

证券代码：300298

证券简称：三诺生物

债券代码：123090

债券简称：三诺转债

三诺生物传感股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2021-06-01

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	
参与单位名称及人员姓名	浙商证券 孙建 鹏杨基金 任智勇 红塔证券 王利洲 百年人寿 李振亚 中食科创资产管理 朱佳欢 华安基金 卢维捷 泰信基金 刘名超 圆信永丰基金 方瑾 诺德基金 陈少波 湖南迪策投资 张擎柱 长城财富 王卫华 东方证券 刘迎、江丹 国投瑞银 吴潇、马少章	
时间	2021年 6月9日	
地点	公司会议室	
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监：黄安国	

投资者关系活动主要内容介绍	一、 董事会秘书黄安国先生介绍了公司基本情况 总共分为两个部分介绍一下三诺生物。第一部分汇报公司的发展历程，第二部分介绍公司的业绩情况。 首先，三诺生物成立于2002年，主要做糖尿病以及相关慢病检测。2012年公司创业板上市，募集资金5.28亿，公司通过对经销商的授信，开始快速扩张市场。2016年，公司并购了Trividia和PTS，公司的产品开始横向、纵向发展，到2021年，公司产品可检测上超过50项指标，有了服务市场的中高端产品，公司的生产工艺，设备自动化，质量体系都得到了提升和完善，推动全球化的进程。 公司主要有三个发展阶段，第一阶段是做中国血糖仪普及推动者，第二阶段做全球糖尿病检测专家，第三阶段主要做中国糖尿病管理专家。在血糖监测领域里我们一直在努力，比如我们在BGM领域已经做到了全球第五，在糖化血红蛋白POCT检测和血脂POCT检测领域全球前列，同时为了满足糖尿病患者监测需要，服务糖尿病患者更好的控糖，雅培、德康、美敦力在过去的一年中CGM产品的销售保持了高速增长，根据Mordor Intelligence 数据，2020年全球市场CGM对糖尿病患者的渗透率约为5.3%，美国约为45.8%，而我国则仅有0.6%；2020年全球CGM市场规模约为50亿美元，而我国CGM市场规模非常小，市场空间十分可观。我们会继续有条不紊推进CGMS领域工作，会按照可转债发行过程中披露的进度安排推动产品的注册、生产和上市。从产品技术上来说，我们已经建立起以血糖为基础，以慢病相关检测为抓手，以及用指尖血能够测多项指标的立体的多指标检测POCT的产品体系。未来在技术上会紧紧围绕电化学、光化学、荧光免疫等方面检测平台不断研发，满足基层医疗单元、家庭医疗单元的相关产品，从而不断巩固和发展公司业务。 其次，公司的业绩情况，公司的业务收入主要来源于血糖监测系统在全球的销售和推广。业务分为三大部分，第一部分是三诺生物的中国业务，以血糖为主，血糖监测系统在中国业务中占比非常大，另外的营业收入来自尿酸、血压、血脂等一些相关产品。第二部分业务是美国的PTS，主要来自血脂、糖化血红蛋白。第三部分是我们参股的投资公司，对上市公司影响的主要是投资收益。 2020年至今，全球BGM业务都受到影响，包括罗氏，雅培，德康等公司来看，在全球罗氏、雅培的BGM业务都下降了，但三诺和Trividia是增长
---------------	---

	的。CGM德康、雅培保持超过40%的增长，行业发展迅猛。2021年三诺会在BGM领域持续努力，尤其在中国这样的发展状况下努力推动渗透率不断提升、测试频率不断提升，因此在血糖业务里面公司会持续努力。再加上在ICARE、分钟诊所等产品的投入，努力实现业务更好的增长。
--	--

