



养天和大药房股份有限公司
YANGTIANHE PHARMACY CO., LTD

关于

首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的第二轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



（陕西省西安市新城东大街 319 号 8 幢 10000 室）

深圳证券交易所：

根据贵所于 2020 年 10 月 21 日出具的《关于养天和大药房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第二轮审核问询函》（审核函〔2020〕010617 号）（以下简称“问询函”）的要求，西部证券股份有限公司（以下简称“西部证券”或“保荐机构”）作为养天和大药房股份有限公司（以下简称“养天和”、“发行人”或“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构（主承销商），已会同发行人、发行人律师湖南启元律师事务所（以下简称“发行人律师”）及发行人申报会计师天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“发行人会计师”）等相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐条进行了认真核查、讨论及回复，对申请文件的相关内容进行了修订，具体情况如下文，请予审核。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《养天和大药房股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“《招股说明书》”）一致；

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

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

目录

目录.....	2
问题 1.....	4
问题 2.....	6
问题 3.....	11
问题 4.....	25
问题 5.....	37
问题 6.....	46
问题 7.....	50
问题 8.....	54
问题 9.....	58
问题 10.....	63
问题 11.....	72
问题 12.....	75
问题 13.....	81
问题 14.....	87
问题 15.....	91
问题 16.....	102
问题 17.....	104
问题 18.....	119
问题 19.....	126
问题 20.....	138
问题 21.....	146
问题 22.....	155
问题 23.....	159
问题 24.....	162
问题 25.....	176
问题 26.....	178
问题 27.....	194
问题 28.....	197

问题 29.....	200
问题 30.....	203
其他事项：关于对第一轮问询回复的修订说明.....	219

问题 1

关于法定代表人。根据审核问询回复，朱光葵于 2013 年 11 月卸任发行人法定代表人，李能自 2014 年 10 月至今担任发行人法定代表人。

请发行人补充披露：

(1) 2013 年 12 月至 2014 年 9 月发行人法定代表人的基本情况；

(2) 李能在上述时间内未担任法定代表人的原因及合理性。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人改制重组及设立情况”之“（七）其他说明”中补充披露如下：

一、2013 年 12 月至 2014 年 9 月发行人法定代表人的基本情况；

发行人 2013 年 12 月至 2014 年 9 月法定代表人为周晓萍，其基本情况为：女，1962 年出生，毕业于湖南中医药大学，2007 年 5 月至 2013 年 11 月在和盛医药任副总经理，2013 年 12 月至 2014 年 9 月任发行人董事、经理、法定代表人，2014 年 10 月至 2018 年 1 月任发行人质量负责人，2018 年 2 月退休。周晓萍现持有和德投资 5 万元出资份额，占和德投资总出资份额的 0.27%，间接持有发行人 0.05%股份。周晓萍于 2001 年取得湖南省人事厅颁发的编号为 0005668《执业药师资格证书》。

二、李能在上述时间内未担任法定代表人的原因及合理性。

2013 年 1 月卫生部发布的《药品经营质量管理规范（2013）》（自 2013 年 6 月 1 日起施行）第一百二十八条规定，企业法定代表人或者企业负责人应当具备执业药师资格，发行人认为前述规定要求企业法定代表人与企业负责人应为一，因此，2013 年 11 月朱光葵卸任发行人法定代表人后，因李能不具有执业药师资格，根据《药品经营质量管理规范（2013）》规定，经李能提名，由具有执业药师资格的周晓萍担任发行人董事、法定代表人。但根据《药品经营质量管理规范（2013）》，企业法定代表人、企业负责人不是同一职务，因此，李能于 2014 年 10 月担任发行人法定代表人。周晓萍在担任发行人法定代表人期间，

李能仍负责发行人的经营管理。

综上，李能在 2013 年 12 月至 2014 年 9 月期间未担任发行人法定代表人具有合理性。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

- 1、查阅了发行人工商登记资料。
- 2、取得了发行人关于法定代表人变更情况的说明。
- 3、取得了周晓萍填写的调查表、执业药师资格证书。
- 4、查阅了《药品经营质量管理规范（2013）》相关规定。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人 2013 年 12 月至 2014 年 9 月发行人法定代表人为周晓萍，其基本情况已在招股说明书中补充披露。

2、李能在 2013 年 12 月至 2014 年 9 月期间未担任发行人法定代表人具有合理性。

问题 2

关于时代阳光。根据申报文件和审核问询回复：

（1）发行人曾用名“湖南时代阳光养天和大药房连锁有限公司”；

（2）发行人高级管理人员中，李能、朱希、沈洁曾在湖南时代阳光医药有限公司、湖南时代阳光大药房连锁有限公司任职；

（3）发行人采购并在直营店、加盟店和品牌合作店中销售时代阳光品牌驴胶补血冲剂、藿香正气丸、十滴水等产品。

请发行人补充披露：

（1）发行人是否存在来自湖南时代阳光大药房连锁有限公司或时代阳光相关公司的资产或业务；

（2）时代阳光相关公司目前是否存在以“时代阳光大药房”等类似商号经营药店的情况，“时代阳光”和“养天和”两个商号是否实质混同或引致误导，是否能清晰、独立辨识；

（3）朱光葵和时代阳光相关公司是否对发行人独立性和生产经营产生重大不利影响。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人改制重组及设立情况”之“（一）有限公司设立情况”及“第七节 公司治理与独立性”之“八、同业竞争”之“（一）同业竞争情况”中补充披露如下：

一、发行人是否存在来自湖南时代阳光大药房连锁有限公司或时代阳光相关公司的资产或业务；

李能、朱光葵合作情况如下：

1、李能设立养天和情况

湖南时代阳光医药有限公司主要从事医药批发业务，于 2002 年 5 月由湖南省医药总代理公司更名而来，湖南省医药总代理公司系于 1997 年 10 月由湖南省

医药保健品总代理公司更名而来。李能自 1996 年 11 月至 2002 年 5 月在湖南省医药保健品总代理公司工作，任业务部经理。2002 年 9 月辞职创立养天和。因管理得当，善于经营，养天和成立不到一年，即具有 20 多家门店。但作为一家新设立的药品零售企业，在医药行业影响力不大，知名度不高。李能希望能与行业内知名企业合作，以扩大养天和的知名度、提升企业效益。

2、朱光葵医药行业经营情况

朱光葵于 20 世纪 90 年代开始从事医药批发行业，在医药行业具有较为深厚的资源，其控制的时代阳光投资在医药行业具有一定影响力。朱光葵后看好医药零售行业的发展前景，于 2003 年 8 月创立了湖南时代阳光大药房连锁有限公司（以下简称“时代阳光连锁”）。截至朱光葵入股发行人时，时代阳光连锁下属两家自营门店和八家加盟店。

3、李能与朱光葵合作情况

鉴于养天和影响力不大、知名度不高，李能希望借助朱光葵影响力。因李能曾在湖南时代阳光医药有限公司工作过，朱光葵了解其工作能力，看好其经营能力，加之其经营重心在医药批发行业，无意投入太多精力在连锁药店经营方面。李能于 2003 年 12 月引入朱光葵控制的时代阳光投资入股发行人作为第一大股东，并由朱光葵任发行人法定代表人。时代阳光投资入股后，朱光葵负责发行人对外关系协调及对外宣传，李能负责发行人内部经营管理。同时，为了提升公众辨识度，发行人企业名称增加“时代阳光”字号，将名称变更为湖南时代阳光养天和大药房连锁有限公司。

时代阳光投资入股发行人时，李能与朱光葵协商一致，朱光葵不能在长沙及周边经营连锁药店业务，时代阳光连锁在长沙两家直营门店相关经营性资产由发行人收购。后朱光葵将时代阳光连锁迁往岳阳，更名为湖南时代阳光永和堂药房有限公司（该企业于 2006 年 6 月注销），同时注销了时代阳光连锁在长沙的两家直营门店，两家直营门店的经营性资产由发行人收购。因时代阳光连锁迁往岳阳，沈洁便从时代阳光连锁辞职，加入养天和。

朱希于 2002 年 5 月至 2004 年 6 月在湖南时代阳光医药有限公司任副总经理，后由于个人原因于 2004 年 7 月湖南康尔佳医药有限公司工作，任副总经理，于 2011 年 5 月因个人原因进入养天和，任副总裁。

综上，发行人除收购时代阳光连锁两家注销直营门店相关经营性资产外，不存在其他来自时代阳光连锁或时代阳光相关公司的资产或业务。

二、时代阳光相关公司目前是否存在以“时代阳光大药房”等类似商号经营药店的情况，“时代阳光”和“养天和”两个商号是否实质混同或引致误导，是否能清晰、独立辨识；

截至问询函回复出具日，时代阳光相关公司不存在以“时代阳光大药房”等类似商号经营药店的情况。

“时代阳光”和“养天和”字号以及 logo 均不相同，具有较高辨识度；“养天和”商号由发行人使用，“时代阳光”商号由时代阳光相关公司使用，发行人与时代阳光相关公司不存在共用“时代阳光”和“养天和”情况。发行人已于 2011 年 8 月由“湖南时代阳光养天和大药房连锁有限公司”更名为“湖南养天和大药房企业集团有限公司”，此后发行人未再使用“时代阳光”字号。

综上，截至问询函回复出具日，时代阳光相关公司不存在以“时代阳光大药房”等类似商号经营药店的情况；“时代阳光”和“养天和”两个商号不存在实质混同或引致误导情形，能够清晰、独立辨识。

三、朱光葵和时代阳光相关公司是否对发行人独立性和生产经营产生重大不利影响。

1、截至问询函回复出具日，朱光葵、时代阳光相关公司并不直接或者间接持有发行人股权，也没有通过委托持股、信托持股或者其他利益安排持有发行人股权。朱光葵于 2018 年 7 月将发行人股权完全对外转让后，未参加也未委派其他人员参加发行人任何股东（大）会、董事会会议，也未委派任何人员在发行人任职，朱光葵、时代阳光相关公司与发行人在业务、资产、人员、机构、财务等方面完全分开、独立。

2、朱光葵在担任发行人法定代表人期间，负责发行人对外关系协调，不负责发行人具体经营管理事务，发行人内部管理和经营事项由李能负责。朱光葵持有发行人股权期间，其在发行人董事会中仅占一个席位；朱光葵将持有发行人股权转让后，时代阳光相关公司与发行人不存在股权关系，也不存在互相控制关系，互相独立进行生产经营管理。

3、根据朱光葵出具的确认与承诺，其在持有发行人股权期间，没有实际控制发行人，未来也不会通过股权收购、增资等其他任何形式谋求发行人实际控制权。

4、发行人子公司和盛医药与阳光医贸存在关联交易，和盛医药向阳光医贸采购阳光药业生产的时代阳光品牌的驴胶补血颗粒、藿香正气水、十滴水等；阳光药业、阳光医贸与发行人全资子公司和盛医药以及发行人于2019年转让的子公司和盛长风主营业务相同。但前述关联交易金额小，阳光药业、阳光医贸与和盛医药、和盛长风不存在相互或者单方让渡商业机会和利益输送情形，与发行人不构成同业竞争。

综上，朱光葵在持有发行人股权和担任发行人法定代表人期间，并不是发行人实际控制人，朱光葵和时代阳光相关公司未出现对发行人独立性和生产经营产生重大不利影响情形。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

- 1、取得了发行人、李能、朱光葵书面说明。
- 2、取得了朱希、沈洁书面说明。
- 3、取得了湖南时代阳光医药有限公司、湖南时代阳光大药房连锁有限公司工商登记资料。
- 4、网络查询了使用“时代阳光大药房”字号的公司情况。
- 5、取得了湖南时代阳光药业股份公司、湖南时代阳光医药贸易有限公司相关说明。
- 6、查阅了发行人报告期内关联交易情况。
- 7、查阅发行人相关会议纪要。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、发行人除收购时代阳光连锁两家注销直营门店相关经营性资产外，不存

在其他来自时代阳光连锁或时代阳光相关公司的资产或业务。

2、时代阳光相关公司目前不存在以“时代阳光大药房”等类似商号经营药店的情况；“时代阳光”和“养天和”两个商号不存在实质混同或引致误导情形，能够清晰、独立辨识。

3、朱光葵在持有发行人股权和担任发行人法定代表人期间，并不是发行人实际控制人，朱光葵和时代阳光相关公司未出现对发行人独立性和生产经营产生重大不利影响情形。

问题 3

关于加盟收入。根据审核问询回复：

（1）加盟模式下，发行人负责加盟门店的部分财务核算工作，如营业收入、采购货款、员工薪酬以及其他费用的核算；发行人对加盟门店资金进行统一管理，加盟门店每日的营业款都必须按照规定全部归集到公司，每日销售产生的现金结算款项均需按照规定在次日缴存到公司的指定账户汇总，银联刷卡、医保回款、微信、支付宝结算资金则统一归集至公司账户，并按照相关机构期限规定进行结算；

（2）报告期发行人对加盟店同时存在应收账款和应付加盟商结算款，且二者金额较大；

（3）中介机构抽取报告期内发行人各期销售出库记录、加盟店入库记录等，核查发行人与加盟商销售收入的真实性、准确性；中介机构于 2020 年 4 月到加盟门店现场对客流量进行核查对加盟门店销售系统的单据数、连续编号的电脑小票张数进行核对，关注其客流量、系统单据是否存在异常情况；

请发行人补充说明：

（1）发行人将加盟店的日常资金是归集至公司的发行人自身账户，还是归集至加盟店自身账户，加盟店自身账户是否由发行人代管；加盟店向消费者销售时的现金收款情况，其占比是否高于发行人直营店水平，若是，说明其原因及合理性；

（2）应付加盟商结算款项目核算的具体内容；发行人对加盟店同时存在应收账款和应付加盟商结算款的原因，二者分别对应的加盟店数量情况，加盟店平均金额情况，应收、应付款分别对应的前五大加盟店情况；

（3）发行人是否可控制加盟店向发行人采购行为，请按月列示发行人向加盟商销售收入情况，报告期各期末发行人加盟收入是否高于其他月份，原因及合理性；

（4）发行人与加盟店是否公用一套信息系统，发行人是否准确掌握加盟店销售、存货的进销存等财务数据情况，其信息系统相关的控制措施是否有效，

发行人 IT 审计是否对加盟店终端数据全部覆盖,是否存在异常情形及核查结论。

请保荐人、申报会计师说明:

(1) 对加盟店库存的核查情况,相关程序是否充分有效支持“不存在通过加盟商期末压货、突击进货增加收入的情形”的结论;

(2)对加盟店收款账户的核查情况,是否存在大额收款或对手方异常情形,现金收款占比是否异常;

(3) 对加盟门店客流量核查的具体方法,是否存在门店销售订单数量大于客流量的情形,如是,请说明原因及合理性;中介机构在 2020 年 4 月对加盟店客流量的核查结果是否可用于核实加盟店 2019 年的销售情况,如是,请说明原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人说明】

一、发行人将加盟店的日常资金是归集至公司的发行人自身账户,还是归集至加盟店自身账户,加盟店自身账户是否由发行人代管;加盟店向消费者销售时的现金收款情况,其占比是否高于发行人直营店水平,若是,说明其原因及合理性。

加盟商已按照《门店督导管理条例》、《门店资金管理制度》等的相关规定,在次日将前一天收到营业款存入公司指定账号,因此公司已将加盟店的日常资金归集至公司专用账户,不存在归集至加盟店自身账户的情况,也不存在代管加盟店自身账户的情况。

公司直营店与加盟店向消费者销售时的现金收款情况如下:

单位:万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
加盟店现金收款	20,413.18	51.63	37,500.86	51.06	36,180.81	51.61	33,890.86	55.36
加盟店其他方式收款金额	19,122.71	48.37	35,948.49	48.94	33,926.55	48.39	27,325.06	44.64
合 计	39,535.89	100.00	73,449.35	100.00	70,107.36	100.00	61,215.92	100.00

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
直营店现金收款	2,564.22	12.93	7,361.49	20.61	7,712.59	22.53	9,034.79	28.05
直营店第三方支付收款	8,049.45	40.58	13,640.26	38.18	11,679.78	34.12	6,825.18	21.19
小计	10,613.67	53.50	21,001.75	58.79	19,392.37	56.66	15,859.97	49.23
直营店其他方式收款金额	9,223.52	46.50	14,720.13	41.21	14,835.23	43.34	16,353.81	50.77
合计	19,837.19	100.00	35,721.88	100.00	34,227.60	100.00	32,213.78	100.00

加盟店现金收款占比高于直营店水平，主要原因为加盟店的现金回款与直营门店回款统计口径不一致所致：

(1) 加盟店的现金收款包括消费者直接支付的现金和支付给加盟商个人微信、支付宝等第三方支付平台的营业款，上述营业款加盟商均按照相关规定通过转账或现金缴存方式存入公司专用账户。加盟店的消费者将营业款支付到加盟商个人微信、支付宝等第三方支付平台的原因系个人微信、支付宝的提现手续费低于公司微信、支付宝的手续费所致，因此加盟店店主一般要求消费者在门店购买商品时，直接将营业款支付到加盟商个人微信、支付宝等第三方平台。

(2) 直营店的现金收款仅为消费者直接支付的现金，直营店营业款由店员按照相关规定通过现金缴存方式存入公司账户。

上表所列示直营店的现金收款和第三方平台的合计收款金额占比与加盟店现金收款金额占比趋同，无较大差异。

二、应付加盟商结算款项目核算的具体内容；发行人对加盟店同时存在应收账款和应付加盟商结算款的原因，二者分别对应的加盟店数量情况，加盟店平均金额情况，应收、应付款分别对应的前五大加盟店情况。

应付加盟商结算款核算的内容为应付加盟商的利润，由于其与应收加盟门店的货款核算内容、性质及结算周期等不同，故将该两项往来款分别核算。

公司对加盟店的应收账款和应付加盟商结算款对应的加盟店数量，平均金额情况如下：

单位：万元

项目	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
加盟门店数量	761	745	728	663
应收账款总额	6,547.98	5,605.72	5,141.22	4,964.55
平均应收账款	8.60	7.52	7.06	7.49
应付加盟店结算款总额	3,137.35	2,720.54	2,635.14	2,516.16
平均应付加盟店结算款	4.12	3.65	3.62	3.80

应收账款、应付加盟店结算款分别对应的前五大加盟店情况如下：

(1) 2020 年 6 月 30 日

应收账款：

单位：万元

门店名称	应收账款余额	坏账余额	账龄
海口市养天和大药房龙万店	162.93	1.63	一年以内
长沙县养天和广福大药房	79.62	0.80	一年以内
武冈市康甲大药房	60.00	0.60	一年以内
湘潭市岳塘区龙品养天和大药房	45.76	0.46	一年以内
武冈市养天和大药房中华店	41.77	0.42	一年以内
合计	390.08	3.91	

海口市养天和大药房龙万店是公司与江苏恒瑞医药股份有限公司合作定点医院边店，主要对接海南省人民医院，海南省人民医院是海南省肿瘤业务最大的医院之一。自 2019 年 7 月开始公司同江苏恒瑞医药股份有限公司达成集中院外处方引流在龙万店，其中肿瘤处方药增长，商品单价高（如：肿瘤药品卡瑞利珠单抗，单支价格 1.98 万元），故龙万店期末应收账款余额上升。

应付加盟店结算款：

单位：万元

门店名称	应付加盟店结算款余额	账龄
武冈市康甲大药房	16.50	一年以内
武冈市养天和大药房中华乐洋店	16.28	一年以内
长沙县春华镇养天和春济大药房	14.57	一年以内
长沙市芙蓉区养天和大药房龙大店	13.55	一年以内
长沙县安沙养天和飞鱼大药房	12.79	一年以内
合计	73.69	

(2) 2019 年 12 月 31 日:

应收账款:

单位: 万元

门店名称	应收账款余额	坏账余额	账龄
武冈市康甲大药房	60.00	0.60	一年以内
海口市养天和大药房龙万店	55.02	0.55	一年以内
湘潭市岳塘区龙品养天和大药房	44.43	0.44	一年以内
长沙市雨花区龙之纯养天和大药房	43.70	0.44	一年以内
武冈市养天和大药房中华店	41.77	0.42	一年以内
合计	244.92	2.45	

应付加盟店结算款:

单位: 万元

门店名称	应付加盟店结算款余额	账龄
武冈市康甲大药房	21.70	一年以内
株洲市芦淞区康佳养天和大药房加盟店	17.49	一年以内
武冈市养天和大药房中华店	11.56	一年以内
湘潭市岳塘区龙品养天和大药房	11.01	一年以内
长沙县养天和广福大药房	10.70	一年以内
合计	72.46	

(3) 2018 年 12 月 31 日:

应收账款:

单位: 万元

门店名称	应收账款余额	坏账余额	账龄
湘阴县养天和大药房中心店	52.53	0.53	一年以内
长沙市芙蓉区养天和大药房龙大店	50.54	0.51	一年以内
武冈市养天和大药房中华店	41.77	0.42	一年以内
海口市养天和大药房龙万店	40.49	0.40	一年以内
长沙市芙蓉区龙源养天和大药房	36.81	0.37	一年以内
合计	222.14	2.23	

应付加盟店结算款:

单位：万元

门店名称	应付加盟店结算款余额	账龄
浏阳市柏加养天和大药房	12.92	一年以内
株洲市芦淞区康佳养天和大药房加盟店	12.90	一年以内
武冈市养天和大药房中华店	12.89	一年以内
株洲市慧民养天和大药房	11.56	一年以内
长沙县养天和黄兴药店	11.43	一年以内
合计	61.70	

(4) 2017 年 12 月 31 日：

应收账款：

单位：万元

门店名称	应收账款余额	坏账余额	账龄
湘阴县养天和大药房中心店	90.48	0.90	一年以内
长沙市芙蓉区龙源养天和大药房	58.40	0.58	一年以内
浏阳市柏加养天和大药房	53.29	0.53	一年以内
长沙市雨花区养天和大药房龙之纯店	44.24	0.44	一年以内
长沙市芙蓉区养天和大药房龙大店	43.04	0.43	一年以内
合计	289.45	2.88	

注：湘阴县养天和大药房中心店加盟养天和之前，采用小品牌、低价格、高毛利的营销策略，吸引顾客，销售收入较好；2017 年 6 月加盟养天和后，对经营品种进行了调整，采用强强合作模式，用大药企、大品牌的药品替代小厂家、小品牌。对于药品，一般来说，顾客更换一个品牌需要一定时间，因此对门店销售有一定的影响。

应付加盟店结算款：

单位：万元

门店名称	应付加盟店结算款余额	账龄
武冈市养天和大药房中华店	19.09	一年以内
株洲市慧民养天和大药房	14.32	一年以内
株洲市芦淞区南华养天和大药房	14.09	一年以内
株洲市石峰区爱琴海养天和大药房	13.73	一年以内
湘阴县养天和大药房中心店	12.67	一年以内
合计	73.90	

由于加盟店是独立自主经营，加盟商会根据所在区域的市场环境、竞争环境及公司的商品销售政策（新品上市、批发价调整及买赠政策等），不断调整商品结构，从而导致不同时间段加盟店的利润水平不一样。加盟店利润主要由销售收

入、毛利率以及相关费用决定，因此加盟店的铺货量不跟盈利水平有线性关系。

三、发行人是否可控制加盟店向发行人采购行为，请按月列示发行人向加盟商销售收入情况，报告期各期末发行人加盟收入是否高于其他月份，原因及合理性。

公司与加盟商签订的加盟协议中已约定公司将对加盟商实施“七统一”的管理服务，加盟商采购货物时必须通过公司的雨诺 G3 ERP 系统终端进行订货，在店内销售公司统一采购配送的产品，并通过“严禁商品外购”等的加盟基本原则，以全面管理方式，强化加盟门店的规范管理、经营参与性和依赖性，督促加盟门店的遵规守纪，最大程度避免违法违规行为的发生。由于加盟店是独立自主经营的经济实体，加盟店必须对自己的盈亏负责，所以公司可以通过控制加盟店的采购渠道、审批加盟店的采购申请及加盟店的安全库存管理等方面规范其向公司的采购行为，但门店采购的具体品种和数量由加盟店经营负责人自主决定。

报告期各期公司向加盟商销售收入情况如下：

单位：万元		
时间	销售收入	占该年度的比例（%）
2017 年 1 月	2,414.69	7.17
2017 年 2 月	2,077.45	6.17
2017 年 3 月	2,651.01	7.87
2017 年 4 月	2,486.78	7.38
2017 年 5 月	2,835.99	8.42
2017 年 6 月	2,662.14	7.90
2017 年 7 月	2,372.28	7.04
2017 年 8 月	4,926.40	14.62
2017 年 9 月	2,450.43	7.27
2017 年 10 月	2,377.06	7.06
2017 年 11 月	3,080.37	9.14
2017 年 12 月	3,355.18	9.96
小计	33,689.78	100.00
2018 年 1 月	3,576.30	9.34
2018 年 2 月	2,465.86	6.44
2018 年 3 月	2,938.04	7.67

时间	销售收入	占该年度的比例（%）
2018 年 4 月	3,046.69	7.96
2018 年 5 月	3,446.90	9.00
2018 年 6 月	3,045.03	7.95
2018 年 7 月	3,429.85	8.96
2018 年 8 月	5,422.49	14.16
2018 年 9 月	2,079.82	5.43
2018 年 10 月	2,592.12	6.77
2018 年 11 月	3,126.74	8.16
2018 年 12 月	3,126.76	8.16
小计	38,296.60	100.00
2019 年 1 月	4,169.72	10.57
2019 年 2 月	1,871.76	4.74
2019 年 3 月	2,885.06	7.31
2019 年 4 月	3,132.40	7.94
2019 年 5 月	3,260.71	8.26
2019 年 6 月	4,215.65	10.68
2019 年 7 月	3,442.21	8.72
2019 年 8 月	5,289.38	13.41
2019 年 9 月	2,318.48	5.88
2019 年 10 月	2,280.26	5.78
2019 年 11 月	2,998.09	7.60
2019 年 12 月	3,594.10	9.11
小计	39,457.85	100.00
2020 年 1 月	4,290.73	18.45
2020 年 2 月	4,117.70	17.71
2020 年 3 月	3,726.49	16.02
2020 年 4 月	3,707.64	15.94
2020 年 5 月	2,890.80	12.43
2020 年 6 月	4,522.43	19.45
小计	23,255.79	100.00

报告期各期公司加盟收入除以下原因导致销售收入与其他月份不一致外，其他的月份不存在较大差异：

- 1、每年 8 月“五福节”活动导致的销售收入较其他月份较大。
- 2、每年 12 月由于年底促销活动多导致销售收入比其他月份较大。
- 3、2020 年 2 月的销售收入高于往年的原因是由于疫情影响所致。

四、发行人与加盟店是否公用一套信息系统，发行人是否准确掌握加盟店销售、存货的进销存等财务数据情况，其信息系统相关的控制措施是否有效，发行人 IT 审计是否对加盟店终端数据全部覆盖，是否存在异常情形及核查结论。

公司按照药品经营许可法对连锁门店的相关规定，与加盟商签订的加盟协议中已约定公司将对加盟商实施“七统一”的管理服务，加盟商采购货物时必须通过公司的雨诺 G3 ERP 系统终端进行订货，在店内销售公司统一采购配送的产品，因此加盟店与发行人公用一套信息系统，发行人的核心业务系统为雨诺 G3 ERP 系统，主要功能是管理总部及门店的进销存，直营门店和加盟门店都是通过该系统对门店请货、商品销售等业务进行统一管理。加盟店的进销存均是通过雨诺 G3 ERP 系统进行统一管理，因此发行人能够通过该系统准确掌握加盟店销售、存货的进销存等财务数据情况。

IT 审计通过访谈、现场检查、测试等方法，对公司的信息系统管理、程序和数据的访问控制、计算机运行、程序变更、程序开发等一般控制环境进行审计；对信息系统支撑公司关键业务流程，如和盛医药采购流程、和盛医药销售流程、门店请货流程、门店零售流程的信息系统应用控制的设计和执行情况的有效性进行测试。对信息系统 IT 一般控制、应用控制等审计发现的问题，经过逐一分析其影响，确认缺陷未对财务报告产生重大影响，认为发行人审计范围内的信息系统相关的控制措施是有效的。

IT 审计的大数据分析（CAATs）内容包括对公司湖南和海南地区的直营门店及加盟门店的零售业务进行多维度分析，包括门店平均订单价，平均客单价分析，门店交易时间点分析，门店重要的时间节点订单分析。因此数据分析内容对加盟店终端数据全部覆盖，根据总体数据分析核查结果，发行人的信息系统能够支持其业务的正常运行，可以确保其数据记录的完整与准确性。

发行人在进行大数据分析时 IT 审计对于加盟店终端数据全部覆盖，不存在异常情形。

【保荐人、申报会计师说明】

一、对加盟店库存的核查情况，相关程序是否充分有效支持“不存在通过加盟商期末压货、突击进货增加收入的情形”的结论。

1、公司通过 G3 ERP 信息系统对加盟商的门店存货的购销业务进行管理和核算。公司已聘请天职国际内部信息技术专家，了解、评价和测试报告期内与营业收入确认相关信息系统一般控制、应用控制设计及运行有效性；及信息系统更换或升级过程中数据生成、保存及衔接完整准确性，并于 2020 年 8 月出具了《信息系统审计报告》（天职业字[2020]34618 号），认为系统是可以信赖的。

2、公司在与加盟商签订加盟协议时，一般根据加盟商缴纳的预付货款来确定加盟商的最高库存量，后续在加盟商提交采购需求时，公司的业务部门均会按照不超过最高库存量来进行配送。会计师根据各加盟店的应收账款余额与各店的库存金额进行比对，并关注是否存在超过定额库存的现象。

3、通过分析报告期各月公司向加盟店配送收入金额以及加盟店对外零售成本，加盟店的配送均按照各加盟店对外实际销售的规模进行配送，不存在通过加盟商期末压货、突击进货增加收入的情形。

4、报告期内，公司加盟店的存货周转率与直营门店的周转率趋同，符合公司的商业实质。

5、对报告期各期的加盟店配送收入、应收账款执行函证程序。

6、通过对报告期的加盟店实地走访，并在走访过程中抽盘检查系统存货与实际存货的一致性。

7、在报告期末对加盟商的期末库存执行监盘程序。

综上所述，通过执行以上程序，核查加盟店库存情况，能够充分有效支持公司“不存在通过加盟商期末压货、突击进货增加收入的情形”的结论。

二、对加盟店收款账户的核查情况，是否存在大额收款或对手方异常情形，现金收款占比是否异常。

中介机构对加盟店收款账户在各报告期各期均抽取一个月的完整数据进行核查，将银行流水与对应的银行日记账进行核对，并核实银行流水中交易日期、

交易金额、对手账号及对手户名等相关信息是否存在异常情况

经核查，不存在大额收款或对手方异常情形，现金收款占比不存在异常。

三、对加盟门店客流量核查的具体方法，是否存在门店销售订单数量大于客流量的情形，如是，请说明原因及合理性；中介机构在 2020 年 4 月对加盟店客流量的核查结果是否可用于核实加盟店 2019 年的销售情况，如是，请说明原因及合理性。

对加盟店客流量核查的具体方法：按照抽样原则，选择 102 家发生额较大的加盟店，安排专项核查小组在 2020 年 4 月 20 日至 28 日到门店现场对门店客流量进行核查。中介机构人员随身携带养天和出具的介绍信，并在各加盟店店员不知情的情况下，在各抽样门店附近蹲点观察并随机记录两个小时内的进店人数。然后持介绍信与店长沟通并获取该两个小时内的连续编号的电脑小票（即销售订单）与公司系统数据进行核对，将门店销售订单数量与客流人数进行对比分析，抽样门店销售订单数量不存在大于客流量的情形。

中介机构在 2020 年 4 月期间对加盟店客流量的核查结果虽然不能用于直接核实加盟店 2019 年的销售情况，但通过 2020 年 4 月的随机抽查情况的结果，可以核实并确认客户在门店销售过程中的客流量一般均大于门店销售系统的销售订单数量，根据抽样结果及情况分析，能合理保证销售系统记录的销售订单数量的真实性，且门店销售订单数据与公司的系统数据保持一致。

公司聘请的信息系统审计专家对公司 2017 年 1 月-2020 年 6 月信息系统内部控制、系统和数据进行审计。包括对公司的信息系统管理、程序和数据的访问控制、计算机运行、程序变更、程序开发等一般控制环境进行审计，评价信息系统一般控制的有效性；对支撑公司关键业务流程，如和盛医药采购流程、和盛医药销售流程、门店请货流程、门店零售流程的信息系统应用控制的设计和执行情况有效性进行测试，评估数据记录的真实性、完整性、及时性和准确性；对公司门店零售以及分销客户产生的销售信息进行多维度分析，包括门店平均订单价，平均客单价分析，门店交易时间点分析，门店重要的时间节点订单分析，门店坪效比和人效比分析，以判断数据的真实性、合理性。

中介机构还执行以下核查程序：

1、选取加盟门店进行实地走访，了解加盟门店的实际控制人、经营情况、合作时间等背景资料，并了解其与发行人的合作方式、结算方式、信用政策等业务往来情况。

2、获取发行人与加盟商签订的相关协议，查看主要交易内容、合同中的权利和义务约定、信用政策等条款；抽取报告期内各期销售出库记录、加盟店入库记录等，核查发行人与加盟商销售收入的真实性、准确性。

3、检查并核对报告期内发行人与加盟店销售回款情况，回款情况正常。

4、选取加盟门店进行函证，确认报告期内各期销售额、应收账款余额。

综上所述，中介机构认为：

通过在 2020 年 4 月期间对加盟店客流量的核查结果验证随机抽样时点的各门店客流量数据与系统数据不存在虚假情况，对公司与加盟店的业务相关的内部控制制度的设计和执行进行了验证，再结合对公司信息系统数据的验证和复核、通过执行走访、函证、检查协议、出库记录、回款记录等核查程序，能够合理保证公司加盟店 2019 年以及其他报告期的销售收入的真实性，无重大异常。

【核查程序】

保荐机构和发行人会计师已履行如下核查程序：

1、选取加盟门店进行实地走访，了解加盟门店的实际控制人、经营情况、合作时间等背景资料，并了解其与发行人的合作方式、结算方式、信用政策等业务往来情况。

2、按照抽样原则，对发行人的加盟门店的客流量进行核查，安排专项核查小组于 2020 年 4 月到门店现场对门店客流量进行核查，并将统计结果与门店销售系统的单据数、连续编号的电脑小票张数进行核对，了解其客流量、系统单据是否存在异常情况。

3、获取发行人加盟商管理制度及销售管理制度等资料，了解相关内部控制的具体条款，评价其设计是否无重大缺陷。

4、对公司加盟商管理职能部门天润事业部、天和事业部和财务负责人访谈，了解发行人加盟商管理制度的执行情况，对公司的销售及收款实施控制测试，评

价发行人与加盟商管理相关的内部控制制度是否有效执行。

5、获取发行人对加盟店配送收入分月明细表及库存明细表，分析发行人对加盟店分月收入及库存是否存在异常变动。

6、获取发行人与加盟商签订的相关协议或订单，查看主要交易内容、合同中的权利和义务约定、信用政策等条款；抽取报告期内各期销售出库记录、加盟店入库记录等，核查发行人与加盟商销售收入的真实性、准确性。

7、对加盟店收款账户在各报告期各期均抽取一个月的完整数据进行核查，将银行流水与对应的银行日记账进行核对，并核实银行流水中交易日期、交易金额、对手账号及对手户名等相关信息是否存在异常情况。

8、检查并核对报告期内发行人与加盟店销售回款情况，回款情况正常。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人会计师认为：

1、发行人将加盟店的日常资金是归集至公司的发行人自身账户，不存在加盟店自身账户由发行人代管的情形；加盟店向消费者销售时的现金收款情况，其占比高于发行人直营店水平具有合理性。

2、应付加盟商结算款项目核算的具体内容为应付加盟商的利润；发行人对加盟店同时存在应收账款和应付加盟商结算款的原因系由于应付加盟商结算款与应收加盟门店的货款核算内容、性质及结算周期等不同，故将该两项往来款分别核算。发行人已补充说明二者分别对应的加盟店数量情况，加盟店平均金额情况，应收、应付款分别对应的前五大加盟店情况。

3、公司不控制加盟店向发行人采购行为，由于加盟店是独立自主经营的经济实体，加盟店必须对自己的盈亏负责，所以公司可以通过控制加盟店的采购渠道、审批加盟店的采购申请及加盟店的安全库存管理等方面规范其向公司的采购行为，但门店采购的具体品种和数量由加盟店经营负责人自主决定；公司已补充说明发行人报告期按月份向加盟商销售收入情况，报告期各期末公司加盟收入存在高于其他月份的情形，主要是由于各种促销活动的影响所致，具有合理性。

4、发行人与加盟店公用一套信息系统，发行人可以准确掌握加盟店销售、

存货的进销存等财务数据情况，其信息系统相关的控制措施有效，发行人在进行大数据分析时 IT 审计对于加盟店终端数据全部覆盖，不存在异常情形。

5、对加盟店库存通过执行以上核查程序，能够充分有效支持“不存在通过加盟商期末压货、突击进货增加收入的情形”的结论。

6、对加盟店收款账户通过执行以上核查程序，加盟店收款账户不存在大额收款或对手方异常情形，加盟店向消费者销售时现金收款占比高于公司直营店水平，但符合加盟店的收款原则。

7、通过以上方法对加盟门店客流量的核查，不存在门店销售订单数量大于客流量的情形；通过 2020 年 4 月对加盟店的客流量的核查；通过信息系统专家对公司信息系统数据的验证和复核；通过执行走访、函证、检查协议、出库记录、回款记录等；能够核实公司加盟店 2019 年及其他报告期的销售情况，且销售结果具有合理性。

问题 4

关于股东和盟投资。根据审核问询回复，股东和盟投资系加盟商持股平台，持有发行人 358 万股，持股比例为 3.58%。

请发行人补充披露：

（1）和盟投资作为加盟商持股平台入股发行人的背景和原因，穿透后各加盟商持有发行人股份情况；相应入股时间，是否晚于中介机构进场时间；中介机构是否知晓相关情形；

（2）和盟投资中加盟商的构成及确定标准、变动情况、相关权益定价的公允性、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、股份锁定期；

（3）加盟商入股的资金来源，是否存在发行人或第三方为加盟商持股提供奖励、资助、补贴等安排；

（4）和盟投资的合伙人是否存在委托持股、信托持股或其他利益安排；

（5）加盟商通过持股平台入股是否需适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定；

（6）股东汇海投资、翠龙投资、伊万丽投资的基本情况、入股背景和原因，是否有加盟商、品牌合作方等主体入股情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并说明核查过程、核查范围及核查结论。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（五）其他需要说明的股东情况”中补充披露如下：

一、和盟投资作为加盟商持股平台入股发行人的背景和原因，穿透后各加盟商持有发行人股份情况；相应入股时间，是否晚于中介机构进场时间；中介机构是否知晓相关情形。

1、和盟投资作为加盟商持股平台入股发行人的背景和原因，穿透后各加盟商持有发行人股份情况

和盟投资作为加盟商持股平台入股发行人的背景和原因为：发行人是一家零售药店加盟合作共享式服务企业，公司始终以“服务加盟药店”为核心发展理念，专注于加盟药店的规范化运营。基于对公司多年的了解并看好公司发展前景，很多加盟商主动要求入股公司。为此公司选取了少量加盟时间较长，或者销售规模较大的加盟商成为公司的股东。让加盟商入股成为发行人股东，一方面可增强加盟商的粘性，让其加盟店紧跟公司的经营策略，发展成为标杆门店，起到引领示范作用；一方面可让加盟商分享公司发展成果，进一步激发加盟商积极性。

穿透后各加盟商持有发行人股份具体情况如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	间接持有发行人股份比例（%）
1	欧建刚	168.00	23.46	0.84
2	欧建华	168.00	23.46	0.84
3	舒国辉	10.00	1.40	0.05
4	刘水平	10.00	1.40	0.05
5	谢祝文	10.00	1.40	0.05
6	彭 红	10.00	1.40	0.05
7	刘春意	10.00	1.40	0.05
8	李日成	10.00	1.40	0.05
9	胡 丹	10.00	1.40	0.05
10	周智清	10.00	1.40	0.05
11	陈雪英	10.00	1.40	0.05
12	向扩军	10.00	1.40	0.05
13	肖爱桂	10.00	1.40	0.05
14	张小燕	10.00	1.40	0.05
15	刘晓林	10.00	1.40	0.05
16	胡晓玲	10.00	1.40	0.05
17	杨跃文	10.00	1.40	0.05
18	曹 略	10.00	1.40	0.05
19	阎 智	10.00	1.40	0.05

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	间接持有发行人股份比例（%）
20	李树林	10.00	1.40	0.05
21	贺海双	10.00	1.40	0.05
22	杨松华	10.00	1.40	0.05
23	王三洪	10.00	1.40	0.05
24	瞿 华	10.00	1.40	0.05
25	彭智勇	10.00	1.40	0.05
26	谢 超	10.00	1.40	0.05
27	郑军伟	10.00	1.40	0.05
28	吴 松	10.00	1.40	0.05
29	唐建芳	10.00	1.40	0.05
30	陈李华	10.00	1.40	0.05
31	陈国林	10.00	1.40	0.05
32	陶赛锋	10.00	1.40	0.05
33	谢 智	10.00	1.40	0.05
34	熊 勇	10.00	1.40	0.05
35	王小姣	10.00	1.40	0.05
36	李洪尚	10.00	1.40	0.05
37	屈 敏	10.00	1.40	0.05
38	宋艳丽	10.00	1.40	0.05
39	申益祥	10.00	1.40	0.05
40	申银燕	10.00	1.40	0.05
合计		716.00	100.00	3.58

2、相应入股时间，是否晚于中介机构进场时间；中介机构是否知晓相关情形

和盟投资最早入股发行人时间为 2016 年 12 月，早于中介机构进场时间；中介机构知晓和盟投资入股情况。

在发行人首次申报前，中介机构对和盟投资各合伙人以及其控制的加盟店与发行人交易情况进行了重点核查：

（1）保荐机构、发行人律师对和盟投资各合伙人进行了访谈，并要求各合伙人填写了调查表，核实其身份，了解入股背景、入股资金来源、是否存在委托

持股等情况；

(2) 保荐机构、申报会计师通过执行函证、走访、监盘、大数据分析等，将对和盟投资各合伙人控制的加盟店的销售商品价格与对其他加盟商的销售商品价格进行对比分析等，了解和盟投资各合伙人控制的加盟店的营业收入及毛利率情况，与发行人交易价格是否公允；是否存在为发行人虚增销售收入情况。各中介机构认为，和盟投资各合伙人控制的加盟店统一于发行人加盟制度管理，与发行人交易公允，不存在互相输送利益情况。

二、和盟投资中加盟商的构成及确定标准、变动情况、相关权益定价的公允性、管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、股份锁定期。

1、和盟投资中加盟商的构成及确定标准

和盟投资各合伙人确定标准为：开立的门店实力强（年销售额在 1,000 万以上）或者加盟时间较长（十年以上）。

2、和盟投资各合伙人变动情况

和盟投资合伙人变更情况如下：

(1) 2016 年 8 月，和盟投资设立。设立时，和盟投资各合伙人出资情况如下表：

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	舒国辉	普通合伙人（执行事务合伙人）	10.00	2.86
2	刘水平	普通合伙人	10.00	2.86
3	谢祝文	普通合伙人	10.00	2.86
4	彭 红	普通合伙人	10.00	2.86
5	刘春意	普通合伙人	10.00	2.86
6	李日成	普通合伙人	10.00	2.86
7	胡 丹	普通合伙人	10.00	2.86
8	周智清	普通合伙人	10.00	2.86
9	陈雪英	普通合伙人	10.00	2.86
10	向扩军	普通合伙人	10.00	2.86
11	肖爱桂	普通合伙人	10.00	2.86

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
12	张小燕	普通合伙人	10.00	2.86
13	刘晓林	普通合伙人	10.00	2.86
14	胡晓玲	普通合伙人	10.00	2.86
15	杨跃文	普通合伙人	10.00	2.86
16	曹 略	普通合伙人	10.00	2.86
17	阎 智	普通合伙人	10.00	2.86
18	李树林	普通合伙人	10.00	2.86
19	贺海双	普通合伙人	10.00	2.86
20	杨松华	普通合伙人	10.00	2.86
21	王三洪	普通合伙人	10.00	2.86
22	瞿 华	普通合伙人	10.00	2.86
23	彭智勇	普通合伙人	10.00	2.86
24	谢 超	普通合伙人	10.00	2.86
25	郑军伟	普通合伙人	10.00	2.86
26	吴 松	普通合伙人	10.00	2.86
27	唐建芳	普通合伙人	10.00	2.86
28	陈李华	普通合伙人	10.00	2.86
29	陈国林	普通合伙人	10.00	2.86
30	陶赛锋	普通合伙人	10.00	2.86
31	谢 智	普通合伙人	10.00	2.86
32	熊 勇	普通合伙人	10.00	2.86
33	王小姣	普通合伙人	10.00	2.86
34	李洪尚	普通合伙人	10.00	2.86
35	屈 敏	普通合伙人	10.00	2.86
合计			350.00	100.00

（2）2016年11月，和盟投资增资30万元，由申银燕、宋艳丽、申益祥各认缴10万元，此次变更后，和盟投资各合伙人出资情况如下表：

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	舒国辉	普通合伙人（执行事务合伙人）	10.00	2.63
2	刘水平	普通合伙人	10.00	2.63
3	谢祝文	普通合伙人	10.00	2.63
4	彭 红	普通合伙人	10.00	2.63

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
5	刘春意	普通合伙人	10.00	2.63
6	李日成	普通合伙人	10.00	2.63
7	胡 丹	普通合伙人	10.00	2.63
8	周智清	普通合伙人	10.00	2.63
9	陈雪英	普通合伙人	10.00	2.63
10	向扩军	普通合伙人	10.00	2.63
11	肖爱桂	普通合伙人	10.00	2.63
12	张小燕	普通合伙人	10.00	2.63
13	刘晓林	普通合伙人	10.00	2.63
14	胡晓玲	普通合伙人	10.00	2.63
15	杨跃文	普通合伙人	10.00	2.63
16	曹 略	普通合伙人	10.00	2.63
17	阎 智	普通合伙人	10.00	2.63
18	李树林	普通合伙人	10.00	2.63
19	贺海双	普通合伙人	10.00	2.63
20	杨松华	普通合伙人	10.00	2.63
21	王三洪	普通合伙人	10.00	2.63
22	瞿 华	普通合伙人	10.00	2.63
23	彭智勇	普通合伙人	10.00	2.63
24	谢 超	普通合伙人	10.00	2.63
25	郑军伟	普通合伙人	10.00	2.63
26	吴 松	普通合伙人	10.00	2.63
27	唐建芳	普通合伙人	10.00	2.63
28	陈李华	普通合伙人	10.00	2.63
29	陈国林	普通合伙人	10.00	2.63
30	陶赛锋	普通合伙人	10.00	2.63
31	谢 智	普通合伙人	10.00	2.63
32	熊 勇	普通合伙人	10.00	2.63
33	王小姣	普通合伙人	10.00	2.63
34	李洪尚	普通合伙人	10.00	2.63
35	屈 敏	普通合伙人	10.00	2.63
36	宋艳丽	普通合伙人	10.00	2.63
37	申益祥	普通合伙人	10.00	2.63

