

可孚医疗科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025-003

<p>投资者关系活动类别</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input checked="" type="checkbox"/>其他 <u>电话会议</u></p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>华夏基金；博时基金；国盛证券；工银瑞信基金；广发基金；中信建投证券；华盖资本；鹏华基金；嘉实基金；大家资产；国泰海通证券；上海混沌投资；国金证券；合众资产；华安证券；中信保诚资管；招商基金；上海保银投资；天弘基金；华福证券；坚果资本；上海肇万资管；东方财富证券；东证资管；泓德基金；兴业证券；招商证券；申万宏源；中信资管；华创证券；中银基金；恒越基金；杭州兆石投资；国信证券；中邮创业基金；人保养老；华夏创新；华鑫证券；思博资产；天风证券；序列私募基金；上海健顺投资；前海海运通；信达证券；金鹰基金；颐和久富；东方证券；中邮证券；甬兴证券；青骊投资；橡果资产；东方证券自营</p>
<p>时间</p>	<p>2025-4-28</p>
<p>地点</p>	<p>可孚医疗会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事长/总裁张敏；副董事长/常务副总裁张志明；副总裁/董事会秘书薛小桥；副总裁/财务总监陈望朋</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、公司核心聚焦的品类有哪些？市占率如何？</p> <p>答：2024年，公司进一步深化核心品类战略布局，战略聚焦的品类包括助听器、敷贴/辅料类、矫姿带、体外诊断试剂、轮椅、血糖检测、呼吸机、血压计等。在研发端，以市场需求为导向加速创新迭代，推出更具市场竞争力的新品；在生产端，推进智能制造转型，通过自动化改造与数字化管理，稳步提升产品生产效率和产品品质，控制生产成本；在销售端，借助数字化营销工具赋能渠道运营，全面提升市场响应速度与服务效能。2024年公司核心产品增长显著，未来也将成为公司收入和利润的重要驱动力。</p> <p>整体来看，公司目前部分产品市占率较高，很多产品市占率仍然还有非常</p>

大的提升空间。未来，公司将继续深化产品力、品牌力和渠道建设，持续提升产品销售规模和市占率。

2、公司一季度各版块产品收入情况，国补是否对销售产生积极影响？

答：今年一季度，公司更加聚焦核心主营业务、核心品类发展，持续优化产品结构，精简低效产品，虽然收入略有下降，但经营质量逐步提升。分产品来看，医疗护理和健康监测板块保持良好增长，呼吸支持板块受呼吸机产品线战略性调整影响，同比有一定下滑。2024年下半年以来，公司重点发力自研自产呼吸机，终止代理业务。去年公司推出了第二代睡眠呼吸机、双水平呼吸机以及便携式呼吸机等产品上市，进一步完善了公司在呼吸支持领域的中高端产品布局。今年一季度，可孚呼吸机增长势头很好。

关于国补政策，目前很多城市都出台了国补政策，但具有地域性限制，个别城市提供全国性补贴，补贴比例也略有差异。对于符合补贴条件的品类，在政策实施期间确实对销售产生了明显促进作用，带动相关产品实现较好增长。

3、公司呼吸机业务 2025 年如何规划？

答：可孚呼吸机在呼吸同步、静音表现等方面性能比较优秀，产品自上市以来获得消费者的高度认可。公司依托全渠道销售网络、直播电商团队以及专业的售后服务团队，产品销量正快速提升。今年公司计划推出新一代呼吸机产品，产品性能更加卓越，为用户提供更智能、安全的呼吸健康管理解决方案。

4、公司未来 AI 在慢病管理等方向如何布局？

答：公司持续关注 AI 技术与医疗健康的融合创新。深耕行业二十余年，公司已构建覆盖健康监测、康复辅具、呼吸支持等丰富的产品矩阵，并依托庞大的用户基数，积累了海量的健康数据。公司将积极推动人工智能与家用医疗器械的深度融合，将在动态血糖仪、血压计、胎心仪、助听器等系列产品深度应用 AI 技术，逐步提升产品的精准化和智能化水平，同时探索智能诊断、远程健康监测、个性化健康管理等创新应用，实现人工智能技术在家庭医疗场景中的落地应用。

5、当前阶段，医疗护理业务发展规划及潜在增长驱动力是什么？

答：近年来，公司投入了较多的研发、生产和销售资源，推动医疗护理板块快速发展，其在整体收入结构中始终保持重要占比。但过去主要是口罩等防护类产品销售占比较高。2024年，公司通过加大资源投入和强化渠道建设，重点培育了敷料敷贴、成人护理、个人护理以及棉球棉签等产品，产品竞争力与品牌影响力快速提升，核心品类复购率较高，用户粘性不断增强。

2024年，医疗护理板块收入同比增长8%以上，若剔除口罩基数的影响，该板块实际增长较快，展现出强劲的增长动力。2025年，公司将持续提升核心品类的市场竞争力，通过精细化运营和渠道深耕，进一步提升经营质量，推动医疗护理业务实现可持续增长。

6、2025年听力业务如何规划？

答：公司长期看好中国听力市场的发展前景，同时审慎应对短期压力与风险。2025年，健耳听力将围绕“经营质量提升”核心目标，通过加强成本管控、费用精细化管理和亏损门店专项治理等措施，逐步改善门店盈利能力。

7、公司海外业务布局及未来1-3年如何展望？

答：目前公司海外业务仍处于战略培育阶段，今年一季度外贸收入实现良好增长。公司依托可孚、华舟和吉芮三个主体积极拓展海外市场，因地制宜地开发本地化产品，逐步完善重点市场的产品注册，海外业务模式、渠道网络、团队配置等不断打磨成型，为公司海外市场的持续发展奠定坚实的基础。公司对海外业务发展保持乐观预期，有望成为新的业绩增长点。

8、公司未来并购战略是否有调整更新？

答：公司将更加聚焦核心主业、核心品类发展，同时也持续关注产业链上下游以及同行业的并购整合机会，特别是符合公司战略发展方向、与公司产品或渠道具有协同价值，或有助于进一步扩大公司在细分市场竞争优势的投资标的。

附件清单（如有）

无