证券代码：688273 证券简称：麦澜德

**南京麦澜德医疗科技股份有限公司投资者关系活动记录表**

**（2023年11月21日-11月22日）**

|  |  |
| --- | --- |
| 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 （请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称 | 共25家机构，26位参会人员  华夏基金、中信建投、汇添富、东海基金、富荣基金、高毅资产、国寿安保基金、海富通基金、华宝基金、凯丰投资、鹏扬基金、融通基金、太平资产、泰康资产、西部利得基金、新华资产、信达证券、翊安投资、银华基金、长江养老保险、长盛基金、浙商资管、中海基金、中加基金、光大医药 |
| 时间 | 2023年11月21日-11月22日 |
| 地点（形式） | 腾讯会议、麦澜德总部 |
| 上市公司接待人员姓名 | 副总经理、董事会秘书 陈江宁  投资总监 焦靖  证券代表 倪清清 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **一、提问交流**  **Q1：公司2023年股权激励计划制定了2023-2026年的业绩考核目标，请问2024年业绩目标会有调整吗？**  **答：**医疗反腐短期内对公司业务产生了一定程度的影响，部分采购延迟和运营安装有滞后的情况。8、9月份销售不及预期属于短期偶发性状况，从10月份销售情况来看，目前公司市场活动正逐步恢复正常，预计今年Q4市场销售会进一步改善，故2024年业绩目标暂无调整计划。  **Q2：请问公司基本盘盆底康复未来的增长动力是什么？**  **答：**从患病人群基数看，根据我国临床权威流行病学的研究报告分析，我国患有盆底功能障碍性疾病的人群数量有2亿之多，总患病率出现随年龄增加而递增的趋势，随着老龄化加剧，女性健康意识、受教育程度、消费能力逐步提升，预计盆底疾病人群的诊疗空间前景非常广阔。  从医疗资源上看，根据国家卫健委2021年公布的数据，2021年末,全国医疗卫生机构总数1030935个，目前公司覆盖的医疗机构约7400家，未覆盖的市场空间较大。  从企业产品线规划看，公司持续投入盆底康复新技术新产品研发，加快新产品推出和老产品迭代升级。预计明年上半年，将推出盆底康复线的3个新产品。  （1）二代盆底电。我们在二代新品上整合多个生理指标，提升了诊断效率和精准度，有助于提高后续智能化治疗方案的针对性和有效性。  （2）盆底超声影像系统。我们将推出全新的盆底影像类产品，能够实现一站式获取可视化检测数据的临床需求。  （3）盆底分体磁。我们将在原有盆底磁的基础上，推出分体磁产品，丰富盆底磁的产品线，满足临床更多的需求场景。  盆底三款新品的推出将构建一套基于AI的盆底康复整体解决方案，融合前期已经实现的自动检测、自动报告、自动生成方案等功能，结合更多的数据（包括结构性、功能性等临床指标），将盆底智能化诊疗体系提升至一个新的阶段，优化临床应用的便捷性和有效性，完成从产品解决方案到场景化解决方案的进化。  存量市场的二次变现和增量市场的首次覆盖，盆底康复线预计保持稳定的增长曲线。  **Q3：请问公司生殖抗衰产品应用的场景有哪些？**  **答：**生殖抗衰是公司继盆底康复之后的第二条重要的产品线，目前已打造完整的产品矩阵，拥有高频、聚焦超声、电、磁等各大技术平台产品，为妇科、生殖中心、计划生育门诊、医美机构等场景提供完整解决方案。  **Q4：请问公司生殖抗衰产品线和运动康复产品线未来的增长预期？**  **答：**根据公司对于新产品的投入和规划，预计未来1-2年，生殖抗衰产品线和运动康复产品线仍将保持50%-100%的增长。  **Q5：请问公司的营销队伍的结构？**  **答：**公司根据现有业务板块的规模合理配置销售团队。目前，仍以盆底产品线为主，生殖抗衰和运动康复均配备独立的营销团队。  今年，公司营销体系首次采用BU和SBU制度，目的是让公司的业务领域更加专业化，所有的营销发力更加聚焦化，前场团队的协作更加扁平化。通过把销售、市场和服务打包变成BU或是SBU，实现业绩考核从销售目标聚焦到利润目标。  **Q6：请问公司对基层医疗市场的推广策略是什么？**  **答：**盆底疾病是一个慢性病，尤其在围绝经期及老年女性人群中高发。随着国家鼓励慢病下基层的号召，很多的社区医院开始开展盆底康复项目，从去年开始，公司逐步加大对0级、1级的社区医院等优质基层医疗市场布局，通过开拓专业的经销商渠道，打造社区医院盆底康复项目样板间等形式推广销售。  **Q7：请问公司在盆底及妇产康复领域的优势主要体现在产品力、营销能力还是综合能力上？**  **答：**公司在盆底及妇产领域深耕10余年，各方面综合能力均保持领先优势。  第一：能够解决临床痛点。公司能够洞察临床需求和痛点，与专家深入沟通，提出适合临床的诊疗完整解决方案，获得临床认可，为临床提供医学价值。  第二：产品力优势保持持续领先。公司持续创新，以高效交付产品医学价值为核心，产品拥有智能化体系，能够出具自动化报告和方案建议。通过不同能量平台，开发新技术新产品，并延伸生殖抗衰等更多女性健康与美的相关领域。依托麦澜德智能化信息系统，为临床提供更好的技术平台。  此外，麦澜德拥有家用康复设备，打通院内与家庭互通的应用场景，家用设备可以与麦澜德院内大设备双向互通，进行方案传输和治疗结果反馈，在家可享受医院专业级别的康复方案。  第三：持续不断的市场投入和产品服务支撑。良好的市场宣教对产品销售有一定的效果。同时，公司拥有专业的运营和培训体系，在产品服务方面，提供装机培训、医师教培服务、国内外多学术合作平台、科研协作、科室运营、标杆医院打造、学术会议等线下服务，及科普宣传、学术分享、学术交流等线上学术服务。为用户普及知识、为医院提供运营思路，为经销商全方面赋能，实现共赢。 |
| 风险提示 | 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、公司发展或业绩的承诺和保证，敬请广大投资者注意投资风险。 |
| 是否涉及应当披露重大信息 | 否 |
| 日期 | 2023年11月22日 |