

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 5 月 19 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话调研

投资者：Orient Securities Company Limited - Lili Guan, Feng Li,
Kewen Li

参加人员：董事会秘书-钱映辉，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、请介绍一下公司 2024 年经营情况。

答：2024 年，公司克服外部环境剧烈变化带来的挑战，聚焦制药核心，通过全产业链、全价值链、全生产要素的卓越运营，保持强劲增长。实现营业收入 400.33 亿元，较上年同期增长 2.36%；实现归母净利润 47.49 亿元，较上年同期的 40.94 亿元同比增长 16.02%；扣非归母净利润 45.23 亿元，较上年同期的 37.64 亿元同比增长 20.18%，创历史新高。

从成长质量来看，公司经营性现金流净额为 42.97 亿元，较上年同期增长 22.68%；加权平均净资产收益率 11.99%，较上年同期提升 1.48 个百分点；基本每股收益 2.66 元/股，较上年同期增长 16.16%。

与此同时，公司业务结构持续优化，工业收入占营业收入比重进一步提升至 36.14%，工业收入增速达 5.30%；工业毛利率 65.93%，较上年同期增长 1.69 个百分点。公司各项提质增效举措成效显著，销售费用较上年同期降低 2.26%，管理费用较上年同期降低 1.98%。

公司持续保持良好的资产结构，报告期末，公司总资产 529.14 亿元，归属于上市公司股东的净资产 388.32 亿元，资产负债率 26.55%，货币资金余额 108.88 亿元。

2、请介绍一下公司的分红情况。

答：公司 2024 年年度分红以 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。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）。2024 年年度现金分红与 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 股累计共派送现金 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%。

3、2024 年药品事业群做了哪些重点工作？

答：2024 年，药品事业群以“伤科疼痛全领域管理的‘第一’品牌”为战略指引，结合产品和品牌禀赋，发布伤痛管理新模式，深

挖白药核心产品在伤科疼痛领域的药效机制,通过“白药+痛舒+伤痛”相关产品在学术临床方面的深度挖潜,持续打造和提升白药核心产品在骨伤科、疼痛管理领域的知名度和领先优势,形成大的产品生态体系。同时,药品事业群进一步优化“品质好中药”运营平台,深入聚焦心脑血管、呼吸系统、妇儿科等高潜赛道,持续丰富产品管线,打造药品产业大生态。2024年,药品事业群从学术临床、市场营销、渠道细分、生产提效等方面持续推进各项重点工作。学术临床方面,云南白药(散剂)、胶囊在糖尿病足、骨骼疼痛等方面的临床研究,宫血宁胶囊在治疗异常子宫出血、减少药物流产后阴道流血等方面的临床研究,气血康口服液改善心脏和血管健康及对高原反应的预防与治疗方面的临床研究均取得稳步进展,为产品打开更广阔应用场景。市场营销方面,培育自有运动IP“走啊打球去”取得成功,促进品牌年轻化、单品渗透率进一步提高;气血康包装焕新升级,紧抓秋冬滋补的重要营销节点,推动气血康口服液销售快速增长。渠道细分方面,院内渠道持续深耕,获得稳步扩展,线下OTC渠道保持优势,线上探索取得新突破。生产提效方面,建立线上化业务流程,推动实现营销工作精准化、渠道建设生态化、用户数据自有化,打造制度规范、流程科学、简洁高效的大后台运营体系,全年提质增效成果显著。

4、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。

5、省医药有限公司在 2024 年主要做了哪些工作，未来有什么规划？

答：2024 年，省医药公司多措并举，稳固了营收基本盘，实现主营业务收入 246.07 亿元，同比增长 0.48%。产品层面，医疗器械、药妆、特医食品等非药业务拓展可观，销售同比增长 14%，医药品牌运营服务模式探索初显成效，项目规模同比增长 37%。渠道层面，基层医疗机构挖深挖潜，销售同比增长 12%；OTC 板块稳健发力，销售同比增长 18%；批零融合模式下的新特药专业药房快速推进，销售同比增长 29%。在管理上，依托数字化底座的支撑，实现流程精益优化，管理提质增效，多项运营指标得以提升和改善。在风险管控上，应收账款整体规模及账期结构均保持良性水平，在巩固市场份额增强客户黏性的同时，实现优于行业平均水平的阶段性管控目标，面向全业务流程的风险管理体系进一步实施落地。

面向未来，省医药公司将持续围绕客户健康需求，整合上下游服务资源，提供价值型医药商业服务。基于行业变革视角，覆盖药品全商业化周期和全渠道类型，省医药服务产品矩阵将更加清晰，院内与

院外多渠道布局，深入推进面向产品的全生命周期管理、面向客户的供应链价值型服务解决方案、面向市场的创新商业模式，以全供应链协同，助力构建以患者为中心的诊疗生态圈闭环，焕新升级价值网络。

2025 年 5 月 19 日