

三诺生物传感股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-10-01

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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中信建投证券：袁清慧、王在存、华冉、李虹达；华安证券：谭国超、李婵；国金证券：甘坛焕、何冠洲；华泰证券：代雯、高鹏；兴业证券：孙媛媛、黄翰漾、董晓洁；银河证券：程培、孟熙；申万宏源：张静含、陈烨远；天风证券：杨松、周海涛；国联民生证券：张金洋、杨芳、徐敬业、陈阳；中金公司：张琰、朱言音、刘雅馨、于晨溪；东方财富证券：唐爱金；中泰证券：谢木青、刘照芋；东吴证券：朱国广、王美麒、向潇；光大证券：吴佳青；开源证券：余汝意、陈峻、石启正；国投证券：冯俊曦、朱凤萍；华创证券：郑辰、李婵娟、陈俊威；中银证券：刘恩阳、苏雪儿；中信证券：陈竹、宋硕、沈睦钧；长江证券：徐晓欣等346位参与人员（以上排名不分先后）
时间	2026年10月23日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书：郑霖耘 证券事务代表：许卉雨
投资者关系活动主要内容介绍	Q1：请介绍公司2026年第三季度的经营业绩情况并进行简单拆分？ 回复：2026年前三季度，公司实现营业收入384,013.14万元，较上年同期增长11.20%；实现归属于上市公司股东的净利润37,161.29万元，较上年同期增长76.12%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润35,150.40万元，较上年同期增长94.86%。2026年单三季度，公司实现营业收入130,309.51万元，较上年同期增长9.54%；实现归属于上市公司股东的净利润15,027.55万元，较上年同期增长395.16%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润14,120.49万元，较上年同期增长538.78%，整体延续了上半年的增长态势。 上年同期，美国子公司Trividia与罗氏就BGM产品专利交叉授权支出

	1,900万美金，导致上年同期利润基数较低，剔除这一因素影响，公司单三季度归属于上市公司股东的净利润同比增长超40%。分业务板块来看，母公司成熟业务前三季度、单三季度的收入和利润较上年同期均实现了双位数增长，基本盘稳固；CGM业务前三季度的收入较上年同期实现了双位数增长，延续良好发展势头；美国子公司收入端略有下滑，一是受美元汇率波动影响，二是Trividia受“E-5”标签事件后续影响，系统软件升级及产品更换处于过渡期，三是子公司PTS进行了产线优化带来阶段性产能切换的短期影响。虽然美国子公司收入较去年同期略有下滑，但美国两家子公司利润端均实现同比增长，盈利质量在持续改善。 Q2：公司在AI生态布局方面的后续规划以及对业务的赋能和收入贡献？ 回复：公司自2022年起前瞻性提出了深度布局AI的战略，已围绕血糖监测及糖尿病管理生态展开了系统性布局。目前，公司已完成物联网技术部署工作，实现设备-患者-医护人员的互联互通，并在医院推出智慧糖尿病管理系统，助力医疗机构提升管理效率。 面对海量血糖数据带来的分析挑战，公司围绕“生物传感+人工智能+医疗”核心战略，公司构建以 iCanNet 可信数据空间为底座、糖尿病专科智能体为核心的AI技术体系，持续丰富智慧健康产品矩阵，深化AI技术在慢病管理领域的融合应用。基于CGM产品推出“小诺智能体”等AI服务功能，可实现指标智能解读、血糖趋势预判、低血糖智能预警、个性化饮食运动建议等全流程管理服务；打通华为、苹果运动健康平台的用户行为数据（如睡眠、饮食、运动）与血糖指标进行多维度关联分析；接入蚂蚁阿福、京东健康，加速构建AI医疗生态，推动硬件终端与健康内容深度融合；升级全院血糖管理系统，搭载糖尿病专科AI智能体，实现自动识别指标异常、深度分析血糖波动规律、触发危急值分级预警与跨科室智能会诊等功能，推动糖尿病管理向精准化、高效化、个性化演进。 从短期来看，AI业务尚无法直接为公司带来显著的经济收入，但从长远发展来看，公司前瞻性布局AI医疗赛道，将从多维度为业务赋能：产品溢价能力提升，AI服务能进一步提升CGM、POCT等监测产品的附加值和差异化竞争力，支撑产品结构升级和毛利率提升；用户粘性与复
--	--

