

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：2021-001

| | |
|---------------|--|
| 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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 线上公众投资者 |
| 时间 | 2021年5月11日 |
| 地点 | “奥美医疗投资者关系”微信小程序 |
| 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；董事、财务总监 黄文剑；独立董事 徐莉萍；证券事务代表 郑晓程；保荐代表人 张迪。 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>1.、请公司介绍在 2020 年度生产经营业绩的基础上，今后如何计划进行市值管理？</p> <p>答：尊敬的投资者您好！市值管理的基础是做好公司经营，在此基础上，我们会做好价值传播工作，让市场充分了解公司，感谢您的关注！</p> <p>2、请问公司近期有无计划发行可转债呢？</p> <p>答：尊敬的投资者您好！暂无该项计划。感谢您的关注！</p> <p>3、请问公司在感染防护领域的策略是怎么样的？</p> <p>答：尊敬的投资者您好！后疫情时代，感染防护领域的</p> |

竞争已经开始有白热化的趋势。目前，国内感染防护领域行业主要存在以下几个问题：（1）基材生产与成品加工割裂；（2）基材为工业化的通用基材，鲜有厂家针对医用场景对基材进行针对性改进；（3）基材品质仍有较大的提升空间。基于公司在海内外市场的经验，在后疫情时代，感染防护产品的竞争逻辑将与传统医用敷料产品趋同，最终将落脚于产品品质与性价比，因此，公司选择关注长期需求，为市场提供更加优质与高性价比的产品，以长期主义构筑后疫情时代在感控领域的竞争力。

公司投资新建奥美医疗疾控防护用品生产基地，该项目所引进的熔喷线、纺熔线、纺粘线均为目前全球范围内最先进的生产线，在产品质量、成本方面较以往有突破性的提升与改善；公司将从原材料开始，针对院内感染专业防护、公共卫生防护、个人卫生防护等不同场景，提升基材的特定性能，如抗静电、抗血液穿透、抗酒精穿透等；公司还将配套应用高效低阻过滤材料等相关的研发成果与技术积累；此外，该项目将配套定制的自动化、智能化成品深加工生产线，实现感染防护产品的全产业链覆盖与全流程控制。只有这样才能跳出单纯打价格战的恶性竞争。感谢您的关注！

4、请问公司主营收入，海外占比六成多，其中美日又占海外市场多头，请问公司第一季度美日市场发展如何？收益如何？公司今年对美日市场的展望与盈利预测又是怎样？

答：尊敬的投资者您好！今年以来，受疫情控制的影响，海外传统医疗活动有显著恢复，整体需求有所上升。海外市场一直是公司的主力市场。奥美医疗在北美同类产品总体市占率为 50%，为该地区同类产品第一大供应商；在欧洲总体市占率为 20%，为该地区同类产品第一大供应商；在日本同

类产品市占率为 20%，为该地区同类产品第一大供应商。未来我们会持续深耕海外市场。感谢您的关注！

5、公司业绩优良，又涉及医美赛道。请问贵公司在未来如何能保持稳定增长？

答：尊敬的投资者您好！在全球老龄化的大背景与国内医疗水平提升的大背景下，公司业务的天花板仍在不断地提升。公司主要通过以下业务路径保持公司业务稳定增长：（1）提高现有产品海外市占率；（2）利用现有的渠道不断地补充产品品类，主要涉及现有传统产品、感染防护产品、医美产品等；（3）深耕国内市场，将国外市场的经验与产品带入国内市场。感谢您的关注！

6、请问贵公司对不同渠道（例如线下渠道的商超、便利店）的供货价格是如何的呢？

答：尊敬的投资者您好！尊敬的投资者您好！公司在不同渠道投放的产品有区别，以口罩为例，我们在药店等渠道投放的医用外科、一次性医用口罩等产品；在沃尔玛、屈臣氏等投放的主要是香氛口罩、个性印花口罩（也是一次性医用口罩）等，还有如三星堆主题印花口罩等。公司主要还是针对不同渠道投放不同产品，以提升公司产品在不同渠道的竞争力。感谢您的关注！

7、请公司介绍（1）熔喷布生产线何时正常生产，防护服生产线何时能正常生产，量产后都能实现满产满销吗？

（2）现在国外疫情形势严峻，医用敷料、防感用品在国外市场 2021 年度销售前景如何，各线产品国内医院、电商、超市、药房前景如何？

答：尊敬的投资者您好！（1）目前熔喷布生产线已经

在试产，防护服生产线今年也可基本可投入生产；（2）公司在规划项目时是按照疫情前的数据进行规划的；（3）今年医用敷料的需求有所回升；（4）感染防护用品的需求还是疫情强相关，主要看疫情的发展，当然在后疫情时代，感染防护的需求肯定较疫情前有明显上升。（5）国内市场方面，公司产品进入药房共计约 5 万家，主要为国大药房、高济医疗等国内龙头连锁药房，同时进入京东健康、阿里健康等网络渠道销售；进入医院 150 余家，主要为大三甲医院，包括北京 301 医院，中山大学附一院、武汉同济医院、中部战区总医院等。公司医疗器械产品、消费业务产品同步进入屈臣氏、沃尔玛等国内大 KA 渠道。感谢您的关注！

8、相比之下，今年一季度利润只有 1 个亿多点，去年三四季度都有 2 个亿左右的利润，而今年一季度的营收确实增长的，是什么因素导致利润下降？目前公司一直在通过加强对外合作和增加线下大药房的销售，但总体利润增长达不到预期，这也是股价从去年 7 月份一直大幅下滑的重要原因，问一下今年公司在增收增利上有没有更好的措施，目前二季度有没有实质性成效？

