

## 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：2022-009

<b>投资者关系活动类别</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	光大证券林小伟、光大证券张杰；宝盈基金赵国进、汇添富基金李华伟、嘉实基金王子瑞、中加基金于成琨、嘉实基金程佳、人保资产刘晓君、太平养老赵莹、国寿安保谭峰英、聚鸣投资王广群、呈瑞投资杨类禹、龙远投资李声农、和润投资何锐、禧弘投资杨莹、泰康资产薛小波、熙德博远王珺雪、格林基金唐嘉晨、健顺投资黄璜、歌斐资产胡昌杰、深圳翼虎黄琦、上海汐泰投资冯时、信达澳亚郭敏、北京和聚投资栾小明、中银国际证券资管罗彧文、上海楹联韩玮、健顺投资梁彦春、健顺投资黄璜、进门财经张蓉、人保资产欧阳叶田、冲积资产张智聪
<b>时间</b>	2022年12月23日 14:00-15:00
<b>地点</b>	网络电话会议
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事长王凝宇先生，证券事务代表叶俞飞先生。
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	
<p><b>一、问答环节</b></p> <p><b>1.防控政策放开后奥密克戎疫情全国爆发，就经验来看退烧药这类是必要的，那咱们诺斯清的需求也是确定的吗？其使用场景是哪些？</b></p> <p>答：毫无疑问退烧药是应对感染后患者中高度发热情形的必备药物，在患者出现中高度发热症状后使用。而诺斯清从防治原理来看，其使用周期更长，适用症状更多，使用人群更广，储备需求更大。其一：使用在防护环节。如果说戴口罩是第一层感染防护，那诺斯清洗鼻则是最有效的减少病毒载量的第二层防护。当病毒进入鼻腔时，首先被粘在鼻毛或鼻腔粘液上，然后再去寻找人体细胞受体，在病毒进入鼻腔还未爆发前，用诺斯</p>	

清洗鼻把潜伏期病毒通过物理方式清理出来，降低感染概率，是一种较为有效的日常防护手段。其二：特殊人群适用。儿童、孕产妇等特殊人群用药有一些顾忌，诺斯清是一种用于缓解新冠鼻塞、流涕等相关症状并且无副作用的医疗器械，被国务院联防联控机制、人民日报、人民网等多家媒体推荐或发布，尤其建议特殊人群配备适用。其三：对症适用。鼻塞、流涕等上呼吸道症状几乎伴随整个发病周期，每天至少两次鼻腔冲洗能够较好的减轻相关症状，让患者的鼻腔更舒适，陪同患者一同走出“阳康”。

## **2.基于现在的疫情，最近两周诺斯清的销售情况如何？**

答：虽然没有完整的数据统计，近两周以来，线上的销量确实出现了快速增长，线下 OTC 的增长也比较迅速。可以看出疫情放开后，大众对于鼻腔冲洗的认知和重视度有显著提升。

## **3.之前有几个平台一段时间内也出现了缺货的情况，目前我们诺斯清这个鼻腔冲洗产品的产能情况如何，目前新冠的感染率已经快速上升，后面随着需求的急剧放大，这方面能否保证供应？**

答：线上的平台短期出现过断货的情况，主要还是仓位调配的原因。目前整个公司尤其是我们生产基地正在全力保障鼻腔护理产品线的供应，目前产能是可以满足市场需求的，我们也会持续地做好相关预案，保证市场的供应。

## **4.我们从以前的鼻炎领域扩展到上呼吸道感染这个领域，包括新冠防护的领域扩展之后，新的市场空间怎么看？**

答：短期来看，鼻腔护理产品线的需求将会保持比较旺盛的状态。长期来看，通过这次疫情放开以后，大众对于鼻腔清洗的关注程度、接受程度大幅提升，这种认知也使得这个产品从一个专科的鼻炎治疗产品过渡到一个大众所认知的用于上呼吸道感染的防护与对症治疗的产品。同时因为公司的产品适应症目前也已经拓展到了上呼吸道感染，明年我们除了加强鼻炎这个方面的市场拓展之外，也会持续的在儿童感冒这个市场上做重点的推广。以儿童感冒为例，有数据表明儿童 1 年大概有 4 次感冒的几率，所以随着这一次大家对于上呼吸道感染，以及鼻腔冲洗对于上呼吸道感染的防治作用的认知加深，无论是应对疫情，还是基于原有的鼻炎市场以及不断开拓的感冒市场，我们对后续的市场空间还是保持比较乐观的预期的。

