

关于对深圳市巨鼎医疗股份有限公司年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

深圳市巨鼎医疗股份有限公司（以下简称“巨鼎医疗”“公司”）于 2024 年 5 月 30 日收到全国中小企业股份转让系统下发的《关于对深圳市巨鼎医疗股份有限公司的年报问询函》（以下简称“《问询函》”），要求公司对年报中相关事项做出说明。公司就《问询函》所提问题逐项进行认真讨论、核查与落实，进行了书面说明。

本回复报告中的字体代表以下含义：

黑体（不加粗）：	年报问询函所列问题
宋体（不加粗）：	对年报问询函所列问题的回复

现就《问询函》中提及的问题逐项说明如下：

问题 1、关于特殊投资条款

根据公开转让说明书及审核问询回复内容，2022 年 12 月 16 日，你公司股东弘云久康、新华保险、赛富创投、赛富股权、王子文、冠和投资与姜乙、赵志强、郭涛、巨鼎伟业、巨鼎宏业、巨鼎立业、巨鼎建业、巨鼎兴业、巨鼎乐业、巨鼎安业以及巨鼎医疗签订《股东协议之补充协议（二）》，对以前年度签署的历次《增资协议》《股东协议》中的特殊投资条款予以终止，同时约定以“挂牌未果”为恢复条件的特殊投资条款，可能触发回购及货币补足等义务，“标的公司在本补充协议签署后 36 个月内的公司股票未在北京证券交易所、上海证券交易所或深圳证券交易所挂牌上市”为“挂牌未果”的情形之一。如以 2023 年 12 月 31 日为回购义务触发时点测算，回购义务涉及的具体金额合计 40,628.80 万元，回购义务人姜乙、赵志强拥有的除公司股权以外的资产价值合计约 54,487.63 万元。

请你公司补充披露回购义务涉及金额测算依据、测算过程以及以 2024 年、2025 年底为回购义务触发时点的回购义务涉及金额测算情况，结合回购义务人

资信状况、资产结构及资产价值变动情况，说明回购义务人是否持续具备独立履行回购义务的能力，是否存在可能导致公司承担连带义务情形。

【回复】:

一、回购义务涉及金额测算依据、测算过程以及以 2024 年、2025 年底为回购义务触发时点的回购义务涉及金额测算情况

（一）回购义务涉及金额的测算依据

根据《股东协议》及《股东协议之补充协议（二）》（截至目前，最后修订后的版本）第 1.2 条的约定如下：

1、《股东协议》第 4.11 条（首次公开发行）关于创始股东、实际控制人分别回购新股东、前轮投资人的股权的规定，自标的公司向全国中小企业股份转让系统提交申报材料之日起终止；

2、但若标的公司发生《股东协议之补充协议（二）》第 1.4 条所述的挂牌未果情形，则相关权利和安排应立即自动恢复，即新股东、前轮投资人有权要求创始股东、实际控制人赎回其持有的全部或部分公司股权，赎回价格为新股东、前轮投资人为获得该部分公司股权而累计向公司支付的认购对价加上每年 12% 的利息。

（二）回购义务涉及金额的测算过程以及以 2024 年、2025 年底为回购义务触发时点的回购义务涉及金额测算情况

假设 2023 年 12 月底、2024 年 12 月底、2025 年 12 月底触发回购义务，按照《股东协议》中约定的赎回价格计算方式，各时点的回购金额及测算过程情况如下：

单位：万元

股东名称	出资时间	出资金额	持股比例	利息（年化利率 12%）		
				截至 2023 年 12 月末	截至 2024 年 12 月末	截至 2025 年 12 月末
赛富创投	2013 年 11 月 7 日	3,500.00	6.46%	4,262.14	4,682.14	5,102.14
王子文	2015 年 11 月 11 日	3,500.00	6.46%	3,417.53	3,837.53	4,257.53
赛富股权	2015 年 12 月 29 日	1,500.00	0.87%	1,440.99	1,620.99	1,800.99

新华保险	2016 年 1 月 8 日	8,500.00	4.93%	8,140.44	9,160.44	10,180.44
赛富动势	2020 年 8 月 13 日	2,264.43	1.02%	919.42	1,191.15	1,462.88
冠和投资	2020 年 8 月 13 日	2,264.43	1.02%	919.42	1,191.15	1,462.88
合计	-	21,528.86	20.75%	19,099.94	21,683.40	24,266.86
本息合计	-	-	-	40,628.80	43,212.26	45,795.72

注：计算公式为：利息=增资金额*年化利率；其中投资时间不足一年的按日计息，当年
 度利息=增资金额*12%*天数÷365

如上表所示，假设 2023 年 12 月末触发回购义务，回购义务人需承担的回购金额为 40,628.80 万元；假设 2024 年 12 月末触发回购义务，回购义务人需承担的回购金额为 43,212.26 万元；假设 2025 年 12 月末触发回购义务，回购义务人需承担的回购金额为 45,795.72 万元。

二、结合回购义务人资信状况、资产结构及资产价值变动情况，说明回购义务人是否持续具备独立履行回购义务的能力，是否存在可能导致公司承担连带义务情形

（一）回购义务人资信状况、资产结构及资产价值变动情况

截至本问询函回复出具之日，根据回购义务人姜乙、赵志强提供的个人征信报告，其个人征信状况良好。

截至本问询函回复出具之日，姜乙及其配偶、赵志强及其配偶持有的主要资产包括：巨鼎医疗股份、名下房产、除巨鼎医疗股份之外的其他非上市公司/企业股权等。其中，持有房产参照邻近地段物业二手房平均价格估算，持有的除巨鼎医疗股份之外的其他非上市公司股权的市场估值系参照相关主体近期融资价格或预计业绩估算，姜乙及其配偶、赵志强及其配偶合计持有的除巨鼎医疗股份之外的其他资产参考市值/估值约 5 亿元。

（二）说明回购义务人是否持续具备独立履行回购义务的能力，是否存在可能导致公司承担连带义务情形

1、回购义务人是否持续具备独立履行回购义务的能力

截至本问询函回复出具之日，根据上述姜乙、赵志强主要资产估值情况，姜乙、赵志强共计拥有的除公司股权以外的主要资产参考市值/估值约 5 亿元左右，

能够覆盖假设以 2024 年 12 月、2025 年 12 月为回购义务触发时点计算的回购义务涉及金额。

根据《股东协议之补充协议（二）》约定，如公司股票未能在 2025 年 12 月底在北京证券交易所、上海证券交易所或深圳证券交易所挂牌上市，相关股东有权要求姜乙、赵志强回购相关股份。

公司已于 2024 年 1 月完成上市辅导备案，公司将根据实际情况择机进行申报。同时，公司将在适当情况下，与相关股东沟通，尽可能地延长回购义务可能恢复的时间点或中止相关恢复条款，以尽可能避免因触发股东回购义务对公司股权结构造成重大影响。

如果 2025 年底相关回购条款继续存在、发生公司“挂牌未果”等触发回购义务情形，且姜乙、赵志强被相关股东要求履行回购义务，从目前回购义务人姜乙、赵志强持有的除巨鼎医疗股份之外的其他主要资产情况来看，回购义务人履行回购义务的资金主要来源于届时名下房产/股权财产变现以及可能的外部借款等。因此，在不考虑二人未来通过外部借款筹措资金的情况下，回购义务人独立履行回购义务能力将主要取决于其名下房产、非上市公司股权的变现。若其名下房产、非上市股权价值在触发回购义务时不发生大幅下滑且能及时变现，回购义务人的独立履行回购义务能力将得到较大的保障，预计届时将具备独立履行回购义务的能力。

2、是否存在可能导致公司承担连带义务情形

根据《股东协议之补充协议（二）》第 1.2 条的约定，公司的回购义务已经解除，公司不再作为承担回购义务的相关主体，因此，不存在可能导致公司承担连带义务的情形。

问题 2、关于业绩增长空间

你公司 2023 年营业收入 729,511,664.73 元，同比增长 8.53%，解释原因为下游医院就诊流量恢复、终端市场打片需求提升以及集采区域扩大带来增量需求，胶片销量上升带动收入增长，净利润 40,774,825.12 元，同比增长 70.80%；从费用端来看，销售、管理、财务及研发费用均同比减少，减少金额

合计 22,454,258.20 元。

请你公司：

（1）补充测算胶片市场容量、增长空间及你公司市场占有率情况，说明“下游医院就诊流量恢复、终端市场打片需求提升以及集采区域扩大”相关表述是否客观准确，是否具备数据、指标及文献资料支撑，是否与你公司业绩增长形成直接因果关联，你公司利润增长是否主要取决于费用压降，结合期后市场环境、新增订单及产品销售情况，说明业绩增长趋势是否具备持续性；

（2）结合费用明细构成、核算内容及变动趋势，解释在业绩增长的同时费用反向下降的原因及合理性，费用归集是否完整、列报是否准确，是否存在少记或跨期情形。

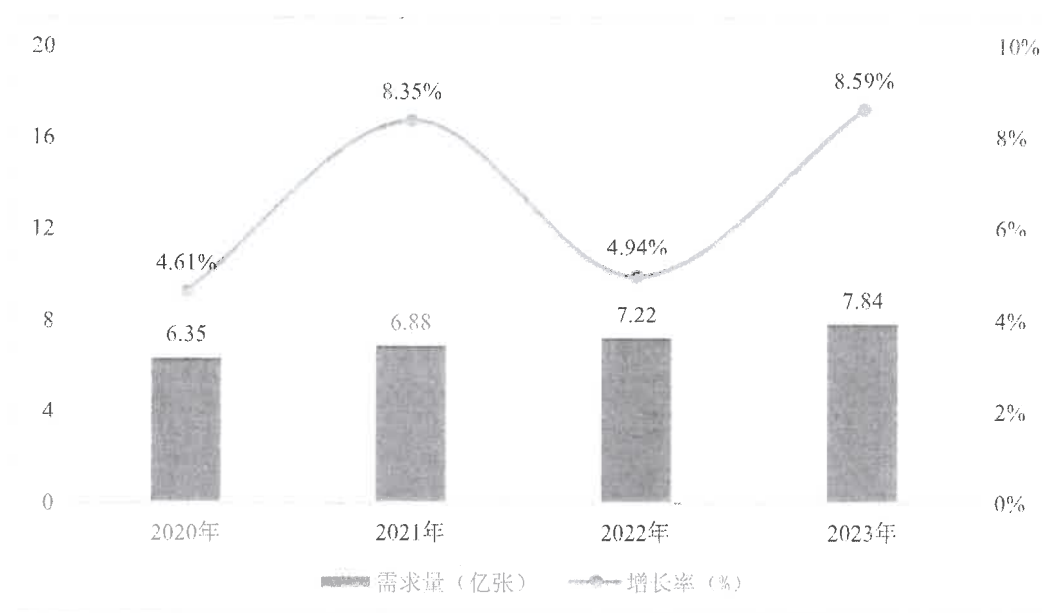
【回复】：

一、补充测算胶片市场容量、增长空间及你公司市场占有率情况，说明下游医院就诊流量恢复、终端市场打片需求提升以及集采区域扩大”相关表述是否客观准确，是否具备数据、指标及文献资料支撑，是否与你公司业绩增长形成直接因果关联

（一）补充测算胶片市场容量、增长空间及你公司市场占有率情况

根据华经产业研究院发布的《2024-2030 年中国医用胶片行业发展前景预测及投资战略咨询报告》，2021 年、2022 年、2023 年我国医用胶片行业需求分别为 6.88 亿张、7.22 亿张、7.84 亿张，复合增长率为 6.75%，其中 2023 年同比增长 8.59%。预计 2024 年-2026 年，我国医用胶片需求量分别为 8.33 亿张、8.79 亿张、8.87 亿张。

2020-2023 年中国医用胶片行业需求量



根据上述数据测算，公司 2023 年度医用胶片销售数量占整个中国医用胶片市场的 11.2%，位居国内市场前六，与乐凯医疗分列国产医用胶片生产厂商的第一位、第二位。

（二）说明“下游医院就诊流量恢复、终端市场打片需求提升以及集采区域扩大”相关表述是否客观准确，是否具备数据、指标及文献资料支撑，是否与你公司业绩增长形成直接因果关联

1、2023 年度收入增长主要原因系“下游医院就诊流量恢复、终端市场打片需求提升以及集采区域扩大”相关表述客观准确，具备数据、指标及文献资料支撑

（1）下游医院就诊流量恢复、终端市场打片需求提升

根据国家卫健委发布的《2022 年卫生健康事业发展统计公报》，2022 年，全国医疗卫生机构总诊疗人次 84.2 亿，与上年基本持平。根据国家统计局发布的《2023 年国民经济和社会发展统计公报》，2023 年全年总诊疗人次增长至 95.6 亿人次。

根据华经产业研究院发布的《2024-2030 年中国医用胶片行业发展前景预测及投资战略咨询报告》，2022 年、2023 年我国医用胶片行业需求分别为 7.22 亿张、7.84 亿张。

2023 年医疗卫生机构总诊疗人次较 2022 年恢复并明显增长，医用胶片的需求量也同比上升。下游医院就诊流量恢复、终端市场打片需求提升表述是准确的，具备数据、指标及文献资料支撑。

(2) 集采区域扩大描述的准确性

2023 年，全国四个区域或采购联盟发布了医用干式胶片的集采政策，其中湖北省、江苏省为对前次集采的接续采购，广东省深圳市及河北省牵头三明采购联盟为医用干式胶片的新增集采区域及联盟。

深圳市于 2023 年 5 月 1 日正式执行医用干式胶片的集采；河北省牵头三明采购联盟于 2023 年 8 月陆续开展集采，2023 年内开展的地区包括河北省、江西省、辽宁省等。2023 年医用干式胶片的集采政策具体情况如下：