答：尊敬的投资者您好！2020 年并不是一个常态化下经营的年份，因此很多预测不能生搬硬套去年的情况。目前国内市场药房医院等渠道公司已经加大资源投放力度。从去年底到现在，公司产品进入药房共计约 5 万家，主要为国大药房、高济医疗等国内龙头连锁药房，同时进入京东健康、阿里健康等网络渠道销售；进入医院 150 余家，主要为大三甲医院，包括北京 301 医院，中山大学附一院、武汉同济医院、中部战区总医院等。目前相关工作仍在开展。渠道搭建完成到完全发挥效益需要时间，并不是一蹴而就的。感谢您的关注！

9、请问公司国内业务进展如何？

答：尊敬的投资者您好！2020年末2021年初公司国内业务取得较为可观的进展。公司产品进入药房共计约5万余家，主要为国大药房、高济等国内龙头连锁药房，同时进入京东健康、阿里健康等网络渠道销售；进入医院150余家，主要为大三甲医院，包括北京301医院，中山大学附一院、武汉同济医院、中部战区总医院等。公司医疗器械产品、消费业务产品也同步进入屈臣氏、沃尔玛等国内大KA渠道。感谢您的关注！

10、请问公司目前有哪些研发项目？

答：尊敬的投资者您好！公司现在的研发业务主要有以下几条线：超细纤维过滤技术体系、感染防护与控制技术体系、创面管理和修复技术体系、组织替代与修复纺织品技术体系、止血、急救材料技术体系。感谢您的关注！

11、请问目前奥美医美方面的研发是否取得进展，是否会将该产业做为一个收入的重要方向进行布局？

答：尊敬的投资者您好！该方向是公司重要的战略布局之一，感谢您的关注！

12、请问奥美医疗疾控防护用品生产基地目前建设情况如何，投产情况是否符合预期？

答：尊敬的投资者您好！目前建设与投产情况符合预期，感谢您的关注！

13、请问当前各类口罩产能多少，能实现满产满销吗？

答：尊敬的投资者您好！公司口罩产能与之前披露的信

息无太大变化，目前以销定产为主。感谢您的关注！

14、请问目前线上门店销量如何，具体是在与哪些商家合作？

答：尊敬的投资者您好！公司线上主要采用在天猫、京东等平台开店，当然您在屈臣氏、沃尔玛、海王星辰等渠道线上店也可采购到公司产品！感谢您的关注！

15、请问公司怎么定义未来发展的一些主要的板块？怎么去看待未来发展的方向，每一个方向的着力点是什么样的，大概是怎么样的分配？

答：尊敬的投资者您好！公司未来的业务可分为以下几个板块：（1）国际医疗器械业务板块，主要业务路径还是通过提升现有产品市占率、通过现有渠道不断铺新产品进去，特别是感染防护产品。（2）国内医疗器械业务板块，公司其实是从0开始，目前主要还是药店、医院、KA、线上四个渠道铺产品，药店、KA、线上主要是传统产品附带一些公司研发的新品；医院除了传统的业务形态，我们还会关注DRGs、SPD等新方向去做。国内我们也给国内的大品牌商做一些代工，如云南白药等。（3）国内消费品业务板块，主做消费品市场，发力点是基于公司在医用纺织、无纺领域的先进经验，以医疗+消费的产品概念导入市场。感谢您的关注！

16、请问感染防护产品的全产业链覆盖今年的规划如何？预计什么时候能够实现？

答：尊敬的投资者您好！目前感控项目的建设与投资产情况符合预期，熔喷布线目前已近投产。预计全产业链覆盖将在年底至明年初实现，感谢您的关注！

17、请问公司专利同比增长 84.52%，今年是否会加大研发投入？

答：尊敬的投资者您好！未来还将是研发投入的密集期。感谢您的关注！

18、请问目前公司医疗器械产品覆盖多少知名连锁药房，今年预计覆盖率能达到多少？

答：尊敬的投资者您好！国内市场方面，公司产品进入药房共计约 5 万余家，主要为国大药房、高济医疗等国内龙头连锁药房。在药店领域我们仍在加大投入，力争追赶上同行业竞争对手。但这个需要时间，毕竟公司进入国内市场的时间不久，我们会努力赶上。感谢您的关注！

19、感染防护业务同比去年增加 2,356.95%，请问今年能否保持高速增长？

答：尊敬的投资者您好！2020 年受疫情影响并非常态化经营，感染防护用品的竞争态势已经不同于去年疫情期间。有关感染防护领域公司的战略，我们也陈述得比较详细，主要关注长期需求。感谢您的关注！

20、公司产品质量一直深受消费者喜欢，口罩质量居于同业前列，但在街上却没见到几个带着奥美口罩的消费者，公司是否应该在宣传或者营销上加大投入呢？

答：尊敬的投资者您好！您提到的问题非常中肯，前期奥美医疗口罩没有带 logo，确实辨识度不高。去年三季度开始，我们开始在口罩上印制“ALLMED”字样的 logo，同时推出印花口罩、香氛口罩等。随着奥美医疗口罩的普及，公司的口罩产品出镜率也逐渐提升，如果您在 9 号刷到央视新闻

| | |
|--|---|
| | <p>抖音，就可以看到奥美医疗口罩出镜。五一期间我们也在三星堆博物馆推出了三星堆主题口罩，也受到了消费者的欢迎。今年的 CMEF 现场提供给观众等参会人员的防疫物资由公司提供，CMEF 的所有会议室也都标配奥美医疗的手消用品与口罩。公司的品牌影响力在不断扩大，我们会持续做好相关工作，感谢您的建议！</p> |
|--|---|