

证券代码：872925

证券简称：锦好医疗

公告编号：2021-079

惠州市锦好医疗科技股份有限公司 关于接待机构投资者调研情况的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

惠州市锦好医疗科技股份有限公司（以下简称“公司”）于2021年11月26日接待了36家机构的调研，现将主要情况公告如下：

一、 调研情况

调研时间：2021年11月26日

调研形式：网络调研

调研机构：安信证券、东莞证券、东吴证券、万联证券、申万宏源证券、国泰君安证券、华夏基金、华安证券、江海证券、中山证券、银河证券、粤开证券、华龙证券、大成基金、南方基金、汇添富基金、嘉实基金、中邮基金、万家基金、东吴基金、广发基金、中金公司、招商证券、中泰证券、金元证券、西部证券、东北证券、长江证券、首创证券、东海证券、国都证券、湘财证券、东方证券、湖南轻盐创投、人保财险、中航信托

上市公司接待人员：董事长王敏先生、董事会秘书段皓龄先生

二、 调研的主要问题及公司回复概要

问题1：疫情下海运对公司影响多大？疫情下国外对助听器产品的需求是否发生变化？

回答：疫情下全球海运货物均受到一定的影响，但是由于助听器产品体积较小，货物运输占据空间有限，海运紧张对公司货物运输影响并不明显。

疫情下国外对助听器的需求并未发生明显的变化，受影响的主要是购买方式的转变，部分购买由线下转为线上。公司在海外的下游渠道多数以线上销售为主，

疫情下反而有利于公司产品的销售。

问题 2：公司的发展模式是怎么样的？代工和自主品牌两种模式的利润率有什么区别？公司自主品牌的长期战略规划如何？

回答：公司早期定位主要是瞄准海外市场，通过 ODM 模式快速开拓市场。2018 年开始拓展国内市场，定位就是发展自主品牌。未来公司在海外仍然以 B 端客户为主，同时大力发展国内自主品牌。两种模式的毛利存在一定的差异，但差异不会太大，主要是因为国内市场还是处于培育期，公司给了一定的推广让利。国内自主品牌发展规划，过去两年主要以经销，电商自营为主，未来将会择机开拓线下渠道。

问题 3：国内的助听器竞争对手都有哪些？市场竞争格局如何？

回答：公司目前国内竞争对手有欧仕达、新声、瑞听等公司以及国际“五大”品牌。“五大”以线下验配渠道为主，占据市场份额较高。

问题 4：产品客单价提升空间如何？

回答：公司产品客单价逐年提升，但由于海外客户以 B 端为主，且占收入比例较高，总体上客单价并不高，随着 C 端份额的提升，公司产品的客单价还有很大提升的空间。特别是随着高端数字机收入上占比的提高，将明显有助于提升公司产品客单价。

问题 5：公司与五大国际听力集团存在较大差距在哪？有哪些差异性定位？

回答：五大国际听力集团几乎都是百年企业，他们在线下验配助听器的技术上比较成熟，芯片和算法应用是他们的强项，虽然这些技术公司也有，但从应用层面来看，还有不少提升的空间。但是毕竟我们和“五大”定位不同，市场机会还是非常大，全球 15 亿听损人群，覆盖率很低，大多数人承受不起线下验配助器的高昂价格。我们做适合中国人的助听器，价格也比较亲民，我们在蓝牙应用和充电技术方面，有明显的优势。

问题 6：国内助听器哪些需要验配？怎么区分验配与非验配助听器？

回答：数字助听器开放了调试端口，就可以进行验配，只要有调试端口，就可以进行算法、软件等功能性的调试。

问题 7：公司大客户提升的空间如何？海外疫情是否影响公司业绩放缓？

回答：海外部分渠道，比如沃尔玛、CVS 等，目前只开放了部分门店合作，

随着 OTC 法案的正式实施，未来的合作有巨大的提升空间，公司也一直在努力深挖其他海外渠道。公司业绩放缓，除疫情因素外，主要是公司为了聚焦于助听器业务，逐步减少其他非主要产品的生产、销售，单从助听器业务看，收入大体持平，未来疫情好转后，新客户开拓力度加大，将会扭转当前情形。

问题 8：募投项目建成后产能与现在相比增幅多大？

回答：公司募投项目预计 2022 年底完成基础建设，拟逐步释放完整产能，公司同时根据未来发展规划和实际发展情况，进行产能建设，以满足公司发展需要。

问题 9：公司芯片研发的进展如何？

回答：公司目前已完成了芯片的后端设计，并取得了样片，已与芯片代工厂签订了流片服务协议，具体量产交付的日期，还需要根据代工厂的生产排期和产能情况而定。

问题 10：公司研发投入将在哪些方面？芯片设计还是提升通道数？

回答：公司研发投入方向主要是高端数字助听器、助听器算法和相关芯片设计。助听器的通道数与性能并不完全是成正比的关系，通道数只是性能指标之一，还有很多其他指标对助听器性能也有较大影响，公司未来的研发投入也会逐步往高通道方向进行。

问题 11：助听器普及率低的原因是什么？

回答：在中国普及率低，并不是单一的现象，目前助听器在发展中国家的普及率都相对较低。主要还是目前主要助听器价格昂贵，跟当前居民的收入水平不匹配。另外就是很多老年人的佩戴意识不强，未来随意观念的改变和收入水平的提升，中国的助听器市场成长空间巨大。

惠州市锦好医疗科技股份有限公司

董事会

2021 年 11 月 29 日