

证券代码：000999

证券简称：华润三九



投资者关系活动记录表

编号：2026-007

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研	☐ 分析师会议
	☐ 媒体采访	☒ 业绩沟通会（电话会）
	☐ 新闻发布会	☐ 路演活动
	☐ 现场参观	☐ 其他
参与单位名称 及人员姓名	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、国海证券、华泰证券、国联民生证券等证券、投资机构	
时间	2026 年 8 月 23 日	
地点、方式	会议室（电话会议）	
上市公司 接待人员姓名	董事长 邱华伟先生 总裁 吴文多先生 财务总监、董事会秘书 邢健先生 副总裁 王克先生	
投资者 关系活动 主要内容	公司于 2026 年 8 月 23 日和中信建投等券商联合举行 2026 年半年报业绩电话沟通会，就 2026 年上半年经营与业绩情况与投资者进行了互动交流。 公司财务总监兼董事会秘书邢健先生向各位投资者介绍了公司经营情况：	

介绍

2026 年上半年，面对复杂变化的市场环境，公司围绕战略方向，锚定“关爱大众健康，共创美好生活”的企业使命，坚持“创新+品牌”双轮驱动，聚焦核心治疗领域，强化研发创新，厚植品牌核心竞争力，夯实“一体两翼”业务布局，锻造全产业链综合竞争优势，稳固行业领先地位。报告期内，公司实现营业总收入 150.14 亿元，同比增长 1.37%；实现归属于上市公司股东的净利润 16.71 亿元，同比下降 7.96%。

从制药业务结构来看，CHC 健康消费品业务实现营收 61.32 亿元，主要受昆药业务影响，同比下降 23.29%。处方药业务实现营收 68.76 亿元，主要由于天士力一季度并表以及三九处方药业务持续增长，同比增长 42.14%。

从主要财务指标来看，2026 年上半年公司整体毛利率 56.79%，同比上升 3.24 个百分点；其中 CHC 业务的毛利率总体持平，处方药业务毛利率由于天士力并表有一定提升。从费用率来看，2026 年总体的费用率控制相对较好，销售费用率 27.7%，同比增长 1.1 个百分点，主要由于天士力并表因素。

2026 年上半年研发投入 7.31 亿元。报告期内，公司聚焦重点管线，持续推进中药、化药、生物药的开发或引进。截至目前，公司拥有在研创新药和改良型新药 55 项，其中处于 NDA/Pre-NDA 阶段 7 项，处于临床 II、III 期阶段 21 项。中药 1.1 类创新药枣仁宁心滴丸于 2026 年 6 月获批上市，为睡眠维持困难（时睡时醒）及伴有日间功能障碍的患者提供了新的治疗选择。报告期内，天士力多个临床项目均有进展，其中三项 CGT 项目 I 期临床研究入组中，新申报新药临床研究申请（IND）2 项。公司联合开发的 HiCM-188 项目已进入确证性临床试验，助力公司进一步拓展细胞治疗赛道，更好地满足终末期心衰临床需求。公司合作研发的 BGM0504 注射液的减重适应症 NDA 已正式获得 CDE 受理，2 型糖尿病治疗适应症国内 III 期临床试验正在顺利推进中，助力公司抢占前沿赛道，深化代谢领域管线布局。上半年公司获得枣仁宁心滴丸、阿达帕林凝胶、米诺地尔搽剂、吗替麦考酚酯干混悬剂、波生坦分散片、富马酸伏诺拉生片等《药

品注册证书》，进一步丰富了神经/精神、皮肤、消化代谢等领域产品矩阵。截至目前，公司共获 8 个经典名方《药品注册证书》，申报及获批数量行业领先。公司参与的《以功效物质为核心的中药作用原理解析创新技术体系构建与应用》项目荣获 2025 年度国家科学技术进步奖二等奖，项目历时二十余年攻坚，搭建起功效物质发现、生物合成、机制解析、临床转化一体化全链条技术平台，为中药质控升级、标准建立、临床合理用药提供完整科学解决方案。

