

投资者关系活动记录表

证券代码：688293

证券简称：奥浦迈

活动日期：2023年10月31日 9:00-10:00 奥浦迈2023年第三季度报告业绩交流会

活动地点：线上电话会议

参会机构：

华夏久盈资产管理有限责任公司、天风（上海）证券资产管理有限公司、德邦证券资产管理有限公司、上海易正朗投资管理有限公司、上海域秀资产管理有限公司、上海景领投资管理有限公司、东海证券股份有限公司上海证券自营分公司、上海勤远私募基金管理中心（有限合伙）、兴合基金管理有限公司、野村东方国际证券有限公司、上海峰岚资产管理有限公司、招商证券资产管理有限公司、浙江纳轩私募基金管理有限公司、上海光大证券资产管理有限公司、中国守正基金（香港）有限公司、远信（珠海）私募基金管理有限公司、上海希瓦私募基金管理中心（有限合伙）、上海人寿保险股份有限公司、鑫元基金管理有限公司、大成基金管理有限公司、上海睿扬投资管理有限公司、兴业证券股份有限公司、浙商基金管理有限公司、上海翀云投资管理有限公司、上汽顾臻（上海）资产管理有限公司、浙商证券股份有限公司、泰信基金管理有限公司、诺安基金管理有限公司、广州谢诺投资集团有限公司、万和证券股份有限公司、天虫资本管理有限公司、上海昱奕资产管理有限公司、上海曜川私募基金管理有限公司、深圳市惠通基金管理有限公司、国金证券、国盛证券、信达澳亚基金管理有限公司、东吴证券股份有限公司、安信证券、上海丹羿投资管理合伙企业（普通合伙）、广发基金管理有限公司、嘉合基金管理有限公司、景顺长城基金管理有限公司、财通证券、浙商基金管理有限公司、西藏合众易晟投资管理有限责任公司、中金、华西医药、长城证券、淡水泉投资、一带一路资管、创金合信基金管理有限公司、中融汇信投资有限公司、首创证券、上海慎知资产管理合伙企业（有限合伙）、太平洋证券、东兴基金管理有限公司、上海禧弘私募基金管理有限公司、招商证券、红土创新基金管理有限公司、国海医药、上海宁泉资产管理有限公司、海通研究所、碧云银霞投资管理咨询（上海）有限公司、民生证券研究院、平安证券、Fidelity 富达基金、赞庚投资、海通证券、上海蓝墨投资管理有限公司、东海证券股份有限公司、东方阿尔法基金管理有限公司、上海道仁资产管理有限公司、华福证券、兴业基金管理有限公司、泰康资产管理有限责任公司、青骊投资管理（上海）有限公司、深圳睿泉毅信投资管理有限公司、兴业证券股份有限公司、深圳市涌容资产管理有限公司、国信证券、中国人寿养老保险股份有限公司、绿地金融投资控股集团有限公司、中银基金管理有限公司、华能贵诚信托有限公司、华融证券股份有限公司、中国人保资产管理有限公司、巨杉（上海）资产管理有限公司、汇添富基金管理股份有限公司、东海证券股份有限公司、百年保险资产管理有限责任公司、华金证券股份有限公司、深圳创富兆业金融管理有限公司、上海君和立成投资管理中心（有限合伙）、上海鹤禧投资管理有限公司、第一北京投资有限公司、混沌天成资产管理（上海）有限公司、中信建投证券股份有限公司、华夏久盈资产管理有限责任公司、上海洋谊投资管理有限公司、上海森锦投资管理有限公司、上海高毅资产管理合伙企业（有限合伙）、中金、坚果投资股份有限公司、民生加银基金管理有限公司、华融证券股份有限公司、中信证券、上海巴沃投资控股有限公司、中邮创业基金管理股份有限公司、华安基金管理有限公司、光大证券、上海高毅资产管理合伙企业（有限合伙）、农银汇理基金管理有限公司、嘉实基金管理有限公司、华富基金管理有限公司、海通创新、工银瑞信

