

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7月1日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话调研

投资者：招商基金-周欣、杜亮、夏帅、徐张红、邹成、邓新翱、王奇玮、张馨洋、汪彦初、梅梅、周雨婷；国联证券-陈翠琼

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、请介绍一下公司近期的经营情况

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、请问云南白药核心系列产品的销售情况如何？取得较快增长的原因是什么？

答：2023年白药系列核心产品保持了较好的增长态势，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。

药品事业群在持续守正创新的同时积极推动自身变革，在学术建设方面，联合国家创伤中心、白求恩基金会、北京大学云南白药国际医学研究中心等专业机构，围绕白药核心品种及成长品种开展多项临床，进行产品的特点挖掘、疗效及安全性评估，延长成熟品种生命周期，激发成长品种市场潜力，构建云南白药科研和营销高度结合的生态系统，提升白药核心竞争力；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。产品举措上，在云南白药核心系列领域，实现从“遍地撒网”到“举目提纲”，集中资源，聚焦全国性重点客户，进行单品爆破。

3、请问公司健康品事业群线上营销措施有哪些？

答：2023 年健康品事业群线上紧扣“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。

4、公司未来的工作展望是什么？

答：未来，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 7 月 1 日