

云南白药集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2023 年 4 月 1 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话会议

投资者：机构及个人投资者 140 人。

参加人员：董事、首席执行官、总裁-董明，首席运营官、高级副总裁-尹品耀，首席创新官、高级副总裁-秦皖民，首席合规官、高级副总裁-杨勇，首席商务官、高级副总裁-赵英明，首席科学家-张宁，首席财务官-马加，董事会秘书-钱映辉，药品事业部副总裁-郑祥伟，证券事务代表-赵雁，董事会办公室工作人员

会议内容：

1、请公司领导介绍一下 2022 年总体经营情况。

答：2022 年，公司克服了外部环境剧烈变化带来的挑战，继续保持生产经营的稳健，年内，云南白药荣获包括“Healthcare2021（全球医疗保健品牌价值榜）全球制药品牌价值 25 强”，“上市公司最佳投资者关系奖”等殊荣，荣登中国上市公司协会颁发的“丰厚回报榜”、“真诚回报榜”，深交所信息披露考核连续 16 年 A，MSCI（明晟指数）ESG 评级连续两年获评 A。

经营方面，2022 年，公司实现营业收入 364.88 亿元，较上年

同期的 363.74 亿元净增 1.14 亿元，增幅 0.31%；公司期间费用 49.93 亿元，较上年减少 1.10%；实现利税 53.03 亿元，较上年同期的 52.94 亿元上升 0.18%；归属于上市公司股东的净利润 30.01 亿元，较上年同期的 28.05 亿元上升 1.96 亿元，增幅为 7.00%；加权平均净资产收益率是 7.87%，较上年提升 0.29 个百分点；基本每股收益 1.90 元/股。报告期末，公司总资产 533.21 亿元，同比增长 1.88%；货币资金余额 130.56 亿元；交易性金融资产余额 24.16 亿元，较年初减少 48.82%；归属于上市公司股东的净资产 385.04 亿元，同比增长 0.72%。报告期内，公司存货周转天数 110 天，比去年同期缩短 22 天，存货周转速度明显提升。

2、药品事业部 2022 年有哪些经营亮点？

答：2022 年，药品事业部主营业务收入 59.83 亿元，销售过亿产品 10 个。白药系列核心产品取得高速增长，云南白药气雾剂收入贡献超过 15 亿元，较上年增长超过 20%，云南白药膏、云南白药胶囊收入均保持良好增长。普药产品中，感冒类独家产品“伤风停胶囊”单品过亿，风寒、风热感冒颗粒深受广大消费者认可；清热解毒类蒲地蓝消炎片、黄连上清片合计近 3 亿，同品零售市场份额第一（数据来源：中康开思系统）；妇科类宫血宁胶囊、天紫红女金胶囊医疗获机构主力推荐，妇炎康片与头部连锁战略合作；儿科类小儿宝泰康颗粒单品过亿，同品市场份额第一（数据来源：中康开思系统）。此外，云南白药的 20 个中成药品种符合第九版《新冠肺炎诊疗方案》

适应症范围，四季度在提前判断和合理规划安排下，充分保障了连锁终端的普药需求。同时，围绕三七等云南地道药材，公司打造系列植物补益类特色产品，三七参蜂口服液增长超过 100%，产品特色明显，市场认可度不断提升。2022 年与 2300 家优选医院、药店的配送商业深度合作，剔除不规范商业，降低商业库存至 3 个月左右。

3、养元青取得了哪些创新突破？

答：养元青致力于打造控油防脱第一品牌，做强品牌影响力，实现总曝光 34.5 亿次，总触达 2.13 亿人。公司优选“一洗一育”产品组合，提炼控油防脱核心功能卖点；建立“养元青防脱管理局”自主知识 IP，树立专业背书；官宣产品代言人，拉动品牌认知，选定敦煌 IP 联合造势，打造集品牌塑造、产品发布、商业维护、用户沉淀、品效转化为一体的线上线下整合营销事件。2022 年“双 11”期间，养元青洗护品类全网销售额增长超过 30%（数据来源：商指针）。同时，公司启动“养元青社区绽放计划”，跳出原有零售场景，采用“品牌找人”的思路，进驻社区，并补充商圈、露营营地、办公等场景，以“养发小站”和“防脱燃脂操”两大主题与潜在用户完成深度互动。

