

关于江苏知原药业股份有限公司
IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

目 录

一、关于业务模式和技术研发·····	第 1-5 页
二、关于历史沿革 ·····	第 6-11 页
三、关于关联交易和财务内控规范性·····	第 12-29 页
四、关于员工入股平台入股及股份支付·····	第 30-45 页
五、关于营业收入·····	第 46-65 页
六、关于经销模式与电商平台客户 ·····	第 66-106 页
七、关于营业成本·····	第 107-120 页
八、关于采购及供应商·····	第 121-144 页
九、关于毛利率·····	第 145-155 页
十、关于学术推广费用·····	第 156-201 页
十一、关于电商费用和广告宣传费用·····	第 202-225 页
十二、关于研发费用和开发支出·····	第 226-258 页
十三、关于管理费用·····	第 259-267 页
十四、关于应收账款、其他应收款和应收款项资·····	第 268-278 页
十五、关于存货·····	第 279-289 页
十六、关于固定资产、在建工程 and 无形资产·····	第 290-300 页
十七、关于长期股权投资和商誉·····	第 301-309 页
十八、关于其他财务问题·····	第 310-324 页
十九、关于资金流水核查·····	第 325-326 页

关于江苏知原药业股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2023〕994 号

深圳证券交易所：

我们已对《关于江苏知原药业科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2023〕110095 号，以下简称审核问询函）所提及的江苏知原药业股份有限公司（以下简称知原药业、知原药业公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报说明如下：

一、关于业务模式和技术研发

申报材料显示：（1）截至 2022 年 12 月末，发行人共有研发人员 66 人，占员工总数的 10.84%，其中核心技术人员 3 人。发行人拥有专利 82 项，其中发明专利 32 项。（2）发行人已打造皮肤外用制剂全剂型开发与评价技术平台、皮肤外用制剂产业化放大生产技术平台、功效性护肤品开发技术平台、雷公藤药物研发、生产平台。（3）报告期内，发行人代理陈李济药厂的昆仙胶囊销售收入占比分别为 20.31%、25.68%和 14.00%。同时，发行人也为陈李济药厂提供昆仙胶囊的推广服务。请发行人：（1）说明具体的采购、生产、销售和研发模式，报告期内业务模式是否发生变化，与同行业上市公司是否存在重大差异。

（2）说明核心技术人员履历，相关人员是否曾签署竞业禁止协议，主要研发项目及成果情况，包括但不限于项目名称、起止时间、主要参与人员、研发投入、相关技术先进性、所形成的专利或相关产品收入情况等。（3）说明上述核心技术平台所涉及的核心技术是否具备较高的技术壁垒，是否属于行业通用技术，如不属于，说明与通用技术的差异；发行人核心技术成果转化情况、对应产品

收入情况；结合同行业可比公司现有技术水平、衡量核心技术的关键指标等，分析说明发行人的研发优势。（4）说明发行人向陈李济药厂采购并推广昆仙胶囊的具体业务模式及会计处理，将昆仙胶囊采购商业折扣确认为推广服务收入的依据，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；发行人为陈李济药厂采取既代理销售昆仙胶囊又为其提供推广服务的原因，是否符合行业惯例；双方关于代理和推广服务合同的具体约定，相关条款是否公平合理，是否发生过相关纠纷及解决措施。（5）发行人与陈李济药厂的合作历史，订单的获取方式，代理的昆仙胶囊销售收入占陈李济药厂相关产品收入的比例；陈李济药厂是否存在其他代理和推广服务商，相关合作和交易条款与发行人是否存在重大差异；发行人与陈李济药厂是否存在关联关系或者其他利益关系，是否存在未披露的利益输送。请保荐人发表明确意见，申报会计师对问题（4）、发行人律师对问题（5）发表明确意见。（审核问询函问题 1）

（一）说明发行人向陈李济药厂采购并推广昆仙胶囊的具体业务模式及会计处理，将昆仙胶囊采购商业折扣确认为推广服务收入的依据，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；发行人为陈李济药厂采取既代理销售昆仙胶囊又为其提供推广服务的原因，是否符合行业惯例；双方关于代理和推广服务合同的具体约定，相关条款是否公平合理，是否发生过相关纠纷及解决措施

1. 向陈李济药厂采购并推广昆仙胶囊的具体业务模式及会计处理，将昆仙胶囊采购商业折扣确认为推广服务收入的依据，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；公司为陈李济药厂采取既代理销售昆仙胶囊又为其提供推广服务的原因，是否符合行业惯例

（1）向陈李济药厂采购并推广昆仙胶囊的具体业务模式及会计处理

1) 向陈李济药厂采购并推广昆仙胶囊的具体业务模式

① 采购业务模式

公司作为陈李济药厂昆仙胶囊的代理经销商，由公司根据市场销售情况及自身库存情况向陈李济药厂下达采购订单，采购昆仙胶囊后对外出售，采购价格系双方进行协商确定，采购业务真实、公允。

② 市场推广服务业务模式

公司在代理陈李济药厂昆仙胶囊产品的同时亦根据其需求为其提供推广服

务，区别于其他配送商，公司系陈李济药厂昆仙胶囊的独家推广经销商，公司在代理经销昆仙胶囊的同时为其提供推广服务。陈李济药厂选择公司为其提供市场推广服务原因主要系公司相关团队在肾病领域拥有较为成熟的销售推广经验，而陈李济药厂生产的昆仙胶囊同属肾病领域药品，公司对肾病药物属性的见解及丰富的推广经验能够较好协助陈李济药厂于全国范围内提升昆仙胶囊销量，陈李济药厂基于对公司综合能力的评估后选择与公司开展相关业务合作，迄今双方已合作多年。

公司协助陈李济药厂管理昆仙胶囊配送渠道的市场供应，并通过提供市场信息搜集、销售规划、产品定位、学术会议组织、患者信息反馈等服务促进昆仙胶囊在终端市场的销售。

2) 向陈李济药厂采购和推广昆仙胶囊的会计处理

① 向陈李济药厂采购昆仙胶囊时

借：库存商品——昆仙胶囊

贷：应付账款/预付账款——陈李济药厂

② 当与陈李济药厂结算当期市场推广服务时

借：应付账款/预付账款——陈李济药厂

贷：主营业务收入——市场推广收入

③ 发生与提供陈李济药厂市场推广服务直接相关的第三方推广服务商费用支出

借：主营业务成本

贷：应付账款——第三方推广服务商

(2) 将昆仙胶囊采购商业折扣确认为服务收入的依据，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第十四号——收入》的相关规定，“合同开始日，企业应当对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行，然后，在履行了各单项履约义务时分别确认收入。履约义务，是指合同中企业向客户转让可明确区分商品的承诺。下列情况下，企业应当将向客户转让商品的承诺作为单项履约义务：一是企业向客户转让可明确区分商品（或者商品的组合）的承诺。二是企业向客户转让

一系列实质相同且转让模式相同的、可明确区分商品的承诺。”“企业应当在履行了合同中的履约义务，即是客户在取得相关产品的控制权时确认收入”。

公司根据陈李济药厂的需求，提供相应市场推广服务；该推广服务收入不单独收取，具体体现为昆仙胶囊采购商业折扣。

根据采购合同、采购发票、推广服务结算单，采购昆仙胶囊产品的采购单价与合同约定匹配，商业折扣金额与推广服务的结算单金额匹配。

推广服务根据公司为陈李济药厂提供市场推广活动工作量协商确认，与向陈李济药厂采购商品属于可明确区分的单项履约义务，应当分别在履行义务时确认相应的收入和成本。

综上，公司承担的推广服务和产品购销是两项单独履约义务，通过抵扣陈李济药厂应付账款的形式进行结算，具体体现为昆仙胶囊采购商业折扣，符合《企业会计准则》的相关规定。

综上所述，公司为陈李济药厂采取既代理销售昆仙胶囊又为其提供推广服务具有商业合理性。

(3) 公司代理销售昆仙胶囊又为其提供推广服务符合行业惯例

公司代理销售昆仙胶囊又为其提供推广服务，承担了推广配送经销商的职能，为医药行业内药品销售过程中的普遍存在的销售模式，可比同行业上市公司采用推广配送经销商模式的情况如下：

公司名称	股票代码	具体情形
百利天恒	688506. SZ	存在推广配送商模式，由推广配送商负责产品的销售、推广及配送工作
星昊医药	430017. BJ	存在推广配送经销商，推广配送经销商既要承担药品配送职能，也要承担市场推广职能
科源制药	301281. SZ	传统经销模式下，公司主要通过经销商进行化学药品制剂的配送及市场推广，经销商承担配送及市场推广职能

注：上述信息来源于各公司招股说明书或定期报告

由上可知，公司代理销售昆仙胶囊又为其提供推广服务符合行业惯例。

2. 双方关于代理和推广服务合同的具体约定，相关条款是否公平合理，是否发生过相关纠纷及解决措施

(1) 双方对于代理合同相关约定

根据双方签署的采购订单协议，主要条款约定如下：

- 1) 对于产品名称、数量、价格及交货时间的约定。
- 2) 质量要求：按照国家规格。
- 3) 包装标准：按规格数量纸箱包装。
- 4) 交货方式：供方送货，交货地点为江苏省无锡市。
- 5) 结算方式及期限：一般约定为银行汇款，付款期限为先付款后发货。
- 6) 验收：需方收货后请进行质量检验，如对质量、品种、数量有异议，请在 15 天内告知供方，如属于质量问题，请附需方检验报告书与供方商榷、逾期做无异议处理。
- 7) 违约责任：按照《民法典》有关规定执行。
- 8) 解决合同纠纷方式：① 双方约定 ② 向人民法院提起诉讼
- 9) 合同自双方授权代表签字并加盖合同章之日起生效。

(2) 双方对于推广服务的相关约定

公司与陈李济药厂按照公司为陈李济药厂提供的市场推广服务的工作量协商确定结算金额，通过结算账单开票结算。结算账单的具体内容按照公司为陈李济提供服务内容、数量及协商的单价收取服务收入，服务内容包括市场信息搜集、小规模会议、患者教育、学术讲座、圆桌讨论会、病例收集、市场调研、数据处理月度总结报告及其他服务等。

(3) 公司与陈李济药厂的相关条款是否公平合理，是否发生过相关纠纷及解决措施

公司与陈李济药厂的相关条款均具有真实的商业实质，公平合理，公司与陈李济药厂合作历史悠久，合作关系良好，合作至今未发生过相关纠纷。

(二) 核查程序和核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

- (1) 查阅公司业务相关会计政策及《企业会计准则》，判断公司将昆仙采购

商业折扣确认为市场推广收入是否符合《企业会计准则》的规定；

(2) 访谈公司财务总监及相关业务人员，了解公司与陈李济药厂合作的具体模式，合作过程中是否发生纠纷；

(3) 通过公开渠道获取同行业公司公开披露信息，评价公司代理销售昆仙胶囊又提供推广服务是否符合行业惯例；

(4) 获取公司与陈李济药厂签订的采购订单，判断相关约定是否公平合理；

(5) 通过国家企业信用信息公示系统、执行信息公开网、裁判文书网、企查查等网站查询公司与陈李济药厂是否存在相关诉讼情况；

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

公司将昆仙胶囊采购商业折扣确认为推广服务收入符合企业会计准则规定；公司既代理销售昆仙胶囊又为其提供推广服务具有商业合理性，符合行业惯例；公司与陈李济药厂签订的采购订单条款公平合理，公司与陈李济药厂未发生过相关纠纷。

二、关于历史沿革

申报材料显示：(1) 发行人前身知原有限成立后，13 名创始自然人股东因个人资金较为紧张，故形成了对知原有限共计 245 万元的资金占用。(2) 2004 年 1 月 19 日，过建阳与坊前房地产签署股权转让协议，以 1,000 万元价格受让坊前房地产持有的知原有限 51% 股权；2004 年 2 月 19 日，过建阳与坊前镇经济贸易服务中心（即坊前房地产的主管部门）签署《补充协议》，并经报请党委、政府同意，股权转让价格减少 120 万元，实际股权转让价款为 880 万元。(3) 发行人历史上存在多次增资及股权转让，存在股东未穿透核查的情形。请发行人：(1) 说明前述 13 名创始自然人股东对发行人资金占用的具体情况，包括但不限于占用原因、过程、是否履行了相应的内部程序、采取的解决措施，是否构成出资不实或抽逃出资，是否属于重大违法违规或涉嫌犯罪等，对本次发行上市的影响。(2) 说明过建阳与坊前房地产的股权交易的背景和具体原因，在协议签署 1 个月后即调减股权交易对价的原因，《补充协议》的签署对手方非坊前房地产而是其主管部门的原因，是否存在相应的法律瑕疵或法律风险。

(3) 说明坊前房地产的股权转让是否履行了相关的国资评估、备案、审批等法律程序，是否在规定交易场所进行交易，相关定价是否公允，是否存在国有资产流失情况，是否存在程序瑕疵，是否存在纠纷或潜在纠纷，是否构成本次发行上市的法律障碍。(4) 说明历次增资及股权转让的原因、资金来源、合法性，是否存在出资不实、抽逃出资等情况，增资或股权转让价格、定价依据、公允性和合理性；股权转让是否真实，有关股权变动是否为双方真实意思表示，是否存在争议或潜在纠纷，是否存在委托持股、利益输送或其他利益安排；历次增资及股权变动是否构成股份支付及判断依据。(5) 说明发行人历史上设立及存续期间是否存在不规范事项，如有则请补充说明具体内容、后续处理方式，以及是否受到过行政处罚或存在被处罚风险，是否构成重大违法行为及本次发行的法律障碍，是否存在纠纷或潜在纠纷。(6) 说明穿透计算的股东人数具体情况及其合规性。请保荐人和发行人律师发表明确意见，并按照《监管规则适用指引—关于申请首发上市企业股东信息披露》《监管规则适用指引—发行类第2号》等相关要求，完善股东信息披露专项核查报告；申报会计师对问题(4)发表明确意见。(审核问询函问题4)

(一) 说明历次增资及股权转让的原因、资金来源、合法性，是否存在出资不实、抽逃出资等情况，增资或股权转让价格、定价依据、公允性和合理性；股权转让是否真实，有关股权变动是否为双方真实意思表示，是否存在争议或潜在纠纷，是否存在委托持股、利益输送或其他利益安排；历次增资及股权变动是否构成股份支付及判断依据

1. 历次增资及股权转让的原因、转让价格、定价依据、资金来源以及公允性和合理性说明

时间	事项	原因	定价依据	价格
2005 年 4 月	公司第一次股权转让	坊前房地产实现投资收益后退出，部分知原有限创始自然人股东随之转让退出	坊前房地产向过建阳转让价格的定价依据系参考净资产评估值并考虑到公司或有负债情形进行调减股权的评估价值为 510.26 万元，最终确定的转让价款为 880 万元	坊前房地产向过建阳股权转让价格为 3.45 元/注册资本；
2007 年 1 月	隐名股东顾德清、杨锡芬将各自被代持的 1.5	顾德清、杨锡芬离职，将股权转让给	参考 2004 年公司经评估净资产值	2 元/注册资本

	万元注册资本对应的股权转让给夏玲玲	夏玲玲		
2007 年 7 月	许志奇将 10 万元注册资本对应的股权转让给蒋伟良	许志奇离职，将股权转让给蒋伟良	参考 2004 年公司经评估净资产值	2 元/注册资本
2011 年 9 月	过建阳等自然人股东将各自原本所持有的 80%股权转让给无锡知原投资	公司当时需要资金新建厂房、改造产线以申请 GMP 认证，原股东资金不足，决定将控制权转让给无锡知原投资，同时每人保留一部分股权	系过建阳等股东出让控制权，由知原投资受让控制权，其综合考虑知原有限无形资产的价值、过建阳等自然人获取股权的成本等因素，高于净资产受让股份	3.74 元/注册资本
2011 年 12 月	公司增资至 3,000 万元，其中无锡知原投资认缴 2,000 万元，过建阳等人合计认缴 500 万元	公司增资以修建厂房	公司尚未盈利，经营需要资金，公司原有股东协商确定按照 1 元/注册资本的价格等比例进行增资	1 元/注册资本
2014 年 5 月	隐名股东阮春良所持有的知原有限 12 万元注册资本对应的股权分别转让给隐名股东陈伟良、周惠兴	阮春良离职，将股权转让给陈伟良、周惠兴	系隐名股东对外转让股份，其考虑 2011 年 9 月股权转让价格的基础上并经各方协商后确定	4.04 元/注册资本
2014 年 9 月	公司注册资本由 3,000 万元增加至 3,400 万元，新增注册资本全部由无锡知原投资认缴	公司存在资金需求，无锡知原投资向公司进行增资	公司经营需要资金，公司原有股东协商各股东分别于 2014 年 9 月和 2014 年 11 月进行增资并确定由知原投资按照 1 元/注册资本的价格增资，参考当时净资产	1 元/注册资本
2014 年 11 月	公司注册资本增至 3,640 万元，由过建阳等自然人以 300 万元认缴 240 万元新增注册资本	知原有限存在资金需求，过建阳等自然人向公司进行增资	公司经营需要资金，公司原有股东协商各股东分别于 2014 年 9 月和 2014 年 11 月进行增资并确定由过建阳按照 1.25 元/注册资本的价格增资，参考当时净资产	1.25 元/注册资本
2015 年 2 月	公司注册资本增至 4,200 万元，由珍宝路投资有限公司以 800 万元认缴 560 万元新增注册资本	公司存在资金需求，增资并引进新的投资者珍宝路投资有限公司	外部投资者参与的增资，根据宜兴市阳羨资产评估事务所出具的“宜阳资评（2014）第 022 号”《江苏知原药业有限公司评估报告》，确认截至 2014 年 9 月 30 日，知原有限的净	1.4286 元/注册资本

			资产评估值 4,092.031433 万元。经各方协商一致，本次增资价格最终确定为 1.4286 元/注册资本（略高于当时净资产）	
2015 年 12 月	公司注册资本由 4,200 万元增加至 10,266.6710 万元，其中，新增注册资本 6,066.6710 万元由朗润科技的 7 名股东以其各自持有的朗润科技股权作为出资	公司向实际控制人控制的企业朗润科技进行增资换股	本轮系换股，根据深圳市明洋资产评估事务所出具的“深明评报字[2015]第 11102 号”《关于朗润医药科技有限公司股东全部权益价值资产评估报告》，确认截至 2015 年 10 月 31 日，朗润科技的净资产评估值为 6,101.219895 万元。经协商，公司同意朗润科技全部股权作价 6,066.6710 万元对知原有限增资	1 元/注册资本
2016 年 9 月	公司投资及宁波朗天将其持有的知原有限全部股权转让给无锡中和、无锡朗名、无锡朗威	系无锡知原投资、宁波朗天将其持有的知原有限股权平移转让给其上层股东	系实际控制人控制的平台之间转让股份	1.15 元/注册资本
2017 年 6 月	上海博颐将其持有的 174.1135 万元股权以 174.1135 万元的价格转让给无锡博颐	徐大成控制的企业之间的股权转让	徐大成控制的企业之间的股权转让	1 元/注册资本
2017 年 6 月	公司注册资本由 10,266.671 万元增加至 10,733.3410 万元，由无锡朗亿以 840 万元认缴 466.67 万元注册资本	公司存在资金需求，由持股平台无锡朗亿进行增资	增资价格参考知原有限的净资产	1.80 元/注册资本
2017 年 11 月	过建阳将其持有的 840 万元股权以 840 万元的价格转让给无锡金润阳	由过建阳直接持股并代持转为通过无锡金润阳进行代持	过建阳由直接持股，变更为其控制的平台间接持股，平移股份	1 元/注册资本
2017 年 11 月	公司注册资本由 10,733.341 万元增加至 11,333.341 万元，其中：无锡博颐出资 230.40 万元认缴 64 万元注册资本；深圳金易出资 36 万元认缴 10 万	公司基于资金需求，由无锡知问、无锡知越、外部投资者无锡博颐、深圳金易进行增资	有外部投资者参与的增资，系考虑前次增资价格及公司的盈利预测、未来成长性后经协商确定，为 3.60 元/注册资本	3.6 元/注册资本

	元注册资本；无锡知问出资 1,594.80 万元认缴 443 万元注册资本；无锡知越出资 298.80 万元认缴 83 万元注册资本			
2019 年 12 月	公司注册资本由 11,333.341 万元增加至 11,733.341 万元，无锡朗行出资 1,640 万元认缴 400 万元注册资本	无锡朗行增资	系考虑前次增资价格及公司未来成长性后经协商确定，为 4.10 元/注册资本	4.10 元/ 注册 资本
2020 年 8 月	公司注册资本由 11,733.3410 万元增加至 12,378.6748 万元，江苏中德出资 3,000 万元认购新增注册资本 293.3335 万元；无锡金程出资 800 万元认购新增注册资本 78.2223 万元；无锡金灵出资 1,300 万元认购新增注册资本 127.1112 万元；湖北通瀛出资 1,500 万元认购新增注册资本 146.6668 万元	公司因经营发展需要，引进财务投资人	以投后估值 12.66 亿元为依据	10.23 元/ 注册 资本
2021 年 8 月	公司注册资本由 12,450 万元增加至 12,990 万元，平潭文周出资 4,500 万元认购新增注册资本 300 万元；无锡云林出资 1,500 万元认购新增注册资本 100 万元；扬州嘉泰出资 1,300 万元认购新增注册资本 86.6667 万元；金程新高出资 800 万元认购新增注册资本 53.3333 万元	公司因经营发展需要，引进财务投资人	以投后估值 19.485 亿元为依据	15 元/股
2022 年 3 月	无锡金程将其持有的公司 786,730 股股份转让给金程和风，转让价格为 800 万元	因无锡金程上层集团的持股安排调整，无锡金程将其持有的知原药业股份转让给同受无锡	同一控制下平台之间转让股权，按照其之前获取股份价格转让	10.17 元/ 股

		市创新投资集团有限公司控制的金程和风		

注：以上资金均来源于股东自有自筹资金，股权转让/增资价款均已支付完毕

综上，公司历次增资及股权转让合法合规，增资或股权转让定价公允、合理。

2. 是否存在出资不实、抽逃出资等情况

根据知原有限设立、历次增资、整体变更对应的验资报告，公司设立、历次增资、整体变更注册资本均已实缴，不存在出资不实或抽逃出资等情况。

3. 股权转让是否真实，有关股权变动是否为双方真实意思表示，是否存在争议或潜在纠纷，是否存在委托持股、利益输送或其他利益安排

公司历次股权转让均签署了对应的转让协议并提交股东会/董事会审批，公司历次股权转让均系真实发生，有关股权变动均为各方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

综上，除《招股说明书》已披露的公司历史上存在的股权代持及解除情形外，截至本问询函回复出具日，不存在其他委托持股、利益输送或其他利益安排的情形。

4. 历次增资及股权变动是否构成股份支付及判断依据

公司历次增资和股权转让定价公允，其中，2017 年持股平台无锡知问认缴新增注册资本及 2019 年持股平台无锡朗行认缴新增注册资本亦系按照公允价值定价。因此，公司历次增资及股权变动不涉及股份支付。

（二）核查程序和核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

（1）查阅无锡市新吴区人民政府江溪街道办事处出具的《关于江苏知原药业有限公司历史沿革有关事项的确认函》、无锡市锡山区人民政府出具的《无锡市锡山区人民政府关于请求确认江苏知原药业股份有限公司历史沿革中相关事项的请示》、无锡市人民政府办公室出具的《市政府办公室关于确认江苏知原药业股份有限公司历史沿革有关事项的函》；

（2）查阅公司历次股权变动所涉及的内部会议决议文件、增资及股权转让的协议、验资报告或验资复核报告、部分股权转让的资产评估报告、股权转让的付

款凭证、主管部门的批准或备案文件（如涉及）等；

(3) 访谈公司历次增资及股权转让所涉及的股东；

(4) 查阅集体企业坊前房地产股权转让相关的《股权转让协议》《补充协议》、评估报告、主管部门申请和批复文件；

(5) 查阅公司直接股东、间接股东填写的调查表，并对公司直接股东进行访谈。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

公司历次增资及股权转让合法合规，不存在出资不实、抽逃出资等情况，增资或股权转让定价公允、合理；公司历次股权转让真实，有关股权变动为双方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷，除已披露的情形外，不存在其他委托持股、利益输送或其他利益安排；公司历次增资及股权变动价格均系按照公允价值定价，不涉及股份支付。

三、关于关联交易和财务内控规范性

申报材料显示：（1）报告期内，发行人向重庆多普泰制药股份有限公司的关联采购为 332.52 万元、关联销售为 92.01 万元、关联承租为 338.28 万元、关联方资产转让为 5.31 万元；向重庆多代制药有限公司的关联销售为 313.77 万元、关联方资产转让为 200 万元。（2）报告期内，发行人向关联方无锡博颐投资管理合伙企业、徐大成拆入资金合计 1,176.15 万元。（3）2021 年度，发行人收到其他与投资活动有关的现金主要为收回关联方重庆铭实农业科技开发有限公司拆借本金及利息 1,545.29 万元。（4）发行人报告期内发生及报告期外发生并于报告期内还款的转贷金额合计为 13,050 万元。（5）发行人子公司朗润医药科技因报告期外不合规行为导致报告期内受到国家税务总局宁波市税务局第一稽查局的行政处罚。请发行人：（1）说明重庆多普泰制药股份有限公司和重庆多代制药有限公司的基本情况，包括但不限于股权结构、企业性质、基本财务数据等；结合具体的交易内容，说明发行人与上述企业交易的背景、必要性和合理性；结合可比市场公允价格、关联方与其他交易方的价格等，说明上述交易的公允性，是否存在利益输送。（2）结合子公司朗润医药科技主要

从事药品推广业务的特点，说明其受到国家税务总局宁波市税务局第一稽查局行政处罚的背景及具体原因，取得的上述票据是否具有真实的贸易或交易背景，是否存在虚假交易；子公司朗润医药科技相关药品推广活动是否存在较大合规性风险，推广活动是否存在涉及虚开发票、虚设活动、商业贿赂等情形。（3）说明与关联方重庆铭实农业科技开发有限公司资金拆借的具体情况，未在关联交易中予以披露的原因；发行人是否按照《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》及其他相关规定完整、准确地披露关联方关系及交易。

（4）说明关联方资金拆借的原因和资金用途，计息情况及依据，是否履行了相应的决策程序；相应资金是否实质在体外代发行人垫付成本费用；关联方资金占用清理过程、偿还方式及资金来源，具体整改情况，整改后相关财务内部控制是否健全有效及依据。（5）说明转贷的原因和合理性，是否违反相关法律法规及规章制度，是否构成重大违法违规，是否存在被处罚风险，截至目前的整改和相关内控制度建设情况；说明是否存在第三方回款、现金回款等其他财务内控不规范的情形。请保荐人、申报会计师和发行人律师按照《监管规则适用指引-发行类第5号》（以下简称《发行类第5号》）“5-8 财务内控不规范情形”的要求进行核查并发表明确意见。（审核问询函问题8）

（一）说明重庆多普泰制药股份有限公司和重庆多代制药有限公司的基本情况，包括但不限于股权结构、企业性质、基本财务数据等；结合具体的交易内容，说明发行人与上述企业交易的背景、必要性和合理性；结合可比市场公允价格、关联方与其他交易方的价格等，说明上述交易的公允性，是否存在利益输送

1. 重庆多普泰制药股份有限公司和重庆多代制药有限公司的基本情况

（1）重庆多普泰制药股份有限公司（以下简称多普泰）的基本情况

多普泰系新三板挂牌公司，证券代码为 831057, 截至本问询函回复出具日，多普泰的基本情况如下：

公司名称	重庆多普泰制药股份有限公司
公司类型	股份有限公司
统一社会信用代码	9150011075927383XN
法定代表人	甘奇超

注册资本	9,596.1153 万元
住所	重庆市万盛区东林清溪桥曹家店
经营范围	许可项目：第二类医疗器械生产，第三类医疗器械生产，第三类医疗器械经营，医用口罩生产，消毒剂生产，药品进出口，货物进出口，技术进出口，进出口代理。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：胶囊剂、茶剂、软胶囊剂、片剂、颗粒剂、生产、销售，中药材及农副产品研发、种养殖、收购、加工、销售（国家有专项规定的除外）、房屋租赁、药品原材料化学成分检测服务、中药饮片生产及销售、丸剂生产及销售。化妆品研发、生产及销售，食品、保健食品的生产、研发及销售，第一类医疗器械生产，第一类医疗器械批发，第一类医疗器械零售，第二类医疗器械批发，第二类医疗器械零售，医用口罩零售，医用口罩批发，日用口罩（非医用）生产，日用口罩（非医用）销售，消毒剂销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
成立日期	2004 年 3 月 29 日
经营期限	2004 年 3 月 29 日至无固定期限

多普泰实际控制人为自然人甘奇超，报告期期末，多普泰前十名股东情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（股）	持股比例（%）
1	重庆大可投资有限责任公司	59,158,951	61.65
2	甘奇超	7,962,240	8.30
3	重庆大可老年健康管理有限公司	3,204,800	3.34
4	余泽飞	2,315,966	2.41
5	堆龙德庆誉美中和创业投资中心（有限合伙）	2,200,000	2.29
6	谢 敏	2,024,000	2.11
7	天佑三期（深圳）股权投资企业（有限合伙）	2,000,000	2.08
8	秦 岭	1,648,600	1.72
9	重庆聚清谊大健康管理合伙企业（有限合伙）	1,464,931	1.53
10	蒋亨福	1,408,000	1.47
合 计		83,387,488	86.90

数据来源：年度报告

多普泰最近一年的主要财务数据情况如下：

单位：万元

期末/期间	总资产	净资产	营业收入	净利润
2022 年 12 月 31 日/2022 年度	69,190.84	50,542.27	58,014.18	4,866.30

数据来源：年度报告

(2) 重庆多代制药有限公司（以下简称重庆多代）的基本情况

截至本问询函回复出具日，重庆多代的基本情况如下：

公司名称	重庆多代制药有限公司
公司类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91500110MAABWU6U5G
法定代表人	甘奇志
注册资本	7,300 万元
住所	重庆市北部新区栖霞路 3 号 19-办公 1
经营范围	许可项目：药品生产，药品零售，药品批发，医用口罩生产，第二类医疗器械生产，第三类医疗器械生产，第三类医疗器械经营，消毒剂生产（不含危险化学品），药品进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，医学研究和试验发展，日用口罩（非医用）生产，消毒剂销售（不含危险化学品），日用口罩（非医用）销售，第一类医疗器械销售，市场营销策划，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），会议及展览服务，医用口罩零售，医用口罩批发，第一类医疗器械生产，进出口代理，货物进出口，技术进出口，第二类医疗器械销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
成立日期	2021 年 8 月 3 日
经营期限	2021 年 8 月 3 日至无固定期限

截至本问询函回复出具日，重庆多代股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴出资额（万元）	股权比例（%）
1	重庆多普泰	6,875.00	94.18

2	黄光亚	350.00	4.79
3	李 新	75.00	1.03
合 计		7,300.00	100.00

重庆多代自合并报表至 2022 年末的主要财务数据情况如下：

单位：万元

期末/期间	总资产	净资产	营业收入	净利润
2022 年 12 月 31 日/2022 年 3-12 月	5,486.84	4,744.42	942.85	-798.31

数据来源：年度报告

2. 公司与重庆多普泰及重庆多代交易的背景、必要性、合理性及公允性

报告期内公司与重庆多普泰、重庆多代之间发生的关联交易主要如下：

(1) 采购商品和接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
多普泰	水、电力、天然气等	195.41	110.06	21.96
	采购商品		5.07	0.02
合 计		195.41	115.13	21.98

重庆药研院在被公司收购前，系多普泰的子公司，因此在日常生产经营过程中，存在租赁多普泰厂房、机械设备进行生产的情形，公司于 2020 年末取得其控制权后，由于新厂房尚在筹备中，为减少对生产经营的影响，重庆药研院延续了相关租赁（关联租赁的相关情况详见“三、（一）、2、（3）关联租赁”之说明），并由此产生的向多普泰支付水、电力、天然气等费用。重庆药研院向多普泰采购的水费固定单价为 4.55 元/吨，电费固定单价为 0.89 元/度，燃气费固定单价为 2.52 元/立方米，重庆药研院所在地区水费单价约为 3.5-5.9 元/吨，电费单价约为 0.66-0.87 元/度，燃气费单价约为 2.32-3.43 元/立方米，重庆药研院向多普泰采购的水电气等费用的价格未显著高于或低于重庆药研院所在地区水电气等费用的价格，采购价格公允，交易具有必要性、合理性。

采购商品金额较小，主要为重庆药研院向多普泰采购员工的生日礼品件（手工皂、参芝灵、薏米莲实羹等），该等产品价格系双方协商后确定，采购价格公允，交易具有合理性。

(2) 出售商品和提供劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
重庆多代	加工费	313.77		
多普泰	加工费	76.90	15.11	

重庆多代及多普泰委托重庆药研院代加工银翘袋泡剂、生脉袋泡茶、山楂降压袋泡茶等产品，重庆药研院收取相关加工费，该等加工费系综合考虑重庆药研院实际加工成本并经各方协商予以确定，交易价格公允，交易具有必要性、合理性。

(3) 关联租赁

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
多普泰	厂房、宿舍等	171.68	104.52	6.67
	机器设备等	36.94	18.47	

报告期内，公司关联租赁主要系重庆药研院自有新厂房建设完毕前，租赁多普泰的厂房、机器设备等进行生产，交易具有必要性、合理性。经查询久久厂房网(<http://cq.99cfw.com>)、58 同城网站(<http://cq.58.com>)，重庆药研院向多普泰租赁厂房及宿舍的价格与租赁厂房周边的厂房、住宅的价格不存在显著差异，交易价格公允。

(4) 关联方资产转让

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度
重庆多代	批件转让		200.00	
多普泰	运输设备销售	5.31		

报告期内，公司关联方资产转让主要系批件转让及运输设备销售，具体情况如下：

1) 重庆药研院原持有的银翘袋泡剂批件（药品批准文号[国药准字 Z5000508]）、八珍袋泡茶批件（药品批准文号[国药准字 Z5000503]）、生脉袋泡茶批件（药品批准文号[国药准字 Z5000507]）以及川芎茶调袋泡剂批件（药

品批准文号[国药准字 Z50020504]) 四件药品注册批件涉及的产品在转让前主要销售给多普泰, 销售金额较小, 不属于重庆药研院的主要经营发展方向, 同时考虑到有利于减少关联交易, 因此决定将前述批件出售给重庆多代。重庆药研院销售价格系综合了该等批件的原值、市场需求情况及内在经济价值后, 经双方协商确定, 交易价格公允, 交易具有合理性;

2) 经与多普泰达成合意, 重庆药研院根据其需求向其转让一台于 2013 年 1 月购入的商务车。经查询 58 同城估车价网站 (<https://carprice.58.com/>), 重庆药研院向重庆多普泰转让车辆的价格与相近车况的二手车价格不存在显著差异, 交易价格公允, 交易具有合理性。

综上, 报告期内, 公司与多普泰、重庆多代之间的交易具备商业背景、必要性及合理性, 相关交易价格公允, 不存在利益输送。

(二) 结合子公司朗润医药科技主要从事药品推广业务的特点, 说明其受到国家税务总局宁波市税务局第一稽查局行政处罚的背景及具体原因, 取得的上述票据是否具有真实的贸易或交易背景, 是否存在虚假交易; 子公司朗润医药科技相关药品推广活动是否存在较大合规性风险, 推广活动是否存在涉及虚开发票、虚设活动、商业贿赂等情形

1. 朗润医药科技受到税务处罚的背景及具体原因, 相关业务真实, 不存在虚假交易

朗润医药科技受到行政处罚的背景及主要原因系朗润医药科技在早期开展业务时, 由业务人员负责推广业务的开展, 朗润医药科技对业务人员提供的发票、合同及合同附件等凭证进行审查后向业务人员报销相关推广费用。基于上述背景, 2016 年 10 月至 2018 年 5 月期间, 朗润医药科技的部分业务人员在各地开展推广业务时, 从个别酒店管理公司、咨询公司等基于业务展开需求申请开具了部分差旅费、咨询费等费用的增值税普通发票, 上述个别公司因其自身原因被税务机关处罚, 继而业务人员向朗润医药科技提供的该等公司开具的发票被税务机关认定为违法开具。朗润医药科技的业务人员报销的发票虽存在不规范的情况, 但业务人员开展的推广业务系真实发生, 朗润医药科技不存在与相关方开展虚假交易或故意取得虚开增值税发票的情形。

朗润医药科技在受到上述行政处罚后及时足额补缴了税款并缴纳了滞纳金

及罚款。同时，公司亦进一步完善了内部控制制度，报告期内公司严格依法按时申报纳税、缴纳税金，收纳归档各类涉税资料、凭证，定期对企业纳税情况进行自检自查。

2022 年 7 月 8 日，国家税务总局宁波市税务局第一稽查局出具《证明》，证明朗润科技已于 2021 年 4 月 13 日全额缴纳罚款、补缴税款并缴纳滞纳金，根据《国家税务总局关于发布〈重大税收违法失信条件信息公布办法〉的公告》第五条规定，朗润科技少缴 2018 年度企业所得税的情形不属于“重大税收违法失信条件”。

综上所述，朗润医药科技因报告期外不合规发票导致报告期内受到了税务处罚，但该等推广业务系真实发生，朗润医药科技不存在与相关方开展虚假交易或故意取得虚开增值税发票的情形。

2. 朗润医药科技报告期内相关药品推广活动不存在较大合规性风险，推广活动不存在涉及虚开发票、虚设活动、商业贿赂等情形

朗润医药科技于 2013 年 3 月至 2020 年 12 月从事药品推广服务，报告期内，朗润医药科技于 2020 年度为江苏万邦医药营销有限公司推广其“优立通”产品，“优立通”于 2020 年 8 月被正式纳入集采范围，其产品销售渠道发生改变，不再需要朗润医药科技进行市场推广；自 2021 年开始，朗润医药科技不再提供市场推广服务。

前述行政处罚所涉增值税发票开具期间为 2016 年 10 月至 2018 年 5 月，目前相关员工均已离职，且朗润医药科技与上述票据的开具单位在 2018 年 7 月后均不存在合作关系。朗润医药科技受到上述行政处罚后，朗润医药科技及时足额补缴了税款并缴纳了滞纳金及罚款。

为了规范公司及其子公司的推广服务行为，公司制定或完善了《推广服务供应商合规管理制度》《营销学术活动管理制度》《线上营销运营管理制度》等市场推广相关内部控制制度，对于推广服务供应商的资质审核、合同审核、合同签订、成果验收以及结算付款，以及推广活动的立项、申请流程、操作流程、活动预算把控及管理等内容进行了明确规定。

同时，为了规范公司及其子公司的财务规范性，公司制定或完善了《财务管理制度》《票据管理制度》《费用报销管理制度》等财务管理相关内部控制制度，

对于公司的财务管理工作进行了明确的规定。

报告期内，公司已建立了相对完善的市场推广及财务管理相关的内控制度，且运行情况良好。市场推广活动的供应商选取、活动开展、费用结算等环节均由公司的营销部门、财务部门、合规部门等相关部门经过严格审核后开展，以保障公司及其分、子公司市场推广活动的合法合规。

根据朗润科技报告期内市场推广服务的合同、凭证或发票、结算材料等，结合对朗润科技主要市场推广服务客户及供应商的访谈，确认报告期内朗润医药科技与市场推广服务客户之间的市场推广活动具有真实性，不存在虚开发票、虚设活动、商业贿赂的情形。

朗润医药科技已取得相应税务主管部门出具的证明文件，证明除前述朗润医药科技因取得不合规的增值税发票而被处罚的情形外，不存在其他因违反税收管理相关法律、行政法规受到行政处罚的情形。同时，朗润医药科技不存在其他因涉及虚开发票、虚设活动、商业贿赂等情形而受到行政处罚或承担刑事责任的情形。

综上所述，朗润医药科技报告期内从事的相关市场推广活动合法合规，不涉及虚开发票、虚设活动、商业贿赂等情形。

（三）说明与关联方重庆铭实农业科技开发有限公司资金拆借的具体情况，未在关联交易中予以披露的原因；发行人是否按照《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》及其他相关规定完整、准确地披露关联方关系及交易

1. 与重庆铭实农业科技开发有限公司资金拆借的具体情况

重庆药研院与重庆铭实农业科技开发有限公司（以下简称重庆铭实）资金拆借的具体情况如下：

项 目	资金拆出日期	资金拆出金额 (万元)	资金归还时间	资金归还本金 金额（万元）
资金拆出	2018 年 12 月 -2019 年 10 月	2,000.00	2020 年 6 月	500.00
			2021 年 6 月	1,500.00

注：重庆铭实获得借款之日起，按实际借款天数及金额计算利息，年利率按照同期银行贷款基准利率上浮 10% 计算利息，利息每三个月支付一次

重庆药研院于 2018 年 12 月至 2019 年 10 月期间向重庆铭实拆出资金

2,000.00 万元，而公司系于 2020 年 6 月及 2020 年 11 月合计收购重庆多原 98% 股权后，将重庆多原及其控股子公司重庆药研院纳入合并财务报表范围，重庆药研院与重庆铭实相关资金拆借行为发生时，公司尚未取得其控制权。公司在取得重庆药研院控制权后，尚未归还的本金为 1,500.00 万元，公司积极督促重庆铭实归还借款及利息，重庆铭实已于 2021 年 6 月全额归还本息 1,545.29 万元。

2. 与重庆铭实的资金拆借未在关联交易中披露的原因

重庆铭实已于 2023 年 4 月注销，注销时系由与公司无关联关系的自然人傅嘉持股 100%。重庆铭实于 2015 年 2 月由与公司无关联关系的自然人王伟设立，后于 2019 年 8 月将全部股权转让至傅嘉。同时，其他曾担任重庆铭实执行董事、监事的自然人江子名、戴志宏、安小平、傅梦雪均与公司无关联关系。因此，重庆铭实自 2015 年 2 月设立至 2023 年 4 月注销期间，不存在与公司有关联关系的情形，公司控股子公司重庆药研院将资金拆出至重庆铭实及重庆铭实归还本息的资金往来不属于关联交易。

综上，公司未在关联交易中披露与重庆铭实的资金拆借符合《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》等法律法规的规定。

3. 公司已按照《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》及其他相关规定完整、准确地披露关联方关系及交易。

公司已在《招股说明书》中按照《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》及其他相关规定完整、准确地披露了关联方关系及交易。

（四）说明关联方资金拆借的原因和资金用途，计息情况及依据，是否履行了相应的决策程序；相应资金是否实质在体外代发行人垫付成本费用；关联方资金占用清理过程、偿还方式及资金来源，具体整改情况，整改后相关财务内部控制是否健全有效及依据

1. 关联方资金拆借的原因和资金用途，计息情况及依据，履行的决策程序
报告期，公司与无锡博颐、徐大成资金拆借具体情况如下：

单位：万元

年度	拆出方	期初数		本期拆入金额	本期利息金额	本期归还金额	期末数
		本金金额	利息金额				
2020 年度	无锡博颐	897.68	52.40	220.50	44.20	1,214.78	

	徐大成		5.57			5.57	
	小 计	897.68	57.97	220.50	44.20	1,220.35	

公司与关联方进行的资金拆借，系子公司泰州玉润向无锡博颐、徐大成借款用于其研发项目，累计拆入本金共计 1,118.18 万元（其中报告期内拆入本金 220.50 万元），上述关联方资金拆借均已于 2020 年 12 月偿还并按照同期银行贷款利率支付利息，累计利息共计 102.17 万元，合计归还本息 1,220.35 万元，借款利率公允、合理。

对于上述关联方资金拆借的情形，公司已履行相应的决策程序，具体如下：

2023 年 2 月 27 日，公司独立董事出具《关于第一届董事会第十五次会议相关事项的独立董事事前认可意见》，公司独立董事认为：经审阅公司自 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日的关联交易情况，认为涉及的关联交易以公平协商为交易基准，交易价格合理、公允，未损害公司及股东利益，特别是中小股东的利益情况，符合有关法律、行政法规和《公司章程》的规定。因此，同意公司将《关于公司最近三年关联交易的议案》提请董事会审议。

2023 年 2 月 27 日，公司独立董事就公司 2020 年度、2021 年度及 2022 年度发生的关联交易亦出具了下述独立意见：经审阅公司自 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日的关联交易情况，认为涉及的关联交易以公平协商为交易基准，交易价格合理、公允，未损害公司及股东利益，特别是中小股东的利益情况，符合有关法律、行政法规和《公司章程》的规定。

2023 年 2 月 27 日，公司召开第一届董事会第十五次会议审议通过《关于公司最近三年关联交易的议案》，关联董事均回避表决，非关联董事一致同意本议案。

2023 年 2 月 27 日，公司召开第一届监事会第十一次会议审议通过《关于公司最近三年关联交易的议案》，关联监事回避表决，非关联监事一致同意本议案。

2023 年 3 月 15 日，公司召开 2023 年第二次临时股东大会审议通过《关于公司最近三年关联交易的议案》，关联股东均回避表决，非关联股东一致同意本议案。

2. 相应资金不属于在体外代公司垫付成本费用

无锡博颐、徐大成与发行人根据各自在泰州玉润的认缴并实缴的出资额比例，为泰州玉润提供借款用于泰州玉润的研发项目，并且按照同期银行贷款利率计算利息，属于正常商业行为，不存在将资金转出后在体外代发行人垫付成本费用的情形。

3. 关联方资金占用清理过程、偿还方式及资金来源

2020 年 11 月 10 日，公司召开董事会，审议通过了《关于对控股子公司同比例增资的议案》，同意由公司及无锡博颐对泰州玉润按照各自持股比例进行等比例增资。新增的注册资本 2,500 万元中，公司认缴新增注册资本 1,504.50 万元，无锡博颐认缴新增注册资本 995.50 万元。

2020 年 12 月，公司及无锡博颐分别向泰州玉润实缴了出资，泰州玉润收到实缴的新增注册资本后，分别向公司与无锡博颐清偿了欠款。前述增资款均为公司及无锡博颐的自有资金。

4. 财务内控整改情况，整改后相关财务内部控制是否健全有效及依据

针对公司报告期内存在的关联方资金拆借事项，公司已进行了整改，具体情况如下：

(1) 根据公司提供的相关还款凭证等资料，报告期内公司与关联方之间的资金拆借均已在 2021 年 1 月 1 日前完成清理，除前述情形外，报告期内未再发生其他关联方资金占用的情形。

(2) 公司报告期内关联方资金拆借情形已经独立董事、董事会及股东大会决议确认，未对公司及股东造成重大不利影响。

(3) 公司制定并实施了《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》《防范控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金管理制度》及《独立董事工作制度》等规章制度，认真履行《公司法》和上述规章制度规定的关于关联交易决策的程序。

(4) 公司控股股东、实际控制人及其一致行动人，公司的董事、监事及高级管理人员，公司单独或合并计算持股 5%以上的股东均出具了《关于减少并规范关联交易的承诺函》，对于减少与规范关联交易的相关事项进行了承诺。

综上所述，公司报告期内关联方资金拆借事项已完成整改，整改后相关财务

内部控制健全有效。

（五）说明转贷的原因和合理性，是否违反相关法律法规及规章制度，是否构成重大违法违规，是否存在被处罚风险，截至目前的整改和相关内控制度建设情况；说明是否存在第三方回款、现金回款等其他财务内控不规范的情形

1. 转贷的原因和合理性

因公司采购的原材料种类和供应商数量较多，如按照银行受托支付要求逐笔申请贷款则手续较为繁琐，为解决资金需求，公司通过向银行申请贷款融资，银行向公司发放贷款后，公司按照银行受托支付要求将款项转给第三方，再由第三方转回公司的方式获得相关银行贷款。该等转贷主要为便于日常经营的资金周转，经与银行沟通后产生，具有一定合理性。

2. 转贷的合法合规性及转贷的整改情况

公司报告期内存在的转贷涉及的银行借款均已于 2020 年 12 月 31 日前按期偿还完毕，前述转贷资金未用于证券投资、股权投资、房地产投资或国家禁止生产经营的领域和用途，不存在以非法占有为目的的骗贷行为。同时，自 2021 年 1 月 1 日以来，公司未再发生转贷行为。

根据《贷款通则》（中国人民银行令[1996 年 2 号]）第七十一条规定，借款人不按借款合同规定用途使用贷款的，由贷款人对其部分或全部贷款加收利息；情节特别严重的，由贷款人停止支付借款人尚未使用的贷款，并提前收回部分或全部贷款。

公司转贷的行为未严格遵守《贷款通则》的相关规定，公司已进行整改并严格按照相关法律法规及部门规章的要求完善相关内部控制制度，整改后，内控制度已有效执行。同时，中国银行保险监督管理委员会无锡监管分局分别于 2022 年 8 月 30 日、2023 年 2 月 7 日出具了《中国银保监会无锡监管分局关于江苏知原药业股份有限公司相关业务合规情况的函》，确认自 2019 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，知原药业与无锡辖内银行机构业务未发现不合规的情形。

综上，公司报告期内的转贷行为不存在违反相关法律法规及规章制度而受到处罚的情形，不构成重大违法违规，不存在被处罚风险；同时，公司已完成整改，并按照法律法规的规定完善了相关内控制度。

3. 公司不存在第三方回款、现金回款等其他财务内控不规范的情形

除上述已披露的情形外，公司报告期内不存在第三方回款或现金回款等其他财务内控不规范的情形。

(六) 请保荐人、申报会计师和发行人律师按照《监管规则适用指引-发行类第 5 号》（以下简称《发行类第 5 号》）“5-8 财务内控不规范情形”的要求进行核查并发表明确意见

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》“5-8 财务内控不规范情形”的要求，逐项核查公司报告期内是否存在财务内控不规范的情形，具体情况如下：

序号	财务内控不规范情形	报告期内是否存在	信息披露情况
1	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）	是	详见《招股说明书》“第八节 公司治理与独立性”之“二、关于发行人内部控制制度”之“（三）报告期内公司内部控制缺陷及整改情况”部分
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现获取银行融资	否	-
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	是	详见《招股说明书》“第八节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（三）重大关联交易”之“2、重大偶发性关联交易”之“（1）关联方资金拆借”及“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（二）流动资产分析”之“5、其他应收款”部分
4	频繁通过关联方或第三方收付款项，金额较大且缺乏商业合理性	否	-
5	利用个人账户对外收付款项	否	-
6	出借公司账户为他人收付款项	否	-
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金	否	-
8	被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金	否	-
9	存在账外账	否	-
10	在销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中存在内控重大缺陷	否	-

转贷行为形成的原因、资金流向和用途、违反有关法律法规具体情况及后果、整改情况等详见本问询函“三、（五）说明转贷的原因和合理性，是否违反相关法律法规及规章制度，是否构成重大违法违规，是否存在被处罚风险，截至目前的整改和相关内控制度建设情况；说明是否存在第三方回款、现金回款等其他财务内控不规范的情形。”之说明。

与关联方或第三方直接进行资金拆借形成的原因、资金流向和用途、履行的决策程序、整改情况等详见问询函“三、（三）说明与关联方重庆铭实农业科技开发有限公司资金拆借的具体情况，未在关联交易中予以披露的原因；发行人是否按照《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》及其他相关规定完整、准确地披露关联方关系及交易”及“三、（四）说明关联方资金拆借的原因和资金用途，计息情况及依据，是否履行了相应的决策程序；相应资金是否实质在体外代发行人垫付成本费用；关联方资金占用清理过程、偿还方式及资金来源，具体整改情况，整改后相关财务内部控制是否健全有效及依据”之说明。

综上，1. 公司报告期内涉及的转贷、与关联方或第三方直接进行资金拆借等财务内控不规范情形系基于合理的商业原因发生，且均属于报告期外产生、报告期内完成整改规范的情形，经综合考虑，该等财务内控不规范情形对公司内控制度有效性不构成重大不利影响；2. 公司上述财务内控不规范情形不属于舞弊行为，不构成重大违法违规，不存在被处罚情形或风险，满足本次发行的相关发行条件；3. 已对公司上述财务内控不规范情形进行完整核查，并验证了相关资金的来源、去向，公司报告期内相关会计核算真实、准确，不存在通过体外资金循环粉饰业绩或虚构业绩的情形；4. 公司已通过收回资金、纠正不当行为、改进制度、加强内控等方式积极整改，已针对性建立内控制度并有效执行。公司上述财务内控不规范情形已于首次申报审计截止日前整改完毕，首次申报审计截止日后未发生新的不合规行为，上述财务内控不规范情形不存在后续影响，不存在重大风险隐患。根据全面核查、测试，公司整改后的内控制度已合理、正常运行并持续有效，不存在影响本次发行的发行条件的情形；5. 公司的财务内控持续符合规范要求，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，不影响发行条件及信息披露质量。

（七）核查程序和核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

(1) 通过全国中小企业股份转让系统查阅多普泰公司年度报告，获取企业信用信息公示报告、营业执照等资料，了解多普泰公司和重庆多代公司的基本情况；

(2) 访谈公司的相关人员、访谈重庆多代和多普泰公司，了解关联交易的背景、定价依据；查阅久久厂房网、58 同城网等网站获取市场租赁租金、二手车交易市场价值；查阅关联交易相关的购销协议、租赁协议、资产转让协议、银行回单等资料，检查关联交易的真实性并判断关联交易的必要性和价格的公允性；

(3) 访谈公司的相关人员，了解子公司朗润医药科技受到国家税务总局宁波市税务局第一稽查局行政处罚的背景及具体原因；

(4) 获取国家税务总局宁波市税务局第一稽查局向朗润医药科技出具的《税务处理决定书》《税务行政处罚决定书》、朗润医药科技补缴税款、缴纳滞纳金以及缴纳罚款的支付凭证，检查处罚的内容以及罚款是否已经足额缴纳；

(5) 查阅公司市场推广、资金管理及其他财务管理相关的内部控制制度并进行控制测试，评价内部控制设计及运行的有效性；

(6) 查阅朗润医药报告期内从事药品推广活动相关的协议、发票、付款凭证等资料，检查公司从事药品推广活动的真实性；

(7) 查阅重庆铭实的企业信用信息公示报告，获取重庆药研院与重庆铭实资金拆借相关协议、款项往来凭证等资料，检查资金拆借是否均已收回，判断重庆铭实是否属于公司的关联方，检查公司关联交易信息披露是否准确；

(8) 访谈相关人员，了解公司与无锡博颐、徐大成资金拆借的背景以及用途，获取泰州玉润与公司、无锡博颐、徐大成资金拆借相关协议、款项往来凭证等资料，了解资金拆借的具体情形、资金来源、相关借款的清偿情况；

(9) 获取公司关于审议报告期内关联交易事项的三会文件，检查关联交易是否履行了相应的审批程序；

(10) 查阅公司《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《关联交易管理制度》《防范控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金管理制度》及《独立董事工作制度》等内部规章制度；

(11) 查阅公司控股股东、实际控制人及其一致行动人、持股 5%以上股东、

董事、监事及高级管理人员出具的《关于减少并规范关联交易的承诺函》并进行控制测试，评价内部控制设计及运行的有效性；

(12) 访谈相关人员，了解公司转贷相关的背景和原因，获取公司报告期内转贷所涉放款凭证、转贷方向公司转款凭证、还款凭证等资料，了解公司报告期内转贷的具体情况、资金来源、资金流向以及转贷情形是否已清理；

(13) 获取中国银行保险监督管理委员会无锡监管分局出具的《中国银保监会无锡监管分局关于江苏知原药业股份有限公司相关业务合规情况的函》，检查公司是否存在不合规情形；

(14) 访谈相关人员了解公司是否存在第三方回款和现金回款情形，获取公司、公司实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员、其他关键人员和核心人员的银行流水，核查其是否与公司客户、供应商存在异常资金往来、是否存在第三方回款或现金回款、是否存在账外核算账户等情形；

(15) 获取公司报告期内银行承兑汇票台账，检查公司与票据客户签订的订单、发票、银行回单等单据，核实交易背景的真实性；

(16) 获取公司报告期内的银行账户流水、财务明细账、销售与采购明细、大额收付款记录，并进行交叉核对，评估交易金额的合理性，检查是否存在第三方收付款项、资金占用及其他异常资金往来情形；

(17) 获取公司报告期各期库存现金明细账，检查是否存在大额、异常现金交易；

(18) 了解公司与销售、采购、研发、存货管理等相关的内部控制，通过重点抽样与随机抽样相结合的方式，执行内部控制测试程序，抽取关键控制节点部分原始资料如订单、合同、发货单、签收单、入库质检单、银行付款单及收款单等，评价公司的内部控制制度是否有效，是否得到一贯执行。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 公司与多普泰、重庆多代的交易具有公允性，不存在利益输送；

(2) 朗润医药科技因报告期外不合规行为导致报告期内受到的税务处罚主要系业务人员从事推广业务时从个别酒店管理公司、咨询公司等基于业务展开需求申请开具了部分差旅费、咨询费等费用的增值税普通发票，上述个别公司因自

身原因被处罚，继而业务人员向朗润医药科技提供的该等公司开具的发票被税务机关认定为违法开具而造成，朗润医药科技的业务人员报销的发票虽存在不规范的情况，但业务人员开展的推广业务系真实发生，朗润医药科技不存在与相关方开展虚假交易或故意取得虚开增值税发票的情形；子公司朗润医药科技报告期内从事的相关市场推广活动合法合规，不涉及虚开发票、虚设活动、商业贿赂等情形；

(3) 重庆铭实与公司不存在关联关系，公司控股子公司重庆药研院与重庆铭实之间的资金拆借不属于关联交易；公司已按照《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》及其他相关规定完整、准确地披露关联方关系及交易；

(4) 关联方资金拆借已履行相应的决策程序，相应资金不存在在体外代公司垫付成本费用的情况；关联方资金占用已清理并完成整改，整改后相关财务内部控制健全有效；

(5) 由于公司采购的原材料种类和供应商数量较多，如按照银行受托支付要求逐笔申请贷款则手续较为繁琐，为解决资金需求，公司通过向银行申请贷款融资，银行向公司发放贷款后，公司按照银行受托支付要求将款项转给第三方，再由第三方转回公司的方式获得相关银行贷款，该等转贷行为主要为便于日常经营的资金周转并经与银行沟通后产生，具有一定合理性。公司报告期内的转贷行为不存在违反相关法律法规及规章制度的情形，不构成重大违法违规，不存在被处罚风险；同时，公司已完成相关不规范行为的整改，并按照法律法规的规定完善了相关内控制度；除上述已披露的情形外，公司报告期内不存在第三方回款或现金回款等其他财务内控不规范的情形；

(6) 按照《发行类第 5 号》“5-8 财务内控不规范情形”的核查要求，公司报告期内涉及的转贷、与关联方或第三方直接进行资金拆借等财务内控不规范事项均已于公司首次申报审计截止日前整改完毕，首次申报审计截止日后未发生新的不合规行为；前述事项不构成公司财务内控重大缺陷，不存在影响本次发行的发行条件的情形；报告期内，公司不存在其他财务内控不规范的情形，公司已建立、完善并严格实施相关财务内部控制制度，公司财务内控制度健全有效。

四、关于员工持股平台入股及股份支付

申报材料显示：（1）发行人 2017 年和 2019 年存在员工持股平台入股，因两次入股的价格系公允价值，不涉及股份支付。（2）报告期内，发行人因股权转让所确定的股份支付费用分别为 1,081.43 万元、98.72 万元和 84.71 万元，股权激励年度为 2020 年，涉及多个员工持股平台。请发行人：（1）说明 2017 年和 2019 年两次员工持股平台入股的具体背景，入股的定价依据及其合理性，入股价格系公允价值的具体依据。（2）说明 2020 年股权激励的具体情况，所授予股份公允价值的计算方式及其公允性，授予日、可行权日及等待期的确定，结合股份支付费用的计算过程，说明股份支付费用会计处理的合规性；激励对象所持份额与其工作贡献及职务的匹配性，实际控制人获得较大比例份额的合理性，是否存在非员工合伙人。（3）说明股东中员工持股平台的具体情况，发行人设立多个员工持股平台的原因，员工持股平台是否存在外部投资人，如是，请说明外部投资人的履历背景、入股背景和原因、定价公允性，与发行人股东、董监高、客户、供应商及其股东之间的关系情况，合伙人与发行人股东、董监高、核心技术人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股关系。（4）说明员工持股平台合伙人在平台内部的流转、退出机制、合伙份额锁定期安排、离职后持股的处理方式，以及股权管理机制；员工持股平台是否为实际控制人控制的企业，股份锁定期是否符合监管规定；合伙人出资款项来源及合法合规性，是否存在委托持股或其他利益安排，出资是否存在纠纷或潜在纠纷。（5）说明是否存在员工持股平台其他增资、股权转让或股权激励应确认股份支付费用而未确认的情形。请保荐人发表明确意见，申报会计师对问题（1）（2）（5）、发行人律师对问题（3）（4）发表明确意见。（审核问询函问题 9）

公司股权激励及股份支付情况总体说明：

1. 公司的股权激励合计两次，分别为 2017 年和 2019 年两次员工持股平台增资入股，系为稳定核心团队和业务骨干，选择通过员工持股形式实施员工股权激励，两次股权激励均系公允价值入股，不涉及股份支付事项。

2. 报告期内，公司进行股份支付的情况，主要系报告期内各持股平台股权转让（有员工离职或退出持股），新增受让对象的股权交易价格低于公允价值而形成的。具体情况参见本题回复“（五）说明是否存在员工持股平台其他增资、

股权转让或股权激励应确认股份支付费用而未确认的情形。”

(一) 说明 2017 年和 2019 年两次员工持股平台入股的具体背景，入股的定价依据及其合理性，入股价格系公允价值的具体依据

1. 2017 年和 2019 年两次员工持股平台入股的具体背景、定价依据及其合理性情况

公司 2017 年和 2019 年两次员工持股平台增资入股背景：均为公司为稳定核心团队和业务骨干，进一步提高公司凝聚力，增强员工对企业的责任感与经营积极性，故选择通过员工持股平台增资形式实施员工股权激励；定价依据主要参考外部投资者入股价格、前期增资价格及公司未来成长性等因素综合考虑，定价依据合理，具体情况如下：

序号	期间	入股股东	具体情况	形式	价格	定价依据
1	2017 年度	无锡知问、无锡博颐、深圳金易、无锡知越	2017 年 11 月，公司注册资本由 10,733.341 万元增加至 11,333.341 万元，新增注册资本 600.00 万元，分别由无锡博颐认缴 64 万元，深圳金易认缴 10 万元，无锡知问认缴 443 万元，无锡知越认缴 83 万元	增资	3.6 元/注册资本	与外部投资者入股价格保持一致
2	2019 年度	无锡朗行	2019 年 12 月，公司注册资本由 11,333.341 万元增加至 11,733.341 万元，新增的注册资本 400 万元全部由无锡朗行认缴	增资	4.1 元/注册资本	考虑前次增资价格及公司未来成长性后经协商定价

注：无锡知问系公司员工持股平台，无锡博颐、深圳金易、无锡知越系外部投资者

2. 公司前述员工持股平台增资入股价格公允

公司在综合分析《监管规则适用指引——发行类第 5 号》（以下简称“发行类第 5 号”）中关于权益工具的公允价值因素的基础上，充分论证相关权益工具公允价值的合理性，具体情况如下：

(1) 2017 年员工持股平台增资入股价格系考虑同期或相近的外部投资者入股价格作为参考依据，定价公允

序号	发行类第 5 号相关规定	公司实际情况
1	入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化	公司在 2015 年 12 月完成与朗润医药科技公司的重大资产重组，2017 年，公司处于业务整合、药品商业化推广的累积期，多个研发项目立项需要大量资金的投入，同时公司的整体资产负债率较高（超过 50%），公司盈利水平较低，每股净资产低于 1 元/注册资本
2	行业特点、同行业并购重组市盈率水平	-
3	股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响	-
4	熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值	2017 年 11 月，外部投资者无锡博颐、深圳金易和无锡知越对公司进行了投资，其入股价格为 3.60 元/股。该价格系按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格，为近期或同期外部投资者认可的公允价值
5	采用恰当的估值技术确定公允价值	-

公司选择同期或相近的外部投资者入股价格作为员工持股平台增资入股价格，符合《监管规则适用指引——发行类第 5 号》相关规定，具有公允性和合理性。

(2) 2019 年员工持股平台增资入股价格系考虑前次增资价格及公司未来成长性进行定价，定价公允

序号	发行类第 5 号相关规定	公司实际情况
1	入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化	公司自 2019 年开始主要产品及主营业务收入均实现逐步稳定增长，但 2019 年度盈利水平仍较低，整体规模仍然较小
2	行业特点、同行业并购重组市盈率水平	—
3	股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响	根据员工持股平台 4.1 元/注册资本增资价格计算公司 2019 年投前股东权益估值为 4.65 亿元，对应公司 2019 年度净利润 2,040.26 万元的市盈率倍数为 22.77 倍

4	熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值	—
5	采用恰当的估值技术确定公允价值	—

公司 2019 年末股东权益公允价值 46,466.70 万元,对应公司 2019 年度净利润 2,040.26 万元的市盈率倍数为 22.77 倍,其市盈率倍数与公司 2020 年 8 月引入外部投资者测算的市盈率倍数 22.88 倍数不存在重大差异。公司 2019 年员工持股平台增资入股价格系考虑前次增资价格及公司未来成长性进行定价,定价具有公允性和合理性。

综上所述,公司在 2017 年和 2019 年两次员工持股平台入股价格的定价依据具有合理性,入股价格公允。

(二) 说明 2020 年股权激励的具体情况,所授予股份公允价值的计算方式及其公允性,授予日、可行权日及等待期的确定,结合股份支付费用的计算过程,说明股份支付费用会计处理的合规性;激励对象所持份额与其工作贡献及职务的匹配性,实际控制人获得较大比例份额的合理性,是否存在非员工合伙人

1. 2020 年股份支付的情况说明

(1) 股份支付的背景及对象

公司 2020 年股份支付主要系员工持股平台中部分员工离职或因资金需求正常退出,退出部分的股权份额给与对公司发展有贡献的公司(含控股子公司)的董事、监事、高级管理人员、公司中高层管理人员、公司核心技术及其他人员。

(2) 股份支付的价格

股权的授予价格按照《江苏知原药业有限公司员工持股计划管理办法》相关规定由双方协商予以确认。

(3) 股份支付金额、分摊方法

2020 年股权转让所产生的股份支付金额总计为 1,223.75 万元,其中无服务期限要求受让对象形成的股份支付一次性确认损益金额 956.94 万元;需要服务满 3 年的受让对象形成的股份支付分 3 年进行摊销,需摊销金额合计 266.81 万元。

(4) 服务期限、锁定期等特殊安排

根据《江苏知原药业有限公司员工持股计划管理办法》相关条款的规定：原则上，营销、研发等核心岗位的人员自获取持股平台相应份额之日起服务期限需满 3 年，其他人员（包括行政体系、管理体系等）无服务期限要求，公司董事会另行批准的情况除外。

(5) 公司关于股权激励的协议安排情况

2017 年 12 月，公司制定《江苏知原药业有限公司员工持股计划管理办法》，主要规定如下：

1) 员工持股参加对象为经董事会认定对公司发展有贡献的公司（含控股子公司）的董事、监事、高级管理人员、公司中高层管理人员、公司核心技术及其他员工。

2) 适用范围和时间：从本办法制定之日起，已存续存在员工持股的合伙平台新入伙的属于公司员工的新合伙人，其中参考最近外部股权投资者入股价格获取的合伙份额的合伙对象除外。

3) 股份来源：员工持股计划股份来源为公司回购股份或定向增发股份。

4) 员工持股的锁定期：原则上，与营销、研发体系直接相关的岗位人员自获取持股平台相应份额之日起服务期限需满 3 年，其他人员（包括行政体系、管理体系等）一般无服务期限要求，公司董事会另行批准的情况除外。

5) 员工持股计划退出及退出价格：锁定期内，因辞职、辞退、解雇、退休、离职（离职后仍然就职于控股股东关联公司除外）等原因与公司解除劳动合同关系的，公司将退还认购所缴款项，并按照年利率不超过 10%（单利）计算利息，经所在持股平台执行事务合伙人同意，由公司实际控制人或其指定人员收回。

2. 股份公允价值的计算方式及其公允性

2020 年度，公司各持股平台股权转让参考的股份公允价值为距离股份支付时点相近的股份交易价格，具体为：

(1) 2020 年 1-3 月股权转让的股份公允价值依据：参考 2019 年 12 月份无锡朗行增资每股价格 4.1 元/注册资本；

(2) 2020 年 4-12 月股权转让的股份公允价值依据：参考 2020 年 8 月外部 PE 增资价格 10.23 元/注册资本。

公司 2019 年 12 月、2020 年 8 月增资价格市盈率倍数合理，具备公允性，具体如下：

项 目	2019 年 12 月 增资价格公允性	2020 年 8 月 增资价格公允性
增资价格（元/注册资本）(A)	4.10	10.23
增资前股本/实收资本（万元）(B)	11,333.34	11,733.34
投前估值（万元）(C=A*B)	46,466.70	120,032.08
公司对应当年净利润（万元）(D)	2,040.26	5,246.03
市盈率倍数 (E=C/D)	22.77	22.88

由上表可知，公司 2020 年股份公允价值所参考的相近期间的股权交易价格对应市盈率倍数处于 22-23 倍之间，公司选取的相关参考值具有合理性、公允性。

2020 年度不同时期股份支付公允价值综合考虑的因素如下：

序号	发行类第 5 号 相关规定	2020 年 1-3 月	2020 年 4-12 月
1	入股时间阶段、业绩基础与变动预期、市场环境变化	2020 年一季度公司的产品销售结构以及销售团队与 2019 年基本相近，公司的经营环境、业绩情况未发生明显的变化	2020 年中，公司加大电商平台开拓力度，且以“丽芙”系列为代表的产品销售收入实现较快增长，公司 2020 年全年的营业收入和盈利水平较 2019 年发生了较大的增长
2	行业特点、同行业并购重组市盈率水平	—	—
3	股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标因素的影响	根据 2019 年 12 月员工持股平台 4.1 元/注册资本增资价格计算公司 2019 年投前股东权益估值为 4.65 亿元，对应公司 2019 年度净利润 2,040.26 万元的市盈率倍数为 22.77 倍	根据 2020 年 8 月外部投资者 10.23 元/注册资本增资价格计算公司 2020 年投前股东权益估值为 12 亿元，对应公司 2020 年度净利润为 5,246.03 万元的市盈率倍数为 22.88 倍
4	熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或相似股权价格确定公允价值	2019 年 12 月，公司注册资本由 11,333.341 万元增加至 11,733.341 万元，新增的注册资本 400 万元全部由无锡朗行认缴，认缴价格 4.1 元/注册资本，总增资价款为 1,640 万元	2020 年 8 月，公司注册资本由 11,733.3410 万元增加至 12,378.6748 万元，即新增注册资本 645.3338 万元。均由外部新股东分别认购新增注册资本：江苏中德认购 293.3335 万元、无锡金程认购 78.2223 万元、无锡金灵认购 127.1112 万元、湖北通瀛认购 146.6668 万元，本次增资价格系经各方协商后最终确定为 10.2273 元/注册资本，总增资价款为 6,600 万元。
5	采用恰当的估值技术确定公允价值	—	—

综上所述，公司 2020 年股权转让对应的公允价值合理，具有公允性。

3. 授予日、可行权日及等待期的确定

授予日：公司涉及股份支付的情形均系员工持股平台合伙份额转让形成，授予日根据股权交割完成时间确定。

可行权日及等待期：根据合伙协议、管理办法相关规定以及员工签署的持股平台财产份额确认表，营销、研发等核心岗位的人员自获取持股平台相应份额之日起服务期限需满 3 年，其他人员（包括行政体系、管理体系等）无服务期限要求，公司董事会另行批准的情况除外。

4. 股份支付的计算过程

2020 年度，公司股份支付金额计算情况如下：

项 目	公式	无锡朗名		无锡朗威	
每股公允价值（元/股）	A	4.10	10.23	4.10	10.23
受让方入股价格（元/股）	B	2.98	2.98	3.34	3.34
股份支付每股差价（元/股）	C=A-B	1.12	7.25	0.76	6.89
转让或新增对应股数（万股）	D	5.00	11.60	55.24	31.46
股份支付额（万元）	E=C*D	5.60	84.13	42.28	216.82
项 目	公式	无锡朗心	无锡朗亿	无锡朗玉	
每股公允价值（元/股）	A	10.23	10.23	4.10	10.23
受让方入股价格（元/股）	B	2.97	1.21	2.97	2.97
股份支付每股差价（元/股）	C=A-B	7.26	9.02	1.13	7.26
转让或新增对应股数（万股）	D	51.06	4.13	2.00	12.00
股份支付额（万元）	E=C*D	370.67	37.20	2.26	87.08
项 目	公式	无锡知问	无锡朗心	无锡朗原	合计
每股公允价值（元/股）	A	10.23	4.10	10.23	
受让方入股价格（元/股）	B	3.96	2.97	2.16	
股份支付每股差价（元/股）	C=A-B	6.27	1.13	8.07	
转让或新增对应股数（万股）	D	29.00	3.00	23.85	
股份支付额（万元）	E=C*D	181.83	3.39	192.48	1,223.75

如上表所示，报告期内，2020 年股份转让在各个平台所产生的股份支付总金额为 1,223.75 万元，其中无服务期限要求受让对象形成的股份支付一次性确

认损益金额 956.94 万元，按照服务期限 3 年分摊计入当期损益股份支付金额为 266.81 万元。

根据公司《江苏知原药业有限公司员工持股计划管理办法》和员工签署的《持股平台财产份额确认表》：

(1) 员工持股平台股权转让形成股份支付且不需要提供服务期限要求的激励对象，在授予日当年度对其形成的股份支付总金额一次性计入当期损益；

(2) 员工持股平台股权转让形成股份支付针对需要服务满 3 年的激励对象，从授予日起服务期满 3 年作为等待期对其形成的股份支付总金额按照直线法分摊计入不同归属期间的损益。

5. 股份支付费用会计处理的合规性

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定，公司股份支付费用的会计处理具体如下：

要点	公司处理方式
是否确认了股份支付	公司员工持股平台发生股权转让，低价受让方系属于公司为获取职工提供服务的情形判断为股权激励，已按照股份支付的规定计入当期损益
是否在服务期内合理分摊	根据公司制定的《江苏知原药业有限公司员工持股计划管理办法》和员工签署的《持股平台财产份额确认表》：1) 员工持股平台股权转让形成股份支付且不需要提供服务期限要求的激励对象，在授予日当年度对其形成的股份支付金额一次性计入当期损益；2) 员工持股平台股权转让形成股份支付需要服务满 3 年的激励对象，从授予日起服务满 3 年的要求作为等待期对其形成的股份支付金额按照直线法分摊计入归属期间的损益。
是否计入合理的成本费用科目	鉴于公司实施的股权激励方案同时包含了奖励历史贡献和换取未来服务，目的是为了激励和留住管理团队和业务骨干而推行的一种长期激励机制，本质属于公司的综合管理成本，因此公司激励费用全部计入“管理费用-股份支付”
是否计入非经常性损益	确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。对设定服务期等限制条件的股份支付，股份支付费用在服务期内进行分摊，计入经常性损益。

综上，公司员工持股平台份额变动过程涉及股权转让相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

6. 受让对象所持份额与其工作贡献及职务的匹配性，实际控制人获得较大比例份额的合理性，是否存在非员工合伙人

2020 年度，公司涉及股份支付的相关股权转让主要系员工持股平台中部分员工离职或因资金需求正常退出，退出部分的股权份额的受让对象，有以下几个

维度来确定：

(1) 考虑到受让对象的职务，为公司董事、监事、高级管理人员、公司中高层管理人员、公司核心技术及其他关键人员；

(2) 考虑到人员的工作贡献、稳定性、是否为公司创始团队人员等；

(3) 结合历史持股情况、个人认购意愿及个人资金实力情况。

综合考虑上述情况，2020 年度股权受让对象的持股与其工作贡献、职务及个人认购意愿等情况相匹配。

2020 年度，上述受让方的职务或工作贡献情况如下：

序号	激励对象	授予时担任岗位
1	徐军	实际控制人、董事长
2	尤斌	董事、副总经理
3	田志会	市场总监兼创新业务部经理、创始团队
4	陈德胜	财务副总监、创始团队
5	卜祥佳	市场部产品经理
6	夏玲	高级顾问
7	黄永乐	皮肤普药业务部总监
8	高鹿鹿	地区经理
9	童莹	商务部供应链经理
10	黄俊楠	新零售事业部经理
11	蒋振华	生产部经理
12	黄政	地区经理
13	陈海伟	地区经理
14	钱栋	安环经理
15	陈桔英	研发项目经理
16	杨雪	地区经理
17	秦国璠	无锡中和医疗投资有限公司浙江区域运营总监助理
18	徐博	无锡中和医疗投资有限公司行政经理

实际控制人徐军先生 2020 年度获得的转让份额占比为 18.90%，主要系员工离职或退出的份额再上述受让对象认购后，仍有部分没有合适的转让对象，实际控制人履行回购义务。

(三) 说明是否存在员工持股平台其他增资、股权转让或股权激励应确认股份支付费用而未确认的情形

报告期内，员工持股平台的股权变动不存在应确认股份支付费用而未确认的情形。具体说明如下：

员工持股平台	变动时间	股权/合伙份额变动类型	具体内容	是否确认股份支付	对应公司股份的转让价格（元/注册资本）	备注
无锡朗杰	2020 年 12 月	股权转让	徐军受让冯君 1.19 万元合伙份额，出让价格为 1.25 元/合伙份额，总作价 1.48 万元	否	2.95	员工离职、实际控制人按协议约定回购，不确认股份支付
无锡朗杰	2021 年 4 月	股权转让	徐军受让徐宁 1.19 万元合伙份额，出让价格为 1 元/合伙份额，总作价 1.19 万元	否	2.36	
无锡朗杰	2021 年 11 月	股权转让	吴杰和王庆受让马宁和马融合计合伙份额 7.11 万元，出让价格为 6.36 元/合伙份额，总作价 45.23 万元	否	15.00	参考近期外部股东价格转让，不确认股份支付
无锡朗名	2020 年 1 月-2020 年 9 月	股权转让	田志会、夏玲、童莹合计受让王绪海 30.49 万元、王绪海受让罗群 23.75 万元，出让价格为 2.21 元/合伙份额，合计总转让金额 119.89 万元	是	2.98	-
无锡朗名	2021 年 2 月	股权转让	杨靖受让张新明合伙份额 67.94 万元，出让价格 7.63 元/合伙份额，总作价 518.21 万元	否	10.23	参考近期外部股东价格转让，不确认股份支付
无锡朗名	2021 年 11 月	股权转让	吴杰等 12 名自然人合伙人受让高瑾斌、付劼和刘晓东合计合伙份额 86.72 万元，出让价格 11.19 元/合伙份额，总作价 970.06 万元	否	15.00	
无锡朗威	2020 年 1 月-2020 年 8 月	股权转让	陈德胜受让王绪海、高瑾斌合计合伙份额 117.05 万元，出让价格均为 2.47 元/合伙份	是	3.33	-

