

证券代码：688690

证券简称：纳微科技

苏州纳微科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-010

投资者关系活动类别	☒ 特定对象调研 ☐ 分析师会议☐ 媒体采访 ☐ 业绩说明会 ☐ 新闻发布会 ☐ 路演活动☐ 现场参观 ☒ 其他（请文字说明其他活动内容）：电话会议
调研机构	中信证券、德邦证券、天风证券、长江证券、国盛证券、东吴证券、华创证券、招商证券、兴业证券、信达证券、方正证券、西部证券、华泰证券、中信建投证券、东北证券、工银瑞信等机构及个人投资者，共计 90 余位投资者在线参与。
时间	2025 年 9 月 1 日-2 日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长 江必旺博士 总经理 牟一萍女士 副总经理 王冬博士 副总经理 米健秋博士 董事会秘书、财务总监赵顺先生
投资者关系活动主要内容介绍	通过电话会议的形式，公司管理人员向投资者就公司 2025 年半年度报告所披露的业绩进行了解读，并就投资者关心的市场拓展、公司战略、产品研发和内部经营等情况进行了交流，沟通主要内容与公告、定期报告内容一致，部分延伸探讨内容如下： 一、公司 2025 年半年度报告披露的经营情况 （一）收入端，上半年公司整体营业收入 4.14 亿元，同比增长 22%；毛利率为 72.06%，保持稳定。 几个主要产品方向的具体情况： 核心业务色谱填料和层析介质产品上半年的销售收入 2.38 亿元，同比增长 20%，这是公司积极应对外部经济环境和行业变化，聚焦生物医药主业深耕细作取得的成绩。2025 年公司在色谱填料核心业务实施“3+2”（聚焦多肽、双抗/ADC、血制品等三个热点行业，拉动业绩增长；关注疫苗、小核酸等细分增长领域，捕捉新机会）市场发展策略，通过重磅产品的技术创新、重点产品的质量提升来巩固竞争优势，扩大存量市场份额，抓住增量市场机会。公司在加快产品迭代创新、大力开拓国际市场以及持续优化生产工艺等多措并举，填料类产品上半年的毛利率 83.47%，较上年度增加 1.91 个百分点。 子公司纳谱分析经营的色谱分析耗材产品上半年销售收入 4318 万元，同比增长 27%；产品毛利率 77.20%，较上年度增加 1.98 个百分点。该业务近几年一直保持高速增长势头，体现出公司的色谱分析耗材产品从基球合成、功能化、到色谱柱装填及应用全部自主创新所展现出的显著竞争能力。 子公司福立仪器经营的色谱分析仪器产品上半年销售收入 8257 万元，该业务是 2024 年 3 月份开始并表，其单体业务上半年同比增长约

