

证券代码：300753

证券简称：爱朋医疗

## 江苏爱朋医疗科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2019-004

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	安信证券马帅；安信证券周新明；银河基金祝建辉；银河基金方伟；融通基金容杰；浦银安盛基金刘诗瑶；太平资产袁银泉；太平资产许希晨。
时间	2019年1月16日
地点	江苏爱朋医疗科技股份有限公司上海分公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长王凝宇；证券事务代表叶俞飞。
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司宣传片播放 二、公司简介（成立日期、主营业务及产品、股权架构） 三、具体问题了解 <b>Q：疼痛管理医疗器械市场的前景？公司主要产品注药泵的市场份额？主要竞争对手？公司产品的竞争优势及主要壁垒？</b> <b>A：</b> 疼痛管理领域用医疗器械需求量主要由我国手术人次情况决定。根据我国卫计委 2017 年鉴显示，近几年我国住院患者年手术人次呈持续增长态势，2007 年-2016 年复合增长率约 9.08%。随着人口快速增长，人口老龄化加速及医疗消费升级、家属对疼痛管理认识的提高，疼痛领域用医疗器械市场将迎来快速发展。同时，无痛分娩已逐步被广大医患所认识和接受，

市场容量将进一步打开。最近，国家卫计委发布开展分娩镇痛试点工作的通知，对行业也是利好。应该说行业前景可期。

根据 2016 年已有的公开数据测算，公司注药泵产品的市场占有率为 13.86%。

主要竞争对手：国内有驼人医疗、人先医疗，国外有奥美、史密斯等。

主要优势：公司较早进入疼痛管理领域且长期深耕该领域产品及市场。具有明显的先发优势，且产品技术水平、市场份额均处于行业内领先地位。公司微电脑注药泵具有药液定量、时间精确、特殊情况警报、携带方便等优势，主要用于术后镇痛、无痛分娩以及癌症化疗等，应用领域广泛，市场需求较大，同时对产品质量、性能的安全性、稳定性要求较高。而产品安全性、稳定性需要长期的技术积淀与经验积累，并逐步得到医院、医生、患者的认可，该等时间一般较长，新进入者面临较高的技术壁垒。公司鼻腔护理喷雾器产品主要用于鼻腔干燥、鼻塞、流涕、鼻出血等鼻腔不适症状，其核心在于通过溶液的制备从浓度、PH 值和缓冲溶液等方面调节鼻腔环境等。

**Q：公司产品微电脑注药泵未来发展的增量在哪里？**

A：手术总量增加；术后镇痛比例提高；产品性能提升替代一次性注药泵；产品应用领域扩大，如当前增长较快的分娩镇痛。

**Q：各个细分镇痛领域的销售占比，公司布局情况及未来产品规划思路？**

A：公司的微电脑注药泵目前使用的主要领域为：术后镇痛领域；无痛分娩领域；化疗镇痛领域。公司业务中术后镇痛约占 80%；国家推广无痛分娩后 17-18 年该领域销售增加较快，约占 10%；肿瘤化疗占比 5%左右；其他如骨科手术（术后镇痛）和癌痛姑息治疗等方面也有一定比例。同时公司还布局了基于互联网的无线镇痛管理系统，实现临床质量控制和患者超视距管理，有效地减轻医护工作负荷、提高工作效率；同时，无线

镇痛管理系统可以高效的储存大样本疼痛数据，为学术科研提供支持。未来公司将优先纵向发展思路，持续深耕疼痛管理领域各环节，布局相应的医疗器械产品。

**Q:鼻腔护理市场情况、竞争格局以及行业前景?**

A: 我国鼻腔护理理念引入时间较晚，相比于国外的生产企业，我国鼻腔护理领域用医疗器械生产企业存在规模较小、研发投入不足、技术服务能力不足等问题。随着国内部分领先企业的技术水平和市场美誉度的不断提高，该类企业市场份额将逐步扩大，成为该领域的有力竞争者。

鼻腔护理领域主要的竞争对手为：浙江朗柯生物工程有限公司生产的“鼻朗”，北京宝恩科技有限公司生产的“宝恩”还有一些国外的品牌。

随着环境因素影响、临床吸氧人次增加、国内居民鼻腔护理观念的与时俱进这些因素的叠加，使得鼻腔护理领域用医疗器械产品面临广阔的市场。

**Q: 公司鼻腔护理喷雾器未来发展空间如何?**

A: 公司目前鼻腔护理类产品主要是通过医院和药房销售给用户，随着用户对产品效用和品牌的认同，越来越多的用户通过互联网购买公司鼻腔护理产品。未来几年网上销售将是鼻腔护理类产品的增长所在。目前鼻腔护理类市场尚于成长期，销售产品种类、性质各异。相信这片市场成熟后，鼻腔护理将会如口腔护理清洁一样，成为民品、日用品，走进商超，走进千家万户。

**Q: 鼻腔护理领域公司线上平台以及线下药房销售情况?**

A: 公司逐步尝试通过天猫、京东等线上平台销售，并取得了良好的效果，销售增长较快。

鼻腔护理产品在药房销售，是按照实际销售情况与药房结算。

**Q: 公司业绩情况?**

A: 公司在上市招股书中已经对 2018 年业绩作了一定的预估，

预计较 2017 年增长 20%-30%, 具体情况以公司业绩公告为准。

**Q: 公司对经销商有无管理及考核机制?**

A: 公司建立了切实有效的《经销商管理办法》加强对经销商的管理, 主要包括: 经销售的开发和遴选管理; 经销商授权和市场管理; 业绩及合规经营情况考核; 经销商激励政策。

经销商考核涵盖的主要内容为销量指标、新客户开发进展、客户满意度、费效比等。

**Q: 注药泵驱动装置投放方式? 使用寿命? 投放策略?**

A: 目前驱动装置有收取押金方式免费投放和直接销售两种方式。驱动装置的说明书标明使用寿命为 5 年。驱动装置投放主要系获取市场份额, 带动输液装置的销量增长, 因各医院具体情况不一样, 暂无统一的投放策略。

**Q: 江苏鱼跃进入公司的原因以及为公司管理及销售上带来了哪些影响和改变?**

A: 公司根据经营发展需要, 于 2015 年计划引入外部投资人, 特别是产业投资人, 鱼跃发展是上市公司鱼跃医疗的控股公司, 是江苏省医疗器械行业内领军企业, 是较为理想的产业投资人。鱼跃发展看好公司发展前景, 因此经过接洽, 最终形成投资合作。

鱼跃发展并未参与公司的实际经营和管理, 目前未产生影响和改变。

**Q: 公司未来规划是什么?**

A: 公司将根据战略发展规划建立符合公司未来发展和产业要求的经营体系, 进一步规范和完善组织机构, 加大技术创新力度, 提高管理效能, 科学合理地开展资本运作和规模扩张, 持续提升综合竞争力和创新水平。结合募集资金投资项目, 公司未来 3-5 年的发展规划如下:

1、技术与产品升级规划: 以产能扩大、技术升级和质量提升为重点, 通过对生产基地的升级建设, 优化生产布局;

	<p>2、市场开发与建设规划：将继续实施核心产品带动市场发展的市场策略；</p> <p>3、技术创新规划：将紧密结合国际前沿技术发展方向进行产品 and 市场发展规划；</p> <p>4、管理体系优化规划：进一步深化内部改革，完善现代企业管理制度；</p> <p>5、财务结构优化规划：在财务风险可控的条件下提高净资产利用效率和收益水平，实现股东利益最大化。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2019年1月16日星期三