

**关于爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的审核问询函的回复**

保荐人（主承销商）



（北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼）

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 4 月 29 日出具的《关于爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2022〕010398 号，以下简称“问询函”）已收悉。爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司（以下简称“爱迪特”、“发行人”或“公司”）与中信建投证券股份有限公司（以下简称“中信建投”或“保荐人”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐条进行了认真讨论、核查和落实，现回复如下，请予审核。

如无特殊说明，本问询函回复中使用的简称或名词释义与《爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“《招股说明书》”）一致。

问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

本问询函回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

目录

1.关于创业板定位及核心技术	4
2.关于知识产权和专利诉讼	38
3.关于行业监管和业务合规性	64
4.关于历史沿革和实际控制人认定	91
5.关于股东核查	116
6.关于其他合规问题	152
7.关于经营业绩	170
8.关于收入确认	180
9.关于销售模式	198
10.关于收入	239
11.关于外销	267
12.关于客户	279
13.关于第三方回款	346
14.关于采购和供应商	353
15.关于主营业务成本	389
16.关于毛利率	401
17.关于期间费用	429
18.关于应收账款	447
19.关于存货	462
20.关于金融资产	476
21.关于机器设备与产能	479
22.关于应付账款	483
23.关于现金流	487
24.关于现金分红与资金流水核查	490
25.关于募投项目	500
26.关于审计截止日后财务信息及经营状况	503

1.关于创业板定位及核心技术

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人的口腔修复材料以氧化锆瓷块为主，玻璃陶瓷产品规模较小，招股书未披露发行人主要产品的具体市场空间 and 市场份额。

（2）报告期内，公司口腔数字化设备产品毛利率分别为 28.95%、20.46%、17.76%和 21.00%，收入占主营业务收入的比例分别为 11.46%、17.44%、25.62%和 33.59%。发行人暂未形成口腔数字化设备相关的核心技术。部分购销合同显示，发行人为口腔数字化设备供应商的经销商，负责市场销售和推广，合同未对产品设计、生产和售后进行约定。

（3）报告期内，公司研发费用总额分别为 725.75 万元、1,166.22 万元、1,228.44 万元及 1,396.27 万元，各期研发费用率分别为 3.41%、3.90%、3.40%及 3.58%，低于同行业可比公司研发费用率均值。截至 2021 年 9 月 30 日，发行人及子公司共拥有发明专利 10 项，其中发明专利的申请日均在 2019 年前。

（4）2019 年，公司推出 3D Pro 绚彩快速美学修复方案。此外，公司自主设计了高精度、超隐身正畸专用打印机。

（5）报告期内，发行人无形资产中计算机软件的金额分别为 13.54 万元、4.99 万元、0 和 75.66 万元。

请发行人：

（1）结合技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、核心竞争力等情况，围绕创新、创造、创意的某项特征，进一步优化关于符合创业板定位的信息披露；

（2）以通俗易懂的语言说明自主研发的 9 项核心技术成果的内容、作用、创新点、在产品中的具体应用、成果转化情况、受益于该类核心技术成果的产品收入实现情况；当前主要的在研项目情况、具体内容、研发阶段、应用领域、对现有产品的具体提升、相关技术与同行业公司相比的竞争优势；结合报告期内研发费用投入及其复合增长率、研发人员、核心专利技术数量及来源等，充分论证是否已形成完整的研发体系、可持续的研发优势；

(3) 按照机械性能、美学性能、粘接强度、微创程度等角度对比氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、树脂、合金等不同义齿材料的性能，补充披露发行人主要产品的具体市场空间和市场容量，发行人和竞争对手主要产品的市场份额；并结合发行人研发费用率低于同行业可比公司研发费用率均值，且发型专利形成时间较早的情形，说明发行人的口腔修复材料等产品在类别、材料、工艺、技术、质量等方面与境内外主要竞争对手相比存在的优势和劣势；

(4) 结合购销合同的约定，说明发行人作为上游口腔数字化设备供应商的经销商的权利和义务，合同未对产品设计、生产和售后进行约定的原因，相关业务本质是否为贸易类或代理类业务；

(5) 说明发行人无形资产中计算机软件金额较低是否与发行人设计业务能力相匹配，是否符合行业惯例，计算机软件的具体情况，取得过程的合法合规性，是否存在知识产权侵权行为或纠纷；

(6) 说明报告期内 3D Pro 绚彩快速美学修复方案和正畸专用打印机的收入情况，发行人在上述业务的核心技术情况及上述业务的市场空间和竞争格局。

请保荐人、发行人律师对上述发表明确意见，并根据实际情况对发行人是否符合创业板定位的专项说明进行修改完善并发表明确意见。

回复：

一、结合技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、核心竞争力等情况，围绕创新、创造、创意的某项特征，进一步优化关于符合创业板定位的信息披露；

发行人在招股说明书“第二节 概览/五、发行人创新、创造、创意特征及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”优化披露如下：

“（一）发行人的创新、创造、创意特征

爱迪特专注于口腔修复材料及口腔数字化设备研发，自成立伊始就秉持着创新驱动发展的理念，着力通过技术研发推出符合市场需求的产品、提升产品竞争力，以期实现国产替代和拓展国际市场。

爱迪特是国内最早将氧化锆材料应用于齿科修复领域的公司之一，大大提升

了齿科修复材料的美观程度、物理性能。通过多年发展，公司已经成长为国内领先的口腔修复材料和数字化设备提供商，通过氧化锆制备工艺的长期研发，形成了覆盖高中低端的全产品系列。依托氧化锆材料领域的长期深厚积累，公司大力拓展口腔数字化设备业务，推动国内口腔修复领域向数字化和智能化转型。

截至**2022年6月30日**，爱迪特共获得**45项**专利，是国家高新技术企业、国家级专精特新“小巨人”，入围毕马威中国发布的“2022年首届生物科技创新50企业”榜单，2021年和2022年连续两年入选“未来医疗100强—中国数字医疗榜”榜单。

公司的创新、创造、创意特征主要表现在产品创新和技术创新两个方面：

1、产品创新

随着我国国民生活水平的不断提升和口腔保健意识的逐渐加强，义齿消费亦呈现出需求多样化的特征，传统的烤瓷、金属合金等口腔修复材料，已经逐渐难以满足消费者对义齿美学性能、物理性能等方面的要求。公司积极响应市场需求，对新型齿科材料进行持续探索，选取综合性能优异的氧化锆材料作为市场的切入点，致力于为消费者提供性能更加优良、性价比更高的齿科修复产品。

氧化锆材料作为新型精细陶瓷，凭借其优异的机械性能、美学性能、稳定性有效解决了烤瓷及传统陶瓷材料在临床应用中出现的韧性低、脆性大、透明度低等问题，目前已成为口腔修复领域的首选材料。

不同义齿材料性能对比

特性	氧化锆瓷块	玻璃陶瓷	树脂	贵金属合金	普通合金
机械性能	较好	较好	较差	较好	较好
美学性能	最好	最好	较好	较好	较差
粘接程度	较好	最好	最好	较好	较好
微创程度	最好	较好	一般	较好	较好
稳定性	最好	最好	较差	较好	较好
生物学性能	较好	最好	较好	最好	较差
价格成本	较高	一般	最低	最高	较低
应用领域	固定义齿-全瓷冠桥、单冠、贴面；种植义齿-牙冠	固定义齿-贴面、嵌体、单冠	活动义齿-临时冠桥	固定义齿-烤瓷牙冠	固定义齿-烤瓷牙冠

数据来源：公司整理及中国粉体网

公司持续深耕氧化锆材料领域，在原材料、配方、烧结工艺层面进行了长期投入并形成了深厚积累，针对消费者的不同需求陆续推出了“赛瓷”、“荣耀”、“绚彩”等多系列产品，在氧化锆口腔修复材料领域特别是高端产品线上跻身国际领先前列并实现进口替代。其中，公司于2019年推出的“绚彩 3D Pro”高端氧化锆产品，实现了无层自然过渡、颈部强度达到 1,050MPa、做长桥不崩瓷等技术的突破，兼具仿真仿生、高强、高透优势，在磨耗、边缘密合性能、强度梯度渐变上领先同类产品。同时，该产品在加工时无需复杂的人工上瓷，仅通过简单的外染就能达到近似于天然牙的修复效果，有效优化下游义齿加工环节。

爱迪特氧化锆产品介绍

品牌	品牌简介	成品义齿示意图
赛瓷	为实现金属材料替代，爱迪特推出了“赛瓷”系列齿科氧化锆产品。 “赛瓷”相较于同期的金属材料，能够在成本较低的情况下，满足临床对强度、结构、功能等全瓷义齿修复的要求。但是，“赛瓷”需要相对复杂的人工上瓷环节才能达到较好的修复效果。	
荣耀	为避免复杂的人工上瓷环节，爱迪特推出了“荣耀”系列齿科氧化锆产品。 “荣耀”在颜色、透度方面实现了自然渐变，拥有更加通透的质感，不需要人工上瓷，仅需要简单的外染就可以呈现出较好的修复效果。	
绚彩	“荣耀”在仿生及美观程度上较“赛瓷”有了明显的提升，但是距离天然牙仿真还有一定的差距。为此，爱迪特进一步推出了“绚彩”系列齿科氧化锆产品。 “绚彩”仿照天然牙的结构层次构造了多层次氧化锆，拥有渐层的透度、彩度以及强度，同时，也不需要人工上瓷，仅通过简单的外染就能得到近似于天然牙的修复效果。	

此外，近年以来，爱迪特通过持续的创新，不仅扩充了高端口腔材料的产品线，还引入及开发了口腔数字化设备、隐形正畸、口腔预防等新产品。截至本招股说明书签署日，公司已经形成了齿科氧化锆、齿科玻璃陶瓷、齿科树脂三大类产品材料，覆盖预防、修复、正畸三大产业链环节。

2、技术创新

公司始终保持对口腔行业发展趋势和终端应用需求的高度关注，并将技术创新作为公司的立足之本。通过多年持续的研发投入和技术创新，截至2022年6月

30日，爱迪特共积累**45项**专利，并拥有完全自主知识产权，核心技术具有竞争优势及先进性。

公司目前已建立完整的研发体系，快速响应行业新技术变化，核心技术覆盖公司产品生产的主要环节，其具体作用及创新点如下表所示：

单位：万元

序号	技术名称	内容	作用	创新点	产品应用及成果转化	2021年相关产品收入
1	一种梯度透明性氧化锆牙科陶瓷及其制备方法	控制原料中氧化钇成分的含量，得到不同透明度的氧化锆粉体，将不同透明度粉体分层叠加，经干压、等静压、预烧结等工序得到氧化锆牙科陶瓷	该多层氧化锆牙科陶瓷呈现透明性梯度变化，满足义齿从颈部到切端透明性逐渐增大的需求	解决了传统氧化锆透明性单一的问题，使义齿的光学特性更接近天然牙	主要应用于氧化锆瓷块-渐变的配方设计以及成型工艺环节	14,835.70
2	着色氧化锆粉体以及多层多色牙科陶瓷的制备方法	在含有着色剂的溶液中加入氧化锆粉体制备具有一定颜色的着色氧化锆粉体，通过将着色氧化锆粉体与高透、中透、低透的白色氧化锆粉体混合，制备具有不同透明度的粉体，经干压、等静压、预烧结等工序得到氧化锆牙科陶瓷	该多层氧化锆牙科陶瓷呈现颜色和透明度梯度变化，满足义齿颈部到切端透明度逐渐增大，颜色逐渐变浅的需求	解决了传统氧化锆颜色和透明度单一的问题，使义齿更接近天然牙	主要应用于氧化锆瓷块-渐变的配方设计以及成型工艺环节	14,835.70
3	强度、颜色均匀过渡的牙科氧化锆修复材料及其制备方法	按照每层强度由高到低，颜色由深到浅的顺序将氧化锆着色粉体依次倒进干压模具中，经干压、等静压、预烧结等工序得到氧化锆牙科陶瓷	该多层氧化锆牙科陶瓷呈现强度和颜色的变化，满足义齿颈部到切端强度逐渐减小，颜色逐渐变浅的需求	解决了传统义齿颜色单一、对颌天然牙磨损的问题，让义齿颜色更接近天然牙，降低对天然牙的损伤	主要应用于氧化锆瓷块-渐变的配方设计、成型工艺环节	14,835.70
4	一种氧化锆牙科修复体染色工艺	将着色剂与氧化锆陶瓷粉体混合制备带颜色瓷块，经切削加工后制备义齿。通过在义齿表面涂刷外染糊剂并烧结对义齿进行染色	在义齿表面涂刷外染糊剂，使其更接近天然牙的颜色	解决了传统义齿颜色单一的问题，能模拟患者的实际牙齿颜色，让义齿更接近天然牙	主要应用于氧化锆瓷块-白盘或单色染色的义齿制备环节	1,507.13
5	自动上下料装置、台式升降型烧结炉、自动上下料	提高了台式升降型烧结炉的利用率，能够解决人工上下料带来的不安全以及效率低的问题	实现氧化锆义齿烧结过程一键控制，通过程序实现烧结炉工作全过程监	提高烧结效率、同时提升烧结的安全性	主要应用于氧化锆瓷块制备的烧结环节	27,095.60

序号	技术名称	内容	作用	创新点	产品应用及成果转化	2021年相关产品收入
	系统		控与控制			
6	一种牙科修复体用自带卡槽的陶瓷块	将圆盘状陶瓷块上下表面的外缘加工成具有上下对称的环形单边槽，并且上下表面的外缘的单边槽厚度及宽度相同	该种自带卡槽的陶瓷块，可直接安装在设备夹具上进行义齿加工	解决了传统义齿用瓷块必须在瓷块侧面粘接卡具才能安装在设备上进行的难题，提高了生产效率	主要应用于氧化锆瓷块加工工艺环节	27,095.60
7	锆增强的快速处理微晶玻璃及其组合、制备方法、用途	采用溶胶凝胶-熔融浇筑的制备方法，控制原料中锆元素的占比及钾锂比得到牙科用微晶玻璃	该微晶玻璃着色效果增强，着色剂对光学性能的影响较小，强度更高，最终晶化热处理时间更短	解决了传统玻璃陶瓷无法生产颜色较深产品的问题	主要应用于高强度深色玻璃陶瓷材料的配方设计及成型工艺环节	2,817.23
8	一种渐变树脂及其制备方法和应用	渐变树脂由颜色过渡变化的不同层融合而成，相邻两层之间的颜色过渡变化范围为0.1-20%；制得的渐变树脂产品透光率 $\geq 50\%$ ，颜色过渡自然，层与层之间相互融合，无层间过渡分界线，用于牙科材料时具有优异的美学效果	通过多层纯粉进行压制解决了粉液压制成型法层间过渡时层与层之间有分层的问题，使产品层与层相互融合，无分层；减少了粉液压制成型时的液体单体对员工职业健康造成的不良影响	创新使用纯粉工艺进行树脂成型	主要应用于临时冠桥树脂的制备环节	617.20
9	一种隐形矫治器的制作方法	通过3D打印机软件的程序将3D打印切片后的图像边缘采用灰度处理技术按照奇偶层区别形成不同的边缘效果，呈现微观奇偶层不整齐堆叠，宏观不影响精度下呈现纹理效果的一种打印技术，此纹理最终会通过热吸塑呈现在正畸矫治器上，纹理对光的漫反射能让矫治器更加隐形	通过打印机的灰度处理能力，实现不影响精度的宏观横向纹理的增材制造技术，可对光线漫反射，满足患者对矫治器更好隐形效果的需求	解决了正畸矫治器反光不隐形的的问题，使隐形矫治器更加隐形	主要应用于隐形正畸矫治器的生产制作环节	616.66
10	一种隐形矫治器的制作方法	通过调节3D打印切片后的图像奇偶层曝光时间不同而呈现微观奇偶层不整齐堆叠，宏观不影响精度	通过打印机奇偶层曝光时间不同的控制，实现奇偶层实际成形大小不同，	解决了正畸矫治器反光不隐形的的问题，使隐形矫治器更加隐	主要应用于隐形正畸矫治器的生产制作环节	616.66

序号	技术名称	内容	作用	创新点	产品应用及成果转化	2021年相关产品收入
		下呈现纹理效果的一种增材制造技术，此纹理最终会通过热吸塑呈现在正畸矫治器上，纹理对光的漫反射能让矫治器更加隐形	得到不影响精度的具有宏观横向纹理的增材制造技术，可对光线漫反射，满足患者对矫治器更好隐形效果的需求	形		
11	一种义齿印模的确定及义齿的制作方法、装置、设备及介质	通过将数据库中的数字全口义齿和三维数字模型匹配，生成一体数字模型，再将获得义齿印模数据进行3D打印，将口内牙床形态的模型封扣在一起形成空腔，再将空腔注入基托材料形成全口义齿	通过3D打印技术打印模型，取代了全口义齿制作过程中手工使用石膏翻模型的问题，使全口义齿制作过程减少手工	解决了手工排牙效率低的问题，实现了降低排牙难度，提高排牙效率，降低人力成本	主要应用于全口义齿的生产制作环节	617.20

（二）科技创新、模式创新和新旧产业融合情况

口腔修复领域在数字化的浪潮下迎来了诸多技术上的革新，该领域曾经长期被国际巨头垄断，过去我国一度缺乏义齿3D设计、专用打印机、高端氧化锆材料等方面核心技术。但是，随着国内厂商接连崛起，已经在多个产品领域摆脱海外进口依赖、成功实现国产替代。而作为其中的代表，爱迪特不仅通过长期的研发投入和技术创新成功实现了在高端氧化锆材料的国产替代，同时还深度整合口腔数字化设备，为客户提供数字化口腔综合服务。

1、数字化技工产品综合服务

对于口腔技工端，传统烤瓷义齿制作要历经熔模、包埋、铸造等十余道工序，需要十多人耗时一周左右协作完成，不仅流程复杂、工序繁多、难以保证加工精度和一致性，而且在制造过程中易产生较多废弃。针对传统义齿加工的痛点和难点，公司自主研发了适用于CAD/CAM数字化修复的全瓷义齿用口腔修复材料，并整合定制化口腔数字化设备，大大缩减了义齿加工的中间环节，降低误差，提高生产效率，助力传统义齿技工所向数字化义齿加工中心转型。

2、数字化临床产品综合服务

传统的临床端义齿加工的合作模式是“诊所-技工所-诊所”，即由诊所制作

患者牙模并提供至义齿技工所，之后义齿技工所根据诊所提供的牙模进行义齿加工，最后再将成品义齿提供至诊所，这一流程需要一周左右，这也意味着患者从初次就诊到修复完成至少需要花费一周的时间。传统模式存在制作流程和工艺上制约的主要原因系义齿加工涉及到人工上瓷等经验性、技术性较强的环节，这些环节通常需要义齿技工所的经验丰富的技术人员消耗大量的时间完成，诊所无法独自完成义齿的制作，技工所也无法在短时间内交付。

针对传统模式的局限，公司作为深度服务于口腔医疗行业客户的口腔修复材料及口腔数字化设备提供商，依托深厚的行业积累与技术储备，以“绚彩”系列产品为基础，联合国内外知名设备制造厂商推出了科美椅旁即刻修复系统及方案。在该方案中，医生或助理通过口内扫描仪获取患者口腔数字化印模，并通过计算机辅助设计（CAD）修复体呈现预期效果，继而通过数控加工（CAM）技术，精确加工牙齿形态并烧结成型后快速获得仿生、高美学的全瓷修复体。通过本方案中“绚彩”氧化锆材料和多台数字化设备的有效衔接，减少了传统制造工艺环节，提升了制作流程的标准化和数字化，打通了临床端与技工端，突破了“诊所-技工所-诊所”的局限，使患者一次就诊即可快速完成修复。

除此之外，公司积极响应临床正畸的数字化需求，推出了科美隐形矫正解决方案，为下游口腔医疗服务机构提供从医学设计方案、到正畸专用3D打印机及矫治器材料膜片的研发、隐形正畸成品生产的数字化全套正畸解决方案，利用数字化技术降低正畸操作门槛，帮助全科医生高质量完成正畸操作。

目前，公司推出的数字化产品与研发的创新技术已与传统齿科行业深度融合，正在革新产业运行方式，提升产业运作效率，不断推动我国齿科行业的数字化发展。”

二、以通俗易懂的语言说明自主研发的 9 项核心技术成果的内容、作用、创新点、在产品中的具体应用、成果转化情况、受益于该类核心技术成果的产品收入实现情况；当前主要的在研项目情况、具体内容、研发阶段、应用领域、对现有产品的具体提升、相关技术与同行业公司相比的竞争优势；结合报告期内研发费用投入及其复合增长率、研发人员、核心专利技术数量及来源等，充分论证是否已形成完整的研发体系、可持续的研发优势

（一）自主研发的 9 项核心技术成果的内容、作用、创新点、在产品中的具体应用、成果转化情况、受益于该类核心技术成果的产品收入实现情况

截至 2022 年 6 月底，公司拥有自主研发的核心技术成果 11 项（其中，新增 2 项核心技术成果为：一种渐变树脂及其制备方法和应用及一种义齿印模的确定及义齿的制作方法、装置、设备及介质），具体情况详见本题回复“一、结合技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、核心竞争力等情况，围绕创新、创造、创意的某项特征，进一步优化关于符合创业板定位的信息披露”之“2、技术创新”。

发行人围绕氧化锆瓷块等口腔修复材料及口腔正畸产品形成了配方设计、成型工艺、加工工艺等多项核心技术，满足客户对于多种性能优异的口腔修复材料及正畸产品的需求。其于具体产品中的应用及性能指标表现如下：

序号	产品名称	性能指标及主要竞争优势	行业标准
1	氧化锆瓷块	1、包含磨牙的三单位修复体的基底陶瓷挠曲强度，高于国标 GB30367 200MPa 以上，且高于行业内的同类产品 100MPa 以上； 2、包含四单位及四单位以上修复体的基底陶瓷的挠曲强度，高于国标 GB30367 250MPa 以上，且高于行业内的同类产品 100MPa 以上。	GB30367 要求： 1、包含磨牙的三单位修复体的基底陶瓷，挠曲强度 $\geq 500\text{MPa}$ ； 2、包含四单位及四单位以上修复体的基底陶瓷，挠曲强度 $\geq 800\text{MPa}$ 。
2	玻璃陶瓷	1、不包含磨牙的三单位修复体的基底陶瓷的挠曲强度高于国标 GB30367 100MPa 以上； 2、不包含磨牙的三单位修复体的基底陶瓷的挠曲强度高于同行业公司同类产品 80MPa 以上。	GB30367 要求： 1、粘接剂固位的单一单位前牙或后牙修复体的基底陶瓷，最小挠曲强度 $\geq 100\text{MPa}$ ； 2、不包含磨牙的三单位修复体的基底陶瓷，最小挠曲强度 $\geq 300\text{MPa}$ 。
3	树脂	1、挠曲强度 $\geq 120\text{MPa}$ ，高于牙科标	YY/T0826-2011 要求：

序号	产品名称	性能指标及主要竞争优势	行业标准
		70MPa; 2、化学溶解度 $\leq 1.3\mu\text{g}/\text{mm}^3$, 高于牙科标准 $5.5\mu\text{g}/\text{mm}^3$, 与国内外知名品牌达到同等水平。	1、挠曲强度 $\geq 50\text{MPa}$; 2、吸水值 $\leq 40\mu\text{g}/\text{mm}^3$; 3、化学溶解度 $\leq 7.5\mu\text{g}/\text{mm}^3$ 。
4	隐形正畸矫治器	1、极限挠曲强度 $\geq 50\text{MPa}$; 2、挠曲弹性模量 $\geq 1500\text{MPa}$; 3、密度 $\leq 2.6\text{g}/\text{cm}^3$; 4、吸水值 $\leq 32\mu\text{g}/\text{mm}^3$; 5、化学溶解度 $\leq 5\mu\text{g}/\text{mm}^3$ 。	暂无披露的隐形正畸产品对应的国家标准或行业标准

注 1: 三单位/四单位修复体指复合固定桥修复体包含的牙单位数量为三/四;

注 2: 挠曲强度又称挠曲强度或抗弯强度, 指在两点之间施加荷载至试件破坏时的单位面积荷载值;

注 3: 化学溶解度指标越低性能越优, 表示标的品越不容易被酸性食物腐蚀。

(二) 当前主要的在研项目情况、具体内容、研发阶段、应用领域、对现有产品的具体提升、相关技术与同行业公司相比的竞争优势

公司当前主要的在研项目情况如下:

序号	项目名称	具体内容	研发阶段	应用领域	对现有产品的具体提升	相关技术相比同行业公司的竞争优势
1	传统齿科氧化锆产品品类完善开发	赛瓷系列、荣耀系列、绚彩系列氧化锆产品的研究与开发, 按照设计开发流程: 调研客户的实际需求, 在产品阶段将客户需求转化为技术指标, 经样品阶段、中试阶段以及试生产阶段, 实现产品的稳定化生产	小批量试产	口腔修复材料-氧化锆陶瓷-固定修复	齿科全瓷氧化锆渐变、单色、白盘完成品类覆盖与升级	产品强度 $\geq 900\text{MPa}$, 高于国标要求 800MPa 。可实现全适应症应用
2	玻璃陶瓷产品线品类完善	开发一种晶粒细小的二硅酸锂玻璃陶瓷, 在一定温度下将其熔覆于氧化锆修复体内腔, 细小的玻璃陶瓷渗入氧化锆基体表面, 这样可以利用二硅酸锂的易粘接性来改善氧化锆不易粘接的问题	小批量试产	口腔修复材料-玻璃陶瓷-氧化锆表面处理剂	扩充玻璃陶瓷类现有产品品类	通过喷涂的方式可使处理剂更均匀地以微米级别厚度 ($\leq 10\mu\text{m}$) 附着于氧化锆修复体内腔; 改善后的修复体粘接强度为 17MPa , 处于行业领先水平
3	齿科用有机-无机复合材料的研究与开发	齿科用有机-无机复合材料是将有机树脂材料和经偶联处理过的无机陶瓷材料混合固化制成; 该材料结合了树脂材料的光泽和陶瓷材料的坚硬, 并具有弹性模	注册阶段	口腔修复材料-有机无机复合材料-单色、渐变	开发出符合齿科修复需求的有机-无机复合材料并完成注册上市	强度 $\geq 220\text{MPa}$ (国标要求 $\geq 100\text{MPa}$)、透度、耐磨耗等良好, 产品性能稳定

序号	项目名称	具体内容	研发阶段	应用领域	对现有产品的具体提升	相关技术相比同行业公司的竞争优势
		量高、抛光性能好、耐磨损、化学稳定性好等诸多优点				
4	全口义齿基托树脂项目的研究与开发	该产品取消了手工制作基托树脂的过程，将化学固化过程在产品成型过程中实现，加工厂使用时只需CAD/CAM 加工，因其是工业化生产，产品质量较手工单个制作的方式产品质量更稳定	小批量试产	口腔修复材料-树脂材料-基托	开发出一款基托树脂产品	挠曲强度 $\geq 100\text{MPa}$ （国标要求 $\geq 50\text{MPa}$ ），产品性能稳定
5	全口义齿一体树脂项目的研究与开发	全口义齿一体树脂是一体成型的圆盘，无需通过分部成型再进行粘接制成圆盘；这样的圆盘不存在颜色变化的部分的粘接问题，在切削和使用过程中不会脱落分离；无论从哪个方向进行测试，产品质量都均一，不存在弯曲弱点	注册阶段	口腔修复材料-树脂材料-一体树脂	开发出能够满足临时冠桥、全口义齿等齿科树脂材料产品	CAD/CAM 切削直接形成一体式的活动义齿，义齿部分与基托部分的界面强度高，解决了粘接对技工技术的限制又可以避免粘接脱落的风险
6	临床齿科粘接耗材的研究开发	粘接剂和水门汀是粘接时搭配使用的两个产品，粘接剂主要起粘接的作用，水门汀起修复体与基牙之间的缝隙填充作用，两个产品相辅相成，实现固定修复的粘接功能	小批量试产	口腔修复材料-树脂材料-粘接套装	开发出能够相互配合的新一代粘接剂与水门汀的组合，并完成注册	粘接剂与各种氧化锆、玻璃陶瓷、树脂的粘接强度均大于 20MPa ；一步粘接，操作简单；生物相容性好；水门汀弯曲强度 $\geq 120\text{MPa}$ （国标 $\geq 50\text{MPa}$ ）
7	DLP 型 3D 打印树脂套系	开发一款基于 DLP 原理的光固化成型的 3D 打印机与系列打印材料，包括代替石膏的模型树脂，种植导板树脂，软质牙龈树脂等	小批量试产	增材制造-齿科用打印机及耗材	开发出一套用于 DLP 型 3D 打印包含模型、牙龈、导板等技工与临床用树脂材料套系	该树脂产品邵氏硬度为 86HD，主要竞品为 85HD；抗撕裂强度 $\geq 5\text{MPa}$ ，主要竞品为 3MPa
8	新型美学氧化锆产品开发与着色工艺升级	涵盖高透美学贴面、绚彩 26 色特殊色以及色料工艺升级项目，通过对客户使用场景的百分百还原，精准把握客户需求，综合应用颜色调控技术、透度调控技术以及色料制备工艺技术，实现新型美学氧化锆的产品开发	研发阶段	口腔修复材料-氧化锆陶瓷-固定修复	开发并转产市场对齿科陶瓷材料美学效果优化的细分产品	行业领先水平：产品呈现的美学效果以及搭配解决方案给患者更好的体验
9	玻璃陶瓷中试转产扩大技术	建设新型玻璃熔制产线，从工艺细节改进，提升熔制产量及效率的同时，使玻璃液	研发阶段	口腔修复材料-玻璃陶瓷	开发玻璃陶瓷更高效率转产技术，	产品颜色更接近比色板，且三点抗弯强度达

序号	项目名称	具体内容	研发阶段	应用领域	对现有产品的具体提升	相关技术相比同行业公司的竞争优势
	研究	各组分分散更均匀			扩展中试能力	到 (400±60) MPa
10	3D 打印临时义齿研究	项目开发一种用于增材制造的修复或种植使用的临时牙冠树脂, 此树脂满足患者临时佩戴要求, 具有美学, 耐磨等特点	研发阶段	口腔修复材料-诊疗用临时冠	开发出两款可以满足长短期临时戴牙需求的 3D 打印材料产品	维氏硬度 15HA, 主要竞品 13HA, 0 天重合率 98%, 15 天重合率 95% 以上, 主要竞品为 85% 左右
11	3D 打印设备开发与研究	开发一款基于 DLP 原理的光固化成型的 3D 打印机, 成型尺寸 256.8mm*151.2mm*190mm, 主要面向技工厂, 凭借超高的打印效率, 满足技工厂大批量牙模的生产需求	研发阶段	口腔数字化设备-3D 打印设备	对现有 3D 打印设备进行升级迭代, 丰富产品系列, 提升产品竞争力, 满足更高精度和更高效率的未来市场需求	采用下沉式打印成型方式, 拥有更高打印精度, 打印精度实现 ±0.03mm、更高的打印效率, 与主要竞品相比不会出现打印掉版且不使用离型膜等耗材
12	激光治疗仪	开发一款面向口腔诊所的半导体多波长激光治疗仪, 采用脚踏控制激光发射, 三波长分别为 980nm、650nm、450nm, 可以实现软组织切割、牙周治疗、牙髓治疗、疼痛治疗以及牙齿美白、补牙树脂固化等功能	研发阶段	口腔数字化设备-临床治疗设备	完成满足口腔科临床应用的激光治疗仪的研究开发, 丰富椅旁系统设备, 拓展椅旁系统的解决方案, 提升椅旁系统的竞争力	采用多波段半导体激光发生器作为激光发射元件, 满足口腔疾病的治疗和牙齿美白以及补牙树脂固化灯多功能集成的需求, 与主要竞品相比具有一机多能的优势
13	新型玻璃陶瓷开发	通过对玻璃陶瓷的配方及热处理工艺进行精细调控, 实现对玻璃陶瓷的透度及美学效果进行调控, 同时也可实现提高玻璃陶瓷三点抗弯强度的目标, 该强度可以扩大玻璃陶瓷的适应症范围	研发阶段	口腔修复材料-玻璃陶瓷-高强、高透玻璃陶瓷	玻璃陶瓷行业迭代产品研发, 高新材料技术研究	透度更高, 美学效果突出, 且三点抗弯强度 > 500MPa
14	自粘结树脂水门汀的研究与开发	该产品既具有粘接功能, 又具有普通水门汀的填充功能, 具有多种颜色与基牙和修复体匹配, 可以简化粘接操作步骤, 适用于机械固位较大的粘接场景。该产品降低了医生的劳动强度, 也减少了对医生操作手法的依赖	研发阶段	口腔修复材料-树脂材料-水门汀	开发一款将粘接剂的粘接功能和树脂水门汀的填充功能合二为一, 单个产品即可实现粘接功能的产品	作为粘接解决方案的一个重要的产品, 承接粘接和填充的功能, 实现更好的粘接效果

序号	项目名称	具体内容	研发阶段	应用领域	对现有产品的具体提升	相关技术相比同行业公司的竞争优势
15	氧化锆陶瓷制品成型技术与开发	研究医学领域,氧化锆材料的不同成型技术,陶瓷成型到义齿制作的解决方案;探索新的工艺、方法,以探索行业发展新趋势	预研阶段	口腔修复材料-牙科陶瓷材料	研究不同方式氧化锆陶瓷成型工艺,并应用于后续产品开发	国际领先水平:采用不同的成型工艺,实现陶瓷的物理性能
16	齿科陶瓷烧结炉	开发一款适用于诊所端的超级快烧炉,加热元件为硅碳棒,能够实现单冠与三连桥一小时完成烧结的功能	预研阶段	椅旁系统-快速烧结炉	设计开发满足医生端与技工厂对氧化锆等陶瓷快速烧结的需求,实现临床快速戴牙	国内领先水平:探索氧化锆陶瓷烧结新的烧结工艺,实现高效、快速戴牙
17	龋齿预测量化分析技术与开发	体外龋风险诊断试剂的研究与开发,具体涉及一款通过牙菌斑的体外培养,评估口腔内产酸致龋菌的代谢能力,从而经过科学的评估给出对应的风险区间和医学建议	预研阶段	口腔预防材料-体外诊断试剂-增菌培养基	开发一套龋齿风险可预测的量化解决方案。其中包括一款诊断试剂和与之配套的检测设备、报告软件及云端程序,实现龋齿检测的定量化、差异化和信息化	诊断结果准确性高达 85%,灵敏度与主要竞品相比高 5%,假阴性率与主要竞品相比低 5%,配套的诊疗方案更完善
18	牙齿口内受力分析系统研究	首先开发一款能够通过传感设备测量出牙齿在扭动、拉伸、下压过程中的受力大小和方向的设备和软件系统,然后扩充到全口牙列牙齿之间相互作用力学大小和方向的分析系统,为隐形正畸诊疗设计提供量化数据	预研阶段	隐形正畸-力学平台	开发一套可以用于研究牙齿在口内受力的分析系统	国内领先水平:针对患者矫正过程中力学变化,设计更适合患者的一套分析系统
19	3D 打印金属支架的研究与开发	根据数字化活动义齿的工作流程,打通数字化活动义齿的技术难点,利用金属打印机打印活动义齿支架,和切削牙齿粘接,充胶得到可摘活动义齿	上市前准备阶段	口腔修复材料-可摘局部活动义齿	3D 打印支架代替了失蜡铸造法制造支架,开发数字化的可摘局部活动义齿制作方法	提升效率,优化工艺,提高精度
20	氧化锆表面处理剂	实现二硅酸锂涂层和氧化锆渗透式紧密结合,采取玻璃陶瓷的粘接方式粘接,降低氧化锆的失粘接率	研发阶段	口腔修复材料-口腔粘接	降低氧化锆的失粘接率	粘接强度>17MPa;操作简单

（三）结合报告期内研发费用投入及其复合增长率、研发人员、核心专利技术数量及来源等，充分论证是否已形成完整的研发体系、可持续的研发优势

1、报告期内研发费用投入及其复合增长率、研发人员情况

公司始终重视技术研发与创新。报告期内，公司研发费用投入及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用支出	1,149.87	2,070.21	1,228.44	1,166.22
营业收入	26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
研发费用占营业收入比例	4.26	3.80	3.40	3.90

公司持续丰富自身技术储备，专注自主研发，加大研发投入，从工艺设计、产品方向到应用领域为公司未来的不断发展提供了可持续的创新支持。报告期内，发行人研发费用占营业收入的比例分别为 3.90%、3.40%、3.80%和 **4.26%**；同时，发行人研发费用投入保持快速增长，2019-2021 年研发费用的年均复合增长率高达 33.23%。

报告期各期末，发行人研发人员情况如下：

单位：人、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发人员人数	74	79	56	57
员工总数	645	623	569	430
研发人员占员工总数比例	11.47	12.68	9.84	13.26

2019-2021 年研发人员人数的年均复合增长率为 17.73%，规模有序扩大的研发团队为发行人保持并提升研发能力提供了良好的团队保障。

2、核心技术数量及来源

公司自 2007 年成立以来开始专注于义齿用氧化锆材料的研发，经过多年的发展，公司自主研发生产全瓷义齿用氧化锆瓷块已远销欧美、日韩等 120 余个国家和地区。2013 年 11 月，公司被认定为国家高新技术企业；2020 年 11 月，公司获评为国家级“专精特新”小巨人企业。**截至 2022 年 6 月底**，公司拥有核心技术成果 **11 项**，均来源于发行人自主研发，并拥有完全自主知识产权。

核心技术成果的具体内容等信息详见本题回复“（一）自主研发的 9 项核心技术成果的内容、作用、创新点、在产品中的具体应用、成果转化情况、受益于该类核心技术成果的产品收入实现情况”。

3、发行人已形成完整的研发体系、可持续的研发优势

（1）发行人研发部门设置完善、职责明确

公司研发中心下设研发部、技术分析部和产品转化部三个子部门，分别专门负责针对细分技术领域的科学技术研究、产品与解决方案的转化到最终产品生产及上市后维护的技术指导工作。其中研发部门是核心部门，分为材料、设备、生物三个方向分别进行齿科材料、齿科设备及齿科护理产品的研发；技术分析部主要负责进行样品验证与技术转产；产品转化部主要负责产品设计指导及产品应用开发等。

（2）发行人研发流程清晰，研发内部控制制度完善并有效执行

研发过程首先由研发中心联合市场部及销售部开展有关新产品和技术的市场调研，进行产品开发的可行性分析，并分别撰写《市场调研报告》《可行性分析报告》，通过立项后，研发部成立项目小组，着手设计和实验。研发部样品验证和样品测试合格后，通过公司组织的专家进行样品评审，评审后进行工艺确认、中试生产和试生产，最终形成研发成果并进行项目总结。

根据各研发阶段的特点，公司针对性地制定了《设计开发控制程序》《注册申请控制程序》《备案申请控制程序》等多项内部控制文件，对研发各阶段进行严格的管控，内控制度执行情况良好。

（3）发行人具备可持续的研发优势

①坚持创新驱动理念，打造创新文化

公司始终坚持创新驱动理念，建立完善的组织架构保障公司技术和研发的可持续性。公司研发中心下设研发部、技术分析部和产品转化部三个子部门，并由研发总监进行全局把控，保证公司能够保持对行业内外关键技术的跟踪、快速响应行业新技术变化及客户的最新需求，打造全公司自上而下全方位创新文化。

②注重创新人才培养

公司高度重视人才培养，针对不同岗位建立了完善、成熟的培训体系，鼓励团队间的技术交流，以保证研发团队对行业技术发展和市场需求变动的敏感度。为了更好地适应行业快速发展，公司建立了人才储备机制，对关键技术岗位的技术人员实行储备，有计划地为公司储备和提供优秀人才，提高用人质量和降低招聘成本，保证公司的可持续发展。

③紧跟市场需求的研发方向

公司技术研发方向和选择以市场需求为导向，围绕主营业务氧化锆陶瓷及相关耗材的研发、生产和销售，公司研发人员、销售人员时刻关注客户需求以及行业最新发展动态，及时掌握市场和客户需求的变化，通过客户反馈的信息持续从研发设计环节对产品和服务进行技术升级，了解潜在市场需求，以提供贴近客户需求的产品和服务。

综上，公司已建立完整的研发体系，研发内控制度执行情况良好。报告期各期，公司持续加大研发投入，并拥有一支专业扎实、规模有序扩大的研发团队，经过多年发展技术储备丰富，具备较强的研发能力及可持续的研发优势。

三、按照机械性能、美学性能、粘接强度、微创程度等角度对比氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、树脂、合金等不同义齿材料的性能，补充披露发行人主要产品的具体市场空间和市场容量，发行人和竞争对手主要产品的市场份额；并结合发行人研发费用率低于同行业可比公司研发费用率均值，且发行人专利形成时间较早的情形，说明发行人的口腔修复材料等产品在类别、材料、工艺、技术、质量等方面与境内外主要竞争对手相比存在的优势和劣势

（一）按照机械性能、美学性能、粘接强度、微创程度等角度对比氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、树脂、合金等不同义齿材料的性能

不同义齿材料的性能对比详见本题回复“一、结合技术优势、产品创新情况、市场空间、市场容量、客户拓展能力、成长性、核心竞争力等情况，围绕创新、创造、创意的某项特征，进一步优化关于符合创业板定位的信息披露”之“1、产品创新”。

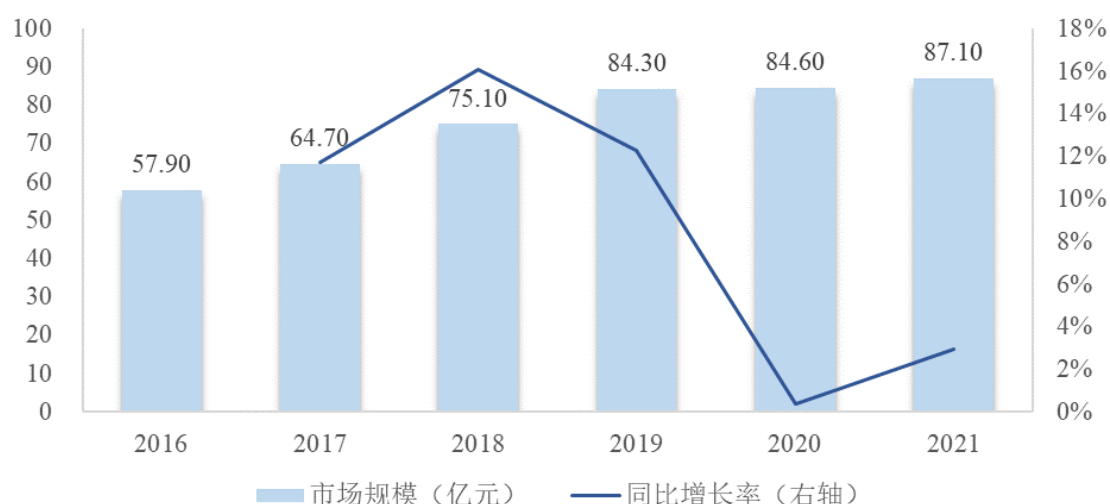
（二）补充披露发行人主要产品的具体市场空间和市场容量，发行人和竞争对手主要产品的市场份额

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/三、公司在行业中的竞争地位/（一）公司的行业地位”补充披露如下：

1、行业竞争格局

近年来，受益于人们经济生活、文化消费水平的提高以及对口腔健康意识的增强，我国义齿及各类材料市场规模呈现不断增长的趋势。根据中商产业研究院预测，2021年我国义齿及义齿材料市场规模达到87.1亿元。

2016-2021 年我国义齿及各类材料市场规模及增速（单位：亿元，%）



数据来源：中商产业研究院

根据医趋势联合国家卫健委国际交流与合作中心发布的《全球视野下的中国口腔产业趋势报告》，国内口腔材料细分领域主要参与者包含爱尔创、爱迪特、翔通光电、沪鸽口腔等。上述企业2021年度收入情况如下：

单位：万元

公司名称	爱尔创	爱迪特	翔通光电	沪鸽口腔
2021 年度营业收入	63,883.58	54,528.42	53,356.71	26,147.46
营业收入排名	1	2	3	4

数据来源：上市公司年报、招股说明书

注 1：爱尔创未单独披露口腔修复材料收入，此处营业收入包括口腔数字化设备等；翔通光电未单独披露齿科业务营业收入，此处营业收入包含光通讯、齿科材料、智能装备业务；

注 2：由于竞争对手未详细披露境内口腔修复材料营业收入，故此处未列示其市场份额；

注 3：翔通光电系中航光电（002179.SZ）控股子公司深圳市翔通光电技术有限公司。

其中，公司核心产品氧化锆口腔修复材料，凭借其高强度、高韧性和良好的生物相容性广泛适用，尤其是在口腔修复方面，美学效果接近真实牙体，具有广阔的应用前景。根据赛瑞研究发布的《氧化锆陶瓷行业研究报告》，2020年我国义齿用氧化锆陶瓷的市场规模超过20亿元。结合2020年公司氧化锆产品国内销售额12,429.46万元进行测算，2020年公司氧化锆口腔修复材料的国内市场占有率约为6.21%。由于目前氧化锆义齿材料成本较高一定程度上制约了氧化锆义齿材料的市场渗透率，未来伴随国民收入水平不断提高及氧化锆齿科材料生产工艺和技术的发展，氧化锆义齿材料市场规模将进一步增长。

此外，公司主要产品玻璃陶瓷具有美学性能优异、生物相容性好、快速结晶、适用于数字化加工等特点，越来越多应用于制作贴面、嵌体支撑结构、单冠等。根据Global Info Research和Technavio咨询，2021年全球玻璃陶瓷收入大约为16.60亿美元，折合人民币约110亿元，其中医疗齿科玻璃陶瓷应用占比约为12%，约合13亿元人民币。过往国内玻璃陶瓷口腔修复材料主要依赖于进口，价格昂贵，市场规模较小。伴随2019年国际市场玻璃陶瓷核心专利保护期限到期及国内厂商技术壁垒不断突破，进口替代进程进一步提速，国产玻璃陶瓷口腔修复材料市场有望进入高速发展期。

2、公司竞争地位

公司是国内领先的口腔修复材料及口腔数字化设备提供商。公司所生产销售的口腔修复材料主要用于制作牙冠，报告期各期，公司口腔修复材料占主营业务收入的比例分别为78.57%、69.64%、59.37%和**67.40%**。根据CN10/ CNPP数据研究及十大品牌网联合推出的十大牙冠材料品牌榜，公司为上榜的两家本土牙冠品牌之一。公司凭借良好的产品质量、优秀的技术研发能力在行业内树立了良好的口碑。经过多年的市场开拓和品牌培育，“爱迪特”品牌已在口腔修复材料行业享有较高的知名度，在市场上树立了良好的声誉，具备了明显的品牌及先发优势。

2020-2021 年牙冠材料品牌榜

品牌名称	所属公司名称	创立时间	品牌发源
3M Lava	3M 公司	1902 年	美国
Cercon 泽康	登士柏西诺德公司	1899 年	美国
ZENOSTAR 臻瓷	威兰德牙科技术公司	1871 年	德国

品牌名称	所属公司名称	创立时间	品牌发源
爱尔创	深圳爱尔创口腔技术有限公司	2003 年	中国
Ivoclar Vivadent	义获嘉伟瓦登特公司	1923 年	列支敦士登
Noritake 则武	可乐丽株式会社	1904 年	日本
VITA	德国 VITA 公司	1924 年	德国
AMANN GIRRBACH	阿曼吉尔巴赫股份公司	1936 年	德国
爱迪特	爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司	2007 年	中国
迪瑞	Dental Direkt GmbH	1997 年	德国

数据来源：CN10/CNPP 数据研究及十大品牌网¹

注：阿曼吉尔巴赫股份公司创立时间使用公司前身德国吉尔巴赫齿科公司创立时间

此外，在市场表现和技术成果转化方面公司也获多项荣誉。公司先后通过高新技术企业、国家级“专精特新”小巨人企业、河北省企业技术中心等资质认证。2020年，公司参与编写《口腔医疗机构建设指南》，提出口腔医疗设备配置新指引；2021年，公司参与的产学研合作项目《复杂口腔修复体的人工智能设计与精准仿生制造》荣获北京市科学技术奖一等奖；2022年，公司荣登由毕马威中国发布的首届“中国生物科技创新50企业”榜单。

（三）结合发行人研发费用率低于同行业可比公司研发费用率均值，且发行人专利形成时间较早的情形，说明发行人的口腔修复材料等产品在类别、材料、工艺、技术、质量等方面与境内外主要竞争对手相比存在的优势和劣势

公司始终重视技术研发与创新，报告期各期，发行人研发费用占营业收入的比例分别为 3.90%、3.40%、3.80%和 4.26%。报告期内，公司研发费用率低于国瓷材料、沪鸽口腔，主要系公司与同行业可比公司相比产品品类相对集中，研发员工更为精简所致；公司研发费用率高于现代牙科，主要系现代牙科主营业务为义齿加工领域的生产商，直接面向终端医院、诊所，业务较为传统，研发投入较低所致。报告期内，发行人研发费用投入保持快速增长，2019-2021 年研发费用

¹ CN10/CNPP 数据研究及十大品牌网定位于为亚洲品牌企业研究提供专业、权威、独立的数据统计与分析服务。其数据主要包括以下方面：国家权威部门、职能机构、大学研究单位各类统计数据/评测结果/调查资料；官方和非官方的各类认证/评测/荣誉/证书/排行榜；企业-产品客观存在的产销规模实力等信息；市场数据、社会评价、抽样问卷、消费者反馈投诉与调查；互联网与媒体报道信息、网友对品牌的点击量、网友对品牌的投票情况等。

CN10/CNPP 数据研究及十大品牌网定期对外输出数据分析报告及行业专题研究报告。其数据被奥飞娱乐、鼎龙文化、三元股份、京粮控股、美吉姆、旗滨集团、上海电气、亚星化学、公元股份等多家上市公司引用，其数据具有较强的可靠性和权威性。

的年均复合增长率高达 33.23%，高于同行业可比公司国瓷材料及沪鸽口腔。

自创立以来，发行人通过不断尝试改进与研发创新，在口腔修复材料领域积累了丰富的技术储备。发行人 12 项发明专利中 8 项为报告期内获得授权，4 项为报告期以前年度获得授权。公司经过多年的项目经验积累和持续的研发，相关技术已经不断更新乃至迭代，同时，随着业务的不断发展，发行人进一步将部分核心技术以专利的形式申请保护，截至 2022 年 6 月末，发行人处于申请及审核期的境内发明专利为 22 项。以授权日计，报告期各期内，发行人分别获得专利授权 10 项、4 项、13 项和 6 项，发行人知识产权体系得到有效地丰富和扩充。

1、公司产品与境内外主要竞争对手相比的优势

（1）类别优势：核心产品氧化锆全瓷牙性能优异

作为口腔修复材料，发行人的核心产品氧化锆瓷块从美观性、生物学性能、稳定性、机械性能等多维度考量，相对于树脂、普通合金、贵金属合金等材料更具优势。

在美观性方面，氧化锆全瓷牙色泽接近天然牙，透明度和折光率好，牙颈部不会出现黑线；在生物学性能方面，氧化锆对牙龈无刺激，无金属过敏反应和腐蚀；在稳定性方面，与空气、水等电解质接触时会迅速产生微氧化膜保护；在机械性能方面，氧化锆全瓷牙强度高于氧化铝 60%，具有极强的抗破裂性和抗弯性；在品质方面，制作过程需使用计算机辅助设备，保障了口腔贴合度。

（2）材料优势：核心配方自主研发，原材料品控稳定

发行人自主研发了原材料配方技术，并对粉体供应商进行严格的 SPC 管控（统计工序控制）。发行人对原材料粉体的关键工艺如水解温度、ICP、烧结温度、BET、粒度进行严格管控，并进行 MSA 分析（测量系统分析），定期对供应商进行现场审查，以保证原料品质可靠、稳定。在原材料使用环节，发行人同样实行完备的测试方案，对粉体的性能以及产品性能进行完整的测试，如粉体松装密度、粒度、BET、含水率、灼减等，以及产品的强度、透度、断裂韧性、老化性、染色深浅等参数进行详细、完整的检测，以保证原料稳定可控。

（3）工艺优势：十余年工艺积累，核心工艺参数持续进步和完善

公司深耕氧化锆义齿领域十余年，在为口腔医生和患者提供更优质的服务的同时积累了大量反馈数据，可以根据下游用户反馈和实践验证，使公司的核心工艺参数持续进步和完善。例如，发行人在等静压成型和预烧结环节对产品硬度的调整上，采用高等静压-低预烧温度技术，一方面高等静压保证产品的均匀度和致密度，另一方面降低预烧温度减少烧结颈，降低瓷块硬度的同时降低车针损耗。

（4）技术优势：核心技术不断突破，已积累丰富的技术储备

由于主营业务品类或信息披露原因，此处未选取现代牙科、登士柏西诺德、英维斯塔，仅选取爱尔创、沪鸽口腔作为发行人核心技术的可比对象。

发行人相关核心技术的竞争优势、先进性、独创性及与可比公司相似技术的对比情况如下：

序号	技术名称	竞争优势及其先进性	爱尔创的类似技术水平	沪鸽口腔的类似技术水平
1	一种氧化锆牙科修复体染色工艺	着色氧化锆牙科修复体使用染色糊剂进行外染，使氧化锆牙科修复体染色均匀、美观。	全氧化锆修复体的制造方法	/
2	一种梯度透明性氧化锆牙科陶瓷及其制备方法	通过成分调节及层间结构优化，内部晶相有机分布，实现了透明度的自然渐变，同时突破了氧化锆叠层压制工艺技术壁垒，研发出一种透明度高度仿生的牙科陶瓷材料。	高透氧化锆材料制备工艺	/
3	锆增强的快速处理微晶玻璃及其组合物、制备方法、用途	使微晶玻璃在高温下急速发生相变，达到人为调控微晶玻璃的机械性能和光学性能，生产过程更稳定、新生相结构分布更均匀，此方法制备的材料性能的更稳定、颜色更均匀。	/	/
4	着色氧化锆粉体以及多层多色牙科陶瓷的制备方法	工艺简单，颜色丰富，技工操作简便，成本低，不需内染，不需外染，只需上透明釉，即可呈现天然牙齿的自然美观性，技工操作简单。	牙科用高透氧化锆材料（透光性渐变）及制备工艺	一种多层氧化锆瓷块
5	强度、颜色均匀过渡的牙科氧化锆修复材料及其制备方法	将多层颜色调控技术、多层透明度调控技术与多层强度调控技术有机融合，在美学性仿生的基础上，实现对材料功能的调控，研发出一种兼美学和功能为一体的高度仿生的牙科氧化锆陶瓷材料。	牙科用高透氧化锆材料（透光性渐变）及制备工艺	一种多层氧化锆瓷块
6	自动上下料装置、台式升降型烧结炉、自动上下料系统	实现氧化锆义齿烧结过程一键控制，通过程序实现烧结炉工作全过程监控与控制。	/	/
7	一种隐形矫治器的制作方法	一种制作隐形正畸矫治器的方法，是通过打印机的灰度处理计算处理	/	隐形正畸技术

序号	技术名称	竞争优势及其先进性	爱尔创的类似技术水平	沪鸽口腔的类似技术水平
		能力，实现奇偶层图像的大小微调成形，得到的具有宏观横向纹理的增材制造技术，可对光线漫反射，使矫治器更具有隐形的效果。		
8	一种隐形矫治器的制作方法	一种制作隐形正畸矫治器的方法，是通过打印机奇偶层曝光时间不同的控制，实现奇偶层实际成形大小不同，得到的具有宏观横向纹理的增材制造技术，可对光线漫反射，使矫治器更具有隐形效果。	/	隐形正畸技术
9	一种牙科修复体用自带卡槽的陶瓷块	形状利于夹持，降低材料损耗，便于机加工的陶瓷块，制作简单、快速，无需安装卡具，可直接卡在陶瓷块周边槽中进行加工，减少陶瓷块本体磨损，节约成本。	全瓷义齿用氧化锆瓷块外观设计	/
10	一种渐变树脂及其制备方法和应用	通过多层纯粉进行压制解决了粉液压制成型法层间过渡时层与层之间有分层的问题，使产品层与层相互融合，无分层；减少了粉液压制成型时的液体单体对员工职业健康造成的不良影响。	/	/
11	一种义齿印模的确定及义齿的制作方法、装置、设备及介质	根据预设的义齿数据库中的数字全口义齿和所述三维数字模型进行全口义齿匹配，将匹配好的数字全口义齿设置在所述三维数字模型中生成数字全口义齿与三维数字模型的一体数字模型；解决了手工排牙效率低的问题，实现了降低排牙难度，提高排牙效率，降低人力成本的效果。	/	/

注：由于爱尔创、沪鸽口腔公开披露的资料对其核心技术的描述较为有限，上表中的“/”并不代表其未掌握相关技术。

（5）产品优势：不断革新升级产品性能，形成较强竞争优势

公司通过多年研发，不断革新升级产品性能，产品在强度、透光率具备了较强的竞争优势。发行人主要产品的性能参数与可比公司爱尔创、翔通光电同类产品的对比情况如下：

序号	产品名称	产品性能指标	可比公司及产品性能指标	竞争优势
1	氧化锆瓷块-EZneer	挠曲强度 $\geq 700\text{MPa}$ 透光率 60%	翔通光电 TT-Air: 挠曲强度 $\geq 650\text{MPa}$; 透光率 60%	公司是国内较早将氧化锆应用于贴面材料企业
2	氧化锆瓷块-绚彩-3D Pro	挠曲强度 700-1,050MPa 透光率 43%-57%	爱尔创-TT-GT 美学型: 挠曲强度 727 Mpa-1,000MPa; 透光率 47%-48.8%	公司绚彩产品强度处于同类产品行业领先水平

序号	产品名称	产品性能指标	可比公司及产品性能指标	竞争优势
			翔通光电-TT Multilayer: 挠曲强度 $\geq 750\text{MPa}$; 透光率 43%-55%	
3	氧化锆瓷块- 荣耀 -SHT-PM	挠曲强度 600Mpa-1,100Mpa 透光率 43%-53%	爱尔创-TT-GT 美学型: 挠曲强度 727 Mpa-1,000MPa, 透光率 47%-48.8% 翔通光电-TT Multilayer: 挠曲强度 $\geq 750\text{MPa}$, 透光率 43%-55%	公司荣耀产品强度处于同类产品行业领先水平
4	氧化锆瓷块- 赛瓷- SHTM	挠曲强度 1,350MPa, 透光率 43%-48%	爱尔创-ST-ML: 挠曲强度 1,200MPa, 透光率 43% 翔通-SHT Multilayer: 挠曲强度 1,050MPa, 透光率 49%	公司赛瓷产品强度处于同类产品行业领先水平
5	科美玻璃陶瓷	挠曲强度 400MPa 化学溶解性 $5.07\mu\text{g}/\text{cm}^2$	爱尔创: 挠曲强度（双轴 ¹ ）400MPa; 化学溶解性 $< 100\mu\text{g}/\text{cm}^2$	公司科美玻璃陶瓷强度及化学溶解性方面处于同类产品行业领先水平
6	PMMA 树脂材料	挠曲强度 121MPa 吸水值 $21.3\mu\text{g}/\text{mm}^3$ 溶解值 $1.0\mu\text{g}/\text{mm}^3$	爱尔创: 挠曲强度 $\geq 100\text{MPa}$ 吸水值 $\leq 40\mu\text{g}/\text{mm}^3$ 溶解值 $\leq 7.5\mu\text{g}/\text{mm}^3$	公司树脂材料强度、吸水值 ² 和溶解值 ² 处于同类产品行业领先水平; 同时公司渐变树脂为无层渐变, 层间过渡效果更佳

数据来源：竞品性能来源于公开宣传资料，由于竞品性能指标多以区间呈现，故可能出现性能比较不够准确的情形；

注 1：公司挠曲强度测试为三点抗弯强度，相比于双轴弯曲强度，三点抗弯强度的测试值相对更低；

注 2：吸水值越低代表佩戴在口腔内溶胀的程度越小，溶解值越低代表在唾液中析出物越少。

（6）质量优势：发行人凭借良好的产品质量在行业内树立了良好的口碑

发行人产品相继通过并取得了欧盟 ISO 质量体系认证、欧盟 CE 认证、美国 FDA 认证、韩国 KFDA 认证等。报告期内，公司氧化锆瓷块产品市场影响力和美誉度不断提高，公司产品远销欧美、日韩等 120 余个国家和地区。从侧面印证了公司的技术实力和产品质量在与国外竞争对手相比，尤其在高端氧化锆瓷块产品绚彩 3D Pro 系列上，已基本处于同一水平。

2、公司产品研发与境内外主要竞争对手相比的劣势

公司地处于河北省秦皇岛市，而同行业可比公司爱尔创研发部门位于经济发达的深圳。由于河北省秦皇岛市本地人均工资水平较低，市内整体存在高端人才引进的困难。高端齿科材料在技术革新研发中面临高端人才引进等方面的压力，如公司未来不能持续加强在技术人才等方面的投入，将可能影响公司的竞争力和长远发展能力。

四、结合购销合同的约定，说明发行人作为上游口腔数字化设备供应商的经销商的权利和义务，合同未对产品设计、生产和售后进行约定的原因，相关业务本质是否为贸易类或代理类业务

（一）结合购销合同的约定，说明发行人作为上游口腔数字化设备供应商的经销商的权利和义务，合同未对产品设计、生产和售后进行约定的原因

报告期内，公司在与口腔数字化设备供应商合作中，仅同先临三维科技股份有限公司（以下简称“先临三维”）签署了经销协议，除先临三维外，不存在同其他设备供应商签署经销协议的情况。

1、发行人与先临三维的合作情况

报告期内，公司与先临三维签署经销协议，约定公司作为先临三维经销商，销售台扫、口扫及齿科打印机等系列产品。经销协议对双方权利和义务的主要约定为：

（1）公司应当在经先临三维授权的区域（非贴牌产品授权区域为中国大陆，贴牌产品授权区域为全球）内从事市场推广及销售活动；

（2）先临三维对授权经销产品销售进行价格指导；

（3）产品相关毁损、灭失等风险自先临三维交付予公司时点即转移给公司；

（4）设备在质保期（12个月）内出现需要维修的，由先临三维负责维修。

在与先临三维的合作中，根据上述第（1）条约定，公司可向先临三维采购贴公司自主品牌的产品。报告期内公司向先临三维采购的绝大部分口腔数字化设备均为贴牌产品，生产和设计工作由先临三维完成。

公司自先临三维采购贴牌产品具有以下特点：

(1) 设备在出厂交付时即完成公司品牌贴牌；

(2) 公司在销售该等产品时以自主品牌进行销售，从客户角度来看其采购的系爱迪特自主品牌和自主型号体系的产品，客户采购的前提系对爱迪特品牌的认可。

2、发行人与其他口腔数字化设备供应商的合作情况

除先临三维外，公司未与其他口腔数字化设备供应商签订经销类合同，公司向其他设备供应商的采购模式以定制化贴牌生产为主，直采供应商原厂设备为辅。

对于定制化贴牌设备，采购合同约定，公司负责整合市场需求，提出定制化产品需求，供应商按照公司要求进行生产。根据公司向供应商提供的产品需求文档，公司提出的主要定制化需求如下：

序号	涉及产品	具体需求	定制化需求功能描述
1	切削设备	半圆型切削夹具设计	为了提高氧化锆瓷块利用率，同时解决氧化锆瓷块上料时容易被夹坏、安装时需要人为对准圆盘刻度问题，在保证切削稳定性和精度的基础上，将夹具设计为半圆夹具，氧化锆瓷块材料利用率提高了 15%，同时实现自动校准瓷块功能，降低瓷块破损率
2	切削设备	优化控制系统	为了完成义齿窝沟雕刻，提高戴牙成功率，通过更换伺服电机，TBI 丝杆等部件，优化设备控制系统，实现了 8 um 高精度切削能力，进而具备了窝沟雕刻功能，提高了义齿就位密合度
3	切削设备	自动换盘功能开发	为了实现自动上下料，提高设备利用率，提升义齿技工所交付效率，公司提出相关需求并由供应商开发出 12 个料盘管理系统，实现了 24 小时自动换盘连续工作
4	烧结设备	快速烧结程序开发	为了实现氧化锆义齿快速烧结，提高烧结效率，公司开发出氧化锆材料快速烧结曲线。供应商按照公司氧化锆材料烧结曲线设置其设备烧结控制系统，烧结炉可实现 60°C/分钟升温速率，同时实现烧结曲线结束时 900°C 开启炉膛，3 小时即可完成一炉烧结。设备实现一键启动快速烧结，无需用户手动调整曲线，操作方便
5	烧结设备	优化烧结元件	为解决硅钼棒烧结元件容易污染义齿的问题，烧结炉选择高纯度无污染硅碳棒，烧结炉无需人工频繁清理维护，可提高义齿制作良率

3、发行人口腔数字化设备销售模式

报告期内，公司外采的口腔数字化设备，主要通过以下模式进行销售：

(1) 与口腔修复材料整合，为技工端客户提供数字化口腔修复综合服务

公司充分发挥优势产品口腔修复材料与设备产品相互促进的协同优势，整合自主研发的口腔修复材料和外采的口腔数字化设备，为技工端客户提供数字化口腔修复综合服务，显著提升客户义齿加工的效率和数字化水平。

（2）集成外采的相关设备，为临床端客户提供椅旁数字化修复系统

公司通过集成外采的切削设备、数字取像设备、烧结设备、打印设备等设备产品，为临床端客户提供适配度高的椅旁数字化修复系统，可满足其仅使用公司集成的配套产品即可快速制作出义齿的需求，显著提升了临床端客户经营的效率和数字化程度。

（二）相关业务本质是否为贸易类或代理类业务

虽然公司与先临三维签订了经销合同，但双方合作产品中绝大部分系贴公司自主品牌的产品，公司在销售该等产品时以自主品牌和自主型号体系进行销售，客户采购的前提系对爱迪特品牌的认可。除先临三维外，公司未与其他设备供应商签署经销协议，公司向其他设备供应商以定制化产品采购为主。

此外，对于向包括先临三维在内的设备供应商采购的产品，公司将其与自身优势产品口腔修复材料整合或对设备类产品进行适配性集成，为技工端客户提供数字化口腔修复综合服务、为临床端客户提供椅旁数字化修复系统，有效提升客户的经营效率和数字化水平，满足其一站式加工和快速交付需求。

综上，在采购端，公司以贴牌和定制化产品采购为主；在销售端，公司以自身品牌和型号体系进行销售，且将设备产品进行相关整合以切实满足客户快速交付需求及数字化生产需求。公司设备类产品的经营并非以采购并销售单体设备为目的的贸易类或代理类业务。

五、说明发行人无形资产中计算机软件金额较低是否与发行人设计业务能力相匹配，是否符合行业惯例，计算机软件的具体情况，取得过程的合法合规性，是否存在知识产权侵权行为或纠纷

（一）说明发行人无形资产中计算机软件金额较低是否与发行人设计业务能力相匹配，是否符合行业惯例

发行人主要从事口腔修复材料和口腔数字化设备业务：其中，口腔修复材料开发主要涉及原材料配方、成型技术、烧结温度参数间匹配等相关核心技术和生产工艺，并不依赖于计算机软件实现；口腔数字化设备主要由发行人整合市场需求、并提供整体方案设计，此类工作需要部分设计软件辅助开展，但由于发行人不直接从事设备生产，因此设备的具体设计工作主要由供应商完成；此外，发行

人正畸业务中，隐形正畸产品的设计有赖于正畸系统软件开展，正畸系统软件可以帮助口腔医生获取牙模数据、即时浏览排牙设计效果，方便医生与技工间沟通交流及快速响应，但报告期内发行人相关业务规模很小。综上所述，发行人主要业务开展并不依赖于计算机软件，无形资产中计算机软件金额与发行人业务能力相关性较低。

截至 2022 年 6 月末，发行人与同行业可比公司计算机软件金额情况对比如下：

单位：万元、%

项目	发行人	国瓷材料	沪鸽口腔	现代牙科
计算机软件账面原值	135.23	1,462.74	78.30	1,658.26
计算机软件账面价值	63.02	728.97	39.15	1,221.58
计算机软件账面价值/无形资产	14.18	4.19	1.02	5.86
计算机软件账面价值/资产总额	0.06	0.09	0.11	0.41

数据来源：上市公司年报、招股说明书

注 1：由于会计准则差异，发行人境外可比公司登士柏西诺德及英维斯塔未披露计算机软件账面原值及账面价值

注 2：沪鸽口腔及现代牙科暂未披露 2022 年 6 月末计算机软件情况，此处以 2021 年末金额进行列示

由上表可知，发行人同行业可比公司计算机软件占无形资产比例及占资产总额比例均较低。其中，现代牙科计算机软件账面价值占资产总额比例高于发行人，主要系现代牙科为义齿加工企业，其需要牙模扫描、3D 打印、加工数据管理等软件来开展义齿加工业务，该比例略高于发行人具有商业合理性。

综上所述，发行人无形资产中计算机软件金额较低符合行业惯例。

（二）计算机软件的具体情况，取得过程的合法合规性，是否存在知识产权侵权行为或纠纷

报告期内，公司计算机软件主要包括财务及管理软件、设计软件及正畸系统软件构成，具体内容及应用情况如下：

类别	项目	供应商	采购内容及主要应用
财务及管理软件	用友财务软件	秦皇岛联宇信息技术有限公司	用友客户端软件，用于审计管理
	金蝶软件	秦皇岛艾特计算机技术开发有限公司及秦皇岛金联科技开发有限公司	金蝶财务软件、客户化开发服务、金蝶 K3 软件，用于审计管理及生产、供应链管理

类别	项目	供应商	采购内容及主要应用
	纷享销客 CRM	北京纷扬科技有限责任公司	管理软件，用于客户关系管理
设计软件	Alitum Designer 19 软件	北京鱼文软件科技有限公司	Alitum Designer 19 软件，用于印刷电路板设计、原理图设计等
	工业设计软件	北京哲想软件有限公司	Rhino 建模软件、Key Shot 渲染软件、Illustrator CC for teams、Photoshop CC for teams，用于产品、外观设计及 UI 界面设计
		深圳市伊登软件有限公司	CorelDRAW 设计软件，用于产品、外观设计及 UI 界面设计
	中望 CAD	广东睿盟计算机科技有限公司	中望 CAD 软件，用于机械绘图
正畸系统软件	eSet_3D-1	深圳易美智汇技术有限公司	eSet_3D 技工端软件及 eSet_3D 排牙端软件
	eSet_3D-2	深圳易美智汇技术有限公司	eSet_3D 软件定制开发服务，具体包括开发优化资料上传系统、软件设计系统、APP、医生端查看器、登录界面修改等
	eSet_3D-3	深圳易美智汇技术有限公司	eSet_3D 软件定制服务，具体包括虚拟牙龈导出牙模文件、病例系统增加分牙技工号、服务器搭建、儿童版功能等

综上所述，发行人所取得的上述计算机软件均系向该软件服务提供商购买所得，双方通过协商确定产品及服务价格，并签署采购合同，取得过程合法合规。合同条款对双方享有的权利及义务、知识产权进行了明确的约定，公司遵守合同条款约定并进行有效执行，上述计算机软件不存在知识产权侵权行为或纠纷。

六、说明报告期内 3D Pro 绚彩快速美学修复方案和正畸专用打印机的收入情况，发行人在上述业务的核心技术情况及上述业务的市场空间和竞争格局

（一）报告期内 3D Pro 绚彩快速美学修复方案和正畸专用打印机的收入情况

3D Pro 绚彩快速美学修复方案系发行人针对义齿技工所推出的 3D Pro 绚彩系列氧化锆瓷块产品与口腔数字化设备的综合解决方案。其中，3D Pro 绚彩系列氧化锆瓷块实现了切端到颈部强度、透度和颜色的三重渐变，做到材料性能和颜色上的双重仿生，并具有快速烧结的特性。辅以公司销售的口腔数字化设备进行扫描、设计、切削、快速烧结，可帮助义齿技工所完成产品的 24 小时快速交付。同时，该综合服务配套严格的质量控制体系、学习及实践全流程的培训计划及快速响应的售后服务体系，助力客户加快数字化转型升级。

报告期各期，发行人 3D Pro 绚彩快速美学修复方案收入如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
3D Pro 绚彩快速美学修复方案	3,442.24	8,975.59	4,707.30	1,163.85
其中：口腔修复材料	2,080.49	4,018.69	2,252.42	266.65
口腔数字化设备	1,361.75	4,956.90	2,454.87	897.20

正畸专用打印机系公司自主设计的高精度正畸打印机，使用 3D 打印技术，增材堆叠出牙膜，其后将平整的膜片利用抽真空的方式，附着在 3D 打印出来的牙膜上，成型、修整、切割为隐形正畸矫正器。公司并不直接对外销售正畸专用打印机，公司隐形正畸业务收入为向用户提供隐形正畸服务取得的收入。

报告期各期，发行人隐形正畸业务收入如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
隐形正畸业务	340.01	616.66	560.53	18.76

报告期内，发行人开展隐形正畸业务的主要销售模式为通过各区域头部义齿技工所作为经销商进行销售、作为代工厂向其他正畸品牌商销售及公司向口腔诊所进行直接销售。发行人销售的隐形正畸产品属于第二类医疗器械，根据《医疗器械监督管理条例》《医疗器械经营监督管理办法》等法律法规、监管要求，发行人已取得生产及销售该产品所需相关《医疗器械生产许可证》《医疗器械注册证》等资质，且该等均处于有效期期限内。针对隐形正畸业务开展，发行人对下游客户执行了严格的资质认证考核，经销商及品牌商需具备《第二类医疗器械经营备案凭证》、合作口腔诊所需取得《医疗机构执业许可证》并满足相关医师资质要求。

发行人已取得河北省秦皇岛市行政审批局核发的《第二类医疗器械经营备案凭证》，经营方式为批零兼营，经营范围包括 6683 口腔科材料-正畸材料，根据相关法律法规的规定，发行人可开展正畸产品的批发及零售业务。报告期内，发行人向个人直接销售正畸产品的金额为 3.46 万元、26.00 万元、30.71 万元及 9.70 万元。

（二）发行人在上述业务的核心技术情况

发行人在上述业务涉及的核心技术情况如下：

项目	核心技术	核心技术具体内容
3D Pro 绚彩快速美学修复方案	一种梯度透明性氧化锆牙科陶瓷及其制备方法	通过混合粉体、干压成型、冷等静压成型、预烧结、坯体修复五个步骤，从底端 到顶端透明度逐渐增大，且包含 5-11 种不同透明度的瓷层的氧化锆陶瓷
	着色氧化锆粉体以及多层多色牙科陶瓷的制备方法	多层多色牙科陶瓷的制备方法，将同一色调的 3-7 种着色氧化锆粉体按照颜色由深到浅，透度由小到大的顺序经分层干压、等静压压制、预烧结，获得多层多色氧化锆坯体
	强度、颜色均匀过渡的牙科氧化锆修复材料及其制备方法	将多层颜色调控技术、多层透明度调控技术与多层强度调控技术有机融合，在美学性仿生的基础上，实现对材料功能的调控，研发出一种兼美学和功能为一体的高度仿生的牙科氧化锆陶瓷材料
	自动上下料装置、台式升降型烧结炉、自动上下料系统	实现氧化锆义齿烧结过程一键控制，通过程序实现烧结炉工作全过程监控与控制
	一种牙科修复体用自带卡槽的陶瓷块	在瓷块四周设计卡槽结构，便于机器夹持
隐形正畸业务	一种隐形矫治器的制作方法	通过打印机软件程序将图像边缘根据奇偶层处理成不同的边缘效果，呈现微观奇偶层不整齐堆叠，宏观不影响精度下呈现纹理效果的一种打印技术，此纹理最终会呈现在正畸矫治器上
	一种隐形矫治器的制作方法	通过调节图像奇偶层曝光时间不同呈现微观奇偶层不整齐堆叠，宏观不影响精度下呈现纹理效果的一种打印技术，此纹理最终会呈现在正畸矫治器上

（三）发行人上述业务的市场空间和竞争格局

1、3D Pro 绚彩快速美学修复方案市场空间及竞争格局

3D Pro 绚彩快速美学修复方案由绚彩 3D Pro 氧化锆材料及口腔数字化设备两部分组成，其市场空间及竞争格局如下：

（1）口腔修复材料市场空间

氧化锆口腔修复材料，凭借其高强度、高韧性和良好的生物相容性广泛适用，尤其是在口腔修复方面，美学效果接近真实牙体，具有广阔的应用前景。根据赛瑞研究发布的《氧化锆陶瓷行业研究报告》，2020 年我国氧化锆陶瓷在义齿制造领域的市场规模超过 20 亿元。由于目前氧化锆义齿材料成本较高一定程度上制约了氧化锆义齿材料的市场渗透率，未来伴随国民收入水平不断提高及氧化锆齿科材料生产工艺和技术的发展，氧化锆义齿材料市场规模将进一步增长。

市场容量及市场份额等情况详见本题回复之“三、（二）补充披露发行人主

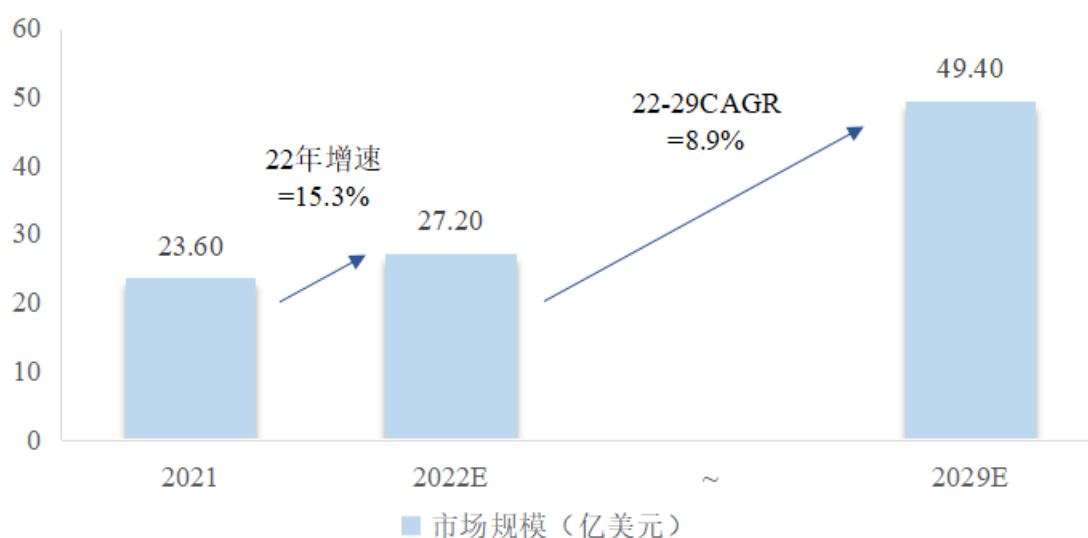
要产品的具体市场空间和市场容量，发行人和竞争对手主要产品的市场份额”。

（2）口腔数字化设备市场空间

计算机辅助设计（CAD）及计算机支持制造（CAM）技术的引入，帮助义齿加工所在加工环节实现了数字化技术替代，义齿加工精度和准度的提升满足临床端日益增长的口腔修复需求的同时，也反向促进了上游口腔修复材料与口腔数字设备的研发与生产，推动了口腔修复全产业链的数字化进程。

根据市场调研机构 Fortune Business Insights 发布的报告显示，2021 年全球口腔 CAD/CAM 市场规模达到 23.6 亿美元，折合 157.4 亿元人民币。随着老龄化进程加速，齿科患病率不断增长，人们对齿科修复体精准设计技术的认识提升，预计 2022 年-2029 年全球口腔 CAD/CAM 市场以 8.9% 的复合增速增长，至 2029 年全球口腔 CAD/CAM 市场规模将达到约 49.4 亿美元。

2021-2029 年全球口腔 CAD/CAM 市场规模及增速



数据来源：Fortune Business Insights

全球口腔 CAD/CAM 市场由口腔数字化设备及口腔设计软件两部分组成，其中主要部分为口腔数字化设备，其市场规模占比超 80%。

中国口腔 CAD/CAM 市场尚处于快速发展阶段。以中国义齿销售规模/全球义齿销售规模估测，2021 年中国口腔 CAD/CAM 市场规模为 46.6 亿元人民币。此外，Fortune Business Insights 报告指出，在预测期内，口腔 CAD/CAM 亚太市场将成为增长最快的地区。伴随公立及民营口腔诊所数量的增加，口腔修复数

字化解决方案的推进，中国所在的亚太地区将成为全球规模最大、最重要的口腔 CAD/CAM 市场之一。

（3）竞争格局

3D Pro 绚彩快速美学修复方案市场涉及的各产品及环节主要竞争格局如下：

品牌	数据收集 (数字取像设备)	数据分析 (口腔设计软件)	数字化加工 (切削技术、口腔修复材料)
国际供应商	KaVo Group 3 Shape 登士柏西诺德 Carestream	3 Shape PIANMECA EXOCAD 登士柏西诺德	登士柏西诺德 义获嘉 伟瓦登特 3M 公司 KaVo Group
国内供应商	美亚光电 先临三维 朗视仪器 朗呈医疗	北京大学口腔医院 云甲科技	爱尔创 爱迪特 翔通光电 沪鸽口腔

注：资料来源于医趋势《2020 中国口腔产业数字化趋势调研报告》

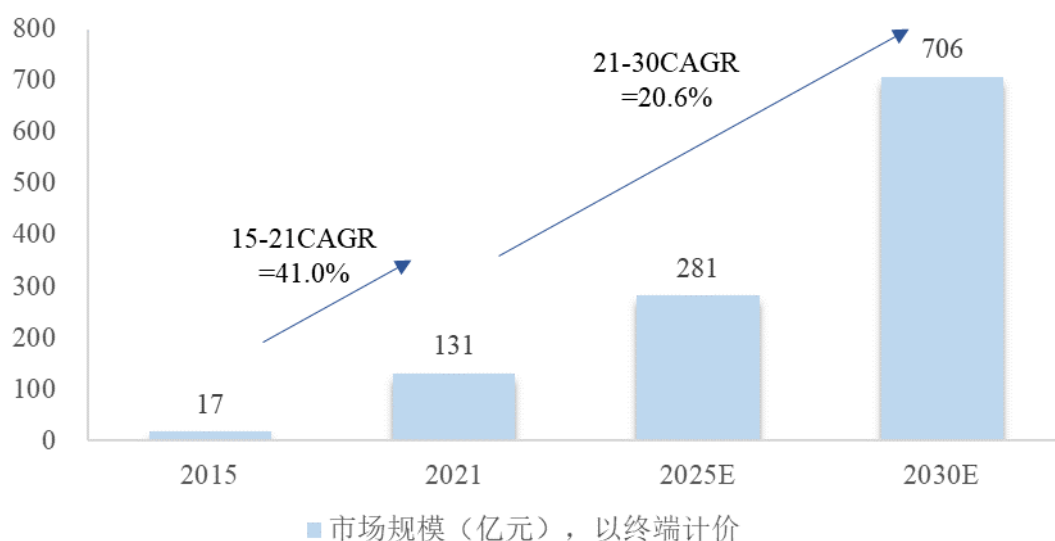
2、隐形正畸业务市场空间及竞争格局

（1）隐形正畸业务市场空间

随着口腔医学技术的发展及患者对正畸矫治美观要求的日益提高，正畸治疗使用的矫治器也逐渐由早期的金属托槽衍生出了舌侧、陶瓷、以及无托槽隐形矫治器，针对医师与患者对疗效/美观性/舒适度的要求提供更多治疗选择。其中，隐形矫治因①佩戴更为美观；②使用先进材料定制设计，佩戴舒适；③可摘脱，使用方便更卫生；④复诊频率要求较低且单次就诊时间较短；⑤由于隐形矫治解决方案供应商可提供专业的医学支持，因此对全科牙医的正畸专业背景要求相对较低，越来越多的牙科医生认可并推荐隐形矫治，同时也有持续增加的患者愿意接受正畸治疗，中国隐形正畸市场在近年获得快速发展。

根据灼识咨询统计，以终端价计，中国隐形正畸市场则在 41.0%的年复合增长率下由 2015 年的 17 亿元爆发式增长至 2021 年的 131 亿元；未来九年，该市场增长将逐步稳定，但仍将以相对较高的 20.6%的年复合增长率于 2030 年达到 706 亿元。

2015-2030 年中国隐形正畸市场规模及增速（单位：亿元，%）



数据来源：CIC 灼识咨询

（2）隐形正畸业务竞争格局

根据国家药品监督管理局的注册信息，目前中国已有近百家厂商获得隐形矫治器的注册证，但其中仅有少数在整体市场中占据一定份额，目前国内隐形正畸市场仍呈双寡头垄断态势，以达成案例数计，2021 年时代天使和隐适美两大头部厂商合计占有市场份额达 76.9%。具体竞争格局情况如下：

单位：万例

品牌	达成案例数	市场份额
时代天使	18.3	41.1%
隐适美	16.0	35.9%
其他品牌	10.3	23.1%
合计	44.6	100.0%

目前发行人隐形正畸业务尚处于起步阶段，2021 年隐形正畸业务收入为 616.66 万元，正在执行的正畸案例数为 4,200 余例，市场占有率较低，拥有较大的市场发展空间。

七、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和发行人律师履行的核查程序包括：

1、访谈发行人研发负责人，了解发行人核心技术内容、作用、创新点、在

产品中的具体应用、成果转化情况、当前主要的在研项目情况、具体内容、研发阶段、应用领域、对现有产品的具体提升情况；

2、访谈发行人销售主管及研发负责人，了解发行人产品在类别、材料、工艺、技术、质量、渠道等方面与境内外主要竞争对手相比存在的优势和劣势；

3、查阅行业研究报告，查阅同行业可比公司招股说明书、定期报告、官方网站等相关资料，了解义齿材料行业现有技术和产品情况以及新技术、新产品的应用情况、各不同义齿材料性能情况；

4、获取发行人无形资产明细及计算机软件购买合同，了解各计算机软件具体用途，取得过程及是否存在知识产权侵权行为或纠纷情况；

5、获取发行人员工花名册，复核发行人研发人员构成情况；

6、获取发行人核心技术相关证明文件，核查发行人在新材料、新工艺的应用等方面的情况；核查发行人专利获取情况；

7、访谈发行人正畸业务主管，了解发行人正畸业务开展情况，市场空间及竞争格局；

8、取得并查看了发行人与相关供应商签署的合作协议，了解合同主要条款及双方合作模式；

9、取得并查看了发行人与相关供应商关于口腔数字化设备合作相关的邮件等沟通记录；

10、访谈了口腔数字化设备产品的主要供应商，了解发行人与其合作的相关情况；

11、取得并查看了发行人向供应商提供的产品需求文档，了解发行人提出的设备产品相关需求情况；

12、访谈发行人口腔数字化设备业务相关负责人，了解发行人设备产品业务定位、经营情况等情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人和发行人律师认为：

1、公司已建立完整的研发体系，研发内控制度执行情况良好。报告期各期，公司持续加大研发投入，并拥有一支专业扎实、规模有序扩大的研发团队，经过多年发展技术储备丰富，具备较强的研发能力及可持续的研发优势；

2、发行人同行业可比公司计算机软件占无形资产比例及占资产总额比例均较低，发行人无形资产中计算机软件金额较低符合行业惯例；发行人所取得的计算机软件均系向软件服务提供商购买所得，不存在知识产权侵权行为或纠纷；

3、发行人已于招股说明书补充披露发行人主要产品的具体市场空间和市场容量，发行人和竞争对手主要产品的市场份额；

4、公司向先临三维采购的绝大多数口腔数字化设备均为贴牌生产，由于设备生产过程本身为标准化，因此经销协议未对产品生产和设计做进一步约定，具备合理性。公司设备类产品的经营并非以采购并销售单体设备为目的的贸易类或代理类业务；

5、发行人 3D Pro 绚彩快速美学修复方案和正畸专用打印机业务所处口腔修复材料市场、口腔数字化设备市场及隐形正畸业务市场空间广阔，发行人相关业务具备成长性。

2.关于知识产权和专利诉讼

申报材料显示：

（1）报告期内，发行人与北大口腔医院存在合作开发情形，发行人委托四川大学进行技术开发。

（2）2021 年 5 月美国 B&D 牙科公司向发行人及美国子公司提起诉讼，主张发行人在美国和犹他州使用、要约出售、销售和使用直接侵犯其持有的多项专利，要求发行人赔偿专利侵权损失和禁止爱迪特未经 B&D 许可制造、使用、出售、提议出售、进口或诱导他人制造、使用、出售或提议出售 B&D 的专利技术。根据当地法规，B&D 公司需要按照法院要求在申请后 90 天内提供有关爱迪特涉及侵权的证据文件，诉讼申请才会正式生效。但是自专利诉讼申请起的 90 天内，B&D 公司并未提交相关资料，诉讼申请已过有效期，即该等诉讼未正式生效。

（3）发行人境内商标存在受让取得的情形；此外，发行人已申请数项境外专利，但是目前为止尚未取得专利证书，存在关键技术被竞争对手或者是第三方通过模仿甚至窃取等方式侵犯的风险。同时，由于不同国别、不同的法律体系对知识产权权利范围的解释和认定存在差异，若未能深刻理解并遵守可能会存在侵犯该法域内授权专利的可能，引发争议甚至诉讼，最终导致发行人产品及相关终端产品出现销售及使用的潜在风险。

请发行人说明：

（1）合作开发和委托开发的相关技术在发行人产品的具体应用及对发行人业绩的影响，与高校合作研发的具体模式及投入情况，研发成果归属的约定，是否存在知识产权许可使用情形，合作研发和委托研发对发行人技术独立性的影响；

（2）境内商标存在受让取得的具体方式，境外专利的申请情况及尚未取得专利证书的原因，发行人的专利保护范围是否覆盖发行人全部内销和外销产品，结合境外各地的具体规定，说明尚未取得专利证书并在境外当地销售的法律风险，是否存在销售及使用的受限情形；

（3）报告期内发行人涉诉同类型产品的情况，包括名称、销售客户名称、收入及毛利金额、占比等；披露相关产品涉及的专利或技术的基本情况、权利要求、技术特征，研发过程，包括研发时间、参与人员、技术保护措施等，是否为原始创新或集成行业通用技术或其他竞争对手的技术、进行的二次创新，请结合发行人相关产品与涉诉原告专利的权利要求进行比对，分析说明是否存在侵犯B&D 牙科公司或第三方知识产权的情形，并完善相关风险提示的信息披露；

（4）B&D 牙科公司诉讼未正式生效的原因，是否存在和解的情形；除 B&D 牙科公司的诉讼赔偿请求，结合诉讼的具体情况，测算相关诉讼纠纷可能给发行人带来的赔偿金额；除前述诉讼事项外，是否存在其他诉讼、仲裁、纠纷或潜在纠纷。

请保荐人、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 4 的规定，对上述事项发表明确意见，说明核查过程。

回复：

一、合作开发和委托开发的相关技术在发行人产品的具体应用及对发行人业绩的影响，与高校合作研发的具体模式及投入情况，研发成果归属的约定，是否存在知识产权许可使用情形，合作研发和委托研发对发行人技术独立性的影响

（一）合作开发和委托开发的相关技术在发行人产品的具体应用及对业绩的影响

报告期内，发行人与北大口腔、四川大学和华西口腔 3 家机构签署了委托开发、合作研发协议，具体情况如下：

合作单位	合作背景	研发内容	合作起止时间	在发行人生产经营中的具体应用	对发行人业绩的影响
四川大学	发行人委托四川大学就新型高透氧化锆外染料的遴选和抗磨性评价进行技术测试	结合已有的摩擦学实验手段和光学评测方法，通过分析不同染色方式的爱迪特高透氧化锆样本在不同循环次数刷牙磨损测试过程中的变化，对样本表面抗磨性和色彩稳定性进行对比评价	2019.09.01-2020.09.01	成果仅为一项专项测试结果，不涉及研发成果	合计支付研究开发经费 30 万元
四川大学、华西口腔	发行人委托四川大学、华西口腔就爱迪特椅旁修复系统的临床新方案进行技术测试	针对爱迪特椅旁即刻修复临床新方案，结合具体病例对方案的适应症、效果和患者满意度进行评价	2021.11.08-2022.06.30	成果仅为一项专项测试评价，不涉及研发成果	合计支付研发费用 30 万元
北大口腔	双方在发行人牙科氧化锆陶瓷等义齿非金属修复产品的基础上，结合临床需求，研究数字化技术在活动义齿生产制造过程中的应用，以提升活动义齿产品的美学性和数字化可加工性	在爱迪特既有牙科氧化锆陶瓷等义齿非金属修复材料产品的基础上，结合临床需求，开发功能、美学仿生义齿修复材料设计及应用等技术产品	2018.05.15-2041.09.13	提升、强化了绚彩 3Dpro 产品的仿生效果；开发出一款增强义齿粘接力的产品	报告期内合计支付合作开发费用 40 万元；在剩余合作有效期内，发行人每年支付合作开发费 20 万元

（二）与高校合作研发的具体情况 & 投入情况，研发成果归属的约定，是否存在知识产权许可使用情形

1、与四川大学委托研发的具体情况

（1）合作模式

根据发行人与四川大学就“新型高透氧化锆外染料的遴选和抗磨性评价”项目达成的《技术开发（委托）合同》，约定四川大学对公司提供的不同外染料的高透氧化锆样品完成表面结合力比较及表面抗刷力比较，委托研发工作已完成。

（2）投入情况

项目已完成，发行人根据合同约定支付研究开发经费 30 万元。

（3）不涉及研发成果归属的约定，不存在知识产权许可使用情形

由于该项研发是根据发行人提供的高透氧化锆样品进行一系列抗刷力及结合力测试，不涉及对发行人所生产的口腔修复材料配方及生产环节改进，因此该项研究成果仅为一项专项测试结果，不涉及研发成果，不存在知识产权许可使用情形。

（4）对发行人技术独立性的影响

对发行人技术独立性无实质影响。

2、与四川大学、华西口腔委托研发的具体情况

（1）合作模式

根据发行人与四川大学、华西口腔就“爱迪特椅旁修复的新方案”项目达成的《技术服务合同》，针对爱迪特椅旁即刻修复临床新方案，四川大学、华西口腔结合具体病例对方案的适应症、效果和患者满意度进行评价，完成 20 例完整的爱迪特椅旁即刻修复系统临床病例报告及整套临床病例材料，目前委托研发工作已经完成。

（2）投入情况

根据合同约定，发行人已支付 30 万元的研发费用。

（3）不涉及研发成果归属的约定，不存在知识产权许可使用情形

由于该项研发是根据发行人提供的爱迪特椅旁即刻修复系统进行临床研究，不涉及对发行人椅旁即刻修复系统的改进，因此该项研究成果仅为一项专项测试结果，不涉及研发成果，不存在知识产权许可使用情形。

（4）对发行人技术独立性的影响

对发行人技术独立性无实质影响。

3、与北大口腔合作研发的具体情况

（1）双方合作情况合作模式

发行人与北大口腔的合作始于 2018 年 5 月，双方签署《一种仿生陶瓷牙修复体制作方法技术许可协议》，北大口腔授权发行人使用非专利技术“一种仿生陶瓷牙修复体制作方法”进行仿生叠层氧化锆产品的优化升级，发行人运用相关技术提升并强化了公司绚彩 3Dpro 产品的仿生效果。2021 年 2 月，双方进一步扩大合作范围，签署了《一种仿生陶瓷牙修复体制作方法技术许可协议之补充协议》，北大口腔增加授权发行人使用“仿生牙釉质氧化锆陶瓷材料块、牙修复体和制备方法”、“一种用于牙科的氧化锆表面处理方法”和“一种基于气质分类的前牙美学形态的选型数字化制作方法”三项技术，双方合作开发一款增强义齿粘接力的产品。

2021 年 9 月，双方有意向进一步拓展合作关系，为明确合作内容，厘清权利义务边界，发行人与北大口腔终止了前述《一种仿生陶瓷牙修复体制作方法技术许可协议》及其补充协议，并重新签署了《功能、美学仿生义齿修复材料设计与应用等技术的合作开发和推广协议》（以下简称“《开发推广协议》”），用以替代双方此前签署的《一种仿生陶瓷牙修复体制作方法技术许可协议》及其补充协议。根据协议约定，协议双方的合作开发具体模式为：

北大口腔负责产品设计、临床验证、临床分析，具体包括：基于临床需求，提出合作产品设计构想、方案；从临床医生最为关心的角度参与验证试验的设计；提出对合作产品的改进意见；根据试制产品，设计应用场景及规范使用步骤；负责对发行人开发的合作产品进行实验室与临床验证，并出具验证报告。

发行人负责产品设计、开发验证、产品实现，具体包括：根据北京大学口腔医院临床需求和技术设想进行材料设计，样品制作，试验验证，专利申请；合作

产品的生产、推广、销售及售后服务。

2022年6月，发行人与北大口腔签署了《<功能、美学仿生义齿修复材料设计与应用等技术的合作开发和推广协议>之补充协议》（以下与《功能、美学仿生义齿修复材料设计与应用等技术的合作开发和推广协议》合称“《开发推广协议》”），在原协议的基础上，新增了三项专利、技术合作。

（2）合作开发费用的约定情况

《一种仿生陶瓷牙修复体制作方法技术许可协议》约定的合作开发费用内容如下：

①该技术的固定费用共150万元，协议期满后，北大口腔授权发行人使用的该发明专利技术所有权及核心技术自动归发行人所有；

②付款方式为在协议签订之日后1个月内（即2018年6月底前）支付20万元，费用剩余部分在合作期内分期支付，具体支付金额为双方根据合作产品的销量协商确定。

发行人已根据合同约定于2018年向北大口腔支付20万元，并分别于2019年和2020年，每年向北大口腔支付10万元合作开发费用。

《开发推广协议》约定合作开发费用内容如下：

①双方同意，合同项下的所有的合作内容的总费用为20万元/每年，无提成费用；

②协议签署次年起，协议期内公司应每年于12月25日前向北大口腔支付。协议期至2041年9月13日止。

发行人于2021年12月向北大口腔支付20万元合作开发费用。

（3）研发成果归属

根据《开发推广协议》，双方就合作研发成果归属约定如下：

①合同项下，双方共同开发的任何专利、技术、方法、产品等（下称“合作项目”），需经双方协商后，才可公开发表或申请专利。如对“合作项目”申请专利后，该专利应属于双方共有。未经公司允许，北大口腔不得转让/授权任何第

三方，且公司具有优先购买权；

②如双方合作开发的“合作项目”，附着于公司现有的专利、技术、方法及产品等之上或能够提供相应的效用的，该整体专利应当由公司所有。

（4）涉及的知识产权许可使用情形

根据《开发推广协议》的约定，北大口腔围绕该协议项下的研发技术以及专利、专利申请，发行人拥有排他性优先合作权，同时以下北大口腔在协议签订前已获授权或在申请的专利，发行人同样拥有排他性优先合作权，具体包括：

序号	名称	类型	专利权人/申请人	专利号/申请号	申请日	授权日
1	义齿、义齿制作方法和装置	发明专利	北大口腔	ZL201780000102.5	2017.01.25	2021.08.17
2	仿生牙釉质氧化锆陶瓷材料块、牙修复体和制备方法	发明专利	北大口腔	202011611834.8	2020.12.30	尚未授权
3	一种用于牙科的氧化锆表面处理方法	发明专利	北大口腔	202010135147.7	2020.03.02	尚未授权
4	一种仿釉牙本质界的牙科修复体表面结构设计制作方法	发明专利	北大口腔	ZL202010135469.1	2020.03.02	2022.02.18
5	一种叠层氧化锆牙科陶瓷材料及其制备方法	发明专利	北大口腔	ZL202110867614.X	2021.07.30	2022.02.01
6	一种光固化 3D 打印材料及其制备方法	发明专利	北大口腔	202010135470.4	2020.03.02	尚未授权
7	一种精准仿生陶瓷牙修复体的 3D 打印制作方法	发明专利	北大口腔	201910700224.6	2019.07.31	尚未授权
8	一种仿生陶瓷牙修复体制作方法	非专利技术	-	-	-	-

自《开发推广协议》签署以来，发行人与北大口腔正持续进行合作研发内容的讨论和研究，截至本回复出具日，合作研发未产生可量产并向市场销售的产品，未对发行人的营业收入产生贡献。

（5）对发行人技术独立性的影响

前述合作研发中，发行人主要借助北大口腔的人才、资源、设备、临床端需求优势等进一步完善自身在相关产品临床应用方面的布局。该合作研发模式是发行人研发环节的部分技术研发和升级，是对发行人自主研发的补充，发行人具有独立研发能力，对发行人技术独立性无实质影响。

二、境内商标存在受让取得的具体方式，境外专利的申请情况及尚未取得专利证书的原因，发行人的专利保护范围是否覆盖发行人全部内销和外销产品，结合境外各地的具体规定，说明尚未取得专利证书并在境外当地销售的法律风险，是否存在销售及受限的情形。

（一）境内商标受让取得的具体方式

截至本回复出具日，发行人共有 1 项境内商标通过受让取得，主要原因系第三方注册相近商标，发行人从第三方处购买，定价方式为协商一致定价，具体情况如下：

商标	注册号	类别	注册有效期限	取得方式	转让方
AIDITE 爱迪特	33607988	核定使用商品 (第 21 类)	2019.07.21-2029.07.20	继受取得	诏安县上德蔬菜培育基地

该商标具体的受让方式如下：

2021 年 1 月 20 日，发行人与福建泉州万通知识产权代理有限公司（以下简称“泉州万通”）签署《注册商标转让代理合同》，约定发行人将商标转让费 9,540 元支付给泉州万通，泉州万通收款后办理并提供该商标原产权人诏安县上德蔬菜培育基地所持注册证号为 33607988 的“**AIDITE 爱迪特**”商标（以下简称“标的商标”）的转让声明公证并提供商标独占使用授权书及商标转让文件。

2021 年 1 月 26 日，诏安县上德蔬菜培育基地出具《商标授权证书》，同意将标的商标授权独占许可给发行人使用；许可使用时间为 2021.1.26-2029.7.20；许可使用地域为中国境内。

同日，诏安县上德蔬菜培育基地出具《声明书》，声明该公司自愿将标的商标的一切权利转让给发行人所有。浙江省杭州市东方公证处对该声明书出具了《公证书》（（2021）浙杭东证字第 42128 号），证明诏安县上德蔬菜培育基地的法定代表人/负责人沈水木知悉声明的法律意义和法律后果。

2021 年 2 月 18 日，发行人向国家知识产权局商标局提交了标的商标商标权人变更登记申请。

2021 年 5 月 28 日，标的商标商标权人变更登记申请通过了审核并予以核准公告。

(二) 境外专利的申请情况及尚未取得专利证书的原因

截至本回复出具日，发行人在境外专利的申请情况及尚未取得专利证书的原因如下：

序号	专利名称	申请日	申请号	申请地区	发明人	专利类型	当前状态
1	强度、颜色均匀过渡的牙科氧化锆修复材料及其制备方法	2017.08.08	EP17185285.8	欧洲	李洪文、吴海艳、陈莹莹	发明专利	申请中
2	一种渐变树脂及其制备方法和应用	2020.10.23	PCT/CN2020/123042	PCT 缔约方	李洪文、乔春梅、许文冬、刘乾乾、郭晓然	发明专利	PCT 有效期内
3	一种具有高透明度的荧光玻璃陶瓷及其制备方法	2022.07.08	PCT/CN2022/104550	PCT 缔约方	张佳新、聂全义、赵丽佳、虞勇、杜震宇、郑京京	发明专利	PCT 有效期内
4	一种光热固化的树脂组合物及其制备方法和应用	2022.07.08	PCT/CN2022/104492	PCT 缔约方	张佳新、李洪文、段光远、邢林林	发明专利	PCT 有效期内
5	一种高强度和高透性二硅酸锂玻璃陶瓷及其制备方法和应用	2022.07.08	PCT/CN2022/104493	PCT 缔约方	张佳新、聂全义、赵丽佳、周生刚、虞勇、王晓俊	发明专利	PCT 有效期内
6	一种用于牙科修复的聚合性单体组合物及其制备方法和应用	2022.07.08	PCT/CN2022/104534	PCT 缔约方	李洪文、刘乾乾、乔春梅、王伟刚、许文冬、魏嘉欣	发明专利	PCT 有效期内
7	用于提高牙科氧化锆表面粘接性的陶瓷材料、修复材料、其制备方法及其粘接方法	2022.07.08	PCT/CN2022/104480	PCT 缔约方	张佳新、聂全义、郑京京、王喆、卫琳琳	发明专利	PCT 有效期内

上述第 1 项专利发行人已于 2017 年 8 月 8 日提交申请，因发明专利审核周期较长，目前尚在申请中，发行人先后于 2020 年 2 月、2020 年 11 月及 2021 年 7 月收到欧洲专利局审查意见，并已提交三次意见答复。截至本回复出具日，该专利仍属于核查过程中，在意见答复得到欧洲专利局认可后，发行人才能获得授

权。

上述第 2-7 项专利为 PCT 专利申请，PCT 为 Patent Cooperation Treaty 的缩写，中文名称为专利合作条约，是专利领域的一项国际合作条约。依据 PCT，申请人可以在首次提交专利申请之日后的三十个月内办理国际专利申请进入每一个国家的手续。发行人的 PCT 专利申请目前均处于有效期内，发行人正在确定拟进入国家/地区或向目标国/地区专利局进行专利申请过程中。

发行人正在积极进行海外专利布局，除上述专利外，截至本回复出具日，发行人通过 PCT、巴黎公约等途径分别向欧洲、美国、日韩等不同境外国家或地区提交了专利申请 14 项，目前均已取得提交回执或受理通知书。鉴于该等专利申请尚处于初始阶段，后续发行人将根据不同国家或地区的要求进一步推进相关专利申请流程。

（三）发行人的专利保护范围是否覆盖发行人全部内销和外销产品

发行人的主要产品为口腔修复材料及口腔数字化设备。口腔修复材料主要包括氧化锆陶瓷块、玻璃陶瓷、树脂等产品，截至本回复出具日，发行人专利技术（含申请中的专利）已覆盖公司主要内销口腔修复材料类产品，占内销口腔修复材料类产品收入比例达 90%以上；口腔数字化设备主要包括数字取像设备、切削设备、烧结设备等，该类产品专利权主要归属于生产方，发行人作为品牌方不享有专利权；目前发行人尚无已授权境外专利，因此专利保护范围未能覆盖口腔修复材料类的外销产品。发行人产品的专利保护情况具体如下：

1、发行人口腔修复材料类产品境内专利保护范围情况：

序号	保护产品范围	名称	专利类型	专利权人/申请人	授权日/申请状态	申请日	内销收入占比
1	氧化锆陶瓷块	一种梯度透明性氧化锆牙科陶瓷及其制备方法	发明专利	爱迪特	2014.09.10	2013.01.18	74.09%
2		着色氧化锆粉体以及多层多色牙科陶瓷的制备方法		爱迪特	2018.09.18	2015.11.23	
3		强度、颜色均匀过渡的牙科氧化锆修复材		爱迪特	2020.04.07	2017.05.12	

序号	保护产品范围	名称	专利类型	专利权人/申请人	授权日/申请状态	申请日	内销收入占比
		料及其制备方法					
4		一种氧化锆牙科修复体染色工艺		爱迪特	2016.03.09	2012.12.31	
5		自动上下料装置、台式升降型烧结炉、自动上下料系统		爱迪特	2019.08.13	2017.08.23	
6		一种牙科氧化锆陶瓷用遮色液及其制备方法和应用		爱迪特	等待合议组成立	2018.08.24	
7		一种一体多色的牙科用CAD/CAM氧化锆及其制备方法及干压模具		爱迪特	一通回案实审	2020.11.17	
8		一种用于牙齿贴面的氧化锆陶瓷及其制备方法		爱迪特	一通回案实审	2021.05.17	
9		用于提高牙科氧化锆表面粘接性的陶瓷材料、修复材料、其制备方法及粘结方法		爱迪特	一通出案待答复	2021.12.30	
10		一种牙科氧化锆修复材料及其制备方法和用途		爱迪特	进入实审	2022. 3. 23	
11		一种牙科修复体用自带卡槽的陶瓷块	实用新型	爱迪特	2013.05.22	2012.12.12	
12		一种牙科修复体陶瓷块用磨床		爱迪特	2013.05.22	2012.12.12	
13		一种牙科修复体陶瓷块用切割机		爱迪特	2013.05.22	2012.12.12	
14		一种牙科修复体陶瓷块用倒角机		爱迪特	2013.05.22	2012.12.12	
15		一种牙科修复体用圆环形陶瓷块卡具		爱迪特	2013.07.24	2012.12.31	
16		一种氧化锆牙		爱迪特	2013.07.03	2012.12.31	

序号	保护产品范围	名称	专利类型	专利权人/申请人	授权日/申请状态	申请日	内销收入占比
		科修复体用烧结炉					
17		一种温等静压机		爱迪特	2014.07.09	2013.12.30	
18	玻璃陶瓷	锆增强的快速处理微晶玻璃及其组合物、制备方法、用途	发明专利	爱迪特	2017.07.07	2015.05.07	14.53%
19		一种具有高透明度的荧光玻璃陶瓷及其制备方法		爱迪特	等待实审提案	2021.10.28	
20		一种二硅酸锂玻璃陶瓷及其制备方法和应用		爱迪特	中通出案待答复	2021.06.29	
21		一种高强度和高透性二硅酸锂玻璃陶瓷及其制备方法和应用		爱迪特	一通回案实审	2021.08.06	
22		一种牙科用颜色和透度渐变的二硅酸锂玻璃陶瓷及其制备方法和用途		爱迪特	等待实审提案	2022.5.6	
23	树脂	一种牙科CAD/CAM可切削的PMMA及其制备方法	发明专利	爱迪特	2021.08.17	2018.08.13	1.52%
24		一种渐变树脂及其制备方法和应用		爱迪特	2021.10.15	2020.09.30	
25		一种用于牙科修复的聚合性单体组合物及其制备方法和应用		爱迪特	一通出案待答复	2021.7.21	
26		一种牙科CAD/CAM可切削PMMA成型模具	实用新型	爱迪特	2019.01.01	2018.06.11	
27		一种用于牙科CAD/CAM切削的PMMA树脂反应釜		爱迪特	2019.08.16	2018.06.11	
28	3D打印材料	一种3D打印材料变形情况	发明专利	爱迪特	一通回案实审	2021.03.18	0.70%

序号	保护产品范围	名称	专利类型	专利权人/申请人	授权日/申请状态	申请日	内销收入占比
		的测试方法					
29		一种用于 3D 打印的仿真牙龈材料及其制备方法和应用		爱迪特	一通出案待答复	2021.03.19	
30		一种光热固化的树脂组合物及其制备方法和应用		爱迪特	等待实审提案	2021.08.26	
31	氧化锆瓷块, 玻璃陶瓷, 树脂通用	口腔修复体的设计方法、系统、设备及可读存储介质	发明专利	爱迪特	2020.07.07	2017.09.27	-
32	氧化锆瓷块, 树脂通用	牙齿比色板	外观设计	爱迪特	2019.11.25	2019.04.25	-
收入占比合计							

注：表格中的收入占比指该类产品 2021 年内销收入占发行人同期口腔修复材料类产品内销收入的比例。

如上表所示，截至本回复出具日，发行人境内专利技术（含申请中的专利）已覆盖公司主要口腔修复材料类产品，具体包括氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、树脂及 3D 打印材料相关产品，占发行人 **2022 年 1-6 月** 口腔修复材料类产品内销收入比例达 **90.84%**，报告期内平均收入占比为 **91.27%**；发行人其他未申请专利保护的产品主要为烤瓷粉，其涉及的配方及工艺属于商业秘密范畴，发行人就其核心技术申请专利可能会导致公司商业秘密泄露，因此暂未申请相关专利，该类产品占发行人 2022 年 1-6 月口腔修复材料类产品内销收入比例为 **8.11%**，报告期内平均收入占比为 **6.62%**。

此外，发行人的主要口腔修复材料类产品在生产工艺环节还会涉及到一些行业通识技术，如氧化锆产品中的机加工技术、烧结技术，玻璃陶瓷产品中的玻璃熔制技术、树脂产品中的机加工技术等，该等通识技术能被行业参与者较容易获取，其本身不具有机密性、私有性等特点，无需申请专利。

2、对于境外销售的口腔修复材料类产品，发行人目前暂无已授权境外专利覆盖。但截至本回复出具日，发行人不存在因无境外专利导致产品销售及使用受限的情形，未取得境外专利对发行人的生产经营不构成重大不利影响。具体分析

见本回复“2/二/（四）结合境外各地的具体规定，说明尚未取得专利证书并在境外当地销售的法律风险，是否存在销售及受限的情形”部分内容。

3、对于口腔数字化设备类产品，发行人主要以贴牌生产为主和直采供应商原厂设备为辅，即发行人不直接生产，主要由其他设备供应商代工，发行人贴标销售或直接销售，产品专利权归属于生产方，发行人作为品牌方不享有专利权。

报告期内，发行人口腔数字化设备供应商主要为境内外知名口腔设备生产商，如先临三维、美立得（科技）深圳有限公司、VHF CAMFACTURE AG 等，根据主要设备供应商与发行人签署的采购协议或其出具的说明，如设备供应商提供的产品侵害第三方知识产权或专利纠纷，则由供应商负责应对解决并承担相关侵权责任。

截至本回复出具日，发行人境内外销售的数字化口腔设备产品不存在因侵犯第三方专利而被提起诉讼的情形，也未收到关于专利权属或侵权争议或纠纷的通知、律师函或告知函等；发行人与供应商之间合作关系良好且合作延续至今，不存在专利纠纷或潜在专利纠纷。

综上所述，发行人专利保护范围未覆盖发行人全部内销和外销产品。但发行人专利技术（含申请中的专利）已覆盖公司主要内销口腔修复材料类产品，占内销口腔修复材料类产品收入比例达 90%以上；发行人的主要口腔数字化设备类产品专利权归属于生产方，发行人作为品牌方不享有专利权；发行人境外销售侵权风险较低，且截至本回复出具日，发行人境外销售产品不存在因未取得境外专利而导致产品销售及使用受限的情形，因此，发行人专利保护范围未覆盖全部内销和外销产品不会对发行人的生产和经营造成重大不利影响。

（四）结合境外各地的具体规定，说明尚未取得专利证书并在境外当地销售的法律风险，是否存在销售及受限的情形

1、发行人主要境外销售国家或地区的专利规则

序号	国家/地区	专利相关主要规则	具体条文
1	成员国	《保护工业产权巴黎公约》（“《巴黎公约》”）	第四条 A：已经在本联盟的一个国家正式提出专利、实用新型注册、外观设计注册或商标注册的申请任何人，或其权利继承人，为了在其他国家提出申请，在以下规定的期间内应享有优先权。专利在不同国家就同一发明取得的专利是相互独立的。本联盟国家的国民向本联盟各国申请的专利，与在其他国

序号	国家/地区	专利相关主要规则	具体条文
			家，不论是否本联盟的成员国，就同一发明所取得的专利是相互独立的。
2	缔约方	《专利合作条约》（“PCT”）	第三条国际申请（1）在任何缔约国，保护发明的申请都可以按照本条约作为国际申请提出。
3	-	《与贸易有关的知识产权协议》（“TRIPS”）	第二十七条：在符合本条第二款和第三款的规定下，所有技术领域的任何发明，不论是产品还是方法，只要它们具有新颖性，包含创造性并能在产业上应用，都可以获得专利。 第四十二条：被告应有权得到及时的并且足够详细的书面通知，包括权利主张的根据。参与程序的所有当事人都应有权证明其主张，和提出一切有关的证据。 第四十五条：如果侵权人明知或有合理的根据应知其从事了侵权活动，司法机关应有权责令侵权人向权利持有人支付足以补偿权利持有人由于侵权人侵犯其知识产权而所受损失的损害赔偿金。 司法机关还应有权责令侵权人向权利持有人支付费用，其中可以包括适当的律师费用。在适当的情形，即使侵权人并非明知或有合理的根据应知其从事了侵权活动，各成员仍可以授权司法机关责令返还利润，和/或支付法律预先规定的损害赔偿金。
4	欧盟	《欧洲专利公约》	第二十七条第1款：专利可授予所有技术领域的任何发明，无论是产品还是方法，只要它们具有新颖性、创造性和工业实用性。
5	美国	《专利法》	第102条：（a）任何人都有权获得专利，除非：（1）所声称的发明在其有效申请日之前已经获得专利，在印刷出版物中被描述，或在公共使用、销售或以其他方式向公众提供；或（2）所声称的发明在根据第151条颁发的专利中描述，或在根据第122（b）条公布或视为公布的专利申请中描述，而该专利或申请（视情况而定）命名了另一个发明人，并在所声称的发明的有效申请日期之前有效提交。 第283条“禁令”：法院有权根据公平原则发出禁令，要求侵权方停止侵权； 第284条“损害赔偿金”：在专利侵权认定成立后，应该判给请求人足以补偿所受侵害的赔偿金，任何情况下，不得少于侵害人使用该项发明的合理使用费；法院还应要求侵权人支付专利权人相应的利息和开支。

注：发行人主要销售国家，多数属于《巴黎公约》、PCT、TRIPS 缔约国。

根据上述法规可知，在发行人主要销售的国家和地区，发行人只有在侵犯第三方在先专利权利的情况下，才需要承担相应侵权责任，因此，发行人在当地的销售并不以取得专利为前提条件，是否取得专利不直接影响发行人产品的境外销售；一项技术或产品必须具备新颖性才会给予有效专利保护，即使未来有第三方就与发行人相同或相近产品在境外销售法域申请专利，发行人可通过主张所销售产品为通过现有技术生产的产品或第三人所申请的专利不具有新颖性，进而阻止第三方取得专利。

2、发行人境外销售存在专利侵权风险，但侵权风险较低，不会对发行人持续经营造成重大不利影响

2021年5月12日，B&D Dental Corp.（以下简称“B&D公司”、“B&D”）在美国加利福尼亚州中部地区法院对爱迪特美国提起诉讼主张爱迪特美国在美国销售的氧化锆产品部分技术方案涉嫌侵犯其在美国的专利技术，要求爱迪特美国停止侵权行为并要求赔偿。根据公开信息检索，B&D公司系依据美国犹他州法律设立并存续的法人公司，成立于1999年，主要营业地点为2371 South Presidents Drive, Suite E, West Valley City, Utah 84120，主营业务为在美国范围内生产和销售牙科用氧化锆。

2021年5月13日，B&D公司通过其委托的美国律师以电子邮件的方式向爱迪特美国发送了起诉书等文件，其中包含了一份未向法院提交的针对爱迪特的起诉书草稿。2021年8月10日，B&D公司已自愿撤回该起诉书。

2021年12月10日，B&D公司以技术许可的形式向爱迪特美国提出和解要约，和解条件为，爱迪特美国向B&D公司一次性支付5万美元作为专利授权费，并支付涵盖涉诉产品过去和未来所有销售额的7%作为过去的损失赔偿和未来的专利使用费。发行人及爱迪特美国已明确拒绝B&D的和解要约。

根据美国律师事务所Kleinfeldt Law, LLC出具的《B&D法律意见书》，经其查询，B&D公司于2021年8月10日，自愿撤回了对爱迪特美国的起诉，且未再针对爱迪特美国提起或以其他方式提起任何后续法律诉讼；截至该法律意见书出具之日，爱迪特未通过中美司法协助程序从美国任何有管辖权的法院收到任何通知、诉状或任何与诉讼文件有关的文件，爱迪特美国（在美国的办公地址）也没有收到美国任何有管辖权的法院发出的任何后续通知、诉状或与诉讼有关的任何相关文件。

根据北京志霖律师事务所（以下简称“志霖律师”）出具的《FTO报告》，B&D公司的8项涉诉专利中，仅有3项发行人产品方案全部落入权利范围；针对全部落入权利范围的3项涉诉专利，志霖律师分别出具了《专利稳定性分析报告》，经其分析认为，该3项涉诉专利均缺乏创造性、不符合授权条件，专利稳定性差，如发行人提起专利无效申请，B&D公司涉诉专利存在很大的被美国专

利及商标局宣告专利无效的可能性。因此，志霖律师认为，发行人及爱迪特美国在美国销售的氧化锆产品侵犯 B&D 公司涉诉专利的风险较低。

同时，即便发行人境外销售存在被起诉专利侵权的风险，也并非等同于侵权成立。是否构成专利侵权应最终由有权机关依法作出判决、裁决。司法审判实践中，尊重在先权利，但同时也会注重防止出现不当扩大保护范围的情况，影响企业通过其他合理合法的方式进行技术创新。因此，专利侵权的认定是严格、谨慎的，即使存在被起诉的风险，也并非等同于侵权成立。

发行人已对目前生产及销售的主要义齿材料产品是否存在侵犯第三方专利权的风险进行了全面排查，并委托志霖律师针对发行人主要境外销售产品氧化锆、玻璃陶瓷出具了《FTO 报告》，根据该报告，发行人生产、销售的氧化锆产品、玻璃陶瓷产品存在侵权风险的可能性均较低。

综上所述，发行人境外销售存在侵犯第三方专利权的可能性，但相关侵权风险较低，不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

3、发行人产品不存在销售及使用时受限的情形

截至本回复出具日，除前述 B&D 公司诉讼事项外，发行人及其子公司未收到其他第三方关于发行人及其子公司专利侵权的诉讼，也未收到关于专利权属或侵权争议或纠纷的通知、律师函或告知函等，不存在任何有权机关对发行人上述产品已构成专利侵权作出认定。

截至本回复出具日，发行人产品不存在因未取得境外专利而导致产品销售及使用受限的情形。

综上所述，因未取得境外专利，发行人境外销售产品存在被起诉专利侵权的风险，但该等侵权风险较低，不会对发行人生产经营造成重大不利影响；截至本回复出具日，发行人境外销售产品不存在因未取得境外专利而导致产品销售及使用受限的情形。

三、报告期内发行人涉诉同类型产品的情况，包括名称、销售客户名称、收入及毛利金额、占比等；披露相关产品涉及的专利或技术的基本情况、权利要求、技术特征，研发过程，包括研发时间、参与人员、技术保护措施等，是否为原始创新或集成行业通用技术或其他竞争对手的技术、进行的二次创新，请结合发行人相关产品与涉诉原告专利的权利要求进行比对，分析说明是否存在侵犯 B&D 牙科公司或第三方知识产权的情形，并完善相关风险提示的信息披露；

（一）报告期内发行人涉诉同类型产品的情况，包括名称、销售客户名称、收入及毛利金额、占比等

1、报告期内发行人涉诉同类型产品的情况，包括名称、收入及毛利金额、占比等

根据 B&D 公司的起诉书、《B&D 法律意见书》以及《FTO 报告》，B&D 公司仅针对爱迪特美国在美国范围内销售的部分氧化锆瓷块产品提起了专利侵权诉讼，B&D 公司在起诉书中列明了涉诉产品型号，具体为氧化锆瓷块白盘、单色、渐变系列产品，且 B&D 公司不拥有在其他国家或地区被授权涉诉专利的同族专利，因此发行人涉诉产品仅涉及爱迪特美国在美国地区销售的与 B&D 公司诉讼请求相同型号的氧化锆瓷块产品。关于涉诉产品，爱迪特美国自 2019 年 1 月成立后在美国地区 2019 年、2020 年、2021 年及 **2022 年 1-6 月** 的销售收入分别为 7.43 万元、858.07 万元、2,233.01 万元、**1,650.97 万元**，占发行人同期主营业务收入的 0.02%、2.38%、4.10%、**6.13%**，占比较低；毛利分别为 0.30 万元、529.01 万元、1,129.83 万元、**951.59 万元**，占发行人同期销售毛利的 0.00%、3.42%、5.44%、8.09%，占比较低，对发行人的业绩不构成重大影响。

2、涉诉同类型产品销售客户名称

报告期内，发行人涉诉产品的报告期内前五大客户的销售情况如下所示：

单位：万元

期间	客户名称	销售金额	占主营业务收入比例
2022 年 1-6 月	NOWAK DENTAL SUPPLIES INC	221.26	0.82%
	Gro3x, Inc.	184.81	0.69%
	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	118.65	0.44%

	Dentek, Inc. Dental Laboratory	91.85	0.34%
	TD Dental Supply, Inc.	90.73	0.34%
	合计	707.30	2.62%
2021 年	NOWAK DENTAL SUPPLIES INC	359.24	0.66%
	Dentek, Inc. Dental Laboratory	182.29	0.33%
	Gro3x, Inc.	159.34	0.29%
	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	142.66	0.26%
	Broadway Laboratory LLC	117.58	0.22%
	合计	961.11	1.76%
2020 年	Dentek, Inc. Dental Laboratory	101.93	0.28%
	Broadway Laboratory LLC	97.11	0.27%
	NOWAK DENTAL SUPPLIES INC	75.36	0.21%
	Pittman Dental Lab	63.44	0.18%
	Derby Dental Lab	57.68	0.16%
	合计	395.52	1.10%
2019 年	Ora Milling Center	4.38	0.01%
	TD Dental Supply, Inc.	2.51	0.01%
	Tim Dental Project	0.29	0.00%
	Beautiful Smiles By Vividx	0.18	0.00%
	Okon Milling Center Inc	0.06	0.00%
	合计	7.42	0.02%

（二）披露相关产品涉及的专利或技术的基本情况、权利要求、技术特征，研发过程，包括研发时间、参与人员、技术保护措施等，是否为原始创新或集成行业通用技术或其他竞争对手的技术、进行的二次创新

