

证券代码：002950

证券简称：奥美医疗

奥美医疗用品股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-002

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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 湖北上市公司 2021 年度投资者网上集体接待日活动
参与单位名称及人员姓名	线上公众投资者
时间	2021 年 6 月 24 日
地点	全景网投资者关系互动平台
上市公司接待人员姓名	董事、副总裁兼董事会秘书 杜先举；证券事务代表 郑晓程。
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、随着疫情逐渐结束，公司业绩会不会出现较大幅度下滑？目前还有哪些新的收入来源？</p> <p>答：疫情带来的收入下降的影响对于全行业来说都是一样的，但是奥美医疗疫情相关收入占比与同行业公司、竞争对手相比较是非常低的，这方面的信息我们在 2020 年年报与 2021 年一季报均有披露，因此公司在这方面抗风险能力较强。</p> <p>公司未来的增长点主要来源于三大块。一是不断对海外市场导入新的产品，这项工作我们已经在着手开展，包括现在荆门奥美产品的导入，以及未来疾控防护用品生产基地产品的导入，也包括公司新的自研产品的导入；二是充分运用在海外市场的经验以及公司的先进制造能力，开拓国内医疗</p>

器械市场这里既包括拓展现有国内市场的产品，也包括我们会将海外的一些产品导入到国内市场；三是公司消费品业务的增长、医美产品的投入。

2、请介绍公司在后续业务布局上的规划、具体的执行措施和方法。目前市场波动较大，出现了人民币升值、原材料价格暴涨、终端价格低等诸多情况，公司如何应对，财务上是否利用金融工具做了套期保值的工作？

答：公司未来的增长点主要来源于三大块。一是不断对海外市场导入新的产品，这项工作我们已经在着手开展，包括现在荆门奥美的产品的导入，以及未来疾控防护用品生产基地的产品的导入，也包括公司新的自研产品的导入；二是充分运用在海外市场的经验以及公司的先进制造能力，开拓国内医疗器械市场，这里既包括拓展现有国内市场的产品，也包括我们会将海外的一些产品导入到国内市场；三是公司消费品业务、医美产品的投入市场。原材料方面，公司已经在去年四季度、今年一季度提前进行了采购，同时也运用一些工具进行对冲。外汇方面亦是如此。

3、请问公司新投资建设的口罩全产业链设备，喷绒布除了口罩使用外，是否用途过于单一？还有疫情使用的纺织品作为目前公司的主营业务是否过于激进？疫情过去后，公司建设的口罩新产业扩产产品是否会出现滞销，公司有什么应对的策略？

答：公司投资不是单纯的扩产能，单纯投资一般设备对公司的产品与整个产业提升都没有太大的意义。公司去年公告投资的感控项目，引进的是全球最先进的熔喷布等感染防护基材生产设备，配合公司现有的高效低阻过滤材料的技术（该项目获中国纺织工业联合会科技进步奖一等奖、上海市

科技进步一等奖)，可以生产出高效低阻的过滤材料，在不降低过滤效率甚至提升过滤效率的前提下，极大地降低通气阻力。反映在您戴的口罩上，就是在保证或提升防护效果的前提下，降低通气阻力，直观感受就是不闷，呼吸舒畅，应用新熔喷布的口罩我们会在近期推出市场。这类型的材料也可以应用在过滤设备上，有利于过滤设备的节能降耗，但目前我们先只应用在口罩上。我们做这些事情的目的，既是为了提升公司产品的竞争力，也是为了带动国内整个产业的提升，为消费者提供更加优秀的产品，为医护人员提供更加舒适的工具。手术衣、隔离衣、防护服亦同。至于产能消化，在去年的公告中我们已经明确，该项目在规划时参考的是疫情前的数据、国外市场的数据。

4、口罩出口印度吗？每天出口口罩多少个？

答：公司口罩产品暂未出口印度。

5、贵公司目前主营产品包含哪些？

答：目前公司主营业务包括医疗器械与消费品。

6、今年国外疫情依然不是很乐观，同时出口航运紧张，这两方面是否对公司出口产生影响？

答：公司与航运公司保持长期合作关系，海运价格有一定优惠；公司对下游具有一定的议价能力，公司大部分订单的运费成本由买方承担，航运影响可控。

7、请问从去年开始，公司股价一路下跌。公司有什么措施确保共赢，保证股东的利益不受损害？

答：二级市场价格受多种因素影响。维护股东利益最根本的方式是经营好上市公司。

8、 请问公司对标行业优秀公司，主要竞争优势体现在哪？

答：公司的竞争优势主要体现在以下几个方面。首先是先进的生产制造优势与全产业链布局的优势，公司是全球范围内极少数的具备高自动化、智能化制造能力的企业。生产效率较同行业有一定的优势。公司也是全球范围内极少数实现医用敷料生产全产业链覆盖的企业。其次是质量控制优势，公司具有完整的适应美国、欧盟、日本等全球各类型市场的质量管理体系。产品质量控制贯穿全产业链。公司依靠质量控制优势实现了较高客户粘性与市场粘性。技术创新方面，公司一直坚持在技术方面保持投入。主要包括在生产端的投入和产品端的投入。生产端的投入主要包括提升自动化与智能化制造水平，除此之外，公司还在研究将新技术引入生产制造过程中。先进的生产制造能力一直是公司的重点优势之一。目前公司拥有大量与医用敷料制造设备相关的技术与专利。产品端方面，公司近些年加大了在高端医用敷料的研发投入，力求实现扩充产品序列。客户资源方面，公司与主要客户都是长期合作关系。合作关系非常稳定。公司主要客户包括：Medline、Dukal、Hartmann、Lohmann&Rauscher、Medicom等企业，均是国际知名企业。

