

证券代码：300482

证券简称：万孚生物

债券代码：123064

债券简称：万孚转债

广州万孚生物技术股份有限公司投资者关系活动记录表

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 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，投资者线上交流会</u>
参与单位名称及人员姓名	广发证券股份有限公司、海通证券股份有限公司、华创证券股份有限公司等
时间	2023年3月31日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长：王继华 董事会秘书：胡洪 财务总监：余芳霞 证券事务代表：华俊
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、2022年全年经营情况介绍：</p> <p>2022年，对万孚生物来说，是成立三十周年的而立之年，也是继往开来、承前启后的一年。报告期内，公司实现营业收入56.8亿元，比上年同期增长69%；归属于上市公司股东的净利润11.97亿元，比上年同期增长89%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润11.05亿元，比上年同期增长100%；经营活动产生的现金流量净额16.82亿元，比上年同期增长153%。</p> <p>2022年度，公司四大业务领域齐头并进，公司传染病业务实现营业收入39.36亿元，较去年同期大幅上涨136.02%；慢病管理检测收入9.39亿元，同比增长2.55%；毒品（药物滥用）检测收入2.94亿元，同比上涨8.78%；优生优育检测收入2.42亿元，同比增长16.87%。2022年国内疫情解封带来了新冠抗原市场需求脉冲式的快速增长。慢病管理方面，公司继续围绕心血管疾病、出凝血疾病、呼吸急症等危急重症，提供多平台、多场景的解决方案，战</p>

略平台化学发光业务收入增长明显。公司借力新冠业务所带来的品牌效应和新增渠道，实现了免疫定量平台在亚非拉发展中国家的跨越式发展，在年均装机量、收入规模、国家注册证数量等指标上，都稳定的站上了更高一级的台阶上。

二、问答环节

1、Q：公司在发光、分子、病理平台取得突破性成果，这些项目在渠道端布局的情况，以及在渠道端拓展的思路？

A：分子和病理是我们新的产品线的业务。之前产品线布局主要是在免疫和电化学方面，在分子和病理方面是缺乏的，但是诊断要往早筛和精准诊断方面发展的话，必须把分子和病理平台搭建起来，这是我们的逻辑。

对于分子来讲，我们从 17 年开始到现在已经 5 年多。第一阶段，主要是以跟海外的 poc 分子诊断公司合作为主。第二阶段是独立自主的去创新。这些年我们做了两个平台，一个是优卡斯，一个是优博斯。优卡斯的特点就是快，30 分钟就可以出结果。优博斯的特点是多靶点、多重性的特点。优卡斯在新冠期间已经在海外上市，在海外市场也被越来越多的国家接受。我们在不断丰富产品线，从开始的新冠检测到新冠流感联检，再到新冠、流感、合胞病毒检测，包括去年的猴痘检测，都在积极的做产品的推广。优博斯去年初拿到了仪器证，第一个试剂产品是新冠和流感的联检产品，这个试剂还在注册过程中。我们还规划要把通量提高，搭建第二代 poc 和中高通量的分子平台。我们认为分子未来还是有非常广泛的前景，我们最近投资了普译，做纳米孔测序的平台，这都是我们在分子方面的布局。

在病理方面，我们从 18 年开始布局的。第一，因为精准医疗是离不开病理的，不管什么时候，病理检测都是金标准。第二，在那个时间点，国内病理行业还是比较落后，所以我们想通过自动化病理、数字化病理、分子病理来切入到病理的赛道，我们也是按照这个思路在走。在自动化病理方面，首先我们开发了 PA3600 全自动免疫组化仪，上市之后反响比较好，在这个基础上，我们在做自己的二抗，配合仪器的销售，把产品推出去。

另外在数字病理方面，我们通过几个投资来实现的。这几个公司也在发展，有的已经完成了第二轮和第三轮的融资。在分子病理层面，我们也在布局，

找一些病理的、肿瘤的新靶点，包括 MSI 还有甲基化的方向，通过分子和病理的布局，为公司未来业务的持续增长来做出更大的贡献。

2、Q：从技术平台的拆分来看，去年各个平台的收入情况，以及分子和病理未来预计的销量？

A：从技术平台的角度来看，胶体金去年的占比肯定是最大的。荧光和胶体金应该是占到了去年总体收入的 90%以上。

新兴平台，包括像分子、病理，还不会这么快有收入层面的呈现，现在更多的是在注册、渠道、终端等层面做些准备和布局。化学发光去年是快速上量的一个平台，和 2021 年相比有翻倍的增长，所以化学发光的业绩增长态势是非常好的。

