

证券代码：300685

证券简称：艾德生物

厦门艾德生物医药科技股份有限公司
投资者关系活动记录表

编号：2021-002

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	社会公众投资者
时间	2021年4月23日 15:00-17:00
地点	微信小程序“艾德生物投资者关系”（网络远程方式）
上市公司接待人员姓名	董事长 LI-MOU ZHENG（郑立谋）先生，轮值总经理罗捷敏先生，财务总监、董事会秘书（代）陈英女士，独立董事蔡宁女士，保荐人代表徐峰先生。
投资者关系活动主要内容介绍	<p style="text-align: center;">1、请问公司对待 ngs 技术的态度，未来在 ngs 技术方面和领域有何计划</p> <p>您好。公司的目标是向肿瘤患者提供适应临床检测需求的、合规的、高品质的产品和服务。公司牢牢把握肿瘤精准医疗伴随诊断市场发展的契机，以临床需求、患者受益为导向，脚踏实地、精准布局，打造肿瘤精准医疗所必须的 PCR、NGS、FISH、IHC 四大技术平台。目前具备精准医疗条件的各大癌种公司都有合规产品和整体解决方案，除了有多个独家获批产品外，后线产品的研发注册也继续走在前列。在 NGS 技术平台上，目前已获批两个产品（NGS10 基因、BRCA 基因），NGS10 基因产品是目前已批 NGS 产品中，覆盖基因数量最多且唯一跨癌种的产品；BRCA 基因产品目前是独家获批。后线的 NGS 产品有 HRR、HRD、Classic panel、Master panel 等，详情请查阅公司于 2021 年 4 月 13 日披露在巨潮资讯网的 2020 年年度报告全文中经营情况讨论与分析等章节。</p> <p style="text-align: center;">2、请问公司在癌症早筛领域有没有发展计划</p> <p>您好。公司一直持续关注肿瘤早筛领域的研究进展并积极布局相关技</p>

术/产品研发，公司的理念是在具备扎实循证医学或临床证据时启动产品注册，并把合规产品推向市场，已成功推出 SDC2 肠癌甲基化产品畅青松™（2021 年获批），具备肠癌早测功能；BRCA1/2 基因产品（2019 年获批），具备乳腺癌/卵巢癌遗传风险评估功能；三款 HPV 检测产品（2017 年获批），具备宫颈癌筛查功能；还有 Y 微产品，可用于生殖健康筛查。

3、想问下院内市场是指我们在三甲医院里面直接设立检测点还是说样品要寄送到我们两家检测单位检测，谢谢！

您好。院内市场是指医院向公司采购检测试剂（检测试剂必须经过国家药监局注册获批），由医院在院内自行开展相应检测并向患者出具检测报告。

4、尊敬的公司领导，作为个人投资者已经持有艾德股票两年了，时间虽然不长但伴随着艾德一路成长，经历了风风雨雨，对艾德的进步有目共睹，尤其觉得贵公司的管理层值得投资者信赖，无论是对公司所处的整体商业前景判断，对公司自身的发展定位，内部结构管理，以及科研创新实力都有着清晰的规划和具体的落实步骤，另外公司对与投资者的沟通，这点要点赞。个人仅仅通过分析贵公司的历年财务报表，可以判断出艾德现在正处于加速成长期，报表干净无瑕，对公司未来发展持续看好，期待艾德的日益强大，和投资者共赢。现有三个问题，请公司管理层回答。

第一。公司去年交易性金融资产增值 9 倍多，能否具体解释一下原因。

第二。公司的去年应收账款 3 个多亿，具体原因能否解释一下。

第三。最重要的一个问题。作为公司的创始人，郑博士年事已高，贵公司对于后续管理层变更有无具体安排

您好。（1）2020 年交易性金融资产增多是由于购买理财产品的会计准则变化重分类导致。（2）公司销售模式是“直销为主、经销为辅”，主要客户为三甲医院等信用、资质较高的医疗机构，给予的信用政策一般为 6-12 个月，境外客户一般给予 3 个月的账期。这些客户坏账率低。2020 年，经营活动产生的净现金流 220,694,485.33 元，同比增长 45.65%。

