

走民企 说创新

诺唯赞：啃下国产生物试剂“硬骨头”

本报记者 曹卫新

作为生命科学领域的核心上游原料与关键实验工具，生物试剂(如酶、重组蛋白、抗体等)广泛应用于高校科研、企业研发、体外诊断试剂生产以及抗体药物和疫苗制造等。其性能直接决定终端产品质量，被业界称为生命科学的“芯片”。

由于行业起步较晚，长期以来，我国生物试剂高度依赖进口，外资企业在高端试剂领域占据主导地位。伴随着我国医药健康产业蓬勃发展，一系列积极变化正在重塑中国生物试剂行业的格局，国产生物试剂以不可阻挡之势崛起。

成立于2012年的南京诺唯赞生物科技股份有限公司(以下简称“诺唯赞”)，搭建了自主可控的关键共性技术平台，在医疗诊断、生物医药核心关键领域攻克多项高端酶、抗原抗体“卡脖子”技术，为我国生物安全、疾病防治和生物医药供应链本地化建设筑牢技术“护城河”。

诺唯赞为何能在高端酶、抗原抗体等领域啃下“硬骨头”？背后藏着怎样的技术底气？怀着对产业痛点破解路径的好奇，近日《证券日报》记者走进诺唯赞，探寻其在原始创新与技术攻坚中的破局密码。



图①诺唯赞总部大楼 图②研发人员正在做实验 图③公司生物试剂生产车间 图④现场工作人员向记者介绍公司发展历程 曹卫新/摄 公司供图

迎难而上 构建自主可控体系

回溯到2010年，彼时还在大学任教的诺唯赞创始人曹林发现，在日常实验中，科研人员只能使用进口生物试剂，不仅要面对产品价格昂贵、交货周期长的难题，还在实验受阻时缺少及时的售后技术指导。

为打破技术垄断，2012年，曹林联合师兄们成立了南京诺唯赞生物科技股份有限公司(诺唯赞前身)，开始了中国本土化生物试剂的开发之路。

回忆起当初在几十平方米的实验室里，团队以酶和蛋白质技术创新作为核心竞争力，攻坚多项国际高端酶、抗原抗体技术，诺唯赞联合创始人、副总经理张力军深感创业不只有艰辛和不易，还有坚守和笃定。

“成立之初，公司处于无运营资金、无品牌积累、无运营经验的状态。研发过程中，团队成员在实验室日夜奋战，不断进行实验和改进，问题一个一个得到了解决，使得公司在关键技术上实现了从0到1的突破，不仅在行业中获得了一席之地，还让全球医药企业看到了中国医药企业的技术实力。”张力军告诉记者。

“当时一款用于心肌梗塞早期诊断的高敏肌钙蛋白检测试剂被国外垄断，产品价格高昂，原料还对中国企业‘断供’。核心技术受制于人，我们就从最基础的抗体筛选开始。为了找一个能精准识别靶点的单克隆抗体，整个团队是一头扎进上万组细胞样本里，培养皿换了一批又一批，数据记了一本又一本。”张力军回忆道。

功夫不负有心人，苦苦鏖战6个月，曹林带领的科研团队打通工艺，用自主研发的核心抗体原料，开发出真正意义上的国产高敏肌钙蛋白检测试剂。这款仅需8分钟就出结果的试剂，

灵敏度达到了国际顶尖水平，而其价格只有进口产品的60%。

“生命科学领域上游的原料如同生物产品的‘芯片’，只有从源头上掌握了自主可控的关键技术和原料，才能让科学研究在低成本、无负担、高效率的环境中顺利进行。”张力军表示。

迭代向新 不断攀升发展新台阶

“诺唯赞有研发和营销两大核心驱动力。我们常年保持基础技术、核心技术、底层技术饱和性地投入，基于自主可控的底层技术迭代关键技术，驱动产品的开发。面对新的市场需求，公司可以快速通过底层技术驱动产品转化，而不是简单拼凑。”张力军告诉记者。

历经十余年发展，如今的诺唯赞已经成为一家科创板上市公司，是国内少数同时具有自主可控上游技术开发能力和终端产品生产能力的研发创新型公司。截至2024年年末，公司拥有1000余种基因工程重组酶和3000余种高性能抗原和单克隆抗体、100余种其他功能性重组蛋白、120余种化学原料、60余种生化材料等关键原料，形成了近3000个终端产品。

诺唯赞副总经理唐波负责的阿尔茨海默病(AD)血液检测业务是诺唯赞基于老龄化社会及国家战略要求攻克的新难题，也是公司全力打造的新业务增长点。AD检测相关产品上市一年多，已在百余家三甲医院及第三方检验机构实现应用。

