关于《四川合纵药易购医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中心意见落实函》的回复

目 录

落实函回复报告 2
问题 1 关于加盟业务 2
问题 2 关于采购返利 17
问题 3 关于终端纯销业务 23
问题 4 关于存货、固定资产、在建工程 36

关于《四川合纵药易购医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中心意见落实函》的回复

信会师报字[2020]第 ZD10158 号

深圳证券交易所：

贵所于2020年8月16日下发的《关于四川合纵药易购医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（以下简称“落实函”），要求会计师回复。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“立信”、“会计师”或“我们”）作为四川合纵药易购医药股份有限公司（以下简称“合纵药易购”、“发行人”或“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的申报会计师，已会同保荐机构（主承销商）申万宏源证券承销保荐有限责任公司（以下简称“保荐机构”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，对落实函进行了专项核查，现将落实情况向贵所回复如下，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《四川合纵药易购医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》相同。）

落实函回复报告

问题 1 关于加盟业务

2018 年下半年起，发行人通过健康之家连锁开始开展加盟业务，于 2019 年收购了位于四川省阿坝州的四川康正康乐康大药房连锁有限公司 51%的股权作为第二个加盟管理平台。请发行人补充披露：

（1）发行人向康乐康及健康之家连锁的加盟店销售的渠道、模式、运输方式，通过医药电商平台向加盟商销售的金额及占比情况；发行人加盟业务销售毛利率、定价模式与其他终端纯销客户的差异情况。

（2）报告期内发行人向康乐康及健康之家连锁前 50 名加盟店销售情况，包括但不限于加盟店名称、基本情况、交易背景、销售金额及占全部加盟业务收入比重情况。

（3）中介机构对发行人加盟店的销售收入真实性核查情况，实地走访核查情况，走访成功家数及占比、涉及销售金额及占比；函证核查情况，函证回复家数及占比、涉及销售金额及占比；核查比例是否可有效支持印证发行人加盟销售业务的真实性。

（4）加盟店销售的药品因质量问题或超过保质期，导致药品安全事故致人伤亡，产生医药纠纷或行政处罚时，发行人与加盟店间法律责任划分情况；发行人是否面临民事赔偿责任、行政处罚责任或刑事责任，发行人若进行赔偿，对加盟店是否有索赔权；发行人对加盟店及运输主体关于药品质量、保质期的管理措施，是否有效保障加盟店销售药品安全；请在招股说明书中补充披露该风险。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【回复】

（一）发行人向康乐康及健康之家连锁的加盟店销售的渠道、模式、运输方式，通过医药电商平台向加盟商销售的金额及占比情况；发行人加盟业务销售毛利率、定价模式与其他终端纯销客户的差异情况。

1、发行人向康乐康及健康之家连锁的加盟店的销售渠道、模式、运输方式，通过医药电商平台向加盟商销售的金额及占比情况

公司定位院外市场医药流通服务，以药店为主要销售对象的终端纯销业务是公司的主要业务发展方向，公司采取多种措施以提升与终端客户之间的业务粘性，以扩大终端纯销业务规模。其中，公司将加盟模式作为拓展对药店类终端覆盖广度和深度的重要途径，为其提供多层次、全方位的增值服务以增加加盟药店对公司的粘性，促进终端纯销业务的增长。

对加盟店的销售是公司终端纯销业务的组成部分和业务形式之一，较其他非加盟店的药店、诊所类终端客户在销售模式、业务流程、运输方式、收款政策等方面保持一致，区别仅在于公司以加盟关系为纽带，有针对性的为加盟店提供增值服务以增强业务粘性、提高客单价。

公司向加盟店的销售在不同业务模式下的收入及占比如下：

单位：万元

项　目		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比
健康之家连锁	电商模式	3,856.33	96.33%	643.39	87.02%
	传统模式	146.80	3.67%	95.96	12.98%
	小计	4,003.13	100.00%	739.34	100.00%
康乐康连锁	电商模式	420.26	13.73%	-	-
	传统模式	2,641.32	86.27%	-	-
	小计	3,061.58	100.00%	-	-
对加盟店的销售合计	电商模式	4,276.59	60.53%	643.39	87.02%
	传统模式	2,788.12	39.47%	95.96	12.98%
	小计	7,064.71	100.00%	739.34	100.00%

健康之家连锁旗下加盟门店主要位于成都及周边城市，大部分系由公司从已有的药店类终端客户中开发而来，销售模式以医药电商模式为主。

康乐康连锁旗下的加盟店，系公司通过战略性收购康乐康连锁的股权一次性取得，其原有的业务团队及传统业务模式也一并承继，公司对康乐康连锁的销售

以传统模式为主，主要原因包括：

Ⅰ.康乐康连锁旗下加盟店均位于四川西部的偏远山区和少数民族地区，信息相对闭塞，互联网等现代科技手段普及率较低，医药电商业务模式的导入进程缓慢；

Ⅱ.川西交通不便、配送难度大，医药商业企业较少，同时配送费、销售人员差旅费等日常费用较高，因此公司的同类产品销售定价略高或主推高毛利品种，毛利率略高，而电商平台执行统一定价，且以市场化的竞争性定价为主，因此公司也倾向于更多采用传统业务模式，电商收入占比较低。

2、发行人加盟业务销售毛利率、定价模式与其他终端纯销客户的差异情况

发行人终端纯销业务主要包括线上电商模式和线下传统模式两种，两种模式在产品定价上的差异主要为：

①传统销售模式下，发行人需与客户进行议价，产品报价略高于线上电商商模式；

②在结算方式上，电商模式下均为现款现货，而传统模式下以赊销为主，传统模式下的定价略高于电商模式；

③电商模式下的促销活动频率更高，公司给予的销售折让更大，而传统模式则较少；

④传统模式下，发行人会主动向客户推荐代理的毛利略高的品种，线上电商模式以客户自主选择为主。

除了上述线上电商模式与线上传统模式的定价差异外，发行人对加盟店销售产品在定价方面与其他非加盟店的终端客户一致。

报告期内，公司对全部单体药店及诊所类终端的销售以及对加盟店的销售在不同业务模式下的毛利率对比情况如下：

客户类型	业务模式	2019 年度	2018 年度	2017 年度
对单体药店及诊所类终端的纯销业务	电商模式	7.33%	6.83%	9.12%
	传统模式	9.81%	9.18%	10.77%

客户类型	业务模式	2019 年度	2018 年度	2017 年度
对加盟店的纯销业务	电商模式	7.53%	6.33%	-
	传统模式	14.24%	9.97%	-

比较可见，基于上述定价政策的差异，传统模式下的毛利率略高于电商模式，对加盟店的销售毛利率也遵循了同样的规律，且 2018 年度的两种业务模式以及 2019 年度电商模式的毛利率水平也与总体水平基本相当，仅 2019 年度的加盟店传统模式下因康乐康连锁旗下加盟店的地域特殊性使得毛利率更高，但因总体规模较小，且销售费用率更高，并未对整体经营业绩产生重大影响。

公司对加盟门店的销售毛利率、毛利额及与终端纯销业务整体毛利率水平的对比如下：

单位：万元

项 目	2019 年度			2018 年度		
	毛利率	毛利额	毛利额占比	毛利率	毛利额	毛利额占比
全部终端纯销业务	7.70%	10,067.97		7.42%	7,421.57	
对加盟店的销售	10.13%	706.93	7.02%	6.89%	52.32	0.71%
其中，对健康之家连锁旗下加盟店的销售	7.73%	307.59	3.06%	6.89%	52.32	0.71%
对康乐康连锁旗下加盟店的销售	13.31%	399.34	3.97%	-	-	-

总体而言，对加盟店的销售毛利率较全部终端纯销业务毛利率不存在显著差异。其中，对健康之家连锁旗下加盟店的毛利率与终端纯销业务整体毛利率水平基本相当;对康乐康连锁旗下加盟店的毛利率较终端纯销业务整体毛利率水平更高，主要原因包括：

Ⅰ.康乐康连锁旗下加盟店均位于四川西部的偏远山区和少数民族地区，医药商业企业较少，该等加盟店对康乐康连锁及公司的业务粘性较强，2019 年度前 50 名加盟店向发行人采购占比平均高达 79.60%，部分药店采购占比超过 90%，较高的业务依赖度为公司相对更高的定价创造了市场条件；川西地区地广人稀、药店数量少的现状使得当地的药店的盈利空间更大，其对上游采购价格的敏感度

也更低；

II.川西交通不便、配送难度大，配送费和销售人员差旅费等日常销售费用更高。公司对康乐康连锁旗下加盟店的配送全部委托第三方物流公司，物流费用由发行人承担，计入销售费用中，运费单价为 17 元/件，较成都周边地区的 8 元/件高出 1 倍；2019 年度公司对康乐康连锁旗下加盟店的毛利率虽然达到 13.31%，但销售费用率亦达到 9.00%，不考虑税费的利润率仅 4.31%，而公司全部终端纯销业务的毛利率为 7.7%，总体销售费用率为 4.47%，不考虑其他税费的营业利润率为 3.23%，二者不存在显著差异。

2019 年发行人对康乐康连锁加盟店的销售收入，按照发行人全部终端纯销业务毛利率测算的毛利额，与现有毛利额比较，仅增加 168.31 万元，若考虑销售费用率的差异，测算的增量利润额仅为 32.38 万元，占总体盈利规模的比例很小。

综上，公司对加盟店的销售在定价政策方面较其他终端纯销业务不存在差异，均采用市场化的定价原则，全面考虑采购渠道、市场定价、竞品价格、运输成本及客户接受程度等综合因素。

