

WEGO 威高

投资者演示材料

2022年全年业绩公布
2023年3月

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

目录



P2

2022年经营回顾

P5

战略展望

P16

2022全年财务表现

WEGO 威高

2022年经营回顾





2022年经营亮点

疫情下逆势增长

- 2022年在新冠疫情、带量采购降价、渠道去库存等不利因素下,公司的主要产品的市占率均保持增长势态,实现收入增长,跑赢行业
- 公司全年实现收入136.2亿元,同比增长3.1%;归母净利润27.2亿元,同比增长19.7%

销售渠道整合

- 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,提升了大客户的产品渗透率,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,加强客户服务

新业务板块布局

- 培育并了诸多新业务板块,如临床护理数字化产品线、生命信息支持、泌尿器板块、内分泌板块、内镜板块、康复板块等
- 临床护理数字化产品预计将于2023实现爆发式增长;康复板块,引入国际领先的脑机交互康复训练系统



血液辐照仪走向民用

- 拉得索斯公司收入4.3亿,同比增长29%。
- 拉得索斯2018年开始开发民用辐照仪,用于原料药材、颗粒及种子的辐射,消灭其中的病原体和寄生虫。
- 技术领先,全球第一,前景广阔,可用于高端中药材、生食海鲜等

创新研发成果丰富

- 2022年,公司持续加大研发力度,全年研发费用共计5.5亿元,同比增长9%。持续更迭原有产品并完善产品组合,同时布局新产品。
- 通过对4支国内外医疗基金的投资,参与投资孵化创新企业,跟踪行业趋势,提前布局

全球布局新增长机遇

- 2022年,组建成立新的海外事业部,公司基于原有海外布局,积极开拓海外市场,开发国际客户和合作伙伴
- 2022年全年海外业务录得强劲增长,收入同比增长19.2%



业务板块回顾



医疗器械

- ❖ 虽然疫情影响医院就诊量，进而影响临床护理类产品的整体用量，但公司凭借丰富产品组合、新客户开发、大客户产品渗透率提升等各项措施，大幅提升市场份额，实现增长
- ❖ 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

22年收入同比增长%

+5.2%

收入占比%

50.4%

分部¹利润占比%

41.5%



骨科

- ❖ 脊柱带量采购大获全胜，医院报量市场第一，市场份额将大幅提升
- ❖ 主动优化渠道，轻装上阵
- ❖ 政策更加趋于合理，利于行业龙头市场份额的提升，促进创新活力

-13.9%

13.4%

18.4%



药品包装

- ❖ 预灌封注射器收入同比增长9.3%，市场份额持续提升，巩固客户基础。扣除新冠疫苗贡献，预灌封注射器销量增长42%，增长强劲
- ❖ 持续提升产能，应对行业增长需求；加强对下游制药企业的服务能力，提高客户粘性，长期跟踪早期客户并提供优质服务
- ❖ 开拓国际客户，抓住海外市场机遇，提升全球市场份额

+3.2%

15.5%

28.6%



介入

- ❖ 供应链问题影响订单发货，扣除此影响，收入增长约15%
- ❖ 爱琅产品中国的注册、市场推广都顺利推进，中国市场增长23%
- ❖ 在母公司的协助下，爱琅的全球供应链逐步恢复，预计将恢复至15%以上的增长

+11.8%

12.7%

4.7%



血液管理

- ❖ 威高在全血采集领域是国内的行业龙头，将以全血采集为基础，布局血液单采、血液治疗等赛道，并积极开拓海外市场
- ❖ 拉得索斯收入增长29%。民用辐照仪销售量80台，用于原料、颗粒及种子的辐照，消灭其中的病原体 and 寄生虫，应用前景广阔

+12.4%

8.0%

6.8%

WEGO 威高

战略展望





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 -- 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，十年实现国际化水平50%以上



