



关于河北一品制药股份有限公司
申请首次公开发行股票并在创业板上市
的上市委审议意见落实函之回复

保荐机构（主承销商）



二〇二三年十二月

深圳证券交易所：

2023 年 3 月 31 日，河北一品制药股份有限公司（以下简称“一品制药”、“公司”或“发行人”）收到贵所关于河北一品制药股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市《关于上市审核委员会审议意见的落实函》（审核函〔2023〕010128 号）（以下简称“落实函”）。公司会同保荐机构中信建投证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“保荐人”）、发行人律师北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”）、申报会计师大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，对落实函进行了认真核查、讨论，具体问题回复如下。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《河北一品制药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》一致；

2、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致；

3、招股说明书中对落实函中要求披露的回复内容，进行了补充披露。考虑到落实函中回复的完整性，不同问题存在重复内容的情况。因此招股说明书补充披露时，考虑招股说明书上下文联系及可读性，进行适当合并、节略，并按照招股说明书中编号重新进行了编排。

本回复的内容按如下字体列示：

落实函所列问题	黑体（加粗）
对问题的回答	宋体（不加粗）
对招股说明书内容的修改、补充	楷体（加粗）
对招股说明书内容的引用	楷体（不加粗）

问题 1：请发行人：（1）说明推广服务商的选取及管理机制，相关内部控制制度是否健全有效；（2）说明推广服务会议召开次数较多的原因及合理性；（3）说明推广服务费占比较高的原因及合理性，是否存在商业贿赂、虚开发票、利益输送等情形。同时，请保荐人、申报会计师说明具体核查方法、核查程序、核查结论，并发表明确意见。

回复：

一、说明推广服务商的选取及管理机制，相关内部控制制度是否健全有效

（一）推广服务商的选取机制

公司制定了《市场推广活动管理制度》，对推广服务商的准入和确定、推广服务协议及费用支付标准作出了明确规定，具体如下：

（1）推广服务商选择总体原则：推广服务商的选择应本着有序竞争、择优选用、协议合理、制度规范，程序清晰、职责明确、考核有据、使用高效的原则。

（2）推广服务商应该具备的基本条件：①合法注册的工商企业；②具备市场推广服务的资格条件；③营业期限必须在营业执照有效期内；④合作单位必须处于正常经营状态，如公司营业执照正常年检等；⑤合作单位未受到过工商、税务、药监等相关政府部门的行政处罚，未被列入相关政府部门的黑名单。

具体来说：公司销售部门业务人员初步筛选出符合资质要求的推广服务商，向公司提出合作申请，并提交资质材料，经省区经理、销售总监评估，并经销售部门、财务部门审核后确定为合作推广服务商。

（二）对推广服务商的管理机制及内控措施

公司对推广商实行区域划分，要求每家推广商严格执行公司《推广服务协议》要求，在指定区域内对公司产品进行推广服务，并进行事前、事中和事后管理。

（1）事前：公司与推广服务商协商拟定服务协议条款，签订《推广服务协议》，对市场推广模式、市场推广工作内容、付费标准等进行规定，还严格、详细约定服务行为的合法合规条款；推广商进行推广前，公司会对推广商进行了培训，且对公司推广要求进行了详细说明，使其掌握公司产品特点、产品适用范围等信息；

（2）事中：在推广过程中，公司在主要区域均有相应的销售人员，主要负责对推广服务商的筛选、管理，并定期或不定期的选择性参加部分学术推广活动，

了解其推广活动开展真实情况，以确保推广商按公司要求合规开展各项推广活动。

(3) 事后：推广活动结束后，向公司提供符合要求的成果文件，在公司销售区域负责人初步复核后，公司销售部门对成果资料等进行复核，核实推广活动是否合理，推广资料不存在明显矛盾；公司财务部门在支付费用前，对推广活动资料进行进一步复核；公司还对推广商定期排查、“监控”，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。

公司也会定期考察推广服务区域的销售情况、医院开发维护情况，如出现明显不符合预期等情形，将反馈给销售部门进行跟踪核实，并将可能采取终止合同、更换推广服务商、减少推广服务活动等措施。

