

**WEGO 威高**

# 2023年半年业绩发布会

2023年8月29日

核心价值观：良心 | 诚心 | 忠心

愿景：中国领先的医疗器械整体解决方案供应商



# 2023年上半年经营亮点

## 积极抢占市场应对挑战

- 主要产品销量大幅增长，市场份额大幅提升：输液器增长**33%**，留置针和冲管注射器分别增长**29%**、预灌封注射器（非新冠疫苗）增长**15%**
- 创伤、关节、脊柱手术量分别增长**33%**、**26%**、**17%**，超过行业增速

## 销售渠道整合加速客户渗透

- 持续推动销售渠道整合，把营销资源聚焦到核心客户的开发和维持，提升了大客户的产品渗透率，提高了单客户的贡献率
- 新开拓客户**600**多家；在**1700**家多原有医院客户，增加了新产品覆盖
- 持续加强县级医院市场覆盖

## 新业务板块布局

- 临床护理数字化产品在某顶级三甲医院成功实施，获得客户高度认可已布局多家标杆客户，累计实施近百家医院，增长迅速
- 完成收购浙江量子，完善骨科上下游产业布局，扩展脊柱微创领域
- 持续布局新领域、开拓新增长点

## 业务协同效应显现

- 介入业务板块子公司爱琅中国业务增长强劲，上半年中国销售额同比增长**34%**，占爱琅全球业务收入占比持续扩大
- 充分展现国内销售渠道竞争力，销售协同效应加速释放，也体现了收购以来良好的整合运营能力

## 创新研发成果丰富

- 上半年，研发开支**2.9**亿元，同比增长**18.5%**，收入占比提升至**4.3%**
- 上半年新获得产品注册证**75**项，截止**6**月底，合计拥有国内产品注册证**722**项，海外产品注册证**771**项

## 持续推进国际化战略

- 公司持续推进国际化，积极开拓海外市场，今年上半年，海外市场销售增长**10.4%**，特别是欧洲市场，增速超过**20%**
- 上半年新增加**76**名海外员工，海外员工总数达**1,334**名，占到员工总数的**11%**



**WEGO 威高**

2023年上半年经营回顾



# 业务板块回顾



## 通用耗材

- ❖ 主要产品销量大幅增长：其中输液器增长33%，留置针增长29%，注射器增长19%，但由于全国各地陆续执行带量采购价格，导致产品价格下降，影响产品收入和利润增长
- ❖ 持续完善产品组合，并拓展新业务板块，包括麻醉呼吸、泌尿、内分泌、内窥镜、康复、数字化产品等

23年上半年收入同比增长%

收入占比%

分部<sup>1</sup>利润占比%

+9.9%<sup>2</sup>

51.7%

51.0%



## 骨科

- ❖ 执行带量采购，出厂价下调，抢占市场份额，终端手术量大幅增长
- ❖ 持续推进销售模式转型，终端服务能力显着提升，客户覆盖持续增加，目前，已经覆盖超过4,500家客户
- ❖ 收购浙江量子，进一步拓展脊柱微创领域，布局新利润增长点

-33.5%

11.6%

7.9%



## 药品包装

- ❖ 冲管注射器销量增长29%；扣除去年同期新冠疫苗相关订单<sup>2</sup>，预灌封注射器销量增长15%；
- ❖ 市场地位持续巩固，完善产品组合，布局自动注射笔领域，加强对下游制药企业服务能力

+0.5%

15.4%

32.5%



## 介入

- ❖ 爱琅收入较去年同期增长20.6%。其中爱琅中国业务仍保持增长34% 中国市场贡献进一步提升至19%；稳定在美国市场的地位，同时大力开拓欧洲市场，欧洲市场增长30%
- ❖ 打造更稳定、抗风险的全球供应链，中国工厂正式投产，产品生产许可证陆续获批

+20.6%

13.7%

3.5%



## 血液管理

- ❖ 持续的业务拓展：全血采集为主的业务，拓展至血液单采、细胞治疗耗材赛道。涉及血小板单采、血浆单采、细胞处理、自体血回输等多个产品系列，将由血站及临床输血科为主的客户，拓展至单浆站及细胞治疗类生物公司

+6.9%

7.6%

5.0%

附注：

1. 分部利润占比计算未包括其他分部利润3,858万元
2. 扣除去年同期防疫物资的一次性影响

# 环境、社会和公司治理（ESG）



## 可持续绿色发展

- **环境管理**：强调绿色发展理念贯穿生产经营，建立健全的环境管理制度，严格遵守运营所在地的环境保护相关法律法规
- **节能低碳**：积极响应“巴黎协定”气候变化倡议和中国“碳达峰碳中和”目标，2022年10月战略性进入医院能源管理业务领域，为医疗机构实施能源智慧化建设体系，实现节能、降耗、减碳，同时贡献业务新增长点
- **资源及排放物管理**：从源头着手，优化资源利用，减少污染排放，提高生产环节环境技术投入，每年设立资源利用率和排放目标



