

证券代码：688581

证券简称：安杰思

杭州安杰思医学科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：

| | |
|--------------------|--|
| 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 checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他 <u>（腾讯网络视频会议）</u> |
| 参与单位名称及人员姓名 | 3W Fund 、AIHC Capital Management Limited、OrbiMed Advisors LLC （奥博医疗顾问有限公司） PinPoint 保银投资、Schroder Investment Management (Hong Kong) Limited（施罗德投资管理（香港）有限公司） SVI、WT Cap、安联投资、安信基金、宝盈基金、北京德福资产管理 有限公司、北京东方睿石投资管理有限公司、北京金百镭投资管理有 限公司、比亚迪股份资本、博道基金、诚盛投资、诚盛投资、乘是投 资、淳厚基金、大成基金管理有限公司、淡水泉投资、道仁资产、德 邦证券股份有限公司、东北证券、东方阿尔法基金管理有限公司、东 方红、东方医药、东方证券、东方自营、东海证券、东盈投资、东证 衍生品自营投研团队、多鑫五地、福建豪山资产管理有限公司、富安 达基金、富国基金管理有限公司、高毅资产、歌斐资产、格林基金、 工银安盛资管、固禾资产、观富资产、光大保德信基金、光大证券、 广发基金、国海自营、国华兴益、国金证券、国君医药、国君资管、 国联安基金、国联证券、国融基金管理有限公司、国盛证券、国寿安 保基金、国寿资产、国泰基金、国新证券、国信医药、瀚伦投资顾问 （上海）有限公司、杭州恩宝资产管理有限公司、杭州凯昇投资管理有 |

限公司、杭州优益增投资管理有限公司、和谐汇一资产、鹤禧、弘毅远方基金、红筹投资、红塔证券、胡世超、湖州国赞投资管理合伙企业（有限合伙）、华福资管、华金医药、华金证券、华菱津杉（天津）产业投资管理有限公司、华泰证券、上建信基金、建信养老、金科资产管理有限公司、金鹰、进化论资产、进化论资管、泾溪投资、景领投资、景顺长城基金、巨杉（上海）资产管理有限公司、君茂资本、开源证券、凯石基金、领路资管、龙航资产管理有限公司、民生医药、民生证券股份有限公司、明河投资、南方基金、南京璟恒投资管理有限公司、南土资产、纽富斯、盘京投资、鹏扬基金、平安资产、千合资本、前海联合、前海人寿保险股份有限公司、勤远投资、青榕资产管理有限公司、人保资产宏观战略研究所、睿郡兴聚、睿亿投资、上海阿杏投资管理有限公司、上海安铁同信企业管理合伙企业（有限合伙）、上海伯兄投资管理有限公司、上海鸿涵投资管理有限公司、上海玖鹏资产管理中心（有限合伙）、上海雷钧资产管理有限公司、上海浦科飞人投资有限公司、上海勤远私募基金管理中心（有限合伙）、上海青沣资产管理中心（普通合伙）、上海趣时资产管理有限公司、上海趣时资产管理有限公司、上海人寿保险股份有限公司、上海森锦投资管理有限公司、上海弢盛资产管理有限公司、上海禧弘资产管理有限公司、上海歆意投资管理有限公司、上海肇万资产管理有限公司、上汽顾臻（上海）资产管理有限公司、深圳景泰利丰投资深圳前海聚龙投资有限责任公司、深圳市和沣资产管理有限公司、深圳市红筹投资有限公司、深圳市尚诚资产管理有限责任公司、深圳市奕金安投资管理有限公司、深圳市中欧瑞博投资管理股份有限公司、深圳昭图投资管理有限公司、慎知资产、盛宇资产、时真资本、首创证券、太平基金、泰康资产、天虫资本管理有限公司、天风资管、天弘基金、天九、天治基金、同泰基金、万和证券自营、武汉盛帆投资集团股份有限公司、西部利得、西部药业、西藏银帆投资管理有限公司、西南证券、西南自营、仙人掌私募、湘财基金、湘楚资产、信达澳亚基金管理有限公司、兴合基金、兴业证券、兴银基金、亚太财产保险有限公司、

