

证券代码：688273

证券简称：麦澜德

南京麦澜德医疗科技股份有限公司投资者关系活动记录表

(2023年3月)

投资者关系活动类别	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	共 19 家机构，24 位参与人员 景顺长城基金、鹏华基金、民生加银基金、华安基金、银河基金、民生加银、光证资管、财通自营、海通资管、重阳投资、玖鹏资产、金友创智、兴亿投资、勤辰投资、龙航资产、弥远投资、慎知资产、方正医药、华泰柏瑞
时间	2023 年 3 月 1 日、3 月 20 日
地点（形式）	公司总部会议室、腾讯会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、财务总监、董事会秘书 陈江宁 投资总监 焦靖 证券代表 倪清清
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、投资总监介绍公司基本情况。围绕五大产品线介绍业务情况，包括产品线面向的人群及市场规模等。</p> <p>二、提问交流</p> <p>问：公司披露的股权激励计划中，2023-2026 年净利润复合增长率达 30%，请问公司业绩的增长逻辑是什么？</p> <p>答：一方面，基于盆底疾病人群发病率高、就诊率低，随着老龄化加速，女性常见病、多发病患病率逐年攀升，女性健康意识不断增强以及消费需求持续升级，公司主导产品盆底康复系列预计在未来将保持稳定的增长。另一方面，公司基于对新产线的投入和信心，如生殖康复线、运动康复线、家用康复线等系列产品预计为</p>

未来的业绩增长持续提供动力。

问：公司股权激励计划激励对象覆盖到什么层级？

答：根据 2023 年 3 月 15 日披露的《关于向激励对象首次授予限制性股票的公告》，公司向符合授予条件的 96 名激励对象授予 309.00 万股限制性股票，其中第一类限制性股票 7 人，公司高管全覆盖，第二类限制性股票 89 人，主要覆盖公司核心技术人员、经理、关键岗位主管等。首次授予人数约占公司 2022 年员工总数 20%，激励面较广，此次股权激励计划能够有效地将股东利益、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发展。

问：盆底康复产品主要治疗的疾病是什么？

答：主要治疗盆底功能障碍性疾病（PFD），疾病表现包括由于盆底支持结构缺陷薄弱、损伤及功能障碍等多种因素造成的尿失禁、盆底脏器脱垂、性功能障碍等。

问：公司产品未来的市场空间是如何测算的？

答：从患病人群基数看，根据我国临床权威流行病学的研究报告分析，我国患有盆底功能障碍性疾病的人群数量有 2 亿之多，总患病率出现随年龄增加而递增的趋势，随着老龄化加剧，女性健康意识、受教育程度、消费能力逐步提升，预计盆底疾病人群的诊疗空间前景非常广阔。

从医疗资源上看，根据国家卫健委 2021 年公布的数据，2021 年末，全国医疗卫生机构总数 1030935 个，目前公司覆盖的医疗机构约 7000 家，未覆盖的市场空间较大。

从麦澜德本身设备的迭代周期，最早的一批设备已经接近更换周期，公司不断提高产品性能，开发新品以满足市场的需求。

问：请介绍下公司产品面向的客户画像

答：从院内、院外、家用三个场景来介绍公司产品面向的主要客户画像。

① 院内：以最初的盆底康复产品为例，公司主要面向产科、

妇产科、盆底康复中心等科室；生殖康复产品的推出将科室延伸至生殖中心、妇科内分泌、更年期门诊、计划生育门诊等；随着生殖抗衰的应用，也会涉及到医美客户的需求。

② 院外：主要面向月子中心、产康中心等。

③ 家用：目前主要面向需要盆底康复的个人消费者。

问：公司产品的拓展逻辑是否都从医疗场景推到家场景？

答：一直以来，公司研发新品的初衷是围绕女性的常见病、多发病，以严肃医疗为出发点，通过在院内明确的临床价值，进而通过品牌溢出、市场需求来拓展院外以及家用市场。目前公司已在盆底康复领域拥有院内、院外、家用三个全场景布局。未来，公司将不断探索其他产品线的市场需求，以极致健康体验为更多女性带来健康价值。

问：磁和电应用的场景，以及未来磁的增速如何？

答：电侧重于精准诊断，以及对肌肉的治疗；而磁侧重于神经的调控等。磁和电是相互补充的关系，需要根据患者个体差异以及疾病的不同状态进行针对性的联合诊疗。

按照我们的预期和规划，通常一家医疗机构电和磁设备的配比为 2: 1，由于电刺激产品在市场上已推广多年，因此，从中短期来看，未来磁刺激产品增速较快。

问：患者使用公司产品一般需要治疗多久？

答：因人而异，根据不同患者的病症情况，公司产品能够自动生成智能化评分报告和自动生成针对性的推荐方案，医生可以在此基础上做更专业的方案调整。

问：请介绍下公司运动康复产品线

答：公司运动康复产品线区别于市面上常见的大康复概念，我们以手功能和上肢功能康复为切入点，主要面向脑瘫、卒中后等手功能障碍的人群。公司实现了行业领先的气电联合手功能康复技术，具有主被动结合的精细化训练模式。同时，我们也做到了行业内领先的手功能康复从中枢到外周神经的整体康复闭环，能够进

一步提升康复的有效性。

问：请问公司所处行业竞争激烈程度如何？

答：各行业都存在竞争，公司应对激烈的竞争市场，持续加大研发投入，洞察临床痛点和需求，以更好的产品、技术和服务赢得用户青睐。

问：2019年之后公司毛利率有一定的下滑的原因？

答：主要是受疫情影响，此外，公司前期推出的磁刺激系代理，毛利率较低。从2022年三季报可以看出，随着公司新品的推出和磁刺激产品全面自研自产，公司毛利率有所提升。

问：今年一季度的耗材使用量预计是否有所增加？

答：目前，从1-2月的市场反馈来看，市场略有复苏迹象。

问：公司医美渠道的推广如何？未来是否有计划涉猎医美光电类产品？

答：公司始终围绕疾病展开一系列的研发、推广活动，以严肃医疗为基础，适时择机向消费医疗拓展。目前，公司的部分产品也有医美客户订购。未来，公司仍将围绕女性健康与美的大方向，根据自身发展需要，选择契合公司战略、与原有产业协同度高的项目开拓相关业务。

问：公司今年的销售费用率、研发费用率是否有较大幅度增加？

答：按照惯例，公司每年年初会制定全年业务计划及全年预算指标。同时，从公司历年的费用率指标看，波动幅度较小。因此，公司费用率保持在一个稳定可控的波动水平，与业务端形成较强的因果联系。

问：公司在销售策略方面是否有调整？

答：根据市场覆盖情况及国家政策引导方向，公司在销售策略上进行了优化，从过往的粗放式逐步向精细化转变，公司细分经销商渠道，按终端客户的性质、产品线、区域形成一套全新的经销商管理体系，将有助于更精准地开拓市场、服务客户。

	<p>问：请问今年8月份公司解禁的情况如何？</p> <p>答：今年8月份满足限售解禁的对象包括体育基金、巨石创投、景林景惠、战略配售对象、员工持股平台等机构股东。届时请留意公司公告。</p>
风险提示	<p>以上如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或公司管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。</p>
日期	2023年3月