



关于爱美客技术发展股份有限公司 发行注册环节反馈意见落实函之回复报告

保荐机构（主承销商）



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所：

贵会于 2020 年 7 月 21 日出具的《发行注册环节反馈意见落实函》（简称“发行注册落实函”）已收悉，中信证券股份有限公司作为保荐人和主承销商，与发行人、发行人律师、申报会计师对发行注册落实函所列问题认真进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与招股说明书（申报稿）中的相同。

本回复报告的字体：

黑体：	发行注册落实函所列问题
宋体：	对发行注册落实函所列问题的回复
楷体：	对招股说明书的引用
楷体加粗：	对招股说明书的修改和对回复报告的修改

1、发行人 2020 年上半年销售收入为 24,190.03 万元，较同期上升 0.72%；归属于母公司股东的净利润为 14,729.29 万元，较同期上升 14.59%；归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 14,097.62 万元，较同期上升 11.65%。请发行人进一步说明并披露疫情影响下 2020 年上半年业绩未大幅下降反而有所上升的原因及合理性，是否与可比公司、医美行业的变动趋势存在差异及差异原因，主要客户和产品销售收入的变动情况及合理性。请保荐机构及申报会计师对上述情况进行核查，说明核查过程、依据并发表明确核查意见。请保荐机构及申报会计师说明针对 2020 年上半年业绩和客户收入执行的核查程序，并说明核查程序的充分性。

回复：

一、发行人说明

（一）2020 年上半年业绩未大幅下降反而有所上升的原因及合理性，是否与可比公司、医美行业的变动趋势存在差异及差异原因

1、2020 年上半年业绩未大幅下降反而有所上升的原因及合理性

2020 年上半年，公司收入及归属于母公司净利润、归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润情况如下：

单位：万元

项目	2020 年第一季度		2020 年第二季度		2020 年上半年		
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	环比变动
收入	7,918.70	-20.98%	16,271.33	16.26%	24,190.03	0.72%	-23.82%
归属于母公司净利润	4,306.65	-17.46%	10,422.63	36.49%	14,729.29	14.59%	-16.77%
归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,026.28	-21.47%	10,071.34	34.29%	14,097.62	11.65%	-17.32%

注：公司 2020 年第一季度、2020 年上半年数据已经审阅，未经审计。环比变动系 2020 年上半年相对 2019 年下半年的变动。

受新冠肺炎疫情的影响，公司主要下游客户春节后延迟复工，造成公司产品需求暂时性下降。公司 2020 年第一季度实现销售收入 7,918.70 万元，较同期下降 20.98%，实现归属于母公司净利润 4,306.65 万元，较同期下降 17.46%，实现归属于母公司股东的

扣除非经常性损益的净利润 4,026.28 万元，较同期下降 21.47%。

随着国内疫情总体得到控制，各地下游客户陆续恢复营业，同时鉴于公司嗨体产品是国内目前唯一获得国家药监局批准的专门用于颈部皱纹修复产品，其注射部位为颈部，治疗时不需要摘下口罩，市场需求旺盛。公司 2020 年第二季度开始销售逐步回升，销售收入达到 16,271.33 万元，较同期增加 16.26%，归属于母公司净利润为 10,422.63 万元，较同期增加 36.49%，归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 10,071.34 万元，较同期增加 34.29%。

综合 2020 年第一季度和第二季度的业绩影响，公司 2020 年上半年销售收入为 24,190.03 万元，较同期上升 0.72%，较 2019 年下半年下降 23.82%；归属于母公司股东的净利润为 14,729.29 万元，较同期上升 14.59%，较 2019 年下半年下降 16.77%；归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 14,097.62 万元，较同期上升 11.65%，较 2019 年下半年下降 17.32%。

2、2020 年上半年业绩与同行业趋势是否一致

报告期内公司主营业务收入 99%以上来自于注射用透明质酸钠类产品的销售。截至报告期末，共有 17 家公司在中国境内取得透明质酸钠注射液相关产品的医疗器械注册证书。其中有 6 家为在国内注册和经营的公司，分别为华熙生物（产品包括润百颜、润致）、上海其胜生物制剂有限公司（昊海生科子公司，产品包括海薇、姣兰）、北京蒙博润生物科技有限公司（产品为舒颜）、杭州协合医疗用品有限公司（产品为欣菲聆）、山东凯乐普生物工程有限公司（产品为玻菲）、常州药物研究所有限公司（产品为碧萃诗）。由于其中仅有华熙生物和昊海生科为上市公司，可以获得其公开披露的业务和财务数据，因此选择华熙生物和昊海生科作为可比公司。

公司同行业可比公司中，华熙生物和昊海生科已披露其 2020 年一季度业绩情况，但由于其预约的半年报披露时间分别为 2020 年 8 月 26 日和 2020 年 8 月 28 日，对于二季度及上半年业绩情况，目前尚仅有昊海生科公布了其中期业绩预告公告。

公司与华熙生物以及昊海生科 2020 年第一季度的业绩比较情况如下：

单位：万元

公司	收入	归属于母公司股东净利润	归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润
----	----	-------------	-----------------------

	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长
华熙生物	36,789.42	3.50%	10,804.59	0.77%	9,400.66	-13.56%
昊海生科	15,361.48	-50.81%	-2,485.54	-137.33%	-3,571.11	-152.72%
公司	7,918.70	-20.98%	4,306.65	-17.46%	4,026.28	-21.47%

2020 年第一季度同行业可比公司中，华熙生物收入和归属于母公司股东净利润较同期有小幅增加，昊海生科收入和净利润均较同期有所下降。公司第一季度受新冠疫情的影响，收入较同期下降 20.98%，但是收入和净利润下降幅度小于昊海生科。根据弗若斯特沙利文《中国医疗美容注射类产品市场研究报告》，2017-2019 年，公司医疗美容透明质酸市场竞争格局中，公司销售金额占比分别为 7.0%、8.6%以及 14.0%，华熙生物销售金额占比分别为 5.4%、6.6%和 8.1%，昊海生科销售金额占比分别为 8.02%、7.02%和 6.0%。公司医疗美容透明质酸产品市场份额持续增加，相对于华熙生物和昊海生科增长速度最快，为公司 2020 年的业绩奠定了基础，也从一定程度上降低了公司 2020 年第一季度收入受疫情影响的程度。

昊海生科 2020 年第一季度收入较同期下降 50.81%，其 2020 年第一季度报告披露原因为“主要系报告期内受全球新型冠状病毒肺炎（“新冠肺炎”）疫情影响，本集团包括眼科、整形美容与创面护理、骨科及防粘连及止血等四大治疗领域的产品线收入均较上年同期有大幅下降。”

同时，昊海生科在第一季度报告中披露：“目前，随着中国大陆新冠肺炎疫情防控形势持续向好，生产生活秩序加快恢复的态势不断巩固和拓展。本集团四大治疗领域的产品的销售均逐步开始恢复正常。本集团报告期内各月以及截止到 2020 年 4 月 24 日期间的眼科、整形美容与创面护理、骨科及防粘连及止血的四大治疗领域的产品线收入对比，具体数据如下：

单位：万元

产品线	2020 年 1 月		2020 年 2 月		2020 年 3 月		2020 年 4 月 1 日至 4 月 24 日期间	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
眼科产品	3,364.34	50.91	1,609.38	63.46	2,487.22	48.11	3,574.34	43.84
整形美容与创面护理产品	1,018.06	15.41	228.95	9.03	900.02	17.41	1,132.59	13.89
骨科产品	1,375.47	20.81	367.07	14.47	866.35	16.76	2,378.42	29.18
防粘连及止血产品	850.68	12.87	330.60	13.04	916.72	17.73	1,066.88	13.09

产品线	2020 年 1 月		2020 年 2 月		2020 年 3 月		2020 年 4 月 1 日至 4 月 24 日期间	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	6,608.54	100.00	2,536.00	100.00	5,170.31	100.00	8,152.23	100.00

随着 2020 年 3 月中国大陆的新冠肺炎疫情开始逐步得到控制，本集团各类产品销售开始逐步恢复，2020 年 4 月 1 日至 24 日期间主要产品的营业收入大幅回升。”

昊海生科虽然第一季度受新冠疫情影响，收入和净利润有所下降，但是从 3 月开始，收入逐步增加，4 月营业收入大幅回升。

根据昊海生科于 2020 年 8 月 15 日公布的中期业绩预告公告，2020 年上半年公司与昊海生科业绩对比如下：

单位：万元

公司	收入 ^{注1}		归属于母公司股东净利润 ^{注2}		归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润 ^{注2}	
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长
昊海生科	49,617.59	-36.82%	2,752.72	-84.92%	782.99	-95.74%
公司	24,190.03	0.72%	14,729.29	14.59%	14,097.62	11.65%

注 1：昊海生科中期业绩预告公告中未披露上半年具体收入金额，该数据根据公告中“公司 2020 年第 2 季度较 2020 年第 1 季度销售收入环比增长 123%左右”以及昊海生科一季度收入金额推算得到

注 2：对于 2020 年上半年净利润同比下滑的原因，昊海生科在中期业绩预告公告中解释如下“由于新型冠状病毒肺炎疫情在全球范围内持续蔓延影响，国内医疗机构门诊量及手术量锐减，导致公司产品销售收入同比下降；同时，新冠肺炎疫情在中国以外的国家和地区的持续蔓延，亦导致 2020 年第 2 季度本公司海外子公司生产经营活动受到较大影响。”

根据昊海生科的中期业绩预告公告，“于 2020 年第 2 季度开始，公司产品销售情况已显著回升。公司 2020 年第 2 季度较 2020 年第 1 季度销售收入环比增长 123%左右”，且在 2020 年一季度归属于母公司股东净利润、归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润分别为-2,485.54 万元和-3,571.11 万元的情况下，上半年总体实现了盈利。昊海生科上述第二季度业绩快速增长情况与公司二季度营业收入相较一季度环比增长 105.48%的趋势相同、增幅相近。

综上，公司整体第一季度销售收入下降、第二季度销售收入回升与同行业可比公司趋势一致。

3、2020 年上半年直销和经销收入金额及占比，以及同期变动情况

2020 年上半年公司直销和经销收入金额、占比以及同期变动情况如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	14,190.00	58.66%	16,020.92	66.71%	35,738.75	64.08%
经销	10,000.02	41.34%	7,995.85	33.29%	20,032.81	35.92%
合计	24,190.03	100.00%	24,016.77	100.00%	55,771.57	100.00%

2020 年上半年公司仍然是直销收入占比高于经销收入占比。其中经销收入占比较 2019 年上半年以及 2019 年全年分别高 8.05 和 5.42 个百分点。公司上半年经销收入增加主要是由于公司的嗨体产品经销收入增加较快。

2020 年 1-6 月、2019 年 1-6 月以及 2019 年公司各产品直销和经销收入金额、占比情况如下：

单位：万元

销售模式	产品	2020 年 1-6 月			2019 年 1-6 月		2019 年	
		收入	占比	收入增幅	收入	占比	收入	占比
经销	嗨体	7,256.76	30.00%	76.20%	4,118.46	17.15%	11,479.84	20.58%
	爱芙莱	2,231.59	9.23%	-23.32%	2,910.37	12.12%	6,413.53	11.50%
	宝尼达	201.18	0.83%	-63.56%	552.02	2.30%	1,341.90	2.41%
	逸美一加一	145.87	0.60%	-24.51%	193.22	0.80%	389.16	0.70%
	爱美飞	129.13	0.53%	-24.77%	171.65	0.71%	334.95	0.60%
	逸美	0.23	0.00%	-99.14%	26.99	0.11%	45.73	0.08%
	其他	35.26	0.15%	52.39%	23.14	0.10%	27.69	0.05%
	小计	10,000.02	41.34%	25.07%	7,995.85	33.29%	20,032.81	35.92%
直销	嗨体	7,130.96	29.48%	43.37%	4,973.77	20.71%	12,779.46	22.91%
	爱芙莱	4,356.82	18.01%	-42.81%	7,617.62	31.72%	15,485.65	27.77%
	宝尼达	1,640.60	6.78%	-33.32%	2,460.58	10.25%	5,408.45	9.70%
	逸美一加一	662.83	2.74%	-13.27%	764.27	3.18%	1,689.49	3.03%
	爱美飞	60.64	0.25%	-24.29%	80.10	0.33%	153.01	0.27%
	逸美	26.58	0.11%	-74.48%	104.16	0.43%	162.29	0.29%
	其他	311.57	1.29%	1425.86%	20.42	0.09%	60.42	0.11%
	小计	14,190.00	58.66%	-11.43%	16,020.92	66.71%	35,738.75	64.08%
合计		24,190.03	100.00%	0.72%	24,016.77	100.00%	55,771.57	100.00%

由上表所示，2020 年上半年公司嗨体产品经销和直销收入均上涨较快，且经销收入增幅大于直销收入增幅。其他主要产品经销和直销收入均较同期出现不同程度的下滑。

根据弗若斯特沙利文《中国医疗美容注射类产品市场研究报告》，2017 年至 2019 年，国内医疗美容透明质酸市场的规模由 31.30 亿增长至 47.60 亿，同比增长率分别为 28.28%、18.21%和 28.65%，年均增速亦达 24.95%。公司嗨体产品于 2017 年上市销售，其独有的适应症开辟了透明质酸用于颈部皱纹注射填充的空白市场。经过 2 年多的市场培育，公司嗨体产品处于快速上升阶段，并积累了良好的市场口碑和客户基础。公司嗨体产品 2019 年销售收入为 2.4 亿元，作为颈部皱纹修复的市场唯一产品，相对而言，市场基数相对较小，处于快速上升阶段，2020 年上半年公司嗨体产品较上年同期仍实现了 58.24%的增长，是公司 2020 年上半年收入同比略有增加的主要原因。

由于嗨体产品价格适中，公司为了加快产品推广、提高对中小型医疗美容机构的覆盖，逐渐加大与经销商合作，从而迅速提高市场覆盖，扩大产品的市场影响。2020 年上半年，该产品在机构客户开始恢复营业后，因其注射部位为颈部，治疗时不需要摘下口罩，需求量增加相对较大。

2020 年上半年，公司爱芙莱产品较同期有所下降，其中直销收入下降幅度大于经销收入，主要是疫情期间，公司下游医疗机构为了吸引客户、提高营业额，倾向于向客户推荐颈部治疗等新项目。由于受疫情影响，公司下游直销客户资金压力较大，加之公司一贯的先款后货的销售模式，使得机构在选择嗨体产品的同时，减少了爱芙莱产品的采购。相比之下，经销商由于房租、人员、销售费用及成本压力较小，且面对不同下游客户的需求，疫情期间产品选择性特征不明显，因此在嗨体产品采购增加的同时，爱芙莱产品采购下降幅度相对较小。

4、2020 年上半年及期后退换货情况

公司 2020 年上半年及期后退换货及与 2019 年比较情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2020 年 7 月		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
退换货	25.18	0.10%	0.20	0.001%	226.35	0.41%

公司 2020 年 1-6 月及期后退换货金额占比较小，对收入确认影响亦较小。

5、经销模式下终端销售的实现情况

2020 年上半年公司前五大经销销售收入、产品及期末存货情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	终端销售客户	期末库存
1	上海康汝医疗器械有限公司	1,234.55	重庆华美整形美容医院有限公司、四川华美紫馨医学美容医院有限公司、美莱医学美容医院有限公司、苏州美莱美容医院有限公司、西安美莱医学美容医院有限公司等	0
2	黑龙江怡沁商贸有限公司	882.07	吉林铭医整形美容医院有限公司、哈尔滨美联致美整形医院有限责任公司、天津美联致美医学美容医院有限公司等	0
3	青岛唐顿医疗器械有限公司	658.40	历下婵之媛医疗美容诊所、青岛昆娜医疗美容有限公司等	爱芙莱 450 支、嗨体 850 支，金额为 46.84 万元
4	广东思敏医疗器械科技有限公司	550.96	中山市禾佳医疗美容门诊有限公司、佛山梦露医学美容门诊部、广州市佳人医疗美容门诊部有限公司、佛山佳丽医疗美容经营管理集团有限公司、珠海新美汇医疗美容门诊有限公司等	0
5	河南恩众医疗器械有限公司	525.94	郑州米兰整形美容咨询有限公司、河南俪依医院管理有限公司、郑州市郑东新区曼蒂医疗美容门诊部、郑州市二七区妍琳医疗美容门诊部等	0

（二）主要客户及产品销售收入变动的合理性

1、公司 2020 年上半年主要客户销售收入变动

（1）公司 2020 年上半年前五大直销客户销售收入及变动情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	同比变动	销售产品	恢复营业时间	是否新增
1	哈尔滨韩美医疗美容门诊有限公司	430.91	-2.52%	嗨体、宝尼达、爱芙莱	2020 年 3 月	否
2	长沙恩喜整形美容医院有限公司	365.87	300.42%	嗨体、爱芙莱、其他	2020 年 3 月	否
3	长沙爱思特医疗美容有限公司	352.45	21.08%	嗨体、爱芙莱、宝尼达、逸美一加一、爱美	2020 年 3 月	否

