

证券代码：300482

证券简称：万孚生物

债券代码：123064

债券简称：万孚转债

## 广州万孚生物技术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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议，投资者线上交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	国泰君安证券股份有限公司
时间	2021年2月24日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长：王继华 董事会秘书：胡洪 财务总监：余芳霞
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>（一）公司经营情况简要介绍</b></p> <p>各位投资人好，欢迎大家抽空参加万孚生物投资者线上交流会。</p> <p>2020年度新冠疫情在全球范围内爆发，受海内外市场对新冠检测产品需求的持续拉动，公司的新冠抗体检测试剂和新冠抗原检测试剂实现了销售额的迅速攀升，为公司业绩增长带来强劲的动力。2020年度，新冠疫情对公司的各条常规业务线有不同程度的影响。国内免疫荧光平台的业务在上半年受到新冠疫情影响较大，下半年随着医院经营回归常态而逐渐恢复；国内免疫胶体金平台业务受到呼吸道发病率降低的影响，增速放缓。海外市场中，美国子公司的毒检业务、国际事业部的免疫荧光平台业务表现较为突出，拉动海外常规业务整体实现快速增长。</p> <p>1、常规业务</p> <p>常规业务分为国内市场、国际市场（不含美国子公司业务）和美国子公司业务三大板块。</p>

### (1) 国内市场

尽管新冠疫情对公司常规业务在国内市场的推广有一定影响，但是公司迎难而上，夯实了部分业务基础，比如推出“一平米实验室”的场景化解决方案；推出化学发光检测项目“血栓六项”，为国产厂商首家；金标项目重点推广乙肝两对半和术前四项；国内各事业部分兵合围，联合作战，夯实营销体系和深化深度营销。

同时，国内营销组织架构进行了调整，由原以产品线划分的营销事业部合并为按照区域划分的七大战区，分兵合围升级为以终端应用场景为导向的深度营销体系，强化对渠道的管理与赋能；为客户提供场景化的整体解决方案。

国内市场的营销策略是“四扩”，即扩渠道、扩品类、扩终端、扩份额。目标是实现渠道数量增加，向经销商赋能，提高整体营销效率。

### (2) 国际市场（不含美国子公司业务）

国际市场上以定量产品导入为主要增长点。作为新冠的重要辅助诊断指标，炎症及心脏标志物的检测量快速增加。今年公司在国际市场上会聚焦于几个重点国家，进行人员本地化，深化重点国家的深度营销。

### (3) 美国子公司业务

尽管美国市场受新冠疫情影响较大，但是公司仍然实现了正增长。公司在渠道上做了积极的调整，增长来源主要为毛发毒检和宠物医疗等。公司在去年开展了电商业务，对公司业绩产生了一定的正向影响，今年会继续重点推进毛发毒检和电商等业务。

## 2、新冠业务

随着新冠疫情的不断演变，新冠检测产品的应用场景也在不断发生变化。公司在金标、荧光、发光、分子诊断等多个技术平台均有布局新冠检测产品。目前，市场机会主要还是在海外。

2021年，我们将在常规业务和新冠业务两个战场上继续努力。

## (二) 互动问答

1、Q：请问公司的新冠抗原检测产品在2020年第四季度和2021年第一

**季度的推广进展如何？**

A: 公司的新冠抗原检测产品已经取得国内 NMPA 注册证、欧盟 CE 认证和商务部出口白名单认证，在 2020 年第四季度和 2021 年第一季度都有出货。从应用场景来看，国际市场上主要针对某些国家对新冠病毒的普筛，国内市场上主要应用于发热门诊。

**2、Q: 国内对新冠疫情的控制效果良好，公司是如何看待新冠业务在国内市场的机会？**

A: 随着人们对新冠病毒的了解越来越多，加之新冠病毒的传染性极强，预计人们在未来一段时间内将保持对新冠病毒的警惕和重视，国内对新冠将保持常态化检测。在未来一段时间内，新冠业务在国内市场仍存在一定的市场机会。

