

证券代码：301367

证券简称：瑞迈特

北京瑞迈特医疗科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2025—007

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐ 分析师会议 ☐ 媒体采访 ☐业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☒路演活动 ☐现场参观 ☐其他
参与单位名称	详见附件清单
时间	2025 年 5 月 22 日-2025 年 5 月 23 日
地点	深圳、北京
上市公司接待人员姓名	副总经理兼董事会秘书：杜祎程 证券事务代表：刘士岩
投资者关系活动主要内容介绍	一、公司简介介绍 公司 2001 年成立，2003 年第一台多导睡眠监测仪上市，2007 年第一台 CPAP 睡眠呼吸机上市，2008 年通过 CE 认证，2012 年通过美国 FDA 认证，2016 年 BMC 新品牌成立，同年呼吸数据管理云上线，2022 年 11 月 1 日公司在深交所创业板上市成功。 公司专注为 OSA、COPD 患者提供全周期（诊断-治疗-慢病管理）、多场景（医疗机构-家庭）的整体治疗解决方案，是国内家用无创呼吸机及通气面罩龙头企业，是第一家无创呼吸机产品通过美国 FDA 认证的国内上市公司，销往全球 100 多个国家和地区，取得多项 NMPA、FDA、CE、澳大利亚、英国等认证。 公司持续围绕呼吸健康领域开发全系列医疗产品，产品线布局较为完善，已初步完成覆盖家用、医用、耗材以及慢病管理平台的产品、服务体系构建。公司主营产品包括家用无创呼吸机、通气面罩、睡眠监测仪、高流量湿化氧疗仪、制氧机，并提供呼

	吸健康慢病管理服务。 公司持续保持较大规模的研发投入，并取得了丰厚的研发成果。截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有 633 项中国有效专利，其中发明专利 107 项、实用新型专利 390 项、外观设计专利 136 项；海外有效专利 202 项，其中包括美国专利 39 项、欧洲专利 30 项、欧盟外观专利 26 项、英国专利 46 项、土耳其专利 12 项、日本专利 21 项、澳大利亚专利 6 项、印度专利 18 项、沙特阿拉伯专利 4 项。 二、提问环节 1、公司更名为“瑞迈特”后，品牌端、产品端及资本市场端将如何实现协同效应？ 此次更名并非简单的标识调整，而是产品市场与资本市场的战略共振，标志着公司迈向品牌价值深度释放的新阶段。 基于前沿的产品与优质的服务，瑞迈特早已在全球崭露头角。弗若斯特沙利文 2024 年 8 月的报告显示，2023 年瑞迈特家用无创呼吸机在国内市场占有率为 30.6%，排名第一。全球市场市占率也达到 12.4%，稳居行业第二，产品质量获得海外高端市场认可，在全球积累了丰厚的品牌影响力。 本次更名后，一方面，将实现从产品基因到资本认知的统一，“瑞迈特”源自公司首款家用无创呼吸机 Resmart，其名称融合“respiratory（呼吸）”与“smart（智慧）”，既承载了公司深耕呼吸健康领域 20 余年的技术初心，亦凸显“自然呼吸与智慧科技相融”的核心理念。此次更名实现企业名、证券简称与核心品牌的三位一体，将资本市场标识与 C 端患者群体的高认知度深度绑定，形成“品牌势能→资本动能”的闭环。一方面，将实现品牌协同国内市场渗透力升级，依托“瑞迈特”在患者端积累的口碑壁垒，叠加资本市场的品牌一致性，有望加速渠道拓展与终端渗透，进一步巩固“技术领先→市场份额→资本溢价”的正向循环。
--	---

	2、公司与瀚宇药业的战略合作将如何提升公司的核心竞争力？ 公司与深圳瀚宇药业股份有限公司（以下简称“瀚宇药业”）在技术研发、产品创新及渠道资源等方面具有互补性，未来将共同联合开发呼吸机与酪蛋白活性多肽结合应用项目，旨在为把开发的产品用于健康消费品渠道，通过电商、线下药店及健康管理中心推广，触达轻度睡眠障碍人群。同时公司将“酪蛋白活性多肽”引入医疗终端用户教育体系，结合呼吸机使用场景进行联合推广，覆盖中重度患者群体。 借助公司的海外销售网络及瀚宇药业的国际化生产能力，共同开拓全球睡眠健康市场，特别是在中国、东南亚、欧、美等区域，推出符合当地文化与需求的睡眠健康产品组合。通过协同效应的深化，公司市场渗透率和品牌影响力有望进一步提升及扩大。 3、请问公司目前与强脑科技是否有合作？最新进展如何？ 公司认为作为杭州六小龙之一的强脑科技是全球非侵入式脑机接口中的领先企业，在脑电信号采集与信号解析上具有核心竞争力。非侵入式脑机接口技术与公司呼吸机、睡眠仪在场景上具有适配性，是很好的功能提升方向。 对于新技术和公司产品结合的可能性，公司非常重视。截至目前，公司已与强脑科技签署保密协议，相关合作事宜正在洽谈推进中。公司会严格按照相关法律法规，及时披露合作的重要进展情况。 4、公司在国内市场的渠道布局目前取得了哪些关键进展？ 2025 年一季度国内业务收入及毛利率均有所提升，资深消费品营销专家加盟公司，全面进行国内渠道政策和销售政策调整，初见成效，收渠道平稳过渡，国内市场营销经营稳定向好。 5、公司自营店近期推出的爆品瑞迈特氧气瓶是否代表公司
--	---

	开始向消费品市场布局？ 公司近期大力推广的瑞迈特氧气瓶具有机械式阀体，通过吸气供氧、呼气关闭的精准供氧模式，显著提升氧气利用效率，其通用适配特性更可兼容多种规格氧气瓶，大幅降低用户使用成本。该产品的推出标志着公司战略逐步向消费品市场延伸，此有望进一步提升公司品牌影响力和市场占有率，为公司未来发展注入新的增长动能。
日期	2025 年 5 月 22 日-2025 年 5 月 23 日

附件：北京瑞迈特医疗科技股份有限公司投资者交流活动参与单位名单（2025年5月22日-2025年5月23日路演活动）

序号	参与单位名称	序号	参与单位名称
1	易方达基金	14	武昌鱼集团
2	广发基金	15	美域高资本
3	鹏华基金	16	金元投资
4	安信基金	17	汇泉基金
5	景顺长城基金	18	人保养老
6	博时基金	19	圆信永丰基金
7	大成基金	20	大家资产
8	金信基金	21	前海人寿
9	摩根斯坦利基金	22	方正证券
10	财达资管	23	中再基金
11	平安基金	24	东方基金
12	宝盈基金	25	信达澳亚基金
13	长城基金		