

## 深圳市理邦精密仪器股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<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
参与单位名称及人员姓名	线上参与公司 2025 年度网上业绩说明会的全体投资者
时间	2026 年 4 月 9 日 15:00-17:00
地点	公司会议室、价值在线网络互动
上市公司接待人员姓名	董事长、总裁: 张浩 董事、副总裁、董事会秘书、财务负责人: 祖幼冬 独立董事: 何晴
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、我最关心理邦仪器的战略方向问题。要么快步慢跑但是稳扎稳打，等待某些机遇。亦或是创造某些机会，使整个公司能够发生价值重构。张总对整个公司未来 5-10 年的初级想法是怎样的？作为平台型公司，管线横向还扩张与否？譬如麻醉机，呼吸机等。或者说朝着当下的纵向上游扩张？譬如设备的 Ai 应用上，能否以授权方式扩张给其他厂家应用？或者试剂原料方向的上游整合？</b></p> <p>作为平台型公司，公司的扩张策略是审慎且聚焦的，目前战略重心在于将现有六大业务领域（病人监护、心电诊断、妇幼健康、超声影像、体外诊断、智慧健康）做精做强，同时基于现有优势领域进行纵向延伸，通过技术创新和产品迭代，构建更完整的解决方案，通过平台优势实现交叉销售和资源复用，提升客户粘性。当然，公司也会持续关注并寻找能够强化核心技术、保障供应链安全、提升成本优势的整合机会。</p>

关于 AI 方面，“探索新兴技术，深度拓展智慧医疗”是公司产品创新的重要战略方向，目前首要任务更倾向于通过 AI 赋能，构建产品的差异化优势，从而巩固和提升现有产品线的市场地位。

**2、公司战略管理层如何判断整个行业会不会发生转折点？医保控费在我看来这种因素是不可逆的因素，医保局与整个设备制造经营成本之间的博弈，什么情况下会发生倒逼转向？毕竟不断控费的情况下，就过去三年而言，很多尤其是主做体外诊断的企业不断亏损。对整个医疗产业而言，无论是人才，还是研发，亦或是产品质量，都是慢性毒药状态。这种困境，整个行业会发生怎样的洗牌？**

公司认为医保控费是行业长期趋势，倒逼转向的关键节点在于企业能否从“规模扩张”转向“价值创造”。未来，行业洗牌的胜出者将是三类企业：一是具备核心技术壁垒、产品差异化明显的创新型企业；二是能够提供整体解决方案、实现临床价值与成本平衡的服务商；三是全球化布局成熟、能够对冲单一市场政策风险的国际化企业。理邦的应对策略是持续加大研发投入提升产品附加值，深化智慧医疗布局提高运营效率，同时继续推进全球化，以穿越周期。

**3、公司的一些设备，在医保局控费的前提下，未来会不会像家电一样属性。公司从一家高新医疗创新科技企业沦为一家传统家电类制造业企业？毕竟医保局的要求就是便宜且耐造。各个厂家会被迫相互压价博弈，直到几乎没有经销商利润，而且还要急切压缩采购成本。未来甚至会没有各种销售费用环节。医院从厂家直购。**

公司主要从事医疗电子设备产品和体外诊断产品的研发、生产、销售、服务，以全球化的视野、持续的创新和卓越的服务，已成为一家国际知名的医疗健康产品、解决方案和服务提供商。医保控费确实会压缩中间环节利润，倒逼行业从“渠道”驱动转向“产品+服务”驱动，但这也将加速淘汰同质化竞争者，留下真正具备技术壁垒的企业。理邦将持续强化产品差异化优势和智能化水平，通过 AI 赋能提升临床价值，同时不断优化渠道结构。

