灵近年一直处于品类领先地位，但由于感冒药市场相对分散，因此市占率</p>



不是很高，仍然具有较大的发展空间。易善复产品一直保持快速增长，未来零售渠道还是有比较大的潜力。随着大众健康意识的提升，大健康业务预计未来有更快速的增长。康复慢病业务保持稳定增长的态势。此外，公司在继续强化品牌和渠道拓展的同时，也将持续丰富产品，围绕健康全周期进行产品布局。

2、公司产品的提价策略？

答：公司 OTC 产品价格一直较为稳定，随着近年来整体成本，特别是原材料成本、人力成本等不断上涨，公司对部分产品进行了小幅提价，兼顾了患者的接受能力和公司缓解成本压力。针对不同的产品以及产品周期的不同阶段，公司也会采取不同的定价策略。提价带来的增长在公司整体营收增长贡献中占比较小。

3、公司现在销售团队的分布？

答：公司自我诊疗和处方药业务销售团队在人员数量上差不多，处方药业务分为专科线，负责配方颗粒和饮片的国药事业部以及抗感染事业部三条业务线。自我诊疗业务分为品牌 OTC，专注儿科，消化，妇科，骨科等领域的专业品牌线，康复慢病业务线以及大健康业务四条线。销售团队在专业化细分的基础上，也有充分的协同，如商务、KA 等主要是共享的团队。



4、公司 OTC 业务销售渠道体系如何？公司如何加强与终端的合作？

答：公司 OTC 业务采用三级经销商体系，终端覆盖了全国超过 40 多万家药店，其中包含直控药店、连锁药店以及商业覆盖药店。

过去几年，公司也在逐渐强化和终端的合作，随着终端药店连锁化率的提升，公司也非常重视和连锁药店的合作。目前来讲，公司跟全国性的连锁药店都保持非常好的合作关系。

5、公司的品牌策略是怎样的？

答：公司具有较强的品牌运作能力，重视消费者研究和媒介创新。公司采取 1+N 的品牌策略并取得了较好成果。在“999”品牌的基础上，陆续补充了“天和”、“顺峰”、“好娃娃”、“易善复”、“康妇特”、“澳诺”等深受消费者认可的药品品牌，并将其分别打造为骨科贴膏、皮肤用药、儿童用药、护肝用药、妇科用药、补钙用药等领域的专业品牌，为长期的业务发展奠定了坚实的基础。

6、关于中药配方颗粒未来国家标准正式出台，对配方颗粒这个行业的需求，竞争格局会有什么样的影响？

答：公司为中药配方颗粒生产企业之一，生产 600 余种单味配方颗粒品种。随着中药配方颗粒结束试点的政策推进，以及国家标准的逐步实施，配方颗粒市场全面放开的同时，配方颗粒业务也将面临新的竞争环境，如配方颗粒生产厂家会更多，企业生产成本上涨等。公司将加快全产业链布局，加快国家标准的生产落地，积极开展道地药材种源及资源研究，持续



拓展药材种植基地建设，保障药材品质和质量稳定。启动全品种的产品溯源系统上线，推进前端药材的追溯机制。并扩充饮片产品品类，打造“本草悟”品牌系列产品。

7、公司和诺和诺德合作业务进展情况？

答：公司与诺和诺德在中国大陆地区通过合约销售模式共同推广重组人生长激素注射液诺泽®。公司已完成业务交接，目前诺泽®市场规模较小，正在产品培育期。公司已组建了销售团队，完成了市场交接，拟通过拓展诺泽®的销售网络，进一步扩大其可及性，为医疗专业人士提供优质的治疗方案，让患者能够更便捷地获取诺和诺德研发和生产的优质产品。

8、公司并购整合方面的规划？

答：公司高度关注优质资源的整合机会，重点围绕公司战略，在自我诊疗（CHC）领域探索国内外优质品牌的引进，处方药业务重点关注有高临床价值的产品。通过并购、合资、代理、业务合作等形式开展合作，推动公司的业务发展。

2020年，公司完成了收购澳诺制药100%股权，丰富了儿童健康领域的产品的布局，参股一家高端吸入制剂仿制药企业，并于2020年12月，收购华润堂（深圳）医药连锁有限公司100%股权，打造国药业务平台。同时，公司积极推进与日本OTC企业的合作，结合各方产品技术和市场方面的优势来共同发展。



附件清单 (如有)	-
日期	2021/1/25