（3）公司自成立以来就专注于肿瘤精准医疗分子诊断细分市场，经过多年的技术积累和销售渠道建设，现已形成了技术领先、品种齐全的产品线，同时组建了一支人才结构合理、专业性和技术能力较强的管理、研发、医

学、市场及销售团队。公司于 2021 年 2 月聘任罗捷敏先生为轮值总经理，董事长现聚焦于战略规划和发展方向的把握，同时董事长亲自指导研发管线的布局。公司管理团队一直致力于做好经营管理各项工作，提高公司盈利能力，实现公司持续稳定健康的发展，请您放心。

5、（1）测序数据分析能力如何？（2）公司已经入院国内几百家三甲医院，销售人员也不是很多，是基于怎么样的销售策略达到现在的入院水平呢？（3）各大 IVD 都在做 LDT，去年来看给各企业带来的增长都挺好，怎么看待 LDT 对于艾德未来的发展？

您好。（1）公司组建了强大的生信团队，拥有较高的技术水平和丰富的行业经验，自主知识产权的生信算法已应用在公司多个已获批及在研的 NGS 产品中，如 BRCA、HRR、HRD、Classic panel、Master panel 等。（2）公司销售团队 300 余人，负责全国市场营销服务工作，同时配备齐全的市场、医学、技术支持团队承担售前售后服务工作；销售团队由在业界有多年营销经验并曾在国内外大型医药公司供职过的优秀团队组成。（3）公司的目标是向肿瘤患者提供适应临床检测需求的、合规的、高品质的产品和服务，锚定稳健可持续成长的院内市场作为主要赛道。在直销网络之外的市场，公司积极寻求和药企以产品代理的形式进行合作覆盖。同时公司下设 2 家独立第三方医学检验机构——厦门艾德医学检验所、上海厦维医学检验所，拥有卫健委颁发的“医疗机构执业许可证”，通过美国病理学家协会 CAP 认证，其中厦门艾德医学检验所是国家发改委批准的《基因检测技术应用示范中心》。两家检验所均具备完善的 PCR、NGS、数字 PCR (ddPCR)、FISH、一代测序、IHC 等主流检测能力，按照 CAP、CLIA 检测实验室运行标准进行管理和质量控制，为医疗机构、药企、行业专家等提供专业的分子检测服务。

6、BRCA 入院后的推广情况，以及后续的推广策略。

您好。BRCA 入院推广进展顺利，公司将继续在具备 NGS 检测条件和能力的医院推广 BRCA 产品院内检测，同时公司将继续与阿斯利康合作，由其负责在下沉市场推广公司 BRCA 产品及相关检测服务。

7、请问怎么看待第三代基因测序带来的机遇和挑战，目前有怎样的布局和思考

您好。三代测序、包括四代、五代测序的研发正方兴未艾，但仪器还未成熟，短期内在临床上还难以应用，未来哪一种技术路线会最终胜出还

有待时间的检验。艾德于 2018 年投资了美国华裔科学家创立的 UST 公司，布局下一代测序仪器的机会，该公司研发的 DNA 纳米技术可称为第五代测序技术，目前处于研发阶段。

8、（1）公司推出的畅青松早筛产品，是用于肠镜的辅助诊断，还是说能够直接用于医疗机构或体检机构肠癌筛查？（2）后续推广方面一般采用什么方式？（3）公司的畅青松与诺辉健康的肠癌筛查产品对比如何？谢谢！

您好。畅青松™（肠癌甲基化产品）市场推广工作在按计划正常开展。公司畅青松™适用人群包括：（1）40-74 岁人群（2）有肠癌家族史（3）有肠道不适的人群（4）不愿接受肠镜检查者（5）肠镜检查失败者等。畅青松™有以下几方面的优势：（1）无创无痛，仅需采集少量粪便；（2）居家采样，无需到医院采样；（3）准确性高，畅青松™能检测到 86% 的结直肠癌，53% 的进展期腺瘤，特异性为 93%；（4）检测快速，操作简便快捷，实验室收到样本后当天即可完成检测。同时，公司提供全流程专业合规的产品，从样本采集到核酸提取再到甲基化检测，均为认证产品。从卫生经济学方面考虑，畅青松™更适合进行大规模的肠癌早筛。

