

## 广东乐心医疗电子股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2023-002

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员	<p>交银施罗德基金、东方红资产管理、信达澳亚基金、中信保诚基金、银河基金、泰康资管、天弘基金、建信基金、太平基金、南方基金、安信基金、明达资管、上海证券、天风证券、嘉实基金、东方睿信基金、工银瑞信基金、方正富邦基金、润盈达投资、工银国际控股、一诺致远基金、和谐汇一资管、鸿运私募基金、昊泽致远投资、博道基金、上海光大资管、鑫元基金、上海理成资管、青骊投资、国新国证基金、中信资管、深圳春秋资本、深圳自觉资本、荣源鼎丰资管、高盛基业资产、前海金鉴资管、安信证券、中金财富等机构。</p>
时间	2023年08月16日（星期三）-2023年08月28日（星期一）
地点	线上会议、线下公司会议室等地点
上市公司接待人员姓名	董事、副总经理及董事会秘书：钟玲女士
投资者关系 活动主要内容介绍	<p>近日路演活动以及特定对象调研采用线上、线下的方式进行，主要就以下内容进行交流：</p> <p><b>一、对公司 2023 年半年度经营情况进行简要介绍</b></p> <p>2023 年上半年，公司坚定“医疗级远程健康监测设备及服务提供商”的战略实施和变革，积极推进年度经营目标及规划落地。报告期内，公司实现营业收入 38,464.27 万元，同比下降 28.91%，公司实现归属于母公司股东的</p>

扣除非经常性损益的净利润为 782.46 万元，同比增长 1,208.42%，其中，第二季度公司实现营业收入为 22,203.73 万元，环比增长 36.55%，实现归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 2,054.26 万元，环比增长 261.52%。

1、建设海外本土化销售和服务团队，以客户为中心，在坚守自己地盘的同时去“攻城掠地”，积极开拓中东、东南亚等新兴市场，持续拓展大健康行业头部大客户、终端客户等多元销售渠道。

2、围绕战略定位，进一步优化公司业务结构，对部分低毛利、重资产投入项目实施策略性调整，积极布局具备高增长潜力的远程健康监测领域，加快新市场需求开拓进度，提高市场占有率；

3、持续深耕医疗级产品及服务领域，保持在远程医疗、家用医疗、基层医疗、慢病管理等领域的技术和产品创新的投入，专注产品力的提升，丰富医疗产品矩阵和优化产品结构，进一步提高公司竞争壁垒；

4、对内坚定推行经营责任制，持续提升公司的敏捷型管理组织和高效治理，在优化客户结构的同时，着力深化降本增效举措，重塑供应链管理，构建产销研一体化的全链路管理，持续改善成本结构，有效降低采购成本并提高存货周转率，期间费用有所下降，提升整体运营效率及经营质量，提高抗风险能力，综合毛利率较去年同期提升了 5.35 个百分点。

总体来说，报告期内公司通过开源、提效、降本等主动措施推动公司实现有质量的增长，上半年整体经营改善取得阶段性成果。

## 二、问答交流环节

**1、公司发布了 2023 年股权激励计划，今年目标是净利润 3000 万，公司如何实现该目标？**

回复：公司深耕医疗健康二十余年，在健康管理监测领域，公司已具备“硬件+传感+算法+大数据+AI+云计算+服务”的全链条能力矩阵，构建了行业差异化竞争力。围绕“医疗级远程健康监测设备及服务提供商”的战略实施和变革，公司将采取主动性策略推进年度经营目标及规划落地：一、销售