			额，总作价 289.22 万元；并因为其个人资金需求将其中合伙份额 43.20 万元转让给秦国璠、徐博，出让价格亦为 2.47 元/合伙份额，总作价 106.74 万元			
无锡朗威	2020 年 8 月	股权转让	秦国璠、徐博合计受让陈德胜合伙份额 43.20 万元，出让价格 2.47 元/合伙份额，总作价 106.74 万元	否	3.34	非公司员工 不确认股份 支付
无锡朗威	2021 年 1 月	股权转让	上海忆空合伙企业、鲍丰祺、陈琪、马宁合计受让陈德胜合伙份额 63.09 万元，出让价格 7.62 元/合伙份额，总作价 480.81 万元	否	10.23	参考近期外部 股东价格 转让，不确认 股份支付
无锡朗威	2021 年 11 月	股权转让	吴杰和王庆受让马宁和马融合计合伙份额 33.71 万元，出让价格为 11.17 元/合伙份额，总作价 376.68 万元	否	15.00	
无锡朗心	2020 年 1 月 -2020 年 6 月	股权转让	陈德胜受让李勇敏、王绪海合计合伙份额 29.05 万元；高鹿鹿受让付清华 8.91 万元合伙份额；钱栋等 10 名自然人合伙人合计受让王绪海合伙份额 122.66 万元；以上出让价格为 1 元/合伙份额，总作价 160.62 万元	是	2.97	-
			徐军受让王绪海合伙份额 23.76 万元，出让价格为 1 元/注册资本，总作价 23.76 万元	否	2.97	员工离职、实 际控制人按 协议约定回 购
无锡朗心	2020 年 10 月 -2020 年 12 月	股权转让	徐军受让冯君、黄政和杨雪合计合伙份额 26.73 万元，出让价格为 1.56 元/合伙份额，总作价 41.65 万元	否	4.57/4.62	
无锡朗心	2021 年 1 月	股权转让	李玉斌受让陈德胜合伙份额 8.87 万元，出让价	否	10.23	参考近期外 部股东价格

			格为 3.46 元/合伙份额，总作价 30.69 万元			转让，不确认股份支付
无锡朗心	2021 年 4 月	股权转让	徐军受让徐宁合伙份额 14.85 万元，出让价格为 1.21 元/合伙份额，总作价 18.00 万元	否	2.95	员工离职、实际控制人按协议约定回购不确认
无锡朗行	2020 年 12 月	股权转让	徐军受让韦贺、冯君合计合伙份额 11.10 万元，出让价格为 4.06 元/合伙份额，总作价 45.10 万元	否	4.48	
无锡朗行	2021 年 2 月	股权转让	冯定强、张静、陈蔚江分别受让徐军、谢宏伟、尤斌合计合伙份额 414.41 万元，出让价格为 9.27 元/合伙份额，总作价 3,840.61 万元	否	10.23	参考近期外部股东价格转让，不确认股份支付
无锡朗行	2021 年 11 月	股权转让	袁崇伟受让刘晓东合伙份额 22.20 万元，出让价格为 13.59 元/合伙份额，总作价 301.68 万元	否	15.00	
无锡朗亿	2020 年 6 月	股权转让	田志会受让王绪海 5 万元合伙份额；出让价格均为 1 元/合伙份额，总交易金额 5.00 万元	是	1.21	-
无锡朗亿	2021 年 11 月	股权转让	吴杰和王庆受让马宁和马融合计合伙份额 2 万元，出让价格为 12.47 元/合伙份额，总作价 24.94 万元	否	15.03	参考近期外部股东价格转让，不确认股份支付
无锡朗玉	2020 年 1 月-2020 年 7 月	股权转让	陈德胜受让杜娟、王绪海合计合伙份额 26.73 万元；高鹿鹿受让李佳顺 5.94 万元；尤斌受让杨亚男合伙份额 8.91 万元；以上出让价格均为 1 元/合伙份额，总交易金额 41.58 万元	是	2.97	-
无锡朗玉	2021 年 1 月	股权转让	冯杰、郝煜合计受让陈德胜出让的合伙份额 23.63 万元，出让价格为 3.46 元/合伙份额，总作价 81.84 万元	否	10.23	参考近期外部股东价格转让，不确认股份支付

无锡朗玉	2021 年 11 月	股权转让	蔡蓓蕾受让李坤、武超、张甦午合计合伙份额 10.40 万元，出让价格为 5.08/合伙份额，总作价 52.78 万元	否	15.00	
无锡朗原	2020 年 7 月	股权转让	陈德胜受让王绪海合伙份额 32.16 万元；出让价格为 1.60 元/合伙份额，总交易金额 51.46 万元	是	2.16	-
无锡朗原	2021 年 1 月	股权转让	赵树防受让陈德胜合伙份额 6.70 万元，出让价格为 7.63 元/合伙份额，总作价 51.15 万元	否	10.23	参考近期外部股东价格转让，不确认股份支付
无锡朗原	2021 年 11 月	股权转让	吴杰和王庆受让马宁和马融合计合伙份额 28.83 万元，出让价格为 11.19 元/合伙份额，总作价 322.52 万元	否	15.00	
无锡知问	2020 年 2 月	股权转让	徐军受让王绪海合伙份额 72 万元，出让价格为 1.10 元/合伙份额，总作价 79.20 万元	否	3.96	员工离职、实际控制人按协议约定回购不确认
无锡知问	2020 年 7 月	股权转让	陈德胜受让王绪海合伙份额 104.40 万元，出让价格为 1.10 元/合伙份额，总作价 114.84 万元	是	3.96	-
无锡知问	2020 年 11 月	股权转让	徐军受让邓勇男合伙份额 21.60 万元，出让价格为 1.28 元/合伙份额，总作价 27.72 万元	否	4.59	员工离职、实际控制人按协议约定回购不确认
无锡知问	2020 年 12 月	股权转让	徐军受让殷长波合伙份额 7.20 万元，出让价格为 1.29 元/合伙份额，总作价 9.30 万元	否	4.62	
无锡知问	2021 年 11 月	股权转让	王磊等 9 名自然人合伙人受让付劼等 5 名自然人合伙人合计合伙份额 223.20 万元，出让价格为 4.19 元/合伙份额，总作价 935.35 万元	否	15.00	参考近期外部股东价格转让，不确认股份支付
无锡知易	2020 年 2 月	股权转让	徐军受让王绪海合伙份额 9.10 万元，出让价格为 1.10 元/合伙份额，	否	2.00	员工离职、实际控制人按协议约定回

			总作价 10.01 万元			购不确认
无锡知易	2021 年 2 月	股权转让	杨靖受让张新明合伙份额 81.90 万元，出让价格为 5.65 元/合伙份额，总作价 462.63 万元	否	10.23	参考近期外部股东价格转让，不确认股份支付
无锡知易	2021 年 9 月	股权转让	徐希艳受让过建阳合伙份额 18.20 万元，出让价格为 8.27 元/合伙份额，总作价 150.50 万元	否	14.98	
无锡知易	2021 年 11 月	股权转让	朱佳彬等 6 名自然人合伙人合计受让刘晓东出让的合伙份额 27.30 万元，出让价格为 8.28 元/合伙份额，总作价 226.14 万元	否	15.00	

注：上表变动时间为股权转让资金交割完成时间

如上表所示，报告期内，各员工持股平台股权变动是否确认股份支付的情形汇总如下：

1. 已确认股份支付

受让对象为本公司员工，且获取的份额价格低于可参考的股权公允价值的均已确认股份支付，并根据是否需要提供服务期限区分其一次性确认和应分摊确认的股份支付金额。

2020 年应确认股份支付总额为 1,223.75 万元，其中一次确认股份支付金额为 956.94 万元，应分摊确认股份支付金额 266.81 万元。

2. 实际控制人依据协议约定履行回购义务，不涉及股份支付

实际控制人按照协议约定回购相关离职人员所持份额，具体明细如下：

单位：万份、万元、万股、元/注册资本

持股平台	变动时间	出让方	转让平台份额	转让对价	对应公司股数	对应公司股份转让价格	股权变动原因
无锡朗行	2020 年 12 月	韦贺	5.55	22.55	5.03	4.48	离职
	2020 年 12 月	冯君	5.55	22.55	5.03	4.48	
无锡知问	2020 年 10 月	邓勇男	21.60	27.72	6.03	4.59	
	2020 年 11 月	殷长波	7.20	9.30	2.01	4.62	
	2020 年 2 月	王绪海	72.00	79.20	20.00	3.96	

无锡知易	2020 年 2 月	王绪海	9.10	10.01	5.00	2.00
无锡朗心	2021 年 4 月	徐宁	14.85	18.00	5.03	2.95
	2020 年 10 月	杨雪	2.97	4.60	1.01	4.57
	2020 年 11 月	黄政	8.91	13.80	3.02	4.57
	2020 年 12 月	冯君	14.85	23.25	5.03	4.62
	2020 年 2 月	王绪海	23.76	23.76	8.00	2.97
无锡朗杰	2021 年 4 月	徐宁	1.19	1.19	0.50	2.36
	2020 年 12 月	冯君	1.19	1.48	0.50	2.95

上述股权转让未确认股份支付的主要原因如下：

(1) 根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定：“股份支付，是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易”。

公司员工离职时退出相应持股平台并将所持出资份额转回给实际控制人，属于根据合伙协议的约定而做出的安排，该安排的目的并非为“企业为获取职工和其他方提供服务”，并且上述合伙份额变动仅在各合伙人之间发生，员工持股平台出资总额以及其对公司的持股情况未发生变化，所以上述因员工离职导致的员工持股平台的合伙人及其份额的变动情况不属于股权激励，不涉及股份支付；

(2) 实控人徐军受让离职员工合伙企业份额，若未来实控人将回购的离职员工合伙企业份额再次转让给其他股权激励对象，届时将根据转让价款及合伙企业份额的公允价值计算股份支付。因此，转回给实际控制人合伙企业份额是合伙协议的中对离职条款的约定，并非公司对实控人的一项新的股权激励，不构成股份支付条件。

综上所述，实际控制人按照协议约定回购其合伙份额未确认股份支付具有合理性，符合相关准则规定。

3. 公允价格转让不确认股份支付

2021 年度，员工持股平台中合伙份额转让对应公司股份转让价格为 10.23 元/注册资本和 15.00 元/注册资本的均系参照距离较近的外部股东增资价格，转让价格公允，不涉及股份支付。

综上，员工持股平台其他增资、股权转让或股权激励不存在应确认股份支付

费用而未确认的情形。

（四）核查程序和核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

（1）访谈公司相关人员，了解公司 2017 年和 2019 年两次员工持股平台入股的具体背景，入股的定价依据；检查股权激励相关的授予日、等待期、可行权日等情况，检查股权转让交易价格是否真实；

（2）获取公司《江苏知原药业有限公司员工持股计划管理办法》以及股份支付计算过程表，重新测算股份支付金额，检查股份支付计算是否准确、是否符合企业会计准则的相关规定；

（3）获取公司花名册，评价股权转让对象所持份额是否与员工的工作贡献和职务匹配；

（4）访谈公司相关人员了解股权转让价格的定价依据，获取公司员工持股平台历次股权变动相关的工商信息、股权变动明细表，检查是否存在员工持股平台其他增资、股权转让或股权激励应确认股份支付费用而未确认的情形。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

（1）公司 2017 年和 2019 年两次员工持股平台入股的具体背景主要系稳定公司核心团队和业务骨干，进一步提高公司凝聚力，增强员工对企业的责任感与经营积极性；入股价格定价方法合理，入股价格公允；

（2）2020 年公司股份支付费用会计处理符合企业会计准则的相关规定；实际控制人获取较大合伙份额主要系员工离职后未找到合适的受让对象，其根据《江苏知原药业有限公司员工持股计划管理办法》履行回购义务，公司 2020 年股权受让对象除秦国璠及徐博外，其余人员均为公司关键岗位人员，对公司的发展具有较大贡献，其所持份额与其工作贡献及职务匹配；

（3）员工持股平台其他增资、股权转让或股权激励不存在应确认股份支付费用而未确认的情形。

五、关于营业收入

申报材料显示：报告期内，发行人主营业务收入分别为 38,074.95 万元、50,803.23 万元、84,832.69 万元；发行人主要产品为联苯苄唑溶液、复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶等。其中，联苯苄唑溶液收入分别为 335.32 万元、5,122.77 万元、19,185.55 万元，壬二酸净颜凝露收入分别为 0 万元、4,671.03 万元、11,501.78 万元，两项产品收入均快速增长。（2）报告期内，发行人推广服务收入分别为 5,851.65 万元、1,638.25 万元、596.87 万元；2020 年优立通推广服务产生收入 4,627.91 万元，2021 年开始，发行人已不再产生优立通推广服务收入。（3）发行人第一季度主营业务收入占全年比重偏低，同时受电商平台年中和年末促销活动影响，使得下半年收入占比通常较上半年有所增加。请发行人：（1）说明收入确认所依据的外部证据，主要产品的销售合同中是否存在特殊条款（如退换货安排、试用期、质保期）从而影响收入确认时点，收入确认政策的合理性及与合同约定的匹配性，与同行业可比公司是否存在明显差异。（2）结合行业政策、市场竞争格局、销售渠道等情况，说明复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶等主要产品收入变动的原因及未来变动趋势，联苯苄唑溶液、壬二酸净颜凝露两项产品收入快速增长的原因及可持续性。（3）说明发行人推广服务收入相关业务开展情况，包括但不限于业务开展模式、人员数量及业务合规性，是否存在行政处罚风险。（4）列示报告期各期按季度划分的收入情况，对比同行业可比公司情况，说明收入的季节性特征是否符合行业特征。（5）说明主要产品收入与第三方机构相关市场规模、市场占有率数据之间的匹配关系，是否存在重大差异。请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明：（1）对收入政策执行、收入真实性和截止性的核查方法、核查过程、样本选择方法、核查比例及核查结论；客户访谈的主要内容，函证回函与发函金额存在差异的情况、原因及替代测试。（2）发行人是否存在收入确认凭证与后附原始凭证不一致或缺失情形，是否存在期末集中确认收入、期初退货的情形或通过延长信用期以提高销售的情况；发行人是否存在收入跨期、调整结算时点的情形。（审核问询函问题 13）

（一）说明收入确认所依据的外部证据，主要产品的销售合同中是否存在特殊条款（如退换货安排、试用期、质保期）从而影响收入确认时点，收入确认

政策的合理性及与合同约定的匹配性，与同行业可比公司是否存在明显差异

1. 公司收入确认所依据的外部证据

报告期内，公司不同类型销售模式所依据的外部证据如下：

收入类别	销售模式	分类	收入确认时点	外部证据
产品销售收入	直销模式	线上销售	公司发出商品，客户确认收货，公司账户收到货款时	货款进账单
		线下销售	公司发出商品，客户确认收货时	客户签收单
	经销模式		公司发出商品，客户确认收货时	客户签收单
	电商平台	买断式销售	公司发出商品，客户确认收货时	客户系统入库单/客户签收单
		视同买断式的委托代销	客户实现销售，公司收到客户结算账单时	结算账单
市场推广收入			完成推广服务，双方对账无误时	结算账单

报告期内，公司不同销售模式下收入所依据的外部证据包括货款进账单、客户签收单、客户系统入库单、结算账单。

2. 主要产品销售合同中是否存在特殊条款（如退换货安排、试用期、质保期）从而影响收入确认时点，收入确认政策与合同约定的匹配性

报告期内，公司与前五大客户销售合同所签订的销售合同特殊条款情况如下表：

客户名称	退换货相关	试用期	质保期	对收入确认的影响
阿里健康大药房医药连锁有限公司	合同约定存在三天的无理由退换货条款	无	无	三天无理由退货条款是阿里健康大药房医药连锁有限公司设置的保护性条款，公司在阿里健康大药房医药连锁有限公司出具系统入库结算单时确认收入，已经考虑了潜在的退货可能性

	存在以下特殊情形可以退换货： 产品入库后销售前，产品有效期低于 90 天；乙方提供的商品库存数量超过该商品退货前连续 60 天的销售数量；公司提供的商品在平台严重滞销，或者平台新引入商品在 3 个月内经平台评估认为不适销。			系客户设置的保护性条款，报告期内，退货比例极低，因此不计提预计负债
广州得赋阿里健康大药房有限公司	存在以下特殊情形可以退换货： 产品入库后销售前，产品有效期低于 90 天；乙方提供的商品库存数量超过该商品退货前连续 60 天的销售数量；公司提供的商品在平台严重滞销，或者平台新引入商品在 3 个月内经平台评估认为不适销	无	无	系客户设置的保护性条款，报告期内，退货金额及比例极低，因此不计提预计负债
华润江苏医药有限公司	原则上，公司及生产厂家不接受非质量原因的退货。由于各种原因，导致乙方库存严重滞销或者出现近效期产品，公司应无条件协助退货处理	无	无	系客户设置的保护性条款，报告期内，退货比例极低，因此不计提预计负债
广州医药股份有限公司	对于近效期及严重滞销商品，乙方可以在征询公司同意后退回	无	无	系客户设置的保护性条款，报告期内，退货比例极低，因此不计提预计负债

广州白云山陈李济药厂有限公司	不适用	不适用	不适用	无
莲藕健康药业（广州）有限公司	无	无	无	无
广州市振康医药有限公司	无	无	无	无
国药控股分销中心有限公司	除非产品属于非首营品种并且乙方销售该产品未超过三个月，任何产品在协议期间的单月销售额为零或者其剩余有效期小于6个月的，有权要求甲方退货	无	无	系客户设置的保护性条款，报告期内，退货比例极低，因此不计提预计负债
江苏万邦医药营销有限公司	不适用	不适用	不适用	无
湖南浩森制药有限公司	无	无	无	无

公司与部分客户合同中存在退货换条款，公司结合实际情况及金额等因素综合考虑相关条款对收入确认的影响。公司与阿里健康大药房医药连锁有限公司签订的销售合同存在“三天无理由退货”的条款，针对该条款公司以“买断式电商销售：发出商品，客户确认收货，公司获取系统入库单”时确认收入，收入确认政策及时点合理。

公司与主要客户合同条款中不存在试用期及质保期等特殊条款，不影响公司收入确认。

综上所述，公司收入确认政策合理，对影响收入确认的退换货条款制定了对应收入确认政策和方法，收入确认政策与主要客户的销售合同约定具有匹配性。

3. 收入确认政策与同行业可比公司是否存在明显差异

公司收入确认政策及确认方法与同行业可比公司不存在重大差异，根据同行业公司最近披露的年度财务报告等公开信息披露文件，同行业可比公司的收入确认政策及具体方法比较如下：

公司名称	收入确认政策	
华邦健康	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商品，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
佐力药业	销售收入	公司已根据合同约定将产品交付给购货方,且产品销售收入金额已确定,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企业,产品相关的成本能够可靠地计量
兴齐眼药	医药制药类收入	公司销售收入确认的时点为购买方收货并向公司出具确认单据时,在该时点,公司已将商品控制权给购货方,获得了收取货款的权利,收入和成本均能可靠地计量,符合收入确认的条件

由上表可知,公司收入确认政策与同行业可比公司不存在重大差异。

(二) 结合行业政策、市场竞争格局、销售渠道等情况,说明复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶等主要产品收入变动的原因及未来变动趋势,联苯苄唑溶液、壬二酸净颜凝露两项产品收入快速增长的原因及可持续性

1. 复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶等主要产品收入变动的原因及未来变动趋势

(1) 收入变动的原因

报告期内,公司皮肤类产品中复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶的收入变动情况如下:

单位: 万元

产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	收入	增长率	收入	增长率	收入
复方丙酸氯倍他索软膏	10,302.24	21.19%	8,500.75	-18.99%	10,493.01
甲硝唑凝胶	12,039.37	34.52%	8,949.64	0.43%	8,911.42

报告期各期,公司复方丙酸氯倍他索软膏的销售收入分别为 10,493.01 万元、8,500.75 万元及 10,302.24 万元,整体保持稳定。复方丙酸氯倍他索软膏主要用于银屑病的治疗,2021 年度,公司复方丙酸氯倍他索软膏占丙酸氯倍他索市场份额达 73.8%,处于领先地位,2021 年度及 2022 年度公司复方丙酸氯倍他索软膏收入呈现小幅波动的原因系受不同年度之间市场消费需求的正常波动导致。

报告期各期,公司甲硝唑凝胶的销售收入分别为 8,911.42 万元、8,949.64 万元及 12,039.37 万元;2021 年销售收入保持平稳,2022 年销售收入增加主要

系公司加强甲硝唑凝胶与壬二酸系列等皮肤领域产品配合，推出了抗痤疮系列产品，并与线上销售平台密切合作，加强线上营销推广力度，推动甲硝唑凝胶收入的上涨。

（2）未来变动趋势

公司复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶具有较高的产品知名度和显著的竞争优势，市场占有率较高，未来将随着相关产品市场规模的扩张从而实现进一步的稳定增长。具体如下：

1) 复方丙酸氯倍他索软膏

根据弗若斯特沙利文相关数据，复方丙酸氯倍他索软膏产品市场前景较为广阔，中国丙酸氯倍他索软膏市场规模已从 2017 年的 0.8 亿增长到 2021 年约 1.2 亿元人民币，期间复合年增长率为 9.1%。预计 2021 年到 2026 年的五年间其市场规模将以 24.7% 的复合年增长率持续扩张至 3.5 亿人民币。丙酸氯倍他索软膏制剂产品单价不高且市场高度集中，未来出现集采可能性较小。截至 2022 年末，市场仅有公司 1 款复方制剂获批，其余均为单方制剂。公司的复方制剂因其突出的疗效占据了整个丙酸氯倍他索软膏市场的近四分之三，故预计随着丙酸氯倍他索软膏市场规模的扩张公司产品将进一步实现稳定增长。

2) 甲硝唑凝胶

根据弗若斯特沙利文数据，中国甲硝唑凝胶市场规模已从 0.2 亿增长到 2021 年约 1.6 亿元人民币；期间复合年增长率为 68.3%。预计 2026 年其市场规模将持续放量至超过 7 亿元人民币，2021 年至 2026 年期间的复合年增长率为 36.4%。甲硝唑凝胶为非处方药，单价不高且定价较为一致，未来出现集采可能性较小。2021 年，市场共有 5 家厂商生产的甲硝唑凝胶获批，市场集中度较高，公司产品市场占有率为 56.3%，具备明显优势。公司线上市场渠道开拓较早，具有先行优势，品牌知名度相对较高；产品定价相对较低，具有一定的价格优势；公司推进皮肤领域全品类营销，与相关产品易于形成良好配合，相互促进销售，预计公司产品仍将保持较高占有率并随着痤疮市场规模的扩张而进一步实现“丽芙”系列产品稳定增长。

2. 联苯苄唑溶液、壬二酸净颜凝露两项产品收入快速增长的原因及可持续性

(1) 收入快速增长的原因

报告期内，两项产品收入快速增长情况如下：

单位：万元

主要产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	收入	增长率	收入	增长率	收入
联苯苄唑溶液	19,185.55	274.52%	5,122.77	1,427.73%	335.32
壬二酸净颜凝露	11,501.78	146.24%	4,671.03		

报告期内，公司联苯苄唑溶液及壬二酸净颜凝露销售收入快速增长的主要原因系：第一，产品疗效显著、解决痛点，竞争优势明显；第二，产品适合电商销售，随着公司与电商销售合作加深，收入大幅增长；第三，公司产品品牌知名度不断提升，带动产品销售提升。

具体分析如下：

1) 产品疗效显著、解决痛点，竞争优势明显

公司此两款产品均具有显著的疗效，有效解决了患者的皮肤痛点问题，且公司定价合理，性价比较高，竞争优势明显，带动了销售的快速上升。

公司联苯苄唑溶液与传统广谱抗真菌外用药相比，其使用方便，省去寻常外用制剂的反复涂抹过程，且可用于环境杀菌，进一步提高疾病治疗效果，减少复发率，解决了患者痛点，同时公司制定了“喷一喷，治脚气”等在内一系列特色化、差异化市场宣传及营销策略，促进了联苯苄唑溶液销售收入的快速增长。

公司壬二酸净颜凝露产品中含 15%的壬二酸，具有祛痘，有助痘肌控油，修护肌肤的功效，有效改善了皮肤痛点问题；与市面上部分其他壬二酸产品相比，公司产品中对壬二酸含量进行了显著标识，有助于消费者更直观的了解并选用；其次，公司针对不同皮肤耐受人群，推出了 5%、10%、20%壬二酸含量等不同类型的壬二酸系列产品，扩大了不同类型消费者选择范围，有效提升了公司壬二酸产品的销量。

2) 两项产品适合电商销售，随着电商销售合作加深，收入大幅增长

医药电商产业处于快速发展期，消费者在线购买医药产品的习惯逐步加深，

公司主要皮肤类用药包括联苯苄唑溶液等产品均为OTC类药品以及公司壬二酸系列功效性护肤品等产品，具有使用场景丰富、消费者日常性使用等特点，用户通过线上购买方便快捷，公司综合考虑电商平台兴起、消费者购买习惯转变以及公司产品特点等因素，加大了电商平台的产品宣传及投入力度，加强了与阿里健康大药房医药连锁有限公司等知名医药电商平台的合作，对应的相关产品销售收入呈现大幅增长趋势。

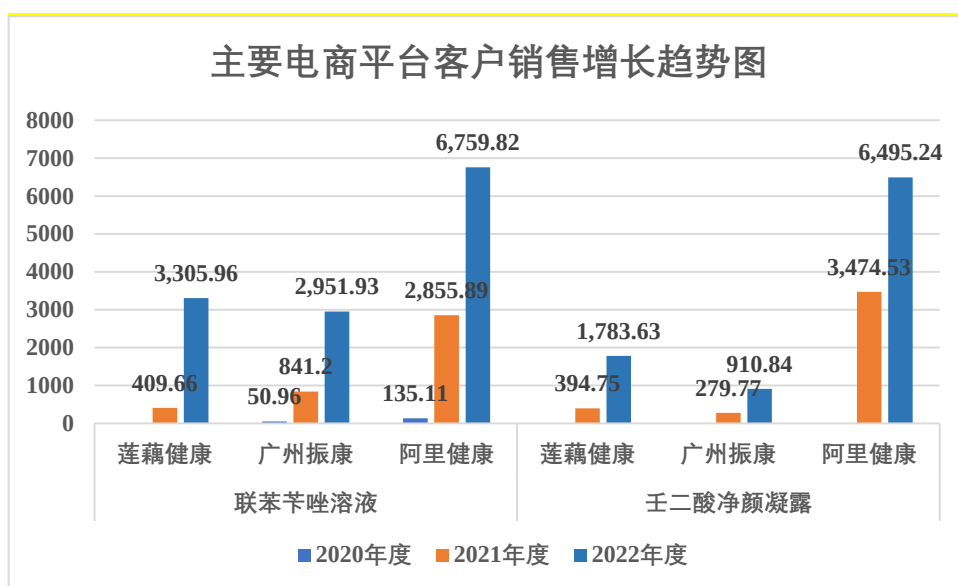
报告期内，公司联苯苄唑溶液和壬二酸净颜凝露拓展了新的电商平台客户，且在主要电商平台客户中销售收入呈大幅增长趋势。具体如下：

单位：万元

产 品	电商平台客户	2022 年度		2021 年度		2020 年度
		收入	增长率	收入	增长率	收入
联 苯 苄 唑 溶 液	阿里健康	6,759.82	136.70%	2,855.89	2,013.79%	135.11
	广州市振康医药有限公司	2,951.93	250.92%	841.20	1,550.84%	50.96
	莲藕健康药业（广州）有限公司	3,305.96	707.00%	409.66		
壬 二 酸 净 颜 凝 露	阿里健康	6,495.24	86.94%	3,474.53		
	广州市振康医药有限公司	910.84	225.57%	279.77		
	莲藕健康药业（广州）有限公司	1,783.63	351.84%	394.75		

报告期内，公司联苯苄唑溶液和壬二酸净颜凝露在主要电商平台客户的销售收入变动趋势图如下：

单位：万元



如上表和上图所示，报告期内，公司联苯苄唑溶液和壬二酸净颜凝露不仅拓展了新的电商平台客户，且在主要电商平台客户中销售收入呈大幅增长趋势。

3) 随着公司产品品牌知名度不断提升，带动产品销售提升

公司建立了以“知原”为整体的品牌优势，同时以联苯苄唑溶液为代表的“洛芙”品牌优势以及以壬二酸净颜凝露为代表的“质润”系列功效性护肤品的品牌优势，公司产品的品牌影响力较强，用户粘性较高，亦带动了产品销售收入的快速上升。

2022 年电商“618”活动中，公司在阿里健康大药房 OTC 企业品牌整体排名中位列第一；公司“洛芙”系列药品在皮肤外用药类品牌位列第二名；公司“质润”系列产品位列功效护肤类品牌第二名；2022 年电商“双十一”活动中，公司“洛芙”系列药品在阿里健康大药房 OTC 皮肤类排名第二；2023 年电商“618”活动中，公司“洛芙”系列药品在皮肤外用药类品牌位列第三名。

综上，公司联苯苄唑溶液和壬二酸净颜凝露均具有显著的疗效以及较高的性价比，有力解决了患者痛点问题，同时依托于与电商销售渠道加大合作以及建立的较高品牌知名度，带动了此两款产品的销售金额的快速增长。

(2) 收入增长可持续性

报告期内，公司联苯苄唑溶液及壬二酸净颜凝露收入增长的可持续性，具体分析如下：

1) 相关产品市场规模不断扩张，公司产品市场占有率较高，后续销售收入

较有保证

中国联苯苄唑溶液市场规模以及功效性护肤品的市场规模正在不断持续扩张,公司产品具有较高的市场占有率,未来将随着相关产品市场规模扩张的同时,带动公司产品销售收入的不断持续增长。

根据弗若斯特沙利文相关数据,预计到2026年,联苯苄唑溶液市场规模将达到9.8亿元人民币,2021年至2026年期间的复合年增长率达到57.7%,公司2021年度占据联苯苄唑溶液市场50.50%的市场份额;中国功效性护肤品市场随着消费者护肤意识的增长将持续膨胀,2026年其规模将达到646亿人民币,五年间复合增长率将达到18.6%。

2) 公司不断研发推出同系列的新产品,紧跟消费者需求变动

截至2022年12月31日,公司正在研发的主要皮肤外用药品项目17个,其中正在研发的联苯苄唑溶液所在的“洛芙”系列产品包括主治敏感真菌引起的指(趾)甲感染的盐酸阿莫罗芬搽剂,主治去头屑、头皮脂溢性皮炎、花斑癣的二硫化硒洗剂等多项产品。

以“壬二酸”净颜凝露为代表的“质润”系列功效性护肤品具有迭代升级较快的特点,公司在不断研发并推出“质润”系列产品,截至2022年12月31日,公司拥有超过20个功效性护肤品的在研项目,功效包括祛痘、改善黑头及闭口,痘肌控油,修护肌肤等,紧跟市场需求变动,持续满足消费者对皮肤问题的各类需求,可有力保证公司功效性护肤品的收入持续增长。

3) 公司产品品牌优势及品牌影响力不断提升,亦可保证销售持续性

公司已经建立了以“知原”为整体的品牌优势,同时以联苯苄唑溶液为代表的“洛芙”品牌优势以及以壬二酸净颜凝露为代表的“质润”系列功效性护肤品的品牌优势较为突出;

公司“洛芙”“质润”等品牌系列,在“双十一”“618”等活动排名中均位居前列,公司以联苯苄唑溶液为代表的“洛芙”品牌成功入选CCTV6《家庭常备药品牌推广计划》,具有较强的品牌优势,品牌影响力不断提升。

随着公司现有产品的销售收入稳中有升,系列新产品不断推陈出新,且公司也在加大跟各个电商平台的合作和推广力度,公司整体品牌影响力及各系列品牌优势不断渗透,用户粘性加深,亦可带动产品销售收入的提升。

综上所述，公司以联苯苄唑溶液为代表的“洛芙”品牌抗真菌类产品以及壬二酸净颜凝露为代表的“质润”品牌功效性护肤品所在的系列产品收入增长具备可持续性。

（三）说明发行人推广服务收入相关业务开展情况，包括但不限于业务开展模式、人员数量及业务合规性，是否存在行政处罚风险

1. 业务开展情况

报告期内，公司市场推广收入情况如下表：

推广产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额 (万元)	占主营业务收入比例 (%)	金额 (万元)	占主营业务收入比例 (%)	金额 (万元)	占主营业务收入比例 (%)
昆仙胶囊	596.87	0.70	1,638.25	3.22	1,223.74	3.21
优立通					4,627.91	12.15
合 计	596.87	0.70	1,638.25	3.22	5,851.65	15.37

报告期各期，公司推广服务收入分别为 5,851.65 万元、1,638.25 万元及 596.87 万元，占主营业务收入的比例分别为 15.37%、3.22%及 0.70%，呈大幅下降趋势，主要原因系：（1）2020 年度，优立通正式纳入集采范围，渠道拓展方法发生改变，不再需要公司进行市场推广；（2）随着昆仙胶囊推广效果显现，市场对昆仙胶囊认可度较高，患者及医生对了解已较为充分，故相关推广活动减少。因此，2021 年度开始公司推广服务收入呈大幅下降趋势，对公司整体的经营业绩影响较小。

2. 业务开展模式、人员数量

公司在销售部门下设专门团队，专注推广肾病领域产品，与多家知名医院长期保持合作关系，积累了优质的市场口碑、具备全国范围内肾病领域药品的专业推广能力。广州白云山陈李济药厂有限公司、江苏万邦医药营销有限公司看重公司推广能力，故委托公司针对昆仙胶囊、优立通提供推广服务。

报告期内，公司从事肾病业务的人数如下：

项 目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
人数	92	81	94

由上表可知，公司从事肾病业务的人员较多，具备专业的推广服务能力。公

司通过提供市场信息搜集、销售规划、产品定位、学术会议组织、患者信息反馈等服务，促进产品在终端市场的销售，并完成推广服务。

3. 业务合规性、是否存在行政处罚风险

公司建设了与市场推广收入有关的内部控制制度，重点强调了反商业贿赂、报销票据合规性以及推广活动支持性证据三方面内容。公司制定了《反商业贿赂管理制度》等规章制度，明确要求员工签署《反商业贿赂承诺书》，坚决拒绝商业贿赂等不正当商业行为；公司财务管理制度对费用报销、付款管理规定了严格的审核程序以保证相关费用报销真实准确及报销票据合法合规。

截至本问询函回复出具日，公司推广服务相关活动合法合规，未受到行政处罚及立案调查的情形，不存在重大行政处罚风险。

(四) 列示报告期各期按季度划分的收入情况，对比同行业可比公司情况，说明收入的季节性特征是否符合行业特征

报告期内，公司主营业务收入分季度的构成情况如下表：

单位：万元，%

期 间	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
第一季度	15,969.90	18.83	8,192.77	16.13	5,614.06	14.74
第二季度	24,000.10	28.29	12,279.48	24.17	8,823.98	23.18
第三季度	20,736.07	24.44	14,607.97	28.75	11,298.70	29.67
第四季度	24,126.63	28.44	15,723.02	30.95	12,338.21	32.41
小 计	84,832.69	100.00	50,803.23	100.00	38,074.95	100.00

如上表所示，报告期内，公司第一季度销售收入占比相对较小，其余各季度销售收入占比无明显差异，主要原因系：一是受传统春节假期影响，公司第一季度主营业务收入占全年比重偏低；二是受电商平台年中“618”活动和年末“双11购物节”“双12购物节”等促销活动影响，使得公司第二季度、第四季度的收入占比有所增加。总体而言，公司收入受季节性因素影响不明显。

报告期内，公司同行业可比公司单季度收入占比情况如下：

单位：万元，%

可比公司	期 间	2022 年度	2021 年度	2020 年度

		占比	占比	占比
华邦健康	第一季度	25.69	22.81	20.73
	第二季度	24.94	23.69	26.88
	第三季度	26.31	23.32	24.91
	第四季度	23.06	30.18	27.48
兴齐眼药	第一季度	24.16	20.16	12.01
	第二季度	23.89	24.82	22.38
	第三季度	32.30	29.96	33.77
	第四季度	19.65	25.06	31.85
佐力药业	第一季度	24.34	23.34	17.71
	第二季度	25.24	24.53	25.08
	第三季度	24.90	26.13	27.75
	第四季度	25.52	26.00	29.46
平均值	第一季度	25.42	22.68	20.00
	第二季度	24.89	23.85	26.48
	第三季度	26.61	24.05	25.64
	第四季度	23.07	29.41	27.89

注：可比公司数据来源于定期报告

报告期内，同行业可比公司收入不存在明显的季节性波动，与公司第一季度收入占比较小存在一定差异，主要原因系公司电商平台的销售收入占比较高，电商平台举行的“618”活动集中在中期、“双11购物节”“双12购物节”等多数集中在下半年，导致公司一季度收入占比较低，同行业可比公司主要以传统渠道销售为主，不存在由于电商渠道需求增加而呈现季节波动性的情况，因此上述差异原因具有合理性。

（五）说明主要产品收入与第三方机构相关市场规模、市场占有率数据之间的匹配关系，是否存在重大差异

报告期内，公司主要产品收入与第三方机构相关市场规模、市场占有率数据匹配，具体说明如下：

1. 联苯苄唑溶液

公司招股说明书披露，根据弗若斯特沙利文数据显示，2021年度中国联苯

苯唑溶液市场规模为 10,000.00 万元,公司联苯苯唑溶液的市场占有率为 50.50%,以此推算的公司联苯苯唑溶液的销售收入为 5,050.00 万元;2021 年度公司实际联苯苯唑溶液的销售收入为 5,122.77 万元,总体差异金额较小,相关披露数据具有匹配性。

2. 复方丙酸氯倍他索软膏

公司招股说明书披露,根据弗若斯特沙利文数据显示,2021 年度,中国丙酸氯倍他索软膏市场规模为 11,510.00 万元,公司丙酸氯倍他索软膏的市场占有率为 73.80%,以此推算的公司复方丙酸氯倍他索软膏销售收入为 8,494.38 万元;2021 年度公司实际复方丙酸氯倍他索软膏销售收入为 8,500.75 万元,差异较小,相关披露数据具有匹配性。

3. 甲硝唑凝胶

公司招股说明书披露,根据弗若斯特沙利文数据显示,2021 年度,中国甲硝唑凝胶市场规模为 15,890.00 万元,公司甲硝唑凝胶的市场占有率为 56.30%,以此推算的公司甲硝唑凝胶销售收入为 8,946.07 万元;2021 年度公司实际甲硝唑凝胶销售收入为 8,949.64 万元,差异较小,相关披露数据具有匹配性。

4. 昆仙胶囊及火把花根片

公司招股说明书披露,根据弗若斯特沙利文数据显示,2021 年度,中国雷公藤制剂市场规模为 31,310.00 万元,公司雷公藤制剂的市场占有率为 52.60%,以此推算的公司雷公藤制剂销售收入为 16,469.06 万元;2021 年度公司实际雷公藤制剂销售收入为 16,489.61 万元,差异较小,相关披露数据具有匹配性。

综上所述,公司主要产品收入与第三方机构相关市场规模、市场占有率数据之间具有匹配性。

(六) 核查程序和核查结论

1. 针对上述事项,我们主要执行了以下核查程序:

(1) 访谈公司相关业务部门负责人,了解公司销售业务模式、销售流程、销售合同是否存在特殊条款、收入确认时点的判断依据等;

(2) 获取公司报告期与主要客户签订的销售合同,查阅主要合同条款,重点检查是否存在退换货、试用期、质保期等特殊条款及条款约定,检查公司收入确认时点是否准确,是否符合企业会计准则的相关约定;查阅同行业可比公司以及

和公司业务相似公司的收入确认政策，分析是否与公司存在明显差异；

(3) 通过弗若斯特沙利文相关数据及其他公开渠道信息查询了行业相关政策、竞争格局等信息，分析复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶的收入变动的原因及未来变动趋势，分析联苯苄唑溶液、壬二酸净颜凝露两项产品收入快速增长的原因及可持续性；

(4) 访谈公司财务总监及市场推广业务相关负责人，了解相关业务的开展情况；检查公司与市场推广业务的结算材料，了解推广收入的结算方法，核实推广收入确认的完整性和真实性；通过国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等相关网站进行查询公司是否存在相关行政处罚，查阅公司与推广服务的相关内控制度，核查相关制度执行情况，分析公司是否存在行政处罚的风险；

(5) 获取公司收入明细表，核查公司收入按季度划分的情况，查阅同行业可比公司年报、招股说明书等公开资料，对比分析公司收入的季节性特征是否符合行业特征；

(6) 获取公司收入明细表，核查报告期内公司主要产品收入情况，获取弗若斯特沙利文相关数据，分析公司主要产品收入与第三方机构相关市场规模、市场占有率数据之间的匹配关系。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 公司收入确认的外部证据充分，对影响收入确认的特殊条款制定了对应收入确认政策和方法，收入确认政策与主要客户的销售合同约定具有匹配性，符合企业会计准则的规定，与同行业公司不存在重大差异；

(2) 报告期内，复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶收入变动具有合理性，联苯苄唑溶液及壬二酸净颜凝露收入快速增长具有合理性；相关产品具有较强的竞争优势，未来随着相关市场规模的扩张相关系列产品收入实现稳步增长；

(3) 公司推广服务收入持续下降具有合理性，推广服务的业务开展合法合规，不存在行政处罚风险；

(4) 公司第一季度销售收入占比相对较小主要系电商平台销售收入第二、第三及第四季度占比较高所致，总体而言，公司收入受季节性因素影响不明显，公

司与同行业公司季节性波动特征差异具有合理性；

(5) 公司主要产品收入与第三方机构相关市场规模、市场占有率数据具有匹配性。

(七) 对收入政策执行、收入真实性和截止性的核查方法、核查过程、样本选择方法、核查比例及核查结论；客户访谈的主要内容，函证回函与发函金额存在差异的情况、原因及替代测试

1. 对收入政策执行、收入真实性和截止性的核查方法、核查过程、样本选择方法、核查比例和核查结论

(1) 内部控制测试

我们了解、评价与产品销售收入确认相关的内部控制，并通过重点抽样与随机抽样相结合的方式，通过抽取公司前五大及其他抽取客户的重要订单，测试包括与定价、订单处理、发货、收入确认以及销售收款相关的关键内部控制，评估公司与销售有关的内部控制是否有效，是否得到一贯执行；

(2) 客户情况调查

我们对主要客户重点核查如下：通过全国企业信用公示系统对主要客户进行查询，对注册资本、成立时间、经营范围、股权结构、主要人员进行调查，确认客户的经营状态及与公司是否存在关联关系；确认客户真实存续，评估交易的商业合理性；

(3) 函证程序

我们对公司主要客户实施独立函证，函证主要包括报告期内的往来款项、交易金额等。样本选择重要（当年收入 500 万元以上）与随机抽样相结合。报告期内，函证具体实施情况如下：

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
回函相符及调节后相符金额（万元）	75,470.50	41,823.21	30,174.48
营业收入金额（万元）	86,031.81	51,111.03	38,835.09
回函金额占营业收入比例	87.72%	81.83%	77.70%

(4) 访谈程序

我们对主要客户实施访谈，了解其基本情况和经营情况，与公司之间的交易情况、合作模式、与公司及其股东、董监高是否构成关联关系等内容，访谈比例

如下表：

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
谈谈金额（万元）	68,952.81	38,791.66	32,598.56
营业收入金额（万元）	86,031.81	51,111.03	38,835.09
访谈比例	80.15%	75.90%	83.94%

（5）分析程序

我们执行了实质性分析程序，按照产品、时间、客户、销售模式等维度分析对比了公司报告期销量、单价、成本、毛利率变动的情况。我们认为报告期内公司的收入确认政策合理且得到一贯执行，公司的收入真实准确。

（6）细节测试

1) 核查程序

我们对报告期收入实施细节测试的具体实施过程如下表所示：

收入类型	抽样方法	检查资料
产品销售收入	大额抽样与随机抽样相结合的方式	销售合同、销售订单、出库单、发票、客户签收单、销售发票、电商公司系统结算单等关键支持性证据
市场推广收入	系双方按月对账确认，我们逐月核查	市场推广收入结算材料、销售发票及期后回款情况
技术服务收入	发生较少，逐笔核对	技术服务合同、技术服务成果的客户确认函、销售发票、银行进账单
技术转让收入	发生较少，逐笔核对	技术转让合同、客户验收确认函及国家药品监督管理局公示专利信息
技术使用收入	发生较少，逐笔核对	技术使用合同、客户分账确认函，并对分账收入金额进行重新计算

2) 核查比例

报告期内，我们对营业收入的细节测试比例如下表所示：

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
细节测试金额（万元）	79,309.65	46,143.25	36,854.12

营业收入（万元）	86,031.81	51,111.03	38,835.09
核查比例	92.19%	90.28%	94.90%

其中，我们对产品收入的细节测试比例如下表所示：

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
细节测试金额（万元）	77,596.30	44,216.13	30,253.21
产品收入（万元）	84,235.83	49,164.98	32,223.30
核查比例	92.12%	89.93%	93.89%

（7）截止测试

对于产品销售收入，除线上直销业务外，公司一般在当月 25 号之后不再发货以有效控制收入跨期；对于市场推广收入、技术服务收入、技术转让收入、技术使用收入，发生频率较低，且一般均以客户出具验收单作为收入确认时点，公司入账及时，跨期风险较小。结合公司自身业务特点及公司采取的针对性措施，公司收入确认跨期风险较小。

我们以资产负债表日前后一个月为限，核对销售合同及清单、收入确认凭据、发票信息、银行回单等相关支持性文件，检查收入是否确认至正确期间。

期 间	项 目	2023 年 1 月	2022 年 1 月	2021 年 1 月
资产负债表日后一个月	当月收入金额	4,737.98	4,790.21	3,316.70
	当月核查金额	4,419.49	4,409.19	2,924.30
	核查比例	93.28%	92.05%	88.17%
期间	项 目	2022 年 12 月	2021 年 12 月	2020 年 12 月
资产负债表日前一个月	当月收入金额	8,179.09	8,159.24	5,103.75
	当月核查金额	7,543.30	7,329.62	4,642.76
	核查比例	92.23%	89.83%	90.97%

经核查，我们认为报告期内公司的收入记录于恰当的期间，不存在跨期确认收入的情形。

2. 客户访谈的主要内容，函证回函与发函金额存在差异的情况、原因及替代测试

（1）客户访谈的主要内容

我们对客户访谈的主要内容如下表：

访谈项目	主要内容
被访谈人个人信息	被访谈人在客户职务及主管工作
客户基本情况	主营业务、行业地位、经营规模等信息
客户与知原业务合作关系	业务关系（合作历史、有无诉讼）、采购商品类型、销售模式、存货管理、退换货约定、终端客户情况、季节性特征、定价方式及公允性、信用期及结算付款方式、是否存在返利、有无通过第三方支付货款、反商业贿赂相关情况
与公司关联关系情况	主要确认客户与公司以及公司的主要股东、董监高人员是否存在关联关系

(2) 函证回函与发函金额存在差异的情况、原因及替代测试情况

营业收入函证回函金额与发函金额存在差异的情况及其原因如下表：

单位：万元

发函主体	客 户	不符年度	发函金额	回函金额	差异金额	主要差异原因
知 原 药 业	阿 里 健 康 大 药 房 医 药 连 锁 有 限 公 司	2020 年 度	4,894.00	5,577.00	-683.00	我方函证金额为不含增值税金额，对方回函金额为含增值税金额导致的税金差异、入账时间性差异
知 原 药 业	阿 里 健 康 大 药 房 医 药 连 锁 有 限 公 司	2021 年 度	10,312.00	11,819.00	-1,507.00	我方函证金额为不含增值税金额，对方回函金额为含增值税金额导致的税金差异、入账时间性差异
知 原 药 业	国 药 控 股 分 销 中 心 有 限 公 司	2022 年 度	239.00	181.00	58.00	入账时间性差异
知 原 药 业	阿 里 健 康 大 药 房 (天	2022 年 度	11.00	16.00	-5.00	入账时间性差异

	津) 有限公司					
知原药业	阿里健康大药房医药连锁有限公司	2022 年度	15,924.00	18,588.00	-2,663.00	我方函证金额为不含增值税金额,对方回函金额为含增值税金额导致的税金差异、入账时间性差异
知原药业	莲藕健康药业(广州)有限公司	2022 年度	6,163.00	6,185.00	-23.00	入账时间性差异
知原药业	南京医药股份有限公司	2022 年度	298.00	278.00	20.00	入账时间性差异

由上表可知,报告期内,收入回函差异主要为税金差异及入账时间差异等所致。经销商模式下,公司将货物运送到指定地点,由客户签收后确认收入,因为相关单据传递时间差等原因造成入账时间差,进而导致函证金额与回函金额存在差异。我们对回函金额差异查明原因并执行替代测试程序,主要包括检查销售合同及订单、销售发运单及客户签收单等收入确认的支持性文件,检查期后回款情况。执行上述替代测试的结果显示回函差异金额可以查明原因,经调节后相符,不存在重大异常情况。

(八) 发行人是否存在收入确认凭证与后附原始凭证不一致或缺失情形,是否存在期末集中确认收入、期初退货的情形或通过延长信用期以提高销售的情况;发行人是否存在收入跨期、调整结算时点的情形

1. 公司是否存在收入确认凭证与后附原始凭证不一致或缺失情形,是否存在期末集中确认收入、期初退货的情况或者通过延长信用期以提高销售的情况

(1) 公司是否存在收入确认凭证与后附原始凭证不一致或缺失情形

我们对公司销售与收款循环的内部控制执行了穿行测试及控制测试,对收入确认凭证及销售回款记录进行检查,重点检查收入确认相关的支持性文件,核对各项文件之间记载的产品内容、销售数据、时间逻辑是否匹配,并将相关信息与

账面记录核对。

经核查，我们认为公司收入不存在收入确认凭证与后附原始凭证不一致或缺失情形。

(2) 公司是否存在期末集中确认收入、期初退货的情况或者通过延长信用期以提高销售情况

1) 公司报告期内，公司退货金额分别为 93.64 万元、80.81 万元、189.41 万元，占营业收入的比例为 0.24%、0.16%和 0.22%，退货率极低，公司不存在期末集中确认收入、在次年期初大量退货的情形。

2) 报告期内，公司不存在延长信用期以提高销售情况，详细情况见“十四.(一)列示报告期各期应收账款金额前五名客户的信用政策及变动情况，如存在明显差异说明原因及合理性，是否存在放松信用政策刺激销售的情形”之说明。

2. 公司是否存在收入跨期、调整结算时点的情形

(1) 核查内容及相关证据

我们以资产负债表日前后一个月为限，核对销售合同及清单、收入确认凭据、发票信息、银行回单等相关支持性文件，检查收入是否确认至正确期间。

(2) 核查意见

报告期内公司收入确认时点准确，公司不存在收入跨期、调整结算时点的情形。

六、关于经销模式与电商平台客户

申报材料显示：(1) 报告期各期，发行人经销模式产生的收入占当期主营业务收入比例分别为 66.67%、63.44%和 51.55%，整体呈现下降趋势；线下经销以配送经销商模式为主，存在少量的推广配送经销商。(2) 报告期各期，电商平台销售收入占各期主营业务收入比分别为 17.34%、32.14%和 44.69%，呈上升趋势；电商平台客户主要为阿里健康大药房医药连锁有限公司、莲藕健康药业(广州)有限公司、广州市振康医药有限公司。报告期各期，发行人对前五名客户的销售占比分别为 63.74%、68.72%、67.63%。请发行人：(1) 结合产品销售区域执行“两票制”的情况，说明存在少量推广配送经销商的合理性，推广配送经销商所销售产品的特点、金额及占比情况。(2) 说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人

员、员工人数、与发行人合作历史、终端客户构成情况等；发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用发行人名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等。（3）说明发行人主要客户构成情况及稳定性，包括不同类别、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；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主要经销商的情况及合理性。（4）说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，退换货率是否合理，是否存在经销商压货情形，是否实现最终产品销售；经销商回款方式、应收账款规模合理性。（5）说明发行人经销商模式的相关内控制度（如有），包括但不限于对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、新增及退出管理方法、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）、退换货机制、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）、信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度建立及执行情况以及与经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况，说明相关内控制度设计的合理性及运行的有效性。（6）说明是否存在客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情形，如是，请结合具体业务背景说明原因及合理性，交易价格是否公允，相关会计处理是否合规。（7）说明报告期内现金交易的金额及占比，结合业务背景说明必要性与合理性，是否与行业惯例相符，交易对方是否为发行人的关联方。（8）说明前五大客户集中度与同行业可比公司的差异合理性，发行人与主要客户是否签订长期协议，与相关客户合作是否具有可持续性；结合阿里健康大药房医药连锁有限公司最近 2 年均为发行人第一大客户的特点，说明发行人对其是否存在重大依赖，是否存在其他利益安排。（9）说明电商平台销售收入快速增长的主要原因，收入在各主要电商平台的分布情况，发行人与不同电商平台的合作模式是否存在较大差异；说明莲藕健康药业（广州）有限公司、广州市振康医药有限公司等电商平台的行业地位、知名度、销售规模及资信实力，发行人对电商平台销售的真实性及稳

定性；电商平台采购规模、采购频率是否存在异常，是否存在压货的情形。请保荐人、申报会计师发表明确意见，并且：（1）说明针对经销商核查计划制定情况及样本选取标准、选取方法及选取过程，不同类别的核查数量、金额及占比等，并说明核查中如何针对发行人行业属性和特点，可比公司情况，发行人商业模式，经销商分层级管理方式，财务核算基础，信息管理系统，发行人产品结构、经销商结构、终端销售结构及其特点等情况完善核查计划。（2）说明针对经销商所采取的核查程序、核查方法、核查比例、核查证据及核查结论，包括但不限于内部控制测试、实地走访、分析性复核、函证、抽查监盘、资金流水核查等方法；如未采取前述核查方法的，请充分说明原因及采取的替代程序。（3）对经销商最终销售的真实性发表明确意见。（4）严格按照《发行类第 5 号》的要求对经销模式予以充分核查，并依规出具专项说明。（5）说明发行人日常经营活动是否高度依赖信息系统，如是，严格按照《发行类第 5 号》的要求开展信息系统专项核查，并出具专项说明。（审核问询函问题 14）

（一）结合产品销售区域执行“两票制”的情况，说明存在少量推广配送经销商的合理性，推广配送经销商所销售产品的特点、金额及占比情况

1. 结合产品销售区域执行“两票制”的情况，说明存在少量推广配送经销商的合理性

报告期内，公司主要产品销售终端为公立医院的占比较低，故受“两票制”政策的影响较小；随着“两票制”政策的全面实施，公司针对终端为公立医疗机构的市场已全面执行两票制，不存在通过推广配送经销商进行销售的情形。

报告期内，公司产品销售终端除推行“两票制”的公立医院外，主要为药店、诊所及民营医院等，针对此部分终端客户，存在通过少量推广配送经销商销售的情形，其合理性如下：

（1）公司产品主要通过知名度较高及规模较大的医药流通企业（如华润医药、国药股份、广州医药等）及通过电商平台（阿里健康等）等销售；其他线下的终端客户考虑到相对分散，公司直接将药品销售至医疗终端的成本较高，故通过推广配送经销商进行渠道开拓、市场和学术推广活动，保证公司不同渠道药品供应的时效性、扩大公司药品市场覆盖面；

（2）推广配送经销具有地域性的特点和相对专业的药品认知，公司委托专业

的推广服务经销商完成特定区域的推广工作，可以使临床医生、患者等了解、熟悉并认可公司产品，促进公司产品销量的合理增长。

综上所述，公司主要产品受“两票制”政策的影响较小，存在通过少量推广配送经销商具有合理性。

2. 推广配送经销商所销售产品的特点、金额及占比情况

报告期各期，公司通过推广配送经销商所销售的产品主要包括甲硝唑凝胶、联苯苄唑溶液及他克莫司软膏等皮肤类产品。

报告期各期，公司通过推广配送经销商销售金额分别为 2,427.55 万元、2,217.09 万元及 4,616.68 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.38%、4.36% 及 5.44%，公司推广配送经销商销售金额及占比均较小，推广配送经销商销售模式非公司的主要销售业务模式，对公司经营业绩的影响较小。

(二) 说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与发行人合作历史、终端客户构成情况等；发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用发行人名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等

1. 主要经销商基本情况

报告期各期，公司前五大经销商主要包括华润医药控股有限公司、广州白云山医药集团股份有限公司、国药控股股份有限公司等，主要经销商均为业内知名且规模较大的医药公司，主要覆盖各地医院、大型连锁药店等终端客户。报告期内，公司与主要经销商合作关系不断加深，形成了良好稳定的合作关系。

主要经销商的基本情况如下：

(1) 华润医药控股有限公司

华润医药控股有限公司成立于 2007 年，是国内领先的医药分销和医药零售平台，大型综合性医药商业领军企业，位于商务部医药流通企业排名前三强，为上游供货商及下游客户提供高度专业化且高效的医药商品物流配送、营销推广以及其他医药服务。

公司名称	华润医药控股有限公司
注册资本	1,500,000 万元
注册地址	北京市北京经济技术开发区科创十四街 99 号汇龙森科技园 2 幢 B123 室
成立时间	2007-03-22
经营范围	药品批发
股东	华润医药集团有限公司持股 100.00%
核心管理人员	董事长、经理、法定代表人：白晓松
员工人数	100-199 人
与公司合作历史	2017 年 5 月公司开始与其集团内公司合作，目前持续合作中

注：经营范围主要为上述公司及其子公司的经营范围，为增强可读性进行了简化，下同

(2) 广州白云山医药集团股份有限公司

广州白云山医药集团股份有限公司是华南地区医药流通龙头企业，主要从事医药流通批发及零售业务，是中国医药供应链服务的领先品牌。其股东广药集团是广州市政府授权经营管理国有资产的国有企业，深耕医药流通的医院批发、商业批发及零售批发三大业务板块，系行业内知名的医药供应链服务领先服务商。

公司名称	广州白云山医药集团股份有限公司
注册资本	162,579 万元
注册地址	广州市荔湾区沙面北街 45 号
成立时间	1997-09-01
经营范围	医疗器械销售、药品零售
股东	广州医药集团有限公司持股 45.04%、HKSCC Nominees Limited 持股 13.52%，其余股东持股比例均低于 5.00%
核心管理人员	董事长、执行董事、法定代表人：李楚源
员工人数	200-299 人
与公司合作历史	2015 年度公司开始与其集团内公司合作，目前持续合作中

(3) 国药控股股份有限公司

国药控股股份有限公司为中国医药行业龙头分销商和零售商，以及领先的供应链服务提供商，其医药分销涵盖中国 31 个省、直辖市及自治区，在 21 个省排

名第一，向 70 余万终端客户提供医药供应链服务，与全球药品百强企业紧密合作，构建了多维度全产业链的医药产业分销及服务平台。

公司名称	国药控股股份有限公司
注册资本	312,065 万元
注册地址	上海市黄浦区龙华东路 385 号一层
成立时间	2003-01-08
经营范围	药品、医疗器械经营
股东	国药产业投资有限公司持股 50.36%、中国医药集团有限公司 6.64%，其余股东持股比例均低于 5.00%
核心管理人员	法律合规与环境、社会及治理委员会成员、董事长、执行董事：于清明
员工人数	500-599 人
与公司合作历史	2017 年 8 月公司开始与其集团内公司合作，目前持续合作中

(4) 江苏金石医药有限公司

江苏金石医药有限公司为乐药集团华东区域子公司，专注于医药供应链管理。2022 年度，公司已完成江苏省 1.5 万家单体药店、中小连锁、社会诊所的广泛覆盖，链接全国 25 万家终端客户，实现年营收规模 10 亿元。公司构建了精准的数字化营销体系、高效的智能化物流配送体系，为医药行业提供了低成本、高效能的广阔终端市场覆盖服务。

公司名称	江苏金石医药有限公司
注册资本	9,100 万元
注册地址	昆山开发区春旭路 258 号东安大厦 2101 室 A、B 座
成立时间	2006-01-04
经营范围	药品批发、医疗器械批发
股东	广州君合慧联供应链管理有限公司持股 100.00%
核心管理人员	执行董事、总经理、法定代表人：隋宁
员工人数	100-199 人
与公司合作历史	2021 年 2 月公司因拓展院外市场开始与其合作，目前持续合作中

(5) 温州市新光医药有限公司

温州市新光医药有限公司成立于 2003 年，是一家成立时间较早、规模较大

的医药批发经营企业。截至目前，公司拥有终端客户 4,800 余家，与国内外 3,000 余家医药厂商建立了合作关系，被浙江省药械采购中心确定于浙江省药品集中采购温州地区配送商，拥有高效快捷的医药分销能力和医药服务能力。

公司名称	温州市新光医药有限公司
注册资本	1,000 万元
注册地址	浙江省温州市瓯海区潘桥街道陈庄村横南路 188 号 B 幢
成立时间	2003-04-30
经营范围	药品批发、医疗器械经营
股东	温州延生堂控股集团有限公司持股 51.00%、叶中如持股 26.00%、林锡榜持股 23.00%
核心管理人员	执行董事、总经理、法定代表人：叶中如
员工人数	50-99 人
与公司合作历史	2021 年 2 月公司因拓展院外市场开始与其合作，目前持续合作中

(6) 北京科园信海医药经营有限公司

北京科园信海医药经营有限公司是上药科园信海医药有限公司的子公司，上药科园信海医药有限公司系上海医药集团股份有限公司的子公司，上药集团为首家沪港两地上市的大型医药产业集团，主营业务覆盖医药研发与制造、分销与零售，系国内知名的医药分销及零售企业。北京科园信海医药经营有限公司核心业务包括医药分销业务，北京二级以上公立医院覆盖达到了 100%，同时覆盖了 900 余家北京社区医疗机构以及各大连锁药店，2022 年营业收入超 100 亿元，为规模较大、资信实力较强的医药分销商。

公司名称	北京科园信海医药经营有限公司
注册资本	33,307 万元
注册地址	北京市丰台区南四环西路 186 号四区 1 号楼 8 层
成立时间	1999-03-08
经营范围	药品批发、医疗器械经营
股东	上药科园信海医药有限公司持股 90.07%、上药北方投资有限公司持股 9.93%
核心管理人员	董事长、法定代表人：于锐
员工人数	900-999 人

与公司合作历史	2018 年 1 月公司开始与其集团内公司合作，目前持续合作中

(7) 华东医药股份有限公司

华东医药股份有限公司为华东区域知名医药行业分销商，公司主营业务涵盖医药批发、医药零售，是浙江省终端覆盖最全、业务规模最大的医药分销公司，位于浙江省医药分销市场第 1 名，与全球多家知名药企保持良好的合作关系，具备强大的医药分销能力与医药服务能力。

公司名称	华东医药股份有限公司
注册资本	175,399 万元
注册地址	浙江省杭州市延安路 468 号 1 号楼 1 号门 9、10 楼
成立时间	1993-03-31
经营范围	药品生产、批发、零售
股东	中国远大集团有限责任公司持股 41.77%、杭州华东医药集团有限公司持股 16.46%、剩余持股均在 5.00% 以下
核心管理人员	董事长、董事、总经理：吕梁
员工人数	800-899 人
与公司合作历史	2017 年 5 月公司开始与其集团内公司合作，目前持续合作中

(8) 深圳市海王生物工程股份有限公司

深圳市海王生物工程股份有限公司系海王集团的控股子公司，海王集团业务涵盖医药产品研发、制造、流通、零售、互联网、大健康的完整医药产业链，旗下拥有深圳、香港两家上市公司，拥有快速成长的医药物流体系海王银河及全国领先的医药零售连锁海王星辰，综合实力在中国医药产业位居前列。

公司名称	深圳市海王生物工程股份有限公司
注册资本	276,258 万元
注册地址	深圳市南山区科技中三路 1 号海王银河科技大厦 24 层
成立时间	1992-12-13
经营范围	生产经营生物化学原料、制品、试剂及其它相关制品
股东	深圳海王集团股份有限公司持股 44.22%，其余股东持股比例均低于 5.00%
核心管理人员	董事局主席、董事：张思民
员工人数	100-199 人

与公司合作历史	2017 年 1 月公司因拓展院外市场开始与其合作，目前持续合作中

(9) 湖南浩森制药有限公司

湖南浩森制药有限公司成立于 2012 年，自成立以来，公司每年 20% 的业务增长高速发展，目前拥有终端客户近 1,000 余家，营销网络遍布湖南省内外主流商业、长沙市和周边地区的医疗机构及药店，供应商以华润三九、西安杨森、亿腾药业等国内外知名医药厂商为主，近几年多次被供应商评为最佳经销商、优秀分销商，具备专业的医药分销能力。

公司名称	湖南浩森制药有限公司
注册资本	500 万元
注册地址	长沙市望城经济技术开发区腾飞路一段 39 号长沙亿达智造小镇 T3 栋
成立时间	2012-02-21
经营范围	药品研发、批发、零售
股东	上海奋硕企业管理合伙企业（有限合伙）持股 46.00%、上海首派企业管理合伙企业（有限合伙）持股 41.00%、上海跃仁企业管理合伙企业（有限合伙）持股 13.00%
核心管理人员	执行董事、经理、法定代表人：杜玮丽
员工人数	少于 50 人
与公司合作历史	2020 年 6 月公司因渠道开拓开始与其合作，2022 年度暂无合作

2. 公司及其控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用公司名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等

报告期内，公司实际控制人通过无锡中和控制的部分公司主要从事门诊业务，因此存在向公司经销商采购药品的情况。报告期内，上述公司向公司经销商采购药品的金额分别为 843.79 万元、2,135.17 万元及 3,095.39 万元，系从事门诊业务过程中向大型配送药品经销商（如华东医药股份有限公司、华润医药集团有限公司、国药控股股份有限公司等）的正常药品采购，主要为专科门诊相关的药品，包括生物制剂、免疫抑制剂、非甾体类抗炎药、植物类药等，其中采购公司

产品的金额分别为 0.38 万元、1.38 万元及 0.27 万元，金额较小。相关采购交易相关采购交易具备真实的交易背景及商业合理性，符合行业惯例，不存在异常。

除上述情况外，公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及其他关联方与经销商、经销商的终端客户均不存在关联关系或其他利益安排，不存在其他特殊关系或业务合作，不存在非经营性资金往来。

(三) 说明发行人主要客户构成情况及稳定性，包括不同类别、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；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主要经销商的情况及合理性

1. 公司主要客户构成情况及稳定性，包括不同类别、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

(1) 公司主要客户构成情况及稳定性，包括不同类别销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性

公司主要客户包括电商平台客户和经销商客户，客户构成较为稳定。

报告期内，公司电商平台客户销售收入分别为 6,600.48 万元、16,329.33 万元和 37,915.54 万元，销售占比分别为 17.34%、32.14%及 44.69%，毛利占比分别为 19.67%、32.24%和 45.72%，销售收入和毛利占比均保持了较大的增长趋势；公司经销商销售收入分别为 25,386.05 万元、32,229.45 万元和 43,733.66 万元，销售占比分别为 66.67%、63.44%及 51.55%，毛利占比分别为 71.47%、65.38%和 52.96%，销售收入呈上涨趋势，销售收入占比及毛利占比呈现下降趋势。上述销售收入及毛利占比变动的原因主要如下：

1) 报告期内，公司产品疗效确切、定价合理，产品知名度逐步提高，经营规模及业绩规模不断扩大，使得电商平台和经销商销售收入均呈不断上涨趋势；

2) 公司产品中包含较多 OTC 类药品，线上购买方便快捷，消费者线上消费习惯不断加强，此外公司不断加大电商平台销售渠道的投入力度，加强了与阿里健康、拼多多等电商平台的合作，大力扩展电商平台的销售，上述因素使得公司电商平台销售收入与毛利占比呈现快速上涨趋势，且上涨幅度高于经销商收入及毛利的上涨幅度，使得经销商的毛利占比呈不断下降趋势。

报告期内，公司不同类别的客户销售收入及毛利占比的具体情况如下：

单位：万元、%

类 别	销售收入	占主营业务 收入比	毛利	占主营业务 毛利比
2022 年度				
电商平台客户	37,915.54	44.69	28,243.29	45.72
经销商客户	43,733.65	51.55	32,716.41	52.96
其中：配送经销商	39,116.97	46.11	30,859.95	49.95
推广配送经销商	4,616.68	5.44	1,856.46	3.01
小 计	81,649.19	96.25	60,959.70	98.68
2021 年度				
电商平台客户	16,329.33	32.14	12,243.73	32.24
经销商客户	32,229.45	63.44	24,826.32	65.38
其中：配送经销商	30,012.36	59.08	24,089.13	63.44
推广配送经销商	2,217.09	4.36	737.19	1.94
小 计	48,558.78	95.58	37,070.05	97.62
2020 年度				
电商平台客户	6,600.48	17.34	5,407.77	19.67
经销商客户	25,386.04	66.68	19,643.46	71.47
其中：配送经销商	22,958.49	60.30	18,772.55	68.30
推广配送经销商	2,427.55	6.38	870.91	3.17
小 计	31,986.52	84.01	25,051.23	91.14

综上所述，报告期内公司的客户构成和经营业务相匹配，公司与主要的大型配送经销商合作较为稳定，收入及毛利金额稳步上升，客户构成具有稳定性，各类客户的销售收入及毛利占比变动具有合理性。

(2) 公司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，公司与各大医药商业公司建立了稳定合作关系，公司并未对经销商进行传统的分级管理，不论大小经销商，均系作为公司客户，根据合同或订单

进行购销。经销商构成总体较为稳定，业绩贡献较大的经销商数量及收入占比逐渐增多。具体如下：

从销售金额分层来看，报告期内公司的业绩主要由销售金额在 500 万以上的经销商贡献，报告期各期收入的占比分别为 55.89%、54.49%和 76.34%，毛利占比分别为 58.54%、55.59%和 75.32%。

公司 2022 年度销售金额大于 500 万的经销商数量由 2021 年度的 4 个增加至 14 个，对销售收入的贡献更为突出，毛利占比也产生了大幅增加，主要原因系：一是公司不断优化经销商体系，加强与大型医药商业公司的合作；二是公司逐步将规模较小的经销商从体系中剔除，将其切换为同区域内大型经销商，整体来看，经销商的数量呈现逐年减少的趋势。

报告期内，公司按销售金额对经销商进行了层级划分，具体情况如下：

单位：万元、%

销售金额	经销商数量	占比	经销收入	占比	毛利	占比
2022 年度						
大于 500 万元	14	3.53	33,386.34	76.34	24,640.64	75.32
100-500 万元	28	7.05	6,031.34	13.79	3,937.59	12.04
100 万元以下	355	89.42	4,315.98	9.87	4,138.18	12.65
小 计	397	100.00	43,733.66	100.00	32,716.41	100.00
2021 年度						
大于 500 万元	4	0.85	17,561.70	54.49	13,800.65	55.59
100-500 万元	41	8.70	9,691.68	30.07	7,119.62	28.68
100 万元以下	426	90.45	4,976.07	15.44	3,906.05	15.73
小 计	471	100.00	32,229.45	100.00	24,826.32	100.00
2020 年度						
大于 500 万元	6	1.17	14,189.26	55.89	11,500.05	58.54
100-500 万元	26	5.05	5,582.02	21.99	3,940.00	20.06
100 万元以下	483	93.79	5,614.77	22.12	4,203.41	21.40
小 计	515	100.00	25,386.05	100.00	19,643.46	100.00

综上所述，公司经销商客户构成整体较为稳定，随着公司客户结构的优化，

年度销售收入超过 500 万元的经销商数量、收入和毛利占比呈现上升趋势具有合理性。

2. 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

报告期内，公司经销商数量总体呈下降趋势。2021 年度，公司经销商减少 162 家，新增 118 家；2022 年度，公司经销商减少 168 家，新增 94 家。

2021 年度至 2022 年度，公司减少的经销商收入和毛利占上期比重逐期增加，主要原因系：一是公司将部分区域配送经销商切换为全国大型配送经销商；二是部分大型经销商基于业务整合原因，更换主体与公司发生交易，实际对于该类经销商业务并未大规模减少。

2021 年度至 2022 年度，公司新增的经销商收入和毛利占比重逐期减少，主要原因系：一是 2021 年新增经销商主要系部分大型经销商基于业务整合原因，更换主体与公司发生交易，公司对此类新增大型经销商形成的销售收入规模较大，使得 2021 年度新增的经销商收入和毛利占本期比重较高；二是 2022 年公司加强了针对线下连锁药店的市场拓展力度并新增了相应经销商，但由于连锁药店领域属于市场开拓初期，使得公司对此类新增的经销商形成的收入规模较小，导致 2022 年度新增的经销商收入和毛利占本期比重较低且同比有所下降。

2020 年度，公司经销商数量为 515 家。2021 年度和 2022 年度，公司经销商变动情况如下：

单位：万元、家、%

本期新增经销商情况							
期间	当期经销商数量	新增数量	占当期经销商数量比例	当期销售收入	占当期主营业务收入比例	当期毛利	占当期主营业务收入毛利比例
2022 年度	397	94	23.68	2,361.84	2.78	1,419.90	2.30
2021 年度	471	118	25.05	4,589.99	9.03	3,176.00	8.36
本期退出经销商情况							
期间	当期经销商数	退出数量	占上期经销商	上期销售收入	占上期主营业	上期毛利	占上期主营业毛

本期新增经销商情况							
期间	当期经销商数量	新增数量	占当期经销商数量比例	当期销售收入	占当期主营业务收入比例	当期毛利	占当期主营业务毛利比例
	量		数量比例		收入比例		利比例
2022 年度	397	168	35.67	3,661.25	7.21	2,776.70	7.31
2021 年度	471	162	31.46	1,634.89	4.29	1,110.43	4.04

综上，报告期内公司新增、退出经销商数量及新增、退出经销商销售收入及毛利占比变动主要系公司不同期间经营战略及行业变化综合所致，具有合理性。

3. 是否存在新设即成为主要经销商的情况及合理性

报告期内，公司主要经销商包括华润医药控股有限公司、广州白云山医药集团股份有限公司、国药控股股份有限公司等大型医药流通企业，主要经销商的成立时间均较早，与公司建立了良好稳定的合作关系，不存在新设即成为公司主要经销商的情况。

（四）说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，退换货率是否合理，是否存在经销商压货情形，是否实现最终产品销售；经销商回款方式、应收账款规模合理性

1. 说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配

报告期内，公司经销商采购频率整体较为均匀，平均采购频率通常为一个月1-2次，平均单次采购金额呈逐年上升趋势。报告期内，公司经销商采购频率及单次采购金额分布情况具体如下：

月 份	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购次数 (次)	单次采购金额 (万元)	采购次数 (次)	单次采购金额 (万元)	采购次数 (次)	单次采购金额 (万元)
1 月	1.64	11.19	1.55	8.51	1.16	7.56
2 月	1.64	9.38	1.34	7.97	1.25	4.80

月 份	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购次数 (次)	单次采购金额 (万元)	采购次数 (次)	单次采购金额 (万元)	采购次数 (次)	单次采购金额 (万元)
3 月	1.93	6.59	1.59	5.13	1.66	7.93
4 月	1.94	14.00	1.70	5.87	1.61	4.12
5 月	2.23	9.85	1.97	6.93	1.58	7.58
6 月	1.92	11.83	1.70	8.34	1.56	7.76
7 月	1.94	11.63	1.91	7.55	1.72	4.72
8 月	2.03	11.09	1.75	10.06	1.91	5.10
9 月	2.16	13.66	1.84	9.14	1.91	6.73
10 月	2.01	14.18	1.75	13.08	1.65	5.94
11 月	1.86	12.43	1.66	13.65	1.74	9.08
12 月	1.90	14.22	1.81	9.05	1.61	10.78
平均值	1.93	11.59	1.73	8.62	1.65	6.87

注 1：采购金额及订单数量对应期间以收货确认时点进行确定

注 2：平均单次采购金额=月度采购金额/月度订单数量

注 3：采购次数=经销商月度订单数量/经销商数量

由上表可见，报告期内，经销商平均采购频率通常为一个月 1-2 次，平均单次采购金额呈逐年上升趋势，主要系：一是报告期内公司逐步开拓市场，并且整合经销商，逐步切换全国大型经销商进行配送，其单次采购金额增多；二是公司 2020 年开始逐步发力电商平台销售，由于皮肤类 OTC 药物可以由用户自行购买，公司通过线上宣传带动线下销售，报告期内甲硝唑凝胶及联苯苄唑溶液线下经销收入增长明显，年均单次采购金额逐年增长。

公司经销商存货期后销售周期通常约为 15-45 天，与采购频率及单次采购量匹配。关于经销商销售周期的说明参见本问题回复之“（四）说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，退换货率是否合理，是否存在经销商压货情形，是否实现最终产品销售；经销商回款方式、应收账款规模合理性”之“2、经销商一般备货周期，经销商进销存、退换

货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，退换货率是否合理，是否存在经销商压货情形，是否实现最终产品销售”。

综上，公司经销商采购频率及单次采购量分布合理，与期后销售周期匹配。

2. 经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，退换货率是否合理，是否存在经销商压货情形，是否实现最终产品销售

报告期内，公司产品终端销售实现良好，经销商期末库存占全年采购额比例较低，经销商备货周期与经销商进销存情况相匹配，不存在经销商压货情形，亦不存在大额异常退换货的情况。具体如下：