（二）报告期内发行人向康乐康及健康之家连锁前 50 名加盟店销售情况，包括但不限于加盟店名称、基本情况、交易背景、销售金额及占全部加盟业务收入比重情况。

报告期内，发行人对加盟门店销售占公司整体业务收入的比重较小，具体情况如下：

单位：万元、%

项 目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
主营业务收入	227,694.64		201,581.94		158,525.62	
其中：终端纯销业务收入	130,744.46	57.42	100,033.70	49.62	65,568.38	41.36
其中：加盟店销售收入	7,064.71	3.10	739.34	0.37	-	-
其中：健康之家连锁	4,003.13	1.76	739.34	0.37	-	-
康乐康连锁	3,061.58	1.34	-	-	-	-

2018 年及 2019 年，发行人对加盟店的收入分别仅占主营业务收入的 0.37%和 3.10%，规模较小。

公司对加盟门店的终端纯销业务收入及占比情况如下：

单位：家、万元

项 目		2019 年度	2018 年度
健康之家连锁	产生交易的加盟店数量	441	117
	不含税收入	4,003.13	739.34
	客单价	9.08	6.32
康乐康连锁	产生交易的加盟店数量	207	-
	不含税收入	3,061.58	-
	客单价	14.79	-
合计	产生交易的加盟店数量	648	117
	不含税收入	7,064.71	739.34
	客单价	10.90	6.32

主要加盟店的基本情况、对加盟店的销售金额及占比

（1）康乐康连锁旗下前 50 名加盟店：

单位：不含税万元

序号	单位名称	负责人	注册地址	2019 年度不含税收入
1	九寨沟县康乐康大药房遂州药房（九寨沟县康乐康顺诚药房）	廖飞	九寨沟县永丰新区九乐花苑 13 幢 1 层 11、12 号	108.31
2	汶川康乐康康寿药店	郭小飞	汶川县威州镇东街 34-1 号	72.64
3	阿坝康乐康大药房连锁有限公司若尔盖县红叶药店（若尔盖县康乐康红叶药店）	马黎明	四川省阿坝藏族羌族自治州若尔盖县达扎寺镇商业街 56 号附 2 号	71.26
4	阿坝州康乐康大药房连锁店有限公司松潘县老字号加盟店四店（松潘县康乐康仁康药店）	郭远秀	四川省阿坝藏族羌族自治州松潘县进安镇南街村 1 组 134 号	58.02
5	理县瑞康药房	叶定友	理县杂谷脑镇营盘街 130 号一楼	54.00
6	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司若尔盖华夏药店（若尔盖县康乐康华夏药店）	高雷	四川省阿坝藏族羌族自治州若尔盖县达扎寺镇曙光街 63 号	52.04
7	阿坝县康乐康大药房连锁有限公司阿坝县雪莲	真拉牙	阿坝县阿坝镇洽唐西街 6 号	46.81

序	单位名称	负责人	注册地址	2019 年度
	花藏药店（阿坝县康乐康雪莲花藏药店）			
8	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司黑水县祥瑞药房（黑水县康乐康祥睿药房）	王英	四川省阿坝藏族羌族自治州黑水县芦花镇正街 160 号	46.19
9	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司若尔盖县康宁大药房（若尔盖县康乐康康宁大药房）	康麟	四川省阿坝藏族羌族自治州若尔盖县达扎寺镇曙光街 84 号	44.00
10	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司马尔康健民药店（马尔康康乐康良平药店）	索郎多吉	马尔康市崇列街 54、56 号	38.92
11	九寨沟县济民药房（九寨沟县康乐康济民药店）	吴秀珍	九寨沟县永乐镇政府街金色时代广场 1-17	37.48
12	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司马尔康利民药店（马尔康康乐康利民药店）	莫永军	马尔康市团结街 2 号	36.93
13	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司马尔康同康堂药店（马尔康康乐康同康堂药店）	吴均	马尔康镇团结街 188 号	36.16
14	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司马尔康天仁平价大药房（马尔康康乐康天仁大药房）	陈伟	马尔康市滨河路 51 号	35.68
15	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司金川县顺霞平价药店（金川县顺霞药店）	代俊丽	四川省阿坝藏族羌族自治州金川县勒乌镇新街 47 附 6 号	35.36
16	红原康民药房	龚雪	四川省阿坝藏族羌族自治州红原县邛溪镇阳嘎中街 8 号附 1 号	35.41
17	阿坝县康乐康健康药店	曾兵	阿坝县阿坝镇中心街 85 号	32.65
18	汶川康乐康一号药店	谢虎	汶川县威州镇较场街 6 幢 6-1-10	32.79
19	茂县康乐康小勇药店	马小勇	四川省阿坝藏族羌族自治州茂县凤仪镇外南街 100 号	31.31
20	阿坝县康乐康利民药店	伍开俊	阿坝县洽唐东街 11 号附 23 号	31.11
21	九寨沟县永乐药店（九寨沟县康乐康佑康药店）	王小林	九寨沟县永乐镇滨江路扶州巷 10 号	30.01
22	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司壤塘县兴旺药店（壤塘县康乐康兴旺药店）	杨明铨	壤塘县壤柯镇八角街 11 号	29.94
23	丹巴县康达药店	杜晓蓉	四川省甘孜藏族自治州丹巴县章谷镇步行街	29.27

序	单位名称	负责人	注册地址	2019 年度
24	阿坝州康乐康大药房有限公司若尔盖县福康药店（若尔盖县康乐康福康药店）	梁艳	四川省阿坝藏族羌族自治州若尔盖县达扎寺镇建设北街 4 号	28.56
25	黑水康平药房（黑水县平康药房）	沙晓梅	四川省阿坝藏族羌族自治州黑水县芦花镇街心花园 38 号	27.69
26	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司理县仁和药店（理县康乐康安堂药店）	周玉雄	四川省阿坝藏族羌族自治州理县薛城镇较场街 102 号	27.42
27	乡城县便民药店（康乐康大药房加盟店）	藏格	四川省甘孜藏族自治州乡城县香巴拉北路 188 号	26.84
28	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司马尔康市安康平价药店（马尔康市康乐康安康药店）	马华美	马尔康市达萨街 352 号	26.55
29	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司马尔康吉祥药店（马尔康康乐康吉祥药店）	阿甲	马尔康镇达萨街 196 号	24.51
30	马尔康康乐康双江口便民药店	梁代英	马尔康市白湾乡	24.25
31	若尔盖康乐康大药房永康药店（若尔盖县康乐康永康药店）	许娟	四川省阿坝藏族羌族自治州若尔盖县达扎寺镇曙光街 98 号	24.01
32	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司理县古尔沟温泉药房（理县康乐康君安药房）	饶晓超	四川省阿坝藏族羌族自治州理县古尔沟镇古尔沟村三组 18 号附 1 号	22.87
33	茂县绣绣药店	黄恩绣	四川省阿坝藏族羌族自治州茂县凤仪镇水巷子 7-27 号	22.57
34	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司松潘县老字号二店加盟店（松潘县康乐康益安药房）	吕跃才	四川省阿坝藏族羌族自治州松潘县进安镇北街 33 号	22.57
35	汶川安康药房（汶川康乐康安康药房）	陈明凤	汶川县威州镇桑坪路 1 号	22.15
36	巴塘璐璐药店	赵璐	巴塘县步行街	22.12
37	汶川康乐康德康药房	龙润志	汶川县威州镇较场街 8 幢 B-1-8	22.03
38	康乐康大药房若尔盖县汇富药店（若尔盖县康乐康汇富药店）	赵志茹	四川省阿坝藏族羌族自治州若尔盖县达扎寺镇商业街 24-12 号	21.59
39	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司黑水花园药店（黑水县康乐康康安药店）	罗英初	四川省阿坝藏族羌族自治州黑水县芦花镇正街 20 号	20.77
40	阿坝县康乐康惠民药店	马祥美	阿坝县阿坝镇达杰街 2 号	20.85

序	单位名称	负责人	注册地址	2019 年度
41	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司壤塘县顺康药店（壤塘县康乐康顺康药店）	万胜荣	壤塘县壤柯镇罗吾塘前街 35 号	20.60
42	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司松潘县鹏祥加盟店（松潘县康乐康祥鹏药店）	刘剑	四川省阿坝藏族羌族自治州松潘县进安镇北街 61 号	19.98
43	理塘县民贸药店（理塘县康贝民贸药店）	格乃绕吉	理塘县幸福路	19.67
44	金川县康乐康明静药店（金川县明静药店）	胥明静	四川省阿坝藏族羌族自治州金川县安宁镇太平路 29 号	19.79
45	理塘县康乐康哈戈利民药店	土波泽仁	四川省甘孜州理塘县幸福西路 49 号	19.19
46	阿坝州康乐康大药房连锁有限公司理县富颐平价药店（理县康乐康富颐药店）	王富勇	四川省阿坝藏族羌族自治州理县薛城镇较场街政府楼 27 号	19.14
47	理塘县康乐康便民药店	宋桂花	四川省甘孜州理塘县高城镇幸福东路 108 号	18.88
48	丹巴县达众药店	张娟	四川省甘孜藏族自治州丹巴县章谷镇团结街	18.53
49	金川县平价药店（金川县立扬药店）	夏格甲	金川县勒乌镇临江路 14 号	18.52
50	汶川县康乐康华药堂药房	许先华	汶川县漩口镇瓦窑村民权路 1 号、2 号	18.22
不含税收入合计				1,626.17
占发行人对康乐康连锁旗下加盟店收入总额的比例				53.12%

2019 年度对康乐康连锁旗下加盟店销售额前 50 名的合计收入为 1,626.17 万元，占对康乐康旗下所有加盟店销售收入的 53.12%。

（2）健康之家连锁旗下前 50 名加盟店：

单位：不含税万元

序号	单位名称	负责人	注册地址	不含税收入	
				2019 年	2018 年
1	成都市温江区药匣子大药房有限公司	王园媛	成都市温江区涌泉鹏程路 80 号	42.75	-