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项/四、爱迪特美国报告期内与 B&D 公司的专利诉讼情况”中补充披露了相关情况：

“2021年5月12日，B&D公司在美国加利福尼亚州中部地区法院对公司子公司爱迪特美国提起诉讼，主张爱迪特美国在美国销售的部分氧化锆产品的技术方案涉嫌侵犯其在美国的专利技术，要求爱迪特美国停止侵权行为并要求赔偿。

2021年5月13日，B&D公司通过其委托的美国律师以电子邮件的方式向爱迪特美国发送了起诉书等文件，并针对爱迪特美国在美国范围内的销售的部分氧化

锆瓷块产品提起了专利侵权诉讼，但B&D公司提起诉讼后的90天内并未履行法定的诉讼文书送达程序。根据美国律师事务所Kleinfeldt Law, LLC出具的《B&D法律意见书》，B&D公司已于2021年8月10日自愿撤回该起诉书。

报告期内，爱迪特美国与B&D公司专利诉讼中的涉诉产品销售收入分别为7.43万元、858.07万元、2,233.01万元、**1,650.97万元**，占发行人同期主营业务收入的0.02%、2.38%、4.10%、**6.13%**，占比较低；且B&D公司已自愿撤回诉讼，该专利诉讼不会对公司的生产经营产生重大不利影响。

爱迪特美国与B&D公司专利诉讼中涉及的产品的核心专利及技术均为基于公知技术的行业通用技术以及发行人创始人李洪文等相关研发人员自身经验积累所进行的二次创新，不存在基于其他竞争对手拥有的相关技术进行开发的情形。

根据《B&D法律意见书》以及北京志霖律师事务所于2022年6月8日出具的《FTO报告》《专利稳定性分析报告》，基于现有案件资料，即使B&D公司再次提起诉讼，但是由于其涉诉专利缺乏新颖性、创造性且稳定性较差，公司产品的侵权风险较低。”

发行人涉诉产品的相关专利或技术的基本情况、权利要求、技术特征，研发过程，包括研发时间、参与人员、技术保护措施等已申请豁免披露。

（三）请结合发行人相关产品与涉诉原告专利的权利要求进行比对，分析说明是否存在侵犯 B&D 牙科公司或第三方知识产权的情形

1、发行人产品方案与 B&D 公司涉诉专利的权利要求对比

发行人涉诉产品与涉诉原告专利的权利要求对比已申请豁免披露。

2、发行人产品侵犯 B&D 公司专利技术的风险较低

发行人及爱迪特美国在美国销售的氧化锆瓷块部分产品存在侵犯 B&D 公司专利技术的风险，但侵权风险较低，理由如下：

（1）B&D 公司涉诉专利侵权风险较低

根据志霖律师于 2022 年 6 月 8 日出具的《FTO 报告》及《专利稳定性分析报告》，B&D 公司涉诉的 8 项专利中的 3 项专利发行人的产品方案完全落入其

专利保护范围，但是该等专利缺乏新颖性、创造性，不符合授权条件，稳定性较差。根据美国《专利法》第 102 条（a）相关规定，授予专利应当具备新颖性、创造性，否则不符合可专利性授权条件，如发行人针对 B&D 公司涉诉专利提起专利无效申请，其存在很大可能性被美国专利及商标局宣告专利无效，因此发行人产品方案的侵权风险较低，具体分析详见本问题“三/（三）/1、发行人产品方案与 B&D 公司涉诉专利的权利要求对比”。

（2）发行人未使用 B&D 公司涉诉专利

发行人氧化锆瓷块产品使用的主要技术均为发行人自主研发，涉诉产品的相关核心专利及技术均为基于公知技术的行业通用技术以及创始人李洪文等相关研发人员自身经验积累所进行的二次创新，发行人涉诉产品未使用 B&D 涉诉专利技术。

（3）B&D 公司已自愿撤诉，再次提起诉讼且进入审判阶段的可能性较低

根据《B&D 法律意见书》，基于现有案件情况，B&D 公司在起诉后未按照美国当地惯例立即申请对被告的送达程序，且已自愿撤诉，诉讼意图不明确。同时，根据现有案件资料、发行人提供的信息及证据，美国律师认为，考虑到过高的诉讼成本、时间成本、胜诉的不确定性等，其再次起诉且进入审判阶段的可能性较低。

（4）即便 B&D 公司再次起诉且进入审判阶段，爱迪特美国败诉的风险较低

根据《B&D 法律意见书》《FTO 报告》《专利稳定性分析报告》，基于现有案件资料，爱迪特美国在该专利侵权诉讼案件中能够提出 B&D 公司涉诉专利的权利要求有较大可能被无效等有力抗辩，如抗辩成功，B&D 公司的侵权指控将不成立。

综上所述，发行人及爱迪特美国在美国销售的氧化锆瓷块产品存在侵犯 B&D 公司专利技术的风险，但该等侵权风险较低，不会对发行人生产经营造成重大不利影响。

（四）完善相关风险提示的信息披露

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素/五、法律风险/（一）知识产权风险/1、境外专利侵权风险”中完善了相关风险的信息披露，具体如下：

“2021年5月12日，B&D公司对爱迪特美国提起诉讼，主张爱迪特美国在美国销售的氧化锆产品部分技术方案涉嫌侵犯其在美国的专利技术，但其在提起诉讼后的90天内未履行法定的诉讼文书送达程序，并已于2021年8月10日自愿撤回该起诉书。

公司目前的销售网络覆盖境外多个国家和地区，但尚未取得任何境外专利，由于不同国别、不同的法律体系对知识产权的权利范围的解释和认定存在差异，若未能深刻理解往往会引发争议甚至诉讼。公司虽然已积极采取相关措施规避专利侵权风险，但若公司产品在海外市场出现专利侵权诉讼或纠纷，可能对公司的业务经营产生不利影响。”

四、B&D 牙科公司诉讼未正式生效的原因，是否存在和解的情形；除 B&D 牙科公司的诉讼赔偿请求，结合诉讼的具体情况，测算相关诉讼纠纷可能给发行人带来的赔偿金额；除前述诉讼事项外，是否存在其他诉讼、仲裁、纠纷或潜在纠纷

（一）B&D 牙科公司诉讼未正式生效的原因，是否存在和解的情形

根据发行人的说明及《B&D 法律意见书》，B&D 公司未对爱迪特提起过任何正式诉讼，仅发出过一份起诉书草案；B&D 公司起诉爱迪特美国后，未在提起诉讼后的 90 天内完成诉讼文书送达，且自愿撤诉；截至本回复报告出具日，B&D 公司与爱迪特美国以及爱迪特之间均不存在和解情形。

（二）除 B&D 牙科公司的诉讼赔偿请求，结合诉讼的具体情况，测算相关诉讼纠纷可能给发行人带来的赔偿金额

根据《B&D 法律意见书》，由于 B&D 公司未在起诉状中证明其实际损失且发行人难以获取相关数据计算 B&D 公司的实际损失，暂参考 B&D 公司曾向爱迪特美国提出的和解方案中所主张的和解费用，测算发行人的赔偿金额，具体如下：

根据 B&D 公司于 2021 年 12 月提出的最终和解方案，其主张爱迪特美国一次性支付 5 万美元作为专利授权费，每年（自实际销售之日起算）按照爱迪特美国实际氧化锆瓷块产品销售额的 7% 支付专利使用费。

以 B&D 公司曾向爱迪特美国提出的和解方案中所主张的和解费用作为参考，经测算，截至报告期末，发行人可能涉及的赔偿费用总额约为 **332.46 万元**（按照 1 美元=6.71 人民币汇率计算）。具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
销售收入	1,650.97	2,233.01	858.07	7.43
赔偿金额	115.57	156.31	60.06	0.52
占当期利润总额比例	2.19	2.44	1.16	0.01

注：爱迪特美国成立时间为 2019 年 1 月 29 日

（三）除前述诉讼事项外，是否存在其他诉讼、仲裁、纠纷或潜在纠纷

截至本回复出具日，除前述已撤诉的 B&D 公司诉讼事项外，发行人及其子公司不存在其他专利诉讼、仲裁、纠纷。但由于发行人产品销售国家的广泛性、不同国家和地区的法律体系的差异性及专利保护具有的地域性及复杂性，发行人及其子公司无法完全避免境外主体以发行人销售产品涉及技术侵犯其专利为由向发行人或其子公司提出侵权主张的可能。

发行人已积极采取一系列措施从而降低境外销售的专利侵权风险：

1、发行人制定了《研发管理制度》《知识产权管理制度》等有关制度，鼓励技术人员将产品及技术开发过程中的创新点申请国家专利，并将部分创新内容及时申请为国际专利，建立科学的研发体系及知识产权保护体系，同时制定了严格的保密制度，以期实现销售产品涉及技术得到法律保护，并避免侵犯他人知识产权。

2、发行人逐年增加研发投入，加大技术研发力度，确保在核心技术方面不受制于人。发行人加大专利侵权审查力度，未来如有涉及使用其他方专利技术的产品，发行人将综合考虑成本收益因素，选择取得授权或采取替代方案，防止知识产权侵权。发行人将加强对管理、研发、生产人员知识产权的培训，提高法律意识，做到全员懂法、守法、知法、用法。

3、为避免销售产品包含的核心技术以及采用的商标、图案等在境外侵犯他人已有知识产权，发行人对销往境外的产品已聘请外部专业机构及组织公司相关人员进行境外已有相关知识产权检索分析与排查工作，避免产生纠纷。**截至本回复出具日，发行人已取得 6 项 PCT 专利申请以及正在申请 15 项境外专利。**

4、志霖律师已就发行人境外销售的主要口腔修复材料产品氧化锆、玻璃陶瓷出具了《FTO 报告》，其认为，发行人境外销售的氧化锆、玻璃陶瓷产品专利侵权风险较低。

综上所述，截至本回复出具日，除已撤诉的 B&D 公司诉讼外，发行人及其子公司不存在其他专利诉讼、仲裁、纠纷，发行人已采取适当措施避免潜在的境外销售知识产权侵权风险。

五、请保荐人、发行人律师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 4 的规定，对上述事项发表明确意见，说明核查过程。

（一）核查程序

保荐人和发行人律师履行的核查程序包括：

1、通过访谈发行人相关人员，了解发行人业务发展演变过程，核心技术、专利、主要产品的对应关系，公司产品的升级过程和发展过程，核心技术涉及的生产环节；

2、获取并查阅发行人的核心技术介绍、专利证书，获取发行人研发投入情况，结合研发人员的数量、从业年限、任职年限、员工特点，分析发行人的研发实力；

3、获取并查阅发行人与北大口腔、四川大学、华西口腔签署的合作研发、委托研发协议；访谈北大口腔合作相关负责人，了解合作研发背景、内容、应用成果等；

4、获取并查阅发行人正在申请的专利清单，通过国家知识产权局网站进行检索查询，验证正在申请专利的真实性和完整性，访谈相关人员，了解专利的申请情况、与业务的关联性；

5、获取并查阅发行人专利清单，通过国家知识产权局对发行人进行查册，

对发行人专利的数量、真实性进行核查；

6、查询中国及多国专利审查信息查询网站（<http://cpquery.cnipa.gov.cn>）的公告信息，了解发行人专利的取得方式、发明人信息；

7、获取并查阅合作研发对应相关协议，访谈公司研发人员了解合作开发、委托开发活动具体内容，各自承担的工作和角色，研发成果和知识产权归属情况，合作研发机构与发行人之间的关联关系等，分析公司对合作研发是否存在重大依赖等；

8、获取并查阅发行人与口腔数字化设备供应商签署的协议以及口腔数字化设备供应商出具有关产品侵权责任的说明；

9、取得了发行人出具的关于其所拥有相关知识产权应用情况的说明。取得了发行人关于商标、专利管理的相关制度，并核查相关制度的执行情况；对发行人相关员工就发行人商标、专利管理的内部控制制度运行情况进行了访谈；

10、就商标、专利事项对相关负责人员进行了访谈，就商标使用、专利覆盖产品以及著作权取得了使用情况进行了访谈；

11、查阅了发行人及其子公司拥有商标注册证书、受让取得的商标相对应的转让合同、国家知识产权局出具的查册证明；

12、登录国家知识产权局商标局网站查询了发行人商标的取得方式；

13、查询了中国裁判文书网（wenshu.court.gov.cn）、中国执行信息公开网（zxgk.court.gov.cn），核查发行人是否存在诉讼或争议；

14、查阅了志霖律师出具的《FTO 报告》《专利稳定性分析报告》；

15、查阅了美国律师事务所 Kleinfeldt Law, LLC.就 B&D 公司诉讼事项出具的《B&D 法律意见书》；

16、访谈发行人负责境外销售的工作人员并结合发行人说明，核查发行人境外销售业务是否存在纠纷或潜在纠纷等合规事宜；

17、查阅 PCT、《巴黎公约》、TRIPS 、发行人境外销售涉及的主要国家和地区专利制度，以及发行人说明，核查发行人侵犯境外第三方知识产权的风险。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人与北大口腔之间的合作研发是发行人研发环节的部分局部技术研发和升级，属于辅助性环节、非整体开发和非核心环节，是对发行人自主研发的补充，发行人具有独立研发能力；发行人与四川大学、华西口腔之间的委托开发不涉及研发成果归属的约定，不存在知识产权许可使用情形，不影响发行人的技术独立性；

2、发行人正在积极进行海外专利布局，截至本回复出具日，发行人共取得 6 项 PCT 专利申请，通过 PCT、巴黎公约等途径分别向欧洲、美国、日韩等不同境外国家或地区提交专利申请 15 项，均已取得提交回执或受理通知书。鉴于该等专利申请尚处于初始阶段，后续发行人将根据不同国家或地区的要求进一步推进相关专利申请流程；

3、发行人专利保护范围未覆盖发行人全部内销和外销产品。但发行人专利技术（含申请中的专利）已覆盖公司主要内销口腔修复材料类产品，占内销口腔修复材料类产品收入比例达 90%以上；发行人的主要口腔数字化设备类产品专利权归属于生产方，发行人作为品牌方不享有专利权；截至本回复出具日，发行人境外销售产品不存在因未取得境外专利而导致产品销售及使用受限的情形，发行人境外专利侵权风险较低，因此，发行人专利保护范围未覆盖全部内销和外销产品不会对发行人的生产和经营造成重大不利影响；

4、发行人及爱迪特美国在美国销售的部分氧化锆瓷块产品存在侵犯 B&D 公司专利技术的风险以及涉诉风险，但该等风险较低；参考 B&D 公司曾向爱迪特美国提出的和解方案中所主张的和解费用，经测算，截至报告期末，发行人可能涉及的赔偿费用总额约为 332.46 万元，占发行人利润总额比例较低，不会对发行人本次发行上市构成重大不利影响；

5、除已撤诉的 B&D 公司诉讼事项外，发行人及其子公司不存在其他专利诉讼、仲裁、纠纷。但考虑到发行人未取得境外专利，且发行人销售网络覆盖境外多个国家和地区，不同国家和地区的法律体系存在差异，仍然存在在境外被诉专利侵权的风险，但该等风险不会对发行人的生产经营造成重大不利影响，且发

行人已采取适当措施避免潜在的境外销售知识产权侵权风险。

3.关于行业监管和业务合规性

申报材料显示：

（1）招股说明书未披露美国 FDA 认证的签发日期和有效期限。受疫情影响，欧盟将 MDR 强制执行时间推迟一年至 2021 年 5 月 26 日。

（2）由于不同国家或地区对于进口口腔医疗器械的资质和要求存在差异，发行人经办人员难以对全球多个国家的行业政策均有充分理解，可能存在因理解认识不足而违反进口国相关政策，进而面临违规处罚或无法持续销售的风险。

（3）发行人出口业务涉及外汇、海关、税务等多个法律环节，对于经办人员综合素质的要求较高，倘若公司相关人员对法律法规的认识存在不足，导致其在办理出口业务过程中出现违规或者内控管理过程中把控不严，则会使公司出口业务面临合规性风险。

请发行人：

（1）补充披露美国 FDA 认证的签发日期和有效期限，产品是否已根据欧盟 MDR 法规启动重新申请 CE 认证以及进展情况，其他即将到期的认证的续期进展情况及认证周期，是否存在续期失败的风险，以及发行人采取的应对措施；

（2）说明报告期内发行人是否接受主管部门的现场检查或飞行检查，如有，说明检查的具体情况，发现的问题及整改情况和结果；

（3）说明报告期内发行人是否出现逾期交付或交付产品不符合相关质量或订单要求的情形，是否与医院、诊所、患者等产生纠纷或争议，以及主要合作的公立医院的采购方式和采购程序，发行人在与公立医院、民营口腔医疗机构的合作过程中，是否均按照相关要求履程序，是否存在商业贿赂、不正当竞争等违法违规情形；

（4）结合我国近年来医疗器械相关政策和法律法规的变化情况，补充披露对发行人的具体影响，包括但不限于发行人国内主要销售地区执行医疗器械“两票制”等政策的情况以及对发行人获取订单、销售模式、销售价格等影响，并补

充风险提示；

（5）说明报告期内是否存在违反不同国家或地区对于进口口腔医疗器械的资质的相关规定导致处罚或无法持续销售的情形，是否存在出口业务违规事项，如有，补充披露具体情况、对发行人的影响及整改措施，并结合具体情况对风险提示内容进行修正，确保特别风险提示准确、恰当地反映出公司面临的相关风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

请中介机构勤勉尽责，认真梳理发行人在经营过程中面临的相关风险，遵循重要性原则简明易懂且准确、客观、充分地进行风险提示，以方便投资者决策参考，切实提高信息披露质量。

回复：

一、补充披露美国 FDA 认证的签发日期和有效期限，产品是否已根据欧盟 MDR 法规启动重新申请 CE 认证以及进展情况，其他即将到期的认证的续期进展情况及认证周期，是否存在续期失败的风险，以及发行人采取的应对措施；

（一）美国 FDA 认证的签发日期和有效期限

FDA 认证无有效期限限制，但备案企业需每年完成备案登记更新，发行人已于 2021 年 11 月完成 2022 年度备案登记更新，对发行人以及获得认证产品的相关信息进行更新及确认，发行人的备案登记更新不存在障碍。发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/七、公司主要生产经营资质/（七）境外产品认证和注册证书/1、公司所持有的境外产品认证和注册证书”补充披露了 FDA 认证的签发日期，具体情况如下：

序号	持证主体	认证类型	编号	认证内容	认证机构	有效期限/签发日期
1	爱迪特	FDA 认证	3009482106	陶瓷牙	FDA	2011.07.20
2				模型树脂		2017.07.17
3				牙科铸造蜡		2017.07.17
4				爱迪特牙科车针		2019.12.31
5				爱迪特技工放大镜		2019.11.13
6				爱迪特烧结膏		2019.12.20
7				爱迪特 3D 打印模型树脂		2019.12.23

序号	持证主体	认证类型	编号	认证内容	认证机构	有效期限/签发日期
8				扫描仪 Aoralscan Cameo3; Aoralscan3; Cameo Intraoral Scanner; S6000		2020.04.03
9				百奥美糊剂		2020.06.01
10				科美牙科陶瓷块		2020.07.16
11				爱迪特牙科陶瓷块		2020.09.03
12				爱迪特临时冠桥树脂		2021.01.05
13				牙科陶瓷块		2022.01.17
14				科美3D打印导板树脂		2022.03.25

（二）产品是否已根据欧盟 MDR 法规启动重新申请 CE 认证以及进展情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/七、公司主要生产经营资质/(七) 境外产品认证和注册证书/3、公司产品根据欧盟 MDR 法规启动重新申请 CE 认证以及进展情况”补充披露了相关情况：

“3、公司产品根据欧盟MDR法规启动重新申请CE认证以及进展情况

2017年5月，欧盟正式发布的《医疗器械第2017/745号法规》（Medical Devices Regulation, “MDR规则”）系对欧盟现行的《医疗器械指令93/42/EEC》（Medical Devices Directive, “MDD规则”）和《有源植入性医疗器械指令90/385/EEC》（Active Implantable Medical Device Directive, “AIMDD规则”）的整合、升级，进一步细化了医疗器械分类、完善安全和性能要求、加强注册申请技术文件要求和上市后监管。MDR规则原定于2020年5月26日起强制执行，后受新冠疫情影响，执行日期推迟至2021年5月26日，在MDR规则强制执行前，制造商仍可按照MDD规则和AIMDD规则申请和延续CE认证并保持有效，但相应CE认证最晚将于2024年5月26日失效。

公司于2019年12月2日按照MDD规则取得注册号为“HD601440080001”的CE认证，认证内容为牙科用氧化锆瓷块、爱迪特牙科用氧化锆瓷块专用染色液、牙科用玻璃陶瓷、牙科用PMMA块、瓷粉共5项医疗器械产品，具体对应为发行人正在销售的氧化锆瓷块及配套染色液、玻璃陶瓷、树脂及烤瓷粉产品，其有效期限截止至2024年5月27日。根据MDR过渡期的安排，公司目前根据MDD规则获

CE认证的5项产品在CE认证最晚延续期，即2024年5月26日前，仍可继续投放市场或投入使用，不会对现有的境外销售业务产生影响。

报告期内，发行人通过上述5项CE认证产生的销售收入具体如下：

单位：万元、%

项目	2022年1-6月	占主营业务收入比例	2021年	占主营业务收入比例
氧化锆（包括染色液）	3,897.04	14.46	5,995.08	11.00
玻璃陶瓷	250.30	0.93	384.91	0.71
树脂	136.69	0.51	203.86	0.37
烤瓷粉	109.13	0.40	165.52	0.30
合计	4,393.15	16.30	6,749.37	12.38
项目	2020年	占主营业务收入比例	2019年	占主营业务收入比例
氧化锆（包括染色液）	3,476.71	9.63	3,408.84	11.42
玻璃陶瓷	48.96	0.14	11.75	0.04
树脂	81.62	0.23	35.52	0.12
烤瓷粉	127.12	0.35	7.91	0.03
合计	3,734.41	10.34	3,464.01	11.61

由于公司相关产品需获得CE认证后才能在欧盟、土耳其等多个认可CE认证的国家和地区开展销售活动，自MDR发布以来，公司高度重视其实施对于公司生产经营的影响，聘请了第三方咨询机构对相关员工进行培训辅导，并组织员工对MDR法规进行学习和交流。就上述MDD规则下获得CE认证的5种产品，公司已根据欧盟MDR规则启动重新申请CE认证准备工作。公司于2021年8月与捷闻（苏州）医疗科技有限公司签订法规咨询服务合同，于2021年9月进行法规培训和项目计划沟通并确认产品分类，于2021年9-12月开展了确定产品注册型号规格及典型型号、进行产品风险管理培训、收集产品MDD临床数据、与公告机构沟通审核合同相关信息等相关工作，于2022年1-9月进行MDR产品注册生物学评价项目确认，预计于2022年10月开始进行生物学评价试验、体系整理和技术文档编制。

CE认证的申请时长通常为6-8个月。MDR规则下，CE认证的有效期由公告机构视情况决定。

公司结合现状，基于历史经验及对相关法规要求的理解，预计未来能够满足MDR的相关要求，认证失败的风险较低，具体原因如下：

（1）公司已建立严格的质量管理体系

公司已建立严格且完善的质量管理体系以保持其产品的安全性与有效性，已取得编号为“SX2041251-1”的ISO13485质量管理体系认证。MDR规则对于技术文件以及质量体系的要求较MDD规则更为严格，要求制造商建立售后市场监督管理制度（“PMS”）、建立欧盟医疗器械唯一标识（“UDI”）程序并实施。发行人现已完成UDI程序的建立并已开始实施，同时已启动PMS的撰写工作，预计能够满足MDR规则下对产品的可追溯要求及售后监督要求。

（2）公司拥有一支经验丰富的产品认证团队

公司负责产品认证以及技术文件管理的团队具有一定的技术基础和认证经验。团队成员基于自身专业背景并在公司组织下对不同国家或地区相关法律法规持续跟踪学习，通过与第三方咨询机构以及客户的沟通交流强化理解，积累了丰富的产品认证经验，其专业性为公司重新申请 CE 证书提供了保障。

综上所述，公司根据MDD规则获得CE认证的产品尚在认证有效期内，不会对现有境外销售业务产生不利影响；公司已根据MDR规则对该等产品启动重新申请CE认证准备工作，目前处于确认产品生物学评价测试细节过程中，预计认证失败的风险较低。”

（三）其他即将到期的认证的续期进展情况及认证周期，是否存在续期失败的风险，以及发行人采取的应对措施

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/七、公司主要生产经营资质/(九)公司即将到期的认证的续期进展情况”补充披露了相关情况：

“（九）公司即将到期的认证的续期进展情况

1、公司及子公司即将到期的资质及其续期情况

公司及子公司即将到期(2023年6月30日之前到期)的资质及其续期进展、认证周期等具体情况如下：

序号	持证主体	证书名称	证书编号	发证日期/有效期限	续期进展	认证周期	是否存在续期失败风险
1	爱迪特	医疗器械经营许可证	冀秦食药监械经营许20170036号	2021.06.18-2022.11.16	尚未提交续期申请；依据《医疗器械经营监督管理办法》，医疗器械经营许可证有效期届满需要延续的，医疗器械经营企业应当在有效期届满前90个工作日内至30个工作日内期间提出延续申请。公司已于2022年9月提交延续申请。	30个工作日	公司经营范围、经营方式、经营场所、储存设施、管理制度等方面均符合要求，续期失败的风险较低
2	爱迪特	医疗器械注册证	冀械注准20182630018	2018.01.24-2023.01.23	依据《医疗器械注册与备案管理办法》，有效期届满6个月前提交延续申请。发行人于2022年8月提交延续申请，已被受理，目前处于技术审评状态。	35个工作日	相关产品性能指标、使用方法、结构组成、生产工艺、原材料等均未发生变化，续期失败的风险较低
3	爱迪特	医疗器械注册证	冀械注准20182630069	2018.03.27-2023.03.26	依据《医疗器械注册与备案管理办法》，有效期届满6个月前提交延续申请。发行人于2022年9月提交延续申请，已被受理，目前处于技术审评状态。	35个工作日	相关产品性能指标、使用方法、结构组成、生产工艺、原材料等均未发生变化，续期失败的风险较低
4	爱迪特	医疗器械产品出口销售证明	冀秦药监械出20220013号	2022.03.28-2023.01.23	尚未提交续期申请；依据河北省药监公布的法定办结时限，有效期届满10个工作日前提交续期申请。	10个工作日	公司营业执照、经营许可、生产许可三证齐全，出口产品证件合规，续期失败的风险较低
5	爱迪特	高新技术企业证书	GR201913001984	2019.12.02-2022.12.01	根据《秦皇岛市科学技术局关于开展2022年度高新技术企业申报推荐工作的通知》，2022年高新技术企业申报认定工作继续采取常态化申报、定期评审的方式开展，申报截止时间分别为5月20日、7月20日和9月20日。公司于2022年5月起组织申请材料，于2022年9月提交申请，预计于2022年11月前取得证书。	-	公司均符合知识产权数量、科技转化能力、研发组织水平、企业成长性等要求，续期失败的风险较低
6	秦皇岛纳极口	医疗机构执业许可证	PDY00257513030217D15	2018.01.31-2023.01.30	根据《医疗机构管理条例》，地方人民政府卫生行政部门应当定期对医疗机构执业条件进行审核。	45日	医疗机构执业条件无变更，续期失败的风险较低

序号	持证主体	证书名称	证书编号	发证日期/有效期限	续期进展	认证周期	是否存在续期失败风险
	腔门诊有限公司文化路门诊部	业许可证	22	023.01.30	生行政部门自受理执业登记申请之日起45日内，根据本条例和医疗机构基本标准进行审核。发行人预计于2022年12月提交延续申请。		期失败的风险较低
7	纳极医疗	医疗器械产品出口销售证明	冀秦药监械出20210007号	2020.12.25-2022.12.24	尚未提交续期申请；依据河北省药监公布的法定办结时限，有效期届满10个工作日前提交续期申请。	10个工作日	纳极医疗营业执照、经营许可证、生产许可三证齐全，出口产品证件合规，续期失败的风险较低

2、由资质申请机构代理申请/持有的即将到期资质及其续期情况

公司及子公司由资质申请机构申请/持有的即将到期（2023年6月30日之前到期）的资质及其续期进展、认证周期等具体情况如下：

序号	持证人/申请人	证书名称	编号	制造商	签发日期/有效期	续期进展	认证机构	认证周期	是否存在续期失败风险
1	医信国际有限公司	卫生福利部医疗器材许可证	卫部医器陆输字第000932号	爱迪特	2018.03.05-2023.03.04	尚未提交续期申请；依据《医疗器械许可证核发与登录及年度申报准则》，有效期届满6个月前提交续期申请。	中国台湾卫生福利部	3-6个月	公司办理证件所需的资质合规、产品技术资料齐全，续期失败的风险较低

3、即将到期的广告审查许可

公司及子公司所取得的“冀械广审（视）第230123-00056号”、“冀械广审（文）第230123-02301号”、“冀械广审（文）第230123-02061号”等23项《广告审查准予许可决定书》将于2023年6月30日之前到期，具体详见本招股说明书“第六节 业务与技术/七、公司主要生产经营资质/（八）广告许可资质”部分。公司预计于2022年12月启动重新审查申请，办结时限为35个工

作日，鉴于该等申请系已审查通过项目的再次申请，无法获得准予许可的风险较低。

综上所述，截至本招股说明书签署日，对于即将到期的资质认证，公司及子公司已启动续期工作，目前进展顺利；对于其他尚未启动续期的认证，公司及子公司均将按照计划在规定的时间内启动续期程序，续期失败的风险较低。”

二、说明报告期内发行人是否接受主管部门的现场检查或飞行检查，如有，说明检查的具体情况，发现的问题及整改情况和结果；

报告期内，发行人及其子公司共接受主管部门河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局先后 13 次现场检查，其中包括 1 次飞行检查。具体检查情况及整改情况如下：

序号	被检查主体	时间	检查机关	检查类型	检查情况	整改情况
1	爱迪特	2019.05.13	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	医疗器械质量管理体系核查	检查发现管理人员未进行辨色力检测、未对于压工序使用的液压机年度保养频次和方法予以规定、印刷包装作业指导书中未对产品状态标识的使用做出明确规定等 10 个不符合项，均为一般项	组织管理人员进行体检、对《液压机安全操作规程》《印刷包装作业指导书》进行更改升级等
2	爱迪特	2019.05.31	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	医疗器械质量管理体系核查	检查发现产品包装用聚丙烯塑料瓶的采购要求未对材质进行规定、未建立产品的返工制度、成型液成品有留样但未建立留样样品管理办法等 8 个不符合项，均为一般项	对《生产物资清单及采购要求（成型液）》《留样样品管理办法》进行更改升级、编写《产品返工管理制度》并对产品返工操作规程及返工要求作出规定、组织相关培训并形成《员工培训记录》等
3	爱迪特	2019.12.27	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	医疗器械质量管理体系核查	检查发现生产人员体检报告中缺少辨色力的检测项目、临时冠桥树脂生产车间未安装相关防虫设施、生产车间内暂存区原料与清洁用品及生产用器具混放等 7 个不符合项，均为一般项	安排生产人员进行了辨色力项目检测（合格）、在临时冠桥树脂生产车间内安装了灭蝇灯、将暂存区分为液料放置区、玻璃烧杯放置区和吸管放置区并设立清洁用品专区等
4	爱迪特	2020.06.04	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	常规执法检查	未发现问题	不涉及

序号	被检查主体	时间	检查机关	检查类型	检查情况	整改情况
			督管理局			
5	爱迪特	2020.11.02	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	医疗器械生产质量管理体系核查	检查发现加成型硅橡胶印模材料生产车间内生产用玻璃器具无标识、未以文件形式明确“呆滞物料”的管理规定、牙科用玻璃陶瓷机加工工序检验用角度尺无校准标识等 6 个不符合项，均为一般项	将称量用玻璃容器上粘贴用途标识、制定《呆滞物料管理办法》、将角度尺进行委外校准等
6	纳极科技	2021.04.14	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	常规执法检查	检查发现生产现场停用的生产设备未见相应的标识、成品库未及时对当日库房环境温湿度进行点检和记录等 4 个不符合项，均为一般项	做好设备管理培训、更换自动监测和记录的温湿度计等
7	纳极医疗	2021.04.14	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	常规执法检查	检查发现原材料库防鼠板未按照要求放置、行星式搅拌机未按时进行设备维护保养点检共 2 个不符合项，均为一般项	修订灭蝇防鼠规定、增加放置规范、按要求放置挡鼠板、做好设备管理培训等
8	爱迪特	2021.04.15	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	常规执法检查	检查发现氧化锆机加工生产车间“生产过程控制记录单”记录填写不规范、氧化锆筛料车间个别人员未按照要求戴口罩等 4 个不符合项，均为一般项	组织氧化锆机加工生产车间“生产过程控制记录单”记录填写培训、组织氧化锆筛料车间所有员工进行操作规范培训，严格按照要求戴口罩等
9	爱迪特	2021.10.08	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	医疗器械注册质量管理体系核查	检查发现质检员未按规定进行辨色力检查、生产车间机加工工序使用的车床正在运行中的状态标识为“停机”、未按照规定及时修订文件等 7 个不符合项，均为一般项	质检员已进行辨色力检查（合格）、对相关生产人员进行设备标识牌确认及使用培训并提供培训记录表复印件、按照规定及时修订文件等
10	爱迪特	2021.10.18	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	医疗器械注册质量管理体系核查	检查发现公司未依据《数据分析控制程序》的规定每月对各部门统计分析进行监督检查，为一般项	质量部建立统计数据审核的流程和记录模板，对各部门统计分析进行监督检查

序号	被检查主体	时间	检查机关	检查类型	检查情况	整改情况
11	爱迪特	2021.11.11	秦皇岛市市场监督管理局	医疗器械网络交易服务第三方平台现场检查	检查发现《互联网药品信息服务资格证书》未在平台显著位置明示、未建立入驻平台企业档案等 3 个不符合项，均为一般项	将《互联网药品信息服务资格证书》在平台显著位置明示、平台负责人相关资质证件并建立入驻企业档案等
12				进口医疗器械现场检查	检查发现进口医疗器械产品未分区存放、未留存客户的相关资质共 2 个不符合项，均为一般项	仓储部在原有医疗器械经营库区域内划分出单独的进口医疗器械存放区域，并按五区三色进行划分，增加进口医疗器械区域标识；联系客户重新索要其相关并留存，对相关人员进行培训及考核等
13	爱迪特	2022. 04. 27	河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局	医疗器械生产质量管理体系核查	内包、外包生产区和快递发货辅助区共设于隐形正畸矫治器包装车间内、隐形正畸矫治器 3D 打印室和制造室内半成品暂存区未分区标识及未按质量状态实行色标管理、隐形正畸矫治器 3D 打印室内停用的热风循环烘箱无设备标识等 8 个不符合项，均为一般项	对包装区进行重新布局并将快递发货辅助区搬出并单独设立、组织相关员工进行分区标识培训并严格落实产品质量状态的标识管理、补制相关标识并显著标示并开展设备标识管理的相关培训并定期检查等

根据《国家食品药品监管总局关于印发医疗器械生产质量管理规范现场检查指导原则等 4 个指导原则的通知》（食药监械监〔2015〕218 号），《医疗器械生产质量管理规范现场检查指导原则》中标识“*”的项目为关键项目，未标识“*”项目为一般项目。根据发行人及其子公司 2019 年至 2022 年 6 月期间历次现场检查的整改报告及发行人的说明，报告期内，主管部门现场检查发现的不符合项均为一般项目，不涉及关键项目，且发行人及其子公司均已完成相应整改。

根据河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局于 2022 年 6 月 23 日出具的《说明》，报告期内，河北省药品监督管理局、秦皇岛市市场监督管理局对发行人及其子公司纳极科技、纳极医疗进行了多次监督检查及现场检查，检查中未发现发行人及其子公司存在关键缺陷项目，发行人及其子公司能够对检查中发现的一般缺陷项目进行整改，未因上述检查发现问题对发行人及其子公司给予

行政处罚。

综上所述，报告期内现场检查发现的不符合项均为一般项，不涉及关键项，且发行人及其子公司均已完成相应整改，未因此受到过主管部门的行政处罚。

三、说明报告期内发行人是否出现逾期交付或交付产品不符合相关质量或订单要求的情形，是否与医院、诊所、患者等产生纠纷或争议，以及主要合作的公立医院的采购方式和采购程序，发行人在与公立医院、民营口腔医疗机构的合作过程中，是否均按照相关要求履行程序，是否存在商业贿赂、不正当竞争等违法违规情形

（一）报告期内发行人是否出现逾期交付或交付产品不符合相关质量或订单要求的情形，是否与医院、诊所、患者等产生纠纷或争议

发行人的产品主要分为口腔修复材料及口腔数字化设备，主要服务客户为义齿技工所和口腔医疗门诊、口腔医院等口腔医疗服务机构，供其为终端消费者开展口腔修复、种植与正畸等业务。

发行人的主要产品不直接面向终端消费者销售，标准化程度较高，公司在与客户签订业务合同或订单合同时明确具体的产品型号、采购数量和交付时间等。公司采用以销定产及备货生产相结合的模式开展生产经营，以保证订单的交付时间符合合同约定。如在合同约定的交货期前，公司发现时间需延长，会立即与客户协商需要增加的时间，以不影响客户自身的生产计划。

公司在产品的各个环节都进行了质量管控措施保证产品符合质量要求。公司在原材料采购、外购物资检验、生产和成品验收环节均有相应的质量控制措施，在采购环节，公司制定了原辅材料的质量标准和设备的参数标准，并依据《供应商管理制度》确定合格的供应商，质检部按照相应制度确保采购物资质量合格；在外购物资检验环节，公司设定严格的外购产品类检验标准，与供应商签订质量保证协议，质检部按照相应产品技术指标确保外购物资的质量满足交付标准；在生产环节，公司确定各产品工序的工艺参数和技术要求，质检部对每个生产过程进行质量检验，保证生产质量合格以及生产过程可追溯；在成品验收环节，对于口腔数字化设备，公司在产品设计环节与合格供应商确定相应的产品参数和技术指标，在成品验收入库环节对产品进行参数检验，对于不合格的产品进行返厂处

理，确保公司口腔数字化设备的质量满足与公司客户合同约定的参数指标。

报告期内，公司虽制定了质量控制措施并有效执行，但在实际工作中，由于运输过程发生破损，或由于客户需求变化、操作不当等原因，公司存在少量客户退货的情况。报告期各期，公司退换货金额分别为 324.94 万元、438.95 万元、909.58 万元和 **556.69 万元**，占营业收入的比例分别为 1.09%、1.21%、1.67%和 **2.06%**，占比较小，客户退货金额较小，公司未发生重大产品质量问题。

报告期内，公司不存在逾期交付的情形，不存在因为客户退货或交付产品质量问题而与医院、诊所、患者等产生纠纷或争议的情形。

（二）主要合作的公立医院的采购方式和采购程序，发行人在与公立医院、民营口腔医疗机构的合作过程中，是否均按照相关要求履行程序，是否存在商业贿赂、不正当竞争等违法违规情形

1、报告期各期发行人与公立医院的合作情况

报告期各期，公司对公立医院销售的产品主要为口腔修复材料和口腔数字化设备，实现的营业收入占报告期各期营业收入比例较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
口腔修复材料	46.97	123.60	74.14	85.48
口腔数字化设备	7.45	79.80	1.93	5.83
其他产品及服务	7.46	13.01	3.25	7.20
合计	61.88	216.40	79.32	98.51
占当期营业收入比例	0.23%	0.40%	0.22%	0.33%

报告期各期，发行人主要合作的公立医院（年销售金额达到 10 万元以上）的销售金额占报告期各期向公立医院客户销售金额总额的比例分别为 82.87%，79.99%、90.52%和 **76.80%**，具体采购金额情况如下：

单位：万元

客户名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
开封市口腔医院	0.23	81.11	-	-
温州医科大学附属口腔医院	12.16	47.23	25.04	15.04
福建医科大学附属口腔医院	22.35	40.18	23.84	48.17

客户名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
南阳市口腔医院	7.55	14.34	11.23	13.16
沈阳市口腔医院	5.23	13.03	3.33	5.25
合计	47.52	195.89	63.45	81.63
向公立医院销售金额总额	61.88	216.40	79.32	98.51
占公立医院销售总额比例	76.80%	90.52%	79.99%	82.87%

2、与主要合作的公立医院的采购方式和采购程序

（1）开封市口腔医院

采购产品类型	报告期内的采购方式和采购程序
口腔修复材料	由于口腔修复材料需求量少，金额较低，客户可以进行厂家直供方式的采购，具体程序是由口腔科进行供应商评估，内容包括材料测试、产品资料提供、商品议价等程序，选定供应商后，由口腔科技工室提出采购申请。
口腔数字化设备	2020 年 12 月，开封市口腔医院进行了数字化口腔椅旁修复系统(CAD/CAM)及耗材的公开招标，公司通过投标程序中标数字化口腔椅旁修复系统项目，双方建立合作关系； 2021 年 3 月，开封市口腔医院进行了技工室切削机、烧结炉项目的公开招标公告，同月 and 医院进行谈判，公司入选技工室切削机、烧结炉项目，建立合作关系； 公司自与开封市口腔医院建立合作关系开始，双方一直保持稳定、良好的合作关系。

报告期内，针对口腔数字化设备的采购，发行人与开封市口腔医院履行了公开招投标程序完成了相关采购；针对口腔修复材料的采购，根据合作期间内开封市公布的政府采购货物类公开招标数额标准，发行人向开封市口腔医院的销售金额不足 20 万元，无需按照《中华人民共和国政府采购法》等相关规定履行招投标程序。

（2）温州医科大学附属口腔医院

采购产品类型	报告期内的采购方式和采购程序
口腔修复材料	2018 年度，通过展会方式与客户建立联系并持续推广公司产品，2019 年、2021 年，温州医科大学附属口腔医院通过邀请招标的方式进行年度招标（每两年进行一次招标），公司中标后双方开展后续合作。

根据合作期间内温州市公布的政府采购货物类公开招标数额标准，发行人向温州医科大学附属口腔医院的销售已履行了招投标程序。

（3）福建医科大学附属口腔医院

采购产品类型	报告期内的采购方式和采购程序

口腔修复材料	2015 年通过展会方式与客户建立联系并持续推广公司产品，福建医科大学附属口腔医院根据其采购制度，通过商务谈判方式确定与公司的合作关系，自合作开始后，双方持续保持了稳定良好的合作关系。

根据合作期间内福州市公布的政府采购货物类公开招标数额标准，发行人向福建医科大学附属口腔医院的销售金额不足 50 万元，无需按照《中华人民共和国政府采购法》等相关规定履行招投标程序。

（4）南阳市口腔医院

采购产品类型	报告期内的采购方式和采购程序
口腔修复材料	2019 年通过展会与客户建立联系，南阳市口腔医院根据其制定的《医用耗材采购管理制度》，通过商务谈判方式确定与公司的合作关系，双方确定合作价格和合作效果。自合作开始后，双方持续保持了稳定良好的合作关系。

根据合作期间内河南省公布的政府采购货物类公开招标数额标准，发行人向南阳市口腔医院的销售金额不足 50 万元，无需按照《中华人民共和国政府采购法》等相关规定履行招投标程序。

（5）沈阳市口腔医院

采购产品类型	报告期内的采购方式和采购程序
口腔修复材料	2017 年通过客户介绍建立联系，沈阳市口腔医院根据其采购制度，双方通过商务谈判建立合作关系，由沈阳市口腔医院器械科直接向公司下单生产、发货、结算货款。

根据合作期间内辽宁省公布的政府采购货物类公开招标数额标准，发行人向沈阳市口腔医院的销售金额不足 50 万元，无需按照《中华人民共和国政府采购法》等相关规定履行招投标程序。

3、公司与公立医院合作履行程序的情况

报告期内公司与主要合作的公立医院客户签订的采购合同均履行了必要的程序，不存在应招标而未招标的情形，符合《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规的规定；部分采购合同未通过公开招投标方式取得，系因采购金额未达到地方规定的公开招标数额标准所致，不存在因未履行公开招投标情形而导致业务合同无法履行、终止履行或发生重大纠纷的情况，也不存在受到行政处罚的风险。

4、公司与民营诊所合作履行程序的情况

报告期内，公司与主要合作的民营口腔医疗机构主要通过商务谈判采购。双

方经商务谈判确立合作关系后签署业务合同开展合作。

5、公司销售过程中不存在商业贿赂、不正当竞争等违法违规情形

（1）公司不存在通过销售费用实施商业贿赂、不正当竞争等违法行为

报告期内，公司主要通过参与行业展览会、专家讲课、组织业务培训、客户拜访、广告营销等途径进行业务推广，相关费用支出正常。根据《中华人民共和国反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等相关法规，公司制定了《反商业贿赂管理制度》对销售费用实施严格管理。报告期内，发行人销售费用内部控制得到有效执行，其中大额广告宣传及业务推广费具有合理的商业背景。公司董事、监事、高级管理人员以及主要业务销售负责人均签署了《反商业贿赂承诺函》，承诺公司及其子公司不存在任何法律、行政法规、部门规章、规范性文件等禁止的商业贿赂行为，在未来的经营过程中，其亦不会采用商业贿赂手段为公司及其子公司销售或者购买商品提供便利。公司员工严格按照公司规章制度和与客户的合同约定开展业务，不存在商业贿赂等行为。

（2）公司及相关主体不存在因为商业贿赂、不正当竞争等情况受处罚的情形

报告期内，公司及子公司不存在因违反招投标相关法律法规、商业贿赂受到工商行政部门、医疗器械监督管理部门行政处罚的情形；公司及实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要销售人员不存在因商业贿赂或不正当竞争纠纷被起诉或涉及刑事犯罪的情形，也不存在被列入医药购销领域商业贿赂不良记录的情形；公司及子公司、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要销售人员不存在因商业贿赂行为被检察机关、纪检监察机关立案侦查的情形。

综上所述，报告期内，公司与主要公立医院、民营口腔医疗机构合作过程中均已按照相关要求履行程序；公司与公立医院、民营口腔医疗机构的合作过程中不存在商业贿赂、不正当竞争等违法违规情形。

四、结合我国近年来医疗器械相关政策和法律法规的变化情况，补充披露对发行人的具体影响，包括但不限于发行人国内主要销售地区执行医疗器械“两票制”等政策的情况以及对发行人获取订单、销售模式、销售价格等影响，并补充风险提示

（一）发行人国内主要销售地区执行医疗器械“两票制”等政策的情况

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/二、公司所处行业基本情况/（一）行业监管体系和行业政策/4.行业相关政策及影响/（2）行业相关政策对发行人的影响分析”补充披露如下：

③ “两票制”政策相关情况及影响

2016年6月24日，国家卫计委等9部委联合发布的《2016年纠正医药购销和医疗服务中不正之风专项治理工作要点》明确提出，要在综合医改试点省和城市公立医院综合改革试点地区的药品、耗材采购中实行“两票制”，即生产企业到流通企业开一次发票，流通企业到医疗机构开一次发票。

2018年3月20日，国家卫计委等6部委共同印发《关于巩固破除以药补医成果持续深化公立医院综合改革的通知》，提出持续深化药品耗材领域改革，实行高值医用耗材分类集中采购，逐步推行高值医用耗材购销“两票制”。2019年7月，国务院办公厅发布《治理高值医用耗材改革方案》，要求在2020年底前鼓励各地结合实际通过“两票制”等方式减少高值医用耗材流通环节，推动购销行为公开透明。

截至本招股说明书签署日，“两票制”主要在药品的公立医院采购领域全面实施。我国医疗器械领域“两票制”政策尚在逐步落地推进阶段，主要在高值医用耗材领域推行。医疗器械领域“两票制”推进速度明显慢于药品领域，实际落地范围也小于药品领域。

④ “一票制”政策相关情况及影响

2020年2月25日，中共中央、国务院发布《关于深化医疗保障制度改革的意见》，要求深化药品、医用耗材集中带量采购制度改革。坚持招采合一、量价挂钩，全面实行药品、医用耗材集中带量采购。以医保支付为基础，建立招标、采购、交易、结算、监督一体化的省级招标采购平台，推进构建区域性、全国性联盟采购机制，形成竞争充分、价格合理、规范有序的供应保障体系。推进医保基金与医药企业直接结算，完善医保支付标准与集中采购价格协同机制。

实行药品、医用耗材集中带量采购后，医保基金与医药企业可以实现直接结算，生产企业的主要客户将由流通企业变更为医疗机构，生产企业直接与医保基

金按中标价格结算，再自行或委托配送药品，并支付配送费用，即“一票制”。据公开信息，现阶段尚未有明确的关于器械销售需执行“一票制”的政策颁布。

（二）“两票制”“一票制”对发行人获取订单、销售模式、销售价格等影响

1、“两票制”对发行人获取订单、销售模式、销售价格等不存在实质影响

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/二、公司所处行业基本情况/（一）行业监管体系和行业政策/4. 行业相关政策及影响/（2）行业相关政策对发行人的影响分析/③“两票制”政策相关情况及影响”补充披露如下：

“公司主要业务为口腔修复材料的研发、生产和销售；口腔数字化设备的设计和制造。其中，口腔修复材料氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等系义齿加工的原材料，即高值医用耗材的上游材料。由于公司所销售的口腔修复材料一般需要经过义齿技工所加工为义齿方能向医院或诊所进行销售，故公司与义齿加工所之间的合作尚处于医用耗材自身的生产加工环节，不属于“两票制”政策中医疗耗材从“生产企业到流通企业”或“流通企业到医疗机构”流通环节。

报告期内，公司存在将口腔修复材料直接销售予拥有义齿加工能力的公立口腔医院的情形。但由于口腔公立医院通常不配备技工生产设备或加工技师，不直接从事义齿加工，而是主要通过当地的义齿技工所加工，因此对修复材料的直接采购需求很低。报告期各期，公司向公立医院直接销售的口腔修复材料金额分别为85.48万元、74.14万元、123.60万元和**46.97万元**，占公司营业收入的比重分别为0.29%、0.21%、0.23%和**0.17%**，占比较低。

此外，公司全资子公司科锐极经营定制式义齿加工业务。报告期各期，科锐极向公立医院直接销售的定制式义齿金额分别为5.13万元、2.86万元、11.47万元和**6.70万元**，占公司营业收入的比重分别为0.02%、0.01%、0.02%和**0.02%**，占比较低。

报告期各期，公司主要向福建省、浙江省、辽宁省、河南省、吉林省及河北省内的公立医院销售口腔修复材料及定制式义齿（指公司报告期内任一年对公立医院销售金额达到5万元的省份），上述主要销售地区医用耗材“两票制”政策实施情况如下：

序号	省份	政策文件	发文时间	主要内容
1	福建	《关于治理高值医用耗材改革的实施方案》	2020 年 1 月	高值医用耗材采购严格执行“两票制”，鼓励实行“一票制”，减少高值医用耗材流通环节，推动购销行为公开透明
		《关于福建省医疗器械（医用耗材）阳光采购结果全省共享工作政策解读（一）》	2019 年 1 月	十大类高值医用耗材主要包括：血管介入类、非血管介入类、骨科植入、神经外科、电生理类、起搏器类、体外循环及血液净化、眼科材料、口腔科、其他类高值耗材产品
2	浙江	《浙江省卫生计生委关于印发2018年全省卫生计生工作要点的通知》	2018 年 2 月	深入实施采购“两票制”，逐步推进全区域、全品种、无盲点配送
3	辽宁	《辽宁省公立医疗机构药品、医用耗材和医疗设备采购管理与考核细则》	2017 年 11 月	按照国家相关要求，推进医用耗材和检验检测试剂采购“两票制”，压缩中间环节，规范流通秩序
4	河南	《河南省公立医疗机构药品和医用耗材联盟采购试点方案》	2021 年 8 月	通过医疗机构联盟的形式开展集中采购，逐步建立起国家集采、省级集采、医院联盟采购等多方联动、互补共进的集中采购工作格局
		《河南省卫生计生委关于做好公立医疗机构高值医用耗材联合采购工作的通知》	2018 年 3 月	鼓励有条件的医疗机构探索实行高值医用耗材购销“两票制”
5	吉林	《吉林省治理高值医用耗材实施方案》	2020 年 10 月	强化流通管理，积极探索公立医疗机构通过“两票制”等方式，减少高值医用耗材流通环节
6	河北	《河北省治理高值医用耗材改革实施方案》	2020 年 11 月	鼓励各地结合实际通过“两票制”等方式减少高值医用耗材流通环节，规范配送管理，净化流通环境，推动购销行为公开透明
		《关于河北省药品和医用耗材配送管理办法（试行）（征求意见稿）》	2020 年 10 月	通过“两票制”等方式，减少药品及医用耗材流通环节，推动购销行为公开透明

由上表可见，截至本招股说明书签署日，虽然上述区域在政策层面施行或鼓励施行“两票制”，但公司所生产的口腔修复材料未明确出现于原卫生部等6部门于2013年印发的高值医用耗材参考目录，部分区域对于纳入“两票制”管理的医用耗材的品类的划分亦存在差异，导致区域具体终端医疗机构对于“两票制”的实际执行程度不一，公司所生产销售的口腔修复材料是否属于高值医用耗材并纳入“两票制”管理主要取决于区域具体终端医院要求。鉴于报告期各期，拥有义齿加工能力的终端公立医院数量较少，且公司向公立口腔医院销售金额较低，“两票制”对公司口腔修复材料的销售不存在实质性影响。

此外，公司销售的口腔数字化设备不属于目前“两票制”逐步推行的医用耗

材范围；报告期内，“两票制”未对公司口腔数字化设备业务产生影响。

综上，“两票制”对公司获取订单、销售模式、销售价格等不存在实质性影响。”

2、“一票制”未对发行人获取订单、销售模式、销售价格等产生影响

发行人在招股说明书“第六节 业务与技术/二、公司所处行业基本情况/（一）行业监管体系和行业政策/4.行业相关政策及影响/（2）行业相关政策对发行人的影响分析/④“一票制”政策相关情况及影响”补充披露如下：

“据公开信息，现阶段尚未有明确的关于器械销售需执行“一票制”的政策颁布。医疗器械销售“一票制”的执行需要以“耗材带量采购”为前提，截至本招股说明书签署日公司销售的产品未有纳入“耗材带量采购”范围的情形，故“一票制”未对公司获取订单、销售模式、销售价格产生影响。”

（三）补充风险提示

发行人在招股说明书“第四节 风险因素/一、政策风险”补充披露如下：

“（四）两票制和一票制政策实施风险

2018年3月20日，国家卫计委等6部委共同印发《关于巩固破除以药补医成果持续深化公立医院综合改革的通知》，提出持续深化药品耗材领域改革，实行高值医用耗材分类集中采购，逐步推行高值医用耗材购销“两票制”；2020年2月25日，中共中央、国务院发布《关于深化医疗保障制度改革的意见》，要求深化药品、医用耗材集中带量采购制度改革。实行药品、医用耗材集中带量采购后，医保基金与医药企业可以实现直接结算，生产企业的主要客户将由流通企业变更为医疗机构，生产企业直接与医保基金按中标价格结算，再自行或委托配送药品，并支付配送费用，即“一票制”。

截至本招股说明书签署日，“两票制”政策主要在药品及高值医用耗材流通领域实施。公司从事的口腔修复材料业务主要面向义齿技工所，系医疗耗材自身的生产加工环节，不属于“两票制”政策中医疗耗材从“生产企业到流通企业”或“流通企业到医疗机构”流通环节。报告期各期内，公司合计直接向公立医院销售的口腔修复材料及定制式义齿金额分别为90.61万元、77.00万元、135.07万元和

53.67万元，占公司营业收入的比重分别为0.30%、0.21%、0.25%和0.20%，占比较低。截至本招股说明书签署日，“两票制”及“一票制”对公司获取订单、销售模式、销售价格等不存在实质性影响。

但是不排除未来义齿加工模式变化及“两票制”“一票制”政策执行范围扩大，公司产品销售模式、销售价格可能受到影响。若公司不能根据“两票制”“一票制”政策变化及时制定有效的应对措施，将对公司的产品销售及经营业绩造成不利影响。”

五、说明报告期内是否存在违反不同国家或地区对于进口口腔医疗器械的资质的相关规定导致处罚或无法持续销售的情形，是否存在出口业务违规事项，如有，补充披露具体情况、对发行人的影响及整改措施，并结合具体情况对风险提示内容进行修正，确保特别风险提示准确、恰当地反映出公司面临的相关风险。

（一）报告期内是否存在违反不同国家或地区对于进口口腔医疗器械的资质的相关规定导致处罚或无法持续销售的情形

1、发行人产品已取得主要境外销售国家或地区对于进口口腔医疗器械的资质

发行人主要境外客户所在国家或地区对医疗器械资质的要求如下：

国家/地区	医疗器械资质要求	发行人及客户、经销商取得资质情况
欧洲经济区成员国（意大利、法国、爱尔兰、西班牙、德国、挪威、冰岛等国家）、土耳其	欧盟 CE 认证 （适用 MDD 或 MDR）	牙科用氧化锆瓷块、牙科用玻璃陶瓷、爱迪特牙科用氧化锆瓷块专用染色液等 5 项
美国	美国 FDA 认证	模型树脂、牙科铸造蜡、牙科陶瓷瓷块等 14 项
英国	UKCA/CE 认证（2023 年 6 月 30 日前认可 CE）	见上述 CE 认证
认可 FDA 或 CE 的国家（以色列、阿尔巴尼亚、科索沃等国家）	该部分国家认可欧盟或美国的监管规定，产品通过 CE 认证或 FDA 认证即可流通上市	见上述 CE/FDA 认证
中国台湾	中国台湾卫生福利部医疗器械材料许可证	牙科用氧化锆瓷块、定制式义齿用烤瓷粉、全瓷义齿用染色液等 6 项
日本	日本医疗器械外国制造商注册证、日本指定管理医疗器械制造贩卖认证书	发行人持有日本医疗器械外国制造商注册证；日本指定管理医疗器械制造贩卖认证书由客户进行申请并持有

国家/地区	医疗器械资质要求	发行人及客户、经销商取得资质情况
沙特阿拉伯	沙特阿拉伯医疗器械经营许可证	牙科用氧化锆陶瓷、牙科用玻璃陶瓷、爱迪特牙科用氧化锆瓷块专用染色液等 4 项
由该国/地区政府卫生部门负责进口医疗器械监管的国家/地区（俄罗斯、巴西、韩国等国家/地区）	该国/地区政府卫生部门认证/审批	公司出口至左述国家/地区时，会根据当地客户的要求，提供公司的医疗器械相关资质（以主流的 CE、FDA、ISO13485 医疗器械认证、自由销售证明及中国医疗器械注册/备案为主）及其他资料，由该客户或代理机构于当地申请相关资质/履行相关备案手续

经对发行人主要境外市场主要客户的访谈以及获取发行人境外销售地区主要经销商出具的说明，发行人境外销售的产品已履行了该国家或地区相关产品进口的全部流程，符合该国家或地区有关该类产品的市场准入要求。

2、报告期内发行人及其子公司不存在违反相关规定导致处罚或无法持续销售的情形

报告期内，发行人境外经营的主体为爱迪特美国、爱迪特欧洲，其中，爱迪特美国在美国从事产品进口及销售业务；爱迪特欧洲在德国从事产品进口及销售业务。根据境外法律意见书，爱迪特在美国销售的相关产品已获得 FDA 认证，爱迪特及爱迪特美国遵守美国当地的法律，合法经营，爱迪特美国未受到过主管部门的行政处罚；爱迪特及爱迪特欧洲在欧盟所销售的产品，在需要的情况下都完成了医疗产品有关的合格评定程序，并拥有相关 CE 标志，爱迪特欧洲未受到过主管部门的行政处罚。

根据发行人境外销售地区主要经销商出具的说明，主要境外经销商具备该国或地区关于经销发行人产品的相关资质要求，在销售发行人产品时不存在违反该国家或地区相关法律法规的情形。

综上所述，报告期内，发行人及其子公司不存在违反不同国家或地区对于进口口腔医疗器械的资质的相关规定导致处罚或无法持续销售的情形。

（二）报告期内出口业务违规事项具体情况、对发行人的影响及整改措施

经抽查发行人报告期内为出口业务签订的销售合同，核查出口报关单、外汇账户开立证明、纳税申报文件、出口退税申报文件并通过公开渠道进行检索，报

告期内，发行人进出口业务均遵守有关海关、外汇、税务相关法律与法规，发行人不存在进出口业务相关违规情形。

根据秦皇岛海关分别于 2021 年 11 月 11 日、2022 年 4 月 13 日、**2022 年 7 月 20 日**出具的《证明》，报告期内，发行人在秦皇岛海关辖区内的出口报关业务中无违反海关监管方面法律法规的不良记录，不存在因违反海关出口监管方面的法律法规受到秦皇岛海关行政处罚的情形。

根据国家外汇管理局秦皇岛市中心支局分别于 2021 年 11 月 3 日、2022 年 4 月 20 日、**2022 年 7 月 19 日**出具的《证明》，报告期内，发行人遵守国家及地方有关外汇管理方面的法律、法规及政策，不存在违反国家及地方外汇管理方面的法律、法规及政策的行为和记录，也不存在因违反外汇管理方面的法律、法规及政策而受到处罚的情形。

根据国家税务总局秦皇岛经济技术开发区税务局分别于 2021 年 10 月 19 日、2022 年 4 月 8 日、**2022 年 7 月 21 日**出具的《证明》，报告期内，发行人依法向秦皇岛经济技术开发区税务局进行申报纳税，未受过税务部门的行政处罚。

综上所述，报告期内，发行人不存在进出口业务违规事项。

六、请中介机构勤勉尽责，认真梳理发行人在经营过程中面临的相关风险，遵循重要性原则简明易懂且准确、客观、充分地进行风险提示，以方便投资者决策参考，切实提高信息披露质量。

发行人、中介机构已认真梳理公司经营过程中面临的相关风险，并在招股说明书“重大事项提示/一、特别风险提示”及“第四节 风险因素”中遵循重要性原则和简明易懂原则，对风险提示排序进行了调整，并补充披露风险。

修订位置		修订前	修订后
重大事项提示	一、特别风险提示	原招股说明书特别风险提示排列顺序为：（六）募集资金投资项目实施风险、（七）经销商管理风险；未对房屋租赁瑕疵的风险做特别风险提示	根据重要性原则将招股说明书中特别风险提示重新排序，现排列顺序为：（六）经销商管理风险、（七）募集资金投资项目实施风险，补充披露了房屋租赁瑕疵的风险
	二、政策风险	未披露两票制和一票制政策实施的风险	补充披露了（四）两票制和一票制政策实施风险
第四节 风险因素	三、经营风险	原招股说明书披露了（二）部分经营场所为租赁的风险，相关表述为：“报告期内，公司部	修改该风险为（三）房产租赁瑕疵的风险，相关表述修改为：“报告期内，公司部分经营场所系通

修订位置	修订前	修订后
	分经营场所系通过租赁方式取得，发行人及其子公司的租赁的房屋中存在产权证书不齐全的权属瑕疵问题及未办理租赁备案的情形。截至本招股说明书签署日，公司与出租方租赁关系稳定，公司未发生过因租赁房产而对公司经营造成不利影响的情形，但公司未来仍存在租赁的经营场所因到期或整改无法继续租赁或者租金大幅度上涨，从而对公司的日常经营造成不利影响的风险。”	过租赁方式取得，公司及子公司的租赁的房产中存在产权证书不齐全的权属瑕疵问题及未办理租赁备案、实际用途与规定用途不符等情形。截至本招股说明书签署日，公司与出租方租赁关系稳定，公司未发生过因租赁房产而对公司经营造成不利影响的情形。但在未来的业务经营中，公司若因未办理租赁备案登记而被主管部门处以罚款，或因前述租赁瑕疵而导致租赁房产非正常终止、无法续约或搬迁而产生额外的费用支出，可能产生对公司的日常经营造成不利影响的风险。”
四、财务风险	未披露金融资产相关风险	补充披露了（二）主营产品氧化锆瓷块毛利率下降的风险、（八）金融资产到期无法收回全部本金的风险
五、法律风险/ （一）知识产权风险/1、境外专利侵权风险	未对发行人境外未取得授权专利存在的侵权风险以及报告期内曾存在的专利诉讼做风险提示	对该风险的表述进行了修改并补充风险提示：“2021年5月12日，B&D 公司对爱迪特美国提起诉讼，主张爱迪特美国在美国销售的氧化锆产品部分技术方案涉嫌侵犯其在美国的专利技术，但其在提起诉讼后的 90 天内未履行法定的诉讼文书送达程序，并已于 2021 年 8 月 10 日自愿撤回该起诉书。 公司目前的销售网络覆盖境外多个国家和地区，但尚未取得任何境外专利，由于不同国别、不同的法律体系对知识产权的权利范围的解释和认定存在差异，若未能深刻理解往往会引发争议甚至诉讼。公司虽然已积极采取相关措施规避专利侵权风险，但若公司产品在海外市场出现专利侵权诉讼或纠纷，可能对公司的业务经营产生不利影响。”
五、法律风险	未披露发行人报告期内存在未全员缴纳社保、公积金情形的风险	补充披露了（三）未全员缴纳社保、公积金的风险
八、其他风险	原招股说明书其他风险排列顺序为：（一）募集资金投资项目实施风险、（二）不可抗力风险（三）、重大突发公共卫生事件的风险、（四）国际局势变动的风险、（五）发行失败风险，未披露募投项目新增折旧摊销的风险	根据重要性原则将招股说明书中其他风险提示重新排序，现排列顺序为：（一）重大突发公共卫生事件的风险、（二）国际局势变动的风险、（三）不可抗力风险、（四）发行失败风险、（五）募集资金投资项目实施风险，并补充披露了（六）募投项目新增

修订位置	修订前	修订后
		折旧摊销的风险

七、请保荐人、发行人律师发表明确意见

（一）核查程序

保荐人和发行人律师履行的核查程序包括：

1、获取与发行人合作的 FDA 申请机构出具的情况说明、相关申请资料、认证情况资料；

2、通过美国 FDA 官方网站查询发行人 FDA 认证产品相关具体信息；

3、查阅发行人提供的 CE 认证证书；

4、查阅欧盟发布的《医疗器械第 2017/745 号法规》（Medical Devices Regulation, MDR）相关规定；

5、获取发行人关于根据欧盟 MDR 法规启动重新申请 CE 认证以及进展情况的说明；

6、获取发行人与捷闻（苏州）医疗科技有限公司签订的法规咨询服务合同；

7、对发行人质量部门负责人进行访谈，了解发行人 FDA 认证具体情况、现行 CE 认证的有效性、根据欧盟 MDR 法规重新申请 CE 认证的情况、即将到期的认证的续期进展情况及认证周期、续期失败的风险等情况；

8、查阅医疗器械资质/认证的相关法律法规等规定并登陆主管部门网站进行查询，了解该等资质/认证的续期要求、续期周期等情况；

9、获取发行人关于即将到期的认证的续期进展情况及认证周期、是否存在续期失败的风险的说明；

10、获取发行人提供的报告期内接受主管部门的现场检查或飞行检查的汇总情况、现场检查笔录、相关整改报告等资料；

11、对发行人的质量部门负责人进行访谈，了解现场检查/飞行检查发现的问题及相应整改情况；

12、查阅发行人与客户签署的框架合同、客户下达的订单合同、发行人内部

的生产任务单、出库单、出口报关单等资料，查阅发行人制定的《生产物资清单与采购质量要求》《供应商管理制度》《全瓷义齿用氧化锆瓷块生产工艺参数》《过程检验规程及验收标准》等制度，核查发行人境内外义齿产品生产交付的流程，是否出现逾期交付或交付产品不符合相关质量或订单要求的情形；

13、获取发行人退货订单明细表并核查相关设计单、送货单等原始单据、核查发行人退货内部审批流程，了解退货金额、退货原因及影响；

14、访谈发行人境内及境外销售负责人，了解发行人交付产品的整个流程以及是否出现逾期交付的情形；了解发行人产品质量情况、返修情况以及是否存在不符合相关质量或订单要求的情形；了解发行人是否与医院、诊所、患者等产生纠纷或争议；

15、访谈境内外主要客户，了解发行人产品交付周期、产品质量是否稳定，发行人是否与主要客户之间产生纠纷、诉讼等情况；

16、查询中国裁判文书网（<http://www.court.gov.cn/zgcpwsw>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、人民法院公告网（<http://rmfygg.court.gov.cn>）等网站，核查报告期内发行人是否存在与医院、诊所、患者等产生纠纷或争议的情形。

17、核查发行人主要合作的公立医院招投标、竞争性谈判、院内议价谈判的相关资料，了解发行人主要合作的公立医院、民营口腔医疗机构的采购方式和采购程序；

18、查阅国家及各省市关于招投标相关法律法规、各省市关于高值医用耗材集中采购的规定，核查发行人与公立医院合作是否均按照相关要求履行程序；

19、获取并核查发行人及其子公司报告期内的银行流水；获取并核查发行人董事、监事、高级管理人员报告期内的银行资金流水，核查发行人及董事、监事、高级管理人员等是否存在异常的资金往来，是否存在与客户、供应商等存在异常往来；

20、查阅发行人制定的《反商业贿赂管理制度》等费用管理制度；

21、查阅发行人及其子公司住所地的市场监督管理局出具的报告期内不存在

违反市场监管相关法律、法规而受到行政处罚的证明；

22、查阅发行人实际控制人、发行人董事、监事、高级管理人员户籍地/经常居住地派出所出具的无犯罪记录证明；

23、访谈发行人主要合作的公立医院相关负责人、销售负责人，了解发行人与医院开展合作的相关情况；

24、通过全国公共资源交易平台网站（<http://www.ggzy.gov.cn/>）、中国政府采购网（<http://www.ccgp.gov.cn/>）等网站，检索发行人是否存在因招投标过程中的违法违规行为受到行政处罚和不存在被列入政府采购违法失信企业名单的情形。

25、收集并查阅“两票制”“一票制”等最新行业法规和政策文件；访谈发行人销售主管，了解发行人所处行业的最新政策、对发行人销售模式、销售体系的影响情况以及相关应对措施；

26、获取发行人取得的境外医疗器械相关资质证书；

27、获取发行人主要境外销售国家或地区的主要经销商，对其合法销售爱迪特产品和爱迪特产品在其所在国/地区销售合法等事项的说明函；

28、查阅了境外律师出具的法律意见书中就发行人及其境外子公司在美国及欧盟业务合规情况发表的明确意见；

29、抽查发行人报告期内出口业务的销售合同，核查出口报关单、外汇账户开立证明、纳税申报文件、出口退税申报文件等资料；

30、取得了发行人所在地海关、外汇、税务等主管部门出具的无违法违规证明；

31、在中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）、全国企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/>）、信用中国网站（<http://www.creditchina.gov.cn/>）等网站进行检索，核查发行人出口业务是否存在违规事项/受到行政处罚；

32、在发行人所在地海关、外汇、税务等主管部门的官方网站进行检索、查询，核查发行人是否存在出口业务是否存在违规事项/受到行政处罚；

33、访谈发行人销售部门、质量部门相关人员，了解发行人境外销售情况、

境外监管政策与资质要求情况、境外纠纷情况，发行人货物进出口流程，发行人外汇结转流程、报关流程、税务缴纳等情况；

34、获取发行人关于不同国家或地区对于进口口腔医疗器械的资质的相关规定的说明，并通过公开网络渠道进行检索；

35、取得了发行人出具的关于不存在违反不同国家或地区对于进口口腔医疗器械的资质的相关规定导致处罚或无法持续销售的情形，不存在出口业务违规事项的说明。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人根据 MDD 规则获得 CE 认证的产品尚在 CE 认证有效期和延续期内，且发行人已根据欧盟 MDR 规则对该等产品启动重新申请 CE 认证准备工作，目前处于确认产品生物学评价测试细节过程中，预计认证失败的风险较低；

2、发行人及其子公司已启动续期的认证进展顺利，续期失败的风险较低；对于其他尚未启动续期的认证，发行人均将按照计划在规定的时间内启动续期程序，续期失败的风险亦较低；

3、报告期内，发行人及其子公司共接受主管部门 13 次现场检查，其中包括 1 次飞行检查；现场检查发现的不符合项均为一般项，不涉及关键项，且发行人均已完成相应整改，未影响发行人的正常生产经营；

4、报告期内，发行人不存在逾期交付的情形；发行人不存在因为客户退货或交付产品质量问题而与医院、诊所、患者等产生纠纷或争议的情形，发行人与公立医院、民营口腔医疗机构的合作过程中均已按照相关要求履行程序，不存在商业贿赂、不正当竞争等违法违规情形；

5、我国医疗器械领域“两票制”“一票制”政策尚在逐步落地推进阶段，由于拥有义齿加工能力的终端公立医院数量较少，公司合计直接向公立医院销售的口腔修复材料及定制式义齿金额较少，目前“两票制”及“一票制”对公司口腔修复材料的销售不存在实质性影响；

6、发行人不存在违反不同国家或地区对于进口口腔医疗器械的资质的相关

规定导致处罚或无法持续销售的情形；报告期内，发行人不存在出口业务违规事项。

4.关于历史沿革和实际控制人认定

申报材料显示：

（1）全民爱迪特系新加坡全民的全资子公司，2014 年投资入股发行人，发行人于 2017 年 3 月 9 日在全国股份转让系统挂牌，挂牌时公司第一大股东系全民爱迪特，持股比例为 48.25%。2019 年 11 月 29 日，为获取投资收益，改善新加坡全民的财务情况，全民爱迪特将所持部分爱迪特股份转让给新的投资人。2021 年 3 月，新加坡全民为改善自身财务情况，自愿以减资方式退出爱迪特，自此，全民爱迪特不再持有爱迪特股份。

（2）2019 年 11 月 26 日，李洪文、李斌、天津源一、天津文迪共同签署了《一致行动协议》，约定公司股东大会、董事会作出决议时，各方采取一致行动，并以李洪文先生或天津源一的意见为准，除非经该协议各方一致同意，任一方均无权单方解除或撤销。天津文迪为天津源一的一致行动人，李斌为李洪文的一致行动人。上述《一致行动协议》签订后，天津源一直接及通过该协议间接控制公司合计 46.35%股份的表决权，为公司的控股股东；李洪文通过天津源一、天津戒盈及《一致行动协议》间接控制公司合计 51.75%股份的表决权，为公司的实际控制人。

请发行人说明：

（1）全民爱迪特持股和退出发行人持股的背景、原因、履行程序的合法合规性、股份转让价格定价的公允性、相关股权变动资金来源情况及其合法合规性、价款支付、税收缴纳等情况，相关股权变动是否真实，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在委托持股、信托持股、利益输送或其他安排，控股股东、实际控制人所持发行人的股份权属是否清晰，全民爱迪特是否涉及违法违规行为，是否构成本次发行上市的法律障碍；

（2）发行人在作为外商投资企业期间是否符合外商投资、外汇管理、税收等相关法律法规的规定，是否履行了必要的法律程序，是否存在法律瑕疵或风险，

是否存在纠纷或潜在纠纷，请逐项对照法律法规的具体规定进行详细说明披露；

（3）历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况，是否存在违反税收法律法规等规范性文件的情况，是否构成重大违法行为；

（4）发行人主要产品的有关技术是否来自于全民爱迪特，是否对发行人的研发、生产、经营构成重要影响，是否存在纠纷或潜在纠纷；发行人的主要客户资源或获客渠道是否依赖全民爱迪特，是否对发行人业务的稳定性和持续性产生重要不利影响；

（5）《一致行动协议书》约定的行动有效期限，发生纠纷或意见分歧时的解决机制，相关一致行动的安排是否稳定持续，发行人实际控制人保持一致行动、股权和控制结构稳定的安排措施；上述各方在一致行动协议签署前在股东大会、董事会等的表决情况，是否存在意见不一致的情况，是否存在以协议追认一致行动关系的方式规避实际控制人认定及最近两年是否发生变更的规定；并补充提供《一致行动协议书》文件。

请保荐人、发行人律师对上述事项发表明确意见，说明核查过程、核查依据。

回复：

一、全民爱迪特持股和退出发行人持股的背景、原因、履行程序的合法合规性、股份转让价格定价的公允性、相关股权变动资金来源情况及其合法合规性、价款支付、税收缴纳等情况，相关股权变动是否真实，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在委托持股、信托持股、利益输送或其他安排，控股股东、实际控制人所持发行人的股份权属是否清晰，全民爱迪特是否涉及违法违规行为，是否构成本次发行上市的法律障碍；

（一）全民爱迪特持股和退出发行人持股的背景、原因、履行程序的合法合规性、股份转让价格定价的公允性、相关股权变动资金来源情况及其合法合规性、价款支付、税收缴纳等情况

1、全民爱迪特持股、退出持股的背景、原因、履行程序的合法合规性

（1）2014年8月，全民爱迪特入股

全民爱迪特系新加坡全民的子公司。新加坡全民系从事牙科医院门诊经营、牙科器械和耗材销售的新加坡证券交易所上市公司，因看好牙科用氧化锆陶瓷及相关耗材行业，决定投资爱迪特有限。

2014年2月22日，新加坡全民的子公司全民中国与李洪文、李斌签署《总体协议》，约定，由全民中国负责在新加坡设立新加坡公司（即全民爱迪特），全民中国持有全民爱迪特100%的股份；全民爱迪特将以等值于人民币1,900.00万元的价格收购李洪文在爱迪特有限50%的股权，以等值于人民币1,900.00万元的价格收购李斌在爱迪特50%的股权；全民爱迪特将对爱迪特有限进行增资，将其注册资本由人民币200.00万元增加至人民币4,400.00万元，增资的部分将被用于扩建爱迪特有限新的厂房；在签署股权转让合同的同时，李洪文、李斌需与全民爱迪特、全民中国签署服务协议，由李洪文、李斌为全民中国及/或全民爱迪特提供相关服务，服务期限为自2014年1月1日起不少于12年。作为李洪文、李斌提供服务的对价，全民中国同意分别授予李洪文、李斌下列选择权：在满足服务协议约定的相关条件（包括但不限于完成爱迪特有限股权转让交割及爱迪特有限的增资）后，李洪文和李斌分别有权按1新币的价格购买全民中国持有的新加坡公司24.50%的股份。

上述《总体协议》签署时，各方计划如未来爱迪特有限经营发展情况良好，将推动全民爱迪特在新加坡证券交易所上市，因此协议约定由全民爱迪特收购李洪文和李斌所持爱迪特有限股权，并赋予李洪文、李斌满足服务协议约定后按约定价格受让全民爱迪特股权的权利。

2014年6月6日，经各方进一步协商，对交易安排进行了调整，全民中国与李洪文、李斌签署了《补充总体协议》，对《总体协议》等已签署的相关协议、承诺作出了如下变更：全民爱迪特将以等值于人民币1,975.00万元的价格收购李洪文在爱迪特有限50%的股权，以等值于人民币1,975.00万元的价格收购李斌在爱迪特有限50%的股权；由李洪文、李斌在持股期间负责对爱迪特有限进行增资，将注册资本由人民币200.00万元增加至1,200.00万元；股权转让完成后，全民爱迪特将在持股期间对爱迪特有限进行增资，将注册资本由人民币1,200.00万元增加至4,700.00万元。

2014年7月20日，爱迪特有限召开股东会并通过决议，同意爱迪特有限原

股东李洪文将在公司的全部出资额 600.00 万元人民币，占注册资本的 50%，全部转让给全民爱迪特；爱迪特有限原股东李斌将在公司的全部出资额 600.00 万元人民币，占注册资本的 50%，全部转让给全民爱迪特。本次股权转让完成后，全民爱迪特持有爱迪特有限 100%的股权。

2014 年 8 月 1 日，秦皇岛经济技术开发区管理委员会出具《关于同意秦皇岛爱迪特高技术陶瓷有限公司外资股权并购的批复》（秦开经外字（2014）14 号），同意爱迪特有限上述股权转让事宜。

2014 年 8 月 1 日，爱迪特有限取得河北省人民政府核发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资冀秦区字[2014]0002 号）。

2014 年 8 月 11 日，爱迪特有限取得秦皇岛市工商行政管理局换发的《营业执照》。

本次股权转让前，爱迪特有限股权结构如下：

股东姓名	出资额（万元）	出资方式	出资比例（%）
李洪文	600.00	货币	50.00
李斌	600.00	货币	50.00
合计	1,200.00	—	100.00

本次股权转让后，爱迪特有限的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资方式	出资比例（%）
全民爱迪特	1,200.00	货币	100.00
合计	1,200.00	—	100.00

（2）2015 年 4 月，全民爱迪特增持

因爱迪特有限的日常经营管理主要由李洪文负责，出于对李洪文服务价值和贡献的肯定，2015 年 4 月 1 日，李洪文、李斌与全民中国、全民爱迪特根据实际情况协商签订了《补充总体协议二》，主要修改内容如下：（1）该协议签订后 1 个月内，李洪文、李斌各以 1 新币价格购买全民爱迪特 49%的股权，其中李洪文 29%，李斌 20%；（2）该协议签订后 1 个月内全民爱迪特应当向爱迪特有限注入 3,500.00 万元，将爱迪特有限注册资本由 1,200 万元增加至 4,700.00 万元。

2015 年 4 月 2 日，爱迪特有限股东全民爱迪特做出如下股东决议：爱迪特

有限投资总额由 1,500.00 万元人民币增加到 4,700.00 万元人民币，注册资本由 1,200.00 万元人民币增加到 4,700.00 万元人民币，增加的部分于 2015 年 10 月 1 日前全部缴清。

2015 年 4 月 17 日，秦皇岛经济技术开发区管理委员会出具《关于同意秦皇岛爱迪特高技术陶瓷有限公司增加投资总额及注册资本的批复》（秦开经外字（2015）8 号），同意爱迪特有限上述增资事宜。

2015 年 4 月 17 日，爱迪特有限取得河北省人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资冀秦区字[2014]0002 号）。

2015 年 4 月 20 日，爱迪特有限取得秦皇岛市工商行政管理局换发的《营业执照》。

本次增资后，爱迪特有限的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资方式	出资比例（%）
全民爱迪特	4,700.00	货币	100.00
合计	4,700.00	—	100.00

（3）2015 年 10 月，全民爱迪特第一次减持，并由李洪文、李斌控制的企业向爱迪特有限增资

2015 年 8 月，因看好境内资本市场，各方协商后决定，将原推动全民爱迪特上市计划，变更为推动爱迪特有限在境内新三板挂牌，并相应调整爱迪特有限的股权架构。为完成股权架构调整，并减轻李洪文、李斌的资金筹措压力，各方协商拟先由全民爱迪特减少在爱迪特的出资，后续由李洪文、李斌向爱迪特有限增资。2015 年 8 月 25 日，爱迪特有限股东全民爱迪特作出股东决定，同意将公司投资总额由 4,700.00 万元人民币减少为 2,397.00 万元人民币，注册资本由 4,700.00 万元人民币减少为 2,397.00 万元人民币，对于爱迪特有限减资前存在的债务，减资后，如公司资产不足以清偿，股东承诺仍将按照减资前的出资额承担债务的连带清偿责任。

2015 年 8 月 25 日，爱迪特有限在《河北经济日报》刊登了减资公告。

2015 年 10 月 27 日，秦皇岛经济技术开发区管理委员会出具《关于同意秦皇岛爱迪特高技术陶瓷有限公司调整投资总额及注册资本的批复》（秦开审外字

（2015）005 号），同意爱迪特有限上述减资事宜。

2015 年 10 月 30 日，爱迪特有限取得河北省人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资冀秦区字[2014]0002 号）。

2015 年 11 月 11 日，爱迪特有限取得秦皇岛市工商行政管理局换发的《营业执照》。

本次减资完成后，爱迪特有限的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资方式	出资比例（%）
全民爱迪特	2,397.00	货币	100.00
合计	2,397.00	—	100.00

2015 年 12 月 1 日，李洪文、李斌与全民中国、全民爱迪特签订《补充总体协议三》，主要修改内容如下：（1）爱迪特有限减少注册资本 2,303.00 万元，减资后爱迪特有限注册资本为人民币 2,397.00 万元，减资的 2,303.00 万元归全民爱迪特所有；（2）撤销权的行使：各方同意，李洪文、李斌撤销已签订协议中“1 新币取得全民爱迪特 49%股权”的权利，作为补偿，全民爱迪特支付李洪文、李斌等值于人民币 2,878.75 万元的新币（其中，李洪文取得等值于人民币 1,703.75 万元的新币、李斌取得等值于人民币 1,175 万元的新币，以下合称“境外补偿款”）；（3）增加注册资本：爱迪特有限注册资本由 2,397.00 万元增加至 4,700.00 万元，其中全民爱迪特出资 2,397.00 万元占 51%的股权，李洪文或李洪文指定的第三方出资 1,363.00 万元占 29%的股权，李斌或李斌指定的第三方出资 940.00 万元占 20%的股权。

为实现李洪文和李斌持有爱迪特有限 49%股权，2015 年 12 月 30 日，爱迪特有限股东全民爱迪特作出股东决定，同意有限公司将投资总额及注册资本由 2,397.00 万元人民币增加到 4,700.00 万元人民币。

2015 年 12 月 30 日，秦皇岛源一、秦皇岛文迪与全民爱迪特签订了《增资协议》，协议约定：由秦皇岛源一、秦皇岛文迪进行增资，增资后，秦皇岛源一持有爱迪特有限 29%股权，秦皇岛文迪持有爱迪特有限 20%股权，全民爱迪特持有爱迪特有限 51%股权。

2016 年 1 月 18 日，秦皇岛经济技术开发区管理委员会出具《关于同意秦皇

岛爱迪特高技术陶瓷有限公司特增资扩股的批复》（秦开审批外字（2016）1 号），同意爱迪特有限上述增资事宜。

2016 年 2 月 25 日，爱迪特有限取得秦皇岛市工商行政管理局换发的《营业执照》。

2016 年 4 月 7 日，爱迪特有限取得河北省人民政府换发的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（商外资冀秦区字[2014]0002 号）。

上述减资、增资完成后，爱迪特有限的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资方式	持股比例（%）
全民爱迪特	2,397.00	货币	51.00
秦皇岛源一	1,363.00	货币	29.00
秦皇岛文迪	940.00	货币	20.00
合计	4,700.00	—	100.00

（4）2019 年 12 月，全民爱迪特第二次减持，全民爱迪特将部分股权转让给新投资人

2019 年 10 月，为获取投资收益，改善新加坡全民的财务情况，对新加坡全民财务环境产生积极影响，全民爱迪特拟将所持部分爱迪特股份转让给新的投资人。

2019 年 10 月 10 日，爱迪特、全民爱迪特及公司其他股东与君联欣康、HAL、Adveq、ASP 签订《股份转让协议》，协议约定：全民爱迪特按照公司投前估值 10 亿元向君联欣康、HAL、Adveq、ASP 转让其持有的公司 17,885,845 股股份，转让价格为 20.13 元/股。其中，君联欣康和 HAL 均为最终由君联资本管理股份有限公司（以下简称“君联资本”）实际管理的企业，由于全民爱迪特本次股权转让希望收购方的股权转让款能够部分以美元支付，因此君联资本分别通过境内境外两个主体收购全民爱迪特持有的爱迪特的股权。

2019 年 11 月 29 日，爱迪特召开股东大会并通过决议，同意全民爱迪特转让其所持有的公司 17,885,845 股股份，其中 3,974,632 股股份以人民币 8,000.00 万元转让给君联欣康；5,713,534 股股份以人民币 11,500.00 万元转让给 HAL；4,968,290 股股份以人民币 10,000.00 万元转让给 Adveq；3,229,389 股股份以人民

币 6,500.00 万元转让给 ASP。

2019 年 12 月 12 日，爱迪特取得秦皇岛经济技术开发区行政审批局出具的《外商投资企业变更备案回执》（编号：冀秦经开外资备 201900041）。

2019 年 12 月 13 日，爱迪特取得秦皇岛市市场监督管理局换发的《营业执照》。

本次股权转让完成后，爱迪特股权结构如下：

股东名称	持股数（万股）	出资方式	持股比例（%）
全民爱迪特	608.42	货币	12.25
天津源一	1,363.00	货币	27.43
天津文迪	940.00	货币	18.92
天津戒盈	268.29	货币	5.40
君联欣康	397.46	货币	8.00
Adveq	496.83	货币	10.00
ASP	322.94	货币	6.50
HAL	571.35	货币	11.50
合计	4,968.29	—	100.00

（5）2021 年 3 月，全民爱迪特第三次减持，完全退出爱迪特

2020 年下半年，由于新冠疫情对从事经营牙科诊所的新加坡全民影响较大，其主动与发行人协商，希望通过减资方式完全退出爱迪特，从而进一步改善自身财务情况，并要求爱迪特在 2020 年底左右能够尽快完成本次回购。经各方协商一致，决定本次股份回购价格参考 2019 年 12 月全民爱迪特股权转让价格，即公司 10 亿元估值，20.13 元/股，由爱迪特回购全民爱迪特所持有的股份。本次减资完成后，全民爱迪特不再持有爱迪特股份。

2021 年 1 月 15 日，爱迪特召开股东大会并通过决议，同意回购股东全民爱迪特所持的公司 6,084,155 股股份，回购价格为 12,246.00 万元；同意公司股本总额由 49,682,900 股，减少为 43,598,745 股。本次减资完成后，公司注册资本变更为 4,359.87 万元。

同日，爱迪特及公司其他股东与全民爱迪特签署了《公司股份回购协议》，协议约定按照公司回购前估值 10 亿元回购全民爱迪特所持的公司股份。

2021年1月19日，爱迪特在《秦皇岛晚报》刊登了减资公告。

2021年3月8日，爱迪特出具了《爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司债务清偿或债务担保情况说明》，承诺对于公司减资前存在的债务，减资后，如公司资产不足以清偿，由公司及其公司的全体股东承担所有责任。

2021年3月11日，爱迪特取得秦皇岛市市场监督管理局换发的《营业执照》。

本次减资完成后，爱迪特股权结构如下：

序号	股东	持股数量（股）	出资方式	持股比例（%）
1	天津源一	13,630,000	货币	31.26
2	天津文迪	9,400,000	货币	21.25
3	HAL	5,713,534	货币	13.10
4	Adveq	4,968,290	货币	11.40
5	君联欣康	3,974,632	货币	9.12
6	ASP	3,229,389	货币	7.41
7	天津戒盈	2,682,900	货币	6.15
合计		43,598,745	—	100.00

综上所述，全民爱迪特入股、退出发行人过程中涉及的历次股权变动均具备真实合理的背景原因，且均履行了相关审批程序，合法合规。

2、相关股权变动资金来源情况及其合法合规性、价款支付、税收缴纳等情况

全民爱迪特持股变动相关资金来源情况及其合法合规性、价款支付、税收缴纳等情况如下：

事项	时间	形式	金额（万元）	付款方	收款方	资金来源	支付方式	税收缴纳情况
入股	2014.08	股权转让	3,950.00	全民爱迪特	李洪文、李斌	合法自有/自筹资金	货币	已缴纳
增持	2015.04	增资	3,500.00	全民爱迪特	爱迪特有限	合法自有/自筹资金	货币	不涉及
第一次减持	2015.10	减资	2,303.00	爱迪特有限	全民爱迪特	合法自有资金	货币	不涉及
第二次减持	2019.12	股权转让	36,000.00	君联欣康等新股东	全民爱迪特	合法自有资金	货币	已缴纳
第三次减持	2021.3	减资	12,224.60	爱迪特	全民爱迪特	合法自筹资金	货币	已缴纳

综上所述，全民爱迪特入股、退出发行人相关股权变动资金来源合法合规，

相关对价已支付完毕，且已依法纳税。

（二）相关股权变动是否真实，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否存在委托持股、信托持股、利益输送或其他安排，控股股东、实际控制人所持发行人的股份权属是否清晰

上述股权转让价款已按照双方同意的价格支付，各方未因此产生诉讼等争议，经股权变动各方确认，上述股权转让真实、有效，不存在纠纷或潜在纠纷，不存在委托持股、信托持股、利益输送或其他安排。发行人控股股东、实际控制人所持发行人的股份权属清晰。

（三）全民爱迪特是否涉及违法违规行为，是否构成本次发行上市的法律障碍

根据新加坡律师事务所 Fervent Chambers LLC 出具的法律意见书，并经保荐人、发行人律师核查，报告期内，全民爱迪特作为发行人股东期间不涉及违法违规行为。

二、发行人在作为外商投资企业期间是否符合外商投资、外汇管理、税收等相关法律法规的规定，是否履行了必要的法律程序，是否存在法律瑕疵或风险，是否存在纠纷或潜在纠纷，请逐项对照法律法规的具体规定进行详细说明披露

发行人在作为外商投资企业期间已根据外商投资、外汇管理、税收等相关法律法规的规定，履行了必要的法律程序，不存在法律瑕疵或风险，不存在纠纷或潜在纠纷。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况/二、公司设立及报告期内的股本和股东变化情况/（五）作为外商投资企业所履行的法律程序”中对发行人作为外商投资企业期间履行的法律程序，是否存在法律瑕疵或风险，是否存在纠纷或潜在纠纷进行了补充披露：

“（五）公司作为外商投资企业所履行的法律程序

根据相关法律法规要求，公司作为外商投资企业历次股权变动过程中涉及的相关外汇、商务、税务等法律程序履行情况如下：

序号	股权变动情况	外商投资	外汇管理	税务
1	2014年8月,李洪文、李斌将所持有公司100%股权转让至新加坡全民所属子公司全民爱迪特,公司企业类型变更为外资企业	已取得河北省人民政府颁发的“商外资冀秦区字[2014]0002号”《中华人民共和国外商投资企业批准证书》;秦皇岛市经济技术开发区管理委员会出具的“关于同意秦皇岛爱迪特高技术陶瓷有限公司外资股权并购的批复”(秦开经外字[2014]14号)	已取得国家外汇管理局秦皇岛市中心支局出具的编号为“16130300201408066949”、 “16130300201408066850”的FDI境内机构转股中转外业务登记凭证	已缴纳所得税,并取得完税凭证
2	2015年4月,有限公司第四次增资,注册资本增至4,700.00万元,全民爱迪特出资3,500.00万元	已取得变更后的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》;秦皇岛市经济技术开发区管理委员会出具的“关于同意秦皇岛爱迪特高技术陶瓷有限公司增加投资总额及注册资本的批复”(秦开经外字[2015]8号)	已取得国家外汇管理局秦皇岛市中心支局出具的编号为“14130300201408066948”的FDI对内义务出资业务登记凭证	股东货币增资,不涉及所得税
3	2015年10月,有限公司第一次减资,注册资本减至2,397.00万元	已取得变更后的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》;秦皇岛市经济技术开发区管理委员会出具的“关于同意秦皇岛爱迪特高技术陶瓷有限公司调整投资总额及注册资本的批复”(秦开经外字[2015]005号)	已取得国家外汇管理局秦皇岛市中心支局出具的编号为“15130300201511185271”的FDI外方股东减资业务登记凭证	唯一股东按注册资本面值减资,不涉及所得税
4	2016年2月,有限公司第五次增资、企业类型变更为中外合资企业,注册资本增至4,700.00万元,由秦皇岛源一、秦皇岛文迪增资2,303.00万元	已取得变更后的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》;秦皇岛经济技术开发区管理委员会出具《关于同意秦皇岛爱迪特高技术陶瓷有限公司特增资扩股的批复》(秦开审批外字(2016)1号)	本次股权转让双方均为境内企业,不涉及资金跨境收付,无需按照相关外汇法律法规办理外汇核准或业务登记	股东货币增资,不涉及所得税
5	2016年4月,有限公司第六次增资,注册资本增至4,968.29万元,由天津戒盈	已取得变更后的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》;秦皇岛经济技术开发区管理委员会于出具《关于	本次股权转让双方均为境内企业,不涉及资金跨境收付,无需按照相关外汇法律法规办理外汇核准或业	股东货币增资,不涉及所得税

序号	股权变动情况	外商投资	外汇管理	税务
	增资	同意秦皇岛爱迪特高技术陶瓷有限公司特增资扩股的批复》（秦开审批外字（2016）12号）	务登记	
6	2016年8月，有限公司整体变更为股份公司	已取得变更后的《中华人民共和国外商投资企业批准证书》；秦皇岛经济技术开发区管理委员会出具《关于同意秦皇岛爱迪特高技术陶瓷有限公司转变为股份有限公司的批复》（秦开审批外字（2016）20号）	股份制改造不涉及外汇备案	公司整体变更前后注册资本未发生变化，不涉及以资本公积、盈余公积、未分配利润转增股本的情况，发起人股东无需缴纳所得税
7	2019年12月，全民爱迪特转让其所持有的公司17,885,845股股份，其中3,974,632股转让给君联欣康；5,713,534股股份转让给HAL；4,968,290股股份转让给Adveq；3,229,389股股份转让给ASP	已完成外商投资企业变更登记备案	针对全民爱迪特向君联欣康转让其持有的公司股权已取得国家外汇管理局秦皇岛市中心支局出具的编号为“17130300201912252727”的FDI境内机构转股外转中业务登记凭证；由于全民爱迪特、HAL、Adveq、ASP均为境外企业，股权转让不涉及资金跨境收付，无需按照相关外汇法律法规办理外汇核准或业务登记	已缴纳所得税，并取得完税凭证
8	2021年3月，股份公司第一次减资，回购股东全民爱迪特所持的公司6,084,155股；公司股本总额由49,682,900股，减少为43,598,745股，注册资本变更为4,359.87万元	已完成外商投资企业变更登记备案	已取得国家外汇管理局秦皇岛市中心支局出具的编号为“15130300202104060660”的FDI外方股东减资业务登记凭证	已缴纳所得税，并取得完税凭证
9	2021年4月，股份公司第一次增资，公司注册资本由4,359.87万	已完成外商投资企业变更登记备案	本次股权转让双方均为境内企业，不涉及资金跨境收付，无需按照相关外汇法律法	货币债权转股权，债转股存续期间内利率为0，公司和投资人均无企业所得税税负

序号	股权变动情况	外商投资	外汇管理	税务
	元增至 4,768.61 万元，由中金启辰、建发柒号、苏州辰知德增资		规办理外汇核准或业务登记	
10	2021 年 4 月，股份公司第二次增资，公司注册资本由 4,768.61 万元增至 5,007.04 万元，由苏州辰知德、嘉兴辰幂德、建发柒号增资	已完成外商投资企业变更登记备案	本次股权转让双方均为境内企业，不涉及资金跨境收付，无需按照相关外汇法律法规办理外汇核准或业务登记	股东货币增资，不涉及所得税
11	2021 年 5 月，股份公司第三次增资，公司注册资本由 5,007.04 万元增至 5,058.66 万元，由中金启辰增资	已完成外商投资企业变更登记备案	本次股权转让双方均为境内企业，不涉及资金跨境收付，无需按照相关外汇法律法规办理外汇核准或业务登记	股东货币增资，不涉及所得税
12	2021 年 7 月，股份公司第四次增资，公司注册资本由 5,058.66 万元增至 5,180.41 万元，由天津同源、天津后浪增资	已完成外商投资企业变更登记备案	本次股权转让双方均为境内企业，不涉及资金跨境收付，无需按照相关外汇法律法规办理外汇核准或业务登记	股东货币增资，不涉及所得税
13	2021 年 8 月，股份公司第五次增资，公司注册资本由 5,180.41 万元增至 5,639.74 万元，由中证投资、金石基金、方正投资、紫金弘云增资；原股东天津文迪将其所持公司 666,053 股股份以 3,600.00 万元人民币转让给 SCHP；将其所持公司 370,029 股股份以 2,000.00 万元人民币转让	已完成外商投资企业变更登记备案	针对天津文迪向 SCHP 转让其持有的公司股权已取得国家外汇管理局秦皇岛市中心支局出具的编号为“1613030020210823125”的 FDI 境内机构转股中转外业务登记凭证；其他受让方为境内企业，不涉及资金跨境收付，无需按照相关外汇法律法规办理外汇核准或业务登记	已缴纳所得税，并取得完税凭证

序号	股权变动情况	外商投资	外汇管理	税务
	给海南华益			
14	2021年9月，股份公司第六次增资，公司注册资本由5,639.74万元增至5,708.81万元，由阿里网络增资	已完成外商投资企业变更登记备案	本次股权转让双方均为境内企业，不涉及资金跨境收付，无需按照相关外汇法律法规办理外汇核准或业务登记	股东货币增资，不涉及所得税

公司在作为外商投资企业期间符合外商投资、外汇管理、税收等相关法律法规的规定，履行了必要的法律程序，不存在法律瑕疵或风险，不存在纠纷或潜在纠纷。”

三、历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况，是否存在违反税收法律法规等规范性文件的情况，是否构成重大违法行为；

（一）历次股权转让过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况

根据相关法律法规的规定，历次股权转让，均不涉及需要发行人代扣代缴情况。历次股权转让过程中涉及到控股股东及实际控制人的各次股权转让，基本情况如下：

序号	转让时间	转让方	受让方	转让股权的数量（万元）	转让价款（万元）	所得税缴纳金额（万元）	发行人代扣代缴情况
1	2014年8月	李洪文	全民爱迪特	600.00	1,975.00	274.80	不涉及

（二）历次增资过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况

发行人历次增资过程中涉及到的控股股东及实际控制人纳税义务及发行人代扣代缴情况如下：

序号	增资时间	增资的基本情况	控股股东/实际控制人纳税义务	发行人代扣代缴情况
1	2008年11月	注册资本由10万元增至50万元；新增注册资本由李洪文、李斌分别以货币出资20万元	货币增资不涉及所得税	不涉及

序号	增资时间	增资的基本情况	控股股东/实际控制人纳税义务	发行人代扣代缴情况
2	2011年11月	注册资本从50万元增至200万元；新增注册资本由李洪文、李斌分别以货币出资75万元	货币增资不涉及所得税	不涉及
3	2014年6月	注册资本从200万元增至1,200万元；新增注册资本由李洪文、李斌分别以货币出资500万元	货币增资不涉及所得税	不涉及
4	2015年4月	注册资本从1,200万元增至4,700万元；新增注册资本由全民爱迪特以货币出资3,500万元	货币增资不涉及所得税	不涉及
5	2016年2月	注册资本从2,397万元增至4,700万元；新增注册资本由秦皇岛源一、秦皇岛文迪分别以货币出资1,363万元和940万元	货币增资不涉及所得税	不涉及
6	2016年4月	注册资本从4,700万元增至4,968.29万元，由秦皇岛戒盈以货币出资1,448.77万元，其中268.29万元计入新增注册资本，1,180.48万元计入资本公积	货币增资不涉及所得税	不涉及
7	2021年4月	注册资本从4,359.87万元增至4,768.61万元，由中金启辰等投资人以可转债方式出资1,5000万元，其中408.74万元计入新增注册资本，其余计入资本公积	货币债权转股权，债转股存续期间内利率为0，爱迪特和投资人均无企业所得税税负	不涉及
8	2021年4月	注册资本从4,768.61万元增至5,007.04万元，由苏州辰知德等投资人以货币方式出资9,000万元，其中238.43万元计入新增注册资本，其余计入资本公积	货币增资不涉及所得税	不涉及
9	2021年5月	注册资本从5,007.04万元增至5,058.66万元，由中金启辰以货币方式出资2,000万元，其中238.43万元计入新增注册资本，其余计入资本公积	货币增资不涉及所得税	不涉及
9	2021年7月	注册资本从5,058.66万元增至5,180.41万元，由同源企管以货币方式出资1,625万元，其中51.62万元计入新增注册资本，其余计入资本公积；后浪企管以货币方式出资810万元，其中40.50万元计入新增注册资本，其余计入资本公积	货币增资不涉及所得税	不涉及
10	2021年8月	注册资本从5,180.41万元增至5,639.74万元，由中证投资等投资人以货币方式出资23,600万元，其中459.33万元计入新增注册资本，其余计入资本公积	货币增资不涉及所得税	不涉及
11	2021年9月	注册资本从5,639.74万元增至5,708.81万元，由阿里网络以货币方式出资4,000万元，其中69.07万元计入新增注册资本，其余计入资本公积	货币增资不涉及所得税	不涉及

（三）历次分红过程中涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况

发行人历史上共进行过2次分红，涉及到的控股股东及实际控制人缴纳所得税、发行人代扣代缴情况，具体如下：

序号	分红决议作出时间	含税分红金额（万元）	股东名称	所得税缴纳情况
1	2016年3月30日	435.00	秦皇岛源一	发行人已代扣代缴87.00万元
		300.00	秦皇岛文迪	发行人已代扣代缴60.00万元

		765.00	全民爱迪特	发行人已代扣代缴 38.25 万元
2	2019 年 11 月 26 日	1,929.84	全民爱迪特	发行人已代扣代缴 96.49 万元
		1,097.36	天津源一	发行人已代扣代缴 219.47 万元
		7,56.80	天津文迪	发行人已代扣代缴 151.36 万元
		216.00	天津戒盈	发行人已代扣代缴 51.96 万元

注 1：上表所涉数据的尾数差异系四舍五入所致。

注 2：根据《中华人民共和国政府和新加坡共和国政府关于对所得避免双重征税和防止偷漏税的协定》（国税函〔2007〕790 号）的规定，全民爱迪特作为新加坡居民企业，享受 5% 的股息税收优惠政策。

（四）2016 年 8 月，爱迪特有限整体变更为发行人，控股股东及实际控制人无需缴纳所得税

发行人系采取由有限责任公司整体变更的方式发起设立，其折合的实收股本总额为 4,968.29 万股，每股面值 1 元，与变更前注册资本相同，不存在将未分配利润或者将从税后利润中提取的盈余公积金（法定公积金、任意公积金）等转增注册资本的情形，股东无需缴纳所得税。

（五）其他涉及发行人实际控制人李洪文缴纳个人所得税的情况

2015 年 12 月 1 日，发行人实际控制人李洪文及其一致行动人李斌与全民中国、全民爱迪特签订了《补充总体协议三》，主要约定内容如下：（1）爱迪特有限减少注册资本 2,303.00 万元，减资后爱迪特有限注册资本为人民币 2,397.00 万元，减资的 2,303.00 万元归全民爱迪特所有；（2）李洪文、李斌撤销在已签订协议中“1 新币取得全民爱迪特 49% 股权”的权利，作为补偿，全民爱迪特支付李洪文、李斌等值于人民币 2,878.75 万元的新币（其中，李洪文取得等值于人民币 1,703.75 万元的新币、李斌取得等值于人民币 1,175.00 万元的新币，以下合称“境外补偿款”）；（3）增加注册资本：爱迪特有限注册资本由 2,397.00 万元增加至 4,700.00 万元，其中全民爱迪特出资 2,397.00 万元占 51% 的股权，李洪文或李洪文指定的第三方出资 1,363.00 万元占 29% 的股权，李斌或李斌指定的第三方出资 940.00 万元占 20% 的股权。

2015 年 12 月 22 日，全民爱迪特向李洪文、李斌支付了境外补偿款。对于该笔境外补偿款，李洪文、李斌未缴纳个人所得税。

根据李洪文、李斌出具的说明，因二人当时对税法理解不透彻，未就该笔所得进行纳税申报。2022 年 3 月，发行人就该笔境外所得相关税款事宜与当地税务主管部门进行积极沟通，获得了国家税务总局秦皇岛经济技术开发区税务局第二税务所出具的《关于<爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司关于公司创始人缴纳税款的请示函>的答复》（以下简称“《答复》”），具体内容如下：

“请示函涉及的内容应该缴纳个人所得税，但根据《中华人民共和国税收征收管理法》第五十二条规定以及《国家税务总局关于未申报税款追缴期限问题的批复》（国税函〔2009〕326 号）精神，既非税务机关责任又非纳税人失误，也不属于偷税、抗税、骗税而导致未缴或少缴税款的情形的，已经明确应按追征期最长为五年来执行。鉴于你公司请示所述的税款缴款期已超过五年，应该按照《国家税务总局关于未申报税款追缴期限问题的批复》（国税函〔2009〕326 号）的规定执行，不予追缴。”

综上所述，除公司实际控制人李洪文历史上曾经从全民爱迪特获取的境外补偿未缴纳所得税外，发行人历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中涉及的控股股东及实际控制人均已依法缴纳所得税或由发行人代扣代缴，不存在违反税收法律法规等规范性文件的情况。就李洪文历史上曾经从全民爱迪特获取的境外补偿未缴纳所得税事项，主管税务部门已出具不属于偷税、抗税、骗税而导致未缴或少缴税款的情形并同意不予追缴的答复，不构成重大违法行为。

四、发行人主要产品的有关技术是否来自于全民爱迪特，是否对发行人的研发、生产、经营构成重要影响，是否存在纠纷或潜在纠纷；发行人的主要客户资源或获客渠道是否依赖全民爱迪特，是否对发行人业务的稳定性和持续性产生重要不利影响；

（一）发行人主要产品的有关技术是否来自于全民爱迪特，是否对发行人的研发、生产、经营构成重要影响，是否存在纠纷或潜在纠纷

发行人创始人李洪文和李斌于 2007 年创立爱迪特，在国内开展口腔义齿材料的生产、销售及研发工作，形成早期核心技术，经过多年的技术攻关和研发积累，发行人已掌握了多项关键核心技术和相关工艺，主要产品也开始由口腔义齿材料向数字化设备延伸。2014 年，新加坡全民因看好发行人未来发展，决定设

立全民爱迪特并由其向爱迪特有限投资。

新加坡全民是由 NG CHIN SIAU（黄震霄）创立的在新加坡主要从事牙医诊所经营业务的大型牙科保健集团，并于 2009 年 11 月 26 日于新加坡证券交易所主板上市。根据新加坡全民 2021 年年度报告，新加坡全民是亚洲领先的私人牙科保健集团，主营业务为临床相关的牙科诊所经营，截至 2021 年末，新加坡全民的总资产、总收入及利润总额分别为 27,618.10 万新币、20,559.90 万新币、4,665.40 万新币。新加坡全民在新加坡、马来西亚、中国等地区运营管理着上百家牙科诊所。

经核查，新加坡全民存在通过 Quantumleap Healthcare Pte. Ltd.、AR Dental Supplies Sdn. Bhd.等子公司经营少量口腔修复材料及口腔数字化设备的情形，与发行人在产品销售领域存在一定重叠，但新加坡全民不涉及该等产品的生产，亦不拥有相关产品技术。根据新加坡全民 2021 年年度报告，其 2021 年新加坡牙科用品和设备（不限于口腔修复材料及口腔数字化设备）的总销售收入为 824.40 万新币，仅占其当年总收入的 4.00%。

全民爱迪特成立于 2014 年 3 月 12 日，其设立目的主要用于对发行人进行股权投资，该公司未实际展开生产经营业务。

经与新加坡全民的实际控制人 NG CHIN SIAU（黄震霄）确认，全民爱迪特及新加坡全民作为发行人股东期间，除对发行人委派董事、监事对公司重大决策监督管理外，并未委派技术人员参与发行人的研发工作，也未参与发行人实际生产经营工作。

发行人的核心技术主要由发行人的实际控制人、研发人员利用发行人的物质技术条件研发完成，是发行人研发团队的共同技术成果，不存在来源于全民爱迪特、新加坡全民以及相关人员的其他情形。

发行人实际控制人李洪文于 2022 年 6 月 10 日出具《确认函》，作出承诺如下：

1、本人作为专利（即核心技术涉及的专利）的发明人（之一），确认发行人享有专利的专利权；2、本人保证不会因本人原因导致发行人享有的专利的专利权存在纠纷或潜在纠纷；3、本人与发行人及其股东不存在与专利所涉发明人

奖励和报酬事项相关的其他纠纷或潜在纠纷；4、本人确认，专利不存在来源于其他股东的情形。

截至本回复出具日，发行人不存在与全民爱迪特及新加坡全民关于其所获专利相关的任何纠纷或潜在纠纷。

综上所述，发行人的核心技术并非来源于全民爱迪特，不存在纠纷或者潜在纠纷，不会对发行人的研发、生产、经营构成重要影响。

（二）发行人的主要客户资源或获客渠道是否依赖全民爱迪特，是否对发行人业务的稳定性和持续性产生重要不利影响

自 2007 年成立起，公司始终致力于自主研发、生产、销售具有国际竞争力的氧化锆瓷块等口腔修复材料，经过多年发展，公司在国内口腔医疗行业形成了较高的知名度，业务已经覆盖全国各主要省、市、自治区，收入规模不断提升；同时公司在全球口腔医疗器械领域也取得了较好的成绩，报告期内，公司产品远销欧美、日韩等 120 余个国家和地区，具有独立完整的供应、生产、销售系统，拥有独立的业务体系，自主开展业务活动，不存在业务来自于全民爱迪特的情形。

全民爱迪特系新加坡全民为了投资发行人所成立的持股主体，未展开实际生产经营活动；新加坡全民的主要业务为在新加坡、马来西亚、中国等亚洲国家经营牙科诊所，未从事发行人主要产品氧化锆、玻璃陶瓷等生产业务。经与新加坡全民的实际控制人 NG CHIN SIAU（黄震霄）确认，新加坡全民在日常经营中不会干涉其下属诊所的采购渠道，报告期内，新加坡全民的关联企业均不属于发行人主要客户。经访谈发行人报告期内的主要客户并核查其股权结构，发行人的主要客户不存在与全民爱迪特、新加坡全民存在关联关系的情形。报告期内发行人与新加坡全民及其下属公司发生的关联交易占业务总成本和营业收入比例较低，不存在主要客户资源或获客渠道依赖全民爱迪特的情形。

报告期内，发行人与全民爱迪特的控股股东新加坡全民及其关联方发生的关联交易情况如下：

1、采购商品、接受劳务情况

单位：万元

关 联 方	关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

QuantumLeap Healthcare Pte Ltd	采购商品	-	-	-	3.55
合计	-	-	-	-	3.55
营业总成本	-	22,001.58	48,111.18	30,239.27	23,799.07
占营业总成本比例	-	-	-	-	0.015%

2019年，发行人向全民新加坡子公司 QuantumLeap Healthcare Pte Ltd 采购少量设备配件产品，占当期营业成本的比例为 0.015%，占比较低，对公司生产经营不存在重大影响。

2、出售商品、提供劳务情况

单位：万元

关 联 方	关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
QuantumLeap Healthcare Pte Ltd	销售商品	5.35	6.57	4.30	9.98
沈阳清奥美口腔镶复技术有限公司	销售商品	4.19	46.29	3.27	7.57
盘锦精诚全民口腔有限责任公司	销售商品	-	0.32	1.71	1.80
合计	-	9.54	53.18	9.28	19.35
营业收入	-	26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
占营业收入比例	-	0.04%	0.10%	0.03%	0.06%

报告期内，发行人向全民新加坡子公司 QuantumLeap Healthcare Pte Ltd、沈阳清奥美口腔镶复技术有限公司、盘锦精诚全民口腔有限责任公司销售少量产品，主要包括氧化锆瓷块、玻璃陶瓷及设备配件等，收入占当期营业收入的比例分别为 0.06%、0.03%、0.10%和 0.04%，占比较低，对公司生产经营不存在重大影响。

综上所述，发行人的主要客户资源主要由发行人独立开发，不存在其获客渠道依赖全民爱迪特及新加坡全民的情形，全民爱迪特退出不会对发行人业务的稳定性和持续性产生重要不利影响。

五、《一致行动协议书》约定的行动有效期限，发生纠纷或意见分歧时的解决机制，相关一致行动的安排是否稳定持续，发行人实际控制人保持一致行动、股权和控制结构稳定的安排措施；上述各方在一致行动协议签署前在股东大会、董事会等的表决情况，是否存在意见不一致的情况，是否存在以协议追认一致行动关系的方式规避实际控制人认定及最近两年是否发生变更的规定；并补充提供《一致行动协议书》文件。

（一）《一致行动协议书》签署的背景

2019年下半年，全民爱迪特拟向君联欣康、HAL、Adveq等机构投资人转让所持爱迪特股份，本次股份转让完成后，李洪文控制的天津源一成为发行人的第一大股东，且李洪文通过天津源一和天津戒盈控制的发行人股权比例为32.83%，较第二大股东持股比例超过10%以上，但同时，虽然外部机构投资人分属不同的投资主体、不同机构，但其已合计持有发行人36%股权，持股比例已超过李洪文单独控制的比例。

李洪文系发行人的创始人，自发行人设立以来至今持续担任发行人的董事长和总经理，基于在材料科学和义齿医疗器械方面累积的专业知识和行业经验，李洪文对于发行人的技术研发、业务开展及日常经营决策管理等亦具有重大影响。因此，在引入投资人过程中，从保证发行人的控制权的稳定以及更有利于公司的日常管理角度出发，2019年11月26日，李洪文与李斌及其分别控制的天津源一、天津文迪共同签署了《一致行动协议书》，约定公司股东大会、董事会作出决议时，各方采取一致行动，并以李洪文先生或天津源一的意见为准。

（二）《一致行动协议书》约定的行动有效期限，发生纠纷或意见分歧时的解决机制

2019年11月26日，李洪文与李斌及其分别控制的天津源一、天津文迪共同签署了《一致行动协议书》，就一致行动范围、分歧解决机制、方式、期限等进行了约定，主要内容如下：

“一、各方同意，在处理有关公司的投资新项目、引进新股东、股份转让、增资扩股等重大影响资产和股份的变动，重大经营决策、董监高人员变更，及根据《公司法》等有关法律法规和公司章程需要由股东大会、董事会作出决议的事

项时，各方应采取一致行动，并以李洪文或天津源一的意见为准。

二、各方采取的一致行动的方式为：就有关公司上述事项向股东大会、董事会行使提案权和在相关股东大会、董事会上行使表决权时保持一致行动，并以李洪文或天津源一的意见为准。

三、各方作为一致行动人的有效期为自本协议签订之日起至公司 IPO 完成后三年，在未经各方一致书面同意前，任何一方不得以转让、质押等方式处理自己直接或间接持有的公司股份，任何一方不得将自己直接或间接持有的公司股份的表决权授予其他人员，并应维持一致行动的稳定性、有效性。”

（三）《一致行动协议书》约定了发行人实际控制人保持一致行动、股权和控制结构稳定的安排措施，相关一致行动的安排稳定持续

1、《一致行动协议书》对一致行动人意见不统一时的解决机制作了明确规定，一致行动期限为自协议签订之日起至公司 IPO 完成后三年，可有效保证公司较长时间内的控制权稳定，且在未经各方一致书面同意前，任何一方不得以转让、质押等方式处理自己直接或间接持有的公司股份，任何一方不得将自己直接或间接持有的公司股份的表决权授予其他人员。公司的实际控制人、股权以及公司的控制结构均相对稳定。

2、为保持公司股权和控制结构的稳定，公司控股股东/实际控制人/一致行动人李洪文、李斌、天津源一、天津文迪均已出具《关于股份流通限制和自愿锁定、延长锁定期限的承诺》，承诺自公司股票上市交易之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理其在公司首次公开发行股票前间接持有的公司股份，也不由公司回购其直接或间接持有的该等股份，并依法办理所持股份的锁定手续。

3、为进一步保障一致行动协议安排的稳定性和持续性，2022 年 6 月 24 日，李洪文与李斌及其分别控制的天津源一、天津文迪共同签署了《<一致行动协议书>之补充协议》，约定如下：

（1）各方保证继续遵守、切实有效履行该一致行动协议；

（2）一致行动协议有效期内，李洪文、李斌任一方如发生宣告失踪、死亡、丧失民事行为能力等客观上不能按一致行动协议约定行使表决权之情形，其合法继承人应继续履行被继承人在一致行动协议中约定的权利义务；

（3）一致行动协议有效期内，李洪文、李斌任一方如发生离婚等需要分割财产且影响一致行动协议的履行之情形，其配偶应通过与李洪文签订一致行动协议等方式维持爱迪特控制权的稳定；

（4）一致行动协议有效期内，任一方包括其继承人、授权代表如违反一致行动协议及本补充协议的约定，应承担由此给守约方造成的损失。

综上所述，公司实际控制人及其一致行动人签署的《一致行动协议书》对公司的控制关系进行了确认，并对相关一致行动的安排进行了约定，可有效保证公司较长时间内的控制权稳定。同时，发行人实际控制人及其一致行动人还采取了必要且合理的措施以保持一致行动、股权和控制结构稳定性，一致行动的安排稳定持续。

（四）上述各方在一致行动协议签署前在股东大会、董事会等表决中不存在意见不一致的情况，不存在以协议追认一致行动关系的方式规避实际控制人认定及最近两年是否发生变更的规定

自 2018 年至一致行动协议签署前，天津源一、天津文迪在发行人历次股东大会决策中的表决意见以及李洪文、李斌在董事会决策中的表决意见情况如下：

序号	会议时间	会议类别	议案内容	表决情况是否一致
1	2018.04.25	第一届董事会第十次会议	《2017 年利润分配方案》《关于续聘 2018 年度财务审计机构的议案》《关于预计 2018 年度日常性关联交易的议案》《关于推选黄震霄为新任董事的议案》《关于修订爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司信息披露管理制度的议案》等议案	一致投赞成票
2	2018.05.15	2017 年年度股东大会	《2017 年利润分配方案》《关于续聘 2018 年度财务审计机构的议案》《关于预计 2018 年度日常性关联交易的议案》《关于推选黄震霄为新任董事的议案》《关于修订爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司信息披露管理制度的议案》等议案	一致投赞成票
3	2018.08.13	第一届董事会第十一次会议	《关于设立全资子公司的议案》	一致投赞成票
4	2018.08.28	第一届董事会第十二次会议	《关于补充确认利用闲置资金购买理财产品的议案》等议案	一致投赞成票
5	2018.09.12	2018 年度第一次临时股	《关于补充确认利用闲置资金购买理财产品的议案》	一致投赞成票

序号	会议时间	会议类别	议案内容	表决情况是否一致
		东大会		
6	2018.09.13	第一届董事会第十三次会议	《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》《关于提请股东大会授权董事会全权办理申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌相关事宜的议案》等议案	一致投赞成票
7	2018.09.29	2018 年度第二次临时股东大会	《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》《关于提请股东大会授权董事会全权办理申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌相关事宜的议案》等议案	一致投赞成票
8	2019.01.17	第一届董事会第十四次会议	《关于境外投资设立全资子公司的议案》	一致投赞成票
9	2019.04.25	第一届董事会第十五次会议	《关于 2018 年度利润分配方案的议案》《关于聘任审计机构的议案》《关于 2019 年度预计日常关联交易的议案》等议案	一致投赞成票
10	2019.05.16	2018 年年度股东大会	《关于 2018 年度利润分配方案的议案》《关于聘任审计机构的议案》《关于 2019 年度预计日常关联交易的议案》等议案	一致投赞成票
11	2019.11.10	第一届董事会第十六次会议	《关于爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司利润分配方案的议案》等议案	一致投赞成票

因此，自 2018 年至一致行动协议签署前，上述各方在历次股东大会、董事会决策中均保持一致，不存在以协议追认一致行动关系的方式规避实际控制人认定及最近两年是否发生变更规定的情形。

六、请保荐人、发行人律师对上述事项发表明确意见，说明核查过程、核查依据。

（一）核查程序

保荐人和发行人律师履行的核查程序包括：

1、获取并查阅了发行人自其前身爱迪特有限设立以来的工商档案、会议文件、历次股权变动相关的主管部门批准文件、审计报告、验资报告、评估报告及相关协议、价款支付凭证；

2、取得并查阅了发行人关于历史沿革相关事宜的说明；

3、获取并查阅全民爱迪特出具的说明函；

4、查阅李斌、李洪文与全民新加坡、全民中国签署的《总体协议》及相关补充协议等文件；

5、检索并查阅新加坡全民入股、退出爱迪特相关公告；

6、查阅全民爱迪特入股、退出爱迪特的相关内部决策文件、协议文件、付款凭证、完税凭证、外汇登记及备案凭证等；

7、检索与外商投资企业设立、增资以及股权转让相关的外商投资、外汇管理及税收管理等方面的法律法规；

8、获取并查阅新加坡律师事务所 Fervent Chambers LLC 出具的关于全民爱迪特合法合规性的法律意见书；

9、访谈发行人实际控制人李洪文及其一致行动人李斌；

10、登录国家外汇管理局官网（<http://www.safe.gov.cn>）、国家税务总局官网（<http://www.chinatax.gov.cn>）等网站查询相关行政处罚信息；

11、获取并查阅国家外汇管理局秦皇岛市中心支局、国家税务总局秦皇岛经济技术开发区税务局关于发行人报告期内无违法违规情况的《证明》；

12、访谈新加坡全民实际控制人 NG CHIN SIAU（黄震霄）；

13、查阅发行人已取得的专利证书、核心技术所涉研发项目和相关专利的资料；

14、查阅研发人员相关劳动合同、简历，并对发行人研发负责人、主要研发人员进行访谈；

15、查阅李洪文、李斌、天津源一、天津文迪签署的《一致行动协议》；

16、查阅发行人报告期内的董事会、股东大会文件、公司章程等文件。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、全民爱迪特持有、退出发行人股权过程中涉及的历次股权变动均具备真实合理的背景原因，且均履行了相关审批程序，具备合法合规性；

2、全民爱迪特入股、退出爱迪特持股定价公允，相关股权变动资金来源合

法合规，定价公允，相关对价已支付完毕，且已依法纳税。相关股权转让价款已按照双方同意的价格支付，各方未因此产生诉讼等争议，股权转让真实、有效，不存在纠纷或潜在纠纷，不存在委托持股、信托持股、利益输送或其他安排；

