

证券代码：688670

证券简称：金迪克

江苏金迪克生物技术股份有限公司

投资者关系活动记录表

(2023年11月)

编号：2023-005

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他：
参与单位名称	泰康资管、华鑫医药、湘财证券
时间	2023年11月13日、14日
地点	电话会议、现场参观
公司接待人员	副总经理兼董事会秘书樊长勇 证券事务代表谭华海
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2023年11月，泰康资管、华鑫医药、湘财证券通过电话会议及现场参观的方式与公司进行交流，相关活动记录如下：</p> <p>1、问：请介绍一下公司复产进度情况？今年遇到不可抗力的水灾后，明年的销售计划是否会调整？</p> <p>答：公司11月4日已公告，流感疫苗车间已恢复生产，新生产的产品已报送中检院申请批签发，待通过批签发后才能上市销售。</p> <p>公司高度重视流感疫苗的生产、销售，希望在细分市场能有所作为，对于未来3-5年也有一个规划。今年遇到水灾后，三季度销售为零，对全年业绩也影响比较大，具体到明年的销售计划及是否调整，目前还不好说，需要观察行业情况、接下来今冬明春的接种情况等科学论证。</p> <p>2、公司新车间产能释放后，是否会和同行业其他公司同一时间段实现首批批签发？</p> <p>答：公司流感疫苗新车间建成后，将在产能储备、生产效率提升等方面为公司提升竞争力。新车间投产后会新增四条生产线，加上现有的一条线共5条线，四价流感疫苗原液生产可以同步进行，出货速度会加快。</p> <p>3、问：有种说法批签发早的公司先占库，人群先接种这些厂家的，对</p>

晚批签发的会造成不利影响，会否对公司销售产生不利影响？

答：流感疫苗季节性比较强，出货早的企业在终端消化方面会有一些的优势，但不代表出货晚的企业就没办法销售。我们回头看，过去三年公司批签发也都晚于同行业，同行业各家公司批签发也有早有晚，但公司的市场占有率都还保持在 10%左右，同行业各家企业的市场占有率也相对稳定。主要原因有两点：一是目前中国流感疫苗渗透率较低，市场是增量的市场，不是存量的竞争，存在大量未被满足的接种需求；二是在最近几年疫情冲击下，人们接种疫苗的意识增加，沉淀了一部分粘性很强的客户，客户结构不断变化，随着人们接种意识提升，流感疫苗市场增长的空间很高，各家针对性采取销售策略，就能很好的开拓市场、服务用户。

4、问：公司预充针剂型定价如何？目前预充针剂型在各地审核准入中还是已经全部进入了？

答：目前公司预充针剂型定价 128 元/支。公司预充针剂型已完成大部分省份的更新准入。由于预充针剂型方便终端接种，未来更有利于服务终端用户。

5、问：公司新车间投产后新增 3000 万产能的同时带来每年约 6000 万左右的折旧摊销费用，公司如何看待新车间投产后对公司净利润的影响？

答：公司投资 8.45 亿元建设新车间，提升流感疫苗产能，其中固定资产投资约 6 亿元左右，新车间投产后，产能消化及年增加折旧额的经营压力较大。公司管理层在项目立项时已考虑到新增产能消化及增加折旧的影响，我们主要从以下几个方面积极应对：

首先，我们对国内流感疫苗市场增长空间充满信心，将积极抓住增量机会扩大销售。目前我国流感疫苗总体接种率约 3%，远低于欧美 50%及东亚地区平均 30%的水平。同时 WHO 强调老人小孩慢病患者等重点人群流感疫苗接种率需达到 75%目标，目前国内重点人群接种率不足 5%，但欧美、东亚其他地区的重点人群均超过了 60%。中国 18 岁以下儿童、60 岁以上老人重点人群基数约 5.17 亿人，重点人群整体接种率也很低。随着国家