“AD血液检测业务的落地，可以说是印证了研发和营销作为公司核心驱动力的战略价值。公司AD血液检测业务突破传统营销边界，并不局限于产品的销售，通过贯穿技术研发、临床应用、学术普及的一体化服务生态，

构建起一套完整的服务理念与体系。”唐波告诉记者。

在研发上，依托自主搭建的单细胞抗体筛选平台，公司AD检测研发团队围绕AD的“发现—诊断—预防—治疗”全流程布局，在攻克关键技术难题的过程中不断实现创新突破，提升检测的准确性和便捷性。2024年，公司成功突破血脑屏障检测瓶颈，攻克原料难题，开发出化学发光AD血检6项试剂盒。

唐波告诉记者，这种创新的血液检测方案，可以将疾病诊断窗口前移至临床症状出现前5年至7年，极大提升了疾病早期诊断效率。

在营销体系上，相较于传统检测产品侧重于产品本身的推广，诺唯赞AD检测业务将视野从单纯的产品销售拓展到整个AD诊疗生态。公司积极开展科普活动，推动公众对AD早期症状、危害认知度低，早期筛查意识淡薄等问题；在与医疗机构的合作方面，公司深入了解医疗机构在AD诊疗过程中的痛点和需求，以需求为导向，为医疗机构提供定制化的合作方案；公司主动建立行业生态联盟，借助与相关行业头部企业间的战略合作，构建从检测试剂供应到诊疗服务的产业生态，力求实现从产品销售到价值传递的跨越。

“我们也是希望这种以市场需求为导向、以技术为内核、以服务为延伸的营销模式，推动AD血液检测技术的临床应用与市场覆盖，建立起公司在细分领域的核心竞争力。”唐波说。

乘风破浪 叩开国际市场大门

2025年1月2日，诺唯赞与意大利一家私立医院签订合作协议，该医院

向诺唯赞采购了公司NGS(高通量测序技术)建库试剂、耗材等产品。

NGS是一种能够对几十万到几百万条DNA分子进行序列测定的先进基因测序方法，以更高效的方式产生极高通量的组学数据，让科研人员对于各类生命现象的认识进入更深层次。

NGS销往海外是诺唯赞“出海”发展的一个缩影。从2020年起，在全球生命科学比较发达的主要区域，诺唯赞运用直销加经销的方式进行业务探索。然而，海外市场不仅为企业提供了增长的新动力，也带来了前所未有的挑战。若想在海外市场站稳脚跟，绝非易事。

2022年底，张力军接棒海外市场开拓重任，主持海外市场的开拓工作。面对文化差异、准入制度等各种难题，张力军带领着团队逐个攻克。以海外产品交付周期为例，“出海”之初，公司产品的交付时间长达40天至50天，为提升全球化交付能力，张力军带领着海外团队在供应链上下功夫，在海外建立了分仓、子仓，将交货周期压缩至14天。

2024年年报显示，诺唯赞现有国际业务主要在5大地区开展，北美、欧洲、东南亚、东亚以及西北亚，公司设立了新加坡、匈牙利、德国、英国、美国、加拿大等境外子公司。

“供应链体系建设方面，公司在美国、匈牙利、新加坡设立的三大海外总仓库覆盖北美、欧洲、东南亚地区。目前还新增了韩国、法国、英国、加拿大等海外分子仓，进行本土订单交付，前端交付效率进一步加快，最快可以在3天内到达客户端。”张力军告诉记者，海外业务是诺唯赞的战略重点，公司将持续推进国际化战略，将更多国产优质产品输送到全球。

东山精密拟59.35亿元收购索尔思光电 布局光通信领域

本报记者 陈红

6月14日，苏州东山精密制造股份有限公司(以下简称“东山精密”)发布的公告显示，公司全资子公司超毅集团(香港)有限公司拟收购Source Photonics Holdings(Cayman)Limited(以下简称“索尔思光电”)100%股份，同步认购其可转债，合计投资不超过59.35亿元。若交易顺利完成，索尔思光电将成为东山精密全资子公司。

本次交易采用“股权收购+可转债”的双轨模式。具体来看，索尔思光电100%股份收购对价不超过6.29亿美元；其员工股权激励计划(ESOP)权益收购对价不超过0.58亿美元。同时，为支持索尔思光电日常经营及偿还存量债务，东山精密拟认购不超过10亿元的可转债。

“这种交易架构兼顾了控制权获取与资金灵活性。”众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示，股权收购确保快速获得企业控制权，可转债则为标的公司提供了后续发展的资金，有效降低整合初期的财务风险。

