

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：202602

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会</u>	<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	华西证券 王丽丽		
时 间	2026 年 1 月 20 日		
地 点	线上会议		
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		
<div>投资者关系活动主要内容</div> <div>本次活动主要采用解答提问的方式进行，主要内容如下： 1、公司近两年口腔修复膜营收略有下滑，主要是受什么原因影响的？ 答：口腔修复膜营收有所降低，主要受产品价格波动影响，近几年口腔民营市场受到竞争加剧、终端降本控费等因素影响，口腔种植需求增长趋势放缓。公司为应对市场竞争，坚定执行精准化营销策略，发挥产品在规模及成本方面的优势，全面梳理优化产品价格，增进与头部终端的紧密合作，稳定渠道对市场份额的覆盖，巩固了产品的头部地位。口腔板块作为公司发展的重要方向，未来仍将持续深耕该领域，推进口腔新品的加速上市销售，协同发挥膜粉产品组合能力，进一步提升公司的核心竞争力。谢谢！ 2、从公司所扎根的口腔种植及脑膜修复的市场空间来看，公司口腔修复膜及脑膜系列产品的未来发展潜力如何？ 答：首先从口腔种植市场看，随着种植手术服务限价、种植体集采等一系列举</div>			

措降低了人们接受种植牙手术的医疗成本，激发了牙种植市场需求，同时对比欧美及韩国等发达国家，我国在种植牙渗透率上较上述国家及地区仍有很大差距，种植牙渗透率提升仍有巨大空间，公司对口腔种植行业市场的发展潜力和增长空间长期看好，公司也会持续深耕这一优势领域，在巩固现有市场份额的同时，积极结合新品推广，力求打开更多市场空间。公司脑膜产品市场方面，得益于脑膜集采政策的全面铺开及行业的产品高国产化率，行业发展总体趋于成熟稳健。公司脑膜系列产品通过积极参与集采项目并持续中标，稳固并提升了市场份额，基于行业稳定度及产品的市场地位，脑膜系列产品会成为长期稳定公司营收收入基本盘的主力产品。谢谢！

3、公司钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料的适用范围是什么？公司对产品上市的推广策略是什么？

答：公司钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料的适用范围是：产品需要与屏障膜联合使用，适用于牙槽骨缺损修复。公司在产品取证前便在产品转产、品牌宣传搭建等方面提前部署了准备工作，产品产能储备充足，为产品快速上市销售提供了必要条件。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、公司宫腔修复膜及乳房补片两款新品的开发进度如何？

答：宫腔修复膜产品于今年1月上旬正式推入注册阶段，目前已取得注册受理通知书，后续还有审评审批、制证等环节。乳房补片项目于2025年11月完成了临床试验总结工作，目前正在进行产品注册准备工作。产品后续开发进展，公司也将按照监管要求履行信息披露义务。谢谢！

5、公司未来有没有融资计划？

答：公司会结合未来发展战略需要以及公司资本结构状况总体考量公司融资的必要性及后续具体的融资计划。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 20 日
-----	-----------------