

证券简称: 诺唯赞

证券代码: 688105

南京诺唯赞生物科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号: 2021-01

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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</u>
参与单位名称	盘京投资、大成基金、交银施罗德、泰康资产、天弘基金、民生加银、泰达宏利、德邦基金、信达澳银基金、招商基金、长城基金、兴业基金、中欧基金、中信证券自营、华商基金、建信基金、国联证券、诺安基金、鹏华基金、永盈基金、银河基金、诺德基金、中邮基金、万家基金、人保资产、融通基金、宏道&博观、至顺投资、高信百诺、景顺长城、富国基金、汇添富、宝盈基金、农银汇理基金、兴全基金、摩根华鑫、汇安基金东吴基金、中融、中欧瑞博投资、中金资管、中金基金、中加基金、建信养老、广发资产、国泰君安资产、东方财富基金、弘毅投资、东方阿尔法、海通自营、东方港湾、淡水泉投资、华美投资、富国香港、东吴基金、景林资产、嘉实基金、民生信托、永赢基金、九泰基金、涌津投资、相聚资本、Perime Capital、上投摩根基金、新华基金、玖鹏投资、坚果投资、友邦保险、国寿安保基金、华泰资管、博时基金、太平洋证券、睿扬投资、光大永明、高毅资产、巴沃投资、阳光资产、String Capital、风和亚洲基金、光大保德信、石峰资产、国君自营、九泰基金、趣时资产、生命保险资管、中泰证券、浦银安盛、国金证券、盛宇投资、朴道投资、景熙资产、健顺投资、清池资本、彤源投资、景宜投资、国海资管、前海人寿、腾跃基金、兴业证券等。
时间	2021年11月
地点	公司会议室、电话会议
公司接待人员姓名	董事长、总经理: 曹林; 董事会秘书: 黄金; 证券事务代表: 陈曦; 证券事务经理: 薛振宇。
投资者关系活动主要内容介绍	
一、公司人员简要介绍公司业务背景。 二、交流的主要问题及答复。 1、公司下游客户群体主要包括哪些? 目前的市场份额多少?	

公司下游客户群体主要包括三大类：生命科学、体外诊断和生物医药。

其中，生命科学下游客户主要包括科研单位、基因测序企业、分子诊断企业和动检类企业，相关生物试剂领域国内起步较晚，目前进口仍然占据超过 70% 的市场份额，根据沙利文行业报告，在分子类生物试剂领域，诺唯赞目前市场份额约 4%，进口替代空间仍然很大。

体外诊断下游客户主要为临床医院和第三方检验机构，公司目前在该领域市场份额较低。

生物医药下游客户主要为制药企业、CRO 企业和疫苗企业，公司于 2020 年开始进入该领域。

2、请问公司在分子类试剂行业的护城河主要体现在哪些方面？

(1) 技术壁垒：公司针对酶的改造包括了野生型基因序列的改造、高通量突变库制备、高通量的筛选、化学缓冲液的配置等流程，拥有大量长期积累经验及 know-how，例如针对某种特定性能的酶，需要如何改造序列，如何配置化学缓冲液组分，如何更好地发挥酶的性能，均需要长期技术积累与基于实际应用场景的经验，以及基于克隆、表达、纯化等分子生物学技术的研发效率。

(2) 客户壁垒：公司终端客户主要是高校、测序和诊断企业。高校科研客户更注重产品的性能与文献引用率。酶的研发更多的是基于客户明确的应用场景，单纯的改造与进化没有应用意义。同时针对工业客户进行的原料开发，需要基于海量终端样本的验证，根据终端应用的反馈不断迭代和升级，使产品性能达成极致。公司通过深度参与工业客户的研发与工艺反应体系的改进，提供更好的服务与解决方案，帮助客户解决痛点问题，不断提高客户黏性。

(3) 政策壁垒：检测试剂类原料写进客户产品注册证之后，通常不进行更换，如更换则需重新做临床验证。

3、请问公司新招聘的人员一般投向哪个方向，如此分配的原因是？

公司今年新入职员工主要是研发人员和销售人员，以及部分生产人员的扩充。

研发人员方面，公司处于研发驱动型行业，同时科学服务行业需要大量的 SKU 给客户提供一个揽子的解决方案。目前与进口相比，公司在 SKU 的丰富程度还有提升空间，研发人员的扩充主要针对新产品 SKU 的拓展以及原有产品的更新升级。

