

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：2021-08-12

<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> Anatole Fiona; Artisan 匠人 季苑苑; Dymon Asia Jeremy 陈; EFG Daisy 李; FranklinTempleton 吴晓薇; Heartland 任靖; MightyDivine 曹阳; 新同方资管 杨涛; PAG Allen; Point72 秦浩; 涌金投资 曾智文; WillingCap 朱宏达 李灿; 安信证券 李奔 马 帅; 奥陆资本 刘畅; 榜样投资 赵梦远; 东方睿石 唐谷军; 永瑞财富 陈茜茜; 博道基 金 邓韵阳; 博时基金 金晟哲; 博远基金 谭飞; 渤海人寿 党新星; 财通资管 王鑫园 周 奕涛; 乘安资产 王镜程; 创金合信基金 李晗 皮劲松; 大成基金 石国武 杨挺 张焯; 淡水泉 任宇 李喆; 鼎晖投资 夏杨; 东吴基金 毛可君; 东吴证券 汪澜 向潇; 东吴证 券研究所 刘闯 朱国广; 东吴自营 于彦秋; 东兴基金 马成骥; 东证资管 秦绪文 周云 王延飞 刘中群 钱思佳; 方正证券 唐爱金; 方正资管 陈剑猷; 富安达基金 刘云鹏; 高毅资产 兰兰; 工银瑞信 王君正; 固禾资产 王生瑞; 光大保德信 林晓枫; 光大永明 资管 吴涛; 光大证券资管 肖意生; 广东惠正投资 孙守东; 广发基金 王颂 王瑞冬; 广 发证券 朱新彦 杨平凡 罗佳荣; 广发资产管理 杨杰琪; 国海资管 吴正明; 国君资管 李 子波; 国寿安保基金 王雪莹; 国泰君安 陆佳舫; 国投瑞银基金 吴潇; 国信证券证券投 资总部 张瑞; 海通国际 王佩; 玖龙资管 陈柯杰; 合正普惠投资 许彤; 和谐汇一资产 管理 陈凯; 弘尚资本 何志俊 华如嫣; 宏道投资 杨洁; 泓德基金 王克玉; 华富基金 廖 庆阳; 华泰证券 孔垂岩 孙可嘉; 华泰证券资管 李勇剑 俞天甲; 华泰证券资管 蒋苑; 华泰资管 吕铭嘉 陈辛; 华夏基金 罗鸣; 汇添富基金 谢杰 马磊; 惠理基金 于霄; 火 星资产 樊蔚文; 江海自营 李希; 交银施罗德 郭斐; 金信基金 程可; 进化论资管 廖仕 超; 景林资产 蒋彤; 九泰基金 缪双妍; 凯石基金 盛夏; 理成资产 周锐; 龙航资产 蒋 栋; 名禹资产 梅林; 南方基金 刘迪; 农银理财 阮欣怡; 平安资管 万淑姗; 勤远投资 陈 宁浦; 青岛丰耀私募 赵潘; 融通基金 孙卫党; 瑞华控股 张海锋; 睿扬投资 罗会礼; 山西证券资管 鲍超; 上海榜样投资 沈昊怡; 呈瑞投资 刘青林; 顶天投资 郭琪; 光大 证券资管 朱成凯; 混沌道然资管 周宇; 玖鹏资管 陆漫漫; 同犇投资 何先畅; 毅木资 管 任清莲; 上海楹联投资 应振洲; 上银基金 蒋纯文; 申万宏源 陈焯远 陈旻; 深梧 </p>

