

深圳市理邦精密仪器股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	东吴证券、太平洋证券、西南证券、国盛证券、天风证券、开源证券、华鑫证券、国联基金、世纪证券、中银国际证券、中邮证券、财信证券、东海基金、同泰基金、富安达、华夏基金、天治基金、英大自营、人保资产、上银基金、途灵资产、东兴基金、巨杉（上海）资管、工银基金、创金合信基金、国投证券资管、大家资产管理、北信瑞丰基金、深圳正德泰投资、深圳前海天成时代、招商基金、广东泓骐基金
时间	2026年4月2日 10:00-11:00
地点	公司董事会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：张浩 董事会秘书：祖幼冬 证券事务代表：刘思辰
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">1、请对公司本报告期的业绩进行总结？</p> <p>2025年，公司实现总营收19.99亿元，同比增长8.97%。实现归母净利润3.06亿元，同比大幅增长88.54%。从市场结构看，国际市场表现亮眼，实现营收12.53亿元，同比增长14.10%，营收占比约63%；国内市场实现营收7.46亿元，同比增长1.31%，占比约37%。全年四个季度营收呈现逐季攀升态势，分别实现4.20亿元、4.93亿元、5.32亿元和5.53亿元，增长动能持续增强。</p>

从产品线来看，病人监护业务作为公司基本盘，营收 6.06 亿元，同比增长 14.96%，规模与增速均居首位；超声影像业务实现营收 3.09 亿元，增长 12.19%；妇幼健康业务实现营收 3.26 亿元，增长 8.88%；心电诊断与体外诊断营收分别为 2.82 亿元和 3.77 亿元，基本均与去年持平。此外，公司提出每 10 股派发现金股利 3.11 元（含税）的权益分派计划，预计合计派发现金股利 1.80 亿元（含税）。

2、请对公司各产品线的国内外营收进行拆分，同比增长情况；海内外整体毛利率如何？

①各产品线按销售区域进行拆分：

病人监护：国内约 0.9 亿（+17.5%），国际约 5.2 亿（+14.5%）。

心电诊断：国内约 1.4 亿（基本持平），国际约 1.4 亿（基本持平）。

妇幼健康：国内约 1.7 亿（基本持平），国际约 1.6 亿（+22.5%）。

超声影像：国内约 0.9 亿（+13.8%），国际约 2.2 亿（+11.5%）。

体外诊断：国内约 2.0 亿（基本持平），国际约 1.8 亿（基本持平）。

②毛利率：公司整体毛利率为 58.35%，其中国内市场毛利率为 63.50%，海外市场毛利率为 55.28%。

3、2025 年外销业务增长较快的原因，外销毛利率比国内低，但是对公司净利润贡献却高的原因？

2025 年度外销业务增长迅速是公司硬实力的体现，源于扎实的产品技术基础、良好的渠道用户基础以及顺应需求的产品创新。虽然外销业务毛利率低于内销，但其销售费用率比内销业务低，叠加外销销售规模效应后，最终对公司净利润的绝对贡献高于内销业务。

4、公司对国内营销体系改革内容，以及监护、血气业务取得的突破？

从 2024 年至今，公司对国内营销体系的调整和整改围绕两个核心主题：一是强化国内营销队伍与公司文化的契合，坚持“合法经营、创造价值”的行为准则，要求营销系统将产品价值有效传递给用户；二是提升国内营销体系的精干程度和运营效率，经过调整已成效显著。

在产品端，公司依托长期技术积累，推动各产品线持续突破。以监护产品线为例，公司通过自主开发推出血流量监测等功能，满足三甲医院招投标参数需求，加之产品性能优异，同等价格下更易被国内医疗机构所接受。在血气领域，受终端收费下降与医保检测范围限制等影响，i15 的测试卡销售结构发生变化，对血气业务增长带来一定压力。而湿式血气产品 i500 凭借适用于三甲医院大样本量、单测试成本低等优势快速起量，与 i15 形成增减对冲。随着 i500 基数提升，预计将带动血气业务整体重回增长轨道。

