

证券代码：301166

证券简称：优宁维

上海优宁维生物科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-029

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	山西证券：叶中正 贾赛东 魏贇 赵晨希
时间	2022年9月1日 15:30-16:30
地点	现场沟通
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书、副总经理 祁艳芳 证券事务代表 夏庆立
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司基本情况介绍</p> <p>公司向投资者简要介绍了公司2022年上半年经营发展情况。</p> <p>二、问答环节</p> <p>1、公司所处的行业门槛？</p> <p>答：相较于生化试剂产品，生物试剂需要更专业的服务满足客户需求。公司主要提供抗体及相关试剂产品，该类产品客户广且需求差异很大，且涉及免疫学等多个学科，生物技术发展日新月异，专业性较强，对于生物技术发展动向、客户需求等信息需要有深刻的认识和敏锐的市场洞察能力。</p> <p>公司拥有较强的专业服务能力，能够为客户提供从售前到售中、售后全程的技术支持和综合服务，满足客户试验需求。公司历经18年，成功打造了优宁维抗体专家的品牌形象，对行业有深刻的理解和洞察，积累了庞大的客户群体，构建了覆盖全国的直销网络和线上电子商务平台，能够及时触达客户，并通过提供一站式综合服务，满足客户在产品选型、试验技术指导、知识培训、实验室服务等多方面需求。</p> <p>2、公司相较于其他友商的竞争优势。</p> <p>答：公司作为生命科学一站式服务商，在销售渠道、产品管线、供应链、信息化、大数据、客户资源等方面具有较强的竞争优势：</p> <p>（1）公司经过18年的发展，目前已经搭建完成遍布全国的营销网络，拥有10家销售子公司和26家办事处，并形成了以直销为主的销售模式；</p> <p>（2）公司产品数量和种类丰富，截至2022年6月30日，公司生命科学产品SKU突破718万种，涵盖试剂、设备、耗材、综合技术服务等；</p> <p>（3）公司搭建了电商平台，并通过信息化管理工具，提升信息化水平，提升产品、物流、供应商等管理的信息透明度，并建立了现代化的仓</p>

储物流配送系统，配有专业的冷链仓储和运输设备，拥有较强的物流配送能力，新建物流分仓及拓展异地报关，供应链抗风险能力不断提升；

（4）信息化领域，公司拥有一支强大的 IT 团队，2022 年上半年，推出线上商城 2.0 版本-优宁维在线，升级小优课堂为小优大学堂，将每周培训讲座频次增加至 20-30 场次，进一步提升线上客户引流功能；

（5）大数据方面，公司深耕生命科学领域 18 年，拥有一支高素质的专业技术团队，对生命科学发展和技术方向有深刻的洞察，能够洞悉市场和客户需求；

（6）客户资源方面，公司客户涵盖大学（覆盖超过 90 所 985、211 大学）、科研院所（覆盖超过 450 所科研院所）、医院（覆盖近 500 所三甲医院）、生物医药企业（覆盖 50 多家国内外上市公司）等，积累了丰富的客户资源。

公司围绕将一站式服务平台做到极致和将抗体做到极致的发展战略，不断提升平台服务能力和自主产品的研发能力，加快代理业务和自主品牌业务发展，不断提升公司客户服务能力，持续提升自身竞争实力，朝着生物制品供应商不断迈进。

3、国产化趋势是否会对公司代理的第三方国外品牌造成冲击？

答：目前来看，中高端产品以国外产品为主，部份高精尖技术和原材料被国外垄断，国产化还需要较长的过程；同时，公司提前进行了国产化的布局：在上海、南京、杭州建立了研发中心，并布局了爱必信、乐备实、南京优爱、斯达特四个自主品牌，提供通用生化试剂、检测试剂盒、抗原、IVD 配对抗体等产品。未来，公司努力在第三方代理产品继续保持较快增速的基础上，不断提升自主品牌收入占比，并通过持续的研发投入，加快自有产品的研发，不断打造核心技术和产品，为未来持续增长奠定基础。

4、公司代理业务和自研产品业务是否有冲突，公司外延并购计划？

答：公司自研产品主要包括重组蛋白、IVD 抗原、抗体等，主要面向工业客户的生产工艺端，而代理产品面向科研端，所以公司自研产品与第三方品牌抗体类产品呈现错位补充的局面，不会发生产品竞争情形。

外延并购方面，生命科学领域产品种类多、行业分散，行业集中度不高，回顾国外生命科学发展历程可以发现，行业集中度通过并购不断提升。所以国内生命科学领域企业做大做强的路径就是并购。公司也在积极寻找能够与公司形成协同效应的产品型并购标的，但目前尚未发现合适的标的企业。

5、研发中心的建设情况。

答：2022 年上半年，公司进一步加快上述研发中心的建设，其中南京自主产品生产与研发基地投资 2.8 亿元，已于今年 2 月份正式开工建设。杭州抗体研发中心组建完成，多款产品研发陆续推出，同时南京重组蛋白研发中心优爱已经实现多个产品的交付。杭州抗体研发中心的组建完成，会进一步推动公司自研产品的研发进度。

6、公司介入工业客户原料端的优势？

答：公司覆盖全国直接触达终端客户的直销为主的营销网络，是公司

	<p>的稀缺性资源，公司在这一过程中积累了大量的工业端客户。通过前期对工业客户科研部门的服务，可以更为敏锐的匹配客户需求。同时公司拥有行业内经验丰富的研发团队，对新技术新产品和市场热点的把握更为领先和准确，可根据客户需求，提供定制化产品。</p> <p>7、公司未来毛利率水平如何？</p> <p>答：2022年半年度，公司毛利率水平为22.60%，未来公司将主要通过以下两个方面努力提升公司的毛利率水平：一是不做价格竞争，秉承着专业服务客户，遵守相关供应商的市场政策，继续围绕抗体及相关产品，不断扩充提供产品的数量、种类和服务能力，提升公司在生命科学服务领域的市场份额，提升议价能力；同时，公司会持续保持对自主品牌产品和自产产品的投入，不断提升自主品牌和自产等高毛利率产品的收入占比，进而带动公司的整体毛利率水平提升。</p> <p>8、公司下半年经营预期</p> <p>答：上半年受多地疫情散发，尤其是上海疫情影响，公司营业收入增速未达发展预期。下半年，公司将会继续在渠道、供应链、产品管线和品类、信息化、研发等领域持续投入，不断增强一站式平台服务能力。伴随疫情逐步好转和常态化，公司将会持续加大业务拓展力度，努力保障业务有序平稳增长。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022年9月1日