序号	客户名称	销售金额	同比变动	销售产品	恢复营业时间	是否新增
				飞		
4	上海施尔美投资管理有限公司	339.20	8.80%	宝尼达、嗨体、逸美一加一、爱芙莱、其他	2020 年 3 月	否
5	南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司	309.47	297.40%	嗨体、爱芙莱、宝尼达	2020 年 3 月	否

2020 年上半年主要直销客户中，销售收入较同期变动较大的客户包括长沙恩喜整形美容医院有限公司和南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司。其中长沙恩喜整形美容医院有限公司为集团客户，以前年度主要采购嗨体产品，从 2019 年开始与公司增加合作爱芙莱产品，且集团从不到 10 家合作机构增加到近 20 家合作机构，使得 2020 年上半年该客户整体销售收入增加较多。南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司为 2019 年开始合作的客户，随着该机构与公司合作的加深，嗨体、爱芙莱等产品需求增加，2020 年上半年销售收入增长较快。

(2) 公司 2020 年上半年前五大经销客户销售收入及变动情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	同比变动	销售产品	是否新增
1	上海康汝医疗器械有限公司	1,234.55	18.50%	嗨体、爱芙莱、逸美一加一、宝尼达、紧恋、其他	否
2	黑龙江怡沁商贸有限公司	882.07	185.48%	嗨体、爱芙莱、宝尼达、其他	否
3	青岛唐顿医疗器械有限公司	658.40	-	嗨体、爱芙莱	是
4	广东思敏医疗器械科技有限公司	550.96	567.63%	嗨体、爱美飞、爱芙莱、其他	否
5	河南恩众医疗器械有限公司	525.94	1,705.71%	爱芙莱、嗨体、其他、爱美飞	否

2020 年上半年主要经销客户中，销售收入较同期变动较大的客户包括黑龙江怡沁商贸有限公司、广东思敏医疗器械科技有限公司和河南恩众医疗器械有限公司。其中黑龙江怡沁商贸有限公司主要终端客户为吉林铭医整形美容医院，该机构为东北地区规模较大的医疗机构，在东北地区有多家连锁机构，随着疫情管控措施的解除，机构需求量上升较快。广东思敏医疗器械科技有限公司和河南恩众医疗器械有限公司均为 2019 年开始合作的经销商，2019 年处于培育期，2020 年随着上述经销商嗨体产品采购量的大

幅增加，以及采购新的合作产品，整体采购金额增长较快。本期前五大经销商中，新增经销商为青岛唐顿医疗器械有限公司。青岛唐顿医疗器械有限公司在青岛地区医疗美容市场份额较大，下游主要客户包括历下婵之媛医疗美容诊所、青岛昆娜医疗美容有限公司等知名医疗机构。

2、公司 2020 年上半年主要产品销售收入及变动

公司 2020 年上半年主要产品销售收入及变动情况如下：

单位：万元

产品名称	2020 年上半年销售金额	2019 年上半年销售金额	变动
嗨体	14,387.71	9,092.23	58.24%
爱芙莱	6,588.42	10,527.99	-37.42%
宝尼达	1,841.78	3,012.60	-38.86%
逸美一加一	808.70	957.49	-15.54%
爱美飞	189.77	251.75	-24.62%
逸美	26.82	131.15	-79.55%
其他	346.83	43.56	696.29%
合计	24,190.03	24,016.77	0.72%

2020 年上半年，受新冠肺炎疫情影响，公司销售收入较同期增加不多，其中主要是嗨体产品销售收入较同期增加 5,295.48 万元，增长幅度达到 58.24%。除嗨体外，其他产品较同期均有不同程度的下降。由于公司的嗨体产品是目前国内唯一获得国家药监局批准的专门用于颈部皱纹修复产品，在机构客户开始恢复营业后，因其注射部位为颈部，治疗时不需要摘下口罩，需求量增加相对较大，也带动了公司上半年整体业绩的回升。

二、补充披露

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营情况”之“（一）财务报告审计基准日后主要财务信息”中补充披露如下：

“

2、2020 年上半年业绩变动情况

（1）公司上半年业绩情况及同期比较

2020 年上半年，公司收入及归属于母公司净利润、归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润情况如下：

单位：万元

项目	2020 年第一季度		2020 年第二季度		2020 年上半年		
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额	同比变动	环比变动
收入	7,918.70	-20.98%	16,271.33	16.26%	24,190.03	0.72%	-23.82%
归属于母公司净利润	4,306.65	-17.46%	10,422.63	36.49%	14,729.29	14.59%	-16.77%
归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润	4,026.28	-21.47%	10,071.34	34.29%	14,097.62	11.65%	-17.32%

注：公司 2020 年第一季度、2020 年上半年数据业经审阅，未经审计。环比变动系 2020 年上半年相对 2019 年下半年的变动。

受新冠肺炎疫情的影响，公司主要下游客户春节后延迟复工，造成公司产品需求暂时性下降。公司 2020 年第一季度实现销售收入 7,918.70 万元，较同期下降 20.98%，实现归属于母公司净利润 4,306.65 万元，较同期下降 17.46%，实现归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润 4,026.28 万元，较同期下降 21.47%。

随着国内疫情总体得到控制，各地下游客户陆续恢复营业，同时由于公司嗨体产品是国内目前唯一获得国家药监局批准的专门用于颈部皱纹修复产品，市场需求旺盛，公司 2020 年第二季度开始销售逐步回升，销售收入达到 16,271.33 万元，较同期增加 16.26%，归属于母公司净利润为 10,422.63 万元，较同期增加 36.49%，归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 10,071.34 万元，较同期增加 34.29%。

综合 2020 年第一季度和第二季度的业绩影响，公司 2020 年上半年销售收入为 24,190.03 万元，较同期上升 0.72%，较 2019 年下半年下降 23.82%；归属于母公司股东的净利润为 14,729.29 万元，较同期上升 14.59%，较 2019 年下半年下降 16.77%；归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 14,097.62 万元，较同期上升 11.65%，较 2019 年下半年下降 17.32%。

（2）公司与同行业可比公司业绩比较

报告期内公司主营业务收入 99%以上来自于注射用透明质酸钠类产品的销售。截至

报告期末，共有 17 家公司在中国境内取得透明质酸钠注射液相关产品的医疗器械注册证书。其中有 6 家为在国内注册和经营的公司，分别为华熙生物（产品包括润百颜、润致）、上海其胜生物制剂有限公司（昊海生科子公司，产品包括海薇、姣兰）、北京蒙博润生物科技有限公司（产品为舒颜）、杭州协合医疗用品有限公司（产品为欣菲聆）、山东凯乐普生物工程有限公司（产品为玻菲）、常州药物研究所有限公司（产品为碧萃诗）。由于其中仅有华熙生物和昊海生科为上市公司，可以获得其公开披露的业务和财务数据，因此选择华熙生物和昊海生科作为可比公司。

公司与华熙生物以及昊海生科 2020 年第一季度的业绩比较情况如下：

单位：万元

公司	收入		归属于母公司股东净利润		归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润	
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长
华熙生物	36,789.42	3.50%	10,804.59	0.77%	9,400.66	-13.56%
昊海生科	15,361.48	-50.81%	-2,485.54	-137.33%	-3,571.11	-152.72%
公司	7,918.70	-20.98%	4,306.65	-17.46%	4,026.28	-21.47%

注：数据来源于华熙生物与昊海生科 2020 年第一季度报告

2020 年第一季度同行业可比公司中，华熙生物收入和归属于母公司股东净利润较同期有小幅增加，昊海生科收入和净利润均较同期有所下降。公司第一季度受新冠疫情的影响，收入较同期下降 20.98%，但是收入和净利润下降幅度小于昊海生科。根据昊海生科披露的 2020 年第一季度报告，虽然第一季度受新冠疫情影响，收入和净利润有所下降，但是从 3 月开始，收入逐步增加，4 月营业收入大幅回升。

根据昊海生科于 2020 年 8 月 15 日公布的中期业绩预告公告，2020 年上半年公司与昊海生科业绩对比如下：

单位：万元

公司	收入 ^{注1}		归属于母公司股东净利润 ^{注2}		归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润 ^{注2}	
	金额	同比增长	金额	同比增长	金额	同比增长
昊海生科	49,617.59	-36.82%	2,752.72	-84.92%	782.99	-95.74%
公司	24,190.03	0.72%	14,729.29	14.59%	14,097.62	11.65%

注 1：昊海生科中期业绩预告公告中未披露上半年具体收入金额，该数据根据公告中“公司 2020 年第 2 季度较 2020 年第 1 季度销售收入环比增长 123%左右”以及昊海生科一季度收入金额推算得到

注 2：对于 2020 年上半年净利润同比下滑的原因，昊海生科在中期业绩预告公告中解释如下“由于新型冠状病毒肺炎疫情在全球范围内持续蔓延影响，国内医疗机构门诊量及手术量锐减，导致公司

产品销售收入同比下降；同时，新冠肺炎疫情在中国以外的国家和地区的持续蔓延，亦导致 2020 年第 2 季度本公司海外子公司生产经营活动受到较大影响。”

根据昊海生科的中期业绩预告公告，“于 2020 年第 2 季度开始，公司产品销售情况已显著回升。公司 2020 年第 2 季度较 2020 年第 1 季度销售收入环比增长 123%左右”，且在 2020 年一季度归属于母公司股东净利润、归属于母公司股东的扣除非经常性损益的净利润分别为-2,485.54 万元和-3,571.11 万元的情况下，上半年总体实现了盈利。昊海生科上述第二季度业绩快速增长情况与公司二季度营业收入相较一季度环比增长 105.48%的趋势相同、增幅相近。

公司整体第一季度销售收入下降、第二季度销售收入回升与同行业可比公司趋势一致。

(3) 公司 2020 年上半年直销和经销变动情况

2020 年上半年公司直销和经销收入金额、占比以及同期变动情况如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	14,190.00	58.66%	16,020.92	66.71%	35,738.75	64.08%
经销	10,000.02	41.34%	7,995.85	33.29%	20,032.81	35.92%
合计	24,190.03	100.00%	24,016.77	100.00%	55,771.57	100.00%

2020 年上半年公司仍然是直销收入占比高于经销收入占比。其中经销收入占比比较 2019 年上半年以及 2019 年全年分别高 8.05 和 5.42 个百分点，且经销收入增长高于直销收入，主要是由于公司上半年经销收入增加主要是由于公司的嗨体产品经销收入增加较快。

2020 年 1-6 月、2019 年 1-6 月以及 2019 年公司各产品直销和经销收入金额、占比情况如下：

单位：万元

销售模式	产品	2020 年 1-6 月			2019 年 1-6 月		2019 年	
		收入	占比	收入增幅	收入	占比	收入	占比
经销	嗨体	7,256.76	30.00%	76.20%	4,118.46	17.15%	11,479.84	20.58%
	爱芙莱	2,231.59	9.23%	-23.32%	2,910.37	12.12%	6,413.53	11.50%
	宝尼达	201.18	0.83%	-63.56%	552.02	2.30%	1,341.90	2.41%
	逸美一加	145.87	0.60%	-24.51%	193.22	0.80%	389.16	0.70%

	一							
	爱美飞	129.13	0.53%	-24.77%	171.65	0.71%	334.95	0.60%
	逸美	0.23	0.00%	-99.14%	26.99	0.11%	45.73	0.08%
	其他	35.26	0.15%	52.39%	23.14	0.10%	27.69	0.05%
	小计	10,000.02	41.34%	25.07%	7,995.85	33.29%	20,032.81	35.92%
直销	嗨体	7,130.96	29.48%	43.37%	4,973.77	20.71%	12,779.46	22.91%
	爱芙莱	4,356.82	18.01%	-42.81%	7,617.62	31.72%	15,485.65	27.77%
	宝尼达	1,640.60	6.78%	-33.32%	2,460.58	10.25%	5,408.45	9.70%
	逸美一加一	662.83	2.74%	-13.27%	764.27	3.18%	1,689.49	3.03%
	爱美飞	60.64	0.25%	-24.29%	80.10	0.33%	153.01	0.27%
	逸美	26.58	0.11%	-74.48%	104.16	0.43%	162.29	0.29%
	其他	311.57	1.29%	1425.86%	20.42	0.09%	60.42	0.11%
	小计	14,190.00	58.66%	-11.43%	16,020.92	66.71%	35,738.75	64.08%
合计		24,190.03	100.00%	0.72%	24,016.77	100.00%	55,771.57	100.00%

由上表所示，2020 年上半年公司嗨体产品经销和直销收入均上涨较快，且经销收入增幅大于直销收入增幅。其他主要产品经销和直销收入均较同期出现不同程度的下滑。

根据弗若斯特沙利文《中国医疗美容注射类产品市场研究报告》，2017 年至 2019 年，国内医疗美容透明质酸市场的规模由 31.30 亿增长至 47.60 亿，同比增长率分别为 28.28%、18.21%和 28.65%，年均增速亦达 24.95%。公司嗨体产品于 2017 年上市销售，其独有的适应症开辟了透明质酸用于颈部皱纹注射填充的空白市场。经过 2 年多的市场培育，公司嗨体产品处于快速上升阶段，并积累了良好的市场口碑和客户基础。公司嗨体产品 2019 年销售收入为 2.4 亿元，作为颈部皱纹修复的市场唯一产品，相比而言，市场基数相对较小，处于快速上升阶段，2020 年上半年公司嗨体产品较上年同期仍实现了 58.24%的增长，是公司 2020 年上半年收入同比略有增加的主要原因。

由于嗨体产品价格适中，公司为了加快产品推广、提高对中小型医疗美容机构的覆盖，逐渐加大与经销商合作，从而迅速提高市场覆盖，扩大产品的市场影响。2020 年上半年，该产品在机构客户开始恢复营业后，因其注射部位为颈部，治疗时不需要摘下口罩，需求量增加相对较大。

2020 年上半年，公司爱芙莱产品较同期有所下降，其中直销收入下降幅度大于经销收入，主要是疫情期间，公司下游医疗机构为了吸引客户、提高营业额，倾向于向客户推荐颈部治疗等新项目。由于受疫情影响，公司下游直销客户资金压力较大，加之公司一贯的先款后货的销售模式，使得机构在选择嗨体产品的同时，减少了爱芙莱

产品的采购。相比之下，经销商由于房租、人员、销售费用及成本压力较小，且面对不同下游客户的需求，疫情期间产品选择性特征不明显，因此在嗨体产品采购增加的同时，爱芙莱产品采购下降幅度相对较小。

(5) 公司经销模式下终端销售的实现情况

2020 年上半年公司前十大经销销售收入、产品及期末存货情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	终端销售客户	期末库存
1	上海康汝医疗器械有限公司	1,234.55	重庆华美整形美容医院有限公司、四川华美紫馨医学美容医院有限公司、美莱医学美容医院有限公司、苏州美莱美容医院有限公司、西安美莱医学美容医院有限公司等	0
2	黑龙江怡沁商贸有限公司	882.07	吉林铭医整形美容医院有限公司、哈尔滨美联致美整形医院有限责任公司、天津美联致美医学美容医院有限公司等	0
3	青岛唐顿医疗器械有限公司	658.40	历下婵之媛医疗美容诊所、青岛昆娜医疗美容有限公司等	爱芙莱 450 支、嗨体 850 支，金额为 46.84 万元
4	广东思敏医疗器械科技有限公司	550.96	中山市禾佳医疗美容门诊有限公司、佛山梦露医学美容门诊部、广州市佳人医疗美容门诊部有限公司、佛山佳丽医疗美容经营管理集团有限公司、珠海新美汇医疗美容门诊有限公司等	0
5	河南恩众医疗器械有限公司	525.94	郑州米兰整形美容咨询有限公司、河南俚侬医院管理有限公司、郑州市郑东新区曼蒂医疗美容门诊部、郑州市二七区妍琳医疗美容门诊部等	0

(6) 公司 2020 年上半年及期后退换货情况

公司 2020 年上半年及期后退换货及与 2019 年比较情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2020 年 7 月	2019 年
----	--------------	------------	--------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
退换货	25.18	0.10%	0.20	0.001%	226.35	0.41%