3、Q：22 年毛利率有所下滑，今年各个产品线毛利率的预计，以及目前终端的情况大概是怎样的？

A：22 年无论从公司整体毛利率，还是各条产品线的毛利率，都跟往年会有一些差别。主要原因还是来自于新冠业务的波动性，第一个是销售节奏的波动性，第二个是成本的波动性，第三是价格的波动性。这也导致毛利率变动较大。

今年的主要任务和目标是回归到常规业务，在年初做年度规划预算的时候，整体的毛利率水平是要回归到我们疫情之前常规业务的毛利率的水平。

尽管过程当中可能会遇到，比如集采影响等一些情况，但我们一直在从质量和成本来降本增效，并且努力提升产品的质量，去应对外部价格竞争的压力。我们希望从今年开始，毛利率水平逐步回归到正常水平。

4、Q：对于上游产业链的并购打算？

A：我们始终认为上市公司应该是两条腿走路，一条是内生式的增长，另一条通过并购的方式来支持公司战略发展。

在并购方面，我们也做了很多的尝试，总结下来有成功的，也有失败的。我们对天深生物的并购还是做得非常好。现在这个业务跟我们的管式发光业务完全融合起来，而且可以形成我们对于发光赛道全面的覆盖，包括 poct 的发光，以及中心实验室的发光。未来我们还是会继续去抓机会，但并购还是要在市场上找到好的契机，包括标的本身的质量，标的团队在理念层面的契合，

还有价格的因素等。我们不会盲目的去为了并购而并购，要找到合适的机会，最重要的还是在战略层面，要符合公司的发展战略。

5、Q：今年海外增长预期是怎样的？

A：海外业务一直是万孚的亮点和优势。我们布局近 20 年的时间来建设海外的团队和渠道，拓展海外市场。海外收入在万孚收入占比还是非常高的。我们一直遵循着国内、国际双循环，以国内循环为主的方向在走。在国内，我们通过提升、夯实我们 POCT 的领导地位，去拓展我们的业务。在海外，虽然形势比较严峻，但市场相对广阔，我们在美国、欧洲、南美、中东、亚洲，包括俄罗斯都有布局。另外我们基于场景来做产品整合的推广，也给我们海外市场突破创造了更好的机会。对于海外市场，我们每年都有比较高的预计，今年也不例外。2022 年因为各种因素影响，虽然海外业务也有增长，但是没有达到预期。今年回归正常，我们也在重点国家做本地化的策略，和重点国家的推广策略，今年对国际部的增长，我们还是非常期待的。

6、Q：去年做了一些商誉资产减值和应收账款减值，去年的减值的政策是否有发生一些变化，未来是否存在可能减值的情况？

A：首先，不管是信用减值损失还是资产减值损失，整个会计政策和具体的标准和原则是没有变化的。信用减值损失主要包含的科目是其他应收款和应收账款这两块。尽管我们收入增长了很多，我们应收账款的管理，包括资金的回笼状态还是不错的，所以信用减值损失是没有增加的，相反可能应收账款的计提金额比去年同期还会有些下降。

第二点是关于资产减值损失，今年主要变化点是在商誉减值和无形资产，商誉减值是因为我们收购的莱尔公司，前几年整体的经营状况还是不错的，但是这疫情三年对小企业的影响还是蛮大的，所以它整个业务跟我们的预期发生了较大的差距。所以我们基于对莱尔未来的评估，计提了大概 3,800 万的商誉减值与商誉相对应的无形资产。

存货跌价准备和固定资产的减值损失是基于疫情三年对公司的常规业务影响的处理，其实不仅是对万孚，应该对整个行业都会有一些影响。我们出于谨慎的考虑，把一些后续不太可能进行销售的一些产成品、原材料，计提了一个减值准备，但是整体来说，从会计准则这方面来看，是没有变化的。

7、Q：利润率方面，今年会有一些什么举措来维持住常规业务的一个利润率的稳定？

A：我们现在的主要精力就是回归到常规业务，研产销的布局和目标制定，是基于今年和未来3~5年来做配置，不能完全为了今年的利润率，减少对未来的一些投入；或者完全为了未来的收入而加大投入，忽略今年的利润达成。我们会兼顾长期和短期，制定每年的经营目标和经营指标。

关于今年的毛利率，我们会根据销售目标，毛利率目标，再来匹配销售、研发和管理这三大板块的资源配置，形成公司的整体盈利目标。今年我们的目标是逐步回归到常规业务的盈利水平。因为新冠我们加大的部分投入和人员配置，是要慢慢去做消化的。我们会降本增效，提升我们内部的运营效率，以及考虑到集采可能带来的影响。综合以上这些因素，我们预计通过大概3~5年的时间，会逐步回归到以往的盈利水平。

