

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：2026006

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 checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他 _____
参与单位名称及人员姓名	投资者网上提问
时 间	2026年5月15日 15:00-16:30
地 点	公司通过全景网“投资者关系互动平台” (https://ir.p5w.net) 采用网络远程的方式召开业绩说明会
上市公司接待人员姓名	董事长：郭焕祥先生 董事、总经理：宋侃先生 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>公司就投资者在本次说明会中提出的问题进行了回复：</p> <p>1、公司预计何时分红？对于二股东当前价格减持如何看待？有无回购应对计划？</p> <p>答：您好！关于2025年年度权益分派事项，请您及时关注公司后续公告。公司如有相关股份回购计划，将严格按照监管规定履行决策程序及信息披露义务。感谢您的关注！</p> <p>2、公司对于出海的策略是怎样的？短期内会产生利润吗？目前竞品公司九源基因、奥精、迈普、兰度、诺一迈尔均已出海，公司再慢到了海外应该也是红海市场了。公司今年计划是怎样的？</p> <p>答：您好！公司持续关注海外市场的行业动态及准入标准，核心产品均具备出海潜力。当前针对海外业务拓展，公司已开展CE认证准备工作，优先聚焦东南</p>	

亚市场开展产品布局。公司将依托成熟产品体系和合规基础，稳步拓展出海业务。
感谢您的关注！

3、公司 ce 认证进展如何？

答：您好！公司已开展 CE 认证准备工作，目前正在推进中，感谢您的关注！

4、（1）集采是否能够明确提振业绩，集采的放量是否达到预期。（2）活性生物骨临床反应如何，比起美敦力是否真的解决美敦力副作用。（3）活性骨是否进入顶级三甲，华西，协和，为什么没进，原因是什么，公司为什么不早早布局沟通。（4）活性骨是否有打算主动进入集采。

答：您好！2025 年，脑膜系列产品在集采推动下，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。活性生物骨将胶原支架材料与 BMP-2 特异结合，成功构建整体低剂量、局部高效能的骨再生定向修复系统，显著减少 BMP-2 的用量，克服了异位骨生成等并发症的副作用，有效性和安全性兼备。公司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。公司将紧跟国家集采政策导向，积极响应，主动参与，把握机遇。感谢您的关注！

5、对于增值税率提高的场景下，公司对于管理费用、财务费用的控制有何计划？海外销售的销售费用有何计划？销售费用能否覆盖销售收入？公司对于海外销售是否应该借鉴国内销售策略，完全依赖已出海的公司做代销？

答：您好！面对增值税税率调整带来的经营环境变化，公司高度重视费用管控工作，后续将持续推行精细化管理，聚焦降本增效，深化全面预算管理体系，持续优化资金管理工作，不断提升经营管理效益。其他相关经营情况请以公司定期报告公告为准。感谢您的关注！

6、公司二季度营收能否超过 1 亿扭转持续下降即将单季度营收跌破 8kw 的情况？二季度能否迎来扭转？目前各类产品总销售情况如何？

答：您好！公司目前生产经营一切正常，各项业务稳步有序推进。公司会严格按照监管要求，按时履行信息披露义务，具体经营业绩情况请以公司后续披露的定期报告为准。感谢您的关注！

7、公司有无市值管理计划？二股东的减持有无回购应对？任由股价如此失速下跌未来公司股票将失去流动性，减持都无法操作了！如果业绩无法扭转，当前情况亦无法扭转，那么公司二季度营收会不会跌破 8kw，净利润跌破 1kw？

答：您好！公司十分珍惜重视广大投资者对公司的信任与支持。未来公司将持

续聚焦主业经营，深耕核心业务，不断提升经营质量与发展韧性。同时公司将持续做好规范治理与投资者关系管理，保持信息披露透明合规，积极向市场传递公司发展亮点与核心价值。公司也将持续完善现金分红机制，保障股东合法权益。感谢您的关注！