	10%。福立仪器的气相色谱仪业务相对稳定，重点开发的液相色谱仪新产品已在导入市场。 其他产品方向，蛋白层析仪器产品上半年销售收入 2078 万元，同比增长 7%；光电领域用微球产品上半年销售收入 1647 万元，同比下降 8%；IVD 用微球产品上半年销售收入 325 万元，同比增长 42%。 公司妥善使用募集资金，持续加大国际市场拓展力度，完善海外营销体系，提升海外销售团队的直销能力，增加与战略合作伙伴的合作。2025 年上半年国际业务收入 4,402 万元，同比增长 136%，在海外药企实现抗体、血液制品、胰岛素、多肽、抗生素等应用方向不同阶段的项目导入，特别是在印度市场实现放量增长。 （二）在费用端，公司积极应对经营环境变化，落实提质增效各项措施，费用增长得到严格管控。上半年公司销售、管理和研发等三项期间费用的支出总额为 2.28 亿元，同比增加 19.42%；本期摊销的股份支付费用 2859 万元，同比增加 570 万元；公司自 24 年 3 月开始合并福立仪器，若剔除股份支付费用和福立仪器 1-2 月并表口径差异，本期三项期间费用总额约 1.89 亿元，同比增加约 12.10%。上半年公司研发费用 9530 万元，占销售收入 23.04%，仍保持较高的研发投入强度。 如上所述，收入端核心业务色谱填料产品实现明显增长，费用端得到有效控制，带来公司盈利指标的明显改善。上半年公司实现归母净利润 6331 万元，同比增长 41%；实现扣非归母净利润 5528 万元，同比增长 51%。销售净利率 15.31%，提高 2.05 个百分点。 上半年公司经营性净现金流 2417 万元，同比有明显好转，但仍然需要采取更有效措施，改善应收账款和存货等主要经营资产的周转效率。 二、投资者问答 （一）公司上半年海外业务快速增长，主要是哪些地区客户、哪些项目？跟随客户出海的情况以及海外填料业务价格竞争情况？ 答：公司通过完善海外营销体系，加强海外销售力量，提升海外销售团队的直销能力，增加与战略合作伙伴的合作等措施，国际业务实现明显增长，上半年国际业务收入 4,402 万元，同比增长 136%，已实现年初设定的营业目标。 公司在海外药企实现抗体、血液制品、胰岛素、抗生素等应用方向不同阶段的项目导入。2025 年上半年，海外业务从来源地区看，公司在印度取得了生产型的变更项目，约占海外业务的比例为 28%；在俄罗斯导入中试阶段的项目，约占海外业务的比例为 23%；在欧洲及中东地区的营收约占海外业务的比例为 26%，其他海外收入来源包含北美及亚太地区。业务以应用项目划分，多肽、胰岛素等小分子项目占海外业务的 40%左右，小核酸和血液制品项目各占海外业务的 25%左右，抗体项目占海外业务的 10%左右。 为助力中国生物创新药走向世界，公司的多款填料产品完成 FDA DMF 备案，目前已有多个国内客户的新药项目同步进行境外申报，从法规角度来看，国内药企客户在使用公司填料及工艺出海是没有障碍的。 海外客户在选择国内填料时，对产品的价格敏感度不高，更为关注产品性能、知识产权、长期供应能力及安全性。公司拥有完整的自主知识产权，完善的质量管理体系和可靠的产品供应能力，公司将依靠创新型的产品，在国际市场中发挥竞争优势。 （二）公司三期项目的复采情况？ 答：公司前几年主要导入的是抗体类新药项目，较早上市的部分抗体项目，因药物进入医保或拓展适应症等原因，生产使用频次高，已出现重复采购的情况；近两年因 GLP -1 类多肽药物需求旺盛，国内外药企持续
--	---

	加大投入，推进新药研发和产能建设，相关色谱填料产品的收入增长明显，其中原料药生产项目有硅胶、离子交换等产品的重复采购。 （三）GLP-1 的增长预期和客户拓展情况？ 答：近两年 GLP-1 行业需求旺盛，公司加大相关填料产品研发投入、应用技术支持及市场营销推广力度，抓住了行业快速发展的机会，实现了上百家客户 GLP-1 项目的导入，在 GLP-1 类药物方向收入增长明显，2025 年上半年，公司在包括 GLP-1 在内的多肽类药物实现色谱填料销售收入约 0.75 亿元，较上年同期增长约 108%。未来，随着注射药物剂型普及到口服药物的量产，单靶点药物到双靶点、多靶点的拓展，药物功能的不断丰富，GLP-1 等多肽类药物市场规模和产品需求将进一步扩大。 （四）在小核酸领域的产品布局和客户拓展进度？ 答：小核酸作为近几年研发需求快速增长的领域，是公司实施色谱填料核心业务“3+2”的战略方向之一。目前，市场中小核酸药物项目大都处于工艺探索、功能拓展等早期研发阶段，少量项目进入临床前期，公司产品线齐全，可以为客户提供包括固相合成载体、纯化填料及工艺、纯化设备/分析检测设备等全面的整体解决方案，公司产品已在 CDMO 和核酸药企实现项目导入。 （五）大分子早期研发管线对填料的需求趋势？ 答：在大分子应用方向，抗体类新药项目是目前国产填料替代进口产品的主要应用领域，公司持续加大研发投入，聚焦重磅产品的迭代创新，不断推出高载量、高分辨率、高选择性、更长寿命的新产品，以满足更多复杂分子结构的项目需求。公司前期积累的研发项目，陆续进入三期及商业化阶段，已上市药物的商业化变更项目不断积累，逐渐开始有填料更换的重复采购订单，支撑了大分子应用方向的业绩稳定恢复。 （六）公司三期和商业化项目的数量更新，年初以来填料价格端竞争情况，未来毛利率的展望？ 答：截至 2025 年上半年，公司有超过 50 个抗体（含 ADC）应用项目处于临床三期研究或新药注册阶段，有超过 10 个抗体和 2 个重组白蛋白药物转为商业化生产使用。 关于毛利率趋势，一方面，在当前生物医药环境下，国内药企客户面临着越来越大的压力，对于更高性价比以及更好性能的填料的需求逐渐增加；另外一方面，国产填料公司数量越来越多，竞争情况愈加激烈。从客户角度来看，除考虑价格因素外，更加关注产品性能、生产能力以及产品质量。公司通过优良的产品性能、可靠的生产能力以及稳定的质量体系等综合优势，给客户提供更好的产品来满足客户的需求。激烈的竞争会增加产品降价压力，公司通过提升服务、创新产品、优化生产工艺等多措并举，争取维护核心产品的毛利率稳定性。 （七）福立仪器的协同情况，后续色谱仪产品迭代及市场推广规划？ 答：公司拥有微球的底层精准制备技术，从填料业务开始，投资设立纳谱分析，收购福立仪器，致力于打造从色谱填料、色谱柱、液相色谱仪/气相色谱仪的整体色谱技术平台，为客户提供更有价值的整体解决方案。在国际贸易关税政策变化的背景下，国内药企、科研单位寻求色谱分析类产品替代方案的需求明显增加，公司凭借齐全的产品品类以及在填料领域的客户积累、市场影响力，提升了替代机会，业务协同性得到明显体现。
--	--

