

证券代码:688613 证券简称:奥精医疗 公告编号:2025-036

奥精医疗科技股份有限公司 关于2024年年度报告的信息披露 监管问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

奥精医疗科技股份有限公司(以下简称“公司”或“奥精医疗”)近日收到上海证券交易所下发的《关于奥精医疗科技股份有限公司2024年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2025】0251号)(以下简称“问询函”),根据《问询函》的要求,公司与华泰联合证券有限责任公司(以下简称“保荐机构”)立信会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“年审会计师”),对问询函所列问题进行了认真核查并作出如下回复。

说明:回复公告中出现统计位数误差与所列数据总和及取数不符的情况,均因舍五入所致。

问题一

关于主营业务及经营业绩。年报披露,(1)2024年公司主营业务收入20,043.90万元,同比下降8.24%,其中骨科、神经外科业务收入分别同比下降3.83%、70.07%,口腔业务收入同比增长93.66%;(2)骨科业务收入下降主要系人工骨植入类手术后“价格下探”;(3)口腔产品“齿贝”报告期内实现收入3,932.15万元,同比增长82.14%;(4)神经外科产品“颅福”报告期收入1,385.36万元,同比下降70.07%;(5)公司营业收入主要分布于华东、华北;(6)2024年度销售费用4,800万元,同比增长27.35%;(7)归属于上市公司股东的净利润-1,266.22万元,同比减少123.59%,系上市以来首次亏损。

请公司(1)结合产品结构和骨科业务营业收入下降原因,分析骨科业务收入下降的具体业务的具体情况,期后是否出现改善;2025年一季度销售情况及业绩变动趋势;(2)说明口腔业务收入大幅增长及神经外科业务收入大幅下降的原因及合理性;(3)说明公司销售区域集中于华东、华北等区域的原因,相关省份和合同周期和回节点,对公司业务持续性的影响;(4)结合主要产品销量、产品结构、销售结构变化、生产成本及期间费用等因素分析公司2024年度业绩由盈转亏的原因。

回复:

一、公司说明

(一)按业务板块对骨科业务营业收入及同比变动情况进行分析,分析采取对业务的具体影响,期后业务发展情况,2025年一季度销售情况及业绩变动趋势

1.骨科业务营业收入及同比变动量分析

2023年	2024年	2025年1季度	
2023年1季度	32,480,479.59	65,579.00	1,471,345.50
2024年1季度	31,542,256.97	286,579.00	760,288.85
2024年	144,714,280.69	291,518.00	1,471,345.50
2025年1季度	32,480,479.59	65,579.00	1,471,345.50

注:2025年1季度财务数据未经审计

由上表可知,2023年,公司骨科产品“齿金”的单位不含税均价基本保持在200元/cm3左右。自2024年4月底起,随着骨科人工骨植入类在全国各地陆续落地实施,为顺应市场形势和行业趋势,公司对骨科产品的定价策略做出了一定调整,价格有所下调。

伴随集采的落地实施,公司产品销量实现了快速增长。2024年前三季度4季度,公司骨科产品的整体数据持续向好,2024年全年销量高于2023年的体积数。而在销售资金方面,为了便于医生和客户使用,公司逐渐加大了大规模装置产品的市场供应,销售数量较采前增长并不明显。

2.神经外科业务收入下降的原因主要包括:

(1)自2024年二季度起,多个省、自治区、直辖市陆续执行神经外科高值耗材的省级联盟集中采购政策,受此影响,部分价格较高、尚未被纳入集采范围的神经外科领域高值耗材的使用量持续下降。

(2)自2024年4月底起,全国范围内陆续执行的骨科人工骨植入类,也在部分地区对神经外科产品的使用造成了一定程度的不利影响。由于公司目前骨科和神经外科的产品均为骨科修复材料,在神经外科产品使用量下降时面临价格相对较高的同时兼有集采的要求,导致使用成本增加。2025年起,公司着手推进专业化神经外科营销团队,通过优化市场化策略主动适应行业政策变化和临床需求转变,努力推动营销业绩逐步提升。

