

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：2022-03

投资者关系 活动类别	<input 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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他： <u>电话会议</u>
参与单位名称	农银汇理、嘉实基金、宝盈基金、淡马锡富敦、华泰柏瑞、中金资本、华安基金、富国基金、南方基金、中欧基金、博时基金、大成基金、中银基金、工银瑞信、长盛基金、广发基金、新华基金、野村东方国际信托、中融信托、玖鹏资产、上海中益投资、长城基金、植富资本、海通资管、东方阿尔法、申万宏源资管、Superstring Capital、国海富兰克林基金、德邦资管、中信建投自营、CITIC SECURITIES、国投瑞银基金、中信期货资管、康曼德资本、Lake Bleu Capital、光大保德信基金、前海瑞园、Power Pacific、上海璞远资管、北京成泉资管、博远基金、域秀资本、山西证券、兴华基金、创金合信基金、广发证券、建信基金、康桥资本、观富（北京）资管、兴业基金、中邮证券、人民养老、英大国际信托、新活力资本、Yongrong Asset、太保资产、上海睿扬投资、Yongrong Asset、Prime Capital、中加基金、东海证券资管、中信保诚资管、西部证券自营、华平投资、浙商基金、君和资本、上海东方证券资管、交银施罗德基金、安信基金、Franklin Templeton、Tiger Pacific、Credit Suisse 瑞信证券、上海久期投资、上海彬元资本、中信资管、北京高信百诺、华泰证券、富安达基金、山高资管、宁聚投资、格传投资、民生证券、天风证券等
时间	2022年4月23日至5月31日
地点	第三方平台、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、公司酶、蛋白质平台相比竞争对手会有哪些优势，横向扩展方面哪些特质是公司的优势？

首先在酶与蛋白质方面，公司本身在技术层面有很长时间的积累和投入，并建立了高效的研发平台。酶的筛选和改造是基因工程层面的，是生物科技领域最底层的技术，前期的资金、研发、人员投入需求很大，并且在早期很可能还没有产出，基本是帮客户做研发，有大量基础性的工作，需要有积累一套技术层面的优化和高效率的研发过程。

公司的关键共性技术平台的建立以分子生物学、细胞生物学、免疫学、酶学、生物化学等多个学科交叉为基础。由于下游应用领域非常广泛，公司可根据自身发展情况、客户及市场需求进行技术和产品开发，可选择的研究方向较为丰富，并且对于不同细分领域的研发能够互相促进、迭代。公司基于自身的业务延展性优势，已形成了丰富的产品组合，拥有 800 多个终端产品，可广泛应用于科学研究、高通量测序、体外诊断、医药及疫苗研发和动物检疫等领域。对于同一系列的生物试剂产品，根据具体性能特点、应用场景区分、配套的缓冲液不同、适用平台差异、具体方法学差异及性能指标差异等，可在具体用途、性能特点、适用场景与反应体系等方面全面匹配客户实际应用需求。

其次是客户黏性。行业下游客户的个性化需求和保密程度很高，所有产品开发均需基于客户的具体需求进行，覆盖的大客户越多、客户群体越大，积累的样本数量越多、差异性问题解决经验越多，客户黏性越高，可持续得到产品功能实际的反馈和需求，就越能够不断获得客户新需求、越能够开发新产品或者去提升原有产品性能。公司所有新业务的拓展都是基于客户需求开展，保证能够更快地产出和变现。

第三是公司很大优势在于原料经历过海量终端样本的验证。终端样本的复杂性、取样的复杂性和检测过程中遇到的问题、各式流程与操作问题等，公司都经历和解决过，在原料性能上不断优化迭代。新进玩家在行业发展早期供应客户原料时，可能会有试错机会，但目前基本没有，对于终端客户和原料厂家来说试错成本均极高。所以公司在过去 10 年积累起来的大量的、高性能、终端验证的产品，客户壁垒高、轻易不会被替换。对终端客户的研发人来说，其更关注产品的性能和稳定性。

与进口产品相比，首先需要在产品质量上可以比肩，尤其是在一些主力产品上，否则客户不会选用，对于终端客户在做实验、发刊、临床检测中出现错误、不稳定都是不可接受。目前公司产品与进口厂家的主要差别是在 SKU 上，客观地讲很多海外厂家均为行业巨头，在 SKU 数量、经销商力度、网络覆盖、品牌力、知名度等方面，公司仍有很大差距。目前公司产品品类还比较集中，主要是 PCR 系列、qPCR 系列和基因测序系列，其他目前产品还有很大可丰富空间。持续丰富产品品类和扩充 SKU

也是公司重要的战略规划之一。

2、海外市场除了新冠检测还有哪些业务做的比较好，海外客户是通过新冠检测去切入的，还是属于直接从其他业务达成合作的？

公司海外业务部于 2020 年正式设立，因新冠海外检测需求旺盛，客户意向明确，公司海外业务的开展以新冠检测试剂产品切入，可以快速接触到大量客户与经销商渠道。经过 2 年多的探索与尝试，基于已有的客户和经销渠道基础，公司也会逐步加强针对常规产品的海外销售建设，因为基于基因测序和检测一类的客户，大多会有除新冠检测之外的需求，公司也会抓住新冠业务带来的合作机会，在海外疫情进入稳定、常态化阶段及时过渡业务重心。