3、报告期内，全民爱迪特不涉及违法违规行为，不构成本次发行上市的法律障碍；

4、发行人在作为外商投资企业期间符合外商投资、外汇管理、税收等相关法律法规的规定，履行了必要的法律程序，不存在法律瑕疵或风险，不存在纠纷或潜在纠纷；

5、除公司实际控制人李洪文历史上曾经从全民爱迪特获取的境外补偿未缴纳所得税外，发行人历次股权转让、增资、分红、整体变更等过程中涉及到的控股股东及实际控制人均已依法缴纳所得税或由发行人代扣代缴，不存在违反税收法律法规等规范性文件的情况。就李洪文历史上曾经从全民爱迪特获取的境外补偿未缴纳所得税事项，主管税务部门已出具不予追缴的答复，该行为不构成重大违法行为；

6、发行人的核心技术并非来源于全民爱迪特，不存在纠纷或者潜在纠纷，不会对发行人的研发、生产、经营构成重要影响；

7、发行人的主要客户资源主要由发行人独立开发，其获客渠道不存在依赖全民爱迪特及新加坡全民的情形，全民爱迪特退出不会对发行人业务的稳定性和持续性产生重要不利影响；

8、发行人不存在以协议追认一致行动关系的方式规避实际控制人认定及最近两年是否发生变更的规定的情形。

5.关于股东核查

申报材料显示：

（1）发行人提交本次上市申请前 12 个月内通过股权转让和/或增资方式新增股东共计 13 名，分别为：中金启辰、建发柒号、苏州辰知德、嘉兴辰幂德、天津同源、天津后浪、中证投资、金石基金、方正投资、紫金弘云、SCHP、海

南华益及阿里网络。

(2) 发行人共有 4 名外资股东，分别为 HEALTH ADVANCE LIMITED、Schroder Adveq Asia Hong Kong I Limited、ASP Hero SPV Limited 和 SCHP Holdco A, Ltd.，合计持股 25.54%。SCHP 系红杉资本管理的基金，成立后不久入股发行人。

(3) 2021 年 4 月，建发柒号和苏州辰知德存在按照投前估值 16 亿元和 18 亿元入股的情形。

(4) 2021 年 8 月，中证投资等股东的入股价格为投前估值 30.00 亿元，天津文迪转让部分股份于 SCHP 和海南华益，对应转让股份价格为 54.05 元/出资额，比同期增资取得的股份价格低。

(5) 2021 年 1 月 29 日，中金启辰、建发柒号以及苏州辰知德以可转债方式增资，验资报告显示货币出资 408.7383 万元，可转债投资款于 2021 年 4 月 20 日转为股东投资。

(6) 金石基金未按照《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 3 和股份锁定相关规定进行承诺。

(7) 《股东信息披露专项核查意见》显示，中介机构对部分境外股东、全部国有股东进行停止穿透核查，未说明境外股东是否属于境外上市公司，国有股东是否属于国有控股或管理主体；对境外股东不存在境内主体、不存在会系统离职人员的核查依据不充分；申报系统中关于“未穿透股东信息”情况填写错误。

请发行人：

(1) 说明上市申请前 12 个月内新增 13 名股东入股的原因、资金来源、定价依据和价格公允性，是否具备法律法规规定的股东资格，是否存在纠纷或潜在纠纷；上述股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人、高级管理人员、经办人员之间是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排；

(2) 说明外资股东增资和股权变动是否符合外商投资、外汇管理、税收管理等方面的监管要求，是否存在程序违法或程序瑕疵，相关瑕疵是否已得到完全

解决，是否存在纠纷争议，是否存在被相关有权部门处罚的风险；SCHP 成立后不久入股发行人的原因；

（3）说明同期入股的股东的入股价格不一致的原因和合理性，2021 年 4 月和 8 月的入股价格差异较大的原因和合理性；

（4）说明发行人可转债产品的详细情况，包括债券金额、期限、利率、认购方、权利义务约定、债券存续情况、会计处理等，存续期间实际发生的利息支出情况、转股时间、转股过程、转股价格的确定方式等是否符合约定，是否履行了必要的审议程序；股东以可转债方式认购的原因以及对应的税款缴纳情况；

（5）根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 3 和股份锁定相关规定对金石基金股份锁定期承诺进行修改。

请保荐人和发行人律师对上述事项发表明确意见，并说明未穿透的境外股东是否属于境外上市公司，国有股东是否属于国有控股或管理主体，外资股东的出资人不存在境内主体、不存在会系统离职人员所执行的除了直接股东承诺以外的核查手段、核查方式。

请发行人、保荐人、发行人律师：

（1）认真落实《监管规则适用指引——发行类第 2 号》要求，完善专项核查报告，核查报告应明确核查方式，并对核查问题出具明确的肯定性结论意见；

（2）及时修正申报系统中关于“未穿透股东信息”的填报情况。

回复：

一、说明上市申请前 12 个月内新增 13 名股东入股的原因、资金来源、定价依据和价格公允性，是否具备法律法规规定的股东资格，是否存在纠纷或潜在纠纷；上述股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人、高级管理人员、经办人员之间是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排；

（一）上市申请前 12 个月内新增 13 名股东入股的原因、资金来源、定价依据和价格公允性，是否具备法律法规规定的股东资格，是否存在纠纷或潜在纠纷

1、上市申请前 12 个月内新增 13 名股东入股的原因、资金来源、定价依据和价格公允性

发行人上市申请前 12 个月内新增 13 名股东入股的原因、资金来源、定价依据的具体情况如下：

股东	时间	入股原因	形式	资金来源	支付方式	价格	定价依据
中金启辰	2021 年 4 月	看好发行人所处行业及发展前景而选择以增资方式投资发行人	增资	自有资金	可转债	36.70 元/股	经协商，按照投前 16 亿元估值入股
建发柒号							
苏州辰知德							
苏州辰知德	2021 年 4 月	看好发行人所处行业及发展前景而选择以增资方式投资发行人	增资	自有资金	现金	37.75 元/股	经协商，按照投前 18 亿元估值入股
嘉兴辰幕德							
建发柒号							
中金启辰	2021 年 5 月	看好发行人所处行业及发展前景而选择以增资方式投资发行人	增资	自有资金	现金	38.75 元/股	经协商，按照投前 19.4 亿元估值入股
天津同源	2021 年 7 月	为进一步提高发行人凝聚力，发行人通过员工持股平台增资的形式实施员工股权激励	增资	自有资金	现金	20 元/股	为实施员工股权激励，由持股平台激励对象与发行人协商定价
天津后浪							
中证投资	2021 年 8 月	看好发行人所处行业及发展前景而选择以增资方式投资发行人	增资	自有资金	现金	57.91 元/股	经协商，按照投前 30 亿元估值入股
金石基金							
方正投资							
紫金弘云							

股东	时间	入股原因	形式	资金来源	支付方式	价格	定价依据
SCHP	2021 年 8 月	看好发行人所处行业及发展前景而选择以受让股份方式投资发行人	股份转让	自有资金	现金	54.05 元/股	参考同期增资价格，并经双方协商给予一定折扣确定
海南华益							
阿里网络	2021 年 9 月	看好发行人所处行业及发展前景而选择以增资方式投资发行人	增资	自有资金	现金	57.91 元/股	经协商，按照投前 32.66 亿估值入股

综上所述，发行人上市申请前 12 个月内新增股东系因看好发行人所处行业及发展前景而选择投资发行人或是发行人自身为实施员工股权激励而设立的员工持股平台，该等股东的资金来源均为自有资金，定价依据系依据公司估值确定或系参考公司估值并经协商确定，该等价格均具备公允性。

2、新增股东具备法律法规规定的股东资格

上市申请前 12 个月内新增股东的具体情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）	类型	统一社会信用代码/公司编号	是否具备股东资格
1	中金启辰	2,696,128	4.72	依法设立，有效存续的有限合伙企业	91320581MA1P593R3L	是
2	建发柒号	1,354,892	2.37	依法设立，有效存续的有限合伙企业	91350203MA2XRAQ00E	是
3	苏州辰知德	923,445	1.62	依法设立，有效存续的有限合伙企业	91320594MA1N3R0R0N	是
4	嘉兴辰幂德	2,013,414	3.53	依法设立，有效存续的有限合伙企业	91330402MA2JF68Y5Y	是
5	天津同源	812,500	1.42	依法设立，有效存续的有限合伙企业	91120118MA07BW6178	是
6	天津后浪	405,000	0.71	依法设立，有效存续的有限合伙企业	91120118MA07BW6253	是
7	中证投资	1,726,804	3.02	依法设立，有效存续的有限责任公司	91370212591286847J	是
8	金石基金	1,312,371	2.30	依法设立，有效存续的有限合伙企业	91370303MA3T284W91	是
9	方正投资	518,041	0.91	依法设立，有效存续的有限责任公司	91110116306647317R	是
10	紫金弘云	1,036,083	1.81	依法设立，有效存续的有限合伙企业	91320205MA1Y5CRD8T	是
11	SCHP	666,053	1.17	注册于开曼群岛的股份有限公司	MC-376459	是
12	海南华益	370,029	0.65	依法设立，有效存续的有限合伙企业	91460400MA5TQH9Y6A	是
13	阿里网络	690,722	1.21	依法设立，有效存续的有限责任公司	91330100716105852F	是

上述新增股东中，存在 5 家私募投资基金，均已在中国证券投资基金业协会履行私募基金备案手续，具体情况如下：

股东名称	基金编号	基金管理人	基金管理人登记编号
中金启辰	SEZ596	中金资本运营有限公司	PT2600030375
苏州辰知德	ST7737	上海甲辰投资有限公司	P1009452
嘉兴辰幂德	SQK424		
金石基金	SLE527	金石投资有限公司	PT2600030645
紫金弘云	SGA436	华泰紫金投资有限责任公司	PT2600011618

综上所述，发行人上市申请前 12 个月内新增 13 名股东具备法律法规规定的股东资格。

3、上市申请前 12 个月内新增 13 名股东入股发行人不存在纠纷或潜在纠纷

上市申请前 12 个月内新增股东入股发行人均为各方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）上述股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人、高级管理人员、经办人员之间是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排

1、发行人新增股东之间的关联关系情况

发行人上市申请前 12 个月内的新增股东中，天津同源与天津后浪均为发行人员工持股平台；苏州辰知德与嘉兴辰幂德的私募基金管理人均为上海甲辰投资有限公司；中证投资与金石基金的执行事务合伙人金石投资有限公司均为中信证券股份有限公司的全资子公司；发行人监事崔怡然由新增股东苏州辰知德、嘉兴辰幂德共同提名，同时在其私募基金管理人的子公司上海辰德投资管理有限公司任高级投资经理。

除上述情形外，新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排。

2、发行人外部股东投资的企业与发行人的业务或资金往来情况

经保荐人及发行人律师获取并查阅发行人外部股东的股东调查问卷、访谈发

行人主要客户及供应商、网络检索发行人外部股东直接对外投资情况及发行人主要客户、供应商的股权结构、比对外部股东直接对外投资企业名单和发行人全部客户及供应商清单、核查发行人的公司账户流水，报告期内，发行人外部股东**直接持股 5%以上的对外投资企业中**，苏州辰知德直接持有 7.08%股份的深圳市菲森科技有限公司（以下简称“菲森科技”）与发行人发生过业务往来的情形。

2021 年及 2022 年 1-6 月，发行人向菲森科技采购了 519.08 万元、**83.63 万元**数字取像设备，占发行人同类产品采购金额比例为 10.00%、**4.66%**；具体产品为口扫设备，采购单价平均为 2.17 万元、**1.52 万元**。保荐人及发行人律师通过公开信息检索了同类产品的市场价格，与发行人的采购价格相比较为一致。

2020 年，发行人向菲森科技销售了 0.01 万元其他耗材产品，占发行人同类产品销售比例较低，具体产品为模型树脂块。

除上述情况外，报告期内，发行人外部股东的**直接持股 5%以上的对外投资企业**不存在与发行人有其他业务或资金往来的情形。

二、说明外资股东增资和股权变动是否符合外商投资、外汇管理、税收管理等方面的监管要求，是否存在程序违法或程序瑕疵，相关瑕疵是否已得到完全解决，是否存在纠纷争议，是否存在被相关有权部门处罚的风险；SCHP 成立后不久入股发行人的原因；

（一）外资股东相关股权变动符合外商投资、外汇管理、税收管理等方面的监管要求，不存在程序违法或程序瑕疵，不存在纠纷争议，不存在被相关有权部门处罚的风险

涉及发行人外资股东的股权变动已履行相关外商投资、外汇管理、税收管理等程序，不存在程序违法或程序瑕疵，具体情况如下：

序号	时间	外资股东股权变动	外商投资	外汇管理	税收管理
1	2019 年 12 月	全民爱迪特转让其所持有的公司 5,713,534 股股份转让给 HAL	外商投资企业变更登记备案（回执编号：冀秦经开外备 201900041）	由于全民爱迪特、HAL、Adveq、ASP 均为境外企业，本次股权转让不涉及资金跨境收付，无需按照相关外汇法律法规办理外汇核准或业务登记	已缴税并取得完税证明
2		全民爱迪特转让其所持有的公司 4,968,290 股股份转让给 Adveq			

序号	时间	外资股东股权变动	外商投资	外汇管理	税收管理
3		全民爱迪特转让其所持有的公司 3,229,389 股股份转让给 ASP			
4	2021 年 8 月	天津文迪将其所持公司 666,053 股股份转让给 SCHP	已通过企业登记系统向商务主管部门报送投资信息	国家外汇管理局秦皇岛市中心支局出具的编号为“1613030020210823125”的 FDI 境内机构转股中转外业务登记凭证	已缴税并取得完税证明

综上所述，发行人外资股东股权变动符合外商投资、外汇管理、税收管理等方面的监管要求，变动事宜已办理境内商务、外汇、工商登记/备案手续，并已缴纳相应的境内税费，不存在因外资股东股权变动违反境内外商投资、外汇管理、税收管理等法律法规而被商务、外管、税务、工商等主管部门处罚的情形，亦不存在纠纷争议的情形。

（二）SCHP 成立后不久入股发行人的原因

根据 SCHP 出具的说明，SCHP 为 SCHP Master Fund 下属投资主体。SCHP Master Fund 系红杉中国医疗公开市场基金，已成功完成了诸多医疗健康行业的投资项目，如投资北京圆心科技集团股份有限公司、数坤（北京）网络科技股份有限公司和江苏瑞科生物技术股份有限公司等。

SCHP Master Fund 投资团队对中国的口腔相关行业较为关注并进行了深入研究，认为该行业的发展前景可观。鉴于发行人是国内领先的口腔修复材料及口腔数字化设备提供商，在国内口腔医疗行业拥有较高的知名度，在全球口腔医疗器械领域也取得了较好的成绩。因看好发行人业务发展和市场竞争力，SCHP 在完成相关调查和评估后对发行人进行投资，前述投资行为与 SCHP 的设立时间不存在直接关联，其今后也将会投资于 SCHP Master Fund 认可的其他医疗健康行业的公司或项目。

综上所述，SCHP 并非为投资发行人专门设立的投资主体，其成立后因看好发行人未来发展而入股。

三、说明同期入股的股东的入股价格不一致的原因和合理性，2021 年 4 月和 8 月的入股价格差异较大的原因和合理性

2021 年 4 月至 2021 年 8 月期间，发行人共完成了 3 轮融资，由于各投资方内部审批时间或增资/股权转让的工商变更的时间节点不同导致发行人同一轮融资的股权变动时间有所差异，前述 3 轮融资的基本情况如下：

（一）2020 年 10 月，第一轮融资，可转债融资及后续增资

1、中金启辰、建发柒号、苏州辰知德可转债投资

2020 年下半年，由于新冠疫情对新加坡全民影响较大，新加坡全民希望通过退出爱迪特实现资金回笼从而改善自身财务状况，并要求发行人在 2020 年底左右完成全民爱迪特减资。

2020 年 10 月，发行人启动本轮融资，投资方中金启辰、建发柒号、苏州辰知德由于看好发行人未来发展，希望对发行人进行投资。中金启辰、建发柒号、苏州辰知德根据发行人 2019 年的业绩情况以及其 2020 年的业绩预测，初步确定本轮融资发行人的投前估值区间为 15 亿至 18 亿之间。鉴于发行人需在短时间筹措资金支付全民爱迪特减资款，投资方决定先将部分投资以可转债方式进行，从而能够在较短时间内完成放款，待发行人完成回购全民爱迪特股份后启动可转债转股程序，并进一步追加投资。

为了加速交易的进程，尽快完成全民爱迪特股权回购款的筹集，发行人与投资方协商并达成一致意向：如投资方本次可转债投资款能够于 2021 年 1 月 31 日左右完成放款，则该可转债转股对应估值可享受较低的定价，即投前估值 16 亿元，36.70 元/股。2020 年 12 月，投资方与发行人签订了《投资意向协议》。

2021 年 1 月 29 日，投资方中金启辰、建发柒号、苏州辰知德与发行人根据《投资意向协议》签订投资协议，最终按照发行人 16 亿元投前估值，36.70 元/股的价格，对发行人进行可转债投资。协议另外约定，本次可转债转股完成后，苏州辰知德或其关联基金须按照发行人投前估值人民币 18 亿元进一步认购发行人的新增注册资本；中金启辰或其指定的机构有权（但无义务）通过其自身或指定的机构以人民币 1 亿元按照本协议约定的增资估值进一步认购发行人的新增注册资本，投前估值按照以下公式孰高计算：（1）发行人在中金启辰行使认股

权之前已交割的最新一轮股权融资的投后估值；（2）以下三者之和：人民币 17 亿元+可转债转股金额+放款日之后中金启辰行使认股权之前已交割的其他投资人对发行人的增资金额。

2021 年 2 月初，中金启辰、建发柒号、苏州辰知德完成本次可转债放款。

2、中金启辰、建发柒号、苏州辰知德及其关联基金嘉兴辰幕德的可转债后续增资

2021 年 4 月 21 日，上述可转债完成债权转股权，苏州辰知德及其关联基金嘉兴辰幕德履行协议约定，按照发行人投前估值 18 亿元，37.75 元/股的价格，进一步认购发行人的新增注册资本；建发柒号参考该估值也对发行人追加了投资；中金启辰由于其未完成内部审批流程，未参与本次增资。

2021 年 5 月，中金启辰在完成内部审批流程后，行使了对发行人的认股权。根据可转债协议约定，本次增资需采取两个计算公式结果的孰高值，最终中金启辰按照发行人投前估值 19.40 亿元，38.75 元/股对发行人追加投资。

中金启辰的投前估值具体计算过程如下所示：

名称	项目	序号	金额(亿元)
公式一	人民币 17 亿元	A	17.00
	可转债转股金额	B	0.80
	可转债放款日之后中金启辰行使认股权之前已交割的其他投资人对发行人的增资金额	C	1.60
	投前估值	A+B+C	19.40
公式二	发行人在中金启辰行使认股权之前已交割的最新一轮股权融资的投后估值	-	18.90

上述发行人于 2021 年 4 月、5 月的 3 次股权变动的入股价格均为各方于 2020 年末已确定，为满足发行人支付全民爱迪特减资款需要，投资方将拟对发行人进行的投资分为可转债投资和后续股权增资，并根据放款时间对应了不同的估值水平，本轮融资的背景原因具有合理性，历次股权变动的入股价格不存在异常。

本轮融资涉及的历次股权变动具体情况如下：

序号	工商变更完成时间	股东名称	入股股份数(股)	入股价格(元/股)	定价依据	PE 倍数
1	2021.04.21	中金启辰	2,179,938	36.70	按照投前	36.01

		建发柒号	1,089,969		估值 16.00 亿元并经协商确定	
		苏州辰知德	817,476			
2	2021.04.29	苏州辰知德	105,969	37.75	按照投前估值 18.00 亿元并经协商确定	40.51
		嘉兴辰幕德	2,013,414			
		建发柒号	264,923			
3	2021.05.14	中金启辰	516,190	38.75	按照投前估值 19.40 亿元人民币并经协商确定	43.66

注：表格中的 PE 倍数参考发行人 2020 年净利润计算。

（二）2021 年 5 月，第二轮融资，发行人实施股权激励

2021 年 5 月，发行人计划启动上市工作，为更好的激励公司员工，决定实施股权激励。在参考前次增资价格的五折取整后，本次股权激励价格确定为 20 元/股，发行人投前估值为 10.12 亿元。

2021 年 5 月 21 日，发行人召开股东大会并决议通过《关于制定并实施股权激励计划的议案》，天津同源和天津后浪作为公司股权激励计划的员工持股平台向公司增资。

本次股权激励交易价格低于公允价格，主要原因系为了实现以较低的认股价格激励公司的核心骨干员工，调动员工的工作积极性，发行人已进行了相应的股份支付处理，定价具备合理性。

本轮融资涉及的股权变动具体情况如下：

序号	工商变更完成时间	股东名称	入股股份数（股）	入股价格（元/股）	定价依据	PE 倍数
1	2021.07.26	天津同源	812,500	20.00	为实施员工股权激励，参考前轮投前估值并经协商确定	22.77
		天津后浪	405,000			

注：表格中的 PE 倍数参考发行人 2020 年净利润计算。

（三）2021 年 6 月，第三轮融资，新投资人增资入股或受让老股东股权

2021 年 6 月，投资方中证投资、金石基金、方正投资、紫金弘云、SCHP、海南华益、阿里网络因看好牙科材料行业及发行人未来发展，与发行人接洽投资入股事宜。同时，发行人创始股东李斌因个人资金需求需转让所持发行人部分股

权。

经各方协商，最终中证投资、金石基金、方正投资、紫金弘云基于发行人2020年的业绩完成情况、2021年的业绩预测、行业发展情况以及投资市场环境，决定以发行人投前估值30亿元，57.91元/股对发行人进行增资，并于2021年7月23日与发行人签订投资协议；SCHP、海南华益基于前述其他投资方价格并经协商确定，以九三折，即54.05元/股，受让李斌通过天津文迪所持的发行人部分股权，并于2021年7月26日与天津文迪、李斌签订股权转让协议；阿里网络在完成内部审批流程后于2021年8月17日与发行人签订投资协议，按照其他投资人增资同样的价格，即57.91元/股对发行人进行增资，由于其他投资人已完成入股的工商变更，导致阿里网络入股时发行人投前估值有所上涨。

发行人本轮融资价格显著高于第一轮融资，主要原因为：

投资方对发行人所处的口腔医疗行业较为看好，本次融资期间齿科行业上市公司股价大幅上涨：现代牙科2021年1月时平均股价为1.35港元，6月至7月平均股价为7.61港元，期间涨幅达463.60%；时代天使于2021年6月16日于港交所上市，发行股价为173港元，上市首日收盘价为401港元，涨幅达131.79%。受二级市场情绪影响，口腔医疗行业在该时期备受投资人青睐。

同时，发行人于2021年5月开始筹备上市计划，投资方对发行人未来业务前景和全球齿科发展抱有较大信心，预期发行人上市后将会借助资本市场获得更快速的发展，因此结合齿科行业上市公司的估值情况，给予发行人较高的估值。

本轮融资涉及的历次股权变动具体情况如下：

序号	工商变更完成时间	股东名称	入股股份数（股）	入股价格（元/股）	定价依据	PE 倍数
1	2021.08.12	中证投资	1,726,804	57.91	按照投前估值30.00亿元并经协商确定	54.09
		金石基金	1,312,371			
		方正投资	518,041			
		紫金弘云	1,036,083			
2	2021.08.12	SCHP	666,053	54.05	参考同期增资价格，并经双方协商给予一定折扣确定	50.49
		海南华益	370,029			

3	2021.09.07	阿里网络	690,722	57.91	按照本轮其他投资人增资入股价格, 投前估值 32.66 亿元并经协商确定	58.89

注：表格中的 PE 倍数参考发行人 2021 年净利润计算。

综上所述，2021 年 4 月至 8 月，发行人共完成了 3 轮融资，除发行人股权激励的持股平台外，入股股东均为财务投资者，入股价格均为结合市场环境、行业估值、企业经营状况等因素，并通过市场化协商确定，入股价格具有合理性。同一时期或不同时期入股的股东价格不同均具有合理的背景原因，入股价格不存在异常。

四、说明发行人可转债产品的详细情况，包括债券金额、期限、利率、认购方、权利义务约定、债券存续情况、会计处理等，存续期间实际发生的利息支出情况、转股时间、转股过程、转股价格的确定方式等是否符合约定，是否履行了必要的审议程序；股东以可转债方式认购的原因以及对应的税款缴纳情况；

（一）股东以可转债方式认购的原因

2020 年底，发行人股东全民爱迪特拟自愿减资退出，并与发行人约定了退出方式及定价。同一时期，投资方中金启辰、建发柒号、苏州辰知德因看好发行人的发展前景计划对发行人进行股权投资。

鉴于发行人需要在短时间筹措大量资金支付全民爱迪特的减资款，且全民爱迪特尚未完成退出程序，为降低投资风险，经各方协商谈判，投资方拟先将部分投资款项以债权方式借予发行人，以满足发行人支付减资款的资金需求，双方在协议中同时约定：若投资方根据协议约定完成债权转股权，则被转股部分对应的债权为无息贷款。

（二）可转债产品的详细情况，包括债券金额、期限、利率、认购方、权利义务约定、债券存续情况、会计处理等

根据中金启辰、苏州辰知德、建发柒号（以下简称“投资方”）与发行人及相关方签订的投资协议（以下简称“协议”），发行人可转债产品的详细情况如下：

1、债券金额：15,000 万元。

2、期限：自放款日起 6 个月内或至协议约定的交割日孰早。

中金启辰、苏州辰知德、建发柒号实际支付日分别为 2021 年 2 月 3 日、2021 年 2 月 4 日、2021 年 2 月 2 日；可转债转股的实际交割日为 2021 年 4 月 21 日。

3、利率

（1）若投资方根据协议约定完成可转债转股，则被转股部分对应的可转债为无息借款。

（2）若因任何原因导致交割未能在借款期限或延长期限内完成的，并且投资方不再选择可转债转股而要求还款的，公司应在收到投资方的还款通知后的 15 个工作日内偿还可转债本金并支付按 8%年利率（单利）计算的利息（利息从放款日起计算，1 年以 365 天计算）；

如协议根据约定被解除的，公司应在协议解除日起 15 个工作日内向投资方偿还可转债本金和按照 10%的年利率（单利）计算的利息（利息从放款日起计算，1 年以 365 天计算）。

鉴于投资方均已根据协议约定的时间内完成可转债转股，对应的可转债为无息借款，可转债的利息为 0。

4、认购方

（1）中金启辰认购 8,000 万元；

（2）苏州辰知德认购 3,000 万元；

（3）建发柒号认购 4,000 万元。

5、权利义务约定

（1）可转债

①投资方同意按照协议的约定向公司提供借款，可转债的借款限自放款日起 6 个月或至协议约定的交割日孰早。

②若投资方根据协议约定完成可转债转股，则被转股部分对应的可转债为无息贷款；若投资方根据协议约定未选择可转债转股而要求还款的，公司应偿还可

转债本金并按照协议约定支付利息和罚息（如有）。

③可转债仅能够用于支付全民爱迪特持有的公司股份的减资价款或投资方书面同意的其他用途。

（2）增资及认股权/后续增资

① 增资

在协议第 4.2 条所列的先决条件均获满足或由投资方书面豁免的前提下，投资方同意按照协议约定以可转债转股的方式认购公司新增股份。可转债转股价格为 36.70 元/股。

上述协议第 4.2 条所列的先决条件包括本次可转债交易已通过公司内部决策程序、相关交易文件已经相关方签署并生效、相关交易文件已获得所需的政府部门和第三方的批准、许可或豁免（如需）等。

虽有前述约定，若公司主管市场监督管理机关、对本次增资进行验资的会计师事务所不同意前述可转债直接转换成公司股权的操作的或者根据相关法律法规另有要求的，公司应当先向投资方偿还可转债本金，再由投资方向公司支付等额交易价款以最终实现增资并符合验资要求。各方有义务配合其他方完成本次交易，完成相关工商变更登记和任何与本次交易相关的其他同意、许可、批准、备案或登记手续。

② 认股权/后续增资

认股权：中金启辰有权（但无义务）在 2021 年 4 月 30 日前，以其自身或通过其指定的机构按照协议约定的增资估值以人民币壹亿元进一步认购公司的新增注册资本。中金启辰或其指定的机构行使认股权所能够获得的新增注册资本应基于以下公式计算出的金额作为投前估值（“增资估值”）计算（以较高者为准）：

1) 公司在中金启辰行使认股权之前已交割的最新一轮股权融资的投后估值，或
2) 以下三者之和：人民币 17 亿元+可转债转股金额+放款日之后中金启辰行使认股权之前已交割的其他投资人对公司的增资金额（如有）。

后续增资：2021 年 3 月 20 日前，且公司最新估值未超过 18 亿元的情况下，苏州辰知德或其关联基金须按照公司投前估值人民币 18 亿元进一步认购公司的

新增注册资本，投资方或其关联基金对公司的投资额不低于 5,000 万元且不高于 9,000 万元，具体投资额度需要经各方协商确认。

（3）弃权

公司方应促使和保证届时公司的所有其他股东同意放弃其根据适用的中国法律、公司章程、任何之前签署的股东之间的协议或任何其他事由就增资和可转债转股可享有的优先认购权及可能存在的其他任何在先或优先权利。

（4）股东权利

①交割日起，投资方成为公司的股东并依法律法规的规定以及交易文件的约定享有股东权利。公司于交割日的资本公积、滚存未分配利润等由公司其他股东及投资方根据本协议的规定享有。

②投资方基于本次交易而获得的股权享有法律法规、交易文件赋予投资方的各项权利。如基于中国法律的限制，交易文件赋予投资方的任何权利无法充分实现，公司方将采用中国法律允许的其他方法，在最大范围内实现交易文件约定的投资方权利和利益。

（5）交易价款的用途

可转债仅能够用于支付全民爱迪特持有的公司股份的减资价款或投资方书面同意的其他用途。

除用于支付全民爱迪特持有的公司股份的减资价款外，公司方应确保，投资方本次交易的其他交易价款应全部用于补充市场运营及研发资金或经投资方事先书面同意或本协议另行约定的其他用途。未经投资方事先书面同意，不得用于偿还公司债务（包括但不限于偿还股东借款），分红或回购公司股份，由其他关联方占用使用，为公司或其股东以及任何第三方提供任何形式的担保、委托贷款及理财产品，向公司外的任何方提供贷款/借款，购买股票及其他金融衍生品，或向公司外的任何方提供资金拆借等其他用途。

6、债券存续情况

投资方已全部在协议约定的期限内选择以可转债转股，并完成交割。

7、会计处理

根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》及其应用指南的规定，企业发行的金融工具同时满足下列条件的，符合权益工具的定义，应当将该金融工具分类为权益工具：（1）该金融工具应当不包括交付现金或其他金融资产给其他方，或在潜在不利条件下与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务；（2）将来须用或可用企业自身权益工具结算该金融工具。如为衍生工具，企业只能通过以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产结算该金融工具。

按照协议约定，中金启辰、建发柒号以及苏州辰知德以可转债方式对发行人进行增资，并就增资交割条件进行了约定。发行人于 2021 年 2 月收到前述投资方投入的 15,000 万元，因其尚未完成增资交割程序，根据企业会计准则规定，发行人将融资款 15,000 万元确认为金融负债而非股东权益，计入其他流动负债。2021 年 4 月，完成增资交割，相应的融资款转入股本及资本公积，其中 408.74 万元计入股本，14,591.26 万元计入资本公积。鉴于双方已在合同约定期限内完成可转债转股交割，根据合同约定，公司无需计提和支付利息费用。

（三）存续期间实际发生的利息支出情况、转股时间、转股过程、转股价格的确定方式等是否符合约定，履行了必要的审议程序

1、存续期间实际发生的利息支出情况符合约定

债转股存续期间内利率为 0，发行人并未因债转股事项承担向投资方交付现金或其他金融资产的合同义务，亦未承担在潜在不利条件下，与投资方交换金融资产或金融负债的合同义务，因此未发生实际利息支出。

根据协议约定，若投资方根据协议约定完成可转债转股，则被转股部分对应的可转债为无息贷款。因此债转股存续期间实际发生的利息支出情况符合约定。

2、转股时间、转股过程、转股价格的确定方式等符合约定，且履行了必要的审议程序

（1）转股时间、转股过程、转股价格的确定方式

转股要素	协议约定	确定方式	是否符合约定
转股时间	自放款日起 6 个月内（经投资方同意可以延长），且协议约定的先决条件均满足	按照协议约定，在协议约定的先决条件获满足后，于 2021 年 4 月	是

		21 日完成可转债转股	
转股过程	投资方应通知公司将可转债金额按照投前估值以及协议的其他约定转为对公司的股份投资，并相应认购公司届时新增的注册资本。为免疑义，投资方完成可转债转股的，投资方在本协议项下支付等额于可转债金额的部分交易价款的义务与公司的可转债还款义务在交割日自动抵消，投资方无需支付等额于可转债金额的交易价款，且公司无需偿还投资方可转债且无需支付任何利息	按照协议约定，由发行人公司将可转债金额按照投前估值转为对公司的股份投资，并相应认购公司届时新增的注册资本	是
转股价格	36.70 元/股（即由中金启辰以 8,000 万元的对价认购发行人 217.99 万股，由苏州辰知德以 3,000 万元的对价认购发行人 81.75 万股，由建发柒号以 4,000 万元的对价认购发行人 109.00 万股）	按照协议约定，转股价格为 36.70 元/股	是

（2）可转债转股履行的审议程序

2021 年 4 月 6 日，爱迪特召开董事会并作出决议，同意公司增加注册资本至 4,768.61 万元，由中金启辰以人民币 8,000.00 万元的对价以可转债转股的方式认购公司 217.99 万元新增注册资本，由苏州辰知德以人民币 3,000.00 万元的对价以可转债转股的方式认购公司 81.75 万元新增注册资本，由建发柒号以人民币 4,000.00 万元的对价以可转债转股的方式认购公司 109.00 万元新增注册资本。

2021 年 4 月 20 日，爱迪特召开股东大会并作出决议，同意公司增加注册资本至 4,768.61 万元，由中金启辰以人民币 8,000.00 万元的对价以可转债转股的方式认购公司 217.99 万元新增注册资本，由苏州辰知德以人民币 3,000.00 万元的对价以可转债转股的方式认购公司 81.75 万元新增注册资本，由建发柒号以人民币 4,000.00 万元的对价以可转债转股的方式认购公司 109.00 万元新增注册资本。

发行人董事会、股东大会就本次可转债转股的内部决议已经获得合法、有效通过。

综上所述，发行人可转债产品存续期间实际发生的利息支出情况、转股时间、转股过程、转股价格的确定方式等符合约定，且履行了必要的审议程序。

（四）可转债对应的税款缴纳情况

根据《关于企业重组业务企业所得税处理若干问题的通知》（财税[2009]59 号）第四条规定，发生债权转股权的，应当分解为债务清偿和股权投资两项业务，

确认有关债务清偿所得或损失。

对应债务清偿业务，根据协议约定，本次债转股存续期间内利率为 0，发行人未发生实际利息支出，投资人未发生实际利息收入。同时转股价格系市场化协商作价，以债务对应股权的公允价值清偿债务，各方不存在所得，因此本次可转债转股无需缴纳所得税。

对应股权投资业务，投资人向发行人增资亦不涉及所得税缴纳。

发行人在可转债完成增资交割，办理工商变更后，已按照规定缴纳了印花税。

五、根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 3 和股份锁定相关规定对金石基金股份锁定期承诺进行修改。

金石基金已根据首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 3 和股份锁定相关规定，对股份锁定期承诺进行修改。发行人已在招股说明书“第十三节 附件/二、与投资者保护相关的承诺/（一）关于股份流通限制和自愿锁定、延长锁定期限的承诺”中补充披露：

“（4）金石基金承诺：

‘（1）自公司股票上市交易之日起十二个月或本企业取得公司股份之日起三十六个月孰晚的时间（以下简称“锁定期”）内，本企业不转让或者委托他人管理本企业在公司首次公开发行股票前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购本企业持有的该等股份。在锁定期满后，本企业减持股份时将遵守相关法律法规及证券交易所规则等要求。

（2）若本企业未履行上述承诺，本企业将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果本企业因未履行上述承诺事项而获得收入的，所得的收入归公司所有；如果本企业因未履行上述承诺事项给公司或者其他投资者造成损失的，本企业将向公司或者其他投资者依法承担赔偿责任。’”

六、说明未穿透的境外股东是否属于境外上市公司，国有股东是否属于国有控股或管理主体，外资股东的出资人不存在境内主体、不存在会系统离职人员所执行的除了直接股东承诺以外的核查手段、核查方式。

（一）未穿透的境外股东是否属于境外上市公司，国有股东是否属于国有控股或管理主体

1、境内股东穿透核查情况

截至本回复报告出具日，发行人共有 16 名境内股东，保荐人及发行人律师已根据《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》（以下简称“《监管指引》”）、《监管规则适用指引—发行类第 2 号》（以下简称“《第 2 号指引》”）、《关于股东信息核查中“最终持有人”的理解与适用》（以下简称“《理解与适用》”）及《关于进一步规范股东穿透核查的通知》的相关规定将境内股东穿透至自然人、上市公司、国有资产管理主体、事业单位等最终持有人，各境内股东穿透核查情况如下所示：

（1）天津源一

截至本回复出具日，天津源一持有发行人 23.88%股份。天津源一穿透至最终持有人后的出资人类型均为自然人，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	自然人	100.00%	23.88%
合计		100.00%	23.88%

（2）天津文迪

截至本回复出具日，天津文迪持有发行人 14.65%股份。天津文迪穿透至最终持有人后的出资人类型均为自然人，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	自然人	100.00%	14.65%
合计		100.00%	14.65%

（3）天津戒盈

截至本回复出具日，天津戒盈持有发行人 4.70%股份。天津戒盈穿透至最终持有人后的出资人类型均为自然人，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	自然人	100.00%	4.70%
合计		100.00%	4.70%

(4) 君联欣康

截至本回复出具日，君联欣康持有发行人 6.96%股份。君联欣康穿透至最终持有人后的出资人类型主要为上市公司、自然人及国有资产管理主体等，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	自然人	39.92%	2.78%
2	上市公司	40.10%	2.79%
3	国有资产管理主体	13.76%	0.96%
4	事业单位	3.12%	0.22%
5	集体所有制企业	1.37%	0.10%
6	持股比例<0.01%或持有股份数量<10万股的企业	1.72%	0.12%
合计		100.00%	6.96%

(5) 中金启辰

截至本回复出具日，中金启辰持有发行人 4.72%股份。中金启辰穿透至最终持有人后的出资人类型主要为国有资产管理主体、自然人及上市公司等，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	国有资产管理主体	48.03%	2.27%
2	自然人	29.43%	1.39%
3	上市公司	16.58%	0.78%
4	持股比例<0.01%或持有股份数量<10万股的企业	5.46%	0.26%
5	事业单位	0.50%	0.02%
合计		100.00%	4.72%

(6) 建发柒号

截至本回复出具日，建发柒号持有发行人 2.37%股份。建发柒号穿透至最终持有人后的出资人类型为国有资产管理主体及自然人，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	国有资产管理主体	100.00%	2.37%
2	自然人	0.00%	0.00%
合计		100.00%	2.37%

(7) 苏州辰知德

截至本回复出具日，苏州辰知德持有发行人 1.62% 股份。苏州辰知德穿透至最终持有人后的出资人类型主要为自然人、国有资产管理主体及上市公司等，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	自然人	44.38%	0.72%
2	持股比例 < 0.01% 或持有股份数量 < 10 万股的企业	20.48%	0.33%
3	国有资产管理主体	18.71%	0.30%
4	上市公司	10.81%	0.17%
5	事业单位	5.55%	0.09%
6	新三板挂牌公司	0.07%	0.00%
合计		100.00 %	1.62%

(8) 嘉兴辰幕德

截至本回复出具日，嘉兴辰幕德持有发行人 3.53% 股份。嘉兴辰幕德穿透至最终持有人后的出资人类型均为自然人，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	自然人	100.00%	3.53%
合计		100.00%	3.53%

(9) 天津同源

截至本回复出具日，天津同源持有发行人 1.42% 股份。天津同源穿透至最终持有人后的出资人类型均为自然人，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	自然人	100.00%	1.42%
合计		100.00%	1.42%

(10) 天津后浪

截至本回复出具日，天津后浪持有发行人 0.71%股份。天津后浪穿透至最终持有人后的出资人类型均为自然人，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	自然人	100.00%	0.71%
合计		100.00%	0.71%

（11）中证投资

截至本回复出具日，中证投资持有发行人 3.02%股份。中证投资穿透至最终持有人后的出资人类型为上市公司，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	上市公司	100.00%	3.02%
合计		100.00%	3.02%

（12）金石基金

截至本回复出具日，金石基金持有发行人 2.30%股份。金石基金穿透至最终持有人后的出资人类型主要为国有资产管理主体、上市公司及事业单位等，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	国有资产管理主体	71.60%	1.65%
2	持股比例<0.01%或持有股份数量<10 万股的企业	14.66%	0.34%
3	上市公司	10.23%	0.24%
4	事业单位	3.28%	0.08%
5	社会组织	0.15%	0.00%
6	新三板挂牌公司	0.08%	0.00%
合计		100.00%	2.30%

（13）方正投资

截至本回复出具日，方正投资持有发行人 0.91%股份。方正投资穿透至最终持有人后的出资人类型为上市公司，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	上市公司	100.00%	0.91%
合计		100.00%	0.91%

(14) 紫金弘云

截至本回复出具日，紫金弘云持有发行人 1.81% 股份。紫金弘云穿透至最终持有人后的出资人类型主要为国有资产管理主体、自然人及上市公司，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	上市公司	58.98%	1.07%
2	自然人	24.14%	0.44%
3	国有资产管理主体	14.18%	0.26%
4	持股比例<0.01%或持有股份数量<10 万股的企业	1.32%	0.02%
合计		100.00%	1.81%

(15) 海南华益

截至本回复出具日，海南华益持有发行人 0.65% 股份。海南华益穿透至最终持有人后的出资人类型均为自然人，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	自然人	100.00%	0.65%
合计		100.00%	0.65%

(16) 阿里网络

截至本回复出具日，阿里网络持有发行人 1.21% 股份。阿里网络穿透至最终持有人后的出资人类型为上市公司，具体情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	上市公司	100.00%	1.21%
合计		100.00%	1.21%

2、境外股东穿透核查情况

境外股东穿透核查情况详见本问题“（二）外资股东的出资人不存在境内主体、不存在会系统离职人员所执行的除了直接股东承诺以外的核查手段、核查方式”。

（二）外资股东的出资人不存在境内主体、不存在会系统离职人员所执行的除了直接股东承诺以外的核查手段、核查方式

截至本回复出具日，发行人直接股东中有4名境外股东，分别为HAL、Adveq、ASP及SCHP。针对发行人境外股东核查事项，保荐人及发行人律师进行了包括但不限于以下核查工作：1、查阅境外股东其注册登记资料；2、查阅境外股东填写的调查问卷；3、查阅境外股东聘请境外律师就其合法有效存续情况、出资人情况等事项出具的法律意见书；4、查阅境外股东出具的出资结构穿透表，部分间接出资人的股东名册、出资结构表、身份证明文件、背景说明文件，并登录境外相关网站查询部分出资人的公司登记情况等信息；5、取得境外股东就其关于股东信息披露事项、出资人中不存在中国境内主体和中国证监会系统离职人员等事项的承诺、说明及确认文件；6、通过百度、必应、万得、境外交易所官网等网站检索核查未穿透的外资股东是否属于境外上市公司、是否存在境内主体、上层自然人出资人是否属于离开证监会系统未满十年的工作人员等。发行人境外股东具体核查情况如下：

1、HAL

HAL 是一家依据香港公司条例所成立的有股本的私人有限公司，目前由君联资本管理股份有限公司最终实际管理。截至本回复出具日，HAL 持有发行人10.01%股份。根据HAL提供的股权穿透表，其穿透至最终持有人后的出资人类型主要为不存在境内主体的外资股东、自然人、政府间金融机构等，具体穿透情况如下：

序号	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份比例
1	不存在境内主体的外资股东	49.18%	4.92%
2	上市公司	36.87%	3.69%
3	政府间金融机构（亚洲基础设施投资银行）	9.28%	0.93%
4	自然人	4.68%	0.47%
合计		100.00%	10.01%

根据HAL提供的股权穿透表及《股东穿透核查说明》，HAL存在部分未穿透的境外间接股东，因其信息非公开及/或保密义务等原因未能或未进一步披露股权穿透信息，该等未穿透的境外间接股东主要为境外上市公司管理的基金、境

外银行及境外银行管理的基金等，其上层各级出资主体中均不存在境内主体，该类股东具体情况如下：

股东名称	层级（以 HAL 为第 1 层）	间接持有发行人股份的比例	股东背景说明
HL INTERNATIONAL INVESTORS LP, SERIES H1	第 2 层	3.04%	HL INTERNATIONAL INVESTORS LP, SERIES H1 为 Hamilton Lane（汉密尔顿 莱恩）管理的一支境外美元母基金。汉密尔顿 莱恩公司是一家领先的私人市场投资管理公司，并已于纳斯达克上市，证券代码为 HLNE，主要从事为世界各地成熟的投资者提供创新的解决方案。
BIL Private Invest, S.C.A. SICAV-RAIF - BIL Private Equity 1	第 3 层	0.40%	BIL Manage Invest 是卢森堡领先的独立第三方管理公司，主要为 UCITS 和另类投资基金 (AIF) 提供专业的基金治理服务。BIL Manage Invest 是 Banque Internationale àLuxembourg 的全资子公司。Banque Internationale àLuxembourg (BIL) 成立于 1856 年，是卢森堡大公国历史最悠久的多业务银行，也是该国前三大银行之一。
LLA Investments, LLC	第 3 层	0.31%	LLA Investments, LLC 是 CEAS Investments 旗下的一只基金。CEAS Investments 成立于 2013 年，是一家位于美国佛罗里达州的单一家庭办公室的内部风险投资部门。目前有 60 多家投资组合公司。
Chance Leader Prosnav SCS, SICAV-RAIF- China Growth Opportunities	第 3 层	0.31%	一家由欧洲资产管理人 Prosnav 在境外募集的母基金
Emmaraldo Investments Limited	第 3 层	0.15%	一家境外的家族办公室投资平台
ABUNDANT GLOBAL ENTERPRISES LIMITED	第 3 层	0.12%	一家境外的家族办公室投资平台
NGCRE VC LP	第 3 层	0.05%	一家境外的家族办公室投资平台
VKD Invest SICAV-SIF S.C.A. – PE Global B	第 3 层	0.08%	一家由 Schroders Capital Holding (Switzerland) AG（以下简称“施罗德资本”）在境外募集和管理的美元市场化母基金
AEROW SMA I L.P.	第 3 层	0.07%	一家由施罗德资本在境外募集和管理的美元市场化母基金
Schroder Adveq Global II S.C.S.	第 3 层	0.07%	一家由施罗德资本在境外募集和管理的美元市场化母基金
EDB Investments PTE LTD	第 4 层	0.06%	EDB Investments 是一家总部位于新加坡的知名投资机构，创立于 1991 年，过往在信息和通信技术、新兴技术、医疗保健等知识和创新密集型领域有众多投资，一直致力于支持新加坡未来的经济支柱。作为拥有 30 年投资经验的增值投资者，EDB Investments 利用广泛的网络、资源和经验，通过新加坡支持其投资组合公司在亚洲和全球的发展。

Miven Global II LP	第 3 层	0.06%	一家由美国资产管理人 Miven Venture Partners 在境外募集的基金
Schroder Adveq Asia IV L.P.	第 3 层	0.04%	一家由施罗德资本在境外募集和管理的美元市场化母基金
SA-EL Asia I S.C.S.	第 3 层	0.05%	一家由施罗德资本在境外募集和管理的美元市场化母基金
Anssence Investments Limited	第 3 层	0.05%	一家境外的家族办公室投资平台
SK Lubricants	第 5 层	0.02%	韩国 SK 集团下属公司。SK 集团是韩国第三大跨国企业，主要以能源化工、信息通信为两大支柱产业，旗下有两家公司进入全球五百强行列。
SK Energy Co., Ltd.	第 5 层	0.02%	
合计		4.92%	-

结合 HAL 提供的股权穿透表、自然人出资人身份信息以及未穿透的境外出资人的背景，保荐人及发行人律师通过百度、必应、万得、境外交易所官网等网站检索核查未穿透股东是否存在境内主体，未发现相关情形；保荐人及发行人律师通过百度、必应、领英等网站检索核查 HAL 的上层自然人出资人是否属于离开证监会系统未满十年的工作人员，未发现相关情形。

HAL 已就其直接或间接出资人的股东资格、与相关方的关联关系及穿透后的自然人不存在离开证监会系统未满十年的工作人员等事项出具《关于股东信息披露的专项承诺》。

2019 年 12 月，HAL 因看好发行人未来发展，根据发行人经营情况以及与全民爱迪特协商谈判后，按照发行人投前估值 10 亿元，即 20.13 元/股，受让全民爱迪特所持有的发行人股权。HAL 的入股价格与同期入股的其他股东价格一致，系基于正常商业谈判及商业安排，入股价格不存在明显异常，不存在不当利益输送，不涉及违法违规“造富”的情形。

综上所述，鉴于 HAL 入股发行人价格不存在异常且其未穿透的境外股东中不存在境内主体，根据《理解与适用》，该等股东可视为“最终持有人”；保荐人及发行人律师已按照《监管指引》将 HAL 上层股东均穿透至最终持有人；其逐层穿透后的自然人出资人不属于离开证监会系统未满十年的工作人员。

2、Adveq

Adveq 是一家依据香港公司条例所成立的私人股份有限公司，目前为 Schroders Capital Holding (Switzerland) AG（以下简称“施罗德资本”）最终实际管理。截至本回复出具日，Adveq 持有发行人 8.70%股份。

根据 Adveq 提供的股权穿透表及《股东穿透核查说明》，截至本回复出具日，Adveq 共有 5 名直接股东，均为施罗德资本管理的于境外注册并接受当地监管的私募股权投资基金。基于对投资人的保密义务以及实操难以穿透等原因，Adveq 未能或未进一步披露股权穿透信息。未穿透股东均为外资股东，主要为境外投资基金、境外保险公司、养老基金公司等，该等股东上层出资人中均不存在境内主体。

(1) Adveq 的直接股东 GPEP III L.P.、Salève 2020 L.P.以及 Schrodgers Capital cPl Global 2017-2019 C.V.的向上穿透后的直接股东均为境外注册、备案的合格投资机构，基于对其投资人的保密义务等原因，无法提供最终受益人的身份信息，其上层出资人均不存在境内主体，具体情况如下：

① GPEP III L.P.

股东名称	层级（以 Adveq 为第 1 层）	间接持有发行人股份的比例	股东背景说明
GPEP Management III L.P.	第 3 层	0.02%	施罗德资本为 GPEP III. L.P.的一般合伙人，GPEP III. L.P.为施罗德资本管理的一支投资基金
Universal-Investment-Luxembourg S.A.	第 3 层	1.84%	GPEP III. L.P.的唯一有限合伙人，大型德国保险公司下设的私募股权投资基金
合计		1.86%	

② Salève 2020 L.P.

股东名称	层级（以 Adveq 为第 1 层）	间接持有发行人股份的比例	股东背景说明
Salève 2020 Management L.P.	第 3 层	0.01%	施罗德资本为 Salève 2020 L.P.的一般合伙人，Salève 2020 L.P.为施罗德资本管理的一支投资基金
Salève C.V.	第 3 层	1.22%	Salève 2020 L.P.的唯一有限合伙人，背景为某瑞士大型钟表制造商下设的私募股权投资基金
合计		1.23%	

③ Schrodgers Capital cPl Global 2017-2019 C.V.

股东名称	层级（以 Adveq 为第 1 层）	间接持有发行人股份的比例	股东背景说明
Schrodgers Capital cPl Global Management III L.P.	第 3 层	0.02%	施罗德资本为 Schrodgers Capital cPl Global 2017-2019 C.V.的一般

股东名称	层级（以 Adveq 为第 1 层）	间接持有发行人股份的比例	股东背景说明
			合伙人，Schroders Capital cPI Global 2017-2019 C.V.为施罗德资本管理的一支投资基金
cPI Schroders Capital Investments C.V.	第 3 层	2.14%	Schroders Capital cPI Global 2017-2019 C.V.的唯一有限合伙人，背景为瑞士的大型社会保险机构下设的私募股权投资基金
合计		2.16%	-

（2）Adveq 的直接股东 Schroders Capital Private Equity Asia V S.C.S.及 Schroders Capital Private Equity Global II S.C.S.基于对投资人的保密义务，无法提供其直接股东的具体名单，其向上穿透后的出资人主要包括境外公共养老基金、养老基金公司、境外保险公司等，均不存在境内主体，具体情况如下：

Adveq 的直接股东	出资人类型/名称	持股比例	间接持有发行人股份的比例
Schroders Capital Private Equity Asia V S.C.S.	Schroders Capital Private Equity Asia Partners V L.P.（施罗德资本在该基金的 GP）	1.00%	0.02%
	境外公共养老基金	31.98%	0.49%
	境外养老基金公司	29.08%	0.45%
	施罗德资产管理的自有工具/投资载体	18.60%	0.29%
	境外保险公司	13.85%	0.21%
	境外工会	2.58%	0.04%
	境外基金会	1.15%	0.02%
	境外高净值个人	0.83%	0.01%
	境外信托	0.46%	0.01%
	境外资产管理人	0.46%	0.01%
	合计	100.00%	1.54%
Schroders Capital Private Equity Global II S.C.S.	Schroders Capital Private Equity Global Partners II L.P.（施罗德资本在该基金的 GP）	1.00%	0.02%
	境外养老基金公司	30.65%	0.58%
	境外保险公司	27.89%	0.53%
	境外公共养老基金	24.41%	0.47%
	境外工会	7.34%	0.14%
	境外银行	3.67%	0.07%
	境外高净值个人	2.84%	0.05%

Adveq 的直接 股东	出资人类型/名称	持股比例	间接持有发行人股 份的比例
	境外单一家族办公室	1.84%	0.04%
	境外基金会	0.37%	0.01%
	合计	100.00%	1.91%

结合 Adveq 提供的股权穿透表、未穿透出资人的背景、出资人类型持股比例以及相关说明承诺，保荐人及发行人律师通过百度、必应、万得、境外交易所官网等网站检索核查未穿透股东是否存在境内主体，未发现相关情形；保荐人及发行人律师通过百度、必应、领英等网站检索核查 Adveq 的上层出资人是否存在离开证监会系统未满十年的工作人员，未发现相关情形。

Adveq 已就其直接或间接出资人的股东资格、与相关方的关联关系、直接或间接出资人不存在境内主体及逐层穿透后的自然人股东不存在离开证监会系统未满十年的工作人员等事项出具《关于股东信息披露的专项承诺》。

2019 年 12 月，Adveq 因看好发行人未来发展，根据发行人经营情况以及与全民爱迪特协商谈判后，按照发行人投前估值 10 亿元，即 20.13 元/股，受让全民爱迪特所持有的发行人股权。Adveq 的入股价格与同期入股的其他股东价格一致，系基于正常商业谈判及商业安排，入股价格不存在明显异常，不存在不当利益输送，不涉及违法违规“造富”的情形。

综上所述，鉴于 Adveq 入股发行人价格不存在异常且其直接或间接出资人中均不存在境内主体，根据《理解与适用》，Adveq 的 5 名直接股东可视为“最终持有人”；保荐人及发行人律师已按照《监管指引》将 Adveq 穿透至最终持有人；其逐层穿透后的自然人出资人不属于离开证监会系统未满十年的工作人员。

3、ASP

ASP 是一家依据香港公司条例所成立的私人股份有限公司，目前由 Adams Street Partners, LLC 最终实际管理。截至本回复出具日，ASP 持有发行人 5.66% 股份。

根据 ASP 提供的股权穿透表及《股东穿透核查说明》，截至本回复出具日，ASP 共有 8 位直接股东，均为 Adams Street Partners, LLC 管理的注册地在美国特拉华州的私募基金，其中 3 名直接股东为独立管理账户，其出资人均为单一主体；

其他 5 名直接股东为集合投资基金。基于对其投资人的保密义务等原因，ASP 未能或未进一步披露股权穿透信息。未穿透出资人均为境外投资人，主要为境外养老基金、境外捐赠基金、境外慈善基金、其他境外机构投资人等，均不存在境内主体，具体情况如下：

ASP 的直接股东	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份的比例
Adams Street -ALPS Co-Inv Targeted Mandate Fund LP	境外家族办公室	100.00%	0.15%
	合计	100.00%	0.15%
Adams Street PEP Asia Fund 2018 LP	境外养老基金	100.00%	1.84%
	合计	100.00%	1.84%
Adams Street RSP II LP	境外养老基金	100.00%	0.37%
	合计	100.00%	0.37%
Adams Street 2017 Non-U.S. Fund LP	境外养老基金	56.02%	0.21%
	其他境外机构投资人	16.42%	0.06%
	境外慈善基金	14.14%	0.05%
	境外主权基金	7.53%	0.03%
	境外家族办公室	5.83%	0.02%
	境外捐赠基金	0.06%	0.00%
	合计	100.00%	0.37%
Adams Street 2018 Non-U.S. Fund LP	境外养老基金	57.32%	0.19%
	其他境外机构投资人	16.70%	0.06%
	境外家族办公室	11.65%	0.04%
	境外主权基金	8.49%	0.03%
	境外捐赠基金	3.59%	0.01%
	境外慈善基金	2.25%	0.01%
	合计	100.00%	0.34%
Adams Street 2019 Non-U.S. Fund LP	境外养老基金	54.79%	0.15%
	其他境外机构投资人	24.47%	0.07%
	境外家族办公室	16.15%	0.04%
	境外慈善基金	2.15%	0.01%
	境外捐赠基金	1.82%	0.01%
	境外上市公司	0.62%	0.00%
	合计	100.00%	0.28%

ASP 的直接股东	出资人类型	持股比例	间接持有发行人股份的比例
Adams Street Co-Investment Fund IV A LP	境外养老基金	75.02%	0.77%
	境外慈善基金	15.13%	0.16%
	境外家族办公室	7.56%	0.08%
	其他境外机构投资人	2.29%	0.02%
	合计	100.00%	1.03%
Adams Street Co-Investment Fund IV B LP	境外养老基金	47.06%	0.60%
	其他境外机构投资人	38.66%	0.49%
	境外家族办公室	7.32%	0.09%
	境外捐赠基金	6.96%	0.09%
	合计	100.00%	1.28%

结合 ASP 提供的股权穿透表、未穿透出资人的背景、出资人类型持股比例以及相关说明承诺，保荐人及发行人律师通过百度、必应、万得、境外交易所官网等网站检索核查未穿透股东是否存在境内主体，未发现相关情形；保荐人及发行人律师通过百度、必应、领英等网站检索核查 ASP 的上层出资人是否存在离开证监会系统未满十年的工作人员，未发现相关情形。

ASP 已就其直接或间接出资人的股东资格、与相关方的关联关系、直接或间接出资人不存在境内主体及逐层穿透后的自然人股东不存在离开证监会系统未满十年的工作人员等事项出具《关于股东信息披露的专项承诺》。

2019 年 12 月，ASP 因看好发行人未来发展，根据发行人经营情况以及与全民爱迪特协商谈判后，按照发行人投前估值 10 亿元，即 20.13 元/股，受让全民爱迪特所持有的发行人股权。ASP 的入股价格与同期入股的其他股东价格一致，系基于正常商业谈判及商业安排，入股价格不存在明显异常，不存在不当利益输送，不涉及违法违规“造富”的情形。

综上所述，鉴于 ASP 入股发行人价格不存在异常且其直接或间接出资人中均不存在境内主体，根据《理解与适用》，ASP 的 5 名直接股东可视为“最终持有人”；保荐人及发行人律师已按照《监管指引》将 ASP 穿透至最终持有人；其逐层穿透后的自然人出资人不属于离开证监会系统未满十年的工作人员。

4、SCHP

SCHP 是一家注册在开曼群岛的股份有限公司。SCHP 的唯一股东为 SCHP Master Fund, 系红杉中国医疗公开市场基金; SCHP Master Fund 的管理人为 SCHP Management Limited, 系一家持有香港证券及期货事务监察委员会颁发的第 9 类受规管活动（提供资产管理）牌照的香港公司。截至本回复出具日, SCHP 持有发行人 1.17% 股份。

结合 SCHP 提供的股权穿透表、出资人的背景、出资人类型以及相关说明承诺, 保荐人及发行人律师通过百度、必应、领英等网站检索核查 SCHP 的上层出资人是否存在离开证监会系统未满十年的工作人员, 未发现相关情形。

SCHP 已出具承诺, 其逐层穿透后的自然人股东不存在离开证监会系统未满十年的工作人员。

2021 年 8 月, SCHP 因看好发行人未来发展, 通过受让天津文迪所持有的发行人股权入股。因发行人创始股东李斌因个人资金需求转让其通过天津文迪所持发行人部分股权, SCHP、海南华益经与李斌协商确定, 以同期增资价格的九三折, 即 54.05 元/股受让该部分股权。SCHP 本次入股系基于正常商业谈判及商业安排, 入股价格不存在明显异常, 不存在不当利益输送, 不涉及违法违规“造富”的情形。

综上所述, 保荐人及发行人律师已按照《监管指引》《关于进一步规范股东穿透核查的通知》将 SCHP 上层股东穿透至最终持有人; 其逐层穿透后的自然人出资人不属于离开证监会系统未满十年的工作人员。

七、请发行人、保荐人、发行人律师:

（一）认真落实《监管规则适用指引——发行类第 2 号》要求, 完善专项核查报告, 核查报告应明确核查方式, 并对核查问题出具明确的肯定性结论意见;

保荐人及发行人律师已依据《监管指引》《第 2 号指引》《理解与适用》《关于进一步规范股东穿透核查的通知》的相关要求对发行人股东进行核查并穿透至最终持有人, 对出具的《关于公司股东信息披露的专项核查意见》进行必要修改, 并已就相关事项发表明确意见。具体情况详见保荐人、发行人律师出具的《关于公司股东信息披露的专项核查意见》。

（二）及时修正申报系统中关于“未穿透股东信息”的填报情况。

保荐人已修正申报系统中关于“未穿透股东信息”的填报情况。

八、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和发行人律师履行的核查程序包括：

- 1、获取并查阅发行人股东填写/出具的股东调查问卷、承诺函、说明函等；
- 2、获取并查阅发行人股东工商登记资料、公司章程/合伙协议、股权穿透表等主体信息资料；
- 3、获取并查阅境外律师就境外股东 HAL、Adveq、ASP、SCHP 出具的法律意见书；
- 4、通过检索网络公开平台公示的企业信息，对机构股东股权穿透情况进行确认及复核；
- 5、在中国证券投资基金业协会网站查询机构股东的管理人登记、基金备案情况，查阅公司股东的私募股权投资基金的备案证明；
- 6、获取并查阅发行人提供的上市申请前 12 个月内历次股权增资或股权转让协议、出资凭证、税款缴纳凭证等文件；
- 7、获取发行人关于股东情况作出的专项承诺；
- 8、获取并查阅外资股东股权变动相关的股权转让协议、付款凭证、税款缴纳凭证等文件；
- 9、查阅外商投资、外汇管理、税收管理等方面的监管要求；
- 10、获取并查阅发行人外资股东股权变动所履行的相关的外商投资、外汇管理、税收缴纳程序的相关证明文件；
- 11、获取并查阅发行人关于外资股东股权变动不存在程序违法或程序瑕疵、不存在纠纷争议的说明；
- 12、获取并查阅 SCHP 关于成立后不久入股发行人的原因、股东情况的说明；

13、访谈发行人董事会秘书，了解上市申请前 12 个月内历次股权增资或股权转让的背景、价格及合理性；发行人以可转债方式进行融资的背景、原因，了解转股时间、转股过程、转股价格的确定方式；

14、获取并查阅发行人可转债融资相应的《投资协议》、投资款支付凭证等资料；

15、获取并查阅发行人可转债融资相关的董事会、股东大会会议文件；

16、核查发行人可转债转股的税款缴纳凭证；

17、获取金石基金根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 3 和股份锁定相关规定修改后的股份锁定期承诺。

18、查阅境外股东的公司章程、注册登记资料等主体信息文件；

19、查阅境外股东填写/出具的股东调查问卷/股东穿透核查说明；

20、查阅境外股东就其关于股东信息披露事项、出资人中不存在中国境内主体和中国证监会系统离职人员等事项出具的承诺、说明及确认文件

21、通过百度、必应、万得、境外交易所官网等网站检索核查未穿透的境外股东是否属于境外上市公司；

22、查阅境外股东出具的出资结构穿透表，部分间接出资人的股东名册、出资结构表、身份证明文件、背景说明文件，并登录境外相关网站查询部分出资人的公司登记情况等信息；

23、通过百度、必应、万得、境外交易所官网等网站检索核查未穿透的境外股东是否属于境外上市公司、是否存在境内主体、上层自然人出资人是否属于离开证监会系统未满十年的工作人员等。

（二）核查意见

经核查，保荐人和发行人律师认为：

1、发行人上市申请前 12 个月内新增股东系因看好发行人所处行业及发展前景而选择投资发行人或是发行人自身为实施员工股权激励而设立的员工持股平台，该等股东的资金来源均为自有资金，定价依据系依据公司估值确定或系参考

公司估值并经协商确定，该等价格均具备公允性；

2、发行人上市申请前 12 个月内新增 13 名股东具备法律法规规定的股东资格；

3、发行人上市申请前 12 个月内新增股东入股发行人均为各方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷；

4、除已披露情形外，发行人上市申请前 12 个月内新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益安排；

5、发行人外资股东股权变动符合外商投资、外汇管理、税收管理等方面的监管要求，变动事宜已办理境内商务、外汇、工商登记/备案手续，并已缴纳相应的境内税费，不存在因外资股东股权变动违反境内外商投资、外汇管理、税收管理等法律法规而被商务、外管、税务、工商等主管部门处罚的情形，亦不存在纠纷争议的情形；

6、SCHP 并非为投资发行人而专门设立的投资主体，其成立后因看好发行人未来发展而入股。

7、2021 年 4 月至 8 月，发行人进行了数次融资，除发行人股权激励的持股平台外，入股股东均为财务投资者，入股价格均为结合市场环境、行业估值、企业经营状况等因素，并通过市场化协商确定，入股价格具有合理性。同一时期或不同时期入股的股东价格不同均有合理的背景原因，入股价格不存在异常。

8、发行人可转债产品存续期间实际发生的利息支出情况、转股时间、转股过程、转股价格的确定方式等符合约定，且履行了必要的审议程序；

9、金石基金已根据首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 3 和股份锁定相关规定，对股份锁定期承诺进行修改。

10、保荐人及发行人律师已根据《监管指引》《第 2 号指引》《理解与适用》《关于进一步规范股东穿透核查的通知》的相关规定对发行人股东进行核查并穿透至最终持有人；逐层穿透后的自然人股东不属于《第 2 号指引》规定的证监会系统离职人员。

11、针对发行人境外股东核查事项，保荐人及发行人律师进行了包括但不限于以下核查工作：（1）查阅境外股东其注册登记资料；（2）查阅境外股东填写的调查问卷；（3）查阅境外股东聘请境外律师就其合法有效存续情况、出资人情况等事项出具的法律意见书；（4）查阅境外股东出具的出资结构穿透表，部分间接出资人的股东名册、出资结构表、身份证明文件、背景说明文件，并登录境外相关网站查询部分出资人的公司登记情况等信息；（5）取得境外股东就其关于股东信息披露事项、出资人中不存在中国境内主体和中国证监会系统离职人员等事项的承诺、说明及确认文件；（6）通过百度、必应、万得、境外交易所官网等网站检索核查未穿透的外资股东是否属于境外上市公司、是否存在境内主体、上层自然人出资人是否属于离开证监会系统未满十年的工作人员等。

6.关于其他合规问题

申报材料显示：

（1）发行人及境内子公司报告期内存在部分员工未缴纳社会保险、住房公积金的情形，主要系新入职员工或试用期未满暂未办理缴存手续、退休返聘无需缴纳、自愿放弃、已在异地参保新农合或新农保、子公司设立初期未开户等原因。

（2）报告期内，发行人部分经营场所系通过租赁方式取得，发行人及其子公司的租赁的房屋中存在产权证书不齐全的权属瑕疵问题及未办理租赁备案的情形。

（3）财务总监孔祥乾曾担任达飞集团（含筹划阶段）的财务总监职务，分管达飞云贷财务工作并担任达飞云贷监事，并在秦皇岛市融泰非融资性担保有限公司任职。秦皇岛市融泰非融资性担保有限公司被列入失信被执行人。2020年3月23日，达飞云贷于因涉嫌非法吸收公众存款而被立案调查。

请发行人：

（1）根据《首发业务若干问题解答（2020年6月）》问题21的规定在招股说明书中披露应缴未缴的具体情况及其形成原因，说明如补缴对发行人的持续经营可能造成的影响，揭示相关风险，并披露应对方案；

（2）逐条对照《首发业务若干问题解答（2020年6月）》关于土地使用权等相关规定，说明未取得房屋产权证书的租赁土地和房产占发行人全部土地或房

产面积的比例，发行人使用上述瑕疵土地或房产产生的收入、毛利、利润情况，对发行人生产经营是否构成重大不利影响，是否存在行政处罚风险，是否构成重大违法行为，并做重大风险提示；租赁房产未办理房屋租赁备案手续的原因及风险、解决措施；

（3）结合发行人财务总监孔祥乾在达飞集团及相关公司达飞云贷等任职情况，说明达飞云贷被立案调查的具体原因及进展情况，是否涉及孔祥乾的违法违规行为，是否符合《公司法》第一百四十六条、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十三条和发行人《公司章程》有关任职资格等规定，补充揭示相关风险。

请保荐人及发行人律师对上述事项发表明确意见。

回复：

一、根据《首发业务若干问题解答（2020年6月）》问题21的规定在招股说明书中披露应缴未缴的具体情况及其形成原因，说明如补缴对发行人的持续经营可能造成的影响，揭示相关风险，并披露应对方案

（一）补充披露发行人社会保险及住房公积金缴纳情况

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况/十六、公司员工及社会保障情况/（二）员工社会保障及福利情况”中对发行人社会保险及住房公积金缴纳情况进行了补充披露，披露情况如下：

“1、公司报告期内社会保险缴纳情况及未缴纳原因

报告期内，公司缴纳社会保险的具体情况如下：

单位：人

期间	期末员工人数	实缴人数	未缴人数
2022年6月末	645	616	29
2021年末	623	612	11
2020年末	569	554	15
2019年末	430	370	60

未缴纳社会保险的形成原因：

单位：人

未缴纳原因	2022. 06. 30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
新员工入职	25	3	-	-
原单位未停保	-	2	4	1
退休返聘	2	3	3	2
自愿放弃	2	2	1	2
试用期末转正	-	-	7	55
城乡医疗未停保	-	1	-	-

公司报告期内存在部分员工未缴纳社会保险的情况，主要原因为：①新员工入职尚未办理完毕缴纳手续，**2022年6月末公司新员工人数较多主要系公司招聘的应届毕业生集中于该期间入职所致**；②发行人为员工缴纳社会保险时，因上一用人单位未办理社会保险减员而导致未能缴纳；③退休返聘无需缴纳；④员工因个人原因自愿放弃缴纳；⑤试用期末转正员工未缴纳社会保险；⑥员工入职前缴纳城乡医疗保险，入职当月未办理完转移手续，已于次月正常缴纳。

2、公司报告期内住房公积金情况及未缴纳原因

报告期内，公司缴纳住房公积金的具体情况如下：

单位：人

期间	期末员工人数	实缴人数	未缴人数
2022年6月末	645	616	29
2021年末	623	616	7
2020年末	569	556	13
2019年末	430	358	72

未缴纳住房公积金的形成原因：

单位：人

未缴纳原因	2022. 06. 30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
新员工入职	25	3	-	-
原单位未停保	1	-	2	2
退休返聘	1	2	3	2
自愿放弃	2	2	2	1
试用期末转正	-	-	6	55
延期缴纳	-	-	-	12

公司报告期内存在部分员工未缴纳住房公积金的情况，主要原因为：①新员工入职尚未办理完毕缴纳手续，**2022年6月末公司新员工人数较多主要系公司招聘的应届毕业生集中于该期间入职所致**；②发行人为员工缴纳住房公积金时，因上一用人单位未办理住房公积金减员而导致未能缴纳；③退休返聘无需缴纳；④员工因个人原因自愿放弃缴纳；⑤试用期末转正员工未缴纳住房公积金；⑥发行人子公司纳极门诊由于未及时办理缴纳手续，导致公积金延期缴纳。

根据美国律师事务所Kleinfeldt Law, LLC于**2022年7月5日**为爱迪特美国出具的法律意见书及德国律师事务所Rechtsanwaltskanzlei Sonnenberg于**2022年7月15日**为爱迪特欧洲出具的法律意见书，报告期内，公司境外子公司爱迪特美国、爱迪特欧洲已根据当地劳工及就业相关的法规为员工提供了社会保障及相关福利。**根据韩国律师事务所Law Firm Moonho于2022年7月14日出具的法律意见书，截至2022年6月30日，爱迪特韩国尚未雇佣正式员工。**

根据公司及子公司所在地的社会保障和住房公积金主管部门出具的证明、以及发行人及其子公司所在地主管部门网站等公开披露信息，报告期内公司不存在因违反社会保险及住房公积金管理相关法律、法规而受到行政处罚的情形，亦不存在因劳动用工及社会保险、住房公积金缴存事项而与公司员工、其他用人单位等第三方产生劳动仲裁或诉讼纠纷。

3、补缴社会保险及住房公积金费用对发行人的影响

报告期内，除部分当月入职员工于次月缴纳社保公积金等合理原因外，公司就应缴纳社会保险、住房公积金而未缴纳的测算金额以及对公司净利润的影响如下：

单位：万元

时间	项目	测算补缴金额	净利润	合计测算补缴金额占当年净利润比例
2022年1-6月	社会保险	5.94	4,383.05	0.15%
	住房公积金	0.75		
2021年度	社会保险	15.40	5,545.84	0.32%
	住房公积金	2.22		
2020年度	社会保险	32.55	4,442.99	1.06%
	住房公积金	14.41		

时间	项目	测算补缴金额	净利润	合计测算补缴金额占当年净利润比例
2019 年度	社会保险	83.08	4,828.03	2.07%
	住房公积金	16.72		

注 1：测算补缴金额是以报告期内公司为员工实际缴纳的社保、公积金基数及缴纳比例为依据，将所涉员工应缴未缴的社保、公积金费用中公司应承担的部分累加所得。

注 2：因新冠疫情影响，公司享受基本养老保险、失业保险、工伤保险单位缴费部分减免政策，减免期限为 2020 年 2 月至 12 月；医疗保险单位缴费部分减半政策，减半期限为 2020 年 2 月至 7 月；上述测算过程中，已考虑报告期内当地社保及公积金的相关减免政策。

报告期各期公司应缴未缴社会保险、住房公积金测算金额占当期净利润比例较低，不会对公司经营业绩不造成重大不利影响亦不会对本次发行并上市构成重大不利影响。

4、应对措施

报告期内，公司存在部分应缴未缴社会保险和住房公积金的情况，发行人实际控制人李洪文已出具承诺：‘如公司及子公司被有关劳动社会保障部门/住房公积金管理部门要求为员工补缴在公司本次发行上市前欠缴的社会保险费/住房公积金，或者公司及子公司因此受到有关主管部门处罚，本人将承担公司及子公司因此承担的相关费用及因此遭受的全部经济损失，保证公司及子公司不会因此遭受经济损失。’

为进一步规范公司社会保险及住房公积金缴纳情况，公司已采取以下措施：1、及时为新入职员工办理社会保险及住房公积金增员手续；2、对于未转正的试用期员工均按照相关规定为其足额缴纳社会保险及住房公积金；3、加强对员工社会保险、住房公积金相关法律法规的宣传教育，鼓励员工配合公司为其缴纳社会保险费；4、持续提高公司社会保险及住房公积金的缴纳比例；5、由实际控制人承担发行人社会保险及住房公积金缴纳违规行为的经济损失。”

（二）补充披露相关风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素/五、法律风险/（三）未全员缴纳社保、公积金的风险”中补充披露了相关风险：

“报告期内，公司存在未为部分员工缴纳社保、公积金的情形。公司已积极采取措施不断完善人事用工制度，不断加大对社会保险、住房公积金相关政策的宣传力度，提高社会保险、住房公积金缴纳比例。截至报告期末，除2名员工自

愿放弃由公司缴纳社会保险及住房公积金外，公司已按照规定为符合缴纳条件的员工缴纳了社会保险及住房公积金。虽然公司未曾因上述事项受到相关主管部门处罚，且实际控制人已出具承担追缴责任承诺，但是公司仍然存在未来被相关主管部门进行追缴或处罚的风险。”

二、逐条对照《首发业务若干问题解答（2020年6月）》关于土地使用权等相关规定，说明未取得房屋产权证书的租赁土地和房产占发行人全部土地或房产面积的比例，发行人使用上述瑕疵土地或房产产生的收入、毛利、利润情况，对发行人生产经营是否构成重大不利影响，是否存在行政处罚风险，是否构成重大违法行为，并做重大风险提示；租赁房产未办理房屋租赁备案手续的原因及风险、解决措施；

（一）发行人拥有的土地使用权及自有房产情况

截至本回复出具日，发行人自有土地使用权及自有房产均已取得土地使用权证及不动产权证，且实际用途符合规划用途，不存在瑕疵和违法风险。

（二）未取得房屋产权证书的租赁土地和房产占发行人全部土地或房产面积的比例

截至本回复出具日，发行人不存在租赁土地的情形；发行人未取得房屋产权证书的租赁房产情况如下：

序号	出租方	承租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期	未取得房屋 产权证书的 原因
1	佳美物业服务 有限公司	爱迪特、 科锐极	秦皇岛市经济 开发区102国道 北侧锦绣佳成3 号楼	员工 宿舍	50.00/37 间	2019.04.01- 2022.09.30	公共租赁 用房
2	秦皇岛云 谷物业管理 有限公司	爱迪特	秦皇岛市经济 技术开发区祖 山路2号4#厂 房	仓库	3,061.70	2021.01.01- 2022.12.31	办理过程中
4	陶雅男	爱迪特	秦皇岛市经济 开发区珠江道 41号铂悦山 14-1-1002	员工 宿舍	90.93	2021.10.01- 2022.09.30	回迁房，暂 时无法办理
5	田冬	爱迪特	秦皇岛市天成 佳境11-1-1803	员工 宿舍	60.00	2021.11.17- 2022.11.16	回迁房，暂 时无法办理
6	米胜民	爱迪特	秦皇岛市海港 区秦皇半岛四 区项目5号楼	员工 宿舍	84.31	2021.12.18- 2022.12.17	回迁房，暂 时无法办理

序号	出租方	承租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期	未取得房屋 产权证书的 原因
			1902				
7	深圳市奥 视特科技 有限公司	极植科技	深圳市宝安区 福海街道和平 社区永和路 45 号金丰智汇谷 A 栋厂房 301	厂房	978.90	2022.09.20-2 025.07.07	历史遗留问 题无法办理

发行人使用未取得房产证的房产面积占发行人全部房产面积的比例情况如下：

项目	面积 (m²)	占全部房产比例
未取得房产证房产面积	6,125.84	14.79%
全部房产面积合计	41,410.32	100.00%

（三）发行人使用上述瑕疵土地或房产产生的收入、毛利、利润情况，对发行人生产经营是否构成重大不利影响，是否存在行政处罚风险，是否构成重大违法行为，并做重大风险提示

1、发行人使用上述瑕疵土地或房产产生的收入、毛利、利润情况，对发行人生产经营是否构成重大不利影响

发行人未取得房屋产权证书的 7 处瑕疵租赁房产中，其中 5 处为发行人为外地员工或单身员工等租赁的员工宿舍；1 处为发行人存放口腔修复材料和数字化设备相关产品的仓库；1 处为发行人新成立的子公司极植科技租赁的经营场所。发行人租赁的员工宿舍及仓库，未用于发行人重要生产环节，该等房产对发行人收入、毛利、利润不直接产生影响；发行人控股子公司极植科技于 2022 年 9 月 19 日刚成立，尚未实际展开经营，该等房产尚未对发行人收入、毛利、利润产生影响。

发行人租赁的员工宿舍可替代性较强，类似周边房屋房源充足、可替代性强，一旦因潜在租赁瑕疵导致无法继续使用而必须搬迁时，发行人能够及时找到其他租赁房屋，且员工可自行搬迁，无需搬迁费用；发行人租赁的仓库所存放的产品对仓储环境无特殊要求，该仓库可替代性较强，一旦因潜在租赁瑕疵导致无法继续使用而必须搬迁时，发行人能够及时找到其他仓库，即使产生搬迁费用，该仓库产权人秦皇岛波盾电子有限公司已承诺将承担全部赔偿责任；发行人控股子公

司极植科技目前尚未实际展开经营，一旦因潜在租赁瑕疵导致无法继续使用而必须搬迁时，公司能够及时找到可替代性房屋进行搬迁，新租厂房难度较小，即使产生搬迁费用及损失，该房产出租人已承诺深圳市奥视特科技有限公司承诺将承担全部赔偿责任。因此，前述情形不会发行人的生产经营造成重大不利影响。

2、发行人使用上述瑕疵土地或房产是否存在行政处罚风险，是否构成重大违法行为

对于未取得房屋产权证书的租赁房产，《土地管理法》及其实施条例、《城市房地产管理法》《商品房屋租赁管理办法》《消防法》等相关法律法规均未规定承租未取得房屋产权证书的房屋属于重大违法行为或需承担行政法律责任的情形。发行人或其子公司仅为承租方，并非该等地上建筑物的建设单位不存在因租赁房产未取得产权证书而受到行政处罚的风险，亦不构成重大违法行为。

根据秦皇岛市住房和城乡建设局开具的《证明》，报告期内，未发现发行人有违反住房管理方面的法律、法规、政策的行为和记录，也不存在因违反住房管理方面的法律、法规、政策而受到处罚的情形。

经查询中国裁判文书网、中国法院网等公示信息，截至本回复出具日，发行人不存在房屋租赁合同纠纷，租赁房屋亦不存在产权纠纷。

综上所述，发行人与出租方签订的租赁合同合法、有效，虽然部分租赁房屋未取得房屋产权证书，但该等租赁房屋实际使用用途为员工宿舍、仓库及尚未展开经营的子公司厂房，且面积占比不存在重大异常，不会对发行人的生产、经营产生重大不利影响；发行人作为承租方，非瑕疵租赁房产的建设单位，使用瑕疵房产不存在受到行政处罚的风险，不构成重大违法行为；发行人租赁未取得房屋产权证书的房产无法办理租赁备案手续存在被主管部门处罚的风险，但是该等处罚行为是在当事人逾期不改正情况下方才进行，金额较小，不构成重大违法违规。

3、重大风险提示

发行人已在招股说明书“重大事项提示/一、特别风险提示/（八）房屋租赁瑕疵的风险”及“第四节 风险因素/三、经营风险（三）房产租赁瑕疵的风险”中补披露相关风险：

“报告期内，公司部分经营场所系通过租赁方式取得，公司及子公司的租赁的房产中存在产权证书不齐全的权属瑕疵问题及未办理租赁备案、实际用途与规定用途不符等情形。截至本招股说明书签署日，公司与出租方租赁关系稳定，公司未发生过因租赁房产而对公司经营造成不利影响的情形。但在未来的业务经营中，公司若因未办理租赁备案登记而被主管部门处以罚款，或因前述租赁瑕疵而导致租赁房产非正常终止、无法续约或搬迁而产生额外的费用支出，可能产生对公司的日常经营造成不利影响的风险。”

（四）租赁房产未办理房屋租赁备案手续的原因及风险、解决措施

截至本回复出具日，除因未取得房屋产权证书无法办理房屋租赁备案手续的租赁房产，发行人其他未办理房屋租赁备案手续的租赁房产情况如下：

序号	出租方	承租方	坐落	用途	面积 (m²)	租赁期	房屋产权证书编号
1	陈景安、刘娴	爱迪特	西安市经济技术开发区未央路以西凤科五路南侧1幢3单元31402、31403室	办公	172.54	2020.11.21-2022.11.20	西安市房权证经济技术开发区字第1100116010-11-1-31403-1；1100116010-11-1-31402-1
2	邓隆基	纳极门诊	秦皇岛市海港区文化路283号	办公	509.71	2017.05.05-2027.05.04	秦私房字第30060632号
3	秦皇岛开发区泰盛孵化器有限责任公司	爱迪特	秦皇岛经济技术开发区天池路56号中泰兴龙康复辅具产业园3号厂房第3-5层	厂房	6,966.60	2021.01.01至长期	冀（2021）秦开不动产权第0005578号
4	邸国新	爱迪特	秦皇岛市海港区秦皇半岛三区29-1-2903	居住	88.54	2022.04.20-2023.04.19	冀（2022）秦皇岛市不动产权第0128838号
5	王桂云	爱迪特	秦皇岛市开发区西区明日星城二区5-2-1703	员工宿舍	75.79	2022.08.11-2023.08.10	冀（2017）秦开不动产权第0006589号

1、上述第1项租赁房产为发行人与自然人陈景安、刘娴租赁的办公室，其权属证书载明房屋规划用途为住宅，房屋实际使用用途为办公，存在使用用途与规划用途不符无法办理备案的情形。对此，出租人陈景安于2020年11月21日

出具说明函，承诺：若因租赁物业法律属性与实际租赁用途不符等原因导致发行人签署的租赁合同无效或造成无法继续使用该等物业的，其将及时通知发行人并协助发行人搬离，给发行人造成损失的，其将承担因房屋使用用途问题给发行人造成的全部损失的赔偿责任。

2、上述第 2 项租赁房产为发行人子公司纳极门诊与自然人邓隆基租赁的门诊经营场所，由于其长期居住于上海，现因疫情原因无法配合办理租赁备案，但已承诺若因其主观原因导致双方签订的房屋租赁合同无法继续实施时，将及时通知纳极门诊并承担赔偿责任。

3、上述第 3 项租赁房产为发行人与秦皇岛开发区泰盛孵化器有限责任公司租赁的玻璃陶瓷厂房。该园区为秦皇岛兴龙房地产集团有限公司负责实施建设，并由秦皇岛经济开发区管理委员会委托其下属企业秦皇岛开发区泰盛孵化器有限责任公司购买并用于秦皇岛经济技术开发区引进、承接康复辅助器具企业入驻的政策支持产业园。根据秦皇岛开发区泰盛孵化器有限责任公司的说明，目前该房产正在办理过户手续中，预计近期完成相关程序，后续将配合公司办理租赁备案手续。鉴于所述房产为政府部门支持开发的产业园区，预计无法办理租赁备案手续的风险较低，该瑕疵情形不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

4、上述第 4 项租赁房产为发行人与自然人邸国新租赁的员工宿舍，由于其长期居住于北京，现因疫情原因无法配合发行人办理租赁备案，但已承诺若因租赁房产未办理租赁备案导致发行人签署的租赁合同无效或造成无法继续使用该等物业的，其将及时通知发行人并协助发行人搬离，给发行人造成损失的，其将承担因房屋使用用途问题给发行人造成的全部损失的赔偿责任。

5、上述第 5 项租赁房产为发行人与自然人王桂云租赁的员工宿舍，由于其长期居住于大庆，现因疫情原因无法配合发行人办理租赁备案，但已承诺若因租赁房产未办理租赁备案导致发行人签署的租赁合同无效或造成无法继续使用该等物业的，其将及时通知发行人并协助发行人搬离，给发行人造成损失的，其将承担因房屋使用用途问题给发行人造成的全部损失的赔偿责任。

虽然当前发行人所租赁的房产部分未办理租赁备案手续，但办理租赁备案不是租赁合同的生效要件，该等租赁合同仍合法、有效，不存在重大违约风险；部

分租赁房屋未办理租赁备案手续存在被主管部门处罚的风险，但处罚行为是在当事人逾期不改正情况下方才进行，金额也较小，不构成重大违法违规。

经查询租赁房屋所在地房管局网站、中国执行信息公开网等，截至本回复出具日，发行人不存在因部分房屋未办理租赁备案手续而遭受行政处罚的情形。

发行人实际控制人李洪文针对上述租赁房产瑕疵已出具承诺：

“如公司及子公司因租赁的物业、仓库不符合相关的法律法规，而被有关政府主管部门处以任何形式的处罚或承担任何形式的法律责任或承担任何费用，或因公司及子公司未办理房屋租赁登记备案而遭受任何损失，或者因其他任何租赁物业、仓库瑕疵而导致公司及子公司无法继续承租该等物业、仓库或承受任何损失且未获得出租方足额补偿的，本人愿意连带承担公司及子公司应受处罚或承担法律责任或支付该等费用而导致、遭受、承担的相关损失、损害、索赔、开支，并使公司及子公司和公司未来上市后的公众股东免受损害。”

此外，为了降低未能办理租赁备案导致的合规风险，发行人一方面在公司内部进行了相应的宣传教育，另一方面亦采取积极手段加强与出租方的沟通，要求出租方配合办理租赁备案手续。

三、结合发行人财务总监孔祥乾在达飞集团及相关公司达飞云贷等任职情况，说明达飞云贷被立案调查的具体原因及进展情况，是否涉及孔祥乾的违法违规行，是否符合《公司法》第一百四十六条、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十三条和发行人《公司章程》有关任职资格等规定，补充揭示相关风险。请保荐人及发行人律师对上述事项发表明确意见。

（一）发行人财务总监孔祥乾曾任职的公司情况介绍

根据发行人财务总监孔祥乾提供的调查问卷、劳动合同、社保缴纳记录并查询国家企业信用信息公示系统，其曾经在达飞集团及相关公司融泰担保、达飞云贷的任职情况如下：

公司名称	设立时间	任职时间	担任职务	主营业务
达飞集团	2014.10	2012.06-2014.12	财务总监	控股平台
秦皇岛市融泰非融资性担保有限公司（以下简称“融泰担保”）	2006.10	2012.06-2015.03	财务总监	诉讼保全担保、预付款担保、工程履约担保、尾

公司名称	设立时间	任职时间	担任职务	主营业务
				付款如约偿付担保
达飞云贷科技（北京）有限公司（以下简称“达飞云贷”）	2012.10	2013.01-2015.03	监事	网络借贷信息中介服务；网络贷款平台

根据孔祥乾的说明，达飞集团为深圳达飞科技控股有限公司筹建阶段的名称，其实际控制人为自然人高云红，系高云红用于控制其他业务公司的控股平台，孔祥乾在其 2012 年 6 月至 2014 年 12 月筹建阶段和设立初期发挥财务总监职能，负责财务管理相关工作。

2012 年 6 月至 2015 年 3 月期间，孔祥乾在达飞集团、达飞云贷的实际控制人高云红同一控制下的企业融泰担保任财务总监。

2012 年 10 月，高云红筹建达飞云贷，2013 年 1 月至 2015 年 3 月期间，孔祥乾参与了达飞云贷筹建工作并在其成立后任监事，此外未在达飞云贷担任实际职务。

根据孔祥乾的说明，截至 2015 年 3 月，孔祥乾已从达飞集团及相关公司离职，其中达飞云贷因工商变更滞后原因，公开信息显示其 2018 年 5 月才完成监事变更登记。

（二）达飞云贷被立案调查的具体原因及进展情况

1、达飞云贷的基本情况

根据公开信息检索，达飞云贷成立于 2012 年 10 月 30 日，注册资本 5 亿元，法定代表人为张术平，高云红任经理，曾用名为达飞普惠财富投资管理（北京）有限公司。截至本回复出具日，深圳达飞科技控股有限公司持有达飞云贷 85% 股权，北京达飞信融投资咨询中心（有限合伙）持有达飞云贷 12% 股权，谢伟持有达飞云贷 3% 股权，股权穿透后，高云红为达飞云贷实际控制人。

达飞云贷设立之初即从事网络贷款平台（P2P）业务，以提供网络借贷信息中介服务为主营业务，旗下设有网络借贷信息中介服务平台“达达乐投”，为借款人、出借人提供资金供求信息撮合服务。

2、达飞云贷被立案调查的具体原因及进展情况

经公开信息检索并向北京市公安局朝阳分局经侦支队、秦皇岛市公安局海港分局电话咨询，2020年3月5日，达飞云贷因涉嫌非法吸收公众存款被北京市公安局朝阳分局立案调查，目前该案件仍属于侦查阶段。

受限于案件仍在侦查阶段，且发行人非涉案主体，公安机关无法透露案件具体信息；孔祥乾于2015年即离开达飞云贷，仅参与了达飞云贷的筹建未实际参与日常经营管理，达飞云贷及相关企业的配合意愿较低，未能取得案件进展资料及对达飞云贷主管人员进行访谈。

经通过百度、搜狗等主要搜索引擎，对达飞云贷涉案信息进行检索，并登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法院公告网进一步查询，未检索到除公安机关已就达飞云贷公司涉嫌非法吸收公众存款开展了立案侦查之外的其他具体信息或进展。

（三）是否涉及孔祥乾的违法违规行为

根据《刑法》第31条规定“单位犯罪的，对单位判处罚金，并对直接负责的主管人员和其他直接责任人员判处刑罚”；根据《全国法院审理金融犯罪案件工作座谈会纪要》第二条规定，“直接负责的主管人员，是在单位实施的犯罪中起决定、批准、授意、纵容、指挥等作用的人员，一般是单位的主管负责人，包括法定代表人。其他直接责任人员，是在单位犯罪中具体实施犯罪并起较大作用的人员，既可以是单位经营管理人员，也可以是单位的职工，包括聘任、雇佣的人员责任。应当注意的是，在单位犯罪中，对于受单位领导指派或奉命而参与实施了一定犯罪行为的人员，一般不宜作为直接责任人员追究刑事责任。”

根据孔祥乾出具的说明，孔祥乾仅参与了达飞云贷的筹建以及设立后的起步阶段的系统搭建工作；除担任监事职务外，未实际在该公司担任职务，未参与达飞云贷的实际业务经营，更非直接负责的主管人员，因达飞云贷涉案被追究刑事责任的风险较低。

结合孔祥乾在达飞云贷的任职情况，保荐人及发行人律师通过公开信息检索了类似案件的判罚案情况，在单位涉及非法吸收公众存款犯罪行为时，若监事人员不在公司担任其他职务，不实际参与公司业务经营与管理，则通常不被认定为

犯罪，具体情况如下：

案件名称	案号	相关人员	任职公司	主要行为	定罪量刑情况	说明
非法吸收公众存款案	(2021)川 0422 刑初 120 号	监事 (骆某)	盐边县金麟投资管理有限公司	骆某担任公司监事，股东，从案涉公司收取手续费以及个人分红。裁判文书并未提及其涉及生产经营管理及犯罪行为。	检察院酌定不起诉	未参与实际经营管理及犯罪行为，故未被定罪量刑。
马某、包某等非法吸收公众存款案	(2021)湘 02 刑终 293 号	监事 (严某)	湖南润和康复养老中心开发有限公司	严某任监事，认缴出资 240 万元，占股 24%。其中被告人三人负责公司经营管理，严某不参与公司经营管理。	未被公诉与定罪量刑	未参与实际经营管理及犯罪行为，故未被定罪量刑。
非法吸收公众存款案	(2020)皖 04 刑终 284 号	监事 (张某)	凤台县中亿佰联投资管理有限公司	担任挂名股东以及监事，不参与公司经营与管理，对中亿佰联公司具体的经营内容毫不知情。	未被公诉与定罪量刑	未参与实际经营管理及犯罪行为，故未被定罪量刑。
非法吸收公众存款案	(2019)赣 0281 刑初 144 号	监事 (彭某)	金色通道贸易有限公司	彭某系被告人妻子的姐姐，但没有参与公司经营管理且没有任何股份。	未被公诉与定罪量刑	未参与实际经营管理及犯罪行为，故未被定罪量刑。

根据孔祥乾的说明，自入职发行人以来，孔祥乾一直正常工作，从未收到司法机关要求协助调查或传唤的通知，亦从未被公安机关或检察机关立案侦查、采取强制措施、限制人身自由等。

根据河北省秦皇岛市公安局海港区分局海滨路派出所出具的《无犯罪记录证明》，并经保荐人、发行人律师登陆中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法院公告网等网站，查询达飞云贷、孔祥乾涉诉及执行情况、检索信用中国“涉金融领域非法集资名单”及“涉金融领域其他严重违法名单”，在 2013 年 1 月 1 日至 2022 年 7 月 18 日期间，未发现孔祥乾有犯罪记录。

综上所述，孔祥乾并非达飞云贷的直接负责的主管人员和其他直接责任人，亦未参与达飞云贷的涉嫌犯罪行为，其被追究刑事责任的风险较低，该等风险不

会对孔祥乾的任职资格产生实质影响。

（四）孔祥乾是否符合《公司法》第一百四十六条、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十三条和发行人《公司章程》有关任职资格等规定

孔祥乾报告期内不存在犯罪记录，亦不存在被司法机关立案调查或采取强制措施的情形，不存在《公司法》第一百四十六条、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十三条、或《公司章程》中不得担任公司高级管理人员的情形，不存在被中国证监会确定为市场禁入者且尚在禁入期的情形，也不存在被证券交易所公开认定不适合担任上市公司高级管理人员的情形，未受过中国证监会、证券交易所及其他有关部门处罚和惩戒，不属于最高人民法院公布的失信被执行人，具备相关法律、法规文件及《公司章程》规定的任职资格。

综上所述，发行人财务总监孔祥乾曾任职的达飞云贷公司存在违规经营风险，但该等风险不会对孔祥乾的任职资格产生实质影响，亦不会对发行人产生重大不利影响。

（五）补充披露相关风险

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况/九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简要情况/（三）高级管理人员”中补充披露了相关风险：

“2013年1月至2015年3月期间，孔祥乾曾于达飞集团的相关公司达飞云贷担任监事。2020年3月5日，达飞云贷因涉嫌非法吸收公众存款被北京市公安局朝阳分局立案调查，目前案件尚在调查阶段中。

孔祥乾于达飞云贷任职期间不属于该公司直接负责的主管人员和其他直接责任人，未参与达飞云贷涉嫌非法吸收公众存款犯罪行为的具体实施；亦未收到司法机关要求协助调查或传唤的通知，未被公安机关或检察机关立案侦查、采取强制措施、限制人身自由等。根据河北省秦皇岛市公安局海港区分局海滨路派出所出具的《无犯罪记录证明》，在2013年1月1日至2022年7月18日期间，未发现孔祥乾有犯罪记录。

综上所述，孔祥乾不存在《公司法》第一百四十六条、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十三条、或《公司章程》中不得担任公司高级

管理人员的情形，不存在被中国证监会确定为市场禁入者且尚在禁入期的情形，也不存在被证券交易所公开认定不适合担任上市公司高级管理人员的情形，未受过中国证监会、证券交易所及其他有关部门处罚和惩戒，不属于最高人民法院公布的失信被执行人，具备相关法律、法规文件及《公司章程》规定的任职资格。

发行人财务总监孔祥乾曾任职的达飞云贷公司存在违规经营风险，但该等风险不会对孔祥乾的任职资格产生实质影响，亦不会对公司产生重大不利影响。”

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和发行人律师履行的核查程序包括：

1、查阅发行人报告期内员工花名册、工资明细表、缴纳社会保险和住房公积金的相关财务凭证、缴纳明细、社保公积金系统缴纳记录等资料；

2、查阅统计发行人报告期内每月应缴未缴的社保、公积金情况；

3、访谈发行人人力资源总监，了解发行人应缴未缴社会保险、住房公积金的原因，发行人社会保障制度的执行情况；

4、查阅人力资源社会保障部、财政部、国家税务总局《关于阶段性减免企业社会保险费的通知》（人社部发〔2020〕11号）；国家医疗保障局、财政部、国家税务总局《关于阶段性减征职工基本医疗保险费的指导意见》（医保发〔2020〕6号）；河北省人力资源和社会保障厅、河北省财政厅、国家税务总局河北省税务局《关于延长阶段性减免企业社会保险费政策实施期限等问题的通知》（冀人社发〔2020〕17号）等相关社会保险减免政策；

5、查阅发行人报告期各期末退休返聘人员的退休返聘协议、新入职员工的劳动合同等；

6、获取相关员工放弃缴纳社保、住房公积金的相关声明与承诺；

7、查阅发行人实际控制人李洪文出具的关于全额补偿因未足额缴纳社保、公积金的支出或损失的承诺函；

8、查阅社会保险、住房公积金、人力资源和社会保障局等相关行政主管部门出具的合法合规证明文件；

- 9、查阅发行人报告期内各月在职员工工资明细、工资支付凭证；
- 10、查询秦皇岛当地社保、住房公积金等政府部门网站及全国企业信用信息公示系统、信用中国等网站；
- 11、查阅美国 Kleinfeldt Law, LLC 律师事务所、德国 Rechtsanwaltskanzlei Sonnenberg 律师事务所及**韩国律师事务所 Law Firm Moonho** 为发行人境外子公司爱迪特美国、爱迪特欧洲、**爱迪特韩国**出具的境外法律意见书；
- 12、查阅发行人及其子公司名下房产、土地使用权对应的房屋产权证、国有土地使用权证、不动产权证；
- 13、取得秦皇岛市住房和城乡建设局、秦皇岛市自然资源和规划局经济技术开发区分局出具的合法合规证明；
- 14、获取发行人租赁情况的说明，核查发行人所有房产租赁情况及相关文件资料，包括房屋租赁合同、授权委托书、房产证等房产权属证明文件、租赁备案登记证明等文件，核对房产租赁信息统计表并进行统计分析；
- 15、就发行人租赁物业存在的权属瑕疵及针对瑕疵事项所采取的措施、租赁物业的续租安排等事项对发行人相关负责人进行访谈确认；
- 16、取得发行人实际控制人出具的关于租赁房产瑕疵导致的赔偿责任的兜底承诺；
- 17、取得发行人租赁房产的出租人佳美物业服务有限公司、深圳市粤天盛实业有限公司、陈景安、秦皇岛云谷物业管理有限公司、邓隆基、秦皇岛开发区泰盛孵化器有限责任公司、**深圳市奥视特科技有限公司、邝国新、王桂云**关于租赁房产出具的相关说明或赔偿责任的兜底承诺；
- 18、获取并查阅孔祥乾填写的调查问卷；
- 19、获取并查阅孔祥乾与发行人签署的劳动合同；
- 20、获取并查阅孔祥乾的社保缴纳记录；
- 21、登陆国家企业信用信息公示系统、达飞云贷官方网站，查询达飞云贷等相关主体的信息；

22、登陆中国裁判文书网、中国执行信息公开网、人民法院公告网等网站，查询达飞云贷、孔祥乾涉诉及执行情况；

23、电话咨询北京市公安局朝阳分局经侦支队、秦皇岛市公安局海港分局，了解达飞云贷被立案调查的具体原因及进展情况；

24、通过百度、搜狗等主要搜索引擎，对达飞云贷涉案信息进行检索；

25、访谈孔祥乾并取得其出具的相关说明文件；

26、获取并查询河北省秦皇岛市公安局海港区分局海滨路派出所出具的孔祥乾《无犯罪记录证明》。

（二）核查意见

经核查，保荐人和发行人律师认为：

1、报告期内，发行人及其子公司存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情况，因此存在可能需要补缴的风险。根据对补缴金额的相关测算，发行人各期需补缴的社会保险及住房公积金占当期净利润的比例分别为 2.07%、1.06%、0.32%及 0.15%，占比较低，对发行人经营业绩不构成重大不利影响；

2、报告期内，发行人及子公司不存在因社会保险、住房公积金相关事项而受到行政处罚的情形，但存在可能因未缴纳部分员工社会保险、住房公积金受到行政处罚的风险。发行人已在招股说明书“第四节 风险因素/五、法律风险/（三）未全员缴纳社保、公积金的风险”中对相关风险进行了披露；

3、发行人已采取一系列措施规范公司社会保险及住房公积金缴纳情况，截至报告期末，除 2 名员工自愿放弃由公司缴纳社会保险及住房公积金外，发行人已按照规定为符合缴纳条件的员工缴纳了社会保险及住房公积金；

4、**发行人及其重要子公司**不存在中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 18 所指的“使用或租赁使用集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田及其上建造的房产等情形的、上述土地为发行人自有或虽为租赁但房产为自建的、发行人生产经营用的主要房产系租赁上述土地上所建房产的、发行人募投用地尚未取得的”四种情形；

5、发行人自有房产及土地使用权均已完整办理完成产权登记手续，实际用

途符合规划用途，不存在瑕疵和违法风险；

6、发行人租赁房产中部分房产未取得房屋所有权证的产生背景及占比情况不存在重大异常，并非发行人**及其重要子公司**的主要生产经营场所，不产生实际收入，对发行人生产经营不构成重大不利影响；

7、发行人**及其子公司**租赁房产未办理房屋租赁备案的行为存在被行政处罚的风险，发行人**及其子公司**目前正在采取相关措施对部分不规范情形进行整改，该等不规范情形不会影响租赁合同有效性，发行人的实际控制人已承诺承担处罚损失，不会对发行人生产经营产生重大不利影响；

8、发行人财务总监孔祥乾曾任职的达飞云贷因涉嫌非法吸收公众存款被公安机关立案调查，目前该案件仍处于侦查阶段；

9、孔祥乾并非达飞云贷的直接负责的主管人员和其他直接责任人，亦未参与达飞云贷的涉嫌犯罪行为，其被追究刑事责任的风险较低，该等风险不会对孔祥乾的任职资格产生实质影响；

10、孔祥乾符合《公司法》第一百四十六条、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十三条和发行人《公司章程》等有关任职资格的规定，其曾任职的达飞云贷被公安机关立案调查的情形不会对本次发行上市产生实质法律障碍。

7.关于经营业绩

招股说明书披露，报告期内，公司营业收入分别为 21,256.27 万元、29,916.47 万元、36,163.06 万元及 39,027.80 万元，归属于母公司所有者的净利润分别为 4,737.02 万元、4,858.33 万元、4,462.16 万元及 4,040.84 万元。

请发行人：

（1）说明报告期内营业收入增幅较大的原因及合理性，与发行人产品市场规模的变动趋势以及同行业可比公司的变动趋势是否一致；

（2）说明 2019 年净利润增幅低于营业收入增幅以及 2020 年净利润同比下滑的原因；

(3) 结合发行人的经营模式、技术水平、主要产品的竞争力，以及影响收入、成本、费用和利润的主要因素，说明发行人报告期内的业绩变动是否合理，是否存在经营业绩下滑的风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明报告期内营业收入增幅较大的原因及合理性，与发行人产品市场规模的变动趋势以及同行业可比公司的变动趋势是否一致

(一) 说明报告期内营业收入增幅较大的原因及合理性

报告期内，公司主要产品收入及增长情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	收入	同比增长率	收入	同比增长率	收入	同比增长率	收入
口腔修复材料	18,162.14	20.72	32,352.18	28.62	25,153.13	7.25	23,452.65
其中：氧化锆瓷块	15,101.44	19.76	27,095.60	21.16	22,363.73	2.91	21,731.18
玻璃陶瓷	1,683.78	37.88	2,817.23	189.55	972.98	305.00	240.24
口腔数字化设备	7,365.87	-0.47	19,345.47	109.02	9,255.12	77.79	5,205.78
其中：切削设备	3,195.28	2.47	9,367.55	157.06	3,644.08	91.09	1,906.98
数字取像设备	2,161.60	-10.06	5,613.30	61.83	3,468.65	106.07	1,683.27
其他产品及服务	1,419.56	23.60	2,798.87	63.57	1,711.12	43.72	1,190.57
合计	26,947.56	14.22	54,496.51	50.88	36,119.36	21.01	29,849.01

注：计算 2022 年 1-6 月收入同比增长率使用的 2021 年 1-6 月收入数据未经审计，下同。

报告期内，公司分别实现主营业务收入 29,849.01 万元、36,119.36 万元、54,496.51 万元和 26,947.56 万元，2019 年度至 2021 年度年均复合增长率为 35.12%。公司主营业务收入增幅较大主要有以下原因：

1、口腔医疗行业规模增长较快

根据 The Business Research Company 相关数据，2020 年全球口腔医疗市场规模达到 3,656 亿美元。随着老龄化进程加速，预计 2020 年-2025 年全球口腔医疗市场将以 8.60% 的复合增速增长。中国口腔医疗市场处于高速增长的阶段，2008 年-2020 年，我国口腔医疗行业市场规模从 200 亿元增长至 1,135 亿元，复

合增速达 15.73%。与发达国家相比，我国口腔医疗市场规模仍有较大上升空间。医趋势和国家卫健委联合发布报告中指出，2020 年，美国、日本、韩国的人均口腔消费均超过 1,500 元人民币，而我国人均口腔消费仅为 136 元，远低于发达国家人均口腔消费水平。伴随我国居民收入水平的逐步提升，预计我国口腔医疗市场将迎来黄金期。口腔医疗行业规模增长较快，相应需求带动公司产品收入增长较快。

2、公司主要产品市场规模稳定增长

报告期内，公司主要产品包括口腔修复材料和口腔数字化设备，收入金额占主营业务收入的比例分别为 96.01%、95.26%、94.86%和 **94.73%**。

口腔修复材料市场规模持续稳定增长。近年来，受益于人们经济生活、文化消费水平的提高以及口腔健康意识的增强，我国义齿及各类材料市场规模呈不断增长的趋势。根据中商产业研究院数据，2016 年我国义齿及各类材料市场规模为 57.9 亿元，预测 2021 年我国义齿及各类材料市场规模达到 87.1 亿元，2016 年-2021 年复合年均增长率达 8.51%，保持稳定增长。

口腔数字化设备市场规模持续稳定增长。根据市场调研机构 Fortune Business Insights 发布的报告，2021 年全球口腔 CAD/CAM 市场规模达到 23.6 亿美元，折合 157.4 亿元人民币，预计 2022 年-2029 年全球口腔 CAD/CAM 市场以 8.9%的复合增速增长，至 2029 年全球口腔 CAD/CAM 市场规模将达到约 49.4 亿美元。全球口腔 CAD/CAM 市场由口腔数字化设备及口腔设计软件两部分组成，其中主要部分为口腔数字化设备，其市场规模占比超 80%。中国口腔 CAD/CAM 市场尚处于快速发展阶段。以中国义齿销售规模/全球义齿销售规模估测，2021 年中国口腔 CAD/CAM 市场规模为 46.6 亿元人民币。此外，Fortune Business Insights 报告指出，在预测期内，口腔 CAD/CAM 亚太市场将成为增长最快的地区。伴随公立及民营口腔诊所数量的增加，口腔修复数字化解决方案的推进，中国所在的亚太地区将成为全球规模最大、最重要的口腔 CAD/CAM 市场之一。

综上，公司主要产品口腔修复材料和口腔数字化设备市场规模持续稳定增长，与公司收入保持增长的趋势一致。

3、公司积极拓展产品品类，实现相关产品收入快速增长

自 2007 年成立起，公司始终致力于自主研发、生产、销售具有市场竞争力的氧化锆瓷块等口腔修复材料。为拓展业务边界，增强公司抵御市场变化风险的能力，公司积极拓展产品品类，以满足客户多样化需求。公司逐步开始拓展玻璃陶瓷业务，并依托对行业的深入理解和良好的客户基础，经营相关数字化设备。公司玻璃陶瓷、口腔数字化设备等产品经营时间较短，相关产品收入基数较低，依靠公司深耕齿科行业多年积累的丰富客户资源，报告期内实现快速增长。2020 年度及 2021 年度，公司玻璃陶瓷收入分别实现同比增长率 305.00%和 189.55%，口腔数字化设备收入分别实现同比增长率 77.79%和 109.02%，增速较快。

4、随着公司品牌知名度提升，境外市场销售收入增长较快

报告期内，公司分别实现境外收入 11,381.66 万元、13,032.01 万元、24,247.71 万元和 **15,361.73 万元**，占当期主营业务收入的比例分别为 38.13%、36.08%、44.49%和 **57.01%**，2020 年度及 2021 年度公司境外收入分别较上年同期增长 14.50% 和 86.06%。公司 2021 年度外销收入增长较快，主要原因系随着公司产品如绚彩 3D Pro 系列在境外市场获得认可，叠加义齿行业数字化提升带来的需求增加，公司进一步加大与境外经销商的合作并增加境外本地化的运营和投入，在境外主要市场如欧洲和北美洲等地区销售实现较快增长。

（二）与发行人产品市场规模的变动趋势以及同行业可比公司的变动趋势是否一致

报告期内，公司同行业可比公司营业收入及变动情况如下：

单位：万元、%

公司名称	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	收入	同比增长率	收入	同比增长率	收入	同比增长率	收入
爱尔创	27,040.66	-15.94	63,883.58	10.38	57,874.14	22.65	47,187.27
沪鸽口腔	-	-	26,147.46	12.06	23,333.05	-10.73	26,137.80
现代牙科	122,447.30	-0.91	242,079.67	30.93	184,889.29	-14.31	215,752.73
登士柏西诺德 (百万美元)	-	-	4,251	27.20	3,342	-17.05	4,029
英维斯塔 (百万美元)	1,277.2	2.2	2,508.9	30.1	1,929.1	-15.6	2,284.8
发行人	26,968.53	14.25	54,528.42	50.78	36,163.06	20.88	29,916.47

注：数据来源于公司定期报告，因爱尔创产品类型与公司更为可比且上市公司国瓷材料披露了爱尔创收入数据，本处选取爱尔创收入数据进行比较；沪鸽口腔及登士柏西诺德未披露 2022 年 1-6 月收入数据，登士柏西诺德及英维斯塔 2019-2021 年度收入数据为 2021 年年报披露的经调整为同一口径后的数据。

1、爱尔创

国瓷材料的控股子公司爱尔创与公司业务较为相似，2020 年度，公司营业收入变动趋势与爱尔创一致，均保持稳定快速增长。2021 年度及 2022 年 1-6 月，爱尔创营业收入增速有所放缓甚至同比下滑，主要系 2021 年 5 月，国瓷材料设立全资子公司深圳爱尔创新材料有限公司（以下简称“爱尔创新材料”，国瓷材料直接持股 100%），同时将爱尔创的结构陶瓷相关业务剥离至爱尔创新材料所致。

2、沪鸽口腔

2020 年度和 2021 年度，沪鸽口腔收入分别较上年同期下降 10.73%和增长 12.06%，2020 年度收入同比下降的主要原因系沪鸽口腔于 2020 年 6 月对外转让 CMP Industries, LLC（以下简称“CMP 公司”），2020 年下半年未将 CMP 公司纳入合并范围。若剔除 CMP 公司的收入数据，沪鸽口腔 2020 年度及 2021 年度收入同比增长率为 5.73%和 20.12%。沪鸽口腔销售的产品主要为材料类产品，2020 年度和 2021 年度，公司扣除口腔数字化设备后的主营业务收入同比增长率分别为 9.01%和 30.85%，与沪鸽口腔不存在较大差异。

3、现代牙科、登士柏西诺德及英维斯塔

2020 年度和 2021 年度，登士柏西诺德收入分别较上年同期下降 17.05%、增长 27.20%；2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，现代牙科收入分别较上年同期下降 14.31%、增长 30.93%、下降 0.91%，英维斯塔收入分别较上年同期下降 15.6%、增长 30.1%、增长 2.2%。

2020 年度，现代牙科、登士柏西诺德和英维斯塔收入同比均下降而公司收入同比上升，主要原因系现代牙科、登士柏西诺德和英维斯塔境外销售占比较高而公司境内销售占比较高，2020 年度境外市场受新冠疫情影响程度与境内市场相比较，公司 2020 年度收入增长亦一定程度上受到新冠疫情影响，收入增长率与 2021 年度相比较低。报告期内，公司境外销售收入占比分别为 38.13%、36.08%、44.49%和 57.01%；2019 年度至 2021 年度，现代牙科除大中华市场以

外的其他地区销售收入占比分别为 78.04%、77.66%和 76.34%，登士柏西诺德在中国大陆以外地区的销售收入占比分别高于 74.13%、74.69%和 74.85%，英维斯塔在中国大陆以外地区的销售收入占比分别高于 76.16%、77.54%和 78.13%。

2021 年度，现代牙科、登士柏西诺德及英维斯塔收入增长率与公司同期扣除口腔数字化设备后的主营业务收入增长率不存在较大差异，主要原因系境外放松了对新冠疫情的相关管制，境外市场需求恢复并保持持续增长态势。

2022 年 1-6 月，现代牙科收入同比下降，主要原因系其位于深圳及东莞的主要生产厂房产于 2022 年一季度曾暂时停止运营，对其销售活动产生一定程度不利影响。2022 年 1-6 月英维斯塔收入同比下降，主要原因系其于 2021 年 12 月 31 日将卡瓦（Kavo）综合治疗业务进行了剥离。

二、说明 2019 年净利润增幅低于营业收入增幅以及 2020 年净利润同比下滑的原因

2018 年度至 2020 年度公司经营业绩情况如下：

单位：万元、%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	36,163.06	20.88	29,916.47	40.74	21,256.27
营业成本	20,670.98	42.65	14,490.47	57.86	9,179.14
销售毛利	15,492.08	0.43	15,426.00	27.73	12,077.13
期间费用	9,327.99	2.72	9,080.82	43.82	6,314.01
信用及资产减值损失	-954.50	-90.49	-501.08	-3.13	-485.86
净利润	4,442.99	-7.98	4,828.03	3.30	4,673.58

（一）2019 年净利润增幅低于营业收入增幅原因

2019 年度，公司营业收入同比增长 40.74%，净利润同比仅增长 3.30%，净利润增幅低于营业收入增幅，主要原因如下：

1、口腔数字化设备产品毛利率降低且销售占比上升

2018 年度，公司经营口腔数字化设备业务的时间较短，仅实现收入 2,431.81 万元，为扩大口腔数字化设备产品的推广，公司在整体降低设备产品销售平均单价的同时对设备产品具体型号亦进行了改变，设备产品平均单价有所下降的同时

单位成本有所上升。2019 年度，口腔数字化设备实现收入 5,205.78 万元，同比增长 114.07%，但毛利率较 2018 年减少了 8.49%，口腔数字化设备毛利率的下降影响了公司净利润的增长幅度。

公司口腔数字化设备毛利率与口腔修复材料相比较低。2019 年度，公司口腔数字化设备收入占主营业务收入的比例为 17.44%，较 2018 年增加 5.98%。口腔数字化设备销售占比上升影响了公司净利润的增长幅度。

2、期间费用增加

公司期间费用支出金额随着业务规模的扩大而增加。2019 年度，公司为进一步扩大经营规模，增加了员工规模，非生产员工人数增幅高于当年收入增幅，公司职工薪酬、广告费及业务宣传费、租赁费等费用增加，期间费用同比增长 43.82%，对当年净利润影响较大。

综上，公司口腔数字化设备产品毛利率降低、销售占比上升和期间费用增加等情况，使 2019 年净利润增幅低于营业收入增幅。

（二）2020 年净利润同比下滑的原因

2020 年度，公司营业收入同比增长 20.88%，净利润同比下降 7.98%。2020 年净利润同比下滑，主要原因如下：

1、新冠疫情对主要产品氧化锆瓷块价格产生较大影响

2020 年度，口腔医疗行业在新冠疫情形势较为严峻期间受到较大影响，为刺激下游客户需求、降低新冠疫情对公司日常经营活动的冲击，公司采取积极主动的价格策略，对主要产品氧化锆瓷块销售价格进行调整，氧化锆瓷块平均单价由 2019 年度的 330.55 元/块下降至 2020 年度的 295.30 元/块。2020 年度，公司口腔修复材料的毛利率为 52.68%，较 2019 年度减少 6.87%。新冠疫情对公司主要产品氧化锆瓷块价格产生较大影响，进而影响了净利润的增长。

2、口腔数字化设备销售占比继续上升

公司口腔数字化设备的毛利率与口腔修复材料相比较低。2020 年度，公司口腔数字化设备收入占主营业务收入的比例为 25.62%，较 2019 年度占比增加

8.18%，且高于 2019 年度相关收入占比的增加。口腔数字化设备销售占比继续上升，影响了公司净利润的增长。

3、信用及资产减值损失影响

2020 年度，公司营业收入同比增长 20.88%。受新冠疫情影响，客户资金压力较大，公司实际收款周期被动有所延长，应收账款余额较上年同期增加较多，导致信用及资产减值损失较 2019 年度增加 453.42 万元。

综上，新冠疫情对主要产品氧化锆瓷块价格产生较大影响、口腔数字化设备销售占比继续上升和信用及资产减值损失增加等因素，致使 2020 年净利润同比下滑。

三、结合发行人的经营模式、技术水平、主要产品的竞争力，以及影响收入、成本、费用和利润的主要因素，说明发行人报告期内的业绩变动是否合理，是否存在经营业绩下滑的风险

（一）发行人报告期内的业绩变动是否合理

报告期内，公司收入、成本、费用、利润等经营数据及其变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
营业收入	26,968.53	14.25	54,528.42	50.78	36,163.06	20.88	29,916.47
营业成本	15,195.29	8.62	33,732.94	63.19	20,670.98	42.65	14,490.47
销售毛利	11,773.24	22.44	20,795.48	34.23	15,492.08	0.43	15,426.00
期间费用	6,650.70	14.08	14,079.63	50.94	9,327.99	2.72	9,080.82
信用及资产减值损失	-346.68	43.54	-635.78	33.39	-954.50	-90.49	-501.08
利润总额（剔除股份支付影响）	5,736.54	78.78	7,275.93	40.93	5,162.91	-9.09	5,679.14
净利润（剔除股份支付影响）	5,075.45	81.84	6,419.05	44.48	4,442.99	-7.98	4,828.03

注 1：2021 年、2022 年 1-6 月发行人股份支付金额分别为 873.21 万元、692.40 万元，股份支付未做税前扣除，因此对利润总额与净利润的影响金额一致。

注 2：2022 年 1-6 月的变动率为 2022 年 1-6 月数据与 2021 年 1-6 月对应数据的变动比率，2021 年 1-6 月数据未经审计。

2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，公司营业收入较去年同期增幅分别为 20.88%、50.78%和 14.25%，营业收入持续增长。主要原因系：1、公司不断

增强氧化锆瓷块产品的市场竞争力，于 2019 年推出绚彩 3D Pro 系列产品，获得了客户的广泛认可；2、为进一步提升公司产品的市场占有率和市场影响力，公司针对不同系列氧化锆瓷块产品采取不同定价策略，对相关产品主动适当降低价格以刺激下游需求，氧化锆瓷块销量持续增长；3、依托深耕齿科行业多年积累的相关经验和客户资源，公司整合口腔数字化设备为客户提供数字化口腔修复综合服务，同时为临床端客户提供适配性强的椅旁设备，口腔数字化设备收入及占主营业务收入的比例快速上升。

2020 年度，公司净利润水平较 2019 年度略有下滑，主要系当年营业成本大幅增长、增幅大于营业收入所致：1、受新冠疫情影响，公司氧化锆瓷块产品平均单价出现一定程度下降，毛利率亦有所下滑；2、2020 年度，毛利率水平较低的口腔数字化设备收入占主营业务收入的比例上升至 25.62%，较 2019 年度占比增加 8.18%。尽管受当年新冠疫情影响下公司差旅、展会等费用支出下降以及员工社保费用减免优惠等因素影响，期间费用基本保持稳定，未出现大幅增长，但随着业务规模快速扩大，信用及资产减值损失亦大幅增加，导致公司当年净利润仍有一定程度下降。

2021 年度，剔除股份支付影响，公司净利润水平大幅上升。公司各项业务快速发展、营业收入大幅增长的同时，有效控制了营业成本增幅，尽管毛利率水平相对较低的口腔数字化设备业务整体增速更快，公司销售毛利仍实现较大增长；随着公司收入的增长、业务规模的扩大及人员数量的增加，期间费用亦相应增长，且公司因实施员工激励计提了股份支付，但剔除股份支付对经营业绩的影响，2021 年度公司利润总额和净利润均实现较大幅度增长，且与营业收入增长幅度接近。

2022 年上半年，受益于公司全球市场品牌影响力的逐步增强，公司营业收入持续保持稳定增长。受益于供应商切换和日元兑人民币汇率下降影响，2022 年上半年公司原材料采购价格下降，营业成本金额增速较营业收入增速较低，导致毛利水平增速较快。同时，受益于美元兑人民币升值和投资收益增加影响，2022 年上半年汇兑收益和投资收益较去年同期出现大幅增长，导致利润总额和净利润增速均快于毛利增速水平。综上，2022 年上半年受益于收入增长、成本

增速低于收入增速、以及汇兑损益等原因，公司净利润水平较上年同期出现一定程度增长。

综上，报告期内公司的业绩变动与公司的经营情况匹配，业绩变动具有合理性。

（二）公司不存在经营业绩大幅下滑的风险

报告期内，公司营业收入和剔除股份支付影响的净利润的年均复合增长率分别为 35.01%和 15.31%，均保持较快的增长速度。

报告期内，公司主要产品口腔修复材料和口腔数字化设备收入的年均复合增长率分别为 17.45%和 92.77%，增速均较高。在口腔医疗行业规模持续快速增长的背景下，依托深耕齿科行业积累的客户资源，公司积极拓宽了产品品类，预计未来玻璃陶瓷和口腔数字化设备产品收入仍将保持较快增长。同时，随着公司产品如绚彩 3D Pro 系列在境外市场获得认可，公司进一步加大与境外经销商的合作并增加境外本地化的运营和投入，预计未来境外市场收入仍将保持较快增长。