(3)说明公司销售区域集中于华东、华北等区域的原因,相关省份和合同周期和回节点时间点对公司业务持续性的影响

1.公司销售区域集中于华东、华北等区域的原因

华东和华北地区一直以来是奥精医疗的核心销售区域,对公司主营业务收入贡献突出,主要原因在于:

(1)华东地区集中于上海、江苏、浙江等经济发达地区的优质医疗资源,患者在材料使用方面能够接受先进医疗理念和创新的医疗产品。在终端渠道覆盖方面,华东地区使用公司人工骨植入类产品超过200家,更是得到了上海市第一人民医院、上海长征医院、上海长海医院、上海同济医院、浙江大学医学院附属第一医院、温州医科大学附属第一医院、江苏省人民医院、中国民航华东地区中心医院、徐州医科大学附属医院等多家全国知名三甲医院和区域中心的认可。

(2)华北地区主要集中在北京、天津,同时辐射河北和河南。北京集中了全国优质医疗资源和专家资源,带动了整个华北地区骨科业务的发展。奥精医疗总部位于北京,进行市场推广和临床支持的便利性,华北地区使用公司人工骨植入类产品的医院数量均超过200家,其中亦包括有北京协和医院、中国人民解放军总医院、北京天坛医院、北京天坛医院、天津医院、河北医科大学第三医院等全国知名三甲医院。

2.相关省份和合同周期和回节点时间点对公司业务持续性的影响

2025年5月份以来,华东、华北部分省份已发布人工骨植入类采购通知。浙江省于7月29日发布招标采购,协议签订日期为6月5日至8月,全国已有17个省份发布采购通知,天津市于7月13日发布招标采购,协议签订日期为6月16日至24日,续采通知为2025年6月26日至2026年6月25日。从发布到执行的周期来看,2025年骨科人工骨植入类续采工作将涉及医院数量较多,集采重新报价,新的协议采购中每年度采购量均有充分保障,有利于公司在集采业务继续良好发展业务。因此,骨科人工骨植入类续采将有利于公司相关业务持续开展向好。公司在集采业务持续开展向好的背景下,未来产品采购周期不长于上一周期,在此基础上力争开发更新替代产品,以提供更多的产品选择给临床使用。从2025年5月下旬至2025年6月30日,全国已有17个省份发布采购通知,其中8个省份已启动续采合同签订工作,公司在集采业务上能够保持持续稳定的订单,目前已完成2,250家医院的合同签订。对于其他尚未发布集采标准的省份,公司将持续关注并跟进相关工作。

(四)按业务板块列示销售费用的具体构成

公司2023和2024年销售费用按业务板块列示如下:

业务板块	2023年			2024年		
	境内	境外	合计	境内	境外	合计
收入	15,053.63	4,629.24	2,159.63	0.76	-	21,842.79
销售费用	1,433.70	66.87	44.86	-	-	1,547.03
其中:	1,099.52	5.85	-	-	-	1,915.37
其他	192.03	22.49	3.26	-	-	217.78
其他	88.31	0.54	0.23	-	-	89.09
合计	3,625.56	97.35	48.53	-	-	3,769.27

注:至2024年末,公司的骨科和神经外科人工骨植入类销售工作均由同一团队承担,市场推广(如医生拜访、招商会的支出)、差旅费、职工薪酬等无法进一步拆分,故列示骨科和神经外科相关费用的数据。

2.主要产品纳入集采后销售费用同比增长的原因及合理性

由上表可知,2024年销售费用中,职工薪酬和差旅费的增长较为明显。职工薪酬有所增长主要系公司对集采产品销量保持较快增长,公司在一定程度上加强了对销售人员及销售激励政策所致。差旅费增长主要由于集采后终端医院数量增多,进而导致市场推广支持活动的增加,公司员工前往终端医院出差、出席学术沙龙等,同时新增的口腔种植体业务产生了新的差旅费开支,国际差旅费也有所增长。

