

## 2025 年度总经理工作报告

各位董事：

我代表公司管理层向董事会作 2025 年度总经理工作报告，请予以审议。

### 第一部分 概述

报告期内，公司实现营业收入 21.70 亿元，同比下降 14.84%；归母净利润-0.36 亿元，首次出现年度亏损，扣非后归母净利润 0.17 亿元，处于盈亏平衡。公司核心业务达成情况：

(1) 自主产品销售收入 17.45 亿元，同比下降 8.79%，其中试剂销售收入 15.05 亿元、仪器销售收入 2.40 亿元，同比变动分别为-14.24%、51.72%；

(2) 免疫、生化、临检试剂平台实现销售收入 8.94 亿、3.70 亿、2.35 亿，分别较上年同期变动 -13.17%、-25.87%、9.48%；

(3) 截至报告期末，公司智慧化实验室累计签单 56 家，交付 31 家；报告期内流水线安装 379 条，累计安装 1,270 条；

(4) 报告期内国内市场主要仪器平台累计出库 2,446 台，其中，免疫平台 737 台、临检平台 1,322 台、生化平台 373 台；

报告期内海外市场主要仪器平台累计出库 1,806 台，其中，免疫平台 799 台；临检平台 1,007 台。

业绩变动主要原因可归纳为以下四个层面：

(1) 政策冲击直接拖累核心业务收入和利润：报告期内，尽管公司部分核心试剂销量实现增长，但在集采全面落地执行、检验套餐解绑、DRG/DIP 支付改革持续推进的深度影响下，除临检试剂销售仍保持增长外，免疫和生化试剂销售收入均同比下降。其中生化试剂整体量价齐跌，免疫试剂虽整体销量增长，但细分项目如传染病类量价承压较为突出。上述因素叠加使得国内市场自主产品收入同比下滑，毛利空间收窄。

(2) 战略聚焦下的持续投入短期拖累利润：报告期内，公司围绕智慧化实验室解决方案这一核心战略，持续加大研发投入与市场推广，研发投入 3.98 亿，占自主产品收入 22.79%，依然保持较高强度；智慧化实验室解决方案在前期方案设计、项目实施、设备部署等存在一定时间周期阶段，试剂产出相对延后，短期对利润形成一定摊销压力。

(3) 剥离非核心资产及资产结构调整下的负向影响：公司持续推进战略聚焦，主动剥离代理业务及贸易类子公司等非核心资产，代理产品收入下降 33.66%，利润影响较小；同时各项调整带来资产结构发生变化，其中直分销渠道转化遗留的终端医院账期拉长，由此影响信用减值计提增加；产品线动态调整与优化退出，对应带来资产减值计提增加，相应减值准备计提对当期利润形成一定影响。

(4) 一次性因素叠加放大亏损：报告期内公司税务检查补缴税款及滞纳金计入当期损益，同时，股权激励加速行权对当期利润产生一次性影响。

尽管当期亏损，公司核心经营指标持续向好：自主试剂平均毛利率达 82%，自主产品收入占比稳步提升，综合毛利率同比提高 3.86 个百分点，盈利能力彰显强劲韧性；海外市场销售收入同比增长 37.69%，国际化进程加速推进；迈克「智汇」实验室实现规模化落地，累计签单 56 家，流水线装机量稳步增长，标杆示范效应持续扩大。公司将继续坚持战略聚焦，全面深化提质增效，为行业企稳后的复苏积蓄内生动力。主要财务指标如下：

单位：元

	2025 年	2024 年	本年比上年增减
营业收入（元）	2,170,468,429.26	2,548,756,678.60	-14.84%
归属于上市公司股东的净利润（元）	-35,826,985.88	126,805,274.84	-128.25%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	17,343,973.00	138,264,333.61	-87.46%
经营活动产生的现金流量净额（元）	602,332,501.19	633,798,557.62	-4.96%
基本每股收益（元/股）	-0.0593	0.2091	-128.36%
稀释每股收益（元/股）	-0.0593	0.2070	-128.65%
加权平均净资产收益率	-0.57%	1.98%	-2.55%
	2025 年末	2024 年末	本年末比上年末增减
资产总额（元）	7,994,575,533.08	7,976,306,737.10	0.23%
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,275,633,895.19	6,369,056,728.78	-1.47%

## 第二部分 2025 年度工作回顾

近年来，体外诊断行业政策密集出台，集采降价、套餐解绑、DRG/DIP 支付改革等多重因素叠加，加速了行业竞争方式的根本性转变。面对这一变局，公司始终坚持长期战略定力，围绕产品结构、智慧化方案、供应链、经销模式及海外市场持续布局，同时积极拥抱人工智能技术，初步构建覆盖经营分析、研发提速、生产控制及智慧诊断的 AI 能力体系，以数字化驱动运营效率与产品创新双提升。报告期内，受行业整体调整影响，公司营业收入有所下降，利润出现略微亏损，但核心经营指标呈现结构性优化。以下经营举措均着眼于公司长期可持续发展，具体成效如下：