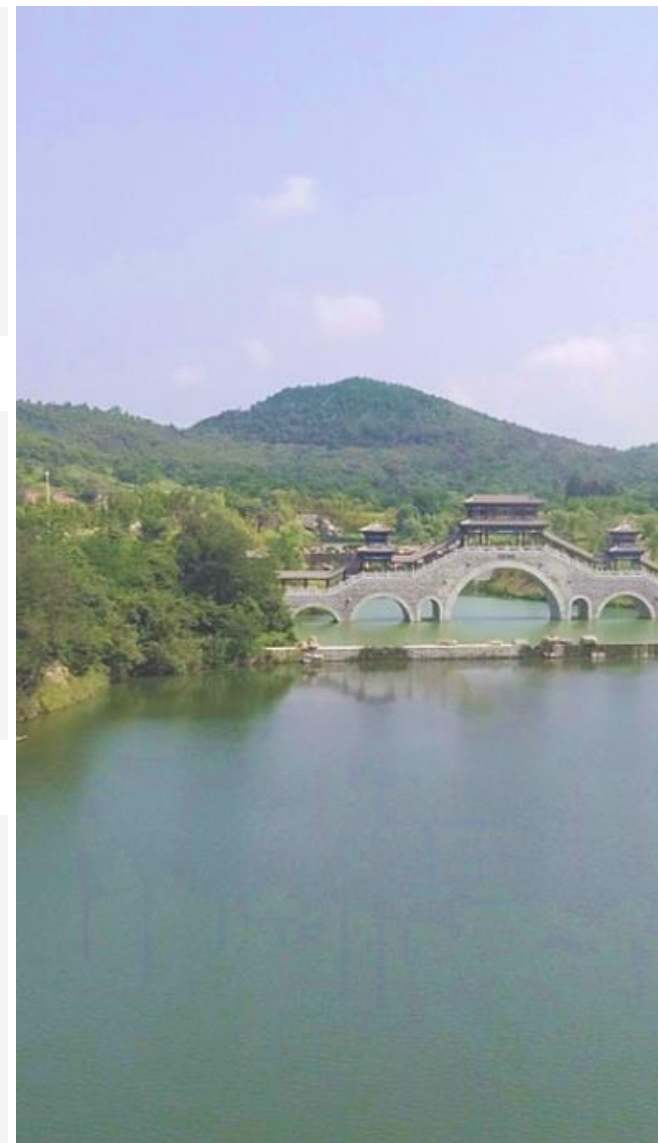
## 社区社会投资

- **社会公益**：积极践行企业社会责任，以实际行动回馈社会；参与多个社会公益和捐款活动，支持地方教育事业发展及医学科研人才培养
- **员工发展**：努力为员工缔造非歧视、平等、和谐及安全的工作环境
- **残障人士就业**：子公司威海洁瑞是山东最大的社会福利企业，为近千名残障人士提供就业机会，协助他们融入社会



## 负责任经营

- **完善治理**：严格遵守《上市规则》附录十四所在列《企业管治常规守则》为基准
- **可持续供应链**：在坚持自身高标准商业道德同时，寻求同样高道德标准和质素的供应链合作伙伴，加强供应商和合作伙伴管理，促进共同发展
- **商业道德**：维持高道德标准是核心价值之一、对任何贪污、贿赂及勒索情况采取零容忍态度，公司采取多种措施，确保反腐倡廉，坚守高标准的商业道德



图：工业废水经处理后形成的人工湖景观



# 显著行业竞争力，维持领先地位

## 企业文化、市场口碑和品牌影响力

- 始终践行良心、诚心、忠心的核心价值观
- 产品市场刚需强，随着带量采购的实施，医疗器械、耗材的产业链效率优化，极大有利于公司快速提升市场份额

## 扎实的制造业基础

- 在自动化水平、材料学、成本控制、产能布局、质量控制等方面有明显优势，充分满足带量采购对价格和质量的需求
- 持续提升生产制造的数字化管理水平，积极布局新材料、新技术、新工艺，维持和提升制造业的竞争力优势



## 开放、包容和共享的平台优势

- 推动各板块的协同、合作和资源共享，充分激发各板块的灵活性和活力
- 通过战略梳理，积极培育和布局新业务板块，以期成为新的增长点

## 客户资源及渠道覆盖

- 打造了适用中国市场的优秀营销体系，特别是庞大、完善的销售网络
- 通过进一步的销售渠道整合，提升渠道优势
- 持续通过研发、国内外产品合作、并购等，加速完善产品组合，充分发挥渠道优势，实现“渠道变现”



# 公司战略

结合行业政策和竞争格局的变化、临床需求、自身资源的积累等情况，提出“平台化”、“国际化”、“数字化”三大经营战略和“人才”、“创新”两大保障战略



## 平台化 -- 发挥开放、包容和共享的平台优势

- 构建产品多元的生态系统、协同高效的组织体系，实现规模化经营
- 通过完整的产品解决方案，满足或超越客户需求。将产品线做宽，将单一产品做精



## 国际化 -- 维持国内龙头地位，实现海内外协同发展

- 通过战略投资、市场授权等方式，将海外医疗器械高端产品和先进技术引入中国市场
- 积极开拓海外市场，从跨境贸易到品牌出海，提升海外收入占比



## 数字化 -- 数字化战略提升管理水平，开拓新增长点

- 将继续提升数字化管理水平，提升生产、研发、市场的竞争力
- 积极布局数字化产品，例如移动护理产品，培育新的增长点



## 人才 -- 建立人才激励制度

- 广泛吸收高端人才；建立健全人才激励制度，激发员工创造性



## 创新 -- 提高创新能力，实现持续发展

- 原有产品的更迭：按照产品线对已有产品升级换代、功能改善、新材料应用、成本控制
- 新产品布局：在上海、苏州、北京设立研发中心，引进相应专业研发人才，专项攻关
- 通过基金，投资布局创新前沿，把握行业趋势

