

投资者关系活动记录表

证券代码：688293

证券简称：奥浦迈

活动日期：2025 年 10 月 30 日 上午 8:30	
活动地点：奥浦迈：2025 年第三季度业绩交流会 线上电话会议	
参会机构： 中国人保资产管理有限公司、上银基金管理有限公司、嘉实基金管理有限公司、招商基金管理有限公司、国华兴益资管、金信基金管理有限公司、富安达基金管理有限公司、天治基金管理有限公司、长江证券（上海）资产管理有限公司、浦银安盛基金管理有限公司、光大证券股份有限公司、金鹰基金管理有限公司、国联安基金管理有限公司、中信保诚基金管理有限公司、创金合信基金管理有限公司、深圳尚诚资产、永安财产保险股份有限公司、西部利得基金管理有限公司、招商证券资产管理有限公司、上海新伯霖私募基金管理有限公司、福建鑫诺嘉誉投资有限公司、信达证券、南华基金、交银施罗德基金管理有限公司、中泰医药、国泰海通证券股份有限公司、北京信复创、平安证券、国盛证券、华创医药、东方证券、华宝基金管理有限公司、国晖投资、开源证券股份有限公司、兴业证券、中信建投证券股份有限公司、国信证券股份有限公司、Fuh Hwa SITE Asset Management、汇升投资、上海人寿保险股份有限公司、浙商基金管理有限公司、宝盈基金管理有限公司、北京神农投资管理股份有限公司、上海仙人掌私募基金管理合伙企业（有限合伙）、银河医药、青裕资产、圆信永丰基金管理有限公司、浙商医药、国海证券股份有限公司、银河基金管理有限公司、同泰基金管理有限公司、武汉言是科技有限公司、北京金百铭投资管理有限公司、长盛基金管理有限公司、FIL Investment Management (Hong Kong) Limited、华源证券、德邦基金管理有限公司、信达澳亚基金管理有限公司、上海远海资产管理有限公司、天弘基金管理有限公司、上海辰翔私募基金管理有限公司、华安基金管理有限公司、广发基金管理有限公司、上海域秀资产管理有限公司、国丰兴华（北京）私募基金管理有限公司、浙江浙商证券资产管理有限公司、汇添富基金管理股份有限公司、君联资本、宏利资产管理有限公司、上海南土资产管理有限公司、诺安基金管理有限公司、东吴证券股份有限公司、华能贵诚信托有限公司、招商基金（深圳）管理有限公司	
活动类别： ☐ 特定对象调研 ☐ 媒体采访 ☐ 新闻发布会 ☐ 现场参观 ☒ 分析师会议 ☐ 业绩说明会 ☐ 路演活动 ☐ 其他 （ ）	
公司参会人员： 董事长、总经理肖志华；副总经理、首席财务官倪亮萍；董事会秘书马潇寒。	
会议记录： 一、公司 2025 年第三季度整体经营情况介绍： 1、肖志华博士介绍公司整体经营情况 非常感谢大家今天参加公司 2025 年第三季度业绩说明会，很高兴和大家分享公司在第三季度业务发展方面取得的重要进展。	

首先，从整体业绩来看，公司 2025 年前三季度实现营业收入 27,152.72 万元，相较上年同期增长 25.79%。其中，公司海外业务收入也在稳步增长，这标志着公司在全球化市场布局上逐步取得了显著成效。接下来，我们来看分业务板块的具体进展情况：

在细胞培养产品业务方面：2025 年前三季度实现营业收入 2.39 亿元，相较上年同期显著增长 32.56%，产品业务板块依然是公司营业收入的核心支柱，展现出公司细胞培养产品在市场上强大竞争力和高度客户认可力，我们持续加大在产品技术优化、研发创新及市场拓展方面的投入，推动产品业务实现高质量增长。未来，公司将继续深耕核心业务，强化产品创新与工艺升级，进一步巩固和扩大行业领先地位。

在 CDMO 服务业务方面：2025 年前三季度公司 CDMO 服务业务实现营业收入为 3,258.13 万元，相较上年同期略有回落。服务业务受外部环境与客户需求阶段性波动影响，增速阶段性放缓。对此，公司一方面优化内部运营流程，提升服务交付效率，另一方面加快服务模式创新，深化与重点客户的战略协作，优化资源配置，以实现服务业务的稳健恢复和可持续发展。

