

云南白药集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2026年4月10日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话调研

投资者：易方达基金-王淑钺，国泰海通-张澄

参加人员：董事会秘书-钱映辉，证券事务代表-李孟珏，投资者关系管理-张昱、杨可欣

会议内容：

1、气雾剂等核心系列产品增长较好的原因是什么？

答：2025年，药品事业群以战略作为引领，通过品牌禀赋及临床研究赋能，以大单品打造为突破口，深挖渠道潜力，实现伤科疼痛领域核心系列产品在高基数基础上保持大幅增长，一是以临床价值为导向，以临床学术研究驱动业务成长，公司加快推动重要品种二次开发及上市后再评价，云南白药胶囊、云南白药气雾剂、云南白药膏等重要单品的循证研究稳步推进，为产品打开更广阔应用场景，药品“基本盘”增长态势明显。二是打造“云鼎经纬”生态合作模式，构建短链扁平、数智驱动的一级经销商直供模式，实现产品从生产到药店的点对点直达，更好地进行“品牌+渠道+服务”三位一体的生态管理模式，持续强化溯源管理及动销管控，促进大单品策略推进，打造医药

行业渠道管理的标杆。三是积极拓展线上市场，精准锚定 O2O 渠道“即时性”发展趋势，构建“站内+站外”全域协同矩阵，夯实云南白药在即时健康消费场景中的品牌认知度与市场竞争力，2025 年 618 期间云南白药系列产品常备药榜单排名显著上升，报告期内药品电商平台产出 GMV 达 5 亿元，同比增长 139%。四是规模化、系统化的“大兵团”策略落地，药品事业群集中人力、资源，按照统一政策，开展跨省大兵团促销活动，共计 27 家连锁参与，直接带动销售增长。五是场景化、专业化、年轻化的内容营销体系落地，围绕“伤科疼痛”“运动搭子”“家庭常备药”等场景，借助各类型平台，进行品效销深度融合的全域整合营销，切实拉动销量增长。

2、公司的洗护产品销售情况如何？

答：防脱洗护领域，在育发类特妆证和防脱育发国家发明专利证书双证加持下，养元青洗护产品实现销售收入 4.6 亿元，同比增长近 10%。2025 年“618”期间，养元青蝉联天猫国货防脱洗发水品牌第一名（数据来源：商指针）。

3、公司对省医药的发展规划是什么？

答：省医药公司将坚持“夯实改善存量，创新发展增量”总体战略。依托积累的数智化运营优势及 AI 工具，巩固等级医疗市场药品纯销及连锁分销业务，并以 SPD 项目为基础发力器械配送业务，激发

子公司在基层及第三终端发展活力。通过全价值链精益管理稳定营收增长、改善应收结构、提升盈利能力。

4、请介绍一下公司分红情况。

答：公司本次拟实施的现金分红与2025年已实施的特别分红合并计算，2025年度累计现金红利总额占2025年度公司归属于上市公司股东净利润的90.09%，累计现金红利总额合计4,642,651,293.01元（含税）。公司已于2025年9月完成2025年特别分红利润分派，每10股派送现金10.19元（含税），现金分红金额共1,818,163,592.46元（含税）。

本次年度现金分红拟以2025年末公司总股本1,784,262,603股为基数，向全体股东每10股派发现金红利15.83元（含税），送红股0股（含税），本次现金分红总金额2,824,487,700.55元（含税），不以资本公积金转增股本（该分红预案尚需提交股东会审议）。

2026年4月10日