

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：2023-006

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 type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他：
参与单位名称	见附件
时间	2023年11月21日
地点	电话会议
公司接待人员	副总经理兼董事会秘书 樊长勇
投资者关系活动主要内容介绍	<p>2023年11月21日，信达证券医药、北信瑞丰基金管理有限公司、安信基金、农银人寿保险股份有限公司、光大保德信基金、美迪金融、上海勤辰、红土创新、国融基金管理有限公司、东吴基金管理有限公司、长城财富资管、上投摩根基金管理有限公司、银华基金、中欧瑞博、永赢基金、汇泉基金、中加基金、恒生前海基金管理有限公司、长城基金管理有限公司、泓澄投资、海富通、度势投资、华安基金管理有限公司、中信建投自营等通过电话会议的方式与公司进行交流，相关活动记录如下：</p> <p>1、问：公司2021年、2022年包括今年三季度都计提了资产减值，请问一般流感疫苗何时计提资产减值？究竟是如何计算的？</p> <p>答：流感疫苗的生产销售具有明显的季节性特征，每年9-12月份为流感疫苗销售旺季，次年上半年有少量的接种，流感疫苗效期12个月。公司会在资产负债表日，对期后预计无法实现销售的产品全额计提资产减值准备，同时对已发出的产品计提10%的预计销售退回，保证财务报表的谨慎、准确。</p> <p>2021年、2022年受疫情影响，流感疫苗终端接种不理想，行业内均有报废的现象，公司在年报时根据实际情况对预计无法销售的产品计提了资产减值准备。今年7月份受偶发的水灾影响，公司在2023年三季度，对预计无法实现销售的库存商品及部分在产品计提资产减值准备3,196.69万元。公司将严格遵循会计准则的要求进行相关会计处理，确保报表数据真</p>

实、准确。

2、问：公司目前产能情况？新车间投产后如何消化这些产能？

答：目前公司流感疫苗老车间产能为 1,000 万人份/年，新车间未来投产后，公司将新增产能 3,000 万人份/年。

由于流感疫苗生产、销售季节性强，行业里讲的产能口径通常是指从开始生产到 9 月份基本结束的产能，并不是全年 12 个月的产能，如果市场需求旺盛，企业也可以根据情况适当做些微调整。

新车间建成投产后，公司将初步完成流感疫苗的产能储备，之后这个产品的经营挑战是如何消化产能，扩大销售。过去几年公司一方面确保产品质量优势，同时一直在努力学习行业内好的经验，深入理解流感疫苗的产品特点（全人群、每年都接种、客户粘性强、接种能降低公共医疗费用支出、有部分消费品属性），加强了学术推广、销售下沉、服务终端用户等销售工作，积累了一些经验，在今年上半年的销售中也取得了一定效果。未来公司将紧紧抓住中国流感疫苗市场稳步增长的市场机遇，坚持销售下沉、服务终端用户、做大增量市场的销售策略，实现销售增长，巩固并提升公司在流感疫苗的市场占有率。

3、问：公司扩充产能是出于何种考虑？如何看待未来竞争？公司如何实现销售增长？

答：首先，公司对国内流感疫苗市场增长充满信心。中国流感疫苗接种率较国外差距很大，有非常大的增长空间，再加上每年均需接种，类消费品熟悉，随着经济实力提升，2018 年以来，国内流感疫苗接种保持了快速增长，2018-2020 年三年复合增长率超过 50%，呈加速增长态势。所以行业内已拿到四价流感疫苗批文的企业纷纷扩产能，其他二类苗企业也纷纷投入流感疫苗研发。目前我国流感疫苗渗透率才 3%左右，与欧美 50%接种率差距太大，也远低于欧亚 20%-30%的接种率。中国约 14 亿人口、老人小孩 5 亿多人，如果按照 20%全人群接种率，未来中国流感疫苗市场将达到约 3 亿人份，这与目前国内统计的所有在产、待注册、拟扩建的产能合计

约 3 亿人份相吻合。我们相信，伴随未来中国流感疫苗市场稳步增长，行业内新增产能可以得到有效消化。

其次，在市场从起步阶段到快速增长的阶段，行业内企业不是存量博弈，而是增量竞争，共同做大市场。过去几年无论是处于流感疫苗接种率快速增长期还是受疫情影响接种放缓的年份，公司的市场占有率始终保持在 10%左右，同行业各家企业的市场占有率也相对稳定，主要原因是目前国内流感疫苗渗透率较低，存在大量未被满足的接种需求，市场是增量的市场，不是存量的竞争，各家企业都能获得比较多的市场机会。

最后，在流感疫苗渗透率较低的情况下，公司积极进行销售变革，努力学习同行好的经验，也融入流感疫苗的产品特点，加强学术推广、加大销售下沉力度，努力服务终端用户，做大增量市场，在产能储备和销售上量两方面同时做了细致的准备。回头看今年上半年销售上量表现不错，终端市场对我们积极主动的销售策略也给了积极回应，坚定了我们未来对行业和公司销售增长的信心。

