

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6月28日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话调研

投资者：易方达基金-于博

参加人员：证券事务代表-李孟珏，投资者关系-杨可欣、张昱

会议内容

1、请介绍一下公司药品事业群未来的经营规划。

答：面向未来，药品事业群将围绕“伤科领先、百药千家万户、三七产业龙头”三大战略目标开展业务布局，在继续深耕、巩固现有肌肉骨骼类OTC市场领先地位的同时，推动公司的其他品牌中药产品继续放量增长，积极打造三七体系全产业链运营，在更多治疗领域打造竞争优势。为了实现上述目标，药品事业群一方面将深耕学术研究，与国创中心、加速康复联盟、北京大学云南白药国际研究中心、各级医疗机构加强合作，开展现有产品深度研究及二次开发工作，并挖掘潜力产品，为未来发展提供全新增长点；此外，还将联动上游原料供应及生产制造部门，实现产供销协同发展，做到智能制造、降本增效，为未来发展提供强劲动力。

2、公司健康品事业群销售情况如何？

答：健康品事业群通过挖掘存量潜力，主营业务收入保持稳健增长态势，2023年实现营业收入64.22亿元，同比增长6.50%。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。防脱洗护领域，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。

2023 年健康品事业群围绕“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；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、“养元青&《封神训练营》”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，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。

3、请介绍一下公司分红情况。

答：云南白药始终注重持续合理回报投资者，与投资者共享企业发展成果。2023年，云南白药分红方案为每10股派息20.77元，现金分红总额37.06亿元，占2023年归母净利润比例90.53%，公司已于2024年5月10日完成年度权益分派。自1993年上市以来，公司已连续31年对股东分红，累计现金分红金额超过244亿元。

4、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：2024年5月，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6月28日