序号	单位名称	负责人	注册地址	不含税收入	
2	蒲江县成佳镇永兴药店	詹莉	成都市蒲江县成佳镇兴成大道 9 号 1 栋 1 层 9 号	41.79	9.85
3	都江堰市中兴镇梓红药店	陈金生	四川省成都市都江堰市中兴镇梓桐社区梓红路 28、30 号	39.31	18.78
4	什邡市师古镇康宁大药房	廖端会	什邡市师古镇新街中段 100、102 号	35.44	24.07
5	成都市开宝药房有限公司	李开中	成都市郫都区郫筒镇红瓦街 7-23 号	35.70	-
6	成都市康宏堂大药房	王辉	四川省成都市天府新区华阳街道伏龙东街 1 号 15 栋附 31、32、33 号	35.52	21.25
7	什邡市爱康大药房	黄均蓉	什邡市师古镇回龙街 65 号	30.64	18.54
8	新都区健源药房	甘超	新都区斑竹园镇竹韵大道 80、82、84 号	29.82	6.65
9	大邑县瑞堂大药房	王小琼	成都市大邑县韩场镇新西街 93、95 号	28.84	30.57
10	都江堰市三宜堂药店	陈金生	四川省成都市都江堰市永丰街道民丰社区翔凤路 735、737 号	28.65	10.22
11	中江县文燕大药房	廖洪英	四川省德阳市中江县凯江镇继光大道 498、500、502 号	29.10	12.96
12	什邡市马井邱氏药店	雷小莉	四川省德阳市什邡市马井镇正大街 119-125 号	27.66	6.77
13	旌阳区利民大药房	尹贤聪	旌阳区德新镇东外街 031 号	27.43	29.89
14	中江县南华镇兴康大药房	廖洪英	中江县南华镇西江南路 356、358 号	27.42	11.91
15	成都尚善大药房有限公司	吴小梅	成都市郫都区郫筒镇望丛东路 105 号	26.89	-
16	都江堰蓉康药房有限责任公司	李田华	四川省成都市都江堰市柳街镇菜市巷 3 号附 1 号	26.32	21.15
17	都江堰市鸿康大药房	雷红英	四川省成都市都江堰市柳街镇御柳社区前进街 25 号	25.81	9.68
18	简阳市东溪红缘药店	王红	成都市简阳市东城国际巴黎阳光 7-（-1）-4 号	25.69	21.04
19	成都市双流区美来健大药房	胡光倩	成都市双流区西航港街道泰山路 27 号	26.22	18.47
20	龙泉驿区同安街办同安堂药店	林华	成都市龙泉驿区同安街办同安路 5 号 18 栋 3 单元 22 号	25.01	25.49
21	蒲江县鹤山镇同兴康药房	石克霞	成都市蒲江县鹤山镇朝阳大道 67 号、67	23.70	16.87

序号	单位名称	负责人	注册地址	不含税收入	
			号附 1 号		
22	什邡市师古镇民康大药房	吕厚平	什邡市师古镇盐市街 121-123 号	23.61	22.92
23	金牛区牡丹大药房	马淑芳	成都市金牛区天新路 182、184、186 号	24.46	14.41
24	成华区桐林药房	文娟	四川省成都市成华区青龙乡白莲村 3 组 25 号附 4 号	23.55	17.22
25	大邑县高山乡康威药店	陈相如	四川省成都市大邑县三岔镇奔江街 100、102 号	22.60	17.49
26	大邑韩场镇康利药房	邓朝选	成都市大邑县韩场镇正福街 89 号	22.19	12.41
27	邛崃市临邛镇同兴堂药店	李文春	邛崃市临邛街道五彩广场八宝街 9、10、11 号	22.51	22.30
28	大邑县安仁镇同益堂药店	李琴	四川省成都市大邑县安仁镇学府路 93、95 号	21.91	8.75
29	成都欣普康大药房有限责任公司	杨腊英	成都高新区和硕东街 282 号 2 栋负一层 3 号	22.01	18.27
30	成都市郫都区常春药房	赵慧	四川省成都市郫都区安德镇安平路 165 号	21.40	11.08
31	中江县文燕大药房一分店	廖洪英	四川省德阳市中江县凯江镇魁山路 3 号、7 号、9 号	21.51	11.21
32	大邑县王泗镇显明药店	曾显明	四川省成都市大邑县王泗镇营北街 96 号	20.54	8.60
33	青白江区诚春堂药房	许望凯	成都市青白江区城厢镇古城路 3927 号附 30 号	20.51	17.13
34	什邡市遥遥医药有限公司	刘庆	四川省德阳市什邡市禾丰镇德什路玉河东街一栋 52-54 号	19.29	20.12
35	成都采芝林大药房	胡海薇	四川省成都市天府新区煎茶镇煎茶溪下街 4、6 号	19.91	1.38
36	成都市鑫兴天久大药房有限责任公司	向静	成都高新区天久北巷 88 号附 48、50 号	19.06	8.16
37	蒲江县西来镇康乐药店	陈敏	成都市蒲江县西来镇古城街 9 号	18.57	11.88
38	成都煎茶善仁堂大药房	胡海薇	四川省成都市天府新区煎茶街道正溪下街 2 号	19.62	3.01
39	邛崃市临邛五彩药店	袁榴科	邛崃市临邛街道办棉花街 136 号 1 栋 1 层	18.63	11.38

序号	单位名称	负责人	注册地址	不含税收入	
40	成都高新区为民药店	周芳	成都高新区新南小区新园大道 28-36 号	19.47	20.88
41	邛崃市牟礼镇百信药店	陈志雄	成都市邛崃市牟礼镇正街 126、128 号	18.96	19.51
42	成都同会堂大药房有限公司	张泽澜	四川省成都市大邑县晋原镇滨江西路南一段 16、17 号	18.75	6.08
43	温江康源堂大药房	吴涛	成都市温江区天府街道游家渡小区 22 号附 7、8、9 号	18.58	21.92
44	武侯区瑞林大药房	赖露	成都市武侯区金履三路 185 号 1 层	18.60	23.10
45	蒲江县鹤山镇民泰大药房	雷宗建	成都市蒲江县鹤山镇栊椤路中段 92 号、94 号、96 号	17.68	10.36
46	什邡市萍萍大药房	张远军	四川省德阳市什邡市马祖镇京什小区 59 栋 3 号	17.81	10.90
47	大邑县新场镇新民药房	彭春莲	成都市大邑县新场镇万源街上段 272、274 号	17.72	8.79
48	金堂云德龙大药房有限公司	廖静	四川省成都市金堂县淮口镇五星南苑二期 34 幢 51 号	17.92	-
49	大邑县元兴乡新明药店	陈相兴	四川省成都市大邑县安仁镇元兴学府街 1 号	17.28	10.28
50	蒲江县鹤山镇瑞祥堂药房	沈玉华	成都市蒲江县鹤山街道华兴社区天华场镇 40 号	17.61	9.13
不含税收入合计				1,221.98	692.82
占发行人对健康之家连锁旗下加盟店收入总额的比例				30.53%	93.71%

2019 年度对健康之家连锁旗下加盟店销售额前 50 名的合计收入为 1,221.98 万元，占对健康之家旗下所有加盟店销售收入的 30.53%；2018 年度加盟业务刚起步，产生交易的加盟店数量合计仅 117 家，且销售集中度较高，按上述 2019 年度排名前 50 的加盟店统计的 46 家加盟店的销售额为 692.82 万元，占比已达 93.71%。

上述加盟店均为正常经营的药店，发行人正常向其销售药品。

公司 2019 年度对上述 100 家主要加盟店的销售收入合计为 2,848.15 万元，占全部加盟业务收入的比例为 40.32%；2018 年度对上述 46 家加盟店的销售收入

合计 692.82 万元，占比 93.71%。

（三）中介机构对发行人加盟店的销售收入真实性核查情况，实地走访核查情况，走访成功家数及占比、涉及销售金额及占比；函证核查情况，函证回复家数及占比、涉及销售金额及占比；核查比例是否可有效支持印证发行人加盟销售业务的真实性。

中介机构在报告期内已产生交易的加盟店中抽取金额较大的执行走访和函证程序，重点核实包括加盟店基本情况、报告期内各期发行人与加盟店之间的交易及往来情况、加盟店自身经营情况、存货余额变动情况、与发行人的实际控制人、主要股东、董事、监事、高级管理人员及其直系亲属是否存在关联关系等。

具体核查情况如下：

单位：家、万元

走访：

项 目	家数		含税金额	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
当年产生交易的加盟店	648	117	8,080.54	871.11
走访的加盟店	90	22	2,754.11	332.55
占比	13.89%	18.80%	34.08%	38.18%

函证：

项 目	家数		含税金额	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
当年产生交易的加盟店	648	117	8,080.54	871.11
回函的加盟店	232	39	4,537.79	501.67
占比	35.80%	33.33%	56.16%	57.59%

合计核查金额及比例：

项 目	家数		含税金额	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
当年产生交易的加盟店	648	117	8,080.54	871.11
回函的加盟店	232	39	4,537.79	501.67
走访的加盟店	90	22	2,754.11	332.55
核查的加盟店（剔除重复）	260	45	5,253.82	570.55
合计核查比例（剔除重复）	40.12%	38.46%	65.02%	65.50%

发行人的加盟店数量较多，但交易分布不均匀、且较为分散，中介机构主要抽取了销售额较大的加盟店执行走访和和函证程序，因此核查的金额占比均大于数量占比。核查比例足以有效支持印证发行人加盟销售业务的真实性。