4、中药资源事业部在新业务探索方面有什么进展？

答：2022 年，在新业务的开拓方面，中药资源事业部以桉叶油业务为基础，布局香精香料业务，构建从资源控制、提取加工、产品

开发、国内外贸易到终端应用的全产业链业务基础，并延伸至 20 多个品种，初步形成优势品种矩阵，同时，充分挖掘和寻源内外部技术优势资源，逐步搭建天然植物提取技术平台，为天然植物提取业务发展赋能。充分挖掘资源优势，拓展保健食品赛道，报告期内完成 7 款功能性保健食品备案，进一步丰富产品梯队。重新构架进出口业务体系，对核心客户的需求进行分析挖掘，积极争取白药系列产品及已出口品种的订单恢复；在蜂蜡、跨境电商、益生菌等业务基础上，围绕天然植物提取物领域拓展了多个品种进出口业务。

5、请问省医药在探索业务发展方面做了新的尝试？

答：2022 年，为推动业务的持续成长，省医药公司通过整合供应链上下游的资源，探索创新项目，帮助政府、医疗机构搭建更好的管理及服务体系，不断探索新的盈利模式，为上下游客户提供优质的现代医药供应链服务解决方案。经过自主研发和持续建设，省医药公司目前已构建了面向上下游客户、三方合作伙伴的数字化供应链协同平台，实现了供应链各环节数据的高效协同和实时同步；通过流程体系建设和数字化运营平台搭建，实现了运营管理全过程的数字化、智能化提升。

6、请介绍一下公司 2022 年在研发方面的情况。

答：公司持续加大研发投入，自研与产品引进双管齐下，研发取得多项重要进展。报告期内，公司研发人员数量超过 1200 人，研发

投入金额 3.43 亿元，占公司工业收入的比例为 2.68%，研发费用由 2019 年 1.74 亿元上升至 2022 年 3.37 亿元，复合增长率 17.97%。公司目前拥有 247 个中成药品种，共涉及 354 个批文，其中，独家中成药品种 43 个，独家批文 53 个。公司一方面大力推动中药品种的二次开发，另一方面以研发投入和科技力量推动中医药产品的创新。中药产品二次开发方面，公司推进了宫血宁胶囊止血抗炎研究，并支持了研究者发起的千金藤素片抑制新冠病毒疗效的研究。中药新药储备方面，集中研发优势资源孵化三款中药 1.1 类新药重点研发项目，包括治疗心脉瘀阻证相关症状的全三七片，用于温肾固本的我国首个获批临床的证候类中药新药附杞固本膏，以及用于新冠肺炎恢复期、风寒型感冒相关证候者的香藿喷雾剂，并同步开展两个经典名方（PZ-018、PZ-019）中药制剂的开发。

7、公司口腔智护板块业务进展如何？

答：2022 年，公司上线“齿说”（ToothTalk）口腔科学专研品牌，产品包括：智能电动牙刷、冲牙器、个性化刷头、漱口水、凝胶、口喷等。齿说品牌通过消费者洞察、产品开发、产品上市、产品推广四位一体快速迭代打造爆品，齿说红白口喷增速迅猛，短期内该单品销售收入突破千万，问鼎抖音平台多项榜单第一。齿说品牌通过“i 看呀”小程序连接 C 端用户，精准进行私域运营。“i 看呀”定位为口腔咨询服务平台，为用户提供更便利的线上口腔科普、咨询及预约治疗服务。

8、公司新零售板块经营情况如何？

答：公司新零售健康服务业务单元，2022 年完成营业收入超 3 亿元。该业务单元围绕“白药生活+”品牌定位及内涵，完善“白药生活+”产品矩阵，在滋补产品板块，构建形成以三七、品牌中药材、中药饮片、灵芝孢子系列及新滋补为核心的滋补产品矩阵；在功能食品板块，围绕功能调节和体重管理，构建了白小养和轻喵 2 个子品牌及产品矩阵。同时，围绕业务场景实行精细化分层运营，对用户进行分层分类，完善用户画像标签，更加精准、有效触达用户，2022 年“白药生活+”门店会员销售占门店总销售达 73%。本业务单元加大中药饮片业务在全省各级终端医疗机构的推广和销售，先后与大理、永善等达成药事服务中心合作，输出了云南白药药事服务标准，饮片业务年度收入首次突破亿元。云南白药城市健康中心正式运营，年内共组织开展 40 余场义诊活动，有效的树立了云南白药药事服务品牌。

2023 年 4 月 1 日