

## 2023 年度总经理工作报告

各位董事：

我代表公司经理层向董事会作 2023 年度总经理工作报告，请予以审议。

### 第一部分 概述

2023 年，随着医疗改革不断推进，市场发展格局发生变革，行业竞争进一步加剧。面对挑战和机遇，公司坚定不移地落实全产品发展战略，加大研发投入确保产品实现，强调内部运营管理的效率提升，持续完善组织架构和薪酬考核激励方案，加速代理业务调整和渠道建设工作，优化营销网络，不断提升公司在行业中的竞争优势。

报告期内，受集采政策以及公司销售模式调整的多重因素影响下，公司实现营业收入 28.96 亿，同比下滑 19.75%；归属上市公司股东净利润 3.13 亿，同比下滑 55.86%，主要财务指标如下：

单位：元

	2023 年	2022 年	本年比上年 增减
营业收入（元）	2,895,769,512.02	3,608,411,895.20	-19.75%
归属于上市公司股东的净利润（元）	312,618,556.85	708,180,360.29	-55.86%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	315,657,992.94	708,976,659.37	-55.48%
经营活动产生的现金流量净额（元）	901,510,121.99	843,216,884.43	6.91%
基本每股收益（元/股）	0.5136	1.1722	-56.20%
稀释每股收益（元/股）	0.5104	1.1648	-56.19%
加权平均净资产收益率	4.94%	12.08%	-7.14%
资产总额（元）	8,119,249,307.93	8,168,350,292.26	-0.60%

归属于上市公司股东的净资产（元）	6,384,825,270.34	6,293,115,399.12	1.46%
------------------	------------------	------------------	-------

## 第二部分 2023 年度工作回顾

在医疗改革政策不断出台和实施的大背景下，国内体外诊断行业竞争快速升级，未来市场新格局将重新形成。在挑战和机遇并存的变革环境下，公司坚守战略初心、保持战略定力，坚定的围绕“全产品线、全产业链”战略布局开展各项经营活动，持续加大研发投入推进产品实现进度，加速代理业务调整和渠道建设工作，加快全新市场方案推广，提升自主产品市场覆盖率和占有率。为保障产品实现和产品经营的战略目标，报告期内公司继续管理变革，大力开展以数字化管理为依托，建设人才优势，优化供应链管理流程和工具，提升人员和资产的效率，从而助力公司整体管理效率和经营效益的提升。

报告期内，在行业政策和市场需求变化叠加公司业务结构和销售模式调整的多重因素影响下，公司实现营业收入 28.96 亿，同比下滑 19.75%；归属上市公司股东净利润 3.13 亿，同比下滑 55.86%。其中，自主产品销售收入 18.80 亿元，同比下滑 18.67%，代理产品销售收入 9.81 亿元，同比下滑 21.87%，自主产品在营收结构中占比达 64.94%，利润贡献达 85.95%。

### （一）自主产品销售达成情况

2023 年度，公司自主产品销售收入中免疫试剂销售 9.52 亿，同比增长 18.68%；生化试剂销售 5.77 亿，同比增长 2.54%；临检试剂销售 1.76 亿，同比增长 27.38%；分子诊断试剂由于市场需求极速变化出现大幅下滑，全年仅实现销售收入 704.51 万元，同比下降 98.79%。

报告期内，公司大力推广实验室三大平台--生化、免疫、临检集成化产品，为终端客户提供了灵活配置的实验室智能化检验分析流水线，公司全年大型仪器及流水线市场端出库达成 4,016 台（条），其中生免流水线 189 条、血液流水线 162 条；化学发光仪器 1,458 台、血液仪器 1,369 台，铺入终端市场的仪器持续增长将陆续带来试剂销量的增长。

### （二）研发投入和产品实现情况

2023 年，公司围绕着中长期战略布局，持续构建公司在产品、服务、成本等方面的核心竞争力，加速推进各技术平台系统化、重点产品系列化进程，努力实现医学实验室自动化。截止报告期末，公司研发人员 1,172 人，较上年增长加 149 名，研发人员占员工总数的 34.86%；报告期内，研发投入 4.14 亿元，比上年同期增长 22.34%；各研发中心及主要平台投入情况如下：

	生化 诊断	免疫 诊断	临床 检验	分子 诊断	快速 检测	IVD 诊 断原料	仪器系列	2023 年度 总计
本年新增项目	5	1	6	6	2	32	12	64
在研项目	57	175	52	15	19	227	27	572
本年开发结题完成	10	16	3	1	3	30	8	71
工艺/转产（原料）完成	8	27	10	1	4	36	5	91
研发投入（万元）	2,352.85	5,765.83	1,955.43	6,637.18	2,439.63	2,782.65	19,468.64	41,402.21
研发人员	577						595	1172