（四）中介机构的核查过程和核查意见

1、核查过程

（1）访谈公司主要业务负责人，了解公司对加盟店的销售业务较其他非加盟的终端纯销业务在销售莫斯、业务流程、定价政策等方面的差异；

（2）复核对加盟店的收入及毛利率的统计和计算，结合市场环境、定价政策、运输成本等销售费用分析发行人对康乐康连锁旗下加盟店的毛利率较高的原因及合理性；

（3）中介机构对加盟店实施了走访和函证程序，核查比例足以有效支持印证发行人加盟销售业务的真实性

项 目	家数		含税金额	
	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
当年产生交易的加盟店	648	117	8,080.54	871.11
回函的加盟店	232	39	4,537.79	501.67
走访的加盟店	90	22	2,754.11	332.55
核查的加盟店（剔除重复）	260	45	5,253.82	570.55
合计核查比例（剔除重复）	**40.12%**	**38.46%**	**65.02%**	**65.50%**

（4）访谈公司加盟业务负责人，抽查加盟协议中关于法律责任及索赔的条款；

（5）了解公司关于加盟店的质量管理制度和执行情况。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人对健康之家连锁旗下加盟店的毛利率与终端纯销业务整体毛利率水平基本相当；对康乐康连锁旗下加盟店的毛利率较终端纯销业务整体毛利率水平更高，主要系市场环境、运输成本等因素所致，考虑销售费用率后的盈利能力不存在显著差异；

（2）健康之家连锁、康乐康连锁与加盟药店之间系基于平等主体之间的法律关系，根据法律法规的规定以及加盟协议的约定独立承担各自经营所产生的法律责任；若加盟药店违反加盟协议的约定导致康乐康连锁或健康之家连锁损失的，康乐康连锁或健康之家连锁有权依据加盟协议的约定向加盟药店进行索赔；

（3）发行人对加盟店及运输主体关于药品质量、保质期制定了相应的管理制度，执行了充分的管理措施，能够有效保障加盟药店销售药品安全。

问题 2 关于采购返利

报告期内，发行人采购返利增长迅速，占采购金额比重逐年上升，占主营业务毛利比重较高。发行人工业直采分为独家代理和一级经销。请发行人补充披露：

（1）报告期内同行业可比公司采购返利金额，返利占其采购金额及主营业务毛利的比重，与发行人相比是否存在重大差异，如是，请分析原因及合理性；返利会计处理的合规性，与同行业可比公司的会计处理是否存在重大差异。

（2）独家代理和一级经销的主要品种、数量及占比、实现的销售收入及占比。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

（一）报告期内同行业可比公司采购返利金额，返利占其采购金额及主营业务毛利的比重，与发行人相比是否存在重大差异，如是，请分析原因及合理性；返利会计处理的合规性，与同行业可比公司的会计处理是否存在重大差异。

1、报告期内返利的具体情况

报告期内，随销售实现结转至主营业务成本的返利金额及占主营业务毛利额的比例情况如下：

单位：万元

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
主营业务毛利额	19,998.41	16,793.95	14,258.82
其中，采购返利金额	11,375.59	8,085.84	5,827.76
采购返利占主营业务毛利额的比例	56.88%	48.15%	40.87%

报告期内，公司的采购金额和按权责发生制计算并确认的应计返利金额如下：

单位：万元

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购金额	226,072.28	198,999.35	151,230.70
返利金额	11,709.61	8,550.15	5,976.72

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
占比	5.18%	4.30%	3.95%

报告期内，同行业可比公司/挂牌公司均未在其公开材料中披露采购返利金额及其占采购金额和主营业务毛利额的比重。

根据九州通 2010 年的招股说明书，其 IPO 申报期内的采购返利金额及占主营业务毛利额、采购总额的比例情况如下：

项　目	2009 年度	2008 年度	2007 年度
主营业务毛利	114,460.00	91,259.00	65,242.00
返利金额	31,368.00	24,573.00	15,748.00
返利占毛利额比重	27.41%	26.93%	24.14%
返利占采购总额比重	1.73%	1.59%	1.50%

比较可见，发行人报告期内的采购返利占主营业务毛利额、采购总额的比例，较九州通 IPO 申报期的相应比例都更高。但是，一方面，九州通的采购返利绝对金额亦较大，IPO 申报期内返利占主营业务毛利的比例亦接近 30%，表明采购返利构成医药流通企业的利润主要来源之一符合行业惯例。

另一方面，返利占比的差异系由两家公司在医药分销链条中的角色和作用的显著差异所决定。发行人以作为医药工业企业的二级乃至三级分销商为主，主要从事直接面对医药终端的终端纯销业务，报告期内终端纯销收入占主营业务收入的比例分别为 41.36%、49.62%和 57.42%，此类模式下医药工业企业和一级商业分销企业更倾向于给予返利政策以鼓励销售，发行人的采购返利占主营业务毛利额的占比由 2016 年的 29.29%增长至 2019 年的 56.88%，主要得益于公司终端纯销业务的持续快速增长；而九州通以作为医药工业企业的一级代理商为主，其面对下级分销商的调拨业务占比更高（2007-2009 年平均占比为 68.44%），此类模式下医药工业企业更倾向于采用底价结算模式，返利则相对较少。

2、采购返利的会计处理

公司对采购返利的会计处理步骤如下：

①计提应计返利

根据返利规则和实际完成情况计算应计返利金额：

借：库存商品-返利 （红字）（返利系统中明细至品种）

贷：应付账款-应计返利 （红字）（返利系统中明细至供应商）

②返利到账

A.票折：

借：应付账款-应计返利 （红字）

贷：应付账款 （红字）

B.货币（银行转账等）

借：银行存款等

借：应付账款-应计返利 （红字）

③实现销售，确认收入并结转成本的同时，结转采购返利至当期营业成本

借：主营业务成本-折让 （红字）

贷：库存商品 （红字）

期末未实现销售的，采购返利保留在库存商品余额中。

九州通关于返利的会计处理与发行人类似，亦在供应商确认后冲减主营业务成本，但没有将未实现销售的存货对应采购返利保留在库存商品中，发行人严格按照权责发生制的要求进行会计核算，相比之下发行人的会计处理更为严谨。

（二）独家代理和一级经销的主要品种、数量及占比、实现的销售收入及占比

报告期内，公司取得来自上游供应商的销售授权情况如下：

单位：个、%

授权类型	2019年度			2018年度			2017年度		
	厂家数量	品种数量	数量占比	厂家数量	品种数量	数量占比	厂家数量	品种数量	数量占比
工业独家代理	129	344	1.48	136	402	1.55	108	336	1.56
工业一级经销	1,166	7,250	31.26	1,041	6,712	25.90	849	6,218	28.81
协议分销	731	4,462	19.24	535	3,563	13.75	351	2,176	10.08

报告期内，公司不同采购渠道的采购金额及占比情况如下：

单位：万元、%

采购渠道	2019 年度			2018 年度			2017 年度	
	采购金额	占比	增长率	采购金额	占比	增长率	采购金额	占比
工业独家代理	22,113.94	10.32	-6.23	23,583.87	12.38	41.34	16,685.72	11.49
工业一级经销	60,136.21	28.05	21.25	49,596.70	26.04	35.10	36,711.07	25.27
协议分销	62,642.07	29.22	16.21	53,904.57	28.30	47.51	36,541.79	25.16
市场比价	69,470.45	32.41	9.64	63,364.06	33.27	14.55	55,315.39	38.08
合　计	**214,362.68**	**100.00**	**12.56**	**190,449.20**	**100.00**	**31.11**	**145,253.98**	**100.00**

不同销售渠道最终实现销售的收入及占比情况如下：

单位：万元、%

采购渠道	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
工业独家代理	24,715.75	10.96	28,505.41	14.31	20,022.05	12.80
工业一级经销	64,215.36	28.47	50,779.10	25.49	40,488.75	25.89
协议分销	62,793.57	27.84	53,381.18	26.80	36,640.42	23.42
市场比价采购	73,860.05	32.74	66,507.25	33.39	59,264.98	37.89
合计	**225,584.73**	**100.00**	**199,172.94**	**100.00**	**156,416.19**	**100.00**

以 2019 年度为例，工业独家代理和工业一级经销的前十名品种的销售情况如下：

2019 年度工业独家代理前十名品种：

单位：万元

商品名称	商品规格	单位	生产厂家	数量	销售金额	占比
湿毒清片	0.5g*30 片	盒	广州诺金制药有限公司	1,268,540	925.44	0.41%
氯化钾缓释片（补达秀）	0.5g*24 片	盒	广州誉东健康制药有限公司	2,109,655	947.40	0.42%
格列齐特片	80mg*12 片*5 板	盒	四川美大康药业股份有限公司	1,564,180	1,122.65	0.50%
茶碱缓释片(舒弗美)	0.1g*24 片	盒	广州迈特兴华制药厂有限公司	2,436,219	882.56	0.39%
头孢克肟分散	0.1g*6 片	盒	广东先强药业有限公司	2,962,884	769.57	0.34%

商品名称	商品规格	单位	生产厂家	数量	销售金额	占比
片(先强严灵)						
米格列醇片	50mg*20 片	盒	四川维奥制药有限公司	211,779	492.26	0.22%
苯磺酸左氨氯地平片	2.5mg*14 片	盒	南昌弘益药业有限公司	1,365,940	509.66	0.23%
盐酸西替利嗪片(比特力)	10mg*8 片	盒	成都恒瑞制药有限公司	1,859,198	560.82	0.25%
独活寄生合剂	200ml*2 瓶	盒	绵阳一康制药有限公司	164,026	451.14	0.20%
维 C 银翘片	12 片*40 袋	袋	云南省曲靖药业有限公司	329,688	596.25	0.26%
小 计					**7,257.75**	**3.22%**

