

证券代码：300206

证券简称：理邦仪器

编号：2025-001

深圳市理邦精密仪器股份有限公司  
投资者关系活动记录表

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 投资者关系活动类别     | <div><input type="checkbox"/>特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/>路演活动</div> <div><input type="checkbox"/>现场参观</div> <div><input type="checkbox"/>其他</div> |
| 参与单位名称及人员姓名   | 东吴证券、西南证券、太平洋证券、天风证券、国盛证券、中金资管、领颐资产、华夏基金、明汭投资、广发基金、博远基金、蜂巢基金、益和源投资、创金合信、中信期货、汇丰晋信基金、上海证券资管、易鑫安、上海天貌投资、颐和久富、深圳市正德泰投资、安信基金、华安基金、上海尚雅投资、申万菱信、前海天成时代、中融基金、华杉投资、鑫诺嘉誉投资、大家资产管理、北京金百裕投资、锦洋资产、西部证券、广东泓骐基金、国金证券                                                                                                                                        |
| 时间            | 2025 年 4 月 24 日    15:00-16:00                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 地点            | 公司董事会议室                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 上市公司接待人员姓名    | 董事长：张浩<br>董事会秘书：祖幼冬<br>证券事务代表：刘思辰                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <p>1、公司 2025 年第一季度归母净利润明显增长的主要原因？</p> <p>2024 年度，公司基于谨慎性原则，并经审计师确认，将营销部门以往在次年绩效考核后发放的年度绩效奖金，全部于当年予以计提。</p>                                                                                                                                                                                                                                    |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p><b>2、公司 2025 年第一季度内外销情况？</b></p> <p>2025 年第一季度，公司实现营业收入 4.20 亿元，较去年同期下降约 5%。内销业务收入为 1.66 亿元，同比下降约 20%；外销业务收入为 2.54 亿元，同比增长约 7%。</p> <p><b>3、2025 年第一季度，公司内销业务同比下降的原因，以及对于全年内销业务的展望？</b></p> <p>2025 年第一季度，公司内销收入较去年同期下降约 20%，主要受国内市场需求仍处于恢复阶段的影响。展望 2025 年全年，公司对内销业务同比增长持较为乐观的态度。一方面，随着市场环境的逐步改善，预计 2025 年将迎来一定的恢复性采购需求。另一方面，公司在产品方面持续发力，血气、监护等产品线均有极具竞争力的新品投入市场。同时，通过优化内销队伍、严格管控渠道库存，为内销业务的稳健发展奠定了坚实基础。</p> <p><b>4、目前 AI 在医疗设备领域的应用，哪些相关的方向可能更快落地？</b></p> <p>公司于 2025 年 3 月正式成立 AI 专项扁平化组织，并提出“对外赋能，对内提效”的目标。<b>对外赋能：</b>AI 已在超声影像和智慧医疗等领域展现出显著的应用潜力。例如，在超声产科场景中，AI 将检查时间从 20 分钟缩短至 5 分钟，大幅提升效率；在急诊重症场景中，AI 助力医院更高效地分流患者，减轻医护人员压力。这些应用不仅为客户创造了更多价值，还提升了公司产品的竞争力。<b>对内提效：</b>AI 在技术开发、测试以及多语言应用等领域发挥了重要作用，有效降低了成本并显著提升了工作效率。综上所述，AI 技术在医疗设备领域具有广阔的应用前景。公司将持续进行探索，并积极推动相关产品的落地与创新。</p> <p><b>5、公司海外业务收入能否按区域进行拆分？</b></p> <p>按国际区域划分，美洲（包括北美和南美）约占外销总营收的三分之一，欧洲约占三分之一，其他国家和地区合计约占三分之一。</p> <p><b>6、美国现在的收入占比大概多少？中美关税问题对公司业务是否有影响，后续公司有哪些应对措施？</b></p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

近几年来，公司在美国市场的营收占总营收的比例平均为 10%左右。公司对美业务主要分为两部分：一是从国内直接出口到美国，二是通过在美国设立的子公司进行销售。公司美国子公司至今已经运营 15 余年。鉴于当前关税加征的情况，公司已减少从国内到美国的直接出口。尽管如此，美国子公司的销售仍在继续，且公司此前已在美国子公司进行了适当备货，预计这些库存能够支持一定时间内的销售需求。

