

地点	光谷万豪酒店
上市公司接待人员姓名	董事长 陈焕春；总经理兼董秘 陈慕琳；常务副总 徐高原； 副总 汤细彪；副总兼财务总监 钟鸣
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1、公司的营销体系</p> <p>公司一直以客户为中心建立自己的营销体系，根据不同养殖规模将用户进行精准分类。其中 5000 头母猪以上的都是集团客户，对于技术服务的需求相对较高，部分 5000 头母猪以下的养殖场公司通过省级经销商进行点对点的合作，在经销商的选择上公司需要考察合作的规模、资金实力、发展规划以及投入精力等。公司在地市级建立运营中心，让经销商去做网络客户。</p> <p>公司服务系统起步早，目前已完成了 1、平台建设，自建科前生物动物诊断中心，高度整合行业资源；培育和支持合作伙伴建设兽医平台。非瘟过后，区域化和本地化防疫是趋势；2、注重团队打造。现场服务方面，有 70 名硕士团队进行现场服务；3、注重专家库建设。联系当地知名高等院所和知名专家，以顾问加入到公司的专家库；4、现场服务能力打造。猪病越来越复杂，从业人员素质普遍又不高，需要企业提供专业的现场服务。</p> <p>公司目前建立预防兽医师团队，帮助建设兽医监测、预警、管理体系，保证我们与头部企业的合作深度和粘性。同时公司希望再搭建临床兽医师团队还有临床监测兽医师团队。</p> <p>2、公司营销服务能力</p> <p>公司采取产品方案和技术相结合的多元化服务体系。目前公司营销和技术服务人员有 230 多个。地市级为运营中心，公司已经建立了 240 个运营中心，通过渠道体系进行全方位覆盖，全国养殖重点区域全面覆盖。去年公司在西北市场整体增速都很快，公司对于西北市场的重视程度持续提升，在西北区域有 13-14 个营销服务人员。服务体系都是硕士为主，绝大部分都是以专业本科为主，更多还是看个人的能力。</p> <p>3、冬季疫情的影响</p> <p>去年非洲猪瘟的影响：头部企业的影响还是存在的，规模养殖场也受到了明显的影响，主要是北方区域为主。北方区域冬季疫情导致局部区域产能影响较大。公司营销团队的韧性还是比较强，运营中心强化方案营销中心做营销会议，招商会议为主，同时举行大型头部企业的游学会议，介绍公司的制造工艺和制造水平，深度了解科前的品质、品控和服务。公司要求二级县市经销点开展技术推广会。</p> <p>4、行业产能恢复</p> <p>从养殖行业来看，存栏 200-300 头母猪以及存栏 2000-3000 头母猪的养殖户恢复还是比较缓慢，散养户恢复还是比较顺利的，大集团资金充裕恢复也很快。现在行业内能繁母猪可能只有高峰时点 70%左右；当然母猪的生产性能明显改善，商品猪的出栏体重也明显增加，这对于商品猪的供给会起到明显的推动作用。</p>

5、公司研发能力强的来源

一是建立了完整的研发体系，覆盖基础实验室、实验室研究、中试研究、临床研究及产品申报等全环节；二是人才优势，公司有 180 人左右的研发技术团队，研发技术人员占比在行业内也属于较高的；三是平台优势。研发中心 8400 平米、中试 4000 平米、动物房 10000 多平米，仪器设备及高校科研院所差异不大。同时建有农业农村部重点实验室，湖北省工程技术中心、国家企业技术中心等 8 个省部级平台，并通过 CNAS 认证、GCP 认证。四是，研发费用合理。公司与华中农大是长期合作、早期合作，合作费用很低。五是我们对研发人员给予了一定的激励政策，比如拿到新兽药证书奖励 200 万。

6、细分产品成长空间

伪狂犬疫苗公司的市场占有率也只有 30%左右，还有很大的提升空间；公司伪狂犬疫苗使用的是中国本地流行毒株，适应性更强；原来很多小散养户不免，需要疫苗企业去引导。谁能不断推出适应市场的新产品，谁的发展潜力会更大，因此研发能力强的企业有更好的优势。公司新车间是按新版 GMP 进行建设的，自动化、智能化水平都明显提了，增加了抗原纯化工艺，新工厂产能投放之后整体产能大幅提升。

