

江苏鱼跃医疗设备股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-04-18

<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 type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容） </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p> 易鑫安 于淼；源乘投资 胡亚男；泰康人寿保险 徐嘉辰；NTF Asset 温浩；申万宏源证券杨琪；创金合信基金 李晗；兴银基金 王天洋；海通研究所 孟陆 贺文斌 殷怡琦；博度资产 郑昊；循远资产 覃婷；大家资产 黄建平；中信建投 王在存；中金基金 杨钊；Yiheng Capital Daxin ZHENG；阳光资产 张维亮；华泰证券 李沙；HBMPartners 郭牧青；华泰柏瑞基金 张弘；中金公司 夏璐 张一弛 邹朋 朱言音；西部利得基金 侯文生 李晓光 温震宇；长信基金 梁浩；taiping asset Tao Zhao；上海中域投资 韩雪 袁鹏涛；华安财保资产 张文浩；永安国富 王俊韬 李勇；博度资产 龙向东；Goldman Sachs Asset Christine Pu；华夏基金 常亚桥 李平祝 马生华 常黎曼；上国投 胡敏；常春藤资产 黄勇；前海固禾资产 王生瑞；泰旻资产 袁明懿；中欧瑞博投资 肖永胜；吉渊投资 蒋栋；朱雀基金 李杨；华泰证券 冯皓琪；嘉实基金 谢泽林 刘天君 齐海涛；中加基金 温燕；东方证券资产 刘迎；博时基金 周江；相聚资本 邓巧；益民基金 张树生；交银施罗德基金 楼慧源；东方马拉松投资 王攀峰；长盛基金 吴达；First Beijing Holdings YiqingWu；Mars Asset Weiwen FAN；文博启胜 邢祎；泓德基金 王克玉；Sage Partners Star Zhou；诚旻投资 谢凯；中投公司 武思彦；交银理财 高瑜昱；海通投资银行部 刘君；诺德基金 曾文宏；青骊投资 李署；长城财富资产 胡纪元；广发基金 李大蔚 叶帅 姚铁睿；汇升投资 熊文说 周波；诚盛投资 杨洁；于翼资产 夏芳芳；中再资产 胡换录 Mark Jia；景顺长城 陈婧琳；泰达宏利基金 李更 赖庆鑫；中国通用技术(集团)李悦；泰信基金 李俊江；博远基金彭勇；融通基金 孙卫党；名禹资产 王友红；八骏投资 牛春晖；深积资产 张志杰；淳厚基金 陈文；中银国际证券 李明蔚；先锋基金 叶草雨；大成基金 李博；京明禾投资 Edward Geng；Nomura Asset YuchiFan；上投摩根基金 黄伟轩；中国人保资产 利铮；中欧瑞博投资 江昕；承势资本 魏梅娟；HBMPartners </p>

