

证券代码：688026

证券简称：洁特生物

广州洁特生物过滤股份有限公司 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位名称	2021年5月14日：万联证券、华菱津杉投资、西南证券、爱建证券、广州圆石投资、圆澄投资、中岩投资、华富基金、华泰证券、泓橙投资、中银资管、久久联创投资、中加基金、嘉实基金、中海基金、国联安基金、安信基金、人寿养老、中银基金、天弘基金、农银汇理基金、泰康资产、中加基金、途灵资产、国寿安保、中欧基金、建信养老基金、方正证券等； 2021年5月20日：方正证券、创金合信基金等； 2021年5月28日：宝盈基金等；
时间	2021年5月14日、2021年5月20日、2021年5月28日
方式	电话语音会议、现场会议
上市公司接待人	董事长袁建华、总经理 Yuan Ye James、董事会秘书陈长溪
投资者关系活动主要内容介绍	简单介绍公司情况 洁特生物经过二十多年的技术积累和发展，目前主营业务为生物实验室一次性塑料耗材；2020年公司的主营业务分为两部份，一部份是生物实验室一次性塑料耗材，另一部份是防护用品，其中生物实验室耗材主要由生物培养和液体处理两大类组成，防护类产品主要是全资子公司拜费尔来经营。 2020年公司实现营业收入5.04亿元，同比增长103.61%，实现营业利润1.48亿元，同比增长93.84%，实现归属于母公司所有者的净利润1.19亿元，同比增长80.45%。实现扣非归母净利润1.10亿元，

同比增长 98.02%。

其中 2020 年公司的实验室耗材主营业务实现营业收入 2.91 亿元，同比增长 25%，实现防护类产品营业收入 1.94 亿元，比上年同期 18.38 万元相比大幅度的增长。报告期末公司的总资产 9.71 亿元，较年初增长 143.03%，归属母公司的所有者权益 7.97 亿元，较年初增长 128.92%，从上述的数据来看目前公司整体财务状况和盈利能力均保持良好。

2021 年一季度的情况，第一季度公司实现营业收入 1.74 亿元，同比增长 133.58%，实现归母净利润 0.48 亿元，同比增长 43.52%，实现扣非归母净利润 0.47 亿元，同比增长 57.59%。一季度的经营业绩增长主要是受去年第四季度以来生物实验室一次性耗材市场需求旺盛，其中包括吸头、离心管等液体处理类产品的市场需求增长非常突出，因此第一季度公司的生物实验室耗材实现营业收入 1.72 亿元，同比增长 416.83%，实现净利润 5,471.44 万元，同比增长 213.50%；第一季度子公司拜费尔防护用品业务收入同比大幅下降，一季度仅仅实现销售收入 182.26 万元。

问答环节

问：2020 年报中，公司液体处理类产品收入快速增长而生物培养类产品出现小幅度下滑，主要原因是什么？

答：2020 年由于上半年整个疫情防控的影响，包括科研活动受到一定程度的影响，所以整体来讲对我们公司的生物培养类产品同比出现小幅度下滑。由于疫情的影响，包括高校、工厂没有正常开展业务，所以整个细胞培养类的需求相对而言出现一定的下滑。2021 年一季度，由于疫情已趋向稳定以及各单位复工复产等，生物细胞培养类的需求已恢复正常，细胞培养类销售已经出现正增长。液体处理类从 2020 年 4 季度以来增长比较迅猛，这跟我们的疫情有相关，包括病毒检测、疫苗研制均快速增长，吸头、离心管等产品的市场需求也快速增长。

问：公司怎么看生物实验室塑料耗材行业未来出现阶段性产能过剩的压力？

答：如果未来整个市场需求出现剧烈的下降，我们认为不排除有阶段性的产能过剩。对于公司前期产量快速扩张，公司也会考虑未来会不会出现产能过剩的情况。第一、根据全球疫情流行的情况以及疫苗接种的情况，我们认为新冠疫情对于在非常短的时间或者今年年底或者明年年初戛然而止这种情况大概率不会发生。第二、为了降低公司短期内购置大量耗材生产设备带来的影响和风险，从去年开始，公司通过分阶段增加租赁生产场地和生产设备来努力扩充耗材的产能，以防万一出现产能过剩的情况下，不会形成大量设备的闲置。即使目前生产的部分耗材产品未来存在市场需求缩减的情况，该部分的生产设备也可以用来生产其他耗材产品。第三、公司将持续保持与客户沟通，及时了解市场变化情况，从而能够快速适当调整生产计划。第四、随着市场竞争加剧，海外同行业厂商的生产线建设可能也会加快。但是，不仅海外同行业厂商生产线成本较高，并且生物研究耗材技术门槛较高，对技术、质量把控等方面有严格要求。另外客户对厂商的产品质量和规模实力都有一定的要求，所以新的竞争对手难以快速进入，存在一定的行业壁垒。第五、生物医药或者大健康产业是一个非常庞大的产业，生物实验室耗材以及医疗耗材的需求正在增加，同时随着公司经营规模的扩大以及品牌力的影响，公司在全国以及全球的生物实验室塑料耗材市场的份额也在增加。因此，短期内公司出现产能过剩的可能性较低。

