

三诺生物传感股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2020-08-01

投资者关系活动类别	<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
参与单位名称及人员姓名	睿远基金：艾青 交银施罗德：封晴 兴证全球基金：周文波、叶峰 华宝基金：孙鸾 海富通基金：李佳嘉 国金证券：王麟、谢天、程瑶、彭寒梅
时间	2020年8月25日 下午 3：30
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长：李少波 董事会秘书、财务总监：黄安国
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、 董事会秘书黄安国先生介绍了公司基本情况</p> <p>（1）公司发展情况：三诺生物成立于2002年，是一家利用生物传感技术研发、生产、销售即时检测产品的高新技术企业，于2012年3月在创业板上市，主营业务为提供利用生物传感技术快速检测慢性疾病的产品及服务。公司的发展可以分为三个阶段，第一阶段，成立后的第一个十年，公司的梦想是做中国血糖仪的普及者和推动者，希望实现中国的糖尿病患者都可以买得到、买得起、测得准的血糖仪；第二阶段，公司上市以后的梦想是成为全球糖尿病检测专家，为此，公司不断的加大内部创新和推动外部并购， 2018年公司成功并购和参与并购了美国PTS公司和Trividia公司，公司已发展成为慢病检测领域的龙头企业。第三阶段，公司着力于成为中国糖尿病管理专家，为了实现第三阶段的梦想，公司收购了北京健恒医院，建立了慢病管理中心。2018 年并购美国 PTS</p>

公司后，公司实现了从血糖监测系统提供商向慢性疾病即时检测（POCT）产品的提供商和服务商的转变。目前三诺品牌已在全球 34 个国家销售，PTS 品牌已在 130 多个国家销售，Trividia 产品已在 80 多个国家销售。如今三诺已经不再仅仅是一家血糖仪公司，而是将聚焦糖尿病及相关慢病的监测，积极拓展 POCT 检测业务，努力打造“生物传感+互联网+医疗+服务”的以患者为中心的全程糖尿病及相关慢病管理模式，为糖尿病及慢病防治提供更全面的整体解决方案。

（2）经营情况：2020年上半年，公司实现营业收入97,231.38万元，较上年同期增长19.37%。受市场环境及国际销售等因素影响，公司参股子公司深圳市心诺健康产业投资有限公司报告期内处于经营亏损状态，但相较上年同期亏损收窄。公司报告期内总体经营继续保持稳健增长态势，实现营业利润和利润总额分别为19,559.75万元和19,932.26万元，比上年同期分别增长32.32%和28.57%，实现归属于上市公司股东的净利润15,845.50万元，比上年同期增长22.32%。

（3）再融资情况：2020年上半年公司启动了可转债项目，目前处于交易所回复审核中，可转债涉及两个项目：iPOCT（智慧化即时检测）产品产能扩建项目；CGMS（连续血糖监测系统）产能建设项目。iPOCT公司已经有部分产品上市，这些产品都是为了满足基层医疗机构简便、快捷的诊疗需求。

糖尿病的防治在监测方面需要点线面的结合，即时检测（点）、连续血糖监测（线）、过去三个月的血糖平均值（面）。公司从成立之初一直专注血糖的检测，目前已占国内零售市场销售量的60%的份额；CGM目前全球大概40亿美金的市场规模，其中德康医疗2019年CGM产品实现全球收入14.75亿美金。公司CGMS研发项目于2008年立项，组建了行业领先的研发团队，目前公司已取得CGMS产品核心技术相关的专利申请25项，在2020年3月17日的可转债预案中已对其进展进行了充分的披露；同时，公司通过收购PTS，完成了糖化血红蛋白检测系统的布局，到此公司已具备血糖监测点线面立体发展模式。

二、 提问交流

Q1:请问公司现阶段应收账款、库存增加较大的主要原因有哪些？

回复：（1）截至2020年6月30日应收账款期末余额主要是古巴TISA应收款，TISA 公司系古巴国有企业，自 2007 年建立合作关系以来，一直与公司保持良好的业务往来，双方结算方式为国家信用证。自2017年以来受美国政府加大制裁力度影响，古巴外部经济环境急剧恶化，外汇储备大幅减少，导致其在国际贸易中信用证兑付出现困难。虽然TISA公司自身经营情况良好，但受无法及时换汇因素影响，其从2018年开始对公司的货款支付速度大幅延迟。

2019年5月10日经公司第三届董事会第三十四次会议审议通过，公司与 TISA 公司已签署《联合投资框架协议（草案）》，计划以对 TISA 公司的应收账款债权 860.66 万美元和非专有技术作价 240 万美元与 TISA 公司共同出资在古巴成立合资公司，所以其部分应收账款债权会转为投资。

