

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：2019-008

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称 及人员姓名	Value Asia	
时间	2019年6月28日	
地点	综合办公中心	
上市公司 接待人员姓名	证券事务代表	
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1. 医药行业政策对公司的影响？</p> <p>答：OTC 业务定价政策方面，2015 年之后，市场对 OTC 产品的价格全面放开。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，</p>	



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。此外，医疗市场限费以后，随着分级诊疗的推动，会产生一块院外市场，就是处方外流。我们也相应做了一些业务的布局。同时随着消费的不断升级以及慢病管理需求的不断提升，公司 2018 年也对组织架构进行重塑，搭建了康复慢病平台。

处方药业务方面，受医保支付压力影响，招标降价依旧是普遍趋势，针对处方药产品降价风险，公司将通过提升现有产品的产品力来提高市场竞争力，继续开展对核心产品的再评价和二次开发，通过提高产品质量标准、获得专利等方式，提高产品性价比，维持价格的基本稳定并不断扩大销售量。同时，公司也将持续关注并购机会，以获取更多新产品。4+7 带量采购政策对医药结构的影响也较为深远。此次“国家试点集中联合带量采购”主要针对“通过一致性评价的仿制药”，公司仿制药业务占比较小，影响有限。

国家层面对中医药发展一贯秉持扶持和促进的态度，“健康中国”战略、《中医药发展“十三五”规划》以及《中医药法》都对中医药未来的发展起到巨大的推动作用。中医药更多是在预防、康复等阶段发挥重要作用，在临床及重症阶段发挥辅助作用。从未来业务整体结构以及资源投入上来看，公司产品以中药为主，同时也会考虑补充化药产品。

未来，公司也会不断的加大创新研究，推动创新转型，继续完善创新体系，进一步夯实三个研究院并推动创新规划的落地，建立新品研发管控体系，工作重点及资源投入将向新品开发转移，助力公司业务发展。



2. 公司的主要发展策略和关注领域？是否会比较注重某个领域或业务的发展？

答：基于医药市场发生的深刻变化，公司进一步梳理战略，优化核心资源并进行组织架构重塑，对业务进行聚焦，构建创新体系及机制。公司自我诊疗(CHC)业务覆盖了感冒、皮肤、胃肠、止咳、骨科、儿科等近 10 个品类，处方药业务聚焦消化、骨科、心脑血管重症、肿瘤核心领域，并关注儿科、妇科、呼吸系统等领域，致力于充分发挥中药价值创造者能力和中、西医结合优势，提升医院品牌影响力，对自我诊疗（CHC）业务赋能，双终端协同、有序发展。中药配方颗粒业务将依托中医药核心理念，推动中药一体化战略，打通全产业链布局，打造原质原味中药品牌形象，提升产品力，并借助智能制造，提升效率，降低成本。抗感染业务将通过对新泰林产品力的研究及临床推广，巩固优势地位，积极推进五代头孢项目进行，并以合作研发等多种方式，深化国际合作，引进具有临床价值的产品。

3. 公司研发投入情况？公司研发方面的支出重心是放在中药还是西药，是处方药还是非处方药的层面？

答：2018 年公司不断加大研发投入，鼓励技术创新。未来，公司在创新的投入方面将会持续增加。

公司创新投入主要是围绕公司战略展开，自我诊疗（CHC）领域围绕优质产品消费升级，处方药业务来说则是创新，运用中西药技术来实现公司品类的领先。公司的创新投入会以自我诊疗（CHC）为主，处方药为辅，以中药为主，西药为辅的策略。同时，在国家创新支持战略的大背景下，



特别公司又身处深圳，因此创新的创新环境氛围是非常有利的。将通过不懈努力，把公司创新的特色抓好，同时推动华润三九成为“品牌+创新”驱动的企业。

4、公司与赛诺菲合作的进展？

答：公司与赛诺菲达成的战略合作包括三个方面，一是公司与赛诺菲分别出资70%、30%成立合资公司，主要发展妇科和儿科两个品类；二是公司为赛诺菲全球排名前列的护肝产品易善复做全渠道代理；三是公司计划未来逐步引入赛诺菲其他全球OTC品种。从近年的发展运营情况来看，赛诺菲对合资公司的运营和业务发展是很满意的。代理的易善复产品在医院和零售端都增长的较好。

5、关于中药配方颗粒，想请展望一下未来可能出台的一些新的政策，这些政策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：中药配方颗粒，国家层面仍然在推动行业的监管标准制定，主要是质量标准体系建设。除了原来的六家企业，还有一些新加入的企业，把相当多的资源投放到这个领域。与此同时，地方试点也在不断推出。未来国家可能会推出加强监管措施，带来一些新的行业发展变化。公司持续关注工艺标准提升的研究，希望在未来的发展中保持一定的优势地位。

6 . 公司竞争优势有哪些？



答：公司产品在自我诊疗(CHC)业务和处方药业务中都包含。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。

7. 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 30 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，同时近两年也在构建和扩大与区域中型连锁的合作。

8. 公司一般给到药房的毛利率有多少？

答：公司和连锁是一个组合业务式的合作。举例来说，我们有消费者高度认可的感冒灵、皮炎平、三九胃泰等品牌产品，这些产品给终端的毛



利不高，更多是给终端引入客流。同时我们还会提供一些培育中的产品或防御性产品用于丰富产品组合，这类产品的毛利会相对高一些。

9. 随着连锁药店集中趋势显现后，对公司的影响有哪些？

答：终端药店连锁化是大趋势，几年前公司就成立了 KA 连锁业务线，提出要成为终端盈利的好帮手，建立战略合作关系，我们负责提供更好的品种，药店为消费者提供产品销售服务。我们也在探讨如何增强消费者粘性，为消费者提供更好的产品。在终端药店集中度提高的过程中，品牌厂商也面临集中度提高的机会，因此我们也在寻找合适的并购机会。

附件清单（如有）

-

日期

2019/6/28