

关于可孚医疗科技股份有限公司 创业板上市委审议意见的落实函的回复

深圳证券交易所：

根据贵所 2021 年 2 月 9 日下发的《关于创业板上市委审议意见的落实函审核函〔2021〕010281 号》（以下简称“上市委落实函”）的要求，可孚医疗科技股份有限公司（以下简称“可孚医疗”或“发行人”或“公司”）本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就上市委落实函所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实。同时按照上市委落实函的要求对《可孚医疗科技股份有限公司有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称“招股说明书”）进行了补充披露。

本回复说明中的简称与《可孚医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》中的简称具有相同含义。

问题 1、

请发行人在招股说明书“特别风险提示”部分补充披露新冠疫情导致的业绩增长偶发性和不可持续性的风险。

回复：

【情况说明】

2020 年 1-6 月，发行人经审计营业收入及归属于母公司股东的净利润分别为 122,861.64 万元、27,282.79 万元；2020 年 1-9 月发行人经审阅营业收入、归属于母公司股东的净利润分别为 174,162.98 万元、33,134.65 万元；2020 年度，发行人实现营业收入及归属母公司股东的净利润分别为 237,526.07 万元、42,394.99 万元。其中，发行人 2020 年营业收入、归属于母公司股东的净利润相较于 2019 年同比变动幅度分别为 62.46%、242.76%，经营业绩实现了较大幅度的增长。

1、区分防疫产品与非防疫产品分析发行人 2020 年主营业务收入与毛利率变动

区分防疫物资（体温计、口罩/手套、消毒产品）与非防疫物资，2018 年、2019 年、2020 年分季度及 2021 年 1 月份主营业务收入与毛利率情况如下：

单位：万元

产品	2021 年 1 月			2020 年第四季度			2020 年第三季度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
防疫物资	19,924.38	61.20%	54.66%	27,009.39	44.31%	53.54%	18,561.79	37.19%	45.83%
非防疫物资	12,630.62	38.80%	38.38%	33,946.11	55.69%	39.52%	31,353.07	62.81%	38.42%
主营业务收入	32,555.00	100.00%	48.35%	60,955.51	100.00%	45.73%	49,914.87	100.00%	41.18%
产品	2020 年第二季度			2020 年第一季度			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
防疫物资	30,029.21	47.02%	41.58%	29,400.64	51.02%	75.49%	19,361.27	13.30%	46.41%
非防疫物资	33,834.60	52.98%	40.62%	28,225.00	48.98%	42.33%	126,262.82	86.70%	37.01%
主营业务收入	63,863.81	100.00%	41.07%	57,625.64	100.00%	59.25%	145,624.09	100.00%	38.26%

产品	2018 年		
	收入	收入占比	毛利率
防疫物资	14,280.05	13.19%	44.77%
非防疫物资	93,998.94	86.81%	35.46%
主营业务收入	108,278.98	100.00%	36.69%

注：以上 2020 年分季度财务数据以及 2021 年 1 月财务数据未经审计。

整体来看，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品在整个报告期内均为发行人较为重要的产品品类，且均属于高毛利率的产品。2018 年、2019 年三类产品合计销售收入均超过 1 亿元，且保持较高的增速；销售毛利率均高于整体主营业务毛利率水平。2020 年，疫情背景下，上述三类产品对主营业务收入以及主营业务毛利率贡献进一步提升。

具体情况如下：

销售收入方面，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品在 2018 年、2019 年、2020 年合计销售收入分别为 14,280.05 万元、19,361.27 万元、105,001.03 万元，占主营业务收入比重分别为 13.19%、13.30%、45.19%，2019 年、2020 年同比增幅分别为 35.58%、442.33%；毛利率方面，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品在 2018 年、2019 年、2020 年整体销售毛利率分别为 44.77%、46.41%、54.90%，随着产品品类不断丰富、自有品牌自产产品销售收入比重提升，毛利率逐年提升，且高于整体主营业务毛利率。

2020 年初，新冠疫情突发，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品成为重要的防疫物资，市场需求猛增。2020 年一季度上述产品供不应求，销售价格亦相应提升。随着疫情防控常态化，防疫物资产品供应日渐充足，2020 年二季度至今，上述三类产品市场需求仍然较高，销售价格、销售毛利率回落到正常水平。

