

证券代码：300482

证券简称：万孚生物

债券代码：123064

债券简称：万孚转债

广州万孚生物技术股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他：电话会议，投资者线上交流会
参与单位名称及人员姓名	中国国际金融股份有限公司、中信建投证券股份有限公司、太平洋证券股份有限公司、西南证券股份有限公司、中泰证券股份有限公司、国联证券股份有限公司、华创证券股份有限公司、中国银河证券股份有限公司、广发证券股份有限公司、兴业证券股份有限公司、开源证券股份有限公司、海通证券股份有限公司、中信证券股份有限公司、华泰证券股份有限公司等
时间	2024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：胡洪 财务总监：余芳霞 证券事务代表：华俊
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、2023年度及2024年一季度经营情况介绍：</p> <p>2023年，公司在经营层面，以“双核联动、产品领先、高质增长、强化组织能力”为经营思路，以“科学种田、经营责任下移、开放用人、激发活力”为管理策略，以“稳增长”为市场目标，在国内、国际、北美三个主战场推动核心业务提速，通过分子、电化学、病理等创新业务打造有梯次高质量增长，在行业格局迅速变化的当下，实现公司长期行业竞争力的提升。</p> <p>2023年，公司实现营业总收入276,491.42万元，较上年同期下降51.33%；归属于上市公司股东的净利润48,762.48万元，比上年同期下降59.26%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润41,488.91万元，比上年同期下降62.46%。</p> <p>2024年一季度，公司实现营业总收入86,109.23万元，较上年同期增长</p>

3.54%;归属于上市公司股东的净利润21,833.42万元,比上年同期增长7.20%;

从四条产品线来看,23年公司传染病业务实现营业收入9.52亿元,较去年同期下降75.82%;慢病管理检测收入11.19亿元,同比增长19.11%;毒品(药物滥用)检测收入3.31亿元,同比上涨12.68%;优生优育检测收入2.67亿元,同比增长10.08%。

传染病业务方面,常规传染病业务如呼吸道检测、血液传染病检测等有显著的恢复和增长。公司聚焦呼吸道传染病检测产品的推广,专注发热门诊、基层卫生医疗终端,实现呼吸道检测产品销售额的大幅增长。

慢病管理方面,公司继续聚焦心血管、出凝血等领域,聚焦关键科室的新增需求,通过特色项目寻求终端场景突破。报告期内,荧光平台在诊疗修复的大趋势之下,强化门急诊市场,推动平台的技术迭代和产品升级,在收入层面实现了快速的增长。化学发光战略平台的管式化学发光及单人份发光业务线双线并行,在报告期内实现收入翻倍增长。

在毒检业务方面,公司持续深化北美毒检市场研产销一体化建设,公司进一步加强新业务区域的拓展,推进本地仓储能力建设,提升了物流配送效率。

在优生优育领域,公司加强与各大电商平台深度合作,开发新媒体平台,从优生优育到两性健康、生殖系统健康等领域进行多条产品线的布局和发力,实现重点品类的突破。

在国际市场,公司利用标准化产品和全自动生产流水线进一步规模降本,提高传染病公立采购市场中标率。在海外中小实验室市场,公司以“产品+服务+本地化生产营销”的模式,深耕中低收入发展中国家,并逐步向中高收入发展中国家突破,为成为“发展中国家中小型实验室的首选免疫品牌”目标持续奋斗。

二、问答环节

1、Q: 公司国际部整体战略和产品情况?

A: 在海外市场,公司的目标是要成为发展中国家中小型实验室的首选免疫品牌。目前,我们在发展中国家主要针对的终端市场仍然是偏向下沉的市场。过去3~4年,主要是在C级和D级终端推广免疫荧光平台的单通道仪器。

今年我们将进一步在终端层面上实现向上覆盖，逐步覆盖 B 级以上终端。从产品和技术平台布局角度来看，过去 5~6 年，主要由免疫荧光平台驱动着国际部业绩的快速增长。