(五)结合主要产品量价变动、销售结构变化、生产成本及期间费用等因素分析公司2024年度业绩由盈转亏的原因

2024年度业绩由盈转亏的影响因素是多方面的,其中集采导致利润率降低、神经外科产品收入下降、营业成本大幅增长、销售费用增长等是主要因素。

1.主营业务骨科人工骨植入类集采导致利润率大幅下降

2024年4月起,骨科人工骨植入类在全国各地陆续落地实施,为顺应市场形势和行业趋势,公司骨科产品“齿金”的“出”价格也相应做出调整,降幅超过60%,公司全部人工骨植入类产品的全年原材料成本

同比增长87.29%,制造费用同比增长20.72%,生产成本因此大幅降低,影响了产品的利润率。该产品的全年整体毛利率降至72.84%,同比下降11.03个百分点。

2.神经外科产品“颅福”收入大幅下降

2024年二季度起,多个省、自治区陆续执行神经外科高值耗材的省级联盟集中采购政策,部分价格较高的神经外科高值耗材使用量有所减少。此外,骨科人工骨植入类产品的集采落地实施也在部分地区对神经外科产品的使用造成了一定影响,因此公司的骨科和神经外科产品属人工骨修复材料,在神经外科产品使用量下降时面临价格相对较高的同时兼有集采的要求,导致使用成本增加。

3.职工薪酬、差旅费等销售费用增长

职工薪酬方面:2024年4月,公司并购德国HumanTech Dental公司,拓展了口腔种植体业务,为此组建了“新团队”开展相关市场营销工作,并且在原有的口腔产品业务线外增加了销售力量。同时,为更好应对集采带来的产品销量保持较快增长,公司在一定程度上加强了对销售人员的销售激励政策。受此影响,销售团队职工薪酬较上年同期增加750余万元。

差旅费方面:集采后终端医院数量增多导致多地出差频次增加,学术沙龙等市场推广支持活动的需求显著增加,公司员工去上述活动的差旅费也有所增长。此外,新增的口腔种植体业务产生了新的差旅费开支,公司为拓展海外市场的国际差旅费也有大幅增长。因此,公司销售团队的差旅费全年同比增长46%。

综上所述,2024年公司在骨科产品全国集采落地实施,导致产品销量毛利率下降,销量数量增加,但销售收入较上年下降;神经外科产品收入下降;集采和新增业务导致销售费用增长等多方面因素影响下,主营业务营业收入同比小幅下降8.24%,营业成本大幅增长61.03%,销售费用显著增长27.35%,业绩因此由盈转亏。

(二)保荐机构核查情况

1.核查程序

1.查阅第四批国家高值耗材集采的相关集采政策,了解集采推行对发行人产品降价的影响;

2.查阅公司年度报告,2025年一季度财务报告信息披露文件,访谈公司主要人员,取得相关业务板块列示销售费用构成表,了解了各产品销售情况、业绩情况和销售费用变化,以及集采对公司业务的具体影响;

3.访谈公司主要人员,了解公司在集采落地实施中的中标情况以及后续采购对公司业务的影响,分析由盈转亏的原因;

(二)核查意见

1.集采推行使得公司产品销售价格下降,销量增长,但销售收入下降,主要系人工骨植入类产品在整体外科领域的销售受阻,以及受到集采政策影响,公司口腔产品业务收入有所增长,神经外科业务收入有所下降;

3.公司销售区域一直集中于华东、华北等区域,该区域有利于公司相关业务持续向好发展;

4.销售费用同比增长主要系销售人员增加,集采后服务更多终端医院等原因,具有合理性;

5.受集采导致利润率降低、神经外科产品收入下降、销售费用增长等影响,公司2024年度业绩由盈转亏。

三、年审会计师核查意见

基于实施的审计程序和对公司2025年1季度销售数据补充核查程序,我们没有发现上述公司回复中与财务报表相关的信息与我们在审计和补充核查过程中获取的相关资料在所有重大方面存在不一致之处。

问题二

关于客户与供应商。年报披露,(1)报告期内,公司经销商19,121.71万家,占比95.46%,前五大客户收入占比33.91%,其中第一大客户收入占比24.01%,为本期新增前五大客户;(2)公司前五大供应商采购占比71.34%,其中第一大供应商采购占比49.83%。

