证券代码：002382　　证券简称：蓝帆医疗

蓝帆医疗股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：202305

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	泰康基金、泰康资产、国金证券、华安证券、国泰君安证券、永赢基金、林奇投资、广发证券、太平洋资管、工银理财、汇添富基金、UBS、Abrdn、AIA、Affin Hwang Asset Management、AIIMAN、Eastspring、EPF、Hong Leong Asset Management、Kenanga、Kumpulan Wang Persaraan (Diperbadankan) (KWAP)、Nomura Asset、Principal Asset Management、Perpetual Investment Management、Pinebridge、Public Mutual、RHB Aseet Management、UBS GWM、Schonfeld、Urusharta Jamaah (UJSB)、Kenanga、Point72、Kenanga、Partners Bay Hong Kong、PNB 等国内外机构，线下线上参与人数合计 61 位
时间	2023 年 5 月 16 日-2023 年 5 月 18 日
地点	蓝帆医疗山东总部+电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长 刘文静女士 副总裁、董事会秘书、首席法务官 黄婕女士 防护事业部海外营销中心总经理 李斌先生
投资者关系活动主要内容介绍	**一、刘文静女士、黄婕女士分别介绍公司发展战略和业绩情况** （一）公司发展战略 公司于 2003 年成立，成立之初以生产、销售 PVC 手套为主要业务，目前已经发展为心脑血管事业部、防护事业部、护理事业部和外科事业部四大事业部，涵盖冠脉、瓣膜、健康防护手套、急救包、神经介入、外周介入和微创外科七大赛道。

	2003-2012 年经过第一个十年的发展，公司成为了 PVC 手套全球行业龙头，这十年期间公司有三个特点：第一，自创立之初不到七年成为行业第一家上市公司；第二，上市时毛利率水平处于行业领先地位；第三，行业第一家打造了上下游全产业链的公司。 第二个十年为 2013-2022 年，公司致力于发展成为医疗器械行业的平台型企业，制定了“A+X”战略，于 2018 年成功收购柏盛国际，获得心血管支架产品线；2020 年成功收购 NVT，进入心脏瓣膜领域；2020 年 5 月在上海设立了研发中心，包含五个赛道：分别为冠脉介入、瓣膜、神经介入、外周介入、微创外科。自 2018 年完成对柏盛国际收购后，公司成功应对了各种困难和挑战，重获新生，现在已经进入高速发展快车道。 第三个十年是 2023-2032 年，公司将专注于“医疗器械＋生物科技”，第一款生物科技的产品为近期上市的纳米喷剂“蓝狙士”，经过中科院武汉病毒学研究所、湖北省疾控中心权威检测，“蓝狙士”对新冠病毒真毒株 XBB，以及 BQ/BA 等有显著抑制效果。 目前公司业绩虽处于亏损状态，但未来业绩转好具有确定性。心脑血管事业部已经开始反转；防护事业部目前行业处于产能出清阶段，但已经触底；护理事业部业绩呈现线性高速增长态势。 （二）业绩解读 1、概述 2022 年公司实现营业收入 490,047.76 万元，同比下降 39.56%；实现归属于上市公司股东的净利润-37,231.63 万元，同比下降 132.22%。公司持续深耕研发，2022 年研发投入 3.99 亿元。2023 年第一季度公司实现营业收入 10.94 亿元，同比下降 15.70%；归母净利润从 2022 年第四季度的-2.28 亿元缩窄至-7,730 万元，环比收窄幅度为 66%；扣非净利润从 2022 年第四季度的-2.45 亿元缩窄至-1.69 亿元，环比收窄幅度为 31%；2023 年一季度研发费用为 7,133 万元。 过去几年，公司直面黑天鹅冲击，在危机中抓住机遇。2020 年 11 月，国家实施冠脉支架集中带量采购，首年意向采购量超过