公司 2020 年 1-6 月及期后退换货金额占比较小，对收入确认影响亦较小。

3、2020 年上半年公司主要客户及产品销售收入变动情况

(1) 公司 2020 年上半年主要客户销售收入变动

①公司 2020 年上半年前五大直销客户销售收入及变动情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	同比变动	销售产品	恢复营业时间	是否新增
1	哈尔滨韩美医疗美容门诊有限公司	430.91	-2.52%	嗨体、宝尼达、爱芙莱	2020 年 3 月	否
2	长沙恩喜整形美容医院有限公司	365.87	300.42%	嗨体、爱芙莱、其他	2020 年 3 月	否
3	长沙爱思特医疗美容有限公司	352.45	21.08%	嗨体、爱芙莱、宝尼达、逸美一加一、爱美飞	2020 年 3 月	否
4	上海施尔美投资管理有限公司	339.20	8.80%	宝尼达、嗨体、逸美一加一、爱芙莱、其他	2020 年 3 月	否
5	南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司	309.47	297.40%	嗨体、爱芙莱、宝尼达	2020 年 3 月	否

2020 年上半年主要直销客户中，销售收入较同期变动较大的客户包括长沙恩喜整形美容医院有限公司和南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司。其中长沙恩喜整形美容医院有限公司为集团客户，以前年度主要采购嗨体产品，从 2019 年开始与公司增加合作爱芙莱产品，且集团从不到 10 家合作机构增加到近 20 家合作机构，使得 2020 年上半年该客户整体销售收入增加较多。南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司为 2019 年开始合作的客户，随着该机构与公司合作的加深，嗨体、爱芙莱等产品需求增加，2020 年上半年销售收入增长较快。

②公司 2020 年上半年前五大经销客户销售收入及变动情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	同比变动	销售产品	是否新增
1	上海康汝医疗器械有限公司	1,234.55	18.50%	嗨体、爱芙莱、逸美一加一、宝尼达、紧恋、其	否

序号	客户名称	销售金额	同比变动	销售产品	是否新增
				他	
2	黑龙江怡沁商贸有限公司	882.07	185.48%	嗨体、爱芙莱、宝尼达、其他	否
3	青岛唐顿医疗器械有限公司	658.40	-	嗨体、爱芙莱	是
4	广东思敏医疗器械科技有限公司	550.96	567.63%	嗨体、爱美飞、爱芙莱、其他	否
5	河南恩众医疗器械有限公司	525.94	1,705.71%	爱芙莱、嗨体、其他、爱美飞	否

2020 年上半年主要经销客户中，销售收入较同期变动较大的客户包括黑龙江怡沁商贸有限公司、广东思敏医疗器械科技有限公司和河南恩众医疗器械有限公司。其中黑龙江怡沁商贸有限公司主要终端客户为吉林铭医整形美容医院，该机构为东北地区规模较大的医疗机构，在东北地区有多家连锁机构，随着疫情管控措施的解除，机构需求量上升较快。广东思敏医疗器械科技有限公司和河南恩众医疗器械有限公司均为 2019 年开始合作的经销商，2019 年处于培育期，2020 年随着上述经销商嗨体产品采购量的大幅增加，以及采购新的合作产品，整体采购金额增长较快。本期前五大经销商中，新增经销商为青岛唐顿医疗器械有限公司。青岛唐顿医疗器械有限公司在青岛地区医疗美容市场份额较大，下游主要客户包括历下婵之媛医疗美容诊所、青岛昆娜医疗美容有限公司等知名医疗机构。

(2) 公司 2020 年上半年主要产品销售收入及变动

公司 2020 年上半年主要产品销售收入及变动情况如下：

单位：万元

产品名称	2020 年上半年销售金额	2019 年上半年销售金额	变动
嗨体	14,387.71	9,092.23	58.24%
爱芙莱	6,588.42	10,527.99	-37.42%
宝尼达	1,841.78	3,012.60	-38.86%
逸美一加一	808.70	957.49	-15.54%
爱美飞	189.77	251.75	-24.62%
逸美	26.82	131.15	-79.55%
其他	346.83	43.56	696.29%
合计	24,190.03	24,016.77	0.72%

2020 年上半年，受新冠肺炎疫情影响，公司销售收入较同期增加不多，其中主要是嗨体产品销售收入较同期增加 5,295.48 万元，增长幅度达到 58.24%。除嗨体外，其他产品较同期均有不同程度的下降。由于公司的嗨体产品是目前国内唯一获得国家药监

局批准的专门用于颈部皱纹修复产品，在机构客户开始恢复营业后，因其注射部位为颈部，治疗时不需要摘下口罩，需求量增加相对较大，也带动了公司上半年整体业绩的回升。

”

三、保荐人及申报会计师的核查程序及结论

（一）核查程序

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1、直销客户

（1）执行分析性复核程序，判断发行人直销客户收入月度、分产品、分客户波动的合理性；

（2）核查 2020 年上半年全部直销新增客户的背景资料核查是否为关联方，并检查资质文件，关注客户真实性、合规性；

（3）对发行人 2020 年上半年直销客户销售收入执行细节测试，检查相关的销售合同、订单、发票、发货单和签收单，细节测试覆盖直销收入的比例达到 51.52%；

（4）对发行人 2020 年上半年直销客户发函确认收入、应收和预收金额，直销客户发函比例为 63.88%，回函确认金额占收入比例为 61.33%；

（5）对发行人 2020 年上半年前五大直销客户及主要新增直销客户合计 7 家进行访谈，均采用视频访谈的形式。访谈的主要内容包括：客户背景、营业规模、2020 年上半年采购公司产品情况、产品周转、恢复营业时间、目前经营状况、关联关系等；此外，对于新增客户，还了解与发行人合作的原因。

2、经销客户及其下游终端客户

（1）执行分析性复核程序，判断发行人经销客户收入月度、分产品、分客户波动的合理性；

（2）核查 2020 年上半年全部经销新增客户的背景资料核查是否为关联方，并检查资质文件，关注客户真实性、合规性；

(3) 对发行人 2020 年上半年经销客户销售收入执行细节测试，检查相关的销售合同、订单、发票、发货单和签收单，细节测试覆盖经销收入的比例达到 87.30%；

(4) 对发行人 2020 年上半年经销客户发函确认收入、应收和预收金额，经销客户发函比例为 98.29%，回函确认金额占收入比例为 98.29%；

(5) 对发行人 2020 年上半年前十大经销客户及主要新增经销客户合计 12 家进行访谈，其中北京唯康采取实地走访的方式，其他 11 家采取视频访谈的方式。访谈的主要内容包括：客户背景、经营规模、经销其他产品的情况、2020 年上半年采购公司产品情况、期末库存情况、主要下游客户、恢复经营时间，目前经营状况、关联关系等；此外，对于新增客户，还了解与发行人合作的原因。

(6) 对发行人经销商终端销售情况，函证经销商截至 2020 年 6 月末的发行人产品的库存和终端销售客户及销售数量，上述经销商回函确认的金额占经销收入比例为 97.29%；

(7) 对发行人 2020 年上半年前五大经销商主要下游客户进行视频访谈，访谈内容包括：客户背景、营业规模、2020 年上半年从经销商采购公司产品情况，产品周转、恢复营业时间、目前经营状况等。

(二) 核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人 2020 年上半年业绩变动合理，与目前公开披露的同行业可比公司上半年经营情况变化趋势一致，符合行业惯例；2020 年上半年经销和直销收入变动合理；退换货对收入影响较小；经销商终端销售情况良好；主要客户、产品销售收入变动具有合理性。保荐机构和申报会计师对发行人上半年收入的核查充分。

四、对发行人相关银行账户资金流水的核查程序及核查结论

保荐机构、申报会计师根据《首发业务若干问题解答》中的相关要求，对发行人 2020 年 1-6 月相关银行账户资金流水进行核查，具体如下：

(一) 发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

1、发行人说明

公司制定了严格的资金管理内控制度，包括清晰的资金业务岗位分工，不相容岗位分离，建立货币资金授权批准制度，所有资金支出按公司授权制度由申请人制单、部门负责人审核、总经理或董事长审批，财务部门审核后，由财务办理支付手续。

公司的现金、银行账户、票据、发票、印章均由专人保管并授权登记使用。公司所有资金收付均通过公司银行账户，并可与实际执行的协议、订单及收入确认金额互相印证。

2、保荐机构、申报会计师核查程序及结论

保荐机构、申报会计师主要执行了如下核查程序：

- (1) 获得发行人资金管理制度，了解内部控制的设计情况。
- (2) 通过访谈程序了解资金管理制度的设计情况以及具体执行情况。
- (3) 实施控制测试，测试资金管理制度在实务中的执行情况。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人资金管理相关内部控制制度不存在较大缺陷。

(二) 是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

1、发行人说明

(1) 银行账户的管理情况

公司严格按照《支付结算办法》等国家有关规定，加强对银行账户的管理，严格按照规定开立账户，办理存款、取款和结算业务。公司定期检查、清理银行账户的开立及使用情况，不存在出租、出借公司银行账号，办理无关业务的情况，不存在银行账户不受发行人控制的情况。

公司开立的全部银行账户均纳入财务核算范围，不存在未在发行人财务核算中全面反映的情况。

(2) 银行开户数量与业务需要匹配情况

发行人 2020 年 1-6 月开立的银行账户如下：

账户名称	账号	账户类型	币种	用途
平安银行股份有限公司 北京亚奥支行	15000097026153	基本户	人民币	收销售款，支付社保、税金、工资以及日常费用
招商银行股份有限公司 北京北三环支行	110905152810803	一般户	人民币	用于购买该行的结构性存款，支付供应商货款以及日常费用
招商银行股份有限公司 北京北三环支行	1109050152832501	外币结算户	美元	于 2015 年 10 月 30 日开户，该账户自开立以来未发生任何收支业务。
中国工商银行股份有限公司 北京九龙山支行	0200096219000150758	一般户	人民币	用于该行贷款的收支，贷款已结清。2020 年 1-6 月无收支业务，已申请账户注销。
中国工商银行股份有限公司 北京九龙山支行	0200096219000165201	一般户	人民币	用于该行贷款的收支，贷款已结清。2020 年 1-6 月无收支业务，已申请账户注销。
中国民生银行股份有限公司 北京望京支行	631674717	一般户	人民币	用于购买该行结构性存款

公司 2020 年 1-6 月共有 6 个银行账户。其中，平安银行股份有限公司北京亚奥支行 15000097026153 账号主要用于收销售款，支付社会保险费、税金、人员薪资以及各项日常费用；招商银行股份有限公司北京北三环支行 110905152810803 账号主要用于购买该行的结构性存款，支付供应商货款以及各项日常费用；招商银行股份有限公司北京北三环支行 1109050152832501 账号为公司 2015 年 10 月 30 日开立美元结算户，该账户自开立以来未发生任何银行收支业务；中国工商银行股份有限公司北京九龙山支行 0200096219000150758 账号和 0200096219000165201 账号用于该行贷款的借入和偿还，贷款已结清，2020 年 1-6 月无收支业务，已申请注销银行账户；中国民生银行股份有限公司北京望京支行 631674717 账号主要用于购买该行结构性存款。

全资子公司北京爱美客科技发展有限公司 2020 年 1-6 月开立的银行账户如下：

开户行	账号	账户类型	币种	用途
交通银行股份有限公司 北京建国路支行	10060973018010074668	基本户	人民币	收销售款，支付社保、税金、工资以及日常费用
招商银行股份有限公司 北京万达广场支行	10908513110806	一般户	人民币	收销售款，支付供应商货款以及日常费用

北京爱美客科技发展有限公司交通银行股份有限公司 2020 年 1-6 月共开立有 2 个银行账户。其中，北京建国路支行 110060973018010074668 账号主要用于收销售款，支付社会保险金、税金、员工薪资以及各项日常费用；招商银行股份有限公司北京万达广场支行 110908513110806 账号主要用于收销售款，支付供应商货款以及各项日常费用。

综上，公司银行账户开户数量与业务需要相匹配。

2、保荐机构、申报会计师核查程序及结论

保荐机构、申报会计师主要执行了如下核查程序：

(1) 向发行人索取银行账户清单，了解账户名、开户行、账号、用途等基本信息，并和财务账记录核对，分析账户数量和业务需要是否匹配。

(2) 亲往发行人基本户银行打印《已开立银行结算账户清单》，并和发行人提供的账户清单及财务账记录核对，经检查，不存在不受发行人控制或未纳入核算范围的银行账户。

(3) 对 2020 年 1-6 月与发行人有业务往来的全部银行发函，函证银行账户开立、是否使用受限、存款余额等事项，经函证，未发现异常情况。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况。

(三) 发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

1、发行人说明

公司 2020 年 1-6 月及上年同期现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
经营活动现金流入	25,221.45	25,089.77

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月
经营活动现金流出	13,693.08	13,238.00
经营活动净流量	11,528.37	11,851.77
投资活动现金流入	38,634.33	10,105.27
投资活动现金流出	69,023.01	26,472.98
投资活动净流量	-30,388.69	-16,367.70

(1) 经营性现金流量

2020 年 6 月 30 日货币资金余额为 3.16 亿元，交易性金融资产（银行理财产品）余额 2.8 亿元，主要系经营活动产生。2020 年 1-6 月经营性现金净流量和上年同期相比略有下降，经营活动现金流入、经营活动现金流出和经营活动净流量均未出现大幅波动。

将净利润调节为经营活动现金流量，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月
净利润	14,385.62
加：信用减值损失	30.31
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	536.41
无形资产摊销	24.30
长期待摊费用摊销	0.90
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	0.25
固定资产报废损失	5.71
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-39.53
投资损失（收益以“-”号填列）	-627.17
递延所得税资产减少	20.12
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-15.67
存货的减少	140.02
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-786.97
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-2,145.93
经营活动产生的现金流量净额	11,528.37

投资收益 627.17 万元主要系购买银行理财产生的收益，经营性应付项目减少 2145.93 万元，主要系支付 2019 年度奖金导致应付职工薪酬减少。

综上，2020 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额略低于净利润金额，主要系支付 2019 年度奖金所致。2020 年 1-6 月经营性资金往来和经营活动相匹配。

(2) 投资性现金流量

公司 2020 年 1-6 月投资性现金流量具体分析如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月
收回投资所收到的现金	38,000.00
取得投资收益收到的现金	632.90
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	1.43
投资活动现金流入	38,634.33
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,615.93
投资支付的现金	67,407.08
投资活动现金流出	69,023.01
投资活动净流量	-30,388.69

收回投资所收到的现金 38,000 万元系赎回结构性存款；投资支付的现金 67,407.08 万元，其中投资东方美客（北京）科技发展有限公司支付 1407.08 万元，购买结构性理财产品 66,000.00 万元。现金流量和长期股权投资和交易性金融资产变动情况相匹配。

购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金 1615.93 万元，其中支付 Huons 公司 A 型肉毒毒素 100U 产品代理权 1501.65 万元，购置固定资产支付 114.29 万元。现金流量和购置固定资产以及支付代理权情况（在其他非流动资产核算）相匹配。

综上，投资性资金往来与资产购置、对外投资情况相匹配。

2、保荐机构、申报会计师核查程序及结论

保荐机构、申报会计师执行了如下主要核查程序：

(1) 亲往获得了发行人的 2020 年 1-6 月的银行对账单，和银行日记账双向核对，经检查，银行日记账记录真实、完整，不存在未纳入财务核算的收支记录。

(2) 选取银行收支业务，追查了银行单据、以及相关审批记录、发票、合同等原始单据，经检查，银行收支记录真实。

(3) 检查了发行人 2020 年 1-6 月银行日记账，经检查，不存在大额异常交易。

(4) 针对经营性现金流量，保荐机构、申报会计师复核了编制过程，并核对了和

净利润、折旧、投资收益等资产负债表、利润表项目的勾稽关系。

(5) 针对 Huons 公司 A 型肉毒毒素 100U 产品代理权, 保荐机构、申报会计师检查了代理权协议、国家药品监督管理局注射用 A 型肉毒毒素产品进口 (含港澳台) 治疗用生物临床试验批准的受理通知书、付汇单据等原始单据。

(6) 针对结构性存款的购置和赎回, 保荐机构、申报会计师检查了产品协议、银行收支单据, 并对期末余额实施了银行函证程序。

(7) 针对新增固定资产, 保荐机构、申报会计师抽查合同、发票、验收记录、付款审批单等原始单据, 并实施了固定资产监盘程序。

(8) 针对投资东方美客 (北京) 科技发展有限公司, 保荐机构、申报会计师检查了合资协议、营业执照、付款单据等法律性资料。

经核查, 保荐机构、申报会计师认为, 发行人大额资金往来不存在重大异常, 与公司经营活动、资产购置、对外投资等相匹配。

(四) 发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

1、发行人说明

公司 2020 年 1-6 月除向控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员支付薪资、零星报销外, 不存在其他资金往来。

2、保荐机构、申报会计师核查程序及结论

保荐机构、申报会计师主要执行了如下核查程序:

(1) 亲往获得了发行人的 2020 年 1-6 月的银行对账单, 和银行日记账双向核对, 经检查, 银行日记账记录真实、完整, 不存在未纳入财务核算的收支记录。