序号	政策名称	公告日期	中选结果公告日期	参与地区	执行起止日期
1	《关于开展首批 2023 年湖北省医用胶片集中带量采购协议期满后接续采购工作的通知》	2023 年 3 月 22 日	2023 年 4 月 14 日	湖北省	2023 年 6 月 1 日-2025 年 5 月 31 日
2	《2023 年江苏省第三、四轮医用耗材集中带量采购协议期满接续采购公告（一）》	2023 年 6 月 7 日	2023 年 6 月 27 日	江苏省	2023 年 7 月 7 日-2025 年 7 月 6 日
3	《深圳阳光平台医用干式胶片价格谈判采购文件》	2023 年 2 月 24 日	2023 年 4 月 25 日	广东省深圳市	2023 年 5 月 1 日-2025 年 4 月 30 日
4	《关于公布河北省牵头三明采购联盟医用耗材	2023 年 4 月 10 日	2023 年 7 月 14 日	河北省	2023 年 8 月 1 日-2025 年 7 月 31 日
				福建省三明市	2023 年 9 月 28 日-2025 年 9 月 27 日

	集中带量采购<采购文件>的通告》			江西省	2023 年 10 月 1 日- 2025 年 9 月 30 日
				内蒙古自治区 乌海市	2023 年 10 月 28 日- 2025 年 10 月 27 日
				内蒙古自治区 呼和浩特市	2023 年 11 月 1 日- 2025 年 10 月 31 日
				辽宁省	2023 年 11 月 20 日- 2025 年 11 月 19 日
				青海省	2023 年 12 月 1 日- 2025 年 11 月 30 日
				陕西省铜川市	2023 年 12 月 20 日- 2025 年 12 月 19 日

综上，2023 年，我国医用干式胶片的集采区域扩大，相关描述是客观准确的，具备数据、指标及政策资料支撑。

2、2023 年度收入增长与公司业绩增长形成直接因果关联

2023 年度，公司业绩增长系受收入成本规模、费用情况等多方面因素影响。单纯从营业毛利（营业收入减去营业成本）来看，2023 年度营业毛利与 2022 年度总体持平。但从收入、成本、期间费用整个业务联动来看，2023 年度，主要产品医用胶片毛利率小幅下滑，但主要产品医用胶片销量增加，进而使营业收入保持增长，营业毛利与 2022 年度持平，同时公司加强了期间费用控制，从业务板块整体来看，实现了业绩增长。因此，公司 2023 年度收入增长与公司业绩增长形成直接因果关联。

二、你公司利润增长是否主要取决于费用压降，结合期后市场环境、新增订单及产品销售情况，说明业绩增长趋势是否具备持续性

（一）公司利润增长是否主要取决于费用压降

单纯从利润表数据结构看，与 2022 年度相比，2023 年营业毛利总体持平，期间费用大幅下降，净利润同比增加。但从公司主要业务板块医学影像、智慧医疗业务的实际运营情况来看，公司 2023 年净利润较 2022 年增长，系受市场环境、收入结构变动、研发项目进度及人员结构优化调整等综合因素影响，公司利润增长并非主要取决于费用压降，具体情况如下：

虽然 2023 年营业毛利较 2022 年基本持平，但收入占比超 70%的医学影像

业务其销量、收入及毛利规模同比均有明显增长，2023 年度与 2022 年度营业毛利持平主要系因智慧医疗业务受市场环境影响收入规模有所下降；同时，期间费用下降主要系因销售费用及研发费用减少较多，相关费用的下降在业务执行方面具有合理性，并非来源于主观性地压降，具体说明如下：

2023 年，公司医学影像业务收入同比增长 22.18%，带动医学影像业务营业毛利同比增长 2,028.00 万元。智慧医疗业务方面，主要是围绕医院等医疗机构线上/线下的号源预约、智能导诊、挂号缴费、分诊管理等就诊场景，提供包括方案设计、软硬件开发、系统集成及运维服务等智慧医疗解决方案，以项目制为主，其新项目上线及后续扩建、更新等存在一定周期性，受市场环境的波动性影响，2023 年智慧医疗业务收入同比下降 16.20%，导致公司 2023 年整体营业毛利整体水平与 2022 年基本持平。

2023 年度，公司期间费用为 24,218.06 万元，相比 2022 年度减少 2,245.42 万元。公司期间费用具体波动分析详见本题回复之“三、结合费用明细构成、核算内容及变动趋势，解释在业绩增长的同时费用反向下降的原因及合理性，费用归集是否完整、列报是否准确，是否存在少记或跨期情形”。

其中：1、研发费用方面，2023 年公司委外研发项目“热敏打印机项目”完成结项，且打印机已小批量陆续投入市场使用，“高压注射器 K-one 项目”亦已进入技术验证及持续优化的尾声阶段，两个项目的受托方主要研发工作在 2021 年和 2022 年相对较多，导致 2023 年委外研发费用同比下降 1,021.67 万元，此为委外研发项目进度因素所致；2、销售费用方面，公司 2022 年内陆续对运维等支持性岗位进行业务流程优化及人员结构调整，从全年来看，2023 年度销售人员平均人数较 2022 年减少 5.74%，导致 2023 年销售费用中薪酬支出同比减少 657.38 万元。

综上，从业务板块运营的实际情况看，公司 2023 年度利润增长在医学影像业务增长、委外研发项目进度结项进而研发费用减少、业务流程优化及人员结构调整带来的销售人员薪酬自然性减少等多因素综合影响所致，不存在公司利润增长主要取决于费用压降的情形。

（二）结合期后市场环境、新增订单及产品销售情况，说明业绩增长趋势是

否具备持续性

2024 年 1-4 月，公司实现营业收入 20,924.07 万元（未经审计或审阅），占 2023 年度营业收入总额的比例为 28.68%。智慧医疗业务方面，截至 2024 年 4 月 30 日，公司在手合同和订单 14,999.59 万元；医学影像业务方面，截至 2024 年 4 月 30 日，公司主要经销商未发生变动且相应医用胶片均正常出货销售。

此外，公司以主要产品医用胶片为基础，积极探索新的业务增长点，选择以影像增强领域为切入点，选择高压注射器行业，为未来成为医学影像综合解决方案优质提供商奠定基础。公司的“高压注射器-Kone”研发项目，已取得高压注射器的第二类医疗器械注册证。国家工业和信息化部在 2021 年发布的《政府采购进口产品审核指导标准》中，即要求“高压注射器”的国产采购配比达到 75%，公司通过医用干式胶片产品积累的终端医院放射/影像科室资源，有助于公司开拓高压注射器业务，建立新的利润增长点。

总体来看，公司期后营业收入保持稳定，同时积极拓展新的业务增长点，为未来业绩增长奠定了基础。但同时，公司也面临着现阶段产品结构相对单一、业绩受医疗体制政策环境影响较大、带量采购对业绩的不利影响、新产品销售能否实现预期等诸多因素，公司业绩增长趋势的持续性面临着一定的不确定性。

三、结合费用明细构成、核算内容及变动趋势，解释在业绩增长的同时费用反向下降的原因及合理性，费用归集是否完整、列报是否准确，是否存在少记或跨期情形

公司本期及上期期间费用及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	营业收入占比 (%)	金额	营业收入占比 (%)
销售费用	11,893.59	16.30	13,084.12	19.47
管理费用	7,629.91	10.46	8,001.55	11.90
研发费用	4,186.51	5.74	4,693.82	6.98
财务费用	508.05	0.70	684.00	1.02
合计	24,218.06	33.20	26,463.48	39.37

