

证券代码：002223

证券简称：鱼跃医疗

江苏鱼跃医疗设备股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2026-04-25

| | |
|---------------------------|---|
| <p>投资者关系活动类别</p> | <p> <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 type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input type="checkbox"/>其他（请文字说明其他活动内容） </p> |
| <p>参与单位名称及人员姓名</p> | <p>China Alpha Fund Joyce Hong; UBS 邓俊 马明淳; 波克私募基金 王颜涛 普开良; 博远基金 谭飞; 财通证券 郭琦; 创金合信基金 周志敏 张小郭; 大成基金管理 侯春燕; 大家资产管理 胡筱; 德福 GL Capital 王妍; 东北医药 叶菁; 东方证券自营 满臻; 东海基金 卢健; 东吴证券 王美麒; 方正富邦 郑森峰; 高新私募 高俊; 格林基金 刘冬; 光大证券 刘勇; 广发医药 王稼宸; 广发证券 饶小飞; 国联安基金 赵子淇; 国联民生 杨芳; 国融自营 赵小小; 国泰海通 江珅 赵峻峰; 国投证券 刘亚洲; 瀚伦投资 褚江敏; 颀科 钱若凡; 荷荷(北京)私募 唐巍; 弘毅远方基金 欧阳京; 红杉资本 闫慧辰; 泓德 王克玉; 华宝信托投资 顾宝成; 华宸未来 何冠洲; 华创证券 李婵娟 陈俊威; 华能贵诚信托 杨成; 华商基金 郭鹏; 华泰证券 陈辛 王殷杰 孔垂岩; 华夏久盈资管 张伟光; 华源证券 梁裕; 汇鑫投资 程欧; 混沌投资 张肖星; 嘉实基金 孙晓晖 程佳 万品玉; 巨杉(上海)资产 何川; 开思私募 黄际超; 开源自营 刘毅; 麦星投资 Maison Capital 王孜远; 名禹资产 王友红; 摩根士丹利基金 陈思睿; 磐厚投资 胡建芳; 鹏山资管 杨明韬; 平安基金 方军平; 平安养老保险 陶歆蔚; 平安医药 倪亦道 王钰畅; 浦银安盛基金 张瑞; 启泰私募 王超; 前海海运通资管 周里亚; 前海人寿保险 柯海平; 青骊投资 付宇娣; 青榕资产 唐明; 仁桥(北京)资产 王若曦; 榕树投资 李敏生; 睿扬投资 神玉飞; 尚诚资产 黄向前; 申万宏源证券 邓拥军; 泰康资产 王琦; 天风医药 周海涛; 天治基金 王娟; 万丰资产 胡江滨; 文多资产 黄佳丹; 信达证券 唐爱金; 兴业全球 黄伟; 兴业证券 东楠; 兴证全球基金 谢长雁; 幸福人寿保险 白羽; 野村东方国际证券 张熙; 银叶投资 李悦 罗斌; 原泽私募 王家晨; 圆合资本 陈家华; 云阳宜品 王欣艳; 泽娴投资 张斌; 招商基金 王忠波 文雨; 浙江益恒投资 钱坤; 正德泰投资 钟华; 中国人寿养老保险 王靖予; 中海基金 陈玮; 中金公司 夏璐 朱言音 张璘; 中融汇信期货 文惠霞; 中泰证券 刘照芊 谢木青; 中天证券 于华欣; 中信建投 李虹达 刘慧彬; 中信期货 魏巍; 中信证券 林峰; 中意资产 马成骥; 中银国际证券 胡晓航; 中邮证券 鲁春娥; 众安在线财产 冯航; 朱雀基金 李昶霖; 卓铸投资 严乐; HongLuke; 国信证券 贾瑞祥</p> |
| <p>时间</p> | <p>2026 年 4 月 25 日 15:00-16:00</p> |
| <p>地点</p> | <p>电话会议</p> |

| | |
|------------------------|---|
| <p>上市公司接待人员 姓名</p> | <p>董事长/总经理 吴群 副总经理/首席财务官 张勇 董事/董事会秘书 王瑞洁 投资者关系总监 李扬</p> |
| <p>交流内容及具体问答记录</p> | <p>1、公司全球化战略的进展情况？</p> <p>答：您好，面对全球广阔的市场空间，公司紧抓全球化发展战略，持续加码海外市场布局，有序推进呼吸治疗、血糖管理、家用健康检测、急救设备等重点品类的国际化落地。海外业务拓展层面，公司稳步推进各重点区域及国家的产品注册认证与渠道建设，持续加强属地化运营，公司已在多国完成子公司布局，并逐步配齐本地化营销、注册、用户服务、管理等团队。报告期内海外业务覆盖范围进一步拓宽，公司销售网络延伸至更多国家，全球版图日趋完善。2025年，公司实现外销收入12.32亿元，同比增长29.86%，占总营收比例提升至15.49%，未来外销业务将继续释放增长势能，逐步成为公司发展的重要引擎，谢谢。</p> <p>2、公司呼吸治疗板块的发展情况，未来经营规划？</p> <p>答：您好，2025年呼吸治疗解决方案板块业务营收25.49亿元，同比下降1.87%。其中家用呼吸机业务在国内外均实现快速增长，制氧机业务营收同比降幅缩窄。公司始终坚持以技术创新为核心驱动力，陆续推出具备高质量、低噪音、智能化等优势的新品，完善产品矩阵，强化公司在国内市场的领先地位。同时公司推进全球化战略布局，推动呼吸治疗产品出海，随着相关产品逐步在全球各地获得注册认证，公司将进一步深化与当地优质合作伙伴的战略联动，完善全球营销网络与服务体系，着力培育呼吸治疗板块第二增长曲线，谢谢。</p> <p>3、2025年公司血糖管理板块产品有非常亮眼的表现，请问公司对该</p> |

板块产品未来的销售预期？

答：您好，2025 年公司血糖管理及 POCT 解决方案业务板块营收规模同比增长 24.34%，公司重点新品 Anytime 4 系列、Anytime 5 系列陆续上市，获得客户的广泛认可，市场地位进一步提升，带动 CGM 业务营收规模实现翻倍以上增长。2026 年一季度该板块亦延续良好表现。从区域分布来看，2025 年，公司 CGM 业务增长主要来自于国内市场贡献，公司积极推动产品在海外的注册进程，Anytime4、Anytime 5 系列产品于 2026 年初取得欧盟 MDR 认证，同时公司正在推进下一代产品的研发相关工作。未来公司将持续深耕血糖管理领域，不断丰富产品矩阵，推进技术创新升级，同时将进一步拓展海内外市场，着力打造具备全球影响力的血糖管理品牌，驱动相关业务实现可持续发展，谢谢。

4、目前公司已经推出消费级健康戒指，未来可穿戴设备的储备产品和销售规划是怎样的？

答：您好，目前公司推出的鱼跃健康戒指 R3 属于消费级健康监测产品，公司后续计划推出具备医疗器械注册证的医疗级可穿戴戒指产品。鱼跃健康戒指 R3 当前依托品牌流量进行推广销售，在外观设计、使用体验等方面已获得消费者的好评，这也为即将推出的医疗级产品奠定良好基础。公司将根据用户反馈情况，逐步推进后续营销策略，并依据产品特性开展推广活动及消费者教育，循序渐进拓展至更广泛的销售渠道，谢谢。

5、2025 年度销售费用同比增加的原因？

答：您好，公司 2025 年度销售费用同比有所增长，主要系围绕全球化布局、新品市场推广及品牌价值建设实施前瞻性战略投入所致。在全球化战略推进阶段，公司持续深化海外属地运营体系建设，完善本地化团队搭建，相应带来薪酬费用、差旅开支及海外会展等投入增加。在国

内市场端，伴随多款战略产品陆续上市，公司有序加大新品市场宣传、渠道推广与品牌体系建设力度，持续深化消费者对健康管理及产品的认知，有效提升产品市场份额。公司秉持长期主义，后续将结合业务拓展节奏，动态调整销售费用结构，不断追求更高的投入产出效能，谢谢。

6、2025年，公司急救板块保持高速增长，公司对该板块如何规划？

答：您好，目前公司的急救业务产品矩阵丰富，覆盖医疗机构、急救转运、公共场所、家庭以及户外特殊环境等多元场景。在海外市场方面，公司正加快推进急救品类在各个地区和国家的注册工作，依托普美康50余年的技术积累与品牌口碑，积极拓展全球销售渠道。国内方面，伴随公众急救健康意识持续增强，AED及急救设备市场渗透率具备广阔提升空间，公司深耕本土市场，凭借综合性优势，已处于国内行业第一梯队。未来随着新品注册证落地、渠道网络扩容、品牌影响力强化，公司相信急救业务将继续作为推动公司发展的重要驱动力，谢谢。

7、2025年第四季度和2026年第一季度收入承压的原因？

答：您好，在当前国内消费大环境背景下，公司线下业务收入承压，同时，从2025年下半年开始，公司主动进行线下业务组织架构及销售策略调整，对业绩产生负面影响。报告期内，公司线上、海外业务均保持同比增长。

公司已着手推进线下业务渠道体系升级，在原有药店等销售渠道的基础上，合理试点布局线下旗舰店，开展新品展示、产品体验、用户服务等工作，并将品牌理念传递给用户和合作伙伴，已取得良好效果。公司将平衡线下规模和利润，持续优化线下业务的经营质量与盈利能力，谢谢。

| | |
|----------------------------------|--|
| | <p>8、今年在 AI 医疗领域还有哪些重点布局？</p> <p>答：您好，公司全面推进产品的数智化布局，积极推动“硬件+软件”的健康管理生态体系建设，围绕呼吸治疗、血糖管理、血压测量等领域开发多款应用程序，实现对健康数据的采集、管理、分析与解读，协同多方合作，推动数字化医疗服务生态落地，谢谢。</p> |
| 关于本次活动是否涉及应披露重大信息的说明 | 否。 |
| 活动过程中所使用的演示文稿、提供的文档等附件（如有，可作为附件） | 无。 |