

证券代码：688029

证券简称：南微医学

### 投资者关系活动记录表

编号：2026-001

<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（                      ）
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	CSFG 山高国际、New Silk Road Investment Pte. Ltd.（新丝路投资）、Sage Partners Limited、安徽海螺创投、安瑞置业、安信基金、宝盈基金、北京鑫翰资管、彼得明奇私募基金、博时基金、博远基金、渤海人寿、创金合信基金、大成基金、大摩华鑫基金、东北证券、东海基金、富国基金、高盛集团、光大自营、广发医药、广州领路私募、广州瑞天投资、国海证券、国金证券、国联安基金、国联民生证券、国寿养老、国泰海通证券、国泰君安证券股份资管、国信证券、国元证券、泓德基金、华安基金、华创证券研究所、华泰证券、华夏基金、徽银理财、汇丰晋信基金、建信养老金管理、金鹰基金、进门财经、景顺长城基金、巨杉（上海）资管、开源证券研究所、南京开通资管、鹏扬基金、平安理财、平安证券、千合资管、勤远投资、青岛裕瑞资管、青榕资管、仁桥（北京）资管、上海高恩私募基金、上海翰潭资管、上海和谐汇一资管、上海景领资管、上海瓴仁私募基金、上海雪石资管、上海易正朗资管、上银基金、申万宏源、申万菱信基金、深圳市平石资管、深圳市前海海运通资管、深圳市翼虎资管、慎知资产、施罗德投资香港、拾贝资管、苏州高新私募基金、泰康基金、泰信基金、天风资管、天津易鑫安资管、天治基金、通用技术集团资管、通用投资、万纳私募、无锡汇鑫资管、武汉言是科技、西部医药、信达证券、兴全基金、兴业证券、幸福人寿资管、益民基金、圆信永丰基金、远信（珠海）私募基金、长江证券、招银国际医药、浙商医药、中海基金、中金资管、中泰证券研究所、中信建投证券、中信期货、中信证券、中银医药、中邮证券、众安在线财产保险
<b>时间</b>	2026年4月28日
<b>地点</b>	南微医学会议室
<b>上市公司接待人员姓名</b>	冷德嵘（总裁）、张博（高级副总裁）、芮晨为（高级副总裁）、张锋（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

一、冷总分享公司一年多来重要的发展变化：

● **创新根基更加扎实：**

1. **研发体系优化：**2025 年公司成立创新研究院，系统化整合研发资源，优化研发体系，聚焦高附加值产品。目前在研产品众多，一次性堵塞装置进入国家药监局创新医疗器械审批绿色通道，热穿刺胰腺囊肿支架、一次性超细胆道镜等其他创新产品均具有较大市场潜力，目前研发注册过程顺利；
2. **创新产品收入提升：**创新产品从 2025 年起进入收入增长期，成为中长期重要的增长引擎。

● **全球化持续推进：**去年收购欧洲 CME 渠道，今年收购美国 CONMED 部分产品线，泰国工厂落成启用，目前海外收入占比已稳定在六成以上，标志着公司国际化发展进入新阶段。

● **国内市场信心修复：**受集采影响，2025 年国内业绩处于底部，目前 GI 核心产品线业绩触底回升出现拐点，同时在 DRG/DIP 改革下，高临床附加值产品获临床认可，公司对后续增长充满信心。

● **仍存在不足：**高附加值产品数量还不够多，制造和供应链效率有待提高，管理的系统性和有效性需进一步增强。

二、2025 年度及 2026 年一季度业绩情况介绍：

【2025 年度】

1. **收入利润：**在国内集采、美国高关税和全球供应链动荡的压力下，公司实现收入和利润正增长，整体收入 31.8 亿，同比+15.5%，归母净利润 5.7 亿，同比+3.1%；
2. **海外市场：**海外收入 19.33 亿元，同比+41%，连续两年高速增长，占比超 60%，成为收入增长重要引擎；
3. **国内市场：**受集采影响，销售收入同比下滑 10%；
4. **毛利率：**受集采政策、CME 并购稀释、美国关税以及产品结构变化等多重因素叠加影响，综合毛利率由上年同期 67.7%下降至 64.1%。公司将通过拓展海外业务、推进新产品销售和加强成本管控，维持毛利率在 65%左右；
5. **费用管控：**销售费用同比+15.4%；管理费用同比+17.6%，主要系新大楼折旧摊销和数字化转型投入；研发费用 2 亿，同比+14.2%，占收入比 6.25%；财务费用净收益 6600 万，增加 1600 万，主要是外汇汇率收益。

