

## 迈克生物股份有限公司 投资者关系活动记录表

编号: 2023-IR003

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他(电话会议)
参与单位名称	国联证券、国信证券、天风证券、中信建投、太平洋证券、申万宏源、东北证券、银河证券、国金证券、国融证券、国盛证券、国泰君安、华泰证券、中信证券、中邮证券、山西证券、华安证券、中天国富证券、东方证券、万和证券、诺安基金、工银瑞信、农银人寿保险、汇添富基金、民生加银基金、嘉实基金、建信基金、上投摩根基金、中国人寿、国寿安保基金、长江养老保险、江苏瑞华、泰康资管、泰信基金、中国对外经济贸易信托、中航基金、中信资管、中再资管、安邦资产、安信证券资管、北京凯读投资、华信金工、淳厚基金、大智慧投资、淡水泉、东方睿石、红杉资本、东吴证券自营、敦和资产、丰琰投资、光大证券自营、广东正圆、国信 QFII、海南拓璞、杭州河清、杭州优益增、金鹰基金、金元顺安基金、经济研究所、景泰利丰、混沌天成资产、明世伙伴基金、华尚股权投资、盘京投资、青骊投资、轻盐创投、融通基金、瑞锐投资、厦门金恒宇、山高国际、上海峰境、海通证券资管、海和谐汇一、上海景领、上海聚鸣、上海领久、上海盘京、上海森锦、上海慎知、上海域秀、上海原泽、申万自营、深圳多鑫、深圳量度资本、深圳市凯丰投资、深圳中金岭南、四川振兴、天津易鑫安、西藏源乘投资、相聚资本、兴合基金、幸福人寿、阳光资产、野村东方国际、银杏环球、元生创投、珠海世豪、新加坡保宁资本、成都虞实基金、Boyu Capital、China Alpha Fund Management、HBM Partners Hong Kong Limited、HSBC Global Asset Management、Indus Capital、

	OrbiMed Advisors LLC、Point72、UBS Asset Management 共 107 家机构的 140 名投资者参加
时间	2023 年 7 月 31 日~8 月 2 日
地点	迈克生物（安和园区）、线上会议
上市公司 人员姓名	董事会秘书            史 炜 财务总监              尹 珊
投资者关系 活动主要内容 介绍	<p><b>一、公司 2023 年上半年经营业绩概要</b></p> <p><b>（一）上半年业绩拆分</b></p> <p>公司 2023 年上半年营业收入 13.8 亿元、归母净利润 1.75 亿元，同比下滑 22.5%、56.9%。从收入结构来看，上半年试剂销售收入自主常规产品 8.1 亿元、新冠 500 余万元，代理产品 4.96 亿元。进一步看自主常规产品，免疫、生化、临检分别为 4.2、2.9、0.8 亿，同比增长分别为 16%、3%、39%，常规业务整体同比增长 13%。</p> <p>单二季度来看，自主常规业务同比增长与一季度情况相差不大。从测试数来看，环比和同比增长均高于收入增速，而出厂均价有所下降，主要原因在于公司直销向分销转换、近两年部分区域也有挂网等带来的价格变化；从平均毛利率来看，与上年平均毛利率相比未发生明显变化；二季度净利润较一季度有所下滑，除了我们在定期报告中披露的计提存货减值准备外，公司持续加大研发投入。</p> <p>公司上半年研发费用同比增长 23%，研发投入同比增长 33%。</p>

## （二）仪器及流水线市场推广情况

目前迈克产品平台各载体已经非常丰富，流水线推广将会是近两年公司市场工作的重点。

1、免疫仪器：从仪器出库情况来看，2023 年上半年免疫仪器出库近 600 台，其中 i 3000 出库 244 台，i 1000 出库 211 台，i 800 出库 140 台（其中海外有 52 台 i 800 出库）。

2、血球仪器：5 系、8 系的血球仪器，2023 年上半年新增出库 633 台

3、流水线：2023 年上半年生免流水线（包含 LABAS MAX 与 MACHI 5000）新增出库 84 条，累计 109 条；血液流水线 2023 年上半年出库 85 条，累计共 330 条。

4、其他产品：2023 年上半年还有其他自产仪器出库约 300 台，包括血凝、尿液、生化等。

## 二、投资者互动问答

**Q1：对于自主的免疫生化产线流水线在营收端的带动，公司预计什么时候会有较为明显的体现？**

回复：在供应链稳定的情况下，生免流水线本年装机目标保持不变，即不低于 200 条，另外血球流水线目标不低于 200 条。公司目前流水线主要在二级及以上的医院进行装机，二级医院相对量会更大，三级医院也会进行一些标杆医院的建设，下半年会进行市场案例分享。对于装机产出情况，首先公司会根据不同客户做相应的测算，确保投入产出，另外由于每一家客户进度不同，并非装机后一两个月就能够有所呈现，通常会经过安装、调试、启用之后，逐步

