

证券代码：301033

证券简称：迈普医学

公告编号：2026-066



广州迈普再生医学科技股份有限公司

2026 年半年度报告摘要

2026 年 8 月

一、重要提示

本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读半年度报告全文。

所有董事均已出席了审议本报告的董事会会议。

非标准审计意见提示

☐适用 ☒不适用

董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

☐适用 ☒不适用

公司计划不派发现金红利，不送红股，不以公积金转增股本。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

☐适用 ☒不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	迈普医学	股票代码	301033
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	龙小燕	李晓香	
电话	020-32296113	020-32296113	
办公地址	广州市黄埔区崖鹰石路 3 号	广州市黄埔区崖鹰石路 3 号	
电子信箱	irm@medprin.com	irm@medprin.com	

2、主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

☐是 ☒否

	本报告期	上年同期	本报告期比上年同期 增减
营业收入（元）	189,801,626.51	157,777,674.14	20.30%
归属于上市公司股东的净利润（元）	56,580,533.57	47,299,142.70	19.62%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	53,937,463.57	45,996,448.89	17.26%
经营活动产生的现金流量净额（元）	48,202,587.91	56,520,953.30	-14.72%
基本每股收益（元/股）	0.85	0.71	19.72%
稀释每股收益（元/股）	0.84	0.71	18.31%

加权平均净资产收益率	6.90%	6.56%	0.34%
	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减
总资产（元）	901,302,739.37	895,436,563.36	0.66%
归属于上市公司股东的净资产（元）	811,486,378.33	798,059,151.27	1.68%

3、公司股东数量及持股情况

单位：股

报告期末普通股股东总数	8,030		报告期末表决权恢复的优先股股东总数（如有）	0	持有特别表决权股份的股东总数（如有）	0
前 10 名股东持股情况（不含通过转融通出借股份）						
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结情况	
					股份状态	数量
袁玉宇	境内自然人	16.53%	11,081,293	8,310,970	质押	6,020,000
徐弢	境内自然人	16.29%	10,922,547	0	不适用	0
深圳市凯盈科技有限公司	境内非国有法人	5.84%	3,916,249	0	不适用	0
北京风炎投资管理有限公司—北京风炎瑞盈 3 号私募证券投资基金	其他	4.75%	3,183,400	0	不适用	0
袁美福	境内自然人	4.33%	2,905,587	2,179,190	质押	750,000
华泰证券资管—招商银行—华泰迈普医学家园 1 号创业板员工持股集合资产管理计划	其他	2.46%	1,651,576	0	不适用	0
玄元私募基金投资管理（广东）有限公司—玄元科新 293 号私募证券投资基金	其他	2.45%	1,642,009	0	不适用	0
#叶涛	境内自然人	2.28%	1,530,000	0	不适用	0
国泰佳泰股票专项型养老金产品—招商银行股份有限公司	其他	1.47%	988,391	0	不适用	0
广东省粤科母基金投资管理有限公司—广州市粤科知识产权运营投资中心（有限合伙）	其他	1.01%	675,003	0	不适用	0
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、2020 年 5 月 31 日、2020 年 10 月 26 日，袁玉宇与徐弢签署了《一致行动协议》及其补充协议，约定双方履行一致行动义务的期限自双方签署之日起至公司首次公开发行股票并在证券交易所上市后 60 个月；2026 年 7 月 26 日，该协议到期终止，2026 年 7 月 27 日，袁玉宇与徐弢分别向公司出具了《关于<一致行动协议>到期终止的告知函》，确认双方《一致行动协议》及补充协议到期后终止，双方的一致行动关系于 2026 年 7 月 27 日起解除。一致行动关系解除后，双方所持有的上市公司股份不再合并计算。					

	2、2022 年 8 月 11 日，袁美福先生已与玄元私募基金投资管理（广东）有限公司—玄元科新 293 号私募证券投资基金签署一致行动人协议，玄元私募基金投资管理（广东）有限公司—玄元科新 293 号私募证券投资基金为袁美福先生的一致行动人。截至报告期末，袁美福及其一致行动人合计持有公司股份 4,547,596 股。
	除上述情况之外，公司未知上述股东是否还存在其他关联关系或一致行动的情形。
前 10 名普通股股东参与融资融券业务股东情况说明（如有）	公司股东叶涛除通过普通证券账户持有 1,380,000 股外，还通过招商证券公司客户信用交易担保证券账户持有 150,000 股，实际合计持有 1,530,000 股。

持股 5%以上股东、前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东参与转融通业务出借股份情况

☐适用 ☒不适用

前 10 名股东及前 10 名无限售流通股股东因转融通出借/归还原因导致较上期发生变化

☐适用 ☒不适用

公司是否具有表决权差异安排

☐是 ☒否

4、控股股东或实际控制人变更情况

控股股东报告期内变更

☐适用 ☒不适用

公司报告期控股股东未发生变更。

实际控制人报告期内变更

☐适用 ☒不适用

公司报告期实际控制人未发生变更。

5、公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

公司报告期无优先股股东持股情况。

6、在半年度报告批准报出日存续的债券情况

☐适用 ☒不适用

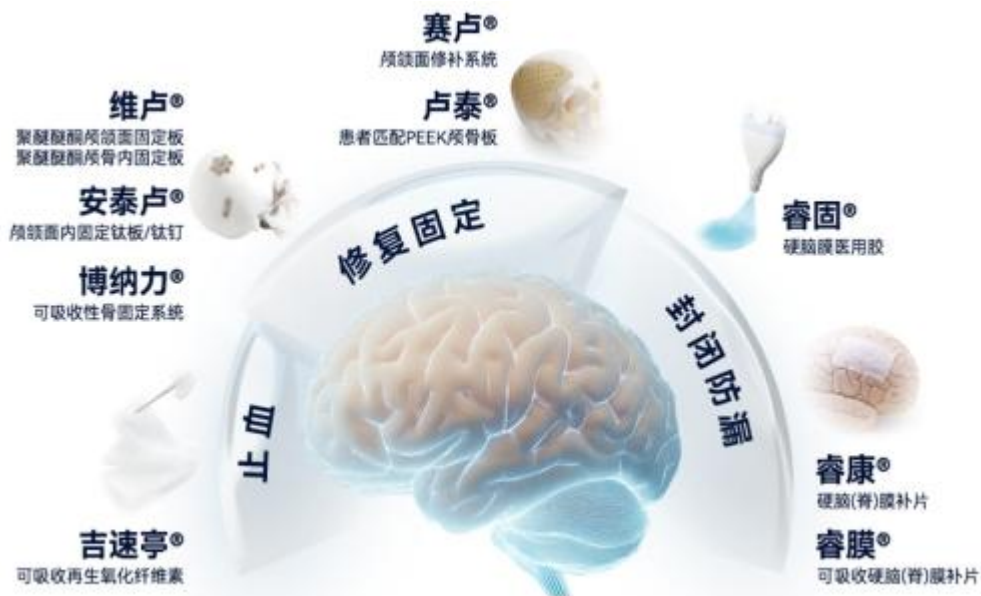
三、重要事项

2026 年，公司一季度经营承压，经营数据暂未释放势能，进入二季度后各项业务回暖提速，整体运行平稳向好。

报告期内，公司实现营业收入 18,980.16 万元，比上年同期增长 20.30%；归属于上市公司股东的净利润为 5,658.05 万元，比上年同期增长 19.62%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 5,393.75 万元，比上年同期增长 17.26%。2026 年，公司实施第二类限制性股票进行股权激励，剔除股份支付费用影响后，2026 年度公司实现归属于上市公司股东的净利润为 6,065.42 万元，同比增长 16.56%，实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 5,801.12 万元，同比增长 14.34%。

报告期内，公司始终聚焦神经外科核心主业，依托全线产品一站式临床解决方案优势，持续深耕国内各级医疗机构市场并稳步推进海外渠道布局，实现公司营业收入与净利润双增长。

1、全流程产品矩阵，一站式解决方案



报告期内，公司封闭防漏产品共计实现销售收入 9,607.59 万元，同比增长 11.13%。其中，2026 年 3 月，天津市医药采购中心发布《关于京津冀“3+N”联盟硬脑（脊）膜补片类医用耗材带量联动采购项目（项目编号：LH-HD2025-5）中选结果公布的通知》，公司两款脑膜产品均成功中选。截至报告期末，天津市、河南省、福建省等地陆续落地执行。后续，公司将持续关注集采进度，保障采购结果顺利执行。此外，硬脑膜医用胶产品应用于硬脑膜缝合部位的辅助封合，防止脑脊液渗漏，与睿膜®可吸收硬脑（脊）膜补片、睿康®硬脑（脊）膜补片两款硬脑膜修补产品携手，共同组成了全面的封闭防漏解决方案。同时，该产品还可以与目前常见的硬脑膜修补材料配合使用。

报告期内，公司修复固定产品共计实现销售收入 5,071.53 万元，同比增长 14.59%。此外，公司颅颌面修补及固定产品在河南省牵头省级联盟集采续标、山东省中标，市场份额将持续提升。集采后进院速度加快，国内高端 PEEK 修补市场份额持续攀升。

报告期内，公司止血产品共计实现销售收入 3,362.47 万元，同比增长 44.77%，目前该产品已从神经外科延伸至外科多个临床科室。此外，本产品已入围京津冀、内蒙古等多省止血耗材集采，渗透率持续提升。

2、境内外渠道深耕，市场覆盖与运营效能双升

公司自 2011 年开始进军海外医疗器械市场，开启了国际化发展之路。报告期内，国内外分别实现营业收入 14,997.43 万元、3,982.74 万元，比上年同期分别增长 25.31%、4.54%。

国内深化经销商与终端医院覆盖，推进渠道精细化管理；海外市场拓展至百余个国家和地区，国际化布局持续落地，形成境内外双轮驱动，打开增长空间。

报告期内，公司已与境内外近 800 家经销商建立良好的合作关系，产品已进入国内超 2,000 家医院，市场覆盖全球超 110 个国家和地区。

国内市场，公司持续深入推进临床管理规范化，依托“脑脊液漏规范化管理临床实践”特色学术品牌，不断夯实科室学术影响力。2026 年恰逢公司赛卢®颅颌面修补系统上市十周年，公司围绕“修复大师·十年相伴”年度主题统筹开展系列学术推广，持续强化 PEEK 颅骨修补产品线品牌，进一步提升产品临床渗透率与客户认可度。

国际市场，公司始终坚持“走出去”布局，积极亮相国际顶尖医疗展会，主动对接全球前沿技术动态与海外市场需求，持续提升品牌国际影响力与全球渠道势能，同时，公司积极建设国际“本土化”生态，重点推进销售团队结构优化，加速引入当地资深销售人员，以深度融入当地文化、夯实渠道粘性。