

西安康拓医疗技术股份有限公司 2025 年年度报告摘要

公司代码: 688314

公司简称: 康拓医疗

第一节 重要提示

1. 本年度报告摘要来自年度报告全文, 为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划, 投资者应当到上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)网站仔细阅读年度报告全文。
2. 重大风险提示
报告期内, 不存在对公司生产经营产生实质性影响的重大风险。公司已在本报告中详细描述可能存在的相关风险, 敬请投资者查阅第三节“风险因素”相关内容。
3. 公司控股股东及董事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性, 不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担个别和连带的法律责任。
4. 公司全体董事出席董事会会议。
5. 中审众环会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
6. 公司上市以来未发生利润分配事项。
□是 √否
7. 董事会审议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
经公司董事会第二届第二次会议审议通过, 公司 2025 年年度利润分配预案为: 以实施权益分派股权登记日登记的总股本为基数, 向全体股东按每 10 股派发现金红利 3.2 元(含税)。截至报告期末, 公司总股本 61,229.172 万股, 以该基数计算拟派发现金红利 19,605.535 04 元(含税)。本次利润分配后, 剩余未分配利润及以后年度分配。2025 年度公司分红总额, 不高于公司总股本增加数。如在实施权益分派股权登记日前公司总股本发生变动, 公司拟维持分配总额不变, 相应调整每股分配金额。
母公司存在未弥补亏损
□适用 √不适用
8. 是否存在公司治理特殊安排等重要事项
□适用 √不适用

第二节 公司基本情况

1. 公司简介
- 1.1 公司概况

| | | | | | |
|-------|------------------|------|--------|----------|-----|
| 股票简称 | 康拓医疗 | 股票代码 | 688314 | 变更后的股票简称 | |
| 上市交易所 | 上海证券交易所科创板 | 股票简称 | 康拓医疗 | 变更前股票简称 | 不适用 |
| 上市日期 | 2023 年 11 月 20 日 | 股票简称 | 康拓医疗 | 变更前股票简称 | 不适用 |

| | |
|-----------------|----------|
| 1.2 是否存在退市风险 | □适用 √不适用 |
| 1.3 是否存在被实施风险警示 | □适用 √不适用 |

| 名称 | 联系人 | 联系电话 | 电子邮箱 |
|------|----------------------|--------------|--------------|
| 注册地址 | 陕西省西安市高新区锦业一路 1403 号 | 029-88103134 | 029-88103134 |
| 办公地址 | 陕西省西安市高新区锦业一路 1403 号 | 029-88103134 | 029-88103134 |
| 电子邮箱 | 029-88103134 | 029-88103134 | 029-88103134 |

2. 报告期末公司主要业务简介

2.1 主要业务、主要产品或服务情况
2025 年, 面对对体外医疗器械业务集成的深入实施, 公司董事会及管理层快速反应, 精准施策, 保障核心业务及新兴业务协同发展。在持续深化研发创新与提升供应链效率的基础上, 公司积极拓展多元化经营, 大力布局新材料、口腔、颌面修复及关联等领域业务, 加大市场开拓力度, 不断丰富产品矩阵, 以多元化业务协同发展, 推动公司经营业绩实现持续稳定增长, 提升公司核心竞争力。

(一) 经营业绩分析
报告期内, 公司实现营业收入 3.36 亿元, 同比增长 30.8%; 实现归属于上市公司股东的净利润 9,470.26 万元, 同比增长 11.6%; 截至本报告期末, 公司累计实现净利润 2.17 亿元, 同比增长 10.1%; 实现扣除非经常性损益后的净利润 9,174.41 万元, 同比增长 22.5%。

报告期内, 神经外科 PEKK 材料及钛材料产品合计实现营业收入 30,449.98 万元, 同比增长 9.5%; 占营业收入比例 88.07%。其中, PEKK 材料产品实现营业收入 22,643.70 万元, 同比增长 10.0%; 占营业收入比例 67.28%。钛材料产品实现营业收入 7,806.28 万元, 占主营业务收入比例为 22.8%, 较去年同期降低 0.2 个百分点。公司把握区域性政策机遇, 加速推进 PEKK 材料产品在传统优势领域的临床推广, 并成功推出“高生物活性”及全 PEKK 材料骨修复解决方案。报告期内, 公司通过技术创新持续推出新产品, 提升患者术后体验, 巩固公司在神经外科修复领域的领先地位。