请公司:(1)梳理业务板块列示直销和经销销售收入实现情况,说明公司最近2年在不同业务板块与经销商合作情况,包括但不限于经销商基本情况、合作期限、销售金额、终止去向、变化情况及相关原因;(2)说明公司采购和销售集中于第一大客户和供应商的原因及合理性。

回复:

一、公司说明

(一)按业务板块列示直销和经销销售收入实现情况,说明公司最近2年在不同业务板块与经销商合作情况,包括但不限于经销商基本情况、合作期限、销售金额、终止去向、变化情况及相关原因

1.按业务板块列示直销和经销销售收入实现情况

2023年	2024年	2025年1季度	
2023年1季度	32,480,479.59	65,579.00	1,471,345.50
2024年1季度	31,542,256.97	286,579.00	760,288.85
2024年	144,714,280.69	291,518.00	1,471,345.50
2025年1季度	32,480,479.59	65,579.00	1,471,345.50

2.公司说明最近2年在不同业务板块与经销商合作情况,包括但不限于经销商基本情况、合作期限、销售金额、终止去向、变化情况及相关原因

公司采取直销及经销相结合的销售模式,根据不同业务板块对临床需求的差异,呈现出不同特点。

(1)骨科业务方面,公司合作的经销商超过500家,合作经销商多为从事骨科材料相关业务,具备良好专业素养和临床渠道资源。公司给经销商的账期通常为一年,并根据业务完成情况继续进行续采。各经销商每年从公司采购金额差距较大,从十几万至数百万元不等。骨科业务线的终端以公立医院客户为主,在集采政策的推动下,2024年公司新增终端医院800家,有力促进了公司产品销量和销售收入的增长。

(2)神经外科业务方面,公司合作的经销商超过160家,合作经销商主要从事神经外科高值耗材材料业务,具备良好专业素养和临床渠道资源。公司给经销商的账期通常为一年,并根据业务完成情况继续进行续采。各经销商每年从公司采购金额差距较大,从几十万至百万不等。神经外科业务线的终端目前均为公立医院,公司现阶段在神经外科领域的主要发展方向是积极拓展优质经销商,从而覆盖更多的终端医院。

(3)口腔业务方面,公司合作的经销商超过60家,合作经销商主要从事口腔种植和颌面外科等相关领域的医疗产品或服务,在公立医院、专科医院和民营市场均有较好的临床和渠道资源。公司给经销商的账期通常为一年,并根据业务情况进行续采工作。各经销商每年从公司采购金额差别较大,终端客户包括公立医院、口腔专科医院,以及民营的口腔诊所和单体口腔诊所。

在工作协作的开发过程中,公司一直秉持专业化思维,考察和验证经销商时主要考量其渠道资源、终端医院资源,以及技术支撑能力。开发更多优质经销商一直是公司业务可持续发展的基本战略。

(二)说明公司采购和销售集中于第一大客户和供应商的原因及合理性

1.公司销售集中于第一大客户的原因

2024年,公司新增了优质经销商客户。该客户具备较强的业务能力,公司与该客户建立了合作关系,并使其采购了较多公司产品。该客户2024年采购公司产品金额为4,800余万元,其中口腔产品和神经外科产品金额为3,084万元,“齿金”产品收入占比为78.44%。受此影响,公司口腔产品业务收入进一步大幅增长,与客户一合作,使得公司口腔产品在传统的骨修复材料和口腔种植体业务,又进入了人工骨植入类及神经外科领域的销售渠道。

2.公司采购集中于第一大供应商的原因

本次主营业务定制化人工骨植入类产品的特殊性,需采购获得国家药监局三类医疗器械产品注册证的胶原蛋白海绵作为核心原材料。该原材料价格高昂,其采购成本占公司人工骨植入类总成本的65.5%。2023和2024年公司采购胶原蛋白海绵金额分别为2,303.68万元和3,964.84万元。同时,符合公司产品生产要求的胶原蛋白海绵三类医疗器械的生产厂商有限,因此公司采购集中在特定品牌和供应商,导致集中于第一大供应商。

