

证券代码：688029

证券简称：南微医学

投资者关系活动记录表

编号：2019-001

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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（ ）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>煜德投资 研究员 孟晓璐 东方证券 研究员 刘迎 招商基金 研究员 张磊 楹联基金 合伙人 应振洲 聚鸣投资 基金经理 王广群 长晓基金 研究员 张伟光 太平洋证券 分析师 蔡明子 银河基金 研究员 方伟</p>
<p>时间</p>	<p>2019年8月6日</p>
<p>地点</p>	<p>南微医学四楼会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>施晓江（董事会秘书）</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>主要内容如下： 一、公司及行业基本情况 1、公司情况介绍 南微医学成立于2000年，经过20年的积累，逐步由非血管支架单品研发到建立内镜诊疗、肿瘤消融、光学相干断层扫描成像(OCT)三大技术平台，发展成为微创诊疗领域具备较高科研创新实力、核心产品(EOCT等)竞争优势且业绩高速增长（16-18年收入CAGR49%）的龙头公司。1）主要产品是内镜下检查及微创手术耗材，18年占主营收88%；2）肿瘤消融设备和耗材，主要用于肝癌治疗，18年占比7.74%；3）EOCT国内正在做临床，主要适用于为内镜下ESD治疗指征提供影像学依据、高级别上皮内瘤变及食管早癌的筛查。</p> <p>公司发展的3个阶段： （1）2000-2012：创立初期，有两个主要产品，活检钳、支架。核心产品精耕细作，新型支架技术获得殊荣。 （2）2012-2015：产品体系化阶段，12年获得英联2000多万美金投</p>

资，扩充团队，逐步建立了内镜诊疗领域六大子产品系。

(3) 2015 以后：三大技术平台建立，15 年开始，和谐夹为主的产品带领公司进入快速发展通道。创新体系厚积薄发，具备微创诊疗领域国际竞争力。

(4) 未来：做大做强现有三大产品体系，进入新的微创诊疗领域，成为微创诊疗领域的全球领先企业。

2、近三年主要财务数据：

对主营业务收入贡献最大的三个产品：和谐夹、活检钳、支架。
营运效率不断提升。

3.内镜诊疗领域全球竞争对手/海外龙头：波士顿科学

波士顿科学：18 年内窥镜介入全球销售 17.62 亿美元，三年 10.62% 复合增长率。全球占 36% 的市场份额。

4.公司优势：注册证多，围绕临床科室，提供所需要的各种工具，同时提升内部效率，创新迭代，单产品量不大，通过产品组合提升市场份额。

5.国内国外销售：

18 年国内收入占比 55%，国外 45%。国内除了西藏基本都已实现覆盖。在美国覆盖 1126 家医疗机构，在德国覆盖 601 家医疗机构。境外销售产品结构和国内差别不大。渠道商会进一步提升在国内和国际的覆盖率、渗透率，增加协同效应。