公司 2023 年度收入规模较 2022 年度有所增加，而期间费用金额及占比较 2022 年度有所下降，主要系受公司业务情况、人员情况、研发进度等因素影响所致。

（一）销售费用明细构成、核算内容及变动趋势，销售费用反向下降的原因及合理性

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动
职工薪酬	7,211.66	7,869.04	-657.38
宣传和推广费	1,649.81	1,964.54	-314.73
差旅费	1,299.06	1,086.28	212.78
售后服务费	683.22	998.72	-315.50
其他	1,049.84	1,165.54	-115.70
合计	11,893.59	13,084.12	-1,190.53

公司销售费用核算与销售活动相关的各项费用，主要由职工薪酬、宣传和推广费、差旅费以及售后服务费等项目构成。公司 2023 年度销售费用下降 1,190.53 万元，主要系职工薪酬、宣传和推广费、售后服务费分别下降 657.38 万元、314.73 万元、315.50 万元，具体如下：

1、职工薪酬变动的原因及合理性

2023 年度职工薪酬较上年同比减少 657.38 万元，主要系为降本增效，进一步增加人工效率，公司 2022 年内陆续对运维等支持性岗位进行业务流程优化及人员结构调整，销售人员数量小幅减少所致。2022 年度及 2023 年度销售人员平均人数分别为 679 人、640 人，2023 年同比下降 5.74%，同期销售人员人均薪酬分别为 11.59 万元、11.27 万元，薪酬水平相对稳定。因此，销售费用中职工薪酬的变动与实际人员变动一致，具有合理性。

项目	2023 年度	2022 年度
销售人员期末人数（人）	633	646
销售人员平均人数（人）	640	679
销售人员平均薪酬（万元/年）	11.27	11.59

注：平均人数=（年初人数+年末人数）÷2。

2、宣传和推广费变动的原因及合理性

2023 年度宣传推广费较上年同比减少 314.73 万元，主要系因近年公司持续开展宣传推广活动取得一定成效，在产品 & 品牌的市场认知度等方面已有所提升，公司在提升宣传推广效率的同时逐步减少推广活动投入，再叠加医疗行业集中整治工作的影响，2023 年宣传和推广活动支出有所下降，具备合理性。

3、售后服务费变动的原因及合理性

2023 年度售后服务费较上年同比减少 315.50 万元，主要原因为：公司智慧医疗业务的软硬件项目是客户验收合格后，需要向客户提供 1 年免费维保，基于谨慎性原则，公司结合历史上在免费维保期实际发生的售后服务费情况，按当期相关智慧医疗业务收入的 4.5% 计提产品质量保证费用。2023 年度售后服务费同比减少系当期相关智慧医疗业务对应收入下降致使对应售后服务费下降所致，具备合理性。2022 年及 2023 年末，公司预计负债中计提的产品质量保证余额分别为 574.59 万元、561.35 万元，相对稳定。

（二）管理费用明细构成、核算内容及变动趋势，管理费用反向下降的原因及合理性

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动
职工薪酬	3,776.79	3,997.88	-221.09
股份支付费用	1,514.39	1,844.41	-330.02
中介服务费	761.54	657.02	104.52
折旧与摊销	432.46	617.91	-185.45
业务招待费	450.08	362.47	87.60
存货损失	198.33	185.33	13.01
办公费	172.14	128.42	43.72
差旅费	157.36	68.30	89.06
其他费用	166.82	139.81	27.01
合计	7,629.91	8,001.55	-371.64

公司管理费用核算公司为组织和管理企业生产经营所发生的各项费用，主要包括职工薪酬、股份支付费用、中介服务费、折旧与摊销、业务招待费等费用。2023 年度较 2022 年度有所减少，主要系职工薪酬、股份支付费用、折旧与摊销

有所减少，具体如下：

1、职工薪酬变动的原因及合理性

2023 年度管理费用中职工薪酬较上年同比减少 221.09 万元，主要系 2022 年内公司陆续进行人员结构优化，管理人员数量小幅下降所致。

2022 年度及 2023 年度管理人员平均人数分别为 251、223，2023 年同比下降 11.16%，同期管理人员人均薪酬分别为 15.93 万元、16.94 万元，薪酬水平相对平稳。具体情况如下：

项目	2023 年度	2022 年度
管理人员期末人数（人）	224	222
管理人员平均人数（人）	223	251
管理人员平均薪酬（万元/年）	16.94	15.93

注：平均人数=（年初人数+年末人数）÷2。

因此，管理费用中职工薪酬的变动与实际人员变动一致，具有合理性。

2、股份支付费用变动的原因及合理性

2023 年度管理费用中股份支付费用下降 330.02 万元，主要系部分员工在等待期内离职，公司根据股权激励协议约定将其激励的股份收回，根据《企业会计准则第 11 号--股份支付》的相关规定，冲回前期对离职人员已计提的股份支付金额，并确认新激励对象在当期应分摊的股份支付费用。2023 年度股份费用较 2022 年度有所减少，与等待期内公司部分激励人员离职相关，具有合理性。

3、折旧与摊销变动的原因及合理性

2023 年度管理费用中折旧与摊销下降 185.45 万元，其中约 110 万元主要系因 2022 年中公司优化办公区布局后，减少了在深圳市天明科技大厦租赁的部分办公区域，相应使用权资产折旧减少；其余主要系因固定资产等处置或使用期满导致折旧与摊销同比减少。2023 年度折旧及摊销较 2022 年度有所下降是合理的。

（三）研发费用明细构成、核算内容及变动趋势，研发费用反向下降的原因及合理性

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动
职工薪酬	2,903.62	2,591.86	311.76
直接投入费用	322.38	188.42	133.96
折旧与摊销	180.94	163.09	17.85
其他费用	204.21	153.42	50.79
委外研发费用	575.37	1,597.04	-1,021.67
合计	4,186.51	4,693.82	-507.31

公司的研发费用科目核算公司日常研发活动的相关费用，主要包括研发相关的薪酬支出、直接投入费用、折旧与摊销、其他费用和委外研发费用。2023 年度研发费用较 2022 年度研发费用减少 507.31 万元，主要系委外研发费用减少所致。

委外研发费用下降主要与主要委外研发项目所处的项目阶段不同相关。公司委外研发项目主要为“热敏打印机项目”和“高压注射器 K-one 项目”。其中，“热敏打印机项目”于 2023 年完成结项，且打印机已小批量陆续投入市场使用，“高压注射器 K-one 项目”亦已进入技术验证及持续优化的尾声阶段，两个项目的受托方主要研发工作更多集中在 2021 年和 2022 年，公司系按照相关合同中约定条款、各里程碑的实际履约进度及具体交付成果确认相关研发费用，致使 2023 年委外研发支出同比减少 1,021.67 万元。

综上，研发费用的变动与实际研发活动和进度相一致，具有合理性。

（四）财务费用明细构成、核算内容及变动趋势，财务费用反向下降的原因及合理性

单位：元

项目	2023 年度	2022 年度	变动
利息支出	593.81	702.47	-108.66
其中：租赁负债利息费用	67.62	113.68	-46.05
减：利息收入	100.45	28.96	71.49
加：手续费及其他	27.30	22.00	5.30
加：汇兑损益	-12.62	-11.52	-1.10
合计	508.05	684.00	-175.95

