

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：2026-005

<b>投资者关系</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研	<input type="checkbox"/> 分析师会议
<b>活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 媒体采访	<input checked="" type="checkbox"/> 业绩沟通会（电话会）
	<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
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中信建投证券、中信证券、中金公司、兴业证券、国泰海通证券、华源证券、华创证券、国金证券、长城证券、招商证券、国联民生证券等证券、投资机构	
<b>时间</b>	2026年4月26日	
<b>地点、方式</b>	电话会议	
<b>上市公司接待人员姓名</b>	总裁 吴文多先生 财务总监、董事会秘书 邢健先生 副总裁 喻翔先生	
<b>投资者关系活动主要内容</b>	公司于2026年4月26日和中信建投等券商联合举行2026年一季度业绩电话沟通会，就2026年一季度经营与业绩情况与投资者进行了互动交流。	
<b>介绍</b>	公司财务总监兼董事会秘书邢健先生介绍了公司经营情况： 面对复杂严峻的市场环境，华润三九积极应变、砥砺前行，立足长远发展视角，坚定战略定	

力，锚定发展航向，坚持“创新+品牌”双轮驱动，筑牢稳健发展根基，积蓄提质增长势能，稳步推进高质量经营发展。2026年1-3月，公司实现营业收入81.3亿元，同比增长18.6%；实现归属于上市公司股东的净利润10.8亿元，同比下降15.3%；经营活动产生的现金流量净额10.6亿元，同比增长7.8%。

分业务线来看，公司CHC健康消费品业务努力应对流感等呼吸道疾病发病率同比降低等因素带来的压力，在逆境中谋求破局之道。在零售端承压的背景下，以“全域布局，全面领先”为策略，通过丰富产品组合、更迭品牌传播方式、强化渠道协同等方式，核心品类领导地位及自我诊疗领域的行业地位稳固。昆药集团受集采等政策因素影响，同时零售端持续深化渠道优化与模式变革，目前仍在爬坡过坎阶段。处方药业务在行业重塑格局的过程中保持定力，强化医学引领，持续提升产品学术价值和产品竞争力，业务稳中有进。随着天士力的加入，公司处方药业务规模扩大，创新研发能力大幅提升，未来双方将在医疗端持续相互协同赋能，争取在处方药领域有更好的发展成果。

在研发创新方面，2026年一季度，参股公司润生药业沙美特罗替卡松吸入粉雾剂成功获得美国FDA上市批准、ONC201胶囊纳入“儿童抗肿瘤药物研发鼓励试点计划（星光计划）”试点项目；桃核承气汤颗粒、阿达帕林凝胶获批上市；与深圳湾实验室共建“脑科学与神经疾病联合研究中心”，聚焦老龄化脑科学难题，开展产学研深度协同。

2026年医药行业预计仍将承压前行。在此背景下，公司将以稳促进，夯实“一体两翼”业务布局，强化研发创新与AI智能化赋能。公司坚持股东导向，始终致力于为股东创造价值，谢谢大家。

### **1. 呼吸品类 Q1 销售情况及全年趋势展望？**

**答：**呼吸品类受流感和呼吸道疾病发病率同比有所降低，呼吸品类一季度收入有一定幅度调整，总体是在合理的调整范围。全年来看，呼吸品类等仍有相应的市场机会，虽然连锁药店客流

尚未得到完全恢复，但 O2O 行业增速较快，同时我们观察到消费者更加倾向于品牌产品，品牌工业企业具有较强的综合优势，同时呼吸品类围绕“大品种-大品牌-大品类”建设思路持续丰富产品线，除了受短期发病率影响外，大趋势上公司仍有望强化品牌领导地位。

