证券代码：300289 证券简称：利德曼

**北京利德曼生化股份有限公司**

**投资者关系活动记录表**

编号：2014-001

|  |  |
| --- | --- |
| 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 （请文字说明其他活动内容） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 南方增长：郭惠宾；民生证券：李平祝；民族证券：于丽娜； 大君智萌：谭广宝，黄广蓓，邓理，许萌君，王俊英，孙音良；招商基金：周洪伟；万家基金：张胤；广泓富昶：田春燕，赵占月；宏源证券 张志祥；方正证券：卫雯清；会泰投资：李晨光；中国人寿：赵文龙；红塔资管：俞海；润晖投资：芳芳；宝盈基金：郝淼；博时基金：唐天；银河基金：成胜；民生加银基金：葛兰；东兴证券：宋凯 ；光大证券:江维娜；中航证券:张文文；华融证券:罗小专；北京久富投资:李亚东；北京亚宝投资:孙家俊；国都证券:刘苗；第一创业证券:许均华；新思哲投资:曹铸 ；第一创业证券:梁良；中信:孙一明；李红；郭蕙宾；杨永佳；陈立锋；刘心宇；孙音良；李浣非；魏小坚；陈江飞。 |
| 时间 | 2014年4月17日 |
| 地点 | 北京利德曼生化股份有限公司 |
| 上市公司接待人员姓名 | 沈广仟、孙茜、王毅兴、陈宇东、张坤、牛巨辉 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | **主要议题：**  投资者沟通与交流  **发言记录：**  问：公司有部分科研、销售等的中层干部人员的离职情况是个人原因还是属公司调离，具体原因是什么？  答：从离职的程序看，都是辞职。随着利德曼的发展速度越来越快，经营运作模式越来越规范，必须要有更专业的人员加入到公司的团队。利德曼自2012年上市以来就开始进行公司团队调整，调整的目的也是为了利德曼未来能够更快更稳的发展。公司实际用了两年的时间进行调整，2012年主要针对人力资源、行政、生产运营进行调整，2013底进行了更深入的调整，对销售和研发人员进行了调整。  问：对新加入的团队成员是否做激励方面的工作？股权激励方面是否会做？  答：整个团队都需要做激励，无论是新成员还是老成员，在恰当的时候会做股权激励。  问：是否会压低价格来增加市场的占有率？销售团队调整后销售思路差别在什么地方？  答：公司的基本战略是不会变的，但在基本战略稳固的前提下，具体营销方式一定会变，过去公司对经销商的管理力度不够，价格体系也是不科学的，对于这些不合理因素公司都会进行调整，但不会走降价竞争的路线，这不是公司的销售战略，我们应该做的是加强服务，提高产品质量，丰富销售渠道，对销售渠道做好管理。  问：产品质量方面之前是由王兰珍主控，现由谁来接替？  答：由副总裁王建华主控，他有很丰富的工作经验与优秀的职业素养，具体情况可见简历介绍。  问：利德曼哪些方面吸引了销售陈总的加入，会以什么样的思路和规划去管理销售队伍？  答：公司勇于弃旧迎新，勇于进行调整变化是最重要的，同时公司的发展空间也很大。  公司目前的基本销售战略并未比以前发生变化，新的销售政策主要是以销售战略为中心，增加终端的把控，提高产品质量，加强品牌的建立，进行销售格局的调整，与医院建立更深厚的临床需求关系。  问：公司免疫产品还相对较少，公司对免疫产品日后的规划是什么？与IDS合作日后会怎样进行？  答：任何企业在发展的初期都不存在特定的优势，但企业在发展过程中应总结出其自身不可复制的竞争优势，利德曼在生化诊断试剂领域已经能够总结出与其他企业不同的优势，同时利德曼也具备在IVD行业运作的经验和能力。并非产品种类多就一定会占领市场，任何企业的产品线都是不断丰富的过程，目前公司拥有三十多个免疫产品的注册证，还有一些产品正在注册过程当中，公司试剂的产品种类会越来越多，试剂的性能会逐渐提高，未来利德曼的产品线还会不断丰富。利德曼仪器的系统复杂程度和功都能要高过IDS的，IDS的优势在于做仪器的时间比利德曼长，有可能仪器稳定性会好于利德曼的仪器，所以这两个仪器应在不同的用户处去用，未来利德曼仪器以做到更精巧、更实用、更稳定为定位。  问：今年化学发光和生化方面的销售规划是怎样的？  答：由于化学发光产品新上市，并且适逢国家对县级医院进行调整的良好时机，因此对未来的预期还是较大的。