(2) 检查了发行人 2020 年 1-6 月银行日记账, 经检查, 除支付薪资、零星报销外, 不存在与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员的其他资金往来。

(3) 检查控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及配偶等 20 人 2020 年 1-6 月的资金流水,除薪资、零星报销外,不存在和公司的其他资金往来。

经核查,保荐机构、申报会计师认为,发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

(五) 发行人是否存在大额或频繁取现的情形,是否无合理解释;发行人同一账户或不同账户之间,是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形,是否无合理解释

1、发行人说明

公司 2020 年 1-6 月不存在取现情况,不存在金额、日期相近的异常大额资金进出情况。

2、保荐机构、申报会计师核查程序及结论

保荐机构、申报会计师主要执行了如下核查程序:

(1) 检查了发行人的 2020 年 1-6 月的现金日记账,经检查,不存在取现情况。

(2) 亲往获得了发行人的银行对账单,和银行日记账双向核对,经检查,银行日记账记录真实、完整,不存在未纳入财务核算的收支记录。

(3) 选取银行收支业务,追查了银行单据、以及相关审批记录、发票、合同等原始单据,经检查,银行收支记录真实。

(4) 检查了发行人 2020 年 1-6 月的银行日记账,经检查并分析,不存在金额、日期相近的异常资金进出。

经核查,保荐机构、申报会计师认为,发行人 2020 年 1-6 月不存在大额或频繁取现的情形,不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

(六) 发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务(如商标、专利技术、咨询服务等)的情形,如存在,相关交易的商业合理性是否存在疑问

1、发行人说明

2020 年 1-6 月发生两笔购买无实物形态资产或服务情况支付大额（100 万以上）资金的情况，具体如下：

（1）支付 Huons 公司 A 型肉毒毒素 100U 产品代理权 214 万美元

Huons 公司为韩国知名制药及医疗器械企业，成立于 1965 年，并于 2006 年在韩国证券交易所上市（KOSDAQ:084110）。

公司于 2018 年 9 月 13 日与其签署经销协议，获得 A 型肉毒毒素 100U 产品的代理权。代理费以前期费用和阶段性费用方式支付。协议签署后 30 日内支付 107 万美元（含全部税费）前期费用；阶段性费用共计 428 万美元分三个阶段支付：Huons 从韩国食品与药品安全局处取得监管许可证后 30 日内支付 107 万美元，公司提交进口药品临床试验申请后 30 天内支付 214 万美元，当 CFDA 批准后 30 日内支付 107 万美元。

公司于 2020 年 2 月 6 日提交进口药品临床试验申请，根据合同约定，支付 214 万美元。公司于 2020 年 4 月获得国家药品监督管理局批准的该项目临床试验通知书。

（2）支付北京昭衍新药研究中心股份有限公司第三期技术服务费 190 万元

北京昭衍新药研究中心股份有限公司是一家专业从事药物评价的高新技术企业，着力于为药物研发机构提供药物筛选、药效学研究、药代动力学研究、安全性评价和临床试验服务，成立于 1995 年，并于 2017 年在上海证券交易所上市（昭衍新药：603127）。

公司于 2019 年 3 月 4 日与该公司签署编号为 NBT-GXB-201903005-1 的利拉鲁肽注射液非临床药药效学试验研究及编号为 NBT-GXB-201903005-2 的利拉鲁肽注射液非临床药代动力学和毒理试验研究（内部代号：L1698）的技术服务合同。合同款项分三期支付：

单位：万元

合同编号	第一期（30%）	第二期（40%）	第三期（30%）	合计
NBT-GXB-201903005-1	40.50	54.00	49.20	143.70
NBT-GXB-201903005-2	130.80	174.40	140.80	446.00
合计：	171.30	228.40	190.00	

第一期于合同签订后 10 天内支付，第二期于各试验进度确认动物购入前 10 天内支付，第三期于公司确认电子版报告后 7 天内支付；公司于 2020 年 6 月 1 日收到昭衍

新药出具的 L1698 项目非临床报告验收单，并于 6 月 5 日支付第三期款项 190 万元。
2020 年 8 月，国家药品监督管理局受理了公司该项目的药品临床试验申请。

2、保荐机构、申报会计师核查程序及结论

保荐机构、申报会计师主要执行了如下核查程序：

(1) 亲往获得了发行人的 2020 年 1-6 月的银行对账单，和银行日记账双向核对，经检查，银行日记账记录真实、完整，不存在未纳入财务核算的收支记录。

(2) 选取银行收支业务，追查了银行单据、以及相关审批记录、发票、合同等原始单据，经检查，银行收支记录真实。

(3) 检查了发行人 2020 年 1-6 月银行日记账，识别购买无实物形态资产或服务情况的大额支出。

(4) 针对 Huons 公司 A 型肉毒毒素 100U 产品代理权，保荐机构、申报会计师查询了该公司背景资料、检查了代理权协议、国家药品监督管理局注射用 A 型肉毒毒素产品进口（含港澳台）治疗用生物临床试验批准的受理通知书和批准该项目的临床试验通知书。付汇单据等原始单据。经检查，保荐机构、申报会计师认为，该交易具有商业合理性。

(5) 针对北京昭衍新药研究中心股份有限公司，保荐机构、申报会计师网络查询了该公司背景资料，检查了合同、发票、非临床报告验收单、结项报告、银行单据、国家药品监督管理局临床试验受理书等原始资料。经检查，保荐机构、申报会计师认为，该交易具有商业合理性。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人 2020 年 1-6 月存在两笔大额（100 万以上）购买无实物形态资产、服务的情形，经检查相关的业务单据，相关交易具有商业合理性。

(七) 发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

1、发行人说明

根据公司实际控制人简军的个人银行账户流水显示，其 2020 年 1-6 月单笔大于 10 万元的支出共计 28 笔，共计 11,020 万元，无大于 5 万元的存取现情况，具体构成如下：

(1) 根据银行流水中交易摘要、对方账户名称、理财购买明细、保单等资料显示，存在 13 笔共计 9,580.50 万元为购买银行理财、保险等理财产品。

其中，①8 笔共计 4,794.60 万元，资金主要来源于 2020 年之前认购的理财、保险产品到期或赎回的本金及分红；②剩余 5 笔共计 4,785.90 万元，为前述类型①的理财产品到期或赎回后进行的再次申购。

根据前期现场检查情况，简军及其配偶姚京在 2016 年至 2018 年共认购银行理财、保险等理财产品 8,009.71 万元，资金来源主要为简军历次取得公司分红款以及股份转让款。上述 2020 年 1-6 月理财认购、资金来源情况，与前期现场检查中统计理财认购金额、后续保持存续或赎回后认购的资金状态相匹配，具有合理性。

(2) 6 笔共计 381.50 万元为简军本人个人账户之间转账；

(3) 2 笔共计 1,000 万元转给配偶姚京，用于购买理财产品；

(4) 6 笔共计 47 万为向简军胞妹简青转账，系家庭往来款；

(5) 1 笔 11 万元为系大学同学临时资金周转借款。

此外，根据公司实际控制人简军配偶姚京的个人银行账户流水显示，其 2020 年 1-6 月单笔大于 10 万元的支出共计 14 笔，共计 4,820 万元，无大于 5 万元的存取现情况。其中，存在 2 笔共计 800 万元为本人个人账户之间转账。根据银行流水中交易摘要、对方账户名称、理财购买明细、保单等资料显示，其余大额资金往来共 12 笔共计 4,020 万元，均为购买银行理财、保险等理财产品（包括在该期间内认购、赎回、并再次认购的部分 700 万元），资金主要来源于前期理财、保险产品在到期赎回的本金及分红。

综上所述，公司实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

2、保荐机构、申报会计师核查程序及结论

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

(1) 取得了发行人实际控制人简军及其配偶姚京的 2020 年 1-6 月的个人资金流水，对大额资金往来及存取现进行统计，核验账户完整性，并取得了完整提供银行账户的承诺函；

(2) 对发行人实际控制人简军及其配偶姚京进行了访谈，确认大额收支金额、用途，并与流水中交易摘要、对方账户名称进行验证；

(3) 对于购买理财、保险产品的支出，取得了相关理财购买明细、保单等证明性资料，核对认购资金来源于前期购买产品到期赎回的本金及分红，并结合简军历次取得的分红、股权转让款的金额及后续使用情况进行比对，判断其合理性；

(4) 对于借款的支出，查阅了借款协议，通过访谈了解借款支出的对方身份及借款背景，与通过公开查询得到的公司 2017-2019 年全年收入大于 100 万元、2020 年 1-6 月收入大于 50 万元的客户、2017-2019 年及 2020 年 1-6 月前 10 大供应商的股东、法人、主要管理人员名单以及取得的公司员工花名册进行比对，确认不存在重合的情况。其中上述客户共 406 家，占 2020 年 1-6 月营业收入 80.31%；上述供应商共 21 家，占 2020 年 1-6 月采购总额的 94.69%。经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形。

(八) 控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

1、发行人说明

2020 年 1-6 月，公司未向公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员进行大额现金分红、资产转让或股权转让，因此，上述人员不存在从公司获

得大额现金分红款、资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款的情形。

对于上述人员（共计 23 人，相较现场检查时“调取发行人董监高及其近亲属共 22 人”，另含公司出纳 1 人）从公司领取的薪酬，单笔大于 10 万元的共 7 笔共计 100.01 万元，金额、数量相对较有限，资金流向主要用于日常开支、家庭往来、购买理财产品等，不存在重大异常。

2、保荐机构、申报会计师核查程序及结论

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

（1）比照现场检查时的流水核查范围，取得了发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及上述人员配偶、亲属共计 23 人（相较现场检查时“调取发行人董监高及其近亲属共 22 人”，另含公司出纳 1 人）2020 年 1-6 月的银行流水，对大额资金往来及存取现进行统计，核验账户完整性，并取得了完整提供银行账户的承诺函；

（2）取得了发行人的工商文件、财务记录、银行流水、三会文件等相关资料，确认发行人 2020 年 1-6 月未向发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员进行大额现金分红、资产转让或股权转让，并与上述人员及其配偶的资金流水核对确认；

（3）对发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及上述人员的配偶进行了访谈，确认大额收支金额、用途，并与流水中交易摘要、对方账户名称进行验证；

（4）查阅了 2020 年 1-6 月发行人薪资、奖金发放记录，并与上述人员资金流水相比对，确认大额薪资数量及金额，并结合发行人业绩情况、历史薪酬水平进行判断，确认上述人员薪酬金额、数量的合理性；

（5）对上述人员从发行人取得的薪酬后的主要资金流向或用途进行了访谈，并结合银行流水、相关证明材料判断其真实性和合理性。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在从发行人获得大额现金分红款、资产转让款、转让发行人股

权获得大额股权转让款的情形，从发行人获得大额薪酬的主要资金流向或用途主要用于日常开支、家庭往来、购买理财产品等，不存在重大异常。

（九）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来；（十）是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

1、发行人说明

比照现场检查时的流水核查范围，公司取得了控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及上述人员配偶、亲属共计 23 人（相较现场检查时“调取发行人董监高及其近亲属共 22 人”，另含公司出纳 1 人）的银行流水。具体情况如下：

（1）公司控股股东、实际控制人、董事长简军及其配偶姚京

上述两人资金情况详见本节“问题（七）”。

（2）公司外部董事王兰柱

公司董事王兰柱 2020 年 1-6 月单笔大于 10 万元的支出共计 40 笔，共计 1,171.40 万元，大于 5 万元的存现 1 笔共计 20 万元。其中，除 7 笔共计 206 万元向本人、配偶及儿子账户的转款外，根据银行流水中交易摘要、对方账户名称、对手方提供的确认函、投资及借款协议等相关证明资料，其余大额资金往来主要用于其个人投资、朋友同事资金周转等。

王兰柱于 2009 年成为公司股东，目前持有公司股份比例为 4.85%。2011 年至今担任公司董事，未在公司担任其他职务。王兰柱主要投资领域为教育、传媒行业，为业内较为知名的投资人士。其作为创始人的瑞思学科英语已于 2017 年 10 月纳斯达克上市；投资的其他企业包括北京迈瑞科教育科技有限公司，主营业务为少儿英语教育，app“读伴儿”；北京中传数广控股有限公司，主营业务为数字电视服务；曾投资的其他企业包括北京励合教育投资有限公司，主营业务为投资管理国内民办幼儿园等。上述 2020 年 1-6 月资金往来情况以及资金用途与其个人背景、对外投资情况相匹配，具有合理性。

(3) 除简军、姚京以及王兰柱以外的 20 人

根据该等人员的银行流水，其 2020 年 1-6 月单笔大于 10 万元的支出共 164 笔，共计 9,886.95 万元，大于 5 万元的取现 3 笔共计 45 万元，存现 0 笔，具体构成如下：

1) 62 笔共计 2,943.51 万元为向本人或其配偶账户转账，相关账户均在本次核查范围之内；

2) 根据银行流水中交易摘要、对方账户名称、理财购买明细、保单、投资协议等资料确认，74 笔共计 5,847.50 万元用于购买理财、基金、股票、对外投资等用途；

3) 根据银行流水中交易摘要、对方账户名称、对手方提供的确认函、借款协议、房产证明等相关资料，剩余部分共 28 笔共计 1,095.94 万元，主要为购置房屋、亲戚间家庭往来、朋友借款、个人消费、缴纳税款等。

通过将上述大额资金往来的对手与公司关联方、客户、供应商清单以及主要客户、供应商的股东、法人、主要管理人员名单进行比对，确认公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在与公司关联方、客户、供应商大额资金往来，不存在通过关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

2、保荐机构、申报会计师核查程序及结论

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1) 比照现场检查时的流水核查范围，取得了发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员及上述人员配偶、亲属共计 23 人（相较现场检查时“调取发行人董监高及其近亲属共 22 人”，另含公司出纳 1 人）2020 年 1-6 月的银行流水，对大额资金往来及存取现进行统计，核验账户完整性，并取得了完整提供银行账户的承诺函；

2) 对上述人员进行了访谈，确认大额收支及存取现的金额、用途，并与流水中交易摘要、对方账户名称、对手方提供的确认函、投资借款协议、房产证明等相关资料进行验证；

3) 对于购买理财、保险产品的支出，取得了相关理财购买明细、保单等证明性资料，确认资金用途，并结合上述人员历史上购买理财、保险产品情况，认为具有合理

性；

4) 通过访谈了解银行流水中对手方的身份及背景，并与通过公开查询得到的公司 2017-2019 年全年收入大于 100 万元、2020 年 1-6 月收入大于 50 万元的客户、2017-2019 年及 2020 年 1-6 月前 10 大供应商的股东、法人、主要管理人员名单以及取得的公司员工花名册进行比对，确认不存在重合的情况。其中上述客户共 406 家，占 2020 年 1-6 月营业收入 80.31%；上述供应商共 21 家，占 2020 年 1-6 月采购总额的 94.69%；

5) 获取了发行人 2020 年 1-6 月的全部客户、供应商清单，并与资金流水对手方进行比对，上述人员与发行人客户、供应商确认不存在资金往来；

6) 对发行人 2020 年 1-6 月采购、销售进行了细节测试、穿行测试，对采购及销售中涉及的收付款凭证、出入库单、发票等相关财务资料进行核对，确认不存在通过关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

综上所述，经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人内部控制健全有效、不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

2、2020 年上半年各月销售收入金额及同期变动情况，是否与可比公司月度变动情况一致，是否与各月下游复工客户数量、下游复工客户的客流量情况相匹配；发行人及下游客户特别是医美诊所或医院是否有相关政策规定明确的复工时间，实际复工时间是否遵循了相关规定。

回复：

一、发行人说明

（一）2020 年上半年各月销售收入金额及同期变动情况

2019 及 2020 年上半年，公司各月收入构成情况如下：

单位：万元

月份	2020 年	2019 年	同比变动
1 月	3,686.22	4,002.23	-7.90%
2 月	377.97	1,617.99	-76.64%
3 月	3,854.51	4,401.12	-12.42%
4 月	4,063.02	5,201.94	-21.89%
5 月	5,814.67	4,694.47	23.86%
6 月	6,393.64	4,099.02	55.98%
合计	24,190.03	24,016.77	0.72%

2020 年 1 月公司收入较去年同期略有下降，主要原因为 2020 年春节假期为 1 月，2019 年春节假期为 2 月。受疫情影响，公司 2020 年 2 月-4 月收入较去年同期相比出现下滑。随着疫情逐步得到控制、下游客户陆续复工，公司自 2020 年 3 月开始销售收入实现逐月增长。