为应对关税政策的影响，公司于 2024 年下半年启动了美国子公司产能扩充。美国子公司对现有场地进行了扩充，进一步增强了生产制造能力。目前，扩充场地的基础建设已经完成，同时也同步完善了相关法规体系。预计扩充场地将于 2025 年 6 月正式投入使用。此外，关税政策调整既带来挑战，也蕴含机遇。美国提高中国产品关税进入美国市场的同时，中国也对美国进口到中国的产品也相应的加征关税。一些国内市场的国际品牌产品因生产制造地在美国，也将面临关税压力。公司凭借在相关产品领域的长期积累，市场影响力持续提升。加之近两年对内销团队进行优化调整，进一步提升了内销业务的竞争力。在此背景下，公司有望进一步提高这类产品的国内市场占有率，这为公司带来了新的发展机遇。

#### **7、2024 年度，公司毛利率提升明显的主要原因？**

2024 年公司整体毛利率达到 57.92%，同比有所提升。主要系公司产品销售结构的优化，即高毛利产品的销量增加，推动整体毛利率提升。此外，2024 年第一季度的毛利率表现较为乐观，预计未来还将继续保持增长态势。

#### **8、公司供应链上对于美国零部件的自主可控程度如何？**

公司供应链从美国进口的零部件成本占公司产品主机成本的比例因产品不同而有所差异，大致在 0-10%之间。鉴于当前关税政策的不确定性，公司正在密切关注其变化，并将根据实际情况灵活调整市场策略，以确保供应链的稳定性和自主可控性。

#### **9、关税加征对公司哪些产品的国产替代有比较利好的作用？**

于公司而言，当下最有价值产品的就是血气，其市场份额与目标空间还有 5-10 倍的差距，重点关注公司的血气产品即可。

**10、公司病人监护业务 2025 年海外增速展望？**

除美国之外的海外市场，公司病人监护业务设定的增长目标为两位数。从 2025 年第一季度的情况来看，目前发展态势良好，整体表现符合公司预期。随着 EDAN 品牌在海外市场的知名度持续提升以及客户基础的不断稳固，病人监护业务有望在未来持续保持增长态势。至于美国市场，由于不确定性因素仍然存在，其影响程度仍需进一步观察。

**11、i500 国内推广的装机情况？**

公司自 2024 年第四季度开始推广湿式血气产品，已用近 8 个月进行临床装机和观察，以确保产品的稳定性和可靠性。在这一阶段，公司选择了谨慎的装机策略，而非急于完成短期销售任务。作为一款重磅血气产品，i500 需要逐步夯实基础，从长远角度出发，确保在未来 5-10 年内成为血气市场领导者，并为客户提供高满意度。经过这一段时间的临床测试和内部评估，公司已基本形成了批量供货能力。目前，正准备进入第二阶段，逐步增加产量，但仍会严格控制节奏，确保每一步都扎实完成。

**12、公司国内市场目前渠道的库存是否恢复到正常水平，Q2 国内是否还会受到去库存的影响？**

从 2024 年开始，公司对国内渠道库存进行了调整，到 2024 年下半年，库存已恢复至较为正常的水平。今年一季度，国内渠道库存已进入正常状态。展望未来，内销销售额将回归国内正常的采购规律，不再受库存因素的影响。

**13、国内 DRG 和检验试剂价格拉低对公司业务有什么影响？**

目前公司与集采比较相关的是 IVD 产品，该类产品价格已处于合理区间，因此受集采政策的影响相对有限。未来，公司将持续关注政策动态，以灵活应对可能出现的变化。

**14、公司个人健康保健业务在国内市场的推广策略？**

国内市场的推广策略主要在两个方向：一是通过电商平台开展销售（含自营和经销），借助其便捷性和广泛性拓展市场；二是依托公司在产科领域的强势品

|              |                                                                         |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------|
|              | 牌影响力，进行业务延伸。个人健康保健产品均为理邦现有产品的延伸开发，公司高度重视并认真对待这一延伸业务，确保其与核心业务的协同发展。      |
| 附件清单<br>(如有) | 无                                                                       |
| 备注           | 本活动记录表中对于未来业绩的预期及展望是管理层根据当下业务发展情况所作出，不构成对广大股东的业绩承诺，具体财务数据请以后续披露的正式报告为准。 |