策略：目前公司在海内外分别组建了营销团队，实现营销团队本土化，主动营销“走出去”，积极拓展全球业务。持续挖掘原有客户需求，提高现有客户销售占比；在深耕欧美国家市场基础上进军中东非、东南亚等新兴市场。二、产品策略：公司将聚焦产品规划扩充医疗产品线，扩大公司的医疗设备覆盖面，加快医疗级新品推出速度；目前 4G 血糖仪已完成 FDA 注册认证并在三季度开始向海外客户供货，OTC 助听器自有品牌产品“LINNER NOVA”系列也已在海外上市，目前国内正在 NMPA 审核受理阶段；下半年公司也将持续推出新品。三、品牌策略：下半年公司将根据公司各业务模块有针对性的加大品牌传播和识别度，例如：国内市场自有品牌“Lifesense”；海外 JDM/ODM 业务板块“Transtek”；海外 RPM 远程健康板块“MIO”；OTC 助听器“LINNER”等。四、持续优化业务结构：公司将加大对高增长潜力的 RPM 业务板块的资源投入，提高公司利润率。五、对内公司将在降本增效的总原则下，引入核心人才优化公司流程机制，实现人均产出及效能双重提升；重视前端技术的开发储备，推进产品标准化与器件通用化，在供应链优化的基础上降低物料成本并提升研发效率，进一步提升本公司的盈利能力。

## 2、公司目前在研的新产品进展如何？是否具有 AI 属性？

**回复：**公司持续扩充公司医疗产品矩阵，今年公司推出的首款 4G 血糖仪 TeleBGM2282-G 已通过美国 FDA 注册认证，并已纳入 SIGIS 合格产品列表，消费者可直接使用 FSA/HAS/HRA 支付卡购买并报销产品，新品类快速上市将进一步加快公司海外血糖市场的开拓。

公司声学板块亦推出全新产品-- LINNER NOVA 助听器，该款助听器产品是听力技术深度研发的创新型产品，旨在为轻度至中重度听力损失的群体提供前所未有的听觉体验。相较于传统助听器，该款产品融合了家庭自适应测试的便捷性、医用级的抗菌耳塞以及颠覆性的 UV 杀菌灯技术，其无线适配器将电视声音无缝传输，在声音增强、反馈抑制及噪声降低等方面的核心技术确保了用户在不同环境中都能得到清晰、高质量的听觉体验。目前 LINNER NOVA 助听器国内医疗器械注册证申请已获广东药监局受理。

公司 OTC 助听器新品规划将结合了 AI 技术以实现 AI 远程适配功能，

下半年也将推出 LINNER NOVA 旗舰款产品，该产品将搭载 MEMS speaker 在保持高质量音色细节的同时，提升助听器的识音功能。公司将围绕远程健康监测领域，进一步丰富医疗产品矩阵，持续推出新品，请大家持续关注。

### **3、在目前国际形势下，公司如何保持海外业务的确定性和可持续性？**

**回复：**公司深耕智能健康领域超二十年，具备服务全球高端客户的健康 IoT 实力，目前公司已与众多海外知名健康 IoT 行业巨头建立了长期稳定的合作关系，如伟伦、WITHINGS、博朗、飞利浦等。凭借多年在智能健康硬件、大数据、物联网、互联网及深耕健康行业的经验积累，公司具备较强的行业竞争优势，以保证海外业务的确定性及可持续性。

#### **(1) “硬件+传感+算法+大数据+AI+云计算+服务”的全链条能力矩阵，构建差异化竞争力**

公司长期坚持以研发创新为主导，目前已具备自主的工业设计、硬件研发、软件操作系统、AI 算法、生物传感技术、通信技术和云端大数据等多学科融合的研发能力，已掌握健康 IoT 及数字健康服务领域全链条的研发服务能力，为公司实现中长期战略目标奠定了坚实的基础。

#### **(2) 公司拥有健康 IoT 领域多维度体征监测产品线**

公司围绕远程健康管理战略方向，经过长期的行业经验积累和持续的研发创新，现拥有品类丰富、覆盖面广的健康 IoT 领域产品线。目前主要产品包括智能血压计、脂肪测量仪、智能血糖仪、医疗级智能可穿戴运动手环手表、医疗级健康手表、心电监测设备、助听器等多个品类，公司完整的产品系列可以满足多个行业、不同领域细分客户的产品组合需求。

#### **(3) 持续强化技术研发与产品创新能力**

公司坚持以技术创新作为公司长期经营发展的核心战略，高度重视产品创新研发，始终坚持以市场为导向、创新为原则、用户需求为核心，紧密捕捉市场需求并快速响应。公司拥有一支多学科、多层次、结构合理的研发团队，除了中山总部的研发中心外，公司在深圳、上海等多地均设有研发中心，拥有行业领先的硬软件及服务的设计及研发实力。

目前公司已具备在预研、产品定义、研发、生产的全链条过程中，软件、硬件、结构、测试等方面的全自研能力。例如在硬件研发方面，公司已覆盖产品定义、设计、生产、制造全流程，在核心部件（传感器、气泵、传感器光路设计等）和算法上均实现自研自产，在生物信号传感等方面的创新能力亦不断增强，掌握了多 PD 光机结构、多光谱光学结构、传感器 Fresnel 纹路设计及仿真、光机皮肤模型设计及仿真、高性能多参数生理传感器、跨平台多生理参数信号仿真、医疗级生理传感器设计等关键技术，在硬件领域已经实现结构、电子、软件、算法、ID 相互融合，能够满足从产品立项到产品量产全链条的支持和开发，设计开发能力越趋完善，设计的产品已经完全符合医疗类产品的认证和法规要求，同时基于 4G 通信产品的开发，面向全球推出了更多的具有远程医疗监测类产品，形成了公司特有的产品研发优势，使公司在智能健康硬件领域具备产品深度研发、技术深度优化能力。

此外，公司多年的产品量产经验，也积累了丰富的外设资源和可靠性验证标准，目前所有在研和预研产品均可以直接运用公司级别的可用外设列表与验证标准，加速了量产验证的过程，实现项目快速落地。

#### **(4) 医疗级高标准的产品质量优势**

健康 IoT 与医疗健康的联系日益紧密，结合公司全系列产品致力于向医疗级方向的发展战略，公司获得医疗器械质量体系认证的生产资质所具备的价值将会愈发突显。

公司主营产品目前已获得全球主流国家医疗器械认证，如中国 NMPA 认证、美国 FDA 注册、欧盟 CE 认证、加拿大 HC 注册、英国 MHRA 注册、澳大利亚 TGA 注册、日本《指定外国制造事业者指定书》、MDSAP 五国体系认证、韩国 KGMP 认证，能满足国内外不同市场的法规要求。公司凭借医疗级生产制造能力及突出的产品质量控制优势，长期与国内外优质高端品牌企业合作，产品出口至欧美、亚洲等地区的多个国家，公司的质量控制体系及产品质量已达到国际先进水平。

#### **(5) 成熟稳定的海外客户资源渠道为海外市场开拓提供条件**

公司已海外市场深耕二十余年，与众多海外知名健康 IoT 行业巨头建立了长期稳定的合作关系，部分头部品牌客户与公司合作超过十年以上，具有长期的合作高度信任基础。数十年深耕乐心品牌“Transtek”、“Mio”等在海外健康 IoT 市场拥有较高的知名度、市场认可度，且拥有良好的市场信誉，为公司拓展海外新市场、新客户打下了良好的基础。

另，乐心在慢病管理和远程健康监测领域已研究多年，基于前期经验积累，对客户需求和患者场景有深入了解，在进军海外远程健康监测细分客户群体的时候，公司能够与客户针对远程健康监测领域，共同研发适应家用场景的软硬相结合的管理服务，为建立有效客户关系，持续增加客户粘性提供有力支持。

#### **4、公司的商业模式是怎样？**

**回复：**（1）健康 IoT 业务：目前公司拥有健康 IoT 领域的多维度体征监测产品线，旗下医疗健康产品包括智能电子血压计、电子健康秤、智能血糖仪、脂肪测量仪、心贴；智能可穿戴产品包括手环、智能手表等。公司智能健康硬件业务拥有独立、完整、适合自身发展的原材料采购、产品创新研发、产品制造、市场营销和用户运营体系，形成了自身的盈利模式。以市场需求为导向，不断研发和推出新产品、新应用，不断丰富健康管理服务内容，不断拓展公司业务领域。

#### **（2）远程健康管理解决方案（健康 IoT+数字健康服务模式）**

凭借公司多年技术沉淀，持续深挖行业客户对健康管理的核心应用场景，深凿数字化健康管理工具基础，围绕客户行业严重缺失“管理工具+运营工具+提效工具”的核心痛点，公司逐步推进战略业务升级，加快布局数字健康服务领域，面向行业客户推出“**健康 IoT+数字健康服务**”的数字化健康管理解决方案，目前已覆盖保险、体检、慢病管理、功能性营养食品等多个细分行业。





