

证券代码：002382

证券简称：蓝帆医疗

蓝帆医疗股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：202502

投资者关系活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☒ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☐ 其他
参与单位名称及人员姓名	参与公司 2024 年度网上业绩说明会的投资者
时间	2025 年 5 月 23 日(周五)下午 15:00-17:00
地点	“价值在线”平台（ https://eseb.cn/1nJGAJOocNO ）
上市公司接待人员姓名	董事长：刘文静女士 董事、总裁：钟舒乔先生 董事、心脑血管事业部总经理：于苏华先生 独立董事：乔贵涛先生 副总裁、首席财务官：崔运涛先生 董事会秘书：王梓漪女士
投资者关系活动主要内容介绍	详见附件
附件清单（如有）	蓝帆医疗 2024 年度网上业绩说明会主要问题清单
日期	2025 年 5 月 23 日

附件：蓝帆医疗 2024 年度网上业绩说明会主要问题清单

1、健康防护手套当前出口的主要增量市场集中在哪些区域？新兴市场的渠道建设进展如何？

回复：您好，2018 年以来，为防止美国进一步的关税冲击，公司医用手套业务全面开启了去美国化的进程，大力开发欧洲、日本、一带一路、金砖国家、中国等市场。2018 年以前公司医用手套产品超过 90%的产品出口，其中超过 70%收入来自美国。经过 7 年多的市场结构调整与布局，目前，公司医用手套产品出口美国的收入已在整体营收中不占据主要份额。到今天，公司产品除了成为欧洲等主要市场的主力供应商外，在新兴市场国家也实现了长足的成长，已覆盖了“一带一路”共建国家 75%的人口，其中在很多国家和地区，蓝帆市场占有率都达到 20-30%。感谢您的关注。

2、新营销业务中，“蓝狙士”系列产品的市场反馈和销售数据如何？

回复：您好，“蓝狙士®纳米抗体防冠喷剂”液体口罩在京东平台依然保持该品类第一名，产品已焕新升级，相继上市蓝狙士®电子防护喷雾一机一弹、雾化弹替换装、新年限定款。2024 年公司推出新品蓝狙士纳米抗体液体口罩（4in1），京东平台上架后在医用口罩榜位居第一。2024 年 6 月上市的蓝狙士®贻贝粘蛋白鼻腔喷雾，可以有效改善鼻炎引起的鼻塞、流涕、鼻出血、鼻痒等鼻部不适症状；2024 年 12 月上市的蓝狙士®贻贝粘蛋白口腔喷剂，可以有效缓解咽喉干痒痛、沙哑、异物感咽喉不适症，为咽喉不适患者提供了安全有效的解决方案。

根据相关法律法规和信息披露公平、公开性原则，公司都会在年度报告、半年度报告中披露公司主要产品的销售数据，“蓝狙士”系列产品占公司整体营收的比重较小，不在单列披露范畴，感谢您的关注。

3、公司在微创外科、神经介入、外周介入等新兴领域进行了布局，未来这些业务的发展规划是什么？

回复：尊敬的投资者您好，为持续提升蓝帆医疗在高值耗材领域的综合竞争实力，公司通过参股的有限合伙企业布局了投资孵化新业务，具体情况及未来发展如下：

（1）微创外科领域：布局微创外科业务线，致力于通过更小的创伤实现更好的疗法，在各种腔内肿瘤疾病和开放、腔镜外科手术的设备、技术、疗法上不断创新，持续推出国内外领先的原研创新产品，在商业化和产品布局上实现高速成长。以全球首创的 RenoVue®/RenoPort®一次性使用腔内闭式镜头清洗器的上市为起点，公司在体外投资孵化的微创外科公司已正式拉开众多独家原创产品陆续进入注册流程、登陆全球

