

# BMC瑞迈特董事长庄志：以技术为核 向全球呼吸健康平台迈进

从单一呼吸机设备供应商到呼吸慢病全场景健康管理服务商,从核心技术突破到产业链协同布局,BMC瑞迈特正以技术为内核、以需求为导向,实现全方位战略升级。BMC瑞迈特董事长庄志日前在接受中国证券报专访时表示,公司深耕呼吸健康领域20余年,已成为世界第二、中国第一的呼吸健康管理解决方案提供商。未来公司将聚焦品牌建设与全球市场深耕,致力于打造全球领先的全场景呼吸治疗及相关慢病管理整合服务生态系统。公司的发展路径既契合国内医疗健康从“治病”向“预防干预”的转型趋势,同时通过开放合作与长期投入,为行业发展注入持续动力。

● 本报记者 傅苏颖



BMC瑞迈特天津展厅

公司供图

## 技术基因筑壁垒

BMC瑞迈特成立于2001年,是中国呼吸健康领域的龙头企业。公司专注于以阻塞型睡眠呼吸暂停低通气综合征(OSA)为主的睡眠呼吸暂停低通气综合征(SAHS)患者,以及以慢性阻塞性肺疾病(COPD)为主的呼吸功能不全患者提供全周期(从诊断、治疗到慢病管理)、多场景(从医疗机构到家庭)的治疗服务整体解决方案,主要产品包括家用无创呼吸机、通气面罩、睡眠监测仪、高流量湿化氧疗仪、制氧机,并提供呼吸健康慢病管理服务。

“呼吸慢病发病率持续攀升,已成为影响家庭生活质量的重要因素,更是多种慢病的发病基础,其有效管理与治疗是整个慢病管理体系的关键环节。”庄志称,公司依托长期技术积累,已处于行业领先地位。公司手握932项国内外授权专利,且90%以上集中于睡眠呼吸领域。公司深耕呼吸机研发十余年,专利数量在国内同规模器械企业中领先。

庄志介绍,公司创始团队均为工程师,技术基因深植于企业发展内核。“我们不仅重视能带来直接回报的技术,对短期无收益但长期有价值的技术,也会在盈利约束下持续投入。在行业标准化建设方面,BMC瑞迈特倾注大量心血。目前,公司拥有7位国际标准化专家,几乎参与了公司所有在售产品的国内标准制定,更主导制定了高流量氧疗设备的国际标准,获采纳为国际通用标准,这在国内相关领域极为罕见。”

此外,庄志表示,公司产品通过美国、欧盟、日本、韩国等多个国家和地区的权威认证,其中20多款产品获美国FDA认证,公司更是国内家用呼吸机领域唯一持有FDA注册证且在美国

实现稳定销售的企业。“美国FDA认证是全球公认要求最苛刻的权威认证之一,我们早在2012年便成功获取。截至目前,公司已凭借该认证在美国市场稳定销售呼吸机13年,仍是唯一进入该市场的中国厂家,充分印证了产品的高技术门槛与硬核实力。”

“技术创新是企业的立身之本,我们始终聚焦核心技术研发,力求实现从跟跑到领跑的跨越。”庄志介绍,公司近期凭借三项核心技术斩获2024年度天津市科技进步一等奖,多项成果填补国内空白甚至达到全球领先水平。

在关键零部件领域,庄志介绍,公司成功攻克呼吸机风机国产化难关,该技术各项指标均达到世界先进水平,不仅解决了进口产品响应慢、产能弹性不足的痛点,提升了自身产品性能与供应链稳定性,更惠及国内整个呼吸机行业,为产业链自主可控奠定基础。

针对临床服务需求,公司搭建了国内规模最大的呼吸健康管理云平台,汇聚几十万真实用户的患者数据。“这些数据目前主要为合作医院提供患者管理服务,其潜在价值尚未充分被挖掘。”庄志表示,在AI技术快速发展的背景下,海量患者数据如同待开采的矿藏,公司正联合高校、医院共同探索数据挖掘与变现路径,未来有望在慢病预警、治疗方案优化等方面发挥重要作用。

公司全球独创的高流量智能气流技术更是成为行业亮点,庄志表示,该技术可根据患者呼吸状态自动调节氧流量,呼气时智能调小流量,既节省氧气消耗,又能提升患者舒适度。这项技术的突破彰显了中国企业在呼吸医疗设备领域的研发实力。

## 战略升级扩容

庄志称,公司能跻身全球呼吸机市场第二位,是“天时、地利、人和”多重因素共同作用的结果。截至目前,公司累计销售呼吸机超300万台、呼吸面罩超1000万套。经过十余年市场检验,产品口碑与用户认可度持续提升,成为公司持续发展的核心基石。

