证券代码：688179 证券简称：阿拉丁

**上海阿拉丁生化科技股份有限公司**

**接待投资者调研活动记录**

**一、机构调研情况**

**调研时间**：2021年06月01日-2021年06月30日

**调研地点**：上海浦东新区新金桥路196号7层、相关机构会议室等

**调研形式**：现场交流

**参与交流来访的机构投资者：**拾贝投资、上投摩根、千合资本、中信建投、中信证券、淡水泉投资、中信资管、申万宏源、申万资管、华泰证券、富达利泰、招商证券、招商基金、招银理财、华西证券、前海开源基金、WT Asset、爱建证券自营、安信证券、宝盈基金、彬元资本、渤海人寿、长信基金、东方阿尔法基金管理有限公司、东方红资产管理、东华期货、敦和资产、伏明资产、亘羲资产、工银瑞信基金、光大保德信基金、广东谢诺辰阳私募证券投资管理公司、广发证券、国君资管、国泰基金、海富通基金、瀚川投资、混沌投资、杭州柏乔投资、红花资本、宏羽投资、华安基金、华宝基金、华商基金、华泰柏瑞、华泰资管、华夏财富创新、幻方量化、嘉实基金、金信基金、金涌資理、玖歌投资、开源证券、蓝墨投资、名禹资产、明世伙伴基金管理（珠海）有限公司、鹏华基金、瀑布资管、青榕资产、瑞华控股、睿新资产、若汐投资、森锦投资、上海冰河资管、上海大正投资、上海贺腾资管、上海慧琛资管、上海景领投资、上海隆卿投资、上海清淙投资、上海睿信投资、上海汐泰投资、上海易正朗投资、盛宇投资、太平资产、同威投资、西部利得、西南自营、细水投资、新华基金、新华养老、新疆前海联合基金管理有限公司、兴全基金、兴业基金、兴业证券、兴银理财、兴证资管、易同投资、永安国富资管、域秀资本、长安基金、昭时投资、浙江海岳新材、浙江涌悦资管、浙江元葵资产、中国人保资产管理有限公司、中国人寿养老保险股份有限公司、中国人寿资产管理有限公司、中银国际、中英人寿保险有限公司、中邮创业基金管理股份有限公司、资本国际投资、资衡（上海）商业管理有限公司。

**公司接待人员**：

董事长、总经理徐久振；

董事、副总经理、董事会秘书赵新安；

董事、副总经理、财务总监顾玮彧；

证券事务代表范依。

**二、调研纪要**

**1.行业问题**

**Q：从最近几年来看，公司业务收入增速保持快速增长，这种增长的动力来自于哪里？**

A：公司业务收入的快速增长主要来自于旺盛的客户需求，近年来，我们国家科研经费投入快速增长，2020年已达到2.4万亿的规模。科研经费增速越快，科研活动越频繁，对试剂耗材等试验消耗品的需求越广，受益于科研经费快速增加及产业转型升级整个大背景，公司的业务收入能够保持一个持续、快速的增长趋势。

**Q：品牌之间会打价格战吗？**

A：有的小品牌会有这种情况，但是我们的品类较为齐全，在这个行业中具备很大的优势。

**Q：终端竞争格局如何？**

A：国内的科研试剂市场以外资品牌为主。近几年，我国科研试剂产业竞争格局由外资企业绝对垄断向相对垄断过渡，主要表现为内资品牌部分产品达到了国际先进水平或实现了部分进口替代，逐步打破了外企绝对垄断的态势。

**2. 公司相关问题**

**1) 财务部分**

**Q：我们知道高校客户的报销流程比较长，如何管理高校客户的应收账款问题？**

A：我们主要通过经销商管理高校客户。我们给予经销商一定的账期和价格折扣，让经销商直接面对高校客户，在发货、回收应收账款方面经销商做得更好。

**Q：公司的销售费用包括哪些？**

A：公司销售费用主要包括职工薪酬、广告宣传费、日常办公费、交通差旅费、业务招待费等。新会计准则下，2020年公司销售费用规模为982万元左右，占营业收入的比重为4%左右，销售费用占比不太高，主要是因为公司采用电商模式。