基金管理有限公司、光大永明资产管理股份有限公司、智诚海威、阳光资产管理股份有限公司、友邦人寿保险有限公司、泰达宏利基金管理有限公司、申万菱信基金管理有限公司、易方达基金管理有限公司、东方证券股份有限公司、中信证券股份有限公司、开源证券研究所、兴业基金管理有限公司、相聚资本管理有限公司、长江养老保险股份有限公司、华夏基金管理有限公司、上海璞远资产管理有限公司、华泰证券股份有限公司、兴证全球基金管理有限公司、国泰基金管理有限公司、北信瑞丰基金管理有限公司、西藏合众易晟投资管理有限责任公司、国华人寿、德邦基金管理有限公司、招商证券股份有限公司、上海人寿保险股份有限公司、鑫元基金管理有限公司、华金证券股份有限公司、亚太财产保险有限公司、杭州宇迪投资管理有限公司、九泰基金管理有限公司、民生证券研究所、国金证券、新沃基金管理有限公司、国海医药、浙商证券股份有限公司、中银基金管理有限公司、上海复杉投资管理有限公司、南京星然私募投资基金有限公司

活动类别： 特定对象调研 分析师会议
 媒体采访 业绩说明会
 新闻发布会 路演活动
 现场参观 其他（ ）

公司接待人员：

董事长肖志华； 董事会秘书、财务总监倪亮萍； 证券事务代表马潇寒。

会议记录：

一、公司 2023 年第三季度整体经营情况介绍：

1、肖博士介绍公司整体经营情况：

2023 生物医药行业持续面临较大挑战，我们的业务也受到了一定影响，收入较去年同期有所下降。但是公司依然长期看好行业发展，一直致力于提高产品质量、加速新产品研发、拓宽业务边界，公司围绕着“Cell Culture and Beyond”的愿景，致力于给生物医药行业提供完整的上游产品和服务的解决方案。具体分享以下几个方面：

1. 客户临床推进，尤其是高质量客户的核心管线项目推进顺利。

截至报告期末，公司累计服务了超过 1,300 家国内外生物制药企业和科研院所。今年疫情影响已基本出清，蛋白抗体药物的临床推进恢复和加速，公司推出的新一代高性能目录培养基产品和定制化培养基开发服务的优异表现，以及新增客户的持续拓展，使用公司培养基产品的管线持续增加，大客户核心后期临床管线培养基锁定，以及上市后变更项目推进顺利。截至报告期末，已确定 162 个研发管线使用公司的细胞培养基，而在 2021 年底和 2022 年底这个数字分别是 74 个和 111 个。具体来看，162 个中处于临床前阶段有 94 个、临床 I 期阶段 36 个、临床 II 期阶段 10 个、临床 III 期阶段 19 个、商业化生产阶段 3 个；相较 2022 年末增加 51 个，增长幅度 45.95%，这个统计数字是扣除了重组蛋白特定疫苗后的管线数目。公司具体管线情况如下：

| 年份 | 临床前 | 临床 I 期 | 临床 II 期 | 临床 III 期 | 商业化 | 合计 |
|----|-----|--------|---------|----------|-----|----|
|----|-----|--------|---------|----------|-----|----|

| | | | | | | |
|-----------|----|----|----|----|---|-----|
| 2022 年末 | 70 | 19 | 7 | 14 | 1 | 111 |
| 2023.9.30 | 94 | 36 | 10 | 19 | 3 | 162 |
| 变动数量 | 24 | 17 | 3 | 5 | 2 | 51 |

(2) 推出全新一代产品和服务，强化定制化培养基开发

公司一直重视在细胞培养领域的新产品、新服务技术的开发，致力于为客户提供更优的产品和更优的服务。报告期内，公司通过多种方式拓宽研发边界，持续加大研发投入。

“持续优化”是奥浦迈核心理念，公司持续优化蛋白抗体领域 CHO 和 293 细胞培养基，扩大技术护城河。今年 4 月份，公司推出全新一代“星空系列”培养基，代表性的爆款产品 StarCHO、SagiCHO、AltairCHO Feed Plus、VegaCHO Feed Plus、StarCHO Feed 等，已经多家客户测试并获得了好评，并在中试项目上使用，形成了持续的销售订单。

