

证券简称：安必平

证券代码：688393

广州安必平医药科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

(2022年6月)

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 现场参观	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	九泰基金、成都海天鸿	
时间	2022年6月22日、6月24日	
地点	线上会议	
公司接待人员	董事会秘书：蔡幸伦 投资者关系高级经理：陈元元 证券事务代表：杜坤	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>交流的主要问题及答复：</p> <p>1. 细胞学目前的市场情况是怎么样的？安必平有什么样的特点？</p> <p>答：宫颈癌细胞学市场情况是这样，中国有4亿宫颈癌筛查适龄女性，按照国家宫颈癌筛查和治疗指南建议，每3年需要进行一次筛查，指南建议是细胞学和HPV双联检，中国每年需要检测的数量是8000万-1亿人份。国内宫颈癌筛查率只有30%，而欧美国家筛查率超80%，如果未来筛查普及率提高，市场还有很大扩容空间。安必平是国内少数可以实现细胞学+HPV联检的公司。</p> <p>2. 细胞学以及HPV检测目前的市场竞争格局是怎样的？</p> <p>答：细胞学要分国外和国内品牌。国外品牌目前是以美国的BD和豪洛捷这两家为主，集中在标杆性的大三甲医院，剩下的就是国产品牌市场。一方面由于国外品牌进入国内市场比较早，另一方面细胞学本身有</p>	

不同的技术路线，国产品牌各有优势，市场集中度相对比较分散。安必平本身技术路线与 BD 类似，目前在质量上位居国内液基细胞学第一梯队，市场份额领先。

HPV 检测国内也有几家上市公司在做，大多公司是基于 PCR 这个技术平台或者方法。安必平最初发展 HPV 检测的逻辑就是根据宫颈癌筛查指南的双联检要求，结合已有的细胞学检测拓展了 PCR 技术平台，双联检是我们的第一个特色。第二个特色就是我们对宫颈癌细胞学进行流水线自动化和 AI 的升级。细胞学作为宫颈癌主要筛查项目，由于检测量较大，病理医生需要耗费大量时间和精力进行阴性片筛选。我们宫颈癌细胞学 AI 的目标就是自动完成 65%-75% 的筛阴工作，降低病理医生筛阴工作量，让他们集中精力去看疑难以及不确定性强的片子。

3. 国内病理 AI 目前的发展情况是怎么样？

答：目前国内有一批病理 AI 的初创型公司，多数是基于 AI 算法的基础在开发。他们在发展过程中会面临几个挑战：首先，缺少病理的数据基础。第二无法贴近病理科临床的使用需求。第三，病理 AI 最重要的一点是需要病理医生的有效标注，才能让 AI 获得学习，因此需要大量病理医生资源。而安必平深耕病理科多年，可以有效解决上述问题。

我们跟腾讯合作开发的宫颈癌细胞学人工智能辅助诊断系统，就是腾讯输出算法能力，我们提供病理科的数据和标注资源。

4. 公司跟华为的合作与腾讯的合作有什么区别？

答：与腾讯的合作是基于 AI 的一个具体产品——宫颈细胞学人工智能辅助诊断系统。跟华为的合作更多的是病理科大数据库的建设。

医院病理科与其他科室不太一样，切片、图像特别多。目前医院的存储是物理存放，其实可以通过数字化实现数据的云端存储和读取，但数据量非常大。我们与华为的合作，就是要解决病理科大数据库建设的问题。

日前，广州市人民政府与华为技术有限公司签订全面深化战略合作

协议。根据协议，广州将发挥国家中心城市和综合性门户城市等优势，与华为全面加强战略合作，依托华为在研发和综合技术方面的能力及其在移动终端、云计算、大数据等领域的建设经验，把技术平台和生态资源与广州的产业、民生、政务服务有效连接起来，助力广东加快建设数字经济引领型城市和国际一流智慧城市。