公司的财务费用科目核算公司日常经营过程中发生的银行存款利息收入、借

款利息费用、手续费、融资费用以及汇兑损益等。2023 年度财务费用较 2022 年度减少 175.95 万元，主要系利息支出减少 108.66 万元、利息收入增加了 71.49 万元所致。

2023 年度利息支出减少，一方面回购子公司南阳柯丽尔公司产生的利息支出 2022 年到期，2023 年相对减少；另一方面随着租赁负债的不断偿还，租赁付款额不断减少，相应的租赁负债利息费用较 2022 年度减少。

2023 年度利息收入增加较多，主要系公司与银行新签订了协定存款协议，因协定存款利率较活期利率高，产生了较多的利息收入。

（五）费用归集是否完整、列报是否准确，是否存在少记或跨期情形

公司制定了《财务报告管理制度》、《费用报销管理制度》、《研发费用核算管理规范》等制度，并严格落实和执行相关内控制度，约束公司与费用归集相关的业务流程，不同部门、岗位的员工根据各自岗位职责从事相应工作。

人力部门根据考勤情况、绩效考核等，按月计提工资、福利费等，涉及工时归集和分摊的，经业务部门、人力部门、财务中心等对相应员工工时归集和分摊审批后确认入账。差旅费、中介服务费、业务招待费等费用的报销及审批，由费用经办人发起，依据公司审批权限表，经由相关业务部门、财务中心等多级审批后入账。业务部门主要对其所报销项目的准确性、费用事项及票据的真实性、必要性、合理性予以审核确认，财务中心负责审核费用单据及所填报信息是否准确、完整、合规，审核通过后将费用确认到对应的账面科目中。

综上，2023 年度期间费用有所下降主要系受公司业务情况、人员情况、研发进度等因素影响，各项费用核算制度制定和执行有效，费用归集完整、列报准确，不存在费用少记或跨期情形。

问题 3、关于产品结构及产能情况

根据公转书及 2023 年年报披露内容，你公司自 2017 年起探索基于热敏成像打印技术的热敏胶片，2020 年底研发成功，至 2021 年下半年自制热敏胶片生产的稳定性、一致性已达到较高水平，2022 年自制胶片产能大幅提升，2023 年产能利用率基本饱和。因自制胶片毛利率高于外购胶片，其产量及占比变动对你公

司整体毛利率造成影响，公司 2022 年、2023 年毛利率为 45.78%、41.73%。你公司 2023 年末固定资产 168,994,602.85 元，较期初增长 44.86%，主要原因系南阳柯丽尔智慧医疗产业园（二期）项目建设部分达到预定可使用状态，在建工程转固定资产所致。

请你公司：

（1）对比自制和外购胶片技术工艺、生产流程、生产周期、产成品形态及主要性能参数，结合两类产品成本结构、产品价格及定价策略、市场定位、客户结构等情况，量化分析毛利率差异的原因及合理性；

（2）说明导致自制胶片产能受限的主要因素，报告期内是否存在超产能生产情况，“柯丽尔智慧医疗产业园（二期）项目”的建造目的、实际用途、设计产能及产能利用率，结合期后新增订单执行及设备购置、产线更新等后续规划安排，说明公司是否具备应对产能瓶颈、消化订单压力并稳定市场份额的能力，是否存在因产能不足导致客户流失风险。

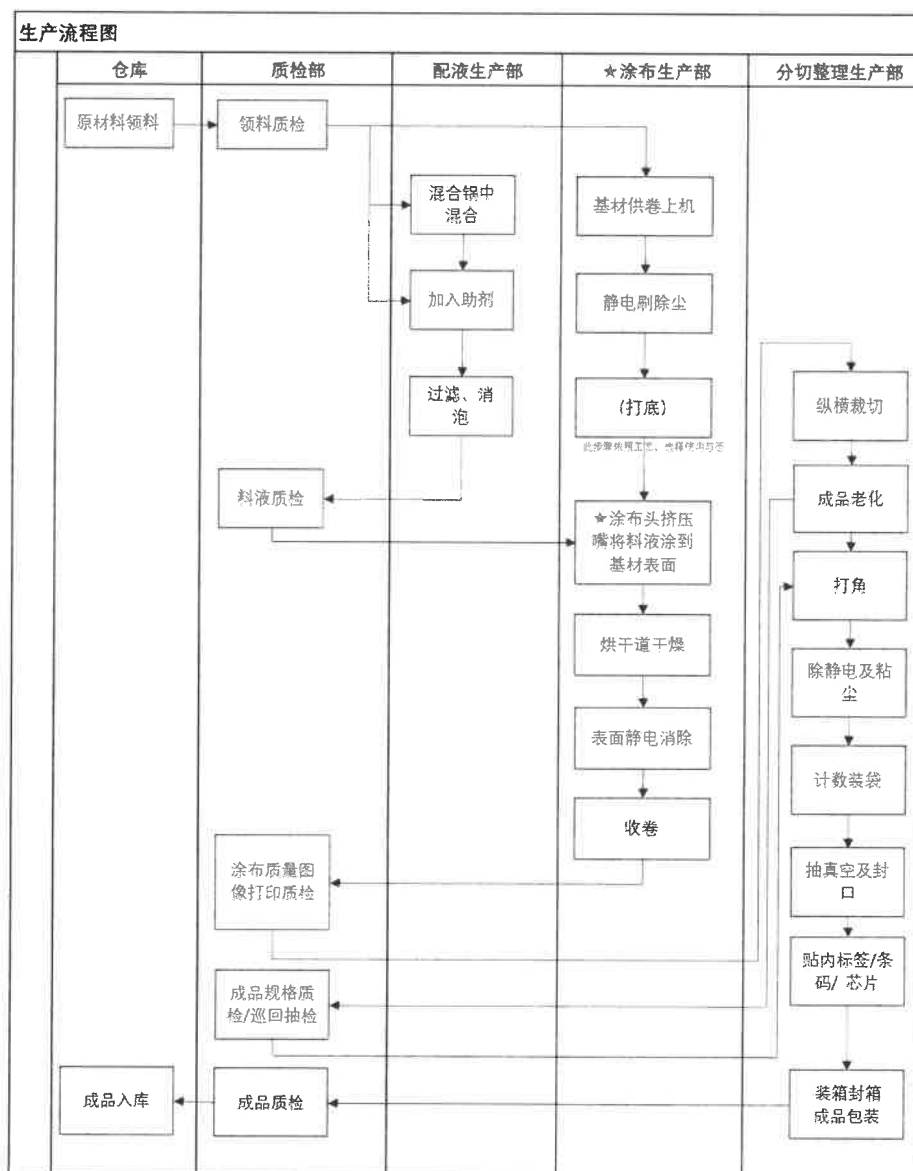
【回复】：

一、对比自制和外购胶片技术工艺、生产流程、生产周期、产成品形态及主要性能参数，结合两类产品成本结构、产品价格及定价策略、市场定位、客户结构等情况，量化分析毛利率差异的原因及合理性