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



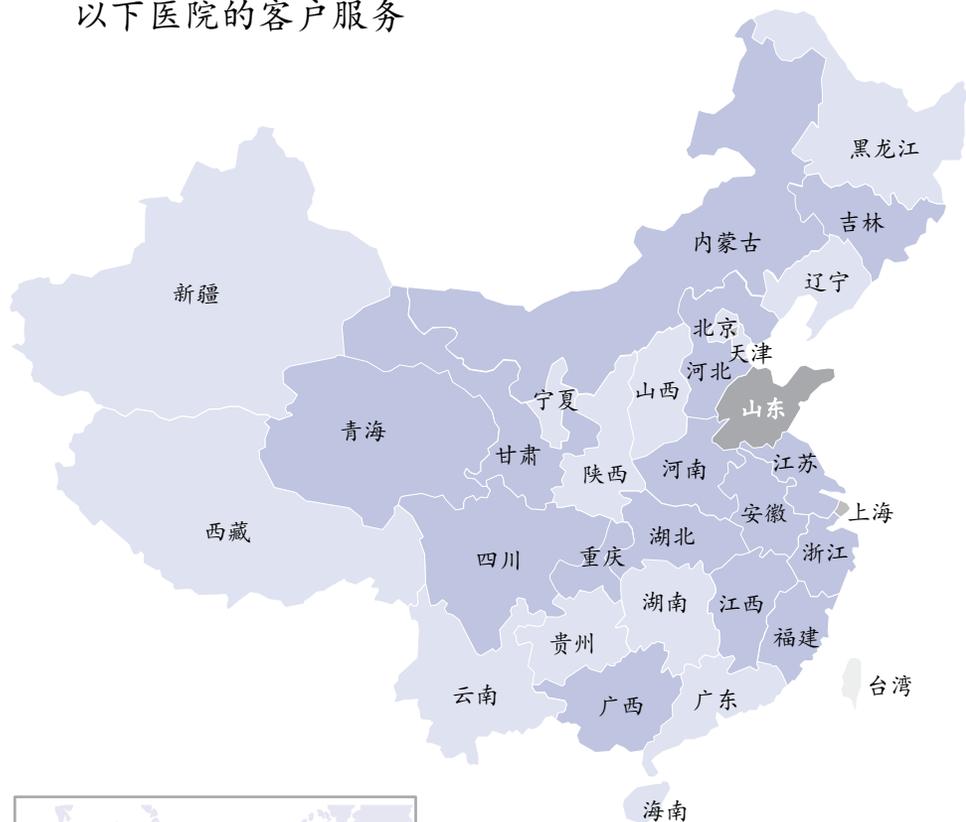
创新 -- 提高创新能力，实现持续发展

- 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



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
- 2,896名销售员工，遍及228个城市

威高客户（截止2022年12月31日）

	新增客户	国内客户总计	海外总计
医院	486	3,601	3,595
血站	-	414	-
其他医疗单位	18	1,119	1,683
经销商	617	3,969	2,076
总计	1,121	9,103	7,354



平台化战略 —— 平台新业务板块布局



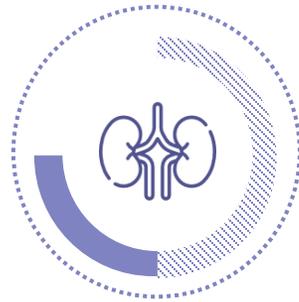
临床护理数字化产品

- 服务于近**50**家三级甲等综合医院，完成全院部署和上线
- 产品协助护理部提升临床护理的规范化、标准化水平，减轻医护人员的工作强度，降低人员成本，提升医护人员的职业幸福感
- 实现给药**0**差错，极大减少或避免不良事件的发生
- 经过前期客户积累，预计2023年的安装量将实现爆发式增长
- 临床护理数字化产品同时促进耗材类产品的销售



生命信息与支持领域

- 以跨国企业的销售负责人为主，组建销售团队
- 内部研发与外部支持协同合作，组建了监护仪、输注泵、呼吸机及相应的数字化管理系统等产品组合
- 团队成立的第一年，就已经实现超过了**2000**家的装机用户，涉及麻醉科、ICU、急诊、呼吸科、康复科等众多临床科室
- 苏州研发中心引入国际一流的研发团队，产品预计从2024年陆续上市，与耗材类产品产生协同效应



泌尿领域

- 泌尿支架：引进国际领先的金属支架作为产品切入点，针对尿路梗阻，已启动中国代理销售，同时已立项研发国产化，预计**2**年内上市
- 能量设备：瞄准医用激光前沿技术，铥激光和脉冲铥激光；目前已经进入立项取证阶段；规划进一步挖掘铥激光在呼吸、消化、头颈外科、医美领域的使用
- 积极与跨国企业接触，促成国内市场合作伙伴关系



内分泌领域

- 2022年正式组建团队
- 产品组合涵盖血糖仪、血糖试纸及胰岛素注射针等
- 正在通过引进一家海外的CGM产品，产品技术优于同行，预计**2024年**上市
- 围绕内分泌产品打造院内院外慢病信息化管理系统，患者与医生能够实时沟通，保证医生对患者病情发展的持续性管理，患者可以实时获得健康数据，最终实现院内院外慢病信息化管理目标

平台化战略 —— 平台新业务板块布局（续）



内窥镜领域

- 以对外合作及吸纳外部团队的方式，引入相关技术，实现了核心技术的突破
- 预计**2024**上市泌尿系一次性输尿管镜、膀胱镜内窥镜与4K图像处理系统等产品
- **2025**年陆续上市的产品有：一次性支气管镜、宫腔镜、4K及8K荧光内窥镜产品与相关配套产品、共聚焦内窥镜、窄带成像泌尿、呼吸迭代系列产品等