2019 年度工业一级经销前十名品种：

商品名称	商品规格	单位	生产厂家	数量	销售金额	占比
复方甘草片	100 片	瓶	国药集团新疆制药有限公司	4,280,505	2,343.56	1.04%
复方氨酚烷胺片(感康片)(金牌装)	12 片	盒	吉林省吴太感康药业有限公司	949,623	956.43	0.42%
抗病毒颗粒	9g*8 袋	盒	四川光大制药有限公司	1,519,100	1,549.95	0.69%
醋酸曲安奈德注射液	5ml:50mg	支	浙江仙琚制药股份有限公司	1,997,180	1,043.05	0.46%
肠炎宁片	0.42*48 片	盒	江西康恩贝中药有限公司	399,330	607.93	0.27%
感冒灵颗粒	10g*9 袋	盒	广西济民制药有限公司	1,829,329	783.52	0.35%
肠炎宁片(康恩贝)	0.42g*24 片	盒	江西康恩贝中药有限公司	564,420	774.03	0.34%
抗病毒颗粒	9g*20 袋	盒	四川光大制药有限公司	424,326	910.99	0.40%
复方葡萄糖酸钙	10ml*12	盒	哈药集团三精制药有	256,496	427.64	0.19%

商品名称	商品规格	单位	生产厂家	数量	销售金额	占比
口服溶液	支		限公司			
蒲地蓝消炎口服液	10ml*10支	盒	济川药业集团有限公司	236,041	635.21	0.28%
小 计					**10,032.31**	**4.45%**

（三）中介机构核查过程和核查意见

1、核查过程

（1）查阅同行业上市公司/挂牌公司在报告期内的年报等公开资料，均未披露与返利金额及占比相关的具体数据；

（2）查阅九州通的招股说明书，比较关于采购返利的会计处理及 IPO 申报期内的返利具体情况；

（3）访谈发行人主要业务负责人，了解发行人与九州通在采购返利及占比方面的差异原因；

（4）获取公司独家代理和一级经销的相关协议，将协议约定的品种与进销存系统进行核对，复核独家代理和一级经销的品种、采购金额、销售金额等，并分析主要品种、数量及占比、实现的销售收入及占比等。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）采购返利构成医药流通企业利润来源的重要组成部分，符合行业惯例；发行人报告期内与九州通 IPO 申报期内的返利占比存在差异系由两家公司在医药分销链条上的角色和作用差异决定；

（2）发行人关于采购返利的会计处理符合企业会计准则的规定，较九州通的处理更为严谨。

问题 3 关于终端纯销业务

报告期内，发行人营业收入逐年增长，终端纯销业务收入占比持续上升，并存在较大比例的客户与供应商重叠情况。请发行人补充披露：

（1）销售人员数量、负责销售区域、负责客户数量情况，销售人员数量与发行人业务规模、客户数量是否匹配，与同行业可比公司是否存在重大差异，如是，请分析原因及合理性。

（2）终端纯销客户明细类型划分依据、彼此之间的区别，划分是否合理、是否符合行业惯例，是否存在单一客户同时计入不同明细类型而重复确认收入的情况。

（3）加盟店客户属于哪一类终端纯销客户，归类是否合理、是否符合行业惯例。

（4）客户与供应商重叠情形下的销售真实性，是否存在交互品种相同或向客户囤货的情况，是否单独签订购销合同。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明对客户与供应商重叠情形下销售真实性的核查程序、核查方法和核查结论。

【回复】

（一）销售人员数量、负责销售区域、负责客户数量情况，销售人员数量与发行人业务规模、客户数量是否匹配，与同行业可比公司是否存在重大差异，如是，请分析原因及合理性。

报告期内各期末，公司各营销部门人员数量及变动情况如下：

类 别		2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
营销人员	购销业务人员	130	88	74
	储运业务人员	329	187	166
	电商业务人员	163	129	112
	零售业务人员	52	80	78
合 计		**674**	**484**	**430**

除医药零售业务外，其他服务于医药批发业务的人员及与客户数量、收入之间的匹配关系如下：

单位：人、万元/人、家/人

项 目	2019/12/31 2019 年度	2018/12/31 2018 年度	2017/12/31 2017 年度
销售人员数量（除零售）	622	404	352
人均服务客户数量（除零售）	55	57	48
人均创收（除零售）	364.67	495.02	444.80

人均创收方面，公司销售人员的数量及人均创收与同行业可比上市公司、挂牌公司的对比情况如下：

单位：万元

股票代码	公司简称	销售人员数量			销售人员人均创收		
		2019 年末	2018 年末	2017 年末	2019 年度	2018 年度	2017 年度
600998.SH	九州通	21,688	20,987	18,838	458.77	415.19	392.52
836782.OC	正大龙祥	29	22	17	2,556.19	2,825.16	3,715.79
835600.OC	瑞朗医药	274	304	123	320.49	258.80	644.13
831397.OC	康泽药业	876	1,026	985	217.73	228.57	239.60
平均值		5,717	5,585	4,991	888.29	931.93	1,248.01
平均值（除正大龙祥）		7,613	7,439	6,649	332.33	300.85	425.42
发行人（除零售业务）		622	404	352	364.67	495.02	444.80

注：正大龙祥经营规模较小且主要为商业分销业务，其销售人员不足 30 人，因此销售人员人均创收高，可比性较低。

比较可见，除 2019 年因收购康乐康连锁和虞城百川导致人员迅速增加、人均创收有所下降外，公司的销售人员人均创收较同行业上市公司、挂牌公司尤其是与相似度较高的九州通较为接近，不存在明显异常。

人均服务客户数量方面，前述营销人员中，除零售业务外，储运业务人员、购销业务人员中的采购部、购销服务部、加盟管理等，以及电商业务人员中的技术部等作为支持性部门，不直接服务于客户。前台销售部门与各业务类型的对应关系及对应的 2019 年度客户数量情况如下：

单位：人、家、家/人

部　门	2019 年底人数		业务类型/区域	2019 年度	
	正式员工	劳务外包		客户数量	人均服务客户数
商业分销部	18		商业分销业务	636	35
连锁业务部	13		连锁纯销业务	183	14
OTC 销售部	22		终端纯销业务-传统	9,545	434
电商客服部	43		终端纯销业务-电商	27,024	628
推广部	55	79	四川省终端纯销业务	25,989	194
康乐康	14		康乐康加盟店	220	16
河南药易购	47		河南地区	5,732	122
购销业务支持部门	47				
电商业务支持部门	34				
储运业务人员	329				
合　计	**622**	**79**		**34,094**	**55**

注：负责河南地区的电商客服部、推广部销售人员在河南药易购部门进行归集，上表所列的客服部、推广部销售人员仅包含合纵母公司。

医药商业企业和零售连锁公司的经营规模更大、采购频率更高，客户总数也更少，因此人均服务客户数量较低，人均数十家在合理范围内。

药店、诊所类终端客户的经营规模较小、客户基数庞大，传统模式下以电话为主要沟通方式提供一对一的服务，在平均每周至每月一次下单的情况下，人均服务 400-500 家客户在合理范围内；电商模式下充分利用互联网工具的便利性，通过电商平台和信息系统完成信息展示、报价、下单、结算、发货等繁琐的业务流程，将客服人员从一对一的服务模式中解放出来，主要工作转向新客户开发、促销活动推广和售后服务等，人均服务客户数量提升至 600-700 家，若考虑已注册尚未交易的潜在客户，则人均服务客户数量达到约 1000 家。

推广部的主要职责是负责重点品种推广、市场开拓、客户关系维护，以及收集客户信息及相关资质及部分售后服务工作（现场）等，主要服务于四川省内的药店、诊所等院外市场终端客户，人均服务客户数量约 200 家。

康乐康连锁旗下加盟店位于四川西部的偏远山区，交通不便，人均服务客户数量较少，但客户粘性高、客单价较高。

公司于 2019 年开始在河南地区拓展医药电商业务，尚处于业务开发初期，因此人均服务客户数量较四川地区更低。

上述可比公司均未在年报或官网中披露具体的客户数量。根据九州通 2010 年的招股说明书，其 2009 年度销售人员人均服务的客户数量为 13.27 家，但彼时九州通尚未开展电商业务，药店及诊所类客户仅 5.9 万家，与目前媒体报道的 10 万余家仍有较大差异；发行人 2019 年度销售人员人均服务的客户数量为 55 家，与九州通 2009 年的差异主要系医药电商模式在节省人力成本、提高成交效率方面的优势。

综上，发行人报告期内销售人员数量与发行人业务规模、客户数量相匹配。公司的销售人员人均创收较同行业可比公司不存在重大差异。

（二）终端纯销客户明细类型划分依据、彼此之间的区别，划分是否合理、是否符合行业惯例，是否存在单一客户同时计入不同明细类型而重复确认收入的情况。

终端纯销业务是指公司直接将医药产品销售至各类医药终端的业务形式。

中国医药工业信息中心《中国健康产业蓝皮书（2018 版）》对中国医药细分市场做出如下定义和分类：“根据消费者直接接触到的销售终端环节不同，将医药市场细分为三大销售终端，其中第一终端为等级医院，包括县级以上大中型等级医院，是我国目前医药市场的主体；第二终端为零售市场，包括社会零售药房和网上药店；第三终端为新兴的以基层医疗机构为主的广阔市场，包括城市社区卫生服务中心（站）、乡镇卫生院等基层医疗机构。”