(图 2: 公司远程健康管理解决方案)

远程健康管理业务目前已经逐步开拓美国市场客户，主要是为海外头部远程健康监测服务机构提供多维的医疗级健康监测设备及设备管理服务平

台；

(3) 新业务模式探索：心脏健康管理业务是公司远程健康管理布局的创新拓展，公司联合顶尖专业医疗机构共研心脏康复管理方案，通过远程心电监测诊断服务平台，为心血管疾病患者提供早期筛查及手术后的院外预后管理。医生可随时通过服务平台知晓患者预后状态，动态掌握其术后恢复情况，为患者提供在线动态/静态心电图等报告解读及在线咨询等服务，提供有针对性康复行为干预指导，实现高效管理。患者可通过专业医疗级智能健康管理设备进行实时多维健康情况监测，依托医生的随访建议，实现居家自主健康管理。

目前公司已在远程心电监测、社区慢病管理开始逐步落地，并持续对多维体征监测硬件和软件多渠道的应用场景的探索，近两年该部分业务对公司收入和利润贡献较小，但公司坚信其对于公司未来新的利润增长点的产生具有重要意义。

### 5、如何利用公司积累的用户健康数据构建公司的健康服务壁垒？

**回复：**公司通过前期的沉淀有已积累了大量多维健康数据，这些数据对于公司实现在慢病管理领域新业务落地具有实践意义。乐心数字化健康管理解决方案采用“**健康 IoT+数字健康服务**”的业务模式，基于数字疗法 3D 模型（硬件-Device、数据-Data、决策-Decision），通过多维度智能健康硬件可采集 120 种以上的健康数据并具备持续监测能力，与多家专业机构和医学专家联合共研多个健康评估模型及医疗决策方案库，将健康数据形成用户个性健康风险画像（80 项以上的健康风险标签），并为用户自动生成个性化干预方

案，形成了“乐心 AI 健康大脑、大数据平台、智能诊断平台、解决方案研发平台、智能干预平台”等多维度、全链路的数字化健康管理能力。推动数字化赋能健康管理行业转型，进一步完善乐心医疗远程健康管理领域生态闭环，迎接远程健康管理的数字化经济时代到来。

#### **6、公司对国内和海外市场的展望及市场比重预期是什么？国内外的营销渠道布局是怎样？**

**回复：**根据公司经营规划，国内海外市场将采取不同的经营策略。海外市场仍将是公司重点开拓的市场领域，公司将采取积极的销售策略，搭建本土化海外市场销售团队，持续深挖现有客户深度需求。与此同时，加大力度“攻城略地”，拓展中东非、东南亚等新兴市场，加速拓展海外市场覆盖面，着力开拓海外头部健康品牌渠道客户及终端大客户，持续优化海外客户结构。与此同时，加快新产品上市速度，持续挖掘客户潜在需求，提供多维软硬一体的解决方案，增加客户粘性。运作海外品牌，增加公司在海外市场的曝光度及品牌声量，加快海外市场开拓节奏。

国内市场公司将持续挖掘优质行业大客户，持续探索与国内 B 端大客户的新模式。与此同时，轻量化运作国内自有品牌，并重建线上销售渠道，保证轻量化运作的前提加快国内新品上新频次，激活老客户，引入新需求。

#### **7、公司股权激励方案推出的考虑是什么？**

**回复：**目标导向管理层彰显信心。公司本次激励计划主要面向经营管理层及核心员工，向激励对象授予 350 万股限制性股票，本次股权激励考核年度为 2023 年、2024 年两个会计年度，归属系数均为 50%。股权激励计划业绩考核预设目标值为 2023 年、2024 年净利润分别达到人民币 3000 万元、5000 万元。本次股权激励有效地激发了经营管理层及核心骨干员工的凝聚力和战斗力，有效地将股东、公司和核心团队三方利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展，确保公司发展战略和经营目标的实现，此次业绩目标的制定也体现出管理层对公司未来发展的坚定看好。