**Q：存货减值风险大吗？**

A：在会计处理上，会根据货期长短进行减值处理，总体风险不大。

**Q：公司的存款周转率比较低，这个是不是会拖累公司的发展？**

A：公司存货较多，但是存货周转率低不会拖累公司的发展。存货是公司业务发展的宝贵财富。科研试剂行业中存货非常重要，存货多代表产品品种多，现货产品品种数量越多，越有能力满足客户的需求，越能保障销售收入的增长。

公司的存货周转率主要与公司行业特定经营模式相关：一方面，公司采用电商销售模式，为了能够快速、及时地满足消费者需求，保证产品的供应充足性、物流时效性，对部分库存商品进行常规备货；另一方面，公司产品具有小批量、多规格的特点，部分小众试剂存在因科研热点变动而销售周期相对较长的情形。公司需要针对产品尤其是热销产品加大备货量，争取将客户从下单到收货的时间控制在3日以内，为客户提供便捷的购物体验，与可比公司销售模式的差异是公司存货周转率偏低的原因之一。从统计数据上看，库龄三年以上的库存商品近60%--70%处于正常销售状态。

**Q：公司一季度净利率为什么这么高，长期来看，公司净利率水平还会上升吗？**

A：2021年，疫情影响减弱，公司部分原材料价格回归常态，公司产品结构趋于正常，公司的毛利率水平有所回升，在费用开支没有放大的情况下，公司的净利率随之提升。长期来看，随着销售收入的增长，费用率还有下降空间，公司净利率水平还会上升。

**Q：最近大宗商品价格上涨幅度比较大，原材料价格上涨会影响公司毛利率吗？**

A：大宗商品涨价对我们的影响不大，由于公司供应商及客户都比较分散，公司对上下游议价能力相对比较强，所以公司产品毛利率比较高。

**Q：公司未来费用率的变化情况？**

A：由于公司供应商及客户都比较分散，公司对上下游议价能力相对比较强，所以公司产品毛利率比较高。由于公司的销售模式是电商模式，销售费用不随销售收入的扩大而提高，销售费用率比较低，公司现金流比较好，财务费用也比较低。

**Q：我们的运输费和包装费也是计入成本吗？**

A：根据会计上新的收入确认准则要求，2020年将运费从销售费用转到主营业务成本中，科目之间的变化，表面上会导致毛利率降低，但公司的总体盈利能力变化不大，净利率依旧保持稳定。同时规模化逐渐形成后，未来费用率会进一步下降。

**2)产品及销售部分**

**Q：通用试剂和高端试剂的区别？**

A：通用试剂一般是用于检测、工业化生产等大宗类的产品，高端试剂主要服务于实验室的科学研究。

**Q：化学试剂占比？**

A：高端化学占比50%左右。

**Q：我们的原料都是国内供应吗？**

A：全球备货。

**Q：我们在生产产品时，如何保证质量的稳定性和一致性？**

A：我们在选择供应商时会非常谨慎，尽量保持供货来源的稳定，并且在生产产品时，同种产品使用的配方和工艺都是固定的，产品的质量控制指标也是一致的。

**Q：产品质控的质量如何？**

A：在质量控制方面，公司投入比较大。公司通过加强分析方法的开发和优化，建立完整的分析方法体系，构建了科研试剂质量控制标准平台，为公司新品种研发、原材料检验、产品质量控制提供了重要支撑和根本保障。产品在研发、生产、保存阶段，都受到质量部门的实时监控，保证了产品质量稳定可靠。公司对产品及原料实行全检，购买公司试剂产品的客户可以凭借货号或者批号下载产品质检证书(COA)。