	购增强，依托小诺智能体打造居家慢病管理闭环，能有效增强用户黏性；构建差异化竞争壁垒，通过赋能医院与基层医疗机构，推动公司从“中国血糖仪普及推动者”向“全球领先的糖尿病数字管理专家”战略转型，基于庞大的用户数据沉淀反哺研发，构建“感知+评估+干预”的糖尿病智慧管理闭环，为公司全球业务长期增长奠定基础。 未来，公司将持续探索“生物传感+人工智能+医疗”的新模式，打造真正以用户为中心的數字健康管理平台，构建“硬件+算法+服务”的差异化竞争壁垒，为糖尿病及相关人群提供个性化、精准化的高价值慢病管理解决方案。 Q3：公司CGM产品现阶段的放量情况和价格变动趋势？预期何时能实现盈利？ 回复：公司持续优化CGM产品体验与配套服务，搭载“小诺智能体”AI服务，可实现血糖指标智能解读、趋势预判、低血糖预警及个性化饮食运动建议等全流程管理功能，用户活跃度、产品复购率稳步提升。2026年前三季度，公司CGM业务收入同比实现双位数增长，整体延续良好增长态势。价格方面，前三季度公司CGM产品价格整体保持稳定。 CGM业务盈利水平受营收规模、市场拓展投入、研发强度、运营效率等多重因素综合影响。目前海外CGM业务已开始贡献利润，国内市场处于市场份额拓展的关键阶段，渠道建设、品牌推广、用户教育等市场投入相应增加；研发方面，公司持续投入CGM管线新品开发和AI医疗生态建设，以夯实长期产品竞争力，相关投入对短期盈利形成一定影响。 公司始终以长期可持续发展为目标，通过精益生产、提升用户体验、提高用户粘性、优化运营效率等方式，稳步推进国内外业务发展。具体财务数据请以公司披露的定期报告为准。 Q4：公司前三季度销售费用同比上涨的主要原因是什么？预计销售费用未来是否还会增加？ 回复：2026年前三季度，公司销售费用108,419.22万元，同比增长
--	---

	17.02%，销售费用率约28.23%，同比上升1.40个百分点。销售费用增长主要受两方面因素影响：一是国内渠道推广适配业务增长，前三季度国内电商促销活动期间，公司加大电商渠道的市场推广投入，支撑用户拓展与产品动销，投入规模与营收增长基本匹配；二是公司持续推进全球市场布局，加大跨境电商整合与推广资源投入，同时美国子公司Trividia新渠道拓展投入增加，且受产品更换过渡等阶段性因素影响收入短期波动，共同推升了整体销售费用率。 公司将结合业务发展阶段动态调整销售费用投入策略：BGM血糖监测等成熟业务的销售费用投入相对稳定，持续优化投放效率。新产品的投入则根据产品生命周期和具体的销售策略制定不同的方案，在产品结构调整或者平台促销等特殊时期，销售费用投入可能出现阶段性增加。CGM产品作为公司第二增长曲线，相应市场投入将结合行业竞争格局、市场扩张节奏以及盈利承受能力等因素综合判断、适时调整。后续公司将持续优化费用投入效率，保障业务长期健康发展。 Q5：公司与雅培诉讼的最新进展？ 回复：雅培在海牙UPC分院就其EP4344633和EP3988471两项欧洲专利、在英国专利法院就其European Patent (UK) 4344633B1 和 European Patent (UK) 3988471B1两项英国专利对公司提起的诉讼，目前仍在程序推进中，均尚未开庭审理。公司已尊重UPC临时禁令裁决，暂停相关 CGM 产品在UPC管辖区域内的生产、销售。公司将积极推进各项应诉及应对准备工作，深化全球知识产权布局及研发创新，维护公司及全体股东的合法权益。 Q6：公司2026年第三季度实现归属于上市公司股东的净利润15,027.55万元，较上年同期增长395.16%，净利润同比大幅增长，请问主要原因是什么？ 回复：（1）2025年第三季度，美国子公司Trividia与罗氏就BGM产品达成交叉专利许可和解协议，Trividia根据协议须向罗氏净额支付1,900万美元，该一次性费用对2025年第三季度净利润产生较大影响。2026年
--	---

