

## 蓝帆医疗股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：202306

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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（电话会议）												
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	参与公司 2022 年度网上业绩说明会的投资者												
<b>时间</b>	2023 年 5 月 24 日 15:00-17:00												
<b>地点</b>	“看财经”平台 ( <a href="https://apphope6rv09034.h5.xiaoeknow.com/v2/course/alive/1_64648af7e4b0f2aa7deb9de2">https://apphope6rv09034.h5.xiaoeknow.com/v2/course/alive/1_64648af7e4b0f2aa7deb9de2</a> )												
<b>上市公司接待人员姓名</b>	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 60%;">董事长</td> <td>刘文静女士</td> </tr> <tr> <td>董事、总裁</td> <td>钟舒乔先生</td> </tr> <tr> <td>董事</td> <td>于苏华先生</td> </tr> <tr> <td>独立董事</td> <td>刘胜军先生</td> </tr> <tr> <td>副总裁、首席财务官</td> <td>崔运涛先生</td> </tr> <tr> <td>副总裁、董事会秘书、首席法务官</td> <td>黄婕女士</td> </tr> </table>	董事长	刘文静女士	董事、总裁	钟舒乔先生	董事	于苏华先生	独立董事	刘胜军先生	副总裁、首席财务官	崔运涛先生	副总裁、董事会秘书、首席法务官	黄婕女士
董事长	刘文静女士												
董事、总裁	钟舒乔先生												
董事	于苏华先生												
独立董事	刘胜军先生												
副总裁、首席财务官	崔运涛先生												
副总裁、董事会秘书、首席法务官	黄婕女士												
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	<p><b>一、黄婕女士致辞</b></p> <p>首先，非常荣幸大家能于百忙之中参加蓝帆医疗 2022 年度业绩说明会。我代表蓝帆医疗，向今天参加说明会的各位投资者、分析师和媒体朋友表示热烈的欢迎，向一直以来关心和支持公司的各界朋友致以衷心的感谢和诚挚的问候！</p> <p>2022 年是蓝帆医疗穿越“至暗时刻”的一年。在过去五年间，公司经历了最困难的时刻。2018 年，我们对柏盛国际进行了收购，实现了结构性的腾空跳跃，然而在这种“腾空跳跃”尚未完全布好</p>												

局、稳住阵脚的时候，公司的冠脉支架业务受到国家集采大幅降价以及全球公共卫生事件减少择期手术的影响，遭遇了“地动山摇般的冲击”。业绩下滑，商誉减值，可以说是公司历史上的至暗时刻。面对困难和挑战，公司坚定不移地开展创新研发，从 2018 年至今，蓝帆医疗已经在研发和创新方面投入近 20 亿元。面对国家集采，我们顺应大势，积极响应国家医保改革。在正确战略的指引下，我们逐步迎来了转机，在 2022 年的第二轮集采续约中，国家医保局等相关部门根据行业情况进行调整，集采产品价格有了一定幅度上涨。

此外，随着创新产品逐步走完研发期，公司开始收获果实，新产品逐步上市并开始放量，多款产品在全球范围获批，更多产品即将获批上市。

手套行业虽然在公共卫生事件初期经历需求激增和价格快速上涨，但伴随公共卫生事件结束，过剩产能形成，价格大幅下调，进入行业周期底部。从 2023 年开始，产能和渠道库存逐步出清，全行业正在经历较为明显的边际变化，行业周期回暖预期逐步明确，我们预计手套行业将重回健康发展轨道，公司作为行业龙头企业，也将充分获益。

总而言之，进入 2023 年，公司正逐步“穿越至暗时刻”，静候黎明到来，敬请大家拭目以待！

## 二、崔运涛先生介绍公司 2022 年度生产经营情况

### （一）2022 年度公司整体业绩概况

2022 年是公司穿越至暗时刻的一年，2022 年公共卫生事件结束，营收下滑但仍高于事件前。即便在最困难的时刻，公司持续深耕研发，2022 年研发投入 3.99 亿元，研发费用 3.52 亿元，从 2018 年收购完成至今，累计投入研发近 20 亿。同时，对同心医疗的核算重分类到其他非流动金融资产确认投资收益 2.7 亿元，考虑税后贡献利润约 2.3 亿元，公司对高端医疗器械产业的布局已收获成果。2022 年实现经营活动产生的现金流量净额为 4.94 亿元，给公司带

来了宝贵的经营性现金流，给公司的成长和发展注入了必要的血液。

## （二）2023 年 Q1 公司整体业绩概况

2023 年第一季度公司业绩迎来了拐点，实现营业收入 10.94 亿元，其中心脑血管事业部营收达到 2.65 亿元。合并单季归母净亏损到达缩窄拐点，从 2022 年 Q4 的亏损 2.28 亿元缩窄至亏损 7,730 万元，环比收窄幅度为 66%；合并单季扣非净利润从 2022 年 Q4 的亏损 2.45 亿元缩窄至亏损 1.69 亿元，环比收窄幅度为 31%，单季研发费用为 7,133 万元。

## （三）心脑血管事业部业绩概况

2022 年，公司心脑血管事业部反转趋势明显，2022 年剔除汇率影响营收增速超 13%。同时，心脑血管事业部营收占总营收比重不断提升，2021 年与 2022 年心脑业务营收占比分别为 8.75% 和 15.59%，2023 年 Q1 心脑营收占总营收比例为 24%。

### 1、亏损大幅收窄

2022 年度心脑事业部亏损 8,208.17 万元，较 2021 年度的亏损 73,664.94 万元，亏损幅度同比收窄 88.86%；2023 年 Q1，心脑血管事业部第一季度亏损 3,246.23 万元，相较去年同期亏损金额（9,636.98 万元）大幅收窄，收窄幅度达到 66%。

### 2、持续进行研发投入

2022 年，心脑事业部研发费用超过 2.3 亿元；2023 年 Q1，心脑事业部研发费用超过 4,700 万元。

### 3、毛利率保持平稳

2022 年，毛利率增长至 58.56%，与 2021 年相比小幅上涨；2023 年 Q1，毛利率进一步提升至超过 60%。

### 4、创新产品贡献收益

BioFreedom® 支架在中国等新进入的市场快速放量；BA9™ DCB 中标“3+N”10 省联盟带量采购，中标价格 5,977 元；Allegra™ TAVR 系统 2022 年实现营收 6,000 万元人民币，较上年同期增长 75%（如果剔除欧元汇率持续走跌的因素，增长幅度更大），销量