(1) 经销商一般备货周期，经销商进销存情况

经销商通常备货周期为 15-45 天。公司获取了主要经销商的库存数据及进销存情况计算经销商备货周期，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度 /2022. 12. 31	2021 年度 /2021. 12. 31	2020 年度 /2020. 12. 31
提供库存数据经销商收入金额 A	32,305.36	22,818.07	15,473.17
经销收入金额 B	43,733.66	32,229.45	25,386.05
占经销收入总额比例 C=A/B	73.87%	70.80%	60.95%
获取的经销商期末存货金额 D	1,917.56	1,140.75	1,637.33
期末存货占当期经销商收入的比例 E=D/A	5.94%	5.00%	10.58%
存货周转天数（天）	17.46	21.45	35.43

注 1：存货周转天数=360/（营业成本/（期初期末存货平均余额）

报告期各期，公司主要经销商存货周转天数分别为 35.43 天、21.45 天和 17.46 天，得益于公司与经销商合作的进一步深化以及合作效率的提升，公司主要经销商周转天数呈现下降态势，周转速度加快。

报告期各期末，公司主要经销商的期末库存金额占当期经销商收入的比例分别为 10.58%、5.00%及 5.94%，期末库存较小，不存在异常。

(2) 退换货情况

报告期内，公司经销商退货情况如下：

单位：万元、%

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经销商收入	43,733.66	32,229.45	25,386.05
经销商退货金额	77.89	74.18	84.85
占 比	0.18	0.23	0.33

报告期各期，公司经销商退货金额占经销收入的比例分别为 0.33%、0.23%、和 0.18%，占比较低。

3. 经销商回款方式、应收账款规模合理性

公司经销商的回款方式以银行转账为主，存在少量票据结算情形，与医药行业结算惯例一致。

报告期内，公司主要经销商的回款方式具体如下：

序号	经销商名称	回款方式
1	华润医药控股有限公司	银行转账、票据
2	广州白云山医药集团股份有限公司	银行转账、票据
3	国药控股股份有限公司	银行转账
4	江苏金石医药有限公司	银行转账
5	温州市新光医药有限公司	银行转账
6	北京科园信海医药经营有限公司	银行转账
7	深圳市海王生物工程股份有限公司	银行转账
8	湖南浩森制药有限公司	银行转账、票据
9	华东医药股份有限公司	银行转账

报告期各期末，公司应收账款总体情况如下：

单位：万元

项 目	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
经销商应收账款余额	3,968.79	3,831.54	5,452.64
经销收入	43,733.66	32,229.45	25,386.05
经销商应收账款余额占经销收入比例	9.07%	11.89%	21.48%

报告期内，公司经销商应收账款余额分别为 5,452.64 万元、3,831.54 万元和 3,968.79 万元，占经销收入比例分别为 21.48%、11.89%和 9.07%，呈现下降趋势。

报告期各期末，公司应收账款账龄在 1 年以内的比例分别为 95.75%、99.16%、99.47%，账龄结构良好，应收账款无法回收风险较小。

综上，报告期内，公司经销商回款方式与医药行业结算惯例一致，具备合理性；公司应收账款占收入比持续下降且期末应收账款账龄大多为 1 年以内，应收账款规模合理。

（五）说明发行人经销商模式的相关内控制度（如有），包括但不限于对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、新增及退出管理方法、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）、退换货机制、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）、信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度建立及执行情况以及与经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况，说明相关内控制度设计的合理性及运行的有效性

报告期内，公司经销商管理内控制度设计及执行情况如下：

1. 经销商选取标准和批准程序

（1）经销商选取标准

1) 为有效控制商业风险，减少交易风险，各业务部门应充分了解和考虑客户的信用、财务状况等有关情况，选择资质合格、综合信用良好的商业客户进行合作，药品销售原则上尽量选择由主流经销商渠道配送。

2) 保证业务覆盖面需求。最大限度的保证销售终端覆盖和拓展的需要，尽量选择终端网络覆盖面广而全的经销商。

（2）经销商批准程序

各业务部门确定合作前需收集公司要求的客户相关资质材料，报各业务部门负责人审批，审批通过后报商务部审批，经质量部最终审核通过后，建立客户档案。客户档案需妥善保管，按时更新确保所有资料在有效期内，其中药品客户档案首营资料包括但不限于：

营业执照及年度报告、药品经营许可证（采购医疗器械产品需提供医疗器械经营许可证及二类备案凭证）、采购员学历证明、身份证，以上资料的复印件加盖鲜章；采购员法人授权委托书、质保协议、盖章原件；开票资料：需写明公司

名称、注册地址、电话号码、纳税人识别号、开户银行及账号。

2. 对不同类别经销商、多层级经销商管理制度

(1) 对不同类别经销商管理制度

对于不同类别经销商，公司在销售协议、合同订立前，指定专门人员就销售价格、信用政策、发货及收款方式等具体事项与客户进行谈判。

(2) 对不同层级经销商管理制度

公司对于经销商业模式进行扁平化管理，不设置经销商层级制度。

3. 终端销售管理

公司的经销模式分为配送经销模式和推广配送经销模式，其中以配送经销模式为主。配送经销模式的终端客户主要是公立医院、基层医疗卫生机构等公立医疗机构，以及药店、诊所及民营医院等非公立医疗机构。

在经销模式下，公司销售的产品均为买断式销售。公司通过市场推广活动传递公司药品的适应症、相关治疗方法和知识，了解药品上市后临床情况和市场竞争情况，维护和管理现有销售渠道同时扩展新的销售渠道，具体推广活动包括学术推广、渠道建设与维护、信息收集与市场调研等。

4. 新增及退出管理方法

(1) 新增管理方法

原则上，各省主流经销商数量控制在 2-4 家。特殊省份因特殊原因如确需增加，须单独报批。

(2) 退出管理办法

公司商务部对经销商回款结算质量、终端覆盖能力、经营合规性等方面进行定期综合评估，并结合业务层面需求给出意见，履行相应审批程序后决定是否停止与经销商合作。

5. 定价考核机制

公司对于不同的经销商采取不同的定价模式。对于配送经销商，定价模式主要为以各省市医院药品中标价格为参照依据结合商业配送费率谈判确定销售价格；对于推广配送经销商，定价模式为以终端零售价为参照依据，结合商业配送费率谈判确定销售价格。

6. 退换货机制

公司的销售退回必须经销售部门负责人、商务部部门负责人审批后方可执行。

销售退回的货物应由仓库清点、质管部验收后方可入库，财务部根据红字销售出库单及退货申请单进行账务处理。公司应对退货原因进行分析并明确相关部门、相关人员的责任。

7. 物流管理模式

公司发货部门根据销售订单所列的发货品种、规格、数量、发货地址等组织发货，并建立货物出库、发运等环节的岗位责任制，确保货物的安全发运。相关货物由物流公司直接运送至经销商仓库。

8. 信用及收款管理、结算机制、对账制度

(1) 信用及收款管理

客户的资信管理包括账期和资信额度，具体如下：

1) 现款商业客户无需授信，款到发货；

2) 账期：经销商客户原则上回款周期不得超过 90 天，当客户出现超期欠款时应暂停给该客户供货，如有特殊情况需由商务总监特批后方能安排发货；

3) 每年或每半年对客户资信情况进行评估，对不适用的客户资信进行调整，重新审批。

(2) 结算机制

公司销售收款结算方式要求公对公付款，不得收取现金。原则上应均采用电汇，如遇特殊情况需收取承兑汇票，需向商务总监及财务总监特殊申请，获批后方可接收并且只接收财务部指定银行的银行承兑汇票。

(3) 对账制度

公司定期与往来客户通过函证等方式，核对应收账款、预收账款等往来款项。核对工作应指定专人负责，一般在半年度末、年度末进行。如有不符，应查明原因，及时处理，核对记录应存档备查。

9. 库存管理机制

公司定期抽查、核对与经销商客户之间的销售业务记录、销售收款会计记录、商品出库记录和库存商品实物记录等；同时，还应定期对库存商品进行盘点。

10. 信息管理系统设计与执行情况

公司通过用友 ERP 系统对公司销售业务进行管理，覆盖订单录入、存货管理、产品出货、收入确认、销售回款、发票开具等相关流程。

综上，公司经销商模式内控制度建立健全且得到有效执行。

(六) 说明是否存在客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情形，如是，请结合具体业务背景说明原因及合理性，交易价格是否公允，相关会计处理是否合规

1. 客户与供应商重叠情况

(1) 客户与原料药及成品供应商重叠情况

报告期内，公司客户与原料药及成品供应商重叠的具体情况如下：

单位：万元、%

序号	名称	主要交易内容	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			金额	占销售收入/采购总额比例	金额	占销售收入/采购总额比例	金额	占销售收入/采购总额比例
1	广州白云山医药集团股份有限公司	产 品 销 售、推 广 服务	10,012.73	11.64	10,257.89	20.07	10,379.13	26.73
		原 材 料、成品采购	7,641.22	30.75	3,790.50	34.01	3,165.20	40.65
2	重庆多普泰制药股份有限公司	代加工服务	35.40	0.04	15.19	0.03		
		能源采购	50.86	0.20	43.06	0.39	1.87	0.02
3	博瑞生物医药（苏州）股份有限公司	技术服务	1.16	0.00	15.83	0.03	7.76	0.02
		成品采购			2.23	0.02		
4	江苏中和泰药品有限公司	产品销售	108.85	0.13				
		原 材 料 采 购	44.25	0.18				
合 计		销售业务	10,158.14	11.81	10,288.91	20.13	10,386.89	26.75
		采购业务	7,736.33	31.13	3,835.79	34.41	3,167.07	40.68

注：上述客户与供应商重叠以集团口径进行统计

报告期内，公司客户与原料药及成品供应商重叠的具体业务背景、原因及合理性如下：

1) 广州白云山医药集团股份有限公司

① 销售业务

广州白云山医药集团股份有限公司是行业内知名医药公司，其子公司广州医药股份有限公司系公司主要经销商，公司对其进行药品销售业务；同时，公司为其子公司陈李济药厂提供昆仙胶囊的推广服务。

② 采购业务

公司向其子公司广州白云山汉方现代药业有限公司采购原材料联苯苄唑，向其子公司陈李济药厂采购昆仙胶囊成品。

2) 重庆多普泰制药股份有限公司

① 销售业务

重庆多普泰制药股份有限公司存在将部分八珍袋泡茶、川芎茶等中药茶饮产品委托公司子公司重庆药研院进行代加工的情形。

② 采购业务

公司子公司重庆药研院的办公场地系向重庆多普泰制药股份有限公司租赁，因此重庆药研院的水、电、天然气等能源存在向重庆多普泰制药股份有限公司采购的情形。

报告期各期，公司与重庆多普泰制药股份有限公司相关购销业务金额及占比均较小，对公司日常生产经营影响较小。

3) 博瑞生物医药（苏州）股份有限公司

① 销售业务

报告期内，由于公司拥有成熟的药品检测技术和体系，因此博瑞生物医药（苏州）股份有限公司存在向公司采购吡美莫司乳膏液滴粒径、流变学和体外释放检测技术服务的情形。

② 采购业务

报告期内，由于公司存在吡美莫司乳膏的研发业务，因此 2021 年度存在向博瑞生物医药（苏州）股份有限公司购买少量吡美莫司乳膏产成品用以参数对比的情形。

报告期各期，公司与博瑞生物医药（苏州）股份有限公司相关购销业务金额及占比均较小，对公司日常生产经营影响较小。

4) 江苏中和泰药品有限公司

江苏中和泰药品有限公司为原料药甲氨蝶呤的主要供应商，报告期内，公司

因生产甲氨蝶呤片存在向其采购原料药甲氨蝶呤的情形；同时江苏中和泰药品有限公司自身也生产并销售甲氨蝶呤片，受其产能不足的影响，存在其向公司采购甲氨蝶呤片的情形。

报告期各期，公司与江苏中和泰药品有限公司相关购销业务金额及占比均较小，对公司日常生产经营影响较小。

(2) 客户与推广服务供应商重叠情况

1) 客户与线上电商平台推广服务供应商重叠情况

报告期内，公司客户与线上电商平台推广服务供应商重叠的主要原因系公司在向阿里健康等电商平台进行销售产品的同时，也基于产品推广需求请其为公司提供推广服务包括大促活动、首页展示、搜索推荐等电商平台的推广活动，而非学术推广服务，此类重叠情形具有商业合理性。

报告期内，上述重叠的具体情况如下：

单位：万元、%

序号	名称	主要交易内容	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			金额	占销售收入/推广服务总额比例	金额	占销售收入/推广服务总额比例	金额	占销售收入/推广服务总额比例
1	阿里健康大药房医药连锁有限公司注	产品销售收入	24,616.06	28.61	11,749.12	22.99	4,894.10	12.60
		推广服务采购	2,709.97	10.41	844.39	6.10	501.10	4.39
2	莲藕健康药业（广州）有限公司	产品销售收入	6,994.63	8.13	1,182.76	2.31		
		推广服务采购	272.35	1.05	9.41	0.07		
3	广州市振康医药有限公司	产品销售收入	5,532.78	6.43	3,013.39	5.90	1,354.24	3.49
		推广服务采购	2.11	0.01		0.00	30.29	0.27
4	广东康爱多数字健康科技有限公司	产品销售收入			284.23	0.56	346.26	0.89
		推广服务采购			60.40	0.44	210.26	1.84

合 计	产 品 销 售收入	37,143.47	43.17	15,945.27	31.20	6,248.34	16.09
	推 广 服 务采购	2,984.43	11.47	853.80	6.17	531.39	4.66

注：阿里健康大药房医药连锁有限公司以集团合并口径进行统计

上述电商平台客户与供应商重叠的销售和采购业务均系独立交易事项，公司均单独进行会计核算和会计处理，确认相关收入与成本，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

2) 客户与线下推广服务供应商重叠情况

报告期内，公司存在客户与线下推广服务供应商重叠的情况，重叠原因主要系部分推广配送经销商同时承担药品配送及推广服务职能，公司销售给其产品的同时，其亦为公司提供市场推广的相关活动；其次有部分推广服务供应商，在提供推广服务的同时，亦会购买少量公司产品进行推广活动所用。上述重叠情形具有商业合理性。

单位：万元、%

序号	名称	主要交易内容	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
			金额	占销售收入/推广服务总额比例	金额	占销售收入/推广服务总额比例	金额	占销售收入/推广服务总额比例
1	江苏金石医药有限公司	产 品 销 售收入	2,175.93	2.53	438.07	0.86		
		推 广 服 务采购	102.31	0.39	28.01	0.20		
2	广州海洋之星医药科技有限公司	产 品 销 售收入	5.04	0.01	1.01	0.00		
		推 广 服 务采购	76.67	0.29	18.71	0.14	2.40	0.02
3	广东帝豪药业有限公司	产 品 销 售收入					19.31	0.05
		推 广 服 务采购					72.63	0.64
4	江苏海邦医药有限	产 品 销 售收入	188.81	0.22	176.09	0.34	238.59	0.61

	责任公司	推广服务采购					37.74	0.33
5	北京德开医药科技有限公司	产品销售收入			311.16	0.61	41.97	0.11
		推广服务采购			46.47	0.34	1.54	0.01
6	江苏康龙医药有限公司	产品销售收入	73.81	0.09	63.66	0.12	46.19	0.12
		推广服务采购	10.70	0.04	10.70	0.08	14.00	0.12
7	贵州博大医药有限公司	产品销售收入	173.37	0.20	192.49	0.38		
		推广服务采购	34.09	0.13				
8	杭州天天好医药有限公司	产品销售收入			140.39	0.27	1.72	0.00
		推广服务采购	14.31	0.05	7.39	0.05		
9	成都拜欧药业股份有限公司	产品销售收入			11.47	0.02	137.70	0.35
		推广服务采购					14.20	0.12
合 计		产品销售收入	2,616.96	3.04	1,334.34	2.61	485.48	1.25
		推广服务采购	238.08	0.91	111.28	0.80	142.51	1.25

注：上述统计按照报告期内产品销售收入和推广服务采购金额均大于 5 万元列示

上述客户与供应商重叠的销售和采购业务均系独立交易事项，公司均单独进行会计核算和会计处理，确认相关收入与成本，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

综上，公司客户与供应商重叠的情形均系在正常生产经营过程中的业务需要，相关交易符合公司实际情况，相关交易均具有真实的交易背景和商业合理性。公司客户与供应商重叠的销售和采购业务均系独立交易事项，单独进行会计核算和会计处理并确认相关收入与成本，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。相关交易定价公允。

(3) 客户与竞争对手重叠的情形

报告期内，公司存在向竞争对手销售产品的情形，竞争对手出于自身经营需要要从公司采购相关产品，相关产品均非公司主要销售产品，市场销量较小，具有

商业合理性。

报告期内，公司客户与竞争对手重叠的具体情况如下：

单位：万元、%

序号	竞争对手名称	销售产品	主要竞争产品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
				销售金额	占销售收入比例	销售金额	占销售收入比例	销售金额	占销售收入比例
1	国药控股鑫烨（湖北）有限公司	阿昔洛韦凝胶	阿昔洛韦凝胶	237.61	0.28	148.08	0.29	184.54	0.48
2	南京中大药业有限公司	甲硝唑氯己定洗剂	甲硝唑氯己定洗剂	173.62	0.20	159.01	0.31	174.77	0.45
		复方酮康唑发用洗剂	复方酮康唑发用洗剂	248.89	0.29	182.00	0.36	148.20	0.38
3	艾来茵生物技术（上海）有限公司	复方酮康唑发用洗剂	复方酮康唑发用洗剂	183.61	0.21			377.04	0.97
合 计				843.73	0.98	489.09	0.96	884.55	2.28

由上表可见，报告期内，公司销售给竞争对手产品金额合计为 884.55 万元、489.09 万元及 843.73 万元，占公司销售收入的比例分别为 2.28%、0.96% 及 0.98%，相关销售金额及占比较小，对公司经营业绩未造成较大影响。

公司销售给竞争对手的产品定价原则与销往非竞争对手原则保持一致，交易定价公允，相关会计处理符合《企业会计准则》规定。

（七）说明报告期内现金交易的金额及占比，结合业务背景说明必要性与合理性，是否与行业惯例相符，交易对方是否为发行人的关联方

报告期内，公司不存在现金交易的情形。

（八）说明前五大客户集中度与同行业可比公司的差异合理性，发行人与主要客户是否签订长期协议，与相关客户合作是否具有可持续性；结合阿里健康

大药房医药连锁有限公司最近 2 年均为发行人第一大客户的特点,说明发行人对其是否存在重大依赖, 是否存在其他利益安排

1. 说明前五大客户集中度与同行业可比公司的差异合理性

报告期各期,公司与同行业可比公司前五大客户集中度的对比情况如下所示:

可比公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度
华邦健康	20.73%	18.25%	16.98%
兴齐眼药	19.45%	18.90%	19.10%
佐力药业	50.57%	50.98%	36.92%
平均值	30.25%	29.38%	24.33%
公司(客户按同一控制口径合并统计)	67.63%	68.72%	63.74%

报告期内,公司前五大客户的集中度整体高于同行业可比公司,主要原因如下:

(1) 随着医药电商领域的快速发展,公司加大了医药电商领域的投入力度,加强了与知名医药电商企业阿里健康大药房医药连锁有限公司、莲藕健康药业(广州)有限公司、广州市振康医药有限公司等公司的合作,使其在报告期内进入公司前五大客户,报告期各期公司对阿里健康大药房医药连锁有限公司收入占比分别为 12.60%、22.99%以及 28.61%,拉升了整体的客户集中度;

(2) 公司在产品销售过程中重视采购量大、合作良好、具有长期合作价值的知名企业客户,报告期内,公司与大型知名医药企业华润医药控股有限公司、广州白云山医药集团股份有限公司等公司合作关系不断加深,合作的稳定性不断加强,其向公司采购相关药品的金额持续增加,由此导致公司对其销售占比较高。

综上所述,公司前五大客户集中度高于同行业可比公司具有合理性。

2. 公司与主要客户是否签订长期协议,与相关客户合作是否具有可持续性

公司与主要客户未签订长期协议,但均签订有年度框架协议或年度的药品购销合同,公司与主要客户之间的交易主要系通过框架协议、购销合同或订单的形式开展。

报告期内,公司对前五大客户的销售金额分别为 24,754.90 万元、35,123.19 万元和 58,183.56 万元,保持了较高的增长趋势,公司与主要客户的业务具备可持续性,主要原因系:一是公司主要客户均系大型医疗流通企业和知名医药电商

客户，公司与其建立的合作年限较长，保持了良好稳定的合作关系，合作黏性较强；二是公司产品通过电商平台销售以及线下经销的销售模式较为稳定，随着公司生产经营规模的不断扩大，双方合作关系会不断加深；三是公司主要销售的药品均在相关产品的市场拥有较高的市场占有率，品牌知名度较高，终端客户满意度及认可度较高，有力保障了公司业绩规模的增长，带动公司与主要电商平台客户及经销商客户的业务持续性。

3. 结合阿里健康大药房医药连锁有限公司最近 2 年均为公司第一大客户的特点，说明公司对其是否存在重大依赖，是否存在其他利益安排

近年来，医药电商产业处于快速发展期，消费者在线购买医药产品的习惯逐步加深，公司主要皮肤类用药包括联苯苄唑溶液、甲硝唑凝胶等产品均为 OTC 类药品以及公司壬二酸系列功效性护肤品等产品，用户通过线上购买方便快捷，公司综合考虑电商平台兴起、消费者购买习惯转变以及公司产品特点等因素，加大了电商平台的产品宣传及投入力度，加强了与阿里健康大药房医药连锁有限公司等知名医药电商平台的合作，随着公司电商平台的销售收入呈现大幅增长趋势，使得阿里健康大药房医药连锁有限公司成为了公司第一大客户。

公司对电商平台客户阿里健康大药房医药连锁有限公司不存在重大依赖性，主要原因如下：

(1) 公司的销售渠道除电商平台外，包括经销、直销等多种销售渠道，报告期内公司经销模式的销售收入占比分别为 66.67%、63.44%及 51.55%，经销模式仍为公司主要的销售渠道。

(2) 公司合作的电商平台除阿里之外，还包括京东、拼多多等。2021 年度、2022 年度，公司对阿里健康大药房医药连锁有限公司销售收入分别为 11,749.12 万元及 24,616.06 万元，占公司电商平台销售收入的比例分别为 71.95%及 64.92%，占比呈下降趋势，公司多元化的电商平台发展战略使得公司对单一电商平台不存在重大依赖。

(3) 2021 年度、2022 年度，公司对于阿里健康大药房医药连锁有限公司销售收入占公司营业收入的比例分别为 22.99%及 28.61%，根据《发行类第 5 号》相关规定，公司来自单一大客户主营业务收入或毛利贡献占比超过 50%以上的，表明公司对该单一大客户存在重大依赖，公司对阿里健康大药房医药连锁有限公

司上述占比尚未达到 50%，不属于相关法规规定的存在重大依赖的情形。

综上，公司对阿里健康大药房医药连锁有限公司不存在重大依赖。

报告期内，公司与阿里健康大药房医药连锁有限公司的合作具备合理商业安排，相关合作合法合规，相关交易真实公允，公司与阿里健康大药房医药连锁有限公司除正常的经营资金往来之外，不存在其他资金往来，不存在其他利益安排。

综上所述，阿里健康大药房医药连锁有限公司近 2 年成为公司第一大客户具有合理性，公司对其不存在重大依赖，不存在其他利益安排。

（九）说明电商平台销售收入快速增长的主要原因，收入在各主要电商平台的分布情况，发行人与不同电商平台的合作模式是否存在较大差异；说明莲藕健康药业（广州）有限公司、广州市振康医药有限公司等电商平台的行业地位、知名度、销售规模及资信实力，发行人对电商平台销售的真实性及稳定性；电商平台采购规模、采购频率是否存在异常，是否存在压货的情形

1. 说明电商平台销售收入快速增长的主要原因，收入在各主要电商平台的分布情况，公司与不同电商平台的合作模式是否存在较大差异

（1）电商平台销售收入快速增长的主要原因

报告期内，公司电商平台销售收入快速增长的主要原因：

第一，外部因素，医药电商行业快速发展，公司顺势而为，抓住医药电商发展契机；同时，政策支持推动医药零售线上化发展，促进公司电商平台销售收入快速增长；

第二，内部因素，公司产品适宜线上销售，消费者在线购买习惯较强；同时，公司加大电商品牌推广力度、与主流电商平台深度合作，促进公司电商平台销售收入快速增长。

具体分析如下：

1) 外部因素

① 医药电商行业快速发展，公司顺势而为，抓住医药电商发展契机

近年来，医药电商产业正处于快速发展期，医药电商平台不同于传统药店模式，其特点在于不受限于地理位置和库存容量，可以通过快捷的物流系统和合理的仓储管理将药物送达更广泛的地区，医药电商平台凭借其在信息展示与传播、获取便捷等方面的天然优势，直接建立与客户之间的联系，了解客户需求并提供更适合他们的服务，已经快速成为医药领域营销重要渠道。

根据亿欧智库数据，2018 年度我国医药电商市场规模为 47.0 亿元，2025 年度预计我国医药电商市场规模将上升至 257.1 亿元，期间复合增长率达 27.48%，增长速度较快。随着阿里健康、京东大药房等医药电商平台的快速崛起，打通了以 OTC 类药品为主的线上销售渠道，医药电商产业整体呈现出蓬勃发展的趋势，公司抓住行业发展契机，加大电商平台合作，对应的销售收入快速增长。

② 政策支持推动医药零售线上化发展，促进公司电商平台销售收入快速增长

以“健康中国 2030”为代表的，关于药物流通渠道、处方信息联通、第三方药物配送等痛点的多个文件的出台，促进了“互联网+医疗健康”快速发展，提高了电商平台药物的可及性，政策加持下医药零售出现线上化的发展趋势，有力促进了公司电商平台销售收入快速增长。

2) 内部因素

① OTC 类皮肤用药及功效性护肤品适宜线上销售，消费者在线购买习惯较强，促进公司电商平台销售收入快速增长

公司皮肤类用药包括联苯苄唑溶液、甲硝唑凝胶等产品均为 OTC 类药品，皮肤外用药物因为疾病特点与患者购买行为特点使之更适合进行线上销售，报告期内，公司皮肤类药品的线上销售收入分别为 6,522.33 万元、11,051.28 万元及 22,035.35 万元，保持了较高的增长趋势。

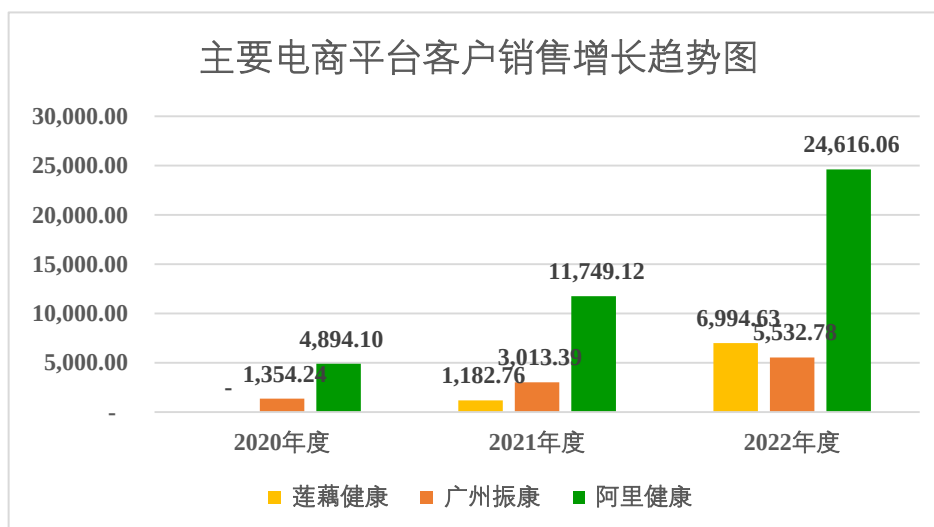
此外，2021 年度公司推出了包括壬二酸系列在内的功效性护肤品上市销售，功效性护肤品由于用户通过线上购买方便快捷，在线销售平台提供了便捷的重复购买选项，消费者在线消费习惯较强。2021 年度和 2022 年度，公司功效性护肤品的线上销售收入分别为 4,688.06 万元及 11,015.21 万元，保持了较高增长趋势。

② 加大电商品牌推广力度、与主流电商平台深度合作，促进公司电商平台销售收入快速增长

2019 年以来，公司针对适合电商平台销售的多个皮肤领域产品，基于新的消费者需求和行为，打造出创新的“电商+线下”多渠道销售模式，充分利用互联网高效性和巨大用户流量，与主流电商平台建立深入合作，加大了电商平台的投入力度。

报告期内，公司对主要电商客户的销售增长趋势如下图所示：

单位：万元



报告期内，公司在对阿里健康大药房医药连锁有限公司及广州市振康医药有限公司销售收入保持较高增长趋势，合作关系不断加深的同时，积极拓展包括莲藕健康药业（广州）有限公司等在内新电商平台客户，公司对其的电商销售也不断保持增长趋势，进一步有力促进了公司电商平台销售收入快速增长。

综上所述，公司借助医药电商的行业发展趋势、政策支持等外部优势、结合公司产品特点以及用户消费习惯等情况，加大了电商平台的投入力度，制定了电商平台发展战略，使得公司电商平台销售收入实现了快速增长，具有合理性。

(2) 收入在各主要电商平台的分布情况

报告期内，公司对电商平台客户的销售情况如下：

单位：万元、%

客户名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
阿里健康大药房医药连锁有限公司	24,616.06	64.92	11,749.12	71.95	4,894.10	74.15
广州市振康医药有限公司	5,532.78	14.59	3,013.39	18.45	1,354.24	20.52
莲藕健康药业（广州）有限公司	6,994.63	18.45	1,182.76	7.24		
北京九州通医药有限公司	475.49	1.25	6.02	0.04		
广州奕然贸易有限公司	176.43	0.47				

京东医药（北京）有限公司	101.21	0.27	87.86	0.54		
上海娜米电子商务有限公司	16.13	0.04				
广东融泰药业股份有限公司	2.82	0.01				
广东康爱多数字健康科技有限公司			284.23	1.74	346.26	5.25
广东圆心药业有限公司			5.96	0.04	5.87	0.09
合 计	37,915.54	100.00	16,329.33	100.00	6,600.48	100.00

如上表所示，报告期内，公司主要电商平台客户包括阿里健康大药房医药连锁有限公司、广州市振康医药有限公司以及莲藕健康药业（广州）有限公司，三者合计占公司电商平台销售收入的比例分别为 94.66%、97.65%以及 97.96%，总体保持稳定趋势。其中阿里健康大药房医药连锁有限公司线上销售平台为阿里自营店铺，广州市振康医药有限公司、莲藕健康药业（广州）有限公司的线上销售平台包括京东、拼多多等。

报告期内，公司电商平台销售收入在各主要电商平台的分布情况如下：

单位：万元、%

电商平台名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
阿里系（淘宝平台、天猫平台）	24,616.06	64.92	11,749.12	71.95	4,894.10	74.15
京东	9,058.70	23.89	2,933.14	17.96	1,078.12	16.33
拼多多	4,212.83	11.11	1,359.08	8.32	281.99	4.27
其他	27.96	0.07	287.98	1.76	346.26	5.25
合 计	37,915.54	100.00	16,329.33	100.00	6,600.48	100.00

由上表可知，报告期内，公司产品销售的主要电商平台为阿里系平台，报告期各期销售收入占比分别为 74.15%、71.95%及 64.92%，呈逐步下降趋势，主要系公司拓展了多平台销售的电商客户所致。

(3) 公司与不同电商平台的合作模式是否存在较大差异

报告期内，公司与主要电商平台的合作模式如下：

电商平台名称	模式介绍	主要推广方式	交易性质	结算方式
阿里系(淘宝平台、天猫平台)	公司销售给电商平台客户，电商平台客户通过阿里系电商平台进行线上销售	各电商平台负责公司产品的宣传推广工作，公司与各电商平台依据关键词点击搜索次数等相关推广指标结算推广服务费用	买断式销售：公司销售给电商平台客户 直销：公司通过自营店铺向终端客户直接销售	电商平台客户均采用电汇方式按照信用期约定进行结算
京东平台	公司销售给电商平台客户，电商平台客户通过京东平台进行线上销售； 公司通过京东自营店铺向终端客户进行直接销售			
拼多多平台	公司销售给电商平台客户，由电商平台客户通过拼多多平台进行线上销售； 公司通过拼多多自营店铺向终端客户进行直接销售			

由上表可知，公司与不同电商平台的合作模式不存在较大差异。

2. 说明莲藕健康药业（广州）有限公司、广州市振康医药有限公司等电商平台的行业地位、知名度、销售规模及资信实力，公司对电商平台销售的真实性及稳定性

(1) 莲藕健康药业（广州）有限公司行业地位、知名度、销售规模及资信实力

莲藕健康药业(广州)有限公司成立于 2000 年,注册资本 4,000.00 万元,其母公司为广东莲藕健康科技有限公司,系民营企业;专注于医药行业,旗下涵盖莲藕营销、莲藕推广、莲藕 MCN、莲藕医生、莲藕科技五大业务板块,以数字技术为手段,营销、推广、渠道管控、专业服务一体化,为医药品牌提供线上全域一站式营销服务,公司合作已超过 20 家线上主流互联网平台、100 家药企及 10 万家药店,系行业内知名的医药数字化营销服务提供商。

莲藕健康药业(广州)有限公司主要负责其母公司旗下的莲藕营销及莲藕推广两大业务板块,其中莲藕营销主要为医药品牌提供全网各渠道 TP 代运营服务,通过数字化营销提升品牌销量,莲藕推广主要为医药品牌提供站内全链条、全渠道、全品类线上营销推广服务,赋能品牌全域营销资源整合与效率提升,莲藕营销及莲藕推广业务板块均已合作超过 100 家医药品牌,覆盖天猫、京东、拼多多等全域的电商平台。根据莲藕健康药业(广州)有限公司的确认证,其 2022 年度医药领域销售额已超过 10 亿元,拥有较大的销售规模和较强资信实力,公司与其合作情况良好。

(2) 广州市振康医药有限公司行业地位、知名度、销售规模及资信实力

广州市振康医药有限公司成立于 2005 年，注册资本 15,000.00 万元，是行业内知名的医药公司，其集团广东阿康健康科技集团有限公司最早于 2010 年进入医药电商行业领域，目前已构建了具备医药电商数字化全链条的团队，其自营平台包括阿里自营、京东自营、美团、百度健康等，在天猫、京东、拼多多等电商平台分别设有旗舰店，根据广州市振康医药有限公司确认函，2022 年度其电商平台销售额已超过 10 亿元，拥有较大的销售规模和较强资信实力，公司与其合作情况良好。

(3) 公司对电商平台销售的真实性及稳定性

公司对电商平台销售具备真实性，主要体现在以下几方面：

1) 公司制定了规范的内部控制制度，对电商平台销售的各个环节进行了严格控制，拥有完善的电商平台销售审批流程，销售环节的原始资料包括合同、订单、发票、发货单、客户签收记录、收款回单等均经过了恰当的审批和复核并规范保存；

2) 报告期内，公司大力拓展电商平台销售渠道，积极开拓电商平台客户，使得公司电商平台销售收入呈现不断上涨趋势，符合医药电商行业的发展趋势、公司产品的经营特点以及公司的业务发展模式；

3) 报告期内，公司电商平台客户包括阿里健康大药房医药连锁有限公司、广州市振康医药有限公司以及莲藕健康药业（广州）有限公司，线上销售平台包括阿里系、京东平台、拼多多平台等，公司的电商平台客户及线上销售平台均具有较为突出的行业地位，规模较大、知名度较高、资信情况良好，与公司之间的交易均真实公允，具备商业实质。

4) 报告期内，我们对电商平台客户实施了实地走访、细节测试、函证等核查程序，相关核查结果未见异常。

由上可知，公司对电商平台销售具备真实性。

报告期内，公司与主要电商平台客户均建立了良好稳定的合作关系，公司对电商平台的整体销售规模较大，且呈不断扩大趋势，公司对电商平台销售具备稳定性。

综上所述，公司对电商平台销售具备真实性及稳定性。

3. 电商平台采购规模、采购频率是否存在异常，是否存在压货的情形

报告期内，公司主要电商平台客户的采购规模和采购频率变动趋势较为匹配，不存在异常，具体如下：

单位：万元、次

电商平台客户	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购规模	采购次数	采购规模	采购次数	采购规模	采购次数
阿里健康大药房医药连锁有限公司	24,616.06	3,737	11,749.12	1,810	4,894.10	480
广州市振康医药有限公司	5,532.78	253	3,013.39	295	1354.24	130
莲藕健康药业（广州）有限公司	6,994.63	537	1182.76	85		
合 计	37,143.47	4,527	15,945.27	2,190	6,248.34	610

注：报告期各期，公司对上述电商平台客户销售收入占公司电商平台销售总收入的比例分别为 94.66%、97.65%以及 97.96%

报告期内，上述电商平台向公司的采购规模分别为 6,248.34 万元、15,945.27 万元与 37,143.47 万元，采购次数分别为 610 次、2,190 次和 4,527 次，两者变动趋势一致，未见异常。

报告期内，阿里健康大药房医药连锁有限公司采购次数较高主要系其全国自营仓库数量众多，公司为满足其全国各地自营仓库各个品类、各个规格采购需求导致其采购次数较多。报告期内，各电商平台客户均根据其实际销售及库存情况进行合理采购，采购频率均较高，库存较少。

通过对公司主要电商平台客户走访了解，公司主要电商平台客户的销售和回款正常，各期末库存处于正常范围内，不存在期末压货的情形。

（十）核查程序和核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下主要程序：

（1）查阅“两票制”等行业相关政策，访谈公司财务总监，了解两票制对公司销售情况的影响，分析存在少量推广配送经销商的合理性；获取公司收入明细表，分析推广配送经销商销售产品的特点、金额及占比情况；

（2）访谈公司相关部门负责人，通过企查查等网站查询主要经销商客户的基

本信息，走访公司主要经销商，了解主要经销商与公司合作历史，终端客户构成，核查主要经销商及经销商的终端客户与公司及其控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员是否存在关联关系，是否存在其他特殊关系或业务合作及是否存在非经营性资金往来等；

(3) 获取公司的收入明细表，分析经销商的构成情况、经销商新增及退出的变动情况，统计报告期内经销商向公司采购次数、采购频率及单次采购量信息，分析其合理性；

(4) 获取主要经销商进销存、退换货明细、应收账款回款统计表，复核经销商期末库存金额占比，测算经销商备货周期，分析经销商一般备货周期是否与经销商进销存情况相匹配、分析经销商应收账款规模的合理性；

(5) 获取公司制定的与经销商管理相关的内控制度，查看其中关于经销商的各类管理程序，了解经销商模式的定价机制、物流管理、退换货机制等关键控制点的设计情况，对经销商管理相关的内控制度进行内控测试；

(6) 获取公司的收入明细表、成本明细表、推广费用明细表，分析客户与供应商、客户与竞争对手的重叠情况及其交易价格的公允性、会计处理的合规性；；

(7) 查阅库存现金日记账、收入明细账、采购明细账，核查是否存在现金交易；

(8) 获取公司的收入明细表，查阅可比公司公开文件，分析前五大客户的集中度差异；取得公司与主要客户签订的合同；核查公司与阿里健康大药房连锁有限公司的合作情况，分析公司是否对其存在重大依赖以及其他利益安排；

(9) 获取公司收入明细表，分析收入在各电商平台的分布情况、变动趋势、构成情况、采购规模及频率等情况；访谈公司财务总监，了解主要电商平台的相关信息，核查公司与各电商平台的合作模式是否存在差异，电商平台是否存在压货的情形。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司产品受“两票制”政策影响较小，存在通过少量推广配送经销商具有合理性，推广配送经销商所销售的产品无明显特点，实现的销售收入较小，对公司经营业绩的影响较小；

(2) 报告期内，公司的前五大经销商均为成立时间较早、规模较大、行业内知名医药公司；公司与部分无锡中和控制的从事门诊业务的公司存在关联关系，公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及其他关联方与其余经销商、经销商的终端客户均不存在关联关系或其他利益安排，不存在其他特殊关系或业务合作，不存在非经营性资金往来；

(3) 报告期内，公司客户主要由电商平台客户和经销商客户构成，具有稳定性，公司不同类别销售收入及毛利占比发生变动主要系经营规模扩大以及电商平台涨幅较大导致，具有合理性；销售收入及毛利占比发生变动、新增、退出经销商数量、销售收入及毛利占比发生变动主要系公司优化经销商体系、经销商业务整合等因素导致，具有合理性；报告期内，不存在新设即成为公司主要经销商的情况；

(4) 报告期内，公司经销商采购频率及单次采购量分布合理，与期后销售周期匹配；公司经销商总体存货周转天数处于合理范围内；报告期内，公司产品终端销售实现良好，经销商期末库存占全年采购额比例较低，经销商备货周期与经销商进销存情况相匹配，不存在经销商压货情形，亦不存在大额异常退换货的情况；报告期内公司主要经销商的回款方式以银行转账为主，存在少量票据结算的情况，不存在现金回款的情况，亦不存在第三方回款的情况，公司对经销商的应收账款余额占经销收入的比例逐年下降，应收账款规模合理，不存在重大异常；

(5) 报告期内，公司经销商模式的相关内控制度建立健全且被有效执行；

(6) 报告期内，公司存在客户与供应商重合、客户与竞争对手重合的情形，相关重合具有商业合理性，交易价格公允，相关会计处理合规；

(7) 报告期内，公司不存在现金销售和现金采购的情形，不存在通过现金与客户或供应商进行交易的情况；

(8) 报告期内，公司前五大客户集中度高于同行业可比公司具有合理性；公司与主要客户未签订长期协议，但基于前期良好的合作以及公司产品较高的市场认可度，公司与主要客户的业务具备可持续性；阿里健康大药房医药连锁有限公司近2年成为公司第一大客户具有合理性，公司对其不存在重大依赖，不存在其他利益安排；

(9) 报告期内，公司结合医药电商的行业发展趋势、政策支持、公司产品特

点以及用户消费习惯等情况，加大了电商平台的投入力度，制定了电商平台发展战略，使得公司电商平台销售收入实现了快速增长，具有合理性；莲藕健康药业（广州）有限公司、广州市振康医药有限公司具有较高的行业地位和知名度、其销售规模较大，资信实力较强；报告期内公司对电商平台销售具备真实性及稳定性；报告期内电商平台采购规模、采购频率不存在异常，亦不存在压货的情形。

（十一）说明针对经销商核查计划制定情况及样本选取标准、选取方法及选取过程，不同类别的核查数量、金额及占比等，并说明核查中如何针对发行人行业属性和特点，可比公司情况，发行人商业模式，经销商分层级管理方式，财务核算基础，信息管理系统，发行人产品结构、经销商结构、终端销售结构及其特点等情况完善核查计划

我们针对经销商制定和完善核查计划的具体情况如下：

考虑因素	公司具体情况	完善核查计划的内容
样本选取标准	公司经销商数量较多，区域较为分散	根据重要性水平及交易金额和往来款项余额的大小，筛选经销收入金额重大或往来款项余额重大的经销商客户，并随机抽取剩余经销商客户实施函证、实地走访程序
行业属性和特点	公司药品销售主要通过医药商业公司最终销售至各终端	审阅医药行业研究报告，对比同行业可比公司经营模式，访谈公司高级管理人员等
可比公司情况	选取具有相似业务的上市公司作为同行业可比上市公司	结合同行业上市公司华邦健康、兴齐眼药和佐力药业的经销状况进行对比分析
商业模式	公司主要采用经销模式销售，报告期内公司电商渠道收入逐渐增加	对于经销商除常规的核查手段外，对终端客户执行了穿透核查程序：包括选取终端客户进行访谈、获取经销商期末库存等
经销商分层级管理方式	公司对经销商进行扁平化管理，不存在经销商层级设置	不适用
财务核算基础	公司已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务管理制度	了解公司与经销收入确认相关内控制度的制定及执行情况；随机选取样本，穿透核查相关控制程序的执行情况
信息系统管理	公司通过用友 ERP 系统针对经销商客户进行管理	了解公司与客户管理相关内控制度的制定及执行情况；随机选取样本，穿透核查相关控制程序的执行情况
产品结构	公司主要产品为皮肤类产品和肾病类产品	对前十大经销商要求提供期末库存情况；对不属于前十大

考虑因素	公司具体情况	完善核查计划的内容
		经销商随机抽样要求提供期末库存情况和进销存
经销商结构	公司报告期内经销商结构为：大型配送经销商为主，推广配送经销商为辅	核查对象选取有代表性的大型经销商，对小型经销商随机抽样挑选
终端销售结构及特点	公司终端客户以公立医疗机构、诊所、药店等	选取终端客户进行走访，获取主要经销商的期末库存情况，选取经销商终端进行穿行测试，核查经销商销售的真实性及终端销售实现情况

(十二) 说明针对经销商所采取的核查程序、核查方法、核查比例、核查证据及核查结论，包括但不限于内部控制测试、实地走访、分析性复核、函证、抽查监盘、资金流水核查等方法；如未采取前述核查方法的，请充分说明原因及采取的替代程序

1. 内部控制测试

了解和评价公司与经销商相关的内控制度，针对公司主要经销商的销售收入进行穿行测试，抽查销售订单、出库单、发货单、签收单、发票、收款凭证及相关会计凭证，了解、测试并评价相关内控制度的合理性和执行的有效性。

2. 实地走访

了解经销商与公司合作情况，包括但不限于合作历史、合作流程、费用承担原则、是否存在补贴或返利、退换货情况、是否存在第三方收付款、主要终端客户、市场区域、库存周期及期末库存情况、是否存在过积压、滞销等情况，并取得被访谈人的名片、身份证等身份证明，以及经销商营业执照复印件等。报告期内，走访经销商销售金额占各期经销收入比例如下：

单位：万元，%

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经销收入金额	43,733.66	32,229.45	25,386.05
走访覆盖金额	33,368.72	22,858.90	16,548.56
占 比	76.30	70.93	65.19

报告期各期，我们走访客户的经销收入的覆盖比例分别为 65.19%、70.93% 及 76.30%，走访比例较高，未见异常。

3. 分析性复核

(1) 我们通过公司主要经销商客户的变动情况、经销商新增、退出及存续情

况，分析公司与主要经销商之间合作关系是否稳定；

(2) 我们通过交易金额变动的合理性以及与应收账款的匹配情况，分析公司是否放宽经销商客户的信用期；

(3) 我们分析经销商客户的分布情况，在不同产品、不同区域、不同经销商类型下，分析经销收入及经销毛利率变动的合理性。

4. 函证

我们对报告期内公司的主要经销商执行了函证程序，具体情况如下：

单位：万元，%

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经销收入金额	43,733.66	32,229.45	25,386.05
回函确认金额	35,745.76	23,991.89	17,045.27
占 比	81.74	74.44	67.14

报告期内，我们通过函证可确认经销收入金额的比例分别为 67.14%、74.44% 及 81.74%，确认比例较高，未见异常。

5. 抽查监盘

公司经销模式下均为买断式销售，由经销商自行承担存货管理的风险，且主要经销商期末库存占当年销售额的比重较低，报告期内不存在大额经销商退换货情形，因此我们未采取监盘检查程序。

我们对主要经销客户及主要终端客户进行了走访，并获取了主要经销商的进销存数据，核实了主要经销商期末库存情况，并与公司销售情况进行核对，主要经销商期末库存金额较小，不存在异常。具体核查情况及比例参见本问题回复之“六、（四）2（1）经销商一般备货周期，经销商进销存情况”。

6. 终端客户走访

我们对报告期内公司经销商的主要终端客户进行了走访，具体情况如下：

单位：万元，%

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经销收入金额	43,733.66	32,229.45	25,386.05
走访终端客户的经销收入金额	28,851.67	21,795.32	16,074.85
占 比	65.97	67.63	63.32

报告期内,我们走访终端客户的经销收入金额覆盖比例分别为63.32%、67.63%及65.97%,终端走访的覆盖比例较高,未见异常。

7. 资金流水核查

我们获取公司、公司实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员、其他关键人员和核心人员的银行流水进行了详细核查,相关资金流水不存在异常,具体核查详情参见本回复之“十九、关于资金流水核查”。

(十三) 对经销商最终销售的真实性发表明确意见

我们针对经销商执行了内部控制测试、实地走访、分析性复核、函证、终端客户走访、资金流水核查等核查程序,经核查,我们认为,公司经销商最终销售具有真实性。

(十四) 严格按照《发行类第5号》的要求对经销模式予以充分核查,并依规出具专项说明

我们已严格按照《发行类第5号》的要求对经销模式予以了充分核查,并出具了《关于江苏知原药业股份有限公司经销商模式的专项说明》。

(十五) 说明发行人日常经营活动是否高度依赖信息系统,如是,严格按照《发行类第5号》的要求开展信息系统专项核查,并出具专项说明

公司日常经营活动不属于高度依赖信息系统的情形,具体说明如下:

1. 报告期各期,公司通过互联网直接销售产生的收入金额分别为0.00万元、407.25万元以及2,323.59万元,占公司主营业务收入的比例分别为0.00%、0.80%以及2.74%,收入金额及占比较小,不存在对信息系统高度依赖的情形;

2. 报告期内,公司通过电商平台销售的模式均为公司将产品销售给电商平台的客户,主要包括阿里健康大药房医药连锁有限公司、广州市振康医药有限公司以及莲藕健康药业(广州)有限公司等客户,相关销售均为买断式销售,公司未直接通过互联网开展销售业务,公司对于电商平台客户和传统经销模式客户在相关业务洽谈、订单获取、合同签订、发货、开票、收款等销售流程方面均一致,因此公司对于电商平台销售不存在高度依赖信息系统的情形;

3. 公司销售活动所涉及的订单、收款、发货及签收等具体环节不依赖互联网系统,公司收入确认、成本费用核算等财务核算不依赖互联网系统,互联网系统不会对公司收入确认、成本费用核算等方面的准确性产生影响。

综上所述，公司日常经营活动不属于高度依赖信息系统的情形，故不适用信息系统专项核查要求。

七、关于营业成本

申报材料显示：（1）报告期各期，发行人主营业务成本分别为 10,589.31 万元、12,829.14 万元及 23,055.66 万元，主要由直接材料、外购产品成本、直接人工等构成。（2）报告期内，发行人推广服务费成本分别为 3,562.61 万元、1,071.57 万元和 397.08 万元。请发行人：（1）结合产品特点，说明主营业务成本构成的合理性，与同行业可比公司的差异及原因，直接材料成本占比逐年升高的原因。（2）说明制造费用的具体构成、占比及分摊方式，制造费用中折旧与发行人生产设备的匹配关系；报告期内生产人员人数、人均工资、人均产量变动情况及原因，人工的投入产出及变动是否存在异常；运费成本与产品销售之间的匹配性。（3）说明推广服务成本的具体构成及变动合理性，推广服务成本与推广服务收入的匹配性，并分析报告期内昆仙胶囊推广成本波动的原因及合理性。（4）说明报告期内其他业务成本的具体内容、金额及占比、与其他业务收入的匹配性，并分析报告期内其他业务成本金额波动的原因及合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 15）

（一）结合产品特点，说明主营业务成本构成的合理性，与同行业可比公司的差异及原因，直接材料成本占比逐年升高的原因

1. 公司主营业务成本构成的合理性，直接材料成本占比逐年升高的原因
报告期各期，公司主营业务成本构成明细如下：

单位：万元、%

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	10,193.33	44.21	4,736.14	36.92	3,015.23	28.47
外购产品成本	8,705.83	37.76	4,630.08	36.09	2,470.32	23.33
推广服务费成本	397.08	1.72	1,071.57	8.35	3,562.61	33.64
制造费用	1,683.33	7.30	1,242.58	9.69	668.47	6.31
直接人工	1,548.18	6.71	877.57	6.84	704.64	6.65

运费成本	527.91	2.29	271.20	2.11	168.03	1.59
合 计	23,055.66	100.00	12,829.14	100.00	10,589.31	100.00

公司主营业务成本主要由直接材料、外购产品成本及逐年下降的推广服务费成本构成，其他成本占比较低；其中，公司直接材料占比逐年升高主要系生产产量扩大、产品结构变化及推广服务成本大幅下降所致。具体如下：

（1）直接材料成本

报告期内，公司主营业务成本中直接材料成本分别为 3,015.23 万元、4,736.14 万元及 10,193.33 万元，占主营业务成本比例分别为 28.47%、36.92% 及 44.21%。报告期内，公司直接材料成本金额及占比保持上升趋势，主要原因分析如下：

1) 公司收入规模不断扩大，生产产量随之增加，导致直接材料成本金额不断上升；

2) 公司产品结构变化导致的直接材料成本占比逐年升高。报告期内公司溶液剂产品联苯苄唑溶液的年产量连续增长，其主要材料联苯苄唑成本较高，导致直接材料成本占比逐年上升。

3) 推广服务成本占比大幅下降，间接导致直接材料成本占比逐年上升。

报告期内，公司直接材料成本金额及占比保持上升趋势具有合理性，与收入规模变动趋势保持一致。

（2）外购产品成本

报告期内，公司外购产品成本分别为 2,470.32 万元、4,630.08 万元及 8,705.83 万元，占主营业务成本比例分别为 23.33%、36.09%及 37.76%。金额和占比呈上升趋势，主要原因系公司外购产品销售规模持续增长，导致外购产品采购总额上升。

公司外购产品成本主要系向陈李济药厂购买的昆仙胶囊以及采购的功效性护肤品。公司功效性护肤品采取了行业通行的委托生产模式，由公司直接向受托生产单位进行采购，2021 年开始功效性护肤品陆续上市销售，随着公司功效性护肤品收入持续增加，公司外购产品成本占比从 2021 年开始快速上升。

（3）推广服务费成本

报告期内，公司推广服务费成本分别为 3,562.61 万元、1,071.57 万元及

397.08 万元，占主营业务成本比例分别为 33.64%、8.35%及 1.72%。公司市场推广服务成本与各期推广服务收入相关。报告期内公司推广服务费成本金额及占比均呈现下降趋势，一方面系 2020 年 8 月优立通正式纳入集采范围，渠道拓展方法发生改变，不再需要公司进行市场推广，因此从 2021 年开始，公司不再产生优立通推广相关成本；另一方面，报告期内，随着昆仙胶囊推广效果显现，市场对其认可度较高，故公司减少了相关推广活动。

(4) 其他成本

报告期内，公司直接人工、制造费用、运费成本占比相对较小，未发生较大变化，金额上升与收入规模变动趋势保持一致。

综上所述，公司主营业务成本构成就变化符合公司生产经营模式，具有合理性。

2. 主营业务成本与同行业可比公司的差异及原因

公司主要业务成本与同行业可比公司主营业务成本构成基本一致，具体如下：

单位：万元

佐力药业	2022 年 1-3 月		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	3,575.97	61.00%	10,157.28	58.20%	8,784.28	59.21%
直接人工	1,127.15	19.23%	3,381.23	19.37%	2,644.28	17.82%
制造费用	1,159.33	19.78%	3,913.46	22.42%	3,408.17	22.97%
合 计	5,862.45	100.00%	17,451.97	100.00%	14,836.73	100.00%
兴齐眼药	2022 年度		2021 年 1-7 月		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	未披露	未披露	9,714.71	86.47%	8,647.29	78.61%
直接人工	未披露	未披露	598.05	5.32%	900.98	8.19%
制造费用	未披露	未披露	922.32	8.21%	1,451.94	13.20%
合 计	未披露	未披露	11,235.08	100.00%	11,000.21	100.00%
公 司	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	10,193.33	75.93%	4,736.14	69.08%	3,015.23	68.71%

直接人工	1,548.18	11.53%	877.57	12.80%	704.64	16.06%
制造费用	1,683.33	12.54%	1,242.58	18.12%	668.47	15.23%
合 计	13,424.84	100.00%	6,856.29	100.00%	4,388.34	100.00%

注 1：可比公司华邦健康 2020 年度、2021 年度及 2022 年度报告中未披露主营业务成本中构成情况

注 2：佐力药业年度报告中，未披露主营业务成本中料工费构成情况，相关数据摘录自问询函回复中披露的主要产品—乌灵系列产品的料工费情况

注 3：兴齐眼药年度报告中，未披露主营业务成本中料工费构成情况，相关数据摘录自深圳交易所关注函回复

注 4：公司数据统计为自产产品中料工费的构成情况

从上表可以看出，同行业可比公司主营业务成本中直接材料均占比较高，为主要构成项目，与公司成本构成基本一致。

佐力药业乌灵系列产品占其营业收入的比重超过 50%，其中材料成本占乌灵系列产品成本的 60%左右，料工费比例与公司自产产品结构相近。

兴齐眼药直接材料比重在 75%以上，高于公司直接材料占比，主要原因系：一是眼科药物产品直接作用于人体较为敏感的眼部，因此包装材料对无菌性、密封性等要求较高，包装材料成本较高，二是其主要原材料去纤维蛋白小牛血价格涨幅较快，对直接材料占比影响较大。上述因素使得兴齐眼药的直接材料占比高于公司，具有合理性。

综上，公司主营业务成本主要由直接材料及外购产品成本构成，公司自产产品的料工费构成与同行业可比公司直接材料占比较高的成本构成基本保持一致。

（二）说明制造费用的具体构成、占比及分摊方式，制造费用中折旧与发行人生产设备的匹配关系；报告期内生产人员人数、人均工资、人均产量变动情况及原因，人工的投入产出及变动是否存在异常；运费成本与产品销售之间的匹配性

1. 制造费用的具体构成、占比及分摊方式说明

报告期内，公司制造费用的具体构成及占比情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
动力费	434.29	25.80%	233.36	18.78%	160.19	23.96%
折旧	332.08	19.73%	299.58	24.11%	221.93	33.20%
摊销	52.69	3.13%	15.68	1.26%	15.32	2.29%
租赁	149.12	8.86%	130.07	10.47%	7.08	1.06%
物料耗用	215.79	12.82%	123.17	9.91%	92.39	13.82%
其他	499.37	29.66%	440.72	35.47%	171.55	25.67%
合 计	1,683.33	100.00%	1,242.58	100.00%	668.47	100.00%

报告期内，公司制造费用主要包括动力费、折旧、摊销、租赁、物料耗用，上述构成合计占制造费用比例分别为 74.33%、64.53%、70.34%，占比较高。

公司制造费用的分摊方式如下：公司每月将车间实际发生的动力费、折旧、摊销、租赁、物料耗用等费用支出在制造费用科目进行归集，根据不同产品标准生产工时占比进行分摊。

2. 制造费用中折旧与公司生产设备的匹配关系

报告期内，公司制造费用中折旧金额与公司生产设备的匹配情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
制造费用折旧金额（A）	332.08	299.58	221.93
实际用于生产的设备原值（B）	4,827.18	1,969.10	1,894.06
制造费用折旧金额占生产设备原值的比重（C=A/B）	6.88%	15.21%	11.72%

报告期内，公司制造费用的折旧金额分别为 221.93 万元、299.58 万元、332.08 万元，生产用专用设备的原值分别为 1,894.06 万元、1,969.10 万元、4,827.18 万元，制造费用中折旧费用发生额逐年增加，与生产设备的原值增加趋势一致。

报告期内，制造费用中折旧费用占生产设备原值比例分别为 11.72%、15.21%、6.88%，变动幅度较大，主要原因系：

(1) 2020 年折旧占比低于 2021 年度，主要系 2020 年 11 月底收购重庆药研

院致使 2020 年底的生产设备原值增加,折旧金额未发生较大变动。模拟剔除 2020 年重庆药研院公司期末生产设备原值影响后,制造费用折旧金额占生产设备原值的比例为 15.19%,与 2021 年度的占比接近,不存在较大差异。

(2) 2022 年度,公司制造费用中折旧费用占比低于 2021 年度,主要系 2022 年度公司车间改扩建采购相关生产设备 2,776.89 万元,又因设备采购时间为下半年,折旧计提时间较短,使得公司当期生产设备原值增长幅度大于折旧计提增长幅度,导致相关占比有所下降。

综上,报告期内,公司制造费用中折旧金额与公司生产设备金额呈现匹配关系。

3. 报告期内生产人员人数、人均工资、人均产量变动情况及原因,人工的投入产出及变动是否存在异常

公司目前拥有无锡总部及重庆药研院两处生产基地,报告期内,公司生产人员人数、人均工资、人均产出情况如下表所示:

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
生产人员人数(人)	165.00	141.00	85.00
其中:无锡工厂人数	114.00	96.00	85.00
重庆工厂人数	51.00	45.00	
生产人员工资(万元)	1,548.18	877.57	704.64
人均工资(万元)	10.12	7.77	8.34
产量			
其中:溶液剂(吨)	1,461.00	739.20	559.30
激素膏剂(万支)	772.00	470.50	893.00
普通膏剂(万支)	1,840.00	1,240.00	1,347.50
片剂(万片)	4,031.48	2,938.21	
人均产出			
其中:溶液剂(吨)	13.91	8.17	6.62
激素膏剂(万支)	7.35	5.20	10.57
普通膏剂(万支)	17.52	13.70	15.95
片剂(万片)	83.99	82.77	

注 1:生产人员人数系直接从事生产活动的人数;上表披露数据为期末时点人数

注 2：人均工资=当期工资总额/期初期末平均人数；人均产出=当期产量/期初期末平均人数

注 3：无锡工厂主要从事溶液剂、激素膏剂及普通膏剂生产；重庆工厂主要从事片剂生产

注 4：为提高生产效率，降低生产成本，公司无锡工厂不同产品生产线采取共用人员的生产模式，各种剂型之间产能相互影响。上表中溶液剂、激素膏剂、普通膏剂的人均产出中的生产人员人数采用无锡工厂总生产人数测算

（1）生产人员人数变化分析

报告期内，公司生产人员人数分别为 85 人、141 人、165 人，主要系随着公司经营规模的扩大，产品生产规模增加，生产人员的人数也随之增加。

（2）生产人员人均工资变化分析

报告期内，公司生产人员的人均工资分别为 8.34 万元/人、7.77 万元/人、10.12 万元/人。公司的生产人员主要采用“基本工资+加班补贴”的形式结算薪酬。

公司 2021 年生产人员人均工资较 2020 下降主要系 2021 年度新增重庆工厂，重庆工厂人均工资较低拉低了整体人均工资水平。

公司 2022 年生产人员人均工资上涨主要原因系 2022 年公司生产规模大幅增加，各类产品产量大幅增长，生产人员加班补贴较多所致。

（3）生产人员人均产量变化分析

报告期内，公司溶液剂的人均产量呈上升趋势，主要系公司溶液剂的产量不断上升，规模效应致使人均产量不断增加。报告期内，公司片剂的人均产量保持稳定，未发生较大变化。

报告期内，公司激素膏剂和普通膏剂产线的人均产量呈先降后升趋势，主要原因系：

1) 2021 年度，激素膏剂产品和普通膏剂产品销量略有下降，导致激素膏剂产品和普通膏剂产品的产量略有下降，从而导致人均产量略有下降；

2) 2022 年度，激素膏剂和普通膏剂产线的人均产量在 2022 年上升，主要系当年公司相关产品销量增加、生产规模扩大、规模效率提升等因素综合导致。

综上所述，报告期内，公司生产人员人数、人均工资、人均产量变动具有合

理性，公司人工的投入产出及变动与公司经营情况相匹配，不存在异常。

4. 运费成本与产品销售之间的匹配性

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
运费成本	527.91	271.20	168.03
产品销售收入	84,235.83	49,164.98	32,223.30
运费占销售收入比例	0.63%	0.55%	0.52%

报告期内，公司运费成本随着产品销售收入的增长逐年增加；公司运费占销售收入的比重分别为 0.52%、0.55%、0.63%，呈现小幅增加趋势，主要系公司客户结构、销售渠道覆盖范围以及产品结构变动所致。整体来看，公司运费与产品销售具有匹配性。

(三) 说明推广服务成本的具体构成及变动合理性，推广服务成本与推广服务收入的匹配性，并分析报告期内昆仙胶囊推广成本波动的原因及合理性

1. 推广服务成本的具体构成及变动合理性，与推广服务收入的匹配性

公司根据其向生产厂商提供的市场推广服务确认收入，主要包括市场信息搜集、销售规划、产品定位、学术会议组织、患者信息反馈等服务，促进产品在终端市场的销售。公司在市场推广服务中起着决策性引领性的作用，并有效开展重要推广活动。

报告期内，公司服务推广成本的具体构成如下表所示：

单位：万元，%

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
市场推广费	201.42	50.73	572.24	53.40	1,511.11	42.42
职工薪酬	181.11	45.61	427.25	39.87	1,634.41	45.88
差旅费	5.00	1.26	32.77	3.06	216.64	6.08
业务招待费	6.60	1.66	24.92	2.33	121.27	3.40
办公费	2.82	0.71	12.95	1.21	20.66	0.58
其他	0.14	0.04	1.45	0.14	58.52	1.64
合 计	397.08	100.00	1,071.57	100.00	3,562.61	100.00

报告期内，公司推广服务成本呈现下降趋势主要系：（1）是 2020 年度优立通正式纳入集采范围，渠道拓展方法发生改变，不再需要公司进行市场推广，因此 2020 年之后推广服务成本大幅下降；（2）随着昆仙胶囊推广效果显现，市场对昆仙胶囊认可度较高，患者及医生对昆仙胶囊的了解已较为充分，故 2022 年度相关推广活动减少。

报告期内，公司推广业务收入成本如下表所示：

单位：万元

产 品	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
优立通					4,627.91	2,734.86
昆仙	596.87	397.08	1,638.25	1,071.57	1,223.74	827.75
小 计	596.87	397.08	1,638.25	1,071.57	5,851.65	3,562.61

如上表所示，公司推广服务成本随着推广服务收入变动趋势一致，具有匹配性。

综上所述，报告期内公司推广服务成本的构成及变动具有合理性，推广服务成本与推广服务收入具有匹配性。

2. 昆仙胶囊推广成本波动的原因及合理性

报告期内，昆仙胶囊推广业务收入、成本及毛利率情况如下表：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	596.87	1,638.25	1,223.74
营业成本	397.08	1,071.57	827.75
毛利	199.79	566.68	395.99
毛利率	33.47%	34.59%	32.36%

2021 年度，公司昆仙胶囊推广业务成本上升主要系为提升患者及医生对产品的了解，提高产品知名度，公司加大了相关推广活动，2022 年推广业务成本下降主要系随着昆仙胶囊推广效果显现，市场对昆仙胶囊认可度较高，患者及医生对产品的了解已较为充分，故 2022 年度相关推广活动减少。

总体来看，报告期内，公司昆仙胶囊推广业务收入与成本匹配，推广业务的

毛利率保持平稳，昆仙胶囊推广成本的波动具有合理性。

(四) 说明报告期内其他业务成本的具体内容、金额及占比、与其他业务收入的匹配性，并分析报告期内其他业务成本金额波动的原因及合理性

1. 报告期内其他业务成本的具体内容、金额和占比

报告期内，其他业务成本的具体内容、金额及占比如下表所示：

单位：万元，%

项 目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
技术转让					226.92	52.27
技术服务	576.93	82.15	205.14	91.71	201.74	46.47
技术使用	38.27	5.45				
受托加工	87.10	12.40	18.53	8.28		
其他			0.01	0.01	5.48	1.26
合 计	702.30	100.00	223.68	100.00	434.13	100.00

报告期内，其他业务成本主要为技术转让及技术服务，合计占其他业务成本的比例分别为 98.74%、91.71%及 82.15%。

2. 其他业务成本与其他业务收入的匹配性，其他业务成本金额波动的原因及合理性

报告期内，公司其他业务按照业务内容如下表所示：

单位：万元

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
技术转让					400.00	226.92
技术服务	1,053.57	576.93	288.87	205.14	349.26	201.74
技术使用	62.91	38.27				
受托加工	76.90	87.10	15.11	18.53		
其他	5.74		3.82	0.01	10.88	5.48
合 计	1,199.11	702.30	307.80	223.68	760.14	434.13

(1) 技术转让

2020 年度公司产生技术转让收入 400.00 万元，技术转让收入系公司向广州

白云山汉方现代药业有限公司转让 CP25 专利及相关技术,转让价格 400.00 万元,其成本为转让无形资产的账面价值 226.92 万元,相关收入与成本具有匹配性。

(2) 技术服务

报告期内,公司产生技术服务收入分别为 349.26 万元、288.87 万元及 1053.57 万元,技术服务收入主要包括上市后药品课题研究服务及受托研发生产(CDMO)业务收入,分别说明如下:

1) 上市后药品课题研究服务

报告期内,上市后药品课题研究服务收入成本情况如下表所示:

单位:万元

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
昆 仙 相 关 课题研究	633.96	322.25	82.08	88.71	273.58	157.80
小 计	633.96	322.25	82.08	88.71	273.58	157.80

报告期内,公司上市药品课题研究收入分别为 273.58 万元、82.08 万元及 633.96 万元,主要系公司提供的昆仙胶囊相关课题的研究服务收入。

上市后药品课题研究收入属于在某一时点履行义务,根据合同约定一次性交付技术服务成果,并经客户确认后确认收入。公司按照相应的上市后课题研究项目设置辅助账,分别归集相应的人工费用、向委托机构搜集相关实验数据费用等支出。2021 年度上市后药品课题研究服务毛利率较低,主要原因系向上海瀛科隆医药开发有限公司支付了较多数据搜集费用所致。

整体来看,公司上市后药品课题研究相关收入与成本具有匹配性。

2) 受托研发生产业务

报告期内,受托研发生产业务收入、成本情况如下表所示:

单位:万元

项 目	客 户	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		收入	成本	收入	成本	收入	成本
ALK013 凝胶委托 生产项目	江 苏 艾 立 康 药 业 股 份 有 限 公 司	0.87	0.87			50.61	18.87

酮康唑受托研发项目	艾来茵生物技术(上海)有限公司	2.99	2.99	155.61	74.83		
米诺地尔技术开发项目	深圳市朗博生物医药股份有限公司	197.76	107.18	17.95	17.95		
米诺地尔委托生产项目	北京阳光诺和药物研究有限公司/北京诺博特生物科技有限公司	37.27	37.27				
米诺地尔委托生产项目	北京阳光诺和药物研究有限公司/广东培杰药物有限公司	32.84	32.84				
利丙双卡因乳膏药品委托生产项目	北京漢顏空间医药有限公司	42.47	42.47	9.23	9.23		
其他项目		105.40	31.06	24.01	14.41	25.06	25.06
小 计		419.61	254.68	206.80	116.42	75.67	43.93

受托研发生产业务属于在某一时段内履行的义务，公司按照产出法确认收入。完成受托研发生产合同约定的阶段服务任务，提交阶段研究成果并经过客户验收后确认收入。对于履约进度不能合理确定的，已经发生成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

公司在受托研发生产项目立项后，按照项目分别设置辅助明细，归集各个项目的职工薪酬、物料投入、折旧摊销及其他归集成本。

2020 年度及 2021 年度主要项目系受江苏艾立康药业股份有限公司委托研发生产“ALK013 凝胶委托生产项目”，2020 年度及 2021 年度分别完成一批对应产品的委托生产，确认营业收入及营业成本。2022 年度主要项目系深圳市朗博生物医药股份有限公司委托研发生产“米诺地尔技术开发项目”，该项目本期完成工艺验证，当期确认对应的营业收入及营业成本，相关收入与成本具有匹配性。

(3) 技术使用

2022 年度，公司产生技术使用收入 62.91 万元，金额较小。公司技术使用业务系作为吗替麦考酚酯胶囊的投资人，根据研发项目实现的利润获取分成收益，成本为无形资产—吗替麦考酚酯胶囊批件在预计受益期间的摊销。相关收入与成本具有匹配性。

(4) 受托加工

2021 年度和 2022 年度，公司产生受托加工收入分别为 15.11 万元、76.90 万元，金额较小。受托加工收入系公司子公司重庆药研院为重庆多普泰制药股份有限公司提供代加工八珍袋泡茶等产品的加工收入，主要成本包括职工薪酬、折旧摊销、制造费用及其他归集成本，相关收入与成本具有匹配性。

(5) 其他

报告期各期，公司其他业务收入中其他收入金额分别为 10.88 万元、3.82 万元及 5.74 万元，金额较小，主要系处理废料收入及零星材料销售收入。

综上所述，公司其他业务成本与其他业务收入具有匹配性，2021 年度其他业务成本下降主要系 2020 年度产生了一次性的技术转让收入，其对应成本金额较大；2022 年其他业务成本上升主要系公发生了较多的上市后药品课题研究服务成本及受托研成本所致，报告期内其他业务成本金额波动具有合理性。

(五) 核查程序及核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

(1) 访谈公司生产部门负责人，了解公司产品及主要生产工序；访谈公司财务部门相关人员，了解公司成本核算方法，并评价与公司生产特点的匹配程度；结合自产产品的销量产量情况、委外生产产品的采购销售情况，以及原材料的采购价格变动情况，分析公司直接材料成本占比逐年升高的原因；

(2) 获取同行业可比公司主营业务成本构成的数据，分析公司主营业务成本构成与同行业可比公司之间的差异及原因；

(3) 获取公司制造费用明细表，了解其明细科目设置的合理性，分析各项明细费用的性质及变动原因，核查制造费用中动力费、折旧与摊销、租赁、物料耗用等主要明细项目的准确性及完整性；

(4) 获取公司的生产设备清单，对各年生产设备的折旧进行重新测算，检查设备折旧金额与公司入账金额是否一致；复核报告期各期末，公司生产设备原值与成本中折旧费用的匹配关系及原因；

(5) 获取公司员工花名册及薪酬明细表，分析生产人员、人均工资、人均产量、以及人工投入产出的变动情况及原因；

(6) 访谈公司商务部门和财务部门的相关负责人，了解公司与客户约定的运输费用承担方式；获取公司运输费用明细表，检查相关结算单据，核查运费的真实性；获取收入成本表，分析客户结构变化情况与运费成本之间的关系；

(7) 访谈公司相关负责人，了解公司推广服务活动的内部控制流程；获取公司市场推广收入成本数据，分析收入成本之间的匹配关系；了解公司对优立通及昆仙胶囊的市场推广活动情况，分析昆仙胶囊的市场推广收入和成本之间的匹配性；

(8) 访谈公司财务部门及相关业务部门负责人，了解其他业务成本的内容，获取其他业务成本明细表，按照其他业务收入的具体明细分别分析与之对应的其他业务成本的合理性和匹配性。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 公司主营业务成本的构成符合公司生产经营模式，具有合理性，公司直接材料成本占比逐年升高主要系生产产量扩大、产品结构变化及推广服务成本大幅下降所致；公司主营业务成本构成与同行业可比公司直接材料占比较高的成本构成基本保持一致；

(2) 公司制造费用主要由动力费、折旧与摊销、物料耗用、租赁构成，占制造费用的比例总体较为稳定；制造费用中折旧费与公司的生产设备相匹配；报告期内，公司的生产人员人数、人均工资与人均产出存在波动，主要与公司各期的产量相关，人均投入产出及变动具有合理性，不存在异常，运费成本与产品销售之间具有匹配性；

(3) 市场推广服务成本主要由委托第三方推广商直接推广成本以及职工薪酬等间接成本构成，推广业务成本与推广业务收入匹配，变动具有合理性；昆仙胶囊的市场推广成本波动主要系公司依据昆仙胶囊推广效果，市场对昆仙胶囊认

可度以及患者及医生对昆仙胶囊了解等方面开展市场推广活动增减所致，具有合理性；

(4) 报告期内，公司其他业务成本主要由技术转让收入及技术服务收入构成，与其他业务收入具有匹配性，2021 年度其他业务成本下降主要系 2020 年度产生了一次性的技术转让收入；2022 年其他业务成本上升主要系公发生了较多的上市后药品课题研究服务成本及受托研成本所致，报告期内其他业务成本金额波动具有合理性。

八、关于采购及供应商

申报材料显示：(1) 报告期内，发行人采购金额分别为 9,297.28 万元、11,718.76 万元、25,050.35 万元，发行人采购主要包括原料药、辅料、委托生产产品及包装材料等，还涉及代理产品（昆仙胶囊）等的采购；其中，采购的成品金额占比分别为 36.64%、43.77%、40.24%。(2) 报告期内，发行人主要供应商包括广州白云山医药集团股份有限公司、上海康美国际生化有限公司、上海慈济药业有限公司，各年前五大供应商存在一定变动。请发行人：(1) 说明主要原材料采购量与耗用量是否匹配；主要原材料耗用量、能源消耗量与主要产品产量的匹配关系，发行人购买商品、接收劳务支付的现金与采购金额、应付账款及预付账款之间的匹配关系。(2) 结合不同供应商报价情况以及公开市场价格，说明报告期各期主要原材料采购价格公允性，是否存在各期同类产品、服务采购单价差异较大或与市场价差异较大的情况。(3) 说明主要原材料是否存在较为稳定的供应商；说明主要供应商的基本情况，包括股权结构、实际控制人、产业背景、合作历史、采购内容、采购均价及其公允性、关联关系分析，是否存在成立当年或次年即成为发行人供应商、供应商注册资本较小但发行人向其大额采购等情形，如有，说明具体情况、合理性及发行人向其采购的真实性，是否存在主要供应商或新增供应商为发行人承担成本费用情形。(4) 结合生产模式，说明报告期内发行人存在较大金额成品采购的原因，成品采购的具体品类、金额及占比；壬二酸系列产品是否均为委外生产，如是，说明相关安排的合理性，是否符合行业惯例，发行人是否具备相应产品的生产能力；报告期各期由成品采购产生的收入金额、占比、毛利率情况。(5) 发行人对于委外厂商的选取标准及管控情况，受托企业是否具有所生产产品的全部资质（请

按企业列出资质明细），如部分受托企业未取得相关资质，受托企业及发行人是否存在被行政处罚的风险；主要委托生产供应商的股东是否有发行人关联方，是否存在通过委托生产商转移生产成本进而调节发行人利润的情形；委外厂商是否存在明显变动，委外生产产品质量的控制措施及有效性。（6）说明发行人、主要股东、员工及前员工、关联方及其亲属是否与供应商存在关联关系及资金往来，如存在，说明具体情况及合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人采购真实性、完整性、准确性、发行人与供应商关联关系方面所采取的具体核查程序、核查手段、各核查方式涉及的具体金额占比及核查结论。（审核问询函问题 16）

