

证券代码：688056

证券简称：莱伯泰科

北京莱伯泰科仪器股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号：2021-002

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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	2021年2月5日上午 东兴证券 2021年2月9日下午 西南证券、浦银安盛基金、兴全基金、中邮基金、华富基金、中欧基金、 华宝基金、万家基金、汇丰晋信基金、鹏华基金、明己投资、中庚基金、 聚鸣投资 2021年2月23日下午 东北证券 2021年2月25日下午 西南证券、中欧基金、天弘基金、中庚基金、新华基金、景从资产、指南 创业
会议时间及 会议方式	2021年2月5日上午，电话会议 2021年2月9日下午，电话会议 2021年2月23日下午，电话会议 2021年2月25日下午，现场调研
上市公司接 待人员姓名	董事长兼总经理，胡克 董事会秘书兼财务总监，于浩 证券事务代表，邹思佳

<p>投资者关系 活动主要内 容介绍</p>	<p>董事长胡克博士及董事会秘书于浩女士就公司基本情况进行了介绍，并就调研机构关注的问题进行了交流。</p> <p><b>一、公司情况介绍</b></p> <p><b>1、公司简介</b></p> <p>公司是专业从事实验分析仪器的研发、生产和销售的科技公司，所属行业为仪器仪表行业。公司专业从事实验分析仪器研发、生产和销售、提供洁净环保型实验室解决方案以及实验室耗材和相关服务，致力于研发全自动实验检测平台，联接包括样品采集与处理、自动化进样、分析检测、智能数据分析在内的全检测流程，覆盖并联通实验分析的各个环节，为环境监测、食品检测、疾病控制、医疗制药、地质勘测等领域的用户提供自动化、系统化的实验分析检测整体解决方案。</p> <p>公司拥有 LabTech、CDS、Empore 等行业知名品牌，在中国和美国设有研发和生产基地，并在中国内地主要城市、中国香港、美国马萨诸塞州和宾夕法尼亚州等地设有产品营销和服务中心，同时与欧洲合作伙伴深度合作，公司产品已销往全球 90 多个国家和地区，累计服务客户近 3 万家。</p> <p>公司主营业务按照产品服务结构分为实验分析仪器、洁净环保型实验室解决方案、实验室耗材与顾客服务三类，其中实验分析仪器又分为样品前处理仪器和分析测试仪器。样品前处理指样品的制备、对样品采用合适分解和溶解以及对待测样品组进行提取、净化、浓缩等过程，使被测样品或样品组转变成可以测定的形式，以进行定量、定性分析检测的处理过程。样品前处理是整个化学分析检测过程中重要的前置步骤，样品前处理的效果会严重影响甚至决定最终分析结果的质量，它不仅在分析的全过程中占用时间最长，也是对分析误差影响最大的环节。截至 2019 年末，公司主营业务收入中样品前处理仪器的占比为 53.75%，分析测试仪器占比 25.31%。公司向客户提供的各类洁净环保型实验室解决方案包括洁净/超净化学实验室、实验室通风与改造工程等各类实验室业务的具体实施。</p> <p>目前公司终端客户已涵盖食品检测、环境监测（水、空气、土壤检测）、农产品检测、商品检验、生命科学及药物检测、医疗健康、材料分析、太空及海洋探测等众多领域，最终客户类型包括政府部门（环保局、市场监</p>
--------------------------------	--

督管理局、食品药品质量监督管理部门、食品药品检验所、农产品检测中心、粮油监测站、出入境检验检疫局、疾病预防控制中心、食品检测中心、地质勘测部门等）、高等院校、科研机构、第三方检测机构以及医疗设备企业等。