较上年同期则实现近 100% 的增长，已在 18 个国家实现销售。

#### （四）防护事业部业绩概况

目前手套行业处于磨底期，2022 年防护事业部实现营收 37.87 亿元，2023 年第一季度较 2022 年第四季度已呈现亏损收窄形势。2022 年度防护事业部实现经营性现金流 6 亿元，公司有选择地进行生产，标准之一就是生产是否能给公司带来正向的现金流，绝不采取过于激进的价格策略。

2022 年度销售防护产品手套 329.53 亿支，较去年同期销量增加 26.15%，公司一次性丁腈手套的出口市场份额由 2021 年度的 13.06% 迅速提升至 2022 年度的 20.85%，升至全国第二，一次性 PVC 手套出口市场份额 20.70%、稳居中国和全球第一。同时，公司积极推动丁腈全麻、钻石纹、长袖及新颜色产品的上线及接单工作，一次性乳胶手套国内市场销量同比增长超过 240%，成功推动外科手套从产品注册到销售的落地。

#### （五）护理事业部业绩概况

2022 年实现营收 2.84 亿元，相比去年同期增长 7.81%，营收占比提升至 5.79%。2022 年国内业务超过 100% 增长，贡献营收超过 4,900 万元，国内市场对客户满意程度全链条提升，欧洲业务增长超过 10%。护理事业部盈利能力不断提升，2022 年度毛利率为 23.31%，相比去年同期毛利率增加 3.57%，2023 年 Q1 毛利率较去年同期提升超过 7%；2022 年扭亏转盈，2023 年 Q1 盈利超过 680 万元，较去年同期增幅超 28%。

### 三、刘文静女士介绍公司基本情况、发展阶段及战略规划：

尽管过去几年，公司不断遭受冲击，但已经走出至暗时刻，目前是“凌晨四点的黑”，而非“晚上七八点的黑”。我将为大家讲解公司基本情况、发展阶段及战略规划：

#### （一）公司基本情况

公司于 2002 年成立，目前已经发展为心脑血管事业部、防护事业部、护理事业部和外科事业部四大事业部，涵盖冠脉、瓣膜、

健康防护手套、急救护理、神经介入、外周介入和微创外科七大赛道。公司业务布局具有国际化、创新驱动、高值和低值耗材风险对冲这三个显著特点。

公司的四大事业部目前均发展为行业头部：心脑血管业务海外以柏盛国际为代表企业，全球排名第四，仅次于雅培、美敦力和波士顿科学，拥有国际一流的研发水平、临床疗效和国际渠道；国内以吉威医疗为代表企业，在国内市场上排名第二。心脑血管事业部全球生产销售冠脉支架 80 万条/年，其中 EXCEL 支架是中国患者植入最多的冠脉支架品牌。防护事业部现有健康防护手套产能约 500 亿支，全球排名前五；护理事业部以急救包为业务核心，医疗急救包是特斯拉全球供应商，与奔驰、宝马、奥迪、雷诺等车企有长期战略合作。2022 年 11 月，“年产 1000 万套急救包项目”建成投产，公司已建成目前国内最大的急救包单体生产车间；外科事业部全面布局普外、胸外等各类创新外科产品，全力打造国产外科器械第一品牌。

目前公司正在积极推进上海科创总部及产业化基地项目，用于蓝帆医疗全球商业总部及高值医疗器械生产基地，未来将承担蓝帆医疗多个高端医疗器械赛道的研发与生产功能，以及蓝帆医疗全球总部职能。该项目入选上海市 2023 年市重大工程项目，名列上海 77 个重点科技产业类项目之一。

## （二）公司目前的发展阶段

2018-2022 年，公司经历了非常困难时期，正处于向高值医疗器械的转型升级中，心脑血管业务受到国内集采以及全球公共卫生事件的双重影响，研发的重磅产品全球获批及商业化进度受限；同时，手套全行业扩充产能和产能过剩，渠道商囤积库存需求减少，终端价格不断降低。面对“至暗时刻”，公司顺应大势，在危机中抓住机遇，持续保持高水平研发投入，构建丰富的在研管线组合，提升公司核心竞争力。防护手套业务在越南建厂或与当地手套厂家合作，实现本地化生产和出口，避免贸易摩擦和国内成本日益增长问题；科学开工有效提升出口份额，持续为公司贡献正向经营性现

金流。

2023 年是公司发展的分水岭，未来业绩转好具有确定性。心脑血管事业部业绩反转趋势明显；防护事业部已经触底，到 2023 中期有望迎来拐点；护理事业部业绩呈现线性高速增长态势；外科事业部多款产品取证，海内外实现销售，国内省份联盟组织的吻合器集采全线中标；在投资孵化的神经介入领域以及外周介入领域，均有产品获批上市，丰富了公司的产品组合，贡献了收入。

#### 1、心脑血管事业部

公司于 2018 年收购新加坡柏盛国际，收购之前柏盛国际只有单一的心脏支架业务；于 2020 年收购瑞士 NVT AG，开始布局结构性心脏病领域。收购完成后，依托柏盛国际的团队优势，公司建立自己的心脏瓣膜输送系统，解决了完全依赖供应商“卡脖子”技术问题；公司的全球独家专利产品 BA9™ DCB，药物有美国、日本两个供应商。考虑到目前的国际形势，公司在柏盛国际建立自己的药物生产链，避免受到国际形势变化带来的“卡脖子”问题。

通过蓝帆医疗的赋能，柏盛国际已由之前的支架生产商迭代为心脏支架、心脏瓣膜的生产基地。吉威医疗由过去的 2 款产品发展到今天拥有 10 款产品，药物支架产能由 30 万条/年增加到现在的超过 80 万条/年。与此同时，公司在上海建立了研发中心，实现研发技术向国内转移，目前有几十款重磅产品在研。

除了自主研发以及全球化布局，公司战略投资了同心医疗，布局左心室辅助装置；2021 年与南京沃福曼战略合作，布局 OCT（血管内光学断层成像仪）产品，构建良性发展生态圈。自 2022 年三季度起，公司在高端医疗器械领域的投资布局进入收获期，持续获得投资回报。

心脑血管事业部经历涅槃洗礼，反转趋势明显，主要表现在 3 个方面：

（1）集采价格上涨扩大公司利润空间，公司正逐渐走出集采的影响

集采政策前，冠脉支架作为成熟高值耗材的代表，行业平均毛

利率在 80% 以上。2020 年 11 月，国家组织冠脉支架集中带量采购，冠脉支架大幅降价，国内平均毛利率降至约 30% 左右。2022 年 11 月，国家组织冠脉支架第二次全国集采，公司中标的两款产品心跃<sup>®</sup>、心阔<sup>®</sup>支架价格相较于首次集采中标报价有大幅提升，集采价格的修复叠加新获批上市产品的放量，带动了收入的增长。