9、（1）请问 1 季度新进入股东 UBS AG 是不是高瓴资本持股（2）请问靶向药进入医保后受集采大幅降价，对艾德生物的检测费用有何影响？艾德生物的伴随诊断试剂近 2 年内可能集采大幅降价吗？像这几年的仿制药，心脏支架等，从几万降到几百元，惨不忍睹，公司如何应对？（3）早筛市场公司对比泛生子和燃石医学进攻型也就是狼性不足，相对保守在这个千亿赛道投入资金较少会不会丧失主动权？谢谢

您好。（1）UBS AG 为境外法人。公司仅能查询中登公司下发的股东名册，无法知悉更具体的股东信息。（2）靶向药进入医保对公司来说是利好，能吃得起靶向药物的患者增加，会带动检测率的提升。目前公司重点产品多为国内市场独家获批产品，公司会密切关注所处行业政策的变化，主动积极应对可能发生的政策变化。同时努力做好经营管理等各项工作，“抓质量、降成本、提效率”，促进公司主营业务持续、稳定、健康发展。（3）公司持续关注肿瘤早筛领域的研究进展并积极布局相关技术/产品研发，公司的理念是在具备扎实循证医学或临床证据时启动产品注册，并把合规产品推向市场，已成功推出 SDC2 肠癌甲基化产品畅青松™（2021 年获批），具备肠癌早筛功能；BRCA1/2 基因产品（2019

年获批)，具备乳腺癌/卵巢癌遗传风险评估功能；三款 HPV 检测产品（2017 年获批），具备宫颈癌筛查功能；还有 Y 微产品，可用于生殖健康筛查。

10、请问和大药厂的合作这两年会继续拓展吗？公司和很多家药企合作但是技术服务收入体量较小。公司和某单个药企合作是不是收入规模和能带来的收入贡献很小？

您好。目前，公司 PCR、NGS、FISH、IHC 四大技术平台的产品都与知名药企的药物达成伴随诊断，合作区域除中国外，还覆盖了日本、韩国、欧盟、美国。未来公司会持续拓展与知名药企的伴随诊断合作。公司与药企的伴随诊断合作收入是按照临床进度及收入准则要求，分阶段确认收入。

11、请问贵公司：伴随诊断业务的发展预期、客户情况；肠癌试剂盒的发展预期、销售预期

您好。未来，随着靶向（免疫）药物研发不断推进，新靶点及跨癌种探索将创造新的检测需求；随着肿瘤精准治疗理念愈发深入人心，治疗过程的全程化管理，同时在政策端、供给端、支付端、需求端的共同推动下，我国伴随诊断行业渗透率将逐步提升，推动行业持续增长。在国内市场，公司覆盖的院内市场持续增加，与全国 500 多家大中型医疗机构建立合作关系。随着结直肠癌诊疗技术的发展及临床研究进展，结直肠癌的分子诊断必要性及意义更加明确，肠癌试剂盒应该有更广阔的临床运用需求。

12、一季度国内渠道的开拓进展情况。

您好。2021 年第一季度，公司继续秉承“知而治之、艾德相伴”的经营宗旨，坚持创新、恪守合规、稳步推进国际化战略，凭借研发实力、销售渠道、品牌效应以及领先产品等优势，牢牢把握肿瘤精准医疗伴随诊断市场发展的契机，以临床需求、患者受益为导向，持续不断地推进产品临床应用；持续拓展与知名药企的伴随诊断合作与市场商业合作，内部管理严格执行“控成本、抓质量、提效率”的管理理念，实现公司经营业绩的有效提升。一季度的经营情况请查阅公司于 2021 年 4 月 21 日披露在巨潮资讯网的 2021 年第一季度报告。

13、请问对于艾德在未来的市场竞争中取得持续性胜利，战略得到充分展现的逻辑来源于哪里？公司的最大优势在何处？相对于泛生子等同类别公司，艾德的未来持续保持优势地位的确定性怎么样？