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。

(三) 相关内部控制制度健全有效

报告期内，制剂收入稳定增长，推广服务商合法合规进行推广，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，推广相关内控制度健全并有效执行。

二、说明推广服务会议召开次数较多的原因及合理性

公司以小型线下科室会为主，2020 年、2021 年、2022 年和 **2023 年 1-6 月**，推广会召开场次分别为 8,611 次、8,471 次、8,107 次和 **3,042 次**。召开次数相对较多，主要系：

1、公司产品如盐酸乌拉地尔注射液、吸入用七氟烷属于快速成长期，需不断和现有医院深化合作并开拓新医院提升市场占有率，报告期内公司制剂产品销售快速增长，2020 年、2021 年、2022 年和 **2023 年 1-6 月** 药品制剂销售规模分别达到 18,981.53 万元、22,781.73 万元、27,356.73 万元和 **13,179.43 万元**，因此召开的学术会议场次较多；

2、公司学术会议以为实现精准推广的科室会为主，在销医院数量较多，且产品涉及多个科室。公司当前在销医院超过 3,000 多家、报告期初 2020 年在销医院超过 2,000 家，平均每家医院推广次数为 2~3 次/年（2020 年平均推广约 3~4 次），因公司产品涉及到多个科室，如急诊科、神经外科、麻醉科、产科等各类

科室，单个科室召开次数不多，上述科室会次数具有合理性。

3、除在销医院外，公司还需要在潜在医院进行推广。公司盐酸乌拉地尔注射液、吸入用七氟烷等主要产品市场占有率尚较低，如**2022年**盐酸乌拉地尔注射液发行人市场占有率不到**10%**、吸入用七氟烷不到**3%**，公司产品覆盖医院家数和主要厂家相比也相对较低，为保持每年覆盖医院的增加，公司也需召开科室会加深医疗机构人员对公司产品认识等，也需召开科室会。

同时，整体来看，科室会数量较多也属于行业普遍特点，具体如下：

单位：场次

同行业公司	申报期最后一年	申报期第二年	申报期第一年
汇宇制药	13,104.00	6,708.00	13,104.00
星昊医药	5,808.00	7,161.00	3,846.00
多瑞医药	10,888.00	10,169.00	4,437.00
万高药业	3,068.00	4,295.00	5,536.00

综上，公司推广服务会议召开次数较多为提高产品市场占有率、增加医院覆盖数量的有效手段，次数较多具有合理性，符合行业特征，符合宏观经济特点。

三、说明推广服务费占比较高的原因及合理性，是否存在商业贿赂、虚开发票、利益输送等情形

（一）公司推广服务费用金额较高的合理性

1、国家“两票制”实施使得原由经销商负责的推广费用需由公司自行承担，使得推广服务费用较高，具有行业普遍性。

自2018年以后，医药行业为响应“两票制”的号召，以处方药为主的企业开始将传统经销商模式转变为配送商模式。在配送模式下，配送商负责配送药品到终端医疗机构，而药品的推广工作则由医药生产商负责，许多医药生产商的推广能力有限，从而将推广活动外包给第三方医药推广服务商（CSO）。

2、全国销售区域广泛、终端医疗机构数量庞大，目前公司销售人员不足以承担起全国各地的推广任务，有必要将推广活动外包给第三方医药推广服务商进行。

报告期内，公司尚处于成长期，为提供各类产品的市场占有率和公司市场影响力，聘请了较多的第三方医药推广服务商进行相应的推广活动，从而导致销售费用率和推广服务费用率相对较高。

