

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 4 月 15 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话会议

投资者：HSBC Global Asset Management (Uk) Limited-Aiwei Li

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-杨可欣、张昱

会议内容

1、请问公司药品事业群白药主系列产品的销售情况如何？

答：2023 年药品事业群白药系列核心产品保持了较好的增长态势，毛利率为 70.6%，其中云南白药气雾剂销售收入贡献超过 17 亿元，同比增长 15.27%；云南白药创可贴、云南白药膏、云南白药（散剂）、云南白药胶囊等产品销售收入过亿，其中云南白药膏销售收入过 9 亿元，云南白药胶囊销售收入过 6 亿元，云南白药（散剂）及云南白药创可贴销售收入过 3 亿元。

2、请问云南白药牙膏是如何维持市占率第一的地位的？

答：口腔护理领域，云南白药牙膏国内市场份额 24.60%（数据来源：尼尔森零售研究数据 YTD2312），继续保持市场份额第一。2023 年“双 11”期间，健康品事业群实现多个榜单第一：其中云南白药天猫牙膏官方旗舰店实现突破性爆发，单店销售业绩首次破亿，成为

首个凭借牙膏单品破亿的旗舰店；在抖音也夺得牙膏爆款榜第一、抖音品牌牙刷爆款榜第一等全新战绩。

健康品事业群通过线上线下“双管齐下”，多维度提升品牌曝光度，夯实存量盘，做大增量盘。线上紧扣“618、双11、双12”等年度网购大促，与综合电商平台天猫、京东、拼多多等强力合作、持续发力，在抖音等内容电商平台开展创意直播，积极拓展线上市场份额；同时通过“李健线上演唱会”“云南白药口腔健康&《花儿与少年·丝路季》旅综游学”IP内容营销等综艺合作等提升品牌曝光度。线下通过“科学护口季”、CNY“龙腾迎新春，健康幸福年”等系列推广活动统一终端活动形象，2023年内各类线下推广活动已累计超过1.47万场，活动及物料共计覆盖1465个城市（省市县）。同时，不断优化产品结构、迭代技术创新、带动品类升级，2023年内完成全线牙膏共153个产品备案包装改版。

3、请介绍一下公司有哪些新业务？

答：公司围绕既定的发展战略，根据实际业务需求，升级组织能力、提升管理效能，搭建敏捷、高效的组织结构，2023年内重组新兴业务板块，包括滋补保健品事业部、美肤事业部、医疗器械事业部以及天颐茶品事业部。滋补保健品事业部致力于抢占膏滋消费者心智，整合深耕三七等优势中药大产品，发力滋补保健品大赛道；美肤事业部致力于突破功能护肤产品，以天然草本植物为基础，以温和、无刺激以及滋润养护为产品特点，推出独具云南白药特色的美妆品牌；医疗器械事业部致力于聚焦骨科、伤科护理为主的专业功能赛道。

4、公司的战略规划是什么？

答：公司将紧紧围绕“大健康综合解决方案提供商”的战略定位，坚定地持续深耕“药”这个产业根基，推动各项业务聚焦于云南白药在大健康产业的优势领域，不断强化行业领先地位，在不断提升核心竞争力的同时科学、审慎、有效的推进新业务增长点的打造。公司将聚焦药品、健康和医药流通三大核心业务，进一步强化中药的核心地位，做大做强品质大中药，确保行业市场领军地位，进一步提高中药全产业链竞争能力，延展优势、打造云药领军品牌；做新做精健康好生活，确保领域市场先锋地位；做稳做优区域新流通，确保区域市场龙头地位。在持续聚焦主业的同时，公司将根据总体战略部署，结合自身业务特点和能力禀赋，围绕相关领域科学、审慎的开展业务拓展，坚持“有所为有所不为”，持续、有效打造全新业务增长点。为了保障核心业务和创新业务的健康、高效发展，公司着力构建面向投资全流程的战略投资能力体系和风险管控体系，推动公司产业布局和产业投资管理迈上新台阶，切实推动公司健康发展。

2024年4月15日