

# 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6月14日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话会议

投资者：Point72 Hong Kong Limited-Sylvia WU、Dylan CHU、David LI，海通国际-孟科含、聂照亿

参加人员：证券事务代表-李孟珏、投资者关系管理-张昱、杨可欣

### 会议内容

1、除云南白药核心系列产品以外，公司其他品牌中药的销售情况如何？未来的发展思路是什么？

答：其他品牌中药类产品在2023年实现增长亮眼，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%。

药品业务是云南白药的核心业务，也是云南白药迈向“大健康综合解决方案提供商”愿景的基石。结合云南白药所拥有的567个药品批准文号、316个品种（其中含222个中成药品种，包括43个中成药独家品种）的品牌资源优势，以及全国范围内锁定服务5千家头部连锁，覆盖超过40万家门店的OTC渠道优势，云南白药将继续推动公司的其他品牌中药产品继续放量增长。2023年，公司在品牌中药领域建立了专门团队独立，深入运作云南白药品牌中药系列产品，抓住品牌中药行情机遇，实现持续放量。

## 2、请问云南白药牙膏的销售情况如何？有哪些营销措施？

答：口腔护理领域，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。公司通过线上线下“双管齐下”，多维度提升品牌曝光度，夯实存量盘，做大增量盘。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。线下通过“科学护口季”、CNY“龙腾迎新春，健康幸福年”等系列推广活动统一终端活动形象，报告期内各类线下推广活动已累计超过1.47万场，活动及物料共计覆盖1465个城市（省市县）。同时，不断优化产品结构、迭代技术创新、带动品类升级，2023年完成全线牙膏共153个产品备案包装改版。

## 3、请介绍一下公司中药材供应链建设的主要情况。

答：公司充分依托云南生物资源禀赋，在中药战略大品种的布局中，始终坚持长期主义，打造重楼、三七等战略药材的标准化全产业链建设。二十年来，公司持续开展重楼的野生驯化工作，成功克服重楼种植野生繁育难题，把重楼从全野生、全国濒危的状态变成了可以推广种植并实现产业化的药材。同时，公司通过建立面向三七产业链条的数字化基础设施和信息化建设，推动贯穿于全供应链的数字化改

造进程，用数字化解决方案打造品质稳定且全流程可追溯的三七原料产品，最大限度克服了传统农产品粗放加工所造成的品质波动，逐步形成合理的价格机制和规范的产业运营机制，引领和带动产业发展，助推三七产业升级。同时，公司将“数字三七产业平台”建设经验推广复制到其他中药材产业链打造，逐步构建长期稳定、优质可溯的三七、重楼、红花、茯苓等云南道地原料药材供应链体系。

公司在战略大品种中药材领域的长期、持续投入，实现了从种苗选育、药材种植到生产加工的全程、全产业链闭环，打造了稳固的公司战略药材的长期供应体系，能够有效确保中药材原料的品质稳定，也能够有效控制战略中药材原料的价格波动风险，为云南白药的长期、可持续发展奠定了坚实的基础。

#### 4、请介绍一下公司在回报投资者方面的具体举措？

上市至今，云南白药坚持通过稳健经营和持续分红，努力提升企业价值，与投资者共享企业发展成果。上市 31 年来，公司累计现金分红金额已超过 244 亿元。2023 年，云南白药分红方案为每 10 股派息 20.77 元，现金分红总额 37.06 亿元，占 2023 年归母净利润比例为 90.53%。为维护广大投资者利益，公司于 2024 年 2 月召开股东大会审议通过，将已回购的 12,599,946 股股份用途变更为“用于注销以减少注册资本”，注销股份约占公司总股本的 0.7015%，回购成本超 7 亿元。2024 年 4 月，公司已办理完毕上述 12,599,946 股回购股份的注销手续。

2024 年 6 月 14 日