（一）说明主要原材料采购量与耗用量是否匹配；主要原材料耗用量、能源消耗量与主要产品产量的匹配关系，发行人购买商品、接收劳务支付的现金与采购金额、应付账款及预付账款之间的匹配关系

1. 主要原材料采购量与耗用量是否匹配

报告期内，公司主要产品包括皮肤类的联苯苄唑溶液、复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶、壬二酸净颜凝露、壬二酸清痘凝露以及肾病类的昆仙胶囊和火把花根片，其中壬二酸净颜凝露、壬二酸清痘凝露、昆仙胶囊公司均采购成品后对外销售，其余产品由公司采购原材料生产后对外销售，其对应生产所需的原材料分别列示如下：

序号	公司主要产品	生产主要使用原材料
1	联苯苄唑溶液	联苯苄唑
2	复方丙酸氯倍他索软膏	丙酸氯倍他索
3	甲硝唑凝胶	甲硝唑
4	火把花根片	火把花根

报告期各期，公司主要原材料采购量与耗用量的匹配情况如下：

单位：千克、%

项 目		2022 年度	2021 年度	2020 年度	合计
联苯苄唑	采购量	8,539.43	1,896.22	129.92	10,565.57
	耗用量	7,566.08	1,735.21	169.25	9,470.54
	耗用占采购比例	88.60	91.51	130.27	89.64

丙酸氯倍他索	采购量		97.00	68.10	165.10
	耗用量	58.16	38.74	60.84	157.74
	耗用占采购比例		39.94	89.34	95.54
甲硝唑	采购量	2,500.00	1,000.00	2,500.00	6,000.00
	耗用量	2,702.12	1,872.16	2,144.04	6,718.32
	耗用占采购比例	108.08	187.22	85.76	111.97
火把花根	采购量	303,237.00	28,765.30		332,002.30
	耗用量	113,928.35	41,748.49		155,676.84
	耗用占采购比例	37.57	145.13		46.89

报告期内，各主要原材料的采购量与耗用量均具有匹配性，具体如下：

(1) 联苯苄唑

报告期内，公司联苯苄唑耗用量占采购量的比例分别为 130.27%、91.51%及 88.60%，累计耗用量占累计采购量的比例为 89.64%，耗用量与采购量匹配性较好。

2020 年度耗用量占采购量的比例较高主要系公司当期生产领用了前期库存导致。2021 年度和 2022 年度公司联苯苄唑的采购量和耗用量均呈快速上升趋势，主要系随着公司产品联苯苄唑溶液销量增加，各期生产采购、销售规模增加，总体来看公司联苯苄唑的采购量和耗用量具有匹配性。

(2) 丙酸氯倍他索

报告期内，公司丙酸氯倍他索耗用量占采购量的比例分别为 89.34%、39.94%及 0.00%，累计耗用量占累计采购量的比例为 95.54%，耗用量与采购量匹配性较好。

2021 年度占比较低主要原因系公司预测丙酸氯倍他索未来一定期间内市场采购价格上涨，为避免价格上涨导致的生产成本上升的风险，当年年中公司进行了一定程度的原材料备货。

2022 年度未实际采购丙酸氯倍他索，主要系当年生产领用了前期备货的原材料。

整体来看，公司丙酸氯倍他索采购量和耗用量具有匹配性。

(3) 甲硝唑

报告期内，公司甲硝唑耗用量占采购量的比例分别为 85.76%、187.22%及 108.08%，累计耗用量占累计采购量的比例为 111.97%，耗用量与采购量匹配性较好。2021 年度和 2022 年度甲硝唑耗用量均高于采购量，主要系公司结合甲硝唑市场供应及报价情况，期初备货较多所致。

(4) 火把花根

报告期内，公司火把花根耗用量占采购量的比例分别为 0.00%、145.13%及 37.57%，累计耗用量占累计采购量的比例为 46.89%。

2020 年度公司不存在火把花根的采购及生产耗用情形，主要原因系 2020 年 12 月，公司完成对重庆药研院进行收购，收购完成后逐步推进火把花根片的研究与推广，故 12 月份未进行采购生产。

2021 年度耗用量占采购量的比例较高主要系公司对重庆药研院收购前，重庆药研院留存火把花根备货较多所致。

2022 年度耗用量占采购量的比例较低主要系 2022 年度公司采购量较大，采购备货所致。出于重庆药研院搬迁以及火把花根原料采购季节限制，公司加大了火把花根原料的采购备货，鉴于制剂火把花根片的有效期限限制不能在当年度生产出成品作为备货库存，故耗用量相对采购量较低。

综上所述，报告期内，公司主要原材料采购量与耗用量均具有匹配性。

2. 主要原材料耗用量与主要产品产量的匹配关系

报告期各期，公司主要原材料耗用量与主要产品产量的匹配情况如下：

项 目		2022 年度	2021 年度	2020 年度
联 苯 苄 唑	原材料耗用量 (千克)	7,566.08	1,735.21	169.25
	产品产量(吨)	717.50	164.60	15.60
	单位产品耗用量 (千克/吨)	10.54	10.54	10.85
丙 酸 氯 倍他索	原材料耗用量 (千克)	39.02	28.43	34.44
	产品产量(以 20g 计, 万支)	377.00	273.40	334.07
	单位产品耗用量	0.10	0.10	0.10

	(千克/万支)			
甲硝唑	原材料耗用量 (千克)	2,515.32	1,663.81	1,962.26
	产品产量(以 20g 计, 万支)	1,632.95	1,069.95	1,260.69
	单位产品耗用量 (千克/万支)	1.54	1.55	1.56
火把花 根	原材料耗用量 (千克)	113,928.35	41,748.49	
	期末在产品耗用 影响(万片)	5,615.29	519.01	
	产品产量(万片)	4,031.48	2,938.21	
	剔除在产品影响 后单位产品耗用 量(千克/万片)	11.81	12.08	

注：公司复方丙酸氯倍他索软膏和甲硝唑凝胶因包装规格较多，为便于对比，上表中相关产品原材料统一折算为 20g/支

(1) 联苯苄唑

报告期内，公司联苯苄唑耗用量与联苯苄唑溶液的产品产量均保持上升趋势，单位产品耗用量分别为 10.85kg/吨、10.54kg/吨及 10.54kg/吨，生产单位产品耗用量基本稳定。

(2) 丙酸氯倍他索

报告期内，公司丙酸氯倍他索的耗用量呈先降后升趋势，其主要生产产品复方丙酸氯倍他索软膏的产量也呈先降后升趋势，两者变动趋势保持一致。报告期内，复方丙酸氯倍他索软膏的单位产品耗用量分别为 0.10kg/万支、0.10kg/万支及 0.10kg/万支，生产单位产品的耗用量稳定。

(3) 甲硝唑

报告期内，公司甲硝唑的耗用量呈先降后升趋势，其主要生产产品甲硝唑凝胶的产量也呈先降后升趋势，两者变动趋势保持一致。报告期内，甲硝唑凝胶单位产品耗用量分别为 1.56kg/万支、1.55kg/万支及 1.54kg/万支，生产单位产品的耗用量稳定。

(4) 火把花根

2021 年度和 2022 年度，公司火把花根耗用量与其主要产品火把花根片的产量均保持上升趋势，两者变动趋势保持一致。2021 年度和 2022 年度，火把花根

片的单位产品耗用量分别为 12.08kg/万片及 11.81 kg/万片，生产单位产品的耗用量稳定。

综上所述，报告期内，公司主要原材料耗用量与主要产品产量具有匹配性。

3. 主要能源消耗量与主要产品产量的匹配关系

报告期各期，公司主要能源消耗量与主要产品产量的匹配情况如下：

项 目		2022 年度		2021 年度		2020 年度
		数值	变动率	数值	变动率	数值
电力	采购金额（万元）	337.28	45.83%	231.29	34.71%	171.69
	采购数量（万千瓦时）	430.96	36.38%	316.01	37.08%	230.53
水	采购金额（万元）	17.74	68.27%	10.54	38.89%	7.59
	采购数量（万吨）	4.33	67.53%	2.58	37.66%	1.88
天 然 气	采购金额（万元）	56.76	125.37%	25.18	32.03%	19.07
	采购数量（万立方米）	18.99	101.03%	9.45	37.90%	6.85
能耗金额合计（万元）		411.78	54.22%	267.01	34.62%	198.35
主要产品总产量 （万片、万瓶、万支）		3,295.34	95.81%	1,682.94	3.84%	1,620.69

注：主要产品产量统计口径：复方丙酸氯倍他索软膏（以 20g/支计）、甲硝唑凝胶（以 20g/支计）、联苯苄唑溶液（以 60ml/瓶计）、火把花根片（以 45 片/盒计）

报告期内，公司电力、水、天然气等能源耗用量和采购金额增长较大，主要系公司经营规模扩大，产销量上升所致。

报告期内，公司整体的产量上升 103.33%，整体能耗金额上升 107.60%，公司主要能源消耗量与主要产品产量较为匹配。

4. 公司购买商品、接收劳务支付的现金与采购金额、应付账款及预付账款之间的匹配关系

报告期各期，公司购买商品、接收劳务支付的现金与采购金额、应付账款及预付账款之间具有匹配性，具体如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业成本	23,757.95	13,052.82	11,023.44

加：增值税进项税 （与经营相关）	4,145.63	1,788.15	1,441.42
加：存货增加	4,731.94	1,134.80	1,770.02
加：存货跌价转销	69.99	21.21	16.26
加：应付账款减少 （与经营相关）	-635.08	0.00	132.22
加：预付账款增加 （与经营相关）	-118.60	549.38	-194.48
加：应付票据减少 （与经营相关）	-426.34	-63.37	
加：研发材料直接领料	557.96	485.36	534.54
减：列入生产成本及 制造费用中的职工 薪酬	2,405.46	1,806.27	2,691.80
减：列入生产成本及 制造费用未付现部 分（折旧摊销费等）	565.25	628.57	291.59
减：应收票据支付货 款	222.02	231.53	307.46
减：计入营业成本的 无形资产转让			226.92
合 计	28,890.72	14,301.97	11,205.66
购买商品接受劳务 支付的现金	28,890.72	14,301.97	11,205.66
差异金额			

综上所述，报告期内，公司主要原材料采购金额、耗用金额，主要能源采购金额变动具有合理原因；公司主要原材料采购量与耗用量相匹配，主要原材料耗用量、能源消耗量与主要产品产量相匹配，公司购买商品、接收劳务支付的现金与采购金额、应付账款及预付账款相匹配。

（二）结合不同供应商报价情况以及公开市场价格，说明报告期各期主要原材料采购价格公允性，是否存在各期同类产品、服务采购单价差异较大或与市场价差异较大的情况

报告期内，公司采购的原材料主要为药品原料药。药品原料药并非大宗商品，且药品制剂申请批准时需要与原料药进行关联，公司实际所用的原料药生产厂家相对较少，因此公开市场价格较难获得。

报告期内，公司主要原材料采购价格公允性具体分析如下：

1. 联苯苄唑

报告期各期，公司联苯苄唑采购价格变动情况以及不同供应商之间采购价格的比较情况如下：

单位：元/千克、%

主要供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	均价	变动率	均价	变动率	均价
广州白云山汉方现代药业有限公司	4,905.53	-4.28	5,124.83	-25.97	6,923.05
内蒙古助康药业集团有限责任公司	6,194.69				

报告期内，公司联苯苄唑采购自广州白云山汉方现代药业有限公司（以下简称“汉方药业”），采购均价分别为 6,923.05 元/kg、5,124.83 元/kg 及 4,905.53 元/kg，采购均价变动率分别为-25.97%及-4.28%，采购均价总体呈下降趋势，主要原因系 2021 年度公司联苯苄唑溶液销售规模大幅提升，公司对联苯苄唑的采购需求增加，进而提升了公司的议价能力。汉方药业综合考虑公司采购规模、与公司合作关系等因素后下调了一定供货量以上的供货价格。

2022 年度，公司新增联苯苄唑供应商内蒙古助康药业集团有限责任公司（以下简称“助康药业”），主要原因系随着市场需求进一步扩大，公司针对原材料联苯苄唑需求提升，汉方药业短期无法满足公司急剧增长的需求，公司为了确保原材料供应稳定，新增该供应商。公司向其采购价格高于汉方药业主要原因系公司为单次采购，与助康药业初始合作所致。

报告期内，根据公司获取的联苯苄唑主要供应商市场供应价格情况，2020 年度-2022 年度，联苯苄唑主要供应商市场供应价格约在 4,500 元-7,000 元区间内，主要系考虑采购量的规模，采购规模较大的市场供应价格会下调。公司联苯苄唑的采购价格公允，处于合理价格范围内，不存在采购价格异常的情形。

2. 丙酸氯倍他索

报告期内，公司生产所用的丙酸氯倍他索均采购自上海慈济药业有限公司，各年度采购价格的具体情形如下：

单位：元/千克、%

主要供应商名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度

	均价	变动率	均价	变动率	均价
上海慈济药业有限公司			53,097.35	3.73	51,187.09

由上表可知，2020 年度和 2021 年度，公司丙酸氯倍他索的采购均价分别为 51,187.09 元/kg、53,097.35 元/kg，采购均价总体保持稳定。2021 年度公司预测原材料丙酸氯倍他索存在一定价格上涨可能性，为避免价格上涨导致的生产成本上升风险，当年度公司提前进行了采购备货，因此公司 2022 年度未进行丙酸氯倍他索采购。

2020 年度和 2021 年度，根据公司获取到的丙酸氯倍他索供应商的市场供应价格，约在 50,000-60,000 元之间，价格波动较大，系自 2020 年下半年开始，丙酸氯倍他索的市场价格上涨幅度较大。上述期间内，公司的采购均价处于行业合理价格区间内。

2022 年度，经公司询价，丙酸氯倍他索实际市场供应价格为 10 万元/kg 左右，较 2021 年度产生了较大幅度的上涨，与公司预测趋势相符。

综上可知，公司丙酸氯倍他索的采购价格公允，处于合理价格范围内，不存在采购价格异常的情形。

3. 甲硝唑

报告期内，公司甲硝唑采购的具体情形如下：

单位：元/千克、%

主要供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	均价	变动率	均价	变动率	均价
山西同济药业有限公司	424.78				424.78
武汉武药制药有限公司	398.23				
四川朗月药业有限公司	398.23				
江西奇峰药业有限公司	371.68	-6.67	398.23		
湖北健能医药有限公司			398.23		

报告期内，公司依据各供应商市场报价及供应情况从不同供应商处进行采购。各供应商的采购价格不存在重大差异。

报告期内，根据公司获取的甲硝唑主要供应商市场供应价格情况，2020 年度-2022 年度，甲硝唑供应商市场供应价格主要位于 350.00 元-530.00 元区间内，

供应商主要考虑市场供需情况、客户采购规模等因素对价格进行调整。

公司甲硝唑的采购价格公允，处于合理价格范围内，不存在采购价格异常的情形。

4. 火把花根

报告期内，公司生产所用的火把花根均采购自德昌县富惠有限责任公司，采购价格的具体情形如下：

单位：元/千克、%

主要供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	均价	变动率	均价	变动率	均价
德昌县富惠有限责任公司	15.62	29.19	12.09		

由上表可知，2021 年度和 2022 年度，公司火把花根的采购均价分别为 12.09 元/kg、15.62 元/kg。

火把花根为野生药材，对生长环境要求较高，且自然生长周期较长，故市场上供应火把花根药材的公司较少，报告期内，火把花根药材的市场供应价格约在 12-15 元区间内，药材行情整体价格产生了上涨。公司火把花根的采购价格公允，处于合理价格范围内，不存在采购价格异常的情形。

综上所述，报告期内，公司主要原材料采购价格公允，各期同类产品、服务采购单价存在差异系公司与供应商根据市场供需情况等要素通过商务洽谈方式确定所致，相关采购价格具备商业合理性，定价公允。此外，根据公司从各主要原材料供应商处获取的其销售给其他客户的市场价格信息，与公司采购价格进行对比，公司主要原材料采购价格位于合理价格区间，不存在采购价格异常情形。

（三）说明主要原材料是否存在较为稳定的供应商；说明主要供应商的基本情况，包括股权结构、实际控制人、产业背景、合作历史、采购内容、采购均价及其公允性、关联关系分析，是否存在成立当年或次年即成为发行人供应商、供应商注册资本较小但发行人向其大额采购等情形，如有，说明具体情况、合理性及发行人向其采购的真实性，是否存在主要供应商或新增供应商为发行人承担成本费用情形

1. 主要原材料是否存在较为稳定的供应商

报告期内，公司采购的主要原材料包括联苯苄唑、丙酸氯倍他索、火把花

根及甲硝唑。公司主要原材料供应商资质齐全、经营稳健，各供应商均与公司相关产品进行关联备案，合作情况良好。报告期内，公司主要原材料供应商情况如下：

(1) 联苯苄唑

报告期内，公司生产所用的联苯苄唑均采购自汉方药业和助康药业，具体如下：

单位：万元、%

供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
广州白云山汉方现代药业有限公司	3,216.78	76.79	971.77	100.00	91.98	100.00
内蒙古助康药业集团有限责任公司	972.26	23.21				
合 计	4,189.04	100.00	971.77	100.00	91.98	100.00

(2) 丙酸氯倍他索

报告期内，公司生产所用的丙酸氯倍他索均采购自上海慈济药业有限公司，具体如下：

单位：万元、%

供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
上海慈济药业有限公司			515.04	100.00	348.58	100.00

(3) 甲硝唑

报告期内，公司生产所用的甲硝唑采购的供应商情况具体如下：

单位：万元、%

供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
山西同济药业有限公司	21.24	21.33			106.19	100.00
武汉武药制药有限公司	19.91	20.00				

江西奇峰药业有限公司	18.58	18.67	19.91	50.00		
四川朗月药业有限公司	39.82	40.00				
湖北健能医药有限公司			19.91	50.00		
合 计	99.56	100.00	39.82	100.00	106.19	100.00

(4) 火把花根

报告期内，公司生产所用的火把花根均采购自德昌县富惠有限责任公司，具体如下：

单位：万元、%

供应商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
德昌县富惠有限责任公司	830.37	100.00	34.89	100.00		
合 计	830.37	100.00	34.89	100.00		

综上所述，报告期内，公司主要原材料均存在较为稳定的供应商。

2. 说明主要供应商的基本情况，包括股权结构、实际控制人、产业背景、合作历史、采购内容、采购均价及其公允性、关联关系分析

报告期内，公司前五大供应商中主要原材料供应商均为成立时间较早，规模较大，拥有较好的产业背景的供应商，公司与供应商合作情况如下：

序号	供应商名称	成立日期	注册资本（万元）	合作历史	实际控制人	股权结构	产业背景
1	广州白云山医药集团股份有限公司	1997-09-01	162,579.09	2007 年	广州市人民政府	广州医药集团有限公司持股 45.04%；香港中央结算（代理人）有限公司持股 13.52%；剩下其余股东持股比例较小，合计持股 41.44%	公司为国内原料药行业的领跑者，是国内研发、生产头孢菌素产品品种最多、工艺最先进的厂家之一，是拥有核心竞争力的行业知名企业
2	南京威尔药业集团股份有限公司	2000-02-18	13,547.84	2003 年	吴仁荣	吴仁荣持股 13.67%；唐群松持股 10.42%；陈新国持股	公司专注于药用辅料及合成润滑基础油等产品的研发、生产和销

						10.42%；高正松持股 10.42%；南京舜泰宗华创业投资合伙企业（有限合伙）持股 7.49%；沈九四持股 5.1476%；剩下其余股东持股比例较小，合计持股 42.4324%	售，公司药用辅料产品应用覆盖注射、口服、外用等各种药物剂型领域，拥有行业领先的技术优势
3	内蒙古助康药业集团有限责任公司	2005-05-18	9,630.00	2022 年	张乃全	张乃全持股 99.0654%；剩下其余股东持股比例较小，合计持股 0.9346%	公司的经营范围包括中药、西药、中药饮片、中成药、医疗器械购销等
4	上海慈济药业有限公司	1989-05-27	4,000.00	2018 年	张昕	上海方心健康科技发展股份有限公司持股 100%	公司是从事医院终端销售的专业代理医药批发企业，公司以经营中成药、中药饮片、化学制剂、抗生素、生化药品、生物制品、化学原料药为主，兼营医疗器械
5	国药集团川抗制药有限公司	2003-05-09	4,000.00	2012 年	国务院国有资产监督管理委员会	上海现代制药股份有限公司持股 72%；中国医药对外贸易有限公司持股 14%；中国医药投资有限公司持股 14%	公司生产范围包括原料药及其中间体、片剂、颗粒剂、软胶囊、硬胶囊、口服液等剂型，是行业内知名的医药企业
6	深圳逸之彩铝质软管制造有限公司	1999-10-10	3,500.00	2004 年	辉腾（香港）国际有限公司	辉腾（香港）国际有限公司持股 75%；深圳市车之仆商贸有限公司持股 25%	公司拥有从德国引进的当今世界上最先进的铝质软管生产线；内喷涂材料和印刷油墨全部从国外进口；自动上帽盖整个生产过程都处在密闭状态下，拥有领先的技术和生产优势

注：广州白云山医药集团股份有限公司包括广州白云山陈李济药厂有限公司、广州白云

山汉方现代药业有限公司等

报告期内，公司向上述前五大原材料供应商的采购内容、采购均价情况如下：

(1) 广州白云山医药集团股份有限公司

报告期内，公司向广州白云山医药集团股份有限公司采购内容和采购均价情况如下：

单位：元/千克、元/盒、%

采购内容	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价
联苯苄唑	4,905.53	-4.28	5,124.83	-25.97	6,923.05

报告期内，公司向广州白云山医药集团股份有限公司采购内容分别为原料药联苯苄唑。

公司采购联苯苄唑的价格变动分析参见本问询函回复之“六、(二)结合不同供应商报价情况以及公开市场价格，说明报告期各期主要原材料采购价格公允性，是否存在各期同类产品、服务采购单价差异较大或与市场价差异较大的情况”说明。

(2) 南京威尔药业集团股份有限公司

报告期内，公司向南京威尔药业集团股份有限公司采购内容和采购均价情况如下：

单位：元/千克、%

采购内容	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价
丙二醇	28.96	23.47	23.46	6.02	22.12
聚乙二醇 400	26.07	17.86	22.12	4.17	21.24
聚乙二醇 1000	30.97		30.97		
聚山梨酯 80	34.96	16.18	30.09		30.09
依地酸二钠	199.12	50.00	132.74		132.74

报告期内，公司向南京威尔药业集团股份有限公司采购内容分别为丙二醇、聚乙二醇、聚山梨酯和依地酸二钠，公司采购的部分产品价格呈上涨趋势，主要系受到市场供需关系及供应商上游材料价格上涨影响，供应商进行了合理调价。

(3) 内蒙古助康药业集团有限责任公司

报告期内，公司向助康药业采购内容和采购均价情况如下：

单位：元/盒、%

采购内容	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价
联苯苄唑	6,194.69				

2022 年度，公司新增联苯苄唑供应商助康药业。

(4) 上海慈济药业有限公司

报告期内，公司向上海慈济药业有限公司采购内容和采购均价情况如下：

单位：元/千克、%

采购内容	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价
丙酸氯倍他索			53,097.35	3.73	51,187.09

报告期内，公司向上海慈济药业有限公司采购内容为丙酸氯倍他索，2020 年和 2021 年采购均价分别为 51,187.09 元/千克及 53,097.35 元/千克，采购均价总体保持稳定。

(5) 国药集团川抗制药有限公司

报告期内，公司向国药集团川抗制药有限公司采购内容和采购均价情况如下：

单位：元/千克、%

采购内容	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价
他克莫司	884.96		884.96		884.96

报告期内，公司向国药集团川抗制药有限公司采购内容为他克莫司，报告期内的采购均价均为 884.96 元/千克，采购均价保持稳定。

(6) 深圳逸之彩铝质软管制造有限公司

报告期内，公司向深圳逸之彩铝质软管制造有限公司采购内容和采购均价情况如下：

单位：元/支、%

采购内容	2022 年度	2021 年度	2020 年度

	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价
包材	0.35		0.35		0.35

报告期内，公司向深圳逸之彩铝质软管制造有限公司采购内容为包材，各年度的采购均价均为 0.35 元/支，采购价格稳定。

综上所述，公司向前五大原材料供应商采购内容均与公司生产经营密切相关，采购价格均系双方依据正常商业谈判确定，相关采购定价合理、公允；供应商与公司均不存在任何关联关系。

3. 主要供应商是否存在成立当年或次年即成为公司供应商、供应商注册资本较小但公司向其大额采购等情形

报告期内，公司主要原材料供应商均为成立时间均较早，规模较大的公司，不存在成立当年或次年即成为公司供应商，供应商注册资本较小但公司向其大额采购等情形。

4. 是否存在主要供应商或新增供应商为公司承担成本费用情形

报告期各期，公司与主要原材料供应商或新增供应商的相关交易往来均基于真实业务而发生，具有商业合理性，公司与其交易价格公允，不存在主要供应商或新增供应商为公司承担成本费用的情形。

（四）结合生产模式，说明报告期内发行人存在较大金额成品采购的原因，成品采购的具体品类、金额及占比；壬二酸系列产品是否均为委外生产，如是，说明相关安排的合理性，是否符合行业惯例，发行人是否具备相应产品的生产能力；报告期各期由成品采购产生的收入金额、占比、毛利率情况

1. 结合生产模式，说明报告期内公司存在较大金额成品采购的原因，成品采购的具体品类、金额及占比

报告期内，公司产品包括自有产品及代理产品，其中自有产品的生产模式分为自主生产和委托生产，其中涉及较大金额成品采购的是委托生产的功效性护肤品；除此之外，涉及较大金额成品采购的是代理产品昆仙胶囊。具体如下：

（1）昆仙胶囊

报告期内，公司存在代理陈李济药厂昆仙胶囊的业务，因此存在昆仙胶囊成品的采购业务。

（2）功效性护肤品

1) 功效性护肤品的生产环节附加值较低，重要程度较小，公司更为注重配方研发、销售渠道网络建设和品牌建设，通常采取委托生产模式；

2) 公司对于新开发的功效性护肤品采用委外生产，可观察市场对新产品的反应，依据市场对功效性护肤品反响情况，再决定是否购置相关设备、搭建生产线、安排生产人员等，从委外生产模式转向自主生产。

(3) 成品采购的具体品类、金额及占比

报告期各期，公司成品采购的具体品类、金额及占比具体情况如下：

单位：万元、%

名 称		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
药类 产品	昆仙胶囊	4,424.44	43.89	2,818.73	54.95	3,073.22	90.22
	火把花根片					309.07	9.07
	其他	1,885.35	18.70	535.92	10.45	24.09	0.71
	小 计	6,309.78	62.59	3,354.65	65.40	3,406.38	100.00
功效性 护肤品	壬二酸净颜凝露	2,336.32	23.17	1,147.83	22.38		
	壬二酸清痘凝露	607.38	6.02	183.93	3.59		
	其他	827.84	8.21	443.25	8.64		
	小 计	3,771.54	37.40	1,775.01	34.60		
合 计		10,081.32	100.00	5,129.67	100.00	3,406.38	100.00

由上表可见，报告期各期，公司药类成品采购主要以昆仙胶囊为主。

2021 年度，公司的相关功效性护肤品正式上市销售。2021 年度至 2022 年度，公司功效性护肤品的销售规模不断扩大，带动了对应采购金额的上升；其中，涉及成品采购的主要系壬二酸净颜凝露、壬二酸清痘凝露等。

2. 壬二酸系列产品是否均为委外生产，如是，说明相关安排的合理性，是否符合行业惯例，公司是否具备相应产品的生产能力

报告期内，公司壬二酸系列产品均为委外生产，受托方均为上海康美国际生化有限公司。相关委外生产安排主要原因如下：

(1) 功效性护肤品的生产环节附加值较低，重要程度较小，公司更为注重配方研发、销售渠道网络建设和品牌建设，通常采取委托生产模式；功效性护肤品

委托生产模式在护肤品行业，操作成熟，符合行业惯例；

(2) 公司对于新开发的功效性护肤品采用委外生产，可观察市场对新产品的反应，依据市场对功效性护肤品反响情况，决定是否购置相关设备、搭建生产产线、安排生产人员等，从委外生产模式转向自主生产，公司目前尚未配置功效性护肤品生产能力。

综上所述，上述相关委外生产模式具有商业合理性，符合行业惯例。

3. 报告期各期由成品采购产生的收入金额、占比、毛利率情况

报告期各期，公司采购成品产生的销售的收入分别为 9,002.69 万元、19,480.90 万元及 32,795.77 万元，占主营业务收入的比例分别为 23.64%、38.35% 及 38.66%。2021 年度公司采购成品的销售金额及占比上升主要系昆仙胶囊的销售规模扩大以及公司研发的功效性护肤品上市销售导致；2022 年度公司采购成品的销售金额上升主要系功效性护肤品销售规模持续扩大，又因公司整体销售规模增长，采购成品的销售收入的占比保持了稳定趋势。

报告期内，公司采购成品的销售中昆仙胶囊销售收入分别为 7,731.12 万元、13,045.34 万元及 11,874.58 万元，占主营业务收入的比例分别为 20.31%、25.68% 及 14.00%，2021 年度和 2022 年度壬二酸净颜凝露销售收入分别为 4,671.03 万元及 11,501.78 万元，占主营业务收入的比例分别为 9.19% 和 13.56%。上述两项为公司采购成品销售收入的主要来源。

报告期各期，公司成品采购后进行销售产生的收入金额、占比、毛利率的具体情况如下：

单位：万元、%

成品名称	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	销售金额	占比	毛利率	销售金额	占比	毛利率	销售金额	占比	毛利率
昆仙胶囊	11,874.58	14.00	68.70	13,045.34	25.68	74.28	7,731.12	20.31	71.03
壬二酸净颜凝露	11,501.78	13.56	79.77	4,671.03	9.19	80.78			
壬二酸清痘凝露	2,500.22	2.95	75.69	507.95	1.00	75.04			
其他	6,919.19	8.15		1,256.58	2.47		1,271.57	3.34	

合 计	32,795.77	38.66		19,480.90	38.35		9,002.69	23.64	

注：上述占比为占主营业务收入的比例

（五）发行人对于委外厂商的选取标准及管控情况，受托企业是否具有所生产产品的全部资质（请按企业列出资质明细），如部分受托企业未取得相关资质，受托企业及发行人是否存在被行政处罚的风险；主要委托生产供应商的股东是否有发行人关联方，是否存在通过委托生产商转移生产成本进而调节发行人利润的情形；委外厂商是否存在明显变动，委外生产产品质量的控制措施及有效性

1. 公司对于委外厂商的选取标准及管控情况

公司制订了委外生产的相关管理制度，对委外生产的全流程进行管理与把控，包括委外生产企业的选取标准、签订合同流程、发货签收流程以及档案建立等流程均进行了严格的把控。具体委外厂商的选取标准及管控情况的业务流程及相关管理制度如下：

（1）业务部门完成产品立项并对产品受托生产方进行筛选，初步选出 1~2 家符合公司要求的生产企业，完成《受托生产企业调查表》，受托生产企业应当具备以下条件：

1) 受托方是依法成立和合法经营的专业服务机构或其他经济组织，具有相应的经营范围和及相应资质；

2) 受托方应当具备相应的专业资质，其从业人员符合岗位要求和任职条件，并具有相应的专业技术资格；

3) 受托方的管理、技术及经验水平符合本企业业务外包的要求；

（2）对拟受托企业进行现场审计，包括：企业资质的审计、厂房设施设备、人员资质的审计、文件体系资料的审计等；

（3）确定产品价格和受托生产企业；

（4）签订相关协议，包括《委托生产协议》《商标授权协议》《保密协议》等；

（5）审核并确认包装图稿；

（6）订单签订；

（7）收集首营资料并将相关产品、物料录入系统；

(8) 生产抽查：由公司派遣人员（生产+质量）对受托生产企业采取不定期检查对产品生产过程进行跟踪，并填写《生产过程检查记录》确保产品质量符合相关要求；

(9) 产品到货验收：产品运输至公司后，公司仓库人员及质量检查员按公司要求负责对产品数量、批号、外观、单据、检验报告单等进行验收，确认无误后进行签收入库；

(10) 年度质量回顾：由质量部在每年的 3 月前对委外生产企业上一年的产品质量及供货情况进行统计回顾，内容包括生产批次、数量、交货及时性、每批次检验结果、合格率、市场投诉情况等。

报告期内，公司严格遵守上述的内部控制制度对委外厂商进行选取和管控。

2. 受托企业是否具有所生产产品的全部资质（请按企业列出资质明细），如部分受托企业未取得相关资质，受托企业及公司是否存在被行政处罚的风险

报告期内，受托企业均具有相关资质，具体情况如下：

序号	受托企业名称	主要受托生产产品	营业执照编号	生产许可编号
1	上海康美国际生化有限公司	质润壬二酸系列产品	913100006072243503	沪妆 20160132
2	蔻诗曼嘉化妆品（中国）有限公司	质润水杨酸净肤棉片、质润水杨酸祛痘棉片	91330400MA28AF3W41	浙妆 20190030
3	利施（上海）化妆品有限公司	质润水杨酸祛痘修护凝胶	91310120MA1HK3095N	沪妆 20170005
4	上海瑾亨化妆品有限公司	质润炉甘石夜间祛痘精华液	91310120MA1HQGB18T	沪妆 20190014
5	上海全丽生物科技有限公司	质润舒缓保湿修护乳	9131000031052431X5	沪妆 20160033
6	上海瑞盈化妆品有限公司	质润壬二酸泡沫	91310114585257468N	沪妆 20160103
7	黄山荷琇生物科技有限公司	二硫化硒去屑洗发水	91341000355154017W	皖妆 20160001
8	苏州清馨健康科技有限公司	质蕴清爽漱口水	91320507730135302R	苏妆 20160066

如上表所示，报告期内，受托企业均具有所生产产品的全部资质，相关生产合法合规，不存在被行政处罚的风险。

3. 主要委托生产供应商的股东是否有公司关联方，是否存在通过委托生产商转移生产成本进而调节公司利润的情形

报告期内，公司委托生产的供应商股东无公司关联方，公司的委托生产业务具有商业合理性、定价公允，不存在通过委托生产商转移生产成本进而调节公司利润的情形。

4. 委外厂商是否存在明显变动，委外生产产品质量的控制措施及有效性

报告期内，公司与委外厂商均保持了良好的合作关系，不存在委托生产厂商明显变动的情形。

报告期内，公司委外生产产品质量的控制措施及有效性说明如下：

(1) 在选择委外生产企业时公司会选择具备相应资质、相关技术及经验的依法设立的企业，并且会在筛选阶段派出审计小组对相关生产企业进行现场审计，以确保入选企业的生产能力符合公司要求。

(2) 产品到货验收时，公司仓库人员及质量检查员按公司要求负责对产品数量、批号、外观、单据、检验报告单等进行验收，确认无误后进行签收入库。

(3) 公司会派遣生产人员与质量控制人员对受托生产企业采取不定期检查对生产过程进行跟踪，并填写《生产过程检查记录》确保产品质量符合相关要求；并且公司的质量部在每年的3月前对委外生产企业上一年的产品质量及供货情况进行统计回顾，内容包括生产批次、数量、交货及时性、每批次检验结果、合格率、市场投诉情况等。

综上，公司对委外生产产品质量的控制制度建立健全，并且得到有效执行。

(六) 说明发行人、主要股东、员工及前员工、关联方及其亲属是否与供应商存在关联关系及资金往来，如存在，说明具体情况及合理性

报告期内，公司、主要股东、员工及前员工、关联方及其亲属与公司供应商不存在关联关系及非经营性资金往来。公司与原材料供应商除正常商业往来外，不存在其他交易或资金往来。

(七) 核查程序及核查意见

1. 针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序

(1) 获取公司原材料进销存明细表，了解各主要原材料的采购量与耗用量等情况，分析原材料采购量与耗用量之间的匹配性；

(2) 获取公司原材料进销存明细表、能源采购及使用明细表以及库存商品明细表，了解原材料的耗用量、能源的消耗量、主要产品产量等情况，分析原材料

耗用量、能源消耗量与主要产品产量之间的匹配性；

(3) 获取公司应付账款、预付账款明细表以及现金流量表，核查相关数据的匹配性；

(4) 获取公司主要原材料与不同供应商签订的采购合同，分析各期各主要原材料采购价格公允性，并了解是否存在各期同类产品、服务采购单价差异较大或与市场价差异较大的情况；

(5) 获取公司采购明细表，查询对主要供应商采购内容、采购金额、采购量，了解并复核采购价格，分析主要原材料是否存在较为稳定的供应商，以及主要供应商采购价格的公允性；

(6) 通过国家企业信用信息公示系统网站、企查查、天眼查等外部公开渠道，查询获取公司报告期各期前五大供应商成立时间、股权结构、实际控制人、注册资本、产业背景等基本信息，分析其与公司及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系；分析是否存在成立当年或次年即成为公司供应商、供应商注册资本较小但公司向其大额采购等情形；

(7) 走访公司主要供应商，了解其与公司合作历史，核查相关交易真实性，核查是否存在主要供应商或新增供应商为公司承担成本费用情形；

(8) 访谈公司财务负责人及生产负责人，了解公司生产模式及成品采购的原因，获取委外生产合同，核查委外生产的合理性、分析是否符合行业惯例以及公司是否具有相应产品的生产能力；

(9) 获取公司采购明细表及收入明细表，了解成品采购的具体品类、金额及占比，对比报告期各期由成品采购产生的收入金额、占比及毛利率波动情况；

(10) 访谈公司相关负责人，查阅公司内控制度，了解公司对于委外厂商的选取标准及管控情况；评价其设计的有效性；通过执行控制测试评价其执行的有效性；获取公司提供的委外厂商资质，检查查阅受托企业是否具有所生产产品的全部资质，分析是否存在被行政处罚的风险；

(11) 通过国家企业信用信息公示系统网站、企查查、天眼查等外部公开渠道信息，查询获取委托生产供应商股权结构等基本信息，分析其与公司实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系，分析是否存在通过委托生产商转移生产成本进而调节公司利润的情形；

(12) 获取公司采购明细表，分析委外厂商是否存在明显变动；查阅公司内控制度及产品质量验收程序，分析委外生产产品质量的控制措施及其有效性；

(13) 获取公司实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员银行账户资金流水，对报告期内大额或异常流水逐笔核查相关交易对方信息，并与公司供应商名单进行对比，获取员工花名册，核查公司与供应商是否存在关联关系及大额资金往来。

2. 核查意见

经过核查，我们认为

(1) 报告期内，公司主要原材料采购量与耗用量相匹配，主要原材料耗用量、能源消耗量与主要产品产量相匹配，公司购买商品、接收劳务支付的现金与采购金额、应付账款及预付账款相匹配；

(2) 报告期各期主要原材料采购价格公允，不存在各期同类产品、服务采购单价差异较大或与市场价差异较大的情况；

(3) 报告期内，各主要原材料存在较为稳定的供应商；主要供应商采购价格公允，与公司实际控制人、控股股东、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在关联关系，公司主要原材料供应商均为成立时间均较早，规模较大的公司，不存在成立当年或次年即成为公司供应商，供应商注册资本较小但公司向其大额采购等情形；不存在主要供应商或新增供应商为公司承担成本费用情形；

(4) 报告期内公司存在较大金额成品采购具有商业合理性，符合行业惯例，公司由于生产设备、产线尚未购置和搭建，短期内不具备相应产品的生产能力；

(5) 公司对于委外厂商的选取标准及管控情况审慎、严谨，受托企业具有所生产产品的全部资质，不存在被行政处罚的风险，主要委托生产供应商的股东不存在公司关联方，不存在通过委托生产商转移生产成本进而调节公司利润的情形；委外厂商不存在明显变动，委外生产产品质量的控制措施有效；

(6) 公司、主要股东、员工及前员工、关联方及其亲属与供应商不存在关联关系及资金往来。

(八) 保荐人、申报会计师补充说明：请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人采购真实性、完整性、准确性、发行人与供应商关联关系方面

所采取的具体核查程序、核查手段、各核查方式涉及的具体金额占比及核查结论

1. 核查程序

(1) 内部控制测试

获取公司与采购相关的内部控制制度，针对公司采购记录进行穿行测试，抽查采购订单、入库单、发票、付款回单等凭证，了解、测试并评价相关内控制度设计的合理性和执行的有效性。

(2) 实地走访

实地走访公司主要采购供应商，了解其与公司合作历史，合作模式、交易价格公允性、是否存在关联关系、是否存在不正当的利益输送等情况。报告期内，走访供应商的采购金额占各期采购金额的比例如下：

单位：万元，%

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期采购金额	24,848.93	11,146.52	7,786.17
已走访供应商采购金额	21,382.17	8,975.59	5,863.66
占 比	86.05	80.52	75.31

报告期各期，我们走访供应商的采购金额覆盖比例分别为 75.31%、80.52% 及 86.05%，走访比例较高，未见异常。

(3) 分析性复核

核查公司与主要供应商的相关合同、获取公司的采购明细表，分析公司与主要供应商之间的合作是否稳定；分析采购金额变动的合理性以及采购价格的公允性。

(4) 函证

我们对报告期内公司的主要供应商执行了函证程序，具体情况如下：

单位：万元，%

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
当期采购金额	24,848.93	11,146.52	7,786.17
回函确认金额	21,495.07	9,404.98	6,510.15
占 比	86.50	84.38	83.61

报告期内，我们通过函证可确认采购金额的比例分别为 83.61%、84.38%及 86.50%，函证确认比例较高，未见异常。

（5）资金流水核查

我们获取公司、公司实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员、其他关键人员和核心人员的银行流水进行了详细核查，相关资金流水不存在异常，具体核查详见“十九、关于资金流水核查”之说明。

（6）关联关系核查

通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询主要供应商企业工商信息，获取并查阅公司股东、董事、监事、高级管理人员的调查问卷，分析其与公司及其关联方是否存在关联关系。

2. 核查意见

经核查，公司采购具有真实性、完整性、准确性，公司与供应商之间不存在关联关系。

九、关于毛利率

申报材料显示：报告期内，发行人综合毛利率分别 71.61%、74.46%和 72.38%，其中主营业务毛利率分别为 72.19%、74.75%和 72.82%。2021 年度发行人肾病类产品毛利率有所增加，主要系发行人调高了昆仙胶囊的销售价格；2022 年度肾病类产品销售毛利率回落，主要系供应商调高了昆仙胶囊的采购价格。在选择同行业可比上市公司主要考虑业务模式、收入构成、产品应用领域、财务及业务数据的可得性等因素，筛选出主要产品涉及外用制剂药品的上市公司：华邦健康、兴齐眼药、佐力药业。请发行人：（1）区分具体产品类别，列示主要产品在报告期内的毛利率变动情况，分析产品毛利率波动的原因及合理性，主要产品毛利率水平、变动趋势是否符合行业特征，与同行业可比公司可比产品的毛利率差异合理性。（2）说明细分行业内与发行人主要产品具有相同或相似主治功能药品的基本情况，包括名称、主治功能、品牌知名度等，与发行人产品在单价、市场占有率、销售渠道等方面的差异，说明主要产品毛利率水平的合理性及未来变动趋势。（3）结合产品类型、行业地位、技术水平、竞争格局等具体差异分析发行人与各可比公司毛利率差异的原因及合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 17）

(一) 区分具体产品类别，列示主要产品在报告期内的毛利率变动情况，分析产品毛利率波动的原因及合理性，主要产品毛利率水平、变动趋势是否符合行业特征，与同行业可比公司可比产品的毛利率差异合理性

1. 区分具体产品类别，列示主要产品在报告期内的毛利率变动情况，分析毛利率波动的合理性

报告期内，公司产品主要聚焦于肾病及皮肤领域，皮肤领域主要产品包括联苯苄唑溶液、甲硝唑凝胶、复方丙酸氯倍他索软膏、壬二酸净颜凝露、壬二酸清痘凝露；肾病领域主要产品包括火把花根片及昆仙胶囊。

报告期内，公司主要产品类别毛利率如下表所示：

项 目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	金额（万元）	占主营业务收入比例（%）	毛利率（%）	金额（万元）	占主营业务收入比例（%）	毛利率（%）	金额（万元）	占主营业务收入比例（%）	毛利率（%）
皮肤类产品	67,347.49	79.39	73.38	32,454.73	63.88	76.77	23,075.70	60.61	80.71
肾病类产品	16,465.49	19.41	72.82	16,489.61	32.46	75.11	9,002.69	23.64	71.64
其他类产品	422.85	0.50	39.31	220.64	0.43	47.59	144.92	0.38	85.17
合 计	84,235.83	99.30	73.10	49,164.98	96.78	76.09	32,223.30	84.63	78.19

报告期内，公司产品毛利率分别为 78.19%、76.09%、73.10%，呈现小幅度下降趋势，主要是系各期主营业务收入构成中皮肤类产品、肾病类产品销售结构变化所致。

报告期内，公司主要产品分类别的毛利率如下表所示：

产品类别	主要产品	2022 年		2021 年		2020 年
		毛利率（%）	变动	毛利率（%）	变动	毛利率（%）
皮肤类	复方丙酸氯倍他索软膏	88.86	-0.52	89.38	-0.55	89.93
	甲硝唑凝胶	80.72	-0.04	80.76	-2.29	83.05
	联苯苄唑溶液	63.38	0.61	62.77	11.64	51.13

	质润壬二酸净颜凝露	79.77	-1.01	80.78		
	壬二酸清痘凝露	75.69	0.65	75.04		
肾病类	火把花根片	84.24	5.99	78.26	2.90	75.36
	昆仙胶囊	68.70	-5.59	74.28	3.26	71.03

报告期内，公司皮肤类产品中联苯苄唑溶液 2021 年毛利率上升较多，主要系 2021 年度该产品产量增高，原材料采购规模扩大，采购成本降低，同时规模经济效益共同使得单位成本下降所致。其他产品毛利率在报告期内基本保持稳定。

报告期内，公司肾病类产品中火把花根片毛利率呈现上升趋势，主要系公司自收购重庆药研院之后不断进行市场拓展，带动产量增加产生规模经济效应，摊薄单位生产成本所致。昆仙胶囊 2021 年毛利率上升较多，主要系销售价格提升所致；2022 年毛利率有所下降，主要系采购价格上涨所致。

公司主要产品毛利率具体分析如下：

(1) 皮肤类主要产品

复方丙酸氯倍他索软膏产品，报告期内毛利率波动基本平稳，不存在较大差异。

甲硝唑凝胶，报告期内毛利率波动基本平稳，不存在较大差异。2020 年度略高的原因系当年度单位产品的直接人工工资较高所致。

联苯苄唑溶液，报告期内毛利率自 2021 年度开始有所提升主要系 2021 年开始该产品产量增高，原材料采购规模扩大，采购成本降低，同时规模经济效益共同使得单位成本下降所致。

壬二酸净颜凝露，2021 年度和 2022 年度的毛利率整体保持平稳，不存在较大变化。

壬二酸清痘凝露，2021 年度和 2022 年度的毛利率整体保持平稳，不存在较大变化。

(2) 肾病类主要产品

火把花根片，报告期内毛利率逐年提升，主要系 2020 年 11 月份公司收购重庆药研院之后，公司逐步扩大自有肾病类产品火把花根片的生产，产量增加带来的规模经济效应导致单位生产成本不断降低，使得毛利率有所提升。

昆仙胶囊，报告期内的毛利率略有波动，呈现先升后降的趋势，主要系产品售价及成本变动共同所致。

2021 年度昆仙胶囊毛利率较 2020 年度有所上升的主要原因系陈李济药厂因生产成本上升致使公司采购的价格上涨，公司合理提高了产品的销售价格，公司依据市场销售情况对销售价格的提升幅度大于公司采购成本的上升幅度，致使 2021 年毛利率有所上升。

2022 年度昆仙胶囊毛利率较 2021 年度有所下降的主要原因系陈李济药厂因生产成本上升使得公司的采购成本进一步上升，公司在采购成本上升幅度较大的情况下，依据市场销售情况对单位售价的提升幅度较小，使得昆仙胶囊的毛利率有所下降。

综上所述，报告期内公司主要产品中复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶、壬二酸净颜凝露、壬二酸清痘凝露毛利率未发生较大变动；联苯苄唑溶液毛利率变动主要系产量上升，原材料采购规模扩大，采购成本降低，同时规模经济效益共同使得单位成本下降所致；火把花根片毛利率变动主要系产量上升，规模经济带动单位生产成本下降所致，昆仙胶囊毛利率变动主要系采购价格上涨以及公司适当调整销售价格所致。

2. 公司主要产品毛利率水平、变动趋势是否符合行业特征，与同行业可比公司可比产品的毛利率差异合理性

报告期内，公司产品销售毛利率与同行业可比上市公司对比如下：

单位：%

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
华邦健康	79.47	79.69	79.42
兴齐眼药	78.02	77.90	74.79
佐力药业	76.30	78.72	78.90
平均值	77.93	78.77	77.70
公司	73.10	76.09	78.19

注：公司专注皮肤类产品和肾病类产品的细分领域，为保持可比性，故在可比公司中，选取华邦健康“医药行业”毛利率、兴齐眼药“医药制造”毛利率作为对比

整体来看，公司主要产品毛利率水平与同行业可比公司基本保持一致，不存

在重大差异。报告期内，公司与可比公司毛利率的较小差异主要系销售模式、专注细分领域及产品结构不同所致。

公司与同行业可比公司毛利率差异详见本问询函回复“九.（三）结合产品类型、行业地位、技术水平、竞争格局等具体差异分析发行人与各可比公司毛利率差异的原因及合理性”之说明。

（二）说明细分行业内与发行人主要产品具有相同或相似主治功能药品的基本情况，包括名称、主治功能、品牌知名度等，与发行人产品在单价、市场占有率、销售渠道等方面的差异，说明主要产品毛利率水平的合理性及未来变动趋势

公司主要产品与细分行业内具有相同或者相似主治功能药品相比，公司药品具有较高的品牌优势及市场占有率，主要药品定价合理，毛利率水平具有合理性，毛利率大幅变动的风险较小。具体如下：

1. 皮肤类产品

（1）复方丙酸氯倍他索软膏

产品	类别	生产厂商	品牌	规格	主治功能	售价
丙酸氯倍他索软膏	功效类似产品	广东华润顺峰药业有限公司	顺峰	10g/1 支装	神经性皮炎 皮肤病 银屑病 慢性湿疹 扁平苔藓 掌跖脓疱病 盘状红斑狼疮	6-10 元
		福元药业股份有限公司	福元	10g/1 支装	银屑病 慢性湿疹 盘状红斑狼疮	5-7 元
复方丙酸氯倍他索软膏	公司产品	知原药业	金纽尔	10g/1 支装	适用于寻常型银屑病的治理，具有抗炎、抗皮肤角化异常等作用	15.8-18.8 元

注：同行业产品及公司产品单价为线上医药销售平台售价

与市场相似主治功能药品相比，公司自主研发的复方丙酸氯倍他索软膏是，由维 A 酸和丙酸氯倍他索两活性成份组成组方，是银屑病及抗角化异常性皮肤病的一线治疗药物，根据弗若斯特沙利文数据显示，截至 2022 年末，我国共有 20 家厂商生产的丙酸氯倍他索软膏获批，而仅公司 1 款复方丙酸氯倍他索软膏获批，因此市场上的同类产品均为单方制剂，公司的复方制剂治疗效果更为显著，具有相对较高的竞争优势。

复方丙酸氯倍他索软膏及丙酸氯倍他索软膏均属于处方药，以医院和连锁药店为主要终端销售渠道；在产品售价方面，基于公司产品的治疗功效更为显著，品牌影响力更高，因此公司产品的售价显著高于市场其他同类产品；根据弗若斯特沙利文数据显示，公司的复方丙酸氯倍他索软膏（金纽尔）因其突出的疗效和高质量，市场占有率为 73.80%，占据了整个丙酸氯倍他索软膏市场的近四分之三，占据市场主导地位，显著高于市场上功效类似的其他产品。

综上可知，公司产品在售价、市场占有率等方面均显著高于市场具有相同或相似主治功能药品，公司产品具有较强的竞争优势，毛利率水平具有合理性；报告期内，公司复方丙酸氯倍他索软膏销售规模较大，未来，公司的复方丙酸氯倍他索软膏将继续保持较大的销售规模和较高的市场占有率，替代性风险较低，不存在销量、价格大幅下降的风险，毛利率水平大幅变动的风险较小。

(2) 甲硝唑凝胶

产品	类别	生产厂商	品牌	规格	主治功能	售价
甲硝唑凝胶	同款产品	山东方明药业集团股份有限公司	HeyBro/硬核医生	20g/1 盒装	炎症性丘疹、脓疱疮、酒渣鼻红斑	26-29 元
		湖北康正药业有限公司	轰克	20g/1 盒装		12-15.8 元
	公司产品	公司	丽芙	20g/1 盒装		16-18 元

注：同行业产品及公司产品单价查询自线上医药销售平台售价。

甲硝唑凝胶通过活性成份甲硝唑与葡萄糖酸氯己定溶液增强对丙酸痤疮杆菌

菌的抗菌作用，用于炎症性丘疹、脓疱疮、酒糟鼻红斑的局部治疗。公司产品与市场上的同款产品成分及疗效基本一致。

甲硝唑凝胶及市场上同款产品均为非处方药，销售渠道主要以线下经销和线上电商销售为主，在产品售价方面，公司产品定价与“轰克”产品差异较小，低于“HeyBro/硬核医生”。根据弗若斯特沙利文数据显示，公司推出的甲硝唑凝胶（丽芙）因其具备疗效、包装、价格等方面综合优势，牢牢占据了该品类销量首位，市场份额占比分别达到 56.3%，为我国甲硝唑凝胶市场占有率第一的品牌，品牌优势显著。

综上可知，公司产品在售价方面具有较强的竞争力，基于公司产品的价格及品牌优势，获得了较高的市场占有率，毛利率水平具有合理性；报告期内，公司甲硝唑凝胶销售规模较大，未来，公司的甲硝唑凝胶将继续保持较大的销售规模和较高的市场占有率，替代性风险较低，不存在销量、价格大幅下降的风险，毛利率水平大幅变动的风险较小。

(3) 联苯苄唑溶液

产品	类别	生产厂商	品牌	规格	主治功能	售价
联苯苄唑溶液	同款产品	江西普丽尔药业有限公司	普丽尔	60ml/1 瓶装	手癣、足癣、体癣、皮肤真菌病、花斑癣	32-37 元
		黑龙江天龙药业有限公司	乐龄	60ml/1 瓶装	体癣、手癣、股癣、足癣、花斑癣	20-24 元
	公司产品	公司	洛芙	60ml/1 瓶装	适用于治疗各种皮肤真菌病，如手、足癣、体、股癣、花斑癣	26.4-31.4 元

注：同行业产品及公司产品单价为线上医药销售平台售价

联苯苄唑溶液属于抗真菌药物，可以抑制真菌细胞膜的合成，用于治疗多种皮肤真菌疾病，市场上同款产品成分疗效与公司产品基本一致。

联苯苄唑溶液均为非处方药，主要以线下经销和线上电商销售为主。在产品售价方面，公司产品售价适中，与同类产品差异较小。根据弗若斯特沙利文数据

显示，公司产品在联苯苄唑溶液市场占有率为 50.50%，为我国联苯苄唑溶液市场占有率第一的品牌，品牌优势显著。

公司联苯苄唑溶液产品在销售价格、市场拓展、治疗效果等方面具有较强的竞争力，基于公司产品的价格及品牌优势，获得了较高的市场占有率，毛利率水平具有合理性。报告期内，公司联苯苄唑溶液销售规模较大且保持高速增长趋势，未来公司联苯苄唑溶液产品将继续保持较大的销售规模和较高的市场占有率，替代性风险较低，不存在销量、价格大幅下降的风险，毛利率水平大幅变动的风险较小。

2. 肾病类产品

(1) 火把花根片及昆仙胶囊（雷公藤属制剂）

产品	类别	生产厂商	品牌	规格	主治功能	售价
昆明山海棠片	功效类似产品	云南植物药业有限公司	云植	0.28g*100片/1瓶装	祛风除湿、类风湿性关节炎	11-14 元
昆明山海棠片		云南滇隆制药有限公司	DL	0.28g*100片/1瓶装	红斑狼疮、类风湿性关节炎	12-14 元
雷公藤片		华润三九（黄石）药业有限公司	999	0.12g*100片/1瓶装	类风湿性关节炎	18-21 元
火把花根片	公司自有产品	重庆市药研院	火把花	0.18g*60片/1瓶装	祛风除湿、舒筋活络、类风湿性关节炎、红斑狼疮	119-139 元
昆仙胶囊	公司代理产品	广州白云山陈李济药厂有限公司	白云山	0.3g/12粒/1盒装	补肾通络，祛风除湿，主治类风湿性关节炎属风湿痹阻兼肾虚证	107-118 元

注：同行业产品及公司产品单价查询自线上医药销售平台售价

同类型产品中的昆明山海棠片等其他雷公藤制剂药物采用水煎醇沉法进行制备，公司的火把花根片优势在于使用毒性较低的去皮根芯制成，产品副作用小，

具有良好的安全性和稳定性，公司火把花根片是雷公藤属口服中药中唯一将异常毒性检查作为国家成品标准的项目。

(2) 昆仙胶囊

公司代理的昆仙胶囊产品相较于昆明山海棠片等其他雷公藤制剂药品，其属于复方制剂（单方是指药品中有一种成分针对疾病有效，复方是指药品种有多种成分针对疾病有效），可广泛用于以蛋白尿、慢性肾炎为主的免疫相关性肾脏疾病，治疗效果更为显著，此外昆仙胶囊系科技部“九·五”国家中医药重点科技攻关项目唯一成果，且陈李济药厂系被国家命名的“中华老字号”企业，药物可靠性及品牌知名度较高。

公司火把花根片、昆仙胶囊及类似产品昆明山海棠片、雷公藤片均属于处方药，以医院和连锁药店为主要终端销售渠道；在产品售价方面，基于公司产品的治疗功效更为显著，安全性及稳定性更高，品牌知名度更高，因此公司产品的售价高于市场其他同类产品。

得益于公司产品突出的疗效以及用户口碑，根据弗若斯特沙利文数据显示，2021 年度，公司产品在雷公藤制剂市场份额占比达到 52.60%，位于我国雷公藤制剂市场占有率第一。

综上，公司产品在售价、市场占有率等方面均高于市场具有相同或相似主治功能药品，公司产品具有较强的竞争优势，毛利率水平具有合理性；报告期内，公司雷公藤属制剂药品销售规模较大，未来，公司的雷公藤属制剂药品将继续保持较大的销售规模和较高的市场占有率，替代性风险较低，不存在销量、价格大幅下降的风险，毛利率水平大幅变动的风险较小。

(三) 结合产品类型、行业地位、技术水平、竞争格局等具体差异分析发行人与各可比公司毛利率差异的原因及合理性

报告期内，公司毛利率与同行业可比上市公司对比如下：

单位：%

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
华邦健康	79.47	79.69	79.42
兴齐眼药	78.02	77.90	74.79
佐力药业	76.30	78.72	78.90

算术平均数	77.93	78.77	77.70
公司	73.10	76.09	78.19

注：公司专注皮肤类产品和肾病类产品的细分领域，为保持可比性，选取华邦健康“医药行业”毛利率、兴齐眼药“医药制造”毛利率作为对比

报告期内，公司产品销售毛利率与同行业基本一致，不存在重大差异。公司在产品类型、行业地位、技术水平、竞争格局等方面与同行业可比公司的具体差异如下：

1. 产品类型

公司主要从事皮肤领域药品、功效性护肤品、肾病领域药品的研发、生产、销售及推广服务，华邦健康主要产品细分适应症为皮肤领域、佐力药业主要产品细分适应症为肾病领域，与公司主要产品的细分适应症领域相同，兴齐眼药主要产品均为外用制剂，包括溶液剂、膏剂等，与公司主要产品的剂型相同或类似。

报告期内，公司产品毛利率整体略低于兴齐眼药，主要原因系兴齐眼药主要产品为眼科凝胶外用制剂、滴眼液和眼科服务等，为专科药物，毛利率相对较高，公司综合毛利率高于佐力药业，主要系佐力药业主营业务中包含药品制剂与中药饮片，其中中药饮片毛利率较低，拉低了其整体毛利率。

2. 行业地位、技术水平和产品竞争格局

公司所选取的可比公司华邦健康、佐力药业、兴齐眼药均为国内规模较大的制药企业，技术实力较强，行业地位突出。

华邦健康医药业务以个人常见皮肤病为出发点，产品覆盖众多类型的皮肤病症，是国内皮肤药物品类最全的制药公司，主治病症包括皮炎湿疹、过敏、痤疮、银屑病等，可以满足全年龄段客户皮肤治疗的全方位、多层次需求。华邦健康产品在医生及患者端形成了良好口碑，建立起较好的竞争壁垒。

佐力药业立足于药用真菌生物发酵技术生产现代生物中药产品，主营业务以药品制剂产品与中药饮片产品为主，致力打造国内大型药用真菌制药领域领头雁。其在西普会发布的“2022 年中国中成药企业综合竞争力 50 强排行榜”中位列第 35 名，获得由中国医药工业信息中心颁发的“2022 年中国医药工业最具成长力企业”称号，多款药品在相关领域排名具领先地位。

兴齐眼药持续聚焦眼科领域，坚持专业化发展道路，在国内眼科处方药市场

上有良好的声誉和品牌效应，拥有眼科药物批准文号 53 个，其中 33 个文号被列入了医保目录、6 个文号被列入国家基本药物名录，在我国眼科处方药物领域处于领先地位。

在皮肤药领域，公司产品复方丙酸氯倍他索软膏（金纽尔）在丙酸氯倍他索软膏的市场占有率排名第一，甲硝唑凝胶（丽芙）在甲硝唑凝胶市场占有率第一；联苯苄唑溶液（洛芙）在联苯苄唑溶液市场占有率第一；在肾病领域，公司自有产品火把花根片及代理产品昆仙胶囊为雷公藤制剂市场占有率第一。在皮肤领域，除金纽尔外，公司产品均为非处方药，患者自行购买率高，在肾病领域，公司产品竞争优势明显，竞品相对较少，公司产品均具有较高的市场占有率与显著的市场竞争优势。

综上所述，报告期内，公司在产品类型上与同行业可比公司竞争较小，公司与同行业可比公司均具有较高的行业地位、技术水平以及显著的产品竞争优势，致使公司产品销售毛利率与同行业保持基本一致，不存在显著差异。

（四）核查程序和核查结论

1. 针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

（1）获取并核查了公司的收入成本明细表，访谈了公司财务总监及相关业务人员，分析了公司不同产品类别、主要产品的毛利率变动情况；评价公司与同行业可比公司毛利率差异的合理性；

（2）通过网上电商平台等公开渠道，查询与公司主要产品具有相同或相似主治功能药品的相关信息，分析其与公司产品在单价、市场占有率、销售渠道等方面的差异，评价公司主要产品毛利率水平的合理性，并分析其未来变动趋势；

（3）查阅同行业可比公司的公开信息，结合公司与同行业可比公司之间产品类型、行业地位、技术水平、竞争格局等具体差异，分析公司与各可比公司毛利率差异的原因，并评价其合理性。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

（1）报告期内，公司产品销售毛利率整体呈下降趋势，主要系联苯苄唑溶液等低毛利产品占比提高所致；报告期内公司主要产品中复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶、壬二酸净颜凝露、壬二酸清痘凝露毛利率未发生较大变动；联苯苄

唑溶液毛利率变动主要系产量上升，原材料采购规模扩大，采购成本降低，同时规模经济效益共同使得单位成本下降所致；火把花根片毛利率变动主要系产量上升，规模经济带动单位生产成本下降所致，昆仙胶囊毛利率变动主要系采购价格上涨以及公司适当调整销售价格所致；上述产品毛利率变动具有商业合理性，符合行业特征；

(2) 报告期内，公司药品与市场上具有相同或相似主治功能药品相比，具有较高的品牌优势及市场占有率，主要药品定价合理，毛利率水平具有合理性，毛利率大幅变动的风险较小；

(3) 报告期内，公司在产品类型上与同行业可比公司竞争较小，公司与同行业可比公司均具有较高的行业地位、技术水平以及显著的产品竞争优势，致使公司产品销售毛利率与同行业保持基本一致，不存在显著差异。

十、关于学术推广费用

申报材料显示：(1) 报告期内，发行人市场推广费分别为 11,405.11 万元、13,850.45 万元和 26,038.26 万元；其中，学术推广费用分别为 9,417.27 万元、8,498.44 万元、12,124.06 万元，占市场推广费比例分别为 82.57%、61.36%、46.56%。(2) 发行人学术推广费用主要由会务费、信息收集费、市场调研费组成，会务费主要系因开展学术会议、圆桌讨论会、专家讲座、患者教育会等产生的费用。请发行人：(1) 说明学术推广费用各项费用支出的相互关系、服务成果表现形式及单价合理性；推广服务合同的主要条款内容、权利义务履行情况、推广服务费的确定依据以及费用规模变动的合理性；学术推广费用中是否存在销售返利。(2) 说明学术推广费用中会务费总体呈上升趋势的合理性，会议场次的具体情况、开展模式及变动合理性，是否符合行业特征，是否存在服务商空设、虚设活动等情形。(3) 说明推广服务商的选取机制、管理机制、具体工作内容、数量及区域分布情况，与终端销售是否匹配；主要推广服务商的基本情况、市场服务的具体对象；推广服务商的主要背景、主要推广人员从业经历及专业背景，推广服务商从事相关推广服务工作的合理性，是否存在主要推广服务商主业并非医药行业推广服务的情形；推广商是否存在仅为发行人提供推广服务的情形，是否专为发行人营销服务设立，是否实际承担相应工作内容，是否存在通过购买或虚开发票形成资金体外循环、为发行人承担成本费用

的情形。（4）列示报告期各期新进入的主要推广服务商，及其服务费金额、成立时间、实缴资本、参保人数等，以及成为推广服务商的原因及合理性；列示报告期各期退出的推广服务商，是否存在其退出后立即成立新的主体与发行人合作的情形；分析推广服务商的变动情况及其合理性。（5）结合推广服务商注册资本、参保人员、员工数量等情况，说明推广商存在的主要特点，是否存在推广商规模小、参保及员工人数少，部分服务商主要为发行人服务，推广服务商频繁变动，部分服务商短期内成立即成为主要服务商，部分服务商已注销，推广服务商数量多且分散等情形，如是，说明相关情形是否符合行业特征。（6）说明推广服务商与发行人、实际控制人、董监高及其关联方是否存在关联关系、利益输送行为或其他利益安排，是否存在发行人员工或前员工、近亲属控制的情形；如是，请说明相关人员履历、在发行人中任职情况，此类推广服务商与发行人发生资金往来的具体情况、涉及金额，相关资金后续流向。（7）结合与主要推广服务商的合作历史、合作模式、终端网点数量等情况，说明大额学术推广费用的原因及合理性，是否存在因商业贿赂、利益输送、虚开发票等被行政处罚或立案调查情形。（8）说明针对推广服务商的推广服务过程相关内部控制制度、推广服务商的考核制度等建立情况，相关制度具体执行情况，是否定期关注相关推广服务商存在商业贿赂、虚开发票、被立案调查等违法违规情况并及时采取有效应对措施，是否确保推广服务费的准确性、完整性合规性，能否有效防范商业贿赂等风险。（9）说明是否存在对推广服务商、学术推广费用的投诉、举报、行政处罚及重大媒体质疑。（10）说明学术推广费用率与同行业可比公司、医药行业相似公司的比较情况，说明所处水平及差异合理性。请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见，并说明：（1）对推广服务费真实性所采取的针对性核查措施及其充分性，具体核查方法、核查程序、核查过程、核查结论。（2）是否发现部分推广服务活动未真实开展、推广服务费相关内部控制不健全、推广费原始凭证异常、事后补充或替换推广费原始凭证等情形。（3）报告期内发行人及其股东、董事、高级管理人员、员工、推广服务商是否存在因商业贿赂行为等而受到政府主管部门处罚、立案调查等情形。（审核问询函问题 18）

（一）说明学术推广费用各项费用支出的相互关系、服务成果表现形式及单

价合理性；推广服务合同的主要条款内容、权利义务履行情况、推广服务费的确定依据以及费用规模变动的合理性；学术推广费用中是否存在销售返利

1. 学术推广费用各项费用支出的相互关系、服务成果表现形式及单价合理性说明

(1) 学术推广费各项支出的相互关系及服务成果表现形式

报告期内，公司委托专业化推广服务商进行学术推广服务，推广服务商就公司产品向各级医疗机构进行推广，提高公司产品市场认知度的同时也向公司提供市场调研、营销策划等咨询服务。

各项学术推广费用支出主要由会务费、信息收集费、市场调研费组成，各类学术推广活动的开展系根据不同药品特性、针对人群及推广需求的不同而选择不同形式；相关费用支出系根据实际服务内容成果分类核算，各项费用支出间无其他相互关系。

各项费用项目的主要推广服务内容及其成果表现形式具体如下：

费用项目	主要服务内容	服务成果表现形式
会务费	通过开展学术拜访，组建学术讨论会、病例讨论会等推广会议以及学术讲座、患者教育等医学教育活动等形式，提高和加深医务工作者以及患者等对公司药品的适应症、相关治疗方法和知识的了解，进而提升产品知名度	活动记录表、推广人员行程总结表、活动邀请函、会议现场照片及签到表、会议总结评估表等
信息收集费	通过收集公司产品与竞品的流向及库存信息、门诊病例信息以及副作用、不良反应病例等信息，了解产品销售情况，协助维护现有销售渠道的同时针对潜在市场提供针对性营销策划	产品库存信息表、产品流向表、竞品销售情况表、临床调研信息反馈表等
市场调研费	由具有医学专业背景的服务商结合产品现行市场情况及推广过程收集信息，针对公司产品出具专项调研报告	专项咨询调研报告

(2) 学术推广费用单价合理性说明

1) 会务费单价情况说明

报告期内，公司学术推广费中的会务费主要来自学术拜访、圆桌讨论会、学术会议以及终端培训会议，主要通过向医务工作者、患者、终端销售人员介绍公司产品的特性、适用症及使用经验等信息，在学术研讨与培训过程达到推广目的。公司会务活动开展模式、各期费用发生、参与人次、人均费用情况如下表所示：

活动类型	开展模式	年度	学术推广费 金额(万元)	总参与人次 (万人)	人均费用 (元/人次)

活动类型	开展模式	年度	学术推广费 金额(万元)	总参与人次 (万人)	人均费用 (元/人次)
学术拜访	服务商通过学术拜访医院、诊所门诊医生的形式，向医生现场介绍公司产品特点、适用症及使用方式，沟通了解竞品信息、医生的处方观念及对公司产品的意见建议等，树立良好的品牌形象	2022 年度	3,019.25	15.15	199.23
		2021 年度	1,907.01	9.35	204.05
		2020 年度	2,450.16	12.37	198.06
		小计	7,376.42	36.87	200.06
圆桌讨论会	服务商邀请公司产品适用领域的医药专家或从业经验丰富的医生，以圆桌讨论会的形式围绕公司产品及相关领域内的疑难杂症、行业问题难点等事项展开深入探讨，在专家交流与互动过程中提升产品的临床应用认可度	2022 年度	1,817.46	1.00	1,822.38
		2021 年度	1,430.02	0.77	1,865.40
		2020 年度	1,921.64	1.00	1,914.17
		小计	5,169.11	2.77	1,867.59
学术会议	服务商通过组织学术讲座、全国性、区域性或科室级学术会议等形式，向医务工作者介绍产品的作用机理、用法用量以及适应症的诊治和处理流程，以便正确地使用公司产品	2022 年度	1,664.22	2.23	744.99
		2021 年度	1,523.14	2.25	675.81
		2020 年度	1,759.06	2.45	718.69
		小计	4,946.42	6.93	713.22
终端培训会议	服务商通过组织患者教育活动、终端销售人员培训会议等形式，向患者、渠道销售人员传递公司产品的学术信息，提升品牌知名度和寻求潜在客户	2022 年度	2,253.66	6.74	334.55
		2021 年度	1,105.85	3.61	306.62
		2020 年度	268.52	2.00	134.34
		小计	3,628.03	12.34	293.96

报告期内，公司各类会议活动费用单价的水平相对较为稳定，伴随公司业务规模增长，活动参与人数及费用支出整体呈现为增长态势。圆桌讨论会因其会议内容重心为学术研讨，对参会人员的专业程度要求较高，相应的开办难度以及费用支出水平明显高于面向普通门诊医生、患者以及终端销售人员的会议培训活动。

为了解公司产品的临床应用认可度情况，持续提升产品的市场占有率，报告期内公司以会议形式投放的推广活动以学术拜访、学术讲座、患者教育等形式为主，由皮肤、肾病领域医药专家主导的圆桌讨论会议支出占比相对较低，整体反映为公司人均会务费用水平较低。

会务费单价与同行业对比情况：

同行业可比上市公司华邦健康、兴齐眼药以及佐力药业未详细披露学术推广

会议活动的费用单价情况，拟摘录部分医药制造业上市公司类似学术推广活动人均费用情况，对比说明公司会务费单价水平的合理性：

① 学术拜访单价水平对比说明

报告期内，公司学术拜访费用主要来自商务拜访医院门诊医生，同行业公司类似活动的人均费用情况如下：

同行业公司	学术活动类型	活动内容形式	年度	人均费用 (元/人次)
星昊医药 (430017)	拜访活动	针对医生、经销商进行拜访或组织社区义诊的形式拜访患者	2022 年度	296.87
			2021 年度	299.28
			2020 年度	297.33
百克生物 (688276)	商务拜访	医生商务拜访	2017-2020 年 6 月	200-300

由上表可见，医药行业针对医生单次商务拜访的人均支出约在 200-300 元/人次范围内，公司报告期内学术拜访活动基础定价为 200 元/人次，实际执行情况基本符合推广协议约定，单价具有合理性。

② 圆桌讨论会单价水平对比说明

公司圆桌讨论会内容以公司产品临床的临床应用、疑难病例研讨等事项为主，同行业公司类似学术会议活动人均费用情况如下：

同行业公司	学术推广类型	活动内容形式	年度	人均费用 (元/人次)
吉贝尔 (688566)	病例研讨会	邀请相关领域医生或学术专家针对某项典型案例进行病案分享并总结相关学术经验	2019 年 1-9 月	1,063.06
			2018 年度	1,142.22
			2017 年度	1,092.74
			2016 年度	1,039.63
	专题研讨会	介绍公司产品临床研究、药理药性、临床治疗方案，帮助参会人员更好地了解公司最新的临床研究、产品的临床使用方法	2019 年 1-9 月	2,660.79
			2018 年度	2,608.77
			2017 年度	2,641.75
			2016 年度	2,981.30
津同仁堂 (834915)	区域学术会	举办市际或省内的学术推广会，与会专家共同研讨交流医学前沿进展，传递公司产品最新的学术研究进展、科研成	2022 年 1-6 月	2,265.27
			2021 年	2,227.95
			2020 年	2,226.86

	果, 宣讲介绍产品特点与临床用药方案	2019 年	2,178.69

专家学术探讨、病例研讨等会议受活动形式与规模的影响, 人均费用波动区间较大, 由上表可见同行业类似活动人均支出约在 1,000.00-3,000.00 元/人次。公司报告期内圆桌讨论会场均人次基本在 15 人, 人均费用稳定在 1,800.00-2,000.00 元/人次范围内, 处于行业合理水平。

③ 学术会议单价水平对比说明

报告期内公司学术会议内容主要为科室级学术会议活动, 小部分发生为区域性、全国性学术会议, 同行业公司类似学术会议活动人均费用情况如下:

同行业公司	学术推广类型	活动内容形式	年度	人均费用 (元/人次)
吉贝尔 (688566)	科室推广会	以医院科室为单位, 介绍产品的作用机理、用法用量以及适应症的诊治和处理流程, 以便正确地使用公司产品	2019 年 1-9 月	494.94
			2018 年度	531.39
			2017 年度	488.39
			2016 年度	602.82
科源制药 (301281)	学术推广活动	通过区域性学术会议、沙龙会及科室会, 通过学术会议宣传公司产品疗效, 加深医疗机构人员对公司产品的认识	2021 年度	1,300.69
			2020 年度	1,054.46
			2019 年度	1,198.59
			2018 年度	1,204.52

如上表所示, 科室会、学术沙龙等活动费用单价在 400.00-1,300.00 元/人次内。公司报告期学术会议中人均支出较低的学术讲座占比相对较高, 导致学术会议费用单价水平较低, 基本维持在 700.00 元/人次, 处于合理范围内。

④ 终端培训会议单价水平对比说明

报告期内, 公司终端培训会议支出主要来自 OTC 店员培训以及患者教育活动, 同行业上市公司类似终端培训会议活动人均费用情况如下:

同行业公司	学术推广类型	活动内容形式	年度	人均费用 (元/人次)
广誉远 (600771)	OTC 地推活动	连锁店员培训、养生活动讲堂、百城千店地推活动等项目投放	2022 年度	612.26
			2021 年度	374.41
			2020 年度	595.87

同行业公司	学术推广类型	活动内容形式	年度	人均费用 (元/人次)
众生药业 (002317)	店员培训、慢病 宣贯服务	对连锁药店的店员进行慢病 知识培训, 帮助店员了解、 熟悉企业产品	2021-2022 年度	200.00
			2019-2020 年度	150.00

公司终端培训会议活动单价水平基本在 300.00 元/人次, 对比上述同行业上市公司, 单价水平处于合理范围。

2) 信息收集费用单价情况说明

报告期各期, 公司各年度信息收集费单价情况列示如下:

期 间	金额 (万元)	收集记录数量 (条)	单价 (元/条)
2022 年度	2,567.91	172,607	148.77
2021 年度	1,891.45	121,155	156.12
2020 年度	2,203.31	121,419	181.46
合 计	6,662.67	415,181	160.48