今年国际部的业务重心一方面是提高免疫荧光平台的终端覆盖率，进一步提升市场份额。过去我们是以单通道仪器为主的模式，今年将更多的导入多通道及全自动仪器。另外在化学发光平台目前已在国际部的发展中国家进行了大约两年时间的铺垫。截止目前，公司已经在大约 20 个国家完成了国家准入。今年化学发光业务在很多地方都有机会增项上量。总体来讲，公司在国际市场上瞄准的是下层市场的中小型实验室。我们认为 poct 的小型化仪器也可以更好的与其相匹配。

2、Q：国际部免疫荧光和化学发光产品相对于竞争对手有哪些优势？

A：在免疫荧光平台，韩国 poct 厂商的主要优势是他们进入发展中国家的时间比我们早 10 年左右，在市场和客户层面，他们有更长时间的积累。但近两年，公司在国际上尤其是发展中国家的发展势头比较好。在与韩国厂商的竞争中，万孚的优势相当明显。我们最大的优势是在国际上开展业务时，不是单纯的销售产品，而是输出一整套支撑产品背后的体系。万孚在海外是建立了一个完整的销售服务体系，采用了深度营销的理念，每个环节都与经销商共同参与，不断拓展市场份额。

第二点是韩国厂商背靠韩国本土市场，而万孚背靠的是中国的广阔市场，这是个非常大的差异。我们在海外推广所形成的利润，有更多的余量进行当地品牌建设、市场推广以及经销商扶持。

单人份发光的主要竞争对手生物是欧美厂商，他们在发展中国家进入市场比较早，并且仪器产品非常稳定。但定价比较昂贵，如果中国厂商能提供性能相近的产品，经销商是十分乐于接受。因此我们对于单人份发光产品不断提高成本控制能力，积极进行市场营销，加以时日，有望抢占更多的市场份额。

3、Q：2024 年国际哪些大区或者国家会有较好的表现？去年本土化合作或者项目陆续落地，后续类似项目是否会越来越多？

A：国际部去年的业绩同比增长很快。从国家或者区域来看，印度市场非

常重要，印度已经是全世界人口最多的国家。对于免疫荧光或单人份发光业务而言，印度市场非常庞大。今年印度将继续是我们业务开展的重点。

去年在拉丁美洲地区，表现较好的国家是墨西哥。我们在墨西哥设有一个工厂，我们在 2019 年就已经开始运作并且落地。去年墨西哥的工厂在公立市场的订单也为业务做出了较多贡献。其他国家和地区，例如巴西、东南亚的印尼、菲律宾、泰国等地也发展非常好。

今年从地缘政治角度来看，俄乌战争仍然在持续，公司会继续关注俄罗斯市场。俄罗斯市场空间巨大，对于中国厂商来说是一个难得的战略机遇，公司也将努力抓住俄罗斯的机会。

巴以冲突从短期来看，一季度对我们中东、北非和欧洲的运输效率及运输周期造成一定程度的影响。但公司也积极地想了很多办法去解决。

4、Q：2024 年一季度应收账款增加？减值增加原因？

A：2024 年一季度应收账款与去年年底相比有一定程度的增加。从常规业务收入增长情况来看，增加的比例相对合理。我们通常会与客户签订年度合同，针对部分老客户，我们会给予年度授信，而一季度的授信比例相对较大，基于业务发展需求，一季度的授信会适当放松，所以应收账款有所增加。一季度的经营性现金流也是相对合理的。关于信用减值，我们会按照应收账款的账龄计提减值。我们对信用减值比较谨慎。随着应收账款余额的增加，信用减值计提数也会适量增加。

5、Q：公司的毛利率有所提升，是在管理、营销方面做了哪些努力？

A：从几项费用来看，除了研发费用外，销售费用和管理费用都在不同程度上有所降低。从 2023 年开始，面临经济形势严峻，包括整个 IVD 行业的内卷，公司内部采取了许多措施来提质增效。去年公司全面实施全面预算管理，将经营责任下沉到每个业务单元，每个单元需要为投入产出负责，管理效率有所提升。降本增效主要体现在两个方面。第一个是生产成本，考虑到当前行业内集采以及各种政策层面的影响，我们通过自动化举措，且随着销量和产品市场规模的增加，成本也有所降低。另一方面是管理和销售板块。我们在统筹费用和人效方面做了很多工作。从 23 年开始，我们一直强调以内部确定性来应对外部环境的不确定性。根据 2024 年初预算和全年规划，我们将每

