

# 北京瑞迈特医疗科技股份有限公司

## 2025 年度总经理工作报告

2025 年，公司管理层在董事会的带领下，严格按照《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）等法律法规及《北京瑞迈特医疗科技股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”）等公司制度的要求，忠实、勤勉地履行自身职责，贯彻执行股东会、董事会的各项决议。报告期内，公司继续加大产品研发投入，提高服务质量，不断增强公司核心竞争力，保持并提升公司在行业中的竞争地位。

在全体员工的共同努力下，报告期内，公司实现营业收入 115,941.65 万元，实现归属于母公司所有者的净利润 22,565.51 万元。

### 一、2025 年度工作总结

#### 1、治理结构方面

公司始终坚持以规范运作、科学决策为核心，不断完善公司治理结构，提升治理水平。报告期内，公司共召开董事会 5 次、监事会 4 次、股东会 3 次，审议通过了《关于公司 2024 年年度报告全文及摘要的议案》《关于公司 2024 年度董事会工作报告的议案》《关于公司 2024 年度总经理工作报告的议案》《关于公司 2024 年度财务决算报告的议案》《关于公司 2024 年度利润分配预案的议案》等多项议案，为公司规范运作提供了制度保障。同时，公司积极开展合规培训，组织董监高及关键部门员工学习相关法律法规和公司制度，不断提升全员合规意识和风险防范能力。

#### 2、经营管理方面

长期以来，公司一直坚持为股东创造财富、为员工创造平台、为客户创造价值、为社会创造效益，立足实现企业股东、员工、客户、供应商及其他利益相关方的价值最大化，不断完善内部管理结构，加强成本管理，持续提升产品质量和效率。

2025 年度，公司继续深化核心业务布局，国际市场聚焦主流区域核心产品，

强化品牌竞争力与本地化运营；国内市场优化线上线下协同营销体系，完成线上渠道从经销向直销的转型，进一步巩固家用呼吸机市场领先地位，同时积极拓展各细分市场；强化产品创新与矩阵建设，推进家用产品智能化升级，兼顾软硬件协同发展与高附加值耗材、临床细分场景产品布局；持续夯实品牌建设，通过多渠道传播打造用户心智首选品牌，并启动公司名称及证券简称变更，实现品牌与资本市场认知统一，进一步提升了公司品牌的渗透率与市场影响力。

### **3、研发创新方面**

2025 年度，公司不断完善研发管理机制和创新激励机制，激发技术研发人员的工作热情。公司研发部门专业分工，在北京、天津、西安、深圳等高校分布密集地区多地布局，有利于公司招聘优质研发人员，提升产品核心技术，形成独特的竞争优势。

另外，公司持续保持对研发的投入，并取得了丰厚的研发成果。截至 2025 年 12 月 31 日，公司拥有 651 项国内有效专利，其中国内发明专利 128 项、国内实用新型专利 383 项、国内外观设计专利 140 项；海外授权专利共计 291 项，其中主要包括美国专利 56 项、欧洲专利 45 项、欧盟外观专利 64 项、英国 50 项、日本专利 22 项、澳大利亚专利 9 项；软件著作权 92 项。公司自主掌握了主营产品核心技术，并为后续新产品研发及成功商业化提供有力的支持。

凭借雄厚的研发创新能力，公司及其研发人员也深入参与了国内外行业标准的制定。截至 2025 年 12 月 31 日，公司共有 7 位标准化专家代表我国参与制定已发布的国际标准 24 项，代表公司参与制定已发布的国内行业标准 13 项，审定中的国内行业标准 1 项，已发布的国家标准 4 项。

### **4、人才培养及引进方面**

公司始终坚持“人才是第一资源”的理念，将人才建设作为保障战略目标实现的重要支撑，不断完善人才管理体系。一方面，公司持续健全人才培养制度与人才引进机制，双管齐下夯实人才基础，内部聚焦员工成长赋能，搭建完善的培养体系与职业发展通道；外部精准引进中高层管理人才及专业核心人才，为公司发展注入新鲜血液。同时，公司优化绩效考核体系，建立科学合理的激励机制，将考评结果与激励措施有效衔接，切实激发员工的积极性和创造性。通过系统化

的人才引育、科学的考核激励，公司为自身健康持续发展提供了坚实的人才保障，助力战略目标稳步推进。

## 二、2026年度工作展望

### 1、深化核心业务布局，夯实全球竞争力

国际市场，公司聚焦美国、欧洲等主流市场，以家用呼吸机、面罩为核心产品，强化品牌在算法、云平台、临床认可等方面的竞争力，提升产品组合营销能力，持续扩大市场份额；同时深化海外员工本地化部署，通过本地化团队、合作伙伴协作及数据分析技术，提升市场响应速度，为客户提供个性化、高质量服务，实现可持续增长与品牌价值提升。

国内市场，公司已完成线上渠道从经销向直销的转型，持续优化线上线下协同营销体系，加强对线下渠道代理商的管理，清晰产品梯度与价格区间，巩固家用呼吸机市场领先地位；同时围绕 POC、医用呼吸机等成长业务，积极拓展细分市场，优化营销策略。

### 2、强化产品创新与产品矩阵

公司始终以用户为中心，提升 C 端用户依从性与 B 端运营效率，加快构建从医院到家庭的全链路呼吸健康管理产品体系，为用户提供精准、个性化的服务。以家用呼吸机与面罩为核心业务，持续推进产品智能化升级，提升产品顺应性与用户体验，发挥耗材产品组合优势，不断强化市场核心竞争力。以医用高流量、医用呼吸机、传统制氧机及雾化器等为基石业务，优化产品临床性能与可靠性，完善配套耗材矩阵，夯实专业医疗场景的解决方案能力。同时大力发展 POC 与医用转介绍呼吸机等成长业务，深耕临床与转介绍场景，优化产品性能，拓展细分市场空间，为 B 端客户提供一体化解决方案。积极布局移动氧疗创新产品，全面拓展移动氧疗市场，打造未来增长曲线。

### 3、品牌建设持续夯实

公司继续加大品牌投入，全面推进品牌重塑与影响力提升。在国内市场，重点布局新媒体等主流平台，通过内容共创等多元方式，构建全渠道品牌传播矩阵，深度渗透目标用户圈层，持续提升公众对睡眠呼吸健康及慢病管理的认知度，不

断拓展市场空间。同时，聚焦睡眠呼吸机核心品类，通过专业科普、用户故事、场景化内容营销，强化“用户心智首选品牌”的定位，实现从品牌知晓到深度复购的全链路覆盖。此外，公司还积极参与行业展会、学术交流、社区义诊及跨界合作，多维度传递品牌价值与专业实力，进一步提升品牌渗透率与市场影响力。

#### **4、适时进行兼并收购对外扩张**

上市以来，公司通过投资深圳市德达兴驱动科技有限公司展现了卓越的产投能力。该公司作为精密电机领域标杆企业，其特种直流无刷电机、AI 机器人关节驱动等核心技术已服务奔驰、比亚迪、美敦力等行业龙头，并在机器人、医疗、新能源汽车等热点领域形成差异化竞争力，凸显公司对高潜力赛道的精准布局。

后续，公司将延续投资优势，积极寻求与主业发展相关的技术或资源进行兼并收购，以整合资源、实现低成本扩张，并优化技术体系、产品和服务布局。以达到提高公司的市场占有率、降低运营成本、提升服务质量的的目的，从而进一步拓展国内外市场，增强核心竞争力，推动公司的持续发展。

北京瑞迈特医疗科技股份有限公司董事会

总经理：庄志

2026 年 4 月 22 日