

证券代码：920166

证券简称：海圣医疗

公告编号：2026-079

浙江海圣医疗器械股份有限公司

投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、 投资者关系活动类别

☐ 特定对象调研

☐ 业绩说明会

☐ 媒体采访

☒ 现场参观

☐ 新闻发布会

☐ 分析师会议

☐ 路演活动

☒ 其他（北交所投资者教育基地、中信证券浙江分公司、中信证券杭州北交所服务e站举办的“百闻一见——走进海圣医疗”）

二、 投资者关系活动情况

活动时间：2026年7月31日

活动地点：浙江海圣医疗器械股份有限公司一楼会议室

参会单位及人员：中信证券浙江分公司、西安博成、信银投资、鉴湖投资、绍兴产投、盛世投资、普华天勤、怀信资管、博成基金、金龙投资、金永信投资及个人投资者（排名不分先后）

上市公司接待人员：公司董事长、总经理：黄海生先生；副总经理：黄玮先生；副总经理：王利明先生；董事会秘书：应铭先生；财务总监：李建成先生

三、 投资者关系活动主要内容

本次投资者关系活动的主要问题及公司对问题的回复情况如下：

问题 1：公司未来的发展战略会聚焦在哪些方向？

回答：公司将立足核心领域，围绕产品、研发、销售三个维度，系统推进战略落地，持续提升核心竞争力。

（1）产品战略：聚焦核心，构建完整产品体系

在技术路径上，公司持续丰富现有产品品类，推动传统产品的技术升级与迭代优化，并且坚定走“耗材+设备”的协同发展道路。在耗材领域，公司不断提升产品的临床适用性和安全性。在设备领域，公司重点瞄准国内企业尚未成熟突破的技术方向，开发具备国际先进水平的创新智能设备。

（2）研发战略：加大投入，提升创新效能

公司将从三个层面推进研发体系建设：一是提升原有研发团队的专业水平；二是积极引进优秀人才；三是搭建先进的研发管理体系，进一步提升研发效率和投入产出比。

（3）销售战略：深耕国内，拓展国际，强化渠道与品牌

首先，持续深耕国内市场，增强在重点医院的渗透率和客户粘性；其次，积极拓展国际市场，逐步建立海外销售网络和本地化服务能力；第三，加强渠道建设，着力开拓和培育更多有实力的分销渠道伙伴；第四，加大品牌建设力度，增强品牌的市场影响力。

问题 2：公司产品的竞争优势体现在哪些方面？公司通过哪些措施实现成本控制？

回答：公司产品的竞争优势主要体现在：（1）公司产品线种类丰富，具有较强的市场和品牌影响力，已搭建起麻醉类、监护类、手术及护理类三大类、共八个系列的麻醉及监护产品矩阵；（2）在自主技术储备方面，公司已形成包括有创血压传感器封装、生物电信号获取、导管粘接定量控制等在内，面向各系列及各品类主要产品的 14 项核心技术，为公司产品矩阵构筑了较强的技术护城河。

公司在成本控制上主要从三方面发力：（1）管理端，我们通过数字化流程和全面预算考核，压缩决策链条，提升人均效率；（2）生产端，依托生产自动化、

采购计划管理以及库存管理升级，持续优化供应链与制造成本；（3）研发端，推行项目全流程管理、模块化设计和材料利用率最大化，在源头实现物尽其用。

问题 3：公司未来的境外销售计划聚焦在哪些方面？

回答：公司境外销售将双线并进：（1）积极开拓空白市场，优先选择需求增长快、竞争格局未定的新兴区域，通过本地化认证和渠道合作快速切入；（2）在已有成熟市场持续深耕，通过提升定制化服务和售后响应速度，增强客户粘性，稳步提升单客户份额。两条路径协同，确保海外业务稳健、可持续增长。

问题 4：公司将采取哪些措施进行人才管理？

回答：公司始终将人才视为核心资源，主要围绕三个方面发力：（1）发挥区位优势，依托深圳研究院，吸引高端研发和跨界人才，为创新注入源头活水；（2）强化梯队建设，完善校招、内培和晋升通道，打造可持续的人才供应链；（3）持续优化长效激励机制，将员工利益与公司长期价值绑定。

问题 5：公司未来在市值管理方面有哪些计划？

回答：市值管理的核心是公司主业的健康成长，这是我们始终锚定的根本。在此基础上，我们将进一步强化与资本市场的有效沟通：（1）主动开展媒体沟通，及时、准确传递公司战略与经营亮点；（2）深化投资者交流，提升透明度和信任度；（3）灵活运用业绩说明会、路演、线上平台等多种形式，拓宽沟通触达面。最终，市值管理的根本落脚点，始终是公司核心业务的持续夯实与业绩的稳健增长。

问题 6：请问公司是否有计划拓展下沉市场？如果有，是否会优先考虑医美等消费升级赛道？

回答：公司目前聚焦主营业务，没有单独的下沉市场拓展计划。具体而言，医美可分为两大类：一是非手术类医美项目，该领域公司的产品应用场景有限；二是手术类医美项目，此类项目仅是所有手术中的一部分，公司产品会根据手术需要在相关手术中被使用，按既有渠道自然渗透，不会刻意区分医美与综合医疗

的边界。整体上，公司会密切关注消费升级趋势，但布局节奏以业务实际需求为准。

浙江海圣医疗器械股份有限公司

董事会

2026年8月3日