证券代码：688670　　证券简称：金迪克　　公告编号：2026-021

江苏金迪克生物技术股份有限公司关于2025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、准确性和完整性依法承担法律责任。

江苏金迪克生物技术股份有限公司（以下简称“公司”或“金迪克”）于近日收到上海证券交易所科创板公司管理部下发的《关于江苏金迪克生物技术股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》（上证科创公函【2026】0218号）（以下简称“年报问询函”）。公司收到年报问询函后高度重视，根据年报问询函的要求，公司会同政旦志远（深圳）会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“年审会计师”）对年报问询函所列事项进行了认真核查、逐项落实，现就有关事项回复如下：

说明：本公告中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上如有差异，差异是由四舍五入造成；本公告中涉及的各项评估数据，系依据公司日常经营情况、未来发展情况并基于谨慎性原则进行了假设估计而进行的预测，不构成业绩预测，亦非业绩承诺，敬请投资者注意相关风险。

一、关于主营业务。年报显示，公司2025年实现营业收入11,288.30万元，同比增长39.70%，主要集中在第三、四季度，全年销量约为165万支，同比增长40.85%。公司报备材料显示，前五大客户中包含贸易商客户广州祈年进出口贸易有限公司，前五大供应商中包含地方疾控中心。此外，公司期末应收账款为1.56亿元，同比增长24.80%，其中一年以内应收账款1.25亿元。

请你公司：（1）按区域、客户类型列示公司营收构成情况，对于疾控中心类客户，汇总列示招采中标情况，包括中标数量、价格等信息，若未中标仍实现销售说明原因；对于非疾控中心类客户，说明合作背景、终端去向、终端去化及经销商期末库存；（2）列示2025年第三、四季度各月疫苗销量，结合流感发病率变化，说明销量增长的合理性；（3）公司2025年估计退货率及对当年收入确认的影响，当期及期后实际接种量占全年销售疫苗的比例，2025年所估计退货率与以往年度估计退货率、同行业公司估计退货率的比较情况，结合前述因素分析2025年估计退货率是否审慎合理，并针对估计退货率高低对收入规模的影响作出敏感性分析；（4）公司2025年所销售疫苗产品当期及期后回款情况，超期未回款客户当期销售金额、超期时间以及超信用期未付款的原因，说明应收账款持续增长的合理性；（5）列示2025年四季度前五大客户名称、销售额、发货时间、首次合作时间；（6）补充与广州祈年的合作背景、关联关系、销量、产品终端去向，说明销售合规性；（7）说明向地方疾控中心采购的产品或服务类型、金额及在同类采购中的占比，如与此类地方疾控中心同时存在购销往来，具体说明原因。

（一）公司说明

1-1、按区域、客户类型列示公司营收构成情况

公司2025年营业收入区域分布如下 REF _Ref230590899 \r \h 表1所示：

表1：公司2025年按区域划分的营业收入

单位：万元

区域	营业收入
东北	817.29
华北	1,060.12
华东	3,260.40
华南	1,089.21
华中	2,921.36
西北	206.70
西南	1,789.97
其他	143.25
总计	11,288.30

注：华中包括河南、湖北、湖南；华东包括安徽、福建、江苏、江西、山东、上海、浙江；西南包括贵州、四川、西藏、云南、重庆；华南包括广东、广西、海南；西北包括甘肃、宁夏、青海、陕西、新疆；东北包括黑龙江、吉林、辽宁；华北包括北京、河北、内蒙古、山西、天津；其他为出口。

公司2025年营业收入客户类型分布如下 REF _Ref230590926 \r \h 表2所示：

表2：公司2025年按客户类型划分的营业收入

单位：万元

客户类型	营业收入
疾控中心	11,076.79
其他	211.51
合计	11,288.30

注：“其他”中主要包括广州祈年进出口贸易有限公司、各区级公共卫生中心、卫生监督所、卫生健康局等。

1-2、对于疾控中心类客户，汇总列示招采中标情况，包括中标数量、价格等信息，若未中标仍实现销售说明原因

各省非免疫规划疫苗的招标采购程序，是由各省级疾控中心委托省级招标平台组织，公司与各省级疾控中心间仅约定采购单价，但不约定采购数量。公司在产品入围省级公共资源交易平台后，该省份内的市区县级疾控中心才可以在平台上进行点单采购，签立包含具体采购数量在内的销售订单。2025年，公司四价流感病毒裂解疫苗（成人剂型、预充式0.5ml/支）均为88元/支（不包含储存运输费），不存在未入围省级公共资源交易平台而实现销售的情形。

1-3、对于非疾控中心类客户，说明合作背景、终端去向、终端去化及经销商期末库存

2025年，公司非疾控中心客户主要为各区级文化卫生服务中心、公共卫生中心、社会事务管理中心、综合服务中心、疾控分中心、卫生健康局、广州祈年进出口贸易有限公司（以下简称“广州祈年”）。上述非疾控中心客户全年发货、终端去化、期末库存、终端去向情况如下 REF _Ref231504257 \r \h 表3所示：

表3：公司2025年非疾控中心客户全年发货、终端去化、期末库存、终端去向情况

单位：支

客户名称	全年发货	终端去化	期末库存	终端去向
菏泽鲁西新区文化卫生服务中心	2,000	1,935	65	其所辖地区的各疫苗接种单位
合肥经济技术开发区公共卫生服务中心	4,400	3,650	750	
许昌市城乡一体化示范区社会事务管理中心	1,600	1,411	189	
许昌经济技术开发区综合服务中心	3,000	2,487	513	
南阳市官庄工区疾控分中心(南阳市官庄工区卫生健康服务中心)	400	400	-	
鸡西市恒山区卫生健康局	300	200	100	
广州祈年进出口贸易有限公司	105,000	105,000	-	巴基斯坦

合作背景：（1）上述各区级文化卫生服务中心、公共卫生中心、社会事务管理中心、综合服务中心、疾控分中心、卫生健康局与各区级疾控中心承担着相同的职能，负责所辖区域疫苗的采购，公司向上述客户销售疫苗产品，均流向其所辖地区的各疫苗接种单位；（2）公司与广州祈年合作背景详见本回复公告“一、6、补充与广州祈年的合作背景、关联关系、销量、产品终端去向，说明销售合规性”之回复。

2、列示2025年第三、四季度各月疫苗销量，结合流感发病率变化，说明销量增长的合理性

公司2025年第三、四季度各月疫苗销量如下 REF _Ref230591004 \r \h 表4所示：

表4：公司2025年第三、四季度各月疫苗销量

单位：万支

季度	月份	销量
第三季度	7月	−0.47
	8月	5.64
	9月	88.19
第四季度	10月	20.84
	11月	28.75
	12月	8.94

注：2025年一、二季度销量12.87万支，全年销量合计164.76万支。全年销量计算口径为当年发货量剔除捐赠量、当年退货量以及当年末发货，客户在次年验收并确认收货部分，再加上上年末发货，客户在当年验收并确认收货部分。

根据《企业会计准则》及公司会计政策，公司匹配营业收入的销量受实际退货量及预计退货量等因素的影响，与全年销量存在差异，具体计算过程如下 REF _Ref231577737 \r \h 表5所示：