在客户项目方面也取得了显著进展。报告期内，公司服务了超 800 家国内外生物制药企业和科研院所；截至报告期末，公司累计服务客户数量已突破 2,000 家，客户基础与市场覆盖面持续扩大。截至本报告期末，共有 311 个已确定中试工艺的药品研发管线使用公司的细胞培养基产品，其中处于临床前阶段 168 个、临床 I 期阶段 60 个、临床 II 期阶段 36 个、临床 III 期阶段 34 个、商业化生产阶段 13 个，整体相较 2024 年末增加 64 个，进一步巩固了公司在该领域的市场竞争力。这些成果充分体现了公司在细胞培养基领域持续提升的品牌影响力与客户认可。

在荣誉资质方面，2025 年 9 月，公司全资子公司上海思伦生物科技有限公司顺利通过欧盟质量授权人（QP）审计，获得 QP 签发的符合性审计报告。此次审计范围覆盖了质量管理、生产管理、厂房与设施、物料、包装与标签等关键环节，重点就无菌保障、计算机化系统、数据完整性等进行了细致审查。QP 审计报告结论显示思伦生物符合当前欧盟 GMP 要求。依托公司已搭建的大分子生物药 CDMO 一体化平台，此次通过审计标志着我们的质量体系与合规能力达到欧盟标准，为进一步开拓欧盟等国际市场奠定了坚实基础。

此外，“奥浦迈抗体系列培养基”凭借卓越的创新实力与应用价值，成功入选《2025 年度长三角区域创新产品应用示范案例名单》，成为长三角区域创新产品的典范之一。本次长三角区域创新产品应用示范案例征集工作竞争激烈，共征集有效案例 976 个，涵盖了

7 个行业。经过三省一市各行业专家的联合评审，最终仅有 200 个案例脱颖而出，其中生物医药行业仅 22 个案例入选，公司培养基能够在众多优秀案例中跻身其中，这充分彰显了公司产品在技术创新、应用效果等方面的突出优势。

在战略布局方面，公司拟通过发行股份及支付现金方式购买澎立生物 100% 股权，并向不超过 35 名特定投资者发行股票募集配套资金，通过本次并购，公司以期进一步扩大培养基产品销售的流量入口，进一步提升客户粘性，逐步提升 CDMO 业务的能力，最终实现“细胞培养产品+CRDMO”的战略协同，强化公司在生物科技领域的长链条、综合化服务能力、优化产品结构并拓展市场空间。截至目前公司已完成了审核问询函相关问题的回复，上述重大资产重组事项仍在有序推进中。

最后，要特别强调的是，我们不会因为短期压力而动摇长期战略。虽然在发展过程中确实遇到了一些市场挑战，但公司始终坚持“Cell Culture and Beyond”的战略方针，以细胞培养为核心，围绕生物医药上下游产业链，持续保持技术领先，不断提升产品与服务质量，进一步加强市场拓展稳步推进业务发展，为股东创造更大的价值。

2、倪亮萍女士介绍公司财务业绩情况

2025 年前三季度，公司实现营业收入 27,152.72 万元，同比增长 25.79%；归母净利润 4,942.53 万元，同比增加 81.48%；扣非后净利润 3,736.92 万元，同比增加 118.80%；归母净资产 21.01 亿元，相较于上年度末上升 0.22%；基本每股收益为 0.44 元，同比上升 83.33%。整体来看，公司营业收入与净利润均实现较快增长，净利润增速显著高于营业收入增速，反映出公司盈利能力的持续增强。

报告期内，细胞培养产品业务收入实现了显著增长，相较上年同期增长 32.56%，依旧是公司主营业务的重要支撑力量。得益于下游生物医药、科研机构等市场需求的持续释放，产品业务板块保持良好的增长态势。未来，我们将继续加强技术优化与新产品开发，不断提升产品核心竞争力，夯实行业领先地位。同时，通过营销网络升级与客户深度服务，推动该业务板块持续高速增长。

我们始终把科技创新作为驱动公司高质量发展的核心动力。2025 年前三季度，公司研发投入 3,637.77 万元，同比增长 51.62%，占营业收入比例提升至 13.40%，同比增加了 2.28 个百分点。研发投入的显著增加，主要源于美国全资子公司实验室正式投产并全面开展研发工作，这不仅强化了公司的国际化能力，也进一步完善了全球技术布局。尽管研发