切入高速增长赛道

据了解，索尔思光电在光通信领域具备深厚的技术积累和广泛的市场布局，其核心产品光模块、光器件等广泛应用于数据中心、5G通信等前沿领域。

东山精密作为电子制造领域的重要参与者，主营业务涵盖电子电路产品、精密组件及触控显示模组等板块。其中，电子电路产品以印刷电路板(PCB)为核心。作为电子元器件的关键载体与电气连接枢纽，PCB的制造精度、可靠性直接关系到终端电子产品的性能表现与使用寿命，对提升电子产品整体竞争力起到决定性作用，因此也被业内誉为“电子系统产品之母”。凭借在PCB领域积累的技术工艺与规模优势，公司已成为众多全球知名电子品牌的核心供应商。

根据公告，通过收购索尔思光电，东山精密能够快速切入光通信市场，借助其技术和市场优势，完善在电子信息产业的战略布局。

这一决策背后，是传统PCB市场增长趋缓和光通信行业高景气度的双重驱动。中商产业研究院数据显示，受数据中心扩容、5G网络建

设及云计算需求增长推动，2025年全球光模块市场规模预计将达到121亿美元，2027年有望突破150亿美元。

柏文喜认为，对东山精密而言，此次收购不仅是获得新的盈利增长点，更重要的是获取索尔思光电在高速光模块技术研发、高端客户资源维护等方面的核心竞争力，推动企业从硬件制造向核心器件研发升级，填补在光通信领域的技术和市场空白。

仍面临诸多不确定性

尽管光通信市场前景广阔，但此次收购仍面临诸多不确定性。采访中，《证券日报》记者了解到，光通信行业技术迭代周期短，市场竞争激烈，国内众多企业均在加大研发投入。索尔思光电未来业绩将直接取决于其技术创新能力和市场响应速度。

财务数据显示，截至2025年3月底，索尔思光电总资产35.17亿元，归属于母公司的所有者权益11.55亿元；2024年及2025年一季度，分别实现营业收入29.32亿元、9.75亿元，净利润4.05亿元、1.57亿元。值得注意的是，本次交易预计将产生一定金额的商誉，具体数值需根据后续审计评估结果确定。东山精密相关负责人表示，将密切关注交易进展，严格履行相关程序。

“文化与业务整合是另一大挑战。”福州公孙策公关咨询合伙人詹军豪向《证券日报》记者表示，作为具有外资背景的企业，索尔思光电在管理模式、研发体系和企业文化等方面与东山精密存在显著差异。他进一步分析，这些差异可能导致技术团队协作效率降低，甚至引发核心人才流失。在光通信技术快速迭代的背景下，若无法实现高效整合，将直接影响企业市场竞争力和战略推进。

詹军豪认为，从长远来看，若东山精密能够成功整合索尔思光电的技术和市场资源，将构建起“PCB制造+光通信器件”的双轮驱动模式，显著提升其在电子信息产业链中的地位。但短期内需重点关注交易审批进程、技术整合效果以及索尔思光电未来业绩兑现情况，这些将直接决定此次收购的最终成败。此次并购不仅是东山精密发展历程中的重要节点，也为传统制造企业向高技术领域转型提供了重要参考。

惠天热电拟出资7.34亿元设立全资子公司 加速推进全胜热电项目

本报记者 李勇

为加快全胜热电项目建设，沈阳惠天热电股份有限公司(以下简称“惠天热电”)拟投资成立新的全资子公司。6月14日，惠天热电披露的对外投资公告显示，公司拟以自有资金出资73423万元设立全资子公司“沈阳全胜热电有限公司”(以下简称“全胜公司”)。

惠天热电主要为城市居民及非居民用户提供供热及工程服务，属于热力生产和供应行业。公司主要业务区域位于沈阳市，在当地拥有较高的市场占有率和较强的市场竞争力。2024年，惠天热电供热面积(在网面积)9170万平方米，服务热用户100余万户，在当地占据着市场主导地位。

不过，受上游燃料价格波动等内外部因素影响，惠天热电近年来盈利情况并不乐观。截至2024年底，自2019年以来，除2023年因获得债务豁免及取得政府相关补助款、拆迁补偿款而短暂实现盈利外，其余年份惠天热电的净利润均为负值。而自2016年以来，公司更是连续9年扣非净利润为负。

2023年，拥有沈阳市国资及华润系统双重背景的沈阳润电热力有限公司成为惠天热电新任控股股东，惠天热电也迎来新的发展机遇，并以此为契机开启全面改革。其中，发展热电联产成为公司经营提升计划的重要组成部分。先是2023年冬，惠天热电投资约10亿元开始建设长距离回输供热管线工程。2025年初，惠天热电又决定建设全胜热电项目，这也是公司进一步提升热电联产比重和规模的重要举措。

公告显示，全胜热电项目拟新建两台35万千瓦等级的热电联产燃煤机组，主要供热区域为沈阳市西部地区的铁西热网供热区域。全胜热电项目建成后区域内实际供热面积达2436.40万平方米，实现集中供热，减排增效。同时，机组年运行小时约2900小时，年发电量约2030GWh。项目计划2025年下半年开工，争取2027年供暖季投产。项目竣工投产后，可提供950MW/h供热能力，提高公司热电联产供热比重约33%。