3、与部分以中标国家集采的医药企业相比，公司核心产品尚需公司自行推广，导致推广服务费用较高。

公司核心制剂产品盐酸乌拉地尔注射液、吸入用七氟烷尚未开展国家集采，与部分以中标国家集采的医药企业相比，公司尚需自行大力推广，有必要进行一定规模的推广投入。

（二）和同行业比较

委托第三方推广服务商也属于行业普遍方式，一品制药为原料药+制剂一体化的企业，推广费用金额低于同行业可比公司，推广费率跟同行业可比公司相比基本一致。

公司业务推广费/（原料药和制剂收入）和同行业对比如下：

单位：万元

公司名称	2023 年 1-6 月			2022 年		
	推广费	原料药和制剂收入	比例	推广费	原料药和制剂收入	比例
西点药业	5,674.21	11,408.70	49.74%	12,456.35	25,539.77	48.77%
圣诺生物	4,640.44	11,490.30	40.39%	10,747.05	27,526.60	39.04%
润都股份	14,150.71	63,407.39	22.32%	33,390.81	136,322.29	24.49%
福安药业	41,339.08	124,678.61	33.16%	80,874.12	230,967.99	35.02%
昂利康	17,591.41	83,135.48	21.16%	52,687.26	154,044.79	34.20%
平均值	16,679.17	58,824.10	28.35%	38,031.12	114,880.29	33.10%
一品制药	6,280.49	16,773.55	37.44%	14,525.42	38,134.28	38.09%

（续）

公司名称	2021 年			2020 年		
	推广费	原料药和制剂收入	比例	推广费	原料药和制剂收入	比例
西点药业	14,429.01	28,514.14	50.60%	15,621.85	28,478.90	54.85%
圣诺生物	14,714.74	26,812.93	54.88%	17,568.98	28,759.31	61.09%
润都股份	36,354.69	114,271.08	31.81%	39,668.94	119,671.60	33.15%
福安药业	94,642.15	236,462.03	40.02%	99,071.57	232,172.47	42.67%
昂利康	58,568.99	136,359.19	42.95%	67,213.95	127,549.43	52.70%
平均值	43,741.92	108,483.87	40.32%	47,829.06	107,326.34	44.56%
一品制药	13,938.90	34,941.99	39.89%	12,491.84	30,761.80	40.61%

注 1：西点药业和圣诺生物因原料药收入占比较低，因此整体推广费率较高

注 2 上述主营业务收入统计口径为原料药和制剂收入，如贸易业务等具有显著差异的未包括在内

一品制药整体推广费率和同行业可比公司相当，处于合理水平。此外，从同行业可比公司推广费用趋势上可以看出，随着国家集采的不断深入，各公司推广费率呈现下降的趋势。未来，随着公司产品逐渐中标集采，推广费金额和推广费率也有望呈现下降的趋势。

（二）公司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

公司销售部门筛选出符合条件的推广服务商并经内部审核后，公司与推广服务商协商拟定服务协议条款，签订《推广服务协议》。公司与推广服务商的《推广服务协议》除约定具体服务项目外，还严格、详细约定服务行为的合法合规条款，禁止推广服务商及其人员在推广活动中以任何形式的商业贿赂等违法违规手段获取不法利益或市场机会，一旦发现违法违规情形，公司立即终止合作。

此外，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、12309 中国检察网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统等网站，报告期内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。

四、请保荐人、申报会计师说明具体核查方法、核查程序、核查结论，并发表明确意见

（一）核查方法、核查程序及核查过程

1、检查了发行人制定的《市场推广活动管理制度》等与市场推广费、资金支付环节相关的内控制度；访谈发行人管理层、销售部门负责人、财务总监，了解发行人推广服务商的选取标准、选择程序、推广服务的主要内容，评价内控制度的有效性；经过核查，公司推广内控得到有效执行。

2、了解主要推广服务商的基本情况，并进行穿行测试和细节测试，取得了主要推广服务商的主体资格文件、推广服务协议、结算单据、服务成果报告、活动支持性文件以及公司市场推广费用的计提、支付凭证；经核查，公司推广活动结算单据完整，均提供了服务成果及活动支持性文件，推广费用真实发生。

报告期内，穿行测试和细节测试的金额及比例为：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
推广费用	6,280.49	14,525.42	13,938.90	12,491.84
穿行测试和细节测试金额	3,375.00	8,130.92	7,390.42	6,366.56
比例	53.74%	55.98%	53.02%	50.97%

