

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：2021-10-24

<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> 中海基金 薛杨 梁静静；西藏东财 秦臻；华泰柏瑞 邹丽晴 张弘 邹丽晴；东方证券资管 周云 江琦 王延飞 刘中群；嘉实基金 包丽华 姚志鹏 梁铭超 黄福大 胡宇飞 孙晓辉 苗慧军 栾峰；上海乘安资管 王镜程；西藏源乘投资 曾尚 朱利伟；创金合信基金 李晗；杭州汇升投资 蔡佳苑；上海潼骁投资发展中心 印骁峰；交银施罗德基金 郭斐 王少成 刘鹏 徐嘉辰；东兴基金 马成骥；天弘基金 郭相博 张秀磊；开源证券 刘毅；高林资本 余海洋；瀑布资管 吴霜 杨森；长盛基金 周思聪 程文文 郝征 郭堃；东方证券刘迎；华泰证券（上海）资管 李勇剑；长江养老保险 戴颖；重庆穿石投资 王俊；上海和谐汇一资管 陈凯；中泰证券 于佳喜 谢木青；恒大人寿保险 张泽京；易鑫安资产 窦慧敏；汇添富基金 谢杰；平安证券 倪亦道；东吴基金 吴佳歆；山西证券 鲍超；华泰医药 王殷杰；名禹资产 王友红；发展研究中心 朱新彦 罗佳荣；太平基金 魏志羽；国泰君安 于嘉轩；西南医药 周章庆；长江养老保险 满臻；茂源财富 钟华；上海朴道瑞富 项炜 胡卿瑞；宏道投资 李永；Capital Group Strategic Research Emily Chen；华宝基金 魏杨帆；贝莱德资产管理 秦瑶函；博远基金 谭飞；上银基金 蒋纯文；三亚鸿盛资产 杨洁；永安国富资产 王俊韬 李勇；中信建投 李虹达；丰琰投资 王浩宇；肇万资产 李大瑞；量度资本 罗涛；汇升投资 熊文说；多鑫投资 彭心悦；万晟实业 吴万春；深梧资产 刘钰粮；海通国际资产 王佩；银杏环球资本 王光华；中银国际 李明蔚；相聚资本 邓巧；君榕资产管理 熊晓峰；前海进化论资产管理 廖仕超；红象投资管理 顾梦静；中信保诚基金 王岩；招商证券 徐文 邱捷铭；高毅资产 兰兰；金友创智资产管理 阮帅；逐流资产管理 徐焯程；长信基金 刘亮；农银汇理基金 李蕾；东吴医药 汪澜；朱雀基金 李扬；中欧基金 任逸哲；华富基金 蔡静；泰康资产管理 陈璟；中科沃土基金 石家伟；第五公理投资管理 陈乐天；中国人寿养老保险 周晓雯 于蕾；香港鲍尔太平 林炎；宝盈基金 郝淼；明亚基金 王占海；方正富邦基金 郑森峰；长城基金 唐项涛；银瓴资产管理 封瑞玄；中加基金 王梁 </p>
<p>时间</p>	<p>2021 年 10 月 24 日 20:00-21:00</p>