**4、国常会再次响应分级诊疗，公司管理层如何看待当下的城镇化进程与整个医疗建设覆盖率？未来 20 年中国的灰犀牛是严重老龄化，彼时彼刻的医疗场景可能是怎样的？公司产品线如何更加契合整个时代的发展需要？**

公司认为分级诊疗与城镇化将加速基层医疗设备升级需求，未来老龄化将带来慢病管理、居家监测和急诊急救需求爆发，医疗场景将从“医院为中心”转向“全生命周期健康管理”。未来，公司将通过不断融合AI智能、云计算、物联网等新技术及理念，探索远程医疗、互联网+医疗信息服务等新型商业模式，进一步完善及丰富四层架构（物联、互联、互通、共享）信息化综合解决方案，为全球用户提供更加优质的产品和服务。

**5、公司过去7年，逐渐从设备厂商转型成为方案提供商。总结一下两种经营模式上的转变，对公司经营上的现金流持续供应，客户的粘性上，特别是平台型公司产品线之间的相互促进协调上。到底有没有加持。**

公司认为从设备厂商向方案提供商的转型，在经营层面产生了加持：现金流方面，整体解决方案的交付周期虽拉长，但客户黏性和续约率提升带来更稳定的长期现金流；客户黏性方面，设备采购转向系统方案后，复购率和交叉销售明显提升；产品线协同方面，智慧急救、智慧心网等方案实现了监护、心电、超声产品的有机整合，带动多产品线同步渗透，平台型公司的网络效应已经显现。但转型仍在深化中，方案的标准化复制和规模化推广仍是未来重点，为客户提供更大的附加价值。

**6、公司似乎有布局上游的一些行动，从参股度影看得出来。但是度影信息披露量比较少，度影当前的市场占有率如何？假如公司通过度影加持公司的设备智能性，3个亿的研发费用是根本不够用的。而且公司没有控股度影。个人看来，哪怕利润亏损，甚至不分红，都要迈入Ai时代。公司如何看待公司面对时代机遇的节奏与资源配置问题。**

度影医疗作为创新型医疗企业，目前其开发的技术已部分转化为公司的产品功能，其市场份额暂无权威的统计数据。医疗行业的AI应用正处于快速成长期，市场格局尚未定型，度影医疗的具体经营数据请以该公司官方披露的为准。

公司认为AI应用是医疗行业的发展趋势，当前采取“自主研发+战略合作+参股布局”的路径：自研方面，“万象AI”大模型已应用于多场景；战略合作方面，与头部企业签约并获国际机构资金支持。目前，公司的研发投入力度，在行业中已属较高水平，公司会持续加大在AI技术方面的投入，使产品更具竞争力。

7、结合过去一年来理邦仪器的经营情况，资本市场实际上并非是选择无视。相对来说，在这个寒冬，理邦仪器依靠国际化与差异化经营，算是熬过了一个寒冬。但是资本市场更想看到的是企业规模（营收）的疯狂扩张，才能证明理邦仪器这家公司犹如雨后春笋拔地而起。假如理邦仪器走传统平台管线设备路线，面临的是上有国际巨头把持整个产业链顶端。器械研发周期长，而市场又瞬息万变的竞争压力。假如不扩充传统管线（例如呼吸机，麻醉机，塔床）又只能蚕食细分深耕路线。从而影响企业扩张速度。Ai时代与控费时代叠加，本质上在我看来是一次市场洗牌的新机遇，公司如何解决扩张速度与竞争压力之间的矛盾？

公司认为扩张速度与竞争压力的矛盾，本质是规模导向与价值导向的路径选择。在国际巨头把持高端市场、研发周期长、市场瞬息万变的背景下，单纯管线横向扩张风险高且突围难度大。公司选择以AI赋能现有业务领域，同时依托多元业务板块的技术优势，突破医疗设备的功能边界，打造软硬件一体化智慧医疗整体解决方案，带动多产品线同步渗透，持续为客户创造价值，在控费时代以临床价值而非价格竞争赢得市场，公司会平衡好发展与竞争的关系。