康复领域

- 国家鼓励康复医疗发展，康复医疗需求发展空间巨大
- **2022**年底围绕精准康复布局康复领域医疗市场，引进脑机接口康复训练系统，该产品获得国内**首张**医疗器械注册证、入选工信部**首台**重大技术装备推广目录
- 国家卫健委、国家医保局的高度重视将“脑机交互康复训练”作为创新技术纳入收费目录
- 引进运动康复治疗各类关节康复机器人，认知障碍康复的评估和训练系统等智能化、数字化康复产品，致力于为客户提供智能康复、精准康复的整体解决方案



安全自动给药系统

- 开发布局安全自动给药系统，包括自动注射笔、一次性多剂量注射笔、重复性笔式注射器、电子智能笔等产品
- 着眼居家用药安全，进一步提升患者的依从性



国际化战略

中国动力嫁接全球资源，全球资源孵化威高产业

整合内部资源，组建成立威高海外事业部，持续推进威高国际化进程。利用全球资源，整合研发、生产、销售和服务，不断提升产业竞争力、促进产业链升级完善

2022年，面对全球经济下行的复杂局面，公司海外业务始终保持稳定、较快增长，全年海外营业收入同比增长19.2%

全球布局的战略目标：

第一、国内市场：通过战略投资、市场授权等方式，将海外医疗器械高端产品及先进技术引入中国市场，进一步完善产品系列、优化产品组合。

第二、放眼全球：未来十年，对标国际巨头，加速全球化布局落地，从威高制造到威高创造、从跨境贸易再到品牌出海，最终实现威高国际化水平50%以上





数字化战略

数字化生产与经营

通过**数字化手段**，提升运营效率，降低生产成本，提高产品质量，进一步提升威高的制造业竞争力

物联网技术

实现产品、生产设备、人员等互联互通，能够有效的提升生产效率；全程追踪生产流程，实时定位问题



AI辅助检验

缩短质量检验时间，降低检验失误率，降低人工成本，提升产品良率



数字化产品

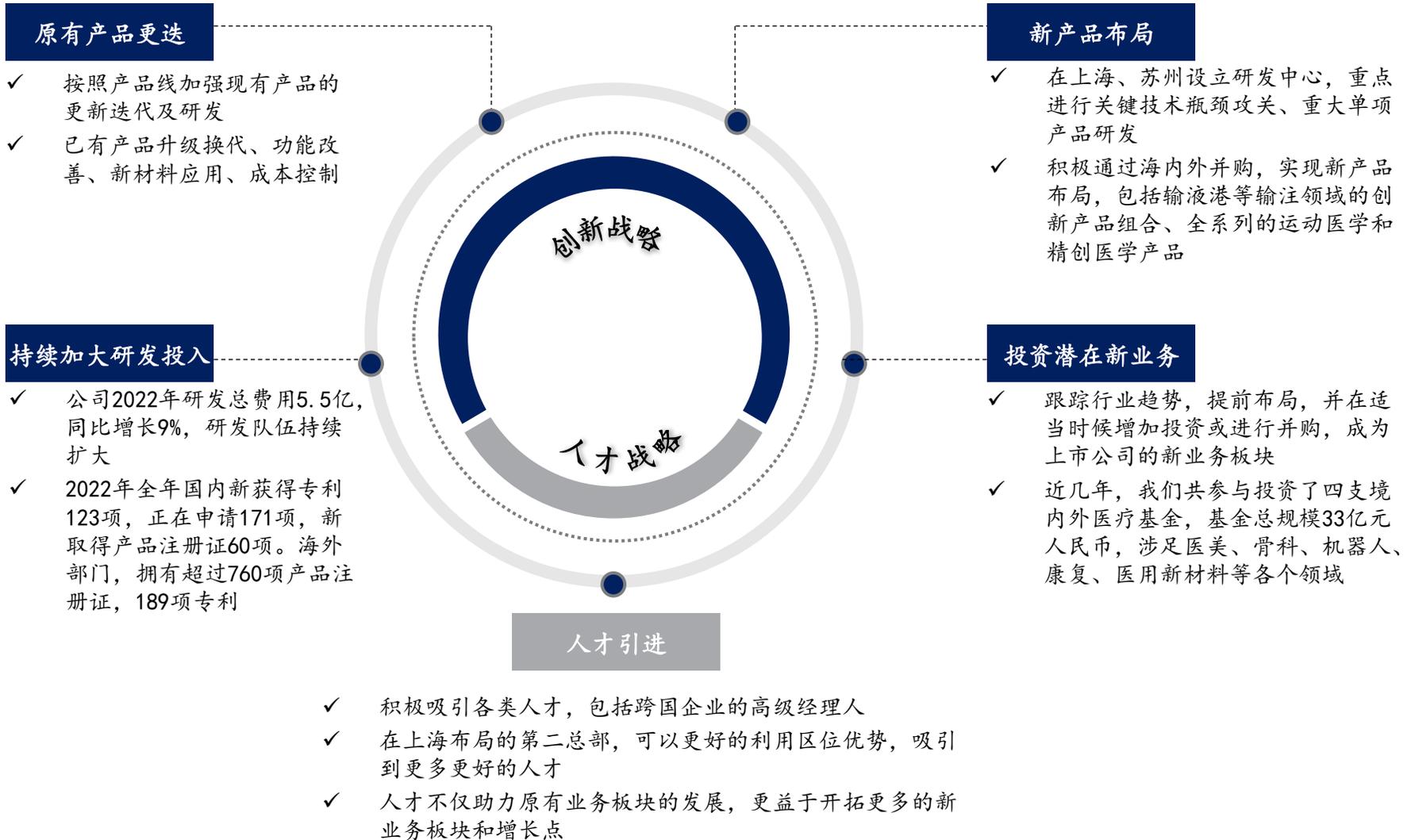
- 以**医院为主体**进行信息化建设，为客户提供一体化、智能化的信息系统整体解决方案
- **临床护理数字化产品**提升医院临床护理工作的智能化
- 为护士群体打造的**护士通服务平台**，打造临床护理领域的网上社区平台