此外，公司 7 月份实现销售收入 6,909.65 万元，较同期增加 57.70%，保持增长趋势。

（二）是否与可比公司月度变动情况一致

公司同行业可比上市公司华熙生物、昊海生科已披露其 2020 年一季度业务情况，其中，华熙生物未披露分产品类型或分月度的收入情况，昊海生科在其 2020 年第一季度报告中披露了各月收入金额但未披露各月收入的同比变动情况。对于二季度及上半年业绩情况，截至本回复报告出具日尚仅有昊海生科公布了

其中期业绩预告公告，亦未披露各月收入或按月同比变动情况。

根据可获得的信息，公司一季度收入与可比公司对比情况如下：

单位：万元

月份	爱美客		华熙生物		昊海生科-整形美容与创面护理产品	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
1月	3,686.22	46.55%	N/A	N/A	1,018.06	47.42%
2月	377.97	4.77%	N/A	N/A	228.95	10.66%
3月	3,854.51	48.68%	N/A	N/A	900.02	41.92%
一季度小计	7,918.70	100.00%	36,789.42	100%	2,147.03	100.00%
收入同比变动	-20.98%		3.50%		-63.69%	

2020年一季度，华熙生物营业收入为36,789.42万元，较去年同期增长3.50%，昊海生科“整形美容与创面护理产品”产品线实现营业收入2,147.03，较去年同期下降63.69%。公司2020年一季度收入为7,918.70万元，同比下降20.98%，处于可比公司业绩变动幅度的中间范围。

从月度变动趋势来看，昊海生科“整形美容与创面护理产品”产品线收入在2月份出现明显下降后，于3月份基本恢复至1月份收入水平，其变化趋势、各月收入占比与公司同期月度收入情况较为一致。

此外，昊海生科亦披露了其2020年4月1日至4月24日期间“整形美容与创面护理产品”产品线的收入金额，为1,132.59万元，已超过同年3月份的全月收入，与公司4月份收入呈现环比增长的趋势相同。

根据昊海生科2020年上半年的业绩预告，其“2020年第2季度较2020年第1季度销售收入环比增长123%左右”，与公司二季度营业收入相较一季度环比快速增长105.48%的趋势相同、增幅相近。

（三）是否与各月下游复工客户数量、下游复工客户的客流量情况相匹配

2020年上半年，公司2月份收入受疫情影响出现明显下滑，后自3月份起逐步恢复，并实现逐月增长。

根据公司2020年一季度30家主要客户的复工公告信息以及复工时间，该等客户所属的43家医疗美容机构中，共有36家机构于3月复工，5家机构于2月

复工，2 家机构于 4 月复工。上述机构复工时间主要集中在 3 月份，与公司收入 2 月份较低、3 月份开始恢复的变动趋势一致。

上述客户复工时间及疫情后公司首次向其发货时间具体如下：

序号	客户名称	所属医疗机构 最早复工时间	疫情后首次发货时间	一季度销售金 额（万元）
1	上海康汝医疗器械有限公司	2020 年 2 月	2020 年 2 月 5 日	330.49
2	南京康美美容医院有限公司	2020 年 3 月 5 日	2020 年 3 月 13 日	201.19
3	南京市秦淮区天熙医疗美容门诊部	2020 年 3 月	2020 年 3 月 24 日	177.14
4	哈尔滨韩美医疗美容门诊有限公司	2020 年 3 月	2020 年 3 月 19 日	171.50
5	上海施尔美投资管理有限公司	2020 年 3 月 8 日	2020 年 3 月 11 日	161.87
6	北京中康时代医疗科技有限公司	2020 年 3 月	2020 年 3 月 27 日	156.48
7	重庆星宸整形美容医院有限公司	2020 年 3 月 11 日	2020 年 3 月 18 日	143.88
8	重庆远宸医疗科技有限公司	2020 年 3 月 5 日	2020 年 3 月 17 日	126.99
9	南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司	2020 年 3 月 17 日	2020 年 2 月 28 日	124.59
10	成都市春语医院管理有限公司	2020 年 3 月	2020 年 3 月 2 日	97.16
11	长沙市岳麓区润琪医疗美容门诊部	2020 年 3 月 9 日	2020 年 3 月 18 日	95.14
12	唐山金荣医院	2020 年 3 月 24 日	2020 年 3 月 23 日	95.04
13	杭州瑞丽医疗美容医院有限公司	2020 年 3 月 3 日	2020 年 3 月 19 日	84.76
14	北京伊美尔医疗科技集团股份有限公司	2020 年 3 月 1 日	2020 年 3 月 19 日	83.63
15	郑州市安美星河医疗美容门诊有限公司	2020 年 3 月 20 日	2020 年 3 月 16 日	82.62
16	华韩整形美容医院控股股份有限公司	2020 年 3 月	2020 年 3 月 6 日	81.80
17	芦淞区华美医疗美容门诊部	2020 年 3 月 5 日	2020 年 3 月 27 日	81.19
18	福州市仓山华窈医疗美容门诊部有限公司	2020 年 2 月 21 日	2020 年 3 月 10 日	77.67
19	长沙爱思特医疗美容有	2020 年 3 月 15 日	2020 年 3 月 6 日	76.58

序号	客户名称	所属医疗机构 最早复工时间	疫情后首次发货时间	一季度销售金额（万元）
	限公司			
20	上海瑞欧医疗美容门诊部有限公司	2020 年 3 月	2020 年 3 月 23 日	68.54
21	山西潼彦美容服务有限公司	2020 年 3 月 13 日	2020 年 3 月 27 日	67.96
22	丽都整形美容医院股份有限公司	2020 年 3 月 12 日	2020 年 3 月 24 日	61.07
23	朗姿医疗管理有限公司	2020 年 2 月 24 日	2020 年 3 月 5 日	60.24
24	广州市越秀区欧缇医院合伙企业（普通合伙）	2020 年 3 月 4 日	2020 年 4 月 1 日 ^注	58.74
25	佛山市禅城区苏李秀英医院	2020 年 3 月 8 日	2020 年 3 月 27 日	57.18
26	泰州丽都医疗美容医院有限公司	2020 年 3 月 6 日	2020 年 3 月 26 日	56.60
27	南京华美美容医院有限公司	2020 年 3 月 14 日	2020 年 3 月 3 日	43.40
28	威兹曼医疗美容连锁医院管理有限公司	2020 年 3 月 1 日	2020 年 3 月 24 日	42.33
29	杭州伽颜医疗美容诊所有限公司	2020 年 2 月 25 日	2020 年 4 月 17 日 ^注	41.61
30	杭州市西湖区圣林医疗美容诊所	2020 年 2 月 22 日	2020 年 3 月 18 日	41.34
以上客户中直销客户一季度收入合计				2,718.24
占直销收入比例				56.53%

注：该客户一季度采购均来自于 1 月份，故疫情后首次采购时间为 4 月份

2020 年二季度，随着疫情在全国范围内基本得到控制，在上述客户继续保持正常经营、向公司采购的同时，其他下游客户亦已基本实现全面复工。上述复工情况与二季度公司收入逐月增长的变动趋势一致。

综上所述，公司月度收入变化情况与各月下游复工客户数量相匹配。

对于下游复工客户的客流量情况，中介机构对发行人 2020 年上半年主要直销客户以及经销模式下的主要终端客户进行了访谈和确认，包括了解其复工时间、复工后客流量恢复情况、发行人产品使用等信息，并与其采购金额、采购时间进行比对，分析其合理性。经核查，中介机构认为发行人各月收入变动情况与其下游复工客户数量、下游复工客户的客流量情况相匹配，具有合理性。

（四）发行人及下游客户特别是医美诊所或医院是否有相关政策规定明确

的复工时间，实际复工时间是否遵循了相关规定

公司于 2020 年 2 月初正式复工，按照北京市复工复产指南的要求，严格执行和落实疫情防控措施，实施体温检测、要求员工佩戴口罩、灵活安排上班时间及地点等防护措施，符合 2020 年 1 月 31 日北京市政府发布的《关于新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控期间本市企业灵活安排工作的通知》中的相关要求。自复工起至本回复报告出具日，公司员工身体状态均正常，未出现确诊、疑似或密切接触者案例。

2020 年 2 月初，全国多地出台了针对医疗服务行业的复工限制性政策，主要包括要求各类医疗机构仅保留必要急诊服务，对门诊部、诊所以及口腔科、眼科、耳鼻喉科、整形（美容）科等科室及专科医院进行停诊等措施。随着疫情逐步得到控制，2 月底至 3 月，各地陆续下发了关于恢复医疗服务工作的通知，全国范围内已基本对上述限制性政策进行了解除。

公司下游客户根据当地防疫防控、卫生部门的要求和指导，在当地政策已允许复工的条件下，积极开展防疫教育培训、严格履行消毒灭菌措施、设立标准化就诊流程，在达到防疫防控标准后，通过复工申报、自检报备等符合当地要求的形式实现复工。经核对公司 2020 年上半年主要客户复工时间和当地复工政策，公司主要下游客户实际复工时间符合当地防疫防控、复工复产的相关规定。

二、补充披露

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营情况”之“（一）财务报告审计基准日后主要财务信息”中补充披露如下

“

4、2020 年上半年收入按月度构成情况

2019 及 2020 年上半年，公司各月收入构成情况如下：

单位：万元

月份	2020 年	2019 年	同比变动
1 月	3,686.22	4,002.23	-7.90%

月份	2020 年	2019 年	同比变动
2 月	377.97	1,617.99	-76.64%
3 月	3,854.51	4,401.12	-12.42%
4 月	4,063.02	5,201.94	-21.89%
5 月	5,814.67	4,694.47	23.86%
6 月	6,393.64	4,099.02	55.98%
合计	24,190.03	24,016.77	0.72%

2020 年 1 月公司收入较去年同期略有下降，主要原因为 2020 年春节假期为 1 月，2019 年春节假期为 2 月。受疫情影响，公司 2020 年 2 月-4 月收入较去年同期相比出现下滑。随着疫情逐步得到控制、下游客户陆续复工，公司自 2020 年 3 月开始销售收入实现逐月增长。

此外，公司 7 月份实现销售收入 6,909.65 万元，较同期增加 57.70%，保持增长趋势。

公司同行业可比上市公司华熙生物、昊海生科已披露其 2020 年一季度业务情况，其中，华熙生物未披露分产品类型或分月度的收入情况，昊海生科在其 2020 年第一季度报告中披露了各月收入金额但未披露各月收入的同比变动情况。对于二季度及上半年业绩情况，截至 2020 年 8 月 20 日尚仅有昊海生科公布了其中期业绩预告公告，亦未披露各月收入或按月同比变动情况。

根据可获得的信息，公司一季度收入与可比公司对比情况如下：

单位：万元

月份	爱美客		华熙生物		昊海生科-整形美容与创面护理产品	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
1 月	3,686.22	46.55%	N/A	N/A	1,018.06	47.42%
2 月	377.97	4.77%	N/A	N/A	228.95	10.66%
3 月	3,854.51	48.68%	N/A	N/A	900.02	41.92%
一季度小计	7,918.70	100.00%	36,789.42	100%	2,147.03	100.00%
收入同比变动	-20.98%		3.50%		-63.69%	

2020 年一季度，华熙生物营业收入为 36,789.42 万元，较去年同期增长 3.50%，昊海生科“整形美容与创面护理产品”产品线实现营业收入 2,147.03，较去年同期下降 63.69%。公司 2020 年一季度收入为 7,918.70 万元，同比下降 20.98%，处于可比公司业绩变动幅度的中间范围。

从月度变动趋势来看，昊海生科“整形美容与创面护理产品”产品线收入在2月份出现明显下降后，于3月份基本恢复至1月份收入水平，其变化趋势、各月收入占比与公司同期月度收入情况较为一致。此外，昊海生科亦披露了其2020年4月1日至4月24日期间“整形美容与创面护理产品”产品线的收入金额，为1,132.59万元，已超过同年3月份的全月收入，与公司4月份收入呈现环比增长的趋势相同。根据昊海生科2020年上半年的业绩预告，其“2020年第2季度较2020年第1季度销售收入环比增长123%左右”，与公司二季度营业收入相较一季度环比快速增长105.48%的趋势相同、增幅相近。

2020年上半年，公司2月份收入受疫情影响出现明显下滑，后自3月份起逐步恢复，并实现逐月增长。根据公司2020年一季度30家主要客户的复工公告信息以及复工时间，该等客户所属的43家医疗美容机构中，共有36家机构于3月复工，5家机构于2月复工，2家机构于4月复工。上述机构复工时间主要集中在3月份，与公司收入2月份较低、3月份开始恢复的变动趋势一致。2020年二季度，随着疫情在全国范围内基本得到控制，在上述客户继续保持正常经营、向公司采购的同时，其他下游客户亦已基本实现全面复工。上述复工情况与二季度公司收入逐月增长的变动趋势一致。综上所述，公司月度收入变化情况与各月下游复工客户数量相匹配。

对于下游复工客户的客流量情况，中介机构对发行人2020年上半年主要直销客户以及经销模式下的主要终端客户进行了访谈和确认，包括了解其复工时间、复工后客流量恢复情况、发行人产品使用等信息，并与其采购金额、采购时间进行比对，分析其合理性。经核查，中介机构认为发行人各月收入变动情况与其下游复工客户数量、下游复工客户的客流量情况相匹配，具有合理性。

公司于2020年2月初正式复工，按照北京市复工复产指南的要求，严格执行和落实疫情防控措施，实施体温检测、要求员工佩戴口罩、灵活安排上班时间及地点等防护措施，符合2020年1月31日北京市政府发布的《关于新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控期间本市企业灵活安排工作的通知》中的相关要求。自复工起至本回复报告出具日，公司员工身体状态均正常，未出现确诊、疑似或密切接触者案例。

2020年2月初，全国多地出台了针对医疗服务行业的复工限制性政策，主要包括要求各类医疗机构仅保留必要急诊服务，对门诊部、诊所以及口腔科、眼科、耳鼻喉科、整形（美容）科等科室及专科医院进行停诊等措施。随着疫情逐步得到控制，2月底至3月，各地陆续下发了关于恢复医疗服务工作的通知，全国范围内已基本对上述限制性政策进行了解除。公司下游客户根据当地疫情防控、卫生部门的要求和指导，在当地政策已允许复工的条件下，积极开展防疫教育培训、严格履行消毒灭菌措施、设立标准化就诊流程，在达到疫情防控标准后，通过复工申报、自检报备等符合当地要求的形式实现复工。经核对公司2020年上半年主要客户复工时间和当地复工政策，公司主要下游客户实际复工时间符合当地疫情防控、复工复产的相关规定。

”

三、保荐人及申报会计师的核查程序及结论

（一）核查程序

1、查阅了发行人2020年上半年月财务数据，核对其月度收入金额及变动情况，并向管理层了解变动原因；

2、检索了可比公司2020年上半年业绩情况，了解其变动趋势及原因，并与发行人进行比对，分析发行人月度收入变动的合理性和可比性；

3、检索并查阅了发行人2020年上半年主要客户的复工公告和复工时间，与发行人月度收入、对应客户的发货时间、金额及数量进行比对，判断合理性和匹配性；

4、检索了发行人2020年上半年主要客户所在地的疫情防控、复工政策，查阅了部分客户的复工批复、报备文件，确认不存在违反当地疫情防控、复工复产政策的情况；

5、对发行人2020年上半年主要直销客户以及经销模式下的主要终端客户进行了访谈，包括2020年上半年前五大直销客户及主要新增直销客户合计7家、

2020 年上半年前十大经销客户及主要新增经销客户合计 12 家、2020 年上半年前五大经销商主要下游客户等，向该等机构了解其复工时间、复工后客流量、发行人产品使用等相关情况，并与其采购金额、采购频率进行比对，分析其合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人 2020 年上半年月度业绩变动情况合理，与目前公开披露的同行业可比公司业绩情况、各月下游复工客户数量、下游复工客户的客流量情况相匹配；发行人及下游客户实际复工时间遵循了当地对于疫情防控、复工复产的相关规定。

3、各月嗨体销售收入金额、销量及单价，2020 年上半年嗨体销售价格与报告期各期销售均价以及促销政策是否存在差异及原因；嗨体与其他产品在产品性能、受众群体、客户粘性、使用周期及疗程等方面的差异，是否必须在医美机构和诊所进行注射，是否必须要按周期连续注射；结合前述差异分析上半年因受疫情影响，其他产品销售收入均大幅下降，而嗨体销量及收入仍大幅增加的原因及合理性。主要直销和经销客户中嗨体采购金额及占比较同期的变动情况及原因。

