

证券代码：000999

证券简称：华润三九

公告编号：2020-023

## 华润三九医药股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

### 一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

非标准审计意见提示

适用  不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用  不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用  不适用

### 二、公司基本情况

#### 1、公司简介

股票简称	华润三九	股票代码	000999
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	周辉	余亮	
办公地址	深圳市龙华区观湖街道观澜高新园区观清路 1 号华润三九医药工业园综合办公中心		
电话	(86)755-83360999-393042,398612	(86)755-83360999-393692, 398612	
电子信箱	000999@999.com.cn	000999@999.com.cn	

#### 2、主要财务数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是  否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期增减
营业收入（元）	5,832,422,066.78	7,166,809,328.65	-18.62%
归属于上市公司股东的净利润（元）	1,060,824,999.43	1,722,327,728.56	-38.41%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	922,607,536.51	976,520,967.14	-5.52%
经营活动产生的现金流量净额（元）	1,067,408,397.90	1,185,931,159.16	-9.99%
基本每股收益（元/股）	1.08	1.76	-38.64%
稀释每股收益（元/股）	1.08	1.76	-38.64%
加权平均净资产收益率	8.23%	15.23%	-7.00%

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	20,112,442,057.74	20,103,525,732.24	0.04%
归属于上市公司股东的净资产（元）	13,203,021,120.84	12,563,844,411.13	5.09%

注：本报告期，公司实现归属于上市公司股东的净利润 1,060,824,999.43 元，同比下降 38.41%，主要是因去年同期确认出售子公司三九医院股权取得投资收益约 6.8 亿元（税后）导致，剔除上述影响，公司实现归属于上市公司股东的净利润同比增长约 2%。

### 3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	43,939	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0			
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况	
					股份状态	数量
华润医药控股有限公司	国有法人	63.60%	622,569,632			
香港中央结算有限公司	境外法人	7.56%	74,050,509			
全国社保基金一零三组合	境内非国有法人	3.37%	32,998,480			
中国证券金融股份有限公司	境内非国有法人	1.61%	15,793,441			
安本标准投资管理（亚洲）有限公司—安本标准—中国 A 股股票基金	境外法人	1.53%	15,023,521			
摩根士丹利投资管理公司—摩根士丹利中国 A 股基金	境外法人	1.23%	12,046,136			
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	1.14%	11,144,900			
涿州京南永乐高尔夫俱乐部有限公司	境内非国有法人	0.75%	7,350,000			
天达资产管理有限公司—天达环球策略基金—全中国股票基金（交易所）	境外法人	0.73%	7,122,703			
香港金融管理局—自有资金	境外法人	0.65%	6,374,566			
上述股东关联关系或一致行动的说明	前 10 名股东中，国有法人股股东华润医药控股有限公司与其他股东之间不存在关联关系，也不属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。公司未知其他流通股股东相互间是否存在关联关系，也未知其相互间是否属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。					
参与融资融券业务股东情况说明（如有）	不适用					

### 4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

适用  不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

适用  不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

## 5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用  不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

## 6、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在半年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券  
否

## 三、经营情况讨论与分析

### 1、报告期经营情况简介

公司是否需要遵守特殊行业的披露要求  
否

2020 年上半年，受新冠病毒疫情等因素的影响，除与疫情防控相关的子行业外，医药行业总体承压，增速下降。疫情带来公共卫生体制的变革及健康理念的升级，中央全面深化改革委员会第十二次会议上进一步强调要完善重大疫情防控体制机制，健全国家公共卫生应急管理体系，公共卫生体系投入将持续加大。同时，医药卫生体制改革仍不断深化，第二批带量采购工作如期执行，医保控费持续，创新仍是医药企业未来发展的源动力。在线问诊、医药电商和新零售等新模式驶入快车道，互联网医疗部分放开，有望实现更快发展。疫情期间，中医药深度介入了诊疗全过程并发挥了重要作用，在国家鼓励中医药发展、坚持中西医并重的背景下，中医药优势将得到有效发挥，优质中药仍有广阔的发展空间。

