

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8月27日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话会议

投资者：中信证券、中信建投、中金公司、兴业证券、东吴证券、海通证券、光大证券、广发证券、华泰证券、国联证券、国盛证券、西南证券、西部证券、天风证券、国投证券、招商证券、华安证券、浙商证券、中国人保资管、招商基金、银华基金、易方达基金、泰康资管、南方基金、摩根士丹利、君和资本、嘉实基金、汇添富基金、华泰柏瑞基金、富国基金等机构及个人投资者 306 人

参加人员：党委书记、董事长-张文学，高级副总裁-秦皖民，高级副总裁-谌识，高级副总裁-何涛，首席科学家-张宁，首席财务官-马加，董事会秘书-钱映辉，药品事业群总经理-郑祥伟，健康品事业群总经理-黄玉敏，中药资源事业群总经理-李春平，省医药有限公司总经理-陈东，中药资源事业群副总经理-张志清

会议内容：

1、党委书记、董事长张文学先生致辞

首先，我谨代表云南白药对各位投资者、分析师对公司的长期关注和支持表示衷心的感谢！2024 年以来，面对外部宏观环境严峻形

势，云南白药坚定信心、担当作为，沉着有效应对市场不确定因素带来的挑战和压力，取得了来之不易的成绩。整体看，公司经营业绩卓有成效，实现“规模、质量、结构”协同发展，为实现更高质量的可持续发展奠定了坚实基础。

（一）2024年半年度经营完成情况

上半年，公司强化党建引领、聚焦战略升级、优化管控模式、提升组织能力、推动卓越运营再上新台阶，实现了规模、质量和结构协同发展，整体经营卓有成效。具体来说：

一是党建引领，高质量改革发展再提质。公司深入学习贯彻习近平总书记关于党的建设系列重要论述，推动党的领导融入公司治理全过程、各方面，以高质量党建引领改革发展再提质。

二是战略升级，系统性发展目标更清晰。整体思路上，围绕云南道地药材资源开发，聚焦“云药资源高质量发展的‘链主’企业、伤科疼痛全领域管理的‘领先’品牌、品质生活全生态服务的‘最佳’伙伴、生命健康价值型服务的‘领军’企业”四个战略定位，力争实现“成为国内领先、世界一流的现代医药产业集团”卓越发展目标。

三是管控优化，组织级能力建设再提升。上半年，我们稳步实施以“精前台-强中台-金后台”为核心的组织变革，构建更为聚焦、精简、高效的组织架构，细化和改进业绩指标结构体系；优化和完善中长期激励体系，为公司聚焦主业、优化资源配置、强化垂直管控和高效赋能业务发展提供有力的组织级能力保障。

四是精益运营，全链条质效管理更卓越。上半年，我们以“全面

预算管理”和“对标管理”为两大抓手，推动卓越运营能力建设，实现全产业链提质增效。

（二）未来工作展望

下半年，我们将围绕既定战略规划，聚焦年度经营目标达成，统筹推进各项工作有序开展，重点围绕以下方面：

一是强化战略导向思维，聚焦战略高效落地。战略规划上，对《云南白药集团 2024-2028 年战略规划纲要》进行细化和刷新，聚焦四个战略定位，实现卓越发展战略目标。战略执行上，构建有效的战略闭环管理体系，完善考核机制与闭环信息反馈调整机制，对执行不到位、有偏差的情况，及时校准纠正，确保战略不折不扣执行到位。

二是抓实全链提质增效，推动卓越运营再上新台阶。我们将持续聚焦“质量、成本、效率”三要素深度挖潜增效，按照全产业链、全价值链、全生产要素进行系统性提升和优化，持续做细目标成本管理、提高要素组合管理水平、推动全产业链管理协同，通过针对性的精细化提升方案，稳妥、科学、有序推动卓越运营体系和能力再上新台阶，确保年度战略目标实现。

三是扎实做好“中药材产业高质量发展”专项工程。聚焦云南省 3815 战略目标，以融入、服务和支撑好云南省医药产业高质量发展为使命，以“云药资源高质量发展的‘链主’企业”为战略定位，以成为中药材产业发展的引领者和服务者为目标，积极发挥好百年白药龙头链主型企业示范、引领和带动作用。

四是构建科学、高效、务实的研发管理体系。我们通过构建战略

导向下的研发体系，“围绕中药产业链打造创新链，沿着创新链布局产业链”，通过双链高效协同，推动创新成果快速转化。在研发管理上，务实高效的推动研发体系建设，打好“中药”和“创新药”两张牌，处理好近期和中长期创新研发的关系，以集团战略为指引，结合产业趋势和市场需求变化，谋划未来3至5年创新目标，推动一批重点创新项目快速落地，支撑公司长期健康发展。

五是锤炼价值管理能力，与利益相关方共享成果。我们将结合战略规划落地要求，优化组织架构、提升组织能力，积极响应监管机构对市值管理要求，持续将公司打造为内在价值优、竞争力强、回报率高的标杆企业。

