证券代码：002950 证券简称：奥美医疗

**奥美医疗用品股份有限公司投资者关系活动记录表**

 编号：2020-005

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | □特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动□现场参观 √其他 （电话会议） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 详见附件《参会机构名单》 |
| 时间 | 2020年7月12日 |
| 地点 | 电话会议 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长 崔金海；董事、董事会秘书 杜先举；证券事务代表 郑晓程。 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **1、请公司介绍上半年业绩，比如说口罩类业务的占比、毛利率的水平等。****答：**公司在上周五发布了业绩预告，预计2020年上半年度净利润同比增长在550%左右。感染防护类产品营业收入今年上半年有较大增长，经初步测算约占营业收入的45%左右。 除感染防护产品外，其他常规业务的增长在20%以上。现在整个海外的医院，特别是美国，医疗资源大部分都被新冠疫情这块占用了，因此感染防护产品与常规业务是一个翘翘板的关系，感染防护产品这一头上来了，常规业务的需求就下来，尽管需求下降，但是公司还是凭借在全球范围内的竞争优势，在没有进行收并购的情况下保持了该板块业务的增长。感染防护产品这块，公司的业绩也是中规中矩，主要是受到地处湖北的影响，感染防护产品在前四个月我们基本上只供给国内市场，重点供应湖北省与北京。在疫情期间，我们做到了“保供”、“保价”，这也是我们作为上市公司应该履行的社会责任。在疫情缓解后我们又承担了担防疫物资中央储备任务、湖北省储备任务与援外任务。除了这两块业务，公司原先计划的一些新产品导入，也是因为疫情的原因有一些延误，这一块我们会在后面追回来。 对于今年的整个业务规划，我们还是认为两手抓，两手抓才是长久之计，不能说只单单去关注感染防护产品这块，感染防护产品今年是一个比较特殊的状况。在常规业务这块，我们还是要抓住今年疫情影响下，整个国内生产商的集中度提高速度非常快的大背景，要借助这个机会将我们常规业务的市场占有率提升上来。**2、因为疫情可能短期也不会结束，大家对于防护类产品的需求是一个持续的过程，不知道您怎么看待这个问题？**答：以口罩为例，应该说这次疫情之后，根据我们现有的市场数据，整个需求至少是以前的8-10倍。在疫情以前，口罩的需求也是季节性的，一般是流感、防尘，才会大量的使用，平时家庭，包括医院的医生和护士，用量也不是非常大。但现在国内的医院戴口罩已经是一种常态，上班必须戴口罩；民众只要是有一点的流感类东西发生，也都被教育要戴口罩；除此之外还有政府储备的需求。另外一个，防护服、隔离衣、手术衣。原先国内的医院在这一块使用量也不大。但在疫情之后，医院对院内感染的重视程度陡然提升，这一块的需求未来也会上升。原先一些没有使用隔离衣的医技操作，未来也会使用。所以在这种状态下，现在整个医院在感染防护方面的基础耗材的预算，都会提高。以前这些都是成本，现在医院的思路在转变，监管的思路也在转变。 感染防护领域，其实奥美医疗已经调研了至少5年以上，只不过是因为要先投纱布类与无纺布类产品，即IPO募投项目的新疆奥美、荆门奥美，感染防护项目就没有同时投。公司前期已对感控项目投资进行了公告，这个投资项目的相关测算所使用的数据，也是疫情前的。**3、公司感控项目目前是怎么规划的，准备如何开拓市场？