常态化,比如装机运行后 3-5 个月试剂采购量会有一定增长,半年到一年逐渐有所放量。

**Q2: 安徽省公布集采品种,包括术前八项、性激素和糖尿病两项,公司如何解读这次集采影响啊,有何措施进行应对?**

回复:目前安徽省正在邀请一些省份一起参与此次的 18 个项目的免疫集采,处于公示和邀请阶段,我们也会关注并反馈相应意见和建议,特别是包括进口国产、方法学上的政策区分等。此次集采的 18 个项目中,公司直接化学发光平台涉及 17 个项目,公司针对所有集采项目均会努力进入 A 组别,应对策略等需要等到具体政策出台才会相对明确。总体来看公司免疫试剂收入中,传染病项目占比较高,而传染病在部分省区的价格不太一样,我们现阶段认为可参考生化肝功的终端降价幅度,最终降幅以正式文件为准来看具体影响。

**Q3: 今年肝功生化类集采在江西和福建开始落地,其集采品类对公司收入、毛利率、出厂价的影响?**

回复:江西生化肝功的集采共 26 个项目,公司涉及 23 个项目,包括 19 个肝功、4 项血脂,占到公司生化销售量约 30%。目前江西省从 7 月 1 号开始正式推行,终端价格执行正在逐步开展,目前还未能明确体现影响,公司保持密切关注、持续跟进。

**Q4: 今年江西进行肾功、心标类集采前期工作,这些品类后续推进集采**

**对公司有何影响?**

回复:江西肾功和心肌集采品种共 16 个肾功项目、13 个心肌酶项目,公司肾功约 12 个项目、心肌酶约 7 个项目。涉及品类在生化销售占比中预期 30%-40%。肾功、心肌集采品种及方案可能会比之前的肝功集采的推进速度更快。报表上未达到实质上影响,预计今年下半年到明年在肝功项目上会逐步呈现,肾功和心肌项目影响依托于后期方案落地推行情况。

**Q5: 新冠相关存货减值情况?**

回复:由于新冠疫情的不可持续性,今年上半年对公司分子、快检、免疫三个平台涉及新冠产品的原料、成品、半成品计提了跌价准备,金额 4000 余万。去年年底抗原产品推行速度较快,期间阶段性的变化较大,影响公司存货储备的整体情况。

**Q6: 去年下半年新冠相关收入和利润贡献多少? 今年下半年是否有相关基数的影响?**

回复:新冠分子核酸产品 2022 年销售收入约 6 亿元,若涵盖新冠相关的抗体检测、抗原自测等相关产品,2022 年新冠产品销售收入约 7 亿,7 亿元其中上半年约 4 亿元,下半年约 3 亿元。2023 年上半年,新冠产品销售收入约 500-600 万。分子产品线在医院还有一些常规检测的开展,但不会有太多增量,预计 2023 年下半年销售情况跟上半年持平或略有降低。2022 年随着集采,全年的出厂价格逐步回落,上半年新冠产品毛利率 60%-70%,年末平均毛利率在

50%左右。

**Q7: 代理业务利润在公司净利润中的占比?**

回复: 代理业务 2023 年上半年收入 4.9 亿, 较去年同期下降了 21%。全年代理产品销售预期同比下降 20%-30%, 和公司战略规划吻合。代理业务平均毛利率约 20%, 净利率预估在 10%-15%, 预计下半年对公司的利润贡献会进一步降低。

**Q8: 江西肝功生化集采后市场份额变化趋势?**

回复: 集采对财务数据的影响还没有体现, 但目前公司的生化试剂的销量在持续增长, 部分地区也在进行相应的价格调整以及经销商合作推进, 近两年个别区域份额有所增长。随着集采落地, 集采省份如果全面执行, 肝功的市场份额预计会有所提升。今年上半年公司生化试剂的测试数增长接近 20%, 相比前两年增速有明显提升。下半年我们将跟踪集采区域及非集采区域的市场变化情况。

**Q9: 公司业务调整的进度?**

回复: 上半年公司代理业务同比下滑 21%, 下半年依然会加速代理业务的调整。代理业务今年调整之后, 预计未来的年销售规模在 6-7 亿的水平, 明后年预计可能还会有小幅的调整, 代理产品方面我们主要是继续与日立的持续合作。整体来看目前代理产品综合毛利率 20%, 净利率 10-15%的水平。另外关