回复：

一、发行人说明

（一）各月嗨体销售收入金额、销量及单价，2020 年上半年嗨体销售价格与报告期各期销售均价以及促销政策是否存在差异及原因

2020 年上半年公司各月嗨体产品销售收入金额、销量及单价情况如下表所示：

月份	2019 年	2020 年			
	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 (万元)	嗨体收入同比 变化 (%)	嗨体销售数 量 (万支)	嗨体单价 (元/支)
1 月	1,266.74	1,777.90	40.35%	5.53	321.42
2 月	455.67	297.23	-34.77%	0.65	455.25
3 月	1,707.63	2,328.72	36.37%	6.34	367.36
4 月	1,877.03	2,460.27	31.07%	7.18	342.85
5 月	1,932.59	3,475.15	79.82%	10.32	336.70
6 月	1,852.57	4,048.44	118.53%	12.28	329.75
合计	9,092.23	14,387.71	58.24%	42.30	340.15

新冠疫情自春节起在全国范围内蔓延，受疫情影响，公司主要下游客户春节后延迟复工，因此公司 2020 年 2 月嗨体产品收入同比下降 34.77%。随着国内疫情逐步得到控制，各地下游客户陆续恢复营业，2020 年 3 月后公司收入逐步恢复正常。其中嗨体产品为目前唯一经国家药监局批准的针对颈部皱纹改善的三类医疗器械产品，已获得终端消费者的广泛认可，且随着公司新增客户的增加，自 2020 年 3 月至 6 月嗨体产品收入较同期增幅较大，增幅介于 30%至 120%。公司 2020 年 2 月嗨体产品销售价格为 455.25 元/支，主要系 2020 年 2 月嗨体产品销售数量较少，公司客户返货数量较少导致产品单价较高。

2020 年上半年度嗨体产品销售价格与报告期各期销售均价如下表所示：

年度	嗨体产品		
	销量 (万支)	平均单价 (元/支)	平均单价变动 (%)
2020 年 1-6 月	42.30	340.15	-3.53
2019 年度	68.80	352.61	11.72
2018 年度	23.75	315.63	10.74
2017 年度	11.97	285.01	-

2020 年上半年嗨体销售价格为 340.15 元/支，较 2019 年度产品单价基本保持稳定，且单价介于报告期嗨体产品价格 285.01 元/支至 352.61 元/支间（2019 年嗨体产品平均单价继续上升，原因为公司产品含税价保持相对稳定，适用增值税税率降低）。2020 年上半年度嗨体产品促销政策与 2019 年保持一致。

（二）嗨体与其他产品在产品性能、受众群体、客户粘性、使用周期及疗程等方面的差异，是否必须在医美机构和诊所进行注射，是否必须要按周期连续注射；

公司的嗨体产品是国内目前唯一一款获得国家药监局批准用于颈部皱纹的修复产品，该产品核心技术获国家发明专利。嗨体产品主要成分除透明质酸钠外，还包含多种氨基酸、维生素 B2 和 L-肌肽。其主要用于皮内真皮层注射填充，以纠正颈部中重度皱纹。嗨体产品受众群体没有规定限制，临床试验中年满 18 岁以上人士均可接受注射治疗。嗨体产品的使用周期及疗程由医生（仅限于在国家正式批准的医疗机构中由具有相关专业医师资格的人员经培训获得培训合格证书后）结合终端客户的皮肤状态按照面诊时的实际情况给出治疗建议。终端客户需要遵医嘱按照一定周期进行持续治疗以达到并维持纠正颈部皱纹的治疗效果。**在临床实际应用中，根据临床效果及医生建议，多数终端客户会在嗨体产品注射完成 1-3 个月后选择再次注射嗨体产品。因此，嗨体产品的注射频次一般会高于公司爱芙莱产品等其他注射用透明质酸类产品。**由于嗨体产品针对颈纹的治疗改善效果较好，因此客户黏性较强。另外，由于公司仅向具有《医疗机构执业许可证》的医美机构及《医疗器械经营许可证》的经销商销售公司产品，因此终端客户必须在医美机构和诊所进行注射。

（三）结合前述差异分析上半年因受疫情影响，其他产品销售收入均大幅下降，而嗨体销量及收入仍大幅增加的原因及合理性

根据弗若斯特沙利文《中国医疗美容注射类产品市场研究报告》，2017年至2019年，国内医疗美容透明质酸市场的规模由31.30亿增长至47.60亿，同比增长率分别为28.28%、18.21%和28.65%，年均增速亦达24.95%。公司嗨体产品于2017年上市销售，其独有的适应症开辟了透明质酸用于颈部皱纹注射填充的空白市场。经过2年多的市场培育，公司嗨体产品处于快速上升阶段，并积累了良好的市场口碑和客户基础。公司嗨体产品2019年销售收入为2.4亿元，作为颈部皱纹修复的市场唯一产品，相比而言，市场基数相对较小，处于快速上升阶段，2020年上半年公司嗨体产品较上年同期仍实现了58.24%的增长，是公司2020年上半年收入同比略有增加的主要原因。

由于嗨体产品价格适中，公司为了加快产品推广、提高对中小型医疗美容机构的覆盖，逐渐加大与经销商合作，从而迅速提高市场覆盖，扩大产品的市场影响。2020年上半年，该产品在机构客户开始恢复营业后，因其注射部位为颈部，治疗时不需要摘下口罩，需求量增加相对较大。

（四）主要直销和经销客户中嗨体采购金额及占比较同期的变动情况及原因

2020年上半年公司直销前五大客户中嗨体采购金额及占比较同期变动的情况如下表所示：

直销前五大客户名称	2020年1-6月			2019年1-6月	
	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 占客户采 购比例	嗨体收入 金额同比 变动	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 占客户采 购比例
哈尔滨韩美医疗美容门诊有限公司	413.44	95.94%	-5.54%	437.67	99.01%
长沙恩喜整形美容医院有限公司	191.51	52.34%	109.59%	91.37	100.00%
长沙爱思特医疗美容有限公司	123.58	35.06%	76.43%	70.05	24.06%
上海施尔美投资管理有限公司	73.11	21.55%	-2.96%	75.34	24.17%
南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司	259.08	83.72%	328.33%	60.49	77.67%
合计	1,060.71	-	44.33%	734.91	-

2020年上半年主要直销客户中，嗨体销售收入较同期变动较大的客户包括长沙恩喜整形美容医院有限公司和南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司。其中长沙恩喜整形美容医院有限公司为集团客户，旗下从不到10家合作机构增加到近20家合作机构，使得2020年上半年该客户嗨体销售收入增加较多。但由

于长沙恩喜整形美容医院有限公司以前年度主要采购嗨体产品，从 2019 年开始与公司增加合作爱芙莱产品，因此 2020 年上半年嗨体采购占其整体采购收入比例有所下降。南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司为 2019 年开始合作的客户，随着该机构与公司合作的加深，嗨体产品需求增加，2020 年上半年销售收入增长较快。

2020 年上半年公司经销前五大客户中嗨体采购金额及占比较同期变动的情况如下表所示：

经销前五大客户名称	2020 年 1-6 月			2019 年 1-6 月	
	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 占客户采 购比例	嗨体收入 金额同比 变动	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 占客户采 购比例
上海康汝医疗器械有限公司	854.75	69.24%	76.80%	483.45	46.41%
黑龙江怡沁商贸有限公司	785.30	89.03%	806.29%	86.65	28.04%
青岛唐顿医疗器械有限公司	515.10	78.24%	-	-	-
广东思敏医疗器械科技有限公司	465.53	84.50%	771.82%	53.40	64.71%
河南恩众医疗器械有限公司	232.73	44.25%	-	-	-
合计	2,853.42	-	357.65%	623.50	-

2020 年上半年主要经销客户中，嗨体产品销售收入较同期变动较大的客户包括黑龙江怡沁商贸有限公司和广东思敏医疗器械科技有限公司。其中黑龙江怡沁商贸有限公司主要终端客户为吉林铭医整形美容医院，该机构为东北地区规模较大的医疗机构，在东北地区有多家连锁机构，随着疫情管控措施的解除，机构需求量上升较快，因此嗨体产品采购金额和采购占比增长较快。广东思敏医疗器械科技有限公司和河南恩众医疗器械有限公司均为 2019 年开始合作的经销商，2019 年处于培育期，2020 年随着上述经销商嗨体产品采购量的大幅增加，以及采购新的合作产品，整体采购金额增长较快。本期前五大经销商中，青岛唐顿医疗器械有限公司为新增经销商。青岛唐顿医疗器械有限公司在青岛地区医疗美容市场份额较大，下游主要客户包括历下婵之媛医疗美容诊所、青岛昆娜医疗美容有限公司等知名医疗机构。

二、补充披露

(一) 各月嗨体销售收入金额、销量及单价，2020 年上半年嗨体销售价格与报告期各期销售均价以及促销政策是否存在差异及原因

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营情况”之“（一）财务报告审计基准日后主要财务信息”之“3、2020 年上半年公司主要客户及产品销售收入变动情况”之“（2）公司 2020 年上半年主要产品销售收入及变动”中补充披露如下：

“

2020 年上半年公司各月嗨体产品销售收入金额、销量及单价情况如下表所示：

月份	2019 年	2020 年			
	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 (万元)	嗨体收入同比 变化 (%)	嗨体销售数 量 (万支)	嗨体单价 (元/支)
1 月	1,266.74	1,777.90	40.35%	5.53	321.42
2 月	455.67	297.23	-34.77%	0.65	455.25
3 月	1,707.63	2,328.72	36.37%	6.34	367.36
4 月	1,877.03	2,460.27	31.07%	7.18	342.85
5 月	1,932.59	3,475.15	79.82%	10.32	336.70
6 月	1,852.57	4,048.44	118.53%	12.28	329.75
合计	9,092.23	14,387.71	58.24%	42.30	340.15

新冠疫情自春节起在全国范围内蔓延，受疫情影响，公司主要下游客户春节后延迟复工，因此公司 2020 年 2 月嗨体产品收入同比下降 34.77%。随着国内疫情逐步得到控制，各地下游客户陆续恢复营业，2020 年 3 月后公司收入逐步恢复正常。其中嗨体产品为目前唯一经国家药监局批准的针对颈部皱纹改善的三类医疗器械产品，已获得终端消费者的广泛认可，且随着公司新增客户的增加，自 2020 年 3 月至 6 月嗨体产品收入较同期增幅较大，增幅介于 30%至 120%。公司 2020 年 2 月嗨体产品销售价格为 455.25 元/支，主要系 2020 年 2 月嗨体产品销售数量较少，公司客户返货数量较少导致产品单价较高。

2020 年上半年度嗨体产品销售价格与报告期各期销售均价如下表所示：

年度	嗨体产品		
	销量 (万支)	平均单价 (元/支)	平均单价变动 (%)
2020 年 1-6 月	42.30	340.15	-3.53
2019 年度	68.80	352.61	11.72
2018 年度	23.75	315.63	10.74
2017 年度	11.97	285.01	-

2020 年上半年嗨体销售价格为 340.15 元/支，较 2019 年度产品单价基本保持稳定，且单价介于报告期嗨体产品价格 285.01 元/支至 352.61 元/支间（2019 年嗨体产品平均单价继续上升，原因为公司产品含税价保持相对稳定，适用增值税税率降低）。2020 年上半年度嗨体产品促销政策与 2019 年保持一致。

”

（二）嗨体与其他产品在产品性能、受众群体、客户粘性、使用周期及疗程等方面的差异，是否必须在医美机构和诊所进行注射，是否必须要按周期连续注射；

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、盈利能力分析”之“（二）营业收入构成及变化原因分析”之“4、主营业务收入按产品类别构成及变动分析”补充披露如下：

“

公司的嗨体产品是国内目前唯一一款获得国家药监局批准用于颈部皱纹的获国家发明专利授权（专利号为：2014103797595）的注射用透明质酸钠复合溶液修复产品，该产品核心技术获国家发明专利。嗨体产品其主要成分除透明质酸钠外，还包含多种氨基酸、维生素 B2 和 L-肌肽。其嗨体产品主要用于皮内真皮层注射填充，以纠正颈部中重度皱纹。嗨体产品受众群体没有规定限制，临床试验中年满 18 岁以上人士均可接受注射治疗。嗨体产品的使用周期及疗程由医生（仅限于在国家正式批准的医疗机构中由具有相关专业医师资格的人员经培训获得培训合格证书后）结合终端客户的皮肤状态按照面诊时的实际情况给出治疗建议。公司嗨体产品属于改善型治疗产品，终端客户需要遵医嘱按照一定周期进行持续治疗以达到并维持纠正颈部皱纹的治疗效果。在临床实际应用中，根据临床效果及医生建议，多数终端客户会在嗨体产品注射完成 1-3 个月后选择再次注射嗨体产品。因此，嗨体产品的注射频次一般会高于公司爱芙莱产品等其他注射用透明质酸类产品。由于嗨体产品针对颈纹的治疗改善效果较好，因此客户黏性较强。另外，由于公司仅向具有《医疗机构执业许可证》的医美机构及《医疗器械经营许可证》的经销商销售公司产品，因此终端客户必须在医美机构和诊所进行注射。”

（三）结合前述差异分析上半年因受疫情影响，其他产品销售收入均大幅

下降，而嗨体销量及收入仍大幅增加的原因及合理性

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营情况”之“（一）财务报告审计基准日后主要财务信息”披露如下：

“

根据弗若斯特沙利文《中国医疗美容注射类产品市场研究报告》，2017年至2019年，国内医疗美容透明质酸市场的规模由31.30亿增长至47.60亿，同比增长率分别为28.28%、18.21%和28.65%，年均增速亦达24.95%。公司嗨体产品于2017年上市销售，其独有的适应症开辟了透明质酸用于颈部皱纹注射填充的空白市场。经过2年多的市场培育，公司嗨体产品处于快速上升阶段，并积累了良好的市场口碑和客户基础。公司嗨体产品2019年销售收入为2.4亿元，作为颈部皱纹修复的市场唯一产品，相比而言，市场基数相对较小，处于快速上升阶段，2020年上半年公司嗨体产品较上年同期仍实现了58.24%的增长，是公司2020年上半年收入同比略有增加的主要原因。

由于嗨体产品价格适中，公司为了加快产品推广、提高对中小型医疗美容机构的覆盖，逐渐加大与经销商合作，从而迅速提高市场覆盖，扩大产品的市场影响。2020年上半年，该产品在机构客户开始恢复营业后，因其注射部位为颈部，治疗时不需要摘下口罩，需求量增加相对较大。”

（四）主要直销和经销客户中嗨体采购金额及占比较同期的变动情况及原因

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营情况”之“（一）财务报告审计基准日后主要财务信息”之“3、2020年上半年公司主要客户及产品销售收入变动情况”之“（1）公司2020年上半年主要客户销售收入变动”中补充披露如下：

“

①公司2020年上半年前五大直销客户销售收入及变动情况如下：

.....

其中，2020 年上半年公司直销前五大客户中嗨体采购金额及占比较同期变动的情况如下表所示：

直销前五大客户名称	2020 年 1-6 月			2019 年 1-6 月	
	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 占客户采 购比例	嗨体收入 金额同比 变动	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 占客户采 购比例
哈尔滨韩美医疗美容门诊有限公司	413.44	95.94%	-5.54%	437.67	99.01%
长沙恩喜整形美容医院有限公司	191.51	52.34%	109.59%	91.37	100.00%
长沙爱思特医疗美容有限公司	123.58	35.06%	76.43%	70.05	24.06%
上海施尔美投资管理有限公司	73.11	21.55%	-2.96%	75.34	24.17%
南昌荣美会美伊尔医疗美容门诊部有限公司	259.08	83.72%	328.33%	60.49	77.67%
合计	1,060.71	-	44.33%	734.91	-

.....

其中，2020 年上半年公司经销前五大客户中嗨体采购金额及占比较同期变动的情况如下表所示：

经销前五大客户名称	2020 年 1-6 月			2019 年 1-6 月	
	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 占客户采 购比例	嗨体收入 金额同比 变动	嗨体收入 (万元)	嗨体收入 占客户采 购比例
上海康汝医疗器械有限公司	854.75	69.24%	76.80%	483.45	46.41%
黑龙江怡沁商贸有限公司	785.30	89.03%	806.29%	86.65	28.04%
青岛唐顿医疗器械有限公司	515.10	78.24%	-	-	-
广东思敏医疗器械科技有限公司	465.53	84.50%	771.82%	53.40	64.71%
河南恩众医疗器械有限公司	232.73	44.25%	-	-	-
合计	2,853.42	-	357.65%	623.50	-

.....”