8、研究公司很多年前也曾经做过血糖仪，血糖仪是个比较大的赛道，而且国际上也有做的比较好的公司对标。公司后来怎么不做了，原因是啥？

血糖仪市场虽是大赛道，但国内竞争激烈、同质化严重，且国际巨头已建立较强品牌壁垒。公司选择将资源集中于具备核心优势的业务领域，避免在红海市场分散投入。

9、理邦仪器目前手持ai超声在非洲进展如何？大概铺设了哪几个国家？铺设了多少台？

Nano OB Assist 智能筛查助手在2026年3月完成CE认证，并在肯尼亚进行了区域性发布活动，目前正在准备材料提交非洲国家当地注册，有望在年内开始部分国家的正式进口。

10、根据十五五规划提及的国产替代，贵公司有什么规划和计划准备。

公司将采取以下措施：一是深化核心技术的自主可控，提升供应链韧性；二是强化高端产品在核心医疗机构的渗透力，提升国产设备的市场认可度；三是

成熟的全球化运营能力为背书，用经过国际市场验证的产品品质赢得国内客户信任。国产替代不是低端替代，而是通过技术创新实现高端产品的价值替代，为用户创造价值。

**11、i500 目前销售了大概多少台？i500 对于一个繁忙的三甲医院，一台机器一年耗材大概多少金额？谢谢**

i500 目前已销售数百台，对于单台机器一年具体销售的耗材金额暂无准确的统计数据。

**12、实际上传统管线也不是没有机会，假如心电或者监护仪，仅做到全球市场占有率的 2 成，营收也是一个很大的数字。这类设备看得见的未来不可能消失，只可能类似于手机或者汽车产业一样不断升级换代。公司要实现传统管线的占有率扩大，策略或者说时机在哪里？**

公司认为传统管线占有率提升的关键在于：一是技术迭代窗口，AI 赋能创造产品迭代需求，公司正通过“万象 AI”大模型推动心电等产品的差异化迭代；二是国产替代深化，十五五规划下医疗设备进口替代进一步加速；三是渠道下沉机遇，分级诊疗推动基层医疗设备升级，公司高性价比产品契合该市场需求；四是全球化深耕优势，持续渗透新兴市场并提升成熟市场份额。时机上，当前 AI 技术的快速发展与政策红利叠加，正是从“跟跑”转向“并跑”甚至“领跑”的战略窗口期。

**13、理邦人要有居安思危的意识，不能因为做出一点成绩就居功自傲，依我对日本曾经的医药控费史还有当年的时代背景，对比我国的现状与未来的全球地缘现状分析，如今我国的医疗企业面临可能出现的灰犀牛只比日企的曾经更加严苛。几乎令人绝望与窒息。只要挺过去，公司团队任何一员都可以拍胸脯说自己曾经是行业顶尖。期待公司对研发团队推出更合理规范且符合目标的激励方案，与公司形成利益共同体。**

当前已建立多维度员工激励机制：一是通过年度调薪提升员工薪资水平；二是通过设置杰出员工奖、优秀项目奖、员工持股计划等措施激励核心骨干和对公司有贡献的员工；三是职级体系与专业通道并行，为员工提供清晰晋升路径。未来将持续优化激励方案，实现公司与员工共同发展。

	<p><b>14、总结一下过去三年，是什么核心因素导致公司领先于整个行业，能够在同行业绩暴跌的时候而自身不受影响甚至实现增长。</b></p> <p>一是国际化布局前瞻，能有效对冲单一市场地缘政治风险；二是差异化产品矩阵，五大硬件业务领域均具备技术壁垒，避免同质化价格战；三是研发持续高投入，AI 赋能和智慧医疗方案构建竞争护城河；四是经营效率优化，财务稳健性强。这四点共同支撑公司业务持续健康发展。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>备注</p>	<p>本活动记录表中对于未来业绩的预期及展望是管理层根据当下业务发展情况所作出，不构成对广大股东的业绩承诺，具体财务数据请以披露的正式报告为准。</p>