报告期内，公司氧化锆瓷块毛利率分别为 61.29%、54.40%、51.30%和 **54.19%**，整体保持较高水平；口腔数字化设备毛利率分别为 20.46%、17.76%、19.57%和 **20.39%**，整体较为稳定。尽管随着口腔数字化设备业务占比提升，公司综合毛利率水平有可能下降，但公司整体业绩仍有望保持良性增长，不存在经营业绩大幅下滑的风险。

综上，报告期内公司主要产品收入持续快速增长且预计未来仍将保持增长趋势，主要材料产品氧化锆瓷块和口腔数字化设备收入呈增长趋势且毛利率趋于稳定，预计公司不存在经营业绩大幅下滑风险。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行的核查程序包括：

1、访谈发行人高级管理人员，了解和分析报告期内净利润变动与收入变动不一致的原因；

2、取得并复核发行人报告期各期销售收入明细表，统计报告期内发行人销售产品种类及对应的金额和占比，分析收入增长的原因；

3、查阅发行人所在口腔医疗行业市场相关数据，分析发行人产品市场需求空间情况；

4、查阅同行业可比公司收入变动情况，了解同行业公司收入变动趋势与发行人的一致性。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期内发行人营业收入增幅较大主要原因系发行人所在行业需求增长较快、口腔数字化业务增长较快和境外销售收入增长较快，具备合理性；与发行人产品市场规模的变动趋势以及业务相近的同行业可比公司的变动趋势不存在较大差异；

2、发行人 2019 年净利润增幅低于营业收入增幅以及 2020 年净利润同比下滑的原因具有合理性，与发行人经营实际相符；

3、发行人报告期内的业绩变动具有合理性。发行人 2021 年度及 2022 年 1-6 月口腔修复材料和口腔数字化设备的毛利率趋于稳定并有所回升，剔除股份支付影响后净利润显著增长，公司不存在经营业绩大幅下滑的风险。

8.关于收入确认

招股说明书披露：

（1）公司主要产品为牙科用氧化锆陶瓷及相关耗材、牙科设备及配件，内外销收入的确认方法分别为：①内销：公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该产品，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移时确认收入；②外销：公司主要以 FOB、C&F 贸易方式进行，在已根据合同约定将产品报关出口，取得提单等原始单据，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已

转移时确认收入；

（2）公司口腔数字化设备销售业务主要分为销售委托生产定制化口腔数字化设备和销售口腔设备供应商原装产品两种类型；

（3）2020 年末和 2021 年 9 月 30 日，公司应收退货成本分别为 362.57 万元和 809.47 万元；报告期各期末，公司预计退货损失分别为 150.56 万元、227.17 万元、635.68 万元和 1,084.83 万元，公司分别按照口腔修复材料收入、口腔数字化设备收入的 1%、3%计提预计退货损失。

请发行人：

（1）结合外部证据的类型说明内外销收入确认的具体时点；

（2）说明设备产品是否需要安装和检验，安装和检验的流程以及发行人获取的外部证据类型；

（3）结合销售合同主要条款、款项支付安排与执行、质保义务与期限、后续运维承担等说明收入确认政策是否合理性，是否符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司同类产品的收入确认政策是否存在差异；

（4）说明合同中与主要客户约定的关于换货、退货和索赔的相关条款的具体内容，报告期内退货、换货、索赔的具体情况，包括涉及的客户、产品、金额、单价、数量、原因、发出及退换时间等，具体会计处理方式，是否符合《企业会计准则》规定；

（5）说明应收退货成本的确认依据和计算过程，2021 年 9 月末较 2020 年末增幅较大的原因及合理性，结合报告期内实际退换货情况说明预计退货损失相关参数设置是否客观、谨慎；

（6）结合口腔数字化设备的经营模式（含采购、生产和销售等）和业务定位，说明是否为贸易或代理销售，全额法确认收入依据是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合外部证据的类型说明内外销收入确认的具体时点

报告期内，公司主要产品为口腔修复材料及口腔数字化设备。公司境内销售和境外销售方式下销售收入的确认方法分别为：

（一）境内销售

报告期内，公司境内销售主要通过顺丰、德邦等第三方物流公司进行产品的发运并完成交付，以签收记录作为境内产品销售收入的确认依据。

（二）境外销售

报告期内，公司境外销售主要通过 DHL、联邦快递等第三方物流公司发运，主要采用 FOB、C&F 贸易结算模式，不同结算模式下收入确认时点及外部证据类型情况如下：

结算模式	收入确认时点	外部证据类型
EXW	商品交付并报关出口	报关单
FOB	商品报关出口，货物装运后	报关单、提单
C&F	商品报关出口，货物装运后	报关单、提单
CIF	商品报关出口，货物装运后	报关单、提单

C&F、FOB、CIF 外贸模式下交货地点均为“装运港船上”，风险转移时点为“货物越过装运港船舷时”，由于公司目前主要通过国际快递及空运方式进行运输，提单签发日期一般早于报关单出口日期或与报关单出口日期为同一天，故以完成海关报关出口手续并取得报关单时点为收入确认时点；EXW 外贸模式下交货地点为“工厂/仓库所在地”，风险转移时点为“货物交承运人处置时”，但在产品实际交付过程中，公司需要配合客户进行物流配送、提交报关所需材料并协助完成报关手续，因此，公司以完成海关报关出口手续并取得报关单时点作为收入确认时点。

二、说明设备产品是否需要安装和检验，安装和检验的流程以及发行人获取的外部证据类型

报告期内，公司设备产品主要包括切削设备和数字取像设备。由于切削设备在投入使用前需要完成标准化的简易安装及调试校准工作，公司通常会根据客户需求提供上门安装培训或远程视频指导服务。除切削设备外，其他设备产品到货

签收交付后不提供额外的安装服务，客户可参考说明书了解产品的使用方法且设备使用操作相对简单。

如上所述，公司切削设备销售给客户后仅需简单安装和调试校准，在设备送达并经签收确认后，与产品相关的控制权完成转移，故公司以到货签收时点作为收入确认时点。

三、结合销售合同主要条款、款项支付安排与执行、质保义务与期限、后续运维承担等说明收入确认政策是否合理性，是否符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司同类产品的收入确认政策是否存在差异

（一）结合销售合同主要条款、款项支付安排与执行、质保义务与期限、后续运维承担等说明收入确认政策是否合理性，是否符合《企业会计准则》规定

报告期内，针对内销与外销情况下，发行人销售合同主要条款、款项支付安排与执行、质保义务与期限、后续运维承担情况如下：

项目	内销	外销
款项支付安排与执行	月度结算：甲方 ² 于每月 20 日向乙方 ³ 支付上个月度全部货款。 不同客户付款方式不同，具体参见本问询回复之“18.关于应收账款/二、”	甲方需按照先货后款方式支付货款，甲方在乙方发货之日起 45 天内（根据客户具体变动），将该笔订单的全部款项电汇给乙方，特殊订单，由甲方提前提出申请，乙方同意后可延期到 60 天付款，财年所有付款需在当年的 12 月 20 日结清（根据客户具体变动），包括 12 月所有订单。 不同客户付款方式不同，具体参见本问询回复之“18.关于应收账款/二、”
验收条款	甲方或甲方指定的终端客户在收到乙方货物后，应立即对货物的包装、数量、规格进行验收，如发现货物短缺、损坏或存在质量问题，应在收到货物 3 个工作日内向乙方提出书面报告，经验收不合格的，经乙方确认为产品质量问题的，由乙方为甲方安排换货；否则，逾期未提出验收确认也未提出异议的，乙方视甲方确认货物无问题	甲方应于收到货物时检查货物的外包装是否破损，数量是否与订单数量一致，如果没有异议，甲方应在乙方或运输单位提供的提运单上签收；如果有异议的应当在前述提运单上进行批注并立即通知乙方
质保义务与期限、后续运维承担	对于口腔修复材料：乙方产品符合国家质检部门标准，在保质期内若发现有生产质量、计量问题，甲方经查证属于乙方责任的，乙方均保证予以无偿调换并	乙方明确保证甲方所订购的商品满足质量要求，无材料和工艺等缺陷；乙方承担质保期内归属于乙方责任的生产质量等问题，并协助甲方处理相关事

² 甲方：指公司的客户，下同；

³ 乙方：指公司，下同。

项目	内销	外销
	协助甲方处理有关事宜； 对于口腔数字化设备：乙方仅对所提供的设备产品自身出现的质量问题提供保修服务，对于因甲方人为因素、第三方原因或不可抗力原因（如遇火灾、水灾、地震、磁电串入等原因）所造成的故障不承担保修责任；乙方对所提供的设备产品提供一年的质量保证，一年内出现质量问题，由乙方根据产品问题决定应采取远程维修、到场维修或返厂维修服务的方式解决	宜。对于因甲方人为因素、第三方原因或不可抗力原因（如遇火灾、水灾、地震、磁电串入等原因）所造成的产品问题等，乙方不承担相应责任，包括退货、换货等

由上表可知，公司内销与外销合同关于主要条款、款项支付安排与执行、质保义务与期限、后续运维承担等条款不存在实质性差异。发行人与客户约定的保修义务属于行业惯例，是一般的保证性质保。该义务针对产品的质量问题的提供的保内维修是为了向客户保证所销售商品符合既定标准，该服务与产品销售高度关联，不构成单项履约义务。公司与供应商约定，自产品交付之日起，供应商为该设备整机质保一年，因此公司为客户提供的质保不会发生大额费用支出。

根据发行人产品特点、合同条款等因素分析，内销产品于客户接受该产品后确认收入；外销产品按照国际贸易通用惯例，于完成海关报关出口手续并取得报关单时确认收入。发行人确认收入时点，客户能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益，客户已取得商品的控制权。发行人的收入确认政策符合《企业会计准则》相关规定。

（二）与同行业可比公司同类产品的收入确认政策是否存在差异

经查询同行业可比公司收入确认政策，其收入确认政策与发行人对比情况如下：

公司名称	收入确认政策
国瓷材料	公司销售商品，属于在某一时点履行履约义务。产品收入确认需满足以下条件：内销业务，公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该商品，已经收回货款或取得了收款凭证等确认实现；外销业务，一般出口业务公司按照合同或订单的约定，将货物办理完出口报关手续、取得提单等原始单据确认收入实现
沪鸽口腔	销售口腔技工材料、临床材料等产品，属于在某一时点履行履约义务。内销产品收入确认需满足以下条件：根据公司与客户签订的销售合同或订单需求，并根据约定发往客户指定的地点，将货物交付给客户且客户已接受该商品，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移时确认收入。外销产品收入确认需满足以下条件：①EXW 交易方式下，根据公司与客户签订的销售合同或订单需求，在公司所在地或其他客户指定地点将货物交付给客户且客户已接受该商品，已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认收入。

公司名称	收入确认政策
	②EXW 以外的交易方式下，公司已根据合同约定将产品报关，取得报关单、提单，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移时确认收入
现代牙科	销售货品的收益与资产的控制权转移予客户的时间点确认，一般为交付货品时
发行人	境内销售：公司已根据合同约定将产品交付给客户且客户已接受该产品，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移时确认收入； 境外销售：公司主要以 FOB、C&F 贸易方式进行，在已根据合同约定将产品报关出口，取得提单等原始单据，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移时确认收入

注：登士柏西诺德、英维斯塔收入确认适用的相关准则与公司存在一定差异，此处未对比该等两家可比公司的收入确认政策。

如上表所述，同行业可比公司普遍区分内外销两种形式确定收入确认方法，其中内销商品销售收入确认时点均为商品送达客户指定的交货地点且客户接受时确认收入，外销商品销售收入确认时点则在商品办理报关出口后确认收入。发行人收入确认政策与同行业可比公司相比，不存在较大差异。

综上，发行人收入确认政策合理，符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司同类产品的收入确认政策不存在较大差异。

四、说明合同中与主要客户约定的关于换货、退货和索赔的相关条款的具体内容，报告期内退货、换货、索赔的具体情况，包括涉及的客户、产品、金额、单价、数量、原因、发出及退换时间等，具体会计处理方式，是否符合《企业会计准则》规定

（一）说明合同中与主要客户约定的关于换货、退货和索赔的相关条款的具体内容

1、退换货政策

合同中与主要客户存在退换货条款约定，具体条款参见本问询回复之“8.关于收入确认/三、/（一）”。

2、索赔政策

合同中约定的关于客户向发行人索赔的主要条款如下所示：

索赔事项	具体约定
市场准入要求	甲方确认本协议的签署视同甲方认可并确认经销乙方产品时不存在违反本国相关法律法规的情形，乙方产品符合本国有关该类产品的市场准入要求，非因乙方产品的质量导致乙方产品无法在本国销售的，甲方

	不会追究乙方的任何违约责任
商业机密	任何一方不得将双方之间的商业机密泄露给第三方。如果导致一方利益受损，该方保留要求泄露商业机密的一方赔偿经济损失的权利

（二）报告期内退货、换货、索赔的具体情况，包括涉及的客户、产品、金额、单价、数量、原因、发出及退换时间等

报告期内，公司存在一定数量的销售退货和换货，不存在因产品质量或合同履行不符合约定导致客户索赔的情形，公司产品销售退换货情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
退换货金额	556.69	909.58	438.95	324.94
营业收入	26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
退换货比例	2.06	1.67	1.21	1.09

报告期内，公司退换货金额分别为 324.94 万元、438.95 万元、909.58 万元和 556.69 万元，占营业收入的比例分别为 1.09%、1.21%、1.67%和 2.06%，占比较小。

报告期内，前十大退换货客户情况如下：

客户名称	产品名称	退换货产品的发货年度	退换货金额（万元）	数量（块、台）	平均单价（元/块、万元/台）
2022 年 1-6 月					
河北保定天康有限责任公司	切削设备	2021	33.29	2.00	16.65
	烧结设备	2021	4.19	2.00	2.09
	口扫设备	2021	4.38	1.00	4.38
	打印设备	2021	3.19	1.00	3.19
邯郸市冠达医疗器材有限公司	口扫设备	2020	34.51	6.00	5.75
河北心辰医疗器械有限公司	切削设备	2021	20.35	1.00	20.35
	口扫设备	2021	7.79	1.00	7.79
Medica Trading LLC	氧化锆瓷块	2021	26.13	470.00	555.88
	其他产品	-	1.02	-	-
威海威高洁丽康生物材料有限公司	切削设备	2021	19.42	1.00	19.42
	烧结设备	2021	4.65	2.00	2.33
	其他产品	-	0.88	-	-
石家庄科信医疗器械有限公司	口扫设备	2020	22.12	5.00	4.42

柳州市精鹰义齿制作有限公司	口扫设备	2021	20.71	3.00	6.90
江西正乐医疗器械有限公司	切削设备	2021	20.35	1.00	20.35
郑州凹凸实业有限公司	氧化锆瓷块	2021	17.73	517.00	343.03
	其他产品	-	0.74	-	-
昆明市迦恒医疗器械有限公司	口扫设备	2021	15.58	2.00	7.79
	打印设备	2021	2.83	2.00	1.42
合计（万元）		259.88			
本期退换货总额（万元）		556.69			
前十大退换货占本期退换货总额比重（%）		46.68			
2021 年度					
河北佳士口腔医疗管理有限公司 石家庄桥西口腔门诊部	切削设备	2021	44.00	1	44.00
EURL EXPERT DENTAL INDUSTRY	氧化锆瓷块	2021	37.46	820	456.83
	其他产品	2021	1.98	-	-
苏州固锐德医疗器械有限公司	切削设备	2020	38.05	1	38.05
	其他产品	-	0.42	-	-
山西优义升医疗器械有限公司	口扫设备	2021	7.08	1	7.08
	半导体激光 治疗仪	2021	3.17	1	3.17
	打印设备	2021	1.42	1	1.42
	打印设备	2020	19.27	11	1.75
	烧结设备	2020	1.96	1	1.96
	其他产品	-	0.27	-	-
泰州市奥美齿科制品有限公司	氧化锆瓷块	2021	2.20	52	423.96
	氧化锆瓷块	2020	23.85	763	312.65
唐山市路北中信义齿厂	氧化锆瓷块	2020	9.59	309	310.50
	氧化锆瓷块	2019	14.34	461	311.14
	其他产品	-	0.09	-	-
河南省广森医疗器械销售有限公司	切削设备	2020	14.60	1	14.60
	氧化锆瓷块	2020	4.78	151	316.29
	氧化锆瓷块	2019	2.79	131	213.19
	其他产品	-	0.91	-	-
Centrum Frezowania Luxdent S.C.	氧化锆瓷块	2020	22.38	333	672.08
京品医学科技（北京）有限公司	氧化锆瓷块	2020	16.64	311	535.15
	氧化锆瓷块	2019	4.60	95	484.07

HISPANSION PROYECTOS, S.L.	口扫设备	2021	10.31	2.00	5.16
	口扫设备	2020	10.33	2.00	5.17
合计（万元）		292.52			
本期退换货总额（万元）		909.58			
前十大退换货占本期退换货总额比重（%）		32.16			
2020 年度					
Labotech Co., Ltd.	氧化锆瓷块	2019	27.13	633	428.58
	氧化锆瓷块	2018	45.36	923	491.41
河南省广森医疗器械销售有限公司	氧化锆瓷块	2020	23.45	607	386.25
	氧化锆瓷块	2019	42.08	1,397	301.24
	烧结设备	2020	2.52	1	2.52
深圳市亚卡特义齿有限公司	氧化锆瓷块	2020	15.14	242	625.44
	氧化锆瓷块	2019	3.10	39	795.85
	氧化锆瓷块	2018	0.19	5	372.39
北京科兴固义齿有限公司	口扫设备	2019	17.70	2	8.85
西安德林齿科科技有限公司	口扫设备	2019	16.64	1	16.64
上海速诚义齿有限公司	氧化锆瓷块	2020	2.20	71	309.73
	氧化锆瓷块	2019	12.07	294	410.57
	氧化锆瓷块	2018	0.44	10	442.48
深圳市完美义齿有限公司	氧化锆瓷块	2019	14.66	238	615.83
西安市帕菲克精密义齿有限公司	口扫设备	2020	10.18	1	10.18
深圳市和和牙科技术有限公司	氧化锆瓷块	2018	9.55	303	315.31
西安健特齿科材料有限公司	氧化锆瓷块	2019	9.06	547	165.68
合计（万元）		251.46			
本期退换货总额（万元）		438.95			
前十大退换货占本期退换货总额比重（%）		57.29			
2019 年度					
Natura-like Dental lab	氧化锆瓷块	2018	28.41	756	375.73
Americana Dental Inc.	氧化锆瓷块	2018	25.43	1,014	250.82
河南省广森医疗器械销售有限公司	切削设备	2019	15.04	1	15.04
	氧化锆瓷块	2019	5.96	396	150.46
LLC AXIOR DENT	台扫设备	2018	19.97	1.00	19.98
SETI CENTER INTERNATIONAL TRADING	氧化锆瓷块	2017	15.35	445	345.02

Korus Dental Solutions	氧化锆瓷块	2019	14.69	351	418.48
深圳市康隆医疗科技有限公司	氧化锆瓷块	2018	10.33	170	607.70
深圳市贝特义齿技术有限公司	氧化锆瓷块	2019	8.88	153	580.56
Labotech Co., Ltd.	氧化锆瓷块	2019	8.76	149	587.88
东莞市新诺达义齿制作有限公司	氧化锆瓷块	2019	8.39	237	354.12
合计（万元）		161.21			
本期退换货总额（万元）		324.94			
前十大退换货占本期退换货总额比重（%）		49.61			

注 1：主要产品单独列示，其他配套产品由于单项金额较小均合并列示；

注 2：退换货金额与平均单价均为不含税金额；

注 3：公司同种产品型号较多，同种产品单价存在一定差异系型号差异所致。

由上表可知，报告期内前十大退换货客户退换货金额相对较小且分散，报告期内未发生单个客户集中退换货或退换货金额较大的情形。发生退换货主要系设备存在瑕疵、客户需求变化等原因导致。个别客户的发货与退换货时间间隔超过 1 年，主要原因系公司为保持与客户长期合作、增强客户粘性，满足部分客户的少量超期退换货要求。公司针对退换货情况已按照预计退货率计提了预计退货损失。

客户发生退换货需求时需提出书面申请并按公司既定流程进行审批，审批通过后，由公司业务部门负责具体处理退换货事宜，包括核对订单信息、检查是否符合退换货条件、办理退换货的检验入库等。退回的产品公司将进行综合评估，对于非质量问题或经维修后产品质量符合标准的，正常销售，无法达到产品质量标准的退货产品，按照存货跌价计提标准计提跌价损失。

（三）退换货具体会计处理

1、2019 年及以前年度

《企业会计准则第 14 号——收入》（2006 版）第九条规定，企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售退回的，应当在发生时冲减当期销售商品收入。

《企业会计准则第 13 号——或有事项》（2006 版）第四条规定，与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：“（一）该义务是企业承担的现时义务；（二）履行该义务很可能导致经济利益流出企业；（三）该义务的金额能够可靠地计量”。

公司根据历史经验和对未来情况的估计，合理预计退换货导致经济利益流出企业的可能性及金额，退换货金额可以可靠计量。因此退换货事项符合预计负债的确认条件，针对退换货情况计提预计负债。

2019 年末公司根据预计退货产品对应的退货收入和成本，分别冲减主营业务收入和主营业务成本，差额部分确认为预计负债。相关会计分录如下：

借：营业收入

贷：营业成本

贷：预计负债

次年发生退货时，公司在收到客户退回的货物经检验后办理入库。具体会计处理如下：

借：库存商品

借：预计负债

借：应交税费-应交增值税（销项）

贷：应收账款

次年发生换货时，公司收到客户退回的商品时，与退货时会计处理一致；重新发出商品，客户签收后，重新确认收入与应收账款，同时结转成本和库存商品。

2、2020 年及以后年度

《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 版）第三十二条规定，对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即，不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。每一资产负债表日，企业应当重新估计未来销售退回情况，如有变化，应当作为会计估计变更进行会计处理。

2020 年末、2021 年末公司根据预计退货产品对应的退货收入冲减主营业务

收入并确认预计负债；根据预计退货产品已结转的成本冲减主营业务成本，确认其他流动资产-应收退货成本。相关会计分录如下：

借：营业收入

贷：预计负债

借：其他流动资产-应收退货成本

贷：营业成本

次年发生退货时，公司在收到客户退回的货物经检验后办理入库。具体会计处理如下：

借：库存商品

贷：其他流动资产-应收退货成本

借：预计负债

借：应交税费-应交增值税（销项）

贷：应收账款

当销售商品次年发生换货时，公司收到客户退回的商品时，与退货时会计处理一致；重新发出商品，客户签收后，重新确认收入与应收账款，同时结转成本和库存商品。

综上所述，公司退换货的会计处理符合《企业会计准则》的规定，收入确认考虑了退换货影响。

五、说明应收退货成本的确认依据和计算过程，2021年9月末较2020年末增幅较大的原因及合理性，结合报告期内实际退换货情况说明预计退货损失相关参数设置是否客观、谨慎

（一）应收退货成本的确认依据和计算过程

公司根据报告期各期当年出库的产品在期后退换货情况的历史数据预估预计退换货率，再结合预计退换货率预计当年销售的产品在以后期间可能发生的退货金额确认负债，列示为预计负债；同时按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该产品预计发生的成本后的余额，确认为一项资产（应收退货成本），

列示于其他流动资产。

应收退货成本计算过程如下列示：

应收退货成本金额=预计退货收入金额*（1-相关产品毛利率）；

预计退货收入金额=当期相关产品收入金额*预计退换货率。

（二）2021 年 9 月末较 2020 年增幅较大的原因及合理性

2021 年 9 月末与 2020 年末应收退货成本金额具体如下：

单位：万元、%

项目	2021 年 9 月末		2020 年末
	期末余额	变动率	期末余额
其他流动资产-应收退货成本	809.47	123.26	362.57
其中：口腔数字化设备	545.11	137.11	229.90
口腔修复材料及其他	264.36	99.27	132.67

根据历史退换货情况，口腔数字化设备的预计退换货率为 3%，口腔修复材料及其他产品的预计退换货率为 1%，2021 年 9 月末，公司应收退货成本余额为 809.47 万元，较 2020 年末增长 123.26%，主要原因系 2021 年 1-9 月营业收入较 2020 年增长较多，其中 2021 年 1-9 月口腔数字化设备销售收入为 13,102.07 万元，较 2020 年度口腔数字化设备收入 9,255.12 万元增长 41.57%。口腔数字化设备较高的预计退换货率和较高的销售收入综合导致当期计提的应收退货成本较高。

（三）结合报告期内实际退换货情况说明预计退货损失相关参数设置是否客观、谨慎

公司基于历史退换货情况以及对未来退换货发生可能性的预判，对当年销售出库产品的期后退换货情况进行估计确定各期的预计退货损失。报告期内，公司各期跨期退换货率情况如下：

单位：%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
口腔数字化设备	0.28	1.77	2.92	1.20
口腔修复材料及其他	0.15	0.63	0.96	0.93

注：以上数据统计截止日为 2022 年 8 月 31 日。

如上表所示，公司口腔数字化设备、口腔修复材料及其他产品的实际跨期退

换货率存在差异。公司按口腔数字化设备、口腔修复材料及其他产品分类确定的预计退换货率分别为 3%和 1%，与实际发生的跨期退货率不存在显著差异，相关参数设置客观、谨慎。

六、结合口腔数字化设备的经营模式（含采购、生产和销售等）和业务定位，说明是否为贸易或代理销售，全额法确认收入依据是否充分

（一）结合口腔数字化设备的经营模式（含采购、生产和销售等）和业务定位，说明是否为贸易或代理销售

1、公司口腔数字化设备的经营模式（含采购、生产和销售等）和业务定位

（1）公司口腔数字化设备的经营模式

报告期内，公司口腔数字化设备的采购模式、生产模式和销售模式如下：

采购模式：公司采购的口腔数字化设备主要分为定制化生产和原装贴牌两种类型，均为公司自主品牌。针对定制化设备，公司整合市场需求并向供应商提出定制化产品需求，由供应商定制化生产。针对原装贴牌设备，公司直接采购供应商生产的、贴公司自主品牌的原厂设备。

生产模式：公司口腔数字化设备主要系直接向相关供应商采购而非直接自主生产。

销售模式：公司设备产品主要以自主品牌进行销售，从客户角度来看其采购的系爱迪特自主品牌和自主型号体系的产品，客户采购的前提系对爱迪特品牌的认可。

（2）公司口腔数字化设备的业务定位

基于深耕齿科行业多年积累的相关经验及客户资源，公司充分发挥优势产品口腔修复材料与设备产品相互促进的协同优势，主要通过以下两种方式经营设备产品：

①与口腔修复材料整合，为技工端客户提供数字化口腔修复综合服务

公司充分发挥优势产品口腔修复材料与设备产品相互促进的协同优势，整合自主研发的口腔修复材料和外采的口腔数字化设备，为技工端客户提供数字化口腔修复综合服务，显著提升客户义齿加工的效率 and 数字化水平。

②集成外采的相关设备，为临床端客户提供提供椅旁数字化修复系统

公司通过集成外采的切削设备、数字取像设备、烧结设备、打印设备等设备产品，为临床端客户提供椅旁数字化修复系统，可满足其仅使用公司集成的配套产品即可快速制作出义齿的需求，显著提升了临床端客户经营的效率和数字化程度。

2、是否为贸易或代理销售

报告期内，公司采购的口腔数字化设备主要分为定制化生产和原装贴牌两种类型，均为公司自主品牌，公司在销售该等产品时以自主品牌和自主型号体系进行销售，客户采购的前提系对爱迪特品牌的认可。

公司将设备产品与自身优势产品口腔修复材料整合或对设备类产品进行适配性集成，为技工端客户提供数字化口腔修复综合服务、为临床端客户提供椅旁数字化修复系统，有效提升了客户的经营效率和数字化水平，满足其一站式加工和快速交付需求。

公司采购的设备产品主要分为定制化生产和原装贴牌两种类型，对于标准化程度较高的设备类型，以原装贴牌为主，如口扫设备和台扫设备；对于标准化程度较低的设备类型，以定制化生产为主，如切削设备和烧结设备。对于定制化贴牌设备，采购合同约定，公司负责整合市场需求，提出定制化产品需求，供应商按照公司要求进行生产。根据公司向供应商提供的产品需求文档，公司提出的主要定制化需求如下：

序号	涉及产品	具体需求	定制化需求功能描述
1	切削设备	半圆型切削夹具设计	为了提高氧化锆瓷块利用率，同时解决氧化锆瓷块上料时容易被夹坏、安装时需要人为对准圆盘刻度问题，在保证切削稳定性和精度的基础上，将夹具设计为半圆夹具，氧化锆瓷块材料利用率提高了 15%，同时实现自动校准瓷块功能，降低瓷块破损率
2	切削设备	优化控制系统	为了完成义齿窝沟雕刻，提高戴牙成功率，通过更换伺服电机，TBI 丝杆等部件，优化设备控制系统，实现了 8um 高精度切削能力，进而具备了窝沟雕刻功能，提高了义齿就位密合度
3	切削设备	自动换盘功能开发	为了实现自动上下料，提高设备利用率，提升义齿技工所交付效率，公司提出相关需求并由供应商开发出 12 个料盘管理系统，实现了 24 小时自动换盘连续工作
4	烧结设备	快速烧结程序开发	为了实现氧化锆义齿快速烧结，提高烧结效率，公司开发出氧化锆材料快速烧结曲线。供应商按照公司氧化锆材料烧结曲线设置其设备烧结控制系统，烧结炉可实现 60°C/分钟升温速率，同时实现烧结曲线结束时 900°C 开启炉膛，3 小时即可完成一炉烧结。设备实现一键启动快速烧结，无需用户手动调整曲线，操作方便

5	烧结设备	优化烧结元件	为解决硅钼棒烧结元件容易污染义齿的问题，烧结炉选择高纯度无污染硅碳棒，烧结炉无需人工频繁清理维护，可提高义齿制作良率

综上，在采购端，公司以原装贴牌和定制化产品采购为主，且均为公司自主品牌；在销售端，公司以自身品牌和型号体系进行销售，且将设备产品进行相关整合以切实满足客户快速交付需求及数字化生产需求。公司设备类产品的经营并非以采购并销售单体设备为目的的贸易类或代理类业务。

（二）全额法确认收入依据是否充分

1、总额法与净额法的相关会计准则

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）第三十四条规定：企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

- （1）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户；
- （2）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务；
- （3）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：

- （1）企业承担向客户转让商品的主要责任；
- （2）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险；
- （3）企业有权自主决定所交易商品的价格；
- （4）其他相关事实和情况。

2、公司设备销售采用全额法确认收入具备合理性

根据《企业会计准则第 14 号—收入》中关于收入确认的总额法与净额法的描述，结合合同条款判断公司设备产品销售活动中的身份为主要责任人，设备产品收入应采用总额法核算，具体分析如下：

项目	合同条款	主要责任人/代理人的判断
主要责任	根据与买方签署的设备销售合同，卖方（发行人）应按照合同约定的交货时间、包装标准等向买方交付设备，未在约定期限内完成交货，买方就逾期交货损失可追究卖方的相关责任； 买方在收到卖方货物后，应立即进行验收，如发现货物短缺、损坏或存在质量问题，应在约定期限内向卖方提出书面报告，逾期未提出异议的视为合格	根据公司与客户签订的销售合同，公司对交付的产品质量、售后服务、退换货等承担主要责任，因此公司承担了向客户交付商品的主要责任
存货风险	根据与供应商签订的采购合同，发行人收到货物后，需在约定期限内（一般为 7 日）进行验收，超期未验收或未提出异议的，视为验收合格。产品毁损、灭失的风险即发生转移	发行人在向买方转让商品之前，已经自供应商处买断商品。产品在交予下游客户前的价格波动风险、滞销积压风险和产品毁损灭失风险，由发行人承担。符合在转让商品之前承担了该商品的存货风险的特征
销售定价方式	销售合同条款中对合同金额进行了直接约定	公司向供应商采购设备，采购合同中明确约定了采购价格，该价格与发行人的销售价格不存在挂钩的情形，供应商无法决定公司对商品的销售价格。公司综合考虑设备成本、市场供需情况等因素后向客户提出报价，双方通过商业谈判确定产品价格，公司拥有对产品完整、自主的定价权，可以自主决定所交易商品的价格，并从中获得几乎全部的经济利益

综上，在设备类产品业务中，发行人承担交付商品的主要责任，并承担相应违约责任；发行人拥有货物所有权的同时也承担存货的毁损灭失风险；发行人在销售中能够自主决定所交易商品的价格。发行人在设备产品销售活动中的身份为主要责任人，因此按照全额法确认收入具备合理性。

七、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行的核查程序包括：

1、访谈发行人销售负责人、财务总监，了解发行人的销售政策、定价政策及政策的执行情况、产品单价波动原因等，了解与销售收款相关的内部控制制度；

2、访谈主要客户及发行人管理人员，了解发行人设备产品的安装和检验内容及相关流程；

3、获取客户销售合同、订单，了解主要合同条款，识别合同中与商品所有权上的主要风险和报酬转移或商品控制权转移相关的条款，查询同行业可比公司定期报告等文件，对比公司与同行业可比公司收入确认政策，评价公司收入确认会计政策是否符合《企业会计准则》的规定；

4、获取主要客户的销售合同，结合销售合同主要条款，了解发行人换货、退货和索赔条款的约定；

5、获取发行人收入台账、仓库进出库台账、退换货清单、销售费用明细账，核查发行人报告期内的退换货、索赔情况，分析发行人相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

6、访谈发行人财务人员，了解应收退货成本的确认依据和计算过程，分析预计退货损失相关参数设置是否客观、谨慎；

7、访谈发行人管理人员、采购、生产和销售相关负责人员，了解发行人口腔数字化设备的经营模式和业务定位；

8、查询《企业会计准则》关于全额法、净额法确认收入相关规定，结合发行人销售合同约定及实际执行情况分析发行人口腔数字化设备采用全额法确认收入的合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人区分内外销并根据获取的外部证据确认收入，不同销售模式下收入确认方法符合企业会计准则相关规定；

2、发行人设备产品中切削设备，仅需简单安装和调试校准，在设备送达并经客户签收后确认收入符合企业会计准则相关规定；

3、发行人收入确认政策已考虑销售合同主要条款、款项支付安排与执行、质保义务与期限、后续运维承担等相关条款的约定，收入确认政策具有合理性，收入确认方法符合企业会计准则相关规定；

4、报告期内，发行人存在一定数量的销售退货和换货的情况，金额及占比较低，与发行人实际经营情况相符，相关会计处理符合企业会计准则相关规定；

5、发行人应收退货成本的确认依据和计算过程符合企业会计准则相关规定，由于口腔数字化设备预计退换货率和销售收入较高，使得应收退货成本 2021 年 9 月末较 2020 年增幅较大，预计退货损失相关参数设置客观、谨慎，与实际经营情况相符；

6、设备产品的经营活动非贸易或代理销售。发行人设备类产品销售收入采用总额法具备合理性。

9.关于销售模式

招股说明书披露：

（1）公司采用“直销+经销”的销售模式，报告期内经销模式实现的收入分别为 4,707.40 万元、7,252.68 万元、9,982.36 万元和 13,825.86 万元，占主营业务收入比例分别为 22.19%、24.30%、27.64%、35.45%；

（2）报告期内，公司对部分客户采用口腔修复材料与口腔数字化设备类产品相结合的“联动销售”模式。客户需要在约定期间内采购一定金额的口腔修复材料/口腔数字化设备，当客户完成任务额后，公司给予客户一定价格折扣。该销售模式下，公司将销售口腔修复材料与销售口腔数字化设备识别为单项履约义务，将合同金额按照各单项履约义务商品的单独售价比例进行分摊。

请发行人：

（1）结合行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况等，说明发行人经销商模式的分类和定义，不同类别、不同层级经销商划分标准，以及采用经销商模式的必要性和商业合理性；

（2）说明与经销商之间的合作模式、结算模式及其协议的主要条款，配送方式、运费等分担方式，对经销商销售管理控制情况，包括库存量、终端零售价、折扣比例、经销品牌排他性控制等；

（3）说明不同类别、不同层级经销商数量、销售收入及毛利占比，发生变

动的原因及合理性；

（4）说明新增、退出经销商数量、销售收入及毛利占比，新增、退出经销商销售收入及毛利占比合理性，是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况，如存在，说明原因及合理性；经销商是否存在个人等非法人实体，如存在，说明该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异；

（5）说明经销商的各类销售渠道，报告期内各销售渠道销售收入金额及占比，经销商期末库存与其销售规模是否相符，是否存在经销商渠道压货情形，各渠道是否实现最终销售及判断依据；

（6）说明境内和境外前十大经销商的具体情况，包括但不限于：经销商名称、成立时间、所在地区、注册资本、股权结构、主营业务及销售规模、是否具备医疗器械经营资质、终端流向等，说明上述经销商与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、员工或离职员工、实际控制人、主要股东及关联方是否存在关联关系或其他利益安排；

（7）说明“联动销售”模式的原因及合理性，涉及的主要客户，报告期内的销售金额及占比，各履约义务的收入确认时点和合同金额分摊的具体方式，是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、发行人律师和申报会计师逐项根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定，对经销业务进行核查，说明核查过程，完善经销商模式相关情况的信息披露，并发表明确意见。

回复：

一、结合行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况等，说明发行人经销商模式的分类和定义，不同类别、不同层级经销商划分标准，以及采用经销商模式的必要性和商业合理性

（一）结合行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况，说明发行人采用经销商模式的必要性和商业合理性

1、公司产品处于产业链上游，下游客户数量众多且区域分布广泛，采用经销模式可以拓宽公司客户的广度和深度，提高公司产品的市场占有率，发挥规模效应，具有必要性和商业合理性

公司是国内领先的口腔修复材料及口腔数字化设备提供商，公司主要销售产品属于产业链上游，产品广泛销售给境内外义齿技工所和口腔医疗门诊、口腔医院等口腔医疗服务机构，客户所处地域较为分散，公司直接对接所有客户特别是小微客户的成本较高，拓展效率较低。结合公司所处的产业链环节和行业特点，公司经过多年的经营，针对不同地域、不同类型客户形成了直销和经销并存的销售模式，通过经销模式可以更加有效地对接不同地域、不同类型客户需求，拓宽公司服务客户的广度和深度，提高公司市场占有率，发挥规模效应，故公司采用经销模式具有必要性和商业合理性。

2、同行业可比公司采用经销商模式的情况

可比公司均采用直销和经销并存的销售模式，与发行人销售模式相同，具体情况如下：

可比公司名称	销售模式分析
国瓷材料	国瓷材料采取以直销为主、代理商分销为辅的市场销售模式，向客户销售标准化或定制化的产品。各事业部及子公司由各自的市场部负责产品的销售工作，对相关市场进行覆盖。
沪鸽口腔	沪鸽口腔销售包括经销和直销两种模式，其中：技工类产品的下游终端客户主要为牙科技工所；临床类产品和隐形正畸产品的下游终端客户主要为医院或口腔诊所。直销客户主要为牙科技工所和部分专业口腔医院等。
现代牙科	现代牙科建立了全球自营销售及经销网络，其销售及经销网络所触及的客户包括经销商、牙医、牙科诊所、医院等。
登士柏西诺德	登士柏西诺德为经销商、贸易商以及终端客户提供销售服务，其中大约 60% 的牙科耗材以及设备通过经销商进行销售，其余牙科类耗材及设备直接销售于技工所及牙科专家。
英维斯塔	英维斯塔的终端用户包括牙医、正畸医生、技工所、教育及政府机构等，同时也向第三方经销商进行产品的销售。2021 年约有 43% 的产品通过第三方经

销商进行销售。

由上可知，同行业可比上市公司均采用直销与经销并存的销售模式，公司销售模式和国内同行业可比上市公司不存在显著差异。

综上所述，经销模式符合发行人所在行业特点、产品特性、公司所处发展阶段和下游客户分布，有利于拓宽获客渠道，控制销售费用，是同行业可比公司普遍采用的销售模式，具备必要性和商业合理性。

（二）发行人经销商模式的分类和定义，不同类别、不同层级经销商划分标准

发行人对直接经销商进行统一的开发和管理，对于审核合格的经销商，发行人与其签署经销商协议，根据每个经销商的实力、合作历史及发展潜力等具体情况，与经销商通过商业谈判合理确定经销协议的具体条款。

发行人在日常管理过程中，未对经销商划分不同类别或不同层级进行管理。报告期内，发行人实践中在不同地域，针对不同产品的销售策略有所不同，因此与不同区域经销商的合作内容有所差异，具体情况如下：

项目	合作内容及合作原因
境内经销商	公司口腔修复材料产品的境内销售以直销销售为主，经销销售为辅，报告期内，公司加大对诊所类用户的椅旁系统推广力度，为了更好的触达诊所类客户，快速提升相应产品的市场份额，与部分境内经销商合作，通过经销方式进行销售。
境外经销商	公司为了进一步加大产品在全球市场的影响力及销售规模，通过境外展会、合作方介绍和陌生拜访等方式，与境外经销商建立合作，通过境外经销商向全球市场销售公司的全品类产品

二、说明与经销商之间的合作模式、结算模式及其协议的主要条款，配送方式、运费等分担方式，对经销商销售管理控制情况，包括库存量、终端零售价、折扣比例、经销品牌排他性控制等

报告期内，发行人对经销商管理的相关内控制度、合作模式情况如下：

序号	项目	制度
1	经销商的准入和退出	经销商的准入资格：经销商具有有效的营业执照和经营许可证，具有独立法人及一般纳税人资格，无不良资金记录；合法经营，口碑良好，近 3-5 年内没有欺诈、违法、违规等经销行为；具备一定规模，有相对成熟的销售渠道，有专门的销售人员和市场营销人员；具备向终端客户服务的人员和能力； 经销商的淘汰机制：对有如下情形的客户，发行人可作出淘汰决定，与其终止合作；必要时可通过致律师函、起诉等方式维护合法权益：

序号	项目	制度
		连续三年没有完成合同执行的；严重违反销售合同与合作协议的；未按期支付账款，欠款超期一年以上的；损毁爱迪特声誉，以爱迪特名义对市场造成不良影响的；严重违反国家法规制度的。
2	经销商的考核机制	考核的主要指标包括年度业绩指标完成率、回款完成率、单项任务完成率等。
3	双方的合作模式	在发行人确认与经销商开展合作时，双方分年度签署正式的经销合同，对于产品的下单和发货，经销商向发行人发出订单，订单内容应包括产品品名、价格、数量、货运方式、付款方式等等；发行人在收到经销商订单之日起2个工作日内表示接受、拒绝或要求变更，并发给经销商订单确认并发货。
4	信用政策	发行人在与经销商签署的经销合同中约定了收款方式，通常给予经销商0-3个月的信用账期。
5	配送方式和运费分担	对于境内的经销商，公司通过快递方式向经销商进行发货，运费由公司承担，货物直接由公司运至经销商经营场所；对于境外的经销商，公司与境外经销商之间协商约定贸易条款，主要的贸易条款包括C&F、CIF、FOB和EXW等，其中C&F和CIF模式下公司负责货物运至经销商场所的运费，FOB模式下公司负责装船前的运费，EXW模式下由经销商负责全部的运费。
6	退换货机制	双方在经销协议中明确约定，公司保证经销商所订购的商品满足质量要求，无材料和工艺等缺陷；公司承担质保期内归属与公司责任的生产质量等问题，并协助经销商处理相关事宜。对于因经销商人为因素、第三方原因或不可抗力原因（如遇火灾、水灾、地震等原因）所造成的产品问题等，公司不承担相应责任，包括退货、换货等。
7	终端零售价格	公司每年均会制定产品价格政策，对经销商销售产品的终端零售价格进行区间建议。
8	库存量	报告期内，公司未对经销商的库存量控制，经销商可自行根据其销售计划向公司进行采购。
9	折扣返利情况	报告期内，公司根据与经销商客户的合作情况，经销商客户的销售规模及其在所经营区域的影响程度，考虑对部分客户实行销售返利政策。
10	经销商品牌排他性	公司会综合考虑公司品牌在经销商所销售区域的认知度、市场占有率、竞争强度、经销商合作背景与资源投入等因素，对部分经销商采取品牌排他性限制。

三、说明不同类别、不同层级经销商数量、销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性

报告期内，公司未设置多层级经销商体系，根据销售区域对经销商进行分类，分为境外经销商和境内经销商。公司境内、境外经销占比及毛利率对比情况如下：

单位：万元

期间	项目	境内经销商	境外经销商	合计
2022年1-6月	经销商数量（家）	200	139	339
	数量占比	59.00%	41.00%	100.00%
	收入金额	2,100.30	9,638.74	11,739.04

	收入占比	17.89%	82.11%	100.00%
	毛利金额	673.88	4,237.87	4,911.76
	毛利占比	13.72%	86.28%	100.00%
2021 年度	经销商数量（家）	230	141	371
	数量占比	61.99%	38.01%	100.00%
	收入金额	6,664.23	14,372.96	21,037.19
	收入占比	31.68%	68.32%	100.00%
	毛利金额	2,087.96	6,022.30	8,110.26
	毛利占比	25.74%	74.26%	100.00%
2020 年度	经销商数量（家）	104	95	199
	数量占比	52.26%	47.74%	100.00%
	收入金额	2,720.75	7,261.61	9,982.36
	收入占比	27.26%	72.74%	100.00%
	毛利金额	894.27	3,644.48	4,538.74
	毛利占比	19.70%	80.47%	100.17%
2019 年度	经销商数量（家）	52	66	118
	数量占比	44.07%	55.93%	100.00%
	收入金额	1,885.16	5,367.52	7,252.68
	收入占比	25.99%	74.01%	100.00%
	毛利金额	851.64	3,291.67	4,143.31
	毛利占比	20.55%	79.45%	100.00%

注：经销商数量为统计当期与公司发生交易的经销商数量

如上表所示，公司经销商总数增长数量较快，主要由于公司为了更多触达不同类型、不同地域的客户而进一步扩大销售规模，与更多经销商展开合作导致。

公司境内经销商数量增加主要由于公司为进一步拓展口腔数字化设备产品和正畸类产品，通过经销方式触达最终用户，导致经销商数量增长较快，境内经销商收入金额占比逐年提升，但由于上述产品为发行人近几年新拓展的产品线，部分业务尚处于市场开发阶段，境内经销收入和毛利对整体的贡献比例较低。

公司境外经销商数量增加主要由于发行人为了进一步加大公司品牌在全球市场的影响力，为了向全球市场销售，增加不同境外地区的经销商导致。随着发行人全球品牌影响力的逐渐提升，发行人新增经销商和原合作经销商向发行人的采购规模均呈现逐年上升趋势，使发行人境外经销收入总金额和总毛利呈逐年上

升趋势。

四、说明新增、退出经销商数量、销售收入及毛利占比，新增、退出经销商销售收入及毛利占比合理性，是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况，如存在，说明原因及合理性；经销商是否存在个人等非法人实体，如存在，说明该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异

（一）报告期内新增、退出经销商数量、销售收入及毛利占比和合理性

报告期各期，公司新增、退出经销商销售收入及毛利占比情况如下：

单位：家、万元

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
上期发生交易经销商数量		371	199	118	77
新增经销商	家数	107	216	106	54
	收入金额	1,893.98	5,564.98	1,513.77	1,429.94
	收入占比	16.13%	26.45%	15.16%	19.72%
	毛利金额	718.77	1,662.41	619.36	763.05
	毛利占比	14.63%	20.50%	13.65%	18.42%
减少经销商	家数	139	44	25	13
	收入金额	1,923.47	358.51	176.22	34.77
	收入占比	8.19%	1.70%	1.77%	0.48%
	毛利金额	645.92	119.03	76.77	12.63
	毛利占比	6.58%	1.47%	1.69%	0.30%
当期发生交易经销商数量		339	371	199	118

注：

- 1、当期发生交易经销商数量=上期发生交易经销商数量+当期增加数量-当期减少数量；
- 2、本期新增经销商收入、毛利占比为其当期实现的收入、毛利金额占当期经销收入、毛利的比例；
- 3、本期减少经销商的收入、毛利占比为其上期实现的收入、毛利金额占当期经销收入、毛利的比例。**2022 年上半年相关数据已做年化处理。**

报告期内，公司各期经销商家数分别为 118 家、199 家、371 家和 339 家，整体呈现逐年增加趋势，各期分别新增经销商为 54 家、106 家、216 家和 107 家，新增经销商对应销售金额分别为 1,429.94 万元、1,513.77 万元、5,564.98 万元和 1,893.98 万元，亦呈逐年上升趋势，特别是 2021 年度，经销商家数和销售贡献均大幅提升，主要由于公司加大对其椅旁数字化修复系统等口腔数字化设备

的推广力度，2021 年相应的推广逐步体现效果导致，此外，2021 年度公司海外经销收入亦有较大增长。

2019 年度至 2021 年度，公司经销商分别减少 13 家、25 家、44 家，上述退出经销商退出年份上一年度的经销收入占营业收入和毛利的比例较低，退出经销商对公司的经销收入影响较低。退出的经销商数量主要集中在年实现收入 10 万元以下的区间，公司与主要经销商合作关系较为稳定。2022 年 1-6 月，公司经销商减少 139 家，主要原因系受 2022 年上半年境内疫情因素影响，以经销为主的境内口腔数字化设备销售收入有所下降，部分经销商未向公司新增订单采购。

（二）是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况，如存在，说明原因及合理性

公司报告期各期前十大经销商及其设立时间如下表所示：

序号	主要经销商	设立时间
1	LLC AXIOR DENT	2017 年
2	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	2009 年
3	8853 S.p.A	1992 年
4	T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	2017 年
5	Labotech Co., Ltd.	2008 年
6	河南省广森医疗器械销售有限公司	2012 年
7	Kirilyuk Dental	2002 年
8	HISPANSION PROYECTOS, S.L.	2013 年
9	西安健特齿科材料有限公司	2014 年
10	CosmoSyne Limited Liability Company	2016 年
11	NVEP IMPEX	2017 年
12	HENRY SCHEIN SHVADENT (2009) LTD.	2009 年
13	福建思高医疗科技有限公司	2019 年
14	SARL STE AKI SARL	1995 年
15	AL BAWABA AL ELMEYA GENERAL TRADING L.L.C	2003 年
16	昆明市迦恒医疗器械有限公司	2007 年
17	广州市蓝野齿科器材有限公司	2004 年
18	BATIGROUP DENTAL Dİ Ş Ü RÜ NLERİ TİCARET. ANONİM. Ş İRKETİ.	2002 年
19	SCAN LAB SP. Z O O.	2017 年

序号	主要经销商	设立时间
20	Medical Stores Company	2020 年
21	E. S. T BIOTECH INC.	2001 年
22	Gro3x, Inc.	2019 年
23	Nowak Dental Supplies	1944 年

如上表所示，除福建思高医疗科技有限公司（以下简称“福建思高”）外，公司报告期内的主要经销商设立时间均在报告期前，不存在新设即成为公司主要经销商的情况。

2019 年度，公司与福建思高通过口腔展览会建立合作关系，福建思高创始人在创立福建思高之前长期从事医疗行业的销售工作长达六年，具备一定的行业资源，2019 年度公司椅旁数字化解决方案业务正处于市场拓展阶段，亟需通过经销模式迅速打开市场，在对福建思高进行考察后，双方决定建立合作关系，福建思高于 2020 年成为公司前十大经销商客户。

（三）经销商是否存在个人等非法人实体，如存在，说明该类经销商数量、销售收入及毛利占比，与同行业可比公司是否存在显著差异

根据《医疗器械经营监督管理办法》的相关规定，从事医疗器械经营的主体须为企业实体，自然人无法直接从事医疗器械经营，发行人境内经销商中不存在自然人个人作为发行人经销商的情况；发行人境外经销商中不存在自然人个人作为发行人经销商的情况。

报告期内，发行人境内经销商中存在少量经销商为个人独资企业的情况，具体情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境内非法人经销商数量（个）	2	2	1	-
境内非法人经销商收入（万元）	1.86	9.61	1.67	-
占经销收入比例	0.02%	0.05%	0.02%	-
境内非法人经销商毛利（万元）	1.01	2.28	0.95	-
占经销毛利比例	0.02%	0.03%	0.02%	-

公司可比公司中均未披露经销商是否存在个人等非法人实体的情况，经查询部分医疗器械公司已披露的情况，北京怡和嘉业医疗科技股份有限公司存在个人

等非法法人实体的经销合作，报告期内怡和嘉业来自个人经销商的经销收入占比不超过 0.1%，经销商不存在大量个人等非法法人实体的情形，发行人情况与其不存在显著差异。

五、说明经销商的各类销售渠道，报告期内各销售渠道销售收入金额及占比，经销商期末库存与其销售规模是否相符，是否存在经销商渠道压货情形，各渠道是否实现最终销售及判断依据

报告期内，公司经销商的下游客户主要包括技工所、诊所或二级经销商，根据公司与经销商签署的相关协议中的约定：“公司明确保证客户所订购的商品满足质量要求，无材料和工艺等缺陷；公司承担质保期内归属于公司责任的生产质量问题，并协助客户处理相关事宜。对于因客户方人为因素、第三方原因或不可抗力原因（如遇火灾、水灾、地震原因）所造成的产品问题等，公司不承担相应责任，包括退货、换货等”，公司与所有经销商均为买断式经销模式。

公司经销收入中境外经销收入占比较高，对于境外经销收入，公司难以获取经销商下游全部终端客户的具体名称、销售数据等资料，直接实地走访全部终端客户的难度亦较大，主要原因一是终端客户信息属于境外经销商的重要商业机密，基于商业机密保护考虑，经销商一般拒绝透露终端用户信息；二是公司的部分经销商经营规模较小，获取历史销售数据较为困难。对于境内经销收入，公司的销售以口腔数字化设备为主，由于公司自身亦通过直销模式进行口腔数字化设备的销售，经销商出于商业保密考虑亦拒绝透露其全部终端用户信息名单。但公司报告期内主要的经销商客户均配合提供了报告期各期的终端销售和期末库存情况，保荐人、发行人律师和申报会计师结合其终端销售情况和期末库存情况，对主要经销商的部分终端客户进行了穿透访谈，主要履行的核查程序如下：

（一）获取主要经销商客户报告期各期销售收入及占比情况

获取报告期各期公司主要经销商客户共 60 家客户各类销售渠道实现收入金额及占比情况，具体情况如下：

单位：万元人民币

销售对象	2022 年 1-6 月		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比
技工所	5,237.46	61.36%	7,131.23	49.76%

销售对象	2022 年 1-6 月		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比
诊所	2,512.37	29.43%	6,565.26	45.81%
二级经销商	785.86	9.21%	634.51	4.43%
合计	8,535.68	100.00%	14,331.00	100.00%

销售对象	2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比
技工所	6,004.32	75.67%	4,642.76	80.11%
诊所	1,551.06	19.55%	813.58	14.04%
二级经销商	379.82	4.79%	338.84	5.85%
合计	7,935.20	100.00%	5,795.17	100.00%

报告期各期,上述经销商客户合计销售产品实现收入分别为 5,231.02 万元、7,233.82 万元、13,895.02 万元和 7,624.56 万元, 占各期经销收入的比例分别为 72.13%、72.47%、66.05%和 64.95%。上述经销商采购公司产品后, 在保留一定自身毛利水平的基础上向其下游客户进行销售, 其中向技工所、诊所类下游最终客户实现销售收入金额合计为 5,456.34 万元、7,555.38 万元、13,696.49 万元和 7,749.83 万元, 占其销售总金额的比例分别为 94.15%、95.21%、95.57%和 90.79%。

（二）核查报告期各期公司经销商客户的回款情况

截至 2022 年 8 月 31 日, 公司各期经销商客户实现收入情况、各期末经销商客户对应的应收账款余额及期后回款情况如下:

单位: 万元

项目	2022 年 1-6 月/ 2022 年 6 月 30 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日
营业收入	11,739.04	21,037.19	9,982.36	7,252.68
应收账款余额	3,092.45	1,823.72	1,548.51	1,042.12
回款金额	1,706.99	1,608.55	1,529.51	1,032.22
期后回款比例	55.20%	88.20%	98.77%	99.05%

报告期各期, 公司经销商应收账款期末余额较低, 且各期期后回款质量良好, 不存在大量应收账款无法收回的情况。

（三）对主要经销商客户的终端客户进行访谈

了解终端客户购买和使用发行人产品的情况，访谈流程及关注问题包括：核实受访人员身份（收集名片、工牌或身份证复印件）和受访机构信息，访谈过程中关注终端客户是否与发行人存在关联关系，终端客户采购发行人产品的类型、时间和金额，是否存在退换货的情况，实地或通过视频查看终端客户的办公环境及使用发行人产品的情况。报告期各期，配合穿透访谈的经销商共 73 家，配合穿透访谈的经销商报告期各期实现营业收入占经销模式收入比例分别为 72.74%、69.99%、67.08%和 68.26%。

（四）针对经销商客户的期末库存情况，获取客户关于期末公司库存情况的说明

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销收入	11,739.04	21,037.19	9,982.36	7,252.68
获取库存情况的客户收入金额	7,624.56	13,895.02	7,233.82	5,231.02
核查比例	64.95%	66.05%	72.47%	72.13%
回函客户的期末库存确认金额	2,274.41	1,838.63	927.38	678.77
期末库存占客户收入比例	-	13.23%	12.82%	12.98%

综上，公司主要经销商的产品最终销售情况较好，期末库存处于正常水平，不存在经销商渠道压货、突击进货的情况。

六、说明境内和境外前十大经销商的具体情况，包括但不限于：经销商名称、成立时间、所在地区、注册资本、股权结构、主营业务及销售规模、是否具备医疗器械经营资质、终端流向等，说明上述经销商与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、员工或离职员工、实际控制人、主要股东及关联方是否存在关联关系或其他利益安排

（一）境内前十大经销商具体情况

2022 年 1-6 月，发行人境内前十大经销商的具体情况如下：

	经销商名称	交易金额（万元）	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存（万元）	成立时间	所在地区	注册资本	股权结构	主营业务	终端流向
1	福建思高医疗科技有限公司	208.76	切削设备、烧结设备、数字取像设备等	低于 50%	-	2019 年	福建省厦门市	1,000 万元	周伟雄持有 49%，颜筱荣持有 23%，颜佳辉持有 20%，刘环宇持有 8%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
2	新疆吉吉商业有限公司	143.58	切削设备、烧结设备、数字取像设备等	低于 50%	-	2019 年	新疆维吾尔自治区五家渠市	200 万元	武浩持有 61%，陈丽持有 39%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	主要向医院/诊所销售
3	山西优义升医疗器械有限公司	107.76	切削设备、烧结设备、数字取像设备等	低于 10%	22.00	2014 年	山西省运城市	100 万元	卜套辉持有 60%，张彩虹持有 40%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营；技术咨询	主要向医院/诊所销售
4	沈阳佳乐医疗器械有限公司	96.14	切削设备、烧结设备、数字取像	低于 30%	-	2022 年	辽宁省沈阳市	50 万元	黄显贺持有 100%	第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，第三类医疗器械经营	主要向医院/诊所销售

	经销商名称	交易金额 (万元)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元)	成立时间	所在地区	注册资本	股权结构	主营业务	终端流向
			设备等								
5	甘肃五嘉恒医疗器械有限公司	92.40	切削设备、烧结设备等	低于 50%	-	2022 年	甘肃省兰州市	300 万元	祁志香持有 90%，高飞持有 10%	第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，第三类医疗器械经营	主要向医院/诊所销售
6	陕西华泰医疗器械有限公司	87.83	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	低于 10%	50.00	2005 年	陕西省西安市	500 万元	康朝辉持有 67.50%，童斌持有 27.50%，樊芳琴持有 5%	第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，第三类医疗器械销售	主要向医院/诊所销售
7	河南省广森医疗器械销售有限公司	79.39	玻璃陶瓷、烤瓷粉等	低于 10%	29.53	2012 年	河南省郑州市	500 万元	王治青持有 100%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
8	沈阳世纪恒业医疗器械有限公司	66.38	切削设备、数字取像设备等	低于 30%	-	2021 年	辽宁省沈阳市	100 万元	李纯鹏持有 34%，黄佳慧持有 33%，钱晓宇持有 33%	第二类医疗器械销售、第三类医疗器械经营	主要向医院/诊所销售

	经销商名称	交易金额 (万元)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元)	成立时间	所在地区	注册资本	股权结构	主营业务	终端流向
9	江西正乐医疗器械有限公司	65.33	切削设备、 烧结设备等	低于 10%	-	2014 年	江西省南昌市	210 万元	熊文萍持有 90%，涂云龙持有 10%	医疗器械批发、零售、维修	主要向医院/诊所销售
10	南宁市迪美医疗器械有限公司	57.02	切削设备、 烧结设备、 数字取像设备等	低于 30%	-	2018 年	广西壮族自治区南宁市	100 万元	孙小康持有 100%	医疗器械（凭许可证在有效期内经营，具体项目以审批部门批准的为准）销售	主要向医院/诊所销售

2021 年度，发行人境内前十大经销商的具体情况如下：

编号	经销商名称	交易金额 (万元)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元)	成立时间	所在地区	注册资本	股权结构	主营业务	终端流向
1	昆明市迦恒医疗器械有限公司	1,105.16	切削设备、 数字取像设备、 烧结设备等	低于 30%	150.00	2007 年	云南省昆明市	3,000 万元	毛凤勤持有 50%，张红军持有 50%	医疗器械的销售；医疗器械维修及技术咨询	主要向医院/诊所销售
2	广州市蓝野齿科器	466.84	切削设备、 数字取像	低于 30%	-	2004 年	广东省广州市	50 万元	张遂才持有 55%，张	许可类医疗器械经营（即申请《医疗器械经营企业许可证》	主要向医院/诊所销售

编号	经销商名称	交易金额 (万元)	销售内容	销售金额 占该客户 当期营业收入比重	期末库存 (万元)	成立时间	所在地区	注册资本	股权结构	主营业务	终端流向
	材有限公司		设备、烧结设备等						遂路持有45%	才可经营的医疗器械”，包括第三类医疗器械和需申请《医疗器械经营企业许可证》方可经营的第二类医疗器械）	
3	福建思高医疗科技有限公司	409.67	切削设备、烧结设备等	低于 30%	-	2019 年	福建省厦门市	1,000 万元	周伟雄持有 49%，颜筱荣持有 23%，颜佳辉持有 20%，刘环宇持有 8%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
4	内蒙古丰信医药有限公司	381.86	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	低于 30%	200.00	2004 年	内蒙古呼和浩特市	2,000 万元	内蒙古丰信科技有限公司持有 60%，内蒙古康祺文化传媒有限公司持有 26%，易林（北京）科技有限公司持有 20%	药品批发；药品零售；第三类医疗器械经营；第三类医疗器械租赁；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售	主要向医院/诊所销售
5	湖南风火轮医疗设备服务有	344.90	切削设备、数字取像设备、烧结	低于 10%	110.00	2016 年	湖南省长沙市	200 万元	王斌持有 99.9%，周海波持有	医药及医疗器材零售；医药及医疗器材批发；医疗器械技术推广服务；企业管理咨询服	主要向医院/诊所销售

编号	经销商名称	交易金额 (万元)	销售内容	销售金额 占该客户 当期营业 收入比重	期末库存 (万元)	成立时 间	所在区 域	注册 资本	股权结构	主营业务	终端流向
	限公司		设备等						0.1%	务; 医疗信息、技术咨询服务; 会议、展览及相关服务	
6	武汉洪昌 汉瑞祥齿 科器械有 限公司	314.46	切削设备、 数字取像 设备、烧结 设备等	低于 10%	-	2018 年	湖北省 武汉市	3488. 89 万 元	汉瑞祥中 国服务有 限公司持 有 60%, 武 汉市唯亚 汇融商贸 有限公司 持有 40%	第一类、第二类、第三类医疗 器械、实验室用品、消毒用品、 玻璃仪器、卫生用品、预包装 食品的批发兼零售; 医疗器械 修理	主要向医院/诊所销 售
7	河北心辰 医疗器械 有限公司	291.97	切削设备、 数字取像 设备、烧结 设备等	低于 10%	17.60	2014 年	河北省 唐山市	300 万 元	王媛媛持 有 100%	一类医疗器械、二类医疗器 械、三类医疗器械、生活用消 毒用品、机械零部件批发、零 售	主要向医院/诊所销 售
8	威海威高 洁丽康生 物材料有 限公司	270.23	切削设备、 数字取像 设备、烧结 设备等	低于 10%	7.00	2010 年	山东省 威海市	3,000 万元	威海威高 国际医疗 投资控股 有限公司 持有 100%	I、II、III类医疗器械的生产、 销售(有效期限以许可证为 准); 备案范围内的货物和技 术进出口, 医疗器械的销售	主要向医院/诊所销 售
9	合肥康耐 美医疗用 品有限公 司	192.73	切削设备、 数字取像 设备、烧结 设备等	低于 10%	-	2015 年	安徽省 合肥市	500 万 元	时磊持有 90%, 李彬 持有 10%	医疗器械(含一类、二类、三 类)销售(在许可证核定范围 及有效期内经营); 医疗器械 研发、设计、技术转让、技术 咨询、技术服务	主要向技工所及诊 所销售, 少部分向二 级经销商销售
10	重庆佰诺 德医疗器 械有限公	176.27	切削设备、 数字取像 设备、烧结	低于 30%	-	2018 年	重庆市	200 万 元	卜德生持 有 51%, 李 冲持有	I、II、III类医疗器械的销售	主要向医院/诊所销 售

编号	经销商名称	交易金额（万元）	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存（万元）	成立时间	所在地区	注册资本	股权结构	主营业务	终端流向
	司		设备等						24.5%，姜晔持有24.5%		

2021 年底，内蒙古丰信医药有限公司与部分终端客户达成椅旁设备购买意向，并向发行人完成采购，但由于 2021 年底内蒙古当地新冠疫情原因，未完成向终端客户的发货，导致 2021 年度内蒙古丰信医药有限公司期末库存金额较高。

2020 年度，发行人境内前十大经销商的具体情况如下：

编号	经销商名称	交易金额（万元）	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存（万元）	成立时间	所在地区	注册资本	股权结构	主营业务	终端流向
1	河南省广森医疗器械销售有限公司	638.66	氧化锆瓷块、切削设备、玻璃陶瓷、数字取像设备等	低于 10%	30.00	2012 年	河南省郑州市	500 万元	王治青持有 100%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
2	福建思高医疗科技有限公司	278.54	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	低于 10%	-	2019 年	福建省厦门市	1,000 万元	周伟雄持有 49%，颜筱荣持有 23%，颜佳辉持有 20%，刘环宇持有 8%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
3	山西优义	258.86	数字取像设	低于 10%	-	2014 年	山西省	100	卜套辉持	第一类医疗器械销售；第二类	主要向医院/诊所销

编号	经销商名称	交易金额 (万元)	销售内容	销售金额 占该客户 当期营业 收入比重	期末库存 (万元)	成立时 间	所在区 域	注册 资本	股权结构	主营业务	终端流向
	升医疗器械有限公司		备、切削设备、烧结设备等				运城市	万元	有 60%，张彩红持有 40%	医疗器械销售；第三类医疗器械经营；技术咨询	售
4	郑州晟鑫医疗设备有限公司	169.63	数字取像设备、切削设备、烧结设备等	低于 10%	40.00	2008 年	河南省郑州市	400 万元	田金晟持有 97.5%，田岳持有 2.5%	第一类、二类、三类医疗器械销售、维修、租赁及技术咨询服务	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
5	内蒙古丰信医药有限公司	163.60	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	低于 10%	-	2004 年	内蒙古呼和浩特市	2,000 万元	内蒙古丰信科技有限公司持有 60%，内蒙古康祺文化传媒有限公司持有 26%，易林（北京）科技有限公司持有 20%	药品批发；药品零售；第三类医疗器械经营；第三类医疗器械租赁；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售	主要向医院/诊所销售
6	石家庄科信医疗器械有限公司	81.08	数字取像设备等	低于 10%	11.00	2005 年	河北省石家庄市	50 万元	韩荣持有 60%，刘江持有 40%	医疗器械的批发零售；医疗器械的安装、维修。	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
7	山东铭将医疗科技有限公司	77.66	切削设备、氧化锆瓷块、烧结设	低于 10%	未取得	2019 年	山东省日照市	2,000 万元	齐乃晓持有 100%	从事医疗科技领域内的技术咨询、技术服务；II类、III类医疗器械(凭有效许可证经营)	主要向医院/诊所销售

编号	经销商名称	交易金额 (万元)	销售内容	销售金额 占该客户 当期营业 收入比重	期末库存 (万元)	成立时 间	所在区 域	注册 资本	股权结构	主营业务	终端流向
			备等							销售	
8	成都迈欧斯通医疗科技有限公司	73.54	切削设备、 烧结设备等	低于 10%	-	2018 年	四川省 成都市	600 万元	张钧持有 100%	医疗器械研发、销售、上门维修、租赁	主要向医院/诊所销售
9	乌鲁木齐市三和松普商贸有限公司	58.76	数字取像设备 等	低于 10%	-	2008 年	新疆乌 鲁木齐 市	200 万元	吴欣泽持 有 60%，刘 广宇持有 40%	第二类医疗器械销售；第二类医疗器械租赁；第一类医疗器械销售；第一类医疗器械租赁；第三类医疗器械经营；第三类医疗器械租赁	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
10	唐山市金宇医疗器械有限公司	54.68	切削设备、 烧结设备等	低于 10%	-	2002 年	河北省 唐山市	300 万元	刘晨曦持 有 55%，米 永杰持有 45%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	主要向医院/诊所销售

由于山东铭将医疗科技有限公司已注销，公司已经无法与该公司相关人员取得联系，因此未取得其 2020 年度末库存情况。

2019 年度，发行人境内前十大经销商的具体情况如下：

编号	经销商名称	交易金额 (万元)	销售内容	销售金额 占该客户 当期营业 收入比重	期末库 存（万 元）	成立时 间	所在区 域	注册 资本	股权结构	主营业务	终端流向
1	河南省广森医疗器械销售有	343.15	氧化锆瓷 块、切削设 备、数字取	低于 10%	30.00	2012 年	河南省 郑州市	500 万 元	王治青持 有 100%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售

编号	经销商名称	交易金额（万元）	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存（万元）	成立时间	所在地区	注册资本	股权结构	主营业务	终端流向
	限公司		像设备等								
2	西安健特齿科材料有限公司	257.89	氧化锆瓷块、切削设备、数字取像设备等	低于 30%	30.19	2014 年	陕西省西安市	100 万元	李萌持有 60%，鄢经瑜持有 40%	第一类、第二类、第三类医疗器械的批发兼零售	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
3	郑州晟鑫医疗设备有限公司	106.84	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	低于 10%	-	2008 年	河南省郑州市	400 万元	田金晟持有 97.5%，田岳持有 2.5%	第一类、二类、三类医疗器械销售、维修、租赁及技术咨询服务	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
4	广州壹凌医疗器械科技有限公司	61.56	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备等	低于 30%	10.00	2014 年	广东省广州市	1,100 万元	肖铁刚持有 60%，赖健翔持有 40%	非许可类医疗器械经营；许可类医疗器械经营	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
5	福建思高医疗科技有限公司	59.21	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	低于 10%	-	2019 年	福建省厦门市	1,000 万元	周伟雄持有 49%，颜筱荣持有 23%，颜佳辉持有 20%，刘环宇持有 8%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
6	北京诚汇林医疗科技有限公司	38.14	切削设备、数字取像设备等	低于 10%	-	2018 年	北京市	100 万元	王胜男持有 60%，刘泉美持有 40%	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械销售	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售
7	山西优义	38.04	切削设备、	低于 10%	-	2014 年	山西省	100 万	卜套辉持	第一类医疗器械销售；第二类	主要向医院/诊所销

编号	经销商名称	交易金额（万元）	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存（万元）	成立时间	所在地区	注册资本	股权结构	主营业务	终端流向
	升医疗器械有限公司		烧结设备等				运城市	元	有 60%，张彩红持有 40%	医疗器械销售；第三类医疗器械经营；技术咨询	售
8	深圳市迈世通医疗器械有限公司	35.82	切削设备、数字取像设备等	低于 10%	未取得	2015 年	广东省深圳市	200 万元	冉红平持有 76%，李燕持有 24%	I类II类III类医疗器械研发、销售、维修、租赁、技术培训	主要向医院/诊所销售
9	成都迈欧斯通医疗科技有限公司	24.63	切削设备、烧结设备等	低于 10%	-	2018 年	四川省成都市	600 万元	张钧持有 100%	医疗器械研发、销售、上门维修、租赁	主要向医院/诊所销售
10	北京牙科通医疗科技股份有限公司	19.18	激光治疗仪等	低于 10%	-	1998 年	北京市	1,000 万元	王铭辉持有 70%，北京众智汇盈管理咨询中心（有限合伙）持有 20%，张丽彦持有 10%	销售医疗器械II、III类	主要向技工所及诊所销售，少部分向二级经销商销售

由于深圳市迈世通医疗器械有限公司已于 2020 年度与公司停止合作，公司已经无法与该公司相关人员取得联系，因此未取得其 2019 年度末库存情况。

根据对上述经销商访谈及国家药品监督管理局数据查询网站的查询结果，上述经销商均具有相应的医疗器械经营资质，满足经销

公司产品的要求。

上述报告期各期前十大经销商中，广州壹凌医疗器械科技有限公司（以下简称“广州壹凌”）股东肖铁刚自 2017 年 10 月成为该公司股东，持有该公司 60%的股份，该公司与发行人自 2010 年开始建立合作关系，为发行人在华南地区长期合作的经销商客户，是一家专业代理国际知名齿科器材、设备、软件和材料的企业，肖铁刚于 2009 年 9 月入职公司，作为主要负责南方地区的客户经理与经销商客户广州壹凌保持了良好的合作关系。2017 年，肖铁刚因看好口腔医疗器械行业，且在发行人处任职积累了丰富的口腔医疗器械行业经验和市场资源，出于自身职业发展考虑，决定投资医疗器械销售行业，并于 2017 年 7 月从发行人离职。肖铁刚通过广州壹凌原股东介绍，从发行人处离职后，于 2017 年 10 月 25 日投资入股了广州壹凌。肖铁刚在发行人任职时间与其投资入股发行人的时间不存在重叠情形。

报告期内，广州壹凌与公司的合作情况如下：

单位：万元

交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
向广州壹凌销售金额	6.68	22.11	37.83	61.56
营业收入合计	26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
占主营业务收入比例	0.02%	0.04%	0.10%	0.21%

报告期内，公司对广州壹凌的销售收入占当期营业收入比例分别 0.21%、0.10%、0.04%和 0.02%，占营业收入的比例较低且呈逐年下降趋势，主要产品为氧化锆瓷块、设备软件及其他等。肖铁刚入股广州壹凌后，初期基于公司与广州壹凌原有合作关系，维持了之前的合作规模，2019 年后，由于广州壹凌调整经营方向，双方交易量大幅降低。

综上，广州壹凌虽由公司离职员工持有股份，但系该离职员工出于自身职业发展考虑进行的投资，广州壹零与公司之间不存在委托或代理持股情形，与公司不存在非经营性资金往来或其他利益安排。

经核查，除上述情况外，公司境内前十大经销商与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、员工或离职员工、实际控制人、主要股东及关联方之间不存在关联关系和其他利益安排。

（二）境外前十大经销商具体情况

2022 年 1-6 月，发行人境外前十大经销商的具体情况如下：

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
1	LLC AXIOR DENT	875.0 1	氧化锆瓷块等	高于 50%	154.02	2017 年	俄罗斯	А л е к с а н д р А л е к с а н д р о в и ч Р ы н д и н	牙科设备及牙科材料的进口及销售
2	HISPANSION PROYECTOS, S. L.	504.4 2	氧化锆瓷块、数字取像设备、烧结设备等	高于 50%	39.09	2012 年	西班牙	SONIA CAMELLO 和 ROBERTO MOLINERA 各持 50%	牙科、数字扫描设备产品的进口、销售和安装
3	BATIGROUP DENTAL Diş ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİR	484.8 3	氧化锆瓷块、树脂等	低于 10%	142.59	2002 年	土耳其	Straumann Group	提供标准植入物、锥形效应植入

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
	KETi.								物、骨水平植入物、手术计划辅助工具、冠桥、辅助器械、骨刀和假体计划辅助工具
4	NVEP IMPEX	442.49	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、切削设备等	高于 50%	125.12	2017 年	法国	Nicolas Velay	齿科专用材料和设备的贸易以及相关资讯服务
5	SCAN LAB SP. Z O O.	351.84	数字取像设备、氧化锆瓷块、切削设备等	低于 50%	-	2017 年	波兰	Walik Damian	医疗器械进出口及销售
6	Medical Stores Company	292.00	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备等	低于 50%	198.11	2020 年	沙特阿拉伯	Dr. Amjad Shehada	经销齿科材料与设备
7	E. S. T BIOTECH INC.	274.74	氧化锆瓷块、切削设备、烤瓷粉等	低于 30%	217.66	2001 年	台湾	曾花牡丹	向诊所、医院、技工所及科研机构销售齿科产品
8	8853 S. p. A	268.98	氧化锆瓷块、数字取像设备、烤瓷粉等	低于 30%	156.34	1992 年	意大利	Giorgio Villa	牙科耗材及设备的制

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
									造、经营
9	Gro3x, Inc.	237.00	氧化锆瓷块、烧结设备、树脂等	低于 30%	48.33	2019 年	美国	Norbert Ulmer	经销正畸透明矫正器以及数字扫描设备，以及提供牙齿设计和制造服务
10	Nowak Dental Supplies	231.50	氧化锆瓷块、树脂、烤瓷粉等	低于 30%	35.11	1944 年	美国	SHAWN NOWAK	经销齿科材料与设备

2021 年度，发行人境外前十大经销商的具体情况如下：

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
1	LLC AXIOR DENT	995.55	氧化锆瓷块、烤瓷粉、树脂等	高于 50%	193.51	2017 年	俄罗斯	Александр Александрович Рындин	牙科设备及牙科材料的进口及销售

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
2	AL BAWABA AL ELMEYA GENERAL TRADING L.L.C	751.66	氧化锆瓷块、切削设备、数字取像设备等	低于 10%	50.31	2003 年	迪拜	Mohammed Abdulla Mustafa Abuzayeda	牙科设备和材料贸易及销售
3	8853 S.p.A	710.63	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备等	低于 10%	123.48	1992 年	意大利	Giorgio Villa	牙科耗材及设备的制造、经营
4	HISPANSION PROYECTOS, S.L.	709.23	氧化锆瓷块、数字取像设备、烧结设备等	高于 50%	5.72	2012 年	西班牙	SONIA CAMELLO 和 ROBERTO MOLINERA 各持 50%	牙科、数字扫描设备产品的进口、销售和安装
5	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	584.97	氧化锆瓷块、切削设备、树脂等	低于 10%	116.16	2009 年	美国	James Katsur	牙科材料进口与销售
6	NVEP IMPEX	497.31	氧化锆瓷块、玻璃瓷块、切削设备等	高于 50%	67.91	2017 年	法国	Nicolas Velay	齿科专用材料和设备的贸易以及相关资讯服务
7	Kirilyuk Dental	483.17	氧化锆瓷块、切削设备、烧结设备等	高于 50%	52.89	2006 年	乌克兰	Кирилюк-Рудий Игорь Петрович	进口及销售齿科材料及设备
8	NOWAK DENTAL SUPPLIES INC	390.07	氧化锆瓷块、烧结设备、烤瓷粉等	低于 30%	23.18	1944 年	美国	SHAWN NOWAK	经销齿科材料与设备
9	CosmoSyne Limited Liability Company	396.25	氧化锆瓷块、烧结设备、数字取像设备等	低于 50%	18.19	2016 年	日本	YUKAKO KATO	向诊所及技工所销售口腔产品及设

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
									备
10	Labotech Co., Ltd.	378.57	氧化锆瓷块、切削设备等	低于 30%	193.51	2004 年	韩国	이석구	为诊所及技工所提供齿科产品

2020 年度，发行人境外前十大经销商的具体情况如下：

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
1	LLC AXIOR DENT	852.94	氧化锆瓷块、数字取像设备、切削设备等	低于 50%	135.01	2017 年	俄罗斯	Александр Александрович Рындин	牙科设备及牙科材料的进口及销售
2	8853 S.p.A	477.79	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备等	低于 10%	85.54	1992 年	意大利	Giorgio Villa	牙科耗材及设备的制造、经营
3	T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	409.27	氧化锆瓷块、切削设备、烧结设备等	高于 50%	5.40	2017 年	越南	Viet Nquyen	齿科材料及切削设备的进口与销售
4	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	407.05	氧化锆瓷块、树脂、烤瓷粉等	低于 10%	83.57	2009 年	美国	James Katsur	牙科材料进口与销售
5	HENRY SCHEIN SHVADENT (2009)	397.76	氧化锆瓷块、切削设备、树脂等	低于 10%	69.26	2009 年	以色列	Sharon Trokman	为诊所、实验室进口和供

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
	LTD.								应牙科材料和设备
6	HISPANSION PROYECTOS, S.L.	359.30	氧化锆瓷块、数字取像设备、烤瓷粉等	低于 50%	4.75	2012 年	西班牙	SONIA CAMELLO 和 ROBERTO MOLINERA 各持 50%	牙科、数字扫描设备产品的进口、销售和安装
7	CosmoSyne Limited Liability Company	338.88	氧化锆瓷块、烧结设备、树脂等	低于 30%	14.28	2016 年	日本	YUKAKO KATO	向诊所及技工所销售口腔产品及设备
8	SARL STE AKI SARL	275.03	氧化锆瓷块、切削设备、烧结设备等	低于 30%	42.92	1995 年	摩洛哥	Kadiri Bachir	齿科产品的进口及销售、齿科行业咨询服务
9	Kirilyuk Dental	266.78	氧化锆瓷块、切削设备、玻璃陶瓷等	低于 50%	74.26	2006 年	乌克兰	Кирилюк-Рудий Игорь Петрович	进口及销售齿科材料及设备
10	E.S.T. BIOTECH INC.	260.43	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备等	低于 10%	18.14	2001 年	中国台湾	曾花牡丹	向诊所、医院、技工所及科研机构销售齿科产品

2019 年度，发行人境外前十大经销商的具体情况如下：

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
1	LLC AXIOR DENT	735.17	氧化锆瓷块、数字取像设备、切削设备等	低于 50%	42.90	2017 年	俄罗斯	Александр Александрович Рындин	牙科设备及牙科材料的进口及销售
2	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	664.37	氧化锆瓷块、切削设备、树脂等	低于 10%	142.16	2009 年	美国	James Katsur	牙科材料进口与销售
3	8853 S.p.A	543.01	氧化锆瓷块、烧结设备、切削设备等	低于 10%	98.68	1992 年	意大利	Giorgio Villa	牙科耗材及设备的制造、经营
4	T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	496.27	氧化锆瓷块、烧结设备、烤瓷粉等	高于 50%	4.15	2017 年	越南	Viet Nquyen	齿科材料及切削设备的进口与销售
5	Labotech Co., Ltd.	393.43	氧化锆瓷块、切削设备等	低于 30%	138.39	2004 年	韩国	이석우	为诊所及技工所提供齿科产品
6	Kirilyuk Dental	285.99	氧化锆瓷块、烤瓷粉、数字取像设备等	低于 50%	48.44	2006 年	乌克兰	Кириллук-Рудий Игорь Петрович	进口及销售齿科材料及设备
7	HISPANSION PROYECTOS, S.L.	264.43	氧化锆瓷块、烧结设备等	低于 50%	5.09	2012 年	西班牙	SONIA CAMELLO 和 ROBERTO MOLINERA 各持 50%	牙科、数字扫描设备产品的进口、销售和安装
8	CosmoSyne Limited Liability Company	219.30	氧化锆瓷块、烧结设备等	低于 30%	9.76	2016 年	日本	YUKAKO KATO	向诊所及技工所销售口腔产品及设备
9	NVEP IMPEX	189.90	氧化锆瓷块、数字取像设备、烧结设备等	低于 30%	27.84	2017 年	法国	Nicolas Velay	齿科专用材料和设备的

编号	经销商名称	交易金额 (万元人民币)	销售内容	销售金额占该客户当期营业收入比重	期末库存 (万元人民币)	成立时间	所在地区	实际控制人	主营业务
10	NISHAM ARYANA TRADING	177.22	氧化锆瓷块、切削设备、烧结设备等	低于 10%	未取得	2008 年	伊朗	MOHAMMAD ALI	贸易以及相关资讯服务 向诊所及技工所销售口腔产品及设备

由于 NISHAM ARYANA TRADING 已与公司于 2022 年度停止合作,公司已经无法与该公司相关人员取得联系,因此未取得其 2019 年度末库存情况。

根据对上述经销商访谈以及上述经销商出具的说明,上述经销商在其经营地均具有销售公司相关产品的医疗器械资质。

经核查,报告期各期,上述境外经销商与发行人、发行人董事、监事、高管、其他核心人员、员工或离职员工、实际控制人、主要股东及关联方不存在关联关系或其他利益安排。

七、说明“联动销售”模式的原因及合理性，涉及的主要客户，报告期内的销售金额及占比，各履约义务的收入确认时点和合同金额分摊的具体方式，是否符合《企业会计准则》的规定

（一）公司采用“联动销售”模式的原因及合理性

公司采用“联动销售”模式，主要系基于对口腔医疗行业的深入理解，依托在口腔修复材料领域良好的业务基础，向技工端客户销售口腔修复材料的同时，推广销售口腔数字化设备，为客户提供数字化口腔修复综合服务。通过“联动销售”模式同时销售材料和设备，在一定程度让利客户的同时，可以有效提升客户综合服务能力和客户体验，既有利于公司现有业务边界的拓宽，提升业务规模，又有利于增强公司与客户之间合作的深度。客户同时使用公司材料和设备产品，有助于提高二者之间适配性，提高制作出义齿的品质和良率，也可以获得更好的售后服务。此外，由于“联动销售”模式主要面向境内技工端客户，该等客户价格敏感度较高且对口腔修复材料的采购需求以基础产品为主，故在“联动销售”模式下，公司以推广白盘系列产品为主。对于单色和渐变等中高端系列产品，公司价格折扣较为谨慎，较少使用“联动销售”模式进行推广。

因此，“联动销售”模式是公司数字化口腔修复综合服务策略下的推广模式，在提升服务质量、增强客户黏性的同时，有助于促进公司销售和利润规模，提升行业地位，公司采用“联动销售”模式具备合理性。

（二）报告期内的“联动销售”金额及占比情况

报告期内，公司“联动销售”金额及占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
口腔修复材料	897.29	3,858.30	6,279.53	6,844.79
口腔数字化设备	367.73	2,553.42	2,785.99	1,606.29
其他产品和服务	1.23	10.61	21.31	18.15
合计	1,266.24	6,422.33	9,086.82	8,469.22
营业收入	26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
联动销售收入占比	4.70	11.78	25.13	28.31

报告期内，公司主要针对境内技工端客户采用“联动销售”模式，“联动销售”

相关产品的收入金额及占营业收入的比例整体呈下降趋势，主要原因系“联动销售”模式以推广白盘系列产品为主，随着公司产品结构和市场策略的转变，渐变等高端系列产品成为推广重点，采用“联动销售”模式进行销售的规模减小。

（三）“联动销售”涉及的主要客户

公司通过“联动销售”方式涉及的主要客户销售情况如下：

单位：万元、%

年份	序号	客户名称	联动销售收入金额	占联动销售金额比例
2022 年 1-6 月	1	西安致美齿科技发展有限公司	47.14	3.72
	2	苏州固锐德医疗器械有限公司	43.37	3.42
	3	洛阳引胜义齿科技有限责任公司	42.02	3.32
	4	杭州雅致齿科制品厂	39.86	3.15
	5	南京欧赛尔齿业有限公司	36.31	2.87
	合计		208.70	16.48
2021 年度	1	洛阳引胜义齿科技有限责任公司	205.37	3.20
	2	深圳市康隆医疗科技有限公司	154.83	2.41
	3	太原市光艺义齿制作有限公司	140.14	2.18
	4	苏州固锐德医疗器械有限公司	109.51	1.71
	5	安徽佳捷医疗器械有限公司	98.90	1.54
	合计		708.75	11.04
2020 年度	1	重庆态美齿科研究所	216.96	2.39
	2	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	186.30	2.05
	3	上海速诚义齿有限公司	169.06	1.86
	4	深圳市亚卡特义齿有限公司	165.49	1.82
	5	深圳市康隆医疗科技有限公司	156.35	1.72
	合计		894.15	9.84
2019 年度	1	苏州固锐德医疗器械有限公司	219.13	2.59
	2	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	200.99	2.37
	3	深圳市康隆医疗科技有限公司	194.74	2.30
	4	黑龙江鼎元牙科科技有限公司	155.05	1.83
	5	上海速诚义齿有限公司	136.17	1.61
	合计		906.08	10.70

注：受同一控制的客户已合并计算销售额。

报告期内，“联动销售”模式涉及的前五大客户的“联动销售”模式收入占比分别为 10.70%、9.84%、11.04%和 **16.48%**，采用该模式合作的客户相对分散，客户主要为义齿技工所。

（四）“联动销售”的收入确认情况

报告期内，在“联动销售”模式下，客户一定期限内达到约定的口腔修复材料（通常为氧化锆瓷块产品）采购额，有权享受相应约定金额的款项折扣并可将折扣款项用于抵扣口腔数字化设备款项，在合同开始执行后，公司按照合同约定将设备发给客户，并按照客户下订单情况将口腔修复材料发给客户。

对于“联动销售”合同，若客户选择将折扣款项用于抵扣口腔数字化设备款项，客户在完成约定的口腔修复材料采购额时所获得的折扣款仅能用于同一合同下的口腔数字化设备采购款的抵扣，折扣款项安排实质是对合同总价格的调整，系客户同时购买口腔修复材料和口腔数字化设备而取得的合同折扣。在合同开始日，公司将口腔修复材料销售和口腔数字化设备销售视为两个单独的履约义务，按照口腔修复材料和口腔数字化设备的单独售价，将考虑客户完成任务额时有权获得款项折扣后的交易总价格分摊至各单项履约义务。各履约义务收入确认时点为：口腔修复材料在客户实际签收时按照分摊后的交易价格确认收入；在客户完成口腔修复材料采购约定任务额之前，因公司已将设备发给客户且客户存在无法完成采购任务额的可能，公司根据合同约定保留了口腔数字化设备的所有权，以便能够根据客户约定采购任务额履行情况决定设备归属，口腔数字化设备的控制权于客户完成约定任务额时转移，口腔数字化设备在客户完成约定任务额时按照分摊后的交易价格确认收入。

假设合同约定客户在一定期限内采购口腔修复材料产品金额若达到 10 万元（约定采购额），客户有权享受 5 万元的款项折扣并可将折扣款用于同一合同下约定的单独售价为 10 万元的具体型号口腔数字化设备采购款的抵扣。在合同开始日，公司将口腔修复材料销售和口腔数字化设备销售视为两个单独的履约义务，按照口腔修复材料和口腔数字化设备各自单独销售的总价，将考虑客户完成任务额时有权获得款项折扣后的交易总价（10 万元口腔修复材料+10 万元口腔数字化设备-5 万元款项折扣=15 万元）分摊至各单项履约义务（单独销售金额均为 10 万元），销售口腔数字材料和口腔数字化设备两项履约义务分摊的交易价格分别

为 $15 \times 10 / (10 + 10) = 7.5$ 万元。

在联动销售合同实际执行过程中，客户通常分批次进行口腔修复材料的采购，公司在客户完成单次采购时按照完成采购的金额相应确认口腔修复材料收入，合同执行情况主要分为以下两种类型：

项目	联动销售合同执行过程中	联动销售合同执行完毕/未完成约定采购额变更交付条款并终止合同
客户完成约定采购额	收入确认情况： 销售的材料产品在客户实际签收时按照分摊后的交易价格确认收入，设备产品不确认收入 收入确认金额： 客户采购 9 万元材料产品，确认收入 $7.5 \times 9 / 10 = 6.75$ 万元	收入确认情况： 销售的材料产品在客户实际签收时按照分摊后的交易价格确认收入，设备产品确认收入 收入确认金额： 客户共采购 10 万元材料产品，合计确认收入 $7.5 \times 10 / 10 = 7.5$ 万元；设备产品确认收入 7.5 万元
客户未完成约定采购额，变更设备交付条款并终止合同，客户依然可享受相应折扣，设备归客户所有	收入确认情况： 销售的材料产品在客户实际签收时按照分摊后的交易价格确认收入，设备产品不确认收入 收入确认金额： 客户采购 9 万元材料产品，确认收入 $7.5 \times 9 / 10 = 6.75$ 万元	收入确认情况： 销售的材料产品在客户实际签收时按照分摊后的交易价格确认收入，设备产品确认收入 收入确认金额： 客户在约定的采购期限内仅完成 9 万元材料采购而未达到约定采购额，双方约定变更交付条款并终止联动销售合同，在该时点客户共采购 9 万元材料产品并已确认收入 $7.5 \times 9 / 10 = 6.75$ 万元；根据原联动销售合同约定设备产品应确认收入 7.5 万元，材料和设备产品合计确认收入 14.25 万元。但合同终止时公司可收到的总价款 14 万元与收入确认金额 14.25 万元之间存在差额 0.25 万元，因交付对价变更系设备销售履约内容的补充，该差额视为公司给予客户设备采购的额外折扣，将差额全部调整应确认的设备产品收入，设备产品确认收入 $7.5 - 0.25 = 7.25$ 万元

注：报告期内，因客户未完成约定采购额而对当期设备收入进行调整的金额占各期“联动销售”收入的比例分别为 0.02%、0.19%、1.66%和 0.40%。

公司将氧化锆瓷块和设备类产品的销售拆分为两项单项履约义务，且在相关产品控制权转移才确认收入，符合会计准则相关规定。

综上，“联动销售”模式下，公司将客户完成采购额时有权获得的款项折扣后的交易总价格分摊至口腔修复材料和口腔数字化设备销售两项单独履约义务，并于到货签收时、客户完成约定任务额时分别按照分摊后的交易金额确认口腔修复材料、口腔数字化设备销售收入。公司“联动销售”模式各履约义务的收入确认时点和合同金额分摊的具体方式符合《企业会计准则》的规定。

八、请保荐人、发行人律师和申报会计师逐项根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定，对经销业务进行核查，说明核查过程，完善经销商模式相关情况的信息披露，并发表明确意见

（一）核查程序

保荐人、发行人律师和申报会计师根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定，对发行人经销业务进行了逐项核查，具体核查程序如下：

1、核查发行人经销商模式收入实现的真实性

（1）核查发行人对于经销收入的会计处理和内部控制

查阅了发行人的会计记录，了解发行人对于收入确认、退货的相关会计政策，查阅发行人与经销商销售合同的主要条款，核查发行人收入确认的会计政策是否符合企业会计准则要求；取得报告期各期销售明细，抽取发行人与经销商的销售订单、销售出库单、物流运单、记账凭证等文件，核查发行人收入确认内部控制的有效性。

取得了报告期各期发行人向经销商的销售数据及退货明细，计算平均销售价格、退货比例等数据，并查阅发行人的经销协议以及各类销售政策，将销售价格、退货的相关条款，与实际情况进行比对。取得报告期内各期退货金额及占当期营业收入的比重，核查发行人的退货情况。

（2）对经销商进行函证，核查经销商收入真实性

根据重要性原则，对报告期内主要客户实施函证程序。报告期内对发行人经销商进行函证确认的情况如下：

年份	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
经销收入（万元）	11,739.04	21,037.19	9,982.36	7,252.68
函证覆盖销售额（万元）	11,114.67	19,583.95	9,447.07	6,793.60
发函覆盖率	94.68%	93.09%	94.64%	93.67%
回函覆盖销售额（万元）	10,419.74	18,697.09	9,212.26	6,756.55
回函覆盖率	88.76%	88.88%	92.29%	93.16%

（3）对经销商进行实地走访

通过对主要经销商进行实地走访、盘点库存及取得终端销售情况等方式，核查经销商存货和终端销售情况：

①对主要经销商进行了实地走访或视频访谈，报告期各期走访经销商家数为53家、69家、92家和**97家**，走访经销商实现收入占当年经销收入的比例为91.18%、87.81%、84.18%和**80.67%**；

②实地或视频查看了主要经销商的经营场所、人员规模、仓储规模的整体情况，获取了经销商的经营规模、销售发行人产品的下游客户类型的总体情况，分析经销商最终销售情况和库存水平的合理性，针对境外经销商，在视频访谈的基础上，保荐人会同申报会计师通过其国际成员所人员，对公司报告期各期的前五大境外经销客户执行实地走访的程序，并对其进行终端穿透核查，保荐人全程视频参与现场访谈工作，并会同发行人律师对相关工作底稿进行复核；

③对主要经销商客户的终端客户进行访谈，**了解终端客户购买和使用发行人产品的情况，访谈流程及关注问题包括：核实受访人员身份（收集名片、工牌或身份证复印件）和受访机构信息，访谈过程中关注终端客户是否与发行人存在关联关系，终端客户采购发行人产品的类型、时间和金额，是否存在退换货的情况，实地或通过视频查看终端客户的办公环境及使用发行人产品的情况。**报告期各期，配合穿透访谈的经销商共73家，配合穿透访谈的经销商报告期各期实现营业收入占经销模式收入比例分别为**72.74%、69.99%、67.08%和68.26%**。

2、核查经销商具体业务模式、采取经销商模式的必要性及经销商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定

（1）对发行人主要负责人员、业务部门相关负责人进行了访谈，对主要经销商进行实地走访或视频访谈，了解发行人经销商具体业务模式；

（2）查阅了发行人与经销商签订的《经销协议》，了解发行人与经销商合作模式及具体经销政策约定。

（3）查阅了发行人的会计记录，了解发行人对于收入确认、退货的相关会计政策，核查发行人收入确认的会计政策是否符合企业会计准则要求；

（4）取得报告期各期销售明细，抽取发行人与经销商的销售订单、销售出库单、银行流水、退换货审批单、记账凭证等文件，核查发行人收入确认内部控

制的有效性。

3、核查经销商选取标准、日常管理、定价机制（包括营销、运输费用承担和补贴等）、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行

（1）取得了发行人的销售记录，获取与主要经销商签署的《经销协议》，了解发行人与经销商之间的经销协议条款，包括经销商日常管理、定价机制、物流政策、退换货机制等条款；

（2）对销售部门相关负责人进行访谈，了解公司对经销商的选取标准、日常管理和定价机制等经销商管理制度；

（3）查阅了发行人制定的《经销商管理办法》等经销商管理制度文件，发行人已制定了完善的经销商管理内部控制制度；

（4）对主要经销商进行了实地走访或视频访谈，了解发行人经销商与发行人业务往来情况，包括发行人对经销商日常管理、产品定价、物流、退换货机制等。

4、核查经销商是否与发行人存在关联关系，对经销商的信用政策是否合理

（1）获取公司实际控制人、董事、监事及高级管理人员个人卡流水，核查是否与经销商及相关人员存在资金往来；

（2）核实公司实际控制人、董事、监事及高级管理人员、前述人员近亲属及其对外投资、兼职等信息，确定关联方清单，并将关联方清单与发行人报告期内的经销商进行比对；

（3）通过国家企业信用信息公示系统等平台，查阅了主要经销商的工商信息，查看主要经销商的主要管理人员、主要股东等信息，比对是否存在公司的关联方；

（4）对公司主要经销商进行实地走访或视频访谈，向经销商提供关联方清单，要求经销商确认是否与公司存在关联关系。

（5）对发行人财务、业务部门相关负责人进行了访谈，对主要经销商进行实地走访或视频访谈，了解发行人对经销商的信用政策；

（6）查阅了发行人与经销商签订的《经销协议》，了解发行人与经销商合作模式及具体经销政策约定；

（7）获取发行人报告期各期末应收账款明细表，检查报告期各期末经销商的应收账款情况。

5、同行业可比上市公司采用经销商模式的情况

（1）查阅发行人可比公司经销模式的公开信息，并与发行人进行比对，并对差异情况进行分析；

（2）获取发行人的销售收入明细表，了解报告期内公司直销和经销模式下同类产品的销售价格和毛利率情况，并对差异原因进行分析。

6、经销商销售发行人产品的情形

（1）取得了发行人的销售记录，对销售部门相关负责人进行访谈，了解经销商产品销售情况；

（2）查阅了发行人制定的《经销商管理办法》等经销商管理制度文件，了解经销商管理制度对于经销商产品销售的规定；

（3）对主要经销商进行了实地走访或视频访谈，了解发行人经销商的产品销售情况。

7、经销商的终端销售及期末存货情况

（1）对主要经销商进行了实地走访或视频访谈，了解经销商的终端销售和期末存货情况；

（2）实地或视频查看了主要经销商的经营场所、人员规模、仓储规模的整体情况，访谈确认了经销商销售发行人产品的下游客户的总体情况；

（3）实地或视频查看了主要经销商的库存情况，获取经销商各期库存情况的确认函；

（4）抽取主要经销商的终端客户进行了实地或视频访谈，核查经销商终端销售实现情况。

8、报告期内经销商新增与退出情况

统计报告期内经销商客户的数量及分布情况，并分析变动原因，判断其合理性；对报告期内主要经销商客户进行访谈，了解其与发行人及关联方是否存在关联关系、业务往来，了解其与发行人的交易情况和相关产品实现销售情况。

（二）核查结论

1、公司采用直销与经销相结合的模式进行销售，经销模式是发行人销售渠道的有益补充，发行人采取经销模式具有合理必要性；

2、报告期各期，公司经销收入确认的内部控制具有有效性，主要经销商函证回函金额与发函金额不存在重大差异，最终销售情况和库存水平具有合理性，终端销售实现情况良好，公司经销模式下的收入真实可靠，公司经销模式的收入确认政策符合企业会计准则的相关规定；

3、公司建立了完善的经销商管理制度，经销协议对交易往来的重要事项进行了明确约定，公司在经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、退换货机制、销售存货信息系统等方面建立了完善的内控制度，且有效执行；

4、公司与主要经销商不存在关联关系；报告期各期，公司与主要经销商持续开展合作，公司对主要经销商采取的信用政策具有合理性；

5、公司同行业可比公司采用直销与经销模式相结合的情况具有普遍性，公司经销收入和直销收入实现的销售比例和毛利率的差异原因具有商业合理性；

6、发行人主要经销商合作较为稳定，不存在重大异常变动的情形。

九、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行的核查程序包括：

1、查阅发行人与主要经销商签订的经销协议，获取发行人经销商模式相关的内控制度文件，详细了解发行人销售业务模式、经销商的基本情况、销售流程、定价政策、退换货流程等内容，以确认采用经销商销售模式的原因和必要性；

2、查阅同行业可比公司的公开披露资料，核查发行人通过经销商模式实现

的销售收入及占比、毛利率与同行业对比情况；

3、获取发行人收入成本明细表，统计报告期内新增、退出经销商销售收入及毛利，分析各期新增、退出经销商销售收入和毛利占比的合理性；

4、获取发行人经销销售明细资料，核查主要经销商销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性。对主要经销商进行访谈，核查是否存在经销商向发行人采购规模与其自身业务规模不匹配的情况；

5、对发行人主要经销商执行实地走访/视频询问程序，了解其经营状况、所属行业和对发行人产品的使用情况以及终端客户情况，核查是否存在直销客户与经销商终端客户重合的情况、原因及合理性；

6、访谈发行人高级管理人员和财务人员，了解发行人行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布，分析发行人采用经销商销售模式以及“联动销售”的原因；取得发行人报告期各期“联动销售”相关合同和销售明细表，了解和统计“联动销售”模式涉及的主要客户，报告期内的销售金额及占比，各履约义务的收入确认时点和合同金额分摊的具体方式。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人以直销和经销相结合的销售模式符合行业特点、下游客户分布及行业管理，与同行业可比公司不存在重大差异；

2、报告期内，发行人与主要经销商的合作关系较为稳固，经销商数量、销售收入及毛利变动不存在重大异常，具有商业合理性；

3、报告期内，发行人新增、退出经销商销售收入及毛利的变化较为合理，具有商业合理性，部分经销商存在新设即成为发行人主要经销商的情况，原因较为合理，经销商不存在大量非法人实体，与同行业可比公司相比不存在重大差异；

4、报告期内，发行人主要经销商期末库存合理，与其自身的经营策略、销售渠道特点及经营规模相匹配，符合实际情况，发行人不存在经销商渠道压货情形，经销收入实现最终销售，发行人经销模式收入具有真实性；

5、发行人境内和境外前十大经销商与发行人、发行人董事、监事、高管、

其他核心人员、员工、实际控制人、主要股东及关联方不存在关联关系或其他利益安排。部分经销商与发行人离职员工存在关联关系，但与发行人之间不存在委托或代理持股情形，与发行人不存在非经营性资金往来或其他利益安排；

6、发行人采用“联动销售”模式具有商业合理性，各履约义务的收入确认时点和合同金额分摊方式符合《企业会计准则》的规定。

10.关于收入

招股说明书披露：

（1）报告期内，公司氧化锆瓷块分别实现收入 17,142.01 万元、21,731.18 万元、22,363.73 万元和 20,023.78 万元，占主营业务收入比例分别为 80.82%、72.80%、61.92%和 51.34%，报告期内氧化锆瓷块销量持续增加，产品各系列单价持续下降；

（2）报告期内，公司口腔数字化设备收入分别为 2,431.81 万元、5,205.78 万元、9,255.12 万元及 13,102.07 万元，占主营业务收入的比分别为 11.46%、17.44%、25.62%和 33.59%。报告期内，公司口腔数字化设备主要包括切削设备和数字取像设备，报告期内销量持续增加，单价持续下降；

（3）报告期内，公司玻璃陶瓷分别实现收入 37.47 万元、240.24 万元、972.98 万元和 2,007.82 万元，占主营业务收入比分别为 0.18%、0.80%、2.69%和 5.15%，其他产品及服务收入分别为 522.75 万元、1,190.57 万元、1,711.12 万元和 2,050.50 万元，占主营业务收入的比分别为 2.46%、3.99%、4.74%和 5.26%；

（4）报告期内，公司其他业务收入分别为 45.41 万元、67.46 万元、43.70 万元、22.85 万元，主要为维修费收入。

请发行人：

（1）结合报告期内原材料价格变动、单位成本变动、定价政策、客户变动、产品内部结构变动等，量化分析氧化锆瓷块各系列产品单价持续下降的原因，结合氧化锆瓷块的市场空间、发行人的市场地位、发行人产品的主要竞争力等说明未来单价是否继续下降，对发行人的持续经营能力是否造成重大不利影响；

（2）结合报告期内主要客户的销量变动情况说明报告期内氧化锆瓷块各系列产品销量持续增长的原因；

（3）说明报告期内切削设备和数字取像设备单价持续下降的原因；

（4）结合口腔数字化设备的经营模式、发行人的竞争优势、不同类型客户的销售情况等，说明报告期内口腔数字化设备收入增幅较大的原因及合理性，收入增长是否具备可持续性；

（5）说明报告期内玻璃陶瓷和其他产品及服务收入持续增长且占主营业务收入的比例逐年增加的原因及合理性；

（6）说明直销和经销模式下各类别产品的销售金额及占比，直销和经销模式下的产品类别是否存在差异，原因及合理性；

（7）补充披露报告期内各季度收入的具体金额及占比；

（8）说明维修费收入产生的原因，是否存在废料收入，与同行业可比公司是否一致。

请保荐人、申报会计师详细说明对外销和内销、直销和经销收入核查的方法及核查的过程，核查金额及占比，说明所选取核查方法的可执行性、所选取样本量是否充分的依据；说明核查结果是否存在异常情形；对发行人报告期各期实现收入的真实性、准确性、是否存在跨期确认收入情形发表明确意见。

回复：

一、结合报告期内原材料价格变动、单位成本变动、定价政策、客户变动、产品内部结构变动等，量化分析氧化锆瓷块各系列产品单价持续下降的原因，结合氧化锆瓷块的市场空间、发行人的市场地位、发行人产品的主要竞争力等说明未来单价是否继续下降，对发行人的持续经营能力是否造成重大不利影响

（一）结合报告期内原材料价格变动、单位成本变动、定价政策、客户变动、产品内部结构变动等，量化分析氧化锆瓷块各系列产品单价持续下降的原因

报告期内，公司氧化锆瓷块销售平均单价分别为 330.55 元/块、295.30 元/块、290.59 元/块和 **286.22 元/块**，呈下降趋势，氧化锆瓷块各系列产品销售平

均单价情况如下：

单位：元/块、%

项目	2022 年 1-6 月			2021年度			2020年度			2019年度	
	销售 平均 单价	单价 变动率	收入 占比	销售 平均 单价	单价 变动率	收入 占比	销售 平均 单价	单价 变动率	收入 占比	销售 平均单 价	收入 占比
白盘系列 产品	144.86	-13.09	22.11	166.68	-21.47	28.23	212.26	-15.71	45.95	251.81	51.73
单色系列 产品	203.33	-7.90	16.88	220.78	-10.79	17.02	247.49	-16.94	13.03	297.95	11.28
渐变系列 产品	536.44	-4.30	61.01	560.54	-5.03	54.75	590.22	-5.48	41.02	624.43	36.99
氧化锆瓷 块	286.22	-1.51	100.00	290.59	-1.59	100.00	295.30	-10.67	100.00	330.55	100.00

报告期内，公司氧化锆瓷块平均单价呈下降趋势，主要系白盘和单色产品平均单价下降所致，渐变产品平均单价略微下降但销售占比上升较快，使得公司氧化锆瓷块总体平均单价降幅低于白盘和单色系列产品，2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月公司氧化锆瓷块平均单价保持基本稳定。

1、定价政策

报告期内，公司针对氧化锆瓷块不同系列产品采取不同价格策略：①白盘系列为基础产品，细分市场中产品差异化程度较低，竞争较为激烈，为保持市场份额，公司采取紧盯市场价格的定价策略，报告期内价格下降幅度较大；②单色系列为中端产品，为扩大细分市场份额、拓展下沉市场，公司在部分市场进行了一定程度的折扣促销；③渐变系列定位高端产品，为打造渐变系列高端产品的品牌形象，公司在折扣促销方面较为谨慎，采取价格较为稳定结合少量适当促销的销售策略，价格下降幅度在各系列产品中最低。

2、原材料价格及单位成本变动

报告期内，氧化锆瓷块的主要原材料氧化锆粉采购平均单价整体呈下降趋势：

单位：万元、万元/吨、%

项目	2022 年 1-6 月			2021年度			2020年度			2019年度	
	采购 金额	平均 单价	单价变 动率	采购 金额	平均 单价	单价变 动率	采购 金额	平均 单价	单价变 动率	采购 金额	平均 单价
境内采购	2,065.08	13.79	-7.35	3,891.90	14.88	-12.95	4,445.64	17.09	-12.78	4,514.26	19.60
境外采购	1,821.12	45.64	-9.55	5,135.68	50.46	-8.91	4,719.43	55.39	-4.24	2,579.82	57.84

合计	3,886.20	20.49	-17.55	9,027.58	24.85	-6.40	9,165.06	26.55	2.87	7,094.08	25.80

报告期内因执行不同收入准则，公司 2019 年度将运费计入销售费用科目核算，2020 年度起分别将运费计入成本科目核算，剔除运费对成本的影响后，报告期内氧化锆瓷块各系列产品单位平均成本情况如下：

单位：元/块、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	单位平均成本	变动	单位平均成本	变动	单位平均成本	变动	单位平均成本
白盘系列	67.72	-11.99	76.95	-13.04	88.49	-9.51	97.79
单色系列	93.64	-14.56	109.60	-8.28	119.49	-2.07	122.02
渐变系列	207.77	-12.49	237.43	-0.82	239.38	1.26	236.41

报告期内，公司自境内外采购的氧化锆粉采购平均单价呈下降趋势，受原材料价格下降及制造工艺水平提升，氧化锆瓷块白盘系列和单色系列产品剔除运费后的单位平均成本呈下降趋势；2019 年度至 2021 年度，渐变系列产品单位平均成本基本稳定，2022 年 1-6 月，渐变系列产品单位平均成本有所下降，主要原因系渐变系列产品使用的氧化锆粉主要自日本供应商进口，2021 年以来日元兑人民币汇率持续下降，公司 2021 年以来自日本供应商采购的氧化锆粉平均单价持续下降。虽然公司在制定产品销售价格政策时，主要考虑市场需求和市场竞争变化，但是原材料采购平均单价和产品单位平均成本的下降有利于保障公司利润空间，稳定公司毛利率水平。

3、客户变动

（1）白盘系列

报告期内，公司按客户所在区域统计的白盘系列产品销售平均单价变动情况如下：

单位：元/块、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比
境内销售	134.89	64.88	158.41	72.93	207.46	77.79	244.64	74.63
境外销售	167.78	35.12	193.94	27.07	230.98	22.21	275.60	25.37

其中：欧洲及北美洲	317.22	11.22	282.66	9.41	291.41	9.17	297.34	16.03
其他	137.38	23.89	166.16	17.66	201.57	13.04	244.87	9.34
合计	144.86	100.00	166.68	100.00	212.26	100.00	251.81	100.00

注：境内指中国大陆，亚洲大区包括中国港澳台地区、其他亚洲国家和大洋洲国家，“其他”地区包括亚洲、非洲和拉美地区，下同。

报告期内，公司白盘系列产品销售平均单价分别为 251.81 元/块、212.26 元/块、166.68 元/块和 **144.86 元/块**，2020 年度、2021 年度同比降幅分别为 15.71% 和 21.47%，**2022 年 1-6 月较 2021 年度下降 13.09%**。报告期内，公司白盘系列产品以境内销售为主，境外销售以欧洲和北美洲地区以外的亚洲、非洲及拉美地区为主。白盘系列产品销售价格降幅较大，主要原因系境内、亚洲、非洲及拉美地区客户群体对产品价格的敏感度相对较高，且不同厂商白盘产品差异不大，该等区域市场竞争较为激烈，公司为保持细分市场份额，在维持合理利润的基础上给予客户适当价格优惠。**2022 年 1-6 月，白盘系列产品在欧洲及北美洲地区的销售平均单价有所上升，主要原因系对该等客户销售的白盘系列产品中 SHT-PW 型号占比上升，该型号产品属于白盘系列产品中产品性能较好、透光度较高的产品，销售单价较高。**

（2）单色系列

报告期内，公司按客户所在区域统计的单色系列产品销售平均单价变动情况如下：

单位：元/块、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比
境内销售	150.73	41.26	167.41	50.63	214.84	65.57	263.33	57.98
境外销售	269.37	58.74	328.00	49.37	348.30	34.43	363.97	42.02
其中：欧洲及北美洲	279.78	49.70	351.68	41.20	343.64	27.97	362.51	32.82
其他	223.62	9.04	244.84	8.17	370.00	6.46	369.29	9.20
合计	203.33	100.00	220.78	100.00	247.49	100.00	297.95	100.00

报告期内，公司单色系列产品销售平均单价分别为 297.95 元/块、247.49 元/

块、220.78 元/块和 **203.33 元/块**，2020 年度和 2021 年度同比降幅分别为 16.94% 和 10.79%，**2022 年 1-6 月较 2021 年度下降 7.90%**。报告期内，公司单色产品以境内销售为主，境外主要销往欧洲和北美洲且销售占比逐年上升。单色产品销售平均单价下降，主要是由于公司为增加市场份额、拓展下沉市场，主动调整价格进行促销。2021 年度，欧洲及北美洲销售平均单价和销售占比均有所上升，主要原因系该等地区单色系列产品中销售单价较高的 SHT-PC 型号收入由 2020 年度的 73.50 万元增长至 2021 年度的 989.27 万元。单色系列产品境外其他地区销售占比较低，各期均未超过 10%，对单色系列产品销售平均单价影响较小，2021 年度销售平均单价下降主要系日本、中国台湾、新加坡、澳大利亚等销售单价较高的国家和地区销售占比下降较多且单色系列产品在境外其他地区的市场竞争程度有所增加所致。由于 2021 年及 **2022 年 1-6 月** 欧洲和北美洲的单色产品销售收入及占比快速增长，在一定程度上降低了境内、亚洲、非洲及拉美地区降价对整体价格的影响，2021 年度及 **2022 年 1-6 月** 单色产品销售平均单价降幅较 2020 年度有所放缓。

（3）渐变系列

报告期内，公司按客户所在区域统计的渐变系列产品销售平均单价变动情况如下：

单位：元/块、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比	平均单价	收入占比
境内销售	362.19	19.69	443.53	25.96	473.42	27.52	601.26	24.28
境外销售	608.20	80.31	617.68	74.04	651.22	72.48	632.24	75.72
其中：欧洲及北美洲	630.47	62.91	639.95	54.40	661.81	52.65	657.47	54.15
其他	539.31	17.40	563.36	19.64	624.67	19.83	576.71	21.57
合计	536.44	100.00	560.54	100.00	590.22	100.00	624.43	100.00

报告期内，公司渐变系列产品销售平均单价分别为 624.43 元/块、590.22 元/块、560.54 元/块和 **536.44 元/块**，2020 年度和 2021 年度同比降幅分别为 5.48% 和 5.03%，**2022 年 1-6 月较 2021 年度下降 4.30%**。报告期内，公司渐变系列产

品以欧洲和北美洲地区为代表的境外销售为主。报告期内，渐变系列产品境外销售平均单价呈现先上升后下降的变动趋势，主要原因系公司于 2019 年推出了产品性能优良、定价较高的“绚彩 3D Pro”产品，该型号产品可满足欧洲和北美洲等地区客户的高端需求，在 2020 年度销售额增长较快，导致 2020 年度境外渐变系列产品单价上升。报告期内，渐变系列产品单价整体降幅较低的主要原因系渐变系列产品销售区域以欧洲和北美洲为主，其面向的主要客户群体对价格敏感度较低，销售平均单价下降幅度在各系列产品中最低。

4、产品内部结构变动

报告期内，公司各系列产品按销售平均单价特点划分的内部结构变动情况如下：

单位：元/块、%

产品系列	型号	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度	
		单价	单价变动	收入占比	单价	单价变动	收入占比	单价	单价变动	收入占比	单价	收入占比
白盘系列	SHT-PW、SHT、ATW 等	304.63	4.10	17.27	292.64	-7.33	15.14	315.78	-5.52	13.27	334.23	21.56
	QGW、HTSW、03HT、ST、08ST、NGW	130.57	-15.65	82.73	154.80	-24.03	84.86	202.12	-14.30	86.73	235.83	78.44
单色系列	SHT-PC	366.37	-4.07	25.25	381.90	9.51	26.06	348.73	-10.16	5.40	388.15	1.02
	SHTC、08STC、STC 等	176.76	-8.03	74.75	192.19	-21.06	73.94	243.46	-18.10	94.60	297.24	98.98
渐变系列	3D Pro	629.92	0.15	84.18	629.00	-5.96	83.88	668.85	-5.21	64.62	705.58	11.87
	3D	244.30	-45.64	0.48	449.38	-15.79	4.70	533.62	-18.13	26.32	651.81	71.81
	SHTM、SHT-PM	301.95	-8.55	15.34	330.19	-14.38	11.42	385.66	-21.66	9.06	492.29	16.32

注：收入占比系各型号产品收入（或合计收入）占对应系列产品收入比例。

报告期内，白盘系列产品主要包括 QGW、HTSW、03HT、ST、08ST 和 NGW 等型号，该等型号产品与 SHT-PW、SHT、ATW 等型号相比透光度较低，销售单价亦较低，该等型号产品在白盘系列产品中收入占比分别为 78.44%、86.73%、84.86%和 82.73%。2022 年 1-6 月 SHT-PW、SHT、ATW 等型号产品销售平均单价上升，主要原因系该等型号中产品性能更好、销售平均单价更高的 SHT-PW 型号销售占比上升，其余各型号产品销售平均单价均呈下降趋势，与白盘系列产品销售平均单价整体变动趋势一致。2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，白盘系列产品销售平均单价变动主要系销售单价较低的 QGW、HTSW、03HT、ST、08ST

和 NGW 等型号产品销售平均单价变动所致。

报告期内，单色系列产品主要包括 SHTC、08STC、STC 等型号产品，SHTC、08STC、STC 等型号与 SHT-PC 型号相比透光度较低，销售单价亦较低，该等型号产品在单色系列产品中收入占比分别为 98.98%、94.60%、73.94%和 **74.75%**，销售单价呈下降趋势；2021 年度，SHT-PC 型号产品收入占比较 2020 年度明显上升且销售平均单价有所上升，主要原因系 2019 年度，由于 SHT-PC 型号产品工艺尚需改进，公司未进行该型号产品大力推广，随着 2020 年度该型号产品工艺升级带来的颜色一致性和透光度等方面的提升，公司开始增大推广力度，2021 年度在美国和欧洲等境外市场销售收入实现快速增长，**2019 年度至 2021 年度**该型号产品境外销售收入分别为 18.13 万元、92.20 万元和 1,034.42 万元，美国和欧洲等境外市场销售单价较高，受此影响，2021 年度单色系列产品销售平均单价降幅与 2020 年度相比有所下降。

报告期内，渐变系列产品主要包括 3D Pro 和 3D 型号，该等型号产品在渐变系列产品中收入占比分别为 83.68%、90.94%、88.58%和 **84.66%**，公司于 2019 年推出 3D Pro 系列，由于该型号产品性能优良、差异化程度高、市场竞争力强，受到客户广泛认可，报告期内在渐变系列产品中收入占比分别为 11.87%、64.62%、83.88%和 **84.18%**，该型号产品与其他渐变系列产品相比销售平均单价较高且整体保持基本稳定，随着该产品收入占比不断提高，渐变系列产品销售平均单价整体较为稳定。

综上，报告期内，公司氧化锆瓷块整体单价变动趋于稳定，但各系列产品销售平均单价均出现一定程度下降，其中白盘系列和单色系列销售平均单价下降幅度较渐变系列大，渐变系列销售平均单价降幅较小且较为稳定。公司氧化锆瓷块各系列产品销售平均单价变动与公司针对各系列产品特点制定的价格政策相关，变动具有合理性。

（二）结合氧化锆瓷块的市场空间、发行人的市场地位、发行人产品的主要竞争力等说明未来单价是否继续下降，对发行人的持续经营能力是否造成重大不利影响

1、氧化锆瓷块产品未来单价变动情况

报告期内，公司白盘系列产品销售平均单价呈下降趋势，2020 年度及 2021 年度销售平均单价分别较上年同期下降 15.71%和 21.47%，**2022 年 1-6 月较 2021 年度下降 13.09%**。2021 年度白盘系列产品销量和销售收入较 2020 年度均有所下降，随着该系列产品销售占比的逐步下降，预计未来其销售平均单价下降对氧化锆瓷块整体销售平均单价的影响将继续减小。

报告期内，公司单色系列产品销售平均单价呈下降趋势，2020 年度及 2021 年度销售平均单价分别较上年同期下降 16.94%和 10.79%，**2022 年 1-6 月较 2021 年度下降 7.90%**。由于 2021 年度及 **2022 年 1-6 月** 欧洲和北美洲的单色系列产品销售收入和占比快速增长，一定程度上降低了其他地区降价对产品价格的整体影响，**2022 年 1-6 月及 2021 年度**单色产品销售平均单价降幅较 2020 年度有所放缓。预计未来随着单色系列产品在欧洲和北美洲地区销售占比的不断提升，其销售平均单价将逐步趋于稳定。

报告期内，公司渐变系列产品销售平均单价呈小幅下降趋势，2020 年度及 2021 年度销售平均单价分别较上年同期下降 5.48%和 5.03%，**2022 年 1-6 月较 2021 年度下降 4.30%**，降幅较低，且渐变系列产品的销售平均单价远高于白盘系列产品和单色系列产品。报告期内，渐变系列产品占氧化锆瓷块收入的比例分别为 36.99%、41.02%、54.75%和 **61.01%**，呈稳定上升趋势，预计未来随着渐变系列产品销售占比的继续上升，其对氧化锆瓷块整体销售平均单价的影响将持续增大，氧化锆瓷块的销售平均单价变动将趋于稳定。

综上，白盘系列产品销售占比呈下降趋势，未来对氧化锆瓷块整体销售平均单价的影响将继续减小；随着欧洲和北美洲地区等产品售价较高区域的收入占比的增长，预计未来单色系列产品销售平均单价趋于稳定；渐变系列产品销售平均单价远高于白盘系列产品和单色系列产品，价格下降幅度较低且收入占比稳定上升，对氧化锆瓷块整体销售平均单价的影响将持续增大。预计未来氧化锆瓷块的