信息收集费主要为收集公司产品及竞品销售流向、库存信息、临床用药不良反应记录、疑难病例等形成的费用支出, 报告期内公司主要侧重于市场信息收集, 病例相关医学项目支持信息收集工作开展频率较低, 整体信息收集费用单价水平较低。

信息收集费单价同行业对比情况

同行业内类似信息收集活动单价情况如下:

同行业公司	活动类别	年度	统计单位	单价
科源制药 (301281)	市场动态有效 信息反馈	2021 年度	元/条	500.00
		2020 年度	元/条	500.00
威门药业 (430369)	竞品营销数据 收集	2022 年度	元/条	100.00
		2021 年度	元/条	100.00
		2020 年度	元/条	100.00

如上表所示, 市场信息收集单价水平相对低于医学支持相关信息收集支出, 同行业公司根据具体信息内容差异单价处于 100.00-5,00.00 元/记录范围内。公司报告期信息收集主要内容为产品流向与库存信息, 费用单价维持在 200 元/条的范围内, 价格水平具有其合理性。

3) 市场调研费用单价情况说明

报告期各期，公司市场调研费用单价情况列示如下：

期 间	金额（万元）	调研报告数量（次）	单价（万元/次）
2022 年度	801.56	460	1.74
2021 年度	640.98	478	1.34
2020 年度	814.58	450	1.81
合 计	2,257.11	1,388	1.63

公司为了解存量市场的市场竞争状况，以便发现空白或潜在市场，委托具有医药专业背景的服务商进行相关行业调研工作，相应咨询服务及报告出具费用列示为市场调研费。通常行业咨询及调研类活动需根据产出资料的市场价值进行定价，报告期内公司市场调研单价有所波动，整体处于 1.34-1.81 万元/次的区间内，同行业公司类似调研费用单价情况如下：

同行业公司	活动类别	年度	单价（万元/次）
花园生物 (300401)	医院调研	2019-2022 年 6 月	0.50
九典制药 (300705)	市场调研	2022 年度	2.91
		2021 年度	4.94
		2020 年度	7.85

如上表所示，不同公司间市场调研费用单价水平差异较大且同一主体各期发生额波动较为明显。对比同行业公司样本单价情况，公司调研费用价格水平处于合理范围内。

综上所述，报告期内公司学术推广费单价水平处于合理范围内，符合行业特征。

2. 推广服务合同的主要条款内容、权利义务履行情况、推广服务费的确定依据以及费用规模变动的合理性说明

(1) 推广服务合同的主要条款内容、权利义务履行情况、推广服务费的确定依据

推广服务内容及方式：在推广服务协议有效期内，为提升公司产品品牌影响力，增强市场竞争力，推广服务商以信息收集、市场调研、拜访、推广会议、医学教育以及其他合法推广服务方式，为公司提供市场情报收集推广活动，促进提升协议产品的市场份额。

推广目标：根据实际协议合作方及合作情况，协商确定推广的目标产品、目标区域以及目标医院终端清单。

公司的权利与义务：公司有权要求服务商按照公司提供的推广材料，使用合法的手段推广公司产品，确保对公司产品投入足够的推广服务，提供推广目标产品的市场信息、符合国家相关法律法规的推广材料；公司确保目标产品在目标市场不再委托任何第三方进行推广服务；公司需确保产品在目标市场的供货稳定，并在规定时间内支付推广服务费。

推广服务商的权利与义务：推广服务商有权根据目标市场状况决定推广活动形式，定期报告公司产品在目标市场的推广情况，针对市场影响较大的事件随时向公司进行报告；服务商不得推广与公司通用名相同的竞争品种，不得扰乱公司产品的市场秩序，自行制作或委托第三方制作的推广材料需经公司认可后使用；服务商需向公司提供负责产品推广的医药代表的人员名单及详细信息，配合公司完成医药代表备案工作；服务商履约过程中不得侵犯公司现有知识产权，严格遵守国家相关法律法规。

推广服务商参照协议约定进行费用结算，费用标准及确定依据列示如下：

项目	费用标准
会务服务	结合会议开展方式及规模、推广区域竞争程度、开办难易程度、服务成本预算、推广区域经济发展水平、市场行情等，按照客户拜访次数、活动场次、参会人次定价
信息收集	结合收集内容及繁简程度、推广区域经济发展水平、市场行情等，按照单条记录、资料份数进行定价
市场调研	结合调研方式及内容、调研复杂程度，在考虑服务商服务成本的基础上双方协商定价

(2) 学术推广费用规模变动的合理性说明

报告期内，学术推广费用分项发生及占比情况如下表所示：

单位：万元

明 细	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
会务费	8,754.59	72.21%	5,966.02	70.20%	6,399.38	67.95%
信息收集费	2,567.91	21.18%	1,891.45	22.26%	2,203.31	23.40%
市场调研费	801.56	6.61%	640.98	7.54%	814.58	8.65%
合 计	12,124.06	100.00%	8,498.44	100.00%	9,417.27	100.00%

报告期内，公司学术推广费用的金额分别为 9,417.27 万元、8,498.44 万元及 12,124.06 万元，呈现先下降后上升的趋势，主要与公司产品推广投放策略调整相关。

2021 年学术推广费下降主要原因系：2021 年公司将重点放在联苯苄唑溶液等非处方药的线上推广上，传统线下学术推广费较 2020 年减少。

2022 年学术推广费增加主要原因系：一方面公司加大开拓电商平台热点产品包括联苯苄唑和甲硝唑凝胶线下药房渠道的推广，相应的增加线下渠道学术推广费用的支出；另一方面公司优化对金纽尔等处方药品的推广策略，在自身销售团队中增加配置对应的销售人员，加强与重点区域推广商的合作，相应的学术推广费支出和销售收入均呈增加趋势。

综上所述，结合公司的业务定位与发展形态，公司学术推广费的规模变动具有其合理性。

3. 学术推广费用中是否存在销售返利说明

报告期内，公司的学术推广服务费均系根据合同约定和产品推广实际已发生的费用进行确认，费用确认不与产品销售情况挂钩，学术推广费用中不存在销售返利。

（二）说明学术推广费用中会务费总体呈上升趋势的合理性，会议场次的具体情况、开展模式及变动合理性，是否符合行业特征，是否存在服务商空设、虚设活动等情形

1. 学术推广费用中会务费总体呈上升趋势的合理性，会议场次的具体情况、开展模式及变动合理性，是否符合行业特征说明

报告期内，公司会务费、营业收入及相关费用率占比情况列示如下：

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
会务费（万元）	8,754.59	5,966.02	6,399.38
学术推广费（万元）	12,124.06	8,498.44	9,417.27
会务费占当期学术推广费比例	72.21%	70.20%	67.95%
营业收入（万元）	86,031.81	51,111.03	38,835.09
学术推广费用率	14.09%	16.63%	24.25%

报告期内公司会务费占学术推广费的比例整体呈现为上升趋势，主要原因系

线下学术推广仍系公司推广肾病、皮肤领域处方药产品的主要形式。伴随公司整体业务规模的增长，报告期各期，公司会务费支出以及占学术推广费的比例整体呈现增长态势。

报告期内，学术推广会议具体开办场次列示如下：

活动形式	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	费用金额 (万元)	拜访人次/会议次数	费用金额 (万元)	拜访人次/会议次数	费用金额 (万元)	拜访人次/会议次数
学术拜访	3,019.25	151,545	1,907.01	93,460	2,450.16	123,710
圆桌讨论会	1,817.46	736	1,430.02	514	1,921.64	600
学术会议	1,664.22	2,061	1,523.14	1,697	1,759.06	1,165
终端培训会议	2,253.66	1,063	1,105.85	718	268.52	407
其中：患者教育活动	572.35	562	844.10	637	255.47	403
销售培训会议	1,681.31	501	261.75	81	13.05	4

由上表可知，报告期内除终端培训会议支出与开办次数持续增长外，其余项目均在 2021 年度存在波动现象。2020 年度以甲硝唑凝胶为主的 OTC 产品在电商渠道实现营收的大幅增长，公司适时调整营销投放策略并加大电商渠道的投放，使得对应的学术推广相关的活动减少。营销策略的变化导致 2021 年度除终端培训会议外其余项目支出呈现一定程度下降。

2020 及 2021 年度因持续受宏观经济波动影响，为避免大规模跨区域人员聚集，公司线下活动采取了小规模、高频次的推广策略。学术拜访活动因其信息收集效率高且针对性强的特点，成为公司主要的学术推广形式。此外，报告期内，学术会议中小范围科室会开展频率上升，整体反映为场次数量的上升以及场均人数的持续下降。2022 年度公司着眼于产品覆盖范围的扩张，贯彻渠道下沉的销售策略，持续提高学术拜访、销售培训会议开办频次，同时配合线上渠道开展新零售营销活动，以快速提升甲硝唑凝胶、联苯苄唑溶液等 OTC 产品的市场渗透率。

综上所述，报告期内小规模、高频次的会务活动是公司学术推广的主要投放形式，伴随整体业务规模增长所需以及期间营销策略的适时调整，会务费支出的增长态势以及会务活动开展频次的变化情况具有其合理性。

2. 学术推广是否存在服务商空设、虚设活动等情形的说明

针对学术推广活动，公司已制定《营销学术活动管理制度》《推广服务供应商合规管理制度》等内部管理制度，联合营销部门、财务部门等相关部门人员对推广活动的不同环节进行管理。公司从推广服务商的准入、推广活动的开展过程、服务费用的结算审批流程等方面，对推广服务商的展业活动进行了严格规范。报告期内学术推广活动均按推广协议实施执行，不存在学术推广服务商空设、虚设活动等情况。

(三) 说明推广服务商的选取机制、管理机制、具体工作内容、数量及区域分布情况，与终端销售是否匹配；主要推广服务商的基本情况、市场服务的具体对象；推广服务商的主要背景、主要推广人员从业经历及专业背景，推广服务商从事相关推广服务工作的合理性，是否存在主要推广服务商主业并非医药行业推广服务的情形；推广商是否存在仅为发行人提供推广服务的情形，是否专为发行人营销服务设立，是否实际承担相应工作内容，是否存在通过购买或虚开发票形成资金体外循环、为发行人承担成本费用的情形

1. 推广服务商的选取机制、管理机制、具体工作内容、数量及区域分布情况，与终端销售是否匹配的说明

(1) 推广服务商的选取机制

公司推广服务商的选取需结合其资质、推广能力、合规记录等多种因素进行综合考量，针对推广服务商的准入和确定、推广服务协议标准等事项，公司制定了《营销学术活动管理制度》以及《推广服务供应商合规管理制度》，相关规定条款列示如下：

1) 推广服务商选择总体原则：推广服务商的选择优先考虑具有独立法人资格的、具有良好商业信誉、具有较强本地化服务能力的推广服务商。

2) 推广服务商需具备的基本条件：①推广服务商成立或注册时间为6个月以上，如不足6个月，需提供完整的纳税申报明细表；②有限公司注册资本及实缴资本不得低于50万元，个体工商户根据情况核实；③推广服务商的经营状态为存续/在业，具有提供相应服务的经营范围并按时年检；④推广服务商法人名下的相关企业，不得存在企业频繁设立再注销的情况，股东及高管中无公司在职人员；⑤推广服务商的注册地址应为独立办公地址，避免集中注册地或居民区、偏远地区等异常注册地；⑥推广服务商及主要股东关联企业，未被列入企业经营

异常名录，未有商业贿赂等不良记录，近两年无行政处罚或重大违法违规事项。

3) 推广服务商准入内控流程：①由业务部门填写《供应商资质审核表》，并提供电子版营业执照、纳税登记表、纳税信用等级证明、银行开户证明交由总经办进行供应商资质审核；②审核通过后，业务部门需将供应商相关的《供应商资质审核表》、营业执照复印件(加盖公章)、纳税登记表或纳税信用等级证明(加盖公章)、银行开户证明一起邮寄至总经办保管存档，建立供应商管理信息档案；③与服务商签订的合同原件均需寄回公司统一归档保管。

(2) 推广服务商的管理机制

公司要求推广服务商严格参照《推广服务协议》条款履约，在指定区域内对公司产品进行推广服务，不得推广与公司通用名相同的竞争品种，不得扰乱公司产品市场秩序，并进行事前、事中和事后管理。

1) 事前：公司针对准入的推广服务商需签订推广协议以及《合规推广承诺书》，内容涵盖委托服务范围、服务内容、费用计算与支付标准、保密责任、违约责任、协议期限及协议双方单位名称；服务商推广过程中如使用自制或第三方制作的材料需经公司审核确认，确保推广资料的真实、准确及专业度；

2) 事中：推广过程中相关业务负责人需定期向公司汇报推广进度，公司销售人员需针对负责区域内的活动投放频次、开展情况进行监控，不定期参与部分活动以了解活动开展真实性；

3) 事后：服务供应商在结算时，需提供与真实业务对应的服务成果材料(含电子版和纸质版)，包括并不限于信息咨询、市场推广、学术会议、调研报告等形式，资料经公司销售人员初步复核后提交营销及财务部门适当层级审批复核，核实推广活动的真实性与合理性；公司定期整理推广商结算资料，并关注服务商经营状态，确保不存在违法违规或行政处罚的情形，一旦发现立即停止合作。

推广商在出现无法完成《推广服务协议》的服务工作或违反相关条款、发生不符合国家法律法规的行为或主要负责人发生严重违法乱纪事件等情况时，公司将终止与推广商合作，并按照相关法律规定追究对公司利益造成的损失。

(3) 推广服务商具体工作内容

推广服务商在推广服务协议有效期内，需通过信息收集、市场调研、拜访、推广会议、医学教育以及其他合法推广服务方式，为公司提供市场情报收集推广

活动，为提升公司产品品牌影响力，促进提升协议产品的市场份额。分费用项目说明推广服务商工作内容详见前文“学术推广费各项支出的相互关系及服务成果表现形式”之说明。

(4) 推广服务商数量及区域分布情况，与终端销售是否匹配的说明

1) 推广商数量及区域分布情况

报告期内，公司学术推广服务商的数量及区域分布情况如下表所示：

单位：个，%

推广区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
华东地区	51	35.17	47	33.33	47	30.92
华北地区	25	17.24	23	16.31	24	15.79
华南地区	13	8.97	19	13.48	23	15.13
华中地区	12	8.28	13	9.22	12	7.89
西南地区	13	8.97	15	10.64	14	9.21
东北地区	13	8.97	13	9.22	20	13.16
西北地区	16	11.03	9	6.38	10	6.58
全国范围	2	1.38	2	1.42	2	1.32
小 计	145	100.00	141	100.00	152	100.00

注 1：部分学术推广服务商主要提供服务内容为多地区开展学术会议、全国性学术会议或医药行业相关信息监控及分析服务，该类服务商合作频次相对较低且活动支出金额较为分散，整体归类其投放区域为全国范围

注 2：上表仅归集学术推广服务商，不包括公司自主开展学术会议过程中提供会议会展协办、推广活动物料制作、食宿及交通等服务的供应商

报告期内，公司学术推广服务商主要集中于华东地区、华北地区和华南地区，此区域经济水平较高、学术地位较高、学术氛围浓厚，推广服务商较为集中，公司将其作为学术推广重点地区具有合理性。

2) 推广服务商分布与终端销售的匹配性

公司销售终端主要为连锁药店、诊所及少量医院等，相对较为分散。公司一般与经销商签订年度经销协议书，约定销售区域、配送管理、价格体系管理、市

市场秩序管理、合规经营等相关内容，从而有效维护终端客户、提高市场覆盖面，其中推广配送经销商自主负责药品配送、市场推广等事项。

报告期内，公司分区域的推广服务商对应终端数量情况如下表所示：

推广区域	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	推广商数量	终端数量	终端数量/推广商数量	推广商数量	终端数量	终端数量/推广商数量	推广商数量	终端数量	终端数量/推广商数量
华东地区	51	1,968	38.59	47	1,702	36.21	47	1,590	33.83
华北地区	25	1,002	40.08	23	881	38.30	24	691	28.79
华南地区	13	636	48.92	19	699	36.79	23	607	26.39
华中地区	12	717	59.75	13	773	59.46	12	609	50.75
西南地区	13	812	62.46	15	679	45.27	14	495	35.36
东北地区	13	587	45.15	13	530	40.77	20	428	21.40
西北地区	16	422	26.38	9	327	36.33	10	308	30.80
全国范围	2	-	-	2	-	-	2	-	-
合 计	145	6,144	42.37	141	5,591	39.65	152	4,728	31.11

如上表所示，报告期内，推广服务商平均服务的区域终端数量大致位于 30-60 家，推广服务商服务终端数量主要受到终端客户规模、推广药品类型、自身推广能力以及区域经济水平等多种因素综合影响。整体来看，各区域推广服务商服务的终端数量较为稳定，不存在较大波动。

综上所述，公司推广商数量及区域分布情况合理，与服务的终端数量较为匹配。

2. 主要推广服务商的基本情况、市场服务的具体对象

报告期内，学术推广服务商进行市场服务的具体对象主要为连锁药店、社区服务中心、诊所以及医院等终端医疗机构。学术推广费用集中度相对较低，报告期各期前五大服务商基本信息列示如下：

单位：万元

学术推广服务商名称	金额（万元）	成立时间	注册资本（万元）	经营范围
重庆鹏博会展服务有限公司	1,470.85	2013-03-11	50.00	一般项目：会议及展览服务，商务信息咨询，市场营销策划，市场调查（不含涉外调查），劳务服务（不含劳务派遣），商务代理代办服务，项目策划与公关服务，广告设计、代理，票务代理服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
北京翱纵公关顾问有限公司	1,383.65	2013-07-15	500.00	经济贸易咨询；公共关系服务；企业策划；组织文化艺术交流活动；承办展览展示活动；电脑动画设计；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；会议服务；设计、制作、代理、发布广告；摄影扩印服务；零售日用品、工艺品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动）
瑞达康信（北京）商贸有限公司	1,135.25	2015-03-23	100.00	许可项目：食品销售。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：日用百货销售；化妆品批发；会议及展览服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；市场调查（不含涉外调查）；广告设计、代理；城市绿化管理。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动）
北京瑞达康润生物技术有限公司	963.15	2016-11-04	1,000.00	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技

学术推广服务商名称	金额（万元）	成立时间	注册资本（万元）	经营范围
				术转让、技术推广；生物质液体燃料生产工艺研发；社会经济咨询服务；市场调查（不含涉外调查）；会议及展览服务；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售；化妆品批发；化妆品零售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；医用口罩批发；食品销售（仅销售预包装食品）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动）
乌鲁木齐弘和富商务信息咨询有限公司	885.99	2016-09-21	30.00	销售：日用品、文化用品、化妆品、保健食品、电子产品（二手手机除外）、五金交电、建筑材料；软件开发；信息技术集成服务；职业技能培训服务；会务服务；礼仪服务；工程技术服务；会议系统技术服务；作品展览展示服务；仓储服务；文化创意服务；房地产经纪；企业管理咨询；人力资源咨询；商务信息咨询服务；市场调查；企业形象策划；品牌营销策划；展览展示；医药信息咨询。（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）
杭州孚润医药科技有限公司	570.99	2012-09-25	100.00	服务：医药科技、消毒产品、化妆品、医疗器械的技术开发、技术服务、技术咨询及成果转化，市场营销策划，承办会展，商务信息咨询（除中介），市场调查；批发、零售：化妆品，消杀用品，第一、二类医疗器械；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）
北京通大海合科技有限责任公司	471.55	2013-01-17	300.00	销售食品；销售第三类医疗器械；技术开发、技术转让、技

学术推广服务商名称	金额（万元）	成立时间	注册资本（万元）	经营范围
				技术咨询、技术服务、技术推广；医药信息咨询；市场调查；企业策划；企业管理咨询；经济信息咨询；会议服务；劳务服务；销售日用品、针纺织品、服装鞋帽、工艺品、机械设备、电子产品、文化用品、体育用品、五金交电、化妆品、医疗器械Ⅰ类、医疗器械Ⅱ类、个人卫生用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售第三类医疗器械、销售食品以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动）
温州十滴水电子商务有限公司	424.38	2015-09-21	200.00	一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业形象策划；会议及展览服务；信息技术咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；企业管理咨询；社会经济咨询服务；组织文化艺术交流活动；信息系统集成服务；广告发布；广告设计、代理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
温州百益康企业管理咨询有限公司	405.60	2016-11-15	100.00	企业管理咨询；商务信息咨询（不含互联网信息咨询及其他专项审批项目）；企业形象策划；医学研究；会议会务服务；展览展示服务；文化艺术交流活动策划（不含演出）；网上销售：一类医疗器械、二类医疗器械、计算机软硬件及辅助设备；计算机信息系统集成服务；美术图案设计

3. 推广服务商的主要背景、主要推广人员从业经历及专业背景，推广服务商从事相关推广服务工作的合理性，是否存在主要推广服务商主业并非医药行业

推广服务情形的说明

报告期各期前五大学术推广商主要背景、主要推广人员从业经历及专业背景情况如下表所示：

学术推广服务商名称	学术推广费发生额（万元）	服务商主要背景	主要服务人员从业经历及专业背景	服务商主业是否为医药行业推广	服务商注册地	服务商注册地是否与主要推广地区一致
重庆鹏博会展服务有限公司	1,470.85	公司成立于2013年3月，主营业务为全国范围内的医药行业会议会展策及承办及市场调研工作，从业年限达十年	主要服务人员均拥有五年以上医药行业相关工作经历，充分具备会议会展策划及实施工作经验	是	重庆市	具备多年会议会展协办经验，协助公司开展全国范围内的会议活动
北京翱纵公关顾问有限公司	1,383.65	公司成立于2013年7月，主营业务为全国范围内的医药行业会议会展策及承办及市场调研工作，从业年限达十年	主要服务人员均具备多年医药行业会议承办工作经验，拥有文化传媒、艺术设计等专业背景	是	北京市	具备多年会议会展协办经验，协助公司开展全国范围内的会议活动
瑞达康信（北京）商贸有限公司	1,135.25	公司成立于2015年3月，主营业务为北京地区医药推广、市场调研及会务服务，从业年限超八年	主要推广从业人员具备市场营销、中药学等专业背景，自毕业后从事多年药品销售工作，具备五年及以上医药行业从业年限，商务经验丰富	是	北京市	一致
北京瑞达康润生物技术有限公司	963.15	公司成立于2016年11月，主营业务为北京地区医药推广、市场调研及会务服务，从业年限为六年以上	主要推广从业人员具备市场营销专业背景，自毕业后从事多年药品销售工作，针对北京地区医院情况了解透彻	是	北京市	一致
乌鲁木齐弘和	885.99	公司成立于2016年9月，主	主要推广从业人员具备中医专业背	是	新疆维吾尔自治区	一致

学术推广服务商名称	学术推广费发生额 (万元)	服务商主要背景	主要服务人员从业经历及专业背景	服务商主业是否为医药行业推广	服务商注册地	服务商注册地是否与主要推广地区一致
富商务信息咨询服务有限公司		营业务为新疆、青海、甘肃等地区医药市场调研及会务服务，从业年限为六年以上	景，医药推广及调研行业从业年限达十年，对新疆地区医院肾病相关科室有良好的推广合作基础			
杭州孚润医药科技有限公司	570.99	公司成立于2012年9月，主营业务为浙江地区医药市场调研及会务服务，从业年限为超过十年	主要推广从业人员具备药学、护理学等相关专业背景，拥有多年医药公司、医院护理科从业经历，专业背景坚实	是	浙江省	一致
北京通大海合科技有限责任公司	471.55	公司成立于2013年1月，主营业务为北京地区医药市场调研及会务服务，从业年限超过十年	主要推广从业人员具备市场营销专业背景，医院就职年限较长，对医药行业了解较深，从业年限超五年	是	北京市	一致
温州十滴水电子商务有限公司	424.38	公司成立于2015年9月，主营业务为浙江地区医药市场调研及会务服务，从业年限达七年	主要推广从业人员具备药制剂相关专业背景，从事多年药品销售、医疗器械销售工作，医药行业达二十年，已积累较多客户资源	是	浙江省	一致
温州百益康企业管理咨询有限公司	405.60	公司成立于2016年11月，主营业务为浙江地区医药市场调研及会务服务，从业年限超五年	主要推广从业人员具备多年药品销售工作经验，医药行业达二十年，在推广地区具备良好的推广经验与合作基础	是	浙江省	一致

注：推广服务商主业是否为医药行业推广的判断标准为，医药行业推广业务收入占公司整体业务收入的75%及以上

报告期内主要推广服务商均具备多年医药推广或会议会展协办的工作经验，

主要服务人员拥有药学、生物技术、市场营销等相关专业背景或多年医药公司、医院等医药行业工作经历，能够满足公司药品推广业务所需。主要学术推广服务商主业均为医药行业推广服务，经营与服务状态无异常情形。

4. 推广商是否存在仅为公司提供推广服务的情形，是否专为公司营销服务设立，是否实际承担相应工作内容，是否存在通过购买或虚开发票形成资金体外循环、为公司承担成本费用的情形

报告期内，公司推广服务商中存在部分推广服务商主要为公司服务的情形，详情参见本问询函回复之“十、（五）3. 是否存在报告期内推广服务商主要为公司服务的情形”。

公司在和推广服务商合作之前，会通过网络查询、现场调查或电话访谈等方式对推广服务商的资质、推广能力、合规记录及纳税情况等相关资料进行复核，通过对其推广能力及纳税情况的复核了解其业务开展及纳税情况。

报告期内，公司的推广服务商实际承担相应工作内容，不存在无真实业务合作背景的费用支付情形。公司与推广服务商均签有正式的书面合同，推广服务商按照约定完成相关推广活动后向公司提交与推广活动相关的材料，公司在对服务成果资料审核验收后依据合同进行付款，不存在通过购买或虚开发票形成资金体外循环、为公司承担成本费用的情形。

（四）列示报告期各期新进入的主要推广服务商，及其服务费金额、成立时间、实缴资本、参保人数等，以及成为推广服务商的原因及合理性；列示报告期各期退出的推广服务商，是否存在其退出后立即成立新的主体与发行人合作的情形；分析推广服务商的变动情况及其合理性

1. 列示报告期各期新进入的主要推广服务商，及其服务费金额、成立时间、实缴资本、参保人数等，以及成为推广服务商的原因及合理性

报告期各期，公司与前五大推广服务商均保持良好稳定的合作关系，报告期内新进入前五大的推广服务商具体情况如下：

推广服务商名称	合作背景	成立时间	实缴资本	参保人数	推广服务费金额（万元）		
					2022 年度	2021 年度	2020 年度
北京通大海合科技有限责任公司	擅长线下医院端的皮肤类产品推广，与公司销售策略一致，故	2013-01-17	30.00	15人	228.10	243.45	

公司	合作						
温州十滴水电子商务有限公司	OTC 拓展较为擅长，与公司销售策略一致，故合作	2015-09-21	200.00	2 人	382.75	41.63	
温州百益康企业管理咨询有限公司		2016-11-15	100.00	1 人	362.80	42.80	

上述公司中，温州十滴水电子商务有限公司和温州百益康企业管理咨询有限公司参保人数较少，主要系其社保缴纳意识不足，致使参保人数较少。温州十滴水电子商务有限公司员工总数为 7 人，温州百益康企业管理咨询有限公司员工总数为 10 人，相关人员均具有专业的医药推广能力，因此上述公司参保人数较少成为主要推广服务商具有商业合理性。

2. 列示报告期各期退出的推广服务商，是否存在其退出后立即成立新的主体与公司合作的情形

(1) 报告期各期退出的推广服务商

公司经营过程中会综合市场推广策略、服务商推广能力、服务商推广成果等因素确定合作，使得存在部分推广服务商终止合作退出的情形。

报告期各期，公司与相关推广服务商交易金额超过 100.00 万元的推广服务商退出具体情况如下：

单位：万元

推广服务商名称	成立时间	注册资本	董监高	股东	推广服务费金额		
					2022 年度	2021 年度	2020 年度
沈阳澳达商务信息咨询有限公司	2017/03/22	80.00	董辉跃任执行董事兼法定代表人；曾军任监事	董辉跃持股 100%		160.99	105.72
上海沃湃营销策划中心	2019/05/15	10.00	王泽恒任法定代表人	王泽恒持股 100%		99.99	125.95
深圳鑫淼营销策划有限公司	2018/06/11	500.00	魏玉红任执行董事、总经理兼法定代表人；张丽芳任监事	魏玉红持股 100%		19.39	174.58
厦门茶者说商务咨询有限公司	2018/04/26	100.00	刘顺辉任执行董事、经理兼法定代表人；邹水明任监事	刘顺辉持股 100%			180.53

推广服务商名称	成立时间	注册资本	董监高	股东	推广服务费金额		
					2022年度	2021年度	2020年度
韶关市典源医药科技有限公司	2018/05/30	108.00	汤晓颖任执行董事、经理兼法定代表人；李东任监事	汤晓颖持股 50%；许满青持股 50%		60.12	111.44
天津市道冲网络科技有限公司	2019/12/16	500.00	陈欣任执行董事、经理兼法定代表人；蒋克毅任监事	北京奇点在线科技有限公司持股 95%；中汇（天津）税务师事务所有限公司持股 5%		11.78	109.54
北京乐维商务会议服务有限公司	2016/09/02	100.00	孙伯林任执行董事、经理兼法定代表人；葛澎任监事	葛澎持股 100%			109.83
杭州市江干区宝拉图营销策划服务部	2018/10/16						101.09
杭州昌华商务信息有限公司	2018/06/05	100.00	杨佐任执行董事、总经理兼法定代表人；杨洪义任监事	杨佐持股 100%			100.35

注：上述退出的推广服务商中杭州市江干区宝拉图营销策划服务部系个体工商户

(2) 退出后立即成立新的主体与公司合作的情形

报告期内，存在 1 家推广服务供应商退出后即成立新的主体与公司合作的情形，具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	公司名称	成立时间	注册资本	推广服务费金额		
					2022年度	2021年度	2020年度
1	退出主体	沈阳澳达商务信息咨询有限公司	2017/03/22	80.00		160.99	105.72
	新成立主体	沈阳澳达商务服务有限公司	2021/08/31	50.00	40.26		

上述情形发生主要原因系其原经营主体沈阳澳达商务信息咨询有限公司经营范围较窄，更换主体后其由之前的信息咨询业务扩展到商务服务领域，新增了

包括医学研究和试验发展、生物质能技术服务、生物基材料技术研发、健康咨询服务等相关领域的经营范围，扩大了经营范围及业务范围，拓展了其推广服务能力。基于该推广服务商历史上推广成果较为良好，公司经综合评定后选择与新成立主体沈阳澳达商务服务有限公司继续开展商务合作。

3. 分析推广服务商的变动情况及其合理性

报告期各期，公司前五大推广服务商中新进入 3 家，无退出的情形。报告期内公司主要推广服务商未产生较大变动，整体保持稳定。

报告期内，公司推广服务商发生变动的主要原因如下：

(1) 随着公司经营规模的扩大，公司不断优化推广服务商管理体系，根据自身当期经营目标、计划推广方式和区域、上期推广服务商考核结果、推广服务商服务内容和能力、推广商自身原因等多种因素对推广服务商进行更换；

(2) 部分医药推广服务商规模偏小，受经济形势变化、推广服务效果以及目标区域推广饱和度的影响，部分推广服务商的推广业务量减少，与公司未保持继续合作；

(3) 部分推广服务商与公司仅为偶发性合作，属于零星合作的推广服务商；

(4) 部分推广服务商出于战略整合、业务拓展等方面的考虑更换经营主体与公司进行合作；

(5) 报告期内公司产品结构发生变动。报告期各期，皮肤类产品的销售占比分别为 60.61%、63.88%及 79.39%，呈逐步提高趋势，肾病类产品的销售占比分别为 23.64%、32.46%及 19.41%，呈逐步降低趋势，公司产品结构变动导致公司对推广服务商的专业推广领域的需求发生变化，使得部分专注于皮肤类和肾病类专业领域的推广服务商发生变动。

综上所述，公司推广服务商的变动具备合理性。

(五) 结合推广服务商注册资本、参保人员、员工数量等情况，说明推广商存在的主要特点，是否存在推广商规模小、参保及员工人数少，部分服务商主要为发行人服务，推广服务商频繁变动，部分服务商短期内成立即成为主要服务商，部分服务商已注销，推广服务商数量多且分散等情形，如是，说明相关情形是否符合行业特征

1. 报告期各期公司主要推广服务商的具体情况

报告期各期，公司前五大的推广服务商均为成立时间较早，具备专业推广能力的公司，其具体情况如下：

单位：万元、人

推广服务商名称	成立时间	注册资本	专业推广人员数量	董监高	实际控制人	主要推广内容
瑞达康信（北京）商贸有限公司	2015-03-23	100.00	15	刘红艳任执行董事、经理兼法定代表人；张小利任监事，李会丽任财务负责人	张海侠	负责公司复方丙酸氯倍他索软膏等产品于北京地区的推广工作
北京瑞达康润生物技术有限公司	2016-11-04	1,000.00	31	冯开徐任执行董事、经理兼法定代表人；张海侠任监事	张海侠	负责公司复方丙酸氯倍他索软膏等产品于北京地区的推广工作
北京翱纵公关顾问有限公司	2013-07-15	500.00	40	赵昱坤任执行董事、经理兼法定代表人；李贞任监事	赵昱坤	负责公司复方丙酸氯倍他索软膏、甲硝唑凝胶、火把花根片等产品于全国的推广工作
乌鲁木齐弘和富商务信息咨询有限公司	2016-09-21	30.00	3	叶霖任执行董事、总经理兼法定代表人；张红军任监事，马思雨任财务负责人	叶霖	负责公司复方丙酸氯倍他索软膏等产品于新疆、青海、甘肃等地区的推广工作
杭州孚润医药科技有限公司	2012-09-25	100.00	10	史旭鹏任执行董事、总经理兼法定代表人；陈正恩任监事	史旭鹏	负责公司复方丙酸氯倍他索软膏等产品于浙江地区的推广工作
重庆鹏博会展服务有限公司	2013-03-11	50.00	6	杨一一任执行董事、经理兼法定代表人；马梓枫任监事	杨一一	负责公司甲硝唑凝胶、火把花根片等产品于全国的推广工作
北京通大海合科技有限责任公司	2013-01-17	300.00	13	谢旭伟任执行董事、经理兼法定代表人；李宏伟任监事	谢旭伟	负责公司甲硝唑凝胶等产品于北京地区的推广工作
温州十滴水电子商务有限公司	2015-09-21	200.00	7	陈晓燕任执行董事、总经理兼法定代表人；付桂荣任监事	陈晓燕	负责公司甲硝唑凝胶、联苯苄唑等产品于浙江地区的推广工作

推广服务商名称	成立时间	注册资本	专业推广人员数量	董监高	实际控制人	主要推广内容
温州百益康企业管理咨询有限公司	2016-11-15	100.00	10	程绍勇任执行董事、总经理兼法定代表人；李江华任监事	程绍勇	负责公司甲硝唑凝胶、联苯苄唑等产品于浙江地区的推广工作

2. 是否存在报告期内推广商规模小、参保及员工人数少的情形

报告期内，与同行业上市公司类似，公司存在部分推广服务商规模较小、参保及员工人数较少的情形，主要原因系：一是此部分推广服务商专注于专业领域的推广工作，其核心资产为专业人员及行业经验，不需要大规模的资金投入；二是部分推广服务商用工较为灵活，社保缴纳意识不足，致使参保人数较少；三是推广服务商人数主要依据实际工作量而定，部分推广服务商虽员工人数较少，但其核心人员均具有专业的知识背景和推广服务能力，其核心人员能够满足当地推广服务需求，保证其业务的正常开展。

医药类上市公司中也存在推广商规模小、参保及员工人数少的情形，具体情形如下：

公司名称	具体情形
百利天恒（688506.SH）	报告期各期前五大推广服务商参保人数均不超过 5 人，注册资本不超过 100 万元的有 6 家
星昊医药（430017.BJ）	报告期各期前五大推广服务商参保人数不超过 5 人的有 6 家，注册资本不超过 100 万元的有 2 家
科源制药（301281.SZ）	报告期各期前五大推广服务商参保人数不超过 5 人的有 7 家，注册资本不超过 100 万元的有 6 家
公司	报告期各期前五大推广服务商参保人数不超过 5 人的有 5 家，注册资本不超过 100 万元的有 2 家

注：上述信息通过查阅同行业公司披露的前五大推广服务商公开信息以及结合国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询所得

综上所述，公司存在少数推广商规模小、参保及员工人数少的情形具备合理性，符合行业惯例。

3. 是否存在报告期内推广服务商主要为公司服务的情形

报告期内，与同行业上市公司类似，公司推广服务商中存在部分推广服务商主要为公司服务的情形，其主要原因如下：

（1）由于医药行业推广工作需要推广服务商具备专业人员和能力，基于公司

对推广服务商专业性要求，公司会选取特定产品领域、特定区域内具备专业推广能力的推广服务商为公司提供推广服务；

(2) 医药行业内的部分推广服务商其资金实力相对有限，人员构成较为精炼，为集中资源、充分发挥其在细分领域内的推广优势，其会选择与部分重点客户进行合作，提高其推广服务效率；

(3) 公司皮肤类及肾病类产品市场较为细分，竞争药品相对较少，具备专业推广知识储备的服务商亦相对较少，因此存在部分推广服务商主要为公司服务；

(4) 部分推广服务商设立时间较短，受其公司规模、专业人员数量、专业领域推广能力等限制，短期内呈现出主要为公司服务的情形；随着其经营规模的扩大和推广人员及推广领域的扩展，不排除其对公司业务规模占比逐渐降低的情况。

医药类上市公司中也存在推广服务商主要为公司服务的情形，具体情形如下：

公司名称	主要为公司服务的情形
百利天恒（688506.SH）	报告期内，公司前十大推广服务商中超半数主要或仅为公司提供服务
星昊医药（430017.BJ）	2019年、2020年及2021年前五大推广服务商中分别有1家、2家及1家主要为公司提供服务，其来自公司收入占比大于75%
科源制药（301281.SZ）	2019年、2020年及2021年前五大推广服务商中，分别有4家、1家及3家主要为公司提供服务
公司	报告期内，公司前五大推广服务商中主要为公司服务的有3家，其来自于公司的收入占比大于70%

注：上述信息通过查阅同行业公司招股说明书披露的公开信息所得

综上所述，报告期内，公司存在部分推广服务商主要为公司服务的情形具备合理性，符合行业惯例。

4. 是否存在推广服务商频繁变动的情形

报告期内，公司前五大推广服务商中新进入3家，无退出的情形。报告期内公司主要推广服务商未产生较大变动，整体保持稳定。

与医药类上市公司类似，公司其他推广服务商中存在因正常业务经营需求而变动的情形，具体变动原因参见本问询函回复之“十、（四）3. 分析推广服务商的变动情况及其合理性”。

医药类上市公司中也存在推广服务商频繁变动的情形，具体情形如下：

公司名称	推广服务商频繁变动的情形
百利天恒（688506.SH）	2020 年度和 2021 年度前五大推广服务商中均有 4 家为新进的推广服务商
星昊医药（430017.BJ）	2020 年度、2021 年度以及 2022 年度前五大推广服务商中分别有 4 家、3 家和 3 家为新进的推广服务商
科源制药（301281.SZ）	2019 年度、2020 年度以及 2021 年度前五大推广服务商中分别有 4 家、3 家和 3 家为新进的推广服务商

注：上述信息通过查阅同行业公司招股说明书披露的公开信息所得

综上所述，报告期内，公司存在部分推广服务商变动的情形具备合理性，符合行业惯例。

5. 是否存在部分服务商短期内成立即成为主要服务商，部分服务商已注销，推广服务商数量多且分散的情形

报告期各期，公司前五大推广服务商的成立时间均较早，不存在部分服务商短期内成立即成为主要服务商的情形。

报告期内，与同行业上市公司类似，公司存在部分推广服务商注销，推广服务商数量多且分散的情形，具体原因如下：

（1）我国终端医疗机构和药店数量多且分散度较高，医药推广行业受专业推广人员、专业推广能力以及在特定区域进行推广业务等多方面因素的影响，造成了医药推广行业内普遍呈现出推广服务商数量多且分散的情形；公司主要产品均在全国范围内进行销售，因此公司在不同区域选择特定区域内具有专业推广能力的推广服务商，造成了公司推广服务商数量多且分散的情形；

（2）医药行业内的推广服务商专注于专业领域的推广工作，其推广业务受到经济因素、国家医药政策、医药行业产品变化、推广区域推广饱和度等多种因素影响，如因上述因素造成推广服务商业务量减少，则推广服务商将面临转型或注销的局面；

（3）医药推广服务业务核心系推广人员对当地的终端市场、医疗机构以及用药习惯等的了解，医药推广服务商的核心资产为其专业的推广人员，若因核心推广人员变动等原因，则推广服务商将面临转型或注销的局面；

（4）部分推广服务商出于战略整合、业务精简等方面的考虑更换经营主体，成立新的经营主体，对原有的经营主体进行注销。

医药类上市公司中也存在推广服务商注销、推广服务商数量多且分散的情

形，具体情形如下：

公司名称	具体情形
百利天恒（688506.SH）	2019 年度至 2021 年度，公司各期前五大推广商中均有 3 家成立于合作当年或合作前一年，并且有 2 家已于 2022 年末前注销
星昊医药（430017.BJ）	2019 年至 2021 年度，成立当年即与公司发生业务往来的推广商分别为 165 家、21 家、9 家，注销的推广服务商共计 286 家
科源制药（301281.SZ）	2018 年度至 2020 年度，公司前五大推广服务商中成立于合作当年或合作前一年的分别为 4 家 3 家和 3 家

注：上述信息通过查阅同行业公司披露的推广服务商公开信息以及结合国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询所得

综上所述，报告期内，公司不存在部分服务商短期内成立即成为主要服务商的情形，公司存在部分推广服务商注销，推广服务商数量多且分散的情形，相关情形具有合理性，符合行业惯例。

（六）说明推广服务商与发行人、实际控制人、董监高及其关联方是否存在关联关系、利益输送行为或其他利益安排，是否存在发行人员工或前员工、近亲属控制的情形；如是，请说明相关人员履历、在发行人中任职情况，此类推广服务商与发行人发生资金往来的具体情况、涉及金额，相关资金后续流向

1. 说明推广服务商与公司、实际控制人、董监高及其关联方是否存在关联关系、利益输送行为或其他利益安排

报告期内，公司的推广服务商与公司、实际控制人、董监高及其关联方均不存在关联关系，公司与推广服务商发生的交易均系真实发生的合理、有效的商业行为，不存在利益输送行为和其他利益安排。

2. 推广服务商是否存在公司员工或前员工、近亲属控制的情形；如是，请说明相关人员履历、在公司中任职情况

报告期各期，公司推广服务商中不存在公司员工及公司近亲属控制的情形；报告期内，存在公司离职的前员工控制推广服务商的情形，其推广服务商中名称、相关人员履历、在公司中任职情况如下：

（1）无锡霞凤企业营销策划有限公司

无锡霞凤企业营销策划有限公司为公司前员工侯朝霞控制的推广服务商，其主要负责公司产品在江苏省内的市场推广工作，侯朝霞履历情况如下：

侯朝霞，女，出生于 1970 年 10 月 25 日，毕业于南京经济学院市场营销专业，2001 年至 2020 年任公司招商经理一职，2020 年 10 月 31 日离职后，于 2020 年 11 月 20 日由其 100%出资设立无锡霞凤企业营销策划有限公司，任执行董事兼法定代表人。

(2) 江苏同道健康科技有限公司

江苏同道健康科技有限公司为公司前员工石正海控制的推广服务商，其主要负责公司产品在江苏省内的市场推广工作，石正海履历情况如下：

石正海，男，出生于 1983 年 2 月 3 日，毕业于西安炮兵指挥学院计算机专业，2013 年至 2017 年任公司地区经理一职，2017 年 1 月 31 日离职后，于 2017 年 3 月 16 日由其 100%出资设立江苏同道健康科技有限公司，任执行董事兼总经理、法定代表人。

(3) 杭州宇肽生物科技有限公司

杭州宇肽生物科技有限公司为公司前员工庞太宇控制的推广服务商，其主要负责公司产品在浙江省内的市场推广工作，庞太宇简历情况如下：

庞太宇，男，出生于 1982 年 5 月 22 日，毕业于中国药科大学生物工程专业，2017 年至 2018 年任公司招商经理一职，2018 年 6 月 15 日离职，其于 2017 年 6 月 29 日由其出资 90%设立杭州宇肽生物科技有限公司，任执行董事兼总经理、法定代表人。

除上述推广服务商之外，报告期内，公司其他推广服务商中不存在由公司前员工控制的情形。

3. 此类推广服务商与公司发生资金往来的具体情况、涉及金额，相关资金后续流向

报告期各期，由公司前员工设立并控制的推广服务商与公司资金往来具体情况如下：

单位：万元、%

推广服务商名称	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	推广服务费金额	占学术推广费比例	推广服务费金额	占学术推广费比例	推广服务费金额	占学术推广费比例
无锡霞凤企业营销策划有限公司	89.15	0.74	106.82	1.26	15.60	0.17

江苏同道健康科技有限公司	10.50	0.09	11.50	0.14	11.39	0.12
杭州宇肽生物科技有限公司	1.99	0.02			2.50	0.03
合 计	101.64	0.85	118.32	1.40	29.49	0.32

报告期内，公司与上述推广服务商交易金额合计分别为 29.49 万元、118.32 万元及 101.64 万元，占各期学术推广费的比例分别为 0.32%、1.40%及 0.85%，交易金额及占比较小。

公司与上述推广服务商发生的资金往来均按照合同约定，由对方提供市场推广服务并支付其相应的推广费用，相关推广服务真实发生、相关费用结算公允。资金后续流向主要包括推广服务商支付人员工资以及场地费、餐费等会议相关支出，不存在异常情形。

（七）结合与主要推广服务商的合作历史、合作模式、终端网点数量等情况，说明大额学术推广费用的原因及合理性，是否存在因商业贿赂、利益输送、虚开发票等被行政处罚或立案调查情形

1. 主要推广服务商的合作历史、合作模式、终端网点数量等情况

报告期各期，公司与前五大推广服务商的合作历史以及主要推广服务商终端网点数量情况如下：

序号	推广服务商名称	合作历史	终端网点数量 (个)
1	瑞达康信（北京）商贸有限公司	2018 年开始合作	92
2	北京瑞达康润生物技术有限公司	2018 年开始合作	88
3	北京翱纵公关顾问有限公司	2017 年开始合作	-
4	乌鲁木齐弘和富商务信息咨询服务有 限公司	2018 年开始合作	97
5	杭州孚润医药科技有限公司	2019 年开始合作	170
6	重庆鹏博会展服务有限公司	2015 年开始合作	-
7	北京通大海合科技有限责任公司	2021 年开始合作	62
8	温州十滴水电子商务有限公司	2021 年开始合作	48
9	温州百益康企业管理咨询有限公司	2021 年开始合作	52

注：上述推广服务商中北京翱纵公关顾问有限公司和重庆鹏博会展服务有限公司为协助公司承办各类会议活动的服务商，未对应特定区域终端客户

报告期内，公司基于产品上市情况、当期经营目标、计划推广区域等因素分别与上述推广服务商展开合作，合作模式均为由推广服务商提供相关推广服务，公司根据实际提供推广服务结算相关推广服务费用，上述推广服务商涵盖的终端网点数据均较多。

2. 说明大额学术推广费用的原因及合理性

报告期各期，公司学术推广费分别为 9,417.27 万元、8,498.44 万元及 12,124.06 万元，占营业收入的比例分别为 24.25%、16.63%及 14.09%，呈下降趋势，公司学术推广费费用支出主要原因系：

(1) 由于我国终端医疗机构和药店数量多且分散度较高，而公司产品在全国范围内均有销售，公司现有销售人员不足以承担全国范围内的推广工作，因此公司有必要在各个区域寻找专业的医药推广服务商对公司的产品进行推广，提高公司产品在各个地区的知名度和影响力；

(2) 公司目前尚处于成长期，部分产品上市时间较短，市场了解度较小，且公司皮肤类和肾病类的药品，其作用机理复杂、适应症广泛、用法多样，而临床医生和患者对公司药品存在不熟悉的情况，因此相关合作的医药推广服务商开展了较多的推广服务活动，以促进各个区域市场对公司产品的熟悉和了解；

(3) 公司主要销售的产品均未进入国家集采目录，需公司自行拓展推广渠道进行推广；

(4) 由于医药行业相关推广服务的专业性和广泛性等因素影响，目前医药行业内上市公司均普遍存在学术推广费用较高的情形，具体参见本问询函回复之“十、（十）说明学术推广费用率与同行业可比公司、医药行业相似公司的比较情况，说明所处水平及差异合理性”。

3. 是否存在因商业贿赂、利益输送、虚开发票等被行政处罚或立案调查情形

公司制定了严格的《防止商业贿赂管理制度》内部控制制度，遵照国家有关政策、法律、法规和规章制度开展公司治理商业贿赂工作。公司与主要推广服务商均签订有《反商业贿赂条款》，禁止推广服务供应商在业务开展过程中进行任何商业贿赂及利益输送的行为，一旦发现违法违规情形，公司立即终止合作。

经查询中国市场监管行政处罚、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息

公开网、国家企业信用信息公示系统、企查查等网站，报告期内，公司主要推广服务商不存在因商业贿赂、利益输送、虚开发票等被行政处罚或立案调查情形。

（八）说明针对推广服务商的推广服务过程相关内部控制制度、推广服务商的考核制度等建立情况，相关制度具体执行情况，是否定期关注相关推广服务商存在商业贿赂、虚开发票、被立案调查等违法违规情况并及时采取有效应对措施，是否确保推广服务费的准确性、完整性合规性，能否有效防范商业贿赂等风险

1. 说明针对推广服务商的推广服务过程相关内部控制制度、推广服务商的考核制度等建立情况，相关制度具体执行情况

公司对整个推广服务商的推广服务过程制定了严格的内部控制制度，包括《推广服务供应商合规管理制度》《营销学术活动管理制度》《防止商业贿赂管理制度》等，相关内部控制制度的具体规定及执行情况如下：

（1）《推广服务供应商合规管理制度》

《推广服务供应商合规管理制度》中对推广服务商的资质审核、合同或协议审核签订、成果验收和结算付款等方面作出了严格规定，主要规定的内容如下：

1) 推广服务商的资质审核：营销系统指定部门应根据公司合规标准对供应商资质标准进行审核，并建立供应商管理信息档案；

2) 合同或协议审核签订：推广服务合同或协议的签订需依次历经发起人或负责人→部门领导→上级领导→营销系统指定部门→法务部等公司各部门和各层级对业务的真实性及合理性的严格审核。合同或协议签订需根据《中华人民共和国民法典》以及其他相关法律法规的规定进行签订，完整的合同内容应涵盖委托服务范围、服务内容、费用计算与支付标准、保密责任、违约责任、协议期限及协议双方单位名称等相关信息，此外推广服务供应商在签署合同或协议时，必须签订《反商业贿赂协议》及《合规申明》；

3) 成果验收：推广服务供应商在结算时，需提供与真实业务对应的服务成果材料（含电子版和纸质版），包括并不限于信息咨询、市场推广、学术会议、调研报告等形式。并符合相应的验收标准和定价标准；

4) 结算付款：营销部门负责对推广服务供应商相应材料进行复核（合同/协议、发票、结算单/对账单、验收成果等），核实无误后提交付款申请。

(2) 《营销学术活动管理制度》

《营销学术活动管理制度》对推广服务商开展学术推广活动的学术活动申请流程、学术活动操作流程、活动预算把控及管理服务等方面做出了严格规定，主要规定的内容如下：

1) 学术活动申请流程：推广服务商开展具体的全国性学术会议、区域推广会议、省级的学术会议、患者教育活动等学术推广活动需进行申请，明确活动目的、内容和预算，并报公司进行审批；

2) 学术活动操作流程：操作流程明确规定了推广服务商开展全国性学术会议、区域推广会议、省级的学术会议、患者教育活动等学术推广活动的具体策划、组织以及实施的执行程序；

3) 活动预算把控及管理服务：学术推广商开展的学术推广活动需按照预算规划执行，并明确约定了学术推广活动费用的分摊与承担规则。

(3) 《防止商业贿赂管理制度》

公司制定了严格的《防止商业贿赂管理制度》内部控制制度，遵照国家有关政策、法律、法规和规章制度开展公司治理商业贿赂工作。公司与主要推广服务商签订有《反商业贿赂协议》及《合规申明》，明确禁止推广服务供应商在业务开展过程中进行任何商业贿赂、利益输送及违法违规的行为。

综上，报告期内，公司建立了对推广服务商推广服务过程相关的内部控制制度，对推广服务商的推广服务过程严格按照上述内部控制制度的约定进行监督和管理，相关制度合理有效，执行情况良好。

2. 是否确保推广服务费的准确性、完整性合规性

公司对推广服务费的结算制定了严格的内部控制制度，并与推广服务商签订的相关协议及推广服务过程的密切监督和管理，上述措施有力保障了公司推广服务费的准确性、完整性合规性，具体说明如下：

(1) 准确性

公司《推广服务供应商合规管理制度》中规定：1) 推广服务供应商在结算时，需提供与真实业务对应的服务成果材料（含电子版和纸质版），包括并不限于信息咨询、市场推广、学术会议、调研报告等形式，并符合相应的验收标准和定价标准；2) 推广服务供应商费用的结算须符合公司四流一致原则；即合同或

协议、发票、结算单或对账单、验收成果均符合一致。

公司相关业务及财务人员会对严格按照内控制度规定对推广服务供应商提供的服务内容及相关材料进行审核，确保推广服务费结算的准确性。

（2）完整性

公司《推广服务供应商合规管理制度》中规定：1）推广服务商开展具体的全国性学术会议、区域推广会议、省级的学术会议、患者教育活动等学术推广活动需进行申请，明确活动目的、内容和预算，并报公司进行审批；2）学术推广商开展的学术推广活动需按照预算规划执行。

此外公司会对各区域推广服务商开展的推广服务活动进行参与、监督和管控，并分析推广活动区域分布的合理性，推广服务费与推广效果的匹配性等，确保公司推广服务费结算的完整性。

（3）合规性

公司制定了严格的《防止商业贿赂管理制度》内部控制制度，遵照国家有关政策、法律、法规和规章制度开展公司治理商业贿赂工作。公司与主要推广服务商签订有《反商业贿赂协议》及《合规申明》，确保了其合法合规经营，不存在商业贿赂、虚开发票、被立案调查等违法违规情况。

此外，公司定期关注相关推广服务商存在商业贿赂、虚开发票、被立案调查等违法违规情况，公司针对推广服务结算的合规管控详见本问询函回复之“十、（八）3. 是否定期关注相关推广服务商存在商业贿赂、虚开发票、被立案调查等违法违规情况并及时采取有效应对措施，能否有效防范商业贿赂等风险”。

综上所述，公司推广服务费结算准确、完整、合规。

3. 是否定期关注相关推广服务商存在商业贿赂、虚开发票、被立案调查等违法违规情况并及时采取有效应对措施，能否有效防范商业贿赂等风险

公司定期关注推广服务商商业贿赂、虚开发票、被立案调查等违法违规情况，并及时采取有效应对措施，能有效防范商业贿赂等风险，具体说明如下：

（1）公司《防止商业贿赂管理制度》内部控制制度中约定：总经理室向内部及外部公布监督举报电话，设置举报信箱和网络举报邮箱。对通过各种渠道获取的举报情况，应及时向防止商业贿赂监督管理小组负责人汇报，及时进行调查处理，公布处理意见。对举报人情况应当予以保密。根据举报贿赂的内容以及线索

的实际情况，由公司自行处理或移交司法机关，并配合相关部门开展调查工作；

(2) 公司《防止商业贿赂管理制度》内部控制制度中约定：公司反商业贿赂监督管理小组负责定期及不定期的组织进行相关人员进行反商业贿赂检查，及时查找可能发生和产生商业贿赂的原因和隐患；

(3) 推广服务商与公司签署的《反商业贿赂协议》中规定：推广服务商保证遵守与反腐败相关的全部法律法规及企业的反腐败相关政策，且其不会向任何政府官员、医疗卫生专业人士或其他相关人士给予或承诺给予任何财物；严禁推广服务活动中出现任何商业贿赂及其他不正当商业行为；

(4) 推广服务商与公司签署《合规承诺书》并明确承诺：①经济业务活动合法、合规、真实，不存在违反国家法律法规的行为；②依法依规向主管税务机关申请和领购发票；③能够正确区分和正确使用增值税专用发票、增值税普通发票和其他发票，不存在虚开发票行为；

(5) 公司会对推广服务商定期排查和监控，如查询中国市场监管行政处罚文书网、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统、企查查等网站，确保公司推广服务商不存在因商业贿赂、虚开发票等行为而受到政府主管部门处罚、立案调查等情形。

综上所述，公司对于推广服务商制定了严格内控管理制度，实时关注并定期排查推广服务商相关的违法违规情况，推广服务商与公司签订了《反商业贿赂协议》，并出具《合规承诺书》，确保其合法合规经营，不存在商业贿赂、虚开发票、被立案调查等违法违规情况，此外，公司也会对推广服务商定期排查和监控，若一旦发现相关违法违规情形，公司会采取立即终止和推广服务商的合作、配合相关部门开展调查、涉嫌犯罪的移送司法机关处理等相关应对措施，公司的上述行为能够有效防范商业贿赂的发生。

(九) 说明是否存在对推广服务商、学术推广费用的投诉、举报、行政处罚及重大媒体质疑

经登录中国市场监管行政处罚文书网、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统、企查查等网站进行检索，不存在对公司推广服务商、推广服务费的投诉、举报、行政处罚，但存在关于公司推广服务商、推广服务费的相关媒体报道情形，其中较有代表性的媒体报道如下：

序号	发布时间	媒体	文章标题	说明
1	2023-04-14	慧炬财经	知原药业 IPO：三年花掉 5 亿推广费	简单摘录部分招股说明书内容，主要关注：（1）推广服务商南昌月见网络科技有限公司成立当年即成为第二大市场推广服务供应商，参保人数为 0；（2）学术推广费在高额市场推广费中占比较高
2	2023-04-16	中国基金报	蹊跷！业绩高增医药公司 IPO，“学术推广费”超净利润，疑似空壳公司成第二大推广商	简单摘录部分招股说明书内容，主要关注：（1）推广服务商南昌月见网络科技有限公司成立当年即成为公司第二大推广服务商，且参保人数为 0；（2）学术推广费在高额市场推广费中占比较高，会务费金额较大
3	2023-04-16	长江商报	知原药业三年豪掷 5.13 亿营销为研发费 5.7 倍	关注阿里健康大药房医药连锁有限公司既是知原药业大客户，也是重要市场推广服务供应商
4	2023-04-18	搜狐财经	知原药业 IPO：学术推广费三年 3 亿超净利润	主要关注：（1）阿里健康大药房医药连锁有限公司既是知原药业大客户，也是重要市场推广服务供应商；（2）学术推广费在高额市场推广费中占比较高，且会务费金额较大
5	2023-04-20	未来商业报道	知原药业 IPO：三年花 3 亿学术推广费超净利润	简单摘录部分招股说明书内容，主要关注：（1）2021 年第二大推广服务商南昌月见网络科技有限公司疑似空壳公司；（2）学术推广费在高额市场推广费中占比较高，且会务费金额较大
6	2023-04-21	红星新闻	IPO 观察 知原药业三年 3 亿学术推广费超净利润	简单摘录部分招股说明书内容，主要关注：（1）推广服务商南昌月见网络科技有限公司成立当年即跃居前五十大供应商，疑似空壳公司；（2）学术推广费在高额市场推广费中占比较高，且会务费金额较大；（3）阿里健康大药房既是知原药业大客户，也是重要市场推广服务供应商
7	2023-04-24	乐居财经	“旧主”潜伏，知原药业多个客户与供应商重叠	简单摘录部分招股说明书内容，主要关注：（1）阿里健康大药房医药连锁有限公司既是知原药业大客户，也是重要市场推广服务供应商；（2）关注学术推广费在高额市场推广费中占比较高

序号	发布时间	媒体	文章标题	说明
8	2023-05-05	钛媒体	知原药业闯关深市主板：重营销轻研发，大客户扮“双角”	简单摘录部分招股说明书内容，主要关注：（1）阿里健康大药房医药连锁有限公司既是知原药业大客户，也是重要市场推广服务供应商；（2）关注学术推广费在高额市场推广费中占比较高；（3）推广服务商南昌月见网络科技有限公司成立当年即成为公司第二大推广服务供应商，次年又退出，参保人数为0

1. 关于推广服务商的媒体报道

慧炬财经、中国基金报、长江商报、搜狐财经、未来商业报道、红星新闻、乐居财经以及钛媒体关注了公司推广服务商的问题，主要为：阿里健康大药房医药连锁有限公司为公司大客户，且其也是公司市场推广服务供应商重叠的合理性；南昌月见网络科技有限公司存在成立时间较短、参保人数为0、其成为公司主要推广服务商的合理性。

（1）阿里健康大药房医药连锁有限公司客户与供应商重叠的合理性

报告期内，阿里健康大药房医药连锁有限公司（以下简称“阿里健康”）分别为公司2020年第二大客户，2021年和2022年第一大客户，同时其分别为公司2020年第二大推广服务商，2021年和2022年第一大推广服务商，主要原因系：

1) 随着国内医药电商行业的快速发展，公司积极发展电商平台业务，使得报告期内公司电商平台销售收入实现了快速增长，阿里健康作为国内领先的医药电商平台，公司与其合作关系不断加深，使其在报告期内成为公司主要客户；

2) 报告期内，随着公司电商平台收入增加，公司增加了电商平台推广力度，因阿里健康拥有强大的客户资源、品牌优势、独特的渠道优势等，公司向其购买了推广服务以在其平台内推广公司产品。阿里健康为公司提供了如首页展示、搜索推荐、大促活动等推广服务，使其成为了公司主要的推广服务商。

综上所述，阿里健康同时作为公司的大客户与主要市场推广服务供应商具有商业合理性。

（2）南昌月见网络科技有限公司成立时间较短、参保人数少成为公司主要推广服务供应商的合理性

南昌月见网络科技有限公司成立于 2021 年 4 月，其从 2021 年 5 月开始缴纳社保，当年度实际缴纳社保人数为 4 人，其公开可查询到的信息有误。

南昌月见网络科技有限公司为公司 2021 年第二大推广服务商，交易金额 655.90 万元，占市场推广费比例为 4.74%，其主要为公司产品提供抖音、快手、小红书等网络平台的线上视频、图文广告等推广服务，不属于学术推广。其成为公司主要电商类业务的推广服务商原因如下：

1) 南昌月见网络科技有限公司是一家具有较强宣传推广能力的传媒公司，其团队成员在视频、图文制作等创意性领域具备较强实力，且具备较长从业经历，拥有较强的网络平台的宣传推广能力，能够有效匹配公司推广需求；

2) 随着公司大力发展电商平台业务，公司对电商平台的宣传推广投入不断加大，因其较强的网络平台推广能力，公司加强了与其合作，使其成为公司 2021 年度的主要推广服务供应商。

报告期内，南昌月见网络科技有限公司服务的客户较多，不存在主要为公司服务的情形，其与公司及公司董监高无任何关联关系，相关合作交易定价公允，不存在任何潜在的利益交换及利益输送行为。

综上所述，公司与南昌月见网络科技有限公司的合作具备商业合理性。

2. 关于学术推广费用的媒体报道

慧炬财经、中国基金报、搜狐财经、未来商业报、红星新闻、乐居财经以及钛媒体关注了公司的学术推广费用，主要为学术推广费在高额市场推广服务费中占比较高，且会务费金额较大。

报告期内，公司委托专业化推广服务商进行学术推广服务，推广服务商就公司产品向各级医疗机构进行推广，提高公司产品市场认知度的同时也向公司提供市场调研、营销策划等咨询服务。

报告期各期，公司市场推广费金额为 11,405.11 万元、13,850.45 万元和 26,038.26 万元，其中学术推广费为 9,417.27 万元、8,498.44 万元和 12,124.06 万元，市场推广费以及学术推广费逐年增加，与公司整体业绩变动趋势一致。报告期各期，公司学术推广费中会务费金额分别 6,399.38 万元、5,966.02 万元和 8,754.59 万元，占各期学术推广费比分别为 67.95%、70.20%和 72.21%，总体呈上升趋势，主要系业务规模增长，会议场次增多所致。

公司已于《招股说明书》“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1. 销售费用构成及分析”之“（1）市场推广费”中详细披露了公司学术推广费金额、占比相对较高的原因。

此外，公司已于本问询函回复之“十、（七）、2. 说明大额学术推广费用的原因及合理性”对学术推广费用较高的合理性进行了充分说明。

（十）说明学术推广费用率与同行业可比公司、医药行业相似公司的比较情况，说明所处水平及差异合理性

1. 同行业可比公司比较情况

报告期各期，公司学术推广费用率整体处于较低水平且低于同行业可比公司平均值，具体情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
华邦健康	25.04%	29.55%	35.22%
兴齐眼药	7.27%	7.03%	6.05%
佐力药业	36.52%	34.35%	33.99%
平均值	22.94%	23.64%	25.09%
公司	14.09%	16.63%	24.25%

注 1：同行业可比公司数据摘自其招股说明书或定期报告

注 2：由于同行业可比公司中华邦健康和兴齐眼药未单独披露学术推广费用金额，因此华邦健康学术推广费用率由业务宣传费和产品推广及促销费合计/医药行业收入算出；兴齐眼药学术推广费用率由会议费/营业收入计算得出

报告期内，公司的学术推广费率低于华邦健康和佐力药业，主要原因系：（1）随着医药电商行业的兴起，公司加大与电商平台的合作，公司电商费用和广告宣传费上涨较多，电商费用及广告宣传费占比呈上升趋势；（2）随着公司对于市场的了解以及公司产品市场知名度的提升，公司对传统的线下市场信息搜集、调研及咨询以及学术会议的依赖有所减少，致使公司销售规模扩大的同时，学术推广费上涨幅度较小。

报告期内，公司学术推广费率高于兴齐眼药主要原因系兴齐眼药专注于眼科领域，产品品种较为单一，因此在学术推广方面主要通过自建营销队伍和经销商合作的方式进行，其销售费用构成中职工薪酬占比超过 40%，会议费占比相对较

低，因此兴齐眼药的学术推广费用率低于公司。

综上所述，公司的学术推广费率整体处于较低水平，且低于同行业可比公司具有合理性。

2. 医药行业相似公司的比较情况

公司选取了医药行业主营业务均为从事药品（涉及中成药或专注专科药）研发、生产和销售的公司作为相似公司，且其年报中均披露了相关学术推广费用金额，具体情况如下：

公司名称	公司简介
粤万年青 (301111.SZ)	公司主要从事药品的研发、生产和销售，以中医药发展为主体，并积极布局医疗机构制剂、化学药等领域，目前主要产品线聚焦胆道类、降糖类、心脑血管类、感冒类、补益类等中医优势领域
福安药业 (300194.SZ)	公司主要从事化学药品的研发、生产、销售。公司拥有药品研发、医药中间体、原料药、制剂生产和销售的完整产业链布局，产品涉及抗生素类、抗肿瘤类、特色专科药类等多个类别药品
吉贝尔 (688566.SH)	公司是一家专业从事药物研发、生产的高新技术企业，产品功能涵盖提升白细胞、抗高血压、增强免疫力、治疗关节疾病、抗眼部感染、治疗支气管炎、保护肝功能等多个治疗领域，并正致力于治疗抑郁症、肿瘤、胃病等疾病的创新型药物的研发

报告期各期，公司学术推广费用率整体低于医药行业相似上市公司，具体如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
粤万年青 (301111.SZ)	38.75%	33.41%	30.00%
福安药业 (300194.SZ)	33.40%	38.58%	41.83%
吉贝尔 (688566.SH)	23.40%	23.80%	25.26%
平均值	31.85%	31.93%	32.36%
公司	14.09%	16.63%	24.25%

注 1：医药行业相似公司数据摘自其招股说明书或定期报告

注 2：粤万年青学术推广费用率由市场及学术推广费/营业收入计算得出，福安药业和吉贝尔学术推广费用率由学术推广费/营业收入计算得出

如上表所示，报告期各期，公司学术推广费用率处于较低水平，整体低于医药行业相似上市公司，主要原因系：（1）公司电商销售增长较快，电商费用和广告宣传费投入较多，致使传统的学术推广活动相应减少；（2）随着公司对于市场的了解以及公司产品市场知名度的提升，公司对传统的线下市场信息搜集、

调研及咨询以及学术会议的依赖有所减少，致使公司销售规模扩大的同时，学术推广费上涨幅度较小。

综上所述，公司的学术推广费率整体处于较低水平，低于医药行业相似公司具有合理性。

（十一）核查程序和核查结论

1. 针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

（1）获取公司与学术推广活动流程相关的内部制度文件，了解、评价相关的内部控制设计的有效性，并测试相关内部控制执行的有效性；

（2）获取公司报告期内学术推广费用明细台账，了解各项费用支出的来源以及确定依据，结合公司的业务发展情况及推广策略，对推广服务费从费用项目类型、推广产品、推广费用率等维度执行分析程序，分析推广服务活动的区域分布、推广产品构成、活动次数、参与人次及单价变动情况及其合理性；

（3）针对报告期内主要学术推广商的费用记录，获取学术推广服务协议、结算成果附件（包括且不限于活动签到表、学术会议邀请函、活动现场照片、会议总结报告、公司产品库存及流向信息、市场调研咨询报告等）实施细节测试；针对各期初、期末大额学术推广费用记录，获取会计凭证、发票、结算成果附件；结合其他往来科目核查程序，补充核查确认学术推广费支出的真实性，入账金额的准确性，并确认是否存在费用跨期；

（4）访谈公司相关业务部门负责人，获取公司学术推广费台账与各期推广服务商清单，了解并分析报告期各期新进入的主要推广服务商的原因及合理性，分析推广服务商的变动情况及其合理性，分析公司的推广服务商相关情形是否符合行业惯例；

（5）通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询推广服务商公开信息，走访公司主要推广服务商，核查其是否与公司、实际控制人、董监高及其关联方是否存在关联关系、是否存在利益输送行为或其他利益安排的情形；

（6）访谈公司财务部及人力资源相关人员，查阅董监高调查表，获取公司前员工控制的推广服务商清单、前员工履历以及资金往来清单；

（7）访谈公司财务总监，走访公司主要推广服务商，了解并核实公司与主要推广服务商合作历史、合作模式、终端网点数量等情况，分析大额学术推广费的

原因与合理性；

(8) 通过中国市场监管行政处罚文书网、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询是否存在对公司推广服务商、推广服务费的投诉、举报、行政处罚，是否存在公司或推广服务商因商业贿赂、利益输送、虚开发票等被行政处罚或立案调查情形；

(9) 查阅公司《推广服务供应商合规管理制度》《营销学术活动管理制度》《防止商业贿赂管理制度》等与推广服务相关的内控制度文件，查阅公司与推广服务商签订的《反商业贿赂协议》及《合规申明》，对主要推广服务商进行走访，评价公司与推广服务相关的内控制度建立与执行情况；

(10) 查阅公司与主要推广服务商签订的推广服务协议、推广服务商提供的结算文件、公司的记账凭证等与推广服务费相关的文件，对报告期内部分推广服务商实施函证程序，核查推广服务费结算的准确性、完整性合规性；

(11) 搜集关于公司推广服务商、学术推广费的相关媒体报道；就相关媒体质疑所涉事项进一步核查是否存在信息披露问题或影响本次发行上市实质性障碍情形，并将报道内容与公司招股说明书、本问询回复等上市申请文件进行了逐项对比和分析，核查公司信息披露是否真实、准确、完整；

(12) 查阅同行业可比公司、医药行业相似公司学术推广费用率，分析与公司学术推广费用率差异的合理性。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 公司学术推广费用的各项费用支出无直接相互关系，服务成果表现形式以及费用单价具有合理性；推广服务合同的主要条款内容、权利义务履行情况、推广服务费的确定依据以及费用规模变动情况具有合理性；学术推广费用中不存在销售返利情形；

(2) 报告期内，公司学术会议场次开展形式逐渐多元化，开办场次、会务费支出总体呈现上升趋势具有其合理性且符合行业特征；公司推广服务商已根据服务协议要求实际履行会议活动服务并提供相应产出成果，不存在服务商空设、虚设活动情形；

(3) 报告期内，公司针对推广服务商选取、管理以及营销活动的实施已制定

完善的公司内部管理制度，公司推广商数量及区域分布情况合理，与服务的终端数量较为匹配；服务商的基本情况、公司背景、主要推广人员从业经历及专业背景等要素均在服务商准入环节进行严格把控，主要推广服务商主业均为提供医药行业推广服务，具备从事相关推广服务工作的合理性；主要推广服务商不存在专为公司营销服务设立，仅为公司提供推广服务的情形；推广服务商均已实际承担相应工作内容，不存在通过购买或虚开发票形成资金体外循环、为公司承担成本费用的情形；

（4）报告期内公司新进入的主要推广服务商具有商业合理性，公司推广服务商变动具有合理性；

（5）报告期各期，公司前五大的学术推广服务商均为成立时间较早，专业推广人员数量较多，具备专业推广能力的公司，公司存在部分推广服务商规模较小、参保及员工人数较少、部分推广服务商主要为公司服务、推广服务商频繁变动、部分推广服务商已注销，推广服务商数量多且分散的情形，上述情况均符合行业惯例，公司不存在部分服务商短期内成立即成为主要服务商的情形；

（6）报告期内，公司的推广服务商与公司、实际控制人、董监高及其关联方均不存在关联关系，不存在利益输送行为和其他利益安排。报告期内公司与3家公司前员工控制的推广服务商产生交易，相关交易具有合理交易背景、系正常商业往来、交易金额较小，不存在异常；

（7）公司学术推广费用支出较高具有合理性，符合行业惯例；报告期内公司主要推广服务商不存在因商业贿赂、利益输送、虚开发票等被行政处罚或立案调查情形；

（8）公司制定了针对推广服务商的推广服务过程相关内部控制制度，相关制度执行较好；公司定期关注相关推广服务商是否存在因商业贿赂、虚开发票等违法违规行为被立案调查的情况，目前未发现上述情形；公司推广服务费准确、完整、合规，能有效防范商业贿赂等风险；

（9）不存在对公司推广服务商、推广服务费的投诉、举报及行政处罚，存在部分对公司推广服务商及学术推广费的媒体报道，相关媒体报道的关注点均存在商业合理性，公司已如实披露媒体报道的相关事项，信息披露具有真实性、准确性及完整性；

(10) 报告期各期，公司学术推广费率低于同行业可比公司平均值以及医药行业相似公司平均值，主要系公司电商推广费用投入增多、公司对市场逐渐了解以及产品知名度逐渐提升对相应学术推广活动依赖度减少等差异造成，差异原因具有合理性。

(十二) 保荐人、申报会计师、发行人律师核查并说明

1. 对推广服务费真实性所采取的针对性核查措施及其充分性，具体核查方法、核查程序、核查过程、核查结论

我们对推广服务费真实性所采取的针对性核查措施及其充分性如下：

(1) 访谈程序

访谈公司相关部门负责人，了解公司推广服务商的选取标准、选择程序，了解了公司推广服务商主要推广服务内容、合作历史、定价方式及报告期内主要推广服务商变化的情况及原因等；

(2) 内部控制测试

获取并了解公司对推广服务活动的相关内部控制制度，并进行穿行测试和细节测试，核对推广服务合同、推广费结算单、推广费发票以及付款凭证，检查推广费金额是否真实、准确、完整，确认公司的内部控制制度设计及执行的有效性，细节测试的具体比例如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
推广服务费总金额	26,038.26	13,850.45	11,405.11
细节测试金额	17,768.08	10,216.33	8,365.90
占 比	68.24%	73.76%	73.35%

经核查，公司推广费金额真实、准确、完整，公司内部控制制度设计及执行有效。

(3) 走访程序

走访报告期内主要推广服务商，通过访谈了解推广服务商基本情况、与公司合作情况、合作模式、主要推广服务内容、与公司 是否存在关联关系情况等，报告期内，对推广服务商的走访的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
推广服务费总金额	26,038.26	13,850.45	11,405.11
走访推广服务商覆盖金额	19,398.52	10,261.96	7,988.34
占 比	74.50%	74.09%	70.04%

报告期各期,走访推广服务商所覆盖的推广服务费金额占比分别为70.04%、74.09%及74.50%,走访比例较高,未发现异常。

(4) 函证程序

我们对报告期内推广服务商实施函证程序,具体情形如下:

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
推广服务费总金额	26,038.26	13,850.45	11,405.11
回函确认金额	20,681.83	11,382.63	9,455.90
函证程序核查占比	79.43%	82.18%	82.91%

报告期各期,通过函证确认公司推广服务费金额的比例分别为82.91%、82.18%及79.43%,函证确认比例较高,未发现异常。

(5) 截止测试

我们对公司资产负债表日前后的推广服务费样本进行抽样。对选取的推广服务费样本,核查相关合同、结算单、发票、银行回单等,核查是否存在提前或推迟确认费用的情形。

(6) 分析性复核

获取公司推广服务费明细表,从产品费用率、活动开展频次、场均费用与人均费用等角度,分析公司推广服务费发生的真实性以及变动的合理性。

(7) 推广服务商背景核查

我们通过国家企业信用信息公示系统、企查查等外部网站查询公司报告期内主要推广服务商的工商登记信息,核查其成立时间、法定代表人、股权结构、注册资本、注册地点等信息,确认推广服务商的真实性,与公司建立业务的合理性,以及推广服务商的股东、重要人员是否与公司之间是否存在关联关系。

