



迈克生物股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-IR001

投资者关系 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（ ）		
参与单位名称 及人员姓名	姓名	机构名称	
	郑薇	国联民生证券	
	林艾灵	国联民生证券	
	张超	国信证券	
	殷澍平	宁波三登投资管理合伙企业(有限合伙)	
	徐智敏	君和资本	
	钱怡	大家资产管理有限责任公司	
	关俊伟	华商基金管理有限公司	
	杨昌源	华泰证券	
	高鹏	华泰证券	
	王震	国盛证券	
	易来陟	深圳华强鼎信投资有限公司	
	龚涵清	兴业证券	
	赖嘉宁	中金岭南	
时间	2025 年 4 月 30 日		
方式	电话会议		
上市公司接 待人员姓名	董事会秘书史炜 财务总监尹珊 销售总监崔文波		
投资者关系活动 主要内容介绍	1、经营业绩介绍 2024 年，公司持续在“系列化、系统化、自动化、自主化”的产品战略下不断创新与推进，加大研发投入扩充产品矩阵，增强自主产品竞争优势，并按照既定的产品和市场策略加快结构化转型。 （1）收入与利润情况		

	2024 年度,公司实现营业收入 25.49 亿元,归属于上市公司股东的净利润为 1.27 亿元,较上年同期下降 11.98%、59.44%; 2025 年第一季度,公司实现营业收入 5.10 亿元,归属于上市公司股东的净利润为 0.24 亿元,较上年同期下降 17.22%、80.09%。 公司近年来不断着力于代理业务的剥离与自主产品的聚焦,持续加强自主产品的研发投入,大力推进智慧化实验室整体解决方案的落地,2024 年公司代理产品收入 6.12 亿元,自主产品收入 19.13 亿元,自主产品的销售收入增长 1.75%。自主产品中免疫试剂 10.29 亿元,同比增长 8.04%;生化试剂 4.99 亿元,同比下降 12.53%;临检试剂 2.14 亿元,同比增长 21.70%;自主仪器销售收入 1.58 亿元,同比增长 6.12%。尽管业务调整以及集采政策落地使得公司整体盈利能力在短期内面临一定压力,但从长期来看,这正是公司核心业务与战略目标逐步落地的体现,上述业绩拆分亦能反映出公司在流水线和智慧化实验室解决方案方面的推进成效。 2025 年一季度,公司整体营业收入 5.10 亿元,其中代理产品销售收入 0.95 亿元,自主产品销售收入 4.07 亿元,一季度自主产品销售收入下滑 3.23%。其中免疫试剂 2.1 亿元,同比下降 4.20%,生化试剂 0.95 亿元,同比下降 26%;临检试剂 0.49 亿元,基本持平,自主仪器 0.51 亿元,同比增长 134.67%。 (2) 毛利率情况 2024 年公司综合毛利率 55%左右,较为平稳。其中,自主产品的毛利率下降 4.77 个百分点,自主试剂毛利率 80%左右,下降约 2 个百分点,基本可控;近年来由于仪器销售波动较大,因此对整体毛利率的影响较为显著。 2025 年第一季度情况来看,与 2024 年一季度相比,综合毛利率下降约 1 个百分点。同样,自主产品毛利率受仪器销售
--	--

	影响下降 4.76 个百分点，自主试剂的平均毛利率目前仍然保持相对平稳的状态。 虽然集采政策的执行以及公司业务调整对销售收入带来了一定的影响，但从自主产品成本端可以看到，通过持续成本优化和规模效应，自主产品毛利率水平整体可控。 (3) 费用情况 2024 年度，公司在运营费用方面，基于整体市场环境的考量，进行了相应的管理改革。具体措施包括对组织架构以及薪酬体系进行调整，同时加强成本和费用管控，旨在提升内部运营效率。尤其是在公司处于直销转分销以及外部环境双重影响的背景下，成本费用管控的重要性愈发凸显。从 2024 年度的情况来看，改革成效较为显著：公司销售费用得到有效控制，小幅下降约 1%；管理费用管控到位，下降约 10%；财务费用同比下降约 30%。在研发投入方面，公司一直高度重视，该部分费用基本保持平稳状态。 除了期间费用以外，公司 2024 年度业绩的其他重大影响则是商誉减值 0.94 亿元带来的。公司 2024 年在数字化改革方面投入较大，进行了新系统的上线切换，随着系统转换的磨合经营和管理效率方面会有所改善。 2、核心业务进展介绍 2024 年，公司自主产品流水线安装 346 条,累计安装 891 条，其中生免流水线 128 条，累计 222 条；2025 年第一季度，流水线安装 101 条，其中生免流水线安装 36 条。整体上公司在流水线市场推广与装机量方面均保持较高水平。在免疫仪器方面，公司化学发光分析仪推出了 i 800、i 1000、i 3000、i 6000 系列产品，2024 年度出库 1352 台，其中 i 3000、i 6000 合计 560 余台，2025 年第一季度出库 142 台。 3、投资者问答环节
--	--

