

可孚医疗科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2023-001

投资者关系活动类别	<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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 _____ 电话会议
参与单位名称及人员姓名	东吴证券向潇；永赢基金张蕊；华夏基金周天翎；安信基金池陈森；国泰基金黄卓；高鹏基金苏波、唐日晶、王宇韬；开源证券司乐致、岑峻宇、张斯莹；国盛证券张金洋、杨芳；国金证券袁维；广发基金梁东旭；华鑫证券胡博新；中信证券陈竹、沈睦钧；南方基金王峥娇；鹏华基金李韬；怀澄投资骆婉琦；东证资管谭鹏万、江琦、谢文超、邹秉昂、马庆华等。
时间	2023-2-24 日至 2023-3-3
地点	可孚医疗会议室
上市公司接待人员姓名	董事/副总裁/董秘薛小桥，投资者关系经理罗晓旭
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、2022 年受疫情影响情况如何？</p> <p>答：2022 年，新冠病毒反复扰动，国内医疗器械消费需求快速变化，公司拥有丰富的产品管线，具有抵抗市场波动的优势。一方面，受疫情影响，防疫类产品的市场需求急剧变化，公司供应链管理、生产管理和市场推广等难度增加，同时疫情对非防疫产品的销售、听力业务拓展和经营造成一定影响；另一方面，疫情对公司制氧机、血氧仪等自主生产能力提升等有正面影响。同时借此机会，公司新拓展部分连锁药房渠道，品牌影响力和市场占有率进一步提升。</p> <p>2、公司线上渠道的核心竞争力如何维持？</p> <p>答：作为行业内首批布局电商渠道的企业，公司已在线上渠道深耕多年，无论是在销售布局、产品投放或是渠道建设等方面都有丰富的运营经验。目前公司电商团队已超 600 人，主要由公司内部培养，具有较强的归属感和认同感，团队作战能力强。公司线上自营店铺 80 余家，均由公司的电商团队统筹运营，包括店铺页面设计、商品管理、商品页详情制作及上传、活动策划、活动执行、</p>

流量拓展、渠道建设、客户服务、订单发货、退换货处理、消费者投诉处理等，基于公司良好的运营能力和售前、售后及仓储物流服务能力，能够快速响应市场需求，更好地把握市场机会。

公司与天猫、京东、拼多多、唯品会等主流电商平台都保持着长期稳定的合作，除自营门店外，探索直发和平台入仓等合作模式，持续开展更深入合作。近年来，公司还大力培育抖音、快手等社交电商，盒马鲜生、饿了么、美团等社区电商，以及药师帮、1 药城、药京采等医药电商平台，完成渠道的多元化布局，占据主流线上流量入口，深度覆盖线上消费者。

近年来，随着公司研发和生产能力的快速提升，公司品牌影响力、产品质量和专业化运营能力获得平台和客户的高度认可，多品类市场排名行业领先。

3、公司抖音、快手等渠道布局情况？

答：公司是快手、抖音首批邀约入驻的医疗器械企业，主要通过自播团队、外部主播和短视频等新媒体营销方式，推广公司品牌及产品。随着平台开放更多医疗器械品类，公司店铺也陆续上架更多产品。经过近 2 年时间运营，公司在抖音、快手平台已拥有一定粉丝基础，销售规模也快速提升。

4、公司线下渠道的增长动力有哪些？

答：公司聚焦核心客户，持续提升对连锁药房的维护和服务能力。公司以丰富的产品品类及全流程的服务为支撑，向连锁药房提供一揽子解决方案和定制化产品方案等。公司在 14 个省份设立销售子公司，实现本地化服务核心客户，大大提升沟通效率，并在部分药店内设销售人员，提升产品动销率等。

同时公司借助创业板上市契机，通过学术会议、行业展会等多维度加强品牌和渠道建设，积极开发新客户，不断提升线下渠道覆盖率和终端品牌影响力，促进业绩持续稳步增长。

5、公司新生产基地的投产情况？

答：目前长沙和湘阴生产基地的第一期已经陆续投产，2022 年实现 10 万平方米以上新建厂房投产。血糖、尿酸、IVD 产品、制氧机、血氧仪、透明质酸钠敷贴、鼻腔喷雾等产品陆续实现自产以及产能爬坡。同时，公司引进自动化、智能化生产线，助力产品品质、生产效率和反应速度的快速提升。

6、公司未来增长潜力较大的品类有哪些？

答：在消费复苏的大背景下，公司康复辅具板块的轮椅、护理床、助听器、助行器、矫姿带等产品有望恢复增长；随着公众健康意识不断增强，呼吸支持板块的呼吸机、制氧机、雾化器、鼻腔护理等产品渗透率有望进一步提升，同时，该板块在 2023 年将推出多款迭代新品，促进品牌价值和销售规模的增长。

	<p>目前公司已有数十个单品线上销售排名领先，公司计划通过聚焦核心单品，提升品牌影响力，带动销售规模稳健增长。</p> <p>7、健耳听力拓展情况，以及未来拓展计划？</p> <p>答：目前健耳听力助听器验配中心已签约 499 家，已开业 440 家。2022 年，受疫情影响，验配中心拓展速度放缓，今年公司将聚焦现有城市高密度布局，提高区域市场占有率，未来公司将健耳听力打造成国内规模和服务能力领先的听力连锁企业的远期规划目标不变。</p> <p>8、健耳听力是否考虑加盟？</p> <p>答：目前健耳听力助听器验配中心均为直营，可为客户提供更好的产品和更专业的服务，建立较强的区域性品牌影响力，维护品牌价值。</p>
附件清单（如有）	无