

证券代码：600763

证券简称：通策医疗

## 通策医疗投资股份有限公司投资者调研内容纪要

编号：2019-001

投资者关系活动类别	<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 type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	招商医药 东吴证券 东财 彤源投资 毅木资产 国元证券研究中心 国元证券研究中心 方正证券 上海电气财务 浙商证券资管 华安基金 华商基金 中信保诚 兴全基金 中海基金 泰信基金 朱雀投资 等 81 位分析师及投资者；	邱旻 焦德智 何玮 庄琰 任清莲 刘慧敏 汤芬芬 张一弛 白伊贝 赵媛 裘倩倩 陈鹏 王岩 隋毅 梁静静 徐慕浩 张皓
时间	2019 年 1 月 30 日	
地点	通策医疗投资股份有限公司会议室	
上市公司接待人员	董事长吕建明先生；总经理王毅女士；财务总监寿叶飞女士； 董事会秘书张华先生。	

### 1、公司第四季度的经营情况如何？

经财务部门初步测算，预计 2018 年年度实现归属于上市公司股东的净利润与上年同期（法定披露数据）相比，将增加 10,943 万元到 11,913 万元，同比增加 50.5%到 55%。

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润与上年同期（法定披露数据）相比，将增加 10,780 万元到 11,750 万元，同比增加 50.6%到 55.2%。

四季度以来公司各医院运营良好，继续保持稳定增长的态势，2018 年门诊量整体增加 17%左右。

### 2、柯桥分院目前处于什么阶段？

目前柯桥分院选址、设计已经完成，预计 6 个月可以全部装修完毕。柯桥分院团队相对成熟，医院建成投入运营后能够快速发展。

### 3、关于蒲公英计划的分院情况？

目前 10 家签约的分院都开始寻找合适选址，2019 年计划签约到 30 家，之后再加速推进蒲公英计划的进程，目前建设最快的分院预计在 2019 年中开始营业。

蒲公英计划内的分院重点考虑开设在 30 多万-100 万人口的区域，每家分院规模为 30 至 100 张牙椅。目前的 10 家分院在计划的第一阶段都是 30 台起步。蒲公英计划中的分院预计会出现当年开业当年盈利的情况。

蒲公英计划将给当地的医生团队 20%-40%左右的股权。未来就蒲公英计划本身没有融资计划。

### 4、公司收购杭州捷木股权投资管理有限公司 50%，间接买地之后继续投入会有多少？

预计将会有 2.9 亿左右的后续投入。

#### 5、目前单张牙椅产出水平和未来单张牙椅产出目标。

目前单张牙椅产出约 100 万，随着种植、正畸、修复三大业务的快速增长，公司的目标是单台牙椅 200 万的产出。

客单价目前是 800 多元，随着未来滨江种植院区、紫金港正畸院区的开设运营，将整体提高公司的客单价。

随着蒲公英计划在省内的推进，基于杭口品牌及医生资源的影响，种植、正畸等高增值的项目在市、县、区杭口的区域蒲公英分院将会增加，因此未来蒲公英分院单体牙椅的产出可能会高于杭口，例如诸暨分院单张牙椅产出已高于杭口。

#### 6、收入增长与人力资源成本增长的态势如何？

随着收入增长，人力资源成本也会随之增加，二者呈现正相关关系，就目前看来收入增长速度快于人力资源成本增长速度。

#### 7、诸暨分院正畸业务可以达到 80%左右是什么原因呢？

诸暨分院正畸业务比例高主要是由于诸暨分院院长为正畸专家，随着口碑的逐渐建立及影响力的提升，当地的客源越来越多，在诸暨分院形成了正畸领域的品牌及影响力。

#### 8、销售费用在报表里都比较少，未来是否会有变化？

广告费用在未来占比仍然会比较少，公司还是秉承“服务即营销”的理念，通过义诊、讲座等形式推广医院的品牌，提升影响力。

#### 9、公司口腔耗材的采购是怎么样？

耗材的采购由总部控制采购目录，由各医院在目录上自行采购，公司有比价系统，任何一家医院有质量更好、价格更低的耗材将放入采购目录中，其他医院参照该价格进行采购。

整体看来，运用比价系统比集中采购更能合理有效的降低成本。

	<p><b>10、关于辅助生殖业务发展如何？</b></p> <p>截至目前，辅助生殖方面已经出生 400 多个孩子。</p> <p>公司在辅助生殖业务上持续储备医生资源，提升技术水平，待取得独立的辅助生殖牌照后，将会大力发展辅助生殖业务。</p> <p><b>11、公司口腔医院的竞争对手是哪些？</b></p> <p>公司竞争对手定位于国内著名医学院的附属口腔医院而不是口腔诊所及其连锁机构。</p> <p><b>12、公司是否有融资计划？</b></p> <p>目前公司没有融资计划。</p>
日期	2019 年 1 月 30 日