

## 烟台正海生物科技股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：202601

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 其他 _____	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	中金银海（香港）基金 雍心、郭佳怡；华海资本 董承明；中天汇鑫基金 崔建民；上海汇正研究所 王哲；启林私募基金 耿长宇；企业观察报 冯洋洋、许兵		
时间	2026年1月15日		
地点	公司会议室		
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、副总经理兼财务总监：赵丽女士		

#### 投资者关系活动主要内容

本次活动主要采用解答提问的方式进行，主要内容如下：

**1、从公司2025年前三季度数据看净利润同比有所下滑，其主要原因是什么？**

**另外公司在2026年提升业绩水平方面有什么规划？**

答：2025年公司利润同比下滑受多重因素影响。首先，增值税率由3%上调至13%，对公司利润水平产生了一定影响。其次，主力产品的市场需求波动明显，口腔产品顺应市场态势进行了价格优化，脑膜产品受带量采购项目等因素影响，下游存在观望情绪。另外，为配合市场端新品推广放量及实施精准化营销，销售费用投入提高等均对2025年经营利润造成压力。2026年，公司将深耕优势领域布局，配合钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料的上市，进一步筑牢口腔领域竞争能力，力争发挥产品组合协同效应，激发口腔市场销售活力。其次，公司将积极整合已有资源，进一步抬升活性生物骨终端放量，不断扩大产品收入体量及规模，加速提升产品收入贡献水平。除此之外，公司也将努力开展并做好各项经营活动，积极谋求创新业务，

丰富产品矩阵，公司有信心实现可持续高质量发展，谢谢！

**2、脑膜产品的集采最新进展？**

答：截至目前，已有 6 个省级和 2 个省际联盟开展了脑膜产品的带量采购，覆盖省份合计达 24 个省（自治区、兵团），公司脑膜系列产品也在开展集采的省份均已中标。2025 年 12 月 2 日，天津市医药采购中心发布《关于京津冀“3+N”联盟硬脑（脊）膜补片类医用耗材带量联动采购项目有关工作的通知》，正式开展联盟集采招标工作，目前公司正按照通知中要求的时间节点积极开展项目前期准备工作。

谢谢！

**3、公司钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料计划何时上市销售？产品上市的推广策略是什么？**

答：公司在钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料上市前就已提前布局产品推广策略，同时在产品转产、品牌宣传搭建等方面提前部署了准备工作，全力争取产品快速实现上市销售，增强公司口腔市场产品竞争力。产品推广策略的制定会充分结合产品在原料组分、工艺结构等方面的创新优势以及目标市场的综合情况，通过差异化营销策略推进产品上市推广，以实现产品盈利水平最大化。谢谢！

**4、公司是否有产品出海的计划？**

答：公司多款产品具备出海销售潜力，目前公司正结合公司产品特性，积极评估不同国家或地区的医疗器械产品准入门槛及销往该区域的可能性与收益价值，并开展相应的前期准备工作，为公司立足海外市场以及未来实现产品收入的规模突破积蓄力量。谢谢！

**5、公司在产品推广过程中，医学科普及客户教育方面会开展哪些工作？**

答：公司作为医疗器械经营企业，直接客户为专业医生及医疗机构，为充分服务专业化客户，公司会通过参与的学术会议、专业展会、专家论坛等方式，不断夯实专业客户对于产品的学术认知，充分发挥产品的临床价值。除此之外，公司积极开展与中国牙病防治基金会等行业公知机构的深入合作，推进更多产品触达患者，以切实解决患者最迫切的临床修复需求。谢谢！

**6、公司在人才引进方面的主要策略是什么？**

答：在人才引进方面，公司一方面会通过博士后工作站等现有的平台化资源及政策，自主引入高端人才，另一方面公司作为医疗器械研发企业，在技术开发及临

床需求匹配等方面需要持续进行产学研医方面的开发合作，通过项目合作开发，公司会打通专家及人才沟通协作渠道，充分发挥和利用外部专家与人才的技术优势，积极探索与高校院所的人才联合培养机制，通过技术合作拉通人才流动。谢谢！

接待过程中，公司与投资者进行了充分的交流与沟通，并严格按照公司《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。

附件清单	无
日期	2026年1月15日