

# 阳普医疗科技股份有限公司

## 2022 年度总经理工作报告

尊敬的各位董事：

2022 年，阳普医疗科技股份有限公司（以下简称“公司”或“阳普医疗”）管理层在董事会带领下，严格按照《公司法》《证券法》等法律法规和《公司章程》等公司制度的要求，忠实、勤勉地履行自身职责，贯彻执行股东大会、董事会的各项决议，面对挑战和机遇，继续坚持“两条腿走路”的发展路线，注重技术开发及创新，强调内部运营管理效率提升，加速渠道建设工作，不断提升公司在行业中的竞争优势。

### 一、2022 年度总体经营情况

公司 2022 年度主要会计数据和财务指标详见下表：

	2022 年	2021 年	本年比上年增减	2020 年
营业收入（元）	710,768,471.36	799,833,986.91	-11.14%	919,225,503.69
归属于上市公司股东的净利润（元）	-198,300,074.80	18,568,529.32	-1,167.94%	162,515,163.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	-198,975,061.24	2,358,416.36	-8,536.81%	147,021,769.14
经营活动产生的现金流量净额（元）	42,478,058.14	171,738,972.42	-75.27%	141,274,052.87
基本每股收益（元/股）	-0.64	0.06	-1,166.67%	0.53
稀释每股收益（元/股）	-0.64	0.06	-1,166.67%	0.53
加权平均净资产收益率	-22.19%	1.85%	-24.04%	17.70%
	2022 年末	2021 年末	本年末比上年末增减	2020 年末
资产总额（元）	1,558,180,092.05	1,825,050,178.44	-14.62%	1,744,756,402.84
归属于上市公司股东的净资产（元）	784,349,030.45	1,000,189,049.24	-21.58%	999,726,561.29

报告期内，公司实现营业收入 71,076.85 万元，同比下降 11.14%。公司真空采血系统、仪器收入实现稳步增长，其中真空采血系统实现收入 38,194.68 万元，同比增长 4.42%；仪器实现收入 5,298.07 万元，同比增长 40.82%。

归属于母公司净利润-19,830.01 万元，同比下降 1167.94%。

### 二、2022 年主要工作回顾

#### （一）持续推进技术创新，提高产品竞争力

公司持续加强核心技术的自主研发，引领技术突破和创新，强化公司的自主

知识产权壁垒。同时围绕客户的需求和应用场景，持续深挖技术竞争力，推动产品的资源整合与迭代升级。2022年，公司新获专利授权24项，新增软件著作权28项。

## 1、产品联动与迭代

公司持续推动围绕循环肿瘤细胞(circulating tumor cell, 后简称为“CTC”)的单体细胞捕获及下游分析的研究与应用。报告期内，公司旗下广州阳普医学检验有限公司中标广州医科大学附属第一医院肿瘤个体化基因检测(NGS)项目委托检验服务。NGS(高通量全基因(Next Generation Sequencing, 后简称为“NGS”)作为公司肿瘤相关体外诊断业务的重要布局之一，推进NGS与CTC的协同，能为临床提供更加完整的医学检验服务，是探索循环肿瘤检测平台与公司其他业务联动的一个重要进展。

报告期内，公司推进血栓弹力图仪的技术迭代，启动了全自动血栓弹力图仪的研发，使血栓弹力图仪实现自动化、智能化检测，满足标本量大的客户需求，对比半自动仪器，具有解放检验人力、提高检测结果一致性的优势。

## 2、智慧医疗领域再获突破

随着《“十四五”公共服务规划》的落地实施，互联网、大数据、云计算、人工智能等技术加速创新，各医疗机构不断加大信息化建设方面的投入，争取从“信息化”向“智慧化”迈进。公司布局智慧医疗业务，优化公司管理结构，提高运营效率，通过全资子公司广东阳普智慧医疗信息科技有限公司(曾用名：广州惠侨计算机科技有限公司)收购公司全资子公司阳普智慧医疗科技(广东)有限公司实现资源整合，立足全球视野，充分考量医疗与健康发展的内在规律对我们的要求，根据公司战略业务布局，引领公司在智慧医疗战略的进一步推进实施及配套作战能力的构建并有效落地，激发公司可持续的长期发展活力。

公司在智慧医疗领域迎来了更进一步的突破，继2021年拥有了通过国家医疗健康信息互联互通标准化成熟度等级五级乙等测评的客户案例，2022年，公司又拥有了通过电子病历系统应用水平分级评价五级测评的客户案例。阳普智慧医疗成为具备“双五”(电子病历系统应用水平分级评价五级和国家医疗健康信息互联互通标准化成熟度等级测评五乙)成功案例的智慧医院评级服务供应商。同时，报告期内，阳普智慧医疗提供服务的广州中医药大学第一附属医院《基于

