

苏州赛分科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-018

投资者关系活动类别	☐特定对象调研 ☐业绩说明会 ☐现场参观 ☒分析师会议 ☐新闻发布会 ☐其他_____ ☐媒体采访 ☐路演活动
参与单位	调研交流单位包括：博远基金、东方证券、东吴证券、工银理财、光大证券、国海证券、国盛证券、国泰基金、禾升投资、华创证券、华夏财富、华夏久盈资产管理、交银施罗德基金、金信基金、诺安基金、申万菱信基金、太朴持信、天虫资本、天风证券、天弘基金、天治基金、同泰基金、五地投资、香港摩根士丹利、新疆前海联合基金、信达证券、兴业证券、易方达基金、永赢基金、长江证券、长江资管、长盛基金、招商证券、浙商证券、中国人寿、人寿资管、中融基金、中信证券、中信保诚基金、中信证券资管、中银证券资管、中邮证券、翼虎投资、喜世润投资、易则投资、广东正圆、创金合信基金、信复创值投资管理等（排名不分先后） 重要提示：参会单位名单由主办机构提供并经整理后披露。公司无法保证所有参会单位名称的完整性和准确性，敬请投资者注意。
时间	2025 年 11 月 7 日
地点	苏州
上市公司参会人员姓名	董事长、总经理：黄学英 财务副总监：朱照锦 董事会秘书：王中蕾
投资者关系活动主要内容介绍	公司 2025 年前三季度实现营业收入 3.02 亿元,同比增长 38.39%。公司聚焦在分析色谱和工业纯化两大业务板块，凭借产品性能及自主开发的优势，一方面开拓增量客户，扩大市场覆盖边界，另一方面稳定推进存量客户已导入项目的复购转化，深化客户合作粘性。在双轮驱动下，公司的经营规模得到进一步的扩张。 分业务板块来看，工业纯化板块前三季度实现营收 2.08 亿元，同比增长 68.08%，占主营业务收入的 69%。公司依托自研技术平台，加速技术创新与产品迭代，把握国产化替代进程的持续深化与生物制药行业的高速发展红利。 从客户结构来看，报告期内超百万的核心客户群体贡献突出，实现收入 1.86 亿，占当期工业纯化收入的百分之 89.28%，同比增长 3.14 个百分点。头部客户集中度持续提升，公司产品在临床及

	商业化生产中渗透率快速提升，应用于药企的正式生产或三期临床阶段的工业纯化收入 1.61 亿元，占当期工业纯化产品收入的百分之 77.46%，成为业绩增长的核心驱动力。 分析色谱板块前三季度收入 9,332.91 万元，保持稳定发展态势。分析色谱在重点客户深度覆盖和稳定发展的同时，持续加大分析色谱产品研发投入，进一步健全生物分离细分领域的产品矩阵。公司前三季度综合毛利率 72.73%，归属于上市公司股东的净利润 9,321.18 万元，同比增长 71.07%，扣非归母净利润 8,493.01 万元，同比增长 57.26%。公司规模进一步扩大，盈利能力保持稳定向上的态势。 公司积极应对外部环境变化，费用得到严格管控。前三季度销售费用、管理费用、财务费用发生额 6,675.21 万元，费用率同比下降 2.87 个百分点，带动净利润进一步提升。 从研发创新来看，2025 年前三季度，公司持续投入研发创新，研发费用 4,060.03 万，研发费用率 13.43%，研发费用金额同比增长 20.37%。研发效能进一步提升，取得了一系列重要突破，为后续新产品的开发与迭代提供了坚实的基础。 从产能储备建设来看，扬州二期工程预计在 2026 年底建成后，年产将增加 20 万升，以支撑国产替代和生物制药快速发展的需求。与此同时，美国填料生产基地亦在规划建设中。海外工厂的落地将进一步完善全球供应链体系，为全球交付提供坚实保障，助力企业在国际市场竞争中提升竞争力。 展望未来，赛分科技将继续加大研发投入，深耕色谱技术，不断推出新产品，提高产品性能和质量，巩固在工业纯化和分析色谱各领域的领先地位。 问题 1：请说明公司前三季度工业纯化板块按下游应用领域划分的收入占比及分布情况。 回答：公司工业纯化板块的下游应用领域可分为四大类别：抗体、胰岛素/多肽/GLP-1、重组蛋白及其他（核酸、寡核苷酸、CGT 等）。前三季度数据显示，抗体领域作为第一大应用板块，实现收入 1.26 亿元，同比增长 129.40%，占工业纯化板块总收入的 60.62%。第二大领域为胰岛素/多肽/GLP-1，收入达 7,369.13 万元，同比增长 161.44%，占比 35.41%。重组蛋白领域收入为 330.19 万元，较去年同期有所下降，主要因该领域核心客户管线仍处于临床 III 期，复购未于本年度实现。其他领域收入为 495.60 万元，与去年同期基本持平。 问题 2：公司新增项目数量的具体情况如何？ 回答：第三季度单季度，公司新增项目总数 75 个，其中研发阶段项目 57 个，临床阶段项目 14 个，商业化阶段项目 4 个。截至第三季度末，累计项目数量达 1,126 个，具体分布为：研发阶段 893 个，临床阶段 173 个，商业化生产阶段 60 个。
--	---

