**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：2024-001

|  |  |
| --- | --- |
| **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 券商策略会  |
| **参与单位名称** | 国信自营 闽晓平、中道投资 庄伟书、翼虎投资 熊斌、创金合信基金 皮劲松、西南医药 雷瑞 |
| **时间** | 2024年1月4日 |
| **地点** | 券商策略会现场 |
| **公司接待人员** | 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** | 首先就公司的基本情况、业务技术、研发特点、所处行业市场等进行了基本介绍，随后就投资者关心的问题进行了沟通交流。1. **公司宫颈癌筛查的优势怎么看？**

答：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。公司拥有细胞学和 PCR 两个技术平台，可以实现一次取样完成两项检测，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，这是我们在宫颈癌筛查方面构筑的竞争壁垒。1. **HPV集采对公司的影响以及如何应对？**

答：公司的HPV28型全分型检测试剂盒顺利入选集采A组，我们也可以看到集采后价格大幅降低。从整个市场来看，首先HPV DNA检测试剂盒的价格降低将减轻公众的医疗费用负担，其次将带来行业的整合与营商环境的净化。我们判断，收费下调伴随着HPV DNA检测作为宫颈癌作为初筛的方法，不管是临床端还是两癌筛查端，HPV DNA检测量将迎来再一次腾飞的风口，具有稳定的产品质量和优质的售后服务的企业将遥遥领先。此次公司集采入选后，虽然价格有调低，但在保持原有需求量的基础上，未来公司可以凭借稳定的产品质量争取到更多的新增市场。同时公司将继续结合宫颈细胞学+HPV联检的优势，借助宫颈癌智能筛查方案，拓展两癌筛查以及体检市场。1. **公司AI产品的盈利模式？**

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。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、荧光原位杂交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。 从盈利模式来说，我们提供的是“检测试剂+制片设备+扫描仪+AI判读”的智能化方案，AI 提高了公司产品的核心竞争力，是抢占大三甲市场，替代进口品牌提的有利抓手，同时也构筑了稳固的护城河，有助于在稳定现有客户的基础上，通过提高检测效率增加现有客户对试剂的使用量。1. **公司共建业务的模式以及进展？**

答：公司将病理科共建、病理能力提升服务作为核心业务之一，通过此前的实践摸索，公司病理服务业务的路径逐渐清晰，通过医联体、专科联盟的形式，以三级医院等大客户为核心，通过既有产品、业务的协同效应，切入基层医院的病理科共建。病理共建是公司非常重要的战略业务，我们也有足够的优势来拓展这个业务模式。因为公司原来的客户都是三级医院，或者说一些头部三甲医院的病理科。帮助这些医联体客户去带教他们的周边医院，第一能够快速打造我们病理共建业务，第二也可以加深我们跟现有这些大医院、大专家病理科室的合作关系。共建业务既是我们拓展下沉市场的重要方式，也对现有业务形成了反哺，提高了原有客户的品牌忠诚度。下半年公司积极组建了专业的共建团队，目前人员配备基本到位，也完成了统一规范化培训，接下来会加大力度拓展病理共建市场。中长期来看，公司希望通过专业的团队、清晰的市场定位，实现病理共建业务在点数以及收入上实现稳健增长。1. **公司在免疫组化这块的竞争优势该如何看？**

答：免疫组化技术有几个核心要素，常规一抗、伴随诊断一抗、二抗，以及DAB、抗体稀释液、修复液等这些配套试剂和相应设备。从目前市场看，外资品牌占据了大约70%的市场份额，国内品牌中大部分一抗、二抗这些试剂采取的是外购形式，那么这对周期较长的三类证产品或者说伴随诊断业务是有很大的断供风险，同时成本也不可控。我们公司的策略与优势是，第一实现抗体自产，我们拥有 200 多个自产的免疫组化一抗克隆号，有能力为药企提供定制化服务，抗体原料自研自产，成本可控，同时也避免了原料断供的风险。第二是加强免疫组化自动化、智能化设备研发，免疫组化作为重要的产品线，也是公司四化战略的一部分，在配套设备上实现全流水线性的自动化制片+AI判读，这也是抬高我们竞争护城河的重要部分。1. **不同技术线如何看公司未来的增长？**

答：首先免疫组化这条线，我们希望通过解决抗体原料的自产、自动化设备升级，能够进入国产品牌第一梯队。其次 FISH 这条线，在保住国产第一品牌的基础上，通过伴随诊断业务能够做出一些创新型增长，同时利用好 FISH 在海外的良好反馈，拓展相关国家的市场。第三，细胞学这块，利用 AI、医学部等优势，拓展大三甲医院，抢占进口品牌的市场份额。第四，病理共建业务能够实现规模效应，带来一定增量。1. **公司在海外市场拓展的情况如何？**

答：我们2023年开始尝试拓展海外市场，主要进行了一些专家走访、市场调研、品牌梳理以及商务、销售和参展等工作。有两个反馈，首先海外市场竞争格局比较简单，基本是我们在国内市场遇到的各个技术线的几个国际头部品牌，直接进行的就是中高端竞争，利润空间比较清晰，几乎没有国内市场跟中小品牌的竞争。其次，在国外做一些品牌替换的时候，只需要参加比较严谨的产品测试即可，通过日本、新加坡等地的试用、测试，均得到了不错的反馈，这也是在技术水平、产品质量上的认可，增强了我们与国际头部品牌的竞争信心。**其它交流问题与前期已披露的投资者关系活动内容雷同，本次不再重复披露。** |