

## 深圳市理邦精密仪器股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input 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>电话会议</u>
参与单位名称及人员姓名	西南证券、方正证券、东方证券、财通证券、渤海证券、兴业证券、中银国际证券、中信证券、国泰君安证券、国寿养老保险、光大保德信基金、富安达基金、平安银行、平安基金、工银瑞信、中融基金、中国人寿资产、九泰基金、吉祥人寿、华夏基金、华商基金、新华基金、西部利得基金、中庚基金、大成基金、银溪基金、至简资产管理、正源投资、正享投资、增道资产、云禧投资、银宏投资、翼虎投资、鑫窠投资、禧宏资产、天泽资产管理、思悦资产管理、双林生物、盛宇投资、升齐资产管理、深圳市森瑞投资管理有限公司、瀚伦投资、深圳尚乘投资、深圳宏鼎财富管理、翰丰资产、深圳东方玉之资产管理有限公司、上海晓阳投资、森锦投资、榕树投资、前海天成时代资产管理、前海铭鼎资产管理、祺骥投资、磐厚资本、朗辉投资、凯漫资产、弘则研究、弘毅投资、行知创投投资、瀚亚投资、复杉投资、鼎锋资产、大可投资、北京宏道投资、重庆德睿恒丰资产
时间	2020年3月2日 10:30-11:30
地点	公司董事会会议室（电话会议）
上市公司接待人员姓名	董事长：张浩 董事会秘书：祖幼冬 证券事务代表：刘思辰

投资者关系活动主要内容介绍

一、首先由公司董事会秘书祖幼冬先生先就公司 2019 年度经营情况进行了简单介绍，之后公司董事长张浩先生就相关经营情况进行了具体分析。

2019 年度，公司实现营业收入 11.37 亿元，同比增长 14.5%；营业利润 1.36 亿元，同比增长 66.21%；归属于上市公司股东净利润为 1.31 亿元，同比增长了 41.47%。

从季度来看，公司 2019 年第一季度到第四季度的营收增速分别为 15.6%、7.38%、14.99%以及 20%。从数据上可以看出，公司在后三个季度营收增速迅速加快，尤其是第四季度，增速已达到 20%。快速的增长趋势，同时也给了公司很强的信心，我们认为 2020 年公司营收仍然会继续保持一个比较高的增速。

在过去的 2019 年，理邦在三个方面发生了非常大的变化。**(1) 国内营销系统的改革。**公司从 2018 年 10 月份开始就对国内营销系统进行了全面的改革，首先，成立了国内营销系统委员会，该委员会中除了一位是以前内销系统的员工外，其余七人均是新人。其次，公司还针对全国 28 个办事处中的 7 个办事处负责人也进行了调整。如此之大的改革力度，公司也曾担心过是否会对 2019 年内销的业绩造成一定的冲击，但就目前的业绩增长情况来看，此次改革的效果还是相当成功的，尤其是今年国内疫情爆发以来，整个国内营销队伍战斗力的提升得到了充分的显现。此次内销改革为什么可以获得成功，究其原因：首先，公司在国内市场中拥有良好的品牌影响力和用户口碑，在此基础上进行销售队伍的调整不会对公司内销业务造成太大的冲击。其次，公司有一支战斗力超强的管理团队，即公司的国际营销团队，来全力推进此次改革事宜。目前，管理团队已通过内销/外销管理委员会将公司整个营销系统的平台基本完全打通，公司整个销售系统的日常运营效率也同步得到了很大的提升。所以，可以预见在接下来的几年当中，公司内销系统的业绩会有一个更加快速的生长。**(2) 子公司东莞博识的磁敏业务发展迅速。**博识的磁敏由于在前几年持续的进行市场导入，其业绩的销售情况表现一直不是很好，为此公司还在 2018 年对其进行进行了 1891.30 万元的商誉减值。2019 年度，博识的经营状况得到了实质性的改善，完成了近 300 余台的设备装机，并且每一台设备都开始了相关耗材的使用。其实完成这 300 余台的装机任务也是实属不易，因为这类免疫类产品在市场上很早就有了，最主要的就是金标和荧光，但他们又都具有一个共同的痛点就是测量结果不够准确，以至根本无法满

