

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

## 投资者关系活动记录表

编号：2020-007

|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>投资者关系<br/>活动类别</b>     | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议<br><input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩沟通会<br><input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动<br><input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 |
| <b>参与单位名称<br/>及人员姓名</b>   | 深圳昊泽金洪基金管理有限公司   |
| <b>时间</b>                 | 2020年6月10日   |
| <b>地点</b>                 | 综合办公中心   |
| <b>上市公司<br/>接待人员姓名</b>    | 证券事务代表   |
| <b>投资者关系活动<br/>主要内容介绍</b> | <p><b>1、公司并购整合方面的规划？</b></p> <p>答：医药行业整体增长有所放缓，公司高度关注业务整合并购的机会。围绕公司战略布局，自我诊疗（CHC）业务重点探索国内外优质产品或品牌的引进，处方药业务重点关注有高临床价值的产品。同时关注国际合作机会，基于中国市场的未来机会，通过合资、代理、合作等形式开展合作，</p>  |



希望能实现公司的转型升级。

公司坚持内生业务增长的基础上，关注外延式发展，不断整合行业资源。今年 1 月份，公司完成收购澳诺制药 100% 股权，丰富了儿童健康领域的产品的布局。今年 4 月底，董事会批准了对一家高端吸入制剂仿制药企业的参股，将取得一款呼吸用药产品未来在中国区域销售的权利。同时公司积极关注国外的优质品牌，去年将赛诺菲澳洲保健品品牌 Nature' s Own 引入中国市场，并与另一家澳洲品牌 Nature' s Care Pro 达成合作。此外，公司正在推进与龙角散、武田制药等日本 OTC 市场领先品牌的合作，结合各方产品技术和市场方面的优势来共同发展。

## 2、中药行业未来的趋势和走向？

**答：**政策上非常利好中医药，但在临床用药方面中药仍受到较大影响。从数据来看，中成药过去几年整体市场表现一般，远低于行业增长。但我们对中医药的长期发展仍有信心，长期来看，国家政策大方向上是鼓励和扶持中药发展，同时这次疫情也让更多患者认同中药的作用。从中药企业产品推广的角度来讲，要符合中医药本身的特点去发展这块业务。所以公司过去几年一直在调整中药产品的定位，发挥其在预防和康复阶段的优势，与主流的化药差异化竞争。

## 3、公司的中药研发方向？

**答：**公司研发围绕战略领域，中西药并重为原则，自主研发和 BD 两



个方面都在积极推进。基于公司较好的中药业务基础以及当前国家政策鼓励的大环境，在中药研发方面，公司将会重点关注经典名方的研发。此外，公司也会关注现有品种的标准提升和剂型改进。

#### 4、公司过去几年销售费用增长相对较高，主要原因是什么？

答：公司过去几年，销售费用率增长主要是以下几方面原因：一是结构影响，近年随着处方药的不断引入，以及配方颗粒等业务较快增长，处方药在公司业务中占比不断提升，而处方药业务销售费用率相对较高；二是受“两票制”等政策推行影响，部分处方药业务中的合作推广模式占比逐步提升，销售费用率有所增长。剔除两票制影响，公司业务的销售费用率水平还是保持稳定。在此过程中公司也会合理控制实际销售费用的增长。

#### 5、公司产品的提价策略？

答：公司作为服务大众医药健康的医药公司，始终关注产品价格的合理性。由于近年来整体成本，特别是人力成本、原材料价格等不断上涨，公司采取小幅涨价的提价模式，兼顾了消费者的接受度和公司发展的要求。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，形成组合来推动公司业绩的增长。目前，公司现有的品牌品种仍将采取小幅提价的模式。提价带来的增长在公司整体营收增长贡献中占比较小。



**6、请问公司有股权激励方面的规划吗？**

答：华润三九层面暂时没有股权激励计划。

**7、公司的竞争优势有哪些？**

答：华润三九的业务主要聚焦自我诊疗和处方药两个领域，公司产品在这两个业务领域中都包含。公司已连续多年位居中国非处方药生产企业综合排名前列，999 品牌也是多次位居中国中药口碑榜前列。公司“999 感冒灵”、“999 皮炎平”、“三九胃泰”、“小儿感冒灵”、“气滞胃痛颗粒”、“骨通贴膏”等在相关品类内具领先地位。同时从终端覆盖以及品牌打造方面公司也有自身优势，也将不断通过培育及获取新的品牌、新的品种，增强现有品牌的竞争力，进一步提高市场份额。在中药处方药领域，公司产品覆盖心脑血管、肿瘤、消化系统、骨科、儿科等多个治疗领域，且在领域中均有较好的基础。在配方颗粒业务上公司保持较好的增长，未来公司在中药和处方药业务上具有良好的业务发展基础。同时，公司也在持续关注智能制造能力的打造。

附件清单（如有）

-

日期

2020/6/10