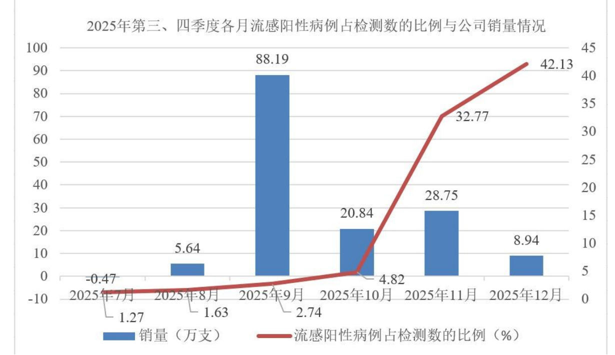
表5：2025年匹配营业收入的销量计算过程表

单位：万支

项目	2025年
全年销量(A)	164.76
上年度实际退货量(B)	28.48
上年度预计退货量(C)	20.87
本年度预计退货量(D)	26.71
本年度营业收入对应销量(E=A-B+C-D)	130.44

根据中国疾病预防控制中心发布的流感监测周报，全国（未含港澳台地区）流感监测网络实验室在2025年第三、四季度各月检测出的流感阳性病例占检测数的比例与公司销量情况如下 REF _Ref230591048 \r \h 图1所示：

图1：2025年第三、四季度各月流感阳性病例占检测数的比例与公司销量情况



注：数据来源于中国疾病预防控制中心官网

结合上图所示，我国流感季主要是从每年9月至次年5月，对应的当季流感疫苗销售周期为每年8月至次年6月，销售旺季主要集中在9-12月，次年1-6月为销售淡季。公司每年3月左右领到WHO预测的当期流感季可能流行的毒株后组织生产，经过生产、检验、批签发后，产品一般于当年8月开始上市销售。因此，公司经营业绩也随之出现明显的季节性波动特征，即业绩主要集中体现在三、四季度。本年度销量增长主要系公司各部门协调配合，提升生产效率，加快了流感疫苗生产和批签发节奏，同时深入客户服务，持续优化营销管理体系，拓展新的增量市场，提高产品覆盖率。

3-1、公司2025年估计退货率及对当年收入确认的影响

流感疫苗有效期为自生产之日起12个月，在每一流感季末，销售退回未实现接种的流感疫苗需要按照有关法律法规要求进行报废销毁处理。针对已销售未接种的流感疫苗，公司制定的销售退回政策为：在流感季末期或结束后，预计无法完成接种的疫苗，客户申请销售退回，经公司审批同意后，可以办理退回，原则上要求每年的9月份前完成上个流感季的疫苗的退回。每年年末，公司根据当年市场调研情况，综合考虑历史销售退回等因素估计当年的销售退货。

为客观、公允地反映公司的财务状况和经营成果，2025年公司根据《企业会计准则》，结合公司主要产品四价流感病毒裂解疫苗的市场情况，于资产负债表日对四价流感疫苗未来销售退回情况进行估计，公司2025年估计退货率为21.87%，退货金额为2,468.19万元，减少2025年营业收入2,468.19万元。

3-2、当期及期后实际接种量占全年发货量的比例

公司2025年全年及2026年1-4月实际接种量占2025年发货量的比例如下 REF _Ref230591228 \r \h 表6所示：

表6：公司2025年全年及2026年1-4月实际接种量、2025年发货量情况

单位：万支

	实际接种量	2025年发货量	实际接种量占2025年全年发货量的比例(%)
2025年全年及2026年1-4月	139.25	165.77	81.31

注：实际接种量为2025年全年及2026年1-4月公司疫苗所有受种者实际完成接种的疫苗针次总量；全年发货量为2025年公司发出的疫苗总量（包含当年捐赠部分以及当年末发货，客户次年验收并确认收货部分）。

3-3、2025年所估计退货率与以往年度估计退货率、同行业公司估计退货率的比较情况

公司2024年-2025年估计退货率如下 REF _Ref230591285 \r \h 表7所示：

表7：公司2024年-2025年估计退货率

单位：万元

项目	2025年	2024年
营业收入	11,288.30	8,080.27
估计退货金额	2,468.19	1,924.68
估计退货金额占营业收入的比例(%)	21.87%	23.82%

经查阅上市公司公告，由于同行业可比上市公司并未披露具体的估计退货率，公司无法准确获悉同行业可比公司估计退货率，同行业可比公司预计销售退回估计方式如下 REF _Ref230591397 \r \h 表8所示：

表8：同行业可比公司预计销售退回估计方式

公司名称	预计销售退回估计方式
华兰疫苗	于每一资产负债表日，公司结合当年度流感疫苗市场供需情况，对流感疫苗产品的销售退货情况进行合理估计并进行相应的会计处理。
康希诺	本集团根据预期因销售退回将退还的金额确认负债。于每一个资产负债表日，本集团对所售商品未来销售退回情况进行估计，确定销售退回率并进行会计处理。销售退回率的估计需要运用判断和估计。如重新估计结果与现有估计存在差异，该差异将会影响估计改变期间确认的销售收入。
百克生物	每一资产负债表日，本公司重新估计未来销售退回情况，并对上述资产和负债进行重新计量。
万泰生物	每一资产负债表日，公司重新估计未来销售退回情况，并对上述资产和负债进行重新计量。

注：资料来源于各上市公司公告

公司采用如下方法对预计销售退回进行会计估计，与同行业疫苗上市公司的预计销售退回估计方式不存在重大差异：每一资产负债表日重新估计未来销售退回情况，如有变化，及时调整，并进行会计处理。公司对当年下半年销售的四价流感病毒裂解疫苗的销售退回进行估计并计提预计负债；实际发生退回时，先冲减已计提的预计负债，不足部分调整当期营业收入。

3-4、结合前述因素分析2025年估计退货率是否审慎合理，并针对估计退货率高低对收入规模的影响作出敏感性分析

2025年，公司按照谨慎性原则，结合年底的市场调研情况，综合考虑历史销售退回，估计判断2025年底退货金额占当年营业收入的比例为21.87%，公司的销售退货是基于2025年实际情况的谨慎预估，估计数据审慎合理。

公司针对估计退货率高低对收入规模影响的敏感性分析如下 REF _Ref230591622 \r \h 表9所示：

表9：估计退货率对收入的敏感性测算表

单位：万元

估计退货率(%)	实际确认收入	收入变动比例(%)	变动情况
16.87	11,770.76	4.27	估计退货率减少5个百分点，收入增加4.27%
19.87	11,476.18	1.66	估计退货率减少2个百分点，收入增加1.66%
21.87	11,288.30	0.00	基准水平
23.87	11,105.59	−1.62	估计退货率增加2个百分点，收入减少1.62%
26.87	10,842.98	−3.94	估计退货率增加5个百分点，收入减少3.94%