	107 万条，占据心脏支架市场 80%以上，公司借助集采实现了“以价换量”，市占率由 18%扩大到 23%，国内市场份额由第三位升至第二位，进入了 2,300 多家医院。同时，公司持续保持高水平研发投入，构建丰富的在研管线组合，提升公司核心竞争力。2022 年冠脉支架二次集采，公司两款产品需求量合计中标 27.8 万条，价格上涨幅度达 76%。国家医保局明确指出在集采之外，留出一定市场为创新产品开拓提供空间，创新产品 BioFreedom 支架在中国等新进入市场快速放量；BioFreedom Ultra 已经在 50 个国家和地区实现销售；TAVR 产品销量实现 100%增长。 全球公共卫生事件后，手套行业经历周期调整，进入落后产能和渠道库存出清期，为应对所面临的困难，公司科学开工有效提升出口份额，持续为公司贡献正向经营性现金流。 2、各版块业绩解读 （1）心脑血管事业部：2022 年度呈现较为明确的反转趋势，重点指标如下：2022 年实现营收 7.64 亿元，同比增长 7.63%，营收占比从 2021 年的 8.75%增长至 2022 年度的 15.59%；2022 年亏损 8,208 万元，较 2021 年度亏损 7.37 亿元收窄 88.86%；2022 年毛利率 58.56%，与 2021 年持平；研发费用超 2.3 亿元，占公司整体研发费用 65%以上。 在冠脉介入领域，公司坚持“一年一巨星”策略，每年推出一款重磅产品：2021 年推出首个国产的 OCT；2022 年推出了目前为止国内获批用于高出血风险患者的 BioFreedom 支架，该产品于 2021 年 6 月获批，2022 年销量位居国内标外市场第二位；2023 年公司推出了重磅产品柏腾 BA9 DCB，该产品于 2022 年 9 月获批，目前已进入超过 500 家医院，是市面上唯一一款进入创新通道的雷帕霉素衍生物药物球囊；2024 年公司将推出重磅产品冠状动脉血管内碎石系统（IVL），该产品已于今年 2 月 9 日启动临床入组，由韩雅玲院士担任主研，截至目前已入组完成；2025 年公司将推出 DCA 定向旋切系统。 就产品创新而言，国际上其他友商多次选择公司产品

	BioFreedom 支架作为对照进行上市后临床研究，这说明公司产品已经是“行业金标准”。以独特、创新为特点的 BA9 药物球囊广受学术界及业界认可，是中国首款采用第三代雷帕霉素衍生物 BA9 药物的冠脉药物球囊产品，也是中国唯一一款进入创新通道的优美莫司药物球囊产品。BA9 药物的特点在于其亲脂性是其他药物如佐他莫司、依维莫司等的十倍，心脑血管业务的核心是全球独家专利药物 BA9 药械结合专利技术，已在全球获得四亿美元的专利技术费，广泛运用于冠脉、外周、神经介入等领域。 在结构性心脏病领域，拥有全球专利近 100 件，凭借其优秀的真实世界临床表现，不断研发使患者更加受益的独创产品。其中，Allegra™ 介入主动脉瓣产品的真实世界多中心短期临床结果以低至 1.2%的一个月全因死亡率证明其卓越的安全性。2022 年度，Allegra™ 经导管介入主动脉瓣膜实现销售收入约 6000 万元，销量实现近 100%增长，已在 18 个国家和地区进行销售；2023 第一季度，Allegra™ 经导管介入主动脉瓣膜进入香港和印度尼西亚，并在香港实现商业化植入；升级产品 Allegra Plus 目前国内正在临床试验中，共计划入组 134 名病例。 在投资孵化的神经介入领域，首款产品畅远®颅内球囊扩张导管已于 2022 年中获批上市，在研产品组合中，颅内微导管处于注册申请阶段，5 款产品处于型检或动物试验中。针对缺血性疾病，公司将陆续推出颅内抽吸导管、射流抽吸导管等。 在投资孵化的外周介入领域，首款产品速脉 ™ 外周球囊扩张导管已于 2022 年 12 月获批上市，股动脉药物球囊扩张导管和动静脉瘘药物球囊扩张导管两款产品处于临床阶段。 （2）防护事业部：2022 年实现营收 37.87 亿元，占营业收入比重从 2021 年的 87.45%降至 77.27%；亏损 1.78 亿元，主要由于市场产能过剩、渠道出清，行业处于“磨底期”所致。 2022 年防护事业部共销售手套 329.53 亿支，较去年同期销量增加 26.15%，已经连续两年销量增速超 20%；新产品开发实现突破，公司积极推动丁腈全麻、钻石纹、长袖及新颜色产品的上线及

