

证券代码：300760

证券简称：迈瑞医疗

编号：2020-006

## 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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	个人、机构投资者
时间	2020年4月15日 15:00-17:00
网址	<a href="http://www.yuediaoyan.com/research/index.php/Home/Achievement/achievement_detail/id/619">http://www.yuediaoyan.com/research/index.php/Home/Achievement/achievement_detail/id/619</a>
上市公司接待人员姓名	董事长李西廷 总经理、董事成明和 董事会秘书李文楣 财务负责人赵云 独立董事吴祈耀 保荐代表人高元
投资者关系 活动主要内容介绍	<p>2020年4月15日，公司就2019年年度业绩和近期新冠疫情的相关问题与投资者进行了沟通与交流，并对投资者关注的问题进行了回答，主要沟通问题如下：</p> <p>问：能否请董事长谈一下公司未来的战略目标，规划和实现路径？</p> <p>答：公司将始终秉持“医心一意”的核心理念，致力于普及高端科技，成为守护人类健康的核心力量。公司将继续以振兴民族医疗器械企业为己任，以技术创新为精神内核，不断推动产业战略升级，引领市场，深耕全球，布局</p>

未来，带动国内医疗器械产业与世界一流医疗器械企业跨越式接轨。公司深谙医疗器械行业的发展逻辑，紧抓技术创新和并购整合两条路径，国内外均衡布局，力争在未来成为世界级领先的医疗器械企业。具体规划主要有以下两个方面：

1、聚焦主营业务，同时着力培养成长性业务：在产品线布局方面，公司将集中主要资源聚焦于主营业务，进一步巩固在生命信息与支持产品领域的领先地位，进一步提升体外诊断及医学影像业务在全球市场的份额，同时培育新的快速增长点。

2、对标国际医疗器械行业巨头，深入推进全球化平台发展：进一步夯实全球研发、销售、制造一体化平台，调配全球范围内的优质资源，融合境外公司的创新能力以及境内的工程实现优势，集中力量布局特定领域的技术研发，大幅提升公司产品在全球市场的竞争力，为公司“坚守技术创新”的精神内核不断注入源泉。

问：请问公司怎样看待在空白领域或重点培育领域的并购？在并购与自主研发之中，从时效性，性价比来说，公司认为哪种更有利于未来发展？

答：公司秉持以技术创新为精神内核的理念，始终走在行业内技术创新升级的最前端，未来发展也将一以贯之。目前，公司已在深圳、南京、北京、西安、成都、美国硅谷、美国新泽西及美国西雅图设有八大研发中心，2019年12月，公司还开启了全球第九个研发中心——武汉研究院项目的建设。未来，公司将调配全球范围内的优质资源，融合海外研发中心的技术创新能力、客户需求的把握能力以及国内研发中心高效的工程技术实现能力，建立高效的全球研发体系，保持技术上的领先优势。

同时，公司也将结合全球各主要市场特点及发展机会，进一步优化强融合、可复制、高成长性的并购整合平台，通过具备战略前瞻眼光的并购交易，整合全球范围内的全产业链前沿技术、提升现有业务在中高端市场的综合竞争力，加大成长型业务的市场份额，在新业务领域进行不断探索，寻找进一步的持续增长空间。投资并购布局将强调地域差异化，积极应对各地政治经济形势和医疗健康产业趋势变化，有节奏有重点地探索国际主要市场本地化运

营平台及供应能力建设。

问：作为中国最大的医疗器械企业，公司在本次疫情中做了哪些事情？

答：疫情爆发之时，迈瑞团队立即出动，迅速调配，及时赶往武汉市金银潭医院等各定点救治医疗机构，并向火神山、雷神山医院捐赠总额约 1100 万元的设备。在 1 月 25 日至 2 月 6 日疫情最为严重的期间，迈瑞团队不负重任，为火神山、雷神山医院完成了超过 3000 台医疗设备的安装和调试，成功与医院同步交付。截止 3 月末，公司已累计向湖北定点救治医疗机构捐赠总额 3300 万余元的医疗设备，在全国范围内紧急交付超过 8 万台医疗设备，成为抗击疫情有力的科技武器。

此外，3 月初以来疫情在海外开始扩散，截至 3 月末，公司已经向海外输送超过 4 万台医疗设备，并仍在持续不断地对接越来越多的国家地区的订单需求。迈瑞总部与海外 40 个子公司的 1000 多名海外员工，正与当地医疗机构和政府部门通力合作，为各国输送来自中国的科技和经验。

问：一季度因疫情而受到负面影响的国内 IVD、台式彩超等，目前销售恢复情况如何？

答：目前国内的疫情形势已经相对明朗，公司目前看到湖北以外地区医院的常规门急诊、手术、体检量已恢复八成左右，湖北以外的医院 5 月份之后预计完全恢复，而湖北医院预计在 6 月份也将完全恢复，这对体外诊断产线和医学影像产线的增长恢复十分重要。同时，普通居民在此疫情中积累的对检测项目的认知、对健康日益重视，都将有助于临床检测需求长期而持续的释放。