	二、提问交流 Q1：POCT产品目前的市场情况？ 答复：公司在血糖监测领域持续努力后，取得了较好的市场份额，通过多年的研发，公司推出了以icare为主的检测平台，同时不断的拓展血脂、尿酸和糖化血红蛋白等多指标检测体系业务。构建起以家庭和基层医疗机构的多指标检测系统。 Q2：未来公司CGM价格策略？ 答复：三诺的使命旨在为糖尿病患者提供更好的产品，更便捷的服务，呵护糖尿病患者的健康，未来产品的定价会基于市场情况、患者的使用成本、产品性能情况等综合考虑定价。 Q3：公司产品国内的市场份额怎么样？ 答复：BGM线上三诺份额40%，线下零售市场量的份额60%，销售额份额50%，医院市场三诺已覆盖医院3000家，主要为二级以上医院，三诺院内血糖管理系统是BGM业务发展中的一大优势。 Q4：国际电商业务的进展怎么样？ 答复：公司的国际电商业务开始于2019年，在全球疫情下，线上业务市场发展迅猛的情况下，公司通过两年的发展，逐渐在全球建立了17个海外合作仓，公司希望通过电商平台购买公司产品患者都可以在2-5天收到货物，逐渐拓展海外市场。 Q5：公司愿景完成情况怎么样？ 答复:1) 公司发展的第一阶段是推动中国血糖仪普及，公司做了近20年，现在糖尿病患者测血糖的比例还不是很很高，糖尿病的诊断率不高（国内只有50%，美国是90%）。公司将持续努力，不断提高血糖监测系统的渗透率和测试频率，更好的为糖尿病患者生活质量的提高提供很好的产品和服务 2) 公司发展的第二阶段是成为糖尿病监测专家，公司收购Trivida和
--	--

	PTS后，公司慢性病监测产品不断丰富，应用于不同的场景（家庭、医院、基层等），检测指标不断增加，目前icare能检测70多项指标。 3）公司发展的第三阶段是成为糖尿病管理专家，未来20年公司努力的目标，收购北京三诺健恒糖尿病医院有限公司，增加互联网医院诊疗资质，投资北京糖护科技，探索糖尿病管理，募集项目“智慧健康项目”，围绕移动医疗慢病管理，以智能生物传感器为基础，将智能生物传感器采集的血糖、血脂、尿酸、血压、糖化血红蛋白等生命体征数据通过互联网传送到云数据平台实现慢病管理的新模式。 Q6:请问公司的CGM技术优势？ 回复：公司CGMS产品核心技术为基于蛋白质工程的免电子媒介微创葡萄糖传感技术，是对酶修饰来实现直接电子传递的技术，即第三代生物传感技术，在行业内具有较高的先进性。公司传感器技术上不同于目前德康和雅培的产品，德康采用了第一代传感器技术，使用了独家专利的高聚物材料作为葡萄糖限制层，而雅培采用了可视为第二代传感器技术的“连线酶”技术，使用一种基于金属钼的介体代替氧气作为电子传递剂。 Q7：鉴于目前鱼跃收购了凯立特，微泰医疗提交IPO，雅培占据70%的线上销售份额，那么未来公司产品上市，如何参与竞争？ 答复：根据国际糖尿病联合会发布第9版的《全球糖尿病地图（IDF Diabetes Atlas）》，目前全球糖尿病患者已达4.63亿，国内有1.16亿糖尿病患者，2020年全球市场CGM对糖尿病患者的渗透率约为5.3%，美国约为45.8%，而我国则仅有0.6%，2020年美国CGM市场规模约为25亿美元，而我国CGM市场规模非常小，市场空间十分可观。未来在国产替代之下，更多公司的努力，产品的不断渗透，CGM市场份额会被不断放大，CGM公司之间虽然有竞争但更多的是合作，共同推动行业的发展，只要产品够好，服务到位，患者的体验感上升，市场就会在大家的努力下不断做大。 Q8：公司的CGM产品大概的市场布局是怎么样？大概什么时候会上市？ 答复：1、公司现有的血糖监测产品以BGM为主，公司力求为国内糖
--	---

	尿病患者提供世界领先血糖监测管理技术，而CGMS产品将为公司产品能够与全球领先品牌产品竞争起到关键作用，打破CGMS产品进口垄断的格局；2、根据公司目前CGMS产品的时间安排，预计在2022年第四季度至2023年第一季度取得NMPA审批通过，时间进度视实际工作的开展可能有所调整。
附件清单（如有）	无
日期	2021年 6 月9 日