

证券代码：301367

证券简称：怡和嘉业

北京怡和嘉业医疗科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023—008

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	华夏基金 王泽实 中金基金 张羽 交银基金 刘鹏 景顺长城基金 谢燕萍 永赢基金 张蕊 湘财基金 张泉 国寿安保基金 刘志军 新华养老 牛悦 格林基金 唐嘉晨 众安保险 冯航 招商资管 徐文 招银理财 熊超逸 慎知投资 王宇美 东方阿尔法 程可 和谐汇一 陈凯 人保资产 田垒 兴合基金 景莹 中邮人寿 高远 国药集团产业投资 赵帅 国新国证基金 赵起鹤 中融汇信期货 李兆达

	<p>中信资管 于质冰</p> <p>中金资管孟 繁卓</p> <p>中信建投资管 鲍冲</p>
时间	2023 年 7 月 5 日 (周三) 下午 16:00-18:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	<p>董事会秘书：杜祎程</p> <p>证券事务经理：刘士岩</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司简介介绍</p> <p>会议开始前，公司董事会秘书杜祎程针对公司基本情况做了简要说明，然后进入投资者提问环节：</p> <p>公司作为国内家用无创呼吸机及通气面罩龙头企业，是第一家也是唯一一家无创呼吸机产品通过美国 FDA 认证的国内制造商，销往全球 100 多个国家和地区，取得多项 NMPA、FDA、CE 认证。</p> <p>2019-2022 年，公司营收由 2.58 亿元增至 14.15 亿元，CAGR 为 53.03%，其中呼吸机销售台数由 12.41 万台增至 85.98 万台；公司归母净利润由 0.39 亿元增至 3.81 亿元，CAGR 为 76.79%；整体费用率由 35.51%降至 13.43%；净利率由 15.04%升至 26.92%。</p> <p>二、提问环节</p> <p>1、请问公司二季度的业绩情况具体如何，全年来看是否能达到股权激励中 30%目标？</p> <p>受益于飞利浦 550 万台产品在限定期间内召回的偶发性影响，公司 2022 年及 2023 年第一季度增长迅速，目前该偶发性影响消除，未来会回归到行业正常增长水平，从全年来看，由于美国保险报销结算在下半年占比相对较大的季节性影响，第三四季度属于公司销售相对旺季。</p> <p>另外，公司股权激励目标不作为业绩指引或承诺，公司目前各业务线一切正常，公司全体会为实现该目标全力以赴。</p>

2、海外经销商关于公司产品的库存情况、通常的供货周期。

公司产品销往海外运输周期大概 1 个半月至 2 个月，海外经销商会根据市场需求及产品运输周期提前预定，一般会保持 2 个月的滚动安全库存。

3、公司后续海外营销策略及海外市场中各地区的收入分布情况？

公司深刻理解全球医疗器械市场法规标准及质量管理体系，取得多项 NMPA、FDA、CE 认证，并进入美国、德国、意大利、土耳其等国医保市场。2022 年公司境外收入为 11.99 亿元，占比 84.72%，其中美国市场占比约 80%，其次是欧洲、亚洲、大洋洲、非洲等地区。

后续，公司一方面通过在美国设立营销子公司方式深度服务经销商，细化服务颗粒度，渗透销售过程中各关键环节，以实现与渠道、经销商深度绑定、相互赋能；一方面通过在欧洲设立数据服务平台子公司，节省中小型终端服务商数据服务成本，在提升产品综合服务能力同时不断提高客户粘性、沉淀公司品牌从而扩大公司产品市场占有率。

4、关于国内同业公司呼吸机出口情况

2020 年由于全球疫情影响导致美国呼吸机市场供需缺口变大，美国 FDA 临时允许部分取得 EUA 认证的国内同业公司进入市场。根据近期 FDA 官网指南要求，2023 年 11 月 7 日前，EUA 产品可以继续在美国销售，制造商如果打算在 11 月 7 日以后继续销售 EUA 产品，就应当在 11 月 7 日前提交上市前申报并被 FDA 接受。在 FDA 对上市前申报下发所下发最终审查结果过渡期间，该 EUA 产品可以继续在美销售，如果上市前申报最终未获批，FDA 可能会要求制造商召回已销售的 EUA 产品。

FDA 相关要求对 UEA 产品制造商形成了巨大挑战，同时，

基于对 FDA 指南提示内容的担忧,美国各经销商在针对 EUA 产品采购态度上更趋于谨慎。

5、呼吸机国内市场空间及公司营销战略?

由于中国家用呼吸机市场人口基数大、渗透率较低、规模相对较小,长期来看国内市场增速要高于全球增速。根据沙利文数据,预计 2025 家用无创呼吸机中国市场规模将达 33.32 亿元,CAGR 22.5%;通气面罩中国市场规模将达 4.59 亿元,CAGR18.2%。

公司作为国内家用呼吸机头部企业,已形成一定品牌沉淀。后续公司一方面持续巩固零售、经销商、电商等渠道优势,并同步线下渠道零售专柜、售后服务网点的铺设形成服务闭环,提升公司品牌力;一方面,持续建设、完善呼吸健康领域慢病数据库,通过降低各经销商服务成本和提高患者使用体验来提升产品综合服务能力,增强公司产品粘性;最后,公司将专注于构建呼吸生态,联合机构、联动个人,不断提升服务、革新技术,提高社会慢病认知从而扩大整个市场规模。

6、东莞、天津子公司生产模式? 公司产能是否满足后续需要? 东莞子公司投产转固后是否会对毛利率产生很大影响?

公司目前有天津、东莞两个生产基地,主要产品采取“以销定产”生产模式,即根据产品的市场需求情况,公司维持相应数量的产品库存,在获取产品订单后,安排发货,同时根据后续订单情况,安排备货生产。在产品涉及、组装、检验等核心环节,公司自主进行;在非核心零部件辅助环节例如 PCBA 焊接、电线电缆拼装等环节采用了外协加工模式。

目前两个生产基地能有效调动供应链、人员等要素,高效组织生产,满足市场需求。东莞子公司转固涉及资产规模很小,对整体毛利率无影响。

7、公司选择轻资产模式的原因?

公司固定资产较少主要与公司生产、研发模式有关,公司生产研发环节重资产设备较少,且厂房、办公楼也都是租赁,因此

	<p>固定资产较少。根据后续发展规划，公司不排除会对固定资产方面有整体安排。</p> <p>8、公司后续产品规划？</p> <p>公司未来将继续专注于呼吸健康领域产品生态布局的完善，提供呼吸健康慢病诊断、治疗、服务所需的设备、耗材以及数据支持平台，为 OSA、COPD 患者提供全周期（诊断-治疗-慢病管理）、多场景（医疗机构-家庭）的整体治疗解决方案。</p> <p>产品端：持续深耕、迭代、拓展新产品，加大对 Mini 型产品的优化，医用产品发展方向侧重于 ICU 撤机后院内康复以及转院外家庭治疗所需的设备和耗材；</p> <p>数据服务端：公司将积极响应国家关于发展基层医疗、远程医疗以及“互联网+医疗健康”等相关产业政策，继续探索呼吸健康领域医疗技术与互联网技术的融合创新，持续对核心技术、核心算法加大研发投入，完善呼吸慢病管理及服务。</p> <p>9、请问 OSA 治疗药物、减肥药物是否会对行业发展产生影响？</p> <p>目前在市场上存在多种治疗 OSA 的方法，包括但不限于手术治疗、药物治疗、呼吸机治疗等，减肥一定程度上也能降低 OSA 的发病率。但在未来可见范围内，综合价格、治疗效果等多方面因素，呼吸机治疗依旧是最主流的治疗方法。</p> <p>注：以上如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公司或公司管理层对行业、公司发展的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。本次调研过程不存在未公开重大信息被泄露的情形。</p>
日期	2023 年 7 月 5 日