医院互联互通信息平台的院内外信息共享与协同应用》更是获评国家卫生健康委数字健康典型案例。

以上体现阳普智慧医疗在国内医疗信息化领域已具备较高水平，公司将继续致力于通过数字化赋能，以帮助医院提升管理效能、提高医疗质量和优化医患体验为目标，为医院量身订制体现领导管理理念、达到国际标准和满足高质量发展要求的智慧医院整体解决方案和系统数据服务。

## **（二）设立产业基金，优化投资结构**

报告期内，公司以自有资金出资 2,500 万元人民币与珠海格力金融投资管理有限公司、珠海格力股权投资基金管理有限公司共同设立珠海格金阳普大健康产业基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“产业基金”），该产业基金已完成工商注册登记及私募投资基金备案手续。该产业基金重点投向医疗器械、生物医药等大健康领域。该产业基金的设立不仅是对公司投资结构的优化，也是推动公司长远发展，提升公司综合竞争力和整体价值的重要布局。

## **（三）丰富营销渠道，增强客户粘性**

报告期内，公司秉持“以学术带动销售”的营销模式，通过参加大型展会、举办技能大赛、新媒体宣传、书刊出版等多渠道、多维度地对公司产品及相关医疗知识进行推广，收获了大量关注与好评，客户粘性持续增强。

报告期内，公司与广东省医师协会输血分会共同举办了“智护理，致未来”防针刺采血技能大赛，本次活动是实践与理论的完美结合，极大程度上提高了广大临床医护人员预防针刺伤的意识。

同时，公司采用新媒体宣传方式，开设专家科普直播专栏，拍摄产品应用相关、临床科普相关的 MG 动画、房颤科普漫画等，旨在通过多元化的方式将深奥的科普知识更生动形象地向客户阐述。其中《房颤漫画》前期通过线上在微信公众号、微博、头条等各大平台发布，获得较高关注，现已成书出版。《房颤漫画》曾在社区医院被引用宣传、被广州市黄埔区科学技术协会在其公众平台进行宣传科普，获得了社会的认可。

2022 年全年发刊《医学拾萃》6 期，每期内容涵盖标本处理系统篇、免疫学诊断篇、血栓弹力图篇，累计发出 9000 余本，覆盖全国各地省、市、县级医院科室。此外，2022 年第四季度新增智慧医疗篇，首刊累计发出 500 余本。



《房颤漫画》



《医学拾萃》

报告期内，公司有序组织参与 2022 年第十六届中国医院院长年会、第十九届中国国际检验医学暨输血仪器试剂博览会(CACLP)、广东省医学装备学会 2022 年度学术年会、第五届中国妇儿临床诊断与实验医学大会、第五届南方检验医学学术大会、第十六届粤桂琼检验医学学术大会、2022 年广东省医学会检验医学学术会议等多场重量级学术活动。报告期内，阳普医疗受邀参加第七届中国制造强国论坛。此外，公司支持产品线及区域性会议活动 10 余场，不仅为营销系统提供了与客户进行深度交流的平台，还向社会各界展示了阳普医疗专业的企业形象，提高了公司在专业领域的影响力。

#### （四）进一步优化公司经营管理

2022 年，公司进行了多项管理改革举措，进一步提升公司经营管理能力。

##### 1、深化战略目标学习，加强人力资源建设

报告期内，公司组织中层以上业务负责人及重要子公司领导层集体进行公司战略规划 and 目标达成管理文件的学习和讨论，帮助各层管理人员提升组织能力、战略规划能力和目标执行能力。同时，根据公司的战略规划及人才发展现状，公司完善了培训体系，构建后备人才库。

##### （1）专注卓越管理团队打造

公司致力于打造卓越的、高效的管理干部团队。公司通过与中欧商学院合作，策划并组织了围绕团队、创新及战略执行三个方面的深度学习，以提高中层干部的绩效，从而提升组织绩效。同时，开展对关键岗位的人才盘点工作，建立人才盘点规范，为组织能力的升级提供动力。

##### （2）聚焦销售能力提升

第一，公司重点做好销售团队能力提升活动，通过提炼阳普医疗有效的销售

经验，形成专业的理论课程体系，邀请公司副总裁进行系列培训，围绕销售能力提升开展专题培训，为销售团队的能力提升，实现公司业绩打好根基。同时，配置人力资源的销售 BP (Business Partner, 业务合作伙伴)，为业务团队的人才“选育用留”提供更直接的人力资源服务，连同业务部门提升销售团队的销售能力及效能。

第二，公司成立营销学院，是公司营销人才储备、销售训练营的重要举措。营销学院组织并开展 2022 年销售培训生培养计划，通过集中培养+大区带教培训的形式，加速团队人员的融入，以及身份的转换。报告期内，营销学院已完成 2 期学员培训，升级了产品培训课程，建立了边训边战、边学边教的培训模式，提升了销售团队专业能力和整体业务水平。