### （2）创新研发进入收获期，营收贡献逐步增加

在冠脉介入领域，公司坚持“一年一巨星”策略，每年推出一款重磅产品：2021 年蓝帆医疗投资的国产品牌沃福曼推出首个国产的 OCT 系统；2022 年推出了国内首款用于高出血风险患者的 BioFreedom<sup>®</sup> 支架，该产品于 2021 年 6 月获批，2022 年销量位居国内标外市场第二位。国际上其他友商多次选择 BioFreedom 支架作为对照进行上市后临床研究，这说明公司产品已经是“行业金标准”；2023 年公司推出了重磅产品柏腾 BA9 DCB，该产品于 2022 年 9 月获批，目前已进入超过 500 家医院，是市面上唯一一款进入创新通道的雷帕霉素衍生物药物球囊。BA9 药物的特点在于其亲脂性比其他药物如佐他莫司、依维莫司等的十倍，心脑血管业务的核心是全球独家专利药物 BA9 药械结合专利技术，已在全球获得近四亿美元的专利技术费，广泛运用于冠脉、外周、神经介入等领域；2024 年公司将推出重磅产品冠状动脉血管内碎石系统（IVL），该产品已于今年 2 月 9 日启动临床入组，由韩雅玲院士担任主研，截至目前已入组完成；2025 年公司将推出 DCA 定向旋切系统。

2023 年第一季度，BioFreedom<sup>®</sup> 国内市场快速放量，占去年全年销量的近一半；BioFreedom Ultra 支架销量海外增长迅速；BA9<sup>™</sup> DCB 中标“3+N”10 省联盟带量采购，中标价格 5,977 元，未来将有望凭借创新通道产品的竞争优势取得标内、标外的显著市场份额；Allegra<sup>™</sup> 经导管介入主动脉瓣膜在香港和印度尼西亚获批，并已在香港实现商业化销售；冠脉 IVL 球囊在北部战区总医院启动临床试验，覆盖 10 家医院，入组速度符合预期。新获证产品营收占比接近一半。

### （3）坚持全球化布局，高度国际化是对冲风险和业绩增长的

## 重要支撑

心脑血管事业部实现了包括研发、临床、注册、生产、销售在内的全面全球化体系。海外市场营收占比约 77%，其中一半以上的营收来自欧元区，海外市场冠脉支架的销量和营收均呈现出稳步增长的明显趋势。柏盛国际研发的全球第一款无聚合物药物涂层冠脉支架 BioFreedom®作为目前全球首款同时获得中国、美国、欧洲、日本全球四大主要市场批准上市的专门应用于 HBR 高出血风险患者的药物支架，在中国等新进入的市场快速放量；BioFreedom®的升级版本 BioFreedom® Ultra 获得欧盟 CE、日本认证后，已经在西班牙、意大利、法国、英国、智利、捷克、奥地利、德国等 50 个欧洲、南美洲、亚洲等国家和地区实现销售，并获得了市场的高度认可；公司在结构性心脏病介入领域重磅产品 Allegra™经导管介入主动脉瓣膜在 2022 年度实现近 6,000 万元人民币的营业收入，较上年同期增长 75%（如果剔除欧元汇率持续走跌的因素，增长幅度更大），销量较上年同期则实现近 100%的增长，已在 18 个国家实现销售，未来还将进入更多国家和地区；国内重磅标外新品 BioFreedom®支架自从 2021 年 6 月上市以来已进入大部分省份，快速放量贡献营收。

## 2、防护事业部

2020 年之前，手套行业平均毛利率水平在 20%左右上下浮动。2020 和 2021 年受全球公共卫生事件影响，全球对一次性手套的需求激增，防护事业部取得前所未有的良好业绩。2022 年，供需关系和市场环境发生巨大变化，全行业扩充产能导致产能过剩，渠道商囤积库存导致需求减少，全行业陆续出现亏损。

经过近两年的周期调整，2023 年一季度起，量价开始触底回升。从需求端来看，海外市场库存逐步消化殆尽，产品价格触底企稳，下游心态转好，开始陆续补充库存。从 2023 年开始，尤其是从 2023 年 3 月以来，中国企业的丁腈手套订单持续快速增加，开工率相比去年四季度明显提升。从供给端来看，行业出清过程加快，中国手套出口市场份额向中国头部企业集中，中国产品相对国外同行产品



的竞争优势逐步增强。

中国海关出口数据显示，公司一次性丁腈手套的出口市场份额由 2021 年度的 13.06% 迅速提升至 2022 年度的 20.85%、稳居全国第二；一次性 PVC 手套出口市场份额 20.70%、继续保持中国和全球第一，这证明了公司在近两年扩充的手套产能，尤其是丁腈手套产能发挥了积极作用。2023 年第一季度，公司 PVC 手套产能利用率约 70-80%，丁腈手套产能利用率约 90%，远高于行业平均水平。2023 年中期公司有望率先迎来拐点。

### 3、护理事业部

在国家大力推动急救护理产业的背景下，积极推广急救助理念，普及急救护理知识，面对突发情况或灾害事件做好提前防护和快速响应，培养大众对急救护理产品的使用习惯，形成永久性需求。同时，在中国新能源汽车出口规模日渐扩大的趋势下，车企对车载急救包的需求也水涨船高，公司抓住时机开拓出口市场。

### （三）发展规划与战略

2003-2012 年经过第一个十年的发展，公司成为了 PVC 手套全球行业龙头。2013-2022 年经过第二个十年的发展，“A+X”战略落地，公司发展成为医疗器械行业的平台型企业。第三个十年是 2023-2032 年，公司将专注于“医疗器械+生物科技”，把心脑事业部的世界级科技创新、国际化品牌影响力提炼成公司品牌势能，通过严肃医疗的品牌势能赋能其他业务板块迭代，赋能消费医疗，发展成为令人尊敬的世界级医疗企业，构建中国品牌。

第一款消费级生物医疗产品为近期上市的纳米喷剂“蓝狙士”，经过中科院武汉病毒学研究所、湖北省疾控中心权威检测，“蓝狙士”对新冠病毒真毒株 XBB，以及 BQ/BA 等有显著抑制效果。公司也将以此为起点，持续创新研发出消费级医疗产品，造福更多社会大众。

