

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：2024-020

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 checked="" 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	参与公司 2024 年上半年业绩说明会的投资者	
时间	2024 年 9 月 2 日	
地点、方式	全景路演网络文字互动	
上市公司接待人员姓名	董事长 邱华伟先生 副总裁 周辉女士 财务总监兼董事会秘书 梁征先生 副总裁 王亮先生 独立董事 孙健先生	
投资者	1、中长期如何展望公司 CHC 业务收入增速，在目前整体人口见顶的趋势下？	
关系活动	答：您好，我国医药行业处于高质量发展新阶段。医药卫生服务逐步由“以治病为中心”	

主要内容

介绍

向“以人民健康为中心”转变，人口老龄化程度持续加深，医疗健康领域仍存在较大的未被满足需求。CHC 健康消费品业务作为公司核心业务，以家庭常见疾病治疗及健康管理为出发点，积极向健康管理、康复慢病管理方向延伸，希望做到全域布局，全面领先。2024 年上半年，在零售端增长乏力、竞争愈发激烈的环境下，凭借强大的品牌影响力、卓越的渠道掌控力、优秀的品类拓展力，公司 CHC 业务展现出强劲的韧性，同比增长 14.00%，核心品类领导地位及自我诊疗领域的行业地位进一步稳固。

2、未来公司处方药具体定位是什么，是否会考虑划给天士力？

答：您好，公司 CHC 健康消费品作为核心业务，处方药和国药作为发展业务，形成根深叶茂的发展模式。通过这次交易，华润三九和天士力将相互赋能，让天士力创新优势更加凸显、创新领导者地位更加稳固，并助力华润三九创新能力快速提升，助推华润三九成为中药产业领导者。

3、昆药商业业务大致剥离的时间点是什么时候，26、27 年？

答：您好，华润三九收购昆药集团涉及到的商业流通业务同业竞争，已承诺在 5 年内解决。昆药商业流通业务目前正在夯实业务基础。

4、公司的商道如何实现渠道内利益共享、价值互通的体系，为何会成为三九独有的渠道优势？

答：您好，三九商道是三九和商业之间、以及商业与商业之间的共同成长体系。是一个高效链接三九与客户，共同实现用户需求全方位满足的服务平台；是三九与客户共同建设的快速响应、购买便捷、服务专业，多触点、全生态应用场景平台；是三九与客户共同打造的“诊+疗+健康”智慧生态圈，以数字化为载体，以全健康管理为目标，致力于满足中国人的健康消费需求；代表了以“诚、信、礼、勤、智、识”为共识的医药健康价值合作文化体系。

5、上半年感冒呼吸品类大部分公司业绩都是下滑的，在行业下滑的情况下，公司还取得了

很好的增长。请问公司的感冒呼吸品类的市场份额是否提升？感冒呼吸品类能取得逆势增长的主要原因是什么呢？

答：您好，在零售端增长乏力、竞争愈发激烈的环境下，依托品牌影响力、渠道掌控力、品类拓展力等方面优势，公司紧随市场趋势，捕捉感冒品类发展机会。过往一年多，公司感冒品类受产能因素影响，渠道库存水平偏低，一直有补库存的需求。感冒呼吸品类有比较好的表现。

6、各位好，请问公司怎么看待下半年的业绩？

答：您好，展望全年，预计发病率变化、部分行业政策推行及外部环境变化可能对公司的经营活动带来一定不确定性，对此，公司已拟定了具体的应对措施。2024年公司预计营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位数增长目标，匹配相应合理的利润增速。

7、请问公司收购天士力什么时候能提现在业绩上？

答：您好，公司于今年8月5日披露重大资产重组预案等公告，披露了交易阶段性情况。目前双方密切配合，开展补充尽职调查、审计、评估等相关工作。由于本次交易构成了华润三九重大资产重组，因此后续相关工作量比较大，双方希望加快推进各项工作。相关工作完成后，我们也将提交国资管理等相关机构审批，待审批通过后提请公司股东大会批准，预计争取明年1季度完成交易。

8、上半年院外零售渠道的客流是下降的，公司怎么看待长期院外渠道的客流趋势？如果是下降趋势，是否会削弱公司的核心竞争优势？

答：您好，渠道变化是综合政策、消费、行业整合等多重因素的反应。总体来说，医药零售行业仍处于成长期，短期可能有一定影响，长期预计不会有太大影响。我们会高度关注渠道变化并积极应对，和优秀的零售终端共赢成长。

