

投资者关系活动记录表

证券代码:688098

公司简称: 申联生物

编号: 2022-001

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	1、2022 年 6 月 16 日下午 15 点 30 分 华安证券 王莺、朱筱珊 华安资管 袁晓雨 龙全投资 陈冠宇 利檀投资 焦明远 财通资管 李晶 南土资产 黄文睿 新华基金 王丹 远望资产 卢春宇 冰河资产 刘春茂
时间	2022 年 6 月 16 日下午 15 点 30 分
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	总经理高艳春；副总经理、董事会秘书聂文豪；董事会办公室主任、证券事务代表於海霞。
投资者关系活动主要内容介绍	一、 公司介绍 （一）公司基本情况 申联生物是一家专业从事兽用生物制品研发、生产、销售的高新技术企业，是国家口蹄疫疫苗定点生产企业，目前已上市销售的产品有口蹄疫合成肽疫苗及口蹄疫灭活疫苗，市场渠道遍布 30 个省市，在多年的研发创新积累中，已掌握了多项行业领先的口蹄疫疫苗关键核心技术，形成合成肽疫苗技术、灭活疫苗技术、病毒样颗粒疫苗技术以及体外诊断技术四

	大技术平台。公司拥有 7 项国家新兽药注册证书，其中 2 项一类新兽药；已获得国家专利授权 76 项，其中发明专利 27 项。近年来，公司先后获得国家科学技术进步奖二等奖，以及联合国工业发展组织颁发的“全球科技创新奖-科技创新进步奖”等重大奖项。 （二）公司产品及生产线介绍 公司坚持一体两翼的产品布局，坚持以口蹄疫疫苗为主体，其他动物疫苗和兽医诊断试剂产品为辅。公司是国内最早研究开发口蹄疫合成肽疫苗的企业，在全球范围内率先实现口蹄疫合成肽疫苗产业化。根据市场需求，通过不断的研发投入及对产品进行升级换代，陆续开发出系列高品质的口蹄疫合成肽疫苗，目前上市销售的合成肽疫苗产品有猪口蹄疫 0 型合成肽疫苗（多肽 2600+2700+2800）、猪口蹄疫 0 型、A 型二价合成肽疫苗（多肽 2700+2800+MM13），其中猪口蹄疫 0 型、A 型二价合成肽疫苗是国内首个多价猪口蹄疫合成肽疫苗。 与此同时，公司从 2013 年开始研发布局口蹄疫灭活疫苗。2017 年，公司研发的猪口蹄疫 0 型、A 型二价灭活疫苗获得了国家一类新兽药注册证书，在口蹄疫疫苗领域取得新突破。2021 年，公司的猪口蹄疫 0 型、A 型二价灭活疫苗成功上市销售，该产品是国内首个基于反向遗传技术优化改造的猪口蹄疫灭活疫苗，生产工艺解决了“抗原产量、抗原纯化、抗原保存、抗原测定”等四大行业难题，具有生产性能好、免疫原性好、交叉保护性好等特点，能对现有的流行毒株均有较好的保护。 在产线布局方面，公司目前拥有上海和兰州两个生产基地，已建成的细胞悬浮培养口蹄疫灭活疫苗、合成肽疫苗、细胞悬浮培养病毒亚单位疫苗、免疫学类诊断制品（A 类）、分子生物学类诊断制品（B 类）均通过新版 GMP 验收，获得兽药 GMP 证书和兽药生产许可证，另外动物活疫苗生产线及灭活疫苗生产线正在建设中，全部产线建成投产后，能够保障公司多项在研产品的商业化生产，实现公司产品多元化发展。 （三）近期经营情况 1. 总体经营情况 公司口蹄疫疫苗产品已累计销售超过 32 亿头份。公司是同时拥有猪口
--	---

