

深圳惠泰医疗器械股份有限公司

关于 2026 年度“提质增效重回报”行动方案的半年度评估报告

为贯彻中央经济工作会议、中央金融工作会议精神，落实以投资者为本的理念，推动上市公司持续优化经营、规范治理和积极回报投资者，大力提高上市公司质量，助力信心提振、资本市场稳定和经济高质量发展，深圳惠泰医疗器械股份有限公司（以下简称“公司”）于 2026 年 3 月 23 日制定了 2026 年度“提质增效重回报”行动方案。2026 年上半年，行动方案主要举措的进展及成效情况如下：

一、聚焦经营主业，稳固核心竞争力

公司聚焦主营业务，持续巩固核心产品竞争优势，不断完善电生理、冠脉通路及外周血管介入领域产品布局。报告期内，公司通过强化市场推广、优化渠道建设、提升产品覆盖与品牌影响力，进一步稳固核心竞争力。

（一）国内市场

1、在电生理领域

2026 年上半年，公司持续专注于核心 PFA 产品的准入与推广，累计完成 PFA 脉冲消融手术 7,200 余例，并在全国多家头部中心完成 PFA 产品的准入及常规开展工作。同时，国内电生理传统三维非房颤手术仍在加速推进，报告期内完成该类手术量亦达 7,200 余例。

射频消融类产品线中，公司传统的磁定位冷盐水消融导管保持稳健增长；公司磁定位压力感应消融导管在去年成功参加四川和北京集采基础上，稳步实现对传统非压力导管的升级替代，报告期内产品商业植入量超 1,400 例。未来公司将通过产品升级迭代的方式，逐步完成对传统磁定位冷盐水消融导管的替换。公司一次性使用心腔内超声导管与迈瑞医疗的超声机及公司的三维心脏电生理标测系统联合使用，实现心腔内清晰的影像成像并支持心脏三维解剖建模，成为国内率先推出具备三维建模功能的心腔内超声（ICE）产品。该 ICE 产品于 2026 年

年初上市，目前已完成各个省份挂网工作，医院入院准入工作有序开展。随着各个省份脉冲房颤治疗收费项目的陆续落地，公司脉冲消融耗材准入节奏持续加快，电可视鞘、磁可调十一等房颤配套耗材同步推进准入使用。

2026 年上半年，公司完成在示范性头部中心的 PFA 观摩共计 19 场，累计学员超 130 名。结合全国性学术会议，举办卫星会专题会共计 11 场次，影响专家数百人。线上开展惠国安泰工作坊直播活动 13 场，共计 77 名讲者参与。同时，依托公司运营的线上公众号惠医学苑进行各种复杂疑难病例的病例报道 22 篇，累计浏览 16,473 次。通过上述学术活动，公司电生理业务，特别是脉冲消融解决方案在学术平台打造和影响力宣传方面取得了良好效果，广泛传递了差异性的技术优势。

2、血管介入领域

2026 年上半年，依托精准数据分析及重点攻坚，公司血管介入类产品的覆盖率及入院渗透率进一步提升。报告期末，冠脉产品已进入的医院数量较去年同期增长超 10%；外周产品已进入的医院数量较去年同期增长近 30%，市场活力表现强劲。渠道层面，冠脉产品签约渠道增长超 15%，外周业务线增速接近 20%，公司产品广受认可。

报告期内，公司结合当前市场状况，积极应对行业变化，持续推进产品更新迭代，提升产品性能，并积极开展差异化宣传推广。公司通过构建以产品为核心的线下学术交流和线上学术传播相结合的完整市场推广方案，围绕疾病疗法，如冠脉通路、冠脉预规划、冠脉复杂病变、逆向 CTO、肿瘤栓塞通路、VTE 沙龙，肢识学习班等，及时有效地向临床传递全产品解决方案，满足临床所需。截至报告期末，公司重点攻坚产品如导引导丝，造影套件，特殊微导管，过滤器等均取得良好进展，市占率进一步提升，产品迭代率稳步推进。同时，公司依托全新构建的线上、线下一体化运营平台及学术运营公共账号和视频号，全力赋能业务推广。报告期内，发表线上推文，产品视频等 100 余篇，接近 10 万次浏览。

报告期内，公司血管介入产品线围绕客户使用习惯培养、手术观念普及及政策变化等主题，举办自主品牌活动超 120 场，覆盖全国 20 余个省份及直辖市，医院超 300 家；在品牌建设与新产品推广方面，公司积极参与全国行业大会超 10