### 【2026 年一季度】

- 1. 收入利润：**面对集采常态化、美国关税增加、中东地缘冲突和人民币升值等挑战，公司主动抓住市场机遇，收入 8.55 亿，同比+22%，经营利润同比增加 28%，但受汇兑损失影响，归母净利润 1.46 亿，同比-9%；
- 2. 国内市场：**国内业务完成 3.3 亿，同比+13.6%，其中 GI 业务表现良好，同比+25%，是内销增长主要引擎；康友微波消融业务受集采影响，收入 3000 万，同比-40%，康友团队对业绩恢复信心充足；
- 3. 海外业务：**海外业务收入 5.2 亿，同比+28%，占比提升至 61.3%。亚太海外同比+39%，日本保持 24%稳定增长，东南亚及港台地区同比+56%；美洲区域同比+11%，美国本土市场同比+25%，拉美市场因商业模式调整收入出现短暂下滑；欧洲区域同比+28%，各细分市场同发力，德国、瑞士、法国等核心市场同比+30~60%；
- 4. 产品结构：**创新产品一季度收入超 9000 万，同比+65%，已占总收入 11%，美国创新品收入占比 15%，欧洲区域创新品收入占比近 20%；
- 5. 毛利率和费用情况：**一季度毛利率 64%，较去年同期下降 1.7 个百分点，主要原因系国内止血夹和微波消融等产品价格下降及美国关税成本增加；销售费用 1.7 亿，同比+15%，主要系市场推广费用增加；管理费用 1 亿，同比+9%，主要系咨询和服务费支出；研发费用 4677 万，同比+23%，公司聚焦创新产品加大投入；财务费用 3100 多万（去年 Q1 为正收益 3100 多万），主要系人民币升值导致汇兑损失约 4410 万元（其中美元有 2,200 万汇兑损失，欧元有 1,600 万汇兑损失，日元有 500 万汇兑损失），此汇兑损失为阶段性浮动损失。

#### 问答环节：

##### 1. 美伊战争对公司原材料成本以及海外销售有没有影响？

**A:** 美伊战争对成本端影响不大，仅燃油价格上涨可能使未来运费有所增加，整体可控；2025 年公司在中东主要国家（沙特、阿联酋、约旦）销售额约 3000 万元，对整体影响有限。

##### 2. Q: 公司去年并购的 CME 目前整合进度如何？后续国内外并购规划是怎样的？

**A:** CME 并购后整体态势良好，2025 年其收入同比+10%，各区域、各业务线均稳健增长；产品切换方面，去年已完成 35%，2026 年有望完成全部产

品整合，同时将借助 CME 的终端客户导入更多公司其他产品，整体进展符合预期。后续公司会持续关注国内外并购机会，有具体消息将另行发布。

**3.Q: 公司收购 CONMED 止血夹、活检钳等产品线的整合进展如何?**

**A:** CONMED 相关业务收购于 2026 年 3 月 31 日完成交割，目前整合进展顺利。本次收购核心是获得相关产品线终端客户清单，美国团队正全力对接客户，同时计划借助该渠道导入公司其他产品，相关工作正积极推进中。

**4.Q: 目前公司国内集采区域的落地进展如何?**

**A:** 目前集采已进入常态化、保质保量阶段，集采带来的降价也有利于相关产品使用量扩大，为整体市场的后续良性增长创造了条件。公司在已执行集采的区域份额快速提升，2025 年集采区域产品增量超过 20%，2026 年计划集采区域增量继续保持在 20%以上。非集采区域渠道趋于稳定、库存大幅降低。

