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7月8日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：现场调研

投资者：华夏基金-李雨阳，华鑫证券-胡博新、常新宇

参加人员：投资者关系管理-张昱、杨可欣

会议内容

1、请问公司2025年一季度业绩情况如何？

答：2025年第一季度，公司实现营业收入108.41亿元，同比增长0.62%；归母净利润19.35亿元，同比增长13.67%；扣非归母净利润18.87亿元，同比增长11.65%；基本每股收益1.08元/股，同比增长13.66%；经营活动产生的现金流量净额7.14亿元，同比增长35.39%；加权平均净资产收益率4.86%，同比增长0.68个百分点；货币资金余额110.62亿元，总资产542.53亿元。

2、公司核药研发体系的优势是什么？

答：（1）研发能力强、领军人才储备丰富：云南白药与北京大学联合成立北大—白药国际医学研究中心，在公司首席科学家张宁教授带领下，依托北大在药物开发领域的创新引领能力和人才储备，利

用北大的大数据资源与生信分析等前沿技术，高效进行药物新靶点的发掘。同时，校企联动，建立高效的可开发性评价、体外活性评价、动物模型与体内评价、临床研究评价等体系，打造基于大数据的源头创新研发平台。（2）产业链整合能力强：云南白药通过子公司云核医药整合天津、北京、上海、昆明等研发资源，并与国内顶尖科研机构深化合作，加强构筑源头创新能力，同时积极与核药产业链相关部门、科研院所、核药企业、医疗机构等建立和深化战略合作，加速在核药产业链上、中、下游的布局。（3）前瞻性战略布局：2022年云南白药围绕国家医用同位素战略发展需求和北京大学核医学研究优势，成立了中央研究院创新药物中心，在肿瘤、免疫等领域布局，打造以精准诊疗、独具优势的核药为中心的创新药研发管线，较早地认识到核药在解决国内临床患者未被满足的临床需求中的发展潜力并进行战略布局，为在核药领域的发展赢得了先机。（4）具备研发投入资金实力：核药研发需要长期可持续的资金投入，从药物研发、临床试验到生产设施建设等各个环节离不开资金支持，公司具备较强的资金实力来支持核药项目的长期研发和发展。

3、请问公司中药材产业链建设的进展如何？

答：云南白药坚定肩负起云南省中药材产业链“链主”责任，公司围绕种业、种植、加工、市场、品牌等方面明确目标、细化措施，加快推进中药材产业高质量发展相关工作。种业方面，成立云南省第一家专业从事中药材种业的公司——云南白药集团种业科技有限公

司，为产业提供种质源头的管控和资源支持。种植方面，2024 年申报 GAP 品种 7 个，对应基地面积 4593 亩。加工方面，丽江文山平台实现开放共享，景谷、鲁甸、屏边初加工平台初步构建，其中文山公司气血康口服液获得云南省制造业单项冠军称号；丽江平台带动滇西药材趁鲜加工，报告期内产量增长 180%，食品及保健食品产量增长 182%，引领高质量发展同时助力滋补深耕启航。市场方面，云南中药材的产业互联网平台——“数智云药”平台正式上线，除基础交易功能外，更有检测、物流、金融等产业配套服务功能，向药材种植户、加工企业、采购商、监管机构全面开放，报告期内交易金额突破 1 亿元，通过构建“白药优选”“白药认证”“白药自营”三层产品体系，把传统农产品升级为标准化“工业品”。品牌打造方面，入选 2024 年云南省“绿色云品”品牌目录、“2024 中药饮片品牌企业”及“2024 道地药材品牌”。标准制定方面，参与 2025 版《中国药典》三七、苍术标准修订；牵头趁鲜加工品种标准研究 18 项，占云南省趁鲜加工品种的 90%；国标品种配方颗粒工艺技术研发项目取得突破，完成 158 个品种备案。

4、公司药品事业群取得较好增长的原因是什么？

答：2024 年，药品事业群以“伤科疼痛全领域管理的‘第一’品牌”为战略指引，结合产品和品牌禀赋，发布伤痛管理新模式，深挖白药核心产品在伤科疼痛领域的药效机制，通过“白药+痛舒+伤痛”相关产品在学术临床方面的深度挖潜，持续打造和提升白药核心产品

在骨伤科、疼痛管理领域的知名度和领先优势，形成大的产品生态体系。同时，药品事业群进一步优化“品质好中药”运营平台，深入聚焦心脑血管、呼吸系统、妇儿科等高潜赛道，持续丰富产品管线，打造药品产业大生态。报告期内，药品事业群从学术临床、市场营销、渠道细分、生产提效等方面持续推进各项重点工作。学术临床方面，云南白药（散剂）、胶囊在糖尿病足、骨骼疼痛等方面的临床研究，宫血宁胶囊在治疗异常子宫出血、减少药物流产后阴道流血等方面的临床研究，气血康口服液改善心脏和血管健康及对高原反应的预防与治疗方面的临床研究均取得稳步进展，为产品打开更广阔应用场景。市场营销方面，培育自有运动 IP “走啊打球去” 取得成功，促进品牌年轻化、单品渗透率进一步提高；气血康包装焕新升级，紧抓秋冬滋补的重要营销节点，推动气血康口服液销售快速增长。渠道细分方面，院内渠道持续深耕，获得稳步扩展，线下 OTC 渠道保持优势，线上探索取得新突破。生产提效方面，建立线上化业务流程，推动实现营销工作精准化、渠道建设生态化、用户数据自有化，打造制度规范、流程科学、简洁高效的大后台运营体系，全年提质增效成果显著。

2025 年 7 月 8 日