

投资者关系活动记录表

编号：2025-002

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☒业绩说明会 ☐现场参观 ☐分析师会议 ☐新闻发布会 ☐其他（ ） ☐媒体采访 ☐路演活动
-----------	---

	募基金、上海混沌投资、上海景领资管、上海君和立成资管、上海瓴仁私募基金、上海名禹资管、上海盘京资管、上海磐松私募基金、上海勤辰私募基金、上海山合私募基金、上海慎知资管、上海世诚投资、上海天惠投资、上海天猊资管、上海途灵资管、上海五地私募基金、上海肇万资管、上海证券、上海中域投资、申万宏源证券、深圳民森投资、深圳前海华杉资管、深圳市金斧子资管、深圳市尚诚资管、深圳市中欧瑞博资管、双安资产、苏州云阳宜品资管、太平基金、太平洋医药、太平养老保险、太平资管、泰康资管、泰信基金、天风医药、天弘基金、天治基金、通用技术集团资管、万丰有方资管、西安瀑布资管、西部利得基金、西南证券、湘财基金、新华基金、新华资管、信达澳亚基金、信达证券、兴业证券、兴银理财、兴证全球基金、幸福人寿保险、玄卜投资、易方达基金、银河基金、银河证券、银鸿投资、远信（珠海）私募基金、长安汇通集团、长安基金、长城财富保险资管、长城基金、长江养老保险、长江证券、长盛基金、长信基金、招商基金、招商信诺资管、浙江龙航资管、浙商医药、浙商证券、知合资管、中庚基金、中国人民养老保险、中海基金、中加基金、中科沃土基金、中泰金融国际、中泰证券、中天国富证券、中信建投经管委财富管理部客户、中信建投证券、中信建投资管、中信证券、中邮医药、中邮证券、重庆穿石投资
时间	2025 年 8 月 12 日
地点	南微医学会议室
上市公司接待人员姓名	李常青（执行总裁）、张博（高级副总裁）、芮晨为（高级副总裁）、龚星亮（副总裁、董秘）、汤妮（证代）
投资者关系活动主要内容介绍	2025 年半年度业绩情况介绍： 2025 年上半年，国际形势复杂多变，国际市场剧烈震荡，全球面临大国博弈、地区冲突和关税冲击等多重挑战。国内医改持续深化，对医疗器械行业产生深远影响。医用耗材集采覆盖面进一步扩大，国产替代加速，价格持续走低。面对国内外不确定性因素影响，公司保持战略定力，坚持创新和国际化双轮驱动，多措并举提高管理效率和经营利润率，在创新和全球化布局方面取得新的明显成效。 1. 2025 年上半年公司实现营收 15.65 亿元，较上年同期增长 17.36%；归母净利润 3.63 亿元，同比增长 17.04%。其中，亚太区域营收 8.08

	亿元（其中亚太海外营收 1.28 亿元，康友营收 1.34 亿元），同比减少 1.7%；美洲区域营收 3.41 亿元，同比增长 21.75%；欧洲、中东及非洲区域营收 4.16 亿元（含 CME），同比增长 89%。公司海外业绩亮眼，营收同比增长 45%，收入占比已提升至总收入的 58%。 2. 2025 年上半年产品综合毛利率 64.9%，较同期 67.9%，降低 3 个百分点。主要受两方面影响：首先系战略性并购 CME 带来的结构影响，随着公司自产核心产品逐步切换，毛利率有望稳步提升；其次，受国内集采政策和价格竞争影响，内销毛利率较去年同期有所下降。 3. 上半年，公司重点提升高附加值产品及创新产品的销售占比，创新产品（可视化类、新款止血夹、海绵支架等）实现收入 1.1 亿元，同比增长近 40%。海外创新产品增长更为突出，其中，可视化类同比增长 88%，海绵支架同比增长 94%。 4. 在研发投入方面，公司坚持创新驱动，着眼长远，上半年研发费用 8828 万元，较同期增长 5.64%；公司 5 月份设立创新研究院，致力于通过术式创新引领器械设计创新，识别重大临床需求和探索前沿技术，拓宽并加深技术护城河。 问答： 1.Q: 公司海外销售团队的规模、核心市场人员分布及后续扩张计划如何？海外除自主开发新产品推广外，是否考虑代理及收并购，选品逻辑或方向是什么？ A: 公司海外本土化团队规模已超 400 人，主要分布在欧美市场，团队扩张根据市场需求及扩张速度进行。产品销售从公司战略出发，聚焦主业消化内镜领域，不限制各子公司补齐产品线，若子公司认为某些创新产品能提升当地品牌影响力、销售及临床渗透率，且符合公司总体战略方向，原则上会批准相关需求。并购方面，公司一直积极寻找收并购标的，包括渠道标的、新技术和新产品，这也是公司未来几年增长的主要动力来源之一。 2.Q: CME 并购交割后的整合情况如何？今年在欧洲会拓展哪些新的区域市场？ A: 公司与 CME 的并购于今年 2 月完成交割并表，交割后整合顺利，处于平稳过渡阶段，目前正与 CME 积极探索新产品拓展。欧洲市场将依托现有渠道及并购进行区域拓展。
--	--

	3.Q: 泰国工厂的建设进度、产能布局、主要销售品类及与国内相比的成本情况如何? A: 泰国工厂主体工程已基本完成, 按计划今年底正式投产; 泰国工厂定位供应欧美, 品类集中在大宗耗材; 产线实行高度自动化, 总体成本比国内低。 4.Q: 当前一次性内镜在海外不同国家的推广进展如何? 海外不同市场区域对一次性内镜的接受度有何差异? A: 公司依托国内团队在胆囊、阑尾等新术式的开发, 通过国际学术交流活动, 一次性内镜新术式在全球市场 (主要是欧美国家) 引起较大关注。 (1) 欧美日市场: 作为中国市场之后的主要推广区域, 发达国家对一次性内镜接受程度较高, 主要原因是友商较早推出一次性胆道镜等产品, 市场教育成熟, 公司产品在发达国家市场已取得显著增长。 (2) 其他市场: 在友商未触及或用量较低的市场, 因公司产品性能有替代优势且性价比更优, 目前正处于快速开发过程中。 5.Q: 公司目前核心研发管线有哪些? A: 1) 可视化类作为公司第二增长曲线, 是公司研发重点, 二代胆道镜预计明年上市, 其他可视化产品研发也在有序推进中, 未来两到三年将对公司业绩带来较明显增量; 2) 内镜耗材类, 普通 GI 耗材用量较大, 公司将通过成本工程、优化术式及产品应用等方式提高临床手术效率; 高值介入类 GI 耗材, 公司将通过医工合作和术式推广, 推出热穿刺支架、EUS 介入及 AI 手术应用相关产品; 3) 肿瘤介入类, 康友医疗正在完善热消融平台, 同时研发导管、导丝等产品, 未来两到三年有望形成一定销售规模。 5. Q: 国内内镜手术量今年以来的增速趋势如何? A: 行业以每年约 15% 的复合增长率稳定扩大, 主要因为 1) 医改 DRG 利好内镜赛道, 属于预防医学范畴, 符合医保基金效率使用需求; 2) 国内消化内镜医生数量目前只有 5-6 万名, 难以满足实际医疗需求, 随着内镜设备下沉和基层医疗市场培训的不断积累, 国内规模将持续扩大。
附件清单	
日期	2025 年 8 月 13 日