投入短期内对利润带来一定影响，但我们坚信这是支撑公司长期发展和保持核心竞争力的关键基石。

在费用与成本管控方面，在剔除上年同期新厂房验证费影响后，管理费用同比基本持平，成本结构持续优化，利润表现得到有效支撑。

2025 年前三季度，公司经营活动净现金流大幅提升至 1.00 亿元，同比大幅增长 70.62%。客户回款金额同比增长 26.79%，整体回款天数较去年有效缩短，整体流动性更加充裕。公司内部通过不断优化信用政策、加强账期管理及完善应收账款催收机制，公司的运营质量进一步持续改善。此外，充裕的现金流也将会为公司后续产品研发、产能扩张、市场拓展及重大并购项目的顺利实施提供有力保障。

截至报告期末，公司总资产达到了 22.72 亿元，同比下降 0.62%，主要因为公司在前三季度实施了 2024 年度及 2025 年中期分红；归属于上市公司股东的所有者权益为 21.01 亿元，同比增长 0.22%。

在战略布局方面，公司拟通过发行股份并支付现金方式购买澎立生物 100%股权，同时募集配套资金，目前公司已提交审核问询函的相关回复，正积极推动项目进展。

展望第四季度及未来，我们将坚持以创新驱动主业高质量发展，稳步推进全球化布局战略，持续开展产品升级、业务拓展与数字化转型，并强化内控与风险管理，确保公司稳健经营。同时，也提醒投资者关注下游行业景气度波动、国际市场不确定性等潜在风险。管理层将保持审慎与定力，致力于实现长期、可持续的高质量成长。

二、提问交流：

Q：想了解今年的创新药 BD 项目中，使用公司培养基的情况如何？BD 之后 MNC 客户是否会持续采购公司的培养基？公司目前整体对 MNC 客户开拓的情况如何？

A：在当前创新药项目 BD 的大环境下，我们会伴随着海外客户的项目出海。公司业务的快速增长也有一部分原因是得益于部分客户项目的 license out。其他 BD 项目我们亦有和海外 CDMO 客户的合作。从项目的推进节奏及成本等综合因素考虑，客户一般不会考虑更换。另外首先从产品性能方面，公司部分培养基产品在性能上已经完全可以和海外品牌相媲美；从价格方面，在保持性能的前提下国产培养基的价格相对有竞争优势；从客户服务方面，我们也具有及时的响应速度并提供高质量的服务。

目前，从我们与销售端以及 BD 端持续沟通掌握的相关信息来看，公司有约 10+的管线伴

随着 BD 出海，目前主要集中在临床 I 期和临床 II 期，当然出海过程中可能会面临地缘政治等风险，但我们依然相信奥浦迈高品质及高性价比的培养基产品会帮助客户以及海外的 CDMO 企业更好地认识到公司的价值，我们也期待客户更多的项目 license out，从而带动公司培养基产品进一步走向更广阔的国际市场。

Q: 今年上半年 R 端需求有所恢复，如何看待 R 端到 D 端需求传导的节奏？能否分享下公司 CDMO 在手订单、新签订单的情况？能否就公司目前 CDMO 的态势展望一下未来发展？

A: 上半年，从整个行业 R 端的情况以及结合澎立生物的业务来看，R 端业务需求在逐步复苏，尤其是海外 R 端复苏比较明显。D 端系受行业景气度影响，整体大部分 biotech 依旧面临挑战。我们在细胞株构建、工艺开发及中试生产都有一些订单，今年国内和海外有 CDMO 的新项目。整体来说公司 CDMO 业务板块依然面临着一定的挑战，这也是正常的行业出清的结果。

从历年公司 CDMO 业务相关财务数据来看，我们也能切实感受到整个行业的变化，自去年第四季度开始，公司订单从以 biotech 创新药公司为主，部分订单转向以生物类似药和大 pharma 公司，对于奥浦迈来说有些细分领域还是需要一些时间去积累特定项目的交付经验，虽然短期来看新的业务项目交付进展不及预期，但是对于后续项目的推进是有积极作用。同时我们也期望伴随着澎立生物的收购完成，基于澎立在服务方面优秀的项目管理能力以及良好的口碑，逐渐加深漏斗效应，公司 CDMO 业务会尽快走出低谷。