8、公司今年活性骨和钙硅生物陶瓷的销售额和入院目标分别是多少？

答：您好！目前公司正全力推进两款产品上市推广，完善渠道建设，稳步拓展市场，具体销售数据请以公司定期报告公告为准。感谢您的关注！

9、请问钙硅生物陶瓷的销售计划和策略是怎样的？依旧先重点民营发力？公立入院计划是什么？今年的销售目标是多少？

答：您好！钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料是一款在组分、工艺和结构三方面具有明显创新的人工合成类产品，公司将采用学术引领、技术迭代的差异化策略，通过全新的学术理念引领行业发展，发挥“膜+粉”的协同合力效应以便迅速打开市场，具体销售数据请以公司后续披露的定期报告为准。感谢您的关注！

10、公司人脐带干细胞在工艺验证阶段已经超过两年，请问还需几年能达到多中心临床？ 宫腔修复膜既然走了创新绿色通道预计 3 季度能否拿到注册证？

答：您好！人脐带间充质干细胞项目目前处于产品验证阶段，公司将按照监管要求披露相关进度。宫腔修复膜注册工作将严格按照监管要求履行信息披露义务。感谢您的关注！

11、活性生物骨最新入院数量和销售情况如何？相比 25 年增长的情况怎么样？

答：您好！活性生物骨入院工作有序开展，整体入院节奏符合预期。公司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，进一步挖掘增长潜力。感谢您的关注！

12、正海生物近几年的研发投入占营收的百分比是多少，销售业绩持续下滑，问什么能有起色，新产品预计何时投入市场？

答：您好！公司 2023 年至 2025 年年度研发投入占比分别 10.65%、10.88%、15.74%。公司充分考量产品特性及市场状况适时推进新品研发及推广工作。感谢您的关注！

13、公司二季度营收能否超过 1 亿扭转持续下降即将单季度营收跌破 8kw 的情况？二季度能否迎来扭转？目前各类产品总销售情况如何？

答：您好！公司目前生产经营一切正常，各项业务稳步有序推进。公司会严格按照监管要求，按时履行信息披露义务，具体经营业绩情况请以公司后续披露的定期报告为准。感谢您的关注！

14、活性生物骨 25 年收入超 3000 万，目前用户口碑和市场接受度如何？目前

已入院的医院重复采购情况如何？公司预期的未来销售目标大概是多少？市场空间有多大？公司的口腔骨修复材料曾经在 22 年达到 3900 万销售峰值后开始下滑之后就不再单独披露数据，活性骨已上市 3 年多目前也达到 3000 多万销售收入，投资人也担心这个产品最终是否也因竞争力不足而失去增长。

答：您好！活性生物骨有效性和安全性兼备，产品应用反馈良好。2025 年活性生物骨放量节奏符合公司总体预期，产品推广总体稳中向好。当前人口老龄化程度持续加深，居民健康意识和医疗消费水平不断提升，骨修复材料行业临床应用渗透率仍具备提升空间。2026 年公司将持续推进活性生物骨的市场布局，加快进院落地和上量速度，扩大标杆医院覆盖范围，针对已入院终端持续开展学术推广与配套服务，夯实产品基础。感谢您的关注！

15、公司连续四个季度营收低于 9kw 了，口腔膜下滑明显，公司预计口腔膜何时止住下滑？钙硅生物陶瓷的上市能否在二季度带动口腔膜销售额止跌？

答：您好！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有所放缓。为积极应对外部市场竞争压力，公司确立“直营+电商为主、渠道为辅”的核心思路，建立动态调价机制，提升市场应对效率。钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料通过全新的组分、结构及工艺设计突破天然组织的局限，将采用学术引领、技术迭代的差异化策略，通过全新的学术理念引领行业发展，为患者提供更有效的产品服务。产品的上市放量将对口腔板块的整体业绩形成积极支撑。感谢您的关注！

