

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 11 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：现场调研

投资者：Broad Peak-Steven Huang

参加人员：首席财务官-马加，董事会秘书-钱映辉，证券事务代表-赵雁，投资者关系管理-桂博翔、杨可欣

会议内容：

1、公司核心产品的市占率情况如何？

答：2022 年，云南白药继续保持了在多个业务领域的市场领先地位。公司核心产品云南白药胶囊占据肌肉-骨骼系统骨伤全身用药市场份额 15.3%，市场排名第一；云南白药气雾剂在肌肉-骨骼系统局部用药活血化瘀剂中成药气雾剂零售市场份额 92%，市场排名第一；云南白药创可贴占外用止血类（含药）创可贴零售市场份额 66%，市场排名第一；云南白药膏占肌肉-骨骼系统局部用药活血化瘀剂中成药膏贴零售市场 21%的市场份额，市场排名第一（数据来源：中康开思系统）。

2、公司是如何搭建人才团队的？

答：公司秉承人才兴企的理念，以科学系统的培养体系，为员工的发展提供多样渠道，帮助员工提高专业知识和综合能力，实现人才与企业共成长。通过构建内部专业化、常态化培训平台，定位“聚菁英、切痛点、荟真知、传文化、破边界”，致力于赋能关键业务，提升人才专业能力。同时，集中优势资源，大力引进覆盖战略投资、医疗学术、药物研发、用户运营多领域高层次专业人才，构建强大的自主研发能力和全球资源整合能力，探索以生物医药为代表的医药技术革新，融合新兴信息技术，实现跨越发展，打造多产品形态集成的医药综合解决方案。通过内部培养及外部引入双通道，充分运用企业内部成长环境和市场资源，打造契合白药未来发展需求的高质量人才梯队。

3、请问公司新零售板块是如何运营的？

答：新零售健康服务业务单元，报告期内完成营业收入超 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 20 云南白药集团股份有限公司达 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。

4、请问公司在社会责任方面是如何做的？有何亮点？

答：云南白药始终坚持在保持公司业务稳健发展的同时，持续完善社会责任管理体系，统筹指导公司在可持续发展方面的实践工作，肩负民族使命，彰显责任担当。公司的社会责任表现得到资本市场的持续认可，2022 年 11 月，MSCI 发布公司最新 ESG 评级结果，云南白药 2022 年 MSCI ESG 评级继续保持 A，是深市医药上市公司唯一连续两年获评 A 级的上市公司，且继续保持云南省最高评级、唯一获评 A 级的上市公司。

2023 年 4 月 11 日