4、公司2025年所销售疫苗产品当期及期后回款情况，超期未回款客户当期销售金额、超期时间以及超信用期未付款的原因，说明应收账款持续增长的合理性

（1）2025年所销售疫苗产品当期及期后回款情况

2025年，公司各部门协调配合，提升生产效率，加快了流感疫苗生产和批签发节奏，同时深入客户服务，持续优化营销管理体系，拓展新的增量市场，提高产品覆盖率，营业收入同比增长39.70%，应收账款随之增加。公司期末应收账款为1.56亿元，同比增长24.80%，其中，一年以内应收账款为1.25亿元。2025年所销售疫苗产品在当期回款2,080.23万元；截至2026年4月30日，期后回款2,768.91万元。

（2）超期未回款客户情况

截至报告期末，超期未回款客户当期销售金额为2,598.82万元，超期未回款金额为3,656.83万元。其中，1年以内为2,088.92万元，1-2年为51.64万元，2-3年为1,516.27万元。具体情况如下 REF _Ref231504353 \r \h 表10所示：

表10：截至2025年12月31日超期未回款客户情况

单位：万元

客户名称	2025年销售额	超期金额	超期时间		
			1年以内	1-2年	2-3年
客户一	144.35	1.96	1.96	–	–
客户二	123.69	194.90	45.86	–	149.04
客户三	83.37	9.70	9.70	–	–
客户四	73.47	31.67	31.67	–	–
客户五	68.50	9.80	9.80	–	–
客户六	63.34	29.40	29.40	–	–
客户七	62.16	29.10	29.10	–	–
客户八	60.06	35.20	35.20	–	–
客户九	57.94	26.29	26.29	–	–
客户十	57.34	8.80	8.80	–	–
客户十一	56.91	1.37	1.37	–	–
客户十二	56.68	23.10	23.10	–	–
客户十三	56.50	9.70	9.70	–	–
客户十四	55.86	106.03	106.03	–	–
客户十五	55.68	1.47	1.47	–	–
客户十六	55.38	15.84	15.84	–	–
客户十七	54.43	26.02	26.02	–	–
客户十八	53.39	14.12	14.12	–	–
客户十九	47.10	17.15	17.15	–	–
客户二十	44.06	4.22	4.22	–	–
客户二十一	41.86	19.60	19.60	–	–
客户二十二	37.59	17.60	17.60	–	–
客户二十三	37.09	3.90	3.90	–	–
客户二十四	33.73	16.20	–	–	16.20
客户二十五	33.30	2.94	2.94	–	–
客户二十六	33.08	51.71	51.71	–	–
客户二十七	32.64	5.46	5.46	–	–
客户二十八	32.34	5.29	5.29	–	–
客户二十九	30.01	15.07	15.07	–	–
客户三十	28.54	19.60	19.60	–	–
客户三十一	28.54	29.40	29.40	–	–
客户三十二	27.96	28.80	28.80	–	–
客户三十三	25.63	12.32	12.32	–	–
客户三十四	25.30	4.48	4.48	–	–
客户三十五	24.46	26.19	25.20	0.99	–
客户三十六	24.42	16.35	16.35	–	–
客户三十七	24.28	17.97	17.97	–	–
客户三十八	23.60	36.06	36.06	–	–
客户三十九	22.83	29.40	29.40	–	–
客户四十	22.39	25.04	4.34	–	20.70
客户四十一	22.00	6.18	6.18	–	–
客户四十二	21.07	0.11	0.11	–	–
客户四十三	21.00	17.10	17.10	–	–
客户四十四	20.93	5.88	5.88	–	–
客户四十五	20.71	12.51	12.51	–	–
客户四十六	20.50	5.28	5.28	–	–
客户四十七	19.83	2.82	2.82	–	–
客户四十八	19.50	2.06	2.06	–	–
客户四十九	19.17	2.82	2.82	–	–
客户五十	19.03	16.46	16.46	–	–
客户五十一	18.96	762.75	67.93	–	694.83
客户五十二	18.64	37.11	–	0.27	36.84
客户五十三	17.63	8.36	8.36	–	–
客户五十四	17.60	3.92	3.92	–	–
客户五十五	17.25	4.18	4.18	–	–
客户五十六	17.13	68.42	–	–	68.42
客户五十七	17.09	35.20	35.20	–	–
客户五十八	16.14	65.62	65.62	–	–
客户五十九	16.12	6.53	6.53	–	–
客户六十	16.00	9.50	9.50	–	–
客户六十一	15.91	12.32	12.32	–	–
客户六十二	15.40	21.62	21.62	–	–
客户六十三	14.68	1.29	1.04	0.26	–
客户六十四	14.31	8.86	8.86	–	–
客户六十五	14.27	24.50	24.50	–	–
客户六十六	14.00	13.82	13.82	–	–
客户六十七	13.94	15.97	15.97	–	–
客户六十八	13.16	2.77	2.77	–	–
客户六十九	12.58	4.15	4.15	–	–
客户七十	12.52	8.00	8.00	–	–
客户七十一	12.46	5.00	5.00	–	–
客户七十二	12.00	45.32	45.32	–	–
客户七十三	11.78	12.13	12.13	–	–
客户七十四	11.42	46.98	–	–	46.98
客户七十五	11.42	1.96	1.96	–	–
客户七十六	11.39	3.52	3.52	–	–
客户七十七	11.07	19.60	19.60	–	–
客户七十八	10.95	3.76	3.76	–	–
客户七十九	10.00	17.92	17.92	–	–
客户八十	10.00	4.12	4.12	–	–
客户八十一	9.94	8.48	8.48	–	–
客户八十二	9.62	9.69	9.69	–	–
客户八十三	9.51	1.96	1.96	–	–
客户八十四	9.51	9.80	9.80	–	–
客户八十五	9.42	9.70	9.70	–	–
客户八十六	9.37	5.88	5.88	–	–
客户八十七	9.32	9.60	9.60	–	–
客户八十八	9.13	5.64	5.64	–	–
客户八十九	9.00	11.56	11.56	–	–
客户九十	8.56	4.90	4.90	–	–
客户九十一	8.56	3.52	3.52	–	–
客户九十二	8.54	7.04	7.04	–	–
客户九十三	8.16	8.41	8.41	–	–
客户九十四	8.11	10.27	10.27	–	–
客户九十五	7.79	2.75	2.75	–	–
客户九十六	7.78	4.40	4.40	–	–
客户九十七	7.64	0.83	0.83	–	–
客户九十八	6.96	3.65	3.65	–	–
客户九十九	6.07	2.73	2.73	–	–
客户一百	5.83	3.00	3.00	–	–
客户一百零一	5.71	8.80	8.80	–	–
客户一百零二	5.71	3.92	3.92	–	–
客户一百零三	5.71	5.88	5.88	–	–
客户一百零四	5.71	19.60	19.60	–	–
客户一百零五	5.61	15.58	15.58	–	–
客户一百零六	5.48	1.88	1.88	–	–
客户一百零七	5.41	8.35	–	–	8.35
客户一百零八	5.20	2.06	2.06	–	–
客户一百零九	5.13	9.20	9.20	–	–
客户一百一十	4.76	4.90	4.90	–	–
客户一百一十一	4.27	33.79	33.79	–	–
客户一百一十二	4.27	4.40	4.40	–	–
客户一百一十三	4.14	13.95	13.95	–	–
客户一百一十四	4.10	2.06	2.06	–	–
客户一百一十五	3.81	1.96	1.96	–	–
客户一百一十六	3.58	3.68	3.68	–	–
客户一百一十七	3.42	2.64	2.64	–	–
客户一百一十八	3.42	7.04	7.04	–	–
客户一百一十九	3.33	3.43	3.43	–	–
客户一百二十	3.29	3.39	3.39	–	–
客户一百二十一	3.25	2.02	2.02	–	–
客户一百二十二	3.20	0.21	0.21	–	–
客户一百二十三	3.16	2.11	2.11	–	–
客户一百二十四	3.11	5.36	1.88	3.48	–
客户一百二十五	2.85	2.16	2.16	–	–
客户一百二十六	2.46	18.22	18.22	–	–
客户一百二十七	2.38	2.46	2.46	–	–
客户一百二十八	2.25	2.32	2.32	–	–
客户一百二十九	2.00	85.21	26.78	11.44	46.99
客户一百三十	2.00	1.03	1.03	–	–
客户一百三十一	1.90	1.96	1.96	–	–
客户一百三十二	1.90	2.35	2.35	–	–
客户一百三十三	1.90	4.90	4.90	–	–
客户一百三十四	1.90	1.96	1.96	–	–
客户一百三十五	1.82	9.23	5.39	3.84	–
客户一百三十六	1.71	1.76	1.76	–	–
客户一百三十七	1.55	3.35	3.35	–	–
客户一百三十八	1.40	1.44	1.44	–	–
客户一百三十九	1.03	1.06	1.06	–	–
客户一百四十	0.95	45.08	–	–	45.08
客户一百四十一	0.95	2.35	2.35	–	–
客户一百四十二	0.94	18.52	18.52	–	–
客户一百四十三	0.40	16.89	16.89	–	–
客户一百四十四	0.38	2.35	2.35	–	–
客户一百四十五	0.33	6.13	6.13	–	–
客户一百四十六	0.20	14.84	2.06	–	12.78
客户一百四十七	0.20	34.51	34.51	–	–
客户一百四十八	0.09	1.86	1.86	–	–
客户一百四十九	0.01	4.33	4.33	–	–
客户一百五十	0.00	0.44	0.44	–	–
客户一百五十一	0.00	66.66	–	–	66.66
客户一百五十二	0.00	6.58	–	–	6.58
客户一百五十三	0.00	33.60	–	–	33.60
客户一百五十四	0.00	4.12	4.12	–	–
客户一百五十五	0.00	44.79	–	–	44.79
客户一百五十六	0.00	7.06	7.06	–	–
客户一百五十七	0.00	1.76	1.76	–	–
客户一百五十八	0.00	3.52	3.52	–	–
客户一百五十九	0.00	5.32	3.92	–	1.40
客户一百六十	0.00	1.76	1.76	–	–
客户一百六十一	0.00	49.20	20.60	28.60	–
客户一百六十二	0.00	24.91	–	–	24.91
客户一百六十三	0.00	0.88	0.88	–	–
客户一百六十四	0.00	127.65	–	–	127.63
客户一百六十五	0.00	22.36	–	–	22.36
客户一百六十六	0.00	13.72	13.72	–	–
客户一百六十七	0.00	67.90	67.90	–	–
客户一百六十八	0.00	3.00	–	–	3.00
客户一百六十九	0.00	12.00	–	–	12.00
客户一百七十	0.00	6.65	–	–	6.65
客户一百七十一	0.00	0.72	0.72	–	–
客户一百七十二	0.00	3.92	3.92	–	–
客户一百七十三	0.00	1.96	1.96	–	–
客户一百七十四	−0.20	3.71	3.71	–	–
客户一百七十五	−0.27	8.52	8.52	–	–
客户一百七十六	−0.47	2.46	2.46	–	–
客户一百七十七	−1.04	14.61	14.61	–	–
客户一百七十八	−1.09	1.51	1.51	–	–
客户一百七十九	−1.16	0.56	0.56	–	–
客户一百八十	−1.34	0.38	0.38	–	–
客户一百八十一	−1.59	1.88	1.88	–	–
客户一百八十二	−1.64	0.07	0.07	–	–
客户一百八十三	−1.79	5.19	5.19	–	–
客户一百八十四	−2.03	3.16	3.16	–	–
客户一百八十五	−2.05	1.32	1.32	–	–
客户一百八十六	−2.12	1.34	1.34	–	–
客户一百八十七	−2.68	7.80	7.80	–	–
客户一百八十八	−3.33	2.45	2.45	–	–
客户一百八十九	−3.46	21.91	21.91	–	–
客户一百九十	−3.76	9.85	9.85	–	–
客户一百九十一	−3.84	1.32	1.32	–	–
客户一百九十二	−4.13	3.29	3.29	–	–
客户一百九十三	−5.13	3.51	3.51	–	–
客户一百九十四	−5.14	21.10	21.10	–	–
客户一百九十五	−9.46	43.71	23.23	–	20.48
客户一百九十六	−9.59	8.60	8.60	–	–
客户一百九十七	−10.12	9.17	9.17	–	–
客户一百九十八	−11.66	9.37	6.61	2.76	–
客户一百九十九	−11.94	8.80	8.80	–	–
客户二百	−12.83	2.62	2.62	–	–
客户二百零一	−14.35	4.40	4.40	–	–
客户二百零二	−15.79	1.34	1.34	–	–
客户二百零三	−16.43	1.88	1.88	–	–
客户二百零四	−17.09	14.08	14.08	–	–
客户二百零五	−18.25	0.80	0.80	–	–
客户二百零六	−18.93	3.94	3.94	–	–
客户二百零七	−20.30	7.89	7.89	–	–
客户二百零八	−22.64	11.88	11.88	–	–
合计	2,598.82	3,656.83	2,088.92	51.64	1,516.27