**Q：我们每年添加那么多产品，平均下来，每个产品的技术含量高吗？**

A：不同产品技术难度不一样，有高有低。科研试剂行业主要是靠产品品种致胜。科研试剂单一产品销量都比较小，企业的收入规模是单个产品销售收入的集合，因此，公司产品品种越多，销售规模越大。达到一定数量规模的品种需要经过时间的积累。试剂产品每一个品种的开发并不一定都有太高的技术难度，如果每一个品种都具有难以突破的技术壁垒，那么品种的积累将会非常缓慢，不符合这个行业以品种规模取胜的特点。产品添加缓慢，产品规模达不到要求，企业的收入难以覆盖成本，就难以盈利。如果按照这个逻辑，企业就很难发展成长，经营者也没有动力将企业做大做强。因此，产品的技术水平有高有低，产品品种的添加是一个积累的过程。

**Q：和海外公司的技术差距在哪里？**

A：与海外市场相比，国内市场的需求还没达到应有的水平，我们会根据国内市场的发展新方向不断添加新的产品。海外公司的试剂产品比较多，有些公司达到了30万个产品，平均下来，每个产品的销量只有几万美元，遇到难做的产品，相信海外公司也会依靠外协的力量，而不是自己投入大量的人力物力去开发。如果靠自己开发，估计销售收入很难能覆盖研发费用，公司很难有加大研发投入的动力。另外，有些产品并不是难在技术，而是公司在长期发展过程中所获得的各种资质、证书及认证所形成的竞争优势，这些东西代表着市场对公司产品的认可，而这些资质、证书及认证是公司工艺、技术及矢志不移的工匠精神的体现，是公司长期发展过程中积累下来的，是个时间积淀的问题，不是单纯的技术差距问题。

**Q：我们的产品中会有生命周期较短的品种吗？**

A：不同品类的产品生命周期也不同，通常来说，生物试剂的活性会略高于化学试剂，保存期限也会略短。从统计数据上看，我们公司库龄三年以上的库存商品近60%处于正常销售状态。销售情况良好，不存在存货积压的情况。公司产品的保质期都设在系统里，到期前，质控部门会对这些产品进行复检，复检通不过的，会转到纯化实验室进行纯化，合格后再上架销售。从需求端来看，没有发现哪些产品是过时的产品。物质世界是丰富多彩的，实验室对科研试剂的需求也多种多样，经常会发现，有些相对滞销的产品突然会卖得很好。

**Q：我们未来的销售策略偏向于哪部分？**

A：我们未来还是走电商模式，对大客户进行重点服务，小客户鼓励他们在电商平台进行下单，渠道部分靠经销商覆盖，未来仍是直销与经销并存。

**Q：我们的供应商与外资不同吗？**

A：也有可能遇到同样的供应商。

**Q：直销和经销的比例会有所调整吗？**

A：未来经销的比例会有所提高，我们还会继续扩大经销商团队。

**Q：只有一级经销商吗？**

A：是的，一般只有一级。

**Q：经销商在这个行业是怎样的角色？**

A：经销商能够更好地为客户服务，是我公司销售服务的延伸。经销商离客户近，能够更快地获得客户的反馈，在付款、收发货等方面能更及时地为客户服务。

**Q：经销商更愿意代理内资品牌试剂还是外资品牌的试剂产品？**

A：外资品牌影响力大，在客户群体中接受程度高，外资品牌对经销商的议价能力强，因此，经销商拿到的折扣小，毛利率相对较低。内资品牌给经销商的折扣高一些。从盈利角度看，经销商选择内资品牌的动力比较大。但是，除了关注盈利之外，经销商也要根据客户的偏好注重试剂产品的质量、品牌影响力、发货速度等因素，在内资品牌和外资品牌之间做取舍。

**Q：华南地区是经销还是直销？**

A：经销和直销都有。

**Q：公司产品添加，是不是有一个从简单到复杂的过程，先把简单的产品做出来，然后再做难的产品？**

A：不是这样，公司添加产品主要是根据市场需求和研发新方向，而不是根据产品开发的难易程度。公司产品开发部门，通过大数据分析，研判市场热点产品及未来研究发展方向，然后有针对性地进行产品添加。