2023 年度，公司新增国内产品注册证 64 项，截至本报告期末累计获得国内产品注册证 512 项，其中试剂 485 项，仪器 27 项。报告期内，公司又推出了 LABAS MIX 全实验室智能化流水线，LABAS MIX 是一个实现了质控自动检测、多模式进样、自动离心、样本质量监测、一键提取、分类归档等十大功能的高度整合的进出一体化样本处理系统，可以连接血液分析、血栓与止血分析等模块，将临检的血液项目合零为整、集中检测，并通过智能软件，实现自动复检、智能审核及临检自动化的流程重塑，有效解决长期困扰实验室操作人员的一系列问题；自动的样本前处理及分类分拣，极大降低手工操作所带来的误差；多个分析系统的整合，有效节省科室零散仪器管理所需的人力成本，减少患者的采血量；智能软件的应用，加强复检规则的规范执行，降低异常结果误报的风险。报告期内，公司吡啶酯直接化学发光技术平台的新增配套试剂产品注册证 19 项，已累计取得 102 项（涵盖甲状腺功能、传染病、心肌、肿瘤标志物、贫血、炎症、自身免疫性疾病、生殖激素、骨代谢等病种检测）。

### （三）筹资与投资活动情况

2022 年 1 月向 17 名特定对象发行人民币普通股 5600 万股，募集资金 15.74 亿元，该笔募集资金将用于迈克生物 IVD 天府产业园、国内外营销网络、信息化系统的建设以及补充流动资金，

募集资金投资建设项目旨在满足 2025 年后五至十年的产能需求。报告期内，迈克生物 IVD 天府产业园按规划推进建设，已完成所有规划建筑物的主体建设、外墙装修工作，已经入内部装修阶段，预计将于 2025 年陆续投入使用，信息化与营销网络建设工作正有条不紊地开展。公司在确保日常经营和募投项目建设资金需求情况下，不断优化融资结构、降低融资成本，一方面将暂时闲置募集资金进行现金管理，用于购买安全性高、流动性好、满足保本要求的理财产品，年度滚动累计使用 17.70 亿元暂时闲置募集资金购买理财产品，并取得 1,406.84 万元投资收益；另一方面持续推进国有银行合作深度，年度授信规模保持 27.5 亿，并通过归还债务和调整贷款期限结构不断降低资产负债率和融资成本，报告期内归还贷款 0.26 亿元，短期贷款与长期贷款占比调整为 29%，融资成本较去年同期降低 7%。截止报告期末，公司资产负债率 18.57%，较上一年同期降低 1.49 个百分点。

报告期内，公司基于对海外市场营销网络搭建的整体规划，先后投资设立了新加坡迈克和印度尼西亚迈克，作为在东南亚地区搭建营销网络的平台。

#### （四）管理体系优化和效率提升情况

报告期内，公司治理层持续学习最新法律法规，不断提高履职能力，严格履行各项职责；公司建立了以制度、流程、权限和组织架构等要素为核心的内控体系，由各业务部门、审计法务部门等共同组成了合规管理两道防线，各司其职，协调配合，报告期内，通过制定组织架构规范，在静态上明确了矩阵式的组织架构管理、对应关系等，定义相关基本术语，利于内部治理合规管理；公司遵循合法性、全面性、重要性、有效性、制衡性、适应性和成本效益七大原则设计和建立内部控制制度体系，制度委员会持续修订或新增内部管理规范和制度，不断优化完善经营管理各方面的制度；持续数字化管理改革，完成产品生命周期管理（PLM）项目上线实施，打通研发、工艺、制造、售后等多个环节，实施一体化协同管理，实现产品质量、研发速度的进一步提升；持续开展人才梯队搭建和薪酬绩效变革工作，明确岗位职责、能力需求、成长路径，提供丰富多样且便捷灵活的学习成长平台和资源，完善激励考核体系，打造高效运营人才团队；持续优化供应链管理，打通产销协同计划流程、推行原料 JIT 管理模式、完善原料品类控制，有效控制库存

