

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

(2025 年 5 月 19 日)

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场参观 ☐ 其他
参与单位名称	共 62 家机构，76 位参与人员 益民基金、信达澳亚、同泰基金、东亚前海、颖灏资管、青骊投资、国盛证券、嘉世私募、玄甲私募、国泰基金、东吴证券、恒生前海、冰河资管、野村东方、羊角基金、途灵资产、景林资产、天弘基金、中邮资管、正圆私募、平安资管、嘉实基金、明世伙伴、凯石基金、中信建投、博时基金、明沅投资、尚诚资管、上海人寿、五地投资、观合资产、东方证券、京管泰富、平安理财、翼虎投资、中银国际、中航基金、中泰证券、工银瑞信、广发基金、国寿资产、博远基金、董事会杂志、瑞凯蓝、荣大科技、国泰海通、华源证券、东方财富、友邦保险、西部证券、睿郡资产、光大证券、朱雀基金、信达证券、御妍生物、毅达资本、江苏高投、南京证券、华安证券、国华兴益、友邦人寿、山西证券
时间	2025 年 5 月 19 日
地点（形式）	麦澜德大厦、进门财经 APP
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 杨瑞嘉 董事、副总经理 史志怀 副总经理、董事会秘书 陈江宁 财务总监 徐宁 产品总监 高雷 证券代表 倪清清
投资者关系活动	

主要内容介绍	一、产品总监高雷带领投资者参观公司一楼展厅； 二、投资者体验公司产品； 三、董事长、总经理杨瑞嘉就公司 2024 年经营情况、战略解析进行分享； 1) 公司经营回顾 公司 2024 年度实现营业收入 4.25 亿元，同比增长 24.57%；归母净利润 1.02 亿元，同比增长 13.10%；基本每股收益 1.03 元/股，同比增长 14.77%。总体实现营利双增。 2) 战略解析 2024 年，公司确立了“一端更严肃”“一端更消费”的双轨发展战略。2025 年，公司将继续聚焦女性健康和美的核心赛道，通过技术迭代、场景拓展和渠道升级，推动业务纵深发展。 严肃端：1) 盆底康复方面，全球首款雷达磁盆底诊疗设备已于 2025 年 3 月正式上市。该设备创新性融合毫米波雷达技术，实现了非侵入式精准评估与治疗，填补了行业空白，在业内具备竞争及领先优势。“雷达磁”的上市还将进一步拓宽磁刺激技术在泌尿科、康复科、肛肠科及老年科的应用。2) 运动康复方面，围绕中枢运动康复需求，提升磁刺激-电刺激-手功能康复机器人的毫秒级锁时控制精度和响应速度，进一步完善手功能磁/运动磁产品矩阵。公司正承担国家重点研发计划，针对帕金森、阿尔茨海默病等神经系统疾病，开发基于脑机接口的早期识别与干预系统，通过解码患者生理信号，提供实时情绪调节与认知训练方案，为康复领域储备新技术。3) 渠道建设和服务体系方面，公司将重点打造以泌尿科为重点科室的“功能泌尿中心”或“前列腺疾病诊治中心”，实现从 0 到 1 的突破，推动功能泌尿亚学科或专科的建设。同时，公司将持续深化女性全生命周期健康管理理念，整合声、光、电、热、磁等多元化技术，构建覆盖女性健康管理、康复及美容的一体化服务中心，并以此为标杆，逐步向全国推广，为女性提供全方位、个性化的健康服务。
---------------	---

	消费端：公司通过自研和投资并购加快布局更消费领域，致力于打造“私密可视化+生殖抗衰”与“皮肤可视化数字化+皮肤抗衰”内外联动的长效美一体化解决方案，引领“由内而外的健康美”消费潮流，让生殖抗衰成为女性年轻态管理的核心入口。 四、提问交流 Q1：公司进军泌尿男科做了哪些准备工作，以及市场预期如何？ 公司盆底业务在妇产科、泌尿科、肛肠科等科室布局多年。在泌尿男科市场，公司与标杆医院合作，并通过学术会议推广积累行业认可。目前拥有百余家中高端公立医院客户，并计划启动多中心研究项目，推广前列腺疾病诊治中心概念。公司预计未来 2-3 年，针对男性前列腺疾病的市场或将成为新的增长点。 Q2：盆底业务毛利下滑原因及未来盈利预期？ 毛利下滑主要原因系新产品推广初期，产品毛利略低于其他产品所致。随着系统解决方案升级及组合销售策略推进，毛利水平有望逐步恢复并稳固。 Q3：国内脑机接口收费政策推进情况及公司业务定位？ 目前脑机接口多应用于假肢等小众领域，公司聚焦更通用场景（如脑卒中、神经损伤康复），结合脑电探测、中枢神经调控等技术形成闭环系统。收费政策尚处完善阶段，未来需关注康复领域收费体系成熟度及人群应用扩展。 Q4：在神经退行性疾病方面涉及的脑机接口技术采用的是侵入式还是非侵入式？是否有其他疾病布局？ 公司目前采用非侵入式技术，聚焦神经退行性疾病（如阿尔茨海默、帕金森）、脑卒中及儿童脑瘫等。未来将通过闭环系统（意
--	---

	图识别+效果评估+中枢/外周调控）扩展应用场景。 Q5：海外业务的未来规划？ 海外业务方面，公司短期目标是深耕亚太市场，深化区域运营，实施差异化市场策略。中长期目标是从“产品输出”转向“需求驱动”。 Q6：AI 项目的研发投入比例是多少？ 公司在 AI 方面的研发投入并不是按照 AI 项目的维度去统计，而是多个研发项目应用到 AI 技术，如 PI-ONE 盆底智能诊疗系统、私密魔镜、皮肤检测及其他在研项目等。公司 24 年涉及 AI 技术的项目研发投入占比将近一半。 Q7：康美中心的推广情况如何？是否有标杆性医院？推广中 有何阻力？ 康美中心推广尚处早期，方案也在不断完善。公司正在部分医院试点，今年核心任务是打造江苏、浙江等地区的样板中心。目前核心挑战为医保收费限制、医院市场化定价机制不足以及消费者的需求认知。公司计划提炼经验后向发达/欠发达地区复制，同时通过市场教育提升消费者认知。 Q8：公司在严肃医疗和消费医疗的销售策略？ 公司在严肃医疗市场采用“省代-市代”分级分销模式；消费医疗市场采用立体化营销（结合传统渠道+学术活动+新媒体流量投放），强调合规化推广。公司目标通过严肃医疗的临床案例为消费医疗提供数据背书，消费医疗的客户运营方法论反哺院内流量运营，从而打破严肃和消费理念的边界，形成“严肃医疗消费化，消费医疗严肃化”的独特优势。
--	--

风险提示	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。
是否涉及应当披露重大信息	否
日期	2025 年 5 月 19 日