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
38	申银燕	普通合伙人	10.00	2.63
合计			380.00	100.00

（3）2017年7月，和盟投资增资336万元，由欧建华、欧建刚各认缴168万元，此次变更后，和盟投资各合伙人出资情况如下表：

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
1	欧建刚	普通合伙人	168.00	23.46
2	欧建华	普通合伙人	168.00	23.46
3	舒国辉	普通合伙人（执行事务合伙人）	10.00	1.40
4	刘水平	普通合伙人	10.00	1.40
5	谢祝文	普通合伙人	10.00	1.40
6	彭红	普通合伙人	10.00	1.40
7	刘春意	普通合伙人	10.00	1.40
8	李日成	普通合伙人	10.00	1.40
9	胡 丹	普通合伙人	10.00	1.40
10	周智清	普通合伙人	10.00	1.40
11	陈雪英	普通合伙人	10.00	1.40
12	向扩军	普通合伙人	10.00	1.40
13	肖爱桂	普通合伙人	10.00	1.40
14	张小燕	普通合伙人	10.00	1.40
15	刘晓林	普通合伙人	10.00	1.40
16	胡晓玲	普通合伙人	10.00	1.40
17	杨跃文	普通合伙人	10.00	1.40
18	曹 略	普通合伙人	10.00	1.40
19	阎 智	普通合伙人	10.00	1.40
20	李树林	普通合伙人	10.00	1.40
21	贺海双	普通合伙人	10.00	1.40
22	杨松华	普通合伙人	10.00	1.40
23	王三洪	普通合伙人	10.00	1.40
24	瞿 华	普通合伙人	10.00	1.40
25	彭智勇	普通合伙人	10.00	1.40
26	谢 超	普通合伙人	10.00	1.40
27	郑军伟	普通合伙人	10.00	1.40

序号	合伙人	合伙人类型	出资额（万元）	出资比例（%）
28	吴 松	普通合伙人	10.00	1.40
29	唐建芳	普通合伙人	10.00	1.40
30	陈李华	普通合伙人	10.00	1.40
31	陈国林	普通合伙人	10.00	1.40
32	陶赛锋	普通合伙人	10.00	1.40
33	谢 智	普通合伙人	10.00	1.40
34	熊 勇	普通合伙人	10.00	1.40
35	王小姣	普通合伙人	10.00	1.40
36	李洪尚	普通合伙人	10.00	1.40
37	屈 敏	普通合伙人	10.00	1.40
38	宋艳丽	普通合伙人	10.00	1.40
39	申益祥	普通合伙人	10.00	1.40
40	申银燕	普通合伙人	10.00	1.40
合计			716.00	100.00

3、相关权益变动定价的公允性

2016 年 12 月，李能向和盟投资转让 190 万股发行人股份，转让价格为 2 元每股，和盟投资合伙人根据股权转让价格认缴 380 万元出资份额；2017 年 7 月，和盟投资以 3.28 元价格认购发行人 168 万股股份，欧建刚、欧建华共出资 551.04 万元认购和盟投资 336 万元出资份额。前述股权转让和增资均系股权转让双方（增资双方）协商一致，与同期股权转让、增资价格一致。

综上，和盟投资相关合伙人权益变动定价公允。

4、和盟投资管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、股份锁定期

根据和盟投资《合伙协议》，和盟投资由执行事务合伙人根据《合伙协议》对合伙企业进行管理，其管理模式和决策程序为，由执行事务合伙人舒国辉负责执行合伙事务，对外代表合伙企业。不执行合伙事务的合伙人有权监督执行事务合伙人执行合伙事务的情况。执行事务合伙人定期向其他合伙人报告事务执行情况以及合伙企业的经营和财务情况。合伙人对合伙企业有关事项作出决议，实行合伙人一人一票并经全体合伙人过半数通过的表决办法。合伙企业下

列事项应当经全体合伙人一致同意：（1）改变合伙企业的名称；（2）改变合伙企业的经营范围；（3）处分合伙企业的不动产；（4）转让或者处分合伙企业的知识产权和其他财产权利；（5）以合伙企业名义为他人提供担保；（6）聘任合伙人以外的人担任合伙企业的经营管理人员。和盟投资存续期为 50 年，从企业成立时起算，未约定存续期满后所持有股份的处置办法。根据和盟投资出具的承诺，其持有发行人股份的锁定期为 12 个月，从发行人股票上市交易之日起算。

三、加盟商入股的资金来源，是否存在发行人或第三方为加盟商持股提供奖励、资助、补贴等安排。

和盟投资各合伙人投资和盟投资资金均为自有资金，不存在发行人或第三方为加盟商持股提供奖励、资助、补贴等安排。

四、和盟投资的合伙人是否存在委托持股、信托持股或其他利益安排。

和盟投资合伙人持有发行人股权不存在委托持股、信托持股或其他利益安排。

五、加盟商通过持股平台入股是否需适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定。

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》，股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易，加盟商系为发行人提供服务的其他方，加盟商通过持股平台入股需适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定。但正如上文所述，加盟商通过和盟投资持股平台入股发行人时均系股权转让双方（增资双方）协商一致，与同期股权转让、增资价格一致，价格公允，不存在应确认股份支付未确认情形。

六、股东汇海投资、翠龙投资、伊万丽投资的基本情况、入股背景和原因，是否有加盟商、品牌合作方等主体入股情况。

1、相关股东基本情况

（1）汇海投资

名称	共青城汇海投资管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91360405MA364UMJ74
住所	江西省九江市共青城市私募基金创新园内

执行事务合伙人	张军		
注册资本	1,000 万元		
成立日期	2017 年 7 月 27 日		
经营范围	项目投资，投资管理，实业投资。		
股权结构	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
	张军	500.00	50.00
	罗宇辰	500.00	50.00
	合计	1,000.00	100.00

（2）翠龙投资

名称	长沙翠龙投资管理合伙企业（普通合伙）		
统一社会信用代码	914301033528309480		
住所	长沙市天心区芙蓉中路二段 122 号凯旋大厦 701 房		
执行事务合伙人	彭蓓		
注册资本	750 万元		
成立日期	2015 年 9 月 8 日		
经营范围	医院投资管理、药店投资管理、医院投资、股权投资、企业自有资金投资（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）。		
股权结构	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
	隆海投资	225.00	30.00
	彭 蓓	175.00	23.33
	刘 珊	125.00	16.67
	王 刚	75.00	10.00
	翁成帅	60.00	8.00
	李 汀	30.00	4.00
	廖 鲲	30.00	4.00
	赵雪岩	30.00	4.00
	合计	750.00	100.00

（3）伊万丽投资

名称	长沙伊万丽企业管理合伙企业（有限合伙）		
统一社会信用代码	91430100MA4LMUT93B		
住所	长沙高新开发区麓枫路 61 号湘麓国际花园二期酒店、公寓 1625		
执行事务合伙人	尚昱		
注册资本	960 万元		

成立日期	2017 年 5 月 11 日		
经营范围	企业管理服务；信息技术咨询服务。		
股权结构	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
	周 旋	376.00	39.17
	李 频	227.00	23.65
	尚 昱	188.00	19.58
	张 锐	94.00	9.79
	吴 宏	75.00	7.81
	合计	960.00	100.00

2、入股背景和原因，是否有加盟商、品牌合作方等主体入股情况

汇海投资、翠龙投资、伊万丽投资入股发行人原因为看好公司发展。除伊万丽投资有限合伙人李频配偶李芳系发行人加盟店长沙市天心区南托岭养天和大药房经营者外，汇海投资、翠龙投资不存在加盟商、品牌合作方等主体入股情况。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

- 1、取得了和盟投资、汇海投资、翠龙投资、伊万丽投资工商登记资料。
- 2、访谈了和盟投资、汇海投资、翠龙投资、伊万丽投资合伙人并取得了其调查表。
- 3、取得了发行人关于和盟投资、汇海投资、翠龙投资、伊万丽投资入股原因的情况说明。
- 4、查阅了《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、发行人已补充披露和盟投资作为加盟商持股平台入股发行人的背景和原因。和盟投资入股发行人时间为 2016 年 12 月，早于中介机构进场时间，中介机构知晓和盟投资入股情况。
- 2、和盟投资相关合伙人权益变动定价公允。

3、和盟投资各合伙人投资和盟投资资金均为自有资金，不存在发行人或第三方为加盟商持股提供奖励、资助、补贴等安排。

4、和盟投资合伙人持有发行人股权不存在委托持股、信托持股或其他利益安排。

5、加盟商通过和盟投资持股平台入股发行人时的价格公允，不存在应确认股份支付未确认情形。

6、除伊万丽投资有限合伙人李频配偶李芳系发行人加盟店长沙市天心区南托岭养天和大药房经营者外，汇海投资、翠龙投资不存在加盟商、品牌合作方等主体入股情况。

问题 5

关于加盟店实控人情况。根据审核问询回复：

(1) 加盟店实控人欧建华系 2018 年至 2020 年 1-6 月发行人前五大客户。欧建华控制的加盟门店位于湖南邵阳市，报告期门店数量分别为 13 家、15 家、18 家和 18 家，发行人对其加盟业务收入分别为 421.5 万元、994.12 万元、1,488.68 万元和 912.19 万元，发行人对其单店平均销售收入分别为 32.42 万元、66.27 万元、82.7 万元和 50.68 万元；

(2) 欧建华门店坪效为 0.23 万元/平米、0.48 万元/平米、0.56 万元/平米和 0.34 万元/平米，发行人对欧建华门店销售收入的增长主要来自于平均门店收入和坪效的增加；

(3) 2019 年 7 月 6 日至 12 月 30 日，加盟商欧建华向发行人借款 600 万元；

(4) 舒国辉系发行人加盟商持股平台“和盟投资”的执行事务合伙人。舒国辉作为发行人加盟店的实控人，其系发行人 2017 年前五大客户，发行人对其加盟业务收入分别为 550.69 万元、525.87 万元、468.2 万元和 240.72 万元；

(5) 2019 年 8 月 6 日至 9 月 6 日，加盟商舒国辉向发行人借款 230 万元。

请发行人补充说明：

(1) 关于间接持有发行人股份的加盟商，各加盟商控制的加盟店家数、分布主要区域，发行人对各加盟商控制的加盟店的营业收入及毛利率情况，与其交易价格是否公允；

(2) 发行人向加盟商欧建华控制的加盟店相关收入显著增加的原因及合理性；

(3) 发行人向加盟商提供借款是否被用于向发行人采购；

(4) 发行人实控人、董监高、其他关键人员与加盟商实控人资金往来情况，并说明其原因及合理性。

请保荐人、申报会计师说明对发行人实控人、董监高、其他关键人员银行账户的核查范围、核查资金流水金额的重要性水平及核查结论，并发表明确意见。

【发行人说明】

一、关于间接持有发行人股份的加盟商，各加盟商控制的加盟店家数、分布主要区域，发行人对各加盟商控制的加盟店的营业收入及毛利率情况，与其交易价格是否公允。

（一）间接持有发行人股份的加盟商，各加盟商控制的加盟店家数、分布主要区域，发行人对各加盟商控制的加盟店的营业收入及毛利率情况如下：

单位：万元

最终控制方	加盟店数量	区域	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
			营业收入	毛利率 (%)	营业收入	毛利率 (%)	营业收入	毛利率 (%)	营业收入	毛利率 (%)
欧建华（注1）	18	华中	912.19	7.31	1488.69	8.76	994.12	9.36	421.5	8.24
舒国辉	3	华中	290.38	10.43	542.16	9.23	591.67	11.42	550.69	11.11
刘水平	1	华中	51.50	8.82	84.88	6.54	87.74	8.86	90.50	10.06
谢祝文	1	华中	64.98	12.19	71.40	7.87	85.60	10.00	101.51	10.22
彭红	1	华中	19.97	11.64	38.68	12.62	42.40	11.85	53.09	14.00
李日成（注2）	1	华中	57.86	11.57	108.61	6.70	96.59	12.34	107.17	16.30
刘春意（注3）	1	华中	41.52	8.78	81.14	3.40	58.56	9.76	56.49	12.59
胡丹	2	华中	79.31	10.39	129.87	11.68	132.50	10.28	143.92	10.58
周智清	1	华中	61.70	11.75	103.10	10.07	123.59	13.42	162.99	15.06
陈雪英	3	华中	148.43	11.98	242.24	10.30	260.46	12.10	279.18	13.28
向扩军	3	华中	211.04	8.38	428.49	9.55	414.39	10.16	387.46	10.53
肖爱桂（注4）	1	华中	120.31	7.69	218.34	9.24	214.72	9.04	228.07	11.03
张小燕	3	华中	107.62	11.80	160.36	12.21	176.92	12.39	232.05	14.52
刘晓林（注4）	2	华中	152.68	7.65	238.63	8.43	269.72	8.02	289.40	12.91
胡晓玲（注5）	2	华中	130.54	6.44	241.38	5.57	218.31	9.66	218.81	10.42
阎智	1	华中	46.72	11.93	73.50	11.71	79.07	11.59	96.85	10.34
李树林	2	华中	106.81	10.70	196.37	8.62	187.53	10.77	168.94	10.62
贺海双	2	华中	67.15	9.62	139.13	8.54	150.79	9.57	149.39	10.57
杨松华	1	华中	42.91	8.83	47.82	11.05	72.51	11.57	82.12	11.07
王三洪	2	华中	121.05	9.66	200.36	10.08	208.79	12.02	155.00	11.49
瞿华	1	华中	61.88	7.93	62.97	6.90	38.65	7.35	90.80	10.20

最终控制方	加盟店数量	区域	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
			营业收入	毛利率 (%)	营业收入	毛利率 (%)	营业收入	毛利率 (%)	营业收入	毛利率 (%)
彭智勇	2	华中	71.33	10.14	89.82	9.24	136.69	11.55	188.13	11.69
谢超	1	华中	21.36	11.12	35.15	8.61	41.53	9.85	46.94	11.20
郑军伟	5	华中	233.07	7.57	410.27	7.80	462.22	7.48	425.55	9.12
吴松	2	华中	87.47	7.55	192.93	5.65	186.95	7.36	174.38	7.91
唐建芳	2	华中	43.17	9.91	80.69	9.02	94.93	8.60	141.71	13.69
陈李华	1	华中	50.81	13.88	119.64	14.55	102.50	15.90	108.54	16.64
陈国林	2	华中	99.09	9.86	192.64	10.47	213.42	11.45	221.06	13.77
陶赛锋	1	华中	53.44	6.78	77.37	8.61	78.07	7.09	94.80	8.98
谢智	1	华中	58.22	10.89	95.07	11.43	96.84	11.62	93.42	11.88
熊勇	1	华中	108.85	8.61	192.00	8.40	221.17	8.40	239.35	9.40
王小姣 (注5)	2	华中	107.29	8.03	92.60	6.92	199.75	12.91	212.67	14.35
李洪尚	4	华中	150.21	7.77	158.73	7.53	224.43	11.11	203.76	11.23
屈敏	2	华中	59.43	10.59	86.46	10.08	98.11	8.89	101.37	12.95
宋艳丽	1	华中	39.97	11.24	75.15	12.56	86.21	13.87	91.79	15.94
申银燕、申益祥 (注6)	3	华南	39.01	9.35	95.00	15.59	108.62	15.77	91.06	15.43
羊跃文	1	华中	99.60	8.79	204.90	9.28	250.27	9.57	251.82	10.95
曹略	2	华中	67.35	10.21	124.94	7.17	113.30	9.83	81.14	9.86
合计	85		4,286.22		7,221.48		7,219.64		6,833.42	

注 1: 欧建华与欧建刚为兄弟关系, 其所控制的门店按照合并口径统计。由于疫情影响, 2020 年 1-6 月向欧建华控制加盟店增加了疫情商品及慢病类(腹透液)商品的配送, 部分品种无配送利润, 故其配送毛利率有一定下降。

注 2: 2017 年对李日成控制的加盟店配送的毛利高的品种较多, 如: 纽西莱特钙维 D、B 族维生素、蜂胶 VE 软胶囊、国胶堂阿胶、燕窝、康京元茶籽橄榄油等。2019 年对李日成控制的加盟店配送的低毛利及厂家活动政策品种占比较高, 拉低了总体毛利率, 如: 安宫牛黄丸, 东阿阿胶, 龟龄集, 汤臣氨糖软骨素, 蛋白粉。

注 3: 2019 年对刘春意控制的加盟店配送的低毛利及厂家活动政策品种占比较高, 拉低总体的毛利率, 如: 汤臣倍健钙维生素 D 维生素 K 软胶囊、安宫牛黄丸、龟龄集、东阿阿胶、奥利司他胶囊。

注 4: 2020 年 1-6 月对肖爱桂及刘晓林控制的加盟店配送的低毛利及厂家活动政策品种占比较高, 拉低总体的毛利率, 肖爱桂涉及品种如: 安宫牛黄丸、龟龄集酒、六味地黄丸、新疆红枣、蛋白粉。刘晓林涉及品种如: 安宫牛黄丸、阿托伐他丁钙、龟鹿补肾平、散寒活络丸、抗病毒口服液。

注 5: 2019 年对胡晓玲及王小姣控制的加盟店配送的低毛利及厂家活动政策品种占比较高, 拉低总体的毛利率, 胡晓玲涉及品种如: 东阿阿胶、安宫牛黄丸、三七超细粉、六味地黄丸、礼奈皂液。王小姣涉及品种如: 玫瑰面膜、补肾填精口服液、维生素 C 咀嚼片、定坤丹、

奥利司他胶囊。

注 6：由于疫情影响，2020 年 1-6 月申银燕、申益祥控制的加盟店增加了防疫商品的配送，总体毛利率有所下滑，如：免洗手消毒凝胶、红外体温计、口罩、蒲地蓝口服液等。

综上所述，因零售行业的单店差异化竞争，单区域因市场环境变化、竞争环境变化及国家政策调整等原因，并根据和盛医药商品销售政策的调整（新品、批发价调整及买赠政策等）。加盟商会不断调整商品结构，并且和盛医药部分品种调拨毛利率较低，部分代理及贴牌品种调拨利润较高，最终导致各个年度门店的毛利率存在波动变化。

（二）发行人对间接持有发行人股份的各加盟商控制的加盟店及其他加盟店营业收入及利润情况如下：

单位：万元

门店	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	营业收入	毛利额	毛利额占比(%)	毛利率(%)	营业收入	毛利额	毛利额占比(%)	毛利率(%)
间接持有发行人股份的各加盟商控制的加盟店	4,286.22	383.55	17.10	8.95	7,221.48	650.55	17.20	9.01
其他加盟店	18,969.58	1,859.27	82.90	9.80	32,236.37	3,131.27	82.80	9.71
合计	23,255.80	2,242.82	100.00	9.64	39,457.85	3,781.82	100.00	9.58

续上表：

门店	2018 年度				2017 年度			
	营业收入	毛利额	毛利额占比(%)	毛利率(%)	营业收入	毛利额	毛利额占比(%)	毛利率(%)
间接持有发行人股份的各加盟商控制的加盟店	7,219.64	743.57	18.05	10.30	6,833.42	784.71	21.26	11.48
其他加盟店	31,076.95	3,376.30	81.95	10.86	26,856.36	2,907.02	78.74	10.82
合计	38,296.59	4,119.87	100.00	10.76	33,689.78	3,691.73	100.00	10.96

间接持有发行人股份的各加盟商控制的加盟店毛利率水平与其他加盟店接近，其贡献的毛利额各期基本维持在 18%左右。

（三）报告期内，加盟业务销售前五名单品中公司与间接持有发行人股份的加盟商控制的加盟店交易及与其他加盟店交易的售价情况如下：

项目	产品名称	向间接持有发行人股份的加盟商控制的加盟店销售金额	单价	向其他加盟店销售金额	单价
		（万元）	（元）	（万元）	（元）
2020 年 1-6 月					
1	KF94 口罩_30 个（L\MS）	111.60	693.16	549.72	693.22
2	安宫牛黄丸_3g*2 丸（广誉远）	103.86	863.72	330.85	863.72
3	安宫牛黄丸_3g*1 丸（九芝堂）	91.67	102.49	293.16	103.13
4	注射用卡瑞利珠单抗_200mg	-	-	357.89	16,646.02
5	古汉养生精口服液_10ml*30 支	38.47	57.52	241.08	57.52
合计		345.60		1,772.70	
2019 年					
1	古汉养生精口服液_10ml*30 支	121.91	57.23	738.79	57.13
2	东阿阿胶_250 克	154.89	767.57	650.38	764.88
3	安宫牛黄丸_3 克	93.08	241.76	381.54	246.70
4	苯磺酸左氨氯地平片/苯磺酸左旋氨氯地平片_2.5mg*7 片*2 板	56.10	23.32	262.44	23.36
5	天麻（0.5）_雪山特级豆	1.32	385.88	270.86	369.33
合计		427.30		2,304.01	
2018 年					
1	古汉养生精口服液_10ml*30 支	67.90	55.91	589.93	55.89
2	蒲地蓝消炎口服液_10ml*10 支	53.13	30.98	319.51	30.19
3	三七（0.5）_30 头	66.98	411.23	268.81	414.99
4	天麻（0.5）_雪山特级豆	57.47	357.42	268.45	359.35
5	安宫牛黄丸_3 克	38.97	305.68	256.63	316.78
合计		284.45		1,703.33	
2017 年					
1	古汉养生精口服液_10ml*30 支	29.36	52.85	606.79	53.26
2	东阿阿胶_250 克	26.20	766.08	455.01	731.41
3	复方阿胶浆（无蔗糖）_20ml*48 支	27.67	174.01	453.10	183.69
4	蒲地蓝消炎口服液_10ml*10 支	19.03	31.62	304.85	31.62

项目	产品名称	向间接持有发行人股份的加盟商控制的加盟店销售金额	单价	向其他加盟店销售金额	单价
		(万元)	(元)	(万元)	(元)
5	定坤丹_7g*4 瓶	17.82	86.22	284.97	86.45
合计		120.08		2,104.72	

注：其他加盟店为全部加盟店剔除间接持有发行人股份的加盟商控制的加盟店后的加盟店。

公司销售给间接持有发行人股份的加盟商控制的加盟店产品价格根据市场行情确定，与其他加盟店销售价格相比不存在重大差异。

二、发行人向加盟商欧建华控制的加盟店相关收入显著增加的原因及合理性。

欧建华控制的加盟店对外销售情况如下：

单位：万元

门店名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
2017 年已有门店：				
武冈市养天和大药房中华店等 13 家店	729.45	1,858.97	1,499.81	839.02
2018 年新增门店：				
武冈市养天和大药房中华北站店等 2 家店	91.04	168.98	80.33	
2019 年新增门店：				
武冈市养天和大药房春光店等 3 家店	397.25	560.24		
合计	1,217.74	2,588.19	1,580.14	839.02

欧建华控制的门店位于湖南省邵阳市武冈市，远离中心城市，由于自身规模和管理能力的限制，商品缺乏竞争力，并且受到当地大型连锁药店的挤压，销售增长后劲不足。为突破发展瓶颈，2017 年 7 月，欧建华与欧建刚决定加盟养天和。根据实际情况，公司单独设立武冈管理片区，从区域市场营销、商品结构、人员培训等方面进行帮扶，使得门店销售在原来基础上有一定的提升，因此对公司的配送需求增加，引起公司对该加盟商门店配送收入增加。2018 年，欧建华、欧建刚两兄弟决定，对两人的经营管理进行重新分工，欧建华主要负责医药零售行业，工作重心放在药店经营和门店拓展上。在原来门店销售总体有较好增长的激励下，2018 年至 2019 年欧建华新增了五家门店，成为其销售增长的主要动力。尤其是 2019 年 10 月欧建华新收购的武冈市康甲大药房位于武冈市人民医院附近，

该门店往年的销售额都在 1,000 万元以上，致使 2019 年和 2020 年上半年武冈地区销售有较大幅度的增长。欧建华新增门店使得其销售在 2018 年度和 2019 年度比上一年度分别增加了 80.33 万元、648.89 万元。2020 年 1-6 月随着新开门店进入成熟期和武冈市康甲大药房的并入，新增门店的收入增长较快。

欧建华控制的门店于 2017 年 7 月加盟公司，2017 年的销售实际只包含五个多月的数据，致使 2018 年整年的销售较 2017 年增长较多。由于时间段不同，具有可比性的只有 2018 年度和 2019 年度。扣除新增门店，欧建华控制的门店 2019 年度比 2018 年度增长 359.16 万元，增速 23.95%，主要是由于其控制的武冈中华店和乐洋店特殊门诊医保支付的开通，带来门店销售收入增长较快导致。

综上所述，欧建华控制的加盟店相关收入显著增加是合理的，其销售数据快速增长趋势既有门店收入增加的原因，也有销售统计时段差异造成的原因。

三、发行人向加盟商提供借款是否被用于向发行人采购。

2019 年 7 月 6 日至 12 月 30 日，加盟商欧建华向发行人借款 600 万元，用于支付湖南省武冈市乐洋路 57 号康甲大药房转让款合计 611.78 万元。

2019 年 8 月 6 日至 9 月 6 日，加盟商舒国辉向发行人借款 230 万元，用于支付长沙市开福区福元西路 148 号“万科城”3、4 栋 105 商铺房款合计 230 万元。

综上所述，发行人向加盟商提供借款均用于购买加盟店或者商铺，未用于向发行人公司采购商品。

四、发行人实控人、董监高、其他关键人员与加盟商实控人资金往来情况，并说明其原因及合理性。

取得了报告期内实控人、董监高、其他关键人员等银行资金流水，根据银行流水中交易摘要、对方账户名称、相关交易资料文件，银行流水中交易内容基本为个人消费、购置房屋、亲戚间家庭往来、朋友借款、缴纳税款、购买理财、基金、股票、对外投资等，且对手方不存在加盟商实控人。

取得了报告期内实控人、董监高、其他关键人员的承诺函，承诺其提供的银行流水完整，不存在隐瞒情况。

请保荐人、申报会计师说明对发行人实控人、董监高、其他关键人员银行账户的核查范围、核查资金流水金额的重要性水平及核查结论，并发表明确意见。

保荐机构、申报会计师针对公司实际控制人李能及田武星、陈新文、刘文广等董监高和其他关键人员的所有承诺的银行账号流水中超过 20 万元以上的发生额进行核查。

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人实控人、董监高、其他关键人员与加盟商实控人不存在资金往来。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

1、通过查询企查查，获取和盟投资的各入股加盟商的名称，并检查其加盟协议，了解各加盟商控制的加盟店家数、分布主要区域，通过核查公司雨诺 G3 ERP 业务系统，获取上述加盟商报告期各期的营业收入、营业成本，计算毛利率情况，核对其交易价格是否公允。

2、获取报告期各期加盟商欧建华控制的加盟店收入明细账，分析报告期收入显著增加的原因及合理性是否存在异常。

3、获取公司向加盟商欧建华、舒国辉提供借款的相关原始单据，并检查其银行流水及对账单是否匹配。对加盟商与相关人员签订的购买门店协议、购买商铺合同等资料进行核查，关注其借款意图的合理性。确定公司向加盟商提供借款是否被用于向发行人采购商品。

4、获取公司实际控制人李能及田武星、陈新文、刘文广等董监高和其他关键人员所有承诺的银行账号流水，重点对超过 20 万元以上的发生额进行核查，检查上述银行流水中交易摘要、对方账户名称、交易金额等信息并重点关注其流水中是否存在与加盟商实控人发生交易情况。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、公司已详细说明间接持有公司股份的加盟商的加盟店家数、分布主要区

域，公司对各加盟商控制的加盟店的营业收入及毛利率情况，通过核查，公司对间接持有公司股份的加盟商控制的加盟店销售的交易价格根据市场行情确定，与其他加盟店销售价格相比不存在重大差异；

2、公司向加盟商欧建华控制的加盟店相关收入显著增加与实际业务相符，具有合理性。

3、公司向加盟商欧建华、舒国辉提供的借款用于其购买加盟店或者商铺，并未用于向公司采购商品。

4、李能及田武星、陈新文、刘文广等董监高和其他关键人员与加盟商实控人不存在资金往来，具有合理性。

问题 6

关于加盟店。根据审核问询回复，发行人与加盟店存在 3 起违约纠纷，原因均为未按约定上缴医保部分营业款，发行人集中于 2020 年 8 月向法院起诉。

请发行人补充披露：

(1) 对于加盟店收取的医保部分营业款的管理措施，医保部分营业款收取与其他营业款在收取管理上存在的差异；

(2) 相关违约加盟店未上缴医保营业款的原因，对加盟店的管理是否存在漏洞及整改情况；

(3) 与加盟店诉讼的进展情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“(七) 发行人内部运营管理体系”之“2、内部控制措施”之“(2) 销售环节内部控制措施”之“②医保卡结算控制措施”及“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”补充披露如下：

一、对于加盟店收取的医保部分营业款的管理措施，医保部分营业款收取与其他营业款在收取管理上存在的差异。

发行人对加盟店实行“七统一”管理，其中包括统一资金管理。按照“统一资金管理”的要求，发行人对收取的医保部分营业款统一管理。具体的管理措施包括：第一，根据当地医保局的相关政策要求，部分区域的加盟门店由公司与医保局统一签订医保定点协议，由发行人向当地医保局提供公司账户进行统一结算；部分区域的加盟门店由各门店与医保局签订医保定点协议，公司派专人统一代表各加盟门店，向医保局提供公司账户进行统一结算。第二，对医保资金回款情况进行监督，由公司门店管理部派出稽查队伍，对门店刷医保卡情况进行监察走访。

医保部分营业款收取与其他营业款在收取管理上差异为：医保部分营业款采取发行人与当地医保局直接签署协议并结算或者公司派专人代表各加盟门店

与医保局进行结算方式收取，具体结算周期以各地医保局规定进行。其他营业款由加盟商次日统一存入公司账户。

二、相关违约加盟店未上缴医保营业款的原因，对加盟店的管理是否存在漏洞及整改情况。

发行人在湖南衡阳发展加盟店初期，因当地医保局不同意公司代表加盟门店统一与医保局签约并统一结算，因此衡阳市两家加盟店，常宁市养天和大药房、常宁市养天和大药房中银店采取由加盟店先与衡阳医保局结算医保款后，再统一上交公司的方式进行结算，较其他区域医保款项的结算周期较长。由于上述两家加盟店与 2019 年 8 月与发行人提出解除加盟合同，医保结算的尾款未及时上缴公司，因此发生违约诉讼纠纷。截至本问询函回复出具日，常宁市养天和大药房中银店已归还未上缴的医保营业款，涉及郭连新案件的医保营业款已部分回款，部分正在追缴中。

针对该情况发行人作出了相应整改措施，要求此后发展加盟店时，须先协调当地医保局征得其同意，由公司统一代表各加盟门店，向医保局提供公司账户进行统一结算，方能与加盟商签约合作；如未能达成医保款项统一结算条件的，医保营业款由加盟商在收到医保结算款后 5 个工作日内支付给公司。

造成上述两家加盟店未及时上交医保营业款的原因，主要在于各地医保局对于医保款结算方式的差异。发行人对加盟店的管理进行整改后，目前已不存在管理漏洞。

三、与加盟店诉讼的进展情况

报告期内，公司与加盟店诉讼的进展如下：

序号	原告	被告	案由	诉讼请求/涉案金额	最新进展情况
1	养天和	常宁市养天和大药房有限公司中银店、周泉、常宁市养天和大药房、郭连新	合同纠纷	向原告支付欠付款 248,694.80 元及对应利息损失，支付违约金 10,000 元	被告常宁市养天和大药房有限公司中银店已将所有欠付营业款支付至公司；同时养天和已另案起诉常宁市养天和大药房实际控制人。2020 年 9 月 14 日，湖南省长沙县人民法院同意养天和撤回起诉。本案已结案。

序号	原告	被告	案由	诉讼请求/涉案金额	最新进展情况
2	养天和	湘潭县幸福养天和大药房、成亿姣、周勇军	合同纠纷	向原告支付欠付款项 303,421.87 元及对应利息损失，支付违约金 10,000 元	因被告作为养天和加盟店及其实际控制人，未按约定合同约定按时部分营业款，养天和于 2020 年 8 月向长沙县人民法院起诉，要求被告支付欠款及利息、违约金。2020 年 9 月 16 日，长沙县人民法院作出（2020）湘 0121 民初 8556 号民事判决，判令原被告之间的加盟合同解除，自解除之日起被告立即停止使用原告的特许经营资源；被告周勇军、成亿姣共同向原告支付欠付款 303,421.87 元及逾期利息、违约金 10,000 元；驳回了养天和其他诉讼请求。截至问询函回复出具日，上述判决尚未生效。
3	养天和	郭连新	合同纠纷	向原告支付欠付款项 280,184.35 元及对应利息损失，支付违约金 10,000 元	因被告作为 常宁市养天和大药房 实际控制人，未按约定合同约定按时上缴医保部分营业款，养天和向长沙县人民法院起诉，要求被告支付欠款及利息、违约金（ 因常宁市养天和大药房已更名，养天和仅起诉其实际控制人 ）。2020 年 9 月 17 日，长沙县人民法院作出（2020）湘 0121 民初 8555 号民事判决，判令原被告之间的加盟合同解除，自解除之日起被告立即停止使用原告的特许经营资源；被告向原告支付欠付款 280,184.35 元及逾期利息、违约金 10,000 元；驳回了养天和其他诉讼请求。 截至问询函回复出具日，该判决已生效，被告已向公司支付了 135,656.3 元，剩余款项正在追缴中。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

- 1、查阅发行人与各地医保局签署的医保定点协议。
- 2、查阅发行人或其分公司向当地医保局提供公司账户信息的相关凭证。
- 3、查阅涉诉加盟店的撤诉裁定书、营业款收回凭证、判决书等材料。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、公司对于加盟店医保部分营业款的管理措施已在招股说明书补充披露，医保部分营业款收取与其他营业款在收取管理上存在的差异，原因合理。
- 2、针对违约加盟店未上缴医保营业款发行人已作出相应整改措施，目前不存在管理漏洞。
- 3、报告期内，公司与加盟店诉讼存在 3 起，其中公司与常宁市养天和大药房中银店等人合同纠纷已结案；公司与湘潭县幸福养天和大药房等人合同纠纷判决尚未生效；公司与郭连新的合同纠纷判决已生效，郭连新已向公司支付了 135,656.3 元，剩余款项正在追缴中。

问题 7

关于品牌合作店。根据审核问询回复，发行人与 7 家品牌合作公司存在违约纠纷，该 7 家均为河南省的合作门店，系由当地医药联盟推荐与公司达成品牌战略合作。违约原因为未按协议约定在规定时间内支付商号使用费、未按时变更商号名称、未按时支付货款。

请发行人：

(1) 补充披露品牌合作门店纠纷集中发生在河南省的原因和合理性，对发行人的影响；

(2) 结合违约原因，补充披露品牌合作门店的开发流程，对品牌合作店的管理制度和流程是否存在缺陷，品牌合作店运营管理中存在的风险和应对措施。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”、“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“(六) 发行人主要业务流程”之“2、品牌合作模式服务流程”及“(七) 发行人内部运营管理体系”之“3、品牌合作业务管控体系”补充披露如下：

一、补充披露品牌合作门店纠纷集中发生在河南省的原因和合理性，对发行人的影响。

鲲鹏药业、为了你药房、豫合医药等 7 家医药零售企业均属于河南中小医药零售企业自发组织的平台组织豫合医药联盟成员。上述企业之间商业合作较为密切。

因鲲鹏药业等 7 家医药零售企业对发行人品牌合作模式高度认可，发行人与鲲鹏药业等 7 家医药零售企业在 2018 年 9 月签订了《合作协议书》、《关于“养天和”商号使用协议书》等协议。在协议签订后，发行人依照上述协议协助上述企业在 2018 年 9 月至 2018 年 10 月举办了“养天和”五福节营销活动并取得较好的效果。但因部分品牌合作方违反上述协议约定未向发行人或和盛医药支付货款、商号许可使用费，并鼓动豫合医药联盟其他成员与其保持一致行动，

拒不履行协议。经反复协商无果，发行人终止了与上述企业的合作，并采取法律途径维护自身权益。发行人主要仲裁、诉讼请求已得到仲裁委员会或人民法院的支持。

发行人与上述 7 家医药零售企业的业务合作较短，相关销售收入和商号许可使用费金额较小，因此，上述纠纷对发行人无重大不利影响。

二、结合违约原因，补充披露品牌合作门店的开发流程，对品牌合作店的管理制度和流程是否存在缺陷，品牌合作店运营管理中存在的风险和应对措施。

1、补充披露品牌合作门店的开发流程

发行人就品牌合作业务制定了《品牌合作管理制度》和《品牌合作授信管理制度》，对合作客户准入与选择、合作过程管理（如合作协议签订、签约后管理、合同履行情况巡查、合作终止）、合作客户考核等流程和管理进行了明确规定。品牌合作门店的开发流程主要如下：

（1）制定年度合作计划：每年年末，品牌合作中心根据公司战略规划编制品牌合作年度合作计划，对次年新客户的拓展方式、拓展区域、预计拓展目标、销售目标等内容进行计划，经中心总经理审核后，提交总裁审批。

（2）合作客户准入与选择：品牌合作中心根据年度合作计划进行市场开拓工作，对于有合作意向的客户需先对其进行初步评估，包括实地考察和利用企业征信网、企查查、天眼查等方式查询企业基本情况，判断是否符合发行人战略要求。若评估通过，经理负责收集客户基本情况等前期调研工作，形成合作客户档案。合作客户准入基本条件主要为：持有效的医药零售连锁或批发资质；合作客户旗下具有一定数量的门店，区域性强，且在当地具有知名度；合作客户资信情况良好，财务状况基本保持盈亏平衡；合作客户股权结构简单，内部团队执行力强；其他发行人认为必要的条件。

（3）合作协议签订：发行人与有合作意向的客户进行磋商，并就服务内容、采购方式、采购规模及后续的管理等事项签订协议。

（4）合作客户日常管理监督：发行人协助合作客户根据合同约定调整并统一其连锁门店内的 VI 设计，包括企业名称变更、店面招牌、店内装饰、各项宣传文案、资料等，并组织合作客户培训，介绍发行人管理理念、运营模式。对

合作客户的销售情况、商号使用情况、采购情况、经营情况等，品牌合作中心负责不定期对其进行日常巡查；审计监察室每年组织相关人员进行年度巡查。若合作客户在合作期间出现严重违法违规事项或被消费者投诉、媒体负面报道等任何给发行人商号美誉度造成影响或损失的情况的，或出现其他重大违约或违规事项的，发行人将与其终止合作，合作客户应在终止合作之日起 1 个月内彻底停止使用“养天和”商号并撤出、变更带有“养天和”商号字样的企业名称、店面招牌、店内装饰、各项宣传文案、资料等，品牌合作中心负责进行监督、检查。

2、对品牌合作店的管理制度和流程是否存在缺陷

发行人与河南省医药零售企业的纠纷，系河南省医药零售企业基于其特殊的商业合作关系一致行动所导致的，只是偶发情况。发行人对品牌合作店的管理制度和流程不存在缺陷。

3、品牌合作店运营管理中存在的风险和应对措施

发行人对品牌合作店运营管理中存在的风险主要有：品牌合作店违规经营、超出许可范围使用养天和商号或不当使用养天和商号可能导致发行人企业形象、声誉或发行人所持有的商标形象受损风险；品牌合作店未按期向发行人支付货款、商标使用费的风险。

为防范上述风险，发行人主要采取了如下措施：

（1）合作客户准入与选择程序：发行人制定了较为明确的合作客户准入条件，并通过实地考察和检索公开信息等方式对有合作意向的客户进行摸底调查，以筛选出优质合作客户。

（2）与品牌合作客户签订《战略协议书》、《关于“养天和”商号使用协议书》、《销售协议》，对商号使用的区域及具体要求、货款结算、产品交货及退换货等事宜进行了明确约定。

（3）对品牌合作客户定期或不定期巡查。发行人品牌合作中心负责不定期对其进行日常巡查；审计监察室每年组织相关人员进行年度巡查。对于巡查发现的问题，发行人要求品牌合作客户限期整改。对于存在重大违约或违规事项的品牌合作店，发行人将与其终止合作，并要求品牌合作客户停止使用“养天和”

商号并撤出、变更带有“养天和”商号字样的企业名称、店面招牌等。

(4) 对严重违约或拒不停止“养天和”商号的品牌合作客户，经协商沟通无果的，发行人将采取法律途径维护自身合法权益。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

1、查阅了发行人与鲲鹏药业等 7 家医药零售企业签订的《合作协议书》、《关于“养天和”商号使用协议书》等协议。

2、查阅了发行人与鲲鹏药业等 7 家医药零售企业相关纠纷的民事判决和仲裁裁决、《品牌合作管理制度》和《品牌合作授信管理制度》。

3、访谈了发行人管理层。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人已补充披露品牌合作门店纠纷发生在河南省的原因，纠纷集中发生在河南省合理。因发行人与上述 7 家医药零售企业的业务合作较短，相关销售收入和商号许可使用费金额较小，上述纠纷对发行人无重大不利影响。

2、发行人已补充披露品牌合作门店的开发流程；发行人与河南省医药零售企业的纠纷，系河南省医药零售企业基于其特殊的商业合作关系一致行动所导致的，只是偶发情况。发行人对品牌合作店的管理制度和流程不存在缺陷。发行人品牌合作运营管理中存在一定的风险，发行人已积极采取相关措施。

问题 8

关于药品追溯。根据审核问询回复，2016 年 7 月，国家食药监总局公布《关于修改<药品经营质量管理规范>的决定》（即 2016 年新版 GSP），要求生产经营企业运用信息技术建立食品药品追溯体系，发行人亦实现了药品可追溯性追踪。

请发行人补充披露：

（1）药品追溯体系建立和执行情况，是否曾发生销售假药、劣药或售出药品无法召回的情况；

（2）在药品追溯体系下，发行人采购的药品中是否包含发行人过往已出售的药品。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（七）发行人内部运营管理体系”之“2、内部控制措施”补充披露如下：

一、药品追溯体系建立和执行情况，是否曾发生销售假药、劣药或售出药品无法召回的情况。

1、药品追溯体系建立和执行情况

为确保药品质量安全，建立药品追溯体系，发行人已制定《药品质量安全追溯体系质量管理制度》，对其人员操作、系统权限等作出了相应的规定，具体内容如下：

（1）公司计算机管理系统能够涵盖药品进、存、销全过程：

A、计算机管理系统做到按日备份，且异地保存，确保数据不丢失、可追溯；

B、计算机管理操作权限根据职位分别设定，并根据《计算机授权流程》进行操作；

C、计算机管理系统数据能实时自动传输；

D、计算机管理系统在断电断网情况下有自动储存功能；

E、计算机管理系统能自动控制非受委托配送单位配送的商品均无法入库，确保收货入库环节的可追溯性。

F、计算机管理系统记录购进药品的品名、规格、批号、生产企业、生产日期、有效期、购进单位等内容确保药品来源可查；

G、计算机管理系统能记录销售流向，包括药品的品名、批号、数量、销售单位等信息，可清晰追溯到药品去向；且当出现药品质量问题需要召回时，能根据计算机软件系统的销售流向，向门店迅速下发召回通知，确保问题品种去向可追；

H、计算机管理系统产品信息不可随意更改；如确因需要更改必须通过审批程序，系统内留有更改痕迹；

I、计算机系统中，做到一个品规对应一个信息编码，不能多品种共用一个编码，也不能一个品规对应多个编码。

(2) 委托配送单位配送到门店的所有药品必须要有正规税务发票，票据要列明药品的名称、规格、单位、数量、单价、金额等；不能全部列明的，应当附《销售货物或者提供应税劳务清单》，并加盖供货单位发票专用章原印章、注明税票号码且实物应与配送票据和发票一致，可通过票据流追查至药品来源、去向、数量、金额及货款流向，实现药品的可追溯性。

(3) 药品退货处理时应严格按照原配送票据相关信息与实物相对才可退回，并建立退货记录以确保退货环节的可追溯性。

(4) 门店销售药品必须通过计算机管理系统自动打印销售票据，销售票据内容应包含品名、规格、生产厂家、批号、供应商等信息，销售票据与实物一致，出现问题顾客可根据票据追溯责任。

(5) 配送到门店的商品应根据系统上传到受委托配送单位配送中心的采购计划及配送票据核对实物，实物与票据、采购记录信息不相符的，应将差异情况在 24 小时之内上报至受委托配送单位配送中心进行处理，验收合格后通过系统提交后自动生成门店验收记录。

报告期内，公司及其子公司严格遵守上述制度，执行情况良好。

2、是否曾发生销售假药、劣药或售出药品无法召回的情况

根据《药品经营质量管理规范认证管理办法》第十七条规定，申请 GSP 认证的药品经营企业，应符合以下条件：（四）在申请认证前 12 个月内，企业没有因违规经营造成的经销假劣药品问题（以药品监督管理部门给予行政处罚的日期为准，下同）。根据《关于贯彻实施<中华人民共和国药品管理法>有关事项的公告》（2019 年第 103 号）第三款规定：自 2019 年 12 月 1 日起，取消药品 GMP、GSP 认证，不再受理 GMP、GSP 认证申请，不再发放药品 GMP、GSP 证书。2019 年 12 月 1 日以前受理的认证申请，按照原药品 GMP、GSP 认证有关规定办理。2019 年 12 月 1 日前完成现场检查并符合要求的，发放药品 GMP、GSP 证书。凡现行法规要求进行现场检查的，2019 年 12 月 1 日后应当继续开展现场检查，并将现场检查结果通知企业；检查不符合要求的，按照规定依法予以处理。

发行人、和盛医药、广东好药多已取得新的《药品经营许可证》，海南养天和拥有的《药品经营质量管理规范认证证书》尚处于有效期内，表明公司经营符合《药品经营质量管理规范认证管理办法》的相关规定。报告期内，公司未曾违规销售假劣药品，不存在发生销售假药、劣药或售出药品无法召回的情形。

二、在药品追溯体系下，发行人采购的药品中是否包含发行人过往已出售的药品。

发行人已建立药品追溯体系，且报告期内执行情况良好，其计算机管理系统能够准确记录购进药品的品名、规格、批号、生产企业、生产日期、有效期、购进单位等内容确保药品来源可查；能够准确记录销售流向，包括药品的品名、批号、数量、销售单位等信息，可清晰追溯到药品去向。因药品具有特殊性，其批号唯一的，发行人过往已出售的药品不可能被发行人再次采购。