### （一）产品结构调整

公司持续加大研发投入，加快产品注册与迭代，推动自主产品从技术储备走向规模化应用。报告期内，代理产品销售收入 4.06 亿元，同比下降 33.66%；自主产品销售收入 17.45 亿元，同比下降 8.79%，自主产品营收占比提升至 80.41%，较上年增长 5.34 个百分点，去代理化转型成效显著，公司整体盈利能力结构得到优化，综合毛利率较上年提升了 3.86 个百分点。

报告期内，公司免疫、生化、临检三大板块试剂销售收入同比变动分别为-13.17%、-25.87%、9.48%，测试量销售同比变动分别为 6.85%、-6.16%、32.24%，尽管销量实现整体提升，但国内集采降价与套餐解绑等政策背景下，当期自主产品仍面临量价的双重压力。

### （二）经销模式转换

公司作为生产厂商，持续推进直销向分销的销售模式转换，着力构建良好的产业链生态。公司构建了平行经销、专业经销、核心经销的全新渠道管理体系，通过分级赋能与利益共享，强化与经销商的多元合作，提升产业链协同效率。公司作为生产厂商的定位更加清晰，内部资源进一步聚焦于产品研发与精益制造。相较于直销模式，分销模式有效降低了公司在销售回款、服务团队扩张等方面的资源占用，提升了资金周转效率与市场覆盖半径。报告期内，经销收入占比进一步提升，较上年增长 8.72 个百分点；最近五年，公司经销收入占比从 50%提升至 76.1%，分销主导的渠道格局基本形成，为后续市场拓展与生态共赢奠定了坚实基础。

### （三）海外业务提速

海外市场是公司中长期发展的重要战略支点。报告期内，海外销售收入 2.23 亿元，同比增长 37.69%，尽管增速亮眼，但受海外业务基数及国内市场调整幅度影响，尚不足以完全对冲国内市场的阶段性下行压力。然而从长期视角审视，海外市场的系统性布局正加速推进，公司将海外市场由“16+1”进一步聚焦为“12+1”重点国家和地区。在产品准入方面，公司持续加大海外注册投入，根据不同国家和地区的临床需求与准入标准，将成熟的产品系列及自动化、智慧化实验室方案进行针对性复制或定制推广。截至报告期末，公司已与 370 余家海外经销商建立密切合作，产品涉足近 100 个国家和地区，CE 注册证有效件 561 个、海外国家注册证有效件 1,810 个；报告期内，海外新增各类注册证 106 个，其中，通过巴西 BGMP 体系考核，首次取得 III 类、IV 类产品证书，CE IVDR 产品注册加快推进中。

### （四）「智汇」实验室落地

在国内体外诊断存量竞争加剧、单纯流水线产品已难以形成差异化优势的背景下，公司率先推出智慧化实验室解决方案，将其作为核心转型抓手。同时，DRG/DIP 支付改革等政策将检验科从传统的“利润中心”转变为“成本中心”，各级医疗机构普遍面临降本增效的迫切诉求，建设现代化医院成为必然趋势，智慧化实验室解决方案，正是回应这一价值需求。对厂家而言，智慧化实验室通过系统化能力深度锁定客户的核心检测通量。从业绩驱动角度看，该业务模式前期需投入设备、实验室规划建设及服务团队等资源，短期对利润形成一定摊销压力；但长期将带来稳定的试剂销售回报。报告期内，迈克「智汇」实验室规模化落地，累计签单 56 家、交付运营 31 家，其中三级医院占比 39%，尽管早期财务贡献有限，但该重要战略布局所构建的客户粘性与竞争壁垒，是公司实现长期可持续发展的核心驱动要素。

### （五）成本优先

市场竞争最终是成本的竞争，公司将成本优先确立为长期经营方针。公司产品管线覆盖广、品类多，从原料采购到生产交付任一环节的波动都可能转化为成本损耗。为此，公司建立覆盖研发、采购、生产、计划全链条的成本管控体系：研发端以核心原料自产为目标，从源头掌控成本与供应稳定性，近五年核心原料自产率累计提升至 60%；采购端聚焦供应商分级管理与战

略储备，从商务端降低采购成本与控制供应风险；生产端推进精益制造与自动化升级，提高直通率和生产效率；计划端以销定产，强化销售预测、生产排程与库存联动，保障供应交付、减少积压与效期损失。报告期内，自主试剂与自主仪器单位成本均有所降低，为抵御价格冲击、保持合理盈利空间提供了坚实保障。

#### （六）提质增效

公司将提质增效作为应对行业竞争、提升内在价值的关键举措。通过数字化与智能化手段，系统提升研发、生产、管理各环节的效率与质量。研发端引入 AI 辅助分析与集成产品开发(IPD)流程，缩短产品开发周期；制造端推进智能工厂建设，实现生产过程可视化与质量在线控制；管理端深化 SAP-ERP、BI 等系统应用，提升经营决策效率与资源调配精准度；服务端通过远程智能监控与 AI 辅助决策，提高客户响应速度与服务能力。提质增效不仅降低了内部运营损耗，更增强了公司对市场变化的适应能力，为长期可持续发展注入内生动力。