	接单工作，一次性乳胶手套国内市场销量同比增长超过 240%，成功推动外科手套从产品注册到销售的落地；PVC 手套、丁腈手套开工率有所上升；多平台合作实现终端延伸，国际电商平台扩展到蓝帆医疗、蓝帆新材料以及山东蓝帆健康科技 3 个，与拼量、苏宁易购等商家合作，建立了终端市场的口碑。 （3）护理事业部：2022 年实现营收 2.84 亿元，占营收比重从 2021 年的 3.24%增长至 2022 年的 5.79%，毛利率相比 2021 年增加 3.57%达到 23.31%：国内业务实现 100%营收增速，国内市场对客户满意程度全链条获得提升；欧洲市场获得 11%增长。2022 年护理事业部利润总额为 3,931.87 万元，扭亏为盈彻底走出因货款坏账所导致的亏损阴影(2021 年度亏损 0.12 亿元)。2023 年第一季度，护理事业盈利超过 680 万元，较去年同期增幅超过 28%，毛利率较去年同期提升超过 7%。 **二、与投资者互动交流** **1、请问健康防护手套业务未来走势如何？** 答复要点：经过两年的调整，手套行业已逐步呈现出好转态势：第一，受“追涨杀跌”心理的影响，经销商在前期价格高涨时大量囤货，随着价格的不断下跌，各经销商的库存水平也在不断降低，行业供需逐步走向平衡；第二，马来西亚厂商受政府天然气补贴取消等因素的影响，生产成本上升，从而造成手套价格上涨。从数据上来看，全球出口市场份额正在逐步从马来西亚同行向中国厂家进行结构性转移。 **2、请问 2023 年第一季度公司各类手套的平均售价是多少？产能利用率是多少？** 答复要点：一季度手套的售价仍处于低位，但有上升趋势；丁腈手套的产能利用率在 90%以上，PVC 手套的产能利用率约为 70%-80%。

	3、我们注意到公司防护事业部去年和今年一季度都是亏损的，请问2022年第四季度和2023年第一季度的现金流会不会是负的？公司毛利率比其他竞争对手低的原因是什么？ 答复要点：防护事业部2022年四季度及2023年一季度经营活动产生的现金流量净额均为正，公司的开工逻辑是有正的边际贡献（减少亏损或带来正的经营现金流）才会开线生产。 公司毛利率比其他竞争者低，总结有2个原因：（1）公司大部分产线是在2020年下半年建成，生产线建设成本和折旧摊销费用更高；（2）公司有 2 个生产基地从外部购买蒸汽和电力，燃动价格高导致生产成本高。 实际上，行业内的专业分析认为中国健康防护手套头部企业的成本是大体相当的。产能结构的差异，手套行业不同上市公司财务收益、非经常性损益的构成、停工损失计入的会计处理等均不相同，使得仅从财务报表层面的横向比较较为困难。 公司也正在多线并举优化成本结构、提高运营效率、提升竞争力，其中包括针对不同基地禀赋积极探求燃动成本和原料成本的改善，提升装备自动化率、持续降低管理费用，调控各基地开工率、进行部分生产基地技术改造和升级，以及采取降低单耗、进一步降低废品率等。 **4、请问公司手套业务的客户背景是什么？订单主要来源于哪里？** 答复要点：公司手套收入的90%以上来自海外客户，主要客户包括Mckesson、HCA、CardinalHealth等国际知名医药经销商和麦当劳、沃尔玛等零售巨头。目前公司尝试发展更多业务，通过品牌建设，在小红书、抖音、快手等电商平台上推广，提高客户对蓝帆品牌的认识。 **5、公司丁腈手套产能利用率已经达到90%，未来是否有产能扩张计划？** 答复要点：公司的所有项目建设依据市场情况、行业情况以及未来

