

广州迈普再生医学科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2023001

投资者关系 活动类别	<input checked="" 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"/> 一对一沟通 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：线上会议
参与单位名称及人员姓名	<p>2月13日 13:00-14:00（线上会议）</p> <p>天风证券 张雪；英大国际信托 涂馨仪；泰康资产 陈璟；恒安人寿保险 钱正茂；白犀私募 施平川；安信基金 方瑾；华泰保兴基金 张蔚洁；银华基金 邬晶秀；金科投资 荣富志；中信自营 刘瑞雯；健顺投资 张成钰；天弘基金 王政眸；海通资管 卢煜；无忧基金 陈正华；德邦资管 郝晓婧；汐泰投资 董函；恒立基金 马犇；建信信托 余雷；汐泰投资 陈颖；唐融投资 饶去非；少数派投资 陈茜茜；华杉瑞联 胡允执；创金合信基金 皮劲松；融通基金 余思慧；鹏扬基金 崔洁铭；兴业基金 裘若桑；平安基金 王文豪；华融自营 赵起鹤；中金基金 薛杨；浦银安盛基金 马韵羽；深圳市乾元私募 蒲苗；诺德基金 朱明睿；财达自营 李侃；泰信基金 刘名超；中银资管 李明蔚；国华投资 孙如琼；高毅资产 冯鹏；翊安投资 赵汉辉；泰康资产 颜媛；崇山投资 周苧；东方证券自营 刘迎；博普投资 申文海；银华基金 孙昊阳；东方阿尔法基金 乔乔；招银理财 熊超逸；财通资管 易晓金；东方阿尔法基金 程可；泰康资</p>

产 王晓锋；宝盈基金 姚艺；南方基金 王峥娇；华夏基金 孙明达；华夏基金 王泽实；申万菱信基金 杨扬；博道基金 高启予；瑞信致远基金 张凯琪；灏奇投资 周小钢；中欧基金 任逸哲；光大保德信基金 孙维泽；民生加银基金 郝梦娇；东盈投资 皮熙龙；同犇投资 高振威；华宝基金 张金涛；东莞证券 谢雄雄；国新自营 秦墅隆；银河投资 马小卓；大摩华鑫基金 潘海洋；天风证券 丁瑞仪；国君资管吴佳玮。

2月13日 14:00-15:30

东吴证券 王美麒

2月13日 15:30-17:00（线上会议）

国盛证券 杨芳；中欧基金 任逸哲；华夏基金 孙明达；华安基金 刘潇；嘉实基金 孙晓晖；泰达宏利 张帅；安信基金 徐衍鹏；中银基金 王方舟；国泰基金 饶玉涵；平安基金 李瑾懿；大成基金 杨挺、陈泉龙、齐炜中；华夏久盈资管 张伟光；博时基金 金耀；招商基金 胡天翔；华宝基金 易镜明、魏扬帆；宝盈基金 刘迪；中信建投基金 谢玮；泰信基金 吴秉韬；百年保险资管 陈兴；长盛基金 李雨辰；国海富兰克林 刘牧；国华人寿 王箫；财通资管 王鑫园；光大永明资产 吴涛；贝莱德基金 秦瑶函；鑫元基金 白伊贝；九泰基金 邓茂；合十 郝祥兵；通用投资 张佳博；富安达 李飞；野村证券资管 张熙；宏道投资 李永；开源证券自营 陈明；青云合益 沈伟杰；国泰君安资产 吴佳玮；合众资产 郭子煜；广东正圆投资 钟晓琳；坚果投资 盖伟伟；煜德投资 蔡苗；弘毅远方基金 鲍超；恒越基金 王晓

	<p>明；辰阳投资 冯时；循远投资 覃婷；建信理财 何航；五地投资 潮礼君；金信基金 谭智汨；冲积资产 任毅；长江养老保险 戴颖；国华兴益资管 孙如琼；理成资产 陈颖；上银基金 杨朝晖、杨建楠；富安达基金 李守峰；和谐汇一资产管理 陈凯；合众资产 金妍；创金合信基金 王鑫、皮劲松；兴业基金 裘若桑；幻方量化 朱节；上海玖鹏资产 陆漫漫；国新证券自营 秦墅隆；天治基金 王娟；亚太财险 王聪；蜂巢基金 赵花琴；国新证券自营 秦墅隆；天风资管 王漪昆。</p> <p>2月15日 10:00-12:00</p> <p>金信基金 谭智汨；怀德资本 吴秋如。</p> <p>2月15日 14:00-15:30</p> <p>辰阳投资 冯时；方正证券 唐爱金、陈恩霖；善思投资 詹世乾、陈杰、李莹；安信基金 陈少波。</p>
时间	2023年2月13日 13:00-17:00 2023年2月15日 10:00-12:00；14:00-15:30
地点	公司展厅及会议室
上市公司接待人员	董事、副总经理、财务总监：骆雅红 董事、董事会秘书：龙小燕 证券事务代表：李晓香
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司董事会秘书简单介绍公司基本情况</p> <p>公司是一家致力于结合人工合成材料特性，利用先进制造技术开发高性能植入医疗器械的高新技术企业。目前，公司是国内神经外科领域唯一同时拥有人工硬脑（脊）膜补片、颅颌面修补产品、可吸收再生氧化纤维素止血产品等植</p>

入医疗器械产品的企业，覆盖开颅手术所需要的关键植入医疗器械。同时，公司以临床需求为导向，充分发挥多技术平台的优势，拓展产品至多科室的应用，致力于成为植入医疗器械领域全球领先企业，提供卓越的产品，服务于全球患者。

