

投资者关系活动记录表

证券代码：688293

证券简称：奥浦迈

编号：2024-011

活动日期：2024年11月6日 东吴证券策略会、招商证券策略会
活动地点：金茂凯悦酒店、金陵紫金山大酒店
参会机构： 长江养老保险股份有限公司、太平基金管理有限公司、名禹资产、上海森锦投资管理有限公司、国君资管、上海禧弘私募基金管理有限公司、淡水泉（北京）投资管理有限公司、国华兴益保险资管、域秀资产、海创基金、招银理财、凯石基金管理有限公司、汇添富基金管理有限公司、前海开源基金管理有限公司、华创自营、宁银理财有限责任公司、鹤禧投资、嘉实基金管理有限公司、东方证券自营、野村资管、华宝基金管理有限公司、平安资产管理有限责任公司、长城基金、嘉实基金管理有限公司、汐泰投资、高毅资产、国君资管、天治基金、中银国际证券资管部、兴业自营、华泰证券资管、鼎锋资产、明泓投资、保银投资、中加基金管理有限公司、深圳市红筹投资有限公司、光大保德信基金管理有限公司、聚鸣投资、循远资产、富国基金管理有限公司、浙商资管、融通基金管理有限公司、信达澳亚基金、东吴基金、国联基金管理有限公司、慎知投资、浙商基金管理有限公司、正心谷资本、赞庚投资、兴银理财、丹羿投资、瀚亚投资、东吴投行、光证资管、华泰保兴基金管理有限公司、天弘基金管理有限公司、惠通基金、鑫元基金管理有限公司、苏州城投产业发展、中银证券资管、上海中庸管理咨询有限公司
活动类别： <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（ ）
公司接待人员： 董事会秘书马潇寒
Q：公司目前商业化项目的收入占比多少？ A：截至2024年9月30日，已确定中试工艺的药品的研发管线使用公司的细胞培养基产品的商业化项目共有8个，相较于去年年末增加5个。但是每个客户采购培养基的节奏，取决于客户项目的获批节奏、终端销售情况等因素。因为每个商业化项目的情况都有所不同，具体还是要等这些项目稳定销售后进行测算。 Q：目前行业的竞争格局和价格趋势如何？ A：从全球市场来看，培养基业务的海外市场是国内市场的7-8倍左右，头部效应非常明显。我们认为，国内市场也会和海外市场呈现相同的趋势，先发优势非常重要，公司

在核心市场的竞争优势在逐步扩大，公司也将不断加大加深在蛋白抗体药物领域的护城河；从价格趋势来看，主要是因为量价关系带来的结构性影响。

Q：公司对未来几年的业绩预期如何？

A：考虑到行业变化以及宏观环境等多方面因素的扰动，公司在今年 8 月份调整了股权激励计划，关于公司未来的业绩预期，可以参考公司股权激励计划当中关于公司层面业绩考核指标的相关内容。在培养基业务方面，公司会不断加大并加深在该业务领域的护城河；在 CDMO 业务方面，未来伴随着行业的逐步好转以及客户情况的逐渐恢复，我们相信 CDMO 业务也会逐步改善。

Q：看到公司最近发布了减持公告，关于大股东减持这块目前是什么情况？

A：近期公司披露了持股 5% 以上股东的减持计划公告，在奥浦迈逐步发展的过程中，受到了很多基金股东的支持和帮助，从股东自身的角度他们也有资金和实业投资的需求，如有相关减持进展，公司会按照法律法规的要求及时协助股东履行信息披露义务，请投资者关注公司相关公告。

Q：公司未来人员招聘计划如何？

A：目前美国子公司的业务团队已经搭建完成，国内人员也会伴随着公司实际业务进行招聘。公司整体的人员招聘会根据业务需求以及业务推进的节奏来，不会盲目扩张。

会议记录人：

填表人：

填表日期：2024.11.11

投资者关系活动记录表

证券代码：688293

证券简称：奥浦迈

编号：2024-012

活动日期：2024年11月7日 下午15:00		
活动地点：公司会议室		
来访单位名称及人员：		
序号	机构名称	姓名
1	兴业证券	黄翰漾
2	兴业证券	王声亮
3	富国基金	姜恩铸
4	富国基金	彭维熙
5	华泰保兴	张蔚洁
6	中银资管	经煜甚
7	中银资管	李明蔚
活动类别： <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（ ）		
公司接待人员： 董事会秘书马潇寒；证券事务代表陈慧		
Q：公司海外获客的渠道是什么？ A：一方面，公司客户出海的同时会带着我们的产品出海，我们凭借自身的优异性能及可以接触到更多新的机会；另一方面，公司在美国设立了子公司，业务团队已经基本搭建完成，美国销售团队也会和海外药企进行拜访及现场审计。 Q：公司产品的毛利率如何？ A：产品业务的毛利率会维持在70%左右，伴随着培养基产品业务收入规模的不断上升，这块业务的规模效会比较明显。 Q：公司CDMO业务预期有好转的趋势吗？		

A: 公司 2024 年第三季度 CDMO 业务相较于去年同期相比呈现出正向增加，当然也和去年同期的基数相对较小有关。目前来看，在现行市场环境下，CDMO 业务终端价格承压较大是普遍面临的情况。CDMO 行业现阶段处于出清的过程中，只有通过不断提升自身工艺以及内部运营效率，才能够在这个激烈竞争的市场中活下来。我们相信，未来行业出清之后，伴随着客户的项目持续正常推进，CDMO 业务的亏损将进一步缩小。

Q: 培养基行业壁垒？目前越来越多的小公司进入到这个行业，是否可持续？

A: 培养基业务的先发优势非常重要，特别是在中高端的蛋白抗体药物领域。培养基行业壁垒主要是细胞培养基的配方和规模化的生产工艺，另外一方面就是品牌效应。公司深耕行业多年，建立了先进的细胞培养基产品开发与 CDMO 服务的研发、应用和产业化体系，是目前国内少数几家在产品工艺、质量方面可以与进口品牌相媲美的无血清细胞培养基生产厂家，同时公司借助科创板上市公司的平台，建立了良好的品牌效应。新进入者很难在短时间内获得配方、品牌效应及生产工艺能力。

Q: 培养基最终的销量是和什么相关？

A: 一方面取决于这款药品本身是否是大品种的药，另外一方面要看药企的销售能力。

会议记录人: 马建良

填表人: 陈慧

填表日期: 2024.11.11