各位投资人、分析师，百年白药正站在新的历史起点，迎来了新的发展时刻。尽管外部环境的变化我们无法准确预测和改变，但是，公司董事会将与高管团队一道，继续勤勉敬业、专心致志、潜心笃行，用“白药精神”凝聚起强劲的战略定力和发展共识，确保公司战略实施的确定性和稳定性，希望大家和我们一起，推动百年白药从“优秀”到“卓越”，共同创造更大辉煌。

谢谢大家！

2、首席财务官马加先生线上介绍 2024 年上半年总体经营情况。

答：2024 年上半年，公司聚焦核心主业，业务结构持续优化，工业收入利润贡献稳步上升。报告期内，公司实现营业收入 204.55 亿元，较上年同期增长 0.72%，其中工业收入占营业收入比重进一步提

升至 37.41%，较上年同期增长 0.49 个百分点；工业收入增速达 2.05%；工业毛利率 67.37%，较上年同期增长 3.10 个百分点。

在经营业绩稳健增长的同时，公司聚焦全价值链挖潜增效，经营质效持续提升。报告期内，公司实现归母净利润 31.89 亿元，较上年同期的 28.28 亿元增长 12.76%，创同期历史新高；加权平均净资产收益率 7.93%，较上年同期提升 0.76 个百分点；基本每股收益 1.79 元/股，同比增长 13.29%；经营活动产生的现金流净额 32.62 亿元，同比增长 44.84%；管理费用同比下降 4.95%。报告期末，公司总资产 543.68 亿元，较期初增长 1.08%；货币资金余额 147.20 亿元，较期初增长 3.53%。

其中，药品事业群实现主营业务收入 40.69 亿元，同比增长 9.6%；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；中药资源事业群精益运营，在优质高效保障公司内部资源需求的前提下，实现对外营业收入 8.94 亿元，同口径下同比增长约 22%；省医药公司全面推进全要素、全过程的提质、降本、增效，努力实现规模、结构、质量协同发展，实现营业收入 121.9 亿元，净利润 2.9 亿元，净利润同比显著增长 26%。

3、药品事业群上半年实现稳健增长，未来公司药品事业群的产品结构和布局方面有哪些考虑？有哪些值得期待的潜力品种？

答：（1）围绕和聚焦白药在骨伤、疼痛领域的优势，通过产品二

次开发、定价机制优化和销售渠道挖潜，提升销售规模，扩大领先优势。同时，与连锁共创共建的“伤痛服务中心”为主要抓手，集合各类疼痛管理产品，满足百姓多元伤痛管理需求。

(2) 围绕和聚焦三七补益、感冒清热、妇科、儿科、消化等大病种治疗领域，对现有产品体系进行梳理，制定专项精细化增长策略。同时在系统梳理基础上，通过内部二次开发，打造多条“第二曲线”。

(3) 持续深耕植物补益领域，聚焦气血康、三七参蜂等优势产品，分品规、分终端进行运营，抓好秋冬补益季关键时间节点，通过资源投入与内部大兵团促销作战等形式，形成持续上量。同时做好相对应的临床研究，提升适用领域范围，实现二次增长。

(4) 提升对后端销售渠道和客户数据的掌控力，推动发展模式从单向的产品生产、销售的推动式增长，转变为基于市场数据洞察的拉动式增长。

在潜力品种方面，目前，公司大部分潜力品种尚处于培育阶段，研发投入、品牌建设等相关工作，均在稳步有序推进过程中。同时，公司拥有一定数量的批文储备，随着相关成熟度不断提升，有关产品将适时推出。

4、上半年药品事业群院内院外的表现情况以及未来趋势展望。

答：报告期内，药品事业群实现主营业务收入 40.69 亿元，同比增长 9.6%，其中院内市场增速超过药品事业群总体收入增速。

院内市场历来是我们重点关注的核心主战场之一，报告期内，我

们在学术临床方面，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，相应的临床研究成果，我们将按照规定，进行相应的信息披露。

未来，药品事业群将扎实练好内功，持续深化院内市场，注重对基层医疗端的研究与投入，加强学术成果转化，系统构建动销体系，驱动产品创新增长。

5、公司未来健康品事业群是否还有降本增效空间？请介绍一下目前该板块的渠道下沉情况和电商布局情况。

答：健康品事业群根据集团公司进一步推动运营管理提质增效的工作要求，通过数字化驱动端到端流程的提升全价值链降本增效能力，不断挖掘全产业链各个环节的价值，实现全链成本最优、竞争力最强。

健康品事业群立足于全域全渠道发展，协同布局。线下坚持长期主义，通过“一地一策”，充分分析市场，制定属地化策略，抢占终端资源，进一步夯实品牌影响力；结合“深耕”“燎原”项目，踩准行业下沉红利，促进品牌稳步增长。线上夯实稳固基础盘，积极稳步开拓创新增量盘，在新渠道实现品效销一体化协同发展。

