

云南白药集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2024 年 4 月 1 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话会议

投资者：机构及个人投资者 226 人

参加人员：董事、首席执行官、总裁-董明，首席创新官、高级副总裁-秦皖民；首席合规官、高级副总裁-杨勇，首席商务官、高级副总裁-赵英明，首席财务官-马加，董事会秘书-钱映辉，战略与运营管理部总经理-董汛，药品事业群总经理-郑祥伟，健康品事业群总经理-黄玉敏，省医药有限公司总经理-陈东，中药资源事业群副总经理-王煜，中央研究院院长-万五洲

会议内容：

1、开场致辞

2023 年，云南白药保持战略定力，强化组织管控，完善创新体系，推动数智赋能，通过聚焦主业、高效协同、精益运营，全年业绩实现质效双升，为长期可持续高质量发展打下坚实基础。展望 2024 年，云南白药将进行战略再聚焦，围绕主业持续深耕，推动可持续发展；做到路径更清晰，围绕主业有序延伸，推进业务结构优化；同时将围绕“全产业链管理协同、全价值链效益提升”，着力提升研发、

采购、生产、物流、销售等全价值链要素运营效率，久久为功，实现产品竞争力和企业盈利能力稳步提升。

2、公司领导介绍 2023 年总体经营情况。

2023 年，公司克服了外部环境剧烈变化带来的挑战，全年实现营业收入 391.11 亿元，较上年同期的 364.88 亿元净增 26.23 亿元，增幅 7.19%，其中工业收入增速 7.58%；实现归母净利润 40.94 亿元，较上年同期的 30.01 亿元上升 10.93 亿元，增幅 36.41%；加权平均净资产收益率 10.51%，较上年提升 2.64 个百分点；基本每股收益 2.29 元/股。报告期末，公司总资产 537.84 亿元，同比增长 0.87%；货币资金余额 142.18 亿元；交易性金融资产余额 1.49 亿元，较年初大幅减少 93.82%；归属于上市公司股东的净资产 398.79 亿元，同比增长 3.57%。

其中，药品事业群主营业务收入 64.81 亿元，同比增长 8.16%；健康品事业群实现营业收入 64.22 亿元，同比增长 6.50%；中药资源事业群实现对外收入 17.1 亿元，同比增长约 22%；省医药公司实现主营业务收入 244.90 亿元，同比增长 5.63%。

3、从中长期的角度来看，重点研发资源会投入在哪个领域？

答：公司将进一步围绕医药政策和行业发展趋势及白药特色，以“传承云南中医药精华”“赋能健康产品升级”和“精心布局创新药物”三个方向和“AI 辅助药物设计”技术为研发战略，全面提升研

发创新能力。

4、公司四大事业群 2024 年全年经营展望。

答：2024 年，公司将以战略为引领，进一步聚焦主业，守好药品、健康、中药资源、省医药经营基本盘，工作主要基调为“增长”和“增效”协同推进，聚焦有效益、有质量的健康、可持续增长目标。规模上通过聚焦主业相关、有竞争优势的产品，推动核心产业实现增长。结构上围绕核心产品，推动核心重要品种的二次开发工作，整合集团全体资源，推动产业结构、产品结构持续优化，形成新的增长点。质量上通过全产业链竞争力提升，推动内部精益运营，实现降本增效，持续夯实发展的基本盘，实现规模、结构和质量的协同发展新格局。

5、公司其他品牌中药业务未来的规划，未来潜力品种？

答：2023 年，公司其他品牌中药类产品增长亮眼，蒲地蓝消炎片、藿香正气水销售收入均实现过亿元，分别同比增长近 16%、124%；用于妇科消炎的产品宫血宁胶囊销售收入实现同比上涨 47%。

药品事业群持续推动公司的其他品牌中药产品继续放量增长，积极打造三七体系全产业链运营，在更多治疗领域打造竞争优势。为了实现上述目标，药品事业群已经成立了专门的品牌中药团队进行运营，针对蒲地蓝消炎片、丹溪玉屏风颗粒、藿香正气水等潜力药品发力，并且与国创中心、加速康复联盟、北京大学云南白药国际研究中心、各级医疗机构加强合作，开展现有产品深度研究及二次开发工作，并

挖掘潜力产品，为未来发展提供全新增长点。

6、孵化中的新兴事业部未来几年的期待与规划？

答：公司围绕既定的发展战略，根据实际业务需求，升级组织能力、提升管理效能，搭建敏捷、高效的组织结构，报告期内重组新兴业务板块，包括滋补保健品事业部、美肤事业部、医疗器械事业部。滋补保健品事业部致力于抢占膏滋消费者心智，整合深耕三七等优势中药大产品，发力滋补保健品大赛道；美肤事业部致力于突破功能护肤产品，以天然草本植物为基础，以温和、无刺激以及滋润养护为产品特点，推出独具云南白药特色的美妆品牌；医疗器械事业部致力于聚焦骨科、伤科护理为主的专业功能赛道；新事业部的探索和孵化致力于探索基于大数据服务后台的精准定制化的“综合解决方案”这一全新商业模式，为公司打造全新业绩增长点。