CHC 健康消费品业务作为公司核心业务，在零售端承压的背景下，凭借“全域布局，全面领先”的理念，通过高效品牌投放，开展多渠道、多维度品牌渗透，呼吸品类 999 感冒灵持续提升品牌好感度和忠诚度，领导品牌地位稳固；推动“三九胃泰”品牌年轻化；持续强化 999 皮炎平品牌心智，巩固皮炎湿疹品类领导者的地位；维矿品类推广钙 D 联合矩阵，骨健康、亚健康领域实现快速增长。昆药集团受集采等政策因素影响，同时渠道变革节奏与终端恢复之间存在时滞，营销模式改革的进度不及预期。公司 CHC 业务持续通过“大品种-大品牌-大品类”建设思路，围绕优势品类，筑牢更高的护城墙和更深的护城河，同时锚定银发健康趋势，重点布局银发青年人群。

公司处方药业务围绕管线充盈、商业驱动、创新探索三大战略主题推进年度举措落地实施。坚持以临床价值为导向，搭建完善高等级循证医学证据体系，夯实产品学术竞争力。2026 年，公司多款产品新纳入国家基本药物目录，有助于公司基层渠道拓展、终端市场渗透。国药业务紧抓集采常态化带来的结构性机遇，提升中药配方颗粒与中药饮片的市场份额。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。

在股东回报方面，公司 2026 年半年度权益分派预案为：以未来实施分配方案时股权登记日的总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.15 元（含税），不以公积金转增股本。截至 2026 年 6 月 30 日，公司总股本为 1,664,217,858 股，以此计算合计拟派发现金股利

690,650,411.07 元（含税），约占 2026 年半年度公司实现归属于上市公司股东的净利润的 41.34%。

2026 年医药行业预计仍将承压前行。公司将紧跟国家医药产业发展战略，立足中医药守正创新、产业提质升级发展，助力健康中国建设；坚守保障大众健康用药需求、引领产业健康发展的使命；夯实“一体两翼”业务布局，强化研发创新与 AI 智能化赋能，稳固行业领先地位。

1. 公司研发布局及进展，有哪些可以期待的重要品种及时间节点？

答：公司多年来坚持“创新+品牌”双轮驱动，在研发创新方面，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，强化创新发展。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。2026 年 1-6 月，公司研发投入 7.31 亿元。围绕消化代谢、心脑血管、感冒呼吸、神经精神等治疗领域，新品研发取得积极进展。截至目前，公司拥有在研创新药和改良型新药 55 项，其中处于 NDA/Pre-NDA 阶段 7 项，处于临床 II、III 期阶段 21 项。今年上半年公司研发项目落地显著加速。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。公司联合开发的 HiCM-188 项目已进入确证性临床试验阶段；临床研究登上国际医学顶级期刊《自然·医学》。公司合作研发的 BGM0504 注射液的减重适应症新药上市申请（NDA）已正式获得国家药品监督管理局药品审评中心（CDE）受理，2 型糖尿病治疗适应症国内 III 期临床试验正在顺利推进中，助力公司抢占前沿赛道，深化代谢领域管线布局。天士力中药 1.1 类创新药“枣仁宁心滴丸”正式获批上市，并在西普会进行产品发布。天士力重点拓展的先进治疗药物赛道，3 款细胞治疗产品 B2278（人脐带间充质干细胞注射液）、B2065（脂肪间充质细胞注射液）、B2172