截至 2019 年末，公司员工总数为 384 人，按教育程度划分，本科人员 147 人，占比 38.28%，硕士及以上员工 46 人，占比 11.98%；按专业结构划分，公司研发人员 77 人，占比 20.05%，销售人员 110 人，占比 28.65%。公司人员结构健康，公司研发人员分别来自美国爱荷华州立大学、斯坦福大学、北京大学、吉林大学、中南大学、美国密苏里大学、美国埃默里大学、美国宾夕法尼亚州立大学、北京理工大学、新加坡国立大学、美国东北大学、中国地质大学、美国宾夕法尼亚州布卢姆斯堡大学等众多院校和科研院所，专业涵盖了分析化学、土木与环境工程、生物物理、生物化工、机械设计、数控技术、化学制药、应用化学、食品化学与工程、高分子化学与物理、工业设计等多个领域。丰富的人才储备已成为驱动公司不断发展的核心力量，并为企业未来中长期战略目标的顺利实现奠定了坚实的基础。

## 2、创始人简介

胡克博士，武汉地质学院（现中国地质大学）岩石矿物分析专业，研究生毕业于美国爱荷华州立大学分析化学专业，并获得博士学位。曾任美国欧姆斯国家实验室研究助理、美国热电佳尔-阿许公司首席研究员和大中国区总经理，2002 年胡克博士创办莱伯泰科，任董事长和总经理，随着公司发展壮大先后成立科技公司、工程公司、莱伯泰科美国 and 香港、帕兹公司和莱伯泰科天津等子公司。胡克博士在 ICP 质谱、无机和有机样品前处理等分析仪器和设备领域均有开拓性的研究成果。胡克博士曾在美国率先提出电感耦合等离子质谱（ICP-MS）中离子偏转离子镜技术、离子接口加速技术、离子检测加速技术，主导设计了世界首台商用电感耦合等离子体光谱仪（POEMS），并率先在美国设计商用电感耦合等离子体质谱仪，且成功将上述产品投入商业化应用。2004-2007 年胡克博士主持承担“十五”国家科技攻关重大项目（No.2004BA210A05）中的两项子课题（超临界流

体萃取装置的研制、凝胶渗析色谱萃取净化装置的研制），并担任子课题组长。曾先后担任过复旦大学、中国地质大学、广西大学等多所大学的客座和兼职教授，2009年被北京市认定为第一批“海外高层次人才”，并被聘为“北京市特聘专家”。

## 二、沟通交流环节

**问题 1：公司仪器产品是否主要应用于化学领域？公司产品类型较多，哪些产品的占比比较高？**

答：公司产品主要应用于理化实验室应用方面，物理跟化学知识都有涉及，但更偏向于化学研究。如公司的样品前处理仪器中的 DigiBlock 电热消解仪、全自动高效快速溶剂萃取仪等，就是通过对需要检测的样品预处理后使其变成可分析状态，再进行下一步的实验分析检测。

公司产品类型较多，目前样品前处理仪器占比更高些。其中，样品前处理无机产品中消解类仪器大概有 7000-8000 万收入，样品前处理有机产品中净化-萃取-浓缩及其联机系列产品有 6000-7000 万左右收入，且有机这部份产品最近几年均大约达到 20%以上的增速；有机产品中处理挥发性气体的样品前处理仪器约 3000 万左右。另外配套医疗、激光等大仪器的制冷设备有 4000-5000 万左右的收入水平。分析仪器中主要有测汞仪，每年差不多贡献 2000-3000 万收入额，公司销售的测汞仪在客户中的口碑一直都很好，而且该仪器在食品检测领域应用广泛，未来的发展前景是可观的。

**问题 2：请问公司产品的零部件主要是自产还是外采？**

答：公司的生产主要采取自主设计加工生产和外协加工生产相结合的模式，关键核心部件、重要零部件、电路、气路和整机的组装、调试、集成等技术含量高的环节由公司自主完成，以保障产品性能及技术安全。出于生产经营场地受限等原因，对原材料进行粗加工、外机的成型及其他劳动密集型、技术含量相对较低的生产环节，主要采取外协加工的生产模式，外协厂商根据公司的生产要求及设计方案进行加工。这种生产模式可以使公司专注于产品的研发设计和整机的组装集成等关键工序上。

**问题 3：公司未来的增长主要在于产品研发还是销售网络的布局？公司产**

**能扩张有压力吗？**

答：未来增长无论是产品研发还是销售的开拓公司都非常重视，对于科技企业来说，一是拥有有竞争优势的产品，二是市场的不断扩增，二者结合才是在行业内立足的根本。公司属于相对轻资产业务的公司，生产线主要负责组装，成本主要在技术工人的技能培训方面，产能扩张的压力不大。

