

证券代码：000718

证券简称：苏宁环球

苏宁环球股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：2021-010

| | | |
|---------------|---|---|
| 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"/> 其他 | <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"/> 战略发布会 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 国寿安保基金：刘志军、刘兵、季天华、王雪莹、余罡 | |
| 时间 | 2021年6月10日 | |
| 地点 | 公司会议室 | |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书：梁永振、北京苏亚医院总经理：薛莉莎 证券事务代表：李蕾 | |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>2021年6月10日下午，机构投资者通过现场和电话交流的方式，与公司管理层进行沟通交流，主要内容如下：</p> <p>一、公司整体情况</p> <p>公司主营业务为房地产开发。公司在做大做强房地产的同时积极开拓产业转型发展道路。公司2020年度实现营收42.87亿元，净利润10.38亿元，净利润率24.21%，在同行业保持较强优势。2021年第一季度公司营收7.90亿元，净利润2.72亿元，营收和净利润均保持稳健增长。</p> | |

2016 年公司进入医美行业，相继落地了一些医美项目，与集团公司共同设立 50 亿元规模的产业基金。通过医美产业基金并购了四家医美医院，分布在北京、唐山、无锡和石家庄。2017 年公司收购上海天大医院。依托公司雄厚的资产、管理、人力资源等优势，不断加强医美产业经营管理、拓宽发展路径、创新营销模式、提高风险管控水平和业务开拓能力，通过与国际一流医美机构交流对接，全方位引入顶尖医疗管理和技术团队，公司医美产业的经营管理能力、品牌影响力和市场竞争力显著提升，竞争优势进一步凸显，展现了极强的发展潜力和广阔的发展空间。

公司将坚持“稳中求进”的经营策略，实现地产业务持续稳健发展，确保主营业务较强盈利水平。同时，以更大的支持力度、更多的资金投入、更强的信心决心，全力推进医美产业发展壮大，打造公司新的产业增长极。未来，随着公司医美产业的不断发展壮大，公司将成为医美产业为主营业务的上市公司。

二、公司未来用于投资并购的资金来源

资金层面，公司主业房地产，近几年每年实现净利润在十个亿以上，公司拥有优质的土地储备，预期未来公司在房地产业务方面仍能够提供稳定的利润和资金支持。根据公司 2020 年年报，公司合并可分配利润还有 44.85 亿元，并且，公司与集团公司合资成立的产业基金规模为 50 亿元，产业基金也有非常大的投资能力。未来公司在房地产方面没有

大的投资计划，未来实现的利润都可以用来产业投资，公司未来可动用的投资资金将有百亿元以上的规模，可以完全覆盖医美投资资金需求。

三、公司医美医院的竞争优势

一是公司对医美产业持之以恒的支持。公司放眼长远，以做事业做产业的心态推动医美产业稳健成长。公司在房地产业务多年积累的运营优势、集采优势、资金优势以及积累的客户资源等逐步赋能给医美产业，公司医美产业的整体管理能力和盈利能力得以稳步提升。

二是强化医美产业“医疗本质”的经营理念，严格落实风险管理机制。在医疗安全方面，深化与行业监管部门的合作，积极响应监管要求，防范于未然；加强客户满意度的管理，始终把消费者的需求和满意放到经营管理的第一位。

三是积极学习新知识新技术，通过技术提升和业务创新来提升医院的盈利能力和市场竞争力。积极与医疗美容行业的学术带头人做深度交流，获取行业最新资讯，以保证技术的先进性及技术领先优势。

四是通过多年的探索和积累，公司在经营管理、财务运作、信息管理、业务规范、营销策划、风险控制、人才培养等方面建立了规范化的经营管理模式，该管理体系与公司企业文化深度融合，未来能够快速扩张复制到新的医美体系。

五是根据医美行业特点，制定了极具吸引力的薪酬体系，医美医院管理骨干和核心技术人才团体

保持了相对稳定性。未来，公司计划推出合伙人制的经营模式，通过公司与核心骨干人员的利益共享机制，共同经营、共同成长，助推公司医美产业更快更好的发展。

四、公司旗下的五家医院情况

目前，上海天大医院属于公司的控股公司，天大医院拥有开展“面部骨骼轮廓整形技术”资质的优势资源，有四级手术的资质，在行业内是最高级别；另外四家医美医院在产业基金旗下（公司占股45%）。

五家医院都是医疗美容医院资质，面积在 3-6 千平方米。业务涉及整形、注射、皮肤等。轻医美占比大概为 40%-50%，外科 20%-30%，皮肤科 25%-30%。营销方法主要是老带新，同时也采用直播等新媒体方式。医美行业比拼的是技术、管理、服务等。公司医美医院经过多年的锻炼和提高，在区域市场具备较强的竞争力和品牌美誉度。

五、公司医美产业的并购情况

公司目前成立了跨职能部门的并购团队，还在不断充实行业、财务、法务专家。公司并购团队特点在于“内外结合、业财结合、定位高端”。既有前台熟悉业务的人员，业务侧的投研和项目分析判断人员，全部具有丰富的行业经验。公司对于并购标的会进行详细尽调，通过多种方式方法，了解并购标的的真实情况。

| | |
|------|---|
| | <p>六、拓展上游产业</p> <p>公司将依托雄厚产业基石和高效资本运作，择机展开对医美产业链上游的医疗器械、生物制药等国内外优质医美资源的并购工作，未来可依托中游，与上游形成协同，打造全产业链高端合规医美龙头。</p> <p>七、公司收购医美标的标准</p> <p>目前，公司的医美医院基本上在一线和二线城市。下一步公司的医美并购区域不会在意是否是一线二线城市，重点是找到优质的标的。</p> <p>医美产业市场非常的庞大，医美的各个机构经营情况参差不齐，在传统的医美行业里，各种财务数据和经营标准并不是特别清晰。所以寻找医美标的，地域并不是特别的重要，但是医美标的经营的合规化、盈利能力、市场竞争力等是考虑的重点。</p> <p>另外，公司还看重医美标的管理团队。因为下一步的市场竞争不但只是市场上医美业务的竞争，更多是人才的竞争。一个好的机构团队，一个好的企业文化，会形成一个好的经营状态的延续和提升。</p> |
| 附件清单 | |
| 日期 | 2021年6月11日 |