

云南白药集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2024 年 2 月 26 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话会议

投资者：新华资产-陈振华、李琰、兰宏阳、张滢潭、庄嘉赞，
国盛证券-张玉

参加人员：董事会秘书-钱映辉、投资者关系管理-张昱、杨可欣

会议内容

1、请介绍一下公司药品事业部和健康品事业部的业务开展情况。

答：2023 年上半年，药品事业部继续强化业务聚焦，提升运营效率，推动业绩增长，实现主营业务收入 38.52 亿元，同比增长 14.63%，其中白药核心系列产品保持稳健增长，其他品牌中药产品实现亮眼放量。白药核心系列产品方面，云南白药气雾剂贡献营业收入超 9 亿元，同比增长 18.20%；云南白药膏、云南白药胶囊收入保持持续增长。其他品牌中药产品方面，抓住市场放量机遇，商务和 OTC 板块通过中台输出、产品驱动的方式，多产品扩面增量。感冒类产品蒲地蓝消炎片单品营业收入过亿，同比增长 80%，伤风停胶囊营业收入同比增长 27%；祛暑祛湿类中成药藿香正气水同比大幅增长超 260%，跻身公司上半年产品销售排名前十；同时，植物补益类产品气血康口服液市场认可度不断提升，收入同比增长近 18%。

2023 年上半年，健康品事业部实现主营业务收入 32.45 亿元，同比增长 0.81%，在口腔护理板块及防脱洗护板块均实现多项突破。在口腔护理板块，云南白药牙膏依旧保持超过牙膏行业平均增长的态

势，实现市场份额 25%（数据来源：尼尔森零售研究数据 YTD23Q6），继续保持行业市场份额第一。在防脱洗护板块，养元青洗护产品实现营业收入同比大幅增长达 90%， “618” 期间防脱洗护市场增长率持续走高，养元青全网销售额突破新高，其中兴趣电商板块增长贡献高达 80%，天猫平台国货防脱洗发水排名第一（数据来源：商指针）。

2. 请介绍一下 2023 年三季度业绩情况。

答：2023 年前三季度，公司实现营业收入 296.89 亿元，同比增长 10.30%；实现归母净利润 41.23 亿元，同比增长 78.90%；实现扣非归母净利润 38.53 亿元，同比增长 42.46%，创同期历史最高水平；经营活动产生的现金流量净额为 25.90 亿元，同比增长 33.33%；基本每股收益年初至报告期末为 2.31 元/股，同比增长 50.98%；公司加权平均净资产收益率为 10.48%，同比大幅上升 4.45 个百分点，经营发展稳步向前。

3、请介绍一下公司的营销情况。

答：在药品方面，公司营销网络覆盖全国各省区、县、乡镇。在 OTC 渠道方面，锁定服务 5 千家优质连锁，覆盖超过 40 万家门店及基层诊疗单位，尤其在华东地区、湖南、湖北、云南等连锁药房发展较好的区域实现了高覆盖率、渗透率以及较强的市场管控能力，实现了“一省一策”甚至“一连锁一策”。公司还与阿里、京东、拼多多等主要电商开展了广泛合作，拓展线上 OTC 销售渠道，通过定制化数字营销实现对消费者的高效触达。

在健康品方面，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，截止 2022 年度，云南白药牙膏保持在大卖场、大

超市、小超市、便利店以及食杂店全渠道销售份额第一（数据来源：尼尔森零售研究数据 YTD2212），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、兴趣电商等新兴业态，保持高度开发，大胆试新、小步试错，进化商业洞察敏捷性，2023 年上半年养元青洗护产品实现营业收入同比大幅增长达 90%，“618”期间全网销售额突破新高，其中兴趣电商板块增长贡献高达 80%。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。

4、请介绍一下公司分红的情况。

答：上市以来，公司已连续 30 年实现对股东分红，累计现金分红金额超 207 亿元。近年来，公司现金分红方案充分考虑对投资者的合理回报，兼顾全体股东的长远利益和公司的可持续发展，保持了利润分配政策的连续性和稳定性。2019 年至 2022 年，公司现金分红比例分别为 91.6%、89.13%、73.22%和 90.37%，各年度现金分红总额分别为 38.32 亿元、49.17 亿元、20.53 亿元和 27.12 亿元。

2024 年 2 月 26 日