6.内镜诊疗耗材市场空间大：

根据波士顿科学提供的数据，2018 年全球市场规模约 50 亿美元，2021 年预计达到 70 亿美元。

7、直销和分销情况：

海外：美国、德国是直销，德国市场相对成熟。国内经销为主，一些两票制地区直销，比如福建上半年实行器械两票制，收入和费用率都有明显提升。

8、费用情况：

研发费用：公司考虑投入产出比，对研发投入比较谨慎，预计之后会适当增加。

销售费用：预计之后会适当增加，人均单产增速要跟收入增速匹配。

9、库存：

库存有一部分在经销商，一部分在南微，货值不大。国外要有自己的库存，国内终端库存一般不超过 3 个月。两票制地区有物流经销商。

10、降价策略：

主动降价，降价幅度取决于市场策略，主动降价是为了抢占市场，被

动降价是为了守住市场。

11、国内国外收入占比的预期：

最近两年国内增速更快，占比将提升。海外销售主要卖到美国，去年收入 1.3 亿，其次是德国，公司在美国和德国有直销团队，其他地区分销为主。去年 11 月进了日本。

12、原材料采购：国内国外厂家都有，也在找替代厂商。目前看贸易摩擦对原材料采购影响不大。进口原材料占比不高，本身支架产品比例不高。

13、汇率波动风险：美国用美元结算，欧洲用欧元结算，汇率波动是系统性因素，对利润影响有限。

14、二级医院收入贡献呈加速趋势：

呈明显加速趋势，三级医院数量有限，很多增量来自于二级医院，比如止血夹在苏州县级医院卖的很好。

15、DRGs 的影响：

耗材是单独谈判进地方医保，因为种类太多。以后如果实行 DRGs，对公司的影响要看不同的术式。

16、耗材品控难度：

医疗器械是强管控市场，品控需要持续不断的提升。国内器械从耗材的角度，很难标准化，不太可能成为像富士康这种大批量、标准化的生产企业。

17.高值耗材种类：

高值耗材：支架算，单价 2-3 千，但是量少，还有 ERCP。

二、公司三大类产品介绍：

1.产品组合：

(1) 基础耗材，运用自动化，提升产品稳定性，降低产品成本。

(2) 专用耗材，ERCP 产品等，国外产品有优势，南微还会持续改进。

(3) 创新产品 EOCT。

上述三者组合，构成产品策略。

2.内镜微创诊疗产品

内镜诊疗耗材目前国内约 20 多亿规模，南微 20%，国产竞争对手产品品类没有公司齐全，规模也小一些。

3、特色产品和谐夹介绍：

1) 优势：灵活旋转，无限次开闭，可以通过十二指肠，受到医生欢迎，驱动近几年业绩快速增长。波科夹子在 1000 元以上，最早的止血夹

	<p>是 70 年代奥林巴斯生产的，当时用于做标记，后来拓展用途，新增止血功能等。公司的和谐夹开发出来针对的是东亚地区通过内镜做手术产生的创面闭合，夹子不用取出来，组织坏死后排出体外。去年全球销售了 380 多万条，其中国内销售 320 多万条，应用场景非常丰富，治疗后创面闭合都用得到。之前创面闭合是电凝方式，会导致延迟性出血，目前中国医生共识是小创面就用和谐夹。</p> <p>2) 和谐夹被仿制风险：南微价格优势、产品全、医生习惯、专利齐全，形成优势壁垒。公司市场策略是先发优势转化为市场优势，占领市场，市场优势变成医生使用习惯，类似产品除非有颠覆性的优势，才能改变医生使用习惯，但很难。</p> <p>4.黄金刀： 性能在不断改善。</p> <p>5.活检钳： 今年活检钳我们主动降价。量起来，整体收入还是增长的。走量产品，依靠质量和产能提升，带来成本下降。前期降价，给后面的规模扩张铺路。组织夹产能比较紧张，关键工序两班倒，非关键工序租厂房、外包做。</p> <p>6.EOCT： 国内 5 家医院在做临床，明年向研究型医院输送，进行多中心研究。早癌筛查和 ESD 手术的术前规划具有商业前景。未来对超声内镜不是替代。</p> <p>EOCT： 如果进入早筛市场，就要解决耐受性问题，特别是进入无症状的体检市场。EOCT 可以独立进行判断，目前比较明确的应用领域是 ESD 术前规划。普通的胃肠镜只能看到表面，看不到侵入深度，EOCT 可以看到 5 毫米，达到病理级，目前是国内唯一。之前 ESD 手术的术前规划是超声内镜+医生经验判断。做早癌筛查的话目前需要降低成本，但如果应用于 ESD 术前规划，商业前景很清晰，但市场培育是一个长期项目。</p> <p>三、管理层架构和职能：</p> <p>1、核心技术人员建设： 上市后继续充实管理团队，行业精英人才。招聘技术、销售、法规、IT 等人才。</p> <p>2、董事长： 主要负责战略把控，包括引进战略团队、资本运作等。</p> <p>3、研发策略： 总经理全面负责生产经营，对研发有丰富经验和见解。研发由研发副总具体分管，包括转化医学（和临床合作）、耗材研发、设备研发（EOCT 等）等部门，研发人员还要再补充。</p>
附件清单	无
日期	2019 年 8 月 6 日

证券代码：688029

证券简称：南微医学

投资者关系活动记录表

编号：2019-002

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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（ ）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>中信建投证券 研究员 王在存 中信建投证券 首席分析师 贺菊颖</p>
<p>时间</p>	<p>2019年8月7日</p>
<p>地点</p>	<p>南微医学四楼会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>施晓江（董事会秘书）、汤妮（证券事务代表）</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>主要内容如下： 未来几年的主要增长动力？ 未来几年的主要增速动力仍然是国内国外双轮驱动，国内增速今年会略高于国外增速。未来三年业绩主力还是主流刚需大批量的基础耗材，如活检钳和软组织夹。</p> <p>和谐夹注册证和生产情况？ 之前软组织夹拿的是二类证，后来拿了三类的血管夹注册证。 年底前活检钳的自动化系统会上线，和谐夹还没有上类似活检钳的大规模自动化生产线。</p> <p>ERCP 和 ESD 产品与国外的技术差距？ ERCP 类手术是德国人发明，美国人推广的，主要产品与国外有差距。 ESD 领域是东亚领先的。ESD 中黄金刀与国外还是有差距；在电刀领域，爱尔博目前市场优势比较明显。</p> <p>欧洲和美国都是直销？ 欧洲市场是老市场，中标后可以直接进院。欧洲以往每年都是稳健的增长，比较注重性价比；欧洲的产品进院成本低。 美国一般是进 GPO 之后再进院销售。之前公司在美国的目标市场主要是日间手术、门诊手术为主，成本比较敏感，未来要进核心医院。去年</p>