## **2、不断优化内部流程，提升管理效率**

报告期内，公司各系统有序制定完成年度工作目标与战略，围绕公司年度战略目标，聚焦效率与价值，不断优化研发和营销、财务内部管理流程，以集中资源办大事的原则和提高研发效率要求为出发点，删减了研发项目，减少了非战略项目投入，优化了预算分配，完善并实施研发项目评价体系和项目进度看板。同时，对公司独创的营销工具，如 433 工作法、大小循环工作法、时节工作法等进行继承和创新。并利用预算工具排除主流程的工作冗余和价值枯竭之处，建立并不断完善针对产品线的经营评价指标体系和产品分析评估的工具和制度，对现有产品线及未来新产品、分析市场提供信息和决策依据，致力于推行高效组织的设计、人员能力提升等管理创新，进一步推进和改善了公司的研发进度、营销能力、品牌建设，形成各系统向管理要效率，以价值为导向的氛围。

## **3、持续做好质量管理，保障顾客信心**

报告期内，公司召开 2022 年度管理评审活动，通过管理评审系统性评估公司质量管理体系的适宜性、充分性、有效性和效率的改善需求，推动“产品质量”、“管理质量”及“管理者质量”改善。此外，公司通过实施内部质量体系飞行检查活动，将质量管理改善工作落实到各部门日常工作中，同时培养和锻炼一批善于发现问题和解决问题的内审员，使全员参与质量管理，提升了全员质量意识。

报告期内，公司顺利通过 ISO 13485、ISO 9001、MDSAP、CE MDD/IVDD 的每年度常规审核，公司的质量管理体系能够持续满足全球医疗器械质量法规和标准

要求，能够持续稳定地提供满足顾客要求以及法规和标准要求的产品，为客户信心提供保障。同时，公司分别于 2021 年 11 月 11 日获 IVDR 证、2022 年 2 月 7 日获 MDR 证，对公司产生了积极的影响：欧盟 MDR/IVDR 作为全新的法规要求，设立了较高的准入门槛，对企业的质量管理、人才储备、产品质量提出了极高的要求，通过认证意味着公司可以尽早满足欧盟市场的法律、法规要求，促进全球销售。

### 三、2023 年经营计划

2023 年，公司明确以“以极尽可能的技术与管理创新，打造具有顶尖优势的医疗产品和卓越的价值流管理，帮助全球医务人员实现患者更大获益”为使命，笃行“非价值不为、非卓越不休”的价值观，以客户为导向，释放组织变革的管理红利，实现符合战略意图的整体正增长。公司将重点抓好以下各方面工作：

#### （一）构建与增强公司战略性产品的核心竞争优势

公司将聚焦核心产品，在保持主营业务真空采血系统继续稳步发展的基础上，重点发展长效、高价值的产品，同时强化 IVD 产品的拓展，如全自动血栓弹力图仪及 CTC 检测仪器、检测试剂及耗材等，同时将业务延伸至服务端，推进第三方特检业务的开展。研发工作则强调以技术创新结合经济效益综合评定为导向，建设基于卓越战略的研发全流程的评价控制体系，并推行多维度的积点制绩效评价方法，构建与增强公司战略性产品的核心竞争优势，持续加深护城河。

#### （二）打造卓越供应链管理

以提升顾客信心、成就卓越质量为导向，完善全员质量管理体系，注重风险管理回顾、CAPA（Corrective Action & Preventive Action，纠正预防措施）全流程追踪及全员质量意识培养。同时，推进建立主要供应商的业绩评估等制度，加强供应商的遴选与管理。

#### （三）提升公司销售力

完善销售人员的岗前培训、在岗培训和带教培训系统建设；探索业务员考核制度改革，打造卓越销售模式，建立良性竞争机制；完善经销商管理体系，探索推行国内外营销系统的经销商评定制度等，建立有效的激励机制与竞争机制。

#### （四）推动组织变革提升经营管理活动质量

以价值增加为导向，以新业务增加为抓手，以全流程重要经营活动质量测量

为依据，推动组织变革，对公司的工作流的价值进行重塑。建立基于管理会计报告为核心的经营改善制度，强化周期性经营活动的财务稽查。同时，将全面修订2023年版部门职责文件，指导全体员工认知岗位职责与价值，聚焦价值产出，提升经营活动质量。

#### （五）强化产业投资与主营业务的协同效应

把产业投资作为增强公司核心竞争力的重要手段，将并购重组作为经常性业务强化监督，落实责权利均衡，强化公司产业投资与主营业务的协同效应，并以股权投资为纽带，打造以阳普医疗为核心的产业“生态圈”。

阳普医疗科技股份有限公司

总经理：邓冠华

2023年4月26日