**问题 4：目前公司客户是以存量客户为主吗？新客户开拓是否会有难度？公司的销售渠道是怎样进行开拓的？销售团队如何分布？激励方式是怎样的？**

答：首先，仪器产品不属于像耗材类产品一样的消耗型产品，是随着客户的应用需求增加或者变化，产品需要更新换代或研发新产品。在现有的样品前处理领域，公司对于现有客户粘性和新客户开发都比较有信心，在产品、品牌、销售布局方面都具备一定优势。实验分析仪器方面，公司会布局更多的研发重心和销售支持，公司对产品技术方面一直很有信心，且配合公司样品前处理仪器的优势，可以为实验分析检测提供自动化系统化的全检测流程整体解决方案，会非常有利于公司的新客户开拓。在应用领域方面，公司也在探索半导体行业、医药、医疗检测行业等新领域的开发，销售方面也在增加这方面的人员配置。

公司目前有 110 人左右的销售团队，今年计划扩充 20 人左右。销售人员的分布总体是按照事业部跟区域相结合的方式进行划分，目前公司销售及维修团队能够覆盖到国内大部分一线、二线城市。销售人员的日常销售激励方面，公司会按照销售业绩分配相应奖金提成，同时根据公司 2020 年限制性股票激励计划的激励条件，符合相应条件的销售人员也享受到了公司的股票激励政策。

**问题 5：SGS、华测检测、广电计量等公司是我们客户吗？公司拿订单主要是通过招投标方式吗？下游客户在招投标过程中是否对产品价格相对敏感？公司产品的使用周期大概是多久？**

答：这几家公司都是公司客户，公司最终客户类型包括政府部门、高等院校、科研机构、第三方检测机构以及医疗设备企业等。下游客户采取招投标的方式相对较多，因为公司政府机构、第三方检测机构的客户相对较多，

他们大多都是以招投标方式为主。在招投标过程中，政府部门客户对产品性能、指标更加敏感，而第三方检测机构除性能指标外对于价格也比较看重。公司近期就刚刚中标了华测检测的一个耗材订单，这对今年公司耗材的销售起到了很好的推动作用。

公司产品使用周期基本在 5 到 10 年之间，常规设备使用年限相对长一些，有机、无机产品中比较复杂的产品，使用年限大概 5 年左右。产品使用周期还需要根据客户的应用需求，使用过程中可能会需要不断更新换代。

**问题 6：公司确认收入的标准是什么？回款情况如何？**

答：境内销售不需要安装调试的如电热板等使用便捷的仪器设备、实验室耗材等产品，客户收到货物即确认收入；境内销售需要安装调试的产品，以最终用户验收完毕出具的验收单或根据合同约定达到验收条件时确认收入；洁净环保型实验室解决方案和顾客服务收入，在工程完工验收和服务提供完成后一次性确认收入。公司产品很多采用预收款制，个别客户如实验室解决方案工程类业务客户、公司为其提供配套的制冷设备的少数客户（如瓦里安、赛默飞公司等）会有一定的账期。

**问题 7：公司的代理业务主要是哪些？**

答：公司主要代理产品是意大利 Milestone 公司的测汞仪、微波消解仪、超级微波消解系统等，Milestone 公司的产品在国内市场的知名度跟技术都是比较具有优势的，尤其测汞仪在国内的竞争力很强，而且 Milestone 公司的产品可以跟我的现有产品线互相补充。公司的代理产品主要侧重于无机检测，目前公司主推的超级微波消解仪是全系列里性能最优的，可以大大节约时间成本和人力成本，虽然仪器的价格相对较高，但考虑其在耗材、试剂、时间及人力成本上的节约，对于检测机构的综合成本来说还是合算的。