(CD44/CD133 双靶点 CAR-T) 也在稳步推进临床 I 期。此外，公司“一体两翼”的研发模式在持续构建。

2. 公司和艾尔普联合开发的 HiCM-188 项目目前进展如何？

答：公司联合开发的 HiCM-188 项目已进入确证性临床试验阶段。8 月 19 日，国际医学顶级期刊《自然·医学》（Nature Medicine）在线发表南京大学附属鼓楼医院王东进教授团队牵头的 HEAL-CHF 临床研究长期随访结果。由华润三九与艾尔普再生医学联合开发的 iPSC 来源心肌细胞药物 HiCM-188 在治疗严重缺血性心衰中展现出显著疗效与良好安全性。这标志着华润三九布局 iPSC 赛道迎来里程碑式进展。12 个月随访数据显示：安全性优异无致瘤、致恶性心律失常风险；心功能显著改善 90% 细胞治疗组患者 NYHA 心功能分级降至 II 级，对照组仅 60%；运动耐量大幅提升 6 分钟步行距离平均提升 168.8 米，较对照组提升 73.6%；心脏结构逆转每搏输出量平均增加 9.03mL，对照组反而下降 8.41mL。作为“现货型”细胞产品，HiCM-188 有望实现标准化生产与储存。华润三九将与艾尔普共同推进确证性临床研究和产业化进程，让这一突破性疗法早日走向临床应用。未来，公司更将依托成熟的营销网络与处方药推广经验，推动这一前沿技术惠及更多心衰患者。我国现有心衰患者约 1370 万，每年新增近 300 万例，重度患者 5 年死亡率高达 50%。该领域长期面临治疗手段及效果有限的困境。HiCM-188 若顺利获批上市，有望填补重度缺血性心衰药物治疗的空白，成为重塑治疗格局的革命性疗法，造福更多中国心衰患者。

3. CHC 业务各品类的增长情况以及全年展望？贡献增量的核心产品或品类有哪些？

答：从行业来看，已进入相对低速的增长阶段。华润三九 CHC 业务以“全域布局、全面领先”为策略，总体围绕“大品种-大品牌-大品类”建设思路，丰富产品线、打造品牌。“十四五”期末公司过亿品种有 45 个，处于行业领先地位。另外公司也关注 5000 万以上至 1 亿的腰部品种，也制定了相应的品种培育策略，推动品种过亿。2026 年上半年，受流感和呼吸道疾病发病

率同比回落至正常水平，呼吸品类市场有所回落，公司呼吸品类上半年收入有一定幅度调整，总体是在合理的调整范围。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，上半年加味藿香正气合剂实现快速增长；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。公司上半年与天士力联合打造 999 穿心莲内酯滴丸、999 痰咳净滴丸等产品，预计下半年和昆药集团联合打造清肺化痰丸等，进一步丰富呼吸产品布局，完善呼吸品类矩阵。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，上半年维矿品类实现快速增长。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。

4. 处方药上半年表现分析及全年展望 后续思路与规划？

答：今年上半年，公司处方药业务表现良好，这也是基于多年以来持续深耕体系建设和能力建设的结果。华润三九自身处方药业务围绕管线充盈、商业驱动、创新探索三大战略主题推进年度举措落地实施。围绕“3+N”核心业务赛道完善重点领域管线规划布局，坚持以临床价值为导向，搭建完善高等级循证医学证据体系，持续产出高质量 SCI 学术论文，夯实产品学术竞争力，学术化团队建设持续升级。2026 年，公司多款产品新纳入国家基本药物目录，有助于公司基层渠道拓展、终端市场渗透。公司同步推进国家医保、省级目录、集采挂网多维政策突破。依托华润九新高端智造拓展全球化 CDMO 合作，新增多家海外制药领域合作客户，国药业务紧抓集采常态化带来的结构性机遇，提升中药配方颗粒与中药饮片的市场份额；2026 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 年上半年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. 天士力上半年表现优秀，公司在哪些方面的赋能起到了重要作用？

答：2026 年上半年，天士力在业务稳定、团队稳定、核心客户稳定的基础上，顺利完成了与华润三九融合关键工作，双方在研发、营销、管理等方面的高效融合，实现了高效的资源整合，双向赋能效果持续显现。院外市场赋能是天士力与华润三九在业务融合方面最重要的工作之一，双方优势互补明显，目前正在逐步进入深度融合的阶段。天士力通过创新驱动，研发出了一系列疗效确切的独家创新中药品种，目前在研管线储备也比较丰富。华润三九多年来深耕 CHC 市场，拥有完善的渠道体系和终端覆盖，并且拥有良好的品牌运作能力和资源整合能力。依托华润三九成熟的品牌影响力与全域终端渠道赋能，天士力重点攻坚院外处方流转承接与慢病健康管理，持续拓宽全渠道产品覆盖。公司依托华润三九商道沙龙等核心项目，深度绑定核心商业伙伴，渠道协同粘性与运营效能持续释放。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。今年上半年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。

