

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：2022-043

投资者关系	<input checked="" 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	太朴持信私募基金管理公司、汇添富、花旗等证券、投资机构分析师	
时间	2022年6月7日-6月8日	
地点、方式	综合办公中心，现场会议、电话会议	
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、配方颗粒业务目前情况以及未来增长预期？</p> <p>答：预计今年上半年新的国标、省标品种会逐步落地，目前仍在推进中，公司也在持续关注相关的动态。公司认为未来中药配方颗粒的增长较为乐观，主要在于整个行业未来仍将具备良好的成长空间，同时配方颗粒业务对企业全产业链能力等方面要求比较高，从药材采购到饮片加工、制剂生产均有较严格的监管，品种要建立溯源管理体系，</p>	

不是所有生产厂家都具备这样的能力。

2、公司药材资源种植领域的布局和未来规划？

答：公司是国内较早开展中药材种植种苗研究及种植的企业，未来公司将加大在药材的种子种苗的研究、鉴别、质量标准等方面的投入，对于重要或会存在紧缺的中药材资源、对种植技术要求比较高的品种，公司将从源头建立全产业链能力。同时，公司注重溯源体系建设，保障药材来源可控，品质稳定。

3、公司收购昆药业务的考量和协同性？

答：公司认为收购昆药集团符合公司战略方向，且业务及团队基础都很好，和三九在业务上有非常强的协同效应。过去几年业务结构持续优化，口服占比不断提升，院内外布局结构在不断完善。品牌打造方面，未来双方可以相互赋能，有助于进一步把“昆中药 1381”和“昆药”两个品牌打造成有全国影响力的品牌，帮助华润三九补充传统国药品牌。此外，可以整合双方的资源，在三七领域全产业链发展。再次，利用三九在管理、渠道、产业方面的资源，为昆药集团进一步赋能，提升昆药的竞争优势。

4、并购定价溢价合理性的考量？

答：公司评估业务价值的时候，在立足于现有业务的存量价值的同时，更重要的还是看未来业务长期的发展潜力和价值。公司认为昆药业务有比较好的业务基础和行业地位，很多业务上有非常好的发展空间，对三九有长期的战略价值，通过协同赋能，可以进一步帮助昆药集团在业务未来的发展上做得更好。

公司在项目评估时考虑了同行业上市公司的市盈率、市净率水平，做了可比公司和可比交易分析，公司也对未来的业务做了详细的分析，用现金流折现法进行了内部估值。总体来讲，估值在合理区间。考虑到市场法的初步结果及业务发展潜力，以及未来协同价值可以体现，我们认为作为控制权收购溢价率是合理的。

5、后续解决同业竞争安排？

答：昆药集团三七产品和三九现有的业务有一定重叠，医药流通业务和华润医药集团的医药商业有一定重叠，因此在此次上市公司收购的过程中华润集团、华润医药集团、华润三九分别出具了解决同业竞争问题的承诺函，计划在 5 年内解决同业竞争的问题，解决的方式可以多样化。公司在管理上不断聚焦核心业务，未来各个业务都会逐渐清晰化，将在业务定位基础上去确定解决同业竞争的具体方案和计划。

6、疫情对 Q2 和全年预期的影响？

答：二季度以来部分地区因疫情防控措施有所加强，对当地药店感冒类产品的销售及处方药医院推广产生一定影响。此外，线上销售也受到了不同程度的影响，公司也在持续关注疫情影响的时间和区域的变动情况，如疫情得到较好、较快控制，预计对全年业务影响相对有限。但如果持续时间较长，预计可能对公司业务带来一定压力。

7、大健康业务内容及未来方向？

答：大健康业务关注消费者的新需求，如健康美丽和治未病。公司也在适时推出新品种，如在美丽方向推出了桃白白的品牌，在预防领域推出了维矿类品种等。未来，公司将持续关注线上需求，构建新品牌。从战略上，公司希望能形成规模化的大健康产业。目前大健康业务还是在探索阶段。

