

迈克生物股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号: 2022-IR003

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称	华泰证券、中国银河证券、国联证券、朱雀基金、中再资管、中银国际证券、中信保诚基金、中融基金、中国人寿资管、中国人保资管、兴证全球基金、兴业资管、睿远基金、工银瑞信基金、富国基金等共 77 家机构的 80 名参会人员
时间	2022 年 10 月 25 日 10:30~11:30
方式	线上语音
上市公司 人员姓名	董事会秘书 史 炜 财务总监 尹 珊
投资者关系 活动主要内容 介绍	<p>本次分析师会议采用线上语音方式举行，公司董事会秘书史炜女士、财务总监尹珊女士与投资者就公司治理、经营状况、发展战略、风险防控、可持续发展等投资者所关心的问题进行了沟通与交流。公司与投资者交流的主要内容如下：</p> <p>一、董秘史总介绍公司经营业绩情况</p> <p>公司第三季度实现营业收入 9.4 亿元、归母净利润 1.9 亿元，同比分别下降 11%、26%，前三季度累计实现营业收入 27 亿元、归母净利润 6 亿元，同比下降 10%、25%。</p> <p>公司的第三季度经营指标与中期相比，虽表观略有下降但也不乏亮点，首</p>

先就业绩同比下降的主要影响因素来看,我认为有四个方面:

第一是新冠核酸集采降价带来的影响,第二是公司代理业务的主动调整,第三是三季度部分资产减值准备和报损有所增加,第四是非经常性损益带来的影响。

随着新冠检测产品集中带量采购的深入开展和市场竞争的加剧,新冠检测产品出厂价格持续下降,毛利率收缩。目前新冠核酸检测产品形成的营业收入在总体营业收入中占比约 20%,公司新冠核酸检测产品出库测试数较去年前三季度增长了 93.06%,前三季度收入同比下滑 23.08%,平均销售毛利率下降约 20 个百分点;就第三季度来看,新冠核酸检测产品出库测试数较去年第三季度同比增长 86.13%,销售收入较去年第三季度下滑约 40.05%,量增价降,盈利能力已远低于公司的自主常规产品,因此说新冠核酸检测产品对公司整体业绩的变动存在较大影响。

第二,关于代理业务的影响,随着公司产品的日益丰富,近几年我们在主动进行产品结构的调整,第三季度代理产品销售在营业总收入的占比持续降低,第三季度同比下降约 24%,前三季度累计下降约 21%,目前代理产品收入占比约 35%,而其低毛利率对公司整体利润端贡献占比较低,影响也较小。除了调整代理业务,公司还在进行直销转分销的渠道调整,这也是属于公司中长期战略目标实施的重要举措,今年调整速度有所加快。综合这两方面,公司分销收入的占比由去年的 54%提升至 58%,自主产品收入在整体收入占比从 58%提升至 64%。

第三个部分关于减值准备和资产报损,疫情以来供应链的计划和组织难度加大,这也是特殊时期下企业面临的挑战,属于正常现象,例如新冠检测销量和上游原料等供应商的产能不确定性。因此,公司可能出现减值准备增加的情况。

第四关于非经常性损益,2022年6月,迈克生物出资5,000万元作为基石

投资者参与了美因基因在港股的首次公开发行,该笔投资计入“其他非流动金融资产”项目。截至2022年9月30日,该项投资公允价值变动为-1,366万元,扣除所得税影响后对公司前三季度净利润的影响额为-1,161万元。

接下来我们就自主产品尤其是自主常规产品的情况做解读。目前,公司自主产品的利润贡献占比提升至88%,随着产品结构的调整未来还会继续增长。扣除新冠核酸检测产品外,公司自主常规产品销售第三季度在同比和环比两个维度均有所增长,单三季度同比增长27%,前三季度同比增长13%,毛利率未发生明显变化。

自主常规拆分来看,免疫板块单三季度增长47%、前三季度增长26%。一是来源于前期仪器装机试剂产出的逐步释放,同时新增项目也会带动单产的提升,历史装机今年的平均单产已超过40万/年/台;而前三季度新增i3000和i1000出库超过800台,累计出库3200余台,配套试剂的注册证达77项,项目增加有所加快。生化板块,前三季度销售收入同比持平,前三季度累计下滑约6%;临检板块过去的基数较低,第三季度销售收入同比增长超过70%,前三季度同比增长约55%,销售超一亿元,未来该板块还将维持较高增速。血球仪器今年已出库超700台,存量累计3700余台。

