

通策医疗投资股份有限公司机构调研内容纪要

时间：2018 年 5 月 23 日

地点：公司会议室

内容纪要：

1、通策医疗业务板块目前是如何划分？

公司将目前业务划分为口腔板块、辅助生殖板块，同时公司通过受让浙江通策眼科医院投资管理有限公司 20%股权的形式参与眼科项目。

在口腔业务板块，公司将始终坚持以“区域总院+分院”的模式不动摇。公司在省内将继续完善杭口医院集团的布局，计划未来在省内布局 30 家分院。在省外通过口腔基金参与的方式在武汉、重庆、成都、西安等地建设区域总院，打造区域医院集团发展的根据地，并用 3 到 5 年时间，在巩固区域总院发展的同时完成周边分院的建设和布局。

辅助生殖板块公司通过与诺贝尔奖获得者罗伯特·爱德华兹教授创立的剑桥伯恩生殖中新合作，在昆明打造昆明市妇幼保健院波恩生殖医学中心，中心拥有优秀的技术资源，并且通过在昆明的经验、人才、客户、影响力的积累，为后续发展奠定坚实的基础。

眼科业务版块公司控股股东与浙江大学、浙江大学附属第二医院及其眼科中心合作，充分发挥眼科医疗服务行业优质资源，借鉴口腔业务发展经验，推动眼科业务快速发展。

2、武汉口腔医院发展情况如何？

目前武汉存济口腔医院试运营 4 个月，日门诊量稳定提升，医院通过义诊、宣讲等公益项目不断提升医院影响力，积累客户资源。

3、口腔医院营业收入的增长要高于门诊量的增长是否是得益于收费的提升？

营业收入增长要快于门诊量增长的原因，一是得益于公司通过多年的深耕积累较多的优质客户，二是公司通过提供新型的诊疗项目给顾客多样化的服务，提升了客户的选择性，客户可以根据自身的需要选择不同价格的服务。

4、公司未来对牙椅的投入是否有规划？

公司将会根据新开医院的规划以及现有医院的需要合理的投入牙椅。

5、公司销售费用降低的原因？

市场营销费用降低是由于公司总院+分院的模式带来的品牌效应产生的效益，去年的下降由于公司对宁波的广告模式做了调整，公司希望回归医疗本质，降低了营销预算。

公司秉持“所见即所得，服务即营销”的服务理念，切实解决客户问题，将医疗服务做到最好是公司服务理念的生命线。各医院重视医疗质量的提升，将医生医疗服务技能、学术地位作为医疗品牌的重要支撑力，提升客服满意度，从而提升医院品牌影响力，公司更注重内生增长。

公司尝试推行精确营销策略，通过医疗资源优化与共享，实现客户资源长期稳定积累，从而获取较好的市场份额，通过区域集团营销统一策划等手段，合理控制营销费用，使销售费用保持较低水平。（宁波口腔医院销售费用比上年减少450万）。

6、公司今年扩张的规划是怎样？

今年公司计划在省内布局温州存济口腔医院（在建）、苏州存济城西口腔医院有限公司（在建）、宁波口腔医院新总院（在设计阶段）

同时通过口腔基金方式参与建设的武汉、重庆、成都、西安等存济口腔医院，也在积极推进当中。预计6月份继武汉存济口腔医院试营业之后，重庆存济口腔医院也将进入试营业。

关于眼科业务，公司通过参股方式建设的浙江大学眼科医院希望于9月份能够完成医院装修建设。