9、华润圣火 2024 上半年业绩情况怎么样？血塞通增长多少？

答：您好，圣火业务以及血塞通 2024 年上半年继续保持稳健态势。

10、CHC 业务 2024 年上半年快速增长的原因？目前感冒灵库存情况？全年营收双位数增长目标是否有压力？

答：您好，CHC 健康消费品作为公司核心业务展现出强劲的韧性，同比增长 14%，核心品类领导地位及自我诊疗领域的行业地位进一步稳固。公司感冒药等核心品类渠道库存情况良好，过往一年多感冒品类持续供销两旺，产能面临一定压力，渠道库存水平偏低。整体渠道库存一般在 2.5-3 个月左右水平。

2024 年公司预计营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位数增长目标。

11、单二季度看，公司营收几乎没有增长，请问具体是哪些板块业务的营收增长变动导致的？跟一季度比，CHC 业务还在持续增长吗？

答：您好，2024 年上半年公司实现营业收入 141.06 亿元，同比增长 7.30%；实现归属于上市公司股东的净利润 23.98 亿元，同比增长 27.77%；实现经营活动产生的现金流量净额 23.63 亿元，同比增长 33.36%，保持良好稳健态势。公司营业收入稳健，符合预期。总体而言，公司上半年整体经营业绩表现良好，主要是受 CHC 业务增长带动。全年来看，预计发病率变化、部分行业政策推行及外部环境变化可能对公司的经营活动带来一定不确定性。对此，公司已拟定了具体的应对措施。2024 年公司预计营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位数增长目标，匹配相应合理的利润增速。

12、华润三九价值重塑昆药集团，到 28 年工业收入百亿目标中，其中 777 血塞通软胶囊的目标是多少亿？昆中药 1381 的目标是多少亿？综合净利率通过业务和组织赋能，28 年要达到什么水平？二、华润三九收购昆药集团以来，先后在 22 年、23 年、24 年上半年对昆药实施了较大规模的减值，资产质量的清理工作接近尾声了吗？三、近期昆药集团股价已接近华润三九的并购价格，昆药集团会实施股权激励吗？

答：您好，感谢您对公司的关注。1、昆药集团将锚定“银发健康产业引领者”的战略愿景，着力打造三七产业链标杆和“昆中药 1381”精品国药平台，聚焦老龄化赛道，持续深耕慢病管理领域；围绕战略目标，持续推动业务、品牌、研发、组织、渠道等方面工作落地。在消费者心中树立三七是心脑血管最佳天然用药的认知。“昆中药 1381”事业部将专注精品国药领域，构建精品国药产品组合。“KPC1951”事业部将重点关注院内严肃医疗产品。未来“777 事业部”和“昆中药 1381”事业部将在零售终端具备较大增长潜力。2、公司一直非常谨慎对待商誉减值，并按照会计准则的规定定期对商誉进行减值测试。昆药集团业务整合未来具有较大的成长空间。在政策没有出现较大变化的情况下，商誉减值压力较小。3、对于昆药集团实施股权激励，公司是鼓励支持的。

13、能否展开描述一下“三九商道”的渠道运作方式？有哪些突出的优势？ 谢谢！

答：您好，公司拥有成熟的管理团队，拥有覆盖全国的完善的渠道商业体系，在合理覆盖、快速流通、有效销售的销售渠道基础上，持续推动“三九商道”体系的迭代升级，聚焦于场景化策略，致力于打造一个高效链接华润三九与客户，共同实现用户需求全方位满足的服务平台；三九商道坚守“诚、信、礼、勤、智、识”的文化理念，引领新的医药健康文化价值体系。

14、请问“三九商道”的渠道运作是 TOB 和 TOC 兼有吗，对于产品推广销售上，有哪些具体优势？谢谢！

答：您好，三九商道是三九和商业之间、以及商业与商业之间的共同成长体系。是一个高效链接三九与客户，共同实现用户需求全方位满足的服务平台；是三九与客户共同建设的快速响应、购买便捷、服务专业，多触点、全生态应用场景平台；是三九与客户共同打造的“诊+疗+健康”智慧生态圈，以数字化为载体，以全健康管理为目标，致力于满足中国人的健康消费需求；代表了以“诚、信、礼、勤、智、识”为共识的医药健康价值合作文化体系。同时通过三九商道体系强化渠道及终端管理能力，助力产品推广。