**答：在整个防护感染系列产品里面，我们在这个行业产品里面应该有20多年的积累。整个项目规划方面，公司投资的感控项目将会打造五个中心，产品研发中心、制造中心、检测中心，消毒灭菌和培训教育中心，全方位切入该行业。 市场方面，我们拥有客户优势。现在欧洲、美国、亚洲、中东、非洲，我们的客户基础比较好，都差不多跟我们合作了20多年。在这一块他们有现实的需求。尽管现在感控项目还处在建设阶段，但是我们的销售部门与技术部门已经动起来了，目前客户也已经提供了样品，双方正在对一些市场情况、技术方案进行交流。 大家都愿意签长期的战略合作协议，这些是国际需求。还有国内的需求，包括国内的院线和零售，经过这次疫情，我们也逐步在这个市场站稳脚跟，这是第二个大的需求。第三大需求，就是收储，这次奥美医疗也承担了中央储备任务和湖北省储备任务。 研发方面，这次我们花大力，光一个检测中心大概投资2000万。在整个研发上，我们会联合国内外机构作为合作伙伴，对产品的升级改造和它的功能提升，包括它的舒适度。这个市场未来一定是一个竞争很剧烈的市场。但是如果在里面不断地提升、不断地改善，就像我们做纱布一样，我们想把这个产品在全球范围内打造成为非常有竞争性的产品，医用敷料领域竞争也很激烈，但是奥美医疗还是做到了成为细分领域全球出货量最大的位置。我们也希望把这些感控系列产品，跟我们过去传统的医用敷料一样，做到全球规模最大。这是我们大概的一个定位和设想。**4、咱们疫情防护板块，毕竟还是跟疫情本身的节奏是强相关的，但是公司好像对未来1-2年的订单消化感觉比较有信心。我想问，这是基于疫情明年还是会持续现在这个状况的角色，如果说疫情明年有疫苗了，或者相应的一些药物出来、本身的感染人数在下行，对我们的订单在刚才的基础上会不会修正，或者咱们怎么看他们之间的关系？**答：**奥美医疗做感控项目投资测算的时候，使用的是非疫情常态下的数据。**我们现在布局的产能，它是疫情前的常态需求，这个需求也是基于我们国际市场的老顾客需求来做的。国内的需求，在疫情前后会发生变化，疫情前国内院线防感的覆盖率相较海外非常低，疫情后会后大幅度的提升，现在医院都非常重视防止院内感染。也就是说整个防护系列，从目前来讲，我们的客户的需求，对我们产能的释放是没有大的问题。未来我们要做好的是面对竞争不断研发、提升，通过生产端的升级去契合市场需求，发现需求。这次我们从德国引进全球最高端的基材生产设备，辅以奥美医疗的智能化、自动化后加工能力，以及成本管理能力，PMC调度能力。相信可以在该领域占据竞争制高点。**5、在感控项目投产这之前，三四季度还有没有挖潜的空间。**答：防护服、隔离衣、手术衣我们原先是规划先上原材料线再上后加工。但根据现在与客户沟通的结果，我们在下半年会考虑倒过来做，先布局后加工端，在原材料的产线没有出来之前，先去外面购置基布来保障供应。当然，这个布局我们需要时间，后端布局整个设备投入和人员的培训，在我们过去的制造基础上，会很快到位。口罩的产能一直都在，也可以随时提升。**6、我们公司好像跟客户结合的特别紧密，但是如果从国内来看，可能有一两百家企业在做这个事情，龙头除了我们以外还有其他企业。我想请领导解释一下，无论从报表角度还是产业角度，好像海外客户全部都要来找我们的这种感觉，我们的竞争力好像是国内比较独一的，这个问题能不能详细讲讲。**答：以前在这个行业里面奥美医疗不是龙头。我们大概用了10年的时间，把他们都超越了，形成现在的竞争格局。现在在国际板块，包括欧洲、美国知名的客户群里面，奥美医疗与客户的沟通成本非常低，互相都非常了解、信任。这种信任是很难取代的，美国FDA到奥美医疗两次工厂审核，都是零缺陷通过。FDA一般验厂零缺陷的概率很小，一般有几个观察项、反馈问题。 除了第三方的认证，现在的奥美医疗跟主要客户都是全体系的接入，我们的销售对对方的销售，质量人员对对方的质量人员，我们的研发人员对对方的研发人员，我们的很多产品，可以实现参数放行。