个预算支出和人效提升落实到日常管理活动中，公司在整体经营质量的提升上有所改善。

6、Q：从今年一季度开始，行业政策对于业务层面的影响如何？以及如何展望今年全年行业变化？

A：今年以来，在政策层面上确实有一些变化。首先是反腐，反腐对整个医药行业的影响仍然存在，并且接下来会持续较长时间。从万孚的业务结构来看，反腐对我们业务的影响较小。万孚不仅有国内业务，还有海外业务。在国内业务中，公司的院内业务主要集中在门急诊的应用场景，并以小型仪器为主，反腐影响相对较小。反腐对于业务开展影响最大的时间点是去年三季度。从四季度开始，环比已经开始改善。今年一季度反腐对于业务的影响已经可以忽略不计。

第二点是 DRGS 实施对公司业务的影响。DRGS 对住院业务的影响更大，我们无论是免疫荧光还是化学发光设备，更多地是在门诊和急诊场景中。DRGS 对万孚的业务影响相对可控。

7、Q：公司化学发光的体量有多大？未来的发展规划？

A：化学发光平台今年我们将在国内市场上推出 900 速的高速机，它主要瞄准的应用场景是二、三级医院中心实验室和第三方实验室，定位是在更高通量的应用场景。我们的化学发光业务目前是双线并行，管式发光和单人份发光。单人份发光适用于样本量不大的 poct 化场景。单人份发光在国内主要是在门急诊场景，但更重要的是布局海外发展中国家，通过单人份发光实现从 D 级和 C 级终端向更高等级的 B 级终端覆盖。管式发光在过去两三年里，主要是在国内推广，主要是以特色项目为牵引，快速切入终端，带动常规项目增项上量。目前特色项目的终端收费较高，对于收入的贡献的也更多。

总的来讲，国内化学发光行业近两年竞争非常激烈，各个厂家都有自己的杀手锏。在这个赛道上，众多厂商究竟谁能跑出来，还需要市场检验，我们对此非常有信心。

8、Q：免疫荧光产品的定价情况？若是未来拉齐检测项目不同方法学之间的价格差异，对于免疫荧光业务是否会有一定的促进作用？

A：各省份的荧光价格情况不同。免疫荧光平台是我们的基本盘，到目前

为止已经有十多年的历史。从免疫荧光平台推出至今，一直在持续的增长。免疫荧光平台主要是基于 poct 场景，它仍然有着广泛的客户群，无论是在国内还是国际，仍然不断地涌现出新的场景。今年我们免疫荧光平台进行了硬件和软件方面的提升和迭代，新平台的性能更优秀，可以进一步强化荧光平台的市场竞争力，也是我们增长和利润的主要来源。关于价格改革。如果真的实施，那么对荧光平台可以有更大的促进作用，对我们肯定也是利好。

9、Q：美国子公司一季度业务情况？全年的预期？未来业务发展是否会受中美关系影响？

A：今年美国子公司的业务节奏会慢一点。我们在美国已经深耕将近 20 年，也有本地化的运营团队，我们对美国子公司的业绩预期是不会变的。目前我们也在美国做呼吸道联检的项目，未来也会是公司业务产品线的重要突破。

关于中美关系是否会对我们的业务产生影响，我们会理性地看待这件事情。对于医疗领域而言，它具有公益性，政策的变化相对可控，我们也会密切关注变化，并在此基础上及时应对。

总结与展望：

2023 年是十分关键的一年，也是经营团队交班的第一年。公司倡导的开放用人、科学种田和长期主义展现了很强的生命力。产品端不断推陈出新，平台不断升级，团队的专业化和职业化能力也在稳步提升。

公司发展至今已经有 32 年，时间证明我们是个践行长期主义的公司。我们会继续稳扎稳打，努力耕耘。我们的长期愿景是成为全球具有影响力的 IVD 企业，这也是我们不变的目标。感谢各位投资人的关注和支持！