### 第三部分 2026 年度工作计划

当前，体外诊断行业正经历深刻变革。集采常态化、DRG/DIP 支付改革、检验结果互认等政策持续重塑行业格局，整体增速趋缓、竞争日趋激烈。面对 2026—2030 年新周期，公司已完成从“产品驱动”向“创新驱动”的战略转型，确立了以“智汇实验室”为核心的智慧化发展方向。我们将坚持“成为全球诊断产业一流企业”的愿景，践行“科技服务人类健康”的使命，在行业调整期中构建可持续的竞争优势。

#### （一）发展战略：聚焦智慧化实验室，引领行业转型

公司将战略重心全面聚焦于智慧化实验室解决方案的创新与落地。迈克生物不再仅仅是诊断产品的供应商，而是致力于成为智慧化实验室整体解决方案的引领者。以自动化、系统化、智能化的产品体系和服务模式，助力检验科实现效率提升与价值回归，成为医疗机构走出困境、重塑能力的关键力量。

#### （二）产品战略：以“智汇实验室”为核心，构建系统化产品体系

公司将持续深化“智汇实验室”整体解决方案，覆盖生免、临检、急诊三大板块，推动产品从系列化、系统化向自动化、智能化升级。通过 AI 与信息化技术的深度融合，推动实验室

运营从流程优化走向智慧决策，实现诊断效率与运营质量的双提升。在满足客户精准诊断需求的同时，持续提升系统运行效率与资源配置效益，构筑可持续的竞争壁垒。传统平台检测产品将向“精品化”发展，在产品稳定性、效期延长、抗干扰等方面持续深入研究，形成一系列具备性能优势的拳头产品。

### （三）市场布局：深耕中国，拓展全球

在国内市场，公司将聚焦临床需求场景，继续推进经销模式转型，构建平行经销、专业经销、核心经销的渠道体系。重点加强“智汇实验室”和智慧化流水线的推广，通过打造标杆实验室，提升自主产品在三级医院等高端市场的渗透率，力争在集采扩围中进一步提升市场份额。

在海外市场，以区域聚焦为战略支点，持续拓展分销体系与服务网络，强化全球化市场影响力。丰富海外产品注册，核心产品完成 CE IVDR 认证，适时推进本土化制造，提升迈克品牌在海外市场的知名度和占有率。目标到 2030 年，海外市场销售收入占比显著提升。

### （四）技术赋能：主动拥抱 AI 与数字化

面向未来，公司将主动拥抱 AI 与数字化技术，推动从研发、制造到服务全链条的智能升级。通过数据驱动与算法赋能，实现提质、增效与降本并举。在研发端，利用 AI 辅助新标志物发现和试剂配方优化；在制造端，推进智能工厂建设，实现生产过程的可视化与预测性维护；在服务端，通过远程智能监控和 AI 辅助决策，为客户提供更高效、更精准的运营支持。数字化能力建设将成为核心竞争优势。

### （五）产业定位与品牌形象

公司将继续专注于体外诊断产业，聚焦智慧化实验室解决方案的创新与落地，引领技术与应用融合的发展方向。以“专业、可靠、智慧化”的品牌形象，致力于以创新与效率赋能全球实验室。同时，公司将秉持开放合作理念，携手行业伙伴共建智慧诊断新生态，推动体外诊断行业向更高质量、更智能化方向迈进。

### （六）服务理念升级

公司服务理念将从传统的售后支持升级为“专业、高效、真诚”的全周期赋能服务。以数字化和智能化服务为支撑，为全球客户提供一致、可靠且持续优化的服务体验。通过远程监控、

预防性维护、AI 辅助决策等手段，帮助客户降低运营成本、提升检测质量，真正实现与客户的价值共创。

#### （七）可能面对的风险

1、政策风险：集采持续扩围、医保控费、DRG/DIP 改革等政策可能进一步压缩产品价格和检测量，对公司收入和利润造成压力。公司将通过成本优化、原料自产、产品结构升级等措施积极应对。

2、市场竞争风险：行业增速趋缓，国内外企业竞争加剧，可能导致价格战和市场份额争夺。公司将依托智慧化实验室解决方案的系统化能力，构建差异化竞争壁垒。

3、海外经营风险：国际政治经济环境复杂多变，地缘政治、贸易壁垒、汇率波动等可能影响海外业务拓展。公司将加强合规管理，推进本土化运营，分散风险。

4、技术迭代风险：新技术、新平台不断涌现，若公司不能持续保持技术领先，可能面临被替代的风险。公司将持续加大研发投入，跟踪前沿技术，保持创新能力。

迈克生物股份有限公司

总经理：吴明建

二〇二六年四月二十八日