	<p>美国非常快，基数小翻倍涨，但是接下来竞争对手重视了，速度会略降。</p> <p>与波科的竞争和诉讼？ 波科近期推出了 360resolution clip 这款新的止血夹子，老款夹子价格下降了。 国外器械巨头竞争经验来看，最后大部分诉讼的结果是和解。</p> <p>有关高管分工？ 董事长管战略全局，总经理全面负责生产经营，营销副总负责国内销售。国外几个版块，分别由美国公司总经理、欧洲公司总经理具体管理，世界其他地区由专人统一管理。 研发：研发副总具体负责，总经理也非常关注研发、亲自参与研发，未来还会加强对研发的人才布局。</p> <p>其他问题： ESD：电刀领域仍然是国外品牌主导。黄金刀是进口替代的概念，性能还在进一步提升。</p> <p>和谐夹壁垒在于市场壁垒。 市场的壁垒在于用户习惯，所以当时与别的公司相比把价格做的很低，这样可以快速上量。活检的壁垒在于自动化生产壁垒和成本壁垒，产品成本可以做到行业最低。</p> <p>专利问题？ 公司在欧洲和美国销售的比较好，目前诉讼进展比较缓慢，但是公司有信心，不存在侵权，预计是三五年才能有结果。</p> <p>ERCP 行业增长比较慢，主要是因为这算是消费升级产品 ESD 和 ERCP 都是四级医疗技术，ESD 比 ERCP 更容易学习，而且 ESD 可以发现早癌对医生的成就感比较好。ERCP 会让病人保留器官，痛苦小，愈后体验好。</p> <p>产品均价上升原因？ 公司的产品均价上升，是因为结构调整，国内价格平稳，但是美国市场价格更高，比如高性能款和谐夹，国内是 299 元，国外是超过 100 美元。</p> <p>日本市场： 接受一个东西很慢，但是接受之后会很稳定。</p> <p>黄金刀：配套设备还需要进一步优化</p>
附件清单	无
日期	2019 年 8 月 7 日

证券代码：688029

证券简称：南微医学

投资者关系活动记录表

编号：2019-003

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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（ ）</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>西南证券 分析师 陈铁林 大成基金 基金经理 杨挺 大成基金 基金经理 谢家乐 大成基金 基金经理 李博 大成基金 研究员 邹建 大成基金 基金经理 王磊</p>
<p>时间</p>	<p>2019年8月20日下午14:00</p>
<p>地点</p>	<p>南微医学四楼会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>芮晨为（财务总监、副总经理）、张博（营销副总）、龚星亮（董办主任）、汤妮（证券事务代表）</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>主要内容如下： 一、提问沟通 问：公司未来的研发投入规划？ 答：2018年公司的研发投入为0.5亿，占比5%左右。占比较小的原因一方面是最近几年收入增长太快，增加了研发投入占比的分母；另一方面与初创企业不同，公司营业收入已形成规模且持续快速增长，依靠“销售一代、储备一代、研发一代”的策略，形成了依靠自有资金滚动投入的研发模式。因此，公司新产品研发进度快，成功率高，单位研发成本相对较低。预计今年研发投入占比会有提升。 问：部分内镜耗材在国内有重复使用的现象，如何看未来的趋势？ 答：内镜耗材一次性使用是未来发展的一个大趋势，核心目的是控制感染。目前国内某些地区可能还存在内镜耗材的复用情况，主要因为器械价格高而医保支付低，如圈套器国内的市场价为400-600元，但国内地方医保单次支付有些不足200元，医院重复多次使用才能摊掉成本。一旦价格降到医保支付水准之下，医院就没有重复用的动力，因为本身复用的消毒成本还有几十元，同时还要承担复用带来的感染风险。 问：医生在各类手术上的学习曲线？</p>

