



医药与健康护理行业深度 报告：器械硬科技时代从创 新到平台



公司主要创始人李西廷、徐航、成明和均出自中国医疗器械的黄埔军校“深圳安科高技术股份有限公司”，但创立之初没有资金、人员做研发，公司就从代理医疗器械开始，从代理到研发，从简单到复杂，从国内走向国际，顺利实现“贸工技”转型，成长路径为产业楷模。

第一阶段：代理起家、探索研发（1991-1997）。迈瑞医疗依靠代理起家，但是不忘研发。公司先从投入少、市场需求量大的监护仪入手。1992年底，迈瑞自主研发的第一款产品、国内第一款单参数的血氧饱和度监护仪上市。当时国内的监护仪市场几乎为外资垄断，迈瑞凭借低价打开市场，外资监护仪的价格在10万元左右，迈瑞直接定价4万元。依靠低价策略迈瑞监护仪的市占率大幅提升。但到了1996-1997年，迈瑞的新品研发并没有太大的进步，反而由于资金投入巨大，研发陷入了困境。

第二阶段：自主研发、国内领先（1997-2003）。艰难时刻迈瑞拿到了华登国际的一笔投资，公司终于可以专心研发。解决了研发资金问题后，很快公司就推出了全自主知识产权的PM9000监护仪系列产品，随后又推出血液分析仪、全数字B超、全自动生化分析仪等一系列高技术医疗设备，凭借完整的自主知识产权带来的性价比优势，迈瑞的产品畅销市场。1997年，迈瑞的销售额达到了1亿元，代理产品与自研产品各一半。到1999年，基本上自有产品销售达到1亿元。

第三阶段：开启国际化、多元化（2003年至今）。2000年后随着中国加入WTO，迈瑞加大了在海外扩张的步伐，海外收入逐渐超过国内收入。

迈瑞“三剑客”之一的成明和短暂离开后于 2004 年回归，担任销售与营销部执行副总裁，推动迈瑞国际化。成明和非常重视国际客户的需求，对每一条客户的意见都不放过，然后要求研发给予支持。最典型的是迈瑞的监护仪在进入欧洲时，欧洲小国都有自己的语言，尤其是东欧和北欧，语言繁杂，而迈瑞的监护仪的多语言版本超过 20 种。凭借这个优势，迈瑞很好地把握住了 ODM 大客户，不仅赢得了大订单，还向竞争对手学习了经验，逐渐走向国际化。与此同时，迈瑞通过一系列并购实现了多元化。

迈瑞医疗成长启示录：三大阶段，发展为平台公司迈瑞成长录

风险提示。医疗设备招标景气度下滑风险，产品降价风险，国外市场波动风险，国际贸易摩擦风险，产品放量不达预期风险，医药行业政策风险等。

关注公司及风险提示

我们认为在医疗专项债、贴息贷款等有利因素影响下，预计医用设备行业 2023 年快速发展，相关公司：迈瑞医疗、联影医疗、开立医疗、奕

瑞医疗 迈瑞医疗 联影医疗 开立医疗 奕瑞医疗 迈瑞医疗 联影医疗 开立医疗 奕瑞医疗

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_50675