整体销售平均单价变动将趋于稳定，对发行人的持续经营能力不会造成重大不利影响。

2、结合氧化锆瓷块的市场空间、发行人的市场地位、发行人产品的主要竞争力等说明未来单价是否继续下降，对发行人的持续经营能力是否造成重大不利影响

（1）氧化锆瓷块市场空间较大，市场需求持续增长

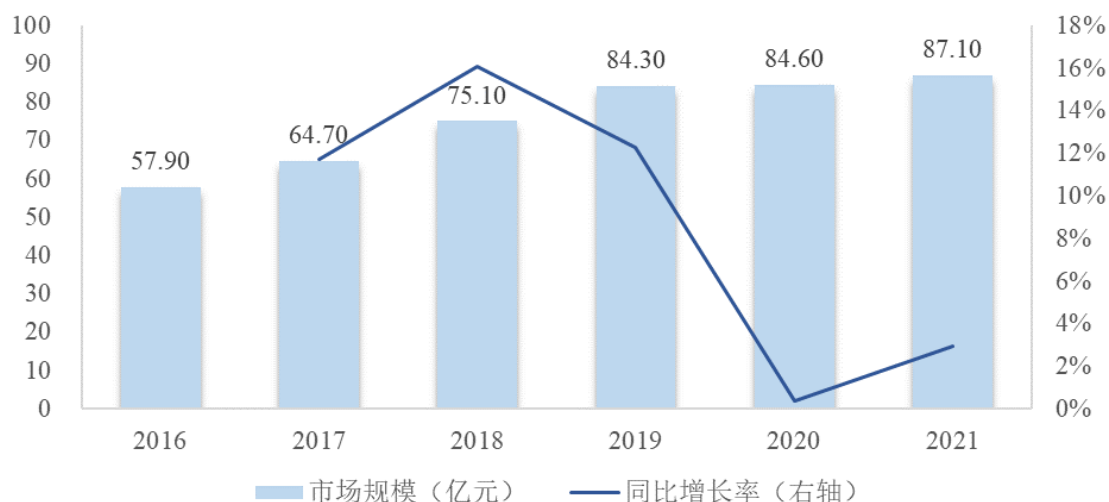
作为义齿材料的一种，氧化锆瓷块性能较为优质且性价比较高，具备较大的市场空间。氧化锆瓷块与其他义齿材料的性能对比如下：

特性	氧化锆瓷块	玻璃陶瓷	树脂	贵金属合金	普通合金
机械性能	较好	较好	较差	较好	较好
美学性能	最好	最好	较好	较好	较差
粘接程度	较好	最好	最好	较好	较好
微创程度	最好	较好	一般	较好	较好
稳定性	最好	最好	较差	较好	较好
生物学性能	较好	最好	较好	最好	较差
价格成本	较高	一般	最低	最高	较低
应用领域	固定义齿-全瓷冠桥、单冠、贴面；种植义齿-牙冠	固定义齿-贴面、嵌体、单冠	活动义齿-临时冠桥	固定义齿-烤瓷牙冠	固定义齿-烤瓷牙冠

数据来源：公司整理及中国粉体网。

近年来，受益于人们经济生活、文化消费水平的提高以及口腔健康意识的增强，我国义齿及各类材料市场规模呈现不断增长的趋势。根据中商产业研究院预测，2021年我国义齿及各类材料市场规模达到87.1亿元，氧化锆瓷块作为其中一种性价比较高的材料类型，市场空间较大，市场需求持续增长。

2016-2021年我国义齿及各类材料市场规模及增速（单位：亿元，%）



数据来源：中商产业研究院。

(2) 发行人品牌知名度不断提升

齿科材料生产行业主要面向义齿技工所、医院、口腔诊所等客户，单个客户需求量小，客户数量众多、分布广，且面临全球化竞争。强有力品牌影响力、稳定优质的客户资源可以为新增产能的消化提供强有力支撑。

公司是目前国内最大的义齿用氧化锆瓷块生产企业之一，自成立以来，公司凭借着良好的产品质量、优秀的技术研发能力在行业内树立了良好的口碑。经过多年的市场开拓和品牌培育，“爱迪特”品牌已在口腔修复材料行业享有较高的知名度，在市场上树立了良好的声誉，具备了突出的品牌及先发优势，构建坚实的业务壁垒。报告期内，公司产品远销欧美、日韩等 120 余个国家和地区，奠定了良好的客户基础。

(3) 发行人产品竞争力不断增强

公司自 2007 年成立以来始终致力于自主研发、生产、销售具有市场竞争力的氧化锆瓷块等口腔修复材料，并于 2008 年开始批量生产并投入市场。经过多年技术积累，公司自主研发生产全瓷义齿用氧化锆瓷块已形成三大品牌系列产品。公司产品凭借优质的产品质量相继通过并取得了欧盟 ISO 质量体系认证、欧盟 CE 认证、美国 FDA 认证、韩国 KFDA 认证等。

公司结合市场需求变化，不断进行产品升级创新，于 2019 年推出一款新型高端产品——绚彩 3D Pro 系列，该材料作为新型渐变氧化锆材料，颈部强度可达 1,050MPa，采用自主技术，能够实现材料的强度、透度和颜色三重无层渐变

的自然过渡，同时具备仿生、高强、无层自然过渡、快速烧结等多种特性。因绚彩 3D Pro 优良的产品性能，其一经推出，便受到客户的广泛认可，市场份额也在不断扩大。报告期内，公司绚彩 3D Pro 系列产品销售收入占氧化锆瓷块销售收入的比例分别为 4.07%、23.56%、38.46%和 **51.36%**，销售占比逐年提高。

综上，报告期内，公司氧化锆瓷块各系列产品销售价格存在不同程度的下降，但随着公司经营规模的扩大和行业影响力的提升，公司对相关供应商的采购议价能力亦相应提升，氧化锆粉境内外采购平均单价均整体下降。随着公司销售区域拓展及高端产品渐变系列销售占比提升，未来氧化锆瓷块整体平均销售单价持续下降的可能性较小，甚至可能出现进一步上涨。**2022 年 1-6 月**，公司氧化锆瓷块平均单价为 **286.22 元/块**，较 **2021 年度**保持基本稳定；氧化锆瓷块毛利率为 **54.19%**，较 2021 年度有所回升且保持较高水平。**2022 年 1-6 月**，公司氧化锆瓷块平均单价较为稳定且毛利率有所回升，预计未来销售平均单价逐步趋于稳定，不会对公司的持续经营能力造成重大不利影响。

二、结合报告期内主要客户的销量变动情况说明报告期内氧化锆瓷块各系列产品销量持续增长的原因

报告期内，公司氧化锆瓷块各系列产品销量变动情况如下：

单位：万块、%

项目	2022 年 1-6 月		2021年度		2020年度		2019年度
	销售数量	变动率	销售数量	变动率	销售数量	变动率	销售数量
白盘系列产品	23.05	-	45.89	-5.22	48.42	8.45	44.64
单色系列产品	12.53	-	20.88	77.35	11.78	43.20	8.22
渐变系列产品	17.18	-	26.47	70.30	15.54	20.72	12.87
氧化锆瓷块	52.76	-	93.24	23.12	75.73	15.20	65.74

报告期内，公司氧化锆瓷块销量分别为 65.74 万块、75.73 万块、93.24 万块和 **52.76 万块**，2020 年度和 2021 年度销量分别较上年同期增长 15.20%和 23.12%，主要系单色和渐变系列产品销量快速增长所致。

公司单色和渐变系列产品系公司氧化锆瓷块产品中的中端和高端系列产品，可以满足客户对产品品质和性能等方面的较高要求。报告期内，公司于 2019 年推出绚彩 3D Pro 系列产品，该产品差异化程度较高、市场竞争力较强，获得了

客户的广泛认可，公司产品品牌声誉度亦有所提升，叠加公司加大对中高端系列产品的市场推广力度及客户需求整体向中高端产品转变，报告期内公司单色系列和渐变系列产品销量实现较快增长。白盘系列产品系公司氧化锆瓷块产品中的基础系列产品，与同类型产品的差异化程度较低，公司对其推广力度较单色和渐变系列产品小，报告期内产品销量基本保持稳定并于 2021 年度出现小幅下滑。

报告期内，公司氧化锆瓷块各系列产品客户数量、单客户采购量以及单个客户采购量变动情况如下：

单位：家、块/家

项目	2022 年 1-6 月		2021年度			2020年度			2019年度	
	客户数量	单客户销售量	客户数量	单客户销售量	单客户销售量变动	客户数量	单客户销售量	单客户销售量变动	客户数量	单客户销售量
盘系列产品	897	257	1,177	390	-43	1,118	433	50	1,166	383
色系列产品	432	290	641	326	54	433	272	80	429	192
变系列产品	775	222	1,111	238	80	984	158	31	1,010	158
氧化锆瓷块	1,338	394	1,742	535	49	1,557	486	63	1,556	486

注：单客户销售量变动=本年度单客户销售量-上年度单客户销售量。

2019 年度至 2021 年度，公司白盘系列产品销量分别为 44.64 万块、48.42 万块和 45.89 万块，客户数量分别为 1,166 家、1,118 家和 1,177 家，单客户销售量分别为 383 块、433 块和 390 块，各期客户数量整体保持稳定，客户不同年度之间的业务量会对其产品使用需求产生影响，进而导致各期单客户销售量有所波动，白盘系列产品非公司主推产品，公司对该产品的经营策略为保持相对稳定的市场份额。

2019 年度至 2021 年度，公司单色系列产品销量分别为 8.22 万块、11.78 万块和 20.88 万块，客户数量分别为 429 家、433 家和 641 家，销量及客户数量逐年上升，主要原因系客户需求整体向中高端产品转变，公司加大了该中端产品的市场推广力度，适当降低价格拓展市场；单客户销售量分别为 192 块、272 块和 326 块，呈上升趋势，主要原因系采购量较大的客户数量和占比均增加，销量在

500 块以上的客户数量分别为 44 家、64 家和 109 家，占各期单色系列产品客户数量的比例分别为 10.26%、14.78%和 17.00%。

2019 年度至 2021 年度，公司渐变系列产品销量分别为 12.87 万块、15.54 万块和 26.47 万块，呈快速增长趋势，客户数量分别为 1,010 家、984 家和 1,111 家，整体呈增长趋势，2020 年度公司客户数量有所下降主要系受新冠肺炎疫情影响，部分销售量较小的客户由于资金压力当期未向公司采购渐变系列产品，销售金额低于 5 万元的客户由 2019 年度的 783 家减少至 2020 年度的 738 家；单客户销售量分别为 127 块、158 块和 238 块，增速较快，主要原因系随着渐变系列新产品“绚彩 3D Pro”等高端产品受到了市场的广泛认可、客户需求整体向中高端产品转变，公司加大渐变系列产品市场推广力度，采购量较大的客户数量和占比均增加，销量在 500 块以上的客户数量分别为 49 家、61 家和 101 家，占各期渐变系列产品客户数量的比例分别为 4.85%、6.20%和 9.09%。

2022 年 1-6 月，公司白盘、单色和渐变系列产品的单客户销售量分别为 257 块、290 块和 222 块，公司氧化锆瓷块各系列产品单客户销售量整体呈上升趋势。

综上，报告期内，公司中高端系列产品单色系列和渐变系列产品销量增长较快，主要原因系公司推出了新产品绚彩 3D Pro，加大了中高端系列产品的市场推广力度，客户数量及单客户销售数量整体均呈增长趋势；基础系列产品白盘系列非公司主推产品，销量基本保持稳定并于 2021 年度出现小幅下滑。

三、说明报告期内切削设备和数字取像设备单价持续下降的原因

报告期内，公司切削设备销量分别为 131 台、277 台、694 台和 **286 台**，销售平均单价分别为 14.56 万元/台、13.16 万元/台、13.50 万元/台和 **11.17 万元/台**；数字取像设备销量分别为 257 台、625 台、1,195 台和 **548 台**，销售平均单价分别为 6.55 万元/台、5.55 万元/台、4.70 万元/台和 **3.94 万元/台**，**2019 年度至 2021 年度**公司切削设备和数字取像设备销量增长迅速。

报告期内，公司切削设备和数字取像设备平均单价均整体呈下降趋势，主要原因系：公司销售的切削设备和数字取像设备型号发生变化，设备生产供应商由境外供应商转为性价比更高的境内供应商，采购平均单价下降，销售平均单价随之下降；同时，随着与设备供应商合作的加深及采购量的提升，相关供应商对其

向公司供应的设备产品进行了一定程度降价。

报告期内，公司切削设备和数字取像设备采购的相关情况如下：

单位：万元/台、%

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		平均 单价	采购金 额占比	平均 单价	采购金 额占比	平均 单价	采购金 额占比	平均 单价	采购金 额占比
切削 设备	境内	6.41	61.66	7.82	52.97	7.86	53.06	8.99	29.54
	境外	11.40	38.34	12.53	47.03	12.67	46.94	13.97	70.46
数字取 像设备	境内	2.85	89.37	3.17	85.24	3.71	70.13	2.74	39.82
	境外	10.03	10.63	11.43	14.76	12.81	29.87	12.66	60.18

注：境内及境外指产品生产地，自境外采购设备包括自境内代理商采购的境外相关厂商生产的设备产品，下同。

四、结合口腔数字化设备的经营模式、发行人的竞争优势、不同类型客户的销售情况等，说明报告期内口腔数字化设备收入增幅较大的原因及合理性，收入增长是否具备可持续性

（一）结合口腔数字化设备的经营模式、发行人的竞争优势、不同类型客户的销售情况等，说明报告期内口腔数字化设备收入增幅较大的原因及合理性

报告期内，公司口腔数字化设备业务收入分别为 5,205.78 万元、9,255.12 万元、19,345.47 万元和 **7,365.87 万元**，2020 年度及 2021 年度同比增长率分别为 77.79%和 109.02%，增长较快。**2022 年 1-6 月，公司口腔数字化设备业务收入增速放缓，主要原因系口腔数字化设备产品主要在境内销售，境内新冠疫情造成了一定不利影响。**

公司深耕齿科行业多年，为国内齿科行业具备一定行业地位的企业，对齿科产业链理解较为深刻，具备在齿科行业积累的丰富客户资源和经验优势。在不断优化口腔修复材料产品的过程中，公司发现了客户对可实现数字精密加工、降低误差、提高义齿制备效率的齿科设备的相关需求，通过调查、研究和测试，形成对口腔数字化设备的开发需求，设备供应商根据发行人提出的需求开发相关设备产品。

公司充分发挥优势产品口腔修复材料与设备产品相互促进的协同优势，整合自主研发的口腔修复材料和定制化的口腔数字化设备，为客户提供数字化口腔修复综合服务，显著提升客户义齿加工的效率和数字化水平；同时，公司通过将外

采的切削设备、数字取像设备、烧结设备、打印设备等设备产品集成为成套椅旁设备，为客户提供椅旁数字化修复系统，可满足临床端客户仅使用公司集成的配套产品即可快速制作出义齿的需求，显著提升了临床端客户经营的效率和数字化程度。

报告期内，公司口腔数字化设备产品对不同类型客户的销售情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
义齿技工所	2,392.09	32.48	8,300.19	42.91	5,716.22	61.76	3,653.62	70.18
经销商	4,055.91	55.06	9,726.14	50.28	2,667.18	28.82	983.74	18.90
其他	917.86	12.46	1,319.14	6.82	871.72	9.42	568.43	10.92
合计	7,365.87	100.00	19,345.47	100.00	9,255.12	100.00	5,205.78	100.00

2019 年度至 2021 年度，公司口腔数字化设备产品对经销商客户销售收入增长较快，主要原因系公司对临床端客户的椅旁设备主要通过经销商进行销售，随着椅旁设备推广力度加大，对经销商销售收入快速增长，椅旁设备产品分别实现收入 587.59 万元、1,586.77 万元和 5,890.70 万元，2019 年度至 2021 年度复合年均增长率达 216.63%；公司口腔数字化设备产品对义齿技工所收入增长亦较快，主要原因系公司在为义齿技工所提供口腔修复材料产品的基础上，亦通过为该等客户提供口腔数字化设备以提供数字化口腔修复综合服务。2022 年 1-6 月，口腔数字化设备产品义齿技工所销售占比下降、经销商销售占比上升，主要原因系受境内新冠疫情影响，境内销售占比下降而境外销售占比上升，义齿技工所客户主要集中在境内而境外主要通过经销商实现销售。

报告期内，公司口腔数字化设备收入整体增长较快，主要原因系：1、公司深耕齿科行业多年，具备对客户需求的精准把控和较为丰富的客户资源，在传统口腔修复材料业务健康发展的基础上与口腔数字化设备产品配套为客户提供数字化口腔修复综合服务，并为临床端客户提供适配性较高的椅旁设备，实现了口腔数字化设备收入的快速增长；2、口腔数字化设备未来增长空间较大。2021 年全球口腔 CAD/CAM 市场规模达到 23.6 亿美元，折合 157.4 亿元人民币，且预计 2022 年-2029 年全球口腔 CAD/CAM 市场以 8.9%的复合增速增长。2021 年中国口腔 CAD/CAM 市场规模为 46.6 亿元人民币，伴随公立及民营口腔诊所数量

的增加，口腔修复数字化解决方案的推进，中国所在的亚太地区将成为全球规模最大、最重要的口腔 CAD/CAM 市场之一。而口腔数字化设备市场规模占 CAD/CAM 整体市场的比例超 80%，未来增长空间较大。具体情况参见本问询回复之“10.关于收入/四、/（二）”；3、公司加大了对境外客户口腔数字化设备的推广力度，2020 年度及 2021 年度，公司口腔数字化设备境外收入分别较上年同期增长 107.89%和 261.81%；4、公司经营口腔数字化设备的时间较短、收入基数较低，在公司已具备丰富的客户资源情况下，通过和优势产品口腔修复材料进行整合并发挥二者之间相互促进的协同效应，口腔数字化设备收入快速增长。

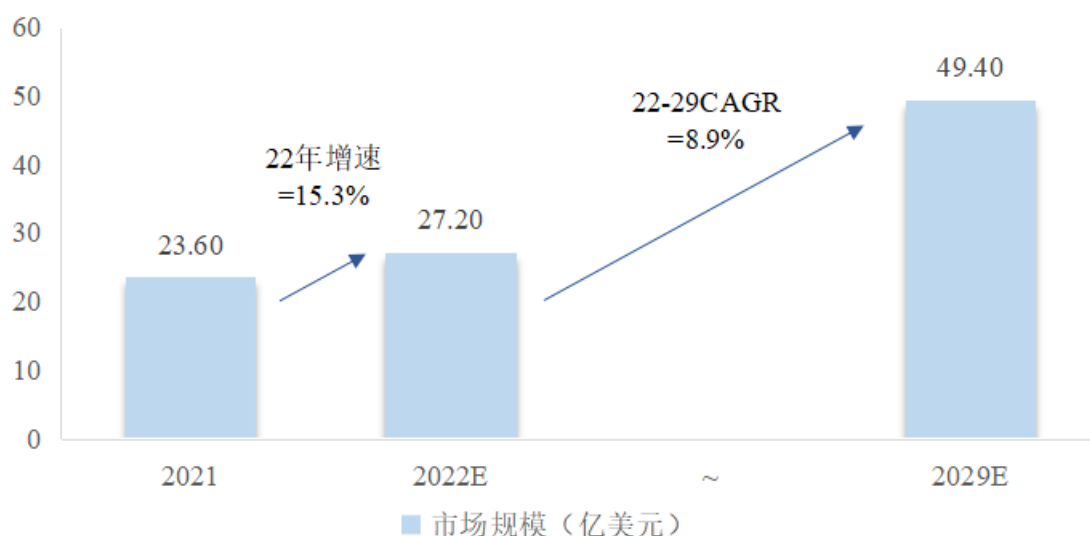
综上，报告期内公司充分发挥在齿科行业深耕多年的相关优势，积极与供应商合作口腔数字化设备的经营活动。叠加口腔数字化设备市场规模增长较快、公司具备丰富的齿科行业客户资源、该类产品经营时间较短、销售收入基数较低，报告期内销售增长率较高具备合理性。

（二）预计未来公司口腔数字化设备收入增长是否具备可持续性

计算机辅助设计（CAD）及计算机支持制造（CAM）技术的引入，帮助义齿加工所在加工环节实现了数字化技术替代，义齿加工精度和准度的提升满足临床端日益增长的口腔修复需求的同时，也反向促进了上游口腔修复材料与口腔数字设备的研发与生产，推动了口腔修复全产业链的数字化进程。

根据市场调研机构 Fortune Business Insights 发布的报告，2021 年全球口腔 CAD/CAM 市场规模达到 23.6 亿美元，折合 157.4 亿元人民币。随着老龄化进程加速，齿科患病率不断增长，人们对齿科修复体精准设计技术的认识提升，预计 2022 年-2029 年全球口腔 CAD/CAM 市场以 8.9%的复合增速增长，至 2029 年全球口腔 CAD/CAM 市场规模将达到约 49.4 亿美元。

2021-2029 年全球口腔 CAD/CAM 市场规模及增速



数据来源：Fortune Business Insights

全球口腔 CAD/CAM 市场由口腔数字化设备及口腔设计软件两部分组成，其中主要部分为口腔数字化设备，其市场规模占比超 80%。

中国口腔 CAD/CAM 市场尚处于快速发展阶段。以中国义齿销售规模/全球义齿销售规模估测，2021 年中国口腔 CAD/CAM 市场规模为 46.6 亿元人民币。此外，Fortune Business Insights 报告指出，在预测期内，口腔 CAD/CAM 亚太市场将成为增长最快的地区。伴随公立及民营口腔诊所数量的增加，口腔修复数字化解决方案的推进，中国所在的亚太地区将成为全球规模最大、最重要的口腔 CAD/CAM 市场之一。

综上，全球口腔 CAD/CAM 市场规模持续增长，中国所在的亚太地区将成为全球规模最大、最重要的口腔 CAD/CAM 市场之一，作为其中主要部分的口腔数字化设备市场未来增长空间较大。

报告期内，公司口腔数字化设备业务收入增长较快。公司经营的口腔数字化设备未来增长空间较大，叠加公司口腔数字化设备业务与口腔修复材料业务具备战略协同性，预计未来口腔数字化设备产品销售增长具备可持续性。

五、说明报告期内玻璃陶瓷和其他产品及服务收入持续增长且占主营业务收入的比例逐年增加的原因及合理性

（一）报告期内璃陶瓷收入持续增长且占主营业务收入的比重逐年增加的原因及合理性

报告期内，公司玻璃陶瓷产品收入分别为 240.24 万元、972.98 万元、2,817.23 万元和 **1,683.78 万元**，2020 年度及 2021 年度同比增长率分别为 305.00%和 189.55%，占主营业务收入的比例分别为 0.80%、2.69%、5.17%和 **6.25%**。玻璃陶瓷产品收入持续增长且占主营业务收入的比例逐年增加，主要原因系为增加产品种类丰富度、满足客户多样化需求和拓展业务边界，公司逐步开始拓展玻璃陶瓷产品业务。公司从事玻璃陶瓷业务的时间较短，2019 年度玻璃陶瓷产品收入仅为 240.24 万元，基数较低，凭借公司积累的丰富的齿科行业客户资源、公司将玻璃陶瓷产品经营作为业务战略中的重要一环并开始逐步加大投入，玻璃陶瓷产品在满足客户对质量、性能等要求的前提下迅速获得相关客户认可，销量和销售收入均实现快速增长。报告期内，玻璃陶瓷客户数量分别为 212 家、517 家、811 家和 **582 家**，单客户平均销售金额分别为 1.13 万元、1.88 万元、3.47 万元和 **2.89 万元**，2019 年度至 2021 年度客户数量和单客户平均销售金额均呈上升趋势。因此，玻璃陶瓷收入增速高且占主营业务收入比例逐年增加具备合理性。

未来，公司仍将持续发力玻璃陶瓷产品业务的经营，以进一步完善公司的产品结构、拓展新的业绩增长点、降低公司对单一氧化锆瓷块产品的依赖度以提高抵御市场变化风险的能力，公司计划通过实施本次发行募集资金投资项目之一“爱迪特牙科产业园-口腔 CAD/CAM 材料产业化建设项目”项目对玻璃陶瓷产线进行进一步扩充。

综上，公司经营玻璃陶瓷业务的时间较短，收入基数较低，随着公司逐步加大相关投入和利用现有丰富的客户资源，玻璃陶瓷收入快速增长。公司玻璃陶瓷收入持续增长且占主营业务收入的比例逐年增加具备合理性。若公司对玻璃陶瓷产线进一步扩充相关项目落地，预计未来玻璃陶瓷收入仍将保持持续快速增长。

（二）报告期内其他产品及服务收入持续增长且占主营业务收入的比例逐年增加的原因及合理性

报告期内，公司其他产品及服务主要为技工业务、口腔门诊业务、口腔预防保健业务及正畸业务，其他产品及服务收入金额分别为 1,190.57 万元、1,711.12 万元、2,798.87 万元和 **1,419.56 万元**，2020 年度及 2021 年度分别较上年同期增长 43.72%和 63.57%。

报告期内，公司其他产品及服务收入持续增长且占主营业务收入比例逐年增加具备合理性，主要原因系：1、公司具备丰富的齿科行业客户资源，公司其他产品及服务主要包括技工业务、口腔门诊业务、口腔预防保健业务和正畸业务，均为齿科相关业务，该等业务凭借现有的客户资源实现了收入快速增长；2、从事技工业务、口腔门诊业务、口腔预防保健业务等业务的子公司成立较晚，正畸业务开展时间亦较晚，目前经营规模均较小，收入基数低，收入增长较快。

六、说明直销和经销模式下各类别产品的销售金额及占比，直销和经销模式下的产品类别是否存在差异，原因及合理性

报告期内，公司直销和经销模式下各类别产品的销售金额及占主营业务收入的比例如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销：								
口腔修复材料	10,745.03	39.87	21,466.74	39.39	18,035.57	49.93	17,356.03	58.15
其中：氧化锆瓷块	8,559.58	31.76	17,510.94	32.13	15,943.39	44.14	15,826.94	53.02
玻璃陶瓷	1,236.14	4.59	2,134.26	3.92	713.69	1.98	211.57	0.71
口腔数字化设备	3,309.96	12.28	9,619.33	17.65	6,587.93	18.24	4,222.28	14.15
其中：切削设备	1,185.86	4.40	3,872.75	7.11	2,350.11	6.51	1,547.67	5.19
数字取像设备	1,046.97	3.89	3,575.23	6.56	2,791.27	7.73	1,514.61	5.07
其他产品及服务	1,153.53	4.28	2,373.25	4.35	1,513.50	4.19	1,018.02	3.41
小计	15,208.52	56.44	33,459.32	61.40	26,137.00	72.36	22,596.33	75.70
经销：								
口腔修复材料	7,417.11	27.52	10,885.44	19.97	7,117.56	19.71	6,096.63	20.42

其中：氧化锆瓷块	6,541.86	24.28	9,584.66	17.59	6,420.34	17.78	5,904.24	19.78
玻璃陶瓷	447.64	1.66	682.96	1.25	259.29	0.72	28.68	0.10
口腔数字化设备	4,055.91	15.05	9,726.14	17.85	2,667.18	7.38	983.50	3.29
其中：切削设备	2,009.42	7.46	5,494.79	10.08	1,293.97	3.58	359.31	1.20
数字取像设备	1,114.63	4.14	2,038.07	3.74	677.37	1.88	168.65	0.57
其他产品及服务	266.02	0.99	425.62	0.78	197.62	0.55	172.55	0.58
小计	11,739.04	43.56	21,037.19	38.60	9,982.36	27.64	7,252.68	24.30
合计	26,947.56	100.00	54,496.51	100.00	36,119.36	100.00	29,849.01	100.00

报告期内，公司直销和经销模式销售的主要产品为氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、切削设备和数字取像设备，产品类别不存在较大差异。

2019 年度至 2021 年度，直销模式下口腔修复材料销售收入占主营业务收入的比例呈下降趋势，主要原因系公司口腔数字化设备收入增长较快；经销模式下口腔修复材料销售收入及直销模式下口腔数字化设备销售收入占主营业务收入的比例较为稳定主要原因系公司口腔数字化设备收入增长较快的同时，经销收入占比较高的境外销售收入增长较快；公司经销模式下口腔数字化设备收入增长较快，主要原因系口腔数字化设备收入及以经销收入占比较高的境外销售收入均增长较快。

2022 年 1-6 月，直销及经销模式下口腔修复材料销售收入占主营业务收入的比例均上升且经销模式下增幅较大，直销及经销模式下口腔数字化设备销售收入占主营业务收入的比例均下降且直销模式下降幅较大，主要原因系主要在境内市场销售的口腔数字化设备的销售受到境内新冠疫情一定程度的影响，而以椅旁设备产品为代表的口腔数字化设备主要通过经销商进行销售；此外，口腔修复材料境外销售以经销模式为主，收入增长较快。

报告期内，公司境外销售收入增长较快的主要原因系公司进一步加大与境外经销商的合作并增加境外本地化的运营和投入；公司口腔数字化设备收入增长较快的具体原因相关情况参见本问询回复之“10.关于收入/四、”

七、补充披露报告期内各季度收入的具体金额及占比

发行人已在招股说明书之“第六节 业务与技术/四、公司销售情况及主要客户/(一)报告期内发行人主要服务的收入情况/4、主营业务收入按季度分类”及“第

八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（二）营业收入构成及变动情况分析/2、主营业务收入分析/（4）主营业务收入季度波动情况”中对报告期年内各季度收入的具体金额及占比情况进行了补充披露，披露情况如下：

“报告期内，公司主营业务收入按季度划分的情况如下：

单位：万元、%

期间	季度	主营业务收入	收入占比
2022 年 1-6 月	一季度	12,799.11	47.50
	二季度	14,148.46	52.50
	合计	26,947.56	100.00
2021 年度	一季度	10,101.21	18.54
	二季度	13,492.36	24.76
	三季度	15,411.39	28.28
	四季度	15,491.56	28.43
	合计	54,496.51	100.00
2020 年度	一季度	4,772.72	13.21
	二季度	7,262.46	20.11
	三季度	12,098.41	33.50
	四季度	11,985.78	33.18
	合计	36,119.36	100.00
2019 年度	一季度	5,274.78	17.67
	二季度	8,790.53	29.45
	三季度	6,999.44	23.45
	四季度	8,784.26	29.43
	合计	29,849.01	100.00

”

报告期内，公司主营业务收入并未呈现出较明显的季节性变化。受国内外新冠疫情的影响，2020年第一、二季度公司主营业务收入较低，随着疫情影响逐渐消除，市场需求在第三季度起逐渐释放，公司提前制定了应对疫情负面影响的各项计划，全面实现复工复产，迅速响应前期积压的市场需求，2020年第三、四季度主营业务收入大幅上升。

八、说明维修费收入产生的原因，是否存在废料收入，与同行业可比公司是否一致

报告期内，公司其他业务收入中，维修费收入分别为 63.08 万元、42.24 万元、31.91 万元和 **20.96 万元**，维修费收入系公司为口腔数字化设备客户在质保期之外提供维修服务收取的费用。报告期内，公司销售的设备在质保期外发生故障等情况较少且故障情况呈下降趋势，维修费较低且逐年下降。

报告期内，公司不存在废料收入。公司氧化锆瓷块生产过程中在筛料、干压、机加工环节存在氧化锆粉尘及废料产生，经高效脉冲除尘系统等方式收集后，由具备资质的合作方进行处理。废料主要产生在机加工环节，机加工环节需要对主要为圆盘形状的氧化锆瓷块两个端面及侧面进行车削打磨，且为适配切削设备夹具使用，氧化锆瓷块两个端面均需车削出台阶形状，该等加工过程形成了较多废料。报告期内，公司废料产生量分别为 14.27 吨、18.13 吨、21.79 吨和 **14.99 吨**，废料产生量与氧化锆瓷块产量变动趋势一致。

由于废料产生的主要环节——机加工环节前已经完成干压和预烧结程序，废料已由不同色料混合形成，颜色不具备统一性，且预烧结后材料密度发生了变化，公司无法进行回收用于生产，废料对于公司来说价值量低且自行处理需要进行一定额外投入，公司将废料交予佛山市马克森陶瓷科技有限公司（以下简称“马克森”）进行处理。马克森基本情况如下：

公司名称	佛山市马克森陶瓷科技有限公司
成立时间	2012 年 5 月 21 日
注册资本	20 万元
注册地址	佛山市禅城区江湾一路弼唐东二街 12 号之南 6 号铺
股权结构	任景峰持股 99%，刘萍持股 1%
法定代表人	任景峰
经营范围	研发：陶瓷制品、耐火材料、机械设备；批发、零售：陶瓷制品、耐火材料、化工原料（不含危险化学品）、机械设备、五金；国内贸易（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

马克森需对回收的废料做筛选、去除杂质和结块固体物等处理工作，处理后的废料可添加到石英石和高岭土中，用于低端领域的耐火材料产品，马克森需具备特定处理能力且处理工作需要额外投入，因此公司与其约定处理费用及运费等

由其自身承担，公司不向其收取废料费用。经对马克森相关负责人进行访谈了解，除发行人外，马克森还与位于河北省衡水市及河南省沁阳市等地的其他铅制品生产企业存在废料回收合作，马克森向该等合作企业亦不支付回收废料费用，与其和公司之间的合作模式不存在较大差异。

经对马克森相关负责人进行访谈及查询国家企业信用信息公示系统，马克森与公司、公司实际控制人李洪文及其相关亲属不存在关联关系；经对公司实际控制人李洪文及其相关亲属的银行流水进行核查及对马克森相关负责人进行访谈，李洪文及其相关亲属与马克森及其关联方不存在资金往来之情况。

公司同行业可比公司国瓷材料、沪鸽口腔等公司未披露是否存在废料收入。根据相关公告文件，爱尔创 2015 年度、2016 年度及 2017 年 1-9 月其他业务收入主要零星服务费收入，营业外收入主要为政府补助；2019 年度、2020 年度及 2021 年度，沪鸽口腔其他业务收入主要为自有房屋对外出租所取得的租赁收入，营业外收入主要为政府补助和罚没收入；推测爱尔创、沪鸽口腔不存在废料收入或废料收入金额很小。

综上，公司维修费收入为质保期外为客户提供口腔数字化设备修理服务收取的费用，公司不存在废料收入，与同行业可比公司情况不存在较大差异。

九、请保荐人、申报会计师详细说明对外销和内销、直销和经销收入核查的方法及核查的过程，核查金额及占比，说明所选取核查方法的可执行性、所选取样本量是否充分的依据；说明核查结果是否存在异常情形；对发行人报告期各期实现收入的真实性、准确性、是否存在跨期确认收入情形发表明确意见。

（一）收入核查程序

针对发行人的营业收入，保荐人、申报会计师主要实施了以下核查程序：

1、了解与收入确认相关的关键内部控制，评价该等控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、检查销售合同及销售订单，了解主要合同条款，评价公司收入确认方法是否适当，是否符合企业会计准则的要求；

3、通过网络检索、天眼查、国家企业信用信息公示系统等渠道，核查主要

客户背景信息、经营规模等情况；

4、针对内销收入，获取并核查了主要境内客户的销售合同/订单、出库单、销售发票、物流签收单、回款凭证等原始单据，确认是否与记账凭证一致；核查客户签收日期与收入确认日期是否存在跨期，对收入确认进行截止性测试；

5、针对外销收入，获取并核查了主要境外客户的销售合同/订单、出库单、报关单、销售发票、回款凭证等原始单据，确认是否与记账凭证一致；核查报关单出口日期与收入确认日期是否存在跨期，对收入确认进行截止性测试；同时获取了从海关总署中国电子口岸系统导出的公司报告期内报关金额，并与公司外销收入核对，确认公司境外销售收入与海关数据的匹配性；

6、对境内外主要客户进行了实地走访和视频访谈，了解客户基本情况以及与公司的关联关系、合作历史、业务往来、定价方式等内容。对视频访谈的客户，获取由访谈对象经办公邮箱发送的或者直接邮寄的签字确认后的访谈纪要、个人名片、办公场所照片等资料。走访情况如下：

单位：万元、%

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入		26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
客户访谈总家数		266	275	241	202
客户访谈覆盖总金额		16,324.51	32,682.21	20,237.14	16,044.90
客户访谈覆盖金额比例		60.53	59.94	55.96	53.63
内销	客户访谈总家数	158	143	123	123
	客户访谈覆盖总金额	5,373.19	14,575.61	10,322.97	7,863.32
	客户访谈覆盖内销收入比例	46.38	48.19	44.71	42.58
外销	客户访谈总家数	108	114	98	79
	客户访谈覆盖总金额	9,470.42	18,106.60	9,914.17	8,181.59
	客户访谈覆盖外销收入比例	80.67	74.67	76.08	71.88

7、选取公司报告期各期境内外主要客户，报告期各期末应收账款余额较大的客户进行函证，核查销售及往来余额的真实性、准确性、完整性，对未回函的金额执行了替代性程序。函证情况如下：

单位：万元、%

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入		26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
客户发函收入总金额		20,484.79	40,798.18	26,244.84	21,392.76
客户发函收入金额比例		75.96	74.82	72.57	71.51
客户回函收入总金额		18,787.21	37,994.63	25,293.57	20,137.73
客户回函收入金额比例		69.66	69.68	69.94	67.31
内销	客户发函收入总金额	7,133.86	21,136.15	16,522.45	12,937.05
	客户发函收入占内销收入比例	61.57	69.87	71.56	70.05
	客户回函收入总金额	6,746.08	20,008.87	15,917.82	12,393.99
	客户回函收入占内销收入比例	58.23	66.15	68.95	67.11
外销	客户发函收入总金额	13,350.94	19,662.03	9,722.39	8,455.72
	客户发函收入占外销收入比例	86.91	81.09	74.60	74.29
	客户回函收入总金额	12,041.13	17,985.76	9,375.75	7,743.74
	客户回函收入占外销收入比例	78.38	74.18	71.94	68.04

8、公司经销模式均为买断式销售，关于经销模式的收入核查方法、过程、金额及占比，详见本回复“问题 9.关于销售模式”之“八、请保荐人、发行人律师和申报会计师逐项根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》相关规定，对经销业务进行核查，说明核查过程，完善经销商模式相关情况的信息披露，并发表明确意见”的相关回复。

（二）核查意见

经核查，我们认为，上述收入核查方法执行情况良好，通过走访、函证等程序核查的收入金额能覆盖报告期的大部分销售收入，样本覆盖较为充分，核查结果不存在明显异常。公司报告期各期收入确认真实、准确，不存在跨期确认收入的情形。

十、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行的核查程序包括：

1、取得并复核发行人销售收入及采购的明细表，分析报告期内发行人氧化锆瓷块、切削设备和数字取像设备平均单价持续下降的原因，分析氧化锆瓷块产品销量持续增长的原因；

2、访谈发行人的相关管理人员，了解发行人口腔数字化设备的经营模式、发行人的竞争优势等情况，取得并复核发行人销售收入明细表，统计并分析发行人设备产品不同客户类型的销售情况，分析发行人口腔数字化设备收入增幅较大的原因；

3、查阅相关行业报告及行业公开信息，了解发行人口腔数字化设备市场规模及增长空间情况，分析发行人设备产品收入增长可持续性；

4、取得并复核发行人销售收入明细表，统计并分析发行人玻璃陶瓷销售情况、其他产品及服务的具体产品及其销售情况，分析发行人玻璃陶瓷和其他产品及服务收入持续增长且占主营业务收入的比例逐年增加的原因；

5、取得并复核发行人销售收入明细表，统计并分析发行人直销和经销模式下各类产品的销售情况，分析直销和经销模式下产品类别及销售情况的差异及其合理性；

6、取得并复核发行人销售收入明细表，统计并分析发行人报告期内各季度收入的具体金额及占比情况；

7、取得并复核维修费收入相关的合同及其他凭证，分析维修费收入产生的原因；

8、访谈发行人生产相关负责人员，了解发行人生产过程中废料产生环节和数量、发行人废料处理的具体措施、发行人与废料处理合作方签署的相关合同及经发行人和合作方签署确认的废料交接单据，分析废料产生数量及未形成废料收入的合理性；

9、查询了国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）、取得并查阅了发行人实际控制人李洪文及其相关亲属的银行流水、访谈废料处理合作方马克森相关负责人，了解马克森与发行人、公司实际控制人李洪文及其相关亲属是否存在关联关系，了解李洪文及其相关亲属是否与马克森及其关联方存在资金往来之情况；

10、查阅同行业可比公司的公开资料，了解同行业可比公司是否存在废料收取情况。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人氧化锆瓷块单价呈下降趋势主要系因发行人针对不同系列产品采用不同价格策略，白盘和单色系列产品单价下降较多所致。随着公司产品结构优化及销售区域拓展，氧化锆瓷块整体销售单价降幅逐步放缓，单价下降不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响；

2、报告期内发行人氧化锆瓷块各系列产品销量持续增长主要是由于公司产品差异化程度提高、市场竞争力增加，公司加强了中高端系列产品市场推广力度，对主要客户的销量均得到较快增长，客户总数量及销售规模较大的客户数量均有所增加，销量增长具有合理性；

3、发行人切削设备和数字取像设备平均单价均整体呈下降趋势，主要原因系报告期内发行人销售的切削设备和数字取像设备型号发生变化，主要设备生产供应商由境外供应商转为性价比更高的境内供应商，平均单价下降具备合理性；

4、报告期内发行人口腔数字化设备收入增幅较大具备合理性，发行人经营的口腔数字化设备市场规模及增长空间较大，叠加发行人口腔数字化设备业务与口腔修复材料业务具备战略协同性，预计未来口腔数字化设备产品销售增长具备可持续性；

5、报告期内玻璃陶瓷和其他产品及服务收入持续增长且占主营业务收入的比例逐年增加具备合理性；

6、报告期内，发行人直销和经销模式销售的主要产品为氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、切削设备和数字取像设备，产品类别不存在较大差异；直销和经销模式下各产品类别占主营业务收入比例的变化具备合理性；

7、报告期内，发行人主营业务收入并未呈现出较明显的季节性变化，各季度收入的具体金额及占比已在招股说明书中补充披露；

8、发行人维修费收入为质保期外为客户提供口腔数字化设备修理服务收取

的费用。发行人不存在废料收入，与同行业可比公司情况不存在较大差异。

11.关于外销

招股说明书披露，报告期内，公司境外收入占比分别为 46.19%、38.13%、36.08%和 45.58%。

请发行人说明：

（1）外销收入的国家分布情况，分析并说明报告期内各外销国家销售收入变动的原因及合理性；

（2）国际贸易摩擦对发行人原材料采购以及产品销售的具体影响，相关风险披露是否充分；

（3）报告期内境内和境外各类别产品的销售金额及占比，发行人境内外销售的产品类别、产品价格、业务模式是否存在差异，原因及合理性；

（4）各结算模式下的销售收入和占比，各结算模式下收入确认与相关合同约定条件或行业惯例是否相符；

（5）海关报关金额、出口退税金额的计算过程以及与发行人外销收入的匹配性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、外销收入的国家分布情况，分析并说明报告期内各外销国家销售收入变动的原因及合理性

（一）外销收入的国家分布情况

报告期各期，发行人外销收入的主要国家及销售情况如下所示：

1、2022 年 1-6 月

单位：万元

序号	外销国家	销售金额	占当期外销比例
1	美国	3,344.91	21.77%

2	俄罗斯	824.94	5.37%
3	法国	738.90	4.81%
4	德国	699.50	4.55%
5	土耳其	634.57	4.13%
6	墨西哥	551.07	3.59%
7	波兰	544.40	3.54%
8	越南	518.74	3.38%
9	西班牙	507.99	3.31%
10	澳大利亚	351.59	2.29%
合计		8,716.61	56.74%

2、2021 年

单位：万元

序号	外销国家	销售金额	占当期外销比例
1	美国	5,121.41	21.12%
2	德国	1,355.72	5.59%
3	俄罗斯	1,131.33	4.67%
4	法国	1,110.56	4.58%
5	阿联酋	957.31	3.95%
6	墨西哥	729.89	3.01%
7	西班牙	720.30	2.97%
8	意大利	720.12	2.97%
9	澳大利亚	620.92	2.56%
10	波兰	515.83	2.13%
合计		12,983.40	53.54%

3、2020 年

单位：万元

序号	外销国家	销售金额	占当期外销比例
1	美国	2,695.86	20.69%
2	俄罗斯	856.38	6.57%
3	越南	745.81	5.72%
4	德国	731.33	5.61%
5	法国	587.20	4.51%

6	意大利	523.43	4.02%
7	西班牙	391.81	3.01%
8	以色列	397.76	3.05%
9	日本	390.97	3.00%
10	澳大利亚	291.89	2.24%
合计		7,612.44	58.41%

4、2019 年

单位：万元

序号	外销国家	销售金额	占当期外销比例
1	美国	2,676.75	23.52%
2	德国	789.80	6.94%
3	俄罗斯	735.17	6.46%
4	意大利	646.41	5.68%
5	法国	582.47	5.12%
6	越南	543.31	4.77%
7	韩国	399.89	3.51%
8	西班牙	309.32	2.72%
9	乌克兰	285.99	2.51%
10	澳大利亚	273.93	2.41%
合计		7,243.04	63.64%

（二）分析并说明报告期内各外销国家销售收入变动的原因及合理性

报告期内，主要国家销售金额总体呈上升趋势，主要原因系爱迪特品牌全球影响力的增强，市场需求增加，长期合作的经销商亦在报告期内加大了对爱迪特产品的推广力度，新加入的品牌经销商逐渐增多；同时公司针对口腔数字化设备产品推广力度加大，经销商亦相应增加了与公司合作的产品种类，导致销售收入进一步上升。部分境外国家由于疫情原因 2020 年收入增速放缓或略有下降，但在其所在地疫情逐渐好转后逐步恢复，故 2021 年境外销售金额增长较为迅速。

其中美国、阿联酋、土耳其销售金额较多且增长速度较快。美国地区增长较快主要原因系发行人于 2019 年成立了美国子公司，该子公司于 2020 年大力开拓美国市场并直接与当地客户对接，进一步稳定并增加了公司的客户群体及市场覆

盖率，使得其销售金额出现明显上涨。阿联酋地区销售金额增长较快主要原因系该地区重要经销商于 2021 年制定了通过白盘销售抢占低端市场的战略，于当年增加其推广及采购力度；同年该经销商拓展其销售区域，扩大其市场覆盖范围，故向发行人采购的产品数量出现一定增长，拉动 2021 年该地区的销售收入增长。土耳其增速较快主要原因系该地区主要客户 BATIGROUP DENTAL Diş ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRKETİ. 采购规模提升较快导致，该客户为士卓曼集团下属公司，发行人于 2020 年末开始与其建立合作关系，经过一年时间的合作方式探讨和产品试用，采购量于 2022 年开始增加。

同时，发行人针对俄罗斯地区的销售并未受到国际局势的影响。发行人 2022 年 1-6 月向该地区销售的产品金额及销售数量均高于去年同期，已接近 2021 年全年销售金额，与该地区的客户保持稳定的贸易合作往来。

二、国际贸易摩擦对发行人原材料采购以及产品销售的具体影响，相关风险披露是否充分；

（一）国际贸易摩擦对发行人原材料采购的具体影响

发行人向海外供应商采购的原材料主要是氧化锆粉，该类原材料的海外供应商并不是来自与我国存在贸易摩擦的国家或地区，氧化锆粉也并不属于受管控的大宗商品或战略资源，从国内或国外市场看，该类原材料的供应都较为充足，近年来也不存在氧化锆粉短缺的情况。综上所述，国际贸易摩擦对发行人原材料采购影响较小。

（二）国际贸易摩擦对发行人产品销售的具体影响

报告期内，发行人境外销售的具体情况如下表所示：

单位：万元

地区	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
欧非大区	7,114.39	46.31%	10,720.87	44.21%	5,755.19	44.16%	5,054.33	44.41%
其中：欧洲	6,627.71	43.14%	9,891.47	40.79%	5,187.43	39.81%	4,610.29	40.51%
亚洲大区	3,329.84	21.68%	5,691.59	23.47%	3,422.18	26.26%	2,648.34	23.27%
美洲大区	4,917.50	32.01%	7,835.25	32.31%	3,854.65	29.58%	3,678.98	32.32%
其中：美国	3,344.91	21.77%	5,121.41	21.12%	2,695.86	20.69%	2,676.75	23.52%

合计	15,361.73	100.00%	24,247.71	100.00%	13,032.01	100.00%	11,381.66	100.00%

注：亚洲大区包括中国港澳台地区、其他亚洲国家和大洋洲国家。

从上表可知，美洲、欧非均是发行人重要的产品销售地，但是发行人销售的主要产品并未被列入美国对华加征关税清单，贸易摩擦并未对发行人的销售收入造成较大的不利影响。报告期内，发行人在上述地区的销售收入始终保持着增长的态势。同时，发行人的产品并不属于受主要出口的国家限制进口的特殊商品。故国际贸易摩擦未对发行人的海外业务及持续经营能力造成重大不利影响。

（三）相关风险的披露是否充分

由于公司境外业务收入占比较高，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素/二、市场风险/（一）国际贸易风险”和“第四节 风险因素/八、其他风险/（二）国际局势变动的风险”中披露如下：

“公司境外销售规模较大，产品销售至欧美、日韩等 120 余个国家及地区。报告期内，公司境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 38.13%、36.08%、44.49%和 57.01%。如果境外市场出现波动，导致需求大幅减少，或部分产品进口国的进口政策、经贸环境等发生重大不利变化，均可能会对公司的经营业绩产生一定的影响。”

“公司产品销售至 120 余个国家及地区，其中既存在着俄罗斯、乌克兰等目前爆发较大战争冲突的国家，还包括沙特阿拉伯、以色列、伊拉克、伊朗等存在较大地缘冲突的中东国家。若未来战争持续扩大或地缘冲突加剧并升级为战争，可能会对公司的境外业务造成一定的不利影响。”

三、报告期内境内和境外各类别产品的销售金额及占比，发行人境内外销售的产品类别、产品价格、业务模式是否存在差异，原因及合理性

报告期内，公司境内和境外各主要类别产品的销售金额及占主营业务收入的比例如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
内销：								
口腔修复材料	6,792.79	25.21	15,074.66	27.66	14,349.18	39.73	13,187.13	44.18

其中：氧化锆瓷块	5,032.83	18.68	11,763.85	21.59	12,429.46	34.41	11,762.75	39.41
口腔数字化设备	3,726.24	13.83	12,901.02	23.67	7,473.97	20.69	4,348.99	14.57
其中：切削设备	1,882.52	6.99	6,587.60	12.09	2,959.50	8.19	1,754.31	5.88
数字取像设备	902.50	3.35	3,794.99	6.96	3,114.90	8.62	1,526.64	5.11
其他产品及服务	1,066.79	3.96	2,273.13	4.17	1,264.21	3.50	931.23	3.12
小计	11,585.83	42.99	30,248.80	55.51	23,087.35	63.92	18,467.35	61.87
外销：								
口腔修复材料	11,369.35	42.19	17,277.52	31.70	10,803.95	29.91	10,265.53	34.39
其中：氧化锆瓷块	10,068.61	37.36	15,331.74	28.13	9,934.28	27.50	9,968.43	33.40
口腔数字化设备	3,639.62	13.51	6,444.45	11.83	1,781.15	4.93	856.79	2.87
其中：切削设备	1,312.76	4.87	2,779.94	5.10	684.58	1.90	152.67	0.51
数字取像设备	1,259.10	4.67	1,818.30	3.34	353.75	0.98	156.63	0.52
其他产品及服务	352.76	1.31	525.74	0.96	446.91	1.24	259.34	0.87
小计	15,361.73	57.01	24,247.71	44.49	13,032.01	36.08	11,381.66	38.13
合计	26,947.56	100.00	54,496.51	100.00	36,119.36	100.00	29,849.01	100.00

报告期内，公司境内外销售在产品种类方面不存在较大差异。2019 年度及 2020 年度，口腔修复材料境内销售收入略高于境外销售收入，2021 年度及 2022 年 1-6 月口腔修复材料境外销售收入已超过境内销售收入。报告期内，境内外销售均以口腔修复材料为主；2019 年度至 2021 年度，口腔数字化设备境内外销售金额及占主营业务收入的比例均快速增长，其中，2021 年度境内销售口腔修复材料和口腔数字化设备实现的收入已较为接近。2022 年 1-6 月，受境内新冠疫情影响，境内销售的口腔数字化设备收入占比均下降。

业务模式方面，报告期内，公司境内经销收入占比上升，主要原因系公司通过经销商向临床端客户销售椅旁设备的收入增加较快，2022 年上半年临床端客户受新冠疫情影响较大，公司上半年的经销收入占比有所下降；公司境外经销收入占比逐年上升，主要原因系公司加大了境外市场推广力度，与经销商合作便于公司拓展境外相关销售渠道。报告期内，公司境内外销售中直销和经销收入各自占内销和外销收入的比例如下：

单位：%

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境内	直销	81.87	77.97	88.22	89.79

	经销	18.13	22.03	11.78	10.21
境外	直销	37.25	40.72	44.28	52.84
	经销	62.75	59.28	55.72	47.16

报告期内，公司主要产品销售平均单价的情况及变化原因和合理性分析如下：

单位：元/块、万元/台

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
氧化锆瓷块	境内	179.42	203.39	235.58	273.95
	境外	407.44	433.08	432.46	437.13
	综合	286.22	290.59	295.30	330.55
切削设备	境内	11.55	14.47	13.58	14.50
	境外	10.67	11.77	11.60	15.27
	综合	11.17	13.50	13.16	14.56
数字取像设备-口扫设备	境内	3.90	5.48	7.62	13.86
	境外	4.38	4.83	5.94	20.58
	综合	4.15	5.28	7.53	13.95
数字取像设备-台扫设备	境内	2.80	3.04	3.08	3.20
	境外	3.28	3.38	3.40	3.49
	综合	3.12	3.21	3.16	3.27

（一）氧化锆瓷块

报告期内，公司境外销售的氧化锆瓷块平均单价高于境内，主要原因系公司境外销售中欧洲和美国等经济较为发达的地区销售占比较高，该等地区需求以中高端系列产品为主且对价格的敏感度较低，境外销售中单色和渐变系列产品收入占比分别为 71.39%、77.03%、86.49%和 **88.35%**，其中渐变系列产品收入占比分别为 61.06%、66.93%、71.64%和 **73.49%**；境内需求以中端及基础系列产品为主且对价格敏感度较高，白盘和单色系列产品销售收入占比分别为 83.41%、79.69%、67.26%和 **63.95%**，其中白盘系列产品收入占比分别为 71.33%、64.32%、47.42%和 **43.05%**。

（二）切削设备

报告期内，公司切削设备平均单价整体略有下降，主要原因系销售的切削设备型号发生变化，引入满足市场需求的境内供应商作为公司切削设备供应商，切

削设备销售平均单价随采购平均单价下降而下降。

2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，公司境外销售的切削设备平均单价略低于境内，主要原因系切削设备境内外销售型号存在差异。爱迪特系列切削设备主要应用于技工端客户，其中爱迪特 AMD-500 切削机、爱迪特 AMW-400 切削机、爱迪特 AMD-500DC 切削机收入合计占外销收入的比例分别为 89.29%、93.79%和 75.57%，该等型号切削设备为国产产品，销售平均单价较低。而科美系列切削设备体积小、切削精度高、便于操作，主要应用于临床端客户，其中科美四轴切削机 N4/N4+、科美五轴切削机 AV-D5、科美椅旁切削机 C4/C5 收入合计占内销收入的比例分别为 50.33%、63.71%和 54.67%，该等型号切削设备为进口产品，销售平均单价较高，而前述单价较低的国产设备爱迪特 AMD-500 切削机、爱迪特 AMW-400 切削机、爱迪特 AMD-500DC 切削机收入合计占内销收入的比例分别仅为 10.53%和 24.29%和 39.27%，2022 年 1-6 月因前述单价较低的国产设备收入合计占内销收入的比例有所上升，切削设备的境内销售平均单价有所下降。

（三）数字取像设备

报告期内，公司口扫设备平均单价整体呈下降趋势，主要原因系公司销售的口扫设备型号发生变化，引入满足市场需求的境内供应商作为公司口扫设备供应商，口扫设备销售平均单价随采购平均单价下降而下降。

2020 年度及 2021 年度，公司境外销售的口扫设备平均单价略低于境内，主要原因系：2020 年度境外销售均为科美口内扫描仪，2021 年度境外销售主要为科美口内扫描仪，境外销售收入占比为 99.84%，该口扫设备为国产产品，单价较低；2020 年度及 2021 年度，境内销售中该型号口扫设备收入占比分别为 48.29%和 39.06%，而进口的 Trois 口腔数字印模仪收入占比分别为 44.84%和 47.79%，Trois 口腔数字印模仪销售单价较高。2022 年 1-6 月，公司境内销售的口扫设备平均单价出现一定程度下降且略低于境外，主要原因系境内销售中进口的 Trois 口腔数字印模仪收入占比由 47.79%下降至 26.16%，而前述国产口扫设备科美口内扫描仪收入占比由 39.06%增长至 51.30%；而境外销售仍以国产口扫设备科美口内扫描仪为主，收入占比为 80.98%，该产品境外销售平均价格与境内相比较

报告期内，公司台扫设备平均单价整体较为稳定，主要原因系公司台扫设备均主要采自境内供应商。

综上，报告期内，公司境内外客户在产品种类方面不存在较大差异，境内外各销售模式下收入变动具有合理性，公司境内外销售的氧化锆瓷块平均单价差异与境内外市场客户特点相关，境内外销售的设备产品平均单价差异与不同设备型号单价存在差异相关，平均单价差异具备合理性。

四、各结算模式下的销售收入和占比，各结算模式下收入确认与相关合同约定条件或行业惯例是否相符

（一）各结算模式下的销售收入和占比情况

报告期内，公司境外销售各结算模式下的销售收入和占比情况如下：

单位：万元、%

结算模式	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
C&F	9,452.81	71.40	14,894.88	68.62	7,927.46	66.53	7,098.32	62.43
FOB	1,319.31	9.97	3,692.04	17.01	2,335.09	19.60	2,570.54	22.61
CIF	0.00	0.00	102.38	0.47	9.83	0.08	2.69	0.02
EXW	2,466.85	18.63	3,018.21	13.90	1,643.15	13.79	1,699.17	14.94
合计	13,238.97	100.00	21,707.52	100.00	11,915.53	100.00	11,370.72	100.00

注：上表统计金额不包括公司对爱迪特美国和爱迪特德国销售收入、爱迪特美国和爱迪特德国外销收入、采用简易报关的外销收入以及退货损失。

2019 年至 2021 年，公司境外销售主要采用 FOB、C&F 贸易结算模式，各结算模式收入占比相对稳定。2022 年 1-6 月，公司 EXW 结算模式的境外销售收入占比有所上升，主要原因系 BATIGROUP DENTAL DIŞ ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRKETİ.、T&T Materials and Equipment Company Limited 及 Medical Stores Company 等重要客户为使用 EXW 贸易结算模式的新增客户或贸易结算模式转变为 EXW 贸易结算模式的原有客户。

（二）各结算模式下收入确认与相关合同约定条件是否相符

公司与客户在每次交易时，按照约定的发货方式、结算方式进行发货及报关出口。其中，在 FOB、CIF、C&F 结算模式下，公司外销收入确认时点为已根据

合同约定将产品报关出口，取得报关单等原始单据时；在 EXW 结算模式下，客户合同指定交货地点为“工厂/仓库所在地”，但产品实际交付过程中，公司仍需要配合客户进行物流配送、提交报关所需材料并协助完成报关手续。基于谨慎性，公司根据合同约定将产品发出并经过客户确认，以完成海关报关出口手续并取得报关单时点确认收入。

综上，公司各结算模式下收入确认与相关合同约定条件相符。

（三）各结算模式下收入确认符合行业惯例

发行人与同行业可比公司的外销收入确认政策对比情况参见本问询回复之“8.关于收入确认/三、/（二）”。

经查询比较同行业可比公司外销收入确认政策，公司 EXW 交易模式收入确认政策与同行业可比公司沪鸽口腔存在一定差异，主要原因系公司在 EXW 交易模式下基于谨慎性以完成海关报关出口手续并取得报关单作为收入确认时点。除此之外，发行人与同行业可比公司的外销收入确认政策不存在较大差异，外销收入确认政策符合行业惯例。

五、海关报关金额、出口退税金额的计算过程以及与发行人外销收入的匹配性

（一）海关报关金额与发行人外销收入对比情况

报告期内，公司外销收入分别为 11,381.66 万元、13,032.01 万元、24,247.71 万元和 15,361.73 万元，其与海关报关金额的匹配情况如下：

单位：万元

项目	币种	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
报关单出口金额 A	澳元	38.99	84.93	28.42	27.49
	人民币	752.87	435.20	421.05	304.54
	欧元	634.92	939.50	443.35	418.68
	英镑	22.62	45.15	18.61	18.93
	日元	701.04	-	-	-
	美元	1,487.04	2,369.57	1,375.61	1,097.65
折算汇率 B	澳元	4.6639	4.8490	4.7608	4.7967

	人民币	1.0000	1.00	1.00	1.00
	欧元	7.0796	7.6372	7.8696	7.7221
	英镑	8.4064	8.8771	8.8528	8.8070
	日元	0.0527	-	-	-
	美元	6.4835	6.4531	6.9012	6.8955
报关单出口金额 C=A*B	人民币	15,298.07	23,713.97	13,703.49	11,405.07
境外销售收入 D	人民币	15,361.73	24,247.71	13,032.01	11,381.66
加：境内向爱迪特美国 和德国销售收入 E	人民币	1,982.17	2,092.73	1,709.46	17.29
减：爱迪特美国和德 国境外销售收入 F	人民币	2,327.40	2,978.28	1,166.14	8.82
加：外销退货损失 G	人民币	211.80	244.12	97.63	116.24
调整后发行人外销收 入 H=D+E-F+G	人民币	15,228.30	23,606.28	13,672.96	11,506.36
差异 I=C-H	人民币	69.76	107.69	30.53	-101.29
差异率 J=I/D		0.45%	0.44%	0.23%	-0.89%

报告期内，海关报关金额与公司账面外销收入的差异率分别为-0.89%、0.23%、0.44%和 0.45%，差异金额较低，差异原因主要由汇率折算差异、公司小额出口业务履行简易报关流程导致。

（二）出口退税金额的计算过程

报告期内，自公司的外销收入至出口退税金额的计算过程如下：

单位：万元

项目	说明	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境外销售收入	A	15,361.73	24,247.71	13,032.01	11,381.66
发货给海外子公司的收入	B	1,982.17	2,092.73	1,709.46	17.29
海外子公司实现营业收入	C	2,327.40	2,978.28	1,166.14	8.82
免税销售收入	D	3,709.54	6,130.02	2,609.56	833.85
申请免抵退出口货物销 税额	E	5,016.58	13,334.45	8,985.84	8,647.93
差异（注）	F=A+B-C -D-E	6,290.38	3,897.69	1,979.93	1,908.35
申报退税额	G	652.16	1,733.48	1,162.24	1,136.57
当期免抵金额	H	561.92	1,350.12	904.80	1,037.26
当期应退金额	I	90.23	383.36	257.43	99.31

实际退税率	J=G/E	13.00%	13.00%	12.93%	13.10%
发行人适用的退税率		13%	13%	10%,13%,16%	10%,13%,16%

注：境外销售收入与申请免抵退出口货物销售额差异主要系由于单证未齐形成的申报出口退税时间差。

如上表所示，报告期内，公司免抵税额占免抵退申报出口销售额的比率与退税率相当。

六、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行的核查程序包括：

1、获取发行人销售明细表，分析报告期内发行人外销收入的国家分布情况及变动原因；

2、访谈发行人主要销售人员，了解境外销售模式及流程，分析主要销售国或地区收入变动的原因、有关进口政策、贸易摩擦对公司产品销售的影响；

3、取得并复核发行人销售收入明细表，统计并分析报告期内发行人境内外各类别产品的销售金额及比例，了解发行人境内外销售的产品类别、产品价格、业务模式的差异情况并对差异原因进行分析；

4、查阅发行人与境外客户签署的合同条款，了解不同境外客户对应的具体结算模式，统计 EXW、FOB、CIF、C&F 结算方式下对应的收入金额；

5、获取报告期各期发行人报关出口明细表，报关单及出口退税申报表，分析报关金额、出口退税金额与出口销售收入的匹配性，复核出口退税计算过程。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期内发行人外销收入国家分布相对集中，各外销国家销售收入变动符合发行人业务实际情况，具备合理性；

2、国际贸易摩擦对发行人原材料采购以及产品销售的影响较小，相关风险已充分披露充分；

3、发行人境内外销售的产品类别不存在较大差异，产品价格差异具备合理

性，发行人境内销售以直销为主，境外销售经销收入占比较大，境内外销售中经销收入占比均有所上升；

4、发行人外销主要 FOB、C&F 贸易结算模式，收入确认与合同约定条件以及行业惯例相符；

5、发行人境外销售收入与海关出口数据、出口退税数据之间具有匹配性。

12.关于客户

招股说明书披露：

（1）公司的主营业务按产品类型可划分为口腔修复材料、口腔数字化设备及其他产品及服务；

（2）报告期内，公司采用“直销+经销”的销售模式。针对境内客户，公司主要采用直销方式，直销客户主要包括义齿技工所、医院、口腔诊所等，直接向其销售全瓷义齿用氧化锆瓷块等口腔修复材料、义齿加工相关耗材、口腔数字化设备及耗材；针对境外客户，公司以经销的销售方式为主，将产品和设备通过境外区域经销商进行销售；

（3）报告期内，公司前五大客户销售收入占比分别为 10.53%、9.79%、9.28%、9.15%。

请发行人：

（1）按照不同产品类别、不同客户类型、直销和经销、内销和外销分别说明报告期各期前五大客户的情况，包括名称、成立时间、股权结构、与发行人的合作背景、合作历史、主营业务、主要经营和财务状况，以及销售内容、销售金额及占发行人当期营业收入比重、销售金额占该客户当期营业收入比重、是否与客户业务规模及经营和财务状况相匹配、前五大客户各期变动的合理性，若存在新增客户的说明具体原因；说明上述客户是否存在注册成立当年或次年即成为发行人客户的情形，如存在，说明原因及合理性；

（2）区分口腔修复材料和数字化设备说明发行人是否需要取得客户的准入许可成为其供应商，需要取得准入许可的客户范围，发行人获取相关许可的流程、

周期、有效期以及到期后的安排；

（3）说明口腔修复材料和数字化设备客户重叠情况及对应的重叠交易金额及占比；

（4）说明口腔修复材料和数字化设备的前五大客户销售占比，说明客户集中度较低的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致；

（5）说明对主要客户的具体定价方法和依据，结合市场价格及其波动趋势说明报告期内向主要客户销售产品的价格是否公允，同类产品向不同客户销售价格是否存在差异，差异的原因及合理性；说明境内外客户在产品定价、产品种类、销售政策等方面是否存在差异；

（6）说明报告期内不同销售模式以及内销和外销客户的数量，按适当的销售金额标准进行分层，列示并披露不同层级的客户数量、销售金额及占比，新增客户数量、对应销售金额占比和变动情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、按照不同产品类别、不同客户类型、直销和经销、内销和外销分别说明报告期各期前五大客户的情况，包括名称、成立时间、股权结构、与发行人的合作背景、合作历史、主营业务、主要经营和财务状况，以及销售内容、销售金额及占发行人当期营业收入比重、销售金额占该客户当期营业收入比重、是否与客户业务规模及经营和财务状况相匹配、前五大客户各期变动的合理性，若存在新增客户的说明具体原因；说明上述客户是否存在注册成立当年或次年即成为发行人客户的情形，如存在，说明原因及合理性

（一）按照不同产品类别、不同客户类型、直销和经销、内销和外销分别说明报告期各期前五大客户的情况，包括名称、成立时间、股权结构、与发行人的合作背景、合作历史、主营业务、主要经营和财务状况，以及销售内容、销售金额及占发行人当期营业收入比重、销售金额占该客户当期营业收入比重、是否与客户业务规模及经营和财务状况相匹配

1、分产品类别前五大客户情况

报告期内，各产品类别分别对应的前五大客户及其基本情况如下：

(1) 口腔修复材料

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2022年1-6月	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	853.06	3.16%	高于50%	2015年10月21日	褚清涛 53.96%、杨林 35.97%、关松雪 10.07%	2019年7月开始合作	医用生物高分子材料、医疗器械、口腔清洁用品、医用硅胶制品货物进出口	2022年1-6月收入超过1,000万元
	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块	851.64	3.16%	高于50%	2017年	А л е к с а н д р А л е к с а н д р о в и ч Р ы н д и н	2017年6月开始合作	牙科设备及牙科材料的进口及销售	2022年1-6月收入超过1,000万元
	BATIGROUP DENTAL DIŞ ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİ M. ŞİRKETİ.	氧化锆瓷块等	471.86	1.75%	低于10%	2002年	Straumann	2020年11月份开始合作	口腔种植类产品及相关设备的销售	2022年1-6月收入超过5,000万元
	HISPANSION PROYECTOS SL	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、烤瓷粉等	424.33	1.57%	高于50%	2012年	SONIA CAMELLO 50.00% ROBERTO MOLINERA 50.00%	2017年6月开始合作	牙科、数字扫描设备产品的进口、销售和安装	2022年1-6月收入小于1,000万元
	dentona AG	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	383.92	1.42%	低于10%	1977年	WIKESMANN 100%	2017年5月开始合作	经营牙科耗材及设备	2022年1-6月收入超过1亿元
	小计		2,984.81	11.07%	-			-		

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2021年	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	1,056.46	1.94%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、烤瓷粉等	1,016.51	1.86%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	683.86	1.25%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	8853 S.p.A	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	656.80	1.20%	低于 10%	1992 年	Giorgio Villa	2015 年 7 月开始合作	牙科耗材及设备的制造、经营	2021 年收入超过 1 亿元
	HISPANSION PROYECTOS, S.L.	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、烤瓷粉等	547.40	1.00%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	小计		3,961.04	7.27%	-	-				
2020年	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、烤瓷粉等	843.20	2.33%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、烤瓷粉等	655.01	1.81%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	537.66	1.49%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	8853 S.p.A	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	450.65	1.25%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2021 年”				
	河南省广森医疗器械销售有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、烤瓷粉等	435.78	1.21%	低于 10%	2012 年 10 月 10 日	王治青 100.00%	2015 年 12 月开始合作	第二、三类口腔材料销售	2021 年收入超过 5,000 万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	小计		2,922.30	8.09%	-	-				
2019年	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、烤瓷粉等	696.05	2.33%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	612.10	2.05%	低于 10%	2008 年	James Katsur	2017 年 9 月开始合作	牙科材料进口与销售	2021 年收入超过 5,000 万元
	8853 S.p.A	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	522.65	1.75%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2021 年”				
	T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	482.15	1.61%	高于 50%	2017 年 11 月 16 日	Viet Nquyen	2021 年 12 月开始合作	齿科材料及切削设备的进口与销售	2021 年收入小于 1,000 万元
	dentona AG	氧化锆瓷块	465.39	1.56%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	小计		2,778.34	9.30%	-	-				

(2) 口腔数字化设备

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2022 年 1-6 月	SCAN LAB SP. Z O O.	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	290.93	1.08%	低于 50%	2017 年	Walitko Damian	2021 年 2 月开始合作	医疗器械进出口及销售	2022 年 1-6 月收入小于 1,000 万元
	福建思高医疗科技有限公司	切削设备、数字取像设备、	189.07	0.70%	低于 50%	2019 年 1 月 3 日	周伟雄 49.00%、颜筱荣 23.00%、颜佳辉	2019 年 1 月开始合作	第一类、第二类医疗器	2022 年 1-6 月收入小于

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
		烧结设备等					20.00%、刘环宇 8.00%		械销售	1,000 万元
	新疆吉吉商业有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	137.78	0.51%	低于 50%	2019 年 11 月 20 日	武浩 61.00%、陈丽 39.00%	2022 年 1 月开始合作	第一类、第二类医疗器械、医疗用品销售	2022 年 1-6 月收入超过 1,000 万元
	LONGHAI ST CO., LTD	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	131.70	0.49%	低于 10%	2006 年	DOAN XUAN KHANH	2015 年 7 月开始合作	氧化锆、扫描仪等 CAD/CAM 设备和材料销售	2022 年 1-6 月收入超过 5,000 万元
	TD Dental Supply, Inc.	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	116.25	0.43%	低于 50%	2010 年	DING JAMES	2015 年 7 月开始合作	医疗用品销售	2022 年 1-6 月收入超过 1,000 万元
	小计		865.73	3.21%	-	-				
2021 年	昆明市迦恒医疗器械有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	1,034.10	1.90%	低于 50%	2007 年 8 月 14 日	毛凤勤 50.00%、张红军 50.00%	2020 年 8 月开始合作	医疗器械销售	2021 年收入超过 1,000 万元
	广州市蓝野齿科器材有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	454.02	0.83%	低于 50%	2004 年 5 月 17 日	张遂才 55.00%、张遂路 45.00%	2021 年 3 月开始合作	第二类、第三类医疗器械销售	2021 年收入超过 1,000 万元
	福建思高医疗科技有限公司	切削设备、烧结设备等	387.52	0.71%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	湖南风火轮医疗设备服务有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	338.98	0.62%	低于 10%	2016 年 7 月 4 日	王斌 99.90%、周海波 0.10%	2021 年 5 月开始合作	医药及医疗器材零售、批发	2021 年收入超过 5,000 万元
	内蒙古丰信医药有限公司	切削设备、数字取像设备、	338.92	0.62%	低于 50%	2004 年 4 月 21 日	内蒙古丰信科技有限公司 60.00%、内蒙古	2020 年 3 月开始合作	第一类、第二类、第三	2021 年收入超过 1,000 万

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
		烧结设备等					康祺文化传媒有限责任公司 26.00%、易林（北京）科技有限公司 20.00%		类医疗器械的经营、租赁与销售	元
	小计		2,553.55	4.68%	-	-				
2020年	福建思高医疗科技有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	256.49	0.71%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	山西优义升医疗器械有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	250.17	0.69%	低于 10%	2014 年 3 月 26 日	卜套辉 60.00%、张彩红 40.00%	2019 年 7 月开始合作	第一、第二类医疗器械销售，第三类医疗器械经营；技术咨询	2021 年收入超过 1,000 万元
	河南省广森医疗器械销售有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	186.58	0.52%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2020 年”				
	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	155.18	0.43%	低于 10%	2008 年 10 月 8 日	张朝升 94.00%、上官小样 6.00%	2016 年 9 月开始合作	医疗器械的租赁与销售	2021 年收入超过 1,000 万元
	郑州晟鑫医疗设备有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	153.92	0.43%	低于 10%	2008 年 7 月 31 日	田金晟 97.50%、田岳 2.50%	2018 年 9 月开始合作	第一类、二类、三类医疗器械销售、维修、租赁	2021 年收入超过 5,000 万元
	小计		1,002.34	2.78%	-	-				

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2019年	山西美原齿科器械有限责任公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	306.75	1.03%	低于 10%	2004 年 12 月 21 日	恒伦医疗科技股份有限公司 100.00%	2015 年 9 月开始合作	医疗器械研发与经营	2021 年收入超过 5,000 万元
	南京锦冠桥义齿有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	245.94	0.82%	低于 10%	2010 年 1 月 18 日	梁 储 90.00%、邓 珠 10.00%	2018 年 5 月开始合作	第一类医疗器械、第二类医疗器械、第三类医疗器械销售；第二类医疗器械生产	2021 年收入超过 5,000 万元
	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	114.15	0.38%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2020 年”				
	郑州晟鑫医疗设备有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	105.53	0.35%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2020 年”				
	河南省广森医疗器械销售有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	81.59	0.27%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2020 年”				
	小计		853.96	2.85%	-	-				

报告期内公司对上述主要客户的销售额占相应客户当期营业收入的比例较低，除部分签订独家经销协议的长期客户及区域独家代理外，大部分客户当期发行人对其销售金额占其营业收入的比例均低于 10%，与客户的业务规模、经营和财务状况相匹配。

2、分客户类型前五大客户情况

(1) 经销商客户

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2022年1-6月	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块等	875.01	3.24%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	HISPANION PROYECTOS SL	氧化锆瓷块、数字取像设备等	504.42	1.87%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	BATIGROUP DENTAL Diş ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRKETİ.	氧化锆瓷块等	484.83	1.80%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	NVEP IMPEX	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、切削设备等	442.49	1.64%	高于 50%	2011 年	Nicolas Velay	2015 年 8 月开始合作	齿科材料、设备进出口贸易及相关产品的咨询服务	2022 年 1-6 月收入约 660 万元
	SCAN LAB SP. Z O O.	数字取像设备、氧化锆瓷块、切削设备等	351.84	1.30%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	小计		2,658.59	9.86%	-	-				
2021 年	昆明市迦恒医疗器械有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	1,105.16	2.03%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2021 年”				
	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	1,078.08	1.98%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	AL BAWABA AL ELMEYA GENERAL TRADING L.L.C	氧化锆瓷块、切削设备、数字取像设备、烧结设备等	751.66	1.38%	低于 10%	2003 年 9 月	Mohammed Abdulla Mustafa Abuzayeda 51.00% Hussan Ekayem 49.00%	2019 年 10 月开始合作	牙科设备和材料贸易及销售	2021 年收入超过 5,000 万元
	8853 S.p.A	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备、烧结设备等	710.63	1.30%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2021 年”				
	HISPANSION PROYECTOS, S.L.	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备、烧结设备等	709.23	1.30%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	小计		4,354.76	7.99%	-	-				
2020 年	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块、数字取像设备、切削设备、玻璃陶瓷	882.79	2.44%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	河南省广森医疗器械销售有限公司	氧化锆瓷块、切削设备、玻璃陶瓷、数字取像设备等	638.66	1.77%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2020 年”				
	8853 S.p.A	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	477.79	1.32%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2021 年”				
	T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	氧化锆瓷块、切削设备等	409.27	1.13%	高于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2019 年”				
	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	氧化锆瓷块等	407.05	1.13%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2019 年”				

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	小计		2,815.56	7.79%	-	-				
2019年	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块、数字取像设备等	735.17	2.46%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	氧化锆瓷块、切削设备等	664.37	2.22%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2019 年”				
	8853 S.p.A	氧化锆瓷块等	543.01	1.82%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2021 年”				
	T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	氧化锆瓷块等	496.27	1.66%	高于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2019 年”				
	Labotech Co., Ltd..	氧化锆瓷块等	393.43	1.32%	低于 50%	2004 年 3 月	Brian Lee 及其亲属	2017 年 6 月开始合作	齿科产品的销售	2021 年收入超过 1,000 万元
	小计		2,832.25	9.47%	-	-				

(2) 义齿技工所

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2022 年 1-6 月	珠海新茂义齿科技有限公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	244.11	0.91%	低于 10%	2009 年 12 月 3 日	深圳市家鸿口腔医疗股份有限公司 100.00%	2017 年 8 月开始合作	义齿加工业务	2022 年 1-6 月收入超过 5,000 万元
	Vitality Dental Arts	氧化锆瓷块、切削设备等	112.55	0.42%	低于 50%	2011 年	JERRYGIULIANOJR100%	2016 年 1 月开始合作	活动义齿及相关种植业务	2022 年 1-6 月收入超过 1,000 万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	Dentek, Inc. Dental Laboratory	氧化锆瓷块、切削设备等	108.63	0.40%	低于 50%	1994 年	Alex Sokolovsky 100%	2015 年 6 月开始合作	为牙科诊所和医院提供义齿加工	2022 年 1-6 月收入小于 1,000 万元
	Osteon Medical	氧化钪瓷块、切削设备等	91.21	0.34%	低于 10%	2009 年	Michael Tuckman	2018 年 3 月开始合作	活动义齿制作，齿科种植修复制作	2022 年 1-6 月收入超过 5,000 万元
	BRIANZA DENT SHPK	氧化锆瓷块、切削设备等	90.89	0.34%	低于 10%	2015 年	Luan Mavriqi	2017 年 3 月开始合作	诊所及齿科加工厂	2022 年 1-6 月收入超过 1,000 万元
	小计		647.39	2.41%	-	-				
2021 年	珠海新茂义齿科技有限公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备等	361.41	0.66%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	深圳市上源祥齿科商贸有限公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉、数字取像设备、玻璃陶瓷等	234.78	0.43%	低于 10%	2020 年 6 月 24 日	陆锦帆 70.00%、李文敏 30.00%	2020 年 9 月开始合作	义齿加工及技术研发	2021 年收入超过 1,000 万元
	Dentek, Inc. Dental Laboratory	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备等	224.84	0.41%	高于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	洛阳引胜义齿科技有限责任公司	氧化锆瓷块、切削设备、烧结设备、玻璃陶瓷等	217.48	0.40%	低于 10%	2007 年 3 月 14 日	许引胜 51.00%、吴霞 49.00%	2012 年 4 月开始合作	义齿加工及医疗器械经营	2021 年收入超过 1,000 万元
	太原市光艺义齿制作有限公司	氧化锆瓷块、数字取像设备、切削设备	213.54	0.39%	低于 10%	2003 年 7 月 24 日	李慧 75.00%、贺树文 25.00%	2011 年 12 月开始合作	义齿的制作及销售	2021 年收入超过 1,000 万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
		等								
	小计		1,252.05	2.30%	-	-				
2020年	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	数字取像设备、氧化锆瓷块、烤瓷粉等	316.27	0.87%	低于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2020 年”				
	珠海新茂义齿科技有限公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备等	220.42	0.61%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	重庆态美齿科研究所	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备、数字取像设备、烧结设备等	218.05	0.60%	低于 10%	2002 年 10 月 30 日	汪才 100.00%	2011 年 12 月开始合作	义齿的加工及研发	2021 年收入超过 5,000 万元
	深圳市亚卡特义齿有限公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备等	192.67	0.53%	低于 10%	2009 年 8 月 17 日	李波 50.00%、苏奥 50.00%	2016 年 6 月开始合作	定制式义齿的生产及销售	2021 年收入超过 5,000 万元
	Dentek, Inc. Dental Laboratory	氧化锆瓷块、切削设备、烧结设备等	181.37	0.50%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	小计		1,128.77	3.12%	-	-				
2019年	山西美原齿科器械有限责任公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉、数字取像设备、切削设备等	463.22	1.55%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2019 年”				
	运城市盐湖区圣华义齿技术	氧化锆瓷块、切削设备、数	283.96	0.95%	低于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2020 年”				

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	有限公司	字取像设备、烤瓷粉等								
	苏州固锐德医疗器械有限公司	氧化锆瓷块、切削设备、烧结设备等	226.16	0.76%	低于 10%	2014 年 8 月 7 日	陈波 85.00%、苏州固源企业管理合伙企业（有限合伙）15.00%	2017 年 2 月开始合作	医疗器械的生产与销售	2021 年收入超过 5,000 万元
	深圳市康隆医疗科技有限公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备、烧结设备等	198.28	0.66%	低于 10%	2012 年 7 月 19 日	左飞飞 100.00%	2016 年 10 月开始合作	定制式义齿的加工与销售	2021 年收入超过 1,000 万元
	黑龙江鼎元牙科科技有限公司	氧化锆瓷块、切削设备、数字取像设备等	173.56	0.58%	低于 10%	2014 年 9 月 19 日	马超 100.00%	2015 年 12 月开始合作	定制式义齿加工	2021 年收入超过 1,000 万元
	小计		1,342.36	4.49%	-			-		

(3) 终端诊所及医院

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2022 年 1-6 月	唐山万巨口腔医院有限公司	切削设备、烧结设备、数字取像设备等	64.05	0.24%	低于 10%	2015 年 9 月 21 日	曹国新 90.00%、张天棋 10.00%	2021 年 12 月开始合作	口腔医疗相关服务	2022 年 1-6 月收入超过 1,000 万元
	国药控股（中国）融资租赁有限公司	切削设备、烧结设备、数字取像设备等	42.59	0.16%	低于 1%	2015 年 2 月 6 日	国药控股股份有限公司 22.68%、PAGAC II-3 (HK) LIMITED 17.55%、深圳峰顺投资	2021 年 11 月开始合作	融资租赁相关业务	2022 年 1-6 月收入超过 100 亿元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
							企业（有限合伙）15.71%、嘉兴德祺弘投资合伙企业（有限合伙）10.00%、国药控股股份香港有限公司9.72%、其他股东24.34%			
	福建医科大学附属口腔医院	氧化锆瓷块、烧结设备、烤瓷粉等	22.35	0.08%	低于 10%	1984 年	事业单位	2015 年 12 月开始合作	口腔医疗、保健、教学等相关业务	2022 年 1-6 月收入超过 5,000 万元
	奎文区北海郑中华口腔门诊部	切削设备、玻璃陶瓷、烧结设备等	17.13	0.06%	低于 10%	2020 年 3 月 16 日	郑中华 100%	2021 年 1 月开始合作	口腔医疗相关服务	2022 年 1-6 月收入超过 300 万元
	Hilda Gabriela Gutierrez Moreno	数字取像设备、烧结设备等	17.02	0.06%	低于 10%	2010 年	fernando salcedo gonzalez 100%	2022 年 1 月开始合作	口腔医疗相关服务	2022 年 1-6 月收入超过 200 万元
	小计		163.14	0.60%	-	-				
2021 年	DENTAMED TRADING SERVICES	氧化锆瓷块等	130.45	0.24%	低于 50%	2016 年 10 月	Philipp.grenzebach	2021 年 1 月开始合作	牙科种植、麻醉及相关诊疗业务	2021 年收入超过 1,000 万元
	西安八个点医疗器械有限公司	口腔数字化设备等	95.71	0.18%	低于 50%	2015 年 3 月 9 日	小白兔口腔医疗科技集团股份有限公司 100.00%	2021 年 3 月开始合作	口腔疾病诊疗及口腔修复、口腔正畸	2021 年收入超过 1,000 万元
	开封市口腔医院	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	81.11	0.15%	低于 10%	1956 年 4 月	事业单位	2020 年 12 月开始合作	口腔健康医疗与护理保健服务	2021 年收入超过 1,000 万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	济南历下吴公洛口腔诊所	烧结设备、数字取像设备、烧结设备等	62.06	0.11%	低于 50%	2012 年 9 月 21 日	甄继超 100.00%	2020 年 8 月开始合作	正畸、口腔修复、口腔预防保健	2021 年收入小于 1,000 万元
	河南康之拓医疗器械销售有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	50.13	0.09%	低于 10%	2017 年 11 月 24 日	张百惠 100.00%	2021 年 6 月开始合作	医疗器械及卫生经营	2021 年收入超过 1,000 万元
	小计		419.46	0.77%	-	-				
2020 年	石家庄藁城德伦口腔医院	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	62.22	0.17%	低于 10%	2018 年 4 月 10 日	胡文山 100.00%	2020 年 6 月开始合作	口腔医疗服务	2021 年收入超过 1,000 万元
	济南市中博宁口腔诊所	切削设备、烧结设备、氧化锆瓷块等	41.82	0.12%	低于 50%	2014 年 4 月 4 日	劳延虎 100.00%	2020 年 10 月开始合作	口腔诊疗业务	2021 年收入小于 1,000 万元
	西安未央联合佳医医疗美容诊所有限公司	数字取像设备、切削设备、烧结设备、玻璃陶瓷等	40.59	0.11%	低于 10%	2017 年 6 月 15 日	马淑芳 37.00% 石晋 20.00% 梁维涛 20.00% 吴涛 10.00% 吕菊红 10.00% 王璟 3.00%	2020 年 3 月开始合作	口腔诊疗、医疗美容	2021 年收入小于 1,000 万元
	佛山市南海粤冠口腔医院	切削设备、氧化锆瓷块等	28.07	0.08%	低于 50%	2014 年 1 月 10 日	民办非企业单位	2019 年 6 月开始合作	口腔正畸专业、口腔修复	2021 年收入小于 1,000 万元
	温州医科大学附属口腔医院	氧化锆瓷块、切削设备等	25.04	0.07%	低于 10%	2002 年	事业单位	2015 年 12 月开始合作	口腔医疗与护理保健服务	2021 年收入超过 1 亿元
	小计		197.74	0.55%	-	-				
2019 年	山西瑜方华科技有限公司	切削设备、数字取像设备、	93.09	0.31%	低于 50%	2018 年 9 月 10 日	张瑜芳 100.00%	2018 年 10 月开始合作	口腔门诊业务	2021 年收入小于 1,000 万

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
		烧结设备、氧化锆瓷块、玻璃陶瓷								元
	丰镇市精艺口腔病防治所有有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	63.72	0.21%	低于 50%	2016 年 3 月 30 日	母利兵 100.00%	2019 年 12 月开始合作	医疗美容服务	2021 年收入小于 1,000 万元
	丹东市振兴区金澄口腔门诊部	切削设备、数字取像设备、烧结设备、氧化锆瓷块等	59.93	0.20%	低于 50%	2018 年 4 月 27 日	于紫良 100.00%	2019 年 1 月开始合作	口腔门诊部服务	2021 年收入小于 1,000 万元
	济南市中康尔博口腔门诊部	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	57.12	0.19%	低于 50%	2009 年 9 月 11 日	王贵江 100.00%	2019 年 9 月开始合作	口腔科诊疗	2021 年收入小于 1,000 万元
	福建医科大学附属口腔医院	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	48.17	0.16%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（3）/2022 年 1-6 月”				
	小计		322.03	1.08%	-	-				

(4) ODM 客户

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2022 年 1-6	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	960.43	3.56%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块、烤	395.19	1.47%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				

月		瓷粉等								
	客户 2	氧化锆瓷块、切削设备等	392.56	1.46%	低于 50%	2012 年	实际控制人 2	2020 年 11 月 6 日开始合作	牙科设备及材料的进口及销售	2021 年收入超过 1,000 万元
	客户 3	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	330.32	1.22%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	客户 1	氧化锆瓷块等	253.09	0.94%	低于 10%	1974 年	实际控制人 1	2020 年 11 月开始合作	贴面制作及义齿加工	2022 年 1-6 月收入超过 1 亿元
	小计		2,331.60	8.65%	-	-				
2021 年	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	1,137.04	2.09%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	690.56	1.27%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	客户 1	氧化锆瓷块等	450.02	0.83%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（4）/2022 年 1-6 月”				
	客户 2	氧化锆瓷块等	405.75	0.74%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（4）/2022 年 1-6 月”				
	客户 3	氧化锆瓷块、切削设备等	282.13	0.52%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	小计		2,965.51	5.44%	/	/				
2020 年	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、切削设备等	748.35	2.07%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块、烤瓷粉、切削设备、烧结设备等	603.57	1.67%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	深圳笑盈信息科技有限公司	数字取像设备等	246.65	0.68%	低于 50%	2019 年 4 月 22 日	王博洋 79.7123%、池腾飞 15.2878%、路晓娜 4.9999%	2019 年 12 月开始合作	计算机设备及软件开发、医疗器械销售	2021 年收入小于 1,000 万元
	客户 4	氧化锆瓷块、烧	161.17	0.45%	低于 50%	1980 年 12	实际控制人 4	2015 年 12 月开	牙科产品及设备	2021 年收入小

		结设备、切削设备等				月		始合作	的进出口销售	于 1,000 万元
	客户 5	氧化锆瓷块、切削设备等	132.12	0.37%	低于 10%	1996 年	实际控制人 5	2016 年 6 月开始合作	主要从事齿科加工厂和临床产品的销售	2021 年收入超过 5,000 万元
	小计		1,891.87	5.23%	/	/				
2019 年	dentona AG	氧化锆瓷块、烧结设备等	484.65	1.62%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	客户 6	氧化锆瓷块、烧结设备等	239.87	0.80%	低于 10%	2013 年	实际控制人 6	2015 年 7 月开始合作	牙科设备，材料	2021 年收入超过 5,000 万元
	客户 7	氧化锆瓷块等	215.51	0.72%	低于 50%	1977	实际控制人 7	2016 年 9 月开始合作	为美国牙科企业提供的氧化锆圆盘及口腔材料	2021 年收入超过 1,000 万元
	客户 8	氧化锆瓷块等	212.20	0.71%	低于 50%	2009 年	实际控制人 8	2017 年 8 月开始合作	数字扫描服务和牙科实验室半成品的生产	2021 年收入超过 1,000 万元
	客户 9	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	174.02	0.58%	低于 50%	2007 年	实际控制人 9	2015 年 9 月开始合作	为齿科技工所提供产品及业务合作	2021 年收入小于 1,000 万元
	小计		1,326.25	4.43%	/	/				

报告期内，部分经销商客户、长期合作的 ODM 客户由于仅向爱迪特采购同类型的产品，使其向爱迪特采购的金额占其收入比例较高；义齿技工所、终端诊所及医院由于其产能扩张的需求，会周期性向发行人采购单价较高的口腔数字化设备，故在其采购设备的年份向爱迪特采购的金额占其收入比例较高，与客户的业务规模、经营和财务状况相匹配。

3、分直销和经销前五大客户情况

（1）直销

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2022年1-6月	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	960.43	3.56%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	395.19	1.47%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	客户 2	氧化锆瓷块、切削设备等	392.56	1.46%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（4）/2022 年 1-6 月”				
	客户 3	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	330.32	1.22%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（4）/2022 年 1-6 月”				
	客户 1	氧化锆瓷块等	253.09	0.94%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（4）/2022 年 1-6 月”				
	小计		2,331.59	8.65%	-	-				
2021年	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	1,137.04	2.09%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块等	690.56	1.27%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	客户 1	氧化锆瓷块等	450.02	0.83%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（4）/2022 年 1-6 月”				
	客户 2	氧化锆瓷块等	405.75	0.74%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（4）/2022 年 1-6 月”				
	珠海新茂义齿科技有限公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	361.41	0.66%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	小计		3,044.79	5.58%	/	/				
2020年	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	748.35	2.07%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块等	603.57	1.67%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	运城市盐湖区圣华义齿技术有限	数字取像设备、氧化锆瓷块等	316.27	0.87%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2020 年”				

	公司					
	深圳笑盈信息科技有限公司	数字取像设备等	246.65	0.68%	低于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/2、/（4）/2020 年”
	珠海新茂义齿科技有限公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	220.42	0.61%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（2）/2022 年 1-6 月”
	小计		2,135.26	5.90%	/	/
2019 年	dentona AG	氧化锆瓷块等	484.65	1.62%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”
	山西美原齿科器械有限责任公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉、数字取像设备等	463.22	1.55%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2019 年”
	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	氧化锆瓷块、切削设备、数字取像设备等	283.96	0.95%	低于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2020 年”
	客户 6	氧化锆瓷块等	239.87	0.80%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/2、/（4）/2019 年”
	苏州固锐德医疗器械有限公司	氧化锆瓷块等	226.16	0.76%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/2、/（2）/2019 年”
	小计		1,695.05	5.67%	/	/

（2）经销

参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/2、/（1）经销商客户”

报告期内，除部分仅向爱迪特采购同类型产品的经销商客户、ODM 客户外，上述客户向爱迪特采购的金额占其收入比例较低，与客户的业务规模、经营和财务状况相匹配。

4、分内销和外销前五大客户情况

报告期内，发行人向境内与境外销售前五大客户如下：

(1) 境内客户

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2022 年 1-6 月	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	960.43	3.56%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	珠海新茂义齿科技有限公司	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	244.11	0.91%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	福建思高医疗科技有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	189.07	0.70%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	新疆吉吉商业有限公司	切削设备、烧结设备、数字取像设备等	143.58	0.53%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	运城市斯百特国际贸易有限公司	氧化锆瓷块、暴力陶瓷、切削设备、烧结设备等	141.19	0.52%	低于 50%	2021 年 5 月 31 日	赵晓霞 80.00%、赵正辉 20.00%	2018 年 1 月开始合作	第二类医疗器械销售及货物进出口业务	2022 年 1-6 月收入小于 1,000 万元
	小计		1,678.38	6.22%	-	-				
2021 年	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	1,137.04	2.09%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	昆明市迦恒医疗器械有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	1,105.16	2.03%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2021 年”				
	广州市蓝野齿科器材有限公司	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	466.84	0.86%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2021 年”				
	福建思高医疗科技	切削设备、烧	409.67	0.75%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2022 年 1-6				

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	有限公司	结设备等				月”				
	内蒙古丰信医药有限公司	切削设备、烧结设备等	381.86	0.70%	低于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2021 年”				
	小计		3,500.58	6.42%	-	-				
2020 年	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等	748.35	2.07%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	河南省广森医疗器械销售有限公司	氧化锆瓷块、切削设备等	638.66	1.77%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2020 年”				
	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	数字取像设备、氧化锆瓷块等	316.27	0.87%	低于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2020 年”				
	福建思高医疗科技有限公司	切削设备、数字取像设备等	278.54	0.77%	低于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2022 年 1-6 月”				
	山西优义升医疗器械有限公司	数字取像设备、切削设备等	258.86	0.72%	低于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2020 年”				
	小计		2,240.68	6.20%	-	-				
2019 年	山西美原齿科器械有限责任公司	氧化锆瓷块、数字取像设备等	463.22	1.55%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2019 年”				
	河南省广森医疗器械销售有限公司	氧化锆瓷块、切削设备、数字取像设备等	343.15	1.15%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2020 年”				

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	氧化锆瓷块、切削设备、数字取像设备等	283.96	0.95%	低于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（2）/2020 年”				
	西安健特齿科材料有限公司	氧化锆瓷块、切削设备等	257.89	0.86%	低于 50%	2014 年 3 月 13 日	李萌 60.00%、鄢经瑜 40.00%	2016 年 3 月开始合作	第一类、第二类、第三类医疗器械销售	2021 年收入超过 1,000 万元
	苏州固锐德医疗器械有限公司	氧化锆瓷块、切削设备等	226.16	0.76%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/2、/（2）/2019 年”				
	小计		1,571.56	5.25%	-	-				

(2) 境外客户

单位：万元

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
2022 年 1-6 月	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块等	875.01	3.24%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	HISPANSION PROYECTOS SL	氧化锆瓷块、数字取像设备等	504.42	1.87%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	BATIGROUP DENTAL Diş ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRKETİ.	氧化锆瓷块等	484.83	1.80%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	NVEP IMPEX	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、切削设备等	442.49	1.64%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	395.19	1.47%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	小计		2,701.94	10.02%	-	-				
2021 年	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块等	1,078.08	1.98%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	AL BAWABA AL ELMEYA GENERAL TRADING L.L.C	氧化锆瓷块、数字取像设备、切削设备等	751.66	1.38%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/2、/（1）/2021 年”				
	8853 S.p.A	氧化锆瓷块等	710.63	1.30%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2021 年”				
	HISPANSION PROYECTOS, S.L.	氧化锆瓷块、数字取像设备等	709.23	1.30%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块等	690.56	1.27%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	小计		3,940.16	7.23%	-	-				
2020 年	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块等	882.79	2.44%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	dentona AG	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	603.57	1.67%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	8853 S.p.A	氧化锆瓷块、烤瓷粉等	477.79	1.32%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2021 年”				
	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	氧化锆瓷块、树脂等	407.05	1.13%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2019 年”				

年度	客户名称	销售内容	金额	占发行人当期营业收入比重	占该客户当期营业收入比重	成立时间	股权结构/实际控制人	合作背景与历史	主营业务	财务状况
	HENRY SCHEIN SHVADENT (2009) LTD.	氧化锆瓷块、切削设备等	397.76	1.10%	低于 50%	2009 年	Sharon Trokman	2019 年 7 月开始合作	诊所、实验室牙科器材及设备的进口及销售	2021 年 收入 超 过 1,000 万元
	小计		2,768.97	7.66%	-	-				
2019 年	LLC AXIOR DENT	氧化锆瓷块等	735.17	2.46%	高于 50%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	氧化锆瓷块等	664.37	2.22%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2019 年”				
	8853 S.p.A	氧化锆瓷块等	543.01	1.82%	低于 10%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2021 年”				
	T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	氧化锆瓷块等	496.27	1.66%	高于 50%	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2019 年”				
	dentona AG	氧化锆瓷块等	484.65	1.62%	低于 10%	参见本问询回复之“12. 关于客户/一、/（一）/1、/（1）/2022 年 1-6 月”				
	小计		2,923.47	9.77%	-	-				

报告期内，除部分仅向爱迪特采购同类型产品的经销商客户外，上述客户向爱迪特采购的金额占其收入比例较低，与客户的业务规模、经营和财务状况相匹配。

（二）前五大客户各期变动的合理性，若存在新增客户的说明具体原因

1、分产品类别前五大客户变动情况及原因

（1）口腔修复材料

报告期内口腔修复材料主要客户变动情况及原因如下：

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
LLC AXIOR DENT	2	否	1	否	1	否	1	否	-
秦皇岛博锐实生物科技有限公司	1	否	2	否	2	否	-	是	该客户成立于 2015 年 10 月，由齿科修复材料业内人士建立 2019 年通过秦皇岛网商会与爱迪特达成商务联系，经过数次接触，达成合作意向。 由于该客户通过电商模式进行销售，覆盖范围较广，客户基数较大所以在爱迪特产品受到市场认可的情况下，其借助网络电商的渠道获取较多订单。该客户 2020-2021 年占发行人收入约为 2%-3%，由于发行人客户较为分散，所以排名上升较快。
dentona AG	5	否	3	否	4	否	5	否	该客户为公司在德国地区的重要客户。由于德国牙科行业需求不断增加，对于齿科材料的需求逐年上涨，使得销售额排名逐年上升。
8853 S.p.A	-	否	4	否	5	否	3	否	该客户为公司在意大利地区的重要经销商。报告期内，该客户保持稳定销售金额增长，但是由于该客户与爱迪特缺少设备方面的合作，故其增长速度慢于其他重要客户。
HISPANSION PROYECTOS, S.L.	4	否	5	否	-	否	-	否	该客户为发行人在西班牙地区的重要经销商，经过三年市场的铺垫与市场活动扩大发行人品牌的知名度与覆盖率，销售金额逐年上升
河南省广森医疗器械销售有限公司	-	否	-	否	3	否	-	否	该客户为河南地区的经销商客户，该客户由于其所维护客户群与公司 2020 年针对该地区的推广策略不符，故暂缓与其合作
ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	-	否	-	否	-	否	2	否	该客户自 2017 年第四季度与发行人进行合作，2017-2018 年处于双方合作初期，交易金额逐年增加，于 2019 年开始大量采购建立爱迪特产品库向该供应商客户群体进行大力推广。推广期过后 2020-2021 年该客户根据日常需求向爱迪特进行采购，稳定在经销前二十大客户。

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况及新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	-	否	-	否	-	否	4	否	为发行人在亚洲地区的重要经销商。该客户 2020 年末、2021 年初受疫情影响未能进行正常经营，故销售额有所下滑
BATIGROUP DENTAL DIŞ ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRK ETİ.	3	否	-	否	-	是	-	-	该客户为士卓曼集团下属公司，发行人于 2020 年末开始与其建立合作关系，经过一年时间的合作方式探讨和产品试用，采购量于 2022 年开始增加。

（2）口腔数字化设备

公司的主要设备具有产品价格较高、可使用寿命较长的特点。由于客户每年的产能投资和资本支出计划不同，订单需求会出现波动，同一客户在不同年份大量采购同一设备的可能性不大，因此采购量会相应呈现周期性波动的特点，使得报告期内公司各产品的前五大客户存在一定波动。具体分析如下：

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况及新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
昆明市迦恒医疗器械有限公司	-	否	1	否	--	是	--	--	发行人于 2020 年下半年做出公司销售策略调整，确定部分临床设备通过经销商渠道进行销售，昆明市迦恒医疗器械有限公司、广州市蓝野齿科器材有限公司、湖南风火轮医疗设备服务有限公司于 2021 年确定为发行人云南、广州、湖南的省级独家经销商，独家经销发行人椅旁系统，其中口腔数字化设备为椅旁系统的重要组成部分，故 2021 年该类销售金额大幅上涨。云南、广东等地区第二季度受疫情
广州市蓝野齿科器材有限公司	-	否	2	是	--	--	--	--	
湖南风火轮医疗设备服务有限公司	-	否	4	是	--	--	--	--	

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
									影响较为严重，故销售金额有所下降，但仍与发行人保持稳定合作。
福建思高医疗科技有限公司	2	否	3	否	1	否	-	是	该经销商成立于 2019 年，2020 年逐步转向经销高价值的椅旁系统，经过一年运营该客户具备了稳定的客户基础及销售团队，2021 年椅旁销售大幅度提升
内蒙古丰信医药有限公司	-	否	5	否	-	是	-	-	该客户于 2020 年与发行人签订椅旁系统内蒙省级独家经销协议，故 2020 年及 2021 年销售额大幅上涨
山西优义升医疗器械有限公司	-	否	-	否	2	否	-	是	2019 年确定该经销商为山西省独家经销商，2020 年该经销商销售与技术团队相对完善，销售大幅度提升
河南省广森医疗器械销售有限公司	-	否	-	否	3	否	5	否	该客户为河南地区的经销商客户，该客户由于 2020 年经营战略与公司针对该地区的推广策略不符，故暂缓与其合作
运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	-	否	-	否	4	否	3	否	该客户为当地较大义齿加工厂，体量较大故 2019-2020 年采购金额较高，2021 年由于疫情等原因市场对义齿加工需求量降低，故采购金额出现一定程度下降
郑州晟鑫医疗设备有限公司	-	否	-	否	5	否	4	否	该经销商为河南地区的经销商客户，由于 2019-2020 年口扫需求爆发，该经销商根据其客户群体需求向发行人采购较多口扫及椅旁设备。2021 年该经销商客户群体爆发式需求平息，同时由于其并非河南省内独家经销商所覆盖客户数量有限，故向发行人采购设备数量下降
山西美原齿科器械有限责任公司	-	否	-	否	-	否	1	否	该客户为山西较大义齿加工厂，由于其 2019 年进行

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
公司									产能扩张，导致集中采购口腔数字化设备，使其销售金额排名上涨。由于设备寿命较长，购买具有周期性，故后续设备类销售金额排名下降。
南京锦冠桥义齿有限公司	-	否	-	否	-	否	2	否	该客户自身体量较大，同时为了适应市场数字化需求，于 2019-2021 年根据自身业务体量及客户需求采购口腔数字化取像设备并进行业务拓展。由于义齿技工所所采购设备为根据其产能需求阶段性拓展，设备采购具有周期性。故后续并未再持续进行采购。
SCAN LAB SP. Z O O.	1	否	-	是	-	-	-	-	该客户于 2021 年开始合作，合作初期产品品类及数量较少，随着双方合作深入产品合作品类和数量逐月上升。2022 年上半年，该客户收入增长主要由于口腔数字化设备收入增长导致。
新疆吉吉商业有限公司	3	是	-	-	-	-	-	-	该客户系发行人 2022 年合作新疆地区经销商，进行新疆地区客户的开发与销售，由于该地区口腔服务类业务渗透率较低，故于上半年进行了较多单值较高产品的销售，增长速度较快。
LONGHAI ST CO., LTD	4	否	-	否	-	否	-	否	该客户为发行人越南地区经销商，该地区疫情封控解除，市场逐步恢复，针对口腔修复需求增加。
TD Dental Supply, Inc.	5	否	-	否	-	否	-	否	该客户报告期内与发行人保持稳定的合作，2022 年增加了对发行人口腔数字化设备类产品的采购，故销售金额有所上升。

2、分客户类型前五大客户变动情况

(1) 经销商客户

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
昆明市迦恒医疗器械有限公司	-	否	1	否	-	是	-	-	该经销商于 2021 年确定为省级经销商，独家经销发行人椅旁系统，故 2021 年与其交易金额大幅上涨
LLC AXIOR DENT	1	否	2	否	1	否	1	否	-
AL BAWABA AL ELMEYA GENERAL TRADING L.L.C	-	否	3	否	-	否	-	是	该客户 2021 年初制定的市场策略为通过白盘抢占低端市场，在价格政策的支持下，客户大量备货低价值产品销往当地市场。同时，2021 年发行人根据市场情况委任该客户经营中东多国家的产品经销代理业务，故销售金额增长速度较快。
HISPANSION PROYECTOS, S.L.	2	否	4	否	-	否	-	否	该客户为公司重要经销商，经过三年市场的铺垫以及市场活动的举办，该经销商拓展了较大的客户群。同时，该客户拓宽了与爱迪特合作的产品线，开始与公司进行相关设备及高端氧化锆瓷块产品的合作，从而对其销售额进一步上升
8853 S.p.A	-	否	5	否	3	否	3	否	该客户报告期内排名较为稳定，于 2021 年略微下滑，该客户由于从其他渠道购买相关设备，缺少与爱迪特在设备方面的合作，因此销售增长率不及其他客户。
河南省广森医疗器械销售有限公司	-	否	-	否	2	否	-	否	该客户为河南地区的经销商客户，该客户由于 2020 年经营战略与公司针对该地区的推广策略不符，故暂缓与其合作
T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	-	否	-	否	4	否	4	否	该客户为发行人在越南地区的重要经销商。该客户 2020 年末、2021 年初受疫情影响未能进行正常经营，故销售额有所下滑。

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	-	否	-	否	5	否	2	否	该客户自 2017 年第四季度与发行人进行合作，2017-2018 年处于双方合作初期，交易金额逐年增加，于 2019 年开始大量采购建立爱迪特产品库向该供应商客户群体进行大力推广。推广期过后 2020-2021 年该客户根据日常需求向爱迪特进行采购，稳定在经销前二十大客户。
Labotech Co., Ltd.	-	否	-	否	-	否	5	否	该客户 2020 年结合其终端客户的反馈向发行人提出了口腔修复材料定制化的需求，发行人针对其个性化需求进行产品改良，近期该客户所需的材料已逐步转产并继续与其进行业务合作
BATIGROUP DENTAL DIŞ ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRKETİ.	3	否	-	否	-	是	-	-	该客户为士卓曼集团下属公司，发行人于 2020 年末开始与其建立合作关系，经过一年时间的合作方式探讨和产品试用，采购量于 2022 年开始增加。
NVEP IMPEX	4	否	-	否	-	否	-	否	该客户报告期各期均为公司主要经销商客户，2022 年公司拓展新客户资源，从而向发行人采购有所增长。
SCAN LAB SP. Z O O.	5	否	-	是	-	-	-	-	该客户于 2021 年开始合作，合作初期产品品类及数量较少，随着双方合作深入产品合作品类和数量逐月上升 2022 年上半年，该客户收入增长主要由于口腔数字化设备收入增长导致。

(2) 义齿技工所

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
珠海新茂义齿科技有限公司	1	否	1	否	2	否	-	否	该客户 2021 年下半年由于合同条款及自身业务原因与原有采购商停止合作，通过市场调研与筛选后

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
									转向爱迪特采购
深圳市上源祥齿科商贸有限公司	-	否	2	否	-	是	-	-	该客户于 2020 年成立,负责帕菲克集团的采购相关业务。发行人与帕菲克集团合作时间较长,故其创立初期即开始合作。 该客户由于 2022 年 1-6 月深圳疫情原因未能正常进行生产,故销售金额下降。
Dentek, Inc. Dental Laboratory	3	否	3	否	5	否	-	否	报告期内该客户与发行人维持稳定的合作关系,由于客户业务发展向好,所需原材料逐年增加,故向发行人采购金额逐年上升
洛阳引胜义齿科技有限责任公司	-	否	4	否	-	否	-	否	发行人随着业务发展推出了全套椅旁解决方案,能够解决该客户设备、材料、售后服务等全流程问题,提高了客户满意度,故后续进行了大量合作
太原市光艺义齿制作有限公司	-	否	5	否	-	否	-	否	该客户于 2021 年进行了产品升级;同时,由于其业务发展,使其采购单价更高、数量更多的产品
运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	-	否	-	否	1	否	2	否	该客户为当地较大义齿加工厂,体量较大故 2019-2020 年采购金额较高,2021 年由于疫情等原因市场对义齿加工需求量降低,故采购金额出现一定程度下降
重庆态美齿科研究所	-	否	-	否	3	否	-	否	该客户根据自身业务发展于 2020 年向发行人采购氧化锆瓷块,后由于疫情原因业务量减少,故 2021 年销售金额排名下降
深圳市亚卡特义齿有限公司	-	否	-	否	4	否	-	否	
山西美原齿科器械有限责任公司	-	否	-	否	-	否	1	否	该客户为山西较大义齿加工厂,由于其 2019 年进行产能扩张,使其集中采购口腔数字化设备,销售金额排名上涨。由于设备寿命较长,购买具有周期性,故后续设备类销售金额排名下降。
苏州固锐德医疗器械有限公司	-	否	-	否	-	否	3	否	该客户 2019 年由于自身产能扩张采购了较多的切

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
司									削设备、数字取像设备等配套设施。2020-2021 年为该客户稳定生产周期，未再进行大量的设备购入
深圳市康隆医疗科技有限公司	-	否	-	否	-	否	4	否	该客户由于疫情原因 2020-2021 年未能正常生产，导致一段时间的产能停滞，故调整了向发行人采购的金额
黑龙江鼎元牙科科技有限公司	-	否		否		否	5	否	该客户采购量降低主要原因是受到疫情影响，客户长时间停工停产
Vitality Dental Arts	2	否	-	否	-	否	-	否	该客户自 2016 年与发行人进行合作，报告期内维持稳定合作。2022 年该客户业务扩张，同时由于双方合作加深以及发行人产品质量优秀，该客户减少了向其他氧化锆材料供应商的采购，切换至向爱迪特采购，故销售金额上升
Osteon Medical	4	否	-	否	-	否	-	否	该客户报告期内持续与发行人保持稳定合作关系，该客户 2022 年扩展了多个新市场区域的终端客户，业务量上涨，向发行人采购量提高
BRIANZA DENT SHPK	5	否	-	否	-	否	-	否	该客户与发行人自 2017 年即开始合作，合作初期该客户氧化锆瓷块类产品仅部分从发行人处采购，随着合作深入自 2022 年起该客户氧化锆全面由发行人供应

(3) 终端诊所及医院

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
DENTAMED TRADING SERVICES	-	否	1	是	-	-	-	-	该客户为欧洲第一大诊所集团，2021 年在筹备新建英国的诊所，为了保证诊所有充足的库存可用，因此进行了较多的设备及耗用材料的采购 上述客户报告期内销售金额均低于 100 万，其新增主要原因系在发行人大力推广数字化取像设备过程中通过市场调研了解到具有设备购买需求的客户，通过当年或上年年末的联系、沟通、演示与小规模测试，最终达成合作。其中西安八个点医疗器械有限公司为小白兔口腔医疗科技集团股份有限公司负责采购业务的子公司，2021 年前公司与其母公司合作，2021 年开始由该客户向爱迪特采购连锁口腔门诊的设备类产品。其波动的主要原因系根据其自身业务情况向发行人采购临床椅旁系统，即数字取像设备、切削设备、烧结设备等。由于上述设备使用寿命较长，通常为 7 年及以上，同时客户业务增长亦需要时间积累，造成该类客户的设备采购具有较长周期性的特点，故变动较大。
西安八个点医疗器械有限公司	-	否	2	是	-	-	-	-	
开封市口腔医院	-	否	3	是	-	-	-	-	
济南历下吴公洛口腔诊所	-	否	4	否	-	是	-	-	
河南康之拓医疗器械销售有限公司	-	否	5	是	-	-	-	-	
石家庄藁城德伦口腔医院	-	否	-	否	1	是	-	-	
济南市中博宁口腔诊所	-	否	-	否	2	是	-	-	
西安未央联合佳医医疗美容诊所有限公司	-	否	-	否	3	是	-	-	
佛山市南海粤冠口腔医院	-	否	-	否	4	否	-	否	
温州医科大学附属口腔医院	-	否	-	否	5	否	-	否	
山西瑜方华科技有限公司	-	否	-	否	-	否	1	否	
丰镇市精艺口腔病防治所有限公司	-	否	-	-	-	-	2	是	
丹东市振兴区金澄口腔门诊部	-	否	-	-	-	-	3	是	
济南市中康尔博口腔门诊部	-	否	-	-	-	-	4	是	

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
福建医科大学附属口腔医院	3	否	-	-	-	-	5	否	
唐山万巨口腔医院有限公司	1	是	-	-	-	-	-	-	
奎文区北海郑中华口腔门诊部	4	是	-	-	-	-	-	-	
Hilda Gabriela Gutierrez Moreno	5	否	-	是	-	-	-	-	
国药控股（中国）融资租赁有限公司	2	否	-	是	-	-	-	-	该客户 2021 年 11 月与发行人达成合作关系，开展临床端客户融资租赁项目，2022 年该客户采购设备类需求上升，故向发行人采购设备金额上升

(4) ODM 客户

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
秦皇岛博锐实生物科技有限公司	1	否	1	否	1	是	/	/	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（二）/1、/（1）”
dentona AG	2	否	2	否	2	否	1	否	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（二）/1、/（1）”
客户 1	5	否	3	否	/	是	/	/	该客户与公司于 2019 年 IDS 展会达成商务联系，由于该客户有氧化锆业务方面的拓展需求，经过多轮协商后双方达成商业合作。 该客户深耕牙科领域多年，具备良好的客户基础，并在不同的国家建立分公司，具备完善的

									销售网络，所以在达成合作初期便能快速触达终端使用者，产生良好的推广与销售效果。
客户 2	3	否	4	是	/		/	/	该客户自报告期初与公司达成联系，但是由于其当时已与其他供应商达成合作故未立即与发行人进行商业往来。2021 年由于发行人产品质量较高，高端产品具备竞争优势，同时售后服务较好，转而与发行人进行合作，开始大量采购公司渐变系列等高端氧化锆瓷块，采购金额逐年上升
客户 3	4	否	5	否	/	/	/	否	由于爱迪特产品测试效果良好并且本土子公司能够提供售后服务，所以合作的品类和数量增加。 2022 年增加了对发行人氧化锆高端品类 3D pro 系列及口腔数字化设备的采购，销售金额有所上升
深圳笑盈信息科技有限公司	-	否	/	否	3	否	/	是	该客户与发行人于 2019 年 10 月青岛加工厂会议达成商务联系，初步了解及商务谈判后于 2019 年 12 月开始正式商业合作。随着双方业务的发展及合作的深入，该客户向公司采购的产品种类逐步增多，销售金额逐年增长。但是由于其商业模式推广不及预期，公司经营发展停滞，故终止与其合作。
客户 4	-	否	/	否	4	否	/	否	该客户报告期内稳定与公司合作，增速相对较慢
客户 5	-	否	/	否	5	否	/	否	该客户报告期内与公司保持稳定的合作关系，2020 年由于其销售策略调整，于当地进行了集中推广，故销售金额增长较快，后期维持于日常需求水平
客户 6	-	否	/	否	/	否	2	否	该客户为加拿大义齿加工厂，2020-2021 年受疫情影响市场受到大冲击，针对义齿扫描与制作的需求大量降低，故该客户根据自身业务情况

									减少了相关原材料的采购
客户 7	-	否	/	否	/	否	3	否	由于该客户所在美国亚利桑那州医疗器械行业竞争较为激烈，该客户主营业务发生变化，减少了医疗器械的销售推广，故向公司采购金额下降。
客户 8	-	否	/	否	/	否	4	否	该客户 2020 年资金不良运转，公司经与客户沟通协商后综合考虑，决定暂缓与其合作
客户 9	-	否	/	否	/	否	5	否	该客户于谈判过程中要求调整合同条款，公司综合考虑后无法予以支持，因此中止合作

3、分直销和经销前五大客户情况

（1）直销

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
秦皇岛博锐实生物科技有限公司	1	否	1	否	1	否	/	是	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/(二)/1、/(1)”
dentona AG	2	否	2	否	2	否	1	否	/
客户 1	5	否	3	是	/	/	/	/	该客户与公司于 2019 年 IDS 展会达成商务联系，由于该客户有氧化锆业务方面的拓展需求，经过多轮协商后双方达成商业合作。 该客户深耕牙科领域多年，具备良好的客户基础，并在不同的国家建立分公司，具备完善的销售网络，所以在达成合作初期便能快速触达终端使用者，产生良好的推广与销售效果。

客户 2	3	否	4	否	/	是	/	/	该客户自 2016 年建立商务联系，2020 年开始小批量合作，通过后续产品升级、售后服务等，推动了后续的合作，开始大量采购公司渐变系列等高端氧化锆瓷块，采购金额逐年上升
珠海新茂义齿科技有限公司	-	否	5	否	5	否	/	否	该客户为 2021 年下半年由于合同条款及自身业务原因与原有采购商停止合作，通过市场调研与筛选后转向爱迪特采购
运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	-	否	/	否	3	否	3	否	该客户为当地较大义齿加工厂，体量较大故 2019 年合作初期即保持了较高的采购量，2021 年由于疫情等原因市场对义齿加工需求量降低，故采购金额出现一定程度下降
深圳笑盈信息科技有限公司	-	否	/	否	4	是	/	是	该客户与发行人于 2019 年 10 月青岛加工厂会议达成商务联系，初步了解及商务谈判后于 2019 年 12 月开始正式商业合作。 随着双方业务的发展及合作的深入，该客户向公司采购的产品种类逐步增多，销售金额逐年增长。但是由于其商业模式推广不及预期，公司经营发展停滞，故终止与其合作。
山西美原齿科器械有限责任公司	-	否	/	否	/	否	2	否	该客户报告期内业务较为稳定，采购数量未有明显增长，同时由于公司白盘、单色等部分产品的价格下调，导致对其销售金额出现下降。2020-2021 年公司与其保持稳定合作
客户 6	-	否	/	否	/	否	4	否	该客户为加拿大义齿加工厂，2020-2021 年受疫情影响市场受到大冲击，针对义齿扫描与制作的需求大量降低，故该客户根据自身业务情况减少了相关原材料的采购，但仍与公司保持稳定合作关系
苏州固锐德医疗器械有限公司	-	否	/	否	/	否	5	否	该客户 2019 年由于自身产能扩张采购了较多的切削设备、数字取像设备等配套设施。2020-2021 年为该客户稳定生产周期，未再进行大量的设备购入

客户 3	4	否	-	否	-	否	-	否	该客户报告期内与发行人保持稳定的合作，2022 年增加了对发行人氧化锆高端品类 3D pro 系列及口腔数字化设备的采购，故销售金额有所上升

（2）经销

参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（二）/2、/（1）经销商客户”

4、分内销和外销前五大客户情况

（1）境内客户

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析 & 新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
秦皇岛博锐实生物科技有限公司	1	否	1	否	1	否	-	是	参见本问询回复之“12.关于客户/一、/（二）/1、/（1）”
昆明市迦恒医疗器械有限公司	-	否	2	否	-	是	-	-	昆明市迦恒医疗器械有限公司、广州市蓝野齿科器材有限公司于 2021 年确定为发行人云南、广州省级独家经销商，独家经销发行人椅旁系统。椅旁设备由切削设备、数字取像设备、3D 打印机等多种设备共同构成，且产品单价较高，故上述客户 2021 年销售排名增长较快。 云南、广东等地区第二季度受疫情影响较为严重，故销售金额有所下降，但仍与发行人保持稳定合作。
广州市蓝野齿科器材有限公司	-	否	3	是	-	-	-	-	
福建思高医疗科技有限公司	3	否	4	否	4	否	-	是	该经销商为 2019 年新创业型经销商，2020 年逐步转向高价值的椅旁系统，经过一年运营该客户具备了稳定的客户基础及销售团队，2021 年椅旁销

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况及新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
									售大幅度提升
内蒙古丰信医药有限公司	-	否	5	否	-	是	-	-	该经销商隶属于大医疗集团，该集团于 2020 年新成立口腔营业部，与发行人签订科美椅旁系统内蒙省级独家经销权，故 2020 年及 2021 年销售额大幅上涨。
河南省广森医疗器械销售有限公司	-	否	-	否	2	否	2	否	该客户为河南地区的经销商客户，该客户由于 2020 年经营战略与公司针对该地区的推广策略不符，故暂缓与其合作
运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	-	否	-	否	3	否	3	否	该客户为当地较大义齿加工厂，体量较大故 2019 年合作初期即保持了较高的采购量，2021 年由于疫情等原因市场对义齿加工需求量降低，故采购金额出现一定程度下降
山西优义升医疗器械有限公司	-	否	-	否	5	否	-	是	2019 年确定该经销商为山西省独家经销商，2020 年该经销商销售与技术团队相对完善，销售大幅度提升
山西美原齿科器械有限责任公司	-	否	-	否	-	否	1	否	该客户报告期内业务较为稳定，采购数量未有明显增长，同时由于公司白盘、单色等部分产品的价格下调，导致对其销售金额出现下降。
西安健特齿科材料有限公司	-	否	-	否	-	否	4	否	该客户由于其自身客户基础数量的减少，以及相比于其他经销商未能及时进行产品升级，导致其销售金额排名下降
苏州固锐德医疗器械有限公司	-	否	-	否	-	否	5	否	该客户 2019 年由于自身产能扩张采购了较多的切削设备、数字取像设备等配套设施。2020-2021 年为该客户稳定生产周期，未再进行大量的设备购入
珠海新茂义齿科技有限公司	2	否	-	否	-	否	-	否	该客户自 2017 年与发行人开始合作，合作初期该

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况及新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
									客户氧化锆瓷块相关产品除向发行人采购外亦有其他供应商提供同类产品。2021 年下半年该客户由于与其他供应商合同条款及自身业务原因与原有供应商停止合作,开始全面通过发行人采购氧化锆瓷块类产品。
新疆吉吉商业有限公司	4	是	-	-	-	-	-	-	该客户系发行人 2022 年合作新疆地区经销商,进行新疆地区客户的开发与销售,由于该地区口腔服务类业务渗透率较低,故于上半年进行了较多单值较高产品的销售,增长速度较快
运城市斯百特国际贸易有限公司	5	否	-	是	-	-	-	-	客户是 ODM 客户,在国外有自己的客户群体,客户的市场在逐步打开,所以今年销售额增加

(2) 境外客户

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况及新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
LLC AXIOR DENT	1	否	1	否	1	否	1	否	-
AL BAWABA AL ELMEYA GENERAL TRADING L.L.C	-	否	2	否	-	否	-	是	该客户 2021 年初制定的市场策略为通过白盘抢占低端市场,在价格政策的支持下,客户大量备货低价值产品销往当地市场。此外,其附近国家伊拉克市场无对应经销商,黎巴嫩销售情况较为萎靡,故委任该客户兼做以上 2 个市场的经销业务。
8853 S.p.A	-	否	3	否	3	否	3	否	-