（一）对比自制和外购胶片技术工艺、生产流程、生产周期、产成品形态及主要性能参数

1、技术工艺及生产流程方面

公司医用胶片的生产流程如下：



公司医用胶片生产中，由配液生产部领取化工原材料，于乳剂车间制备出料液；涂布生产部领取片基，于涂布车间通过涂布线将料液涂布至片基表面，期间经过干燥、除静电，最后进行收卷，质检人员对此时半成品胶片进行涂布质检。前述生产流程为自制类胶片独有的生产流程，主要是配液及涂布工序。

对于自制类胶片的后段工序及外购类胶片的加工工序，是由分切整理生产部将半成品胶片于整理车间进行分切（包括自制类胶片及外购胶片中的大轴类）后进行成品老化，然后通过打脚、除静电、除尘等，成品包装后检查入库。

2、生产周期方面

公司自制胶片整体生产工序包括配液、涂布、分切、老化、质检等，平均生产周期约 10 天。

外购类胶片的加工工序不需前端的配液及涂布工序，平均生产周期约 4 天。

3、产成品形态方面

公司的自制胶片和外购类胶片的产成品形态不存在显著差异，主要尺寸规格为 8×10 英寸、10×12 英寸、11×14 英寸、14×17 英寸四种，形状呈矩形、四角切圆角，表面不存在手印、拉丝、脱涂等情况。

4、主要性能参数方面

报告期内，公司自制类胶片与外购类胶片打印分辨率、胶片厚度、最大打印灰阶等主要性能参数与外购类半成品胶片总体持平，不存在显著差异。

（二）结合两类产品成本结构、产品价格及定价策略、市场定位、客户结构等情况，量化分析毛利率差异的原因及合理性

报告期内，公司自制类胶片与外购类胶片产品之间的毛利率差异，主要与自制类胶片的材料成本较低有关。具体说明如下：

1、产品功能、终端使用场景及客户结构相同

两类胶片产品的客户均以公司经销商为主，终端客户主要是以医院为主的医疗机构，两类胶片产品的产品功能、使用场景、客户结构相同。

2、成本结构及定价策略存在一定差异

报告期内，自制类胶片系公司在采购的各类化工原材料基础上，自行制备乳剂，并在外购的 PET 片基上进行涂布、除静电、干燥、老化、分切、质检及包装等工序后的成品胶片，其中乳剂配方及制备工艺是技术难点；外购类胶片系公司直接采购已完成乳剂制备及涂布工序后的半成品胶片，在此基础上继续进行除静电、干燥、老化、分切（大轴类）、质检及包装等工序后的成品胶片。

聚酯（PET）片基、各类化工原材料混合调制而成的乳剂是医用胶片产品的关键材料和主要成本。2022 年及 2023 年，自制类胶片成本中直接材料占比分别

为 56.08%及 59.06%，外购类胶片成本中直接材料占比分别为 86.33%、88.22%。

单位：元/m²

项目	2023 年度	2022 年度
毛利率	41.10%	46.29%
其中：自制类胶片	54.75%	55.01%
外购类胶片	21.47%	26.46%
差异	33.28%	28.55%
平均单位售价	38.23	39.99
其中：自制类胶片	34.72	36.72
外购类胶片	44.73	50.13
差异	-10.01	-13.41
平均单位成本	22.51	21.48
其中：自制类胶片	15.71	16.52
外购类胶片	35.13	36.87
差异	-19.42	-20.35
其中：直接材料成本	16.89	14.76
其中：自制类胶片	9.28	9.26
外购类胶片	30.99	31.83
差异	-21.71	-22.57

如上表所示，报告期内，公司自制类胶片毛利率水平较外购类胶片高 30 个百分点左右，主要差异原因为：

（1）自制类胶片生产成本显著低于外购类胶片，成本差异主要系因材料成本不同

公司直接采购已完成乳剂制备及涂布工序后的半成品胶片，采购成本中乳剂配方及制备工艺环节存在的技术溢价成份居多；而公司利用自有乳剂配方及工艺，直接采购各类基础化工原材进行混合调制乳剂并完成涂布，可大幅降低材料采购成本。

2022 年及 2023 年，公司自制类胶片平均单位成本较外购类胶片分别低 20.35 元/m²、19.42 元/m²，其中直接材料成本分别低 22.57 元/m²、21.71 元/m²。

（2）为加强产品市场竞争力，自制类胶片定价水平较外购类胶片相对略低

胶片产品性能表现与乳剂配方密切相关。如本题之“（一）对比自制和外购胶片技术工艺、生产流程、生产周期、产成品形态及主要性能参数”所述，公司自制类胶片产品的打印分辨率、厚度、最大打印灰阶等主要参数与头部进口品牌

产品已基本持平，但公司自制类胶片较头部进口品牌产品在成像的综合效果方面尚有微小差距。因此，相较外购类胶片，公司自制类胶片的定价水平相对略低，但受益于成本优势，自制类胶片仍可保持较高的毛利率水平。2022 年及 2023 年，公司自制类胶片平均单位售价较外购类胶片分别低 13.41 元/m²、10.01 元/m²。

综上，在以上两方面因素影响下，报告期内公司自制类胶片毛利率水平高于外购类胶片。

二、说明导致自制胶片产能受限的主要因素，报告期内是否存在超产能生产情况，“柯丽尔智慧医疗产业园（二期）项目”的建造目的、实际用途、设计产能及产能利用率，结合期后新增订单执行及设备购置、产线更新等后续规划安排，说明公司是否具备应对产能瓶颈、消化订单压力并稳定市场份额的能力，是否存在因产能不足导致客户流失风险

（一）说明导致自制胶片产能受限的主要因素，报告期内是否存在超产能生产情况

公司自制医用胶片生产过程中，其瓶颈工序主要为涂布车间的涂布工序，产能取决于医用胶片生产用设备涂布机的涂布线长度、涂布线车速和可放置的片基宽度。其中，由于公司的乳剂配方、涂布线喷涂口的喷涂角度及喷涂速度等与涂布线的车速相互制约，车速的加快需要综合调整乳剂配方和优化涂布工艺，产线车速过快会影响乳剂涂布及干燥效果一致性等。在涂布线长度和可放置的片基宽度固定的情况下，涂布线车速主要限制公司自制类胶片的产能，故涂布工序为公司自制类胶片生产的瓶颈工序。

2022 年及 2023 年，公司自制胶片的产能利用率情况如下：

单位：平方米

指标	2023 年	2022 年
自制胶片产能	8,700,000.00	8,700,000.00
自制胶片产量	8,765,574.93	8,523,374.14
自制胶片产能利用率	100.75%	97.97%

公司自 2017 年起探索基于热敏成像打印技术的热敏胶片，2020 年下半年研发成功，至 2021 年下半年自制热敏胶片生产的稳定性、一致性已达到较高水平，

并用自制类胶片对外购类胶片进行逐步替换，2022 年公司自制类胶片产量大幅提升，2023 年产能利用率基本饱和。

2023 年，公司自制胶片基本满负荷生产，但不存在明显超过自制胶片产能进行生产的情形。

（二）“柯丽尔智慧医疗产业园（二期）项目”的建造目的、实际用途、设计产能及产能利用率

1、建造目的及实际用途

2022 年及 2023 年，公司医用胶片销量分别为 1,023.54 万平方米、1,322.66 万平方米，自制类胶片产量已达产能上线，且部分产线相对老旧，公司拟建设“南阳柯丽尔智慧医疗产业园（二期）”项目，增加公司自制胶片的产能并提升产线工艺水平。项目实际用途与建造目的一致。

