



医药生物行业-科研试剂行业 报告：行业景气度高 国产品牌 蓄势待发



试剂是科研基础工具，科研投入加大带动行业快速增长。生命科学是基础科研领域最重要研发方向之一，受益于中国科研实力水平提升以及科研投入加大，带动上游科研试剂行业市场规模快速增长。市场规模方面，我们估算 2020 年国内生物试剂市场规模在 200-300 亿量级，化学试剂市场规模约在 200-350 亿量级，随着下游应用领域需求快速增长，科研试剂市场潜力较大，根据 Frost&Sullivan 数据，预计 2019-2024 年中国生物科研试剂行业规模复合增速约为 13.8%。

外资品牌占据国内主流市场，国产替代正在进行。国内试剂厂商起步较晚，外资品牌目前占据主导地位，以分子试剂领域为例，诺唯赞为国内分子试剂领域绝对龙头，但 2019 年市场份额仅 4% 左右，国内前四大供应商均为外资品牌，市场份额合计达到 41%，蛋白类试剂和细胞类试剂同样也是进口为主，国产厂商市场份额较小。但近年来，随着国内厂商研发投入持续加大，部分产品质量性能显著提高（品类丰富度、性能参数和质控等），替代进口的条件已经具备，在此基础上，性价比和技术服务优势明显，再叠加本次疫情凸显本土供应链的重要性，国产科研试剂替代进口有望加速。

平台型服务商核心在于一站式服务体验，产品型公司以满足客户科研需求为导向。我们将国内上游科研试剂类企业大致分为两类：平台型综合服务商和产品型公司，前者代表如泰坦科技、优宁维等，后者代表为诺唯赞、百普赛斯、阿拉丁等。1) 对于平台型服务商：我们认为其核心在于给

客户最优的购买体验，通过打造一站式综合服务平台，前期可通过代理+自研形成产品矩阵优势后快速绑定客户，并培养客户使用习惯，基于稳定的客户基础，公司进行横向拓展时（前期采用代理+自研模式），可快速切入新的细分领域，且获客成本相对较低，同时业务领域的拓展也将正向传导到客户使用体验，如泰坦科技目前在化学试剂和耗材领域已经积累了较好的客户基础，目前正着力向生物试剂进军，且业务领域不断拓展；2) 对于产品型企业：我们认为其核心在于满足客户的科研需求，对于这类企业最重要的是不断打磨核心技术，通过产品质量的不断优化，以及拓展产品系列丰富度和下游应用领域，在此之外，再凸显出相对进口的性价比优势，以及本土供应商的技术服务优势，逐步获得客户的信任，如诺唯赞在分子酶领域构建核心技术壁垒，从开始的高通量测序和基因克隆逐步拓展到IVD、生物药研发/生产等多个领域，公司成长空间不断打开。

投资观点：总体来看，国内科研试剂行业处于科研投入加大、国产替代加速的高景气度周期，无论是平台型和产品型企业，我们认为均具有显著长期投资价值，原因在于：国内科研试剂市场规模足够大，而目前国产供应商市场份额均非常小，具有极高的成长天花板，关键在于去洞悉公司的核心竞争力为何，以及打开其市场天花板的因素有哪些，对此我们总结如下：1) 平台型企业核心竞争力在于领先于对手尽快培养客户的使用黏性，这个过程的建立取决于平台所提供的品类丰富度（前期可通过代理）、高效的仓储物流、及时的售前/后技术服务等，在国产试剂行业发展现阶段，以上几个因素均需要企业高效的执行力，无论是通过拓展上游品牌商扩大产

品矩阵、建立技术服务体系，归根结底体现的是管理层的战略眼光和管理能力，其也是企业能否横向拓展业务做大的核心因素；2) 产品型企业核心竞争力在于底层平台技术的壁垒和延伸性，壁垒决定其稀缺性，延伸性决定下游应用场景的拓展性（即市场空间），此外，优秀的产品型企业会以一个研发参与者的角度去理解客户的需求，以专业的服务能力最终才可获得客户的信任，即该类企业需要对研发过程有深刻的认知，因此我们认为企业的研发基因至关重要。

建议关注标的：泰坦科技、阿拉丁、诺唯赞、百普赛斯、义翘神州、优宁维、菲鹏生物（未上市）、上海兆维（未上市）、近岸生物（未上市）、恺佻生物（未上市）等。

风险提示：市场竞争加剧的风险；业务拓展不及预期的风险；下游需求增长不及预期的风险。

关键词：物流 疫情

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37391