足高端用户对于精准检测的临床需求。其次，多靶标需求。举例说明，假使一个病人患有心梗，单独检测一个心肌项目是远远不够的，因为心肌蛋白除了心梗会产生，肺动脉的梗塞也会同样产生。因此，在临床需要通过进行一个靶标的联检，可以有效解决肺动脉梗塞的干扰问题，从而直接判断疾病的诱因，所以对于心三项、心五项的心肺联检目前很受市场欢迎。其实在发光上也是可以做心肺联检的，考虑到有时候需用全血，有时候又要用血清，过程相对来说比较复杂，对于病人来说不是十分方便。上述市场上几类免疫类产品所面临的痛点问题，恰恰是博识磁敏产品所具有的两个最为突出的优点，即测量精准、多靶标。因此，磁敏产品在过去的一年当中，所做的工作就是不断通过和大机器发光设备的检测结果进行对比，将那些无法满足临床精确检测需求的设备进行替换。在此情形下，磁敏产品于去年共完成了 300 余台的装机，测试卡在 12 月份也完成了 150 万元左右的销售额，其中，心三项和心五项测试卡的销售额占比就达到了 75%以上。假使今年没有此次疫情，相信磁敏的测试卡销量还会继续快速增长。疫情的突然爆发对于博识的出货受到了一定程度的影响，但即便是如此，博识在今年的一二月份，销售额还是呈现了快速增长的趋势，因此公司对其未来的发展充满了信心。另外，关于博识后续是否进行商誉减值的问题，鉴于目前一季度还未完全结束，会计师方面还需要进一步观察，但就目前情况来看，商誉减值的可能性不大，即便是后续经会计师方面确认进行商誉减值，相信金额也不会太大，不会对公司业绩产生太大影响。**(3) 智慧医疗业务继续保持快速增长。**子公司智慧健康所从事的智慧医疗业务，目前最主要的业务就是心电网络的信息化业务。2019 年，其心电网络的装机量较 2018 年度已经实现了翻倍的增长，心电网络的装机不仅会带来心电信息化产品的销售，同时还会拉动公司心电图机的销售。在此次武汉的抗疫行动中，心电信息化发挥很大的作用。如在对某位冠状病毒感染的病人进行心电诊断时，病人在科室内完成心电检查，但是心电图的诊断却是通过心电网络，由其他地区的心电图医生进行的诊断，这样既有效解决了疫区当地心电医生匮乏的窘境，还有效的避免了医生在诊断时出现交叉感染的问题。

综上所述，公司在 2019 年度销售额同比实现了 15%左右增长，虽未达到公司年初制定的 20%以上的销售目标。但是经过去年一整年的业务拓展及内销体制改革，公司还是有效的解决了一些非常重要的问题，如内销体制的改革、磁敏业

务商业模式的验证以及心电网络信息化的持续推进，这三个方面都将成为公司2020年业绩能继续保持快速增长重要驱动因素。

## 二、互动提问

### 1、公司监护产品在此次疫情爆发后发挥了很重要的作用，公司未来对监护产品线的规划是怎样的？

理邦监护产品的销售额在中国厂商中位于第二名，其中外销排名第二，内销排名前三。由于今年国内疫情的突然爆发，公司监护产品的市场需求在短期内迅速爆发，得益于公司优质的产品及服务加之及时的响应速度，一、二月份公司的监护产品出货量迅速增长，预计今年有望将内销市场排名提升至国产厂商的第二位，同时监护产品的品牌影响力也随之进一步扩大。此外，伴随着公司继续对国内营销体系改革工作的不断深入，将共同带动公司监护业务继续保持稳定增长。

其次，从监护产品上来看，公司的监护产品不但系列齐全，而且产品品质优良。举例说明，公司监护产品在过去五年的返修率一直维持在1.2%左右，处于领先水平，全球能做到如此水平的企业凤毛麟角，理邦就是这其中之一。此外，公司监护产品的指标测量也十分精确，因而我们在海内外一直都拥有很好的用户口碑，并且产品销售也一直保持很好的增长态势。此次国内疫情的突然爆发，公司监护产品的订单呈现爆发式增长就是很好的例证。未来，公司将会继续保持对监护产品的投入，从用户的实际需求出发，不断开发出能切实解决临床痛点的创新性产品，为广大医疗用户提供更多的产品选择。

### 2、请介绍下公司目前彩超业务的发展现状？

公司的彩超产品线，经过多年的发展，公司已经逐步掌握了彩超领域中的一些关键核心技术，目前我们最重要的工作就是将这些相关技术进行变现。公司在2012年美国子公司成立以来，理邦集中精力主要做了两件事情，一是超声核心技术的积累；二是超声研发队伍的培养。公司在此基础上开发了两款超声产品即AX8和LX8，从现在的情况来看，这两款产品的市场定位存在一些欠缺，一是为提高配置导致产品的生产成本过高，同时为了支持机器的高配，操作系统也做的十分复杂，进而导致产品的研发进度比较缓慢，将原本预计一年半左右完成的项