	<p>资产 哈牛；大道至诚投资 蔡天夫；前海百创资管 肖春城；东方马拉松投资 黄俊；施罗德投资 Sheldon；世诚投资 陈家琳；世纪证券 顾少华；泰信基金 刘名超；天弘基金 刘盟盟 宋鹏 郭相博；天治基金 王漪昆；彤源投资 陈晓蕾；途灵资产 符涓涓；悟空投资 晏凌霄 方海燕；西部利得 冯皓琪；西南证券 周章庆；汐泰投资 冯时；相聚资本 邓巧；新华养老 牛悦；鑫巢资本 何丹柠；兴华基金 黄兵 陈柳；兴银基金 王天洋；兴证全球 隋毅；阳光资产 谭翔宇 张剑姝；易米基金 刘梦杨；银华基金 石枏；英大证券 孙超；英大证券 殷鹏皓；永安国富 李勇 王俊韬；永赢基金 陆海燕 张蕊；远望角投资 王佳；远惟投资 张翠双；长江养老 戴颖 满臻；长江资管 徐婕；长盛基金 程文文 周思聪 张伟光 钱文礼；长信基金 梁浩；中加基金 温燕；中欧基金 魏晓康 任逸哲 田川；中融基金 杜伟；中天国富证券 陈加喜；中信保诚 王岩；中信建投证券 高君 王在存；中信资本 叶铮；中信自营 刘瑞雯；中银证券资管 经煜甚；中再资管 赵勇；朱雀基金 李扬</p>
时间	2021 年 08 月 12 日 15:00-16:00
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	<p>董事长/总经理 吴群</p> <p>董事/董事会秘书 王瑞洁</p> <p>副总经理/首席财务官 张勇</p> <p>财务负责人 刘丽华</p> <p>证券代表 张雨阳</p>
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司在去年疫情期间为全球抗疫做出了卓越的贡献，也在特殊时期证明了公司的产品力与供应能力，请问在 2021 年上半年公司与疫情需求相关的呼吸治疗解决方案板块中，产品的主要占比如何，对于制氧机和呼吸机业务的未来前景能否进行展望，谢谢。</p> <p>答：在公司 2021 年上半年呼吸治疗解决方案板块 13.2 亿的收入中，制氧机占比较大，有 10 个亿左右的规模，考虑到今年 4、5 月由印度疫情带来短期海外需求增长兼有对公司国内销售生产出货的影响，制氧机海内外业务均有在去年高基数业绩上的优秀增速。</p> <p>此外，2021 上半年呼吸机产品主要是常规业务开展，随着产品力的不断提升，海内外销售通路也在持续扩展，较疫情前销售体量增长迅速。今年公司推出了便携式制氧产品，从制氧机产品在全球的发展历史来看，基本经历了从液氧到医用氧，再到医用氧与保健氧共存几个阶段。未来，除了公司现有业务结构中占主导产品的持续增长外，我们相信便携式制氧将会是市场增量的方向，目前较为成熟的美国制氧机市场中便携式制氧规模已非常可观，同时保持着高于同类产品的市场增速，中国的便携式制氧才刚刚开始，相信公司会成为该领域的领军企业。呼吸机方面，在没有国家的相关强力政策推动的前提下，未来应该会保持一个稳定向好的发展势头，公司对其未来的增长前景十分看好，</p>

谢谢。

2、请问公司感染控制产品民品化的发展情况怎样？对于感染控制产品，公司未来的发展规划是怎样的？

答：公司感染控制产品提出的“民品化”实际上是指院外化，这可能和一些投资者理解的民品化即是个人和家庭市场存在差异。中优的核心优势在免洗领域，而国内用户的习惯致使个人和家庭消费市场主要还集中在水洗领域，所以公司感控产品的院外市场主要集中在公共场所，比如酒店、公司、餐饮机构、主题公园等。

公司对感控产品的发展规划主要分为三块：

(1) 院内免洗产品的基层化。公司感控产品在三甲医院的市场占有率目前是领先的，随着公司普惠型产品的推出，基层市场的覆盖率会进一步扩大，市场渗透率会逐步提升；

(2) 院内通用感控室场景的布局。公司在手术室、供应室和内窥镜消毒室的市场占有率还不高，目前也还没有一个品牌在通用感控室市场占有率有太大优势。随着院内手术习惯的改变、内窥镜使用的普及，通用感控室的市场比较可观，未来公司也会关注相关领域合适的可并购标的；

(3) 院外市场的发展和维护。疫情期间，公司感控产品在院外市场供不应求，在公司的积极维护下，疫情期间发展的很多客户现在仍然在不断复购。同时针对公共场所消毒感控市场的发展需求，公司会不断的推出新产品，以弥补在院外市场上的空白，谢谢。

3、请问公司大幅增加的长期借款是出于什么考虑？

答：公司 2021 年上半年增加的长期借款主要是世界银行的低息借款，不到 2% 年利率的长期贷款可以为公司未来的经营、研发及潜在投并购事项提供强有力的资金支持，是公司的长期战略布局。同时，相关贷款的成功审核发放，也表现出世界银行对公司业务布局、管理机制与发展前景的高度认可，有利于提升公司在海外市场的信誉度与品牌形象，对公司海外业务的拓展亦能起到积极作用。谢谢。