问：请问现在呼吸机需求这么强烈，我们的产量跟得上吗？如何能跟上？

答：为了最大程度满足抗疫的需求，公司的有创呼吸机的产量已大幅提升，目前产能已提升 4-5 倍，月产量达到 3000 台，并且公司将视情况继续提升产能，以全力保障抗疫前线的设备使用需求。但由于全球疫情蔓延迅速、对呼吸机需求急剧扩大，单从订单来看已远超全球市场现有容量，难以短时间

内满足所有的采购需求。

问：我们的技术领先性在国际上处于与国际一样还是我们略有领先？

答：通过公司持之以恒的以客户需求为导向的研发投入，目前已有一些产品在技术上已经处于国际领先地位。举例而言，公司的高端 N 系列监护仪，融合智能化、提前预警、转运模块以及 IT 互联互通整体解决方案，这些都是开始超越跨国品牌实现引领全球监护仪技术发展的重要标志。得益于产品竞争力的提升，公司开始在全球顶尖的高端医院逐步实现全院监护解决方案的进口替代，市场份额逐步在提升。再举个例子，血球业务，过去公司在三分类血球上快速实现进口替代，但五分类血球我们跟竞争对手对垒多年，市场份额基本是缓慢提升。而当我们推出血球 CRP 以及血球流水线解决方案时，公司的血球在中国市场的份额才开始加速提升，最近 2 年时间迅速缩短跟竞争对手的差距。

问：公司对今年二季度销售额和净利润是否有预期，环比一季度能否维持一定增长？今年一季度国内呼吸机，监护仪，便携彩超等疫情相关订单大增，是否会导致二季度国内这些疫情相关订单的锐减？如果是的话，二季度呼吸机监护仪等疫情相关仪器国外出口订单能否弥补？

答：由于疫情对国内 PMLS 产线收入的拉动作用大于 IVD 试剂和台式超声的负面影响，并且公司的产能和产品交付在一季度大部分时间优先国内市场，因此一季度国内业绩增长超出年初计划。但随着国内疫情的逐渐缓解，与疫情相关的采购将放缓，而同时医院的常规门急诊、择期手术、体检量的逐步恢复将带动 IVD 试剂和台式超声恢复正常增长，因此预计国内市场将恢复正常的稳定增长。

对于海外市场，由于海外疫情主要开始于一季度末，所以疫情影响更多体现在二季度。随着海外疫情扩散，二季度相关产品订单仍会持续上升，其中主要包括监护仪、呼吸机、输注泵、便携超声等，部分产品需求爆发，公司在二季度的一大工作重点是持续保障这些抗疫关键设备及时、完整地向海外疫区交付。但同时由于海外封锁措施也会带来对医院日常运营的影响，从而对

海外 IVD 试剂和台式超声的增长造成影响。但由于受疫情拉动最大的 PMLS 产线占国际收入的一半，预计疫情带来的正面拉动将超过另外两条产线在海外市场受到的负面影响。

问：请问公司 2019 年兽用产品和微创外科产品销售体量有多少，今年这两块销售量是否有预估？

答：作为公司重点培养的种子业务，2019 年公司的兽用和硬镜产品占公司整体收入的比重仍较小。据公司统计，微创外科领域中的核心产品硬镜系统在国内和全球已分别有 50 亿元人民币和 50 亿美元的可及市场规模，增长空间十分巨大。并且从渠道方面来看，硬镜系统和生命信息与支持产线有很强的协同性，随着国内手术量、特别是微创手术量的快速增长，硬镜系统未来将成为公司重要的增长点。除了硬镜系统以外，未来公司在微创外科领域将有更多的布局。

兽用一直是公司比较看好的市场，随着人口老龄化和生育率下降，该领域在国内和海外市场的前景都是巨大的。公司当前的监护仪、麻醉机、灯床塔、体外诊断系列产品、超声都已经推出了兽用版本，目前全球可及市场规模已达 10 亿美元，未来会有更多的兽用产品推出。作为全球两个最大的兽用市场，迈瑞在北美和西欧地区已经耕耘多年，拥有一定的品牌影响力和稳定的本地化团队，能够帮助公司快速地进入该地区的兽用市场，预计未来兽用产品的收入占比将会逐渐提升。而中国市场又是兽用市场中增长最快的，公司在国内市场的领先地位根深蒂固，兽用产品有望在国内快速增长。

问：本人有注意到公司主营业务近年来一直保持了较好的增长。请问成总，随着公司规模扩大，你认为公司在未来要想保持目前较快到增速，面临的主要困难有哪些？另，我们迈瑞在经营中和国内别的医疗公司相比有哪些做的不一样的经营思路或者方式吗？

答：如何推进自主创新、提升产品市场份额、实现进口替代，是我们在未来保持增长的最大的挑战和最迫切的任务，我们一直持续大力投入研发，目的就是加强公司产品的核心竞争力，开发真正满足临床需求的产品，只有