目，最后花费了 3 年才得以完成。产品完成后距离用户的实际需求也存在一些差距，导致这两款产品的市场反馈不是很好。但同时，公司经过三年多的历练，还是很有收获的，不仅得到了彩超的核心技术的积累而且彩超研发团队也日趋成熟，为今后优质彩超产品的推出打下了良好的基础。当下，公司对于彩超业务的工作重点就是不断将已有超声的核心技术进行变现。理邦于 2019 年完成了台式推车式彩超 LX9（有嵌入人工智能模块）的研发和临床，并在四季度进行了一些小范围的推广，并于 2020 年 2 月完成了试产。同时，公司还在去年推出了新一代的便携式彩超 AX3，这款新品不仅具备高可靠性，而且还拥有更为完善的功能以及更低的生产成本，一经上市广受市场好评，目前已经有很多用户已经开始下单。

综上所述，对于彩超业务，公司会在 2020 年进一步加大市场推广，随着新品 LX9 和 AX3 开始正式进入全年销售期，会为彩超业务的增长注入新的动力。此外，公司原有的 AX8 和 LX8 这两款产品也会继续发热，新老产品将一起推动公司彩超业务在 2020 年继续保持快速增长。

### **3、请问公司今年以来到现在，我们监护仪大概销售了多少台？**

因公司一季报还未正式披露，所以相关数据此时还不便进行说明，具体还是以正式报告为准。但监护产品在今年国内疫情爆发后，其市场需求短期内暴增，为及时满足各地对公司监护仪的迫切需求，公司的制造系统在第一时间进行了响应并积极协调各方资源，将公司原本 6 条常规生产线逐步扩充至了目前的 11 条（其中也包含其它与疫情直接相关的生产线）。因而，公司的监护产品的产能同去年同期相比预计会有很大的提升。

### **4、公司从 2016 年开始，营业收入增速下滑，请问具体是什么原因？**

可以从两方面来看：首先是销售额基数，公司从 2016 年至 2019 年，分别实现营收 6.98 亿元、8.43 亿元、9.93 亿元和 11.37 亿元，从数据上可以看出，销售额的基数在逐年快速提升。其次是销售额的主要贡献来源，虽然公司从 2016 年开始销售额在不断的增长，但是从整个销售额内部构成来看，主要的贡献来源还是传统电子检测类产品为主，如产科、心电、监护产品等。公司目前销售额快速

增长的新业务，如血气、磁敏、智慧医疗等，它们前几年在公司总销售额中的比重并不高。因而出现前几年营业收入虽然保持了稳定的增长，但增速却未出现快速增长的情形。

2020 年开始，公司不但在血气、磁敏、智慧医疗等新业务上继续快速发力，它们对于公司销售额增长的贡献率会更多，进而拉动公司整体销售额得到快速的提升。而且，公司的传统优势产品线也面临新一轮的增长。如妇幼产品线，其今年会有一款重点新品盆底康复仪正式进入全年销售，得益于公司在妇幼细分领域的竞争优势，预计该产品会有相当不错的业绩表现，再加之产科信息化方案的迅速落地，会进一步带动妇幼产品线实现快速增长。再如监护和心电产品线，由于国内疫情的突然爆发，监护和心电产品的出货量也进一步快速提升，品牌影响力也进一步得到了扩大。特别是心电产品线，后续随着公司心电信息化网络方案的快速落地，又会反过来进一步拉动心电业务的增长。此外，加之公司的超声产品线新品 LX9 和 AX3 也将开始进入全年销售期，这将共同驱动公司业务实现更加快速的生长。

**5、公司血气产品去年取得了快速的增长，那么请问 i15 血气产品的市场存量机器一共有多少？**

公司 i15 血气分析仪从 2014 就开始陆续出货，累计出货台数应该在五六千台左右。血气产品刚推出的前两三年，由于产品质量需要有一个逐步稳定的过程，所以仪器售出后，相关耗材的使用频率不是很高。后来，经过公司生产工艺的持续改进，产品质量进而得到了全面稳定，活跃用户也开始迅速增加。从全球范围来看，目前处于活跃使用的仪器大致在 4000 多台。从市场类别来看，由于国内市场的售后服务相对海外来说更加全面，因此国内市场的活跃台数会高于海外市场一些。随着近几年国内市场服务网络的进一步完善，国内市场的活跃用户会也在不断增长当中。海外市场方面，公司从 2017 年就开始对国际客户的保有量进行了特别关注，并通过不断加强海外的售后服务网络，以提升仪器的活跃使用数量。公司目前在美国、德国、印度、俄罗斯都设有子公司和本地员工，通过本地化建设来全面提升海外地区的售后服务质量。此外，公司还针对 POCT 产品销售相对较多的海外地区，不断在当地设置本土的服务网点，如 2019 年公司在南美