	第三季度无该部分费用支出；（2）主业经营质量持续提升。母公司成熟业务规模效益持续释放，叠加产品结构优化，实现营业收入稳步增长的同时，营运成本不断优化，生产精益化水平持续改善，整体毛利率同比提升，带动盈利增长；（3）海外子公司盈利改善。美国子公司PTS产品毛利率进一步提升，对公司整体盈利贡献增加；（4）CGM产品毛利率和良率稳步提升。 Q7：请问公司2026年第三季度其他收益具体是什么？ 回复：公司2026年第三季度其他收益金额为4,694.96万元，主要是收到软件退税。 Q8：CGM产品的临床成果以及在全球商业化进展情况？ 回复：公司iCan CGM已累计完成多项注册临床研究和上市后跟踪临床研究，覆盖美国、欧洲、东南亚和中国等区域的受试者人群。相关数据已在国际主流糖尿病期刊发表，主要包括：2025年在《Diabetes Therapy》期刊发表美国临床德国中心的数据；2026年在《中国糖尿病杂志》发表中国关键性临床研究；在国际期刊《Journal of Diabetes Science and Technology》发表儿童关键性临床研究；近期在《Diabetes Therapy》发表了抗干扰研究。展现了丰富的证据密度支持公司CGM产品的有效性、安全性、准确度、抗干扰能力和易用性。同时，公司也在持续开展更多的临床用于探索三诺CGM在不同应用场景下的临床获益。 截至目前，公司CGM产品“三诺爱看”持续葡萄糖监测系统已在中国、印尼、欧盟MDR、英国、泰国、马来西亚、菲律宾、印度、孟加拉国等60多个国家和地区获批注册证，在超过90个国家实现上市销售。2026年以来，公司在CGM全球销售方面进行了全面布局，除欧洲UPC区域受临时禁令影响、美国尚在推进注册准入以外，已在多个区域同步推进包括注册准入、渠道建设、终端上量等工作，按商业化成熟度大致分为三个梯队——已形成稳定收入、正在上量、尚在进入。第二梯队（正在上量）的数量今年会有显著增加。具体经营数据以定期报告披露为准。
--	---

Q9：美国子公司Trividia和PTS今年是否存在商誉减值风险？

回复：2026年前三季度，美国子公司Trividia和PTS业务保持稳健，受汇率波动、业务过渡期调整等因素的影响，收入同比略有下滑，但利润端均实现盈利且较上年同期增长。公司已于2025年结合产品结构调整及外部环境变化，对PTS形成的商誉计提了减值损失14,455.64万元。公司将在年末结合两家子公司全年经营情况开展商誉减值测试，并经专业评估机构评估、审计机构审计后最终确定。如Trividia公司和PTS公司能保持前三季度的经营业绩趋势，公司初步判断相关风险整体可控。

Q10：公司研发费用的未来投入规划？

回复：（1）成熟业务：保持稳定持续的研发投入，推动产品从单一检测向多指标联测、半自动向全自动化、设备销售向整体解决方案升级，聚焦成熟产品的迭代优化、成本改善和服务升级，巩固公司基本盘的竞争力与盈利能力；（2）战略成长业务：CGM业务与AI数字慢病生态作为公司核心战略方向，研发投入将持续加大。CGM领域持续提升传感技术性能，优化佩戴体验、延长佩戴时间、探索从单血糖监测向多代谢指标可穿戴监测技术，构建精准可穿戴系统（PWS），为糖尿病、运动健康等更多场景提供连续代谢数据。深度布局AI战略，构建糖尿病全周期智能管理生态，持续深化AI技术在慢病管理领域的应用，以iCanNet可信数据空间为技术底座，完善糖尿病专科智能体，落地“小诺智能体”C端产品和全院血糖管理系统等B端方案，覆盖风险评估、方案制定、监测随访、疗效评估等糖尿病全流程，构建长期的数智化能力与差异化竞争优势。研发投入将根据研发进展、注册审批和商业化进展分阶段动态调整，保障投入产出效率。具体研发数据请以公司披露的定期报告为准。

Q11：BGM业务增长驱动力的可持续性？

回复：BGM业务的增长具备行业需求扩容与公司自身优势的双重支撑，我们认为未来增长具有可持续性：一是行业长期需求空间充足，根

	据国际糖尿病联盟（IDF）公开数据，2024年全球成年糖尿病患者（20岁~79岁）达5.89亿，预计2050年全球成年糖尿病患者人数将上升至8.53亿。我国作为世界糖尿病大国，2024年成年糖尿病患者人数约为1.48亿，随着全球人口老龄化加剧，糖尿病患者基数将持续扩大，国内血糖监测渗透率虽已提升至25%左右，但较发达国家仍有较大差距，随着居民健康管理意识提升、医保政策支持与医疗服务下沉，市场渗透率仍将持续提升，行业长期增长逻辑清晰。二是公司核心壁垒支撑持续增长，经过二十余年深耕，公司已实现从单一血糖指标检测向血糖、血脂、糖化血红蛋白、尿酸、尿微量白蛋白等多指标检测体系的转型，产品矩阵可全面覆盖糖尿病及相关慢病全场景需求；随着公司与海外子公司Trividia和PTS的全球协同发展，公司已构建覆盖全球187个国家和地区的销售服务体系，国内血糖仪零售市场份额持续保持领先，全球用户规模超过2,500万，覆盖20多家主流电商平台。庞大的用户基础、高复购率和用户留存率，叠加规模效益和产品结构优化，共同支撑BGM业务持续稳健增长。
附件清单 （如有）	无
日期	2026年10月23日