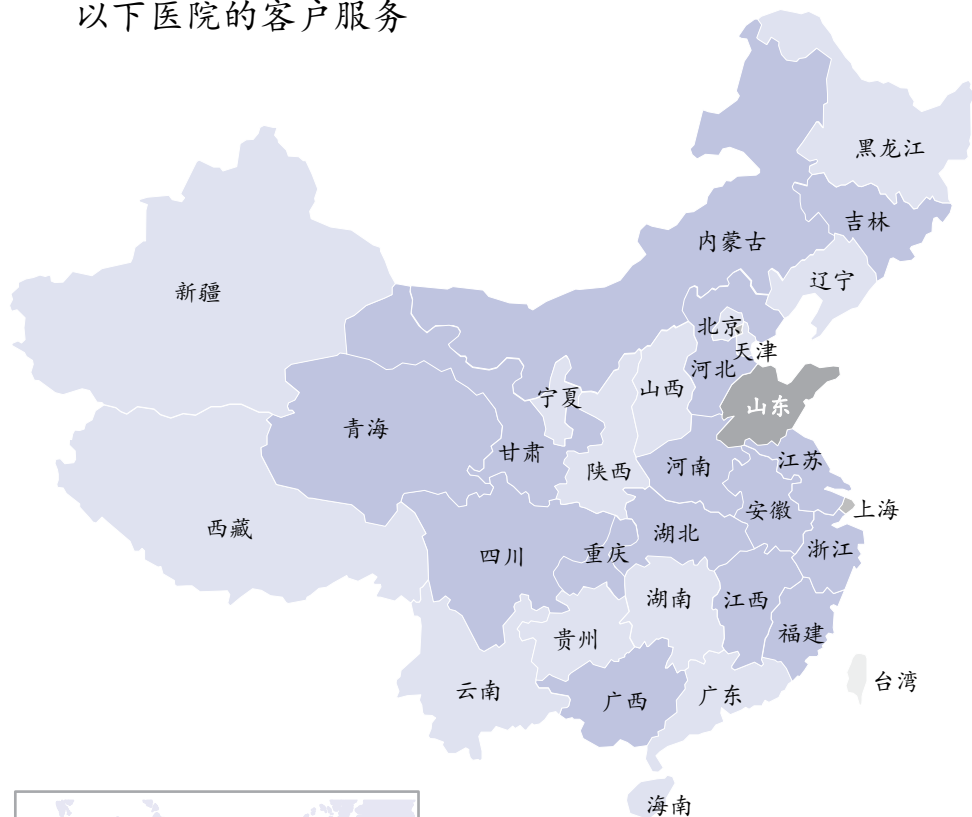
## 重要战略举措

- 系统性建设平台化运营基础和能力和平台化基石结构
- 提升组织、运营对战略的保障和支撑作用
- 以数字化转型为契机，建设和完善上市公司部门平台
- 加强业务各板块协同，更好培育新的业务增长点



# 平台化战略 —— 销售平台整合

- 持续推动销售渠道整合，把营销资源聚焦到核心客户的开发和维持，提升大客户（特别是三级医院）的产品渗透率，提高了单客户的贡献率
- 持续开发新市场，抓住带量采购的重大机遇，快速增加县级医院客户覆盖率；增加地市级办事处数量，加强对县级及以下医院的客户服务



- 公司总部
- 35个销售分公司
- 3,253名销售员工，遍及228个城市

客户数量（截止2023年6月30日）

	新增客户	国内客户总计	海外总计
医院	177	3,778	3,486
血站	5	419	-
其他医疗单位	50	1,169	1,642
经销商	400	4,369	2,139
<b>总计</b>	<b>632</b>	<b>9,735</b>	<b>7,276</b>



# 贯彻公司战略，实现业务新突破

力争三年内，打造麻醉呼吸、内分泌、生命信息与支持、泌尿外科、信息化产品、运动医学等多个具市场竞争力的新业务板块



## 临床护理数字化产品

- 上半年，临床护理数字化产品新开拓医院35家，其中，新开拓一家顶级三甲医院客户
- 累计已成功为近百家三级医院提供临床护理数字化服务
- 临床护理数字化产品同时可以促进临床护理耗材类产品销售，实现协同价值



## 生命信息与支持领域

- 上半年实现快速增长，监护仪、输注泵、呼吸机等产品销量快速增长。截止6月底，监护仪、输注泵和呼吸机装机客户达970家
- 以现有产品为基础，逐步拓展至生命支持、超声和麻醉靶控泵领域
- 销售和售后团队已基本实现全国覆盖



## 内分泌领域

- 上半年新开发经销商、医院客户113家，较去年同期增长35%，销量提升30%
- 基于公司在临床护理类产品的有事基础，主推院内外一体信息化慢病管理系统，加强内分泌领域的市场影响力
- OTC产品线覆盖35家中大型连锁，陆续加强药店渠道覆盖



