

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：2026003

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会</u>
参与单位名称及人员姓名	详见附件
时 间	2026 年 4 月 1 日
地 点	线上会议
上市公司接待人员姓名	副总经理、董事会秘书兼财务总监：赵丽女士
投资者关系活动主要内容	
<p>一、公司 2025 年经营情况介绍</p> <p>2025 年，公司实现营业收入 3.64 亿元，同比增长 0.25%；归属于上市公司股东的净利润 8241.01 万元，同比下降 38.79%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 6966.34 万元，同比下降 38.46%；归属于上市公司股东的净资产 88,947.99 万元，同比增长 0.46%。实现每股收益 0.46 元，同比下降 38.67%。2025 年毛利率为 85.88%，仍维持在较高水平。</p> <p>产品层面，口腔修复膜产品营收 13,641.83 万元，同比下降 15.82%；脑膜系列产品营收 16,715.61 万元，同比增长 12.43%；活性生物骨营收 3,214.89 万元，累计进院超 200 家，对公司营收贡献逐渐显现。经营层面，脑膜系列产品在辽宁省际联盟、陕西省际联盟、河北省、山东省集采中全部中标，稳固份额，保持优势；口腔业务以营销精准化为核心，快速启动战略调整，优化组织架构，通过拓展线上渠道，全面深化电商合作，建立动态调价机制，提升市场应对效率，构建市场份额的增长韧性，巩固海奥品牌头部地位。</p> <p>2025 年相继获得二代口腔修复膜、非吸收性外科缝线的《医疗器械注册证》，</p>	

完成口腔修复膜、脑膜系列产品、皮肤修复膜、活性生物骨关于增加产品规格型号等内容的注册变更事项。

2026年1月，公司新产品钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料成功取得《医疗器械注册证》，丰富了公司口腔领域产品线，提升公司产品组合的市场竞争力。

凭借上述工作的稳步推进，公司成功斩获多个项目荣誉。公司荣获山东省数字经济晨星工厂、山东省智能制造优秀场景等荣誉，获批山东省新材料领军企业50强、首届山东制造鲁链优品等，彰显了公司在科技创新、数智化转型、产品质量等方面的行业地位。

二、问答方式回复投资者提问

1、公司2025年年报中提及公司脑膜系列产品在辽宁牵头省际联盟、陕西牵头省际联盟、河北省和山东省接续采购项目中顺利中标，具体量价情况如何？截至25年末，公司继续保持脑膜系列产品集采省份全部中标的记录，公司脑膜产品的主要优势是什么？

答：2025年，在脑膜系列产品的集采推动下，通过以量补价的方式，持续扩大市场份额，销量实现明显增长。同时，为充分响应国家集采号召，产品平均价格呈现下降趋势，不同地区地区及不同规格产品的价格下降幅度有所差异，公司通过优异的中标结果，在产品销量及市场份额方面实现了突破。

产品优势方面，第一，脑膜系列产品性能稳定可靠，品牌知名度高，临床专家认可程度高，在已集采地区全部中标，入院医院覆盖广，市场占有率稳居行业前列。第二，产品中标规格型号丰富，能满足多样化的临床缺损修复需求，市场竞争力强。第三，产品销售队伍经验丰富，服务能力强，市场响应迅速，为持续上量提供有力支撑。谢谢！

2、近几年口腔民营市场存在竞争加剧、终端降本控费等扰动因素，公司采取了哪些途径稳定了公司在口腔修复膜领域的市场份额？

答：公司持续深入贯彻营销精准化战略，确立“直营+电商为主、渠道为辅”的核心思路，充分梳理及分类渠道及终端客户结构，针对不同客户采用精准的营销策略，建立动态的调价机制，提升市场的应对效率。同时充分利用钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料新品的上市契机，形成有力的膜粉组合，为终端客户提供优质临床处理和解决方案。谢谢！

3、请问公司钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料产品定位如何？主要竞争优势是什么？

答：公司钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料属于具备高端颠覆的潜力新品，公司规划重点围绕产品的全新学术概念构建营销体系，以注重患者修复质量及临床实际效果为核心去开展市场推广工作。