根据湖南省药品监督管理局 2020 年 7 月出具的《证明》：未发现公司存在重大违法行为，未对该公司进行行政处罚。根据海口市市场监督管理局 2020 年 8 月出具的《证明》：自 2017 年 1 月至相关证明出具日，海南养天和无严重违反药品监管法律法规的行政处罚记录。根据广东省药品监督管理局办公室 2020 年 7 月出具的《证明》：广东好药多自 2016 年以来没有因严重违反药品监管有关规定而受到行政处罚。

综上，在药品追溯体系下，发行人采购的药品不存在包含发行人过往已出售药品的情形。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

- 1、查阅发行人子公司拥有的《药品经营质量管理规范认证证书》证书、监管部门现场检查记录。
- 2、访谈发行人相关部门人员。
- 3、查阅发行人内部控制管理制度。
- 4、取得了相关政府主管部门对发行人及其子公司出具的合法合规证明。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、公司已建立药品追溯体系，且报告期内执行情况良好，公司未曾违规销售假劣药品，不存在发生销售假药、劣药或售出药品无法召回的情形。
- 2、在药品追溯体系下，发行人采购的药品不存在包含发行人过往已出售药品的情形。

问题 9

关于分销业务。根据申报文件和审核问询回复：

（1）招股说明书中的“特品业务”已修改为“分销业务”；

（2）分销业务是建立销售渠道的一种经营模式，是对除直营、加盟、品牌合作以外的客户进行销售；

（3）公司的分销业务包括贴牌产品分销、代理品种分销和常规产品销售；

（4）通过分销业务吸引潜在客户加入至公司管理体系中。

请发行人补充披露：

（1）将特品业务修改为分销业务的原因和合理性；

（2）分销业务客户加入公司管理体系具体情况；

（3）代理品种与常规产品有何种差异，获得代理权的条件和程序，代理是否具有排他性，是否存在代理权集中到期的风险，是否具有代理权对发行人业务开展有何种影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（三）主要经营模式”及“（五）发行人的主要业务模式”补充披露如下：

一、将特品业务修改为分销业务的原因和合理性。

1、特品业务并非行业惯用名词。根据公开资料显示，已通过创业板上市委员会审议的四川合纵药易购医药股份有限公司采用商业分销的模式，在审创业板企业湖南达嘉维康医药产业股份有限公司采用医药分销的模式向其他流通企业、医疗卫生机构、零售药店分销，实现品种、渠道的互通。同行业可比上市公司中，大参林已采用自有品牌和代理品牌分销的模式经营批发业务，益丰药房已采用代理品种分销的模式经营批发业务。将特品业务改为分销业务更通俗易懂，可帮助投资者更容易理解公司该部分业务。

2、公司分销业务的客户群体为全国范围内的中小连锁药店、单体药店和其他流通商或贸易商，其业务本质为公司从上游供应商处购进商品后，再向第三方进行销售，公司通过进销差价获取利润。将特品业务改为分销业务更能体现公司该业务的实质。

综上所述，分销业务与原描述的特品业务模式相同，发行人将特品业务修改为分销业务更符合商业实质且易于理解，具有合理原因。

二、分销业务客户加入公司管理体系具体情况。

1、公司对分销业务客户的管理模式

公司分销业务客户主要为全国范围内的单体药店、中小连锁药店、其他流通商或贸易商，数量较多。公司对分销业务客户的日常管理模式如下：

(1) 公司制定了产品销售合同签订及订单管理制度、退换货或赔偿管理制度、售后服务等制度以订立操作规范和标准，并要求销售部门及客户服务部门严格执行相应制度；

(2) 公司建立了客户的选择标准及资质评估体系，评估指标包括品牌影响力、信用状况、经营能力、终端网络资源等。公司优先选择资质较好、运作规范、品牌影响力较大的客户进行合作。对于自身综合实力强、合作关系优良的客户，公司努力加强合作深度与广度，扩大产品和服务合作范围；

(3) 公司建立了信用额度定期评审和管控机制，由销售部门和财务部门共同评审确定信用政策，定期检讨应收账款账龄及信用额度实际运用情况；利用信息管理系统对超信用额度发货进行严格控制；建立超期应收账款催收机制，有效防范坏账风险；

(4) 销售部门通过雨诺 G3 ERP 系统对订单处理、销售记录、发货、收款等流程进行记录和跟踪；

(5) 公司设立了全国营销中心和品控中心，全方位采集分销业务客户信息，建立健全客户档案，并对重要客户指派专人进行售前、售中和售后服务；

(6) 每年度销售部门根据公司实际经营情况和销售计划达成率对分销业务客户制定针对性地营销活动，并及时对营销活动取得的效果进行考核、总结。

2、分销业务客户加入公司管理体系具体内容

子公司和盛医药 2017 年设立全国营销中心，主要是面向全国的县域连锁、单体药店销售市场急需且具有价格优势的贴牌或代理产品。对于一些信誉优良、与公司合作多年的中小连锁药店，全国营销中心在进行业务洽谈时会主动向对方介绍公司品牌合作业务情况，并通过上述差异化产品吸引该等客户加入养天和管理体系中，实现产品导入客户。这样，公司可形成一批优质客户群体，该等客户的供货来源也保持较强稳定性，于双方而言均实现互赢，为进一步完善零售药店加盟合作共享平台奠定基础。若该类客户有合作意向，双方经过相互考察、签订合作协议及最终接入公司系统等步骤后成为公司的品牌合作客户。

公司现有品牌合作客户中由分销业务客户发展而来的公司如下：

序号	客户名称	分销业务开始时间	签订品牌合作协议时间
1	潍坊养天和仁和药店连锁有限公司	2018 年 05 月	2018 年 08 月
2	山东养天和新华鲁抗大药房有限公司	2017 年 12 月	2018 年 11 月
3	天津市养天和津永新大药房连锁有限公司	2018 年 02 月	2018 年 12 月
4	桂林养天和桂杏霖春医药有限公司	2017 年 04 月	2019 年 01 月
5	吉林省养天和康赛大药房连锁有限公司	2018 年 07 月	2019 年 01 月
6	四川养天和大药房连锁有限公司	2018 年 01 月	2020 年 01 月
7	山东养天和康平医药连锁有限公司	2017 年 07 月	2020 年 03 月

三、代理品种与常规产品有何种差异，获得代理权的条件和程序，代理是否具有排他性，是否存在代理权集中到期的风险，是否具有代理权对发行人业务开展有何种影响。

常规品种主要为供应商对零售终端普遍供应的品种，也是公司销售的主要品种。此类品种价格透明度较高，零售终端竞争比较激烈，进销差价较低，销售规模较大、消费者认知度较高，能够吸引较大的客流。

代理品种是指供应商对渠道进行了分类管理。公司利用自身门店渠道优势，开展品牌代理业务。协议约定，供应商给予公司全国或区域代理权。公司与供应商采取买断式模式，向供应商采购后通过公司下游渠道对外销售。

公司代理品种主要包括东阿阿胶股份有限公司、启迪古汉集团股份有限公司、益海嘉里食品营销有限公司等知名企业的部分优势品种，取得其代理权后

再进行销售。获得前述厂家的认可，公司需要与其进行多次洽谈，一般要求公司在区域连锁规模、资金实力、仓储管理、配送能力、推广团队等方面具有较强的竞争优势。保荐机构及发行人律师查阅了公司代理品种相关协议，公司系国九堂山东阿胶有限公司、北京市远东医药发展公司、湖南乐力滋食品有限公司全国独家总代理，代理权具有排他性，除此之外，其他协议中均不存在排他性条款。根据行业惯例，公司与供应商每年签署年度合作协议，一般于年初或者年底集中续签，存在代理权集中到期的风险。公司现有的销售渠道及业绩已得到供应商的认可，形成了较为稳固的合作关系，续期障碍较小。报告期各期，公司代理品种销售收入分别为 3,287.32 万元、8,302.09 万元、21,666.81 万元和 4,186.75 万元，占各期收入比例分别为 4.20%、8.77%、20.09%和 7.08%，占比较低，对发行人业务影响较小。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

- 1、查阅公司代理协议，了解公司的具体代理品种、代理权排他性条款、代理期限等内容。
- 2、与发行人相关人员进行访谈，了解公司分销业务的实质，以及将特品业务修改为分销业务的原因。
- 3、与发行人销售业务负责人进行访谈，了解分销客户加入公司管理体系的具体内容。
- 4、查阅发行人内部控制制度，了解销售流程的关键控制点和信息化管理模式，如检查是否已建立经办、授权、批准和责任追究等关键管理点。
- 5、获取公司与品牌合作公司签订的销售合作协议，查阅公司与品牌合作客户签订品牌合作协议的日期，并在财务系统上查阅在签订协议日期之前与公司发生过分销业务的品牌合作客户。
- 6、与发行人管理层、销售业务负责人进行访谈，了解公司代理品种与常规品种的差异、获得代理权的条件和程序。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

1、发行人将特品业务修改为分销业务更符合商业实质且易于理解，具有合理原因。

2、发行人现有客户管理体系中部分品牌合作客户系由分销客户发展而来，公司通过分销业务实现产品导入客户。

3、公司系国九堂山东阿胶有限公司、北京市远东医药发展公司、湖南乐力滋食品有限公司全国独家总代理，代理权具有排他性，除此之外，其他代理不具有排他性，存在代理权集中到期的风险。代理品种收入规模较小，代理权到期后无法续期对公司业务影响较小。

问题 10

关于贴牌产品。根据审核问询回复：

（1）公司贴牌产品的销售范围存在差异，其中，授权商标中“海元堂”和“仁芝庆”贴牌产品的销售范围包括公司直营门店、加盟门店和品牌合作店，也可对其他药店、流通商或贸易商销售。“康京元”、“纽西莱特”、“丽夫宝”等自有商标贴牌产品和授权商标中“舵手”、“福本”等贴牌产品则只可在公司直营店、加盟店、品牌合作店销售；

（2）对于贴牌产品，发行人管控品质，但并不提供原材料给生产商，仅提供商标使用权。

请发行人：

（1）补充披露贴牌产品销售范围存在差异的原因和合理性，贴牌产品确定销售渠道和范围的具体依据和标准；

（2）补充披露贴牌产品的药品生产厂家、供应商/生产商是否具备必要的生产资质，发行人进行贴牌生产是否存在规避生产资质或其他监管要求的情形；

（3）结合发行人作为药品经营企业的定位，补充披露如何管控贴牌产品的品质；

（4）补充披露贴牌产品上是否标明商标权属，消费者购买贴牌产品后，是否可以向商标持有人、发行人和供应商/生产商主张产品质量责任，商标持有人、发行人和供应商/生产商是否就产品质量责任承担无限连带责任；

（5）补充披露药品产品质量责任是否适用《产品质量法》相关规定。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（五）发行人的主要业务模式”及“（七）发行人内部运营管理体系”补充披露如下：

一、补充披露贴牌产品销售范围存在差异的原因和合理性，贴牌产品确定销售渠道和范围的具体依据和标准。

1、贴牌产品销售范围存在差异的原因和合理性

公司贴牌产品包括自有商标贴牌产品和授权商标贴牌产品两部分，二者销售范围存在差异，其原因如下：

1) 公司自成立以来始终以“服务加盟药店”为核心发展理念，专注于加盟药店的规范化运营。公司的直营业务为塑造品牌形象源头，加盟业务和品牌合作业务则是当前发展主体。“康京元”、“纽西莱特”、“丽夫宝”等自有商标贴牌产品和“舵手”、“福本”等独家授权商标贴牌产品只可在公司直营店、加盟店、品牌合作店销售，系公司门店打造差异化经营的重要手段。公司许可其他生产企业使用公司自有商标和独家授权商标进行贴牌生产，并约定该等产品只能向公司销售。随着公司营销网络的扩张，上述自有商标和独家授权商标贴牌产品在消费者当中的影响力逐渐扩大，公司通过提供差异化品牌产品增强消费者对该等产品的粘性，不断扩大品牌影响力、持续塑造公司品牌形象，提升盈利能力。

2) “海元堂”和“仁芝庆”授权商标贴牌产品主要通过公司分销渠道向其他中小连锁药店、单体药店、流通商或贸易商销售，其目的在于拓展公司营销渠道。公司主营业务为医药零售，主要依靠商品购销差价获取利润。由于“海元堂”商标在授权给公司使用之前该品牌系列产品已在市场上流通，因此，公司可借助该品牌已有市场影响力进一步发展分销业务。公司许可生产企业进行贴牌生产后，再将贴牌产品对全国范围内的中小连锁药店、单体药店、其他流通商销售，不仅能发展壮大公司贴牌产品体系，满足客户多元化需求，还可以利用遍布全国各地的客户群体拓宽营销渠道，提升对上游供货渠道的掌控能力，吸引厂商进行商业合作，降低产品的采购成本。

2、公司贴牌产品确定销售渠道和范围的具体依据和标准。

公司贴牌产品确定销售渠道和范围，具体依据商标权属和授权方式确定。对于“康京元”、“纽西莱特”、“丽夫宝”等自有商标和“舵手”、“福本”等独家授权商标贴牌产品，多年来一直在养天和体系内的门店销售，已经形成了稳定的销

售群体，为了通过差异化产品运营打造公司竞争优势，发行人没有将上述产品在养天和体系之外进行销售。对于“海元堂”和“仁芝庆”普通许可授权商标贴牌产品，主要是 OTC 和处方药，从 2015 年起该品牌即在全国范围内推广，已具有一定影响力。由于其使用价值较高、便于运输，公司可通过分销渠道对其他中小连锁药店、单体药店、流通商或贸易商销售，其目的是为了拓宽公司的营销渠道，提升盈利能力。

综上所述，公司贴牌产品销售范围存在差异具有合理原因，公司贴牌产品确定销售渠道和范围，具体依据商标权属和授权方式确定。

二、补充披露贴牌产品的药品生产厂家、供应商/生产商是否具备必要的生产资质，发行人进行贴牌生产是否存在规避生产资质或其他监管要求的情形。

经核查，为发行人生产贴牌产品的药品生产厂家、供应商/生产商均具有《药品生产许可证》、《药品经营许可证》或《医疗器械生产许可证》等相关生产资质。其中，发行人 2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月前五大贴牌产品供应商/生产商中的药品生产厂家、供应商/生产商的相关业务资质情况如下：

企业名称	业务资质
山西华元医药营销有限公司	该公司持有编号为晋 AA3510086《药品经营许可证》，系山西华元医药生物技术有限公司（下称“华元医药”）的全资子公司，负责华元医药产品销售。华元医药持有编号为晋 20160007 号《药品生产许可证》
石家庄市诚信中药材有限公司	该公司持有编号为 HE20170078 号《药品 GMP 证书》
重庆迪康长江制药有限公司	该公司持有编号为渝 20150014 号《药品生产许可证》
天长亿帆制药有限公司	该公司持有编号为皖 20160260 号《药品生产许可证》、AH20180493 号《药品 GMP 证书》
湖南一格制药有限公司	该公司持有编号为湘 20150066 号《药品生产许可证》
重庆科瑞制药(集团)有限公司	该公司持有编号为渝 20150082 号《药品生产许可证》

保荐机构及发行人律师随机抽查了发行人与贴牌产品生产商签订的采购合同等文件，发行人与贴牌产品生产商之间的关系是产品买卖关系，只是该类产品使用了发行人自有或被授权使用的商标。发行人不存在规避生产资质或其他监管要求的情形。

三、结合发行人作为药品经营企业的定位，补充披露如何管控贴牌产品的品质。

公司作为药品经营企业，严格按照《药品管理法》、《药品经营质量管理规范》等法律法规的规定对公司购进的所有产品的品质进行管控。公司针对贴牌产品的质量管控制定了《贴牌商品管理制度》、《采购管理制度》、《储运管理制度》、《销售管理制度》等相关制度，对贴牌产品品种选择、贴牌产品生产企业评估与选择、采购合同签订、贴牌产品验收、储存及销售等过程进行规范管理。

1、贴牌产品品种选择：每年年初，公司商品部和采购部以上一年度贴牌产品销售数据为决策依据，对本年度具体贴牌产品进行商定。公司采购人员选择具备生产资质、具有一定市场影响力、产能相对稳定的生产企业进行洽谈比选。每个贴牌产品原则上不少于三个厂家的比选。

2、贴牌产品生产企业评估与选择：公司按照“同质同量，价格优先；同量同价，质量优先；同质同量同价，付款账期优先”的总采购原则，选择合适的生产企业进行合作，必要时公司会组织相关部门对拟合作的生产企业进行实地考察。

为确保贴牌产品生产企业具备生产资质，采购人员会在正式合作前向生产企业索取《药品生产许可证》、《食品生产许可证》、营业执照、产品生产批文等资质文件，并在系统内填写《品种审批表》。审批通过后，采购人员须将上述资质文件以书面的形式交质量管理部质量负责人复审，复审通过后方可与生产企业签订合同。

公司在选定贴牌产品生产企业时，会参考以下条件：生产企业产权结构合理、管理规范，具有稳定性和发展可持续性；生产企业管理人员具有较丰富的管理经验，员工具有较强的责任意识；生产企业具有较良好的原物料供货厂商资源、具备一定的厂房、设备等生产必须的固定资产和设施；生产企业与公司合作意愿强烈。

3、贴牌产品采购合同签订：贴牌产品采购合同签订需按照公司制定的《合同管理制度》执行。采购人员拟定的《采购合同》、《采购合同审批表》审批通过后方可与贴牌产品生产企业签订统一范本的《采购合同》。《采购合同》对双

方职责权利及分工、订单内容及下单方式、供货价格、货物验收方式、产品运输、付款及结算方式等内容进行了约定。

4、贴牌产品验收：贴牌产品验收入库按照公司制定的《储运管理制度》规定执行。同时，和盛医药与贴牌产品生产企业在《采购合同》中约定，贴牌产品生产企业交付的产品必须符合国家最新药典或国家食品药品监督管理部门规定的标准。交货前，和盛医药有权对生产的产品进行抽样检验，检验不合格的，和盛医药有权拒绝收货，并要求生产企业赔偿一切损失。此外，贴牌产品生产企业交付商品的有效期应当与采购清单中约定的有效期一致；其每批生产批号和数量必须通知和盛医药备案备查，不得隐瞒，否则视为违约；和盛医药收货后如发现内装货物短少、破损等情况时，可持有效证明要求贴牌产品生产商补货、换货或索赔，贴牌产品生产企业应尽快处理完毕。

5、贴牌产品库存管理：公司对贴牌产品的库存管理按照制定的《储运管理制度》中的入库管理规定执行。商品管理部每季度对贴牌产品的进销存进行分析管理，形成《进销存分析报告》，以及时发现存货中滞销、短缺的贴牌产品，并及时处理。

6、贴牌产品销售管理：和盛医药与贴牌产品生产企业在《采购合同》中约定，生产企业如果在提供的商品中掺假、掺杂、以假充真、以次充好等行为，无论和盛医药对该品种是否结算，生产企业均应对该产品的质量已造成的后果承担法律责任。如因生产企业产品质量问题而造成和盛医药及相关消费者的任何损害或损失，以及由此所产生的一切费用，均由生产企业承担。

报告期内，公司并未发生因贴牌产品的品质问题而受到形成处罚情形。

四、补充披露贴牌产品上是否标明商标权属，消费者购买贴牌产品后，是否可以向商标持有人、发行人和供应商/生产商主张产品质量责任，商标持有人、发行人和供应商/生产商是否就产品质量责任承担无限连带责任。

1、补充披露贴牌产品上是否标明商标权属

经保荐机构及发行人律师访谈公司实际控制人李能，并抽查了发行人部分贴牌产品，贴牌产品上未标明商标权属。根据《商标法》第四十三条“经许可使用他人注册商标的，必须在使用该注册商标的商品上标明被许可人的名称和商品产

地”之规定，使用发行人商标的商品上仅需标明被许可人的名称和商品产地。现行法律法规未要求该商品需注明商标许可人信息。

2、消费者购买贴牌产品后，是否可以向商标持有人、发行人和供应商/生产商主张产品质量责任，商标持有人、发行人和供应商/生产商是否就产品质量责任承担无限连带责任

根据《商标法》第四十三条规定，商标注册人可以通过签订商标使用许可合同，许可他人使用其注册商标。许可人应当监督被许可人使用其注册商标的商品质量。被许可人应当保证使用该注册商标的商品质量。发行人作为商标许可方，应当对贴牌产品生产商的贴牌产品质量负有监督义务。在司法实践中，在贴牌产品质量纠纷中，若发行人无法证明其切实履行了监督义务，则发行人存在被司法机关责令其向销售者承担赔偿责任的风险。在发行人向消费者承担赔偿责任后，发行人可依照商标许可协议追究贴牌产品生产者的违约责任。

对于贴牌产品，生产企业根据发行人下达的采购计划，生产相应商品并贴上许可商标，将其全部销售给和盛医药。和盛医药向发行人直营门店供应，或销售给加盟门店、品牌合作方、分销商，再由其向消费者销售。

根据《产品质量法》第四十条、第四十三条之规定，售出的产品有下列情形之一的，销售者应当负责修理、更换、退货；给购买产品的消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失：（一）不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的；（二）不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的；（三）不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况的。销售者依照前款规定负责修理、更换、退货、赔偿损失后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供产品的其他销售者（以下简称供货者）的责任的，销售者有权向生产者、供货者追偿。生产者之间，销售者之间，生产者与销售者之间订立的买卖合同、承揽合同有不同约定的，合同当事人按照合同约定执行。因产品存在缺陷造成人身、他人财产损害的，受害人可以向产品的生产者要求赔偿，也可以向产品的销售者要求赔偿。属于产品的生产者的责任，产品的销售者赔偿的，产品的销售者有权向产品的生产者追偿。属于产品的销售者的责任，产品的生产者赔偿的，产品的生产者有权向产品的销售者追偿。

结合上述规定，贴牌产品的相关产品责任的承担方式如下：①若消费者在发行人直营门店购买的贴牌产品存在质量瑕疵，消费者可要求贴牌产品的生产者或销售者（即发行人）赔偿；若该责任属于生产者，发行人在向消费者承担责任之后，可向产品生产者追偿。②若消费者在发行人加盟门店、品牌合作方购买的贴牌产品存在质量瑕疵，消费者可要求贴牌产品的生产者或发行人加盟门店、品牌合作方赔偿。在发行人加盟门店、品牌合作方对消费者承担责任后，若该责任属于供货者和盛医药责任，发行人加盟门店、品牌合作方可向和盛医药追偿者。

上述产品质量责任是产品生产者、供货者、和销售者的一种不真正连带责任。对于消费者，生产者和销售者共同对产品缺陷负有法定义务，在产品侵权事实发生后，消费者可以任意选择其一要求其承担产品责任，其中一个主体对产品责任的承担使全部侵权责任归于消灭。对于生产者、供货者、销售者内部，由过错的一方承担终局责任。

综上，消费者购买贴牌产品后，可以向商标持有人、发行人和供应商/生产商主张产品质量责任。商标持有人对消费者承担过错责任，即商标持有人在无法证明其切实履行了监督贴牌产品质量的义务时需向消费者承担赔偿责任；发行人作为销售者、发行人子公司和盛医药作为供货者和贴牌产品生产商就产品质量责任承担不真正连带责任，消费者可以任意选择其一承担产品责任，其中一个主体对产品责任的承担使全部侵权责任归于消灭。对于生产者、供货者、销售者内部，由过错的一方承担终局责任。

五、补充披露药品产品质量责任是否适用《产品质量法》相关规定。

根据《产品质量法》第二条之规定：“在中华人民共和国境内从事产品生产、销售活动，必须遵守本法。本法所称产品是指经过加工、制作，用于销售的产品。

根据《药品管理法》第二之条规定，在中华人民共和国境内从事药品研制、生产、经营、使用和监督管理活动，适用本法。本法所称药品，是指用于预防、治疗、诊断人的疾病，有目的地调节人的生理机能并规定有适应症或者功能主治、用法和用量的物质，包括中药、化学药和生物制品等。因此，“产品”和“药品”是包含与被包含、共性与个性、一般与特殊的关系。药品属于《产品质量法》所

规定的产品，是《产品质量法》的调整范围，其生产（或加工）、流通和消费都应当遵守《产品质量法》的规定。药品产品质量责任适用《产品质量法》相关规定。

综上，药品产品质量责任适用《产品质量法》相关规定。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

- 1、查阅和盛医药与贴牌产品生产企业签订的贴牌产品采购合同。
- 2、查阅了发行人部分贴牌产品的外包装。
- 3、查阅了《商标法》、《产品质量法》、《药品管理法》等法律法规。
- 4、查阅贴牌产品生产企业经营资质。
- 5、与发行人管理层访谈，了解发行人贴牌产品销售范围存在差异的原因，以及贴牌产品确定销售渠道和范围的具体依据和标准。
- 6、对部分贴牌产品生产企业进行访谈。
- 7、查阅公司《贴牌商品管理制度》、《采购管理制度》、《储运管理制度》、《销售管理制度》等相关制度，并与发行人采购部负责人员进行访谈，了解公司对贴牌产品的品质进行管控的措施。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、发行人贴牌产品销售范围存在差异具有合理原因，贴牌产品确定销售渠道和范围依据商标权属及商标授权方式确定。
- 2、为发行人生产贴牌产品的药品生产厂家、供应商/生产商均具有相关生产资质，发行人不存在规避生产资质或其他监管要求的情形。
- 3、发行人已补充披露对贴牌产品的品质进行管控的手段。
- 4、贴牌产品上未标明商标权属。消费者购买贴牌产品后，可以向商标持有人、发行人和供应商/生产商主张产品质量责任。商标持有人、发行人和供应商/生产商就产品质量责任承担不真正连带责任。消费者可以任意选择其一要求其承

担产品责任，其中一个主体对产品责任的承担使全部侵权责任归于消灭。对于生产者、供货者、销售者，由过错的一方承担终局责任。

5、药品产品质量责任适用《产品质量法》相关规定。

问题 11

关于商标。根据审核问询回复，养天和药局的创办人为黄菊翹，发行人与黄菊翹后人黄人达等九人曾存在诉讼纠纷。

请发行人补充披露：

- (1) 设立时采用“养天和”作为公司商号的原因；
- (2) 是否存在黄菊翹后人继续主张“养天和”商标或商号权利的风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、主要固定资产和无形资产情况”之“(二) 主要无形资产情况”补充披露如下：

一、设立时采用“养天和”作为公司商号的原因。

根据保荐机构及发行人律师访谈发行人实际控制人李能，李能在发行人设立前在长沙市图书馆查阅老长沙历史档案时，偶然发现解放前老长沙曾经有个“养天和药局”，其认为“养天和”具有一定的文化底蕴，因李能本人具有较强的商标保护意识，发行人在设立时采用“养天和”作为公司商号，并将“养天和”申请了商标，于 2002 年 10 月取得商标权。

二、是否存在黄菊翹后人继续主张“养天和”商标或商号权利的风险。

根据长沙市中级人民法院（2013）长中民一终字第 02518 号民事判决，“养天和药局”于 1964 年与“四益堂”药局合并经营，此后因种种原因，“养天和药局”逐渐消亡。

发行人成立于 2002 年 9 月 17 日。自发行人成立之日起至本问询函回复出具日，发行人的企业名称中一直带有“养天和”字样。根据《企业名称登记管理规定》第九条之规定，企业名称不得含有下列内容和文字：（二）可能对公众造成欺骗或者误解的。在发行人成立时，“养天和药局”已长期无人使用。发行人自 2002 年 9 月对“养天和”享有商号权；发行人在充分尊重历史因素的前提下使用带有“养天和”字样的企业名称进行民事活动，未造成社会公众误解。

根据《商标法》第三十二条之规定，“申请商标注册不得损害他人现有的在

先权利”。结合国家工商总局商标局发布的《商标审查及审理标准》“四、损害他人在先权利审理标准”之规定，上述在先权利是指在系争商标申请注册日之前已经取得。本条所指的“现有”一般应当以系争商标申请注册日为时间点，确定在先权利是否形成，是否仍处于合法状态，但如果在先权利在案件审理时已不存在的，则一般不影响系争商标的注册。发行人于 2002 年 10 月 14 日取得商标局核发的第 1944825 号《商标注册证》，商标图样为，国际分类为第 35 类。在发行人申请将“养天和”注册为商标时，“养天和药局”已长期无人使用，且无人对该商标商号不享有在先权利。因此，商标局向发行人核发了上述商标。发行人自此对“养天和”享有商标权。

长沙市中级人民法院（2013）长中民一终字第 02518 号民事判决责令发行人承担相关责任的原因在于，发行人在企业宣传中使用黄菊翹父子的姓名及黄菊翹父子创立、经营“养天和”的历史业绩用于商业宣传与经营，存有侵犯姓名权所延伸出的财产权的情形，并非因发行人注册或使用“养天和”商标或商号。根据保荐机构、发行人律师对发行人实际控制人李能的访谈，自上述判决生效之日起至本问询函回复出具日，发行人未在企业宣传中使用黄菊翹父子的姓名及黄菊翹父子创立、经营“养天和”的历史业绩。自上述判决生效后，截至问询函回复出具日，公司就“养天和”商标或商号与黄菊翹后人未发生任何纠纷。

综上，发行人不存在黄菊翹后人继续主张“养天和”商标或商号权利的风险。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

- 1、查阅了发行人的工商登记资料、第 1944825 号《商标注册证》。
- 2、取得了长沙市中级人民法院（2013）长中民一终字第 02518 号民事判决；
- 3、查阅了《商标法》、《商标审查及审理标准》、《企业名称登记管理规定》。
- 4、访谈了实际控制人李能。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、发行人已补充披露设立时采用“养天和”作为公司商号的原因。

2、发行人不存在黄菊翘后人继续主张“养天和”商标或商号权利的风险。

问题 12

关于原子公司情况。根据申报文件和审核问询回复：

（1）2016 年发行人设立和盛长风，系为利用“两票制”实施的契机，在收购株洲长风医药有限公司资产和业务的基础上，拟开展对县级以下的医疗机构和株洲地区的门店进行配送药品。和盛长风于 2019 年对外转让；

（2）株洲市市场监督管理局于 2017 年 10 月 17 日对和盛长风作出行政处罚，没收违法所得 980 元，罚款 2000 元；于 2018 年 10 月 24 日该公司作出 2 份行政处罚，分别为没收违法所得 672 元，罚款 701 元；没收违法所得 3611 元，罚款 3645.75 元；

（3）戴盛持有上海养天和 33% 股权，担任上海养天和法定代表人。在发行人已转让上海养天和 67% 股权后，戴盛拒不配合办理工商变更手续，造成发行人目前仍被工商登记为上海养天和股东。

请发行人：

（1）补充披露收购株洲长风医药有限公司资产和业务的具体情况，未采用股权收购的原因；

（2）补充披露株洲长风医药有限公司的基本情况，目前是否存续，和盛长风是否承继其债权债务和员工，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（3）结合和盛长风与发行人子公司和盛医药商号近似的情况，补充披露股权转让对商号使用的具体约定，是否存在纠纷或潜在纠纷；

（4）补充披露和盛长风受到各项行政处罚的具体原因，并结合处罚原因披露发行人内部管理制度的健全性和有效性；

（5）补充披露戴盛为上海养天和少数股东，但由其担任上海养天和法定代表人的原因和合理性，上海养天和股东的工商登记变更进展情况，发行人对控股子公司管理是否存在重大漏洞。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联关系”之“(一) 关联方及关联关系”中补充披露如下：

一、补充披露收购株洲长风医药有限公司资产和业务的具体情况，未采用股权收购的原因。

2016 年 11 月 23 日，开元资产评估有限公司出具开元评报字[2016]1-138 号《评估报告》，截至 2016 年 10 月 31 日，株洲市长风医药有限责任公司（以下简称“株洲长风”）所持有的部分应收账款、存货、设备与应付账款的资产（以下简称“标的资产”）评估值为 786.45 万元。株洲长风业务主要为对县级以下的医疗机构和株洲地区的门店进行配送药品。

2016 年 11 月 25 日，和盛长风与株洲长风签订《资产收购协议》，约定发行人（甲方）以评估价 786.45 万元向株洲长风（乙方）收购上述标的资产。

和盛长风未采用股权收购方式收购株洲长风的主要原因在于株洲长风存在较多或有负债，若和盛长风采用股权收购方式收购株洲长风，将面临承担较大金额或有负债的风险；而采取资产收购，可以最大限度地避免上述风险，且和盛长风收购株洲长风资产的主要目的是直接取得株洲长风主营业务所需的资产和业务，有利于和盛长风实现优质资产的整合，因此和盛长风未采用股权收购方式收购株洲长风。

二、补充披露株洲长风医药有限公司的基本情况，目前是否存续，和盛长风是否承继其债权债务和员工，是否存在纠纷或潜在纠纷。

1、株洲市长风医药有限责任公司的基本情况及经营状态

经查询国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/>），其基本情况如下：

名称	株洲市长风医药有限责任公司
统一社会信用代码	91430281776762854G
类型	有限责任公司
住所	醴陵市经济开发区 B 区凤凰大道东侧
法定代表人	姚勋
注册资本	1,000 万人民币

成立日期	2005 年 8 月 30 日		
经营范围	健康养生、GSP 认证咨询服务；房屋租赁。（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）		
股权结构	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
	姚 勋	800.00	80.00
	王建成	200.00	20.00
	合计	1,000.00	100.00
董监高任职情况	姚勋：执行董事		
经营状态	存续		

2、和盛长风是否承继其债权债务和员工，是否存在纠纷或潜在纠纷；

根据株洲长风出具的说明及双方签订的资产收购协议，在收购株洲长风过程中，和盛长风并未承继株洲长风原有的债权债务，原有债权债务由株洲长风自身承担，与和盛长风、发行人无关。和盛长风与留任的员工重新签署了劳动合同，在本次收购中，双方不存在任何纠纷或潜在纠纷。

三、结合和盛长风与发行人子公司和盛医药商号近似的情况，补充披露股权转让对商号使用的具体约定，是否存在纠纷或潜在纠纷。

根据《股权转让协议》，发行人与受让和盛长风的股东约定，在现有的经营许可证到期变更时，和盛长风须将企业名称中的“和盛”去掉，双方不存在纠纷或者潜在纠纷。

四、补充披露和盛长风受到各项行政处罚的具体原因，并结合处罚原因披露发行人内部管理制度的健全性和有效性。

1、补充披露和盛长风受到各项行政处罚的具体原因

2017 年 10 月 17 日，因和盛长风购进的血美安胶囊（生产厂家：吉林省东北亚药业股份有限公司，批号：20160402）存在“装量差异”，株洲市食品药品监督管理局作出株食药监罚[2017]37 号《行政处罚决定书》，决定没收库存血美安胶囊，没收违法所得 980 元，处罚款 2,000 元。

2018 年 10 月 24 日，因和盛长风购进的明党参（生产厂家：江西宏洁中药饮片有限公司，批号：P2018041406）被抽检检验）“二氧化硫残留量”不符合规定，株洲市食品药品监督管理局作出株食药监罚[2018]33 号《行政处罚决定

书》，决定没收违法所得 672 元，处罚款 701 元。

2018 年 10 月 24 日，因和盛长风购进的柴胡（生产厂家：江西樟树成方中药饮片有限公司，批号：18060102）被抽检检验“性状”不符合规定，株洲市食品药品监督管理局作出（株）食药监药罚[2018134 号《行政处罚决定书》，决定没收违法所得 3,611 元，罚款 3,645.75 元。

2、结合处罚原因披露发行人内部管理制度的健全性和有效性

在经营过程中，发行人一直坚持“质量第一”的原则，对药品的质量把控方面，建立了比较健全的制度，主要包括：

（1）在选择供货商及产品时，优选质量保证能力强、质量信誉较好的公司，并首选上市企业、国有企业等。

（2）公司建立了《首营企业管理制度》、《首营品种管理制度》、《质量验收管理制度》等系列制度及流程，来控制购进产品的质量；品种在购进前均必须经过采购部及质管部审核合格后，方可购进；在药品来货时，验收员严格按《药品经营质量管理规范》及公司制度要求，对药品进行质量抽样验收。

（3）根据实际经营及质量考察的需要，公司还会组织采购及质量部门前往供货商、生产企业进行实地考察，确认其质量体系情况及质量保证能力，确认购进商品的质量可靠。

（4）公司组织对供货商、生产企业进行质量的年度购进评审，不断淘汰劣质企业及产品，不断提升购进质量。

针对上述处罚，发行人进一步采取了相应的措施以加强对分子公司的购进药品的质量管控：

（1）供应商及产品统一经由发行人质管部最终审批：由发行人建立计算机系统信息母库，各分子公司在购进前，除按公司首营相关要求进行审核后，还须经过发行人质管部最终的合法性审批后方可产生计算机系统信息；

（2）加强对重点药品品种的质量管控，重点药品品种由发行人统一购进或统一洽谈，供分子公司进行采购；

（3）由发行人质管部专门负责收集有关于供货商、产品等的各类质量公告，

并共享到分子公司，便于及时对不合格产品进行召回处理，并对供应商及产品进行质量评价，积极主动规避经营风险。

(4) 公司建立“风控小组”，加强对分子公司日常质量管理工作的监管及产品质量的监控，便于及时发现问题、及时改进，杜绝产品质量风险。

综上，发行人已经建立了药品质量内部管理制度，在受到处罚后，发行人积极采取整改措施，发行人内部管理制度健全、有效。

五、补充披露戴盛为上海养天和少数股东，但由其担任上海养天和法定代表人的原因和合理性，上海养天和股东的工商登记变更进展情况，发行人对控股子公司管理是否存在重大漏洞。

1、补充披露戴盛为上海养天和少数股东，但由其担任上海养天和法定代表人的原因和合理性

戴盛原籍系内蒙古人，其持有内蒙古鸿茅药业有限责任公司（以下简称“鸿茅药酒”）的代理资源，且欲成为鸿茅药酒在上海地区的总代理商。因其个人资金不充裕，戴盛遂寻求与发行人合资成立上海养天和，并在上海地区开展鸿茅药酒的代理业务。在发行人与戴盛合资成立上海养天和后，因上海养天和所发展业务主要区域范围在上海，且鸿茅药酒代理业务资源由股东戴盛引进，经发行人、戴盛协商，决定由戴盛担任上海养天和的法定代表人并负责公司具体经营业务开展。

2、上海养天和股东的工商登记变更进展情况

截至问询函回复出具日，戴盛已同意办理变更登记并已签订工商变更所需的文件资料，等待工商变更结果。

3、发行人对控股子公司管理是否存在重大漏洞

发行人已制定《养天和大药房股份有限公司子公司管理制度》，对于纳入公司合并报表范围内的、被公司控股或实际控制的公司，发行人主要通过委派董事、监事、高级管理人员和日常监管两种方式对子公司进行管理，对子公司的经营及投资决策管理、人事及薪酬、福利管理以及财务管理等方面进行全方位监督管理。发行人对现有控股及参股子公司均按照上述管理制度进行管控，因

此发行人对控股子公司的管理不存在重大漏洞。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序：

- 1、查阅了收购株洲市长风医药有限责任公司时的资产评估报告、资产收购协议。
- 2、查询国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/>）。
- 3、查阅发行人、株洲长风出具的说明。
- 4、查阅转让和盛长风的股权转让协议。
- 5、查阅和盛长风受到行政处罚的文书、整改措施说明。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：

- 1、发行人已补充披露株洲长风医药有限公司资产和业务的具体情况及其未采用股权收购的原因。
- 2、株洲长风医药有限公司目前存续，和盛长风并未承继株洲长风原有的债权债务，原有债权债务由株洲长风自身承担。和盛长风与留任的员工重新签署了劳动合同，在本次收购中，双方不存在任何纠纷或潜在纠纷。
- 3、根据《股权转让协议》，发行人与受让和盛长风的股东约定，在现有的经营许可证到期变更时，和盛长风须将企业名称中的“和盛”去掉，双方不存在纠纷或者潜在纠纷。
- 4、发行人已经建立了药品质量内部管理制度，在受到处罚后，发行人积极采取整改措施，发行人内部管理制度健全、有效。
- 5、发行人已补充披露戴盛担任上海养天和法定代表人的原因及合理性。截至问询函回复出具日，戴盛已同意办理变更登记并已签订工商变更所需的文件资料。发行人对控股子公司管理不存在重大漏洞。

问题 13

关于对和盛长风的应收账款。审核问询回复显示：

（1）发行人原子公司和盛长风 2017 年、2018 年主要从事对医疗机构进行配送药品，由于其回款慢，占用大量资金，经济效益不佳等原因，发行人 2019 年将和盛长风股权对外转让，以便回收资金，提高经济效益。

（2）因和盛长风业务及其转让，报告期发行人对医疗机构应收账款分别为 1,091.03 万元、1,466.79 万元、0 万元和 0 万元；和盛长风于 2019 年对外转让后，发行人 2019 年末、2020 年 6 月末对和盛长风应收账款分别为 762.98 万元、564.09 万元；期后回款显示 2018 年末应收医疗机构款 1,466.79 万元已全部收回；

（3）发行人对应收加盟店、医疗机构款项未按账龄法计提坏账，而是按预期损失率 1%计提。

请发行人说明：

（1）2018 年末对医疗机构的应收账款 1,466.79 万元期后已全额收回，其付款方是否与应收的医疗机构一致，是否系由其他公司代为支付；发行人 2019 年对和盛长风的应收账款是否系承接了 2018 年末对医疗机构的应收账款；发行人是否因对医疗机构的应收账款无法按时收回，存在通过剥离和盛长风继而规避坏账准备计提情形；

（2）发行人对加盟店和医疗机构的应收账款坏账按 1%计提，而非按账龄计提坏账的合理性；加盟店和医疗机构是否具备相同的信用风险，其同样按照 1%计提坏账是否合理。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人说明】

一、2018 年末对医疗机构的应收账款 1,466.79 万元期后已全额收回，其付款方是否与应收的医疗机构一致，是否系由其他公司代为支付；发行人 2019 年对和盛长风的应收账款是否系承接了 2018 年末对医疗机构的应收账款；发行人是否因对医疗机构的应收账款无法按时收回，存在通过剥离和盛长风继而规避坏账准备计提情形。

（一）2018 年末对医疗机构的应收账款 1,466.79 万元期后已全额收回，其付款方是否与应收的医疗机构一致，是否系由其他公司代为支付

2018 年末对医疗机构的应收账款 1,466.79 万元均为发行人原全资子公司和盛长风的应收款项，公司于 2019 年 6 月将和盛长风的股权全部对外出售，因此 2019 年 12 月不再将和盛长风的报表纳入合并范围，导致合并报表中的应收医疗机构款期末为 0。

2017 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日发行人对医疗机构应收账款情况如下：

单位：万元

年份	期初金额	当期增加金额	本期回款金额	期末金额
2017 年度		1,632.21	541.18	1,091.03
2018 年度	1,091.03	2,963.51	2,587.75	1,466.79
2019 年 1-6 月	1,466.79	1,710.79	1,376.36	1,801.22

股权转让后一年内和盛长风对医疗机构应收账款情况如下：

单位：万元

年份	期初金额	当期增加金额	本期回款金额	期末金额
2019 年 7 月-2020 年 6 月	1,801.22	2,455.51	2,422.38	1,834.35

2018 年 12 月 31 日的应收医疗机构款 1,466.79 万元，在 2019 年 1-6 月已收回 1,376.36 万元，2019 年 6 月公司将和盛长风 100%股权对外转让，截至 2019 年 12 月 31 日及 2020 年 6 月 30 日，公司已不再将和盛长风纳入合并范围，导致应收医疗机构款均为零，符合披露原则，不存在异常情况。通过获取和盛长风转让后的明细账及科目余额表，显示截至 2019 年 6 月 30 日的应收医疗机构款的余额为 1,801.22 万元在 2019 年 6 月至 2020 年 6 月 30 日期间已全额收回。

应收医疗机构款项回款的付款方均与应收的医疗机构一致，不存在其他公司代为支付的情况。

(二) 发行人 2019 年对和盛长风的应收账款是否系承接了 2018 年末对医疗机构的应收账款。

公司 2019 年对和盛长风的应收账款 762.98 万元并不是承接 2018 年末对医疗机构的应收账款，而是在处置和盛长风股权之前，和盛长风从公司的全资子公司和盛医药采购药品形成的未付商品采购款，根据股权转让协议的约定，和盛长风在 2020 年 12 月 31 日之前需按照相关进度支付完毕，预计不会形成大额坏账损失。

2017 年 1 月 1 日至 2020 年 10 月 31 日应收和盛长风的明细如下：

单位：万元

年份	期初金额	当期增加金额	本期回款金额	期末金额
2017 年度		3,896.26	404.02	3,492.24
2018 年度	3,492.24	82.93	2,804.60	770.57
2019 年度	770.57	150.55	158.14	762.98
2020 年 1-6 月	762.98	7.94	206.83	564.09
2020 年 7-10 月	564.09	6.67	196.31	374.45

和盛长风系公司为了加强湘东地区的医药配送，在 2016 年 11 月新设成立的一家全资子公司，2017 年至 2020 年 10 月累计向该公司销售 4,144.35 万元的药品，截至 2020 年 10 月 31 日共回款 3,769.90 万元，尚余 374.45 万元未收回。按照股权转让协议的约定，该款项预计在 2020 年 12 月 31 日将全额收回。综上所述，公司应收和盛长风的款项是和盛长风与和盛医药的购销业务形成，而不是承接了 2018 年末对医疗机构的应收账款。

(三) 发行人是否因对医疗机构的应收账款无法按时收回，存在通过剥离和盛长风继而规避坏账准备计提情形。

获取和盛长风转让后的明细账及科目余额表，显示截至 2019 年 6 月 30 日的应收医疗机构款的余额为 1,801.22 万元在 2019 年 6 月至 2020 年 10 月 31 日期间已全额收回。

和盛长风的主要客户是医疗机构，如上表所述，每年的医疗机构款项并未出现无法按时收回的现象。而剥离和盛长风的目的是为了回收资金，提高经济效益。剥离后的和盛长风的应收医疗机构款均按时回款，并未出现大额的坏账损失。因

此不存在通过剥离和盛长风继而规避坏账准备计提情形。

二、发行人对加盟店和医疗机构的应收账款坏账按 1% 计提，而非按账龄计提坏账的合理性；加盟店和医疗机构是否具备相同的信用风险，其同样按照 1% 计提坏账是否合理。

（一）公司对加盟店的应收账款主要为按照与各加盟商签订的相关加盟协议发货并由加盟商签收后，由于结算的时间差形成的应收加盟商货款。

单位：万元

项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应收账款期初余额	6,547.98	5,604.52	5,141.22	4,964.55
期后回款金额	5,286.45	5,514.53	5,135.50	4,959.24
尚未回款金额	1,261.53	90.00	5.72	5.31
其中：按照 1% 的坏账政策减值测试的金额	65.48	56.05	51.41	49.65
未回款金额占期末余额比例	19.27%	1.61%	0.11%	0.11%