6. 公司合作的 BGM0504 有望 2027 年上市，切入减重和生物药领域。公司如何看待这个赛道与传统业务的协同？

答：BGM0504 注射液的减重适应症 NDA 已正式获得 CDE 受理，2 型糖尿病治疗适应症国内 III 期临床试验正在顺利推进中。数据显示，BGM0504 注射液 15mg 组 52 周实现平均 19.3% 的显著体重下降以及 16.5cm 腰围减少。同时，肥胖伴高血压参与者经 36 周治疗后，收

缩压和舒张压较基线平均分别降低 22.9mmHg 和 12.9mmHg；肥胖伴高尿酸参与者的尿酸值平均降低 70.7 μ mol/L，血脂、血糖等其他心血管代谢指标方面也呈现出突出的综合改善能力。在骨代谢维度，提示其减重过程未有骨量流失的风险。BGM0504 注射液通过同时激动 GLP-1 与 GIP 受体，实现多通路协同调节，在体重控制基础上进一步改善血压、血脂及胰岛素抵抗等关键指标，有望在代谢疾病综合干预领域形成差异化优势。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. 公司“十五五”规划进展？

答：“十五五”期间华润三九将持续关注高质量发展。面对深刻变化的行业格局与时代机遇，华润三九将以“十四五”积淀的优势为基石，依托三家上市公司，以“一体两翼”业务布局，聚焦消费健康、医疗健康和银发健康三大核心业务，紧抓三个业务发展机会，坚定推进研发创新，AI 智数化建设，打造高效协同、快速响应的敏捷型组织，锻造“敢打仗、能打仗、打胜仗”的人才队伍，确保“十五五”战略蓝图化为生动实践，引领公司迈向高质量、可持续发展的崭新未来。未来，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。三家公司战略清晰，目光远大，推动核心业务持续成长。“十五五”期间公司将以对标世

界一流企业为指引，在产品卓越方面，我们规划了过亿品种和头部品种的数量；在品牌卓著方面，保持 CHC 第一地位，天士力力争跻身医疗健康第一梯队，昆药力争打造银发健康第一品牌；在创新领先方面，确保中药创新领先地位，深度融入医药创新生态圈，争取做好生物医药创新布局；在治理现代方面，制定可持续发展 ESG 目标及全面智能化目标。

8. 公司十五五规划的分红预期？公司长期来看对于收并购方向的考虑？

答：公司上市后累计实施分红已超 110 亿元，公司积极落实“质量回报双提升”行动分红方案，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，2021、2022 年度现金分红比例提升至公司当年实现归属于上市公司股东的净利润 40%左右，2023 年度、2024 年度、2025 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较高比例。2026 年上半年现金分红比例约为 41.34%。未来，公司在“一体两翼”业务布局下，三家上市公司有各自的定位并处在不同的发展阶段，都会通过内涵加外延的方式在各自的领域实现发展，既要兼顾股东回报，也要兼顾投资需求和创新研发需求，华润三九主体会以稳定的分红回报为主，天士力和昆药处于发展阶段，在满足发展需求资金情况下同时兼顾股东回报。未来公司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。

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。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。