Q: 近两年公司培养基商业化管线陆续进入放量期，请介绍下当前培养基产品收入中商业化、临床三期项目收入占比和增速情况，以及后续商业化放量的预期节奏如何？

A: 一般情况下，对于尚未商业化的管线，即便是处于临床后期的管线，客户对培养基的采购会受到临床进度及实验效果的影响，可能存在重复购买的情况，且需要根据具体的管线情况具体分析，鉴于临床阶段的数据占比相对不大且数据不一定准确，所以我们会更关注临床项目的推进情况，而非只是采购金额；对于已经商业化的管线，我们会更加关注采购量以及商业化推进节奏。整体来看，2024 年度，商业化管线带来的收入贡献占国内培养基收入约 1/3；2025 年前三季度，叠加已经商业化管线的持续爬坡及新增的商业化管线的双重影响，培养基收入是季度间逐步增长的。从目前的订单和销售排期来看，基于截至

本报告期末国内 311 个管线中的 13 个商业化管线情况，2025 年预计商业化项目收入同比增长将超过 60%，占国内培养基业务比重预计将达到 40%左右。在海外市场中，鉴于客户的保密要求，应用在商业化管线的很难区分，所以我们在管线口径上不包括海外客户的项目管线，但从业务商业实质上来看，我们可以理解为大部分收入是应用在商业化管线上的。从这个角度上来看，商业化管线对培养基产品采购的持续性、稳定性、重要性是公司收入的重要基石。目前来看，整个管线的推进速度，包括商业化项目，一直和我们预期中的推进节奏相对匹配，公司对于收入未来的确定性非常有信心。

Q: 请介绍下美国创新药、类似药市场的培养基开拓进展。今年公司 CDMO 海外业务价格水平如何？

A: 整体来看，基于我们和海外客户的持续沟通，海外生物类似药的市场即将迎来一波新一轮专利悬崖，预计 2027 年-2028 年大部分专利会过期，将释放巨大的市场。对于生物类似药来说，通过培养基工艺提高表达量降低综合成本，是至关重要的。欧洲还有其他区域生物类似药会有非常好的机会。美国的生物药市场主要是以创新药为主。从 2025 年交付的 CDMO 相关订单来看，同类型的 CDMO 海外订单价格相较国内订单价格会更具吸引力。目前公司已通过欧盟 QP 审计，CDMO 质量管理体系已达到欧盟 GMP 法规要求，将为我们进一步拓展国际市场提供坚实的基础，我们和欧洲的客户也在持续接洽的过程中，但未来订单转化还需要一定的时间。

Q: 请介绍下中小 biotech 客户偏长尾客户的需求趋势，这部分客户的景气度是什么情况？

A: 公司培养基产品业务收入目前仍然是头部驱动，相对后期的管线以及大客户驱动整个公司产品业务板块收入的增长。长尾客户的收入占比相对较小，覆盖的阶段主要在早研阶段，用量较小，项目数量也在逐步的增长，但从绝对金额来看，增幅不及头部客户。考虑到培养基商业模式、技术特性以及法律法规的影响，对于生物药生产企业，变更培养基供应商需增加额外的成本，一般在临床前研究阶段选定细胞培养基供应商后，在临床研究和商业化生产过程中不会轻易变更，客户粘性较大。报告期内，公司服务了超过 800 多家客户，截至报告期末，公司已累计服务超过 2000 家客户，且我们一直在持续拓展市场，这是我们对于长尾客户的定义。

Q: 目前在和澎立生物的接洽沟通中，对未来整合效果的预期和年初相比是否有更多具象的表现？

A: 伴随着公司收购澎立生物事项的持续推进，我们发现在筹划收购之前，澎立的相关项目的培养基几乎是进口品牌，通过最近几个月以来两个公司业务团队和研发团队的持续技术探讨和业务沟通，奥浦迈的培养基产品也逐渐测试并应用到澎立生物部分现有的客户项目当中，这意味着澎立生物在早期研究阶段实际交付客户项目时可以优先锁定奥浦迈的培养基，对奥浦迈来说，将会抢占更多临床前管线的先机，提前了解并进入客户全周期的需求，将初始产品使用逐步转化为长期绑定，进一步提升客户留存率和商业化阶段的转化确定性。

