

云南白药集团股份有限公司

投资者调研会议记录

时间：2026年1月21日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话调研

投资者：华西医药-程仲瑶，易方达-郭杰、余欣鑫、廖敏华、邓子晗、胡可冕

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采取了哪些营销措施。

答：药品事业群以战略作为引领，首先实践“伤科疼痛全领域管理的‘第一’品牌”的优先战略，结合产品和品牌禀赋，深挖云南白药系列产品在伤科疼痛领域的功效价值，并以“伤痛中心”为全域营销的推进方案，稳步推进、卓有成效，气雾剂、膏药等产品同比大幅增长；“大兵团作战”直接带动战略连锁销量提升。同时，药品事业群进一步拓展“品质好中药”运营平台，深入聚焦心脑血管、呼吸系统、消化系统等高潜赛道，持续丰富产品管线，打造药品产业大生态。报告期内，药品事业群从市场营销、渠道深挖、学术临床等方面持续

推进各项工作。市场营销方面，以适配白药品牌调性的明星代言活动项目，围绕运动场景、音乐场景及 O2O 交易场景进行品效销深度融合的全域整合营销，围绕“伤科疼痛”、“运动搭子”、“长夏补脾”等场景做专业、普世、互动性强的内容营销，借助抖音、小红书平台，进行广泛传播。渠道拓展方面，持续打造“云鼎经纬”模式，实现区域市场的一级经销商直供，并保障产品的溯源清晰；积极拓展线上市场，O2O 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，报告期内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。

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（IIT）完成 12 例患者入组及给药。

3、公司健康品事业群线上销售情况如何？

答：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。2025年上半年，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。

4、公司内涵和外延发展的方向是什么？

答：通过“内涵式”和“外延式”协同发展，推动公司产业组合不断优化是公司主要的增长模式。“内涵式”发展聚焦挖潜增效做稳基本盘，聚焦医药、健康、流通三类产业发展基础，按照整体效益最大化的思路，全产业链、全价值链、全生产要素系统性提升和优化，持续推进公司主业高质量发展。“外延式”发展注重远见卓识，基于整体战略要求和导向，积极探索通过战略并购、战略合作等模式，对现有产业板块进行补全、补强，快速突破现有增长瓶颈，构建健康、可持续发展的产业组合体系，实现高质量可持续发展。

2026年1月21日