	蹄疫 0A 二价合成肽疫苗和猪口蹄疫 0A 二价灭活疫苗少数企业之一，是行业内拥有猪口蹄疫疫苗品类比较齐全的企业。 2021 年，在全体员工的共同努力下，公司实现营业收入 3.58 亿元，同比增长 6.13%，近 3 年复合增长率为 18.83%。公司注重研发创新，2021 年，公司研发投入共计 6,858.56 万元，占营业收入的比重达 19.14%，同比增长 102.94%，为公司未来发展赋能。2022 年一季度，猪价低迷，下游生猪养殖业发展下行，公司稳抓稳打，全面推进政府采购和市场化销售两种模式，营业收入实现 7.48% 的增长，但因固定资产折旧摊销等原因净利润有所下降，下降了 15.7%。 2. 新产品猪口蹄疫 0 型、A 型二价灭活疫苗（Re-0/MYA98/JSCZ/2013 株+Re-A/WH/09 株）（商品名 “泰吉联”）进展情况 “泰吉联”产品于 2021 年 2 月取得产品批准文号，于 2021 年 3 月开始上市销售。该产品是国内口蹄疫疫苗产品中的一个重磅产品，有很多优点。通过公司建立了细胞克隆、蚀斑纯化、悬浮培养、浓缩纯化、病毒灭活等灭活疫苗技术平台，“泰吉联”产品拥有五大灭活疫苗优势技术：双毒株反向遗传技术、双高效悬浮培养技术、双膜联用一体化纯化技术、双向抗原保护技术、双重 146s 检测技术。利用公司开发的先进纯化技术有效去除杂蛋白，提升疫苗的安全性和有效性，打造出了高品质的口蹄疫灭活疫苗；公司独创了“分子书钉 I-Molsta”技术，使得抗原结构更加稳定，提升了产品批内和批间的稳定性，可以确保抗原在常温下长时间保存不被降解，在降低保存和运输成本的同时，显著提升了养殖户的防疫效率；公司提供高效的抗原测定技术服务，能方便养殖户快速掌握产品的实际抗原含量。 “泰吉联”产品以市场化销售为主，销售模式为经销商销售和大客户直销两种方式。（1）大客户直销方面，公司成立专门营销部门负责集团大客户，针对全国大型养殖集团公司进行重点目标推进，聚焦规模以上养殖场的开发，实行一场一策，对规模养殖场进行定人、定进度、定目标展开销售。2022 年，公司将全力拓展大客户，全面提升“泰吉联”产品的大客户覆盖范围，以点带面，提升品牌的影响力。（2）经销商销售方面，现已
--	---

	完成优化和布局一级服务商近 30 家，二级服务商 800 家，将继续增加布局并进行优化。2022 年前几个月由于受疫情影响，部分原定的促销会议、圆桌会议等未能按计划举行。今年结合公司制定的“事业共同体战略”、树立核心和标杆二级服务商策略、“专家整合战略”等营销策略，主要围绕在提升服务商的信心上、销售能力培训上开展工作。经过前期的市场调研，再结合“泰吉联”的独特优势，确定了略高于主要竞争对手售价、并随行就市的价格策略。 2021 年，公司合成肽疫苗销售收入占主要部分，“泰吉联”产品 2021 年 3 月份上市后主要进行新产品的市场推广应用及渠道建设，很多用户处于产品试用和测定阶段。2022 年公司持续开展市场布局、规模化养殖场开发、品牌和产品宣传、服务商销售能力培训、专家战略整合、核心服务商和标杆猪场树立等一些积极的市场开发工作，相信随着疫情缓解、猪价回升，公司“泰吉联”产品将进一步获得市场和用户的认可和选择。 3. 口蹄疫合成肽疫苗 口蹄疫合成肽疫苗系申联生物首创，多年以来销售额稳定增长。2022 年，整个政采招标开展相对比较正常，但也有个别省市区受疫情影响招标略有延迟。 （四）公司未来业绩增长预期 1. 行业及公司经营方面 一方面，从行业的外部环境来看，国家政策会持续支持生猪养猪行业的健康发展，生猪存栏结构有望逐步优化，生猪价格预期会逐步反转提升，近期生猪价格已有所回暖，将有助于提升养殖户的防疫需求和防疫预算水平，有利于提升公司新产品“泰吉联”的市场份额。另一方面，从公司的内部发展来看，2021 年由于公司合成肽疫苗生产线搬迁，生产线生产受到一定影响，生产线已于 2021 年下半年恢复生产。2022 年公司生产、销售均正常的情况下，随着公司新产品“泰吉联”在市场上的逐步推广和各级用户的大量体验，销量有望逐步增长，带动单位产品的固定摊销成本逐步降低，助力公司实现业务规模和盈利能力的同步提升。 总的来说，公司将继续保持稳健发展的步伐，在巩固口蹄疫疫苗领域
--	---

