

证券代码：688029

证券简称：南微医学

### 投资者关系活动记录表

编号：2024-003

<b>投资者关系活动类别</b>	<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（ ）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	Goldman Sachs Asset Management、Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank AG、Huakang Limited、MC - P notes、ZEAL ASSET MANAGEMENT LIMITED、北京成泉资管、北京高信百诺资管、北京红杉坤德资管、北京神农资管、北信瑞丰基金、博道基金、博裕资本、博远基金、渤海人寿保险、财通证券资管、大成基金、大家资管、德邦基金、东北证券、上海证券、敦和资管、富国基金、高盛投资、工银资管、观富（北京）资管、光大证券、广东正圆私募基金、广发基金、国金证券、国联证券、国盛证券、国寿安保基金、国泰君安、国信证券、海通投资、海通研究所、恒泰证券、恒越基金、红杉资本资管、红塔证券、红土创新基金、泓德基金、湖南源乘私募基金、华安基金、华安证券、华福医药、华泰医药、华泰资管、汇安基金、汇百川基金、嘉实基金、建信养老金、江西彼得明奇私募基金、交银理财、进门财经、凯丰投资、兰鑫亚洲投资（香港）、立格资本投资、民生证券、农银人寿保险、平安理财、平安养老保险、平安证券、浦银安盛基金、清池资本、上海保银资管、上海冰河资管、上海东方证券、上海峰岚资管、上海高毅资管、上海和谐汇一资管、上海弘尚资管、上海宽潭私募基金、上海理成资管、上海盟洋资管、上海盘京资管、上海磐厚资管、上海勤远资管、上海人寿保险、上海途灵资管、上海万纳私募基金、上海五地私募基金、上海汐泰资管、上海禧弘私募基金、上海银倍资管、上海中域投资、申万宏源、深圳固禾私募、深圳前海资管、深圳市尚诚资管、施罗德资管、泰康资管、天虫资管、天风(上海)证券、天治基金、通用技术集团资管、西南证券、新活力资本、信达澳亚基金、信达证券、兴业基金、兴业证券、兴证全球基金、亚太财产保险、永赢基金、长江证券、浙商证券研究所、

	知合资管、中国人保资产管理、中金公司、中科沃土基金、中泰证券、中信保诚基金、中信建投基金、中信建投证券、中信期货资管部、中信证券、中意资管、中银国际证券、中邮证券
时间	2024年10月30日
地点	南微医学会议室
上市公司接待人员姓名	冷德嵘（总裁）、李常青（执行总裁）、张博（高级副总裁）、芮晨为（高级副总裁）、龚星亮（副总裁、董秘）、汤妮（证代）
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>2024年第三季度基本业绩情况介绍：</b></p> <p>2024年，地域冲突、贸易保护等因素使得国际形势具有复杂性与多变性，国内医疗改革及河北等地带量采购，给中国GI医疗市场带来了明显挑战。为有效应对多重压力，公司审时度势，坚持以客户为中心，立足市场需求，推动区域管理精细化、产品开发临床化、生产制造智能化，直面危机，把握机遇，实现了营业收入及利润的稳定增长。</p> <p><b>1.销售收入：</b>公司第三季度营业收入 6.79 亿元，去年同期 5.98 亿元，同比增长 13.4%。其中，</p> <p><b>亚太市场收入约 3.38 亿元，同比略增。</b>国内收入因集采影响同比略降，亚太海外收入同比增加近 40%；</p> <p><b>美洲市场收入 1.44 亿元，同比增长 19.2%。</b>其中，美国本土业务同比增长 33%；</p> <p><b>欧洲、中东及非洲（EMEA）市场收入 1.24 亿元，同比增长 36.5%；</b></p> <p><b>康友医疗收入 7300 万元，同比增长 35.2%。</b></p> <p><b>2.毛利率：</b>公司第三季度主营业务毛利率约 67.1%，同比增长 2.3 个百分点，主要原因一是由于海外市场收入维持较好增长，二是公司通过导入自动化、精益生产等管控手段实现提效降本；三是肿瘤介入类产品收入增长较好，加持了公司综合毛利率提升。</p> <p><b>3. 研发费用：</b>公司依然聚焦市场前景好、创新度高的核心项目。第三季度研发支出约 4200 万元，同比增长 23.8%，占销售收入比约为 6.2%。</p> <p><b>4.净利润：</b>第三季度归母净利润 1.41 亿元，去年同期 1.22 亿元，同比增长 15.1%。</p> <p><b>公司前三季度经营情况：</b></p> <p>公司前三季度实现营业总收入 20.12 亿元，去年同期 17.45 亿元，同比增长 15.3%，其中境内主营业务收入 10.29 亿元，同比略增，境外销售</p>

收入 9.74 亿元，同比增长 36%；

毛利率实现 67.6%，较去年同期增加 3.6 个百分点；

公司前三季度实现经营利润 4.89 亿元，较同期增长 31.2%，归母净利润 4.51 亿元，同比增长 16.7%。

**问答：**

**1.Q：国内集采目前执行情况和对公司的影响如何？未来公司有哪些应对措施？**

**A：**河北联盟集采目前河北、广西、云南等部分省份已正式落地执行，基本符合预期，公司在集采地区的止血夹销量有明显提升，集采对公司整体业务影响较小。集采不仅考量价格，也是对企业的供应、配送、质量和服务等方面的全面检验。在国内市场，公司将主要通过降低终端库存、调整产品结构以及提升终端销售来应对集采影响。

