

证券代码：688426

证券简称：康为世纪

江苏康为世纪生物科技股份有限公司
2023 年 11 月份投资者来访记录汇总表

投资者 来访 类型	<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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议等）
访谈单 位及人 员信息	德邦证券研究所医药联席首席分析师：刘闯 德邦证券研究所医药行业研究员：梁裕 东吴证券医药行业研究员：张坤 安信基金管理有限公司：方瑾 上银基金管理有限公司：纪晓天
时间	2023 年 11 月 14 日、16 日下午 14:00-16:00
地点	江苏省泰州市医药高新区泽兰路 18 号公司 2 楼会议室
上市公 司参加 人员	董事、副总经理、董事会秘书：戚玉柏 证券事务部经理：王涛
活动主要 内容介绍	<p>Q1：公司 2023 年第三季度业绩下降的原因是什么？</p> <p>A：报告期内，受市场环境影响，公司检测业务需求下降，销售收入减少，而销售费用、管理费用、研发费用等支出较去年同期有所增加等因素叠加所致。</p> <p>Q2：2023 年 1-9 月公司研发投入增长的原因是什么？</p> <p>A：今年 1-9 月，公司研发投入较上期同比增长 38.02%，主要系：</p> <p>（1）为了满足公司现有产品的更新迭代以及新产品的开发，不断巩固和提升公司在分子检测行业的竞争优势，报告期内研发人员的数量和高学历者较</p>

<p>活动主要内容介绍</p>	<p>去年同期均有比较大的增长。</p> <p>(2) 为了加快推进多款产品医疗器械注册证的注册/备案进程, 丰富上市产品品类, 报告期内公司临床检测费用以及临床评审费用较去年同期有所增加, 同时因为研发设备需要按照会计准则进行折旧摊销, 该部分折旧摊销较去年同期也有一定增加。</p> <p>Q3: 2023年1-9月公司业绩较去年同期下降较多, 请问管理层对此有何应对举措?</p> <p>A: 公司业绩的下降既有外部需求不及预期的影响, 也与公司销售力量有待加强等内部因素有关, 为此管理层积极组织研发、生产、销售等方面的骨干员工召开多次开会, 认真讨论分析后采取了以下对策:</p> <p>(1) 研发方面: 继续坚定不移的支持有发展前景的研发项目, 不断巩固自身的研发优势和新产品的开发力度。</p> <p>(2) 销售方面: 优化薪酬结构, 强化对销售人员的业绩奖励机制, 同时通过新媒体开展有针对性的营销宣传方案, 将知识性、趣味性、实用性有机结合, 提高潜在客户向真实客户的转化率, 提高原有客户的复购率和采购量。</p> <p>(3) 生产方面: 落实精益生产的作业模式, 狠抓产品质量与品质的稳定性, 同时建立生产员工的长期技能培训机制, 倡导、奖励提出改进生产方案的“设计者”, 奖励积极落实改进方案并提高作业效率的“实干者”。</p> <p>Q4: 公司是否有推出例如第二类限制性股票用以留住人才、激励人才的计划?</p> <p>A: 公司的发展离不开人才, 我们始终坚持留住人才与发展人才并举。既要有共同的事业发展观, 又要有一套成熟且完整地薪酬激励体系。这里的薪酬不仅仅指工资, 还包括股权激励(也包括第二类限制性股票激励计划), 期权激励。而且今后公司将不断完善考核体系和激励体系, 做到个人发展与公司发展紧密地结合起来, 持续推进公司人才队伍建设。</p> <p>上市前, 即 2020 年 8 月和 2021 年 6 月、9 月, 公司通过康为同舟、康为</p>
-----------------	--

<p>活动主要内容介绍</p>	<p>共济、康为众志三家员工持股平台向核心技术人才、骨干员工进行股权激励。公司于2021年8月又开展了期权激励计划，向核心技术人才、骨干员工等授予了股票期权，该期权激励计划还在正常实施过程中。</p> <p>另外，公司在地理上布局实现了“一体多翼”的模式，即以江苏泰州为总部驻地，又在国外如美国，国内的北京、上海等地设立了分公司、子公司以吸引当地优秀人才加入。</p> <p>Q5：请问公司境外销售情况如何？公司对境外市场的未来规划是什么？</p> <p>A：受境外政策变化的影响，公司2023年1-9月境外销售收入较去年同期有一定下降。但从长远来看，境外市场的销售潜力仍然巨大，公司对境外市场很重视，也配置了专门对接境外业务的国际营销团队。</p> <p>海外市场拓展计划：未来公司将继续走全球化战略，重点突破、以点带面，集中优势资源选择重点市场进行深耕式营销。具体方面，结合国外市场（尤其是东南亚以及中东市场）需求和公司海外营销发展规划，优化海外营销网络布局，精准地掌握海外客户需求动态，全面提升针对代理商、经销商的服务质量，加强海外专家关系建设及公司产品的海外市场推广。积极为公司新品推广以及保持原有产品持续的市场竞争力提供全方位支持。</p>
<p>附件清单</p>	<p>无</p>