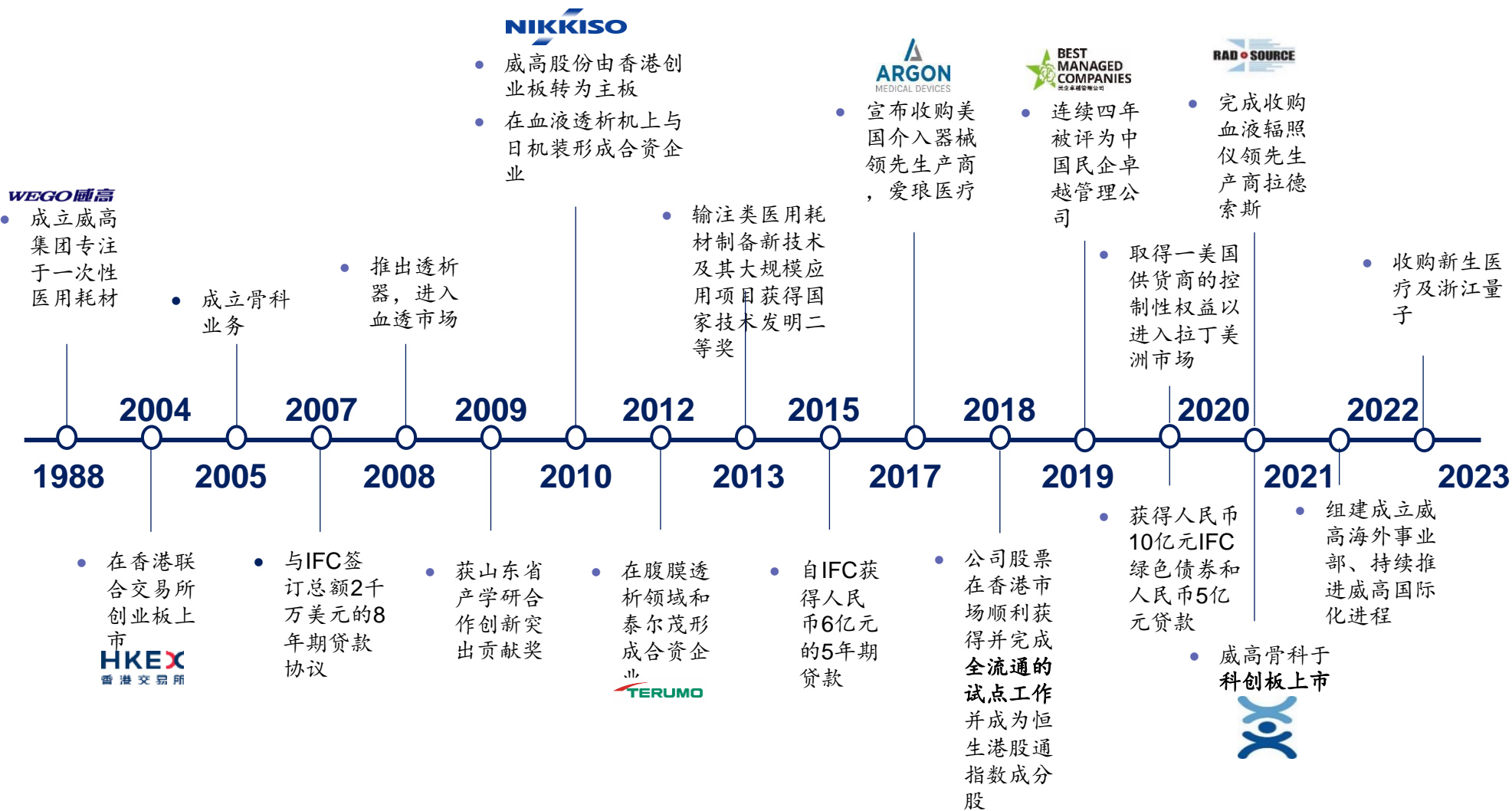
# 增长计划

## 增长策略

受益于全球医疗行业持续扩张，威高股份计划通过打造平台化公司，提供系统性解决方案加快未来增长



# 迎接上市二十年



**WEGO 威高**

2023年上半年财务表现

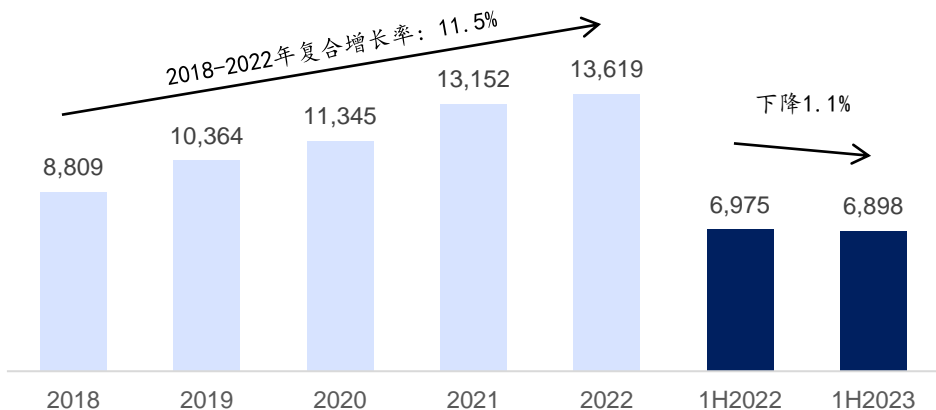




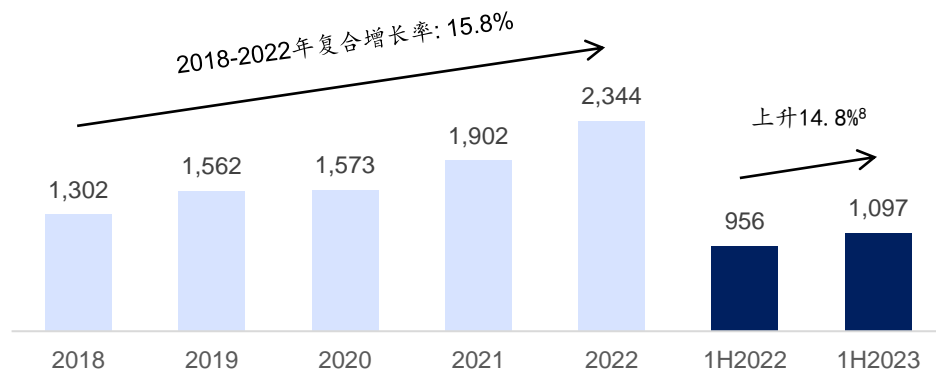
# 主要财务数据

## 收入<sup>3</sup> (百万人民币)

增长率(%)