二、保荐机构核查情况

1.访谈公司主要人员,了解公司与经销商的合作情况;

2.访谈第一大客户,查阅其与发行人签署的合同,抽取销售发票、出库单等凭证,复核年审会计师对其实施的函证程序,访谈公司管理层,了解经销商集中度高的原因及合理性。

(二)核查意见

1.公司最近2年在不同业务板块与经销商的合作呈现对临床科室需求的差异特点,合作良好;

2.经销商集中于人工骨植入类及神经外科领域的销售渠道,以及胶原蛋白海绵三类医疗器械的生产厂商有限,公司采购和销售集中于第一大客户和供应商,具有合理性。

三、年审会计师核查意见

基于实施的审计程序,就2024年度财务报表整体公允反映而言,我们没有发现上述公司回复中与财务报表相关的信息与我们在审计中获取的相关资料在所有重大方面存在不一致之处。

问题三

关于应收账款。年报披露,(1)报告期内应收账款账面价值6,715.93万元,同比增长13.31%,2024年末公司应计提坏账准备金额同比增长的幅度较大;(2)公司坏账准备计提比例为13.55%,报告期确认信用减值损失为923.45万元。

请公司:(1)按直销售客户、经销商客户列示应收账款前五大客户情况,包括但不限于应收账款余额、账龄、坏账准备计提金额、期后回款情况;当期营业收入规模等;(2)说明公司应收账款账龄分布和迁徙情况,结合期后回款及同行业可比公司情况,分析坏账准备计提是否充分;(3)说明营业收入同比下降,应收账款同比增长的原因及合理性,公司对部分经销商延长账期的背景及原因,其他客户是否存在类似情形。

回复:

一、公司说明

(一)按直销售客户、经销商客户列示应收账款前五大客户情况,包括但不限于应收账款余额、账龄、坏账准备计提金额、期后回款情况;当期营业收入规模等

序号	经销商	应收账款期末余额	应收账款账龄	1-2年	本年坏账准备	截至2025年6月30日回款	2024年收入
1	经销商	22,169,735.50	22,169,735.50	-	1,108,466.78	4,000,000.00	48,119,594.80

注:至2024年末,公司的骨科和神经外科人工骨植入类销售工作均由同一团队承担,市场推广(如医生拜访、招商会的支出)、差旅费、职工薪酬等无法进一步拆分,故列示骨科和神经外科相关费用的数据。

2.主要产品纳入集采后销售费用同比增长的原因及合理性

由上表可知,2024年销售费用中,职工薪酬和差旅费的增长较为明显。职工薪酬有所增长主要系公司对集采产品销量保持较快增长,公司在一定程度上加强了对销售人员及销售激励政策所致。差旅费增长主要由于集采后终端医院数量增多,进而导致市场推广支持活动的增加,公司员工前往终端医院出差、出席学术沙龙等,同时新增的口腔种植体业务产生了新的差旅费开支,国际差旅费也有所增长。

(五)结合主要产品量价变动、销售结构变化、生产成本及期间费用等因素分析公司2024年度业绩由盈转亏的原因

2024年度业绩由盈转亏的影响因素是多方面的,其中集采导致利润率降低、神经外科产品收入下降、营业成本大幅增长、销售费用增长等是主要因素。

1.主营业务骨科人工骨植入类集采导致利润率大幅下降

2024年4月起,骨科人工骨植入类在全国各地陆续落地实施,为顺应市场形势和行业趋势,公司骨科产品“齿金”的“出”价格也相应做出调整,降幅超过60%,公司全部人工骨植入类产品的全年原材料成本

同比增长87.29%,制造费用同比增长20.72%,生产成本因此大幅降低,影响了产品的利润率。该产品的全年整体毛利率降至72.84%,同比下降11.03个百分点。

