

## 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：2025006

<b>投资者关系活动类别</b>	<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 _____
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	参加 2025 年山东辖区上市公司投资者网上集体接待日活动的广大投资者
<b>时 间</b>	2025 年 5 月 15 日 15:00-16:30
<b>地 点</b>	全景网“投资者关系互动平台”（ <a href="https://ir.p5w.net">https://ir.p5w.net</a> ）
<b>上市公司接待人员姓名</b>	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 证券事务代表：吕杨琼女士
<b>投资者关系活动主要内容</b>  <p>本次活动主要采用解答提问的方式进行，主要内容如下：</p> <p><b>1、公司一季度销售收入恢复了正增长，主要是由老产品销售带来的增量还是新产品？</b></p> <p><b>答：</b>您好，公司一季度销售增长由已上市产品的销售增长和新产品销售上量共同拉动，谢谢！</p> <p><b>2、25 年一季度净利润继续大幅下滑，看一季报销售费用比去年同期增长较多，去年四季度销售费用也是大增，那么接下来公司如何应对这种增收不增利的现状？</b></p> <p><b>答：</b>您好，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！</p>	

3、从公司历年的财报数据看，产品的整体销量一直在保持增长，虽然 23 年增速下滑严重，但 24 年还是实现了 9.21 的增长，但是营收尤其是净利润却出现了大幅下滑，是否主要受口腔膜降价所致？

答：您好。2024 年公司收入利润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，销售规模相对较小。另外，2024 年第四季度，增值税率的调整因素对公司收入业绩也产生一定影响。感谢您的关注！

4、赵总您提到的导致业绩不佳的因素，我总结了：口腔产品降价、脑膜集采经销商观望、销售费用增长、增值税率调整。这四项问题今年可能脑膜会恢复，其他可能短期都不会好转。今年一季度公司的毛利和净利都创了上市以来的最低记录，这将是未来一段时间的常态，还是公司有信心和举措来扭转现状？

答：您好。2025 年公司会努力开展并做好各项经营活动，不断提升销售体量，同时有信心实现可持续发展。感谢！

5、请问公司活性生物骨目前是否存在超适应症使用场景？脊柱融合何时可以加入目前活性生物骨的适应症范围内？

答：您好，活性生物骨的适应症范围为：用于填充由于创伤或手术造成的、不影响骨结构稳定性的骨缺损，临床应用依照注册证开展。谢谢！

6、按照公司一季度财报数据 2025 年净利润是不是一定呈现下降趋势了？净利润是否无法到达 1.3 亿？

答：关于公司 2025 年净利润，请届时关注公司的相关公告。谢谢！

7、公司目前有无二代活性生物骨设计研发规划？九源计划明年临床后年投产注射型 rhbmp，请问公司有无压力？对于尚未放量的活性骨来说是否存在严重销售压力？

答：您好，活性生物骨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。公司将视情况开展新品的研发立项。谢谢！

8、根据贵公司的活性生物骨目前的入院情况，入院程序完成之后平均多久会产生订单？

答：您好，活性生物骨正在积极入院，产生订单的周期要根据各医院的情况而

定。谢谢！

**9、活性骨目前已经注册快三年了，应该已经有一些成功的应用案例了吧？公司是否应该在公众号或者其他宣传渠道，多多宣传患者治愈的真实案例，这不比临床案例数据更让人信服？**

答：您好，感谢您的关注和建议！

**10、活性骨的适应症扩充是否已经在筹备中？还有之前学术会议上张总曾提到有机会会和相关医疗机构推动活性骨和自体骨的对照实验，公司是否已开始相关实验？**

答：您好，公司自产品上市销售后，持续积累临床典型病例，为产品的销售推广提供素材。谢谢！

**11、请问活性生物骨海外注册什么时候启动？会首先选择欧盟还是美国？**

答：您好，关于公司产品出海的进展，敬请关注公司信披公告，谢谢！

**12、活性骨 22 年获的注册证，马上快满三年还没有能拿得出手的销售数据，公司是否应该反思销售策略问题？而且这和上市之前宣传的十几年研发超越所有竞品的创新产品形成极大反差，也误导了正海的长期投资人，公司对于新品的销售现状怎么看？未来的预期如何？**

答：您好，感谢您多年来对我们的支持和关注！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。尽管市场环境多变，我们仍保持积极进取的姿态，不断加快产品的市场推广，助力产品销售收入的不断攀升。谢谢！

**13、活性生物骨目前的经销商数量，入院数量方便披露吗？**

答：您好。目前公司正与各经销商积极合作，努力开展活性骨入院工作。经销商数量和入院数量都在不断增加。

**14、请问活性生物骨目前的经销商数量，入院数量方便披露吗？**

答：目前公司正与各经销商积极合作，努力开展活性骨入院工作。经销商数量和入院数量都在不断增加。感谢提问。

**15、公司曾反馈，活性骨 24 年销售不达预期是客观原因导致入院难，那么 25 年这种情况是否已经好转，如果没有公司将如何调整销售策略？**

答：您好，公司将积极发挥主观能动性，充分发挥活性生物骨的技术优势，开展市场推广，增加稳定供货的终端数量，推升产品销售收入的不断攀升。谢谢！

**16、问题一：活性生物骨上市后总共完成了多少例手术，确认的销售额有多少？**

**问题二：一季度营收增长主要是得益于什么产品，毛利为什么会下滑？问题三：公司口腔类产品目前存在的困境是什么（市场需求因素、产品力因素、还是营销问题）。种植牙集采放量后能否带动公司口腔类产品的提升？问题四：公司回购股份后却迟迟没有做出股权激励方案，问题出在哪了？**