场，有效推动了公司品牌在全国的发声。依托公司优质研发资源及动物实验室资源，开展医工结合类活动超 60 场，有效促进临床产品转化及产品体验，使公司研发实力深度贴合临床需求。同时，公司围绕代理商认知与口碑宣传，开展 100 余场员工及渠道培训与联动活动，显著提升合作伙伴专业素养，加深其对公司品牌的认知和对公司的忠诚度，增强了渠道影响力，为业务高效拓展提供了有力支持。

（二）国际市场

2026 年上半年，公司国际业务保持良好发展态势，自主品牌产品持续驱动整体增长，收入规模、产品覆盖及市场影响力进一步提升。公司海外各重点区域整体发展平稳，中东非、独联体、亚太及欧洲区域延续较快增长态势，拉美区域发展稳定。

2026 年上半年，公司通过临床服务与学术交流带动跨区域合作，重点推进以下举措：

1、学术高地建设

公司持续推进国际临床教育体系建设，围绕复杂 PCI、CTO 及外周介入等重点领域，与国际临床专家共同开展病例分享、手术演示、术者交流及产品培训，不断完善国际学术平台建设，促进规范化临床应用经验传播，进一步提升公司品牌专业形象及国际学术影响力。

2、与欧洲专业学会开展学术交流合作

公司持续深化与欧洲专业学会及国际临床专家的合作，围绕复杂 PCI、CTO 等热点临床议题开展专题研讨、病例讨论及手术培训，通过国际学术会议、Workshop 及临床交流等形式，加强产品临床应用推广，进一步提升公司在国际专业领域的品牌影响力，并带动学术成果向亚太、中东非及其他重点区域持续辐射。

3、重点市场加速布局与扫描

公司持续开展重点市场扫描，加快欧洲、亚太等重点区域市场准入及高端医院覆盖，不断提升品牌影响力及产品渗透率。电生理产品线保持快速增长，三维

电生理系统及 PFA 解决方案在多个重点国家实现装机及临床应用，进一步验证了公司自主电生理整体解决方案的国际竞争力。外周产品线持续推进重点国家注册及市场准入布局，依托本地化学术推广、渠道建设及多元化产品组合优势，进一步提升市场覆盖能力。

同时，公司持续完善全球注册体系建设，加快 CE 及重点国家注册进程，稳步推进市场准入、国际临床合作及品牌建设。通过深化本地化学术推广和渠道能力建设，不断提升国际市场长期竞争能力，为公司国际业务持续增长奠定基础。

二、注重科技创新，精进研发水平

公司始终把技术研发和创新能力建设放在公司发展的首要位置，坚持对产品研发、生产技术创新的持续投入。2026 年上半年公司研发投入 19,669.85 万元，占营业收入的比重达到 12.89%。截至 2026 年 6 月 30 日，研发人员共计 633 人，占公司员工总数的 18.61%，研发团队规模持续扩大、结构持续优化。

公司持续推进产品研发与注册申报，各产品线均取得实质性进展。截至 2026 年 6 月 30 日，公司已取得 158 个国内医疗器械注册证或备案证书，其中 III 类医疗器械 93 个；公司取得 28 个产品的欧盟 CE 认证，并在其他 90 多个国家和地区完成注册和市场准入。报告期内，新增发明专利申请 6 项，授权 3 项；新增实用新型专利申请 8 项，授权 17 项。

2026 年上半年，公司各生产基地智能制造与精益生产工作稳步推进。湖南生产基地全自研智能产线 BPP-AS970 顺利投产，可完成球囊压力泵全制程生产及在线检测，标志着公司智能制造建设迈上新台阶。报告期内，公司导丝、鞘组及球囊升级项目中共导入 57 台自研自动化设备，整体生产自动化率提升至 58.1%。在新设备、新工艺双重驱动下，公司主要产品线生产效率进一步提升，生产智能化、精细化水平持续改善。

公司持续推进信息化系统的建设，报告期内，湖南生产基地顺利完成 MES 系统上线运行，实现了生产检验过程的无纸化管理，使公司智能制造与信息化管控能力得到显著提升。

三、优化财务管理，实现降本增效

公司一直以来高度重视财务管理，持续优化财务管理机制，不断提高资金使用效率。2026 年上半年，公司财务运行稳健，核心财务指标表现良好，实现营业收入 15.26 亿元，较上年同期增长 25.75%，归母净利润 5.37 亿元，较上年同期增长 26.38%，盈利能力稳步提升；应收账款规模有效控制、库存结构不断优化，营运能力保持稳定；资产负债率控制在合理区间，财务结构稳健，同时通过合理理财提升闲置资金收益，助力降本增效目标达成。