客户名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况及新增原因
	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	排名	是否新增	
HISPANSION PROYECTOS, S.L.	2	否	4	否	-	否	-	否	该客户为发行人在西班牙地区的重要经销商,经过三年市场的铺垫与市场活动扩大发行人品牌的知名度与覆盖率,销售金额逐年上升
dentona AG	5	否	5	否	2	否	5	否	该客户为公司在德国地区的重要客户。由于德国牙科行业需求不断增加,对于齿科材料的需求逐年上涨,使其 2020 年销售额排名上升。
ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	-	否	-	否	4	否	2	否	该客户自 2017 年第四季度与发行人进行合作,2017-2018 年处于双方合作初期,交易金额逐年增加,并于 2019 年开始大量采购,2020-2021 年该客户根据日常需求向爱迪特进行采购,稳定在经销前二十大客户。
HENRY SCHEIN SHVADENT (2009) LTD.	-	否	-	否	5	否	-	是	2020 年该经销商出于对未来经营业绩的预测及货运成本的考虑,进行了两次大规模的产品采购;后由于 2021 年疫情原因采购趋缓,每月订单较为均衡,保持稳定合作。
T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	-	否	-	否	-	否	4	是	该客户为发行人在越南地区的重要经销商。该客户 2020 年末、2021 年初受疫情影响未能进行正常经营,故销售额有所下滑。
BATIGROUP DENTAL DIŞ ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRKETİ.	3	否	-	否	-	是	-	-	该客户为士卓曼集团下属公司,发行人于 2020 年末开始与其建立合作关系,经过一年时间的合作方式探讨和产品试用,采购量于 2022 年开始增加。
NVEP IMPEX	4	否	-	否	-	否	-	否	该客户报告期各期均为公司主要经销商客户,2022 年公司拓展新客户资源,从而向发行人采购有所增长。

（三）说明上述客户是否存在注册成立当年或次年即成为发行人客户的情形，如存在，说明原因及合理性

上述客户中注册成立当年或次年即成为发行人客户的具体情况及原因如下：

序号	客户名称	成立时间	开始合作时间	注册成立当年或次年即成为发行人客户的原因
1	LLC AXIOR DENT	2017 年	2017 年 6 月	该公司创始人原本为俄罗斯地区技工所技师，由于看好齿科材料的销售业务成立齿科经销公司。在该公司成立之前发行人即于 2013 年与其所在技工所达成了稳定的商业合作，故其成立经销公司后迅速达成业务合作，并主力经营爱迪特产品
2	福建思高医疗科技有限公司	2019 年	2019 年 1 月	2019 年度公司与福建思高通过口腔展览会建立合作关系，福建思高创始人在创立福建思高之前从事医疗行业的销售工作长达六年，具备一定的行业资源，2019 年度公司椅旁数字化解决方案业务正处于市场拓展阶段，亟需通过经销模式迅速打开市场，在对福建思高进行考察后，双方决定建立合作关系。
3	深圳市上源祥齿科商贸有限公司	2020 年	2020 年 9 月	该公司为帕菲克集团所成立的贸易公司，负责采购相关事项。在该客户成立之前，公司与帕菲克已经达成多年的合作关系，故该贸易公司成立初期即达成合作。
4	黑龙江鼎元牙科科技有限公司	2014 年	2015 年 12 月	该客户为义齿技工所，主营业务为义齿加工。该公司自 2014 年 9 月成立后经过一段时间的运营，基础业务逐渐趋于稳定，开始购置切削设备、数字取像设备等提升产能。由于有意向购买设备类产品的客户开发周期较长，通常为 3-6 个月，故发行人在了解并与该客户接触后，通过一定时间的沟通、演示、测试，于 2015 年达成合作。
5	山西瑜方华科技有限公司	2018 年	2018 年 10 月	该客户为义齿加工厂，其成立后需要尽快购进相关义齿加工设备及义齿加工材料以开展相关业务，通过商务接洽，产品测试、售前培训，与爱迪特达成合作。
6	丹东市振兴区金澄口腔门诊部	2018 年	2019 年 1 月	该客户成立后基于其门诊定位，需要建立椅旁快速修复加工室，爱迪特公司与其对接后，进行了产品推介、样板参观，产品应用场景演示等工作后，客户与爱迪特达成一致合作意向。
7	深圳笑盈信息科	2019 年	2019 年 12 月	该客户与发行人于 2019 年 10 月青

	技有限公司			岛加工厂会议达成商务联系，由于该客户寻求隐形正畸矫治器的合作厂家，初步了解及商务谈判后于2019年12月开始正式商业合作。
8	奎文区北海郑中华口腔门诊部	2020年	2021年1月	该客户为诊所类客户，2021年与发行人合作开始持续向发行人采购口腔修复材料，2022年度该客户根据自身业务发展需求，向发行人采购口腔数字化设备，采购金额增长较快。

二、区分口腔修复材料和数字化设备说明发行人是否需要取得客户的准入许可成为其供应商，需要取得准入许可的客户范围，发行人获取相关许可的流程、周期、有效期以及到期后的安排

发行人的主要产品口腔修复材料、数字化设备为医疗器械相关产品，主要面向的客户均为义齿技工所、诊所及经销商等。发行人通过参与行业展览展会、组织业务培训、客户拜访、广告营销等途径进行客户开发。发行人在具有供应产品的行业认证资质后，客户一般不会对发行人单独发放准入许可文件。

（一）口腔修复材料客户认证流程

针对口腔修复材料的销售客户，通常需要发行人的产品先通过行业认证获得样品测试资格，样品测试通过后客户会要求进行公司考察，对发行人产品开发、生产品控、产品质检以及售后服务等进行评估。口腔修复材料客户从上述流程开始到最终达成批量合作的时间一般在3-12个月左右，上述评估系客户的内部流程，不对公司发放正式的准入许可文件。

（二）数字化设备客户认证流程

针对数字化设备客户，审核程序通常包括质量与技术审核、产能性能测试、可靠性测试等，同时对数字化设备供应商的售后服务能力以及配套方案落地实施能力进行评审。数字化设备投入较大，对于客户来讲决策周期相对较长，从上述流程开始到最终达成合作的时间一般在3-12月。上述评估系客户的内部流程，不对公司发放正式的准入许可文件。

（三）行业认证流程

由于发行人主要产品口腔修复材料及数字化设备为医疗器械相关产品，在产品销售时需要满足当地市场的监管制度和相应法律法规的要求。

在我国，相关医疗器械法律法规要求，新产品研发成功后，还必须经过注册检验、临床评价、产品注册或产品备案、注册质量管理体系核查、生产许可或生产备案等阶段，才能获得相应药品监督管理部门颁发的医疗器械注册证或备案凭证、医疗器械生产许可证或生产备案凭证，取得市场准入许可。目前我国按照风险程度的不同对医疗器械产品实施分类管理、备案或注册制度，其中风险较高的第Ⅱ类、第Ⅲ类产品需取得药品监督管理部门审批的产品注册证，医疗器械生产企业需生产许可证，经营企业需经营许可证。

国外市场对医疗器械也制定了严格的监管制度，公司产品进入国外市场也要满足当地相应法律法规的要求。美国、欧洲等主要国家和地区往往以法律法规的形式建立了严格的产品质量标准和要求，并通过相应的行业产品认证体系来贯彻，销往这些市场的产品必须达到相应的质量标准和要求后才能行销当地市场。而经过权威认证机构认可的产品表明产品在质量和稳定性等方面达到了法律法规所要求的标准和要求。因此，这些标准和行业产品认证往往是国外供应商进入发达国家市场的准入壁垒，当地的厂商基本上都要求国外的供应商取得行业产品认证后才会提出采购订单。公司主要产品境外销售时所需主要的行业产品认证包括欧盟 ISO 质量体系认证、欧盟 CE 认证、美国 FDA 认证、韩国 KFDA 认证等。

行业产品认证的流程一般包括：

（1）境内医疗器械认证流程

发行人主要产品在境内主要涉及的认证流程为第Ⅱ类医疗器械产品注册证，产品注册检验周期通常为 6-8 个月，其中：注册申请 5 个工作日，技术审评周期 60-90 个工作日，技术补正资料审评周期 60 个工作日，行政审批及制证阶段 30 个工作日。获得产品注册证后，药品监督管理部门会进行不定期的飞行检查，对检查中发现的问题提出整改意见。第Ⅱ类医疗器械产品注册证有效期为 5 年，发行人一般会在到期前 6 个月办理续期。

其认证流程通常为：

- ①产品注册检验：包括生物性能测试和理化性能测试；
- ②准备注册申请材料及医疗器械注册质量管理体系核查申请材料；
- ③提交注册申请；

④接受医疗器械注册质量管理体系现场核查并对核查中提出的问题进行整改，提交整改报告；

⑤技术审评补正：对技术审评过程中提出的相关问题进行资料补充；

⑥补正通过后，进入行政审批阶段；

⑦获得产品注册证。

（2）境外医疗器械认证流程

发行人主要产品在境外主要涉及的认证境流程为欧盟 CE 认证、美国 FDA 认证。

①美国 FDA 认证

美国 FDA 认证是进入美国市场的强制性认证，进行该项认证一般需要 12-18 个月。获得美国 FDA 认证后，美国 FDA 会有不定期的飞行检查。FDA 的认证中 510K 的 K 号无期限限制，需要每年对进口商名称、进口产品类别、联系方式进行维护。其具体认证流程如下：

A.企业注册，注册成功后每年进行维护；

B.按照 ISO13485 和 MDSAP 建立和维护质量管理体系；

C.根据 FDA 的分类，选择适用的注册途径；

D.按照相应产品的适用标准、指导文件进行产品试验、检测、临床；

E.根据 FDA 对各产品的要求和注册途径，准备 FDA 注册文件；

F.提交 FDA 申请；

G.获得 FDA 批准。

②欧盟 CE 认证

欧盟 CE 认证是进入欧盟市场的强制性权威认证，进行该项认证一般需要 6-8 个月，且认证需要以企业通过欧盟的 ISO13485 质量体系标准为前提。获得欧盟 CE 认证后，欧盟 CE 会每年进行一次现场体系检查。欧盟 CE 认证有效期五年，发行人一般会在到期前 6 个月办理续期。其具体认证流程如下：

- A.对产品按照 MDR 确定产品分类；
- B.根据产品分类确认认证途径；
- C.建立产品质量体系（基于 13485）；
- D.基于 ISO10993/ ISO 7405 的生物学检测以及产品对应 ISO 标准的理化检测；
- E.产品技术文件准备；
- F.与公告机构沟通认证合同，确定审核时间；
- G.公告机构进行初步审核；
- H.完成初步审核整改；
- I.公告机构进行最终审核；
- J.完成最终审核问题项目整改，提交整改材料，等待公告机构发证；
- K.公告机构发放 CE 证。

三、说明口腔修复材料和数字化设备客户重叠情况及对应的重叠交易金额及占比

单位：家、万元

期间	重叠客户数量	占当年总客户数比例	口腔修复材料		口腔数字化设备	
			交易金额	占发行人当期同类产品比例	交易金额	占发行人当期同类产品比例
2022 年 1-6 月	823	30.08%	12,980.28	71.47%	6,504.92	88.31%
2021 年度	1,229	41.53%	26,638.17	82.34%	17,929.00	92.68%
2020 年度	1,006	43.93%	21,508.45	85.51%	8,419.03	90.97%
2019 年度	843	43.28%	18,776.94	80.06%	4,870.72	93.56%

报告期内，发行人主要客户类型为经销商、ODM 厂商、义齿加工厂及口腔诊所。其中经销商的主营业务包括口腔修复材料、口腔数字化设备等各医疗器械类产品的销售，若其所经销范围或其客户群于当年同时产生材料与设备的购买需求，则会发生同时购买上述两类产品的重叠情况；ODM 厂商主要根据其主营业务针对单一产品类别进行采购，重叠比例较低；针对义齿加工厂及口腔诊所，发行人与其保持稳定的合作关系，该类客户根据其自身需求及业务发展向发行人采购氧化锆瓷块，同时切削设备为其加工业务或椅旁系统中的重要配套设施，随着

口腔数字化趋势的发展及各客户产能提升，亦需定期向发行人进行采购。

综上所述，发行人主要客户类型中，ODM 厂商重叠比例较低，经销商、义齿加工厂及口腔诊所由于其业务需求亦需于各期内向发行人采购上述两类产品，该情况与客户经营状况及客户类型相符，具备合理性。

四、说明口腔修复材料和数字化设备的前五大客户销售占比，说明客户集中度较低的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致

报告期内，公司口腔修复材料前五大客户销售金额合计分别为 2,778.35 万元、2,922.31 万元、3,961.04 万元和 **2,984.81 万元**，占口腔修复材料收入的比例分别为 11.85%、11.62%、12.24%和 **16.43%**；口腔数字化设备前五大客户销售金额合计分别为 853.95 万元、1,002.33 万元、2,553.55 万元和 **865.73 万元**，占口腔数字化设备收入的比例分别为 16.40%、10.83%、13.20%和 **11.75%**，口腔修复材料和口腔数字化设备前五大客户收入占比整体稳定且较低。

公司主要产品为口腔修复材料和口腔数字化设备，主要面向义齿技工所、口腔诊所等客户，同时部分销售活动亦通过经销商完成。义齿技工所、口腔诊所等客户具有数量较多且较为分散的特点，公司口腔修复材料和口腔数字化设备客户集中度较低具备合理性。

公司同行业可比公司前五大客户销售占比较低，客户分布较为分散。公司口腔修复材料和口腔数字化设备前五大客户集中度较低与同行业可比公司客户集中度情况不存在较大差异。公司业务与国瓷材料子公司爱尔创较为相似，国瓷材料未公告爱尔创 2019 年度至 2021 年度前五大客户情况，根据相关公告，爱尔创 2015 年度、2016 年度及 2017 年 1-9 月前五大客户销售占比分别为 18.23%、20.75% 和 17.84%，客户集中度亦较低。同行业可比公司前五大客户销售占比如下：

单位：%

公司简称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
国瓷材料	-	20.77	23.03	20.03
沪鸽口腔	-	14.59	11.31	10.99
现代牙科	-	1.80	1.70	1.90
公司-口腔修复材料	16.43	12.24	11.62	11.85
公司-口腔数字化设备	11.75	13.20	10.83	16.40

注 1：数据来源于 wind 资讯、公司年报，可比公司未披露其分产品的前五大客户情况，本

表中可比公司数据为其合并口径前五大客户数据；

注 2：现代牙科相关数据为前五大客户收益金额占总收益金额比例；登士柏西诺德、英维斯塔未披露其前五大客户销售占比；

注 3：可比公司未披露 2022 年 1-6 月前五大客户情况。

五、说明对主要客户的具体定价方法和依据，结合市场价格及其波动趋势说明报告期内向主要客户销售产品的价格是否公允，同类产品向不同客户销售价格是否存在差异，差异的原因及合理性

（一）说明对主要客户的具体定价方法和依据，结合市场价格及其波动趋势说明报告期内向主要客户销售产品的价格是否公允，同类产品向不同客户销售价格是否存在差异，差异的原因及合理性

1、对主要客户的具体定价方法和依据

报告期内，公司产品销售的主要定价方式和依据为：公司对材料类和设备类产品均制定了价格标准并定期进行动态调整，其中材料类产品和设备类产品分型号、规格分别进行定价。在与客户日常合作过程中，公司基于制定的参考价格，并结合产品技术及工艺复杂程度、所属市场的准入难度以及市场对产品品质、细节等要求特点、客户订单的规模及持续稳定性、不同地域的市场供求状况等综合因素后，进行合理的调整后进行报价，并通过竞争性报价或谈判方式确定产品价格。

2、结合市场价格及其波动趋势说明报告期内向主要客户销售产品的价格是否公允

报告期内，国内经营齿科用氧化锆瓷块产品的上市公司主要为国瓷材料和中航光电，国瓷材料仅公告其生物医疗材料板块相关财务数据，除氧化锆瓷块外，该板块还包括氧化锆粉、玻璃陶瓷及复合树脂陶瓷块，国瓷材料未单独披露氧化锆瓷块等产品的销售情况；中航光电未单独披露其齿科产品相关财务数据。公司主要材料产品氧化锆瓷块无公开可获取的市场价格。根据国瓷材料收购爱尔创时公告的相关信息，2015-2017 年度，爱尔创氧化锆瓷块产品平均单价持续下降，且预测未来平均单价仍呈下降趋势，与公司氧化锆瓷块平均单价整体呈下降趋势不存在较大差异。

公司切削设备及数字取像设备型号较多，且截至目前该等产品主要为定制化产品，切削设备无公开可获取的市场价格。根据公开资料查询，先临三维 2019

年度及 2020 年度口扫设备的销售平均单价分别为 5.11 万元/台和 4.83 万元/台。公司数字取像设备主要系口扫设备，报告期内销售平均单价分别为 13.95 万元/台、7.53 万元/台、5.28 万元/台和 **4.15 万元/台**。报告期内，2020 年度、2021 年度及 **2022 年 1-6 月** 公司口扫设备销售平均单价与先临三维不存在较大差异，2019 年度公司口扫设备销售金额较小，主要系进口产品，采购平均单价较高，报告期内公司口扫设备由主要向境外采购转变为主要向境内采购。由于先临三维系公司口扫设备的重要供应商且公司销售的口扫设备包含有自其他供应商采购的产品，公司口扫设备销售平均单价与先临三维相比较具备合理性。

综上，公司相关口扫设备销售平均单价与市场价格不存在显著差异，其他主要产品无公开可获取的市场价格。报告期内，公司主要客户均非公司关联方，公司的销售价格主要为公司与客户进行议价商定，价格公允。

3、同类产品向不同客户销售价格是否存在差异，差异的原因及合理性

报告期内，公司主要产品包括氧化锆瓷块、切削设备和数字取像设备。

（1）氧化锆瓷块

报告期内，公司氧化锆瓷块各系列产品向不同客户销售平均单价存在一定差异，主要与向客户销售产品型号及客户所处地区相关。根据不同系列产品的用户需求，公司在同一系列下设计了能够满足不同客户需求的多种型号产品，不同产品的原材料构成、产品性能有所差异，相对应的导致公司同一系列不同型号产品的销售价格有所差异，不同客户采购不同型号产品的单价差异导致不同年度客户的销售平均单价有所差异。此外，由于欧洲和美国客户产品要求较高、对产品价格敏感度较低，同种型号产品对该等客户销售平均单价高于境内和亚洲等区域客户。

①白盘系列

报告期内，公司对氧化锆瓷块白盘系列产品前五大客户的销售价格情况如下：

单位：万元、万块、元/块

年度	序号	客户名称	客户区域	销售金额	销售数量	销售 平均单价
2022 年 1-6 月	1	客户 11	亚洲	127.70	1.00	127.69
	2	客户 10	亚洲	99.04	0.96	103.02

	3	客户 2	美国	84.88	0.22	387.93
	4	客户 14	亚洲	78.49	0.76	103.42
	5	客户 13	亚洲	73.00	0.64	113.52
2021 年度	1	客户 10	亚洲	219.97	1.50	146.38
	2	客户 11	亚洲	181.35	1.18	153.39
	3	客户 12	欧洲	157.11	0.77	202.78
	4	客户 13	亚洲	170.30	1.49	114.03
	5	客户 14	亚洲	129.18	0.98	131.64
2020 年度	1	客户 15	境内	379.03	1.87	202.22
	2	客户 14	亚洲	355.04	2.08	170.59
	3	客户 11	亚洲	347.48	2.01	172.53
	4	客户 16	境内	138.56	0.59	233.46
	5	客户 12	欧洲	132.86	0.52	254.33
2019 年度	1	客户 11	亚洲	438.13	1.81	241.93
	2	客户 12	欧洲	226.64	0.75	300.91
	3	客户 15	境内	240.59	1.44	167.30
	4	客户 17	境内	178.53	1.04	172.21
	5	客户 18	欧洲	147.99	0.53	278.12

报告期内，白盘系列产品主要客户销售平均单价整体呈下降趋势，与公司白盘系列产品销售平均单价变动趋势一致。

2019 年度，客户 11 销售平均单价与其他主要境外客户相比较低，主要原因系客户 11 当年白盘系列产品中单价较低的 ST 型号销售金额占比为 51.70%，而其他主要境外客户当年未销售该型号白盘产品；客户 15、客户 17 销售平均单价均较低，主要原因系当年白盘系列产品中单价较低的 08ST 型号销售金额占比均在 50%以上。

2020 年度，主要客户中境外客户客户 14、客户 11 销售平均单价较低，主要原因系该等境外客户均位于亚洲且产品需求以较为基础的型号为主，当年白盘系列产品中单价较低的 ST 和 08ST 型号销售金额占比均在 65%以上，而境内客户当年均无该等型号白盘产品销售，客户 12 白盘系列产品中该型号销售金额占比仅为 1.16%。

2021 年度，除客户 12 外，主要客户中其他境外客户销售平均单价均较低，

主要原因系除客户 12 外其他境外客户均位于亚洲，客户 11、客户 13 和客户 14 当年白盘系列产品中单价较低的 ST 和 08ST 型号销售金额占比均在 60%以上，其中客户 13 这一比例高达 96.60%；客户 10 当年白盘系列产品中 03HT 型号销售金额占比为 90.77%，03HT 型号销售单价亦较低，虽略高于 ST 和 08ST 型号，但由于客户 10 对 03HT 型号产品采购量较大，公司适当给予一定价格优惠。

2022 年 1-6 月，主要客户中客户 2 的销售平均单价较高，主要原因系该客户位于美国，购买的白盘系列产品均为 SHT-PW 型号，该型号与 ST、03HT、08ST 等型号相比透光度较高，单价亦较高；其他主要客户采购的白盘系列产品主要为单价较低的 ST、03HT、08ST 等型号，客户 11、客户 10、客户 14 和客户 13 采购的白盘系列产品中 ST、03HT、08ST 三种型号的金额占比均在 90%以上。

②单色系列

报告期内，公司对氧化锆瓷块单色系列产品前五大客户的销售价格情况如下：

单位：万元、万块、元/块

年度	序号	客户名称	客户区域	销售金额	销售数量	销售 平均单价
2022 年 1-6 月	1	客户 52	欧洲	345.51	1.89	182.37
	2	客户 2	美国	258.12	0.64	400.56
	3	客户 19	美国	90.12	0.21	427.30
	4	客户 12	欧洲	86.16	0.39	220.47
	5	客户 53	美国	84.31	0.23	367.71
2021 年度	1	客户 2	美国	335.42	0.87	386.30
	2	客户 19	美国	164.92	0.40	416.79
	3	客户 20	美国	138.10	0.32	429.95
	4	客户 12	欧洲	130.68	0.58	224.11
	5	客户 21	欧洲	115.54	0.30	384.50
2020 年度	1	客户 12	欧洲	122.71	0.44	280.81
	2	客户 22	境内	102.36	0.49	210.48
	3	客户 23	境内	83.24	0.56	149.82
	4	客户 24	境内	80.32	0.44	184.57
	5	客户 25	境内	67.60	0.36	186.49
2019 年度	1	客户 22	境内	146.36	0.60	245.41
	2	客户 12	欧洲	107.26	0.38	282.57

	3	客户 24	境内	107.09	0.50	214.10
	4	客户 26	欧洲	64.61	0.14	464.79
	5	客户 27	境内	57.80	0.17	332.17

2019 年度，客户 12 销售平均单价较其他境外客户低，主要原因系该客户当年单色系列产品中单价较低的 STC 型号销售金额占比为 71.62%，占比较高；客户 26、客户 27 销售平均单价与同区域客户相比较，主要原因系客户 26 与其他主要欧洲经销商客户相比、客户 27 与其他主要境内客户相比采购量较低，公司给予其价格优惠力度较小。

2020 年度，客户 23 销售平均单价较低，主要原因系与其他境内客户相比，该客户销售规模整体较大，公司对包括单色系列在内的氧化锆瓷块产品销售价格均给予一定优惠。

2021 年度，客户 12 销售平均单价较其他境外客户低，主要原因与 2019 年度相同，STC 型号销售金额占比为 65.31%；其他主要境外客户销售平均单价较高，主要原因系该等客户当年单色系列产品中单价较高的 SHT-PC 型号销售金额占比较高，占比均在 95%以上。2019 年度，由于 SHT-PC 型号产品工艺尚需改进，公司未进行该型号产品大力推广，随着 2020 年度该型号产品工艺升级带来的颜色一致性和透光度等方面的提升，公司开始增大推广力度，2021 年度在美国和欧洲等境外市场销售收入实现快速增长，报告期内该型号产品外销收入分别为 18.13 万元、92.20 万元和 1,034.42 万元，该产品颜色一致性、透度及产品稳定性均较好，系单色系列产品中单价最高的型号，因此 2021 年度公司单色系列产品前五大客户主要为美国和欧洲客户且销售平均单价较 2020 年度明显上升。

2022 年 1-6 月，客户 52、客户 12 销售平均单价较低，主要原因系该等客户当期单色系列产品中单价较低的 STC、SHTC 型号销售金额占比均超过 85%；客户 2、客户 19 销售平均单价较高，主要原因系对该等客户销售的单色系列产品均为单价较高的 SHT-PC 型号；客户 53 当期单色系列产品销售以 SHTC 型号为主，销售平均单价高于客户 52、客户 12 的主要原因系相比于其他客户，该客户整体采购量较低，公司未给予其较大折扣。

③渐变系列

报告期内，公司对氧化锆瓷块渐变系列产品前五大客户的销售价格情况如下：

单位：万元、万块、元/块

年度	序号	客户名称	客户区域	销售金额	销售数量	销售 平均单价
2022 年 1-6 月	1	客户 12	欧洲	719.80	1.11	649.70
	2	客户 23	境内	401.53	1.35	298.40
	3	客户 29	欧洲	382.25	0.60	639.97
	4	客户 28	欧洲	358.76	0.59	609.72
	5	客户 1	欧洲	222.64	0.33	680.43
2021 年度	1	客户 12	欧洲	760.41	1.30	586.37
	2	客户 28	欧洲	614.10	1.04	591.11
	3	客户 18	欧洲	545.30	0.91	598.63
	4	客户 29	欧洲	489.13	0.71	684.67
	5	客户 23	境内	448.01	1.45	309.76
2020 年度	1	客户 12	欧洲	584.66	0.94	621.65
	2	客户 28	欧洲	486.32	0.73	664.73
	3	客户 18	欧洲	348.64	0.58	605.48
	4	客户 30	亚洲	320.81	0.54	591.68
	5	客户 23	境内	268.65	0.78	345.13
2019 年度	1	客户 31	美国	418.34	0.73	574.80
	2	客户 28	欧洲	404.17	0.69	587.46
	3	客户 12	欧洲	361.59	0.53	679.94
	4	客户 18	欧洲	336.86	0.60	566.05
	5	客户 32	亚洲	324.41	0.68	479.96

报告期内，渐变系列产品主要客户销售平均单价整体呈小幅下降趋势，与公司渐变系列产品销售平均单价变动趋势一致。

2019 年度，客户 12 销售平均单价较高，主要原因系与其他欧美客户相比，该客户所在地市场上相关可选择的氧化锆瓷块品牌较少，市场竞争程度较低，公司渐变系列产品在该市场上定价较高；客户 32 销售平均单价较低，主要原因系该客户位于亚洲，且其当年渐变系列产品中单价较低的 SHT-PM 型号销售金额占比为 85.02%，占比较高，而其他主要客户渐变系列产品中均以较单价较高的 3D 型号销售为主，销售金额占比均在 70-90%左右。

2020 年度，客户 18 销售平均单价较其他欧洲客户低，主要原因系该客户当

年渐变系列产品中单价较高的 3D Pro 型号销售金额占比仅为 64.06%，而其他境外客户 3D Pro 型号销售金额占比在 80%-90%左右；客户 30 销售平均单价较其他主要境外客户低，主要原因系该客户位于亚洲，公司同种型号产品对亚洲客户销售单价较欧洲客户低；客户 23 销售平均单价较低，主要原因系该客户为境内客户且其渐变系列产品中 3D Pro 型号销售金额占比较低，销售单价较低的 3D、SHTM、SHT-PM 型号销售金额占比高。

2021 年度，客户 29 销售平均单价较高，主要原因系与其他主要欧洲经销商客户相比，该客户整体采购规模较小，公司给予其价格优惠力度较小。2021 年度及 2022 年 1-6 月，客户 23 销售平均单价较低，主要原因系该客户为境内客户且其渐变系列产品中 3D Pro 型号销售金额占比较低，销售单价较低的 3D、SHTM、SHT-PM 型号销售金额占比高。

客户 12 于 2022 年 1-6 月的销售平均单价较 2021 年度有所上升，主要原因系公司与该客户合作以美元定价和结算，美元兑人民币汇率上升；于 2020 年度的销售平均单价较 2019 年度有所下降，主要原因系双方基于未来扩大合作的预期，公司给予该客户适当的价格折扣，该客户渐变系列产品销售金额持续上升，成为 2020 年度及 2021 年度公司渐变系列产品的第一大客户；客户 28、客户 18 于 2020 年度的销售平均单价较 2019 年度有所上升，主要原因系 2019 年度该等客户渐变系列产品中以 3D 型号销售为主，金额占比均在 65%以上，随着 2019 年公司 3D Pro 型号产品的上市和逐渐推广，2020 年该等客户渐变系列产品中以 3D Pro 型号销售为主，金额占比均在 65%-80%左右。

（2）切削设备

报告期内，公司对切削设备前五大客户的销售价格情况如下：

单位：万元、台、万元/台

年度	序号	客户名称	销售金额	销售数量	销售平均单价
2022 年 1-6 月	1	客户 35	120.65	7	17.24
	2	客户 38	105.48	14	7.53
	3	客户 54	102.72	6	17.12
	4	客户 55	75.06	4	18.76
	5	客户 56	73.31	4	18.33

2021 年度	1	客户 33	655.94	37	17.73
	2	客户 34	330.67	19	17.40
	3	客户 35	294.60	16	18.41
	4	客户 36	243.33	13	18.72
	5	客户 37	238.34	13	18.33
2020 年度	1	客户 15	123.24	7	17.61
	2	客户 35	116.90	7	16.70
	3	客户 38	99.98	10	10.00
	4	客户 39	98.46	9	10.94
	5	客户 40	94.56	5	18.91
2019 年度	1	客户 41	136.00	3	45.33
	2	客户 42	59.78	3	19.93
	3	客户 15	54.99	4	13.75
	4	客户 43	51.51	4	12.88
	5	客户 44	49.56	1	49.56

注：受同一控制的客户已合并计算销售额。

公司于 2019 年度向客户 41 和客户 44 销售的切削设备平均单价较高，主要原因系该等客户采购的切削设备在功能性上与其他切削设备存在明显的差异，该切削设备可以加工金属材料，对设备刚性和精度要求较高，销售平均单价较高。

公司于 2020 年度向客户 38、客户 39、于 2019 年度向客户 15、客户 43 销售的切削设备平均单价较低，主要原因系客户 38、客户 39 主要向公司采购爱迪特 AMD-500 切削机，客户 15、客户 43 均向公司采购科美四轴 AK-D4 切削机，该等切削设备均为国产产品，销售平均单价较低。**2022 年 1-6 月，公司向客户 38 销售的切削设备平均单价较低，主要原因系该客户向公司采购的均为国产设备，销售平均单价较低，而其他主要客户采购的均为进口设备，销售平均单价较高。**

（3）数字取像设备

报告期内，公司对数字取像设备前五大客户的销售价格情况如下：

单位：万元、台、万元/台

年度	序号	客户名称	类型	销售金额	销售数量	销售平均单价
2022 年	1	客户 45	口扫	255.15	60	4.25

1-6 月			台扫	-	-	-
			合计	255.15	60	4.25
	2	客户 57	口扫	84.22	19	4.43
			台扫	-	-	-
			合计	84.22	19	4.43
	3	客户 14	口扫	39.77	10	3.98
			台扫	22.08	8.00	2.76
			合计	61.85	18	3.44
	4	客户 58	口扫	61.63	15	4.11
			台扫	-	-	-
			合计	61.63	15	4.11
	5	客户 59	口扫	47.93	9	5.33
			台扫	-	-	-
			合计	47.93	9	5.33
2021 年度	1	客户 33	口扫	196.42	31	6.34
			台扫	-	-	-
			合计	196.42	31	6.34
	2	客户 41	口扫	136.68	13	10.51
			台扫	-	-	-
			合计	136.68	13	10.51
	3	客户 45	口扫	134.48	30	4.48
			台扫	-	-	-
			合计	134.48	30	4.48
	4	客户 10	口扫	111.89	27	4.14
			台扫	4.65	2	2.33
			合计	116.54	29	4.02
	5	客户 46	口扫	103.80	23	4.51
			台扫	-	-	-
			合计	103.80	23	4.51
2020 年度	1	客户 47	口扫	121.63	17	7.15
			台扫	3.01	1	3.01
			合计	124.64	18	6.92
	2	客户 48	口扫	102.38	8	12.80
			台扫	20.34	5	4.07

2019 年 度	3	客户 40	合计	122.72	13	9.44
			口扫	106.03	22	4.82
			台扫	-	-	-
	4	客户 49	合计	106.03	22	4.82
			口扫	94.33	12	7.86
			台扫	6.53	1	6.53
	5	客户 50	合计	100.86	13	7.76
			口扫	60.49	12	5.04
			台扫	6.26	2	3.13
	1	客户 24	合计	66.75	14	4.77
			口扫	292.48	20	14.62
			台扫	-	-	-
2019 年 度	2	客户 41	合计	292.48	20	14.62
			口扫	99.03	7	14.15
			台扫	6.11	2	3.06
	3	客户 47	合计	105.15	9	11.68
			口扫	50.76	3	16.92
			台扫	-	-	-
	4	客户 51	合计	50.76	3	16.92
			口扫	44.36	6	7.39
			台扫	-	-	-
	5	客户 48	合计	44.36	6	7.39
			口扫	38.35	2	19.17
			台扫	3.12	1	3.12
			合计	41.47	3	13.82
			口扫			
			台扫			

注：受同一控制的客户已合并计算销售额。

报告期内，公司数字取像设备以口扫设备为主，口扫设备收入占比分别为 65.47%、74.20%和 80.68%，占比逐年增加。报告期内，公司口扫设备销售平均单价呈下降趋势，主要原因系公司销售的数字取像设备型号发生变化，选择产品性价比更高的相关供应商作为公司口扫设备供应商。报告期内，公司向主要客户销售的口扫设备平均单价整体呈下降趋势，与口扫设备整体平均单价变动趋势一致。

公司 2022 年 1-6 月向客户 59 销售的口扫设备平均单价较高，主要原因系

该客户购买的口扫设备中进口口扫设备金额占比为 47.44%，进口口扫设备的销售平均单价较高，而其他客户购买的均为销售平均单价较低的国产口扫设备。公司 2021 年度向客户 41、2020 年度向客户 48 销售的口扫设备平均单价较高，主要原因系该等客户购买的口扫设备主要为进口口扫设备，销售平均单价较高。2019 年度，公司向客户 51 销售的口扫设备平均单价较低，主要原因系该客户采购的产品主要系其他客户退回的经维修及质检合格后二次销售的产品，公司针对性采取适当降价。

除 2020 年度向客户 49 销售的台扫设备单价较高外，公司向其他客户销售的台扫设备平均单价较为稳定。公司 2020 年度向客户 49 销售的台扫设备单价较高的主要原因系该台扫设备可用作种植基台扫描且扫描速度较快，销售平均单价较高。

综上，公司同类产品销售给不同主要客户的平均单价存在部分差异的主要原因系销售产品的具体型号不同及部分氧化锆瓷块客户特性不同，具备合理性。

（二）说明境内外客户在产品定价、产品种类、销售政策等方面是否存在差异

报告期内，公司境内外客户在产品定价、产品种类、销售政策方面的情况如下：

项目	境内	境外
产品定价	公司对材料类和设备类产品均制定价格标准并定期进行动态调整，其中材料类产品和设备类产品分型号、规格分别进行定价。在与客户日常合作过程中，公司基于制定的参考价格，并结合产品技术及工艺复杂程度、所属市场的准入难度以及市场对产品品质、细节等要求特点、客户订单的规模及持续稳定性、不同地域的市场供求状况等综合因素后，进行合理的调整后进行报价，并通过竞争性报价或谈判方式确定产品价格	
产品种类	公司主要产品氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、切削设备、数字取像设备在境内外市场均销售	
销售政策	信用期较长	信用期较短

报告期内，公司境内外客户在产品定价和产品种类方面不存在较大差异。销售政策方面，境内客户的信用期整体较境外客户长。

六、说明报告期内不同销售模式以及内销和外销客户的数量，按适当的销售金额标准进行分层，列示并披露不同层级的客户数量、销售金额及占比，新增客户数量、对应销售金额占比和变动情况。

（一）发行人不同销售模式以及内销和外销客户的数量情况

报告期内，发行人不同销售模式下分内销、外销的客户数量情况如下表所示：

单位：个

销售模式	境外				境内			
	2022年 1-6月	2021年 度	2020年 度	2019年 度	2022年 1-6月	2021年 度	2020年 度	2019年 度
直销	528	711	667	688	1,869	2,307	1,857	1,507
经销	139	141	95	66	200	230	104	52

（二）发行人境外经销客户的分层情况

报告期内，发行人境外经销客户按销售金额分层情况以及不同层级的客户数量、销售金额及占比，新增客户数量、对应销售金额占比和变动情况如下表所示：

单位：个、万元

分层标准	2022年1-6月					
	客户数量	销售收入	销售收入占境外经销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于5万元	24	36.29	0.38%	8	10.57	29.13%
5-20万元	33	329.84	3.42%	8	107.07	32.46%
20-50万元	32	987.89	10.25%	11	325.66	32.97%
50-100万元	19	1,395.65	14.48%	2	141.14	10.11%
100万元以上	31	6,889.06	71.47%	3	628.85	9.13%
合计	139	9,638.74	100.00%	32	1,213.29	12.59%

分层标准	2021年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境外经销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于5万元	18	36.66	0.25%	13	30.4	82.93%
5-20万元	21	245.42	1.71%	15	177.49	72.32%
20-50万元	38	1,150.66	8.01%	15	454.42	39.49%
50-100万元	24	1,787.94	12.44%	5	390.69	21.85%
100万元以上	40	11,152.29	77.59%	6	1,123.28	10.07%

合计	141	14,372.96	100.00%	54	2,176.28	15.14%
分层标准	2020 年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境外经销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	14	27.23	0.38%	11	22.30	81.90%
5-20 万元	21	201.74	2.78%	9	69.36	34.38%
20-50 万元	25	753.31	10.37%	9	281.28	37.34%
50-100 万元	16	1,116.46	15.37%	3	215.92	19.34%
100 万元以上	19	5,162.88	71.10%	1	220.75	4.28%
合计	95	7,261.61	100.00%	33	809.61	11.15%
分层标准	2019 年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境外经销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	8	14.53	0.27%	6	12.92	88.92%
5-20 万元	11	119.21	2.22%	2	17.00	14.26%
20-50 万元	19	534.67	9.96%	4	140.71	26.32%
50-100 万元	14	845.62	15.75%	4	279.18	33.01%
100 万元以上	14	3,853.42	71.79%	3	704.55	18.28%
合计	66	5,367.52	100.00%	19	1,154.36	21.51%

由上表可知，报告期内发行人境外经销客户数量增长较快，不同层级的客户数量均有所增长，但是收入构成基本保持稳定。其中，销售金额较小的客户流动性较大，每年的新增客户和流失客户数量均较多，但是此部分客户贡献的销售收入较少；销售金额在 100 万元以上的境外经销客户较为稳定，历年新增客户对应的销售收入占同层级销售收入的比例均较低。

（三）发行人境外直销客户的分层情况

报告期内，发行人境外直销客户按销售金额分层情况以及不同层级的客户数量、销售金额及占比，新增客户数量、对应销售金额占比和变动情况如下表所示：

单位：个、万元

分层标准	2022 年 1-6 月					
	客户数量	销售收入	销售收入占境外直销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	348	548.20	9.58%	152	229.51	41.87%

5-20 万元	124	1,264.83	22.10%	33	307.58	24.32%
20-50 万元	31	952.94	16.65%	10	301.47	31.64%
50-100 万元	17	1,146.02	20.02%	1	90.50	7.90%
100 万元以上	8	1,811.01	31.64%	0	0.00	0.00%
合计	528	5,723.00	100.00%	196	929.06	16.23%
分层标准	2021 年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境外直销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	420	659.42	6.68%	250	378.9	57.46%
5-20 万元	177	1,725.77	17.48%	91	953.78	55.27%
20-50 万元	67	1,897.03	19.21%	16	473.3	24.95%
50-100 万元	29	1,947.93	19.73%	6	421.67	21.65%
100 万元以上	18	3,644.56	36.91%	3	974.03	26.73%
合计	711	9,874.75	100.00%	366	3,201.68	32.42%
分层标准	2020 年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境外直销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	470	582.56	10.10%	283	305.74	52.48%
5-20 万元	130	1,237.44	21.44%	48	505.69	40.87%
20-50 万元	40	1,157.20	20.05%	11	377.14	32.59%
50-100 万元	18	1,167.73	20.24%	5	278.58	23.86%
100 万元以上	9	1,625.47	28.17%	-	-	-
合计	667	5,770.40	100.00%	347	1,467.15	25.43%
分层标准	2019 年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境外直销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	474	486.20	8.09%	266	260.32	53.54%
5-20 万元	145	1,231.09	20.47%	34	285.10	23.16%
20-50 万元	35	819.26	13.62%	9	239.57	29.24%
50-100 万元	19	1,225.60	20.38%	4	282.56	23.05%
100 万元以上	15	2,250.13	37.44%	-	-	-
合计	688	6,014.14	100.00%	313	1,067.54	17.75%

由上表可知，报告期内发行人境外直销客户总体数量始终较为稳定，但是 2020 年销售收入大于 100 万元的客户数量明显减少，主要原因系发行人部分直

销大客户所处地区的疫情较为严重，封城、社交隔离等管控措施严重影响客户的业务；2021 年，随着境外逐步放松管控，义齿技工所和口腔诊所的业务有所恢复，故发行人境外直销收入和收入较高的客户数量均实现增长。

（四）发行人境内经销客户的分层情况

报告期内，发行人境内经销客户按销售金额分层情况以及不同层级的客户数量、销售金额及占比，新增客户数量、对应销售金额占比和变动情况如下表所示：

单位：个、万元

分层标准	2022 年 1-6 月					
	客户数量	销售收入	销售收入占境内经销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	150	110.51	5.26%	60	47.27	42.78%
5-20 万元	21	178.11	8.48%	6	46.92	26.34%
20-50 万元	15	509.32	24.25%	5	200.77	39.42%
50-100 万元	11	812.74	38.70%	3	242.14	29.79%
100 万元以上	3	489.63	23.31%	1	143.58	29.33%
合计	200	2,100.30	100.00%	75	680.68	32.41%

分层标准	2021 年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境内经销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	159	162.40	2.44%	120	102.48	63.10%
5-20 万元	28	310.68	4.66%	14	153.14	49.29%
20-50 万元	14	426.79	6.40%	7	224.15	52.52%
50-100 万元	14	951.78	14.28%	12	761.3	79.99%
100 万元以上	15	4,812.54	72.21%	9	2,147.64	44.63%
合计	230	6,664.23	100.00%	162	3,388.71	50.85%

分层标准	2020 年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境内经销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	72	94.49	3.47%	55	58.16	61.55%
5-20 万元	13	133.88	4.92%	9	80.05	59.79%
20-50 万元	8	359.31	13.21%	4	164.87	45.89%
50-100 万元	6	446.01	16.39%	4	240.18	53.85%
100 万元以上	5	1,687.07	62.01%	1	160.90	9.54%

合计	104	2,720.75	100.00%	73	704.16	25.88%
分层标准	2019 年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境内经销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	29	41.11	2.18%	23	18.99	46.20%
5-20 万元	14	219.10	11.62%	7	61.94	28.27%
20-50 万元	4	230.16	12.21%	4	135.80	59.00%
50-100 万元	2	203.42	10.79%	1	58.85	28.93%
100 万元以上	3	1,189.52	63.20%	-	-	-
合计	52	1,885.16	100.00%	35	275.57	14.62%

由上表可知，发行人境内经销客户数量、新增数量和对应收入均实现较快的增长，主要是发行人近年大力发展数字化设备业务，扩大合作的经销商范围所致。同时，由于数字化设备整体单价较口腔修复材料高，因此销售收入较高的客户数量也有所增加。

（五）发行人境内直销客户的分层情况

报告期内，发行人境内直销客户按销售金额分层情况以及不同层级的客户数量、销售金额及占比，新增客户数量、对应销售金额占比和变动情况如下表所示：

单位：个、万元

分层标准	2022 年 1-6 月					
	客户数量	销售收入	销售收入占境内直销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	1,471	1,311.43	13.93%	379	219.95	16.77%
5-20 万元	293	2,983.09	31.70%	30	283.78	9.51%
20-50 万元	75	2,132.43	22.66%	3	87.65	4.11%
50-100 万元	27	1,729.87	18.38%	2	156.76	9.06%
100 万元以上	3	1,254.63	13.33%	0	0.00	0.00%
合计	1,869	9,411.45	100.00%	414	748.14	7.95%
分层标准	2021 年度					
	客户数量	销售收入	销售收入占境内直销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	1,551	1,363.30	5.85%	820	646.17	47.40%
5-20 万元	443	4,627.60	19.84%	143	1,468.85	31.74%

20-50 万元	215	7,012.41	30.07%	30	973.21	13.88%
50-100 万元	67	4,665.54	20.00%	7	442.74	9.49%
100 万元以上	31	5,653.17	24.24%	-	-	-
合计	2,307	23,322.02	100.00%	1,000	3,530.97	15.14%
2020 年度						
分层标准	客户数量	销售收入	销售收入占境内直销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	1176	978.41	4.84%	582	435.44	44.50%
5-20 万元	396	4,227.56	20.89%	111	1,051.71	24.88%
20-50 万元	200	6,438.43	31.82%	29	850.14	13.20%
50-100 万元	60	4,058.68	20.06%	7	468.38	11.54%
100 万元以上	25	4,529.71	22.39%	-	-	-
合计	1,857	20,232.79	100.00%	729	2,805.67	13.87%
2019 年度						
分层标准	客户数量	销售收入	销售收入占境内直销总收入的比例	新增客户数量	新增客户对应销售收入	新增客户对应销售收入占同层级销售收入的比例
小于 5 万元	997	1004.11	6.08%	726	637.86	63.52%
5-20 万元	292	3,403.99	20.63%	102	1,020.67	29.98%
20-50 万元	147	5,003.47	30.32%	21	574.48	11.48%
50-100 万元	55	4,207.20	25.49%	8	546.21	12.98%
100 万元以上	16	2,885.30	17.48%	-	-	-
合计	1,507	16,504.07	100.00%	857	2,779.22	16.84%

注：上述境内直销收入分层和客户数量统计均为剔除纳极门诊对 C 端患者的收入和客户数量。

由上表可知，报告期内发行人境内直销客户数量和对应的收入始终保持稳步增长，除去销售收入小于 5 万元的客户，其余层级客户贡献收入较为平均，不存在过度集中的情况。从新增客户数量来看，发行人零散客户的流动性较大，而大客户的构成则相对稳定。

七、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行的核查程序包括：

1、取得并复核发行人销售收入明细表，统计并分析报告期内发行人口腔修复材料和口腔数字化设备前五大客户销售情况、境内外不同销售模式的客户分层

情况；

2、访谈发行人相关管理人员，了解发行人行业及客户特点，分析发行人客户集中度较低的合理性；查阅同行业可比公司客户的集中度情况，分析与发行人的一致性情况；

3、访谈发行人相关管理人员，了解发行人对主要客户的具体定价方法和依据；取得并复核发行人销售收入明细表，统计并分析报告期内发行人主要产品前五大客户销售及价格情况，查阅发行人产品的市场价格及波动趋势情况，分析发行人向主要客户销售产品价格的公允性、同种产品向不同客户销售价格差异的合理性；

4、访谈发行人相关人员并查阅发行人相关销售合同，分析内外客户在产品定价、产品种类、销售政策等方面是否存在差异。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人主要产品为口腔修复材料及口腔数字化设备，主要面向义齿技工所、口腔诊所等客户，具有数量较多且较为分散的特点，公司口腔修复材料和口腔数字化设备客户集中度较低具备合理性；客户集中度较低与同行业可比公司不存在较大差异；

2、发行人对主要客户的具体定价方法和依据系综合考虑自身制定的参考价格、客户订单的规模及持续稳定性、不同地域的市场供求状况等与客户谈判协商确定，价格具备公允性；同类产品向不同客户销售价格存在一定差异，主要原因系同类产品不同型号价格存在一定差异，相关差异具备合理性；

3、公司境内外客户在产品定价和产品种类方面不存在较大差异。销售政策方面，公司境内以直销模式为主，境外以经销模式为主，境内客户的信用期整体较境外客户长。

13.关于第三方回款

招股说明书披露：

(1) 报告期内，公司第三方回款金额分别为 4,933.82 万元、6,448.81 万元、5,955.47 万元和 5,054.15 万元，占当期营业收入的比例分别为 23.21%、21.54%、16.47%和 12.95%；

(2) 第三方回款的类型包括：客户法定代表人/股东、客户员工/亲属等关联方、客户指定的第三方以及发行人员工。

请发行人说明：

- (1) 第三方回款类型的划分标准、依据以及合理性；
- (2) 客户指定的第三方付款的原因和商业合理性，是否符合行业惯例；
- (3) 客户指定其他方付款的其他方类型、判断依据以及商业合理性。

请保荐人、申报会计师根据《问答》问题 25 和问题 26 的要求对发行人财务内控不规范的情形和第三方回款的情形进行核查并发表明确意见。

回复：

一、第三方回款类型的划分标准、依据以及合理性

根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》有关第三方回款相关规定，公司将第三方回款的类型进行划分。根据客户出具的第三方付款说明、与公司在购销过程中的历史沟通记录、中介机构对客户的访谈记录和中介机构对代付方资质的查询等，第三方付款类型划分如下：

- 1、客户法定代表人、股东等代付货款是指客户的法人或者股东代客户支付货款的情形；
- 2、客户员工、亲属等关联方代付货款是指客户通过其法人或股东亲属、公司员工或集团内其他关联公司代为其支付货款的情形；
- 3、客户指定的第三方代付货款是指客户通过其终端客户、代理机构、客户的实际控制人或股东的朋友或其朋友所控制的公司代为其支付货款的情形；
- 4、发行人员工代付货款是指发行人的员工代收客户货款之后向公司支付的情形。

根据上述第三方付款对方的类型划分，报告期内，发行人第三方回款的情况如下表所示：

单位：万元

回款对方身份	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
客户法定代表人、股东	850.47	2,523.05	2,298.09	1,563.52
客户员工、亲属等关联方	936.42	2,302.05	2,015.10	2,252.19
客户指定的第三方	1,163.70	2,754.96	1,327.01	2,436.90
发行人员工	-	19.83	315.26	192.19
合计	2,950.59	7,599.89	5,955.47	6,444.81
营业收入	26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
占比	10.94%	13.94%	16.47%	21.54%

注：发行人员工代收的货款通常是由客户关联方或指定第三方支付给发行人员工，因此发行人员工代收的货款包含部分客户关联方和指定第三方代付的货款，此部分已从客户关联方和指定第三方代付中去重。

发行人存在上述第三方回款的主要原因如下：

（1）发行人境内外客户主要包括经销商、义齿技工所和口腔诊所等，大多数客户整体规模较小，为自然人持股的小微企业或个体工商户，经营方式以家族管理模式为主，财务、出纳等关键岗位由实际控制人或其家庭核心成员担任，财务体系相对不完善；同时，大多数客户对发行人采购具有单笔采购金额较小，采购频率较高的特点。因此，部分客户出于日常交易习惯，倾向于通过法定代表人或股东的个人账户或可控制的其他个人账户进行货款支付。该种情形下，回款方包括但不限于该客户的法定代表人或实际控制人及其配偶、父母、子女等主要社会关系以及企业员工等关联方，回款方式除银行转账外，还包括微信及支付宝转账。近年来，为配合客户的支付习惯，爱迪特以公司名义开通微信商城、支付宝商户账号用于收款。由于微信及支付宝账户均是由个人申请注册，故将此类型回款全部认定为第三方回款；

（2）报告期内，发行人存在员工代收货款的情况，主要系部分客户习惯在爱迪特员工寄送货物、提供售后服务或催款时，直接将货款支付给发行人员工所致。目前，公司已对相关情况进行整改，期后已无员工代收货款的情况。

综合上述，公司第三方回款类型的划分标准、依据是充分的、合理的。

二、客户指定的第三方付款的原因和商业合理性，是否符合行业惯例；

报告期各期，公司第三方回款中由客户指定第三方付款的金额分别为 2,436.90 万元、1,327.01 万元、2,754.96 万元和 **1,163.70 万元**，占各期第三方回款的比例分别为 37.81%、22.28%、36.25%和 **39.44%**，其中绝大部分是境外客户指定第三方回款。

根据客户出具的第三方付款说明、与公司在购销过程中的历史沟通记录、中介机构对客户的访谈记录和中介机构对代付方资质的查询等，客户指定第三方付款主要可分为下列原因：

1、部分境外客户为避免较高的跨境支付成本、简化复杂的跨境支付手续或者内部存在针对国际供应商统一付款的要求，会委托专业从事跨境服务的第三方支付机构（如 AKCENTA CZ A.S.、TRANSFERMATE INC 等）、供应链服务机构（如 IQ Dental Supply Inc、NIHON SHIKA KINZOKU CO.,LTD.等）等代理机构代为支付货款；

2、由于资金周转的原因，客户会委托与自身存在债权债务关系的终端客户支付货款；

3、由于客户自身经营规模较小，其实际控制人或股东在日常经营中会与朋友或朋友的公司发生资金拆借或其他业务往来，故存在委托朋友或朋友的公司代为支付货款的情形。

根据公开信息，发行人同行业公司亦存在指定第三方回款的情况，主要原因与发行人相似，具体如下表所示：

序号	公司名称	是否存在指定第三方代付货款	主要原因
1	沪鸽口腔	是	客户规模较小，其为了节约成本，会存在委托代理支付货款的情形。
2	家鸿口腔	是	由于国际结算存在交易不便利和结算时间较长的情形，为了提高结算效率，部分客户选择通过商业合作伙伴代为支付。

综上所述，发行人存在客户指定第三方代付货款属于行业惯例，发行人客户指定第三方付款具备一定的商业合理性。

三、客户指定其他方付款的其他方类型、判断依据以及商业合理性。

报告期内，客户指定其他方付款的具体情况如下表所示：

单位：万元

回款对方身份	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
代理机构	946.69	81.35	2,114.04	76.74	1,099.91	82.89	2,218.69	91.05
终端客户	59.12	5.08	190.21	6.90	56.85	4.28	8.35	0.34
客户实际控制人或股东的朋友或朋友的公司	157.88	13.57	450.72	16.36	170.25	12.82	209.85	8.62
合计	1,163.70	100.00	2,754.96	100.00	1,327.01	100.00	2,436.90	100.00

客户指定其他方付款主要包括终端客户代付、代理机构代付以及客户的实际控制人或股东的朋友或其朋友所控制的公司代付。判断依据主要是客户出具的第三方付款说明、与公司在购销过程中的历史沟通记录、中介机构对客户的访谈记录和中介机构对代付方资质的查询等。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 25、问题 26 的要求，对第三方回款、关联方资金拆借、员工代收货款等进行了详细核查，具体如下履行了以下核查程序：

针对第三方回款履行的核查程序：

1、取得发行人客户针对第三方回款的专项说明与确认函，要求客户就委托回款对方的身份进行确认，并通过公开渠道查询付款方的资质和从事的业务。报告期内，取得客户针对第三方回款的专项说明与确认函覆盖的金额比例分别为 86.39%、88.98%、88.11%和 **84.07%**；

2、选取样本对发行人存在第三方回款的客户进行访谈，要求客户确认并说明回款方与其之间的关系以及选择第三方代付货款的背景和原因。报告期内，访谈覆盖第三方回款的金额比例分别为 53.49%、45.07%、48.60%和 **45.21%**；

3、针对未提供第三方回款专项说明与确认函或未接受访谈的客户，保荐人

与申报会计师获取发行人业务员与客户的微信、邮件等历史沟通记录，履行相应的替代核查程序，核实回款对方身份以及业务实质；

4、获取并核查发行人银行收款流水，与第三方回款相关销售合同、销售订单、销售出库单、物流单据、发票、银行回款单据等原始交易凭证，核查第三方支付货款相关的资金流、实物流与合同约定及商业实质情况；

5、获取发行人报告期内银行流水，查阅大额银行流水支出情况，关注发行人是否存在期后将款项退还给客户的情形，核查发行人是否存在调节账龄的情形；

6、通过公开渠道将第三方回款对方与发行人关联方进行比对检索，核查回款对方与发行人关联方是否存在关联关系。

针对员工代收货款履行的核查程序：

1、取得了代收货款员工与客户的历史沟通记录、客户对员工的转账凭证、员工对发行人的转账凭证等原始凭证确认销售的背景和真实性。**2019 年至 2021 年**，取得销售原始凭证的金额占员工代收货款的金额比例为 98.05%、95.54%与 100.00%，**2021 年 9 月末至 2022 年 6 月末已无员工代收货款**。因员工离职、客户不再合作等原因，存在少数未取得员工代收货款得原始凭证的情况，保荐人与发行人会计师进行了相应的替代核查，检查了员工代收货款的交易相对应的订单或合同、发货记录等；

2、为确认员工代收货款核算的完整性和准确性，核查了涉及代收货款的全部财务人员和部分代收货款金额较大的业务人员的银行流水，将员工银行流水与发行人银行账户流水进行比对。**2019 年至 2021 年**，取得代收货款的员工的银行流水金额占员工代收货款总金额的比例为 88.92%、87.74%和 43.74%，**2021 年 9 月末至 2022 年 6 月末已无员工代收货款**。其中，2021 年发行人员工代收货款金额为 19.83 万元，金额较低，员工银行流水核查覆盖金额比例偏低的原因系一名代收货款金额较大的员工离职，无法取得其银行流水；

3、对代收货款金额较大的发行人员工进行访谈，并取得相应的承诺函，确认交易情况以及相应款项不涉及任何的争议和纠纷。

针对关联方资金拆借履行的核查程序：

1、逐笔核查报告期内发行人与关联方的往来款项，并获取相应的支付凭证、还款凭证等；

2、查阅资金拆借对方的银行流水，并与发行人的资金流水进行比对，确认相应款项勾稽一致；

3、对涉及资金拆借的关联方与发行人财务总监进行访谈，确认资金拆借发生的具体背景、原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人根据《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》有关第三方回款相关规定对第三方回款的类型进行划分，依据充分，具备商业合理性；

2、客户指定第三方代付货款属于行业惯例，发行人客户指定的第三方付款具备商业合理性；

3、发行人客户指定第三方付款方主要有代理机构、终端客户以及客户实际控制人或股东的朋友或朋友的公司，划分的依据充分，具备商业合理性。

4、根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题25的财务内控要求，发行人除存在与关联方直接进行资金拆借和员工代收货款外，不存在其他情形，具体情况如下所示：

序号	《审核问答》问题25的要求	发行人具体情况
1	为满足贷款银行受托支付要求，在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）	不存在相关情况。
2	关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资	不存在相关情况。
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	报告期内，发行人存在借用关联方资金的情况；截至目前，相关借款已经全数结清，并且发行人已对相关情况进行整改，后续未发生与关联方进行资金拆借的情形。
4	通过关联方或第三方代收货款	报告期内，发行人存在员工代收货款的情形；目前，发行人已对相关情况进行整改，期后已无员工代收货款的情况。

5	利用个人账户对外收付款项	不存在相关情况。
6	出借公司账户为他人收付款项	不存在相关情况。
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形	不存在相关情况。

5、发行人第三方回款属于在正常经营活动存在的第三方回款，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 26 说明的相关条件，与相关收入勾稽一致，具有商业合理性和可验证性，相关金额及比例处于合理可控范围，不存在虚构交易或调节账龄情形，具体情况如下：

序号	审核问答	核查结论
1	第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄情形	发行人第三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄情形
2	第三方回款形成收入占营业收入的比例	报告期内，公司第三方回款占营业收入的比例分别为 21.54%、16.47%、13.94%和 10.94% ，第三方回款占营业收入比重逐年下降。
3	第三方回款的原因、必要性及商业合理性	发行人第三方回款具有合理的原因，符合自身经营模式、行业经营特点，具有必要性和商业合理性
4	发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方是否存在关联关系或其他利益安排	发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排
5	境外销售涉及境外第三方的，其代付行为的商业合理性或合法合规性	发行人境外客户第三方付款具备商业合理性，同时也符合相关法律法规的要求
6	报告期内是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷	报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷
7	如签订合同时已明确约定由其他第三方代购方付款，该交易安排是否具有合理原因	发行人与客户签订合同时不存在与客户约定由其他第三方代购方付款的条款
8	资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致	资金流、实物流与合同约定及商业实质一致

14.关于采购和供应商

招股说明书披露：

（1）公司采购的主要原材料包括氧化锆粉、釉料等，采购的主要产品包括切削设备、数字取像设备和烧结设备等；

（2）报告期内，公司前五大供应商采购占比分别为 62.74%、52.19%、54.58% 和 54.86%；

（3）报告期内，公司外协加工采购额分别为 4.31 万元、215.62 万元、682.70 万元、461.78 万元，占采购总额的比例分别为 0.04%、1.33%、3.06%、2.09%；

（4）报告期内，公司第一大供应商为 MORIMURA BROS.,INC.，公司向其采购氧化锆粉。

请发行人：

（1）说明主要原材料的市场价格，市场价格的选取依据，发行人采购单价与市场价格的对比情况；同类材料向不同供应商采购单价是否存在差异，差异的原因及合理性；同类原材料的供应商向发行人和其他客户的销售价格是否存在较大差异；

（2）结合近期全球及国内大宗商品市场原材料价格变动情况,分析原材料价格波动对发行人履行在手订单及 2022 年经营业绩的具体影响以及发行人的应对措施；

（3）区分口腔修复材料和数字化设备说明报告期内主要原材料采购数量变动的原因及合理性，采购量与生产耗用量、对应产品产量是否匹配；

（4）说明采购集中度较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致；

（5）说明外协加工的主要内容，是否涉及核心生产工序，主要外协加工企业的基本情况，外协加工企业是否主要为发行人提供服务，外协加工企业与发行人的合作历史以及与发行人及其关联方是否存在关联关系；

（6）说明境外采购的原材料类别、数量、金额及其占比，主要供应商名称，是否构成产品的核心零部件，贸易摩擦、海外疫情、汇率变动、货运紧张等事项对发行人采购的影响；

（7）说明原材料采购是否存在受制于上游氧化锆粉厂商以及数字化设备厂商的情况，是否存在供应商依赖以及不能稳定获得原材料供应的风险，是否可能对发行人持续经营能力构成重大不利影响；

（8）按照主要原材料分类说明前五大供应商的基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式等，报告期内各主要供应商采购金额、次序变动的原因及合理性；供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或同业竞争关系、其他利益安排；发行人采购占主要供应商销售同类产品的占比；

（9）说明报告期各期供应商的数量，并对供应商按适当的采购金额标准进

行分层，列示不同层级的供应商数量、采购金额及占比；新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况、新增供应商的开拓过程；报告期内贸易类供应商数量及变动情况，向贸易类供应商采购金额和比例；同一类产品向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格的差异和合理性；说明主要供应商是否存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形及合理性，是否存在利益输送的情形，与发行人及其关联方之间是否存在关联关系或利益安排。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表意见，说明中介机构对发行人报告期内向供应商采购真实性的核查过程、结论，包括但不限于核查方式、各种方式下核查供应商家数、标的选择方法、核查采购金额占比、核查结果，并说明相关核查是否充分。

回复：

一、说明主要原材料的市场价格，市场价格的选取依据，发行人采购单价与市场价格的对比情况；同类材料向不同供应商采购单价是否存在差异，差异的原因及合理性；同类原材料的供应商向发行人和其他客户的销售价格是否存在较大差异；

（一）主要原材料的市场价格，市场价格的选取依据，发行人采购单价与市场价格的对比情况；同类材料向不同供应商采购单价存在差异的原因及合理性

1、氧化锆粉

报告期内，发行人向主要供应商采购氧化锆粉的单价情况如下表所示：

单位：元/kg、%、kg

供应商名称	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	平均采购单价	采购数量占比	采购数量	平均采购单价	采购数量占比	采购数量
江西赛瓷材料有限公司	141.64	60.03	113,874.10	151.66	52.04	189,058.00
MORIMURA BROS.,INC.	456.42	21.03	39,900.00	504.59	28.01	101,780.00
河北恒博新材料科技股份有限公司	123.89	17.12	32,475.00	121.40	16.43	59,675.00
广东华旺锆材料有限公司	-	-	-	258.41	2.80	10,176.00
其他	144.98	1.81	3,438.71	141.59	0.72	2,628.20

合计	204.87	100.00	189,687.81	248.48	100.00	363,317.20
供应商名称	2020 年度			2019 年度		
	平均采购单价	采购数量占比	采购数量	平均采购单价	采购数量占比	采购数量
江西赛瓷材料有限公司	157.38	38.47	132,812.00	168.10	26.38	72,517.46
MORIMURA BROS.,INC.	553.92	24.68	85,200.00	578.43	16.22	44,600.00
河北恒博新材料科技股份有限公司	120.43	18.09	62,450.00	121.29	22.95	63,100.00
广东华旺锆材料有限公司	247.44	18.77	64,793.80	267.16	34.45	94,695.50
其他	-	-	-	-	-	-
合计	265.46	100.00	345,255.80	258.05	100.00	274,912.96

因为齿科用氧化锆粉不属于标准化的产品，其不同供应商的氧化锆粉采用不同的材料配比和加工工艺，故市场上不存在较为统一的公开市场价格。根据国瓷材料于 2021 年 10 月 27 日在投资者互动平台披露的信息，国瓷材料氧化锆粉销售均价约为 20 万元/吨，约 200 元/kg，与发行人自国内供应商处采购氧化锆粉的平均价格不存在重大差异。

发行人向不同供应商采购氧化锆粉的平均单价存在差异，主要原因系不同供应商销售的氧化锆粉在制备工艺上有所区别，使得粉体在透度、烧结窗口、稳定性等方面的性能均有所不同，导致最终价格有所差异，不同氧化锆粉性能指标具体如下表所示：

供应商名称	粉体制备工艺	制备工艺成本	粉体透度 (%)	氧化钇含量*	烧结窗口	批次稳定性	主要用于生产的产品
广东华旺锆材料有限公司	水解-共沉淀法	中等	46±0.5	~3mol%	较宽	较低	白盘
河北恒博新材料科技股份有限公司	共沉淀法	较低	45±0.5	~3mol%	较窄	中等	白盘
江西赛瓷材料有限公司	水解-共沉淀法为主，少数采用共沉淀法	中等	46±0.5 至 52±1	~3mol% 至 ~5.5mol%	中等	较高	单色、渐变（SHTM 型号等）
MORIMURA BROS.,INC.	水解法	较高	48±0.5 至 52±1	~4.3mol% 至 ~5.5mol%	较宽	较高	渐变（绚彩 3D Pro）

数据来源：供应商产品手册与公司整理。

*注：供应商除向发行人销售钇稳定氧化锆粉体外，还销售少量未含有氧化钇的氧化锆粉体，此处仅列示钇稳定氧化锆粉体的含钇量区间。

不同类型的氧化锆产品目标客户和产品效果存在一定差异，相对应的，针对不同产品，公司会综合采购成本、粉体性能等因素选择最适合生产相应产品的粉体供应商进行采购。因此，公司向不同供应商采购氧化锆粉的单价存在差异的情况具有一定的商业合理性。

2、数字取像设备

报告期内，发行人向主要供应商采购数字取像设备的单价情况如下表所示：

单位：元/套、%、套

供应商名称	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	平均采购单价	采购数量占比	采购数量	平均采购单价	采购数量占比	采购数量
先临三维科技股份有限公司	29,908.19	87.29	508	30,407.56	68.17	996
深圳市菲森科技有限公司	15,205.15	9.45	55	21,718.88	16.36	239
上海韩极医疗科技有限公司	-	-	-	55,101.02	10.88	159
国药集团广东医疗器械供应链有限公司	-	-	-	161,061.95	0.41	6
上海复星医疗系统有限公司	-	-	-	-	-	-
其他	100,316.72	3.26	19	109,720.01	4.18	61
合计	30,817.29	100.00	582	35,521.63	100.00	1,461
供应商名称	2020 年度			2019 年度		
	平均采购单价	采购数量占比	采购数量	平均采购单价	采购数量占比	采购数量
先临三维科技股份有限公司	37,087.54	88.45	628	27,425.61	75.33	284
深圳市菲森科技有限公司	-	-	-	-	-	-
上海韩极医疗科技有限公司	60,176.99	0.28	2	-	-	-
国药集团广东医疗器械供应链有限公司	152,946.26	5.77	41	161,061.95	5.84	22
上海复星医疗系统有限公司	162,639.23	0.56	4	139,208.46	9.55	36
其他	89,481.67	4.93	35	91,880.48	9.28	35
合计	47,133.15	100.00	710	51,882.12	100.00	377

注：发行人上海韩极医疗科技有限公司采购的数字取像设备是使用进口材料和配件在国内进行组装生产的，故认定其生产地为境内，可比价格参考境内生产的数字取像设备。

根据公司供应商的报价及其对竞品价格的调研情况，数字取像设备因其产品性能和生产地有所差异，故市场参考价格存在一定程度的差异：在境内生产的数字取像设备的市场参考价格一般在 2 万元至 8 万元，在境外生产的数字取像设备的市场参考价格一般在 12 万元至 18 万元。报告期内，公司采购数字取像设备的

采购单价均处于市场参考价格区间内，不存在出现较大偏差的情况。

发行人向不同供应商采购数字取像设备的平均单价存在差异，主要有以下三方面原因：①不同供应商提供的数字取像设备在扫描速度和扫描效果等性能上有所差异，导致销售单价的不同；②不同供应商提供的数字取像设备的生产地有差异，境外生产成本较高，导致最终产品的销售单价亦会偏高。发行人向不同供应商采购的主要数字取像设备的性能差异和品牌情况具体如下表所示：

供应商名称	是否境外生产	扫描速度	扫描效果	稳定性
上海复星医疗系统有限公司	是	大约 2 分钟	较好	最好
上海韩极医疗科技有限公司	否	大约 5 分钟	一般	较好
先临三维科技股份有限公司	否	大约 1 分钟	较好	较好
深圳市菲森科技有限公司	否	大约 3 分钟	一般	一般
国药集团广东医疗器械供应链有限公司	是	大约 3 分钟	较好	最好

数据来源：供应商产品手册与公司整理。

发行人采购不同价位的数字取像设备主要有两方面原因：①为了满足不同目标客户和不同场景的需求；②为了适应公司口腔数字化设备业务发展的不同阶段。自公司数字取像设备业务发展之初，公司就以采购境内生产的数字取像设备为主。但是当时境外设备具有一定的技术优势，部分客户偏好购买性能较好但价格偏高的境外设备，故公司采购了一定数量的境外设备进行销售。随着公司数字取像设备业务的逐步开展和境内设备技术水平的不断提升，近年来越来越多的客户倾向于采购兼具优异性能和价格优势的境内设备，相对应的，公司近几年来采购的境外生产设备呈现逐年下降的趋势。综上所述，发行人向不同供应商采购数字取像设备的单价存在差异的情况具有一定的商业合理性。

3、切削设备

报告期内，发行人向主要供应商采购切削设备的单价情况如下表所示：

单位：元/套、%、套

供应商名称	2022 年 1-6 月			2021 年度		
	平均采购单价	采购数量占比	采购数量	平均采购单价	采购数量占比	采购数量
深圳市爱科赢自动化技术有限公司	60,223.35	64.88	218	66,961.49	50.50	354
VHF CAMFACTURE AG	114,027.67	25.89	87	120,674.51	34.95	245

美立得科技（深圳）有限公司	91,105.22	9.23	31	119,377.80	13.84	97
ARUM DENTISTRY Co., Ltd	-	-	-	351,938.78	0.71	5
深圳市柯乐德医疗科技有限公司	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-
合计	77,004.05	100.00	336	95,019.92	100.00	701
供应商名称	2020 年度			2019 年度		
	平均采购单价	采购数量占比	采购数量	平均采购单价	采购数量占比	采购数量
深圳市爱科赢自动化技术有限公司	74,493.82	56.96	180	-	-	-
VHF CAMFACTURE AG	109,919.65	33.23	105	110,632.37	53.89	97
美立得科技（深圳）有限公司	109,754.94	4.11	13	-	-	-
ARUM DENTISTRY Co., Ltd	378,273.94	2.22	7	374,423.06	6.67	12
深圳市柯乐德医疗科技有限公司	424,778.75	0.32	1	90,860.66	36.67	66
其他	77,876.88	3.16	10	76,991.14	2.78	5
合计	95,660.54	100.00	316	120,034.31	100.00	180

根据公司供应商的报价及其对竞品价格的调研情况，切削设备因其产品性能有所差异，故市场参考价格存在一定程度的差异：仅能够切削氧化锆、树脂和玻璃陶瓷等材料的切削设备的市场参考价格一般在 7 万元至 30 万元，具备切削金属及合金材料的切削设备的市场参考价格一般在 30 万元至 50 万元。报告期内，公司采购切削设备的采购单价基本处于市场参考价格区间内，仅深圳市爱科赢自动化技术有限公司 2021 年度和 2022 年 1-6 月存在采购价格低于市场参考价格区间的情况，主要系发行人为该供应商的单一客户，该供应商仅为发行人提供定制化生产的产品，发行人对其议价能力较强。2021 年度发行人向深圳市爱科赢自动化技术有限公司采购数量较 2020 年度有较大比例提升，相对应享受一定的价格折扣，平均采购单价有所下降；随着口腔行业国产化进程的不断演进，越来越多的客户倾向于选择性能良好、功能实用、价格低廉的切削设备，2022 年 1-6 月，发行人根据市场需求，进一步加大了对深圳市爱科赢自动化技术有限公司切削设备的采购，其生产成本降低，故给予发行人更大的折扣力度，使得发行人对其的平均采购单价持续下降。

发行人向不同供应商采购切削设备的平均单价存在差异，主要有以下三方面

原因：①不同供应商提供的切削设备不仅在性能上有所差异，而且在加工材料的种类、附加功能方面均有不同，导致价格存在差异；②由于部分供应商仅有发行人一个主要客户，仅为发行人提供定制化生产的产品，发行人对其议价能力较强，故此类供应商的平均采购单价存在偏低的情况；③2020 年，发行人向深圳市柯乐德医疗科技有限公司采购的一台切削设备价格明显高于 2019 年对其采购的平均单价和同期对其他供应商的采购平均单价，主要原因系该设备是根据下游客户的特殊需求进行采购的具备切削多种金属和合金材料功能的高端切削机，具备该功能的切削机对切削机主轴、控制系统、设备稳定性等方面的要求均高于发行人此前采购的切削机，属于偶发性采购，故采购价格偏高。发行人向不同供应商采购的主要切削设备的性能、功能差异具体如下表所示：

供应商名称	加工材料	主轴转速 (rpm)	加工精度 (μm)	差异化功能
ARUM DENTISTRY Co., Ltd	氧化锆、玻璃陶瓷、 树脂、钛、钴铬、镍 铬合金等	2,000-60,000	5	具备切削金属桥架和 种植杆卡的功能。
VHF CAMFACTURE AG	氧化锆、玻璃陶瓷、 树脂、钛等	60,000-80,000	3	-
美立得科技（深圳） 有限公司	氧化锆、树脂等	60,000	5-8	具备自动更换料盘的功能，能够实现 24 小时无人自动加工。
深圳市爱科赢自动化 技术有限公司	氧化锆、树脂等	60,000	8	配备半盘夹具，材料 利用率更高。
深圳市柯乐德医疗 科技有限公司	钛、氧化锆、树脂、 玻璃陶瓷等	60,000	10	-

数据来源：供应商产品手册与公司整理。

针对不同目标客户的需求，发行人会综合考虑供应商的生产能力、技术水平、制造成本等多方面因素，选择最优的切削设备供应商进行采购。因此，发行人向不同供应商采购切削设备的单价存在差异的情况具有一定的商业合理性。

（二）同类原材料的供应商向发行人和其他客户的销售价格存在差异的原因

公司供应商出于商业保密方面的考虑并未直接提供销售同类产品至其他客户的价格情况，但是保荐人、申报会计师及发行人律师对上述供应商进行访谈核查，上述供应商对销售同类产品至发行人与其他客户的价格差异情况进行确认。其中，大部分供应商确认同类原材料向发行人和其他客户的销售价格基本一致；MORIMURA BROS.,INC.、江西赛瓷材料有限公司和 VHF CAMFACTURE AG

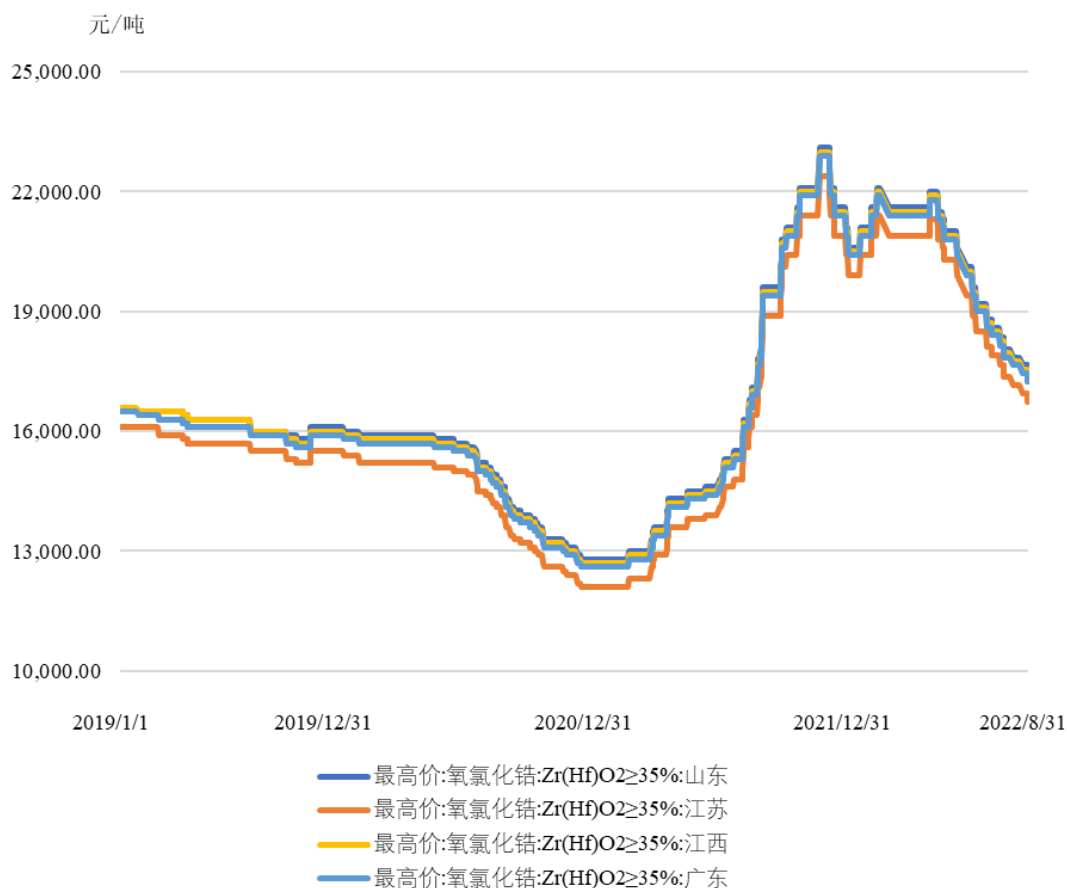
等供应商出于发行人采购量和合作关系等方面考虑,会给予发行人一定的折扣优惠,但是与其他客户的销售价格不存在较大差异;深圳市爱科赢自动化技术有限公司和美立得科技(深圳)有限公司等供应商因为仅有发行人一个主要客户,故不存在向其他同类型客户的销售价格。

综上所述,报告期内,同类原材料的供应商向公司和其他客户销售同类产品的价格不存在重大差异,价格差异主要系采购量、合作关系等因素,价格差异具有合理性。

二、结合近期全球及国内大宗商品市场原材料价格变动情况,分析原材料价格波动对发行人履行在手订单及 2022 年经营业绩的具体影响以及发行人的应对措施;

(一) 近期全球及国内大宗商品市场原材料价格变动对发行人履行在手订单及 2022 年经营业绩的具体影响

氧氯化锆是制备氧化锆最主要的原材料,2019 年 1 月 1 日至 2022 年 8 月 31 日,国内各地氧氯化锆成交最高价走势情况如下:



数据来源：Wind

如上图所示，报告期内，国内市场氧氯化锆的价格呈现先降后升的趋势，2019 年氧氯化锆的价格整体呈下降趋势，2020 年第四季度持续下跌后达到低点后持续升高，2021 年下半年至 2022 年 8 月氧氯化锆的价格在高位波动后回落。

2019 年至 2021 年，公司原材料的采购单价始终相对稳定；2022 年 1-6 月，公司原材料的采购单价有所下降主要是由于公司替换了售价较高的氧化锆粉的供应商，同时，人民币对日元持续升值，导致公司对日本供应商的平均采购单价降低。具体情况如下表所示：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	平均价格（元/kg）	采购数量（kg）	平均价格（元/kg）	采购数量（kg）	平均价格（元/kg）	采购数量（kg）	平均价格（元/kg）	采购数量（kg）
氧化锆粉	204.87	189,687.81	248.48	363,317.20	265.46	345,255.80	258.05	274,912.96

从上表可知，氧氯化锆价格的波动并未对公司采购造成较大的不利影响，主要原因系：

1、氧化锆粉存在沉淀法、水热法、水解法等多种制备技术路线中，制备氧化锆粉的原材料除氧氯化锆外，还包括液氨、氧化钇等辅料和能源消耗等其他成本，在制备氧化锆粉体的过程中，生产相同质量的氧化锆粉体，无论是高端氧化锆粉供应商还是中低端氧化锆粉供应商，消耗的氧氯化锆的质量基本相同。同时，高端氧化锆粉供应商的产品因为其粉体在透度、烧结窗口、稳定性方面的优势，其售价远高于中低端氧化锆粉供应商。由于氧氯化锆成本占高端氧化锆产品售价的比例较低，氧氯化锆的价格波动对高端的氧化锆粉供应商的产品价格影响较小；

2、氧氯化锆的价格波动对中低端的氧化锆粉供应商的产品价格会产生一定影响，但由于齿科用氧化锆粉市场正处于快速增长中，为保证其市场占有率，中低端氧化锆粉供应商在定价过程中除考虑成本因素外，仍会综合考虑客户的采购数量、客户的行业地位，在保证自身一定合理毛利率的情况下对不同客户进行差异化定价，对大客户则以维持稳定的合作关系为目标进行定价，爱迪特作为在齿科行业具有较强行业影响力，且采购规模较大的采购商，供应商对其的定价策略未体现成本上升的影响亦具有一定的商业合理性；

3、公司制定了合理的采购策略主动对供应端成本进行管理，一方面公司积

极与多家供应商进行产品的适配，寻求兼具价格和性能优势的原材料，保证自身以市场最优的价格获取最具性能优势的原材料产品；另一方面，公司加大了对重要供应商的采购规模、优化了对部分重要供应商的付款条件，使得公司能够以较低的价格进行采购并保证货源供应。

从经营业绩上看，尽管氧氯化锆价格上升，公司 2021 年及 **2022 年上半年** 营业收入和净利润（剔除股份支付影响）均实现大幅增长，氧氯化锆的价格波动并未对公司的经营业绩造成重大不利影响。2022 年初以来，**氧氯化锆的价格处于高位波动后持续下降，并未出现继续上升的态势**；同时，公司也延续了此前的采购管理模式，并维持合理的存货水平，保证在手订单及时交付。综上所述，虽然报告期内存在氧氯化锆的价格上涨的情形，但是，发行人通过积极主动的管理措施尽量降低不利影响，预计氧氯化锆的价格波动不会对发行人履行在手订单及 2022 年经营业绩造成重大不利影响。

（二）发行人应对全球及国内大宗商品市场原材料价格变动的措施

虽然**大宗商品市场原材料价格近期的波动**并未显著影响公司的业务以及日常经营，但是公司为有效应对原材料价格波动风险采取了如下措施：

1、在供应商选择机制上，筛选合格供应商，在保证采购产品质量的基础上进行比价，选择价格较低、合作稳定的供应商。在后续的合作中，公司不断加强与供应商的战略合作，在公司采购规模不断扩大情况下，议价能力逐步加强，能够降低采购成本；

2、公司与部分重要供应商合作时会**提前达成意向，尽早签订合同**以锁定价格和货源供应，防止上游原材料价格的波动对公司采购造成不利的影响；

3、公司持续进行设备及工艺的改进和优化，提高生产效率和良品率，进一步提高原材料的利用率，使生产单位产品的原材料耗用量有所下降，通过降本增效的方式对冲原材料价格的不利波动。

三、区分口腔修复材料和数字化设备说明报告期内主要原材料采购数量变动的原因及合理性，采购量与生产耗用量、对应产品产量是否匹配；

（一）口腔修复材料的原材料采购数量变动原因及合理性，采购量与生产耗用量、对应产品产量的匹配关系

报告期内，公司口腔修复材料相关的采购主要是氧化锆粉，其采购量、消耗量及产品产量的变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
采购量（吨）①	189.69	363.32	345.26	274.91
总消耗量（吨）②	216.55	361.10	315.57	252.57
产成品数量（万块）③	56.28	96.85	82.45	69.22
采购量-产成品数量比例 （④=①/③）	3.37	3.75	4.19	3.97
总消耗量-产成品数量比例 （⑤=②/③）	3.85	3.73	3.83	3.65
总消耗量-采购量比例 （⑥=②/①）	1.14	0.99	0.91	0.92

氧化锆粉是生产氧化锆瓷块最主要的原材料，报告期内，氧化锆粉的采购量随着氧化锆瓷块的产量和销量的增加而上升；**2019 年至 2021 年**，公司氧化锆粉采购量与生产耗用量、对应产品产量的比值均维持在一个较为稳定的区间，匹配性较强。**2022 年 1-6 月**，公司为减少原材料储备造成的资金占用，调整了原材料的备货模式，减少了氧化锆粉采购量，导致氧化锆粉采购量与产成品数量和氧化锆粉消耗量有所波动。但是，氧化锆粉消耗量和产成品数量的比例依旧保持稳定。

（二）数字化设备的原材料采购数量变动原因及合理性，采购量与生产耗用量、对应产品产量的匹配关系

报告期内，公司数字化设备相关的采购主要是切削设备和数字取像设备，其中切削设备的采购量为 180 套、316 套、701 套和 **336 套**；数字取像设备的采购量为 377 套、710 套、1,461 套和 **582 套**。公司并不直接参与切削设备、数字取像设备的生产流程，故不涉及生产消耗，采购量与产成品数量相等。

报告期内，发行人口腔数字化设备收入为 5,205.78 万元、9,255.12 万元、19,345.47 万元和 **7,365.87 万元**，相关业务持续扩张，故口腔数字化设备的采购

数量逐年增加。

四、说明采购集中度较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致；

报告期内，公司向前五大供应商的采购情况如下表所示：

单位：万元、%

年份	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占比
2022 年 1-6 月	1	MORIMURA BROS., INC.	氧化锆粉	1,821.12	15.04
	2	先临三维科技股份有限公司	数字化设备	1,633.88	13.50
	3	江西赛瓷材料有限公司	氧化锆粉	1,612.88	13.32
	4	深圳市爱科赢自动化技术有限公司	数字化设备	1,332.87	11.01
	5	VHF CAMFACTURE AG	数字化设备	1,002.58	8.28
	合计			7,403.33	61.15
年份	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占比
2021 年度	1	MORIMURA BROS.,INC.	氧化锆粉	5,135.68	17.13
	2	先临三维科技股份有限公司	数字化设备	3,335.53	11.12
	3	VHF CAMFACTURE AG	数字化设备	2,976.64	9.93
	4	江西赛瓷材料有限公司	氧化锆粉	2,867.31	9.56
	5	深圳市爱科赢自动化技术有限公司	数字化设备	2,393.83	7.98
	合计			16,708.98	55.73
2020 年度	1	MORIMURA BROS.,INC.	氧化锆粉	4,719.43	21.18
	2	先临三维科技股份有限公司	数字化设备	2,392.75	10.74
	3	江西赛瓷材料有限公司	氧化锆粉	2,090.25	9.38
	4	广东华旺锆材料有限公司	氧化锆粉	1,603.29	7.20
	5	深圳市爱科赢自动化技术有限公司	数字化设备	1,356.49	6.09
	合计			12,162.21	54.58
2019 年度	1	MORIMURA BROS.,INC.	氧化锆粉	2,579.82	15.86
	2	广东华旺锆材料有限公司	氧化锆粉	2,529.87	15.55
	3	VHF CAMFACTURE AG	数字化设备	1,250.48	7.69
	4	江西赛瓷材料有限公司	氧化锆粉	1,219.04	7.49
	5	先临三维科技股份有限公司	数字化设备	911.74	5.60
	合计			8,490.93	52.19

报告期内，公司向前五大供应商采购金额占总采购金额的比例分别为 52.19%、54.58%、55.73%和 **61.15%**，主要采购的内容为氧化锆粉和数字化设备。

公司氧化锆粉的供应商集中度较高的主要原因系：（1）公司主打的产品需要高端的氧化锆粉作为原材料，然而国内外能够提供高端氧化锆粉的厂商数量较少，故公司在高端氧化锆粉的采购上会较为集中（2）氧化锆粉系公司氧化锆瓷块生产的主要原材料，采购集中度较高可提高对供应商议价能力，有利于公司生产成本控制；（3）原材料的稳定性对产品品质稳定性至关重要，供应商集中可以提升原材料稳定性，避免公司生产的不同批次氧化锆瓷块产品性能不稳定，影响客户的使用体验。

公司数字化设备的采购也较为集中，主要原因系：（1）发行人主要参与产品设计和需求汇总，不直接参与设备的生产流程，故需要与代工厂商进行合作，长期稳定的合作更有利于供应商理解公司的理念和需求；（2）公司同一种类型的设备若选择多个供应商供货，则各个供应商均需要针对发行人的需求和设计进行产品定制化生产，对产品的品控和成本都会造成不利影响。

公司的同行业可比公司爱尔创 2015 年、2016 年及 2017 年 1-9 月向其前五大供应商采购的金额占总采购金额的比例分别为 60.74%、59.82%及 72.14%，供应商集中度亦较高，故发行人供应商的集中度符合行业惯例。

五、说明外协加工的主要内容，是否涉及核心生产工序，主要外协加工企业的基本情况，外协加工企业是否主要为发行人提供服务，外协加工企业与发行人的合作历史以及与发行人及其关联方是否存在关联关系

（一）外协加工的主要内容，是否涉及核心生产工序

在口腔修复材料玻璃陶瓷生产流程中，公司出于提高生产效率、受限于生产及仓储场地面积制约、匹配公司产能需求量的考虑，将部分非核心生产工艺通过外协加工模式进行委托加工。

玻璃陶瓷产品生产工艺包括称量、混料、高温熔融、渣料制备、二次熔融、浇铸成型、机加工、高温成核、粘接、印刷包装等工序。其中，发行人自主研发了原材料配方，并承担高温熔融、渣料制备等核心生产工序。由于公司当下的生产及加工规模已不能满足公司业务发展的需要，且报告期各期，玻璃陶瓷产品营收增长较快，故公司采取外协生产模式补充产能缺口。外协加工企业主要承担二次熔融、浇铸成型、机加工等非核心生产工序。发行人对外协加工企业各批次样品

均进行详细、完整的质量检测，以保证产品稳定可控。

（二）外协加工企业的基本情况，是否主要为发行人提供服务

报告期内，公司向供应商 A 采购玻璃陶瓷外协加工。供应商 A 主要从事光学玻璃材料的研制、生产和加工，不存在主要为发行人提供服务的情形。

（三）外协加工企业与发行人的合作历史以及与发行人及其关联方是否存在关联关系

2018 年 9 月，发行人与供应商 A 通过行业展会首次建立业务联系，其后正式开展业务交流、调研及产品考察准入程序。2019 年 2 月，发行人与供应商 A 正式开展外协加工合作。报告期内采购金额分别为 215.62 万元、682.70 万元及 746.21 万元和 **458.41 万元**。供应商 A 与发行人及其关联方不存在关联关系。

六、说明境外采购的原材料类别、数量、金额及其占比，主要供应商名称，是否构成产品的核心零部件，贸易摩擦、海外疫情、汇率变动、货运紧张等事项对发行人采购的影响

发行人生产经营过程中涉及境外厂商生产的重要原材料主要为氧化锆粉、釉料、切削设备、数字取像设备等，其中氧化锆粉为公司构成产品的核心原材料，切削设备、数字取像设备公司为向供应商提出需求后整机采购。报告期内，公司境外采购的原材料类别、数量、金额及其占比如下：

（一）氧化锆粉

期间	主要供应商名称	采购数量 (千克)	金额 (万元)	占同类原材料 采购比例
2022 年 1-6 月	MORIMURA BROS., INC.	39,900.00	1,821.12	46.86%
2021 年	MORIMURA BROS.,INC.	101,780.00	5,135.68	56.89%
2020 年	MORIMURA BROS.,INC.	85,200.00	4,719.43	51.49%
2019 年	MORIMURA BROS.,INC.	44,600.00	2,579.82	36.37%

（二）切削设备

期间	主要供应商名称	采购数量 (台)	金额 (万元)	占同类原材料 采购比例
2022 年 1-6 月	VHF CAMFACTURE AG	87	992.04	38.34%
2021 年	VHF CAMFACTURE AG	245	2,956.53	44.39%

期间	主要供应商名称	采购数量 (台)	金额 (万元)	占同类原材料 采购比例
	ARUM DENTISTRY Co., Ltd	5	175.97	2.64%
	小计	250	3,132.50	47.03%
2020 年	VHF CAMFACTURE AG	105	1,154.16	38.18%
	ARUM DENTISTRY Co., Ltd	7	264.79	8.76%
	小计	112	1,418.95	46.94%
2019 年	VHF CAMFACTURE AG	97	1,073.13	49.67%
	ARUM DENTISTRY Co., Ltd	12	449.31	20.80%
	小计	109	1,522.44	70.46%

(三) 数字取像设备

期间	主要供应商名称	采购数量 (台)	金额 (万元)	占同类原材料 采购比例
2022 年 1-6 月	-	-	-	-
2021 年	-	-	-	-
2020 年	-	-	-	-
2019 年	3shape Inc.	5	30.74	1.57%

注：上述境外供应商指产品发出地为中国大陆以外的境外区域

上述境外厂商生产稳定，同时于国内及各国之间均设立多家代理商可进行采购。自贸易摩擦、海外疫情出现以来，境外主要供应商供货稳定，能充分满足公司产品生产及销售需求，未受到显著影响，价格稳定，正常供应。

七、说明原材料采购是否存在受制于上游氧化锆粉厂商以及数字化设备厂商的情况，是否存在供应商依赖以及不能稳定获得原材料供应的风险，是否可能对发行人持续经营能力构成重大不利影响

(一) 主要原材料氧化锆粉相关情况

报告期内，公司向主要氧化锆粉供应商采购额占氧化锆粉总采购额的比例情况如下：

单位：%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
MORIMURA BROS.,INC.	46.86	56.89	51.49	36.37
江西赛瓷材料有限公司	41.50	31.76	22.81	17.18
河北恒博新材料科技股份有限公司	10.35	8.02	8.21	10.79

广东华旺锆材料有限公司	-	2.91	17.49	35.66
合计	98.72	99.59	100.00	100.00

注：受同一控制的供应商已合并计算采购额。

报告期内，公司氧化锆粉供应商较为集中，自四个主要供应商采购氧化锆粉的金额占氧化锆粉总采购金额的比例分别为 100.00%、100.00%、99.59%和 **98.72%**。报告期内，公司自广东华旺锆材料有限公司采购占比逐渐降低，自江西赛瓷材料有限公司采购占比逐渐升高，主要原因系江西赛瓷材料有限公司供应的氧化锆粉在满足公司相关氧化锆产品性能要求的同时，平均单价较广东华旺锆材料有限公司低，加大自江西赛瓷材料有限公司的采购量可有效降低公司相关品类氧化锆瓷块的单位平均成本，报告期内，公司基本完成了氧化锆粉重要供应商自广东华旺锆材料有限公司向江西赛瓷材料有限公司的转换。

报告期内，公司自 MORIMURA BROS.,INC.（以下简称“日本供应商”）采购的氧化锆粉金额占氧化锆粉总采购额的比例分别为 36.37%、51.49%、56.89%和 **46.86%**，采购占比逐渐上升系因公司自日本供应商采购的氧化锆粉主要用于氧化锆瓷块产品中的高端渐变系列产品，该系列产品销量和销售占比逐渐增长。公司与日本供应商合作稳定，且目前已经接触境内外相关供应商并完成了对其氧化锆粉的测试，测试情况良好，满足公司对相关氧化锆粉的要求。公司积极储备备选供应商，即使未来公司与日本供应商之间的合作产生预期之外的不利情况，亦不会对公司生产经营造成重大不利影响。

报告期内，虽公司氧化锆粉供应商较为集中，但公司对相关供应商不形成重大依赖。境内外氧化锆粉供应商数量较多，且公司在报告期内主动进行了自广东华旺锆材料有限公司到江西赛瓷材料有限公司的转换；此外，公司积极储备可替代日本供应商的备选供应商，即使未来公司与日本供应商之间的合作产生预期之外的不利情况，亦不会对公司生产经营造成重大不利影响。公司原材料采购不存在受制于上游氧化锆粉厂商的情况，对发行人持续经营能力不构成重大不利影响。

（二）口腔数字化设备相关情况

公司口腔数字化设备采购不存在受制于上游供应商的情况，不存在供应商依赖的风险，对公司持续经营能力不构成重大不利影响。具体原因包括：

1、公司口腔数字化设备主要包括切削设备和数字取像设备，相关产品市场

供应充足，供应商众多，不存在受制于特定上游供应商的情况；

2、近年来，随着国内相关领域厂商的迅速发展，公司以往通过境外采购的部分口腔数字化设备开始转为向境内生产厂商进行采购，在供货的及时性和稳定性方面有所提升；

3、公司具备在齿科行业深耕多年的相关优势，在与相关供应商合作时具备较强主动性。

综上，公司原材料采购不存在受制于上游氧化锆粉厂商以及口腔数字化设备厂商的情况，不存在供应商依赖以及不能稳定获得原材料供应的风险，对发行人持续经营能力不构成重大不利影响。

八、按照主要原材料分类说明前五大供应商的基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式等，报告期内各主要供应商采购金额、次序变动的原因及合理性；供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或同业竞争关系、其他利益安排；发行人采购占主要供应商销售同类产品的占比

（一）按照主要原材料分类说明前五大供应商的基本情况、合作历史、采购方式、采购内容、定价方式、结算方式等

报告期内，公司按照主要原材料类别区分的前五大供应商及其基本情况如下：

1、口腔修复材料

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	采购占比	成立时间	股权结构/实际控制人	合作历史	主营业务	采购方式	定价方式	结算方式
2022年1-6月	1	MORIMURA BROS., INC.	氧化锆粉	1,821.12	45.61%	1876年10月	森村裕介	2008年1月开始合作	主要业务内容为耐火物原料、航空机材、金属、电子工业用原材料及产品、化学用品、机械工厂、香料及食品、生活用品等进出口及日本国内销售	商务洽谈	根据市场行情及年度用量,签订年度采购合同及年度价格	预付货款
	2	江西赛瓷材料有限公司	氧化锆粉	1,612.88	40.40%	2005年11月23日	刘琪 69.52%、刘天楠 19.05%、李红娟 11.43%	2017年10月开始合作	高科技陶瓷材料、新能源材料、金属材料、复合材料、建筑材料及其原材料生产、销售及进出口贸易	商务洽谈	根据市场行情及年度用量,签订年度采购合同及年度价格	发货对账后付款
	3	河北恒博新材料科技股份有限公司	氧化锆粉	402.35	10.08%	2010年11月8日	骆树立 73.32%、李庆丰 14.95%、骆利军 11.73%	2011年9月开始合作	高纯氧化铝、高纯氧化锆、高纯氧化物材料、保温材料研发、生产、销售	商务洽谈	根据市场行情及年度用量,签订年度采购合同及年度价格	发货对账后付款
	4	DENTAURUM GmbH & Co. KG	釉料	64.91	1.63%	1886年	Mark Stephen Pace	2019年9月开始合作	口腔正畸、修复等相关原材料销售	商务洽谈	成本测算定价	发货对账后付款
	5	Jensen Industries Inc.	釉料	40.79	1.02%	1976年3月5日	Tony Schittina	2017年8月开始合作	齿科材料、齿科设备的生产以及销售	商务洽谈	成本测算定价	预付货款
2021	1	MORIMURA BROS., INC.	氧化锆粉	5,135.68	51.63%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/(一)/1、/2022年1-6月”						

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	采购占比	成立时间	股权结构/ 实际控制人	合作历史	主营业务	采购方式	定价方式	结算方式
2019年	2	江西赛瓷材料有限公司	氧化锆粉	2,867.31	28.82%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
	3	河北恒博新材料科技股份有限公司	氧化锆粉	724.42	7.28%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
	4	DENTAURUM GmbH & Co. KG	釉料	459.82	4.62%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
	5	Jensen Industries Inc.	釉料	458.38	4.61%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
2020年	1	MORIMURA BROS.,INC.	氧化锆粉	4,719.43	45.90%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
	2	江西赛瓷材料有限公司	氧化锆粉	2,090.25	20.33%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
	3	广东华旺锆材料有限公司	氧化锆粉	1,603.29	15.59%	1995年3月9日	蓝洁90.20%、蓝倩9.80%	2008年10月开始合作	锆系列产品及制品、陶瓷原料及制品、工业颜料的研发、生产及销售	商务洽谈	根据市场行情及年度用量，签订年度采购合同及年度价格	预付50%货款、次月支付尾款
	4	河北恒博新材料科技股份有限公司	氧化锆粉	752.10	7.32%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
	5	DENTAURUM GmbH & Co. KG	釉料	559.09	5.44%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
2019年	1	MORIMURA BROS.,INC.	氧化锆粉	2,579.82	33.55%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
	2	广东华旺锆材	氧化锆粉	2,529.87	32.90%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	采购占比	成立时间	股权结构/ 实际控制人	合作历史	主营业务	采购方式	定价方式	结算方式
		料有限公司										
	3	江西赛瓷材料有限公司	氧化锆粉	1,219.04	15.85%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
	4	河北恒博新材料科技股份有限公司	氧化锆粉	765.36	9.95%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						
	5	Jensen Industries Inc.	釉料	588.65	7.65%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/1、/2022年1-6月”						

2、口腔数字化设备

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购内容	采购金额	采购占比	成立时间	股权结构/ 实际控制人	合作历史	主营业务	采购方式	定价方式	结算方式
2022年1-6月	1	先临三维科技股份有限公司	数字取像设备	1,519.34	29.05%	2004年12月3日	控股股东：杭州永盛控股有限公司； 实际控制人：李诚	2017年4月开始合作	3D打印机、三维数字化设备的生产、加工、服务、批发、零售；计算机软件技术的服务、开发	商务洽谈	根据市场行情及年度用量，签订年度采购合同及年度价格	货到付款
	2	深圳市爱科赢自动化技术有限公司	切削设备	1,312.87	25.11%	2018年8月30日	章明众 100.00%	2020年4月开始合作	自动化设备、工业机器人、数控机床、3D打印机、3D扫描仪及零部件技术开发和销售	商务洽谈	根据市场行情及年度用量签订采购合同，双方协商确认年度价格	货到付款
	3	VHF CAMFACTURE AG	切削设备	992.04	18.97%	1990年	Frank Benzinger 与 Maria Brandenberger	2017年8月开始合作	控制电子设备、切削工具的开发和制造	商务洽谈	根据市场行情及年度用量签订采购合同，双方	预付货款

											协商确认年度价格	
	4	天津市凯恒电热技术有限公司	烧结设备	314.47	6.01%	2005年9月16日	邵金琴 60.00%、宋桂荣 40.00%	2017年8月开始合作	电炉技术开发、研制及相关的技术咨询服务；炉具及配件加工、销售	商务洽谈	根据市场行情及年度用量确认采购价格	预付50%货款、货到后支付尾款
	5	美立得科技（深圳）有限公司	切削设备	282.43	5.40%	2019年9月18日	赵丹妮 51.00%、杨晓宏 49.00%	2020年8月开始合作	机械设备、自动化设备及周边配套设备和零配件的研发、销售、租赁	商务洽谈	根据市场行情及年度用量签订采购合同，双方协商确认年度价格	预付50%货款、次月支付尾款
2021年	1	先临三维科技股份有限公司	数字取像设备	3,028.59	22.91%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022年1-6月”						
	3	VHF CAMFACTURE AG	切削设备	2,956.53	22.37%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022年1-6月”						
	3	深圳市爱科赢自动化技术有限公司	切削设备	2,370.44	17.93%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022年1-6月”						
	4	美立得科技（深圳）有限公司	切削设备	1,157.96	8.76%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022年1-6月”						
	5	上海韩极医疗科技有限公司	数字取像设备	876.11	6.63%	2019年3月28日	上海松佰牙科器械有限公司 90.00%、YUN CHANG BAE 10.00%	2020年12月开始合作	医疗器械销售与货物进出口	商务洽谈	根据市场行情及年度用量，签订年度采购合同及年度价格	货到付款
2020年	1	先临三维科技股份有限公司	数字取像设备	2,329.10	31.91%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022年1-6月”						

2019 年	2	深圳市爱科赢自动化技术有限公司	切削设备	1,340.89	18.37%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022 年 1-6 月”						
	3	VHF CAMFACTURE AG	切削设备	1,154.16	15.81%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022 年 1-6 月”						
	4	国药集团广东医疗器械供应链有限公司	数字取像设备	627.08	8.59%	2015 年 10 月 20 日	中国医疗器械有限公司 100.00%	2019 年 1 月开始合作	国内贸易、经营进出口业务、医疗器械的销售和租赁、医疗器械的检测、维修	商务洽谈	根据市场行情及年度用量，签订年度采购合同及年度价格	预付货款
	5	天津市凯恒电热技术有限公司	烧结设备	422.91	5.79%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022 年 1-6 月”						
	1	VHF CAMFACTURE AG	切削设备	1,073.13	20.81%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022 年 1-6 月”						
	2	先临三维科技股份有限公司	数字取像设备	778.89	15.10%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022 年 1-6 月”						
	3	天津市凯恒电热技术有限公司	烧结设备	648.74	12.58%	参见本问询回复之“14. 关于采购和供应商/八、/（一）/2、/2022 年 1-6 月”						
	4	深圳市柯乐德医疗科技有限公司	切削设备	599.68	11.63%	2013 年 2 月 20 日	丁宇彬 80.00%、深圳爱尔创数字口腔有限公司 15.00%、深圳青云投资服务合伙企业（有限合伙）5.00%	2017 年 7 月开始合作	医疗器械的开发、生产与销售	商务洽谈	根据市场行情及年度用量签订采购合同，双方协商确认年度价格	预付 50% 货款，次月支付尾款
	5	上海复星医疗系统有限公司	数字取像设备	501.15	9.72%	2000 年 1 月 20 日	复锐医疗科技（天津）有限公司 100.00%	2017 年 9 月开始合作	第一、第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营	商务洽谈	根据市场行情及年度用量确认采购价格	预付 90% 货款，货到后支

												付 尾 款

(二) 报告期内各主要供应商采购金额、次序变动的原因及合理性

1、口腔修复材料

单位：万元

供应商名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析
	原材料采购金额	排名	原材料采购金额	排名	原材料采购金额	排名	原材料采购金额	排名	
MORIMURA BROS.,INC.	1,821.12	1	5,135.68	1	4,719.43	1	2,579.82	1	-
江西赛瓷材料有限公司	1,612.88	2	2,867.31	2	2,090.25	2	1,219.04	3	该供应商 2019-2021 年采购金额逐年上升,主要原因系以该供应商原材料生产的产品型号市场需求增加,且该供应商产品质量与价格具备一定的竞争优势,存在一定的采购倾斜
河北恒博新材料科技股份有限公司	402.35	3	724.42	3	752.10	4	765.36	4	-
DENTAURUM GmbH & Co. KG	64.91	4	459.82	4	559.09	5	-	-	该供应商 2020 年采购金额显著上升,主要原因系 2020-2021 年该供应商推出口腔材料釉料套盒,除制作义齿所需釉料外还包含相关配套工具,市场推广情况较好、市场需求增多,故增加了向其采购的金额
Jensen Industries Inc.	40.79	5	458.38	5	-	-	588.65	5	该供应商为公司釉料的重要供应商之一,报告期内根据其配套氧化锆材料的销售情况排名略有波动,稳定为公司口腔修复材料原材料前十大供应商
广东华旺锆材料有限公司	-	-	-	-	1,603.29	3	2,529.87	2	该供应商 2018-2019 年供货质量及规模资质等有较大竞争优势,采购金额较为稳定;2020 年后该供应商供货良品率出现较大下滑,与其他供应商相比质量及价格方面均不具备竞争优势,故采购额逐步下降

2、口腔数字化设备

单位：万元

供应商名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析
	原材料采购金额	排名	原材料采购金额	排名	原材料采购金额	排名	原材料采购金额	排名	
先临三维科技股份有限公司	1,519.34	1	3,028.59	1	2,329.10	1	778.89	2	-
VHF CAMFACTURE AG	992.04	3	2,956.53	2	1,154.16	3	1,073.13	1	该供应商与发行人保持稳定良好的合作，其排名略微下滑主要原因系深圳市爱科赢所生产的切削设备市场需求量较大，增速较快。
深圳市爱科赢自动化技术有限公司	1,312.87	2	2,370.44	3	1,340.89	2	-	-	2019 年发行人发力口腔数字化设备销售业务，希望快速打开切削机市场，该供应商此时已有满足发行人所需条件的成熟产品在市场销售，经过测试与多方对比后选择该供应商作为切削设备的重要供应商
美立得科技（深圳）有限公司	282.43	5	1,157.96	4	-	-	-	-	2020 年发行人根据市场调研及市场需求寻找具备自动换盘切削设备生产能力的供应商，该供应商拥有此专利基础同时于业务合作、价格质量等方面具备竞争优势，故与该供应商达成合作。
上海韩极医疗科技有限公司	-	-	876.11	5	-	-	-	-	该供应商主要供应高端口扫设备。随着发行人临床椅旁系统产品线的丰富及客户类型的拓展，需要开拓包含高端口扫的产品线，故双方达成合作，向其设备采购增长。
国药集团广东医疗器械供应链有限公司	-	-	-	-	627.08	4	-	-	该供应商为 3shape Inc.国内代理商，由于 2021 年不再代理 3shape Inc.的口扫设备，故向其采购金额下降。
天津市凯恒电热技术有限	314.47	4	-	-	422.91	5	648.74	3	该供应商专精于烧结设备生产技术，目前产

供应商名称	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年		次序变动情况分析
	原材料采购金额	排名	原材料采购金额	排名	原材料采购金额	排名	原材料采购金额	排名	
公司									生处于向大规模生产的过渡阶段，2020 年因为疫情原因产能受到影响，导致供应数量降低
深圳市柯乐德医疗科技有限公司	-	-	-	-	-	-	599.68	4	该供应商 2019-2020 年初与公司进行了小批量的产品合作，但是由于其产品质量较不稳定、技术及售后服务不符合公司要求，故不再向其采购。
上海复星医疗系统有限公司	-	-	-	-	-	-	501.15	5	该供应商为 3shape Inc.国内代理商，由于 2020 年不再代理 3shape Inc.的口扫设备，故向其采购金额下降。

（三）供应商及其关联方与发行人是否存在关联关系或同业竞争关系、其他利益安排

报告期内，发行人各品类前五大供应商及其关联方与发行人不存在关联关系，发行人控股股东与实际控制人所控制的企业与发行人供应商无重合情况，不存在同业竞争关系、其他利益安排。

（四）发行人采购占主要供应商销售同类产品的占比

单位：万元

主要供应商	主要采购内容	采购金额				占主要供应商销售同类产品的比例
		2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年	
MORIMURA BROS.,INC.	氧化锆粉	1,821.12	5,135.68	4,719.43	2,579.82	低于供应商销售同类产品的 10%
江西赛瓷材料有限公司	氧化锆粉	1,612.88	2,867.31	2,090.25	1,219.04	约占供应商销售同类产品的 20%
河北恒博新材料科技股份有限公司	氧化锆粉	402.35	724.42	752.10	765.36	约占供应商总销售收入的 2.3%
广东华旺锆材料有限公司	氧化锆粉	-	262.96	1,603.29	2,529.87	约占供应商总销售收入的 5%
Jensen Industries Inc.	釉料	40.79	460.95	547.30	592.31	低于供应商销售同类产品的 5%
DENTAURUM GmbH & Co. KG	釉料	64.91	459.82	559.09	7.08	约占供应商总销售收入的 3%
深圳市爱科赢自动化技术有限公司	切削设备	1,332.87	2,393.83	1,356.49	-	约占供应商总销售收入的 90%
VHF CAMFACTURE AG	切削设备	1,002.58	2,976.64	1,165.60	1,250.48	低于供应商销售同类产品的 10%
美立得科技（深圳）有限公司	切削设备	294.83	1,164.41	142.78	-	约占供应商销售同类产品的 80%-90%
深圳市柯乐德医疗科技有限公司	切削设备	0.15	1.65	56.08	645.04	约占供应商总销售收入的 5%
先临三维科技股份有限公司	数字取像设备	1,633.88	3,335.53	2,392.75	911.74	低于供应商销售同类产品的 10%
上海韩极医疗科技有限公司	数字取像设备	-	885.72	12.04	-	约占供应商销售同类产品的 30%
国药集团广东医疗器械供应链有限公司	数字取像设备	4.05	103.56	648.97	354.38	约占供应商总销售收入的 4%
上海复星医疗系统有限公司	数字取像设备	5.02	123.40	121.65	527.48	约占供应商总销售收入的 4%
天津市凯恒电热技术有限公司	烧结设备	333.29	870.93	462.61	685.69	约占供应商销售同类产品的 80%

九、说明报告期各期供应商的数量，并对供应商按适当的采购金额标准进行分层，列示不同层级的供应商数量、采购金额及占比；新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况、新增供应商的开拓过程；报告期内贸易类供应商数量及变动情况，向贸易类供应商采购金额和比例；同一类产品向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格的差异和合理性；说明主要供应商是否存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形及合理性，是否存在利益输送的情形，与发行人及其关联方之间是否存在关联关系或利益安排

（一）说明报告期各期供应商的数量，并对供应商按适当的采购金额标准进行分层，列示不同层级的供应商数量、采购金额及占比

报告期各期，与公司存在交易往来的供应商的数量分别为 724 家、991 家、1,071 家及 525 家。供应商按适当的采购金额标准进行分层，列示不同层级的供应商数量、采购金额及占比如下：

采购金额	2022 年 1-6 月			2021 年		
	数量	采购金额 (万元)	占比	数量	采购金额(万元)	占比
500 万元(含)以上	5	7,380.08	60.96%	12	22,208.78	74.07%
100 万元(含)-500 万元	11	2,986.88	24.67%	21	4,898.67	16.34%
10 万元(含)-100 万	42	1,436.64	11.87%	72	2,051.04	6.84%
小于 10 万	467	303.29	2.51%	966	824.20	2.75%
合计	525	12,106.90	100.00%	1,071	29,982.69	100.00%
采购金额	2020 年			2019 年		
	数量	采购金额 (万元)	占比	数量	采购金额(万元)	占比
500 万元(含)以上	11	16,497.07	74.04%	11	12,379.83	76.10%
100 万元(含)-500 万元	16	3,190.52	14.32%	11	2,118.10	13.02%
10 万元(含)-100 万	60	1,806.28	8.11%	48	1,273.10	7.83%
小于 10 万	904	787.52	3.53%	654	497.51	3.06%
合计	991	22,281.40	100.00%	724	16,268.54	100.00%

报告期内，2019-2021 年公司采购金额在 500 万以上供应商数量稳定在 11 家左右，为公司主要产品的重要供应商，2022 年 1-6 月由于采购期间不足一年，

故各层级采购金额所对应的供应商数量相比于 2019-2021 年全年略低，公司与上述主要供应商合作稳定，各供应商采购金额占比与去年同期基本可比；采购金额在 100-500 万之间的次级供应商报告期内供应商数量及占当期采购金额比例逐年上升。上述两级供应商在报告期内采购占比之和于 90% 上下波动，为公司的主要采购合作伙伴，2022 年 1-6 月公司依然稳定向其采购相关产品，与主要供应商合作情况未发生重大变动。由于 2020 年公司的订单量快速增长，原材料的采购规模增加，因此报告期内针对上述主要供应商的采购金额逐年增加。

采购金额处于 10 万至 100 万层级的供应商为公司在主要供应商之外原材料采购的重要补充，报告期内采购金额占比于 8% 上下波动。该层级的供应商出于新供应商开拓以及降低成本的目的进行合作。同时，该类供应商也作为应对突发情况的应急供应商，亦为公司重要的供应渠道。

采购金额低于 10 万的供应商，主要涉及的物料类别为测试样品，办公劳保，零散一次性物料等。公司 2022 年针对一次性采购供应商进行优化，对采购金额较小、频率较低的供应商进行管理，故 2022 年 1-6 月供应商数量下降。

（二）新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况、新增供应商的开拓过程

1、新增供应商数量、对应新增供应商采购金额占比和变动情况

报告期内发行人主要供应商较为集中，其中有 57 家供应商与发行人采购合作较为密切，各期占比分别为 92.31%、91.95%、92.73% 及 **92.48%**，均超过 90%。其余供应商采购金额较小，与其合作主要系日常生活用品采购等支出。

上述 57 家供应商在报告期内变动情况如下：

期间	新增供应商数量（家）	新增供应商主要采购内容	对应采购金额（万元）	占比
2019 年	11	釉料、切削设备、数字取像设备、车针	1,059.82	6.51%
2020 年	11	切削设备、数字取像设备、车针	2,144.00	9.62%
2021 年	6	数字取像设备	1,510.23	5.04%
2022 年 1-6 月	4	烧结设备	990.62	8.18%

公司采购的原材料的种类较多，供应商数量也较多，结构较为分散。2019 年、2020 年、2021 年及 **2022 年 1-6 月**，公司新增供应商数量分别为 11 家、11

家、6家及4家，新增供应商采购金额分别为1,059.82万元、2,144.00万元、1,510.23万元及990.62万元，占比较低。报告期内，公司与主要供应商保持长期稳定的合作关系，同时公司也会基于质量、价格、服务等多方面的因素定期对供应商进行考核评价，不断优化供应商结构。

2、新增供应商的开拓过程

公司按照不同类型的供应商的开拓过程情况如下：

（1）口腔修复材料类

①备选供应商寻求及初步调查：由采购部针对公司实际需求编制《供应商开发计划》，并负责洽谈与初步调查，编制《供应商调查表》；

②备选供应商样品检测及现场考察：初步接洽后，由采购部负责提交《样品交接单》，研发部、质检部或其他需求部门测试后出具《样品测试报告》。采购部根据样品测试报告结果，甄选符合公司生产标准的供应商，组织采购部、质量部（如需）、需求部门（设备能源部、研发部等）对供应商现场进行现场审核，最终采购部得出《供应商现场评价表》和《供应商现场审核报告》。

③合格供应商初次评审：针对通过测试及现场考核的供应商，由采购部主导，需求部门（设备能源、研发部、质量部等）对供应商进行初次评审，根据所提供材料质量、良品率、价格，以及公司交货及时性、供货条件及资信、经营状况等进行实时管理和综合评价等情况形成《供方调查评价表》。

④合格供应商新增纳入：采购部根据《供方调查评价表》内容进行评定后，报送至采购部分管负责人进行审核，审核通过后纳入为公司新增供应商。

（2）口腔数字化设备类

①备选供应商寻求及初步调查：由需求部门针对目前产品缺口编制《供应商开发计划》报送至采购部，由采购部负责洽谈与初步调查，编制《供应商调查表》；

②备选供应商现场考察及设备检测：初步接洽后，由需求部门组织采购部、质检部对供应商现场进行现场审核，最终采购部得出《供应商现场评价表》和《供应商现场审核报告》。供应商现场审查后，采购部负责提交《样品交接单》，研发部、质检部或其他需求部门测试后出具《设备测试报告》。

③合格供应商初次评审：针对通过测试及现场考核的供应商，由采购部主导对供应商进行初次评审，根据所提供设备的质量、价格，以及公司专利情况、交货及时性、供货条件及资信、经营状况等进行实时管理和综合评价等情况形成《供方调查评价表》。

④合格供应商新增纳入：采购部根据《供方调查评价表》内容进行评定后，报送至采购部分管负责人进行审核，审核通过后纳入为公司新增供应商。

（三）报告期内贸易类供应商数量及变动情况，向贸易类供应商采购金额和比例

报告期内，公司主要原材料供应商较为集中，其中向贸易类供应商的数量、采购金额及采购占比情况如下：

单位：家、万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
数量	15	25	21	17
采购金额	2,093.24	7,308.09	6,398.74	4,395.38
贸易类供应商采购金额占比	17.29%	24.37%	28.72%	27.02%

（四）同一类产品向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格的差异和合理性

1、氧化锆粉

单位：万元、吨、元/千克

供应商类别	2022 年 1-6 月			2021 年		
	金额	数量	单价	金额	数量	单价
贸易类供应商	1,821.12	39.9	456.42	5,135.68	101.78	504.59
终端供应商	2,065.08	149.79	137.87	3,891.90	261.54	148.81
供应商类别	2020 年			2019 年		
	金额	数量	单价	金额	数量	单价
贸易类供应商	4,719.43	85.20	553.92	2,579.82	44.60	578.43
终端供应商	4,445.64	260.06	170.95	4,514.26	230.31	196.01

报告期内，发行人氧化锆粉中贸易类供应商为 MORIMURA BROS.,INC.。向该供应商采购单价较高的原因系该供应商所供氧化锆粉稳定性、质量及良品率

高于终端供应商，在工艺上具有竞争优势。公司高端产品绚彩 3D Pro 即为使用该供应商所供锆粉制作，利用其制作出的氧化锆瓷块在烧结稳定性、成色质量方面均有明显优势。

MORIMURA BROS.,INC.成立于 1876 年，为日本的大型贸易商社，代理多家日本大型陶瓷厂家的对外贸易活动。根据日本地区普遍商业模式，原料生产工厂较少直接参与海外贸易，而是委托专业海外贸易公司进行销售。

发行人通过 MORIMURA BROS.,INC.所购买的氧化锆粉生产商为 TOSOH CORPORATION,上述两家日本企业氧化锆粉相关产品的代理合作历史近 30 年。TOSOH CORPORATION 作为化工类产品生产商，其氧化锆粉类产品不直接面向终端销售，而是通过 MORIMURA BROS.,INC.代理其在日本国内、韩国、印度、中国、东南亚等国的产品销售。保荐人及申报会计师通过查阅 MORIMURA BROS.,INC.与 TOSOH CORPORATION 签署的委托代理协议，确认双方合作关系真实有效，且代理资质仍在有效期内。

2、切削设备

报告期内，发行人切削设备供应商均为终端供应商，不存在与贸易商合作切削设备采购的情况。

3、数字取像设备

单位：万元、台、万元/台

供应商类别	2022 年 1-6 月			2021 年		
	金额	数量	单价	金额	数量	单价
贸易类供应商	190.60	19	10.03	1,642.04	226	7.27
终端供应商	1,602.96	563	2.85	3,547.67	1,235	2.87
供应商类别	2020 年			2019 年		
	金额	数量	单价	金额	数量	单价
贸易类供应商	1,017.36	82	12.41	1,146.33	88	13.03
终端供应商	2,329.10	628	3.71	809.63	289	2.80

报告期内，发行人数字取像设备贸易供应商采购单价高于终端类供应商。主要原因系贸易类供应商所代理销售的主要产品为 3shape Inc.所生产的高端台扫、口扫设备，产品单价较高；终端类供应商主要为先临三维科技股份有限公司，其

所售产品与 3shape Inc.定位客户群体不同，产品单价较低。

（五）说明主要供应商是否存在成立时间较短即与发行人合作且采购金额较大的情形及合理性，是否存在利益输送的情形，与发行人及其关联方之间是否存在关联关系或利益安排

主要供应商中成立时间较短即与发行人合作的具体情况及原因如下：

序号	客户名称	成立时间	开始合作时间	注册成立当年或次年即成为发行人供应商的原因
1	河北恒博新材料科技股份有限公司	2010 年	2011 年 9 月	该客户成立于 2010 年 11 月，其前身为河北鹏达新材料科技有限公司成立于 2001 年 2 月 25 日。该客户业务员于 2007 年通过展会与发行人达成业务联系并开展业务往来。
2	美立得科技（深圳）有限公司	2019 年	2020 年 8 月	2020 年发行人寻找具备自动换盘切削设备生产能力的供应商，该供应商有此专利基础同时于业务合作、价格质量等方面具备竞争优势，故与该供应商达成合作。
3	上海韩极医疗科技有限公司	2019 年	2020 年 12 月	该客户与公司于 2020 年展会推广时达成商务联系，后续通过双方接洽沟通达成年度合作协议