15、请问公司在稳健发展的同时今年又展开了对天士力的收购，对于未来公司发展战略有何共鸣和未来还会考虑什么类型的公司整合并购？

答：您好，天士力是公司长期关注的优秀企业，具有全产业链竞争优势，华润三九是中药产业链头部企业，双方战略布局高度契合。天士力在现代中药领域具有研发和产品的领先优势，在医疗渠道、智能制造等方面均具有较强的竞争力。本次交易有利于双方发挥产业链协同效应，在创新研发、智能制造、渠道营销等领域相互赋能，增强全产业链核心竞争力；同时，有利于华润三九加快补充创新中药管线，秉承“传承精华、守正创新”的思路，提高创新药研发能力，建立在中药领域的引领优势，推动中医药传承创新及高质量发展。

公司积极关注行业优质资源整合的机会，并购方向紧密围绕公司战略方向，目前来看 CHC 领域重点关注新品牌、新技术、新产品，处方药领域重点围绕“3+N”战略方向推动。

16、现在昆药股价已跌破三九收购价，会对三九产生多大的商誉损失，三九有没有增持昆药的计划，或者进行全面要约收购。

答：您好，昆药集团生产经营状况稳健，业务整合未来具有较大的成长空间。公司按照会计准则的规定，定期对商誉进行减值测试。昆药集团目前没有商誉减值风险。公司严格按照有关法律法规的规定及时履行信息披露义务，敬请广大投资者理性投资，注意投资风险。

17、CHC 业务上半年增长迅速，现在感冒灵终端库存情况怎么样？全年营收目标还是双位数吗？

答：公司感冒药等核心品类渠道库存情况良好，过往一年多感冒品类持续供销两旺，产能面临一定压力，渠道库存水平偏低。整体渠道库存一般在 2.5-3 个月左右水平。

2024 年公司预计营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位数增长目标。

18、青蒿素治疗红斑狼疮现在怎么样了？为什么公司接手后一直未披露相关信息？

答：您好。公司严格按照有关法律法规的规定及时履行信息披露义务。项目相关情况昆药

集团已在定期报告中描述，具体敬请关注昆药集团相关公告。

19、骨科贴膏的好几个公司今年业绩增长都很不错。请问公司化学贴膏目前的进展？今年对这块业务的预期？

答：您好，公司持续围绕抗肿瘤、骨科、皮肤、呼吸、抗感染等治疗领域在新品研发、产品力提升等领域不断布局，如洛索洛芬钠凝胶贴膏目前在注册申报中。公司骨科天和系列持续完善品类规划，打造高价值属性产品，并通过数字化交互手段获取用户，提升品牌影响力。

20、上半年 CHC 的儿科部分是增长的吗？这个业务在 CHC 里面优先级如何，如何看待长期的潜力在哪里？

答：您好，2024 年上半年，公司儿科品类持续开展产品升级和新品打造工作，并推动产品可及性。基于儿童生长发育第一品牌的品牌目标，999 澳诺业务继续以创新和全面的市场策略推动“大品种-大品牌-大品类”的建设。未来，儿科品类将持续深耕核心赛道，打造品种升级，不断提升消费者使用体验。

21、您好，请问华润圣火与昆药之间的工商变更现在进度怎么样了？

答：您好，双方目前正按照国资相关要求及程序推进协议签署、转让手续等事项。

22、您好，请问目前昆药的昆中药 1381 事业部主要面向的群体是什么年龄层段群体，现如今很多品牌都在提倡年轻化才有未来，目前公司是如何看待的？

答：您好，昆药集团紧抓银发经济带来的新发展机遇，结合公司资源优势、产业优势、品牌优势、研发优势，以“银发健康产业的引领者”为愿景，聚焦精品国药、老龄健康-慢病管理两大核心业务领域，重点打造三七系列产品为核心的慢病管理以及“昆中药 1381”系列为核心的精品国药两大平台，致力于成为“老龄健康-慢病管理领域领导者”和“精品国药领先者”。精品国药平台打造方面，围绕“昆中药 1381”的企业品牌，聚焦昆中药参苓健脾胃、舒肝颗粒等核心大单品，面向客户群体，通过全方位、多维度、高频次的广告投放强势出击，以大流量、