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、请问公司三季度主要板块以及主要产品的情况是怎样的？</p> <p>答：公司各主要板块业务中呼吸治疗解决方案板块前三季度同比增长 20%左右，因为该板块去年和今年的业务开展均受疫情影响，业务数据剔除疫情的影响后，与 2019 年同期相比的两年年均复合增长在 20%左右。糖尿病护理解决方案板块去年上半年线下销售受到一定疫情的负面影响，今年前三季度业务同比增速在 85%左右，与 2019 年相比两年年均复合增长在 40%左右。感染控制解决方案板块今年前三季度业务同比下降了 7%左右，去年同期受疫情助推，业务规模基数较高，今年销售是回归常态化的，与 2019 年相比两年年均复合增长在 23%左右。家用类电子检测及体外诊断板块今年前三季度业务同比下降 10%左右，主要是因为额温枪等疫情相关产品在今天的市场需求量已回落至常态，与 2019 年相比两年年均复合增长在 30%左右。急救板块今年前三季度与去年同期业绩规模基本持平，因海外市场受到疫情持续下的负面影响，AED 产品的海外业务规模有所下滑，国内业务开展情况较好，国内急救产品销售占该板块业务比例也在持续提升。康复及临床器械板块今年前三季度同比增长 20%左右。</p> <p>今年前三季度相较以往同期，公司主要产品中制氧机产品业务剔除疫情影响，与 2019 年相比两年年均复合增长在 20%左右，呼吸机产品受到疫情影响去年同期业务基数较高，今年前三季度同比去年有所下滑，但也实现了与 2019 年相比两年年均复合 50%的快速增长；血糖产品相较于 2019 年，两年年均复合增长在 40%左右，电子血压计产品也实现了相较 2019 年两年 30%的复合增长。谢谢。</p> <p>2、请问公司主要产品保持快速增长的原因是什么？</p> <p>答：公司主要产品能保持较快的增长，一方面是行业成长的影响，另一方面是公司自身的优势。以血糖产品为例，糖尿病患者人数在不断增多，血糖行业本身在快速增长，例如 2020 年血糖产品在天猫平台就有 15%-20%的增长。同时国内血糖产品院内占比 85%左右，院外占比 15%左右，参考欧美发达国家的发展趋势来看，院外和院内渠道各自业务规模将发展到 1:1 左右，所以常态化的慢病管理检测产品市场是在向院外逐渐转移的，可预期继续保持增长势头。</p> <p>同时，公司血糖产品自身优势也较强，与外资产品相比，在测量准确度上基本没有</p>

差异，设计上更符合国人使用习惯，有较强的性价比。公司生产优势明显，血糖产品扩大生产对公司的规模化生产与品控能力要求比较高，质控严格、智能化、稳定量产的生产能力是公司扩大业务的基本保障。遵循 IVD 产品先仪器后试剂的销售策略，公司早期血糖仪产品出货铺设较多，获得了大量稳定、忠实的用户，从早期血糖仪的持续覆盖发展到血糖仪试纸的稳定上量，带动了产品业绩的增长。同时，经历疫情考验，公司产品力不断提升、产品力有效论证也推动了公司业务规模的增长。谢谢。

3、请谈谈 CGM 产品未来的展望，是否有对 CGM 产品在国内市场爆发拐点的看法？

答：目前公司 CGM 产品推广重点仍然是医院端的业务突破，未来整体业务的发展和增长会是一个长期的过程。CGM 产品国内市场的成熟与发展还需要行业中各厂商在医院端以及 OTC 持续地铺开业务，当 CGM 院内及民用市场及渠道真正打开后，才能迎来爆发的拐点，在此过程中各家产品的产品力将面临最真实的考验。目前公司已拥有多位博士组成的研发团队，随着公司研发投入不断增加与团队实力的持续扩充，相信未来公司 CGM 产品的算法实力、测量精度、产品稳定性与业务规模会不断提升。谢谢。

4、请问公司未来并购的可能方向和思路？

答：并购是公司间团队、业务、财务、研发以及管理文化等多方面的融合提升，未来 5 年公司将聚焦呼吸治疗、糖尿病及 POCT 和感染控制三条主要赛道探索并购的可能，积极关注相关领域，也从未停止进行调研与验证，如果遇到合适的优质标的，公司会尽最大努力把握住机会，但也不会为并购而并购，谢谢。

5、今年公司业绩超预期，公司对明年业绩的预期？

答：今年公司各主要产品业务均有较好开展，但公司无法对全球疫情持续下特殊情况的发生与发展以及疫情结束的时间进行预测，常规情况下，公司主要产品业务增长应当超过各产品市场整体增速，公司对主要业务板块未来长期稳健的发展充满信心。谢谢。

6、明年非疫情类产品是否可以保持今年的增长速度？是否主要与公司线上线下渠道发力有关？

答：首先，公司呼吸治疗、糖尿病及 POCT 和感染控制三条主线业务的市场空间大，且整体市场保持着良好的增长势头。在此基础上，公司的产品力和品牌力优势较强，能够推动公司增速超过行业平均增速。上述公司主线业务所处赛道特征属于稳健增长型而非具有较大拐点的快速爆发型。市场空间和可持续发展的特性也是公司选择业务赛道时考量的重要因素之一。谢谢。