安必平就是作为医疗类的生态合作伙伴入驻广州人工智能公共算力中心。

5. 从公司业务模块来说，病理 AI 的市场潜力是不是最大？

答：病理 AI 带给安必平的市场扩容可以从两个方面理解：第一，夯实公司细胞学的业务护城河。因为细胞学市场很大，被国外品牌高度垄断，国产品牌市场占有率非常分散，超越国外品牌、实现进口替代，单纯从提高产品质量上难度较高，需要契机，我们认为病理 AI 就是实现细胞学弯道超车的机会。通过病理 AI，提高细胞学的检测速度和效率，降低医生的时间成本。第二，病理 AI 本身也能实现产品销售收入。同时由于病理 AI 研发就是基于安必平的试剂和设备，那么 AI 的产品推广之后，会反过来带动细胞学试剂和设备的销售。

基于这种协同效应，我们才把病理 AI 作为战略新业务，目标是抢占进口品牌的市场份额，提高国产品牌的集中度。

6. 病理共建的市场空间怎么评估，具体怎么去推动？

答：目前国内医院的病理科呈现以下几个特点：首先病理医生非常缺乏。国内在册病理医生不到两万人，与欧美对比的缺口大约有 6-7 万人，而且病理医生培养周期非常长。第二个特点：国内病理科资源多集中在大城市三甲医院，基层医院的病理科比较薄弱。根据卫健委 2019 年全国抽查数据显示，60%的医院未设置病理科或未开展病理业务。

日前《国家卫生健康委办公厅关于印发“千县工程”县医院综合能力提升工作方案（2021-2025 年）的通知》显示，力争通过 5 年努力，全国至少 1000 家县医院达到三级医院医疗服务能力水平。“千县工程”

中明确指出组建的肿瘤防治中心、病理资源共享中心，均离不开病理科的支撑。

病理科的建设与升级成为 1000 多家县级医院的重点任务之一。我们的病理共建业务就是帮助这些基层医院建设病理科，通过指派技术员，投入我们的试剂和设备，引入数字病理产品，进行远程数据传输和共享，在疑难病例诊断上充分利用互联网的优势，整合全国病理专家资源。

我们病理共建业务的预期效果是，实现以“输出产品、带教医生”的方式，帮助有需要的基层医疗机构建设病理科、培养病理专业人才，将病理科标本从原来的院外送检模式变成院内诊断模式。此项业务前期投入基本都是公司自研自产的试剂和设备，无需外购，成本可控，共建完成后与医院病理科进行收入分成。从去年的实践来看，这个模式受到了基层医院的认可。

7. 公司伴随诊断业务如何跟原有的传统业务或者技术平台形成协同？
如何与竞争对手的形成差异化？

答：对于伴随诊断业务来说，我们的特点是基于免疫组织化学 IHC 和荧光原位杂交 FISH 这两个技术平台，现阶段的重点是基于免疫组化技术的伴随诊断。目前国内基于免疫组化的伴随诊断业务尚未出现标杆性的企业，大多处于早期起步阶段，因此在该领域的竞争对手还不多。

我们做免疫组化的伴随诊断主要有四大优势：

第一是在抗体的研发上，我们现在已经具备了自研抗体的能力，包括抗体筛选、细胞克隆技术，公司拥有 200 多个自有一抗克隆号。

第二个优势就是公司从 2005 年成立至今，商业化、市场化的能力很强。免疫组化的伴随诊断，本质上还是要遵循医疗器械管理体系，公司在这方面具备大量成功经验并已取得相应的资质。

第三个优势，我们与基于 PCR 技术做伴随诊断不同的是，从方法学上说，PCR 不依赖医生的判读，但是免疫组化技术是基于蛋白靶点的形态学检测，更加依赖每个医生的经验，必须要在药物的临床阶段甚至临床前进行研究的时候，把判读标准建立起来。在诊断试剂盒上市以后，

更加需要厂家进行诊断培训和学术培训。安必平作为深耕病理科试剂和设备的厂家，在免疫组化伴随诊断上，具有其他体外诊断厂家不具备的优势。我们在跟很多药企接触的时候，他们都非常关注我们的病理科、病理医生的资源，这也是我们独特的优势。

第四个优势，免疫组化试剂盒和病理 AI 的结合。病理 AI 可以很好的解决判读标准化问题。免疫组化伴随诊断对判读标准的准确性以及判读区间有更高的要求。药企也很关注我们的病理 AI 能力。