注：部分客户当年销售额为负数，系该客户本年度实际退货量大于本年度销售量。

（3）超信用期未付款的原因：

①公司出于加速应收账款周转、催收货款的目的，应收账款账期管理较为谨慎，一般为6-9个月左右；②受目前市场环境、资金状况影响，回款周期延长，导致超期未付款金额增加。

公司的客户主要为各地疾控中心，疾控中心为国家事业单位，其资金来源主要为财政拨款，信用风险低，履约能力强，且主要集中在一年以内，公司应收账款整体信用风险较低。

（4）应收账款持续增长的合理性：

报告期末，公司应收账款余额1.56亿元，与年初相比增加3,101.08万元，增幅24.80%。主要原因为：①2025年度，公司销售规模扩大，全年实现营业收入11,288.30万元，同比增加3,208.04万元，增幅39.70%，应收账款随之增加；②受目前市场环境、资金状况影响，应收账款的回款周期延长，导致应收账款增加。

5、列示2025年四季度前五大客户名称、销售额、发货时间、首次合作时间

公司2025年四季度前五大客户名称、销售额、发货时间、首次合作时间情况如下 REF _Ref230593217 \r \h 表11所示：

表11：公司2025年四季度前五大客户名称、销售额、发货时间、首次合作时间情况

单位：万元

客户名称	销售额	本年度首次发货时间	首次合作时间
宾阳县疾病预防控制中心	102.00	2025年1月	2020年9月
寻甸回族彝族自治县疾病预防控制中心	89.44	2025年8月	2020年8月
成都市成华区疾病预防控制中心	78.02	2025年8月	2020年10月
成都市双流区疾病预防控制中心	78.02	2025年4月	2020年8月
巴中市巴州区疾病预防控制中心	68.5	2025年9月	2019年12月