您好。战略逻辑从公司成立到现在，在研发布局、产品管线、市场拓展等方面得到充分体现，具体请查阅公司历年的财务报告。公司的目标是向肿瘤患者提供适应临床检测需求的、合规的、高品质的产品和服务，锚定稳健可持续成长的院内市场作为主要赛道。以创新为驱动：全技术平台精准布局，扎根精准医疗，拓展肿瘤早测。常年研发投入占当期营业收入的比重超过 15%，研发投入精准有序。截止目前，公司拥有 23 项三类医疗器械注册证，同行业内遥遥领先；拥有完全自主知识产权的 ADx-ARMS®、Super-ARMS®、ddCapture®、ADx-HANDLE®等技术，获得 38 项专利授权，核心发明专利同时获得中国、美国、欧盟、日本授权。基于完全自主知识产权的专利技术，公司开发了肿瘤精准医疗所需的 PCR、NGS、FISH、IHC 四大技术平台的产品。目前具备精准医疗条件的各大癌种公司都有合规产品和整体解决方案，除了有多个独家获批产品外，后线产品的研发注册也继续走在前列。国内市场：头部医院直销+下沉市场合作，商业模式健康高效；国际市场：海外疫情蔓延情况下韧劲十足，未来可期；药企合作：艾德品牌获得国际认可，药物伴随诊断合作势如破竹。详情请查阅公司于 2021 年 4 月 13 日披露在巨潮资讯网的 2020 年年度报告全文中经营情况讨论与分析等章节。

14、2021 年各项业务收入分拆的业绩指引可以分享吗？

您好。2021 年的经营数据请关注公司后续公告。

15、公司第一季度环比营收下降很多是季节因素还是怎样 今年营收目标是多少

您好。第一季度有春节因素的影响，2021 年经营数据请关注公司后续公告。

16、2020 各项业务毛利率均有不同程度下滑，主要是什么因素影响，是否会持续产生影响

您好。毛利率的变化主要是收入结构和产品结构变化引起。公司净利润率保持在相对稳定状态。

17、肠癌早筛产品销售情况怎样？

您好。畅青松™（肠癌甲基化产品）于今年 1 月获得国家药监局批准上市，市场推广工作正在进行中。

18、为什么说明会没有按时直播？开始了没？

您好，交流已开始，采用线上文字交流方式。

19、请问现在开始了吗 为什么没有画面和声音

您好，交流已开始，采用线上文字交流方式。

20、新产品一般大概多久才能获批。

您好。一般新产品从研发完成到拿到注册证需要 3 年左右时间。

21、公司产品这两年会进医保吗？进医保后对公司更多是利空？

您好。目前公司产品没有进入国家医保。公司会密切关注所处行业政策的变化。同时努力做好经营管理等各项工作，“抓质量、降成本、提效率”，促进公司主营业务持续、稳定、健康发展。

22、什么年代了，还搞文字模式？董秘请回复一下，为什么不能来一次正经的说明会，公司是如何看待这次说明会和投资者的？

您好。感谢您对公司的关注和建议。公司重视与社会公众股东的沟通交流，本次业绩说明会已于 2021 年 4 月 20 日在巨潮资讯网发布《关于举行 2020 年度网上业绩说明会的公告》，您还可通过深交所互动易平台、投资者热线等方式与公司保持交流。同时也欢迎广大投资者来公司参观指导交流。

23、公司一直持续关注肿瘤早筛领域的研究进展并积极布局相关技术/产品研发，公司的理念是在具备扎实循证医学或临床证据时启动产品注册，并把合规产品推向市场，已成功推出 SDC2 肠癌甲基化产品畅青松™（2021 年获批），具备肠癌早测功能；BRCA1/2 基因产品（2019 年获批），具备乳腺癌/卵巢癌遗传风险评估功能；三款 HPV 检测产品（2017 年获批），具备宫颈癌筛查功能；还有 Y 微产品，可用于生殖健康筛查。除了回答的上述这些，公司在癌症早筛市场还有新的布局吗？比如类似于泛生子和燃石医学布局的多癌种，肝癌等谢谢