心脑外科 PEKK 材料骨修复产品报告期内实现营业收入 1,968.99 万元, 同比增长 31.1%。该产品受区域政策影响, 短期内增速放缓, 公司将通过持续营销推广, 以期尽快恢复高速增长态势。颌面修复类产品报告期内实现营业收入 1,086.73 万元, 同比增长 1.93%。颌面修复类产品报告期内受市场环境波动影响, 增速有所下降, 未来随着竞争格局的优化及品牌影响力的提升, 颌面修复类产品收入有望持续提升。

报告期内, 公司通过并购重组获取口腔颌面修复生物医学材料产品, 与公司传统产品体系完成深度融合, 口腔颌面修复业务呈现良好发展态势, 为公司整体业绩贡献增量。报告期内, 公司通过并购重组获取口腔颌面修复生物医学材料产品, 与公司传统产品体系完成深度融合, 口腔颌面修复业务呈现良好发展态势, 为公司整体业绩贡献增量。

2.2 经营业绩分析

报告期内, 公司通过持续的技术研发与产品迭代, 在神经外科骨修复领域已形成全 PEKK 材料产品体系, 产品性能优异, 临床反馈良好。此外, 公司积极拓展心脑外科、颌面修复等新材料的产业化应用, 在此基础上推出“可吸收螺钉”、“骨钉”、“可吸收骨板”、“可吸收止血海绵”等创新产品, 并以其技术优势的方式成功拓展至部分公司 BRANCHPOINT 应用于颌面外科以及神经外科手术领域的内窥镜手术等。 “无线颅内压迫器”在国内的注册工作, 其中核心部件的“体内无线式无线颅内压迫器”已于报告期内完成 NMPA 注册。在研发项目的持续推进及高质量产品的产业化进展进一步夯实了公司在神经外科领域的领先地位。

报告期内, 公司在神经外科业务受区域性政策及市场竞争的影响, 公司将积极开展心脑外科领域新产品的开发, 截至报告期末, 已获“心脑”、“胸科生物材料”进行立项, 该项目产品前期应用于心外科手术相关产品中心, 但研发进度及商业化进程较慢, 与公司现有业务及具有较高附加值的产品及市场协同性不强, 新项目开发对于胸科业务的未来发展提供重要产品支撑, 也将助力公司在该领域的市场竞争优势持续提升。

2.3 核心竞争力分析

报告期内, 公司重点推进口腔业务战略布局, 一方面, 持续推出适配常规病例且兼顾外科操作与修复流程的口腔颌面修复产品, 另一方面, 公司报告期内, 通过并购的方式获取口腔颌面修复的关键产品, 即口腔颌面修复生物医学材料, 并与具有口腔颌面修复更全面的产品及口腔颌面修复全流程的一体化解决方案, 能够满足临床对完整诊疗方案的需求, 有效提升公司在口腔颌面修复领域的竞争力。

本新一代、研一代的理念, 公司采用材料技术进行新一代材料产品在“材料制造”环节及产业化应用, 通过新制造工艺及新设计理念为患者提供优质的口腔医疗解决方案, 以提升公司在口腔颌面修复领域的竞争力。

2.4 研发投入

报告期内, 公司持续加大研发投入, 提升研发效能, 推动产品迭代升级, 提升公司在口腔颌面修复领域的竞争力。报告期内, 公司研发投入 1.5 亿元, 同比增长 15.2%。研发投入占营业收入比例 44.79%, 同比增长 1.5 个百分点。研发投入占营业收入比例 44.79%, 同比增长 1.5 个百分点。

2.5 未来展望

未来, 公司将持续加大研发投入, 提升研发效能, 推动产品迭代升级, 提升公司在口腔颌面修复领域的竞争力。未来, 公司将持续加大研发投入, 提升研发效能, 推动产品迭代升级, 提升公司在口腔颌面修复领域的竞争力。