流水线方面,生免流水线累计近30条,血液流水线前三季度装机近100条,累计装机接近160余条,同时流水线带动公司其他自产仪器,例如CRP、G01、H2600等装机量的增长。公司逐渐从传统板块的产品销售向全产品系列化自动化转变,产品协同可以更好的提升仪器投入效率和效益产出。公司自主仪器增量中,在三级医院的覆盖率约56%,二级医院覆盖率约24%,第三方实验室合作方面也继续推进中。

其他财务指标方面,前三季度经营性现金流出现负增长,主要是缘于新冠检测产品收入的同比下滑;其次公司整体的费用率变动不大,研发投入会持续

加大,目前公司研发人员超 800 人不包含工程师等其他技术类人员,前三季度研发投入 2 亿元左右,同比增加约 10%,其中研发费用同比增 12%。

二、投资者互动问答

Q1: 虽然公司受行业集采政策及业务结构调整,营收、利润下滑,但公司自出产品仍然保持了较好的增速,也比较符合长期规划,那么公司主动进行的代理业务的调整,后续调整节奏是怎么样的?

回复:公司代理业务调整过去是一个长期工作在推进,今年有所加快,按照公司产品规划,自主产品也是逐步替代的过程。首先西南区域的直转分在过去两年的调整下已经基本到位,西南以外区域的速度因各地实际情况不同,包括终端医院招投标工作开展等影响,公司正努力加快争取明年中期后能有阶段性达成,目前自主常规三大板块产品的分销占比在 60%左右,目标就是指标提升,后续将进一步加强区域经销商的建设,推动全产品线合作。谢谢!

Q2: 公司刚才介绍的生免流水线、血液流水线的装机进度比较清晰,公司的三大板块产品丰富,涵盖了整个检验的主要门类,请问后续在流水线产品方面,能否更深入地介绍一下公司有哪些规划?生免流水线、血液流水线后续有没有什么研发、升级计划?

回复:公司的血液流水线首先在高端医院肯定会切入,同时基层医院的流水线市场需求巨大。血液流水线截至半年度的意向订单有 100 余条,受疫情影响装机速度有所放缓,对于明年预算我们也会跟去市场调研和意向订单制定的目标,理论上不会低于今年的装机量。生免流水线方面,过去公司与日立高速仪器合作推进业务,随着公司的前处理、轨道的国产化,后续可为终端提供更多产品选择,明年的具体目标可能要放在公司内部的整体预算完成之后再与各位投资者分享。谢谢!

Q3: 请问公司截至前三季度 i 3000、i 1000、IS 1200 的装机数量及单产数据?

回复: 目前公司 i 3000 和 i 1000 累计装机超过 3000 台, 两种仪器的占比相当, 两种仪器的平均单产约为 40 万/年/台, 比去年略有降低, 主要是新装机仪器会拉低单产情况。分割存量仪器和新增仪器来看, 存量仪器的单产是有稳步提升的, 这与公司的试剂菜单逐渐丰富密不可分。未来公司对产品在市场的盈利预期, 免疫在第四季度以及明年应该会持续今年的趋势, 甚至会更好, 因为明年的流水线包括公司的 MAX 和 MACHI 都会推出, 会带动免疫仪器的出库和安装。IS 1200 从 2022 年基本已无装机。谢谢!

Q4: 生化集采市场解读认为还是比较温和, 从厂家角度如何看待?

回复: 目前正式稿的正式发布时间未知, 但政策核心就是降价, 只是降幅尚不明确。直观来看, 降价对于厂家而言短期内都会是一个负面的因素, 但从长期来看, 头部的企业机会将会增加, 目前看大部分企业都会入围, 但是不同企业产品综合竞争力以及不同规模的企业面临降价带来的经营影响是有差异的, 行业集中度必然会发生变化。谢谢!

Q5: 公司除新冠外的分子平台的未来布局?

