

证券代码: 300633

证券简称: 开立医疗

编号: 2024-004

## 深圳开立生物医疗科技股份有限公司

### 2024年5月10日投资者关系活动记录表

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><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 type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他</p>
<p>参与单位名称</p>	<p>华安证券、财通证券、信达证券、深圳市裕晋私募证券投资基金管理有限公司、东方阿尔法基金管理有限公司、诺安基金管理有限公司、华鑫证券有限责任公司、杉树资管、Dymon Asia、淡马锡、富国基金管理有限公司、光大证券、广东骆驼基金管理有限公司、广东溪羽投资有限公司、广州泓阔私募证券投资基金管理有限公司、国联安基金、国盛证券、国泰君安证券、国投证券股份有限公司、国信证券股份有限公司、海南道顺谦私募股权投资基金管理有限公司、海通证券股份有限公司、华创证券、华福证券、华金证券、华泰证券、华西证券、汇添富基金管理股份有限公司、建银国际证券、金鹰基金、摩根士丹利投资管理、盘京投资、人保资产管理有限公司、上海和谐汇一资产管理有限公司、上海红象投资管理有限公司、深圳量度资本投资管理有限公司、湘财证券股份有限公司、兴业证券、羊角基金、野村东方国际证券、野村证券、易米基金、永安国富资产管理有限公司、招商证券资产管理有限公司、中国国际金融股份有限公司、中信保诚资产管理有限责任公司、太平洋证券、民生证券、中银证券、建信基金、富荣基金、国联证券、天风证券、安信基金、平安证券、国联基金、南方基金</p>
<p>时间</p>	<p>2024年5月10日</p>

地点	公司会议室
上市公司接待人员	公司全体董事、监事、高级管理人员及各业务线负责人
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>问：医疗设备以旧换新政策对公司经营影响有多大？</b></p> <p>答：从公司角度看，以旧换新政策对市场的提振作用，大于以往的贴息贷款政策，因为它直接解决终端医疗机构的的采购本金缺口，释放了医院的采购医院。从相关新闻报道看，以旧换新政策的宣传、执行力度较强，各地方政府相继出台细则，部分省份明确具体换新设备数量和采购金额，事关宏观经济的提振与复苏，政策落地的概率较大。</p> <p>据公司一线业务人员反馈，从一季度开始，已经有较多医院开始上报设备更新需求，部分省份上报的金额较大；对于资金缺口，未来政府可能通过发债方式扩充地方财政，再通过预算拨款实施医疗设备更新，等待实质性举措。预计该政策对 2024 年下半年医疗行业市场的需求产生明显拉动效果，公司期望政策落地后，全行业迎来新的增长，公司各产品线回归之前的增长态势。</p> <p><b>问：公司外科产线产品布局及研发进展情况，外科为什么有信心？</b></p> <p>答：微创外科领域：公司已推出 2K、4K 白光硬镜系统、4K 荧光硬镜系统，公司的硬镜产品在国产品牌中性能突出；与公司已有的超声、消化内镜产品相结合，公司在微创外科领域推出超腹联合、双镜联合等独特解决方案，部分已推出、部分将在未来一两年快速推出的还包括新一代 4K 腔镜平台、数字化手术室、周边设备（气腹机、膨宫泵）、能量设备（超声切割止血设备）、手术器械等，公司将打造外科手术室的整体解决方案。</p> <p>公司对外科产品线的信心建立在以下几个方面：</p> <p>1、公司的研发优势和产品种类优势，相比国内一般的硬镜厂家，</p>

产品优势明显。国内硬镜厂家较多，但普遍规模较小，主要原因是国内硬镜品牌多数是以卖单一产品为主，对术室的理解不够深，推广效果不佳；公司将借鉴进口品牌的成功经验，凭借产品优势并通过外部合作，打造外科手术室的整体解决方案，以更好的契合临床需求。

2、公司在 2023 年引进了具备多年外科营销经验的外资营销团队，新团队对外科产品的临床需求具有深刻理解，将推动公司外科业务以更专业的方式快速发展；

3、2023 年，公司硬镜产品虽然收入增速不高，但在医院端的装机情况很好，公司硬镜在临床的接受度比较高，这对公司硬镜业务在 2024 年及今后快速发展提供了信心。

**问：2024 年研发和销售费用规划？**

**答：**费用方面的支出，与公司的中长期战略相关，高端化、多元化发展是公司的既定战略，高端产品所需的研发人员、销售人员素质相对偏高，研发周期和市场推广周期也长，因此公司的研发、销售费用投入较大。多元化发展，决定了公司要将成熟产品线的利润，投入到新产品线，短期内会对业绩造成影响，但这是保障公司业绩持续增长的重要举措。

未来 2-3 年内，公司将持续保持相对较高的研发强度，每年投入营业收入的 20%左右，既保障成熟产品线的更新迭代速度，同时为新产品布局。销售费用方面，主要与销售人员的数量相关，2023 年，公司超声、消化内镜的销售人员相对稳定，微创外科、心血管介入的销售队伍初步建立完成，2024 年不会有大的变动，因此 2024 年销售费用预计将较为稳定，随着公司收入的持续增长，销售费用率有望稳中有降。

**问：下一代软镜产品推出时间和改进的方面？软镜高增长还能持续几年？**

	<p>答：公司软镜产品目前在售的主流产品是 HD-550，550 在镜体操控与成像方面已不输于部分进口品牌，已进入国内超过 400 家三级医院，临床评价较高。2023 年，公司推出了 550 的升级款 HD-580，580 在图像的清晰度、分辨率方面有较大提升，进一步提升了公司软镜的性能，公司软镜产品的“镜体操控+图像质量”均达到国产领先水平。公司今后还将推出全新一代软镜平台。</p> <p>2024 年，公司对软镜产品线的要求仍是保持较高增速，现阶段国产软镜的市场份额与进口品牌仍存在较大差距，再加上国内软镜市场增速较快，公司软镜产品的种类和性能在不断迭代提升，公司预计至少未来几年，软镜产品线仍能保持相对较高的增速。对比超声，国产软镜与进口品牌的技术差距更小，软镜的进口替代速度将更快，未来国产软镜有望获得更高的市占率。</p> <p><b>问： AI 在公司超声和内镜产品中的应用情况？</b></p> <p>答：为更好地满足临床需求，公司秉承“设备+AI”的理念，在超声领域陆续发布了人工智能产前超声筛查技术凤眼 S-Fetus，具备覆盖多切面、识别更精准、测量分析更快速、精细度更高的特性，可完成 3D 胎儿“一键显脸”、子宫自动测量、卵巢自动测量、卵泡动态计数、盆底自动测量等妇产科超声 AI 功能，有效提升医生产科筛查工作效率，降低医生误判漏判概率。另外，公司首次将肝包虫 AI 辅助诊断产品化，该项目成果发表在《柳叶刀-数字医疗》，将助力分级诊疗、造福患者。从内窥镜产品场景统一的特点出发，公司研发推出肠部质控、肠息肉识别、退镜速度监测、肠道清洁度评分、胃部盲区监测等 AI 功能，在质控、教学、提高检出率方面发挥了作用。AI 对提升超声和内镜产品的竞争力有显著帮助，公司将持续增加投入。</p>
附件	无
日期	2024.05.10

