

证券代码：300003

证券简称：乐普医疗

乐普（北京）医疗器械股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-003

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐媒体采访 ☐新闻发布会 ☐现场参观 ☐其他 ☐分析师会议 ☒业绩说明会 ☐路演活动
-----------	---

	占率高可能受影响，左心耳封堵器市占率低，可借此提升左心耳封堵器市占率，对冲后整体影响可控。可降解封堵器是否参与集采正在沟通中，目前公司还未就维持现有价格还是稍微降价获取更多市场份额做出决策。虽然参与集采后，产品降价增速放缓，但从长期来看，公司认为头部企业最终应该还是可以获益的。仿制药目前看比较稳定，这部分业务依靠勤奋获取市场份额，经过几年营销队伍的调整，明年有望维持收入端稳定。 公司之前组织了研发日活动，给投资者展示了公司战略新兴业务，我就以下三个业务板块，汇报一下战略新兴业务的培养和发展： ● 医学美容： 医美业务上线提振了公司业绩，继“童颜针”（聚乳酸面部填充剂）、注射用透明质酸钠溶液、注射用交联透明质酸钠凝胶后，公司还有两个重磅产品 PDRN“三文鱼针”（注射用透明质酸钠复合溶液）和热玛吉（设备/耗材）准备上市，其中热玛吉已经提交注册正在生产准备中，PDRN 临床前动物实验已完成，数据正在汇总准备提交，预计明年一季度左右可以获证，但由于市场上尚无同类产品获批，因此获批时间有不确定性。“童颜针”自 8 月初发货以来，目前含税收入 1 亿左右，业绩超出了公司预期。目前该板块业务收入中，约 20%来自于 KA 渠道覆盖的大型品牌连锁医美机构，公司产品已进入其中 80%以上机构，这些机构内部决策流程较复杂，公司产品还处于上量阶段，四季度应该会贡献更多收入。收入中大部分主要来自于经销商渠道覆盖的中小型医美机构，这些机构流程较短决策也更快，目前产品已进入 1500-2000 家机构。公司在医美业务上运用的战术，复制了当年冠脉支架农村包围城市的打法，目前看取得了商业上阶段性的成果，这也得益于公司“童颜针”本身优异的产品品质。目前从市场反馈看，220mg“童颜针”复配水光注射后有即刻效果，发生红肿、肿胀的概率很小，极短期就可以化妆。对比市场上部分友商产品，注射后红肿、肿胀明显，恢复期也相应延长，因此 220mg“童颜针”在求美者中反响很好。经销商有很多来问，为什么公司“童颜针”注射后很少出现红肿和肿胀，首先公司“童颜针”中使用了全球首款冠脉生物可吸收支架 Neovas 同源 PLLA，基于 PLLA 材料的 Neovas 拥有大量临床和真实世界数据支撑其安全性尤其是生物相容性，所选用的产品材料与人体组织接触时，不会引发免疫排斥、炎症反应或毒性作用，确保长期植入后人体组织能正常适应。其次公司具备植介入医疗器械大规模生产制造经验，确保产品中有效成分纯度高有害杂质含量控制在极低水平，因此除了注射后即刻的正常轻微肿胀外，不会产生异常红肿和肿胀。目前公司尚未在各种社交内容平台上额外投入“童颜针”相关品牌宣传费用，9 月中下旬公司和美团官宣合作当月，公司“童颜针”在九大童颜针品牌微信声量指数中即名列第四，希望未来通过在各平台发声，公司“童颜针”品牌能进入行业前三。目前公司“童颜针”定价比较亲民，该业务板块下达的明年收入目标为 10 亿，其中“童颜针”、注射用透明质酸钠溶液、注射用交联透明质酸钠凝胶销售目标 6 亿，PDRN“三文鱼针”销售目标 2 亿，热玛吉（设备/耗材）销售目标 2 亿，后两个获批时间越早对该板块收入正面贡献越大。公司关注到消费品属性（食品饮料、日化产品等）公司针对股东会推出销售优惠（产品折扣优惠、体验类优惠等），公司相关部门有
--	--

