**证券简称：安必平 证券代码：688393**

**广州安必平医药科技股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号：2023-013

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 万联证券谭剑波 中科沃土艾隆恺 盈拓私募沈磊 申万宏源曾巍 国金证券张颖 宽行基金蔡志权 陈怡 盛世纪朱钊伟 广州龙智投资钟锦松 中旷投资罗旷 中信证券吴桂敏 禤贺珍 玄甲基金林佳义 李大志 |
| **时间** | 2023年10月25日 |
| **地点** | 公司会议室 |
| **公司接待人员** | 董事会秘书：蔡幸伦  投资者关系高级经理：陈元元 |
| **投资者关系活动主要内容介绍** | 首先从公司业务板块、所属行业、研发以及经营情况、核心竞争力、肿瘤检测技术平台及等市场拓展等方面对公司进行介绍，随后就投资者关心的问题进行了沟通交流。   1. **公司在液基细胞学和HPV筛查上的优势与面临的挑战是什么？**   答：细胞学要分国外和国内品牌。国外品牌目前是以美国的 BD 和豪洛捷这两家为主，集中在标杆性的大三甲医院，剩下的就是国产品牌市场。一方面由于国外品牌进入国内市场比较早，另一方面细胞学本身有不同的技术路线，国产品牌各有优势，市场集中度相对比较分散。  中国有 4 亿适龄女性需要做宫颈癌筛查，按照国家宫颈癌筛查和治疗指南建议，每3年需要进行一次筛查，临床医生建议是细胞学和HPV联检，中国每年需要检测的数量是8000万-1亿人份。目前国内宫颈癌筛查渗透率不到30%，2023 年 1 月，国家卫健委等十部门联合印发《加速消除宫颈癌行动计划（2023-2030）的通知》提出：到 2025年，适龄妇女宫颈癌筛查率达到50%；到2030年，适龄妇女宫颈癌筛查率达到70%。探索运用互联网、人工智能等新技术优化宫颈癌筛查和诊疗服务流程。如果未来筛查普及率提高，市场还有很大扩容空间。  公司的细胞学和 PCR 两个技术平台的产品主要集中在三级医院，对于这两个技术平台，主要是通过“试剂+制片设备+扫描仪+AI判读”整体解决方案，稳固现有市场，同时向上拓展大三甲等头部医院，替代进口品牌。另外病理AI很适合做大规模筛查，因为大规模筛查有一个很重要的制约因素就是病理医生人手不足，比如说像两癌筛查，非常需要用病理 AI 产品去减轻病理医生的工作量，提高诊断效率以及准确性，这是我们在细胞学和 HPV 技术平台延伸的市场方向。   1. **公司在病理AI上的战略规划与应用是什么？**   答：目前我国病理行业发展面临病理医生缺乏、分布不均匀、培养周期漫长等特点。按照卫生部2009年发布的《病理科建设与管理指南（试行）》中规定的标准，二级、三级医院均需设置病理科，每 100 张床位需配置 1-2 名病理医师的要求，截止 2021 年末，病理医师需求量约为 14.17 万人，病理医生占执业（助理）医师总量约 0.5%，而现有病理医生仅 2.1 万人，缺口高达 12 万人。我国病理医生资源极度不均，近70%的病理医生集中在三级医院。加之病理医生培训周期漫长、基层医院病理科建设难度大等现实困境制约着我国病理诊断行业的发展。  公司判断，只有通过推动病理科（四化）自动化、标准化、数字化、智能化发展，才能解决病理检测市场的需求与行业发展人才缺口的错位问题。从公司战略来说，一直在积极布局细胞病理、组织病理、免疫组化病理等各个技术条线的全自动化仪器设备的研发与迭代。  自动化、标准化是解决病理制片环节效率与质量稳定的基础，数字化、智能化则是提高病理诊断效率与准确性的有效助力。  从逻辑上来说，自动化、标准化、数字化的积累，一方面是进行智能化AI的基础，另一方面四化类设备产品也能带来相应技术条线的试剂和设备的销售，提高公司原有产品的竞争壁垒。  从市场层面来说，AI产品提高了公司的核心竞争力，对于抢占大三甲市场，替代进口品牌提供了有利的抓手，同时也有助于稳固现有客户，通过提高检测效率增加客户对试剂的使用量。  