注：期后回款金额指各期末后 1 年内的回款金额；2020 年 6 月 30 日的期后回款金额指截至 2020 年 10 月 31 日的回款金额。

由于加盟门店每日的营业款都必须按照规定全部归集到公司，每日销售产生的现金结算款项均需按照规定在次日缴存到公司的指定账户汇总，银联刷卡、医保回款、微信、支付宝结算资金则统一归集至公司账户，并按照相关机构期限规定进行结算。公司与加盟门店进行财务核算时，在扣除代付的货款、代发的员工薪酬、财务费、软件维护费、手续费、违规罚款、物料费等成本费用后，公司将加盟商的利润返回至加盟商指定账户。公司目前合作的银行及根据公司需求开发的系统可对加盟门店资金进行有效监督和管理，确保门店的现金营业款按时、统一上缴，可以有效预防加盟门店资金安全风险。因此加盟店的应收账款可以如期回收，不存在坏账风险。公司基于谨慎原则按照 1% 的比例计提坏账准备具有合理性。

2、公司应收医疗机构款主要为子公司和盛长风对所负责片区的医院、诊所等医疗机构形成销售尚未收回的款项，按照与各医疗机构签订的相关协议发货并由医疗机构签收后，按照协议中约定的期限与医疗机构进行结算，一般会给与一定的 3-6 个月的账期进行结算。由于结算的时间差形成期末应收医疗机构款。

报告期内，公司各期应收医疗机构回款金额及占比情况良好，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 7 月-2020 年 6 月	2018 年	2017 年
应收账款期初余额	1,801.22	1,466.79	1,091.03
期后回款金额	1,801.22	1,376.36	1,091.03
尚未回款金额	0.00	90.43	0.00
其中：按照 1%的坏账政策减值测试的金额	18.01	14.67	10.91
未回款金额占期末余额比例	0.00%	6.17%	0.00%

报告期内，公司转让和盛长风股权前后，应收医疗机构款回款金额及占比情况良好，各期的尚未回款金额占比为 0%、6.17%、0%。

同行业上市公司老百姓 2019 年年度报告披露坏账准备情况如下：

单位：元

名称	期末余额		
	应收账款	坏账准备	计提比例（%）
组合1：医保款	739,859,059	5,788,787	0.8
组合2：应收企业货款	154,245,418	2,039,452	1.3
组合3：应收医院及卫生院货款	139,606,073	210,562	0.1
组合4：其他	47,925,853	734,478	1.5
合计	1,081,636,403	8,773,279	

从上表可以看出，老百姓对应收医院及卫生院货款的坏账准备计提比例为 0.1%，公司按照 1%计提医疗机构应收账款坏账准备相比同行业上市公司老百姓更加谨慎。

因此，公司对应收医疗机构款的应收账款坏账按 1%计提，而非按账龄计提坏账具有合理性。

3、综上所述，发行人对加盟店和医疗机构的应收账款坏账按 1%计提，而非按账龄计提坏账具有合理性；加盟店和医疗机构具备相同的信用风险，其同样按照 1%计提坏账具有合理性。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、对管理层进行访谈，了解公司对客户的信用政策及执行情况。
- 2、查阅应收账款前十大加盟商及医疗机构客户的销售合同，检查结算方式、授信条款与期末应收账款及业务的匹配性，检查是否存在高于授信额度的应收账款余额。
- 3、查阅公司应收款项坏账准备计提政策及坏账准备计提明细表，依据坏账计提政策对坏账准备计提或转回金额进行复核。
- 4、检查公司应收账款期后回款的相关会计记录，并与期后银行账户流水中的回款人、回款金额、回款日期进行核对。
- 5、通过获取公司应收账款账龄，了解账龄较长的原因及逾期情况，并对照新旧金融工具准则，确认公司对该应收账款坏账计提是否充分。
- 6、对加盟店及医疗机构主要客户的应收账款余额执行函证程序。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

- 1、2018 年末对医疗机构的应收账款 1,466.79 万元期后已全额收回，其付款方与应收的医疗机构一致，不存在由其他公司代为支付情况；发行人 2019 年末对和盛长风的应收账款不是承接了 2018 年末对医疗机构的应收账款，而是由和盛长风与和盛医药的正常购销行为产生，并已按照股权转让协议中约定还款进度还款；发行人不存在因对医疗机构的应收账款无法按时收回，通过剥离和盛长风继而规避坏账准备计提情形。
- 2、发行人对加盟店和医疗机构的应收账款坏账按 1%计提充分适当，具有合理性；加盟店和医疗机构具备相同的信用风险，均按照 1%计提坏账具有合理性。

问题 14

关于未决诉讼。根据审核问询回复，发行人存在 7 宗未决诉讼。请发行人补充披露未决诉讼的进展情况及对公司的具体影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“三、重大诉讼和仲裁事项”中补充披露如下：

截至问询函回复出具日，发行人未决诉讼的进展情况及对公司的具体影响如下：

序号	原告	被告	案由	最新基本情况	对公司的具体影响
1.	养天和	常宁市养天和大药房有限公司中银店、周泉、常宁市养天和大药房、郭连新	合同纠纷	被告常宁市养天和大药房有限公司中银店已将所有欠付营业款支付至公司；同时养天和已另案起诉常宁市养天和大药房实际控制人。2020 年 9 月 14 日，湖南省长沙县人民法院同意养天和撤回起诉。本案已结案。	已结案，所有款项已收回，无不利影响。
2.	养天和	湘潭县幸福养天和大药房、成亿姣、周勇军	合同纠纷	因被告作为养天和加盟店及其实际控制人，未按合同约定按时部分营业款，养天和于 2020 年 8 月向长沙县人民法院起诉，要求被告支付欠款及利息、违约金。2020 年 9 月 16 日，长沙县人民法院作出（2020）湘 0121 民初 8556 号民事判决，判令原被告之间的加盟合同解除，自解除之日起被告立即停止使用原告的特许经营资源；被告周勇军、成亿姣共同向原告支付欠付款 303,421.87 元及逾期利息、违约金 10,000 元；驳回了养天和的其他诉讼请求。截至问询函回复出具日，上述判决尚未生效。	该案涉案金额占发行人最近一期净资产比例约为 0.094%，涉案金额较小，且发行人是该案的原告，因此，该案不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。
3.	养天和	郭连新	合同纠纷	因被告作为常宁市养天和大药房实际控制人，未按合同约定按时上缴医保部分营业款，养天和向长沙县人民法院起诉，要求被告支付欠款及利息、违约金（因常宁市养天和大药房已更名，养天和仅起诉其实际控制人）。2020 年 9 月 17 日，长沙县人民法院作出（2020）湘 0121 民初 8555 号民事判决，判令原被告之间的加盟合同解除，自解	该案涉案金额占发行人最近一期净资产比例约为 0.08%，涉案金额较小，且发行人是该案的原告，因此，该案不会对发行人的生产经营

序号	原告	被告	案由	最新基本情况	对公司的具体影响
				除之日起被告立即停止使用原告的特许经营资源；被告向原告支付欠付款 280,184.35 元及逾期利息、违约金 10,000 元；驳回了养天和其他诉讼请求。 截至问询函回复出具日，该判决已生效，被告已向公司支付了 135,656.3 元，剩余款项正在追缴中。	产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。
4.	和盛医药	山东康利莱医疗器械有限公司（下称“康利莱”）	买卖合同纠纷	被告未按照合同约定向和盛医药供货，和盛医药于 2020 年 7 月 10 日向长沙县人民法院提起诉讼，要求被告返还货款，并支付违约金。长沙县人民法院已作出（2020）湘 0121 民初 8350 号民事判决，判令康利莱向和盛医药退还货款 564.74 万元，并支付违约金（违约金以 564.74 万元为基数按照全国银行同业拆借中心公布的贷款市场报价利率标准，自 2020 年 5 月 22 日起计算至款项付清之日止）；驳回和盛医药其他诉讼请求。 2020 年 10 月 9 日，因不服上述判决，山东康利莱医疗器械有限公司向长沙市中级人民法院提起上诉。截至问询函回复出具日，该案件尚在审理中。	该案涉案金额占发行人最近一期净资产比例约为 2.08%，和盛医药已经冻结被告及其法定代表人相应股权，该案不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。
5.	康利莱	和盛医药、发行人	买卖合同纠纷	原告认为和盛医药未按照双方之间的合同约定履行提货义务，于 2020 年 9 月向昌邑市人民法院提起诉讼，要求被告履行提货义务，并赔偿损失，并申请财产保全，冻结了发行人 500 万的银行存款。	该案涉案金额占发行人最近一期净资产比例约为 4.58%，该案不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。
6.	和盛医药	湖南省美乐厨油茶网络科技有限公司	买卖合同纠纷	因买卖合同纠纷，和盛医药向长沙市雨花区人民法院诉请湖南省美乐厨油茶网络科技有限公司（以下简称“美乐厨”）返还预付款 2,551,052.8 元，并赔偿利息损失、违约损失。长沙市雨花区人民法院于 2018 年 7 月 13 日作出（2017）湘 0111 民初 8877 号民事判决书，判令美乐厨向和盛医药返还预付款 2,551,052.8 元，并赔偿利息损失、支付违约金 250,000 元。因均不服前述判决，和盛医药、美乐厨向长沙市中级人民法院提出上诉，2019 年 2 月 20 日，长沙市中级人民法院做出（2018）湘 01 民终 7711 号民事判决书，驳回上诉，维持原判。和盛医药已向法院申请执行该判决， 截至问询函回复出具日，被告已向公司支付 10 万元，剩余款项仍在执行过程中。	该案涉案金额占发行人最近一期净资产比例约为 0.77%，涉案金额较小，且发行人是该案的原告，因此，该案不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。
7.	发行人、游志刚	闫国良	损害股东利益	发行人曾持有河北养天和大药房连锁有限公司（下简称“河北养天和”）60%股权，闫国良持有该公司 30%股权。河北养天和于	该案涉案金额占发行人最近一期净资产比例约为

序号	原告	被告	案由	最新基本情况	对公司的具体影响
			责任纠纷	2014年8月20日召开股东会并通过决议,同意河北养天和解散,闫国良担任清算组组长。因与闫国良就河北养天和清算剩余财产分配事宜发生争议,发行人向河北省石家庄市长安区人民法院提起诉讼,请求判令闫国良履行公司剩余财产 204.37 万元的分配责任。河北省石家庄市长安区人民法院于2019年4月29日作出(2018冀0102民初5251号民事判决,驳回了发行人的诉讼请求。发行人因不服该判决已向河北省石家庄市中级人民法院提起上诉。2019年12月10日,河北省石家庄市中级人民法院作出(2019)冀01民终11639号民事裁定书,将上述案件发回原审人民法院重审。 2020年9月15日,河北省石家庄市长安区人民法院已开庭审理本案,截至问询函回复出具日,该案件尚未判决。	0.62%,涉案金额较小,且发行人是该案的原告,因此,该案不会对发行人的生产经营产生重大不利影响,不构成本次发行上市的实质性障碍。
8.	长沙市潭缘物业管理有限公司	发行人	合同纠纷	2020年4月21日,因房租租赁合同纠纷,长沙市潭缘物业管理有限公司向长沙市雨花区人民法院诉请发行人支付租金、违约金等各项费用共计238.026万元。2020年5月11日,长沙市雨花区人民法院作出(2020)湘0111民初3542号之一民事裁定,裁定冻结发行人名下的银行存款1,000,000元或查封、扣押相应价值的其他财产。截至问询函回复出具日,发行人被长沙市雨花区人民法院冻结了1,000,000元银行存款。2020年7月23日,长沙市雨花区人民法院作出(2020)湘0111民初3542号民事判决书,判令养天和向原告支付免租期租金741,520.00元,原告不予退还养天和支付的履约保证金500,000.00元,养天和向原告支付门面空置租金185,380.00元。养天和已于2020年8月2日向长沙市中级人民法院提起上诉。截至问询函回复出具日,该案件正在审理过程中。	该案涉案金额占发行人最近一期净资产比例约为0.72%,涉案金额较小,不会对发行人经营造成重大不利影响,亦不会对发行人本次发行造成重大法律障碍。

【核查程序】

保荐机构和发行人律师已履行如下核查程序:

- 1、查阅发行人及其子公司涉及诉讼的起诉状、上诉状、申请书、裁定书、判决书等法律文件。
- 2、查阅涉诉加盟店的撤诉裁定书、营业款收回凭证、判决书等材料。

【核查结论】

经核查，保荐机构和发行人律师认为：截至问询函回复出具日，公司存在 7 起未决诉讼，上述未决诉讼涉案金额占发行人最近一期净资产比例为 9.038%，不会对发行人经营造成重大不利影响，亦不会对发行人本次发行造成重大法律障碍。

问题 15

关于收入按区域分布。招股说明书首次申报稿中，发行人西南区域收入增速较快，审核问询函回复显示，发行人对收入按区域分布情况进行调整，其中发行人西北地区调减幅度较大，华东等地区调增较多。

请发行人补充说明：

（1）相关调整的原因及主要调整涉及客户情况，调整后华东地区收入占比增加的原因及合理性；

（2）直营业务等四项业务各自按区域划分的收入和毛利率情况，不同业务的区域分布收入和毛利率是否存在显著差异，原因及合理性；

（3）分销业务收入是否主要来源于湖南以外地区，省外分销客户向发行人采购而非向其所在地供应商采购的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

一、相关调整的原因及主要调整涉及客户情况，调整后华东地区收入占比增加的原因及合理性。

招股说明书（2020 年 7 月 3 日披露）与招股说明书（2020 年 10 月 17 日披露）涉及 2017 年度至 2019 年度的主营业务收入按照区域分类调整的对比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度				2018 年度				2017 年度			
	调整前	调整后	差异	差异占比	调整前	调整后	差异	差异占比	调整前	调整后	差异	差异占比
华中	78,212.05	77,208.11	1,003.94	1.28%	72,608.31	72,890.54	-282.23	-0.39%	62,667.87	62,628.43	39.44	0.06%
华南	10,813.98	12,461.00	-1,647.02	-15.23%	10,132.96	10,753.06	-620.10	-6.12%	8,274.53	8,341.40	-66.87	-0.81%
西北	6,009.82	792.31	5,217.51	86.82%	3,880.88	769.22	3,111.66	80.18%	2,068.61	533.30	1,535.31	74.22%
西南	3,170.16	2,646.03	524.13	16.53%	1,172.49	2,026.27	-853.78	-72.82%	720.87	1,221.75	-500.88	-69.48%
华东	1,762.30	5,141.57	-3,379.27	-191.75%	1,067.08	2,437.43	-1,370.35	-128.42%	793.89	1,610.20	-816.31	-102.82%
华北	1,673.71	2,111.51	-437.80	-26.16%	1,139.70	1,099.13	40.57	3.56%	618.24	825.51	-207.27	-33.53%
东北	1,334.31	2,615.80	-1,281.49	-96.04%	1,055.50	1,081.26	-25.76	-2.44%	739.28	722.70	16.58	2.24%
合计	102,976.34	102,976.33	-	-	91,056.91	91,056.91	-	-	75,883.29	75,883.29	-	-

注：差异=调整前-调整后，差异占比=差异/调整前

发行人对按照地区分类的主营业务收入的调整主要系省份划分至区域时，公式链接错误导致，不涉及具体客户销售收入的调整。调整前后的区域划分情况如下：

项目	调整前	调整后
华中	湖南、黑龙江（不含哈尔滨）、吉林、辽宁	湖南、河南、湖北、江西
华南	广西、海南、贵州、河北	广东、海南、广西
西北	甘肃、青海、广东、山东、四川	甘肃、宁夏、青海、陕西、新疆
西南	云南、天津、新疆、浙江、哈尔滨	云南、贵州、四川、西藏、重庆
华东	安徽、福建、上海、江西、山西、重庆	安徽、福建、上海、江苏、山东、浙江
华北	北京、河南、宁夏、陕西、西藏	北京、河北、内蒙古、山西、天津
东北	湖北、江苏、内蒙古	黑龙江（含哈尔滨）、吉林、辽宁

调整后华东地区收入占比增加较大，主要原因系来源于江苏、山东、浙江的主营业务收入高于江西、山西、重庆的主营业务收入所导致。2017 年至 2019 年来源于上述省份的主营业务收入对比情况如下：

单位：万元

项目		2019 年度	2018 年度	2017 年度
调整前	江西	248.51	197.12	172.43
	山西	85.52	78.01	94.07
	重庆	719.52	133.92	44.40
调整后	江苏	465.04	340.09	282.17
	山东	1,628.34	869.99	490.01
	浙江	2,339.44	569.31	355.02
差异		-3,379.27	-1,370.35	-816.31

招股说明书（2020 年 7 月 3 日披露）按地区分类数据系人为统计错误导致的错报，经核实调整后，华东地区收入占比增加与公司实际情况相符，具有合理性。

二、直营业务等四项业务各自按区域划分的收入和毛利率情况，不同业务的区域分布收入和毛利率是否存在显著差异，原因及合理性。

（一）加盟业务按区域划分的收入和毛利率情况

单位：万元

地区	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
华中	20,140.17	9.27%	34,753.63	8.90%	33,887.53	10.30%	30,380.71	10.47%
华南	3,115.62	12.08%	4,704.22	14.64%	4,409.06	14.29%	3,309.07	15.46%
合计	23,255.80	9.64%	39,457.85	9.58%	38,296.59	10.76%	33,689.78	10.96%

2019 年华中区域加大了品牌厂家的战略合作，与品牌厂家共同加大了门店终端的政策投入，品牌品种销售上升比较明显，知名品牌品种逐步替代高毛利的品牌知名度较小厂家品种。知名品牌品种由于知名度高，吸客能力强，但毛利率相对偏低。

华南地区公司的门店主要在海南，海南是著名旅游胜地，人流量大，门店设立要求高，房租偏贵，因此该地区药店的销售价格比华南地区高，毛利率也偏高。

（二）直营业务按区域划分的收入和毛利率情况

单位：万元

地区	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
华中	15,824.69	31.80%	27,234.22	32.43%	25,122.67	31.81%	23,899.97	34.14%
华南	2,271.16	37.41%	4,497.73	39.15%	4,696.35	41.02%	4,332.53	40.92%
合计	18,095.85	32.50%	31,731.95	33.38%	29,819.02	33.26%	28,232.49	35.18%

2018 年度华中区域毛利率有所下降，主要原因系发行人增加终端促销活动力度，除会员日外每月还开展了多次主题活动，直营门店商品折扣率有所上升。

华南区域的门店主要在海南，平均商品定价高于华中区域（主要是湖南地区），总体毛利率相对较高，如复方感冒灵颗粒在进价一致的情况下，华中区域零售价 28 元，华南区域零售价 32 元、卵磷脂片华南零售价 368 元，华中零售价 298 元。

（三）分销业务按区域划分的收入和毛利率情况

单位：万元

地区	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
华中	3,944.90	24.24%	15,182.11	14.21%	13,447.57	14.48%	8,347.75	20.47%
华南	766.08	18.22%	937.46	21.55%	809.28	28.55%	699.80	19.97%
西北	833.33	22.81%	792.31	34.63%	769.22	34.02%	533.30	33.95%

地区	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
西南	1,222.57	25.36%	2,098.06	35.63%	1,954.86	34.88%	1,221.75	32.52%
华东	2,806.46	10.90%	4,551.86	24.71%	2,218.63	31.50%	1,610.20	29.46%
华北	898.49	25.86%	1,907.53	29.71%	1,090.69	33.99%	825.51	32.22%
东北	607.00	29.75%	2,521.28	26.50%	1,076.15	34.24%	722.70	33.34%
合计	11,078.84	20.89%	27,990.61	20.51%	21,366.40	21.34%	13,961.02	24.41%

华中区域 2018 年度毛利率有所下降，主要是由于发行人引进并推广知名品牌品种，逐步替代高毛利的品牌知名度较小厂家品种。知名品牌品种由于生产厂家在市场投入了较多营销资源，产品知名度高、市场容量大，吸客能力强，但毛利率相对偏低。2020 年 1-6 月，受疫情影响，知名品牌品种如古汉养生精等滋补类产品的销售额大幅减少，整体毛利率反而上升。

华南区域 2018 年毛利率大幅上升的原因是海元堂牌三胶颗粒的销量增加，该产品毛利率较高，拉升了整体毛利率水平。

西北、西南区域 2020 年 1-6 月主要系疫情影响，毛利率较低的一次性医用口罩、体温计等防疫物品的销售大幅增加，从而拉低该区域毛利率。

因疫情原因，华东区域 2020 年 1-6 月的销售的人血白蛋白占比大幅增加，其毛利率在 3%左右，故拉低了区域毛利率水平。

华北、东北的销售毛利率逐年降低，主要系客户需求变化导致产品结构调整的影响。

（四）品牌合作业务按区域划分的收入和毛利率情况

单位：万元

地区	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
华中	21.05	16.45%	38.15	25.95%	432.77	9.55%	-	-
华南	3,031.47	9.04%	2,321.59	7.55%	838.36	9.60%	-	-
西北	-	-	-	-	-	-	-	-
西南	40.61	8.02%	547.98	-0.62%	71.41	12.10%	-	-
华东	1,417.99	6.99%	589.72	5.20%	218.80	5.12%	-	-
华北	295.36	8.78%	203.98	6.44%	8.45	32.95%	-	-

地区	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
东北	260.14	8.99%	94.51	14.14%	5.11	38.08%	-	-
合计	5,066.63	8.47%	3,795.93	6.29%	1,574.90	9.30%	-	-

华中区域的品牌合作客户在 2018 年合作初期销售的主要为毛利率较低的常规品种，如复方氨酚烷胺胶囊（快克）、阿莫西林胶囊（阿莫仙），2019 年起主要销售一些高毛利品种，如四季感冒胶囊、纽西莱特芦荟胶囊、百合固金片等代理品种。

西南区域 2019 年销售为负毛利，主要原因是合作企业采购厂家支持的活动品种较多，而这些产品在当期的销售毛利为负数（后期厂家以票折形式进行了补偿），例如葵花小儿肺热咳喘口服液、小儿柴桂、盐酸氨基葡萄糖胶囊等。2020 年 1-6 月公司对西南区域商品进行重新定位，调整了销售商品结构，毛利率回归正常值。

华北区域和东北区域两地销售不大，毛利率波动主要由于产品结构的变化。

综上，发行人不同业务按照区域划分的收入和毛利率情况存在一定差异，主要原因为：

1、针对不同区域的市场情况制定的销售策略和活动投入有差异，导致毛利率有差异；

2、不同区域市场的销售品种结构有差异，例如：北方市场多数不能销售日化等非药品，华中和华南市场的此类非药品销售占比要高于北方，影响整体销售毛利率有差异；

3、同一商品购进价和市场零售价有区域差异性，即使是同一厂家的同种商品的在不同区域的采购价和零售价也存在差异；采购价和零售价的差异导致区域毛利率有所不同。

因此，发行人不同业务按照区域划分的收入和毛利率情况存在一定差异具有合理性。

三、分销业务收入是否主要来源于湖南以外地区，省外分销客户向发行人采购而非向其所在地供应商采购的合理性。

（一）分销业务收入是否主要来源于湖南以外地区

报告期内，公司分销业务收入按照省内省外分类的情况如下：

单位：万元

地区	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
湖南省内	3,084.71	27.84%	12,259.53	43.80%	12,625.21	59.09%	7,723.31	55.32%
湖南省外	7,994.13	72.16%	15,731.09	56.20%	8,741.18	40.91%	6,237.71	44.68%
合计	11,078.84	100.00%	27,990.61	100.00%	21,366.40	100.00%	13,961.02	100.00%

公司为品牌合作业务的发展奠定基础，开拓全国市场，2017 年公司开始加大发展分销业务的开拓力度，故先把市场开拓的力度放在湖南。随着公司人员和经营品种的增加，省外业务的开拓也快速增长。

（二）省外分销客户向发行人采购而非向其所在地供应商采购的合理性

1、省外分销客户向发行人采购而非向其所在地供应商采购的原因

医药流通行业中除生产企业因区域代理等原因限制在本特定区域销售外，大部分商品都可以在全国范围内进行流通，医药流通企业从当地还是省外采购主要取决于所在地区是否拥有充足货源以及性价比。发行人的商品能销往省外，主要有以下方面原因：

（1）在大品牌进入大连锁的商业背景下，正对全国的县域连锁或单体药店知名品牌产品较为缺乏的状况，公司遴选优质产品，进行贴牌生产或者获得全国代理权，在全国范围内进行推广。贴牌生产或者获得全国代理权的产品，在价格方面均有一定的优势，特别是适合在三线城市以及以下地区的药店。如苯磺酸氨氯地平片/海元堂_5mg*14片*3板、盐酸左氧氟沙星片/海元堂_0.2g*18片、阿莫西林胶囊（海元堂）、惠普生牌/富莱欣牌大豆磷脂软胶囊（小）/纽西莱特_1200mg*100粒等，这些商品由公司直接从生产厂家采购，具有明显的价格优势。

（2）公司作为乐立滋羊乳粉的全国总代理，向湖南省外的客户宁波熙耘科技有限公司、北京宝通恒世国际贸易有限公司进行推广销售，由于公司为该产品

的全国总代理，故客户仅能向发行人采购而非向其所在地供应商采购。

(3) 由于医药用品的单位价值高，运输费用占比少，加之目前物流运输方便，可以在全国范围内流通。贴牌商品集中生产全国销售的模式满足了中小连锁和单体药店的品种需求，发展迅速，在医药行业已成为常态。

(4) 为了在全国范围推广公司产品，2017 年发行人下属子公司和盛医药成立专门负责分销的机构-----全国营销中心，同时组建了一支强有力的销售队伍，到 2020 年上半年，公司负责全国销售的人数已经达到了 110 多人，其中专门负责省外的人员超过 80 人。这些销售人员全力将公司的商品不断推外推广，也加快了省外分销业务的发展。

2、报告期各期省外主要分销客户情况如下：

(1) 2020 年 1-6 月省外主要分销客户及其向发行人采购的主要产品情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	占省外分销收入比例	向发行人采购的主要产品
宁波熙耘科技有限公司	418.70	5.24%	幼儿配方羊乳粉
新疆康宁医药连锁有限责任公司	395.65	4.95%	一次性使用医用口罩（非无菌型）
国药控股江苏有限公司	280.53	3.51%	人血白蛋白_10g（20%，50ml）/瓶
南京苏康医药有限公司	280.53	3.51%	人血白蛋白 10g（20%，50ml）/瓶
江苏朗润药业有限公司	278.76	3.49%	人血白蛋白 10g（20%，50ml）/瓶
合计	1,654.17	20.69%	

(2)2019 年度省外前主要分销客户及其向发行人采购的主要产品情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	占省外分销收入比例	向发行人采购的主要产品
宁波熙耘科技有限公司	1,504.13	9.56%	幼儿配方羊乳粉
哈尔滨宝丰新药特药有限公司	707.48	4.50%	恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片
北京宝通恒世国际贸易有限公司	486.69	3.09%	幼儿配方羊乳粉
齐齐哈尔润泰嘉美医药有限公司	380.31	2.42%	恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片 替米沙坦片_40mg*7 片*3 板 苯磺酸氨氯地平片_5mg*14 片*3 板

客户名称	销售收入	占省外分销收入比例	向发行人采购的主要产品
			盐酸二甲双胍缓释片_0.5g*10片*5板
河南张仲景医药物流有限公司	349.87	2.22%	恩替卡韦片_0.5毫克*7片 福辛普利钠片_10毫克/片*14片
合计	3,428.47	21.79%	

(3) 2018 年度省外主要分销客户及其向发行人采购的主要产品情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	占省外分销收入比例	向发行人采购的主要产品
山东阿卡迪亚药业有限公司	317.99	3.64%	苯磺酸氨氯地平片/海元堂_5mg*14片*3板 阿莫西林胶囊_0.5克*10粒*2板 蒲地蓝消炎片_0.3g*25片*3板 小儿暖脐膏/海元堂_3g*4袋
广安正和祥药业连锁有限公司	173.31	1.98%	三胶颗粒/海元堂_15g*30袋 盐酸二甲双胍缓释片_0.5g*10片*5板 苯磺酸氨氯地平片/海元堂 盐酸二甲双胍缓释片/海元堂_0.5g*10片*5板
浙江国辉医药科技有限公司	141.20	1.62%	苯磺酸氨氯地平片/海元堂_5mg*14片*3板 阿莫西林胶囊_0.5克*10粒*2板 活血止痛片_0.8g*30片 妇炎康片（薄膜衣）_0.5g*12片*6板
福建新紫金医药有限公司	123.81	1.42%	苯磺酸左氨氯地平片（苯磺酸左旋氨氯地平片）_2.5mg*14片*2板 盐酸左氧氟沙星片/海元堂_0.2g*18片 苯磺酸左旋氨氯地平片_2.5mg*14片*2板 苯磺酸氨氯地平片/海元堂_5mg*14片*3板
浙江天力药业有限公司	98.62	1.13%	苯磺酸左氨氯地平片（苯磺酸左旋氨氯地平片）_2.5mg*14片*2板 妇炎康片（薄膜衣）_0.5g*12片*6板 阿莫西林胶囊_500mg*10粒*2板 替米沙坦片_40mg*7片*3板
合计	854.93	9.78%	

(4) 2017 年度省外主要分销客户及其向发行人采购的主要产品情况如下：

单位：万元

客户名称	销售收入	占省外分销收入比例	向发行人采购的主要产品
山东阿卡迪亚药业有限公司	171.78	2.75%	苯磺酸氨氯地平片/海元堂_5mg*14 片*3 板 阿莫西林胶囊#_0.5 克*10 粒*2 板 蒲地蓝消炎片_0.3g*25 片*3 板 小儿暖脐膏/海元堂#_3g*4 袋 抗宫炎片#_0.25g*48 片*2 小盒/中盒 阿莫西林分散片/海元堂_0.25g*24 片
温州市天力药业有限公司	139.77	2.24%	苯磺酸左旋氨氯地平片_2.5mg*14 片*2 板 妇炎康片（薄膜衣）_0.5g*12 片*6 板 头孢克肟胶囊/青可奕_100mg*14 粒 阿莫西林胶囊#_0.5 克*10 粒*2 板 肠胃宁片/海元堂_0.3g*12 片*3 板
重庆海斛医药有限公司	96.58	1.55%	苯磺酸左旋氨氯地平片_2.5mg*14 片*2 板 妇炎康片（薄膜衣）_0.5g*12 片*6 板 四季感冒胶囊/明仁#_0.41g*12 粒*3 板 替米沙坦片/洛格乐_40mg*21 片 盐酸二甲双胍缓释片/海元堂_0.5g*10 片*5 板 辛伐他汀片/海元堂_10mg*16 片*2 板
福建安德利医药有限公司	94.97	1.52%	惠普生牌/富莱欣牌大豆磷脂软胶囊（小）/纽西莱特_1200mg*100 粒 惠普生牌钙维 D 软胶囊#/纽西莱特_1.2g*200 粒 百合康牌芦荟软胶囊/纽西莱特#_500mg*100 粒 7003 天然维生素 E 软胶囊/惠普生牌/纽西莱特#4_450 毫克*60 粒 2205 惠普生牌维生素 C 咀嚼片/富莱欣牌#_1000mg*100 片
浙江百利医药有限公司	82.98	1.33%	苯磺酸氨氯地平片/海元堂 5mg*14 片*3 板 阿莫西林胶囊#_0.5 克*10 粒*2 板 活血止痛片_0.8g*30 片 替米沙坦片/洛格乐_40mg*21 片 四季感冒胶囊/明仁#_0.41g*12 粒*3 板
合计	586.07	9.40%	

3、省外分销业务收入快速增长的原因

(1) 由于公司直接与生产厂家直接合作，贴牌生产和部分代理的商品具有明显的价格优势。随着公司负责对省外销售的人员的增多，在省外拓展的力度逐步加大，公司对外销售商品的影响力快速扩大，客户不断增多，销售额快速增长。

同时考虑到省外销售人员出差频繁等因素，公司调整了销售人员的激励政策，逐步向省外销售人员倾斜，也加快了省外分销业务的快速发展。

(2) 公司增加了一些全国独家代理的品种，如独家代理的乐立滋羊乳粉，主要销售给了湖南省外的客户宁波熙耘科技有限公司、北京宝通恒世国际贸易有限公司。2019 年该产品为公司增加了 1,990.81 万元的收入，占 2019 年省外分销业务新增部分的 28.89%。

(3) 2019 年，由于国家 4+7 带量采购政策的实施，国产的恩替卡韦片为首批中标降价品种，价格大幅下降。施贵宝的恩替卡韦片为进口原研药，价格一直较贵，受此影响，该厂家主动下调价格。公司利用自身优势，寻找到了低价优势货源，并将其分销到其他医药连锁和商业公司，其中省外的客户占比较大。故此产品的销售也加快了公司省外分销业务的增长。

(4) 2020 年 1-6 月因疫情影响，口罩、人血白蛋白等抗疫相关物资供不应求，而公司拥有该类商品供应渠道，公司秉承社会责任，全力采购抗疫物资，提供给国内有需求的客户。

综上，省外分销客户向发行人采购而非向其所在地供应商采购具有合理性。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

1、获取发行人招股说明书首次申报稿、首轮审核问询函回复对应的按区域分布的收入明细表，并进行对比分析，了解相关调整的原因及主要调整涉及客户情况，了解调整后华东地区收入占比增加的原因。

2、获取发行人按区域、按业务模式划分的收入、成本明细表，询问发行人高级管理人员直营业务等四项业务各自按区域划分收入和毛利率差异的原因，分析和判断合理性。

3、获取发行人湖南以外地区的前五大分销客户名单及其销售明细表，包括商品品名、规格、数量、销售收入、成本等，访谈发行人高级管理人员省外分销客户向发行人采购而非向其所在地供应商采购的原因，分析和判断合理性。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、收入按区域分布调整的原因主要系省份划分至区域错误，不涉及具体客户的金额调整，调整后华东地区收入占比增加主要系来源于江苏、山东、浙江的主营业务收入高于江西、山西、重庆的主营业务收入所导致，具有合理性。

2、直营业务等四项业务各自按区域划分的收入和毛利率不存在显著差异，具有合理性。

3、来源于湖南以外地区分销业务收入占比呈增长趋势，省外分销客户向发行人采购而非向其所在地供应商采购具有合理性。

问题 16

关于对品牌合作、分销客户的函证程序。根据审核问询回复，中介机构对报告期各期品牌合作和分销客户收入函证发函金额占账面金额比例分别为 36.47%、45.89%、56.58% 和 78.39%。

请保荐人、申报会计师说明 2017 年、2018 年发函比例较低的原因，对品牌合作、分销客户收入的真实性、准确性核查是否充分有效。

【发行人说明】

品牌合作、分销客户收入报告期占比情况如下：

产品类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)	收入	占比 (%)
直营业务	18,095.85	31.47	31,731.95	30.81	29,819.02	32.75	28,232.49	37.21
加盟业务	23,255.80	40.45	39,457.85	38.32	38,296.59	42.06	33,689.78	44.40
品牌合作业务	5,066.63	8.81	3,795.93	3.69	1,574.90	1.73		
分销业务	11,078.84	19.27	27,990.61	27.18	21,366.40	23.46	13,961.02	18.40
合计	57,497.12	100	102,976.34	100	91,056.91	100	75,883.29	100

由于公司的品牌合作业务从 2018 年才开始运营，因此 2017 年、2018 年品牌合作业务及分销业务的收入为 13,961.02 万元、22,941.30 万元，分别占全年收入的比例为 18.4%、25.19%。因此在确定对品牌合作、分销客户的函证抽样比例时参考收入占比。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师针对品牌合作及分销业务的客户的真实性及准确性，已履行如下核查程序：

1、针对报告期各期的收入执行了函证程序，函证的范围包括加盟业务、品牌合作业务、分销业务，具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度
函证数量（个）	543	543

项目	2018 年度	2017 年度
函证金额	44,073.73	32,510.53
账面收入金额	91,056.91	75,883.29
直营收入	29,819.02	28,232.49
剔除直营的其他业务收入合计	61,237.89	47,650.80
金额占比	71.97%	68.23%

针对 2017 年、2018 年的加盟业务、品牌合作业务、分销业务所涉及的收入执行函证程序，函证比例为 68.23%、71.97%。虽然针对 2017 年、2018 年的品牌合作和分销客户收入函证发函金额占账面金额比例分别只有 36.47%、45.89%；但还对其对应的应收账款余额进行函证，函证比例为 47.50%、49.79%，并执行了期后回款检查程序，公司不存在为了增加公司业绩虚做收入现象。

2、除执行函证程序外，保荐机构和申报会计师还执行了以下程序：

（1）对公司全国营销中心、质量管理中心及财务部负责人访谈，了解发行人分销及品牌合作业务的执行情况，对公司的销售及收款循环实施控制测试，评价发行人与分销及品牌合作业务相关的内部控制制度是否有效执行。

（2）针对报告期各期的品牌合作业务、分销业务客户还通过实地走访程序来确定上述客户的真实性及准确性，报告期各期的走访比例为 43.91%、53.38%、57.33%、51.85%。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

通过执行以上程序，虽然 2017 年、2018 对品牌合作业务及分销业务的函证比例较低，但通过执行了其他审计程序，能够保证对品牌合作、分销客户收入的真实性、准确性核查是充分有效。

问题 17

关于单品销售情况。根据审核问询回复，关于单品“定坤丹_7g*4 瓶”“恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片”“5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g”，发行人已披露与之相关的供应商和客户基本情况，未披露与其交易情况。

请发行人补充说明：

（1）向供应商采购金额及占比、数量、单价情况，向客户销售收入金额及占比、数量、单价、毛利率情况（注明客户所属渠道类型）；

（2）向不同供应商采购价格、客户销售价格的差异情况，并说明其原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

一、向供应商采购金额及占比、数量、单价情况，向客户销售收入金额及占比、数量、单价、毛利率情况（注明客户所属渠道类型）。

（一）定坤丹_7g*4 瓶

1、供应商采购金额及占比、数量、单价情况

单位：万元

序号	供应商名称	生产商名称	2020 年 1-6 月				2019 年			
			采购数量 (盒)	采购单价 (元)	采购金额	占比 (%)	采购数量 (盒)	采购单价 (元)	采购金额	占比 (%)
1	湖南凯信医药有限公司	山西广誉远国药有限公司					50,980	99.30	506.21	61.46
2	湖南九州通医药有限公司	山西广誉远国药有限公司					29,333	97.35	285.54	34.67
3	海南九州通医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	212	106.19	2.25	100	3,290	96.83	31.86	3.87
	合计		212	106.19	2.25	100	83,603	98.51	823.61	100

接上表：

单位：万元

序号	供应商名称	生产商名称	2018 年				2017 年			
			采购数量 (盒)	采购单价 (元)	采购金额	占比 (%)	采购数量 (盒)	采购单价 (元)	采购金额	占比 (%)
1	山西广誉远国药有限公司	山西广誉远国药有限公司	110,399	94.13	1,039.17	93.81				
2	湖南津湘药业有限公司	山西广誉远国药有限公司					4,383	81.87	35.88	7.18
3	湖南同安医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	3,997	94.10	37.61	3.40	26,888	89.02	239.35	47.87
4	华润湖南双舟医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	-382	94.10	-3.59	-0.32	24,776	84.12	208.43	41.68
5	海南九州通医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	400	94.10	3.76	0.34				
6	海南晨菲医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	1,440	94.10	13.55	1.22				
7	国药控股海南有限公司	山西广誉远国药有限公司	700	94.10	6.59	0.59				
8	海南广药晨菲医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	1,134	94.10	10.67	0.96	1,740	93.98	16.35	3.27
	合计		117,688	94.13	1,107.75	100	57,787	86.53	500.02	100

2、向客户销售收入金额及占比、数量、单价、毛利率情况（注明客户所属渠道类型）：

定坤丹_7g*4 瓶在各业务模式下的收入及毛利率：

单位：万元

业务模式	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	毛利率 (%)	收入	毛利率 (%)	收入	毛利率 (%)	收入	毛利率 (%)
直营业务	25.75	37.27	59.35	32.95	89.13	35.94	93.84	43.69
加盟业务	45.76	4.67	171.48	3.16	209.44	5.85	302.79	6.90
品牌合作业务	4.37	10.55	59.18	6.27	10.71	5.59		
分销业务			677.24	1.73				

业务模式	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	毛利率 (%)	收入	毛利率 (%)	收入	毛利率 (%)	收入	毛利率 (%)
合计	75.89	16.07	967.25	4.17	309.27	14.51	396.63	15.60

由于直营业务模式下定坤丹_7g*4 瓶客户为个人消费者，此处列示除直营业务以外各业务模式下排名前五的客户：

(1) 加盟业务下定坤丹_7g*4 瓶排名前五的客户

2020 年 1-6 月：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	长沙市开福区银杏店养天和大药房	108	107.74	1.16	3.40%	2.54%
2	宁乡东湖塘镇闽端养天和大药房	95	109.68	1.04	9.47%	2.28%
3	长沙市开福区和福养天和大药房	85	109.13	0.93	4.70%	2.03%
4	宁乡县龙田镇徐民养天和大药房	84	109.97	0.92	5.43%	2.02%
5	长沙市望城区和宏养天和大药房	72	109.92	0.79	5.37%	1.73%
	合计	444	109.19	4.85	5.66%	10.59%

2019 年度：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	长沙市开福区文雅养天和大药房	193	115.37	2.23	8.96%	1.30%
2	长沙市望城区养天和文华大药房	180	115.12	2.07	8.89%	1.21%
3	株洲市石峰区杉木塘养天和大药房	175	114.99	2.01	8.70%	1.17%
4	浏阳市养天和大药房普迹店	174	114.81	2.00	7.15%	1.16%

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
5	宁乡市养天和大药房朱良桥店	160	115.26	1.84	8.54%	1.08%
	合计	882	115.11	10.15	8.46%	5.92%

2018 年度：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	湘潭市岳塘区养天和大药房芙蓉龙贸店	634	105.07	6.66	6.73%	3.18%
2	长沙市开福区养天和和福大药房	309	104.89	3.24	6.58%	1.55%
3	平江县城关镇养天和大药房城关店	244	104.72	2.56	6.40%	1.22%
4	醴陵市养天和大药房日康药店	220	104.93	2.31	6.60%	1.10%
5	株洲市芦淞区康佳养天和大药房加盟店	216	105.08	2.27	6.74%	1.08%
	合计	1,623	104.96	17.04	6.63%	8.13%

2017 年度：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	长沙县果园镇鑫之养天和大药房	927	85.87	7.96	4.92%	2.63%
2	长沙市天心区子潇养天和大药房	619	85.72	5.31	7.41%	1.75%
3	长沙高新技术产业开发区廖家坪养天和大药房	564	84.75	4.78	8.23%	1.58%
4	长沙市开福区养天和和福大药房	483	89.01	4.30	6.86%	1.42%
5	长沙市望城区养天和文华大药房	440	88.54	3.90	6.09%	1.29%

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
	合计	3,033	86.52	26.24	6.52%	8.67%

(2) 分销业务下定坤丹_7g*4 瓶排名前五的客户

2019 年度:

单位: 万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	华润湖南医药有限公司	29,520	106.19	313.49	1.60%	46.29%
2	湖南九州通医药有限公司	29,333	106.63	312.78	1.87%	46.18%
3	湖南千金大药房连锁有限公司	4,800	106.19	50.97	1.60%	7.53%
	合计	63,653	106.39	677.24	1.73%	100.00%

(3) 品牌合作业务下定坤丹_7g*4 瓶排名前五的客户

2020 年 1-6 月:

单位: 万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	400	106.19	4.25	1.58%	97.21%
2	桂林天锐医药股份有限公司	200	106.19	2.12	1.60%	48.60%
3	天津市养天和津永新大药房连锁有限公司	5	106.19	0.05	1.55%	1.22%
4	重庆养天和昌野药房连锁有限公司	-81	106.19	-0.86	1.60%	-19.68%
5	山东福华医药有限公司	-150	79.65	-1.19	-31.20%	-27.34%
	合计	374	116.84	4.37	10.55%	100.00%

注: 公司向山东福华医药有限公司销售定坤丹_7g*4 瓶单价较低是由于前期销售时享受了销售折让的相关政策, 因此单价较低, 退货时也按销售时原价退回。

2019 年度:

单位: 万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	桂林天锐医药	1,972	112.01	22.09	6.26%	37.32%

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
	股份有限公司					
2	广东养天和九 济堂医药连锁 有限公司	1,290	111.94	14.44	6.20%	24.40%
3	山东养天和 新华鲁抗大药 房有限公司	808	112.01	9.05	6.25%	15.29%
4	肇庆市养天和 康民大药房连 锁有限公司	417	112.05	4.67	6.27%	7.89%
5	天津市养天和 津永新大药房 连锁有限公司	405	112.23	4.55	6.16%	7.68%
	合计	4,892	112.01	54.80	6.23%	92.59%

2018 年度：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	肇庆市康民大 药房连锁有限 公司	710	103.44	7.34	5.00%	68.57%
2	肇庆市国民大 药房连锁有限 公司	299	105.64	3.16	7.05%	29.49%
3	孝感养天和康 泓药品零售连 锁有限公司	20	103.45	0.21	4.57%	1.93%
	合计	1,029	104.08	10.71	5.59%	100.00%

(二) 恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片

1、供应商采购金额及占比、数量、单价情况

单位：万元

序号	供应商名称	生产商名称	2020 年 1-6 月				2019 年			
			采购数 量(盒)	采购单 价(元)	采购 金额	占比 (%)	采购数 量(盒)	采购单 价(元)	采购 金额	占比 (%)
1	辽宁省医药 对外贸易有 限公司	中美/上海 施贵宝制药 有限公司	10,079	117.95	118.88	73.72	154,800	125.25	1,938.84	99.47
2	辽宁省华源 医药有限公 司	中美/上海 施贵宝制药 有限公司	3,581	117.95	42.24	26.19				

序号	供应商名称	生产商名称	2020 年 1-6 月				2019 年			
			采购数量(盒)	采购单价 (元)	采购金额	占比 (%)	采购数量(盒)	采购单价 (元)	采购金额	占比 (%)
3	国药控股广东恒兴有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司	8	181.50	0.15	0.09				
4	湖南达嘉维康医药有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					300	153.82	4.61	0.24
5	湖南凯程药品销售有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					150	153.92	2.31	0.12
6	华润湖南瑞格医药有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					100	154.25	1.54	0.08
7	湖南天劲医药有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					50	159.29	0.80	0.04
8	湖南金海恒丰医药实业有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					32	150.86	0.48	0.02
9	海南广药晨菲医药有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					10	184.07	0.18	0.01
10	海南九州通医药有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					20	163.72	0.33	0.02
	合计		13,668	117.98	161.26	100	155,462	125.37	1,949.09	100