	针对地进行了学习，未来会在部分城市与当地医美机构进行合作，计划推出相应股东服务计划，为中长线股东们提供轻医美服务。届时可关注公司官方公告或投资者关系渠道，以获取股东优惠信息。 ● 创新药： 民为生物目前各项研发进展顺利，临床前研发重点是双靶或多靶的 SiRNA 类药物，MWN109 中国、澳洲临床进度推进和寻找 BD 合作是现阶段工作重点，民为生物为公司未来发展提供了各种可能性。 ➢ MWN109 注射液国内 II 期临床一个月前已完成入组，计划明年二、三季度进入 III 期临床，澳洲 I 期临床已完成； ➢ 口服 MWN109 片剂国内 I 期临床试验已经接近完成，计划春节前完成 II 期临床入组，澳洲 I 期临床还在进行中； ➢ MWN105 正着手开展 MASH 和超重/肥胖适应症 II 期临床试验； ➢ MWX 203 I 期临床试验入组完成 2/3 左右； ➢ MWX401 下月拟申报 IND，预计明年一季度进入 I 期临床。 ● 神经调控/脑机接口： 植入式脑深部神经刺激器（DBS）预计近期获批上市，明年有望贡献收入，植入式心脏收缩力调节器（CCM）准备明年一、二季度申报，神经调控业务板块将为公司业绩增长提供新逻辑。公司在集采大环境下，致力于在重大临床需求疾病诊疗领域内，研发产品技术壁垒更高、市场竞争格局更好的植介入医疗器械，从而减少集采政策对公司业务的影响，实现长期可持续发展。 提问环节： Q1：器械板块中体外诊断和外科麻醉业务三季度有所下滑，主要原因是什么，目前是否见底，未来怎么展望？ 外科业务：有一部分二类证医疗器械之前一直在临床使用，但在重庆集采中，二类证产品和三类证产品分开了，二类证产品不允许使用，因此公司损失了这部分的收入，三类证产品预计年底前会获批，明年外科类会有两款创新医疗器械获批，未来会逐渐回归稳定和重新增长的道路上。麻醉业务：根据国家医保局 2025 年发布的政策，中心静脉导管整体费用已统一规范，未明确区分含药与普通中心静脉导管的单独定价，公司业务受此影响出现三个月停滞，现在已开始重新报价入院，后续通过加大推广和入院，麻醉业务会有所恢复。体外诊断业务：已经基本见底，POCT 和血栓弹力图仪竞争加剧，目前收入大部分来自于酶免设备和血型设备/耗材，这部分竞争格局比较稳定。 Q2：在商保方面，是否会在创新医疗器械方面有所支持？公司可降解封堵器、TAVR 产品商业化进展如何？ 创新医疗器械考虑进入商保，公司也在观察中。可降解封堵器公司还在考虑是否降价。目前可降解封堵器产品渗透率不到 10%，降价后如能进集采，市场渗透率可能会提升至 30%，不降价的话就和目前一样销售。TAVR 推广还可以，但总体销售低于预期，还在持续推进入院。 Q3：脑起搏器、脑机接口方面公司商业化准备如何？
--	--

