

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：2022-8-24

<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> 国金证券 袁维 王启航 沈伊澄；深梧资产 王俏俏；金百镭投资 马学进；弘毅远方 鲍超；辰翔投资 郭凯文；华泰保兴 礼晨；国华兴益资管 孙如琼；信达澳银 李点典；广发基金 王颂 梁东旭；中信证券 彭国宇；和谐汇一 施跃 陈凯；博道基金 高启予；高毅资管 万明亮；光大证券 刘勇；重阳投资 方溢涵；长见资管 王海琴；中域 韩雪；西部证券 朱镭；汐泰投资 李好 林恒；礼正 陈其均；红杉资本 孔令熙；国投瑞银 吴潇 张宇初；贝莱德 秦瑶函 Carol；彬元资本 高靖寒；国华人寿 吴文博；歌汝私募 应晓立；淡水泉 高星 钱越强；远信私募 叶铮；Kontiki Capital 陈晓栋 Isabella Lin；兴业证券 嵇肖潇；瑞银 韩春晓；中信建投 王在存 李虹达 杜煜明；中信期货 魏巍；中信里昂 叶文嘉；中金医药 朱言音 崔智森；太平洋证券 谭紫媚；金科投资 张诚；卓铸投资 严乐；申万证券 张静含 陈烨远；华泰证券 孔垂岩 王殷杰；方正证券 唐爱金；中泰证券 谢木青 于佳喜；东吴证券 汪澜 向潇；华泰资管 罗丹；建信基金 马牧青；创金合信 皮劲松；西藏乘源 唐亚丹；长城财富 胡纪元；民生信托 景莹；朱雀基金 李扬；银河基金 毛泓洋；招商基金 李佳存；上银基金 杨建楠 纪晓天；新活力投资 李程；成都火星资管 樊蔚文；景顺长城 陈婧琳；发展研究中心 朱新彦 李安飞 赵靛 晏希赞；天治基金 王娟；PINPOINT ASSET 闫炳亮；POINT72 ASSOCIATES, LLC David Li；平安基金 吴雨潇；海宁拾贝投资 陈问；红土创新 李传鹏；万家基金 高源；东方证券 王佳骏 刘迎 刘中群；创金合信 李晗；东兴基金 马成骥；上海友莹格 应振洲；上海明河 张桥石；勤辰资产 钱玥；国泰基金 任一林；产业研究院 张宇；兴全基金 谢长雁 隋毅 乔迁；德邦医药 刘闯；融通基金 余思慧；海南丰岭私募 王威；银华基金 石枫；涌德瑞烜 于淼；建信基金 郑丁源；光大保德信 张翔宇；上海陆宝 杨佳丽；中海基金 解骄阳；长见投资 王海琴；上海混沌投资 张肖星；歌斐诺宝 张鑫；世诚投资 陈家琳；orbimed stella；长信基金 刘亮；永赢 </p>