	<p>SteveChen; 幸福人寿保险 李训勇; 长盛基金 张伟光; 东方证券资管 刘中群; 建信养老金 蒋锦; Norges Bank Investment YiliHu; 前海联合 郭泰; 兴业基金 宋博文; 国投瑞银基金 张佳荣; 浙商证券资产 戴颖; 仁仁资产 陈家琳; 进门财经 王海涛; 工银瑞信基金 张继圣; 富国基金 栾业伟; 汇超投资 崔薇; 华宝-塔晶狮王 顾宝成; 金元顺安基金 张预立; 才誉资产 吴汉靓; 平安财富·投资精英之汇利 钱希撼; 泰康人寿保险 郑宁; 华富基金 廖庆阳; 毕盛(上海)投资 李运; 趣时资产 罗会礼; 汇丰晋信基金 黄志刚; Capital 王天扬; 泰旻资产 袁明懿;</p>
<p>时间</p>	<p>2021-04-18</p>
<p>地点</p>	<p>电话会议</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事长/总经理 吴群 董事/董事会秘书 王瑞洁 财务负责人 刘丽华 证券代表 张雨阳</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、首先恭喜公司取得了非常好的业绩，2020 年是公司发生巨大变化的一年，公司在抗击疫情的同时也加速发展，河阳工厂也投入使用，同时新的管理层也实现了交接，公司处于二次腾飞的关键期，请给我们展望一下未来 3 年公司的重要增长点和战略发展方向。</p> <p>答：公司在管理层换届后，已在为未来进行整体的战略规划，公司内部也取得了共识并逐步落地相关举措。未来呼吸、血糖，感控是我们重点发力的三大领域。这三条赛道市场空间大，国内渗透率低，院内外市场能形成良好互动且鱼跃均有较好的产品基础和领先地位。对标国外来看，血糖领域的德康，呼吸领域的瑞思迈以及感控领域的益康均是千亿市值的上市公司，长坡厚雪，公司在这三条赛道上会通过自研和并购不断推出新产品。同时，公司其他业务也为公司长期发展提供稳定的现金流支持。未来全球化亦是鱼跃重要的战略方向，我们不仅追求海外业绩的高速成长，更着力于在海外市场复制出公司在国内的优势地位，谢谢。</p> <p>2、疫情促进了海外业务的发展，公司对于未来几年有没有明确的海外业务占比的目标，如何提升海外市场、坐实品牌影响力？同时公司目前的资金实力较强，并购会有新方向与战略吗？</p> <p>答：疫情拓宽了公司海外自主品牌的销售通路，助力公司建立起了长期持续的海外业务关系。公司会立足已有的市场资源与经验，在战略规划不同的国家与地区，因地制宜，推进扩大属地化团队，通过强大产品力的支撑，实现低客诉的本地销售，在适当的特定国家或地区，以内销为模板，建立起海外“中国市场”。当然，组织建设与销售的增长，需要时间，也可能经历挫折，公司会稳扎稳打，努力提升海外销售业务规模。2019 年公司主要业务海外收入占比只有 8%，国内优秀的国际化企业海外收入占比能够达到 50% 以上，我们还有非常大的空间去成长。历史已经证明，鱼跃是一家并购能力较强的公司，但过去并购是偏保守的精准化并购，相应业务的可能性与爆发性较低，随着公司实力的不断增强，未来会向有技术深度的方向做进一步的拓展，谢谢。</p> <p>3、请问公司院内、院外市场的精力、资源，战略怎么协调？未来中大型设备在院内市场的规划如何？</p>

答：公司未来主要业务板块呼吸、血糖、感染控制的产品均已同时覆盖院内、院外市场，院内外市场有很强的联系性，很难分隔开去考量，通过院内市场的消费者教育，可以影响到院外市场的产品选择，可靠的医用品质决定了产品在不同使用场景下的产品力。院内市场中，公司过去在研发端的投入较为保守，有很多产品在进入院内市场时已有较多竞品，且技术上没有形成较大的领先优势，业务开展有一定阻力。未来公司在呼吸板块产品的技术研发与产品线拓展上会遵循“为产品价值而设计”的理念，大而全的服务与产品组合配合极致价值比重，能深度发掘产品市场潜力。公司希望未来血糖产品线是技术引领的板块，会着重研发的投入，包括领域内家用 POCT 产品的开发，虽然不能做到世界首创，但能够实现亚洲首仿的愿景。感染控制领域公司会持续提升渠道的牢固程度，同时拓展、补充更多的感控解决方案，谢谢。

4、公司去年四季度的情况有超越市场预期，去年四季度公司的常规产品是有很好恢复的，请问这是行业的整体情况，还是公司有独特的增长路径？

答：随着疫情得到控制，经济复苏是必然的趋势，医疗器械行业细分较多，仅就公司所在领域，公司的血糖、血压等非疫情产品在四季度均有较好的增长，同时疫情供给形成的销售通路所带来的持续性非疫情产品需求对常规产品的业务开展也有一定正面作用，谢谢。

5、请问 2020 年度公司线上板块业务的增速如何？2020 年报报表电商平台费 2.37 亿元，同比 2019 年大幅提升，相关业务发生了哪些变化？

答：2020 年公司线上业务增速超过 30%，已是公司业绩增长的稳定动力。做电商更多的是做产品，传统的线下业务注重“销售”的能力，而线上业务需要聚焦产品、理解产品本身和消费者之间的联系。公司的线上业务基础很强也很扎实，与平台间也有长期的良好合作，数据信息的抓取、分析也较为深入。2020 年期线上旗舰店收归自营，线上直营比例也有较大提升，目前占比已有 70%，原来经销商承担的线上终端推广职能现在由公司电商团队承担，所以此部分费用会有对应提升，未来线上业务直营占比预计会保持在 80%左右，所以后续的费用变动会比较稳定，谢谢。