创新和人才战略

威高抓住机遇，锐意创新，加大研发投入，不断吸引全球人才，加速企业发展



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
- **反贪污**：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，要求员工签署《威高十条》承诺书，证明反腐倡廉的决心



图：工业废水经处理后形成的人工湖景观



核心竞争力

企业文化、口碑和影响力

- 始终践行良心、诚心、忠心的企业文化，满足临床需求
- 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、完善的医院直销网络
- 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



冬去春来
充满希望

WEGO 威高

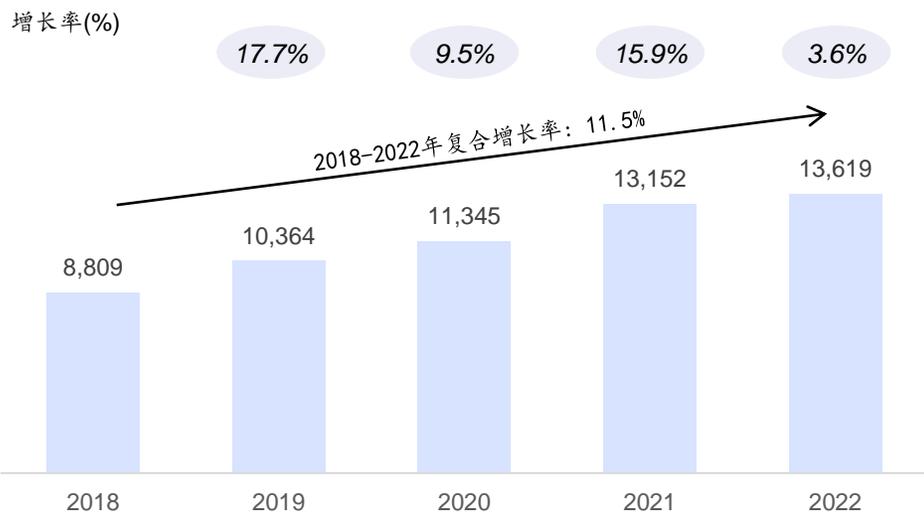
2022全年财务表现



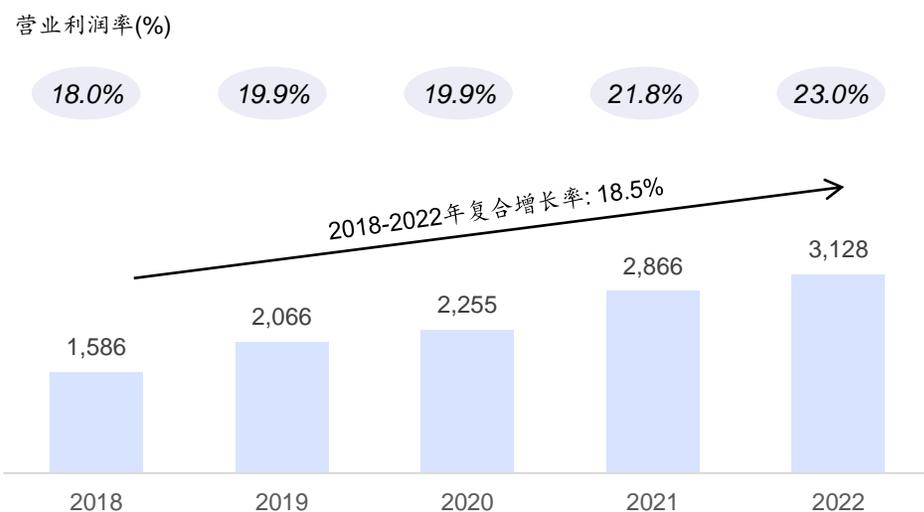


主要财务数据

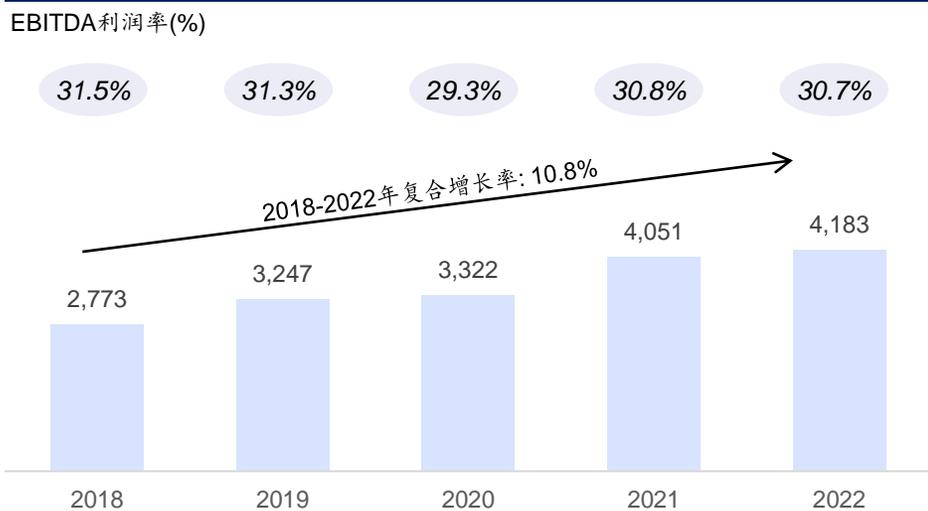
收入³ (百万人民币)



营业利润^{1,3,4} (百万人民币)



EBITDA^{1,2,3,5} (百万人民币)



归属于本公司股东持有人净利润^{1,2,3,5} (百万人民币)



附注:

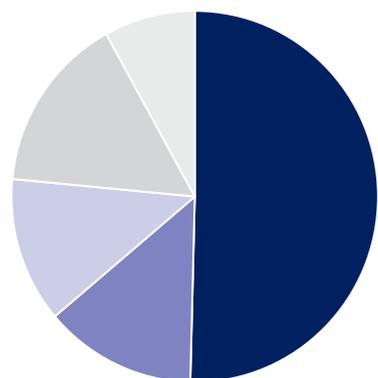