公司2025年四季度前五大客户均为与公司长期合作的客户，客户稳定性高。

6、补充与广州祈年的合作背景、关联关系、销量、产品终端去向，说明销售合规性

合作背景：公司产品自上市以来，一直寻求海外销售机会。2023年公司、广州祈年以及Lab Diagnostic Systems（SMC）Pvt Ltd（以下简称“LDS”）三家公司就公司产品出口达成合作意向。其中：广州祈年系一家为企业提供货物进出口、技术进出口、商品批发贸易、商品零售贸易服务的专业服务商，负责整合运输资源、办理报关报检及跟踪货物全程等，与公司不存在关联关系。LDS系依据巴基斯坦法律并在巴基斯坦境内设立的经销商公司。2023年12月，LDS协助公司产品取得巴基斯坦药品监管局颁发的进口药品注册证书，产品可以出口至巴基斯坦进行销售和使用。

合作模式：LDS拟从公司购买疫苗产品，广州祈年作为货代公司提供相关服务，包括但不限于代理公司办理出口疫苗的检验检疫手续、办理报关手续，支付货款等，并将出口疫苗交付至LDS指定机场。

2025年3月，LDS从公司采购四价流感病毒裂解疫苗，并与公司签署协议，协议约定LDS向公司采购四价流感病毒裂解疫苗，以先款后货的形式，且未约定退货条款，不会产生退货。公司在收到广州祈年支付的货款后，将出口疫苗交付给广州祈年，由广州祈年办理出口疫苗的检验检疫、报关等手续，手续办理完毕后再由广州祈年将疫苗产品通过跨境物流交付至LDS的指定机场。2025年公司向广州祈年销售四价流感疫苗共10.5万支，总价143.25万元（非终端价格），产品均出口至巴基斯坦，由LDS负责在巴基斯坦境内销售，用于巴基斯坦穆斯林参加朝觐活动人员的流感预防。

公司已取得巴基斯坦进口药品注册证书，同时就出口已完成检验检疫以及报关等手续，销售合规。

7、说明向地方疾控中心采购的产品或服务类型、金额及在同类采购中的占比，如与此类地方疾控中心同时存在购销往来，具体说明原因

公司2025年向地方疾控中心采购服务的情况如下 REF _Ref230593364 \r \h 表12所示：

表12：公司2025年向地方疾控中心采购服务情况表

单位：万元

序号	疾控名称	采购服务类型	采购金额	同类采购中占比(%)	当年销售金额	是否同时存在购销往来
1	山西省疾病预防控制中心	临床试验费	401.44	24.70	–	否
2	河津市疾病预防控制中心	临床试验费	235.68	14.50	–	否
3	芮城县疾病预防控制中心	临床试验费	200.80	12.35	–	否
4	陵川县疾病预防控制中心	临床试验费	100.60	6.19	–	否
5	运城市盐湖区疾病预防控制中心	临床试验费	85.08	5.23	22.44	是
6	临猗县疾病预防控制中心	临床试验费	57.82	3.56	5.17	是
7	长治市上党区疾病预防控制中心	临床试验费	42.95	2.64	–	否
8	绛县疾病预防控制中心	临床试验费	25.61	1.58	–	否
9	沁县疾病预防控制中心	临床试验费	21.48	1.32	–	否
10	常宁市疾病预防控制中心	技术服务费	13.00	2.41	17.98	是
11	湖南省疾病预防控制中心	技术服务费	6.50	1.21	–	否

2025年，公司不存在向地方疾控中心采购产品的情形。

上述序号第1项为公司临床试验研究负责单位，序号第2-9项系公司临床试验的研究现场单位，序号第10-11项为公司提供临床研究相关技术服务。

上述序号第5、6、10项系公司客户，公司向其销售四价流感病毒裂解疫苗。

（二）年审会计师核查意见

1、核查程序

（1）对疾控中心类客户，查阅公司的中标文件，核对销售价格与中标价格是否存在差异；

（2）对非疾控中心类客户，查看客户构成，了解非疾控中心类客户的构成以及交易背景，对与广州祈年进出口贸易有限公司的交易一系列文件进行检查；

（3）结合流感发病率变化情况，分析公司销售增长的原因；

（4）比较2024、2025年度流感疫苗获取批签发的时间和开始发货的时间；

（5）获取预计退货计算表，期后对终端进行实地、电话访谈，复核预计退货计算表的准确性；

（6）分析应收账款超期未回款的原因，检查已超期应收账款的回款情况；

（7）检查与地方疾控中心的签订的临床试验合同，复核公司是否按照临床试验的进度入账，对地方疾控中心的临床服务进度进行函证。

2、核查意见：

（1）对疾控中心类客户，公司不存在未入围省级公共资源交易平台而实现销售的情形，公司的产品销售价格按照中标价格执行；

（2）对非疾控中心类客户，公司与广州祈年就疫苗出口业务流程合规，手续齐全；

（3）公司2025年销量增长，主要是批签发时间提前和受流感发病情况双重影响，具有合理性；

（4）公司预计的销售退货情况，与访谈的结果基本一致，销售退货率的估计比较谨慎；

（5）应收账款存在超期未回款与客户受目前市场环境、资金状况影响有关，具有合理性；

（6）公司与地方疾控中心签订的临床试验合同符合公司研发项目的进度需求，公司按照临床试验的进度入账。

二、关于在建工程。年报显示，公司在建工程为新建新型四价流感病毒裂解疫苗车间，期末余额为6.88亿元，首次计提减值损失597.06万元。此外，报告期内公司冻干人用狂犬病疫苗（Vero细胞）产品已完成III期临床试验并提交注册申报。

请你公司：（1）补充计提资产减值损失的各类参数，包括不限于资产组未来现金流量、使用寿命、折现率，结合流感疫苗市场空间变化和公司产销量情况，说明减值计提的充分性；（2）结合工程进度和公司资金情况，补充在建工程完工、GMP验收预计时间，说明公司持续推进产线建设的安排和能力；（3）结合狂犬病疫苗申报进展，说明公司现有产线是否支撑该产品获批后量产，拟新建或改造产线的资本开支计划。

（一）公司说明

1、补充计提资产减值损失的各类参数，包括不限于资产组未来现金流量、使用寿命、折现率，结合流感疫苗市场空间变化和公司产销量情况，说明减值计提的充分性

报告期末，公司按照企业会计准则规定，结合对市场情况的判断，对四价流感病毒裂解疫苗生产线资产组进行减值测试。公司于2026年1月委托江苏天健华辰资产评估有限公司对四价流感病毒裂解疫苗生产线资产组在2025年12月31日的可收回金额进行评估，并出具了【华辰评报字（2026）第0153号】资产评估报告，评估结论如下：四价流感病毒裂解疫苗生产线资产组于2025年12月31日的可收回金额为76,500.00万元。

