

三诺生物传感股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2022-04-01

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	华泰证券：代雯、高鹏 中信证券：陈竹、沈睦钧、张佳绘 国金证券：袁维、窦慧敏
时间	2022年4月22日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书、财务总监：黄安国 证券事务代表：许卉雨
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公司2021年度及2022年一季度经营情况 三诺生物是一家做糖尿病以及相关慢病检测的公司，其中血糖检测的目的就是为了削峰平谷，通过检测结果引导患者进行饮食、运动、医疗等活动，从而达到控制血糖在合理范围内，减少患者并发症的风险。公司一直秉承着“恪守承诺、奉献健康”的企业宗旨，专注于推动糖尿病及慢病健康事业的发展。为爱而诺，恪守对用户、员工、合作伙伴社会和股东的承诺是公司的核心价值观。通过持续创新，践行“为糖尿病等慢性疾病患者提供优质的产品和服务，帮助他们提高生活质量”的使命，最终实现公司“全球领先的代谢病检测专家”和“中国领先的糖尿病数字管理专家”的战略愿景。 2021年公司实现营业收入 23.61 亿元，同比增长 17.17%；实现归母净利润 1.07 亿元，同比下降 42.44%。净利润出现了公司上市以来最大幅度的下滑，一是持续为第二曲线的发育投入大量资源和费用；二是基于谨慎性原则，全额计提了古巴应收账款坏账准备、充分计提了减值损失；三是参股子公司心诺健康因疫情影响和整合未完成的持续亏损。公司2021年血

	糖监测业务实现收入18.37亿元，较去年同期增长20.80%；血糖监测业务毛利率为65.37%，较去年略下降，主要是由于适用新会计准则调整运输和保险费用会计口径所致。2021年糖化血红蛋白检测业务实现收入1.33亿元，同比增长12.45%，主要得益于公司境外子公司Polymer Technology Systems, Inc.（以下简称“PTS公司”）在美国市场有了一定的销售。2021年PTS公司的血脂和糖化血红蛋白业务在美国销售良好，处盈利状态，整体来讲PTS公司业务处于恢复性成长过程中，公司在美国的营收较去年同期有所增长。 从费用方面来看，2021年公司销售费用增长较大，同比增长24%，主要是广告宣传以、人员薪酬及差旅费用增加所致，公司构建iPOCT产品体系，开拓国际市场，相应推动人员增长，另外为扩大产品影响公司2021年广告宣传费用也有大幅增长；管理费用较去年同期增长了18.49%，主要是由于人员薪酬增加以及公司员工持股计划的顺利进行，股份支付费用在管理费用里面进行了摊销所致；研发费用无明显增长，母公司研发费用增加了3700万元，主要用于公司iPOCT项目和CGM项目，同时由于公司对PTS公司进行人员整合，PTS公司研发费用大幅减少；财务费用上，公司有将近1700万的增长，主要是由于2020年12月公司发行了可转债，其中可转债利息支出增长以及PTS公司借款利息支出增加所致，在未来几年可转债转换成股份或者可转债被赎回后，财务费用有望较大幅度的下降。 2021年公司出现了上市以来利润最大幅度的下滑，公司也反思了去年在战略上出现的一些问题，受新冠疫情影响公司没有获得任何大疫带来的相关快速检测市场机会，一是2020年第四季度基于对疫苗和核酸检测能力的预测，决定放弃这个领域的机会；二是未组建独立的团队，建立相适应的组织能力以敏捷决策来把握这种波浪式的市场机会。基于公司发展战略的判断，我们认为全球发展正在经历一个前所未有的不确定性，但我们所处的糖尿病等慢性疾病领域的用户需求、用户价值是充分确定的，仍是长坡厚雪的赛道。2021年公司仍聚焦在主航道上，在一个确定的市场中不断努力，保持现有以血糖监测产品为核心的慢性病快速检测业务的第一曲线成长，同时我们认为BGM业务与CGM业务市场仍是公司未来发展的重要方向，要以适配的组织能力，通过全球布局，走在糖尿病数字管理专家的路上。为此公司将投入更多的资源用心推动糖尿病管理专家的数智化转
--	--

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

	型，通过促进用户直达、践行数智化转型和加速全球协同步伐来落地战略执行，来推动第二曲线的成型。 受全球疫情持续影响，2022年第一季度，公司实现营业收入6.20亿元，同比增长23.27%，全球业务都保持了20%以上的增长；实现归母净利润6529万元，较上年同期增长了45.22%，这是一个好的开端，也意味着公司在国内外的经营正在朝着好的方向发展。
--	--

投资者关系
活动主要内容介绍

二、 提问交流

Q1：公司 CGM 产品目前临床的进展如何？

回复：公司研发的 CGMS 目前在推动临床试验过程中，预计 2022 年第四季度或 2023 年第一季度取得 NMPA 审批通过，另外，在今年第二季度我们会开始启动 FDA 和 CE 认证的申请工作，公司预计今年第四季度或明年一季度取得 NMPA 审批通过。公司将根据 CGMS 产品的时间安排，有序开展注册和临床实验工作，尽快加速产品上市。

Q2：公司2021年销售费用、管理费用以及财务费用增长较快，请问是什么原因？是否具有持续性？

回复：2021年公司销售费用同比增长24%，主要是公司构建iPOCT产品体系，拓展海外电商和国内iPOCT业务市场，相应推动人员增长，广告宣传费、人员薪酬及差旅费用增加所致；管理费用较去年同期增长了18.49%，主要是由于公司第二期员工持股计划的顺利进行，股份支付费用在管理费用里面进行了摊销所致；财务费用较去年同期增加1,671.56万元，增幅95.60%，主要是由于2020年12月公司发行了可转债，公司确认可转债溢折价摊销以及PTS公司借款利息支出增加所致。

