

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4月21日

地点：集团总部白药空间会议室

召开方式：现场调研

投资者：参加2025年度股东会投资者交流的个人及机构投资者

参加人员：党委书记、董事长-张文学，党委副书记、副董事长、
总裁-董明，高级副总裁-李泓燊、李胜利、何涛、谌识，董事会秘书-
钱映辉，首席科学家-张宁，药品事业群总经理-郑祥伟，健康品事业群
总经理-黄玉敏，中药资源事业群总经理-李春平，省医药有限公司执行
董事、总经理-尹晓冰，财经管理部总经理-徐静

会议内容：

一、公司海外业务发展如何？未来海外业务如何规划？

答：2025年是云南白药国际化战略扎实落地、突破攻坚的关键一年，国际业务的经营业绩与能力建设同步提升，同时直面外部重重挑战，积极调整优化，为公司全球化长期发展奠定坚实基础。

云白国际作为云南白药立足香港、面向全球的国际化产业平台，2025年取得以下经营成效：一是经营业绩增长。云白国际2025年实现营业收入11.08亿港元，同比增长46.79%。二是全球资质与注册全面突破。香港市场完成西药批发、中药材零售/批发、中成药批发牌

照，具备完整药品经营资质。泰国生产的首批牙膏正式下线，实现境外生产零的突破；完成马来西亚、印尼等多国产品注册，构建药品+健康品双轮驱动的全球注册体系。三是海外销售网络构建以及品牌宣传。搭建香港、泰国、新加坡、马来西亚、印尼、美国、加拿大等多区域销售网络，跨境电商业务快速增长，线上店铺覆盖东南亚核心市场。香港机场、TVB 等平台进行品牌传播，强化中医药现代化和国际化宣传；国际版牙膏由设计大师陈幼坚操刀，品牌形象全面升级。参与香港首届世界品牌大会并获得“中国品牌国际化标杆 100”奖项，同时积极参与香港国际中医药博览会、生物科技博览会，民族品牌国际认可度持续提升。

国际化是云南白药长期核心战略，我们将加速布局海外生产、构建销售网络，推动云南白药品牌和药品与个人健康等产品和服务走向世界。

二、公司数智云药平台短期内实现交易额 21 亿的原因是什么？ 未来的发展方向如何？

答：公司数智云药平台成效显著的原因如下：

1. 模式创新，砍掉中间环节。以“产地直供”模式直接连接种植户与采购商，消除多层加价和信息不对称，实现优质优价，快速交易。

2. 技术赋能，打通信任与效率。通过全链路数字化、一物一码溯源等，提升交易效率，建立可信的药材质量体系。

3. 破解行业痛点，解决合规难题。引入乐企联用，与国家税务总局系统对接实现“支付即开票”，解决中药材行业长期存在的开票难、税务合规成本高的问题。

4. 链主带动，合作伙伴共赢。依托云南白药及产业链合作伙伴的采购需求提供稳定基本盘，截至 2025 年底，带动超 41 万种植户，覆盖 150 万亩基地，形成产业集群效应。

未来，数智云药平台将继续以中药材种植户白名单模式为核心抓手，以在建的中国文山三七数智交易中心、白药 1902·云药大健康产业文化园为区域核心枢纽，基于已落地及正在布局的屏边砂仁、巍山红花、双柏茯苓、玉龙木香、怒江草果等产地仓、产地加工中心，联动河北安国、安徽亳州、广西玉林等流通市场，构建“产地-市场”一体化市场运营体系，集中优势资源把云药出滇、云药出海做深、做实、做细。

