

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 12 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：现场调研

投资者：红思客资产、广州顺从投资、深圳奇创集团等机构及个人投资者 32 人

参加人员：投资者关系管理-张昱、杨可欣

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、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 020 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。

3、请介绍一下健康品事业群今年下半年的重点工作是什么？

答：下半年，健康品事业群以成为高品质健康生活产品的“第一梯队”为目标，打造以生活品质为核心的健康生态。一方面口腔业务作为健康板块发展的基本盘和标杆，持续保持和扩大口腔产品的领先优势；强化研产销协同与精益管理，提升新品研发和迭代能力，持续做强生态。另一方面继续快速提升洗护业务规模体量，稳步做强头皮生态领域。

4、公司核药的研发进展如何？

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（II T）完成 12 例患者入组及给药。

5、公司在中药材全产业建设方面取得了哪些进展？

答：中药资源事业群聚焦云南道地药材和白药战略优势品种，各业务单元协同发力，取得显著成效。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。数智云药平台建设方面，上半年，业务聚焦平台化、生态化发展，建设一品一链项目落地 7 个产地仓投入运营，平台交易额突破 10 亿元，入驻种植户达到 1.8 万户。此外，平台成功打通实现全省唯一提供中药材全链路税务合规解决方案，进一步强化平台核心竞争力。

6、省医药公司未来的发展方向是什么？

答：省医药公司将继续稳固提升存量医院和分销市场份额，实施“双升双降”策略，通过拓展非药业务、新特药房、医药品牌运营服务等增量业务，培育新的增长点。同时深挖上游价值、强化精益运营，优化上下游供应链管理，力争继续提升经营质效；通过优化客户关系管理，改革调整内外部资信管理流程，建立专项工作机制、实施客户与账款分级分类管理、探索院、企、银、商多方紧密型价值链合作、强化风险客户管控和完善商务采购与存货周转等多措并举，有效改善应收账款和存货结构，以全供应链协同，助力构建以患者为中心的诊疗生态圈闭环，推动高质量健康发展。

2025年12月12日