

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 11 月 21 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：现场调研

投资者：中信证券-李文涛，中信保诚资产-杜中明、徐荃子、王

昊

参加人员：董事会秘书-钱映辉，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近期的经营情况。

答：2025年上半年，药品事业群主营业务收入47.51亿元，同比增长10.8%。核心系列产品中，云南白药气雾剂销售收入突破14.53亿元，同比大幅增长超20.9%；云南白药膏、云南白药胶囊、云南白药创可贴、云南白药（散剂）均在上年同期销售收入基础上，实现显著增长。其他品牌中药类产品增长亮眼，参苓健脾胃颗粒收入超1亿元，蒲地蓝消炎片销售收入近1亿元，血塞通分散片实现显著增长。植物补益类产品，气血康口服液销售收入达2.02亿元，同口径下同比增长约116.2%。

2、公司核药的研发进展如何？

答：公司 INR101 诊断核药项目，已启动III期临床试验，完成 32 家研究中心立项，启动其中 22 家，并入组 60 例受试者；INR102 治疗核药项目，获得临床试验通知书，I 期临床试验研究中心已启动，研究者发起临床试验（II T）完成 12 例患者入组及给药。

3、请介绍一下健康品事业群近期的经营情况。下半年的重点工作是什么？

答：2025 年上半年，健康品事业群实现营业收入 34.42 亿元，同比增长 9.46%。健康品事业群坚持分产品全渠道运营的策略，不断夯实线下基本盘，强化深度分销的渠道能力建设，加权铺货率增长，同时合理加大线上渠道及新产品推广投入，积极拓展增量渠道，营销取得阶段性成效。品类方面，口腔护理领域护龈类牙膏保持并逐步扩大领先优势，抗敏牙膏增长呈现突破的趋势；洗护防脱品牌养元青依托线上增长驱动整体保持增长。

下半年，健康品事业群将以成为高品质健康生活产品的“第一梯队”为目标，打造以生活品质为核心的健康生态。一方面口腔业务作为健康板块发展的基本盘和标杆，持续保持和扩大口腔产品的领先优势；强化研产销协同与精益管理，提升新品研发和迭代能力，持续做强生态。另一方面继续快速提升洗护业务规模体量，稳步做强头皮生态领域。

4、公司产品线上销售情况如何？

答：药品事业群积极拓展线上市场，上半年 020 销售同比提升超过 20%，通过线上内容营销助力气血康、参苓健脾胃颗粒等产品认知度及销量提升，与京东健康深化战略合作，2025 年 618 期间主系列产品常备药榜单排名显著上升，公司药品线上销售取得突破性成果，电商平台引流访客 4,845 万，带来消费者 354 万，共产出 GMV2.54 亿元，为未来在线上渠道的发展打好基础。

健康品事业群在稳住线下基本盘的同时，合理加大线上渠道及新产品推广投入，积极拓展线上市场，对即时零售、社区团购、兴趣电商等新兴业态保持高度关注，坚持大胆试新，进化商业洞察敏捷性。上半年，云南白药牙膏稳居国内全渠道市场份额第一（数据来源：尼尔森零售研究数据）；2025 年“618”期间，养元青蝉联天猫国货防脱洗发水品牌第一名。

5、请介绍一下公司分红情况。

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，送红股 0 股，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，现金分红金额共计 2,164,310,537.44 元。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，累计现金红利总额合计

为 4,278,661,722.00 元，占 2024 年度公司归属于上市公司股东净利润的 90.09%。

2025 年半年度，公司以 1,784,262,603 为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10.19 元，送红股 0 股，共计分红 18.18 亿元；2025 年特别分红总额占 2025 年上半年归母净利润的 50.05%。本次特别分红方案已于 2025 年 9 月 24 日分红派息完毕。

2025 年 11 月 21 日