

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5月13日

地点：集团白药空间二楼会议室

召开方式：现场调研

投资者：长江证券—郭心驰、徐晓欣

参加人员：证券事务代表-李孟珏、项目执行-付涛

会议内容

1、请介绍一下公司2024年一季度和2023年年度业绩情况。

答：2024年一季度，公司实现营业收入107.74亿，同比增长2.49%；归母净利润17.02亿元，同比增长12.12%；归母扣非净利润16.90亿元，同比增长20.51%；基本每股收益0.95元/股，同比增长11.76%；加权平均净资产收益率4.18%，同比增加0.31个百分点。

2023年，公司全年实现营业收入391.11亿元，较上年同期的364.88亿元净增26.23亿元，增幅7.19%，其中工业收入增速7.58%；实现归母净利润40.94亿元，较上年同期的30.01亿元上升10.93亿元，增幅36.41%；加权平均净资产收益10.51%，较上年提升2.64个百分点；基本每股收益2.29元/股。报告期末，公司总资产537.84亿元，同比增长0.87%；货币资金余额142.18亿元；归属于上市公司股东的净资产398.79亿元，同比增长3.57%。

2、其他品牌中药方面，公司未来会采取何种营销措施？

答：在市场营销方面，通过大规模兵团作战试点大型促销、增进与连锁药店互访等方式，将资源集中投入，达成工业连锁双丰收；在组织建设方面，通过开展“玄甲行动”等人才梯队建设的运营管理手段，有效提升管理效率，产品质量及稳定性持续提高，运营能力取得显著突破。在品牌中药领域，建立专门团队独立运作云南白药品牌中药系列产品，抓住品牌中药行情机遇，实现持续放量。

3、公司针对养元青产品取得较快增长的原因是什么？

答：2023年养元青加速成长，全年实现破圈式增长，销售收入突破3亿元，同比增长36%。“双11”期间养元青线上销售交出多项亮眼成绩单：天猫国货防脱品类第一、2023年年度累计抖音销售破亿元；养元青核心大单品控油防脱套装登顶抖音商城防脱洗发乳爆款榜第一、拼多多平台滋养防脱洗发水畅销榜第一。

健康品事业群围绕“稳固基础盘，放大增量盘，拥抱创新盘”的核心指导思想，坚持聚焦口腔健康及洗护产品，不断推动业务高质量发展。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；“养元青&《封神训练营》”等综艺合作有效提升了品牌曝光度。

4、请问公司在口腔产品方面有什么营销举措？

答：健康品事业群在2023年围绕“稳固基础盘，放大增量盘，拥抱创新盘”的核心指导思想，坚持聚焦口腔健康及洗护产品，不断推动业务高质量发展。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，报告期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，报告期内完成全线牙膏共153个产品备案包装改版。

5、请问公司核药的研发进展如何？

答：2023年公司核药管线全面布局，并取得阶段性成果：近日，公司全资子公司云核医药（天津）有限公司收到国家药品监督管理局下发的《药物临床试验批准通知书》（通知书编号：2024LP01109），经审查，云核医药的INR101注射液临床试验申请符合药品注册的有关要求，同意本品开展健康人及前列腺癌的临床试验。此外，用于前列腺癌治疗的创新核药INR102项目已完成模型动物的药效评价和组织分布研究、前体non-GMP生产及放射性制剂的工艺小试研究，并启动药学研究；INR202和INR203项目已启动纳米抗体候选分子筛选研究。

2024年5月13日