8、公司感冒品类未来增长驱动因素？

答：感冒品类目前是最大的品类，近年来总体增速较快（除 2020 年受疫情影响外）。感冒品类未来增长的主要来源：1、品牌力的增强是业务长期增长的核心驱动因素。公司近年来持续开展品牌年轻化活动，与消费者保持积极沟通。随着品牌力的增强，公司感冒品类市占率稳步提升。同时品牌价值的提升也带来一定的提价空间；2、公司也在积极拓展线上市场，线上业务的发展也是未来一个比较大的市场份额提升的机会；3、

借助 999 感冒灵品牌优势，持续细分、发展品类，未来几年感冒品类具有一定潜力。

9、公司线上业务占比和预期发展？

答：公司重视线上业务发展，在国内布局较早，与包括平台电商、O2O 业务以及与互联网医疗企业都有密切的合作关系。过去几年线上业务金额提升较快，但占比仍不是很高，目前线上业务约占 CHC 业务的 4%左右，希望未来十四五期间线上业务占比达到 10%以上。目前在持续构建线上业务的能力以及推出适合线上运营的产品，公司也建立了数字化中心来统筹线上业务的发展。公司也非常重视 O2O 业务的发展，O2O 在疫情期间的增长快速，公司也将持续加大投入并积极与平台合作，构建自己的专业团队，通过数字化运营赋能线下，助力产品线下发展。

10、线上业务的推广费用率和利润率？

答：费用率和利润率方面，总体来讲品牌成熟且线下基础比较好的产品，线上盈利能力相对更强，对于新推出的品牌和产品，仍需要一定的培育周期，推广成本较高。

11、公司 CHC 业务中胃药品类、皮肤用药未来如何发展？

答：公司近年来对三九胃泰品牌做了重新的梳理和定位，并将品牌下的产品系列化，补充了温胃舒、养胃舒等产品。同时，不断培育大品种，如气滞胃痛颗粒近年来在零售和医疗渠道实现了较好增长。皮肤用药方面，公司通过不断丰富品类，拓展产品线，如延伸到前端皮肤护理领域，陆续推出顺峰宝宝，维柔等品牌产品，驱动业务持续增长。长期来看，皮肤用药仍具备一定的提升空间。

12、儿科业务未来增长潜力？

答：公司儿科业务主要包含三个细分品牌：999 小儿感冒系列未来将不断巩固品牌增强竞争力。好娃娃品牌近年来在陆续做品种优化工作，预计未来业务将实现良好增长。澳诺业务过去两年均实现快速增长，未来仍具备增长潜力，主要是公司持续对澳诺业务

开展产品和品牌升级，培育澳诺线上业务能力，并围绕澳诺品牌引入更多的儿童健康领域产品。

13、中成药集采对公司的影响？

答：目前公司业务中 CHC 业务占比已超过 60%，处方药业务占比超过 30%。公司积极支持国家集采，以化药为主的抗感染业务中的大品种目前已经都纳入集采，中药集采目前在试点过程中，公司主要品种，如中药注射剂等湖北、广东的集采试点中已有涉及。由于中药注射剂在公司营收占比已降至 4%左右，预计集采影响相对较小。就广东联盟集采结果来看，参附是独家品种平均降幅，生脉注射液降幅基本和湖北一致，鸦胆子油虽然有一定价格下降，但公司这个产品在广东联盟省区销售额较小，中选集采会带来一些量的增加。血塞通软胶囊入选会带来销量的稳定，价格降幅在预期中，且其零售市场占比已超过 50%，因此集采推行影响也相对有限。预计集采扩面后会给公司营收带来一定影响，公司将通过优化推广活动，进一步控制营销费用降低相关影响。

14、公司外延并购项目关注点？

答：外延发展主要围绕战略领域开展，CHC 业务优选有影响力的品牌并关注消费升级方向的产品，帮助公司尽快实现全域布局。处方药方面关注：1、中医药领域具备独特资源的产品和有潜力的业务 2、关注创新药机会 3、有一定壁垒的仿制药品。

附件清单

(如有)

日期

2022/6/8