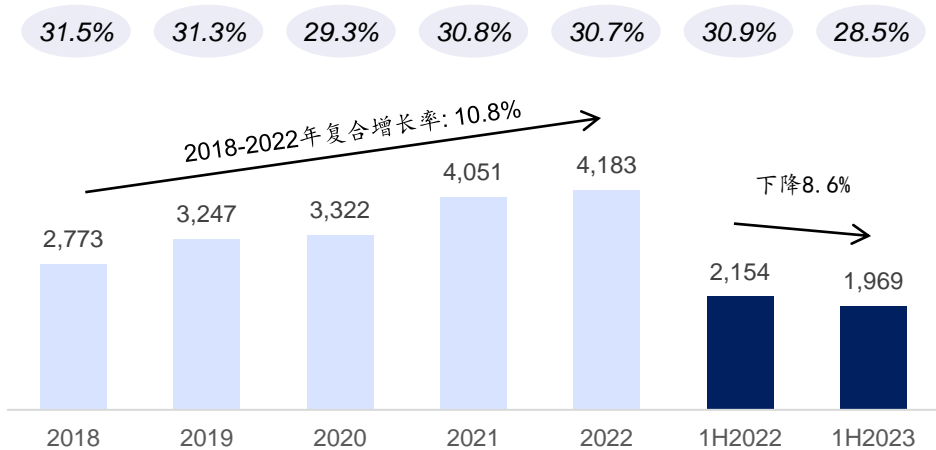


## 扣除骨科后归母净利润<sup>1,2,3,5,6,7</sup> (百万人民币)



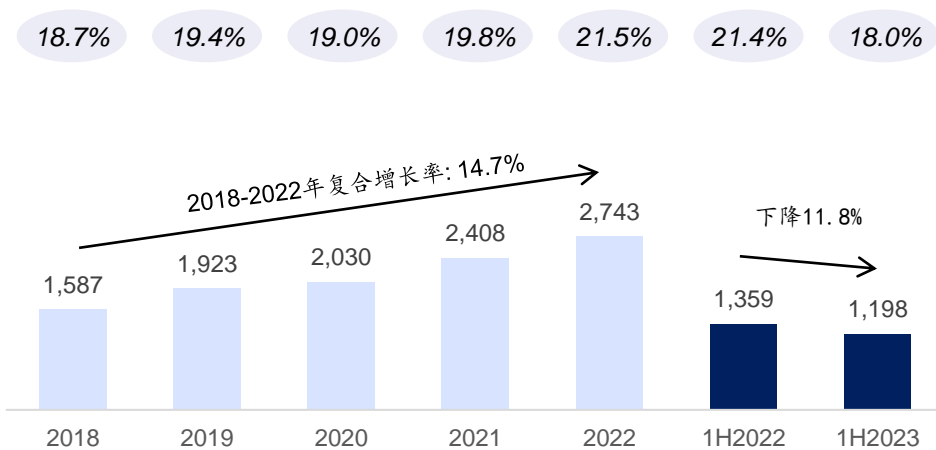
## EBITDA<sup>1,2,3,5</sup> (百万人民币)

EBITDA利润率(%)



## 归属于本公司股东持有人净利润<sup>1,2,3,5,6</sup> (百万人民币)

净利率(%)



附注:

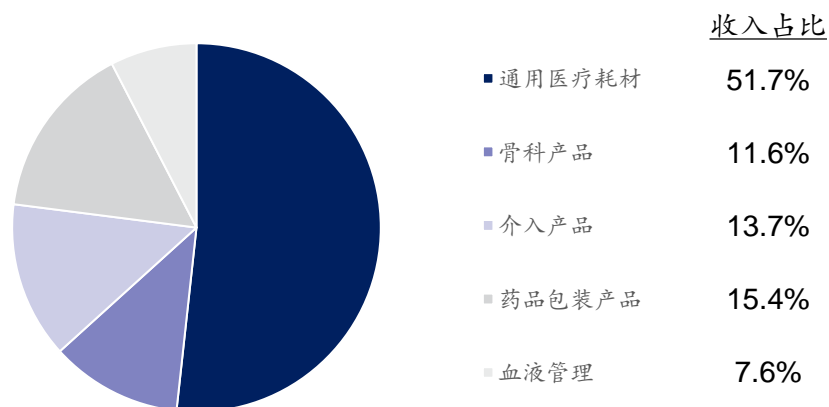
1. 扣除2018年内收购爱琅所致的存货评估增值以及收购爱琅一次性交易费用的特殊项目; 2. 扣除2019年爱琅贷款置换一次性费用的特殊项目; 3. 2019年、2020年、2021年及2022与2022上半年不考虑同控会计重述影响; 4. 营业利润是指各个板块的税前利润合计; 5. 扣除2021年诉讼预提费用、2022年威高血液净化股份被动稀释收益、政府收回土地、房屋录得税后收益以及产品责任索赔税后费用; 6. 剔除特殊项目影响; 7. 按照威高股份归母净利润剔除应占威高骨科归母净利润计算, 威高骨科持股按照年末持股比例计算; 8. 剔除防疫物资相关净利润影响
- 以上数字仅用于展示公司经营层面的趋势, 具体数字请以业绩披露为准



