

证券代码：300653

证券简称：正海生物

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：2025003

投资者关系 活动类别	☐ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 分析师会议 ☐ 新闻发布会 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动 ☐ 现场参观 ☒ 其他 <u>电话会</u>
参与单位名 称及人员 姓名	东北证券 刘宇腾、叶菁、方心宇；中金公司 朱言音；华创证券 陈俊威；国盛证券 王震；平安证券 叶寅、裴晓鹏；西部证券 陆伏藏；华泰证券 孔垂岩等 97 位参会人员
时 间	2025 年 4 月 15 日
地 点	线上会议
上市公司接 待人员姓名	副总经理、董事会秘书兼财务总监：赵丽女士 董事会办公室经理：王安琪女士
投资者关系活动主要内容	
一、公司 2023 年经营情况介绍	
2024 年，公司实现营业总收入 3.63 亿元，较去年同期减少 12.19%；实现归属于上市公司股东的净利润达到 1.35 亿元，较去年同期减少 29.49%；实现每股收益 0.75 元。	
公司坚持“存量挖潜、增量破局”方针，深入落实“营销精准化”策略。口腔产品份额稳固，口腔修复膜产品实现销售收入 1.62 亿元；脑膜产品完成辽宁省际联盟和陕西省际联盟带量项目的协议签订，河北、山东、江苏省级带量项目成功续约，脑膜产品实现销售收入 1.49 亿元；活性生物骨已完成全国所有省份挂网工作，产品开发入院达成预期目标。报告期内，公司医学研发效能持续提升，各梯队管线项目扎实推进。在存量业务挖潜方面，持续开展优化迭代，以提高产品的性能和竞争力。在优势领域布局方面，钙硅生物陶瓷骨修复材料提交注册并取得受理，产品转产筹划工作同步进行；第二款口腔修复膜也已经在 1 月份取证。临床管线中，宫腔修复膜已进入临床总结阶段，乳房补片顺利完成临床试验入组。重组蛋白项目与合作方	

联合的技术攻关工作有序开展。

凭借上述工作的稳步推进，公司成功斩获多个项目荣誉。本年度公司获批山东省绿色工厂、山东省新材料领军企业 50 强、山东省智能制造优秀场景等省部级重点荣誉。外部企业及产品形象得到有效提升，品牌影响力进一步彰显。

二、问答方式回复投资者提问

1、2024 年收入下滑的原因？

答：2024 年公司收入下滑受多重因素影响，首先，主力产品的市场需求波动明显，口腔产品顺应市场态势进行了价格优化，脑膜产品受带量采购项目等因素影响，下游存在观望情绪。其次，活性生物骨因客观条件限制，推广节奏不及预期，销售规模相对较小。另外，2024 年第四季度，增值税率调整因素对公司收入业绩均产生一定影响。谢谢！

2、请简要介绍口腔行业公立和民营竞争格局的变化趋势？

答：口腔行业在公立市场的格局相对稳定，民营市场在经历了种植牙集采后需求的短暂爆发，增速放缓的趋势明显，导致行业竞争加剧，种植修复材料虽然未被纳入集采范围，但也受到需求波动和终端降本控费的较大影响。公司将持续巩固口腔相关产品在种植领域的优势地位，坚定执行精准化营销策略，不断增进与头部终端的紧密合作，稳定渠道对市场份额的覆盖。同时，积极推进产品升级。谢谢！

3、活性生物骨的技术优势？

答：活性生物骨通过将具有诱导活性的 rhBMP-2 与具有天然骨组织孔隙结构的骨支架材料特异结合，形成了具有诱导活性的骨支架材料。活性因子 rhBMP-2 与骨填充产品的特异结合，使得我司的活性生物骨在临床使用过程中，成功构建整体低剂量、局部高效能的骨再生定向修复系统，可以在增益临床使用效果的前提下，大大降低安全性风险。谢谢！

4、2025 年活性生物骨的销售计划？

答：骨形态发生蛋白（BMP）类产品作为骨修复材料的重要组成部分，将受益于中国骨修复材料市场规模的稳步增长。公司活性生物骨产品作为具有一定技术优势的 BMP 类产品，呈现出良好的发展态势和增长潜力。2025 年，公司将积极推动活性生物骨的市场推广，增加稳定供货的终端数量，推升产品销售收入的不攀升。谢谢！

5、2025 年脑膜产品集采的覆盖范围？

答：2024 年 6 月，天津市发布《关于开展硬脑（脊）膜补片类医用耗材产品信息集中维护工作的通知》，截至目前尚未出台相关的招标文件，招标规则有待观察。2025 年公司将持续跟踪该带量采购项目的进度，并积极应对。谢谢！

6、研发人员数量较大增长的原因？

答：研发人员数量增加主要发生在四季度，2024 年年均在岗人数较去年增幅不大，增加的研发人员主要为研发的新项目做储备。公司将围绕技术领域的竞争力，不断丰富支架基材的品类，推动更多产品产业化。谢谢！

7、2025 年销售费用率水平的展望？

答：2024 年下半年，公司加大活性生物骨的市场推广力度，在口腔领域开展精准化营销，使得销售费用有所增长，部分费用集中发生在四季度。2025 年随着活性生物骨等产品销售收入的不断增长，预计销售费用率将回归合理水平，相较 2024 年，可能受到税率调整的一定影响。谢谢！

8、第二款口腔修复膜的推广策略是什么？

答：公司第二款口腔修复膜主要在生产工艺上做了调整，该产品的降解性能得到有效提升。未来将结合其适应症的方向，重点探索口腔软组织浅层缺损及牙龈黏膜组织修复等领域的应用。谢谢！

9、在研新产品今年获批或者研发推进的情况？

答：今年 1 月，公司二代口腔修复膜已经获批，未来将结合其适应症的方向，重点探索口腔软组织浅层缺损及牙龈黏膜组织修复等领域的应用。钙硅生物陶瓷骨修复材料预计将于年内获批，有利于丰富公司在口腔领域的产品矩阵。其他在临床阶段的主要是宫腔修复膜和乳房补片，这些产品的陆续上市，将拓展公司下游的应用科室至妇产科、乳腺外科等。谢谢！

接待过程中，公司与投资者进行了充分的交流与沟通，并严格按照公司《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平。

附件清单	无
日 期	2025 年 4 月 15 日