大声势、大布局增加品牌曝光率、驱动品牌跃级发展；并通过强化市场营销与品牌声量的紧密结合，多渠道齐头并进，加快实现终端转化、快速提升渠道覆盖。

23、2024 上半年公司销售费用率、毛利率变化情况以及未来趋势展望？

答：您好，2024 年上半年公司整体毛利率 53.56%，同比增长 1.3 个百分点；其中 CHC 业务的毛利率较好，处方药的毛利率有一定下降。2024 年上半年公司总体销售费用率 23.48%，同比下降 1.5 个百分点，控制相对较好。长期来看，公司毛利率受到业务结构以及产品季节性变化以及费用投放节奏等因素的综合影响，预期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。销售费用率方面，未来不考虑大的结构性影响，公司的管控目标是将销售费用率控制在 30%左右。公司也将持续关注销售费用方面的投入产出效率。

24、公司上半年研发成果有哪些？

答：您好，公司 2024 年上半年研发投入 3.92 亿元。围绕抗肿瘤、骨科、皮肤、呼吸、抗感染等治疗领域，在研发和产品力等多方面取得突破。今年上半年公司获得了盐酸特比萘芬喷雾剂、玻璃酸钠滴眼液 2 个《药品注册证书》，同时温经汤颗粒、苓桂术甘颗粒 2 款经典名方也获批上市。昆药集团自主研发的氯硝西洋注射液获得了国家药监局签发的《药品补充申请批准通知书》，为同品种中首家申报并通过仿制药质量和疗效一致性评价。

25、公司线上业务现在发展的怎么样？

答：您好，公司持续优化线上业务平台运营效率，在阿里、京东等主流电商平台持续保持传统品类品牌优势并积极布局社交电商平台，寻找线上业务新的机会增长点。618 电商大促活动中，公司的感冒咳嗽类、肝胆用药类、维矿物质类等多个品类保持排名领先。

26、请问贵公司处方药今年上半年表现？未来怎么看？

答：您好，今年上半年来看，处方药业务表现偏弱，但是管理和管控还是较好的，有效保

障经营质量。处方药板块在应对各种挑战方面还是游刃有余的，这和我们过去几年逐渐消化集采影响也有一定关系。未来公司处方药围绕“3+N”战略方向，继续加大研发投入，丰富产品线，推出新品并优化现有产品组合。产品层面，处方药还是要回归以治疗为中心。

27、今年上半年公司 CHC 的毛利率同比大幅提升，请问公司如何看待 CHC 未来的毛利率趋势？

答：您好，今年上半年 CHC 业务毛利率提升主要是业务组合变化汇总呈现的财务结果，并不一定代表经营趋势。公司 CHC 业务希望做到全域布局、全面领先，争取在广泛的品类竞争中胜出。毛利率的变化可能受到季节变化和高毛利产品占比升高导致。总体上半年 CHC 业务的表现还是非常理想的。未来预计 CHC 业务的毛利率在一个合理区间范围内波动更具可能性。

28、公司下半年预计对昆药做出哪些整合工作？

答：您好，昆药集团围绕“四个重塑”正在稳步推进各项融合工作。价值重塑，昆药将锚定“银发健康产业的引领者”的战略愿景，战略定位清晰。业务重塑，发布了“777”和“昆中药 1381”两大品牌，构建以三七和精品国药为主的业务；“777”将对三七口服制剂产品重点聚焦，打造“777”品牌，建立“三七就是 777”的品牌联想，在消费者心中树立三七是心脑血管最佳天然用药的认知，推动三七产业价值发现，让三七产品服务更多消费者；“昆中药 1381”近期发布品牌文化片《问道 1381》，古今一脉，大道同心，构建精品国药产品组合，品牌和渠道工作都在持续推进中。组织重塑，借助三九的经验，已制定规划并持续推进，业务组织方面成立了 3 个事业部：“777”事业部、“昆中药 1381”事业部、“KPC1951”事业部，也在持续推进生产（包括质量、精益、采购）、研发等体系统一管理；精神重塑，昆药集团推出“乐成文化”建设，弘扬“乐成文化”理念。下半年按照既定计划持续推进，会重点关注业务重塑和组织重塑，推动昆药提升运营效率和业务拓展。