2020 年一季度，发行人体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品合计销售收入 29,400.64 万元，占当期主营业务收入比重为 51.02%，销售毛利率为 75.49%；2020 年二季度、三季度、四季度以及 2021 年 1 月份，三类产品销售收入分别为 30,029.21 万元、18,561.79 万元、27,009.39 万元、19,924.38 万元，占当期主营业务收入比重分别为 47.02%、37.19%、44.31%、61.20%，销售毛利率分别为 41.58%、45.83%、

53.54%、54.66%。

2、口罩/手套、体温计、消毒产品等防疫产品市场竞争状况分析

报告期内，发行人口罩/手套、体温计、消毒产品线上销售收入占比较高，且已经形成了较强的品牌影响力，同时拥有丰富的产品品类，具有较强的市场竞争力。

(1) 线上销售竞争状况

报告期内，发行人体温计、口罩/手套、消毒产品区分线上销售与线下销售两种渠道，销售收入具体情况如下：

单位：万元

三类产品	2021年1月		2020年		2020年1-9月	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上销售	18,465.58	92.68%	85,576.88	81.50%	60,484.95	77.55%
线下销售	1,458.80	7.32%	19,424.16	18.50%	17,506.69	22.45%
合计	19,924.38	100.00%	105,001.04	100.00%	77,991.65	100.00%
三类产品	2019年		2018年			
	金额	占比	金额	占比		
线上销售	14,219.66	73.44%	9,361.48	65.56%		
线下销售	5,141.61	26.56%	4,918.56	34.44%		
合计	19,361.27	100.00%	14,280.05	100.00%		

注：2020年度以及2021年1月份财务数据未经审计。

整体来看，三类防疫物资产品线上销售参与者较多，竞争较为激烈。依据生意参谋，2021年1月份，体温计类、口罩（器械）、皮肤消毒护理三个产品类目中产品品牌销售排名与流量排名情况如下所示：

品牌排名	口罩（器械）		体温计类		皮肤消毒护理（消）	
	销量排名	流量排名	销量排名	流量排名	销量排名	流量排名
1	可孚	可孚	可孚	可孚	可孚	可孚
2	超亚	超亚	GUSGU/古尚古	GUSGU/古尚古	欧洁	海氏海诺
3	ZD/振德	xaxr	鱼跃	振海康	LIRCON/利尔康	LIRCON/利尔康

注：生意参谋统计数据包含天猫与淘宝平台数据。

如上表所示，发行人线上销售具有较好的竞争地位。依据生意参谋，2020年至

今依据月份对体温计类、口罩（器械）、皮肤消毒护理三个产品类目中产品品牌进行统计，“可孚”品牌产品销售排名与流量排名均整体呈上升趋势，2021年1月份三个类目“可孚”品牌产品销售排名与流量排名均为第一名。具体情况如下：

类目	月份	销售排名	流量排名	类目	月份	销售排名	流量排名	类目	月份	销售排名	流量排名
体温计类	2021-01	1	1	口罩（器械）	2021-01	1	1	皮肤消毒护理（消毒产品）	2021-01	1	1
	2020-12	2	1		2020-12	1	1		2020-12	4	1
	2020-11	2	1		2020-11	6	2		2020-11	5	1
	2020-10	1	1		2020-10	4	2		2020-10	6	1
	2020-09	1	1		2020-09	3	1		2020-09	8	3
	2020-08	2	1		2020-08	5	1		2020-08	10	3
	2020-07	1	1		2020-07	6	3		2020-07	17	5
	2020-06	1	1		2020-06	1	3		2020-06	11	5
	2020-05	1	1		2020-05	9	12		2020-05	15	3
	2020-04	1	1		2020-04	6	6		2020-04	6	3
	2020-03	4	1		2020-03	16	6		2020-03	3	2
	2020-02	3	2		2020-02	-	3		2020-02	19	9
	2020-01	3	1		2020-01	17	12		2020-01	10	5

