

可孚医疗科技股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2025-004

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 投资者关系活动类别     | <div><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研</div> <div><input type="checkbox"/>分析师会议</div> <div><input type="checkbox"/>媒体采访</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>业绩说明会</div> <div><input type="checkbox"/>新闻发布会</div> <div><input type="checkbox"/>路演活动</div> <div><input checked="" type="checkbox"/>现场参观</div> <div><input type="checkbox"/>其他</div>                                                      |
| 参与单位名称及人员姓名   | 华夏基金；华福证券；安信基金；嘉实基金；深圳量度资本；盘京投资；上海尘星；华创证券；光证资管；易米基金；长城财信；深圳长青藤。<br>公司 2024 年度业绩说明会采用网络远程方式进行，面向全体投资者                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 时间            | 2025 年 5 月 15 日 10:00-12:00<br>2025 年 5 月 16 日 13:30-15:00<br>2025 年 5 月 16 日 15:00-17:00                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 地点            | 可孚医疗会议室                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 上市公司接待人员姓名    | 董事长/总裁张敏；董事/副总裁/董事会秘书薛小桥；副总裁/财务总监陈望朋；独立董事刘爱明；保荐代表人邹扬；证券事务代表谭鲜明；投资者关系经理罗晓旭                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | <div>1、请介绍下公司研发团队情况及研发转化效率</div> <div>答：自上市以来，公司持续深化研发创新战略布局，组建了医疗电子与康复医学、生物传感与创新材料以及呼吸支持三个研究院，构建了完善的创新研发体系，不断强化核心产品技术迭代，加速新产品研发进程。</div> <div>公司坚持以市场需求为导向、以技术创新为驱动、以质量为中心的标准开展研发工作，紧跟市场需求和行业发展趋势，凭借精准和高效的研发模式，更具针对性地进行产品策划、性能设计、品牌定价与推广，实现研发成果快速转化。2024 年以来，公司进一步聚焦核心品类进行技术攻关，持续提升研发效率，实现创新成果的快速转化。</div> <div>2、公司自研呼吸机进展及销售情况如何？</div> <div>答：可孚呼吸机在呼吸同步、静音表现等方面性能比较优秀，产品自上市以来获得消费者的高度认可。公司依托全渠道销售网络、直播电商团队以及专</div> |

业的售后服务团队，产品销量正快速提升。今年公司计划推出新一代呼吸机产品，产品性能更加卓越，为用户提供更智能、安全的呼吸健康管理解决方案。

**3、健耳听力 2024 年度情况及 2025 年度规划？**

答：2024 年健耳听力合并报表实现营业收入 2.73 亿元，同比增长 37.86%。受消费大环境影响，行业整体增速趋缓，加之健耳听力大量新店及次新店处于业绩爬坡阶段，全年亏损 4325 万元。

2025 年，健耳听力将围绕“经营质量提升”核心目标，通过加强成本管控、费用精细化管理和亏损门店专项治理等措施，逐步改善门店盈利能力。

**4、公司今年 618 大促方案有什么变化？国补对销售是否有促进作用？**

答：今年“618”年中大促已于 5 月 13 日开启，公司将根据宏观经济、行业消费趋势以及品牌自身发展阶段等因素，多维度多渠道进行品牌和产品投放，公司整体策略是希望实现高质量、可持续发展。国补政策对符合条件的产品销售有明显促进作用，公司将持续关注并积极把握政策机遇，推动业务高质量发展。

**5、公司未来分红政策是怎样的？**

答：公司一贯重视股东回报，与全体股东分享公司经营成果，在统筹考虑公司战略发展目标及流动资金需求，保证公司健康、可持续发展的前提下，公司坚持以稳定的分红政策、积极的分配方案来回报广大投资者的信任和支持。

**6、请问贵公司本期财务报告中，盈利表现如何？**

答：公司 2024 年度实现营业收入 29.83 亿元，同比增长 4.53%；归属于上市公司股东的净利润 3.12 亿元，同比增长 22.60%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 2.75 亿元，同比增长 36.74%；经营活动产生的现金流量净额 6.63 亿元，同比增长 68.45%，经营质量持续提升。

**7、请问贵公司未来盈利增长的主要驱动因素有哪些？**

答：首先，在行业层面，“健康中国”战略实施和人口老龄化趋势将持续释放家用医疗器械市场需求。我国 65 岁以上人口占比已超 15%，慢性病管理需求快速增长，为血压监测、血糖检测、呼吸支持等产品提供了广阔的发展空间。公司深耕行业二十余年，拥有多项自主知识产权和创新技术以及良好的新产品设计和开发能力，未来将持续通过技术创新推动产品迭代和智能化升级，不断提升产品的核心竞争力。

其次，在业务拓展方面，公司已构建线上线下协同发展的全渠道营销网络。

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          | <p>线上持续优化天猫、京东等平台运营，积极布局直播电商新渠道；线下与头部连锁药店深化合作，加速下沉三四线市场。同时，公司正稳步推进国际化战略，加速开拓国际市场，培育新的业绩增长点。通过产品创新和渠道优化双轮驱动，公司将稳步推动业绩增长。</p> <p><b>8、请问您如何看待行业未来的发展前景？</b></p> <p>答：医疗器械产业是现代产业体系中具有较强成长性和带动性的战略性新兴产业，是实施“健康中国”战略的重要组成部分。随着人口老龄化进程加速、全民健康意识提升、创新政策支持以及人工智能等新技术的应用融合，为行业奠定了长期向好的发展基础，公司持续看好中国医疗器械行业的市场潜力。</p> <p><b>9、请介绍一下本期行业整体和行业内其他主要企业的业绩表现？</b></p> <p>答：国内医疗器械行业持续分化，具备研发创新实力、渠道运营能力及品牌优势的企业仍保持较强竞争力，而产品同质化严重、市场响应滞后的企业则面临较大挑战。</p> <p>面对行业环境变化，公司将继续保持战略定力，深化消费者需求洞察，动态优化经营策略，重点推进核心品类的创新升级、全渠道业务提质增效、海外市场拓展及数字化建设等，推动公司实现高质量、可持续发展。</p> |
| 附件清单（如有） | 无                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |