

证券代码：603990

证券简称：麦迪科技

编号：2025-011

苏州麦迪斯顿医疗科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

日期	2025. 7. 07 至 2025. 7. 28	时间	11： 00 至 16： 00
地点	麦迪科技会议室及相关机构办公地点		
投资者关系活动形式	☒特定对象调研☐分析师会议 ☐媒体采访☐业绩说明会 ☐新闻发布会☒路演活动 ☒现场参观 ☐其他（<u>请文字说明其他活动内容</u>）		
参与单位名称人员及职务	中泰证券、东北证券、中天证券、山西证券、中银证券资管、中广云投资、上海昱奕资产、浦银安盛基金、太平基金、华西资管、鸿富基金、通乾投资、招商基金、浦泓投资、上海观火投资、岙夏投资、中财投资、链友资本、观火投研、上海甄投资产、中信建投基金、中国国际金融、信泰人寿保险、北京鸿道投资、华夏久盈、华夏基金、华泰保兴基金、和谐健康保险、国寿安保、国新投资、明世伙伴基金、普行资管、海富通基金等。		
公司接待人员及职务	副董事长、总经理：翁康先生 副总经理、董事会秘书、创新业务部总经理：李孟豪先生		
主题	机构调研		

附件清单（如有）	
投资者关系活动主要内容	
1、公司医疗信息化主业目前处于什么发展阶段？市场空间如何？ 答：公司深耕医疗信息化二十年，已构建覆盖围术期、急危重症、术后康复等多场景的一体化解决方案。核心产品 DoCare 与 DoRicon 已覆盖全国 2400 余家医疗机构，其中三甲医院近 1200 家。根据 IDC 预测，2025 年我国医疗服务类 IT 支出将达 845.7 亿元，行业仍处于高速发展期。公司主业正处于“规模扩大+结构升级”的增长阶段，具备长期成长潜力。 2、公司在传统医疗信息化主业方面，2025 年有哪些核心发力点？ 答：公司将坚定聚焦，围绕智慧手术、急危重症救治、低空经济、医疗康养等方向持续纵深发展，打造“软件平台+智能硬件+算法引擎”的三位一体产品体系。传统医疗信息化业务方面，公司将重点推进几方面工作：一是推动 AI 大模型技术与公司现有产品的结合，在 AI 医疗方向对产品服务进行升级；二是持续完善智慧手术、ICU、急诊急救等系统的协同能力，实现一体化升级；三是全面推进信创环境适配，夯实国产化替代优势；四是拓展区域医疗协同能力，支持客户由“单院信息化”向“区域互联互通”转型。 3、公司在原有医疗信息化核心业务的基础上，拓展 AI 智慧医疗，并积极布局“低空应急救援”、“康养机器人”相关业务，请问新业务的投入资金是否充裕？ 答：为进一步推动公司在智慧医疗领域的技术创新与 AI 升级，加速“低空医疗救援”及“康养领形机器人”等项目落地，公司新设立创新业务部门，聚焦公司创新业务发展。在资金方面，公司已将前序募投项目剩余的募集资金 4,354.79 万元用途变更，专门用于新项目“创新产品研发中心项目”——低空医疗救援平台解决方案及智能医疗服务机器人解决方案。我们还将节余募集资金用于投资建设新项目，其中 12,985.44 万元用于投资基于大模型等人工智能技术的产品服务升级项目。公司将不断升级公司现有智慧医疗产品体系，进行全面 AI 赋能。	

4、公司在人工智能和 5G+物联网方向有哪些成果？

答：2024 年，公司推出“软硬一体化智慧手术部整体解决方案”，融合 AI、大数据、数字孪生技术，已在多地医院落地应用，显著提升手术场景智能化水平。公司还与华为联合发布“5G+物联网急危重症平台解决方案”，打造从院前 120 急救到 ICU 闭环联动的生命通道系统，提升区域重症救治效率和协同能力。

5、公司旗下的海口玛丽医院在辅助生殖业务上经营状况如何？

答：尊敬的投资者您好，公司全资子公司海口玛丽医院是海南省内第二家取得辅助生殖牌照的民营医院，也是国家卫健委核准开展同时拥有 IVF-ET 与 ICSI 技术的 473 家辅助生殖技术的医疗机构之一（数据截止 2024 年 12 月 31 日），具备完整的辅助生殖资质和技术能力。2024 年完成取卵周期 1,306 例，营收 6,160 万元，运营稳健。未来随着海南自由贸易港政策逐步落地，公司将借助地理和政策优势，抓住新机遇，输出核心技术与精细化管理，辐射东南亚，开拓布局国际市场。

6、麦迪科技在康养机器人协同体系中的定位是什么？公司布局康养机器人的优势体现在哪？

答：麦迪科技在康养机器人体系中的核心定位是“智慧康养整体解决方案的供应商”和“真实应用场景开发商”。我们认为，在康养机器人价值链中，AI 大模型、机器人本体、数据采集、解决方案及应用场景等环节缺一不可，只有将五个环境联合打通，才有望加速康养机器人的商业化落地。而公司在医疗信息化领域深耕二十余年，服务全国 2400 余家医疗机构，积累了丰富的医疗复杂场景解决方案的设计能力和海量的数据资源，使得麦迪科技具备在复杂康养场景中进行数据采集、流程建模和方案落地的深厚能力。在康养机器人协同机制中，公司扮演的核心角色是承上启下的“中枢神经系统”，发挥连接硬件制造方与场景需求方之间的桥梁作用。我们的核心优势也正是在于此：我们拥有价值丰富的应用场景、庞大的数据资源，也拥有设计复杂场景解决方案的能力。我们希望以自研的软件平台和垂类 AI 模型为驱动，整合并赋能下游各类硬件机器人本体，构建起一个高效协同的智慧康养平台。

7、麦迪科技的康养机器人主要聚焦在哪些应用场景？公司智能康养机器人解

决方案目前主要有哪些核心功能？

答：麦迪科技的康养机器人更加聚焦于医疗康复领域，尤其是脑梗、心梗、癌症术后等失能患者的康复护理。我们的机器人应用目前主要面向高端医院、养老院和专业康养机构打造标杆项目，未来将逐步向社区、居家延伸，推动产品从定制走向规模化落地。我们的智能康养机器人解决方案将为患者提供以下八大核心功能模块：情感陪伴专家、智能就医管家、健康报告助手、个性化康养教练、全程生活记录仪、生命体征哨兵、安全守护者、行业标准引领者。

8、麦迪科技的康养机器人的市场定位和合作情况是什么？

答：公司的康养机器人业务市场定位为“智慧康养整体解决方案的供应商”和“真实应用场景开发商”。公司在医疗信息化领域深耕二十余年，服务全国 2400 余家医疗机构，积累了大量临床数据资源，具备在复杂康养场景中进行数据采集、流程建模和方案落地的深厚能力。我们将发挥连接硬件制造方与场景需求方之间的桥梁作用，联合上下游合作伙伴推进具身智能机器人在高端养老院、康复医院等真实环境中的规模化部署。我们将与华为、优必选科技、上海机器人产业技术研究院等合作方共同打造康养场景下任务驱动的群体智能平台，围绕标准制定、平台共建、数据互通开展联合攻关，共同构建康养机器人创新生态。目前已在上海、台州等城市实现项目落地，搭建测试场景。

9、麦迪科技提出“以整体解决方案打通本体、场景和大模型”的商业逻辑，这一战略模式是否具备持续性？

答：公司始终以人形机器人作为中长期发展目标，但充分考虑到人形机器人在医疗康复等“人接触”场景中的落地尚存在一定技术周期，因此我们采取“多形态并行+应用场景牵引”的驱动策略，确保产品能够先行落地并不断积累数据、迭代功能。

经我们对康复医院和养老机构的调研发现，市场需求高度具体化且复杂，例如体征监测、认知障碍老人的日常沟通与行为干预等。这些真实需求推动我们在现有成熟解决方案上率先进行产品布局，并借助公司在医疗 IT 领域的技术基础，通过本体、场景、大模型的协同构建整体解决方案平台。

随着每一阶段机器人能力的迭代与场景的丰富，我们将持续推出契合市场的新功能、新形态，推动康养机器人从“单点功能”走向“体系平台”。

10、康养机器人是否只面向高端客户？是否有助力民生养老的计划？

答：公司康养机器人业务在当前阶段以医院康复病区 and 高端养老机构为优先试点场景进行测试，聚焦真实场景下的实际痛点。随着产品规模化交付能力的提升与功能迭代，公司将逐步拓展至中端及以下民生养老市场，探索以“机器人替补人力”缓解基层照护压力的路径。未来，逐步进入居家康养场景，重点围绕老年人居家照护、远程监护等需求，推动产品逐步轻量化、标准化。日前，工信部、民政部联合发布《关于开展智能养老服务机器人结对攻关与场景应用试点工作的通知》，公司根据政策积极部署，面向社会公开征集用户参与康养机器人的试用活动，共同探索智能养老新方式。希望以“机构场景落地+居家产品演进”的方式，助力康养机器人从示范走向普及。

11、公司是否关注机器人或智慧医疗领域上下游的投资机会？

答：公司将持续关注智慧医疗、智能硬件、医疗 AI 等领域的发展趋势，尤其是与公司现有业务具有协同潜力的关键环节。未来，公司将在充分评估技术成熟度、市场空间与协同价值的基础上，审慎研究相关产业链的合作与资源整合机会，稳步推动业务生态的拓展和完善。

12、请简单介绍一下公司低空应急救援相关业务的情况与进展？

答：公司的低空救援业务是急救业务的延伸。传统 AED 部署受限于人力维护、场地成本等因素，难以实现“黄金 4 分钟”响应目标。公司产品以 120 指挥调度为核心，在原有“15 分钟急救圈”基础上打造“4 分钟急救圈”，实现“上车即入院、车未到无人机先到”急救新理念，达到应急救援院前救治的完整闭环。公司的“无人机+基站+AED”一体化方案，核心优势在于响应更快、布点更密，成本大幅降低，能够显著提升 AED 的普及率和可获得性，提升心梗等急救成功率。目前，我们已经发布了首个全自主智能化 AED 无人机救援的低空救援整体解决方案，并成功进行 AED 无人机试飞，实现 4 分钟急救圈。我们的低空救援平台计划以苏州为首个城市开展试点部署，我们将不断探索区域急救的新增长点，建设“120 指挥调度+AED 无人机+数字化救护车”的低空医疗救援整体解决方案，助力城市应急医疗体系建设。