政策推动、老百姓接种意识提升，流感疫苗市场增长空间的天花板很高。

展望未来，我们相信通过全行业的努力，中国 14 亿多人口，流感疫苗接种率达到东亚地区全人群 20-30%左右，全行业流感疫苗接种量将比目前有非常大的提升。

第二、积极进行销售变革，加强销售。公司过去几年，不断完善并加强销售网络布局、销售团队建设、销售模式变革，一方面迎接流感疫苗行业市场增长，另一方面在稳固市场份额的基础上努力提升市场占有率，用销售的增长也消化新增加的折旧影响，流感疫苗盈利能力较强，相信大家努力，市场稳步提升，销售的增长能完全消化投入的影响，公司将保持较强的盈利能力。

第三、保证产品质量，确保公司产品纯度高、不良反应率低的质量优势，树立公司产品在终端用户的品牌美誉度，逐步扩大市场份额。

6、问：目前流感疫苗的大量接种需求未被满足，公司过去在销售模式方面做了积极的探索，我们看到横向比较看公司今年一季度销售成绩接近行业龙头了，请介绍一下公司销售模式的领先优势？另外在在终端接种不方便的情况下，如何保证提升转化率？

答：首先，公司只是根据流感疫苗的产品特点，在提高终端疫苗接种率方面努力做了一些探索，并不存在领先的说法，大家做的都很好，有许多值得我们学习的经验。

公司在今年上半年销售成绩不错，根本原因还是中国流感疫苗目前渗透率太低，只有 3%左右，与欧美接近 50%接种率存在巨大的差距，中国流感疫苗市场增长广阔。

制约国内流感疫苗接种率低主要有三个因素：老百姓接种意识低、终端接种不便利、老百姓自费支付方式有限。

2018 年后，国家加大了接种流感疫苗的宣传力度，也采取具体政策来提升国内重点人群流通疫苗的接种，2018 年-2020 年，流感疫苗接种数量实现了快速增长。2021 年、2022 年受疫情影响，流感疫苗接种数量没有明显增长，但内在结构已经在发生悄然的变化，比如：首先、我们看到尽管全

国平均接种率只有 3%左右，但北京市全人群接种率已经超过 10%、重点人群（老人小孩）接种率 35%以上，全国采取国家鼓励政策（政府财政购买、医保卡个人部分消费）的部分区域重点人群接种率也接近 38%；第二、疫情之后包括今年上半年的流感高发，让更多的人意识到接种疫苗的重要性，也沉淀了一些愿意每年都接种流感疫苗的老人、小孩；第三、终端接种便利度在不断改善，从原来只能在疾控中心接种，到医院、社区医院、诊所开设接种窗口，极大的方便终端接种，今年疾控预防局设立后，未来将进一步提升疫苗接种便利度。尽管过去两年受疫情影响，流感疫苗接种总量增长不明显，甚至有点下降，但产业内在的结构、制约因素已经在发生悄然的变化，相信未来将继续回到稳定增长的轨道上来。

在这样的行业发展阶段，国内的各家流感疫苗企业都非常努力，积极探索采取提升接种率、服务终端用户的不同销售模式，对促进市场增长都作出了积极的贡献。公司努力学习行业先进经验，针对影响行业增长的制约因素，主动探索销售方式的改进，积极下沉市场服务终端用户，在疫情后的市场恢复中取得了一点成绩。未来公司将和行业内公司一起，大家共同采取有效的销售和服务方式，共同提升中国流感疫苗接种率，早日缩短与欧美的距离。

我国人口基数大，接种率低，政策推动对流感疫苗接种率的提升的拉动作用提升比较明显。随着政策推动、老百姓疫苗接种意识提升，终端接种便利度改善，中国流感疫苗市场预计将保持较好的增长态势。

7、问：公司研发费用支出会否持续增加？

答：关于研发费用需要看研发阶段，如果做 III 期临床，研发费用支出会较大，如果不做 III 期临床，研发费用会维持在一定水平。