

2024 年度总经理工作报告

各位董事：

我代表公司管理层向董事会作 2024 年度总经理工作报告，请予以审议。

第一部分 概述

2024 年，公司持续在“系列化、系统化、自动化、自主化”的产品战略下不断创新与推进，加大研发投入扩充产品矩阵，增强自主产品竞争优势，并按照既定的产品和市场策略加快结构化转型。公司全年实现营业收入 25.49 亿，同比下降 11.98%；归属上市公司股东净利润 1.27 亿，同比下降 59.44%。业绩变动的主要因素在于本年度计提的商誉减值损失 0.94 亿；同时，公司正处于市场调整投入期和集采政策实施的过渡期，核心业务的推进对公司未来发展产生深远影响。主要财务指标如下：

单位：元

	2024 年	2023 年	本年比上年增减
营业收入（元）	2,548,756,678.60	2,895,769,512.02	-11.98%
归属于上市公司股东的净利润（元）	126,805,274.84	312,618,556.85	-59.44%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	138,264,333.61	315,657,992.94	-56.20%
经营活动产生的现金流量净额（元）	633,798,557.62	901,510,121.99	-29.70%
基本每股收益（元/股）	0.2091	0.5136	-59.29%
稀释每股收益（元/股）	0.2070	0.5104	-59.44%
加权平均净资产收益率	1.98%	4.94%	-2.96%
	2024 年末	2023 年末	本年末比上年末增减
资产总额（元）	7,976,306,737.10	8,119,249,307.93	-1.76%
归属于上市公司股东的净资产（元）	6,369,056,728.78	6,384,825,270.34	-0.25%

第二部分 2024 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 25.49 亿，同比下滑 11.98%；归属上市公司股东净利润 1.27 亿，同比下滑 59.44%。其中，自主产品销售收入 19.13 亿元，同比增长 1.75%，代理产品销售收入 6.12 亿元，同比下滑 37.64%，自主产品在营收结构中占比达 75.07%。

（一）自主产品销售达成情况

2024 年度，公司自主产品销售收入中免疫试剂销售 10.29 亿，同比增长 8.04%；生化试剂销售 4.99 亿，同比下滑 13.53%；临检试剂销售 2.14 亿，同比增长 21.77%。

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 4501 台（条），其中生免流水线 224 条、血液流水线 212 条；化学发光仪器 1352 台、临检仪器 2009 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

2024 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。截至报告期末，公司研发人员 1221 人，较上年增加 49 名，占公司总人数 35.17%；报告期内，研发投入 4.19 亿元，比上年同期增长 1.24%。

2024 年度，公司新增国内产品注册证 44 项，截至本报告期末累计获得国内产品注册证 518 项，其中试剂 489 项，仪器 29 项；国际产品注册证由年初 2,102 增加到 2,543 项。报告期

内，公司直接化学发光平台的全自动化学发光免疫分析仪增加型号规格 i 6000，该新增型号规格为高速仪器产品，每小时最快检测速度 600 测试，首个结果报告时间最快 9 分钟即可完成，单个分析模块占地面积仅 1.1 m²，在保证高速分析能力的同时，节约实验室占地空间，且其不停机加载、自动维护等智能化功能为客户提供更便捷的操作体验。此外，i 6000 也可与其他模块设备灵活自由组合形成智慧化流水线，可满足多重实验需求，为加快医学实验室自动化、智能化、精益化进程提供了更加契合的免疫设备选择；同时与已上市系列分析仪产品形成了直接化学发光平台产品系列化。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 25 项，已累计取得 127 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，已进入内部装修阶段，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 4.6 亿元暂时闲置募集资金购买理财产品，并取得 359.66 万元投资收益；另一方面持续推进国有银行合作深度，根据迈克生物 IVD 天府产业园项目建设需求，提用项目贷款 0.99 亿元，同时通过归还债务和调整贷款期限不断优化融资结构和融资成本，金融机构负债保持整体规模不变，长期贷款占比较去年同期提升 3.38 个百分点，融资成本较去年同期降低 11%。截至报告期末，公司资产负债率 19.47%，较去年同期增加 0.90 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，系统性优化 PLM（产品生命周期管理系统），重构并上线全新的 SAP-ERP（企业资源规划系统）、SAP-BPC（合并报表/全面预算管理系统）、SRM（供应商关系管理系统）、WMS（仓储管理系统）、MDM（主数据管理系统），拓宽 HCM（人才生命周期管理系统）应用范围，推动核心信息系统的集成与升级，支持产品实现、市场经营与组织管理等关键环节的高效协同；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，整合供应链管理体系，贯穿采购、计划、物流发运及客户交付，打通供应链全流程、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，2024 年末，存货余额较上年下降 0.65%；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、销售人员应收绩效考核，2024 年末，应收账款余额较上年下降 11.85%。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 2025 年度工作计划