问题 3：请对比国产填料与进口填料的价格差异，并分析公司当前填料的价格趋势。

回答：整体来看，国产填料价格大约为进口填料价格的 40%至 50%。公司色谱填料业务在过去三年及本年前三季度的毛利率稳定维持在 70%以上，价格未出现显著波动。究其原因，填料作为药品研发与生产中的核心耗材，药企在选择供应商时优先考量产品性能和技术自主可控、供应链安全性与稳定性，而非单纯价格因素。客户通常会在选定填料前对供应商生产设施进行现场质量审计。

此外，填料客户的黏性较高，一旦客户项目进入临床后期或商业化生产，更换填料需进行重新验证，涉及高昂的时间与资金成本。因此，药企基于自身利益，在复购时对于价格以友好协商为主。从行业整体视角，客户从供应商的安全稳定方面考虑，也会让填料供应商维持合理的利润，以保持其能够稳定盈利和长久存续。

公司的成长发展系技术驱动，深耕色谱行业 20 余年，夯实底层技术平台和技术积累，在产品性能、合作开发、服务响应等维度均具有较强的竞争力，尽可能避免卷入价格战。

问题 4：工业纯化业务收入中，临床 III 期及商业化阶段的收入占比如何？

回答：前三季度，商业化阶段项目贡献收入约 1.23 亿元，占纯化板块总收入的近 60%。临床 III 期项目收入约为 3,864 万元，占比约 19%。临床后期（含 III 期）与商业化阶段合计收入占比接近 80%。尽管这些阶段项目数量有限，但其收入贡献显著，体现了高价值项目的集中效应。

问题 5：国内下游客户在临床 I 期与 II 期的需求趋势是怎样的？

回答：截至第三季度，公司累计积累临床 I 期与 II 期项目 137 个。从销售额角度，临床 I 期需求规模较小，通常为百万元级，临床 II 期略有提升，但两者在整体营收中占比较小。

随着研发项目持续进入临床早阶段及临床早期项目进行临床推进，相关需求呈稳定增长态势。从市场角度，进入早期临床的项目数量增加，为公司未来业务增长奠定了重要且持续的客户基础。

问题 6：请分析海外市场的收入增长潜力及公司的开拓策略。

回答：公司将海外市场划分为欧美市场及其他海外市场（如“一带一路”沿线国家等）。

针对欧美市场，策略聚焦于大型企业未能满足的市场和新分子早期合作机会。为应对欧美客户对供应链安全的关切，公司已启动美国特拉华州工厂建设，以本地化生产保障供应链的稳定、安全和持续。

其他海外市场通过直接客户合作或经销商网络拓展。本年前三季

	度，该区域收入同比增长超 3 倍，未来可依托中国生产基地辐射“一带一路”及南美等地。 整体上，欧美市场注重技术解决方案，价格敏感度低；其他市场则以量为主，竞争更侧重成本。公司已制定差异化策略应对全球多元需求。 问题 7：公司业务出海的形式有哪些？ 回答：公司目前覆盖多样化出海模式，既有聚焦复宏汉霖、信达、甘李等客户的“项目出海”需求，构建陪伴式出海服务模式；亦有通过直接外销模式、BD 管线出海，匹配客户项目规划需求。此外，叠加赛分全球化品牌影响力，同步布局美国填料生产基地，这种“中国产能满足内需、海外产能服务全球”的双循环布局，在客户出海项目的选择上较其他国产填料更具优势。 问题 8：公司在 GLP-1 领域的客户覆盖情况如何？ 回答：国内约 70-80 家 GLP-1 研发企业中，公司与大多数建立合作，覆盖率较高。合作深度方面，尤其在大型项目中份额领先，源于自 2015 年胰岛素填料商业化积累的技术与经验。该领域具备坚实的客户基础、技术沉淀及商业化案例支撑。 问题 9：以大分子药物为例，请分析从临床早期至商业化全过程中，客户对填料的采购金额变化及复购周期。 回答：药物从临床前至商业化通常最快也需耗时 7-8 年，公司现有商业化项目多通过临床中后期替换进口填料实现。临床前多提供免费样品或技术支持，直接收入少；临床 I 期及 II 期订单金额规模约百万元级；临床 III 期订单金额可达 500 万-1,000 万元；商业化生产普遍订单金额会大于临床 III 期，客户对填料复购周期取决于使用频次，通常复购周期为 1-2 年。原料药客户可能延长使用周期以控成本，但主流需求仍保持稳定可预测的复购特性。
风险提示及说明	以上如涉及对行业的预测、公司发展规划等相关内容，不代表公司或公司管理层对行业、公司发展或业绩的盈利预测和承诺，不构成公司对投资者的实质性承诺，敬请广大投资者注意投资风险。 投资者接待活动过程中，公司接待人员积极回复投资者提出的问题，回复的内容符合公司《信息披露管理制度》等制度的规定，回复的信息真实、准确，本次活动不存在应当披露的重大信息。
附件清单（如有）	无

日期	2025 年 11 月 11 日
----	------------------