您好。公司在深入挖掘自主专利技术潜力的同时将积极布局新技术（产品）研发，请关注公司后续公告。

24、公司与阿斯利康合作推广公司产品，国内县域市场与一带一路国际市场，进行的怎样，效果如何。

您好。公司在 2020 年与阿斯利康签署县域精准医学战略合作协议，与阿斯利康的合作从国内到国际，从城市到农村，合作越来越紧密。2020 年合作效果基本达到，在肺癌产品线检测和 BRCA 检测方面，紧密合作，惠及患者的检测用药治疗需求。

25、海外市场一季度的情况怎么样？上半年能展望一下吗

您好。2021 年第一季度，海外市场业务推广正常开展，具体经营情况请查阅公司于 2021 年 4 月 21 日披露在巨潮资讯网的 2021 年第一季度报告。2021 年经营数据请关注公司后续公告。

26、公司在泛癌肿早筛中是否有布局？产品在海外（日本和韩国之外）的推广计划有哪些？KNPB 产品是否有下一步升级计划？

您好。公司在深入挖掘自主专利技术潜力的同时将积极布局新技术（产品）研发，请关注公司后续公告。公司将继续加大国际市场开发力度，提高与国际经销商之间的粘性，持续推进基于 PCR、NGS 等技术平台的创新产品（如 Pan Lung Cancer PCR Panel、Essential NGS Panel、Classic NGS Panel、Master NGS Panel 等）国际市场推广，与海外肿瘤专家、终端、药企紧密合作，持续推进产品认证和市场准入。

27、美国作为国际上一个重要市场，公司除了与海和公司合作进入美国市场，是否还有其他方式或准备以什么方式进入美国市场，谢谢

您好。国际市场，公司国际业务团队 40 余人，在新加坡、香港、加拿大设有全资子公司，在荷兰设有欧洲物流中心，与海外肿瘤专家、终端、药企紧密合作，持续推进产品认证和市场准入；同时公司产品以伴随诊断方式参与多家药企原研药物的临床试验，全力开拓国际市场。

28、去年在院内外的渠道建设取得了哪些成果，今年的拓展目标是怎样的

您好。国内市场，公司继续坚持“直销与经销相结合，直销为主、经销为辅”的销售模式，完善销售组织架构，在现有销售渠道基础上，进一步加强营销网络建设、扩大市场覆盖率和渗透率，完善覆盖全国的直销网络，深化肺癌、消化道癌、内分泌/妇瘤、甲状腺癌、泛癌肿线的精细化管理；持续加强重点销售区域和重点产品的销售推广力度，提高营销的针对性和实效性；持续举办学术研讨会、技术培训班、实验室认证；积极利用专业论坛、电子刊物、直播等多种互联网推广工具，促使公司的合规产品在临床市场迅速得以应用。在直销网络之外的市场，公司将继续积极寻求和药企以产品代理的形式进行合作覆盖。

29、公司参股投资的一家美国基因测序公司 UST，UST 公司有产品上市销售吗？UST 公司未来前景如何？谢谢

您好。公司参股的美国 UST 公司主要从事二代测序编码（barcoding）技术和第三代测序仪器（纳米孔技术）开发，其二代测序

编码 (barcoding) 技术产品已经商业化, 第三代测序仪器 (纳米孔技术) 仍处于研发阶段。

30、能分享一下公司未来 3 年的公司发展战略。

您好。未来, 公司将聚焦主业, 在牢牢把握肿瘤精准医疗伴随诊断市场的基础上, 积极布局肿瘤早测领域, 以临床应用为目标市场, 坚持创新、恪守合规; 以 PCR、NGS、FISH、IHC 等技术平台为基础, 丰富及优化产品的研发管线, 在深入挖掘自主专利技术潜力的同时积极布局新技术 (产品) 研发, 不断拓展分子诊断在肿瘤精准医疗中的应用场景, 全面加强国内国际营销体系和营销能力的建设, 有序推进国际化战略规划; 积极优化管理, 提升运营效率, 进一步提升公司综合竞争力, 力争成为肿瘤精准医疗领域的国际领先企业, 塑造属于艾德生物的品牌形象。

31、管理层好, 贵公司今年加快了与大药企的合作, 请问这部分收入是否体现在技术服务板块? 贵公司这块业务有什么竞争优势? 公司对这块业务未来在公司收入中的占比如何规划? 另外, 请介绍一下阿斯利康为公司提供营销合作情况。