## 四、互动沟通

具体内容详见附件：蓝帆医疗 2022 年度业绩说明会主要问题

	清单
附件清单（如有）	蓝帆医疗 2022 年度业绩说明会主要问题清单
日期	2023 年 5 月 24 日

## 附件：蓝帆医疗 2022 年度业绩说明会主要问题清单

**1、今年蓝帆的分红十分给力，给予了股民十足诚意！作为蓝帆的投资者我很满意！**

回复：您好，公司 2022 年度利润分配预案是在兼顾公司未来发展规划以及股东利益的基础上制定的。公司在股东回报方面有持续规划，未来股东回报将继续兼顾公司未来发展规划以及股东利益，期待大家共同关注公司长远发展，公司希望以良好的业绩回报一直以来支持公司的投资者。感谢您的关注。

**2、刘董，您好！据了解，公司的一直在寻求转型，请刘董介绍一下蓝帆的转型之路，您认为转型后公司的发展重点在什么领域？**

回复：关于公司的转型之路，我刚才一直有提到，可以从公司的三个十年规划说起：第一个十年即 2002 年-2012 年，蓝帆医疗从无到有，不到 7 年发展为医用 PVC 手套领域第一家上市公司，不到 10 年发展成为行业龙头，全球市场占有率 22%，达成了公司最初设定的三个目标：全球市场占有率第一、品牌影响力第一、成为行业领导者，也全面锻造出了蓝帆医疗的制造基因。

第二个十年即 2013 年-2022 年，嫁接资本力量，蓝帆医疗实现了产业的转型升级，搭建起了国际化和创新的平台，发展成为在全球拥有 60 多家企业、海外员工超过 1,000 名的跨国医疗器械平台企业，在原来强大的制造基因基础上成功嫁接了科技创新、国际化两大核心优势，全面开启了高质量发展新里程。

面向已经开启的 2023 年，也是公司第 3 个十年（2023 年-2032 年）的开局之年，公司将依托过去形成的优势，在第三个十年打造具有国际影响力的“蓝帆医疗”品牌。并通过科技创新驱动高质量发展，继续完善全球化的布局，顺应中国和世界的发展趋势，服务国人健康的同时，成为受人尊敬的医疗企业，为世界医疗健康贡献中国企业的解决方案。感谢您的关注。”

**3、公司业务较多，范围较大，境外业务占比较高。业务价值被层层包裹，主动脉瓣膜业务为心脑血管主要亏损业务，但价值明显，却被包裹在最里层，导致投资者挖掘价值困难！管理层是否觉得公司价值被低估？是否继续考虑分拆上市？**

回复：感谢您对公司的关注，公司按照相关规定履行信息披露义务，请您关注公司公告。

#### **4、请问独立董事过去一年做了哪些维护中小股东利益的工作？取得了哪些效果？**

回复：您好，作为独立董事，过去一年主要关注三个方面：第一，随着注册制的改革推进，交易所发布了很多的规章制度，我们需要认真的研究、学习，尤其是和公司治理相关的制度。第二，我们也在不停的学习公司的业务，公司有不同的事业部、产品线，过去几年整个市场形势变化较快，我们对公司的业务保持高度关注，不断了解新产品；第三，我们认真的参加董事会、股东大会等会议，会议上董事长对每个议案内容介绍的非常全面，作为独立董事从专业角度提出问题，并且和管理团队深入交流，确保会议高质量决策。

刚才董事长也详细介绍了过去几年公司经历的市场环境、未来的发展战略。从个人的角度来看，分析一家公司要看三点：第一，看基本面；第二，看公司的管理能力和水平；第三，看未来的发展战略。我认为，疫情以及集采对公司带来的影响都是短期的，有句名言说的非常好，风物长宜放眼量，看任何问题需要短期、长期结合看，这样才会更全面。感谢您的关注。

#### **5、请问公司手套业务市场占有率怎么样了？还在继续提升吗？**

回复：您好，根据中国海关出口数据，公司一次性丁腈手套的出口市场份额由 2021 年度的 13.06% 迅速提升至 2022 年度的 20.85%，稳居全国第二；PVC 手套出口份额为 20.70%，继续保持中国和全球第一，这说明了公司市场占有率的提高。对于健康防护手套产品而言，在市场竞争加剧时，市占率的提高更能凸显出公司的品牌优势、规模优势、市场优势，进一步赢得客户信任，同客户的合作关系更加巩固，实现企业更高的竞争承受度，公司借助市场波浪式前进，螺旋式上升。感谢您的关注。

#### **6、BA9 药物球囊为什么参与集采了？参与集采对我们来说是向好的吗？**

回复：您好，集采是国内医疗改革的大趋势，是挑战也是机遇，尤其对有实力投资创新研发的头部企业来说是加速崛起的发展机遇。目前集采降价趋于温和，使得高值耗材的商业模式和盈利模式得以保持。对于被列为集采范畴的产品，公司将综合考虑入院情况，集采价格，集采量等因素，决策集采是否参加及应对策略，最终目标是为公司和公司股东带来价值最大化。感谢您的关注。

## **7、请问 BA9 DCB 未来使用场景具体有哪些？治疗的时间节点是否会前移？**

回复：您好，心脏支架在临床指南上一般是狭窄超过 70% 患者的选择，BA9 DCB 具有很好的抗血管内壁增殖特性，是在狭窄超过 70% 的情况下针对小血管原发病变适应症的更优选择，目前公司也在进行适用症的扩展，其用于支架内再狭窄（ISR）的临床研究也已完成随访。

一般来说，当人体感觉到不舒服时，狭窄一般已超过 70%，未来若要消灭心梗，逻辑就在于提前干预。目前体检技术已经可以查出血管内是否有 50%-70% 的狭窄，现有药物干预治疗手法只能减缓血管内狭窄病变的速度，并不能根治。公司正在进行更进一步的药物涂层技术的探索，以期未来推出可对血管内 50%~70% 狭窄进行治疗的手段，实现由治病像治未病转变，目前该产品正在进行前期的研发过程中。

公司将秉承价值医疗的理念，坚持原研创新，致力于在早期治疗血管内狭窄疾病。

## **8、请问心脑血管事业部各类支架的销售量如何？目前手套成本和价格如何？手套业务今年业绩呈怎样的趋势？**

回复：2022 年度公司心脑血管事业部心脏支架全球销量约为 80 万条，其中国内销量约 40 万条。国外主要销售的支架产品是 BioMatrix、BioFreedom 和 BioFreedom Ultra 系列支架，国内主要销售的支架产品是心跃、心阔以及 BioFreedom 支架。2022 年度 BioFreedom 支架国内销量约为 2 万条，心跃支架销量约为 38 万条。BioFreedom 支架于 2021 年 6 月取证，2022 年是上市销售第一年，预计有 3-5 年的放量期，所以公司认为 BioFreedom 支架未来将实现销量攀升。