当前，医疗行业受集采政策、医保控费及 DRG 改革影响显著，宏观经济波动可能抑制医疗机构采购需求，体外诊断产业链上下游企业利润空间将受到挤压；而地缘政治风险则体现为

供应链稳定性，海外市场拓展亦面临阻力。面对复杂多变的外部环境影响，公司始终坚定自己的愿景和发展战略，以“全产业链布局、进口替代加速、全球化突破”作为核心目标，旨在巩固国内竞争优势的同时拓展海外市场，构建长期增长的动力和基石。

1、产品实现和自主可控

（1）加速实现产品“四化”目标

持续在“系列化、系统化、自动化、自主化”的产品战略下不断创新与推进，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。同时，还将探索并应用“创新”技术，将人工智能等新一代信息技术与检测技术深度结合，推进公司产品在医学实验室智慧化发展进程当中具有核心竞争力。在核心原材料自主化方面，坚持成本优先原则，实现主要产品平台的核心原材料（抗原、抗体、酶、化学原料等）自研自产达到 80%以上，确保产业链上游自主可控。

（2）重视技术创新和临床转化

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化；加强技术研究中心项目管理促进成果转化，通过实验室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。例如分子诊断平台数字 PCR 仪器的临床注册力争 2027 年完成。

（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。

2、本土化深耕和全球化布局

（1）在国内市场，聚焦构建平行经销、专业经销、核心经销全新渠道体系，挖掘价值经销商合作模式，提供技术支持和联合营销，提升经销商产业链价值。重点加强流水线和智慧化流水线的推广，通过打造标杆实验室，最终实现自主产品市场占有率的提升。力争 2030 年迈

克产品市占率提升至 10%。

(2) 推进“16+1”全球化战略，丰富海外产品注册，核心产品完成 CE IVDR 认证，确保合规准入，通过设立区域服务中心提供本地化服务，适时推进本土化制造进行区域覆盖，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。力争到 2030 年海外市场销售收入占比提升至 30%。

3、管理提升和保障支持

(1) 持续数字化管理改革，系统性优化 PLM（产品生命周期管理系统），深化运用新上线的 SAP-ERP（企业资源规划系统）、SAP-BPC（合并报表/全面预算管理系统）、SRM（供应商关系管理系统）、WMS（仓储管理系统）、MDM（主数据管理系统），拓宽 HCM（人才生命周期管理系统）应用范围，推动 BI（商业智能系统）的全面运用，推动核心信息系统的集成与升级，支持产品实现、市场营销与组织管理等关键环节的高效协同。

(2) 持续优化供应链管理，整合供应链管理体系，贯穿采购、计划、物流发运及客户交付，打通供应链全流程、推行原料 JIT 和组件外包管理模式、完善原料品类控制、增加关键物料备选供应商储备、提高风险物料安全库存、强化供应链部门间协作、保障供应安全和风险应对，有效控制库存余额、降低采购成本、提升供应链周转效率，

(3) 随着全球化战略的推进，基于 ODI 备案、投资目的地的市场准入、跨境主体税务合规等一系列风险管控机制的建立对管理提出了更高要求，公司将通过制度、技术与合作联动，保障全球化业务合规运营。

迈克生物股份有限公司

总经理：吴明建

二〇二五年四月二十八日