	的战略布局综合确定，致力于长远发展和为股东持续创造价值。前期扩建手套产能的关键因素是手套价格的上涨和需求的激增，目前没有计划进一步扩产计划，但预留了土地等建设资源。 **6、请问公司相较于马来西亚手套厂商是否具有优势？** 答复要点：就汇率和燃动成本而言，公司较马来西亚手套厂商更具优势，随着马来西亚政府取消对手套厂商的天然气补贴，导致马来西亚手套厂商成本压力加大；同时国内具有更快捷、充足和稳定的原材料供应优势。 **7、公司预计手套行业产能何时出清？** 答复要点：从 2023 年开始，尤其是从 2023 年 3 月以来，中国企业的丁腈手套订单持续快速增加，开工率相比去年四季度明显提升。从供给端来看，行业出清过程加快，中国手套出口市场份额向中国头部企业集中，中国产品相对国外同行产品的竞争优势逐步增强；以丁腈手套为例，根据中国海关出口数据，从 2022 年 12 月份开始我国丁腈手套出口数量开始增加，2023 年 3 月以来增量显著、订单逐月增加，全球丁腈手套订单呈现出显著转移至中国的趋势，行业的周期性回暖预期逐步增强。 **8、公司目前所占手套市场份额是多少？** 答复要点：中国海关出口数据显示，公司一次性丁腈手套的出口市场份额由 2021 年度的 13.06%迅速提升至 2022 年度的 20.85%、稳居全国第二，一次性 PVC 手套出口市场份额 20.70%、继续保持中国和全球第一。 **9、目前公司手套的有哪些品种？** 答复要点：公司是行业内首家完成一次性手套全品类布局的上市公司，可为客户提供最全品类的产品系列，主要产品分为一次性丁腈手套、一次性 PVC 手套、一次性乳胶手套和一次性 TPE/CPE 手套

	四大类。 **10、公司手套产品从接到订单到生产再到发货需要多长时间？收款周期是多久？** 答复要点：手套订单是一种期货式的销售，交付周期约为 45 天-60 天，公司账期一般在 50 天左右，公司订单全部购入了中信保的出口信用保险，避免了坏账风险。 **11、请问公司今年手套订单量是否有增加？** 答复要点：2022 年公司各类手套产品较 2021 年销量增长超过 20%，已经连续两年保持超过 20%的增长速度；2023 年接单情况良好，其中丁腈手套生产负荷相比去年四季度大大提高，开工率在 90%以上，公司预计 2023 年订单量仍会保持增长。 **12、请问美国对手套加征关税是怎样的情况？** 答复要点：2019 年美国开始对手套加征关税，但因为手套属于防疫物资，在 2020-2021 年取消了一段时间，从 2021 年的 12 月 1 日开始恢复对工业级丁腈手套产品 25%、医疗级丁腈手套产品 7.5%的关税加征，PVC 手套不征收关税。目前来看关税的取消与否还具有不确定性。 **13、公司认为未来哪种手套更有成长性？** 答复要点：公司认为丁腈手套前景更广阔。前几年公司丁腈手套占比小，近两年经过扩充产能，丁腈手套产能占比有了大幅提升，公司一次性丁腈手套的出口市场份额由 2021 年度的 13.06%迅速提升至 2022 年度的 20.85%、稳居全国第二。随着落后产能的不断出清及供需平衡的恢复，国内消费者对一次性手套的消费认知改变，以及中国厂家替代马来西亚厂家提升全球手套份额的趋势日益明确，预计健康防护手套的前景依旧十分广阔。