4、问：接种流感疫苗的客户粘性如何？如何看市场增长空间？

答：流感疫苗每年都需要接种，从欧美和东亚地区接种情况来看，每年接种率都保持在一定水平，客户粘性较大。欧美全人群接种率在 50%左右，重点人群中老人小孩接种率在 60-70%左右，东亚地区全人群接种率在 20-30%左右，老人小孩接种占比也较高。国外保持了较高的流感疫苗接种率，各国政府及人群非常重视流感疫苗接种，主要是因为接种流感疫苗对于降低公共卫生支出有明显的效果，有统计每投入 1 美元的流感疫苗接种费可以降低 20 美元的医疗费用支出。

接种流感疫苗对于老人、小孩、慢病患者等重点人群有比较好的保护作用。接种流感疫苗的重点人群中，客户粘性最强的是老年人群体，因为接种后的保护效果特别有感受，次年主动接种的意识强；另一个客户粘度较高的是学龄儿童，但学龄儿童的接种率提升目前受限于家长的认知及接种条件便利度等，需要做更多的学术推广及用户服务。

2018 年以来，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感疫苗的接种，客户内在结构已经在发生悄然的变化。这几年受疫情扰动，尽管全国平均接种率仍然只有 3%左右，但我们看到北京市每年政府采购免费针对重点人群的接种就有 200 万人份，意味着北京市全人群接种率已经超过 10%、重点人群（老人小孩）接种率在 35% 以上，而全国采取国家鼓励政策（政府财政购买免费接种、医保卡个人部分消费）的部分区域的重点人群接种率也接近 38%，这些内在客户结构的变化传递了积极的信号：中国人口基数大，流感疫苗市场有广阔的增长空间，制约流感疫苗接种率低的因素在逐渐改善，政府和人群对接种流感疫苗的积极作用的认识在加强，未来有望复制欧美流感疫苗接种率从低到高的增长路径。国内老人小孩重点人群约 5 亿多人，如果重点人群接种率能达到 40%，光这部分重点人群将会有 2 亿左右的接种量。但如何达到这个接种水平，还要行业内公司一起努力，需要大家共同采取有效的销售和服务策略，共同提升国内流感疫苗接种率，早日缩短与欧美的距离。

5、问：行业内今年有亚单位四价流感疫苗上市，会否对裂解疫苗产生影响？

答：从国外成熟市场看，流感疫苗以裂解疫苗为主，亚单位流感疫苗是一个补充。国内原来已有亚单位的三价流感疫苗，今年亚单位四价流感疫苗的国内上市，丰富了国内四价流感疫苗的技术路线，从另外一个侧面说明国内流感疫苗市场蓬勃发展的潜力。

6、未来行业进入者增多，产品会否降价？

答：流感疫苗价格 128 元，终端加上 10-20 元接种费，整体价格不高，比许多二类疫苗价格都要低，投入带来的健康效应经济效应更高，用户能承受。在流感疫苗接种从起步到增长的阶段，行业进入者增多，局部某个点上的销售可能会存在博弈，但整体上看，参与者的增多会更有利于做大市场，特别是增量客户增量市场，所以我们一直认为现阶段流感疫苗不是存量博弈，而是增量竞争，短期内不存在降价的风险。同时，由于政府财政采购免费给重点人群接种的价格较低，未来如果这部分销售占比提

升，加权平均价格可能会下移，这是结构变化造成的而非竞争原因。

7、问：公司今年上半年的销售业绩可圈可点，销量接近行业龙头，能否介绍一下公司的销售策略、销售网络和销售团队情况？

答：目前公司销售团队约 40 人左右，销售网络覆盖了国内 30 个省 2,000 余家区县级疾控中心，除北京市暂未进入外，其他国内市场已基本覆盖，为未来的产能消化、销售上量做了渠道及团队的准备。

公司作为流感疫苗的新军，产品自 2020 年上市销售以来，过去几年经历了市场高速增长及受疫情干扰销量下降的考验，市场占有率相对稳定。今年上半年在疫情后，流感疫苗接种需求出现一波短暂的需求高峰，公司抓住了市场机遇，取得了不错的销售业绩，主要还是公司始终坚信中国流感疫苗市场增长的机会，立足于服务大量未被满足的接种需求，公司努力学习行业内优秀的销售模式，坚定销售下沉、服务终端用户，积极做大增量市场，市场也给了我们积极的回应。

附件：

参会名单（排名不分先后）

序号	参会机构名称	序号	参会机构名称
1	信达证券医药	13	银华基金
2	北信瑞丰基金管理有限公司	14	永赢基金
3	安信基金	15	中欧瑞博
4	农银人寿保险股份有限公司	16	汇泉基金
5	光大保德信基金	17	中加基金
6	美迪金融	18	恒生前海基金管理有限公司
7	上海勤辰	19	长城基金管理有限公司
8	红土创新	20	泓澄投资
9	国融基金管理有限公司	21	海富通
10	东吴基金管理有限公司	22	度势投资
11	长城财富资管	23	华安基金管理有限公司
12	上投摩根基金管理有限公司	24	中信建投自营