7、公司 AED 产品国产化进展如何？

答：公司中国本土研发款和全新中德合作研发款的 AED 产品注册申请均在顺利进行中，获批后将按计划推向市场，落地国产后，公司 AED 产品将在成本端有较强度度的优

化提升，尤其是中德合作款将在成本控制方面有突出改善，从而进一步提升急救板块整体毛利率水平。未来几年将是 AED 市场快速成长的重要阶段，公司会抓住机遇，通过战略布局与产品强劲的竞争力获取更多的市场份额。谢谢。

8、三季报存货结构主要包括哪些？今年合同负债有所提升的主要原因？

答：截至今年三季末，公司存货增加主要是对原材料的战略储备。全球范围内部分原材料价格波动的状况尚未完全改善，因此公司持续针对未来一段时间内生产的关键零部件做了一系列规划和储备，也为稳定公司产品毛利做出了贡献。

2021 年三季报所示合同负债主要由两个部分构成，一部分是常规销售模式下，虽然公司与重要经销商之间合作会约定一定时间的账期，但与小经销商会实行现款现货或先款后货的形式，另一部分是国际组织为支援第三方国家而下单的产品，订单会根据第三方国家需求情况进行调配发货。谢谢。

9、请问三季报毛利率较去年有一定程度的下降的具体原因？

答：一方面，相较于常规年份，去年由于疫情原因公司产品构成中抗疫产品占比较大，且部分抗疫品类的毛利相对较高，今年的产品结构和毛利率逐渐回归常态；另一方面，虽然公司已经通过对原材料储备进行缓解和改善，但三季度部分原材料涨价对毛利率也产生了较小的负面影响。公司报告期对比 2019 年同期毛利已提升 8 个百分点。谢谢。

10、请问今年前三季度公司线上、线下及海外业务开展状况如何？

答：疫情期间鱼跃助力全球抗疫，公司品牌力与知名度得到较大提升。线下增长表现亮眼，社会库存仍然维持在较低水平，后疫情时代，公司线上各个平台搜索指数大幅上升，线上主要产品类访客数增速名列前茅。2021 年前三季度公司线上销售实现 20% 以上强劲增长，主要线上门店收归自营后，秉持从产品本身出发的原则，不断加强与终端客户的联系，更好了解客户需求，精准提高营销效率。公司外销业务规模与销售能力也在持续提升，外销收入剔除疫情相关影响后同比 2019 年同期接近翻倍增长（剔除原子公司上海联众医疗产品有限公司之外贸业务），公司积极扩充海外销售团队，加强属地化建设，主动化销售带来海外销售结构改善，高毛利的电子产品占比、外销业务毛利率稳步提升。谢谢。

11：请问公司对消毒感控板块，包括对院外市场的推广的中长期预期如何？

答：今年国内疫情除个别地区的小规模扩散，情况已基本可控，在此常态条件下公司消毒感控板块业务相较于 2019 年同期仍实现 23% 的两年年均复合增长。目前公司消毒感控板块院内市场业务相较院外占比较大，针对院内市场，公司会依托强有力的院内销售团队，将已储备的新产品有序推向市场，预期未来公司产品在院内场景的应用会提供消毒感控业务的主要增长动力，院外的推广则主要侧重对 to b 市场，包括工业、社区、

	<p>政府单位等其他公共场所的需求开发，目前公司组建的专项团队正在逐步扩员，相应市场的拓展也会为板块增速提供助力。谢谢。</p> <p>12、未来发展中会更加侧重线上还是线下？</p> <p>答：公司没有站在其中某一个渠道的角度，而是从产品本身来看待公司的业务发展，所以我们首先是着重把产品做好，这也是公司之根本，其次是把品牌运营好。这是经过历史证明，公司业务实现快速成长的基石。谢谢。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021-10-24