	<p>答：EMR 类手术只要会做胃镜及肠镜就基本能掌握；ESD 要比 EMR 难一些。超声内镜需要学习超声影像，学习周期更长；ERCP 不仅涉及到与普通内镜不一样的侧视镜，还要结合 X 射线的影像进行操作，对操作的要求比较高，学习难度最大。</p> <p>问：公司与外资企业对比？</p> <p>答：进口品牌如波科、库克在中国市场以胆系产品为主，奥林巴斯比较全面。他们在胆系领域有很强的竞争优势，公司追赶尚需时间。公司能够快速发展，主要是因为赶上了内镜在中国的快速普及期对基础耗材的需求。目前公司销售额的 60-70%都是来自于内镜检查的基础耗材。</p> <p>问：国内其他竞争对手情况？</p> <p>答：国内其它企业普遍规模较小，产品也比较单一。</p> <p>问：南微有很多产品的应用创新，背后的核心原因是什么？</p> <p>答：公司核心方向之一医工合作创新，力争在 ESD 领域实现业内领先。公司为此积极引进相关人才。公司转化医学部的作用很大。转化医学部负责跟踪医生的想法，并做技术转化，从这个部门诞生起已经承接了诸多项目，医生有很多好想法可以商品化。</p> <p>问：内镜诊疗耗材的生产制造壁垒？</p> <p>答：两个方面。一是涉及到多学科交叉复核，技术涉及面广。另一方面是需要规模化，公司制造发展方向是规模化+自动化，同时产业链整合也很重要。</p> <p>问：外资企业如波士顿科学为什么不能把价格降下来？</p> <p>答：波科的夹子美国售价 200 多美金，在中国国内也参考了这个定价的。波科国内的销售没有定价权，他们是全球通盘考虑定价，不会单独为了中国一个市场而降价。另外，他们的成本确实也高。</p> <p>问：公司和谐夹和波科在海外的专利诉讼进展？</p> <p>答：诉讼胜诉的概率较大，同时替代产品在积极准备中，今年四季度将在欧洲做替换升级，2020 年美国地区也会进行替换升级。</p> <p>问：英联资本入股的意义？</p> <p>答：英联是 2012 年入股，给南微带来了新的管理理念，也带来了各方面的资源。股东结构也因此而更加合理，更加有利于公司的发展。</p>
附件清单	无
日期	2019 年 8 月 20 日

证券代码：688029

证券简称：南微医学

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"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 其他（ ）	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	南方基金 南方基金 南方基金 南方基金 南方基金 南方基金 海通证券	基金经理 基金经理 研究员 基金经理 基金经理 基金经理 分析师	萧嘉倩 王峥娇 蔡强 卢玉珊 蔡望鹏 茅炜 贺文斌
时间	2019年8月22日上午 10:00		
地点	南微医学四楼会议室		
上市公司接待人员姓名	芮晨为（财务总监、副总经理）、张博（营销副总）、龚星亮（董办主任）、汤妮（证券事务代表）		
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容如下：</p> <p>Q 耗材降价的情况和应对？ A 耗材降价对我们的挑战是营销的效率如何提高。降价后对厂家的影响不大，毛利率影响不大，问题是销售谁来做，经销商销售的积极性估计会受到比较大的影响。如果南微遇到这么大的降价，该怎么做，我们最近正在探讨这个话题，希望把整个营销效率提升起来。</p> <p>Q 海外业务的增长情况？ A OEM 业务维持稳定，主要集中精力发展自有品牌；海外市场目前最大的还是欧洲市场，美国市场稳步增长，日本市场逐步开拓。</p> <p>Q 我们整体技术跟国外一线品牌还有多大的差距？ A 精细的还有些差距，基础的耗材现在完全在同一起跑线上，个别产品甚至更好，ESD 的产品有机会超越国外一线品牌。</p> <p>Q 未来的发展机遇？ A 现在内诊检查每年都在增长，江浙的乡镇卫生院现在也开始发展起</p>		

	<p>来了。活检钳、圈套器等基本的器械销路越来越好，检查项目都需要活检钳，基本的切除可以用圈套器，高级一些的是 EUS，还有一些 ERCP 等等。欧美国家在这方面的发展是比较成熟的，国内还渗透率比较低，有广阔的发展空间。</p> <p>Q 我们生产是自己做还是外包的？ A 部分零部件会进行外包，但是公司会对零部件进行最终组装、质检，我们公司的机器人一天能组装一万多套。</p> <p>Q 微波消融这块布局怎么看？ A 一个是增加一个新跑道，康友在这个领域内有行业地位，肿瘤消融跟我们这块有些渠道协同。</p> <p>Q 我们公司最大的优势是什么？ A 公司最大的优势是创新，以及国际国内互补的市场双轮驱动。我们最开始就是走的差异化路线，保持和医生紧密合作，紧盯临床需求、注重创新，实际与理论相结合。另外就是渠道和销售，我们部分营销骨干有过做消费品营销的经历，有丰富的市场推广经验和策略，公司的成功与这些因素密不可分。</p>
附件清单	无
日期	2019 年 8 月 22 日

