

证券代码：688026

证券简称：洁特生物

转债代码：118010

转债简称：洁特转债

广州洁特生物过滤股份有限公司

投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☒ 现场参观	☐ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 其他	☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动
参与单位名称	4月17日：中信证券、华创证券、信达证券、国盛证券、东吴证券、中信建投证券、中邮证券、东方证券自营部、长江证券（自营）、野村东方国际证券、中原证券、中信期货、北京金百裕投资、贝莱德机构信托、名禹资产、玄甲基金、嘉实基金、建信基金、弘毅远方基金、首创资管、上海道翼投资、北京神农投资、上汽顾臻（上海）资产、深圳私享股权投资基金、源乐晟资产、恒生前海基金、国彤创丰、航长投资、东方资管、朱雀基金、义乌牧圆资产、IDG资本、相聚资本、平安理财、光大保德信基金、茗晖基金、招商资管香港、华夏财富创新、中信证金、粤信资产、高盛资管、涌容资产香港、歌斐资产、华夏久盈、正圆投资、前海开源、招商基金、喜世润投资、工银瑞信基金、汇升投资、大横琴香港、翼虎投资、中信信托、HBM China Healthcare Master Fund、华夏基金、中航基金、青榕资产等 4月18日：广州市殷勤集团、黄石经开产业投资、泽恩投资、疆巨星能资产、中财资本、灏达投资、前海钰锦等		
时间	2025年4月17日（星期四） 2025年4月18日（星期五）		
地点	4月17日：线上交流 4月18日：公司会议室		

上市公司接待人	4月17日：董事、总经理 Yuan Ye James，董事会秘书葛井波，财务总监谢锋 4月18日：董事会秘书葛井波
投资者关系活动主要内容介绍	2024年度业绩解读 2024年，公司实现营业收入5.59亿元，同比增长20.63%；归母净利润7,218.96万元，同比增长107.51%，扣非净利润6,774.96万元，同比增长113.15%，每股收益0.52元，同比增长108.00%，加权平均净资产收益率6.18%，较去年同期增长3.15个百分点。公司2024年第一季度至第四季度收入整体呈环比增长趋势，2019年至2024年收入复合增长率17.68%，且2024年度收入已超过2020年度。 报告期内，公司综合毛利率41.41%，较去年同期增长10.79个百分点；归母净利率12.92%，较去年同期增长5.11个百分点。毛利率水平的提高主要由于公司采取产品价格稳定措施，降低原材料及包辅材采购成本，同时随着自动化设备投入增加，生产效率提升，生产精细化管理及收入增长带来的规模化效应等因素导致。 2024年，公司主营业务收入5.3亿元，其中境外收入3.5亿元，占比约66.13%，欧洲、南美、东南亚等区域市场自主品牌渗透率显著提升，报告期内海外自主品牌收入同比增长46.07%，自主品牌在境外的收入占比从上年的约15.98%提高到2024年度的约18.89%，提升约2.92个百分点。境内收入1.8亿元，占比约33.87%。针对工业客户为主的细胞工厂产品是工艺要求相对较高的产品，也是进口替代的最主要战场之一，公司细胞工厂产品2024年销售额同比上年增长约28.55%，表现出了良好的竞争势头。 2024年，公司重点开发储液袋、细胞培养袋、冻存袋、囊式过滤器、密闭系统、双侧壁细胞培养瓶等高端产品，并成功将自主研发的PS超滤膜应用于超滤离心管等系列产品，显著提升过滤效率与蛋白截留性能。同时，公司扩充了试剂类产品，如胎牛血清培养基、辅助试剂等生物试剂，进一步满足生物制药与细胞治疗领域需求。截至报告期末，公司累计申请专利320项，含发明专利84项；授权

	专利240项，含发明专利37项；核心技术覆盖高分子材料改性、精密注塑工艺等关键领域，研发投入持续聚焦创新型生物医药、细胞治疗等领域及配套制品开发，为工业客户持续提供高附加值解决方案。 以上是洁特生物2024年度简要经营情况。 问1：公司应对关税问题有哪些措施？ 答：公司面对关税问题应对策略如下： 1、充分利用可转债募集资金，继续实施智能制造产线升级，降低生产成本，提升产品质量及产能，通过练好“内功”提升自身竞争优势与竞争壁垒。 2、境外市场方面，在现有欧洲办事处与其他区域销售团队的基础上，进一步开拓欧洲市场和其他市场；境内市场方面，增设销售服务团队，更好服务国内客户，以期“失之东隅，收之桑榆”。 3、拓宽产品品类与产品线，公司不仅会继续以既有产品服务好生物制药、疫苗生产、CGT、大健康等客户，还会加大研发投入，向技术门槛更高的耗材类、试剂类、仪器设备类等高端产品攻坚。 问2：一季度快速增长的驱动力是什么？增长是否可持续？ 答：公司计划于今年二季度进行工厂搬迁，并已提前告知客户，因此客户在2024年底与2025年一季度进行了大量备货。此外，在本轮贸易战有所预兆之时，部分海外客户特别是美国客户也开展了额外的备货工作。 若不考虑贸易战因素，公司预计在完成工厂搬迁、智能制造产线投入使用后，在产品质量与稳定性提高、生产成本降低的双重加持下，公司业绩将较为乐观。 此外，公司未来还将技术门槛更高的新产品投入市场，新产品也将为公司业绩提供支持。对于贸易战问题，公司也将通过开发北美外市场和国内市场、探索海外建厂等方式积极应对。
--	--