接上表：

单位：万元

序号	供应商名称	生产商名称	2018 年				2017 年			
			采购数量(盒)	采购单价 (元)	采购金额	占比 (%)	采购数量(盒)	采购单价 (元)	采购金额	占比 (%)
1	国药控股广东恒兴有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司	3	160.62	0.05	0.11				
2	湖南达嘉维康医药有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司	150	154.31	2.31	5.32	360	158.97	5.72	6.15
3	华润湖南瑞格医药有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司	100	154.25	1.54	3.54				
4	湖南金海恒丰医药实业有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司	350	156.41	5.47	12.58	3,238	178.63	57.84	62.12

序号	供应商名称	生产商名称	2018 年				2017 年			
			采购数量(盒)	采购单价(元)	采购金额	占比(%)	采购数量(盒)	采购单价(元)	采购金额	占比(%)
5	国药控股广州有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司	720	154.68	11.14	25.58				
6	国药控股长沙有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司	1,438	158.76	22.83	52.45	100	159.40	1.59	1.71
7	湛江九州通医药有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司	10	183.19	0.18	0.42				
8	湖南九州通医药有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					260	162.39	4.22	4.53
9	湖南津湘药业有限公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					50	177.78	0.89	0.95
10	湖南鑫和医药有限责任公司	中美/上海施贵宝制药有限公司					1,407	162.39	22.85	24.54
	合计		2,771	157.09	43.53	100	5,415	171.96	93.12	100

2、向客户销售收入金额及占比、数量、单价、毛利率情况（注明客户所属渠道类型）；

恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片在各业务模式下的收入及毛利率

单位：万元

业务模式	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)
直营业务	7.65	30.79	19.35	30.48	47.75	11.77	88.97	2.99
加盟业务	3.75	16.96	9.17	7.35	6.86	-0.07	7.54	0.30
品牌合作业务	3.37	14.54	1.56	3.40				
分销业务	348.36	16.05	1,936.54	14.81				
合计	363.13	16.36	1,966.62	14.93	54.31	10.27	96.51	2.78

注：2018 年加盟业务下恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片毛利率为-0.07%的主要原因是该品种为门店的常规必备品种，整体毛利率不高。公司为鼓励门店吸客引流，让利给加盟商。

由于购买恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片客户数量较多，此处列示除直营业务以外各业务模式下排名前五的客户。

(1) 加盟业务下恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片排名前五的客户

2020 年 1-6 月：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	武冈市养天和大药房中华乐洋店	40	145.71	0.58	16.87%	15.56%
2	长沙市开福区龙舒店养天和大药房	30	146.90	0.44	16.96%	11.77%
3	长沙市天心区和生堂养天和大药房	25	146.90	0.37	15.09%	9.81%
4	武冈市康甲大药房	22	146.90	0.32	17.74%	8.63%
5	长沙市天心区龙满养天和大药房	20	146.90	0.29	16.94%	7.84%
	合计	137	146.55	2.01	16.71%	53.60%

2019 年度：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	长沙高新技术产业开发区养天和麓景大药房	60	146.22	0.88	4.45%	9.57%
2	长沙市开福区桑田养天和大药房	50	150.78	0.75	9.28%	8.22%
3	长沙市开福区银杏店养天和大药房	50	150.30	0.75	5.11%	8.20%
4	长沙市开福区龙舒店养天和大药房	50	147.51	0.74	7.34%	8.05%
5	长沙市开福区龙辉养天和大药房	50	145.56	0.73	6.06%	7.94%
	合计	260	148.00	3.85	6.38%	41.98%

2018 年度：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	长沙市天心区养天和大药房	50	157.61	0.79	0.24%	11.49%

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
	汪子店					
2	长沙市望城区 养天和大药房 和宏店	30	158.21	0.47	-0.81%	6.92%
3	长沙高新技术 产业开发区养 天和麓景大药 房	30	156.58	0.47	-0.05%	6.85%
4	长沙市望城区 和宏养天和大 药房	30	154.68	0.46	-0.40%	6.77%
5	长沙市开福区 银杏店养天和 大药房	25	159.40	0.40	-0.04%	5.81%
	合计	165	157.27	2.59	-0.16%	37.85%

2017 年度：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	桃江县同心养 天和大药房	48	178.63	0.86	0.05%	11.37%
2	长沙市开福区 银杏店养天和 大药房	50	170.77	0.85	-0.93%	11.32%
3	长沙市开福区 龙纾店养天和 大药房	47	174.30	0.82	0.39%	10.86%
4	长沙市岳麓区 田湘养天和大 药房	45	172.84	0.78	0.65%	10.31%
5	长沙市望城区 养天和大药房 和宏店	40	174.57	0.70	2.01%	9.26%
	合计	230	174.20	4.01	0.37%	53.12%

(2) 分销业务下恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片排名前五的客户

2020 年 1-6 月：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	山东飞跃达医 药物流有限公司	14,400	148.14	213.32	16.34%	61.24%

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
2	河南张仲景医药物流有限公司	7,200	148.67	107.04	15.76%	30.73%
3	威海市天福医药有限公司	1,080	146.31	15.80	14.40%	4.54%
4	山西荣华药业有限公司	360	148.67	5.35	15.76%	1.54%
5	赤峰人川大药房连锁有限公司	360	148.67	5.35	15.76%	1.54%
	合计	23,400	148.24	346.87	16.05%	99.57%

2019 年度：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	哈尔滨宝丰新药特药有限公司	48,240	146.66	707.48	14.59%	36.53%
2	河南张仲景医药物流有限公司	22,320	147.53	329.29	15.08%	17.00%
3	齐齐哈尔润泰嘉美医药有限公司	19,080	146.17	278.89	14.31%	14.40%
4	黑龙江卓林医药有限公司	9,000	146.02	131.42	14.22%	6.79%
5	山东飞跃达医药物流有限公司	8,640	148.67	128.45	15.75%	6.63%
	合计	107,280	146.86	1,575.53	14.70%	81.36%

(3) 品牌合作业务下恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片排名前五的客户

2020 年 1-6 月：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	100	146.90	1.47	14.74%	43.58%
2	四川淳尚医药有限责任公司	80	145.89	1.17	14.15%	34.63%

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
3	阳泉养天和百济大药房连锁有限公司	50	146.90	0.73	14.74%	21.79%
	合计	230	146.55	3.37	14.54%	100.00%

2019 年度:

单位: 万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	50	159.97	0.80	3.59%	51.13%
2	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	50	152.90	0.76	3.20%	48.87%
	合计	100	156.44	1.56	3.40%	100.00%

(三) 5756 幼儿配方羊乳粉 (12-36 月龄, 3 段) _800g

1、供应商采购金额及占比、数量、单价情况

单位: 万元

序号	供应商名称	生产商名称	2020 年 1-6 月			2019 年		
			采购数量 (盒)	采购单价 (元)	采购金额	采购数量 (盒)	采购单价 (元)	采购金额
1	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	41,683	67.26	280.36	115,673	67.26	777.98
	合计		41,683	67.26	280.36	115,673	67.26	777.98

2、向客户销售收入金额及占比、数量、单价、毛利率情况 (注明客户所属渠道类型);

5756 幼儿配方羊乳粉 (12-36 月龄, 3 段) _800g 在各业务模式下的收入及毛利率

单位: 万元

业务模式	2020 年 1-6 月		2019 年	
	收入	毛利率 (%)	收入	毛利率 (%)
分销业务	308.38	9.09	849.91	8.46
合 计	308.38	9.09	849.91	8.46

(1) 分销业务下 5756 幼儿配方羊乳粉 (12-36 月龄, 3 段) _800g 排名前五

的客户

2020 年 1-6 月：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	宁波熙耘科技有限公司	41,683.00	73.98	308.38	9.09%	100.00%
	合计	41,683.00	73.98	308.38	9.09%	100.00%

2019 年度：

单位：万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	宁波熙耘科技有限公司	86,777.00	73.31	636.13	8.25%	74.85%
2	北京宝通恒世国际贸易有限公司	28,896.00	73.98	213.78	9.09%	25.15%
	合计	115,673.00	73.48	849.91	8.46%	100.00%

二、向不同供应商采购价格、客户销售价格的差异情况，并说明其原因及合理性。

（一）定坤丹_7g*4 瓶

1、采购价格差异

报告期内公司采购定坤丹_7g*4 瓶的采购单价受到生产商价格调控，同一期间的主要供应商给予的价格基本一致，因此采购价格不存在重大差异。

2、销售价格差异

报告期内，公司向各业务模式客户的销售价格存在差异，其中销售给直营业务客户的价格最高，销售给分销业务客户销售价格最低，主要原因系：（1）直营业务面对终端客户，因此单价和毛利率最高；（2）品牌合作业务客户目前尚处于培育阶段，定坤丹采购量较小，因此单价及毛利率较加盟业务及分销业务客户高；（3）分销客户采购量最大，公司薄利多销，给予的价格较其他业务模式低，毛利率较低。

（二）恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片

1、采购价格差异

自 2019 年开始，公司采购恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片的价格大幅下降，主要原因系施贵宝的恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片受国家 4+7 带量采购政策的影响，近两年价格正在逐年下降，恩替卡韦片是首批 4+7 品种，国内中标品种价格非常低，施贵宝厂家为应对中标品种带量集采，采取了降价争抢市场份额的举措。

2、销售价格差异

受国家 4+7 带量采购政策的影响，施贵宝的恩替卡韦片采取降价争抢市场份额的举措，整体价格呈下降趋势，但不同期间价格波动明显，因此毛利率变化较大。对于不同业务模式下的客户，根据其与公司合作的紧密程度、销售规模和其它营销策略，确定了不同的价格，故不同业务的客户有不同的价格。

（三）5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g

1、采购价格差异

报告期内公司仅从湖南乐立滋食品有限公司购入 5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g，因此不存在采购价格差异。

2、销售价格差异

报告期内公司仅向宁波熙耘科技有限公司及北京宝通恒世国际贸易有限公司销售 5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g，且销售价格基本一致。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

1、获取公司报告期内定坤丹_7g*4 瓶”、“恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片”、“5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g”等商品的采购明细及销售明细表。

2、检查上述商品的供应商、生产商及客户信息，关注是否与发行人存在关联关系。

3、分析上述商品在从不同供应商采购价格差异的原因及合理性。

4、分析上述商品在不同业务模式下销售收入变动的原因及合理性，并了解

在各类业务模式下毛利率是否存在异常情况。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、公司已详细说明向供应商采购金额及占比、数量、单价情况，向客户销售收入金额及占比、数量、单价、毛利率情况（注明客户所属渠道类型）。

2、公司向不同供应商采购单品“定坤丹_7g*4 瓶”“恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片”“5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g”的采购价格差异具有合理性。

3、公司向不同客户销售单品“定坤丹_7g*4 瓶”“恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片”“5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g”的销售价格差异具有合理性。

问题 18

关于前五大客户。根据审核问询回复：

（1）发行人向前五大客户销售收入占总收入的占比呈上升趋势。2019 年集中度提升的主要原因包括“为聚焦主业，适应医药流通行业发展趋势，2019 年公司将持股 100%的子公司和盛长风全部股权对外转让，和盛长风的客户主要为县级及以下医院和医疗机构，因负责与医疗业务往来的和盛长风已转让，公司不再与医疗机构进行交易。因此销售业务集中于加盟店、品牌合作客户、其他流通企业。”

（2）2020 年 1-6 月前五大客户主要以品牌合作客户为主，而之前以分销客户为主；2020 年 1-6 月发行人第一、二大客户分别为九济堂和潍坊养天和，其系发行人品牌合作业务客户。2019 年、2020 年 1-6 月发行人对九济堂毛利率分别为 12.06%、5.35%；2018 年至 2020 年 1-6 月，发行人对潍坊养天和毛利率分别为 4.15%、6.57%和 4.00%。

请发行人：

（1）补充说明与和盛长风相关的前五大客户的具体公司名称，不再与其交易后，如何导致前五大客户占比由 2018 年的 4.98%增长至 2019 年的 7.26%；

（2）结合品牌合作和分销业务特点，补充说明未来前五大客户是否将以品牌合作客户为主；

（3）补充说明发行人对九济堂、潍坊养天和收入快速增长的原因，是否与其经营情况匹配，2019 年九济堂毛利率较高而 2020 年 1-6 月迅速回落的原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

一、补充说明与和盛长风相关的前五大客户的具体公司名称，不再与其交易后，如何导致前五大客户占比由 2018 年的 4.98%增长至 2019 年的 7.26%。

1、补充说明与和盛长风相关的前五大客户的具体公司名称

报告期内，与和盛长风相关的前五大客户的具体公司名称如下：

单位：万元

2019 年 1-6 月			
序号	客户名称	销售收入	占主营业务收入比例
1	湖南师范大学附属湘东医院	475.77	0.46%
2	醴陵市中医院	403.01	0.39%
3	醴陵市妇幼保健院	110.67	0.11%
4	醴陵市明月镇贺家桥卫生院	24.65	0.02%
5	醴陵市三医院	22.37	0.02%
小计		1,036.47	1.00%
2018 年			
序号	客户名称	销售收入	占主营业务收入比例
1	湖南师范大学附属湘东医院	820.31	0.90%
2	醴陵市中医院	664.52	0.73%
3	醴陵市妇幼保健院	184.75	0.20%
4	湖南天劲医药有限公司	99.20	0.11%
5	醴陵市三医院	38.40	0.04%
小计		1,807.18	1.98%
2017 年			
序号	客户名称	销售收入	占主营业务收入比例
1	醴陵市中医院	595.61	0.78%
2	湖南师范大学附属湘东医院	519.83	0.69%
3	醴陵市妇幼保健院	105.57	0.14%
4	湖南康恩特医药有限公司	33.62	0.04%
5	湖南天劲医药有限公司	30.15	0.04%
小计		1,284.78	1.69%

2、不再与其交易后，如何导致前五大客户占比由 2018 年的 4.98%增长至 2019 年的 7.26%

2018 年、2019 年公司前五大客户按客户类型构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		变动金额 =①-②
	合计销售金额①	合计占比	合计销售金额②	合计占比	
分销（除医疗机构外）	5,287.88	4.90%	2,157.50	2.27%	3,130.38
品牌合作	1,052.18	0.98%	-	-	1,052.18

项目	2019 年度		2018 年度		变动金额 =①-②
客户类型	合计销售金额①	合计占比	合计销售金额②	合计占比	
加盟	1,488.68	1.38%	1,743.27	1.84%	-254.59
医疗机构	-	-	820.31	0.87%	-820.31
合计	7,828.74	7.26%	4,721.08	4.98%	3,107.66

和盛长风的客户主要为县级及以下医院和医疗机构，因公司 2019 年将其对外转让，导致公司 2019 年对医疗机构销售仅为和盛长风 1-6 月的销售金额，总体金额较小，未进入前五大。转让后，公司不存在重大医疗机构客户。同时，2017 年和盛医药开始建立全国营销中心，导致公司分销业务开始快速发展。2017 年底公司顺应行业发展趋势，推出了为中小连锁药店“赋能”为核心的品牌合作业务。随着分销业务和品牌合作业务的逐步发展，导致 2019 年公司前五大客户占比提升。

相较于 2018 年，2019 年公司对前五大分销客户的合计销售金额同比增长 3,130.38 万元，占主营业务收入比例同比增长 2.63%，主要是由于公司对原前五大分销客户株洲千金药业股份有限公司关联单位、湖南恒康大药房股份有限公司销售增加导致；此外，随着品牌合作客户广东养天和九济堂医药连锁有限公司对公司商品满足率、价格体系、物流配送及时性的认可度的逐步提升，2019 年公司与交易额增加，进入前五大客户，带动 2019 年前五大客户集中度的提升。

综上所述，与和盛长风相关的前五大客户不再与其进行交易后，2019 年公司前五大客户占比的提升主要由于对分销客户、品牌合作客户的销售金额提升，对医疗机构销售降低引起的。

二、结合品牌合作和分销业务特点，补充说明未来前五大客户是否将以品牌合作客户为主。

报告期内，公司前五大客户中品牌合作客户收入金额及占比逐渐提升，表明公司通过品牌合作模式实现快速跨区域发展、布局全国的战略成为了可能。

从提升销量角度来看，品牌合作客户均为全国范围内的中小连锁药店，具有连锁规模优势。由于公司与品牌合作客户签订的协议中约定品牌合作公司每年须按照采购总额的一定比例从公司采购商品，因此，品牌合作客户因连锁经营从发

行人处采购商品的数量和金额较大，公司的销量能够得到快速增加。同时，随着品牌合作客户对公司商品满足率、价格体系、物流配送及时性认可程度的提升，其对公司的粘性将逐渐增强。

从拓展品牌角度来看，公司目前的直营、加盟业务暂集中于湖南、海南两省份，并已在湖南、海南两省市建立一定口碑和市场影响力。而品牌合作客户系全国范围内的中小连锁药店，协议约定公司授权品牌合作方在一定区域一定范围内使用“养天和”商标，品牌合作方签订合同后需将门店招牌上加挂“养天和”logo，能够很大程度将公司品牌影响力扩散至全国。

从行业发展趋势来看，大型连锁企业凭借雄厚资金实力加快扩张，实现业务领域跨区域发展和规模化运营，而部分中小型零售连锁企业选择以被收购或者联盟等方式实现连锁化经营，行业集中程度明显提升。同行业可比公司中老百姓已采取控股式收购和参股“星火公司”的合作模式，以收购意向企业股权或参股的方式与全国各区域连锁药品企业合作，以实现外延式扩张。因此，公司的品牌合作模式是顺应行业发展趋势而开展的，与品牌合作客户交易增多为公司实现平台化运营及全国范围内跨区域发展目标奠定基础。2018年至2020年1-6月，公司对品牌合作客户前五大客户合计实现的销售收入分别为751.39万元、3,109.47万元、4,263.47万元，占主营业务收入比例分别为0.82%、3.02%、7.43%，呈不断上升趋势。随着公司服务能力、响应速度的加强，品牌合作客户对公司的认可程度逐渐提升，其对公司的粘性将不断增强。

公司2020年1-6月前五大客户以品牌合作客户为主，预计未来公司前五大客户仍然将以品牌合作客户为主，为将公司打造为中国药店加盟一体化服务共享平台奠定基础。公司未来的经营模式也仍然是以直营为基础，加盟和品牌合作为发展主体，分销业务为重要补充的经营体系，不会发生重大变化。这是公司在多年行业沉淀后的战略选择，是公司综合考虑了市场需求、自身优劣等因素后做出的决定，是能够保证公司实现稳健扩张的经营战略。

三、补充说明发行人对九济堂、潍坊养天和收入快速增长的原因，是否与其经营情况匹配，2019年九济堂毛利率较高而2020年1-6月迅速回落的原因。

报告期内，发行人对九济堂、潍坊养天和收入的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
九济堂	1,541.65	5.35%	1,052.18	12.06%	-	-
潍坊养天和	1,123.42	4.00%	360.35	6.57%	186.62	4.15%

报告期内，发行人对九济堂、潍坊养天和的销售收入快速增长，主要原因为品牌合作业务为公司新增业务，合作初期主要输出有价格优势、毛利率较高的贴牌或代理商品；随着合作的深入，根据品牌合作公司的需要，开始增加常规品种的销售，2020 年 1-6 月对九济堂、潍坊养天和增长较快主要原因为疫情期间为支持品牌合作企业的发展，增强其对公司的粘性，公司将紧俏的疫情商品资源向品牌合作公司倾斜，导致对其销售增长较快。

2019 年度和 2020 年 1-6 月，九济堂对外销售收入分别为 13,665.98 万元、8,478.42 万元，潍坊养天和对外销售收入分别为 6,052.01 万元、4,285.85 万元，发行人对其销售情况与其经营情况相匹配。

报告期内，发行人对九济堂销售的主要产品及毛利率情况如下：

年度	商品名称	销售金额 (万元)	占该客户 收入比例	毛利率
2020 年 1-6 月	东阿阿胶_250 克	266.90	17.31%	4.14%
	人血白蛋白_10g（20%，50ml）/瓶	157.90	10.24%	3.99%
	0056 一次性使用医用口罩（非无菌型）_14.5cm*9cm*30 只（儿童款）	146.21	9.48%	12.44%
	阿胶_250g	96.89	6.28%	3.45%
	静注人免疫球蛋白（pH4）_2.5g（5%:50ml）/瓶	95.15	6.17%	3.06%
	8917 红外线体温计_KF-HW-005	60.25	3.91%	8.48%
	0018 一次性使用医用口罩（非无菌型）_50 只	59.52	3.86%	-4.93%
	阿胶/1856_250g	58.41	3.79%	12.73%
	阿胶补血口服液_20ml*40 支	51.77	3.36%	9.74%
	8696/7064 红外线体温计_KF-HW-001	41.06	2.66%	17.59%
	合计	1,034.06	67.08%	
2019 年度	东阿阿胶_250 克	335.90	31.92%	9.43%
	人血白蛋白_10g（20%，50ml）/瓶	101.17	9.62%	7.46%
	静注人免疫球蛋白（pH4）_2.5g	59.54	5.66%	2.64%

年度	商品名称	销售金额 (万元)	占该客户 收入比例	毛利率
	(5%.50ml) /瓶			
	复方阿胶浆（无蔗糖）_20ml*48 支	21.99	2.09%	5.36%
	龟龄集_0.3g*30 粒	21.97	2.09%	10.55%
	安宫牛黄丸_3g	18.80	1.79%	19.63%
	4509/4493 食用植物调和油/食用调和油/康京元_2.5L（茶籽橄榄清香型）	16.02	1.52%	14.41%
	阿胶_200g	15.68	1.49%	14.97%
	定坤丹_7g*4 瓶	14.44	1.37%	19.37%
	0188 五福香米_4kg	9.13	0.87%	10.55%
	合计	614.64	58.42%	

2019 年度发行人对九济堂销售的产品主要包括东阿阿胶、复方阿胶浆（无蔗糖）、龟龄集、安宫牛黄丸、定坤丹等代理产品，以及食用植物调和油/食用调和油/康京元等贴牌商品，总体毛利率较高。2020 年 1-6 月，滋补类产品市场需求减少，部分产品价格有所下调，如东阿阿胶的毛利率由 2019 年度的 9.43%下降至 4.14%，人血白蛋白的返利结算时间在下半年，2020 年 1-6 月毛利率下降至 3.99%，疫情相关商品销售增加，如一次性使用医用口罩、红外线体温计等商品，部分口罩产品由于前期囤货的影响，疫情缓解后市价回落，毛利率出现负数。

因此 2019 年九济堂毛利率较高而 2020 年 1-6 月迅速回落的原因具有合理性。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

1、通过国家企业信用信息公示系统等第三方系统查询报告期内主要客户的基本工商信息，核查其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人及股东结构等情况，核查主要客户的基本情况及其真实性。

2、对主要客户进行函证，核查收入的真实性。

3、执行实地走访程序，获取报告期内发行人收入明细及客户清单，实地走访主要客户，通过实地观察客户经营场所及与客户关键经办人员的访谈、确认，了解客户的注册资本、主营业务、经营情况等背景资料；了解客户是否真实存在，客户的经营规模是否与公司之间的交易规模相匹配；了解客户与发行人的交易背

景、销售情况、定价依据、结算方式、信用政策等与公司业务往来情况；以及确认客户与公司是否存在关联关系等，核查公司主要客户的销售收入。

4、查阅前五大客户中公司与和盛长风相关的医疗机构客户签订的销售合同。

5、与发行人管理层进行访谈，了解公司未来发展经营模式。

6、获取并核查发行人对九济堂、潍坊养天和销售明细，包括商品名称、销售收入、成本、毛利率等，询问发行人管理层对其销售收入快速增长的原因，了解 2019 年九济堂毛利率较高而 2020 年 1-6 月迅速回落的原因。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、已补充说明与和盛长风相关的前五大客户的具体公司名称。不再与其交易后，前五大客户占比由 2018 年的 4.98%增长至 2019 年的 7.26%，系因为公司对品牌合作客户、分销客户、加盟商销售增多，对医疗机构的销售减少导致。

2、结合品牌合作和分销业务特点，公司 2020 年 1-6 月前五大客户以品牌合作客户为主，预计未来公司前五大客户仍然将以品牌合作客户为主。

3、发行人对九济堂、潍坊养天和销售收入快速增长与其经营情况相匹配，2019 年九济堂毛利率较高而 2020 年 1-6 月迅速回落的原因具有合理性。

问题 19

关于与供应商湖南凯信医药有限公司互采互销。根据审核问询回复，湖南凯信医药有限公司（以下简称凯信医药）成立于 2018 年 3 月 28 日，其向发行人供应产品“广誉远定坤丹”，2019 年发行人向其采购金额 3,022.58 万元，对凯信医药其他业务收入为 1,076.80 万元，占当年其他业务收入的 22.13%，2019 年其他业务收入毛利率为 95.39%，其对发行人毛利影响较大。

请发行人补充说明：

（1）凯信医药从事业务的具体情况，其 2018 年成立后即与发行人发生采购和其他业务收入的合理性，其是否主要与发行人进行合作；

（2）发行人向凯信医药主要采购的产品情况，凯信医药与该产品制造商的关系，发行人向凯信医药采购该产品金额与向第三方采购金额对比情况，价格是否存在较大差异及合理性；

（3）该产品在各项业务模式下销售收入及毛利率情况，该产品向前五大客户销售金额及毛利率情况是否异常；

（4）报告期各年与凯信医药其他业务收入金额情况，各年度该收入金额与发行人向凯信医药采购规模是否匹配，自 2019 年起，来自凯信医药的其他业务收入占比显著高于其他供应商的原因及合理性；

（5）凯信医药主要人员是否系发行人现任或曾任股东或员工，发行人实控人、董监高等关键人员是否与凯信及其主要人员存在资金往来，如是，请说明原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人说明】

一、凯信医药从事业务的具体情况，其 2018 年成立后即与发行人发生采购和其他业务收入的合理性，其是否主要与发行人进行合作。

湖南凯信医药有限公司是由广誉远原湖南区域负责人徐经顺出资于 2018 年 3 月 28 日注册成立，注册地址为长沙市雨花区红星农博物流中心二楼。据广誉远的营销改革方案，部分销售特别突出的区域负责人可以设立公司，作为广誉远

在该地区的一级经销商，负责所在区域销售的有关事务。故湖南凯信医药有限公司一成立就做为广誉远在湖南地区一级经销商，主要客户有老百姓大药房连锁股份有限公司、益丰大药房连锁股份有限公司以及发行人。向发行人销售的主要产品为山西广誉远国药有限公司生产的定坤丹、安宫牛黄丸、龟龄集等产品。在湖南凯信医药有限公司成立之前，公司直接通过山西广誉远国药有限公司及其他一级经销商采购其生产的药品。湖南凯信医药有限公司成立之后，发行人采购山西广誉远国药有限公司生产的药品通过凯信医药采购。公司从湖南凯信医药有限公司取得的其他业务收入均为促销服务收入，公司充分利用连锁药店规模优势和下游客户资源，配合供应商的营销活动，为供应商进行产品宣传、陈列服务等推广活动，从供应商处所取得相应的增值服务收入。

因此，公司与湖南凯信医药有限公司发生的采购及其他业务收入相关交易具体商业合理性，并非主要与发行人进行合作。

二、发行人向凯信医药主要采购的产品情况，凯信医药与该产品制造商的关系，发行人向凯信医药采购该产品金额与向第三方采购金额对比情况，价格是否存在较大差异及合理性。

（1）发行人各期向凯信医药采购的前五大产品明细如下（当期不足五个时全部披露）：

2020 年 1-6 月：

产品名称	产品规格	生产厂家	采购数量(盒)	采购单价(元)	采购总额(万元)
维生素 D 滴剂	10 粒*3 板	国药控股星鲨制药(厦门)有限公司	30,800	18.58	57.24
牛黄清心丸(局方)	3g*4 丸	山西广誉远国药有限公司	2,394	88.72	21.24
定坤丹口服液	10ml*8 支	山西广誉远国药有限公司	600	211.33	12.68
碳酸钙颗粒	250 毫克*18 袋	河北三九爱德福药业有限公司	4,197	21.06	8.84
维生素 D 滴剂	400 单位*12 粒*3 板	国药控股星鲨制药(厦门)有限公司	2,000	20.35	4.07
合计			39,991		104.07

2019 年度：

产品名称	产品规格	生产厂家	采购数量(盒)	采购单价(元)	采购总额(万元)
安宫牛黄丸	3 克	山西广誉远国药有限公司	40,303	309.14	1,245.92
龟龄集	0.3g*30 粒	山西广誉远国药有限公司	28,600	307.52	879.50
定坤丹	7g*4 瓶	山西广誉远国药有限公司	50,980	99.30	506.21
0920 龟龄集酒	500ml	山西广誉远国药有限公司	7,200	184.07	132.53
合计			127,083		2,764.17

2018 年度：

产品名称	产品规格	生产厂家	采购数量(盒)	采购单价(元)	采购总额(元)
龟龄集(铁盒)	0.3g*60 粒	山西广誉远国药有限公司	3	4,762.93	1.43
安宫牛黄丸(天然)	3g*2 丸	山西广誉远国药有限公司	4	2,315.52	0.93
合计			7		2.36

(2) 凯信医药与上述产品制造商的关系列示如下：

生产厂家名称	与凯信医药的关系
山西广誉远国药有限公司	湖南区域一级代理商
国药控股星鲨制药(厦门)有限公司	湖南区域一级代理商
河北三九爱德福药业有限公司	湖南区域一级代理商

(3) 发行人在凯信医药采购的产品与向第三方采购金额对比情况如下：

单位：元

年 度	产品名称	产品规格	生产厂家	凯信医药 采购单价	第三方供应 商名称	第三方供 应商采购 单价
2020 年 1-6 月	维生素 D 滴 剂	400 单位 *12 粒*3 板	国药控股星 鲨制药(厦 门)有限公司	20.35	湖南时代精 英医药科技 有限公司	15.65
2019 年度	定坤丹	7g*4 瓶	山西广誉远 国药有限公 司	99.30	湖南九州通 医药有限公 司	104.99
2019 年度	0920 龟龄 集酒	500ml	山西广誉远 国药有限公 司	184.07	湖南同安医 药有限公司	156.64

凯信医药身为多家湖南区域一级代理商，在成立后为争取湖南区域市场因此供货价一般比其他供应商供货价低。其中 2020 年向凯信医药采购的维生素 D 滴剂高于湖南时代精英医药科技有限公司的采购价格，是因为两家供应商的不含票

折返利采购单价均为 20.35 元/盒，而将 2020 年 7 月收到凯信医药的单位票折返利 8 元/盒计入收到票折的月份。因此，导致凯信医药 2020 年 1-6 月的采购单价高于第三方采购单价。2019 年向凯信医药采购的龟龄集酒价格高于湖南同安医药有限公司是因为 2019 年中期该产品的生产厂家山西广誉远统一提高出厂价格，在湖南同安的采购时间为 2019 年上半年，而向凯信医药采购的时间为 2019 年下半年。

三、该产品在各项业务模式下销售收入及毛利率情况，该产品向前五大客户销售金额及毛利率情况是否异常。

综合发行人在报告期内从凯信医药采购的产品总采购额，选取了总采购额大于一百万元的产品进行列示分析其毛利率，分别为安宫牛黄丸（3 克）、龟龄集（0.3g*30 粒）、定坤丹（7g*4 瓶）、0920 龟龄集酒（500ml）。

1、报告期内四个单品在各项业务模式下销售收入及毛利率列示如下：

品种类型	销售模式	2020 年 1-6 月		
		销售收入(万元)	销售成本(万元)	毛利率(%)
安宫牛黄丸 (3 克)	直营业务	147.43	129.13	12.42
	加盟业务	127.35	170.52	-33.90
	品牌合作业务	2.97	2.66	10.43
	分销业务	-	-	-
龟龄集 (0.3g*30 粒)	直营业务	-	-	-
	加盟业务	-	-	-
	品牌合作业务	-	-	-
	分销业务	323.67	292.14	9.74
定坤丹(7g*4 瓶)	直营业务	6.30	4.05	35.72
	加盟业务	26.45	28.13	-6.36
	品牌合作业务	4.30	4.02	6.50
	分销业务			
0920 龟龄集 酒(500ml)	直营业务	1.59	1.71	-7.54
	加盟业务	35.50	70.98	-99.94
	品牌合作业务	-	-	-
	分销业务	-	-	-

注 1：安宫牛黄丸在 2020 年 1-6 月的毛利率为负数，主要原因是根据公司与凯信医药约定的销售政策，年度促销费用与凯信医药提供的相关产品的销售额来确定，为获得更大的奖励，

进行低价促销。2020 年暂未收到陈列费、促销费，最终根据年末销售情况确认影响。
 注 2：龟龄集酒在 2020 年 1-6 月的加盟业务毛利率为-99.94%，主要原因是龟龄集酒属于滞销商品，公司开展活动将该部分商品以低价促销的形式销售给加盟店导致。

续上表

品种类型	销售模式	2019 年度		
		销售收入(万元)	销售成本(万元)	毛利率(%)
安宫牛黄丸 (3 克)	直营业务	156.20	143.94	7.85
	加盟业务	326.81	368.74	-12.83
	品牌合作业务	12.70	13.60	-7.10
	分销业务	258.85	231.85	10.43
龟龄集 (0.3g*30 粒)	直营业务	-	-	-
	加盟业务	-	-	-
	品牌合作业务	-	-	-
	分销业务	-	-	-
定坤丹(7g*4 瓶)	直营业务	0.65	0.57	13.02
	加盟业务	0.85	0.84	0.74
	品牌合作业务	-	-	-
	分销业务	50.97	47.66	6.50

注：安宫牛黄丸、定坤丹在 2019 年度的毛利率为负数，主要原因是根据公司与凯信医药约定的销售政策，年度促销费用与凯信医药提供的相关产品的销售额来确定，为获得更大的奖励，进行低价促销。根据 2019 年收到的陈列费（计算过程详见本回复问题 19、四）、促销费等折算影响该产品的毛利率为 38.96%。考虑该因素的影响，配送给加盟店的安宫牛黄丸、定坤丹的毛利率为正数。

2、由于药品在直营业务模式下客户为个人消费者，数量较多且分散，因此列示报告期内除直营以外的加盟、分销、品牌合作模式下前五大客户销售金额及毛利率情况。

(1) 加盟业务

品种类型	客户名称	2020 年 1-6 月				
		销售数量 (个)	销售金额 (元)	销售成本 (元)	毛利率 (%)	平均销售 单价(元)
安宫牛黄丸(3 克) (注 1)	长沙市开福区银杏店养天和大药房	129	28,825.22	39,878.96	-38.35	223.45
	长沙市望城区养天和惠佳大药房	120	26,814.42	37,096.71	-38.35	223.45
	浏阳市养天和大药房普迹店	112	28,945.13	34,623.60	-19.62	258.44

品种类型	客户名称	2020 年 1-6 月				
		销售数量 (个)	销售金额 (元)	销售成本 (元)	毛利率 (%)	平均销售 单价(元)
	长沙市望城区养天和玉琳大药房	101	25,451.33	31,223.06	-22.68	251.99
	长沙市雨花区龙锦养天和大药房	108	25,148.67	33,387.04	-32.76	232.86
定坤丹 (7g*4 瓶)	平江县长寿镇养天和月辉大药房	69	7,205.31	6,851.40	4.91	104.42
	长沙市开福区银杏店养天和大药房	66	6,892.04	6,553.51	4.91	104.42
	宁乡黄材镇雯哲养天和大药房	50	5,235.00	4,964.78	5.16	104.70
	长沙市开福区星港养天和大药房	45	4,675.50	4,468.31	4.43	103.90
	宁乡市养天和大药房李友店	45	4,699.11	4,468.31	4.91	104.42
0920 龟龄集酒 (500ml) (注 2)	岳阳市岳阳楼区养天和华凯大药房	48	4,417.92	8,835.40	-99.99	92.04
	平江县城关镇养天和大药房城关店	48	4,417.92	8,835.40	-99.99	92.04
	株洲市芦淞区康佳养天和大药房加盟店	46	4,233.84	8,467.26	-99.99	92.04
	长沙市开福区雅湘养天和大药房	42	3,865.68	7,730.97	-99.99	92.04
	株洲市天元区朝阳养天和大药房	38	3,497.52	6,994.69	-99.99	92.04

注 1: 安宫牛黄丸在 2020 年 1-6 月的毛利率为负数, 主要原因是根据公司与凯信医药约定的销售政策, 年度促销费用与凯信医药提供的相关产品的销售额来确定, 为获得更大的奖励, 进行低价促销。2020 年暂未收到陈列费、促销费, 最终根据年末销售情况确认影响。

注 2: 龟龄集酒在 2020 年 1-6 月的加盟业务排名前五门店毛利率均为-99.99%, 主要原因是龟龄集酒属于滞销商品, 公司开展活动将该部分商品以低价促销的形式销售给加盟店导致。

续上表

品种类型	客户名称	2019 年度				
		销售数量 (个)	销售金额 (元)	销售成本 (元)	毛利率 (%)	平均销售 单价(元)
安宫牛黄丸 (3 克)	长沙市望城区养天和文华大药房	474	132,796.45	146,532.00	-10.34	280.16
	长沙市岳麓区养天和大药房龙菁店	339	78,776.56	104,798.21	-33.03	232.38
	长沙市岳麓区含浦养天和大药房	263	60,427.01	81,303.62	-34.55	229.76

品种类型	客户名称	2019 年度				
		销售数量 (个)	销售金额 (元)	销售成本 (元)	毛利率 (%)	平均销售 单价 (元)
定坤丹 (7g*4 瓶)	长沙市天心区茗之养天和大药房	219	50,528.77	67,701.50	-33.99	230.72
	长沙市天心区和谐养天和大药房	212	50,058.22	65,537.52	-30.92	236.12
	浏阳市养天和大药房龚家桥店	12	1,189.37	1,191.55	-0.18	99.11
	岳阳市岳阳楼区养天和华轩大药房	6	592.04	595.77	-0.63	98.67
	株洲市荷塘区锦玉华庭养天和大药房	5	495.57	496.48	-0.18	99.11
	天元区养天和大药房东鼎紫园店	5	495.57	496.48	-0.18	99.11
	汨罗市养天和大药房三姊桥店	5	495.57	496.48	-0.18	99.11

注：安宫牛黄丸、定坤丹在 2019 年度的毛利率为负数，主要原因是根据公司与凯信医药约定的销售政策，年度促销费用与凯信医药提供的相关产品的销售额来确定，为获得更大的奖励，进行低价促销。根据 2019 年收到的陈列费（计算过程详见本回复问题 19、四）、促销费等折算影响该产品的毛利率为 38.96%。考虑该因素的影响，配送给加盟店的安宫牛黄丸、定坤丹的毛利率为正数。

(2) 品牌合作业务

品种类型	客户名称	2020 年 1-6 月				
		销售数量 (个)	销售金额 (元)	销售成本 (元)	毛利率 (%)	平均销售 单价 (元)
安宫牛黄丸 (3 克)	桂林天锐医药股份有限公司	76	26,230.09	23,494.58	10.43	345.13
	天津市养天和津永新大药房连锁有限公司	10	3,451.33	3,091.39	10.43	345.13
定坤丹 (7g*4 瓶)	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	400	42,477.87	39,718.27	6.50	106.19
	天津市养天和津永新大药房连锁有限公司	5	530.97	496.48	6.50	106.19

续上表

品种类型	客户名称	2019 年度				
		销售数量 (个)	销售金额 (元)	销售成本 (元)	毛利率 (%)	平均销售 单价 (元)
安宫牛黄丸 (3 克)	桂林天锐医药股份有限公司	196	55,221.24	60,591.29	-9.72	281.74
	山东养天和新华鲁抗大药房有限	144	37,274.34	44,516.05	-19.43	258.85

品种类型	客户名称	2019 年度				
		销售数量 (个)	销售金额 (元)	销售成本 (元)	毛利率 (%)	平均销售 单价 (元)
	公司					
	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	100	34,513.27	30,913.92	10.43	345.13

注：品牌合作模式下安宫牛黄丸销售单价不一致的原因系各个客户参与的促销政策不同，导致销售价格不同。安宫牛黄丸的毛利率为负数的原因与加盟模式的原因一致，详见本回复问题 19、三、2、（1）。

（3）分销业务

品种类型	客户名称	2020 年 1-6 月				
		销售数量 (个)	销售金额 (元)	销售成本 (元)	毛利率 (%)	平均销售 单价 (元)
龟龄集 (0.3g*30 粒)	华润湖南医药有限公司	9,500	3,236,725.66	2,921,423.94	9.74	340.71

续上表

品种类型	客户名称	2019 年度				
		销售数量 (个)	销售金额 (元)	销售成本 (元)	毛利率 (%)	平均销售 单价 (元)
安宫牛黄丸 (3 克)	湖南千金大药房连锁有限公司	7,500	2,588,495.58	2,318,544.36	10.43	345.13
定坤丹 (7g*4 瓶)	湖南千金大药房连锁有限公司	4,800	509,734.51	476,619.23	6.50	106.19

四、报告期各年与凯信医药其他业务收入金额情况，各年度该收入金额与发行人向凯信医药采购规模是否匹配，自 2019 年起，来自凯信医药的其他业务收入占比显著高于其他供应商的原因及合理性。

报告期各期从凯信医药收到的其他业务收入为促销服务收入中的陈列服务收入、促销服务收入。其中陈列服务收入是公司为供应商开展商品市场推广服务，提供终端陈列、广告、收集顾客对产品优化改进建议等专业支持而收取的费用。促销服务收入是公司通过向供应商提供包括产品宣传材料设计与制作、粘贴与悬挂海报及灯箱广告、专属货架展示、主题活动宣传、收银区展示、重点区域与门店促销等方式，对供应商参与公司促销活动的产品进行宣传。

2019 年凯信医药成立之前，公司直接在生产厂家山西广誉远国药有限公司

（以下简称“山西广誉远”）或其他代理商直接采购，对应的陈列服务收入直接从山西广誉远收取。报告期各期，公司从山西广誉远、凯信医药收到的其他业务收入与采购额汇总对比如下：

单位：万元

年度	供应商名称	其他业务收入		年采购额
		陈列服务收入	促销服务收入	
2020 年 1-6 月	湖南凯信医药有限公司	320.75		1.01
	山西广誉远国药有限公司			
小计		320.75		1.01
2019 年度	湖南凯信医药有限公司	605.10	471.70	2,764.17
	山西广誉远国药有限公司	2.83		
小计		607.93	471.70	2,764.17
2018 年度	湖南凯信医药有限公司			2.36
	山西广誉远国药有限公司	406.98		3,072.08
小计		406.98		3,074.44

发行人各期与凯信医药、山西广誉远收取的陈列服务收入均按照统一标准阶梯制收取，上期门店年销售额越高的门店收取的陈列服务收入越高。报告期各期约定的广誉远系列产品的陈列服务收入标准如下：

上期年销售额	陈列费（元）/门店/年
年销售 360 万以上	38,372.40
年销售 240-359 万	24,480.00
年销售 150-239 万	14,535.00
年销售 50-149 万	10,525.40

2018 年度的陈列服务收入直接向生产厂商山西广誉远收取，当期收取的金额较低，主要为当期门店销售额达到陈列费收取标准的门店数量较 2019 年、2020 年 1-6 月低。2020 年 1-6 月与 2019 年度的陈列服务收入达标门店数量变化不大，当期收到了半年收取的费用，因此陈列费收入为 2019 年的一半。

2019 年度向凯信医药收取了 471.70 万元的促销服务收入，凯信医药为促进终端销售量、增加客户采购量，鼓励公司进行促销活动，对于公司亏损卖出部分商品给加盟商促进终端销售量而给予的奖励。

2016 年开始山西广誉远加大与全国连锁药店、区域连锁药店的合作，与多

家百强连锁建立战略合作关系,通过增加产品陈列、店员培训,广誉远文化旅游、消费者体验等营销活动,不断提升店员和消费者的认可。公司是山西广誉远重要的战略合作伙伴,在湖南和海南取得较好的成效,因此山西广誉远给予的相关陈列服务收入和促销服务收入相对较多。

根据广誉远(证券代码:600771)年度报告披露,山西广誉远为广誉远的控股子公司,广誉远的核心产品包括定坤丹、龟龄集、牛黄清心丸、安宫牛黄丸等,核心产品毛利率较高,并在持续加大终端营销投入、下沉销售渠道,扩大产品零售渠道覆盖率,提升终端动销和复购率,销售费用不断提升。根据 Wind 资讯统计数据,2017 年至 2019 年的广誉远主营业务毛利率分别为 82.39%、81.12%、77.79%,销售费用率为 44.14%、38.83%、44.49%,与公司采购模式相匹配。

综上,2019 年凯信医药成立之前,公司直接在生产厂家山西广誉远国药有限公司直接采购,对应的陈列服务收入直接从山西广誉远收取,凯信医药成立后,由凯信医药代为支付山西广誉远的陈列服务收入,报告期各年来自于凯信医药和山西广誉远的其他业务收入金额情况与发行人向凯信医药和山西广誉远的采购规模相匹配,自 2019 年起,来自凯信医药的其他业务收入占比显著高于其他供应商的原因具有合理性。

五、凯信医药主要人员是否系发行人现任或曾任股东或员工,发行人实控人、董监高等关键人员是否与凯信及其主要人员存在资金往来,如是,请说明原因及合理性。

凯信医药主要人员及信息列示如下:

股东	持股比例	职位	是否为发行人现任或曾任股东或员工	是否与发行人实控人、董监高等关键人员有资金往来
徐经顺	51.00%	监事	否	否
潘力	25.00%	执行董事兼总经理	否	否
钟志坚	20.00%	-	否	否
黄雪琴	4.00%	-	否	否

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序:

1、访谈了凯信医药、山西广誉远两家供应商，了解公司与两家供应商交易的背景情况，包括供应商的主要客户及产品、供应商销售给公司的产品种类、与公司的合作背景、合作时间、票折返利等相关政策是否具有合理性等。

2、获取了凯信医药、山西广誉远的采购明细以及销售明细，对比第三方采购价格和销售价格。

3、访谈发行人采购、财务等部门负责人，获取发行人与采购相关的内部控制制度，发行人向凯信医药采购的产品情况，凯信医药与该产品制造商的关系，发行人向凯信医药采购该产品金额与向第三方采购金额对比情况，价格是否存在较大差异及合理性。

4、抽查各促销服务收入入账凭证，检查与供应商的促销服务收入开具相应的发票金额与计算的当期促销服务收入金额一致。检查相应资金是否收到或者与供应商签订代扣协议。

5、通过国家企业信用信息公示系统等第三方系统查询凯信医药、山西广誉远的基本工商信息，核查其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人及股东结构等情况；核查了发行人的银行流水，检查发行人实控人、董监高等关键人员银行流水中与凯信及其主要人员是否存在资金往来。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、公司已详细披露凯信医药从事业务的具体情况，凯信医药自 2018 年成立后即与公司发生采购是合理的，凯信医药的客户群体很多，并非主要与发行人进行合作。