证券代码：688029

证券简称：南微医学

投资者关系活动记录表

编号：2019-005

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 其他（ ）	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	浦银安盛基金 光大证券 光大证券 兴全基金 融通基金	基金经理 研究员 研究员 研究员 研究员	陈蔚丰 宋硕 林小伟 邱晓旭 容杰
时间	2019年8月29日上午9:00		
地点	南微医学四楼会议室		
上市公司接待人员姓名	施晓江（董事会秘书）、龚星亮（董事会办公室主任）、汤妮（证券事务代表）		
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容如下：</p> <p>一、行业</p> <p>1、行业趋势？</p> <p>国内的内镜行业还在快速增长。以前医生是使用烧结方式来闭合伤口，可能会重新出血，现在是切割，用夹子物理闭合（现在是创面闭合的主流手段），夹闭的地方组织坏死后夹子随坏死组织脱落，再排出体外。</p> <p>2、国内医生配置程度？</p> <p>国内内镜医生的配置率是远远低于日本、美国，所以早癌筛查普及还有很大空间。有的高发地区会更快普及。</p> <p>二、产品</p> <p>1、止血夹</p> <p>南微的夹子结构是独特的，适用于国内医生的使用习惯。波科的夹子开闭速度不太稳定，以前的没法旋转（现在的产品有旋转），因为他们产品推出的早，早期是用于定位的，做标记的，后来再拓展功能，但是在技术路线上有路径依赖。</p> <p>夹子解决了医生的痛点，契合国内医保报销政策。南微医学的夹子是一次性耗材，减少了医院的器械清洁成本，而且在很多地方能进医保，干净卫生、防止了交叉传染，获得了病人和医生的多方认可。</p>		

	<p>2、黄金刀 南微的黄金刀还需要优化。刀是算在 ESD 里面的，目前体量很小，ESD 手术在国内增长很快，因为是治疗癌症的，而国内治疗癌症的愿望强烈、市场广大，所以医生有很强的学习积极性。 其他的，ESD 里面的注射针、牵引装置，南微都进展不错。</p> <p>3、肿瘤消融、EOCT EOCT：公司首席科学家奚杰峰主导 EOCT 的研发，其中光学断层扫描技术是公司自主研发的，公司也培养了光学方面人才，未来可以做带视觉功能的器械。 肿瘤消融：美国在肿瘤消融方面市场主流是射频，比较安全。国内是微波消融，微波消融适用于空腔后，主治肝癌。公司收购康友医疗后，还需要把质量体系等方面进行提升改造，需要一定的发展周期。</p> <p>三、销售 1、经销商承担的任务，具体包括招商、销售、配送、垫资、跟台？ 对公司成熟产品，经销商不用跟台。但是新产品有的需要跟台，比如黄金刀。</p> <p>2、新产品销售策略？ 会依靠平台优势，比如会利用夹子搭配销售。</p> <p>3、海外的布局？在不同国家的销售策略？ 今年开始进入日本市场。美国的推广成本高，要用当地人，所以定价相对较高。波科在美国市占率很高，随着南微医学在美国市场的不断扩大，波科现在开始重视南微，将南微当作主要的竞争对手之一。美国采用直销方式，目前公司的主要市场是美国的日间手术室，这些医保报销的价格是医院的 7 折，所以很看重性价比。</p> <p>4、销售控货现象？ 销售政策在调整，有的经销商 11 月完成了任务，可能 12 月就放松了。公司为了调动经销商的积极性，现在有的提前完成指标的，就可以提前签下一年合同。</p>
附件清单	无
日期	2019 年 8 月 29 日

证券代码：688029

证券简称：南微医学

投资者关系活动记录表

编号：2019-006

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 其他（ ）	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	交银基金 交银基金 交银基金 国金基金 交银基金 国金基金 交银基金	基金经理 基金经理 研究员 分析师 基金经理 销售 基金经理	王崇 芮晨 暴晓丽 孙炜 韩威俊 徐文婷 楼慧源
时间	2019年9月4日下午11:00		
地点	南微医学四楼会议室		
上市公司接待人员姓名	冷德嵘（总经理）、龚星亮（董办主任）		
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容如下：</p> <p>一、提问沟通</p> <p>1、公司下一个爆品可能是？ 不太好预计。公司布局了不少品种，有的可能会水涨船高，公司产品有机会。</p> <p>2、量上来之后，销售模式上会不会有什么变化？ 公司希望能跟上市场发展的大节奏，价格低我们可以通过规模化自动化来降成本，公司更关注产能发展的问题和销售效率问题。</p> <p>3、量能不能补价？ 活检钳今年在主动降价，试试价格降低后，量能不能上来。</p> <p>4、夹子的研发？ 公司想在产品方面做得更全，现在还在努力扩大份额，份额大才有招标的机会。</p> <p>5、为什么看重价格策略？</p>		

中国处于转型期，手术在迅速扩张，相关手术的量上来后，对价格也会很敏感。

6、产品本身有没有差异，公司的优势？

夹子有优势，活检钳、圈套器基本没有差异。我们的优势基于中国环境，有比较大的成本优势、价格优势，跟国内厂商比，我们是有规模。

7、夹子、活检钳做起来的过程？

活检钳是 2003 年先做出口的，国内当时量很少，做国外就是成本策略，国内市场是从三甲医院开始发展的，第一个做的是江苏省人民医院，主任从英国回来接受过一次性医疗器械的先进理念；和谐夹首先是卖到澳大利亚，再在国内推开的，国内也是先从大医院开始做起。