其中，社会零售药房包括了零售连锁公司及其下辖门店，以及单体药店。

作为院外市场医药流通企业，公司的终端纯销业务极少涉及二级及以上公立医疗机构，主要面向社区医药终端和基层医疗机构，具体包括零售连锁公司、零售连锁公司旗下的加盟药店、单体药店、诊所、社区卫生服务中心、卫生室等，该等分类系根据客户自身的组织形式、业务形式划分，边界清晰、易于识别，不存在单一客户同时计入不同明细类型而重复计算收入的情形。可比上市公司九州

通将客户分为医院、诊所和卫生院、单体药店、零售连锁公司、下游分销商及其他，公司对终端类客户的明细分类符合行业惯例。

鉴于零售连锁公司较其他终端类客户在经营规模、药品采购习惯等方面存在显著差异，公司设置专门的零售连锁业务部门，客户分类上也单独区分；而加盟药店、单体药店及诊所等基层医疗机构在经营规模和药品采购习惯等方面较为接近，公司在业务管理上也统一纳入 OTC 部，因此客户分类上予以合并，合称“单体药店及诊所、民营医院等基层医疗机构”，简称“药店及诊所等”。

（三）加盟店客户属于哪一类终端纯销客户，归类是否合理、是否符合行业惯例。

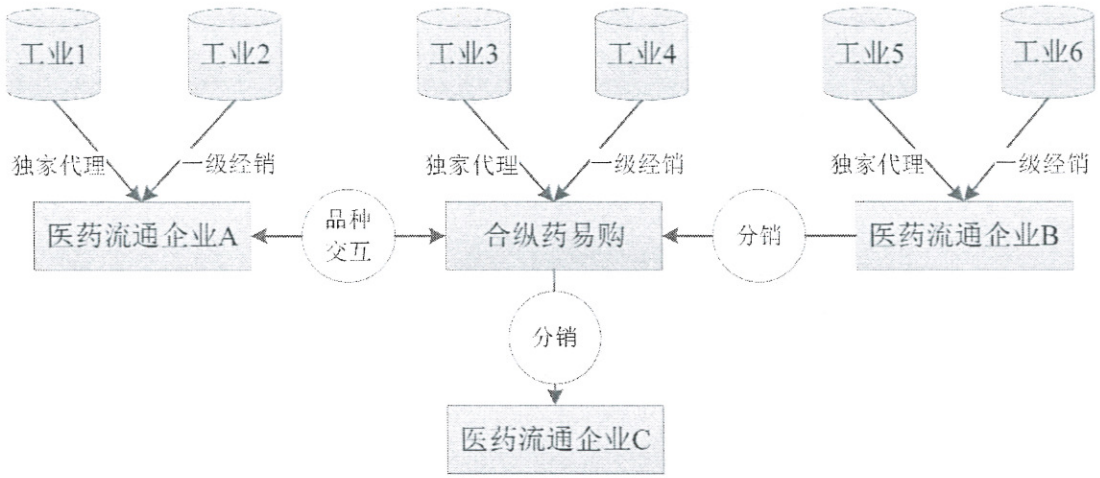
加盟店是指零售连锁公司旗下的加盟门店，自负盈亏、独立经营、独立采购，其药品采购特征与单体药店更为接近，公司将其归入终端纯销客户下的“药店及诊所类”。

（四）客户与供应商重叠情形下的销售真实性，是否存在交互品种相同或向客户囤货的情况，是否单独签订购销合同。

商业分销业务是指通过其他医药商业企业实现分销的业务形式，包括：大中型医药流通企业之间就各自的优势品种资源相互交易，大中型医药流通企业向中小型、尤其是位于中小城市的医药商业企业进行分销。

①商业分销的业务模式

商业分销的业务模式如下图所示：



报告期内，公司的商业分销客户及品种交互业务合作的医药流通企业总体保持稳定。

单位：家

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
商业分销客户数量	729	751	778
其中，品种交互客户数量	314	314	307

与该等合作伙伴发生的购销具体金额及占购销总额的比重情况如下：

单位：万元

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
向品种交互业务合作伙伴采购的金额	117,632.05	110,598.26	86,293.79
占采购总额比	54.88%	58.07%	59.41%
向品种交互业务合作伙伴销售的金额	73,635.56	75,267.06	68,194.40
占主营业务收入比	32.34%	37.34%	43.02%

医药制造企业通常采用代理和经销的授权销售模式，一定区域范围内仅有一家医药商业企业享有独家代理资格、或少数几家作为一级经销商，相应地形成了该等医药商业企业在区域内的采购渠道优势、品种优势。为充分满足下游医药终端客户对品种齐全性的需求，基于市场化的运作原理，形成了医药商业公司之间品种交互的业务形态，即互为客户和供应商。

报告期内各年度，只要产生了互有购销业务的，无论金额大小，均纳入统计范围，使得上表中的互有购销金额较大、占比较高。以公司主要商业供应商之一

的安徽华源医药集团股份有限公司（以下简称“安徽华源”）为例，2019 年度公司对安徽华源的采购额和销售额分别为 1,090.95 万元和 35.80 万元，尽管销售金额远低于采购金额，但仍认定为互有购销，购销金额均纳入统计范围。

对于存在互有购销的客户/供应商，获取报告期内各期完整的销售和采购产品清单并交叉核对，核查是否存在产品重叠的情形，具体情况如下：

单位：个、万元

项目	互有购销的总体情况				
	家数	采购总额	销售总额	平均采购品种数	平均销售品种数
2019 年	314	117,632.05	73,635.56	63.64	303.36
2018 年	314	110,598.26	75,267.06	56.01	385.84
2017 年	307	86,293.79	68,194.40	45.37	447.23

（续）

项目	存在品种重叠的家数、数量、金额及占比					
	存在重叠家数	重叠品种数量平均值	重叠品种采购金额	占采购总额比	重叠品种销售金额	占销售总额比
2019 年	98	4.29	2,298.49	1.95%	768.88	1.04%
2018 年	121	4.79	2,800.12	2.53%	1,124.91	1.49%
2017 年	115	3.57	2,418.38	2.80%	976.70	1.43%

公司与部分互有购销的合作伙伴在明细产品品种上存在少量重叠的情形，报告期内存在重叠产品的数量平均仅 3-5 个，较商业公司之间数百至数千个交易品种而言占比较低；重叠产品的采购和销售金额占全部互有购销对象购销总额的比例仅 1.04%-2.80%，占公司总体购销规模的比例则更低。

公司与部分互有购销对象存在少量的品种重叠，主要系两家医药商业企业在不同时间段就同一规格的产品进行调货以满足临时销售需求，不存在超出客户经营规模及正常存货需求的囤货行为，不存在就相同产品大规模互相购销以虚增收入的情形。

②同行业可比上市公司/挂牌公司的情况

“互有购销”的业务模式是医药流通行业通行的惯例。

同行业可比上市/挂牌公司的定期报告中未详细披露互有购销业务的具体情况，但在前五名客户、供应商中存在重叠的情形如下：

2019 年度：

公司简称	客户/供应商名称	客户排名	销售额	供应商排名	采购额
九州通	未披露具体客户供应商情况				
正大龙祥	黑龙江省百年阜康医药有限公司	2	4,674.37	4	3,122.80
瑞朗医药	前五名无重叠				
康泽药业	前五名无重叠				

2018 年度：

公司简称	客户/供应商名称	客户排名	销售额	供应商排名	采购额
九州通	未披露具体客户供应商情况				
正大龙祥	黑龙江省百年阜康医药有限公司	3	4,444.21	4	2,668.35
瑞朗医药	前五名无重叠				
康泽药业	昆药集团医药商业有限公司	1	21,869.59	2	14,034.73
	华润医药商业集团有限公司	5	4,243.03	4	11,078.33

2017 年度：

公司简称	客户/供应商名称	客户排名	销售额	供应商排名	采购额
九州通	未披露具体客户供应商情况				
正大龙祥	前五名无重叠				
瑞朗医药	前五名无重叠				
康泽药业	广州白云山医药集团股份有限公司	1	28,993.02	1	45,930.46
	昆药集团医药商业有限公司	3	11,792.96	3	12,494.55

此外，挂牌公司瑞朗医药公开转让说明书中披露 2014 年度亦存在客户供应商的重叠：

公司简称	客户/供应商名称	客户排名	销售额	供应商排名	采购额
瑞郎医药	山东康诺盛世医药有限公司	5	1,175.06	2	4,492.26

九州通等上市公司的年报未就前五名客户、供应商的具体构成情况详细披露。但发行人互有购销业务的对象包括了四川九州通医药有限公司（九州通 600998 子公司，以下简称四川九州通）、四川嘉事蓉锦医药有限公司（嘉事堂 002462 子公司，以下简称嘉事蓉锦）、成都西部医药经营有限公司（太极集团 600129 子公司，以下简称西部医药）等上市公司的子公司，也包括了四川科伦医药贸易有限公司、四川本草堂药业有限公司等进入全国医药批发收入前 100 名的知名医药商业企业。

综上所述，公司的互有购销业务具备业务必要性和合理性，且符合行业惯例。

③商业分销模式下的销售真实性及最终销售实现情况

根据公司与商业分销客户签订的销售合同约定，公司采用的销售方式是买断式经销，公司对买断之后的产品不再承担相应责任，双方在合同协议中明确约定，伴随着商品移交给客户且经客户签收后，公司产品的风险和所有权转移至客户处。

同时，医药流通行业下的商业分销业务具备以下特征：

I、医药工业企业惯用的授权分销体系催生了商业分销模式，医药流通企业就自身优势品种通过其他流通企业实现分销；

II、独家代理商或一级经销商与下游分销商之间不存在上下级的隶属或管辖关系，不存在业务来源的高度依赖关系、更不存在唯一性，不存在经营规模大小的绝对差异；

III、药品作为特殊商品，有效期的管理是经营的重点，其他医药流通企业不存在为配合发行人完成业绩而提前铺货的动机；与此同时，GSP 对医药流通企业的经营行为有着严格的监管要求，所有药品购销必须可追溯，并重点关注大额退货情形；

