

证券代码：300642

证券简称：透景生命

上海透景生命科技股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号：IR-2021004

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <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	通过全景网“投资者关系互动平台”（ http://ir.p5w.net ）参与透景生命 2020 年度网上业绩说明会的投资者
时 间	2021 年 04 月 30 日（星期五）15:00-17:00
地 点	上海市浦东新区碧波路 572 弄 115 号 1 幢公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理姚见儿先生，董事、副总经理、董事会秘书王小清先生，财务负责人张佳锦女士，独立董事赵家祥先生、保荐代表人徐疆先生。
投资者关系活动主要内容	
投资者就主要关注问题进行问答，主要内容如下： Q1：请问公司的新冠检测产品是否已经完成了所有国内外的认证要求？2020 年及一季度新冠肺炎疫情对公司的经营产生了哪些影响？公司有哪些应对措施？相关收入中占总收入的比例是多少？目前印度疫情很严重，贵司目前是否有在印度的新冠方面的销售收入？ A1： 为应对国内外的新型冠状病毒感染肺炎，公司积极投入新型冠状病毒检测的产品研发，已成功应用多重多色荧光 PCR 技术、卡式荧光 PCR 技术以及化学发光免疫分析技术完成了包括新型冠状病毒(2019-nCoV)核酸检测试剂盒、新型冠状病毒 IgG 抗体检测试剂盒、新型冠状病毒 IgM 抗体检测试剂盒等多个产品，目前这些产品已处于临床与注册阶段，并已取得了欧盟的 CE 准入资质。同时结合海外疫情的影响，公司积极响应、迅速组建海外销售团队，逐步开拓海外市场，已与海外经销商建立稳固的合作关系，2020 年度实现国外收入 843.48 万元。新冠肺炎疫情在 2020 年一季度及二季度对公司影响比较大，销售下滑比较严重，2020 年三季度开始有所恢复，四季度增速基本恢复正常水平。整体来说，新冠业务收入占公司营业总收入比重不大，截	

止目前公司暂未与印度地区有业务往来。

Q2: 肿瘤检测产品、HPV 产品市场占比如何?

A2: 公司开发的肿瘤相关检测产品已在全国千余家用户得到广泛使用, 其中三级医院为主要的客户类型, 占全部医院客户的 73.68%。

Q3: 能否详细解释一下流式荧光的原理? 在自身免疫检测上流式荧光与化学发光技术准确性的比较如何?

A3: 高通量流式荧光技术采用共价结合的方式将不同的微球表面交联不同的检测靶标对应的抗原或抗体, 加入标记抗原或抗体, 与待检测抗体或抗原形成夹心或竞争复合物, 微球上所带的荧光信号与血清中的检测物浓度正相关。当微球逐颗经过仪器检测时, 检测仪发射红色激光识别微球的荧光编码以确定检测项目类型, 发射绿色激光读取待检物荧光信号强度进行定性或定量分析。流式荧光也是发光的一种, 与化学发光技术在准确性上没有本质的区别, 两种技术最大的区别在于流式荧光技术可以同时实现多个指标的联合检测。

Q4: 市场传言流式荧光技术可以解决定性问题, 但不能解决定量问题, 请问是否属实, 由此是否导致公司产品竞争力受限? 未来国产替代空间也较为有限?

A4: 流式荧光平台的突出特点在于其可进行高速高效的多指标联检、既可对蛋白也可对核酸进行分析、可进行定性或定量分析, 具有一次检测可检测多个指标、检测速度快、灵敏度和准确度高、重复性好、线性范围广等优点, 代表了临床免疫多指标联合检测的应用趋势, 广泛受到医院客户, 特别是三级医院客户的欢迎, 有利于解决医院检验科 TAT 时间的限制。公司产品坚持品质第一, 已经树立了良好的口碑, 且终端客户以三级医院居多, 公司国产替代的机会仍然存在。

Q5: 请问董事长对公司的市值管理有什么举措?

A5: 公司近几年收入稳定增长, 但目前营业总收入规模还不大, 尚需要不断丰富产品线条, 以进一步提高市场占有率, 把公司做大做强。与此同时, 市值管理方面主要着力于做好投资者关系管理和信息披露工作, 增加公司治理和决策的透明度。

Q6: 能否说说公司今年的发展规划? 公司的产品线有哪些?

A6: 根据国内外产业形势以及 2020 年度公司具体运营现状和市场情况, 公司提出三年内“保持研发强度, 全力加强营销”的总体发展策略。2021 年公司将进一步深化营销改革, 进一步加强营销组织建设, 组建一个与公司业务发展相匹配的、更有竞争力的营销团队, 实现公司的经营目标。同时公司将扩大新产品推广力度, 积极布局海外市场; 坚持高品质发展战略, 完善公司

的产品布局，拓展公司产品菜单的广度与深度，增强公司的综合竞争力。公司产品线大致主要可以划分为3类：第一是传统产品线，即肿瘤标志物和HPV产品，是公司2020年度收入的主要来源；第二是新产品线，比如自身免疫疾病检测、心血管及炎症标志物检测；第三是其他常规产品，比如生化领域产品，作为公司兼容性实验室流水线菜单上的重要组成部分。

Q7：为什么广东的大医院基本上见不到你们的产品？如何拓展市场？癌症早筛你们做到很早，可是产品不好用，拓展也很慢，这方面的市场是怎么考虑的？

A7：公司的产品已广泛应用于包括广东省在内的全国多家三级医院，得到用户的广泛认可，公司将继续加大国内三级医院的覆盖率，进一步提升公司产品的市场占有率。公司获得注册的国内首个肺癌甲基化检测产品可作为辅助鉴别诊断大幅提升检测的准确性，目前处于物价申报和市场推广阶段。

Q8：今年有股权激励计划吗？公司是如何激励人才的？

A8：2020年公司将根据实际情况适时推出针对第二批骨干（如省区销售经理、控股子公司的高管等）的股权激励，公司届时也会按照相关规定进行披露，敬请关注公司后续的相关公告。

Q9：麻烦介绍一下目前海外的业务。

A9：公司2020年度迅速组建了国际贸易部，公司的新冠产品在欧洲、中东、东南亚等地都开始产生销售收入。预计2021年，新冠产品仍然有需求。公司有计划启动发光产品的海外市场布局。但目前海外业务的整体占比不大。

Q10：请问贵司目前进驻多少家3甲医院？肺癌甲基化拿了几个省的定价？全自动流水线签约多少条装机多少条？

A10：公司产品已在全国31个省市1100余家终端用户使用，其中三级医院为主要的用户，占医院客户的73.68%。公司的肺癌甲基化产品正在进行物价申报和市场推广工作，并正在开展拓展样本类型的临床研究工作。公司的兼容流水线已在多家医疗机构完成安装使用，公司未来将进一步加快流水线的装机数量，提升公司流水线的市场占有率。

Q11：今年公司的流水线业务的开拓目标是多少？公司的直肠癌甲基化产品是否已经进入医院。贵公司是否参与北京地区的三个医院的直肠癌甲基化筛查试点？

A11：公司的流水线兼容并蓄、集各家所长，性能成本优化，可满足用户的不同需求。除已完成安装的流水线外，公司希望进一步加快流水线的装机速度，提升公司流水线的市场占有率，力争成为兼容流水线的引领者。公司的结直肠癌甲基化产品已在国内多个省份的多家医院使用。

附件清单 (如有)	无
--------------	---

日 期	2021 年 04 月 30 日
-----	------------------