8、渗透率提升是我们推动的还是外资做起来的，主动权在谁手上？

ESD 是奥林巴斯跟我们公司一起推动起来的，公司是跟着国内形势做起来的，我们赶上内镜检查提升的机会。后面还有个机会就是 ERCP 的机会，波科也在做，我们也在做。

9、未来的方向？

公司向行业标杆靠齐，比如波科要做腔道手术、胆道方向（可视化）、一次性内镜、病理服务，都是我们在关注的。

10、研发投入，结构有没有变化？

今年研发投入会比较多，内镜方面是大头，将来我们也会考虑其他方向。

11、怎么看待海外市场？

前段时间主要是新产品驱动发展，公司之前在渠道驱动略有欠缺，政策相对保守。我们和波科的差距最大的是在营销网络上，后面我们可能会考虑加强这一块。还有公司的国际市场框架也要调整，要向华为学习，每个地方都有自己的公司，完全靠代理商还不行，重点区域要把团队建起来。

12、看三年后海外跟国内收入占比？

认为还是国内占比会增加，海外环境没有太大变化，需要一个个去打通市场，而国内处于变革时期，机会更多。

13、海外经济波动比较大，怎么应对？

我们海外销售量是发达国家占比较大，这方面的风险小一些。

14、日本市场的发展预期？

完全符合预期。日本的合作伙伴也还不错，对价格也比较敏感，公司在日本的发展战略还是想打开更大的市场，而不是一味价高赚钱，通过夹子慢慢做起来知名度。日本的市场对我们也有帮助，浙江绍兴之前没有用公司的产品，后来去日本学习发现日本用的也是我们的产品，回来就换了。

	15、今年研发费用？ 我司一向注重产品的研发，酌情加大投入力度。
附件清单	无
日期	2019年9月4日

证券代码：688029

证券简称：南微医学

投资者关系活动记录表

编号：2019-007

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（ ）
参与单位名称及人员姓名	易方达 基金经理 王坤 易方达 基金经理 王超 易方达 基金经理 张胜红 易方达 基金经理 杨桢霄 易方达 基金经理 林高榜 易方达 研究员 王俊杰 易方达 研究员 于博
时间	2019年9月4日下午14:00
地点	南微医学四楼会议室
上市公司接待人员姓名	冷德嵘（总经理）、龚星亮（董办主任）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容如下：</p> <p>1.问：公司未来三年的规划？</p> <p>答：在公司未来三年，国内销售是重中之重，国内市场处于变革，公司会投入非常大的精力。通过带量采购，这一个品牌集中化的过程，保证产品中标。价格方面，对于厂家而言问题不大，主要挤的是渠道的利润。医生方面，医生需要的是创新和自我价值的实现。掌握了新技术，获得价值实现的可能性更高。降低通用器械的成本，增强真正的创新产品。整个医药行业的生态都在改变。</p> <p>分类目录推出后，以后搞小改变的创新是不行的。很多产品线不全的厂家份额会丢失。公司将不断完善产品线，分类目录的推出对公司既是挑战又是机遇。</p> <p>公司发展的两个方向：一个是创新，医生关心的领域，如腔内手术，超声下领域等。另一个是占地盘，保证具有议价资格。</p> <p>与国内市场相比，国际市场相对稳定，整体变化不大，主要是一个个地区做加法的过程。</p> <p>2.问：公司研发情况？</p> <p>答：公司和医院合作，产品在医工合作中不断打磨，不断改进。公司</p>

	<p>将进行平台型的企业打造，积极满足客户需求，某一段时间推进某一些产品。</p> <p>3.问：公司电刀发展如何？ 答：公司正在进行产品改进，性价比相对较高，相信会有不错的市场前景。</p> <p>4.问：关于带量采购？ 答：4+7 之后，公司将考虑产能和销售体系的变化。公司将不再自己做物流，而是去寻求与大物流平台的合作，让大平台为公司提供更优质的物流服务。以后主要是做学术营销，销售功能模块化，管理矩阵化。今年正在做销售的改革，实行经销商招投标。</p> <p>5.问：关于海外销售？ 答：美国市场，过去几年作为一个大的增量，今年会受到一定影响。美国未来要加品种、拓展品类。目前公司在美国已经有很多 FDA 注册。公司的美国子公司十分注重销售，今年预计能够实现一定盈利。日本是除了美国与欧洲以外的海外单一最大客户。日本一年胃肠镜 8000 万例，做到体检级别，市场十分广阔。欧洲市场拓展主要靠新产品导入。</p>
附件清单	无
日期	2019 年 9 月 4 日

