

# 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 12 月 10 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：现场调研

投资者：个人投资者-黄凯伟、李明桂、陈嘉和、郭浩、崔维刚

参加人员：投资者关系管理-张昱、杨可欣、余洋

会议内容：

### 1、请介绍一下药品事业群近期的经营情况。

答：2025 年上半年，药品事业群主营业务收入 47.51 亿元，同比增长 10.8%。核心系列产品中，云南白药气雾剂销售收入突破 14.53 亿元，同比大幅增长超 20.9%；云南白药膏、云南白药胶囊、云南白药创可贴、云南白药（散剂）均在上年同期销售收入基础上，实现显著增长。其他品牌中药类产品增长亮眼，参苓健脾胃颗粒收入超 1 亿元，蒲地蓝消炎片销售收入近 1 亿元，血塞通分散片实现显著增长。植物补益类产品，气血康口服液销售收入达 2.02 亿元，同口径下同比增长约 116.2%。

### 2、健康品事业群渠道建设情况如何？

答：公司具有覆盖到终端的、布局完善的全国性大健康产品销售团队，云南白药牙膏市场份额在国内继续保持领先，在口腔品类拥有较高品牌渗透力。公司通过不断优化全链路渠道，一方面夯实传统线下渠道优势，另一方面对即时零售、社区团购、兴趣电商等新业态保持高度关注，坚持大胆试新，进化商业洞察敏捷性。云南白药的渠道优势极大提升了公司的市场竞争能力，同时为持续的新产品商业化开发奠定了基础。

### 3、目前公司在中药材种植端取得的成效有哪些？

答：种业创新方面，采用“1 品种+1 专家团队+3-5 个合作基地”的精准研发与转化模式，授牌 14 家种源基地，实现了十大云药创新种源全覆盖。在品种选育上获得 2 项重楼新品种证书，筛选出高产高质三七目标单株，并发布重楼、云木香种子质量标准，良种推广面积已完成年度目标 90%， “云药种谷”建设初见成效。在种植端，通过三七 GAP 认证，新增红花、砂仁、茯苓、木香、三七 GAP 基地管理 7000 余亩，积极引入低空经济、物联网技术，11 个品种基地安装物联网设备，覆盖面积 3 万余亩。

### 4、公司产品线上销售情况如何？

答：药品事业群积极拓展线上市场，上半年 O2O 销售同比提升超过 20%，通过线上内容营销助力气血康、参苓健脾胃颗粒等产品认知度及销量提升，与京东健康深化战略合作，2025 年 618 期间主系列

产品常备药榜单排名显著上升，公司药品线上销售取得突破性成果，电商平台引流访客 4,845 万，带来消费者 354 万，共产出 GMV2.54 亿元，为未来在线上渠道的发展打好基础。

健康品事业群在稳住线下基本盘的同时，合理加大线上渠道及新产品推广投入，积极拓展线上市场，对即时零售、社区团购、兴趣电商等新兴业态保持高度关注，坚持大胆试新，进化商业洞察敏捷性。上半年，云南白药牙膏稳居国内全渠道市场份额第一（数据来源：尼尔森零售研究数据）；2025 年“618”期间，养元青蝉联天猫国货防脱洗发水品牌第一名。

## 5、公司核药研究进展如何？

答：公司 INR101 诊断核药项目，已启动III期临床试验，完成 32 家研究中心立项，启动其中 22 家，并入组 60 例受试者；INR102 治疗核药项目，获得临床试验通知书，I 期临床试验研究中心已启动，研究者发起临床试验（IIT）完成 12 例患者入组及给药。

2025 年 12 月 10 日