| | |
|---------------|--|
| | 阳光资产管理股份有限公司、壹德资本、易鑫安、易正郎投资管理有限公司、益民基金、翼虎、楹联基金、永赢基金、甬证资管、域秀、源乘投资、长江养老、招商银行股份有限公司、招银理财、昭图投资、浙江观合资产管理公司、浙商证券、智诚海威资产管理有限公司、中国对外经济贸易信托有限公司、中海基金管理有限公司、中航信托股份有限公司、中加基金、中金医药、中欧瑞博、中欧瑞博投研部、中融鼎（深圳）投资有限公司、中融基金管理有限公司、中泰资管、中信建投、中信期货有限公司、中信证券股份有限公司、中意资产管理有限责任公司、中银基金、中域投资、中原证券股份有限公司、紫阁投资 |
| 会议时间 | 2023年08月17日 |
| 会议地点 | 安杰思会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长、总经理：张承 财务总监：陈君灿 董事会秘书：张勤华 证券事务代表：杜新宇 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>2023年上半年业绩情况介绍：</p> <p>近年来，国内民众对消化道癌症“早筛早治”意识的不断提高，通过微创诊疗进行消化道疾病检查和治疗深入人心，行业稳步发展。</p> <p>2023年上半年，随着二季度国内医院终端诊疗需求的全面恢复和内镜手术量的快速反弹，公司对营销服务体系不断优化升级，境内业务保持较快增长。在境外方面，公司海外客户结构不断优化，大客户规模效益逐步显现，公司在巩固欧洲市场、发力北美市场的同时，积极拓展南美及亚太市场，境外业务保持快速增长。在内部治理方面，公司不断提升运营质量和效率，企业盈利能力进一步增强并取得优异成绩。</p> <p>一、公司情况简介：</p> <p>1. 业绩表现：</p> <p>公司实现营业收入 20,555.89 万元，较上年同期的 15,727.15 万元增加 30.70%，其中境内销售收入 10,238.65 万元，去年同期 8,454.42 万元，同比增加 21.10%；主营业务的境外销售收入 10,169.83 万元，去年同期 7,140.52 万元，同比增加 42.42%。从境内增长数据来看，一季度境内市场销售收入同比下降 8.33%，随着二季度手术全面恢复，销售收入同比增长 49.35%。从境外增长数据来看，报告期内，北美洲市场销售收入 3,057.26 万元，同比增长 36.19%，欧洲市场销售收入 4,946.12 万元，同比增长 36.96%，境外其他市场销</p> |

售收入 2,166.44 万元，同比增长 68.68%。

2. 利润表现

从公司上半年的利润情况，实现了归属于上市公司股东的净利润 7,880 万元，较去年同期增长是 44.16%；经营活动产生的现金流量净值为 7,020 万元，较去年同期增长了 56.75%，整个公司的各项经营指标也是非常稳健的。上半年公司的每股收益是达到了 1.72 元，较去年增幅 36.57%。

3. 费用投入：

期间费用支出主要是两个方面：研发费用和销售费用的支出。其中研发费用上半年合计为 1800 多万元，同比增加 24.48%。系公司公司在上半年持续增加新产品开发投入研发人员薪酬所致；

4. 运营管理

对于资本市场来说，我们还是个年轻的公司，至今年 5 月，在上交所完成科创板挂牌上市之后，我们首先做了两件事：第一成立设备端的全资子公司，第二个是筹划股权激励计划。公司成立全资子公司的目的是为了布局单光纤成像系统、内窥镜辅助机器人系统以及软视内镜等设备项目开发落地，为公司未来的新产品线更快的上市，打下一个坚实的基础。在股权激励方面，目前制定为数三年期的股权激励，把股权激励计划和业绩目标，有机的结合在一起。周期性、常态化的激励方案，也能够促进公司长效有利的发展。同时，通过明确的业绩和利润也可以增强股东信心。