2、公司已详细披露公司向凯信医药主要采购的产品情况，凯信医药与该产品制造商的关系。经核查，公司向凯信医药采购产品金额单价与向第三方采购金额单价对比情况，采购价格不存在较大差异，差异具有合理性。

3、公司已详细披露所涉及产品在各项业务模式下销售收入及毛利率情况，所涉及产品向前五大客户销售金额及毛利率情况不存在异常情况。

4、公司已详细披露报告期各年与凯信医药其他业务收入金额情况，经核查，

各年度其他业务收入金额与发行人向凯信医药采购规模不存在联系，与公司为凯信所提供陈列服务、促销服务有关。已详细说明自 2019 年起，来自凯信医药的其他业务收入占比显著高于其他供应商的原因，具有合理性。

5、公司已详细披露凯信医药主要人员情况。经核查，凯信医药主要人员不是发行人现任或曾任股东或员工，发行人实控人、董监高等关键人员与凯信及其主要人员不存在资金往来。

问题 20

关于主要客户长沙昊仁食品贸易有限公司。根据审核问询回复：

(1) 长沙昊仁食品贸易有限公司（以下简称长沙昊仁）系发行人 2017 年第一大客户，其主要股东张锐为发行人间接股东。报告期发行人向长沙昊仁销售收入分别为 624.21 万元、406.28 万元、278.97 万元和 69.57 万元、毛利率分别为 2.73%、20.74%、6.65%和 4.88%

(2) 公司向长沙昊仁销售的主要产品为金龙鱼系列、统一系列的食物、饮料等，在分销模式下仅金龙鱼系列部分产品有可比第三方销售价格，价格不存在重大差异。

请发行人补充说明：

(1) 张锐间接持有发行人股份的具体情况，其入股时间与发行人向长沙昊仁销售时间的比较情况；招股说明书首次披露时发行人未对此披露的原因；

(2) 发行人 2018 年向长沙昊仁销售毛利率 20.74%，显著高于其他期间的原因及合理性；

(3) 长沙昊仁向发行人采购金额占长沙昊仁总采购金额的比例情况，其是否主要向发行人采购；长沙昊仁是否系发行人销售金龙鱼、统一产品的主要买方；上述安排的原因及合理性；

(4) 除已披露客户湖南养天和中医馆有限公司、长沙昊仁食品贸易有限公司外，间接持股加盟商外，其他客户及其实控人是否直接或间接持有（曾持有）发行人股份，发行人向上述客户销售收入占发行人总收入的比例，相关交易是否基于真实交易背景，交易价格是否公允。

请保荐人、申报会计师补充说明长沙昊仁作为发行人报告期前五大客户，而招股说明书首次披露时未披露其主要股东系发行人间接股东的原因；长沙昊仁主要人员是否与发行人实控人、董监高等关键人员存在资金往来，原因及合理性；对上述交易真实性、准确性、合理性、公允性的核查程序，发表明确核查意见。

【发行人说明】

一、张锐间接持有发行人股份的具体情况，其入股时间与发行人向长沙昊仁销售时间的比较情况；招股说明书首次披露时发行人未对此披露的原因。

张锐系公司股东伊万丽投资的有限合伙人，伊万丽投资成立于2017年5月，执行事务合伙人系尚昱。伊万丽投资于2017年7月通过增资方式成为公司股东，持有公司股权比例为2.56%。张锐持有其94.00万出资份额，间接持有公司股权比例为0.25%。公司于2015年6月与长沙昊仁开始合作。

根据《公司法》、《企业会计准则第36号—关联方披露》、《上市公司信息披露管理办法》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（2020年修订）等相关规定，伊万丽投资系持有公司5%以下股份的股东，因此未将其详细披露。间接股东张锐不属于公司关联方，因此未将其详细披露。前述内容已在招股说明书中补充披露。

二、发行人2018年向长沙昊仁销售毛利率20.74%，显著高于其他期间的原因及合理性。

2018年发行人向长沙昊仁销售统一开小灶自热米饭土豆牛腩味、统一开小灶自热米饭宫保鸡、福临门泰国茉莉香米、香纳兰原装进口泰米312.63万元，前述产品的毛利率为24.40%，提升了2018年销售给长沙昊仁的毛利率水平，扣除上述产品的销售收入为93.65万元，扣除后毛利率为8.54%，2018年向长沙昊仁销售毛利率显著高于其他期间的原因系销售商品的品种变动导致，具有合理性。

三、长沙昊仁向发行人采购金额占长沙昊仁总采购金额的比例情况，其是否主要向发行人采购；长沙昊仁是否系发行人销售金龙鱼、统一产品的主要买方；上述安排的原因及合理性。

1、发行人与长沙昊仁合作的背景

鉴于发行人的门店多分布在社区，公司在发展过程中借鉴国外连锁药房的经营模式，不断探索多元化经营，近年来加大了对生活日用品的营销。公司在长沙地区有门店和渠道资源，而知名非药品厂商在各区域寻找渠道商合作，公司借此契机，于2015年开始获得了益海嘉里、统一等商品的代理权。但因大品牌供应商对其代理商品有最低销售量的要求，公司现有门店的销售不能满足代理商品的最低要求。故公司经过多方比选，选择了长沙昊仁进行合作。长沙昊仁实际控制

人张锐具有多年快消品销售经验，在湖南地区有一定的客户资源和一支经验丰富的运营团队。经双方充分商议后，公司决定将门店销售以外的金龙鱼油、统一食品等商品由长沙昊仁对外销售。因此，长沙昊仁成为公司金龙鱼油、统一食品等商品的主要买方。

2、长沙昊仁的基本情况

长沙昊仁设立近十年，对长沙市场和客户较为熟悉，拥有较多的客户渠道和资源，拥有独立仓库，其客户主要为长沙地区的超市、学校及餐饮酒店等。

经保荐机构及申报会计师实地走访长沙昊仁，访谈其主要负责人张锐，并取得了报告期内长沙昊仁的采购情况说明，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
长沙昊仁向发行人采购金额	69.57	278.97	406.28	624.21
长沙昊仁采购总额	480.54	1,261.51	1,303.30	1,444.58
长沙昊仁向发行人采购金额占自身总采购额比例	14.48%	22.11%	31.17%	43.21%

综上所述，长沙昊仁具备丰富的快消品销售经验和一定的客户资源优势，有利于发行人开拓市场销售渠道，其相互合作符合分销业务特点，具有商业逻辑。

四、除已披露客户湖南养天和中医馆有限公司、长沙昊仁食品贸易有限公司外，间接持股加盟商外，其他客户及其实控人是否直接或间接持有（曾持有）发行人股份，发行人向上述客户销售收入占发行人总收入的比例，相关交易是否基于真实交易背景，交易价格是否公允。

报告期内，除已披露客户湖南养天和中医馆有限公司、长沙昊仁食品贸易有限公司外，间接持股加盟商外，其他客户及其实控人均未直接或间接持有（曾持有）发行人股份。报告期各期，发行人向上述客户销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
湖南养天和中医馆有限公司	-	12.14	-	590.56
长沙市天心区养天和门诊部	33.71	-	-	-
长沙昊仁食品贸易有限公司	69.57	278.97	406.28	624.21
和盟投资合伙人控制的加盟店	4,286.22	7,221.46	7,219.63	6,833.44

合计	4,389.50	7,512.57	7,625.91	8,048.21
上述客户销售收入占发行人总收入比例	7.42%	6.97%	8.06%	10.29%

1、养天和中医馆

报告期内，养天和中医馆向公司采购中药以及补益类药品。保荐机构及申报会计师检查了公司与养天和中医馆交易的合同、发票、银行流水等，并对其前十大产品及第三方价格进行了比对，具体情况如下：

序号	产品名称	产品金额 (万元)	单价 (元)	可比第三方 售价 (元)
2020 年 1-6 月				
1	0230 川贝母-10g（净制）	10.78	39.91	-
2	新型冠状病毒肺炎预防方剂-100g	5.58	11.47	-
3	熊胆粉-1g*5 支	3.54	35.40	-
4	安宫牛黄丸_同仁堂-3g（铁盒）	3.19	530.97	-
5	麸炒苍术（0.5kg）-饮片	2.43	224.77	-
6	东阿阿胶-250 克	2.27	707.96	679.00
7	9349 三七粉-3g*30 袋	2.18	36.33	-
8	片仔癀-3g*1 粒	1.56	390.40	-
9	8600 免洗手消毒抑菌凝胶-500ml	0.94	18.58	21.24
10	75%乙醇消毒液-2.5L	0.44	43.81	-
2019 年				
1	东阿阿胶-250 克	2.27	707.96	728.54
2	0026 西洋参-参片 60 克	0.62	103.21	103.21
3	9349 三七粉-3g*30 袋	0.44	36.33	36.33
4	西洋参（进口）-5g 粒*250g	2.94	1,963.30	1,963.30
5	西洋参（美国进口）-7 克泡（250g）	5.87	2,935.78	2,869.88
2017 年				
1	中药饮片 1（0.2kg）-灸	118.91	4,573.35	4,492.48
2	川贝母/原色（0.1kg）-饮片	67.75	4,672.57	4,628.41
3	西洋参（0.2kg）-0.3g 圆粒	59.96	2,725.66	2,725.66
4	牛黄（1g/包）-天然	30.80	106.19	117.01
5	雪山天麻（0.2kg）-饮片	21.71	348.50	348.50
6	酸枣仁（0.5kg）-炒饮片	14.89	219.03	211.02

序号	产品名称	产品金额 (万元)	单价 (元)	可比第三方 售价 (元)
7	浙贝母 (0.2kg) -饮片	14.52	160.62	160.62
8	全蝎 (0.2kg) -制饮片	11.65	1,942.04	1,620.65
9	阳春砂仁 (0.2kg) -特等	7.88	442.92	442.92
10	半夏/姜半夏 (0.5kg) -姜制	7.85	155.36	155.36

注 1: 可比第三方售价, 为分销模式下除该客户以外向其他客户销售的均价。

注 2: “-” 为分销模式下无可比第三方售价。

经核查, 公司与养天和中医馆的交易系基于真实交易背景, 公司销售给养天和中医馆的产品价格根据市场行情确定, 与第三方销售价格相比不存在重大差异, 交易价格公允。

2、长沙昊仁

报告期内, 长沙昊仁向公司采购产品为金龙鱼系列、统一系列的食品、饮料等。保荐机构及申报会计师检查了公司与长沙昊仁交易的合同、发票、银行流水等, 并对公司销售给长沙昊仁的主要产品及第三方价格进行了比对, 具体情况如下:

序号	单品名称	销售金额 (万元)	单价 (元)	第三方销 售价格
2020 年 1-6 月				
1	冰糖桂花马蹄粥	1.14	25.41	27.57
2	雀巢咖啡冷萃拿铁风味浓咖啡饮料	0.87	90.92	87.53
3	雀巢咖啡丝滑拿铁	58.71	41.68	40.42
4	雀巢咖啡香滑罐装	8.85	71.95	55.30
2019 年				
1	金龙鱼 4.5L 纯正菜籽油	2.83	147.27	139.08
2	金龙鱼黄金比例食用调和油 900ml*15	5.06	144.54	135.07
3	雀巢咖啡丝滑拿铁	195.08	44.04	43.82
4	雀巢咖啡特浓罐装	1.88	43.20	-
5	雀巢纤跃小 V 黄桃味酸奶	4.86	53.10	58.57
6	统一阿萨姆 1.5L	1.22	40.14	-
7	统一阿萨姆奶茶原味 PET500 原味	15.28	39.41	35.40
8	统一冰红茶	0.23	1.90	1.77
9	雅哈冰咖啡	1.25	53.45	-

序号	单品名称	销售金额 (万元)	单价 (元)	第三方销售价格
10	海之言柠檬 PET500	0.21	37.61	-
2018 年				
1	1367 统一冰红茶柠檬 PET50015 年 SP1	6.57	25.42	-
2	金元宝优选莲花香米 15KG (编织袋)	3.42	64.33	66.06
3	4952 小茗同学冷泡青柠红茶	38.83	3.28	-
4	9454 统一阿萨姆奶茶原味 PET1.5L15 年萌神版	4.73	38.70	-
5	阿萨姆奶茶	24.10	2.53	-
6	金龙鱼纯香维生素 A 营养强化菜籽油 (非转)	3.31	220.41	222.20
7	金龙鱼黄金比例食用调和油 (5L+400ML) *4	3.73	196.21	197.29
8	金龙鱼黄金比例食用调和油 1.8L*6	3.49	108.39	110.04
9	金龙鱼黄金比例食用调和油 5L*4	9.92	176.24	182.43
10	统一开小灶自热米饭宫保鸡 (3*1 件)	55.38	41.40	-
2017 年				
1	统一阿萨姆奶茶原味 PET500 原味-PET500ml*15	140.92	36.75	-
2	4952 小茗同学冷泡青柠红茶-480ml	92.94	3.01	-
3	*8883 红牛维生素功能饮料-250ml	60.65	4.09	-
4	9430 雅哈意式醇香拿铁 PET280ml-280ml*15	41.60	52.42	-
5	4112 海之言柠檬 PET500SP15 维文版-500ml*15	17.75	35.43	-
6	0514 金龙鱼黄金比例食用调和油 5L*4-5L*4 瓶	8.81	168.38	170.44
7	1016 金龙鱼阳光葵花籽油 (脱壳压榨) - (5L+400ml 金龙鱼玉米油) *4	5.31	208.40	214.07
8	金龙鱼黄金比例食用调和油 1.8L*6-1.8L*6	4.55	109.93	106.09
9	0460 金龙鱼黄金比例食用调和油 1.8L*6 (非转基因) -1.8L*6	3.00	140.19	135.43
10	雅哈冰咖啡 PET450 蓝标-450ml*15	141.55	47.01	-

经核查，公司与长沙昊仁的交易系基于真实交易背景，与第三方销售价格相比不存在重大差异，交易价格公允。

3、针对加盟店，公司在行业内首先提出了“统一品牌形象，统一运营模式，统一采购配送，统一资金管理，统一人事管理，统一商品价格”的加盟管理模式，对所有加盟店的价格是一致的，不存在差异化经营。公司与间接持股加盟商的交易是真实的，交易价格公允。

【保荐人、申报会计师说明】

请保荐人、申报会计师补充说明长沙昊仁作为发行人报告期前五大客户，而招股说明书首次披露时未披露其主要股东系发行人间接股东的原因；长沙昊仁主要人员是否与发行人实控人、董监高等关键人员存在资金往来，原因及合理性；对上述交易真实性、准确性、合理性、公允性的核查程序，发表明确核查意见。

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》、《上市公司信息披露管理办法》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（2020 年修订）等相关规定，伊万丽投资系持有公司 5%以下股份的股东，因此未将其详细披露。间接股东张锐不属于公司关联方，因此未将其详细披露。前述内容已在招股说明书中补充披露。

报告期内，保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

1、保荐机构和申报会计师访谈了发行人高级管理人员，了解公司分销情况及长沙昊仁在报告期内的销售情况。

2、检查了发行人对长沙昊仁的销售订单、发货清单、运输凭证及期后回款的银行回单，并对公司销售给长沙昊仁的主要产品及第三方价格进行了比对。

3、检查了发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员的银行流水。

4、通过实地走访、查询国家企业信用信息公示信息，获取了长沙昊仁的企业基本信息以及财务情况说明，访谈了长沙昊仁主要负责人张锐，了解其销售区域，客户类型以及最终销售去向。

上述核查结果如下：公司对长沙昊仁销售收入分别为 624.21 万元、406.28 万元、278.97 万元及 69.57 万元，占公司销售收入比例分别为 0.80%、0.43%、0.26%及 0.12%，比例较小。发行人与长沙昊仁的交易是真实、准确、完整、公允的。长沙昊仁主要人员与发行人实控人、董监高等关键人员不存在资金往来。报告期各期，长沙昊仁对发行人的采购额占其采购总额比例分别 43.21%、31.17%、22.11%和 14.48%；长沙昊仁的主要销售区域为长沙市区，客户基本为小型超市、学校及餐饮酒店等。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、长沙昊仁主要负责人张锐系公司间接股东，持有公司股权比例为 0.94%，前述内容已在招股说明书（2020 年半年报）中补充披露。

2、长沙昊仁主要人员与发行人实控人、董监高等关键人员不存在资金往来。发行人对长沙昊仁销售产品符合商业逻辑，发行人对长沙昊仁的交易是真实、准确、完整、公允的。

问题 21

关于发行人羊乳粉业务和客户宁波熙耘科技有限公司（以下简称宁波熙耘）。根据审核问询回复：

（1）宁波熙耘系发行人 2019 年前五大客户，发行人羊乳粉产品中 75.55% 向其销售，此外发行人还向“北京宝通恒世国际贸易有限公司”销售羊乳粉；

（2）上述羊乳粉系发行人从湖南乐立滋食品有限公司采购，且系其唯一客户。该羊乳粉的制造方为“杨凌圣妃乳业有限公司”；

（3）发行人与宁波熙耘、北京爱亲科技股份有限公司签署了关于销售羊乳粉的《三方销售协议》。2020 年 6 月发行人将其参股公司“北京天佳辰宇科技有限公司”（以下简称天佳辰宇）50%股权转让宁波熙耘，剩余 50%仍由爱亲母婴商业连锁有限公司持有。发行人称转让原因系“发行人如期向天佳辰宇实缴增资款 500 万元后，爱亲母婴商业连锁有限公司迟迟未实缴增资款。经双方友好协商，发行人对外转让了其所持天佳辰宇 50%股权”。

请发行人补充说明：

（1）报告期发行人羊乳粉产品的采购金额、采购量、采购单价、采购价格是否公允，发行人向各客户销售收入金额、销售量、毛利率，不同客户之间毛利率是否存在显著差异及合理性；

（2）爱亲母婴商业连锁有限公司与北京爱亲科技股份有限公司的关系，宁波熙耘与北京爱亲科技股份有限公司的合作关系，2020 年 1 月发行人与爱亲母婴商业连锁有限公司成立天佳辰宇的原因，2020 年 6 月宁波熙耘受让天佳辰宇 50%股权的原因。发行人上述一系列安排与发行人羊乳粉业务的关系；

（3）杨凌圣妃乳业有限公司、湖南乐立滋食品有限公司与发行人的关系；羊乳粉产品从制造商“杨凌圣妃乳业有限公司”通过多家公司及发行人辗转后销售给宁波熙耘等客户的合理性，发行人在上述环节所扮演的角色。

请保荐人、申报会计师补充说明上述公司主要人员是否与发行人实控人、董监高、其他关键人员存在资金往来；发行人上述安排以及羊奶粉业务是否基于真实交易背景，交易价格是否公允，请核查并发表明确意见。

【发行人说明】

一、报告期发行人羊乳粉产品的采购金额、采购量、采购单价、采购价格是否公允，发行人向各客户销售收入金额、销售量、毛利率，不同客户之间毛利率是否存在显著差异及合理性。

（一）报告期发行人羊乳粉产品的采购金额、采购量、采购单价、采购价格列示如下：

单位：万元

序号	品种规格	供应商名称	生产商名称	2020年1-6月			2019年		
				采购数量 (罐、盒)	采购单价(元)	采购金额	采购数量 (罐、盒)	采购单价(元)	采购金额
1	5732较大婴儿配方羊乳粉（6-12月龄，2段）800g	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	14,911	67.26	100.29	70,445	67.26	473.79
2	5756幼儿配方羊乳粉（12-36月龄，3段）800g	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	41,683	67.26	280.35	115,673	67.26	777.98
3	5725婴儿配方羊乳粉（0-6月龄，1段）800g	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	-	-	-	53,790	67.26	361.77
4	8949乐立滋婴儿配方羊乳粉（0-6月龄，1段）600g	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	-	-	-	7,278	55.75	40.58
5	5740乐立滋较大婴儿配方羊乳粉（6-12月龄，2段）600g	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	-	-	-	7,704	55.75	42.95
6	2381乐立滋幼儿配方羊乳粉（12-36月龄，3段）600g	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	-	-	-	7,302	55.75	40.71
7	（H）5718婴儿配方羊乳粉（0-6月龄，1段）15g*6袋	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	-	-	-	42,570	7.08	30.14
8	（H）2982乐立滋幼儿配方羊乳粉（12-36月龄，3段）90克（15g*6条）	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	-	-	-	30,390	7.08	21.52

序号	品种规格	供应商名称	生产商名称	2020 年 1-6 月			2019 年		
				采购数量 (罐、盒)	采购单价(元)	采购金额	采购数量 (罐、盒)	采购单价(元)	采购金额
9	(H) 8568 乐立滋较大婴儿配方羊乳粉(6-12 月龄,2 段) 90 克(15g*6 条)	湖南乐立滋食品有限公司	杨凌圣妃乳业有限公司	-	-	-	30,660	7.08	21.71
		合计		56,594	67.26	380.63	365,812	49.51	1,811.14

通过对比其他品牌同规格羊乳粉产品的采购价格,均高于公司采购自湖南乐立滋食品有限公司的羊乳粉产品,主要的差异原因系公司是湖南乐立滋食品有限公司的全国独家代理商,而乐立滋是贴牌生产,且有最低采购量的保底限制,公司对乐立滋的采购一般是采取预付,因此采购价格上的优势较为明显。

(二) 向各客户销售收入金额、销售量、毛利率

1、羊乳粉在各业务模式下的收入及毛利率

单位: 万元

业务模式	2020 年 1-6 月		2019 年	
	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)
分销业务	418.70	9.09	1,990.81	9.03
合 计	418.70	9.09	1,990.81	9.03

2、分销业务下羊乳粉所有客户

2020 年 1-6 月:

单位: 万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	宁波熙耘科技有限公司	56,594	73.98	418.70	9.09%	100.00%
	合计	56,594	73.98	418.70	9.09%	100.00%

2019 年度:

单位: 万元

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
1	宁波熙耘科技有限公司	284,092	52.94	1,504.13	8.81%	75.55%

序号	客户名称	销售量 (盒)	销售单价 (元)	销售收入	毛利率	占比
2	北京宝通恒世国际贸易有限公司	81,720	59.56	486.69	9.70%	24.45%
	合计	365,812	54.42	1,990.81	9.03%	100.00%

报告期内公司仅在 2019 年向宁波熙耘科技有限公司和北京宝通恒世国际贸易有限公司销售羊乳粉，对比销售价格，北京宝通恒世国际贸易有限公司的销售单价略高于宁波熙耘科技有限公司，主要原因是公司销售给北京宝通恒世国际贸易有限公司的羊乳粉主要是单价较高的罐装羊乳粉。

二、爱亲母婴商业连锁有限公司与北京爱亲科技股份有限公司的关系，宁波熙耘与北京爱亲科技股份有限公司的合作关系，2020 年 1 月发行人与爱亲母婴商业连锁有限公司成立天佳辰宇的原因，2020 年 6 月宁波熙耘受让天佳辰宇 50% 股权的原因。发行人上述一系列安排与发行人羊乳粉业务的关系。

(一) 爱亲母婴商业连锁有限公司与北京爱亲科技股份有限公司的关系，宁波熙耘与北京爱亲科技股份有限公司的合作关系

爱亲母婴商业连锁有限公司（以下简称“爱亲母婴”）实际控制人为付武进，北京爱亲科技股份有限公司（以下简称“北京爱亲”）实际控制人为陈敬红，宁波熙耘科技有限公司（以下简称“宁波熙耘”）实际控制人为胡志三，付武进为陈敬红之表弟，胡志三系陈敬红之妻弟，爱亲母婴、北京爱亲、宁波熙耘系关联方。

根据北京爱亲与宁波熙耘签署的《委托采购合同》，北京爱亲按照需求委托宁波熙耘采购商品，宁波熙耘按照委托采购合同约定供应商品。根据爱亲母婴与宁波熙耘签署的《委托采购合同》，爱亲母婴按照需求委托宁波熙耘采购商品，宁波熙耘按照委托采购合同约定供应商品。宁波熙耘系北京爱亲、爱亲母婴的供应链公司。

北京爱亲为母婴用品连锁零售企业，拥有数千家门店，婴幼儿奶粉是其主要销售产品之一。为了打开乐立滋婴幼儿羊乳粉市场，发行人的全资子公司和盛医药、宁波熙耘和北京爱亲签署的《三方销售协议》，和盛医药作为乐立滋系列羊乳粉的国内总代理经销商，授权北京爱亲为国内母婴市场的独家特约经销商，负

责乐立滋系列羊乳粉在母婴行业的销售和推广，宁波熙耘作为北京爱亲的商品委托采购单位，宁波熙耘负责乐立滋系列羊乳粉的采购、结算和回款等业务，并负责对和盛医药结算、回款承担连带责任。

（二）2020 年 1 月发行人与爱亲母婴商业连锁有限公司成立天佳辰宇的原因，2020 年 6 月宁波熙耘受让天佳辰宇 50%股权的原因。

北京天佳辰宇科技有限公司（以下简称“天佳辰宇”）于 2018 年 6 月 14 日在北京市工商行政管理局大兴分局依法登记成立，注册资本为 50 万元，设立时股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	宁波熙耘科技有限公司	49.00	98.00
2	邓凤娥	1.00	2.00

天佳辰宇主要从事软件和信息技术开发，并拥有软件企业证书及多项软件产品证书。发行人在乐立滋系列羊乳粉的业务拓展过程中与宁波熙耘建立了合作关系，由于爱亲母婴商业连锁有限公司主要从事母婴用品连锁门店的经营，与发行人所从事的医药连锁门店经营都存在运营管理中建设信息系统方面的需求。为了提升发行人信息化水平，加快各类信息系统的融通，建立公司的数据中台，发行人拟与爱亲母婴商业连锁有限公司共同受让宁波熙耘和邓凤娥持有的天佳辰宇的全部股权。

2019 年 11 月，发行人与爱亲母婴商业连锁有限公司签订《北京天佳辰宇科技有限公司增资及股份合作协议》，由爱亲母婴商业连锁有限公司受让上述两位股东持有的天佳辰宇的全部股权，然后与发行人共同向天佳辰宇增资至 2,000 万元，增资后股权比例如下：

序号	股东名称/姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	爱亲母婴商业连锁有限公司	1,000.00	50.00
2	养天和大药房股份有限公司	1,000.00	50.00

根据《北京天佳辰宇科技有限公司增资及股份合作协议》中对于增资的时间节点约定，在爱亲母婴商业连锁有限公司受让天佳辰宇的原股东宁波熙耘科技有限公司、邓凤娥的全部股权，并办理完成工商变更登记后的 5 个工作日内，由爱亲母婴和发行人共同投入认缴出资额的 50%，即爱亲母婴出资 500 万元，发行人出资 500 万元。在首轮增资到位一年后，双方投入认缴出资的 50%。任何一方如逾期缴付的，

逾期 15 日后，守约方有权要求单方面解除协议，并有权追究违约方的责任。

发行人按照《北京天佳辰宇科技有限公司增资及股份合作协议》要求，于 2019 年 12 月 5 日按期向天佳辰宇支付投资款 500 万元，截至 2020 年 5 月，爱亲母婴仍未按期履行出资义务，天佳辰宇的研发成果、市场开拓情况未达发行人预期，而爱亲母婴持续看好天佳辰宇的管理与技术团队及未来发展前景，经友好协商决定，发行人将持有的天佳辰宇 50%的股权全部转让给爱亲母婴的关联方宁波熙耘。截至 2020 年 6 月 28 日，发行人已收回股权转让款 500 万元。

三、杨凌圣妃乳业有限公司、湖南乐立滋食品有限公司与发行人的关系；羊乳粉产品从制造商“杨凌圣妃乳业有限公司”通过多家公司及发行人辗转后销售给宁波熙耘等客户的合理性，发行人在上述环节所扮演的角色。

1、杨凌圣妃乳业有限公司（以下简称“杨凌圣妃”）、湖南乐立滋食品有限公司的基本信息：

杨凌圣妃工商信息如下：

企业名称	杨凌圣妃乳业有限公司		
法定代表人	刘咏梅		
住所	陕西省杨凌示范区火炬创业园 C 区		
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)		
注册资本	5,929.67 万元		
经营范围	乳制品[乳粉（全脂乳粉、调制乳粉）、液体乳（巴氏杀菌乳、灭菌乳、调制乳、发酵乳）、其他乳制品（特色乳制品）]、婴幼儿配方乳粉（干湿法复合工艺）、饮料（蛋白饮料类、果汁和蔬菜饮料类、茶饮料、固体饮料类）、食品添加剂（氮气）的研发、生产和销售；自营或代理各类商品的进出口业务。（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	2009 年 9 月 14 日		
营业期限	2009 年 09 月 14 日至无固定期限		
股权结构	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
	田苏辉	2,809.88	47.39
	李万彪	1,000.00	16.86
	杨凌东方富海现代农业生物产业股权投资企业（有限合伙）	700.30	11.81
	深圳市东方富海创业投资企业（有限合伙）	630.00	10.62
	张若楠	232.44	3.92
	金焰	210.00	3.54

	刁隽桓	135.34	2.28
	深圳市翱帆投资股份有限公司	125.71	2.12
	卿小湘	86.00	1.45
	合计	5,929.67	100.00

乐立滋工商信息如下：

企业名称	湖南乐立滋食品有限公司		
法定代表人	屠明		
住所	湖南省长沙市岳麓区望城坡街道迎春路与西二环交汇处达美苑 12 幢 1605 号		
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)		
注册资本	200 万元		
经营范围	预包装食品、婴幼儿配方乳粉、散装食品的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
成立日期	2015 年 09 月 25 日		
营业期限	2015 年 09 月 25 日至 2065 年 09 月 24 日		
股权结构	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
	屠明	104.50	52.25
	长沙倍思亲企业管理咨询有限公司	60.00	30
	余山泉	35.50	17.75
	合计	200.00	100.00

杨凌圣妃、乐立滋及主要股东与发行人不存在关联关系或其他利益安排，也不存在曾任、现任发行人股东或员工情况

2、乐立滋和杨凌圣妃的关系：

乐立滋主要从事预包装食品、婴幼儿配方乳粉、散装食品的销售。乐立滋无乳制品生产资质，故乐立滋系列产品均委托杨凌圣妃等有资质的生产厂家进行生产。乐立滋从 2015 年成立开始即委托杨凌圣妃生产。发行人与杨凌圣妃在整个业务流程中未发生任何交易和联系。

3、乐立滋和发行人的关系：

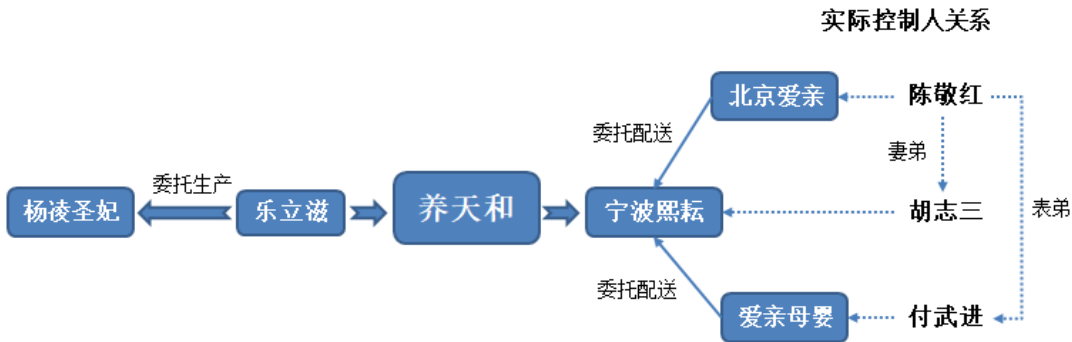
发行人与乐立滋签署了婴幼儿配方羊乳粉的独家代理协议，发行人是乐立滋婴幼儿配方羊乳粉的独家代理商。发行人代理乐立滋婴幼儿配方羊乳粉的原因：近年来，羊奶粉作为新兴的一种奶粉品种，被大众所接受。公司有意寻找相关产品进行代理销售的尝试。经多方考察比选，在 2019 年 1 月与乐立滋公司签署了

婴幼儿配方羊乳粉的独家代理协议。乐立滋选择发行人作为代理的原因：乐立滋自身渠道资源有限，希望借助发行人的渠道将自身产品做大做强。

4、发行人与宁波熙耘、爱亲母婴、北京爱亲的关系：

发行人与宁波熙耘、爱亲母婴、北京爱亲的关系详见本题第 2 问回复的相关内容。

羊乳粉产品从制造商通过多家公司及发行人辗转后销售给宁波熙耘等客户业务流程如下图所示：



综上所述：该业务的实质为乐立滋公司成立之初一直委托杨凌圣妃生产后自行销售，但由于自身渠道有限，在 2019 年 1 月与公司签订了代理合同，希望借助公司的渠道，扩大销售。发行人取得代理权后，通过自身的渠道找到专做母婴市场的北京爱亲，并与其签订销售协议作为国内母婴市场的独家特约经销商。宁波熙耘是北京爱亲的供应链公司，故公司将产品销售给宁波熙耘，而非直接销售给北京爱亲。

发行人为商品流通企业，扮演上游生产企业与下游需求客户之间的商品流通传递的角色，具有合理性。

【保荐人、申报会计师说明】

请保荐人、申报会计师补充说明上述公司主要人员是否与发行人实控人、董监高、其他关键人员存在资金往来；发行人上述安排以及羊奶粉业务是否基于真实交易背景，交易价格是否公允，请核查并发表明确意见。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

1、查询报告期内宁波熙耘、湖南乐立滋食品有限公司、杨凌圣妃乳业有限公司、爱亲母婴商业连锁有限公司及北京爱亲科技股份有限公司的基本工商信息，核查其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人、股东结构及变更等情况，核查上述公司的基本情况，关注上述公司之间是否存在关联关系；

2、对宁波熙耘科技有限公司、湖南乐立滋食品有限公司进行函证和走访，核查收入的真实性；

3、获取公司向湖南乐立滋食品有限公司采购的明细表，了解公司与湖南乐立滋食品有限公司交易的背景，分析交易价格的公允性；

4、获取公司向宁波熙耘科技有限公司、北京宝通恒世国际贸易有限公司销售的明细表，了解公司与上述客户交易的背景，对比交易价格是否公允，分析交易价格差异的原因及合理性；

5、执行实地走访程序，获取报告期内发行人收入明细及客户清单，实地走访宁波熙耘科技有限公司，通过实地观察客户经营场所及与客户关键经办人员的访谈、确认，了解客户的注册资本、主营业务、经营情况等背景资料；了解客户是否真实存在，客户的经营规模是否与公司之间的交易规模相匹配；了解客户与发行人的交易背景、销售情况、定价依据、结算方式、信用政策等与公司业务往来情况；以及确认客户与公司是否存在关联关系等，核查公司主要客户的销售收入；

6、获取发行人实控人、董监高、其他关键人员的银行流水，核查其中是否存在与上述公司的资金往来。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、上述公司的主要人员与发行人实控人、董监高、其他关键人员不存在资金往来；

2、报告期发行人羊乳粉产品的采购价格公允，发行人向不同客户的销售毛利率不存在显著差异；

3、发行人上述安排以及羊奶粉业务均基于真实交易背景，交易价格公允。

问题 22

关于报告期客户新增、退出、持续合作的数量及其对应的金额和占比。根据审核问询回复，2017 年发行人分销业务新增客户 1,419 家，对应收入 9,387.33 万元，占当年营业收入的 12.01%；分销业务中，各年度新增、退出客户对应收入比例高于发行人其他业务模式。

请发行人：

（1）补充说明“退出”的门店和客户的具体定义；发行人仅说明了分销业务等四项业务各自的新增、退出、持续经营情况，请补充说明汇总后的统计情况；

（2）补充说明是否拥有稳定的分销渠道，分销业务中客户频繁新增、退出的原因及合理性，是否符合行业特点。

请保荐人、申报会计师说明对分销业务收入是否真实、准确，客户频繁新增、退出的原因及合理性的核查程序及结论。

【发行人说明】

一、补充说明“退出”的门店和客户的具体定义；发行人仅说明了分销业务等四项业务各自的新增、退出、持续经营情况，请补充说明汇总后的统计情况。

1、补充说明“退出”的门店和客户的具体定义

对于分销业务和品牌合作业务，“退出”的含义为当年以后所有年度公司与其均未发生任何交易的客户。即：2017 年的“退出”客户为 2018 年-2020 年 1-6 月公司与其未发生交易的客户，“退出”金额为 2017 年公司与该类客户交易金额，“退出”占比为 2017 年公司与该类客户交易金额占 2017 年公司营业收入的比例；2018 年的“退出”客户为 2019 年-2020 年 1-6 月公司与其未发生交易的客户，“退出”金额为 2018 年公司与该类客户交易金额，“退出”占比为 2018 年公司与该类客户交易金额占 2018 年公司营业收入的比例；2019 年的“退出”客户为 2020 年 1-6 月公司与其未发生交易的客户，“退出”金额为 2019 年公司与该类客户交易金额，“退出”占比为 2019 年公司与该类客户交易金额占 2019 年公司营业收入

入的比例。由于尚无法预测 2021 年度不再与公司交易的分销客户和品牌合作客户，故 2020 年 1-6 月分销客户和品牌合作客户“退出”暂未统计。

对于直营业务、加盟业务，“退出”数量的含义为当年关闭的门店数，“退出”金额为当年该类直营门店对外实现的销售收入或公司对该类加盟门店实现的配送收入，“退出”占比为上述金额占当年公司营业收入的比例。

2、发行人仅说明了分销业务等四项业务各自的新增、退出、持续经营情况，请补充说明汇总后的统计情况

四项业务汇总后的统计情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
持续合作	52,239.55	88.28%	85,335.64	79.12%
退出	31.61	0.06%	4,524.19	4.20%
新增	5,225.96	8.83%	10,647.03	9.86%
当期新增当期退出	-	-	2,469.49	2.29%
合计	57,497.12	97.17%	102,976.35	95.47%
项目	2018 年		2017 年	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
持续合作	79,271.43	83.74%	62,107.59	79.44%
退出	2,912.51	3.08%	1,155.44	1.48%
新增	8,348.87	8.81%	11,662.59	14.92%
当期新增当期退出	524.10	0.55%	957.67	1.22%
合计	91,056.91	96.18%	75,883.29	97.06%

2017 年新增影响较大，主要是因为公司分销业务开始快速发展。2017 年子公司和盛医药开始设立全国营销中心，面向全国的县域连锁或单体药店输出优势贴牌产品或独家代理产品，以充分发挥在湖南、海南医药流通市场的区位优势 and 商品代理优势。因此，2017 年开始，公司业务链延伸开始得到加强，营销渠道开始拓展，分销业务客户数量得到快速增多。除此外，报告期内公司各业务类型的客户和门店新增、退出占营业收入的比例较小，对发行人业务的稳定性不会产生显著影响。

二、补充说明是否拥有稳定的分销渠道，分销业务中客户频繁新增、退出的原因及合理性，是否符合行业特点。

目前，公司与湖南千金大药房连锁有限公司、湖南恒康大药房股份有限公司、湖南九州通医药有限公司、国药控股长沙有限公司等主要分销客户合作比较稳定，公司拥有较稳定的分销渠道。

分销业务中客户频繁新增、退出的原因有如下几点：

（1）因分销业务客户包含大量单体药店，覆盖的客户较多，仅按单店统计。即若同一连锁公司控制多家门店，按最小统计单位（单个门店）进行统计。

（2）公司分销业务客户包括单体药店，对于单体药店而言，一般无法利用连锁规模优势获取优惠采购价，降低采购成本是其提升利润的途径之一，因此单体药店通常依据供应价格、地理位置、经营规模等因素选择供应商的随机性较强，对供应商的稳定采购需求较弱，符合行业特点；

（3）公司对业务结构的持续调整和完善。2017 年，和盛医药开始设立全国营销中心面向全国县域内的中小连锁药店和单体药店，销售市场急需且具有价格优势的贴牌或独家代理产品；2018 年，公司获取了部分知名品牌的区域代理权，并设立品牌控销中心分销上述品种；2019 年，公司将负责与医疗机构业务往来的原子公司和盛长风转让。上述业务结构的调整均会对公司分销业务客户的新增、退出产生一定影响；

（4）公司属于医药流通行业，医药产品的需求主要受居民健康情况、当地医疗水平、国家医药发展政策以及社会突发事件的影响较大，如 2020 年新冠疫情的爆发，可能导致一批规模较大、资金实力较雄厚的中小连锁药店、单体药店和其他流通客户与公司新增交易，但也有部分规模较小的客户因经济实力不足，无法承受高额成本，停止与公司进行采购，符合行业特点。

从占比来看，分销业务新增、退出客户的交易金额占营业收入的比例较低，不会对发行人的持续经营产生显著影响。报告期内，公司持续合作经营客户家数较多，并且销售收入主要来源于报告期持续合作经营客户。

综上所述，公司拥有较稳定的分销渠道，分销业务中客户频繁新增、退出具有合理原因，且部分原因为行业共性。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、查阅申报期各期销售客户明细，对客户进行分层整理、分析。
- 2、与发行人管理层、销售业务负责人进行访谈，了解公司合作稳定的主要分销客户和分销业务中客户频繁新增、退出的原因。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

- 1、已补充说明“退出”的门店和客户的具体定义、汇总后的统计情况。
- 2、公司拥有较稳定的分销渠道，分销业务中客户频繁新增、退出具有合理原因，且部分原因符合行业特点。

问题 23

关于发行人采购情况。申报材料显示，发行人招股说明书“四、发行人采购情况和主要供应商”中披露的是“报告期内主营业务成本构成情况”，而非采购情况。

请发行人补充披露报告期各产品类型的采购金额及占总采购额的比例，采购代理产品、贴牌产品、普通产品金额占发行人总采购额比例情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（一）采购情况”补充披露如下：

1、未剔除返利，报告期内各产品类型的采购金额及占总采购额的比例如下：

单位：万元

品种类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	未剔除返利无税采购金额	占比 (%)	未剔除返利无税采购金额	占比 (%)	未剔除返利无税采购金额	占比 (%)	未剔除返利无税采购金额	占比 (%)
中西成药	30,500.17	54.94	63,930.03	75.20	63,437.89	75.25	43,428.47	66.59
中药	2,863.28	5.16	5,526.08	6.50	6,792.49	8.06	7,191.31	11.03
保健食品	1,907.04	3.44	3,405.09	4.01	2,939.02	3.49	2,252.86	3.45
医疗器械	9,582.56	17.26	1,772.13	2.08	1,426.36	1.69	1,213.28	1.86
生物制剂	3,192.26	5.75	1,610.02	1.89	1,010.78	1.20	724.08	1.11
计生用品	126.93	0.23	410.32	0.48	386.58	0.46	382.29	0.59
生活用品	7,345.36	13.23	8,362.88	9.84	8,311.20	9.86	10,024.69	15.37
合计	55,517.60	100.00	85,016.54	100.00	84,304.32	100.00	65,216.98	100.00

未剔除返利，报告期内采购代理产品、贴牌产品、普通产品金额占采购总额比例如下：

单位：万元

产品类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	未剔除返利无税采购金额	占比 (%)	未剔除返利无税采购金额	占比 (%)	未剔除返利无税采购金额	占比 (%)	未剔除返利无税采购金额	占比 (%)
普通产品	47,902.30	86.28	57,304.51	67.40	71,421.92	84.72	57,793.37	88.62
代理产品	4,580.96	8.25	21,530.67	25.33	6,873.17	8.15	2,420.86	3.71
贴牌产品	3,034.33	5.47	6,181.36	7.27	6,009.23	7.13	5,002.75	7.67
合计	55,517.60	100.00	85,016.54	100.00	84,304.32	100.00	65,216.98	100.00

2、剔除返利后，报告期内各产品类型的采购金额及占总采购额的比例如下：

单位：万元

产品类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	剔除返利无税采购金额	占比 (%)	剔除返利无税采购金额	占比 (%)	剔除返利无税采购金额	占比 (%)	剔除返利无税采购金额	占比 (%)
中西成药	27,861.71	53.58	59,042.46	74.44	59,191.50	74.43	41,744.09	66.09
中药	2,777.53	5.34	5,348.78	6.74	6,650.28	8.36	6,995.83	11.08
保健食品	1,773.79	3.41	3,230.99	4.07	2,864.94	3.60	2,214.51	3.51
医疗器械	9,582.56	18.43	1,772.13	2.23	1,426.36	1.79	1,213.28	1.92
生物制剂	3,192.26	6.14	1,610.02	2.03	1,010.78	1.27	724.08	1.15
计生用品	126.93	0.24	410.32	0.52	386.58	0.49	382.29	0.61
生活用品	6,682.57	12.85	7,900.54	9.96	7,998.21	10.06	9,891.02	15.66
合计	51,997.35	100.00	79,315.24	100.00	79,528.65	100.00	63,165.10	100.00

剔除返利后，报告期内采购代理产品、贴牌产品、普通产品金额占采购总额比例如下：

单位：万元

产品类型	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	剔除返利无税采购金额	占比 (%)	剔除返利无税采购金额	占比 (%)	剔除返利无税采购金额	占比 (%)	剔除返利无税采购金额	占比 (%)
普通产品	44,773.12	86.11	51,631.91	65.10	67,039.44	84.30	55,841.14	88.41
代理产品	4,189.90	8.06	21,501.97	27.11	6,479.98	8.15	2,321.21	3.67
贴牌产品	3,034.33	5.84	6,181.36	7.79	6,009.23	7.56	5,002.75	7.92
合计	51,997.35	100.00	79,315.24	100.00	79,528.65	100.00	63,165.10	100.00

报告期各期，发行人各产品类型的采购金额真实、准确。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、访谈发行人财务负责人、管理层，了解发行人业务模式、主要采购产品类型、采购总额构成等。
- 2、获取代理产品、贴牌产品及普通产品的采购明细表，并与财务账面金额进行核对。
- 3、对发行人主要供应商进行了实地走访或视频访谈，获取供应商的营业执照、经营资质、交易合同等资料，了解供应商与公司的交易金额、交易条款等具体交易内容，核查采购的真实性。
- 4、对发行人供应商的采购额和应付账款余额寄发函证，查阅报告期内各主要产品的采购金额及占采购总额的比例。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

报告期各期，发行人各产品类型的采购金额真实、准确；发行人已在招股说明书补充披露上述内容。

问题 24

关于海元堂和贴牌产品。根据审核问询回复：

（1）发行人从海元堂药业有限公司（以下简称海元堂公司）控股股东张军处获得了“海元堂”、“仁之庆”授权商标，发行人以该商品委托其他药品生产厂家进行贴牌业务；

（2）发行人与海元堂公司存在同时互相销售和采购的情形，报告期发行人向其销售金额为 431.80 万元、621.08 万元、711.01 万元、203.46 万元，向其采购金额为 1,244.84 万元、617.35 万元、188.71 万元、124.06 万元；

