

证券代码：300760

证券简称：迈瑞医疗

编号：2019-005

## 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 checked="" 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>华泰证券 NDR、中信建投 NDR、招商证券策略会、德意志银行 NDR 等</u>
参与单位名称及人员姓名	<p>Athena Capital Management、BUENA VISTA FUND、DB 德意志银行、Horizon Asset International (HK) Limited、JK Capital management Ltd.、matthews Asia、Morgan Stanley、Point72 Hong Kong Limited、tairen、安信信托、博时基金管理有限公司、晨曦投资管理有限公司、大成基金管理有限公司、东方基金管理有限责任公司、法国巴黎资产管理亚洲有限公司、工银瑞信基金管理有限公司、光大永明资产管理股份有限公司、华乐资本有限公司、华泰证券股份有限公司、华夏基金管理有限公司、汇丰环球投资管理(香港)有限公司、加拿大养老基金亚洲投资公司、嘉实基金管理有限公司、建信基金管理有限责任公司、景林资产管理有限公司、顺长城基金管理有限公司、南方基金管理股份有限公司、鹏华基金管理有限公司、平安证券股份有限公司、前海人寿保险股份有限公司、深圳前海博普资产管理有限公司、深圳市明达资产管理有限公司、深圳市裕晋投资有限公司、深圳鑫大通资本有限公司、太平洋资产管理有限责任公司、泰康资产管理有限责任公司、野村投资管理香港有限公司、银华基金管理股份有限公司、长城环亚控股有限公司、招商基金管理有限公司、招商证券股份有限公司、中国人寿养老保险股份有限公司、中国人寿资产管理有限公司、中信建投证券股份有限公司、中意资产管理有限责任公司、中再资产管理股份有限公司等 49 家机构 121 名参与人员。</p>
时间	<p>2019 年 3 月 4 日 9:30 –17:30  2019 年 3 月 6 日 9:30–17:00  2019 年 3 月 7 日 15:30–16:30</p>

	<p>2019年3月8日 15:30-17:30</p> <p>2019年3月11日 9:00-17:45</p>
地点	<p>投资人办公室</p> <p>深圳市南山区高新技术产业成产业园区科技南十二路迈瑞大厦</p>
上市公司接待人员姓名	<p>总经理、董事成明和</p> <p>董事会秘书李文楣</p> <p>证券事务代表张弛</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司就行业概况、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。</p> <p>问：近几年公司综合毛利率持续上升的原因？未来是否将持续？</p> <p>答：公司从2015年开始做了战略调整，聚焦主业、控费降本、管理提效；2016年公司高端彩超、高端监护逐步推向市场，客户认可度高，中高端产品以及体外诊断试剂等毛利率较高的业务销售占比有所提升，以及公司加强中低端产品布局等，产品竞争</p>

力有效提升，而且随着产量销量的提升规模效应逐步显现。

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，加强提升规模效应。同时，成本端通过研发和原料采购控制成本，不断优化生产管理。

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。公司建有涵盖研发、采购、制造、服务的全方位质量管理体系，确保每一个生产过程都有严格的控制标准和可溯源的管理，产品品质具备核心竞争力；市场推广方面，公司建有全球深度覆盖、专业化的销售体系；售后服务方面，公司配有庞大的直属及服务分包工程师团队，在服务方面有绝对竞争实力。未来公司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：公司三大业务领域未来的发展空间？

答：首先，公司主营业务的成长空间还很大，就算在国内市场份额领先的产品，在全球的份额还相对较低。未来公司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：公司未来的业务及战略规划？

答：公司致力于为医疗机构提供全设备、全流程、全信息融合的智能一站式解决方案，不仅是医疗设备的制造商，更是全院整体解决方案的设计商。

生命信息与支持产线方面，现在已有围术期整体解决方案、急救解决方案、危重症解决方案，也将进一步通过跨科室的整体解决方案实现全线产品互联互通，形成有价值的智能化临床应用；体外诊断产线方面，也在逐步完善自动化和智能化，提供更多协助医疗机构优化其诊疗服务的产品和解决方案；影像产线方面，聚焦超声业务，实现超声影像在多种临床场景的融合应用与发展，扩大公司在全球超声影像技术上的领先优势。

在国内市场公司坚持建立中国诊疗标准，在海外市场坚持本地化策略。

问：除现有三大产线外，公司有无考虑进入新的业务领域？

答：在公司现有业务框架体系之外，依托于公司深厚的全球研发实力和持续的资金投入，公司对前沿技术不断探索，重点关注微创外科等医疗器械新兴领域，为公司的长久发展提供持续动力。目前公司已在硬镜方面做投入，培育成为新的业务增长点。硬镜的销售渠道与公司其他产品有协同，且市场前景可期。

问：就超声产品来说，公司的竞争实力如何？核心技术有哪些？

答：在日积月累坚持自主研发的大力推动下，公司突破超声核心技术剪切波弹性成像技术，该技术荣获国家技术发明奖二等奖。此外，通过对并购公司 Zonare 的高效整合，结合公司全球研发资源，公司掌握域成像技术。公司超声产品研发结合医学临床的切实需求，从台式超声到便携、全触控超声系统等，同时覆盖腹部、心血管、妇产、POC 等全面临临床应用。从黑白超到彩

	<p>色超实现了多次技术跨越，公司推出高端彩超 RE 系列，赢得了临床专家及医疗机构的高度认可，产品已经进入西欧和美国市场。</p> <p>问：海外近三年逐步恢复增长，是哪个区域带动？</p> <p>答：从区域来看，拉美和欧洲区域拉动增长。一方面得益于公司产品过硬的质量、丰富的功能，以及公司对于产品技术升级和售后服务的快速响应，我们的产品在欧洲进入了高水平的教学医院，品牌认可度越来越高。另一方面，公司通过加深对各地医疗市场和终端客户的了解，有效实现了客户群的突破。</p> <p>问：公司在海外市场发展的情况？</p> <p>答：迈瑞 2000 年开始出口后，2007 年海外收入就占据半壁江山。2008 年之后开启海外并购整合之路，搭建成熟的海外运营平台。2017 年海外收入占比 46%。欧美市场是国际巨头主场，尽管如此，我们目前已进入 2/3 的美国医院，欧洲超过 100 家教学医院。随着公司品牌力的逐步提升，公司将继续加深海外市场的渗透，向世界级企业迈进。海外市场很大，未来公司还将进一步扩大海外市场份额。</p>
附件清单（如有）	无