Q&A 环节：

Q：2023 年第二季度产品收入拆分？

总体看，主要是止血闭合类，占到上半年收入的 53.12%；第二类是 ESD/EMR 类占比 19.83%，活检类占比 12.13%，ERCP 类占比 8.69%，诊疗仪器类占比 6.22%。

境内止血闭合类收入占国内销售收入比 57%，而境外占销售收入比 49%，基本上差距也不是特别大。其他品类国内外占比也基本上处于持平的状态，ERCP 类海外占比略高一些。

Q：未来研发费用和销售费用的预期？

未来三年公司将持续加大研发的投入，首先已经成立了全资成立子公司在投入目前三大类产品外，后续可能放入更多类产品。后续还会根据需求，成立更多全资子公司。公司会深耕在消化领域，通过研发的投入，在消化领域进行完善布局，公司也会继续提升管理能力、人才梯队建设等。由于国内市场激烈的竞争，公司有计划会对公司产品价格策略进行调整，争取 2025 年营业收入达到预计目标 9.1 亿。上述表述仅为公司未来发展目标，不构成业绩承诺。

Q：国内国外未来收入占比？

国内和国外是分为两套经营思路去管理的，但是两者之间在公司内部，还是存在良性竞争的。比如，二季度国内收入同比增幅 49%，环比增加超过 69%，这个增幅还是比较大的。公司不认为未来发展国

外一定超过国内，预期今年会和去年收入占比相近，国内与国外收入比例大概仍是 52：48。

Q：境外自有品牌在哪些地区销售，利润水平和 ODM 相比哪个高？

主要销售在北美和欧洲。ODM 类和自有品牌类毛利率差不多，海外上半年毛利率 67%，国内 69%。未来海外自有品牌的销售不会对毛利率有影响。

Q：第二季度国内增长快的原因，反腐对国内的细分领域的影响？

从长远来看对行业来说是好事，比如对医院招投标流程会规范、对服务也会提到良性的帮助，待反腐结束后医疗市场将更健康。短期内对公司新品推广，学术会议会有一些影响或延期。但是相信随着医改系统性推进，影响周期不会太长。因为公司生产的产品是刚需，有一定不可替代性。

Q：反腐对院内耗材销售量的变化，股权激励指标实现是否有压力？

内镜诊疗器械、诊疗仪器及配套耗材是医院的刚需产品，有一定不可替代性，在反腐高压实施下对医院招投标流程、规范、服务等有更良性的帮助，反腐结束后市场将更健康。股权激励在上市以前已经做了全面规划，以 2022 年业绩为基础，每年业绩增长 35%左右。

Q：公司股权激励目标是否考虑到集采影响？

2023 年 8 月份河南有 ERCP 的切开刀有带量采购项目，类似河北的切开刀和引流管的项目。带量采购在消化领域的前景比较明晰，不会在未来有更多的展开。因为国内 CFDA 注册证申请从第一步开始已经非常严格，国家 27 位医保编号与医疗器械名字开始挂钩，全国各地开始挂网销售，销售设备的规格、型号和价格都要挂网，未来国家销售终端降价会更加透明和统一，因此带量采购实施影响不大。

Q：股权激励是否考虑未来两三年的不确定因素？

股权激励只是辅助工具，并不是达成业绩的主要工具。公司已经谋划好未来发展策略。比如通过价格策略、研发创新、工艺自动化投入以及管理团队等，对国内每种产品的发展方向、市占率目标、推动产品类型、价格与渠道策略等有一年以上的推演。并且公司的核心团队凝聚力强，理念一致，目前甚至有希望能超越股权激励业绩目标。