庄志介绍,2021年的飞利浦呼吸机产品召回事件,打破了市场格局,为新品牌进入创造了关键缺口。公司依托世界工厂的产业优势,在数月内实现产能数倍增长,快速向美国市场大批量供货,成功填补市场需求空缺。长期技术沉淀、对国际市场规则的理解及专利诉讼应对经验是核心支撑,也成为2022年公司承接相关订单的重要基础。

技术与市场的双重优势,转化为实打实的业绩增长。近期,BMC瑞迈特发布了2025年三季度报告。公司第三季度实现营业收入2.64亿元,同比增长20.22%;实现归属于上市公司股东的净利润0.49亿元,同比增长48.61%,延续了今年以来的业绩爆发势头。公司前三季度合计实现营业收入8.08亿元,同比增长34.24%;实现归属于上市公司股东的净利润1.8亿元,同比增长43.87%,成长动能持续释放。

业绩增长背后,是企业战略的精准升级。今年5月份,公司从“怡和嘉业”更名为“瑞迈特”。对此,庄志表示,此次更名核心是解决此前商标与公司名不一致的问题。该商标沿用十余年已在行业内家喻户晓,统一名称可借助既有品牌无形资产,加深消费者认知,为深耕国内市场铺路。

除技术硬实力外,对产品和全球市场的深刻理解也是公司的核心竞争力之一。庄志表示,国内外市场需求差异显著,需采取差异化策略。国内市场中,消费者及其亲属掌握购买决策权,品牌影响力、产品的种草营销和电商流量对销售起到关键作用,这也是公司推动更名的重要初衷。

“而海外市场的核心客户多是为患者提供医疗设备并接国家社保的机构,他们对产品的质量稳定性、佩戴舒适度要求极高。”庄志认为,这些因素直接影响患者用机成功率及医保报销,同时产品的可维修性和厂家服务质量也至关重要。海外市场对产品硬实力的高要求,公司已通过长期实践形成了成熟适配能力。

针对不同市场特性,BMC瑞迈特已构建深度全球化运营体系:在美国,与主流渠道伙伴合作超10年;在欧洲,成立法国子公司直接对接临床专家,赞助学术活动;在印度,设立5大服务中心搭建完善售后网络,形成“本土化运营+专业化服务”的全球布局。



BMC瑞迈特东莞制造中心

公司供图

## 打造全场景生态系统

庄志判断,呼吸健康需求正处于爆发期,未来将形成数百亿规模市场,而国内医疗健康领域从“重治疗”向“重预防”的转变,更为行业带来关键发展机遇。依托深厚技术积累,BMC瑞迈特正从单一产品供应商向呼吸健康全场景解决方案提供商转型,同时将品牌建设提升至战略高度,打造与企业实力相匹配的品牌地位。

庄志表示,依托深厚技术积累,BMC瑞迈特构建了“主业深化+产品外延+生态拓展”的业务布局。在主业领域,公司持续优化呼吸机、耗材面罩等核心产品,通过软件算法升级提升佩戴舒适度与治疗成功率;产品外延上,加大制氧机、氧疗相关产品研发投入,预计一两年内将有新产品上市,其中专为高原旅行设计的智能一次性氧瓶,采用“吸气供氧、不吸气停供”模式,一瓶用量相当于传统产品四到五瓶,兼具便携性与性价比。此外,公司还将业务延伸至多慢病康复器械、药物服务及新商业模式探索,构建覆盖预防、治疗、康复的全场景呼吸健康管理服务体系。

谈及未来发展,庄志表示,未来三年核心增长点将聚焦“海外深度绑定”与“国内品牌建设”:海外市场在提供优质设备的基础上,进一步切入学术圈提升品牌影响力,拓展服务增值产品打造,预计三年内显现阶段性成果。

围绕“成为全球呼吸健康管理首选平台”的长远愿景,庄志表示,公司将以呼吸机为核心设备支撑、以数据为关键载体,构建链接患者、生产厂家与医院的行业生态体系,通过资源整合与协同,逐步实现全球呼吸健康管理的全面布局。

# 在商业边界内最大化技术价值 三维天地锚定AI新未来

● 本报记者 王婧涵

在数字经济与科技自立自强双重浪潮下,深耕检验检测与数据资产管理软件近三十年的三维天地正以AI重绘发展蓝图。2025年三季报显示,公司营收增长而净利润承压,前三季度共实现营收1.34亿元,同比增长5.85%;归母净利润亏损7521.66万元,亏损同比收窄。但年内,三维天地研发投入空前聚焦,密集推出了AI智能体平台SunwayLink、国产质量分析软件QRS等多款智能化新品。

“持续专业深耕、坚持创新引领、始终由使命驱动,这是我心中三维天地最重要的特质。”公司研发总监、副总经理张京日对记者表示,公司目标是成为“AI驱动的数据开发服务商”,在智能化升级与国产化突破上持续发力。

