

证券代码：600332

证券简称：白云山

广州白云山医药集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
召开方式	现场调研、线上会议
时间	2024年7月1日至7月31日
地点	公司会议室及其他场地会议室
公司参与人员	董事会秘书黄雪贞女士、证券事务代表黄瑞媚女士、董事会秘书室经理郭云倩女士、董事会秘书室主管李春瑶女士
接待人员	7月1日：国联证券、富国基金 7月2日：东方证券、招商基金 7月10日：光大证券、正心谷资本 7月12日：易方达基金 7月16日：国盛证券、广发基金、华安基金、华夏基金、泰康资产、新华资产、易方达基金 7月18日：中金公司、仁桥资本、深圳善道投资、平安基金、红华资本、财信证券、POINT72 ASSOCIATES II, LLC、金信基金、恒立基金、多和美投资、五矿证券、天辰元信、Nanhua Fund SPC 7月19日：招商证券、泰康资产、泰康基金、国泰基金、红土创新基金、乐赢投资、吉富投资
投资者关系活动主要内容介绍	主要包括： (一) 公司发展近况如何？ 答：公司成立于1997年，2013年6月完成换股吸收合并

白云山 A，并于 7 月正式更名为“广州白云山医药集团股份有限公司”。目前，公司业务包括大南药、大健康、大商业、大医疗四大业务板块。2024 年一季度，公司实现营业收入 229.46 亿元，同比增长 6.09%；利润总额为 24.52 亿元，同比增长 4.23%；归属本公司股东的净利润为 19.58 亿元，同比增长 2.59%；归属于本公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 18.34 亿元，同比上升 0.33%。

（二）公司 2023 年资本性支出增加的原因是什么？2024 年有何资本性支出的计划？

答：2023 年公司资本性支出增加主要是研发基地建设、生产基地建设等加大投入所致。2024 年公司计划将在研发及生产基地建设、生产场地升级改造、物流仓库建设、设备更新等项目进行投入。

（三）除金戈外，公司还有哪些销售收入比较大的药品？

答：根据 2023 年产品销售情况，公司旗下销售收入过亿的大南药板块产品包括阿咖酚散、阿莫西林系列、注射用头孢呋辛钠、消渴丸、小柴胡颗粒、滋肾育胎丸、华佗再造丸、清开灵系列、安宫牛黄丸、蜜炼川贝枇杷膏等。

（四）公司推出的牙膏产品定位是什么？未来有何发展计划？

答：公司发挥中医药优势，推出时尚中药牙膏。白云牙膏已上市，目前白云牙膏公司已签订电商采购协议，未来计划在多渠道进行推广。

（五）公司拥有众多老字号品牌，未来计划如何进一步激发发展活力？

答：公司一直积极推动旗下老字号焕发新活力，如在国内市场创造性地实施“双品牌”战略，将知名品牌“白云山”与

旗下老字号品牌相结合，打造如“白云山陈李济”“白云山敬修堂”等品牌，促进品牌、产品迅速打开全国市场；提出打造“时尚中药”理念，即通过用最先进的科研技术，用当下年轻人易于接受的市场推广模式，打造普罗大众最需要的健康产品；对老字号品牌有资源倾斜，加大市场推广投入，2021年公司参与投资设立老字号基金。

（六）国家对医药行业反腐败力度不断加大，对公司医药相关业务是否有影响？

答：2023年5月，国家卫健委等14部委联合下发了《2023年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点》，公布2023年医药购销、医疗纠风重点。从中长期看，行业严格监管有利于优质龙头企业的发展，公司将坚决贯彻落实国家关于医药卫生体制的政策要求，坚持以合规为经营底线，推动公司持续健康发展。

（七）公司在资源整合方面有何举措？

答：资源整合一直是公司的重点工作，以达到降低成本、提高效益的目的。目前公司已开展了对科研、品牌、广告、采购、销售等多个方面的资源整合，如建立了集采平台、专门的品牌公司、销售公司等。其中销售公司已整合了四家企业的销售资源，也是作为公司的销售业务整合的试点。后续，公司将结合各下属企业品牌及产品特点，谨慎研究，权衡利弊，根据实际情况逐步推进。

（八）大健康板块新品发展情况如何？

答：除王老吉凉茶外，公司近年重点打造大健康产品还有刺柠吉系列和荔小吉系列。刺柠吉自2019年上市至今一直受到市场的关注，目前正在开展全面的铺货工作；荔小吉系列产品为公司2022年推出的新产品系列，目前处于样本市场打造