4、请问随着疫情影响减弱，公司业务回归平稳后，整体毛利率会有怎样的变化趋势？

答：近年来公司的毛利率在不断上升，在制造端，公司会持续不断地推进精益化生产，提升产品竞争力，转化智能制造的成本优势。同时，优秀的品牌力也给了公司更多的定价空间。像 CGM 产品这样高毛利、高品质的新品也是公司的研发方向，相信未来公司整体毛利率也是稳定向好的，谢谢。

5、请问公司 AED 产品的未来规划如何？

答：目前，由公司国内 AED 研发团队研发，拥有较好成本优势的 M600 型新款 AED 产品已获得欧盟认证，可以在海外进行销售。公司 AED 产品的国产落地工作也在高效进行中。2021 年上半年公司国内 AED 业务同比增长超过 80%，相信随着各项工作的逐步推进，公司急救板块业务的未来可期。谢谢。

6、请问国内新一轮疫情对公司基层市场呼吸机、制氧机提高渗透率是否有帮助？

答：公司认为主要在于国内健康意识与关注度、消费水平以及新一代消费者对医疗产品的认知，对国产产品的认可度的提高。与疫情的关联度不强，谢谢。

7、请问本次半年报原材料增长原因？

答：为应对报告期内公司所在行业供应链较为紧张的状况，兼有大宗物资价格上涨的因素，公司进行了一定的原材料战略储备，谢谢。

8、公司 CGM 业务在今年 7 月开始了入院推广，请问现在的推广情况怎么样？销售队伍的建设情况怎么样？CGM 产品的发展策略是什么？

答：目前公司原有 BGM 业务的销售团队基本能承接 CGM 产品的销售工作，血糖产品相关的销售团队有 100 多人，这个队伍还在不断扩大。公司 CGM 业务在今年 7 月开始入院推广，同时 CGM 产品也已经在电商平台上市销售。公司 CGM 产品的发展首先要实现入院突破，公司前期会更关注医院端的市场教育、持续上量以及院内的反馈。CGM 线上销售工作会逐步进行。OTC 药房等线下销售涉及到终端三类器械销售资质的问题，公司也已经开始了相关的布局工作谢谢。

9、请问公司 CGM 产品市场上的主要竞争者以及核心竞争点是什么？

答：虽然国内也有一些公司正在进行 CGM 的布局工作，但当前市场上有力的竞争者还是雅培和美敦力。作为监测类产品，CGM 核心竞争点是产品本身的精准度以及使用的舒适度，谢谢。

10、公司 CGM 产品的定价策略？CGM 产品研发团队的人员配置？

答：目前公司 CGM 产品院外定价是 600 多元，对于公司的长期用户以及基于对糖尿病病人的关怀，公司会有很多优惠措施，公司针对不同的客户群，定价策略不同，也会有不同的优惠方案。

	<p>公司对 CGM 产品线已做了一系列的人才布局的举措。产品整体上仍然由张亚南博士负责，国际上公司引进了两位美籍华人博士，分别负责工艺升级与算法优化，同时在国内，公司也引入东南大学、南京大学的优秀青年人才负责具体的落地执行工作，谢谢。</p> <p>11、血糖试纸线上线下各自增速和占比情况？零售端血糖产品整个市场的增速大概是怎样的？公司 2021 年上半年血糖产品增速情况以及复合增长情况怎么样？</p> <p>答：公司 2021 半年度血糖板块业务线上线下增速接近，销售收入占比大概是 3:2。血糖产品整个市场的增速大概在 15%-20%左右，公司血糖产品 2021 年上半年增速是 130%左右。虽然受疫情影响，公司 2020 年上半年相较于 2019 年同期血糖业务增速略有下滑，但 2019 到 2021 年血糖业务复合增长率仍然较高。</p> <p>公司血糖产品高速增长的原因主要是：1、今年上半年芯片短缺，公司具有供应链优势，血糖仪及其试纸保持了稳定的供应；2、公司品牌力的持续提升，血糖产品在线上的市占率能排进前三。同时，公司血糖产品的复购率持续上升，高毛利试纸占比持续增加，谢谢。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021-08-12