销售人员方面，公司在生命科学领域以直销为主，主要原因是上游试剂具有较强的定制化开发属性，同时需要广泛地收集客户反馈以升级产品。此外，公司下游客户类型丰富，包括科研、基因测序、分子诊断、动检和制药企业等，需要充沛的直销团队及时服务客户，目前公司销售的覆盖度和密度仍有提升空间。

4、对于公司科研端、测序端、诊断端，下游客户选择供应商看重哪些方面，如何建立客户黏性？

整体来说，公司生命科学、体外诊断和生物医药三大业务均具有较高的毛利率水平，价格不是公司客户群体最重要的考虑因素，医疗器械行业是强监管的行业，高质量标准是企业存活的根本保障。公司工业客户主要看重产品质量、研发服务与货期等重点事项，例如分子类产品灵敏度很高，客户对于产品的稳定性、批间差、杂质控制等方面有很高的要求；充分到位的研发服务可协助解决客户研发/生产工艺的问题，使公司提供的原料可充分适配客户的反应体系，提升客户生产效率；供货的稳定性和及时性可保障客户供应链安全；最后是价格。公司科研客户侧重于产品质量，以保证实验的可重复性、可追溯性，以及 SKU 齐全程度、文献引用率、供货及时性、客情关系等。针对上述要素，公司

通过多年管理与实践经验，已积累总结具备实战效果的研发、质控、客户服务、定价体系，并持续定期复盘，不断改进。

5、扣除新冠相关业务，公司招股书中报常规业务增速达较高，主要是哪些业务增长较快？

公司 2020 年常规业务受新冠疫情影响，部分科研客户和工业客户有一段时间未复工复产，营业收入增长受到了一定的影响，今年国内疫情整体得到控制后，客户的采购得到恢复。

公司业绩增长主要包括成熟业务稳定增长及成长业务的上量，如科研、测序等成熟性业务保持稳定增长，动检、体外诊断、制药研发试剂等成长性业务实现销售上量。

6、公司三大事业部的发展规划和资源投入情况是？

生命科学业务是公司的基石，也是现金流的保障，未来主要通过加大研发、拓展产品 SKU 和提高销售密度提升市场份额，抓住进口替代的窗口期。

体外诊断业务是公司的成长性业务，自业务开展以来在产品注册证的获批、设备的入院以及渠道的建设上打下了良好的基础，未来几年主抓上量工作，同时继续依靠原料自产能力开发系列稀缺性检测指标。

生物医药业务是公司 2020 年新成立的事业部，目前初步具有了明确的商业模式与商业规模，现阶段主要围绕制药/疫苗的研发试剂、临床 CRO 服务和生产原料三块业务推进，从研发端切入下游大型客户的供应链。

此外公司将重点拓展海外业务，在海外逐步建设本地化的研发支持和销售团队，推进生物试剂和诊断试剂的海外销售。

7、公司如何看待新冠相关业务的持续性？

在新冠业务领域，公司主要提供新冠核酸检测的酶原料以及新冠抗体/抗原检测试剂盒。就新冠核酸检测酶原料而言，我国及境外今年的检测量超过去年同期，但整体终端价格有一定的下行，对上游原料价格有一定影响。结合目前全球疫情情况，预计核酸检测仍然是新冠确诊的金标准，预计明年国内及海外仍将维持一定的检测量。公司抗体/抗原试剂盒以海外出口为主，已取得所需的海外注册准入，结合海外最近疫情有所反复，预计相关检测试剂的出口仍具有一定的持续性。新冠检测相关的酶原料及检测试剂产品的销售受疫情防控形势、境内外政策、疫苗/新药开发、市场竞争与推广等诸多因素影响，公司相关产品的销售及可持续性存在不确定性，公司在密切关注相关疫情形势及相关外部环境变化的同时，也提请投资者注意投资风险。

附件清单 (如有)	无。
日期	2021 年 12 月 2 日