产品在前期临床试验中，在骨体积稳定性、骨厚度保留率等方面取得了突破性的临床研究结果，后续通过持续的临床病例跟踪，也验证了产品在前牙即刻种植等复杂牙种植修复治疗上的明显优势。产品通过全新的组分、结构及工艺设计突破天然组织的局限。在组分创新方面产品通过添加硅、镁元素，提升成骨活性，突破被动成骨的机制；结构创新方面，均一圆柱状的改进型“骨小梁”结构相互连接形成网状框架，避免了天然结构中的力学薄弱点，力学结构均衡稳定，解决了天然薄弱骨结构；工艺创新方面，产品第一次将光固化 3D 打印技术引入到生物陶瓷制造，突破成型效率和精度限制，实现微米级别的成型精度控制，从根本上实现对微观结构的重新塑造。谢谢！

4、公司活性生物骨产品的竞争优势、推广规划及入院进展？未来是否会进一步推进活性骨的适应症扩充？

答：活性生物骨是首款活性因子 rhBMP-2 与胶原支架特异性结合的产品。在临床应用中，活性生物骨的有效性和安全性兼备，活性因子 rhBMP-2 与骨填充产品的特异结合，使得活性生物骨在使用过程中，成功构建整体低剂量、局部高效能的骨再生定向修复系统，可以在增益临床使用效果的前提下，大大降低安全性风险。2025 年活性骨的放量节奏符合公司的总体预期，已累计入院 200 多家，产品推广预期总体上稳中向好。2026 年公司将持续推进活性生物骨的市场布局，提升标杆医院的覆盖比例，同时加强已入院终端的学术推广与服务支持，进一步挖掘其增长潜力。

活性生物骨主要用于填充由于创伤或手术造成的、不影响骨结构稳定性的骨缺损。产品适用范围潜力广泛，后续公司将从高壁垒、高安全性要求的脊柱修复领域向其他领域拓展。谢谢！

5、公司提到针对活性生物骨产品的市场推广，优化调整了销售团队结构，请问具体调整包括哪些？调整后运营效率是否得到有效提高？

答：公司专门组建了骨科事业部，专职于活性生物骨的销售推广，2025 年，公

司进一步完善了骨科事业部的组织架构，匹配产品快速放量与客户服务需求。同时，公司围绕临床需求优化学术体系，拉通销售端到研发端的学术推广协作，全力协助新品临床推广，加快进院和上量速度。经过团队调整与机制优化，产品推广效率提升，入院及放量速度加快。谢谢！

6、公司针对业务出海，做了哪些前期准备？

答：当前针对海外业务拓展，公司已开展 CE 认证准备工作，并优先聚焦东南亚市场开展产品布局。后续将通过招引海外市场拓展专业人才，根据海外业务推进节奏，持续完善海外营销团队与组织架构，稳步夯实出海基础。谢谢！

7、公司在员工激励方面的考虑？后续是否考虑推出激励计划？

答：公司在 2024 年 12 月完成了股份回购工作，此次回购的股份拟用于员工激励。公司将按照相关规则及公司经营情况适时筹划激励方案，也会及时履行相关的信披义务。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 4 月 1 日

烟台正海生物科技股份有限公司
投资者关系活动参与单位及人员名单
 （排名不分先后）

序号	参与单位名称	参与人员姓名
1	华创证券	李婵娟、陈俊威
2	博时基金	张倍铭
3	创金合信	张小郭
4	方物基金	汪自兵
5	光大证券	刘勇
6	国联民生证券	徐敬业
7	红塔红土基金	曹阳
8	华鑫证券	胡博新
9	嘉实基金	程佳
10	巨杉资管	何川
11	兰慕资管	徐爱明
12	全天候私募证券基金	胡聪玲
13	鹤禧资管	李峥嵘
14	健顺投资	张琦悦
15	上海证券	姚翔
16	乾图私募证券基金	邓彬彬
17	翼虎资管	熊斌
18	正圆投资	吴晓思
19	太朴生命科学投资	雷蓉
20	天治基金	王娟
21	五地投资	成佩剑
22	西南证券	李佳为
23	汇通投资有限公司	黄昱颖
24	长江证券	汪中昊
25	中广云投资	李曙光
26	中国人寿养老保险	王靖予
27	中金证券	朱言音
28	中再资管	赵勇