	14、公司预计 IVL 系统是否能实现量产？预计市场有多大？ 答复要点：公司的冠状动脉血管内碎石系统（IVL）2023 年一季度已经完成了 184 例临床实验的入组工作，预计明年会上市。国内每年约有 130 万台 PCI 手术，保守预计其中 5%有对 IVL 系统的需求，而 PCI 手术每年具有 20%的增速，预计未来 IVL 系统市场广阔。 **15、请问 BA9 药物球囊在全国销售排名是多少？市占率能有多少？入围集采的价格是多少？** 答复要点：2023 年一季度公司柏腾™ BA9™ DCB 销量约占国内球囊市场份额的 20%，因 BA9 药物球囊第一年上市，进入各省市和各医院均需挂网、谈判，放量较慢。2023 年一季度，柏腾™ BA9™ DCB 中标京津冀“3+N”10 省联盟带量采购，中标价格 5,977 元，未来将有望凭借创新通道产品的竞争优势取得标内、标外的显著市场份额。 **16、请公司介绍一下球囊和心脏瓣膜这两个领域竞争格局。** 答复要点：有球囊产品上市的公司约有十家，如辽宁垠艺、凯德诺、强生、美敦力、贝朗等，上述产品都采用紫杉醇药物涂层。紫杉醇的细胞抑制效果较好，但毒性较大，被医生推崇的原因是它的亲脂性较好，治疗速度快。而公司所使用的雷帕霉素衍生物安全性较高，亲脂性是普通雷帕霉素的十倍，在不丧失安全的前提下，可以更好的改善治疗效果。因而一上市，柏腾™ BA9™ DCB 已占据国内球囊市场份额 20%。 国内瓣膜市场主要厂家是启明、心通和沛嘉。与已上市产品相比，公司的 Allegra 瓣膜显示出最佳血液动力学数据（EOA 和 MPG）及极低的并发症发生率（死亡、卒中、血管并发症），可与国际巨头相抗衡。2014 年至今 Allegra 相关临床研究有 26 篇公开发表论文，比国内所有瓣膜企业发表的论文之和都多，其中三篇文献发表在 European Heart Journal 和 JACC。未来公司的瓣膜产品一上市，便可利用国内集采收获的超过 2,300 家医院渠道，且公司是真正实现了国际化布局的医疗器械公司，拥有优秀的海外本土销售团队。

	17、公司预计未来是否会有其他产品进入集采？ 答复要点：集采是国内医疗改革的大趋势，是挑战也是机遇，尤其对有实力投资创新研发的头部企业来说是加速崛起的发展机遇。目前集采降价趋于温和，使得高值耗材的商业模式和盈利模式得以保持。对于被列为集采范畴的产品，公司将综合考虑入院情况，集采价格，集采量等因素，决策是否参加集采及应对策略，最终目标是为公司和公司股东带来价值最大化。 **18、请问公司 2022 年业绩亏损的原因是什么？** 答复要点：这个问题需要分事业部具体分析： （1）防护事业部 2022 年度亏损 17,795.83 万元，造成业绩变动的主要原因：①全行业扩充产能导致产能过剩，渠道商囤积库存导致需求减少；报告期内，整个手套行业普遍业绩下滑，终端价格回落至常态化水平甚至更低，全行业经历周期调整以及落后产能和渠道库存出清；②受产能扩充和需求减少影响，不少国内外厂家通过降价达到守住市场份额的目的，后来进场的中小厂家更是企图利用低价争夺市场，激烈的价格战影响了产品的毛利率水平。随着全行业的落后产能逐步优胜劣汰、全球渠道手套库存逐步消化完毕、经销商逐步恢复进货，供需形势终将逐步改善，迎来全行业新一轮上行通道行业市场份额有望进一步向中国手套行业的头部企业集中。 （2）心脑血管事业部 2022 年亏损 8,208.17 万元，较 2021 年度的亏损 73,664.94 万元，亏损幅度同比收窄 88.86%。心脑血管产品在 2022 年实现 76,397.97 万元销售收入，相较 2021 年的 70,982.38 万元增长 7.63%；整体而言，心脑血管事业部的业绩表现呈现出较为确定的反转趋势。随着 2023 年标内市场产品的提价和标外市场新产品的上市，预计会对公司未来业绩具有积极正向的影响。 **19、公司投资了上海佳和健康管理公司，请问能与公司哪些产品产生协同发展？**