根据上述评估报告，四价流感病毒裂解疫苗生产线资产组（包括无形资产、固定资产、在建工程）的减值金额为667.04万元，分摊至在建工程的减值金额为597.06万元。评估采用现金流量折现法进行测算，涉及的关键参数说明如下：

（一）计算模型

本次采用现金流量折现法计算四价流感病毒裂解疫苗生产线资产组预计未来现金流量的现值，并以此作为资产组的可收回金额。

其中：资产组未来现金流量的现值：根据该资产组预计的未来现金流量和折现率在资产组剩余使用寿命内予以折现后的金额确定。计算公式如下：

$$VIU = \sum_{t=1}^{n}[R_t \times (1+r)^{-t}] + ERV \times (1+r)^{-n}$$

上式中：

VIU：资产组未来现金流量的现值；

R_t：第t年预计资产组未来现金流量；

ERV：资产使用寿命结束时资产回收价值与营运资金回收价值；

r：折现率；

n：资产剩余使用寿命。

（二）模型中关键参数的确定

1、资产组未来现金流量

本次将资产组未来现金流量作为资产组预期收益的量化指标，且为税前现金流。其计算公式为：

资产组未来现金流量＝息税前利润＋折旧与摊销－资本性支出－营运资金增加

资产组自由现金流测算如下 REF _Ref231504585 \r \h 表13所示：

表13：资产组自由现金流测算表

单位：万元

项目名称	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	……	2042年
营业收入	20,963.37	28,165.78	37,060.24	46,962.73	57,294.53	……	95,265.45
减：营业成本	6,152.79	10,255.68	15,011.45	17,583.71	19,845.48	……	28,312.83
税金及附加	260.97	286.82	318.74	354.28	391.36	……	527.62
销售费用	10,691.32	13,801.23	17,418.31	21,133.23	24,636.65	……	34,295.56
管理费用	5,278.95	5,101.97	6,969.76	6,803.14	7,041.97	……	7,020.68
研发费用	352.93	352.93	352.93	147.05		……	
息税前利润	−1,773.60	−1,632.85	−3,010.95	941.33	5,379.08	……	25,108.75
加：折旧	883.66	3,139.48	6,260.31	6,252.05	6,233.81	……	758.77
摊销	364.95	364.95	364.95	159.07	12.02	……	12.02
减：资本性支出	1,348.04	220.79	134.02	225.24	268.68	……	31.21
营运资金追加	15,074.75	5,595.07	6,879.64	6,878.19	7,040.40	……	312.69
加：期末营运资金回收						……	66,507.99
期末资产余值回收						……	16,098.37
资产组自由现金流	−16,947.78	−3,944.29	−3,399.35	249.02	4,315.82	……	108,142.00

2、资产组未来现金流量的现值

资产组未来现金流量的现值，应当根据该资产组预计的未来现金流量和折现率在资产组剩余使用寿命内予以折现后的金额确定。具体数据如下 REF _Ref231504662 \r \h 表14所示：

表14：资产组未来现金流量的现值测算表

单位：万元

项目名称	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	……	2042年
资产组自由现金流	−16,947.78	−3,944.29	−3,399.35	249.02	4,315.82	……	108,142.00
税前折现率	11.01%	11.01%	11.01%	11.01%	11.01%	……	11.01%
折现系数	0.9491	0.8550	0.7702	0.6939	0.6251	……	0.1785
预期收益现值	−16,085.13	−3,372.37	−2,618.18	172.79	2,697.82	……	18,559.89
资产组现值合计	76,500.00（保留至百万位）						

3、资产组使用寿命：17年。

公司四价流感病毒裂解疫苗生产线位于现有流感疫苗车间、新车间，未来新车间为主要生产车间。产线主要生产设备的经济使用年限为15-20年，新车间的经济使用年限确定为15年（自2028年1月1日至2042年12月31日）。根据公司建设计划，新车间及相关固定资产于2027年7月达到预定可使用状态，本次评估以2028年1月为投入量产时间，则本次评估资产组收益期确定17年，具体计算公式为：

资产组使用寿命=建设期2年（自2026年1月1日至2027年12月31日）+生产使用期15年（自2028年1月1日至2042年12月31日）=17年。

4、营业收入

（1）销量方面

近三年来因极端天气临时停产、设备故障、耗材批间差异等原因导致部分在产品和产成品存在风险，从而对疫苗销售产生不利影响，目前各项生产工作平稳开展。随着新车间的投产，以及流感疫苗市场接种规模的扩大，销量预计进一步上升，产能利用率随之增加。

四价流感病毒裂解疫苗的产销量预测如下 REF _Ref231504725 \r \h 表15所示：

表15：四价流感病毒裂解疫苗的产销量预测表

单位：万支

项目名称	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	……	2042年
产量	280.00	380.00	500.00	640.00	780.80	……	1,428.78
预计退货量	28.00	38.00	50.00	64.00	78.08	……	142.88
销量	252.00	342.00	450.00	576.00	702.72	……	1,285.90

根据2026年1月30日发布的《关于增值税法施行后增值税优惠政策衔接事项的公告》（财政部税务总局公告2026年第10号），公司的增值税率自2026年1月1日起，由原简易计税方法、税率3%改按一般计税方法、税率13%，整个评估期内，公司营业收入按不含增值税的销售额确认，即售价减去按13%计算的增值税后的金额。

（2）售价方面

按照谨慎性原则，以未来流感疫苗售价呈下降趋势为假设，按目前售价1%、1.5%、2%阶段性环比下降计算。

（3）中国流感裂解疫苗市场情况

2022年，中国流感裂解疫苗市场规模为69.20亿元，公司的市场占有率约为4.60%；由于2023年因极端天气临时停产带来的一系列影响，公司的市场占有率逐步下降；至2025年，公司的市场占有率约为1.51%。

根据相关机构的研究预测，未来5年（2026年-2030年）中国流感裂解疫苗市场规模为79亿元、87亿元、98亿元、113亿元、127亿元。根据公司的预测，未来5年的市场占有率为2.70%-4.50%，预计2030年的市场占有率至少恢复至接近2022年水平（4.60%）。

5、营业成本

（1）生产数量

根据历史3年的产销情况，产能利用率不足30%，主要原因为近年来因极端天气临时停产、设备故障、耗材批间差异等原因导致部分在产品和产成品存在风险，从而对疫苗销售产生影响，目前各项生产工作平稳开展。

（2）成本水平

营业成本主要分为变动成本和固定成本。按历史年度该类成本的发生额合理分析后，结合适当增长幅度进行预测。

变动成本包括原材料、人工成本、能源消耗费、变动维修费等，主要参考2024年、2025年正常生产状况下的成本水平、人员配备及薪资水平等进行预测；相对固定的成本，主要包括资产折旧、固定维修费、固定辅材领用等，折旧根据资产组清单、企业执行的折旧政策测算，固定维修费、固定辅材领用等根据公司匡算的归属于四价流感病毒裂解疫苗生产线的消耗水平进行预测；运费按照2024年、2025年运费占产品收入的比例进行预测。