	植入式脑深部神经刺激器（DBS）近期有望取证，公司正在进行销售队伍建设，公司旗下有相关企业做神经植入类产品，但渠道方面略有差异，公司会整理原有渠道并开发新渠道去做 DBS 商业化工作。深圳睿瀚主要做无创脑机接口，目前产品正在临床试验中，现阶段主要是信息的采集、分析和评估，后续也会延伸到干预，希望能在产品上形成闭环。乐普医电负责有创脑机接口，目前正在尝试和探索中。其研发的基于上矢状窦的脑电采集系统已率先完成动物试验验证，并于近期在宣武医院成功实施首例植入。该系统创新性搭载“采集数据的支架电极”与“干预癫痫发作的刺激电极”，实现了脑电信号精准捕获与病灶靶向干预的一体化。未来乐普医电将持续深化脑电采集技术，并推动其与神经刺激技术、智能算法的深度融合，致力于推出基于脑机接口的实时自适应神经调控产品，为帕金森病、癫痫、慢性疼痛等神经系统疾病患者提供全新辅助治疗方案。 Q4：针对未来一年，在医美方面是否有机构扩张的目标？ 大型品牌连锁医美旗下对应 300 多家医美机构，通过 KA 直销渠道公司产品已进入其中 260 家左右。通过经销商代理渠道，公司已进入 1500-2000 家中小型医美机构。如果从美团“找品牌”入口进入，目前能看到已有 150 家机构上架公司产品。公司正在积极拓展客户，具体最终能进入多少家机构很难预计。公司在大部分一二线城市及省会城市已完成第一轮机构订货会，后续公司会陆续进入一些中等城市进行推广，这些城市基于 50-100 万的常住人口，消费潜力也很大。公司微球粒径尺寸较大的“童颜针”370mg 规格专注填充，目前市场上医生和求美者端教育已经很充分，公司产品凭借性价比，就能很顺利进入医美机构。公司目前主推微球粒径尺寸较小的童颜水光，将和美团合作推广的 110mg 规格“童颜针”小颜泵™终端指导价 2980 元，主要针对想改善肤质的求美者。 Q5：PDRN 水光针方面，公司进展具体如何？ 我们预计明年一季度末可以获证，目前临床前动物实验已完成，正在数据整理阶段，近期会报上去，因为市场上尚无同类产品获批，具体什么时候获批，我们也无法确定。 Q6：全国医美机构 5000 多家，其中一二线城市有 2500 家，其他城市 2500 家，公司进院以低线城市为主，后续公司如何布局一二线城市？ 公司正在不断探索医美业务的商业模式，目前产品销售渠道包括 KA 直销、公立医院直销、线上平台销售、经销商代理。其中经销商代理渠道产品推广模式之一是举办机构订货会，每场会议一般有 60-100 家机构参与，会议当天机构订货率 40%-50%左右，目前省会城市机构订货会第一轮已经完成。低线城市医美机构由于信息不对称，原先拿货价格偏高，公司也已经在这些区域举办机构订货会，应该有更多机会。同时低线城市机构医生技术水平参差不齐，缺少会打填充类产品的注射医生，因此公司针对这类机构，主推 110mg、220mg 规格童颜水光用于机打。
--	--

Q7：公司切入医美赛道，医学美容和严肃医药的逻辑差异较大，公司有什么优势？

总体来说是两个赛道，但底层逻辑是一样的。严肃医疗需求更为刚性，医疗美容则是可选消费。求美者对产品本身品质有要求，同时也关注产品是否有副作用。公司会同时关注求美者使用体验和医生使用便捷度，确保产品没有客诉。销售推广团队目前都是公司内部工作人员，这些同事在充分体会传统产品遭遇集采的难处后，相比享受过行业红利的医美从业人员，积极性更高也更吃苦耐劳。

Q8：心血管植入介入板块的渠道库存情况如何？

公司无法预计集采什么时候开始，但为了应对集采已经开始主动把控经销商库存，尽量将经销商库存降低到 1-3 个月水平，等集采完成后再给经销商补货。

Q9：新氧上“童颜针”产品降价了，近期公司是否感受到压力？

新氧作为互联网平台为了获客降价意愿强烈，目前新氧只在自己门店降价，普通医美机构并没有跟随降价，也没有意愿跟随降价。目前公司产品维持原来价格，“童颜针”370mg、220mg 和 110mg 规格终端指导价分别为 8800 元、5800 元和 2980 元，以满足不同求美者的需求。长期来看，“童颜针”终端价格会往下走，主要原因是医美机构在原有商业模式下，营销成本居高不下，预计未来营销成本会有所下降，公司作为制造商出货价将维持稳定。