## 大胆进行技术重构

软件技术的更新换代速度常超出人们的预期,这不仅要求从业者对技术时刻保持敏锐洞察,持续学习,还要在必要时有破釜沉舟的勇气和战略定力。

“技术突破的闪光时刻,往往诞生于对‘不可能’的追问中。”张京日分享了一段让他印象深刻的产品重构历程。

刚入职公司时,面对遗留系统的技术问题与性能瓶颈,张京日迎难而上,主导了技术架构重构。当时的检验检测信息化产品团队技术陈旧,高并发支持薄弱。如果只在原有基础上打补丁或升级,恐怕无法从根本上扭转系统在高压场景下频繁告警、迭代缓慢的被动局面。在经过慎重思考后,张京日放弃了“局部优化、渐进改进”的惯性思路,选择以Spring+MyBatis为基础,带领团队系统性地构建了高内聚、可扩展的快速开发平台,并进一步演进为标准化低代码平台。

张京日向记者表示,当前公司的核心战略非常明确:“聚焦数字经济,致力AI创新”。对于研发和商业化的关系,他提到,判断一项前沿技术是否值得投入有四个关键标准:是否解决高价值问题、成本与体验能否超越现有方案、生态兼容性如何,以及是否有可验证的最小场景。三维天地2025年的产品矩阵,正是对

一方法论的系统性实践。

“我们要求工程师不能只盯着代码,必须深入理解业务场景和用户痛点。”张京日表示,

“公司知道,技术突破若不能落地于具体场景便是无根之木。让AI成为产品血脉中可生长、可进化的一部分,才是AI技术对业务的真正赋能。”

以SunwayLink为例,三维天地在进行产品设计时并未盲目追求通用大模型的参数规模,而是通过低代码/零代码交互构建为客

户提供可视化的编排画布与丰富的AI组件库,支持通过自然语言交互与拖拽式配置,快速定义智能体的目标、逻辑与行动流程,让想法到智能体的转化路径显著缩短。

“我们一直与客户保持深度沟通,快速响应市场反馈。”张京日表示,这种紧密的客户纽带,使得三维天地能对不同行业进行产品功能调整,有针对性地解决行业痛点。

针对环境检测行业监管滞后、数据真实性难保障的痛点,三维天地推出了“AI+生态环境数智化监管平台”,通过构建“事前备案-事中跟踪-事后考核”的全流程智能监管体系,在提升监测工作的自动化与智能化水平的同时,在数据准确性、提升响应效率、降低人为误差等方面也有突出表现。

在疾病预防控制方面,三维天地平台依托公共卫生业务专网等网络存储资源,已率先在某省完成了省级一体化平台落地,通过省级统筹、数智驱动、智慧孪生三大创新维度,构建覆盖检测全流程、管理全要素、安全全链条的智能

防控体系。

他表示,未来公司将发掘更多AI与应用场景的结合点,把AI深度融入到产品线和客户工作流中。例如在数据资产管理领域,通过SunwayLink平台构建“企业级物料自主决策Agent”,实现物料主数据的自动归类、审核,公司预计,这将使归类速度提升至人工归类的数倍。

## 应对人机协同新范式

“AI带来的远不止效率提升,它更是一场关于工作本质、组织形态和核心能力的深层革命。”张京日总结道。三维天地所做的,正是通过SunwayLink这样的平台和行业化解决方案,帮助客户平稳而坚定地度过这场革命,让人的价值聚焦于战略判断、复杂创新和人性化交互。

他表示,三维天地也将继续发力数智化检验检测管理平台、数据资产管理平台、AI智能开发平台、数智化供应链管理平台等主营业务,结合AI技术,实现全景可视的价值溯源;构建端到端安全防护体系;打破数据孤岛,构建安全、合规、高效的数据交易生态。让数据从沉睡的资源变为流动的血液,贯穿企业运营的每一个环节。



## 将AI融入产品血脉

2025年,三维天地围绕核心的检验检测与数据资产管理业务,进行了一系列重要的产品创新与战略升级,发布企业级AI智能体开发平台SunwayLink和三维天地QRS数据处理分析平台,并对低代码平台、中间件ESB和数据资产平台等产品做了升级迭代,将人工智能、机器学习与大数据洞察深度融入其产品基因。这些产品的推出升级,标志着公司正从传统的软件服务商向AI赋能与核心技术自主可控的双轨并进。

张京日向记者表示,当前公司的核心战略非常明确:“聚焦数字经济,致力AI创新”。

对于研发和商业化的关系,他提到,判断一项前沿技术是否值得投入有四个关键标准:是否解决高价值问题、成本与体验能否超越现有方案、生态兼容性如何,以及是否有可验证的最小场景。三维天地2025年的产品矩阵,正是对

## 三维天地总部办公楼



公司供图