**Q：现阶段是扩品类，后期的重点会放在提高服务能力？**

A：品种添加是接下来主要的任务，品种越多才越能满足实验发展的需要，围绕这个任务，我们还会在包括建设实验室、招聘研发人才、完善电商平台、提高客户覆盖率、优化配送物流服务等方面采取相应措施。

**Q：每年新增的品种数量大概是多少？**

A：未来三年计划增长3万个品种，每个品种对应多个sku。

**Q：我们的品种与外资品牌的重合度高吗？**

A：我们的产品有不少是跟外资品牌是重合的，但也有一些是我们独有的。独有的产品更有竞争力。

**Q：产品销售方面是否存在二八现象，小部分产品销售旺盛，大部分产品销售低迷？**

A：公司产品的销售具有均匀分布的特点，不存在小部分产品销售旺盛，大部分产品销售低迷的现象。从库存情况看，相信部分参加调研的投资者也看到过，公司库存产品都是小包装产品，产品备货比较均匀，不存在单一品种大量备货的情况。从供应商来看，公司2020年年度报告显示前5大供应商集中度只有7.53%，这其中占比比较大的还是包材、耗材等供应商，试剂的供应商都比较分散，这也说明公司产品分布比较均匀，不存在小部分产品大量备货，小部分产品销售占比高的情况。

**Q：客户的复购率如何？**

A：一般来讲，高校客户一项课题结束以后，会停止购买该课题所使用的试剂，然后转向其他课题，不同课题所使用的试剂不一样，因此复购率低一些。企业客户，特别是企业的质检部门，所做的工作重复性较强，因此，对部分试剂的复购率会高。但总体来说，需求都比较分散。

**Q：客户的购买需求都非常明确吗？**

A：部分客户的需求是很明确的，他们通常直接搜索CAS号购买所需产品。对于来电咨询产品情况的，我们有专业的技术团队可以给出建议。

**Q：客户直接联系我们的比例高吗？**

A：公司客户都是通过电商平台进行下单，如果有疑问的话可以直接通过客服电话等方式与我们取得联系。

**Q：分子砌块的占比？**

A：占比20%左右，大概有1至2万种。

**Q：客户进行线上购买的占比大概有多少？**

A：我们的产品都是通过线上销售，经销商也是在线上购买。

**Q：我们的客户结构是怎样的？**

A：公司目前注册用户比较多。直接客户中有以中国科学院、中国医学科学院、中国农业科学院等为代表的科研院所；有以药明康德、药石科技、亿纬锂能、信立泰、新和成及硕世生物等为代表的各战略新兴行业内创新型企业群体（覆盖220余家A股上市公司）；有以北京大学、清华大学、复旦大学为代表的众多高等院校。总体来看，高校占比30%-40%，企业60%-70%。

**Q：老用户的挖掘潜力大吗？**

A：未来还是有一定的发展空间，因为科研试剂是消耗品，需求量大且稳定，我们未来通过不断添加新产品能够更好地吸引老客户购买。目前，从电商平台访问量数据来看，老客户占70%，新增客户占30%左右。

**Q：公司为什么线下销售人员那么少？会影响销售收入吗？**

A：科研试剂的特点是多品种、小包装，靠人海战术不能带来销量的同比例增加，相应地，费用反而上去了。电商模式与科研试剂的特点天然契合。比起翻手册，打电话订购试剂，现在的年轻人更习惯线上购物。网上下单、线上支付的购买模式已经成了客户的习惯。公司的经营模式就是电商模式，销售人员少并不影响销售收入的增长。

**Q：公司经销商囤货吗，你们会向经销商压货吗？**

A：一般不大会出现这种情况，如果经销商囤货，也只是囤一些常规的试剂产品。科研试剂对存储条件要求比较高，经销商一般不具备这种条件。另外，存货周转率低是科研试剂的普遍特征，囤货会占用经销商大量资金。经销商不适合囤货，公司也不会向经销商压货。

