

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16日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话会议

投资者：汇添富-刘丹、卞正、劳杰男、马翔、钱伟志

参加人员：董事会秘书-钱映辉、证券事务代表-李孟珏、投资者关系管理-杨可欣、张昱

会议内容

1、请介绍一下药品事业群的销售情况？

答：2023年，药品事业群主营业务收入64.81亿元，同比增长8.16%。白药系列核心产品保持了较好的增长态势，毛利率为70.6%，其中云南白药气雾剂销售收入贡献超过17亿元，同比增长15.27%；云南白药创可贴、云南白药膏、云南白药（散剂）、云南白药胶囊等产品销售收入过亿，其中云南白药膏销售收入过9亿元，云南白药胶囊销售收入过6亿元，云南白药（散剂）及云南白药创可贴销售收入过3亿元；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%。植物补益类产品亦取得良好增长，其中气血康口服液实现销售收入2.31亿元，同比增长15%。

2、请问云南白药牙膏在线上是如何发力的？

答：2023年，健康品事业群通过挖掘存量潜力，主营业务收入保持稳健增长态势，实现营业收入64.22亿元，同比增长6.50%。口腔护理领域，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。

健康品事业群线上紧扣“618、双11、双12”等年度网购大促，与综合电商平台天猫、京东、拼多多等强力合作、持续发力，在抖音等内容电商平台开展创意直播，积极拓展线上市场份额；同时通过“李健线上演唱会”“云南白药口腔健康&《花儿与少年·丝路季》旅综游学”IP内容营销等提升品牌曝光度。

3、公司在研发方面做了哪些布局？

答：研发布局方面，充分发挥中央研究院的中枢协调功能，整合、协调跨区域研发资源，依托下设的四大研发中心，保障研发工作的顺利推进。其中，昆明中心以云南省药物研究所为科研平台，坚持中药研发优势，聚焦中药、民族药等天然药物的资源、药理、毒理等方面的研究工作；北京中心以北京大学—云南白药国际医学研究中心作为公司探索校企合作研发创新模式的平台，承接学术成果及商业转化开发研究；上海中心以创新药物中心、云核医药（天津）有限公司、云白药征武科技（上海）有限公司为科研平台，积极建设公司的创新产品开发能力、培育新兴业务，重点研发创新型核药（放射性药物）；无锡中心以云南白药集团无锡药业有限公司作为器械研发平台，孵化

切合市场需求、技术领先、专业验证的医疗器械产品，深耕慢病疼痛中医诊疗设备、膏贴系列、眼部健康系列、家居个护消杀以及运动护理领域的特色个性定制系列等五大品类的产品。

4、中药资源事业部业务发展规划是什么？

答：中药资源事业群将坚持固本、培元、创新，依托云南省丰富的道地原料药材资源，聚焦区域优势资源，在保证公司供应的前提下，以用户需求为导向，围绕云南中药材产业资源的挖掘、培育、开发和利用，逐步构建长期稳定、优质可溯的云南道地原料药材供应链体系，打造持续领先的中药资源产业平台，为公司及外部客户持续创造长期价值。品牌药材板块将乘势而上，在做好三七产业平台的基础上，发展其他云南优势药材，通过种植模式创新、加工能力提升、研发资源接入、专注用户解决方案等强链补链工作的纵深开展，打造品牌药材生态圈。天然植提板块将精细化运营桉油，引导香精香料行业步入健康可持续发展轨道；食品植提全链路打造辣素产品，在资源端布局，通过生产技术创新、品类扩充、深挖客户需求等，快速抢占市场份额，逐步实现从原料提供商向综合解决方案提供商转型。药事服务板块将围绕饮片产品以互联网医疗、中药代煎、解方还原等延伸服务，形成医疗用中药饮片的业务闭环，为医疗机构提供中医药综合解决方案，持续提升市场占有率，形成显著的饮片规模优势。

2024年4月16日