**3、Q: 公司在海外市场有什么样的业务推广规划？在海外市场的竞争优势有哪些？**

A: 海外市场是公司经过多年积累的优势业务板块，我们仍然非常重视海外市场。当前，我们逐步认识到海外市场本地化的重要性，需要根据当地的具体情况，重点选择若干产品线，扩充本地化营销团队，找到本地化市场机会。

公司在海外市场的竞争优势如下：第一，在注册资质方面，公司国际注册证已经覆盖全球 100 多个国家，是取得国际注册证数量最多的国产厂商之一。第二，在产品品类方面，公司在海外市场已推出传染病、心标、炎症、激素、毒检、妊娠检查等多款产品，同时要求营销团队深耕当地市场，落实海外市场本地化策略。第三，在海外市场渠道推广方面，公司营销团队对当地法律法规、终端需求等方面非常熟悉。第四，我们拥有相对稳定、经验丰富和不断成长的营销团队，团队成员既包括销售人员，也包括市场推广和技术支持人员。

**4、Q: 公司过去几年的增速比较快。未来公司的营销战略是协同作战，**

**协同作战的策略和打法具体是怎么样的？包括荧光、金标、发光，我们是否会推出整体的解决方案，还是渠道拓展呢？**

A: 公司的营销策略以市场需求为导向，最终来获取市场的认可。公司从起初的金标和荧光两条产品线扩展到现在的七大产品线，市场策略逐步转换为基于应用场景的整体解决方案，根据不同的应用场景和病种做产品组合。新的市场策略对营销的组织架构也提出了新的要求，在过去，新品上市会以更专业化的推广策略为主，由专门团队进行跟进，而现在则需要对相关人员进行区域化管理，以区域划分为准，根据不同应用场景，做联合产品组合推广，让推广效果更加专业，资源利用效率更高。

**5、Q: 公司化学发光产品相较其他厂商的优势？**

A: 1、客户体验方面：我们的产品是全自动的小型发光仪器，样本送进后可直接出结果，相较单人份的POC化学发光，用户体验更好。

2、应用场景方面：该产品的应用场景主要覆盖医院的门急诊、临床科室、县一级的检验科等检验需求。

3、项目优势方面：公司产品的优势项目主要集中在血栓方面，血栓产品的优势足以将我们的全自动分析仪带到三甲医院的产品线中。

**6、Q: 公司产品、渠道、终端等各方面都覆盖的比较全，这样在产品生产和运营方面是否会有更大难度？**

A: 公司产品、渠道、终端等各方面都覆盖较全，自然会给生产和运营方面带来非常大的挑战；

1、供应链管理：近年来公司通过信息化手段加强供应链管理；

2、产品生产：公司投入了上亿的资金来加大自动化生产线的建设；

3、硬件方面：公司新厂房二季度即将交付。

公司在生产运营方面持续努力所带来新的能力，能够更好支持公司业务的增长。

**7、Q: 政策变化例如集采、医保控费等对公司的影响如何？**

A: 挑战出现的同时机会也会存在。公司主营业务是在 POCT 方面做服务，所以政策变化在一定程度上对公司来说是利好的，我们研究了政策变化发现政策的核心是要将服务下沉到临床上去，而我们的产品应用场景正是主要在医院急诊、临床科室等方面，政策往临床去落实更契合我们产品的应用场景。

**8、Q: 分子诊断平台试剂注册证获取进度和推广计划？分子诊断 POCT 产品解决了部分难点，但成本价格似乎不具备较强优势，是否已经有解决方案呢？**

A: 分子诊断平台产品的优势是其灵敏度高，但是分子诊断平台劣势就是价格较高和样本处理复杂，POCT 的分子诊断平台可以解决样本处理的难点，做到样本进、结果出。只要能解决难点，成本在后面一定会是越来越优化的，解决临床问题才是最重要的。

分子诊断产品有些已获证，有些将获证。分子诊断 POC 产品将是今年推广的重点。