

证券代码：301580

证券简称：爱迪特

爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-001

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 type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	南方基金-秦乾一 交银基金-朱亦宁 华商基金-胡世超 信达澳亚-杨珂 银华基金-邬晶秀
时间	2024年7月12日
地点	腾讯会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书 郜雨
投资者关系活动主要内容介绍	<p>投资者问答主要内容：</p> <p>1. 请问公司在氧化锆瓷块领域的优势和竞争力体现在哪里？</p> <p>答：</p> <p>技术壁垒：</p> <p>① 公司创始人具备30年的氧化锆材料的研究经验；</p> <p>② 与全球顶尖的粉体供应商形成战略合作关系，持续推进氧化锆新型粉体开发，来满足齿科氧化锆的需求；</p> <p>③ 公司已经形成多个氧化锆相关的技术平台，为产品持续升级迭代提供技术保障</p> <p>产品和解决方案优势：</p> <p>④ 新一代仿生渐变氧化锆产品性能卓越，可以满足临床</p>

端对美学修复、微创修复、种植修复等诊疗需求；

⑤ 氧化锆产品品类齐全，精准地定位全球各细分市场需求，提供客户高性价比的产品；

⑥ 公司长期致力于完整的数字化解决方案开发，给客户
提供数字加工义齿的设备、设计服务、配套耗材，以及相应的
培训，满足义齿加工厂、口腔医院高质量、高效率、低成本
的生产与诊疗需求。

2. 请介绍一下海外业务的发展？

答：

公司在海外市场以经销模式为主，海外市场收入占比近
60%，产品销往 120 余个国家和地区。

公司自 2009 年就开始进行海外市场的布局，当时主要是
通过参加海外口腔展会进行产品推广和市场拓展。2012 年公司
推出高透的氧化锆材料，因其产品突破了上一代氧化锆的透光
度的性能实现全锆冠应用，并具备优异的加工性能，获得了海
外客户的高度认可。为了构建海外市场持续增长能力、扩大市
场份额，2019 年起，公司陆续在美国、德国、韩国设立海外子
公司，并在多个国家建立培训中心，向当地价值客户提供优质
的产品和服务。目前公司在海外市场合作 120 多个意见领袖，
通过意见领袖对于我司产品的测试、应用、培训。

未来公司会借助海外市场品牌知名度、成熟的渠道，进行
新产品的推广。

3. 公司今年收购了韩国沃兰公司，请问这家公司的优势是什么？接下来如何进行该公司业务的市场推广？

答：

韩国沃兰公司，主要是进行种植体业务的生产与销售。公
司收购这家公司有三点考虑：一是沃兰的产品力，产品领先并

经过长期的临床数据验证，脱落力低；二是品牌力，沃兰源自1995年韩国政府项目，由一批牙科教授创立；三是证件齐全，已经取得了多个国家的准入证件，有利于海外市场的拓展。

爱迪特产品和沃兰的种植体产品协同性高，可以完善公司的市场发展体系，借用爱迪特在国内外的渠道进行沃兰产品推广；爱迪特的品牌力强，客户信任度强，也有助于沃兰的市场推广。

4. 海外市场哪个国家的收入增速比较快，原因是什么？

答：

美国市场的收入增速相对较快，主要原因是公司在2019年建立了美国子公司，也是公司建立的第一家海外子公司，美国子公司的组织架构健全，能够及时响应客户在售前后的需求；随着公司品牌力在海外市场的提升，美国头部客户的客户黏性也在逐年提升。

5. 请介绍公司氧化锆瓷块产品的价格策略？

答：

公司针对不同系列产品采取不同销售策略，针对高端系列产品渐变系列，为提升高端客户市场的份额、打造品牌形象，采取价格较为稳定结合少量适当促销的销售策略；针对中端系列产品单色系列，为扩大细分市场份额、拓展下沉市场，采取一定程度折扣销售的销售策略；针对基础系列产品白盘系列，为保持细分市场份额，采取紧盯市场价格的销售策略。

6. 在消费下行的情况下，请问公司对国内市场拓展的看法？

答：

公司对国内市场的拓展是有信心的，除了中国口腔市场需求空间巨大之外，还有以下方面原因：一是相应的法规和政策

	<p>支持；二是国产替代的空间还很大，公司的产品力相较于进口品牌已经具备一定竞争优势；三是爱迪特长期致力于用户的教育、新技术&新产品的普及推广工作中，逐步构建起品牌知名度和影响力。</p>
--	--