

证券代码：300363

证券简称：博腾股份

博腾股份投资者关系活动记录表

编号：00220200330

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 ☐ 电话通讯 ☐ 其他 （请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	华西证券 崔文亮，海通证券 范国钦，安信证券 李浩治，国金证券 王班等约 200 位投资者
时间	2020 年 3 月 30 日
地点	“Zoom”及“路演中”线上会议
上市公司接待人员姓名	董事长、总经理 居年丰 副总经理、财务负责人 孙敏 副总经理 吉耀辉 证券事务代表 皮薇
投资者关系活动主要内容介绍	公司与投资者交流情况如下： 一、副总经理、财务负责人孙敏介绍公司 2019 年度经营业绩情况 经过近三年的努力，博腾股份战略转型的效果在 2019 年财务结果上体现得比较明显。2019 年是博腾股份收入和净利润创新高的一年，收入实现 15.51 亿元，同比增长约 30.93%；归属于上市公司股东的净利润 1.86 亿元，同比增长约 49.04%。更可喜的是，公司实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 1.62 亿元，同比增长约 125%。2019 年，公司毛利率同比提升约 4.38 个百分点，主要是公司战略转型的效果，包括产品升级、营销升级带来的收入提升，公司的整体产能覆盖率提升以及公司运营效率的提升。同时，毛利率的

	提升带动净利润率同比提升约 2.17 个百分点，达到 11.58%。净利润还包括今年生物 CDMO 和制剂 CDMO 两大新业务约 1000 万元的亏损，若扣除这一部分以及剔除今年实施股权激励的管理费用摊销影响后，公司的净利润率已经接近 13% 的水平。2019 年，公司经营活动产生的现金流量净额达到 3.51 亿元，同比大幅增长 81.48%，这不仅体现了公司利润的增长，同时体现了公司运营效率和管理水平的提升。资产负债率方面，2019 年末，公司资产负债率下降到 22.53%，较上年末下降 11.56 个百分点。从费用率来看，公司整体费用率呈现下降趋势，但我们也可以看到公司战略投入的方向，我们的研发和营销费用还是处于上升的态势。 从收入结构来看，公司 CRO 业务同比增长约 66%，呈现快速增长的态势，CRO 的占比已接近 32%，我们也相信未来 CRO 业务仍会是我们主要的增长动力和 CMO 业务来源。CMO 业务恢复增长，同比增长约 21%。从地域上，2019 年公司收入主要来自美国和欧洲市场。其中，J-STAR 的增长带动了美国地区的收入增长。 从业务集中度来看，公司前十大客户收入占比下降到 58%，前十大产品收入占比下降到 34%。随着公司客户管线和产品管线的拓展，公司业务集中风险得到了很好的释放。 客户管线和产品管线方面，公司服务客户数和新客户数不断提升。2019 年，公司服务的客户数较 2017 年翻倍。2019 年，公司服务产品数 308 个，其中临床二期以前 187 个。2019 年新产品 152 个。产品升级方面，2019 年公司 API 产品 68 个，其中国内 44 个。2019 年，API 的收入接近 1 亿元，占比相对较低，但随着公司能力不断提升和项目不断增长，API 将成为
--	--

	公司未来的增长点。 研发和产能布局方面，截至目前，公司在中美两地拥有 4 个研发中心，76 间实验室。我们拥有长寿和江西东邦两个生产基地，合计 1,186 立方米产能。 2019 年，公司员工总数超过 2000 人，其中研发技术人员 482 人，比 2018 年增加超过 100 人。我们预计未来两年将保持 100 人的研发人员规模增长，为公司技术能力建设和 CRO 业务注入更多力量。 新业务方面，公司生物 CDMO 聚焦细胞和基因治疗领域，同时兼顾抗体，目前团队超过 50 人规模，我们预计 2020 年 8 月左右，研发大楼投入使用。制剂 CDMO 于 2019 年 8 月成立，目前核心管理人员到位，目前重庆、上海的研发实验室以及重庆的中试车间在设计阶段，预计到 2020 年 11 月左右研发实验室投入使用。 二、副总经理吉耀辉介绍公司研发技术平台建设情况 根据 Evaluate Pharma 发布的数据，抗肿瘤领域市场份额预计从 2018 年的 1,238 亿美元增长到 2024 年的 2,365 亿美金，复合增长率 11.4%，2024 年将占据 19.4% 的市场份额。同时抗糖尿病、抗病毒等领域占比也保持增长。从博腾的产品管线来看，2016 年、2017 年，公司抗病毒产品占比较高，但随着战略转型的推进，公司产品管线和行业保持了较为一致的变化，过去三年，公司抗肿瘤领域产品占比从 5% 提升到 15%，其他领域的产品更加丰富。 从公司 CDMO 业务发展进程和逻辑方面：1、公司 CMO 核心
--	--