除此之外，奥美医疗重视对员工的培训与激励，公司的整体的企业文化与价值观让客户非常信任。以感控项目为例，尽管该项目仍处于建设期，但我们已经从客户处取得了非常详细的市场数据、技术资料等。**7、当我们维持了这么高的质量标准，成本会不会比大部分国内公司都要高一些，我们是不是在做一个比较高端的市场。**答：国际成熟市场，讲究的是“性价比”。整个防感系列里面不管是口罩还是服装，未来对质量、对安全、对功能的需求越来越高。以医院采购和政府储备为例，如果产品质量出了问题，后果可想而知。未来这个市场需要的是你有一种系统管控能力、质量管控能力、检测能力和研发能力。再者，我们维持高质量标准，成本也不一定比其他厂商高。全流程控制与规模化制造可以实现非常高效的成本控制。以感控产品为例，绝大部分产品都是需要灭菌的，目前奥美医疗在医疗器械领域的EO灭菌能力在全球是规模最大的，而且已经实现了灭菌过程智能化、自动化。现在这个系统已被全球主要客户认同。**8、我们看到国内的竞争对手，在质量管控、品质上应该走在国内的前列，像欧美是不是有类似的竞争对手，他们可能本身对品质上也是有管控的。第一，不知道我们海外有没有比较成规模的竞争对手；第二，如果有的话，我们和他们的竞争优势大概在什么地方？**答：目前来讲，海外还没有竞争对手，中国几乎垄断了国际市场。从欧美国家的角度，重新把制造回归，难度很大。现在的制造是系统化的工作，我们要做这个产品不是那么简单的，而且这个产品对欧美客户来讲，它还是算劳动密集型的，他们也不适应回过头做这些产品。在全球市场，第三世界国家，包括越南、柬埔寨、缅甸，现在都是中国人在那边布局。现在这个行业，要形成竞争力，既是一个劳动密集型，也是资本密集型，此外还有质量控制、客户资源等多重壁垒。各位可以看下奥美医疗从成立以来到现在的资产规模。以我们这次打造的感控项目为例，光设备差不多要投6个亿进去，而且现在中国的制造水平已经不可同日而语，比如我们的很多工装设备，很多是自主研发、自主开发的。所以在可预见的未来，这个行业竞争来竞争去最后还是中国人跟中国人自己竞争。**9、奥美医疗在国外的客户是采用什么样的经销方式？直接在国外有经销商，还是说直接对口医院，就是直接用户是通过经销商体系吗？国外的经销商体系是什么样的情况，能介绍一下吗？**答：我们给海外的产品大多是采用OEM、ODM，也就是我们现在很多客户都是自己的品牌，自己做经销。在中东和非洲地区我们用的是自己的品牌。海外的销售形式非常简单，商业逻辑非常简单。英国是NHS政府采购，美国是GPO，几百家医院联合在一起。海外大多都是这种形式。我们的产品有一个特殊性，在整个欧美系统管控里面，一定要把制造商写给终端客户，也就是ALLMED MEDICAL会在包装上以制造商出现。终端客户在选择这个产品的过程中，对制造商也是一个选择，因此制造商的实力对于客户来说非常重要。**10、公司现在所处的细分领域，在海外市场中，奥美的产品大概占的市场份额有多大？** 答：我们在北美占有率是比较高的，占到45-50%，在欧洲我们大概占到百分之30-35%左右，在整个日本市场，我们大概占15-20%。其他市场暂无数据。**11、关于我们防疫物资价格方面。前期其他公司或者整个行业因为原材料涨价的原因，会把整个价格会提的比较高，甚至可能出口的价格比较高，但是我了解，我们还是一直维持着行业比较中等的水平。我们是基于怎样的一个考量？** 答：奥美医疗在1月20号左右复产复工，是应湖北武汉的疫情要求复工的，复工之后，我们第一考量的不是盈利而是担当。我们做到了 “保质”“保量”“保底”，即保质量、保供应量、保价格底。我们在湖北省，疫情重灾区，而且我们也是一个上市公司，而且还是做这个产品类别的。