面对新冠病毒疫情突如其来的考验以及行业政策和市场环境的变化，公司积极应对，主动作为，履行社会责任，在全员科学防护的前提下，全力保障生产供应，通过产品结构调整及新渠道拓展等举措努力降低疫情的影响。报告期内，公司实现营业收入 58.32 亿元，同比下降 18.62%。其中，自我诊疗（CHC）业务实现营业收入 36.94 亿元，基本持平；处方药业务实现营业收入 18.97 亿元，同比下降 38.83%。实现经营活动产生的现金流量净额 10.67 亿元，保持稳健。实现归属于上市公司股东的净利润 10.61 亿元，同比下降 38.41%，主要由于 2019 年度出售子公司三九医院股权取得的投资收益约 6.8 亿元（税后），剔除上述影响因素，公司净利润同比增长约 2%。

#### （一）持续加大研发投入，推动创新转型

2020 年上半年研发投入 2.05 亿元。新立项产品 7 项，主要在呼吸、骨科、皮肤用药等领域。并继续推动已立项产品的研发工作及五代头孢的注册申请。2020 年 6 月，公司获得口服补液盐（III）的注册批件（视同通过质量和疗效一致性评价），进一步丰富了儿科产品线。公司利用药品上市许可持有人制度（MAH）引入乳块消颗粒，增加妇科产品布局。与深圳湾实验室达成战略合作，共同推进抗肿瘤新药 QBH-196 临床研究工作。报告期内，公司获得省部级科技进步奖 1 项，国家发明专利授权 11 项。

在产品力提升方面，公司围绕感冒灵、血塞通软胶囊、骨通贴膏、气滞胃痛、华蟾素等多个产品，加强核心品种药材资源、生产工艺、质量标准、临床循证医学研究等工作，优化工艺，提高质量标准，提升产品的品质与资质。

在中药经典名方及药材资源的研究方面，公司持续加大投入，积极探索中医药传承和发展之路。公司持续加大经典名方颗粒的品种遴选和滚动立项，其中 2020 年上半年立项 2 首，新立项品种正在开展物质基准等相关研究。公司继续加大中药配方颗粒标准研究力度，依据国家药典委员会《中药配方颗粒质量控制与标准制定技术要求》（征求意见稿），与国内知名科研院所合作，开展多个品种的标准研究。在药材资源研究方面，公司重点关注道地药材和种子种苗质量的标准化研究，形成订单式药材种植模式，药材规模化种植进入发展快车道，从源头保障药材质量。

在品牌建设方面，公司持续创新与消费者的沟通方式，积极尝试跨界营销，拉近与消费者的沟通距离，提升品牌影响力。报告期内，《三叉戟》、《我是余欢水》等多部产品植入剧集播出。999 感冒灵✕拉面说联合推出暖心鸡汤面，传递 999 感冒灵“暖暖的很贴心”的核心理念。999 小儿感冒药推出《小九致爱》系列定制眼影，以“宝宝不感冒，妈妈有功劳”的理念触达妈妈圈层，以感谢妈妈们的辛苦付出，相关活动收获了广泛讨论与互动。

## （二）优化质量管理体系，构建绿色可持续发展长效机制，助力业务高质量发展

### 1、贯彻落实新《药品管理法》，推进药品全生命周期质量管理体系建设

报告期内，公司全面推进新《药品管理法》及其配套《药品注册管理办法》、《药品生产监督管理办法》等系列法规规定的药品全生命周期质量管理要求和药品上市许可持有人（MAH）主体责任落实工作，成立药物警戒中心，统筹指导下属企业药物警戒工作；调整质量管理组织架构及职能，整合研发、生产、经营、使用环节质量管理职能，修订药品研发质量管理体系、药物警戒、药品追溯、药品上市后风险管控、药品经营监管等制度，构建上市许可持有人全生命周期的质量管理体系。为应对医药行业新法规、规章的实施对专业技术人员的要求提升，公司积极探索生产质量专业人才团队建设，利用线上平台构建质量专业复合型技术人才培育体系，建立数字化监控能力，助力质量管理能力提升。