	福立仪器具备仪器精密加工的能力，立足打造国内色谱龙头企业，公司通过引进国际一流的人才，在其稳定的气相色谱仪业务基础上，大力发展高效液相色谱仪，加快在制药、科研、高校等市场的导入进程。 （八）如何进一步提升战略客户的数量，并提升战略客户对我们的采购比重？ 答：公司从 2023 年初开始实施战略客户营销策略，在产品研发、应用技术支持、安全库存等方面集中资源，优先响应，高效地为客户提供更有竞争力的分离纯化工艺服务；同时，通过战略关系的建立，公司有机会深入战略客户的研发管线，有利于公司产品导入客户早期项目，共同推进项目从临床研发走向商业化进程。公司将同步推动已有战略客户的新产品导入和新的战略客户的签约，聚焦战略客户深层需求，不断提高战略客户的收入比重，提升公司的盈利水平。 从战略客户所处细分领域看，现有的战略客户大多集中在抗体、胰岛素和多肽类，公司将在小核酸、血液制品、疫苗等细分领域中拓展战略客户；从战略客户所处地域看，目前公司签约的战略客户多数集中在华东、华南以及西部地区，后续有机会增加在华北地区的战略客户数量。 （九）新一代软胶 Titan 的销售推广情况如何？ 答：公司第三代 Protein A 软胶产品 NMab Titan 于 2024 年 3 月正式推向市场，经过一年多的市场推广，已在超过 50 家客户项目中验证和使用，订单收入稳步提升。 （十）公司今年的收入和利润目标是什么？ 答：公司董事会提交 2024 年年度股东大会审定了今年的财务预算目标，即 2025 年营业收入预算目标为 10 亿元，同比增长约 28%；经调整的净利润预算目标为 1.68 亿元，同比增长约 31%。上述“经调整的净利润”指公司经审计的归属于上市公司股东的净利润，剔除公司股权激励计划所产生的股份支付费用的数值作为计算依据。 结合外部市场环境以及公司上半年实际经营情况的分析，公司的全年经营目标暂未调整。 （十一）公司对未来有何展望？ 答：未来公司将继续聚焦、创新、求精、协同。聚焦重磅产品与重磅行业；持续创新，重点提升现有重磅产品性能；把产品做到极致，才能在竞争中发挥优势；关注业务的协同效力，例如在 GLP-1 领域，公司从上游的合成载体，到下游的分离纯化再到溶剂回收、分析检测，通过材料、工艺、设备的融合，为客户提供整体解决方案；加大国际市场拓展力度，对标国际巨头公司，巩固市场地位，用业绩的增长回报投资者。
--	---