Q：新产品如双极电刀，医生的评价，对新产品销量的目标？

截止到今年 6 月 30 日，双极电刀手术量超过 200 例，市场对使用和治疗效果非常满意，今年目标 200 台，目前已经售出 50 多台，主要是一季度受到疫情影响，但公司对今年实现目标还是比较有信心。

Q：近期客户开发，预期和目标？

境内市场方面，通过对国内营销服务体系升级，形成了一套行之有效的客户开发和服务的业务流程。新增产品进院数量超过 200 家，

公司三级以上医院占有率持续提升。

境外市场方面，报告期内，新增海外注册证书 15 张，海外新客户数量增长 18%，公司在各大洲都有同行业的上市公司开展产品销售合作，为未来海外的市场销售拓展奠定了良好的基础。

Q：客户从销售开始到售后的节奏？

大概分为三档吧：100 万人民币以下的小客户，3 个月可以从样品确认、试用、评价到正式下单；200-300 万人民币的客户需要 5 个月；超过 500 万的客户需要 3-6 个月时间。目前发达地区都有上市公司在与我们公司合作，这也是公司上半年业绩平稳的原因。

Q：自动化产线建设对公司效率提升？

目前三个产品线，活检钳、电圈套器、止血夹的自动化已经在实施了。但是我的观点一直认为毛利提升主要依靠的是合规研发创新、工艺的优化。完全依靠自动化降低成本是不太可能，到了一定阶段，会出现一个瓶颈期，而且降幅有限。然而还是依靠的是合规研发创新、工艺的优化等方面，才能保持毛利维持稳定。

Q：全资子公司的研发进度，产品的上市时间表？

单光纤成像要开始做动物实验了。目前公司内窥镜手术辅助治疗机器人项目，属于原理实验阶段，当前公司已经解决力矩输送和传感的技术瓶颈。软性内镜公司目前已经解决了镜体的操作问题、并掌握了光源选择和图像处理核心算法，接下来即将进入原理样机阶段。具体上市时间可以关注 2023 年年报。

Q：公司关于设备的技术来源？

公司在 2013 年已经具有设备自主研发能力，可以自主研发送水、送气设备，2015 年双极电刀起公司就已经开始自主研发。公司希望能在消化诊疗领域进行器械、设备共同发展。

Q：海外客户分布情况，关注国内产品的哪些指标？

北美市场是全球第一大市场，国内、欧洲并列成为第二大市场。海外一般看中国内产品的三个指标：①拥有产品自主研发创新型产品；②产品质量优异，售后解决问题能力强；③优越的价格优势；

Q：海外未来几年发展趋势？海外客户的库存情况？

今年海外收入比例为 48-52%。海外将在 2023-2025 年保持 30%-38%。优质的海外客户都有健全的采购系统，客户会根据市场策略制定采购计划，因此公司对其影响较小。

Q：未来海外增长主要是哪块原因？

主要还是靠北美和欧洲的老客户，占增长的 60-70%，剩余是新客户的开发。

| | |
|----------------------|--|
| | <p>Q: 海外客户为什么会抛弃原有供应链，选择公司的产品？ 优质的大客户，他们还是比较关注公司整体实力，而不单单只是关注价格层面。所以在现在的稳定的合作基础上，原则上不会更换。客户选择产品会比较关注公司研发创新能力，自主产权等，加之公司产品价格有非常大优势，所以客户相对来说比较持久和稳定。</p> <p>Q: 公司选取海外渠道商的标准？ 根据市场需要和年度预算目标，分解目标到各个区域或国家，分解到具体公司。新的经销商合作会根据公司具体目标进行考核和优化。</p> <p>Q: 海外公司与公司是否签有排他协议？ 公司对销售的产品有排他协议，即一个公司如果购买了公司某一种类型的产品，不能购买其他公司的同一类产品，但可以购买其他公司的其他类产品。</p> |
| <p>附件清单 (如有)</p> | |
| <p>日期</p> | <p>2023年08月17日</p> |