在蛋白抗体领域，除了传统的流加培养基，公司也加大力度开发灌流细胞培养基，以适应不同应用场景的需求。新灌流培养基在提高细胞密度，维持灌流培养活率和抗体产率上显示优异的结果。

在巩固和强化蛋白抗体领域优势的同时，今年公司开始加快进入疫苗市场，特别是兽用疫苗市场，这个是公司的重要战略目标之一。中国是养殖业大国，中国动物疫苗企业的未来增长潜力巨大。传统的兽用疫苗领域主要使用 BHK 和 MDCK 细胞培养基，人用疫苗领域细胞以 Vero 和二倍体细胞为主。当前，昆虫细胞培养在企业 and 科研中也开始应用；CHO 细胞、293 细胞作为宿主细胞在疫苗企业中的应用也在逐步推广。报告期内，公司加大在疫苗培养基领域的研发力度，研发出了多种 BHK 培养基、MDCK 培养基、Vero 和二倍体细胞培养基、昆虫细胞培养基原型，均已在多家客户测试完成并获得认可，自去年推出上市以来销售额在季度间呈现持续上升的趋势，今年前三季度收入比去年同期增加了三倍多。

(3) 扩宽 CDMO 技术服务的广度和深度

在 CDMO 业务上，公司始终注重研发平台的拓展与优化，协助客户获得中美双报临床批件。在不断优化与加速抗体类蛋白（单抗，双抗，三抗及抗体片段等）的研发与生产平台的同时，持续提升对于非抗体类产品的开发能力，特别是重组蛋白、酶、细胞因子、病毒样颗粒等。

公司也积极拓展了抗体药物偶联物（ADC）的开发和生产平台，今年已完成一个偶联单克隆抗体项目的生产，产品回收率与质量均符合要求，在中试生产阶段实现裸抗生产、偶联生产、偶联后纯化生产，后续将根据 ADC 偶联生产项目的需求，增加相应设备设施，提供完善的 ADC 偶联服务。未来奥浦迈将有能力提供更多类型的偶联药物的一站式研发与生产服务。

公司持续建设分析平台能力，推出的 mRNA 等核酸药物的分析服务逐步显示成效，单独的分析服务项目收入增长显著。

（4）加大创新研发力度，启动奥华院和创新中心

公司深知创新研发是保持公司竞争力和中长期发展的保障。

2022 年 11 月，公司与华东理工大学签署科研战略合作协议，共同设立了奥华院。双方整合优势资源，围绕生物医药与细胞工程技术及产品进行创新开发，具体内容包括基因治疗用腺病毒新生产系统开发、生产用细胞株开发、细胞治疗培养基、细胞三维培养技术与类器官模型开发等国际先进创新技术，今年实验室已经翻修完成并投入使用，目前有多个项目已经开展。

公司成立了创新中心（Center of Excellence, COE），在转染试剂、琼脂糖、组织/细胞冻存液、干细胞培养等领域积极探索，已经有了多款突破性产品问世，突破了进口产品长期占领高端市场的技术壁垒。

（5）加快建设国际团队和 OPM US 实验室

2023 年，我们国际化速度加速，完成美国实验室场地选址及装修，部分设备采购，高管人才物色，重点客户攻关，迎接多个国际客户来技术交流，也积极拜访欧洲和美洲的大客户。培养基在国际药企的试用效果优异，已经运用在生产规模。在推广目录培养基和定制化培养基的同时，也积极推进国际客户配方的代加工项目，取得良好成绩。

2、倪总介绍公司财务业绩情况：

奥浦迈 2023 年前三季度实现营业收入 1.72 亿元，相较上年同期下降 23.05%。2022 年前三季度营业收入中用于体外检测试剂的培养基销售占比较大，报告期内该等业务较上年同期大幅减少。此外，去年某境外客户受地缘政治因素影响临时向公司采购大额培养基。剔除主要 IVD 企业客户及特定境外客户采购培养基收入的影响因素后，2023 年

