

证券代码： 300396

证券简称：迪瑞医疗

迪瑞医疗科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-002

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 电话会议
参与单位名称及人员姓名	刘宇腾 东北证券 王广群 聚鸣投资 余丹 东北证券 王东升 凯丰资本 张胜 东北证券 吴蔽野 凯石基金 唐爱金 方正证券 钟贇 南方基金 林艾灵 方正证券 刘诗瑶 浦银安盛 曹佳琳 方正证券 罗晓梅 青骊投资 池陈森 安信基金 李惟愚 山西证券 王鑫园 财通证券资产 江琦 上海东方证券资产 胡昌杰 大家资产管理 曹国军 上海天猗投资 高星 淡水泉 阮泽杰 金友创智资产 侯瑞 淡水泉 李鸣 太平洋资产 李峰 东方证券 赖庆鑫 泰达宏利 吴佳歆 东吴基金 郭相博 天弘基金 朱冰兵 东吴基金 王娟 天治基金 孙维泽 光大保德信基金 赵梓峰 途灵资产 张翔宇 光大保德信基金 况晓 万家基金 胡朝昀 广东正圆私募基金 赵强 新华基金 夏雪冰 国联人寿 班涛 兴业资管 杨钟男 国泰基金 谢长雁 兴证全球基金

	栾小明 红土创新基金 王天乐 华宝基金 邹丽晴 华泰柏瑞基金 常亚桥 华夏基金 周冲 汇安基金 王少成 交银施罗德基金 王喆 金鹰基金	毛泓洋 银河基金 邝升 中大创投 薛杨 中海基金 杜煜明 中信建投证券 李明蔚 中银国际资管 张岩松 中银国际资管
时间	2022年8月12日	
地点	公司	
上市公司接待人员姓名	财务总监 姜鹏、副总经理 张海涛、董事会秘书 安国柱、国际营销中心销售总监 金钢锋	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1. 2022年上半年公司总体经营情况。 答：报告期内，公司实现营业收入 5.15 亿元，较上年同期增长 23.27%，归属于上市公司股东的净利润 1.33 亿元，较上年同期增长 20.65%，公司由研发导向向销售导向转型取得阶段性成效。公司聚焦基础医疗市场，积极抓住进口替代机会，充分发挥仪器多元化优势，加大高速检测产品的销售力度并达到预期效果，仪器产品营收同比增长 49.52%。公司通过事前预判及规划，最大限度克服了疫情对公司的影响，通过调整生产节奏，确保产品的及时供应。报告期内，新增 130 余家国内代理商和 50 余家国际代理商，国内外学术推广活动达到数十场，进一步提升品牌影响力。上半年公司以尿液分析、生化分析产品为基础，重点提升了化学发光免疫、妇科分析、标准化实验室等自动化、智能化产品的市场份额。其中，化学发光免疫分析产品线的收入达到了公司营业收入的 10%以上，增长势头明显，为公司稳健发展奠定了坚实的基础。</p> <p>2. 公司推出第二期股权激励的原因？在人员分配方面第二期与第一期股权激励的区别？ 答：公司为了进一步健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，在充分保障股东利益的前提下，按照收益与贡献对等的原则推出第二期股权激励计划。在人员分配方面，新任命的总经理、财务总监、分管销售副总经理等都纳入激励人员名单，整个高管团队达到全覆盖。同时，在一期股权激励的基础之上，将优秀的基层核心技术人员、中层管理人员作为激励对象进行再次覆盖。股权激励计划有利于公司核心管理团队和技术人员的稳定，有利于充分调动公司核心团队的积极性，有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远</p>	

发展，确保公司发展战略和经营目标的实现。

3. 公司基础诊疗市场拓展情况，目前县域级市场需求如何？

答：随着人口老龄化的来临，健康中国、千县工程政策陆续实施，以及新冠疫情以来市场需求发生变化，据国家卫健委统计，全国县域内就诊率已经达到90%以上。通过引导医共体医疗能力提升，满足群众就近“看得好病”的需求，实现小病不出村、大病不出县。县域基础诊疗市场是公司重点布局方向，经过几十年的积累迪瑞已经有一定基础和优势。报告期内，公司聚焦重点区域，通过学术引领，公司免疫类产品、妇科分泌物产品增速比较明显，公司标志性产品标准化实验室也受到了市场认可，装机量明显提升，有望成为公司重要业务支撑产品。

4. 二季度国际市场保持良好增速，公司具体做了哪些工作？

答：国际市场继续保持稳步增长态势，报告期内，国际市场营收同比增长25%。得益于公司持续推进的本地化管理。二季度公司着重加强了对国际市场自产产品的考核力度，试剂产品销量超出预期。同时，国际市场借助仪器多元化的优势，积极参与各国基础诊疗市场的集中采购。此外，通过拓展直销渠道，提升直销占比。借助生化、尿液等优势，加快对化学发光、凝血、妇科等新品市场导入。

