

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9月12日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：现场调研

投资者：南方基金-章晖、郭东谋、卢玉珊、何文欣、秦乾一、陈逸，中信建投证券-刘若飞、许舒枫

参加人员：董事会秘书-钱映辉，健康品事业群常务副总经理-陶勇，药品事业群市场副总监-张春雨，证券事务代表-李孟珏，投资者关系管理-张昱

会议内容

1. 2024年上半年药品事业群的业绩情况如何？

答：药品事业群实现主营业务收入40.69亿元，同比增长9.6%。白药系列核心产品保持稳健增长，其中云南白药气雾剂销售收入超过12亿元，同比增长超30%，云南白药膏、云南白药胶囊销售收入均保持良好增长。其他品牌中药类产品增长亮眼，蒲地蓝消炎片销售收入实现过亿，同比实现近双位数增长；用于妇科消炎的产品宫血宁胶囊实现销售收入同比上涨36%；小儿宝泰康颗粒、痛舒胶囊销售收入增长明显。植物补益类产品中，气血康口服液销售收入过亿，三七参蜂口服液销售收入同比增长超过80%。

2. 2024年上半年药品事业群在提质增效方面做了哪些工作？

答：报告期内，药品事业群从学术临床、市场营销、渠道深耕、生产提效等方面持续推进各项重点工作。学术临床方面，稳步推进围

绕云南白药胶囊、宫血宁胶囊、气血康口服液等核心产品二次开发的多项临床研究。市场营销方面，在昆明、上海、长沙、广州开展气雾剂校园篮球赛项目，共 512 支球队参与活动，“走呀打球去”抖音话题页超 2.9 亿次播放量，全民任务共计投稿视频超过 3.8 万条，累计投稿视频超过 3.2 万条。渠道深耕方面，在线下启动“普药千家万户”项目，构建一级短渠道运营模式，实现下沉小型连锁铺货；线上渠道拓展进一步发力，在内容平台上获得约 3.5 亿曝光，296 万互动量，共收获约 2217 万品牌人群，于电商平台引流访客 1052 万，带来消费者超过 110 万，GMV 同比增长 47%。生产提效方面，推进生物质气化智慧供热、颗粒剂增产扩能、仓储优化、大理产线升级等项目，为市场保供和降本增效奠定基础；完成原料中心净选粗碎工序合规化改造，推进 446 项改善的实施，持续提升生产制造智能化水平。

3. 请问云南白药牙膏2024年上半年的销售情况如何？有哪些营销措施？

答：报告期内，健康品事业群实现营业收入 31.44 亿元，净利润 12.31 亿元，净利润同比增长 1.7%，毛利率同比增长 0.7 个百分点。口腔护理领域，云南白药牙膏市场份额在国内继续保持领先，2024 年“618”期间，云南白药口腔健康品牌蝉联全网口腔护理品牌 TOP1（数据来源：商指针）。报告期内，健康品事业群持续通过数字化驱动，实现精益运营及产品领先的目标。内容营销方面，公司抓住品牌核心关键词，云南白药牙膏围绕“护龈”功效，通过私域营销持续内容连接，实现新品与用户共创互动。重要节点开展重点专项工作，开展“一家人团聚看春晚”“健康口腔 123 计划”“好口腔余年安康”

等营销活动，强化品牌国民度、专业度，触达精准人群，实现总曝光36亿+。

4. 请问养元青 2024 年上半年的成长情况如何？

答：2024 年上半年，防脱洗护领域，公司养元青洗护产品实现销售收入 1.95 亿元，同比增长率达到 41%。云南白药养元青具有育发类特妆证和防脱育发国家发明专利证书双证加持，以差异化技术壁垒成就国人放心的产品品质，成功打造出“控油防脱就用养元青”的核心品牌，在激烈的市场竞争中，养元青通过提高渗透率获得高于防脱品类行业水平的增长，2024 年“618”期间获天猫国货防脱洗发水品牌 TOP1，并在兴趣电商抖音平台的半年 GMV 累计突破亿元大关（数据来源：商指针）。

5. 公司健康品事业群未来战略发展目标是什么？

答：公司健康品事业群战略发展目标是围绕个人健康的功效性产品服务，做新做精健康好生活，成为一体化的口腔健康、头皮护理、身体护理解决方案提供商，打造中式健康生活新理念的标杆，品质生活全生态服务的“最佳”伙伴。公司将通过构建功效护理产品的供应链平台、搭建精细化的商业大数据平台，致力于可持续发展，实现引领行业技术革新的战略目标。健康品事业群持续挖掘新渠道增长潜力，通过拓展新型渠道应对消费分层，以迭代技术创新带动产品升级，以兴趣电商转化为契机为公司未来销售收入及利润增长作出长期贡献。

2024 年 9 月 12 日