#### **8、医疗反腐对公司产生影响吗？对慢病管理、远程健康监测的看法如**



何？

**回复：**医疗反腐对公司现有业务开展无影响。

乐心目前大部分业务在海外，且大多为行业品牌头部客户，在大环境不好的情况下，传统消费降级，但是随着人口老龄化和慢病年轻化，医疗健康需求尤其是慢病管理需求同步大幅增加，刺激市场对具有远程医疗功能的家用远程医疗产品的需求增加，便携式远程健康管理医疗设备（如血压计、脂肪测量仪、血糖仪、疾病监控系统等）、医疗级智能可穿戴产品将进入越来越多的家庭。随着国家政策支持、各阶段人群的健康意识加强以及人民支付能力提升，未来远程健康监测及慢病管理领域空间将极为广阔。

在国家反腐的大环境下，频发利好政策助力慢病防控，有助于公司数字化慢病管理新模式落地。面对慢性疾病普遍化、年轻化的发展趋势，近年来我国已将慢病防控提升到了国家战略高度，并全面实施慢性病综合防治战略。公司发挥自身研发优势，通过整合医疗级智能设备、互联网软件技术、远程医疗服务，为基层医疗机构提供“硬件+软件+服务”于一体的数字化慢病管理解决方案。

报告期内，公司在广东中山、云南安宁等全国多地联合基层医疗机构推行“智慧血压管理”数字化慢病管理新模式，以智能硬件、互联网软件、远程医疗服务赋能广大基层医生，助力基层医院医生对辖区大规模慢病居民开展远程、长期、持续、有效的慢病管理，解决了基层慢病管理中常见的“不知道患者日常数据、没办法针对性干预、难以提升患者依从性”的难题，极大提升慢病管理效果和医生工作效率。“智慧血压管理”数字化慢病管理新模式获得了居民患者、基层医生/医院、学术专家以及各地政府主管部门的高度认同。

**9、公司现金流未来使用规划如何？在研发费用率、销售费用率以及管理费用率方面将如何把控？**

**回复：**公司未来在积极开源的同时还会进一步进行成本管控，提升内部管理效率，以促进经营现金流的持续改善。研发费用率和管理费用率的管控主要依托规模效应，未来公司继续推进全面预算管理体系，做好费用管控，

	<p>控制预算制定使用的严格性及合理性，从人均销售额、人均产值、万元人工成本等视角出发，不断提升人效，实现企业规模效应最大化。同时也会更加注重研发投入的商业转化率，加强对研发投入、产出的管控。销售费用依托企业产品力，公司将不断提升产品力，加强客户粘性，助力市场拓展同时提升客户生命周期价值，提升公司整体收入规模降低销售费用率。</p> <p><b>10、“一带一路”市场机会如何？公司将如何把握和开拓？</b></p> <p><b>回复：</b>“一带一路”政策为国内企业开拓新市场提供了更多的机会，未来公司会通过多方资源开发市场。“一带一路”沿线各国等新兴经济体对医疗需求增加，目前公司已与俄罗斯、阿联酋等地区的行业优质公司达成合作，未来公司将加快拓宽全球影响渠道的节奏，积极持续开展新业务。总的来说，“一带一路”政策对于公司业务开拓有正向影响，有助于公司业务规模拓展和全球业务布局。</p> <p><b>11、对公司的重大变化和未来展望的总结。</b></p> <p><b>回复：</b>在 2023 年，公司实施了重大变革，聚焦战略定位，持续丰富医疗产品，加强市场营销策略尤其是海外销售团队的本土化和积极扩展新区域客户。同时，乐心品牌将在国内外各大业务板块持续推广。对外，公司以客户为中心，在坚守自己地盘的同时去“攻城掠地”，积极开拓新兴市场、拓展多元销售渠道；对内，公司重点优化生产环节的管理、结构优化、降本增效、研发效率、标准化以及通用化的改善，持续提升公司的敏捷型管理组织和高效治理（降本增效）。未来，公司期望通过内外部的改革，提升公司收入表现和盈利能力，展现乐心的新面貌。</p> <p>注：交流过程中，公司与投资者进行了充分的交流与沟通，并严格按照有关制度规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。</p>
附件清单	无
日期	2023 年 08 月 28 日