在产品的性能、质量、可靠性等方面实现追平甚至超越对手，才有可能实现真正的国产替代。因此，公司始终注重研发高投入，早在 2016 年，迈瑞医疗研发投入首度突破 10 亿元，远远超过国内其他医疗器械公司。2019 年，其研发投入已经达到 16.49 亿元，同比增长 16.13%。同时迈瑞医疗的研发费用占营业收入的比例也一直保持 10%左右，高于医疗器械行业的平均水平。公司的研发团队具有学历高、年轻化的特点，拥有硕士及以上学历的占 63.8%，40 岁及以下的占 92.3%，为公司持续保持高水平研发能力，加速国产替代，推动市场份额和业绩的显著增长打下了坚实基础。

问：请问贵公司今年会大力开展国际业务吗？

答：今年面对疫情在全球各国的迅速蔓延，公司陆续收到包括欧洲、亚太、中东等地区为应对疫情而产生的采购需求。尤其是欧美疫情爆发，各国政府、医疗机构提出大量且急剧增加的订单需求，公司将发挥迈瑞独特的供应优势，在疫情引发的紧急采购中投入更多资源，保证产品有序供应，满足当地客户的需求。同时，公司也将充分发挥已经建立起的全球化平台优势，积极帮助海外当地的医疗机构完成重大疫情应急医疗设备供应，并结合网上推广等多种方式加大推广力度，助力向全球共享中国抗疫经验、共筑科技防线。据统计，最大的一场线上活动的同时在线人数超过两万人，引起了极大的反响。

公司通过此次疫情应急采购为契机，大范围拓展海外高端医院客户，迅速加强客户关系，加速提升迈瑞品牌影响力。在此次疫情当中，即使欧美也暴露医疗资源的严重不足，未来各国有望纷纷加大医疗投入，公司将在“战疫后时期”进一步发挥产品、品牌和渠道优势，迎来更好的成长机遇。

问：请教管理层，如果以 5-10 年为维度，公司海外和国内业务占比的变化趋势如何？除了监护仪，下一步重点走向海外的品类是？

答：宏观来看，全球医疗器械市场体量大且稳中有增，国内市场增长更为迅速，未来 2-3 年中国市场依然是公司业务的主要增长来源。长远来看，迈瑞在国际市场的占有率相比国内仍较低，而国际市场空间更加广阔，同时国际

市场未来的增长势头将会保持，其中新兴市场地区增长显著，因此长期来看迈瑞在海外市场大有可为。

未来公司将以监护仪作为海外市场的切入点，带动生命信息与支持产线的麻醉机、呼吸机、除颤仪、输注泵、医学影像产线的超声等产品同步增长，实现高端客户群突破。此外，作为三大产线中可及市场规模最大的体外诊断产线，公司通过从小样本量客户到中样本量客户、从仪器销售为主到试剂销售为主的模式转变，未来将带动体外诊断试剂收入占比稳步提升。

问：公司的大型医疗设备更换周期较长，一旦市场饱和，行业遭遇天花板，公司如何保证业绩持续增长？

答：医疗器械行业最根本的增长动力来自于临床的实际需求。宏观因素有人口老龄化、民众健康意识增强等，微观因素有原本属于单一科室的医疗设备向更多的临床科室的应用拓展。以超声为例，人口老龄化在持续，心血管的检查需求就是刚需，而超声的技术和应用领域在医院中的地位是牢固的，是医院开展日常检测必备的设备，目前没有任何其他产品可以替代超声的市场地位。此外，全球来看目前一个明显趋势就是超声正在从传统的三大领域（妇产、放射、心脏）向其他更多的临床科室应用扩展，发展中国家尤其是中国正处于快速发展中。

新医改以来，虽然中国医疗卫生支出占 GDP 的比重持续呈上升趋势，在 2018 年达到 6.57%，但仍大幅低于发达国家水平。其中，美国医疗卫生占 GDP 的比重保持稳定在 16.5%左右轻微波动，中国仅为美国比重的 1/3 左右，未来医疗卫生支出仍存在较大提升空间。

就公司自身来看，迈瑞目前覆盖生命信息与支持、体外诊断、医学影像三大领域，迈瑞的这三大领域在国内的可及市场规模大概有 800-1000 亿元人民币，公司在这里面的占有率目前仅略高于 10%，而公司在全球可及市场的占有率则仅有低个位数，因此公司未来的增长空间无论国内外仍旧巨大。此外，公司也在积极探索三大业务领域之外的增长空间，比如微创外科领域，公司将持续注重研发投入、提升产品性能、突破高端客户群，未来将成为公司重要的增长点。

	<p>问：想了解公司外销哪些产品和国家？</p> <p>答：公司在北美、欧洲、亚洲、非洲、拉美等地区的超过 30 个国家设有 40 家境外子公司，产品及解决方案已应用于全球 190 多个国家和地区，其中包括美国、英国、意大利、韩国、日本等国家，出口产品涵盖公司三大产线。</p> <p>问：集采对公司销售及利润的影响？</p> <p>答：由于医疗设备存在众多的型号种类和不同的应用领域，难以实现大范围的集中采购，因此目前集采未对公司的销售及利润造成影响。</p>
附件清单 (如有)	无