**Q：和外资企业相比的供货速度？**

A：我们公司的产品响应速度：公司接到现货下单后，半个小时可以出货；期货交付时间在一个星期至一个多月不等。另外，公司在华北及上海分别设立有全品类仓库，可以覆盖江浙沪及京津地区的客户需求。公司华南地区的仓库已经装修完成，正在备货，西南地区的仓库也在设立过程中。待各地分仓库设立完成以后，客户的订货基本可以做到次日或者隔日到达，有些甚至可以当日到达。

外资品牌也分为期货和现货，是这个行业常见的仓储管理模式。外资品牌全球销售，国内不一定都备有现货，有的期货产品货期比较长，通常需要1~2个月左右。公司在发货效率和收货时效上的优势，可以很好地提升公司与外资品牌的竞争力。

**3) 研发部分**

**Q：研发人员和生产人员的区分？生产人员的学历情况和占比情况？**

A：研发人员主要负责科研试剂配方、工艺及分析方法的开发，生产部则主要负责根据开发成功后形成的配方、工艺路线及分析方法进行生产。公司的生产人员有40人左右，学历分布根据从事的岗位要求不同也有所不同。

**Q：研发人员的配置？都具有化学背景和生物背景吗？**

A：对的，我们研发人员覆盖的学科背景还是比较多的。我们还在不断扩张人员规模，只要符合我们企业价值理念和具备公司需求的技术和教育背景的人才，我们都非常欢迎。

**Q：生物试剂的产品会比化学少很多吗？**

A：是的，我们的生物试剂主要分布在抑制剂、激活剂、活性小分子、抗体、蛋白等多个领域，相对化学试剂。我们的生物试剂仍然比较少。

**Q：公司研发投入主要用于哪些地方？**

A：公司研发费用主要用于开发产品品种，包括产品合成、纯化等技术的开发。目前公司规模相对较小，未来随着品种开发加快，研发费用后续增速将会加快。

**4) 其他生产、经营部分**

**Q：我们卖仪器吗？**

A：目前没有涉及到这方面的业务。

**Q：奉贤的产能规划是怎样的？**

A：2016年搬入新厂以后，预留的实验室都在陆续装修使用。后期为扩大产能，我们会建造新的研发大楼。

**Q：公司2019、2020年的分红比例都在65%以上，请问公司高分红的原因是什么？未来分红的计划如何？**

A：首先，公司现金流比较好，具备分红的能力，另外也是为了回馈投资者，这样做也符合监管部门的要求。公司多年来一直坚持分红，持续回报投资者。

**Q：我们现在覆盖的高校多吗？**

A：高校的覆盖率很多，但是我们的产品并没有覆盖到他们的每一个课题组，高校客户还有很大发展空间。

**Q：高校实验室的资金规模大概是多少？**

A：不同实验室的预算规模不同，不同的项目的预算也会有不同，由于各个高校没有对外披露，所以我们无法获取准确数据。

**Q：我们产品规模效应明显吗？**

A：规模效应明显的。公司产品品种越多，规模越大，客户在网站上浏览下单的几率越高，公司产品的销量越高，费用率越低。正反馈效果比较明显。

**Q：未来还能继续拓展的SKU数量能达到多少？从价值量角度来看，价值量最大的SKU已经做完了？**

A：未来SKU的拓展空间还是很大。公司新添加的品种毛利率与老产品保持着同等水平。公司根据市场需要添加品种，并不是按价值量的高低排序。

**Q：生物试剂的发展和推进情况？**

A：目前公司生命科学的占比较小，未来是公司重点发展的方向，公司已在张江购置研发大楼，用于生物试剂的研发，预计将在下半年投入使用，同时，公司也在积极招聘生物方向的高端人才，组建研发团队。