(8) 资金流水核查

我们核查了公司实际控制人及其近亲属、董事、监事、高级管理人员、其他关键岗位人员的个人银行账户流水，核查是否存在服务商资金回流以及其他异常资金往来的情形。

经核查，公司推广服务费真实发生，不存在资金回流及其他异常资金往来情形，详细核查情形参见本问询函回复之“十九、关于资金流水核查”。

2. 是否发现部分推广服务活动未真实开展、推广服务费相关内部控制不健全、推广费原始凭证异常、事后补充或替换推广费原始凭证等情形

经核查，我们认为公司推广服务活动均为真实开展，推广服务费相关内部控制健全，推广费原始凭证不存在异常，不存在事后补充或替换推广费原始凭证的情形。

3. 报告期内公司及其股东、董事、高级管理人员、员工、推广服务商是否存在因商业贿赂行为等而受到政府主管部门处罚、立案调查等情形

公司制定了严格的《防止商业贿赂管理制度》内部控制制度，遵照国家有关政策、法律、法规和规章制度开展公司治理商业贿赂工作。公司与主要推广服务商签订有《反商业贿赂协议》及《合规申明》，明确禁止推广服务供应商在业务开展过程中进行任何商业贿赂、利益输送及违法违规的行为。

经查询中国市场监管行政处罚文书网、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统、企查查等网站，报告期内公司及其股东、董事、高级管理人员、员工、推广服务商不存在因商业贿赂等行为而受到政府主管部门处罚、立案调查等情形。

十一、关于电商费用与广告宣传费

申报材料显示：（1）报告期内，电商费用分别为 879.27 万元、1,824.57 万元、6,344.77 万元，占市场推广费比例分别为 7.71%、13.17%、24.37%；电商费用主要是支付给电商平台的运营费用以及站内的推广费用。（2）报告期内，广告宣传费分别为 1,080.52 万元、3,371.10 万元、6,753.12 万元，占市场推广费比例分别为 9.47%、24.34%、25.94%。请发行人：（1）说明报告期内电商费用的具体内容、主要支付对象及计费依据，电商费用持续上升的原因及合理性，分析电商费用的转化效果；电商费用支出与电商客户买断式销售二者之间匹配关系，是否符合行业惯例。（2）说明电商费用在相关电商平台之间的分布

情况及其合理性，电商费用率是否处于行业合理水平，与合同约定、可比公司水平是否存在较大差异，如何保障电商费用归集的完整性。（3）结合报告期内产品广告宣传情况，说明广告宣传费的具体内容、主要支付对象及计费依据，广告宣传费规模与合同约定的匹配性，如何保障广告宣传费归集的完整性；广告内容是否符合相关法律法规、履行相应审批程序。（4）说明各期销售人员数量、人员规模合理性及变动原因，人均薪酬与所在地区平均工资水平和同行业可比公司平均销售人员薪酬相比的差异合理性；2022 年度销售费用中新增仓储服务费的原因。请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。（审核问询函问题 19）

（一）说明报告期内电商费用的具体内容、主要支付对象及计费依据，电商费用持续上升的原因及合理性，分析电商费用的转化效果；电商费用支出与电商客户买断式销售二者之间匹配关系，是否符合行业惯例

1. 报告期内电商费用的具体内容、主要支付对象及计费依据

报告期内，公司电商费用主要为站内营销费用和电商店铺运营费用，直播费用和其他费用占比较低，具体构成如下：

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)	金额 (万元)	占比 (%)
站内营销费用	4,507.54	71.04	998.92	54.75	531.06	60.40
店铺运营费用	1,189.08	18.74	672.85	36.88	316.62	36.01
直播费用	506.71	7.99	133.64	7.32		
其他费用	141.44	2.23	19.16	1.05	31.59	3.59
合 计	6,344.77	100.00	1,824.57	100.00	879.27	100.00

报告期内，公司站内营销费用主要为阿里系平台和京东系平台的日常推广费用和促销活动费用，通过活动促销、站内商品搜索推荐等方式为产品引流，金额分别为 531.06 万元、998.92 万元和 4,507.54 万元，占电商费用的比例分别为 60.40%、54.75%和 71.04%。

报告期内，公司店铺运营费用主要为平台佣金、物流补贴等日常运营支出，金额分别为 316.62 万元、672.85 万元和 1,189.08 万元，占电商费用的比例分别为 36.01%、36.88%和 18.74%。

报告期内，公司直播费用主要为直播带货的销售佣金，金额分别为 0 万元、133.64 万元和 506.71 万元，占比相对较小。

报告期内，公司其他费用主要为品牌形象和维护费用，如搜索引擎搜索结果优化、产品热度维护、打击低价或未授权产品销售行为等。

(1) 站内营销费用主要支付对象及计费依据

报告期内，公司站内营销费用主要投放平台为天猫和京东，相关支付对象的集中度相对较高，具体如下：

单位：万元

支付对象	投放平台	投放项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
阿里健康大药房医药连锁有限公司	天猫	直通车、淘宝客、站内营销活动	1,607.17	825.14	479.46
广西京东拓先电子商务有限公司	京东	京东快车、联合活动等	1,229.91	159.88	25.37
广州得赋阿里健康大药房有限公司	天猫	直通车、万相台等	1,092.53		
合 计			3,929.60	985.03	504.83
占当期站内营销费用总额比例			87.18%	98.61%	95.06%
占当期电商费用总额比例			61.93%	53.99%	57.41%

报告期内，公司站内营销费用相关支付对象的集中度相对较高，主要为阿里健康大药房医药连锁有限公司、广西京东拓先电子商务有限公司和广州得赋阿里健康大药房有限公司。

报告期内，天猫和京东的计费依据如下：

投放平台	投放项目	服务内容	计费依据
天猫	直通车	买家搜索关键词时在核心资源位展现产品，引导具有特定需求消费者进店查看并下单	产品展示不计费，用户每次点击时根据关键词竞价结果实时扣费
	淘宝客	通过将商品广告投向站外平台，引导用户通过特定链接下单实现销售	根据订单期后情况判定是否推广成功，按商家预设比例结算推广佣金
	万相台	根据商家需求调整产品露出方式、发放礼金及优惠券、优化新客搜索算法等途径，引导客户进店、浏览、收藏、加购及实现销售	①引流及展示类通常以竞价方式确定展示时段、单次流量价格，实时或按日结算 ②礼金等项目以商家预设费率结算

投放平台	投放项目	服务内容	计费依据
京东	站内营销活动	针对平台大型促销活动（包括且不限于 618 大促、双 11、双 12 等）提供内容策划及具体实施工作，如限时秒杀、品牌专区搭建等活动策划及执行	①常规活动策划及执行通常为打包收费
			②活动引流实现的订单多以成交额按固定费率结算服务费或佣金
	其他	包括且不限于品销宝、引力魔方等淘系导流工具的使用，以及生意参谋等数据检测分析服务	①导流类工具通常以流量按预设费率价格结算扣费
			②数据监测软件根据产品类目及具体功能模块使用情况按月结算
京东	京东快车	增加产品在京东各平台的曝光度，实现方式包括首页、相关推荐等非定向产品推广，以及客户以搜索关键词方式购物时相关展位的广告投放等定向推广	①非定向推广主要按 CPM（千次展示价格）结算计费
			②定向推广以 CPC（每次单击价格）结算为主
	联合活动	京东平台自动完成站内站外推广活动的创意、出价、预算分配等环节	平台按合同约定比例，从京准通项目扣点资费中划扣部分为联合活动专用金
	其他	京东系下京速推、京挑客、购物触点等各类导流推广工具，实现站内站外产品广告投放	通常以商户在系统内预设的费用比率、佣金价格，根据流量、订单量情况定期结算

(2) 店铺运营费用主要支付对象及计费依据

报告期内，公司店铺运营费用主要投放平台为拼多多和康爱多网上药店，相关支付对象的集中度相对较高，具体如下：

单位：万元

支付对象	投放平台	2022 年度	2021 年度	2020 年度
广东禾沐康大药房连锁有限公司	拼多多	907.97	539.21	106.36
莲藕健康药业(广州)有限公司	拼多多	111.17		
广东康爱多数字健康科技有限公司	康爱多网上药店		60.40	210.26
合 计		1,019.14	599.62	316.62
占当期店铺运营费用总额比例		85.71%	89.12%	100.00%
占当期电商费用总额比例		16.06%	32.86%	36.01%

报告期内，公司店铺运营费用主要支付对象的集中度相对较高，主要为广东禾沐康大药房连锁有限公司、莲藕健康药业（广州）有限公司和广东康爱多数字健康科技有限公司。

报告期内，拼多多和康爱多网上药店的计费依据如下：

投放平台	服务内容	计费依据
拼多多	公司授权服务商开设指定品牌旗舰店，服务商在授权范围内提供产品推广服务，包括且不限于产品上架与页面维护、售前售后客服接待工作、推广活动策划及实施	双方针对以下运营类费用项目定期对账结算：根据店铺销售情况确认的订单平台佣金、物流补贴以及其他
康爱多网上药店	负责公司产品在销售平台的运营及推广资料的设计、更新、维护等服务，包括且不限于产品介绍页面维护、推广活动设置、主题活动页投放等运营事项	根据服务项目预设单价，结合产品数量、服务时间、服务内容等因素加计各期运营费用，合同双方定期对账确认金额并付款结算

(3) 直播费用主要支付对象及计费依据

报告期内，公司主播费用主要投放平台为抖音，支付对象主要为抖音精选联盟平台的大众主播和东方优选（北京）科技有限公司，具体如下：

单位：万元

支付对象	投放平台	2022 年度	2021 年度	2020 年度
抖音精选联盟平台 ^注	抖音	306.46	122.43	
东方优选（北京）科技有限公司	抖音	61.32		
小 计		367.78	122.43	
占当期直播费用总额比例		72.58%	91.61%	
占当期电商费用总额比例		5.80%	6.71%	

注：抖音精选联盟平台由抖音大众主播提供产品推广服务，因涉及达人数量较多且费用金额分散，考虑投放与计费模式相同整体归为一类列示

报告期内，抖音计费依据如下：

支付对象	服务内容	计费依据
抖音精选联盟平台	抖音及关联公司运营平台内大众主播或达人，通过直播带货形式销售公司产品	通过主播推广成交的订单需按双方协商确认的费率，根据成交金额计缴推广费
东方优选（北京）科技有限公司	由抖音平台“东方优选”直播间主播进行产品介绍与推荐，进行直播带货	①线上平台佣金：以直播期间成交额按固定费率结算
		②线下展位费：根据合同约定金额支付给推广服务商
		③线下差额费：根据合同约定，参照具体直播情况与服务商结算超额分成

2. 电商费用持续上升的原因及合理性

报告期内，公司电商费用主要对应的是线上渠道销售收入，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
电商平台	37,915.54	16,329.33	6,600.48
线上直销	2,323.59	407.25	
合 计	40,239.13	16,736.58	6,600.48
电商费用	6,344.77	1,824.57	879.27

由上表可见，报告期内，电商费用持续上升主要系：(1)报告期内，公司围绕皮肤类产品持续拓展线上销售渠道（以电商平台为主，直销为辅），基于洞悉患者与消费者的需求以及购买行为变化，公司抓住电商平台销售增长的行业变化机会，加大电商费用的投入，实现了在皮肤领域特别是电商平台销售收入的快速增长，同时对应的电商推广费用及投入同步增长较快；(2)为保障线上渠道相关产品销售的稳定增长，公司积极开展推广活动以及品牌维护工作，例如在电商平台站内投放天猫直通车、京东快车等引流推广工具的同时综合提升公司品牌形象和产品曝光度。

综上所述，报告期内，公司线上渠道销售收入逐年快速增长，与电商费用相匹配，不存在重大异常，具有商业合理性。

3. 分析电商费用转化效果

报告期内，公司电商费用中站内营销费用与销售收入存在直接转换关系，其他电商费用属于日常运营开支，且通常按照预定费率或比率进行结算，与销售收入不存在直接转换关系。

报告期内，公司电商费用率变动分析参见本问询函回复之“十一、（二）说明电商费用在相关电商平台之间的分布情况及其合理性，电商费用率是否处于行业合理水平，与合同约定、可比公司水平是否存在较大差异，如何保障电商费用归集的完整性”。

整体来看，公司站内营销费用与销售收入的转换较为匹配。报告期内，公司站内营销费主要系天猫等平台的引流推广工具如直通车等的推广成本，各平台引流工具的点击转化率有所上升，投入产出比较为匹配且稳定。

(1) 报告期内，公司站内营销费用构成系各平台的引流推广工具投入，具体

情况如下

投放项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额 (万元)	占站内营销 总额比例	金额 (万元)	占站内营销 总额比例	金额 (万元)	占站内营销 总额比例
直通车	1,957.09	43.42%	491.44	49.20%	414.86	78.12%
京东快车	991.19	21.99%	133.31	13.35%	28.51	5.37%
万相台	474.55	10.53%				
淘宝客			199.68	19.99%	28.30	5.33%
其他工具	1,084.72	24.06%	174.49	17.47%	59.39	11.18%
合计	4,507.54	100.00%	998.92	100.00%	531.06	100.00%

注 1：淘宝客在推广成功后按照商家预设比例结算推广佣金，因此未分析转化效果；

注 2：其他工具包括且不限于全站推广、多多搜索、品销宝、联合活动、京挑客等各类平台推广工具，涉及发生额相对较为分散，不再进行单独列示

(2) 报告期内，公司引流推广工具的投放较为稳定，以天猫平台的直通车、万相台和京东平台的京东快车为主，具体转化效果如下：

投放项目	期间	点击量 A (万次)	费用 B (万元)	点击成本 C=B/A (元/次)	成交数 D1 (万笔)	点击转化率 E=D1/A (%)	收入 D2 (万元)	投入产出 F=D2/B
直通车	2022 年度	794.81	1,544.62	1.94	153.10	19.26	8,412.20	5.45
	2021 年度	241.49	412.23	1.71	38.61	15.99	1,866.17	4.53
京东快车	2022 年度	283.93	978.97	3.45	68.43	24.10	3,093.69	3.16
	2021 年度	77.18	126.53	1.64	15.31	19.83	612.25	4.84
万相台	2022 年度	123.56	349.45	2.83	23.71	19.19	1,070.66	3.06

注：直通车和万相台数据来源为阿里妈妈平台，京东快车数据来源为京准通平台，少数月份数据因系统时效性未能及时留存

报告期内，公司不同引流推广工具单次点击成本和点击转化率均有所上升，转换效果有所提高，投入产出比相对稳定。

(1) 直通车

直通车是公司使用频次最高的引流推广工具，通过系统内竞价的方式确定关键词的单次点击价格。报告期内，由于市场竞争加剧，公司产品和品牌相关的关

关键词热度持续增长，直通车单次点击成本从 2021 年度的 1.71 元/次增加到 2022 年度的 1.94 元/次，有所上升。

随着公司线上销售产品的逐渐多样化，单价相对较高的“质润”和“洛芙”系列产品销量快速增长，点击转化率从 15.99% 上升到 19.26%。同时，受益于运营团队对关键词、消费人群等更加精细化的运作，以及对数据营销经验的持续积累，直通车的转化效果有所提高，投入产出比相应有所增长。

（2）京东快车

京东快车是京站内按照千次展示或单次点击付费的实时竞价类广告营销工具。通过对搜索关键词或推荐广告位出价，京东平台将公司的推广商品、活动或店铺展示在其站内广告位上，引导具有特定消费需求的客户购买产品。

报告期内，由于市场竞争加剧以及品牌知名度增长的影响，公司关于“甲硝唑凝胶”“壬二酸”“丽芙”等关键词内容价格持续增长，导致单次点击成本的上升和投入产出比的下降。公司针对京东平台的推广模式尚处于持续摸索状态，同期通过京准通平台同步投放较多平台工具，因此京东快车的投产比略低于同期天猫直通车。

（3）万相台

万相台是阿里巴巴旗下推出的一个基于投放场景的一站式智能推广工具，引导终端消费者完成进店、浏览、加购及下单等行为。公司自 2022 年度开始投放万相台，金额较小且营销侧重点为通过相关推荐、“猜你喜欢”等平台模块增加公司产品的曝光度，实现产品收藏、加购等电商数据的优化，因此点击量相对较低，单次点击成本相对较高，投入产出比略低于直通车和京东快车。

综上所述，报告期内，受销售策略变化、销售渠道扩张和营业规模扩大等因素的影响，公司线上推广需求持续上升，导致电商费用逐年增长。由于产品市场热度增长、营销策略精细化发展和推广产品的多样化，公司主要引流推广工具的点击转化率有所上升，投入产出比波动不大，即站内营销费用与销售收入的转换较为匹配。

4. 电商费用支出与电商客户买断式销售二者之间匹配关系，是否符合行业惯例

部分医药制造业企业与阿里健康等电商客户的销售模式如下：

公司名称	销售模式	收入确认原则	电商费用
振东制药	线上积极探索创新营销模式，与阿里、京东、拼多多等大型平台公司开展了业务合作，同时赋能线下连锁终端客户，进行线上合作，共同打造线上品牌	以货物到达指定地点并经客户确认签收的时间作为风险和报酬的转移时点确认销售收入	根据其年报问询函回复，服务费、市场运营费中包含支付给阿里健康大药房医药连锁有限公司等的线上推广费用
恩威制药	利用互联网销售拓宽销售渠道，通过阿里健康大药房、京东大药房等医药电商平台将产品直接销售给消费者	根据合同约定的验收条款、交货条款、结算条款等，在公司将商品交于客户或承运商且公司已获得现时的付款请求权并很可能收回对价时，即在客户取得相关商品的控制权时确认	根据其反馈回复，广告宣传费中包含支付给阿里健康大药房医药连锁有限公司等的线上推广费用

如上表所示，振东制药和恩威制药均与阿里健康等电商客户存在交易，在商品交付并签收时确认销售收入，为买断式销售。同时，振东制药和恩威制药均存在支付给阿里健康的线上推广费用，可知电商费用与买断式销售之间不存在矛盾。

报告期内，公司电商销售的收入确认原则分为：①买断式销售：以公司发出商品，客户确认收货，公司获取系统入库单或签收单时确认收入；②视同买断式的委托代销：以客户实现销售，公司收到客户结算账单核对无误后确认收入。在买断式销售下，为了加强合作并提升品牌形象，公司通过投入电商营销费用促进合作产品在投放渠道的销售情况，与振东制药和恩威制药情况基本一致，符合行业惯例。

（二）说明电商费用在相关电商平台之间的分布情况及其合理性，电商费用率是否处于行业合理水平，与合同约定、可比公司水平是否存在较大差异，如何保障电商费用归集的完整性

1. 说明电商费用在相关电商平台之间的分布情况及其合理性

报告期内，公司电商费用主要用于天猫、拼多多、京东和抖音等，在相关电商平台之间的分布情况如下：

期 间	电商平台	电商费用		线上渠道销售收入		电商费用率 (%)
		金额（万元）	占比(%)	金额（万元）	占比(%)	
2022 年度	天猫	2,757.77	43.47	24,616.06	61.17	11.20

	拼多多	1,557.61	24.55	4,356.89	10.83	35.75
	京东	1,335.92	21.06	9,196.87	22.86	14.53
	抖音	615.82	9.71	1,917.69	4.77	32.11
	其他平台	77.65	1.22	151.63	0.38	不适用
	合计	6,344.77	100.00	40,239.13	100.00	15.77
2021 年度	天猫	833.71	45.69	11,749.12	70.20	7.10
	拼多多	599.91	32.88	1,400.65	8.37	42.83
	京东	168.50	9.23	2,933.14	17.53	5.74
	抖音	151.99	8.33	356.25	2.13	42.66
	其他平台	70.46	3.86	297.40	1.78	不适用
	合计	1,824.57	100.00	16,736.58	100.00	10.90
2020 年度	天猫	480.99	54.70	4,894.10	74.15	9.83
	拼多多	124.16	14.12	281.99	4.27	44.03
	京东	36.07	4.10	1,078.12	16.33	3.35
	其他平台	238.06	27.07	346.26	5.25	不适用
	合计	879.27	100.00	6,600.48	100.00	13.32

注：其他平台包括康爱多网上药店、叮当快药、快手、有赞等

报告期内，公司电商费用与对应的电商平台销售收入相匹配，不存在重大异常。报告期内，公司电商费用率先降后升，整体有所波动，主要系公司推广工具选择和产品销售结构变化所致，具体情况如下：

（1）天猫平台电商费用率分析

天猫平台是公司线上渠道销售的核心电商平台。报告期内，公司天猫平台电商费用主要为直通车、淘宝客和万相台等推广工具，其单次推广成本受市场竞争激烈程度、产品及相关要素热度影响，与产品销售额不直接挂钩，报告期各期电商费用率主要受产品销售结构变化和推广工具选择的影响。

2020 年度为公司与天猫平台的合作初期，主打合作产品仅甲硝唑凝胶，产品结构相对单一，电商费用率相对较高。随着双方合作的不断深入以及公司产品的多样化，单价相对较高的“质润”和“洛芙”系列产品在天猫平台的销量快速

增长，导致 2021 年度天猫平台电商费用率有所下降。

2022 年度，天猫平台电商费用率有所增长，主要系公司推广策略调整所致：

①由于产品市场的逐渐成熟和竞争加剧，直通车等竞价类推广工具的使用成本有所上升，公司调整实施精细化营销策略，持续投入传统展示曝光类推广工具的同时，引入万相台、引力魔方等工具进行多维度数据优化；②为了提升品牌知名度与产品竞争力，公司增加了对“知原官方旗舰店”的站内推广力度，从而提升品牌旗舰店的用户关注度和销售转化率。

（2）京东平台电商费用率分析

公司京东平台电商费用主要为京东快车等推广工具。报告期内，公司京东平台电商费用持续增长，与营业收入的变动趋势相匹配，不存在重大异常。报告期内，公司京东平台电商费用率逐年增长，主要系推广成本上升和产品销售结构变化所致。

2020 年度，公司线上销售渠道的建设重心为天猫平台，在京东平台的站内推广投放力度相对较低。2021 年度，受益于站外社交平台的视频、图文等新媒体营销推广的效果，京东平台当年度依靠站外流量和品牌知名度，销售收入有所增长。而公司也开始重视京东平台的渠道建设，大量投放了京东快车等站内推广工具，导致当年度的京东平台电商费用率略有上升。

2022 年度，由于市场竞争有所加剧，竞价类推广工具成本有所增加，公司为了保障用户关注度、销售转化率和品牌知名度等，调整实施精细化营销策略，通过京挑客等多样化站内推广投放形式。由于平均推广成本的上升和推广投放工具的增加，导致当年度京东平台电商费用率有所增长。

（3）拼多多电商平台费用率分析

公司拼多多平台电商费用主要为公司合作店铺的运营和推广费用，如经公司确认的站内推广投放费用、平台佣金、物流补贴和拼单返现等。报告期内，公司拼多多平台电商费用持续增长，主要系公司店铺数量增加和销售收入增加所致。

报告期内，公司拼多多平台电商费用率相对稳定。2020 年度和 2021 年度，公司主要在拼多多销售甲硝唑凝胶，而 2022 年度，单价相对较高的联苯苄唑溶液在拼多多的销量有所增加，导致当年度的拼多多平台电商费用率略有下降。

（4）抖音平台电商费用率分析

公司抖音平台电商费用主要为主播直播佣金和平台技术服务佣金。报告期内，公司在抖音平台主要通过直播方式进行推广，而抖音平台的主播佣金比例较高，导致抖音平台电商费用率相对较高。

报告期内，公司抖音平台电商费用率有所下降，主要系推广投放策略调整导致佣金费率下降所致。报告期内，公司在抖音平台的主要推广工具为精选联盟。商品通过精选联盟的推广者成交的，商家需按自行预定的费用率向推广者支付直播佣金，平台以佣金为基数额外计缴平台手续费。直播佣金费率受达人影响力、粉丝量和推广履约评分等指标影响，存在一定跨度区间。

2021 年度，公司在店铺开设初期，主要通过高粉丝量级的达人进行推广，寻求快速提高产品知名度。受益于前期的营销造势成果，公司基于良好的销售业绩，在 2022 年度将营销策略重心调整为口碑维护和沉淀用户，选择向初级达人、素人博主等投放推广需求，其直播佣金费率相对较低。

综上所述，报告期内，公司电商费用在相关电商平台之间的分布与营业收入结构相匹配，相关电商平台电商费用率的波动具有商业合理性，不存在重大异常。

2. 电商费用率是否处于行业合理水平，与合同约定、可比公司水平是否存在较大差异

(1) 电商费用率处于行业合理水平，与可比公司不存在重大差异

报告期内，公司采用“电商+线下”融合发展的多渠道销售模式，与传统医药制造业公司的销售渠道存在一定差异。同行业可比公司华邦健康、兴齐眼药和佐力药业由于上市时间较早，现有公开信息查询显示均未披露线上渠道销售收入和电商费用相关数据。

报告期内，公司线上渠道销售收入快速增长且新零售营销力度相对较大，因此针对电商费用率的对比分析，公司选取线上渠道销售收入占比较高的医药制造业公司作为样本。

报告期内，公司电商费用率与同行业可比公司的对比如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
可孚医疗	11.00%	9.80%	11.53%
振德医疗	18.12%	22.53%	8.29%
算术平均值	14.56%	16.17%	9.91%

公司	15.77%	10.90%	13.32%

报告期内，公司电商费用率分别为 13.32%、10.90%和 15.77%，与同行业可比公司算术平均值接近，不存在重大差异。

2020 年度，由于外部因素的影响，消费者在线上购买口罩等防护用品的意愿较为强烈，因此同行业可比公司电商费用率相对较低。

2021 年度，公司由于高客单价产品在线上渠道的销量快速增长，导致营业收入增幅高于电商费用增幅，拉低了当年度的电商费用率。而振德医疗由于防护用品的价格和销量均有所下滑，导致其电商费用率增长较多，拉高了同行业可比公司电商费用率。

综上所述，公司电商费用率处于行业合理水平，与可比公司不存在较大差异，具有商业合理性。

(2) 电商费用与合同约定不存在较大差异

报告期内，公司主要电商费用的合同约定和实际结算情况如下：

费用项目	主要投放项目	合同约定计费方式	结算资料形式	结算资料列示指标
站内营销费用	直通车	公司的指定信息每被点击一次，软件系统将依据公司出价和其他直通车用户的出价等因素自动计算公司应付的软件服务费并自关联账户中相应扣除；如指定信息只展示未被点击的，则无需支付软件服务费	1) 店铺当月花费/消耗数据，支出总额截图； 2) 计费依据及系统截图；	服务期内实现的展现量、点击量、花费/消耗金额、投入产出比等
站内营销费用	京东快车	普通定向或非定向的精准营销技术服务，按公司选择的出价方式进行实时扣费；搜索关键词形式的精准营销技术服务，系统按照所设置的预算金额提前冻结，按具体点击数据和费用在次日予以正式扣费，如有剩余将解冻返回当前账户余额	3) 推广投放效果截图； 4) 结算费用发票	服务期内实现的展现量、点击量、总费用、总订单量、总订单额等
店铺运营费用	物流补贴	每月 15 日双方对账确认上月店铺销售情况及相关费用账单	1) 费用结算单、对账单； 2) 结算费用发票	费用结算单需分项目列示费用内容及计费依据
直播费用	精选联盟	平台针对有效推广订单的推广费、技术服务费在确认收货的 15 天后进行结算，订单收入扣	1) 店铺销售订单明细； 2) 关联平台账	用户实付金额、平台补贴金额、用户退款金额、平台服务费、

费用项目	主要投放项目	合同约定计费方式	结算资料形式	结算资料列示指标
		除相关费用自动转入关联账户 余额	户资金流水	佣金等

报告期内，公司电商费用主要为直通车、京东快车、精选联盟等平台推广工具支出以及按预设费率或固定单价计缴的店铺运营费用。

平台工具类费用合同主要为平台通用格式条款，仅针对服务内容与使用规范进行约定，不涉及具体费用项目、具体金额及费率说明，平台按预设逻辑以实际发生扣费金额为准。报告期内，平台推广工具费用均由系统在公司预设范围内自动竞价计缴，扣费形式与合同约定不存在重大差异，公司定期核对结算资料并入账。

店铺运营费用的服务费和综合推广费，公司参照合同条款定期对账结算，双方针对实际产生的费用项目、数据来源明细以及结算金额进行确认。

综上所述，报告期内，公司严格按照合同约定结算电商费用，不存在重大异常。

3. 如何保障电商费用归集的完整性

线上推广活动因其推广服务的时间安排、投放频次和推广对象具有较高灵活性，同时涉及较多根据订单产出情况结算的费用项目，业务特性决定其费用支付方式通常为商家全额预付。平台推广工具的使用或促销活动的开展要求商家进行预充值，平台根据商品点击、成交量以及视频创作者广告投放情况进行实时结算扣款等，电商平台收入分账时自动扣除随单结算的佣金、服务费等费用项目，属于行业惯例。

公司结合线上推广活动的业务特性，分别制定了规范的《财务管理制度》《资金管理制度》《费用报销管理制度》《市场推广费报销管理办法》《线上营销运营管理制度》等内控制度，相关制度条款内容列示如下：

(1) 资金支付

资金实行统一管理制度，各级公司的资金由总公司统一调度和统筹安排使用。公司应严格执行资金支付审批权限和程序，各项资金的支付必须严格按照规定权限和程序审批。

(2) 预付款管理

公司对预付款项逐笔登记发生时间、对方单位或个人、预付原因、金额、到

期时间、款项责任人等信息，定期清理核销。

(3) 运营账号管理

运营部负责新媒体及电商平台等运营平台账号的开设及使用进行统一管理，严格控制管理账号和密码的知悉范围，未经许可，不可将公司管理账号密码告知除运营部外的他人。

(4) 运营数据管理

运营部门需定期开展周会、月度会议，按期汇报各平台营销相关数据，分析每月的优化方案执行效果，持续调整优化运营策略。

(5) 线上推广费用报销（预付款核销）

运营部门按照实际发生的业务，提供真实、合法、完整的业务凭证，经审批人审批后，财务审核无误后进行核销或支付。线上推广供应商需提供服务合同、报价单、结算单及相应成果，店铺运营类费用需补充运营流水。

公司针对线上推广活动涉及的流程节点，已制定并执行相关运营、资金及费用管理规定，由集团统一把控资金支付环节，运营部门定期跟进平台营销账户发生情况并按规定提交资料核销预付款，保障电商费用归集的完整性。

（三）结合报告期内产品广告宣传情况，说明广告宣传费的具体内容、主要支付对象及计费依据，广告宣传费规模与合同约定的匹配性，如何保障广告宣传费归集的完整性；广告内容是否符合相关法律法规、履行相应审批程序

1. 结合报告期内产品广告宣传情况，说明广告宣传费的具体内容、主要支付对象及计费依据

报告期内，公司广告宣传费的具体情况如下：

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
新媒体营销费用	5,613.11	83.12%	2,903.38	86.13%	932.24	86.28%
线下广告费用	627.89	9.30%	303.61	9.01%	0.00	0.00%
宣传制作费用	512.12	7.58%	164.11	4.87%	148.28	13.72%
合 计	6,753.12	100.00%	3,371.10	100.00%	1,080.52	100.00%

公司广告宣传费主要为新媒体营销费用、线下广告费用和宣传制作费用。报告期内，公司广告宣传费以新媒体营销费用为主，金额分别为 932.24 万元、

2,903.38 万元和 5,613.11 万元，占广告宣传费的比例分别为 86.28%、86.13% 和 83.12%。

(1) 广告宣传费主要支付对象

报告期内，公司广告宣传费主要支付对象如下：

支付对象	投放项目	金额（万元）	广告宣传费占比
2022 年度			
广州医视信息科技有限公司	新媒体营销	1,391.83	20.61%
武汉巨量星图科技有限公司	新媒体营销	1,157.75	17.14%
南昌月见网络科技有限公司	新媒体营销	758.25	11.23%
杭州面朝信息科技有限公司	新媒体营销	254.11	3.76%
分众智媒广告有限公司	线下广告	195.92	2.90%
合 计		3,757.86	55.65%
2021 年度			
南昌月见网络科技有限公司	新媒体营销	655.90	19.46%
北京熙娱传媒科技有限公司	新媒体营销	629.20	18.66%
广州医视信息科技有限公司	新媒体营销	428.95	12.72%
上海时成广告有限公司	新媒体营销	237.74	7.05%
广州地铁德高广告有限公司	线下广告	166.54	4.94%
合 计		2,118.34	62.84%
2020 年度			
北京熙娱传媒科技有限公司	新媒体营销	730.40	67.60%
北京支点撬动科技有限公司	新媒体营销	50.00	4.63%
上海嘉世营销咨询有限公司	新媒体营销	44.68	4.13%
北京恒锦文化传播有限公司	宣传制作	33.53	3.10%
北京天率广告有限公司	新媒体营销	28.30	2.62%
合 计		886.92	82.08%

报告期内，公司广告宣传费的投放内容和投放渠道逐步多元化，相关支付对象的集中度逐年下降。

(2) 广告宣传费具体内容及计费依据

报告期内，公司广告宣传费具体内容及计费依据如下：

项 目	具体内容	计费依据
新媒体营销费用	由 KOL（关键意见领袖）、KOC（关键意见消费者）在各线上渠道进行图文视频内容营销（非直播推广形式）、品牌宣传广告投放，并配合销售活动进行导流；投放渠道包括且不限于小红书等社交平台，抖音、快手、B 站等短视频平台，百度、今日头条等搜索引擎以及腾讯新闻等资讯平台	通过 MCN 机构投放：通常根据投放账号粉丝量级与广告投放数量匡算金额后加算服务费，整体打包收费； 通过平台工具自主投放：公司与具体推广人协商确定，通常为一口价打包
	通过赞助或冠名比赛、活动、综艺节目等，推广品牌的形式为产品导流	根据合同约定支付赞助、冠名费用，多为打包收费且配合进行图文宣传
线下广告费用	通过地铁、机场、候车亭、电梯等线下广告位投放产品图文或视频广告进行导流	服务商综合投放地点人流量、广告投放时间、投放数量等匡算总价，按一定比例加算服务费或给予折扣
宣传制作费用	日常性网站设计、动画制作、包装设计印刷等相关费用，包括且不限于图文素材设计、视频广告拍摄制作、店铺活动产品展示页设计以及宣发海报、易拉宝、图册等物料制作费用	根据所需素材、物料数量等要素确认费用金额

2. 广告宣传费规模与合同约定的匹配性，费用归集完整性

(1) 公司广告宣传费规模与合同约定相匹配

报告期内，公司广告宣传费中金额超过 100.00 万元的合同情况如下：

单位：万元

合同名称	推广服务商	合同金额	结算年度	结算金额	结算差异
媒体合作委托服务协议	广州医视信息科技有限公司	380.81	2022 年度	380.81	0.0
媒体合作委托服务协议	广州医视信息科技有限公司	485.96	2022 年度	485.96	0.0
媒体合作委托服务协议	广州医视信息科技有限公司	342.25	2022 年度	342.25	0.0
媒体合作委托服务协议	北京鑫顺技达信息技术有限公司	324.00	2022 年度	99.00	225.0
宣传服务协议	北京熙娱传媒科技有限公司	253.00	2020 年度	253.00	0.0
广告发布合作框架合同书	分众智媒广告有限公司	207.68	2022 年度	207.68	0.0
媒体合作委托服务协议、变更协议	成都人味网络科技有限公司	187.00	2022 年度	187.00	0.0
互联网技术服务协议书、合作补充协议	诸子百医（广东）科技有限公司	189.00	2022 年度	36.00	0.0
			2021 年度	153.00	

合同名称	推广服务商	合同金额	结算年度	结算金额	结算差异
议					
媒体合作委托服务协议	广州医视信息科技有限公司	147.58	2022 年度	147.58	0.0
丽芙-甲硝唑凝胶营销 Q3 项目服务协议	北京熙娱传媒科技有限公司	150.00	2020 年度	150.00	0.0
媒体合作委托服务协议	大向传媒科技（苏州）有限公司	144.00	2022 年度	92.10	51.9
互联网技术服务协议书	广州医视信息科技有限公司	126.00	2021 年度	126.00	0.0
互联网技术服务协议书	广州医视信息科技有限公司	122.73	2021 年度	122.73	0.0
媒体合作委托服务协议	广州医视信息科技有限公司	118.75	2022 年度	118.75	0.0
宣传服务协议	北京熙娱传媒科技有限公司	120.00	2020 年度	120.00	0.0
丽芙-甲硝唑凝胶营销 2021 年 Q1 项目服务协议	北京熙娱传媒科技有限公司	100.00	2021 年度	92.16	0.0
			2020 年度	7.84	
丽芙甲硝唑凝胶营销 2021 年 Q2-5 月份项目服务协议	北京熙娱传媒科技有限公司	100.00	2021 年度	100.00	0.0
丽芙-甲硝唑凝胶营销 Q4 项目服务协议	北京熙娱传媒科技有限公司	100.00	2021 年度	90.00	0.0
			2020 年度	10.00	
2020 年丽芙种草公关服务合同	北京熙娱传媒科技有限公司	100.00	2021 年度	61.92	0.0
			2020 年度	38.08	
服务合同	北京熙娱传媒科技有限公司	100.00	2021 年度	100.00	0.0
媒体合作委托服务协议	重庆半马传媒科技有限公司	110.00	2022 年度	110.00	0.0

公司灵活调整广告宣传的内容和形式,在合同实际执行过程中可能因投放策略调整、推广成果不理想等原因变更投放内容和数量,并导致实际结算与合同约定存在一定差异。报告期内,广告宣传费规模与合同约定基本一致,不存在重大异常,其中与北京鑫顺技达信息技术有限公司、大向传媒科技（苏州）有限公司的结算差异系相关合同尚未履行完毕所致。

(2) 公司广告宣传费归集完整、准确

报告期内，公司广告宣传费主要为新媒体营销费用，其中图文、视频广告结合投放渠道、投放内容、账号粉丝量级等因素协商确认单价后根据投放量计费，公司与供应商定期对账，确认推广成果后进行费用结算。

公司制定了规范的《财务核算制度》《资金管理制度》《费用报销管理制度》《市场推广费报销管理办法》《线上营销运营管理制度》等内控制度，并要求所有费用借支和入账均需经适当的层级审批，其中市场推广费在借支事项发生后，业务部门需要按照推广进度情况及时提供完备的合规发票和相应附件进行核销。

报告期内，公司每月结账前需要归集当期发生且已取得原始凭证的广告宣传费支出，根据原始凭证金额计入当期损益，对于尚未取得原始凭证的，由业务部门提报，财务部门据此进行费用预提。公司按照《企业会计准则》的相关规定对广告宣传费进行确认和计量，费用归集完整、准确。

3. 广告内容是否符合相关法律法规、履行相应审批程序

(1) 广告内容符合相关法律法规

公司药品广告主要系甲硝唑凝胶、联苯苄唑溶液、复方丙酸氯倍他索软膏等非处方药的图片、文字或视频广告。

《药品管理法》第九十条规定，药品广告的内容应当真实、合法，以国务院药品监督管理部门核准的药品说明书为准，不得含有虚假的内容。药品广告不得含有表示功效、安全性的断言或者保证；不得利用国家机关、科研单位、学术机构、行业协会或者专家、学者、医师、药师、患者等的名义或者形象作推荐、证明。非药品广告不得有涉及药品的宣传。

《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》（以下简称《广告审查办法》）第五条规定，药品广告的内容应当以国务院药品监督管理部门核准的说明书为准。药品广告涉及药品名称、药品适应症或者功能主治、药理作用等内容的，不得超出说明书范围。药品广告应当显著标明禁忌、不良反应，处方药广告还应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告还应当显著标明非处方药标识（OTC）和“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。

《广告审查办法》第二十一条规定，下列药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品不得发布广告：（一）麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、

放射性药品、药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械；（二）军队特需药品、军队医疗机构配制的制剂；（三）医疗机构配制的制剂；（四）依法停止或者禁止生产、销售或者使用的药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品；（五）法律、行政法规禁止发布广告的情形。

《广告审查办法》第二十二条规定，《广告审查办法》第二十一条规定以外的处方药和特殊医学用途配方食品中的特定全营养配方食品广告只能在国务院卫生行政部门和国务院药品监督管理部门共同指定的医学、药学专业刊物上发布。

公司制作、发布的药品广告均为非处方药，且均不属于《广告审查办法》第二十一条规定的不得发布广告的药品。公司制作、发布的药品广告内容均系以国务院药品监督管理部门核准的说明书为准，且已在广告中标注“OTC”或“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”字样，符合《药品管理法》第九十条以及《广告审查办法》第五条的规定。

综上所述，公司的药品广告内容符合相关法律法规的规定。

(2) 广告已履行相关审批程序

根据《药品管理法》第八十九条的规定，药品广告应当经广告主所在地省、自治区、直辖市人民政府确定的广告审查机关批准；未经批准的，不得发布。根据《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》第十三条第一款的规定，药品、特殊医学用途配方食品广告审查申请应当依法向生产企业或者进口代理人等广告主所在地广告审查机关提出。

公司已履行药品广告相应审批程序。

(四) 说明各期销售人员数量、人员规模合理性及变动原因，人均薪酬与所在地区平均工资水平和同行业可比公司平均销售人员薪酬相比的差异合理性；
2022 年度销售费用中新增仓储服务费的原因

1. 销售人员数量、人员规模合理性及变动原因说明
报告期内，公司销售人员和营业收入情况如下：

项 目	2022. 12. 31/ 2022 年度	2021. 12. 31/ 2021 年度	2020. 12. 31/ 2020 年度
期末销售人员数量(人)	238	198	208
营业收入(万元)	86,031.81	51,111.03	38,835.09
人均营收(万元/人)	394.64	251.78	188.06

注：人均营收=营业收入/期初期末销售人员平均人数

报告期各期末，公司销售人员数量分别为 208 人、198 人和 238 人，整体有所增加，与营业收入的变动趋势相匹配。2020 年度，优立通正式纳入集采范围，渠道拓展方法发生改变，不再需要公司进行市场推广，相应的销售团队陆续离职或转岗等，导致 2021 年末销售人员数量略有下降。

报告期内，公司销售人员的人均营收逐年增长，主要系电商平台销售收入快速增长所致。报告期内，公司抓住尤以皮肤外用产品为代表的互联网医药电子商务高速发展的契机，打造出创新的“电商+线下”融合发展的多渠道销售模式。不同于传统销售业务运营方式，借助新媒体营销渠道，公司销售人员可以通过广告投放等多种引流工具拉动销售收入增长，极大的提高了推广效率，并带动人均营收逐年增长，具有商业合理性。

2. 人均薪酬与所在地区平均工资水平和同行业可比公司平均销售人员薪酬相比的差异合理性说明

(1) 人均薪酬与所在地区平均工资水平的差异具有合理性

报告期内，公司销售人员与所在地区年平均工资对比如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
江苏省非私营单位	12.17	11.51	10.36
江苏省私营单位	7.18	6.89	6.38
无锡市非私营单位	13.36	12.28	11.25
无锡市私营单位	7.57	7.20	6.54
公司	28.57	22.10	12.80

报告期内，公司销售人员年平均工资高于江苏省及无锡市平均工资水平，主要系公司经营效益相对较好所致。报告期内，受经营效益逐渐提高的影响，公司销售人员年平均工资快速增长，导致其与所在地区的差异逐年增加，具有商业合理性。

报告期内，公司销售人员与所在地区医药制造业上市公司销售人员年平均工资对比如下：

单位：万元

公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度
森萱医药	27.35	25.69	20.33
恒瑞医药	24.52	25.05	18.75
千红制药	17.42	22.00	18.60
算术平均值	23.10	24.25	19.23
公司	28.57	22.10	12.80

2020 年度和 2021 年度，公司销售人员年平均工资低于所在地区医药制造业上市公司算术平均值，主要系业务规模相对较小所致。随着经营效益的逐渐提高，公司销售人员年平均工资快速增长，并在 2022 年度略高于所在地区医药制造业上市公司算术平均值，不存在重大异常。

(2) 人均薪酬与同行业可比公司平均销售人员薪酬的差异具有合理性

报告期内，公司销售人员与同行业可比公司销售人员年平均工资对比如下：

单位：万元

公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度
华邦健康	14.40	10.62	8.68
兴齐眼药	29.23	30.36	20.70
佐力药业	11.37	13.21	10.11
算术平均值	18.33	18.06	13.16
公司	28.57	22.10	12.80

2020 年度，公司销售人员年平均工资与同行业可比公司算术平均值接近，不存在重大差异。2021 年度和 2022 年度，随着经营效益的逐渐提高，公司销售人员年平均工资快速增长，使得公司与兴齐眼药相接近，并大幅高于华邦健康和佐力药业。

报告期内，华邦健康和佐力药业的营业收入有所增长，但是增幅均低于公司，因此其销售人员年平均工资虽然有所增加，但是与公司的差异有所扩大，具有商业合理性。

3. 2022 年度销售费用中新增仓储服务费的原因

2022 年度，由于营业规模持续扩大的影响，公司增加了部分外部仓库租赁

项目，相关仓库租赁信息列示如下：

承租方	出租方	租赁期间	租赁仓库所在地
江苏知原药业股份有限公司	华润无锡医药有限公司	2022/3/10-2023/3/9	无锡市锡山经济开发区
江苏知原药业股份有限公司	华润礼安无锡医药有限公司	2022/6/1-2023/5/31	
无锡知妍生物科技有限公司	华润无锡医药有限公司	2022/10/20-2023/12/31	

新增外租仓库主要用于存放自产和外采的库存商品，相应的存货管理、装卸堆放等支出列示为仓储服务费，不存在重大异常。

（五）核查程序及核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

（1）获取公司报告期内电商费用明细台账，了解电商费用的具体内容和主要支付对象；

（2）获取公司与电商费用主要支付对象的合作协议，查看主要支付对象对应的计费依据；

（3）访谈管理层，了解公司电商费用持续上升的原因及合理性；

（4）获取公司报告期内主要推广工具明细，分析电商费用的转化效果；

（5）检索医药制造业相关企业的年报等公开信息，分析公司电商费用支出与电商客户买断式销售二者之间的匹配关系，是否符合行业惯例；

（6）获取公司报告期内电商费用明细台账，分析电商费用在相关电商平台之间的分布情况及其合理性；

（7）检索医药制造业相关企业的年报等公开信息，对比分析公司电商费用率是否处于行业合理水平；

（8）抽查公司主要推广工具的结算资料，核查是否与合同约定一致；

（9）获取公司电商费用相关的内部控制制度，了解如何保障电商费用归集的完整性；

（10）获取公司报告期内广告宣传费明细台账，了解广告宣传费的具体内容和主要支付对象；

（11）获取公司与广告宣传费主要支付对象的合作协议，查看主要支付对象对应的计费依据；

(12) 获取公司报告期内广告宣传费的大额合同、发票、银行回单等，核查与合同约定的匹配性；

(13) 获取公司广告宣传费相关的内部控制制度，了解如何保障广告宣传费归集的完整性；

(14) 获取公司报告期内药品相关广告资料，结合《药品管理法》等相关法律法规，分析广告内容是否符合相关法律法规、履行相应审批程序；

(15) 获取公司报告期内员工花名册，分析销售人员规模合理性及变动原因；

(16) 查询统计局网站，获取所在地区医药制造业上市公司和同行业可比公司的定期报告，分析销售人员人均薪酬与所在地区平均工资水平和同行业可比公司平均销售人员薪酬相比的差异合理性；

(17) 访谈管理层，了解公司 2022 年度销售费用中新增仓储服务费的原因。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司电商费用主要为站内营销费用和电商店铺运营费用等，并以预先充值或实时划扣形式支付给供应商，不存在重大异常；公司电商费用持续上升与线上渠道销售收入持续增长的趋势一致，具有商业合理性；由于产品市场热度增长、营销策略精细化发展和推广产品的多样化，公司主要引流推广工具的点击转化率有所上升，投入产出比波动不大；在买断式销售下，为了加强合作并提升品牌形象，公司通过投入电商营销费用促进合作产品在投放渠道的销售情况，符合行业惯例；

(2) 报告期内，公司电商费用主要用于天猫、拼多多、京东和抖音等，与对应的电商平台销售收入相匹配，不存在重大异常；公司电商费用率处于行业合理水平，与合同约定、可比公司水平不存在较大差异；公司电商费用归集完整、准确；

(3) 报告期内，公司广告宣传费主要为新媒体营销费用、线下广告费用和宣传制作费用，不同内容对应不同的计费依据；公司对广告宣传费严格按照合同约定执行，广告宣传费归集完整、准确；公司广告内容符合相关法律法规，并履行了相应审批程序；

(4) 报告期内，公司销售人员数量与营业收入的变动趋势相匹配，具有商业

合理性；受经营效益逐渐提高的影响，公司销售人员的人均薪酬快速增长，与所在地区平均工资水平和同行业可比公司平均销售人员薪酬略有差异，具有商业合理性；2022 年度公司销售费用中新增仓储服务费，主要系营业规模持续扩大，增加临时性外部仓库所致，不存在重大异常。

十二、关于研发费用与开发支出

申报材料显示：（1）报告期内，发行人研发费用金额分别为 2,387.27 万元、2,947.65 万元和 3,671.94 万元，其中委外研发费用金额分别为 1,175.23 万元、1,382.81 万元和 1,493.20 万元，研发人员职工薪酬金额分别为 463.22 万元、771.65 万元和 1,064.47 万元。（2）发行人对陈李济药厂的应收账款系受托研发服务收入，同时预付陈李济药厂款项用于采购昆仙胶囊。（3）报告期内，发行人仅针对技术上具有可行性，未来目的明确，风险基本可控，并且很可能具备未来经济利益的相关技术研发项目进行资本化。报告期各期末，发行人开发支出余额分别为 1,936.59 万元、1,840.68 万元和 2,409.80 万元。请发行人：（1）说明委外研发的内容、具体项目和涉及金额，委外合同关于双方权利义务和成果归属的约定，历史上是否发生过相关纠纷及解决措施；委外研发的技术是否属于关键技术，采取委外的原因，委外研发费用占比较高的原因，是否符合行业惯例。（2）说明委外研发费用核算适用的会计政策和具体会计处理方法，是否符合《企业会计准则》相关要求和行业惯例；结合委外研发合同条款和实际执行情况，各委外研发合同费用确认金额和时点是否符合《企业会计准则》相关要求。（3）说明主要委外研发项目的真实性和价格公允性，委外研发的主要约定、约定付款时点及其合理性、实际付款情况，相关委外研发费用确认期间是否恰当，资金流向是否存在异常；受托方与发行人是否存在关联关系或潜在关联关系，是否存在为发行人体外代垫成本费用和体外资金循环的情况。（4）说明研发人员的界定标准及报告期内人员数量变动情况，与具体研发项目及研发成果的对应情况，是否存在研发人员与生产人员混同，或研发人员兼具管理职能的情形；报告期内研发人员与销售人员的薪酬差异情况，差异是否与职能差异相匹配；研发费用金额与税务上研发费用加计扣除申报数据之间的差异及合理性。（5）说明研发领料的具体构成及去向、研

发领料与生产用原材料的差异、研发领料最终形态与发行人产成品形态是否基本一致，是否存在领用研发物料生产后对外销售的情形；说明化验检验费的具体内容，2021 年化验检验费较以前年度大幅增长的原因。（6）说明发行人对陈李济药厂往来款项形成的具体原因、对应业务模式，报告期内同时存在委托研发和受托研发业务的原因及合理性。（7）按照《发行类第 5 号》“5—4 研发支出资本化”的要求，披露开发支出资本化相关内容；说明研究与开发阶段的划分标准，是否符合《企业会计准则的规定》，与同行业可比公司是否存在较大差异；开发支出是否真实、准确，转入无形资产时点的合理性，开发支出减值测试情况；说明发行人研发投入的计算口径及其合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 20）

（一）说明委外研发的内容、具体项目和涉及金额，委外合同关于双方权利义务和成果归属的约定，历史上是否发生过相关纠纷及解决措施；委外研发的技术是否属于关键技术，采取委外的原因，委外研发费用占比较高的原因，是否符合行业惯例

1. 说明委外研发的内容、具体项目和涉及金额，委外合同关于双方权利义务和成果归属的约定，历史上是否发生过相关纠纷及解决措施

公司主要委托第三方机构进行药理毒理研究、临床试验等，符合医药行业惯例。报告期内，公司与前五大委托研发机构签订的累计结算金额超过 100.00 万元的合同情况如下：

单位：万元

供应商名称	项目	服务内容	合同含税金额	2022 年度	2021 年度	2020 年度
长沙晶易医药科技股份有限公司	硫酸羟氯喹片	硫酸羟氯喹片（200mg）人体生物等效性研究临床试验	380.00	340.57		
长沙晶易医药科技股份有限公司	地奈德乳膏	地奈德乳膏人体生物等效性研究临床试验	420.00	237.74		
长沙晶易医药科技股份有限公司	甲氨蝶呤钠片	甲氨蝶呤钠片人体等效性研究临床试验	335.00	7.31		99.76
长沙晶易医药科技股份有限公司	托吡司特片	托吡司特片人体生物等效性研究	530.00		79.25	404.72

公司		临床试验				
上海问云生物科技有限公司	火把花根片治疗风湿类关节炎的多中心、随机、双盲、对照临床试验	火把花根片治疗类风湿关节炎的多中心、随机、双盲、对照临床试验	558.04	105.29	263.22	
北京汇智华康医药技术有限公司	雷公藤属产品质量升级研究	雷公藤属产品质量提升综合技术开发研究	390.00	188.68	100.00	
北京诺和德美医药科技有限公司	吡非尼酮片剂	吡非尼酮片人体生物等效性试验临床试验	290.00		175.09	84.81
南京樟益医药科技有限公司	丙酸氟替卡松乳膏	丙酸氟替卡松乳膏外用制剂开发	291.60	87.48		87.48
北京诺和德美医药科技有限公司	阿普米司特片剂项目	阿普斯特片(30mg)人体生物等效性试验	388.00		45.91	206.53
北京赛德盛医药科技股份有限公司	枸橼酸铁片剂项目	评价枸橼酸铁片用于控制规律血液透析患者血清磷水平的疗效和安全性的多中心、随机、开放、阳性药平行对照临床研究	921.20	104.42	20.09	88.10

上述委外研发合同对权利义务和成果归属的约定如下：

供应商名称	项目	权利义务的约定	成果归属
长沙晶易医药科技股份有限公司	硫酸羟氯喹片	公司提供合同约定的研究费用，提供临床研究药品及相关资料，监督项目执行；受托方负责组织临床研究并提供临床研究数据，提供申报材料并协助公司进行药物申报审批工作	归公司所有
长沙晶易医药科技股份有限公司	地奈德乳膏	公司负责提供临床研究药品并支付研发费用；受托方负责进行研究并交付研发成果	归公司所有
长沙晶易医药科技股份有限公司	甲氨蝶呤钠片	公司负责提供临床研究药品并支付研发费用；受托方负责进行研究并交付研发成果	归公司所有
长沙晶易医药科技股份有限公司	托吡司特片	公司负责提供临床研究药品并支付研发费用；受托方负责进行研究并交付研发成果	归公司所有
上海问云生物	火把花根片治疗类风湿关节	公司负责支付研发费用；受托方负	归公司所有

科技有限公司	炎的多中心、随机、双盲、对照临床试验	责组织进行上市后临床研究并交付研发成果	
北京汇智华康医药技术有限公司	雷公藤属产品质量升级研究	公司负责支付研发费用;受托方负责进行研究并交付研发成果	归公司所有
北京诺和德美医药科技有限公司	吡非尼酮片剂	公司负责支付研发费用,提供试验用药品,申报药品的药学相关部分、药理毒理、临床资料及相关文献资料等;受托方负责进行研究并交付研发成果	归公司所有
南京樟益医药科技有限公司	丙酸氟替卡松乳膏	公司负责支付研发费用,在受托方指导下完成中试研究,质量研究,并按照药监部门的要求,归纳整理撰写报批资料,并按最新药品注册管理要求进行所需要的生物等效性研究;受托方负责按要求进行制剂处方工艺开发,包括小试阶段的处方和工艺考察,配合公司进行申报生产直至获得本项目生产批件	归公司所有
北京诺和德美医药科技有限公司	阿普米司特片剂项目	公司负责提供研究经费、药品、对照品及内标物;受托方负责开展阿普斯特生物等效性试验;对阿普斯特生物等效性试验在医院临床基地的实施过程进行合规性的监查;生物样品检测方法的建立、验证、样品分析;数据统计方法的建立,并对试验数据进行统计工作	归公司所有
北京赛德盛医药科技股份有限公司	枸橼酸铁片剂项目	公司负责提供研究经费、临床研究所需药品、对照品;受托方负责组织开展临床试验	归公司所有

按照合同约定,相关研发成果均归属于公司。历史上,公司与委托研发机构未发生过任何纠纷。

2. 委外研发的技术是否属于关键技术,采取委外的原因,委外研发费用占比较高的原因,是否符合行业惯例

公司主要委托第三方机构进行临床前研究、临床试验等,临床前研究包括药代动力学、药理学和毒理学、动物模型等研究,临床试验包括临床试验方案的设计和咨询、临床试验技术服务、临床试验数据管理和统计分析等,均不属于研发项目的关键技术。

药品研发是一项多学科协同合作的系统工程，包含了从原料药合成、制剂处方、工艺研究、质量研究、药理毒理、临床研究等全过程。在研发过程中，公司基于产品特点和自身研究条件，将药理毒理研究、临床试验等委托给专业的第三方机构，可以合理利用外部研究资源和力量，提高研发效率及缩短研发周期，符合行业发展规律和药物研发惯例，具有商业合理性。

报告期内，公司和同行业可比公司的委外研发费用占比情况如下：

单位：%

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
兴齐眼药	37.59	17.96	17.71
佐力药业	32.60	29.75	4.60
算术平均值	35.10	23.86	11.16
公司	38.61	44.14	47.82

注：华邦健康主要由医药行业、农化新材行业和旅游服务业三部分构成，其中医药行业营收占比远低于农化新材行业，且其未单独披露医药行业的研发费用明细，因此此处未对比华邦健康

由上表可见，报告期内，同行业可比公司均存在委外研发费用，且委外研发费用占比逐年增长，在 2022 年度已经基本与公司一致。与可比公司的差异主要系公司在研项目主要处于临床阶段，因此在临床试验环节投入较大，符合医药行业惯例。

因此，公司委外研发费用占比较高符合医药行业惯例，不存在重大异常。

（二）说明委外研发费用核算适用的会计政策和具体会计处理方法，是否符合《企业会计准则》相关要求和行业惯例；结合委外研发合同条款和实际执行情况，各委外研发合同费用确认金额和时点是否符合《企业会计准则》相关要求

1. 委外研发费用核算适用的会计政策和具体会计处理方法，是否符合《企业会计准则》相关要求和行业惯例

报告期内，公司和部分医药制造业企业委外研发费用的核算方法如下：

公司名称	委外研发费用核算方法
西点药业	委托研发项目分阶段按服务进度付款，公司根据各期受托研发单位的阶段性付款通知等依据分期确认委托研发费用

华纳药厂	委外研发服务费是依照项目开展的进度进行计提。委外合同约定分阶段付款，受托方开展委托研发服务、完成阶段性成果时公司确认并支付相应阶段款项，同时收取受托方开具的“技术服务费”发票入账，确认项目研发费用
葫芦娃	按项目核算委外研发投入，根据委外研发合同约定的合同进度和付款安排，分项目确认委外研发费用
公司	按项目核算委外研发投入，根据委外研发合同约定的合同进度和付款安排，分项目确认委外研发费用

综上所述，结合委外研发服务的特点，双方考虑委外研发投入的进度协商确定合同约定的付款进度，公司按照研发合同约定的合同进度与付款安排分项目确认委外研发费用与同行业公司可比，符合《企业会计准则》的相关要求和行业惯例，具有商业合理性。

2. 结合委外研发合同条款和实际执行情况，各委外研发合同费用确认金额和时点是否符合《企业会计准则》相关要求

报告期内，公司与前五大委托研发机构签订的累计结算金额超过 100.00 万元的合同情况如下：

单位：万元

供应商	项目	合同含税金额	服务内容	阶段	付款结算条款	实际执行期间	实际执行金额
长沙晶易医药科技股份有限公司	硫酸羟氯喹片	380.00	硫酸羟氯喹片（200mg） 人体生物等效性研究临床试验	第一阶段	合同签订支付 30%，114 万元	2022 年度	114.00
				第二阶段	获得伦理批件支付 20%，76 万元		76.00
				第三阶段	空腹临床试验研究采血结束，且出具空腹临床试验 BE 等效简报支付 10%，38 万元		38.00
				第四阶段	餐后临床试验研究采血结束支付 10%，38 万元		38.00
				第五阶段	邮件提交电子版临床总结报告支付 5%，19 万元		19.00
				第六阶段	2023 年 1 月份最后一个工作日内支付 20%，76 万元		76.00
				第七阶段	完成临床现场核查后或确定免核查支付 5%，19 万元	正在执行中，未支付和确认费用	
长沙晶易医药科技股份有限公司	地奈德乳膏	420.00	地奈德乳膏 人体生物等效性临床试	第一阶段	合同签订支付 25%，105 万元	2022 年度	105.00
				第二阶段	获得伦理批件支付 15%，63 万元		63.00
				第三阶段	第一例受试者入组支付 20%，84 万元		84.00

供应商	项目	合同含税 金额	服务内容	阶段	付款结算条款	实际执行期 间	实际执行金额
份有 限公 司			验	第四阶段	最后一例受试者出组支付 20%，84 万元	正 在 执 行 中，未支付 和确认费用	
				第五阶段	交付药代动力学研究、剂量探索试验和正式试验临床总结报告支付 15%，63 万元		
				第六阶段	协助公司完成临床现场核查后或确定免核查支付 5%，21 万元		
长 沙 晶 易 医 药 科 技 股 份 有 限 公 司	甲 氨 蝶 呤 钠 片	335.00	甲氨蝶呤钠 片人体等效 性研究临床 试验	空腹试验 第一阶段	合同签订支付空腹试验经费的 20%，36 万元	2019 年度	36.00
				空腹试验 第二阶段	获得伦理批件支付空腹试验经费的 30%，54 万元		54.00
				空腹试验 第三阶段	空腹临床试验采血结束支付空腹试验经费的 30%，54 万元		54.00
				空腹试验 第四阶段	收到空腹试验 BE 简报并确认支付空腹试验经费的 20%，36 万元	2020 年度	36.00
				餐后试验 第一阶段	空腹试验等效，发出开展餐后试验通知支付餐后试验研究经费的 50%，77.5 万元	2019 年度	77.50
				餐后试验 第二阶段	餐后临床试验采血结束支付餐后试验研究经费的 30%，46.5 万元	2020 年度	46.50
				餐后试验 第三阶段	收到临床试验全套 BE 电子版总结报告支付餐后试验研究经费的 15%，23.25 万元		23.25
				餐后试验 第四阶段	通过临床及分析测试现场核查支付餐后试验研究经费的 5%，7.75 万元	2022 年度	7.75
长 沙 晶 易 医 药 科 技 股 份 有 限 公 司	托 吡 司 特 片	530.00	托吡司特片 人体生物等 效性试验研 究临床试验	空腹试验 第一阶段	同签订支付空腹试验经费的 30%，87 万元	2020 年度	82.00 [注 1]
				空腹试验 第二阶段	获得伦理批件支付空腹试验经费的 30%，87 万元		87.00
				空腹试验 第三阶段	空腹临床试验采血结束支付空腹试验经费的 20%，58 万元		58.00
				空腹试验 第四阶段	获得空腹试验结果支付空腹试验经费的 20%，58 万元		58.00
				餐后试验 第一阶段	开展餐后试验支付餐后试验研究经费的 60%，144 万元		144.00

供应商	项目	合同含税 金额	服务内容	阶段	付款结算条款	实际执行期 间	实际执行金额
				餐后试验 第二阶段	餐后临床试验采血结束支付 餐后试验研究经费的 20%， 48 万元	2021 年度	48.00
				餐后试验 第三阶段	收到临床试验总结报告支付 餐后试验研究经费的 15%， 36 万元		36.00
				餐后试验 第四阶段	完成临床试验现场核查或确 定免核查支付餐后试验研究 经费的 5%，12 万元	正 在 执 行 中，未支付 和确认费用	
上海问 云生物 科技有 限公司	火把花 根片治 疗类风 湿关节 炎的多 中心、 随机、 双盲、 对照临 床试验	558.04	火把花根片 治疗类风湿 关节炎的多 中心、随机、 双盲、对照 临床试验	第一阶段	合同签订支付 30%，167.41 万元	2021 年度	167.41
				第二阶段	取得牵头单位伦理委员会批 件支付 20%，111.61 万元		111.61
				第三阶段	临床研究完成 50%受试者首 次病例录入支付 20%， 111.61 万元	2022 年 度 完成；2023 年度付款	111.61
				第四阶段	临床研究完成 100%受试者 首次病例录入支付 15%， 83.71 万元	正 在 执 行 中，未支付 和确认费用	
				第五阶段	提交临床研究总结报告及附 件等相关资料支付 15%， 83.71 万元		
北京汇 智华康 医药技 术有限 公司	雷公藤 属产品 质量升 级研究	390.00	雷公藤属产 品质量提升 综合技术开 发研究	第一阶段	合同签订支付 50 万元	2021 年度	50.00
				第二阶段	2021 年 10 月 30 日前支付 50 万元		50.00
				第三阶段	完成 10 类主要活性成分对 照品及微量成分特征图谱用 对照提取物支付 150 万元	2022 年度	150.00
				第四阶段	2022 年 12 月 30 日前支付 50 万元		50.00
				第五阶段	双方确认本合同任务完成支 付 90 万元	正 在 执 行 中，未支付 和确认费用	
北京诺 和德美 医药科 技有限	吡非尼 酮片剂	290.00	吡非尼酮片 人体生物等 效性试验临 床试验	第一阶段	合同签订支付 31%，89.9 万 元	2020 年度	89.90
				第二阶段	获得伦理批件支付 24%， 69.6 万元	2021 年度	69.60
				第三阶段	完成正式试验临床采血支付 20%，58 万元		58.00

供应商	项目	合同含税 金额	服务内容	阶段	付款结算条款	实际执行期 间	实际执行金额
公司				第四阶段	收到签章的总结报告和其他符合 CTD 格式的报产资料后支付 20%，58 万元		58.00
				第五阶段	通过国家局现场核查后支付 5%，14.5 万元	正在执行中，未支付和确认费用	
南京樟 益医药 科技有 限公司	丙酸氟 替卡松 乳膏	291.60	丙酸氟替卡 松乳膏外用 制剂开发	第一阶段	合同签订支付 30%，87.48 万元	2020 年度	87.48
				第二阶段	完成小试处方和工艺研究支付 20%，58.32 万元	2022 年度	58.32
				第三阶段	中试研究，中试样品经公司检验合格后支付 30%，87.48 万元		29.16 [注 2]
				第四阶段	完成申报资料的提交，取得受理号后支付 10%，29.16 万元	合同已终止	
				第五阶段	取得药监部门颁发的批件后支付 10%，29.16 万元		
北京诺 和德美 医药科 技有限 公司	阿普米 司特片 剂项目	388.00	阿普斯特片 (30mg) 人体 生物等效性 试验	预实验第 一阶段	合同签订支付预实验阶段的 50%，31.8 万元	2019 年度	31.80
				预实验第 二阶段	血样采集完成，所有生物样本送至检测单位支付预实验阶段的 30%，19.08 万元		19.08
				预实验第 三阶段	交付预实验总结报告支付预实验阶段的 20%，12.72 万元		12.72
				正式试验 第一阶段	预试验等效后，以邮件形式告知受托方确定开展正式试验支付正式试验阶段的 25%，81.1 万元	2019 年度、 2020 年度	40.60、 40.50
				正式试验 第二阶段	获得伦理批件支付正式试验阶段的 35%，113.54 万元	2020 年度	113.54
				正式试验 第三阶段	正式临床血样采集完成，生物样本送至检测单位支付正式试验阶段的 20%，64.88 万元		64.88
				正式试验 第四阶段	获取报产资料支付正式试验阶段的 15%，48.66 万元	2021 年度	48.66
				正式试验 第五阶段	通过国家现场检查支付正式试验阶段的 5%，16.22 万元	正在执行中，未支付和确认费用	

供应商	项目	合同含税 金额	服务内容	阶段	付款结算条款	实际执行期 间	实际执行金额
北京赛 德盛医 药科技 股份有 限公司	枸橼酸 铁片剂 项目	921.20	评价枸橼酸 铁片用于控 制规律血液 透析患者血 清磷水平的 疗效和安全 性的多中 心、随机、 开放、阳性 药平行对照 临床研究	第一阶段	提供药检报告支付 20%， 176.2 万元	2017 年度、 2019 年度	160.85、 15.36
				第二阶段	获得伦理批件支付 20%， 176.2 万元	2019 年度	176.2
				第三阶段	入组完成 50%支付 10%，88.1 万元	2020 年度	88.10
					20.09 万元	2021 年度	20.09
				第四阶段	全部入组支付 10%，92.12 万元	2022 年度	92.12
					额外提供的临床服务 12.30 万元		12.30
				第五阶段	统计报告完成后支付 10%， 92.12 万元	正 在 执 行 中，未支付 和确认费用	
				第六阶段	完成总结报告支付 20%， 184.24 万元		
				第七阶段	材料交接并验收支付 7.5%， 69.09 万元		
				第八阶段	通过临床试验现场核查支付 2.5%，23.03 万元		

[注 1] 进度款支付金额与合同约定差异 5.00 万元，系双方基于临床试验受试者例数增加修改合同所致，差异金额在 2019 年度已支付

[注 2] 委托研发机构已完成第二阶段小试处方和工艺研究，后续中试研究及注册申报等由公司自主完成，因此合同提前终止；基于受托方完成小试研究工作的充分完整性，双方约定，受托方向公司提供必要的技术指导，直至公司成功完成中试研究，公司向其支付 29.16 万元指导费

报告期内，公司按照委外研发合同的里程碑节点确认委外研发费用，实际执行情况与合同约定相匹配，各个委外研发合同费用确认金额和时点符合《企业会计准则》相关要求。

（三）说明主要委外研发项目的真实性和价格公允性，委外研发的主要约定、约定付款时点及其合理性、实际付款情况，相关委外研发费用确认期间是否恰当，资金流向是否存在异常；受托方与发行人是否存在关联关系或潜在关联关系，是否存在为发行人体外代垫成本费用和体外资金循环的情况

1. 说明主要委外研发项目的真实性和价格公允性

报告期内，公司主要委外研发合同与研发项目进度情况如下：

委外研发供应商	项目	服务内容	合同签订日期	立项文件信息	合同签订时项目所处阶段	成果资料
长沙晶易医药科技股份有限公司	硫酸羟氯喹片	硫酸羟氯喹片（200mg）人体生物等效性研究临床试验	2022/5/17	临床试验（生物等效性试验）采取委托试验的方式进行	在药品评审中心（CDE）进行技术审评，CDE 要求增加临床试验例数	是
长沙晶易医药科技股份有限公司	地奈德乳膏	地奈德乳膏人体生物等效性临床试验	2021/10/28	临床研究委外进行	工艺验证	是
长沙晶易医药科技股份有限公司	甲氨蝶呤钠片	甲氨蝶呤钠片人体等效性研究临床试验	2019/5/30	临床试验（生物等效性试验）采取委托试验的方式进行	工艺验证	是
长沙晶易医药科技股份有限公司	托吡司特片	托吡司特片人体生物等效性试验研究临床试验	2019/5/30	获得临床批件后，拟与专业化的临床研究服务机构联合，开展片剂临床试验	工艺验证	是
上海问云生物科技有限公司	火把花根片治疗类风湿关节炎的多中心、随机、双盲、对照临床试验	火把花根片治疗类风湿关节炎的多中心、随机、双盲、对照临床试验	2021/9/28	委托临床研究服务机构进行	药品上市后研究，进行中	是
北京汇智华康医药技术有限公司	雷公藤属产品质量升级研究	雷公藤属产品质量提升综合技术开发研究	2021/7/15	委外研究	方法学验证	是
北京诺和德美医药科技有限公司	吡非尼酮片剂	吡非尼酮片人体生物等效性试验临床试验	2020/12/4	拟与专业化的临床研究服务机构联合，开展生物等效性试验	工艺验证	是

南京樟益医药科技有限公司	丙酸氟替卡松乳膏	丙酸氟替卡松乳膏外用制剂开发	2020/11/18	委外进行	小试研究	是
北京诺和德美医药科技有限公司	阿普米司特片剂项目	阿普斯特片(30mg)人体生物等效性试验	2019/3/20	获得临床批件后，拟与专业化的临床研究服务机构联合，开展药物临床试验或生物等效性试验	中试研究	是
北京赛德盛医药科技股份有限公司	枸橼酸铁片剂项目	评价枸橼酸铁片用于控制规律血液透析患者血清磷水平的疗效和安全性的多中心、随机、开放、阳性药平行对照临床研究	2016/12/23	获得临床批件后，拟与专业化的临床研究服务机构联合，开展片剂、颗粒剂临床试验	小试研究	是

注：上述日期为项目第一份合同签订日期

报告期内，公司严格按照研发内控制度对委托研发项目进行管理，相关合同签订时间与研发项目所处阶段相匹配，对应的成果资料齐全，且临床试验均按照规定在药物临床试验登记与信息公示平台登记备案，委外研发项目真实。

公司与委托研发机构不存在关联关系或潜在关联关系，按照公开市场价格签订委外研发合同，且公司严格按照临床试验报价表中细分项目单价和所需数量与委托研发机构签订合同，委外研发项目价格公允，不存在重大异常。

2. 委外研发的主要约定、约定付款时点及其合理性、实际付款情况，相关委外研发费用确认期间是否恰当，资金流向是否存在异常

报告期内，公司委外研发的主要约定、约定付款时点和实际付款情况详见“十二、（二）2. 结合委外研发合同条款和实际执行情况，各委外研发合同费用确认金额和时点是否符合《企业会计准则》相关要求”。

公司按照研发进度约定付款时点，实际付款情况与合同约定条款一致，相关研发费用确认期间恰当，资金流向不存在异常。

3. 受托方与公司是否存在关联关系或潜在关联关系，是否存在为公司体外代垫成本费用和体外资金循环的情况

报告期内，公司各期前五大委托研发机构的基本情况如下：

(1) 长沙晶易医药科技股份有限公司

公司名称	长沙晶易医药科技股份有限公司
统一社会信用代码	91430100559543727U
成立日期	2010 年 8 月 19 日
注册资本	6,397 万元人民币
法定代表人	丁劲松
注册地址	长沙高新开发区麓天路 28 号金瑞麓谷科技园 A-3 栋 8 层 801 号房
股权结构	湖南菁宇企业管理咨询合伙企业(有限合伙)持股 46.55%，长沙菁云企业管理咨询合伙企业(有限合伙)持股 11.46%，中国医药投资有限公司持股 8.21%，深圳文昊舟商股权投资合伙企业(有限合伙)持股 6.85%，丁劲松持股 5.26%，剩余持股均不到 5.00%
经营范围	药品研发；新特药的研究与开发；医疗器械技术开发；医学研究和试验发展；药用辅料的技术研发、咨询、技术转让；医疗信息、技术咨询服务；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗器械技术转让服务。（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）
是否存在关联关系或潜在关联关系	否

(2) 上海问云生物科技有限公司

公司名称	上海问云生物科技有限公司
统一社会信用代码	91310112MA1GC65U2N
成立日期	2018 年 9 月 13 日
注册资本	100 万元人民币
法定代表人	周烨
注册地址	上海市闵行区宜山路 1618 号 8 幢 C205 室
股权结构	深圳问问风湿医疗科技有限公司持股 100.00%
经营范围	从事生物科技、医药科技、信息科技、计算机科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，计算机数据处理，网站设计及开发，企业管理咨询、健康咨询、商务信息咨询，市场营销策划，会务服务，设计、制作、发布、代理各类广告，计算机软硬件、日用百货、化妆品、服装服饰、玩具、文具用品、电子产品、家用电器、体育用品、化工产品及其原料（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）的销售。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

是否存在关联关系 或潜在关联关系	否

(3) 北京诺和德美医药技术有限公司

公司名称	北京诺和德美医药技术有限公司
统一社会信用代码	91110116MA003YD926
成立日期	2016 年 3 月 7 日
注册资本	1,000 万元人民币
法定代表人	邵妍
注册地址	北京市昌平区科技园区双营西路 79 号院 7 号楼二层
股权结构	北京阳光诺和药物研究股份有限公司持股 100.00%
经营范围	医药技术开发、咨询、服务、转让、推广；医学研究与试验发展。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
是否存在关联关系 或潜在关联关系	否

(4) 北京汇智华康医药技术有限公司

公司名称	北京汇智华康医药技术有限公司
统一社会信用代码	91110102MA01DG9MX1
成立日期	2018 年 7 月 13 日
注册资本	100 万元人民币
法定代表人	张玉杰
注册地址	北京市朝阳区北苑 5 号院 4 区 25 号楼 6 层 602 室
股权结构	张玉杰持股 50.00%，朱国健持股 25.00%，曹巍持股 25.00%
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；医学研究（不含诊疗活动）；会议服务；承办展览展示；市场调查；企业管理咨询；销售仪器仪表、机械设备、文化用品、体育用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
是否存在关联关系 或潜在关联关系	否

(5) 南京樟益医药科技有限公司

公司名称	南京樟益医药科技有限公司
统一社会信用代码	91320115MA1W3LUU84
成立日期	2018 年 2 月 7 日
注册资本	200 万元人民币
法定代表人	GU LI
注册地址	南京市江宁区侯焦路 123 号 6 号楼 2 层（江宁高新园）
股权结构	南京瑞达医药科技有限公司持股 80.00%，南京裕辰医药合伙企业（有限合伙）持股 20.00%
经营范围	医药技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；药品、化妆品研发及销售；实验室耗材销售；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（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）
是否存在关联关系或潜在关联关系	否

(6) 北京遥领医疗科技有限公司

公司名称	北京遥领医疗科技有限公司
统一社会信用代码	91110111MA00AM1C6E
成立日期	2016 年 12 月 16 日
注册资本	1,136 万元人民币
法定代表人	张洪亮
注册地址	北京市房山区良乡凯旋大街建设路 18 号-D1444
股权结构	张洪亮持股 45.32%，天津德智远企业管理咨询合伙企业（有限合伙）持股 34.32%，安徽华颖智慧物联基金合伙企业（有限合伙）持股 12.00%，胡启瞳持股 8.36%
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询（中介除外）、技术服务；经济贸易咨询（中介除外）；计算机系统服务；医学研究与试验发展，市场调查；会议服务；数据处理（不含银行卡中心及 PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心）；健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
是否存在关联关系或潜在关联关系	否