**5.Q: 公司在欧洲核心市场的直销转型进展如何? 后续发展计划?**

**A:** 公司欧洲市场前几年推进经销转直销的转型效果良好，去年及一季度均实现稳健增长。目前，公司已在德国、奥地利、荷兰、英国、法国、葡萄牙、瑞士等国家开展直销。直销团队可高效执行总部策略，更有力地推广创新产品，目前一次性内镜、海绵支架等创新产品在直销市场进展迅速，成为近两年欧洲市场快速增长的核心驱动。后续公司计划持续有序扩大欧洲直销版图。

**6.Q: 公司如何应对汇率波动风险?**

**A:** 在美元升值周期，公司若频繁开展套期保值易产生机会损失，故公司往年主要采取择机结汇策略应对汇率波动风险，已于 2025 年欧元汇率高点完成大部分欧元结汇。当前，受美元贬值、人民币升值及海外业务规模持续扩大等因素叠加影响，公司美元敞口已处于较高水平，汇率波动带来的不确定性有所加大。后续公司将在保留择机结汇策略的基础上，适时开展套期保值业务，确保风险可控，避免大额损失。汇率风险管理已列为 2026 年公司财务重点工作之一。

**7.Q: 公司泰国工厂的产能爬坡预期如何? 对海外市场渗透率及毛利率将产生哪些影响? 后续其他地区国际市场本地化运营战略有哪些动态?**

**A:** 泰国子公司是公司首个海外制造基地，今年 1 月已正式启用，产能首

先面向海外市场，有望 2026 年二季度实现交付。作为东南亚市场桥头堡，泰国工厂将从三方面助力海外拓展：一是作为中国—东盟直接制造基地，优化交付效率，降低运输物流成本；二是依托本地化团队开展医工转化，直接针对当地需求开发创新产品；三是利用中国与东盟关税优惠政策，进一步降低生产成本。目前泰国工厂处于产能爬坡初期，预计 2027—2028 年对海外毛利率的提升效益将逐步显现。后续，公司将根据全球化布局进度，适时推进海外主要市场的产能覆盖，并考虑其他地区的本地化经营战略。

**8. Q: 目前美国医院市场中 GPO 采购的收入占比是多少？**

A: 美国是全球最大也是公司重点布局的市场。美国内镜耗材整体市场容量约 20 亿美元，其中医院市场约 15 亿美元；日间手术中心约 5 亿美元。2025 年，公司在美国医院市场份额约 1.7%；日间手术中心市场份额约 10%。近年来，公司致力于医院客户的持续开发，2022 年末美国活跃医院客户约 500 家，此后每年新开发客户约 200 家，至 2025 年末已增至 1,100 余家；2026 年一季度公司美国医院收入同比+40%，目前医院收入占美国整体收入的比例已接近 35%。后续，随着公司收购 CONMED 相关产品线，可借助其原有的优质医院资源，进一步助力美国医院市场收入增长。

**【冷总总结】**

2025 年是公司创新驱动、全球化驱动对冲集采风险初见成效的一年。回首我们走过的历程，这一成果来之不易，亦源于公司自创立之初便深植的创新基因——南微自诞生起即与临床医生协同创新，而海外市场的开拓亦始于当年国内市场的空白。相较创业之初的境遇，当前面临的困难与挑战也不算什么。历经二十多年积累与沉淀，我们相信未来的前景会更好。

2026 年是创新和全球化两大驱动更加深化的一年，具体规划包括三个层面：创新层面，将向研发难度大、风险高但临床价值更大的产品方向转化；全球化层面，将向欧洲一体化、美国客户医院化两个方向深化；生产与管理层面，公司将推动生产更加开放化、社会化、轻量化，多项举措并举将公司整体改造为更有利于创新的机体，这样我们才能更好地迎接明天的挑战，以持续稳定的增长回报广大投资者对我们的信任。

附件清单

日期

2026 年 4 月 29 日