2、设计产能及产能利用率

根据《南阳柯丽尔科技有限公司南阳柯丽尔智慧医疗产业园（二期）环境影响报告表》和《关于南阳柯丽尔科技有限公司南阳柯丽尔智慧医疗产业园（二期）环境影响报告表告知表承诺制审批申请的批复》（宛区承审【2021】5 号），该项目的设计产能为年产医用干式胶片 800 万平方米。截至 2023 年底，厂房、仓库已基本建成并于 2023 年 12 月进行转固，但食堂、车间净化系统等配套设施尚未完工，产线于 2023 年 12 月开始小批量试产。

（三）结合期后新增订单执行及设备购置、产线更新等后续规划安排，说明公司是否具备应对产能瓶颈、消化订单压力并稳定市场份额的能力，是否存在因产能不足导致客户流失风险

1、期后新增订单执行及设备购置、产线更新等后续规划安排

2024 年 1-4 月，公司医用干式胶片产品共新增订单 345.64 万平方米；同期完成 331.45 万平方米的产品交付，占 2023 年公司医用干式胶片总销量的 25.06%。

公司“南阳柯丽尔智慧医疗产业园（二期）”产线相关设备已调试完成并于 2023 年 12 月转固，经过前期试运行，至 2024 年 5 月正式投产，单月的产能利

用率已达 40%左右，近期暂无其他重要新设备购置、产线更新的规划安排。

公司“南阳柯丽尔智慧医疗装备及新材料产业园（一期）”项目正处于环评备案阶段，该项目会将现有老厂房生产设备搬迁，并进行车间和产线的升级改造。

2、说明公司是否具备应对产能瓶颈、消化订单压力并稳定市场份额的能力，是否存在因产能不足导致客户流失风险

2023 年，公司自制胶片已达到满产，在此基础上，公司外购半成品胶片加工以满足客户的订单需求。公司“南阳柯丽尔智慧医疗产业园（二期）”项目已进行投产，达产后，可新增 800 万平方米的自制胶片产能，能够满足市场需求。

公司具备应对产能瓶颈、消化订单压力并稳定市场份额的能力，不存在因产能不足导致客户流失风险。

问题 4、关于“银医”合作模式

根据公转书及 2023 年年报披露内容，你公司智慧医疗业务存在以“银医”合作模式开展情况，商业银行作为直接客户（付费方）向公司购买智慧医疗产品及解决方案并享有产品的所有权，交付给医院使用，医院享有产品使用权。你公司 2023 年第二大、第四大客分别为中国建设银行、中国银行，分别实现销售收入 41,898,315.31 元、19,599,662.21 元。

请你公司：

（1）补充披露报告期内“银医合作”合作模式的主要客户、合作医院、合同签署情况、销售产品类型及主要用途、销售金额及占比；

（2）说明“银医合作”的产品交付流程、款项结算周期、收益来源及收入确认政策等，采取此种合作模式是否符合行业惯例；

（3）结合“银医合作”的市场推广策略、订单获取途径、对应销售费用的构成明细及主要支付对象等，说明公司获取银、医客户的方式及程序是否合法合规，是否存在商业贿赂等违法违规情形。

【回复】：

一、补充披露报告期内“银医合作”合作模式的主要客户、合作医院、合同签署情况、销售产品类型及主要用途、销售金额及占比

报告期内，公司“银医合作”合作模式主要为智慧医疗业务。公司智慧医疗业务的下游客户主要为商业银行、经销商等，终端客户即产品实际使用方主要为医院、卫生院等医疗机构。

2023 年度，公司“银医合作”模式的前五大客户情况如下：

单位：万元

客户名称	2023 年交易额	占智慧医疗业务收入的比例
中国建设银行股份有限公司	3,512.84	18.38%
中国银行股份有限公司	1,959.97	10.26%
中国工商银行股份有限公司	1,494.27	7.82%
中国农业银行股份有限公司	1,218.42	6.38%
平安银行股份有限公司	89.92	0.47%
合计	8,275.42	43.31%

注：公司主要与各商业银行的下属分行、支行签订合同，上表中合并列示。

2023 年度，公司“银医合作”模式下前十大项目情况具体如下：

单位：万元

合同客户名称	合同约定合作医院	主要销售内容	主要用途	2023 年实现收入金额	占智慧医疗业务收入比例
中国建设银行股份有限公司深圳市分行	深圳某医院	自助服务终端、银医软件、网络部署	自助挂号、缴费、查询，互联网医院，出入院结算、党建系统、综合支付、医保结算、绩效管理、体检系统等	1,252.19	6.55%
中国建设银行股份有限公司珠海市分行	珠海某医院	自助服务终端、银医软件	自助挂号、缴费、查询服务，PACS 服务，移动医疗服务，心电网络数据管理等	554.60	2.90%
中国工商银行股份有限公司南昌分行	南昌某医院	自助服务终端、银医软件	自助挂号、缴费、查询服务	506.14	2.65%

中国银行股份有限公司深圳宝安支行	深圳某医院	自助服务终端、银医软件	自助挂号、缴费、查询服务，医患关系管理、综合支付、综合预约、智慧出入院结算、智能分诊叫号、机器人流程自动化系统、电子签章系统等	499.44	2.61%
中国银行股份有限公司铜川分行	铜川某医院	自助服务终端、银医软件	自助挂号、缴费、查询服务，智能服务机器人，医院挂缴查、主动式智能服务、人脸识别核身支付、外联业务集成、集成综合支付、运维管理、医疗数据智能分析系统、统一预约、智能分诊叫号等	497.80	2.61%
中国建设银行股份有限公司重庆市分行	重庆某医院	自助服务终端	自助挂号、缴费、查询服务	432.13	2.26%
中国工商银行股份有限公司靖边县支行	靖边县某医院	自助服务终端、银医软件	自助挂号、缴费、查询服务，外联业务集成、综合支付对账、互联网医院、体检系统等	319.58	1.67%
中国银行股份有限公司广州东山支行	广州某医院	自助服务终端、银医软件	自助挂号、缴费、查询服务	269.65	1.41%
中国银行股份有限公司焦作分行	焦作某医院	自助服务终端、银医软件	自助挂号、缴费、查询服务，综合支付、运维管理	260.46	1.36%
中国农业银行股份有限公司锦州市府路支行	锦州某医院	自助服务终端、银医软件	自助挂号、缴费、查询服务，综合支付、人脸识别核身支付	252.07	1.32%
合计				4,844.06	25.34%

二、说明“银医合作”的产品交付流程、款项结算周期、收益来源及收入确认政策等，采取此种合作模式是否符合行业惯例

（一）说明“银医合作”的产品交付流程、款项结算周期、收益来源及收入确认政策等

1、产品交付流程

在“银医合作”模式中，终端医院提出具体需求并确定合作银行方，再由银行与公司商谈并签署销售合同。公司通常收取一定比例的预收款后安排实施方案设计及产品生产，完工后产品发货至终端医院现场进行软、硬件交付实施，安装调试成功后，由终端医院及银行进行验收并出具书面验收确认报告，公司确认收入，银行根据合同约定进行结算。