余额、降低采购成本、提升供应链周转效率，2023 年末，存货余额较上年下降 12.7%；建立经销商信用评价机制，加强应收账款动态管理，强化对账规范、老款催收、风险预警、销售人员应收账款考核，2023 年末，应收账款余额较上年下降 14.48%，经营现金净流量较上年增加 6.91%。质量中心作为负责公司全面质量管理工作的部门，旨在推进质量体系的一致性、质量控制的全覆盖、质量改进的全员化，实现全员、全域、全流程、生命周期的全面质量管理。客户服务中心通过推进装机一体化服务和建立双管理系统，进一步优化了客户服务体系，持续加强经销商队伍的管理和培训，报告期内对经销商共进行工程培训 51 次，303 人次，应用培训 40 次，125 人次，快速向经销商复制高质量客户服务能力，保障客户产品使用价值。

### 第三部分 2024 年度工作计划

过去的几年将体外诊断产业推入大众视野，分子诊断产品突增需求短暂改变行业竞争格局，但临床检测常规需求仍然是生化、免疫、临检等细分领域产品，且随着技术的更新迭代和终端客户对检测效率成本的极致追求，自动化、智能化检验分析流水线逐渐成为主流，并不断向全实验室自动化检验分析系统发展。

公司坚定战略目标，始终贯彻着“全产品线、全产业链”战略布局，不断推进“快速构建竞争优势”的战略方针落地实施，围绕产品研发、市场运营、内部管理制定多项职能战略，多管线协同提升，努力构建公司在产品、服务、成本、效率等方面的核心竞争力。

#### 1、快速构建产品力

##### （1）持续推进产品四化，助力医疗高质量发展

面对行业发展趋势，公司以市场为导向，提出全产品线向系统化、系列化、自动化和自主化发展的战略目标，即各平台均有产品销售、重点产品平台实现产品系列化和系统化、重点产品平台形成自动化可为实验室提供产品整体解决方案、关键原料稳定供应自主化。公司将持续加大研发投入、集中优势资源、加强集成创新，加快各平台产品阶段性目标的实现，不断补充和丰富自动化智能化检验分析系统及其配套试剂产品，充分满足客户降本增效、流程优化、精准检验的客户需求。

## （2）探索并应用“创新”技术

公司积极与高校、医院、临床机构开展产教学研合作，推动实验室研发项目成果应用转换；设立技术研究中心，专注于体外诊断新技术方法的研究以及外部技术合作与导入，为未来公司在新技术、新平台、新标志物的产品迭代提前进行技术储备。

## （3）努力打造传统“精品”优势

针对传统平台检测产品提出“精品”化发展目标，通过持续跟踪客户反馈和深入挖掘潜在需求，不断升级优化产品配方，在产品稳定性、效期延长、抗药物干扰等方面持续开展深入研究，形成一系列具备性能优势的拳头产品，并不断扩大覆盖范围，巩固公司在传统检测平台的优势。

## （4）持续优化产品“成本”指标

公司持续加大对原料平台的研发投入，快速推进原料平台的研发、生产和质量控制的建设，不断提升现有原料产品的性能，提高原料产能、降低成本；引入先进自动化生产流水线、大型试剂生产配液罐，充分发挥规模效应，降低边际生产成本。

## 2、完善全球化服务体系

在国内市场，加速直销业务向分销业务转移进度，积极发展和培育区域经销商，快速搭建并完善各区域经销网络布局，同时加强对经销商团队的管理和培训，向其传递和复制专业化高值终端服务能力，提升经销商产业链价值；加强标杆医院直接服务力度，时刻跟踪客户需求，超前解决客户长期发展潜在限制。

在海外市场，对各板块市场发展情况深入了解后将整个海外市场划分为五大区域，并计划在各区域建立营销网络和区域培训中心、物流中心，分区管理。预计未来5年内新建15至20个海外销售分支机构，负责当地及周边各国的经销商团队建立和管理，公司海外市场形象的推广和维护，以点及面，覆盖和辐射区域市场，打造全球化的营销网络，进一步扩大业务蓝图，不断拓展和提升迈克在海外市场的品牌影响力和美誉度，提高公司产品在海外市场的占有率。

## 3、提升经营管理效率

深化产品生命周期管理（PLM）项目，推动产品研发创新平台化，生产制造、质量管控透

明化、生产模式柔性化，打通研发、工艺、制造、售后等多个环节，实施一体化协同管理，实现产品质量、研发速度的进一步提升；不断深化数字化管理改革，规范和优化日常经营管理流程，将各辅助支持部门的管理进行数字化升级，通过优化资源配置、强化风险控制、提升资源利用效率，打造企业高效管理竞争优势。

迈克生物股份有限公司

总经理：吴明建

二〇二四年四月二十四日