IV、院外市场高度市场化的经营环境也决定了其他医药流通企业不存在为配合公司完成业绩而提前铺货的动机，快速的资金周转效率是院外市场流通企业的生存所需。

经实地走访确认，公司主要商业分销客户对于公司产品均正常销售，公司的

商业分销客户的存货周转率都在 1-2 个月，期末存货结存规模与自身经营规模尤其是下游客户数量相当；与此同时，公司对商业分销客户的应收账款年末余额保持在极低水平。

综上，经核查，申报会计师认为：

①发行人与其他医药流通企业就各自的优势品种发生互有购销业务，购销的产品仅因临时调货需求存在少量重叠，重叠的品种数量和购销金额都很小、占比很低，其业务背景真实、合理，符合行业惯例，具有商业合理性和真实性；

②发行人与与其他医药流通企业发生互有购销业务的，分别签订采购和销售合同，按各自的商业惯例约定合同关键条款，销售折让比例、采购返利比例及毛利率较其他不存在互有购销业务的客户或供应商不存在异常，公司与互有购销业务对象之间不存在互惠条款；

③发行人对互有购销业务分别确认收入和采购，会计处理符合《企业会计准则》的要求，包括新的收入准则，与同行业上市公司/挂牌公司的会计处理一致；

④发行人就互有购销业务改变结算模式的业务背景真实、具有合理性，结算方式的变更对资产负债表和利润表不产生影响，现金流量表如实反映了结算模式的变化，经模拟的现金流量表对经营活动现金流量净额不产生影响。

⑤商业分销客户对于公司产品均正常销售，其保留的存货余额与其自身经营规模相当，公司商业分销业务收入已实现。

（五）中介机构的核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人的销售人员数量与业务规模、客户数量匹配，与同行业可比公司不存在重大差异；

2、发行人司对终端纯销业务模式下的明细类型是依据客户的不同业务形态及药品采购特征划分，分类合理、符合行业惯例，不存在单一客户同时计入不同明细类型而重复计算收入的情形；

3、加盟店是指零售连锁公司旗下的加盟药店，发行人结合其药品采购特征将其归入“药店及诊所 ”类明细客户，归类合理、符合行业惯例。

（六）请保荐人、申报会计师说明对客户与供应商重叠情形下销售真实性的核查程序、核查方法和核查结论。

1、核查过程

（1）访谈公司业务负责人，了解互有购销业务产生的背景和原因；

（2）取得全部客户的销售清单和全部供应商的采购清单，通过单位编码和单位名称识别互有购销的合作对象及各自的采购、销售金额；

（3）按“大额+随机”的原则抽查产生互有购销业务的单位，取得抽样单位在报告期内的具体购销明细，通过产品编码识别是否存在购销产品大量重叠的情形，访谈业务负责人，了解存在少量品种重叠的业务背景，结合医药商业企业的业务形态分析合理性；

（4）在实施客户和供应商实地走访的过程中，重点抽取存在金额较大的互有购销金额的单位，并单独就互有购销业务向对方进行访谈，确认其是否存在互有购销及产生的原因、购销的产品是否重叠、互有购销业务的结算方式，以及除发行人外是否与其他流通企业发生类似业务等；

报告期内，通过实地走访程序，覆盖的互有购销业务客户/供应商数量和销售、采购金额及占比情况如下：

单位：含税、万元

项　目		2019 年度	2018 年度	2017 年度
互有购销的客户家数		314	314	307
实地走访家数		62	60	64
销售的核查金额及占比	互有购销客户销售额	74,127.53	75,665.14	68,607.47
	走访金额	47,301.32	50,668.25	45,354.29
	走访金额比例	63.81%	66.96%	66.11%
采购的核查	互有购销供应商采购额	139,475.18	133,613.06	104,724.56

项 目		2019 年度	2018 年度	2017 年度
金额及占比	走访金额	102,881.00	95,213.66	79,544.51
	走访金额比例	73.76%	71.26%	75.96%

（5）在实施客户和供应商函证的过程中，单独将产生互有购销业务的单位作为一个抽样类别，向其书面函询购销的金额、返利、折让等；

报告期内，中介机构对产生互有购销业务的单位的函证及替代测试的销售金额及占比情况如下：

单位：含税、万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
互有购销客户销售额	74,127.53	75,665.14	68,607.47
发函金额	73,580.89	64,438.23	56,775.89
发函比例	99.26%	85.16%	82.75%
回函金额	64,828.29	52,603.72	46,410.32
回函金额占发函金额的比例	88.10%	81.63%	81.74%
回函及替代测试金额	67,053.40	60,984.91	52,499.34
回函及替代金额占比	90.46%	80.60%	76.52%

报告期内，中介机构对产生互有购销业务的单位的函证及替代测试的采购金额及占比情况如下：

单位：含税、万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
互有购销供应商采购额	139,475.18	133,613.06	104,724.56
发函金额	135,220.45	116,921.26	92,840.83
发函比例	96.95%	87.51%	88.65%
回函金额	125,377.41	105,239.34	82,399.04
回函金额占发函金额的比例	92.72%	90.01%	88.75%
回函及替代测试金额	126,971.51	113,813.31	86,012.54
回函及替代金额占比	91.04%	85.18%	82.13%

（6）结合同行业上市公司公开材料中披露的主要客户和供应商中存在重叠的情形，以及发行人互有购销业务中存在的上市公司子公司及批发业务百强企业，

和在实地走访过程中了解被访谈对象与发行人之外的其他医药流通企业之间的类似业务，判断公司互有购销业务的商业合理性；

（7）结合发行人与互有购销对象签订的采购合同、销售合同的关键条款，重点关注存货控制、定价政策、结算条款等，结合新旧收入准则中关于收入确认的条件，以及同行业上市公司的收入确认政策，判断发行人对互有购销业务的会计处理是否符合企业会计准则的要求，是否与同行业上市公司/挂牌公司的会计处理一致；

（8）结合发行人与互有购销对象签订的采购合同、销售合同的关键条款，与其他不存在互有购销业务的单位的合同进行比对，结合采购返利比例、销售这让比例和毛利率的对比分析，判断发行人与互有购销业务对象之间是否存在互惠条款。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人与互有购销的合作伙伴均分别签订购销合同，向该等合作伙伴的销售真实，仅因临时调货需求存在少量重叠，重叠的品种数量和购销金额都很小、占比很低，不存在超出客户经营规模及正常存货需求的囤货行为。

问题 4 关于存货、固定资产、在建工程

报告期内，发行人存货余额较多，固定资产、在建工程变化较大。请发行人补充披露：

（1）结合存货库龄与同行业可比公司存货跌价准备计提情况，分析发行人存货跌价准备计提政策是否谨慎、计提金额是否充分。

（2）固定资产、在建工程变化较大的原因和必要性，相关变化对折旧计提和经营业绩的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

（一）结合存货库龄与同行业可比公司存货跌价准备计提情况，分析发行人存货跌价准备计提政策是否谨慎、计提金额是否充分。

1、存货库龄情况

报告期内各期末，公司存货的构成情况如下：

单位：万元、%

项 目	2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	29,244.85	98.79	22,240.68	98.96	16,663.22	97.75
发出商品	356.85	1.21	233.46	1.04	384.02	2.25
合 计	**29,601.71**	**100.00**	**22,474.13**	**100.00**	**17,047.24**	**100.00**

报告期内各期末，库存商品的库龄构成如下：

单位：万元、%

项 目	2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 个月以内（含，下同）	14,064.78	48.09	10,229.23	45.99	5,793.56	34.77
1-3 个月	12,543.37	42.89	8,741.53	39.30	6,954.78	41.74
3-6 个月	1,726.71	5.90	2,119.07	9.53	1,952.48	11.72

项　目	2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
6-12 个月	778.46	2.66	1,054.39	4.74	1,790.44	10.74
12 个月以上	131.53	0.45	96.47	0.43	171.97	1.03
合　计	**29,244.85**	**100.00**	**22,240.68**	**100.00**	**16,663.22**	**100.00**

作为医药流通企业，公司高度重视存货周转效率的管理，报告期内的存货周转率分别为 8.65 次、9.37 次和 7.99 次，较同行业上市公司基本相当，库存商品的库龄也以 1 年以内为主，报告期末 1 个月以内和 1-3 个月合计占比超过 90%，1 年以上的主要是中药材、中成药、医疗器械等保存期限较长的品种。

作为医药流通企业，药品有效期是经营的关键指标，依靠高度信息化的 ERP 系统，公司可以实现对明细至采购批次的存货有效期的精确管理。截至报告期期末，公司的库存商品均在有效期内，不存在超过有效期的情形。

2、存货跌价准备计提情况

报告期内，公司存货跌价准备的计提、转销及余额情况如下：

单位：万元

项　目	年度	期初余额	计提	因企业合并增加	转回或转销	期末余额
库存商品	2017 年度	136.23	156.05	-	125.56	166.72
库存商品	2018 年度	166.72	190.59	-	154.88	202.44
库存商品	2019 年度	202.44	361.08	54.66	208.15	410.02

公司的存货虽然品种繁多、结存规模大，但已通过信息系统实现明细至品种的精细化管理，期末均按单个明细类别的存货项目计算存货跌价准备。

存货跌价准备计提方法和测试过程如下：

首先，结合公司存货管理情况尤其是存货的剩余有效期进行资产减值迹象的判断。作为医药流通企业，公司对药品有效期的管理非常严格，相较于库龄，存货的剩余有效期更能反映公司存货管理的成效及存货减值风险。在日常管理过程中，对于剩余有效期不足三个月的，公司通常采取折价销售或退货、报废等措施予以处置。因此对于剩余有效期在三个月内的商品，视同异常存货，全额计提存