	业务是自创立以来非常关注的，也是重要的收入来源。随着过去十五年的深耕，我们 2019 年 CMO 业务实现了 22% 的增长。2018 年以后，我们看到一些相对靠后期的项目也开始实现放量生产，所以我们预期 2020 年以后 CMO 管线和收入规模还是会实现增长。2、在 API 领域，我们过去几年里新增约 130 个 API 项目，今年将有 6 个项目进入验证阶段，为后期商业化市场准入做准备。这也是公司内部自主开发工艺、分析方法，准备开始做工艺验证的新药项目，这在公司历史上也是接触比较少的，为公司 API 的收入规模和产品管线丰富打下坚实基础。3、从 2017 年开始，公司向 CRO 业务转型升级，从流程、团队、体系进行建设，去年公司 CRO 实现收入 4.91 亿元，随着我们产品管线的增长以及我们在研发端和技术平台的不断投入，对 CRO 业务的未来发展将提供有力支撑。 2020 年，我们计划在 CRO 业务里做一个更细致的切分，往业务更前端进行延伸，我们希望在临床前研究阶段就介入客户新药开发的过程，在技术上和更加高效的业务上，为客户提供更多支持。我们研发会创立一个新的业务部门，希望在年底做到 25 人规模，这也是作为我们在 CRO 业务里继续深耕的方式，展现我们的技术能力和完善性。 在技术平台发展方面，我们从 2017/2018 年开始打造公司技术平台，近两年实现了快速发展。2019 年，虽然团队规模还不是特别大，但我们在几个技术领域实现了突破，完成项目数达到 80 余个。2020 年，我们希望把团队规模翻番，在技术类型上提供更多类型的支持。未来，不论是原料药技术领域还是制剂领域，进一步扩大技术在博腾股份 CDMO 平台上的重要性和影响力，给我们带来更多由技术引起的项目导流效应。
--	---

三、董事长、总经理居年丰介绍行业认知及未来经营规划

在讲经营计划之前，先说一下我们对行业的理解。从行业来说，非常重要的一项是创新药研发产业的情况，我们看到创新药研发结构性的变化在继续。第一，全球创新药研发管线 16,181 个（来源：Pharmaprojects 发布的《Pharma R&D Annual Review 2019》），其中来自全球前 25 大制药公司仅占 11%，89% 都在新药研发机构手里。第二，从全球区域来看，美国仍然是全球新药最大的国家，第二是欧洲，中国占比在逐渐增加。

从 CDMO 的角度来说，博腾把临床二期之前的业务叫做 CRO 业务，这块业务主要的客户群体就是新药研发机构，这也是为什么博腾在过去的业务转型过程中，通过做 CRO 业务开发了大量的中小客户。但商业化的项目管线主要还是跨国制药公司在主导，所以博腾临床三期以后的业务主要是跨国制药公司主导。对于 CDMO 来说，中小制药公司、新药研发机构和跨国制药公司都非常重要，他们的需求不一样，我们需要建立不同的核心能力，提供不同的服务。

同时，我们看到无论是小公司还是跨国制药公司，对外部产能依赖度越来越高，特别是 API 领域，大部分跨国制药公司已经或者正在削减产能，API CMO 机构会扮演越来越重要的角色。从行业的增长来看，全球制药行业增速在 4%-5% 左右。小分子 CDMO 规模约 300 亿美金，未来五年预计保持 11% 的增速。总体来看，CDMO 行业依旧处于快速增长的趋势。

回到 CDMO 的商业模式，博腾对 CDMO 商业模式的理解经历了三个阶段。第一阶段是 2017 年前，我们采用了传统的 CMO 模式，也就是临床后期工艺开发服务加制造服务；从 2017 年开始，我们是采用了 CRO+CMO 的服务模式，所以我

	们在大幅增加 CRO 的团队规模，增加 CRO 的引流和项目锁定；经历了三年的转型，我们现在应该是 CDMO 平台模式，我们认为 CDMO 的本质是制药工艺开发、药品制造、CMC、制药技术（包括药物递送技术）。CDMO 的服务贯穿药物开发早期以及整个商业化周期。从平台模式来说，我们用三个关键词来看，“流量、转化、变现”。流量主要看客户覆盖率和分子覆盖率，也就是在全球客户中有多少客户与我们有业务关系，以及在全球分子管线中，我们覆盖了多少分子。覆盖只是流量，最重要的是我们要变现、要价值获取，所以内部我们会逐步建立渗透率的概念，这是我们可以大量做工的地方。另外就是从分子价值的角度，一个分子价值我们可以只参与 10 万美金，也可以参与 1000 万美金甚至更高，关键这个分子我们以哪种方式去参与。我们相信，从服务来说，我们从中间体到 API 到制剂，我们的技术越来越高，价值获取能力会更强。 对博腾来说，我们会选择聚焦于 CDMO 行业，把 CDMO 核心技术做到极致，把制药工艺研发制造、CMC、制药技术做到极致，不断提升覆盖率的提升，大幅提升渗透率。当然，我们的价值获取方式也要不断创新，除了传统的 Fee for service，我们还会探索 Risk sharing 模式、Equity for Service 模式等。如果用三年时间来看，我们只会专注于一件事，就是建立包括化学 CDMO、生物 CDMO 在内的全平台。 2020 年，公司最重要的是六件事。第一件毫无疑问是完成既定的业务和财务目标；第二，坚定不移地持续深入推进战略转型，包括营销、CRO、API 和技术平台；第三，我们每年都有一场大仗，今年就是打赢 API 大仗；第四，提升关键业务流程的运营效率；第五，继续推进新业务的能力建设和业
--	---