# 按业务板块收入及利润细分

## 收入细分占比

2023上半年



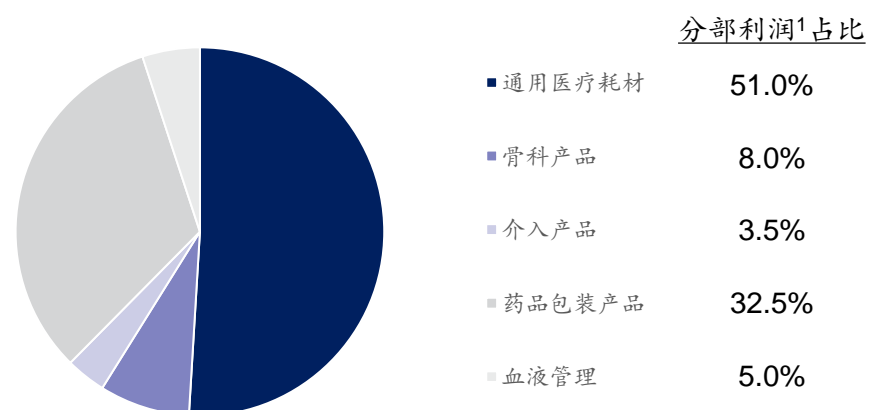
板块收入 (百万人民币)

2023年上半年 2022年上半年<sup>3</sup>

	2023年上半年	2022年上半年 <sup>3</sup>
通用医疗耗材	3,569	3,549
骨科产品	797	1,199
介入产品	948	786
药品包装产品	1,061	1,056
血液管理	523	489
<b>总计</b>	<b>6,898</b>	<b>7,079</b>

## 利润细分占比

2023上半年



板块利润 (百万人民币)

2023年上半年 2022年上半年

	2023年上半年	2022年上半年
通用医疗耗材	660	623
骨科产品	103	491
介入产品	45	89
药品包装产品	422	452
血液管理	65	97
<b>总计</b>	<b>1,295<sup>2</sup></b>	<b>1,752<sup>2</sup></b>

附注:

1. 分部利润占比计算未包括其他分部利润6,402万元
2. 合计中包含其他分部利润3,858万元 (2023上半年) 和3,063万元 (2022上半年), 未单独列示
3. 2022年上半年考虑同一控制下控股合并导致的会计重述影响  
数字仅用于展示公司经营层面的趋势, 具体数字请以业绩披露为准

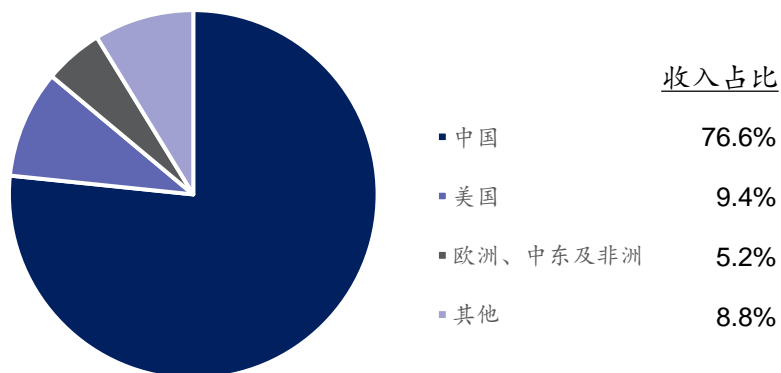


# 业务的地区分布

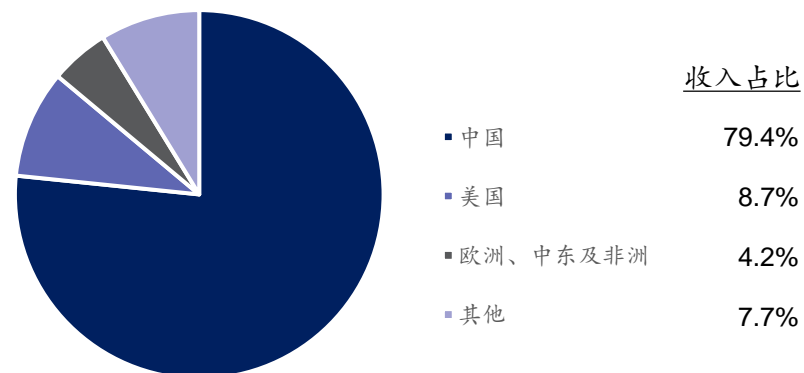
## 地区分布

2023年上半年海外收入16.1亿元，占总收入达到23%

2023上半年



2022上半年



类别收入 (百万人民币)

	2023年上半年	2022年上半年 <sup>1</sup>	同比增长 (%)
中国	5,286	5,619	-5.9%
美国	652	613	6.4%
欧洲、中东及非洲	356	300	18.8%
其他	604	547	10.4%
<b>总计</b>	<b>6,898</b>	<b>7,079</b>	<b>-2.6%</b>