三、INR101 III期临床数据最新进展？氟比洛芬、洛索洛芬钠项目进展情况如何？

答：INR101 诊断核药项目完成III期临床 29 家（共 32 家）研究中心启动，完成 239 例受试者入组。

氟比洛芬凝胶贴膏项目完成工艺验证，同步开展 PK-BE 试验。洛索洛芬钠凝胶贴膏项目获得临床试验批件，同步开展工艺验证中。

四、云南白药气雾剂和膏贴的高增长原因是什么？

答：2025年，云南白药气雾剂和膏贴等核心系列产品销售收入总额超过55亿元，较去年同期增长超18%。

一方面，公司积极拓展线上市场，精准锚定O2O渠道“即时性”发展趋势，构建“站内+站外”全域协同矩阵，夯实云南白药在即时健康消费场景中的品牌认知度与市场竞争力；另一方面，规模化、系统化的“大兵团”策略落地，药品事业群集中人力、资源，按照统一政策，开展跨省大兵团促销活动；再者，是场景化、专业化、年轻化的内容营销体系落地，围绕“伤科疼痛”“运动搭子”“家庭常备药”等场景，借助各类型平台，进行品效销深度融合的全域整合营销，切实拉动销量增长；同时，基于目前的消费者年龄结构，公司也在通过上述措施积极推动产品精准触达不同年龄阶段消费者，持续扩大公司消费者群体；最后，以临床价值为导向，以临床学术研究驱动业务成长，公司加快推动重要品种二次开发及上市后再评价，云南白药胶囊、云南白药气雾剂、云南白药膏等重要单品的循证研究稳步推进，为产品打开更广阔应用场景。

五、云南白药健康品在年轻化市场开拓方面有哪些措施？

答：年轻化的核心是创新，健康品事业群通过对传统产品的二次创新以及推出针对年轻客群的新产品，驱动公司健康品领域稳健发展。具体来说：一是渠道创新。在保持线下渠道竞争优势的同时，公司从传统电商、即时零售、内容电商等全域发力，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量同比显著

提升 27%。二是品类创新。口腔护理领域在抗敏、美白等功能赛道实现快速增长，儿童等细分功能赛道有序提升，有效开拓年轻群体市场；洗护防脱领域养元青依托数字零售驱动，占领更多年轻消费者心智，支撑产品实现持续增长。

六、健康消费品线上线下的增长情况如何，未来发展思路是什么？

答：2025 年，健康品事业群在保持线下渠道竞争优势的同时，通过场景化营销、功效科普种草，短直联动转化等方式，在内容电商、货架电商，即时零售领域发力，带动线上销售同比增长 27%。

健康品事业群在未来发展中，将继续发挥品牌全渠道的协同能力，通过分渠道分产品精细化运营，针对即时零售、内容电商、仓储会员店等增量渠道保持高度关注，坚持大胆试新小步快跑的模式寻找增量，同时也通过研发创新，加速产学研平台的产品转化，积极培育新的增长点。

七、贵司在三七总皂苷方向如何建立优势？

答：公司在三七等战略大品种领域实现了从种苗选育、药材种植到生产加工的全程闭环，打造了稳固的战略药材长期供应体系，能够有效控制主要原料的价格波动风险。此外，公司还搭建了“数智云药”一站式中药材产地直供平台，以“产地直供”模式直接连接种植户与采购商，消除多层加价和信息不对称，实现“产地最优成本”与“稳

定高品质”同步。

八、公司应收账款如何管控？

答：未来公司将强化客户信用全流程闭环管理，从源头控制应收账款风险。持续完善制度体系建设，夯实管理基础，通过科学构建信用评估模型，实施客户分级授信与全周期风险监控，建立事前、事中、事后全流程管控机制，动态跟踪客户资信状况，及时预警并采取差异化应对措施，持续规范客户信用管理。

九、公司药品领域和健康品领域将如何打造新的潜力产品？

答：我们致力于打造具备持续生命力的核心产品，其核心价值在于精准服务于消费者的真实需求，而非短期营销的结果。公司将以功能价值为核心出发点，兼顾美学价值和情绪价值等，系统性延长产品的生命周期。药品和健康品板块要持续复制和推广气血康“大单品”的模式，构建“大单品体系”，进行大单品增长专项管理。药品大单品包括云南白药核心系列产品、参苓健脾胃颗粒、蒲地蓝消炎片、血塞通胶囊、痛舒胶囊、小儿宝泰康颗粒、风寒感冒颗粒等 14 个单品。健康品板块，在巩固、发挥现有优势的基础上，重点聚焦养元青洗护产品，以及美白、抗敏、儿童牙膏等口腔护理领域高潜力赛道，快速实现突破，全力培育一系列细分品类大单品，快速打开增长空间。通过有效的资源配置和有利的执行落地，支撑好集团营收和利润增长。

十、公司人才建设方面有哪些规划？

答：云南白药充分发挥制度优势，坚持市场化导向，创造一流的工作环境，持续汇聚行业优秀人才，对于研发、营销、数字化等关键领域充分配备领军人才，通过进一步提升人才质量和人才密度，推动云南白药可持续发展。

2026年4月21日