

## (上接 A16 版)

## 主要权利和义务

客户的权利和义务	1. 在本协议采购期限内,甲方所使用的所有体外诊断试剂(包括但不限于本协议附件所列的试剂以及双方协议签署后所获得的供货商计划中所列的试剂),应按照本协议签订时甲方现有的采购价格折扣X%后全部由乙方或者乙方书面指定的第三方采购购买(折扣后价格参见本协议附件,即本协议约定价格)。
	2. 甲方按照本协议约定按期支付货款。
	3. 本协议签署前,甲方应向乙方提供与本协议附件所列试剂及设备相关的协议以供乙方参考及核对相关信息,以乙方向授权人尽责为准,双方确认本协议附件的内容来自于甲方提供的乙方向本条所列的相关信息。
	4. 甲方同意乙方以书面形式委托第三方为甲方送货,收货日期以甲方在本协议附件中指明的签收单日期为准。
	5. 若试剂原厂出具书面函件通知调整试剂价格或遇政府调整相关检验项目收费标准,则双方同意根据同等比例对双方约定的价格进行调整。
	6. 乙方确保在本协议期间内向甲方提供的仪器设备和试剂均有法定注册证或符合国家相关规定。在采购期限内,乙方确保向甲方供应的试剂来源可追溯。
	7. 甲方应协助乙方对协议项下的试剂批号、有效期、规格进行严格把控以满足 ISO15189 的要求。
	8. 乙方根据本协议的约定按时发货。
	2) 相关业务不存在违反《反不当竞争法》、《关于进一步加强医药领域不正当竞争案件查处工作的通知》的情形
	① 国家工商行政管理总局反垄断司与反不正当竞争执法局(现其职能已由国家市场监督管理总局价格监督检查和反不正当竞争局承担)于 2017 年下发的《关于进一步加强医药领域不正当竞争案件查处工作的通知》中规定“进一步加强医药领域商业贿赂、虚假宣传等不正当竞争行为的查处。严肃查处假借促销、捐赠、投放设备等形式,捆绑耗材和配套设备销售等涉嫌商业贿赂不正当竞争行为”。

② 2007 年颁布的《中华人民共和国反垄断法》(中华人民共和国主席令〔2008〕第 68 号,现行有效)第十七条规定,禁止具有市场支配地位的经营者没有正当理由搭售商品,或者在交易时附加其他不合理的交易条件。

③ 1993 年颁布的《中华人民共和国反不正当竞争法》(中华人民共和国主席令〔1993〕第 10 号,现已失效)第十二条明确规定,经营者销售商品,不得违背消费者的意愿搭售商品或者附加其他不合理条件。

3) 发行人不存在违法相关法律法规的情形,未对发行人持续经营能力构成不利影响

根据上述法规,违法法规的情形的构成要素包括“具有市场支配地位”的经营者,在“违背购买者意愿”的情况下,“无正当理由搭售商品”或者“附加其他不合理的交易条件”。发行人在体外诊断试剂及耗材的销售过程中,向下游客户销售设备、出租设备、提供设备使用权的情形不违反上述法律法规,具体原因如下:

① 发行人在外诊断试剂及耗材领域不具备市场支配地位,不存在利用市场支配地位不当牟利情形

目前国内外体外诊断试剂及耗材流通企业众多,所销售的产品之间可替代性强。同时,发行人在体外诊断试剂及耗材领域市场份额不足以具有市场支配地位。

② 发行人获取业务均通过合法方式,未违背购买者意愿

发行人报告期内相关业务与主要客户签署的合同符合相关法律法规的规定,符合客户单位内部规定和业务流程,履行了客户单位内部或外部应当履行的程序,程序合法合规,不存在违背客户意愿搭售或附加不合理条件的情况。

③ 销售设备、出租设备、提供设备使用权与试剂及耗材的销售相互独立,不存在违背购买者意愿、强制搭售试剂产品或设置其他不合理交易条件

发行人相关业务主要合同中未强制要求客户完成试剂销售指标,不存在对试剂耗材采购量和采购额的限制性要求。发行人不存在违背购买者意愿、强制搭售试剂产品或实质上设置其他不合理交易条件。

④ 发行人经营合法合规

报告期内,发行人及其子公司已取得其注册地市场监督管理等部门出具的无违法证明,不存在因违反相关法律法规而受到处罚的情形。

⑤ 发行人持续经营能力良好

报告期内,公司体外诊断产品集约化业务存在续约情况的客户合计 25 家,其中 20 家客户完成续约,合计续约 25 次(北京市体检中心、上海市青浦区朱家角人民医院分别续约 3 次,北京市第二医院续约 2 次),续约率为 83.33%,续约情况良好的同时亦不断挖掘新客户。报告期内相关业务收入分别为 83,079.55 万元、92,402.78 万元、93,601.66 万元和 54,942.48 万元,保持持续增长态势,持续经营能力良好。

