

证券代码：维力医疗

证券简称：603309

广州维力医疗器械股份有限公司接待调研记录表

编号：2022001

调研形式	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会（电话会议） <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及 人员姓名	华西证券、中海基金、天弘基金、上海东方证券资产、泰康资产、上银基金、华泰柏瑞基金、建信养老金、华宝基金、永赢基金、新华基金、浙商基金、兴业基金、华夏久盈资产、中加基金、国融基金、太平基金、中国人寿资产、海富通基金、大家资产、泰达宏利基金、大成基金、诺德基金、南方基金、中融基金、信达澳银基金、东海基金、长城基金、富安达基金	
时间	2022年6月28日上午 10:00-11:00	
地点	线上	
上市公司接待人 员姓名及职务	副总经理、董事会秘书：陈斌 证券事务代表：吴利芳	
调研内容	<p>1、上半年国内疫情对公司经营的影响</p> <p>答：今年3-5月上海地区疫情对公司的内销业务造成一定的影响，上海地区业务基本处于停滞状态，上海甚至整个华东地区的销售都受到了一定的影响，相比之下，北京疫情的影响则相对较小。6月随着国内疫情恢复，内销业务逐渐恢复增长。今年虽然有疫情影响，但是内销业务整体还是保持比较平稳发展的势头。海外业务今年则实现超预期增长，一季度外销收入增长超过50%，一是海外疫情常态化，二是海运情况相比去年有所改善，三是北美大客户的订单在持续增长。海外业务实现超预期的增速，弥补了国内因疫情受损的业绩。</p> <p>2、海外整体销售策略和销售格局</p> <p>答：目前公司海外销售主要以贸易型业务为主，主要外销团队在上海办公，外销团队人数不到20人。公司今年制定了外销战线前移的策略，计划在北美和欧洲业务进行首批的销售</p>	

前移并在海外设分公司，招聘当地业务人员，挖掘更多更有质量的当地医疗合作机构。

目前公司新产品在国内通过学术推广带来了较快的增长速度，未来海外新的分公司及团队的建立将带动新产品在海外的推广和销售。同时凭借公司的质量和技术优势和大客户合作研发新产品，也会带来新的订单增量。

3、公司股权激励业绩指标为扣非后净利润年均增速 30%，较以往增速都更高，是否具有可持续性？

答：公司对实现业绩指标比较有信心。

1) 经过内销业务和人员的改革，国内整体业务将保持较快的增长。原有内销业务没有分线管理，现将内销业务进行分线管理，无论是老产品放量、新产品的推广还是入院情况效果都是比较明显的。通过一系列考核指标改革，新品推广和研发速度都较以前更快。

2) 海外市场，今年开始做营销改革。在欧洲和美国建前端营销点，会带动新产品的销售放量，同时带动海外销售和外贸毛利率的增长。

3) 随着公司研发、技术的发展以及一系列可视化、抗菌功能的新型产品推出，公司不再只是做简单的低值耗材，竞争对手也从国内同行升级为进口大厂，逐步实现进口替代。

4、目前销售团队现状

答：目前内销整体分了 4 个营销部门，分管不同的产品线，每条线营销人员 100 人左右，商务和学术人员各占一半。去年国内营销费用增长较快，主要是营销人员数量增长及新产品营销推广费用增长。今年营销人员数量不会有大的变化，关键岗位可能会有一些调整和人才引进。目前海外营销团队主要是贸易型，未来计划在海外当地设营销点，和海外大的经销商合作，

	<p>海外的市场潜力比国内更大。</p> <p>5、和海外大客户是否有定制化研发合作，能否带来订单放量？</p> <p>答：公司目前最大的海外大客户是北美的 Cardinal 和 Medline。北美大客户质量体系认证比较严格，对产品质量稳定性要求更高，公司的质量和认证体系能力处于国内同行领先地位。目前和海外大客户合作的有超过 20 个在研新品种，未来几年将陆续产生新的订单。同时其他大的国际经销商也在采购该产品，我们会努力争取进入更多国际大经销商的供应商名单，带来更大的业务增长。新产品的毛利率相比老产品更高，随着新产品的放量，外销整体毛利率也会不断提高。</p> <p>6、研发团队情况、未来研发支出以及毛利率的变动情况</p> <p>答：公司目前有研发人员 150 人左右，新产品分线进行研发，同时还有基础学术研究，前端有专门的涂层和材料研发人员，同时针对大客户的定制化项目也有专门的团队进行设计开发工作。公司研发费用每年都在增长，但是研发费用率将保持稳定。随着新产品的不断推出，将带动公司整体毛利率的逐步提升。</p> <p>7、阐述未来发展重点和发展战略</p> <p>答：公司战略目标是实现医用导管产品全球领先地位。产品重点还是围绕麻醉、导尿、泌尿外科和护理 4 条主要产品线，同时兼顾国内国外销售。未来会将更多精力投入市场终端，以推动新产品的销售，把海外销售端进行前移，将更多更有优势的公司产品推到海外市场；同时注重研发端积极投入，研发出各个领域有全球领先技术优势的产品。</p>
附件清单(如有)	无