Q: 整个培养基行业国内竞争格局变化如何，目前国产替代率是什么水平？

A: 目前市场上没有公开查询的官方具体信息，根据前期沙利文市场调研报告，2020 年公司在中高端蛋白抗体药物领域国产培养基厂商中排名首位，从简单的逻辑上来推测，剔除特殊事件因素的影响，过去几年公司细胞培养基业务不断增长，我们认为公司的市占率是在不断提升的。同时基于公司发展及行业内的沟通，我们认为国产替代率也是在逐步提升的。我们相信未来整个培养基行业的趋势一定是逐渐向头部不断集中的。

Q: 三季报的毛利率有所波动，请从细胞培养产品、CDMO 业务两个方面分析下毛利率变化的原因以及对未来的展望，请分析下三项费用率和对未来的预期。

A: 前三季度毛利率与 2024 年相比有一定的下滑。主要原因是两个业务内部结构化的影响。细胞培养产品的毛利率一直比较稳定，随着细胞培养产品收入的扩张，规模效应也在逐步凸显，带动着其毛利率的小幅提升。产品业务的毛利率基本维持在 70%-71%之间，和 2024 年相比有 1%的季度间提升。三季度公司毛利率下滑主要是因为 CDMO 业务的影响，一部分原因是会计处理的影响，在去年同期部分验证费核算至管理费用，今年这部分费用会核算至成本，所以约有千万级别的管理费用调整到成本的变化。除了上述会计处理的变化，更重要的是部分客户项目在细分领域上也发生了一些变化，我们付出了一些成本去积累经验，但是未来这会转化为我们的能力，提升我们的项目交付水平。除此之外，通过 QP 审计会进一步加速公司拓展欧洲市场，加之美国客户对 CDMO 项目的交付非常满意，以及未来澎立对公司服务业务的技术提升不断加深漏斗效应。我们对 CDMO 业务持

谨慎乐观的态度，明年 CDMO 的毛利率预计比今年会好一些，期望未来两三年能够实现盈亏平衡。

从三费来看，公司一直以来都非常注重优化运营效率和管理水平。在管理费用方面，剔除去年厂房验证费用影响后，相较于去年基本持平，也充分体现了公司运营流程效率的提升；如果未来澎立生物完成收购，我们希望借鉴澎立生物优秀的管理团队经验，双方整合后进一步提升运营人效，相信未来管理费用的占比在可预见的过程中会有所下降；在销售费用方面，伴随着公司海外团队市场、销售团队的逐步完善，公司积极持续拓展国内外市场，大力扩大客户规模，预计销售费用率未来会随着收入规模的不断增长而保持合理稳定的增长；在研发费用方面，技术研发创新及迭代一直是公司未来收入稳健增长的重要引擎，大力投入研发是巩固行业领先地位及保证未来可持续发展的重要基石。考虑到可能会受新产品投入节奏跟商业化管线逐渐放量的波动影响，未来预期在 10%左右的波动，整体维持在较高的研发投入，以期实现产品的创新和技术的迭代。

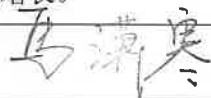
Q：美国全资子公司注重哪些产品或者哪些方向的研究？

A：2024 年，我们建成了美国研发实验室，今年进行了商业和市场团队的搭建。美国子公司未来集中在两个方面，一方面我们会考虑建设一个培养基产品的小规模生产基地，另外是细胞培养基开发及客户产品测试等研发方面，研发聚焦在培养基和细胞株构建两个部分，更加关注并满足海外客户的需求。

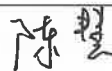
Q：请分享下 2025 年上半年以及 2026 年新增客户以及既有客户商业化管线的增速和放量逻辑。

A：不同的商业化管线放量节奏是有很大差异的。这和客户的药品种类、客户商业化能力及爬坡节奏息息相关。今年公司整体商业化项目预计会有一定的增长，主要是因为大客户管线商业化不断推进并持续放量带来的，但目前来看应该还未达到产品的销售峰值，预期未来几年会维持较高的增长。对于新增的管线，目前我们有 34 个临床 III 期的管线，也会拉动公司收入的增长。

会议记录人：



填表人：



填表日期：

2025.10.31