您好。公司瞄准行业创新源头, 以伴随诊断赋能原研药物临床, 现已与众多国内外知名药企达成肿瘤药物临床研究合作, 为其提供伴随诊断方法学开发、中心实验室检测、注册报批等服务, 支持不同阶段的临床研究, 这部分收入归类在技术服务中。公司已与多家知名药企达成新的伴随诊断合作, 占据了伴随诊断的高地, 把握了未来市场的源头。公司多年积淀的研发实力、销售渠道、品牌形象以及领先产品是公司最主要的优势。公司在 2020 年与阿斯利康签署县域精准医学战略合作协议, 与阿斯利康的合作从国内到国际, 从城市到农村, 合作越来越紧密。2020 年合作效果达到双方的预期, 在肺癌产品线检测和 BRCA 检测方面, 紧密合作, 惠及患者的检测用药治疗需求。

32、肿瘤早筛方面 2021 年的进展规划。

您好。公司持续关注肿瘤早筛领域的研究进展并积极布局相关技术/产品研发, 公司的理念是在具备扎实循证医学或临床证据时启动产品注册, 并把合规产品推向市场, 已成功推出 SDC2 肠癌甲基化产品畅青松 (2021 年获批), 具备肠癌早测功能; BRCA1/2 基因产品 (2019 年获批), 具备乳腺癌/卵巢癌遗传风险评估功能; 三款 HPV 检测产品 (2017 年获批), 具备宫颈癌筛查功能; 还有 Y 微产品, 可用于生殖健康筛查。

公司将积极推进相关产品的商业化应用。

33、相对燃石医学，泛生子，诺辉健康等同行上市公司而言，我们艾德是持续正增长的企业，但资本市场一直给与艾德较低的估值，请问罗总领导，我们公司是否会在市值管理上做些沟通和提升，谢谢！

您好。感谢您对公司的关注和建议。公司管理层将继续做好经营管理等各项工作，不断提升盈利能力，实现高质量发展，并积极回馈广大投资者。

34、海外市场的布局和合作情况。海外市场的收入目标和规划情况请介绍一下。谢谢

您好。公司国际业务团队 40 余人，在新加坡、香港、加拿大设有全资子公司，在荷兰设有欧洲物流中心，与海外肿瘤专家、终端、药企紧密合作，持续推进产品认证和市场准入。如今，公司产品已覆盖全球 60 多个国家和地区，每年有数十万肿瘤患者从公司分子诊断产品中获益。2020 年，公司加大国际市场开发力度，提高与国际经销商之间的粘性，持续推进基于 PCR、NGS 等技术平台的创新产品（如 Pan Lung Cancer PCR Panel、Essential NGS Panel、Classic NGS Panel、Master NGS Panel、HRD 等）国际市场推广；深耕东亚市场，继 2017 年 ROS1 基因产品在日本、韩国上市并进入医保后，2020 年 PCR-11 基因产品顺利完成在日本的产品注册临床试验，收到日本医药品医疗器械综合机构（PMDA）下发的《受理通知书》，目前正在行政审批中。

35、请教一下，（1）公司判断目前伴随诊断国内外市场规模多大，近年公司市场占有率水平变化？（2）国内外目前癌症早筛市场规模多大？畅青松的市场推广进展情况？（3）NGS 产品 Master panel 的注册情况及前景如何？NGS 产品与竞争对手市场推广情况的对比？谢谢！

您好。没有权威机构对市场规模及市占率做过统计。个人认为，公司在中国院内伴随诊断市场的市占率大约在 60-70%。畅青松™市场推广工作在按计划正常开展。公司的目标是向肿瘤患者提供适应临床检测需求的、合规的、高品质的产品和服务。公司牢牢把握肿瘤精准医疗伴随诊断市场发展的契机，以临床需求、患者受益为导向，脚踏实地、精准布局，打造肿瘤精准医疗所必须的 PCR、NGS、FISH、IHC 四大技术平台。目前具备精准医疗条件的各大癌种公司都有合规产品和整体解决方案，除了有多个独家获批产品外，后线产品的研发注册也继续走在前列。在 NGS