答：您好，公司一季度收入增量由已上市产品的销售增长和新产品销售上量共同推动，公司将持续推动新老产品的销售提升，相关产品的销售收入请以公司定期报告披露为准。公司将按照相关规则筹划激励方案，敬请关注公司后续有关方案进展的信披公告。谢谢！

**17、酒香也怕巷子深，公司虽然加大了对活性骨的投入，但为何市场上关于活性骨的新闻资讯寥寥无几，反观竞品宣传热度远胜于公司，公司在新品宣传上的策略是什么？**

答：您好！公司正在不断进行活性生物骨的推广，持续推进品牌建设活动，增强品牌的市场认知度，同时，积极开展产品招商工作，争取产品更广泛的市场覆盖，不断提升产品销售体量。感谢您的建议！

**18、公司今年脑膜、口腔与活骨的销售目标是多少？**

答：您好，针对各款产品的销售推广，公司均会采取一定的销售策略，根据市场情况不断细化和优化，同时强化团队建设，努力实现销售目标。

**19、请问二代口腔膜出厂价是沿用一代口腔膜的价格，还是重新定价？**

答：您好，公司第二款口腔修复膜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。定价将视挂网情况酌情考虑，谢谢！

**20、请问钙硅生物陶瓷的原材料中是否也是来自于牛或猪？非纯人工羟基磷灰石？**

答：您好，钙硅生物陶瓷骨修复材料是一种生物陶瓷无机合成材料，产品具有与天然松质骨类似的仿生多孔结构。谢谢！

**21、钙硅生物陶瓷 2025 年 4 季度内能开始销售么？人脐带干细胞目前进展如**

何？有无预期的临床开始时间？宫腔修复膜何时可以申报注册？

答：您好，公司按要求披露钙硅生物陶瓷骨修复材料取证进展，具体销售要根据注册报批进度开展；其他研发项目正在按计划推进，谢谢！

22、请问贵公司正在注册的新品种钙硅陶瓷生物骨目前的审评进展是否顺利。今年会需要补充材料吗？

答：您好，公司新品钙硅生物陶瓷骨修复材料的注册申请已于 2024 年 11 月获得受理，相关工作正在按计划推进。谢谢！

23、贵公司干细胞项目一直处于临床前阶段，请问其进展缓慢的具体原因有哪些？

答：感谢！该项目目前正在正常开展，具体进展请以公告为准。

24、公司和江苏集萃合作的重组生物活性蛋白产品的研究开发项目进展如何？关于该项目的产品何时会立项并进入临床实验，可以给个大概的时间表吗？

答：您好，该项目正常推进，公司将依规开展信息披露。感谢您的关注！

25、公司目前的主力产品基本都是和第三方合作研发取得，作为定位产业化平台型企业销售能力至关重要，公司提到去年开始调整的精准营销策略是否能展开讲下？还有新品的销售计划是什么样的？是否有相关举措提升公司销售能力？作为长期投资人看到公司销售策略的变化还是比较期待的，如果再不进取就真的只能在再生医学行业垫底了。

答：您好，销售能力确实很重要。在营销精准化方面，公司优化升级对客户的产品服务，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，提升销售团队的专业素养，开展精准招商与市场推广；多措并举，推动公司稳健增长。谢谢！

26、请问非动物源医疗耗材增值税率也是 13% 嘛？如果不是公司有无在研非动物源三类医疗耗材，或有无非动物源升级替代计划？

答：您好。都是 13%。

27、公司一直定位“再生医学领导者”，可现状是再生医学的上市同行如迈普业绩增速和市值都已超越公司，还有冠昊等已追上并即将赶超，公司多年领导地位已经不在！是否这几年发展过于啃老本缺乏进取心，现有两款主力产品利润逐年加速下滑，新产品打不开市场，研发效率低导致产品青黄不接，公司是否有改变这种

**现状的计划和措施？**

**答：**您好，感谢您提出的问题，我们会认真思考和分析。多年来，公司一直立足于再生医学领域，围绕再生医学目标不断扩大技术布局，打造涵盖增材制造、基因工程、合成生物学在内的多学科全方位组织再生研发平台。公司通过自主研发为主、外部合作为辅的研发模式，加快推动产品的产业化进程。谢谢！

**28、**不管普是通投资人在互动易多次询问，还有券商、机构投资者也曾多次在调研时询问，关于股权激励的问题公司一直含糊其辞没答案。感觉公司最近几年的发展明显缺乏进取心，公司的股权激励方案是否难产了？不得不让投资人怀疑是否新品销售不畅，公司对未来的业绩成长没有信心导致无法确定激励目标？

**答：**您好，公司将按照规则筹划激励方案，感谢您的关注！

**29、**请问 25 年分红何时执行？25 年净利润业绩目标是多少？

**答：**您好！公司已于 5 月 6 日召开股东大会审议通过《关于公司 2024 年度利润分配预案的议案》，具体权益分配实施方案请关注公司对外披露的相关公告。谢谢！

**30、**正海生物何时送配？

**答：**您好！公司已于 5 月 6 日召开股东大会审议通过《关于公司 2024 年度利润分配预案的议案》，具体权益分配实施方案请关注公司对外披露的相关公告。

附件清单	无
日期	2025 年 5 月 15 日