目前手套行业处于周期底部，丁腈手套厂家已由销量爆发时的 35 家左右降至目前 5 家左右，行业集中度大大提高，公司丁腈手套的市场占有率也大幅提升至 20% 左右。与马来西亚手套厂商相比，中国手套厂商在生产成本方面更具优势。公司遵循“价在量先”的原则，开工保证经营性现金流为正。

## **9、公司预计 2023 年有哪些方面可以为公司贡献业绩？**

回复：您好。面对一次性手套行业出清、原材料价格波动、汇率波动等诸多因素带来的短期内盈利能力承压，公司已采取多措并举以提升盈利能力，加速向高质量、创新型发展转变，具体包括：

（1）冠脉和瓣膜业务方面，一是在境内外推进多个项目的临床和注册工作，促进

新产品上市和上量；二是进一步优化生产工艺和流程，降低生产成本；三是加大创新研发投入，开发更丰富的差异化产品，充分利用集采渠道优势，提升市场占有率和盈利能力。

(2) 防护和护理业务方面，一是继续不断提升生产工艺和自动化生产水平，降低产品生产能耗和物耗；二是大力提高科技研发水平，积累和贡献适应市场的差异化产品、高技术含量的新产品；三是针对重点客户重点市场继续深耕细挖，在增加销量的同时开辟和发展粘性强、规模大和长期稳定合作的忠诚客户。

(3) 启动面向国内市场的新营销战略，进军新零售，与传统电商渠道深度拓展，同时开展新媒体数字化营销，深耕国内市场。感谢您的关注。

#### **10、请问 2023 年 1 季度手套业务亏损额为多少？1 季度手套业务的毛利率为多少？**

回复：公司防护事业部 2023 年第一季度呈现经营亏损，亏损幅度较 2022 年第四季度收窄。主要因素为：报告期内一次性手套行业仍处于全行业产能扩张之后的阵痛调整期，产能和渠道库存正在逐步出清，价格仍处于历史低位。

#### **11、贵公司 2022 年的研发费用是多少？2023 年研发方面是否会加大投入？**

回复：您好，公司 2022 年度研发投入近 4 亿元，研发费用约 3.5 亿元，其中心脑血管事业部超过 2.3 亿元，涉及新一代经导管主动脉瓣膜置换系统、冠状动脉血管内碎石球囊扩张导管、冠状动脉刻痕球囊扩张导管、经导管二尖瓣膜修复系统等多个重磅在研产品。

2023 年研发费用将根据公司未来发展、项目进展情况进行投入。未来，公司将统筹整合各事业部的研发资源，不断根据公司的业务战略布局、技术趋势和客户需求研制开发新技术、新产品，同时将研发成果产业化，持续将科技创新能力作为企业发展的核心竞争力。持续不断的研发投入创新、补充优质的产品管线，以及利用我们的全球化网络优势实现销售增长，是公司高值耗材业务发展的既定策略。感谢您的关注。

**12、5 月 23 日公告投资交流情况中，披露 2022 年手套业务亏损 1.78 亿元，心血管业务亏损 8000 万元，但你公司 2022 年亏损 3.7 亿元，而急救包业务微利，请问还有什么其他业务亏损了 1.1 亿元？**

回复：您好，您提到的其他业务亏损 1.1 亿元严格意义上来说是一些费用和利息，

主要是总部管理费用和不归属于单一事业部的利息费用，该部分是公司基于内部管理需要划分的分部数据，列入“分部间抵销”部分。感谢您的关注。

**13、公司一直在说心脑血管事业部有丰富的产品矩阵，都有哪几类？都是什么产品？是不是像国际巨头那样产品线丰富？**

回复：您好，公司专注于四大创新研发领域，秉承“以一款独家产品组成航母战斗群”的策略，在四大创新研发领域分别布局了独家产品和“航母战斗群”，第一大领域以震波球囊、定向旋切为“航母”，以支架、乳突球囊、高压球囊、刻痕球囊、OCT、锯齿切割球囊等等为“战斗群”；第二大领域以球扩干瓣、震波球囊、三尖瓣 CAVI 为“航母”，以球囊、血管闭合器、瓣中瓣等为“战斗群”；第三大领域以桡动脉路入解决方案、BA9-pico 技术 DCB、射流抽吸技术为“航母”，以中间导管、微导管、抽吸导管、取栓等等为“战斗群”；第四大领域以 Licrolimus-DCB、震波球囊、翻山鞘为“航母”，以球囊、高压球囊、刻痕、巧克力球囊、血管闭合器、锯齿切割等等为“战斗群”。未来产线布局将更丰富。

**14、公司心脑血管事业部现在的经营表现情况如何？是不是会持续好转？**

回复：您好心脑血管事业部经营表现从包括国内集采的冲击等多种因素影响中逐步恢复：

(1) 心脑血管事业部一半以上的营收来自欧元区，在 2022 年欧元持续走跌的情况下心脑血管业务的全球营收较上年度提升仍然超过 7%，剔除汇率贬值影响营收增长幅度超过 13%；海外市场冠脉支架的销量和营收均呈现出稳步增长的明显趋势，柏盛国际研发的全球第一款无聚合物药物涂层冠脉支架 BioFreedom®作为目前全球首款同时获得中国、美国、欧洲、日本全球四大主要市场全部批准上市的专门应用于 HBR 高出血风险患者的药物支架，在中国等新进入的市场快速放量；

(2) BioFreedom®的升级版 BioFreedom® Ultra 获得欧盟 CE、日本认证后，已经在西班牙、意大利、法国、英国、智利、捷克、奥地利、德国等 50 个欧洲、南美洲、亚洲等国家和地区实现销售，并获得了市场的高度认可；

(3) 公司在结构性心脏病介入领域重磅产品 Allegra™经导管介入主动脉瓣膜在报告期实现近 6,000 万元人民币的营业收入，较上年同期增长 75%（如果剔除欧元汇率持续走跌的因素，增长幅度更大），销量较上年同期则实现近 100%的增长，已在 18 个

国家实现销售，截至本报告出具日已新进入香港、土耳其和印度尼西亚市场，未来还将进入更多国家和地区；

(4)国内重磅标外新品 BioFreedom®支架自从 21 年 6 月上市以来已进入大部分省份，快速放量贡献营收。未来随着新产品的陆续取证和上市，以及现有产品市场的不断开拓，会对业绩有积极影响。

公司注重内生与外延并行发展，密切关注市场相关机会，会按照自身经营节奏有序推进产品研发、业务发展与相关市场计划，感谢您的关注。

**15、马来西亚同行对丁腈手套提价，请问公司丁腈手套出厂价有没有随着马来西亚同行同步涨价？手套行业的阵痛期何时可以结束？公司丁腈手套订单量如何？**

回复：您好，公司丁腈手套接单情况良好，生产负荷相比去年四季度大大提高，开工率在 90%以上。市场价格由需求、供给和竞争情况综合决定，公司希望价格能与马来西亚同行保持趋势的一致性。感谢您的关注。