(7) 江苏永安制药有限公司

公司名称	江苏永安制药有限公司

统一社会信用代码	913208037855985072
成立日期	2006 年 3 月 29 日
注册资本	1,200 万元人民币
法定代表人	康彦龙
注册地址	江苏淮安经济开发区 237 省道 18 号
股权结构	北京朗研生命科技控股有限公司持股 80.00%，江苏万高药业股份有限公司持股 20.00%
经营范围	许可项目：药品生产；药品进出口；货物进出口；进出口代理；技术进出口；保健食品生产；特殊医学用途配方食品生产；保健食品销售；化妆品生产；药品委托生产（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，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；第一类医疗器械销售；第一类医疗器械生产；化工产品生产（不含许可类化工产品）；化工产品销售（不含许可类化工产品）；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；医护人员防护用品生产（I 类医疗器械）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
是否存在关联关系或潜在关联关系	否

(8) 北京赛德盛医药科技股份有限公司

公司名称	北京赛德盛医药科技股份有限公司
统一社会信用代码	9111011256579352XR
成立日期	2010 年 11 月 30 日
注册资本	2,490 万元人民币
法定代表人	汪金海
注册地址	北京市通州区经济开发区东区创益西路 558 号
股权结构	汪金海持股 28.44%，北京福奈瑞斯投资管理有限公司持股 21.02%，广州南沙厚云咨询服务合伙企业（有限合伙）持股 11.63%，鲍小海持股 6.02%，胡贵峰持股 6.02%，高志刚持股 6.02%，江苏天汇红优医药健康产业创业投资基金合伙企业（有限合伙）持股 5.65%，剩余持股均不到 5.00%
经营范围	技术推广；技术服务；投资咨询；劳务派遣；软件开发；市场调查。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或

	者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
是否存在关联关系或潜在关联关系	否

报告期内，主要委托研发机构与公司不存在关联关系或潜在关联关系，不存在为公司体外代垫成本费用和体外资金循环的情况。

（四）说明研发人员的界定标准及报告期内人员数量变动情况，与具体研发项目及研发成果的对应情况，是否存在研发人员与生产人员混同，或研发人员兼具管理职能的情形；报告期内研发人员与销售人员、生产人员人均薪酬的差异情况，差异是否与职能差异相匹配；研发费用金额与税务上研发费用加计扣除申报数据之间的差异及合理性

1. 说明研发人员的界定标准及报告期内人员数量变动情况，与具体研发项目及研发成果的对应情况

公司研发人员的界定标准为专门从事研究开发项目的人员。除了专门从事研究开发项目的人员外，研发项目在中试研究阶段和工艺验证阶段还需要生产部门的参与，借助生产设备进行生产工艺放大和验证、批量试生产与稳定性检验、生产技术改进优化等，从而提高产品的生产效率与生产质量。

报告期内，公司研发人员的变动情况如下：

项 目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
期初人数	49	48	38
期末人数	66	49	48
变动人数	17	1	10
当期在研项目数量（个）	56	49	30

报告期内，公司持续增加研发投入，大力引进和培养专业研发人员，研发人员数量从报告期初的 38 人增加至 66 人。

报告期内，公司主要研发项目（当期研发投入超过 100.00 万元）的情况如下：

期间	研发项目	各期末所属阶段	截至各期末的研发成果
2022	硫酸羟氯喹片	注册申报	取得 BE 试验报告

年度	地奈德乳膏	注册申报	工艺验证批稳定性考察、BE 备案、BE 试验
	枸橼酸铁片剂项目	工艺验证	取得中试报告
	卡泊三醇搽剂 0.005%	注册申报	取得中试报告及工艺验证报告
	丙酸氟替卡松乳膏	工艺验证	取得小试报告、中试报告
	雷公藤属产品质量升级研究	质量研究	完成火把花根片成分表征研究；初步建立火把花根片各个成分含量测定方法
	米诺地尔搽剂	注册申报	取得小试报告、中试报告、工艺验证报告
	克林霉素磷酸酯搽剂	注册申报	取得小试报告、中试报告、工艺验证报告
	阿普米司特片剂项目	审评审批	取得药品上市许可申请受理通知书
	甲硝唑凝胶（1%）	注册申报	取得工艺验证报告
	莫匹罗星软膏	工艺验证	取得小试报告、中试报告
	丙酸氯倍他索搽剂	工艺验证	取得小试报告、中试报告、工艺验证报告
	雷公藤多苷片	进行工艺重现研究	完成雷公藤多苷片工艺研究预试验，优化雷公藤内酯甲检测方法，摸索分离纯化工艺
	火把花根片治疗类风湿关节炎的多中心、随机、双盲、对照临床试验	临床试验进行中	患者入组中
	枸橼酸铁片剂项目	工艺验证	临床试验进行中
2021 年度	吡非尼酮片剂	注册申报	取得工艺验证报告及 BE 试验报告
	雷公藤属产品质量升级研究	方法学验证	完成火把花根片入血成分鉴定、火把花根片、雷公藤多苷片指纹图谱成分指认、筛选火把花根片候选成分的活性指标
	火把花根片治疗类风湿关节炎的多中心、随机、双盲、对照临床试验	临床试验进行中	完成立项、签署委外合同，项目启动
	地奈德乳膏	工艺验证	完成处方工艺研究、小试研究、中试生产、工艺验证批生产，进行工艺验证批稳定性考察
	阿普米司特片剂项目	工艺验证	取得工艺验证报告及 BE 试验报告
	硫酸羟氯喹片	审评审批	补充研究批工艺验证批生产、补充资料提交、注册生产现场核查
	甲硝唑凝胶（0.75%）	注册申报	取得小试报告、中试报告及工艺验证报告
	甲硝唑凝胶（1%）	工艺验证-稳定性研究中	取得小试报告、中试报告
	卡泊三醇搽剂 0.005%	中试研究	取得小试报告
	托法替布片剂项目	审评审批	已取得生产批件

2020 年度	他克莫司软膏（0.03%）	审评审批-在 CDE 等待技术审评	注册申报、补充申请受理通知书
	托吡司特片	工艺验证	取得中试报告、BE 试验报告
	托吡司特片	工艺验证	取得工艺验证报告
	阿普米司特片剂项目	工艺验证	取得小试报告、中试报告及临床批件
	枸橼酸铁片剂项目	工艺验证	取得临床批件及伦理批件
	吡非尼酮片剂	工艺验证	取得小试报告及中试报告
	甲氨蝶呤钠片	审评审批	生产工艺验证批稳定性考察、受理通知书
	他克莫司软膏（0.03%）	注册申报	中试批生产、技术转移、工艺验证批生产、 生产工艺验证批稳定性考察
	硫酸羟氯喹片	审评审批	取得工艺验证报告、药品上市许可受理通知 书
	托法替布片剂项目	审评审批	生产工艺验证批稳定性考察、发补通知、发 补研究中试批生产、工艺验证批生产、发补 资料提交
	地奈德乳膏	小试研究	确认粒径分析方法方案

2. 是否存在研发人员与生产人员混同，或研发人员兼具管理职能的情形

报告期内，公司计入研发费用和开发支出的薪酬明细如下：

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
专职研发人员	1,091.69	88.08	855.07	91.24	600.93	94.70
辅助研发的生产人员	41.67	3.36	8.64	0.92	6.24	0.99
兼具管理职能的研发 人员	106.08	8.56	73.49	7.84	27.37	4.31
合 计	1,239.44	100.00	937.20	100.00	634.54	100.00

(1) 辅助研发活动的生产人员

报告期内，公司辅助研发活动的生产人员薪酬分别为 6.24 万元、8.64 万元和 41.67 万元，占比相对较低。公司生产人员在中试研究和工艺验证阶段参与研发项目：中试研究阶段，生产人员在研发人员指导下完成中试生产并对生产承接工艺的可行性进行评估；工艺验证阶段，生产人员根据工艺验证文件连续生产三批产品，生产完成后按照质量标准进行检测，并完成验证报告，评估所执行的生产工艺是否能够生产出目标质量的产品以及各项生产过程控制是否合理。

根据研发项目的需求批次，生产部门安排相应人员参与中试研究和工艺验证

的样品生产。生产人员根据项目登记工时记录，生产部门汇总实际投入的人员工时、折旧摊销和水电费等支出，计算相应研发项目药品生产批次的成本结算表，由主管领导审批后提交研发部门。研发部门定期对成本结算表进行复核及审批，财务部门根据成本结算表归集研发费用。

（2）兼具管理职能的研发人员

报告期内，公司研发负责人兼具管理职能，其薪酬分别为 27.37 万元、73.49 万元和 106.08 万元，占比相对较低。研发负责人除了从事具体研发项目外，同时也承担了与公司战略决策相关的管理活动。因此，公司按照研发负责人的工时记录表，将其薪酬按工时记录分摊计入管理费用和研发费用。由于研发负责人蔡蓓蕾的薪酬水平逐年增长，分摊计入研发费用的薪酬也随之增加，不存在重大异常。

综上所述，公司存在生产人员参与研发活动的情况，但不存在研发人员和生产人员混同的情况，公司研发负责人兼具管理职能，其薪酬按照工时记录进行分摊，费用归集清晰准确，不存在重大异常。

3. 报告期内研发人员与销售人员的差异情况，差异是否与职能差异相匹配

（1）公司研发人员与销售人员的差异具有合理性

报告期内，公司研发人员与销售人员的差异情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发人员	21.37	19.13	14.76
销售人员	28.57	22.10	12.80
生产人员	10.12	7.77	8.34

报告期内，研发人员的人均薪酬与销售人员的差异较为接近，不存在重大差异。2022 年度，销售人员人均薪酬高于研发人员，主要系经营业绩快速增长所致。销售人员的工资薪酬主要由基本工资和浮动销售提成构成，其中浮动销售提成受到销售定价、客户开发等多种因素影响。2022 年度，公司经营业绩大幅增长，导致销售人员人均薪酬高于研发人员，具有商业合理性。

报告期内，研发人员的人均薪酬高于生产人员，主要系药品研发工作对员工

的教育背景、专业技能等要求相对较高所致，与岗位职能相匹配。

(2) 公司研发人员与同行业可比公司研发人员人均薪酬的差异具有合理性

报告期内，公司研发人员与同行业可比公司研发人员年平均工资对比如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
兴齐眼药	12.28	15.81	14.44
佐力药业	12.13	8.80	7.50
算术平均值	12.21	12.31	10.97
公司	21.37	19.13	14.76

注：华邦健康主要由医药行业、农化新材行业和旅游服务业三部分构成，其中医药行业营收占比远低于农化新材行业，且其未单独披露医药行业的研发费用明细，因此此处未对比华邦健康

报告期内，公司将研发视为业务发展的重要驱动力，持续加强研发投入。公司研发人员人均薪酬与兴齐眼药较为接近，高于佐力药业，主要系研发活动差异所致。报告期内，公司以新品研发为主，而佐力药业主要基于现有产品进行改良开发等研究，因此佐力药业研发人员人均薪酬低于公司。

4. 研发费用金额与税务上研发费用加计扣除申报数据之间的差异及合理性

报告期内，公司研发费用与研发费用加计扣除申报数据之间的差异如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
研发费用	3,671.94	2,947.65	2,387.27
申报加计扣除金额	3,064.23	2,072.67	1,421.91
差 异	607.71	874.98	965.36
其中：部分研发项目支出未申报加计扣除	198.43	720.68	110.69
25%研发费用不得加计扣除			473.97
折旧摊销不得加计扣除金额	110.88	104.83	113.14
职工薪酬不得加计扣除金额	119.41	8.64	61.13
20%委外研发费用不得加计扣除	101.66	4.70	47.17
其他	77.33	36.13	159.26

(1) 部分研发项目支出未申报加计扣除

报告期内，公司主要委托第三方机构为上述主体申报研发费用加计扣除事项。基于节约管理成本的考虑，公司针对研发投入较多的主体申报研发费用加计扣除，而针对亏损的主体或者研发投入金额相对较小的主体，公司未申报研发费用加计扣除。

(2) 25%研发费用不得加计扣除

根据财政部、税务总局和科技部发布的《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），企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，再按照实际发生额的 75%在税前加计扣除。因此，2020 年度研发费用与加计扣除之间存在 25%的差异。

(3) 折旧摊销不得加计扣除金额

报告期内，公司研发费用中包括了分摊的房屋及建筑物折旧费用、土地使用权摊销费用。虽然上述折旧摊销是归集在研发部门的，但是按税务相关规定不能加计扣除，因此加计扣除时将其剔除。

(4) 职工薪酬不得加计扣除金额

根据国家税务总局发布的《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 2017 年 40 号），人员人工费用指直接从事研发活动人员的工资薪金、基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费和住房公积金，以及外聘研发人员的劳务费用。报告期内，研发费用中职工薪酬包括了辅助研发活动的生产人员以及研发部门后勤管理人员，均不属于直接从事研发活动的人员人工费用，因此加计扣除时将其剔除。

(5) 20%委外研发费用不得加计扣除

根据《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），企业委托外部机构或个人进行研发活动所发生的费用，按照费用实际发生额的 80%计入委托方研发费用并计算加计扣除，其中委外研发费用按照科技局备案的合同对应的委外研发费用确认。

(6) 其他

其他主要为不属于加计扣除政策规定范围或公司出于谨慎性原则未予以加

计扣除的费用，如归属于研发部门的办公费、交通费、中试阶段发生的水电费等。

综上所述，公司研发费用与研发费用加计扣除申报数据之间的差异具有合理性，不存在重大异常。

（五）说明研发领料的具体构成及去向、研发领料与生产用原材料的差异、研发领料最终形态与发行人产成品形态是否基本一致，是否存在领用研发物料生产后对外销售的情形；说明化验检验费的具体内容，2021 年化验检验费较以前年度大幅增长的原因

1. 说明研发领料的具体构成及去向、研发领料与生产用原材料的差异、研发领料最终形态与公司产成品形态是否基本一致，是否存在领用研发物料生产后对外销售的情形

报告期内，公司研发领料的具体情况如下：

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
原辅料	312.38	55.72	258.24	51.35	273.49	51.11
耗材	91.40	16.30	79.02	15.71	65.05	12.16
对照品	115.64	20.63	134.69	26.78	170.42	31.85
实验试剂	30.51	5.44	21.44	4.26	24.09	4.50
其他	10.69	1.91	9.50	1.89	2.09	0.39
合 计	560.62	100.00	502.89	100.00	535.14	100.00

报告期内，公司研发领料主要为原辅料、耗材、对照品和实验试剂等。

研发物料在研发周期各阶段的管理是独立分开的，注册批生产前的物料（主要指小试、中试阶段）由研发系统直接采购，研发仓库进行管理；而注册批生产的制剂用于申报，其对应的物料直接由生产系统采购，生产仓库进行管理，需按照 GMP 相关规定检验放行后方可投入使用。由于研发仓库和生产仓库贮存条件和管理要求的标准不同，生产仓库需按照 GMP 相关规定放行、贮存物料，研发仓库与生产仓库实行独立采购、独立存储、独立管理，两者不存在混同的情况。

公司研发项目领取的原材料最终形成药品，与生产形成的产成品在形态上基本一致，但是由于没有说明书及包装，因此在产品外观上与生产形成的产成品完全不同。药品作为特殊商品，根据《药品注册管理办法》等法律法规的规定，公

司研发过程中试制的产品未获取药品注册批件，不得进入药品流通环节，主要作为小试、中试等试验的样品和留样考察样品，在达到规定的留样时间后报废处置，因此不存在领用研发材料生产后对外销售的情形。

2. 说明化验检验费的具体内容，2021 年化验检验费较以前年度大幅增长的原因

报告期内，公司化验检验费主要系为成分检测分析、功效评价等支付的相关费用：(1)成分检测分析是对药品各项指标的检测，以及对功效性护肤品安全技术规范要求的指标进行评价，安全性评估包括毒性测试、皮肤刺激性测试和眼睛刺激性测试等；(2)功效评价主要针对功效性护肤品，公司完成功效性护肤品的配方研究后，委托第三方机构对祛痘功效、控油功效等进行检测以验证实际效果。

报告期内，公司研发费用中的化验检验费分别为 38.40 万元、37.93 万元和 126.40 万元。2022 年度，公司壬二酸凝露系列、质润壬二酸美白淡斑系列、壬二酸泡沫系列等多个功效性护肤品研发项目进入功效评价阶段，导致当年度的化验检验费增加较多。

(六) 说明发行人对陈李济药厂往来款项形成的具体原因、对应业务模式，报告期内同时存在委托研发和受托研发业务的原因及合理性

1. 说明公司对陈李济药厂往来款项形成的具体原因、对应业务模式

报告期内，公司与陈李济药厂的往来款项情况如下：

单位：万元				
项目	业务模式	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
预付账款	公司向陈李济药厂采购昆仙胶囊预付的采购货款	0.96		0.05
应收账款	公司向陈李济药厂提供昆仙胶囊相关技术服务	76.80	30.43	205.20
合同负债		31.08	31.08	
其他应收款	公司向陈李济药厂采购昆仙胶囊缴纳的采购保证金	530.00	530.00	522.00

报告期内，公司向陈李济药厂采购昆仙胶囊的同时，为其提供昆仙胶囊相关的课题研究，包括组织协调昆仙胶囊治疗慢性肾小球肾炎、降低狼疮性肾炎尿蛋白等临床研究，其往来款项具有商业合理性，不存在重大异常。

2. 报告期内同时存在委托研发和受托研发业务的原因及合理性

报告期内，公司主要将在研项目相关的药理药效研究、临床试验等委托给外部第三方机构。药理药效研究需要专业设备，临床研究需要在全国各地设立分支机构从而满足试验运营的要求，在目前药品研发领域分工更加专业化的背景下，公司充分利用外部研发资源，将药理药效研究、临床试验等委托予外部第三方机构，具有商业合理性。

受托研发业务系公司基于在皮肤领域长期积累的研发经验，为客户提供皮肤领域药品的工艺验证。公司产品涵盖乳膏剂、软膏剂、凝胶剂、溶液剂等多个皮肤外用剂型，具备相应外用剂型研发所需的场所、设备和团队，因此为客户提供工艺验证等相关的受托研发业务，具有商业合理性。

综上所述，公司将在研项目的药理药效研究、临床试验等委托给外部机构，同时为客户提供皮肤领域药品的工艺验证，两者的研发内容存在实质性区别，具有商业合理性，与公司的实际经营情况相匹配。

（七）按照《发行类第 5 号》“5—4 研发支出资本化”的要求，披露开发支出资本化相关内容；说明研究与开发阶段的划分标准，是否符合《企业会计准则的规定》，与同行业可比公司是否存在较大差异；开发支出是否真实、准确，转入无形资产时点的合理性，开发支出减值测试情况；说明发行人研发投入的计算口径及其合理性

按照《发行类第 5 号》“5—4 研发支出资本化”的要求，公司对开发支出资本化相关内容进行了更新披露，详见招股说明书之“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（三）非流动资产分析”之“6、开发支出”。

1. 说明研究与开发阶段的划分标准，是否符合《企业会计准则的规定》，与同行业可比公司是否存在较大差异

报告期内，公司研发支出资本化政策与同行业可比公司对比如下：

公司名称	开发支出会计政策
华邦健康	本公司内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出与开发阶段支出。 划分本公司内部研究开发项目研究阶段支出和开发阶段支出的具体标准为： 研究阶段支出是指为获取并理解新的科学或技术知识而进行的独创性的有计划调查所发生的支出，是为进一步开发活动进行资料及相关方面的准备，已进行的研究活动将来是否会转入开

公司名称	开发支出会计政策
	发、开发后是否会形成无形资产等均具有较大的不确定性，因此，本公司对研究阶段的支出全部予以费用化，计入当期损益。开发阶段支出是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等所发生的支出。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能确认为无形资产： ①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性； ②具有完成该无形资产并使用或出售的意图； ③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性； ④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产； ⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。 公司取得的已作为无形资产确认的正在进行中的研究开发项目，在取得后发生的支出应当按照上述规定处理
兴齐眼药	公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。 研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。 开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。 研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益： ①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性； ②具有完成该无形资产并使用或出售的意图； ③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性； ④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产； ⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。 无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。 本公司对于 1 类及 2 类新药，自开始至开展实质性 III 期临床试验前为研究阶段，自开始开展实质性 III 期临床试验至取得生产批件的期间为开发阶段；对于 3 类仿制药，自开始至取得临床试验批件的期间为研究阶段，取得临床试验批件后至取得生产批件的期间为开发阶段

公司名称	开发支出会计政策
佐力药业	内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。划分研究阶段和开发阶段的标准：为获取新的技术和知识等进行的有计划的调查阶段，应确定为研究阶段，该阶段具有计划性和探索性等特点；在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等阶段，应确定为开发阶段，该阶段具有针对性和形成成果的可能性较大等特点。 内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。 内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，可证明其有用性；④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。如不满足上述条件的，于发生时计入当期损益；无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益
公司	内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。 内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。 公司划分内部研究开发项目研究阶段支出和开发阶段支出的具体标准： 需要经过 I、II、III 期临床后才可申报生产的新药的研发：研究阶段支出是指药品研发进入三期临床试验阶段前的所有支出；开发阶段支出是指药品研发进入三期临床试验阶段后并开始进行临床试验至取得新药证书或生产批件前的可直接归属的支出 通过不分期的验证性临床或生物等效性临床（生物等效性备案）后即可申报生产的仿制药的研发：研究阶段支出是指药品研发取得临床批件（或生物等效性试验登记备案）并开始临床试验前的所有支出；开发阶段支出是指药品研发取得临床批件（或生物等效性试验登记备案）并开始进行临床实验至取得药品注册批件前符合可直接归属于该药品研发支出

公司与同行业可比公司的开发支出会计政策一致，开发阶段的支出在满足相应条件的情况下才予以资本化：针对新药，公司与同行业可比公司以三期临床试验作为资本化节点；针对仿制药，公司与同行业可比公司以取得临床批件（或生物等效性试验登记备案）并开始进行临床实验作为资本化节点，均符合医药行业惯例，不存在重大异常。

报告期内，公司开发支出均为仿制药项目，将取得临床批件并开始临床试验至取得药品注册批件前的相关费用资本化，符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司不存在较大差异。

2. 开发支出是否真实、准确，转入无形资产时点的合理性，开发支出减值测试情况

(1) 开发支出是否真实、准确

报告期内，公司开发支出的具体构成和入账依据以下：

项 目	核算内容	入账依据
委外研发费用	委托外部第三方机构开展的技术开发、临床试验等费用	合同、发票、试验成果资料等
职工薪酬	专职研发人员、辅助研发活动的生产人员和兼具管理职能的研发人员的工资、奖金、社会保险费、住房公积金等	项目工时记录表、工资表等
物料费	研发项目直接领用的原辅料、耗材等	领料单
折旧摊销费	用于研究开发活动的机器设备等固定资产的折旧费用，以及软件等无形资产的摊销费用	折旧摊销计提表
化验检验费	对研发项目相关产品进行的成分检测分析、功效评价等费用	合同、发票、检测报告等
其他	与研发活动直接相关的费用，如差旅费、办公费等	发票、费用报销单据等

报告期内，公司按照《企业会计准则》和研发内控制度的规定，对研发投入进行归集与核算，明确研发投入的核算范围，主要包括委外研发费用、职工薪酬、物料费、折旧摊销费和化验检验费等。公司按照研发项目归集研发投入，对于可以直接归属于具体研发项目的直接计入相关研发项目支出，对于职工薪酬等无法直接归属于具体研发项目的，采用工时等合理分配方式进行分摊，研发投入与其他成本费用能够合理明确区分。

(2) 转入无形资产时点的合理性

根据《企业会计准则第6号——无形资产》的规定，无形资产同时满足下列条件的，才能予以确认：与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业；该无形资产的成本能够可靠地计量。

报告期内，公司开发支出均为仿制药项目，在取得药品注册批件时自开发支出转入无形资产。2021年度，公司托法替布片剂项目取得国家药品监督管理局颁发的药品注册证书，预计进行生产并对外销售获取相关经济利益，因此将其转入无形资产，具有商业合理性，符合《企业会计准则》的规定。

(3) 开发支出减值测试情况

根据《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，存在下列迹象的，表明资产可能发生了减值。公司在报告期各期末对开发支出进行逐项检查，具体如下：

减值迹象	托法替布片剂项目	阿普米司特片剂项目	枸橼酸铁片剂项目
资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	托法替布片具备独特的靶向作用机制，其疗效和安全性与生物制剂类似，兼具口服方便、依从性高等特点。 2023年3月，公司与山西同达药业有限公司签订转让合同，以总价990.00万元将枸橼酸托法替布批件进行转让，转让价格高于账面价值	阿普米司特片是首个获批用于银屑病治疗的口服药物，自2014年上市以来，每年全球销售收入已经超过20亿美元，市场空间巨大。 公司预计未来将阿普米司特片和现有产品有机结合，建立口服+外用的初始治疗方案，并借助多年建立的皮肤销售渠道进行市场推广，不存在资产价值大幅度下跌的情况	枸橼酸铁片目前尚无相关产品上市，竞争对手较少，临床价值明确，特别是能够在降磷的同时，显著减少血透患者促红素和静脉铁剂的用量，有利于节省整体的治疗费用，不存在资产价值大幅度下跌的情况
企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	①根据国家统计局、中国化学制药工业协会和工信部统计数据显示，2021年我国化学药品制剂制造行业分别实现收入8,403.84亿元、利润1,321.66亿元。2012-2021年，我国化学药品制剂行业的收入年复合增长率约为5.88%，利润复合增长率为10.10%。②托法替布片主要用于治疗中重度类风湿性关节炎、强直性脊	①根据国家统计局、中国化学制药工业协会和工信部统计数据显示，2021年我国化学药品制剂制造行业分别实现收入8,403.84亿元、利润1,321.66亿元。2012-2021年，我国化学药品制剂行业的收入年复合增长率约为5.88%，利润复合增长率为10.10%。②阿普米司特片主要用于治疗银屑病、银屑病关节炎、白	①根据国家统计局、中国化学制药工业协会和工信部统计数据显示，2021年我国化学药品制剂制造行业分别实现收入8,403.84亿元、利润1,321.66亿元。2012-2021年，我国化学药品制剂行业的收入年复合增长率约为5.88%，利润复合增长率为10.10%。②枸橼酸铁片主要用于治疗慢性肾脏病患者高磷血症，其所

	柱炎，其所处的市场在当期或者近期末发生重大变化	塞病口腔溃疡，其所处的市场在当期或者近期末发生重大变化	处的市场在当期或者近期末发生重大变化
市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	根据国债利率、医药工业净资产收益率等数据显示，不存在市场利率或者其他市场投资报酬率在当期提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低的情况	根据国债利率、医药工业净资产收益率等数据显示，不存在市场利率或者其他市场投资报酬率在当期提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低的情况	根据国债利率、医药工业净资产收益率等数据显示，不存在市场利率或者其他市场投资报酬率在当期提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低的情况
有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	不存在	不存在	不存在
资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	不存在	不存在	不存在
企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等	2022 年末，上海立信资产评估有限公司出具了信资评报字（2023）第 060004 号《资产评估报告》，托法替布片剂项目可收回金额高于账面价值，不存在经济绩效已经低于或者将低于预期的情况	2022 年末，上海立信资产评估有限公司出具了信资评报字（2023）第 060004 号《资产评估报告》，阿普米司特片剂项目可收回金额高于账面价值，不存在经济绩效已经低于或者将低于预期的情况	2022 年末，上海立信资产评估有限公司出具了信资评报字（2023）第 060004 号《资产评估报告》，枸橼酸铁片剂项目可收回金额高于账面价值，不存在经济绩效已经低于或者将低于预期的情况
其他表明资产可能已经发生减值的迹象	不存在	不存在	不存在

综上所述，公司开发支出不存在减值迹象，无需计提减值准备。

3. 说明公司研发投入的计算口径及其合理性

报告期内，公司与同行业可比公司研发投入的计算口径如下：

公司名称	研发投入计算口径
华邦健康	职工薪酬，机物料消耗，试验及技术服务费，折旧、摊销费，其他
兴齐眼药	技术研究费，职工薪酬，试验材料，折旧费，股权激励费，专利及咨询费，差旅费，其他
佐力药业	职工薪酬，委托开发费用，直接材料，折旧与摊销，其他
公司	委外研发费用，职工薪酬，物料费，折旧摊销费，化验检验费，其他

报告期内，公司研发投入的计算口径主要为委外研发费用、职工薪酬、物料费、折旧摊销费和化验检验费等，符合医药行业惯例，与同行业可比公司基本一致，具有商业合理性。

（八） 核查程序和核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

（1）访谈管理层，了解公司委外研发的内容、原因、是否属于关键技术、历史上是否发生过相关纠纷等相关信息；

（2）核查公司报告期内主要委外研发合同，分析合同条款中关于双方权利义务和成果归属的约定；

（3）获取同行业可比公司的定期报告，对比分析公司与同行业可比公司的委外研发费用占比情况；

（4）访谈管理层，了解公司委外研发费用核算的具体会计处理方法，分析是否符合《企业会计准则》相关要求和行业惯例；

（5）核查公司报告期内主要委外研发合同、发票、银行回单、成果资料以及对研发项目的立项资料等，分析委外研发合同费用确认金额和时点是否符合《企业会计准则》相关要求、委外研发合同与研发项目进度是否匹配、约定付款时点是否具有合理性、相关委外研发费用确认期间是否恰当、资金流向是否存在异常；

（6）对公司主要委托研发机构进行走访，了解委外研发项目的真实性和价格

公允性，询问其与公司是否存在关联关系或潜在关联关系，是否存在为公司体外代垫成本费用和体外资金循环的情况；

(7) 登录企查查网站，查询公司主要委托研发机构的基本信息，核查其与公司是否存在关联关系或潜在关联关系；

(8) 获取公司报告期内员工花名册和研发项目清单，了解研发人员的界定标准、报告期内人员数量变动情况，与具体研发项目及研发成果的对应情况；

(9) 获取公司报告期内薪酬明细表，核查辅助研发活动的生产人员和兼具管理职能的研发人员的薪酬分配是否准确、恰当；

(10) 获取公司报告期内薪酬明细表，分析研发人员与销售人员、生产人员人均薪酬的差异情况，以及差异是否与职能差异相匹配；

(11) 获取公司报告期内研发费用加计扣除专项报告，分析研发费用与研发费用加计扣除申报数据之间的差异及其合理性；

(12) 访谈管理层并获取明细账，了解研发领料的具体构成及去向、研发领料与生产用原材料的差异、研发领料最终形态与公司产成品形态是否基本一致、是否存在领用研发物料生产后对外销售的情形；

(13) 获取公司报告期内研发费用明细表，分析化验检验费大幅增长的原因；

(14) 访谈管理层并获取合同等相关支持性凭证，了解公司报告期内与陈李济药厂往来款项形成的具体原因、对应业务模式；

(15) 获取公司报告期内受托研发相关合同，分析公司报告期内同时存在委托研发和受托研发业务的原因及合理性；

(16) 获取同行业可比公司的定期报告，对比分析公司与同行业可比公司的研发支出资本化政策；

(17) 获取公司报告期内开发支出明细表，分析开发支出是否真实、准确；

(18) 获取管理层对于研究与开发阶段的划分标准，判断是否符合准则规定；

(19) 获取公司报告期内开发支出相关的药品注册证书，分析开发支出转入无形资产时点的合理性；

(20) 获取公司报告期内开发支出项目的可行性报告，访谈管理层，了解开发支出项目是否存在减值迹象；

(21) 获取评估机构出具的减值测试报告，核查公司开发支出项目是否存在

减值；

(22) 获取同行业可比公司的定期报告，对比分析公司与同行业可比公司的研发投入计算口径。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 报告期内，为合理利用外部研究资源和力量，公司委托第三方机构进行药理毒理研究、临床试验等，相关委托研发技术不涉及关键技术；根据委托研发合同约定，研发成果均归属于公司，公司与委托研发机构在历史上从未发生过纠纷；报告期内，同行业可比公司均存在委外研发费用，公司委外研发费用占比较高符合医药行业惯例，具有商业合理性；

(2) 报告期内，公司主要按照研发进度确认委外研发费用，实际执行情况与合同约定相匹配，相关会计政策和会计处理方法符合《企业会计准则》相关要求和行业惯例，不存在重大异常；

(3) 报告期内，公司委外研发项目的真实性和价格公允性不存在重大异常；公司按照研发进度约定付款时点，实际付款情况与合同约定条款一致，相关研发费用确认期间恰当，资金流向不存在异常；主要委托研发机构与公司不存在关联关系或潜在关联关系，不存在为公司体外代垫成本费用和体外资金循环的情况；

(4) 报告期内，公司研发人员逐年增长，与研发项目和研发成果相匹配，不存在重大异常；公司存在生产人员参与研发活动的情况，但不存在研发人员和生产人员混同的情况，公司研发负责人兼具管理职能，其薪酬按照工时记录进行分摊，费用归集清晰准确，不存在重大异常；公司研发人员与销售人员、生产人员人均薪酬存在差异情况，与职能差异相匹配，不存在重大异常；公司研发费用与研发费用加计扣除申报数据之间的差异具有合理性，不存在重大异常；

(5) 报告期内，公司研发领料主要为原辅料、耗材、对照品和实验试剂等，研发领料与生产用原材料存在较大差异，两者不存在混同的情况，亦不存在领用研发材料生产后对外销售的情形；公司研发领料最终形态与公司产成品形态除外观包装外基本一致；报告期内，公司化验检验费主要系为成分检测分析、功效评价等支付的相关费用，受到多个功效性护肤品研发项目进入功效评价阶段的影响而增加较多；

(6) 报告期内，公司向陈李济药厂采购昆仙胶囊的同时，为其提供昆仙胶囊相关的课题研究，往来款项具有商业合理性，不存在重大异常；公司将在研项目的药理药效研究、临床试验等委托给外部机构，同时为客户提供皮肤领域药品的工艺验证，两者的研发内容存在实质性区别，具有商业合理性，与公司实际经营情况相匹配；

(7) 公司按照《发行类第 5 号》“5—4 研发支出资本化”的要求，对招股说明书进行了更新披露；报告期内，公司开发支出均为仿制药项目，将取得临床批件并开始临床试验至取得药品注册批件前的相关费用资本化，符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司不存在较大差异；公司开发支出真实、准确，在取得药品注册批件时将开发支出转入无形资产，符合《企业会计准则》的规定；公司开发支出不存在减值迹象，无需计提减值准备；公司研发投入的计算口径主要为委外研发费用、职工薪酬、物料费、折旧摊销费和化验检验费等，符合医药行业惯例，与同行业可比公司基本一致，符合《企业会计准则》的规定。

十三、关于管理费用

申报材料显示：（1）报告期内，发行人管理费用分别为 4,802.84 万元、5,762.41 万元和 8,721.12 万元，职工薪酬占比分别为 40.40%、50.97%和 53.21%。

（2）报告期内，发行人折旧摊销费分别为 283.39 万元、765.43 万元和 1,138.41 万元，呈逐年递增趋势。请发行人：（1）结合报告期各期管理人员人数、构成、薪酬变化等分析说明职工薪酬变动的原因及合理性，与同行业同地区可比公司是否存在明显差异；结合薪酬组成和确定依据，说明副总经理田志会 2022 年领薪明显高于其他董事、高管的合理性。（2）说明管理费用中办公费用、中介服务费的具体内容、报告期内持续上升的原因，相关会计处理是否合规。（3）结合相关资产的性质及适用的折旧政策等，进一步说明折旧摊销费用增加的原因及合理性。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（问询函第 21 条）

（一）结合报告期各期管理人员人数、构成、薪酬变化等说明职工薪酬变动的原因及合理性，与同行业同地区可比公司是否存在明显差异；结合薪酬组成和确定依据，说明副总经理田志会 2022 年领薪明显高于其他董事、高管的合理性

1. 管理人员职工薪酬变动的原因及合理性

(1) 管理人员人数及构成情况

报告期内，公司管理人员人数及构成情况如下：

层 级	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
基层	120	85.71%	85	78.70%	71	78.02%
中高层	20	14.29%	23	21.30%	20	21.98%
合 计	140	100.00%	108	100.00%	91	100.00%

注：基层管理人员包括部门经理、主管以及各职能部门中从事行政工作等人员；中高层管理人员包括董事长、董事、总经理、副总经理、部门总监、部门副总监等人员

报告期各期，公司管理团队以基层管理人员为主，占比分别为78.02%、78.70%及85.71%，保持稳定。

报告期各期，公司管理人员分别为91人、108人及140人，呈不断增加趋势，主要原因系随着公司经营规模不断扩大，对财务部门、人力资源部门及其他行政部门等基层人员的需求大幅增加，新增基层管理人员较多所致。

(2) 管理人员平均薪酬情况

报告期内，公司管理人员年平均薪酬情况如下：

单位：万元

层 级	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	平均值	变动比例	平均值	变动比例	平均值
基层	20.69	18.05%	17.53	33.09%	13.17
中高层	114.05	59.82%	71.36	16.65%	61.17

报告期内，公司基层管理人员年平均薪酬分别为13.17万元、17.53万元及20.69万元，公司基层管理人员平均薪酬逐年上升原因主要系公司业绩规模逐年扩大，加大了对基层管理人员激励措施，工资和奖金支出相应增加所致。

报告期内，公司中高层管理人员年人均薪酬分别为61.17万元、71.36万元及114.05万元，公司中高层管理人员平均薪酬逐年上升，主要系公司业绩规模逐年扩大，中高层管理人员薪酬与业绩挂钩的指标系数较高，相应的绩效奖金增长明显。

综上所述，报告期内，公司管理人员职工薪酬逐年增加主要系：一是公司管理人员数量随公司经营规模增长而显著增加；二是公司业绩增长较快，绩效奖金增加明显，人均薪酬有所增加。公司管理人员职工薪酬总体增长趋势与公司经营规模及经营业绩增长态势趋于一致，具有合理性。

2. 与同行业同地区可比公司是否存在明显差异

公司管理人员主要集中于江苏省无锡市，报告期内，公司与同行业同地区可比公司管理人员的年平均工资对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
森萱医药	24.70	26.45	28.36
恒瑞医药	25.55	26.61	24.66
千红医药	31.95	26.48	21.95
平均值	27.40	26.51	24.99
公司	37.42	29.37	21.80

注：上述选取的同行业同地区可比公司的注册地均位于江苏省

整体来看，公司 2020 年及 2021 年管理人员的平均工资与同行业同地区上市公司平均值相近，2022 年管理人员平均薪酬高于同地区可比公司平均值，主要原因系 2022 年公司营收大幅增长，管理人员绩效奖金增加较多所致，具有合理性。

3. 结合薪酬组成和确定依据，说明副总经理田志会 2022 年领薪明显高于其他董事、高管的合理性

(1) 公司薪酬组成和确定依据

根据公司的《薪酬管理制度》及《绩效管理制度》，公司整体人员薪酬结构由三部分组成，分别为固定薪酬、浮动薪酬及补贴福利。固定薪酬系月度发放的基本工资、满勤、加班工资等；浮动薪酬系绩效工资、专项奖励、项目奖励等，按照考核结果或项目完成情况计算，针对营销岗位和其他关键岗位实行市场领先策略，薪酬结构中浮动薪酬占比较大，是公司重点激励对象，以确保公司业绩目标的实现；其他岗位实行市场跟随策略，薪酬结构中固定薪酬占比较大。

(2) 副总经理田志会 2022 年领薪明显高于其他董事、高管的合理性

田志会系公司副总经理及新零售业务部总监、无锡朗润医药总经理及无锡知妍执行董事。同时分管公司战略发展部及信息技术部，其主要负责协助公司经营战略转型、制定实施总体营销策略、企业数字化升级等工作。

报告期内，在公司整体策略较为明晰且符合行业发展契机的前提下，田志会带领其销售团队抓住了以皮肤外用产品为代表的互联网医药电子商务高速发展的机会，开拓了包括阿里健康大药房医药连锁有限公司等电商平台客户，实现了公司皮肤领域产品在电商平台销售的快速增长。2022 年度，公司新零售业务部针对“足癣”这一长久以来困扰广大居民的顽疾进行了深入的研究，在结合市场痛点、公司产品特性、消费者需求及当前市场竞争情况后，制定了包括“喷一喷，治脚气”等在内一系列特色化、差异化市场宣传及营销策略并取得了良好的成效。公司联苯苄唑溶液销售收入较 2021 年度增长 14,062.78 万元，增幅达 274.52%，使得该产品上升至公司单品销售收入第一，业绩发展迅速，田志会对公司业务增长贡献突出。

综上所述，基于田志会的岗位职级以及其在公司电商销售领域所发挥的重要作用，其 2022 年度浮动薪酬中绩效薪酬较高，整体薪酬显著高于公司其他董事、监事、高级管理人员，具有合理性。

（二）说明管理费用中办公费用、中介服务费的具体内容、报告期内持续上升的原因，相关会计处理是否合规

1. 管理费用中办公费用具体内容及持续上升的原因

报告期内，公司管理费用中办公费用的具体内容如下表所示：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
办公经费	201.35	221.15	106.68
会务费	88.05	44.04	22.21
招聘费	54.84	38.11	12.21
车辆使用费	49.06	37.80	22.75
财产保险费	43.76	15.54	10.24
其他	45.96	50.46	25.70
合 计	483.04	407.10	199.79

报告期内，公司管理费用中办公费用分别为 199.79 万元、407.10 万元和 483.04 万元，办公费用主要包括办公经费、会务费、招聘费、车辆使用费、财产保险费、其他办公费用。

（1）办公经费

报告期各期，公司办公经费分别为 106.68 万元、221.15 及 201.35 万元，办公经费主要为公司日常经营中采购办公用品、软件服务等所发生的费用，2021 和 2022 年度办公经费较 2020 年度大幅增长，主要原因系：（1）公司经营规模不断扩大，产品线逐步丰富，办公用品采购增加；（2）公司报告期内新设立无锡知妍、无锡朗润分公司、知原杭州分公司等子分公司，开立新办事处，行政管理人员进一步增加，办公用品费以及其他行政杂费等费用也相应增加。

（2）会务费

报告期各期，公司会务费分别为 22.21 万元、44.04 及 88.05 万元，会务费主要为公司举办各种工作会议及年会所发生的支出。报告期内逐期上涨主要系业务规模扩张，公司为制定阶段性战略规划而举行工作会议的频次增加所致。

（3）招聘费

报告期各期，公司招聘费分别为 12.21 万元、38.11 及 54.84 万元，招聘费主要为公司招聘人才过程中产生的费用。公司主要采用校招及猎头招聘相结合的方式，校招费用主要包含校招过程中发生的差旅费等，猎头招聘一般按照招聘人才年薪的一定比例支付报酬。报告期内，公司对管理人才的需求随公司的规模扩张而增加，故招聘费相应增加。

（4）车辆使用费

报告期各期，公司车辆使用费分别为 22.75 万元、37.80 及 49.06 万元，车辆使用费主要为委托客运公司接送公司员工上下班的大巴客运费以及公司日常经营活动中用车产生的油费、维修保养费、通行费等支出。报告期内车辆使用费用逐年增加系公司经营规模扩大，日常经营活动需求增加所致。

（5）财产保险费

报告期各期，公司财产保险费分别为 10.24 万元、15.54 及 43.76 万元，财产保险费主要为公司对固定资产、在建工程、存货等进行投保所产生的费用。随着公司相关产品的年销售额上升、相关资产的原值增加，总保险金额增加，保险

费也相应增加。

(6) 其他

报告期各期，公司其他办公费用分别为 25.70 万元、50.46 及 45.96 万元，其他办公费用主要包括网络通讯费、市内交通费、办公仪器维修费等费用。其他费用系公司根据实际经营需要，根据实际发生情况发生并确认相关费用。

综上所述，报告期内，公司管理费用中办公费用主要包括办公经费、会务费、招聘费、车辆使用费、财产保险费等，各类管理费用上升与公司经营规模相匹配，具有合理性。

2. 管理费用中中介服务费具体内容及持续上升的原因

报告期内，公司管理费用中介服务费的具体内容如下所示：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
IPO 申报中介费	213.55	88.21	122.74
项目申报咨询费	536.83	164.06	95.58
其他日常经营中介费	230.13	60.10	68.21
合 计	980.51	312.37	286.53

报告期内，管理费用中的中介服务费分别为 286.53 万元、312.37 万元和 980.51 万元，中介服务费主要包括与公司 IPO 申报相关的中介费、与公司项目申报相关的咨询费以及与公司其他日常经营相关的中介费。

(1) IPO 申报相关的中介费

报告期各期，IPO 申报相关的中介费分别为 122.74 万元、88.21 万元及 213.55 万元，主要为支付给保荐机构、律师事务所、会计师事务所、评估机构等提供 IPO 申报相关服务机构的费用。随着公司 IPO 申报进度的推进，中介机构在 2022 年提供服务的时间、投入的人力资源等均大幅增加，导致 2022 年度与 IPO 相关的费用支出增幅较大。

(2) 项目申报咨询费

报告期各期，项目申报咨询费分别为 95.58 万元、164.06 万元及 536.83 万元，主要为支付给第三方机构高新申报、政府补助申报、产品调研、专利认证等项目咨询、指导、协助等工作的费用。

2022 年度项目申报咨询费增幅较大，主要系随着公司规模的不不断扩大、产品线的逐步丰富，公司相关项目申报较多，例如申报“高新技术企业”“专精特新小巨人企业”“省级战略性新兴产业发展”，新增申报“一种托吡司特中氮氧化物杂质的分析方法”“一种卡泊三醇组合物”等发明专利 14 项，“一种软膏制备用原料研磨装置”“一种含漱液生产灌装装置”等实用新型专利 9 项，“包装盒（质润透明质酸精华液）”、“包装盒（阿达帕林凝胶）”等外观专利 13 项，相应的 2022 年度项目申报咨询费支出较多。

（3）其他日常经营中介费用

报告期各期，其他日常经营中介费用分别为 68.21 万元、60.10 万元及 230.13 万元，公司其他日常经营相关的中介费用主要系公司支付的税务审计费、法律顾问费、网络系统维护费等。

综上所述，报告期内，公司管理费用中中介服务费主要包括 IPO 申报相关的中介费、项目申报咨询费及其他日常经营中介费用，各类中介服务费上升具有合理性。

3. 相关会计处理是否合规

报告期内，公司对于各类费用均按照按权责发生制将各类费用计入相应的期间，会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（三）结合相关资产的性质及适用的折旧政策等，进一步说明折旧摊销费用增加的原因及合理性

1. 相关资产的性质及适用的折旧政策

（1）固定资产

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。公司固定资产执行统一的折旧政策，折旧年限及残值率如下表所示：

项 目	折旧方法	折旧年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率 (%)
房屋及建筑物	年限平均法	20-50	5.00	1.90-4.75
通用设备	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67
专用设备	年限平均法	5-15	5.00	6.33-19.00

运输工具	年限平均法	4-10	5.00	9.50-23.75

(2) 无形资产

无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项 目	摊销年限（年）
土地使用权	50
管理软件	3-10
非专利技术	5-10
专利权	10-20
商标	5-10

(3) 使用权资产

在租赁期开始日，公司将租赁期不超过 12 个月，且不包含购买选择权的租赁认定为短期租赁；将单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁认定为低价值资产租赁。除上述采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，在租赁期开始日，公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

公司按照直线法对使用权资产计提折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

(4) 长期待摊费用

长期待摊费用主要为租赁资产改良支出，公司按照合同约定的剩余租赁期限进行摊销。

2. 管理费用中折旧摊销费用增加的原因及合理性

报告期内，公司管理费用中折旧摊销费用构成情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额

固定资产折旧	354.24	119.17%	161.63	-20.36%	202.94
无形资产摊销	549.87	21.48%	452.66	508.23%	74.42
长期待摊费用摊销	9.12	72.89%	5.28	-12.50%	6.03
使用权资产折旧	225.17	54.37%	145.86		
合 计	1,138.41	48.73%	765.43	170.09%	283.39

报告期各期，公司计入管理费用折旧摊销金额分别为 283.39 万元、765.43 万元和 1,138.41 万元，呈逐年增加趋势。

(1) 2021 年度折旧摊销费用增加的原因及合理性

公司 2021 年度折旧摊销费用较 2020 年增加 482.04 万元，主要系无形资产摊销和使用权资产折旧增加所致，具体分析如下：

1) 2021 年度无形资产摊销增加主要系公司在 2020 年 11 月收购重庆药研院公司，2021 年重庆药研院公司无形资产摊销金额为 373.67 万元，相应增加当年度的无形资产摊销总额；

2) 2021 年度使用权资产折旧金额增加主要系公司从 2021 年 1 月 1 日开始执行新租赁准则所致。

(2) 2022 年度折旧摊销费用增加的原因及合理性

公司 2022 年度折旧摊销费用较 2021 年增加 372.98 万元，主要系固定资产折旧和无形资产摊销增加所致，具体分析如下：

1) 2022 年度固定资产折旧增加主要系：一是 2021 年公司已提完折旧资产较上年增多，使得 2021 年管理费用中固定资产折旧有所下降；二是 2022 年新增较多通用设备与车辆，相应分摊进管理费用的折旧金额增加；

2) 2022 年度无形资产摊销增加主要系公司开发支出项目中托法替布片剂项目在 2021 年 12 月获取生产批件转入无形资产，相应增加 2022 年的无形资产摊销金额。

综上所述，报告期内，公司计入管理费用的折旧摊销金额逐年增加与公司的生产经营情况相匹配，具有合理性。

(四) 核查程序和核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

(1) 获取公司员工花名册及工资明细表，统计管理人员的人数、级别分布和平均薪酬等数据；查阅同行业可比公司招股说明书、年度报告，与公司管理人员人均薪酬进行比较分析；

(2) 访谈公司的相关人员、获取公司的薪酬考核制度，分析副总经理田志会 2022 年领薪明显高于其他董事、高管的合理性；

(3) 获取公司办公费和中介服务费用明细账以及相应大额支出的主要合同、发票、结算单等资料，检查办公费和中介服务费业务的真实性以及会计处理的准确性，分析报告期内办公费用、中介服务费持续上升的原因；

(4) 获取折旧摊销明细账，查阅公司相关资产的折旧政策，结合相关资产折旧政策分析报告期内折旧摊销金额大幅增加的合理性。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司管理人员职工薪酬逐年增加主要系：一是公司管理人员数量随公司经营规模增长而显著增加；二是公司业绩增长较快，绩效奖金增加明显，人均薪酬有所增加，公司管理人员职工薪酬总体增长趋势与公司经营规模及经营业绩增长趋势一致，具有合理性；公司管理人员的平均工资和同行业同地区上市公司差异具有合理性；副总经理田志会 2022 年领薪明显高于其他董事、高管主要系其对公司业绩增长贡献较大，具有合理性；

(2) 报告期内，公司管理费用中办公费用主要包括办公经费、会务费、招聘费、车辆使用费、财产保险费等，各类管理费用上升与公司经营规模相匹配，具有合理性；公司管理费用中中介服务费主要包括 IPO 申报相关的中介费、项目申报咨询费及其他日常经营中介费用，各类中介服务费上升主要与公司 IPO 申报进度、日常项目申报情况以及日常经营活动中介服务需求相关，持续上升具有合理性；公司对于各类费用的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定；

(3) 报告期内，公司计入管理费用的折旧摊销金额逐年增加与公司的生产经营情况相匹配，具有合理性。

十四、关于应收账款、其他应收款和应收款项资

申报材料显示：（1）报告期各期末，发行人应收账款余额分别为 6,114.86 万元、5,701.78 万元和 7,164.08 万元；前五名应收账款余额占应收账款余额比

重分别为 67.09%、80.02%和 82.01%。（2）报告期各期末，发行人其他应收款余额分别为 2,379.74 万元、862.92 万元和 1,369.93 万元，除 2020 年外，主要为押金保证金。（3）报告期各期末，发行人应收款项融资余额分别为 1,309.62 万元、1,185.41 万元和 3,685.48 万元，发行人应收款项融资主要为银行承兑汇票；银行承兑汇票的承兑银行多为信誉良好、资本金较为充足的国有商业银行、股份制商业银行等，到期不获支付的可能性较低，因此未对应收款项融资计提减值准备。请发行人：（1）列示报告期各期应收账款金额前五名客户的信用政策及变动情况，如存在明显差异说明原因及合理性，是否存在放松信用政策刺激销售的情形。（2）结合各期末逾期应收账款金额及期后回款情况、相关客户的经营情况及偿债能力分析应收账款是否存在减值迹象，坏账准备计提的充分性；报告期各期不存在按单项计提坏账准备的应收账款的依据及合理性。（3）说明报告期内支付押金保证金的具体情况，包括支付对象、金额、付款日期、回款情况、坏账准备计提情况等，支付保证金是否与合同约定相符，是否实质构成对交易对手方的资金支持。（4）说明对信誉良好银行的判断依据及合理性，未对应收款项融资计提减值准备的合理性；报告期内银行承兑汇票的收取、背书、转让等情况。（5）说明报告期内票据出票方是否属于与发行人签订经济合同的往来客户、报告期发行人是否存在无真实交易背景的票据往来、存在使用无真实交易背景的应收票据进行融资的情形。（审核问询函问题 22）

（一）列示报告期各期应收账款金额前五名客户的信用政策及变动情况，如存在明显差异说明原因及合理性，是否存在放松信用政策刺激销售的情形

报告期内，公司应收账款金额前五名客户的信用政策情况如下：

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
阿里健康大药房医药连锁有限公司	开票 30 天	开票 30 天	开票 30 天
华润医药控股有限公司	开票 40 天	开票 40 天	开票 40 天
广州白云山医药集团股份有限公司	开票 30 天	开票 30 天	开票 30 天
江苏金石医药有限公司	开票 90 天	开票 90 天	不适用
国药控股股份有限公司	开票 30 天	开票 30 天	开票 30 天
湖南浩森制药有限公司	不适用	开票 60 天	开票 60 天
江苏万邦医药营销有限公	不适用	不适用	开票 30 天

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
司			
重庆金赛医药有限公司	开票 60 天	款到发货	不适用

报告期内，公司对前五名客户的信用政策较为稳定，信用期基本在开票 30 天到 90 天内，不存在明显差异情况。2021 年度和 2022 年度，公司对重庆金赛医药有限公司的销售收入分别为 234.37 万元和 125.45 万元。由于考虑到长期业务合作关系，公司对重庆金赛医药有限公司的信用政策从款到发货调整为开票 60 天，具有商业合理性，不存在重大异常。

报告期内，应收账款余额及周转率如下：

单位：万元

项 目	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度
应收账款余额	7,164.08	5,701.78	6,114.86
应收账款平均余额	6,432.93	5,908.32	6,190.08
应收账款平均余额增幅	8.88%	-4.55%	-
营业收入	86,031.81	51,111.03	38,835.09
营业收入增幅	68.32%	31.61%	-
应收账款余额占营业收入比例	8.33%	11.16%	15.75%
应收账款周转率（次）	13.37	8.65	6.27

报告期各期末，公司应收账款余额占营业收入的比例分别为 15.75%、11.16% 和 8.33%，随着营业收入的增长而逐年下降。报告期内，公司应收账款周转率分别为 6.27 次、8.65 次和 13.37 次，应收账款周转速度逐年加快。

综上所述，报告期内，公司应收账款前五名客户的信用政策较为稳定，不存在明显差异，应收账款周转率周转速度逐年加快，不存在放松信用政策刺激销售的情形。

（二）结合各期末逾期应收账款金额及期后回款情况、相关客户的经营情况及偿债能力分析应收账款是否存在减值迹象，坏账准备计提的充分性；报告期各期不存在按单项计提坏账准备的应收账款的依据及合理性

1. 结合各期末逾期应收账款金额及期后回款情况、相关客户的经营情况及

偿债能力分析应收账款是否存在减值迹象，坏账准备计提的充分性

(1) 报告期各期末逾期应收账款金额及期后回款情况良好

报告期各期末，公司逾期应收账款及期后回款情况如下：

日 期	应收账款账面余额 (万元)	逾期应收账款		截至 2023 年 4 月 30 日	
		逾期金额 (万元)	逾期比例 (%)	回款金额 (万元)	回款比例 (%)
2022.12.31	7,164.08	348.04	4.86	290.28	83.40
2021.12.31	5,701.78	1,053.39	18.47	1,019.28	96.76
2020.12.31	6,114.86	684.39	11.19	647.99	94.68

报告期各期末，公司逾期应收账款金额分别为 684.39 万元、1,053.39 万元和 348.04 万元，占应收账款的比例分别为 11.19%、18.47%和 4.86%，占比较低。截至 2023 年 4 月 30 日，逾期应收账款期后回款金额分别为 647.99 万元、1,019.28 万元和 290.28 万元，回款比例分别为 94.68%、96.76%和 83.40%，整体回款情况良好，不存在重大异常。

(2) 截至 2023 年 4 月 30 日，报告期各期末主要逾期客户基本回款

1) 2022 年末

单位：万元

客 户	逾期金额	坏账准备	回款金额	回款比例
国药控股分销中心有限公司	106.79	5.34	106.79	100.00%
募创医药（苏州）有限公司	49.36	2.47	49.36	100.00%
重庆多代制药有限公司	36.35	1.82	36.35	100.00%
广州欣特医药有限公司	20.54	1.03	20.54	100.00%
安徽省绿健医药有限公司	12.24	0.61	12.24	100.00%

2) 2021 年末

单位：万元

客 户	逾期金额	坏账准备	回款金额	回款比例
广州医药股份有限公司	795.78	39.79	795.78	100.00%
广州市振康医药有限公司	73.72	3.69	73.72	100.00%
重庆金赛医药有限公司	62.09	3.10	62.09	100.00%

客 户	逾期金额	坏账准备	回款金额	回款比例
华润天津医药有限公司	17.79	0.89	17.79	100.00%
广东帝豪药业有限公司	9.13	0.91	9.13	100.00%

3) 2020 年末

单位：万元

客 户	逾期金额	坏账准备	回款金额	回款比例
重庆金赛医药有限公司	184.78	9.24	184.78	100.00%
重庆市药研院科技开发有限公司	100.39	54.11	100.39	100.00%
重庆多普泰医药销售有限公司	92.41	18.46	92.41	100.00%
江苏万邦医药营销有限公司	35.00	1.75	35.00	100.00%
安徽省玉林医药有限公司	32.37	3.24	32.37	100.00%

报告期各期末，公司逾期客户主要为稳定合作的经销商客户，均处于正常经营中，信用风险未发生重大不利变化，且上述客户信誉度较高，资金实力较强，具有较强的履约能力。公司严格按照《企业会计准则》的规定，综合考虑信用风险和历史合作情况，充分计提了相应坏账准备。截至 2023 年 4 月 30 日，报告期各期末，公司主要逾期应收账款基本收回，不存在需要单项计提坏账准备的情形。

2. 报告期各期不存在按单项计提坏账准备的应收账款的依据及合理性

公司结合应收账款坏账准备计提政策，对应收账款执行减值测试。首先，公司对在单项工具层面能以合理成本评估预期信用损失的充分证据的应收账款单独确定其信用损失。其次，当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。

报告期各期末，对于存在债务人经营困难或财务状况恶化、与债务人诉讼仲裁、被列为失信被执行人等情况，公司会逐项分析应收账款的可回收性，如果有客观证据表明某项应收账款已经发生减值迹象，则公司对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。

综上所述，公司主要客户为大型配送经销商和电商平台，不存在债务人经营

困难或财务状况恶化、与债务人诉讼仲裁、被列为失信被执行人等导致难以收回应收账款的情形，因此无需按单项计提坏账准备，具有商业合理性。

(三) 说明报告期内支付押金保证金的具体情况，包括支付对象、金额、付款日期、回款情况、坏账准备计提情况等，支付保证金是否与合同约定相符，是否实质构成对交易对手方的资金支持

报告期内，公司押金保证金变动情况如下：

单位：万元

项 目	期初金额	支付金额	支付占比	收回金额	期末余额	余额占比
采购保证金	213.50	834.60	43.78%	263.60	784.50	57.39%
推广保证金		291.11	15.27%	60.00	231.11	16.91%
股权保证金		260.00	13.64%	260.00		
土地保证金		200.00	10.49%	100.00	100.00	7.32%
租赁保证金	10.94	165.69	8.69%	53.08	123.55	9.04%
其他保证金	204.00	155.04	8.13%	231.21	127.83	9.35%
合 计	428.44	1,906.44	100.00%	967.89	1,366.99	100.00%

报告期内，公司支付的押金保证金主要为采购保证金、推广保证金、股权保证金、土地保证金和租赁保证金等，具体情况如下：

1. 采购保证金

单位：万元

项 目	付款日期	付款金额	占同类保证金比例	回款金额	坏账准备计提情况
广州白云山陈李济药厂有限公司	2020/4/10	10.00	1.20%	63.00	
	2020/5/11	28.00	3.35%		
	2020/5/22	40.00	4.79%		
	2020/5/27	52.00	6.23%		
	2020/6/17	11.00	1.32%		
	2020/6/22	101.00	12.10%		
	2020/6/24	70.00	8.39%		
	2020/7/16	90.00	10.78%		

项 目	付款日期	付款金额	占同类保证金比例	回款金额	坏账准备计提情况
	2021/11/29	179.00	21.45%		
德昌县富惠有限责任公司	2021/12/24	200.00	23.96%		
合 计		781.00	93.58%	63.00	

报告期内，公司主要向广州白云山陈李济药厂有限公司采购昆仙胶囊，因此向其支付相关采购保证金。公司主要于报告期初支付相关采购保证金，系公司采购的昆仙胶囊数量在报告期初达到高点，后续采购量保持相对稳定，因此后续无需再支付相应采购保证金。报告期内，公司采购昆仙胶囊的交易金额远大于采购保证金，不构成对交易对手方的资金支持，具有商业合理性。

报告期内，公司主要向德昌县富惠有限责任公司采购火把花根药材。由于火把花根种植相对分散，公司通过德昌县富惠有限责任公司统一采购，并与其签订了独家供货协议，为此支付采购保证金，具有商业合理性，与合同约定相符，不构成对交易对手方的资金支持。

2. 推广保证金

单位：万元

项 目	付款日期	付款金额	占同类保证金比例	回款金额	坏账准备计提情况
四川巨量引擎科技有限公司	2022/12/12	100.00	34.35%		
广州医视信息科技有限公司	2022/8/5	50.00	17.18%		
成都人味网络科技有限公司	2022/6/7	40.00	13.74%	40.00	
重庆戡来会议服务有限公司	2022/1/25	20.00	6.87%	20.00	
重庆半马传媒科技有限公司	2022/4/8	20.00	6.87%		
北京支点撬动科技有限公司	2022/1/26	20.00	6.87%		
北京圆心科技集团股份有限公司	2022/12/21	20.00	6.87%		
合 计		270.00	92.75%	60.00	

报告期内，公司主要向线上推广服务商支付保证金，上述推广服务商与公司的交易金额相对较大，且向公司提供了信用期，因此公司根据合同要求向其支付

履约保证金，以保障推广稿件的撰写、脚本制作、视频制作与拍摄等前期工作的稳步开展，符合行业惯例，与合同约定相符，不构成对交易对手方的资金支持。由于公司与上述推广服务商的合作仍在持续中，因此相关保证金尚未回款，不存在重大异常。

2022年度，公司与成都人味网络科技有限公司订立媒体合作委托服务协议，并支付合同价款的 20%作为履约保证金。该部分款项后续作为推广服务费用开票核销，实际未产生相应现金流入。

3. 股权保证金

单位：万元

项 目	付款日期	付款金额	占同类保证金比例	回款金额	坏账准备计提情况
重庆联合产权交易所集团股份有限公司	2022/3/4	260.00	100.00%	260.00	
合 计		260.00	100.00%	260.00	

报告期内，公司向重庆科技风险投资有限公司收购其持有的重庆药研院 9% 股权，并为此支付了 260.00 万元保证金，与合同约定相符，不构成对交易对手方的资金支持。该部分款项后续直接作为股权交易款项的一部分支付，实际未产生相应现金流入。

4. 土地保证金

单位：万元

项 目	付款日期	付款金额	占同类保证金比例	回款金额	坏账准备计提情况
重庆市长寿高新区服务中心	2022/3/29	100.00	50.00%	100.00	
无锡市锡山区锡北镇村镇建设管理服务所	2022/8/2	100.00	50.00%		
合 计		200.00	100.00%	100.00	

报告期内，公司先后就土地出让向有关部门支付交易保证金，符合法律法规相关规定，与合同约定相符，不构成对交易对手方的资金支持。

5. 租赁保证金

单位：万元

项 目	付款日期	付款金 额	占同类 保证金 比例	回款金 额	坏账准备 计提情况
阿里巴巴（杭州）文化 创意有限公司	2022/12/16	44.65	26.95%		
北京泰巢商业管理有 限公司	2022/12/27	18.86	11.38%		
合 计		63.50	38.32%		

报告期内，公司租赁了办公场所、仓库和员工宿舍等场地，按照行业惯例需向出租人支付相应租赁保证金，相关保证金在租赁期结束后退回，与合同约定相符，不构成对交易对手方的资金支持。

综上所述，公司支付的押金保证金具有业务实质，符合行业惯例，基本与合同约定相符，相应交易对象未获得额外资金，不构成对交易对手方的资金支持。

（四）说明对信誉良好银行的判断依据及合理性，未对应收款项融资计提减值准备的合理性；报告期内银行承兑汇票的收取、背书、转让等情况

1. 说明对信誉良好银行的判断依据及合理性，未对应收款项融资计提减值准备的合理性

报告期末，应收款项融资余额按照承兑银行分为大型商业银行和地方商业银行，具体情况如下：

单位：万元

承兑银行	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
大型商业银行	3,508.89	1,165.81	1,295.45
地方商业银行	176.59	19.60	14.16
合 计	3,685.48	1,185.41	1,309.62

信誉良好银行为大型商业银行，指的是“6+9”银行，即6家全国商业银行（中国银行、农业银行、建设银行、工商银行、邮政储蓄银行和交通银行）和9家股份制上市商业银行（招商银行、浦发银行、中信银行、中国光大银行、华夏银行、中国民生支行、平安银行、兴业银行和浙商银行）。上述银行均为拥有国资背景或者为上市公司，资金实力雄厚，经营状况良好且未来展望稳定，银行主体评级较高，且未曾出现过票据违约到期无法兑付的负面新闻。

公司少部分银行承兑汇票的承兑银行为非“6+9”银行，如台州银行、重庆银行、温州银行等地方商业银行。上述银行亦拥有国资背景，虽然资金实力不如大型商业银行，但是在实务中产生信用风险的可能性极低，历史上亦未出现过票据违约到期无法兑付的负面新闻。

公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。报告期内，公司银行承兑汇票的承兑银行均为资信状况良好、兑付能力较强的银行，历史上也从未发生过到期无法承兑的情形。同时，公司接收或持有的银行承兑汇票到期日相对较短，背书转让的接受程度较高，具有较强的流动性，因此公司预计银行承兑汇票发生信用损坏的概率极低，未对其计提减值准备，具有商业合理性。

2. 报告期内银行承兑汇票的收取、背书、转让等情况

报告期内，公司银行承兑汇票的变动情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期初余额 A	1,185.41	1,309.62	456.11
本期收到 B	13,342.67	10,613.75	10,923.17
本期减少 C	10,842.60	10,737.96	10,069.66
其中：背书 C ₁	222.02	231.53	356.55
贴现 C ₂	4,205.15	1,579.94	5,907.18
到期托收 C ₃	6,415.43	8,926.48	3,805.94
期末余额 D=A+B-C	3,685.48	1,185.41	1,309.62

报告期内，公司收到的银行承兑汇票分别为 10,923.17 万元、10,613.75 万元和 13,342.67 万元，以贴现和到期托收为主，从未发生到期无法承兑的情形。

（五）说明报告期内票据出票方是否属于与发行人签订经济合同的往来客户、报告期发行人是否存在无真实交易背景的票据往来、存在使用无真实交易背景的应收票据进行融资的情形。

报告期内，公司收到的银行承兑汇票分别为 10,923.17 万元、10,613.75 万元和 13,342.67 万元，其出票方均系与公司签订经济合同的往来客户，且基于双方真实的业务背景，不存在无真实交易背景的票据往来或使用无真实交易背景的

应收票据进行融资的情形。

(六) 核查程序和核查结论

1. 针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

(1) 查阅公司报告期内主要客户合同，了解信用政策是否存在变动情况；

(2) 获取公司报告期各期末应收账款明细表，计算应收账款周转率，分析是否存在放松信用政策刺激销售的情形；

(3) 获取公司期后回款明细，结合逾期应收账款期后回款情况，分析应收账款是否存在减值迹象；

(4) 了解公司主要逾期客户的经营情况，通过检索企查查等网站，核查是否存在经营困难或财务状况恶化等情况；

(5) 获取公司报告期内押金保证金明细账，核查合同、银行回单等单据，分析支付保证金是否与合同约定相符，是否实质构成对交易对手方的资金支持；

(6) 获取公司报告期内银行承兑汇票台账，核查银行承兑汇票的收取、背书、转让等情况，分析未对应收款项融资计提减值准备的合理性；

(7) 获取公司与票据客户签订的订单、发票、银行回单等单据，核查交易背景的真实性。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 报告期内，公司应收账款前五名客户的信用政策较为稳定，不存在明显差异，公司应收账款周转率周转速度逐年加快，不存在放松信用政策刺激销售的情形；

(2) 报告期各期末，公司逾期应收账款金额相对较低，期后回款情况良好，且主要逾期客户经营正常，资信情况良好，应收账款不存在减值迹象，无需按照单项计提坏账准备，应收账款坏账准备计提充分合理；

(3) 报告期内，公司支付的押金保证金具有业务实质，符合行业惯例，基本与合同约定相符，相应交易对象未获得额外资金，不构成对交易对手方的资金支持；

(4) 报告期内，公司银行承兑汇票的承兑银行均为资信状况良好、兑付能力较强的银行，历史上也从未发生过到期无法承兑的情形，公司预计银行承兑汇票

发生信用损坏的概率极低，未对其计提减值准备，具有商业合理性；

(5) 报告期内，公司收到的票据均来自与公司签订经济合同的往来客户，且基于双方真实的业务背景，不存在无真实交易背景的票据往来或使用无真实交易背景的应收票据进行融资的情形。

十五、关于存货

申报材料显示，报告期各期末，发行人存货账面价值分别为 3,033.72 万元、4,122.00 万元和 8,881.43 万元，主要由原材料和库存商品组成。请发行人：(1) 结合生产经营特点，说明存货规模、存货结构与同行业可比公司的差异合理性，是否与发行人产品特点、业务模式相匹配，库存商品增速与营收规模增速的匹配性。(2) 说明库存商品、发出商品与在手订单匹配情况；在产品中是否存在停滞项目的产品，如存在，说明具体情况及项目停滞的原因；各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转的成本费用计入存货。(3) 说明各项存货的库龄情况；于 2021 年度大规模采购备货的丙酸氯倍他索及他克莫司等存货是否存在明显减值迹象；说明存货跌价准备计提政策的合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，存货跌价准备计提是否充分。请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘比例及监盘结果，监盘过程中如何辨认存货的真实性、可使用性及权属情况，是否具有相关的专业判断能力。（审核问询函问题 23）

(一) 结合生产经营特点，说明存货规模、存货结构与同行业可比公司的差异合理性，是否与发行人产品特点、业务模式相匹配，库存商品增速与营收规模增速的匹配性

1. 结合生产经营特点，说明存货规模、存货结构与同行业可比公司的差异合理性，是否与公司产品特点、业务模式相匹配

(1) 存货规模与同行业可比公司的差异合理性

报告期各期末，公司存货规模与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

公司名称	项 目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
华邦健康	存货余额	260,434.24	244,975.96	199,367.10
	资产总额	3,002,440.33	3,003,967.00	2,822,610.97

	存货占比	8.67%	8.16%	7.06%
佐力药业	存货余额	32,300.89	27,704.74	20,811.14
	资产总额	363,911.80	274,853.22	246,987.64
	存货占比	8.88%	10.08%	8.43%
兴齐眼药	存货余额	13,126.17	9,933.45	7,262.43
	资产总额	178,294.28	168,684.43	96,570.12
	存货占比	7.36%	5.89%	7.52%
算术平均值	存货余额	101,953.77	94,204.72	75,813.56
	资产总额	1,181,548.80	1,149,168.22	1,055,389.58
	存货占比	8.63%	8.20%	7.18%
公司	存货余额	8,963.85	4,208.85	3,055.35
	资产总额	85,036.81	66,518.00	47,452.87
	存货占比	10.54%	6.33%	6.44%

报告期各期末，公司存货余额分别为 3,055.35 万元、4,208.85 万元和 8,963.85 万元，呈现逐年增加的趋势，与同行业可比公司的变动趋势一致。

报告期各期末，公司存货余额占资产总额的比例分别为 6.44%、6.33%和 10.54%。2020 年末和 2021 年末，受电商平台销售规模快速增长的影响，公司存货周转速度有所提高，导致存货余额占资产总额的比例低于同行业可比公司算术平均值。2022 年末，公司存货余额占资产总额的比例高于同行业可比公司算术平均值，主要系：1) 存货储备随着经营规模持续扩大而有所增加；2) 公司线上销售具有短期弹性大的特点，且电商平台对自身库存控制要求较高，公司为了及时响应其需求，适当增加了存货储备；3) 由于当年末公司无法预估外部因素对生产经营的影响，为避免潜在的缺货风险，公司调整经营策略，主动增加了存货储备。

(2) 存货结构与同行业可比公司的差异具有合理性

报告期各期末，公司存货结构与同行业可比公司对比如下：

单位：%

公司	项 目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
华邦健康	原材料	24.07	23.14	20.35

公司	项 目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
	库存商品	59.77	61.81	57.87
	发出商品	0.76	1.44	0.95
	在产品	11.73	9.57	14.16
	其他	3.67	4.04	6.67
	小 计	100.00	100.00	100.00
兴齐眼药	原材料	41.87	48.39	56.65
	库存商品	25.65	25.28	15.18
	发出商品			
	在产品	25.68	21.25	21.77
	其他	6.80	5.08	6.40
	小 计	100.00	100.00	100.00
佐力药业	原材料	40.00	33.15	35.43
	库存商品	40.17	52.71	55.46
	发出商品	1.72	0.53	0.37
	在产品	18.11	13.53	8.74
	其他		0.08	
	小 计	100.00	100.00	100.00
算术平均值	原材料	26.51	25.00	22.89
	库存商品	56.23	59.63	56.29
	发出商品	0.83	1.30	0.87
	在产品	13.01	10.37	13.90
	其他	3.42	3.70	6.05
	小 计	100.00	100.00	100.00
公司	原材料	34.84	43.30	40.41
	库存商品	59.01	49.14	56.09
	发出商品	2.82	0.90	0.11
	在产品	3.34	0.60	
	其他		6.06	3.39

公司	项 目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
	小 计	100.00	100.00	100.00

公司存货主要由原材料和库存商品组成，与同行业可比公司的存货结构一致，不存在重大异常。

报告期各期末，公司原材料和库存商品合计占存货的比例分别为 96.50%、92.44%和 93.85%，均高于同行业可比公司算术平均值，主要系公司在产品相对较少所致。公司主要从事皮肤领域药品、功效性护肤品、肾病领域药品的研发、生产、销售及推广服务。其中，肾病领域药品昆仙胶囊为公司直接向供应商采购的代理产品，功效性护肤品为公司提供配方进行委托生产的产品，均不存在对应的在产品，而皮肤领域药品生产周期相对较短，因此报告期各期末公司在产品金额相对较小，导致原材料和库存商品合计占存货的比例高于同行业可比公司算术平均值，具有商业合理性。

综上所述，公司存货规模和存货结构与同行业可比公司的差异具有商业合理性，与产品特点和业务模式相匹配，不存在重大异常。

2. 库存商品增速与营收规模增速的匹配性

报告期内，公司库存商品和营业收入情况如下：

项 目	2022. 12. 31/2022 年度		2021. 12. 31/2021 年度		2020. 12. 31/ 2020 年度
	金额(万元)	变动(%)	金额(万元)	变动(%)	金额(万元)
库存商品	5,289.18	155.71	2,068.42	20.70	1,713.63
营业收入	86,031.81	68.32	51,111.03	31.61	38,835.09

2021 年末，公司库存商品较 2020 年末增长 20.70%，与营业收入的变动趋势基本一致，不存在重大异常。

2022 年末，公司库存商品较 2021 年末增长 155.71%，高于营业收入增速，主要系：(1) 公司联苯苄唑溶液的销售收入大幅增长，公司在新增溶液剂产能后，进一步增加了对应产品的库存储备；(2) 由于当年末公司无法预估外部因素对生产经营的影响，为避免潜在的缺货风险，公司调整经营策略，主动增加了库存储备。

综上所述，公司库存商品增速与营收规模增速具有匹配性，2022 年末库存商品增速高于营业收入增速具有商业合理性，不存在重大异常。

(二) 说明库存商品、发出商品与在手订单匹配情况；在产品中是否存在停滞项目的产品，如存在，说明具体情况及项目停滞的原因；各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转的成本费用计入存货

1. 说明库存商品、发出商品与在手订单匹配情况

报告期内，公司产品均为标准化产品，而因为行业特点，公司在客户下达订单后需及时供货，供货周期相对较短，综合考虑材料供货周期、生产周期和销售模式，公司一般根据近三个月平均销售量情况，储备一定的安全库存。而报告期内，客户下单频率相对较高，因此在手订单金额相对较低，与库存商品不存在明显的匹配关系：

(1) 材料供货周期：原材料、包装材料和代理产品等存货的采购周期相对较长，一般为 1 到 2 个月时间，因此公司会基于当前生产计划、材料供货周期和市场供货风险等因素，制定材料备货计划，确保生产能够平稳进行。

(2) 生产周期：公司溶液剂、激素膏剂和普通膏剂的生产周期相对较短，一般为 8 到 10 天时间；片剂（中成药）的生产周期相对较长，一般在 45 天左右，具有批量化生产的特点。

(3) 销售模式：公司与主要客户建立了长期稳定的业务合作关系，并签订年度框架协议。在日常经营中，客户根据自身库存情况和需求情况实时向公司下达订单，公司在接到客户的订单指令到发出商品，一般为 3 到 5 天时间。因此，公司需要建立一定水平的安全库存，保证对客户的及时供货能力。

