

证券代码：688389

证券简称：普门科技

编号：2024-015

## 深圳普门科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位及人员	网络端投资者
时间	2024年9月5日
地点	上海证券交易所上证路演中心（网络互动）
上市公司接待人员姓名	董事长：刘先成 总经理：胡明龙 独立董事：蔡翹梧 独立董事：杨光辉 独立董事：邹海燕 财务总监：王红 董事会秘书：路曼
投资者关系活动主要内容介绍	<p>公司披露2024年半年度报告，针对2024年上半年经营情况在上证路演中心采用网络互动的方式举办2024年半年度业绩说明会，会议交流情况如下：</p> <p><b>1、请问胡总，对直销渠道的价值如何判断？公司目前直销渠道的拓展方面存在怎样的问题和困难？相应营销职能设置和人员配置、业绩考核上是否有短板？如何改进？谢谢解答！</b></p>

答：尊敬的投资者，您好！公司采取以间接销售为主、直接销售为辅的销售模式。间接销售的收入占公司营业收入的比例较大，直接销售收入占公司营业收入的比例较小。短期内，公司的业务销售模式不会有太大的变化。感谢您的提问！

**2、公司的产品具备很好的疗效，也已经开发出了一系列针对终端消费者的产品，非常适合家庭使用场景。但公司在直销渠道的拓展上还完全没有发力。据观察，京东官方旗舰店仅 1.5 万粉丝，天猫仅 2 万粉丝，抖音和小红书甚至只有几百粉丝，公司直销收入也仅有区区一千多万元，占比极低。巨大的蓝海市场白白浪费。请问刘董，在直销渠道的拓展上有何考虑？是否能够引进专业的消费品营销人才、组建专业的直销团队、加大直销渠道投入？谢谢解答！**

答：尊敬的投资者，您好！非常感谢您的关注与建议。因消费者健康业务与公司专业医疗业务运营模式不同，属于公司的新兴业务，目前仍处于产品储备和业务学习阶段。2024 年上半年，在消费者健康业务的直销渠道拓展上，公司已经开始引进专业的消费品营销人才，逐步组建专业的直销团队，后期公司会根据该业务的发展节奏，适时增加营销投入，加强与专业营销运营团队的合作。感谢您的提问！

**3、尊敬的刘总：贵司上半年化学发光业务收入停滞，与迈瑞、新产业、亚辉龙等头部企业差距拉大，请问贵司在化学发光领域产品竞争力上是否有望赶上国内第一梯队？业务下半年是否有起色？谢谢！**

答：尊敬的投资者，您好！由于 2023 年上半年呼吸类疾病多发，公司化学发光的炎症和心肌检测项目销售放量，因此，2024 年上半年同比 2023 年上半年的增速有所放缓。从季度情况来看，2024 年第二季度的情况比 2024 年第一季度的情况有较大的改善。在发光领域，公司属于后来者，采用的电化学发光免疫分析

	<p>系统，自公司进入化学发光领域以来，持续进行研发投入，不断完善化学发光检测仪器平台和试剂检测套餐，努力在向同行业优秀企业学习。感谢您的提问！</p> <p><b>4、公司体量比较小且整体业绩增速比迈瑞低那么多，您怎么考虑的？</b></p> <p>答：尊敬的投资者，您好！2024年上半年，公司实现营业收入5.90亿元，同比增长5.64%；实现归属于母公司所有者的净利润1.72亿元，同比增长27.78%；实现归属于母公司所有者的扣除非经常性损益的净利润1.63亿元，同比增长29.16%。公司聚焦主业经营，狠抓经营质量，公司自2008年成立以来，业绩保持长期稳健增长态势。我们向优秀的同行学习，同时，也结合公司自身业务经营和发展情况，在目前的宏观环境下，苦练内功，增加研发和营销的投入，不断在公司研发、营销、生产供应链、人力资源、财务、信息化的六大核心能力平台进行积累。感谢您的提问！</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024年9月6日