

云南白药集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2025 年 1 月 10 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话调研

投资者：农银汇理-刘泓铭，东北证券-文将儒

参加人员：证券事务代表-李孟珏，投资者关系管理-杨可欣

会议内容

1、请问药品事业群其他品牌中药产品销售情况如何？采取了哪些措施促增长？

答：2024 年上半年，公司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。学术临床方面，稳步推进围绕宫血宁胶囊等产品的二次开发的多项临床研究；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%。

2、公司健康品事业群产品销售情况如何？

答：2024 年上半年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）。防脱洗护领域，报告期内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）。

3、请介绍一下公司的分红情况。

答：云南白药始终注重持续合理回报投资者，与投资者共享企业发展成果。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 90.53%，公司已于 2024 年 5 月 10 日完成年度权益分派。

公司第十届董事会 2024 年第十次会议和 2024 年第四次临时股东大会审议通过了《关于特别分红方案的议案》，公司拟以 2024 年第三季度末公司总股本 1,784,262,603 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 12.13 元（含税），送红股 0 股（含税），不以资本公积金

转增股本，分红总金额 21.64 亿元，占公司 2024 年前三季度归母净利润 50.02%。公司已于 11 月 25 日完成权益分派。

4、省医药有限公司未来的发展规划是什么？

答：省医药公司将继续在公司整体发展规划引领下，锚定经营目标，坚持稳中求进、以进促稳总基调，持续推进稳固营收规模，深化基层市场、发力专业药房、拓展非药业务等各项工作；不断强化风控管理，持续提升应收账款管理；加强平台能力建设，实现运营质效整体提升。

5、公司的总体战略目标和定位是什么？

答：公司在 2023 年基数基础上，通过“2+3”战略两步走（其中“2”即 2024 年—2025 年，“3”即 2026 年—2028 年），实现营收、利润、资产规模等指标增长，推动百年白药成为国内领先、世界一流的现代医药产业集团，实现规模、质量、结构协同发展。以公司战略目标为导向，结合各业务板块特点，制定公司四个战略定位，分别由四个板块承接：中药资源板块承接云药资源高质量发展的“链主”企业；药品板块承接伤科疼痛全领域管理的“第一”品牌；健康板块承接高品质健康生活产品的“第一”梯队；医药商业板块承接医药流通和创新服务的“领军”企业。

2025 年 1 月 10 日