在新冠肺炎疫情特殊时期，为切实加强产品质量管控，保障公众健康，公司实施严格的复工复产管理，各生产企业在 GMP 规范基础上，严格按照疫情防控要求做好厂区、车间、人员消杀控制工作，严格原材料采购和进厂管理；创新工作方式，对下属企业开展远程质量审计；严格落实质量风险管控举措，开展内部产品质量抽样评价，保障产品安全，切实维护社会公众利益。

同时，公司持续开展质量教育、宣传系列活动，打造“厚德诚朴，匠心精神”质量文化。华润三九各下属企业举行了“关爱药店人”、药品安全警示教育、质量改进攻关、质量征文、贴心服务等活动，提升全员质量意识，完善客户服务体系，提高消费者满意度。

### 2、持续推动节能减排，落实环保三年行动计划

报告期内，公司严格落实疫情管控要求，坚持绿色发展，严守生态红线，积极实施《华润三九生态环境保护暨污染源治理三年行动计划》，建立环保风险分级管控体系，扎实推进生态环境保护问题整改，华润三九（雅安）等 6 家单元已完成 VOCs 治理项目招投标工作，华润三九（黄石）已完成车间粉尘治理项目建设并顺利通过验收。上半年华润金蟾获得安徽省住房和城乡建设厅颁发的“2019 年度安徽省节水型企业”称号；黄石三九被评为“黄石市生态环境监督执法正面清单企业”；华润九新获深圳市生态环境局颁发的“环保诚信企业（绿牌）”荣誉。

为进一步落实排污单位主体责任，健全环境管理体系，公司响应国家及地方生态环境主管部门的号召，积极开展新版《排污许可证》换发工作。报告期内，10 家业务单元已完成相关工作；8 家业务单元已完成申报，正在由当地主管部门审批；其余 6 家业务单元也在积极准备申报材料。

为深入贯彻落实“绿水青山，节能增效”及“绿色低碳，全面小康”的环保理念，华润三九积极开展世界环境日、节能宣传周和全国低碳日等活动。通过各种宣传形式，普及节能法律知识，广泛动员公司员工参与节能低碳活动，真正使生态文明理念、节能环保意识深入人心。

### （三）积极应对疫情影响，推动数字化转型，努力实现业务稳定

#### 1、自我诊疗（CHC）业务：调整产品结构，提升专业服务能力，拓展新渠道覆盖

报告期内，自我诊疗(CHC)业务基本稳定。其中，感冒用药一季度因季节性影响及居家防护需求，实现了较快增长，但二季度受疫情期间发病率下降影响，销量有所下降；儿科用药受疫情影响上半年下滑幅度较大。999 抗病毒口服液、999 板蓝根颗粒等上半年表现良好。皮肤用药品类表现良好，999 皮炎平绿色装取得较快增长。铝碳酸镁第二批集采中标后，在医疗渠道取得快速增长。针对新冠肺炎疫情对门店推广活动造成的影响，公司迅速调整策略，充分开发在线资源，联合平安好医生等移动医疗平台及公司直播平台，开展易善复等产品的线上慢病义诊及公益直播，截至 6 月底，易善复等品牌共开展线上线下直播及培训共计 423 场，线上线下患者教育 376 场，提升品牌影响力。

在产品拓展方面，公司以消费者为中心，继续进行产品升级与新产品开发，上市了“999 维柔”皮肤健康护理产品、999 养胃舒低糖型等产品，推出了多款爆珠 IDai 口罩。好娃娃品牌下引入赖氨酸磷酸氢钙颗粒、DHA 乳铁蛋白等新品，进军母婴高端保健市场，满足消费者多样化需求。同时，公司基于大数据洞察，通过数字化选品方式，不断引入儿科等产品，完善品类结构。

