

证券代码：301087

证券简称：可孚医疗

可孚医疗科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2026-006

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	交银施罗德基金、华夏基金、华宝基金、申万菱信基金、远信基金、同泰基金、银河基金、天治基金、中泰证券、中信建投证券、国泰海通证券、中信证券、浦银安盛基金、国联民生证券、西部证券、华源证券、平安证券、浙商证券、富国基金、光大证券、东北证券、东海基金、乐赢基金、真脉投资、果实基金、招商基金、华安基金、浙商基金、安信证券资管、浙商证券资管、宁银理财、人寿养老、华夏理财、巨杉资管、冲积资管、明希资本、开源证券、天风证券、嘉实基金、华泰证券、兴业证券、瀚朴投资、东方财富证券、申万宏源证券、淡水泉投资、华盖资本、红思客资管、法巴证券、渤海人寿、招商证券资管、红土创新基金、华鑫证券、国信证券、混沌投资、青榕资管、西部利得基金、汇丰环球投资、易鑫安、云阳宜品投资、光大证券资管、中融汇信、鑫元基金、惠升基金、益恒投资、华福证券、荷荷基金、言是科技、国新证券、太平基金、方正证券、国泰基金、麦星投资
时间	2026-8-28
地点	可孚医疗会议室
上市公司接待人员姓名	董事长/总裁张敏；副董事长张志明；副总裁/董事会秘书薛小桥；副总裁/财务总监陈望朋
投资者关系活动主要内容介绍	1. 融昕呼吸机 FDA 获批后，美国市场开拓策略与放量展望如何？公司呼吸机业务与融昕医疗存在哪些协同优势与定位差异？ 答：公司于去年底战略参股深圳融昕 30.74%股权，其家用呼吸机在今年 7 月取得美国 FDA 510(k) 认证，是目前少数同时获得中国 NMPA、美国 FDA、欧盟 CE 准入的国产呼吸设备企业。 美国市场拓展方面，前期主要以体系建设和渠道搭建为重点，主要推进美

国本土质量体系的合规衔接、售后服务网络建设以及经销商体系对接，逐步推进终端覆盖和市场导入。

从业务定位来看，可孚医疗自研呼吸机目前重点聚焦国内 OSA（阻塞性睡眠呼吸暂停）睡眠呼吸领域，以 C10、C11 系列为核心产品，主要面向家用消费市场，依托公司国内线上、线下全渠道优势推动产品快速放量；融昕医疗的产品则覆盖 OSA 睡眠呼吸、COPD（慢性阻塞性肺疾病）无创通气及重症呼吸等领域，尤其在肺病治疗方向具备较强的产品布局，与可孚现有呼吸机业务形成较好的互补，有助于进一步完善公司从睡眠呼吸到肺病治疗的呼吸产品管线。

在协同方面，双方已围绕研发创新、海外注册及国内外渠道等方面开展合作，通过发挥各自在产品研发、市场渠道及海外市场拓展等方面的优势，进一步提升呼吸业务的综合竞争力。双方联合推出的大白 X3 PRO 已于 8 月 12 日上市，进一步丰富了公司呼吸领域产品矩阵。未来，公司将继续推动双方优势资源协同，在保持各自产品定位和业务特色的基础上，进一步拓展国内外呼吸设备市场。

2. 飞利浦授权产品目前准入进度如何？2026 年整体业务发展如何展望？

答：公司于 2025 年 12 月获得飞利浦大中华区 7 个健康监测品类的品牌授权后，搭建独立运营团队，负责相关产品的研发、制造、品牌运营及销售服务。目前，首批产品已完成注册取证及生产线建设，上市筹备工作正在积极推进，力争尽快推动产品上市。

今年，公司将重点推进产品上市及市场培育，通过产品推广和消费者教育，逐步提升市场对飞利浦家用医疗器械产品的认知。从中长期来看，随着产品矩阵逐步完善、渠道覆盖持续扩大以及消费者认知不断提升，飞利浦产品有望进一步丰富公司的中高端家用医疗器械产品布局，并成为公司未来新的业务增长来源之一。同时，双方也将依托各自资源优势，积极探索家用健康领域更多品类及业务层面的深度合作空间。

3. 公司线上、线下渠道 2026 年整体经营展望如何？长期渠道发展策略是什么？

答：线上渠道：上半年收入 14.33 亿元，同比增长 47.1%。今年以来，公司针对天猫、京东、抖音、拼多多等核心平台实施差异化运营策略，结合不同平台的用户特征、内容生态及流量特点，实施差异化运营，进一步提升渠道覆盖和流量承接能力。在品类端，公司将围绕呼吸机、背背佳、助听器、理疗仪等核心大单品持续投入，通过产品升级、内容营销和精细化运营提升单品规模。