	<p>基金 焦阳；喆颢资产 褚超；上海玖鹏资产 陆漫漫；NF Trinity Capital Rui Wang；上海弘尚 王若曦；江苏瑞华 陶光绪；建信养老金 谭翔宇；天风证券 王漪昆；PAG 太平洋投资 Esther Wen；大家资管 石泰华；申万宏源 黄梦婷；中银国际 李明蔚；仁桥资管 夏俊杰；深圳市惠通基金 马飞；华富基金 蔡静；涌津投资 傅逞强；南土资产 刘治国；璞远资产 童昱霏；Sequoia Capital (HK) Will Kong；中欧基金 付陶；璟恒投资 高俊海；万家基金 杨梦朝；山楂树甄琢资管 蒋凌云；铭箭投资 张健；千日红资产管理 汤璘哲；招商证券 邱捷铭；发展研究中心 罗佳荣；逐流资管 张晨；财通证券资管 王鑫园；天风证券资管 邱天；海宁拾贝投资 张剑；中欧基金 田川；金翼私募基金 杨坤奎；四川发展证券投资 辛国坤；深圳市和沣资管 肖光；上海肇万资管 李大瑞；上海东方证券资管 周云；工银瑞信基金 李乾宁；原点资管 崔尚晨；博时基金 梁起飞；上银基金 唐云 卢扬；北京宏道投资 彭子姮；工银瑞信 赵蓓；顾臻（上海）资管 沈怡雯；长信基金 陈嘉文；兴全基金 谢治宇；诺德基金 朱明睿；阳光保险 谭翔宇；领颐（上海）资管 耿云；华夏基金 孙瑜璐；中庚基金 吴承根；和沣资管 肖光；上海恬昱投资 蒋昊；人寿保险 李伟；富安达基金 朱义；同方证券 唐琪；陆宝投资 杨佳丽；诚盛投资 完永东；工银安盛资产 劳亭嘉；中庚基金 吴承根；肇万资管 李大瑞；英大保险 卫雯清；益民基金 张树声；国泰君安 马赛</p>
<p>时间</p>	<p>2022 年 8 月 24 日 17:00-18:00</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 副总经理/首席财务官 张勇 董事/董事会秘书 王瑞洁</p>
<p>交流内容及具体问答记录</p>	<p>1、公司 2022 年上半年血糖板块增速较快，增长的驱动因素主要是什么？CGM 业务目前的进展情况怎么样？</p> <p>答：今年上半年公司血糖板块实现了 35.29%的增长，并且线上、线下和海外渠道都实现了增长。线上领域，主要是公司血糖业务过去几年在产品系列化、品质稳定性、新用户拓展与老用户维护上，都有比较好的表现，因此一直保持理想的进步；线下业务中，血糖产品是公司重点突破的单品，与各大连锁、各大代理商都作为核心产品在推进合作。在 OTC 领域，血糖产品的市占率、渗透率还有比较大的空间，在目前的基数上能够实现较好的增长。海外方面，往</p>

年血糖产品收入的基数不高，伴随疫情期间公司外销开发了更多的新渠道，未来的增长空间也很大。因此，未来公司在糖尿病领域的业务开拓空间较为可观。

CGM 业务中，一方面，去年首次购进公司 CGM 产品的医院于今年上半年整体复购率在提升，且 CGM 入院的速度在加快。另一方面，未来公司新产品上市后，能够更好地应对医院招标项目。此外，院外市场对于 CGM 产品的“免校准”属性比较看重，用户的体验度与之相关度高，若明年 CT3 产品顺利上市，对公司 CGM 业务院外市场的发展会有很大的助力，谢谢。

2、请问公司目前非疫情外销业务的主要增长动力源自哪些国家或区域？

答：目前在东南亚、南美、北非等区域中，得益于近年公司在相关业务中的良好表现，与当地部分医疗机构、政府构建起极好的信任与合作关系，开发的客户数量也随之逐渐增加，一定程度加速了各业务版块产品导入、属地注册等事项的进程。随着产品注册证陆续落地、对新渠道持续开发、对海外终端业务的不断拓展以及销售与服务体系的建立和完善，公司产品市场局面顺利打开。公司始终看好海外市场前景，伴随公司外销战略以及具体措施的落地，未来相关业务将会有进一步的发展。

3、公司急救板块产品 AED 于 2022 上半年取得国内的医疗器械注册证，请问目前产品生产的转移推进情况，以及未来推出的新款型具备哪些优势？

答：2022 上半年公司已取得国内医疗器械注册证的 AED 产品，由于整体方案源于德国设计，因此在其组件供应中，为保证稳定可靠，除部分已进行了国产替代，其余仍保留原有方案。公司未来会推出的新款型 AED 系自主研发，其在产品方案设计、性能、价格、供应链保障度等方面将得到较大的提升，谢谢。

4、请问公司 2022 年上半年呼吸治疗板块业务情况以及对该产品未来业务的预期？

答：今年上半年，呼吸治疗板块业务较去年海外疫情类订单影响下的高基数有一定下滑，去除疫情扰动因素，其常规业务增长仍较为明显。内销市场中，一方面受益于公司品牌力以及当前疫情防治环境下中国家庭对呼吸氧疗重视的提升；另一方面疫情波动对行业内一些厂商的供应链、运营能力和经营情况产生了一定冲击。公司依托强大的供应链保障体系，在激烈的竞争中亦争取到了更多的市场份额。去年同期受疫情影响，雾化器业务开展受限较大，报告期

