证券代码：万孚生物 证券简称：300482

**广州万孚生物技术股份有限公司投资者关系活动记录表**

 编号：

|  |  |
| --- | --- |
| 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） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 长江证券、广发资管、兆丰禾投资、广州瑞民投资、源乘投资、农银汇理基金 |
| 时间 | 2019-06-27 |
| 地点 | 公司 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会秘书：胡洪 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **1、Q: 6月15日开始在北京实施的北京医耗联动改革对的POCT行业及公司的影响有多大？**A: 北京医耗联动是对医疗资源做结构性的调整，是一个综合性的医改试点，而不是简单的终端收费降价。我们理解北京医耗联动改革总体上对POCT行业及公司的业务有利有弊，在挑战中蕴含着很多机会：1）一些高值检测项目在本次医改中有一定幅度的终端收费降价，但因为公司留给流通环节的安全垫很厚，终端收费降价传导到厂商的影响不算很大；2）对于一些有终端定价但是没有医保覆盖的检测项目，本次医改在终端收费降价后将其纳入到了医保覆盖范围内。预计对我们的产品在基层的放量、市场容量的扩增有帮助；3）对于公司研发出来的若干新的标志物检测，由于行政机关的反应相对滞后，此前在北京既没有物价局的定价也没有进医保覆盖，此次改革针对新标志物也做了处理，给了定价也给了医保覆盖，对于公司新品的推广有利；4）本次改革前，北京地区外资和国产有差异化收费，外资收费比国产贵，此次改革拉平了北京地区外资厂商和国产厂商的终端收费标准，对国产厂商总体利好，对外资厂商冲击较大，因为国产厂商在成本、价格方面与外资相比有更强的优势。改革会促进北京地区的进口替代。**2、Q: 内外资厂商收费差异化是否是普遍现象？**A: 要看具体省份政策，部分省份内外资厂商统一收费，而北京的内外资厂商收费出现差异化情况。**3、Q: POCT对患者而言是检测项目，而大型检测项目例如CT的收费一直在下降，那POCT的收费是否也在下降？**A: POCT产品降价不是最近出现的新情况，而是行业长期面临的趋势。面对长期降价的趋势，公司有几方面的应对措施：1）公司有较高的研发投入强度，每年获得新品注册证在行业内领先，用新品的推出来保持竞争力，一定程度上抵消降价的影响：2）公司近年来在生产系统推进“精益生产”，随着生产规模的扩大、运营效率的提升、供应链的优化、自动化产线的引入等，降本增效，使得毛利率基本维持在稳定的水平；3）公司也在积极的拓展在临床院线以外的其他的2C的业务。**4、Q: 公司毛利率是否受终端降价影响？**A: 公司合并报表层面的毛利率基本维持在60%左右，在过去几年都较为稳定。终端降价目前只是全国个别地区出现的试点，并未出现全国化的降价趋势；公司的出厂价占终端收费的比例不高，留给分销商的利润空间较大，因此终端降价传导回厂商的压力没有那么大；不同类型的产品所面临的渠道不同，市场竞争也不同，终端降价压力主要是在公司的临床专业线的产品。**5、Q: 慢病管理方面增长势头良好，具体是哪方面原因？**A: 公司在慢病管理方面的策略是聚焦心脏标志物产品，近年来心脏标志物营收占慢病管理比例较高，在所有免疫荧光平台的增长也是最快的。一方面，公司在慢病管理方面注重研发，每年都有若干新标志物取得产品注册证，逐步做新品导入，实现放量。另一方面，国家对危急重症重视度和投入力度逐步加大，五大医学中心中胸痛中心的建设最为靠前，卒中中心也在加大建设力度，创伤中心建设也在起步，公司有若干产品是围绕着危急重症及门急诊的场景来设计的，符合在此场景之下的检测快速、仪器小型化和便携化、操作简单等要求，因此业务扩展也比较快。最后，随着分级诊疗的推动，慢病管理业务在基层医疗机构的扩展也比较快。**6、Q: 公司销售能力强、营收增速快，想了解公司跟经销商角色分工是怎样的？**A: 公司一直在推行深度营销策略。公司跟渠道形成命运共同体，互相分工，共同服务好用户，包括医院的专家、技术人员等。在分工当中，公司主要负责学术推广、院科会以及提供经销商无法提供的部分技术支持；而经销商负责产品配送、财务结算、商务关系等。**7、Q: 药品两票制已经实行，耗材试剂是否有该趋势，未来如何应对？**A:POCT行业由于涉及到仪器的售后服务，本身的渠道就较为扁平。公司目前的销售模式中一票是从公司销往经销商、另一票是从经销商销往医院。因此公司目前已经基本符合两票制的引导方向。在筛选经销商时公司会选择终端型经销商，总体而言经销商层级较少，渠道较为扁平。**8、Q: 公司每年研发投入高，同时成果转化率高，具体优势体现在哪里？**A: 公司历史长，研发体系成熟，分工协同较好，分工细化到包括预研、应用研究、验证、标准、注册、临床等多个流程。研发体系分工不断细化、专业化程度高、协同能力强。与此同时，近年来公司正在推行IPD即集成研发体系，在应用端根据应用场景综合考量研发。**9、Q:** **分子诊断平台未来有什么规划？**A: 分子诊断目前在医院里面普及率较低，主要是技术原因。目前要通过分子诊断认证才能开展分子诊断测试，一般三级医院才能通过这个认证，因为这个认证对硬件、空间、人员都有较高要求。而POCT分子诊断能够突破这些要求，所有检测在一个封闭的仪器里面完成，无需大量仪器和占用大量空间。分子诊断POCT产品适用性广泛，对三级医院、基层医院有较大帮助，因此未来可期。**10、Q: 公司收购化学发光平台的公司主要是做大型设备吗？未来公司是否向这个方向转型？**A: 在化学发光领域，公司的策略还是聚焦POCT，自研的仪器和试剂都是POCT化的，推广的渠道都是基于目前公司布局的POCT化的渠道；收购回来的公司会进一步整合，保留原有适用于规模较大的二级医院、县级检验中心等应用场景的中型化学发光产品。**11、Q: 分子诊断主要针对感染为主，那是否跟免疫荧光产品形成冲突？**A: 不会形成冲突，因为一个诊断会有多个解决方案，诊断依据分成多个层面，例如蛋白层面、核酸层面、生化层面等。不同阶段的病症有不同诊断方案需求。**12、Q: 新产品是否替代老产品？**A: 新产品主要带来增量营收，不会替代存量的老产品。因为不同平台特性不一样，互相难以替代。例如免疫荧光平台投放成本小，通量小，方便运输，有效期长；而化学发光平台分析稳定性好、对某些指标敏感度更高。不同应用场景有不同产品需求。**13、Q: 流感产品主要应用场景在哪里？**A: 主要应用在急诊和发热中心。 |
| 日期 | 2019-6-27 |