但由于生化试剂的销售压力，因此对即将要上市的化学发光产品的要求并不会太高，预计做到 10--20家终端客户的装机。  问：化学发光的仪器需要多长时间能够达到或接近罗氏和雅培的水平？  答：企业的目标不应在某个产品上达到这样的目标，而是将这样的大企业树立为整个企业的发展目标，这些大企业都是经过几代人的努力，所以利德曼也为自己制定了一个很长远的目标，但这个目标的实现是需要一定时间的。  问：国家医药行业改革的措施对公司有无影响？公司如何去应对？  答：医疗改革对本土企业有很大优势，品牌、质量、优势的价格是公司产品未来的发展趋势，因此，目前的医疗改革对公司的影响只会是有利影响。  问：由于生化诊断行业的分散性，许多企业同时存在并且在这个行业里存在根深蒂固的客户关系，那么利德曼该如何挖掘客户关系抢占市场？  答：不同的人看待同一个问题得出的结论是不同的，同样，不同的企业看待市场情况也会得出不同结论，如果生化诊断试剂市场具有40亿的市场份额，那目前利德曼的市场占有率是非常低的，这样我们就会有更多的机会来提高公司的市场占有率。虽然大多数人认为生化诊断试剂行业的壁垒不高，许多企业都可以生产诊断试剂，但能够生产高质量的试剂并不容易，并且随着行业监管的日趋严格，优胜劣汰的趋势会更加明显，因此，利德曼存在着巨大的机会。  问：销售人员及大区经理层级的人事变动频率是怎样的？什么时候可以稳定？  答：只要是不能符合公司发展需求的人员都会被替代，变动是持续的，只有利德曼的发展是不变的，每个人在各自的岗位上都应快速的适应公司的发展。  问：销售费用增加的规划是投入到哪些方面？  答：销售费用并不是随着收入的增加而增加，在2014年销售费用有可能会降低，因为机构、人员都做了相应精简，与去年同期相比，公司整体人员减少了50余人，虽然工作量增加，但由于职能进一步细化，工作效率有所提高。  问：发光仪器三月份上市开始销售，至目前的销售情况？  答：从开始销售到售出会有一个过程，目前化学发光仪已在深圳参展。  问：现需要过GMP吗？  答：现在是按GMP的标准做的，但现在不需过GMP，在2015年可能要过GMP。  问：公司部分老员工什么原因不符合公司快速发展了呢？  答：由于每个人悟性，对未来的规划、追求不同，就决定了会有一部分人掉队。另外，企业是从小到大发展起来的，有的员工能力只是符合当时的企业现状，随着企业的不断发展，能力的不足会导致掉队的现象。  问：2014年经销商会增加多少？销售人员精减后今年人均销售指标是多少？  答：不会保证经销商会增加到多少，只是维持现有经销商的销售能力，不断拓展新的经销商。人均销售指标不小于1000万。  问：调整团队后企业哪些方面明显变好？  答：整个团队调整后更加专业，管理难度降低，工作效率提高。设备通过持续的升级，自动化程度越来越高，大大降低了人力消耗。  问：公司高层工资与市值为什么不相匹配？  答：高层工资与市值并没有固定的匹配标准，如果有标准公司一定遵守。公司高层工资在上市前后一直保持一样的水平，高层管理人员除正常工资外，其余费用从未计入到公司。公司留住要人才，利益非常重要，要有事业，要有感情，要给每一位高管实现抱负的平台。  问：公司外延式发展的并购是针对哪些方面？如何规划的？  答：公司不会单纯为了提高股价而并购，不会为了并购而并购，在并购时一定会考虑企业长期的发展需求，如果要做并购会在诊断、实验用仪器、生物化学品三个领域，目前最成熟的是在诊断领域，并不反对在生化诊断领域进行并购，但一定会选择高质量的企业进行并购。  问：如果两个部门市场部与销售部相比，哪个更重要？恒量人才的标准是什么？  答：部门设置取决于企业的不同发展阶段，在企业发展初期是不需要市场部的，但随着企业的不断发展壮大，市场部的职能就会突显，因此，并不存在哪个部门更重要的问题，主要还是根据企业的发展阶段来进行变化。衡量人才没有具体标准，如果有标准那就是能够支撑企业，符合企业未来发展的要求人，都称之人才。  问：募投项目的产能问题  答：产能是与销售量相匹配的，销售量有多大产能就有多大。并且产能的释放是逐步的，公司会根据未来的发展需要制定产能计划。  问：公司化学发光产品的定位？  答：目标是国内最好。化学发光仪目前定位在国内最好水平，低于进口水平。 |
| 附件清单(如有) | 无 |
| 日期 | 2014年4月17日 |