在大健康业务方面，公司继续深耕膳食营养补充剂领域，在基础维矿与功能性健康产品中筛选有潜力品种，打造 999 今维多与三九益普利生品牌系列产品，逐步搭建和形成产品梯队。圣海 CMO 业务方面，公司积极应对疫情后机会，加快拓展新客户，海外客户拓展方面取得突破，发展态势良好。为应对日新月异的消费者新需求，尤其是线上年轻消费群体的需求，公司持续不断补充轻滋补、个护等健康领域新品，并在电商平台和私域流量领域全方位布局的基础上，探索运用短视频、直播等新形式，挖掘业务机会。

在康复慢病业务方面，阿理疗法用于冠心病合并慢性胃炎的 RCT 临床研究项目、阿理疗法基因组学基础研究项目进展顺利；2020 年一季度血塞通软胶囊进入国家临床诊疗指南《中国缺血性中风中成药合理使用指导规范》，与国家卫健委脑防委合作的阿理疗法 3000 例 RCT 研究项目正进入临床随访阶段。公司持续开展血塞通软胶囊质量标准提升研究工作，设立云南圣火三七药业有限公司，与云南省科学技术院、昆明理工大学、文山学院共同发起成立云南省三七研究院，在三七全株开发、三七全产业链资源整合方面，开展“三七产业提升关键技术研究及应用”项目可行性研究，进行绿色三七种植关键技术及标准制定、冻干三七规模化生产技术开发及示范生产线建设、开展三七中药材大品种、三七制剂中药大品种科技核心竞争力评价等工作，促进云南三七产业实现高质量发展。在疫情和复杂的政策环境下，公司持续深挖内部潜力，坚持营销管理精细化，打造完整数据链，构建专家网络和专业慢病服务能力，上半年实现了营业收入和净利润的稳定增长。

在渠道建设和终端能力打造方面，公司不断夯实平台基础，拓展新渠道覆盖，提升业务效率。公司建立了

覆盖全国的商业体系，打造合理覆盖、快速流通、有效销售的销售渠道，在行业内享有较高知名度；公司持续优化布局、深入基层，基层医疗终端增长迅猛，渠道体系抗风险能力强。同时推进连锁平台建设，积极探索新品类、新入口及消费者研究等创新项目，布局未来，推动销售持续增长。公司持续与赛诺菲合作，面向全国 30 余家主流连锁客户推出“完美药店”终端门店服务项目，以国际化标准，精准的客户需求分析、优化的商品视觉体系、系统的资源定制服务，营造消费者完美体验，提升客户服务能力。截至 2020 年 6 月底，“完美药店”项目已覆盖 20 个城市，超过 3400 家核心连锁终端，通过专业化动销模式实现产品良性增长。新渠道拓展方面，公司以疫情期间居家防护为契机，加速线上业务发展。2020 年上半年，999 主品牌以 999 品牌旗舰店为阵地，在京东及阿里平台通过多店联动，双平台赋能，打造品效合一的前沿阵地，截至 6 月底，999 主品牌电商平台销量快速增长，618 电商大促活动连续蝉联 OTC 感冒咳嗽品类第一品牌，并将产品策略从销售导向扩展至数字化品牌心智打造和用户运营。同时，公司积极布局新零售，为传统客户提供 B2C、O2O、垂直电商等新渠道入口赋能服务，共同打造医药新零售生态圈。

## 2、处方药业务：深耕业务领域，深化业务合作，持续提升产品力。

报告期内，受新冠疫情影响，全国各级医院患者数量下降、线下销售及市场活动开展困难，导致处方药业务同比下降 38.83%。其中，中药配方颗粒业务表现相对较好，营业收入小幅下滑；抗感染业务受限抗等政策及疫情影响下降明显。经过几年的产品结构优化，中药注射剂在营业收入中的占比已逐步下降至约 4%。

公司聚焦心脑血管、骨科、消化、肿瘤等重点领域，关注疾病的全周期管理，积极开展现有产品循证研究，并通过广泛的外部合作不断引进品种，丰富管线，实现专科化布局。公司深挖产品差异化临床优势，加强学术价值传播和专业市场推广，不断完善合规体系，并积极拥抱互联网，加强线上学术推广，整合线上线下资源，建立线上线下一体化、医患双驱的新商业模式。