附注：

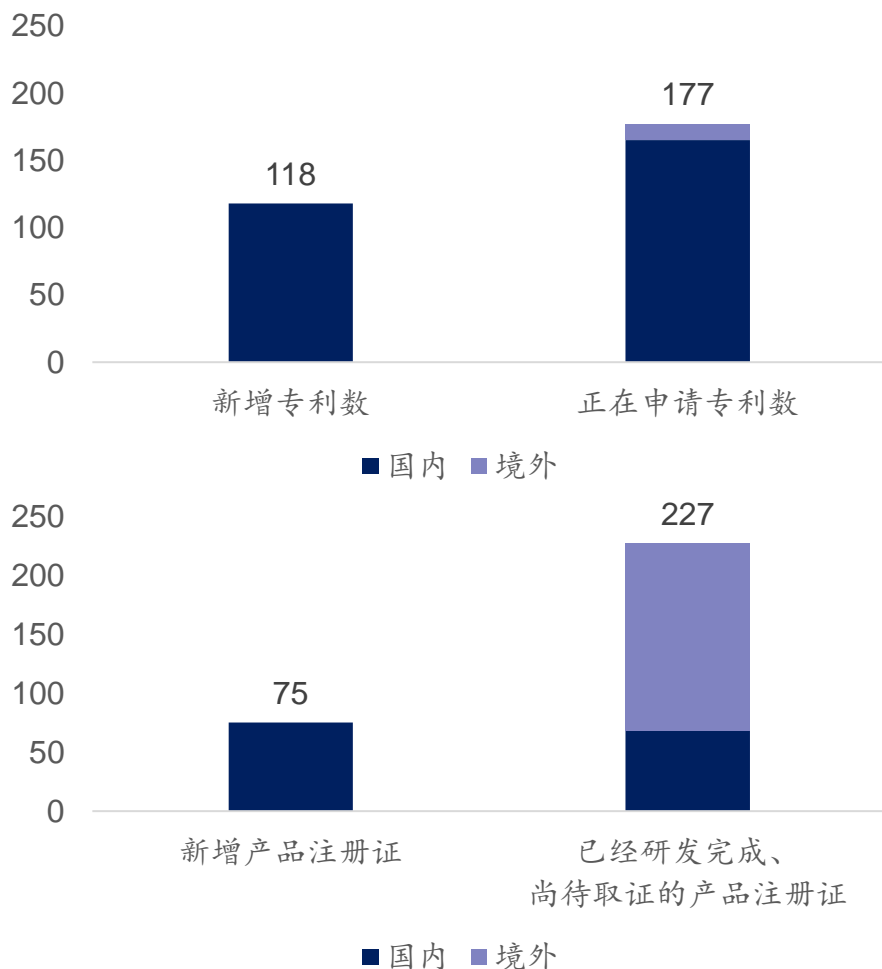
1. 2022年上半年考虑同一控制下控股合并导致的会计重述影响数字仅用于展示公司经营层面的趋势，具体数字请以业绩披露为准



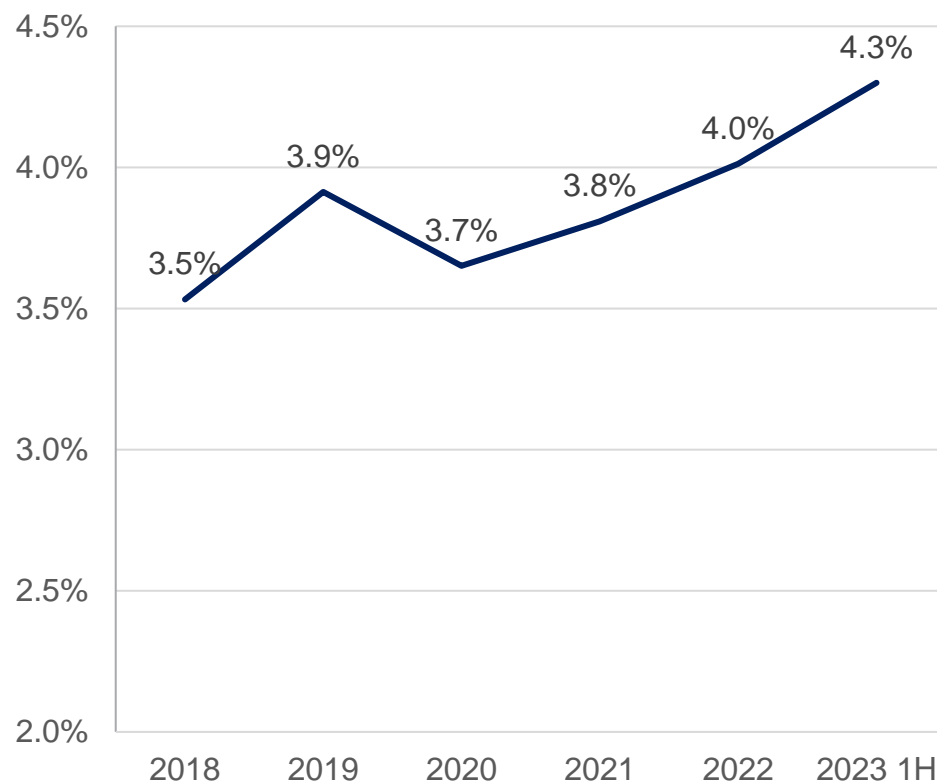
# 创新战略 —— 协助平台化战略拓宽产品线

- 注重研发的经营策略提升了公司的核心竞争力，并为充分利用客户资源夯实了产品基础，亦为集团持续盈利提供了新的增长点

截至2023年6月30日止六个月，专利和新产品注册情况 (个)