三、保荐机构及申报会计师核查程序及结论

(一) 核查程序

保荐机构及申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、取得了报告期及 2020 年 1-6 月发行人按月度收入明细表，分析了 2020 年上半年度嗨体收入变化情况及原因；
- 2、取得了报告期及 2020 年上半年度发行人销售合同，复核了退货政策；
- 3、取得了发行人产品使用说明书；
- 4、取得并审阅发行人及其子公司的各项生产许可证、经营许可证、医疗器

械注册证等相关业务资质、产品证书及相应的有效期延期申请文件，并通过药监网站复核上述业务资质和产品证书的相关信息；

5、对发行人报告期内的客户名单和相应的资质进行了逐一核对，发行人客户均为具有《医疗机构执业许可证》的医院、门诊部、诊所，或具有相关类别《医疗器械经营许可证》的经销商；

6、对药监局进行了访谈，并取得了药监局出具的合规证明；

7、取得了 2020 年 1-6 月发行人嗨体产品直销及经销前五大客户的收入明细；

8、对发行人 2020 年上半年前五大直销客户及主要新增直销客户合计 7 家进行访谈，均采用视频访谈的形式。访谈的主要内容包括：客户背景、营业规模、2020 年上半年采购公司产品的情况、产品周转、恢复营业时间、目前经营状况、关联关系等；此外，对于新增客户，还了解与发行人合作的原因；

9、对发行人 2020 年上半年前十大经销客户及主要新增经销客户合计 12 家进行访谈，其中北京唯康采取实地走访的方式，其他 11 家采取视频访谈的方式。访谈的主要内容包括：客户背景、经营规模、经销其他产品的情况、2020 年上半年采购公司产品的情况、期末库存情况、主要下游客户、恢复经营时间，目前经营状况、关联关系等；此外，对于新增客户，还了解与发行人合作的原因。

（二）核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为，2020 年上半年嗨体销售价格较 2019 年度基本保持稳定且促销政策与 2019 年保持一致；公司嗨体产品终端客户需要遵医嘱按照一定周期进行持续治疗以达到并维持纠正颈部皱纹的治疗效果且终端客户必须在医美机构和诊所进行注射；2020 年上半年公司其他产品销售收入均下降而嗨体销量及收入仍大幅增加具备合理性。

4、2020 年上半年经销收入增长高于直销收入的原因及合理性，是否存在向经销商压货的情形，是否存在延长信用期刺激销售的情形。发行人申报材料中提到“采用经销模式主要是为覆盖发行人直销团队无法直接覆盖的中小型医疗机构”，受疫情影响，大量中小微企业出现倒闭，是否对发行人经销客户及其终端销售情况产生不利影响，发行人经销收入仍大幅增长的原因及合理性。

回复：

一、发行人说明

（一）2020 年上半年公司直销和经销收入及同比变动

2020 年上半年公司直销和经销收入金额和变动情况如下：

单位：万元

销售模式	2020 年 1-6 月		2019 年 1-6 月		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	14,190.00	58.66%	16,020.92	66.71%	35,738.75	64.08%
经销	10,000.02	41.34%	7,995.85	33.29%	20,032.81	35.92%
合计	24,190.03	100.00%	24,016.77	100.00%	55,771.57	100.00%

公司 2020 年上半年经销收入增长高于直销收入，主要是由于公司嗨体产品经销收入增加较快。2020 年 1-6 月、2019 年 1-6 月以及 2019 年公司各产品直销和经销收入金额、占比情况如下：

单位：万元

销售模式	产品	2020 年 1-6 月			2019 年 1-6 月		2019 年	
		收入	占比	收入增幅	收入	占比	收入	占比
经销	嗨体	7,256.76	30.00%	76.20%	4,118.46	17.15%	11,479.84	20.58%
	爱芙莱	2,231.59	9.23%	-23.32%	2,910.37	12.12%	6,413.53	11.50%
	宝尼达	201.18	0.83%	-63.56%	552.02	2.30%	1,341.90	2.41%
	逸美一加一	145.87	0.60%	-24.51%	193.22	0.80%	389.16	0.70%
	爱美飞	129.13	0.53%	-24.77%	171.65	0.71%	334.95	0.60%
	逸美	0.23	0.00%	-99.14%	26.99	0.11%	45.73	0.08%
	其他	35.26	0.15%	52.39%	23.14	0.10%	27.69	0.05%
	小计	10,000.02	41.34%	25.07%	7,995.85	33.29%	20,032.81	35.92%
直销	嗨体	7,130.96	29.48%	43.37%	4,973.77	20.71%	12,779.46	22.91%
	爱芙莱	4,356.82	18.01%	-42.81%	7,617.62	31.72%	15,485.65	27.77%
	宝尼达	1,640.60	6.78%	-33.32%	2,460.58	10.25%	5,408.45	9.70%
	逸美一	662.83	2.74%	-13.27%	764.27	3.18%	1,689.49	3.03%

	加一							
	爱美飞	60.64	0.25%	-24.29%	80.10	0.33%	153.01	0.27%
	逸美	26.58	0.11%	-74.48%	104.16	0.43%	162.29	0.29%
	其他	311.57	1.29%	1425.86%	20.42	0.09%	60.42	0.11%
	小计	14,190.00	58.66%	-11.43%	16,020.92	66.71%	35,738.75	64.08%
合计		24,190.03	100.00%	0.72%	24,016.77	100.00%	55,771.57	100.00%

由上表所示，2020 年上半年公司嗨体产品经销和直销收入均上涨较快，且经销收入增幅大于直销收入增幅。其他主要产品经销和直销收入均较同期出现不同程度的下滑。

根据弗若斯特沙利文《中国医疗美容注射类产品市场研究报告》，2017 年至 2019 年，国内医疗美容透明质酸市场的规模由 31.30 亿增长至 47.60 亿，同比增长率分别为 28.28%、18.21%和 28.65%，年均增速亦达 24.95%。公司嗨体产品于 2017 年上市销售，其独有的适应症开辟了透明质酸用于颈部皱纹注射填充的空白市场。经过 2 年多的市场培育，公司嗨体产品处于快速上升阶段，并积累了良好的市场口碑和客户基础。公司嗨体产品 2019 年销售收入为 2.4 亿元，作为颈部皱纹修复的市场唯一产品，相比而言，市场基数相对较小，处于快速上升阶段，2020 年上半年公司嗨体产品较上年同期仍实现了 58.24%的增长，是公司 2020 年上半年收入同比略有增加的主要原因。

由于嗨体产品价格适中，公司为了加快产品推广、提高对中小型医疗美容机构的覆盖，逐渐加大与经销商合作，从而迅速提高市场覆盖，扩大产品的市场影响。2020 年上半年，该产品在机构客户开始恢复营业后，因其注射部位为颈部，治疗时不需要摘下口罩，需求量增加相对较大。

2020 年上半年，公司爱芙莱产品较同期有所下降，其中直销收入下降幅度大于经销收入，主要是疫情期间，公司下游医疗机构为了吸引客户、提高营业额，倾向于向客户推荐颈部治疗等新项目。由于受疫情影响，公司下游直销客户资金压力较大，加之公司一贯的先款后货的销售模式，使得机构在选择嗨体产品的同时，减少了爱芙莱产品的采购。相比之下，经销商由于房租、人员、销售费用及成本压力较小，且面对不同下游客户的需求，疫情期间产品选择性特征不明显，因此在嗨体产品采购增加的同时，爱芙莱产品采购下降幅度相对

较小。

（二）经销商期末库存情况

2020 年上半年公司前五大经销销售收入、产品及期末存货情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	终端销售客户	期末库存
1	上海康汝医疗器械有限公司	1,234.55	重庆华美整形美容医院有限公司、四川华美紫馨医学美容医院有限公司、美莱医学美容医院有限公司、苏州美莱美容医院有限公司、西安美莱医学美容医院有限公司等	0
2	黑龙江怡沁商贸有限公司	882.07	吉林铭医整形美容医院有限公司、哈尔滨美联致美整形医院有限责任公司、天津美联致美医学美容医院有限公司等	0
3	青岛唐顿医疗器械有限公司	658.40	历下婵之媛医疗美容诊所、青岛昆娜医疗美容有限公司等	爱芙莱 450 支、嗨体 850 支，金额为 46.84 万元
4	广东思敏医疗器械科技有限公司	550.96	中山市禾佳医疗美容门诊有限公司、佛山梦露医学美容门诊部、广州市佳人医疗美容门诊部有限公司、佛山佳丽医疗美容经营管理集团有限公司、珠海新美汇医疗美容门诊有限公司等	0
5	河南恩众医疗器械有限公司	525.94	郑州米兰整形美容咨询有限公司、河南俪依医院管理有限公司、郑州市郑东新区曼蒂医疗美容门诊部、郑州市二七区妍琳医疗美容门诊部等	0

公司经销商期末库存合理，不存在向经销商压货的情形。

（三）经销商应收款情况

公司主要采取先款后货的销售方式。截至 2020 年 6 月末公司经销商应收账款余额为 1,209.88 万元，2019 年底公司经销商应收款余额为 992.62 万元，增加 217.26 万元，主要是公司第一大经销商上海康汝医疗器械有限公司截至 2020

年6月末应收款较2019年末增加150.26万元。截至2020年8月11日，上述6月末经销商应收款已回款396.96万元。

2020年3月，面对疫情，公司出于对行业下游客户的支持，给与下游机构客户一定的临时信用额度，合计金额1,085.14万元。截至8月11日，上述临时额度应收款期后已回款992.86万元，回款比例为91.50%。

（四）中小微企业出现倒闭对公司业绩产生的影响

根据艾瑞咨询发布的《2020年中国医疗美容行业洞察白皮书》，2019年中国具备医疗美容资质的机构约13,000家，而公司截至2019年末客户数量为1,503家，占比不到12%。虽然经销模式可以覆盖公司直销团队无法直接服务的中小型医疗机构，但是由于国内医疗机构众多，公司直销和经销覆盖的仅是其中一部分。2019年全年公司12.77%的客户贡献了公司84.33%的收入，2020年上半年公司11.07%的客户贡献了公司86.45%的收入，可见公司收入主要来源于规模较大的客户。虽然受疫情影响，国内部分中小微企业出现倒闭，但是公司2020年上半年主要直销客户及主要经销商的下游客户未出现倒闭或者经营困难。公司下游客户多数于2020年3月起逐步恢复营业，治疗及产品采购等经营活动也恢复正常。公司经销收入增长具有合理性。

二、补充披露

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营情况”之“（一）财务报告审计基准日后主要财务信息”之“2、2020年上半年业绩变动情况”中披露如下：

（3）公司2020年上半年直销和经销变动情况

2020年上半年公司直销和经销收入金额、占比以及同期变动情况如下：

单位：万元

销售模式	2020年1-6月		2019年1-6月		2019年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	14,190.00	58.66%	16,020.92	66.71%	35,738.75	64.08%
经销	10,000.02	41.34%	7,995.85	33.29%	20,032.81	35.92%
合计	24,190.03	100.00%	24,016.77	100.00%	55,771.57	100.00%

2020 年上半年公司仍然是直销收入占比高于经销收入占比，其中经销收入占比较 2019 年上半年以及 2019 年全年分别高 8.05 和 5.42 个百分点，且经销收入增长高于直销收入，主要是由于公司的嗨体产品经销收入增加较快。

2020 年 1-6 月、2019 年 1-6 月以及 2019 年公司各产品直销和经销收入金额、占比情况如下：

单位：万元

销售模式	产品	2020 年 1-6 月			2019 年 1-6 月		2019 年	
		收入	占比	收入增幅	收入	占比	收入	占比
经销	嗨体	7,256.76	30.00%	76.20%	4,118.46	17.15%	11,479.84	20.58%
	爱芙莱	2,231.59	9.23%	-23.32%	2,910.37	12.12%	6,413.53	11.50%
	宝尼达	201.18	0.83%	-63.56%	552.02	2.30%	1,341.90	2.41%
	逸美一加一	145.87	0.60%	-24.51%	193.22	0.80%	389.16	0.70%
	爱美飞	129.13	0.53%	-24.77%	171.65	0.71%	334.95	0.60%
	逸美	0.23	0.00%	-99.14%	26.99	0.11%	45.73	0.08%
	其他	35.26	0.15%	52.39%	23.14	0.10%	27.69	0.05%
	小计	10,000.02	41.34%	25.07%	7,995.85	33.29%	20,032.81	35.92%
直销	嗨体	7,130.96	29.48%	43.37%	4,973.77	20.71%	12,779.46	22.91%
	爱芙莱	4,356.82	18.01%	-42.81%	7,617.62	31.72%	15,485.65	27.77%
	宝尼达	1,640.60	6.78%	-33.32%	2,460.58	10.25%	5,408.45	9.70%
	逸美一加一	662.83	2.74%	-13.27%	764.27	3.18%	1,689.49	3.03%
	爱美飞	60.64	0.25%	-24.29%	80.10	0.33%	153.01	0.27%
	逸美	26.58	0.11%	-74.48%	104.16	0.43%	162.29	0.29%
	其他	311.57	1.29%	1425.86%	20.42	0.09%	60.42	0.11%
	小计	14,190.00	58.66%	-11.43%	16,020.92	66.71%	35,738.75	64.08%
合计		24,190.03	100.00%	0.72%	24,016.77	100.00%	55,771.57	100.00%

由上表所示，2020 年上半年公司嗨体产品经销和直销收入均上涨较快，且经销收入增幅大于直销收入增幅。其他主要产品经销和直销收入均较同期出现不同程度的下滑。

根据弗若斯特沙利文《中国医疗美容注射类产品市场研究报告》，2017 年至 2019 年，国内医疗美容透明质酸市场的规模由 31.30 亿增长至 47.60 亿，同比增长率分别为 28.28%、18.21%和 28.65%，年均增速亦达 24.95%。公司嗨体产品

于 2017 年上市销售，其独有的适应症开辟了透明质酸用于颈部皱纹注射填充的空白市场。经过 2 年多的市场培育，公司嗨体产品处于快速上升阶段，并积累了良好的市场口碑和客户基础。公司嗨体产品 2019 年销售收入为 2.4 亿元，作为颈部皱纹修复的市场唯一产品，相比而言，市场基数相对较小，处于快速上升阶段，2020 年上半年公司嗨体产品较上年同期仍实现了 58.24% 的增长，是公司 2020 年上半年收入同比略有增加的主要原因。

由于嗨体产品价格适中，公司为了加快产品推广、提高对中小型医疗美容机构的覆盖，逐渐加大与经销商合作，从而迅速提高市场覆盖，扩大产品的市场影响。2020 年上半年，该产品在机构客户开始恢复营业后，因其注射部位为颈部，治疗时不需要摘下口罩，需求量增加相对较大。

2020 年上半年，公司爱芙莱产品较同期有所下降，其中直销收入下降幅度大于经销收入，主要是疫情期间，公司下游医疗机构为了吸引客户、提高营业额，倾向于向客户推荐颈部治疗等新项目。由于受疫情影响，公司下游直销客户资金压力较大，加之公司一贯的先款后货的销售模式，使得机构在选择嗨体产品的同时，减少了爱芙莱产品的采购。相比之下，经销商由于房租、人员、销售费用及成本压力较小，且面对不同下游客户的需求，疫情期间产品选择性特征不明显，因此在嗨体产品采购增加的同时，爱芙莱产品采购下降幅度相对较小。

(4) 经销商应收款

公司主要采取先款后货的销售方式。截至 2020 年 6 月末公司经销商应收账款余额为 1,209.88 万元，2019 年底公司经销商应收款余额为 992.62 万元，增加 217.26 万元，主要是公司第一大经销商上海康汝医疗器械有限公司截至 2020 年 6 月末应收款较 2019 年末增加 150.26 万元。截至 2020 年 8 月 11 日，上述 6 月未经销商应收款已回款 396.96 万元。

2020 年 3 月，面对疫情，公司出于对行业下游客户的支持，给与下游机构客户一定的临时信用额度，合计金额 1,085.14 万元。截至 8 月 11 日，上述临时额度应收款期后已回款 992.86 万元，回款比例为 91.50%。

(5) 公司经销模式下终端销售的实现情况

公司经销商期末库存合理，不存在向经销商压货的情形。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营情况”之“(一) 财务报告审计基准日后主要财务信息”之“3、2020 年上半年公司主要客户及产品销售收入变动情况”中补充披露如下：“

(1) 公司 2020 年上半年主要客户销售收入变动

根据艾瑞咨询发布的《2020 年中国医疗美容行业洞察白皮书》，2019 年中国具备医疗美容资质的机构约 13,000 家，而公司截至 2019 年末客户数量为 1,503 家，占比不到 12%。虽然经销模式可以覆盖公司直销团队无法直接服务的中小型医疗机构，但是由于国内医疗机构众多，公司直销和经销覆盖的仅是其中一部分。2019 年全年公司 12.77%的客户贡献了公司 84.33%的收入，2020 年上半年公司 11.07%的客户贡献了公司 86.45%的收入，可见公司收入主要来源于规模较大的客户。虽然受疫情影响，国内部分中小微企业出现倒闭，但是公司 2020 年上半年主要直销客户及主要经销商的下游客户未出现倒闭或者经营困难。公司下游客户多数于 2020 年 3 月起逐步恢复营业，治疗及产品采购等经营活动也恢复正常。公司经销收入增长具有合理性。”