2.神经外科产品“颅福”收入大幅下降

2024年二季度起,多个省、自治区陆续执行神经外科高值耗材的省级联盟集中采购政策,部分价格较高的神经外科高值耗材使用量有所减少。此外,骨科人工骨植入类产品的集采落地实施也在部分地区对神经外科产品的使用造成了一定影响,因此公司的骨科和神经外科产品属人工骨修复材料,在神经外科产品使用量下降时面临价格相对较高的同时兼有集采的要求,导致使用成本增加。

3.职工薪酬、差旅费等销售费用增长

职工薪酬方面:2024年4月,公司并购德国HumanTech Dental公司,拓展了口腔种植体业务,为此组建了“新团队”开展相关市场营销工作,并且在原有的口腔产品业务线外增加了销售力量。同时,为更好应对集采带来的产品销量保持较快增长,公司在一定程度上加强了对销售人员的销售激励政策。受此影响,销售团队职工薪酬较上年同期增加750余万元。

差旅费方面:集采后终端医院数量增多导致多地出差频次增加,学术沙龙等市场推广支持活动的需求显著增加,公司员工去上述活动的差旅费也有所增长。此外,新增的口腔种植体业务产生了新的差旅费开支,公司为拓展海外市场的国际差旅费也有大幅增长。因此,公司销售团队的差旅费全年同比增长46%。

综上所述,2024年公司在骨科产品全国集采落地实施,导致产品销量毛利率下降,销量数量增加,但销售收入较上年下降;神经外科产品收入下降;集采和新增业务导致销售费用增长等多方面因素影响下,主营业务营业收入同比小幅下降8.24%,营业成本大幅增长61.03%,销售费用显著增长27.35%,业绩因此由盈转亏。

(二)保荐机构核查情况

1.核查程序

1.查阅第四批国家高值耗材集采的相关集采政策,了解集采推行对发行人产品降价的影响;

2.查阅公司年度报告,2025年一季度财务报告信息披露文件,访谈公司主要人员,取得相关业务板块列示销售费用构成表,了解了各产品销售情况、业绩情况和销售费用变化,以及集采对公司业务的具体影响;

3.访谈公司主要人员,了解公司在集采落地实施中的中标情况以及后续采购对公司业务的影响,分析由盈转亏的原因;

(二)核查意见

1.集采推行使得公司产品销售价格下降,销量增长,但销售收入下降,主要系人工骨植入类产品在整体外科领域的销售受阻,以及受到集采政策影响,公司口腔产品业务收入有所增长,神经外科业务收入有所下降;

3.公司销售区域一直集中于华东、华北等区域,该区域有利于公司相关业务持续向好发展;

4.销售费用同比增长主要系销售人员增加,集采后服务更多终端医院等原因,具有合理性;

5.受集采导致利润率降低、神经外科产品收入下降、销售费用增长等影响,公司2024年度业绩由盈转亏。

三、年审会计师核查意见

基于实施的审计程序,就2024年度财务报表整体公允反映而言,我们没有发现上述公司回复中与财务报表相关的信息与我们在审计中获取的相关资料在所有重大方面存在不一致之处。

问题四

关于应收账款。年报披露,(1)报告期内应收账款账面价值6,715.93万元,同比增长13.31%,2024年末公司应计提坏账准备金额同比增长的幅度较大;(2)公司坏账准备计提比例为13.55%,报告期确认信用减值损失为923.45万元。

请公司:(1)按直销售客户、经销商客户列示应收账款前五大客户情况,包括但不限于应收账款余额、账龄、坏账准备计提金额、期后回款情况;当期营业收入规模等;(2)说明公司应收账款账龄分布和迁徙情况,结合期后回款及同行业可比公司情况,分析坏账准备计提是否充分;(3)说明营业收入同比下降,应收账款同比增长的原因及合理性,公司对部分经销商延长账期的背景及原因,其他客户是否存在类似情形。

回复:

一、公司说明

(一)按直销售客户、经销商客户列示应收账款前五大客户情况,包括但不限于应收账款余额、账龄、坏账准备计提金额、期后回款情况;当期营业收入规模等

序号	经销商	应收账款期末余额	应收账款账龄	1-2年	本年坏账准备	截至2025年6月30日回款	2024年收入
1	经销商	22,169,735.50	22,169,735.50	-	1,108,466.78	4,000,000.00	48,119,594.80