优势的同时，拓展有发展潜力的新疫苗产品和新市场，为行业带来更多的革命性产品，为股东创造更多的投资回报。

2. 新产品布局及未来上市时间

公司有多项在研产品，随着研发项目的顺利推进，未来将逐步推向市场。其中，猪圆环病毒 2 型重组杆状病毒亚单位疫苗、猪瘟基因工程亚单位疫苗、牛口蹄疫疫苗等在研产品预计在未来 1-5 年陆续、适时投产上市，另外病毒样颗粒技术平台已搭建完善，病毒样颗粒疫苗已取得阶段性成果，获得多项富有竞争力的专有技术，相关产品也会逐步推向市场，有望持续为公司提供强劲的增长动力。

公司圆环亚单位疫苗在 2021 年 9 月取得新兽药证书, 生产线今年通过新版 GMP 验收，目前圆环亚单位疫苗已在申请批准文号。这个产品我们对标勃林格产品，表达体系与勃林格产品一样，但抗原表位设计不同，从目前试验免疫效果来看，非常好。

二、 华安策略会问答交流

1、在下游的客户里面，大客户的坏账风险多大？

答：公司主要产品口蹄疫疫苗为国家强制免疫用疫苗，目前产品销售收入来源以政府招标采购为主，主要客户为地方动物防疫主管部门，公司口蹄疫疫苗货款纳入地方防疫经费预算中，销售回款主要与财政资金拨付进度相关，整体的现金流及回款较为稳定，公司坏账风险较小。在市场销售方面，公司制定了相应的客户考察制度，对不同客户的信用进行评估，签订销售合同时视情况决定是否给予一定的回款账期，后续基于客户的履约情况，分别对其调整销售政策，市场销售对应客户坏账风险整体可控。公司制定了应收账款管理制度，加强对应收账款的管理；同时，公司根据应收账款未来回收风险以及信用风险特征，计提了相应的信用减值损失。

2、公司 2021 年增收不增利的原因？

答：2021 年度，公司实现营业收入 35,842.92 万元，同比增加 6.13%，营业成本同比增加 57.89%，高于营业收入增幅，主要原因是公司募投项目产品“猪口蹄疫 0 型、A 型二价灭活疫苗”于 2021 年度正式投产、销售，计入该产品成本的厂房、设备等固定资产折旧费用增加，管理费用、销售

	费用等期间费用与同期相比波动幅度较小，因此公司 2021 年度营业收入增加，但净利润略有下滑。 3、公司产品和竞争对手的差别，公司产品竞争优势和劣势？ 答：公司目前上市销售的产品主要有猪口蹄疫合成肽疫苗和猪口蹄疫灭活疫苗两大类型口蹄疫疫苗产品。 在合成肽疫苗领域，公司是国内最早研究开发口蹄疫合成肽疫苗的企业之一，是国内第一家成功实现口蹄疫合成肽疫苗产业化生产及销售的企业。公司掌握了多项行业领先的口蹄疫合成肽疫苗关键核心技术，涵盖了疫苗抗原设计技术、合成肽抗原生产技术及疫苗检验技术等，为公司生产出高效、安全的合成肽疫苗产品提供了坚实保障。在猪口蹄疫合成肽疫苗领域多年市场排名第一，市场优势比较明显。 在灭活疫苗领域，公司的新产品“泰吉联”是采用国际首例双毒株反向遗传毒株，经过多年的工艺打磨，结合申联生物独创的双高效悬浮培养技术、双膜联用一体化纯化技术、双向抗原保护技术以及双重 146S 检测技术，创新研发的猪口蹄疫 0 型、A 型二价灭活疫苗，具有高效、安全、稳定的特点，是目前国内具有代表性的疫苗产品。 同时，公司专注于口蹄疫疫苗领域，既有口蹄疫合成肽疫苗又有口蹄疫灭活疫苗，同时拥有 0 型、A 型二价合成肽疫苗及 0 型、A 型二价灭活疫苗。同时，公司非常注重产品品质的管控，多年稳健经营，树立了良好的客户口碑和品牌形象。 4、灭活疫苗产线达产后，预计能贡献多少营业收入增量？ 答：公司悬浮培养口蹄疫灭活疫苗生产线设计年产能可为 2.5 亿头份。该产品的定位主要是聚焦市场化销售，产品自 2021 年 3 月份上市后，预计在 3-5 年内实现满产。 5、公司在非瘟疫苗方面有布局吗？ 答：据公开信息，国内研发非洲猪瘟疫苗的技术路径有基因缺失疫苗和亚单位疫苗等，但是尚未有产品获得批准。公司一直密切关注非洲猪瘟疫苗研发方面的进展，从硬件上，公司正在积极推进疫苗生产基地建设，规划了活疫苗、灭活疫苗等生产线，可有效匹配到不同疫苗品种的生产需
--	--