证券代码：688029

证券简称：南微医学

投资者关系活动记录表

编号：2019-008

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（ ）																														
参与单位名称及人员姓名	<table border="0"> <tr> <td>国泰君安资管</td> <td>研究员</td> <td>李子波</td> </tr> <tr> <td>国金证券</td> <td>研究员</td> <td>袁维</td> </tr> <tr> <td>东方红</td> <td>研究员</td> <td>刘中群</td> </tr> <tr> <td>紫金保险</td> <td>研究员</td> <td>周路</td> </tr> <tr> <td>睿柏资本</td> <td>研究员</td> <td>劳逸华</td> </tr> <tr> <td>国金证券</td> <td>业务董事</td> <td>冯姝</td> </tr> <tr> <td>汇鸿资产</td> <td>研究员</td> <td>司雨</td> </tr> <tr> <td>统一信投</td> <td>基金经理</td> <td>林川钦</td> </tr> <tr> <td>富邦人寿</td> <td>经理人</td> <td>卢冠彰</td> </tr> <tr> <td>国泰投信</td> <td>研究员</td> <td>李宗谕</td> </tr> </table>	国泰君安资管	研究员	李子波	国金证券	研究员	袁维	东方红	研究员	刘中群	紫金保险	研究员	周路	睿柏资本	研究员	劳逸华	国金证券	业务董事	冯姝	汇鸿资产	研究员	司雨	统一信投	基金经理	林川钦	富邦人寿	经理人	卢冠彰	国泰投信	研究员	李宗谕
国泰君安资管	研究员	李子波																													
国金证券	研究员	袁维																													
东方红	研究员	刘中群																													
紫金保险	研究员	周路																													
睿柏资本	研究员	劳逸华																													
国金证券	业务董事	冯姝																													
汇鸿资产	研究员	司雨																													
统一信投	基金经理	林川钦																													
富邦人寿	经理人	卢冠彰																													
国泰投信	研究员	李宗谕																													
时间	2019年9月16日下午2:00																														
地点	南微医学会议室																														
上市公司接待人员姓名	冷德嵘（总经理）、芮晨为（副总经理、财务总监）、施晓江（董事会秘书）、龚星亮（董事会办公室主任）、汤妮（证券事务代表）																														
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容如下：</p> <p>1. Q:公司为何能脱颖而出？ A: 1.2010年公司引进了外资股东英联投资，委托第三方进行了行业调查，明确了战略发展方向，引进了众多人才。 2.大量引进人才后，公司投资开发新产品，公司的爆款产品和谐夹就是研发的成果之一。同时，公司开展渠道改革，授权到医院，打破了省级的代理业务模式。 3.公司顺应医改大势，着力降低医疗费用，依靠性价比迅速铺开市场。</p> <p>2.Q:关于医保和控费政策？ A:国家医改政策是利国利民的，消除行业中一些不合理的利益环节是大势所趋。公司拥护并积极响应这样的政策变化。公司将致力于扩大产能，</p>																														

	<p>通过与大型平台合作及改善管理来提高营销效率,为迎接集中采购做好准备。</p> <p>3.Q:公司成长的动力是什么? A:国内,随着社会经济发展水平不断提高,内镜技术不断普及,越来越多的人有了做肠胃镜检查的意识和需求,国内消化道耗材的总需求量上升。</p> <p>另一方面,医保的艰巨任务是用有限的费用覆盖尽可能多的人群,通过国产替代可以有效降低器械费用,公司作为细分市场龙头具有竞争优势,发展前景向好。</p> <p>海外:无论是发达国家还是发展中国家,都有强烈的降低成本和疗法创新的需求。公司产品具有成本优势,部分产品具有创新优势,海外收入体量不断上升,跨国布局逐步成型。</p> <p>4. Q:国际市场格局如何? A:2018 年全球内镜耗材市场约为 50 亿美元,波科约占有市场份额的 30%多,南微医学在国际市场上的份额还较小,未来成长空间广阔。</p> <p>公司美国的团队有 50 人左右,销售方式为直销。</p> <p>公司欧洲团队有 30 人左右,在德国为直销,其他地区和经销商合作。</p> <p>公司希望未来在世界市场上能够有更高的占有率,打造微创诊疗领域全球领先的企业。</p> <p>5. Q:关于研发? A:公司拥有强有力的研发团队,同时公司也在不断引进相关行业的研发人才,不断壮大公司的研发团队。</p> <p>6. Q:关于生产? A:生产方面,基础耗材只有自动化生产才能适应低成本大批量的市场需求,公司正在开发和完善自动化生产线。在专用耗材方面,公司将会对产品进行持续改进,缩小和外国产品的差距。</p> <p>7. Q:关于公司未来成长的展望 A:短期内把握基础耗材市场扩张的机会,未来不断扩张新产品,有可能尝试新跑道。</p>
附件清单	无
日期	2019 年 9 月 16 日