综上,发行人相关业务不存在违反《反不当竞争法》、《关于进一步加强医药领域不正当竞争案件查处工作的通知》的情形,发行人持续经营能力良好。

(9) 相关设备的获取方式及处置方式

发行人用于销售、出租及提供使用权的设备主要通过买断方式获取,存在个别设备由租入后用于出租或提供使用权的情形,不存在未入账却代上游供应商进行对外提供使用权的情况,从事体外诊断产品流通的企业如润达医疗、塞力医疗等均存在上述模式,相关业务模式符合行业惯例。

报告期内,发行人存在少量终止合作的客户,相关设备的处置及会计处理情况如下:

单位:台 / 万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年	会计处理
数量	-	1	39	6	相关报废金额计入营业外支出
净值	-	-	0.02	96.05	
营业外支出	-	-	0.02	96.05	
再使用(尚有其他客户提供使用权)	数量	1	1	-	仍按照固定资产核算,按照会计政策计提折旧
净值	-	19.52	11.92	-	按照会计政策计提折旧
损益影响	-	-	-	-	相关出售金额冲减净值后的金额计入资产处置损失
设备出售	数量	-	-	-	77.56
净值	-	-	-	-	26.15
资产处置损失	-	-	-	-	处置损益

(2) 医疗产品流通业务

在原厂特定高新技术仪器业务中,发行人向终端客户推介放疗肿瘤、眼科领域的高新仪器,提供装机、培训、维修等增值服务并最终完成销售。针对发行人历史年度销售的放疗领域仪器,发行人通过工程师团队提供后续维修服务。

在医疗产品渠道网络中提供流通服务时,增强发行人对原厂及代理商业务的市场份额,发行人对原厂进行产品推广并接下游贸易商,从而增加自身与原厂及代理商的交易规模及粘性。

(三) 主要原材料采购情况

1) 发行人集约化采购模式

体外诊断产品集约化业务系终端客户导向的业务,发行人根据终端客户的需求选择仪器、试剂、耗材供应商,通过批量化的集中采购获得较低的采购成本。发行人与供应商的合作意向确立后,由双方签署框架协议,约定产品采购价格,最低采购金额等主要采购条款。

发行人运营部下设采购组负责公司的具体采购业务,发行人应用“以销定采”的基本原则,下游客户的采购需求由销售人员传达至采购人员,采购人员根据销售情况下达采购订单。

该等采购模式下,发行人主要依靠客户订单需求的种类及数量进行采购。

2) 集约化采购模式和代理商模式的区别

相对代理模式:集约化模式是指与医疗机构签订中长期业务合同,为其提供体外诊断产品的整体供应链管理、库存量管理、采购量预估、科室专业培训、信息化建设等一揽子服务,供应商通过该种模式与医疗结构合作,帮助医疗机构降低试剂及耗材的耗占比,提升医疗机构检验业务的综合管理服务水平。因此,集约化模式与是否承担代理权无关必然联系。

目前市场上可比上市公司赛力医疗主要是为有代理权和无代理权结合的集约化采购模式,润达医疗是兼有承担代理权的模式和传统代理商模式,发行人的集约化模式无代理权,不承担代理义务。有无代理权的集约化模式和传统的代理商模式区别情况如下:

区别	无代理权的集约化模式		有代理权的集约化模式		代理商模式
	全方位采购,不承担代理义务	集中代理多个品牌供应商	仅代理某一种或少数几种品牌		
采购	不承担销售指标,不受市场竞争约束	承担代理品牌的销售指标,存在一定的单品协议约束			
销售	覆盖更多的体外诊断产品品牌和品类,为客户提供了更全面的一揽子服务,客户获取订单	覆盖多种特定品牌,针对需要该特定品牌的客户获取订单			
议价能力	通常承担代理义务和销售指标,采购价格相对较低	通常承担代理义务和销售指标,采购价格相对较低			
毛利率	采购价格相对较高,相对毛利毛利率较低	采购价格相对较低,毛利相对毛利代理模式较低			
供货稳定性	可替代采购货源较多,供货稳定性较强	在自身具备代理权的产品领域具有较好的供货稳定性			
营运资金占用	储备库存少,通常为垫资,现金流压力较小	储备代理品牌的库存,存在一定的资金占用成本,现金流压力较大			

(2) 医疗产品流通业务

医疗产品流通业务上游导向的业务,发行人取得订单后,如为自身具备代理权的产品,直接从对应原厂进行采购,对于自身不具备代理权的产品,发行人向对应领域的原厂及其各大代理商进行采购。对于发行人已完成销售产品的后续维修,发行人根据协议从原厂取得对应配件或自备配件进行更换。