求。同时充分与相关科研机构沟通合作，积极探索和布局非瘟疫苗领域。同时，非洲猪瘟疫苗相关配套诊断检测也在布局推进。

6、行业内其他动保企业在研发宠物药，公司在布局宠物疫苗方面是怎么考虑的？诊断制剂产品方面如何布局的？

答：公司的技术研发平台是通用型的，可以延伸宠物疫苗技术领域，目前在做一些宠物疫苗方面的基础研究和论证工作。在诊断制品方面，公司也在积极研发布局，非洲猪瘟病毒荧光 PCR 核酸检测试剂盒、猪口蹄疫病毒 VP1 结构蛋白抗体酶联免疫吸附试验诊断试剂盒处于产品批准文号申报阶段；牛、羊口蹄疫病毒 VP1 结构蛋白抗体酶联免疫吸附试验诊断试剂盒处于试生产阶段，后续将积极推动产品批准文号申报工作。

7、生猪价格回升，公司二季度销售情况是否有改善？

答：受猪价低迷影响，整个动保行业及公司的销售情况都受到一定程度的影响，公司一季度营业收入同比有所上升，略好于行业平均水平。近期生猪价格回升后，生猪养殖市场将有所回暖，动物疫苗市场需求将有所提升。政府采购方面主要受各地采购政策和采购进度影响，目前还没有特别明确的趋势。

8、“先打后补”政策对公司的影响？公司在市场销售方面的规划？

答：目前来看，口蹄疫疫苗是口蹄疫防疫的必须采购产品，无论是政府采购还是市场化采购模式下，都属于国家强制免疫疫苗。“先打后补”政策不会影响口蹄疫疫苗的需求总量，主要是市场化销售占比上升，政府采购量的占比会下降。“先打后补”政策目前还是在部分地方试点，对符合条件的养殖场户的强制免疫实行“先打后补”，逐步实现养殖场户自主采购、财政直补。对目前暂不符合条件的养殖场户，继续实施省级疫苗集中招标采购，并探索以政府购买服务的形式，有序引导社会力量参与强制免疫工作。

“先打后补”政策下各地申报补贴的流程不完全相同，有些地方审批流程及要求比较多，对养殖户的专业水平要求更高，对大型养殖集团而言相对有利。实际进展来看，部分省市在探索政府招标与第三方分包结合的方式，不过还没有形成特别成熟的模式，口蹄疫疫苗产品的使用量和销售

	量最终和生猪养殖规模有关，总量不会下降，只是采购和销售方式变化，所以最终还是看疫苗产品质量和服务。需求量不变的情况下，随着用户对产品要求的提高，以后优质优价的产品会占领市场，总体看来市场容量会增加。公司对中小养殖户这块，主要是通过渠道销售商的方式来拓展，已经完成主要一级、二级经销渠道的布局。 9、公司有没有考虑做化药或其他方面的安排？ 答：公司在化药方面有做一些研发布局，但尚未形成成熟的产品线。公司已建立完善的合成肽技术平台，包括 Fmoc/tBu 策略固相合成工业化生产技术、抗原多肽浓缩纯化技术、化学切断工艺精准控制技术、多肽结构构建技术、多肽“结构库”合成工艺技术等相关技术，利用合成肽技术平台优势，积极布局和探索相关合成肽技术的外延应用，如美容肽方向。 10、随着口蹄疫完全市场化后，公司预计能做到多少市场份额？依据是什么？ 答：公司的灭活疫苗主要定位为市场销售，一级、二级经销商渠道基本布局完成，公司希望通过诊断试剂检测带动销售，通过专家讲座的方式促进销售，持续提升市场份额。公司现有的市场化销售占比不高，预计未来市场化份额会越来越高，公司希望通过不断钻研先进的疫苗研究及工艺技术，瞄准先进技术，引领兽用生物制品行业的进步和发展，为动物健康发展作出更多的贡献，进入中国动保行业第一集团梯队。 11、雨季来临，两广地区非瘟情况怎么样？ 答：一般来说，雨季来临，高温高湿更容易爆发非瘟疫情。自 2018 年底爆发非洲猪瘟疫情以来，非瘟疫情每年都会季节性爆发，但目前整体情况应该是可控的，对公司业务的影响不大。
附件清单（如有）	
日期	