前三季度收入较去年同期稳中有升，其中培养基收入上涨超过二十个百分点，体现了公司的培养基产品在以蛋白及抗体药物为主的中高端领域中的头部效应和强劲韧性。

公司第三季度实现营业收入 5,044 万，剔除 2022 年同期要 IVD 企业客户以及海外某重大客户因特殊原因采购培养基收入后较去年同期稳步上升。其中 CDMO 收入 1,450 万，较去年同期实现两位数增长。

自 2022 年下半年以来，宏观经济一直具有挑战性，今年经济活动明显放缓，客户的支出愈加谨慎，导致公司收入增长乏力。目前我们依然没有看到好转的迹象。公司募投项目之一“CDMO 生物药商业化生产平台项目”正在按计划建设中，预计于今年完成验证，两条 500L 和两条 2,000L 蛋白抗体生产线以及一条符合中美 GMP 要求、达到国际先进水平的液体制剂灌装线将投入生产，将大幅提升公司 CDMO 服务能力及竞争力，为将来的商业化生产做好充分准备。目前已有客户就 2000L 规模临床样品生产项目与公司进行商务洽谈，为产线投产后的订单保障提供了可能性。

受收入减少的不利影响，公司前三季度毛利率 58.8%，较去年同期下降 7.9 个百分点。在目前大环境不利的情况下，公司加紧修炼内功，加强内部管理，梳理工作流程，加强质量控制，提高工作效率，控制生产成本。根据现有的管线情况，明年预计有更多进入临床 III 期及商业化的药品管线，届时培养基产销量将大幅提升。公司趁大环境不好的时候加强内部建设，增强我们的长期竞争地位，为未来的业务增长做好充分的准备。

公司 2023 前三季度实现归属于上市公司股东的净利润 4,318 万元，相较上年同期下降 48.03%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 3,170 万元，相较上年同期下降 56.86%。基本每股收益 0.38 元，比上年同期下降 70.77%。

2023 年前三季度经营性现金流净流入 3,401 万，由于部分 Biotech 客户融资遇到一定困难，支出愈加谨慎，导致公司的回款速度变慢。

今年前三季度，公司研发投入合计 3,275 万元，占营业收入的 19.08%，相较上年同期增长 34.50%。作为一家科创板上市的高新技术企业，公司一直高度重视科技研发工作，不断创新产品结构，丰富产品品类和服务类型。2022 年 11 月，公司与华东理工大学签署科研战略合作协议，共同设立奥华院，在多个国际先进创新技术领域开展合作研究。2022 年 12 月，公司设立控股子公司奥睿纯，专注于琼脂糖的研发，目前已经取得了阶段性进展，形成了销售。今年公司成立了创新中心，在转染试剂、组织/细胞冻存液

等领域积极探索，已经有了多款突破性产品问世。另外，公司 CDMO 也积极拓展服务范围，成功研发出适合灌流的培养基产品以及细胞培养技术；同时拓展了抗体药物偶联物（ADC）的开发和生产平台，目前已完成一个 PEG 偶联单克隆抗体项目的生产，产品回收率与质量均符合要求，在中试生产阶段实现裸抗生产、偶联生产、偶联后纯化生产，后续将根据 ADC 偶联生产项目的需求，增加相应设备设施，提供完善的 ADC 偶联服务。未来奥浦迈将有能力提供更多类型的偶联药物的一站式研发与生产服务。