注:至2024年末,公司的骨科和神经外科人工骨植入类销售工作均由同一团队承担,市场推广(如医生拜访、招商会的支出)、差旅费、职工薪酬等无法进一步拆分,故列示骨科和神经外科相关费用的数据。

2.主要产品纳入集采后销售费用同比增长的原因及合理性

由上表可知,2024年销售费用中,职工薪酬和差旅费的增长较为明显。职工薪酬有所增长主要系公司对集采产品销量保持较快增长,公司在一定程度上加强了对销售人员及销售激励政策所致。差旅费增长主要由于集采后终端医院数量增多,进而导致市场推广支持活动的增加,公司员工前往终端医院出差、出席学术沙龙等,同时新增的口腔种植体业务产生了新的差旅费开支,国际差旅费也有所增长。

(五)结合主要产品量价变动、销售结构变化、生产成本及期间费用等因素分析公司2024年度业绩由盈转亏的原因

2024年度业绩由盈转亏的影响因素是多方面的,其中集采导致利润率降低、神经外科产品收入下降、营业成本大幅增长、销售费用增长等是主要因素。

1.主营业务骨科人工骨植入类集采导致利润率大幅下降

2024年4月起,骨科人工骨植入类在全国各地陆续落地实施,为顺应市场形势和行业趋势,公司骨科产品“齿金”的“出”价格也相应做出调整,降幅超过60%,公司全部人工骨植入类产品的全年原材料成本

同比增长87.29%,制造费用同比增长20.72%,生产成本因此大幅降低,影响了产品的利润率。该产品的全年整体毛利率降至72.84%,同比下降11.03个百分点。

2.神经外科产品“颅福”收入大幅下降

2024年二季度起,多个省、自治区陆续执行神经外科高值耗材的省级联盟集中采购政策,部分价格较高的神经外科高值耗材使用量有所减少。此外,骨科人工骨植入类产品的集采落地实施也在部分地区对神经外科产品的使用造成了一定影响,因此公司的骨科和神经外科产品属人工骨修复材料,在神经外科产品使用量下降时面临价格相对较高的同时兼有集采的要求,导致使用成本增加。

3.职工薪酬、差旅费等销售费用增长

职工薪酬方面:2024年4月,公司并购德国HumanTech Dental公司,拓展了口腔种植体业务,为此组建了“新团队”开展相关市场营销工作,并且在原有的口腔产品业务线外增加了销售力量。同时,为更好应对集采带来的产品销量保持较快增长,公司在一定程度上加强了对销售人员的销售激励政策。受此影响,销售团队职工薪酬较上年同期增加750余万元。

差旅费方面:集采后终端医院数量增多导致多地出差频次增加,学术沙龙等市场推广支持活动的需求显著增加,公司员工去上述活动的差旅费也有所增长。此外,新增的口腔种植体业务产生了新的差旅费开支,公司为拓展海外市场的国际差旅费也有大幅增长。因此,公司销售团队的差旅费全年同比增长46%。

综上所述,2024年公司在骨科产品全国集采落地实施,导致产品销量毛利率下降,销量数量增加,但销售收入较上年下降;神经外科产品收入下降;集采和新增业务导致销售费用增长等多方面因素影响下,主营业务营业收入同比小幅下降8.24%,营业成本大幅增长61.03%,销售费用显著增长27.35%,业绩因此由盈转亏。

2 经销商三 3,575,480.00 3,575,480.00 - 178,772.50 484,688.00 3,767,419.79

3 经销商二 2,754,350.00 39,000.00 2,715,350.00 545,020.00 1,082,850.00 3,103,514.30

4 经销商一 2,677,860.00 2,677,860.00 - 133,893.00 2,677,860.00 5,126,641.35

5 经销商五 2,545,100.00 - 2,545,100.00 509,020.00 1,000,000.00 -

合计 13,725,495.50 28,462,045.50 3,260,450.00 2,475,192.28 3,245,596.00 57,523,570.24

