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 投资者交流会 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 华泰瑞联、中信证券资管、广发基金、兴全基金、易方达基金、景顺长城基金、宝盈基金、安信证券、长江证券、国金证券、中信证券、华夏基金等 |
| 时间 | 2019-09-10 |
| 地点 | 公司及广州市天河区华观路1961号 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长王继华及公司核心经营管理团队。 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **1、Q: 行业未来是否会出现类似于现在心标、传染病产品这种需求量较大的产品，未来万孚在新平台和新产品上有什么布局？**  A: 公司正在实施两弹一星计划，两弹是化学发光和分子诊断，一星是智慧医疗，这是公司近期的计划。未来大有想象空间的是（1）精确评估，个人场景的身体机能评价系统；（2）精准医疗，对应的是用药指导和临床决策系统。现在提倡无创、微创化，术中需要影像技术，如精准医疗的OCT影像技术。影像市场是IVD市场两至三倍，精确、高成像、术中应用的产品具有较大市场空间。  **2、Q: 刚才提到POCT未来是去中心化、分散化。但是目前看得到的趋势是区检中心、第三方检验室发展较快，而且分散化不利于效率提高。公司如何看待这个问题？**  A: 一个企业存在的价值就是以客户为中心。医疗行业的落脚点是为了人，为客户提供价值。从提供服务的厂家而言集中化效率更高，但是对病人而言需要的是更主动、更便利的服务。从效率角度而言，消费者使用POCT产品能节省了花费于交通、排队、挂号等大量时间。在诊疗效果方面，面临危急重症的时候病情得不到及时诊断，病人可能面临生命危险，POCT产品就能解决这类诊断需求。因此分散化对客户更有利。  未来分散化是总体趋势。在数字化时代中各个行业都走向分散化，医疗也会走向分散化。消费者是提出需求的一方，研发应该是围绕消费者服务的，而消费者的多样化需求会加速分散化的进程。  **3、Q: 从市场一线角度而言，500个县域医疗共同体会对公司有什么影响？**  A: 不同需求应该区别对待。具体情况具体分析。例如糖尿病，无论医疗政策如何变化，分散化才能利于消费者，但肿瘤只能做集中化，只有少数医院、检测机构能提供相关服务，因此必须集中。国家推行县域医疗共同体就是为了让分级诊疗落地。应该现场解决的就用POCT现场解决。如血常规、基本的诊疗就应该在基层解决。例如慢病方面，糖尿病就应该在家门口解决、糖化血红蛋白就应该在基层解决，如果病人得不到及时诊疗救治，一旦出现低血糖就会有生命危险。由于普通基层医疗处理能力不足、没有足够资金采购设备，检测难度较大的项目样本应该送到区检中心集中处理。具体来说，急性病和慢病管理应该在基层解决，万孚能提供一体化解决方案。部分区检中心有些特殊的样本需要精准诊断，这一块业务公司也在布局。  **4、Q: 公司的渠道子公司未来会有什么规划？**  A: 渠道并购是公司营销策略的一部分，前些年受到国家政策影响较大，加上公司“深度营销”理念，公司与紧密合作的经销商成立合资公司，由公司控股。主要目的在于加强渠道管理，更好地服务客户以及应对政策变化。后来的合作中发现这样的合作模式在一定程度上限制了渠道公司的发展，因此公司调整了合作模式，降低股权比例。  **5、Q: 上半年公司美国区域的收入有所下滑，公司如何看待未来在美国及其国际其他区域的销售情况？**  A: 去年美国客户为了应对贸易壁垒影响而出现囤货行为，因此数据上来看上半年收入有所下滑。但今年出货情况6月份已基本恢复正常。公司为美国市场量身打造的整体解决方案已经收到效果，美国前几大实验室独立检测供应商已经跟公司进行接洽。美国对毒品检测比较重视，因此公司产量会增加，预计未来收入空间是现在规模的三倍，但这部分需求的体现尚需时间。国际市场，不同市场有先后开发顺序。早期开发的欧美地区未来会保持较快增长，非洲和拉美地区布局相对较晚，市场增长潜力较大。  **6、Q: 万孚如何管理与国外公司成立的合资公司，合资公司如何与公司配合？未来两者在团队、市场推广以及盈亏方面有何计划和时间节点安排？未来营业有什么规划？**  A: 目前公司的合资公司有两个，分别是万孚倍特和万孚卡蒂斯，都是独立的法人主体，有独立团队运作。如果这两个合资公司需要公司的支持，会以收费形式进行服务。目前两个JV的注册工作推进顺利，有一个产品已经完成临床检验，另一个完成临床试用，正在进行临床检测规划。仪器和试剂注册速度有所差异，仪器速度相对更快。公司计划在2021年第一季度和第二季度完成注册，今年和明年会进行小规模产品上市试水。  **7、Q: 公司跟固定的咨询公司合作，主要是在哪方面进行合作？改进了哪些不足？**  A:企业发展是一个开放和进步的过程，公司和咨询公司的合作是为了加大学习力度，并将其转化成自身的竞争力。  **8、Q: 现在政策正在推行“大病不出县，小病不出乡”和“城市医生多点执业”，对公司的产品销量有何影响？**  A: 这两个政策会令公司POCT产品销量增加。公司的产品线主要围绕社区常见病、慢性病，包括炎症类、心脏标志物检测、糖尿病等疾病监测。在社区、基层进行这三类检测能为患者提前发现相关疾病的风险。目前各级医院增速没有明显差异，大医院患者量减少，但危急重症没有减少，因为患者集中度高，仅仅对大设备有影响。基层POCT仍在增加，结合老龄化，目前是匀速增长，未来基层增速会加快。  **9、Q:** **公司从一级到三级医院市占率都在20%左右，与同行有所区别，如何理解这个现象？能否展望一下化学发光领域的市场竞争策略和情景？**  A: 产品线不应拘泥于技术平台，应该看技术平台后面具体的检测项目。例如万孚的荧光产品同类产品很多，已有的项目有30多个，涵盖了从高到低各级医院的需求，因此万孚在各级医院市占率都差别不大。化学发光是一个技术平台，不同公司利用这个平台实现的优势项目不一样。万孚基于急诊、急救、快速的定位，把具体病种从诊断到治疗一系列打通。不同技术平台的分工有所差别。  **10、Q:公司跟理邦的诉讼对血气产品线有何影响，未来如何应对专利诉讼？**  A:我们和理邦的诉讼是关于专利申请权的权属纠纷，目前只是一审判决，公司会上诉，整个案子需要周期很长，暂时对我们业务经营不会造成太大影响。行业发展到了一定程度会出现专利的争议，是企业发展过程中难以避免的。公司坚持通过长期持续的研发投入获取自主知识产权。  **11、Q: 化学发光跟免疫荧光是否互相替代的关系？**  A: 发光和荧光两个项目有重叠但重叠部分很少，因为两个应用场景差别很大。发光产品主要用于门急诊，对冷链物流、占地面积有要求，荧光相对小型化、便携。两者不存在相互替代，而是基于场景的分工和互补。  **12、Q: 新平台跟原有销售渠道重叠，重叠的情况下能否快速放量？**  A: 现有渠道在大多数情况下和现有的新产品有所重叠，可以促进短期放量。现有渠道还需要再扩张和辅导，才能帮助新项目放量。同时新项目能打开新的领域，新的产品会拉动新的渠道，老渠道会拓展新的项目，两者互相促进、是一个互动的过程。公司采取的是解决方案式销售。 |
| 日期 | 2019-9-10 |