**16、按 Biofreedom 的出厂价来算，今年一季度应该是提高了不到 500W，请问这就是叫放量么**

回复：您好，您关于 BioFreedom 一季度收入同比增长金额的数据是不准确的，明显低估了。BioFreedom 作为一款集采外产品，去年才正式展开销售，今年第一季度贡献营收超过了去年同期的 3 倍，放量确实明显。高值耗材新产品上市放量期一般持续 3-5 年，达到峰值一般需要 5 年左右的时间，公司认为 BioFreedom 后续进一步增长空间广阔。感谢您的关注。

**17、还有今年支架集采，留给标外市场只有百分 5 到 10 了，就算全拿下营收也不高，公司有应对措施么**

回复：您好，公司认为未来集采将呈现常态化的态势，且集采常态化对大企业是利好，当报量参考历史用量和品牌时，会使强者恒强，大企业受益，这点从骨科和冠脉集采上可以看出，传统大企业的行业优势会逐渐增强，通过集采，大公司优质产品的市场份额可以扩大至 20%以上。据国家卫健委统计，目前我国冠心病患病人数已经达 1100 万，而且每年以 20%的速度在增长，考虑到市场的自然增长量，以及患者群体始终具有差异化的临床需求和支付意愿，公司不认为留给标外市场的只剩 5%。当然相对



有限的集采标外市场需要各家公司依照不同产品的优势、独特的适应证来进行争取，这也鼓励有实力、有能力创新的企业坚持进行研发投入。公司对此的应对措施为：立足国内国外两个市场，未雨绸缪研发创新产品。公司所有产品都是做国内国外两个市场，国内市场既有集采产品，也有通过国家创新通道获批、产品针对特殊适应证、拥有独特优势的标外产品。感谢您的关注。

**18、蓝狙士销量怎么样，有和手套一样协同进入药房市场？之前口罩协同进入药房市场，花了一年多我才在药房见到过，这执行力等兰狙士协同进入药房，是不是也要一年以后，那时候进去药房市场还有销量空间吗？**

回复：您好，蓝狙士™纳米抗体防冠喷剂于 5 月 5 日正式上市，已经在蓝帆医疗天猫、京东、苏宁、拼多多、小红书、有赞、抖音等官方店铺上架，也正在积极推广其他渠道，感谢您的关注。

**19、刘董您好，了解到公司正在建设上海科创总部，请问对上海科创总部的定位是什么？**

回复：您好，依托蓝帆医疗全球科创总部及产业化基地项目，建成后将成为医疗领域人才和技术的聚集和发展中心，既将成为公司产研融合推动创新发展的新引擎，更有望为国际人才“走进来”、中国企业“走出去”提供综合性平台。公司不仅将以上海为中心辐射长三角地区，吸引医疗产业的高端人才加盟，更将和国内外 8 大研发中心、9 大制造基地联动，借助上海在学术研究、医疗机构、金融投资和产业方面的优势，持续推动技术开发、临床试验和运用、技术成果转化、学术推广、产品更迭和产业发展。感谢您的关注。

**20、公司这几年手套还是赚了几十亿，为啥要增发融资十几个亿？而且因此造成股票一直在下跌，大家很难理解，这样的增发是为了引入战略投资者吗？**

回复：您好，首先，一家公司的资金现状绝不能仅从货币资金、交易性金融资产等资产项来判断，而必须考虑对应的负债情况和经营发展需求。公司目前可自由支配资金主要用于满足各业务板块日常经营需求、偿还银行借款（包括未来到期时未转股的可转债，截至 2022 年 9 月 30 日尚有面值 15.21 亿元的可转债尚未转股，若到期偿债将带来显著的现金流出）以及储备项目建设、研发投入等所需的自有资金。账面现金

金额虽然较大，但考虑公司负债情况和各板块经营发展需求后，就能够很容易的看出，公司确实需要通过对外募资来支持本次定增募投项目的投入。公司本次定增的资金需求也经过了专业中介机构认可的测算、预测、分析。

其次，高端医疗器械行业本就具有投入较大、回报周期较长的特点，哪怕对于短期内没有流动资金压力的公司，只要有志于长远发展，也应该居安思危、储备资金。本次定增募投项目如临床研究、建设上海科创总部等，都具有中长期属性，需要持续投入。鉴于当前及未来一段时间全球经济形势的复杂性及不确定性，公司绝不能仅仅着眼于短期的资金安全，更要未雨绸缪、为这些中长期的项目筹划好资金，这是资金周期匹配的合理安排。

第三，证券市场募资需要一定的时间周期，唯有预先筹划、提前启动，未来才能不错过合适的发行窗口。公司当下的股价表现不代表对于未来发行时点价格的预期。一个定增项目从启动开始，需要经历申报、审核、反馈、过会、路演和发行等多个阶段，当前公司的股价确实处于历史低位，但公司取得批文就需要 6 个月左右或更久的时间、之后还有 12 个月的发行窗口期，公司将根据届时的股价情况和市场情况择机发行。公司会最大化的保护广大中小股东利益、选择最优的发行方案。

最后也是最重要的，本次定增募投项目都是符合长远发展诉求、具备稀缺性和高技术含量的优质项目，预计能创造良好的价值回报。本次募集资金绝非“圈钱”，而是将明确用于获得监管和市场认可的募投项目，并受到募集资金使用的严格监管。本次非公开发行是公司发展的关键一步，与公司后续能否把握市场机会、扩张市场版图、提升盈利能力关系重大。同时，上海是中国改革开放的桥头堡，是最具国际化的发展高地，蓝帆医疗在上海的布局绝非一蹴而就，而是坚守长期主义，围绕战略转型进行高质量发展。同时，上海正在加快打造全球生物医药研发经济和产业化高地，蓝帆医疗已加入张江世界级生物医药产业集群，与张江国际化平台是“双向奔赴”。感谢您的关注。

## **21、想问一下董秘黄总，公司如何看待急救包市场的未来前景？**

回复：您好，公司对急救包市场潜力充分看好，“年产 1000 万套急救包”项目正是响应了全民对应急物资储备的意识增强和需求提升，。海外国家要求销售汽车必须配备急救包，公司旗下的武汉必凯尔及其子公司湖北高德是特斯拉所有车型车载急救包全球供应商，与德国奔驰、宝马、奥迪、法国雷诺等车企形成了长期战略合作。在国内