线下渠道：上半年收入 5.84 亿元，同比增长 23.2%。目前公司线下业务主要包括药房渠道、健耳听力连锁以及海外渠道等。药房渠道自 2023 年以来坚持质量优先于规模的经营策略，更加重视利润和现金流表现，目前渠道结构调整进展较为顺利，经营质量持续改善；健耳听力方面，在当前消费环境下，公司经营重点逐步由门店规模扩张转向单店经营效率提升，持续改善门店盈利能力。

海外渠道方面，公司将依托可孚、华舟、喜曼拿等业务主体现有的海外渠道和资源，稳步推进海外市场拓展。随着深圳融昕呼吸机取得美国 FDA 注册，以及后续更多产品完成海外注册和上市，公司海外产品矩阵将进一步丰富，为海外业务发展提供新的产品支撑。

长期来看，公司将继续推进线上线下全渠道融合，在保持核心渠道稳定增长的同时，更加注重渠道质量、经营效率和用户运营能力，通过核心品类聚焦、渠道结构优化和海外市场拓展，推动渠道业务实现更加健康、可持续的发展。

4. AI 医疗方面的进展有哪些方面？未来分红情况预期如何？

答：公司于今年 2 月设立可孚人工智能研究院，持续推进 AI 技术在家用医疗器械和家庭健康管理场景中的应用。目前，公司内部大模型已完成开发，并针对呼吸睡眠领域开展垂直场景应用和能力验证。后续，公司将结合不同产品的应用特点，逐步将端侧 AI 能力拓展至制氧机、血压计、血糖仪、心电设备、助听器、康复辅具等更多产品，进一步实现智能监测、异常风险预警及健康数据分析等功能，推动 AI 能力由单一产品向多品类复制。

同时，公司积极推进与华为鸿蒙生态的合作，首批 5 大品类、17 款产品已接入开源鸿蒙生态，实现设备自动发现、一键配对和数据同步。未来，公司将进一步探索家庭健康设备与医疗、康养等场景的互联互通，提升不同健康终端之间的数据协同能力，为居家养老、社区康养等场景提供更加便捷的健康管理服务。

总体来看，公司现阶段对 AI 的布局仍以技术能力建设和产品应用落地为主，核心目标是利用 AI 提升产品智能化水平和用户体验，并逐步形成能够覆盖更多产品和健康管理场景的技术能力。

未来分红方面，公司高度重视股东回报，将在保持稳健经营、持续投入研发和业务发展的基础上，结合公司经营情况、现金流状况及未来发展需要，持续实施稳定、可持续的股东回报政策，与股东共享公司长期发展成果。

5. 公司上半年核心单品收入表现如何？哪些重点单品表现亮眼、具备较强后续成长潜力？

	答：上半年，公司核心单品保持较快增长，前五大核心单品收入增速达到50%。从后续增长潜力来看，呼吸机、矫姿带、听力、理疗仪等重点品类仍处于持续放量阶段，同时 CGM、飞利浦产品等新品类也将陆续进入市场，为公司后续增长提供新的支撑。 呼吸机是公司重点培育的高成长品类。今年 3 月，AI 呼吸机 C11 上市，后续还将推出 C11 肺病呼吸机、C12 旗舰机，持续完善产品矩阵。同时，参股企业融昕医疗家用呼吸机于 7 月取得美国 FDA 510(k) 认证，双方正围绕产品研发创新、海外注册以及国内外渠道资源等方面深化协同，有望进一步打开呼吸机业务的海内外增长空间。 背背佳作为公司核心品类，坚持以产品创新激活消费需求，持续深耕大众矫姿市场，强化品牌心智。同时，通过渠道精细化运营，在稳固行业龙头地位的基础上，积极拓展目标人群及使用场景，充分挖掘矫姿赛道的增量蓝海。 此外，听力业务、中医理疗仪等核心单品也保持较快增长，同时 CGM、飞利浦授权产品等新品即将上市，将成为公司未来重要的增量来源。目前公司已构建出层次分明、梯次布局的品类增长矩阵。未来将持续锚定高价值、高景气健康赛道，依托产品创新迭代、渠道效能优化、品牌势能建设及海外市场拓展，不断提升核心单品市场份额，同时加快战略新品的孵化与落地，为长期发展积蓄更充足的成长动力。
附件清单（如有）	无