上述供应商与发行人交易真实，双方合作具备合理性。经核查，发行人与上述供应商不存在利益输送的情形，与发行人及其关联方之间不存在关联关系及利益安排。

十、请保荐人、申报会计师对上述事项发表意见，说明中介机构对发行人报告期内向供应商采购真实性的核查过程、结论，包括但不限于核查方式、各种方式下核查供应商家数、标的选择方法、核查采购金额占比、核查结果，并说明相关核查是否充分

（一）对发行人报告期内向供应商采购真实性的核查情况

针对发行人报告期内向供应商采购的真实性，保荐人、申报会计师主要履行了以下核查程序：

- 1、了解和评价发行人与采购相关的关键内部控制的设计和运行有效性。
- 2、选取样本，检查与采购付款相关的支持性单据，包括采购合同或订单、采购入库单、采购发票、银行付款回单等，检查采购入库的时点、数量和金额是否正确。

3、取得并查阅发行人采购明细表，对发行人财务负责人、采购负责人进行访谈，核查报告期内发行人主要原材料采购价格变动情况，主要原材料向前五大供应商采购情况，发行人前五大供应商次序变动情况及变动原因等。

4、获取供应商清单，通过可获得的公开资料查阅公司报告期各期主要供应商的工商登记资料，核查该等供应商是否与公司及其董事、监事、高级管理人员存在关联关系。

5、对发行人报告期各期的供应商采购金额、应付账款余额实施函证程序，核查采购金额确认的准确性。报告期各期针对采购金额的发函情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
发函数量（家）	16	14	24	20
发函金额（A）	9,985.00	21,756.12	19,009.58	14,136.42
采购金额（B）	12,499.35	29,982.69	22,281.40	16,268.54
回函确认金额（C）	9,985.00	21,756.12	19,009.58	14,136.42
发函比例（D=A/B）	79.88	72.56	85.32	86.89
回函确认比例（E=C/A）	100.00	100.00	100.00	100.00

保荐人、申报会计师以应付账款余额大小、采购发生额大小及供应商性质等维度选取样本对供应商实施函证程序，函证控制过程有效，核查方法执行有效，选取样本量充足，经核查不存在异常情形。

6、对发行人的供应商进行实地走访或视频访谈，了解其基本情况、与公司的交易规模占其同类产品销售的比例情况、合作历史、合作内容、定价公允性等情况，确认其与发行人是否存在关联关系、非经营性资金往来及其他利益安排等。具体核查金额及比例如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
核查供应商数量（家）	21	21	18	15
核查供应商的采购金额	9,318.00	24,061.90	17,399.61	12,836.09
其中：现场走访	8,211.67	19,535.29	14,477.81	10,357.55
视频访谈	1,106.33	4,526.61	2,921.80	2,478.54
当期采购金额	12,499.35	29,982.69	22,281.40	16,268.54

占当期采购金额的比例	74.55	80.25	78.09	78.90

保荐人、申报会计师以对供应商采购发生额的大小、供应商性质等维度选取样本对供应商进行访谈，因受新冠疫情影响，采取实地走访和视频走访相结合的方式，对于视频访谈的对象，获取其身份证复印件、名片或工作证明予以确认。

（二）关于供应商核查充分性的意见

保荐人、申报会计师通过上述函证、走访及细节测试等方式对发行人采购的真实性进行了核查，经核查，保荐人、申报会计师认为：发行人报告期内向供应商的采购真实，相关核查充分。

十一、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行的核查程序包括：

1、取得并复核发行人采购明细表，统计并分析报告期内发行人向主要氧化锆粉供应商及口腔数字化设备供应商的采购情况；

2、访谈发行人相关管理人员，了解发行人与相关供应商的合作历史、市场上相关可替代供应商的可选择情况、未来与主要供应商的合作预期及如与相关供应商的合作发生不利变化的备选方案情况；

3、走访发行人主要原材料的主要供应商，确认发行人采购价格与供应商其他客户采购价格是否存在较大差异；

4、查阅公司主要原材料的采购和耗用数据、主要产品的产量数据，分析采购量与生产耗用量、对应产品产量是否匹配以及各期采购金额波动是否合理；

5、查阅外协加工费相关的主要采购合同、发票和银行回单等原始凭证，核实外协加工的真实性；

6、查询企查查（<https://www.qcc.com/>）和国家企业信用信息公示系统等公开信息并访谈公司主要原材料的主要供应商，确认供应商的注册资本、主营业务、双方合作时间、交易真实性、关联关系等情况；

7、查阅发行人不同层级、不同类型供应商的数量和采购情况、新增供应商

数量及采购情况，对发行人采购负责人进行访谈，了解报告期内发行人新增供应商开拓过程，同一类产品向贸易类供应商采购和向终端供应商采购价格的差异和合理性以及部分供应商成立时间较短即成为发行人主要供应商的合理性；

8、查阅公司境外采购数据，了解公司境外采购的原材料类别、数量、金额及最终供应商等情况；查询相关研究报告、贸易政策、海关政策等公开信息，分析贸易摩擦、海外疫情、汇率变动和海运紧张等事项对发行人采购的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、公司主要原材料向不同供应商采购单价的差异具有合理性；同类原材料的供应商向公司和其他客户的销售价格存在一定差异，但是不存在重大差异；

2、上游原材料市场价格变动目前对公司原材料采购价格的影响程度较低；公司已采取有效应对措施，原材料价格变动对发行人履行在手订单及 2022 年经营业绩影响较小；

3、发行人口腔修复材料相关的采购量、生产耗用量和对应产品产量匹配性较好，采购量持续上升主要系公司口腔修复材料业务今年持续扩张所致；发行人不直接参与数字化设备的生产，故不存在生产耗用量，采购量与对应产品产量相等，采购量增加的主要原因系发行人数字化设备业务规模增长；

4、发行人采购集中度较高具有一定合理性，符合行业惯例；

5、发行人原材料采购是不存在受制于上游氧化锆粉厂商以及数字化设备厂商的情况，不存在供应商依赖以及不能稳定获得原材料供应的风险，不存在可能对发行人持续经营能力构成重大不利影响的风险；

6、公司出于提高生产效率、受限于生产及仓储场地面积制约、匹配公司产品需求量的考虑，将部分非核心生产工艺通过外协加工模式进行委托加工；外协加工企业与发行人及其关联方不存在关联关系。

15.关于主营业务成本

招股说明书披露：

(1) 报告期内，公司主营业务成本分别为 9,162.63 万元、14,448.00 万元、20,657.16 万元和 23,565.83 万元；

(2) 报告期内，公司产品按照是否自主生产可分为自产产品和外采产品，其中自产产品的营业成本由直接材料、直接人工、制造费用构成。

请发行人：

(1) 说明自产产品和外采产品的范围，与发行人主要产品类别的具体关系；

(2) 说明直接材料中各原材料成本的构成，结合主要原材料的采购数量、价格变动情况、主要产品的产销量和库存情况等说明报告期内直接材料变动的合理性；

(3) 结合报告期内生产人员人数、平均工资的变动说明直接人工变动合理性，说明报告期内生产人员的平均工资以及与当地和同行业平均工资水平的比较情况；

(4) 说明制造费用的明细及各部分变动原因；

(5) 说明各类别产品的直接材料、直接人工和制造费用金额及占比，报告期内各类别产品成本构成变动的原因及合理性；

(6) 结合生产模式和业务流程，说明产品成本的主要核算方法和核算过程，成本是否按照不同产品清晰归类，产品成本确认与计量的完整性与合规性，产品销售发出与相应成本结转、收入确认是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明自产产品和外采产品的范围，与发行人主要产品类别的具体关系

报告期内，发行人自产产品和外采产品的范围及与发行人主要产品类别的具体关系如下：

产品类型	产品范围	产品类别
自产产品	氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、树脂等	口腔修复材料
	口腔正畸产品、口腔预防产品等	其他产品及服务
	部分型号烧结设备和齿科打印设备	口腔数字化设备

外采产品	切削设备、数字取像设备、烧结设备等	口腔数字化设备

报告期内，发行人自产产品主要为氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、树脂产品，对应产品类别中的“口腔修复材料”；除此之外，公司还自产口腔正畸产品、口腔预防产品等，该等产品产量及销售规模相对较小，对应产品类别中的“其他产品及服务”；2022年公司开始销售自主研发和生产的 CFP-200 烧结设备及 CPD-100 齿科打印设备，因此 2022 年 1-6 月自产产品中新增烧结设备与齿科打印设备等口腔数字化设备产品。

发行人存在无需进行生产加工、直接对外销售的外采产品，主要包括切削设备、数字取像设备、烧结设备等，对应产品类别中的“口腔数字化设备”。同时，公司存在部分外采产品如牙模盒、玻璃陶瓷切削用冷却液等，根据产品类型划分至“口腔修复材料”与“其他产品及服务”。

二、说明直接材料中各原材料成本的构成，结合主要原材料的采购数量、价格变动情况、主要产品的产销量和库存情况等说明报告期内直接材料变动的合理性

发行人外采产品不涉原材料成本的构成，因此以下分析仅涉及自产产品。

（一）直接材料中各原材料成本的构成

发行人自产产品直接材料中各原材料的构成如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
氧化锆粉	5,127.37	78.61	9,757.91	79.31	7,395.44	83.82	6,536.17	88.41
釉料	493.42	7.56	1,095.52	8.90	714.67	8.10	448.02	6.06
玻璃陶瓷材料	470.73	7.22	807.54	6.56	244.35	2.77	95.71	1.29
其他材料	431.41	6.61	642.58	5.22	468.87	5.31	313.25	4.24
合计	6,522.93	100.00	12,303.55	100.00	8,823.32	100.00	7,393.15	100.00

注：发行人将委托加工费计入玻璃陶瓷材料成本核算，因此玻璃陶瓷材料包括玻璃陶瓷粉原料金额与委托加工费金额，下同。

报告期内，发行人生产所需的主要原材料为氧化锆粉，占自产产品营业成本的比例分别为 88.41%、83.82%、79.31%和 78.61%，占比呈下降趋势，主要原因

系：1、氧化锆粉采购平均单价有所下降，由 2019 年度的 25.80 万元/吨下降到 2022 年 1-6 月的 20.49 万元/吨；2、随着公司业务规模的扩大，产品结构不断丰富，其他产品如玻璃陶瓷、其他产品及服务等业务收入不断增长。

（二）主要原材料的采购数量、价格变动情况对成本的影响

报告期内，公司产品生产所需主要原材料氧化锆粉、釉料的采购数量、采购金额及采购平均单价的变动情况如下：

项目	2022 年 1-6 月			2021年度		
	金额	数量	平均单价	金额	数量	平均单价
氧化锆粉（单位：万元、吨、万元/吨）	3,886.20	189.69	20.49	9,027.58	363.32	24.85
釉料（单位：万元、千克、万元/千克）	106.31	75.53	1.40	920.22	658.87	1.40
项目	2020年度			2019年度		
	金额	数量	平均单价	金额	数量	平均单价
氧化锆粉（单位：万元、吨、万元/吨）	9,165.06	345.26	26.55	7,094.08	274.91	25.80
釉料（单位：万元、千克、万元/千克）	1,116.27	743.68	1.50	595.83	374.92	1.59

2019 年度至 2021 年度，随着产品销售规模的增长，公司主要原材料的采购金额整体呈上升趋势。2020 年度，公司主要原材料采购金额和采购数量增加较多，主要原因系基于对疫情影响以及因物流紧张导致原材料采购周期延长等不确定因素的预判，公司适当增加了主要原材料库存储备。由于 2020 年度采购备料，2021 年度主要原材料采购量与 2020 年基本持平。2022 年 1-6 月，公司主要原材料采购金额有所下降，主要原因系一方面原材料采购平均单价有所下降；另一方面，公司不断加强库存管理，合理优化库存数量，做好安全库存管理与生产采购，以进一步提高存货周转率与资金使用率。

采购价格方面，报告期内，公司自境内外采购氧化锆粉的平均单价均持续下降，但由于境外采购金额占比不断上升，2020 年度氧化锆粉整体采购平均单价较 2019 年度出现一定程度上涨，具体情况参见本问询回复之“10.关于收入/一、/（一）”；报告期内，公司主要原材料氧化锆粉、釉料的采购平均单价整体呈下降趋势，主要原因系：1、原材料供应相对充足，公司采购量较大，具有较强的议价能力；2、公司向产品性价比更高的供应商进行氧化锆粉采购，采购平均单

价有所下降；3、公司境外采购的氧化锆粉主要向日本供应商采购，2021 年以来日元兑人民币汇率持续下降，导致公司采购平均单价下降。

（三）主要产品的产销量和库存情况对成本影响

报告期内，发行人主要产品氧化锆瓷块和玻璃陶瓷的产量、销量及库存情况如下：

单位：万块

产品名称	项目	2022 年 1-6 月	2021年度	2020年度	2019年度
氧化锆瓷块	期初库存量	11.31	10.79	7.73	6.69
	本期产量	56.28	96.85	82.45	69.22
	本期销量	52.76	93.24	75.73	65.74
	其他领用	1.22	3.09	3.66	2.43
	期末库存量	13.61	11.31	10.79	7.73
玻璃陶瓷	期初库存量	8.62	9.68	2.98	0.12
	本期产量	39.67	67.12	27.36	7.62
	本期销量	39.71	67.99	20.24	4.64
	其他领用	0.14	0.20	0.41	0.13
	期末库存量	8.43	8.62	9.68	2.98

注：其他领用主要系用于展会展销、测试试验、客户试用等。

报告期内，公司主要产品的产量、销量及库存量的对应勾稽关系匹配。各主要产品的直接材料成本与产销量变动情况分析如下：

1、氧化锆瓷块

报告期内，氧化锆瓷块的销量分别为 65.74 万块、75.73 万块、93.24 万块和 52.76 万块，2020 年度及 2021 年度氧化锆瓷块销量分别较上年同期增长 15.20% 和 23.12%，同期直接材料下氧化锆粉成本增幅分别为 13.16%和 31.93%，二者变动趋势基本一致，但 2021 年度氧化锆粉成本的增幅高于氧化锆瓷块销售数量的增幅，主要系由于 2021 年度发行人渐变系列产品的销售占比增加所致，其营业成本占氧化锆瓷块成本的比例较 2020 年度增加 12.55%，而渐变系列产品的生产原料主要为进口氧化锆粉，采购平均单价高于其他系列产品生产使用的氧化锆粉。

2、玻璃陶瓷

报告期内，玻璃陶瓷的销量分别 4.64 万块、20.24 万块、67.99 万块和 **39.71 万块**，2020 年度及 2021 年度销量分别较上年同期增长 336.33%和 235.94%，同期直接材料下的核心主料玻璃陶瓷材料成本的增幅分别为 155.30%和 230.49%，与销量变动趋势基本一致。2020 年度玻璃陶瓷材料成本增幅小于玻璃陶瓷销量增幅，主要系由于 2019 年度玻璃陶瓷产品工艺处于发展阶段，产量较小，单位平均成本较高。

综上，随着公司主要自产产品氧化锆瓷块和玻璃陶瓷销量的增长，产品生产所用主要原材料采购金额及消耗金额增加，直接材料金额呈上升趋势。同时，受市场供求关系影响，采购价格出现小幅波动，使得直接材料在营业成本中的占比略有变动，公司直接材料的变动具备合理性。

三、结合报告期内生产人员人数、平均工资的变动说明直接人工变动合理性，说明报告期内生产人员的平均工资以及与当地和同行业平均工资水平的比较情况

（一）生产人员人数、平均工资变动情况

单位：%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020年度		2019年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
直接人工（万元）	801.42	-	1,716.71	51.58	1,132.52	52.45	742.89
直接生产人员（人）	201	-9.05	221	27.75	173	60.19	108
人均工资（万元/年）	7.97	2.63	7.77	18.59	6.55	-4.80	6.88

注 1：员工人数为各期月度总人次平均得出；

注 2：人均工资为 2022 年 1-6 月年化后的数据，下同。

报告期内，随着业务规模的扩大，公司生产运营所需的生产人员数量相应增长，导致人工成本总金额逐年上升。人工成本的变化与公司经营情况变化相符，变动较为合理。报告期内，生产人员人均工资整体呈上涨趋势。2020 年度，生产人员人均工资较上年略有下降，主要系受疫情影响，生产人员年度出勤天数减少，计件工资及奖金绩效相应减少，叠加社保费用减免所致；**2022 年 1-6 月**，生产人员数量较 2021 年度减少 9.05%，主要原因系一方面公司增加设备自动化

投入，提升生产效率；另一方面公司优化生产工艺流程，根据销售预测与生产计划，就原有工序人员配置进行了精简，人员结构得到进一步优化。

（二）生产人员的平均工资以及与当地和同行业平均工资水平的比较情况

单位：万元/年

公司名称	2022 年 1-6 月	2021年度	2020年度	2019年度
国瓷材料	-	9.21	8.42	10.66
秦皇岛城镇私营单位就业人员平均工资	-	4.78	4.53	4.35
发行人	7.97	7.77	6.55	6.88

注 1：可比公司数据来源于上市公司定期报告，生产人员平均薪酬=（应付职工薪酬本期增加额-销售费用中职工薪酬-管理费用中职工薪酬-研发费用中职工薪酬）/（（期末生产人员数+期初生产人员数）/2）；

注 2：同行业可比公司沪鸽口腔、现代牙科未披露其生产人员平均工资情况；

注 3：考虑数据的可比性，同行业公司不包括主要经营场所在境外的登士柏西诺德和英维斯塔；

注 4：秦皇岛城镇私营单位就业人员平均年薪数据来源为河北省统计局；

注 5：可比公司和河北省统计局未公布 2022 年半年度相关工资情况。

报告期内，公司生产人员年均工资低于国瓷材料但高于秦皇岛市城镇私营单位就业人员平均工资，具有较强的竞争优势。随着生产经营的持续健康发展，公司将更加重视职工工资薪酬体系建设，进一步提升公司在行业内及当地的人才吸引力。

公司生产人员平均工资低于同行业可比公司国瓷材料，一方面系由于经营范围与产品类别存在一定差异，国瓷材料主要业务为电子陶瓷介电材料、结构陶瓷材料、建筑陶瓷材料、电子金属浆料、催化材料等研发生产，其经营范围更广，所需要的各种技能生产人员更多；另一方面系由于国瓷材料的主要子公司，如深圳爱尔创等，地处一线城市，其工资水平相对较高。因此，公司的生产人员平均工资低于同行业可比公司国瓷材料具备合理性。

四、说明制造费用的明细及各部分变动原因

报告期各期，发行人生产成本中制造费用的明细如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	299.95	26.11	536.63	22.87	385.05	24.81	303.85	24.54

项目	2022 年 1-6 月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电费	117.01	10.19	193.36	8.24	138.00	8.89	123.04	9.94
物料消耗	517.91	45.09	1,282.34	54.66	817.35	52.66	650.55	52.55
折旧与摊销	138.02	12.02	231.43	9.86	146.88	9.46	107.02	8.64
办公费	19.08	1.66	24.43	1.04	10.55	0.68	7.26	0.59
其他	56.72	4.94	77.94	3.32	54.39	3.50	46.29	3.74
合计	1,148.68	100.00	2,346.14	100.00	1,552.22	100.00	1,238.01	100.00

发行人生产成本中制造费用系归集为生产产品而发生的各项间接费用，主要包括职工薪酬、电费、物料消耗、折旧与摊销等。报告期内，发行人生产成本中制造费用各部分变动的原因分析如下：

（一）职工薪酬

报告期内，发行人制造费用中职工薪酬金额分别为 303.85 万元、385.05 万元、536.63 万元和 **299.95 万元**，占制造费用的比例分别为 24.54%、24.81%、22.87% 和 **26.11%**，占比整体相对稳定，**2022 年 1-6 月职工薪酬占比有所上升**，主要原因系公司不断加强生产管理，物料消耗金额下降，间接导致职工薪酬占比上升。职工薪酬主要系车间管理人员、辅助性生产部门人员等间接生产人员的薪酬。

（二）电费

报告期内，发行人制造费用中的电费分别为 123.04 万元、138.00 万元、193.36 万元和 **117.01 万元**，占制造费用的比例分别为 9.94%、8.89%、8.24%和 **10.19%**。2020 年度及 2021 年度电费占比有所下降，主要系随着主要产品产量的增加，公司生产效率提升所致。**2022 年 1-6 月电费占比有所上升**，主要原因系一方面本期订单较多，生产排期相对充足；另一方面为扩大生产经营，公司本期新增一处厂房租赁。

（三）物料消耗

报告期内，发行人制造费用中物料消耗金额分别为 650.55 万元、817.35 万元、1,282.34 万元和 **517.91 万元**，占制造费用比例分别为 52.55%、52.66%、54.66% 和 **45.09%**。物料消耗为机器设备配置的低值易耗品、周转材料、包装物等支出，

报告期内低值易耗品费用逐年增长，主要系随着生产规模的持续扩大，相应对周转材料等低值易耗品使用量逐年增加；**2022 年 1-6 月，公司不断加强生产管理和工艺改进，包括增加自动化设备投入、由原来的小包装改为大包装，物料消耗占比降低。**

（四）折旧与摊销

报告期内，发行人制造费用中的折旧与摊销费用分别为 107.02 万元、146.88 万元、231.43 万元和 **138.02 万元**，占制造费用比例分别为 8.64%、9.46%、9.86% 和 **12.02%**。2021 年度折旧与摊销较 2020 年度增长 57.57%，主要系 2021 年新购置的生产设备计提折旧所致。**随着生产经营规模的扩大，2022 年 1-6 月公司相应增加了生产设备投入，折旧与摊销占比有所上升。**

综上所述，报告期内发行人生产成本中制造费用各明细项目占比较为稳定，相关变动符合发行人实际生产经营情况，具有合理性。

五、说明各类别产品的直接材料、直接人工和制造费用金额及占比，报告期内各类别产品成本构成变动的原因及合理性

（一）报告期内主营业务成本料工费构成及变动原因

报告期内，发行人自产产品主营业务成本构成如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	6,522.93	76.98	12,303.55	75.18	8,823.32	76.67	7,393.15	78.87
直接人工	801.42	9.46	1,716.71	10.49	1,132.52	9.84	742.89	7.92
制造费用	1,148.68	13.56	2,346.14	14.34	1,552.22	13.49	1,238.01	13.21
合计	8,473.03	100.00	16,366.40	100.00	11,508.06	100.00	9,374.05	100.00

报告期内，自产产品主营业务成本中直接材料、直接人工和制造费用的占比相对平稳，直接材料是公司自产产品主营业务成本的主要构成部分，占比分别为 78.87%、76.67%、75.18% 和 **76.98%**，占比整体略有下降，而人工成本占比整体略有上升，主要原因系一方面主要原材料氧化锆粉采购价格略有下降；另一方面正畸业务、口腔门诊业务等其他产品及服务业务的人工成本占比相对较高，而该

部分业务收入占比略有上升。

（二）主要产品直接材料、直接人工和制造费用构成及变动原因

报告期内，发行人主要自产产品直接材料、直接人工和制造费用构成如下：

单位：万元、%

产品类别	成本构成	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
氧化锆瓷块	直接材料	5,127.37	81.34	9,757.91	80.62	7,395.44	78.58	6,536.17	79.07
	直接人工	390.65	6.20	778.57	6.43	642.49	6.83	572.72	6.93
	制造费用	785.40	12.46	1,567.80	12.95	1,372.99	14.59	1,157.84	14.01
	小计	6,303.42	100.00	12,104.28	100.00	9,410.92	100.00	8,266.73	100.00
玻璃陶瓷	直接材料	470.73	69.98	807.54	63.42	244.35	65.40	95.71	61.34
	直接人工	76.36	11.35	171.04	13.43	49.35	13.21	29.54	18.93
	制造费用	125.53	18.66	294.82	23.15	79.92	21.39	30.78	19.73
	小计	672.62	100.00	1,273.40	100.00	373.61	100.00	156.03	100.00

报告期内，氧化锆瓷块产品成本中直接材料占比分别为 79.07%、78.58%、80.62%和 81.34%，直接人工占比分别为 6.93%、6.83%、6.43%和 6.20%，总体相对平稳；制造费用占比分别为 14.01%、14.59%、12.95%和 12.46%，2020 年度制造费用小幅上升，主要系受新冠疫情影响，产能利用率有所下降所致。

报告期内，玻璃陶瓷产品成本中直接材料占比分别为 61.34%、65.40%、63.42%和 69.98%，占比波动较小；2019 年度直接人工占比较高主要系玻璃陶瓷生产初期产量较低，单位产品分摊的人工投入相对较高所致。2022 年 1-6 月直接材料占比略有上升，直接人工与制造费用占比略有下降，主要原因系：1、公司生产订单量增加，生产排期饱和度上升，人力资源使用效率提升；2、新增了半自动化设备，如玻璃陶瓷柄粘接由原先的手动粘接逐步改为半自动粘接等，生产效率得以提升；3、减少包装材料使用，包括优化调整玻璃陶瓷柄的不锈钢材质型号，物料消耗下降。以上导致直接人工与制造费用占比略有下降。

六、结合生产模式和业务流程，说明产品成本的主要核算方法和核算过程，成本是否按照不同产品清晰归类，产品成本确认与计量的完整性与合规性，产品销售发出与相应成本结转、收入确认是否匹配

（一）发行人生产模式和业务流程

发行人采用以销定产结合备货生产的生产模式，即根据订单情况、当前库存状况和实际生产能力合理安排生产计划，以保证客户订单按期交付，同时满足随时快速交货的需求。在生产过程中，公司出于提高生产效率、匹配公司产能需求量的考虑，将玻璃陶瓷的部分非核心工序通过外协加工模式进行委托加工，收回产品后公司继续按照生产工艺流程完成后续生产加工。

采购物资到货后，经质检部门检验合格，由仓储部入库并录入 ERP 收发存模块的收货数据。生产领料时，按照生产任务单对应的产品所需物料清单进行领料生产，经审核确认后，生产人员领料并将领料数据录入 ERP 系统。生产入库时，质检对产品进行质量检验，合格后仓管入库。

产品销售时，由市场部根据客户订单的发货需求，制作发货单，仓储部根据已经市场部内部审核通过后的发货单进行出库发货并录入 ERP 系统的发货数据。

（二）产品成本的主要核算方法和核算过程

公司产品分为自产产品与外采产品，在日常核算过程中，主要以 ERP 系统计量各类存货的出入库成本、半成品、产成品的成本计算与结转。自产产品的成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用。外采产品成本主要为产品的采购成本。

1、自产产品成本归集及分配的方法如下：

（1）直接材料归集及分配

公司根据生产任务单，按照物料清单（BOM）领用材料，领用物料时在 ERP 系统内填写领料单，系统根据领料单填写情况统计耗用的原材料数量。各产品依据物料编码归集材料领用量。月底时，根据月末一次加权平均法确定领用物料的结转价格，按照投产数量将直接材料成本在完工产品、半成品之间分摊。

（2）直接人工归集及分配

公司直接人工归集直接从事生产人员的工资、社保、公积金、奖金等薪酬支出。月末按照各产品完工数量以及相应的实际工时合理分摊人工成本，首先按照投产产品在各车间、工序所耗用的标准工时进行分配，再根据该产品的产量在完工产品与半成品之间进行分配。

（3）制造费用归集及分配

公司制造费用归集生产环节相关的各项间接费用，主要包括折旧费、水电费、生产部门中非直接生产人员的工资薪金、物料消耗等。月末按照各产品完工数量以及相应的标准工时合理分摊人工成本，其分配方法与直接人工一致。

2、外采产品

外采产品主要为口腔数字化设备，入库成本按照采购合同成本暂估入库，收到发票后按照发票金额进行调整。

（三）成本是否按照不同产品清晰归类，产品成本确认与计量的完整性与合规性，产品销售发出与相应成本结转、收入确认是否匹配

公司在成本归集与分配中采用的会计政策符合公司的生产模式和业务流程。报告期内的成本按照不同产品物料编码归类清晰、准确、合理，产品成本确认与计量完整，直接人工、制造费用分配符合实际情况，成本核算符合企业会计准则的规定。

产品销售发出时，根据发出货物的物料编码，按照发出产品的数量及月末加权平均法核算的当月销售产品单位成本计算出发出产品成本，当月发出产品中，尚未满足收入确认条件的，公司确认为发出商品；满足收入确认条件的，公司确认为营业收入，同时根据确认数量及单价结转营业成本，公司产品发出与相应营业成本结转、收入确认具有匹配性。

综上，公司成本已按照不同产品清晰归类，产品成本确认与计量完整、合规，产品销售发出与相应成本结转、收入确认匹配。

七、核查意见

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行的核查程序包括：

1、获取发行人采购明细账，核查发行人采购情况；分析发行人原材料采购平均单价变动情况；

2、获取发行人报告期内的员工花名册，查阅同行业可比公司关于生产人员平均工资的公开资料，获取当地政府部门公开的就业人员平均工资水平数据，对比发行人生产人员平均工资变动的合理性；

3、获取发行人制造费用明细并访谈相关人员，了解制造费用变动原因；

4、获取发行人成本明细账，了解各类产品成本结构构成及其变动因素；

5、访谈发行人生产负责人及成本会计，了解发行人生产模式及成本核算方法及核算过程，核实其成本归集是否准确完整。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、公司自产产品与外采产品的分类准确，与发行人主要产品类别相关联；

2、报告期内公司主要原材料的采购数量、采购平均单价、各主要产品的产销量变动趋势与直接材料成本变动趋势基本一致，直接材料成本变动具有合理性；

3、报告期内，发行人生产人员平均工资与当地及同行业可比公司平均相比，变动具备合理性；

4、报告期内，发行人制造费用及组成部分变动与发行人实际生产经营情况相匹配，具备合理性；

5、报告期内，发行人主要产品的料、工、费总金额以及各类别产品成本构成的变动具备合理性；

6、报告期内，发行人成本按照不同产品清晰归类，产品成本确认与计量具备完整性与合规性，产品销售发出与相应成本结转、收入确认匹配。

16.关于毛利率

招股说明书披露：

（1）报告期内，公司主营业务毛利率分别为 56.80%、51.60%、42.81%和

39.58%，其中氧化锆瓷块的毛利率分别为 60.99%、61.29%、54.40%、52.40%，口腔数字化设备产品毛利率分别为 28.95%、20.46%、17.76%和 21.00%，玻璃陶瓷的毛利率分别为 46.34%、35.06%、55.48%、50.48%，其他产品及服务的毛利率为 37.79%、31.03%、33.17%、31.12%；

（2）公司选取了国瓷材料、沪鸽口腔、现代牙科、登士柏西诺德、英维斯塔作为可比上市公司，与可比公司毛利率差异的主要原因系公司各类业务收入结构、所处产业链及产品品类与同行业上市公司存在一定差异。

请发行人：

（1）结合产品结构、单价和单位成本的变动情况，量化分析报告期内氧化锆瓷块毛利率变动的原因及合理性，说明 2020 年以来毛利率下降幅度较大且持续下降的原因，是否存在毛利率持续下降的风险，相关风险的披露是否充分；

（2）结合产品结构、单价和单位成本的变动情况，量化分析报告期内口腔数字化设备产品毛利率变动的原因及合理性，说明在外采成品对外销售的情况下毛利率高于 20%的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致；

（3）说明报告期内玻璃陶瓷和其他产品及服务毛利率波动的原因及合理性；

（4）补充披露不同销售模式的毛利率对比情况，结合商业惯例给予经销商的合理利润空间幅度、不同销售模式下定价政策的差异等说明不同销售模式毛利率差异的原因及合理性；

（5）补充披露内外销毛利率的对比情况，结合境内外销售的产品类别差异、定价政策差异、汇率因素等说明内外销业务毛利率差异的原因及合理性；

（6）说明不同类型客户毛利率是否存在差异，差异的原因及合理性，报告期内主要客户的毛利率情况，不同客户之间毛利率存在差异、同一客户在报告期不同年度毛利率发生变动的原因及合理性；

（7）说明同行业可比公司的选取标准、准确性和完整性；

（8）说明发行人主要产品的毛利率与其他医疗设备上市公司毛利率是否存在差异，结合发行人的口腔修复材料和口腔数字化设备产品与其他上市公司医疗耗材和医疗设备产品的差异情况，说明毛利率差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师对发行人毛利率变动的合理性进行分析，并发表明确意见。

回复：

一、结合产品结构、单价和单位成本的变动情况，量化分析报告期内氧化锆瓷块毛利率变动的原因及合理性，说明 2020 年以来毛利率下降幅度较大且持续下降的原因，是否存在毛利率持续下降的风险，相关风险的披露是否充分

（一）氧化锆瓷块产品毛利率变动分析

1、氧化锆瓷块产品整体毛利率分析

报告期内，公司氧化锆瓷块及各系列产品毛利率情况如下：

单位：%

项目	2022 年 1-6 月			2021 年度			2020 年度			2019 年度	
	毛利率 1	毛利率 2	收入占比	毛利率 1	毛利率 2	收入占比	毛利率 1	毛利率 2	收入占比	毛利率	收入占比
白盘系列	47.57	53.25	22.11	49.01	53.83	28.23	54.48	58.31	45.95	61.17	51.73
单色系列	48.47	53.95	16.88	45.59	50.36	17.02	48.06	51.72	13.03	59.05	11.28
渐变系列	58.16	61.27	61.01	54.26	57.64	54.75	56.32	59.44	41.02	62.14	36.99
合计	54.19	58.26	100.00	51.30	55.33	100.00	54.40	57.91	100.00	61.29	100.00

注：公司因执行新收入准则，2020 年 1 月 1 日后，运费计入营业成本核算，2020 年 1 月 1 日前，运费计入销售费用核算。为保持报告期内毛利率的可比性，毛利率 1 系按照各期适用的收入准则计算得出的毛利率，毛利率 2 系假设成本中不包含运费计算得出的毛利率，下同。

报告期内，公司氧化锆瓷块毛利率分别为 61.29%、54.40%、51.30%和 54.19%，2020 年度氧化锆瓷块毛利率较 2019 年度降幅较大，主要系由于执行新收入准则，公司 2019 年度与 2020 年度、2021 年度的运费分别于销售费用和成本科目核算。剔除运费核算方式变动的影响后，报告期内公司氧化锆瓷块的毛利率分别为 61.29%、57.91%、55.33%和 58.26%，降幅较剔除前明显下降。为保持可比性，以下使用成本端剔除运费影响后计算得出的毛利率（毛利率 2）进行分析。

报告期内，剔除运费影响，公司氧化锆瓷块毛利率分别为 61.29%、57.91%、55.33%和 58.26%，2019 年度至 2021 年度呈下降趋势，主要原因系各系列产品毛利率均呈不同程度的下降趋势。其中，白盘系列产品和单色系列产品毛利率整体下降较快，而定位高端的渐变系列产品毛利率整体降幅较小。2022 年 1-6 月

较前期有所上升，主要原因系受原材料供应商变更及汇率变动、产品生产工艺改进使得生产效率较前期有较大提升等因素影响，产品单位成本下降较多。报告期内，氧化锆瓷块产品中渐变系列产品收入占比分别为 36.99%、41.02%、54.75% 和 61.01%，上升较快，随着公司产品市场竞争力增强，预计未来渐变系列产品收入占比将进一步上升，对氧化锆瓷块产品毛利率影响将持续增大。

2、氧化锆瓷块各系列产品毛利率分析

报告期内，公司氧化锆瓷块各系列产品的毛利率、销售平均单价和单位平均成本的情况如下：

单位：元/块、%

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
白盘系列	毛利率 1	47.57	-1.44	49.01	-5.47	54.48	-6.69	61.17
	毛利率 2	53.25	-0.58	53.83	-4.48	58.31	-2.86	61.17
	销售平均单价	144.86	-13.09	166.68	-21.47	212.26	-15.71	251.81
	单位平均成本 1	75.95	-10.64	84.99	-12.04	96.62	-1.19	97.79
	单位平均成本 2	67.72	-11.99	76.95	-13.04	88.49	-9.51	97.79
单色系列	毛利率 1	48.47	2.88	45.59	-2.47	48.06	-10.99	59.05
	毛利率 2	53.95	3.59	50.36	-1.36	51.72	-7.33	59.05
	销售平均单价	203.33	-7.90	220.78	-10.79	247.49	-16.94	297.95
	单位平均成本 1	104.78	-12.77	120.12	-6.56	128.55	5.35	122.02
	单位平均成本 2	93.64	-14.56	109.60	-8.28	119.49	-2.07	122.02
渐变系列	毛利率 1	58.16	3.90	54.26	-2.06	56.32	-5.82	62.14
	毛利率 2	61.27	3.63	57.64	-1.80	59.44	-2.70	62.14
	销售平均单价	536.44	-4.30	560.54	-5.03	590.22	-5.48	624.43
	单位平均成本 1	224.43	-12.47	256.41	-0.54	257.81	9.05	236.41
	单位平均成本 2	207.77	-12.49	237.43	-0.82	239.38	1.26	236.41

注 1：毛利率变动=当期毛利率-上期毛利率；

注 2：公司因执行新收入准则，2020 年 1 月 1 日后，运费计入营业成本核算，2020 年 1 月 1 日前，运费计入销售费用核算。为保持报告期内单位平均成本的可比性，单位平均成本 1 系按照各期间适用的收入准则计算得出，单位平均成本 2 系假设成本中不包含运费计算得出，下同。

报告期内，为剔除各期适用不同收入准则而对运费进行不同会计处理这一因素的影响，以下使用成本端剔除运费影响后计算得出的毛利率（毛利率 2）和单位平均成本（单位平均成本 2）进行相关分析。

（1）白盘系列产品

2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，白盘系列产品销售平均单价降幅分别为 15.71%、21.47%和 13.09%，主要原因系白盘系列为公司氧化锆瓷块基础产品，细分市场中产品差异化程度较低，竞争较为激烈，为保持市场份额，公司采取紧盯市场价格的定价策略，价格下降幅度较大。

2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，白盘系列产品单位平均成本降幅分别为 9.51%、13.04%和 11.99%，报告期各期白盘系列产品成本构成中，原材料成本占比均在 70%以上，2019 年以来，公司根据不同供应商产品的性能和价格情况，逐步对白盘系列氧化锆粉体供应商进行调整，相关氧化锆粉的采购平均单价呈下降趋势，导致公司白盘系列产品单位平均成本下降。

报告期内，因销售平均单价的降幅高于单位平均成本的降幅，白盘系列产品毛利率整体呈下降趋势。由于白盘系列产品主要面向低端市场，非公司主推的氧化锆瓷块产品系列，预计未来白盘系列产品毛利率变化对氧化锆瓷块毛利率变化的影响逐渐减小。

（2）单色系列产品

2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，单色系列产品销售平均单价降幅分别为 16.94%、10.79%和 7.90%，主要原因系单色系列为氧化锆瓷块中端产品，为扩大细分市场份额、拓展下沉市场，公司在部分市场进行了一定程度的折扣促销，特别是 2020 年度受新冠疫情影响，公司为刺激下游客户需求适当加大了单色系列产品的销售单价下降幅度。

2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，单色系列产品单位平均成本降幅分别为 2.07%、8.28%和 14.56%，报告期各期单色系列产品成本构成中，原材料成本占比均在 75%以上，2019 年以来，公司根据不同供应商产品的性能和价格情况，逐步对氧化锆粉体供应商进行调整，相关氧化锆粉的采购平均单价呈下降趋势，导致公司单色系列产品单位平均成本下降。

2019 年度至 2021 年度，因销售平均单价的降幅高于单位平均成本的降幅，单色系列产品的毛利率整体呈下降趋势。2021 年度，由于单位平均成本降幅较高，单色系列产品的毛利率趋于稳定。2022 年 1-6 月，单色系列产品销售平均

单价的降幅低于单位平均成本的降幅，毛利率较前期有小幅上升。

（3）渐变系列产品

2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月，渐变系列产品销售平均单价降幅分别为 5.48%、5.03%和 4.30%，与白盘系列和单色系列产品销售平均单价降幅相比明显较低。主要原因系渐变系列产品为公司重点推广的氧化锆瓷块高端产品，公司通过不断提升产品性能，取得市场认可，并向欧美市场大力拓展，而在折扣促销方面较为谨慎，价格下降幅度在各系列产品中最低。

2019 年度至 2021 年度，渐变系列产品单位成本基本保持稳定，发行人在持续提升其渐变产品性能的同时，有效进行了成本控制。报告期各期，渐变系列产品成本构成中，原材料成本占比均在 85%以上，2019 年度至 2021 年度，渐变系列产品单位成本较为稳定。渐变系列产品使用的氧化锆粉主要采自日本供应商，2021 年以来，受益于日元对人民币贬值影响，公司渐变系列产品单位原材料成本有所下降，导致渐变系列产品单位成本出现一定程度下降。

报告期内，渐变系列产品收入占氧化锆瓷块收入的比例分别为 36.99%、41.02%、54.75%和 61.01%，上升较快且逐渐成为氧化锆瓷块收入的最主要贡献方。随着公司市场地位持续提升，以渐变系列为代表的高端产品持续推广，预计未来渐变系列产品毛利率变化对氧化锆瓷块毛利率变化的影响程度将进一步扩大。

综上，2019 年至 2021 年，剔除运费影响后，公司氧化锆瓷块毛利率整体呈下降趋势，主要原因系白盘和单色系列产品销售平均单价降幅较大。2022 年 1-6 月，随着公司原材料价格的下降及公司产品工艺的改进，氧化锆瓷块的毛利率较前期有所回升。随着渐变系列产品销售收入占氧化锆瓷块产品销售收入比例的提升，未来渐变系列产品毛利率变化对氧化锆瓷块毛利率变化的影响程度将进一步扩大。

（二）是否存在毛利率持续下降的风险，相关风险的披露是否充分

报告期内，因 2019 年度及 2020 年度之后执行收入准则不同，运费分别在销售费用和成本科目核算，为保持各期可比，以下毛利率分析中均剔除运费对成本的影响。

2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，公司白盘系列产品毛利率较上年同期分别下降 2.86%、4.48%和 0.58%。由于白盘系列产品非公司主推的系列，在氧化锆瓷块产品中收入占比呈逐年下降趋势，由 2019 年度的 51.73%下降至 2021 年度的 28.23%，预计未来白盘系列产品毛利率变化对氧化锆瓷块毛利率变化的影响持续减小。单色系列产品毛利率较上年同期分别下降 7.33%和 1.36%，降幅逐渐缩小，2020 年度毛利率降幅较大主要系受新冠疫情影响，2022 年 1-6 月，受益于原材料成本下降，单色系列产品毛利率较 2021 年度有所回升，预计未来单色系列产品的毛利率将趋于稳定，不存在持续大幅下降的风险；渐变系列产品毛利率较上年同期分别下降 2.70%和 1.80%，2022 年 1-6 月较去年同期上升 3.63%毛利率变化水平处于合理区间，渐变系列产品差异化程度较高、市场竞争力较强，主要面向以欧洲和北美洲为代表的具有高端需求的境外客户，该等客户对价格的敏感度较低，销售平均单价下降压力较小，预计未来渐变系列产品毛利率将趋于稳定，不存在持续大幅下降的风险。

报告期内，公司氧化锆瓷块的毛利率水平分别为 61.29%、54.40%、51.30%和 54.19%，呈现先降后升的趋势。剔除运费对成本的影响后，报告期内公司氧化锆瓷块的毛利率水平分别为 61.29%、57.91%、55.33%和 58.26%，亦呈现先降后升的趋势，且 2019 年至 2021 年的下降幅度减少。报告期内，收入方面，虽然由于市场竞争和公司自身销售策略的影响，公司的各系列氧化锆瓷块产品平均单价出现一定程度的下降，但随着公司品牌影响力的逐渐增强以及公司积极调整不同系列氧化锆瓷块的销售策略，产品性能好、单价较高的渐变系列产品销售占比逐渐提升，公司氧化锆平均单价的降幅已趋缓，未来公司的氧化锆产品平均单价不存在大幅下降的风险。成本方面，公司各系列氧化锆产品的原材料成本占比均在 70%以上，报告期内，公司不断优化供应商采购单价并叠加 2021 年以来日元对人民币持续贬值的影响，氧化锆粉采购平均单价整体呈下降趋势，分别为 25.80 万元/吨、26.55 万元/吨、24.85 万元/吨和 20.49 万元/吨；此外随着公司氧化锆瓷块销量的显著提升及制造工艺的逐步改进，公司未来氧化锆瓷块单位平均成本有望进一步下降，对氧化锆瓷块毛利率的变动趋势形成积极影响。

综上，公司氧化锆瓷块产品不存在毛利率持续大幅下降的风险。

针对报告期内氧化锆瓷块销售毛利率持续下降的情形，公司已在招股说明书

“第四节 风险因素/四、财务风险/（二）主营产品氧化锆瓷块毛利率下降的风险”部分进行了充分披露，具体如下：

“报告期内，公司氧化锆瓷块毛利率分别为 61.29%、54.40%、51.30%和 **54.19%**，剔除因 2020 年 1 月 1 日前后执行不同收入准则运输费用核算方式不同的影响，公司氧化锆瓷块毛利率分别为 61.29%、57.91%、55.33%和 **58.26%**。虽然公司氧化锆瓷块毛利率保持较高水平且随着疫情影响的减弱、公司产品销售市场的进一步拓展以及产品结构的不断优化，公司氧化锆瓷块产品毛利率因单个产品或单个市场区域的不利变动产生的影响减小，但若未来公司氧化锆瓷块毛利率持续出现较大的下滑，可能会对公司经营稳定性及盈利能力产生不利的影响。”

二、结合产品结构、单价和单位成本的变动情况，量化分析报告期内口腔数字化设备产品毛利率变动的原因及合理性，说明在外采成品对外销售的情况下毛利率高于 20%的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致

（一）口腔数字化设备产品毛利率变动分析

报告期内，公司口腔数字化设备产品主要为切削设备、数字取像设备等外购产品，其主要产品毛利及毛利率情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
口腔数字化设备	1,501.95	20.39	3,784.96	19.57	1,644.04	17.76	1,064.97	20.46
其中：切削设备	787.74	24.65	2,212.79	23.62	798.10	21.90	388.88	20.39
数字取像设备	242.90	11.24	799.73	14.25	503.16	14.51	288.55	17.14

报告期内，公司口腔数字化设备产品销售毛利率分别为 20.46%、17.76%、19.57%和 **20.39%**。其中，切削设备毛利率分别为 20.39%、21.90%、23.62%和 **24.65%**，呈小幅上升的趋势；数字取像设备毛利率分别为 17.14%、14.51%、14.25%和 **11.24%**，整体呈下降趋势。

报告期内，公司口腔数字化设备主要产品切削设备、数字取像设备的销售平均单价、单位平均成本、毛利率及其变动情况如下：

单位：万元/台、%

产品名称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

产品名称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
切削设备	毛利率	24.65	23.62	21.90	20.39
	单位平均售价	11.17	13.50	13.16	14.56
	单位平均成本	8.42	10.31	10.27	11.59
数字取像设备	毛利率	11.24	14.25	14.51	17.14
	单位平均售价	3.94	4.70	5.55	6.55
	单位平均成本	3.50	4.03	4.74	5.43

为提升公司口腔数字化设备产品的市场占有率，公司一方面在保证公司产品质量的同时，提升公司产品的性价比优势，另一方面优化供应商体系，选择配合度高、产品性能满足公司需求、价格竞争力强的供应商进行合作，以保证一定的整体毛利水平。报告期内，公司口腔数字化设备主要产品单位平均售价与单位平均成本变动基本趋于一致，各系列产品毛利率存在一定波动，主要原因系由于市场竞争和公司推广策略变化，各期销售设备产品的型号发生改变所致。

报告期内，切削设备毛利率呈小幅上升的趋势，主要原因系 2021 年度因临床业务需要，公司推出了差异化程度较高的科美椅旁切削机 C4 和科美椅旁切削机 C5，该等型号的切削设备毛利率较其他型号高；数字取像设备毛利率整体呈下降趋势，主要原因系为提高口扫设备产品的市场渗透率和应对市场竞争，公司对销售单价进行了相应调整。

（二）外采成品对外销售毛利率高于 20% 的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致

报告期内，公司口腔数字化设备销售毛利率分别为 20.46%、17.76%、19.57% 和 20.39%，接近 20%，具体分析如下：

公司深耕齿科行业多年，为国内齿科行业具备一定行业地位的企业，对齿科产业链理解较为深刻，具备在齿科行业积累的丰富客户资源和经验优势。在不断优化口腔修复材料产品的过程中，公司发现了客户对可实现数字精密加工、降低误差、提高义齿制备效率的齿科设备的相关需求，通过调查、研究和测试，形成对口腔数字化设备的开发需求，设备供应商根据发行人提出的需求开发相关设备产品。

公司充分发挥优势产品口腔修复材料与设备产品相互促进的协同优势，整合

自主研发的口腔修复材料和定制化的口腔数字化设备，为客户提供数字化口腔修复综合服务，显著提升客户义齿加工的效率和数字化水平；同时，公司通过将外采的切削设备、数字取像设备、烧结设备、打印设备等设备产品集成成为成套椅旁设备，为客户提供椅旁数字化修复系统，可满足临床端客户仅使用公司集成的配套产品即可快速制作出义齿的需求，显著提升了临床端客户经营的效率和数字化程度。

综上，公司设备类产品的经营并非仅买入后即卖出，公司通过整合齿科行业综合需求，为临床端客户提供椅旁数字化修复系统，为义齿技工所客户提供数字化口腔修复综合服务，满足了客户一站式数字化义齿加工需求，因此公司设备类产品毛利率较高具有合理性。

经查阅公开披露的资料，报告期内，同行业可比公司不存在或未披露与公司经营模式相同或相似的口腔数字化设备业务的毛利率情况。公司口腔数字化设备产品毛利率与相关上市公司采用非自产方式经营的医疗设备产品的毛利率不存在较大差异，具体情况参见本问询回复之“16.关于毛利率/八、”。

综上所述，公司外采成品对外销售毛利率较高具备合理性，与相关可比公司不存在较大差异。

三、说明报告期内玻璃陶瓷和其他产品及服务毛利率波动的原因及合理性

报告期内，公司玻璃陶瓷和其他产品及服务的毛利率情况如下：

单位：%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
玻璃陶瓷	57.11	51.66	55.48	35.06
其他产品及服务	37.31	31.79	33.17	31.03

玻璃陶瓷系公司 2017 年研发投产的新产品，报告期内，销售收入分别为 240.24 万元、972.98 万元、2,817.23 万元和 1,683.78 万元，销售毛利率分别为 35.06%、55.48%、51.66%和 57.11%。作为公司的新产品线，公司一方面不断加大玻璃陶瓷产品的市场推广力度，在保证一定毛利率水平的同时给予客户一定幅度的价格优惠，另一方面公司在生产过程中不断提升生产的精细化程度和自动化程度，使玻璃陶瓷的产品良率逐渐提升，2022 年上半年公司引入自动化产线，使玻璃陶瓷的生产效率进一步提升。2020 年度公司玻璃陶瓷毛利率较 2019

年有所上升，主要系 2019 年度玻璃陶瓷产量较低且生产工艺不稳定，产品良率较低，产品单位平均成本较高；2021 年度毛利率较 2020 年度有所下降，主要原因系公司玻璃陶瓷销售收入由 2020 年度的 972.98 万元增长至 2021 年度的 2,817.23 万元，为促进销售增长公司进行一定幅度的价格优惠；2022 年上半年，公司毛利率水平较 2021 年度有所提升，主要系公司自动化产线升级和工艺升级导致生产效率提升。

其他产品及服务主要为技工业务、口腔门诊业务、口腔预防保健业务及正畸业务，报告期销售收入占比较低，产品毛利率相对平稳，2022 年 1-6 月毛利率有所上升主要原因系正畸业务毛利率较前期有所增长。

四、补充披露不同销售模式的毛利率对比情况，结合商业惯例给予经销商的合理利润空间幅度、不同销售模式下定价政策的差异等说明不同销售模式毛利率差异的原因及合理性

（一）补充披露不同销售模式的毛利率对比情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（四）营业毛利与毛利率构成及变动分析/4、主营业务不同销售模式下的毛利率”补充披露了不同销售模式的毛利率对比情况：

报告期各期，公司分地区不同销售模式下的毛利率对比情况如下：

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度	
		毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比
境内销售	经销	32.09%	7.79%	31.33%	12.23%
	直销	41.92%	35.20%	34.87%	43.28%
境外销售	经销	43.97%	35.77%	41.90%	26.37%
	直销	50.16%	21.24%	45.01%	18.12%
收入合计	经销	41.84%	43.56%	38.55%	38.60%
	直销	45.02%	56.44%	37.86%	61.40%
项目		2020 年度		2019 年度	
		毛利率	主营业务收入占比	毛利率	主营业务收入占比
境内销售	经销	32.87%	7.53%	45.18%	6.32%
	直销	38.15%	56.39%	45.45%	55.55%

境外销售	经销	50.19%	20.10%	61.33%	17.98%
	直销	54.65%	15.98%	61.86%	20.15%
收入合计	经销	45.47%	27.64%	57.13%	24.30%
	直销	41.79%	72.36%	49.82%	75.70%

如上表所示，2019年-2021年度，公司境内销售和境外销售的经销收入毛利率均低于直销收入毛利率。但由于公司境外销售中的经销收入占比较高，公司在境内外不同销售地区的定价策略不同导致境外销售的毛利率高于境内销售，综合上述因素导致公司整体收入中经销收入的毛利率略高于直销收入的毛利率。**2022年上半年，公司不同区域销售的经销业务毛利率均低于直销业务的毛利率，与前三年的趋势保持一致，但由于2022年上半年境内市场直销收入中口腔修复材料占比有所上升，且口腔修复材料的毛利率高于口腔数字化设备，导致2022年上半年境内市场直销收入毛利率较2021年增长较快，进而导致整体的直销收入毛利率高于经销收入毛利率。**

1、境内销售

公司境内销售的经销模式毛利率水平2019年与直销模式持平，2020年度和2021年度境内经销模式和直销模式均呈现下降趋势，经销毛利率下降幅度较直销收入更快，主要由于公司境内不同销售模式对应的终端客户和销售产品不同所致，**2022年上半年公司境内经销收入毛利率与2021年度保持稳定，境内直销收入毛利率较2021年度有所提升，主要由于境内直销收入中毛利率水平较高口腔修复材料占比较高，且由于公司原材料价格下降和生产工艺改进，2022年上半年公司口腔修复材料毛利率较2021年度有所回升，具体情况如下：**

单位：万元、%

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度	
		收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
直销	口腔修复材料	6,440.51	67.90	14,338.11	60.79
	口腔数字化设备	2,154.11	22.71	7,246.86	30.73
	其他产品耗材及服务	890.90	9.39	1,999.60	8.48
境内直销收入合计		9,485.53	100.00	23,584.57	100.00
经	口腔修复材料	352.28	16.77	736.55	11.05

销	口腔数字化设备	1,572.13	74.85	5,654.16	84.84
	其他产品耗材及服务	175.89	8.37	273.52	4.10
境内经销收入合计		2,100.30	100.00	6,664.23	100.00
项目		2020 年度		2019 年度	
		收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
直 销	口腔修复材料	13,387.71	65.73	11,955.65	72.10
	口腔数字化设备	5,781.95	28.39	3,772.31	22.75
	其他产品耗材及服务	1,196.94	5.88	854.22	5.15
境内直销收入合计		20,366.60	100.00	16,582.19	100.00
经 销	口腔修复材料	961.47	35.34	1,231.47	65.32
	口腔数字化设备	1,692.01	62.19	576.68	30.59
	其他产品耗材及服务	67.26	2.47	77.01	4.09
境内经销收入合计		2,720.75	100.00	1,885.16	100.00

2、境外销售

公司境外销售区域较广，且客户较为分散，为提升经营效率，更好触达不同地区客户，公司采用直销与经销相结合的方式进行销售，报告期各期经销模式毛利率水平与直销模式毛利率水平相比较差异较小，部分年度直销模式毛利率略高于经销模式，主要由于公司针对采购量较大、合作较为密切的经销商客户进行一定价格折扣导致。

综上，公司不同销售模式的毛利率水平与公司的业务模式相匹配，其不同年份的变动具有一定的商业合理性。

（二）结合商业惯例给予经销商的合理利润空间幅度、不同销售模式下定价政策的差异等说明不同销售模式毛利率差异的原因及合理性

1、境内不同销售模式毛利率差异的原因及合理性

报告期内，公司境内不同销售模式下主要产品毛利率对比情况如下：

单位：万元、%

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
口腔修复材料	直销	6,440.51	50.30	14,338.11	46.55
	经销	352.28	42.15	736.55	42.07

口腔数字化设备	直销	2,154.11	21.64	7,246.86	13.82
	经销	1,572.13	26.43	5,654.16	28.71
项目		2020 年度		2019 年度	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
口腔修复材料	直销	13,387.71	50.67	11,955.65	56.77
	经销	961.47	49.13	1,231.47	53.80
口腔数字化设备	直销	5,781.95	11.59	3,772.31	15.78
	经销	1,692.01	24.42	576.68	22.77

（1）口腔修复材料

公司口腔修复材料的境内销售主要客户为诊所和技工所等机构，公司主要以直销方式触达客户，经销模式销售收入较小且呈现逐年下降趋势。报告期内，口腔修复材料的直销毛利率高于经销毛利率，主要由于公司针对报告期内长期合作的向公司采购量较大的经销商，给予一定的价格折扣导致。

（2）口腔数字化设备

公司口腔数字化设备在境内主要面向诊所和技工所等机构销售，针对诊所类客户，公司报告期内推出了椅旁数字化修复系统，并主要通过经销方式向国内市场进行了大力推广，针对以技工所为主的其他类客户，公司主要通过直销的方式进行设备销售，公司境内口腔数字化设备分椅旁设备销售和其他设备销售的收入构成和毛利情况如下：

单位：万元、%

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
直销	椅旁设备销售	90.66	43.32	489.36	30.39
	其他设备销售	2,063.45	20.69	6,757.49	12.63
经销	椅旁设备销售	1,335.62	28.03	5,401.33	29.45
	其他设备销售	236.51	17.40	252.83	12.84
项目		2020 年度		2019 年度	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
直销	椅旁设备销售	241.97	27.67	231.89	27.75
	其他设备销售	5,539.98	10.89	3,540.42	15.00

经销	椅旁设备销售	1,344.79	26.31	355.70	22.55
	其他设备销售	347.22	17.11	220.98	23.13

如上表所示，公司自 2019 年以来加大了通过经销模式推广椅旁数字化修复系统的力度，2019 年以来，椅旁设备销售的经销收入呈现快速增长趋势，2019 年度公司椅旁设备销售正处于起步阶段，直销和经销模式的毛利率水平由于不同客户的采购产品种类和采购量差异有所波动，2020 年度和 2021 年度椅旁设备销售的直销收入毛利与经销收入毛利相比差异不大，**2022 年 1-6 月公司椅旁设备销售的直销收入毛利率较经销收入毛利率较高，主要由于 2022 年 1-6 月直销椅旁设备收入较低，其毛利率受部分毛利率较高的椅旁设备销售合同影响较大。**报告期内各期椅旁设备销售的毛利率均高于其他设备销售，主要由于椅旁设备的适配性较高且临床端客户与义齿技工所客户相比对价格的敏感度低，且公司对临床端客户提供的培训和售后服务力度不同导致，综合上述原因导致公司经销口腔数字化设备经销收入毛利率高于直销收入。

2、境外不同销售模式毛利率差异的原因及合理性

单位：万元、%

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
口腔修复材料	直销	4,304.52	58.14	7,128.63	53.60
	经销	7,064.82	54.30	10,148.89	52.22
口腔数字化设备	直销	1,155.84	22.45	2,372.47	21.47
	经销	2,483.78	14.52	4,071.97	15.98
项目		2020 年度		2019 年度	
		销售金额	毛利率	销售金额	毛利率
口腔修复材料	直销	4,647.87	57.60	5,400.37	63.24
	经销	6,156.08	53.88	4,865.15	63.76
口腔数字化设备	直销	805.98	36.62	449.97	44.65
	经销	975.17	27.21	406.82	33.79

公司境外下游客户包括义齿技工所和口腔诊所等，下游客户具有数量多，所处地域分散，规模差异大、多频次小批量采购的特点。近年以来，随着公司产品市场影响力的增强，公司境外销售地域有所增加，由公司通过直销模式开拓并维

护境外客户并不经济且较难实现，故公司境外采用直销和经销相结合的方式以更好地服务客户，且近几年来境外经销收入占比逐年提升。

从定价政策上，针对长期合作，且年采购金额达到一定规模的客户，公司在签署年度合同时，通常会给予客户一定的价格折扣，而经销客户相对直销客户的采购金额和市场影响力均更强，相对应的公司给予经销客户一定的价格折扣。此外，由于公司境外团队的服务范围有限，公司的境外经销商亦承担了部分市场开发、保证供货和售后的职责，综合上述两方面原因公司给予经销商合理的利润空间，导致境外销售的经销毛利率略低于直销毛利率。

公司境外口腔数字化设备直销收入毛利率较经销收入毛利率高，主要由于公司经销客户采购规模较高享有更高价格折扣所致，公司境外口腔数字化设备直销和经销客户数量及单客户贡献收入情况如下：

单位：家、万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	客 户 数 量	单 客 户 收入	客 户 数 量	单 客 户 收入	客 户 数 量	单 客 户 收入	客 户 数 量	单 客 户 收入
直 销	241	4.80	361	6.57	248	3.25	175	2.57
经 销	105	23.66	117	34.80	65	15.00	45	9.04

由上表可知，由于公司境外口腔数字化设备的直销客户的平均采购金额远低于经销客户，因此经销客户相对应享受了更高的价格折扣，导致境外口腔数字化设备经销收入的毛利率低于直销收入毛利率。

综上，公司不同销售模式下毛利率差异具备合理性。

五、补充披露内外销毛利率的对比情况，结合境内外销售的产品类别差异、定价政策差异、汇率因素等说明内外销业务毛利率差异的原因及合理性

发行人已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（四）营业毛利与毛利率构成及变动分析/5、主营业务内外销毛利率”对内外销毛利率对比情况进行了补充披露，具体内容如下：

“报告期内，公司主营业务收入按内外销划分的毛利率情况如下：

单位：%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
内销	40.13	42.99	34.09	55.51	37.53	63.92	45.42	61.87
外销	46.28	57.01	43.17	44.49	52.17	36.08	61.61	38.13

报告期内，公司外销毛利率分别为61.61%、52.17%、43.17%和**46.28%**，内销毛利率分别为45.42%、37.53%、34.09%和**40.13%**，外销毛利率高于内销毛利率，主要原因系：1、内外销产品结构存在差异，外销产品中毛利率较低的口腔数字化设备产品收入占比较内销低；2、以氧化锆瓷块为主的口腔修复材料的外销毛利率高于内销毛利率。”

（一）境内外销售的产品类别差异对内外销业务毛利率差异的影响

报告期内，公司口腔修复材料及口腔数字化设备按内外销划分的销售情况及毛利率情况如下：

单位：%

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
内销	口腔修复材料	49.88	58.63	46.33	49.84	50.57	62.15	56.49	71.41
	口腔数字化设备	23.66	32.16	20.35	42.65	14.50	32.37	16.71	23.55
	主营业务收入	40.13	100.00	34.09	100.00	37.53	100.00	45.42	100.00
外销	口腔修复材料	55.75	74.01	52.79	71.25	55.48	82.90	63.49	90.19
	口腔数字化设备	17.04	23.69	18.00	26.58	31.47	13.67	39.49	7.53
	主营业务收入	46.28	100.00	43.17	100.00	52.17	100.00	61.61	100.00

注：收入占比系各产品内销（或外销）收入占主营业务内销（或外销）总收入的比例。

报告期内，公司外销毛利率高于内销毛利率，主要原因系公司外销产品中毛利率较低的口腔数字化设备收入占比较内销低，且主要产品口腔修复材料的外销毛利率高于内销毛利率。

（二）境内外销售的产品平均单价差异对内外销业务毛利率差异的影响

1、口腔修复材料

报告期内，公司口腔修复材料销售收入以氧化锆瓷块销售收入为主，氧化锆瓷块销售收入占口腔修复材料销售收入的比例分别为 92.66%、88.91%、83.75%

和 83.15%。报告期内，氧化锆瓷块分内外销的毛利率如下：

单位：%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利率 1	毛利率 2	毛利率 1	毛利率 2	毛利率 1	毛利率 2	毛利率 1	毛利率 2
内销	50.47	51.53	48.15	49.25	52.72	54.20	59.07	59.07
外销	56.04	61.62	53.72	59.99	56.50	62.56	63.91	63.91

注：公司因执行新收入准则，2020 年 1 月 1 日后，运费计入营业成本核算，2020 年 1 月 1 日前，运费计入销售费用核算。为保持报告期内毛利率的可比性，毛利率 1 系按照各期适用的收入准则计算得出的毛利率，毛利率 2 系假设成本中不包含运费计算得出的毛利率

报告期内，若剔除运费对营业成本的影响，外销毛利率明显高于内销毛利率且较为稳定，主要原因系境外市场如欧洲和美国市场对高质量、高性能产品需求较大，在相关产品满足其品质要求时，较境内市场对产品价格的敏感度低；内销毛利率持续下降，主要原因系境内客户对产品价格敏感度较高，境内市场与境外市场相比竞争较为激烈。2022 年 1-6 月，氧化锆瓷块内销及外销毛利率均有所回升，具体原因参见本问询回复之“16. 关于毛利率/一、/（一）”。

2、口腔数字化设备

公司口腔数字化设备的销售主要包括对义齿技工所的销售和向临床端客户销售椅旁设备。由于临床端客户与义齿技工所客户相比对设备的价格敏感度较低，且椅旁设备适配性更高，销售毛利率与向义齿技工所客户的销售毛利率相比较为高。

报告期内，公司口腔数字化设备内销毛利率有所上升，主要原因系境内销售中向临床端客户销售占比增加。公司主要通过经销方式向境内临床端客户进行椅旁设备销售，报告期内，公司设备类产品的境内销售中，通过经销方式实现的销售占比分别为 13.26%、22.64%、43.83%和 42.19%，占比整体呈上升趋势。

报告期内，口腔数字化设备外销毛利率持续降低，主要原因系 2020 年第四季度以前，公司未在境外市场进行设备产品的推广，境外销售收入较低，以较高的毛利率水平进行产品定价，2020 年第四季度为实现设备产品境外推广，公司参考市场情况适当调低了价格，设备产品毛利率有所下降。2022 年上半年，公司口腔数字化设备毛利率较上年保持稳定。

（三）汇率因素对内外销业务毛利率的影响

报告期内，公司外销收入主要以美元和欧元结算，其汇率波动对主营业务毛

利率的影响情况如下列示：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务收入：				
外销收入（万美元）①	1,487.04	2,506.86	1,301.73	1,096.50
外销收入（万欧元）②	634.92	939.50	443.35	418.68
当期美元兑人民币平均汇率③	6.4835	6.4531	6.9012	6.8955
当期欧元兑人民币平均汇率④	7.0796	7.6372	7.8696	7.7221
汇率变动对主营业务收入影响⑤（万元）	-308.78	-1,341.66	72.81	-
主营业务成本：				
进口材料结转成本⑥（万日元）	56,861.73	91,662.95	52,725.70	32,228.11
进口设备成本⑦（万美元）	-	63.66	36.85	27.41
进口设备成本⑧（万欧元）	689.91	398.55	158.60	122.23
当期日元兑人民币平均汇率⑨	0.0527	0.0587	0.0648	0.0632
当期美元兑人民币平均汇率⑩	6.4835	6.4531	6.9012	6.8955
当期欧元兑人民币平均汇率⑪	7.0796	7.6372	7.8696	7.7221
汇率变动对成本影响金额⑫（万元）	-725.79	-674.23	104.58	-
主营业务毛利率：				
主营业务毛利率⑬	43.64%	38.13%	42.81%	51.60%
剔除汇率变动影响后主营业务毛利率⑭	41.61%	38.41%	42.98%	-
汇率对毛利率影响⑮	2.02%	-0.28%	-0.17%	-

注 1：汇率变动对主营业务收入影响⑤=①*(③-③前一年)+②*(④-④前一年)；

注 2：进口材料结转成本仅考虑主要产品氧化锆瓷块的主要原材料氧化锆粉，进口材料结转成本⑥=当期氧化锆瓷块成本*当期氧化锆瓷块成本中原材料占比*（当期进口氧化锆粉生产投料金额/当期氧化锆粉生产总投料金额）；

注 3：进口设备成本仅考虑主要设备产品切削设备、数字取像设备和烧结设备，进口设备仅考虑原产地在境外且公司通过境外供应商而非其境内代理商进行采购并使用外币付款的情况；进口设备成本⑦（或⑧）=进口设备当期成本/当期对应平均汇率；

注 4：汇率变动对成本影响金额⑫=⑥*(⑨-⑨前一年)+⑦*(⑩-⑩前一年)+⑧*(⑪-⑪前一年)；

注 5：剔除汇率变动影响后主营业务毛利率⑭=（（主营业务收入-⑤）-（主营业务成本-⑫））/（主营业务收入-⑤）；

注 6：汇率对毛利率影响⑮=⑬-⑭；

注 7：当期各外币兑人民币平均汇率由各期每日即期汇率加权平均计算得来。

报告期内，公司销售和采购活动使用的主要结算外币美元、欧元和日元兑人民币的平均汇率存在一定波动，相应汇率变动对公司主营业务毛利率变动形成一定影响。2020 年度，人民币兑美元、欧元和日元的汇率变动较小，汇率变动对毛利率影响较小，仅为-0.17%。2021 年度，人民币兑美元和欧元呈升值趋势、

人民币兑日元呈升值趋势，收入和成本端影响存在一定抵消作用，汇率对毛利率影响较小，仅为-0.28%。2022年1-6月，人民币兑美元震荡波动，整体变动与2021年度相比较小，人民币兑日元持续升值，对成本端影响较大，对主营业务毛利率产生一定影响，影响比例为2.02%。

六、说明不同类型客户毛利率是否存在差异，差异的原因及合理性，报告期内主要客户的毛利率情况，不同客户之间毛利率存在差异、同一客户在报告期不同年度毛利率发生变动的原因及合理性

（一）不同类型客户毛利率差异情况分析

公司销售模式分为直销和经销，直销客户类型包括义齿技工所、ODM客户、临床端客户以及零星采购，其中临床端客户包括民营诊所和公立医院等。报告期内，公司不同类型客户毛利率情况如下：

单位：%

客户类型	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
经销商	41.84	43.56	38.55	38.60	45.47	27.64	57.13	24.30
义齿技工所	43.53	38.62	35.98	47.80	40.27	57.47	48.11	59.40
ODM客户	49.44	13.18	44.63	8.98	49.21	8.81	59.45	10.69
临床端客户	48.84	2.00	39.64	2.84	48.27	2.70	48.35	2.89
零星采购	41.87	2.64	51.58	1.77	43.23	3.38	50.84	2.73
合计	43.64	100.00	38.13	100.00	42.81	100.00	51.60	100.00

注：ODM客户系由公司进行产品的研发和生产，客户仅对购买的产品进行贴牌处理后销售，公司与ODM客户合作的产品主要为氧化锆瓷块，双方未签署经销协议且公司不将该等客户作为经销商进行管理。

公司的主要客户类型为义齿技工所和经销商，不同的客户类型毛利率存在一定差异。报告期内，义齿技工所客户毛利率较其他客户类型低，主要原因系公司除向义齿技工所客户销售材料产品外，还对其销售毛利率较低的设备产品且设备产品销售占比较高。2022年1-6月，义齿技工所客户毛利率较前期增长较多，主要原因系2022年公司开始减少采用“联动销售”模式进一步提高了其销售毛利率。报告期内，公司经销商客户毛利率整体高于义齿技工所客户，主要原因系：1、材料产品方面，经销商客户主要集中在境外，其产品销售单价和毛利率与主要集中在境内的义齿技工所客户相比较高；2、设备方面，公司设备销售收入主

要来自于境内销售，公司通过境内经销商客户主要销售椅旁设备，毛利率较高，受“联动销售”模式及义齿技工所客户较临床端客户对价格敏感性更高等因素的影响，境内义齿技工所客户的销售毛利率较低。

报告期内，ODM 客户销售毛利率较其他主要客户类型高，主要原因系公司向 ODM 客户销售的产品主要系毛利率水平较高的材料产品。

综上，公司不同类型客户毛利率存在差异系因公司向不同类型客户销售产品的类型存在差异及不同客户价格敏感性特点决定的，毛利率相关差异具备合理性。

（二）报告期内主要客户的毛利率情况，不同客户之间毛利率存在差异、同一客户在报告期不同年度毛利率发生变动的原因及合理性

报告期内，公司口腔修复材料前五大客户毛利率情况如下：

单位：%		
年份	单位名称	毛利率
2022 年 1-6 月	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	55.29
	LLC AXIOR DENT	56.71
	BATIGROUP DENTAL DIŞ ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRKETİ.	45.76
	HISPANSION PROYECTOS, S.L.	56.46
	dentona AG	60.51
2021 年度	LLC AXIOR DENT	49.47
	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	46.17
	dentona AG	56.90
	8853 S.p.A	59.22
	HISPANSION PROYECTOS, S.L.	55.31
2020 年度	LLC AXIOR DENT	52.72
	秦皇岛博锐实生物科技有限公司	47.84
	dentona AG	57.96
	8853 S.p.A	55.04
	河南省广森医疗器械销售有限公司	46.66
2019 年度	LLC AXIOR DENT	62.55
	ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	55.94
	8853 S.p.A	63.31
	T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	64.15

	dentona AG	55.65

2019 年至 2021 年，口腔修复材料主要客户的销售毛利率整体呈下降趋势，2022 年 1-6 月，主要客户的销售毛利率呈现上升趋势，与口腔修复材料整体毛利率变动趋势较为一致。报告期内，公司口腔修复材料各期前五大客户相对稳定，主要客户中 8853 S.p.A、dentona AG、LLC AXIOR DENT 和 HISPANSION PROYECTOS, S.L.、ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC 均系欧美地区客户，该等客户主要向公司采购渐变系列产品，产品销售毛利率较为接近；BATIGROUP DENTAL DIŞ ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRKETİ. 毛利率较低于其他欧美客户，主要原因系公司向其销售产品以单色产品为主，单色产品的毛利率与渐变产品相比较低；2020 年度及 2021 年度，秦皇岛博锐实生物科技有限公司和河南省广森医疗器械销售有限公司同属境内客户，产品销售毛利率整体较为接近。

8853 S.p.A 在 2021 年度的销售毛利率较 2020 年度有所上升，主要原因系 2021 年度该客户向公司新增采购了渐变系列产品 SHT-PM，该型号产品在面向欧美客户推广初期定价较高，毛利率较高。2022 年 1-6 月，秦皇岛博锐实生物科技有限公司毛利率有所上升，主要原因系公司向其销售的产品类型和型号发生了变化，毛利率更高的渐变系列产品销售占比上升。

（2）口腔数字化设备

报告期内，公司口腔数字化设备前五大客户毛利率情况如下：

单位：%

年份	单位名称	毛利率
2022 年 1-6 月	SCAN LAB SP. Z O O.	21.02
	福建思高医疗科技有限公司	27.65
	新疆吉吉商业有限公司	29.00
	LONGHAI ST CO., LTD	9.20
	TD Dental Supply, Inc.	36.03
2021 年度	昆明市迦恒医疗器械有限公司	27.32
	广州市蓝野齿科器材有限公司	28.13
	福建思高医疗科技有限公司	28.47
	湖南风火轮医疗设备服务有限公司	30.12

年份	单位名称	毛利率
	内蒙古丰信医药有限公司	30.82
2020 年度	福建思高医疗科技有限公司	24.72
	山西优义升医疗器械有限公司	24.15
	河南省广森医疗器械销售有限公司	15.66
	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	7.85
	郑州晟鑫医疗设备有限公司	19.68
2019 年度	山西美原齿科器械有限责任公司	7.56
	南京锦冠桥义齿有限公司	10.98
	运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司	16.15
	郑州晟鑫医疗设备有限公司	23.07
	河南省广森医疗器械销售有限公司	21.25

公司椅旁设备销售主要采用经销模式，由经销商对较为分散的民营诊所等临床端客户进行覆盖，由于椅旁设备的适配性较高且临床端客户与义齿技工所客户相比对价格的敏感度低，临床端客户的销售毛利率较高。

报告期内，公司椅旁设备产品的经销商客户**新疆吉吉商业有限公司**、昆明市迦恒医疗器械有限公司、广州市蓝野齿科器材有限公司、湖南风火轮医疗设备服务有限公司、内蒙古丰信医药有限公司、福建思高医疗科技有限公司、山西优义升医疗器械有限公司及郑州晟鑫医疗设备有限公司的销售毛利率，整体高于对义齿技工所客户运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司、山西美原齿科器械有限责任公司、南京锦冠桥义齿有限公司和义齿技工所端经销商河南省广森医疗器械销售有限公司销售设备产品的毛利率。

报告期内，口腔数字化设备主要客户产品毛利率相对平稳。运城市盐湖区圣华义齿技术有限公司于 2020 年度设备产品毛利率较 2019 年度低，主要原因系受该客户 2020 年度联动销售模式影响，公司向其销售的 Trois 口腔数字印模仪毛利率为-2.72%，而公司对该客户销售设备产品中该型号设备的收入占比为 44.93%，对该客户当年设备整体毛利率产生较大影响；河南省广森医疗器械销售有限公司于 2020 年度设备产品毛利率较 2019 年度低，主要原因系该客户 2020 年度设备采购中数字取像设备占比增加，由 2019 年度的 20.05%增加至 2020 年度的 30.74%，数字取像设备毛利率与切削设备相比较低。

LONGHAI ST CO., LTD 2022 年 1-6 月设备产品毛利率较低，主要原因系公司为拓展海外口腔数字化设备市场，以一定折扣价格向其销售了 5 台口内扫描仪。TD Dental Supply, Inc. 2022 年 1-6 月设备产品毛利率较高，主要原因系该客户为公司美国地区的直销客户，公司向其销售了毛利率较高的 3 台 AMD-500 切削机。

七、说明同行业可比公司的选取标准、准确性和完整性

（一）可比公司的选取标准

发行人在进行财务状况、经营成果分析时，选取同行业可比公司的标准包括行业特点标准、业务特点标准、数据可得性标准：

1、行业特点标准

根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），发行人所属子行业为“C35 专用设备制造业”中的“C3582 口腔科用设备及器具制造”，故主要选取与公司同属于“C3582 口腔科用设备及器具制造”的上市公司作为可比公司。

2、业务特点标准

发行人作为口腔医疗器械生产商，同行业可比公司的主营业务范围包含口腔修复材料研发、生产与销售，口腔数字化设备的设计、销售。

3、数据可得性

非上市公司或未申报上市的企业通常未公开披露详细的财务及业务数据，难以获得适用、完整的可比数据，故剔除符合前两条标准的未公开披露数据的非上市公司。

（二）可比公司的选取的准确性和完整性

基于上述标准，发行人选取爱尔创、沪鸽口腔、现代牙科、登士柏西诺德和英维斯塔作为可比上市公司，具体比较情况如下：

公司名称	经营情况	主要产品	技术实力	市场地位
爱迪特	2021 年营业收入为 5.45 亿元，净利润为 0.55 亿元	核心产品：氧化锆瓷块 口腔修复材料：包括氧化锆瓷块、玻璃陶瓷、树脂等；口腔数字化设备：包括数字取像设备、切削设	2021 年研发投入占营业收入的比例为 3.80%	国内领先的口腔修复材料及口腔数字化设备提供商

公司名称	经营情况	主要产品	技术实力	市场地位
		备、烧结设备、齿科 3D 打印机等		
爱尔创	2021 年营业收入为 6.39 亿元，净利润为 1.50 亿元	核心产品：氧化锆瓷块、义齿用氧化锆瓷块、染色液、玻璃陶瓷瓷块和预成聚合物基冠桥材料等齿科用材料	2021 年研发投入占营业收入的比例为 6.50%（母公司国瓷材料合并口径数据）	国内产销量最大的齿科用氧化锆陶瓷专业制造厂商
沪鸽口腔	2021 年营业收入为 2.61 亿元；净利润为 0.56 亿元	核心产品：合成树脂牙 临床类：弹性体印模材料、粘固用树脂水门汀、玻璃离子水门汀等；技工类：合成树脂牙和义齿基托树脂、全瓷义齿用氧化锆等；隐形正畸	2021 年研发投入占营业收入的比例为 6.49%	产品体系较为完善，整体实力处于行业前列
现代牙科	2021 年营业收入为 24.21 亿元；净利润为 2.91 亿元	技工所，核心业务为义齿加工业务 固定义齿器材，例如牙冠及牙桥；活动义齿器材，例如活动义齿；及其他器材，例如正畸类器材、运动防护器及防龋器	2021 年研发投入占营业收入的比例为 1.24%	于欧洲、北美、大中华、澳洲及其他国家的义齿行业取得领先地位
登士柏西诺德	2021 年营业收入为 271.03 亿元；净利润为 27.93 亿元	口腔修复材料及设备全覆盖 口腔材料和牙科技术及设备，从根管、修复、种植领域的专用产品及耗材至口腔综合治疗台、治疗器械、全瓷修复系统全面覆盖	2021 年研发投入占营业收入的比例为 3.54%	世界上最大的牙科设备和材料供应商
英维斯塔	2021 年营业收入为 159.96 亿元；净利润为 21.71 亿元	口腔修复材料及设备全覆盖 牙科植入物、正畸器械、普通牙科消耗品、设备和服务	2021 年研发投入占营业收入的比例为 4.08%	世界上最大的牙科产品公司之一

注：经营情况均以历史汇率换算为人民币；净利润选取扣除非经常性损益后归属母公司股东的净利润；其中，爱尔创未公告其扣除非经常性损益后归属母公司股东的净利润，此处为净利润口径。

除上述公司外，公司还对比了时代天使（6699.HK）、家鸿口腔、翔通光电等公司。但由于主营业务与公司相差较大、数据可得性较差等原因，未选取此类公司作为发行人可比公司。

综上，发行人已按照所属行业、主要产品及应用领域与发行人相近、是否披露与发行人相关产品的业务数据等标准检索筛选以确保同行业可比公司选择的全面性和完整性，发行人选取的同行业可比公司具备准确性、完整性。

八、说明发行人主要产品的毛利率与其他医疗设备上市公司毛利率是否存在差异，结合发行人的口腔修复材料和口腔数字化设备产品与其他上市公司医疗耗材和医疗设备产品的差异情况，说明毛利率差异的原因及合理性

报告期内，公司主要产品的毛利率情况如下：

单位：%

公司简称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
口腔修复材料	53.56	49.78	52.68	59.55
其中：氧化锆瓷块	54.19	51.30	54.40	61.29
玻璃陶瓷	57.11	51.66	55.48	35.06
口腔数字化设备	20.39	19.57	17.76	20.46
其中：切削设备	24.65	23.62	21.90	20.39
数字取像设备	11.24	14.25	14.51	17.14

报告期内，公司口腔修复材料主要为氧化锆瓷块，氧化锆瓷块产品的毛利率分别为 61.29%、54.40%、51.30%和 **54.19%**。根据国瓷材料相关公告，2016 年度及 2017 年 1-9 月，爱尔创义齿材料毛利率分别为 63.62%和 64.74%，公司 2016 年度及 2017 年度口腔修复材料毛利率分别为 64.97%和 63.89%，与爱尔创同期毛利率不存在较大差异。报告期内，可比公司毛利率情况如下：

单位：%

公司简称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
国瓷材料	63.30	62.33	57.49	67.45
沪鸽口腔	-	66.55	59.30	59.07
现代牙科	48.68	52.47	49.77	48.05
登士柏西诺德	-	55.54	49.58	53.74
英维斯塔	58.24	56.86	50.75	54.99
均值	56.74	58.75	53.38	56.66
公司口腔修复材料	53.56	49.78	52.68	59.55

注：数据来源于 Wind，国瓷材料毛利率选取其生物医疗材料板块的毛利率，沪鸽口腔毛利率选取其技工类产品毛利率。

报告期内，公司口腔修复材料毛利率分别为 59.55%、52.68%、49.78%和 **53.56%**，与同行业可比公司综合毛利率或相关产品毛利率存在差异，主要原因系公司各类业务收入结构、所处产业链及产品品类与同行业上市公司存在一定差异，具体如下：（1）国瓷材料生物医疗材料板块除氧化锆瓷块产品外，还包括氧化

锆粉材料等公司未经营的产品类型；（2）沪鸽口腔技工类产品以合成树脂牙和临时冠桥树脂块为主，氧化锆瓷块收入占比较低；（3）现代牙科主要产品包括固定义齿、活动义齿及正畸器材等，产品主要应用于义齿修复领域，在齿科产业链上位于公司下游；（4）登士柏西诺德未披露各产品的营业成本，无法计算各产品的毛利率。其主要产品为口腔材料和牙科技术及设备，其牙科产品包括根管及种植专用产品、设备产品为自主生产，其产品较公司产品更为多元化，与公司不完全可比；（5）英维斯塔未披露各产品的营业成本，无法计算各产品的毛利率。英维斯塔是广泛的牙科植入物、正畸器械、普通牙科消耗品、设备和服务的全球领先供应商，其牙科产品包括牙科植入物、设备产品为自主生产，其产品较公司产品更为多元化，与公司不完全可比。

报告期内，公司口腔数字化设备的毛利率分别为 20.46%、17.76%和 19.57%，与相关经营医疗设备产品的上市公司亚辉龙（深圳市亚辉龙生物科技股份有限公司，证券代码：688575.SH）的非自主生产设备的毛利率及迈克生物（迈克生物股份有限公司，证券代码：300463.SZ）、基蛋生物（基蛋生物科技股份有限公司，证券代码：603387.SH）非自主生产产品的毛利率不存在重大差异。

2019 年度至 2021 年度，亚辉龙、迈克生物和基蛋生物上述相关产品毛利率情况如下：

单位：%

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
亚辉龙	-	17.77	24.74	13.76
迈克生物	25.30	27.26	27.74	34.76
基蛋生物	-	24.33	37.65	29.22
公司	20.39	19.57	17.76	20.46

注：亚辉龙、基蛋生物未公告相关产品毛利率或据以计算毛利率的数据。

综上，公司口腔修复材料毛利率不存在较为可比的上市公司耗材毛利率，口腔数字化设备产品毛利率与相关上市公司非自主生产医疗设备产品的毛利率不存在较大差异。

九、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人、申报会计师履行的核查程序包括：

- 1、获取报告期内发行人各类产品的收入、成本、毛利、毛利率的明细数据，访谈发行人财务人员、销售人员，对各类产品毛利率的变动原因进行分析；
- 2、获取报告期内发行人内外销各销售模式收入、成本、毛利、毛利率等信息，访谈发行人销售人员，了解内外销各销售模式客户基本情况，对毛利率差异原因进行分析；
- 3、获取报告期内发行人直销和经销客户以及主要客户收入、成本、毛利、毛利率等信息，访谈发行人销售人员，了解直销和经销主要客户基本情况，对毛利率差异及变动原因进行分析；
- 4、查阅与发行人经营相同产品或相似模式的可比公司相关产品的毛利率情况，分析发行人主要产品毛利率与可比公司的差异情况及合理性；
- 5、了解发行人同行业可比上市公司的选取标准，获取与发行人同行业相关上市公司的年度报告及申报文件，将主营业务及产品结构、行业归属、财务状况与发行人进行对比，复核同行业可比上市公司选取的准确性、完整性。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

- 1、报告期内发行人氧化锆瓷块毛利率的变动原因合理，预计未来发行人氧化锆瓷块产品不存在毛利率持续大幅下降的风险，毛利率下降风险已在招股说明书中披露；
- 2、报告期内发行人口腔数字化设备产品毛利率的变动原因合理，对外销售毛利率高于 20%与公司产品策略、销售环节承担的职责以及经营实际相吻合，与相关可比公司不存在较大差异；
- 3、报告期内发行人玻璃陶瓷和其他产品及服务毛利率的变动原因合理；
- 4、报告期内发行人不同销售模式的毛利率水平与公司的业务模式相匹配，

其不同年份的变动具有一定的商业合理性；

5、报告期内发行人内外销毛利率主要系内外销产品结构差异及内外销产品价格存在一定差异所致，毛利率差异具有合理性；

6、报告期内发行人不同类型客户毛利率的差异具有合理性，不同客户之间、同一客户在报告期不同年度毛利率变动具有合理性；

7、发行人已披露同行业可比上市公司的选取标准，选取的同行业可比上市公司准确、完整，具有可比性；

8、发行人口腔修复材料毛利率不存在较为可比的上市公司耗材毛利率，口腔数字化设备产品毛利率与相关上市公司非自主生产医疗设备产品的毛利率不存在较大差异。

17.关于期间费用

招股说明书披露：

（1）报告期内，公司销售费用分别为 3,646.42 万元、5,427.16 万元、5,086.27 万元和 5,677.84 万元，其中职工薪酬占比分别为 45.04%、42.18%、56.04%和 57.46%，广告费及业务宣传费占比分别为 14.34%、20.55%、20.04%和 17.82%，运输费分别为 623.10 万元、718.51 万元、1,111.30 万元和 1,197.55 万元（2020 年起计入营业成本）；

（2）报告期内，公司管理费用分别为 2,093.42 万元、2,538.45 万元、2,634.53 万元和 2,746.74 万元，其中职工薪酬占比分别为 41.57%、49.66%、55.29%和 48.83%；

（3）报告期内，公司研发费用分别为 725.75 万元、1,166.22 万元、1,228.44 万元和 1,396.27 万元，研发费用率分别为 3.41%、3.90%、3.40%和 3.58%；

（4）报告期内，公司财务费用分别为-151.58 万元、-51.02 万元、378.75 万元和 234.32 万元，其中汇兑损益金额分别为-183.28 万元、-74.30 万元、208.97 万元、75.11 万元。

请发行人：

（1）说明销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均

工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形；结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动说明销售费用、管理费用和研发费用中职工薪酬变动的合理性；

（2）结合广告费及业务宣传费的具体构成说明报告期内金额变动的原因及合理性，占销售费用比例较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致；

（3）结合报告期各期运输量、单位运输费用、报关次数等情况说明运输费占营业收入的比例变动的原因及合理性；

（4）说明研发人员的划分标准，是否存在与生产人员混同的情形，研发费用中材料费用的构成、主要用途，相关材料对应的研发项目情况，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况；

（5）结合发行人向税务机关申报加计扣除的研发费用金额与实际发生的研发费用金额的差异情况，说明发行人是否存在虚增研发费用的情形；

（6）说明汇兑损益的计算过程，报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发行人外销收入、汇兑损益之间的匹配性，发行人应对外汇波动风险的具体措施及有效性。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，并就发行人报告期内期间费用的完整性发表明确意见。

回复：

一、说明销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形；结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动说明销售费用、管理费用和研发费用中职工薪酬变动的合理性

（一）说明销售人员、管理人员、研发人员的平均工资与当地和同行业平均工资水平的比较情况，是否存在其他主体为发行人员工支付费用的情形

1、发行人平均工资与同行业平均工资水平的比较情况

报告期内，公司销售人员、管理人员、研发人员的总薪酬、员工人数和平均薪酬如下：

项目		2022 年 1-6 月 /2022.06.30	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31
总职工薪酬 (万元)	销售人员	2,523.45	4,253.26	2,850.14	2,289.06
	管理人员	991.12	1,828.39	1,456.69	1,260.53
	研发人员	635.42	1,043.00	637.60	665.59
员工人数 (人)	销售人员	208	199	156	134
	管理人员	113	85	81	70
	研发人员	74	79	56	57
人均职工薪酬 (万元/人/年)	销售人员	24.26	21.37	18.27	17.08
	管理人员	17.54	21.51	17.98	18.01
	研发人员	17.17	13.20	11.39	11.68

2020 年，发行人销售人员、管理人员及研发人员人均职工薪酬基本保持平稳态势，无重大变动；2021 年，发行人销售人员、管理人员及研发人员人均职工薪酬均较去年有较大幅度增长，主要系伴随公司营业收入增长盈利能力增强，各条线人员奖金有所增加，及 2021 年新冠疫情影响下的社保费用减免优惠到期后社保费用增加所致；2022 年上半年，发行人销售人员、研发人员人均职工薪酬均较去年有较大幅度增长，主要原因系伴随公司营业收入增长盈利能力增强，各条线人员工资有所增加；2022 年上半年管理人员人均薪酬有所下降，主要系公司于 2022 年 6 月招聘 20 余名管理培训生，尚处于培训阶段未确定具体岗位，在计算上摊薄了一部分管理人员平均工资。剔除此因素后，2022 年 1-6 月管理人员人均薪酬 22.03 万元/人/年，与销售及研发人员人均薪酬变动趋势一致。

报告期各期，可比公司国瓷材料及沪鸽口腔销售人员、管理人员、研发人员的平均薪酬如下：

单位：万元/人/年

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
国瓷材料 人均职工薪酬	销售人员	21.44	26.32	23.10
	管理人员	32.11	27.47	27.47
	研发人员	12.80	11.13	10.75
沪鸽口腔 人均职工薪酬	销售人员	15.00	-	-
	管理人员	14.94	-	-
	研发人员	15.87	-	-
可比公司平均	销售人员	18.22	26.32	23.10

人均职工薪酬	管理人员	23.52	27.47	27.47
	研发人员	14.34	11.13	10.75

注 1：数据来源于公司年报及招股说明书；其他可比公司中，现代牙科、登士柏西诺德、英维斯塔未披露各期间费用中职工薪酬金额。

注 2：国瓷材料及沪鸽口腔未披露 2022 年上半年各岗位员工人数。

2021 年，发行人销售人员、管理人员及研发人员人均职工薪酬均处于同行业管理人员薪酬区间内，并与可比公司平均水平接近，不存在明显差异。

2019-2020 年，发行人销售人员、管理人员人均职工薪酬略低于国瓷材料，除业务规模、经营模式有所差异外，国瓷材料部分销售人员及管理人员团队工作地为深圳、广东、江苏等地，人力成本高于发行人销售人员、管理人员团队所处的河北省秦皇岛市。

综上，发行人平均工资与同行业平均工资水平基本可比。

2、发行人平均工资与当地工资水平的比较情况

报告期各期，公司销售人员、管理人员、研发人员的平均薪酬及当地私营单位就业人员年平均工资指标如下：

单位：万元/人/年

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
销售人员人均薪酬	24.26	21.37	18.27	17.08
管理人员人均薪酬	17.54	21.51	17.98	18.01
研发人员人均薪酬	17.17	13.20	11.39	11.68
秦皇岛市城镇私营单位就业人员年平均工资	-	4.78	4.53	4.35

数据来源：河北省统计局

报告期内，公司销售、管理和研发人员人均薪酬高于秦皇岛市城镇私营单位就业人员年平均工资水平，主要原因系公司销售、管理和研发人员素质整体较高，高学历人才较多、工作经验丰富，截至报告期末，公司大专及以上学历的销售、管理和研发人员占比超过 93%。

综上，报告期各期，发行人的销售人员、管理人员、研发人员平均工资与当地平均工资水平存在差异，但总体而言，其差异具有合理性且发行人与同行业平均工资基本可比，发行人不存在其他主体为发行人员工支付费用的情形。

（二）结合销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动说明销售费用、管理费用和研发费用中职工薪酬变动的合理性

报告期各期，公司销售、管理、研发人员的薪酬波动原因分析如下：

1、销售人员职工薪酬

报告期各期，公司销售费用中的职工薪酬金额分别为 2,289.06 万元、2,850.14 万元、4,253.26 万元和 **2,523.45 万元**。公司销售费用中的职工薪酬主要系销售人员的工资、奖金、社保及福利费费用。报告期各期末，公司销售人员数量分别为 134 人、156 人、199 人及 **208 人**，公司持续扩大并不断优化销售队伍，建立了高效、专业的销售队伍，营销网络覆盖全球各主要区域，职工薪酬随销售人员数量增加而增加。

2、管理人员职工薪酬

报告期各期，公司管理费用中的职工薪酬金额分别为 1,260.53 万元、1,456.69 万元、1,828.39 万元和 **991.12 万元**。报告期各期末，公司管理人员数量分别为 70 人、81 人、85 人及 113 人。报告期各期，职工薪酬呈上涨趋势，主要系销售收入持续增加而与之相匹配的行政及管理人员需求增加，从而导致管理费用中的职工薪酬有所上升所致。**2022 年上半年管理人员人均薪酬有所下降，主要系公司于 2022 年 6 月招聘 20 余名管理培训生，尚处于培训阶段未确定具体岗位，在计算上摊薄了一部分管理人员平均工资。**

3、研发人员职工薪酬

报告期各期，公司研发费用中的职工薪酬金额分别为 665.59 万元、637.60 万元、1,043.00 万元和 **635.42 万元**。报告期各期末，公司研发人员数量分别为 57 人、56 人、79 人及 **74 人**，公司不断加大研发支出，投入更多的人力进行研发工作，研发人员职工薪酬与研发人员数量相匹配。

综上所述，公司人员及平均工资的变动情况与公司的实际经营情况相符，具有合理性。

二、结合广告费及业务宣传费的具体构成说明报告期内金额变动的原因及合理性，占销售费用比例较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致

（一）销售费用及销售费用率变动情况

报告期内，公司销售费用的具体构成情况如下：

单位：万元、%

项 目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,523.45	61.37	4,253.26	56.05	2,850.14	56.04	2,289.06	42.18
广告费及业务宣传费	559.38	13.60	1,319.59	17.39	1,019.31	20.04	1,115.20	20.55
差旅费	401.02	9.75	840.88	11.08	592.53	11.65	850.85	15.68
物料消耗	100.02	2.43	369.62	4.87	224.80	4.42	203.95	3.76
股份支付	207.77	5.05	246.72	3.25	-	-	-	-
业务招待费	47.86	1.16	139.83	1.84	94.62	1.86	87.92	1.62
技术服务费	77.66	1.89	153.41	2.02	95.50	1.88	24.43	0.45
折旧与摊销	90.50	2.20	106.84	1.41	64.12	1.26	45.00	0.83
运输费	-	-	-	-	-	-	718.51	13.24
办公及其他费用	104.47	2.54	158.77	2.09	145.25	2.86	92.25	1.70
合计	4,112.13	100.00	7,588.93	100.00	5,086.27	100.00	5,427.16	100.00

报告期各期，公司销售费用总额分别为 5,427.16 万元、5,086.27 万元、7,588.93 万元和 4,112.13 万元，各期销售费用率分别为 18.14%、14.06%、13.92% 和 15.25%。2020 年销售费用率下降较多，主要系受新冠肺炎疫情疫情影响，公司线下参加的展会较少使得广告费及业务宣传费减少，且销售相关的差旅频次有所降低使得差旅费减少所致；2021 年销售费用率基本与 2020 年持平，但销售费用同比增加 49.20%，主要系因业务规模持续扩大，为提升产品销量，持续加大业务推广投入，职工薪酬、广告费及业务宣传费及差旅费等均同比较大增加所致。

（二）结合广告费及业务宣传费的具体构成说明报告期内金额变动的原因及合理性

报告期各期，广告费及业务宣传费具体构成如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
展会费	133.20	23.81	463.54	35.13	359.94	35.31	432.01	38.74
业务宣传费	204.54	36.57	361.06	27.36	265.79	26.08	286.47	25.69
培训费	132.86	23.75	344.59	26.11	263.17	25.82	348.94	31.29
广告费	88.77	15.87	150.41	11.40	130.42	12.79	47.78	4.28
合计	559.38	100.00	1,319.59	100.00	1,019.31	100.00	1,115.20	100.00

报告期内，发行人进行市场开拓及推广主要产生展会费、业务宣传费、培训费、广告费，其具体内容及变动原因及合理性如下：

1、展会费

展会费主要为发行人参加全球口腔展会所产生的展位费、展位搭建费、展具费等。发行人参与行业展览展会是发行人进行业务推广的重要方式。报告期内，发行人经常性参加的展会有上海 CDS 展会、芝加哥展会、北京展会、广州展会、德国 IDS 展会等。2020 年展会费较 2019 年有所减少主要系新冠疫情影响下部分国际及国内展会无法正常举行所致；2021 年随着国际及国内疫情好转，展会费有所增加；2022 年 1-6 月展会费较 2021 年 1-6 月有所较少主要系新冠疫情影响下国内大部分展会无法正常举行所致。

2、业务宣传费

业务宣传费主要为发行人销售及市场策划部门为产品宣传所举行的线上线下的宣传活动所支付的活动宣传费、领用产品及活动场地费。报告期内，发行人经常性发生的业务宣传费主要包括梦想秀活动推广费、线上课程推广费、运营推广费等。2021 年业务宣传费较 2020 年增长较多主要系产品推广力度增加所产生的活动领用物料费用增加及新增自媒体公众号、论坛等平台渠道进行文案推送及产品宣传所产生的推广费用增加。

3、培训费

培训费主要为发行人邀请业界权威人士进行宣传讲座所产生的专家讲课费及邀请专家进行客户培训的产生的活动组织费用。发行人通过专业学术人士向客户更详细准确地介绍口腔修复材料的产品特性、适用场景和产品最新研究动向。报告期内，发行人培训邀请的行业专家为全球数字牙科专家、Cera-Tech 牙科实

验室创始人 Vanik、中国台北市牙体技术师公会常务理事康建明等专家。2020 年培训费较 2019 年有所减少主要系新冠疫情影响下部分培训活动无法正常举行所致；2021 年随着国内疫情好转，培训费有所增加。

4、广告费

广告费主要为发行人为公司品牌宣传所购买的广告位、线上营销及线下杂志广告版面费用。报告期内，发行人广告费主要支付的对象包括 Facebook、LMT communication Inc.、谷歌、各国杂志等。2020 年广告费较 2019 年广告费增加较多主要系为配合 3D Pro 绚彩系列等新产品推广宣传，Facebook 广告投放费用、欧洲国家如法国、意大利、德国杂志广告投放费用增加。

（三）广告费及业务宣传费占销售费用比例较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致

1、广告费及业务宣传费占销售费用比例较高的原因及合理性

公司广告费及业务宣传费占销售费用比例较高与医疗器械行业及公司自身的销售模式相关。从行业角度出发，医疗器械行业具有专业性强、产品操作相对复杂、技术更新较快的特点，市场需求除取决于市场容量外，还取决于下游客户对产品的认知程度，除需展会、培训等方式进行现场操作、试用外，还有赖于国内外行业专家的背书与推广、推广活动的召开以提升客户对产品技术及加工或使用方式的了解。

从公司业务角度出发，公司主营业务包括口腔修复材料的研发、生产和销售，口腔数字化设备的设计和销售，其客户主要为义齿技工所、小型口腔诊所、区域经销商等，该类客户呈现出“地域分散、规模较小、数量较多”的特征。故公司需适当提升展会宣传、活动宣传、业务培训及广告宣传等形式的营销频次，以触达大量而分散的客户。因此，报告期内，公司的宣传推广费金额较大，具有合理性。

2、广告费及业务宣传费占销售费用比例与同行业可比公司是否一致

报告期各期，发行人与同行业可比公司广告费及业务宣传费金额及占销售费用的比例比较情况如下：

单位：万元、%

可比公司	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度

		金额	占比	金额	占比
国瓷材料	广宣费用及市场开拓费	968.37	14.19	2,369.58	21.45
沪鸽口腔	广告宣传费	-	-	933.18	18.58
平均值	-	968.37	14.19	1,651.38	20.02
发行人	广告费及业务宣传费	559.38	13.60	1,319.59	17.39
可比公司	项目	2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比
国瓷材料	广宣费用及市场开拓费	1,693.50	16.10	1,540.33	13.57
沪鸽口腔	广告宣传费	590.78	12.74	783.91	12.49
平均值	-	1,142.14	14.42	1,162.12	13.03
发行人	广告费及业务宣传费	1,019.31	20.04	1,115.20	20.55

数据来源：上市公司年报及招股说明书

由上表可知，2019 年、2020 年发行人广告费及业务宣传费占销售费用的比例高于国瓷材料，2021 年、2022 年 1-6 月低于国瓷材料，整体不存在较大差异；发行人广告费及业务宣传费披露口径与沪鸽口腔有所差异，沪鸽口腔广告宣传费包含物料消耗费用，而发行人选择单独列示。考虑此因素后，报告期各期，发行人广告费及业务宣传费略高于沪鸽口腔，主要系销售模式差异所致。报告期内，发行人直销业务占比较高、而沪鸽口腔以经销模式为主，经销商会在一定程度上承担广告费及业务宣传费用。

综上，发行人广告费及业务宣传费占销售费用比例与同行业可比公司基本一致，差异具有合理性。

三、结合报告期各期运输量、单位运输费用、报关次数等情况说明运输费占营业收入的比例变动的原因及合理性

报告期各期，公司销售费用、营业成本中运输费金额分别为 718.51 万元、1,111.41 万元、1,810.00 万元和 976.54 万元，运输费的具体构成情况及占营业收入比例情况如下：

单位：万元

运输费用	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
内销运费	119.30	316.64	332.58	264.23
外销运费	857.24	1,493.36	778.83	454.28
合计	976.54	1,810.00	1,111.41	718.51

营业收入	26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
运输费占主营业务收入比例	3.62%	3.32%	3.07%	2.40%

公司的运输费分为内销运费和外销运费，其中内销运费主要包括散货运输、整车运输、保价、包装等费用，运费单价与运输目的城市、货物计费重量、运输方式、运输市场行情等相关；外销运费主要包括港口费用、进仓费、报关过程中的手续费、海运空运费、危险品鉴定费、保费及税费等，运输单价主要与目的地、货物重量、运输市场行情、燃油率、贸易方式等相关。

（一）内销运费分析

报告期内，公司内销运费情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
内销运费（万元）	119.30	316.64	332.58	264.23
内销出库单数量（单）	29,109.00	57,091.00	43,924.00	30,473.00
单位运输费用（元/单）	40.99	55.46	75.72	86.71
内销收入（万元）	11,585.83	30,248.80	23,087.35	18,467.35
单笔出库单收入金额（元/单）	3,980.15	5,298.35	5,256.20	6,060.23
运输费占内销收入比例	1.03%	1.05%	1.44%	1.43%

报告期内，公司内销单笔订单运费分别为 86.71 元/笔、75.72 元/笔、55.46 元/笔和 **40.99 元/笔**，整体呈下降趋势，主要由于公司订单数量增加，物流服务公司收费降低导致。报告期内，公司内销运费占内销收入的比例分别为 1.43%、1.44%、1.05%和 **1.03%**，较为稳定。

（二）外销运费分析

报告期内，公司外销运费情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
外销运费（万元）	857.24	1,493.36	778.83	454.28
报关单数量（单）	1,348.00	2,660.00	1,895.00	1,836.00
单位运输费用（元/单）	6,359.31	5,614.15	4,109.90	2,474.29
外销收入合计（万元）（注）	12,216.74	19,935.17	9,822.69	9,309.09
运输费占外销收入比例	7.02%	7.49%	7.93%	4.88%

注：公司在境外销售中仅在 CIF 和 C&F 下支付运费，在 FOB 模式下支付货到港口的运费，

因此收入金额统计为上述三项贸易方式下的外销收入

报告期内，公司外销单笔订单运费分别为 2,474.29 元/笔、4,109.90 元/笔和 5,614.15 元/笔和 **6,359.31 元/笔**，整体呈上升趋势，主要系 2020 年以来，全球新冠疫情形势逐渐严峻，国际货物运力紧张，海运、空运价格相应上升。2021 年度，由于公司客户向公司采购的规模增大，单笔报关单的平均货值有所提升，且外销销售的设备销售占比有所提升，公司的单位运输费用较 2020 年进一步提升。

综上，保荐人、申报会计师认为结合报告期各期运输重量、单位运输费用等因素下，运输费占营业收入的比例变动符合公司业务经营情况，具备合理性。

四、说明研发人员的划分标准，是否存在与生产人员混同的情形，研发费用中材料费用的构成、主要用途，相关材料对应的研发项目情况，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况

（一）研发人员的划分标准，是否存在与生产人员混同的情形

公司研发人员的认定标准系根据员工所属部门及具体工作职责作为研发人员的划分标准，将研发中心中直接参与各研发项目的人员、研发支持人员以及研发部门管理人员认定为研发人员。

报告期各期，公司研发人员均任职于研发中心，研发中心下设研发部、技术分析部和产品转化部三个子部门，分别专门负责针对细分技术领域的科学技术研究、产品与解决方案的转化到最终产品生产及上市后维护的技术指导工作。其中研发部门是核心部门，分为材料、设备、生物三个方向分别进行齿科材料、齿科设备及齿科护理产品的研发；技术分析部主要负责进行样品验证与技术转产；产品转化部主要负责产品设计指导及产品应用开发等。

公司研发部门人员均具备相关专业背景及行业工作经验，能对公司研发项目起到核心及支持作用，研发人员划分标准明确，不存在研发及支持人员与生产人员混同的情形。

（二）研发费用中材料费用的构成、主要用途，相关材料对应的研发项目情况，研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况

1、研发费用中材料费用的构成、主要用途

报告期各期，公司研发费用的具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	635.42	55.26	1,043.00	50.38	637.60	51.90	665.59	57.07
材料费用	253.61	22.06	705.47	34.08	349.42	28.44	297.90	25.54
股份支付	55.23	4.80	81.76	3.95	-	-	-	-
折旧费用	53.70	4.67	61.62	2.98	108.18	8.81	105.17	9.02
其他费用	56.75	4.93	62.13	3.00	57.77	4.70	63.03	5.40
检验检测费	79.13	6.88	101.66	4.91	75.47	6.14	5.41	0.46
委托研究开发费	16.03	1.39	14.56	0.70	-	-	29.13	2.50
合计	1,149.87	100.00	2,070.21	100.00	1,228.44	100.00	1,166.22	100.00

报告期各期，公司研发费用总额分别为 1,166.22 万元、1,228.44 万元、2,070.21 万元和 1,149.87 万元，各期研发费用率分别为 3.90%、3.40%、3.80% 和 4.26%。其中，2021 年研发费用增加较多主要系研发人员职工薪酬及材料费用增加所致。

2021 年，研发人员职工薪酬增加主要系公司研发人员数量增加，2021 年末研发人员达 79 人，较上期末增加 23 人，同比增加 41.07%。2021 年，公司业务规模扩大，公司进入快速发展阶段，在玻璃陶瓷、色料及口腔数字化设备领域研发投入增加，对研发人员的需求同步增加；此外，2021 年荣耀 SPM 氧化锆修复材料、齿科打印设备研发项目进入研发测试阶段，同时新增色料制备的长短期规划、渐变弹性瓷项目、新糊剂等项目研发，所领用的无机、有机材料、设备配件均有所增加所致。

报告期各期，公司研发费用中材料费用的具体构成如下：

单位：万元、%

类别	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

无机材料	34.51	13.61	378.54	53.66	165.25	47.29	42.05	14.12
有机材料	49.80	19.63	117.84	16.70	30.37	8.69	47.35	15.89
设备配件	108.34	42.72	146.46	20.76	50.85	14.55	63.61	21.35
辅助耗材	53.24	20.99	46.86	6.64	92.80	26.56	121.77	40.88
其他	7.73	3.05	15.77	2.24	10.15	2.90	23.13	7.76
合计	253.61	100.00	705.47	100.00	349.42	100.00	297.90	100.00

报告期各期，公司研发费用中材料费用主要由无机材料、有机材料、设备配件、辅助耗材组成。其主要用途包括：

（1）无机材料及有机材料：无机材料主要为氧化锆粉、玻璃陶瓷粉料、氧化锆瓷块等；有机材料主要为临时冠桥树脂、树脂原料等；无机材料及有机材料的领用主要用于新产品及新工艺的研发，以及设备类研发项目的测试；

（2）设备配件：主要为材料及设备研发过程中使用的加工类器械设备、电子设备及设备结构钣金件等，主要用于设备产品的研发及少部分材料项目的加工环节；

（3）辅助耗材：辅助耗材主要为实验中的易耗品及实验用设备如电子天平、数显卡尺等，及实验中的正常损耗产品。

2、相关材料对应的研发项目情况

报告期各期，公司研发费用中材料费金额大于 20 万元的主要研发项目材料费用构成情况如下：

单位：万元

期间	项目名称	无机材料	有机材料	设备配件	辅助耗材	其他	合计
2022 年 1-6 月	科美 L400 打印机项目	0.03	0.19	96.08	13.55	1.00	110.86
	匹配正畸工业机的模型树脂	0.19	33.23	-	0.51	0.56	34.49
	激光治疗仪	-	-	9.24	15.99	0.04	25.27
2021 年	荣耀 SPM 氧化锆修复材料	109.32	-	0.40	0.93	2.94	113.59
	齿科打印设备研究与开发	0.01	0.92	79.53	5.46	0.50	86.43
	铸瓷项目	54.88	17.21	-	7.09	3.46	82.64
	色料制备的长短期规划	44.84	0.28	-	0.10	0.22	45.44
	赛瓷 STC 氧化锆修复材料	41.63	1.24	-	0.33	0.30	43.49
	绚彩 3DPro26 色特殊色	41.40	-	0.06	0.56	0.42	42.43

期间	项目名称	无机材料	有机材料	设备配件	辅助耗材	其他	合计
	新荣耀 PW 研发以及匹配染色液	37.96	0.01	-	0.29	0.32	38.58
	匹配正畸工业机的模型树脂	0.10	34.14	1.92	0.10	0.23	36.49
	渐变弹性瓷项目	26.95	3.85	0.02	1.76	0.61	33.19
	PMMA 波浪型全口义齿	0.02	26.62	-	0.72	0.15	27.51
	新糊剂研发	18.98	0.04	0.02	1.52	5.43	25.98
2020 年	铸瓷项目	57.70	0.11	0.06	71.21	2.73	131.81
	齿科打印设备研究与开发	2.01	0.05	38.17	6.27	1.08	47.58
	单色弹性瓷降成本项目	30.54	13.82	0.11	0.20	0.41	45.07
	荣耀 SPM 氧化锆修复材料	39.77	0.01	-	0.94	1.26	41.98
	牙科用氧化锆陶瓷的透度与颜色研究	26.13	-	-	1.71	0.53	28.37
2019 年	齿科打印设备研究与开发	0.42	0.92	54.72	12.97	2.36	71.39
	铸瓷项目	8.27	1.87	0.57	49.35	0.05	60.12
	隐形正畸矫治器研发	-	6.18	0.13	42.40	8.91	57.62
	高分子口腔材料的研究与开发	0.79	35.38	1.62	11.49	4.39	53.67
	牙科用氧化锆陶瓷的透度与颜色研究	32.58	1.60	2.28	3.26	2.04	41.76

3、研发过程中的原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况

报告期内，公司没有资本化的研发支出、研发成果更多地体现为产品制备配方、工艺和方法，单批次产生的实物形态产品较少无法对外出售。原材料投入最终全部变为废料与生产过程中形成的边角废料、不合格产品一同回收处置，报告期内未产生废料收入。

五、结合发行人向税务机关申报加计扣除的研发费用金额与实际发生的研发费用金额的差异情况，说明发行人是否存在虚增研发费用情形

报告期内，公司按照《财政部、国家税务总局、科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119 号）、《国家税务总局关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》（税务总局公告 2015 年第 97 号）、《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号）及《财政部、税务总局、科技部关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税[2018]99 号）等相关规定，向税务机

关报备研发费用加计扣除金额及明细，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
财务报表的研发费用金额①	1,149.87	2,070.21	1,228.44	1,166.22
申请加计扣除的研发费用②	1,077.07	1,927.53	1,228.44	1,160.40
差异情况③=①-②	72.80	142.68	-	5.82

报告期各期，发行人向税务机关申报加计扣除的研发费用金额与研发费用差异分别为 5.82 万元、0.00 万元、142.68 万元和 **72.80 万元**。形成差异的主要原因系研发费用核算范围与加计扣除范围的研发费用口径不一致，发行人在申报研发费用加计扣除时，股份支付、超出扣除比例的委托研发费用等其他费用未进行加计扣除。

发行人基于口腔修复材料与口腔数字化设备的行业特性，以市场应用为导向，围绕氧化锆瓷块、玻璃陶瓷等无机材料、树脂等有机材料、口腔数字化设备应用等开展研发活动，制定了包括研发项目评审、研发成果转化、研发试剂/样品/设备管理、资金计划填报规定等在内的研发活动相关内部控制制度，对研发活动开展、研发费用归集等进行管理。发行人研发费用的加计扣除情况符合有关税法的规定且与实际研发费用金额相匹配，发行人按照企业会计准则核算归集相关研发费用，不存在虚增研发费用的情形。

六、说明汇兑损益的计算过程，报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发行人外销收入、汇兑损益之间的匹配性，发行人应对外汇波动风险的具体措施及有效性

（一）汇兑损益的计算过程

外币交易在初始确认时，外币金额按月初汇率（取当月第一个工作日的中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价）折算为记账本位币入账；各月末，外币货币性项目的外币余额按照月末汇率（取当月最后一个工作日的中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价）折算为记账本位币金额；月末汇率折算的记账本位币金额与原账面记账本位币金额之间的差额，计入汇兑损益。相关计算均由财务核算系统完成，汇兑损益的计算过程及会计处理符合《企业会计准则》规定，金额计量完整、准确。

（二）报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发行人外销收入、汇兑损益之间的匹配性

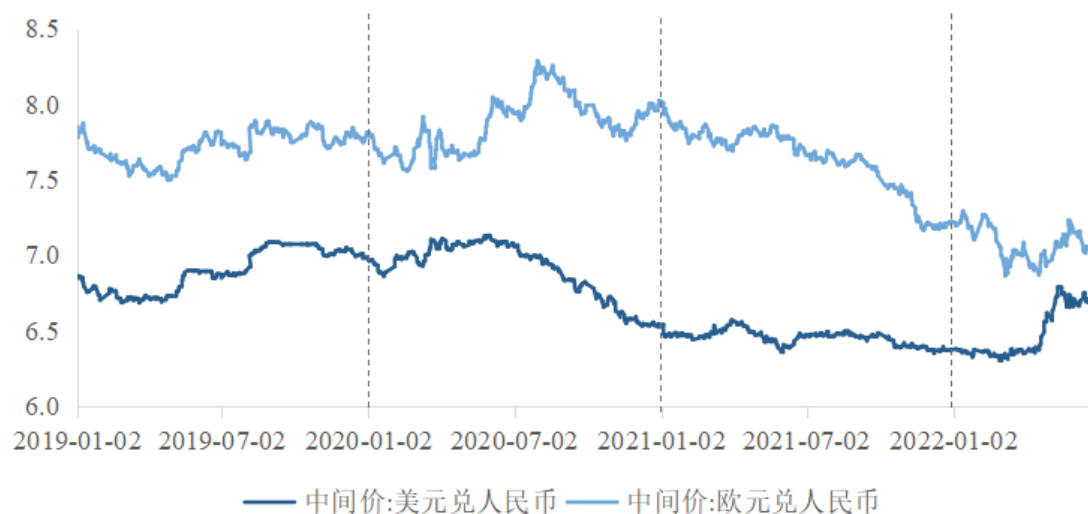
报告期各期，发行人汇兑损益分别为-74.30 万元、208.97 万元、327.88 万元和-894.77 万元。主要来源于应收账款回款及折算、外币货币资金结汇及折算，具体如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
外币货币资金结汇及折算汇兑损益	-733.84	158.33	72.51	-79.67
应收账款回款及折算汇兑损益	-189.61	186.63	114.69	10.53
其他	28.68	-17.08	21.77	-5.16
汇兑损益合计（负数代表收益）	-894.77	327.88	208.97	-74.30
外销收入	15,361.73	24,247.71	13,032.01	11,381.66
汇兑损益/外销收入	-5.82	1.35	1.60	-0.65

发行人境外销售所产生的汇兑损益受到境外销售收入的确认时点、外币款项收回后的结汇规模及结汇时点、不同时间段汇率变动幅度以及各时点外币敞口规模等多种因素的影响。在外销收入逐年上升的前提下，应收账款回款及折算汇兑损益受到汇率波动的影响也随之增大。

报告期各期，发行人外销收入主要以美元和欧元定价和结算，汇兑损益主要受美元和欧元兑人民币汇率波动的影响。报告期内，美元、欧元兑人民币汇率波动情况如下：



数据来源：中国人民银行

2019 年美元兑人民币汇率持续呈现波动上升趋势，欧元兑人民币汇率在 7.7 元附近波动，故当期形成汇兑收益 74.30 万元；2020 年欧元对人民币汇率呈先升后降趋势，但受发行人主要结算货币美元汇率持续下行影响，当期形成汇兑损失 208.97 万元；2021 年欧元、美元兑人民币汇率均呈持续贬值趋势，导致当期形成较大汇兑损失 327.88 万元；**2022 年上半年，美元兑人民币持续升值，欧元兑人民币汇率先小幅下降后震荡上升，存在一定波动，当期形成汇兑收益 894.77 万元。**

综上，报告期内主要结算货币兑人民币汇率变动方向与公司外销收入及汇兑损益的波动方向相匹配。

（三）发行人应对外汇波动风险的具体措施及有效性

报告期内，汇兑损益对发行人利润总额影响较小。针对主要结算货币兑人民币汇率变动，发行人采取了以下措施应对风险：

1、发行人日常保持与银行等金融机构外汇部门的持续沟通，结合外汇市场的走势预测及判断市场汇率变动趋势，灵活选择在合适的时间点进行结汇；

2、针对外汇应收款项，发行人及时进行催促客户付款，从而降低外汇波动风险带来的汇兑损失；

3、与客户协商，逐步扩展跨境人民币结算业务，以降低汇率波动的影响；

4、发行人内部制定详细资金使用计划，以应对临时结汇所产生的汇率损失风险。

报告期内，公司对相关汇率波动风险已建立相应应对措施，上述应对措施具有有效性。

七、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行的核查程序包括：

1、获取发行人报告期内的员工花名册，查阅同行业可比公司招股说明书、募集说明书、定期报告等公开资料，获取当地和同行业平均工资水平数据，对比发行人销售人员、管理人员、研发人员人数以及平均工资的变动合理性及期间费

用中职工薪酬变动的合理性；

2、获取发行人报告期内员工工资表、工资发放凭证、发行人实际控制人及其配偶、董事、监事、高级管理人员流水、关键财务人员、关键销售人员、主要关联企业的银行流水，核查是否存在代垫费用的情形；

3、获取发行人报告期内广告费与业务宣传费明细，随机抽样核查广告费用凭证、登录杂志相关图片、大额业务宣传费对应合同以确认费用的真实性，分析占销售费用比例较高的原因及合理性，获取同行业广告费与业务宣传费数据进行横向比较；

4、获取发行人报告期内运费明细表、报关单，了解运输费变动原因及合理性；

5、获取研发项目的立项资料、阶段性检查资料及结项资料，按项目汇总材料费的使用情况；获取企业其他出库单、采购部验收单据，统计单据上各研发项目材料领用并与账面材料费对比，核实差异；

6、访谈发行人研发部门负责人，了解研发项目情况、研发人员划分标准、研发过程中原材料的投入与产出情况、损耗情况及废料处理情况；

7、获取发行人企业所得税纳税申报表及企业所得税汇算清缴报告，对研发加计扣除情况进行分析；

8、复核财务费用-汇兑损益的计算过程，报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发行人外销收入、汇兑损益之间的匹配关系；

9、访谈发行人管理层及财务人员，了解发行人应对外汇波动实施的措施；

10、获取发行人报告期内运费明细表、报关单，了解运输费变动原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人各项期间费用中职工薪酬变动合理，公司的职工薪酬水平符合公司的经营发展需要，不存在其他主体为发行人员工支付费用的情形；

2、广告费及业务宣传费在报告期内金额变动合理，占销售费用比例较高具备合理性；

3、结合报告期各期运输量、单位运输费用、报关次数等因素，运输费占营业收入的比例变动符合公司业务经营情况，具备合理性；

4、结合研发人员的划分标准，不存在与生产人员混同的情形；

5、发行人研发费用投入与产出符合实际经营情况，对研发相关的投入支出按各研发项目进行归集，研发过程中的损耗与废料处理符合规定，具备合理性；

6、发行人不存在虚增研发费用的情形；

7、报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发行人外销收入、汇兑损益之间相匹配，发行人应对外汇波动风险的具体措施有效。

18.关于应收账款

招股说明书披露，

（1）报告期各期末，公司应收账款余额分别为 3,710.62 万元、6,629.23 万元、11,354.19 万元和 17,645.32 万元，占当期营业收入的比例分别为 17.46%、22.16%、31.40%、45.21%；

（2）2020 年末至 2021 年 9 月 30 日，公司按单项计提的坏账准备金额分别为 142.72 万元、269.56 万元，报告期各期末按组合计提的坏账准备金额分别为 216.48 万元、398.52 万元、710.79 万元和 1,061.12 万元。

请发行人：

（1）说明应收账款余额占营业收入的比例逐年上升的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致；

（2）说明报告期内不同信用政策对应的客户数量、销售金额及占比，报告期内主要客户信用政策是否发生变化；

（3）补充披露执行新金融工具准则后预期信用损失率的确定方法；

（4）说明 2020 年末和 2021 年 9 月末单项计提坏账准备的具体原因及合理

性；

(5) 补充披露报告期各期末应收账款的逾期情况以及截至目前报告期各期末应收账款的回款情况；

(6) 结合应收账款账龄、应收账款逾期情况、应收账款的回款情况等进一步说明报告期内坏账准备计提的充分性。

请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，详细说明对发行人应收账款的函证情况，包括发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例、各期函证选取的标准等。