（2）存货库存增加的原因是：公司所生产和销售的产品均为标准化产品，一般与客户签署框架协议，下游经销商基于框架协议在实际采购时下发订单，公司依据订单发货。因此，前述订单与发货一般时间较短。公司依据现有的经营模式、未来增长情况进行相应的备货；同时受疫情影响，物流成本升高，公司集中发货、短期备货、储备原材料等导致今年上半年存货库存增高。

Q2: 请问公司产品与外资大品牌有何差异？怎么抢夺医院市场？

回复：（1）公司自 2012 年上市后，公司利用平台和资源优势迅速成长，持续加大研发和人才投入，大大提升了公司产品的稳定性、抗干扰性和精确性，上市的产品也通过全球多个国家的资格认证，公司通过收购PTS、Trividia提升了公司生产工艺水平、质量体系和研发能力等，公司的产品已经达到了国际一流的标准。

（2）目前国内80%的医院市场依旧外资品牌占领，国产品牌已经开始在努力的成长

在国家政策层面的国产替代的指导下，如公司大力推广院内血糖管理系统，用产品和服务来方便医护人员对患者的管理，通过便捷的体验、标杆示范带动医院市场的开拓。

Q3：医院的增长在区域上与去年相比有什么变化？

回复：公司在每个省都有建立临床事业部的省办，由于受疫情影响，公司今年医院市场的增长与预期有一定的差距，公司将努力拓展医院市场，保持20%以上的增长。

Q4：公司产品在三甲医院定价、性能各方面与外商相差不大的情况下，公司怎么争夺医院市场？

回复：公司针对医院市场推出了院内外血糖管理系统，该系统将医护人员与用户进行直连，为其带来方便；公司的服务体系强于外商，公司在每个省份的临床省办团队都会及时的解决医院端出现的问题；公司努力加强与医院的合作和交流，加大对医院学术的支持力度。

Q5：线上增长情况是什么样的？

回复：公司是2014年开始做线上销售，通过这些年的努力探索，目前公司在线上的销售已经具有一定的规模，2020年受疫情影响，疫情物资的销售，线上的比重可能将进一步放大，血糖业务线上销售大概20%以上增长，占公司整个血糖业务的比例约为35%，公司线上销售包括自营店、经销商的线上销售。未来公司会继续加大线上销售。

Q6：线上服务是怎么进行的？

回复：1、用户购买公司产品的时候，可以参加血糖的管理，公司通过微信公众号、抖音等多平台的管理帮助用户获得科学的糖尿病和相关慢病管理知识；2、用户购买产品后，公司建立与用户的联系，通过公众号、微信群、APP对接的管理、客服电话等服务满足用户的需求。

公司已经建立的完善的客户服务体系，向使用者提供产品本身服务，解答产品知识；同时提供健康咨询；未来希望通过互联网医院，实现线上医生提供专业的咨询。

Q7：请公司介绍收购 PTS 和 Trividia 后未来整合的情况

回复：公司是希望通过海外收购成为慢病检测专家，在完成对PTS收购后，三诺生物可利用其国内渠道帮助 PTS 在中国进行销售拓展。PTS 的血脂和糖化血红蛋白监测系统将延伸三诺生物的 POCT 产业链，

	<p>三诺生物的产品将由单一的血糖监测产品向慢性病检测全线产品发展，在国内快速发展的血脂、糖化血红蛋白即时检测市场建立先发优势。</p> <p>Trividia系在美国设立的血糖监测及糖尿病相关产品的研发、生产和销售的企业，双方在血糖监测产品的研发、生产和销售等方面具有较强的互补性和协同性。</p> <p>另一方面，公司利用技术上的协作、研发、采购、生产、销售中的协同进行整合提升研发效率、完善产品组合、提高产品性能，最终帮助实现“糖尿病慢病健康管理专家”的战略目标。</p> <p>Q8：后续的研发主要是靠美国的两家公司吗？</p> <p>回复：公司研发主体还是在长沙，但是会做好协同分工，发挥好各个研发中心的原创力，整合提升公司的研发效率。</p> <p>Q9:麻烦介绍下未来2-3年医院及零售市场的格局与相应的打法</p> <p>回复：公司零售分线下和线上，线下的发展一直很稳定，增长率大概在10%，线上的增长在30%以上，医院端有近40%的增长。在策略上重点发展线上，在医院端要注重差异化产品，从推动血糖监测系统销售变成推动糖尿病慢病管理，实现院内外糖尿病管理一体化；通过线上线下融合，以用户为中心，不断的拓展产品和服务的品类和内容。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2020年 8 月 25 日