9. 公司线上业务的发展趋势如何？

答：“十四五”期间，随着消费习惯改变，线上营销已成为不可或缺的战略渠道，公司在“十四五”之初确立了相应的数字化战略，成立了智能与数字化中心，针对年轻消费群体的购药习惯，持续布局发展线上业务。2026 年公司持续优化线上零售平台合作模式，积极布局社交电商渠道，构建多元化线上业务销售矩阵。依托线上平台生态，公司首发多款新品，并通过定制化、场景化营销方式，提升会员活跃度。2026 年上半年公司线上业务仍实现快速增长。我们认为零售行业线上线下服务一体化将是未来五年乃至更长时期的竞争格局，公司已在制定“十五五”线上业务战略，将进一步强化自身线上能力，探索线上选品策略，打造线上起盘、线下发展的商业模式，将线上和线下能力做结合，进一步拓展业务格局。同时，公司“十五五”期间也将设立有挑战的线上业务目标，将持续围绕线上赋能体系，推动线下客户转型升级，并高度关注行业变化，赋能行业推动趋势变化。

10. 经典名方的研发进展，公司益气清肺颗粒目前的销售进度如何？

答：截至目前，公司共获 8 个经典名方《药品注册证书》，其中，温经汤颗粒、半夏白术天麻汤颗粒、桃核承气汤颗粒、大建中汤膏均为该方剂国内首家获批中药经典名方，芍药甘草颗粒、温经汤颗粒获得澳门药物监督管理局批准上市。目前，公司 2 首经典名方处于注册申报阶段，申报及获批数量行业领先。999 益气清肺颗粒由公司与张伯礼院士团队联合研发，填补呼吸道感染康复期用药市场空白，加深加宽公司在呼吸品类的护城河，也为公司发展中药创新药提供宝贵经验；2025 年 12 月 999 益气清肺颗粒在京东健康独家线上首发并通过谈判进入国家医保目录。今年是推动进院的关键期，目前在有序开展上市后学术推广和挂网销售等相关工作，已进

入 200 家各级医疗机构。公司对新品培育注重战略耐心，将长期看待其成长，推广效果需观察一年、两年、三年的持续增长。

11. 公司产品纳入基药目录的情况？未来基药目录更新对于公司的影响如何？

答：7 月 9 日，国家卫生健康委、国家中医药局、国家疾控局发布《国家基本药物目录（2026 版）》。本次更新调整中，华润三九及子公司多款产品新纳入基药目录，覆盖呼吸、心脑血管、神经精神、消化、肿瘤等领域。叠加原有的成熟基药品种，公司基药产品矩阵进一步扩容，有助于推动更多的优质好药下沉基层，适配群众基础诊疗需求、减轻群众用药负担。新纳入目录的产品中，天士力的荆花胃康胶丸、芍麻止痉颗粒为独家品种，精准匹配基层慢病、专科领域未被满足的临床需求。昆药集团血塞通软胶囊为独家剂型产品，昆药集团自确立“银发健康产业引领者”战略定位后，深耕三七全产业链，围绕老龄健康和慢病管理领域持续完善产业布局；本次血塞通软胶囊及滴丸纳入新版基药目录，是昆药集团银发健康战略在三七产业链打造、心脑血管管理领域深耕的关键落地；昆药集团受医保等政策因素的影响较大，本次血塞通软胶囊进入基药目录有助于昆药集团推动业务重回轨道，助力三七产业链建设，同时有助于基层渠道拓展、终端市场渗透，为提升产品可及性及未来发展提供支撑。

总结：2026 年是“十五五”开局之年，在医药行业进入低增长的大趋势下，创新药赛道通过海外授权强化价值兑现成为公认态势，国内市场呈现出存量竞争态势。华润三九的业务目前主要围绕国内市场，呈现出与行业大盘同样的趋势；华润三九和天士力品牌知名度高、自身体系强，表现出较强的竞争力和较好的盈利能力，起到稳大盘的作用；昆药集团受行业调整影响较大，但银发赛道前景广阔、昆药集团产品优质、发展空间仍然很大，也希望借助血塞通系列产品进入国家基药目录以及华润三九“一体两翼”相互赋能的良机，在发展中解决短期困难，务实推进各项工作。华润三九将用好“十四五”形成的“一体两翼”业务布局，在“十五五”期间充分

	推动“创新+品牌”双轮驱动，相互赋能，更好地跨越周期，同时落实质量回报双提升计划，积极回报投资者，力争实现“十五五”战略目标。
附件清单 (如有)	-
日 期	2026/08/23