	答复要点：公司投资上海佳和健康管理公司正是顺应“新医疗+大健康”的发展战略，佳和健康具有互联网医院牌照，以严肃的互联网医院平台运营为核心，具备在心内科、电生理、骨科等领域的专业优势，能够赋能患者诊后随访和健康管理，并辅以器械、药品及商城运营，在为患者提供专业化院外服务的同时，为健康领域的创新营销提供合规、高效的选择。公司对上海佳和投资有利于围绕高端医疗器械主业加强生态圈建设和资源链接，有望获取财务回报和业务协同、提高公司盈利水平和核心竞争力。面向未来第三个“十年”，公司也顺势启动品牌策略，不同于以往 To B 的模式，加强 To C 的品牌建设，公司对佳和健康投资，现阶段预计可在心血管介入产品的诊后服务中为患者提供更优体验，深化蓝帆品牌。 **20、公司前几年拥有好几次成功的跨国并购，未来公司的新产品会采取自主研发还是继续并购？** 答复要点：基于公司目前的状况，公司更倾向于坚持走原研设计和自主量产的独立之路，未来若有十分优秀的项目，公司也将从既定战略规划、经营目标、各赛道的协同发展等多角度综合考虑闲置资金的用途以及是否开展投资并购。 **21、请问公司抖音直播有哪些产品上线？** 答复要点：在抖音等国内各大电商平台，除了公司各事业部自主生产的产品，如各类手套、急救包及相关的一些防护物资，公司充分利用供应链组织能力上架了跟公司协同的产品，除此之外，海外也有跨境电商运作，目前来看效果非常好。2023 年 5 月，公司上新了专门阻隔新冠病毒的——蓝狙士™纳米抗体防冠喷剂，目前在电商各平台大力推广，全网多渠道可购买。 **22、请问公司急救包业务目前产能有多少？都有什么种类？** 答复要点：公司“年产 1000 万套急救包项目”全部达产后公司护理事业部核心产品急救包产能将获得约一倍提升，年产急救包可达 2000 万套，且已建成目前国内最大的急救包单体生产车间。根据应

	用场景的不同，公司急救包分为家庭护理/应急系列、车载应急系列、办公场所系列、户外应急系列、健康防护系列、差旅便携系列、培训急救包系列、AED 急救护理系列和防灾应急系列九大系列，同时为满足消费者个性化需求，公司推出急救包定制服务，随心定制满足不同场景需求。 **23、请问公司近期是否会下修可转债转股价？** 答复要点：鉴于“蓝帆转债”距离 6 年的存续届满期仍有较长时间，近期股价受到宏观经济、行业情况、市场调整等诸多因素的影响出现了较大波动，综合考虑公司的基本情况、市场环境、股价走势等诸多因素，以及对公司长期稳健发展与内在价值的信心，为维护全体投资者的利益、明确投资者预期，公司于 2023 年 3 月 8 日召开第五届董事会第三十次会议审议通过了《关于不向下修正“蓝帆转债”转股价格的议案》，董事会决定本次不向下修正“蓝帆转债”转股价格，且自本次董事会审议通过之日起未来六个月内（2023 年 3 月 8 日至 2023 年 9 月 7 日），如再次触发“蓝帆转债”转股价格向下修正条件，亦不提出向下修正方案。自 2023 年 9 月 8 日之后，若再次触发“蓝帆转债”转股价格的向下修正条件，届时公司董事会将再次召开会议决定是否行使“蓝帆转债”转股价格的向下修正权利。
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 5 月 16 日-2023 年 5 月 18 日