市场，近些年为响应“健康中国 2030”，政府逐渐加大了对公共急救体系的建设，接连发布了如《关于进一步推进学校应急救护工作的通知》、《关于推广普及交通医疗急救箱伴行计划的指导意见》、《公共场所自动体外除颤器配置指南（试行）的通知》、《关于开展“关爱生命 救在身边”活动的通知》等文件。

2020年6月1日，《基本医疗卫生与健康促进法》开始实施，关于公共场所应当按照规定配备必要的急救设备和设施的要求加速落实。同时随着后疫情时代全民对应急物资储备的意识增强，无论是国家的倡导、各部委的指导规范性意见，还是民众自发的对应急物资的需求，和疫情前相比都发生了巨大改变。2022年公司已与滴滴出行以及国内部分知名车企达成合作，为其提供急救包定制解决方案。同时，现在中国的新能源车出口形势非常好，公司也将努力开拓出口新能源车的配备急救包市场，开拓与更多车企的合作。

随着该项目产能的逐步释放，公司将进一步优化生产布局、改善产能安排，满足全场景急救包的高效生产需求，进一步提升海外市场占有率，同时持续扩大国内市场影响力。感谢您的关注。

## **22、2022年计提多少停机损失费**

回复：相关数据可关注健康防护产品加工费用变化情况，以后续信息披露为准，感谢关注。

## **23、在建工程1，与手套和心脑血管业务都无关吗，钟总**

回复：您好，在建工程1为防护相关业务，感谢您的关注。

## **24、于总，公司的产品大多进入了集采，公司如何看待集采？**

回复：您好，公司认为未来集采将呈现常态化的态势，且集采常态化对大企业是利好，当报量参考历史用量和品牌时，会使强者恒强，大企业受益，这点从骨科和冠脉集采上可以看出，传统大企业的行业优势会逐渐增强，通过集采，大公司优质产品的市场份额可以扩大至20%以上。公司面向国内国外两个市场，国内市场既有主打标内市场的集采产品，也有通过国家创新通道获批、产品针对特殊适应证、拥有独特优势的标外产品。感谢您的关注。

## **25、崔总好，请问今年贵公司有哪些具体措施提升利润？**

回复：您好。面对一次性手套行业出清、原材料价格波动、汇率波动等诸多因素带来的短期内盈利能力承压，公司已采取多措并举以提升盈利能力，加速向高质量、创新型发展转变，具体包括：

（1）冠脉和瓣膜业务方面，一是在境内外推进多个项目的临床和注册工作，促进新产品上市和上量；二是进一步优化生产工艺和流程，降低生产成本；三是加大创新研发投入，开发更丰富的差异化产品，充分利用集采渠道优势，提升市场占有率和盈利能力。

（2）防护和护理业务方面，一是继续不断提升生产工艺和自动化生产水平，降低产品生产能耗和物耗；二是大力提高科技研发水平，积累和贡献适应市场的差异化产品、高技术含量的新产品；三是针对重点客户重点市场继续深耕细挖，在增加销量的同时开辟和发展粘性强、规模大和长期稳定合作的忠诚客户。

（3）启动面向国内市场的新营销战略，进军新零售，与传统电商渠道深度拓展，同时开展新媒体数字化营销，深耕国内市场。感谢您的关注！

## **26、请问蓝狙士是否有做临床测试，还是就只当消费品销售？**

回复：您好，蓝狙士纳米抗体防冠喷剂采用最新纳米抗体技术，同时经 P3、P4 实验室权威检测针对奥密克戎 XBB/BQ/BA/BF、德尔塔、野生型等多种毒株均有显著抑制效果。感谢您的关注。

## **27、2022 年英科毛利率超过 13%，中红毛利率超过 10%，而蓝帆披露的手套毛利率为-0.81%，请问蓝帆毛利率与同行的差异在哪里？请列出具体因素进行分析？**

回复：您好，公司多次回复过毛利率的问题：首先需要澄清的是，不应仅基于财务报表数据的简单横向对比就得出公司手套业务毛利率与国内同业有明显差距的结论，实际上，行业内的专业分析认为中国健康防护手套头部企业的成本是大体相当的。产能结构的差异，手套行业不同上市公司财务收益、非经常性损益的构成、停工损失计入的会计处理等均不相同，使得仅从财务报表层面的横向比较较为困难，导致投资者不易看清楚。公司手套业务近几年随市场的剧烈起伏赚取了合理回报。

其次，公司的手套业务毛利率也应分解到不同生产基地来看，这样才能真实反映公司产能在市场出清过程中的竞争实力。公司在潍坊建设的新材料基地和龙山基地均

为全行业成本最低的工厂之一，毛利率水平行业领先；对于其他基地，公司也正在多线并举优化成本结构、提高运营效率、提升竞争力，其中包括针对不同基地禀赋积极探索燃动成本和原料成本的改善，提升装备自动化率、持续降低管理费用，调控各基地开工率、进行部分生产基地技术改造和升级，以及采取降低单耗、进一步降低废品率等。

具体到公司业务的方向和对比基准上，每个公司的发展阶段、发展战略以及产品品类不尽相同，公司将会根据既定的发展战略和规划，坚定不移地实施推进，将公司打造成以中国为核心、面向全球的跨国医疗器械平台型企业。感谢您的关注。

**28、今天听了刘董事长的讲解受益匪浅，相关的问题都有了明确的回答。借此机会也给管理层提点儿建议：1、蓝狙士我自己感觉效果很好也送了周围朋友反应也不错，建议公司加大宣传和推销力度，在随后的高峰到来之前争取好的销量。2、公司股价这几年跌的比较多，强烈建议公司回购和管理层增持一下以提振股民信心，这对公司形象也有提升。3、对定增的事儿尽快予以明确，主要是大股东是否参加的事儿，网上对此负面信息较多，担心大股东低价参与增发。我在网上和大家分析说不存在这种情况但大家不信啊。最后，我非常看好公司未来十年的发展，谢谢公司管理层不懈的努力。**

回复：感谢您对公司的认同和理解，我们也会继续努力，致力公司持续向前发展。

**29、钟总您好，感谢您回答我的问题，但关于蓝狙士是否会走医疗器械或药品资质没有正面回应呢？**

回复：您好，目前不考虑走医疗器械和药品路线，感谢您的关注。

**30、公司手套业务目前开工率和手套价格可以满足扭亏为盈吗，钟总**

回复：您好，目前防护手套价格仍处于磨底阶段，行业内各公司盈利情况未显著改善，但公司一季度丁腈手套订单较去年同期有显著增长，且开工率较 2022 年四季度也有显著提升，价格比去年四季度略有上涨，具体财务数据请关注后续披露的定期报告。感谢您的关注。