## 2. CHC 业务今年的增量来自？重点打造哪些品种？

答：公司 CHC 业务以“全域布局、全面领先”为策略，“十四五”期末公司过亿品种有 45 个，还有很多个 5000 万以上至 1 亿的腰部品种，后续重点推进的二线产品，将从这些腰部品种中选择，围绕“大品种-大品牌-大品类”建设思路，丰富产品线、打造品牌。以呼吸品类为例，999 感冒灵不断强化与消费者沟通，抢占新零售赛道，巩固感冒市场领导地位；999 抗病毒口服液已成为行业第一，999 小柴胡颗粒已成为行业第二；同时，围绕用户呼吸健康的不同场景和需求，陆续上市 999 益气清肺颗粒、999 冰连清咽喷雾剂、999 玉屏风口服液、999 荆防颗粒等新品，公司与天士力联合打造 999 穿心莲内酯滴丸、999 痰咳净滴丸等产品，丰富呼吸产品布局，完善呼吸品类矩阵，品类拓展成效显著。皮肤品类除 999 皮炎平外，公司陆续上市米诺地尔搽剂、二硫化硒洗剂、甲硝唑凝胶、阿达帕林凝胶等多个新品，维矿品类推广钙 D 联合矩阵，围绕品类发展的思路持续丰富产品线。CHC 业务围绕优势品类，筑牢更高的护城墙和更深的护城河，持续构建战略领域引领地位。

## 3. 公司研发布局思路？今年是否有一些重要管线的里程碑时间点？

答：公司坚持创新驱动，持续加大研发投入，强化创新管线和技术平台建设。“一体两翼”业务布局下，华润三九、天士力、昆药集团分别以 CHC、处方药、三七产品和精品国药为核心业务，形成清晰的差异化定位，释放协同效能，强化创新研发。CHC 自我诊疗领域以消费者需求为核心，聚焦优势品类，构建多元化产品矩阵；处方药领域以临床价值为导向，深耕重点领域研发，围绕公司战略方向，构筑研发管线梯队。“十四五”期间，研发投入规模逐年增加，由 5.81 亿元（2020 年）提升至 17.34 亿元（2025 年）。打造系统化的研发体系：公司设立“六院三

室”研发体系，捕捉战略发展机遇，挖掘创新潜力。公司在研项目共计 203 项。另一方面，公司深耕核心治疗领域，扩展创新版图，强化研发外部合作与引进。华润三九引进心衰再生治疗创新药 HiCM-188 项目、GLP-1 药物 BGM0504 注射液及发作性睡病临床用药“铍可思（替洛利生片）”；天士力有 18 项创新中药处于临床 II、III 期及 NDA 阶段，并在细胞与基因治疗（CGT）、小核酸药物等先进治疗药物赛道积极探索创新突破，3 项先进治疗药物处于临床 I 期阶段。此外，在经典名方转化方面，公司共获温经汤颗粒、苓桂术甘颗粒、芍药甘草颗粒、益气清肺颗粒、半夏白术天麻汤颗粒、济川煎颗粒、桃核承气汤颗粒 7 个经典名方《药品注册证书》。未来公司仍将加大研发创新投入力度，并有序推进在研项目，2026 年一季度华润三九桃核承气汤颗粒、阿达帕林凝胶等产品已获批上市。

#### 4. Q1 公司处方药业务发展情况，院内经营变化情况？

**答：**华润三九自身处方药业务在“十四五”期间围绕“3+N”治疗领域，以临床价值为导向，通过自主研发与 BD 转化双线并举，逐步拓展产品管线，坚持学术推广的发展道路。持续推进专家网络体系化建设，强化医学引领，不断拓展医院渠道和覆盖面。2025 年华润三九处方药业务稳中向好，已经较好地消化前几年集采对公司处方药业务的影响，整体规模与体系建设已具备较强的风险消化能力，2026 年一季度仍然保持良好的发展态势。天士力以处方药为核心，天士力加入以后，加速推动开展与三九业务在管理及研产销等方面的协同融合，双方在渠道融合、行业趋势判断、政策研究、专家资源共享、学术推广体系建设、产品协同等多方面开展交流和沟通，并有具体落地项目推进，相信未来双方将在医疗端相互协同赋能，争取在处方药领域有更好的发展成果。