(二)说明公司应收账款账龄分布和迁徙情况,结合期后回款及同行业公司应收账款平均坏账准备计提是否充分

1.公司应收账款账龄分布和迁徙情况

公司应收账款账龄分布和迁徙情况列示如下:

账龄	2023年12月31日	2024年12月31日	2025年12月31日	2024年12月31日
1年以内	29,260,099.00	40,908,255.85	63,389,747.27	33,473,883.38
1-2年	47,150.10	-	-	44,198,858.85
2-3年	5,058,051.11	-	-	-
3-4年	50,100.00	99,199.03	-	-
4-5年	-	50,130.00	9,500.00	-
5年以上	-	42,881.00	-	9,500.00
合计	34,822,345.21	41,699,535.88	63,399,247.27	77,682,242.73

(二)迁徙情况

账龄	2023年	2024年迁徙率	2025年迁徙率	2023年至2024年迁徙率	三年平均迁徙率
1年以内	-	-	-	70.84%	25.61%
1-2年	-	-	-	-	0.09%
2-3年	1.96%	-	-	-	0.65%
3-4年	100.00%	9.58%	-	-	36.53%
4-5年	100.00%	0.00%	100.00%	-	66.67%
5年以上	-	-	-	-	-

(三)历史损失率情况

账龄	三年平均损失率	历史损失率	历史坏账准备计提方式
1年以内	23.61%(A)	0.04%	A*B*C*D
1-2年	-	0.16%	B*C*D
2-3年	0.65%(B)	0.16%	B*C*D
3-4年	66.57%(C)	24.35%	C*D
4-5年	33.66%(D)	66.67%	D
5年以上	-	-	-

2.结合期后回款及同行业公司可比公司情况分析坏账准备计提是否充分

(1)2024年末末公司坏账计提百分比

账龄	应收账款(万元)	坏账准备(万元)	计提比例(%)
1年以内	33,473,888.18	1,673,694.21	5.00
1-2年	44,198,858.85	8,839,777.17	20.00
2-3年	-	-	-
3-4年	-	-	80.00
4-5年	-	-	100.00
5年以上	9,500.00	9,500.00	100.00
合计	77,682,242.73	10,523,968.98	-

(2)公司2024年末坏账计提百分比

账龄	账龄	二阶段	计提比例	大阶段
1年以内	5%	5%	1%	5%
1-2年	20%	20%	10%	20%
2-3年	50%	50%	30%	50%
3-4年	80%	100%	50%	100%
4-5年	100%	100%	80%	100%
5年以上	100%	100%	100%	100%

2025年公司根据应收账款账龄情况已加大催收力度,公司营销团队与经销商采取电话沟通或上门沟通方式持续推进催收。根据2025年中期应收账款账龄,1-2年及1年内应收账款占比持续提升。根据公司坏账迁徙分析,公司与同行业可比公司无重大差异,应收账款坏账准备计提充分。

(二)坏账准备收入同比下降,应收账款同比增长的原因及合理性

1.营业收入同比下降,应收账款同比增长的原因及合理性

2024年公司营业收入同比下降,应收账款同比增长,主要是由于对此类客户,公司部分对部分经销商的信用期进行了延长。考虑到骨科人工骨植入类在全国各地陆续实施,此次集采集中于2025年续采等行业背景,公司延长部分优质经销商的信用期具有合理性。

2.公司对部分经销商延长账期的背景及原因

公司对部分经销商延长信用期,主要考虑到在2023年医疗行业调整和公司集采预期的巨大复杂背景下,各经销商仍积极主动地推动公司人工骨植入类产品的终端医院推广。为鼓励、支持经销商持续推广,缓解经销商资金压力,并争取新一轮集采量中得到经销商的更大支持,公司营销中心特申请2024年给予各合作伙伴,互相信任的经销商延长应收账款的信用期至去年的政策。同行业多家上市企业的应收账款均有出现超2年以上至5年账龄的情形,公司坏账风险较低。对于其他合作年限短、业务量小的一般经销商,公司并未延长信用期。