3、妇幼保健业务的海外收入增速有所好转，主要是哪个产品驱动的？如何展望这条线？

2025 年，妇幼业务的增长主要由国际市场的产科和妇科两大板块拉动。在产科方面，高端胎监产品表现突出，特别是在欧洲、独联体以及东南亚等地区，获得了多个大型采购项目，同时常规销售也因客户认知度的提升而实现稳健增长。妇科方面的增长则主要来源于阴道镜产品。

展望 2026 年，国际市场上，发达国家生育率持续走低，低资源国家母婴死亡率居高不下，促使多国政府将妇幼健康列为重要国策，并持续完善母婴健康医疗体系建设，这为相关产品创造了可观的需求空间。在国内市场，虽然生育率下降导致传统胎监产品销量承压，但全孕周期的孕产程管理正在成为新的增长点。

举例说明，公司于 2024 年新上市、2025 年快速放量的 EHG 胎儿与母亲动态心电图检测仪，利用理邦传统的模拟心电放大技术，通过腹部电极实现体外无创监测宫缩，有利于早孕早产风险医疗预知，诊断体验优于超声介入检查。同时，智能产程监测系统 GX9F 借助 eLabor 智能算法自动检测胎儿胎位及产程状态，降低产房应用超声的扫图难度，在临床上可作为常规指检的替代方案，形成从保胎监测到分娩管理的全链条解决方案。此外，妇科业务板块里的康复产品系列持续推出新品，磁刺激系统完成了技术升级，峰值功率高达 5kW 以上，刺激强度更大，更聚焦，这个产品采用了独特的 PID 自适应控制算法，液冷散热效果好，盆底磁可以一直连续工作，提高医院的运行效率，产品成本显著降低。

综合来看，公司已经构建了较为完整的妇科、产科产品矩阵，依托理邦扎实的公共研发技术平台，相信妇幼业务未来能够凭借“国际拓展”与“产品创新”

	<p>双轮驱动，在整体市场承压的背景下实现可持续增长。</p> <p>6、2026年，公司销售费用率、研发费用率的趋势如何？</p> <p>销售费用率、研发费用率预计基本维持当下水平或略有下降。</p> <p>7、海外建厂进展是否有更新？后续出货量和产能如何安排？</p> <p>公司在美国增设的制造中心已于去年10月完成建设并进入小批量生产阶段。初期因中美贸易局势紧张，公司采取了增加库存的策略。随着中美关系趋于缓和，近期公司已根据出货情况按季度补充库存，目前库存维持在安全健康水平。</p> <p>公司主张稳步推进美国业务，注重体系建设与人员培训，计划在3至5年内实现美国市场主要产品的本地化制造，整体节奏可根据中美关系动态灵活调整。</p> <p>8、目前，国内各产品线渠道库存及行业招标情况如何，是否较去年同期有所恢复？</p> <p>库存：自2020年以来，公司持续加强渠道库存管控。目前，整体库存处于健康且偏低水平。在调整销售与代理商体系过程中，公司有意维持这种健康偏低的库存管控策略，既避免了渠道积压以保持调整灵活性，也减少了因代理更换可能产生的清货负担。</p> <p>招标：目前看尚未全面启动，一季度有一些中标，但出货主要来自2025年末执行完毕的订单，大型项目尚未完全开始释放。</p> <p>9、请对公司2026年业绩进行展望？</p> <p>2025年，公司实现销售额与利润“双升”，今年力争延续销售额与利润的“双升”目标。这一目标的底气，来自三大根基：国内外市场基础扎实、产品竞争力过硬、研发平台成熟。尽管国际地缘冲突、贸易政策波动与国内行业环境带来挑战，公司仍坚持“先稳后快”的策略，对长期发展充满信心。</p>
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>
<p>备注</p>	<p>本活动记录表中对于未来业绩的预期及展望是管理层根据当下业务发展情况所作出，不构成对广大股东的业绩承诺，具体财务数据请以披露的正式报告为准。</p>