四、完善公司治理，推动公司高质量发展

2026 年上半年，公司持续深化治理体系建设，严格按照公司治理架构规范开展日常运作。董事会审计委员会勤勉履职，全面履行监督职责，深度参与定期报告审核、关联交易审议、内部审计督导等各项工作，有效提升公司决策科学性、运营规范化水平及信息披露透明度。

同时，公司密切跟踪资本市场及医疗器械行业监管政策变化，动态修订内部管理制度体系，依托常态化督查机制夯实制度执行成效，保障各项治理机制高效运转。公司不断健全内部控制与全面风险防范体系，优化核心业务流程、迭代升级风险控制矩阵，全面风险管理能力稳步提高。公司内部审计部门立足业务发展实际，动态更新资金管理、销售管理、采购管理、资产管理等重点领域的风险控制矩阵，组织开展风险评估，推动内部控制制度与时俱进，将风险管理与合规管理嵌入日常经营流程。为确保内控目标落地，公司定期开展内部控制评价工作，对关联交易、募集资金、对外担保等重大事项开展半年度检查，对重点领域不定期实施专项审计，进一步提升经营管理水平与风险防范能力，助力公司可持续发展。

五、提高信披质量，加强与投资者沟通

公司始终高度重视投资者关系管理工作，通过公司公告、股东会、业绩说明会、投资者现场调研、线上沟通会、上证 e 互动、投资者热线等多种渠道，积极与投资者开展沟通交流，为投资者参与公司重大事项决策创造便利，增进投资者对公司的了解与认同。

2026 年上半年，公司通过现场调研、电话会议、网络文字互动等形式，累计

组织 5 次投资者沟通交流会，积极向市场传递公司投资价值。同时，公司持续强化信息披露管理，严格按照《中华人民共和国证券法》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规要求，规范履行信息披露义务，在确保信息披露真实、准确、完整、及时的基础上，优化披露内容与呈现形式，简化冗余表述、凸显核心经营数据与业务要点，提升披露可读性，便于投资者清晰理解公司经营逻辑。

六、强化约束激励机制，共享发展成果

为了进一步健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司员工的积极性，有效地将股东利益、公司利益和核心团队个人利益结合在一起，使各方共同关注公司的长远发展。公司于 2026 年上半年推出《2026 年限制性股票激励计划（草案）》，对部分董事、高级管理人员、核心技术人员与技术（业务）骨干人员实施激励。2026 年 4 月，公司以 240 元/股的授予价格，向 663 名激励对象首次授予 1,780,501 股限制性股票。与此同时，2026 年上半年，公司严格按照 2021 年限制性股票激励计划相关安排，顺利完成 2021 年限制性股票激励计划首次授予及预留部分授予 A 类限制性股票第二个归属期归属工作、2021 年限制性股票激励计划首次授予及预留部分授予 B 类限制性股票第三个归属期第三次归属工作，共计向符合条件的 35 名激励对象归属限制性股票 499,113 股，持续落地常态化激励约束机制，稳固核心人才团队，为公司稳健经营与长远发展提供人才支撑。

2026 年上半年，根据公司 2025 年年度股东会审议通过的《关于公司<2025 年度利润分配预案>的议案》，公司向全体股东按每 10 股派发现金红利人民币 10 元(含税)。同时，为进一步健全和完善公司的利润分配决策和监督机制，强化回报股东的意识，增强公司利润分配的透明度，保持利润分配政策的连续性和稳定性，为股东提供持续、稳定、合理的投资回报，公司制定了《未来三年（2026 年-2028 年）股东分红回报规划》。

2026 年下半年，公司将聚焦深耕核心主营业务，持续扩大市场占有率、夯实经营发展质效。依托产品与成本双维度构筑核心竞争优势，全力推动经营业绩稳步向好，以稳健优异的经营成果回馈全体投资者，同步实现客户价值、股东收益与社会价值协同提升、均衡发展。

本报告所涉及的公司规划、发展战略等系非既成事实的前瞻性陈述，不构成公司对投资者的实质承诺，敬请投资者注意相关风险。

深圳惠泰医疗器械股份有限公司董事会

2026 年 8 月 20 日