（3）发行人对向海元堂的互相销售和采购解释为“为了增加销售量，提升对供应商的议价能力，公司将“海元堂”商标贴牌生产的商品或其他优势产品以采购成本价、亦可高于或低于采购成本价交由海元堂药业有限公司进行分销，最终以 2017 年 4 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间和盛医药对湖南海元堂药业有限公司销售产生的亏损、盈利之差额（在亏损大于盈利的情况下）作为海元堂公司控股股东张军将其所有的“海元堂”商标无偿授权给和盛医药使用的补偿对价，但不能超过 12 万元/年。基于以上原因，公司向其销售和采购价格和向第三方价格比较不公允、其销售产品的毛利率和向其采购产品再销售的毛利率存在异常是合理的”。

请发行人：

（1）补充披露报告期发行人贴牌产品各业务模式下的销售金额及毛利率情况，与张军有关品牌产品的销售金额及毛利率情况；

（2）结合海元堂公司、张军的相关情况，说明双方相互选择合作的合理性；发行人是否系取得了独家授权，若并非独家授权，商品的使用范围或内容如何约定；张军在拥有该商标的背景下，其向发行人采购而非向第三方或由其自身生产的合理性；发行人在被授权情况下，仍需向海元堂公司采购以及采购金额下滑的原因及合理性；

（3）补充说明“补偿对价，但不能超过 12 万元/年”的具体含义，不采用固定的授权费用而采用上述安排的原因；

(4) 补充披露公司向其销售和采购价格与向第三方价格比较情况，是否公允，是否存在双方利益输送的情形；

(5) “公司贴牌业务对应主要贴牌供应商的采购情况”中披露的 2020 年 1-6 月发行人向湖南海元堂医药企业管理有限公司采购金额为 281.99 万元，而在“供应商和客户重叠”中披露的发行人向海元堂采购金额为 124.06 万元，请补充说明差异原因。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

一、补充披露报告期发行人贴牌产品各业务模式下的销售金额及毛利率情况，与张军有关品牌产品的销售金额及毛利率情况。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（五）发行人的主要业务模式”中补充披露如下：

（一）贴牌产品各业务模式下的销售金额及毛利率情况

单位：万元

模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
直营	586.00	58.32%	2,513.18	59.34%	2,718.02	49.96%	2,410.87	52.88%
加盟	672.97	42.44%	2,272.04	34.33%	2,309.33	36.56%	2,919.50	32.05%
分销	2,675.49	37.13%	5,698.89	41.40%	4,187.41	38.75%	3,317.51	33.17%
品牌合作	46.04	29.56%	279.92	26.78%	230.34	17.50%	-	-
合计	3,980.50	38.33%	10,764.03	39.75%	9,445.10	34.84%	8,647.88	32.71%

注：贴牌产品在直营模式下销售的毛利率包含了配送毛利

（二）与张军有关品牌产品在各业务模式下的销售金额及毛利率情况

单位：万元

模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
直营	117.30	79.25%	139.92	79.53%	154.43	78.54%	100.83	78.84%
加盟	91.27	66.74%	138.25	68.71%	133.20	70.01%	146.17	62.30%
分销	2,660.75	37.21%	5,426.34	41.66%	3,675.66	39.37%	2,162.85	35.61%
品牌合作	25.71	37.24%	74.57	41.66%	22.96	39.54%	-	-

模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
合计	2,895.02	38.70%	5,779.08	42.51%	3,986.26	40.84%	2,409.86	37.90%

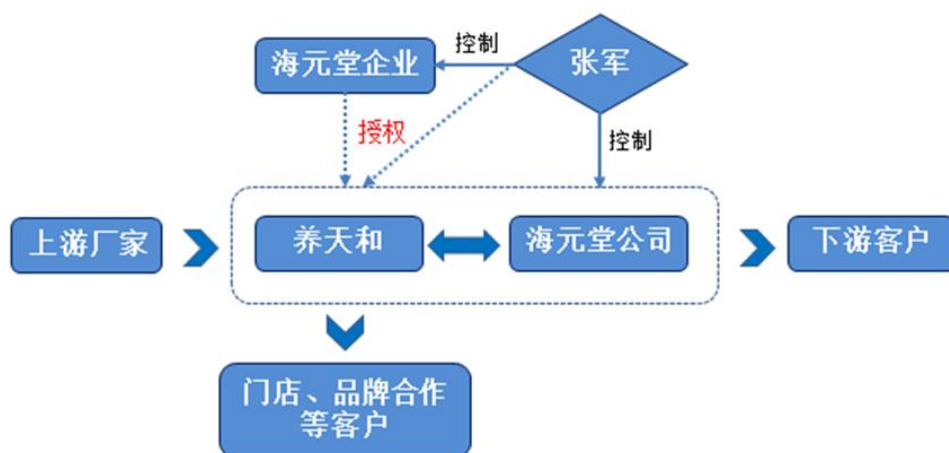
注：与张军有关的贴牌商品主要为药品，而公司其他贴牌商品为保健品、中药、日常用品等，因此与张军有关贴牌商品毛利率高于其他贴牌商品。报告期直营毛利率在 78%以上，主要系包括零售毛利和配送毛利。

二、结合海元堂公司、张军的相关情况，说明双方相互选择合作的合理性；
发行人是否系取得了独家授权，若并非独家授权，商品的使用范围或内容如何约定；张军在拥有该商标的背景下，其向发行人采购而非向第三方或由其自身生产的合理性；发行人在被授权情况下，仍需向海元堂公司采购以及采购金额下滑的原因及合理性。

【发行人说明】

（一）结合海元堂公司、张军的相关情况，说明双方相互选择合作的合理性

1、湖南海元堂药业有限公司（以下简称“海元堂公司”）、湖南海元堂医药企业管理有限公司（以下简称“海元堂企业”）、张军的相关情况及关系如下：



张军持有海元堂公司 51%的股权，持有海元堂企业 80%的股权，为海元堂公司、海元堂企业的控股股东、实际控制人。张军及海元堂企业拥有的“海元堂”和“仁芝庆”商标急需扩大品牌影响力，提高商标知名度，但缺乏快速推广的平台和资金，发行人作为大型医药零售连锁企业，拥有较高的知名度和品牌影响力，拥有广阔的采购和销售渠道，有意寻求药品和器械类的商标，进行贴牌生产，推向全国市场，因此双方于 2017 年就“海元堂”和“仁芝庆”商标开展授权及合作。

2、授权商标基本情况

序号	贴牌产品类型	注册号	贴牌商标名称	贴牌商标图样	商标所有权人
1	保健食品	10721529	海元堂		张军
	药品				
2	药品	10721530	仁芝庆		张军
3	药品、医疗器械	30467928	海元堂		湖南海元堂医药企业管理有限公司

注：张军系湖南海元堂医药企业管理有限公司的控股股东、实际控制人。

2、双方相互选择合作的合理性

随着大量知名品牌将自己的品种和资源集中在大型连锁药店，许多中小型连锁药店和单体药店无法获得知名品牌品种，导致部分货源出现严重缺失。公司利用这一机遇，选择一些质量可靠、具有一定市场影响力、产能相对稳定的药品生产企业进行贴牌生产，以满足中小型连锁药店和单体药店的需求。公司通过提高连锁药店、单体药店等客户供货渠道的稳定性，在显著增强客户对公司的依赖性的同时吸引部分潜在客户加入养天和成为加盟店或品牌合作店。

2017 年以前，公司拥有的“康京元”、“纽西莱特”、“丽夫宝”等自有商标，主要集中在中药饮片、保健品以及生活用品等品类产品的贴牌。这些品牌使用时间长，销量大，在湖南和海南市场拥有一定的影响力，有稳定的消费群体，为公司门店的差异化经营做出很大贡献。除此以外，公司没有用于药品和医疗器械贴牌的自有商标。发行人用于药品和医疗器械贴牌的商标有“舵手”、“福本”等授权商标，上述授权商标贴牌生产的商品仅限于公司门店销售，且销售量不大，在湖南和海南以外地区没有影响力，如果其产品在全国范围内推广，面临较大的压力。

湖南海元堂药业有限公司从 2015 年开始从事药品分销业务，同时利用“海元堂”和“仁芝庆”商标进行贴牌生产，并在全国范围内进行销售，拥有一定的市场基础。但由于海元堂公司的实力和市场影响力不够，上述贴牌商品推广没有达到预计目标，需要寻求更大的销售平台以加快发展。

基于公司与海元堂公司稳定良好的合作关系，经友好协商，2017 年海元堂公司控股股东张军将其所有的“海元堂”等商标授权给公司全资子公司和盛医药使用。公司根据差异化经营的思路选择了一些质量可靠、具有一定市场影响力、

产能相对稳定的药品生产企业进行贴牌，将“海元堂”等贴牌产品向公司直营门店、加盟门店、品牌合作门店以及其他药店、流通商等客户销售。

自 2017 年双方合作以来，和盛医药组建了全国营销中心，结合市场需求和自身优势，负责“海元堂”等贴牌产品在全国范围内中小型连锁药店和单体药店的业务拓展，并取得了良好的成效。

（二）发行人是否系取得了独家授权，若并非独家授权，商品的使用范围或内容如何约定

发行人未取得独家授权，根据海元堂企业、张军、海元堂公司与和盛医药签署的《商标授权使用许可使用合同》约定，张军将注册号为 10721530 的“海元堂”商标和注册号为 10721529 “仁芝庆”商标，海元堂企业将注册号为 30467928 的“海元堂”商标许可和盛医药使用，约定注册号为 10721530 的“海元堂”商标和注册号为 10721529 “仁芝庆”商标只允许海元堂公司与和盛医药使用，其它任何单位和个人不得使用；注册号为 30467928 的“海元堂”商标只允许海元堂企业与和盛医药使用，其它任何单位和个人不得使用。同时约定海元堂公司与和盛医药、海元堂企业与和盛医药在相同的商品只能由其中一方使用，如某一方在某种商品已经进行贴牌生产，则另一方就不能再在相同商品进行贴牌。

上述授权商标用于贴牌的商品名称及规格、生产企业、商标使用方的具体情况如下：

序号	商标名称	商标注册号	商品名称及规格	生产企业	商标使用方
1	海元堂	10721530	感冒止咳颗粒_10g*6 袋	江西普正制药有限公司	和盛医药
2	海元堂	10721530	藿香正气胶囊_0.3g(15 粒*2 板)	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
3	海元堂	10721530	小柴胡颗粒_10g*9 袋	福建省泉州罗裳山制药厂	和盛医药
4	海元堂	10721530	枇杷止咳颗粒_3g*15 袋	山东岳草堂药业有限公司	和盛医药
5	仁芝庆	10721529	麻杏止咳片（薄膜衣剂型）_0.26g*10 片*3 板	吉林双药药业集团有限公司	和盛医药
6	海元堂	10721530	橘红颗粒_11g*9 袋	天圣制药集团山西有限公司	和盛医药
7	海元堂	10721530	胶体果胶铋胶囊_100mg*24 粒	佛山华普生药业有限公司	和盛医药
8	海元堂	10721530	健胃消食片_0.5g*12 片*4 板	天圣制药集团股份有限公司	和盛医药
9	海元堂	10721530	苯磺酸氨氯地平片_5mg*14 片*3 板	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
10	海元堂	10721530	苯磺酸氨氯地平片_5mg*16 片	山西华元医药生物有限公司	和盛医药

序号	商标名称	商标注册号	商品名称及规格	生产企业	商标使用方
11	海元堂	10721530	替米沙坦胶囊_40mg*12粒*2板	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
12	海元堂	10721530	辛伐他汀片_10mg*16片*2板	华润双鹤利民药业(济南)有限公司	和盛医药
13	海元堂	10721530	辛伐他汀片_10mg*14片*2板	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
14	海元堂	10721530	复方丹参片_0.32g*240片	云南通大生物药业有限公司	和盛医药
15	海元堂	10721530	心脑血管胶囊_0.25g*10粒*4板	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
16	海元堂	10721530	血塞通分散片_0.1g*18片	湖南一格制药有限公司	和盛医药
17	海元堂	10721530	盐酸曲美他嗪胶囊_20mg*15粒*2板	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
18	海元堂	10721530	银杏叶片_19.2mg:4.8mg(18片*3板)	江苏润邦药业有限公司	和盛医药
19	海元堂	10721530	格列齐特缓释片_30mg*24片	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	和盛医药
20	海元堂	10721530	盐酸二甲双胍缓释片_0.5g*10片*5板	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
21	海元堂	10721530	盐酸二甲双胍缓释片_0.5g*16片	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
22	海元堂	10721530	抗菌消炎片_0.5g*24片*3板	山东岳草堂药业有限公司	和盛医药
23	海元堂	10721530	蒲地蓝消炎片_0.3g*25片*3板	天长亿帆制药有限公司	和盛医药
24	海元堂	10721530	栀子金花丸_9g*9袋	山东孔圣堂制药有限公司	和盛医药
25	海元堂	10721530	板蓝根颗粒_10g*21袋	云南通大生物药业有限公司	和盛医药
26	海元堂	10721530	一清颗粒_7.5g*10袋	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
27	海元堂	10721530	银黄胶囊_0.3g*10粒*5板	云南通大生物药业有限公司	和盛医药
28	海元堂	10721530	布洛芬缓释胶囊_0.3g*17粒*2板	福建太平洋制药有限公司	和盛医药
29	仁芝庆	10721529	三七伤药胶囊_0.3g*15粒*2板	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
30	仁芝庆	10721529	藤黄健骨丸_60丸*2板	天圣制药集团山西有限公司	和盛医药
31	海元堂	10721530	硫酸氨基葡萄糖胶囊_0.25g*10粒*6板	山西同达药业有限公司	和盛医药
32	仁芝庆	10721529	新生化颗粒_6g*9袋	天圣制药集团股份有限公司	和盛医药
33	海元堂	10721530	人工牛黄甲硝唑胶囊_12粒*3板	重庆迪康长江制药有限公司	和盛医药
34	海元堂	10721530	鼻炎宁胶囊_0.3g*10粒*4板	福建省泉州罗裳山制药厂	和盛医药
35	海元堂	10721530	通窍鼻炎片_0.32g*12片*3板(薄膜衣)	云南通大生物药业有限公司	和盛医药
36	海元堂	10721530	清咽片_10片*5版	山西华元医药生物有限公司	和盛医药
37	仁芝庆	10721529	咽炎片_0.25g*18片*3板	吉林双药药业集团有限公司	和盛医药
38	海元堂	10721530	三胶颗粒_15g*30袋	湖南富兴飞鸽药业有限公司	和盛医药
39	海元堂	10721530	六味地黄胶囊_0.3g*12粒*10板	江西普正制药有限公司	和盛医药

序号	商标名称	商标注册号	商品名称及规格	生产企业	商标使用方
40	海元堂	10721530	阿莫西林分散片_0.25g*24 片	海口市制药厂有限公司	和盛医药
41	海元堂	10721530	阿莫西林胶囊_0.25g*30 粒	重庆迪康长江制药有限公司	和盛医药
42	海元堂	10721530	阿莫西林胶囊_0.5g*9 粒*3 板	重庆科瑞制药（集团）有限公司	和盛医药
43	海元堂	10721530	罗红霉素胶囊_150mg*20 粒	江苏润邦药业有限公司	和盛医药
44	海元堂	10721530	盐酸左氧氟沙星片_0.2g*6 片*3 板	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	和盛医药
45	海元堂	10721530	盐酸左氧氟沙星片_0.2g*18 片	珠海同源药业有限公司	和盛医药
46	海元堂	10721530	奥硝唑片_0.5g*8 片	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	和盛医药
47	海元堂	10721530	莫匹罗星软膏_2%*5g	河北九正药业有限公司	和盛医药
48	海元堂	10721530	酮康唑乳膏_10g: 0.2g	重庆科瑞制药(集团)有限公司	和盛医药
49	海元堂	10721530	硝酸咪康唑乳膏_2%（10 克）	重庆科瑞制药(集团)有限公司	和盛医药
50	海元堂	10721530	阿昔洛韦乳膏_10g:0.3g*17g	福建太平洋制药有限公司	和盛医药
51	海元堂	10721530	双灵油_5ml	安阳中智药业有限责任公司	和盛医药
52	海元堂	10721530	小儿感冒颗粒_12g*6 袋	江西普正制药有限公司	和盛医药
53	海元堂	10721530	小儿清咽颗粒_6g*12 袋	福建省泉州罗裳山制药厂	和盛医药
54	海元堂	10721530	小儿止咳糖浆_120ml	江西普正制药有限公司	和盛医药
55	海元堂	10721530	小儿暖脐膏_3g*4 袋	黑龙江吴氏济民制药有限公司	和盛医药
56	海元堂	30467928	0937 人绒毛膜促性腺激素(HCG)胶体金快速检测试纸(条)/海元堂_条型 1 人份	深圳市康乃格生物技术有限公司	和盛医药
57	海元堂	30467928	0951 人绒毛膜促性腺激素(HCG)胶体金快速检测试纸(卡)/海元堂_卡型 1 人份	深圳市康乃格生物技术有限公司	和盛医药
58	海元堂	30467928	医用降温贴_5*12cm*2 枚*2 袋	江苏达亚生技医药有限公司	和盛医药
59	海元堂	10721530	芦荟胶囊_0.3g*48 粒	湖南善源生物科技有限公司	和盛医药
60	海元堂	10721530	硝苯地平缓释片(I)_10mg*12 片*3 板	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	和盛医药
61	海元堂	10721530	栀子金花丸_9g*9 袋	山东孔圣堂制药有限公司	和盛医药
62	海元堂	10721530	阿奇霉素分散片_0.25g*8 片	广西天天乐药业股份有限公司	和盛医药
63	海元堂	10721530	追风活血膏_15g*3 袋	黑龙江吴氏济民制药有限公司	和盛医药
64	海元堂	30467928	高效单体银妇用抗菌凝胶_3g*3 支（银含量 350 μg: g）	吉林邦安宝医用设备有限公司	海元堂药业
65	海元堂	30467928	高效单体银妇用抗菌洗液_200ml（银含量 100 μg: g）	吉林邦安宝医用设备有限公司	海元堂药业
66	海元堂	30467928	高效单体银鼻炎抗菌喷剂_15ml（银含量 100 μg/g）	吉林邦安宝医用设备有限公司	海元堂药业

（三）张军在拥有该商标的背景下，其向发行人采购而非向第三方或由其自

身生产的合理性

根据前述《商标授权使用合同》约定，海元堂公司与和盛医药、海元堂企业与和盛医药在相同的商品只能由其中一方使用，如某一方在某种商品已经进行贴牌生产，则另一方就不能再在相同商品进行贴牌。

故公司以“海元堂”和“仁芝庆”商标贴牌生产的商品是海元堂公司和海元堂企业既没有也不能贴牌生产的商品。由于公司的销售规模和市场渠道优于海元堂公司，公司贴牌的品种较多，采购价格相对更有优势，因此，尽管张军拥有上述商标，但其控制的企业愿意向公司采购而非向第三方采购或自身生产。

（四）发行人在被授权情况下，仍需向海元堂公司采购以及采购金额下滑的原因及合理性。

在公司取得“海元堂”等与张军相关商标授权之前，海元堂公司已经与一些生产厂家达成贴牌生产协议，而这些已经在生产的药品大多是适销对路的产品，为了快速打开市场，同时帮助消化海元堂公司订单，2017 年和盛医药从海元堂公司采购了部分商品。根据前述《商标授权使用合同》，海元堂公司已经在生产的品种，和盛医药不能再生产，只能从海元堂公司采购。受此条款的限制，2017 年和盛医药从海元堂公司采购商品较多。随着海元堂公司的贴牌生产协议逐步到期，考虑和盛医药具有资金规模、采购和销售渠道等方面的优势，和盛医药与海元堂公司商议决定将贴牌生产逐步向和盛医药转移，以谋求更好经济利益。故 2018 年开始和盛医药在海元堂公司的采购大幅下降。

三、补充说明“补偿对价，但不能超过 12 万元/年”的具体含义，不采用固定的授权费用而采用上述安排的原因。

【发行人说明】

根据海元堂企业、张军、海元堂公司（合称“甲方”）与和盛医药（乙方）签署的《商标授权使用合同》，基于本次合作甲方的目的主要是借用乙方的平台和实力，快速扩大“海元堂”和“仁芝庆”商标知名度，提高市场占有率，甲方不收取专项商标使用费，同意在向乙方采购商品时以交易让利作为使用甲方注册商标的补偿。

补偿具体计算标准为：在 2017 年 4 月 1 日-2020 年 12 月 31 日之间，乙方销

售给甲方商品的价格整体应低于甲方的采购成本价，且两者之差额作为乙方使用甲方商标对甲方的补偿。乙方销售给甲方商品的综合毛利率不低于负 1%，每年补偿销售含税金额最高不超过 1200 万元人民币。补偿具体数额以双方每年年初进行对账确定，但每年累计补偿金额不得超过 12 万元。若每年累计补偿的金额超过 12 万元，则可以计算在下一年度。甲方销售乙方的商品价格应该以乙方的采购成本价为参照，可以考虑相关费用和适当利润，具体价格可由双方根据具体情况商议决定。2020 年 12 月 31 日以后，甲方向乙方采购商品的价格以乙方的采购成本价为参照，可以考虑相关费用和适当利润，采购的具体价格可由双方根据具体商议决定。本协议到期后，在同等条件下乙方有优先合作的权力；如继续合作，则甲乙双方可以重新商议使用“海元堂”和“仁芝庆”商标的对价。

由于双方按商品销售额的一定比例预估商标授权费，在交易初期难以确认具体交易金额，故未采取固定授权费而是上述安排，同时采用非固定授权费也有利于鼓励海元堂医药扩大销售，增加在公司的采购量。

四、补充披露公司向其销售和采购价格与向第三方价格比较情况，是否公允，是否存在双方利益输送的情形。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（三）报告期客户与供应商重叠的情况”中补充披露如下：

1、报告期各期向海元堂公司采购的前五种单品与向第三方价格比较情况

年度	商品名称	采购金额 (万元)	采购单 价 (元)	第三方 采购单 价 (元)
2020 年 1-6 月	缬沙坦氢氯噻嗪片_80mg:12.5mg*7 片*4 板	41.63	16.33	无
	6077 创口贴/泰邦_20 片*70mm*20mm 轻巧型	10.98	2.92	无
	6091 创口贴（透明防水型）/泰邦_10 片*63mm*25mm（椭圆）	6.90	3.45	无
	硝苯地平缓释片（II）_20mg*40 片	6.89	5.11	无
	雷贝拉唑钠肠溶片_10mg*8 片	6.53	12.83	无
2019 年度	6077 创口贴/泰邦_20 片*70mm*20mm 轻巧型	25.88	2.90	无
	6091 创口贴（透明防水型）/泰邦_10 片*63mm*25mm（椭圆）	13.30	3.43	无

年度	商品名称	采购金额 (万元)	采购单 价 (元)	第三方 采购单 价 (元)
	秋水仙碱片_0.5mg*20片*2板	12.34	7.22	无
	感冒解毒颗粒_5g*10袋	10.80	6.15	无
	雷贝拉唑钠肠溶片_10mg*8片	10.70	12.76	无
2018 年度	蒲地蓝消炎片_0.3g*24片*2板	67.39	10.67	无
	伤风停胶囊_0.35g*12粒*2板	42.07	10.84	无
	银杏叶片_12片*4板	32.74	6.10	无
	妇炎康片_0.52g*18片*3板(云南白药)	31.17	12.84	无
	6077 创口贴/泰邦_20片*70mm*20mm 轻巧型	27.68	2.84	无
2017 年度	妇炎康片(薄膜衣)_0.5g*12片*6板	121.57	6.08	6.11
	银杏叶片_12片*4板	69.31	6.27	无
	阿胶_250克	69.20	178.34	173.92
	蒲地蓝消炎片_0.3g*24片*2板	56.80	8.00	无
	伤风停胶囊_0.35g*12粒*2板	35.56	8.63	无

报告期内,公司向海元堂公司采购的主要产品包括泰邦创口贴、银杏叶片、蒲地蓝消炎片、伤风停胶囊、妇炎康片等商品,由于海元堂公司为云南白药在湖南区域的代理商,公司未向其他方采购,因此部分采购商品无第三方可比价格。

妇炎康片(薄膜衣)_0.5g*12片*6板、阿胶_250克向海元堂采购的价格与发行人与第三方采购的价格相比不存在重大差异。

2、报告期各期向海元堂公司销售的前五种单品与向第三方价格比较情况

年度	商品名称	销售金额 (万元)	销售单价 (元)	第三方销 售单价 (元)	海元堂对 外公司销 售价格 (元)
2020 年 1-6 月	苯磺酸氨氯地平片_5mg*14片*3板	40.21	3.67	6.25	6.90
	苯磺酸左氨氯地平片(苯磺酸左旋氨氯地平片)_2.5mg*14片*2板	34.52	4.81	10.20	11.95
	盐酸二甲双胍缓释片_0.5g*10片*5板	29.60	4.93	7.06	7.88
	四季感冒胶囊_0.41g*12粒*3板	14.40	3.32	4.70	4.42

年度	商品名称	销售金额 (万元)	销售单价 (元)	第三方销 售单价 (元)	海元堂对 外公司销 售价格 (元)
	妇炎康片(薄膜衣)_0.5g*12片*6板	12.14	6.57	9.15	9.29
	苯磺酸左氨氯地平片(苯磺酸左旋氨氯地平片)_2.5mg*14片*2板	152.05	7.00	10.98	11.64
	西洋参(美国进口)_7克泡(250g)	79.42	2,869.88	2,935.78	2,935.78
2019 年度	苯磺酸氨氯地平片_5mg*14片*3板	64.82	3.63	6.14	6.72
	盐酸二甲双胍缓释片_0.5g*10片*5板	50.90	4.49	6.63	7.67
	四季感冒胶囊_0.41g*12粒*3板	48.18	3.29	4.61	4.31
	阿胶_250克	69.18	172.73	231.06	224.14
	苯磺酸氨氯地平片_5mg*14片*3板	53.75	3.53	5.91	6.72
2018 年度	妇炎康片(薄膜衣)_0.5g*12片*6板	50.32	6.25	8.37	9.05
	苯磺酸左氨氯地平片(苯磺酸左旋氨氯地平片)_2.5mg*14片*2板	48.23	6.61	11.55	11.64
	四季感冒胶囊_0.41g*12粒*3板	41.24	3.22	4.43	4.31
	苯磺酸左氨氯地平片(苯磺酸左旋氨氯地平片)_2.5mg*14片*2板	64.67	6.89	11.85	11.54
	盐酸二甲双胍缓释片_0.5g*10片*5板	34.75	4.36	6.39	7.61
2017 年度	四季感冒胶囊_0.41g*12粒*3板	27.71	3.21	4.39	4.27
	苯磺酸氨氯地平片_5mg*14片*3板	25.11	3.51	5.94	6.67
	阿胶_250克	22.31	179.47	229.46	222.22

注 1：第三方销售单价，为分销模式下除该客户以外发行人向其他客户销售的均价。

注 2：海元堂公司对外销售价格为根据其提供的《销售价目表》中的含税售价按照适用增值税税率计算所得，2020 年 1-6 月适用税率为 13%，2018 年和 2019 年适用税率为 16%，2017 年度适用税率为 17%。

根据前述《商标授权使用合同》约定，海元堂公司与和盛医药、海元堂企业与和盛医药在相同的商品只能由其中一方使用，如某一方在某种商品已经进行贴牌生产，则另一方就不能再在相同商品进行贴牌。

为共同做大做强海元堂品牌，体现集中采购的优势，公司以“海元堂”等

与张军相关的授权商标进行贴牌生产后购进的商品，在扣除自身承担的运费等必要支出后基本以平价或略低于成本价（考虑授权费用）出售给海元堂公司，不以赚取差价为目的，由海元堂公司在其自身客户群体中进行分销，符合交易实质。

报告期内，按照第三方单价测算公司向海元堂公司销售金额及对主营业务收入影响金额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	合计
按第三方价格测算数	344.58	1,044.89	878.89	606.06	2,874.41
向海元堂公司销售金额	203.46	711.01	621.08	431.80	1,967.35
差异金额	141.12	333.88	257.81	174.26	907.06
占当期主营业务收入的比	0.25%	0.32%	0.28%	0.23%	1.08%

报告期内，公司与海元堂公司采购与销售的商品价格与第三方价格相比存在不公允的情况，但其因合理的商业理由而发生，具有商业实质，对报告期各期主营业务收入的影响较小，不存在双方利益输送的情形。

五、“公司贴牌业务对应主要贴牌供应商的采购情况”中披露的 2020 年 1-6 月发行人向湖南海元堂医药企业管理有限公司采购金额为 281.99 万元，而在“供应商和客户重叠”中披露的发行人向海元堂采购金额为 124.06 万元，请补充说明差异原因。

【发行人说明】

“公司贴牌业务对应主要贴牌供应商的采购情况”中披露的 2020 年 1-6 月发行人向湖南海元堂医药企业管理有限公司采购金额为 281.99 万元，发行人与湖南海元堂医药企业管理有限公司仅在 2020 年 1-6 月存在交易，发行人在疫情期间向其采购的一次性医用口罩。

“供应商和客户重叠”中披露的发行人向海元堂采购金额为 124.06 万元，海元堂指招股说明书首次申报稿中披露的 2017 年度和 2018 年度出现销售和采购重叠的湖南海元堂药业有限公司。

湖南海元堂医药企业管理有限公司与湖南海元堂药业有限公司系不同交易主体，故金额存在差异。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

1、查阅发行人贴牌产品销售明细表，与张军相关贴牌产品的销售明细表，包括商品品名、规格、收入、成本和毛利率，询问发行人管理层关于贴牌产品在各业务模式下毛利率变动的原因。

2、查阅发行人与张军、湖南海元堂医药企业管理有限公司签订的《商标授权使用合同》，了解是否为独家授权、商品的使用范围及内容约定，了解张军在拥有该商标的背景下，其向发行人采购而非向第三方采购或由其自身生产的合理性；发行人在被授权情况下，仍需向海元堂公司采购以及采购金额下滑的原因及合理性。

3、询问发行人和张军关于相互选择合作的原因，是否为独家授权，张军在拥有该商标的背景下，其向发行人采购而非向第三方采购或由其自身生产的原因；发行人在被授权情况下，仍需向海元堂公司采购以及采购金额下滑的原因。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人已补充披露报告期发行人贴牌产品各业务模式下的销售金额及毛利率情况，与张军有关品牌产品的销售金额及毛利率情况。

2、海元堂公司、张军与发行人相互选择合作具有合理性；发行人未取得独家授权；张军在拥有该商标的背景下，其向发行人采购而非向第三方采购或由其自身生产具有合理性；发行人在被授权情况下，仍需向海元堂公司采购以及采购金额下滑具有合理性。

3、发行人已说明采用“补偿对价，但不能超过 12 万元/年”而不采用固定的授权费用的原因。

4、发行人已补充披露公司向其销售和采购价格与向分销模式下第三方价格比较的情况，存在不公平的情形，因合理的商业理由而发生，具有商业实质，不存在双方利益输送的情形。

5、“公司贴牌业务对应主要贴牌供应商的采购情况”中披露的 2020 年 1-6

月发行人向湖南海元堂医药企业管理有限公司采购金额为 281.99 万元，而在“供应商和客户重叠”中披露的发行人向海元堂采购金额为 124.06 万元，系针对不同公司的交易金额，差异具有合理性。

问题 25

关于票折返利。根据审核问询回复，2018 年末计入存货的票折返利余额为 1,341.48 万元，显著高于其他年度，请量化分析并说明其余额较高的原因，票折返利的分摊是否准确。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【发行人说明】

报告期各期末计入存货的票折返利余额明细如下：

单位：万元

商品名称	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
东阿 250g	88.28		1,032.77	59.95
复方阿胶浆			70.40	43.91
龟龄集	110.90	116.67	92.08	
安宫牛黄丸	33.66	64.35	54.22	
定坤丹	29.01	38.53	92.01	
虫草双参酒	75.62			
合计	337.47	219.55	1,341.48	103.85

公司针对供应商票折返利金额较大或周转较慢的商品，获取其采购批次、采购单价、采购数量及本期实际收到的供应商票折返利、期末结存数量等数据，对该商品的供应商票折返利根据销售数量和结存数量在存货余额和主营业务成本之间进行分摊。2018 年起，公司根据市场需求顺势推行了“品牌战略”，即大力引进并推广单价较大的知名品牌品种，如东阿阿胶、复方阿胶浆、定坤丹、安宫牛黄丸等。基于战略性备货的考虑，该类单价较大的产品占公司期末存货的比重较大，因此对应的计入存货的票折返利金额较高。

公司自 2018 年开始代理东阿、广誉远等代理产品，因此 2017 年该类存货较少，对应计入存货的票折金额也较少；2019 年、2020 年 6 月 30 日计入存货的票折返利较 2018 年减少，系公司品牌战略持续发力，开展多种促销活动，代理产品销售大幅增长，存货减少的同时原计入存货的票折返利随之转入营业成本。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

1、访谈发行人采购、财务等部门负责人，了解行业特征和主要采购模式，了解，分析与评价公司与供应商票折返利相关政策适当性及合理性。

2、了解同行业上市公司供应商票折返利的会计政策，比较和分析公司的相关政策是否与同行业会计政策是否一致。

3、获取 2018 年供应商采购合同及报告期各期供应商采购返利明细，对大额供应商票折返利进行专项核查。检查采购返利凭证及后附增值税专用发票，检查采购返利合同、采购入库及销售出库记录，根据采购返利合同约定的返利比例及采购入库记录，核对和测算采购返利金额准确性和真实性，核查供应商返利会计处理时点是否适当和合理，依据是否充分。

4、获取 2018 年度发行人的返利明细台账，针对采购返利金额大（年度返利>100 万）、周转期限长的商品，核实期末实际结存数量，按照返利台账记录的单位返利金额，测试其本期“商品进销差价”计入存货余额的供应商票折返利金额是否与发行人账面金额是否一致。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

票折返利根据相关库存商品是否已实现对外销售在存货余额和主营业务成本之间进行合理分摊，已充分披露报告期各年度分摊金额及对各期损益的影响金额。2018 年年末的票折返利的分摊是准确的。

问题 26

关于不同业务毛利率差异。根据审核问询回复：

（1）发行人直营业务毛利率最高，分销业务毛利率其次，加盟业务和品牌合作业务毛利率较低；直营业务毛利率包括配送毛利和零售毛利，报告期直营业务配送毛利率分别为 11.07%、10.06%、9.58%和 10.18%，与加盟业务毛利率较为接近，其原因为“公司对于配送给直营店和加盟店制定了统一的配送价格”；

（2）发行人分销业务产品可分为贴牌品种、代理品种、普通产品，分销业务毛利率较高主要是由于贴牌品种、代理品种毛利率较高；

（3）“报告期各销售模式所对应产品品类销售具体情况”显示，贴牌品种、代理品种在分销业务下毛利率高于加盟业务和品牌合作业务。

请发行人：

（1）补充说明品牌合作业务毛利率较低的原因，品牌合作业务是否以配送毛利为主，其是否与直营店和加盟店配送价格一致；

（2）补充披露代理品种的基本情况，包括主要产品、生产商、是否为独家代理、授权代理区域、代理期限等；

（3）补充披露报告期代理品种、贴牌品种、普通品种销售收入、毛利率、毛利金额及占比情况，代理品种毛利率显著下降的原因，贴牌品种毛利率上升的原因；

（4）补充说明代理品种、贴牌品种、普通品种各自的前五大客户销售收入、毛利率情况，是否存在某客户只采购某一种产品的情形，同一类品种下前五大客户毛利率是否存在显著差异，原因及合理性；

（5）补充说明同一贴牌品种、代理品种在分销、加盟、品牌合作业务之间的销售价格是否存在显著差异；

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

一、补充说明品牌合作业务毛利率较低的原因，品牌合作业务是否以配送毛利为主，其是否与直营店和加盟店配送价格一致。

【发行人说明】

品牌合作业务与加盟业务在商业模式大体相同，都是公司为下游客户提供品牌、商品和经营管理方面的服务，只是在服务对象、服务深度等方面存在一定的差异，故输出品牌合作客户的商品定价一般会参考加直营店和加盟店配送定价，除商品和品牌服务外，公司还会向合作公司提供信息系统、人员培训等方面的服务，并收取对应的服务费。

品牌合作业务毛利率较低的原因主要有以下几方面：1、由于品牌合作企业下属门店多，采购规模较大，故给予的让利较多。2、目前提供给品牌合作企业的商品以品牌厂家生产的商品为主，毛利率相对较低。3、品牌合作业务尚处于发展初期，需要加大培养力度，为增加客户粘性，定价时偏重合作客户的需求。

因此，品牌合作业务的商品定价基础一般会参考加盟业务的配送定价，但最终体现的业务毛利率略低于直营店和加盟店配送价格。

二、补充披露代理品种的基本情况，包括主要产品、生产商、是否为独家代理、授权代理区域、代理期限等。

【补充披露】

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（五）发行人的主要业务模式”补充披露如下：

公司主要代理品种基本情况如下：

供应商名称	主要商品	代理区域	代理期限	是否为独家代理
康朝药业有限公司	虫草双参酒	湖南	2018.08.01-2018.12.31； 2019.01.01-2019.12.31	否
启迪古汉集团衡阳中药有限公司	古汉养生精口服液	株洲、岳阳、永州、长沙	2017.01.01-2017.12.31； 2018.01.01-2018.12.31； 2019.01.01-2019.12.31	否
国九堂山东阿胶有限公司	阿胶（国九堂牌）	-	2017.01.01-2019.12.31；	是
北京市远东医药发展公司	苯磺酸左旋氨氯地平片	全国（除医院两票销售）	2019.04.01-2020.03.31	是

供应商名称	主要商品	代理区域	代理期限	是否为独家代理
东阿阿胶股份有限公司	阿胶、复方阿胶浆、龟甲胶、鹿角胶	湖南	-	否
山西广誉远国药有限公司	定坤丹、安宫牛黄丸	全国	-	否
湖南乐立滋食品有限公司	乐力滋婴儿配方羊奶粉	全国	2019. 01. 01-2022. 12. 31	是
天津华津制药有限公司	替米沙坦片、头孢克肟胶囊	全国	2020. 05. 08-2020. 12. 25	否

三、补充披露报告期代理品种、贴牌品种、普通品种销售收入、毛利率、毛利金额及占比情况，代理品种毛利率显著下降的原因，贴牌品种毛利率上升的原因。

【补充披露】

发行人已在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率分析”中补充披露如下：

1、分销业务中报告期代理品种、贴牌品种、普通品种销售收入、毛利率、毛利金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	销售收入	毛利率(%)	毛利额	占比(%)	销售收入	毛利率(%)	毛利额	占比(%)
贴牌品种	2,675.49	37.13	993.49	42.92	5,698.89	41.40	2,359.07	41.09
代理品种	3,043.91	19.03	579.14	25.02	15,547.52	16.75	2,604.93	45.37
普通品种	5,359.43	13.84	741.86	32.05	6,744.20	11.52	777.26	13.54
合计	11,078.83	-	2,314.49	100	27,990.61	-	5,741.26	100

项目	2018 年度				2017 年度			
	销售收入	毛利率(%)	毛利额	占比(%)	销售收入	毛利率(%)	毛利额	占比(%)
贴牌品种	4,187.41	38.75	1,622.63	35.59	3,317.51	33.17	1,100.46	32.29
代理品种	7,016.68	26.15	1,834.63	40.24	3,067.14	36.95	1,133.25	33.25
普通品种	10,162.31	10.85	1,102.15	24.17	7,576.37	15.50	1,174.27	34.46
合计	21,366.40	-	4,559.41	100	13,961.02	-	3,407.98	100

2、代理品种毛利率显著下降的原因，贴牌品种毛利率上升的原因

分销业务代理品种毛利率显著下降的原因：2017 年公司下属子公司和盛医药成立全国营销中心开始代理和贴牌一些具有价格优势、知名度不高的 OTC 品种，在全国范围的中小连锁药店和单体药店进行推广。中小连锁和单体药店单位需要量不大，因此客户数量大、分布广，销售和管理成本高，需要较高毛利才能支撑。根据市场需要，2018 年起公司推行“品牌战略”，在门店大力增加知名品牌品种，同时开始争取一些知名品牌产品的区域代理，先后取得了东阿阿胶、古汉养生精、幼儿配方羊乳粉等的区域或全国代理。知名品牌的代理品种一般销售量高，毛利率相对较低。随着知名品牌的代理品种和销售数量逐年增加，代理品种的平均毛利率逐年降低。2017 年至 2020 年 1-6 月分销业务中东阿阿胶_250 克的销售收入分别为 310.02 万元、846.21 万元、3,372.64 万元、1,020.90 万元；2017 年至 2019 年古汉养生精口服液销售收入分别为 172.46 万元、2,145.22 万元、2,664.96 万元；2019 年新增代理品种婴幼儿配方羊奶粉，实现销售收入 1,990.81 万元。2019 年分销业务上述三大品种的销售收入为 8,028.41 万元，占全年销售业务的 7.44%。

分销业务贴牌品种毛利率上升的原因：分销业务贴牌品种主要是用“海元堂”商标贴牌生产的产品，由于这些药品和医疗器械都是为了满足中小连锁药店和单体药店需要而生产的，受到一定的客户群体的欢迎。为了加大推广力度，增加客户粘性，获得客户认同，和盛医药成立商学院，组建了医药零售管理专家团队，对客户从营销活动、企业流程制度、绩效考核、品类管理、会员管理等多方面进行赋能，提高药店客户企业综合运营力和盈利水平。随着“海元堂”商品的逐步推广和相关营销活动的开展，“海元堂”商品的客户认同越来越高，市场销售快速增长，公司调整了定价策略，改变了原来在价格权限内销售经理自行定价，实行了区域内统一定价，相应提高了商品整体价格。

为了降低采购价格，公司采取了以下措施：1、随着销售的增加，公司一方面增加采购量，同时将更多的品种集中到同一供应商；2、尽量采用预付款方式；3、进一步融洽与供应商的关系，增强信任。通过上述措施，取得较好的成效，整体采购成本呈下降趋势。如南昌弘益药业有限公司贴牌生产的苯磺酸左旋氨氯地平片 2017 年-2019 年每盒的采购成本分别为 8 元、7.6 元和 7.3 元，该产品 2019 年销售为 1,343.22 万元，为公司该年度销售最大的贴牌品种。湖南一

格制药有限公司贴牌生产的血塞通分散片 2017 年-2019 年每盒的采购成本分别为 3.2 元、3 元和 2.9 元，珠海同源药业有限公司贴牌生产盐酸左氧氟沙星片 2017 年-2019 年每盒的采购成本分别为 9.1 元、8.6 元和 8.3 元。

四、补充说明代理品种、贴牌品种、普通品种各自的前五大客户销售收入、毛利率情况，是否存在某客户只采购某一种产品的情形，同一类品种下前五大客户毛利率是否存在显著差异，原因及合理性。

【发行人说明】

1、报告期代理品种前五大客户销售收入、毛利率情况

单位：万元				
年度	客户名称	销售收入	毛利率	毛利率异常原因
2020 年 1-6 月	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	232.31	20.89%	
	桂林天锐医药股份有限公司	80.25	21.43%	
	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	67.53	20.78%	
	山东养天和康平医药连锁有限公司	39.40	22.16%	
	潍坊养天和仁和药店连锁有限公司	37.23	21.46%	
2019 年度	株洲千金药业股份有限公司关联单位	2,074.60	1.91%	千金药业当期主要销售毛利低的东阿阿胶、古汉养生精口服液等，导致毛利率偏低
	湖南恒康大药房股份有限公司	1,705.26	4.95%	主要销售毛利低的东阿阿胶、古汉养生精口服液等，导致毛利率偏低
	宁波熙耘科技有限公司	1,436.25	15.07%	销售的产品为羊乳粉，产品毛利不同
	湖南位元堂医药有限公司	481.42	35.10%	位元堂客户为零散客户，价格体系不同因此销售价格高，毛利率高
	湖南怀仁药业有限公司	476.95	7.31%	主要销售毛利低的东阿

年度	客户名称	销售收入	毛利率	毛利率异常原因
				阿胶等，导致毛利率偏低
2018 年度	株洲千金药业股份有限公司关联单位	1,077.22	7.73%	销售品种均为代理品种，基本为平进平出，主要为蒲地蓝消炎口服液、古汉养生精口服液等
	湖南恒康大药房股份有限公司	360.37	10.39%	本期销售毛利率较高苯磺酸左旋氨氯地平片所致
	湖南怀仁药业有限公司	196.35	6.09%	销售毛利率低的速效救心丸、蒲地蓝消炎口服液、小儿豉翘清热颗粒所致
	国药控股长沙有限公司	180.50	14.37%	销售全部毛利率低的速效救心丸所致
	湖南海元堂药业有限公司	139.80	6.00%	因商标授权合作，商品底价供应所致
2017 年度	湖南海元堂药业有限公司	107.06	2.45%	因商标授权合作，商品底价供应所致
	温州市天力药业有限公司	78.77	38.07%	销售毛利率高的苯磺酸左旋等 10 个品种所致
	陕西医药控股集团派昂医药有限责任公司	66.92	42.60%	销售毛利率高的苯磺酸左旋等品种所致
	重庆海斛医药有限公司	52.46	41.04%	销售毛利率高的苯磺酸左旋等 6 个品种所致
	国药控股国大药房江门连锁有限公司	36.71	22.26%	销售毛利率高的国九堂阿胶所致

2、报告期贴牌品种前五大客户销售收入、毛利率情况

单位：万元

年度	客户名称	销售收入	毛利率	毛利率异常原因
2020 年 1-6 月	山东阿卡迪亚药业有限公司	107.58	31.35%	
	湖南省益汉大药房医药连锁有限公司	35.36	40.67%	
	徐州汉邦医药连锁有限公司	34.96	35.67%	
	江苏益丰医药有限公司	31.29	38.53%	
	四川圣杰医药有限公司	29.64	32.62%	
2019 年度	湖南海元堂药业有限公司	279.52	16.40%	因商标授权合作，商品底价供应所致
	山东阿卡迪亚药业有限公司	226.68	32.62%	主要销售毛利率偏高苯磺酸氨氯地平片所致
	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	115.13	19.81%	
	湖南省益汉大药房医药连锁有限公司	98.52	42.23%	主要销售毛利率偏高的苯磺酸氨氯地平片、盐酸二甲双胍缓释片所致
	浙江国辉医药科技有限公司	88.68	41.40%	主要销售毛利率偏高苯磺酸氨氯地平片所致
2018 年度	山东阿卡迪亚药业有限公司	255.72	32.36%	
	湖南海元堂药业有限公司	201.64	5.61%	因商标授权合作，商品底价供应
	广安正和祥药业连锁有限公司	112.89	45.80%	
	河南省花城大药房有限责任公司	78.90	15.31%	销售毛利率偏低纽西莱特、康京元等产品所致
	江苏健康人大药房连锁有限公司	76.28	44.63%	
2017 年度	湖南海元堂药业有限公司	129.63	0.23%	因商标授权合作，商品底价供应
	山东阿卡迪亚药业有限公司	128.61	27.31%	
	祁阳县三龙大药房	78.50	3.36%	销售毛利率偏低康京元产品所致
	长沙市雨花区养天和大药房和阳店	45.26	22.61%	
	福建安德利医药有限公司	40.67	19.99%	