阶段。现阶段，两款产品尚处培育阶段，对公司整体营业收入影响不算重大。未来，公司将按照规划，大力推进刺柠吉、荔小吉系列产品等新产品的开发、销售，努力提高新产品市场认识度，逐步将其培育成为大健康板块重要产品。

（九）王老吉新品拓展方面有何计划？

答：公司王老吉坚持单品多元化和品类多元化战略，近年来陆续推出藤椒青提风味、榴莲风味、高端 195 纪念款等凉茶单品，以及刺柠吉、荔小吉等新品类。2024 年，王老吉围绕年轻人喜爱的产品口味和包装，继续开发打造时尚、新奇、国潮的产品，推出玫瑰风味、小苍兰风味“香水”系列凉茶新品，同时与肯德基合作于 2024 年 4 月 29 日至 5 月 26 日期间推出王老吉风味气泡美式饮品，并于 5 月底推出了瓶装款王老吉原味凉茶。未来，王老吉将持续以消费者对健康的需求为导向，聚焦植物功能饮料领域，持续丰富产品口味和包装，拓展新品类，不断丰富大健康产品矩阵。

（十）广州医药新三板挂牌进展情况如何？

答：根据业务发展需要，广州医药计划在全国中小企业股份转让系统挂牌，并择机于北交所上市。广州医药于 2024 年 5 月 11 日向全国中小企业股份转让系统有限责任公司递交本次挂牌的申请，并于 2024 年 6 月 17 日获得全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具的《受理通知书》。未来广州医药将根据资本市场环境及战略发展需要，力争于北京证券交易所上市，助力提升集团发展质量。

（十一）公司未来将如何提高大商业板块的毛利率？

答：公司大商业板块主要业务在广州医药，近年广州医药一直通过积极调整其业务产品结构，如扩大零售业务占比、加快在医疗器械板块的布局等，并持续提供高效智能的供应链创

新服务，依托 S2B2C 平台和物流中心，提高运营效率和降低运营成本以提升整体毛利率。

（十二）公司分红规划和政策如何？

答：公司始终重视对投资者的合理投资回报，于公司章程及未来三年股东回报规划中对分红政策进行了明确规定，若无特殊情况，公司预计现金方式分配的股利总额（包括中期已分配的现金红利）将不低于当年实现的归属母公司的净利润的 30%。公司自 1997 年上市以来，合计分红金额已超 90 亿元（含税）；过去 10 年累计分红金额已超 80 亿元。根据 2023 年度分红方案，分红比例占当年归属母公司的净利润 30.02%，占扣非后的归母净利润的 33.50%。未来，公司将根据企业经营的实际情况，继续经营好业绩，争取在合理范围内给投资者更大回报。

（十三）公司在市值管理方面有哪些措施？

答：公司始终重视市值管理工作。一方面，公司不断做好生产经营管理等各项工作，推动公司持续稳定发展、不断创造价值；另一方面，公司严格按照两地上市规则，做好信息披露工作，不断提高信息披露质量，同时积极通过沟通会、邮件、电话等形式与各类投资者保持良好的交流，持续强化与市场的良性沟通。2023 年，公司共参与投资者交流活动超 50 场，接待投资者近 300 人次；2024 年，公司加大与投资者沟通交流力度，通过年度业绩路演、“一对一”会议等多平台、多渠道、多方式，与投资机构、大股东、潜力投资者等建立紧密联系与沟通，有效拉近了公司与投资者的距离，进一步了解了投资者的诉求，使公司与投资者保持了良好的联系。未来，公司也将继续不断强化投资者关系管理相关工作，继续做好、加强市值管理工作。

（十四）公司有何并购计划？

答：公司持续物色符合公司发展战略的并购标的，如拥有高质量仿制药、创新药、生物药等产品批文、丰富公司大健康产品储备、扩展公司医药流通业务布局或其他优质科研项目的企业。

（十五）公司有回购计划吗？

答：公司暂无回购计划，后续如有将按照两地上市规则履行披露义务。

（十六）公司国企改革进展情况如何？

答：公司积极探索混改、职业经理人机制等创新性举措，探索适合公司或下属企业发展的改革方案。目前，公司正在积极推进下属子公司实行职业经理人制度。自 2021 年公司下属首家子公司实施职业经理人以来，公司在总结成功经验和发展模式的基础上，支持更多符合条件的企业进行改革，积极稳妥扩大职业经理人改革试点范围。未来，公司将继续推进落实企业改革、职业经理人改革、经理层任期制与契约化管理等政策，推动公司高质量发展。