外科行业、造福患者的序幕。

（2）神经介入领域：公司在体外投资孵化的神经介入公司，依托在心血管领域的深厚技术积累，在神经介入领域同时布局多条管线，截至 2024 年底已经获得 7 张注册证，标志着神经介入整体解决方案的初步落地。未来随着颅内药球、抽吸导管等重磅产品上市，将能够为神经介入手术提供更完整的一站式产品解决方案。

（3）外周介入领域：泛血管疾病是人类首要死因，公司在体外投资孵化的外周公司致力于解决外周血管的疾病，凭借在心血管领域的深厚积累，截至 2024 年底已经有 4 款产品获批上市，同时，外周刻痕球囊、外周塑形球囊、股动脉药物球囊、动静脉瘘药物球囊等多款产品已经处于随访和注册阶段。

未来这些公司将持续关注新产品研发，为患者带来更多优质的国产医疗器械。同时致力已上市产品市场开发、进一步优化成本结构，提升业绩。为未来医疗器械国产化贡献力量，为股东利益最大化贡献力量。感谢您的关注。

4、报告显示公司经营活动产生的现金流量净额同比增长 286.39%，请问这一改善是否可持续？

回复：您好，公司 2024 年经营活动产生的现金流量净额同比增长 286.39%，主要受益于健康防护板块和心脑血管板块销售收入的增长，驱动经营性现金流入较同期大幅增长。公司持续推进技改等降本措施，通过持续的技术改造，提升生产线运行效率，有效的减少了经营性现金流出。同时，公司优化存货管理并加强回款策略，有效的释放营运资金。未来公司将持续强化经营现金流管理能力，提高资金使用效率。感谢您的持续关注。

5、领导们好，请问应急救护事业部的市场份额在国内和国际市场分别处于什么水平？

回复：您好，在国内急救包市场上，应急救护事业部子公司武汉必凯尔是较早引入国际第一急救（First Aid）理念和技术的企业，在家用、车载、公共场所、户外、差旅、军队、宠物、防护等各领域、各场景均有产品布局及市场触达，2024 年推出的急救毯已做到拼多多同品类第一、京东同品类第三，在国内市场成为逆势高速增长的典范。在中国汽车出口规模日渐扩大的趋势下，公司已通过多家国内汽车厂商及国际重点客户的审核，与多家知名车企达成合作，同时与滴滴出行、招商银行、中国人寿、平安保险、太平洋保险等达成战略合作，为其提供急救包定制解决方案。

海外市场方面，应急救护事业部出口到欧洲和美洲市场以车载和工业场合急救包

为主，凭借高品质的产品赢得了广泛的客户信赖和市场认可，同时，子公司湖北高德还与德国奔驰、宝马、奥迪、法国雷诺等车企形成了长期战略合作。随着“年产 1,000 万套急救包项目”建成投入使用，应急救护事业部核心产品急救包的产能已达到 2,000 万套/年，在全球医疗急救包细分市场的份额位居前列。

未来，公司将持续深耕国际和国内中高端 B 端市场，满足不断增长的需求。感谢您的关注。

6、公司本期盈利水平如何？

回复：您好，根据公司《2024 年年度报告》，公司 2024 年度实现营业收入 6,253,168,236.58 元，同比增长 26.91%；归属于上市公司股东净亏损 445,608,865.62 元，同比减少 21.60%（亏损缩窄）；扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净亏损 479,857,621.27 元，同比减少 24.97%（亏损缩窄）；实现经营活动产生的现金流量净额 135,849,276.36 元，同比增长 286.39%。

根据公司《2025 年一季度报告》，公司 2025 年第一季度实现营业收入 1,477,911,477.13 元，同比增长 1.59%；归属于上市公司股东净利润 77,022,348.52 元，同比增长 177.86%；扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净亏损 60,790,742.49 元，同比减少 51.02%（亏损缩窄）；实现经营活动产生的现金流量净额 197,545,489.05 元，同比增长 543.79%。由此可见，公司 2024 年度及 2025 年第一季度盈利水平较上年同期有显著提升。感谢您对公司的关注。