**5.请教一下关于镇痛泵领域镇痛泵耗材这一块，我们也看到 2021 年国内福建、河南以及湖南等地对镇痛泵耗材也有集采，就想请教一下王总，未来这块公司会如何应对，包括这个集采未来会对公司的影响，公司这块大概怎么判断？**

答：集采分为国家集采和区域联盟集采，目前爱朋所中标的术后镇痛领域用镇痛泵为区域联盟采购，目前主要涉及福建、河南、山西以及湖南一些地级市集中带量采购低值医用耗材领域，部分价格低于出厂价。

对公司而言，较早关注到集中带量采购议题，同行中准备较充分，舒适化医疗是趋势，即便存在集采这样的情况，公司都会积极以占领市场、拓展渠道为先。同时，公司已开展自有产品升级改造、新产品新项目的研发投入，以及开拓消费领域级产品，以应对政策变化。

关于集采的区域镇痛泵销售情况，从福建、山东部分地区及河南部分地区的情况来看，价格是落在我们给到经销伙伴的出厂价格范围内，直接压缩了经销渠道的空间。随着集采的推广，经销伙伴的积极性会有所下降。从销量和集采规则的角度，有利于原有市场份额比较大的品牌，集采中往往被分到大量组拿到更多的指定份额。从这几个地区的品牌运营来看，销售数量都有大幅度提升。同时镇痛泵作为术后镇痛的常规品种，在零售价下降以后，医生的使用积极性也没有受到太大影响。我们也会持续观察集采地区后续产品及医院使用情况的走向。

从未来竞争的角度来讲，因为镇痛泵的市场还是相对的细分，参与的友军相对分散，从集采市场的反馈来看，竞争力是有所下降的。这个对于像我们这种细分赛道的企业可能也是一种机会。公司也在积极地应对，包括镇痛泵及疼痛管理的产品也在不断提升技术含量，扩大适应症和应用范围，同时也在探索疼痛管理 To C 端的一些产品，期望这些工作可以最大程度降低集采对公司整体业绩的影响。

**6.疼痛管理这块业务，明年预期是一个怎样的趋势，因为现在随着疫情放开之后，后面整个院内的手术量会逐步的恢复，我们对这块业务或明年的情况怎么预判？**

答：近两年受疫情和集采的影响，公司增长有所放缓，包括其实也是给我们重新打好基础的一个机会。其实疼痛管理不仅是镇痛泵本身的市场，它也包括疼痛诊断、监测和治疗，也包括我们布局的慢性疼痛的市场，随着对奥密克戎的认知越来越清晰，防疫政策优化之后，手术量会逐渐恢复，这条管线的销售也会重新恢复到正常的轨迹上来。镇痛泵市场的三个增长的驱动力，第一个就是手术量的增加，第二个是镇痛率的提升，第

三个是电子泵替代机械泵，根据过去 5 年的监测，镇痛率在这 5 年间已经提升了大概 5% 左右，我们也预测 5~8 年之后镇痛率会到 40%至 50%这样的区间。再加上公司持续不断地技术的提升，包括我们更多智能产品的投入，在疼痛业务上，我们也会加强下沉市场的开拓，加大集采地区标外的市场开发，随着我们新材料镇痛泵产品的上市，可以使得镇痛泵的市场恢复到原来的增长曲线当中去。

**7.如果诺斯清销量持续增长，公司净利润大幅增长以后，这笔钱打算投什么方向？谢谢。**

答：公司会持续在急慢性疼痛管理，鼻腔及上气道管理包括围术期快速康复这三个细分赛道持续深耕，如果诺斯清的利润有大幅度提升，公司持续在这三个领域当中继续布局我们的产品，当然也不排除如果有合适的相关领域的标的，公司也会积极的通过内生和外延的方式去拓展公司的整体业务。

附件清单(如有)	无
日期	2022 年 12 月 23 日星期五