回复: 分子平台目前的销售主要来源新冠核酸检测产品, 其他产品带来的盈利贡献目前还很少。公司提前布局了数字 PCR, 投资了北京达微, 充实了公司的数字 PCR 仪器产品, 结合公司多年在数字 PCR 试剂产品的设计开发, 通过并购形成了配套, 后续将在临床肿瘤方面去开展研发。目前公司数字 PCR 仪器主要在海关、疾控等进行推广, 收购后我们将加强与临床科研的合作, 为日后的临床销售打下基础。数字 PCR 仪器的系列化, 除现有达微的产品外还新推出了

D600, 未来还将继续推出 D700 等产品。谢谢!

Q6: 公司最新的海外销售情况如何? 与国内销售的产品净利率相比, 大概是什么情况?

回复: 截至三季度末, 公司海外营收 7000 余万, 较去年同期有所降低, 去年同期新冠产品的销售相较更大。若剔除新冠产品, 则海外销售的营收同比是有所提升的, 包括小型的一些仪器, 例如 i 1000、血球仪等。海外市场随着销售的推进与产品注册工作的开展, 重点还需要解决产品注册进度与供货保障的问题, 公司也在大力开展工作部署和安排, 希望剔除新冠的海外销售能同比增长得更多。谢谢!

Q7: 能否将免疫平台按照病种进行拆分?

回复: 目前在化学发光平台, 公司已获得 77 个试剂产品注册证, 后续还会继续开展产品的研发注册, 公司目标是获得 120 余个试剂产品注册证。免疫平台中传染病占比是最大的, 接近一半水平, 同比增长近 12%; 其次是甲功, 甲功前三季度占比约 15%, 同比增长近 28%; 肿瘤标志物占比略低于甲功, 同比增长近 59%; 除此之外就是激素类、炎症类产品。产品菜单的持续丰富, 原有项目也会继续增长, 新项目则需要一定的时间在已装机终端中逐渐拓展标本量。谢谢!

Q8: 在之前公司的定期报告提及公司西南地区营收在总体比重中较大, 目前西南四省外, 公司在哪些区域属于优势地区?

回复: 截至到三季度末, 西南地区占比约 37%, 主要由自主产品贡献, 同比去年提升约 2%, 占比相对较高的还有华北区域和东北区域, 华东区域占比提升较快, 从过去的 13%提升到了 16%, 增长一方面源自公司自身业务的推广, 主要

系与第三方检验机构开展的合作，另一方面还得益于安徽集采带来了一部分销售量，公司在安徽地区过去的基数较低，去年安徽免疫平台集采政策落地，给国产带来了替代进口仪器的机会，公司也在此期间积极与当地经销商洽谈合作拓展业务。谢谢！

Q9：麻烦领导对公司剔除新冠业务，对公司未来 2 至 3 年进行一个展望？

回复：在整个行业政策不会出现较大变化的前提条件下，公司对自主产品未来的推进，按照过往规划是到 2025 年是要在整个收入结构里面是占不会低于 80%的目标。公司自主产品收入规模达到 40 至 50 个亿，当然每一年详细的预算公司会根据市场情况做相应调整。预期目标的制定也主要来自于我们对于发光、生化以及临检各板块的目标规划。化学发光近两三年都会保持一个较稳定增长，复合增长率应该在 20-30%间，目前装机量在稳定推进，发光市场进口替代机会还是比较大，也可能增长更高。生化板块，细分行业增速非常低的，江西政策出来之后，对价格还是会有一定影响，公司也很难给到市场预期，但从公司自身生化板块来看，公司希望能通过流水线以及我们后续自主产品的投放，不断提升市占率。临检板块虽然市场份额比较低，但竞争对手远比生化、免疫的厂家少，而公司产品的竞争力和定位，现阶段我们认为与迈瑞、希森美康属于同等竞争平台，近两年都会保持相对较高增速。基于以上三大板块，在前述的前提条件下，公司认为传统常规板块可以保持 15-20%的复合增长率。创新产品的布局，公司通过设立新技术研发中心，关注行业内潜在的机会和前沿方向。综合来看，公司对未来可持续发展充满信心。谢谢！

附件清单(如有)	无
日期	2022 年 10 月 25 日