于直销转分销，目前自主产品的分销占比超过 60%，直销占比超过 30%，下半年会继续对直销部分进行调整，公司希望今年调整到位，但直销依然还会存在，例如重点客户标杆医院，因此未来可能还会有一定的占比。

**Q10: i 800 的产品定位和 i1000 及 i3000 有何不同? 各类机型的单产?**

回复: i 800 去年拿到注册证，今年开始进行市场销售推广，主要是替代基层的一些小发光，另外公司会以 i 800 机型进行海外出口。2023 年上半年，i 800 有 52 台出库到海外。i 800 和 i1000 在速度各方面差别不会太大，应用场景相对较广，i 3000 则主要是通过流水线的形式在二级及以上医院进行布局。目前 i3000 单产约 40 万/年，比之前略有提升，i 1000 单产约 8 万/年到 10 万/年，i 800 作为新推出产品，平均单产还有待后续跟踪。

**Q11: 肝功集采后经销商的利润空间的变化? 发光目前的利润空间?**

回复: 整体来看，目前给一级经销商的毛利率不低于 30%，会保证一级经销商和二级经销商的价格梯度与盈利水平，免疫与肝功相似的价格政策。以前经销商毛利率普遍为 40-50%，个别经销商可能更高，集采降价后经销商毛利率水平肯定呈现较大下滑。具体来看，公司对经销商进行了分级管理，每一层级经销商都有对应的价格，根据当地省份的价格体系和市场情况会有所不同。随着集采的深入，全国的价格体系会趋于一致，但还需要一段过程，公司对于经销商价格的调整，也会随着集采深入推进进行调整。公司会兼顾到经销商的利润空间，但同时也对经销商提出一些要求，比如一级经销商需要建立售后服

务能力,公司自己的售后服务团队未来更多是做产品指导、仪器问题解答以及经销商服务团队培训,把公司的售后服务能力复制给经销商。

**Q12: 海外未来市场布局? 未来增速展望及产品毛利率?**

回复:海外市场公司近两年投入的人力、物力逐渐增多,公司基于新冠产品过去几年的渠道积累进行拓展,自主产品在和各地的经销商也在展开合作。现阶段主要是免疫产品,今年重点推广的是 i 800,未来两年将主要围绕免疫、血球等平台的自主仪器进行推广。目前公司海外市场的销售基数较低所以增速较高,预计全年增长近 200%。公司将海外市场主要分成 5 个大区,分别为亚太一区、亚太二区、中东非区、欧洲和美洲,公司会根据在各个国家产品注册的情况进行业务拓展,目前亚太一区建立了一个销售子公司和办事处,公司今年也会在美洲进行了海外仓的布局,墨西哥新增一个办事处主要作为培训中心。目前在美洲业务拓展比较迅速,通过培训中心可将公司产品和客户进行深入对接。预计未来三年,公司会安排在亚太二区、中东非区、欧洲和美洲分别设立办事处或子公司,除了销售推广,还有兼顾物流、培训、服务等职能。海外毛利方面,海外由于是经销为主,所以试剂毛利率会略低于国内,但仪器销售又会贡献一部分收入。目前海外试剂毛利率 60%左右,仪器毛利率 10%左右。前期以仪器推广为主,因此平均毛利不高,综合毛利率在 20%左右,海外毛利率未来会逐步提升,因为覆盖客户范围越来越大,会有一定规模效应,现在海外市场更多处于初期推广阶段,未来海外市场预期可达到 30-40%的毛利率水平。预计 2025 到 2030 年,海外市场销售收入占公司整体营业收入的 10-

	<p>20%，就免疫和血球 2 个平台的海外试剂销售目标是到 2025 年达到 3 亿以上销售收入，公司每年将会根据具体业务推广进行次年年度预算调整。</p> <p><b>Q13：公司毛利率什么时候能够看到改善拐点？</b></p> <p>回复：迈克的产品结构比较复杂，随着代理业务的剥离，理论上综合毛利率会有变化，但所有调整不是立刻在财务指标上有所显现，会进行逐步体现。可以看到迈克自主产品平均毛利率远高于代理产品，随着 2023 至 2024 年业务调整基本基本到位后，公司自主产品的占比进一步提升，自主产品稳定增长，公司整体盈利水平会有改善。当然毛利率还受集采政策的落地实施影响，这部分具有不确定性。</p> <p>基于行业市场竞争格局的变化，公司近两年重点会以流水线作为全新产品形态加强市场推广，二级及以上医院流水线趋势明显，市场空间较大，未来通过流水线带动单机增长，实现各平台产品市场占有率的提升。</p>
<p>附件清单(如有)</p>	<p>无</p>