股份支付费用会在第二期员工持股计划存续期10年内进行摊销，这部分摊销是一个前面多、后面少的过程。随着三诺转债转换成股份或者可转债被赎回后，公司财务费用也有望较大幅度下降。

Q3：请问新冠疫情对我们公司产品销售的影响？公司如何应对疫情带来的影响呢？

回复：国内疫情是一个起伏演变的过程，2022年1月份主要是东北地区受疫情影响严重，而4月则是上海地区受到明显影响，受疫情以及疫区封闭管理、限制物流等政策影响，公司线上销售受到了一定影响，公司在药店等线下渠道都有一定的存货，基本能供应当地糖尿病患者短期的使用量，同时三诺糖尿病公益基金会也在积极发挥作用，协调志愿者努力保障患者的试条及相关产品需求。公司将密切关注全球新冠疫情进展，动态调整生产经营策略。一方面，通过提升自主研发能力，不断优化产品结构，丰富产品品类，从而保障公

公司产品保持高速增长。另一方面，公司也将继续深入拓展线上线下渠道，应对可能出现的封闭情形，降低疫情带来的不利影响。

Q4：CGM产品在良品率上对厂家要求较高，公司认为提高良品率的门槛在哪？将如何应对？

回复：对CGM产品良品率造成影响的最主要因素是生产线的全自动化或半自动化，自动化程度越高则产品良品率越高。目前公司的半自动生产线已投入使用，全自动生产线有望在未来建成后投入使用，以此有效保证公司产品良品率。

Q5：公司的CGM产品上市在国内的市场推广方面的策略，是以院内市场为主还是以院外的零售市场为主？上市后的定价策略是怎么样的？

回复：目前公司CGM产品在备案时就申请了适用于个人的I型号和供医院使用的H型号，所以未来计划在国内市场也会进入零售与医院市场。经过多年发展，公司已经为3000多家等级医院，6000多家医疗机构提供了相关产品和服务，未来公司将利用线上、线下、医院临床等多渠道在国内推广公司产品，同时争取拓宽海外市场。三诺生物是一家专注于推动糖尿病及慢病健康事业的发展，以践行“为糖尿病等慢性疾病患者提供优质的产品和服务，帮助他们提高生活质量”为使命，公司产品未来上市后的价格将基于市场情况、患者的使用成本、产品性能情况等综合考虑。

Q6：请问公司的业务结构是怎样的，线上线下各自增速和占比情况？零售端血糖产品整个市场的增速大概是怎样的？

回复：公司在零售市场具有销售优势，通过药店、区域经销商、电商平台等渠道将产品销往终端客户。公司2014年开始做线上销售，通过这些年的努力探索，目前公司在线上的销售已经具有一定的规模，增速超过了零售线下市场，销售额与零售线下市场接近。零售端血糖产品整个市场的增速在10-15%左右。

Q7：21年年报营业收入构成中有一项“其他”产品实现了2亿的收入，这主要是哪部分？未来的预期？

回复：公司主要产品包括血糖、血脂、糖化血红蛋白、尿酸、尿微量白蛋白等围绕糖尿病及相关慢病的多指标检测系统，其中单产品占比较低的我们在年报

	产品分类中列示为“其他”，主要是指血压计、尿酸检测、采血针等糖尿病及其他慢性疾病的监测、检测及治疗配套产品。公司在2020年其他产品收入为1.93亿元，部分是来源于公司2020年新冠抗体检测试剂销售，公司在2021年其他产品收入中新冠检测试剂销售很少，所以公司在其他产品增速是非常可观的。未来随着公司业务规模的扩大，除血糖、血脂、糖化血红蛋白的检测产品外的其他收入占比将稳中有升。 Q8：公司在2021年加大了对海外电商业务的投入，请问海外电商未来的销售展望？ 回复：2021年，公司积极推进专业户、数智化和全球化战略的实施，跨境电商业务已拥有德语、法语、西班牙语等欧洲小语种独立自建网站，同时在eBay、Amazon、AliExpress、Shopee、Lazada、Cdiscount、Jumia、Joom等第三方国际平台开设有店铺，业务覆盖德国、法国、意大利、西班牙、葡萄牙、英国、俄罗斯、日本、加拿大、美国等200多个国家和地区，在欧洲、北美、东南亚等17个国家拥有了合作海外仓，实现了物流本地化。产品类涵盖糖尿病以及其他慢性病相关系列等产品，在欧洲，东南亚等线上商城都占有头部的市场份额，并且被选为亚马逊明星企业、ebayKA客户，在Lazada被选为品牌出海项目血糖类目唯一品牌，更好的打造了体验式多元化购物平台，服务更多的客户人群，提高了客户服务体验。未来我们将会继续推进跨境电商业务，同时兼顾短期和长期效益的平衡。 Q9：请问公司 2022 年的经营目标？ 回复：公司将坚持以确保业绩健康、持续、稳定增长为核心，围绕公司发展战略，努力实现 2021年年度报告中披露的2022 年经营目标，即实现营业收入人民币27亿元，力争公司整体销售收入和经营利润稳步持续增长。此经营目标并不代表公司对 2022 年度的盈利预测，存在不确定性。
附件清单 (如有)	无
日期	2021年4月22日