山东威高血液净化制品股份有限公司

投资者关系活动记录表

证券代码：603014　　证券简称：威高血净　　编号：2025-002

时间：2025 年 8 月 28 日

投资者关系活动主要内容介绍

1、带量采购对公司未来发展及行业核心变化有何影响？血液透析服务价格调整对公司业务有何影响？

答：带量采购方面，公司从销售渠道、产品结构、成本控制等多个维度进行积极应对，数据来看，对于河南省等二十三省（区、兵团）带量采购中已于 2024 年 8 月前开始执行的省份而言，截至 2024 年 12 月末，根据公司管理统计，2024 年 7-12 月，公司于相关省份血液透析器和血液透析管路的销售数量与 2023 年同期（即 2023 年 7-12 月）相比增长约 23%和 21%。2025 年上半年血液透析器收入增长 5%，量增长 22%，血液透析管路收入增长 7%，量增长 17%，集采后实现以量换价。行业层面，带量采购对成本、质量、销售渠道多个维度提出挑战，龙头企业具备规模优势，或将推动市场向头部企业集中。血液透析服务服务费用下调，将提高患者可及度，中国 ESRD 每百万人口接受透析治疗患者数量仅为 5.71，而日本、新加坡、韩国、美国该数据为 26.82、20.30、23.76、17.06，中国与海外发达国家存在较大的差距，长期来看，有望提高治疗渗透率，利好行业增长。

2、**公司国内海外市场增长预期？**

答：国内市场方面，公司作为行业龙头，将持续研发迭代透析机、透析器以及配套新产品，进一步深耕国内肾科领域市场，提高国内市场占有率和份额，保证收入、利润稳定增长及在肾科学科影响力的持续提升。海外市场方面，2020 年到 2024 年复合增长率为 51%，预计未来将持续快速增长趋势，面对海外更广阔的市场，公司认为优秀的产品、销售能力将在未来持续扩展海外版图，海外市场将成为公司重要增长引擎。

3、伴随**血透行业未来的发展，公司研发费用会投向哪些新品布局？**

答：公司已布局 CRRT 相关产品，未来几年内 CRRT 设备、滤器及管路预计陆续获证，以完善产品矩阵，应对多元化的市场需求。耗材领域，中国 2024 年存量血透患者约 102 万人，扩瘘球囊目前年使用量约 10 万多个，对比日本市场患者人均年使用 4 个，中国市场增长空间巨大。公司第一款扩瘘球囊已取证，正进行市场调研推广，并布局第二代、第三代产品。透析器方向，公司将陆续推出 4 到 6 代透析器，每代在清除率、超滤系数、生物相容性及降本提质方面均有改进，保持器械的迭代更新，以巩固市场占有率。

4、公司设备类产品上半年恢复性增长的情况下，院内招投标目前进展如何？设备产品未来趋势如何判断？

答：2025 年上半年设备采购陆续转暖，目前达到平稳状态，去年积压采购项目陆续开标，公司 2025 年上半年透析设备同比增幅 11%。2024 年起，医疗机构设备需按设计寿命淘汰，威高血净设备设计寿命 10 年，这规范了设备淘汰周期，利好未来设备采购需求增加。公司 2023 年装机量市占率 24.6%，未来目标市占率超过 30%。

5、海外业务目前主要销售哪些产品？海外销售团队搭建及本地化建设情况如何？后续有何规划？全年海外业务指引是怎样的？

答：海外市场核心销售产品为透析器加透析机。海外业务扩展前期选择有一定人口且快速增长的国家，重点布局东南亚、南美、东欧、北非等市场，欧美日等市场 ESRD 患者及设备耗材增速平稳、渗透率高，暂不作为前期重点，属于长期战略市场。2025 全年目标增长 50%。海外销售团队及本地化方面，已在厄瓜多尔、印度尼西亚设立子公司，未来预计在多个国家进行本地化布局。

6、公司仪器的收入确认口径是怎样的？

答：公司根据与客户的合同识别履约义务，并依据销售商品和服务的控制权转移时间确认收入。境内销售中，需要安装调试的设备（如透析机、水处理设备），必须在安装调试完成并经客户或终端医院验收签字后确认销售收入。

7、公司对海外市场的考虑，与国外巨头及国内厂家的竞争情况，以及出海的具体竞争优势有哪些？

答：市场竞争的核心在于丰富的产品品规，扎实的品质、极高的性价比、完善的服务与政策。公司在国内用 9 年（2009-2018 年）成为同类型销量第一名并保持

绝对龙头地位，除了优秀的销售团队之外，关键在于产品差异化研发：采用微波浪设计避免隧道现象，提升毒素清除效果，同时克服残存血问题，经三级医院验证多项技术参数优于进口品牌。出海过程中，公司丰富的产品系列，可以针对不同国家和地域推出差异化产品线，确保性能与性价比优势。此外，公司海外 9 年时间销售经验积累，与当地有经验的经销商深度合作，并配备市场和售后团队辅助推广，增强销售粘性。

8、**公司其他业务增长较快（接近 40%以上增长）的核心原因是什么？**

答：核心原因是公司持续深耕肾病科室，实施系统化学科战略，除常规的透析机、透析器、管路外，还服务于肾病科室的其他需求，部分产品因此实现较快增长。同时，该业务增长快也与目前体量较小有关，未来当单一品种量达到一定程度时，会从其他业务中单独拆分列示。

9、**今年三费（销售费用、管理费用、研发费用）费用率的展望如何？**

答：剔除上市费用、股份支付费用等非经营性一次性因素后，销售费用率和管理费用率持续稳步下降，且未来在现有基础上仍有稳步向下空间，这与集采后的经营策略相关。研发费用在量、金额及占比上均持续加大投入。

10、**公司 IPO 募资了十多亿且在手现金充裕，未来在收并购方面有何考量？收并购项目的评估主要从哪些维度进行？**

答：公司收并购战略配套业务战略，分国内和国外两个方向。国内方面，更看重与现有业务的协同性，以帮助进一步深耕肾科赛道；关注标的是否具备技术研发优势，需优于公司自身；海外方面，部分区域可采取投资、并购或合作等方式，以开放心态看待战略规划。