回复：

一、说明应收账款余额占营业收入的比例逐年上升的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致

(一) 说明应收账款余额占营业收入的比例逐年上升的原因及合理性

报告期各期末，发行人应收账款规模及变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款余额	14,646.77	14,905.78	12,207.70	7,027.75
营业收入	26,968.53	54,528.42	36,163.06	29,916.47
应收账款余额/营业收入	54.31	27.34	33.76	23.49

报告期各期末，发行人应收账款余额分别为 7,027.75 万元、12,207.70 万元、14,905.78 万元和 **14,646.77 万元**，占当期营业收入的比例分别为 23.49%、33.76%、27.34%和 **54.31%**。**2019 年至 2021 年**，随着业务规模的扩张，发行人收入的快速增长，应收账款余额也随之增加。

2020 年末，发行人应收账款账面价值占同期营业收入的比例较 2019 年末增幅较大，主要系受到新冠肺炎疫情影响，客户资金压力较大，公司实际收款周期有所延长，且 2020 年下半年主营业务收入占全年比重为 66.68%，销售占比较高；此外，报告期各期，口腔数字化设备收入快速增长，2020 年度及 2021 年度同比增长率分别为 77.79%和 109.02%，由于口腔数字化设备具有单笔金额高、维修及售后服务期较长的特点，故发行人对部分口腔数字化设备采用分期付款的结算

方式，分期付款时间一般为 3-12 个月不等，也使得应收账款余额有所增加。2021 年，发行人在业务规模迅速扩大的同时，有效控制应收账款规模，年末应收账款账面价值占营业收入的比例有所下降。

（二）发行人应收账款余额占营业收入的比例与同行业可比公司是否一致

报告期各期末，发行人与同行业可比公司应收账款余额占营业收入的比例比较情况如下：

单位：%

可比公司	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
国瓷材料	93.84	42.41	42.81	44.47
沪鸽口腔	-	6.54	7.61	9.10
现代牙科	42.97	19.08	23.11	18.76
登士柏西诺德	-	17.88	20.68	20.14
英维斯塔	30.72	14.05	17.45	16.95
均值	55.85	19.99	22.33	21.88
爱迪特	54.31	27.34	33.76	23.49

注：数据来源于公司年报、招股说明书

报告期各期，发行人应收账款余额占当期营业收入的比例分别为 23.49%、33.76%、27.34%和 54.31%，2019 年至 2021 年该比例呈先上升后下降趋势。其中，发行人应收账款余额占当期营业收入的比例高于沪鸽口腔，主要系沪鸽口腔境内及境外销售一般均执行全款发货；该比例低于国瓷材料，主要系国瓷材料催化材料及口腔材料下游客户账期均较长，与发行人账期相似所致。

二、说明报告期内不同信用政策对应的客户数量、销售金额及占比，报告期内主要客户信用政策是否发生变化

（一）说明报告期内不同信用政策对应的客户数量、销售金额及占比

报告期内，公司各信用政策客户数量及占比、营业收入及占比情况如下：

单位：万元、家、%

类别	2022.06.30			2021.12.31		
	数量	营业收入	收入占比	数量	营业收入	收入占比
现款	1,288	11,132.02	41.28	1,987	21,709.67	40.03
赊销	1,448	15,836.51	58.72	1,402	32,524.29	59.97

类别	2022.06.30			2021.12.31		
	数量	营业收入	收入占比	数量	营业收入	收入占比
0-30 天	329	4,510.58	16.73	394	13,078.11	24.11
30-60 天	499	5,150.54	19.10	354	10,315.87	19.02
60-90 天	455	3,877.31	14.38	484	4,488.68	8.28
90-180 天	117	1,646.03	6.10	116	3,176.72	5.86
180 天以上	48	652.04	2.42	54	1,464.91	2.70
合计	2,736	26,968.53	100.00	3,389	54,233.96	100.00
类别	2020.12.31			2019.12.31		
	数量	营业收入	收入占比	数量	营业收入	收入占比
现款	1,409	10,275.70	28.52	1,175	12,344.07	41.46
赊销	1,314	25,753.43	71.48	1,138	17,426.82	58.54
0-30 天	346	10,983.40	30.48	309	8,319.62	27.95
30-60 天	334	8,014.68	22.24	222	4,308.11	14.47
60-90 天	535	3,452.68	9.58	557	3,767.50	12.65
90-180 天	73	2,415.70	6.70	31	502.74	1.69
180 天以上	26	886.98	2.46	19	528.85	1.78
合计	2,723	36,029.13	100.00	2,313	29,770.89	100.00

注 1：公司信用政策中“现款”的结算方式包括预付、交货/票到后立即付款等；

注 2：报告期内，存在部分客户不同销售合同下信用期不同情形，此处不同信用期客户数量以年度各合同项下信用期加权平均口径统计；

注 3：此处统计不包含发行人全资子公司纳极门诊客户，故合计数与发行人合并口径营业收入有所差异。

信用期是公司根据合作历史、客户资质信用及资金状况、订单规模、市场竞争、客户所处地域的支付习惯等综合因素与客户协商确定的结果。报告期各期，客户赊销收入占比分别为 58.54%、71.48%、59.97%和 **58.72%**。2020 年，客户赊销收入占比上升主要系受新冠肺炎疫情影响，客户资金压力较大，公司应客户要求进行了商务谈判结果所致。报告期各期，3 个月以上信用期对应营业收入比例为 3.47%、9.17%、8.56%和 **8.52%**，占比相对较低，客户信用期主要集中于 3 个月以内。

（二）报告期内主要客户信用政策是否发生变化

报告期各期，发行人前五大客户信用政策情况如下：

客户名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

LLC AXIOR DENT	赊销 2 个月	赊销 2 个月	赊销 2 个月	赊销 2 个月
AL BAWABA AL ELMEYA GENERAL TRADING L.L.C	赊销 3 个月	赊销 1.5 个月	现款	现款
8853 S.p.A	赊销 2 个月	赊销 2 个月	赊销 1 个月	赊销 1 个月
dentona AG	赊销 1 个月	赊销 1 个月	赊销 1 个月	赊销 1 个月
ADVANCED DENTAL MATERIALS LLC	现销	现销	现销	现销
T&T Materials and Equipment Co.,Ltd	赊销 2 个月	赊销 1.5-2 个月	赊销 1 个月	赊销 1 个月
HISPANSION PROYECTOS SL	赊销 3 个月	赊销 2 个月	赊销 2 个月	赊销 1.5 个月
BATIGROUP DENTAL Diş ÜRÜNLERİ TİCARET. ANONİM. ŞİRKETİ.	现销	现销	-	-
NVEP IMPEX	赊销 40 天	赊销 40 天	赊销 1 个月	赊销 1 个月
秦皇岛博锐实生物科技有限公司	赊销 4 个月	赊销 4 个月	赊销 4 个月	赊销 4 个月
河南省广森医疗器械销售有限公司	赊销 3 个月	赊销 2 个月	赊销 2 个月	赊销 2 个月
昆明市迦恒医疗器械有限公司	赊销 3 个月	赊销 1 个月	赊销 3 个月	-

注：昆明市迦恒医疗器械有限公司系 2020 年新增客户，故 2019 年未填写信用政策。

报告期各期，发行人前五大客户的信用政策存在一定差异但针对大部分同一客户具有连续性。其中，报告期内部分境外客户信用期有所延长，主要系公司与上述客户合作关系较为稳定，客户信誉良好，公司适当放宽信用政策，以进一步稳固与客户的合作关系。

2021 年，昆明市迦恒医疗器械有限公司信用期有所缩短，主要系该客户于 2020 年及 2022 上半年主要购买的产品品类为口腔修复材料，2021 年主要购买的产品品类为口腔数字化设备，不同产品信用期政策不同所致。

上述客户信用政策的变化均具备商业合理性。

三、补充披露执行新金融工具准则后预期信用损失率的确定方法

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产情况”之“4、应收账款”中补充披露如下：

（7）执行新金融工具准则后预期信用损失率的确定方法

公司于 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，按照预期信用损失模型计提应收账款坏账准备。公司管理层参照历史经验信息、结合当前状况并考虑前瞻性因

素，建立违约损失率模型以测算预期信用损失率，并根据预期信用损失率计算对应收账款计算预期信用损失，包括如下主要步骤：

①公司管理层统计了观察期间（2018年至2019年）过去事项所包含的历史经验信息，主要包括应收账款余额、合同条款的安排、客户回款情况、应收账款账龄情况、实际坏账损失等情况；

②观察期内公司应收账款账龄主要分布主要在一年以内，公司根据历史经验信息计算迁徙率和历史违约损失率，充分考虑当前经营状况和发展趋势，根据历史经验信息计算迁徙率和历史违约损失率；选择合理的前瞻性因子的参数及权重，根据实际情况对各因子进行评分，计算出前瞻性调整系数。前瞻性因子主要包括公司所处行业行情情况、宏观经济等因素；

③计算预期信用损失率

公司应收账款历史迁徙率、历史损失率和预期损失率计算过程具体如下：

A.收集与分析应收账款的历史回收率

单位：万元、%

账龄	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	应收账款余额	次年实际收回金额	实际收回率	应收账款余额	次年实际收回金额	实际收回率	应收账款余额	次年实际收回金额	实际收回率
1年以内	11,386.89	10,215.75	89.72	6,744.76	6,016.83	89.21	3,696.46	3,488.64	94.38
1-2年	727.93	640.62	88.01	207.82	173.62	83.54	216.03	146.69	67.90
2-3年	34.20	23.36	68.30	69.34	14.38	20.74	9.10	7.30	80.22
3年以上	58.69	40.28	68.63	5.83	2.10	36.02	5.51	1.48	26.86
合计	12,207.70	10,920.01	89.45	7,027.75	6,206.93	88.32	3,927.10	3,644.11	92.79

B.计算迁徙率和历史损失率

单位：%

账龄	2020年实际收回率	2019年实际收回率	2018年实际收回率	平均收回率	迁徙率（注）		历史损失率	历史损失率计算公式
1年以内	89.72	89.21	94.38	91.10	8.90	a	0.44	$a*b*c*d$
1-2年	88.01	83.54	67.90	79.82	20.18	b	4.94	$b*c*d$
2-3年	68.30	20.74	80.22	56.42	43.58	c	24.48	$c*d$
3年以上	68.63	36.02	26.86	43.84	56.16	d	56.16	d

C.根据前瞻性信息（如宏观环境、行业分析等因素）对应收账款损失率进行调整

由于宏观经济环境及行业环境会对应收账款的回收情况产生一定面影响，基于以往的经验判断和谨慎性原则，选择对损失率进行加成5%作为预期信用损失率。

单位：%

账龄	历史损失率	经验值	预期损失率	原计提比例
1年以内	0.44	5.00	0.46	5.00
1-2年	4.94	5.00	5.19	10.00
2-3年	24.48	5.00	25.70	50.00
3年以上	56.16	5.00	58.97	100.00

由上表可见，公司通过账龄迁徙法计算的应收账款预期信用损失率小于公司原执行新金融工具准则前按账龄组合计提的坏账比例。2019年1月1日起执行新金融工具准则时，公司的客户类型、结构及其信用状况较前期并未发生重大变化，由于原金融工具准则下的坏账准备计提比例已经较为充分地反映了公司应收账款的预期信用情况，因此，虽然在执行新金融工具准则下坏账准备计提方法存在差异，但公司结合前瞻性信息，同时基于谨慎性和一致性的会计原则，仍按原坏账计提比例确定为新金融工具准则下的应收账款账龄组合的预期信用损失率。

四、说明 2020 年末和 2021 年末单项计提坏账准备的具体原因及合理性

公司对信用风险显著不同的应收账款单项评价信用风险并单项计提坏账准备。2020 年末及 2021 年末按单项计提坏账准备金额如下：

单位：万元、%

项目	2021.12.31			2020.12.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例
按单项计提坏账准备	354.17	289.34	81.70	142.72	142.72	100.00
其中：深圳笑盈信息科技有限公司	143.07	143.07	100.00	142.72	142.72	100.00
大连佳惠义齿加工厂	55.00	28.74	52.25	-	-	-
邯郸市冠达医疗器材有限公司	39.00	19.50	50.00	-	-	-
捷思（深圳）实业科技有限公司	35.02	35.02	100.00	-	-	-
秦皇岛市冠腾医疗器械有限公司	24.96	24.16	96.80	-	-	-

天津易美众诚科技有限公司	19.78	19.78	100.00	-	-	-
盐城市洁亮义齿有限公司	19.33	9.57	49.50	-	-	-
吉林省腾信牙科科技有限公司	18.00	9.50	52.78	-	-	-

1、对深圳笑盈信息科技有限公司计提坏账准备原因：深圳笑盈信息科技有限公司系发行人正畸美学中心客户，报告期内该公司主要向发行人采购隐形正畸矫治器及隐形正畸设计服务。由于该客户经营出现困难，资金链断裂，正在准备申请破产，无法支付其应付的正畸材料费和正畸设计费。发行人预计收回的可能性较小，基于谨慎性原则发行人对其截至 2020 年末及 2021 年末的应收账款按照 100%比例分别单项计提大额坏账准备 142.72 万元及 143.07 万元。

2、对大连佳惠义齿加工厂计提坏账准备原因：大连佳惠义齿加工厂系发行人义齿加工客户，报告期内该公司主要向发行人采购口腔修复材料-氧化锆瓷块及口腔数字化设备-切削机。由于该客户经营管理不善加之新冠疫情的影响其资金周转不畅，无法偿还其应付货款。发行人预计短时间难以收回全部欠款，基于谨慎性原则对其截至 2021 年 9 月 30 日应收账款按照 50%比例单项计提坏账准备 28.74 万元，2021 年第四季度收回款项 2.48 万元，截至 2021 年 12 月 31 日，仍单项计提坏账准备且预计难以收回款项仍为 28.74 万元。

3、对邯郸市冠达医疗器材有限公司计提坏账准备原因：邯郸市冠达医疗器材有限公司系发行人口腔数字化设备经销商，报告期内该公司主要向发行人采购科美口内扫描仪、半导体激光治疗仪等设备。由于该客户以部分设备销售不利为由拖欠账款，发行人已与其进行谈判交涉。发行人预计短时间难以收回全部欠款，基于谨慎性原则对其截至 2021 年 12 月 31 日应收账款按照 50%比例单项计提坏账准备 19.50 万元。

4、对捷思（深圳）实业科技有限公司计提坏账准备原因：捷思（深圳）实业科技有限公司系发行人义齿加工客户，报告期内该公司主要向发行人采购口腔修复材料-氧化锆瓷块。由于该客户经营不善及其股东挪用资金等原因导致现金流断裂，发行人已对其提起诉讼。发行人预计收回的可能性较小，基于谨慎性原则公司对其截至 2021 年 12 月 31 日应收账款按照 100%比例单项计提坏账准备 35.02 万元。

5、对秦皇岛市冠腾医疗器械有限公司计提坏账准备原因：秦皇岛市冠腾医

疗器械有限公司系发行人义齿加工客户，报告期内该公司主要向发行人采购口腔数字化设备-科美口内扫描仪及口腔修复材料-氧化锆瓷块。由于该客户法人经营管理不善，无法偿还欠款，发行人已对其提起诉讼并与其达成调解协议，但客户仍未按期履行偿还计划。发行人预计收回的可能性较小，基于谨慎性原则及期后回款情况对其截至 2021 年 12 月 31 日期后尚未收回的款项全额计提坏账准备。

6、对天津易美众诚科技有限公司计提坏账准备原因：天津易美众诚科技有限公司系发行人义齿加工客户，报告期内该公司主要向发行人采购口腔修复材料-氧化锆瓷块、树脂等及口腔数字化设备-切削机。由于该客户经营不善及疫情等原因导致其回款困难。发行人预计收回的可能性较小，基于谨慎性原则公司对其截至 2021 年末应收账款按照 100%比例单项计提大额坏账准备 19.78 万元。

7、对盐城市洁亮义齿有限公司计提坏账准备原因：盐城市洁亮义齿有限公司系发行人口腔数字化设备及正畸美学中心经销客户，报告期内该公司主要向发行人采购口腔数字化设备-科美口内扫描仪及隐形正畸矫治器。由于该客户不满于销售完成后该品类设备售价有所降低，拖欠账款并与发行人持续交涉。发行人预计短时间难以收回全部欠款，基于谨慎性原则对其截至 2021 年 9 月 30 日应收账款按照 50%比例单项计提坏账准备 9.57 万元，截至 2021 年 12 月 31 日，仍单项计提坏账准备且预计难以收回款项仍为 9.57 万元。

8、对吉林省腾信牙科科技有限公司计提坏账准备原因：吉林省腾信牙科科技有限公司系发行人义齿加工所客户，报告期内该公司主要向发行人采购口腔修复材料-氧化锆瓷块。由于该客户经营管理不善并叠加吉林地区受疫情风控影响较大，无法按期偿还欠款。发行人预计短时间难以收回全部欠款，基于谨慎性原则发行人对其截至 2021 年 9 月 30 日应收账款按照 50%比例单项计提坏账准备 9.50 万元，2021 年第四季度收回款项 1 万元，截至 2021 年 12 月 31 日，仍单项计提坏账准备且预计难以收回款项为 9.50 万元。

五、补充披露报告期各期末应收账款的逾期情况以及截至目前报告期各期末应收账款的回款情况

（一）报告期各期末应收账款的逾期情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产

质量分析”之“（二）流动资产情况”之“4、应收账款”中补充披露如下：

（6）应收账款逾期情况

报告期各期末，应收账款逾期情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款余额	14,646.77	14,905.78	12,207.70	7,027.75
其中：未逾期金额	5,132.01	4,681.95	4,291.49	2,158.61
逾期金额	9,514.76	10,223.83	7,916.21	4,869.14
逾期比例	64.96	68.59	64.85	69.28
截至2022年8月31日逾期款项回款金额	3,409.01	7,690.92	7,630.11	4,638.90
截至2022年8月31日逾期款项回款比例	35.83	75.23	96.39	95.27

报告期各期末，公司逾期应收账款金额分别为4,869.14万元、7,916.21万元、10,223.83万元和9,514.76万元，逾期应收账款占各期末应收账款的比例分别为69.28%、64.85%、68.59%和64.96%，公司报告期各期末应收账款逾期比例相对较高，主要原因系：

①在合同实际执行过程中，现款客户一般在收到公司开具的发票后付款，实际付款进度一般较约定付款时点延后；

②对于赊销客户，公司按照合同约定，一般给予客户0-3个月信用期，信用期约定一般以“月结、次月结”为主，赊销客户通常在两方定期/不定期对账无误后进行结算付款，而对账时间未包含于信用期内；

③公司在与客户签订书面协议时，对客户的授信较为谨慎，因此约定的信用期相对较短；在业务开展过程中，由于公司客户主要为义齿技工所、小型口腔诊所、区域经销商等，该类客户具有经营规模较小的特点，存在未严格按照信用期执行付款，而是在提交下次订单时结算货款的情况；

④受新冠疫情影响，部分客户资金紧张，回款周期进一步延长。公司在合同约定信用期的基础上，与客户协商确认相关款项回收的具体安排。

综上，按照合同约定的信用期条款计算，报告期内公司应收账款逾期金额占比较高。针对上述情况，公司不断提升对客户应收账款的管理水平，积极催收并

制定相应考核管理制度。2019年末、2020年末及**2021年末**应收账款逾期款项期后回款率达到**95.27%、96.39%及75.23%**，逾期应收账款的期后整体回款情况较好，应收账款质量较高。**2022年6月末**由于期后时间较短，逾期应收账款期后回款率较低，具有一定合理性。

报告期各期末，发行人应收账款账龄分布情况如下：

单位：万元、%

账龄	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	13,142.60	89.73	13,616.64	91.35	11,386.89	93.28	6,744.76	95.97
3个月以内	7,491.06	51.14	6,897.21	46.27	7,456.69	61.08	4,345.13	61.83
3至6个月	2,491.69	17.01	3,931.73	26.38	2,853.11	23.37	1,352.81	19.25
6至9个月	1,771.93	12.10	2,043.03	13.71	958.94	7.86	904.46	12.87
9至12个月	1,387.92	9.48	744.66	5.00	118.14	0.97	142.36	2.03
1至2年	1,315.76	8.98	1,171.14	7.86	727.93	5.96	207.82	2.96
2至3年	157.89	1.08	87.31	0.59	34.20	0.28	69.34	0.99
3年以上	30.52	0.21	30.68	0.21	58.69	0.48	5.83	0.08
合计	14,646.77	100.00	14,905.78	100.00	12,207.70	100.00	7,027.75	100.00

发行人应收账款季度账龄分布反映了公司实际执行的信用期情况。报告期各期末，发行人6个月以内应收账款占当期应收账款余额的比例分别为81.08%、84.45%、72.65%和**68.16%**，应收账款账龄较短，回款实现情况较好，逾期应收账款回收风险可控。

（二）截至目前报告期各期末应收账款的回款情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（二）流动资产情况”之“4、应收账款”中披露如下：

截至**2022年8月31日**，发行人报告期各期末应收账款回款金额及回款比例如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款余额	14,646.77	14,905.78	12,207.70	7,027.75
截至 2022年8月31日 回款金额	5,565.65	11,351.86	11,769.02	6,740.37

回款比例	38.00	76.16	96.41	95.91

截至2022年8月31日，发行人各期末应收账款余额期后回款比例分别为95.91%、96.41%、76.16%和38.00%，除最后一期因期后时间相对较短回款金额较少外，期后回款情况良好。

六、结合应收账款账龄、应收账款逾期情况、应收账款的回款情况等进一步说明报告期内坏账准备计提的充分性。

（一）发行人应收账款回款良好，坏账准备计提充分

报告期内，发行人应收账款坏账准备计提情况及期后回款情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款余额	14,646.77	14,905.78	12,207.70	7,027.75
应收账款坏账准备	1,078.42	1,116.10	853.51	398.52
坏账准备计提比例	7.36	7.49	6.99	5.67
截至2022年8月31日回款金额	5,565.65	11,351.86	11,769.02	6,740.37
回款比例	38.00	76.16	96.41	95.91

报告期内，公司应收账款质量较好，尽管受疫情等因素影响，存在回款周期较合同约定的信用期延长的情形，但公司通过加强客户信用和预收款管理，并采取日常催收、回款绩效考核等方式，提升回款情况和应收账款质量。报告期各期末，一年以内的应收账款占当期应收账款余额的比例分别为95.97%、93.28%、91.35%和89.73%，账龄超过2年的应收账款占比很低。

截至2022年8月31日，发行人各期末应收账款余额期后回款比例分别为95.91%、96.41%、76.16%和38.00%，2019年末和2020年末的未回款比例与坏账准备计提比例接近，表明应收账款坏账准备计提较为充分。

（二）发行人坏账准备计提情况与同行业可比公司接近，计提比例合理

公司根据业务经营特点及信用风险特征制定了符合公司实际情况的应收账款坏账准备计提政策。同行业可比公司按组合计提/按信用风险特征组合计提的坏账准备计提政策比较情况如下：

单位：%

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
国瓷材料	5	10	50	100	100	100
沪鸽口腔	5	10	30	50	80	100
爱迪特	5	10	50	100	100	100

注 1：数据来源于上市公司年报

注 2：现代牙科与公司核心业务所处产业链环节差异较大，客户类型亦有所差异，故上表未列示；登士柏西诺德与英维斯塔为美国上市公司，未披露具体坏账准备计提比例，故上表未列示

由上表可见，公司通过账龄迁徙法计算的应收账款预期信用损失率小于公司原执行新金融工具准则前按账龄组合计提的坏账比例。2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则时，公司的客户类型、结构及其信用状况较前期并未发生重大变化，由于原金融工具准则下的坏账准备计提比例已经较为充分地反映了公司应收账款的预期信用情况，因此，虽然在执行新金融工具准则下坏账准备计提方法存在差异，但公司结合前瞻性信息，同时基于谨慎性和一致性的会计原则，仍按原坏账计提比例确定为新金融工具准则下的应收账款账龄组合的预期信用损失率。

公司坏账准备计提比例与同行业可比上市公司不存在重大差异，公司的坏账计提政策符合谨慎性原则。

报告期内，应收账款坏账整体计提比例对比如下：

单位：%

公司名称	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
国瓷材料	7.53	7.96	7.42	8.63
沪鸽口腔	-	5.96	5.85	5.59
现代牙科	6.07	6.19	6.52	5.97
登士柏西诺德	-	1.71	2.60	3.62
英维斯塔	4.99	5.87	9.32	4.89
均值	6.20	5.54	6.34	5.74
爱迪特	7.36	7.49	6.99	5.67

与同行业可比公司对比，公司应收账款坏账准备的计提比例不存在明显差异。

综上分析，公司应收账款账龄主要集中在 1 年以内，期后回款良好；坏账计提政策符合谨慎性原则，坏账准备计提比例与同行业公司相比不存在重大差异，公司坏账准备计提充分合理。

七、请保荐人、申报会计师对上述事项发表明确意见，详细说明对发行人应收账款的函证情况，包括发函率、回函率、回函金额占各期应收账款余额比例、各期函证选取的标准等

（一）函证过程

报告期各期末，应收账款的函证情况如下：

1、各期函证选取标准

根据重要性水平首先选取当期含税销售收入前 200 名的客户作为销售发函样本，选取后在剩余项目中选取应收账款余额 30 万以上客户以及关联方客户作为补充发函样本，剔除 7 家以前年度客户无法联系外（已执行替代测试程序），其余客户全部执行函证程序。

2、应收账款函证情况

应收账款函证情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款期末余额（a）	14,646.77	14,905.78	12,207.70	7,027.75
应收账款发函金额（b）	10,750.97	11,008.74	9,168.17	5,257.04
应收账款发函比例（c=b/a）	73.40	73.86	75.10	74.80
应收账款回函确认金额（d）	9,539.13	10,064.81	8,879.22	4,771.84
应收账款回函比例（e=d/b）	88.73	91.43	96.85	90.77

（二）核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为通过上述程序可以验证应收账款和应收款项融资余额的存在性和准确性，回函确认比例较高，可以支持该核查结论。

八、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行的核查程序包括：

1、取得发行人与主要客户签订的销售合同，核查关于销售内容、货款结算周期等主要条款；

2、取得销售明细表、应收账款明细表、进行分析，同时访谈发行人销售主管、财务负责人了解报告期各期末应收账款余额变动的原因；

3、获取公司信用政策控制制度、客户档案、客户信用政策清单，并与财务负责人、业务负责人进行了解确认，分析主要客户报告期内信用政策是否发生变化以及变化的原因；

4、获取销售明细表，对报告期内不同信用政策对应的客户数量、销售金额及占比明细进行分析复核；

5、访谈公司财务负责人，了解公司执行新金融工具准则后预期信用损失率的确定方法，获取并复核公司通过迁徙率计算预期信用损失率具体过程表，对过程表重新计算，同时评价公司前瞻性估计是否合理；

6、访谈公司财务负责人及业务人员，了解管理层确定划分应收账款组合的依据是否充分、单项计提坏账准备的判断是否恰当、应收账款单项评价信用风险控制方式，单项计提坏账准备的客户情况及具体原因；

7、复核主要逾期应收账款金额和账龄的准确性；查看各期逾期应收账款期后回款情况，核实坏账准备计提是否准确；

8、取得发行人坏账计提政策并与同行业比较，了解选择该计提方法的原因并评价其合理性；

9、根据客户交易的特点和性质，选取样本对应收账款按实施函证程序，并对于未回函客户，执行替代程序。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、报告期内，发行人应收账款余额及占营业收入的比例变动趋势与同行业可比公司一致，绝对值高于同行业可比公司平均水平主要系下游行业及客户结构差异原因，具有合理性；

2、报告期内，发行人前五大客户的信用政策存在一定差异但针对大部分同一客户具有连续性，客户信用政策的变化均具备商业合理性；

3、发行人已在招股说明书中补充披露执行新金融工具准则后预期信用损失

率的确定方法，符合企业会计准则的相关规定；

4、报告期内各期单项计提坏账准备具有合理性；

5、发行人已招股说明书中补充披露报告期各期末应收账款的逾期情况以及截至目前报告期各期末应收账款的回款情况；

6、报告期内，发行人应收账款坏账计提政策与同行业可比公司不存在重大差异，发行人对账龄 1 年以上的应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司相比较为严格，坏账准备计提充分、谨慎；

7、通过实施应收账款函证程序核查，无账面与函证情况严重不符的异常情况，函证回函比例较高，报告期内公司应收账款确认真实、准确。

19.关于存货

招股说明书披露：

（1）报告期各期末，公司存货账面价值分别为 6,944.00 万元、9,625.92 万元、13,767.15 万元和 14,123.87 万元，占流动资产比例分别为 35.03%、39.49%、39.17%和 17.73%，公司存货主要为原材料、库存产品和发出商品，报告期内合计占存货账面价值的比例分别为 85.19%、90.96%、88.21%和 89.67%；

（2）报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 347.08 万元、550.70 万元、623.99 万元和 668.86 万元；

（3）报告期内，发行人存货周转率低于行业平均水平。

请发行人：

（1）说明生产核算流程的主要环节，各主要原材料采购周期，各环节生产周期，原材料、在产品、委托加工物资、发出商品、库存商品的核算时点，存货各项目的确认、计量与结转是否符合《企业会计准则》的规定；

（2）说明发行人对发出商品和委托加工物资的控制措施，以及发出商品期后实现收入的情况；

（3）说明报告期各期末原材料、在产品、库存商品的合同（订单）支持比

例；

（4）结合存货跌价准备计提的计算过程、各项存货的库龄情况以及与同行业可比公司的对比情况，说明存货的跌价准备计提是否充分；

（5）说明存货周转率低于行业平均水平的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘范围、各类存货的监盘比例及监盘结果，是否存在异常情形。

回复：

一、说明生产核算流程的主要环节，各主要原材料采购周期，各环节生产周期，原材料、在产品、委托加工物资、发出商品、库存商品的核算时点，存货各项目的确认、计量与结转是否符合《企业会计准则》的规定

（一）生产核算流程的主要环节，各环节生产周期

发行人生产模式分为自主生产与委托加工，主要产品氧化锆瓷块自主生产，玻璃陶瓷部分非核心生产环节通过委托加工方式进行生产；口腔数字化设备主要为对外采购。主要产品生产核算的主要环节及各环节生产周期如下：

产品	主要生产环节	平均生产周期
氧化锆瓷块	公司生产部门根据生产计划进行排单，向仓储部门下发物料申请，经审核后领料到车间	1 天
	筛料、干压成型、等静压成型等工艺流程	1-2 天
	预烧结工艺流程	2-4 天
	加工、印刷、产品保证工艺流程	2 天
	生产完成的产品，经检验合格后入库	1 天
	氧化锆瓷块平均生产周期	7-10 天
玻璃陶瓷	公司生产部门根据生产计划进行排单，向仓储部门下发物料申请，经审核后领料到车间	1 天
	生产人员根据生产工艺流程，完成称量、混料、高温熔融等形成玻璃渣料	1-2 天
	公司将玻璃陶瓷渣料发至外协加工厂进行玻璃陶瓷熔融及浇注成型等程序，加工完成后发往公司验收入库	9-10 天
	生产领取成型的玻璃陶瓷块，根据流程进行机加工、高温成核、粘接、印刷包装等工序等生产环节	2-3 天
	生产完成的产品，经检验合格后入库	1 天
	玻璃陶瓷平均生产周期	14-17 天

（二）主要产品、原材料采购周期

报告期内，发行人采购的主要原材料包括氧化锆粉、釉料、玻璃陶瓷原料等，采购的主要产品包括切削设备、数字取像设备和烧结设备等口腔数字化设备，具体采购周期情况如下表所示：

类型	项目	平均采购周期
原材料采购	氧化锆粉-国产	15 天
	氧化锆粉-进口	60 天
	釉料	90 天
	玻璃陶瓷原料	30 天
产品采购	切削设备-国产	60 天
	切削设备-进口	130 天
	数字取像设备	75 天
	烧结设备	30 天

发行人主要产品与原材料按采购来源地不同可以分为境内采购和境外采购，由于境外采购主要采用海运方式，运输时间较长，同时叠加新冠疫情影响进口报关时间延长等原因，导致境外采购周期长于境内采购。其中，进口切削设备具有单位价值高、退换货成本高的特点，发行人针对其采购执行更为严格的供应商甄选、性能评估等政策，故其采购周期显著长于国产切削设备。

（三）原材料、在产品、委托加工物资、发出商品、库存商品的核算时点，存货各项目的确认、计量与结转是否符合《企业会计准则》的规定

1、原材料

原材料经仓库保管员验收合格后入库，财务部门依据采购入库数量及购买价格计入原材料。领料出库后，依据领用部门及领用用途，将领料成本结转至相应科目，材料发出成本计价采取月末一次加权平均法进行计价。

2、在产品

公司在产品包括已成型的半成品及尚未成型的混料。

车间领料时填制领料单，财务部将仓库的原材料从原材料科目转入生产成本—直接材料科目核算，月末根据 BOM 计算的材料耗用量和加权平均单价计算材料耗用金额，在完工产品与半成品之间进行分配；直接参与生产的人员薪资支出

等归集到直接人工，车间耗用的间接职工薪酬、折旧、物料消耗等归集制造费用核算，制造费用与直接人工按照各产品完工数量以及相应的实际工时合理分摊。

3、库存商品

发行人库存商品包括发行人自制产品与外购产品，其中，自制产品完工入库时，按照入库单数量与生产计算的单位成本作为产品入库成本核算；外购产品系向供应商采购后用于直接对外销售的商品，其成本按照对外采购价格核算。库存商品发出时，按月末一次加权平均法确认其实际成本。

4、发出商品

库存商品发出时，对尚未满足收入确认条件的库存商品确认为发出商品，包含尚未签收的内销产品、尚未报关出口的外销商品以及联动销售模式下已发出但尚未完成口腔修复材料采购约定任务额前未确认收入的商品。其成本按照库存商品发出时采用的月末一次加权平均法确认的成本作为其实际成本。

5、委托加工物资

按委托加工材料发出的当月加权平均价格乘以发出数量作为初始成本，委托加工物资收回时，月末扣除收回的物料所耗用的实际材料成本作为期末委托加工物资期末余额，收回的委托加工物资按耗用的材料成本和加工费的合计金额作为委托加工物资收回存货的成本，计入在产品核算。

综上，发行人存货各项目的确认、计量与结转符合《企业会计准则》的规定。

二、说明发行人对发出商品和委托加工物资的控制措施，以及发出商品期后实现收入的情况

（一）发行人对发出商品和委托加工物资的控制措施

1、发出商品的控制措施

发行人发出商品主要为联动销售中根据签订的联动销售合同发至客户处的设备/产品和已发出尚未确认收入的商品。

其中，公司联动销售模式下发出商品的具体控制措施为：

（1）产品出库：客户经理在系统提交联动销售合同，财务审核联动销售合

同整体规范性及毛利率，销售助理根据审核后的联动销售合同下推销售订单，同时通知仓储部发货。

（2）仓储部进行核对，在 ERP 系统中生成发货单，并安排设备/产品运输。

（3）财务部每月发送系统中的发出商品明细给销售助理，销售助理逐项核对发出设备/产品对应合同的执行情况，如有合同执行完毕或终止的情况发生，财务及时根据反馈及合同内容进行相应的账务处理。

（4）年末财务提供发出商品帐面明细清单，销售助理与客户进行发出商品的确认。

已发出尚未确认收入的商品的控制措施为：

（1）产品出库：客户经理在 CRM 上提交销售合同，完成审批流程后，销售助理在金蝶系统创建销售订单，并下推发货通知，仓储部根据发货通知审核发货并在金蝶系统创建销售出库单；

（2）产品运输：公司在与第三方货代公司的货物运输合同中，明确约定第三方货代公司对发运商品的有关管理责任；

（3）产品签收：①内销：物流公司确保产品的安全与完整，顺利移交至客户指定交货地点，客户收货后货代公司及时提供签收记录，公司根据已签收记录确认收入，并且月末公司将已发货尚未签收的产品确认为发出商品；②外销：物流或货代公司运至港口后，物流或货代公司办理出口报关手续并及时将报关资料回传至公司。公司根据电子口岸已生成的报关数据确认收入，并且月末公司将已发货未出口报关的产品确认为发出商品。

2、委托加工物资的控制措施

在口腔修复材料玻璃陶瓷生产流程中，发行人出于提高生产效率、受限于生产及仓储场地面积制约、匹配公司产能的考虑，将部分非核心生产工艺通过外协加工模式进行委托加工。发行人对该部分委托加工物资的控制措施为：

（1）委外加工材料发出：根据签订的委外加工的合同或者协议，生产部门将发出材料明细提供采购部，采购部门在金蝶系统中生成委外加工出库单并提交仓储部，仓储部专人负责维护相关信息并审核；

（2）加工环节：公司对外协厂商每批次产品进行样品验证，确保是按照公司工艺进行生产，保证每批次物料满足厂内技术参数规定。外协厂商按照我方生产计划，提供生产顺序与渣料批号一致性出库单，保证物料不错料，及时反馈现场状况，完整记录并保存每批次生产记录，保证可追溯；

（3）收货与质检：外协厂商应按照合同约定的交货期及质量标准交付，产品送到待检区后，到责任采购员处报检，再由质检部进行检验，检验合格后入库，对于不合格品一般采取筛选、让步接收、报废等方式处理，因退货、换货、补足、修复产生的费用由外协厂商承担；

（4）结算：采购部将入库单与发票核对无误后根据合同约定的付款条款提交财务部，财务部审核后付款。

（二）发出商品期后实现收入的情况

截至 2022 年 8 月 31 日，公司报告期各期末发出商品结转金额及结转比例如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
发出商品	3,707.41	2,988.43	4,006.79	3,339.60
其中：联动销售	1,766.90	1,860.61	2,731.13	3,081.08
其中：已发出尚未确认收入	1,940.51	1,127.82	1,275.66	258.52
期后结转	2,147.53	1,721.88	3,479.57	3,227.45
其中：联动销售	207.03	594.06	2,203.91	2,968.93
其中：已发出尚未确认收入	1,940.51	1,127.82	1,275.66	258.52
期后结转比例	57.93	57.62	86.84	96.64
其中：联动销售	11.72	31.93	80.70	96.36
其中：已发出尚未确认收入	100.00	100.00	100.00	100.00

截至 2022 年 8 月 31 日，公司报告期各期末发出商品账面余额期后结转比例分别为 96.64%、86.84%、57.62%和 57.93%。2021 年末及 2022 年 6 月末联动销售发出商品因期后结转时间较短，联动销售合同尚未到期，结转比例相对较低具有合理性。发出商品中已发出尚未确认收入的部分已于期后全部结转。

三、说明报告期各期末原材料、在产品、库存商品的合同（订单）支持比例

报告期各期末原材料、在产品、库存商品的订单支持比例情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30			2021.12.31		
	账面余额	未发货合同对应存货金额	合同支持比例	账面余额	未发货合同对应存货金额	合同支持比例
原材料	1,992.21	1,726.23	54.23	3,517.83	1,426.56	31.25
在产品	1,191.06			1,046.77		
库存商品	4,711.89	1,474.03	31.28	5,655.78	1,439.26	25.45
合计	7,895.16	3,200.26	40.53	10,220.38	2,865.82	28.04

（续上表）

项目	2020.12.31			2019.12.31		
	账面余额	未发货合同对应存货金额	合同支持比例	账面余额	未发货合同对应存货金额	合同支持比例
原材料	4,386.46	1,583.44	26.43	2,573.92	734.08	21.32
在产品	1,605.56			869.72		
库存商品	4,374.37	1,435.66	32.82	3,393.38	831.50	24.50
合计	10,366.39	3,019.10	29.12	6,837.02	1,565.58	22.90

注：由于原材料主要为氧化锆粉，在产品主要为氧化锆粉加工至不同型号、批次氧化锆瓷块的中间体/中间层，均具有一定通用性。发行人系统暂无法支持导出历史任一时点的原材料、在产品结存与销售合同的对应情况，故此处未能准确统计原材料及在产品的合同支持比例。

报告期各期末，公司原材料、在产品、库存商品三项合计的合同支持比例分别为 22.90%、29.12%、28.04%和 **40.53%**，库存商品的合同支持比例分别为 24.50%、32.82%、25.45%和 **31.28%**，符合发行人“以销定产及备货生产相结合”的生产模式。**2022 年 6 月末，公司原材料、在产品、库存商品三项合计的合同支持比例有所提升主要系公司积极调整原材料备货模式及供应商送检流程，原材料账面余额较大幅度较少所致。**

报告期内，公司客户主要为义齿技工所、小型口腔诊所、区域经销商等，该类客户具有“规模较小、数量较多”的特征，其订单亦具有“订单分散、单笔金额较小”的特点。而发行人自主研发生产全瓷义齿用氧化锆瓷块已达到三大品牌，品类规格众多，不同产品型号加工所需控制的烧结温度等技术参数并不完全相同，

无法于同一批次加工生产。为充分利用隧道窑炉、提高生产效率，发行人“以销定产及备货生产相结合”的模式开展生产经营。即报告期内，除根据销售合同及订单生产外，发行人综合考虑下游市场需求、自身生产能力并以月度各产品型号销量、历史合同及订单为基准，预估未来一定时间客户的不同型号订单量并进行预先生产，以保证一定的安全库存并减少零星生产所产生的资源损耗。故报告期内，公司原材料、在产品和库存商品三项合计的合同支持比例较低。

综上，报告期各期末公司原材料、在产品及库存商品的合同（订单）支持比例符合公司生产经营模式及业务情况。

四、结合存货跌价准备计提的计算过程、各项存货的库龄情况以及与同行业可比公司的对比情况，说明存货的跌价准备计提是否充分

（一）存货跌价准备计提的计算过程

公司期末对存货进行全面盘点清查后，按存货的成本与可变现净值孰低计提或调整存货跌价准备。其中：

1、原材料、在产品和委托加工物资的持有目的为供生产过程耗用，根据所生产的产成品的预计售价减去至完工时预计将要发生的成本及销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；

2、库存商品的持有目的为直接出售，可变现净值根据预计售价减去预计发生的销售费用、相关税费确定；

3、发出商品包括联动销售中根据签订的联动销售合同发至客户处的设备和已发出尚未确认收入的商品，其中，联动销售的设备可变现净值为根据合同价格分摊至设备的金额作为预计售价，减去相关税费后的金额，确定其可变现净值。

报告期内，公司存货跌价准备主要来自于对库龄超过1年的库存商品、可变现净值低于存货成本的发出商品计提的存货跌价准备。报告各期末，存货跌价计提金额分别为550.70万元、623.99万元、642.48万元和**617.46万元**，存货跌价准备覆盖率分别为5.41%、4.34%、4.85%和**5.29%**。

（二）各项存货的库龄情况

报告期各期末，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

项目		金额	库龄				跌价准备
			1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	
2022.06.30	原材料	1,992.21	1,824.30	164.90	3.02	-	-
	在产品	1,191.06	1,191.06	-	-	-	-
	库存商品	4,711.89	3,537.53	656.17	208.59	309.59	450.02
	发出商品	3,707.41	2,465.05	717.43	480.62	44.31	167.44
	委托加工物资	62.21	37.94	22.07	2.20	-	-
	合计	11,664.78	9,055.88	1,560.57	694.43	353.90	617.46
2021.12.31	原材料	3,517.82	3,123.68	305.61	88.50	0.03	-
	在产品	1,046.77	1,046.77	-	-	-	-
	库存商品	5,655.78	4,831.46	307.67	208.17	308.48	485.26
	发出商品	2,988.43	1,918.11	870.47	183.36	16.49	157.22
	委托加工物资	50.13	47.93	2.20	-	-	-
	合计	13,258.93	10,967.95	1,485.95	480.03	325.00	642.48
2020.12.31	原材料	4,386.45	4,239.91	108.52	18.58	19.44	-
	在产品	1,605.56	1,605.56	-	-	-	-
	库存商品	4,374.37	2,923.59	668.23	371.53	411.02	503.62
	发出商品	4,006.79	2,874.32	1,004.40	101.45	26.62	120.36
	委托加工物资	17.97	17.97	-	-	-	-
	合计	14,391.14	11,661.35	1,781.15	491.56	457.08	623.99
2019.12.31	原材料	2,573.91	2,515.77	34.01	23.94	0.19	-
	在产品	869.72	869.04	0.68	-	-	-
	库存商品	3,393.38	2,407.29	524.15	131.70	330.24	455.36
	发出商品	3,339.60	2,546.84	677.27	78.38	37.11	95.34
	委托加工物资	-	-	-	-	-	-
	合计	10,176.61	8,338.94	1,236.11	234.02	367.54	550.70

报告期各期末，公司库存商品及发出商品库龄相对较长。

报告期各期末，公司 2 年以上的库存商品账面余额占当期库存商品账面余额的比例分别为 13.61%、17.89%、9.13%和 **10.99%**，**库龄结构呈波动改善趋势**。公司存在少量由于客户项目合同取消或延期导致的长库龄存货，及部分因灵活备货生产未被订单覆盖导致的长库龄存货。公司已对其进行了妥善处理并按《企业会计准则》的要求计提了存货跌价准备。

报告期各期末，公司 2 年以上的发出商品账面余额占当期库存商品账面余额的比例分别为 3.46%、3.20%、6.69%和 **14.16%**。该部分发出商品系联动销售模式下的口腔数字化设备金额，其成本于客户完成约定任务额时予以结转。公司与客户约定在一定期限内完成合同任务额，根据合作历史、客户资质信用及资金状况、订单规模、市场竞争等综合因素与客户协商确定的结果，一般为 18 个月以内。部分报告期末，存在少量库龄在 2 年以上的联动销售项下发出商品，即存在少量发出商品发出时间较长的情形，主要系客户履约期限超过合同约定期限。

（三）存货跌价准备与同行业可比公司对比情况

报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司对比情况如下：

单位：%

公司名称	2022 年 6 月末	2021 年末	2020 年末	2019 年末
国瓷材料	2.05	2.95	3.83	3.00
沪鸽口腔	未披露	2.48	2.42	2.73
现代牙科	未披露	未披露	未披露	未披露
登士柏西诺德	未披露	14.58	20.07	13.14
英维斯塔	16.76	18.73	24.28	20.58
爱迪特	5.29	4.85	4.34	5.41

注：存货跌价准备计提比例=存货跌价准备金额/存货原值

公司结合盘点、库龄等情况对报告期各期末原材料、库存商品及发出商品等存货进行识别、分类，并按可变现净值低于成本的金额计提跌价准备。报告各期末存货跌价计提金额分别为 550.70 万元、623.99 万元、642.48 万元和 **617.46 万元**，跌价准备覆盖率均超过 4%。

如上表所示，报告期各期末，公司存货跌价准备计提比例高于境内同行业可比公司主要系公司基于谨慎性原则，库存商品计提跌价准备金额相对较大所致。报告期各期末，因客户合同延期或订单取消及因灵活备货生产未被订单覆盖等原因导致公司出现部分长库龄存货，公司按照预计可变现净值低于账面金额的差额计提了存货跌价准备。

公司存货跌价准备计提比例低于境外同行业可比公司，主要系境外同行业可比公司按照 US GAAP 编制财务报表，使用重置成本与可变现净值孰低作为计提存货跌价准备的依据，且存货跌价准备一经计提不得转回。

五、说明存货周转率低于行业平均水平的原因及合理性

报告期内，公司存货周转率与可比上市公司比较如下：

单位：次

公司简称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
国瓷材料	1.22	2.90	2.56	2.19
沪鸽口腔	-	2.92	2.64	2.72
现代牙科	4.84	10.38	9.04	11.02
登士柏西诺德	-	3.90	3.28	3.21
英维斯塔	1.94	4.08	4.13	4.45
行业平均*	1.58	3.45	3.15	3.14
本公司	1.28	2.56	1.77	1.75

注：数据来源于 Wind、公司年报；由于现代牙科处于发行人产业链下游，主营业务为义齿加工，生产周期较短，不需要进行大量备货，存货周转率与发行人可比性较低，故行业平均值剔除现代牙科

报告期内，公司存货周转率分别为 1.75 次、1.77 次、2.56 次和 **1.28 次**，剔除联动销售合同项下的发出商品后，公司存货周转率分别为 2.49 次、2.35 次、3.09 次和 **1.49 次**；同行业公司平均存货周转率分别为 3.14 次、3.15 次、3.45 次和 **1.58 次**。报告期内，公司存货周转率低于行业平均水平，主要原因如下：

1、剔除联动销售合同项下的发出商品后，公司存货周转率分别为 2.49 次、2.35 次、3.09 次和 **1.49 次**，与境内可比公司国瓷材料、沪鸽口腔基本一致，低于境外可比公司登士柏西诺德、英维斯塔。报告期各期，境外可比公司口腔修复材料营业收入占比低于发行人，主营业务构成有所差异；

2、公司氧化锆粉等原材料采购以进口为主，由于境外原材料采购周期相对较长，尤其在新冠肺炎疫情影响下，原材料运输时长的不确定性上升，为保证生产稳定与及时供应，公司采取按需采购并辅以预购备料相结合的采购模式，导致公司存货周转率相对较低；

3、报告期内，公司产品型号较多，涉及材料及设备多样，为充分利用隧道窑炉、提高生产效率，公司以“以销定产及备货生产相结合”的模式开展生产经营。伴随公司产品系列与品种的不断丰富，为快速响应客户的各类需求，不同型号叠加下的产品备货量增加，导致公司存货周转率相对较低；

4、报告期内，公司存在联动销售合同项下的发出商品。由于该部分商品的

履约义务收入确认时点为任务额完成的当年，因此该部分口腔数字化设备暂未确认收入时以发出商品进行列示，导致公司存货周转率相对较低。

六、说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘范围、各类存货的监盘比例及监盘结果，是否存在异常情形

保荐人、申报会计师针对发行人存货实施了监盘程序，具体情况如下：

（一）监盘程序

保荐人和申报会计师在了解被审计单位存货的特点、盘存制度等基础上，评估企业存货管理内部控制有效性的情况下，结合对被审计单位存货盘点计划的评价，编制了保荐人和申报会计师的存货监盘计划，存货监盘计划包括：明晰监盘目标、确定监盘范围、选定监盘人员（选择具有充分胜任能力的人员及安排足够的人员参与）、确定监盘方法等。

盘点过程中，保荐人及申报会计师主要执行以下程序：

- 1、盘点现场的存货是否摆放有序并停止流动；
- 2、盘点程序是否符合盘点计划和指令的基本要求；
- 3、对存货点数、计量所采用的方法是否适当，有无重计或漏计的错误；
- 4、盘点标签及盘点汇总表是否按要求完整填制；
- 5、存货中有无混进废品与毁损物品等；
- 6、根据监盘计划确定的抽盘方法，执行监盘程序并记录相关情况。

盘点完成后，观察盘点范围是否完整，并收回所有已发出的表单；并于当天完成抽盘数据汇总及核对，并对企业盘点汇总情况进行双向抽样检查。

（二）监盘范围

保荐人和申报会计师的监盘范围包括原材料、在产品、库存商品等。

（三）各类存货的监盘比例及监盘结果

保荐人和申报会计师对发行人 2021 年末及 **2022 年 6 月末** 的存货实施了监盘程序，监盘覆盖了发行人主要仓库，监盘过程中随机抽查，确认其数量的准确性。各类存货的监盘比例情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30			2021.12.31		
	监盘金额	库存余额	监盘比例	监盘金额	库存余额	监盘比例
原材料	1,537.30	1,992.21	77.17	2,726.98	3,517.83	77.52
库存商品	3,520.53	4,711.89	74.72	3,046.63	5,655.78	53.87
在产品	733.50	1,191.06	61.58	629.54	1,046.77	60.14
合计	5,791.33	7,895.15	73.35	6,403.15	10,220.38	62.65

注：①因疫情原因，保荐人及申报会计师未能实地对美国子公司及德国子公司存货实施监盘，故通过视频监盘的方式对美国子公司及德国子公司仓库进行监盘；

②因保荐人2019年及2020年尚未承接本项目，故未对2019年及2020年末存货进行监盘，已获取并复核了发行人相关盘点记录并执行了必要的检查及分析性程序。

针对未进行盘点的发出商品，主要履行了下列核查程序：

发出商品包含“联动销售”模式下的口腔数字化设备和期末已发货客户未及时签收的商品。

1、对于“联动销售”模式下的口腔数字化设备，向客户发函确认发出商品的真实性：

保荐人及申报会计师通过函证方式予以确认，发函及回函情况如下：

单位：万元、%

资产负债表日	结存金额	发函金额	发函比例	回函确认金额	回函确认比例
	①	②	③=②/①	④	⑤=④/②
2022.06.30	1,766.90	933.50	52.83	876.07	93.85
2021.12.31	1,860.61	1,067.46	57.37	1,025.64	96.08
2020.12.31	2,731.13	1,698.90	62.20	1,658.46	97.62
2019.12.31	3,081.08	2,284.68	74.15	2,240.35	98.06

注：结存金额仅包含“联动销售”模式下的口腔数字化设备金额。

2、检查发出商品对应客户的销售合同、出库单、签收单、物流运输记录、银行收款凭证等与发出商品相关的支持性文件，通过细节测试核查原始凭证与相关会计记账凭证的一致性；

3、检查与发出商品有关的成本结转情况和与确认收入形成的应收账款的回款情况。

经保荐人和申报会计师执行的监盘、函证以及其他审计程序，公司管理层的盘点程序得到执行、盘点人员准确地记录存货的数量和状况，账实相符，未见异

常情况，账面真实反映了存货的实际情况。

通过期末监盘，保荐人、申报会计师监盘结果与发行人账面无重大差异，不存在重大盘盈盘亏情况。

七、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行的核查程序包括：

1、访谈发行人生产负责人、采购负责人、副总经理，了解发行人的生产核算流程的主要环节、备货政策、生产模式；

2、访谈发行人财务负责人，了解原材料、在产品、委托加工物资、发出商品、库存商品的核算时点，存货各项目的确认、计量与结转是否符合《企业会计准则》的规定，对发出商品和委托加工物资的控制措施、存货跌价准备的计提政策、存货跌价准备计提的计算过程。

3、获取发行人销售合同列表，对存货余额与在手订单进行对比分析；

4、获取发行人发出商品明细表及期后销售情况表，对发行人各期期后发出商品的期后结转情况进行分析；

5、获取发行人各存货库龄情况表，分析发行人存货库龄情况；

6、查阅发行人同行业可比上市公司的定期报告、招股说明书，了解同行业可比上市公司的生产模式、存货构成等，对发行人与同行业可比上市公司存货周转率的差异情况进行分析。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人存货各项目的确认、计量与结转符合《企业会计准则》的规定；

2、发行人报告期各期末发出商品中已发出尚未确认收入的部分已于期后全部结转；联动销售发出商品因期后结转时间较短，联动销售合同尚未到期，结转比例相对较低具有合理性；

3、报告期各期末发行人原材料、在产品及库存商品的合同（订单）支持比

例符合公司生产经营模式及业务情况；

4、发行人存货跌价准备计提的计算过程与公司实际业务情况一致，公司已基于自身的实际情况计提存货跌价准备，存货跌价准备计提充分；

5、发行人以“以销定产及备货生产相结合”的模式开展生产经营，存货周转率较低具有合理性。

20.关于金融资产

招股说明书披露，报告期各期末，公司交易性金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的账面价值分别为 2,298.98 万元、3,783.66 万元、4,394.70 万元和 33,790.25 万元，主要为银行理财产品。

请发行人说明金融资产的主要构成、投资目的、期限、管控方式、可回收性、减值准备计提充分性及对发行人资金安排或流动性的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人说明金融资产的主要构成、投资目的、期限、管控方式、可回收性、减值准备计提充分性及对发行人资金安排或流动性的影响。

报告期内，在确保日常经营需求和资金安全的前提下，公司通过商业银行购买期限较短的理财产品以提高资金的持有收益。报告期各期末，金融资产的主要构成、期限、风险等级、预期收益率情况如下：

单位：万元、%

项目	理财产品名称	产品类型	期限	可回收性	风险等级	预期收益率	金额
2022.06.30	交通银行-结构性存款	保本浮动收益型	2-6个月	产品到期日当日（T日）即可到账	低风险	2.08-3.26	21,479.35
	双货币存款（美元）	固定存款收益型	3个月	产品到期日当日（T日）即可到账	不适用	2.18、2.46	6,724.38
	中国银行-结构性存款	保本保最低收益型	3个月	产品到期日当日（T日）即可到账	低风险	2.36	3,012.95
	中银理财-乐享天天	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T+1日到账	中低风险	2.37	1,701.03

	交银理财稳享现金添利	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T+1日到账	低风险	2.34	850.50
	中银理财-日积月累日计划	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T+1日到账	中低风险	2.51	682.27
	工银理财·法人“添利宝”净值型理财产品	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T+1日到账	较低风险	2.61	0.15
	合计						34,450.63
2021.12.31	交通银行-结构性存款	保本浮动收益型	2-3个月	产品到期日当日（T日）即可到账	低风险	3.30	28,576.08
	中银理财-美元乐享天天	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T+1日到账	中低风险	0.99	5,746.81
	中银理财-乐享天天	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T+1日到账	中低风险	2.87	2,706.41
	中银日积月累-日计划	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T日到账	中低风险	1.74-2.87	51.09
	合计						37,080.39
2020.12.31	中银理财-美元乐享天天	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T+1日到账	中低风险	0.99	1,832.38
	中银日积月累-日计划	非保本浮动收益型	无固定存续期限	T日赎回，T日到账	中低风险	1.74-2.87	1,701.45
	蕴通财富·久久养老	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T日到账	低风险	3.30	481.09
	交通银行-结构性存款	保本浮动收益型	2-3个月	产品到期日当日即可到账	低风险	3.30	374.75
	工商银行“e灵通”	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T日到账	较低风险	2.61	5.03
	合计						4,394.70
2019.12.31	中银日积月累-日计划（美元版）	固定收益类	无固定存续期	T日赎回，T日到账	中低风险	1.22	1,535.28
	中银日积月累-日计划	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T日到账	中低风险	1.74-2.87	1,167.82
	中银理财-美元乐享天天	非保本浮动收益型	无固定存续期	T日赎回，T+1日到账	中低风险	0.99	991.66
	本利丰·181天	保本保证收益型	181天	产品到期日2个工作日（T+2日）到账	低风险	3.21	88.90
	合计						3,783.66

公司强化内部资金管控，财务部门根据持有闲置资金情况，收益及风险评估后，上报管理层并经董事长审批同意后，购买相应理财产品。为规范公司重大经营及对外投资决策程序，建立系统完善的对外投资决策机制，根据有关法律、法规及公司章程的规定，公司制定了《对外投资管理制度》，就金融资产投资的决策程序进行规定，相关管控措施得到了有效执行。

报告期内，公司购买理财产品主要系提高资金使用的效率，相关产品均由银行发行的中低风险产品，期限较短、安全性高。由于该等理财产品可回收性高、流动性好、不存在明显减值迹象，无需计提减值准备，亦不会对公司资金安排或流动性产生不利影响。

发行人在招股说明书“第四节 风险因素/四、财务风险”补充风险提示如下：

“（八）金融资产到期无法收回全部本金的风险

报告期各期末，虽然公司交易性金融资产均由银行发行的中低风险、期限较短、流动性较好的理财产品组成，但公司投资的部分理财产品为非保本浮动收益型及固定收益类产品。该类理财产品存在一定投资风险，不保证资金本金和理财收益，如出现所投资的金融资产未按时足额支付本息或提前终止等不利情况，则将出现理财收益为零或本金损失的可能。”

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行的核查程序包括：

1、取得并查阅发行人报告期内购买的银行理财产品说明书、银行回单和相应凭证，核查产品名称、产品发行方、期限、理财产品收益率、产品资金投资标的，理财产品是否属于非保本类型等信息，以及报告期内的申购与赎回情况，分析购买理财产品对发行人资金安排或流动性的影响；

2、查阅发行人《对外投资管理制度》，了解发行人金融资产的管控方式；

3、对报告期各期末尚未赎回的银行理财执行函证程序；

4、查阅企业会计准则，分析公司理财产品的会计处理是否符合规定。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人购买的理财产品可回收性高、流动性好、不存在明显减值迹象，无需计提减值准备，不会对发公司资金安排或流动性产生不利影响。

21.关于机器设备与产能

招股说明书披露：报告期内各期末，发行人机器设备账面价值分别为 955.75 万元、1,265.74 万元、1,330.62 万元和 1,983.79 万元。

请发行人结合生产模式、流程、核心生产环节等说明机器设备规模与产能、业务规模、核心技术的匹配性，与同行业可比公司是否存在差异，差异的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人结合生产模式、流程、核心生产环节等说明机器设备规模与产能、业务规模、核心技术的匹配性，与同行业可比公司是否存在差异，差异的原因及合理性。

（一）结合生产模式、流程、核心生产环节等说明机器设备规模与产能、业务规模、核心技术的匹配性

1、发行人生产模式、流程、核心生产环节及核心技术

报告期内，公司主要从事氧化锆等口腔修复材料生产，口腔数字化设备则主要通过供应商生产。公司已获得相关产品的《医疗器械注册证》和《医疗器械生产企业许可证》，主要产品由公司自主生产完成，公司具备独立的生产体系。

公司采用以销定产及备货生产相结合的模式开展生产经营。公司各事业部在年初根据对历年市场需求总量、公司产品的销量和市场占有率、销量的月度和季度波动等数据的分析，预测当年的市场需求，并制定当年销量计划，下达给生产部门。生产部门根据全年销售计划、当前库存状况和实际生产能力，灵活调整年度、月度和周度生产计划，并形成生产任务通知单，下达生产车间实施。技工及

临床事业部定期对客户订单需求进行汇总分析，并反馈给生产部门，便于生产部门根据实际的销售情况调整库存和生产计划。

发行人核心产品氧化锆瓷块生产工艺流程主要包括物料准备、筛料、干压成型、等静压成型、预烧结、加工、坯体修复等工序。其中，干压成型、等静压成型属于胚体成型环节。

发行人氧化锆瓷块主要生产制备工序、生产设备及核心技术

生产环节	主要制备工序及功能	主要机器设备	核心技术
物料准备	包含原材料配比、筛料等环节	振动筛，混料机	(1) 一种梯度透明性氧化锆牙科陶瓷及其制备方法 (2) 着色氧化锆粉体以及多层多色牙科陶瓷的制备方法 (3) 强度、颜色均匀过渡的牙科氧化锆修复材料及其制备方法
干压成型	陶瓷生产中较常用的一种坯体成型方法，将粉料加少量粘合剂造粒，然后装入模具中，在压力机上加压，使粉粒在模具内相互靠近，并借内摩擦力牢固地结合，形成一定形状的坯体	单孔，双孔自动压力机	
等静压成型	将物料置于高压容器中，利用液体介质不可压缩的性质和均匀传递压力的性质从各个方向对试样进行均匀加压，当液体介质通过压力泵注入压力容器时，根据流体力学原理，其压强大小不变且均匀地传递到各个方向，通过上述方法使材料成型致密坯体	冷等静压机	
预烧结	将粉末压坯加热到低于其中基本成分的熔点的温度，然后以一定的方法和速度冷却到室温的过程，烧结使得粉末颗粒之间发生粘结，烧结体的强度增加，把粉末颗粒的聚集体变成晶粒的聚集体，从而获得机械性能的制品或材料	单排隧道窑、双排推板式隧道炉	自动上下料装置、台式升降型烧结炉、自动上下料系统
机加工	对陶瓷烧结材料通过磨料加工、塑性加工、化学加工等方式对烧结后材料再加工，保证烧结后瓷体尺寸的精确度	数控车床、数控铣床、液压平面磨床	一种牙科修复体用自带卡槽的陶瓷块

发行人核心生产环节涉及原材料配方混料、成型及烧结环节，核心技术体现于原材料配方、成型技术、烧结温度参数间匹配、生产环节升级改进带来良率提升等技术工艺，有赖于大量产品的测试数据分析和长时间的实践经验，需要较长周期积累。公司核心技术分布于公司各核心生产环节中，目前公司的机器设备规模可与核心技术相匹配，但考虑到经营业绩的增长与未来业务的发展，公司有进一步加大设备投入的需求和必要。

2、机器设备规模与产能、业务规模、核心技术的匹配性

报告期内，发行人机器设备规模与口腔修复材料产能与业务规模匹配情况如下：

单位：万元、万块、%

项目	2022 年 1-6 月/ 2022 年 6 月末		2021 年度/ 2021 年末		2020 年度/ 2020 年末		2019 年度/ 2019 年末
	金额/ 数量	变动率	金额/ 数量	变动率	金额/ 数量	变动率	金额/ 数量
机器设备原值	4,074.10	37.49	2,963.28	68.10	1,762.77	11.99	1,573.99
氧化锆瓷块产能	60.00	/	102.00	13.33	90.00	28.57	70.00
口腔修复材料收入	18,162.14	/	32,352.18	28.62	25,153.13	7.25	23,452.65

报告期内，公司机器设备规模与产品产能、主营业务收入变动均大幅增长，变动趋势基本匹配。2020 年度，公司通过设备购置提升产能，但随着公司不断丰富产品品类及型号，在产品上市前需进行相应的设备调试，占用一定产能，口腔修复材料收入增幅略低。2021 年度，公司继续加大设备采购，主要购买了氧化锆产线的冷等静压机、玻璃陶瓷产线需的平板印刷机、隐形正畸产线所需的 DLP 工业级 3D 打印机等，且更新了部分生产设备，但限于生产及仓储场地制约，未大幅增加隧道窑等核心生产设备数量，导致产能瓶颈未完全突破，产能和营业收入未同比例增加。2022 年 1-6 月，公司为扩大生产规模增加双推板全自动隧道窑投入，产能同步增加，口腔修复材料收入亦相较于去年同期有所增加。

综上，报告期内公司机器设备原值与主要产品产能、主营业务收入变动趋势总体匹配。

（二）与同行业可比公司是否存在差异，差异的原因及合理性

报告期各期，公司与同行业可比公司机械设备规模与业务规模对比情况如下：

单位：万元、%

项目		发行人	国瓷材料	沪鸽口腔	现代牙科	登士柏西诺德	英维斯塔
2022 年 1-6 月/ 2022 年 6 月末	营业收入	19,581.69	173,073.24	-	122,304.09	-	856,032.17
	机器设备原值	4,074.10	129,322.88	-	-	-	241,487.94
	机器设备占收入的比	20.81	74.72	-	-	-	28.21
2021 年 12 月 31 日/2021 年度	营业收入	35,182.95	316,173.88	26,147.46	242,079.67	2,710,310.07	1,599,599.37
	机器设备原值	2,963.28	119,167.43	2,780.57	22,968.59	626,093.74	226,018.57
	机器设备占收入的比	8.42	37.69	10.63	9.49	23.10	14.13
2020 年 12 月 31 日/2020	营业收入	26,907.94	254,225.74	23,333.05	184,889.29	2,180,621.58	1,488,982.18
	机器设备原值	1,762.77	100,505.57	2,436.68	19,423.62	922,620.86	286,312.61

年度	机器设备占收入的比	6.55	39.53	10.44	10.51	42.31	19.23
2019 年 12 月 31 日/2019 年度	营业收入	24,710.69	215,307.94	26,137.80	215,752.73	2,810,850.50	1,919,571.19
	机器设备原值	1,573.99	85,859.79	2,557.64	19,397.94	926,090.55	350,414.53
	机器设备占收入的比	6.37	39.88	9.79	8.99	32.95	18.25

注 1：数据来源于 Wind、公司年报、招股说明书

注 2：由于发行人所销售的口腔数字化设备无需由发行人承担零配件生产、组织等工序，故此处营业收入剔除了口腔数字化设备收入

注 3：沪鸽口腔未披露机器设备原值，以专用设备替代；现代牙科未单独披露机器设备原值，以厂房及机器原值替代

总体而言，发行人机器设备原值与营业收入之比略低于同行业可比公司，主要原因系发行人业务与可比公司存在差异，具体原因如下：①发行人机器设备使用效率相对较高，报告期各期，发行人产能利用率均在 90%以上，部分关键生产设备 24 小时连续工作生产；②受限于生产及仓储场地面积制约，公司将玻璃陶瓷二次熔融、浇铸成型、机加工等生产环节外包予外协加工企业，该部分生产所涉及的生产设备不包含于发行人机器设备中。

2019 年至 2021 年，发行人机器设备原值与口腔修复材料收入之比分别为 6.37%、6.55%及 8.42%，与沪鸽口腔及现代牙科基本相当。国瓷材料主要业务为电子陶瓷介电材料、结构陶瓷材料、建筑陶瓷材料、电子金属浆料、催化材料等研发生产，为发行人及爱尔创上游企业，所生产的 MLCC 配方粉等材料制备中需配备专用水热反应釜等诸多专用设备，机器设备规模相对较大；登士柏西诺德与英维斯塔系全球大型牙科设备与材料供应商，除销售氧化锆瓷块外，还生产销售大量种植、根管等其他口腔综合及专用产品，机器设备规模与发行人可比性较低。

综上，公司机器设备规模与生产模式、生产工艺及核心技术相匹配，机器设备规模与同行业可比公司存在一定差异，但具备合理性。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行的核查程序包括：

1、访谈发行人生产总监，了解发行人生产流程、机器设备规模与产能、业务规模之间的关系。

2、分析报告期内营业收入、产品产能、机器设备规模等的变动及其匹配性。

3、对同行业可比公司的营业收入、机器设备规模情况进行比较，分析发行人与可比公司的差异原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、经核查，公司机器设备原值与主要产品产能、主营业务收入总体保持匹配，差异部分具备合理性；公司核心技术分布于公司各核心生产环节中，目前公司的机器设备规模可与核心技术相匹配，但考虑到经营业绩的增长与未来业务的发展，公司有进一步加大设备投入的需求和必要。

2、机器设备规模与同行业可比公司存在一定差异，但具备合理性。

22.关于应付账款

招股说明书披露：报告期各期末，公司应付账款余额分别为 1,249.83 万元、3,610.96 万元、5,732.44 万元和 3,389.99 万元，占各期末流动负债的比例分别为 20.68%、30.72%、32.70%和 31.07%。公司应付账款余额主要系应付的采购货款及工程设备款。

请发行人结合对外采购的主要内容、交易对象、付款政策、行业惯例等，补充披露应付账款余额波动的原因，与发行人的采购规模是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人结合对外采购的主要内容、交易对象、付款政策、行业惯例等，补充披露应付账款余额波动的原因，与发行人的采购规模是否匹配。

（一）对外采购的主要内容、交易对象、付款政策、行业惯例

报告期内，发行人对外采购主要包括氧化锆粉及釉料等原材料、切削设备与数字取像设备等口腔数字化设备、建筑工程等。对外采购的主要内容、交易对象、付款政策主要情况如下：

采购内容	采购类型	主要交易对象	付款政策
氧化锆粉	境外采购	MORIMURA BROS.,INC.	预付/月结 30 天
	境内采购	江西赛瓷材料有限公司、广东华旺锆材料有限公司	月结 30-60 天
釉料	境外采购	DENTAURUM GmbH & Co. KG、Jensen Industries Inc.	预付/月结 30-60 天
切削设备	境外采购	VHF CAMFACTURE AG	预付
	境内采购	深圳市爱科赢自动化技术有限公司	月结 30-60 天
数字取像设备	境内采购	先临三维科技股份有限公司	月结 30-60 天
建筑工程	境内采购	秦皇岛海三建设工程发展股份有限公司、秦皇岛市三信建筑安装工程有限公司	按工程进度支付

付款政策方面，发行人境外供应商采购通常采用预付方式，境内供应商则以月结 30-60 天为主。根据同行业可比公司沪鸽口腔在招股说明书中披露“受技术发展水平和市场因素制约，口腔医疗器械领域的部分原材料依然依赖于进口，国内供应商的产品质量与国际厂商仍然存在差距，故此为了保持产品品质，公司部分原材料主要向国外厂商采购。”“公司应付账款主要包括应付采购原材料的货款、应付工程设备采购款等。”发行人对外采购模式与同行业可比公司接近，符合行业惯例。

（二）补充披露应付账款余额波动的原因，与发行人的采购规模是否匹配

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析/（一）负债状况分析/1、流动负债构成及变动分析”之“（3）应付账款”中，补充披露如下：

报告期各期末，公司应付账款具体构成情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	金额	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货款及其他	4,295.40	98.46	3,731.99	97.63	5,222.68	91.11	2,675.54	74.10
工程款及设备	67.21	1.54	90.59	2.37	509.77	8.89	935.42	25.90
合计	4,362.61	100.00	3,822.58	100.00	5,732.44	100.00	3,610.96	100.00

报告期各期末，公司应付账款余额分别为3,610.96万元、5,732.44万元、3,822.58万元和4,362.61万元，占各期末流动负债的比例分别为30.72%、32.70%、32.08%和28.59%。报告期各期末，公司应付账款余额主要系应付的采购货款及工

程设备款。

报告期内，公司主要向供应商采购氧化锆粉、釉料、切削设备、数字取像设备、设备相关配件等。2020年，应付货款及其他账款增幅较大，主要系随着公司业务收入的增长，采购规模相应增长，应付账款余额增加，其中，2019年末至2020年末，先临三维应付账款余额由429.87万元增至802.40万元、MORIMURA BROS.,INC.应付账款余额由361.91万元增至729.14万元。同时公司于2020年11月、12月向锆粉供应商江西赛瓷材料有限公司及切削设备供应商深圳市爱科赢自动化技术有限公司等采购金额较大，也导致2020年末应付账款金额较高；2021年，应付货款及其他账款同比减少，主要系锆粉供应商MORIMURA BROS.,INC.结算方式由赊销30天账期变为预付所致，2020年末及2021年末 MORIMURA BROS.,INC.应付账款余额分别为729.14万元、0万元。2019-2021年，应付工程及设备款余额逐年减少，系公司新建厂房已于2019年8月建成并投入使用，工程设备款逐步完成结算所致。

报告期各期，应付账款余额与采购规模的匹配情况如下：

单位：万元、%

项目	2022.06.30/2022年1-6月		2021.12.31/2021年度	
	余额/交易额	变动	余额/交易额	变动
应付账款余额	4,362.61	14.13	3,822.58	-33.32
其中：货款及其他	4,295.40	15.10	3,731.99	-28.54
工程及设备款	67.21	-25.81	90.59	-82.23
主要原材料及产品采购额	12,106.90	/	29,982.69	33.66
应付货款及其他占主要原材料及产品采购额的比例	35.48	/	12.45	-10.99
项目	2020.12.31/2020年度		2019.12.31/2019年度	
	余额/交易额	变动	余额/交易额	变动
应付账款余额	5,732.44	58.75	3,610.96	-
其中：货款及其他	5,222.68	95.20	2,675.54	-
工程及设备款	509.77	-45.50	935.42	-
主要原材料及产品采购额	22,281.40	36.95	16,268.54	-
应付货款及其他占主要原材料及产品采购额的比例	23.44	6.99	16.45	-

报告期内，公司主要原材料及产品各期采购规模均逐年增长，主要系报告期

内公司收入规模逐年增大，原材料及外购产品采购需求增长。应付货款及其他占主要原材料及产品采购额的比例分别为 16.45%、23.44%、12.45%和 35.48%，2020 年该比例较高系因铝粉供应商 MORIMURA BROS.,INC.结算方式变化及公司于 2020 年 11 月、12 月向供应商江西赛瓷材料有限公司、深圳市爱科赢自动化技术有限公司采购金额增加所致。应付账款余额的变动符合自身的实际生产经营情况，具有合理性。2022 年 6 月末，应付货款及其他占主要原材料及产品采购额的比例明显提升主要由于采购额为半年金额相关比例未年化所致。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行的核查程序包括：

- 1、取得了公司报告期内的应付账款明细账，核查报告期内公司采购的主要内容与对象等情况；
- 2、查阅公司与各主要供应商签署的框架协议及具体订单，核查公司对主要供应商的信用政策与付款政策以及实际执行情况；
- 3、对主要供应商进行发函，确认应付账款余额的准确性；
- 4、对重要供应商实施走访程序，以评估和判断供应商与公司在报告期交易的真实性及交易金额确认的总体恰当性。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

- 1、公司的付款政策符合行业惯例。公司报告期各期末应付账款余额与各期采购金额相匹配，应付账款余额波动主要系公司业务规模扩大带动了期末应付货款的增长；
- 2、2020 年末应付账款余额较大，除上述原因外，还由于疫情原因增加了存货的备货量。报告期内公司应付账款余额波动具有商业合理性，与发行人的采购规模相匹配。

23.关于现金流

申报材料显示：

（1）2021 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额为-5,718.68 万元；

（2）2021 年 1-9 月，公司收回投资所收到现金为 5.11 亿元，投资所支付的现金为 8.04 亿元。

请发行人说明：

（1）2021 年 1-9 月经营活动产生的现金流量净额为负且与净利润差异较大的原因及合理性；

（2）2021 年 1-9 月收回投资所收到现金和投资所支付的现金金额较大的原因，与发行人购买及赎回银行理财产品的规模是否匹配。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、2022 年 1-6 月公司净利润为 4,383.05 万元，公司经营活动产生的现金流量净额为 8,949.50 万元，与净利润差异较大的原因及合理性

2022 年 1-6 月公司净利润为 4,383.05 万元，公司经营活动产生的现金流量净额为 8,949.50 万元，由净利润调节为经营活动现金流量净额的情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年 1-6 月
净利润	4,383.05
加：资产减值准备	226.91
信用减值损失	119.76
固定资产折旧	393.41
使用权资产折旧	64.11
无形资产摊销	12.78
长期待摊费用摊销	47.50
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	2.18
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	29.80
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-96.74
财务费用（收益以“－”号填列）	-494.52

项 目	2022 年 1-6 月
投资损失（收益以“-”号填列）	-336.48
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-63.65
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	205.36
存货的减少（增加以“-”号填列）	1,594.16
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-840.64
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	3,010.11
其他	692.40
经营活动产生的现金流量净额	8,949.50

如上表所示，公司 2022 年 1-6 月经营活动产生的现金流量与同期净利润存在较大差异主要系：（1）2022 年 1-6 月公司加大客户应收账款催收力度，客户回款情况较好，公司经营性应收项目增加 840.64 万元；（2）2022 年 1-6 月公司为加强资金管理，提高资金使用效率，与主要供应商结算方式变更为以票据结算，延长了付款周期，公司经营性应付项目增加 3,010.11 万元。

二、2022 年 1-6 月收回投资所收到现金和投资所支付的现金金额较大的原因，与发行人购买及赎回银行理财产品的规模是否匹配

2022 年 1-6 月公司收回投资收到现金及投资所支付的现金金额分别为 12.25 亿元及 11.93 亿元，均为赎回及购买银行理财产品形成。当期金额较大主要系 2022 年 1-6 月公司增加了通过银行购买了理财产品的金额和频次，且部分理财产品期限较短，由于购买次数增加，因此发生额有所增加。2022 年 1-6 月公司购买及赎回理财产品情况如下：

单位：万元

发行主体	产品名称	2022 年 1-6 月发生额	
		投资本金	赎回本金
交通银行股份有限公司	久久日盈	900.00	900.00
交通银行股份有限公司	结构性存款	73,202.00	80,290.00
交通银行股份有限公司	交银理财稳享现金添利（法人版）理财产品	19,550.00	18,709.69
中国农业银行股份有限公司	农行定期存单 6 个月	-	200.00
中国银行股份有限公司	中银理财-乐享天天	7,270.00	7,644.81
中国银行股份有限公司	中银理财-美元乐享天天（进阶版）	5,711.33	11,820.96

中国银行股份有限公司	中银日积月累-日计划	1,482.00	1,358.41
中国银行股份有限公司	结构性存款	3,800.00	800.00
招商银行股份有限公司	双货币存款（美元）	6,567.20	
中国工商银行股份有限公司	工银理财·法人“添利宝”净值型理财产品	800.00	800.00
合计		119,282.53	122,523.87

2022 年 1-6 月公司购买银行理财产品支付投资本金 11.93 亿元，同期赎回银行理财产品收回本金 12.25 亿元，与公司现金流量表中收回投资所收到现金、投资所支付的现金金额一致，规模匹配。

三、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人及申报会计师具体履行了以下核查程序：

1、对于现金流量表明细项目结合财务报表及附注的有关项目进行勾稽和分析，复核勾稽关系的匹配情况，了解其他与投资活动有关的现金及支付的其他与投资活动有关的现金的具体情况及其变动原因；

2、了解公司现金流量表的编制方法，通过核查公司的银行流水，对公司编制的现金流量表进行分析验证；

3、访谈公司管理层、销售部门、采购部门相关人员，了解 2022 年 1-6 月销售、采购结算情况；获取公司与主要客户、主要供应商签订的合同，了解信用政策、信用期限、结算周期、结算方式等，并与实际执行情况进行对比分析。

4、抽查理财产品协议，检查投资期限和产品类型。

5、抽查购买和赎回理财产品和结构性存款的银行回单，检查有无异常。

6、结合银行存款审计，对报告期各期末的理财产品和结构性存款余额进行函证。

（二）核查意见

经核查，保荐人及申报会计师认为：

1、2022 年 1-6 月，发行人经营活动产生的现金流量净额与净利润存在一定差异是符合发行人实际经营情况的，具备一定的合理性；

2、2022 年 1-6 月，发行人收回投资所收到现金和投资所支付的现金金额与发行人购买及赎回银行理财产品及结构性存款的金额一致，规模匹配。

24.关于现金分红与资金流水核查

申报材料显示：2019 年 11 月 26 日，经公司临时股东大会审议通过，公司以截止 2018 年度经审计的未分配利润分配现金股利 4,000.00 万元。

请发行人说明现金分红金额是否与发行人财务状况相匹配，现金分红对发行人生产经营和流动性的影响，股东收取现金分红后的资金使用情况，是否存在资金体外循环的情况。

请保荐人对发行人进行现金分红的必要性、合理性进行核查，就实施现金分红对发行人财务状况、生产经营的影响发表明确意见。

请保荐人、申报会计师根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》关于资金流水核查的相关规定，说明进行资金流水核查的具体账户范围、资金核查重要性水平、是否发现异常情形，并发表明确意见。

回复：

一、现金分红金额是否与发行人财务状况相匹配，现金分红对发行人生产经营和流动性的影响，股东收取现金分红后的资金使用情况，是否存在资金体外循环的情况

（一）现金分红金额是否与发行人财务状况相匹配，现金分红对发行人生产经营和流动性的影响

1、现金分红金额与发行人财务状况相匹配

2019 年度，发行人以截止 2018 年未经审计的未分配利润为依据，制定了利润分配方案，并于 2019 年 11 月 26 日召开临时股东大会，审议通过了利润分配方案。近年来，发行人盈利能力较好，且未分配利润充足，货币资金充裕，具备分红回报股东的能力，与发行人财务状况相匹配，具体财务指标情况如下：

单位：万元、%

项目	2018 年 12 月 31 日/2018 年度

货币资金	6,340.38
未分配利润	9,082.82
归属于母公司的净利润	4,737.02
利润分配金额	4,000.00
占归属于母公司的净利润比例	84.44

经过多年持续发展的积累，发行人具备分红的能力和条件，报告期内发行人分红金额相对较小。现金分红后，发行人仍持有符合周转需要的货币资金用于开展生产经营，同时留存了部分的未分配利润由新老股东共享，现金分红金额与发行人财务状况匹配。

2、对发行人的流动性影响较小，不会影响发行人的正常生产经营

发行人现金分红是以截至 2018 年末可供未分配利润进行的分配，假设在 2018 年末当天完成现金股利派发，发行人流动比率和资产负债率的情况如下：

单位：%

财务指标	2018 年 12 月 31 日	
	现金分红调整前	现金分红调整后
流动比率（倍）	3.28	2.62
资产负债率（合并）	24.08	28.45

如上表所示，假设发行人 2019 年的现金分红在 2018 年 12 月 31 日完成，发行人流动比例和资产负债率均未发生重大变化，公司偿债能力和流动性仍保持在合理水平，对发行人现有财务状况影响较小，不会影响发行人的正常生产经营。

综上所述，发行人 2019 年现金分红金额与发行人财务状况相匹配，现金分红对发行人的流动性影响较小，不会影响发行人的正常生产经营。

（二）股东收取现金分红后的资金使用情况，是否存在资金体外循环的情况

发行人分别于 2019 年 12 月、2020 年 1 月及 2020 年 3 月向股东支付现金股利 2,287.46 万元、677.46 万元和 1,035.08 万元。股东收取现金分红款后的资金使用情况如下：

单位：万元

股东	分红金额	税后分红款	去向	金额

全民爱迪特	1,929.84	1,833.35	公司经营周转资金	1,833.35
天津戒盈-李洪文	142.34	113.87	购买银行理财产品	113.87
天津源一-李洪文	1,097.36	877.89	购买银行理财产品	847.10
			家庭支出及个人消费	30.79
天津文迪-吴迪	756.80	605.00	购买银行理财产品	605.00
天津戒盈- 29 名员工	73.66	58.93	家庭支出及个人消费	58.93
合计	4,000.00	3,489.04	-	3,489.04

注：①天津源一合伙人为李洪文和李博源，后者持有天津源一 1%的合伙份额，两人为父子关系，税后分红款由李洪文先生统一领取；

②天津文迪合伙人为李斌和吴迪，前者持有天津文迪 30%的合伙份额，两人为夫妻关系，税后分红款由吴迪女士统一领取。

如上表所述，发行人股东收取现金分红后主要用于经营周转、投资理财、家庭支出、个人消费等用途，不存在与公司客户、供应商及其主要人员和业务人员资金往来，上述股东承诺未以任何方式为发行人输送不正当利益，不存在与发行人进行体外资金循环情形。

二、请保荐人、申报会计师根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》关于资金流水核查的相关规定，说明进行资金流水核查的具体账户范围、资金核查重要性水平、是否发现异常情形，并发表明确意见。

（一）保荐人及申报会计师所履行的核查程序

根据《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》的要求，保荐人及申报会计师取得并核查了发行人、发行人控股股东、实际控制人、发行人主要自然人股东、发行人董事、监事、高级管理人员、发行人关键岗位人员的资金流水，核查期间涵盖 2019 年 1 月至 2022 年 6 月。具体核查情况如下：

1、发行人资金流水核查

（1）核查范围

保荐人及申报会计师对发行人的资金流水核查范围涵盖发行人报告期内有效存续、合并报表范围内所有经营主体所开立的所有银行账户，同时包括公司在支付宝等第三方支付平台开立的资金账户。发行人及其子公司纳入资金流水核查范围的资金账户数量如下：

单位：个

开户名称	与发行人关系	检查银行账户数
爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司	发行人	41
爱迪特秦皇岛生物科技有限公司	全资子公司	1
纳极医疗器械秦皇岛有限公司	全资子公司	1
秦皇岛纳极口腔门诊有限公司	全资子公司	1
科美（秦皇岛）科技开发有限公司	全资子公司	1
秦皇岛科锐极医疗器械有限公司	全资子公司	1
AIDITE（USA） TECHNOLOGY CO., LTD	全资子公司	2
AIDITE EUROPE GMBH I.G.	全资子公司	4
纳极口腔科技秦皇岛有限公司	控股子公司	6

保荐人及申报会计师将所获取的发行人银行账户流水与人民银行出具的已开立账户清单核对，确保取得开户清单内全部银行账户流水，取得发行人支付宝账户、外币账户流水。因此，保荐人及申报会计师已取得发行人各经营主体日常使用的银行账户资金流水。

（2）重要性水平

保荐人及申报会计师将合并报表范围内发行人各经营主体的银行账户中，单笔发生额在 5 万元以上的交易纳入核查范围。

（3）具体核查程序

①获取发行人的资金管理内部控制制度，执行穿行测试、控制测试等核查程序，以验证发行人资金管理的内部控制设计是否合理并得到有效执行。

②获取银行流水

保荐人及申报会计师的项目组成员亲自前往银行获取发行人开户清单、银行对账单，所获取的对账单上均已加盖银行印章。

③分析开户银行的数量、用途是否与实际经营需要一致

报告期内，发行人纳入核查范围的账户共计 **58 个**，公司开立前述资金账户主要用于日常销售和采购业务收付货款、支付职工薪酬等用途。

④银行函证

保荐人及申报会计师对发行人报告期内所有银行账户余额分别进行独立函证，并对函证收发过程进行控制，检查银行函证是否已全部回函，所列信息回函是否相符、印章是否符合要求。

⑤核查银行流水中的资金交易是否均已如实入账

保荐人及申报会计师将所抽取的发行人及其子公司的重要性水平之上的资金交易与其账面记录进行比对，核查交易是否均已如实入账、完整入账，入账记录的金额是否准确。经核查，发行人银行对账单记录的资金交易已纳入发行人账面核算。

⑥核查发行人是否存在通过第三方收、付款的情形

保荐人及申报会计师将公司银行流水交易对手方名称与账面记录的对手方、业务合同签订方等信息进行比对，报告期内，发行人的第三方收、付款情况已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（二）营业收入构成及变动情况分析/3、第三方回款”中披露。

经核查，上述第三方付款具有真实的交易背景，保荐人及申报会计师已通过取得代付协议、访谈等方式予以确认。除上述情形之外，未发现公司其他大额资金收付款的交易对手方名称与账面记录交易对方、业务合作方存在不一致的情形。

⑦核查公司资金是否存在被控股股东、实际控制人、重要股东及关联方等违规占用的情形

保荐人及申报会计师核查了发行人与控股股东、实际控制人、关联方之间的资金流转情况，重点关注是否存在资金拆借、不合理的大额费用报销、工资发放、未披露的关联方资金占用、未披露的关联交易等情况。经核查，发行人报告期内不存在相关情形。

经核查，发行人的大额资金流水均具备真实交易背景，均具备相关的原始凭证作为交易依据。

2、对发行人控股股东、实际控制人及其亲属、发行人董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及主要自然人股东的资金流水核查

（1）核查范围

保荐人及申报会计师获取了发行人控股股东、实际控制人及其亲属、发行人董事、监事、高级管理人员、主要自然人股东、关键岗位员工等人所开立和存续的个人银行账户流水，具体情况如下：

单位：个

姓名	职位	检查账户数	备注
天津源一	控股股东	2	
天津文迪	股东、控股股东的一致行动人	2	
天津戒盈	股东、实际控制人控制的企业	2	
李洪文	实际控制人	13	
李博源	李洪文之子	4	
李军燕	李洪文配偶	10	
李斌	董事	10	
吴迪	董事	9	
张生堂	董事	14	
孔祥乾	财务总监	9	
肖振瑞	财务经理、监事	13	
郜雨	副总经理、董事会秘书	8	
李波	监事	5	
解万东	副总经理、监事长	7	
朱可心	出纳	4	
李超	财务出纳	3	已离职
邸鹏飞	销售经理	4	
续晓霄	销售经理	5	

（2）重要性水平

保荐人及申报会计师选取上述自然人个人流水中单笔金额超过 5 万元人民币以上的转账、消费、现金（取现）、理财等交易记录进行核查。对交易异常或交易对手方为公司高管、员工、公司关联方、客户及供应商相关人员的则进一步扩大核查范围。

（3）核查程序

①保荐人及申报会计师取得上述人员银行盖章的银行流水，关注其提供的银行流水是否连续、是否涵盖报告期各期、是否加盖银行公章及格式是否存在异常；

②为确保上述人员提供银行账户的完整性，保荐人及申报会计师执行了以下措施：a、保荐人及申报会计师项目组成员现场陪同实际控制人及其亲属、董事、高级管理人员、监事、公司出纳、部分关键岗位员工等人员在工商银行、中国银行、建设银行、农业银行、交通银行等主要银行查询了解开户情况、现场打印银行流水；b、通过比对上述银行流水中个人所持有的不同账户之间、与其他流水提供人之间的转账和交易记录，进一步印证个人流水提供的完整性；c、取得控股股东、实际控制人及其亲属、董事、监事、高级管理人员、主要自然人股东等人员所出具的其保证提供个人流水真实、完整的承诺；

③保荐人及申报会计师对于单笔金额高于5万元的资金往来逐笔录入，并就对方户名、账号、摘要等信息进行核查，对于异常事项进行追踪、访谈了解资金流向或用途，核查个人资金往来是否存在体外循环或资金占用等情形；经核查，个人资金往来不存在体外循环或资金占用等情形。

（二）重点核查事项及核查意见

根据《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》的要求，保荐人及申报会计师重点核查了以下事项：

1、发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

获取并查阅了发行人关于资金管理方面的内控制度，评估其设计的合理性并测试了其运行的有效性。对发行人日常资金管理执行了内控测试程序，对2019年至2022年6月末资金收支业务，抽查测试了225笔收支记录，包括现金支出105笔和银行支出120笔。

经核查，保荐人及申报会计师认为，针对资金管理，发行人已建立了较完善的财务内控制度，相关内控制度不存在重大缺陷。

2、是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

获取了发行人银行账户开立清单，逐户与账面记载的账户进行核对，检查是否存在与业务不匹配的账户；对所有银行账户执行了函证程序，并查验是否存在受限账户。

经核查，保荐人及申报会计师认为，以发行人名义开立的银行账户均受发行人控制，并在发行人财务核算中全面反映，发行人银行账户数量与业务规模相符。

3、发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

保荐人及申报会计师对于发行人所发生的大额资金流水，追查相关的银行单据、发票、合同、审批记录、出入库记录等，检查发行人的大额资金往来是否具有真实的商业背景，判断是否与公司的经营活动、资产购置、对外投资等相匹配。

经核查，报告期内发行人的大额经营活动资金流入主要来源于发行人收到的销售回款，资金流出主要用于支付供应商采购款项、职工薪酬、税费等，发行人经营活动大额资金往来与其经营活动相匹配；报告期内发行人大额资产购置资金流出主要为满足生产经营需要而发生的机器设备购置等支出，发行人大额资产购置资金往来与其生产经营实际需求和资产购置相匹配；报告期内发行人大额投资活动资金往来主要为理财产品的购买与赎回，发行人大额投资活动资金往来与其对外投资活动相匹配。

经核查，发行人大额资金往来不存在重大异常，不存在与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配的情形。

4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

保荐人及申报会计师对于发行人大额资金流水中交易对手方涉及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的交易，取得相关记账凭证、银行回单等，了解相关交易的背景及业务实质。

经核查，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的资金往来主要为工资薪金、报销款等，不存在异常的大额资金往来。

5、发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释

保荐人及申报会计师对发行人全部银行账户对账单进行了核查，重点关注是

否存在大额或频繁取现的情形，以及同一账户或不同账户之间是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出情形。

经核查，发行人不存在大额频繁取现的情况，同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

6、发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

保荐人及申报会计师对发行人全部银行账户资金流水进行了核查，重点关注是否存在大额购买无实物形态资产或服务的情形。

经核查，报告期内，发行人不存在大额购买无实物形态资产或服务的情形。

7、发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

保荐人及申报会计师查询并了解发行人实际控制人及其亲属在境内主要银行的开户情况、获取开户清单，取得了前述人员在报告期内的银行流水，取得前述人员关于银行账户完整性的承诺文件。针对大额交易，保荐人及申报会计师逐笔了解交易性质、交易对方背景，并予以记录；必要时取得相关交易如资产购置、借还款凭证、书面确认函等证据。

经核查，发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现但无法合理解释的情形。

8、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

保荐人及申报会计师查阅持有发行人股份的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行流水，核查其报告期内从发行人处取得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的情形。

经核查，报告期内发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员存在领取发行人现金分红的情形，分红金额按照股东会决议执

行，分红的资金主要用于李洪文、吴迪等人投资理财、家庭支出及个人消费等事项，分红资金流向或用途不存在重大异常；薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的资金流向或用途不存在重大异常的情形。

9、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

保荐人及申报会计师查阅持有发行人股份的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的银行流水及包括支付宝在内的第三方账户流水，核查具体明细。

经核查，存在发行人高级管理人员与公司少部分客户存在经营性资金往来的情况，具体情况为发行人财务总监孔祥乾于 2019 年微信账户合计收到客户回款 13.88 万元、银行账户合计收到 101.38 万元，2020 年银行账户合计收到客户回款 180.32 万元，属于第三方回款中的发行人员工代收客户货款之后向公司支付的情形。针对前述财务总监代收货款的情况，保荐人及申报会计师已履行了进一步的核查程序，包括穿行测试、取得交易的原始凭证、核对客户经理、财务总监与客户的历史沟通记录等，发行人已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（二）营业收入构成及变动情况分析/3、第三方回款”披露公司第三方回款形成及划分的原因及合理性。

10、是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

保荐人及申报会计师核查了重要关联方以及主要关联自然人的银行流水，重点关注是否与发行人客户、供应商之间存在异常资金往来。

经核查，发行人报告期内存在财务总监孔祥乾代发行人收取货款的情况，除此之外不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

三、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行的核查程序包括：

- 1、访谈发行人董事长，了解发行人进行现金分红的背景及原因；
- 2、访谈发行人财务总监，了解发行人现金分红对财务状况的影响；

3、获取并核查发行人的《公司章程》、《公司章程（草案）》以及与历次现金分红相关的董事会决议、股东大会决议等文件；

4、获取并核查主要股东的银行流水明细，并访谈主要股东，获取了主要股东出具分红款说明，了解其对于现金分红的使用情况及资金流向；

5、获取发行人报告期内现金分红的记账凭证、审计报告及重要股东的财务报告。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、发行人报告期内的现金分红方案系发行人综合考虑股东合理回报及资金需求等因素，在结合自身经营及现金流量的前提下制定，且均经过股东大会审批，符合公司章程规定，具备合理性及必要性；

2、报告期内现金分红前后，发行人生产经营良好，财务状况正常，现金分红对发行人财务状况、生产经营不存在重大不利影响；

3、发行人股东收取现金分红后资金使用情况无重大异常，不存在资金体外循环的情况。

25.关于募投项目

申报材料显示：本次公开发行股票募集资金扣除发行费用后，拟投入爱迪特牙科产业园-口腔 CAD/CAM 材料产业化建设项目、数字化口腔综合服务平台项目、爱迪特牙科产业园-研发中试基地项目和补充流动资金。

请发行人说明募投项目建成投产后每年新增折旧摊销费及占发行人最近一年经审计净利润的比例，并提示相关风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人说明募投项目建成投产后每年新增折旧摊销费及占发行人最近一年经审计净利润的比例，并提示相关风险。

（一）募投项目建成投产后每年新增折旧摊销费及占发行人最近一年经审计净利润的比例

经发行人第二届董事会第十五次会议及 2022 年第一次临时股东大会批准，本次募集资金主要投向爱迪特牙科产业园-口腔 CAD/CAM 材料产业化建设项目、数字化口腔综合服务平台项目、爱迪特牙科产业园-研发中试基地项目。

募集资金投资项目的折旧摊销模拟测算如下：

单位：万元、%

序号	项目名称	T1	T2	T3	建成投产后
1	爱迪特牙科产业园-口腔 CAD/CAM 材料产业化建设项目	29.79	29.79	1,058.14	1,058.14
2	数字化口腔综合服务平台项目	710.50	1,483.01	2,365.75	2,365.75
3	爱迪特牙科产业园-研发中试基地项目	1.35	703.30	1,273.30	1,273.30
4	补充流动资金	-	-	-	-
合计		741.64	2,216.10	4,697.19	4,697.19
占发行人 2021 年经审计净利润的比例		13.37	39.96	84.70	84.70

公司募投项目的预计建设周期为 2-4 年。由上表可知，前三年募投项目新增折旧摊销占公司 2021 年经审计净利润的比例分别为 13.37%、39.96%及 84.70%，募投项目全部建成投产后每年新增折旧摊销费占发行人 2021 年经审计净利润的比例为 84.70%。新增折旧摊销费用会对公司短期内的经营业绩造成一定的压力。但募投项目将有望大幅提升公司营收规模以及市场影响力，随着募集资金投资项目逐渐产生效益，预计年新增销售毛利足以抵消年新增折旧摊销费用，本次募集资金项目全部建成投产后每年新增折旧摊销费用占毛利比例为 9.80%，对未来经营成果不会产生较大不利影响。

（二）相关风险提示

本次募集资金到位后，公司将新增土地、房屋建筑物、生产及办公设备、数字化平台软硬件等固定资产及无形资产。按照公司现行会计政策，本次募集资金项目全部建成投产后，公司每年增加的折旧摊销费用合计 4,697.19 万元。但本次募集资金项目完全达产后，将有助于公司营业收入和净利润的增长，预计每年可

实现营业收入 91,942.33 万元，净利润 19,056.14 万元，业务规模扩大带来的经济效益足以抵消折旧摊销费用的增长。

公司本次募投项目是基于当前国内外市场环境、技术水平、产品价格、供销关系等因素作出的。由于项目在募集资金到位后需要一定时期的建设期，且项目建成到完全达产需要一定时间，如果在项目实施过程中，市场环境、技术、管理等因素出现重大变化，将影响项目的实施；项目建成后因经济环境改变、贸易政策、原材料价格等因素变化可能导致募投项目不能达到预期目标，从而影响公司的预期收益。

发行人在招股说明书“第四节 风险因素/八、其他风险”补充披露如下：

“（六）募投项目新增折旧摊销的风险

本次募集资金到位后，公司将新增土地、房屋建筑物、生产及办公设备、数字化平台软硬件等固定资产及无形资产。按照公司现行会计政策，本次募集资金项目全部建成投产后，公司每年增加的折旧摊销费用合计4,697.19万元，与报告期内折旧摊销金额相比增幅较大。公司本次募投项目收益受宏观经济、产业政策、市场环境、竞争情况、技术进步等多方面因素影响，若未来募投项目未能按照效益测算的假设释放业绩，上述募投项目新增的折旧摊销费用将对公司经营业绩产生不利影响。”

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行的核查程序包括：

- 1、核查发行人募投项目建成投产后每年新增折旧摊销费的金额，分析募投项目建成投产后每年新增折旧摊销费占发行人最近一年经审计净利润的影响；
- 2、复核募投项目收益测算底稿，了解募投效益的测算依据、过程；
- 3、查阅募投项目产品的行业政策、行业调研资料，了解募投项目产品的市场规模、竞争格局。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

募投项目建成投产后每年新增折旧摊销费占发行人最近一年经审计净利润的比例为 84.70%。项目达产当年预计现有收入水平足够消化由于固定资产增加导致的折旧影响。发行人已就募投项目投入新增折旧风险对经营效果的影响进行论证，并已提示相关风险。

26.关于审计截止日后财务信息及经营状况

请发行人说明：

(1) 2021 年的主要财务信息及经营状况，主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性；

(2) 新冠疫情、原材料价格上涨、国际货运运力紧张、汇率波动等因素对发行人的影响，发行人采取的应对措施及有效性。

(3) 最新的种植牙集采政策对发行人 2022 年业绩及持续经营能力的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、2021 年的主要财务信息及经营状况，主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性

(一) 2021 年的主要财务信息及经营状况

财务报告审计截止日后，公司经营状况良好，公司主营业务、经营模式、主要客户类型、税收政策等重大事项均未发生重大变化，公司管理层及主要核心业务人员保持稳定。公司 2021 年主要财务数据情况如下：

单位：万元、%

项目	2021 年末 /2021 年度	2020 年末/2020 年度	变动金额	同比变动
资产总额	91,513.09	43,213.97	48,299.12	111.77
负债总额	13,295.88	18,199.86	-4,903.98	-26.95
归属于母公司股东权益	78,158.63	24,967.00	53,191.63	213.05

营业收入	54,528.42	36,163.06	18,365.36	50.78
净利润	5,545.84	4,442.99	1,102.85	24.82
归属于母公司股东的净利润	5,534.37	4,462.16	1,072.21	24.03
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	5,173.35	4,474.53	698.81	15.62
经营活动产生的现金流量净额	2,818.11	2,532.39	285.72	11.28

2021 年末，公司资产总额、归属于母公司股东权益分别为 91,513.09 万元和 78,158.63 万元，较 2020 年末分别增长 111.77%和 213.05%，增幅较大，主要系公司通过引进投资者完成股权融资，资本实力得到进一步增加，同时公司持续盈利，留存收益相应增长所致；2021 年末，公司负债总额为 13,295.88 万元，较 2020 年末下降 26.95%，主要是由于公司完成银行借款归还以及对部分工程款及货款完成结算所致。

2021 年度，得益于公司优质的产品和良好的客户基础，下游客户订单需求旺盛，公司经营业绩实现较快增长。公司实现销售收入 54,528.42 万元，较上年同期增长 50.78%；同期净利润及归属于母公司股东的净利润同比增幅为 24.82%和 24.03%，如剔除股份支付影响，同比变动幅度与收入增幅趋于一致。

（二）主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况

针对 2021 年末余额超过资产总额 1%且变动幅度 30%以上的资产负债表项目，2021 年发生额超过利润总额 5%且变动幅度 30%以上的利润表项目以及变动幅度超过 30%的主要现金流量表项目的变动原因进行分析，具体如下：

单位：万元、%

项目	2021 年末 /2021 年度	2020 年末 /2020 年度	变动金额	变动比例	变动原因
货币资金	16,061.15	4,730.48	11,330.67	239.53	主要系股东投入资本增加以及销售收入持续增长带来的销售回款持续增加
交易性金融资产	37,080.39	4,394.70	32,685.69	743.75	主要系股东投入资本增加，公司以现金管理为目的理财产品增加
预付款项	998.40	446.36	552.04	123.68	主要系预付材料、切削机等设备货款增加
其他流动资产	998.85	390.21	608.64	155.98	主要系随着销售收入的增长，确认的应收退货成本相应增加
营业收入	54,528.42	36,163.06	18,365.36	50.78	主要系销售团队业务持续拓展，下游客户订

					单需求增加所致
销售费用	7,588.93	5,086.27	2,502.66	49.20	主要系公司销售团队持续扩大，人员薪酬、差旅及业务拓展费用相应增加
管理费用	3,903.23	2,634.53	1,268.70	48.16	主要系行政及管理人员增加导致人员薪酬增加，同时本期确认股份支付金额较高所致
财务费用	517.25	378.75	138.50	36.57	主要系人民币持续升值，汇兑损失增加所致
投资活动产生的现金流量净额	-34,387.16	-1,472.91	-32,914.25	2,234.64	主要系股东投入资本增加，公司以现金管理为目的购买的理财产品增加
筹资活动产生的现金流量净额	43,001.72	1,061.61	41,940.11	3,950.61	主要系公司引进投资者，股东投入资本增加

综上所述，公司主要报表项目的变动原因合理，不存在异常的情况。发行人变动幅度较大的会计报表项目变动主要为股东资本投入增加及以现金管理为目的的理财产品购买增加、业务持续拓展、确认股份支付的影响。上述变动不会影响发行人经营可持续性。

二、新冠疫情、原材料价格上涨、国际货运运力紧张、汇率波动等因素对发行人的影响，发行人采取的应对措施及有效性。

（一）新冠疫情对发行人的影响，发行人采取的应对措施及有效性

2020 年初，新冠疫情在全国大范围爆发，封闭管控措施对发行人的生产造成了较大的不利影响，随着国内疫情逐渐向好，发行人的生产逐步恢复正常。虽然，目前国内部分地区仍然存在疫情反复的情况，但是发行人主要生产地河北省秦皇岛市整体疫情防控体系建设较为完善、疫情防控形式较好，疫情大规模扩散影响发行人生产的风险较低。

发行人的直销客户、终端客户以义齿技工所和口腔诊所为主，该类客户数量较多、分布地域较广，且日常经营受新冠疫情影响较大，故 2020 年初，发行人境内外的业务均受到了不同程度的影响。但是，随着境外多数国家和地区逐渐放开管控，新冠疫情目前对发行人境外业务的影响已经基本消除，发行人境外业务快速恢复并取得了较大的增长；境内疫情存在反复，然而整体形势向好，发行人针对境内新冠疫情防控的形式制定了一系列应对措施，大力拓展业务，使公司境

内业务依旧保持稳定增长的态势。

综上所述，新冠疫情对发行人日常经营造成了一定的负面影响，但是整体可控，不存在严重影响发行人持续经营的情形。

针对新冠疫情及防控态势，发行人采取了有效的措施保障公司的业务发展及日常经营，具体如下：

1、做好防控工作，保障公司正常经营

疫情期间，公司积极采取应对措施，包括组建疫情防控应对小组、定期分发口罩、防疫知识科普、强制办公场所消毒并配备消毒液、每日测量员工体温等措施，有效保障了疫情期间生产及经营的正常开展，确保了员工零确诊。

2、跟踪市场需求，积极保障下游供货

疫情期间，公司销售人员通过电话、邮件、即时通讯软件等联络方式，积极与下游客户进行沟通，时刻关注下游客户的复工情况，并及时与物流公司沟通，了解物流运输情况以及当地防疫政策，确保能够及时响应下游客户。

3、积极开拓国内外市场

从公司 2020 年、2021 年及 **2022 年上半年的**经营情况上看，新冠疫情并未对公司业绩造成实质上的不利影响。发行人在维持存量业务的基础上，依旧积极开拓国内外的新客户，在部分客户受新冠疫情影响较为严重的情况下，保证公司整体业务稳步发展。

（二）原材料价格上涨对发行人的影响，发行人采取的应对措施及有效性

关于原材料价格上涨对发行人的影响，发行人采取的应对措施及有效性已在本问询回复之“14.关于采购和供应商/二、结合近期全球及国内大宗商品市场原材料价格变动情况,分析原材料价格波动对发行人履行在手订单及 2022 年经营业绩的具体影响以及发行人的应对措施；”中回复。

（三）国际货运运力紧张对发行人的影响，发行人采取的应对措施及有效性

公司境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 38.13%、36.08%、44.49% 和 **57.01%**，其中，美国、欧非等均是发行人重要的产品出口地。2020 年以来，

受全球新冠疫情的影响，境外业务所依赖的货运能力受到较大挑战。报告期内，公司外销单笔订单运费分别为 2,474.29 元/笔、4,109.90 元/笔、5,614.15 元/笔和 **5,613.47 元/笔**，上升趋势明显，导致发行人外销业务单笔订单的成本有所上升，对发行人境外销售产生了一定的负面影响。

针对货运运力的问题，公司主要采取与境外客户、货运公司持续沟通，加强未来订单预测，细化备货发货安排，丰富合作配送物流公司等方案，降低国际货运运力短缺对公司经营影响。

（四）汇率波动对发行人的影响，发行人采取的应对措施及有效性

报告期内，发行人汇兑损益与归母净利润、货币资金的比例关系如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
汇兑损益	-894.77	327.88	208.97	-74.30
归母净利润	4,370.40	5,534.37	4,462.16	4,858.33
货币资金	27,378.17	16,061.15	4,730.48	3,612.84
汇兑损益与归母净利润之比	-20.47%	5.92%	4.68%	-1.53%
汇兑损益与货币资金之比	-3.27%	2.04%	4.42%	-2.06%

从上表可知，虽然 **2020 年和 2021 年** 汇率波动对发行人产生了一定负面的影响，但是汇兑损益与归母净利润、货币资金之比均较小，故对发行人日常的业务与经营的影响有限。

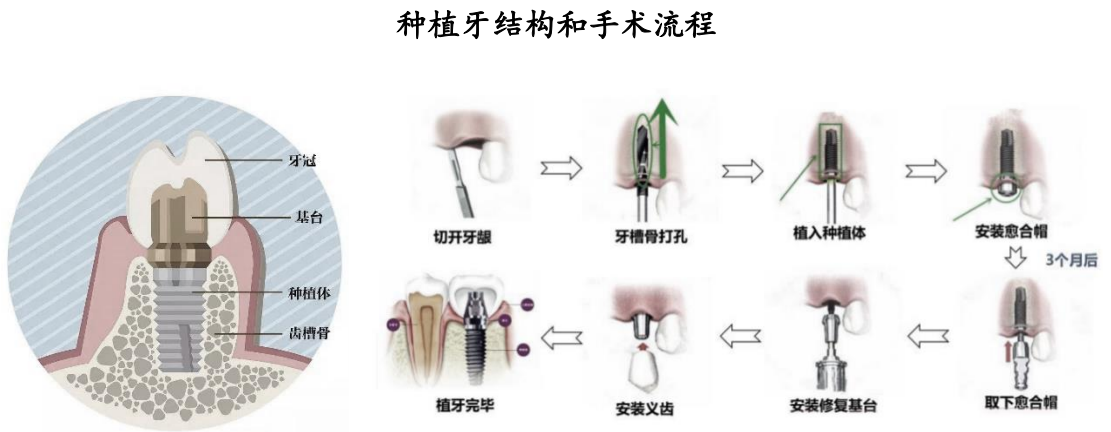
为降低汇率波动对公司财务状况带来不利影响的风险，公司采取的应对措施请参见本次问询回复之“17.关于期间费用/六、说明汇兑损益的计算过程，报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发行人外销收入、汇兑损益之间的匹配性，发行人应对外汇波动风险的具体措施及有效性/（三）发行人应对外汇波动风险的具体措施及有效性”

三、最新的种植牙集采政策对发行人 2022 年业绩及持续经营能力的影响。

（一）种植牙牙冠生产流程及各生产环节价格分析

种植牙材料主要包括种植体，种植基台及牙冠，骨量不足的，还需要骨粉、骨膜等辅助材料。根据前瞻产业研究院数据及部分研究机构预测，种植牙支付的费用中，25%为诊疗费，44%为种植体材料费，12%为基台费用，13%为修复材

料（修复膜等），仅有 6%为发行人经营产品所涉及的牙冠费用，占比相对较低；此外，另有行业观点认为材料费用占比仅为 1/3：根据首都医科大学国家医疗保障研究院价格招采室主任蒋昌松从种植牙实际支付成本进行拆解分析，种植牙的种植体、种植基台、牙冠等卫生材料占比约为 1/3，剩余约 2/3 均为人工技术费用。



种植牙手术相对复杂，且需多期间隔多月时间完成，因此种植服务费用相对较高。其中种植牙牙冠安装系种植牙手术流程中最后一环，牙冠作为牙齿发挥咀嚼功能的重要组成部分，其美观性、生物学性能、稳定性、机械性能均对研发及技术提出较高要求。

通常情况下，种植牙牙冠加工的生产及流通环节包括“氧化锆瓷块提供商-义齿技工所-医院/诊所”，即由医院或诊所进行患者口内取模并提供至义齿技工所，之后义齿技工所根据诊所提供的牙模使用发行人生产销售的氧化锆瓷块进行种植牙牙冠加工，具体加工流程包括扫描设计、切削、烧结、上色调改等，最后再将成品种植牙牙冠提供至医院/诊所，完成种植牙安装及调适。

种植牙牙冠的生产流程及各生产环节价格分析列示如下：

环节	生产环节	加工环节	手术环节
提供商	氧化锆瓷块提供商 Aidite	义齿技工所	医院及诊所
产品形态			

环节	生产环节	加工环节	手术环节
产品价格	10-15 元/颗单冠	200-300 元/颗单冠	-
计算过程	公司 2022 年 1-6 月，氧化锆瓷块单价为 286 元/块，平均每块氧化锆可切削 20-25 颗单冠，折合每颗单冠氧化锆材料价格约为 10-15 元	集采前，义齿技工所加工的牙冠出厂价约为 200-300 元/颗单冠，其中材料费用不足售价 10%，除厂房、设备等固定开支外，人工费用占比较高	集采前，种植打包费用在 6,000-30,000 元/颗 种植牙支付的费用中，6% 为发行人经营产品所涉及的牙冠费用（不包含置入费用）

数据来源：前瞻产业研究院数据，公司估测

注：义齿技工所出厂价由公司根据市场经验进行估测。根据披露，义齿技工所家鸿口腔 2020 年全瓷义齿平均售价为 309.27/颗

（二）种植牙相关集采政策情况

2020 年 2 月，中共中央、国务院发布《关于深化医疗保障制度改革的意见》，指出要深化药品、医用耗材集中带量采购制度改革：坚持招采合一、量价挂钩，全面实行药品、医用耗材集中带量采购；建立招标、采购、交易、结算、监督一体化的省级招标采购平台，推进构建区域性、全国性联盟采购机制。

2021 年 11 月 18 日，四川省药械招标采购服务中心发布《川药招〔2021〕258 号关于开展部分口腔类高值医用耗材产品信息采集工作的通知》，正式开启了维护口腔种植体、修复基台医用耗材产品的信息申报工作。

2022 年 1 月 10 日，国务院常务会议决定常态化制度化开展药品和高值医用耗材集中带量采购，进一步降低患者医药负担。并提出逐步扩大高值医用耗材集采覆盖面，对群众关注的骨科耗材、药物球囊、种植牙等分别在国家和省级层面开展集采。

2022 年 3 月 15 日，四川省医保局发布消息，2022 年将牵头组织开展 30 个省（区、市）省际联盟口腔种植体带量采购工作。此外，浙江、宁夏、江苏等地均开展口腔医用耗材历史采购数据填报工作，填报范围为口腔种植体系统，具体包括种植体、修复基台、种植修复配件，均不涉及发行人所涉及的牙冠。

2022 年 8 月 18 日，国家医疗保障局发布了《关于开展口腔种植医疗服务收费和耗材价格专项治理的通知（征求意见稿）》，开展口腔种植医疗服务收费和耗材价格专项治理。《征求意见稿》共四部分 12 项具体措施，在口腔种植收费方式上实行“技耗分离”，引导种植牙牙冠形成合理价格。

2022年9月8日，国家医疗保障局发布了《关于开展口腔种植医疗服务收费和耗材价格专项治理的通知》（以下简称《通知》），《通知》提出完善种植牙牙冠价格形成机制。《通知》中首次对种植牙医疗服务的价格做了明确规定，即三级公立医院单颗种植牙医疗服务价格不应超过4,500元，该价格是指门诊诊查、生化检查和影像检查、种植体植入、牙冠植入等医疗服务价格的总和，不含种植体和牙冠；《通知》指出，有序推进口腔种植医疗服务“技耗分离”，主要采取“服务项目+专用耗材”分开计价的收费方式，挤压耗材不合理溢价收费空间；此外，《通知》提出，各省级医疗保障部门结合医疗服务价格整体调控要求，以及种植体集采、牙冠竞价的结果，合并制定并公开本地区种植牙全流程价格调控目标（含种植体、牙冠、医疗服务），采取针对性的落实举措。

其中，针对种植牙牙冠，四川省医疗保障局在省内对临床主流的全瓷牙冠组织竞价，按照竞争形成的阳光透明价格挂网，其他材质参照全瓷冠的价格挂网。国家医疗保障局指导其他省份实施价格联动。公立医疗机构根据临床需求自主选择，按挂网价格“零差率”销售。第三方工厂生产的牙冠，价格包含种植过程中返厂调改的费用，不得额外向患者收费。公立医疗机构自行加工制作种植牙牙冠的，采取“产品化”的价格形成机制，由医疗机构以物料成本、加工服务等为基础，按照适当的成本回收率自主确定价格并挂网，与竞价挂网牙冠的比价关系保持在合理区间，牙冠制作的翻模精修、扫描设计、打印切削、烧结上釉、上色调改等具体操作作为成本要素计入种植牙牙冠价格，不再将具体操作步骤作为医疗服务价格项目额外向患者收费。

（三）种植牙集采政策对发行人2022年业绩及持续经营能力的影响

1、发行人氧化锆瓷块终端使用场景中作为种植牙牙冠占比较低

目前，齿科领域高值医用耗材集采政策仅于口腔类种植牙领域逐步开展推行。根据前瞻产业研究院数据，2020年我国种植牙数量约为406万颗，相较于韩国、西班牙等国家，我国种植牙渗透率处于低位，2020年我国种植牙渗透率约29颗/万人（种植牙数量/人口总数），而韩国的种植牙渗透率已经接近500颗/万人。

公司所生产的义齿用氧化锆瓷块绝大部分用于固定义齿及活动义齿牙冠的制作，仅有少部分氧化锆瓷块用于种植牙牙冠的制作。根据公司与下游义齿技工所了解与统计，截至目前，公司所生产的义齿用氧化锆瓷块用于种植牙牙冠的制作比例不足 20%。未来随着集采政策逐步落地，公司种植牙牙冠材料相关产品将随着市场需求的增加而带来新的增量市场。

2、发行人氧化锆瓷块作为种植终端场景使用时，系种植牙牙冠的上游材料

《通知》指出，由四川省医疗保障局在省内对临床主流的全瓷牙冠组织竞价，按照竞争形成的阳光透明价格挂网。根据四川省药械招标采购服务中心于 2022 年 5 月 23 日发布的《关于开展口腔牙冠产品信息采集工作的通知》（川药招〔2022〕125 号），通知显示开展口腔牙冠产品信息申报的产品为医用耗材分类代码前 15 位为 C07060114405001、材质为氧化锆的口腔牙冠产品；参与申报的企业类型为牙冠生产企业。

发行人系牙冠生产企业的上游企业，氧化锆瓷块为氧化锆口腔牙冠产品的原材料，截至目前，种植牙集采政策及信息采集范围仍局限于口腔牙冠产品，而非口腔牙冠产品上游材料，纳入种植牙集采的牙冠产品价格承压下降向上游传递导致的上游材料价格下降有限。

3、种植牙费用中牙冠成本占比较低

根据前瞻产业研究院数据，种植牙支付的费用中，25%为诊疗费，44%为种植体材料费，12%为基台费用，13%为修复材料（修复膜等），仅有 6%为发行人经营产品所涉及的牙冠费用，占比相对较低。此外，根据种植牙牙冠的生产流程及各生产环节价格可知，牙冠生产中发行人提供的牙冠材料成本占比相对较低。

即使未来伴随种植牙带量采购政策的逐步推广，公司重点销售区域对口腔修复类耗材实施带量采购，基于牙冠占种植牙总支付费用比例及牙冠成本中材料成本占比分析，种植牙牙冠乃至牙冠材料压价空间相对较低。

4、种植牙集采政策有助于推动国产替代进程

发行人所生产的口腔修复材料相较于国外品牌具有高性价比特点。通过与国外全瓷牙主流品牌对比，如登士柏西诺德、德国威兰德、美国 3M 拉瓦等，发

行人氧化锆瓷块售价仅为进口产品价格的 40%-60%，性价比突出。为应对种植牙集采政策所带来的被动降价，性价比突出的国产产品或将获得更多市场份额。以价换量情况下，种植牙集采政策对 2022 年业绩及持续经营能力的负面影响较小。

即使未来伴随种植牙带量采购政策的逐步推广，公司重点销售区域对口腔修复类耗材实施带量采购，基于氧化锆瓷块终端使用场景中作为种植牙牙冠占比分析，公司所生产的绝大部分义齿用氧化锆瓷块不会受到种植牙集采政策影响。此外，报告期各期，公司境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 38.13%、36.08%、44.49%和 57.01%，境外收入及利润贡献占比较高，因此受国家集采的影响较小。

综合以上分析，公司的牙冠终端场景使用于种植牙的占比较低，种植牙费用中牙冠成本占比亦较低，预计种植牙集采政策对发行人 2022 年业绩及持续经营能力的影响较小。

四、中介机构核查情况

（一）核查程序

保荐人和申报会计师履行的核查程序包括：

- 1、查阅公司 2020 年和 2021 年财务报表；
- 2、将 2021 年财务报表主要会计报表项目与上期项目进行比对，对变动幅度较大的项目，核查变动原因的合理性，分析相关影响因素是否具有持续性；
- 3、查阅公司以外币结算的收入数据和 2021 年汇兑损益数据，分析汇率变动对公司营业收入的影响；
- 4、查阅公司主要原材料的采购数量、采购价格和主要产品的成本构成情况，分析原材料价格变动对公司业绩的影响；
- 5、访谈公司高级管理人员，了解新冠疫情、汇率波动、原材料价格上涨等因素对发行人业绩的影响；
- 6、收集并查阅种植牙集采政策最新行业法规和政策文件；查阅涉及种植牙费用、渗透率数据相关的行业研究报告，分析种植牙集采政策对发行人 2022 年

业绩及持续经营能力的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐人和申报会计师认为：

1、随着公司业务持续向好发展，公司盈利规模和资产规模均保持增长态势，变动幅度较大的会计报表项目变动原因主要系公司正常开展生产经营所致，不存在影响公司正常运营的持续性重大不利因素，持续经营能力未发生重大变化；

2、新冠疫情、原材料价格上涨、国际货运运力紧张、汇率波动等因素未对发行人造成重大不利影响，发行人已采取措施及时有效应对外部环境变化带来的风险；

3、公司的牙冠终端场景使用于种植牙的占比较低，种植牙费用中牙冠成本占比亦较低，预计种植牙集采政策对发行人 2022 年业绩及持续经营能力的影响较小。

（本页无正文，为《关于爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函回复》之盖章页）

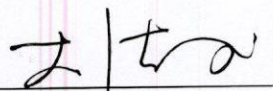


2022 年 9 月 28 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读关于爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函回复的全部内容，确认审核问询函回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

发行人董事长：



李洪文

爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司



2022年9月28日

（本页无正文，为《关于爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函回复》之签字盖章页）

保荐代表人签名：


张 铁


周俊峰

中信建投证券股份有限公司



关于本次反馈意见回复报告的声明

本人作为爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司保荐机构中信建投证券股份有限公司的董事长，现就本次反馈意见回复报告郑重声明如下：

“本人已认真阅读爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司本次反馈意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，反馈意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。”

法定代表人/董事长签名：



王常青

中信建投证券股份有限公司