所以我们复工复产以后，尽量控制成本。疫情缓解之后，面对国际市场的需求，我们也是给客户合理的价格。奥美医疗不管是员工还是高层都达成共识，把品质控制好，同时把控合理的价格。你们可以看到，我们的利润不是最高的，但是我们收获了更宝贵的东西。奥美医疗在这次疫情中，对湖北省政府和人民，履行了“保质”“保量”“保底”的社会责任；对我们的客户，做到了共同担当，合作关系更加密切了；对我们的投资人和股东，我们也做了保障，半年报预增550%左右。**12、第一个问题，价格的提升对上半年的业绩贡献。****第二个问题，目前不知道您这边有没有数据，国内的口罩和防护类产品的竞争格局、市场份额的情况是怎么样的，尤其是前几位厂家，他的市占率大概有多少？****第三个问题，因为咱们在湖北，现在可能洪灾有一些影响，不知道对公司会不会有一定的影响？**答：第一个问题，上半年业绩预告已经公告，详细信息请阅读公司后续披露的半年报。第二个问题，目前还处在后疫情阶段，现阶段的市场数据参考性低。 第三个问题，洪灾问题，我们的工厂在枝江，枝江市是在湖北的中西部，地势较高，我们的工厂目前不受影响，生产经营正常。 |
| 附件清单（如有） | 《参会机构名单》 |
| 日期 | 2020年7月12日  |

附件：《参会机构名单》

|  |  |
| --- | --- |
| **机构名称** | **机构名称** |
| 天风证券股份有限公司 | 泰康资产管理有限责任公司 |
| 中信证券资产管理部 | 泰达宏利基金管理有限公司 |
| 中融国际信托有限公司 | 顺沣资产管理有限公司 |
| 招商证券股份有限公司自营部 | 拾贝投资管理有限公司 |
| 长昇投资有限公司 | 深圳熙山资本管理有限公司 |
| 永源安泰基金管理有限公司 | 深圳市中欧瑞博投资管理有限公司 |
| 银泰证券有限责任公司自营 | 深圳市易同投资管理有限公司 |
| 银华基金管理股份有限公司 | 深圳市武当资产管理有限公司 |
| 信泰人寿保险股份有限公司 | 深圳前海云溪基金管理有限公司 |
| 新华基金管理股份有限公司 | 绍兴睿源投资管理有限公司 |
| 上海盘京投资管理中心 | 上海弈慧投资管理有限公司 |
| 上海南土资产管理有限公司 | 上海汐泰投资管理有限公司 |
| 上海名禹资产管理公司 | 上海彤源投资发展有限公司 |
| 上海瑰铄资产管理中心（有限合伙） | 上海世诚投资管理有限公司 |
| 上海高毅资产管理合伙企业(有限合伙) | 上海趣时资产管理 |
| 上海枫池资产管理有限公司 | 交银施罗德基金管理有限公司 |
| 上海大正投资有限公司 | 江苏瑞华投资控股集团有限公司 |
| 国寿安保基金管理有限公司 | 江苏恒道资本管理有限公司 |
| 前海开源基金管理有限公司 | 建信基金管理有限责任公司 |
| 千合资本管理有限公司 | 嘉实基金管理有限公司 |
| 平安资产管理有限责任公司 | 华银基金管理有限公司 |
| 鹏华基金管理有限公司 | 华夏基金管理有限公司 |
| 卷柏科技有限公司 | 华夏财富创新投资管理有限公司 |
| 九泰基金管理有限公司 | 华商基金管理有限公司 |
| 金鹰基金管理有限公司 | 华润元大基金管理有限公司 |
| 广发基金管理有限公司 | 湖南源乘投资管理有限公司 |
| 工银瑞信基金管理有限公司 | 贺腾资产管理有限公司 |
| 高新投股份有限公司 | 杭州昊晟投资有限公司 |
| 佛山市东盈投资管理有限公司 | 杭州冲和投资管理 |
| 丰和正勤投资管理（北京）有限公司 | 杭州白犀资产管理有限公司 |
| 财通基金管理有限公司 | 国信证券资产管理总部 |
| 博时基金管理有限公司 | 国泰基金管理有限公司 |
| 北京颐和久富投资管理有限公司 | 大成基金管理有限公司 |