

可孚医疗科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2023-005

<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 checked="" type="checkbox"/>现场参观 <input checked="" type="checkbox"/>其他 _____ 电话会议 _____</p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>西部证券陆伏威、陈嘉烨、滕晗屹；华安基金刘潇、于嘉轩；招商基金贾仁栋；兴业证券黄翰漾；平安养老陶歆蔚、金立</p>
<p>时间</p>	<p>2023-5-23 至 2023-5-26</p>
<p>地点</p>	<p>可孚医疗会议室</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>董事/副总裁/董事会秘书薛小桥；投资者关系经理罗晓旭</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p>1、今年线上线下渠道如何进行战略布局？ 答：今年整体市场环境更加平稳，公司可以更好地预测市场变化趋势，制定市场策略和产品规划。 线上渠道方面，公司凭借高品质产品、全覆盖产品线，以及专业的运营团队和丰富的运营经验，与主流电商平台保持着长期稳定的合作，多品类产品销量行业领先。今年，公司将聚焦头部店铺和核心单品，有计划进行销售费用投放，不断优化产品结构，提升细分类目产品的竞争优势。同时公司也将不断培育社交电商、社区电商以及 B2B 医药电商平台业务，完成渠道的多元化布局，根据平台的特点进行业务的深入合作，加强精细化运营，保持行业优势地位。 线下渠道方面，公司依托人员充足、经验丰富的营销团队，在全国范围形成多层级、广覆盖、高效率的营销网络体系，实现本地化服务核心客户，以丰富的产品品类及全流程的服务为支撑，与连锁药房形成深度业务合作。今年，公司将聚焦核心客户、核心区域和核心产品，推进与百强连锁药房和区域龙头连锁药房的合作，通过为客户提供定制化产品和一揽子解决方案，形成更深层次合作，帮助客户实现收入和利润增长，从而推动公司线下收入增长。</p> <p>2、公司制定自主生产战略的原因什么？ 答：公司早期以代理国内外知名品牌的医疗器械产品为主，随着业务规模</p>

快速扩大，成为国内领先的个人医疗器械销售公司。基于公司良好的市场布局以及多年的资源积累，2009年创立了自有品牌“可孚”，并开始逐步加大研发和生产投入，产品品牌影响力不断提升。

基于自有渠道快速反馈的市场数据，公司能够深度挖掘及精准匹配用户需求，更具针对性地进行产品策划、性能设计、品牌定价与推广，实现产品的不断迭代升级以及创新产品储备。近年来，公司迭代推出了分子筛制氧机、智能电动轮椅、电动护理床、血糖尿酸一体机、血压计、红外体温计、雾化器等多款高品质畅销产品，并在部分细分领域具有较高的市场占有率。

2022年公司自产比例达到51%以上，随着自产品类和产能的不断提升，公司不断进行产品创新、技术创新、产品品质提升和生产设备改造，有效降低生产成本，提升公司综合竞争力。

3、公司两个生产基地投产情况，主要自产品类有哪些？

答：长沙和湘阴两个新生产基地一期项目已全部完工并陆续投入运营，公司将原来分散的生产线集中到新生产基地，并开展生产线的自动化升级和改造，提升生产的自动化和信息化水平。

长沙生产基地主要开展健康监测类、呼吸支持类产品生产，湘阴生产基地主要开展康复辅具类、医疗护理类产品生产。公司已基本实现核心品类的自产，今年将加强生产计划管理，有序增加新产品品类的投产，提升现有生产线的产能利用效率以及产品性能和质量，控制生产成本，保持良好的盈利能力。

4、公司研发方向，如何进行新品立项？

答：公司高度重视研发创新，持续加大研发投入，建立了以自主研发为主，以产学研合作为补充的研发体系。目前公司拥有300余名研发人员，设立了医疗电子与听力医学、生物传感与创新材料、智能机电与康复医学、呼吸支持等研究院，产品研发主要分为两类，一是围绕健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理等现有重点产品的迭代升级；二是开展前沿技术的创新研发。

公司非常重视市场需求对于研发工作的重要作用，在研发初期即坚持以市场为导向的研发策略，在研发立项过程中进行认真深入的市场调研，更具针对性地进行产品策划、产品外观、性能设计、品牌定价与推广等，实现研发成果快速转化。除此之外，公司也会根据国际市场趋势，主动进行新产品和新技术的研发积累，为公司发展持续赋能。

5、助听器行业市场前景，公司如何进入这一行业？

答：在人口老龄化与听损人群数量增长的背景下，我国助听器需求稳步增长，市场规模提升较快。对比欧美等发达国家，我国助听器产品渗透率一直比

	<p>较低，主要是因为消费观念、消费能力，以及目前中国助听器验配门店覆盖率较低等原因。随着我国经济的发展、居民收入水平的提高，以及 60 后人群跨入老年人行列，他们的消费能力和对生活品质要求越来越高，未来我国助听器市场发展空间十分广阔。</p> <p>2011 年公司成立了首家专业听力验配中心，随后陆续设立多个听力验配中心。2018 年公司成立了全资子公司湖南健耳听力助听器有限公司，将健耳听力作为单独品牌运营。基于对助听器市场未来发展前景的看好，公司加快全国听力验配中心拓展计划。</p> <p>6、健耳听力目前拓展情况以及今年拓展目标？</p> <p>答：截至目前，听力验配中心数量已超 500 家。公司将把握市场快速发展机遇，结合门店运营和验配师储备情况，重点围绕已经具备一定业务基础的省份拓展新门店，保持门店数量稳步提升。同时公司将通过拓展和并购相结合的方式，计划新开发 1-2 个省份市场，将尽可能加快听力验配中心的拓展速度。</p>
附件清单（如有）	无