综合来说，四化是公司重要的战略布局，通过病理科数字化升级，提高公司的核心竞争力，创造增量市场。  从应用来说，公司开发出了涵盖“细胞学试剂+制片设备+扫描仪+AI判读”的宫颈癌筛查智能化整体解决方案，获得了各层级医院的认可，并形成了以整体解决方案为主、单项产品和服务灵活组合的销售方式，有望以点带面，推动公司宫颈癌相关产品和服务的扩容。公司通过“细胞学试剂+制片设备+扫描仪+AI判读”的宫颈癌筛查智能化整体解决方案，突破了部分大三甲医院市场，验证了公司市场策略的有效性，并在使用过程中获得了大三甲医院的认可，对部分进口品牌产品形成了替代。   1. **病理科是否有集采的压力？公司是否有可以不纳入集采的创新型医疗产品？**   答：病理科的集采情况要分方法学。首先看PCR分子诊断，现在确实降价和集采是一个比较明显的趋势，因为比较容易标准化，特别是疫情期间各地都投入了PCR实验室，基础设施建设比较到位，为PCR做集采和标准化供应奠定了基础。对于病理科的其他方法学，特别是像免疫组化、荧光原位杂交这两个产品线来说，影响它最终结果的因素非常多，第一是抗体的质量、探针的质量，第二设备本身的配套能力，很难统一和标准化。而这两个方法学又跟肿瘤最终的确诊分型，甚至后面的用药方案、治疗方案息息相关，所以就这两个方法学而言，我们觉得目前来看比较难做集采。  创新型医疗是有相应标准的，据我们了解，比如说像AI，有可能可以往这个方向定义，另外就是有一部分伴随诊断，有些可以在申报的时候走创新通道，这样整个临床和注册的时间会缩短，优先审评。就我们公司而言，有700多个产品注册备案证，有一部分产品符合标准，可以走创新通道，但不会所有产品都走。   1. **公司今年的研发主要侧重是AI还是其它技术？哪个比较有爆发力？**   答：今年公司的研发费用比较高，主要是因为AI进入临床，这个费用比较大，但明年AI 的研发费用就会往下走。  AI对公司的战略重要性主要有两个方面。第一，帮助公司抢占大三甲客户，替代进口品牌。从目前的竞争格局来看，大三甲医院主要用的还是BD和豪洛捷这些进口品牌，我们通过“试剂+制片设备+扫描仪+AI判读”智能化筛查方案，可以解决这些医院对诊断效率和诊断准确性的需求痛点。第二，我们的整体方案的核心竞争力解决的就是病理科缺人的问题，通过我们流水线全自动化制片过程，再加上扫描仪和AI判读，最终实现样本进-结果出，是我们打造数字病理科的一个目标愿景。所以说AI是我们“四化”（自动化、标准化、数字化、智能化）战略的重要环节，“四化”又是我们建设数字病理科的重要策略。   1. **HPV疫苗的普及对公司的宫颈癌筛查是否有冲击？**   答：2020年11月17日，WHO 世界卫生组织启动加速消除宫颈癌全球战略，宣布了三个关键措施：疫苗接种、筛查和治疗。该战略称，到2030 年实现下列目标：90%的女孩在 15 岁之前完成 HPV 疫苗接种；70%的妇女在 35 岁和 45 岁之前接受高效检测方法筛查；90%确诊宫颈疾病的妇女得到治疗。  从现有 HPV 疫苗的功效评估，并不能实现所有型别预防以及终身免疫，所以无论是国际通行做法，还是我们国家的防控指南，筛查仍然是宫颈癌重要防控手段。HPV疫苗的接种推广，一定程度上可以提高人们对宫颈癌防控的意识，推动我国宫颈癌筛查率的提高。   1. **从公司半年度报告看业务有一定压力，主要的宫颈癌筛查和共建业务的增长该如何看？**   答：HPV业务我们过去主要是在临床、门诊开展，由于HPV本身是 基于PCR这个方法学的产品，今年整个PCR板块的试剂价格都在往下走。所以我们的 HPV 试剂在终端销售上也遇到了这个问题。在宫颈癌筛查板块，主要是靠数字化、智能化业务进行弥补。同时增加免疫组化、伴随诊断等新业务拓展。  关于病理共建，截至半年报共建了 17 家，共建业务的整个收入兑现的周期需要一个季度到半年。因为我们签约之后，需要先把病理科室的一些软硬件配置起来，比如科室装修、设备投入、团队建设等等。所以签约之后到兑现收入需要一个周期。 |