8. 前阵子公司投资了达健生物，是基于什么考虑？

答：我们的主营业务就是做肿瘤筛查和精准诊断，产业投资的逻辑也是基于主营业务的延伸。肿瘤筛查的方法很多，包括细胞学、PCR 都是主流方法。此外我们也很看好甲基化检测技术，达健就是做甲基化检测，而且创始人也是分子病理行业、肿瘤筛查领域比较著名的业内人士，我们比较看好达健的发展前景，对于丰富我们的产品线、拓展渠道合作是双赢的模式。未来我们也会继续考虑通过这种方式布局肿瘤甲基化检测。

9. 除了宫颈癌，公司在其他癌种上还有拓展吗？

答：基于公司的 LBP、PCR、FISH 和 IHC 等核心技术，公司已形成了覆盖宫颈癌、乳腺癌、肺癌、淋巴瘤、白血病、软组织肿瘤等数十种癌种的 500 余种注册备案产品，目前是宫颈癌筛查相关产品收入占比最高。

10. 针对宫颈癌筛查，主要的应用是临床吗？集采降价的压力大不大？

答：宫颈癌筛查在临床、门诊以及体检都有应用，有的是健康人群常规检查，有的是则是医生基于临床需要开具。目前我们遇到的集采压力不大，国家虽然在药品、耗材、检验、影像类领域的收费标准逐年下调，但对病理诊断领域总体控费压力较小，收费标准甚至有逆势上调趋势，还是比较支持病理科的发展。

11. 国产替代目前是国家要求还是市场自然竞争？国产品牌的实际水平

是怎样的？

答：近几年，相关政策一直在为医疗器械的国产替代提供支持。越来越多的优质国产器械走向市场，国产品牌的市场份额也不断扩大，过去主要依赖进口的基础医疗器械产品已基本实现国产化，国产替代也逐步从中低端市场走向高端市场。

从我们的几个技术平台来说，细胞学和 HPV 的检测，基本与国际品牌差异不大。荧光原位杂交 FISH 产品线也进入了 600 多家三级医院，基本上可以与国外品牌同台竞争。公司一直在加大免疫组化 IHC 的科研投入，目前有 200 多个自研自产的一抗克隆号，摆脱了很多国产品牌面临的抗体原料依赖进口的瓶颈。

12. 公司客户现在覆盖了 1900 多家医院，是就现有客户进行深耕还是要扩大覆盖范围？

答：一方面我们要继续深耕现有客户，包括推出病理 AI 和病理数字化产品，不仅可以实现独立收入，也可以反过来促进现有产品线的试剂和设备销售，形成原有业务的护城河。

另一方面也响应国家优质医疗资源下沉的号召，把我们的病理科产品及服务植入县级等基层医院，扩大客户范围。

13. 公司未来增长潜力最大的板块是什么？

答：如果从长期（三年以上）来看，免疫组化 IHC 的伴随诊断业务应该是最看好的板块。基于 PCR、NGS 技术的小分子药竞争激烈，已经是明显的红海，而基于蛋白靶标的大分子药物研发热度刚刚显现，目前国内还没有免疫组化 IHC 伴随诊断的品牌跑出来，大家都在起步阶段。我们的免疫组化 IHC 无论是研发投入，还是技术、一抗克隆号以及获证情况都居于前列，布局伴随诊断也比较早，现在还处于市场前期积淀阶段，真正在业绩上爆发应该是三年后，我们非常看好长期增长潜力。

从短期（三年内）来看最有潜力的当属数字病理和病理共建业务。在原有试剂和设备的基础上，解决病理科的痛点，提升病理科工作效率

以及基层配套水准，既符合客户需要，也符合国家千县工程以及优质医疗资源下沉的政策趋势。经过此前的市场开拓及铺垫，将进入快速增长阶段。

14. 公司在海外市场是怎么布局？

答：此前已经有一部分海外市场业务，比如公司的荧光原位杂交 FISH、免疫组织化学 IHC 等产品已经进入日本市场。还有一带一路上的国家，对公司产品的认证互认互通，也有一定的销售。对于欧美市场，则可能采取投资并购的方式开拓相关市场。