3、今年公司整体毛利率以及三费用的展望如何？

根据公司招股说明书及《2021 年年度报告》披露数据来看，公司整体毛利率情况比较稳定，在没有重大外部环境、行业政策变化的前提下，预计会保持这一态势。

公司常规业务，包括生命科学、体外诊断和生物医药三大版块，目前均已显现规模效应，各版块销售收入规模均过亿或接近亿元级别，单一板块毛利率水平已相对比较稳定。2021 年度，公司主营业务毛利率在 81.34%，分产品类型看：公司生物试剂产品毛利率在 91.79%，诊断试剂产品毛利率在 51.24%，技术服务毛利率在 67.47%。不同业务板块，因销售模式、劳动力密集程度、产品成本构成差异，毛利率水平会存在一定合理差异。伴随公司体外诊断业务和生物医药业务销售收入规模扩大、占比提升，公司整体主营业务毛利率水平呈现相应变化。

近年受新冠疫情、检测需求、市场竞争等因素影响，公司新冠业务的产品构成、销售价格、原料成本持续波动和变化，例如受终端降价影响，公司新冠核酸检测试剂的原料经历过几轮价格下调，在新冠疫情早期抗体检测试剂销售占比较高，但在 2021 年度则以核酸检测原料和抗原检测试剂产品为主，以上因素均会影响公司整体毛利率变化。

2021 年公司主营业务毛利率仍处于较高水平，未来其变动主要受产品销售价格变动、原材料采购价格变动、产品市场表现、市场竞争程度、技术更新换代及政策变动等因素的影响。若未来上述影响因素发生重大不利变化，公司毛利率将会面临下降的风险。从 2021 年度公司表现来看，去年公司常规业务整体增长 90%，费用率基本匹配收入增长率，公司也会关注上述风险，尽可能地去规避和做好相关预防工作。

4、2021 年年报显示，公司人员新增较多，公司扩张结束之后费用率的预期情况如何，以及公司怎么去平衡成本收益？

2021 年度公司员工增长主要在销售、研发和生产人员，其中销售人员的增长主要在公司生命科学业务板块（以直销为主）。在生命科学业务相关市场，公司已有一定品牌影响力，销售渠道建设主要是拓展新市场或是老客户维护，目前来看人效和人均创收并未随着人员扩充而下降，也是基于科研市场的特性，目前一方面市场占比提升

空间仍比较大，增加产品品类和 SKU 数量也会进一步促进销售人员的业务开展。在研发方面，目前确实是公司需要持续增加研发人员和研发投入的阶段，尤其像生物医药版块的新业务、储备的耗材与仪器等新的项目上，客观需要新增研发人员去加强研发投入力度。在管理方面，公司一直将人效、人均创收作为重要考核因素，人员增加均以业务开展为导向，从前期的经营数据来看并未发生大规模扩招导致人效大幅波动的情况。未来人员招聘方面的规划，公司会根据实际业务开展需要进行，对 2021 年度新成立的生物医药事业部在研发、生产和质量人员上会进行侧重补充。

5、新冠的短期冲击与影响：从 2022 年上半年的影响来看，对常规、新冠业务的影响如何，以及今年的趋势如何看待？

在公司常规业务方面，主要是生命科学版块中的科研业务受到一些影响，因为上海地区很多高校还封闭、不能去做实验，这是实际情况。就公司自身来说，针对 2022 年上半年的新冠疫情，公司在过去 2 年的生产经营中已积累较多的应对经验，例如 2021 年公司总部所在地南京市也经历过新冠疫情影响，一方面公司对生产厂房进行封闭式管理，同时公司也及时在南京市外部署了外地仓库，保证产品正常的生产和对外发货。2022 年上半年，在物流方面上海地区确实受到影响，2022 年一季度公司生命科学业务板块在受到一定影响的同时，仍保持同比稳健增长。体外诊断业务和生物医药板块，因体外诊断业务面向全国医院，公司生物医药客户在上海地区占比不大，所以未有太大影响。整体来看，公司业务受本年度上半年的新冠疫情影响，主要是在生命科学业务中科研业务的上海地区市场，这一块占比在公司整体国内业务销售收入中比例并不高，因为公司业务总体范围覆盖较广、客户群体也比较大，所以在目前国内新冠疫情影响下整体可控。其次是基于科研市场的特殊性，例如科研经费的年度预算是确定的，以及科研项目进度、期刊文献的发表、院校学生的毕业试验等均有既定的规划与时间期限等情形，虽受疫情影响，部分高校上半年度的采购计划有滞后，但预期从全年度看整体影响有限。