随着常规业务的复苏，雾化器产品在去年的基数上实现了近 50% 的增长。此外，呼吸机作为公司核心产品之一，由于今年上半年各地频发的区域性疫情对院内呼吸检测等相关活动与公司产品的推介有较大影响，当前形势下消费者立即购买呼吸机的意愿也有所削弱，公司呼吸机业务拓展受到一定限制，但仍实现了业务规模的正增长，相信随着人员就医以及社会经济活动趋于正常，未来业务将逐步回归正常发展势态去实现更好的业绩表现，谢谢。

5、请问推动公司消毒感控板块增速较快的主要因素有哪些？

答：上半年由于疫情原因，各界对公司消毒感控板块产品的需求确实有所增加，例如核酸检测相关的手消必须流程，动态防控下，个人对自我消毒防护需求的提升，许多因防疫而产生的手部消毒需求仍在不断延展。随着整个社会对消毒观念认知的加深，物表消毒等相关产品业务也取得良好表现。此外，公司消毒感控业务在院内外业务渠道亦在加速拓宽，相应新品的研发及推介工作也有良好进展，谢谢。

6、请问人员费用上涨的主要原因有哪些？

答：自去年下半年开始，围绕海外业务策略以及研发布局，公司加快了人员组织的搭建。过去公司海外业务员工相对较少，随着外销业务的深度布局，团队人员有所增加；公司历来重视研发投入，对重点业务线的研发团队进行了优化补强，同时，公司的创新研究院目前也增加到 40 多位员工，收购凯立特后，各相关板块进行了人员补充。因相关举措自去年下半年逐步开始，所以对去年全年的当期费用影响不多，而是在今年上半年相关费用中体现明显，截至目前公司的团队体系建设及补强已基本达到规划，短期内不会再有太多的人员费用增长，谢谢。

7、请问公司目前外销团队大概有多少员工，未来几年团队有什么扩张计划？

答：公司当前约有超百人的外销团队，海外属地化员工超过一半，未来预计整个团队将逐步优化扩容到适配外销的战略需求，相关体系建设正在有序升级中。公司将持续对重点国家落实属地化战略，开设子公司，进行销售、业务和售后服务的人员配置，以建立完善营销及服务体系；在次核心国家持续完善营销团队建设，同时保持对其他海外区域派遣销售代表，不断提升对代理商的服务，加深合作，谢谢。

	<p>8、请问海外重点国家的销售模式是什么？</p> <p>答：公司致力于在重点国家进行属地化建设，以打造“海外小鱼跃”为目标，销售模式主要包括三个方面，一是在海外医院和重点渠道积极与经销商进行合作，二是布局团队服务连锁、终端药房，三是面向海外线上渠道逐步建立公司自己的电商团队，谢谢。</p> <p>9、随着市场上多家厂商的国产 CGM 产品陆续上市，该产品在院外市场的竞争格局有何变化？未来公司免校准产品上市后的市场策略与竞争优势是怎样的？</p> <p>答：当下 CGM 院外市场尚未进入竞争势态，且市场容量暂处低位。同时，国内 CGM 院内市场的发展也仍处在从教育、试用，到复购、扩张的推进过程中，患者需经过医生等专业人员的引导，才能够在院外更顺利地接受、使用相关产品。在考虑供应、产能等方面限制，厂商一般需先在院内市场站稳脚跟。未来随着相关问题的改善与市场上新产品的陆续推出，开发院外的厂商会逐渐增加，这也意味着院外市场的整体空间会在多家厂商所共同推动的观念普及与业务扩展下而逐渐壮大。目前，公司已在自身的品牌、市场定位等方面进行了规划，也会实时关注市场动态后进行自身策略的灵活调整，在不断成长的市场中获得良好的发展与进步，谢谢。</p> <p>10、请问上半年公司线上业务的业绩如何？公司有计划对线上业务的格局进行调整吗？</p> <p>答：线上数据可以更直观地反应一段时间内消费力以及消费需求的变化，相较去年同期，公司线上业务仍实现了 20% 的增长，且在“618”活动中表现优秀，主要产品销售数据保持了翘楚地位，相信随着社会经济环境前进，零售业务也会逐渐回归生机勃勃状态，加之国内整体市场空间较大，公司对线上业务的长远发展充满信心，谢谢。</p>
<p>关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明</p>	<p>否。</p>
<p>活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可</p>	<p>无。</p>

作为附件)	
-------	--