问：公司产能做不同产品的品类之间容易转换吗？

答：做不同产品的品类之间还是比较容易转换的。公司有最基本的通用生产设备，这些通用生产设备针对不同的产品生产采用不同的模具，例如，50 毫升的离心管需求特别旺盛的时候，需要开很多模具很多台设备来生产这个产品，但当该产品的需求有了较大变动的时候，我们只需要更换模具就可以生产另一个品种或者另一个规格的产品。

问：目前公司以 ODM 模式为主，未来自有品牌的规划？

答：第一、对于国内市场，洁特生物在国内市场基本上都是自有品牌，2020 年公司的自有品牌的销售已经超过 1 亿，公司预计 2021 年自有品牌销售金额仍会继续维持增长。第二，对于国外市场，目前国外的订单大部分是以 ODM 的方式进行贴牌生产，小部分是自有品牌进行销售。对于 ODM 变成洁特生物自主品牌，这是公司的长期战略目标，未来洁特生物将走出国门，那个时候就会采取两种模式并齐的方针，一方面跟大的经销商以 ODM 模式合作，另一方面以自主品牌销售，自主品牌之路是洁特需要长期耕耘的。

问：在国外市场上，如果公司同时做自主品牌和 ODM 模式的话，是否会和 ODM 模式合作客户形成竞争关系？

答：公司认为这需要有一个较长的切换过程。我们秉承的前提是不丢失公司的客户，其次要保持洁特品牌的份额不断地增长。例如目前市场需求增长较大的产品：吸头，原来 ODM 模式合作的经销商就有部份是以洁特生物自主品牌销售的，在现有经销商不丢失的情况下，使经销商逐步接受洁特生物的品牌。

问：咱们细分领域国内同行大概有多少家企业？

答：这个行业在中国来说是新兴的行业，在国外已经存在 30-40 年。这个行业不像其他的医疗耗材或者医疗器械行业那么分散，行业的集中度特别高。我们曾经做过不完全的统计，全球超过 1 亿元人民币产值的企业不超过 20 家。即使在国外市场的集中度也很高，国内做实验室耗材的同行业公司，迄今为止超过 1 亿元产值的不超过 10 家。

问：公司生物实验室塑料耗材的技术门槛在哪里？

答：举例说明，以细胞培养系列为例，细胞培养过程要求细胞能够贴到塑料的培养器皿，而塑料本身是疏水的，如果仅仅使用模具设备做成一个细胞培养的器皿产品，这器皿是不会生长细胞更不会贴壁生

长，这其中涉及到高分子材料的表面处理技术。又比如吸头产品，实验室要求是非常精准的，普通的吸头会产生较多液体残留，对实验人员或者检测人员保护作用非常低，在一定程度上会影响实验的结果，为了解决吸头的液体残留和吸附率的问题，公司生产的超低吸附吸头是经过一定的技术处理，能够使得吸头的残留率很低。再例如公司生产的离心管，可以达到非常高转速以及高温高压下不变形，并且无酶的残留。因此，产品生产过程中的技术使用和控制是公司的行业技术壁垒，并非简单地把塑料融化形成一定的形状就可以实现的。

问：化工品原材料涨价对公司毛利率的影响？

答：化工品原材料，包括聚苯乙烯（GPPS）、聚丙烯（PP）、聚乙烯（PE），都是石油衍生品，原材料价格变动也取决于石油价格的变动，目前公司并没有对原材料采取套利机制。原材料占公司营业成本约60%左右，其价格的上涨在一定程度上会影响公司的营业成本。首先，随着公司规模不断扩大而带来的边际效益也会使得成本有所下降。其次，公司会根据价格的变动来调整采购计划，在价格低的时候会采购相对多一些。最后，公司会综合各方面因素的考虑会转移一部分成本到客户，小幅度的价格变动在实验室耗材并不是非常敏感。所以化工品原材料涨价对公司的整体毛利率不会造成较大影响。