2、款项结算周期

银医合作模式下，银医项目交付周期平均 6-12 个月，视不同客户具体场景需求、交付实施难度等而有所不同。通常会收取 10-30%预收款，验收后收取至 90%-95%，余下 5%-10%为质保金，合同签署质保期（3-5 年为主）届满后收取。

3、收益来源及收入确认政策

公司“银医合作”项目相关的收入确认政策具体可分为两类。

（1）一般类

为公司根据客户要求提供软、硬件产品并进行集成安装、调试的业务。该类业务在根据合同约定完成实施交付后，经终端医院及客户验收并出具验收报告，公司据此确认收入。

（2）技术服务类

主要系银医通集成业务合同中为客户提供的维保等服务，该类业务在已根据合同约定提供了相应服务，取得明确的收款证据，相关成本能够可靠地计量时确认收入。维保服务属于在某一时段内履行的履约义务，根据合同约定的服务期间的时间进度确定提供服务的履约进度，并按履行进度确认收入。

（二）采取此种合作模式是否符合行业惯例

1、“银医合作”模式下多方共赢

在“银医合作”模式下：

（1）医院可免费获得银行与公司提供的智慧医院建设相关产品及服务，能够有效地帮助医院提升智慧服务等级和管理效率，优化患者就医体验；

（2）银行通过为医院客户免费提供智慧医院系统建设相关产品及服务，成为医疗机构主要合作银行。一方面，医疗机构主要经营账户在经营过程中产生大量经营沉淀资金及日常资金流水，银行可获取与单位存款或流水相关的金融收益；另一方面，银行可充分挖掘医院客户需求为其提供综合金融服务；

（3）公司可充分利用银行的客户渠道和商业信誉，快速拓展优质医疗机构客户，有助于业务的持续增长，降低了公司的业务开拓成本和财务风险。

根据长城信息 2014 年公告的《向特定对象非公开发行股票预案》披露信息显示，当时其子公司长城医疗率先推出“银医”模式，引入银行参与项目，由银行出资承担医院在系统改造和设备购置上的资金需求，利用社会资金解决“三长一短”（即挂号时间长、候诊时间长、取药时间长、就诊时间短）就医难的问题，实现多方共赢。

2、同行业相关公司的“银医合作”情况

同行业相关公司智慧医疗业务及采用银医合作模式情况如下：

公司名称	涉及业务	是否涉及银医合作模式
ST 易联众 300096.SZ	软件、系统集成及硬件、技术服务外包（包括智慧医疗软件或系统、智慧医院自助服务终端）	是，公开资料披露，易联众自主产权的自助服务终端已广泛应用到了人社、医疗、计生、农业、政务等领域。易联众积极探索银医合作模式，实现了患者、银行、医院、公司多方共赢，并及时将成功的模式、经验推广并复制到其他区域
卫宁健康 300253.SZ	为客户提供“一体化”的解决方案，致力于提供医疗健康卫生信息化解决方案，	是，公司 2021 年《向不特定对象发行可转换公司债券的补充法律意见书（一）》中披露，存在与银行签订合同，合同为销售医院“智慧医疗”银医合作项目所需的软、硬件设备的情况

神思电子 300479.SZ	公司提供的智慧医疗解决方案涵盖了智慧就医全流程服务、医疗支付对账服务、预约挂号服务、医技预约服务、智能排队叫号服务以及智慧医保就医全流程服务等方面	是，公开资料披露，神思电子子公司神思医疗主营银医自助等产品的开发、制造、销售、租赁、安装、维护。神思医疗的营销模式采用直销与经销相结合的销售模式，其中在重点布局省份采用直销为主、经销为辅的销售模式，直销模式主要针对医院、银行等相关部门客户
远图股份 873767.NQ	城市级健康大脑产品及解决方案及智慧服务产品及解决方案（智慧医院自助服务终端设备）	是，公开资料披露，远图股份主要通过“银医合作”的模式来拓展业务，“银医合作”模式在城市级健康大脑与智慧服务业务中均广泛使用，公司主要的销售合同为公司、银行及医院（或卫健委）签订的三方合同
默联股份 8347Q4.NQ	医疗卫生行业提供医疗综合支付、患者服务、居民能康卡应用的信息化综合解决方案及智能化设备的研发、生产、销售与服务	是，公开资料披露前五大客户均为银行，产品实际使用方为医院。商业模式的核心是“双甲方”。即：由银行出资购买默联股份的软硬件产品及服务，免费提供给合作医院使用，服务于广大医患群体

综上，公司“银医合作”模式符合行业特性或惯例。

三、结合“银医合作”的市场推广策略、订单获取途径、对应销售费用的构成明细及主要支付对象等，说明公司获取银、医客户的方式及程序是否合法合规，是否存在商业贿赂等违法违规情形

（一）市场推广策略及订单获取方式

公司通过在医学影像领域的多年深耕，有较为成熟和完善的经销体系，因此公司主要采用经销与直销相结合的模式进行市场开拓并获取订单，公司与银行或经销商直接签订合同。

此外，公司通过委托市场推广商代表公司利用其专业经验及区域优势拜访潜在客户/举办推介会/调研市场需求/搜寻及跟进潜在商业机会等方式，协助进行品牌、产品推广及潜在市场开发。

（二）销售费用的构成明细

公司 2023 年度，销售费用构成明细具体如下：

单位：万元

项目	金额	占比
职工薪酬	7,211.66	60.63%
宣传和推广费	1,649.81	13.87%
差旅费	1,299.06	10.92%
其他	1,733.06	14.58%
总计	11,893.59	100.00%

（三）主要支付对象

2023 年销售费用以职工薪酬、宣传和推广费及差旅费为主，三者合计金额占比为 85.42%。

职工薪酬支付对象为公司员工，差旅费支付对象主要系提供交通、住宿等费用发票的员工，宣传和推广费支付对象主要系为公司提供市场推广服务的市场推广商。报告期内，销售费用中宣传和推广费主要为委托专业市场推广商开展的市场推广活动支出，支付对象均为与公司签署正式推广服务协议并提供相应服务的市场推广商。

（四）反商业贿赂相关内部控制建立及执行情况

公司已建立相对完善的反商业贿赂内控体系，制定并实施了《反腐败反贿赂制度》《采购管理制度》《销售管理制度》《资金管理制度》《费用报销管理制度》等相关的内部控制制度。

在业务开展中，公司与客户签署了廉洁协议或在合同中设置相关反商业贿赂条款，对双方合作的公平、公正及业务往来的廉洁自律进行了约定，以防范商业贿赂的经营风险。

在公司内部，公司已与所有销售员工均签订有廉政协议，协议内容包含了禁止行贿、索贿、受贿、职务侵占、吃拿卡要等违规行为。

报告期内，不存在涉及公司、实际控制人、直接持股 5%以上主要股东、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的商业贿赂等违法违规情形，不存在因商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查的情形，公司销售活动中不存在商业贿赂的情形。

综上，公司获取银、医客户的方式及程序合法合规，不存在商业贿赂等违法违规情形。

深圳市巨鼎医疗股份有限公司



巨鼎医疗