1. 扣除2018年内收购爱琅所致的存货评估增值以及收购爱琅一次性交易费用的特殊项目; 2. 扣除2019年爱琅贷款置换一次性费用的特殊项目; 3. 2019年、2020年、2021年不考虑同控会计重述影响; 4. 营业利润是指各个板块的税前利润合计; 5. 扣除2021年诉讼预提费用、2022年威高血液净化股份被动稀释收益、政府收回土地、房屋录得税后收益以及产品责任索赔税后费用
- 以上数字仅用于展示公司经营层面的趋势, 具体数字请以业绩披露为准



按业务板块收入及利润细分

收入细分占比

2022



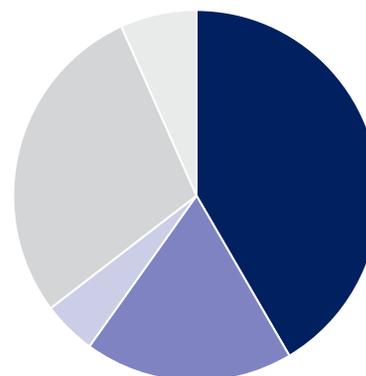
	收入占比
■ 医疗器械	50.4%
■ 骨科产品	13.4%
■ 介入产品	12.7%
■ 药品包装产品	15.5%
■ 血液管理	8.0%

板块收入 (百万人民币)

	2022年	2021年 ³
医疗器械产品	6,859	6,464
骨科产品	1,830	2,127
介入产品	1,726	1,544
药品包装产品	2,105	2,040
血液管理	1,098	977
总计	13,619	13,152

利润细分占比

2022



	分部利润 ¹ 占比
■ 医疗器械	41.5%
■ 骨科产品	18.4%
■ 介入产品	4.7%
■ 药品包装产品	28.6%
■ 血液管理	6.8%

板块利润 (百万人民币)

	2022年	2021年 ³
医疗器械产品	1,298	927
骨科产品	576	762
介入产品	147	151
药品包装产品	896	855
血液管理	211	170
总计	3,194²	2,940²