在心脑血管领域，公司参附注射液以循证发展为基础，不断增强适应症管理，加强学术推广力度，打造具有临床价值的差异化中药产品。在骨科领域，公司开展骨内科学术中心项目，构建专家网络，深度挖掘瘀血痹在临床中的治疗价值。在消化领域，以易善复为核心，公司通过多渠道品牌建设传递学术观念，加大线上推广，建设并深化运营脂肪肝中心、联合肝基会开展患教活动，打造肝病推广平台，并大力开拓基层市场。在肿瘤领域，优化华蟾素片、金复康口服液的推广团队，建设自营终端，提升产品认知度，并积极探索肿瘤全病程管理模式。

中药配方颗粒业务依托中医药核心理念，持续发掘中医药价值，疫情期间，公司充分履行社会责任，及时调整排产计划，优先生产配方颗粒防疫品种，协调各方资源为保障生产及运输提供支持。同时联合近千家合作医疗机构，承接有关预防方和治疗方的调剂，通过线上线下多种方式在湖北等省市，快速搭建各单位疫情用药的投放渠道，并联合相关学术平台开展线上学术交流，以提高医疗机构通过中医药手段抗击疫情的效率，为防控疫情做贡献。同时，公司加快全产业链布局，加快国家标准的生产落地，积极开展道地药材种源及资源研究，持续拓展药材种植基地建设，保障药材品质和质量稳定。启动全品种的产品溯源系统上线，推进前端药材的追溯机制。并扩充饮片产品品类，打造“本草悟”品牌系列产品。在营销推广方面，通过学术项目合作提升产品竞争力与服务能力，构建产学研一体价值生态圈。并推动创新的业务模式进一步落地，加快智汇药房的建设，尝试布局中医馆业务，深化与互联网中医药平台合作，建立线上线下协同互通的中医药综合服务平台，为患者提供更加系统优质的中医药服务。在疫情常态化趋势下，配方颗粒业务将从中医药治疗向中医药预防领域延伸，

加强中医药治未病项目建设。联合医疗机构开展院内制剂与临床药物研究，推动中医药产品化建设。

抗感染业务方面，受新冠疫情及限抗、药品集中带量采购政策等影响，业绩继续承压。公司积极应对挑战，持续完善学术推广体系，提升自营推广模式占比，积极开拓非公立医院市场，最大程度稳定现有业务，并科学复工复产，保证了第二批国家药品集中采购中选品种阿奇霉素片和铝碳酸镁咀嚼片的稳定供应。同时，加快业务转型速度，持续推进重点品种一致性评价各项研究工作以及五代头孢项目的进口注册工作，深化与拓展 CMO 业务合作，不断提升长期发展动能。

### 3、并购整合：持续整合国内外优质资源，丰富产品线

2020 年 1 月，公司正式完成澳诺（中国）制药有限公司 100% 股权收购的工商变更，6 月，完成对润生药业有限公司的股权投资。与武田制药等日本 OTC 市场领先品牌的合作也在持续推进中，将结合双方在产品、技术及市场方面的优势，共同拓展中国市场。

#### （四）其他

报告期内，公司稳步推进依法治企的各项工作，推进公司法治文化建设，健全“三重一大”决策机制，基本实现了规章制度、经济合同、重要决策的法律审核百分之百。公司重视并不断完善法律风险防范机制，开展法律风险再梳理及管控措施的落地，规范关联交易等重点领域和关键环节的合规管理，提高法律风险管理水平。在知识产权保护方面，建立内部协同机制，提高主动维权的覆盖面及频率，为公司技术创新、品牌建设提供法律支持。

## 2、涉及财务报告的相关事项

### （1）与上一会计期间财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用  不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

### （2）报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用  不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

### （3）与上一会计期间财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用  不适用

与上一会计期间财务报告相比，公司新增加 1 家合并企业：并购取得全资子公司澳诺（中国）制药有限公司。