

可孚医疗科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2022-013

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☒ 现场参观 ☒ 其他 _____ 电话会议
参与单位名称及人员姓名	宽潭资本蔡寒、朱一泓；华安证券李婵；建信基金马牧青、郑丁源；民生证券许睿。
时间	2022-6-8 日至 2022-6-10
地点	可孚医疗会议室
上市公司接待人员姓名	董事/副总裁/董秘 薛小桥
投资者关系活动主要内容介绍	1、公司渠道方面有哪些优势？ 答：同行业上市公司多为生产型企业，销售上主要依托代理商和经销商。公司为销售驱动自主生产与自主研发型企业，全面自主掌控的销售渠道是公司稳定发展的重要抓手。目前公司构建了大型电商平台、大型连锁药房、自营门店等相融合的立体式营销渠道。完全自主掌握的销售渠道有利于形成研发、生产和销售体系的良性互动，快速响应市场的变化，更好地把握市场机会。 在线上端，公司在行业内率先布局线上业务，形成国内主要第三方电商平台全面布局，同时不断深入探索新兴电商渠道运营模式，紧跟市场变化，快速占据主流线上流量入口。经过多年的人才培养，公司线上运营团队规模及综合运营能力均处于行业较高水平，通过精细化管理和资源的投入，公司线上积累的用户数稳步增加。 在线下端，公司建立了覆盖全国绝大部分省市的连锁药房渠道，已在 14 个省份设立销售子公司，实现本地化服务核心客户，以丰富的产品品类及全流程的服务为支撑，与连锁药房形成深度业务合作。同时，公司自建直营仓储式大卖场、“好护士”医疗器械零售门店、“健耳听力”助听器验配中心，可以满足不同类型的客群对多品牌、多产品、多场景、多种服务的需求，对“可孚”品牌效应起到较大的推动作用。

2、公司如何快速切入互联网渠道？

答：在医疗器械电子商务起步之前，公司已在线下渠道、产品、品牌等有了深厚的积淀。公司是行业内较早开始互联网销售的企业，通过多年线上店铺运营经验的积累，公司拥有全面覆盖的产品线、快速的市场反应能力，以及良好的线上运营管理、售前售后服务和仓储物流服务能力等，能极大发挥公司的线上运营优势。

3、公司研发团队情况以及发展规划？

答：公司在长沙、深圳共设有 3 个研究院，其中医疗电子与康复医学研究院主要围绕助听与听力、康复医学、呼吸支持及生命信息检测等领域进行创新研发；生物传感与创新材料研究院主要围绕体外诊断、高端医用生物材料、消杀感控材料及健康防护护理材料等领域进行创新研发；深圳研究院主要围绕连续血糖监测系统创新研发。同时，公司积极开展与高校、医院等科研机构合作，共同培育、孵化医疗器械项目。

目前公司在研产品管线丰富，储备一批重点项目，包括数字助听器、真耳分析仪、双水平呼吸机、血糖尿酸一体机、动态多参心电监护仪、连续血糖监测系统等，不断丰富和完善产品体系，形成产品矩阵效应。

4、吉芮医疗、背背佳的并购整合进展情况？以及未来背背佳发展规划？

答：吉芮医疗已于去年 12 月完成交割，背背佳于今年 4 月初完成交割。目前公司正通过与高校、医疗机构联合研究，推动背背佳产品的研发升级，从医学角度对品牌赋能，提升佩戴舒适度，并将以医学科普的形式，树立公众对矫姿带产品的正确认知和应用方式。

同时，基于公司在互联网销售领域的丰富经验和综合运营能力，以及在线下药房、商超等渠道的广泛布局，公司将推动背背佳系列康复产品实现线上线下多渠道全方位营销。

5、今年疫情对公司影响情况？

公司拥有五大产品线，既包括疫情相关产品，也包括非疫情产品，丰富的产品线具有抵抗市场波动的优势。公司主要生产基地及主流供应链所在地区受到疫情的影响较小，主要是上海地区疫情比较严重，对公司物流配送造成一定影响。同时，疫情对健耳听力助听器验配中心在部分地区的新店拓展、门店运营造成一定影响，但整体影响可控。

6、公司自主生产比例，长沙、湘阴生产基地主要生产产品类情况？

答：近年来，公司不断加大对技术研发、生产场地、机器设备和人员的投入，提高了自产产品的种类和产能，2021 年公司自产产品收入占比超过 50%。

	长沙生产基地主要以健康监测类产品生产为主，医疗护理类、呼吸支持类产品生产为辅，包括血压计、体温计、雾化器、制氧机，以及血糖、胃幽门检测试纸、早孕检测试纸等 IVD 类产品等。湘阴生产基地主要生产康复辅具类和医疗护理类产品，包括护理床、助行器、牵引椅、口罩、手套、医用敷贴等。 随着新生产基地的陆续投产，公司将进一步丰富自主生产产品的品类及产能，逐步提升智能制造能力。同时公司将推动智能工厂建设，持续提升生产的自动化和信息化水平，通过实施精细化生产管理和个性化产品的定制生产，形成生产能力稳定、生产成本可控、生产质量精湛、服务能力卓越的精益管理生产体系。 7、公司助听器验配中心的差异化体现在哪里？ 答：目前助听器验配行业还处于发展的早期阶段，门店连锁化程度低，服务质量参差不齐，专业化的品牌连锁门店可以让消费者获得更好的服务体验。 通过前期多年的探索和打磨，公司形成了成熟的商业模式，以及包括门店选址、门店营运、商品管理、人员培训和绩效考核等完整的运营管理体系，从专业、服务、管理上与其他助听器验配门店实现差异化经营，通过门店普及开发、线上线下市场推广来塑造“健耳”品牌，建立了良好的品牌知名度和较高的行业地位。 8、今年健耳听力拓展情况，以及未来听力业务发展规划？ 答：目前，公司在全国已开设助听器验配中心 420 余家。在新冠疫情反复的大环境下，公司将更加审慎稳健地推进助听器验配中心的全国布局。同时公司将通过强化区域化管理、完善验配师梯级培训体系、拓展专家团队等举措，持续打磨运营管理体系，提升专业服务水平 and 运营管理效率。 基于对听力业务的长远发展规划，公司将逐步推动助听器验配中心的全国布局，将健耳听力打造成国内规模和服务能力领先的听力连锁企业。同时，公司正积极开展真耳分析仪、高端数字助听器和高端数字定制机等产品的研发，打通从测听设备、助听器产品，到助听器验配服务的产业链闭环，逐步完善自主品牌助听器产品体系，以满足不同层次消费者的需求。
附件清单（如有）	无
日期	2022-6-10