日常经营中，公司根据客户下达的订单安排发货，因此发出商品均有对应的在手订单，在手订单支持率为 100.00%，具有商业合理性。

2. 在产品中是否存在停滞项目的产品，如存在，说明具体情况及项目停滞的原因

报告期各期末，公司在产品分别为 0 万元、25.33 万元和 299.43 万元，主要为火把花根片。报告期内，公司火把花根片销售收入持续增长，不存在停滞项目的产品。

3. 各类别存货的期后累计结转金额及比例，是否存在长期未结转的情形，是否存在将当期应结转的成本费用计入存货

报告期各期末，公司各类别存货期后结转情况如下：

单位：万元

类别	项 目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
原材料	期末账面金额	3, 122. 62	1, 822. 40	1, 234. 58
	期后结转金额	2, 083. 66	1, 646. 17	1, 133. 66
	结转比例	66. 73%	90. 33%	91. 83%
库存商品	期末账面金额	5, 289. 18	2, 068. 42	1, 713. 63
	期后结转金额	4, 722. 40	2, 062. 54	1, 713. 63
	结转比例	89. 28%	99. 72%	100. 00%
在产品	期末账面金额	299. 43	25. 33	
	期后结转金额	226. 68	25. 33	
	结转比例	75. 71%	100. 00%	
合同履约成本	期末账面金额		254. 69	88. 71
	期后结转金额		254. 69	88. 71
	结转比例		100. 00%	100. 00%
发出商品	期末账面金额	252. 61	38. 01	3. 44
	期后结转金额	252. 61	38. 01	3. 44
	结转比例	100. 00%	100. 00%	100. 00%

注：期后结转金额统计至 2023 年 5 月 31 日

报告期各期末，公司各类别存货期后基本实现结转，不存在长期未结转的情形。其中，2022 年末在产品期后结转比例相对较低，主要系火把花根片浸膏影响所致。由于火把花根片提取车间的租约在 2023 年 2 月到期，而新厂房预计要在 2023 年下半年建成，因此为了保障火把花根片的市场供应，公司在 2022 年末提前提取了大量的火把花根片浸膏，相关在产品仍在正常领用中。

公司制定了完善的成本核算管理制度，对采购入库、材料领用、费用归集分配、完工入库、产品发货等重要流程进行了详细的规范，对产品成本能够进行准确的划分、归集和分摊，在确认销售收入的同时将对应成本结转至营业成本，不存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形。

(三) 说明各项存货的库龄情况；于 2021 年度大规模采购备货的丙酸氯倍他索及他克莫司等存货是否存在明显减值迹象；说明存货跌价准备计提政策的合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，存货跌价准备计提是否充分

1. 说明各项存货的库龄情况

报告期各期末，公司原材料和库存商品存在长库龄存货，具体情况如下：

项 目	库龄	2022. 12. 31		2021. 12. 31		2020. 12. 31	
		金额(万元)	比例 (%)	金额(万元)	比例 (%)	金额(万元)	比例 (%)
原材料	1 年以内	2,682.41	85.90	1,642.78	90.14	1,157.02	93.72
	1 年以上	440.21	14.10	179.61	9.86	77.56	6.28
库存商品	1 年以内	5,271.39	99.66	2,063.62	99.77	1,697.57	99.06
	1 年以上	17.79	0.34	4.80	0.23	16.06	0.94

报告期各期末，公司库存商品库龄在 1 年以上的金额分别为 16.06 万元、4.80 万元和 17.79 万元，占比较小。

报告期各期末，公司原材料库龄在 1 年以上的金额分别为 77.56 万元、179.61 万元和 440.21 万元，具体构成情况如下：

单位：万元

项 目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
研发原料	244.16	128.09	27.29
生产原料	160.13	23.16	12.41
包装材料	21.96	23.24	23.31
其他	13.96	5.12	14.55
合 计	440.21	179.61	77.56

报告期各期末，公司原材料库龄在 1 年以上的主要为研发原料。针对研发项目，公司通常提前采购项目所需原料药，并根据项目的实际进度情况进行领用。由于药品研发周期相对较长，因此研发原料周转速度相对较慢，导致其库龄超过 1 年，具有商业合理性。

2022 年末，库龄在 1 年以上的生产原料增加较多，主要系丙酸氯倍他索影响所致。为了应对原材料丙酸氯倍他索价格上涨风险，公司在 2021 年度提前采

购了较多的丙酸氯倍他索，从而锁定采购成本。截至 2023 年 5 月 31 日，公司 2021 年度采购的丙酸氯倍他索已经全部被生产领用。

综上所述，公司存货库龄基本在 1 年以内，长库龄存货有所增加，主要系研发原料和生产原料的影响，具有商业合理性，不存在重大异常。

2. 2021 年度大规模采购备货的丙酸氯倍他索及他克莫司等存货是否存在明显减值迹象

2021 年度，为了应对原材料丙酸氯倍他索价格上涨风险，公司当年度提前采购了较多的丙酸氯倍他索，从而锁定采购成本。2022 年度，丙酸氯倍他索市场价格在 10 万元/kg 左右，较 2021 年度公司采购单价 5.31 万元/kg 大幅增长。报告期内，对应产品复方丙酸氯倍他索软膏的销售收入相对稳定，毛利率相对较高，对应的原材料不存在明显减值迹象。截至 2023 年 5 月 31 日，公司 2021 年度采购的丙酸氯倍他索已经全部被生产领用。

报告期内，公司采购和领用他克莫司的情况如下：

单位：万元			
项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
采购金额	692.58	364.23	286.19
领用金额	733.80	332.13	298.51
结存金额	63.76	104.98	72.88

报告期内，公司采购的原材料他克莫司逐年有所增加，主要系他克莫司软膏的销售收入增长所致，不存在重大异常。2021 年度，公司采购的他克莫司与其生产领用相匹配，不存在材料积压的情况，亦不存在明显减值迹象。

报告期内，公司对超过有效期的原材料全额计提减值准备，丙酸氯倍他索和他克莫司的剩余有效期均在 6 个月以上，不存在需要计提减值准备的情况。

3. 说明存货跌价准备计提政策的合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，存货跌价准备计提是否充分

报告期内，公司存货跌价准备计提政策与同行业可比公司的对比如下：

公司	存货跌价准备计提政策
华邦健康	期末时，存货以成本与可变现净值孰低计量，按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额计提存货跌价准备。与具有类似目的或最终用途并在同一地区生产和销售的产品系列相关，且难以将其与该产品系列的其他项目区别开来估价进行估价的存货，合并计提；对于数量繁多、单

公司	存货跌价准备计提政策
	价较低的存货，按存货类别计提。
兴齐眼药	期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或者类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。
佐力药业	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。对于数量繁多，单价较低的存货，按照存货类别计提跌价准备。产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。
公司	资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。 （1）原材料可变现净值的确认方法：对于超过有效期的原材料，预计可变现净值为0元；在有效期内的原材料，按照对应产成品估计售价减去至完工估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定可变现净值。 （2）库存商品可变现净值的确认方法：对于超过有效期以及剩余有效期在6个月以内的库存商品，预计可变现净值为0元；有效期大于6个月的库存商品按照估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定可变现净值。

在资产负债表日，公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，符合《企业会计准则》的相关规定。同时，公司跌价准备计提政策符合行业惯例，与同行业可比公司基本一致，不存在重大差异。综上所述，公司存货跌价准备计提政策具有合理性，存货跌价准备计提充分。

（四）核查程序和核查结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

- （1）获取同行业可比公司的定期报告，对比分析公司与同行业可比公司的存货规模和存货构成是否存在差异；
- （2）获取公司报告期各期末存货明细表，分析库存商品增速和营收规模增速的匹配性；
- （3）访谈管理层，了解公司的采购、生产和销售周期，分析库存商品、发出

商品与在手订单的匹配情况；

(4) 获取公司报告期各期末存货明细表，核查在产品对应的库存商品，分析是否存在停滞项目的产品；

(5) 获取公司报告期内的销售明细表、生产领用明细表和成本计算表，核查是否存在长期未结转或将当期应结转的成本费用计入存货的情形；

(6) 获取公司报告期各期末的存款库龄表，了解长库龄存货的具体情况，分析期末存货是否存在明显减值迹象；

(7) 访谈管理层，了解公司在 2021 年度大规模采购备货的丙酸氯倍他索及他克莫司的原因；

(8) 获取同行业可比公司的定期报告，对比分析公司与同行业可比公司的存货跌价准备政策是否存在较大差异。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 公司存货规模、存货结构与同行业可比公司存在差异，与生产经营特点、产品特点和业务模式等相匹配，具有商业合理性；公司库存商品增速与营收规模增速具有匹配性，2022 年末库存商品增速高于营业收入增速具有商业合理性，不存在重大异常；

(2) 综合考虑材料供货周期、生产周期和销售模式，公司储备一定的安全库存，因此发出商品均有对应的在手订单，而库存商品与在手订单不存在明显的匹配关系；公司在产品中不存在停滞项目的产品；公司各类别存货在期后基本实现结转，不存在长期未结转的情形，亦不存在将当期应结转的成本费用计入存货的情形；

(3) 报告期各期末，公司存货库龄基本在 1 年以内，长库龄存货主要为备货的研发原料和生产原料，具有商业合理性；公司在 2021 年度大规模采购备货的丙酸氯倍他索及他克莫司等存货均正常领用中，不存在明显减值迹象；公司跌价准备计提政策符合《企业会计准则》的相关规定，与同行业可比公司基本一致，存货跌价准备计提政策具有合理性，存货跌价准备计提充分。

(五) 请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对报告期存货实施的监盘程序、监盘比例及监盘结果，监盘过程中如何辨认存货的真实性、可使用性及权属情况，是否具有相关的专业判断能力

1. 存货的监盘程序、监盘比例及监盘结果

我们实施的监盘程序如下：

(1) 计划存货监盘工作，了解和获取公司存货盘点制度和相关的内部控制制度，根据其存货盘点制度和内部控制的有效性，评价盘点时间是否合理；取得盘点计划，评价管理层用以记录与控制存货盘点结果的指令和程序；获取仓库清单以及存货存放地点清单，包括期末库存量为零的仓库；

(2) 编制存货监盘计划，并将计划传达给参与监盘的监盘人员；

(3) 观察管理层制订的盘点程序的执行情况、检查存货现场的摆放情况、观察存货盘点人员是否按照既定的盘点计划执行盘点程序、对整个盘点过程实施恰当的监督；

(4) 检查存货的保管情况，识别是否存在毁损或者陈旧的存货；

(5) 执行抽盘程序，从存货盘点记录中选取项目追查至存货实物；

(6) 完成监盘工作，监盘工作结束时，再次观察盘点现场，以确定所有应纳入盘点范围的存货均已盘点；获取经公司确认的盘点表以及针对盘点结果账实差异查明的原因及提供的账面调整依据；对盘点日至财务报表日存货收发情况进行检查，以确定财务报表日账面数据准确，完成监盘小结。

报告期各期末，存货监盘情况如下：

单位：万元

项 目	2022. 12. 31	2021. 12. 31	2020. 12. 31
监盘范围	合并报表范围内的所有存货	合并报表范围内的所有存货	合并报表范围内的所有存货
监盘地点	公司无锡和重庆的生产厂区、外租仓	公司无锡和重庆的生产厂区、外租仓	公司无锡和重庆的生产厂区
监盘金额	6, 533. 75	3, 034. 79	2, 279. 75
存货余额	8, 963. 85	4, 208. 85	3, 055. 35
监盘比例	72. 89%	72. 11%	74. 62%

报告期各期末，公司存货监盘结果未见异常。

2. 监盘过程中如何辨认存货的真实性、可使用性及权属情况，是否具有相关的专业判断能力

我们在存货监盘过程中，通过采取清点实物、抽检重量、核验物料卡及产品标签等方式核查存货的真实性、可使用性。针对不同的存货，监盘人员辨认存货真实性、可使用性的方式具体如下：

(1) 对于主要用密封储罐或塑料桶等进行存储的液体原材料，首先查看存货标签，核对存货名称；其次，通过查看单桶重量，进行现场清点，不足满桶，进行称重或者查看领用记录。

(2) 对于粉末状原材料和库存商品，各仓库的各个区域区分了库位，原材料、产成品按类别、名称、规格型号分别摆放整齐，相同物料编号的物料尽量摆放在同一地点；产品有序堆放在货架上，每个货架包数或吨位数基本为固定，库存商品的外包装有相应的产品名称及规格。

监盘过程中，监盘人员辨认粉末状、液体原材料和库存商品的真实性主要包括以下程序：1) 核对存货的标签与存货进销存记录的品名是否一致；2) 核对存货数量与存货进销存是否一致。

监盘人员通过以下方式对存货的可使用性进行判断和辨别：1) 关注库存商品的生产批号信息，核查是否存在较长库龄的产品及是否存在近效期 6 个月的产品；2) 关注主要原材料生产信息，检查是否存在较长库龄的原材料，是否存在过期现象。

综上所述，我们具备相关专业经验和判断能力，通过上述核查程序能够验证存货的真实性和可使用性，并确认存货的账面价值，相关核查程序充分。

十六、关于固定资产、在建工程与无形资产

申报材料显示：（1）报告期各期末，发行人固定资产账面原值分别为 13,840.00 万元、15,584.22 万元和 21,898.40 万元，呈现逐年增长的趋势；在建工程余额分别为 349.77 万元、2,403.13 万元和 3,078.91 万元。（2）报告期各期末，发行人无形资产账面原值分别为 6,022.26 万元、7,530.18 万元和 9,409.37 万元，包括土地使用权、管理软件和非专利技术。请发行人：（1）说明固定资产的变动趋势与生产经营、产能变动是否匹配；结合生产特点说明固定资产折旧政策合理性，专用设备是否适用加速折旧，房屋及建筑物、专用

设备具体折旧年限的分布金额及其合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，折旧费用计提是否充分。（2）说明各期在建工程资本化、费用化利息情况及具体计算依据，在建工程的会计核算方法，是否混入其他支出或发生闲置、废弃、毁损和减值，报告期各期在建工程转固时点、确定依据及合规性，转固时点与工程竣工时点、原计划完工时点是否存在较大差异，是否存在已实际完工但人为推迟转固时点的情形。（3）说明报告期各期无形资产中非专利技术的具体构成及来源，非专利技术入账价值的公允性，土地使用权的变动情况及摊销期限是否符合《企业会计准则》的规定；无形资产的减值测试情况，是否存在减值迹象。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函问题 24）

（一）说明固定资产的变动趋势与生产经营、产能变动是否匹配；结合生产特点说明固定资产折旧政策合理性，专用设备是否适用加速折旧，房屋及建筑物、专用设备具体折旧年限的分布金额及其合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，折旧费用计提是否充分

1. 说明固定资产的变动趋势与生产经营、产能变动匹配情况

报告期内，公司固定资产与生产经营、产能变动情况如下：

项 目	2022. 12. 31/2022 年度		2021. 12. 31/2021 年度		2020. 12. 31 /2020 年度
	原值(万元)	变动比例 (%)	原值(万元)	变动比例 (%)	原值(万元)
固定资产	21,898.40	40.52	15,584.22	12.60	13,840.00
其中：机器设备	8,171.91	100.86	4,068.37	8.92	3,735.26
营业收入	86,031.81	68.32	51,111.03	31.61	38,835.09
产 能	溶液剂 (吨)	1,500.00	100.00	750.00	750.00
	激素膏 剂(万 支)	1,000.00		1,000.00	1,000.00
	普通膏 剂(万 支)	1,250.00		1,250.00	1,250.00
	片剂(万 片)	17,604.00		17,604.00	

注：公司于 2020 年 11 月非同一控制下企业合并重庆多原后新增片剂产能。

2021 年末，公司固定资产较 2020 年末增加 12.60%，与营业收入的变动趋势一致，但是增幅小于营业收入增速，主要系：（1）联苯苄唑溶液的销售收入快速增长，其对应的溶液剂产能利用率从 74.57%提高至 2021 年度的 98.56%，导致营业收入增速较快；（2）公司新增壬二酸净颜凝露等功效性护肤品，该部分产品主要委外生产，不涉及购置相应机器设备。

2022 年末，公司固定资产较 2021 年末增加 40.52%，与营业收入和产能的变动趋势一致。2022 年度，公司车间改造项目的溶液剂车间等达到预定可使用状态，因此固定资产和机器设备大幅增加，与溶液剂产能提高、营业收入增长相匹配。由于机器设备在 2022 年下半年转固，因此其增幅大于营业收入增速，具有商业合理性。

2. 结合生产特点说明固定资产折旧政策合理性，专用设备是否适用加速折旧，房屋及建筑物、专用设备具体折旧年限的分布金额及其合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，折旧费用计提是否充分

（1）结合生产特点说明固定资产折旧政策合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，折旧费用计提是否充分

公司根据与固定资产有关的经济利益的预期实现方式，以其使用效能为基础估计机器设备的预期使用年限，并据此合理确定固定资产折旧年限时，使用年限平均法计提固定资产折旧，符合《企业会计准则》的规定，具有合理性。

公司固定资产折旧年限与同行业可比公司对比如下：

单位：年

项 目	房屋及建筑物	通用设备	专用设备	运输工具
华邦健康	10-50	3-5	3-15	4-10
兴齐眼药	25	3-5	10	4
佐力药业	15-40	5	15	5
公司	20-50	3-5	5-15	4-10

公司采用较为谨慎的固定资产折旧年限，符合所在行业的经营特点，与同行业可比公司不存在重大差异，折旧费用计提充分。

（2）专用设备是否适用加速折旧

报告期内，公司专用设备不适用加速折旧的情况。主要系：

1) 公司主要专用设备均采购自专业供应商，质量相对较好，主要生产设备并未超过最大设计产能，同时公司对机器设备采用日常维修和计划性维护相结合的保养方式，特种设备的维修由有资质的维保单位进行定期维护，以减少设备故障率和损坏率；

2) 公司在对机器设备进行定期、不定期检修时，会及时更新机器设备的损耗性部件，以实现生产设备长周期安全稳定运行。

综上所述，公司机器设备的效用未随其使用寿命的缩短而明显降低，不存在需要加速计提折旧的情况。

(3) 房屋及建筑物、专用设备具体折旧年限的分布金额及其合理性

截至 2022 年 12 月 31 日，公司房屋及建筑物、专用设备的具体折旧年限如下：

折旧年限	房屋及建筑物			专用设备		
	账面原值 (万元)	原值占比 (%)	累计折旧 (万元)	账面原值 (万元)	原值占比 (%)	累计折旧 (万元)
5 年				2,043.27	25.00	564.39
10 年				5,417.02	66.29	1,000.42
15 年				711.62	8.71	369.13
30 年	12,288.26	100.00	1,809.79			
合 计	12,288.26	100.00	1,809.79	8,171.91	100.00	1,933.94

公司房屋及建筑物主要为办公楼以及设计建造标准相对较高的医药生产车间等，采用钢筋混凝土结构。因此，公司结合房屋建筑物实际使用状态以及维护安排等经验判断，房屋及建筑物摊销期限设定为 30 年相对合理。

公司专用设备主要为与药品生产相关的加工或配套设备，一般使用年限超过 15 年可能会出现无法修复的损坏，或者工艺精度可能出现不可逆转的下降，其中小型专用设备使用年限超过 5 年可能就会出现上述情况。因此，公司根据专用设备的适用特点和维护状态，合理预计使用期限在 5 到 15 年之间，并主要设定为 10 年，具有商业合理性。

(二) 说明各期在建工程资本化、费用化利息情况及具体计算依据，在建工程的会计核算方法，是否混入其他支出或发生闲置、废弃、毁损和减值，报告期各期在建工程转固时点、确定依据及合规性，转固时点与工程竣工时点、原

计划完工时点是否存在较大差异，是否存在已实际完工但人为推迟转固时点的情形

1. 说明各期在建工程资本化、费用化利息情况及具体计算依据

报告期内，公司在建工程利息资本化情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
利息资本化	2.62		
利息费用化	552.48	549.33	615.03
合 计	555.10	549.33	615.03

2020 年度和 2021 年度，公司不存在在建工程利息资本化的情况。

2022 年度，公司与招商银行签订《固定资产借款合同》，该长期借款专门用于重庆生产基地扩建项目，合同约定的借款总金额为 8,000.00 万元，借款期限为 10 年，借款利率为浮动利率，按季度结息。借款计息金额以公司实际提取金额为准。截至 2022 年 12 月 31 日，公司累计提款金额为 980.00 万元。

公司在 2022 年 11 月 15 日和 2022 年 12 月 29 日分别借入 490.00 万元，产生应计利息 2.62 万元，资本化利息计入在建工程 2.62 万元。

2. 在建工程的会计核算方法，是否混入其他支出或发生闲置、废弃、毁损和减值

(1) 在建工程的会计核算方法

公司自行建造的在建工程按实际成本计价，实际成本由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成，包括建筑施工成本、设备购置成本、设计勘察成本、人工成本、应予资本化的借款费用以及应分摊的间接费用等。

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。所建造的在建工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程实际成本，按估计的价值转入固定资产，并按固定资产折旧政策计提折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

(2) 在建工程项目未混入其他支出

报告期内，公司在建工程主要为新建车间厂房和购置机器设备等。对于车间

厂房等房屋建筑物，公司根据建筑施工合同、工程结算协议、发票等原始单据确定入账价值，对于需进行安装调试的机器设备，公司根据设备采购合同、发票等原始单据确定入账价值。

报告期内，公司按项目归集在建工程成本，均为工程建设或机器设备达到预定可使用状态前所发生的必要支出，不存在混入其他支出的情况。

(3) 在建工程未发生闲置、废弃、毁损和减值

报告期内，公司定期对在建工程进行检查，并在报告期各期末对在建工程进行盘点，实地观察在建工程施工情况。报告期各期末，公司在建工程状况良好，不存在闲置、废弃或毁损的情况。

报告期各期末，公司购置的机器设备不存在市场价格大幅下降的情况，建筑工程不存在停工的情况，且公司所处的市场环境和经营情况均表现良好，在建工程不存在减值迹象，无需计提减值准备，符合《企业会计准则——资产减值》的规定。

3. 报告期各期在建工程转固时点、确定依据及合规性，转固时点与工程竣工时点、原计划完工时点是否存在较大差异，是否存在已实际完工但人为推迟转固时点的情形

报告期内，公司主要在建工程转固情况如下：

单位：万元

项 目	转固金额	转固时点	确定依据	相关工程记录时点
研发质检楼改造工程	978.92	2021年9月	达到预定可使用状态	2021年7月竣工，2021年8月现场验收，2021年9月获得竣工环境保护验收报告
制剂生产基地改扩建项目-车间改造	3,254.88	2022年9月	达到预定可使用状态	2022年9月竣工，并获得药品监督管理局 GMP 符合性检查报告

研发质检楼改建工程主要系对研发质检楼内部三层平面进行整体改造，对理化检验、仪器分析、微生物检验、各功能实验室及其他辅助功能区、配套设施整体改造。根据新修订的《中华人民共和国固体废物污染环境防治法》和《关于发布〈建设项目竣工环境保护验收暂行办法〉的公告》，公司按相关法规要求完

成该项目环境影响评价分析、环境保护验收工作，经验收合格后达到预定可使用状态，主体工程方可投入使用。2021 年 9 月，公司获得竣工环境保护验收报告，将其转入固定资产并计提折旧。

制剂生产基地改扩建项目-车间改造主要系对溶液剂车间等的改造。由于药品的特殊性，医药制造企业必须在药品监管部门的监管下进行生产，与药品生产相关的固定资产，如机器设备、生产厂房等，需要药品监管部门出具核查意见同意后方可投入使用。2022 年 9 月，公司获得药品监督管理局 GMP 符合性检查报告，将其转入固定资产并计提折旧。

综上所述，公司在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产，转固时点符合《企业会计准则第 4 号——固定资产》相关规定，转固确定依据充分，与相关工程记录时点一致，与原计划完工时点不存在较大差异，不存在已实际完工但人为推迟转固时点的情形。

（三）说明报告期各期无形资产中非专利技术的具体构成及来源，非专利技术入账价值的公允性，土地使用权的变动情况及摊销期限是否符合《企业会计准则》的规定；无形资产的减值测试情况，是否存在减值迹象

1. 说明报告期各期无形资产中非专利技术的具体构成及来源，非专利技术入账价值的公允性

报告期内，公司主要非专利技术的具体情况如下：
单位：万元

项 目	入账价值 (万元)	报告期内占 比 (%)	计价依 据	来源
火把花根片批件	2,400.00	44.34	评估价 值	2020 年，公司非同一 控制下企业合并重 庆多原形成
盐酸特比萘芬喷雾 剂批件	666.00	12.30	合同成 本	2021 年，公司外购形 成
枸橼酸托法替布批 件	811.36	14.99	历史成 本	2021 年，公司内部研 发形成
吡美莫司乳膏批件	340.00	6.28	合同成 本	2022 年，公司外购形 成
吗替麦考酚酯胶囊 批件	510.24	9.43	合同成 本	2022 年，公司外购形 成
合 计	4,727.60	87.34	-	-

(1) 火把花根片批件

2020 年度，公司非同一控制企业合并重庆多原，并实现对重庆多原子公司重庆药研院的间接收购，从而获得其持有的火把花根片批件。根据上海立信资产评估有限公司出具的《评估报告》（信资评报字[2021]第 060006 号），火把花根片批件的评估价值为 2,400.00 万元，公司按照评估价值作为初始入账价值，具有公允性。

(2) 盐酸特比萘芬喷雾剂批件

2021 年度，公司与广州艾格生物科技有限公司签订转让合同，广州艾格生物科技有限公司将盐酸特比萘芬喷雾剂批件转让给公司，协议转让价格为 666.00 万元，公司按照协议转让价格作为初始入账价值。广州艾格生物科技有限公司与公司不存在关联关系，转让价格系双方根据药品未来收益协商确定，定价方式符合行业惯例，具有公允性。

(3) 枸橼酸托法替布批件

枸橼酸托法替布批件系公司内部研发所形成的非专利技术。2021 年度，公司获得生产批件并从开发支出转入无形资产。根据无形资产会计政策，开发阶段支出指药品研发取得临床批件并开始进行临床实验至取得药品注册批件前的支出，包括相应的临床试验费用、材料耗用、人工成本和化验检验费等，公司将资本化阶段的支出作为初始入账价值，具有公允性。

(4) 吡美莫司乳膏批件

2021 年度，公司与北京阳光诺和药物研究开发股份有限公司签订投资合作协议，双方共同对标的药品进行投资并享有收益。2022 年度，公司获得吡美莫司乳膏批件，并将项目投资成本 340.00 万元作为初始入账价值，具有公允性。

(5) 吗替麦考酚酯胶囊批件

2021 年度，公司与湖南华纳大药厂股份有限公司签订合作协议，双方共同对项目的一致性评价研发进行投资并享有收益。2022 年度，湖南华纳大药厂股份有限公司获得吗替麦考酚酯胶囊批件，公司按照协议约定享有一定的收益权，将项目投资成本 510.24 万元作为初始入账价值，具有公允性。

2. 土地使用权的变动情况及摊销期限是否符合《企业会计准则》的规定

报告期内，公司土地使用权的情况如下：

使用权证号	坐落	面积 (m ²)	账面原值 (万元)	取得方式	取得时间	摊销方法
苏(2021)无锡市不动产权第0108959号	无锡市锡山区锡北镇泾新路35号	37,746.00	2,050.65	出让	2019年	以平均年限法按照50年摊销
渝(2022)长寿区不动产权第000879099号	重庆市长寿区新市工业组团新C1-2/02号地块	39,910.05	927.34	出让	2022年	以平均年限法按照50年摊销

根据《企业会计准则第6号——无形资产》的规定，使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。公司土地使用权均为工业用地，土地证登记使用年限为50年，公司按照土地权证记载年限按照直线法摊销，符合《企业会计准则》的规定。

3. 无形资产的减值测试情况，是否存在减值迹象

报告期各期末，公司无形资产账面价值如下：

单位：万元

项 目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
土地使用权	2,671.93	1,793.33	1,834.34
专利权	26.83	28.98	31.35
管理软件	441.61	435.07	269.37
商标	435.31	490.37	525.58
非专利技术	4,021.98	3,648.22	2,529.48
合 计	7,597.66	6,395.97	5,190.13

公司在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象：①资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；②企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；③市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；④有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；⑤资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；⑥企业内部报

告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等；⑦其他表明资产可能已经发生减值的迹象。如果存在上述减值迹象，公司将对相关无形资产进行减值测试，确定其可回收金额，并计提减值准备。

（1）土地使用权

公司目前经营情况良好，营业规模和效益逐年扩大，因此土地使用权不存在减值迹象，无需进行减值测试。

（2）专利权

专利权为胶原蛋白敷料的医疗器械注册证书。报告期内，公司胶原蛋白敷料产品正常销售中，不存在减值迹象，无需进行减值测试。

（3）管理软件

管理软件为用友等办公软件。公司目前经营情况良好，营业规模和效益逐年扩大，因此管理软件不存在减值迹象，无需进行减值测试。

（4）商标

商标主要为火把花注册商标。报告期内，公司火把花根片销售情况良好，且根据评估机构对相关资产组的减值测试结果，不存在减值迹象，无需计提减值准备。

（5）非专利技术

报告期内，公司主要非专利技术如下：

1) 火把花根片批件用于生产火把花根片。报告期内，火把花根片销售收入分别为 1,271.57 万元、3,444.27 万元和 4,454.67 万元，呈现逐年增长的趋势，且根据评估机构对相关资产组的减值测试结果，资产市价正常，资产尚未减值，无需计提减值准备。

2) 盐酸特比萘芬喷雾剂批件用于生产盐酸特比萘芬喷雾剂。2021 年度和 2022 年度，盐酸特比萘芬喷雾剂销售收入分别为 148.05 万元和 903.59 万元，销售情况良好，资产市场未有重大变化。该资产使用寿命确定，不存在上述所描述的减值迹象，只需正常摊销，无需计提减值准备。

3) 枸橼酸托法替布批件用于生产托法替布片剂。报告期各期末，公司对开发支出进行了减值测试，托法替布片剂项目的可回收金额高于账面价值，资产市

价正常，资产市场未有重大变化，不存在上述所描述的减值迹象，无需计提减值准备。2023年3月，公司与山西同达药业有限公司签订转让合同，以总价990.00万元将枸橼酸托法替布批件进行转让，该转让价格高于账面价值，亦无需计提减值准备。

4) 吡美莫司乳膏批件用于生产吡美莫司乳膏。公司在2022年11月获得吡美莫司乳膏批件，相应产品刚刚开始投产，因此报告期内没有销售收入。吡美莫司乳膏的市场环境在近期未发生重大变化，该资产使用寿命确定，不存在上述所描述的减值迹象，只需正常摊销，无需计提减值准备。

5) 吗替麦考酚酯胶囊批件用于生产吗替麦考酚酯胶囊。2022年度，吗替麦考酚酯胶囊批件对应的收入为62.91万元，其市场开拓刚刚起步，市场环境在近期未发生重大变化，因此公司认为其不存在上述所描述的减值迹象，只需正常摊销，无需计提减值准备。

综上所述，公司无形资产不存在减值迹象，相应无形资产的减值测试结果表明可回收金额高于账面价值，无需计提减值准备。

(四) 核查程序和核查结论

1. 针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

(1) 获取公司报告期各期末固定资产明细表和产能变动情况表，对比产能利用率，了解固定资产变动情况，分析与生产经营、产能变动是否匹配；

(2) 获取同行业可比公司的定期报告，对比分析公司与同行业可比公司的固定资产折旧政策；

(3) 获取公司报告期各期末固定资产明细表，分析房屋及建筑物、专用设备具体折旧年限的分布金额及其合理性；

(4) 获取公司在建工程资本化对应的借款和计算表，核查资本化利息是否恰当、合理测算；

(5) 查阅公司报告期内在建工程会计政策，并结合在建工程明细账和固定资产盘点情况，核查是否混入其他支出或发生闲置、废弃、毁损和减值；

(6) 获取公司报告期内在建工程竣工验收资料，对转固资产进行实地勘察，查阅函证工程供应商的回函，访谈相关工程人员，获取相应的结算资料。核查转固时点与工程竣工时点、原计划完工时点是否存在较大差异，是否存在已实际完

工但人为推迟转固时点的情形；

(7) 获取公司报告期内主要非专利技术对应的合同和评估报告，了解其来源，并分析非专利技术入账价值的公允性；

(8) 获取公司土地使用权证书，对比使用期间与摊销期间是否存在重大差异，摊销期限是否符合《企业会计准则》的规定；

(9) 访谈管理层，了解公司无形资产是否进行减值测试，并结合销售明细表和评估报告等资料，分析公司无形资产是否存在减值迹象。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

(1) 公司固定资产的变动趋势与生产经营、产能变动相匹配，不存在重大异常；公司专用设备不存在需要加速折旧的情形，房屋及建筑物和专用设备的折旧年限分布符合会计政策的要求，具有合理性；公司固定资产折旧政策符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司不存在较大差异，折旧费用计提充分；

(2) 公司在建工程核算方法符合《企业会计准则》的规定，未混入其他支出或发生闲置、废弃、毁损和减值；公司在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产，符合《企业会计准则》的规定，与相关工程记录时点一致，与原计划完工时点不存在较大差异，不存在已实际完工但人为推迟转固时点的情形；

(3) 公司非专利技术主要来源于非同一控制下企业合并、内部研发和外购，入账价值公允，不存在重大异常；公司土地使用权的摊销期限符合《企业会计准则》的规定；公司无形资产不存在减值迹象，相应无形资产的减值测试结果表明可回收金额高于账面价值，无需计提减值准备。

十七、关于长期股权投资和商誉

申报材料显示：（1）2022 年末，发行人长期股权投资余额为 2,447.05 万元，主要是对山东艾格林制药有限公司、重庆九秉医药有限公司 2 家公司的投资。（2）2022 年末，发行人商誉账面价值为 2,846.41 万元，相关商誉系 2020 年收购重庆多原企业管理有限公司 98%的股权所形成的。请发行人：（1）说明长期股权投资的初始确认及后续计量方法、会计处理过程及其经营业绩的影响、是否符合《企业会计准则》的规定，并结合被投资单位的经营情况，说明长期股权投资是否存在减值迹象，是否需计提减值准备。（2）说明商誉的形成背景、

入账价值准确性，结合重庆多原企业管理有限公司经营情况说明各报告期末商誉是否存在减值迹象，商誉减值准备计提是否充分。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函 25）

（一）说明长期股权投资的初始确认及后续计量方法、会计处理过程及其经营业绩的影响、是否符合《企业会计准则》的规定，并结合被投资单位的经营情况，说明长期股权投资是否存在减值迹象，是否需计提减值准备

报告期各期末，公司长期股权投资均为对联营企业的投资，分别为对山东艾格林制药有限公司和重庆九秉医药有限公司的股权投资，具体情况如下：

单位：万元

公司名称	2022 年末
山东艾格林公司	1,438.19
重庆九秉公司	1,008.86
合 计	2,447.05

1. 说明长期股权投资的初始确认及后续计量方法、会计处理过程及其经营业绩的影响、是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》的相关规定：以支付现金取得的长期股权投资，应当按照实际支付的购买价款作为初始投资成本，并按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值。

公司投资山东艾格林制药有限公司 1,500 万元并持有 25%股权，投资重庆九秉医药有限公司 1,000 万元并持有 12.5%股权，无法控制上述被投资单位的日常经营决策，但均在其董事会派驻一名董事，能够对其产生重大影响，因此对上述投资应采用权益法核算，将实际支付的投资款作为长期股权投资的初始投资成本，具体会计处理如下：

初始确认	后续计量
支付现金方式取得被投资方股权 借：长期股权投资-投资成本 贷：银行存款	根据应享有净利润份额确认投资收益 借：长期股权投资-损益调整 贷：投资收益

报告期内，被投资单位对公司经营业绩的影响如下：

单位：万元

项 目	2022 年度
投资山东艾格林公司确认的投资收益	-61.81
投资重庆九秉公司确认的投资收益	8.86
小 计	-52.95
利润总额	15,962.38
投资收益占利润总额的比例	-0.33%

2022 年度，公司长期股权投资的投资收益为-52.95 万元，占利润总额的比例为-0.33%，对经营业绩的影响相对较小。

综上所述，公司对联营企业具有重大影响，以投资款作为初始投资成本并采用权益法进行核算，符合《企业会计准则》的规定。

2. 并结合被投资单位的经营情况，说明长期股权投资是否存在减值迹象，是否需计提减值准备

2022 年度，被投资单位的经营情况如下：

单位：万元

项 目	山东艾格林制药有限公司	重庆九秉医药有限公司
总资产	5,050.97	2,438.59
净资产	4,961.32	1,352.82
营业收入		3,219.78
净利润	-247.26	70.91

注：财务数据为公司在 2022 年中投资后的经营情况

山东艾格林制药有限公司从事原料药的研发和生产，主要规划生产维 A 酸、维胺酯胶囊、硫酸阿贝卡星、异维 A 酸、阿普斯特、米拉贝隆等产品，其尚处于筹建期，工程建设正在有序开展，因此暂时未产生营业收入。山东艾格林制药有限公司主要产品市场前景广阔，在保障公司原料药供应的基础上，预计未来能够给公司带来经济利益，不存在明显减值迹象，无需计提减值准备。

重庆九秉医药有限公司从事互联网医药品牌运营，包括医药互联网零售、互联网营销，通过渠道运营、数字营销、供应链管理、客户服务创造价值。重庆九秉医药有限公司公司成立于 2021 年度，目前仍处于业务开拓初期，自公司投资后，其实现净利润 70.91 万元，不存在明显减值迹象，无需计提减值准备。

综上所述，被投资单位均正常经营，公司长期股权投资不存在减值迹象，无需计提减值准备。

(二) 说明商誉的形成背景、入账价值准确性，结合重庆多原企业管理有限公司经营情况说明各报告期末商誉是否存在减值迹象，商誉减值准备计提是否充分

1. 说明商誉的形成背景、入账价值准确性

2020 年度，为改善肾病领域产品结构，公司以 6,500 万元受让重庆多原 98% 股权，以实现对重庆多原子公司重庆药研院的间接收购。重庆多原除控股重庆药研院外，无其他实际经营业务。重庆药研院主要从事火把花根片等中药药品的研发和生产，其火把花根片具有较大的临床药用价值。本次收购旨在基于公司通过昆仙胶囊学术研究和市场营销的经验优势，打造雷公藤系列产品，并与昆仙胶囊产生协同效应，进一步提升公司在肾病领域的市场规模。

具体收购过程：2020 年 4 月 20 日，公司与重庆多普泰制药股份有限公司签订股权投资协议，双方同意知原药业以 1,980 万元受让重庆多原 49% 股权。2020 年 11 月 2 日，公司与重庆多普泰制药股份有限公司签订股权转让协议，双方同意知原药业以 4,520 万元受让重庆多原 49% 股权。

根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》规定：处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合下列一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：（1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；（2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；（3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；（4）一项交易单独考虑时是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。公司在 2020 年度两次收购重庆多原股权时交易价格差异较大，第二次交易单独考虑是不经济的，应与第一次交易一并考虑，两次交易是在考虑了彼此影响的情况下订立，交易整体达成才能保证公司控制重庆多原，且两次交易间隔在 1 年以内，因此将其作为一揽子交易进行会计处理，以整体交易对价 6,500 万元作为受让重庆多原 98% 股权的成本，以支付收购款超过 50% 的时间点，即 2020 年 11 月 25 日作为收购日。

商誉的具体确定过程如下：

单位：万元

项 目	金 额
收购对价	6,500.00
减：取得的可辨认净资产公允价值份额	3,637.30
商誉	2,862.70

注：可辨认净资产公允价值按照上海立信资产评估有限公司出具的《资产评估报告》确定

综上所述，公司商誉确认符合《企业会计准则》的相关规定，入账价值准确。

2. 结合重庆多原企业管理有限公司经营情况说明各报告期末商誉是否存在减值迹象，商誉减值准备计提是否充分

根据《企业会计准则第8号——资产减值》和《会计风险监管提示第8号——商誉减值》的规定，公司在每年年度终了对商誉进行减值测试。其中，2020年末由于收购时间间隔较短，收购标的的经营情况未发生重大变化，因此由公司自行进行减值测试。2021年末和2022年末，公司均聘请了专业资产评估机构对资产组的可收回金额进行估值，参考专业意见，对商誉是否减值进行了审慎估计。商誉减值测试采用收益法，估算企业自由现金流量并选用适当的折现率求出自由现金流量。各期自由现金流量=营业收入-营业成本-税金及附加-期间费用+折旧和摊销-资本性支出-营运资金变动额；各期与商誉相关资产组现金流量折现值=预测期期间的现金流量现值之和+永续期之后的现金终值-初始营运资金。

公司将重庆药研院视为一个资产组，并以该资产组为基础进行相关商誉的测试，商誉资产组的界定与商誉的初始确认以及以后年度进行减值测试时的资产组业务内涵相同，资产组剔除了营运资产、非经营性资产和负债。

2020年末由于收购时间间隔仅1个月，收购标的的经营情况未发生重大变化，因此公司自行进行减值测试的结果表明商誉无需计提减值准备。根据上海加策资产评估有限公司出具的资产评估报告，2021年末和2022年末，公司收购重庆多原形成的商誉相关资产组可收回金额分别为10,300.00万元和11,300.00万元，均高于包含商誉的资产账面价值，因此商誉均无需计提减值准备。

公司采用未来现金流量折现的方法确定资产组的可收回金额，商誉减值测试选取的主要参数包括营业收入预测期增长率、折现率、毛利率、销售费用率等，

具体情况如下：

(1) 收入增长率

报告期内，公司预测的收入增长率情况如下：

单位：万元

2022 年度						
项目	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	永续期
营业收入	6,639.81	8,052.78	9,465.74	10,878.71	11,585.19	11,585.19
收入增长率	37.06%	21.28%	17.55%	14.93%	6.49%	-
2021 年度						
项目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	永续期
营业收入	4,733.52	6,538.53	7,929.12	9,319.70	10,710.29	10,710.29
收入增长率	26.83%	38.13%	21.27%	17.54%	14.92%	-
2020 年度						
项目	2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	永续期
营业收入	3,085.70	5,059.90	7,155.80	8,881.20	10,479.50	10,479.50
收入增长率	80.96%	63.98%	41.42%	24.11%	18.00%	-

2021 年度和 2022 年度，营业收入分别为 3,732.21 万元和 4,844.62 万元，实际收入增长率分别为 118.87%和 29.81%，增长幅度较为明显。公司收购重庆多原后，利用自有团队在肾病领域的学术研究和市场营销的经验优势，增强了火把花根片的市场竞争力，同时将火把花根片销售渠道进一步扩展到全国，带动火把花根片销售规模快速增长。

资产组主要产品为火把花根片，主治祛风除湿、舒筋活络、清热解毒，主要用于类风湿性关节炎、红斑狼疮等治疗，具有以下优势：1) 采用昆明山海棠毒性较低的去皮根芯研制成，毒性作用较低，具有较好的安全性和稳定性；2) 对 III、IV 型变态反应有强烈的抑制效果，对 I 型变态反应无明显影响，在发挥强的免疫抑制效果的剂量下，不引起胸腺、脾脏等中央免疫器官萎缩；3) 在发挥良好治疗效果的同时，不会损伤免疫器官及防御性免疫反应，不会引起感染等一系列严重并发症。

根据全国医药工业统计数据显示，在我国医药产业各子行业主营业务收入规

模中，中成药生产和中药饮片加工在 2021 年度的主营业务收入分别达到 4,862.00 亿元和 2,057.00 亿元，同比增长 11.80%和 13.60%。因此，管理层预测未来收入增长率随着销售规模的增长而有所下降，收入增长率将逐渐低于近两年实际收入增长率，并与中成药增长率相当，具有商业合理性。

(2) 毛利率

报告期内，公司预测的毛利率情况如下：

单位：%

2022 年度						
项 目	2023 年 度	2024 年 度	2025 年 度	2026 年 度	2027 年 度	永续期
毛利率	84.35	84.51	84.66	84.82	84.97	84.97
2021 年度						
项 目	2022 年 度	2023 年 度	2024 年 度	2025 年 度	2026 年 度	永续期
毛利率	83.30	83.90	84.10	84.29	84.47	84.47
2020 年度						
项 目	2021 年 度	2022 年 度	2023 年 度	2024 年 度	2025 年 度	永续期
毛利率	72.33	74.82	75.69	76.54	75.99	75.99

2021 年度和 2022 年度，火把花根片实际毛利率分别为 78.26%和 84.24%。火把花根片毛利率上升，主要系随着生产工艺改进和营业收入增长，分摊的单位固定成本下降所致。因此，管理层预测未来毛利率在 83%至 85%之间，与近两年实际毛利率基本相当，具有商业合理性。

(3) 折现率

按照收益额与折现率口径一致的原则，商誉减值测试的评估收益口径为企业自由现金流，则折现率采用（所得）税前加权平均资本成本计算确定，计算公式如下：

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

其中，Re 为股权期望报酬率，Rd 为债权期望报酬率，E 为股权价值，D 为债权价值，T 为所得税税率。

股权期望报酬率采用资本资产定价模型（CAPM）计算，公式如下：

$$R_e = R_f + \beta \times (R_m - R_f) + \varepsilon$$

其中， R_f 为无风险利率， β 为股权系统性风险调整系数， R_m 为市场收益率， $R_m - R_f$ 为市场风险溢价， ε 为特定风险报酬率。

商誉减值测试过程中，股权系统性风险调整系数根据可比公司的加权剔除财务杠杆调整 β 值确定；无风险利率 R_f 选取国债的平均到期收益率，具体选取的数据为自基准日起距到期时间为 10 年以上的国债的到期收益率（复利）；市场风险溢价 $R_m - R_f$ 是指投资者对与整体平均风险相同的股权投资所要求的预期超额报酬率，即超过无风险利率的风险补偿。其中，市场收益率 R_m 借助同花顺 iFinD 数据终端，选择中国股票市场最具有代表性的沪深 300 指数，采用每年年底沪深 300 指数成份股年末的交易收盘价（复权价），以 10 年为一个周期，采用滚动方式估算 300 只股票中每只股票 10 年的几何平均值。通过上述方式确定相关指标后，计算出税后折现率，2020 年末、2021 年末和 2022 年末税后折现率分别为 12.80%、13.00% 和 13.00%，相应的税前折现率分别为 15.06%、14.31% 和 14.46%，公司折现率的计算过程充分考虑了宏观、行业、地域、特定市场、特定市场主体的风险因素的匹配性，与未来现金流量一致均采用了税前口径。

（4）销售费用率

报告期内，公司预测的销售费用率情况如下：

单位：万元

2022 年度						
项 目	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	永续期
销售费用	3,197.03	3,810.77	4,420.69	5,031.84	5,361.71	5,361.71
销售费用率	48.15%	47.32%	46.70%	46.25%	46.28%	46.28%
2021 年度						
项 目	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	2026 年度	永续期
销售费用	2,231.66	3,191.15	3,792.67	4,395.46	4,999.57	4,999.57
销售费用率	47.15%	48.81%	47.83%	47.16%	46.68%	46.68%
2020 年度						

项 目	2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年度	永续期
销售费用	1,403.90	2,179.81	2,997.79	3,629.11	4,179.47	4,179.47
销售费用率	45.50%	43.08%	41.89%	40.86%	39.88%	39.88%

2021 年度和 2022 年度，资产组实际销售费用率分别为 31.63%和 41.70%。考虑到资产组尚处于市场拓展阶段，预计仍会支出相对较高的市场推广费。因此，管理层预测未来销售费用率在 40%至 50%之间，高于近两年实际销售费用率，具有商业合理性。

综上所述，资产组在 2021 年度和 2022 年度分别实现净利润 1,027.24 万元和 437.73 万元，高于预测净利润，经营情况良好，各报告期末商誉不存在减值迹象，无需计提商誉减值准备。

（三）核查过程和核查结论

1. 针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

（1）查阅《企业会计准则》中关于长期股权投资的相关规定，获取公司对被投资单位的出资协议等资料，判断公司对其是否存在重大影响，分析相关处理是否符合《企业会计准则》的规定；

（2）获取并查阅被投资单位的财务报表，了解被投资单位的经营状况，分析其经营状况对公司的整体影响程度，以及是否存在减值迹象；

（3）访谈公司财务总监，了解商誉的形成背景和相关会计处理；

（4）获取商誉形成的股权转让协议、评估报告等相关文件，复核股权收购价格、可辨认净资产公允价值以及商誉初始确认金额计算是否准确；

（5）获取并复核资产评估机构以及管理层商誉减值测试所依据的关键参数以及基础数据，分析相关会计处理、信息披露和审计评估情况是否符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》和《会计风险监管提示第 8 号——商誉减值》的规定。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

（1）公司长期股权投资的初始确认及后续计量方法、会计处理过程，符合《企业会计准则》的相关规定，被投资单位经营正常，对公司经营业绩的影响相对较小，长期股权投资不存在减值迹象，无需计提减值准备；

(2) 公司商誉会计处理过程符合《企业会计准则》的相关规定，入账价值准确，重庆多原企业管理有限公司经营情况良好，报告期各期末，公司商誉减值测试的具体过程、测算方法、关键参数合理严谨，相关会计处理、信息披露和审计评估情况符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》和《会计风险监管提示第 8 号——商誉减值》的规定，经测试，报告期末商誉不存在减值，无需计提商誉减值准备。

十八、关于其他财务问题

申报材料显示：（1）2021 年发行人在高新技术企业复审中未通过，无法减按 15%缴纳企业所得税，当年所得税费用占利润总额比例上升。（2）报告期各期，计入其他收益的政府补助为 1476.79 万元、1705.27 万元、843.36 万元；报告期各期末，发行人递延收益余额分别为 796.21 万元、1,305.47 万元和 2,551.81 万元。请发行人：（1）说明 2021 年未通过高新技术企业复审的原因，结合税收优惠占利润总额的比例、与同行业可比公司的差异情况，说明发行人是否对税收优惠存在重大依赖，相关税收优惠的可持续性。（2）说明各项政府补助划分为与资产相关或与收益相关的依据及准确性，计入经常性损益或非经常性的区分标准，发行人享受相关政府补助的条件及期限，发行人业绩对政府补助是否存在重大依赖。请保荐人、申报会计师发表明确意见。（审核问询函 26）

（一）说明 2021 年未通过高新技术企业复审的原因，结合税收优惠占利润总额的比例、与同行业可比公司的差异情况，说明发行人是否对税收优惠存在重大依赖，相关税收优惠的可持续性

1. 说明 2021 年未通过高新技术企业复审的原因

根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2016]32 号）和《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火[2016]195 号）的规定，公司 2021 年度申报之时符合高新技术资质的认定要求，具体情况如下：

序 号	申请条件	母公司情况	是否符合申请条件
1	企业申请认定时须注册成立一年以上	母公司成立于 1999 年 3 月，并于 2020 年 11 月整体变更设立为股份有限公司，注册	是

		成立时间一年以上	
2	企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	母公司已取得的专利以自主研发为主，且其中多项专利对主要产品在技术上发挥核心支持作用	是
3	对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	母公司属于医药制造业，对主要产品发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的二、生物与新医药技术	是
4	企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	2020 年度，母公司从事研发和相关技术创新活动的科技人员占当年员工总数的比例超过 10%	是
5	企业近三个会计年度（实际经营期不满三年的按实际经营时间计算，下同）的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合如下要求：最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%；最近一年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元（含）的企业，比例不低于 4%；最近一年销售收入在 2 亿元以上的企业，比例不低于 3%。其中，企业在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	母公司 2020 年度销售收入在 2 亿元以上，近三个会计年度研究开发费用总额占同期销售收入总额超过 3%，且全部研究开发费用均在中国境内发生	是
6	近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	母公司 2020 年度高新技术产品（服务）收入占同期总收入的比例超过 60%	是
7	企业创新能力评价应达到相应要求	母公司具有自主创新能力，在知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等方面均能够达到企业创新能力评价应达到的要求	是
8	企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事	母公司申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事	是

	故或严重环境违法行为	故或严重环境违法行为	

由上述表格可见，公司 2021 年度申报时符合高新技术资质相关规定对应的认定要求；公司之所以在 2021 年度未通过高新技术企业认定，主要系申报材料不充分所致，公司对企业能力评价中的科技成果转化存在理解偏差，申报材料未充分反应公司在研项目的专利转化情况，导致最终未能通过高新技术企业认定。

公司在 2022 年度高新技术企业认定申请材料中对上述问题进行了完善，并顺利通过高新技术企业认定。

2. 结合税收优惠占利润总额的比例、与同行业可比公司的差异情况，说明公司是否对税收优惠存在重大依赖，相关税收优惠的可持续性

报告期内，公司税收优惠的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
所得税优惠金额	811.01	6.12	581.85
增值税优惠金额			24.00
税收优惠合计金额	811.01	6.12	605.85
利润总额	15,962.38	11,337.59	6,389.50
占利润总额的比例	5.08%	0.05%	9.48%

报告期内，公司税收优惠合计金额分别为 605.85 万元、6.12 万元和 811.01 万元，占利润总额的比例分别为 9.48%、0.05%和 5.08%，占比较小，对税收优惠不存在重大依赖。

报告期内，公司与同行业可比公司享有的主要税收优惠政策如下：

项 目	华邦健康	兴齐眼药	佐力药业	公司
高新技术企业	是	是	是	是
西部大开发企业	是	否	是	是
小微企业	是	否	是	是
增值税相关优惠	是	是	是	是

报告期内，公司主要享有高新技术企业、西部大开发企业和小微企业的所得税税收优惠，以及增值税相关税收优惠，与同行业可比公司基本一致，不存在重大差异，对税收优惠不存在重大依赖。

报告期内，公司享有的税收优惠均与经营业务密切相关，且相关政策均由科技部、税务总局等国家单位发布，具有广泛性、长期性、持续性的特点，在现行税收政策不发生重大变化的情况下，公司享有的税收优惠政策具有可持续性。

(二) 说明各项政府补助划分为与资产相关或与收益相关的依据及准确性，计入经常性损益或非经常性的区分标准，发行人享受相关政府补助的条件及期限，发行人业绩对政府补助是否存在重大依赖

1. 说明各项政府补助划分为与资产相关或与收益相关的依据及准确性

《企业会计准则第 16 号——政府补助》第四条规定：“政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助，是指企业取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。”公司在收到政府补助时，相关文件中明确款项用途为购建或以其他方式形成长期资产的，将其分类为与资产相关的政府补助；相关文件中未明确款项用途的，公司根据资金实际用途判断，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以按照实际用途判断的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

依据上述原则，报告期内，公司收到的政府补助划分情况如下：

单位：万元

项目	补助总额	与资产相关 /与收益相关	判断依据
2022 年度			
2021 年度锡山区工业发展资金项目补助	39.65	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级的厂房或设备投入等
二硫化硒洗剂及相关皮肤用品的功效评价项目补助	100.00	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级的厂房或设备投入等
一种用于治疗玫瑰痤疮的创新凝胶剂产品的研发及产业化项目补助	20.00	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级的厂房或设备投入等
2022 年度省级战略性新兴产业发展专项资金补助	1,300.00	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级的厂房或设备投入等
2021 年第三批重庆市工业和信息化专项资金项目补助	10.00	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级的厂房或设备投入等
2021 年度无锡市区太湖人才计	150.00	与收益相关	补偿以后期间的成本和费用

项目	补助总额	与资产相关 /与收益相关	判断依据
划创新创业团队及人才项目补助			
2021 年度锡山区现代生物医药产业高质量发展创新奖励	187.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
兼并重组并购奖励	162.50	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
关于锡山区工业企业稳增长奖励	50.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2021 年度锡山区人才发展资金和人才工作跟奖跟补资金补助	30.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
22 年春节期间连续生产工业企业奖补资金	5.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
稳岗补贴	20.94	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
其他	14.62	与收益相关	补偿已发生的成本和费用

2021 年度

基于皮肤、肾病、风湿等免疫领域药物的研制开发与产业化项目补助	48.89	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级的厂房或设备投入等
一种用于治疗玫瑰痤疮的创新凝胶剂产品的研发及产业化项目补助	100.00	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级的厂房或设备投入等
高皮肤滞留量、高稳定性皮肤药物制剂的研发及产业化项目补助	400.00	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级的厂房或设备投入等
共建 JITRI 联合创新中心项目补助	25.00	与收益相关	补偿以后期间的成本和费用
2021 年度无锡市区太湖人才计划创新创业团队及人才项目补助	150.00	与收益相关	补偿以后期间的成本和费用
企业扶持资金补助	404.42	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2018 年度太湖人才计划第二批领军型团队项目补助	300.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2020 年度锡山区生物医药研发创新奖励	240.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2020 年度“太湖人才计划”创新创业团队及创业人才补助	100.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
企业上市融资奖励	100.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2020 年度独角兽企业补助	90.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用

项目	补助总额	与资产相关 /与收益相关	判断依据
企业股份制改制奖励	58.15	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2020 年度两化深度融合奖励	33.42	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2021 年度知识产权维权补助	30.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
科技创新奖励	29.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2020 年度企业科技创新奖励	20.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2020 年度新技术新产品推广应用 补助	20.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
新产品奖励补助	19.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2020 年度专精特新“小巨人” 奖励	15.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
稳岗补贴	10.82	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2020 年度新技术新产品进目录 奖励	10.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2020 年街道政策兑现奖励	5.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
其他	5.83	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
科技成果转化贷款贴息补助	100.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用

2020 年度

高皮肤滞留量、高稳定性皮肤药 物制剂研发及产业化补助	50.00	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级 的厂房或设备投入等
锡山区工业发展资金项目补助	12.79	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级 的厂房或设备投入等
胶原蛋白敷料质量标准研究及 产品研发补助	50.00	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级 的厂房或设备投入等
精细化管控能力升级项目补助	8.28	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级 的厂房或设备投入等
一种用于治疗玫瑰痤疮的创新 凝胶剂产品的研发及产业化项 目补助	100.00	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级 的厂房或设备投入等
2017 年重庆市工业振兴专项补 助	34.09	与资产相关	补偿公司进行技术改造升级 的厂房或设备投入等
兼并重组项目奖励	396.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
企业发展扶持补助	383.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
生物医药和医疗器械创新奖励	150.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用

项目	补助总额	与资产相关 /与收益相关	判断依据
2020 年度瞪羚企业奖励	80.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
优秀产学研合作补助	40.50	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2019 年度锡山区跟奖跟补补助	30.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2019 年省级专精特新小巨人补助	30.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2018 年、2019 年创业人才及 2020 年创新创业团队补助	20.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2019 年锡山区新技术新产品推广 应用补助	20.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
科技发展资金补助	20.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2019 年锡山区中小企业“专精 特新”补助	15.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
2019 年度企业工程技术研究中心 验收和绩效考评的补助	12.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
“太湖人才计划”升级补助	10.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
独角兽企业补助	10.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
省重点推广应用新技术补助	10.00	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
经营性补贴	9.72	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
稳岗补贴	7.98	与收益相关	补偿已发生的成本和费用
其他	18.20	与收益相关	补偿已发生的成本和费用

公司严格根据《企业会计准则第 16 号——政府补助》的规定和上表列示的划分依据，综合判断是与收益相关还是与资产相关，政府补助划分准确。

2. 计入经常性损益或非经常性的区分标准

中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》对于非经常性损益的定义为：“非经常性损益是指与公司正常经营业务无直接关系，以及虽与正常经营业务相关，但由于其性质特殊和偶发性，影响报表使用人对公司经营业绩和盈利能力做出正常判断的各项交易和事项产生的损益……非经常性损益通常包括计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外。”报告期内，公司收到的政府补助与正常经营业务密切相关，但是不属于按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助，其性质具有偶发性，因此公

司全部将其列入非经常性损益。

3. 公司享受相关政府补助的条件及期限

报告期内，公司计入当期损益的政府补助明细如下：

项 目	期限	本期摊销	列报科目	政策依据及条件
2022 年度				
固体制剂车间生产线技术改造补助	10 年	18.48	其他收益	中共锡山区委锡山区人民政府《关于深化现代产业发展政策的意见》（锡委发[2017]39 号）
用于治疗骨质疏松症的 3.1 类新药醋酸巴多昔芬原料药及片剂研制开发补助	10 年	17.60	其他收益	无锡市科技局无锡市财政局《关于下达 2018 年度无锡市科技发展资金第五批科技发展计划项目及经费的通知》（锡科技[2018]238 号、锡财工贸技[2018]97 号）
2018 年度太湖人才计划第二批领军型团队项目补助	10 年	14.76	其他收益	中共无锡市委组织部无锡市人才工作领导小组办公室无锡市科技局无锡市工业和信息化局无锡市财政局无锡市人力资源和社会保障局无锡市卫生健康委员会《关于确定 2018 年度、2019 年度无锡市“太湖人才计划”支持对象的通知》（锡组通[2019]68 号）
一种用于治疗玫瑰痤疮的创新凝胶剂产品的研发及产业化项目补助	10 年	11.64	其他收益	无锡市科技局无锡市财政局《关于下达 2020 年度无锡市科技发展资金第十九批科技发展计划项目及经费的通知》（锡科规[2020]218 号）
高皮肤滞留量、高稳定性皮肤药物制剂的研发及产业化项目补助	225 月	28.74	其他收益	江苏省工业和信息化厅江苏省财政厅《关于组织 2021 年度江苏省工业和信息产业转型升级专项资金项目申报的通知》（苏工信综合[2021]198 号）
2022 年度省级战略性新兴产业发展专项资金补助	320 月	12.19	其他收益	江苏省发展和改革委员会江苏省财政厅《关于组织申报 2022 年省级战略新兴产业发展专项资金项目的预通知》（苏发改高技发[2022]67 号）
共建 JITRI 联合创新中心项目补助	1 年	25.00	其他收益	江苏省产业技术研究院与公司于 2021 年 6 月 29 日签署的《共建 JITRI-知原药业联合创新中

项 目	期限	本期摊销	列报科目	政策依据及条件
				心合作协议》
2021 年度无锡市区太湖人才计划创新创业团队及人才项目补助	1 年	187.24	其他收益	无锡市科技局无锡市财政局《关于下达 2021 年度无锡市区“太湖人才计划”创新创业团队及人才项目扶持经费的通知》（锡科财[2021]169 号）
2021 年度锡山区现代生物医药产业高质量发展创新奖励	1 年	187.00	其他收益	无锡市锡山区科学技术局《关于组织申报 2021 年度第二批锡山区科创产业发展资金（产学研合作补助、生物医药产业高质量发展奖励）项目的通知》（锡山科发[2021]25 号）
兼并重组并购奖励	1 年	162.50	其他收益	无锡市锡山区人民政府《关于鼓励企业做大做强提升竞争力的政策意见（试行）的通知》（锡府发[2021]6 号）
关于锡山区工业企业稳增长奖励	1 年	50.00	其他收益	无锡市锡山区工业和信息化局文件《关于锡山区工业企业稳增长奖励申报情况的报告》（锡工信[2022]70 号）
2021 年度锡山区人才发展资金和人才工作跟奖跟补资金补助	1 年	30.00	其他收益	无锡市锡山区科技和人才工作领导小组人才工作办公室无锡市锡山区科学技术局无锡市锡山区财政局无锡市锡山区人力资源和社会保障局《关于拨付 2021 年度锡山区人才发展资金和人才工作跟奖跟补资金的通知》
稳岗补贴	1 年	20.94	其他收益	中央人民政府人力资源社会保障部财政部国家税务总局《关于做好失业保险稳岗位提技能防失业工作的通知》（人社部发[2022]23 号）、无锡市锡山区人力资源和社会保障局《关于申报锡山区春节期间企业一次性稳岗留工奖补的通知》（锡人社[2022]5 号）、浙江省人力资源和社会保障厅浙江省财政厅国家税务总局浙江省税务局《关于做好失业保险稳岗位提技能防失业工作的通知》（浙人社发

项 目	期限	本期摊销	列报科目	政策依据及条件
				[2022]37 号) 等
其他 (金额小于 10 万的多笔补助)	-	77.28	其他收益	-
小 计	-	843.36	-	-

2021 年度

固体制剂车间生产线技术改造补助	10 年	20.49	其他收益	中共锡山区委锡山区人民政府《关于深化现代产业发展政策的意见》(锡委发[2017]39 号)
用于治疗骨质疏松症的 3.1 类新药醋酸巴多昔芬原料药及片剂研制开发补助	10 年	17.63	其他收益	无锡市科技局无锡市财政局《关于下达 2018 年度无锡市科技发展资金第五批科技发展计划项目及经费的通知》(锡科技[2018]238 号、锡财工贸技[2018]97 号)
2018 年度太湖人才计划第二批领军型团队项目补助	10 年	20.19	其他收益	中共无锡市委组织部无锡市人才工作领导小组办公室无锡市科技局无锡市工业和信息化局无锡市财政局无锡市人力资源和社会保障局无锡市卫生健康委员会《关于确定 2018 年度、2019 年度无锡市“太湖人才计划”支持对象的通知》(锡组通[2019]68 号)
一种用于治疗玫瑰痤疮的创新凝胶剂产品的研发及产业化项目补助	10 年	11.64	其他收益	无锡市科技局无锡市财政局《关于下达 2020 年度无锡市科技发展资金第十九批科技发展计划项目及经费的通知》(锡科规[2020]218 号)
2021 年度无锡市区太湖人才计划创新创业团队及人才项目补助	1 年	111.87	其他收益	无锡市科学技术局无锡市财政局《关于下达 2021 年度无锡市区“太湖人才计划”创新创业团队及人才项目扶持经费的通知》(锡科人[2021]169 号)
企业扶持资金补助	1 年	404.42	其他收益	无锡市锡山区锡北镇人民政府 2022 年 4 月 27 日出具的《确认函》
2018 年度太湖人才计划第二批领军型团队项目补	1 年	300.00	其他收益	中共无锡市委组织部无锡市人才工作领导小组办公室无锡市科技局无锡市工业和信息化局

项 目	期限	本期摊销	列报科目	政策依据及条件
助				无锡市财政局无锡市人力资源和社会保障局无锡市卫生健康委员会《关于确定 2018 年度、2019 年度无锡市“太湖人才计划”支持对象的通知》（锡组通[2019]68 号）
2020 年度锡山区生物医药研发创新奖励	1 年	240.00	其他收益	无锡市锡山区科学技术局《关于组织申报 2020 年度锡山区科技发展资金项目的通知》（锡科发[2020]10 号）
2020 年度“太湖人才计划”创新创业团队及创业人才补助	1 年	100.00	其他收益	无锡市科技局无锡市财政局《关于下达 2018 年、2019 年“太湖人才计划”创新创业团队及创业人才 2020 年度第二次分年度拨款的通知》（锡科人[2021]8 号）
企业上市融资奖励	1 年	100.00	其他收益	无锡市地方金融监督管理局无锡市财政局《关于发布 2021 年度第二批无锡市现代服务业（金融）扶持资金项目申报指南的通知》（锡金监[2021]29 号）
2020 年度独角兽企业补助	1 年	90.00	其他收益	无锡市科学技术局《市科技局关于组织开展 2020 年无锡市雏鹰企业、瞪羚企业、准独角兽企业评价遴选申报工作的通知》（锡科高[2020]196 号）
企业股份制改制奖励	1 年	58.15	其他收益	无锡市锡山区人民政府《关于鼓励企业利用资本市场提升发展的意见》（锡府发[2018]1 号）
2020 年度两化深度融合奖励	1 年	33.42	其他收益	无锡市锡山区工业和信息化局《关于发布 2020 年度锡山区工业发展资金项目指南及组织项目申报的通知》（锡工信[2020]111 号）
2021 年度知识产权维权补助	1 年	30.00	其他收益	无锡市市监局于 2021 年 9 月 2 日发布的《关于 2021 年度市级促进类、保护类知识产权项目拟立项名单的公示》
科技创新奖励	1 年	29.00	其他收益	重庆市万盛经济技术开发区管委会《关于印发万盛经开区创新激励办法的通知》（万盛经开发[2019]11 号）、《关于公布 2019

项 目	期限	本期摊销	列报科目	政策依据及条件
				年万盛经开区区级研发机构名单的通知》（万盛经开科发[2019]25号）等
2020年度企业科技创新奖励	1 年	20.00	其他收益	无锡市锡山区科学技术局《关于组织申报 2020 年度锡山区科技发展资金项目的通知》（锡科发[2020]10 号）
2020年度新技术新产品推广应用补助	1 年	20.00	其他收益	无锡市锡山区工业和信息化局《关于发布 2020 年度锡山区工业发展资金项目指南及组织项目申报的通知》（锡工信[2020]111 号）
新产品奖励补助	1 年	19.00	其他收益	重庆市财政局《关于办理 2019 年度重大新产品研发成本补助扶持政策的通知》（渝财税[2020]32 号）
2020年度专精特新“小巨人”奖励	1 年	15.00	其他收益	无锡市锡山区工业和信息化局《关于发布 2020 年度锡山区工业发展资金项目指南及组织项目申报的通知》（锡工信[2020]111 号）
稳岗补贴	1 年	10.82	其他收益	无锡市人力资源和社会保障局 无锡市财政局《关于实施企业稳岗扩岗专项支持计划大力开展以工代训工作的通知》（锡人社发[2020]59 号）
2020年度新技术新产品进目录奖励	1 年	10.00	其他收益	无锡市锡山区工业和信息化局《关于发布 2020 年度锡山区工业发展资金项目指南及组织项目申报的通知》（锡工信[2020]111 号）
科技成果转化贷款贴息补助	1 年	100.00	财务费用	无锡市科学技术局无锡市财政局《关于下达 2021 年度无锡市科技发展资金第五批科技发展计划项目及经费的通知》（锡科财[2021]43 号）
其他（金额小于 10 万的多笔补助）	-	43.64	其他收益	-
小 计	-	1,805.27	-	-

2020 年度

项 目	期限	本期摊销	列报科目	政策依据及条件
固体制剂车间生产线技术改造补助	10 年	21.62	其他收益	中共锡山区委锡山区人民政府《关于深化现代产业发展政策的意见》（锡委发[2017]39 号）
用于治疗骨质疏松症的 3.1 类新药醋酸巴多昔芬原料药及片剂研制开发补助	10 年	17.63	其他收益	无锡市科技局无锡市财政局《关于下达 2018 年度无锡市科技发展资金第五批科技发展计划项目及经费的通知》（锡科技[2018]238 号、锡财工贸技[2018]97 号）
国内“首仿”复方制剂卡泊三醇倍他米松软膏的研制开发补助	10 年	94.36	其他收益	无锡市科技局《关于发布 2019 年度无锡市科技发展资金项目（产业前瞻与关键技术研发（工业）、科技型中小企业创新基金、科技保险、省级以上产业技术创新联盟建设资助）指南及组织项目申报的通知》（锡科计[2019]38 号）
2018 年度太湖人才计划第二批领军型团队项目补助	10 年	61.49	其他收益	中共无锡市委组织部无锡市人才工作领导小组办公室无锡市科技局无锡市工业和信息化局无锡市财政局无锡市人力资源和社会保障局无锡市卫生健康委员会《关于确定 2018 年度、2019 年度无锡市“太湖人才计划”支持对象的通知》（锡组通[2019]68 号）
兼并重组项目奖励	1 年	396.00	其他收益	无锡市财政局无锡市工业和信息化局《关于下达 2020 年中央财政应急物资保障体系建设补助资金指标的通知》（锡财工贸[2020]22 号）
企业发展扶持补助	1 年	383.00	其他收益	无锡市锡山区锡北镇人民政府于 2022 年 4 月 27 日出具的《确认函》
生物医药和医疗器械创新奖励	1 年	150.00	其他收益	中共无锡市锡山区委《关于进一步深化现代产业发展政策的意见的通知》（锡发[2019]25 号）
2020 年度瞪羚企业奖励	1 年	80.00	其他收益	无锡市科技局无锡市财政局《关于下达 2020 年度无锡市科技发展资金第十批科技发展计划项目及经费的通知》（锡科规[2020]135 号）

项 目	期限	本期摊销	列报科目	政策依据及条件
优秀产学研合作补助	1 年	40.50	其他收益	中共无锡市锡山区委《关于进一步深化现代产业发展政策的意见的通知》（锡发[2019]25 号）
2019 年度锡山区跟奖跟补补助	1 年	30.00	其他收益	无锡市锡山区科技和人才工作领导小组人才工作办公室 2020 年 2 月 17 日发布的《关于开展 2019 年度锡山区人才发展资金及人才工作跟奖跟补计划申报的公告》
2019 年省级专精特新小巨人补助	1 年	30.00	其他收益	江苏省工业和信息化厅《关于公布 2019 年度江苏省专精特新小巨人企业名单的通知》（苏工信中小[2019]4 号）
2018 年、2019 年创业人才及 2020 年创新创业团队补助	1 年	20.00	其他收益	无锡市锡山区科学技术局于 2020 年 4 月 16 日发布的《关于创新创业人才及团队分年度拨款申请的通知》（锡发[2018]26 号）
2019 年锡山区新技术新产品推广应用补助	1 年	20.00	其他收益	锡山区人民政府办公室《关于印发锡山区促进工业和信息化高质量发展的政策意见的通知》（锡府办[2019]98 号）
科技发展资金补助	1 年	20.00	其他收益	中共无锡市委无锡市人民政府《关于加快实施创新驱动核心战略的若干政策措施》（锡委发[2017]70 号）
2019 年锡山区中小企业“专精特新”补助	1 年	15.00	其他收益	锡山区人民政府办公室《关于印发锡山区促进工业和信息化高质量发展的政策意见的通知》（锡府办[2019]98 号）
2019 年度企业工程技术研究中心验收和绩效考评的补助	1 年	12.00	其他收益	江苏省科技技术厅《关于组织 2019 年度省级工程技术研究中心验收和绩效评估的通知》（苏科条函[2019]81 号）
“太湖人才计划”升级补助	1 年	10.00	其他收益	无锡市人才工作领导小组办公室无锡市科学技术局无锡市人力资源和社会保障局无锡市地方金融监督管理局《2020 年度无锡市“太湖人才计划”跟奖跟补申报公告》（锡人才办[2020]3 号）

项 目	期限	本期摊销	列报科目	政策依据及条件
独角兽企业补助	1 年	10.00	其他收益	中共无锡市锡山区委《关于进一步深化现代产业发展政策的意见的通知》（锡发[2019]25 号）
省重点推广应用新技术补助	1 年	10.00	其他收益	锡山区人民政府办公室《关于印发锡山区促进工业和信息化高质量发展的政策意见的通知》（锡府办[2019]98 号）
其他（金额小于 10 万的多笔补助）	-	55.19	其他收益	-
小 计	-	1,476.79	-	-

报告期内，公司享受的政府补助均具备明确的法律或政策依据，且均按照《企业会计准则第 16 号——政府补助》的规定进行账务处理，与其资产相关的政府补助期限基本在 10 年以上。

4. 公司业绩对政府补助是否存在重大依赖

报告期内，公司政府补助的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
计入其他收益的政府补助	843.36	1,705.27	1,476.79
冲减财务费用的政府补助		100.00	
政府补助合计金额	843.36	1,805.27	1,476.79
利润总额	15,962.38	11,337.59	6,389.50
占利润总额的比例	5.28%	15.92%	23.11%

报告期内，公司政府补助金额占利润总额的比例分别为 23.11%、15.92%和 5.28%，占比逐年大幅下降，经营业绩对政府补助不存在重大依赖。

（三）核查过程和核查结论

1. 针对上述事项，我们主要实施了以下核查程序：

（1）查询《高新技术企业认定管理办法》和《高新技术企业认定管理工作指引》的相关规定，分析公司是否满足相应申请条件；

（2）检索江苏省科技厅、江苏省财政厅、江苏省税务局、科学技术部火炬高技术产业开发中心、高新技术企业认定管理工作网等相关部门网站；

- (3) 访谈公司财务总监，了解 2021 年度未通过高新技术企业复审的原因；
- (4) 查阅审计报告，分析公司税收优惠占利润总额的比例；
- (5) 获取同行业可比公司的定期报告，对比分析公司与同行业可比公司的税收优惠政策情况；
- (6) 核查税收优惠批复文件，结合税收优惠政策，分析公司税收优惠的可持续性；
- (7) 访谈公司财务总监，了解报告期内政府补助的会计处理、计入经常性损益或非经常性的区分标准；
- (8) 核查公司政府补助相关政策文件，分析报告期内政府补助的条件和期限，以及公司的会计处理是否准确；
- (9) 查阅审计报告，分析公司业绩对政府补助是否存在重大依赖。

2. 核查意见

经过核查，我们认为：

- (1) 2021 年度，公司符合高新技术企业认定条件，未通过高新技术企业复审主要系申报材料不充分所致，公司享有的税收优惠政策与同行业可比公司基本一致，税收优惠占利润总额的比例相对较小，公司对税收优惠不存在重大依赖，相关税收优惠具有可持续性；
- (2) 报告期内，公司享受的政府补助均具备明确的法律或政策依据。公司按照《企业会计准则第 16 号——政府补助》对政府补助进行划分，其中与资产相关的政府补助期限基本在 10 年以上，同时公司将政府补助全部计入非经常性损益，会计处理谨慎合理，政府补助金额占利润总额的比例逐年大幅下降，公司经营业绩对政府补助不存在重大依赖。

十九、关于资金流水核查

请保荐人、申报会计师结合《发行类第 5 号》的要求，说明资金流水核查的主要情况及充分性，报告期内现金分红情况及资金流向是否异常，针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持、实际控制人是否存在大额未偿债务、关联方与客户和供应商是否存在资金往来等情形发表明确意见，并出具专项说明

我们已出具《关于江苏知原药业股份有限公司资金流水核查的专项说明》，结合《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-15 资金流水核查”的要求，说明资金流水核查的主要情况及充分性。

报告期内，公司现金分红情况及资金流向不存在异常，不存在资金闭环回流，不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用，不存在股份代持。报告期内，实际控制人不存在大额未偿债务。报告期内，从事门诊业务的关联方向从事配送经销的公司客户采购药品，符合医药行业惯例，具有商业合理性，不存在异常。



中国注册会计师：

金闻



中国注册会计师：

徐思



二〇二三年八月四日