

证券代码：300760

证券简称：迈瑞医疗

编号：2018-013

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 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>长江证券策略会</u>
参与单位名称及人员姓名	北京源乐晟资产管理有限公司、博时基金管理有限公司、创金合信基金管理有限公司、大成基金管理有限公司、东方阿尔法基金管理有限公司、东方证券股份有限公司、广发基金管理有限公司、广州证券股份有限公司、恒大人寿保险有限公司、恒生前海基金管理有限公司、恒泰证券股份有限公司、弘毅远方基金管理有限公司、汇添富基金管理股份有限公司、景泰利丰资产管理有限公司、鹏华基金管理有限公司、新疆前海联合基金管理有限公司、上海通晟资产管理有限公司、深圳民森投资有限公司、深圳市明达资产管理有限公司、深圳市易同投资有限公司、生命保险资产管理有限公司、信达澳银基金管理有限公司、银华基金管理股份有限公司、长城基金管理有限公司、中国人保资产管理有限公司、中国人民养老保险有限责任公司、中欧基金管理有限公司等 28 家机构 36 名参与人员。
时间	2018 年 12 月 19 日 9:30 –16:30
地点	深圳市福田区益田路 4088 号香格里拉大酒店
上市公司接待人员姓名	证券事务代表张弛
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司证券事务代表张弛就行业概况、公司发展历程、产品及竞争优势等方面进行了介绍。</p> <p>基本情况介绍：</p> <p>公司于 1991 年在深圳设立，属于国内第一批医疗器械公司，</p>

至今发展已近 30 年。我们在第一个十年，产品领域主要是监护仪、血球、超声。目前公司的产品已涵盖生命信息与支持、体外诊断、医学影像三大领域，已有近 300 个产品机型，涵盖监护仪、血球、超声、手术灯床塔、除颤、输注泵、呼吸、生化、化学发光、麻醉、凝血、硬镜等产品。除了产品线的不断扩充，第二个十年公司产品进军海外市场，目前已远销至 190 多个国家及地区，已进入 2/3 的美国医院，覆盖欧洲超过 100 家教学医院。未来随着公司综合竞争实力的不断提升，公司将继续大力开拓市场。

我们的初心是致力于普及高端科技，这份使命贯穿公司发展的主线。公司在发展初期已进行全球化的战略布局，用国际标准要求自己，无论是从产品质量还是自主知识产权的含金量方面都在业内领先，也是迈瑞产品能够占据全球一席之地的重要原因。迈瑞的创新发展路径可以总结为三个阶段：

第一阶段，跟随国外技术步伐，功能性能向国际巨头靠拢，在工程技术上创新，以优异的性价比赢得市场，改变了国际巨头垄断国内医疗器械行业的市场局面。

第二阶段，坚定企业发展目标，聚焦医疗器械行业，高度重视研发创新，将 10% 左右的营业收入投入研发，年产出 7-12 款新品。公司垂直整合度高，产品自研自制。围绕全球客户需求，在产品功能性能和临床应用方面进行创新，逐步实现产品和技术的引领。

第三阶段，围绕临床诊疗场景，深化产学研医深度合作，逐步建立国人的诊疗标准。

互动提问：

问：目前医药行业已开始推行带量采购，请问后续医疗器械实行带量采购的可能性大吗？如果后续医疗器械实行带量采购，会对

公司带来哪些影响？

答：目前医疗器械行业暂未实行带量采购，对公司业绩基本没有影响。如果后续医疗器械实行带量采购，对于国产龙头企业而言更多是积极影响。另外，公司产品生产涉及的电子类原材料本身每年也有常规降价，因此公司现有产品每年也会有一定程度的常态降价。公司逐年也不断推出新产品，产品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价格体系。

问：公司研发投入的情况？三条产品线分别占多少？新老产品的分摊？

答：多年以来，公司在研发投入方面一直保持国内领先，近年坚持将约 10% 营业收入投入研发，目前的投入基本上是三条产品线相对均衡。研发投入主要用于各产品线前沿技术的研究、新产品的迭代及现有产品的升级。

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：技术上跟国内公司相比有领先优势，得益于对核心技术的掌握，比如域成像技术、剪切波弹性成像技术等，以及对美国超声公司 Zonare 的并购整合，公司的高端彩超产品已经进入西欧和美国市场。

产品市场覆盖面广，覆盖高中低端市场，不仅实现不同的临床应用场景需求及功能性能方面的拓展，又能实现高端产品下移，使其具有卓越的性价比。

行业整体看供不应求，终端应用需求从超声科向临床科室不断渗透，迈瑞正在逐步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。

问：公司产品的生产周期？生产外包情况？库存情况如何？

答：总体来说，是以销定产。生产特点是小品种、多批次。制造中心会基于历史订单结合新订单情况进行大数据分析，完成部分产品原材料、半成品等标准件的储备，实际根据订单需求进行装配生产。具体产品生产周期根据产品品类及具体配置不同有一定差异性。出于技术保护的考虑，公司产品的核心部件自主研发生产，非核心部件的标准件选择采购或者外协加工。公司的库存管理健康，符合常规市场采购及储备的逻辑和需要。

问：公司设备类产品的使用寿命为多久？未来的市场需求主要来自于什么方面？

答：一般来说，公司产品的生命周期和技术迭代为 5-7 年。使用效率高的产品更新换代的更频繁。未来的市场需求，发展中国家主要来源于医疗机构的新增、扩建，发达国家主要来源于产品的更新升级替换。

问：未来公司业务规划及市场空间？

答：从业务角度来说，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。未来公司首先将夯实主营业务的领先地位，并且持续规划培养种子业务，为未来提供新的业绩增长点。总的来说，未来三年的发展方向是三条产品线并驾齐驱，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：公司未来并购计划？

答：总体来说，公司目前暂无明确的并购意向。历史上，公司有

	海内外并购和整合经验。长远来看，公司会持续关注市场的并购机会，综合考虑标的质量、标的价格、协同效应等多方面因素。
附件清单（如有）	无