(四) 行业竞争情况

根据《中国医疗器械蓝皮书(2019 版)》数据显示,2015 年我国体外诊断市场规模 362 亿元,2018 年达到 604 亿元,年复合增长率约为 18.61%。根据《中国医疗器械上市公司发展白皮书 - 体外诊断篇(2019)》数据显示,2016 年我国体外诊断产品人均支出为 4,60 元,全球体外诊断产品人均支出为 8,50 美元,我国仅为全球平均水平的一半,更远低于欧、美、日等发达国家的人均体外诊断支出水平。2018 年我国体外诊断市场规模 604 亿元,与当年全球体外诊断市场 680 亿美元的规模相比明显偏低,与发达国家还存在一定的距离,但随着经济的快速增长、生活水平的不断提高以及人们对健康的日益增加,我国体外诊断行业将迎来广阔的发展前景。

体外诊断服务行业具有整体市场容量大,但市场竞争激烈、行业集中度低,渠道分散等特点。渠道环节零散分散,体外诊断行业流通领域正由多级分销小代理模式向区域大代理集中和过度,代理商职能多元化发展,由单一销售模式向销售、配送及服务一体化模式过渡,更加强调业务的服务性,为医疗机构提供规范化的效率及流畅的服务。未来行业内公司在价格、技术、渠道、服务等方面会趋于激烈,市场竞争将不断增强。

(五) 发行人在行业中的竞争地位

根据《中国体外诊断行业年度报告(2019 版)》,与全球市场相比,中国的体外诊断产业仍然很分散,包括 1,000 多家本土制造商和一万多家分销商。中国的体外诊断分销行业一直相对分散,随着近几年小的分销公司不断被大公司合并,分销行业不断集中。

业务规模及市占率方面,根据《中国医疗器械蓝皮书(2019 版)》,2018 年中国体外诊断市场规模为 604 亿元,发行人 2018 年度体外诊断产品集约化业务营业收入为 83,079.55 万元,市场占有率为 1.38%。2019、2020 年度,2021 年 1-6 月,发行人人体外诊断产品集约化业务营业收入分别为 92,402.78 万元、93,601.66 万元和 54,942.48 万元,发行人人体外诊断产品集约化业务营业收入呈逐年上升的趋势。

客户数量方面,报告期内发行人客户中终端医院 200 余家,占客户数量约 60%。公司已建立了覆盖百余家三级医院主要体外诊断试剂项目的合作关系,向其提供全面的体外诊断产品集约化采购服务。根据国家卫生健康委发布的《2019 年我国卫生健康事业发展统计公报》,全国三级医院共计 2,749 个,发行人已同全国约 5% 的三级医院达成合作。

综上所述,近年来我国诊断试剂贸易商数量逐渐减少,市场集中度不断提升。从业务规模、市占率、客户数量等方面而言,发行人在诊断试剂贸易商中具有一定的市场地位。随着行业市场化竞争的不断深化,未来行业预计集中化发展,更多的市场份额将向提供一揽子解决方案的大型集约化服务商集中。

五、发行人资产权属情况

(一) 主要固定资产情况

截至 2021 年 6 月 30 日,公司固定资产情况如下:

单位:万元

项目	账面原值	累计摊销	账面价值	成新率
房屋及建筑物	7,677.10	1,230.61	6,446.49	93.97%
机器设备	7,488.44	6,472.96	1,015.48	135.6%
办公设备	591.63	383.17	208.45	35.23%
运输设备	619.69	529.85	161.83	23.40%
固定资产	1,716.14	1,041.78	134.36	11.42%
合计	17,624.99	9,658.38	7,966.61	45.20%

2) 房屋及建筑物

(1) 自有房屋建筑物情况

截至本招股意向书摘要签署日,公司共拥有不动产(房屋建筑物及土地)8 项,具体情况如下:

单位:万元

序号	房产证编号	所有权人	坐落位置	建筑面积(平方米)	用途	取得方式	土地使用权期限	他项权利
1	沪(2020)徐字第002452号	合富地产	上海市徐汇区钦州北路1001号12幢101室	699.60	厂房	购买	出让	2011年4月20日起2054年7月19日止
2	沪(2020)徐字第002450号	合富地产	上海市徐汇区钦州北路1001号12幢101室	843.47	厂房	购买	出让	2011年4月20日起2054年7月19日止
3	沪(2020)徐字第002451号	合富地产	上海市徐汇区钦州北路1001号12幢1901室	1,503.69	厂房	购买	出让	2011年4月20日起205