6、健康品事业群今年的展望？未来产品结构是否会有调整？有哪些品种会重点投入销售资源？

答：健康品事业群业务范围涵盖口腔护理、头皮护理等个人护理领域。回顾 2023，展望 2024，健康品事业群在口腔护理领域继续保

持牙膏领先优势，构建口腔护理全生态；在头皮护理领域聚焦“防脱”核心功效，构建头皮健康洗护赛道，扩大销售规模。

未来围绕口腔护理全生态、头皮护理赛道搭建合理的产品矩阵，持续做精做细，以用户为中心探索新人群新场景，助力集团营收和利润增长，为公司及外部客户持续创造长期价值。

7、公司制定哪些战略并通过什么举措推动健康品事业群的持续增长？

答：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。核心口腔护理业务将围绕牙膏产品制定精细化增长策略，通过运营数字化、渠道可视化、终端精益化、决策数字化实现全域协同，重点聚焦存量产品销量提升，通过产品创新积极拓展新人群新场景抢夺增量。洗护产品聚焦“防脱”不断拓展新人群打造区域性优势品牌。通过加大新品研究和开发，力推新品上市，推动持续增长。

8、公司目前在三七从种植到药品研发，以及未来渠道销售的布局有哪些？公司整个三七品类销售收入以及增速，未来发展空间如何？

答：云南白药集团关于三七的研发应用领域广泛，涉及中药材、提取物、药品、日化产品、保健品等领域，主要面向饮片企业、中成药制药企业、连锁药店、医院和终端消费者提供产品和服务。未来会通过数字化建设、平台化运营、新型专业市场建设，提高中药材、饮片和提取物的市场占有率，拓宽三七系列药品、日化及保健品销售布

局和渠道。

三七的药材和提取物主要通过中药资源事业群对外销售,2024年1-6月中药资源事业群三七品类外销同比上涨。云南白药品牌药材三七及三七提取物市场占有率保持领先。未来在中药资源方面公司将立足“云药资源高质量发展‘链主’企业”的战略定位,积极布局三七种源及无土栽培研究,GAP种植,趁鲜加工及新型交易市场探索,用数字赋能进一步打造三七在中药材、饮片和提取物领域的产业附加值和产品竞争力。在药品端打造植物补益类产品,在日化及保健品端做精做新打造三七全系列产品,拓展销售布局和渠道。在研发方面创新药全三七片预计2025年能够完成II期临床试验。从种业、种植、贸易、产品和研发应用全流程端到端打造品质稳定且可追溯的三七产品,助推三七产业升级,用云南好药材支撑中国好中药。

9、省医药上半年利润实现高增长主要驱动是什么?目前回款周期在什么水平?

答:省医药在集团“强化预算管理、风险管控和成本意识,聚焦‘质量、成本、效率’三要素”的部署引领下,全面推进全要素、全过程的提质、降本、增效,赋能客户深化供应链协同创新与体系塑造,在政策指引下保障各项管理要求的有效落地。省医药通过成本费用的管控实现利润的增长,上半年三项费用同比下降,利润相应增长。

省医药通过定制方案、压实责任、赋能客户等举措,对应收账款进行针对性的管理及控制,回款周期与去年年底接近。由于回款周期

受到外部经济环境、客户类型、结算方式等多种因素影响，公司业务扎根云南，客户群体主要是公立医疗机构，回款周期相对较长。公司将持续进行应收账款管控、关注应收账款风险。

10、核药的最新研发进展及未来规划是什么？

答：目前，用于PET/CT显像诊断可疑前列腺癌患者的INR101诊断核药项目已获得临床批件，并完成I期临床试验；INR102项目已启动前体药学和非临床研究。

11、二季度经营性现金流显著增加和毛利率提高的原因是什么？

答：本期销售商品、提供劳务收到的现金较上年同期增加13.89亿元，主要是药品事业群回款增加；二季度毛利率提高的原因主要是药品、健康品事业群毛利率上升，且收入结构变化（工业收入占比提高）。

12、公司降本增效的举措有哪些？后续销售费率、管理费率的展望？

答：2024年公司将进一步关注管理效能，各业务单元形成责任清晰、重点突出的降成本策略，销售费用方面，关注投入产出比，优化资源配置，减少无效投入，管理费用方面，各中后台部门充分履行好支持服务职能，进一步提升精细化管理水平，控制好成本费用，全面实现降本增效。

13、今年全年和未来公司分红有什么预期？

答：上市 31 年以来，公司已实现连续 31 年对股东现金分红，截至 2023 年度，累计现金分红金额已超过 244 亿元。根据《公司章程》关于现金分红政策的相关规定，公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的情况下，现金分红在利润分配中所占比例最低应达到 80%。

面向未来，公司将在自身稳健发展的基础上，继续致力于采取多种形式与投资者共享发展成果，努力提升投资者获得感，始终切实践行“以投资者为本”的理念。

2024 年 8 月 27 日