7、公司之后的盈利有什么增长点？

回复：尊敬的投资者您好，公司之后的盈利增长点主要体现在以下几个方面：

（1）健康防护业务：努力开拓非美市场，已成功降低对美国市场的依赖，非美市场开发成效显著；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；加强新产品开发，推进高附加值产品的生产和销售，如推出聚氨酯手套；继续加强成本管理，不断降低生产、运营成本。此外，还将针对个护市场推出全新创新产品。

（2）心脑血管业务的业绩增长点主要包括：

①已上市产品持续放量：随着全世界人口老龄化不断加深，人均生活水平提升，心脑血管发病率逐年提高，公司将致力于提升已上市产品的市场占有率，提升产能，进一步优化成熟产品成本结构；

②持续推出新产品促进销售：2024 年，公司的 BA9™药球获国家药品监督管理局批准新适应症、心启®冠状动脉球囊扩张导管获批、冠脉血管内冲击波导管 SoniCracker

™-CL 获批并实现海外商业化应用。海外的 BioMCT™冠状动脉微导管和 RISE™SC PTCA 球囊扩张导管成功获得欧盟 CE 认证，后续两款产品也将引入国内。2025 年 2 月，公司心铠冠脉乳突球囊获批。后续也将有更多产品陆续获批。

(3)应急救护业务：贡献稳定盈利，未来将持续深耕国际和国内中高端 B 端市场，满足不断增长的需求。

感谢您的关注。

8、你们行业本期整体业绩怎么样？你们跟其他公司比如何？

回复：您好，2024 年度，各行业均面临复杂多变的内外环境变化，公司各事业部积极进取，在营收、毛利率等方面较去年同期有一定的增长，具体如下：

在心脑血管领域，根据 QY Research（恒州博智）的统计及预测，2024 年全球心血管介入器械市场销售额达到了 112.4 亿美元，预计 2031 年将达到 155.3 亿美元，年复合增长率为 4.8%。2024 年公司心脑血管事业部销售收入突破 11 亿元，同比增长约 12%，毛利率进一步提升。

在健康防护领域，根据 QY Research《2024-2030 全球与中国医用手套市场现状及未来发展趋势》中的预测，预计 2024-2030 年全球医用手套市场年复合增长率为 5.2%。2024 年公司健康防护事业部全力以赴开拓新客户和抢抓市场订单，积极推进技改和降本增效工作，营收同比增长 33%，PVC 手套和丁腈手套市场占有率及行业开工率均位居全球前列。

在应急救护领域，根据 QY Research《2025-2031 全球与中国急救包市场现状及未来发展趋势》显示，预计 2025-2031 年全球急救包市场年复合增长率为 7.3%。目前社会应急救护产品需求快速增长，越来越多的社会参与方正在创造应急领域的多元化适用场景。2024 年公司应急救护事业部实现盈利约 3,000 万元，毛利率较去年同期稳步提升。

每个公司的发展阶段、发展战略以及产品品类不尽相同，不同公司在营收规模、市场份额、研发投入、盈利能力等方面各有特点，公司将持续提升自身竞争力。感谢您的关注。

9、行业以后的发展前景怎样？

回复：您好，分业务部门进行回复：

公司心脑血管事业部主要产品为冠脉植介入和结构性心脏病植介入手术相关的医疗器械产品。我国即将进入深度人口老龄化社会，预计 2035 年以前进入高度老龄化社

会，人口老龄化进程仍不可逆，未来患有各类疾病的老人更多，心血管疾病发生率可能增加 90%，心血管疾病已成为威胁中国城乡居民健康的第一大危险因素。另一方面，随着经济发展，居民支付能力的提升将会有利于医疗需求的进一步释放。根据 QY Research（恒州博智）的统计及预测，2024 年全球心血管介入器械市场销售额达到了 112.4 亿美元，预计 2031 年将达到 155.3 亿美元，年复合增长率为 4.8%。