技术平台上,目前已获批两个产品(NGS10 基因、BRCA 基因),NGS10 基因产品是目前已批 NGS 产品中,覆盖基因数量最多且唯一跨癌种的产品;BRCA 基因产品目前是独家获批。后线的 NGS 产品有 HRR、HRD、Classic panel、Master panel 等,泛实体瘤全景式基因检测产品 Master Panel,兼顾科研及临床检测需求,其 DNA 联合 RNA 双重检测,适用于组织及血液样本,覆盖靶向治疗、免疫评估、放化疗优化、遗传筛查,已入选亚洲个体化医学癌症基因筛查项目。详情查阅公司于 2021 年 4 月 13 日披露在巨潮资讯网的 2020 年年度报告全文中经营情况讨论与分析等章节。

36、想咨询下 NGS 癌症伴随诊断市场 2020 年市场容量会有多少。我曾经在一篇研报上看过,说 19 年的伴随诊断市场是 3 亿美金,按每年新增患者概率推算。2030 年会达到 45 亿美金。这个研报可信度如何,谢谢!

您好。肿瘤精准医疗分子诊断行业正处于快速发展阶段,各研究机构对中国的市场规模有不同看法,目前普遍预计未来几年年均增长率会保持在 20%。

37、精准医疗行业市场空间以及目前的市场竞争格局最新情况。

您好。未来,随着靶向(免疫)药物研发不断推进,新靶点及跨癌种探索将创造新的检测需求;随着肿瘤精准治疗理念愈发深入人心,治疗过程的全程化管理,同时在政策端、供给端、支付端、需求端的共同推动下,我国伴随诊断行业渗透率将逐步提升,推动行业持续增长。随着肿瘤精准医疗市场的成熟,分子诊断的应用场景将远远不只肿瘤药物的伴随诊断,我们认为未来它将应用在六个方面,包括遗传风险评估、疾病早测、疾病分型、制定治疗方案、疗效监测、复发监测等,市场应用前景广阔。目前,帮助制定治疗方案是临床最刚性的需求。

38、请问伴随诊断这边目前的客户情况怎么样呢

公司建有覆盖国内头部医院的直销网络,其职能包括市场研究与战略发展、市场拓展、服务支持、渠道控制等。在国内市场,公司销售团队 300 余人,负责全国市场营销服务工作,同时配备齐全的市场、医学、技术支持团队承担售前售后服务工作;公司在直销网络之外的市场,积极寻求和药企以产品代理的形式进行合作。在国际市场,公司国际业务团队 40 余人,在新加坡、香港、加拿大设有全资子公司,在荷兰设有欧洲物

	<p>流中心，与海外肿瘤专家、终端、药企紧密合作，持续推进产品认证和市场准入；同时公司产品以伴随诊断方式参与多家药企原研药物的临床试验，全力开拓国际市场。</p> <p>39、请问肠癌筛查试剂盒的销售预期怎样呢。谢谢</p> <p>您好。畅青松™（肠癌甲基化产品）于今年 1 月获得国家药监局批准上市，市场推广工作正在进行中。</p> <p>40、您好，方便介绍下公司当期的院外渠道分布情况吗？</p> <p>您好。目前，公司国内销售团队 300 余人，负责全国 500 多家大中型医疗机构市场营销服务工作；针对销售团队未覆盖到的国内客户（即靶向药物的下沉市场），公司与阿斯利康达成市场推广合作，由其负责在下沉市场推广公司肺癌产品线、BRCA 产品及相关检测服务。</p> <p>41、目前医保控费和集采对公司的影响？</p> <p>您好。公司产品目前未进入国家医保，未被纳入国家集采计划。</p> <p>42、尽管公司检测试剂营业成本增幅高于对应营收增速，公司仍保持了较好的试剂产品毛利率，请问，公司是否有与顺丰医药等第三方综合服务商进行战略合作，提升产品和院外采集样本的物流效率和稳定性，以促进相关早筛产品推广？</p> <p>您好。感谢您的关注和建议。公司与多家专业的运输服务商均有合作。</p>
附件清单（如有）	无