**31、请问年报中披露其他综合收益为 3 亿多元，请问这是什么核算产生的？具体对应的会计科目？**

回复：您好，归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额 3.44 亿中，主要为外币财务报表折算差额 2.73 亿、境外经营净投资汇兑收益 0.77 亿，详见公司年报披露。

**32、按今天宣传，公司因为 BioFreedom 支架和 BA9 药物球囊的继续放量，以及集采支架涨价。公司心脑血管业务今年就能扭亏为盈吗，于总**

回复："您好心脑血管事业部经营表现从包括国内集采的冲击等多种因素影响中逐步恢复：

(1) 心脑血管事业部一半以上的营收来自欧元区，在 2022 年欧元持续走跌的情况下心脑血管业务的全球营收较上年度提升仍然超过 7%，剔除汇率贬值影响营收增长幅度超过 13%；海外市场冠脉支架的销量和营收均呈现出稳步增长的明显趋势。

(2) BioFreedom®的升级版本 BioFreedom® Ultra 获得欧盟 CE、日本认证后，已经在西班牙、意大利、法国、英国、智利、捷克、奥地利、德国等 50 个欧洲、南美洲、亚洲等国家和地区实现销售，并获得了市场的高度认可；

(3)公司在结构性心脏病介入领域重磅产品 Allegra™经导管介入主动脉瓣膜在报告期实现近 6,000 万元人民币的营业收入，较上年同期增长 75%（如果剔除欧元汇率持续走跌的因素，增长幅度更大），销量较上年同期则实现近 100%的增长，已在 18 个国家实现销售，截至本报告出具日已新进入香港、土耳其和印度尼西亚市场，未来还将进入更多国家和地区；

(4)国内重磅标外新品 BioFreedom®支架自从 21 年 6 月上市以来已进入大部分省份，快速放量贡献营收。未来随着新产品的陆续取证和上市，以及现有产品市场的不断开拓，会对业绩有积极影响。

公司注重内生与外延并行发展，密切关注市场相关机会，感谢您的关注。

**33、请问钟总公司定增的报批有没有时限的，最晚超过几月几号就要重新提交或补充材料？**

回复：您好，感谢您对公司项目的关心，涉及关键性的节点公司将及时披露进展，感谢您的关注。

**34、请问于总 BioFreedom 支架 6980 的价格是蓝帆出厂价，还是下面代理商给医院的最终价格？**

回复：您好，6980 是终端价。感谢您的关注。

**35、请问于总一季度和四五月份，集采支架供应，分别多少条，公司集采支架涨价后，是否市场份额有些下降？**

回复：您好，关于公司产品的销售数据，请关注后续定期报告。公司心脏支架市场份额未出现下降趋势。感谢您的关注。

**36、黄总，公司什么时候向证监会提交股票非公开增发方案的？股东大会通过已经超过半年，是不是还没有提交证监会**

回复：您好，感谢您对公司非公开发行 A 股股票项目的关心，涉及关键性的节点公司将及时披露进展，感谢您的关注。

**37、欧洲瓣膜市场巨大，一年将近 10 万条。公司销售不到一千个，是不是太少了，毕竟也在欧洲上市五年多了**

回复：您好，瓣膜产品不能仅从当下单一市场的销售量数据来做评判，更要看产品的先进性、原创性和未来在全球各市场的增长潜力。公司的瓣膜产品较欧美主流产品有自己独特的设计性和适应症，能依靠独特的产品设计和优越性能抢占主流产品的市场份额。

Allegra 以原创直筒、碗口、V 型裙边设计，能更好地疏导血流、减少瓣周漏，且该产品的短期临床结果以 1.2% 的极低死亡率，再次证明其卓越的安全性。2014 年至今，Allegra 相关临床研究有 26 篇公开发表论文，8 项上市后临床试验，超越国内所有瓣膜发表的论文之和，其中三篇顶级文献发表在 European Heart Journal 和 JACC。

在公司收购前，NVT 是创业公司，自有销售网络较弱，也正因为如此才愿意并入柏盛大平台，共享销售网络，在公司收购后前两年的上量受国际公共卫生事件限制，临床支持团队无法进入医院培训、跟台，该限制目前已解除，2022 年度，心脏瓣膜产品的销量较上年同期实现近 100% 的增长，现已覆盖全球 18 个国家。感谢您的关注。

**38、于总，公司自从新支架美国获批上市后，心脑血管业务在美国市场没有任何信息，请问还在努力开拓美国市场吗，没有放弃吧，毕竟美国市场几乎是全球最大心脑血管市场**

回复：您好，目前单产品获批不足以支撑美国市场投入，且 BioFreedom 受疫情等因素客观上获批过晚，暂时还没有开拓美国市场的计划。感谢您的关注。

**39、钟总您好，生物科技除了蓝狙士产品，未来还会在哪些细分市场提供产品？会涉及眼科牙科医美吗**

回复：您好，感谢您的关注，蓝狙士纳米抗体防冠喷剂是蓝帆医疗开发的第一款消费级生物医疗产品，蓝帆医疗也将以此为起点，依托自身在严肃医疗领域的科技创新和品牌势能，结合市场实际需求，持续创新研发出消费级医疗产品，造福更多社会大众。感谢您的关注。

**40、钟总，目前急救包 2000 万套的产能，请问现在产能利用率达到多少了？**

回复：您好，我们会根据接单情况推进生产，产能实际利用率也与此相关。公司对急救护理市场潜力充分看好。海外国家要求销售汽车必须配备急救包，公司旗下的武汉必凯尔及其子公司湖北高德是特斯拉所有车型车载急救包全球供应商，与德国奔驰、宝马、奥迪、法国雷诺等车企形成了长期战略合作。在国内市场，近些年为响应“健康中国 2030”，政府逐渐加大了对公共急救体系的建设，接连发布了如《关于进一步推进学校应急救护工作的通知》、《关于推广普及交通医疗急救箱伴行计划的指导意见》、《公共场所自动体外除颤器配置指南（试行）的通知》、《关于开展“关爱生命 救在身边”活动的通知》等文件。2020 年 6 月 1 日，《基本医疗卫生与健康促进法》开始实施，关于公共场所应当按照规定配备必要的急救设备和设施的要求加速落实。同时国家的倡导、各部委的指导规范性意见、以及民众自发的对应急物资的需求，都促进了全民对应急物资储备的意识增强。2022 年公司已与滴滴出行以及国内部分知名车企达成合作，为其提供急救包定制解决方案。同时，现在中国的新能源车出口形势非常好，公司也将努力开拓出口新能源车的配备急救包市场，开拓与更多车企的合作。未来，公司将进一步优化生产布局、改善产能。