数据来源：生意参谋，生意参谋统计数据包含天猫与淘宝平台数据。

（2）市场参与者不断增多，市场竞争加剧

目前新冠疫情在国内已经得到了较好的控制，随着防疫物资产能提升，已有较为充足的供应，防疫物资类产品生产厂家数量迅速增加，市场竞争不断加剧。

依据国家药品监督管理局防疫产品注册信息查询：截至2021年2月全国共存续有效口罩注册证为6,301张，2020年1月20日之前为827张。其中一次性使用医用口罩注册证为3,418张，2020年1月20日前为424张；医用外科口罩注册证为2,276张，2020年1月20日前为310张；医用防护口罩注册证为607张，2020年1月20日前为93张。截至2021年2月，全国共有红外线体温计注册证675张，2020年1月20日为183张。

3、新冠疫情导致的业绩增长存在偶发性和不可持续性的风险

2020年至今，均处于新冠疫情防控状态，体温计、口罩/手套、消毒产品三类

产品对发行人营业收入及毛利率贡献较大。

疫情防控常态化情况下，市场参与者不断增加，市场竞争不断加剧；随着未来新冠疫情消除，防疫类产品市场需求亦会有所缩减。如果未来随着疫情过后防疫物资销售价格与销量下降，将对发行人防疫类产品销售产生不利影响。新冠疫情导致的业绩增长存在偶发性和不可持续性的风险。发行人已于招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险”之“（九）发行人 2020 年业绩增长存在偶发性，未来业绩增长速度存在不可持续的风险”中进行提示，提请投资者予以特别关注。

【补充披露】

发行人于招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险”之“（九）发行人未来业绩增长速度存在不可持续的风险”中补充披露如下：

“

（九）发行人 2020 年业绩增长存在偶发性，未来业绩增长速度存在不可持续的风险

销售收入与经营活动现金净流量方面，2020 年主营业务收入增长主要来自于防疫产品销售收入的增长；销售收入的扩张亦为发行人带来了较好的现金流量，2020 年，发行人经营活动现金流量净额为 49,576.80 万元。毛利率方面，2020 年一至四季度以及 2021 年 1 月份销售毛利率相对较高，其中防疫物资类产品销售毛利率贡献较大。

目前新冠疫情在国内已经得到了较好的控制，随着防疫物资产能提升，已有较为充足的供应，同时防疫物资类产品生产厂家数量迅速增加，市场竞争不断加剧。依据国家药品监督管理局防疫产品注册信息查询：截至 2021 年 2 月全国共存续有效口罩注册证为 6,301 张，2020 年 1 月 20 日之前为 827 张。其中一次性使用医用口罩注册证为 3,418 张，2020 年 1 月 20 日前为 424 张；医用外科口罩注册证为 2,276 张，2020 年 1 月 20 前为 310 张；医用防护口罩注册证为 607 张，2020 年 1 月 20 前为 93 张。截至 2021 年 2 月，全国共有红外线体温计注册证 675 张，2020 年 1 月 20 日为 183 张。

疫情防控常态化情况下，市场参与者不断增加，市场竞争不断加剧；随着未来新冠疫情消除，防疫类产品市场需求亦会有所缩减。如果未来随着疫情过后防疫物

资销售价格与销量下降，将对发行人防疫类产品销售产生不利影响。新冠疫情导致的业绩增长存在偶发性和不可持续性的风险。

”

发行人于招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“一、影响发行人未来盈利能力或财务状况的主要因素”中补充披露如下：

“

（四）新冠疫情背景下，发行人防疫类产品市场竞争力分析

2020年1-6月，发行人经审计营业收入及归属于母公司股东的净利润分别为122,861.64万元、27,282.79万元；2020年1-9月发行人经审阅营业收入、归属于母公司股东的净利润分别为174,162.98万元、33,134.65万元；2020年度，发行人实现营业收入及归属母公司股东的净利润分别为237,526.07万元、42,394.99万元。其中，发行人2020年营业收入、归属于母公司股东的净利润相较于2019年同比变动幅度分别为62.46%、242.76%，经营业绩实现了较大幅度的增长。