6、请问 2020 年公司三费的情况，以及未来三费的趋势？

答：2020 年公司销售费用同比有增加，但是销售费用率是下降的，报告期内会计政策变化导致的会计口径调整，调整前部分在费用端确认的科目，已归入成本端。未来在会计政策没有调整的情况下，预计公司销售费用率相较疫情前仍会有下降的趋势。2020 年财务费用增长主要是因为海外业务销售规模提升带来较多外币资产，在外币汇率波动的情况下形成了汇兑损失，公司已经采取如开展外汇套期保值业务等相应措施，积极控制汇率波动对财务费用的影响。2020 年公司加大了对包括呼吸、血糖板块等主要业务领域研发费用的投入，推出了高流量呼吸湿化治疗仪，同时其它新品也在持续研发孵化。此外，公司在家用 POCT 产品上有一定的研发投入，现有血糖产品也在进行拓展与升级，未来公司仍然会提升研发投入的力度，同时探索更多技术型并购的机会，谢谢。

7、请问公司未来的业绩指引如何？是否有业绩压力？

答：整体上，投资者会关注疫情以及非疫情相关产品分别的情况。其中，主要非疫情产品虽然基础较大，但仍已实现相对较好的成长。以电子血压计为例，过去 3 年的复合增长超过 30%，2020 年于疫情冲击下，业务增速也超过了 35%，从未来行业发展的角度看，相对于发达国家 60%-70%的产品渗透率，国内大约只有 7%，行业规模增长潜力大，前景广阔。对比外资竞品，公司产品的灵活性强，产品功能丰富且人性化，敏锐贴近用户需求。对比国内友商，得益于公司独立专门团队近 10 年不间断的数据搜集，算法优化，公司产品的准确性强、可靠度高，电子血压计未来业务增速可期。公司血糖板块业务在 2020 年也取得了 30%以上的增速，过去 3 年复合增速也超过了 30%，特别是 2020 年公司血糖产品线上业务增速全网第一，未来公司也会持续加大对血糖及相关领域的投入。此

	<p>外，公司线上板块平台化效应显著，不同产品间的协同、导流效率较高，对消费者的需求引导与产品推介能力较强，对各产品销量提升有很好的帮助。</p> <p>再看主要疫情相关的产品，例如额温枪产品，其在 2018 年上市，2019 年内销售 50 万只，2020 年受疫情影响额温枪销量有较大提升，超过 400 万支。疫情加速了产品规模上量与市场导入，也强化了公司额温枪产品力与知名度，对未来销售有较强的推动作用。另外公司制氧机在后疫情时代的海外需求较好，新冠居家保守治疗、康复人群有持续需求。疫情消退的国内市场，2020 年以京东平台为例，公司制氧机产品销量增速超 40%。可以看出随着消费者健康意识的加强，对公司品牌认知的加深，产品需求的解放，如制氧机、呼吸机等疫情类产品，在未来会长期受益。2020 年，公司临床板块中，中优耗材逻辑较强，消费者经历疫情后消毒习惯得到保持，日常消毒的意识也在增强，同时公司也会深耕院内渠道，依托科室优势，持续拓展包括器械设备消毒等业务方向。院外，疫情加强了公司感控产品的品牌优势，民用市场也放量打开，公司已经成立了团队负责民用市场的开拓。总体上，公司主要疫情类产品未来业务受长期积极影响。</p> <p>公司盈利能力在 2020 年也有提高，除去海外疫情销售毛利高的影响外，公司业务结构有改善，血糖、电子血压计等高毛利非疫情产品比重有提升，部分非疫情相关产品的毛利率也在持续提升。目前 2021 年一季度才刚刚结束，对于未来的业绩状况，参考历史数据，公司希望相较于 2019 年度取得年均稳定合理的复合增长，实际业绩情况还请关注公司未来相关公告，谢谢。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021-04-18