综合上述分析，营业成本及毛利率未来预测如下 REF _Ref231504783 \r \h 表16所示：

表16：营业成本及毛利率预测表

单位：万元

项目名称	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	……	2042年
营业成本	6,152.79	10,255.68	15,011.45	17,583.71	19,845.48	……	28,312.83
毛利率(%)	70.65	63.59	59.49	62.56	65.36	……	70.28

6、费用类

销售费用、管理费用，按照变动费用和固定费用分别预测。

变动费用如人工成本、推广服务费、业务招待费、差旅费等，主要参考费用支出水平，结合流感疫苗未来的销售及生产情况进行分析预测；相对固定的费用，如快递费、会议费、车辆费、咨询费、办公费、维修费等，按历史年度该类费用的发生额合理分析后，结合适当增长幅度进行预测。

7、折旧及摊销

按固定资产、无形资产取得时的实际成本计价，按照公司执行的折旧、摊销政策进行预测。

8、资本性支出

根据资产购置计划进行更新，包括现有固定资产、无形资产、新车间相关资产的正常更新支出。

9、营运资金增加

考虑资产组业务正常经营所需保持的现金、存货、应收款项、应付款项等主要因素后进行测算。

10、期末资产余值回收

计算资产组内各项资产至预测期末的回收价值。

（1）固定资产—房屋建筑物：参考2025年12月31日的重置成本，寿命年限为50年，根据建筑物各自建成时间、回收日期，得出各建筑物于回收时点的剩余成新率，从而计算出房屋建筑物的资产回收价值。

（2）固定资产—设备：对无需更新的设备，按照设备残值率5%进行计算，对需要更新的设备，根据2025年12月31日的重置成本、回收时点的剩余成新率进行计算。

（3）无形资产—非专利技术：由于四价流感病毒裂解疫苗技术历史悠久，目前是非常成熟的技术，但随着技术的进步，未来被替代的可能性较大，故本次评估不计算技术的回收价值。

（4）无形资产—土地使用权：参考2025年12月31日的土地使用权基准地价单价水平，结合土地使用权到期日，得出各土地使用权于回收时点的剩余使用年限，通过年期修正计算得出回收时点的土地使用权资产回收价值。

11、期末营运资金回收

根据营运资金测算。

12、折现率

确定折现率有多种方法和途径，按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为资产组税前现金流量，则折现率按同口径选择税前折现率。

本次评估，资产组税前折现率，参照企业价值评估中折现率计算方法，选取加权平均资本成本（WACC），再转换成税前口径确定，即r= WACCBT。

$$WACC = K_e \times \frac{E}{D+E} + K_d \times (1-T) \times \frac{D}{D+E}$$

式中：

WACC：加权平均资本成本；

E：权益的市场价值；

D：债务的市场价值；

Ke：权益资本成本；

Kd：债务资本成本；

T：企业所得税税率。

加权平均资本成本WACC计算公式中，权益资本成本Ke按照国际惯常作法采用资本资产定价模型（CAPM）估算，计算公式如下：

$$K_e = R_f + \beta \times MRP + R_c$$

式中：

Ke：权益资本成本；

Rf：无风险收益率；

β：权益系统风险系数；

MRP：市场风险溢价；

Rc：资产组特定风险调整系数。

折现率具体参数如下 REF _Ref231504834 \r \h 表17所示：

表17：折现率参数表

参数	Rf	MRP	β	Rc	Ke	Kd	WACCBT
取值	1.85%	6.14%	1.1446	1.00%	10.25%	3.50%	11.01%

13、部分重要评估假设

（1）根据2026年1月30日发布的《关于增值税法施行后增值税优惠政策衔接事项的公告》（财政部税务总局公告2026年第10号），公司的增值税率自2026年1月1日起由简易计税方法、征收率3%改按一般计税方法、税率13%。本次评估假设在资产组寿命期内，委估资产组所服务产品持续按一般计税方式计缴增值税，税率为13%。

（2）增值税税率变化对公司收入的影响：根据财政部、税务总局2026年1月30日发布的《关于增值税法施行后增值税优惠政策衔接事项的公告》（财政部税务总局公告2026年第10号）第六条相关规定：本公告自2026年1月1日起施行，除本公告、《增值税法》及其实施条例、《财政部税务总局关于个人销售住房增值税政策的公告》（财政部税务总局公告2025年第17号）所列政策外，2025年12月31日前出台的国内环节增值税相关优惠政策同步废止。受上述政策调整影响，生物制品适用增值税简易计税优惠政策取消，公司主营四价流感病毒裂解疫苗归类为生物制品，自2026年1月1日起增值税计税方式由简易计税变更为一般计税，适用增值税税率13%。适用税率变化对营业收入的影响示例如下 REF _Ref231577955 \r \h 表18所示（以销售额10,000.00万元测算，不考虑进项税额抵扣因素）：

表18：适用税率变化对营业收入的影响示例

单位：万元

销售额	营业收入		
	一般计税方法(税率13%)	原简易计税方法(征收率3%)	增(+)减(-)幅度
10,000.00	8,849.56	9,708.74	−8.85%

由上 REF _Ref231577955 \r \h 表18可以看出，不考虑进项税额抵扣因素，适用一般计税方法与原适用简易计税方法相比，营业收入将减少8.85%。

根据公司建设规划：新车间及相关资产于2027年7月转固定资产、达到预定可使用状态，2028年1月正式投入量产；公司现有流感疫苗车间、新车间未来将并行生产，且新车间为主要生产车间。本次评估，假设公司新车间后续建设、生产、运营按以上规划如期进行。

综上所述，公司四价流感病毒裂解疫苗生产线资产组存在减值，且减值准备计提是充分的。

2、结合工程进度和公司资金情况，补充在建工程完工、GMP验收预计时间，说明公司持续推进产线建设的安排和能力

截至目前，公司主要在建工程为“新建新型四价流感病毒裂解疫苗车间建设项目”，该项目已完成土建施工、机器设施设备安装与调试验证、原液与制剂的工艺验证和稳定性研究。该项目资金投入已基本完结。2026年1月，公司向国家药品监督管理局药品审评中心（CDE）提交注册资料并被受理，注册样品已送中检院检验，该项目注册资料正接受CDE审评。2026年3月收到CDE下发的药品注册核查（药学）通知。目前公司正在与国家药品监督管理局食品药品审核查验中心沟通注册现场核查相关事宜，等待接受现场检查。公司于2026年4月22日召开第二届董事会第十七次会议，审议通过了《关于部分募投项目延期的议案》，同意将该项目达到预定可使用状态日期调整为2027年7月，具体内容详见公司于2026年4月23日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）披露的《江苏金迪克生物技术股份有限公司关于部分募投项目延期的公告》（公告编号：2026-009）。

该项目实施内容包括建成符合GMP要求的四价流感裂解疫苗生产车间、分包装车间、废胚无害化处理车间，以及配电站、污水处理站等公用工程及配套辅助设施，其中，本项目计划新建的四价流感裂解疫苗车间在建设完成后将具备年产3,000万人份流感疫苗的生产能力。