	① 目前环境下，整个行业都会遇到一些挑战与压力，请分析一下这个行业这两年对我们影响最大的一些要素，以及经济环境变化、关税等的影响？ 答：2025 年第一季度，市场呈现出一定的承压状况。从公司内部来看，主要影响因素在于 2024 年公司重点加强了代理业务与区域子公司的剥离。通过加速剥离进程，目前阶段虽仍会继续进行相应的代理调整，但直销转分销的调整预计 2025 年处于收尾阶段。因此，该部分对公司 2025 年的影响相对较小。从行业政策来看，医保改革、集采和 DRG 等政策落地的影响需要一定时间或周期逐步显现其财务影响。这一点从公司近两年生化产品的变化有所体现。从 2024 年逐渐可以看到 DRG 政策的影响，我们认为终端市场整体检测量的影响在 20%-30%不等，部分区县二级医院的影响可能超过 30%。随着 DRG 政策的全面实施，对发光存量的影响预计超过 20%，特别是传染病、甲状腺功能检测、肿瘤标志物等常规项目的套餐解绑。另外，积极的一面可以看到在关税贸易战背景下，可能会加速国产厂家的替代入局。自去年开始，公司便加强了公司产品与方案的营销，积极发展分销体系建设，2025 年将继续推进相关工作。 ② 请领导帮忙拆分免疫、生化、临检这几项业务，以及 2024 年度与 2025 年一季度销售量的增长情况？ 答：2024 年公司的生化试剂销量同比增长 19.16%，2025 年一季度同比下降 2.67%；免疫试剂 2024 年度同比增长 25.27%，2025 年第一季度同比增长 8%；临检试剂 2024 年度同比增长 33.16%，2025 年第一季度同比增长 32.54%。主要产品平台的销量依然通过存量仪器以及流水线装机确保公司在市场竞争中保持增量目标。
--	--

③ 集采政策落地对免疫板块的影响如何？医院是否已开始调价？后续是否还会继续降价？

答：在集采政策落地后，公司免疫板块的传染病项目销量增长 14.28%，甲状腺功能检测项目增长 39%，肿瘤标志物项目增长 40.22%，心肌项目增长 19.25%。此外，炎症、激素等目前体量较小的项目，增速也较高。随着集采政策的推进，公司市场覆盖率和占有率均有所提升。

2025 年第一季度，公司传染病项目销量基本保持平稳，甲状腺功能检测项目略有下降，肿瘤标志物项目增长 40%，心肌项目增长 24.73%。从一季度的销量情况来看，公司对全年仍保持信心。

目前，安徽牵头的集采仍处于价格调平复核阶段，各联盟省份尚未正式发布实施。虽然部分医院要求供应商主动降价，但公司尚未观察到大面积调价的情况。公司预计，集采政策落地后，医院采购价平均降幅约为 50%，出厂价平均降幅最终可能约为 30%。除非出现政策性调整（如收费大幅调整），否则短期内不会再出现广泛性的进一步降价情况。

④ 公司海外业务收入表现突出，请问主要销售哪些产品？集中在哪些区域？

答：2024 年度，公司实现海外销售收入 1.6 亿元，同比增长近 60%。目前，公司海外销售的主要产品为临检与发光的低速仪器及其配套试剂，主要集中在东南亚、非洲，以及部分美洲地区。2025 年第一季度，海外销售收入近 5,000 万元，同比增长 90%。公司对 2025 年海外销售整体持乐观预期。随着“16+1”海外战略的推进，公司已积极布局海外市场，并推进海外注册证的相关工作。2025 年，公司预计成立新的海外销售子公司，并计划在未来进一步加大海外市场投入，以期取得更好的业绩。

	⑤ 达微的商誉减值是否与数字 PCR 的预期调整有关? 目前商誉余额约为 5,000 万元, 后续是否还会有调整? 答: 达微是公司早期收购的数字 PCR 产品项目。根据会计准则, 公司需对收购的资产组进行商誉减值测试。2024 年, 该业务的实际收入与前期预计存在偏差, 导致商誉减值。此前在 2021 年-2022 年新冠特殊时期进行未来收入测算时, 预测相对较为乐观。然而, 随着防控政策的变化、经济环境的调整以及政府预算压力的增加, 最终结果与预期产生了偏差。公司数字 PCR 项目未来主要应用于临床市场, 目前公司正在加紧研发并不断升级技术。由于该产品注册时间相对较长, 公司已基于科研市场和临床市场对预期进行了调整。基于会计谨慎性原则, 公司进行了相应的减值处理。公司已从内部着手, 为销售团队制定了严格的指标, 希望在当前的科研市场和未来的临床市场中都能取得良好表现。目前, 商誉减值已基本完成, 余额约为 3,000 万元, 但具体情况仍需视数字 PCR 市场表现而定。 数字 PCR 是公司在前沿科技领域的重要布局。自 2016 年起, 公司便着手开展荧光 PCR 和数字 PCR 的相关布局工作。目前, 公司正在积极推进数字 PCR 临床产品开发进程, 并在分子平台多个检测项目方面制定了相应的临床科研合作计划, 致力实现技术成果的有效转化与应用。 ⑥ 公司提出智慧化实验室是检验科从成本中心向盈利中心转变的有效途径。请问公司如何构想一个成熟的智慧化实验室? 其可能包含哪些要素? 能够解决哪些痛点? 公司计划将 AI 或机器人等新技术应用于哪些产品? 答: 医学实验室智慧化是未来行业发展趋势, 随着公司智汇实验室产品和解决方案的推出, 2025 年公司重点加大智慧实验室整体解决方案的市场推广。公司从实验室设计、改造、全面自动化的流水线硬件、AI 智慧化中间体、报告
--	--