方可视收入。公司核心产品 BIOPATE 位于美国, 属医疗器械行业专业化分工程度相对较高, 外协加工完成度较高, 规模化生产所需外协资源相对充足, 因此 BIOPATE 在其生产加工和程序外协加工完成度, BIOPATE 向外协供应商提供设计图样, 并定期更新材料清单、质量标准, 由外协厂商加工完成后 BIOPATE 直接回厂装配成品。为提升外协加工产品质量, BIOPATE 建立了详细的《供应商管理制度》, 在 FDA 的监管要求下, 外协厂商的审查进行了详细规定, 并按照所涉及的工序、零部件及最终产品的用途和影响程度对外协供应商进行分级管理。在签署框架协议同时, 就供应商需提供的签署质量保证协议并定期进行现场审核。BIOPATE 在收货外协产品前, 按照公司内控相关的文件指导要求对外协产品进行外观、尺寸、功能、理化性能等检验检测, 所有项目检验合格后方可入库。

1.4 生产采购

公司与供应商要求对供应商签署质量保证协议, 根据市场预测和客户需求制定采购计划并下达采购订单, 按照公司相关质量控制要求进行收货入库。

2. 生产采购

公司根据产品不同的特性, 采取不同的生产模式。针对定制化产品, 需要根据患者病情进行 3D 建模定制生产设计, 因此公司采取按订单生产的生产模式, 根据客户对产品的交付期限要求结合实际的产能制定生产计划, 按照计划安排生产。针对标准产品, 公司采取提前与客户沟通并提前生产库存的生产模式, 根据公司的历史销售情况, 提前销售预测及经营分析数据指导销售进行需求, 建立动态安全库存并制定相应的生产计划。公司已取得《医疗器械生产许可证》和相关产品注册证, 并严格按照《医疗器械质量管理体系》(YY/T0287-2017/ISO13485:2016)《医疗器械生产质量管理规范》等行业法规和国家标准的要求进行生产, 并形成了系统化的企业质量管理体系, 具备完善的质量体系和生产能力。

3. 销售模式

3.1 国内销售模式
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3.2 境外销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

2.3 研发模式

(一) 研发流程
公司在国内主要采取经销销售模式, 并在部分实施销售材料两票制的地区根据当地要求采取流通模式销售。经销模式即配送模式, 是指公司将产品直接配送给经销商, 经销商再将产品销售给终端用户, 经销商自行承担与终端用户的销售, 公司经销商销售必要的售后服务和培训, 售后服务, 后续的销售准备, 必要的手术配合, 终端医院跟班服务, 收取经销商售后服务费用并由经销商主导完成。公司在经销商销售的产品, 严格按照经销商的要求, 进行产品配送, 经销商负责产品的配送, 经销商负责产品的配送。

3. 销售模式

公司在境内外生产的产品在境外均采用经销销售模式, 通常以国家和地区为授权区域, 境外公司 BIOPATE 生产的产品在美国本土采用直销和经销结合的销售模式, 在其他地区均采用经销模式。

4. 研发模式

公司以研发始终以临床需求为导向, 通过不断加强和临床医生的沟通交流, 准确获取医生的临床需求, 针对医生在手术过程中遇到的临床痛点, 进行产品研发并快速迭代更新, 形成以当前临床需求为基础并未来临床需求为导向。一方面由研发人员对接临床需求, 对现有产品进行工艺、技术、功能的升级改造及产品的延伸开发; 另一方面由研发人员对外开展先进技术、工艺的研究中远期战略新产品的开发, 为公司未来发展提供重要的技术产品储备。

公司 2025 年年度报告的编制和审核程序符合法律法规及《公司章程》等公司内部管理制度的各项规定, 公允地反映了公司 2025 年度的财务状况和经营成果等事项, 所披露的信息真实、准确、完整, 不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、具体内容详见公司同日在上海证券交易所网站(www.sse.com.cn)披露的《2025 年年度报告》及其摘要。

二、议案名称: 西安康拓医疗技术股份有限公司第二届董事会第一次会议审议通过。
三、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

四、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
五、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

六、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
七、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

八、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
九、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

十、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
十一、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

十二、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
十三、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

十四、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
十五、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

十六、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
十七、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

十八、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
十九、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

二十、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
二十一、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

二十二、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
二十三、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

二十四、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
二十五、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

二十六、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
二十七、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

二十八、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
二十九、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

三十、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
三十一、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

三十二、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
三十三、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

三十四、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
三十五、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

三十六、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
三十七、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

三十八、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
三十九、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

四十、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。
四十一、议案内容: 同意 9 票, 反对 0 票, 弃权 0 票, 回避 0 票。

四十二、议案内容: