

证券代码：300760

证券简称：迈瑞医疗

编号：2019-001

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 type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	景顺长城基金管理有限公司 4 人
时间	2019 年 1 月 7 日 14:00 –15:30
地点	深圳市南山区高新技术成产业园区科技南十二路迈瑞大厦
上市公司接待人员姓名	董事长李西廷 董事会秘书李文楣 证券事务代表张弛
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>互动提问：</p> <p>问：公司怎么看带量采购和分级诊疗带来的影响？</p> <p>答：若在医疗器械行业推行带量采购，推进普及优质医疗技术，结合分级诊疗带来基层市场扩容，将发挥国内龙头医疗器械企业的竞争优势，加快国产医疗设备发展，更多的惠及最为基层的广大基础医疗机构。中国市场医疗机构数量众多，单迈瑞一家难以做到全面覆盖，若实施带量采购，打包基层医疗机构需求，对公司来说更是机会，而不是挑战。首先，迈瑞作为中国医疗器械龙头企业之一，产品线齐全且质量可靠、性价比更优，能为基层医</p>

疗机构提供优质的产品和解决方案；其次，通过带量采购将有助于公司快速加强在基层医疗机构市场的销售覆盖和服务支持。公司的使命是普及高端科技，让更多人分享优质生命关怀。如果推行带量采购普惠大众，迈瑞将非常支持。

问：医保经费紧张对公司是否有影响？

答：医保经费紧张反而让医院需要开始考虑性价比的问题，正好给公司带来了跟进口品牌抢占市场份额的机会。欧洲、美国市场都经历过医疗支出紧张、费用紧缩的时期，对迈瑞来说反而是进入市场的最好时机，丰富的产品性能、可靠的质量以及优异的性价比帮助公司在这些市场有了立足之地，并且进一步扩大了市场份额。

问：可预测的未来是否有产品降价压力？

答：首先，随着原材料自然的成本下降，公司现有产品每年也会有一定程度的降价。同时，公司逐年也不断推出新产品，产品的功能性能都会根据市场要求进行创新或改进，同时结合良好的产品口碑和售后服务帮助公司维护了价格体系。长期来看，公司主要是通过研发降成本、材料采购降成本，及持续推出新产品来维持毛利率水平。

问：公司传统产品如监护仪的销售前景如何？

答：目前公司监护仪产品市场份额已经做到国内第一，虽然销售已近 30 年，但截至 2018 年前三季度，监护仪仍有 20% 以上的良好增长，我们希望努力进一步提升公司监护仪的国内市场份额。公司的监护仪不论是性能还是质量都可以与跨国品牌竞争，或者某些性能上还更优，而不单纯是依靠性价比在争夺中低端市场。全球来看，我们的监护仪虽然做到全球第三，但是市场份额其实并不高，成长空间巨大，我们的产品也逐渐进入欧洲教学医院、

全美大型医联体等，产品口碑不断提升。因此从全球来看我们依然还有非常大的成长空间，我们也将努力进一步加强监护仪在中国和海外市场的渗透，继续提升市场份额。

问：中美贸易摩擦背景下，迈瑞美国业务是否会受影响？

答：整体而言，贸易战对公司美国业务影响有限，主要体现在加税的成本影响上，并不影响销售行为。2018 年前三季度美国收入 10%左右，占比不大。基本上公司所有销往美国的产品都包含在第一批 340 亿加税清单中，从 2018 年 7 月 6 日开始加征。测算过对公司 2018 年前三季度的净利润影响很小；如果按照 17 年年化模拟，对净利润增长影响也是个位数。

美国市场是全球医疗行业最领先最发达的市场，代表了全球医疗市场的发展趋势和行业最先进的技术。迈瑞依然重视美国市场的战略意义，不会减少对美国市场的投入。最近几年公司推出的创新型产品也十分迎合美国主流医院的临床需求，具有相当竞争力。

问：目前三条产品线的增速如何，大概描述一下其成长性？

答：目前，三条产品线都均衡发展增长良好。未来将继续夯实三条产品线的市场领先地位，同时培育新兴产品市场。从市场角度来说，中国市场增长潜力大，海外市场空间大，公司会努力争取继续拓展各产品的市场份额。在产品功能性能上，公司有显著的竞争优势，与海外对手比，我们有一定价格优势，与国内对手比，公司产品品类的完善、功能、性能、稳定性等方面均有良好竞争力。从市场本身的采购需求来说，公司将更多关注终端市场的客户群需求。

问：海外国内的销售模式分别是怎样的？销售费率孰高孰低？

答：国内和发展中国家采取经销为主，发达国家市场采取直销为

	<p>主。总体来说，直销模式的销售费用略高分销，因此海外的销售费率略高于国内。</p> <p>问：公司最近三年净利率显著提升，具体原因是什么？未来是否能持续？</p> <p>答：近年净利润率进一步提升，与公司采取了一系列措施相关。一方面是聚焦了主营业务，收入显著增长；另一方面产品组合导致毛利提升，同时降本增效，产线内产品销售有效协同，因此净利率有所改善。公司并没有主观刻意提升净利率，未来净利率表现会受公司销售收入的增长情况、产品组合以及成本和费用等综合因素影响。我们并不追求高毛利，我们更多是希望普及高端科技，分享优质生命关怀，惠及民生。未来希望通过进一步扩大销售、提升市场份额，提升规模效应，成本端通过研发和原料采购控制成本，强化研发、生产、销售等方面的精细化管理，保持合理的净利率水平。</p> <p>问：公司有海外上市经验，目前 QFII 等境外投资者持股情况如何？</p> <p>答：目前，公司 QFII 等境外投资者总体持股占比较小。公司去年 10 月在 A 股上市，近三个月主要集中在接待境内投资者的调研，未来也会系统性做好境外投资者的交流工作。同时，公司股票刚于 1 月 2 日纳入深股通的股票范围，时间尚短。未来，境外投资者也可通过深港通通道实现跨境投资需求。</p>
附件清单（如有）	无