**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：2023-015

|  |  |
| --- | --- |
| **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** | 西南证券 杜向阳 |
| **时间** | 2023年12月07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** | 首先参观了公司试剂、设备生产车间，以及实验室，随后就投资者关心的问题进行了沟通交流。   1. **请问公司免疫组化业务的增长情况？**   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. **公司在免疫组化自动化设备上有什么规划？**   答：公司拥有独立的自动化设备研发团队，主要包括以下几个方向：第一是病理科常规设备，第二就是各个技术线比如液基细胞学、免疫组化、荧光原位杂交等配套的制片、染色设备。  公司在今年下半年上市了两款全自动免疫组化设备，一款是Multi 64 免疫组化仪（每轮64片，日片量达192），另一款是Multi 160 全自动免疫组化染色机（每轮染色160片，日片量可达480片），这两款设备的主打优势就是通量大、体积小。目前市场上的进口品牌同类设备，普遍通量较低，且体积较大。三甲医院片量大，设备的工作强度和负荷很高，而且病理科设备较多，所以我们这两款产品主打的突出优势就是体积小、通量高，尤其是Multi 160主要装机就是三甲医院。   1. **公司AI产品目前的应用情况？**   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。  公司的宫颈细胞学AI正在进行临床试验。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，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重要策略。  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. **公司伴随诊断业务怎么看？**   答：公司去年成立了伴随诊断事业部，我们主要是开展基于免疫组  化和荧光原位杂交的形态学伴随诊断。伴随诊断业务有两个明显的特点，一方面试剂盒按三类证管理，周期非常长。第二跟药物相关，得配合药物的临床、上市等等，既有时间成本，也有药物不能上市的风险。那我们公司还是会坚持做伴随诊断，其实一个重要的方向是回归免疫组化技术本身，我们非常看好免疫组化这条线，同时也一直布局一抗、二抗的自研自产，我们今年不断有一些新的抗体研发出来，通过与药企的合作，带动新的应用和新的产品。同时我们今年也在免疫组化全自动仪器方面加快了研发力度，相关产品上市后有望提高公司与进口品牌的竞争力。所以说短期内，伴随诊断业务与免疫组化技术线关联紧密，是个长期的战略性布局。   1. **公司各业务线的竞争格局以及增长怎么看？**   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。  **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。** |