公司健康防护事业部主要产品为健康防护手套。全球传染病肆虐、发展中国家的消费水平增长及庞大潜在市场需求等因素将推动全球一次性手套市场长期性增长，2025 年全球一次性手套销售量有望达到 8,293 亿支，全球一次性手套的销售收入有望达到 136 亿美金。根据 QY Research《2024-2030 全球与中国医用手套市场现状及未来发展趋势》中的预测，预计 2030 年全球医用手套市场销售额将达到 355 亿美元，年复合增长率为 5.2% (2024-2030)。

公司应急救护事业部主要产品为以急救箱包为主的各类应急救护产品和一次性健康防护用品。目前，社会应急救护产品需求快速增长，越来越多的社会参与方正在创造应急领域的多元化适用场景；政府及相关部门、组织对应急领域的重视程度也持续提升，最近两年发改委、应急局、红十字会、卫健委等频繁发文，不断提升人们对自动体外除颤仪（AED）、急救箱包等应急救护产品及急救能力的重视程度。根据 QY Research《2025-2031 全球与中国急救包市场现状及未来发展趋势》显示，2024 年全球急救包市场销售额达到了 6.53 亿美元，预计 2031 年将达到 10.61 亿美元，年复合增长率为 7.3%(2025-2031)。

感谢您的关注。

10、老龄化趋势对心脑血管器械需求的长期拉动作用，请问公司会做哪些提前布局吗？是否计划开发家用监测设备？

回复：您好，老龄化是全世界所有国家共同面对的问题，在国内，该问题近几年也逐步引起人们重视，同时随着人均 GDP 提升，生活水平改善，心脑血管发病率逐年升高。公司的心脑血管事业部深耕心脑血管领域 20 多年，拥有完善的产品线、充足的产能、丰富的研发技术储备、覆盖全世界约 100 个国家和地区的销售网络。公司致力于为患者提供优质的血管介入治疗产品，同时通过不断研发新产品为患者带来更多治疗选择。

公司致力于在现有的心脑血管介入器械领域继续精进，并同时丰富的技术积累带入体外孵化领域，暂时未有开发家用监测设备的计划。公司将持续关注市场动态，

并根据市场动态、行业发展调整公司规划。感谢您的关注。

11、未来是否计划与国际药企合作开发创新疗法？在基因治疗或生物可降解材料领域有布局吗？

回复：您好，公司尚未与国际药企合作开发创新疗法，也未在基因治疗领域布局。公司各事业部积极探索新型材料，例如 2024 年公司健康防护事业部与万华化学合作研发出聚氨酯手套新品。公司将持续关注市场动态，并根据市场动态、行业发展调整公司规划。感谢您的关注。

12、子公司蓝帆柏盛引入 10 亿元战略投资，对心脑血管业务的具体赋能方向是什么？

回复：您好，2024 年子公司蓝帆柏盛完成了总额为 10 亿元的战略融资，所有 10 亿元资金已于 2024 年 6 月前全部到账，该战略融资是蓝帆柏盛发展的重要里程碑，其意义包括：

（1）为蓝帆柏盛研发赋能：高值耗材研发阶段需要大量资金，蓝帆柏盛拥有丰富的研发管线，战略融资到账为这些研发管线的推进以及后续更多研发管线的开发提供丰富的资金储备；

（2）为蓝帆柏盛产能提升赋能：蓝帆柏盛拥有丰富的已上市产品线，随着已上市产品销量提升，以及更多新产品上市，对产能提升提出新的要求，战略融资将进一步协助公司提升产能、优化成本结构；

（3）为进一步推动产品商业化赋能：蓝帆柏盛目前拥有覆盖全世界约 100 个国家和地区的销售网络，公司将继续调研不同国家市场机会，开拓更多市场，同时在既有市场上进一步提升市场份额，推动产品商业化放量和业绩释放。

感谢您的关注。