#### 5. 对昆药业务今年的预期和规划？

**答：**2026 年是“十五五”开局之年，也是昆药集团与华润三九完成三年深度融合、迈向协同发展的起步之年。今年一季度，行业深度调整仍在延续，零售端格局持续重塑，市场环境依旧

复杂严峻，昆药业务受集采等政策、渠道变革进入深水区等因素影响，经营业绩阶段性承压。银发赛道雪厚坡长，昆药战略清晰，推出“777”和“昆中药 1381”两大品牌，不过品牌体系构建仍需要一定时间。面对外部压力与内部转型的双重考验，昆药保持战略定力，紧紧依托华润三九“一体两翼”业务布局，锚定银发健康核心赛道，以“稳经营、强协同、优渠道、提品牌、促创新”为主线，在挑战中坚守方向，在压力下苦练内功，为经营基本面的修复创造条件。

#### **6. 公司对合作的博瑞医药减重药后续销售如何预期？**

**答：**慢病领域有较高的市场潜力，特别是糖尿病领域，该合作产品为热门靶点。此外，超重和肥胖作为慢性疾病中的独立病种及多种慢性疾病的重要致病因素，在我国人群中的患病率呈持续上升趋势，亟需更多创新疗法以满足日益增长的临床需求。与博瑞医药的合作是双方优势的深度融合，公司参与到前期研发创新的过程中，同时公司还拥有 CHC 健康消费管理的商业化能力是双方合作的重要基础。公司的产业资源、研发布局、商业化能力和博瑞研发优势和创新实力形成互补，有利于加速 BGM0504 注射液的研发进程，也有利于推动创新药管线的商业化落地，推动实现创新成果向临床价值的高效转化、达成创新驱动与商业拓展的协同发展。双方将聚焦减重和降糖这两大核心功效构建品牌优势，同时积极拓展其他适应症市场，让这款创新药的价值得到更充分的释放。

#### **7. 天士力、昆药和三九的协同重点？**

**答：**华润三九已探索形成了“3-4-3”的整合管理模式，即短期维持“三个稳定”；中期推进“四个重塑”；长期实现“三个满意”。天士力和昆药加入后，持续通过专业化、体系化投后整合工作，推动与公司的高效协同。昆药已进入公司三年，正在深入推动渠道重构、品牌建设，通过向零售端扩张消除对方药依赖。昆药战略清晰，推出“777”和“昆中药 1381”两大品牌，品牌体系构建仍需要一定时间。天士力在业务稳定、团队稳定、核心客户稳定的基础上，以“四个重塑”为指引，顺利完成首年融合，实现了华润三九与天士力在研发、营销、管理等方

面的高效融合，双向赋能效果显现。华润三九对天士力在零售市场的赋能主要体现在品牌和渠道。2025 年天士力加入后，全国 KA 平台会议在天津召开，组织头部连锁深入天士力一线对接产品与市场；借助天士力心血管领域学术优势，在连锁推广产品加服务项目；联合打造 999 穿心莲内酯滴丸、999 痰咳净滴丸等品种；选取代表性产品入驻三九旗舰店。今年一季度天士力整体表现较好，天士力“十五五”目标力争 2030 年末实现工业营业收入翻番、利润翻番，成功跻身中国制药企业第一梯队。未来，华润三九将与昆药集团、天士力相互赋能，分别聚焦三大核心业务，华润三九以 CHC 为核心业务，争做行业头部企业；天士力以处方药为核心业务，创新驱动成为中国医药市场领先者；昆药集团以三七产品和精品国药为核心业务，争做银发健康产业引领者。