**2. Q：国内经销商库存水平如何？**

**A：**目前国内经销商库存情况比较健康，在 3~3.5 个月左右，集采地区库存在上半年集采落地执行前已基本消化完毕。

**3. Q：公司对于海外市场的规划如何？海外市场维持高增长的主要因素是什么？**

**A：**海外市场一直是公司的战略重点，公司不断投入资源，加速海外市场拓展，提高市场占有率。海外市场高速增长主要得益于两个因素：一是对销售渠道的不断投入，包括增加优质销售人员和加强对各个市场临床医生的教育及培训；二是新产品的不断推出和上量。虽然今年海外市场表现良好，但随着规模不断扩大，保持同样的高增速难度加大，公司将平衡好业绩和投入，保持海外市场的稳健增长态势。

**4. Q：美国市场增速很快，目前覆盖的医院和门诊手术中心数量是多少？公司对未来美国本土市场的市占率目标如何？**

**A：**目前，公司产品在美国已覆盖 500 多家医院和 1000 多家门诊手术中心，随着胆道镜 eyeMAX 等新品上市，医院覆盖率和入院速度将进一步提升，医院端收入增速较门诊手术中心市场更快。公司在美国市场的整体市占率大约为 5%，某些单品的市占率略高一些。未来几年，公司将继续努力，希望在美国整体市场的市占率能达到 10%~15%。

**5. Q: 公司在欧洲区域的竞争格局和渗透策略是怎样的?**

**A:** 欧洲市场相对分散，竞争激烈。由于 MDR 注册法规的严格监管，很多小厂家受到影响，渠道合并趋势明显。公司将顺应趋势，通过并购优质渠道标的进一步扩大市场影响力和覆盖面。

**6. Q: 欧洲 CME 并购项目进展如何? 对公司的收益贡献如何?**

**A:** 公司三季度已与 CME 公司签署并购合同，目前正在履行政府审批手续，争取在年底前完成交割。CME 公司在主要欧洲国家拥有完整的销售渠道，目前销售规模约 3000~3500 万欧元，采购规模约 1500 万欧元。本次并购对公司收益提升主要体现在：一是直接获得 CME 公司的经营利润，二是南微产品将逐渐切换代替 CME 原有产品，产生直接销售收入和利润贡献；三是南微将向 CME 不断导入可视化等更多创新产品，带来收入增量。

**7. Q: 公司可视化产品的未来销售预期情况如何?**

**A:** 可视化产品是公司聚焦的第二增长曲线，未来可期。

**国内市场:** 2022 年在国内上市后市场进入筑底期。设备类产品需经过主机入院招标、装机过程，需通过持续学术推广逐步推动临床术式更新及终端手术上量。截止三季度末，入院设备从去年的近 500 台增长至今年的 750 台以上，增幅明显；医院端纯销量呈良性健康发展态势；

**海外市场:** 欧美市场自去年末开始推广，临床反馈良好，前三季度欧美销售额已达 4000 万元；日本市场已有近 40 家 Top 医院采购了胆道镜 eyeMax，市场反应热烈。

**8. Q: 近期有哪些值得关注的新产品及其上市节奏? 未来在创新方面还有哪些计划?**

**A:** 胰腺囊肿产品刚取得注册证，计划在中国市场快速推广；三臂夹刚在日本获得注册证，即将在日本消化年会推出，三臂夹在国内及美国市场也获得积极反响，预计年底前在欧洲获批；胆道镜镜下微型耗材预计明年一季度在美国获证。未来，公司将开发保胆囊、保阑尾的专业化系列产品，以适应保器官的手术趋势；在肿瘤介入领域，康友子公司研发投入稳健，多个项目取得显著进展。同时，公司还计划设立创新基金，参与前沿技术创新项目，并积极关注市场上对临床获益大的并购标的。

**总结:**

2024 年以来，外部形势复杂多变，从对南微业绩的影响看，总体在可控范围内。

1、国内市场方面：我们对中国市场的未来充满信心。首先，与发达国家相比，市场成长的空间还很大；其次，随着国内医疗改革的推进，国内医药市场将会变得越来越透明和纯粹，今后几年，医疗器械市场将进入洗牌过程，最终的结果一定是剩者为王。我们正在为赢得最后的决战做好准备，今年前三季度，南微着眼未来，在国内市场去库存、推新品、抓学术，营销管理的重心由渠道向终端转型，南微还通过医工合作开展创新、通过动物训练营对基层医生进行临床培训。接下来，我们将通过不断推出重磅新品和不断增加优质客户来对冲价格下降带来的冲击、稳住中国市场业绩、巩固中国市场的领先地位，南微有信心通过持续努力成为最后的胜者。

2、国际市场方面：无论是美洲、欧洲中东还是亚太海外，前三季度国际销售取得了较好成绩。我们已经走过了面向经销商的 2B 时代，我们的目标是“在各国医生身边、为各国医生服务、和各国医生协同创新”。为了应对美国大选的不确定性，我们不仅加快了泰国工厂建设，还加大了对欧洲、日本和澳洲市场的投入，其中一个重要手笔是进行了对欧洲渠道的并购，这不仅是着眼长远投资，也为明年对冲美国市场的风险做了准备。预计 2025 年国际销售的占比将超过国内市场。

3、创新进展方面：聚焦临床获益而不是聚焦技术本身。一步法胰腺囊肿支架、VAC-STENT、保胆、保阑尾专用化系列产品等重点研发项目均在推进中。

4、投资并购方面：公司已并购 Creo Medical Europe 渠道，对现有渠道是一个很好的补充，并给明年带来新的增长。我们将继续关注新技术和国外渠道。

南微存在的意义就是持续地提高患者获益。企业发展是一个长跑。南微将通过把优质产品提供给全球客户、和全球的医生一起协同创新来打造新的增长曲线，实现高质量发展，以持续稳定增长的业绩回报投资者。

附件清单

日期

2024 年 10 月 31 日