

# 云南白药集团股份有限公司

## 投资者调研会议记录

时间：2025年1月23日

地点：集团总部白药空间

召开方式：现场调研

投资者：太平洋证券-邱华颖，宁波知远-杨桑，蓝马资本-韩圣洁，广州图灵-周书冬，泽源太空融投资-张柘豪，深圳斯比亚-李双凤，广州顺从投资-邱曙，上海谦璞投资-陈实，杭州中众-翟淋璐，深圳财沣投资-秦小茹，湖北盛世科技-魏泽旺，个人投资者-吴国民、谢秀香、林楠、刘洋漾、许松、何建刚

参加人员：证券事务代表-李孟珏，投资者关系管理-张昱、杨可欣，信息披露岗-余洋

### 会议内容

**1. 请问药品事业群的销售情况如何？采取了哪些促增长的措施？**

答：2024年上半年药品事业群实现主营业务收入40.69亿元，同比增长9.6%。白药系列核心产品保持稳健增长，其中云南白药气雾剂销售收入超过12亿元，同比增长超30%，云南白药膏、云南白药胶囊销售收入均保持良好增长。其他品牌中药类产品增长亮眼，蒲地蓝消炎片销售收入实现过亿，同比实现近双位数增长；用于妇科消炎的产品宫血宁胶囊实现销售收入同比上涨36%；小儿宝泰康颗粒、痛舒胶囊销售收入增长明显。植物补益类产品中，气血康口服液销售收入过亿，三七参蜂口服液销售收入同比增长超过80%。

药品事业群持续贯彻落实聚焦主业、提质增效的指导方针，从学

术临床、市场营销、渠道深耕、生产提效等方面持续推进各项重点工作。学术临床方面，稳步推进围绕云南白药胶囊、宫血宁胶囊、气血康口服液等核心产品二次开发的多项临床研究。市场营销方面，在昆明、上海、长沙、广州开展气雾剂校园篮球赛项目，共 512 支球队参与活动，“走呀打球去”抖音话题页超 2.9 亿次播放量，全民任务共计投稿视频超过 3.8 万条，累计投稿视频超过 3.2 万条。渠道深耕方面，在线下启动“普药千家万户”项目，构建一级短渠道运营模式，实现下沉小型连锁铺货；线上渠道拓展进一步发力，在内容平台上获得约 3.5 亿曝光，296 万互动量，共收获约 2217 万品牌人群，于电商平台引流访客 1052 万，带来消费者超过 110 万，GMV 同比增长 47%。生产提效方面，推进生物质气化智慧供热、颗粒剂增产扩能、仓储优化、大理产线升级等项目，为市场保供和降本增效奠定基础；完成原料中心净选粗碎工序合规化改造，推进 446 项改善的实施，持续提升生产制造智能化水平。

## 2. 请问健康品事业群牙膏产品和洗护产品的销售情况如何？

答：口腔护理领域，2024 年上半年云南白药牙膏市场份额在国内继续保持领先，2024 年“618”期间，云南白药口腔健康品牌蝉联全网口腔护理品牌 TOP1（数据来源：商指针）。上半年，养元青洗护产品实现销售收入 1.95 亿元，同比增长率达到 41%。云南白药养元青具有育发类特妆证和防脱育发国家发明专利证书双证加持，以差异化技术壁垒成就国人放心的产品品质，成功打造出“控油防脱就用养元青”的核心品牌，在激烈的市场竞争中，养元青通过提高渗透率获得高于防脱品类行业水平的增长，2024 年“618”期间获天猫国货防脱洗发水品牌 TOP1，并在兴趣电商抖音平台的半年 GMV 累计突破亿

元大关（数据来源：商指针）。

### 3. 请介绍中药资源事业群业务开展情况和未来发展思路。

答：2024 年上半年，公司中药资源事业群精益运营，在优质高效保障公司内部资源需求的前提下，实现对外营业收入 8.94 亿元，同口径下同比增长约 22%。持续保障公司战略品种的供应与价格稳定方面，上半年平均订单交付率为 99.36%，有效稳定了公司投料药材价格，实现公司投料药材价格上涨幅度显著低于行业中药材价格上涨平均水平。聚焦云南道地药材和白药战略优势品种，在三七领域保持持续领先。天然植提业务方面，报告期内销售收入同比增长达 47%。药事服务方面，中药资源事业群不断开拓创新，通过打造中药药事服务中心、中医馆，打通“诊治—开方—审方—煎制—配送—入户”的通道，为患者提供全方位、个性化和高效的药事服务。目前，云南白药已建成运营云南最大体量的煎药中心，通过进一步加强数智化建设和多点布局规划，将为居民日常用药提供更大的便利。

公司在中药资源方面将立足“云药资源高质量发展的‘链主’企业”的战略定位，进一步发挥链主企业责任担当，依托云南省道地药材资源优势 and 区位优势，发挥云南白药集团在技术、品牌、渠道、资金、人才等产业上的积累，以及龙头型企业在产业发展上的示范、引领和带动作用，以“1 个中药材产研销一体化数智平台+1 个新型的中药材产地专业化市场+多元协同”的“1+1+N”模式搭建中药材数字化管理与运营全产业链生态体系，将资源优势转化为产业竞争优势及区域长期可持续发展优势，实现“用云南好药材，支撑中国好中药”。公司将工业思维赋能农业，围绕云南省道地优势中药品种联农带农、示范引领，促进兴业富民，支撑云南白药和云药产业高质量发展。

#### 4. 公司在渠道建设方面有哪些措施和成效？

答：在药品方面，公司营销网络覆盖全国各省、区、县、乡镇的医疗机构和零售药店。在优势的 OTC 渠道方面，全国锁定服务 5 千家头部连锁，覆盖超过 40 万家门店，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”的专项营销合作。公司还与阿里、京东、抖音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现代消费者的高效触达。

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，云南白药牙膏市场份额在国内继续保持领先，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，坚持大胆试新、小步试错，进化商业洞察敏捷性。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。

2025 年 1 月 23 日