最后，公司将竭力做好未来经营工作，力争以更好的经营业绩回报广大投资者。

二、提问交流：

Q：公司前三季度毛利率环比也有一定的下滑，主要是什么因素导致的？是产品的结构问题还是部分产品价格也有压力？

A：公司三季度收入端拆分了 CDMO 和培养基，整体 Q3 毛利率的下滑主要是因为结构性的影响。单独从两块业务来看，就培养基而言，Q3 的毛利率水平相较 Q2 是有所提升的，而 CDMO 的收入确实相对较低一些，尽管已经实现了两位数的增长，但是从绝对金额上来看还是相对较少的，一方面是因为目前 CDMO 行业景气度的影响，另外一方面也是因为我们在 CDMO 业务当中投入了厂房、设备、人员等资源，这些费用相对比较固定，而 CDMO 收入相对较低没办法及时摊薄这些固定成本，所以导致了 CDMO 的毛利率受到影响，也就影响了整体的毛利率水平。

Q：请公司具体分享一下国内外管线目前的进展情况，以及这些管线是否在 2023 年 Q4 以及明年开始备货？

A：目前从我们管线上来看，商业化新增 1 个，这个对于奥浦迈来说是具有里程碑意义的事情。其他的管线当中，部分三期的管线已经处于上市申报阶段，当然具体的进度还要看客户与 CDE 的沟通。一般情况下，客户会在第四季度把明年的大致预估的需求给我们，我们会和客户进行沟通，后续客户会以订单的形式下单，那么我们确认收入会根据具体的订单情况以及公司收入确认政策来。海外的客户变更项目目前来看进展也相对顺利，我们目前还在等待客户的消息，海外的客户如果变更完成，一方面具有里程碑的意义，另外一方面基于客户需求的体量，也会给公司带来从百万级美金到千万级美金的体量的收入。

Q: 目前来看四季度的情况如何，比如说客户的续单情况，季度间的环比趋势对比怎么样？另外看到我们管线上新增了商业化项目，想问一下这个商业化项目对于明年收入的贡献大概是一个什么样的量级？

A: 我们从客户的来访情况，包括客户对我们的现场审计、拜访等的程度来看，我们会发现从大概在 8 月底以后客户的活跃度情况会比上半年逐渐变好，一些大型药企如果明年有临床后期以及商业化的项目，他们现在也会开始陆续进入年终预算过程当中，所以整体来看，我们能够感受到客户的活跃度从三季度中下以后到现在呈现出持续向好的迹象。但是，从客户的活跃度到最后订单落地仍然需要一段时间，不会立马体现在业绩上。

Q: 从管线进度来看，后端项目开始持续进入收获期，不光是商业化项目的增加，临床 III 期项目也在储备，所以想问一下目前公司临床 III 期项目中大概有多少个项目在未来两年会持续的推进商业化，这个大概比例是怎么样？

A: 三期项目一般来说有两个来源，一方面是原来二期的项目向后推进到三期，比如说像我们的头部客户的一些项目。另外一方面是因为客户工艺变更切入进去的，但是具体比例我们没有计算过。

Q: 动物疫苗领域的竞争相对而言会比较激烈，这块业务目前毛利率如何？会不会对整体毛利率带来影响？

A: 目前不会。动物疫苗领域的竞争主要是国内厂商之间的竞争，目前在动物疫苗领域我们进入的还是相对比较少，整体占我们业务比重也不是很大。另外，我们现在在看非洲猪瘟的项目，主要应用的是 293 的项目，有点类似于蛋白抗体，单价会低一些，但是因为我们现在有一定产能，它不会影响到毛利率，只会让我们的生产效率更加提高。

Q: 公司培养基的管线数量相比于年初增加到了 162 条，增幅 46%，但是我们培养基主业的增长是超过 20%，想请教一下管线数量的增速和相关收入的增速之间差异存在的原因是什么？是不是有一个收入上的滞后，以及是否意味着我们晚些时候会看到公司培养基业务更快的增长？

A: 对的，比如说某一项目的临床 II 期可能要做一年多时间，在这一段时间都不太会进行新的培养基的采购，当然也有一种可能是当项目临床进入到 III 期，客户能够预计到很快进入商业化，那么客户会为了商业化进行提前的备采，所以实际采购和项目所处的临床阶段会有一个天然的时间上的错配，只有当这个项目进入到商业化阶段，同时商业化阶段的销售爬坡进入稳态，那么在这个时候的采购量和项目阶段才会有很强的线性关系。所以我们会看到管线增长速度和收入增长速度不一致的情况，是因为我们目前管线的数量增长都是比较早期的项目，早期的项目相对后期的项目培养基的用量会比较小，占整体收入的比例也不大。