货跌价准备。

其次，对于剩余有效期在三个月以上的正常存货，不存在因有效期导致的特别减值风险，均按照“成本与可变现净值孰低法”计算。

截止 2019 年底，期末存货的剩余有效期及存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项　目	账面余额	跌价准备	跌价率	计提方法
有效期在 3 个月以内（含 3 个月，下同）	9.25	9.25	100%	视同异常存货全额计提
有效期在 3-6 个月以内	39.77	400.78	1.37%	正常存货，按“成本与可变现净值孰低”的原则计提
有效期在 6-12 个月以内	524.31			
有效期在 12 个月以上	28,671.53			
合　计	29,244.85	410.02	1.39%	

“成本与可变现净值孰低法”的核心是可变现净值的计算，具体计算公式如下：

可变现净值=期末结存数量*预计售价*（1-销售税金率-销售费用率）

其中，预计售价取自资产负债表日至审计报告签署日后的期后最新售价或报告期内最近可参考的售价，销售税金率和销售费用率取自报告期内各年度的实际税费率。

报告期内各期末，存货跌价准备的计提情况如下：

单位：万元

项　目	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
单项认定计提	9.25	26.80	29.20
按成本与可变现净值孰低计提	400.78	175.63	137.52
合　计	**410.02**	**202.44**	**166.72**

报告期内各期末，各库龄阶段的存货跌价准备金额及比率情况如下：

单位：万元

库龄	2019/12/31		2018/12/31		2017/12/31	
	跌价金额	跌价率	跌价金额	跌价率	跌价金额	跌价率
1 个月以内（含，下同）	205.59	1.46%	85.05	0.83%	47.46	0.82%
1-3 个月	174.02	1.39%	49.01	0.56%	27.35	0.39%
3-6 个月	12.78	0.74%	10.40	0.49%	10.50	0.54%
6-12 个月	9.41	1.21%	28.86	2.74%	76.78	4.29%
12 个月以上	8.22	6.25%	29.12	30.19%	4.63	2.69%
合计	410.02	1.40%	202.44	0.91%	166.72	1.00%

公司的库存商品库龄以 1 年以内为主，库龄 1 年以上的主要是中药材、中成药、医疗器械等保存期限较长的品种。

公司的存货跌价准备率与同行业上市公司/挂牌公司的比较情况如下：

股票代码	公司简称	存货跌价准备率		
		2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
600998.SH	九州通	0.15%	0.13%	0.04%
836782.OC	正大龙祥	0.00%	0.00%	0.00%
835600.OC	瑞朗医药	0.04%	0.02%	0.02%
831397.OC	康泽药业	0.00%	0.00%	0.00%
平均值		0.05%	0.04%	0.02%
发行人		1.39%	0.90%	0.98%

药品作为特殊商品，有效期的管理是存货管理的重点内容和目标之一，尤其是院外市场存货周转效率普遍较高，通常不存在因存货毁损或价格大幅下跌导致的明显减值迹象，可比公司的存货跌价准备率均较低。发行人基于谨慎性原则，已足额计提存货跌价准备。

上述可比上市公司/挂牌公司均在其公开材料中明确以“成本与可变现净值孰低法”为计提存货跌价准备的原则，但均未披露存货跌价准备的具体计算方法或与库龄、有效期之间的关系。九州通在其 2010 年的招股说明书中披露了库存商品的库龄结构，2009 年末 1 年以上占比 0.40%，与发行人相当，但并未按库龄

进行减值测算，其当时申报期内完全未计提存货跌价准备，近三年末的存货跌价准备率也低于发行人。

综上，发行人存货跌价准备计提政策谨慎、计提金额充分。

（二）固定资产、在建工程变化较大的原因和必要性，相关变化对折旧计提和经营业绩的影响。

报告期内各期末，公司固定资产、在建工程的总体情况如下：

单位：万元

项　目	2019/12/31	2018/12/31	2017/12/31
固定资产	10,324.19	2,879.60	6,307.79
在建工程	3,412.40	7,952.89	-
合计	**13,736.59**	**10,832.49**	**6,307.79**

报告期内，公司的固定资产及在建工程变化较大，主要系公司在购买的房屋及土地基础上进行现代化物流中心的改扩建导致，具体情况如下：

2017 年 11 月，公司通过招投标购买了合时代的前身成都润田食品饮料有限公司 100%的股权，主要目的是购买其持有的位于成都市温江区的约 100 亩土地及其附着的厂房。2017 年计提 1 个月的折旧。

公司为建设现代化的物流仓库，于 2018 年 3 月对 2017 年取得的厂房进行改扩建，公司按照企业会计准则的规定将改扩建固定资产转入在建工程，使得 2018 年末的固定资产余额大幅下降、在建工程余额大幅上升。转入在建工程后停止计提折旧，2018 年计提 2 个月的折旧。

2018 年 6 月，公司购置的位于成都市金牛区友联一街的办公楼正式投入使用。2018 年计提 6 个月的折旧。

2019 年 3 月起，合时代位于温江的物流基地改扩建完成并投入使用，转入固定资产-房屋建筑物，固定资产账面价值大幅提升，2019 年计提 6-9 个月的折旧；智能化仓储系统及中药饮片厂新建工程、宿舍楼新建工程仍处于在建状态，保留在在建工程。

报告期内，公司因购置和改扩建物流中心计提的折旧金额及占利润总额的比例情况如下：

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
全部房屋建筑物计提折旧	266.59	78.96	17.72
其中，物流中心折旧	226.90	28.17	17.72
占利润总额比	3.03%	0.42%	0.33%

上表可见，尽管公司因物流中心项目计提的折旧金额增长较快，但各期折旧金额占利润总额的比例较低，对公司经营业绩的影响较小。

根据《企业会计准则》的规定，新增固定资产次月开始计提折旧，改建固定资产转入在建工程后停止计提折旧，已完工在建工程均按竣工并投入运营的时间作为达到预定可使用状态的判断依据，及时转入固定资产，不存在延迟转固的情形。公司在建工程的归集、结转及固定资产折旧的计提等财务处理符合企业会计准则的相关规定。

（三）中介机构的核查过程和核查意见

1、核查过程

（1）复核发行人的存货跌价准备计提政策和计算过程，比较同行业上市公司/挂牌公司的存货跌价准备计提政策和存货跌价准备率；

（2）访谈发行人财务总监，了解公司报告期内固定资产及在建工程变动的原因及相应折旧的处理；

（3）复核报告期内主要新增固定资产和在建工程的确认及转固时点、折旧计提方法和时段。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人存货跌价准备计提政策谨慎、计提金额充分；

（2）报告期内公司的固定资产及在建工程变化较大，主要系公司在购买的房屋及土地基础上进行现代化物流中心的改扩建导致，相应折旧的会计处理符合企业会计准则的规定。

（此页无正文）

立信会计师事务所
（特殊普通合伙）

中国注册会计师：

中国注册会计师：

中国·上海

2020 年 08 月 20 日

统一社会信用代码

91310101568093764L

营业执照

（副 本）

证照编号：01000000202008170066

名　　称　立信会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　朱建弟，杨志国

经营范围　审查企业会计表报，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；信息系统领域内的技术服务；法律、法规规定的其他业务。
【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】

成立日期　2011年01月24日

合伙期限　2011年01月24日 至 不约定期限

主要经营场所　上海市黄浦区南京东路61号四楼

登记机关　上海市黄浦区市场监督管理局

2020 年 08 月 17 日

国家企业信用信息公示系统网址：http://www.gsxt.gov.cn

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制

会计师事务所

执业证书

名　　称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：李金才

主任会计师：

经营场所：上海市黄浦区南京东路61号四楼

组织形式：特殊普通合伙制

执业证书编号：31000006

批准执业文号：沪财会〔2000〕26号（转制批文 沪财会[2010]82号）

批准执业日期：2000年6月13日（转制日期 2010年12月31日）

证书序号：0001247

说　明

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：上海市财政局

二〇一八年六月一日

中华人民共和国财政部制

证书序号：000336

会计师事务所
证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查，批准

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

执行证券、期货相关业务。

首席合伙人：朱建弟

证书号：34　　发证时间：二〇[illegible]年七　月[illegible]日

证书有效期至：二〇二[illegible]年七月　十[illegible]日

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

年 /y 月 /m 日 /d

同意调入
Agree the holder to be transferred to

事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

年 /y 月 /m 日 /d

姓名 Full name 郭
性别 Sex
出生日期 Date of birth 1969-07-26
工作单位 Working unit 四川普信会计师事务所有限公司
身份证号码 Identity card No. 360111690726003



立信会计师事务所（特殊普通合伙）
SHU LUN PAN CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

仅用于业务报告报出
无效

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

2018.3.29

证书编号：
No. of Certificate 510100200404

批准注册协会：
Authorized Institute of CPAs 四川省

发证日期：
Date of Issuance 1996 年 /y 11 月 /m 20 日 /d

2018 年 /y 12 月 /m 31 日 /d

姓名 肖菲
Full name
性别 男
Sex
出生日期 1974-09-18
Date of birth
工作单位 立信会计师事务所（特殊普通合伙）
Working unit
身份证号码 310230197409166975
Identity card No.

立信会计师事务所（特殊普通合伙）
SHU LUN PAN CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会

年度检验登记
Annual Rrenewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

肖菲(310000050185)
您已通过2019年年检
上海市注册会计师协会
2019年05月31日

年 Y 月 M 日 d

证书编号：310000050185
No. of Certificate

批准注册协会：上海市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期：1998 年 12 月 31 日
Date of Issuance Y M d