报告期内，截至 2022 年 9 月 30 日，公司营业收入实现 13,925.19 万元，同期增长 34.75%。公司的人工硬脑（脊）膜补片、颅颌面修补产品是目前公司最主要的收入来源。截至 2022 年 9 月 30 日，公司累计覆盖国内医院数量达 1,300 多家，国际市场覆盖欧洲、南美、亚洲、非洲等达 80 个国家和地区，临床应用超过 35 万例。

在未来的发展中，公司将持续以临床需求为导向，进一步完善产业化体系的布局，持续丰富多科室的产品结构。以“先进制造多技术平台”为支撑，以“科室全产品线开发”为目标，进行多方位项目的研发布局，形成“预研一代、开发一代、销售一代”的新产品研发梯度，实现新产品和新技术的快速转化，强化公司核心竞争力，并为公司未来可持续发展提供持续的内生动力。

二、本次活动主要采用解答投资者提问的方式进行，主要内容如下

问题一：公司前三季度的营业收入同期增长 34.75%，主要原因是什么？

答：截至 2022 年 9 月 30 日，公司营业收入实现 13,925.19 万元，同期增长 34.75%。报告期内，目前公司主

要的收入来源仍是人工硬脑（脊）膜补片、颅颌面修补产品。在销售渠道拓展方面，公司在市场端、渠道端和客户端建立标准和流程化的协助机制，聚焦 KA 医院，积极拓展市场对产品的应用认识，提升品牌渗透率。随着集采政策不断推进和集采品种范围的不断扩大，公司积极参与相关的招投标工作，对于公司参与集采的产品，从长期来看，有助于公司产品加快进入空白市场。

问题二：颅颌面修补系统产品去年是否有受到疫情影响？

答：2022 年，神经外科手术量受到疫情的影响，导致部分减少。但随着疫情放开，择期手术陆续恢复，公司对市场情况保持积极心态。

问题三：公司的可吸收再生氧化纤维素止血产品（止血纱）的销售情况及后续推广的安排？

答：公司的可吸收再生氧化纤维素是专门针对神经外科手术止血需求所开发的高性能止血产品，公司实现了该产品的国产化。2022 年 1-9 月，公司已在近 25 个省份或地区成功挂网，进院工作已初步取得成效，同时已在 20 个省份实现销售；进入了 40 个国家和地区，均获得国内外医生对该产品的充分肯定。此外，公司积极推进止血纱在全科室使用的临床试验和注册报批工作，目前该产品已处在临床入组阶段，如能顺利获得该产品注册证，将助力公司延伸至其他外科领域，以扩大品牌影响力。根据前瞻产业研究院的统计数据显示，2016-2019 年全球可吸收止血材料呈现逐年上升态

势，从 2016 的 184 亿元上升至 2019 年的 224 亿元。在 2020 年，新冠疫情导致非紧急手术被批量推迟，手术量大幅减少，从而导致了可吸收止血材料销售额的下降，2020 年全球可吸收止血材料的销售额为 202 亿元。经初步统计，2021 年全球可吸收止血材料的销售额为 219 亿元。

问题四：硬脑膜医用胶（可吸收医用胶）的产品优势及市场规模？

答：国外神经外科手术中普遍使用可吸收医用胶产品主要用于防止脑脊液渗漏。截至目前，国外产品尚未进入国内市场。在国内市场，由于可吸收医用胶的研发难度较高，在该临床应用领域一直处于空白状态，外科医生经常使用止血胶等加固硬脑（脊）膜缝合线，但这些产品大多不能提供良好的密封效果。近些年来，随着国内医疗器械企业研发实力的不断提升以及国外此类神经外科手术使用习惯在国内逐步得到推广，可吸收医用胶相关产品处于快速普及阶段。公司自主研发的可吸收医用胶产品具有低溶胀性、成胶后 pH 呈中性等特点，解决现有产品密封效果不佳、易堵塞等问题，并降低了现有产品存在的对脑组织产生压迫等临床应用风险。在市场容量方面，根据 Global Data 以及 iData Research 研究所数据显示，2020 年医用胶在美国市场使用的数量约为脑膜的 2.5 倍；根据《中国医用封合材料医疗器械市场研究报告》显示，2020 年度我国硬脑膜封合材料终端市场约为 22.75 亿元。

	<p>问题五：销售团队的搭建及销售渠道拓展情况？</p> <p>答：在报告期内，公司调整营销架构管理，引入外企先进的营销思路，优化原有单兵作战的营销模式，在市场端、渠道端和客户端建立标准和流程化的协作机制；划分明确的区域管理，增强公司的营销管理力度，提升信息互通和资源下沉的效率。公司加大对市场培训和学术推广的专业化投入，推出的“围卢医话”云讲坛已成为公司知名品牌活动，积极拓展市场对 PEEK 材料应用的认识，提升产品渗透率，为产品业绩增长提供有效支撑。同时，公司还推出“迈普云视界”、“镜显神通”、“聚菁会神”等子品牌。截至 2022 年 9 月 30 日，公司销售渠道不断拓展，覆盖医院数量不断增加，公司产品已进入国内超 1300 家医院，产品和品牌渗透率不断提升。</p> <p>问题六：股权激励计划是否有安排？</p> <p>答：自成立以来，公司一直重视人才队伍搭建和人才培养工作，并不断完善公司的激励体系。未来，公司将基于长远发展的基础上，充分考虑上市后的股权激励安排，同时公司也会根据决策及监管规则及时进行信息披露。</p>
附件清单 (如有)	-
填写日期	2023 年 2 月 15 日