7、诊断试剂的发展

公司诊断试剂是徐总负责，未来成长潜力非常大，科前主要通过产品创新、服务创新来巩固公司的能力。公司的诊断试剂车间已经投产，两条生产线，分子生物学诊断试剂和免疫学诊断试剂，产能投产以后诊断试剂的生产不是问题，主要还是要看销售推广情况。

8、微生态制剂规划

微生态制剂空间很大，但面临具体问题。将加大人才招聘力度，微生态制剂虽然市场大但相比疫苗，并非刚需，主要是促进新陈代谢改善。未来如果疾病控制好了，微生态的需求重要性才会增加。公司目前主要是要招聘人才、产品研发和申报、加强服务。目前，关键是要突破高水平人才队伍建设困难。

9、圆环产品的特点

公司目前有的圆环疫苗是全病毒疫苗，去年是排名第四，现在在注册阶段的是亚单位疫苗，亚单位是杆状病毒表达，免疫原性更好。市面上其他企业还有大肠杆菌表达疫苗，将来我们是全病毒+亚单位都有，产品组合很好。

10、资金的使用

首先是将疫苗和诊断试剂做大做强，猪用疫苗还有很大的空间，今后疾病的防控是生物安全+疫苗免疫的综合免疫方案；年底新车间完全投产以后可以迅速加快其他疫苗的研发和生产上。

公司的单品战略：宠物类的产品，对标国外的品质，研发难度确实很大，既要有好产品，又要有综合服务能力，还要有综合资金优势。还有很多非常难研发的疾病，公司也在积极进行研发；诊断试剂：和疾病的防控

	<p>是配套的，精准诊断，诊断试剂的多元化，现场方便使用的诊断试剂都是公司的研发方向。公司主要盯住疫苗和诊断试剂这两个细分领域，通过自主研发以及外延的并购来实现长远发展。</p> <p>11、宠物疫苗的布局</p> <p>公司宠物疫苗招标做的很少，主要连锁宠物医院进行对接，公司也在各地发展一些代理商，已经有的产品是狂犬疫苗和犬四联疫苗，还有些新产品在研发。未来可能会借助于公司的研发和外延去进行布局。</p> <p>12、组合方案</p> <p>非洲猪瘟疫情以后很多养殖场尽量减少免疫频次；现在对于很多养殖场来说疫苗是刚需，药品是作为辅助性的用药，在养殖端可能会添加。科缘生物也有很多替抗产品的布局，站在公司角度来看，提倡生物预防和生物治疗功能性添加剂，达到促进商品猪的生产效果。临床上疫苗和药品的使用是分开的，在细菌性疫苗的推广上，公司一直强调把诊断做清楚，个别疾病上会有使用，但不是所有疾病都是这么防疫。</p> <p>40-50 头母猪以上的养殖场对于疾病的控制才有一些认识，很多散养户没有疫苗免疫的概念。行情好的时候兽药的使用会比较普遍，行情不好的时候疫苗使用比较多。</p> <p>13、如果看待非洲猪瘟疫情防控</p> <p>目前非洲猪瘟疫情走向还是可防可控的，最佳方案是生物安全+疫苗免疫；非洲猪瘟疫苗的研发要高度重视，基因缺失疫苗、亚单位疫苗和活载体疫苗要同步推进；非洲猪瘟疫苗应该会诞生，首先是保证安全有效，然后是安全高效。疫苗毒株和野毒株同时存在，市场上普遍期待亚单位疫苗和活载体疫苗，认为它们相对安全性更高。</p> <p>14、企业未来 3-5 年的发展战略和布局</p> <p>一是，盯住新发病原和老病原变异；</p> <p>二是，发展宠物疫苗板块；</p> <p>三是，把诊断试剂和微生态制剂板块做起来。</p> <p>未来 3-5 年，一是放在宠物疫苗、诊断试剂和微生态试剂；二是新兽药研发。</p>
<p>附件清单</p> <p>(如有)</p>	
<p>日期</p>	<p>2021. 6. 7</p>