29、公司对天士力后续有哪些工作计划？

答：您好，公司于今年 8 月 5 日披露重大资产重组预案等公告，披露了交易阶段性情况。目前双方密切配合，开展补充尽职调查、审计、评估等相关工作。由于本次交易构成了华润三九重大资产重组，因此后续相关工作量比较大，双方希望加快推进各项工作，同时也已启动经营者集中审查等工作。相关工作完成后，我们也将提交国资管理等相关机构审批，待国资委审批通过后提请公司股东大会批准，预计明年 1 季度完成交易。

30、公司对天士力会进行哪些赋能？公司对天士力未来的战略规划有哪些？

答：您好，未来天士力将保持独立的上市公司地位，基于天士力在核心领域具备的产品、研发等方面优势，将天士力定位在中药创新药的领先企业，医疗端成为现代中药第一品牌，这样的定位和三九及昆药具有明显的差异化。未来三九将助力天士力巩固在现代中药的研发能力和领先优势，推动天士力在心脑血管、肿瘤、消化代谢、中枢神经等核心领域业务保持增长，实现领先者目标；同时，可在零售端运营和品牌打造方面进一步为天士力赋能。通过双方整合，有助于三九双终端协同发展战略的有效落地。交易完成后，天士力将启动战略、组织、文化等行动学习工作，共同明确未来的战略领域和战略目标，预计在一年左右时间形成更清晰化的目标。

31、想问一下管理层，上游原材料价格一直波动，对公司的影响有哪些？公司是否有应对措施？

答：您好，药材市场的价格波动受到多方面因素的影响，包括供需关系、季节性和地域性差异等因素，整体价格呈上涨趋势。目前，对华润三九影响比较小。三九在前端集中采购、产地合作等方面都有比较好的经验和体系。公司具体应对方面：1、制定适当的采购策略，如围绕大品种开展一定备货管理；2、对于重要的、稀缺的药材资源，加大种植技术研究并积极开展产地种植，推广 GAP 标准化生产。公司以 999 感冒灵的原料药材野菊花参与的《中药材生态种植理论和技术体系的构建及示范应用》项目荣获 2023 年度国家科学技术进步二等奖。历经十余年

研究，形成了野菊花“药-麦轮作”等一系列生态种植方法和技术体系，在全国成功推广“999华菊03”新品种，达到了行业领先水平，形成了创新性成果。3、公司持续开展对中药材产地、市场行情的跟踪、监控与后市趋势分析，结合具体品种实际情况，制定品类采购策略，确定科学、合理的采购模式。

32、公司对昆药和天士力有没有股权激励的计划？

答：您好，股权激励是重要管理工具，三九未来也将根据科改要求，争取适时推出二期激励计划。对于昆药、天士力实施股权激励，公司是鼓励支持的。

33、公司这几年的新品种有哪些？

答：您好，十三五中期以来，公司持续加强管线构建，采取了多元化方式不断引进产品，包括自研、并购、投资参股、产品权益引进、代理等。引进产品方面，多数产品处于临床阶段，例如 ONC201，主要针对 H3K27M 突变型胶质瘤，目前在美国处于临床 III 期阶段，在国内处于临床 I 期阶段；QBH-196 是多靶点抗肿瘤的小分子化药，目前在临床 I 期阶段。部分产品进入商业化阶段，例如赛比普是国内首个原研五代头孢菌素，对耐药菌、阴性菌有较好疗效，前几年因全球供应链问题上市时间延长，目前希望通过国谈进入医保；淋巴示踪剂复他舒，甲状腺肿瘤和乳腺癌 2 个适应症均已上市，填补了临床空白，针对胃癌的第 3 个适应症正在临床 III 期阶段。过去几年公司也开展了系列 CSO 合作，包括与史达德合作引进了呼吸领域的产品；和赛诺菲在易善复的基础上在抗过敏等产品领域也开展了合作；公司与智核生物合作引入了获得智舒嘉®（重组人促甲状腺激素（rhTSH））。自研方面，公司近几年也陆续上市了一些仿制药，补充产品管线。公司基于现有业务基础，通过多元化的方式补充产品管线。

