

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 9 月 7 日

地点：集团总部办公大楼

召开方式：电话会议

投资者：美银美林-孙哲，Nine Masts Capital Limited - Jenny Hu

参加人员：证券事务代表-李孟珏，投资者关系管理-张昱

会议内容：

1、药品事业群未来的核心驱动是什么？有没有什么大致的规划？

答：药品事业群未来有四个核心驱动：一是战略驱动，药品事业群紧紧围绕“伤科疼痛全领域管理的第一品牌”这一战略牵引，围绕“1”个核心领域——伤痛管理，以专业研究项目不断提升产品临床价值及医疗渠道份额，以品牌专业化运营持续拉动零售渠道的稳定增长，同时筛选伤痛赛道高潜、高质、高值产品进行补充，补齐、补全、补强产品矩阵。二是研发驱动，对现有产品的二次开发将为我们的专业化推广提供有力支撑，也使我们未来能够在循证医学支撑下为市场提供更有效的治疗方案。三是“大单品”驱动战略，除了我们传统的伤痛管理领域“大单品”持续发力之外，我们也在培育心脑血管、呼吸系统、消化系统、泌尿系统等方面的潜力品种，如气血康口服液、参苓健脾胃颗粒、蒲地蓝消炎片、血塞通系列、痛舒系列、舒列安胶囊等，推动业务持续、良性增长。四是模式驱动，打造并持续升

级“云鼎经纬”生态合作模式，依托数据直连系统推进，构建短链高效的一级经销商直供模式，实现产品从生产到终端的点对点直达，更好地进行“品牌+渠道+服务”三位一体的生态管理，同时持续强化溯源管理及动销服务，打造医药行业渠道管理标杆。

2、2026 年上半年公司中药资源事业群的业务开展情况如何？

答：2026 年上半年，中药资源事业群实现外销收入 7.44 亿元。中药资源事业群践行云南白药“链主”企业责任，着力构建中药材产业集群，带动产业链上下游协同发展，继续履行云药企业联盟、数智云药平台检测联盟职责，成功探索并形成具有云南特色的“一品一链”中药材产业发展路径。中药资源事业群在收入端稳住基本盘，在成本管控上通过“大采购”集成化管理平台，显著节约采购及生产成本。

3、2026 年上半年公司健康品事业群牙膏产品销售情况如何？

答：2026 年上半年，健康品事业群实现营业收入 34.54 亿元。在口腔护理领域，2026 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）。在持续巩固云南白药牙膏竞争优势的基础上，公司积极拓展新赛道取得显著成效，上半年抗敏牙膏销售额达 2.42 亿元，美白牙膏销售额达 2.08 亿元，上述两个新品类牙膏销售额已显著超过去年年内销售额。防脱洗护领域，在特妆证和国家发明专利证书双证加持下，养元青洗护产品实现销售收入 2.54 亿元，同比增长超 17%。2026 年“618”期间，养元青蝉联天猫国货防脱洗发水品牌第一名（数据来源：商

指针)。面对传统线下渠道增长迟滞的挑战,在保持线下渠道竞争优势的同时,公司全域发力,通过场景化营销、功效科普种草、短直联动转化等方式,带动健康品板块线上销售额同比显著提升 21%,有效推动了健康品板块的平稳增长。与此同时,基于公司的产品结构优化及运营效率提升,公司健康品业务盈利能力持续提升,该板块净利润创 2023 年以来同期新高。

4、公司创新药方面在研管线的最新进展如何?

答:截至 2026 年上半年,公司用于前列腺癌的诊断核药项目 INR101 已完成 III 期临床 31 家研究中心启动,入组率达 75%,用于前列腺癌的治疗核药项目 INR102 已完成 I 期临床试验,II 期研究中心启动过半。治疗肿瘤恶病质单抗项目 INB301 已获得中国 NMPA 及美国 FDA 药物临床试验许可,并启动中国 I 期临床研究。另外有相关储备管线在临床前的研究阶段,进展较为顺利。

5、省医药公司 2026 年上半年经营情况如何?具体采取了什么举措?

答:2026 年上半年,省医药公司实现营业收入 122.89 亿元。产品层面,非药配送业务拓展初见成效,销售同比增长 23.6%;院边店模式下积极承接院内处方外流的新特药专业药房业务保持高增长态势,销售同比增长 36.1%。

省医药公司狠抓经营管理,通过内部调整改革,上半年经营规模重拾增长,经营质量随之提升;新特药房是公司战略性发展院外市场业务的主

要载体，通过前端细致强化患者服务，后端积极争取厂家品种授权，尤其是新上市创新药、国谈品种和双通道品种，自身高效承接院内处方外流，在数智化业务系统的支持下实现了新特药房业务的持续快速发展。

2026 年 9 月 7 日