三、保荐人及申报会计师的核查程序及结论

(一) 核查程序

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1、检查了 2020 年上半年公司主要产品直销和经销收入的变动情况，并与同期变动情况进行比较；

2、检查了 2020 年 6 月末经销商应收账款的期后回款情况；

3、对发行人 2020 年上半年经销客户销售收入执行细节测试，检查相关的销售合同、订单、发票、发货单和签收单，细节测试覆盖经销收入的比例达到 87.30%；

4、对发行人 2020 年上半年经销客户发函确认收入、应收和预收金额，客户

发函比例为 98.29%，回函确认金额占收入比例为 98.29%；

5、针对发行人经销商终端销售情况，函证经销商截至 2020 年 6 月末的发行人产品的库存和终端销售客户及销售数量，上述经销商回函确认的金额占经销收入比例为 97.29%；

6、了解 2020 年合计 30 家主要直销客户春节后恢复营业的时间；

7、对发行人 2020 年上半年主要直销及新增直销客户进行访谈，访谈的主要内容包括：客户背景、营业规模、2020 年上半年采购公司产品的情况、产品周转、恢复营业时间、目前经营状况、关联关系等；此外，对于新增客户，还了解与发行人合作的原因；

8、对发行人 2020 年上半年主要经销及新增经销客户进行访谈，访谈的主要内容包括：客户背景、经营规模、经销其他产品的情况、2020 年上半年采购公司产品的情况、期末库存情况、主要下游客户、恢复经营时间，目前经营状况、关联关系等；此外，对于新增客户，还了解与发行人合作的原因；

9、对发行人 2020 年上半年前五大经销商主要下游客户进行访谈，访谈内容包括：客户背景、营业规模、2020 年上半年从经销商采购公司产品的情况，产品周转、恢复营业时间、目前经营状况等。

（二）核查结论

经核查，保荐机构和申报会计师认为，发行人上半年经销收入增长高于直销收入具有合理性，不存在向经销商压货的情形，不存在延长信用期刺激销售的情形。2019 年全年公司 12.77%的客户贡献了公司 84.33%的收入，2020 年上半年公司 11.07%的客户贡献了公司 86.45%的收入。虽然受疫情影响，部分中小微企业倒闭，但是对发行人经销客户及其终端销售影响不大，发行人经销收入仍然增长具有合理性。

5、按照销售金额分层划分 2020 年上半年客户数量、销售金额及占比，上半年新增客户数量、销售金额及占比，分别与同期情况进行对比，疫情影响下发行人客户是否存在大量减少或新增的情形及合理性。

回复：

一、发行人说明

1、2020 年上半年客户情况

2020 年上半年客户数量、销售金额、销售金额占当期销售收入比例以及与上年同期对比如下：

期间	销售金额区间	客户数量（家）	客户销售金额（万元）	客户销售金额占当期销售收入比例
2020 年 1-6 月	>500 万元	20	9,337.33	38.60%
	200-500 万元	40	6,337.70	26.20%
	50-200 万元	102	5,238.01	21.65%
	<50 万元	1,302	3,276.98	13.55%
	合计	1,464	24,190.03	100.00%
2019 年 1-6 月	>500 万元	17	8,243.40	34.32%
	200-500 万元	36	5,927.85	24.68%
	50-200 万元	120	6,087.65	25.35%
	<50 万元	912	3,757.87	15.65%
	合计	1,085	24,016.77	100.00%

2020 年上半年客户数量为 1,464 家，较上年同期增加了 379 家，但是受疫情影响，2020 年上半年销售金额为 24,190.03 万元，与上年同期基本持平，且各销售区间客户销售收入与去年同期相比变动不大。

2、2020 年上半年新增客户情况

2020 年上半年新增客户数量、销售金额、销售金额占当期销售收入比例以及与上年同期对比如下：

期间	新增客户数量（家）	新增客户销售金额（万元）	新增客户销售金额占当期销售收入比例
2020 年 1-6 月	282	3,521.10	14.56%
2019 年 1-6 月	411	3,218.27	13.40%

注：上述新增客户系从年初开始新建档客户以及超过1年不合作又重新开始合作的客户。

2020年上半年新增的客户数为282家，与上年同期新增客户数相比减少了129家，但是新增客户收入较同期增加，主要是2020年上半年新增部分大客户，如青岛唐顿医疗器械有限公司，山东康煜美贸易有限公司以及北京中科医疗设备有限公司等。新增客户销售收入占比与去年同期比较变化不大。

3、2020年上半年减少客户情况

2020年上半年减少客户数量、销售金额、销售金额占上年销售收入比例以及与上年同期对比如下：

期间	减少客户数量（家）	减少客户销售金额（万元）	减少客户销售金额占上年销售收入比例
2020年1-6月	321	3,252.57	5.83%
2019年1-6月	511	4,181.58	13.03%

2020年上半年公司减少的客户数为321家，与上年同期减少客户数相比减少了190家，相应减少销售收入929.01万元。减少客户销售收入占比与去年同期比较有所降低。

综上，2020年上半年与去年同期相比不存客户大量减少或新增的情形。

二、补充披露

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务报告审计基准日后主要财务信息和经营情况”之“（一）财务报告审计基准日后主要财务信息”之“3、2020年上半年公司主要客户及产品销售收入变动情况”中补充披露如下：

（3）公司2020年上半年客户分层情况

2020年上半年客户数量、销售金额、销售金额占当期销售收入比例以及与上年同期对比如下：

期间	销售金额区间	客户数量（家）	客户销售金额（万元）	客户销售金额占当期销售收入比例
2020年1-6月	>500万元	20	9,337.33	38.60%
	200-500万元	40	6,337.70	26.20%
	50-200万元	102	5,238.01	21.65%
	<50万元	1,302	3,276.98	13.55%

期间	销售金额区间	客户数量 (家)	客户销售金额 (万元)	客户销售金额占当期销售收入比例
	合计	1,464	24,190.03	100.00%
2019 年 1-6 月	>500 万元	17	8,243.40	34.32%
	200-500 万元	36	5,927.85	24.68%
	50-200 万元	120	6,087.65	25.35%
	<50 万元	912	3,757.87	15.65%
	合计	1,085	24,016.77	100.00%

2020 年上半年客户数量为 1,464 家,较上年同期增加了 379 家,但是受疫情影响,2020 年上半年销售金额为 24,190.03 万元,与上年同期基本持平,且各销售区间客户销售收入与去年同期相比变动不大。

(4) 公司 2020 年上半年新增客户情况

2020 年上半年新增客户数量、销售金额、销售金额占当期销售收入比例以及与上年同期对比如下:

期间	新增客户数量 (家)	新增客户销售金额 (万元)	新增客户销售金额占当期销售收入比例
2020 年 1-6 月	282	3,521.10	14.56%
2019 年 1-6 月	411	3,218.27	13.40%

注:上述新增客户系从年初开始新建档客户以及超过 1 年不合作又重新开始合作的客户。

2020 年上半年新增客户为 282 家,较上年同期减少了 129 家,但是新增客户收入较同期增加,主要是 2020 年上半年新增部分大客户,如青岛唐顿医疗器械有限公司,山东康煜美贸易有限公司以及北京中科医疗设备有限公司等。新增客户销售收入占比与去年同期比较变化不大。

(5) 公司 2020 年上半年减少客户情况

2020 年上半年减少客户数量、销售金额、销售金额占上年销售收入比例以及上年同期对比如下:

期间	减少客户数量 (家)	减少客户销售金额 (万元)	减少客户销售金额占上年销售收入比例
2020 年 1-6 月	321	3,252.57	5.83%
2019 年 1-6 月	511	4,181.58	13.03%

2020 年上半年公司减少的客户数为 321 家,与上年同期减少客户数相比减少了 190 家,相应减少销售收入 929.01 万元。减少客户销售收入占比与去年同期比较有所降低。

综上,2020 年上半年与去年同期相比不存客户大量减少或新增的情形。

三、保荐人及申报会计师的核查程序及结论

(一) 核查程序

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序:

1、对发行人 2020 年上半年客户收入进行分层分析,并与同期进行比较;分析 2020 年上半年新增客户及减少客户情况,并与同期进行比较。

2、通过走访了解主要新增直销和经销客户的情况,其中直销客户了解客户背景、营业规模、2020 年上半年采购公司产品情况、产品周转、恢复营业时间、目前经营状况、关联关系、与发行人合作的原因;经销客户了解客户背景、经营规模、经销其他产品的情况、2020 年上半年采购公司产品情况、期末库存情况、主要下游客户、恢复经营时间,目前经营状况、关联关系、与发行人合作的原因。

(二) 核查结论

保荐机构和申报会计师认为,疫情影响下发行人客户不存在大量减少或新增的情形,客户增加具有合理性。

6、请发行人在招股说明书中进一步披露：报告期内，终端客户既从经销商处采购又直接从发行人处采购的具体情况、采购金额及商业合理性，发行人允许经销商代终端客户采购实现拼单获取返货的商业合理性。

回复：

一、报告期内，终端客户既从经销商处采购又直接从发行人处采购的具体情况、采购金额及商业合理性

公司进入 IPO 上市辅导期后，严格控制现金收款和第三方回款，发行人的部分终端客户由于自身结算方式等原因，存在通过现金或个人账户进行支付的习惯，会选择能够提供更为灵活结算方式的经销商进行采购。

公司终端客户在其资金结算方式符合公司要求时直接从公司购买，在其个人账户结算时就从可以接受灵活结算方式的经销商购买。因此交易具有商业合理性。

报告期内，终端客户既从经销商处采购又直接从发行人处采购的具体情况、采购金额如下：

1、终端客户通过经销商采购的具体情况

序号	经销商	下游客户	2019 年		2018 年		2017 年	
			销售数量 (支)	销售收入 (万元)	销售数量 (支)	销售收入 (万元)	销售数量 (支)	销售收入 (万元)
1	北京唯康生物科技有限公司	北京鸿宾极光医疗美容门诊部有限公司	2,956	74.55	-	-	-	-
		上海美致臻医疗美容门诊部有限公司	4,818	150.00	-	-	-	-
		杭州古名文化艺术策划有限公司千和医疗美容诊所	4,570	382.58	-	-	-	-
		成都高新千和美汇医疗美容门诊部有限公司	80	19.62	-	-	-	-
		杭州余杭上善西溪门诊部有限公司	4,798	185.63	-	-	-	-

序号	经销商	下游客户	2019 年		2018 年		2017 年	
			销售数量 (支)	销售收入 (万元)	销售数量 (支)	销售收入 (万元)	销售数量 (支)	销售收入 (万元)
		上海鲁锦医疗器械有限公司	6,300	240.29	-	-	-	-
		小计	23,518	1,052.68	-	-	-	-
2	四川省无微不至医疗器械有限公司	上海柏悦门诊部有限公司	7,475	307.04	-	-	-	-
3	包头市艾美科技有限公司	包头叶子整形美容医院有限公司	22	2.48	-	-	680	30.87
		昆区吴凤朵医疗美容诊所	5,677	161.08	-	-		
		小计	5,699	163.56	-	-	680	30.87
4	上海福鼎生物科技有限公司	上海柏悦门诊部有限公司	2,340	96.12	-	-	-	-
5	福州康健达贸易有限公司	福州仓山区姚文华美容皮肤科诊所	1,170	38.06	-	-	-	-
		厦门思明华美医疗美容门诊部	2,100	40.05	-	-	-	-
		厦门思明欧菲医疗美容门诊部	450	15.29	-	-	-	-
		小计	3,720	93.40	-	-	-	-
6	长沙森迈医疗器械有限公司	长沙恩喜医疗美容有限公司雨花门诊部	120	4.49	-	-	-	-
7	深圳市昊瑞医疗器械有限公司	广州韩妃医学美容门诊部有限公司	10	1.36	400	12.07	-	-
8	杭州伊佳生物科技有限公司	杭州古名文化艺术策划有限公司千和医疗美容诊所	-	-	300	65.33	-	-
合计			42,882	1,718.65	700	77.40	680	30.87

2、上述终端客户直接向发行人采购的具体情况

序号	下游客户	2019 年		2018 年		2017 年	
		销售数量 (支)	销售收入 (万元)	销售数量 (支)	销售收入 (万元)	销售数量 (支)	销售收入 (万元)
1	北京鸿宾极光医疗美容门诊部有限公司	120.00	3.98	-	-	-	-
2	上海美致臻医疗美容门诊部有限公司	1,100.00	36.17	-	-	-	-
3	杭州古名文化艺术策划有限公司千和医疗美容诊所	1,740.00	170.76	400.00	87.10	-	-
4	成都高新千和美汇医疗美容门诊部有限公司	130.00	11.17	-	-	-	-
5	杭州余杭上善西溪门诊部有限公司	650.00	6.94	-	-	-	-
6	上海鲁锦医疗器械有限公司	7,995.00	266.75	-	-	-	-
7	上海柏悦门诊部有限公司	3,931.00	150.32	-	-	-	-
8	包头叶子整形美容医院有限公司	20.00	6.21	-	-	70.00	16.41
9	昆区吴凤朵医疗美容诊所	4,477.00	136.91	-	-	-	-
10	福州仓山区姚文华美容皮肤科诊所	144.00	6.41	-	-	-	-
11	厦门思明华美医疗美容门诊部	348.00	10.10	-	-	-	-
12	厦门思明欧菲医疗美容门诊部	1,374.00	72.92	-	-	-	-
13	长沙恩喜医疗美容有限公司雨花门诊部	620.00	26.70	-	-	-	-
14	广州韩妃医学美容门诊部有限公司	-	-	3,007.00	113.82	-	-
合计		22,649.00	905.33	3,407.00	200.93	70.00	16.41

公司自 2019 年 1 月 1 日开始适用增值税简易征收政策。2019 年公司在执行月度返货政策的同时，给予经销商增值税税率调整补偿的政策，经销商在满足一定提货标准时能够获得 5-10% 增值税税率调整的返货补偿，因此 2019 年该等交易有所增加。

二、发行人允许经销商代终端客户采购实现拼单获得返货的商业合理性

经销商可以授权公司直接向其终端客户发货。在经销商授权发货时，公司要求经销商向公司报备其授权发货的客户信息，公司通过核对这些终端客户发货信息，知悉部分终端客户向公司直接采购的同时也通过经销商采购。公司在检查组现场检查期间才知悉，由于北京鸿宾等客户和北京唯康合作较少，出于保证资金安全的考虑，在向北京唯康的

采购中存在通过共同熟悉的爱美客业务员进行转款的情形，但公司之前对此情况并不知情。

虽然北京唯康等经销商从上述交易中获得了发行人的年度增值税税率调整补偿返货，但 2019 年上述交易公司增加销售收入 1,718.65 万元，毛利 1,602.42 万元，是发行人在合规和公司效益之间做出的权衡，具有商业合理性。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、（二）、2、公司主要经销商客户情况”中补充披露如下：

“

公司进入 IPO 上市辅导期后，严格控制现金收款和第三方回款，发行人的部分终端客户由于自身结算方式等原因，存在通过现金或个人账户进行支付的习惯，会选择能够提供更为灵活结算方式的经销商进行采购。

公司终端客户在其资金结算方式符合公司要求时直接从公司购买，在其个人账户结算时就可以接受灵活结算方式的经销商购买。2017 年至 2019 年，发行人上述终端客户从经销商处采购的金额分别为 30.87 万元、77.40 万元及 1,718.65 万元。

由于公司自 2019 年 1 月 1 日开始适用增值税简易征收政策，对经销商给予增值税税率调整补偿，经销商在满足一定提货标准时能够获得 5-10%的返货补偿，因此 2019 年该等交易有所增加。

虽然经销商从上述交易中获得了发行人的年度增值税税率调整补偿返货，但 2019 年上述交易公司增加销售收入 1,718.65 万元，毛利 1,602.42 万元，是发行人在合规和公司效益之间做出的权衡，具有商业合理性。

”

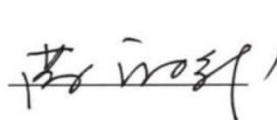
（此页无正文，为《关于爱美客技术发展股份有限公司发行注册环节反馈意见落实函之回复报告》之签章页）

爱美客技术发展股份有限公司

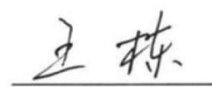


（此页无正文，为《关于爱美客技术发展股份有限公司发行注册环节反馈意见
落实函之回复报告》之签章页）

保荐代表人：



洪立斌



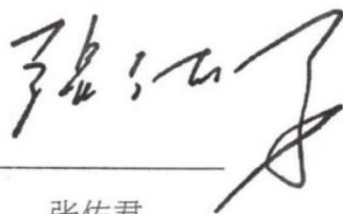
王 栋



保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读关于爱美客技术发展股份有限公司发行注册环节反馈意见落实函之回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，反馈意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：



张佑君

中信证券股份有限公司

2020年8月22日