问：公司目前最大的挑战？

答：公司目前最大的挑战是人才的引进和管理，包括但不限于管理人员、研发和销售人员。公司一直努力通过各种方式吸引更多的人才，但由于公司主营业务领域的人才本身较为稀缺，且公司位于广州黄埔区永和开发区，所处地域较为偏远，对于快速引进相关人才尚存在一定的难度和挑战。从短期的角度，公司会积极地不断加强培训公司现有人才，用更好的薪资和福利留住现有人才；从长期的角度，公司会通过股权激励来吸引和留住更多人才，使得公司更加具备核心竞争力地可持续发展。

问：与国内外同行业公司相比，公司优势是什么？

答：目前生物实验室耗材国内外的技术已经非常接近，且国内公司具有明显的成本价格优势。公司产品不仅具有自主设计技术优势，更具备质量控制优势，但是在产品结构上，与国内同行业公司可能会稍微存在差异；从收入结构上来看，跟国内同行业公司相比，公司目前是国外为主国内为辅，不像其他同行业公司国内销售占比非常高。公司的优势不仅拥有本地企业优势，更具备国外履历背景，更有利于公司未来“走出去”。另外，公司具备优质的客户资源优势，公司的主要客户不仅为国际跨国公司，在国内市场，公司终端客户主要包括高校、医学等研究机构、疾病控制中心等。但是，目前公司跟国外公司相比仍存在一些差距，国外技术的更新迭代速度会相对快些，这跟他们的深厚功底和历史背景息息相关，这也是公司在研发上所需要努力的事情。其次，国外公司在品牌影响力会相对有优势，这也是公司目前正在努力的事情，积极打造自主品牌，建立销售渠道，直接跟终端客户合作等。

问：公司的 ODM 模式还会扩大吗？

答：在国内市场方面，公司均使用自主品牌销往代理商或终端客户，公司自上市以来，通过多种方式在国内进行自主品牌推广，不断提高公司自主品牌的渗透率，因此国内市场只有很小一部份的 ODM 模式合作。在国外市场方面，目前公司对于大部分已建立长期稳定合作关系的客户仍采取 ODM 模式进行合作，生物实验室耗材行业客户粘性很高，尤其是国外 ODM 模式经销商不会轻易更换供应商。公司将会逐渐提高 ODM 客户的门槛，不仅需要满足最低的订单标准，更要综合考察客户的市场规划、年度采购量、实力综合评价等多种因素，不会轻易增加 ODM 模式合作的客户。公司预计以 ODM 模式合作的客户数量不会大幅增加，但收入和销售量方面会进一步增加。另外，由于目前一次性塑料耗材市场的部分产品需求较为紧缺，公司已与更多的国外客户建立销售洁特自主品牌的合作关系，以及与原有的 ODM 模式合作客户在部

分市场紧缺产品上转换为以洁特自有品牌销售，使得公司更好地在全球宣传“洁特”品牌，不断提升公司自主品牌知名度。

问：公司未来有新产品吗？

答：公司的新产品包括两部分，一部分是耗材产品，公司未来会从生物实验室塑料耗材慢慢向医疗耗材渗透，包括但不限于细胞治疗、生殖生育、IVD、生物过滤膜、标记酶、重组蛋白等，以及往生物实验室仪器设备延伸，努力成为品种门类齐全的生命科学供应商，这也是我们的战略。另一部分是防护类产品，公司目前除了基本的防护类产品，口罩、防护服、护目镜等产品外，同时推进正压防护服、正压头套，负压隔离担架、负压隔离仓等新产品的研发进度。

问：未来 3-5 年公司成长的路径是什么样的？

答：以三年或五年为一个周期，我们将在坚守的生物实验室耗材主业上以创新的精神去开发一些新的产品。同时，我们也将择机从生物实验室的耗材向相关的医疗耗材的市场进行渗透和延伸，希望公司未来在医疗耗材以及 IVD 诊断行业对公司的收入有所贡献。拜费尔公司也在不断开发新的防护产品，比如正压防护服、正压头套，负压担架以及负压隔离床等安全防护产品。

生物实验室耗材分为全球市场和国内市场。两者都是公司主攻的方向：国内实验室耗材市场增长的速度会高于全球增长的速度，洁特生物将不断努力保持前几位的市场份额，做好进口替代，这是公司的战略目标。国外的市场规模更大，未来五年洁特生物将内外并举，同时不排除公司有可能走出去，如希望有机会在美国等境外建立公司的工厂，通过这种方式使得洁特生物在未来 3-5 年甚至更长时间的发展成为跨国公司，能够展开与国外巨头的竞争。我们将不断地可持续发展公司的主营业务，增加产品的收入，增加利润来回报公司的投资者们和股东们。

	本次调研过程中，公司严格依照《投资者关系管理制度》等规定执行，未出现未公开重大信息泄露等情况。
附件清单（如有）	无
日期	2021年5月14日、2021年5月20日、2021年5月28日