**Q：目前公司产品发货效率高吗，大约几天到货？**

A：客户在网站上下单后，通过系统传递，订单商品半个小时就可以出仓，在华东及华北地区，商品一般次日或隔日就可以运抵客户手里。我们北方仓库建好后，发货效率大幅度提升。待我们南方仓库和西部仓库也投入运营后，公司的发货效率会更高。

**Q：公司的分仓库是不是有点少？公司需要在每个中心城市都设立仓库吗？**

A：除上海的仓库外，公司计划在北方、南方、西部地区分别设立仓库。目前北方仓库已开始运营、南方仓库已经开始备货，西部仓库也在落地。待这些分仓库建好后，公司的发货效率会大幅度提高，货物可以在次日或隔日送达客户手中，可以满足客户对发货及时性的要求。鉴于上述仓库已大大提高了公司的发货效率，公司没有必要在更多的中心城市建立分仓库，徒增相关费用。另外，科研试剂特别是化学试剂因为环保及安全的要求，除化工园区外，不宜在中心城区存储，因此，出于安全的考虑，公司仓库也没有必要遍地开花。

**Q：产能会成为我们的制约因素吗？**

A：对我们来说，所谓产能并不是单一产品的产量，而是产品品种的数量。产能的扩张需要加速产品的品种添加，目前公司正在加快实验室建设，并不断添加设备、招聘人才，为添加产品创造条件。登陆科创板解决了公司的资金瓶颈，有利于公司集中优势资金建设实验室，添加实验设备，扩大仓储面积。因此产能方面不会成为制约因素。

**Q：公司产品品类很多，如何进行库存管理？**

A：我们通过ERP系统和WMS系统对存货进行管理，入库出库有条码，拣货用条码枪扫，效率高，出错率低。

**Q：产品的需求会增长吗？**

A：会的，国内科研经费投入发展的速度比较快，随着科研经费投入的增加，作为消耗品的试剂耗材销量也会增加，这个行业的发展长期可期，未来仍能保持较高的增长速度。

**Q：会根据品种需求来备货吗？**

A：会的，公司通过系统的大数据分析和计算，对不同品种及不同SKU设置安全库存，系统会提醒进行备货。

1. **展望未来**

**Q：公司未来发展最大的挑战是什么？**

A：公司目前的资金瓶颈已经通过上市募集资金得到了解决，未来的瓶颈主要是产品品种的添加效率。

**Q：科研经费增长导致客户对价格不敏感，如何看待未来的发展情况？**

A：不同的客户对产品价格的敏感度不一样。但总体上来看，购买试剂的费用在实验室总体费用中占比比较小。相对于价格，客户对产品的质量、销售方的效率和服务更敏感一些。

**Q：公司若没有上市，收入的增速是不是不会像现在这么快？**

A：登陆科创板有利于公司业务的发展，为公司发展进入一个新台阶提供了保障。首先，公司上市后，资金瓶颈已经打破了，实验室、仓储、人才、采购等等各方面的资金需求都得到了满足，资金到位后相关工作更好开展。其次，资金到位后为扩大备货提供了保障，有利于产品品种添加。另外，上市后对员工激励手段也更丰富，公司在上市前就已经实施股权激励，骨干员工的工作积极性很高，对于公司业务发展也起到很好的助力。

**Q：公司的工匠精神如何体现？**

A：公司始终以科研服务为中心，专注自有品牌的建设，强调积极进取、拓展创新。

**Q：公司未来发展愿景**

A：公司未来的发展战略主要是打造“阿拉丁”品牌科研试剂、“芯硅谷”品牌实验耗材，通过品牌宣传和服务积累，不断提升公司自主品牌知名度。受益于行业的增长及公司新产品品种的增加，公司近几年业绩增长比较快，下一步公司将在产品品种增加方面加大投入，逐步提高市场占有率。在业务模式的发展方面，品种添加是接下来主要的任务，品种越多才越能满足实验发展的需要，围绕这个任务，我司还会在包括完善电商平台，提高客户覆盖率，优化配送物流服务等方面采取相应措施。

上海阿拉丁生化科技股份有限公司董事会

2021年7月2日