1、区分防疫产品与非防疫产品分析发行人2020年主营业务收入与毛利率变动

区分防疫物资（体温计、口罩/手套、消毒产品）与非防疫物资，2018年、2019年、2020年分季度及2021年1月份主营业务收入与毛利率情况如下：

单位：万元

产品	2021年1月			2020年第四季度			2020年第三季度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
防疫物资	19,924.38	61.20%	54.66%	27,009.39	44.31%	53.54%	18,561.79	37.19%	45.83%
非防疫物资	12,630.62	38.80%	38.38%	33,946.11	55.69%	39.52%	31,353.07	62.81%	38.42%
主营业务收入	32,555.00	100.00%	48.35%	60,955.51	100.00%	45.73%	49,914.87	100.00%	41.18%
产品	2020年第二季度			2020年第一季度			2019年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
防疫物资	30,029.21	47.02%	41.58%	29,400.64	51.02%	75.49%	19,361.27	13.30%	46.41%
非防疫物资	33,834.60	52.98%	40.62%	28,225.00	48.98%	42.33%	126,262.82	86.70%	37.01%
主营业务收入	63,863.81	100.00%	41.07%	57,625.64	100.00%	59.25%	145,624.09	100.00%	38.26%

产品	2018 年		
	收入	收入占比	毛利率
防疫物资	14,280.05	13.19%	44.77%
非防疫物资	93,998.94	86.81%	35.46%
主营业务收入	108,278.98	100.00%	36.69%

注：以上 2020 年分季度财务数据以及 2021 年 1 月财务数据未经审计。

整体来看，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品在整个报告期内均为发行人较为重要的产品品类，且均属于高毛利率的产品。2018 年、2019 年三类产品合计销售收入均超过 1 亿元，且保持较高的增速；销售毛利率均高于整体主营业务毛利率水平。2020 年，疫情背景下，上述三类产品对主营业务收入以及主营业务毛利率贡献进一步提升。

具体情况如下：

销售收入方面，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品在 2018 年、2019 年、2020 年合计销售收入分别为 14,280.05 万元、19,361.27 万元、105,001.03 万元，占主营业务收入比重分别为 13.19%、13.30%、45.19%，2019 年、2020 年同比增幅分别为 35.58%、442.33%；毛利率方面，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品在 2018 年、2019 年、2020 年整体销售毛利率分别为 44.77%、46.41%、54.90%，随着产品品类不断丰富、自有品牌自产产品销售收入比重提升，毛利率逐年提升，且高于整体主营业务毛利率。

2020 年初，新冠疫情突发，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品成为重要的防疫物资，市场需求猛增。2020 年一季度上述产品供不应求，销售价格亦相应提升。随着疫情防控常态化，防疫物资产品供应日渐充足，2020 年二季度至今，上述三类产品市场需求仍然较高，销售价格、销售毛利率回落到正常水平。

2020 年一季度，发行人体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品合计销售收入 29,400.64 万元，占当期主营业务收入比重为 51.02%，销售毛利率为 75.49%；2020 年二季度、三季度、四季度以及 2021 年 1 月份，三类产品销售收入分别为 30,029.21 万元、18,561.79 万元、27,009.39 万元、19,924.38 万元，占当期主营业务收入比重分别为 47.02%、37.19%、44.31%、61.20%，销售毛利率分别为 41.58%、45.83%、

53.54%、54.66%。

2、口罩/手套、体温计、消毒产品等防疫产品市场竞争状况分析

报告期内，发行人口罩/手套、体温计、消毒产品线上销售收入占比较高，且已经形成了较强的品牌影响力，同时拥有丰富的产品品类，具有较强的市场竞争力。

(1) 线上销售竞争状况

报告期内，发行人体温计、口罩/手套、消毒产品区分线上销售与线下销售两种渠道，销售收入具体情况如下：

单位：万元

三类产品	2021年1月		2020年		2020年1-9月	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上销售	18,465.58	92.68%	85,576.88	81.50%	60,484.95	77.55%
线下销售	1,458.80	7.32%	19,424.16	18.50%	17,506.69	22.45%
合计	19,924.38	100.00%	105,001.04	100.00%	77,991.65	100.00%
三类产品	2019年		2018年			
	金额	占比	金额	占比		
线上销售	14,219.66	73.44%	9,361.48	65.56%		
线下销售	5,141.61	26.56%	4,918.56	34.44%		
合计	19,361.27	100.00%	14,280.05	100.00%		