的秘鲁就专门设置了一个网点，在本地已有两个维修工程师来负责当地的售后工作。此外，公司今年还在尼日利亚也设置了一个点。目前看来，这种通过在重点海外地区增设网点的方式，在进一步提高海外仪器的活跃度方面，效果还是十分明显的，海外地区仪器的日常使用频率也在逐年得到提升。

**6、受疫情的影响，公司血气产品出货迅速，请问今年一、二月份仪器和测试卡的出货情况具体怎样？**

2月份和此次疫情直接相关的出货量已经超过500台，而2019年全年，我们国内市场的出货也就是600余台。至于测试卡，一、二月份每个月的出货量在30万片左右，其中2月份30万片的出货量也是创了记录，去年同期2月份的出货量也就是在十二、十三万片左右。鉴于未来市场对测试卡需求会快速增长的预期，公司目前会继续提高测试卡的产能以保证能届时能及时供货。

**7、公司智慧健康业务的发展情况如何？以及2020年的发展目标？**

2019年度，子公司智慧健康业务继续保持了2018年的快速增长趋势，公司今年对于智慧健康的经营目标是继续在2019年的基础上，销售额实现翻倍以上的增长。此外，对于智慧健康的心电信息化业务，公司还要求其今年对于心电信息化装机量要达到三倍的增长。未来，公司会将智慧健康的其他业务慢慢进行剥离，让其专注于心电信息化业务。

**8、目前海外疫情持续扩散，请问对于公司今年海外销售有何影响？**

关于目前海外疫情持续扩散，公司也一直对该事项进行了持续关注。就目前来看，当下疫情扩散比较严重的国家对公司海外业务的影响不是很大。分开来说，第一个国家是韩国，韩国本身在公司的海外业务就属于很小的一部分，销售额原本就不是很多，加之在韩国国内的厂商自身就有很多和我们类似的产品，如监护、心电等。所以在韩国疫情爆发后，也就是对公司的血气产品产生了一些需求，其他产品目前还没有看到有明显的需求增长。第二个国家是伊朗，由于美国政府对伊朗实施制裁，公司同伊朗之间的贸易也就随之终止了。至于未来是否恢复同伊朗之间的贸易往来，还需看后续WHO及美国政府方面会不会有相应的政策调整，

	<p>因此仍需进一步观察，但整体上来说伊朗对公司的海外业务不会产生太大影响。第三个国家就是意大利，公司在意大利的业务涉及监护、心电及血气产品等，在疫情爆发后，意大利也即刻向公司下了 20 余台的血气订单。整体上来看，海外国家疫情的扩散不会像国内订单那么集中，我们分析的原因如下：此次国内疫情爆发，新增的订单需求主要来自于政府力量的主导。如国家增加了武汉定点医院的数量，还把已有大医院的传染科和 ICU 病房的病床数量进行了扩充，同时还把以前一些非 ICU 病房都临时改造成了传染科和 ICU 病房。此外，国家还通过建设雷神山、火神山以及各方舱医院来进一步满足抗疫需求，这些都会带动对相关医疗设备的需求。反观这次疫情扩散的海外国家，无论是韩国、日本还是意大利等，目前还未看到各国政府有像国内这样大力抗疫的决心，因此未来具体影响如何，还需要进一步进行观察。</p> <p>至于海外疫情扩散，究竟会不会对公司的海外业务产生影响，单就一、二月份来看，即使在疫情扩散的情况下，公司的海外业务还是同比实现了稳定增长（以美元计价），至于后续影响如何还需要进一步进行观察。此外，理邦经过多年的发展，我们目前在海外已经拥有了较为成熟的销售渠道，如在美国、德国、英国、印度、俄罗斯等主要国家均设有子公司，再加上公司新在印尼、秘鲁和非洲设立的本地化团队，也都已开始进入了全年运营，即使届时疫情进一步扩大，公司在海外的运营还是能继续维持的。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2020 年 3 月 2 日
其它	*上述内容中，涉及未来业务预期增长的相关数据是公司基于当下业务发展状况所作出的预测，不构成对公司全体股东的业绩承诺，敬请注意投资风险。