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6,402万元(2022)和7,458万元(2021),未单独列示
 3. 2021年不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

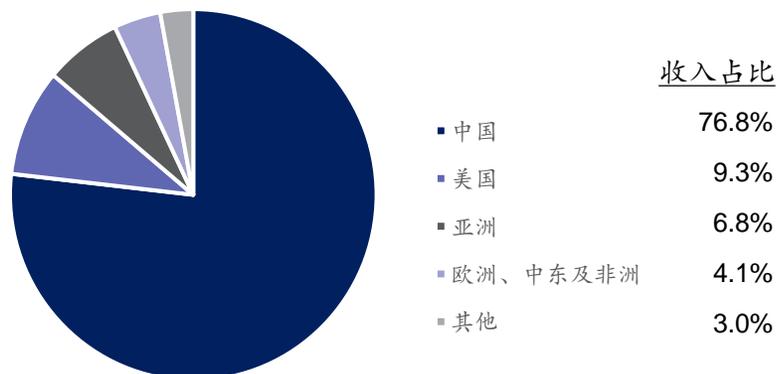


业务的地区分布

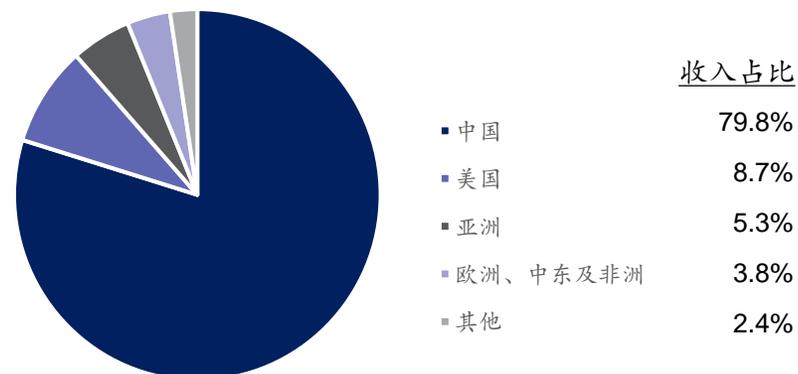
地区分布

海外收入31.7亿元，占总收入达到23%

2022



2021



类别收入 (百万人民币)

	2022年	2021年 ¹	同比增长 (%)
中国	10,454	10,495	-0.4%
美国	1,272	1,146	11.0%
亚洲	931	701	32.7%
欧洲、中东及非洲	563	502	12.2%
其他	399	308	29.9%
总计	13,619	13,152	3.6%

附注:

1. 2021年不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



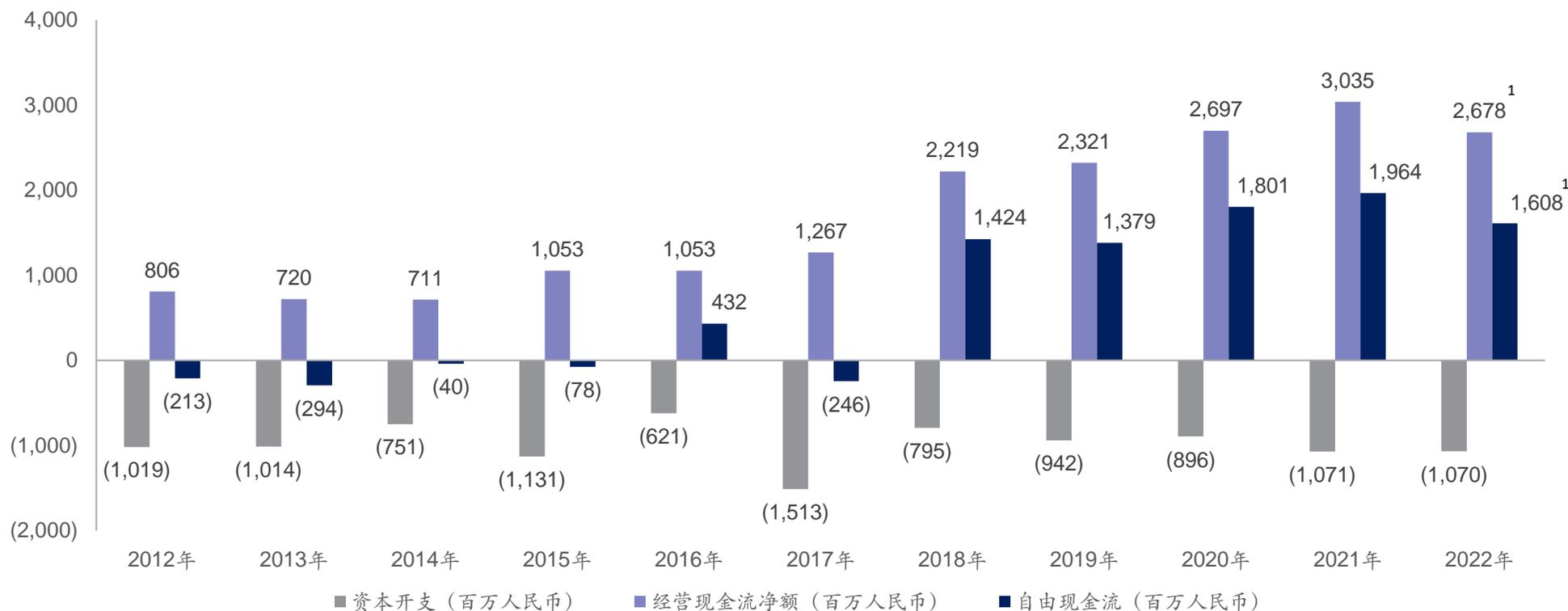
现金流与资本支出

现金流与资本开支情况

受2022年疫情影响，医院回款账期略微延长，公司经营现金流与自由现金流同比略有下降

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. 2012-2021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

		2022年	2021年 ³
营运资本	存货周转天数 ¹	113天	101天
	应收账款周转天数 ¹	138天	132天
	应付账款周转天数 ¹	76天	84天
现金及负债	银行结余及现金	68.6亿元	66.3亿元
	总债务	43.6亿元	40.6亿元
	净现金	25.0亿元	25.7亿元
杠杆分析	总债务 / EBITDA (x)	1.0x	1.0x
	净债务 / EBITDA (x)	净现金	净现金
	利息覆盖率 ² (x)	21.9x	28.9x
流动比率及回报分析	流动比率	3.0x	3.2x
	股本回报率 (ROE) ⁴	13.4%	12.9%
	资本回报率 (ROA) ⁴	9.2%	8.9%

附注:

1. 为平均运营资本天数

2. 利息覆盖率 = EBITDA / 融资成本

3. 2021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 ²¹

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



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

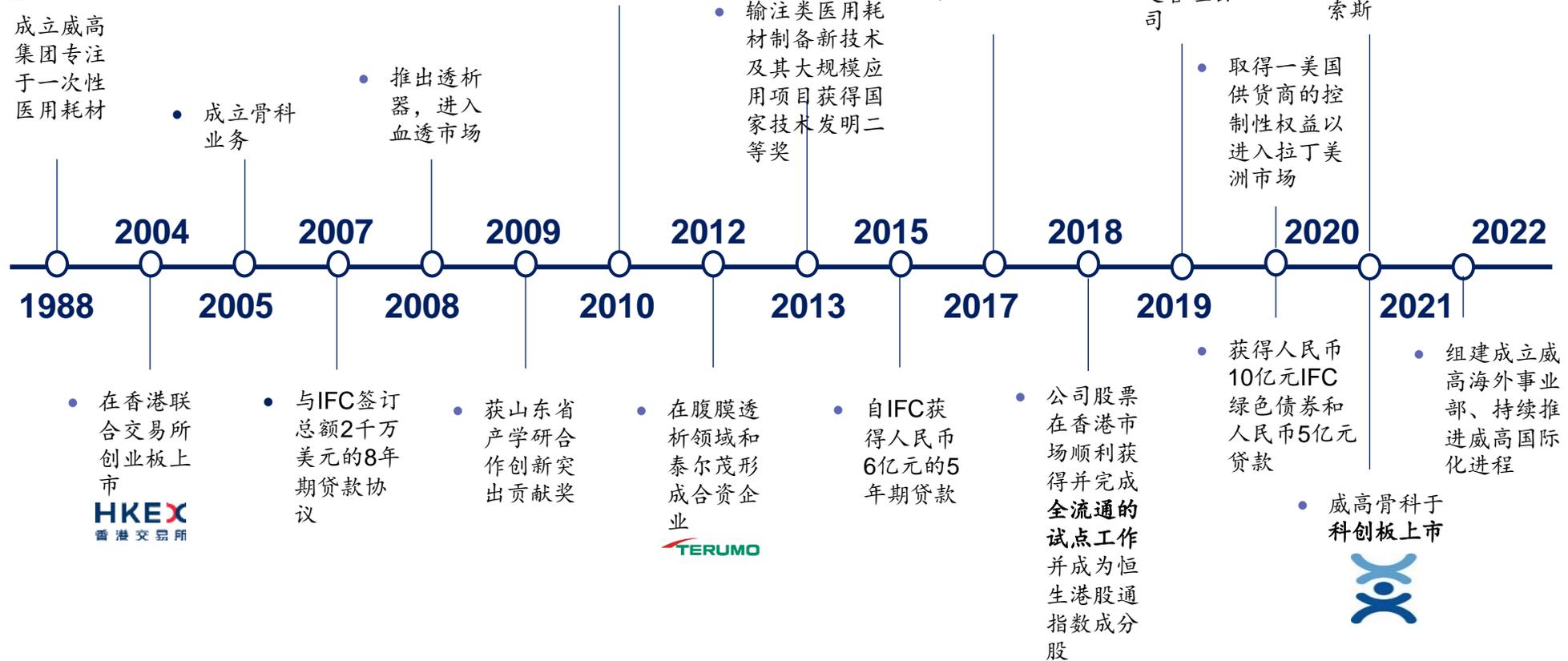


关键里程碑



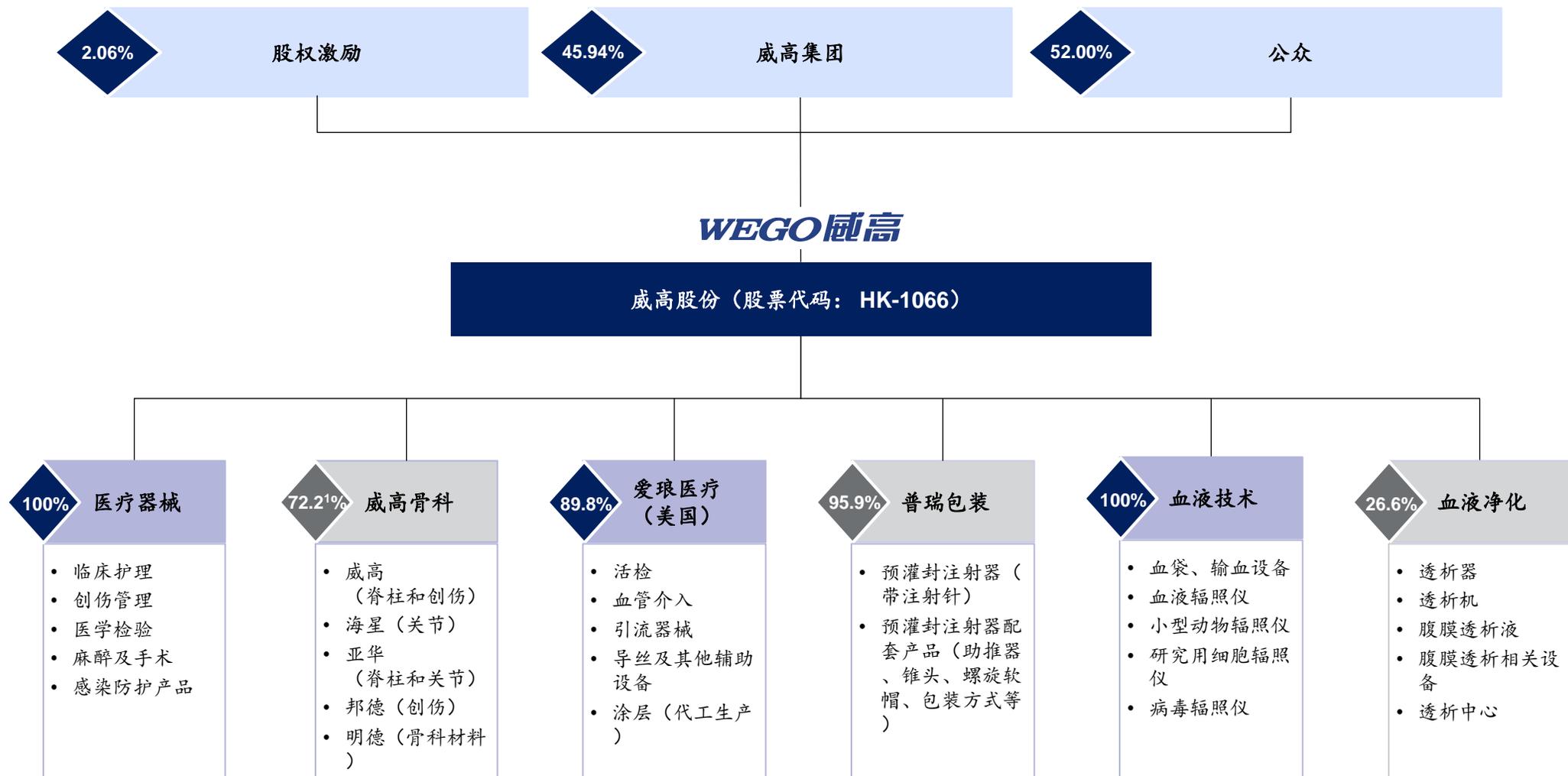
WEGO 威高

- 成立威高集团专注于一次性医用耗材





威高股份企业架构





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.