目前，公司已经建成以四价流感病毒裂解疫苗为代表的鸡胚基质疫苗的研发生产一体化技术平台。未来公司将利用此技术平台，继续进行已投产的四价流感病毒裂解疫苗的制备生产以及在研产品的研究开发，公司完全具备该项目车间建成后各生产工艺流程中的关键技术与人员储备。同时，公司在流感疫苗的研发生产中已拥有近10年的技术积累，生产工艺成熟稳定，具备规模化生产的技术条件。

3、结合狂犬病疫苗申报进展，说明公司现有产线是否支撑该产品获批后量产，拟新建或改造产线的资本开支计划

公司冻干人用狂犬病疫苗（Vero细胞）目前正在按照程序向国家药监局进行产品注册申报工作。

公司于2016年12月份建成了符合GMP标准的狂犬疫苗生产车间，并于2018年9月转固定资产。目前，核心设备配置已经完成，未来公司冻干人用狂犬病疫苗（Vero细胞）将依托于现有的狂苗原液车间、分装车间进行商业化生产，设计产能约为1,500万剂/年。公司将根据狂犬病疫苗申报进度，逐步完成合规性改造，获得产品注册批件后，车间可启动正式生产，逐步释放产能满足市场的需求。公司暂无新建或改造产线的计划。

（二）年审会计师核查意见

1.核查程序

（1）与公司管理层、外部评估机构专家讨论四价流感病毒裂解疫苗生产线资产组减值测试过程中所使用的方法、关键评估的假设、参数的选择、预测未来收入及现金流折现率等的合理性；复核未来现金流量净现值的计算是否合理；

（2）获取在建工程建设的时间计划表，了解工程的实际进展情况；

（3）对研发人员进行访谈，了解狂犬病疫苗申报进展情况。

2. 核查意见

（1）公司对四价流感病毒裂解疫苗生产线资产组进行减值测试的测试方法合理，减值准备计提充分；

（2）公司的在建工程完工、GMP验收预计时间符合公司的实际情况。

三、关于销售费用。年报显示，公司销售费用中，销售服务费为5,734.68万元，同比增长50.46%；其他应付款中，应付销售服务费为6,514.7万元，比期初增长53.75%。

请你公司：（1）列示销售服务费前十大服务商名称、首次合作时间、注册地、服务发生地、服务费金额、已付款金额、付款条件、服务发生地销售金额；（2）分析销售服务费与公司销量、营收变化的匹配性，说明销售费用大幅增长的合理性，说明应付销售服务费持续增长未结算的原因。

（一）公司说明

1、列示销售服务费前十大服务商名称、首次合作时间、注册地、服务发生地、服务费金额、已付款金额、付款条件、服务发生地销售金额

公司2025年销售服务费前十大服务商情况如下 REF _Ref230596263 \r \h 表19所示：

表19：公司2025年销售服务费前十大服务商情况

单位：万元

服务商名称	首次合作时间	注册地	服务发生地	服务费金额	已付款金额	付款条件	服务费发生地销售金额
长沙昌诚生物科技有限公司	2021年	湖南湘江新区	湖南省	441.56	–	第三方专业销售服务机构提供相关的服务资料并经公司审核通过，统筹安排付款	658.15
长沙硕腾生物科技有限责任公司	2022年	湖南省长沙市岳麓区	湖南省	351.44	–		429.99
长沙跃周生物科技有限公司	2025年	湖南湘江新区	湖南省	267.00	–		425.40
山东天欲雪生物技术有限公司	2024年	山东省聊城市东昌府区	山东省	199.15	–		440.54
云南沃信生物科技有限公司	2022年	云南省昆明高新区	云南省	190.00	–		455.84
郑州奥博生物科技有限公司	2024年	河南省郑州市	河南省	188.00	–		290.10
广东谊众医药投资有限公司	2023年	广州市番禺区	广东省	182.00	–		307.03
陕西淳瑶建设发展有限公司	2024年	陕西省西安市	河南省	171.00	–		274.11
河北元恩泰生物科技有限公司	2022年	河北省石家庄市新华区	河北省	157.00	–		344.62
吉林市合实生物科技有限公司	2024年	吉林市丰满区	吉林省	153.80	17.00		291.68

由于公司已上市产品品种相对有限，且销售存在明显的季节性，自建规模庞大的销售队伍不经济。因此，公司主要聘请第三方专业销售服务机构在全国各省有针对性的开展产品市场调研、市场开拓、专业服务等工作，加大对各区县疾控中心的覆盖率，从而提高公司产品的销售效率。

公司与第三方专业销售服务机构根据其所服务区域市场规模、市场需求及客户覆盖数量等综合情况开展定价。根据双方签订服务协议的约定，第三方专业销售服务机构提供专业服务，在此过程中，第三方专业销售服务机构需要投入人力、物力、财力等相应的成本开展和实施专业服务活动。服务完成后将相关资料交由公司审核通过验收后确认相应销售服务费并有序统筹安排对外付款。

2-1、分析销售服务费与公司销量、营收变化的匹配性，说明销售费用大幅增长的合理性

公司2024年-2025年销售服务费、销量、营业收入情况如下 REF _Ref230596376 \r \h 表20所示：

表20：公司2024年-2025年销售服务费、销量、营业收入情况表

单位：万元、万支

项目	2025年	2024年	增减变动(%)
销售服务费	5,734.68	3,811.41	50.46
销量	164.76	116.97	40.85
营业收入	11,288.30	8,080.27	39.70

从上 REF _Ref230596376 \r \h 表20可以看出，2025年销售服务费、销量、营业收入三者同向变动，销售服务费增幅大于销量、营业收入10个百分点左右。主要因为：①为了进一步提高公司2025年销量，公司在现有销售网络的基础上，探索多种销售渠道相结合的销售网络的搭建，深化客户服务工作，与疾控中心、同行业企业一道加强面向终端接种者的宣传教育，深度挖掘国内市场的客户需求，终端推广服务活动增加，导致销售服务费增加；②由于公司已上市产品品种相对有限，且销售存在明显的季节性，自建规模庞大的销售队伍不经济。为提高市场覆盖率，提高公司产品的销售效率，需要预先投入大量的销售服务费，2025年度销量不及预期，造成销售服务费增幅超过销量、营业收入增幅。同时，从上表可以看出，销售服务费的增加带动了公司销量、营收的增长，具有一定的合理性。

2-2、说明应付销售服务费持续增长未结算的原因

报告期末，应付销售服务费6,514.79万元，与年初相比增加53.75%，主要原因系：（1）本报告期，公司持续加大专业化市场推广力度，以提升销售能力，相关举措已取得初步成效，有效带动了销量增长。销售服务费较上年同期增加50.46%，与报告期末应付销售服务费的增幅基本一致；（2）公司为强化资金统筹管控，降低资金使用成本，并更好地应对经营活动现金流下降导致的资金风险，规定销售服务费须在收到对应服务区域的销售回款后方予支付。同时，受当前市场环境、资金状况影响，应收账款回款周期延长，对应销售服务费结算付款顺延，导致期末应付服务费增加。

（二）年审会计师核查意见

1.核查程序

（1）对销售服务费服务商的销售服务费实施细节测试、执行函证程序；

（2）分析销售服务费增长与公司销量、营收变化的匹配情况；

（3）了解应付销售服务费持续增长未结算的原因。

（下转C4版）