新冠业务方面主要受疫情形势变化影响，不确定性极大。一方面会受下游客户原料采购和储备策略的影响，另一方面不同时期下游厂家原料消耗情况也有不同，同时受疫情变化带来的检测政策指引、集中采购、市场竞争等因素，终端的检测量、检测价格对上游原料出厂价影响也较大并且无法预测。2022 年以来，就目前的相关防疫政策和国内疫情发生情况来看，综合量价关系，公司新冠核酸原料相关业务比较持续和稳定。

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，提请投资者注意投资风险。

6、在新冠核酸检测试剂集采之后终端价也进行下压，是否有传导到供给工业客户核酸检测酶原料价格上？

公司作为国内新冠核酸检测核心酶原料的主要供应商之一，已有一批紧密合作的稳定客户。在原料价格方面，公司在 2021 年度末经历一次相对显著的价格调整后，至目前整体未有较大变化。根据目前新冠核酸检测终端集采价格情况，未来不排除有大型客户议价的情形，但经过公司内部测算，因经过 2 年多的新冠疫情，整体上游核心酶原料价格体系已处于比较稳定的水平，可降价空间较为有限。基于公司相关核心酶原料在技术平台、规模化生产、产品性能等方面的优势，预计有限的价格波动对其毛利率情况整体影响不大。

7、目前 mRNA 疫苗原料酶的市场竞争格局如何，公司的潜在订单和项目如何？

针对 mRNA 疫苗原料，公司产品主要涉及酶和核苷酸，从疫苗的整体成本占比来看，这两者占比相对较高，在新冠 mRNA 疫苗总体成本中占比预计超过 50%。疫苗行业的壁垒整体较高，目前行业的进入者多数在酶或者蛋白质行业有一定的积累。从技术层面来看，mRNA 技术在我国还是较新的技术，国内尚未有大规模研发、生产和应用过。疫苗产品对于生产原料的硬件设施要求、固定资产的投入、质量体系和标准要求极高，原料供应厂家必须要按照疫苗企业相关标准来进行开发工作，对于前期主要做科研类酶产品或诊断酶的企业来说进入门槛较高。上述两项高壁垒在技术积累、硬件投入、合规性等方面的影响，导致目前该行业国内市场参与者数量不多。

另一方面，各类原料的销售背后具有极强和深入的研发服务投入，因为每家下游企业的疫苗设计工艺、反应体系均不同，上游原料企业需要去研发和设计不同的配方、组分、转录体系、修饰体系等，是高度定制化开发的行业。在原料销售实现之前，上游原料企业需要进行深入研发服务，参与到客户工艺设计的过程之中，这也是目前公司生物医药事业部的研发侧重点之一。在 2021 年度，生物医药事业部处于一个广覆盖、与客户建立初步联系的阶段，随着相关业务的开展与客户接触积累，下一阶段将会根据客户的实际产品开发进度与需求，针对进度较快的头部客户进一步加强一对一的深度研发合作。公司生物医药事业部针对疫苗企业，在与客户接触早期主要提供研发试剂与疫苗评价试剂，以及疫苗临床 CRO 服务，在疫苗研发与生产的产业链中早期介入，深度参与客户研发过程，已形成较好的客户基础。

基于公司业务聚焦于分子类技术与试剂，对于转录体系、放大生产等积累较多经验的优势，公司对相关核心酶产品和工艺已完成较多改造和升级工作，具备一些特色性能和差异化优势，可以匹配客户比较关心的成本控制与生产效率等方面的需求。同时，公司新建设和投产的产线也是根据能否适配下游客户的需求进行，在产能方面，公司已披露在筹建相关多功能 GMP 车间，顺利建成投产后可满足下游客户在临床前、临床早期阶段的相关需求。针对疫苗原料，公司目前尚未有明确订单，主要原因是潜在下游客户尚未进展到大规模放量生产阶段，目前基本为临床前或者临床一期和二期的规模级别订单，投资者需注意相关投资风险，理性评估。

8、公司 2021 年年报披露成立较多子公司，在新业务拓展上有哪些规划？

酶和抗原、抗体的应用领域非常广泛，公司可以基于目前的技术平台和销售渠道

快速复制，在不大幅新增投入的基础上不断进入新的细分领域。现阶段，公司业务仍主要围绕现有酶与蛋白质相关的核心技术平台，不断去做横向产品拓展和下游细分领域延伸，同时加强销售渠道建设和提高销售支持力度，进一步加强向终端客户的渗透。公司《2021年年度报告》与相关临时公告也披露，在体外诊断微流控技术应用、动物检疫终端试剂产品、检测耗材、生物样本检测服务、合成生物学酶制剂等细分领域已成立相关子公司进行对应项目储备、业务开展与产能建设。目前公司业务延展涉及的细分领域较多，在保证成熟型业务稳定增长的同时，抓住增长性业务的市场机遇，并储备了一些探索性业务，形成了成熟业务-成长业务-探索业务的梯队，以保证公司业务的长期可持续性增长。

附件清单 (如有)	无。
日期	2022年6月2日