

证券代码：300760

证券简称：迈瑞医疗

编号：2018-012

## 深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司

## 投资者关系活动记录表

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>花旗策略会</u>
参与单位名称及人员姓名	CAPITAL WORLD INVESTORS、TEMASEK、FIRST MANHATTAN CO.、Indus Capital Advisors (HK) Ltd.、Lazard 资产管理(香港)有限公司、安信资产管理(香港)有限公司、复华投信资产管理(香港)有限公司、富国基金管理有限公司、瀚亚投资(新加坡)有限公司、荷宝投资管理集团、宏利资产管理(亚洲)、汇丰环球投资管理(香港)有限公司、嘉实国际资产管理有限公司、景林资产管理有限公司、景顺投资管理有限公司、兰馨亚洲投资集团、路博迈咨询(北京)有限公司、普信香港有限公司、瑞银资产管理(香港)有限公司、狮城产业投资咨询(上海)有限公司、泰仁资本有限公司、万方资产管理有限公司等 22 家机构 29 名参与人员。
时间	2018 年 12 月 11 日-13 日 9:00 -17:00
地点	投资人办公室
上市公司接待人员姓名	董事长李西廷 董事会秘书李文楣
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司董事长李西廷与董事会秘书李文楣就行业概况、公司发展历程、产品及竞争优势等方面进行了介绍。</p> <p><b>互动提问：</b></p> <p>问：公司主要产品的行业地位如何？</p> <p>答：在生命信息与支持产品线，监护仪的市场份额全球第三，国内第一，除颤仪全球第五，国内第二；在体外诊断产品线，血液细胞分析仪（以下简称“血球产品”）全国第二，生化分析仪全</p>

国第三；在医学影像产品线，超声产品全国第三。

问：公司产品在国内知名医院的覆盖率如何？

答：在国内市场，公司产品覆盖近 11 万家医疗机构和 99% 以上的三甲医院。

问：集中采购导致医药行业出现价格战，作为医疗器械公司，未来是否会有降价风险？如何保证竞争优势？

答：随着国内乃至全球医保支付压力的逐渐增大，大部分终端客户医疗机构在采购产品时会加重产品性价比的权重考虑，长远来看对于国产品牌有一定的积极影响。总体来说，医疗器械行业是综合实力的竞争，不能有短板，产品品质是核心竞争力；售后服务方面，我们配有庞大的直属及服务分包工程师团队，在服务方面我们有绝对竞争实力。未来我们将继续精进在产品品质、研发、市场、售后服务等方面的竞争优势。

问：公司产品的使用寿命为多久？未来的市场需求主要来自于什么方面？

答：一般来说，公司产品的生命周期和技术迭代为 5-7 年。未来的市场需求，发展中国家主要来源于医疗机构的新增、扩建，发达国家主要来源于产品的更新升级。

问：公司业务未来成长性如何？

答：公司主营业务的成长空间还很大，未来我们将通过继续挖掘监护仪、血球产品、超声、麻醉、除颤等成熟产品，以及大力推广免疫发光、硬镜、呼吸等新兴产品带动公司业绩整体增长。

1) 生命信息与支持产品线，比如监护仪产品，20 年前被海外品牌垄断，目前我们国内市场份额第一，未来利用国内龙头的优势，市场份额仍有进一步提升空间；国际市场来看，目前我们全球第

三的市场份额与行业第一还有一定差距，有相当的提升空间。

2) 体外诊断产品线，IVD 市场未来几年在国内的市场空间非常大，其中免疫发光产品是重要增长点。公司正在着力完善产品性能和质量，并且进一步补充试剂种类，努力缩小和国外巨头的差距。血球和生化业务国内排名第二、第三，未来我们将不断追赶并争取缩小和国际对手的距离。此外，公司的流水线产品性能较好，精准度高，也将继续带动增长。

3) 医学影像产品线，公司通过自主研发及收购整合，掌握了域成像、剪切波弹性成像等超声领域核心技术，技术上与国内其他公司有明显领先优势。未来公司将向高中低端超声产品全面发力，除了传统的超声科之外，POC 新兴应用领域也有巨大发展空间。

综上所述，我们目前的目标是继续巩固现有三条产品线的竞争力，实现技术创新，产品智能化，进一步加强产品性能和质量。

问：公司产品的销售模式？

答：公司的销售模式主要包括直销和经销两种模式，这主要与当地市场采购环境、经销商资源等综合因素有关。公司在美国以直销为主；在欧洲则根据不同国家的行业特点，采取直销和经销共存的销售模式；在中国、拉丁美洲及其他发展中国家和地区以经销为主。

问：公司近年的管理费用率下降的原因？

答：主要由于 2015 年公司做了战略调整，聚焦主业，降本增效，增强资源集中的协同作用。

问：公司的研发中心主要在国内还是海外？

答：目前公司全球有八大研发中心，主要研发人员为国内员工以及北美的研发工程师，分别分布在深圳、南京、北京、西安、成

	<p>都、美国硅谷、美国新泽西和美国西雅图。</p> <p>问：中美贸易摩擦背景下，公司出口美国业务是否受影响？</p> <p>答：公司去年美国收入占比不是太大，今年 1-9 月份，美国收入占比约 10%左右，同比略有增长。由于关税加征是从今年 7 月 6 日开始执行的，公司所有品类均已包含在美国第一批 340 亿关税里面，所以从今年第三季度开始，就对公司净利润有一定影响，从净利润整体情况来看，影响较小。从未来销售市场来看，一方面，医疗器械全球领先海外企业也有在国内建厂销往美国的，加税影响是一样的；另一方面，北美市场对公司有独特的战略意义，最近几年推出的创新型产品也迎合主流医院的临床需求，具有竞争力。</p> <p>问：“两票制”的实施对公司的影响？</p> <p>答：公司产品受“两票制”规范的产品范围较小，加之公司大部分产品向经销商销售以后，由经销商直接销售给终端客户，不存在其他中间环节，符合“两票制”的要求。</p>
附件清单（如有）	无