5. 上半年化学发光产线的总体销售情况。

答：报告期内，公司化学发光产线销售收入占公司总收入的10%以上，增速保持良好势头，也标志公司产线格局实现了优化。首先，公司通过前期仪器产品投放，带动免疫试剂销量已初见成效。其次，公司在产品布局方面，仪器类产品由高中低速，多款产品，可以满足不同终端客户的需求。化学发光产线作为公司重点推出的明星产品，也是从无到有的过程，随着销量的提升，将对公司业绩产生积极影响。

6. 上半年取得哪些研发成果，主要研发项目有哪些？

答：报告期内公司完成了化学发光免疫分析仪CM-640及CM-640i注册工作，完善了公司化学发光免疫分析仪器产品的种类。同时，重点规划免疫试剂项目，新型冠状病毒（2019-nCoV）抗体检测试剂盒（化学发光免疫分析法）完成注册工作；巨细胞病毒IgG抗体检测试剂盒（化学发光免疫分析法）填补了优生优育检测项目的空白；新型冠状病毒（2019-nCoV）抗原检测试剂盒（胶体金法）获国家药品监督管理局注册受理，炎症套餐、优生优育套餐等多项临床高价值检验项目正在积极注册申请中。

7. 国内销售销售转型有一定成绩，下半年重点工作计划？

答：公司上半年国内营收同比增长22.29%，公司将继续推进研

发导向向销售导向转型，以“十四五”战略规划为指引，进一步做大销售规模。下半年国内营销中心继续优化分销渠道，继续拓展基础诊疗市场的份额。同时，增加仪器带动试剂销量的考核，提升试剂销售占比，进一步提升毛利水平。此外，通过学术推广，进一步提升公司品牌影响力。

8. 公司在猴痘检测方面有何布局？

答：公司积极发挥与参股公司协同效应，猴痘类检测产品初步规划由参股公司致善生物生产，其自主研发的两款猴痘病毒核酸检测试剂盒（荧光 PCR 法）成功获得欧盟 CE 认证。公司将根据市场需求，借助国内和国际市场渠道优势，完成多个生产厂家产品的测试及代理合作事项洽谈，目前，市场需求存在不确定性，请投资者注意投资风险。

9. 公司在女性健康等方面的产品介绍及市场销售情况。

答：随着国家三胎政策的实施、优生优育和女性健康越来越得到重视，市场需求逐步显现，上半年妇科产线增速较为明显。公司已经推出多款妇科分泌物检测产品，可以满足不同医院对样本量的检测需求。公司妇科产线是在基础诊疗市场重点推广的仪器产品之一。此外，公司化学发光免疫分析相关配套产品包含性激素检测菜单。公司近期巨细胞病毒 IgG 抗体检测试剂盒（化学发光免疫分析法）、单纯疱疹病毒 I 型 IgG 抗体检测试剂盒（化学发光免疫分析法）的顺利下证填补了公司优生优育检测项目的空白。

10. 上半年华润体系赋能体现在哪些方面？

答：公司管理层继续加强对绩效考核体系进行优化，在华润集团的支持下推出了第二期股权激励计划，进一步提高管理团队和核心技术团队的凝聚力。在品牌建设、学术推广、新产品试用及窗口医院建设等方面，给予公司较大支持。

11、介绍一下上市的新产品中市场反馈较为突出的产线？

答：报告期内，标准化实验室市场反馈较为突出。拥有全部自主知识产权的 LA-60 全自动样品处理系统可配套自主研发的生化、免疫、凝血、血细胞检测分析系统，具有一定成本优势。标准化实验室拥有量身定制、检测全面、智能高效、多种急诊等特点。其中，十余个模块进行高效均衡的样本检测全流程处理，可降低医院人工成本。在避免气溶胶，提高生物安全性方面，标准化实验室全封闭的设计最大限度的保证了实验室生物安全。目前，标准化实验室产品已服务于全国多家二甲、三甲医院。

12、上半年长春疫情给公司生产进度带来一定影响，二季度公司经营层做了哪些调整使公司业绩好于市场预期？

答：上半年长春疫情期间，公司经营层为复工复产做了充足的准

	<p>备。首先，对部分驻厂员工生产节奏进行综合调节，积极推动订单生产。居家办公期间，仪器及试剂生产基地加大对原材料的前期采购，人员、物流、通关恢复后原材料第一时间到达厂区。同时，全国及海外等地分子公司本地化管理，积极与客户沟通并进行 24 小时远程协助，用户没有因疫情出行不变而降低对销售及客服的满意度。此外，在全面复工复产后，职能部门员工放弃休息时间，到生产一线帮产。报告期内，通过全体员工共同努力，公司整体业绩总体符合年度工作计划要求。</p>
提供的有关资料	无