9、 今年原材料成本是否有一个较大的提升，如何应对？

答：今年大宗材料价格确有提升，这个是全行业面临的问题。公司在去年底与今年一季度已经预先进行了储备采购，同时，由于公司在特定大宗材料上需求量大，因此有一定的议价能力，其次，我们也会适时运用衍生工具进行套保。目前原材料价格变动影响可控。

10、请您介绍一下贵公司在医美产业的布局？

答：医美产品的方向，主要还是基于公司在医疗器械领域、各类创伤恢复方面的积累。主要有两个方向，一个是一类器械与妆字号，另外一个二类器械，前者主要针对日常消费医美场景使用，后者主要针对专业的医美场景。

11、监事彭习云 19.43 元增持 2000 股，这是自发，还是公司要求？

答：该股东增持系自发行为。

12、奥美医疗要开拓医美领域，有收购化妆品公司的想法吗？或者做弹力健身衣，烧伤整型衣？

答：近些年来公司在材料领域有一定的技术储备，公司现有自己研发的化妆品技术路线与配方，暂不需要去收购化妆品公司。烧伤类产品我们是放在医疗业务线，当然这些产品也可应用于医美。目前公司开发的烧伤伤口敷料与市场现有普通产品有明显区别，主要针对烧伤患者给药、换药两大痛点，计划今年做动物实验。

13、能说明一下奥美近一年为响应政府哪些号召所担当的角色吗？

答：疫情暴发后，作为湖北当地上市公司，奥美医疗快速响应，全力保供保产，想尽一切办法提升防护用品产能。公司董事长率领多位高管全程坐镇，赴枝江等地组织协调生产。作为湖北省防指指定防疫物资保供企业，奥美医疗在疫情期间履行了保供、保价的社会责任，全力保证湖北省等地防疫物资供应，并对发往抗疫一线的口罩等产品实行全检，保障一线医务人员的安全。并在国内疫情缓解后，承担防疫

物资中央储备任务、湖北省储备任务与援外任务。疫情初期，在做好保供保产工作的同时，奥美医疗向湖北省防控指挥部捐赠了 N95 医用防护口罩 3 万只，向方舱医院捐赠了医用外科口罩 2 万只；向国家电网湖北省电力有限公司捐赠 10 万只医用口罩，以支援火神山、雷神山医院供电设施抢建；向枝江市人民医院、天门市第二人民医院等医疗机构捐赠了医用口罩（含医用外科口罩）7 万只；还向宜昌、荆门、监利、天门、丹江口等地的政府疫情防控指挥部及医疗机构捐赠医用口罩 80 多万只、医用手套 3 万多双，隔离服 1000 套等。与此同时，我们还从日本客户处采购了各型护目镜 1.19 万只捐赠给武汉同济医院。

14、请介绍一下今年海外疫情对公司销售业绩的影响情况。

答：2020 年度，公司主营业务收入有较大幅度增长。截止目前，全球疫情的发展仍存不确定性，海外疫情仍处于发展阶段，请您关注公司后续披露的信息。

15、目前全球口罩产量大增，公司口罩、防护产品售价较 2019 年疫情前是否下降？另外今年人工成本上升较快，公司人力成本大约上升多少？

答：整个行业的防护产品价格较疫情高峰都有明显的下滑，但是奥美医疗作为国内外一线品牌，价格下滑幅度较低。人工成本方面，首先奥美医疗一直在提升自动化水平，公司的自动化、智能化水平在同行业公司中是最高的，其次，去年有较多的加班与临时性用工，因此去年整体用工水平其实已经是高位运转，今年会有所下降。

16、目前公司口罩产品产能利用率如何？

	<p>答：公司口罩产能与之前披露的信息无太大变化, 目前以销定产为主。</p> <p>17、目前在防疫产品这块公司有哪些产品推出？出口情况如何？</p> <p>答：目前公司感染防护板块产品齐全，包括口罩、面罩、手术衣、隔离衣、防护服均有。感染防护板块为公司战略布局板块，未来我们将持续扩充产品品类，提升产品品质。</p> <p>18、请问公司如何做好成本控制？</p> <p>答：公司是业内唯一一家采用全产业链生产制造模式的企业，在成本控制方面具有天然的优势。</p> <p>19、请问公司产品出口海外市场占比有多少？</p> <p>答：公司 2020 年境外市场营业收入占比为 68.67%。</p>
附件清单（如有）	无