	务拓展；第六，制定人才战略，完成文化和 HR 管理体系的升级，建立集团管理体系。 四、Q&A Q1：2020 年第一季度，公司收入预计增长 50%-60%，CRO 和 CMO 拆分看分别是什么情况？ A1：2020 年第一季度，CRO 和 CMO 收入结构基本和 2019 年趋势保持一致。 Q2：产能是否能匹配业务增长？新增产能何时可以使用？明年 CRO 研发人员增长规划如何？ A2：随着业务的增长，对产能要求也会越大。今年我们长寿生产基地已经启动 109 车间的建设，预计 2021 年投入使用，将增加约 170 立方米产能。同时，我们也正在做江西东邦生产基地二期项目的规划。目前，我们对研发人员的规划是每年增加 100 人的规模，当然还包括与之配套的实验室建设。从效率方面看，一直以来研发效率也是我们的关注点，过去两年每年研发效率提升约 10 个百分点。 Q3：国内疫情对公司第一季度的影响如何？海外疫情如果继续扩散，会不会对新接订单或新业务拓展有影响？ A3：疫情对我们一季度还是有一定影响。因为我们春节期间只有长寿工厂商业化车间一直运行，研发、CRO 生产和东邦基地还是受了一些影响，我们初步估计有 3000-5000 万的收入没有实现。短期来看，我们看到可能有一些负面影响，比如我们担心可能因为临床研究资源的缺少，有一些临床项目的延迟；有一些小客户可能融资会受影响，我们的新订单会受影响，但因为我们 CRO 增长比较快，受影响的比例比较小；可能出差不方便，会影响新客户的开发；此外，J-STAR 可能
--	--

	会受到一定影响，但目前我们已经和新泽西政府沟通，我们不需要关门，所以目前影响较小。但同时，我们也看到对我们的一些正面影响。第一个，我们看到客户因为担心供应链的不确定性，有增加订单的需求。第二个，因为海外疫情的影响，我们看到部分订单从我们海外竞争对手转过来的，包括有一个研发订单，客户希望我们往后面再多做几步。这些都是对我们看到的一些正面影响。 Q4: 2019 年国内收入市场保持个位数的增长，毛利率还有小幅下滑，是什么原因？ A4: 主要受国内市场竞争影响。此外，过去我们对国内市场的开发力度还不够，未来，我们还是会加大中国市场的开发力度，同时从方向上，会把制剂和 API 结合起来，同时把复杂制剂作为我们的特色。此外，我们生物药 CDMO 的目标也会在中国市场。 Q5: 08 年金融危机后全球研发增速放缓，但公司在 09 年-12 年收入利润保持了不错的增长，在全球疫情的冲击下，如果全球经济衰退，博腾是否有机会在全球产能链中拿到更多份额？ A5: 短期内新药投资可能会有一定下降。但长期来看，我们认为不会影响制药行业的发展，反而包括国家、包括民众健康意识的增加，会推送制药领域的研发和投资需求增加。在现在这种情况下，短期内是有利于中国公司的，因为现在中国公司可以做很多西方竞争对手做不了的业务。但另外一个跟疫情不完全相关，我认为中国公司竞争力最重要的是我们的工程师红利和制造成本，跟西方同行比起来是有较大的优势。同时，我们的商业模式与西方公司比也更有竞争力。
--	--

	Q6: 汇率对公司的影响如何? 今年产能利用率和毛利率的预期如何? A6: 总体来说, 汇率对去年收入的增长有一定的积极影响, 但影响不大。2020 年, 博腾没有新增产能, 所以我们是依靠产能利用效率提升带动收入增长, 我们预计产能利用率的提升对毛利率带来约 1%的提升, 但不考虑原材料等成本的影响。 Q7: 瑞德西韦中间体对一季度收入贡献多少? 地瑞那韦产品收入贡献多少? A7: 公司层面前期已经通过异动公告做了相应披露。瑞德西韦对公司今年业绩不会产生重大影响。关于地瑞那韦, 我们也在前期的公告中进行说明, 2018 年占公司的收入比例约 18%, 2019 年占比约 12%, 这个产品目前需求比较稳定。
附件清单 (如有)	
日期	2020 年 03 月 30 日