7、省医药未来采取什么措施加强应收账款的管理？

答：2024 年公司将重点加强应收账款管理：内部将持续完善应收账款绩效考核管理、加强资信管理控制、建立多部门联合小组定制清收方案等；客户管理方面，将全方位梳理客户进行应收账款结构优化，有效降低货款风险。

8、北大-云南白药研发中心在公司的定位以及未来的发展方向？

核药最新的进展情况更新。

答：北京大学-云南白药国际医学研究中心（以下简称“北大-白药医学中心”）的定位是：（1）原始创新，源头突破；（2）药物研发和临床实验相结合。该中心围绕“临床医学+X”建设的切实需求，重点支持和布局肿瘤学、生殖医学、创伤骨科、药学、口腔医学和医学美容等领域的科学研究和创新突破。未来该中心将依托北大医学的人才、学科优势和云南白药的药物转化优势，汇集领军人才，力争在前沿探索研究和医药成果转化两个方向形成突破，推动创新链和产业链有机融合、双轮发展，建成世界一流的医学研究中心。

报告期内公司核药管线全面布局，并取得阶段性成果：其中用于前列腺癌诊断的创新核药 INR101 项目已于 2024 年 2 月收到国家药监局下发的境内生产药品注册临床试验受理通知书，预计将于下半年正式启动临床试验；用于前列腺癌治疗的创新核药 INR102 项目已完成模型动物的药效评价和组织分布等研究，并启动药学研究；INR202 和 INR203 创新核药项目已启动候选分子的筛选工作。另外，云南白药的全资子公司云核医药（天津）有限公司于 2024 年 1 月初取得核药研发中心天津项目（新建使用、销售放射性药物）环境影响报告表批复，并正式启动工程建设，未来将有力支撑公司创新核药管线的开发。

9、公司收入线上占情况比以及后续战略规划和资源投入？

答：伴随消费品渠道的“近场化”与“数字化”趋势，电商渠道维持增长，内容电商、即时零售迅速增长，公司也顺应潮流，提升线

上销售能力，促进公司线上销售稳步增长。

从药品事业群来看，药品当前线上收入占比相对较低。为迎合当前消费形态转变，药品事业群成立专职线上团队对此项工作进行探索，2023 年药品事业群在兴趣电商抖音开设官方旗舰店，并在百度、小红书等平台进行内容投放以发挥新渠道对药品产品的推广和销售作用。

健康品事业群立足于全域全渠道发展，协同布局。根据整体营收情况，目前健康品事业群收入呈现线下为重、线上高速健康发展的态势。健康品事业群继续围绕集团制定的“成为一体化口腔健康、头皮护理、身体健康的解决方案提供商”的战略目标，突出业务整合与资源互用，持续挖掘消费者需求，加强市场形势研判，积极创新研发产品功能并提升用户体验感，向新而行。继续深耕口腔健康领域，加强对新业务、新形态的持续投入，提质增效。

10、如何展望牙膏品类的增长潜力和盈利能力？

答：牙膏总体呈现销售量、销售额全渠道较为平稳的市场态势。根据尼尔森 2023 年 12 期最新数据显示，全国牙膏全渠道销售额逾 300 亿元，销售额同比增幅 0.7%，线下 vs 线上销售额占比约为 6:4，线下销售额呈现负增长。渠道侧线下是存量竞争市场占比大；线上兴趣电商是主要驱动力增速快，主要由新锐口腔品牌带动增长。

云南白药牙膏夯实深耕线下存量盘，线上积极稳步开拓创新增量盘。2023 年云南白药牙膏国内市场份额 24.60%（数据来源：尼尔森

零售研究数据 YTD2312)，继续保持市场份额第一；2023 年“双 11”期间，健康品事业群实现多个榜单第一：其中云南白药天猫牙膏官方旗舰店实现突破性爆发，单店销售业绩首次破亿，成为首个凭借牙膏单品破亿的旗舰店；在抖音也夺得牙膏爆款榜第一、抖音品牌牙刷爆款榜第一等全新战绩。

11、今年公司分红比例超 90%，股息率超 4%，未来分红比例是如何考虑的？

答：公司始终坚守企业社会责任，持续增强分红能力、提高分红水平，实现连续 30 年对股东分红，截至 2022 年度，累计现金分红金额已超过 207 亿元。2023 年分红预案为每 10 股派息 20.77 元，分红总额 37.06 亿元，占 2023 年归母净利润比例 90.53%（分红预案尚需股东大会审议）。若含 2023 年预计分红金额，上市至今累计现金分红金额将超过 244 亿元，近五年共计分红总额将超 172 亿元，占近五年归母净利润总额的 87.86%。未来公司有信心通过持续稳健经营与各利益相关方共享企业发展成果，为长期价值投资者创造良好的价值回报。

12、未来是否考虑较大的外延并购计划，如果有可能会聚焦在什么方向或领域？

答：公司未来将重点统筹产业资源，聚焦公司主航道业务，通过并购优质标的，补齐业务或能力短板，努力实现弯道超车。聚焦的主

航道即：围绕中药全产业链业务，做大做强品质大中药；围绕个人健康的功效性产品服务，做新做精健康好生活；围绕特定市场的商业流通，做稳做优区域新流通。通过收购、合并、合作等方式，借助外部资源和能力实现持续增长，以外延式扩张为当前集团营收增长提供动力。

2024年4月1日