	问3：公司对国内IVD客户的拓展情况？ 答：部分国内知名IVD公司本身已是公司传统耗材的客户，包括生物培养类、液体处理类等产品的客户。目前，公司正在针对IVD客户需求开发多种膜产品，预计将于今年陆续推出。 问4：海外建厂是否会导致成本压力加大？ 答：海外建厂在短期内会对成本端造成一定压力。从长期看，公司将在国内智能制造关灯工厂的运营投产过程中，不断总结经验，形成成熟、可复制的模式，并推广至其他工厂，从而降低人工成本的压力。此外，随着公司销售规模不断扩大，生产规模效应也将会相应降低单位产品的制造费用。 问5：海外自主品牌渗透率提升的原因？未来对海外自主品牌推广有何战略规划？ 答：公司成立以来一直重视海外市场，经过20余年的经营，目前已在海外形成良好的客户基础。未来，随着自主品牌推广工作的进一步推进，考虑到工业客户等特殊客户需要更为专业、高质量的服务，公司将在传统经销商销售模式的基础上，继续组建并完善自有销售团队。在此基础上，一方面，公司将建立自有海外仓库，从而服务好当地终端与经销商；另一方面，公司还将针对海外市场的特点进行细分，并针对细分行业客户实行不同的销售和服务模式，从而进一步打造更加良好的自主品牌形象。 问6：公司下游客户的库存、动销情况如何？ 答：在国内，公司实行三级库存保护，在总部、办事处均设置库存，对经销商也有最低库存要求，从而保证终端客户订单到货的实效性。在国外，针对自有品牌客户，公司已在德国子公司处设置仓库，并对海外经销商提出了建立库存的要求；对于ODM客户，公司已于
--	---

	前期针对工厂搬迁事宜与各大客户提前沟通，各大ODM客户也已对此开展针对性的备货补库，目前客户货物储备较为充盈。 问7：能否预告下公司近期将会推出的新产品？ 答：自2023年以来，公司致力于从研发端走向生产端，针对生物制药、疫苗蛋白抗体、CGT、大健康等客户，大力开发生物工艺、生物大规模细胞培养等领域的相关产品，目前已推出储液袋、细胞培养袋、冻存袋、囊式过滤器、双侧壁细胞培养瓶、试剂类产品、过滤膜产品等。未来，公司将会陆续推出各种膜类、膜包、袋子类等各项新产品。 问8：公司目前产能规划及产能利用率情况？ 答：公司黄埔工厂的产能利用率已经很高，下一步智能化设备的扩增对环境有一定要求，公司也要开发更高技术和效率的模具等，因此下一步计划往增城工厂搬迁。公司增城一期工厂的设计产能是十几亿，但考虑到各项外部不确定性因素，目前已进行部分调整。短期内，公司产能不会成为收入的制约因素。 问9：请按照区域细分介绍公司海外市场收入情况？ 答：2024年公司主营业务收入中66%来源于海外市场，其中一大半来自欧美地区，美国稍多一些；其次是亚太地区，包括日本、韩国、东南亚；此外还有中东市场、南美市场，公司已在当地建立自有销售团队。在过去，美国市场是公司海外第一大市场，欧洲市场在去年增设自有团队后，提升效果也比较显著，公司预期未来欧洲自主品牌销售额将超过美国市场。 问10：公司产品出口报关的价格是哪种方式？关税是由公司承担还是由客户承担？ 答：公司与客户的合同约定是按FOB报价，原则上关税是由客户承
--	--

	担。 问11：原材料降本的形成原因？是否可持续？ 答：公司于2024年实行大规模的原材料战略储备，价格相对较低，从而实现原材料成本降低。2025年公司一方面将会继续从前期大规模战略储备中受益，另一方面通过工厂集成化管理、精细化生产与智能制造，在制造费用、人工等方面降低生产成本。 问12：公司在原材料端是否会面临卡脖子的问题？ 答：公司对原材料供应商亦有储备，在北美以外的地区有合作供应商，在国内有合格供应商备份，也积极在国内寻找更多合格供应商。 本次调研过程中，公司严格依照《投资者关系管理制度》等规定执行，未出现未公开重大信息泄露等情况。
附件清单(如有)	无