**问题 8：目前国内的仪器仪表公司向高端产品领域延伸的主要瓶颈跟制约因素是什么？**

答：首先国内对仪器仪表行业长久以来重视程度不够，其次高端产品的研发周期会相对较长。研发周期长带来商业化的进程比较慢，而大多数公司更想做很快能够实现商业化的产品。从技术层面上看，就公司目前在研的

质谱仪产品而言，技术上差距不大。其他高端的分析仪器产品如果以国家目前的重视程度，不断加大研发投入，那我们的差距应该会越来越小。

**问题 9：公司研发的质谱仪的下游应用领域主要在哪方面？具体会应用于哪些环节？质谱仪目前有跟客户合作进行试用改进吗？**

答：质谱仪的应用领域很广泛，公司目前主要向医疗、医药跟半导体行业方面拓展，医疗领域过往使用的原子吸收等产品只能实现一个元素检测，如果使用质谱仪可以实现多个元素的检测，美国已经在使用质谱仪进行临床检测了，但在国内还是一个比较新的阶段，公司希望通过这款产品快速切入医疗市场。在半导体检测领域，主要应用在半导体的全产业链金属元素污染检测方面，如硅片、光刻胶等零部件的微量元素检测，钾、钠、钙、铁等轻金属的痕量和超痕量检测等，在不同的环节有不一样的指标要求。国内客户目前主要使用的还是赛默飞和安捷伦的产品，在国产替代的大趋势下，公司希望能够实现快速扩张。

质谱仪目前在内部调试阶段，下一阶段会进行客户试用反馈。

**问题 10：公司怎样看待跟进口产品进行竞争的优劣势？国产和进口产品价格差异如何？**

答：公司在国内和美国都有生产基地。针对不同客户的需求，有些客户在招标时对于进口产品会做出限制，公司会采用国内产品竞争。如果不涉及进口产品限制，也可以用公司的进口产品去竞争。与其他公司产品相比，目前公司现有的样品前处理产品还是有竞争优势的，在性能、指标、技术上与进口产品比较基本可以达到同一水平，有些还会优于进口产品。公司所面临的竞争压力主要是在新行业新领域的开拓方面，还需要时间来推广市场、树立品牌。

国产产品和进口产品价格进行对比，差距还是比较大的，基本上国产产品价格是进口产品的五、六成。不过公司近几年的产品价格数据相对稳定，目前还没有达到需要通过打价格战来竞争的阶段。

**问题 11：公司会考虑做核酸检测实验室吗？**

答：公司的技术能力可以做，但是目前市场竞争很激烈，而且该类实验室技术含量不是很高，价格战压力又很大。公司的洁净环保型实验室解

决方案主要是同位素超净实验室或者生物实验室之类的洁净实验室工程，还包括实验室通风与改造工程、实验室的废气废水处理工程等各类实验室业务。

**问题 12: 新产品的研发布局和进展情况如何?**

答: 样品前处理仪器方面, 我们会根据用户需求做出相应的更新迭代。另一方面, 公司的质谱仪已经在样机试制阶段, 希望能够在今年推出市场, 实现一定的销售额, 一直以来, 该产品一直处于被进口产品占领市场的状态, 未来公司希望能够和其竞争并获得一定市场地位。再有, 公司自 2015 年收购美国内布拉斯加州 CDS 公司后, CDS 公司的产品都是美国产, 但目前吹扫-捕集已实现国产化, 热解吸国产化也在计划中, 公司希望通过这种方式增加产品的销售额, 在国内能够占有一席之地。

**问题 13: 国内的样品前处理领域, 国产化较高、产品重合度也比较高, 这种情况下, 公司未来的成长机会点在哪里?**

答: 在样品前处理方面, 公司首先要稳定并不断提升现有核心产品的销售额, 未来会持续有更多的新产品推出, 以及对现有产品加快更新换代。会从客户应用需求出发研发出更多的技术领先的产品。公司正在逐步将美国内布拉斯加州的 CDS 公司的产品国产化, 如其中的主打产品吹扫-捕集系列, 主要是检测挥发性气体, 这个产品目前国产化比较低, 市场主要被进口产品占领。现在公司这款国产化产品已推出, 在价格上有很大优势, 技术上和进口产品差距也不大, 需要在市场宣传上加大力度, 增加市占率。另外, 公司在耗材方面销量还很小, 2018 年末 CDS 公司购买了美国大型多元化企业 3M 公司旗下的 Empore 品牌固相萃取产品生产设备及相关技术, 主要是做固相萃取膜柱耗材, 在环境水分析领域应用比较广泛, 另外在医药领域微量元素处理方面也有应用, 希望未来结合公司现有的客户跟销售渠道实现比较好的收入。CDS 产品国产化、Empore 耗材的国内推广正在稳步推进, 希望在 2021 年能够贡献一定的收入增量。