众和昆仑(北京)资产管理有限公司董事长柏文喜在接受《证券日报》记者采访时表示，“热电联产拥有能源利用效率高、经济性好、环保效益显著、供热稳定性高等优点。惠天热电建设的全胜热电项目符合国家能源政策和环保要求，不仅有助于改善区域环境质量，也符合公司长期可持续发展的战略目标。”

据公告，经初步测算，全胜热电项目投产后，惠天热电每个采暖期可减少区域内供热用煤约69万吨，可有效降低供热成本，从而提升公司盈利能力。公司此次拟投资成立全胜公司，就是为了加快推进项目建设工作，便于土地征收手续办理和项目融资等工作开展。全胜公司成立后，惠天热电将以该公司为主体办理各项手续，以推进全胜热电项目的前期及工程建设进度。北京传播星球科技有限公司董事长由曦在接受《证券日报》记者采访时表示：“全胜热电项目未来投产后，不仅可以增加惠天热电的营业收入和利润，还可以提升公司的竞争力和市场地位，促进公司的可持续发展。”

多家养殖公司公布5月份销售数据 业界预测龙头企业有望保持盈利

本报记者 桂小琴

截至6月15日，多家养殖上市公司发布了5月份的销售数据。

其中，新希望5月份销售生猪133.39万头，环比变动-16.42%，同比变动-2.41%，商品猪销售均价14.59元/公斤，环比变动-0.75%，同比变动-5.38%；温氏股份5月份销售生猪315.54万头，环比变动-0.64%，同比变动32.64%，毛猪销售均价14.68元/公斤，环比变动-1.61%，同比变动-7.26%。

接受《证券日报》记者采访的行业人士表示，虽然销售情况有所下滑，但生猪养殖端已经连续12个月实现盈利，且从监测数据研判，今年生猪养殖行业价格波动不会太过明显，龙头企业仍将保持盈利。

“随着气温逐渐升高，终端猪肉消费较为疲软，同时，夏季生猪生长速度

减慢，导致出栏生猪数量阶段减少，供需双双减少，猪价波动不大，生猪养殖端仍有可能在未来一定时间段内处于盈利状态。”卓创资讯生猪分析师朱泽坤告诉《证券日报》记者，今年前5个月的数据显示，仔猪销售利润较为丰厚，养殖端主动减产的意向不强，生猪产能去化缓慢。目前市场生猪产能及生猪供应仍处于较为充裕的状态，而养殖环节中主要投入饲料成本较2023年显著下降，生猪养殖自2024年4月份以来始终处于盈利状态，导致生猪养殖热情不减。

上海锦联农产品事业部生猪分析师王艺霖告诉《证券日报》记者，2025年前5个月，生猪养殖端因饲料成本下降等因素实现连续12个月盈利，但5月份以来，盈利有明显缩水。截至6月12日，自繁自养利润大幅下降至47.7元/头，猪粮比逼近预警区间，且规模与散户利润分

化显著；供应端能繁母猪存栏超正常保有量、中大猪出栏集中，叠加需求淡季及替代品分流，价格承压。综合因素之下，行业或启动产能去化，但是，头部企业凭借成本优势仍可维持微利。

王艺霖分析，由于能繁母猪存栏量依旧高于合理水平，生猪供应持续过剩，价格长期低迷，极大压缩了养殖户利润，使得成本控制成为企业与养殖户维持生存、实现发展的核心手段。大型养殖集团依靠规模化优势，在饲料采购上拥有更强议价能力，通过集中采购降低成本，同时投入资金研发低蛋白日粮技术、引入智能化设备，优化养殖成本结构并提升效率，在成本博弈中占据领先地位；而中小养殖户因规模限制，资金匮乏，在成本管控方面手段有限，成本居高不下，在竞争中明显处于劣势。

有券商研报认为，今年猪价难以大

幅波动，行业去产能或较难推进。盈利情况将是今年行业最大看点，而成本差异是企业盈利能力的最有效鉴别器。当前饲料成本下降已告一段落，养殖成本的下降将更加依赖于企业的养殖水平、管理水平等。

而梳理相关上市公司对外提及的观点也可以印证这一点。新希望近日在与投资者互动时表示，公司战略目标是“修复增长”，成为盈利提升的重要支柱，指导思想是从“养好”猪向“养好猪”逐步升级，重点关注“灵活经营、持续降本、提升人效”三方面战略路径。

温氏股份也在投资者关系活动记录表中提及，整体来看，当前行业由资本扩张转向成本竞争，由增量竞争转向存量竞争，由价格博弈逐步转向体系竞争。整个养猪行业正在由“百米冲刺”竞争转向“马拉松长跑”竞争。