证券代码：688029

证券简称：南微医学

投资者关系活动记录表

编号：2019-009

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（ ）
参与单位名称及人员姓名	Causeway Capital CEO Sarah Ketterer Causeway Capital 分析师 李复生
时间	2019年9月17日上午10:00
地点	南微医学会议室
上市公司接待人员姓名	冷德嵘（总经理）、施晓江（董事会秘书）、龚星亮（董事会办公室主任）、汤妮（证券事务代表）
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容如下：</p> <p>问：中美贸易战对公司的影响是怎样的？</p> <p>答：目前，公司产品暂不在提高关税的名单内。公司有一些原材料（主要是支架的镍钛合金丝）从美国进口，公司已经在考虑做原料供应商切换，不过还需要时间。</p> <p>问：公司 EOCT 产品目前进展及未来规划是什么？</p> <p>答：我们从 2011 年开始做 OCT 这个产品，它是一种全新的影像手段，对于 ESD 适应症目前医生只能凭经验判断。而 OCT-3D 可以帮助医生通过影像判断病变深度，从而决定进行内镜下手术还是送外科手术。</p> <p>EOCT 将有两大作用：一是用于早癌普查，二是用于手术适应症的鉴别，做手术的术前规划。</p> <p>问：治理高值耗材改革方案、集采政策对公司会有什么影响？</p> <p>答：集中采购是促进降价的手段。目前国内的医疗器械定价还是在市场规模很小、需要跟台的时候定的价，还是偏高，现在市场规模在放大，价格还没有调整到位。以后国内会往欧洲终端价的趋势走，欧洲的价格经过充分的开放竞争已经成为价格洼地。</p> <p>这个政策对我们的挑战就是：如何扩大产能、如何提高营销效率。</p>
附件清单	无
日期	2019年9月17日

证券代码：688029

证券简称：南微医学

投资者关系活动记录表

编号：2019-010

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 其他（ ）	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	新思路投资管理公司 新思路投资管理公司 新思路投资管理公司 新思路投资管理公司 新思路投资管理公司	投资研究部分析员 投资研究部执行总裁 创始人 CIO PM 投资研究部执行总裁 投资研究部执行总裁	杨山锐 罗慧丽 洪逸伦 魏莹 冯昕
时间	2019年9月18日上午9:00		
地点	南微医学会议室		
上市公司接待人员姓名	冷德嵘（总经理）、龚星亮（董事会办公室主任）		
投资者关系活动主要内容介绍	<p>主要内容如下：</p> <p>1.Q:公司情况介绍？ 公司成立于2000年，逐步由一个做非血管支架单品研发的公司，发展到建立了内镜诊疗、微波肿瘤消融和OCT三大技术平台的微创诊疗领域的企业。公司的主要产品是内镜下检查及微创手术相关的耗材，子公司康友医疗的微波消融设备主要用于肝癌的治疗，EOCT产品在美国已获得FDA批准，国内也于2017年11月进入国家药监局创新医疗器械审批绿色通道，目前正在国内多所三甲医院开展临床试验。</p> <p>2.Q:关于经销商？ A:国内销售以经销商经销为主，在两票制地区跟随政策的指导采取直销模式；国外美国和德国为直销，其他地区为经销。</p> <p>3.“4+7”和带量采购政策对公司的影响？ 新政策主要压缩的是经销商的利润空间，对公司收入影响不大。新政策有利于规模大品种多的大中型企业，对南微医学来说是一次难得的机遇与挑战，公司会以中标为目标，努力提高营销效率和供货效率，借力政策扩大销售规模。 新政策下医院暂时是零加成模式，政府通过增加财政补贴等方式让医院没有加成的动力。中国正在医疗改革的重要转型的关口，企业、医院都要顺应政策、有作为才行。</p>		

	<p>4.关于物流? “4+7”之后，顺应新的政策形式，公司将考虑去寻求和大型物流仓储平台合作，让大平台为公司提供优质的物流服务，提高效率。</p> <p>5.关于研发? 公司研发投入 2016 年至 2018 年分别为 1779.77 万元、3786.5 万元、4912.31 万元，逐年提高。公司一直十分重视研发投入，经过多年积累，逐步在医工合作、试制预研、产品立项、设计开发、质量管理等环节建立了专业化团队和系统化流程，形成了一个医学创新成果转化平台，可同时为多个新产品研发项目提供全流程支持。因此，公司新产品研发进度快，成功率高，单位研发成本相对较低。未来，公司还会逐步增加研发投入。</p> <p>6.国内外竞争格局? 国内，公司经过 20 年的逐步累积，已成为国内内镜诊疗行业规模大、产品全的龙头企业之一。国外，公司主要的竞争对手是美国的波士顿科学和日本的奥林巴斯。</p>
附件清单	无
日期	2019 年 9 月 18 日