

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 4 月 11 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话调研

投资者：人保养老-周依静、毛雅婷，东吴证券-李倩

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

会议内容

1、请介绍一下药品事业群 2024 年经营情况

答：药品事业群 2024 年主营业务收入 69.24 亿元，同比增长 11.8%，单品销售过亿产品达 10 个。核心系列产品中，云南白药气雾剂销售收入突破 21 亿元，同比增长超 26%；云南白药膏、云南白药胶囊、云南白药创可贴、云南白药（散剂）均在上年销售收入基础上，实现显著增长。其他品牌中药类产品增长亮眼，蒲地蓝消炎片销售收入近 2 亿元，同比大幅增长超 22%，血塞通胶囊、小儿宝泰康颗粒、参苓健脾胃颗粒产品收入均破亿。植物补益类产品，气血康口服液销售收入继续保持增长态势，同口径下同比增长约 14%。

2、省医药公司主要做了哪些工作？

答：省医药公司积极应对国家药品集中带量采购、医保控费及公立医院国考等重大医改政策变化，持续提升医药供应链运营能力和客

户服务能力，探索与实践新时代下医药供应链的价值创造。通过开展多仓运营、货源共建、母子公司运营协同、质量共享平台等数百个项目，实现了服务能力和服务范围的扩展。在上游端，推进与厂商的供应链数据互联共享，实现双方业务的无缝连接，推动采购订单向订单全生命周期数字化管理转变；在医院端，搭建医共体药品智管平台，以“互联网+”推动医共体药品管理的转型和创新，整合采购、供应、配送、仓储、使用、支付及监管等多个环节，实现一体化管理高效协同；在患者端，推进“云找药 29 号店”项目，整合零售门店资源，通过线上线下一体化运营，为患者提供品种更齐全、取药更便捷的在线找药购药服务。

3、请介绍一下公司健康品事业群渠道建设情况如何？

答：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，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。

4、请介绍一下公司分红情况。

答：公司拟以 2024 年末公司总股本 1,784,262,603 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 11.85 元（含税），送红股 0 股（含税），不以公积金转增股本（尚需提交股东大会审议）。同时，公司已于 2024 年 11 月完成 2024 年特别分红利润分派，每 10 股派送现金 12.13 元（含税），现金分红金额共计 2,164,310,537.44 元（含税）。本次拟实施的现金分红与 2024 年已实施的特别分红合并计算，以 2024 年末公司总股本 1,784,262,603 股为基数，2024 年度每 10 股累计派送现金 23.98 元（含税），累计现金红利总额合计为 4,278,661,722.00 元（含税），占 2024 年度公司归属于上市公司股东净利润的 90.09%。

2025 年 4 月 11 日