Q10：公司可降解主动脉栓塞封堵器进展如何？

生物可降解主动脉封堵器已经完成五例植入，主动脉栓塞封堵器完成两例植入，目前临床反馈很不错，准备做 100 多例患者，临床入组速度相对会比较快，而且一个手术可以植入 2-3 个，植入后需要 1 年左右临床随访，主要观察产品完全降解以及内皮化完成等，由于是全球范围内的创新型产品和创新应用，这个临床未来会考虑发表论文。

Q11：民为生物和乐普生物在研发定位上有什么不同，公司对民为的管理模式是怎样的，团队是怎么激励的？

乐普生物研发重点是肿瘤创新药，乐普医疗旗下民为生物研发重点是慢病创新药。民为核心团队主要由土生土长的国内药物研发方面科学家组成，当时融资过程相对比较艰难，公司对民为的研发非常认可就逐步投资控股了。公司主要从临床试验、BD 合作这两方面赋能民为，双方发挥各自的长处。民为团队一直来自自我驱动力都很强，希望能证明自己，核心人员也都持有股份。

Q12：创新药后续有什么潜在的催化剂？

公司对口服 MWN109 片剂在国内和澳洲的 I 期临床数据很满意，MWN105 注射剂侧重于 MSAH 适应症，临床进展也很顺利，后续进展以公告为准。

感谢大家参与三季报交流，谢谢大家！

附件清单(如有)	如附件
日期	2025 年 10 月 25 日

附件：

机构名称	机构名称	机构名称
中金公司	国泰海通证券	华安证券
中信证券	国盛证券	华创证券
中泰证券	国金证券	华泰证券
中国银河证券	国海证券	西部证券
中信建投证券	浙商证券	兴业证券
申万证券	招商证券	西南证券
高盛集团	东方财富证券	华福证券
瑞银证券	东北证券	华源证券
方正证券	平安证券	
中海基金	天弘基金	天治基金
招商基金	中欧基金	上银基金
长盛基金	摩根士丹利基金	农银汇理基金
银河基金	朱雀基金	万家基金
西部利得基金	民生加银基金	国联安基金
南方基金	安信基金	创金合信基金
建信基金	华夏基金	鹏扬基金
嘉实基金	诺德基金	浦银安盛基金
汇添富基金	易方达基金	太平基金
华宝基金	红土创新基金	国泰基金
广发基金	富安达基金	工银瑞信基金
博远基金	大成基金	博时基金
北信瑞丰基金	弘晖基金	
长江证券资产	兴证证券资产	中国人寿资产
循远资产	泰康资产	东证融汇证券资产
天壹紫腾资产	上海元葵资产	上海朴易资产
深圳市尚诚资产	深圳市承泽资产	上海山楂树甄琢资产
上海冰河资产	磐厚动量(上海)资本	上汽顾臻(上海)资产
华夏东方养老资产	上海理成资产	上海晨燕资产
大家资产	上海名禹资产	香港沪光国际投资
北京沅沛投资	北京泽铭投资	上海丹羿投资
北京泓澄投资	上海长见投资	上海世诚投资
北京市星石投资	上海中域投资	浙江英睿投资
广州市航长投资	苏州云阳宜品投资	淡水泉投资
杭州汇升投资	上海博笃投资	上海喜世润投资
上海明河投资	上海彤心雕珑私募基金	中融汇信
上海环懿私募基金	北京源峰私募基金	海南羊角私募基金
上海嘉世私募基金	上海原泽私募基金	荷荷(北京)私募基金
渤海人寿保险	中英人寿	中国人民养老保险
平安养老保险	泰康养老保险	农银人寿保险
华宝信托	中航信托	中信期货
New Silk Road Investment	LMR Partners Limited	LAKE BLEU PRIME HEALTHCARE

Pte. Ltd		MASTER FUND LIMITED
CHINA SHANDONG HI-SPEED CAPITAL LIMITED		