16、公司连续四个季度营收低于 9kw 了，口腔膜下滑明显，公司预计口腔膜何时止住下滑？钙硅生物陶瓷的上市能否在二季度带动口腔膜销售额止跌？

答：您好！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有所放缓。为积极应对外部市场竞争压力，公司确立“直营+电商为主、渠道为辅”的核心思路，建立动态调价机制，提升市场应对效率。钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料通过全新的组分、结构及工艺设计突破天然组织的局限，将采用学术引领、技术迭代的差异化策略，通过全新的学术理念引领行业发展，为患者提供更有效的产品服务。产品的上市放量将对口腔板块的整体业绩形成积极支撑。感谢您的关注！

17、公司皮肤修复膜今年销售计划如何？预计年销售额多少？有无赶超兰度的双层人工真皮计划？

答：您好！皮肤修复膜 2026 年将继续加大市场开拓，推进学术推广与市场放

量，同时公司将专注自身产品迭代与临床价值提升，稳步提升市场竞争力与临床认可度，具体销售数据请以公司后续披露的定期报告为准。感谢您的关注！

18、公司皮肤修复膜今年销售计划如何？预计年销售额多少？有无赶超兰度的双层人工真皮计划？

答：您好！皮肤修复膜 2026 年将继续加大市场开拓，推进学术推广与市场放量，同时公司将专注自身产品迭代与临床价值提升，稳步提升市场竞争力与临床认可度，具体销售数据请以公司后续披露的定期报告为准。感谢您的关注！

19、钙硅生物陶瓷目前形成第一单销售收入了嘛？

答：您好！当前钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料处于上市推广初期，公司将按照产品营销规划有序开展市场推广销售工作。感谢您的关注！

20、钙硅生物陶瓷目前形成第一单销售收入了嘛？

答：您好！当前钙硅生物陶瓷口腔骨修复材料处于上市推广初期，公司将按照产品营销规划有序开展市场推广销售工作。感谢您的关注！

21、活性生物骨最新入院数量和销售情况如何？相比 25 年增长的情况怎么样？

答：您好！活性生物骨入院工作有序开展，整体入院节奏符合预期。公司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，进一步挖掘增长潜力。感谢您的关注！

22、请问公司对市值管理有什么计划吗？

答：您好！公司十分珍惜重视广大投资者对公司的信任与支持。未来公司将持续聚焦主业经营，深耕核心业务，不断提升经营质量与发展韧性。同时公司将持续做好规范治理与投资者关系管理，保持信息披露透明合规，积极向市场传递公司发展亮点与核心价值。公司也将持续完善现金分红机制，保障股东合法权益。感谢您的关注！

23、宋总你好，公司的第一大单品口腔修复膜在去年因为行业内卷导致利润大幅下滑的基础上，今年一季度还在继续大幅下滑，这种下滑何时会触底？目前口腔耗材行业内卷情况如何？

答：您好！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有所放缓。为积极应对外部市场竞争压力，公司确立“直营+电商为主、渠道为辅”的核心思路，建立动态调价机制，提升市场应对效率。感谢您的关注！

24、（1）脑膜集采今年二季度是否能给予公司营收较大的提升帮助。（2）活性骨是否进入了顶级三甲，当前临床数据是否能获得临床医生的高接受度，是否有

较大副作用，比起竞品美敦力是否解决其一直被诟病的副作用缺陷。（3）公司在新品的营销推广策略是什么，有没有明确的推广策略。还是胡子眉毛一把抓。后续会不会主动纳入集采。如果有考虑是什么时候。我建议如果产品真的很好，积极集采，跟进海外。

答：您好！脑膜系列产品具体销售数据请以公司后续披露的定期报告为准。活性生物骨截至 2025 年末累计进院达 200 多家，推广应用反馈良好。产品将胶原支架材料与 BMP-2 特异结合，成功构建整体低剂量、局部高效能的骨再生定向修复系统，产品有效性和安全性兼备。公司坚定营销精准化，依照不同产品的创新优势、临床特性及细分市场情况，针对性制定推广策略。同时公司会密切关注相关集采政策的推进与实施，及时做好相关应对工作。感谢您的关注！

附件清单	无
日期	2026 年 5 月 15 日