8、Q：传染病检测剔除掉新冠，常规的只有4-5亿，相比2021年有所下滑，这个是因为新冠挤占了我们的产能，还是终端需求出现明显的下滑？

A：我们两个大的核心平台是传染病和慢病管理。之前因为新冠的因素，很多的医院的门诊都没有开，确实对我们的常规业务是有一定影响。

第二点是产能方面，疫情导致新冠业务波动性很大，需求来的猛烈，我们在产能交付方面，会根据不同的时期有所倾斜。比如在新冠产品保供阶段，我们肯定是以新冠优先。我们也想了很多办法，尽量避免影响我们的常规业务，但在实际运行和管理过程中是不可避免的。但是从业务的角度来看，它的下滑是多方因素导致的，不完全是因为新冠或是交付影响，而且其实很难把新冠业务跟常规业务完全切开来，因为很多费用投入包括管理费用，是两边都需要的。

9、Q：在新冠当中，有些常规的业务交付受到影响，我们的市场份额是否下降？未来没有新冠的情况下，预计市场份额会是什么样水平？

A：市场份额肯定是在增加的。新冠本身对我们品牌的宣传推广是起到正向的作用，只会让我们影响力覆盖更广。

对于万孚来讲，我们很明显的竞争优势就是我们多产品线的布局，某一块业务可能有点受损，但是其他的业务还是能够起得来。并且新冠业务还是对

常规业务做了一个很好的补充，所以公司整体业务的韧性还是非常强的。今年公司常规业务修复是大的趋势。

10、Q: 对标疫情之前，我们业务的恢复情况，以及在一季度流感爆发的情况下，相关的检测品类表现如何？

A: 从市场需求的角度来讲，公司的 poct 仪器在过去主要是投放在两个类型的终端，主要是基层医疗机构以及大医院。去年在基层医疗的终端，我们的市场需求有一个明显的下滑，这是大的趋势所造成的。对于这些基层医疗的工作人员来说，今年也要回归到做常规业务的主业，所以基层市场今年又活过来了，这块的恢复和增长是很明显的。而在大医院，今年门诊量和样本量肯定也是上升的趋势。因此从市场需求的角度来讲，疫情放开之后，不管是厂商还是经销商，大家信心上也有很明显的恢复。

从海外的两个销售事业部来看，去年开拓海外业务是比较困难的。今年海外的两个销售事业部也都动了起来。比如在阿拉伯地区的医疗器械展，我们都有参与，美国的同事在加拿大和美国各大城市的出差也非常的频繁。今年整体海外事业部的干劲也都提上来。

流感产品也是超我们预期的。今年放开之后，流感确实有个小的检测高峰，我们也是抓住这个机会。

11、Q: 今年会有哪些新品上市？有哪些亮点？

A: 从产品管线的角度，我们各个平台今年都有重磅新品上市的计划。

免疫荧光平台，我们从去年开始做整个系统的升级，升级过的免疫荧光平台在性能方面，包括重复性、灵敏度都会有更好的表现，产品竞争力会提升。化学发光平台，有若干仪器获证规划。电化学平台，前两年我们已经成功导入了血栓弹力图，今年我们的湿式血气仪器有望获证。分子和病理平台，我们今年也有一些检测项目在做注册的流程，年底也会有几个产品获证。所以从整体产品管线的角度，公司经过过去两三年的铺垫，今年会进入到收获期，今年会有比较多的重点产品有上市预期。

12、Q: 未来集采的情况？

A: 今年集采也在不断的推行，集采的方式和力度可能跟之前都有些调整 and 变化，集采的目的是希望降低医疗费用的支出，减轻老百姓的负担，也减轻

国家财政的负担。但对于创新注册产品是不在集采范畴里的。对于集采，对于降低医疗费用来讲，不仅是国家，也是我们企业的责任。我们自己也会不断的对产品来做一些改善，以更优的成本来提供给用户。另一方面也会促进我们在创新层面去做更大的投入，因为只有创新才能保持公司的稳定增长。一方面是针对老品的挖潜，另一方面是新品的创新，我们会两手抓。

13、Q：今年的业绩指引？

A：从去年的10月开始，我们一直在做2023年和未来5年的经营规划。从内部的角度来说，通过复盘之后，我们还是希望从今年开始，逐步回归到正常的水平。我们定的目标还是回归到以往的常规业务，基于过去3~5年的复合增长率，给自己定的目标。这个目标也会受很多外部因素的影响，包括地缘政治的因素等。国内强调要加强内循环，但这和国内经济的大趋势也是密切相关的，我们也会为自己的目标不停努力。