注：2020年度以及2021年1月份财务数据未经审计。

整体来看，三类防疫物资产品线上销售参与者较多，竞争较为激烈。依据生意参谋，2021年1月份，体温计类、口罩（器械）、皮肤消毒护理三个产品类目中产品品牌销售排名与流量排名情况如下所示：

品牌排名	口罩（器械）		体温计类		皮肤消毒护理（消毒类产品）	
	销量排名	流量排名	销量排名	流量排名	销量排名	流量排名
1	可孚	可孚	可孚	可孚	可孚	可孚
2	超亚	超亚	GUSGU/古尚古	GUSGU/古尚古	欧洁	海氏海诺
3	ZD/振德	xaxr	鱼跃	振海康	LIRCON/利尔康	LIRCON/利尔康

注：生意参谋统计数据包含天猫与淘宝平台数据。

如上表所示，发行人线上销售具有较好的竞争地位。依据生意参谋，2020年至

今依据月份对体温计类、口罩（器械）、皮肤消毒护理三个产品类目中产品品牌进行统计，“可孚”品牌产品销售排名与流量排名均整体呈上升趋势，2021年1月份三个类目“可孚”品牌产品销售排名与流量排名均为第一名。具体情况如下：

类目	月份	销售排名	流量排名	类目	月份	销售排名	流量排名	类目	月份	销售排名	流量排名
体温计类	2021-01	1	1	口罩（器械）	2021-01	1	1	皮肤消毒护理（消毒产品）	2021-01	1	1
	2020-12	2	1		2020-12	1	1		2020-12	4	1
	2020-11	2	1		2020-11	6	2		2020-11	5	1
	2020-10	1	1		2020-10	4	2		2020-10	6	1
	2020-09	1	1		2020-09	3	1		2020-09	8	3
	2020-08	2	1		2020-08	5	1		2020-08	10	3
	2020-07	1	1		2020-07	6	3		2020-07	17	5
	2020-06	1	1		2020-06	1	3		2020-06	11	5
	2020-05	1	1		2020-05	9	12		2020-05	15	3
	2020-04	1	1		2020-04	6	6		2020-04	6	3
	2020-03	4	1		2020-03	16	6		2020-03	3	2
	2020-02	3	2		2020-02	-	3		2020-02	19	9
	2020-01	3	1		2020-01	17	12		2020-01	10	5

数据来源：生意参谋，生意参谋统计数据包含天猫与淘宝平台数据。

（2）市场参与者不断增多，市场竞争加剧

目前新冠疫情在国内已经得到了较好的控制，随着防疫物资产能提升，已有较为充足的供应，防疫物资类产品生产厂家数量迅速增加，市场竞争不断加剧。

依据国家药品监督管理局防疫产品注册信息查询：截至2021年2月全国共存续有效口罩注册证为6,301张，2020年1月20日之前为827张。其中一次性使用医用口罩注册证为3,418张，2020年1月20日前为424张；医用外科口罩注册证为2,276张，2020年1月20日前为310张；医用防护口罩注册证为607张，2020年1月20日前为93张。截至2021年2月，全国共有红外线体温计注册证675张，2020年1月20日为183张。

3、新冠疫情导致的业绩增长存在偶发性和不可持续性的风险

2020年至今，均处于新冠疫情防控状态，体温计、口罩/手套、消毒产品三类

产品对发行人营业收入及毛利率贡献较大。

疫情防控常态化情况下，市场参与者不断增加，市场竞争不断加剧；随着未来新冠疫情消除，防疫类产品市场需求亦会有所缩减。如果未来随着疫情过后防疫物资销售价格与销量下降，将对发行人防疫类产品销售产生不利影响。新冠疫情导致的业绩增长存在偶发性和不可持续性的风险。发行人已于招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险”之“（九）发行人 2020 年业绩增长存在偶发性，未来业绩增长速度存在不可持续的风险”中进行提示，提请投资者予以特别关注。

”

（本页无正文，为《关于可孚医疗科技股份有限公司创业板上市委审议意见的落实函的回复》之签章页）

可孚医疗科技股份有限公司



2021年4月9日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于可孚医疗科技股份有限公司创业板上市委审议意见的落实函的回复》，确认本落实函的回复内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

董事长：  

张 敏


可孚医疗科技股份有限公司
2021年4月9日