Q: 公司第三季度研发费用增长比较快，请问公司研发费用投入主要集中在哪些方面？后续对研发费用投入节奏的展望以及投入方向上的大概规划是什么？

A: 第一，在细胞培养领域会持续加强，主要是迭代我们的自有产品，比如在今年第一季度我们推出的“星空系列”产品的迭代升级，在产品的普适性、用户使用等方面会有进一步的提升；另外在新产品方面，比如我们在动物疫苗领域推出了昆虫细胞培养基等产品，这些也会为公司未来进入动物疫苗培养基市场奠定良好的基础。

第二，我们会加大围绕着细胞培养为核心的非培养基的产品上进行投入，这些产品主要应用领域也是跟细胞培养基密切相关，跟我们有很好的协同效应。

第三，和奥华院产学研一体化的合作，会进行产业前端以及前沿技术进行探索；

第四，在 CDMO 业务领域，投入主要应用在两方面，一方面是我们的募投项目 D3 项目要推进了，这个项目会为我们的商业化以及临床三期 2,000 升生产规模奠定基础，从现在 500 升的生产规模到 2,000 升的规模需要提前准备好生产工艺和生产平台技术；加之目前我们现在没有制剂的能力，未来也会对补足这方面的能力建成一条国际领先的制剂生产线，所以在这一领域上我们也提前布局了相应的人员以及设备进行相关能力建设，同时也会投入一部分研发费用。另外就是在 CDMO 业务领域当中新业务服务范围拓展，也可以看到我们现在已经服务了 ADC 的客户，未来我们在 CDMO 服务范畴当中将有能力从抗体药领域扩展到 ADC 领域。

Q: 明后年 capex 支出大概体量？

A: 公司 capex 支出其实主要还是跟随着公司制定的战略规划，目前我们募投项目还在建设过程当中，在研发项目上，接下来预计还会有 1,000-2,000 万的支出；在新业务拓展上面，我们规划 1 年预计有 1,000 万左右和设备支出，另外目前公司有一块新的土地正在建设过程当中，在未来两年内土地建设大概有 1.5 个亿的支出。

Q: 对于未来整个宏观需求端的判断是什么样的？预计什么时候会迎来行业拐点？

A: 从客户来访角度来看，从 8 月底开始，客户的活跃程度其实是一个月比一个月好的，比较明显的一个体现就是客户询单的活跃度，特别是在培养基这块业务，后期临床项目的合作和咨询的意向其实是远远比我们之前想象的要好一些。但是，伴随着推进到临床相对后期的项目，项目涉及的金额会相对更大一些，那么和客户之间洽谈的时间也会变的更长。

Q: 短期来看明后年培养基确定的收入增长来源？

A: 一方面，是推进到相对后期的项目未来的放量，另外一方面是我们不断去拓展新的管线的增量，还有客户商业化项目变更完成之后带来的增量，以及我们在动物疫苗领域拓展、OEM 业务的增量，加上围绕着细胞培养为核心的非培养基的产品的销售以及海外市场的拓展，这些都会为公司带来业务上的增长。

Q: 目前国内培养基的竞争态势会维持多久？

A: 从国内培养基市场来看是寡头垄断的市场，在中高端的蛋白抗体药物领域，先发优势很重要，我们认为国内不会有更多的培养基公司出来，所以在中高端市场领域碰到比较多的是海外品牌的友商。从 IPO 的角度而言，我们现在是国内第一家上市的培养基公司，或许在未来一段时间内我们也会是唯一的，在这个情况下，我们有足够的优势，并且也会充分借助这个优势把我们的护城河建立的更大更深。

会议记录人:

倪嘉莹

填表人:

马潇奥

填表日期:

2023.11.1.