研发费用占收入比例 (%)<sup>1</sup>



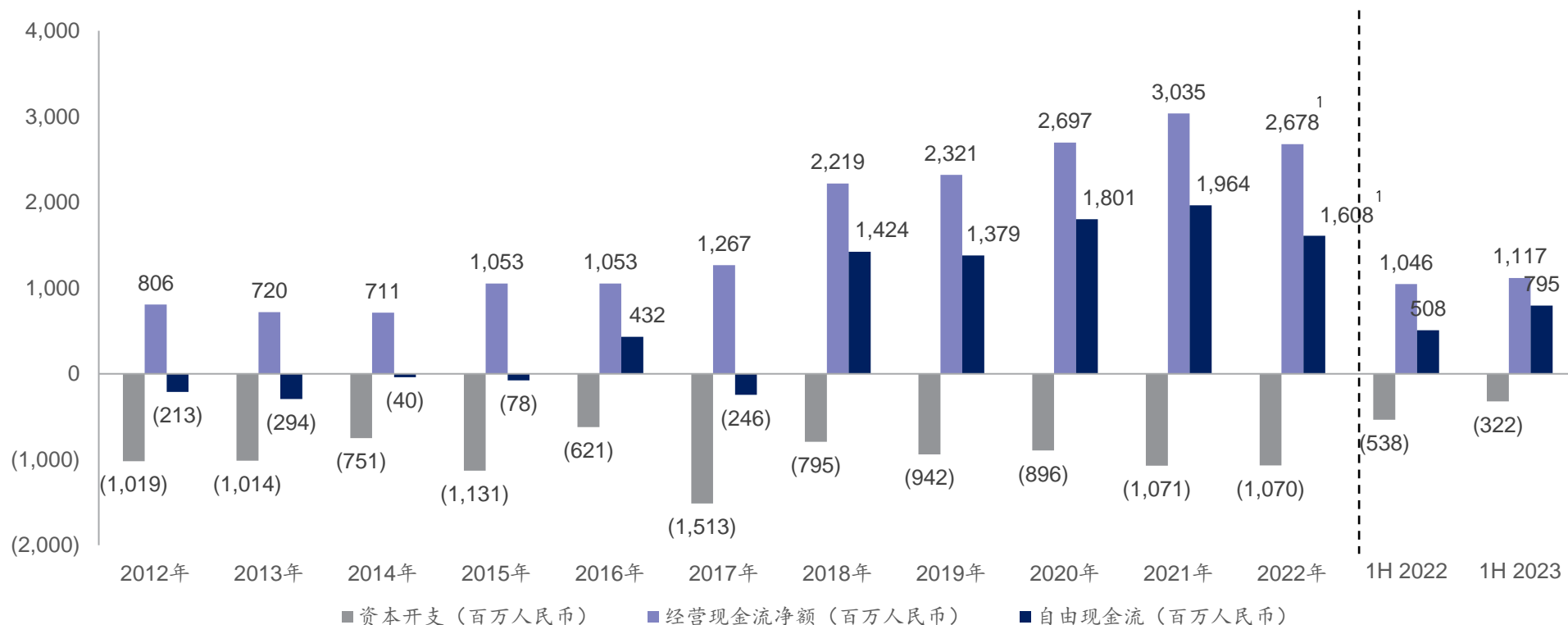


# 现金流与资本支出

## 现金流与资本开支情况

随着疫情管控放开，医院诊疗量恢复，2023年上半年经营现金流净额和自由现金流同比录得增长  
随着经营现金流的增长和资本开支趋稳，自2018年起，公司已经连续第5年录得正自由现金流

## 现金流与资本支出（百万人民币）



附注：

1. 扣除2022年因产品诉讼产生的一次性现金流出4.6亿元
  2. 2012-2022年不考虑同控会计重述影响
- 以上数字仅用于展示公司经营层面的趋势，具体数字请以业绩披露为准



# 其他财务数据

## 其他财务数据

		2023年上半年	2022年
营运资本	存货周转天数 <sup>1</sup>	118天	113天
	应收账款周转天数 <sup>1</sup>	162天	138天
	应付账款周转天数 <sup>1</sup>	81天	76天
现金及负债	银行结余及现金	65.6亿元	68.6亿元
	总债务	43.4亿元	44.9亿元
	净现金	22.1亿元	23.7亿元
杠杆分析	总债务 / EBITDA (x)	1.1x	1.1x
	净债务 / EBITDA (x)	净现金	净现金
	利息覆盖率 <sup>2</sup> (x)	14.2x	21.9x
流动比率及回报分析	流动比率	2.8x	3.0x
	股本回报率 (ROE) <sup>4</sup>	11.8%	13.4%
	资本回报率 (ROA) <sup>4</sup>	7.5%	9.2%

附注:

1. 为平均运营资本天数
  2. 利息覆盖率 = EBITDA / 融资成本
  3. 2022年不考虑同一控制下控股合并导致的会计重述影响
  4. 扣除2021年诉讼预提费用; 扣除2022年威高血液净化被动稀释收益; 政府回收土地房屋录得税后收益以及产品责任索赔税后费用; 17  
半年股本及资本回报率取年化净利润进行计算
- 以上数字仅用于展示公司经营层面的趋势, 具体数字请以业绩披露为准



# 免责声明

This document does not constitute, or form part of any offer for subscription or sale of, or solicitation of any offer to subscribe for or sale of any securities of Shandong Weigao Group Medical Polymer Company Limited ("Weigao Group"), nor shall it be construed as calculated to invite any such offer, nor shall it form the basis of, nor can it be relied on in connection with, or act as an inducement to enter into any contract or commitment whatsoever.

## **Forward-Looking Statements**

This presentation contains certain forward-looking statements with respect to the financial condition, results of operations and business of Weigao Group, and certain of the plans and objective of the management of Weigao Group. Such forward-looking statements involve known and unknown risks, uncertainties and other factors which may cause the actual results or performance of Weigao Group to be materially different from any future results or performance expressed or implied by such forward-looking statements. Such forward-looking statements were based on assumptions regarding Weigao Group's present and future business strategies and the political and economic environment in which Weigao Group and its subsidiaries will operate in the future. Reliance should not be placed on these forward-looking statements, which reflect the view of Weigao Group's management as of the date of this presentation only.

## **Confidentiality**

This document is given to you on a confidential basis and must not be passed to, or their contents disclosed to, any other person and no copy shall be taken hereof.