**问题 14: 公司怎么看待实验分析仪器国产化进程的, 请问公司认为主要是政策驱动还是市场驱动?**

答: 客户在选择仪器时会综合考虑多方面因素, 如仪器的指标性能、仪器

的品牌、服务响应速度等，从目前遇到的情况看，市场上已经有一些客户更倾向于选择国产产品，尤其像半导体这一类对贸易摩擦比较敏感的行业。从国家政策到市场需求都有这方面的趋势。

**问题 15: 从过去几年的情况来看，公司业绩增速相对较平稳，公司未来的产业扩张逻辑是什么？**

答：过去几年，公司业绩增速基本保持在 10%左右，虽然增长缓慢但是增长较为稳定，其主要原因是公司在准备 IPO 上市阶段，因为自身体量比较小，所以为避免对公司整体业绩产生较大的冲击，研发投入方面比较谨慎，业务推进节奏相对保守。公司在 2019 年开始业绩已成长到能够支持公司大量的研发投入的程度，且公司的人员储备、技术储备充足，因此在 19 年下半年开始增加实验分析仪器产品的研发投入，未来公司在研发、销售上还会根据需求加大投入。从内生增长来说，公司一方面会加大对原有产品的更新迭代以更好地匹配客户需求，另一方面公司也持续致力于高端分析仪器的研发生产，来进一步提升收入规模，增强竞争力。目前，实验分析仪器依然是进口产品占比较高，国产替代空间很大，公司目前很大一部分研发投入都用于实验分析仪器方面。此外，公司也会借助资本市场的平台，不断寻找合适的并购标的及机会。

**问题 16: 行业格局分散、产品品类众多，参考赛默飞等海外巨头发展路径，大多采用并购的方式来扩大产业布局，公司在这方面有什么打算？**

答：公司在积极寻找并购标的进行外延扩张，胡克博士也在这方面投入了很多精力，希望能够并购到海内外的优质企业，补充公司产品线，拓展公司业务领域，这也是公司未来的发展重点之一。

**问题 17: 据了解，国内高端仪器行业领域的科研人才比较缺乏，公司怎么进行人才储备布局？**

答：从组建质谱仪团队的情况来看，确实存在这种情况，公司也从高等院校、科研院所招聘到一些优秀的人才，虽然过程比较艰难，但团队研发实力还是较强的。从公司 2019 年的人员分布上可以看出，公司的本科、研究生以上学历的人才占比在行业内是相对较高的，而且公司的人员流动性小，人员结构一直比较稳定，公司对核心技术人员、研发人员会通过一些激励

	<p>方式如股权激励的方式，绑定核心团队利益。</p> <p><b>问题 18：在国内的竞争格局如何？国际巨头的体量跟研发投入都比公司高很多，未来的竞争优势在哪方面？</b></p> <p>答：国内行业竞争格局比较分散，集中程度低，大部分竞争公司更专注于做单个或者几个产品，主要是在细分领域。公司经过多年的积累，构建了完善的样品前处理仪器产品线，在全品类布局上面具备更强优势。跟国际巨头相比，公司的价格是有竞争优势的，部分产品在技术方面的差距也不大，而且从市场需求来说是在逐渐实现国产替代的。不过在高端分析仪器方面技术还是有一定差距的，未来可能竞争会比较激烈，所以公司在高端分析仪器方面主要是选择一些新兴领域进行研发和推广，这样可以和其他公司相对处于同一起跑线竞争。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2021 年 3 月 5 日