

# 莱伯泰科冲击实验分析仪器第一股

□本报记者 董添



新华社图片

## 巩固主业

招股说明书显示,本次公开发行股票采用公开发行新股方式,公开发行不超过1700万股,不低于发行后总股本的25%。本次募集资金扣除发行费用后的净额合计3.6亿元。其中,分析检测智能化联用系统生产线升级改造项目拟使用募集资金约1.89亿元,实验分析仪器耗材生产项目拟使用募集资金7433.71万元,研发中心建设项目拟使用募集资金9629.7万元。

具体来看,分析检测智能化联用系统生产线升级改造项目拟在公司现有场所,以原有生产线为基础,升级扩建“分析检

测智能化联用系统”生产线,主要内容包括建筑工程、设备引进及人员招募等。项目没有新增用地,利用原有厂房面积共1.07万平方米进行生产线升级扩建。项目总投资1.89亿元,其中固定资产投资1.57亿元,铺底流动资金2207.44万元。项目所拟总投资全部由建设单位自筹解决。

实验分析仪器耗材生产项目拟在公司现有场所,以CDS公司现有生产技术和经营体系为基础,新建“实验分析仪器耗材”生产线,主要内容包括建筑工程、设备引进及人员招募等。项目没有新增用

地,利用部分原有厂房面积共4050平方米进行生产线建设。项目建成后将生产“实验分析仪器耗材”,包括圆盘式固相萃取膜片、固相萃取柱、固相萃取96孔板、微波消解罐、电热消解管等产品。研发中心建设项目计划使用现有房屋面积4905平方米,并根据设备情况和房间用途对房屋进行必要的改造和装修。项目总投资共计9629.7万元,主要用于信息室、产品部、硬件部、软件部、机械加工与测量中心、工艺实验室和产品实验室等部门建设以及研发设备购置费用等。

公司表示,本次募投项目紧紧围绕公司现有主营业务,募集资金主要投向为改扩建智能化联用系统生产线及建设研发中心。其中,改扩建智能化联用系统生产线项目一方面将多种样品前处理仪器及其相互联用实现自动化智能化,另一方面将样品前处理仪器与分析仪器联用实现自动化智能化,这均是目前分析检测领域最新的发展趋势,有利于公司牢牢把握行业技术发展方向。建设中心项目将显著提高和保障公司技术及产品的先进性,为公司实现世界领先的产品目标奠定基础。

## 技术优势领先

司营业收入分别为2.9亿元、3.22亿元、3.5亿元和1.67亿元;归母净利润分别为4552.34万元、4907.1万元、5981.61万元和2586.8万元;研发投入占营业收入的比例分别为5.18%、4.3%、3.82%和5.49%。

公司拥有LabTech、CDS、Empore等行业知名品牌,在中国和美国设有研发和生产基地,并在中国内地主要城市、美国马萨诸塞州和宾夕法尼亚州等地设有产品营销和服务中心。近年来,公司坚持以国家产业政策为导向,建立了实验分析仪器研发创新体系,积累了较雄厚的技术实力和研发成果,拥有60

余项专利和20项软件著作权,核心技术人员在国内外相关期刊杂志中发表多篇SCI文章。目前,公司产品已销往全球90多个国家和地区,累计服务客户近3万余家。

从收入构成来看,实验分析仪器占营业收入比重最大,其次为洁净环保型实验室解决方案、消耗件与服务等。以2019年上半年为例,公司实验分析仪器合计实现营业收入1.35亿元,占比达到81.46%。其中,样品前处理仪器实现营业收入9178.24万元,占比为55.31%;分析测试仪器实现营业收入为4339.15万元,占比

为26.15%。

公司表示,公司以深入的市场调研和精准的需求分析,在技术研发成果的基础上,有效实施产业化,主要通过销售实验分析仪器及为客户提供洁净环保型实验室解决方案获得收入并实现业务持续发展。经过多年的探索和尝试,公司建立了符合自身发展的TRD研发流程模式,该等研发模式既具备矩阵式研发模式的特点,能够合理进行资源配置,同时也具备项目式研发模式的特点,能够高效快速解决项目中存在的问题。

## 下游需求大

健康、材料分析、太空及海洋探测等众多领域不可或缺的关键环节。

莱伯泰科表示,公司产品和服务主要由实验分析仪器、洁净环保型实验室解决方案等组成,其中自动化样品前处理仪器是公司的主导产品,公司在该领域的技术

研发实力较强,产品具备显著市场竞争优势,且公司仍在不断就该产品升级改造投入研发,预计该产品的国内外需求会进一步增加。

公司下游市场空间较大,终端客户涵盖政府部门、高等院校、科研机构、第

三方检测机构以及医疗设备企业等,其对公司产品拥有持续性需求。公司所在行业前景广阔,产品技术含量较高,从业务与产品定位角度来看,公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化或风险因素。

# 赛科希德拟登陆科创板

病及出血性疾病的预防、筛查、诊断和监测。

报告期内,公司经营活动产生的现金流量净额分别为3529.68万元、3267.93万元、5815.31万元及2973.96万元。公司的经营活动现金流主要来自销售产品及提供服务收到的现金,经营活动现金流出主要来自购买商品、接受劳务支付的现金等。

2016年末、2017年末、2018年末及2019年6月末,公司流动比率分别为2.29、3.45、4.34及7.11倍;速动比率分别为1.97、2.98、3.88和6.73倍,整体来看,公司流动性风险较低。

报告期间,公司核心技术产品收入占营业收入的比例分别为87.65%、90.09%、89.4%及89.28%;研发投入分别为928.92万元、1206.74万元、1279.53万元和668.56万元,占营业收入的比例分别为7.41%、7.7%、6.39%和6.12%。

针对研发模式,公告显示,体外诊断行业属于技术密集型行业,公司注重技术研发与创新,从组织结构、研发机制、人员配备、知识产权保护、加强保密等多方面保障技术创新能力。同时,为提高技术创新效率,公司建立了以市场为导向的技术创新体系,并与医疗机构深入合作,搭建学术交流平台,推动血栓与止血体外诊断在临床上的应用。

## 发展空间较大

公司自成立以来一直深耕于国内血栓与止血体外诊断领域,主营产品为血栓与止血体外诊断领域的检测仪器、试剂及耗材,属于体外诊断行业下属的血栓与止血诊断行业。血栓与止血体外诊断主要包括

凝血检测、血流变检测、血小板功能检测等,主要应用于各种血栓性及出血性疾病的预防、筛查、诊断和监测。

近年来我国陆续出台一系列法律法规和产业政策,扶持体外诊断产业发展。目前国外品牌体外诊断产品占据了三级医院等高端市场,国产品牌主要集中在二级医院及以下医疗机构等中低端市场。

随着我国体外诊断产业技术水平不断提升,国内企业体外诊断产品的质量逐步提高,检验结果的可比性和通用性显著提高。同时国内企业凭借本土化的营销和服务网络以及较低的人工成本等优势,在与国外竞争对手的较量中逐步取得突破,在医保控费的大趋势下更利于抢占医院市场,国内体外诊断产品进口替代的规模和速度随之不断提升。

根据《中国心血管病报告2018》,目前我国心血管患病人数达到2.9亿;2016年,以脑卒中、冠心病等疾病为代表的心血管病死亡率仍居首位,高于肿瘤及其他疾病,每5例死亡中就有2例死于心血管病。血栓与止血体外诊断可以有效帮助医生分析血栓和出血形成的原因,对包括心脑血管疾病在内的血栓性疾病以及出血性疾病等进行预防、筛查、诊断和监测,可以用于评估血栓风险,指导对心脑血管疾病的预防过程;还可以用于手术前凝血功能障碍筛查,了解患者的凝血功能障碍情况。

**主业持续稳定增长**

生产基地建设项目建设拟投入8030.86万元,研发中心建设项目建设拟投入6938.46万元,营销网络建设项目建设拟投入4102.96万元,其余1.8亿元拟用于补充营运资金。

招股书显示,2016年至2018年、2019年1-6月(简称“报告期”),公司主营业务收入分别约为1.21亿元、1.56亿元、1.99亿元及1.08亿元,公司主营业务持续稳定增长。2019年1-9月,公司实现营业收入约1.59亿元,同比增长13.63%;实现归属于母公司股东的净利润4783.9万元,同比增长29.89%。

公司选择的具体上市标准为“预计市值不低于10亿元,最近两年净利润为正且累计净利润不低于5000万元,或者预计市值不低于10亿元,最近一年利润为正且营业收入不低于1亿元”。

报告期内,公司主要从事血栓与止血体外诊断产品的研发、生产和销售,也是公司收入和利润的主要来源。血栓与止血体外诊断产品主要应用于血栓性疾病

## 携四大产品系列 安必平冲刺科创板

□本报记者 熊永红 傅苏颖

广州安必平医药科技股份有限公司(简称“安必平”)的科创板上市申请近日获受理。

公司从事体外诊断试剂和仪器的研发、生产和销售,是一家具有自主研发和创新能力的高新技术企业。公司此次拟募集资金3.74亿元,投资于研发生产基地建设项目和营销服务网络升级建设项目。

### 产品线丰富

安必平建立体外诊断的三大技术平台,即细胞学诊断、分子诊断和免疫诊断,较完整地覆盖从细胞形态到蛋白表达、基因检测等不同诊断层次的临床需求。

经过自主研发创新,公司已成熟地掌握了沉降式液基细胞学技术、反向点杂交PCR制备技术、实时荧光PCR制备技术、FISH探针标记技术、IHC病理诊断抗体筛选及质控技术等相关配套仪器制造技术,以及“实视”——基于云计算的实时远程病理协作技术等多项核心技术,并以此建立了相应系列产品线。

安必平产品主要应用于肿瘤病理诊断及医学检验,其产品线丰富,包括细胞学诊断试剂和仪器(LBP系列)、免疫组化诊断试剂和仪器(IHC系列)、分子诊断试剂和仪器(PCR系列、FISH系列)等系列注册/备案产品数量485个,种类齐全,能满足不同层级医疗机构的需求。

凭借自主品牌试剂和仪器的协同优势、完善的营销网络及优质的售后服务体系,公司产品市场已辐射国内近1800家医疗机构。

体外诊断在医疗领域被誉为“医生的眼睛”。根据《生物产业技术》发布的《体外诊断试剂研发及市场发展概况》,2012年我国体外诊断行业市场规模为190亿元,到2016年增至369亿元,年均复合增长率为18.05%。根据《医疗器械蓝皮书2017》的保守预测,未来5年我国体外诊断行业仍将保持15%的较快增长速度。

目前我国的体外诊断市场远没有饱和。近年来,我国自主创新的体外诊断企业加速涌现。目前国内企业中与公司行业、业务、产品较接近的可比公司包括凯普生物、艾德生物、之江生物、透景生命、泰普生物、迈新生物。

### 研发费用率相对较低

公司一直注重技术研发创新。2016年—2018年以及2019年上半年(简称“报告期”),公司研发费用分别为1325.15万元、1530.49万元、1558.65万元以及824.23万元,占当期营业收入的比例(研发费用率)分别为5.49%、5.88%、5.09%以及5.29%。

目前,公司已组建一支70余人的高素质研发队伍,占公司员工总数近17%。公司已形成有效的技术创新机制,包括研发项目管理系统、研发人员绩效考核体系、研发人员奖励惩罚制度等,使公司的研发工作严谨高效,保证公司技术工艺水平不断地及时更新。

公司制定多项研发激励措施,为充分调动技术研发人员的积极性和创造性,公司建立了针对研发人员绩效考核的管理制度,明确考核目标及程序,公平、合理地评价技术人员的工作业绩;同时,公司制定了《科研创新和政府项目申报(管理)奖励条例》,规定了科研项目的奖励办法,对参与项目研发的人员按照制度进行奖励。此外,公司重视人才的再培养,向核心技术人员提供不定期进修培训机会以提高其技术管理水平,使核心技术人员及时了解最新科技动态,具备更大的创新动力。

报告期内,与同行业可比上市公司相比,安必平的研发费用率较低,特别是与艾德生物存在显著差异。对此,公司称,主要由公司的产品类别和技术成熟度不同,公司与同行业可比上市公司所处发展阶段不同,以及公司的直销收入占比较高等三方面因素综合决定。

针对第三个因素,公司称,直销模式下公司由于自主承担市场开拓、学术推广和客户服务,对直接客户的定价较高。因此,直销收入占比较高企业的研发费用支出一定的情况下,研发费用率相对较低。公司与同行业可比上市公司相比,直销比例相对较高,一定程度上也降低了公司的研发费用比例。

### 自主品牌收入占比逾八成

财务数据显示,报告期内,公司营业收入分别为2.41亿元、2.60亿元、3.06亿元、1.56亿元;归属于母公司所有者的净利润分别为4602.87万元、4833.87万元、6147.18万元、3164.6万元。

报告期内,公司自产产品收入占比80%以上,为公司收入利润的主要来源。自产产品包括细胞学诊断产品(LBP系列)、分子诊断产品(PCR系列、FISH系列)、免疫组化诊断产品(IHC系列)、实视系统。其中,LBP系列试剂和PCR系列试剂为公司最主要的收入来源,合计占公司主营业务收入70%以上。

报告期内,随着公司业务规模的快速增长,应收账款也出现较快增长。报告期内各期末,公司应收账款余额分别为1.49亿元、1.6亿元、1.79亿元和1.8亿元,占报告期各期营业收入的比例分别为61.66%、61.35%、58.31%和11.13%。

公司也提示了相应风险。公司称,公司应收账款账龄通常在1年以内,且赊销客户主要为国内各级公立医院,公立医院的收支由国家财政统一管理,资信水平高。虽然公司内部建立了以资金风险控制为核心的应收账款管理制度,对客户信用进行有效管理,且公司对应收账款计提了充足的坏账准备,但随着公司业务规模的扩大,对客户销售额和客户数量持续增加,应收账款的总额可能会相应增长。若未来市场环境或者主要客户信用状况发生不利变化,公司可能面临未来应收账款无法足额收回导致坏账金额增加的风险,从而对公司未来业绩和生产经营造成不利影响。

另外,报告期内,公司销售费用率分别为46.68%、47.16%、46.30%和46.05%,高于同行业可比上市公司的平均水平。

公司称,主要是公司的销售模式和产品结构导致的。首先,公司采用以直销为主的销售模式,报告期内直销收入(含配送经销商收入)比例达到75%左右,而同行业上市公司的平均直销比例仅50%左右,直销模式下公司需要负责终端市场开拓、学术推广和客户服务,销售费用率远高于经销模式;其次,公司致力于提供病理诊断领域的完整解决方案,目前形成了细胞学诊断、分子诊断、免疫诊断三大技术平台,LBP、HPV、FISH和IHC四大产品系列,并持续推出新产品,四大产品系列临床运用范围、实验原理、实验操作及结果判断等均有各自特点,公司需要配置专门的市场资源,针对不同产品情况进行个性化的市场调研、学术推广和客户服务,因此公司销售费用率相比同行业上市公司略高。