34、公司上半年配方颗粒情况如何？

答：您好，配方颗粒业务近两年经历了政策的变化，毛利率和净利率仍有一定挑战。公司也对业务的发展做了相关预案，希望能够争取好的市场地位，且不会影响公司业绩表现预期。

35、请问贵公司如何应对配方颗粒的市场竞争加剧、环境变化及集采影响？

答：您好，公司对配方颗粒未来业务的发展做了相关举措。一是将配方颗粒业务对公司整体业绩的影响争取控制在最可控范围。二是配方颗粒作为中药饮片的补充，未来市场仍具有潜力，公司将利用试点企业的先发优势，争取在竞争激烈的市场中保持相对领先的地位。

36、请问贵公司 CHC 板块未来有哪些大单品可以期待？

答：您好，公司 CHC 业务希望做到全域布局、全面领先，争取在广泛的品类竞争中胜出。对于大单品，公司要求持续布局并推动发展。这几年，CHC 业务中，核心的感冒、皮肤、胃药，以及肝病、补钙等领域都有很好的成长表现，未来将围绕“大品种-大品牌-大品类”的思路持续推进，持续落实 CHC 业务全域布局、全面领先的策略。

37、贵公司的销售费用下降不少，有哪些原因呢？

答：您好，公司近几年销售费用率呈下降趋势，主要是产品结构优化以及公司积极推动创新转型、强化费用管控的结果。

38、公司有提价计划吗？

答：您好，提价并不是公司推动业务长期增长的主要策略。公司更注重以消费者和患者为中心的业务宗旨。对于 OTC 核心品种，公司会考虑原材料涨价等因素，适度进行提价以覆盖成本上涨的影响。在提价过程中，公司会充分考虑患者的接受程度。同时，公司将持续进行产品升级，打造专业品牌，推出更好体验的品种，实现品牌价值。

39、您好，想了解一下华润三九未来的增长潜力在哪里？

答：您好，公司战略清晰，CHC 业务加强全域布局，不断丰富品类，进一步拓展新渠道。处方药业务围绕重点治疗领域不断研发创新，持续优化业务结构。公司希望通过“创新+品牌”双轮驱动实现业务的长期增长。十四五期间公司制定了比较进取的规划，目标是到 2025 年较十三五末期能够实现营收的翻番。2024 年公司预计营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位

数增长目标，匹配相应合理的利润增速。

40、请问公司管理层对 2024 年全年有怎样的预期？

答：您好，上半年，在复杂多变的市场环境下，公司取得较好成长。CHC 业务核心能力进一步加强，取得高于行业平均的增长；处方药业务处于调整期，管控有效，应对适宜，有效保障经营质量。展望全年，预计发病率变化、部分行业政策推行及外部环境变化可能对公司的经营活动带来一定不确定性，对此，公司已拟定了具体的应对措施。2024 年公司预计营业收入将超越行业平均增速，努力实现双位数增长目标，匹配相应合理的利润增速。

41、请问一下管理层，公司一直致力于并购整合，想了解一下公司对于未来的业务规划及战略愿景？公司十四五目标的实现预期？

答：您好，明年是十四五最后一年，公司十四五营收翻番的战略目标有望顺利完成；天士力项目如按计划顺利推进，十四五目标有望超额完成；华润三九将在 OTC 第一的基础上进一步成为中药行业领军企业。未来，华润三九将定位为以 CHC 为核心业务的医药健康控股集团，致力于成为医药行业头部企业；天士力合作达成后，将以处方药作为核心业务，致力于成为创新中药领导者；昆药将以三七产业链和精品国药为核心业务，致力于成为银发健康引领者。我们将一如既往地进取有为、持续成长，为股东和投资者持续创造价值。

42、想请教一下“三九商道”的核心思想是什么？

答：您好，CHC 业务的核心能力是消费者洞察和渠道掌控，三九商道是三九和商业之间、以及商业与商业之间的共同成长体系。三九商道的核心要义：第一个是合作体系不断优化，第二个是志同道合、共同成长。多年来三九商道也在行业里建立了口碑，实现引领。

43、请问管理层，感冒类的药品二季度情况怎么样？全年怎么看？

答：您好，从外部研究数据看，感冒品类市场出现下滑，但公司感冒品类二季度表现良好。过往一年多，公司感冒品类受产能因素影响，渠道库存水平偏低，一直有补库存的需求，上半

	年公司紧随市场趋势，捕捉感冒品类发展机会，有比较好的表现。全年来看，预计感冒品类年度计划可以如期完成。
附件清单 (如有)	-
日期	2024/9/2