#### **8. 公司未来几年分红如何规划？**

**答：**公司上市后累计实施分红已超 100 亿元，公司积极落实“质量回报双提升”行动，在推动业务长期发展同时，坚持贯彻股东利益导向，兼顾公司投资资金需求的情况下，过去几年将现金分红比率提升至较高的比例，21、22 年度现金分红比例提升至超过公司当年实现归属于上市公司股东的净利润 40%，23 年度、24 年度、25 年度现金分红均超过当年实现归属于上市公司股东的净利润 50%，现金分红比例持续稳定在 40%-50% 较高比例。未来，公司在“一体两翼”业务布局下，在三个业务领域持续发力，会继续通过“内涵式+外延式”双轮驱动发展，兼顾投资需求，持续强化回报股东的意识，高度重视对投资者持续、稳定、合理的投资回报。

#### **9. 后续对 BD 的规划，重点考虑哪些领域？**

**答：**公司在“十四五”期间较好地达成了战略目标，面向“十五五”，公司希望有更远大的目标，巩固三九在医药行业引领者的地位。对于制药企业，产品管线的布局优化和创新业务的发展是业务基础和不竭源泉，企业需要在创新产品充盈的基础之上，支撑企业持续有序地发展。华润三九经过多年不断的积累，基本构建了一套相对体系化的创新产品发展模式，主要体现在几方

面：一是自主研发创新体系，二是 BD 及对外合作模式，近些年公司除了自身在研发创新方面的探索之外，还很好地融入到全球创新生态圈中，公司会在全球范围内扫描整个行业优质的创新资源，从中筛选出和我们战略匹配度高的创新产品和项目来推进合作，去年已有部分具体项目落地，后续 BD 工作还会持续推进；三是股权合作、投资并购，也是公司十多年来逐渐积累出来的能力，我们会广泛地对行业内优质企业和产品进行跟踪，开展交流洽谈，持续推进潜在合作机会。公司在外延式并购方面持续关注消费健康、医疗健康、银发健康三大领域，CHC 领域关注有潜力的品牌资产；处方药领域公司围绕核心领域加大创新领域的拓展机会，也会采取多样化的方式获取产品；昆药将重点关注三七品类与精品国药业务并争取领先优势，关注银发健康产业趋势。同时，公司会强化平台化能力建设，推进三大上市平台大 BD 体系建设。在中国医药行业向高质量发展的过程中，我们预计产业集中度将会进一步提升。华润三九作为相对头部的企业，在吸引优质产业资源方面具有一定优势。未来，我们在创新发展方面，会坚持这几种模式，多措并举，同时发力；当然也不排除探索以上三种之外其他模式的可能性。

#### **10. 并购天士力后业务协同进展，未来赋能主要体现在哪些方面？**

**答：**天士力目前已顺利完成与华润三九首年融合工作，在业务稳定、团队稳定、客户稳定基础上，以“四个重塑”为指引，持续推进与华润三九的业务协同和相互赋能，双向赋能效果持续显现。在运营管理方面，天士力积极落实华润管理理念，加强财务、人力资源、EHSQ 及大监督体系的融合，开展“焕新增效”等系列组织优化活动，优化运营管控模式，提升管理效率，为后续业务协同和战略落地奠定了坚实基础。下一阶段天士力将持续推进与华润三九的三年融合工作。天士力将继续从“四个重塑”维度持续推进三年融合工作，重点做好公司“十五五”战略工作的高效执行落地，全面推动与华润三九的战略协同迈向新高度。未来天士力将以创新为驱动，在巩固现有核心业务基础之上，不断拓展新的增长点，持续提升核心竞争能力，努力成为中国医药市场领先企业。

---

	<p><b>总结:</b> 总体看来, 2026 年外部环境依然严峻复杂, 行业承压前行, 增长持续面临挑战。“一体两翼” 业务布局处于投入构建初期, 持续推进天士力融合工作; 昆药业务需要积极应对压力, 在发展中不断调整, 短期练好内功; 为中长期发展医疗健康和银发健康做好准备。公司将坚持“创新 + 品牌” 双轮驱动, 捕捉相应机会, 相互赋能, 协同成长, 努力成为行业头部企业。</p>
<b>附件清单 (如有)</b>	-
<b>日期</b>	2026/04/26