3、走访报告期内主要推广服务商，了解推广服务商与发行人的合作模式、主要推广服务内容，通过天眼查、国家企业信用信息公示系统等公开网站核查主要推广服务商与发行人是否存在关联关系，取得主要推广服务商出具的《关于交易关系的声明》。

报告期内，对推广商的走访比例为：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
推广费用	6,280.49	14,525.42	13,938.90	12,491.84
访谈金额	4,639.15	10,628.36	9,475.06	7,410.74
访谈比例	73.87%	73.17%	67.98%	59.32%

经访谈，公司市场推广主要为公司委托第三方服务商进行的市场调研、医院开发、渠道维护和会议费等费用支出，推广服务商根据与公司签订的推广合同，进行相应区域产品的推广活动，推广活动完成，向公司提供相应的推广活动证据资料及发票后，公司进行付款。推广服务商也出具声明：本公司为合法经营、具体相应业务资质的单位，不存在因商业贿赂、不正当竞争而被立案调查或受到行政/刑事处罚的情形。本公司与一品制药开展商业活动中，不存在任何暗中给予或收受回扣或其他利益等商业贿赂或其他违法违规行为。

4、对报告期内部分推广服务商实施函证程序，以确认市场推广费真实性、准确性、完整性；

报告期内，对推广商的函证比例为：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
推广费用	6,280.49	14,525.42	13,938.90	12,491.84
回函金额	5,798.70	13,409.32	11,876.34	9,262.88
回函比例	92.33%	92.32%	85.20%	74.15%

通过函证进一步确认了公司与推广商之间推广费用的真实、准确和完整性。

5、取得发行人市场推广费明细表和市场推广活动台账，统计分析市场推广

活动的频次等内容，并与同行业公司进行对比分析。

6、抽样实地参加了发行人召开的学术推广会议，现场核查验证。

7、分析公司推广费变动的合理性，并和同行业公司对比分析。针对化学药品制剂销售，公司主要委托第三方学术推广机构进行产品推广，相应支付市场推广费。报告期内，一品制药整体推广费率和同行业可比公司相当，处于合理水平。

8、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、12309中国检察网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统等网站，核查发行人及其股东、董事、高级管理人员、员工，以及推广商是否存在商业贿赂、虚开发票、利益输送等违法违规行为。

9、核查实际控制人及其关联方、董监高及关键人员的资金流水，核查是否存在与服务商存在资金往来等异常的情形。经核查，公司推广服务费真实发生，不存在资金异常的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐人、发行人律师和申报会计师认为：

1、公司制定了符合公司特点的推广商选取方法和内控制度，相关内控措施健全有效。

2、公司推广服务会议召开次数较多为提高产品市场占有率、增加医院覆盖数量的有效手段，次数较多具有合理性，符合行业特征，符合宏观经济特点。

3、公司推广服务费金额较高，主要系公司规模尚较小，销售人员不足以承担起全国各地的推广任务，以及产品尚未进入集采市场，因此将推广活动外包给第三方医药推广服务商进行所致，符合行业特点，具有合理性。不存在商业贿赂、虚开发票、利益输送等情形。

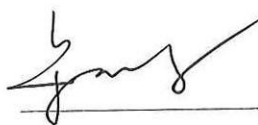
（本页无正文，为《关于河北一品制药股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的上市委审议意见落实函之回复》之签字盖章页）



发行人董事长声明

本人已认真阅读河北一品制药股份有限公司本次落实函回复报告的全部内容，确认上市委审议意见落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长签名：



梁竞辉



(本页无正文，为《河北一品制药股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的上市委审议意见落实函之回复》之签字盖章页)

保荐代表人： 杨慧泽
杨慧泽

王亚东
王亚东



关于本次上市委意见回复报告的声明

本人已认真阅读河北一品制药股份有限公司本次上市委意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，上市委意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人/董事长签名：



王常青

中信建投证券股份有限公司