	智能审核、AI 解读、智慧服务等方面全面打造智慧化实验室。目前,公司已建成几家三甲医院智慧实验室示范医院,多家医院处于招标流程中。公司还对未来智慧化实验室进行了应用场景展望,如无人值守的黑灯实验室和机器人智能体等,为智慧化实验室带来了更多想象空间。公司从上至下,从研发到后端支持,均围绕智慧化实验室能力建设展开。 在激烈的市场竞争中,公司通过全产品线和多样化的方案为终端实验室的建设和发展提供切实服务。每一家智慧实验室都将新装多条生免流水线、临检流水线和急诊流水线。2025 年,公司预计新装机流水线超过 500 条。 ⑦ 临检销量 2025 年 Q1 增长 30%, 但价格持平的原因, 对今年全年的预期? 答: 公司很早就开始推广临检仪器与流水线,除了生免产品外,公司还拥有大量临检仪器与流水线。虽然其产出相对较小,临检试剂项目也较少,但通过跨平台链接,能够对各产品线起到协同作用,使医疗机构常规项目覆盖率达到近 80%。临检业务在体外诊断领域的占比虽小,但增长空间较为乐观,目前规模约为 2 亿元,预计未来能保持高速增长。 ⑧ 请问发光业务中各疾病领域的营收占比情况如何? 答: 2024 年度,公司发光业务中,免疫产品线营业收入为 10.29 亿元。其中,传染病项目在免疫板块中的营收占比约为 40%,甲状腺功能检测、肿瘤标志物、心肌项目各占 12%-13%,炎症、激素项目占比约为 5%-6%。由此可见,传染病项目仍是公司的优势领域。随着公司整体项目的增长和能力提升,甲状腺功能检测、肿瘤标志物、心肌项目的营收占比也在逐渐提高。 ⑨ 公司目前流水线装机量为 891 条。从试剂上量角度来看,
--	--

	流水线试剂的整体达标率是否能体现出流水线对试剂增长的带动作用? 答: 流水线是公司自动化实验室整体解决方案的核心产品也是当前公司市场竞争策略之一。在存量市场中, 部分升级替换的流水线能够较快地带来试剂上量; 然而, 在增量市场中, 新装机的流水线由于上量周期较长, 可能会拉低整体上量速度。公司近几年将继续加大流水线的推广力度, 提升市场覆盖率, 并从管理层面加强流水线投入产出效率。目前, 公司仍处于大力投入阶段, 同时也受到市场环境的影响, 短期内可能难以在营收上体现高增长, 但公司相信在市场充分竞争后, 相关增长将逐渐呈现。 ⑩ 今年是否会有税率调整? 答: 2025 年 1 月 1 日起, 公司将生物制品的税率从 3% 调整为 13%。公司销售模式分为直销和分销, 其中分销部分的税率调整会在经销商层面同步体现。近年来, 公司一直在推进直销转分销的进程, 目前直销客户已非常少。根据当前情况估算, 税率调整对公司的影响较小。。 ⑪ 未来两至三年是关键时期, 公司对行业整体业务的展望如何? 答: 未来两至三年是行业发展的关键时期。从内部调整来看, 公司直销转分销的剥离工作已基本完成, 部分调整处于收尾工作; 公司将继续按照原有目标调整代理产品业务, 未来计划将代理产品占比控制在 10% 以内, 由于代理产品收入占比已大比例降低, 且目前毛利率水平约为 5%, 公司可以较好地消化自身调整带来的问题。从宏观政策来看, 我们面临的是整个 IVD 行业的变革, 上下游产业链包括终端医院和行业代理商均处于调整 and 变化当中。公司通过在技术和产品方面的不断积累和打磨, 现如今在产品和方案方面已经做好了充分的市场准备, 期望在未来的行业
--	---

证券代码:300463

证券简称:迈克生物



	竞争中抓住机遇不断突破，实现自主产品国内市场占有率增长目标、海外市场结构化目标。
日期	2025 年 5 月 6 日