3、报告期其他品种前五大客户销售收入、毛利率情况

单位：万元

年度	客户名称	销售收入	毛利率	毛利率异常原因
2020 年 1-6 月	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	1,309.34	16.76%	
	潍坊养天和仁和药店连锁有限公司	1,077.38	15.68%	
	欧建华控制的加盟门店	880.83	8.89%	主要销售毛利率偏低九芝堂的安宫牛黄丸、六味地黄丸所致
	桂林天锐医药股份有限公司	694.40	17.55%	
	株洲千金药业股份有限公司关联单位	642.63	6.14%	主要销售毛利率偏低口罩所致
2019 年度	欧建华控制的加盟门店	1,207.01	8.4%	
	哈尔滨宝丰新药特药有限公司	707.48	14.59%	主要销售毛利率低高的恩地卡韦片
	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	695.48	8.40%	
	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	580.87	8.69%	
	舒国辉控制的加盟门店	416.62	10.02%	
2018 年度	欧建华控制的加盟门店	945.31	9.04%	主要销售品种大都是无配送毛利的普药品种，如阿莫西林胶囊，大活络，红金消结
	湖南师范大学附属湘东医院	820.31	12.79%	
	醴陵市中医院	664.52	5.59%	主要销售毛利率偏低的产品包括丹红注射液、疏血通注射液、氨基酸注射液（5%）洛安命、依达拉奉注射液
	曹红坚控制的加盟门店	657.95	8.27%	主要销售毛利率低的安宫牛黄丸

年度	客户名称	销售收入	毛利率	毛利率异常原因
	湖南九州通医药有限公司	360.00	10.00%	
2017 年度	长沙昊仁食品贸易有限公司	624.21	2.73%	主要销售毛利率低的快消品如：方便面、冰红茶、油等
	醴陵市中医院	595.61	24.95%	主要销售毛利率高产品，包括丹红注射液、疏血通注射液、氨基酸注射液（5%）洛安命、依达拉奉注射液毛利低
	湖南养天和中医馆有限公司	590.56	10.69%	主要销售毛利率低的中药饮片 1(0.2)、牛黄(1g/包)、雪山天麻（0.2）、西洋参（0.2）
	湖南师范大学附属湘东医院	519.83	30.32%	主要销售毛利率高的注射用头孢西丁钠、马来酸桂哌齐特、注射液注射用盐酸托烷司琼
	舒国辉控制的加盟门店	486.89	4.50%	销售金额靠前的品种大都是无配送毛利的普药品种，主要销售低毛利的安宫牛黄丸 Z1/4、东阿阿胶（铁盒）、定坤丹 Z1/2

4、报告期某客户只采购某一种产品的情形

年度	销售客户名称	品种	品种类型	销售数量(盒)	单价(元)	金额(万元)	毛利率(%)	交易合理性
2019年	湖南位元堂医药有限公司	东阿阿胶	代理	6,400	752.22	481.42	35.10	该公司在发行人采购第一笔货物进行分销时,出现违规行为,被发行人取消进货资格,故再无销售。所有货款已收回。
2019年	哈尔滨宝丰新药特药有限公司	恩替卡韦片	普通品种	48,240	146.66	707.48	14.59	发行人在该公司销售货物后,由于运输途中发生意外,导致货物不能准时到达,在该笔交易交易完成后,没有继续合作。所有货款已收回。
2018年度	国药控股长沙有限公司	速效救心丸	代理	59,993	30.09	180.50	14.37	速效救心丸为2018年度的代理产品,2019年末再续签代理权。所有货款已收回。
2018年度	湖南九州通医药有限公司	安宫牛黄丸Z1/4	普通品种	10,800	333.33	360.00	10.00	该公司和发行人均是广誉远公司的分销商,因为该公司需要紧急一批安宫牛黄丸,从外地调拨时间紧,经三方商议,同意该公司从发行人采购了一批安宫牛黄丸,此后发行人再也未从向该公司销售采购安宫牛黄丸。所有货款已收回。
2017年度	陕西医药控股集团派昂医药有限责任公司	苯磺酸左旋氨氯地平片	代理	58,000	11.54	66.92	43.00	该公司在发行人采购货物后,因质量问题发生冲突,导致合作不顺利,无法继续。所有货款均已收回。

除上述所列示的客户只采购某一种产品的情形外,报告期各期的其他代理品种、贴牌品种、普通品种各自的前五大客户不存在只采购某一种产品的情形。

5、同一类品种下前五大客户毛利率是否存在显著差异

报告期各期同一类品种下前五大客户毛利率存在差异,主要原因如下:

(1) 由于公司的不同销售模式下的销售价格存在差异，导致会出现同一类品种下前五大客户毛利率存在差异。主要涉及品种包括：恩替卡韦片、复方感冒灵颗粒、龟龄集、人血白蛋白、人工牛黄甲硝唑胶囊/海元堂等。

(2) 销售给曹红坚所控制的门店的商品价格偏低，主要系其控制的门店为养天和体系内门店，导致销售给曹红坚的奥拉西坦胶囊产品、古汉养生精口服液价格比销售给其他前五大客户的产品价格偏低，导致毛利率偏低。

(3) 销售给福建安德利商品的毛利率偏高，主要由于公司为该客户提供毛利偏高的产品导致与其他前五大客户相比毛利率存在差异，主要涉及品种如下：糯玉米糝(大)/康京元、蛋白质粉/纽西莱特、惠普生牌钙维 D 软胶囊/纽西莱特、绿茶肉碱胶囊等。

(4) 销售给醴陵中医院的药品毛利率偏低，主要是根据各医院的竞标结果确定销售价格，醴陵中医院回款期限较短，价格偏低，导致毛利率偏低，主要涉及品种如下：疏血通注射液、奥拉西坦胶囊、低分子肝素钠注射液、甲磺酸左氧氟沙星氯化钠注射液、小儿肺热咳喘颗粒、盐酸氨溴索注射液、注射用奥拉西坦等。

(5) 长沙市雨花区养天和大药房和阳店毛利率偏低主要系为养天和体系内门店，导致销售给长沙市雨花区养天和大药房和阳店的红枣/康京元产品比销售给祁阳县三龙大药房的产品价格偏低，导致毛利率偏低。

(6) 销售给九济堂的商品毛利率偏低的原因系公司对于九济堂存在促销活动，因此售价低于没参加促销活动的肇庆康民，导致毛利率偏低。主要涉及品种如龟龄集等。

(7) 销售给海元堂的商品毛利率偏低，主要因商标授权合作，商品底价供应。主要涉及品种如下：阿胶、苯磺酸左氨氯地平片（苯磺酸左旋氨氯地平片）、替米沙坦片、头孢克肟胶囊、人绒毛膜促性腺激素(HCG)胶体金快速检测试纸(条)等。

综上所述，虽然同一类品种下前五大客户毛利率存在差异，但均符合公司实际业务情况。

五、补充说明同一贴牌品种、代理品种在分销、加盟、品牌合作业务之间的销售价格是否存在显著差异。

【发行人说明】

1、报告期贴牌品种前十商品在分销、加盟、品牌合作业务之间的销售价格差异对比情况

单位：元					
年份	产品名称	规格	加盟业务	分销业务	品牌合作业务
2020 年 1-6 月	苯磺酸氨氯地平片	5mg*14 片*3 板	14.60	5.99	6.44
	盐酸二甲双胍缓释片	0.5g*10 片*5 板	10.80	6.89	7.22
	一次性使用医用口罩（非无菌型）	只（成人 17.5cm×9.5cm）	-	0.76	-
	血塞通分散片	0.1g*18 片	11.59	11.20	11.68
	人工牛黄甲硝唑胶囊/海元堂	12 粒*3 板	5.81	5.07	3.90
	蒲地蓝消炎片	0.3g*25 片*3 板	-	4.01	5.31
	盐酸左氧氟沙星片/海元堂	0.2g*18 片	5.62	3.98	4.09
	阿莫西林胶囊	0.5g*9 粒*3 板	-	6.10	-
	一次性使用医用口罩（非无菌型）	只（儿童 14.5cm×9cm）	-	0.70	0.64
	辛伐他汀片	10mg*16 片*2 板	9.35	5.37	5.31
2019 年 度	苯磺酸氨氯地平片	5mg*14 片*3 板	12.02	5.94	6.33
	盐酸二甲双胍缓释片	0.5g*10 片*5 板	9.63	6.49	6.62
	血塞通分散片	0.1g*18 片	11.44	11.39	11.48
	蒲地蓝消炎片	0.3g*25 片*3 板	-	4.99	4.75
	人工牛黄甲硝唑胶囊/海元堂	12 粒*3 板	5.31	3.96	3.80
	辛伐他汀片	10mg*16 片*2 板	8.67	5.44	5.16
	硫酸氨基葡萄糖胶囊	0.25g*10 粒*6 板	48.99	40.99	51.69
	盐酸左氧氟沙星片/海元堂	0.2g*18 片	5.28	3.91	3.96
	云南田三七牙膏/礼奈	200g	15.88	-	4.07
	三胶颗粒	15g*30 袋	130.65	93.16	115.81
2018 年 度	苯磺酸氨氯地平片	5mg*14 片*3 板	-	5.71	6.70
	盐酸二甲双胍缓释片	0.5g*10 片*5 板	-	6.29	6.47

年份	产品名称	规格	加盟业务	分销业务	品牌合作业务
	片				
	三胶颗粒	15g*30 袋	-	114.87	125.86
	血塞通分散片	0.1g*18 片	-	11.09	11.37
	蒲地蓝消炎片	0.3g*25 片*3 板	-	4.85	4.37
	盐酸左氧氟沙星片/海元堂	0.2g*18 片	-	3.83	3.83
	辛伐他汀片	10mg*16 片*2 板	-	5.32	5.09
	食用植物调和油/食用调和油/康京元	2.5L(茶籽橄榄清香型)	-	-	16.42
	人工牛黄甲硝唑胶囊/海元堂	12 粒*3 板	-	3.22	3.05
	礼奈云南田三七清热祛火牙膏	200g(清新薄荷味)	14.79	-	3.91
2017 年度	苯磺酸氨氯地平片	5mg*14 片*3 板	16.28	5.77	-
	盐酸二甲双胍缓释片	0.5g*10 片*5 板	14.21	6.17	-
	茶籽橄榄调和油/康京元/司庆	2L	15.95	14.49	-
	惠普生牌钙维 D 软胶囊/纽西莱特	1.2g*200 粒	70.97	39.49	-
	血塞通分散片	0.1g*18 片	15.80	10.89	-
	蒲地蓝消炎片	0.3g*25 片*3 板	3.79	4.44	-
	惠普生牌鱼油软胶囊/富莱欣牌/纽西莱特	1000mg*300 粒	73.17	58.37	-
	盐酸左氧氟沙星片/海元堂	0.2g*18 片	7.75	3.79	-
	辛伐他汀片	10mg*16 片*2 板	10.54	5.19	-
	礼奈云南田三七牙膏洗衣液套装	200g+2kg(洗衣液)	16.79	15.39	-

2、报告期代理品种前十商品在分销、加盟、品牌合作业务之间的销售价差异对比情

单位：元

年份	产品名称	规格	加盟业务	分销业务	品牌合作业务
2020 年 1-6 月	东阿阿胶	250 克	746.74	679.06	715.57
	安宫牛黄丸	3g*2 丸	863.72	-	-
	定坤丹	7g*4 瓶	109.43	103.17	116.84
	苯磺酸左氨氯地平片（苯磺酸左旋氨氯地平片）	2.5mg*14 片*2 板	-	9.05	11.05

年份	产品名称	规格	加盟业务	分销业务	品牌合作业务
	阿胶	250g	397.48	-	371.68
	替米沙坦片	40mg*7 片*3 板	-	8.37	8.58
	安宫牛黄丸	3 克	258.77	258.73	-
	妇炎康片（薄膜衣）	0.5g*12 片*6 板	13.73	8.86	9.29
	盐酸氨基葡萄糖胶囊	0.75g*20 粒	-	16.65	17.70
	奥美拉唑肠溶胶囊	20mg*28 粒	7.13	3.90	4.04
2019 年度	东阿阿胶	250 克	765.40	778.70	745.09
	古汉养生精口服液	10ml*30 支	57.14	55.07	58.23
	苯磺酸左氨氯地平片（苯磺酸左旋氨氯地平片）	2.5mg*14 片*2 板	-	10.35	10.52
	安宫牛黄丸	3 克	279.34	343.77	322.13
	定坤丹	7g*4 瓶	109.03	106.13	112.03
	幼儿配方羊乳粉(12-36 月龄，3 段)	800g	-	73.48	-
	古汉养生精口服液	10ml*12 支	25.51	27.09	-
	阿胶	250 克	-	231.97	233.34
	较大婴儿配方羊乳粉(6-12 月龄，2 段)	800g	-	73.75	-
	复方阿胶浆(无蔗糖)	20ml*48 支	238.98	225.41	220.27
2018 年度	古汉养生精口服液	10ml*30 支	55.89	55.33	-
	苯磺酸左氨氯地平片（苯磺酸左旋氨氯地平片）	2.5mg*14 片*2 板	-	11.24	11.82
	蒲地蓝消炎口服液	10ml*10 支	31.52	31.77	31.71
	阿胶	250 克	-	222.35	229.58
	替米沙坦片	40mg*7 片*3 板	-	6.01	5.04
	盐酸氨基葡萄糖胶囊	0.75g*20 粒	-	16.26	16.81
	虫草双参酒	500ml/瓶	-	360.24	-
	速效救心丸	180 丸（60 丸*3 瓶）	30.09	30.16	34.48
	头孢克肟胶囊	100mg*14 粒	-	6.40	6.13
2017 年度	头孢克肟胶囊	50mg*12 粒	-	3.51	-
	苯磺酸左氨氯地平片（苯磺酸左旋氨氯地平片）	2.5mg*14 片*2 板	-	11.30	-
	古汉养生精口服液	10ml*30 支	53.24	53.95	-
	阿胶	250 克	231.08	226.51	-
	蒲地蓝消炎口服液	10ml*10 支	31.62	30.76	-

年份	产品名称	规格	加盟业务	分销业务	品牌合作业务
	阿莫西林胶囊	500mg*10 粒*2 板	6.87	4.25	-
	替米沙坦片	40mg*7 片*3 板	15.99	5.91	-
	奥美拉唑肠溶胶囊	20mg*28 粒	7.91	3.55	-
	头孢克肟胶囊	100mg*14 粒	9.86	6.45	-
	肠胃宁片	0.3g*12 片*3 板	12.33	7.03	-
	头孢克肟胶囊	50mg*12 粒	9.86	3.58	-

同一贴牌品种、代理品种在分销、加盟、品牌合作业务之间的销售价格存在差异，其主要原因是各业务模式设计的操作方式不同，针对不同类型的客户制定的定价体系和模式存在差异。加盟业务的客户是单个门店，销售量相对分销、营销能力弱，公司在动销策略、政策扶持、信息系统等方面的投入比品牌合作和分销业务客户要大许多，因此加盟业务中贴牌和代理品种的销售毛利率相对较高。贴牌和代理品种在分销、品牌合作业务上的销售价格差异相对较小，某个品种最终销售价格的确是根据品种的畅销程度和阶段性营销策略来确定。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

1、获取公司报告期内分业务类型、分销售品种、分区域及分月份的销售收入明细表，并核对相关业务系统数据，对不同模式下产品销售价格、数量的变动情况进行统计，对比分析发行人产品构成情况在不同业务模式下的销售是否存在较大差异，对比分析发行人产品构成在同一业务模式各年度的销售是否存在较大差异，了解差异原因并分析其合理性。

2、与发行人管理层进行访谈，了解发行人各经营模式的盈利模式、产品类别、定价模式、销售授信情况等方面的区别，了解发行人采用不同经营模式分类的原因并分析、评价其合理性。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、已详细说明品牌合作业务毛利率较低的原因，公司的品牌合作业务均是以配送毛利为主，其商品定价基础一般会参考加盟业务的配送定价，但最终体现

的业务毛利率略低于直营店和加盟店配送价格。

2、已详细披露代理品种的基本情况，包括主要产品、生产商、是否为独家代理、授权代理区域、代理期限等。

3、已详细披露报告期代理品种、贴牌品种、普通品种销售收入、毛利率、毛利金额及占比情况，代理品种毛利率显著下降的原因主要系报告期各期代理不同品种的销售价格的上涨比例小于采购成本的上涨比例所致。贴牌品种毛利率上升的原因主要系报告期各期贴牌不同品种的销售价格的上涨比例大于采购成本的上涨比例所致。

4、已详细说明代理品种、贴牌品种、普通品种各自的前五大客户销售收入、毛利率情况，公司存在某客户只采购某一种产品的情形，公司存在同一类品种下前五大客户毛利率异常情况，但符合公司业务的实际情况。具有合理性。

5、已详细说明报告期同一贴牌品种、代理品种前十个品种在分销、加盟、品牌合作业务之间的销售价格情况，且各业务期间存在差异，具有合理性。

问题 27

关于 IT 审计。根据审核问询回复，中介机构本次 IT 审计涉及的单位为发行人、子公司“海南养天和”、子公司“和盛医药”；IT 审计工作内容包括信息系统一般控制、信息系统应用控制、大数据分析，针对一些疑问点，获取了公司的合理解释和相关证据，不存在重大异常。

请中介机构补充说明：

（1）未对发行人合并范围内其他公司执行 IT 审计的原因，其是否对业绩存在显著影响；

（2）大数据分析范围是否系基于发行人完整的收入、成本、采购等信息，分析中是否存在抽样环节，样本的覆盖比例情况，选择抽样而非对所有数据进行 IT 审计的原因及合理性；

（3）疑问点的主要内容，对发行人的潜在影响，相关解释和证据的具体内容，是否充分、可靠。

【中介机构说明】

一、未对发行人合并范围内其他公司执行 IT 审计的原因，其是否对业绩存在显著影响。

发行人报告期内的合并范围包括养天和大药房股份有限公司、湖南和盛医药有限公司、海南养天和大药房连锁有限公司、长沙养天和连锁管理有限公司、湖南和盛长风医药有限公司、广东好药多医药有限公司。

1、本次 IT 审计主要对养天和大药房股份有限公司、湖南和盛医药有限公司、海南养天和大药房连锁有限公司分别对应的湖南连锁门店零售业务、和盛医药采购和仓储配送业务、海南连锁门店零售业务相关的信息系统控制和业务数据进行审计。

2、长沙养天和连锁管理有限公司作为养天和在湖南地区的连锁门店管理公司，总体并无业务数据流转，主要职能是对湖南地区加盟门店的经营活动提供服务支持和协调指导，统一行政管理工作；对湖南地区片区长、委员、加盟商的任用、培训、考核，统一人事管理工作。

3、湖南和盛长风医药有限公司于 2016 年纳入并表范围，2019 年 6 月进行对外转让其股权，在审计期间其资产总额、主营业务收入、净利润等占比如下表所示，从总体看相对占比较小。

项目	2017 年	2018 年	2019 年
资产总额占比	11.86%	4.29%	0.00%
主营业务收入占比	8.97%	3.46%	1.64%
净利润占比	-2.40%	0.52%	1.29%

4、广东好药多医药有限公司于 2020 年 5 月纳入并表范围，且只有费用发生。

综上所述，IT 审计未将长沙养天和连锁管理有限公司、湖南和盛长风医药有限公司、广东好药多医药有限公司纳入到审计范围符合公司实际，不存在对业绩产生实际影响的情况。

二、大数据分析范围是否系基于发行人完整的收入、成本、采购等信息，分析中是否存在抽样环节，样本的覆盖比例情况，选择抽样而非对所有数据进行 IT 审计的原因及合理性。

1、本次 IT 审计的大数据分析（CAATs）内容主要包括对公司湖南和海南地区的直营门店及加盟门店的零售业务进行多维度分析，包括门店平均订单价、平均客单价分析，门店交易时间点分析，门店重要的时间节点订单分析等。信息系统应用控制（ITAC）内容包括了对和盛医药的采购和销售数据核对。

2、各维度的大数据分析均是选取湖南和海南地区的直营门店及加盟门店审计范围内的所有零售业务数据进行分析，未存在抽样环节。

三、疑问点的主要内容，对发行人的潜在影响，相关解释和证据的具体内容，是否充分、可靠。

1、根据对门店平均订单价、平均客单价分析，发现疑问及获取的解释如下：

（1）湖南、海南的直营、加盟门店 2017-2019 年每年 8 月销售额为当年最高值，因为每年 8 月为养天和公司活动力度最大的五福月；海南门店 2020 年 1 月销售额较高，原因是：防疫商品销量大幅增加，经检查 1 月销售商品品类，主要为口罩等防疫商品。

（2）湖南、海南的直营、加盟门店 2017-2019 年基本上每年 8 月的平均订

单价达到当年最高值，因为每年 8 月为养天和公司活动力度最大的五福月，期间各项指标都是当年销售的峰值。

（3）湖南加盟门店每年的平均订单价比湖南直营店相对低，经了解，原因是：中心特门店是一家的特殊的直营店，每年收入较高，而该门店是定点医保消费门店，基于医保报销政策，顾客单次消费会相对高，该门店造成大量大额交易，拉高了直营店的平均订单价。而加盟店总体订单数量和订单金额较大，但是并无较多的大额交易订单，因此湖南加盟门店每年的平均订单价比湖南直营店相对低。

2、公司的重要节点为 8 月份的五福节，根据门店零售重要节点当天的订单和活动前后订单变化分析，发现疑问及获取的解释如下：

（1）获取每年在五福节及前后的共 45 天的销售订单金额和数量数据，发现每年的波峰时间有所不同，如 2017 年是 8 月 20 日-22 日，2018 年是 8 月 19 日-22 日，经了解，原因是：每年的五福节主体活动时间是在 8 月的不同日期。

（2）逢 2 的日期出现销售额的小波峰，经了解，原因是：日期逢 2 为养天和的会员日。

综上所述，大数据分析发现的疑问点，相关解释和证据充分可靠，不影响发行人系统业务数据记录的完整性与准确性。

问题 28

关于品牌合作模式营业收入和应收账款。发行人 2018 年至 2020 年 1-6 月合作模式营业收入分别为 1,574.90 万元、3,795.93 万元、5,066.63 万元，增速较快。其对应期末应收账款余额分别为 737.1 万元、720.4 万元、2,436.85 万元，2020 年 6 月末应收账款 2,436.85 万元截至 2020 年 8 月 31 日 21.31%。

请发行人补充披露合作模式业务增速较快，但其应收账款期后回款比例低于其他业务模式的原因，发行人是否通过放松信用政策扩大收入；2020 年 6 月末应收账款 2,436.85 万元截至目前的回款情况，是否存在逾期，其坏账准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人说明】

发行人已在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产状况分析”之“（二）流动资产构成及分析”之“3、应收账款”中补充披露如下：

2020 年 1-6 月合作模式业务增速较快，但其应收账款期后回款比例低于其他业务模式，主要原因为疫情期间为支持品牌合作企业的发展，增强其对公司的粘性，公司将紧俏的疫情商品资源向品牌合作公司倾斜，导致对其销售增长较快。疫情缓和后，公司聚焦品牌工业资源的对接，重点加强阿胶类、鸿翔中药粉剂、麦金利蛋白粉等品种在合作公司的销售，取得良好效果。

针对品牌合作客户，公司与品牌合作公司采取一定额度内月结的授信方式，即公司根据品牌合作公司的营业规模、资金实力以及信用情况，给予其一定额度内、明确还款期限的先货后款政策。公司可根据品牌合作公司向养天和商品采购总额情况调整授信额度。公司与品牌合作对象的贷款采取授信额度的方式进行结算。在授信额度内的贷款，公司规定品牌合作公司应当将所有贷款按月结方式全部结清；超出授信额度的贷款，公司规定超出部分由品牌合作公司先预付，待收到预付的全部货款公司才可正常发货。贷款支付时必须通过银行账户直接汇入公司指定账户。

针对品牌合作业务，基于不同客户诚信、资信、实力、规模、合作情况、交易依存度、合作潜力等多方面因素，并结合公司所供应产品的特点和行业惯

例，公司给予客户的销售政策和信用政策不同，但公司在报告期内给予同一客户的销售政策和信用政策相对稳定，符合医药零售业的行业惯例，与同行业公司不存在重大差异，报告期内亦未发生重大变化。

综上，公司不存在通过放宽信用政策扩大收入的情况。

合作模式 2020 年 6 月末应收账款 2,436.85 万元截至 2020 年 10 月 31 日的回款情况及逾期情况如下表所示：

单位：万元

合作模式客户名称	2020 年 6 月 30 日应收账款余额	截至目前回款金额（截至 2020 年 10 月 31 日）	2020 年 6 月 30 日账龄超过一年的逾期金额	账龄超过一年的逾期应收账款金额占应收账款余额比例（%）
广东养天和九济堂医药连锁有限公司	827.68	607.98		
肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	447.12	444.41		
潍坊养天和仁和药店连锁有限公司	356.26	200.00		
重庆养天和昌野药房连锁有限公司	267.73			
肇庆市国民大药房连锁有限公司	169.69	169.69	169.69	100.00
达州市国达医药有限公司	103.29			
桂林天锐医药股份有限公司	86.86	86.86		
吉林省养天和康赛大药房连锁有限公司	61.45	20.20		
山东福华医药有限公司	57.92	56.42		
广西柳州一和大药房连锁有限公司	54.19	13.36		
德州九洲康医药有限公司	4.21	4.21		
马鞍山市长江医药有限公司	0.45			
合计	2,436.85	1,603.13	169.69	6.96

截至 2020 年 10 月 31 日，公司已收到上述逾期款项 169.69 万元。

针对逾期付款的客户，公司按照账龄计提坏账准备，逾期一年以内的按照 10%计提坏账，逾期 1-2 年的按照 20%计提坏账准备，逾期 2-3 年的按照 50%计提坏账准备。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、对管理层进行访谈，了解公司对品牌合作客户的信用政策及执行情况。
- 2、查阅品牌合作前五大客户销售合同，检查结算方式、授信条款与期末应收账款及业务的匹配性，检查是否存在高于授信额度的应收账款余额。
- 3、查阅公司应收款项坏账准备计提政策及坏账准备计提明细表，依据坏账计提政策对坏账准备计提或转回金额进行复核。
- 4、检查公司品牌合作客户应收账款期后回款的相关会计记录，并与期后银行账户流水中的回款人、回款金额、回款日期进行核对。
- 5、通过获取公司品牌合作客户应收账款账龄，了解账龄较长的原因及逾期情况，并对照新旧金融工具准则，确认公司对该应收账款坏账计提是否充分。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

- 1、报告期内公司具体的信用政策、客户信用期、相关政策不存在重大变更，不存在放宽信用政策增加收入的情况。
- 2、公司品牌合作客户的应收账款及其账龄分布合理，坏账计提充分。
- 3、公司对逾期的应收账款坏账计提充分。

问题 29

关于存货。根据审核问询回复,2020年6月末发行人发出商品余额为3,091.50万元,而报告期各年末均不存在发出商品;保荐人和发行人会计师针对直营门店的库存情况进行监盘,核查范围包括2017年至2020年6月,而在说明“监盘人员、时间、地点,核查数量及占比”时,仅列示了2019年12月28日至2020年1月2日的监盘情况。

请发行人补充披露报告期各年末均不存在发出商品而2020年6月末发出商品余额为3,091.50万元的原因,截至目前该发出商品对应收入是否确认,款项是否收回。

请保荐人、申报会计师说明:

(1) 对发出商品的核查程序及结论;

(2) 中介机构是否对报告期各期末存货余额执行监盘程序,监盘范围、比例,对存货真实性、准确性的核查结论;若未进行监盘,对各期末存货余额真实性、准确性的核查程序是否充分、有效。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【补充披露】

发行人已在“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产状况分析”之“(二)流动资产构成及分析”之“7、存货”中补充披露如下:

2020年6月末公司发出商品的明细列示如下:

单位:万元			
客户名称	商品种类	金额	期后回款情况
芜湖东旭威宇医疗器械科技有限公司	磁共振成像系统、KN95防护口罩	1,971.68	剩余790万未回款
国药控股江苏有限公司	人血白蛋白	1,119.82	已全部回款
合 计		3,091.50	

发行人发出商品用于核算已发货但尚不符合收入确认条件的商品。报告期内2017年至2019年公司销售时未出现签收时点跨期的情形。2020年因疫情原因,公司利用其供应渠道采购了部分防疫物资和医疗器械,因产品单价较高、产品种类特殊,因此客户在收到货物时验收周期较长。2020年6月30日的发出

商品为公司在 2020 年 6 月已发货但客户未签字验收的商品，因该公司认为未将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，因此在期末确认收入，将已发货的商品作为发出商品核算。待期后客户签收确认，该批产品收入的金额能够可靠地计量时，公司将确认该批产品对应的收入。截止至 2020 年 10 月 31 日，该笔交易均已确认销售收入。

【保荐人、申报会计师说明】

一、对发出商品的核查程序及结论。

（一）对发出商品的核查程序

1、访谈发行人储运部及财务部负责人，了解公司存货管理、成本环节的内部控制制度及会计处理，执行穿行测试，了解发出商品产生的原因；选取与财务报表相关的关键控制，进行运行有效性的测试；

2、检查发出商品相关的订单、出库单据、物流单据等原始单据；

3、检查期后客户货物签收情况、销售收入确认情况及回款情况；

4、对期末所有发出商品数量、产品型号、规格进行函证。

（二）对发出商品的结论如下：

经核查，保荐人、申报会计师认为报告期各期末发出商品余额真实、准确。

二、中介机构是否对报告期各期末存货余额执行监盘程序，监盘范围、比例，对存货真实性、准确性的核查结论；若未进行监盘，对各期末存货余额真实性、准确性的核查程序是否充分、有效。

中介机构对报告期各期末存货余额执行监盘程序、函证程序。对于期末在库的存货，报告期各期末均执行了监盘程序；对于各期末发出商品和第三方仓库代管的存货，各期期末向第三方代管仓库进行函证、对主要客户的发出商品进行函证；检查了发行人的各期期末盘点相关的内控以及盘点表，对于非资产负债表日的盘点结果，编制盘点倒轧表与资产负债表日存货结存情况核对。

报告期各期的存货核查结果列示如下：

日期	监盘比例	函证比例	监盘地点
2020 年 6 月 30 日	66.66%	15.29%	和盛配送中心、榔梨工业园顶层仓库、直营门店等
2019 年 12 月 31 日	70.94%	7.01%	和盛配送中心、榔梨工业园顶层仓库、直营门店等
2018 年 12 月 31 日	78.37%	-	和盛配送中心、榔梨工业园顶层仓库、直营门店等
2017 年 12 月 31 日	67.40%	-	和盛配送中心、榔梨工业园顶层仓库、直营门店等

对存货的核查结论如下：

- 1、发行人已经建立了较为完善的存货盘点制度并能够有效执行，存货管理较好，存货盘点未发现异常，报告期各期末存货真实、准确、完整。
- 2、履行了存货监盘程序，监盘结果与发行人账面无重大差异。

【核查程序】

保荐机构和申报会计师已履行如下核查程序：

- 1、访谈发行人储运部及财务部负责人，了解公司存货管理、成本环节的内部控制制度及会计处理，执行穿行测试，了解发出商品产生的原因；选取与财务报表相关的关键控制，进行运行有效性的测试；
- 2、检查发出商品相关的订单、出库单据、物流单据等原始单据；
- 3、检查期后客户货物签收情况、销售收入确认情况及回款情况；
- 4、对期末所有发出商品数量、产品型号、规格进行函证；
- 5、执行存货监盘程序。

【核查结论】

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

- 1、公司对发出商品的确认符合企业会计准则的要求；
- 2、对报告期各期末存货余额均执行了监盘程序，存货是真实、准确的。

问题 30

关于资金往来。审核问询回复显示，发行人除零售业务外，还存在较大的加盟商业业务、品牌合作业务、分销业务；鉴于发行人在首次提交的申报稿中未披露加盟商及其他客户间接持有发行人股份等情形，请保荐人、申报会计师严格按照《首发业务若干问题解答》问题 54 的内容进行核查并逐条发表明确意见。

【请保荐人、申报会计师说明】

一、发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷；

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。

保荐机构和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，保荐机构和申报会计师认为，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、发行人严格按照国家有关规定，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

发行人报告期内开立的银行账户如下：

单位：万元

时间	账户数量	人民币收付款账户数量	收款金额	付款金额
2020年6月30日/2020年1-6月	82	82	83,662.03	82,665.95
2019年12月31日/2019年度	67	67	149,284.00	144,563.00
2018年12月31日/2018年度	64	64	135,691.90	135,723.20
2017年12月31日/2017年度	60	60	115,103.60	113,544.50

公司基于直营、加盟业务的需要，开立多个银行账户方便门店收支的管理，银行账户开户数量与业务需要相匹配。

2、保荐机构和申报会计师核查程序及结论

保荐机构和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）对报告期各期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，保荐机构和申报会计师认为，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

报告期内，发行人大额资金往来主要系日常经营性、投资性及筹资性资金往来。报告期内，公司现金流量主要情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	-4,350.96	8,091.61	688.98	-3,395.55
投资活动产生的现金流量净额	-1,947.28	-3,183.77	-2,686.29	-1,861.04
筹资活动产生的现金流量净额	7,294.49	-193.63	1,933.55	6,832.62
现金及现金等价物净增加额	996.25	4,714.21	-63.77	1,576.02

（1）经营性现金流量

报告期内，公司净利润与经营活动的现金流量净额之间的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、将净利润调节为经营活动现金流量				
净利润	2,837.70	5,218.54	4,303.51	3,741.40
加：资产减值损失	240.85	247.78	86.78	98.49
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	138.16	332.91	328.99	319.47
使用权资产折旧				
无形资产摊销	95.52	125.92	70.01	46.49
长期待摊费用摊销	326.99	503.53	403.90	265.10
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）		-7.73		
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）		0.13	16.10	0.20
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）				
财务费用（收益以“－”号填列）	98.64	18.09	109.85	284.38
投资损失（收益以“－”号填列）	123.28	57.61		-410.66
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-25.63	8.65	137.14	-187.69
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）				
存货的减少（增加以“－”号填列）	-6,123.86	2,749.73	-7,110.23	-4,218.06
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-3,747.94	1,261.85	-6,164.21	-3,533.27
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	1,685.33	-2,425.40	8,507.14	198.61

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他				
经营活动产生的现金流量净额	-4,350.96	8,091.61	688.98	-3,395.55

1) 2017 年度匹配性分析

2017 年度经营活动产生的现金流量净额较净利润减少 7,136.95 万元，主要原因是：

2017 年度经营性应收项目增加金额 3,533.27 万元，主要原因是：由于 2017 年销售规模增长，应收账款及收到银行承兑汇票余额相应增加，增加了销售回款环节资金占用规模。

2017 年末存货增加 4,218.06 万元，主要由于公司销售规模增长，库存规模同时增长。

2) 2018 年度匹配性分析

2018 年度经营活动产生的现金流量净额较净利润减少 3,614.53 万元，主要原因是：

2018 年度经营性应收项目增加 6,164.21 万元，增加经营性应付 8,507.14 万元，差额为 2,342.93 万元，主要原因是由于 2018 年销售规模增长 21.09%，受账期差因素影响，2018 年末应收账款余额相应增长 19.76%，而同期由于公司开始代理东阿阿胶、古汉养生精等产品，采购规模大幅增长，应付账款增加 27.75%，应付账款增加超过应收账款的增加。

2018 年末存货增加 7,110.23 万元，主要由于公司销售规模大幅增长，同时公司开始代理东阿阿胶、古汉养生精等产品，采购规模大幅增长，存货规模也相应增长。

3) 2019 年度匹配性分析

2019 年度经营活动产生的现金流量净额较净利润减少 2,873.07 万元，主要原因是：

2019 年度经营性应收项目减少 1,261.85 万元小于经营性应付项目减少金额 2,425.40 万元，差额为 1,163.55 万元，主要原因是由于 2019 年公司加大了应收

医保款的催收力度，2019 年公司提前收回医保款，应收账款余额减少；同期由于代理产品采购量下降，应付账款余额减少。

2019 年度存货减少 2,749.73 万元，主要由于 2019 年为消化库存，降低了代理产品如东阿阿胶、古汉养生精等产品的采购量，存货余额下降。

4) 2020 年 1-6 月匹配性分析

2020 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额较净利润增加 7,188.66 万元，主要原因是：

2020 年 1-6 月经营性应收项目增加 3,747.94 万元，且大于经营性应付增加金额 1,685.33 万元，差额为 2,062.61 万元，主要原因是：1、为备货 2020 年下半年的五福节活动月，应收加盟店及品牌合作客户货款有所增长，同时采购量增大，应付账款也有所增长；2、医保款结算周期未到，因此应收医保款余额有所增加。

2020 年 1-6 月存货增加 6,123.86 万元，主要由于为备货 2020 年下半年的五福节活动月，公司采购量增大，应付账款也有所增长。

（2）投资性现金流量

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-1,861.04、-2,686.29 万元、-3,183.77 万元及-1,947.28 万元。公司投资款增加主要系购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金。

（3）筹资性现金流量

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年，公司筹资活动活动产生的现金流量净额分别为 6,832.62 万元、1,933.55 万元、-193.63 万元及 7,294.49 万元。报告期内公司筹资活动收到的现金主要系股东投资及取得借款收到的现金；筹资活动支付的现金主要系偿还债务支付的现金。公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年筹资活动现金流量净额为正，主要系发行人取得投资人支付的投资款所致。

综上所述，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。

2、保荐机构和申报会计师核查程序及结论

保荐机构和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 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年的银行对账单，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 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年银行日记账，经检查，不存在大额异常交易。

（4）获取发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要财务人员、2017 年 1 月至 2020 年 6 月所有银行借记卡账户相关资金流水。对上述资金流水中单笔 20 万元人民币以上的资金收支进行了记录，要求发行人相关人员对上述流水记录进行了解释，并提供必要的支撑性证据及承诺函。

（5）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。

（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）针对对外投资的湖南省湘诚教育咨询有限公司、北京泊云利康医药信息咨询中心（有限合伙）等，获取并检查了合资协议、营业执照、付款单据等法律性资料。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，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

序号	姓名	账户数量
1	常鑫	3
2	刘亚辉	4
3	张波	2
4	田武星	3
5	罗芳明	2
6	沈洁	3
7	陈爱文	9
8	张恩深	6
9	李能	5
10	陈新文	7
11	王俊杰	4
12	刘雨芑	2
13	汪园花	1
14	罗群	1
15	杨兴文	2
16	孙丽琴	2
17	胡云秀	4
18	朱希	3
19	刘文广	2
20	张莉红	4
21	李汇溪	2
22	万万	2
23	章毓平	1
24	熊友文	2
25	王泽	5
26	谢长宇	2
27	肖光稀	5
28	刘凌	2
29	张西军	3

序号	姓名	账户数量
30	王飞跃	2
31	陈慧丹	2
32	朱俊	7
33	朱光葵	8
34	解剑青	2

公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年除向控股股东、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、保荐机构和申报会计师核查程序及结论

保荐机构和申报会计师主要执行了如下核查程序：

（1）亲往银行获取发行人的公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年的银行对账单，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 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年银行日记账，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）获取检查控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等 34 人 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年的资金流水，除薪资、零星报销外，不存在和公司的其他资金往来。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，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 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年不存在大额或频繁的取现情形，不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进

出且无合理解释的情况。

2、保荐机构和申报会计师核查程序及结论

保荐机构和申报会计师主要执行了如下核查程序：

（1）检查了发行人的 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月的现金日记账，经检查，不存在大额或频繁取现情况。

（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 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年的银行日记账，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，保荐机构和申报会计师认为，发行人 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年上半年不存在大额或频繁的取现情形，不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出且无合理解释的情况。

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

报告期内，发行人大额购买无实物形态资产或服务的情况如下：

单位：万元

项目	类型	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
长沙县黄兴镇大众村养天和医药物流园土地使用权	土地使用权	-	2,647.71		
广东好药多医药有限公司药品经营资质	药品经营资质	348.72	-		
雨诺 G3 ERP 业务系统	软件使用权			211.71	
合计		348.72	2,647.71	211.71	

（1）公司于 2019 年 11 月 11 日与长沙县自然资源局签订《国有建设用地使

使用权出让合同》，受让宗地编号为 430121019002GB00014 的国有建设用地土地使用权。公司计划利用该地块建设养天和医药物流园，作为公司未来的配送基地。

(2) 公司于 2020 年收购广东越好药业有限公司 70% 股权，并更名为广东好药多医药有限公司。通过股权收购，公司获得广东好药多持有的药品经营资质，公司将通过广东好药多对广东地区开展配送业务。

(3) 公司于 2018 年购买雨诺 G3 ERP 业务系统以支撑其业务运转。

2、保荐机构和申报会计师核查程序及结论

保荐机构和申报会计师主要执行了如下核查程序：

获取并核查了发行人报告期内各银行账户的资金流水，发行人购买各类资产的协议、批文及相关单据。

经核查，保荐机构和申报会计师认为发行人购买的大额无实物形态资产或服务主要系土地使用权、药品经营资质及软件使用权，购买目的均具有合理的商业理由。

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

公司实际控制人为李能、刘凌夫妇。

(1) 李能个人账户大额资金往来情况：

根据李能的个人银行账户流水显示，其 2017 年-2020 年 6 月单笔大于 20 万元的支出共计 47 笔，共计 18,196.81 万元，根据银行流水中交易摘要、对方账户名称等资料显示，具体构成如下：

- 1) 支出 10 笔共计 469.00 万元，为与亲友往来。
- 2) 支出 20 笔共计 8,504.66 万元，为偿还外部借款及借款支出。
- 3) 支出 7 笔共计 6,557.20 万元，为对外投资及股权转让款。
- 4) 支出 2 笔共计 95.50 万元，为对外捐赠、 及个人消费。
- 5) 支出 1 笔 78.80 万元，为缴纳股权转让个人所得税。

6) 支出 5 笔共计 2,491.66 万元，为打款错误，当天已退回。

根据李能的个人银行账户流水显示，2017 年-2020 年 6 月单笔大于 20 万元的收入 33 笔，共计 18,444.90 万元，根据银行流水中交易摘要、对方账户名称等资料显示，具体构成如下：

1) 收入 12 笔共计 10,858.00 万元，系借入外部借款及收到还款。

2) 收入 6 笔共计 3,310.00 万元，为收到股权转让款。

3) 收入 1 笔 355.13 万元，为向公司转让房产作为门面。

4) 收入 1 笔 1,170.00 万元，为转让养天和中医馆股权款。

5) 收入 1 笔 110.11 万元，为收到公司分红款。

6) 支出 4 笔共计 2,491.66 万元，为退回当天错误打款。

7) 支出 5 笔共计 150.00 万元，为与亲友往来。

(2) 刘凌个人账户大额资金往来情况：

根据公司实际控制人李能配偶刘凌的个人银行账户流水显示，其 2017 年-2020 年 6 月单笔大于 20 万元的支出共计 12 笔，共计 767.90 万元。其中，存在 1 笔 23.90 万元，用于个人消费；1 笔 100.00 万元，为亲友借支；10 笔 644.01 万元，均为兑换港币用于香港生活。资金主要来源除其中 2 笔共计 372.00 万元为股权转让收入外，其余来源为亲友转入、收回借款及分红。

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、保荐机构和申报会计师核查程序及结论

保荐机构和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李能及其配偶刘凌的 2017 年度、2018 年度、2019 年度及 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李能及其配偶刘凌进行了访谈，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，并结合李能取得的分红、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 2017-2020 年 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。

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

(1) 报告期内，发行人分红情况如下：

2020 年 6 月，公司向股东分派现金股利，详细情况如下表：

单位：万元		
序号	公司名称	分红金额
1	和恩投资	36.00
2	伊万丽投资	15.33
3	和德投资	110.40
4	贺光平	19.20
5	张学武	14.40
6	刘凌	28.80
7	李能	110.11
8	隆海投资	51.00
9	和盟投资	21.48
10	汇海投资	6.00
11	姚勋	11.67
12	王建成	3.34
13	黄高明	1.67

序号	公司名称	分红金额
14	朱俊	11.52
15	邓朝晖	7.92
16	张波	41.28
17	段月珍	0.48
18	张衡	8.64
19	杨开文	4.80
20	林小娟	9.60
21	翠龙投资	18.00
	合计	531.64

注：表内金额为股东实际收到分红金额（发行人已代扣代缴个人所得税）

对于在公司任职的股东、董事、监事、高管、关键岗位人员从公司领取的薪酬，不存在单笔大于 20 万元的薪酬，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、保荐机构和申报会计师核查程序及结论

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

（1）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 2017 年-2020 年 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 6 月向发行人股东分派现金股利 600 万元，并与相关股东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 2017-2020 年 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，保荐机构和申报会计师认为：

（1）除控股股东以外、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的情形；

（2）实际控制人李能存在向发行人转让资产、转让发行人股权获得大额转让款的情形；

（3）除上述事项外，控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员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；

1、发行人说明

取得控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员共计 34 人的银行流水。具体情况如下：

（1）公司控股股东、实际控制人、董事长李能及其配偶刘凌上述两人资金情况详见本节“问题 30、（七）”。

（2）除李能、刘凌以外的 32 人

根据除李能、刘凌以外的 32 人的个人银行账户流水显示，其 2017-2020 年 6 月单笔大于 20 万元的支出共 437 笔，共计 45,972.50 万元，根据银行流水中交易摘要、对方账户名称、理财购买明细、投资协议等资料确认，上述支出均用于购买理财、基金、股票、对外投资、购置房屋、亲戚间家庭往来、朋友借款、个人消费、缴纳税款等用途。

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。

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

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、保荐机构和申报会计师核查程序及结论

保荐机构和申报会计师执行了以下核查程序：

1) 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 2017 年-2020 年 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 2017-2020 年 6 月收入大于 20 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。

5) 获取了发行人 2017 年-2020 年 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 2017 年-2020 年 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，保荐机构和申报会计师认为：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，保荐机构和申报会计师认为：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。

其他事项：关于对第一轮问询回复的修订说明

一、关于发行人定坤丹_7g*4 瓶在各业务模式下的收入及毛利率

（一）修订原因说明

为保持数据口径的一致性，对发行人在第一轮问询回复中，列示的报告期各期定坤丹_7g*4瓶在供应商采购金额及占比、数量、单价情况统一按扣除票折返利后的采购数据披露，其中2017年、2020年1-6月列示的上述数据统计有误，现予以修正。

（二）修订前回复内容

前次第一轮问询“问题 17”之“六、关于单品“定坤丹_7g*4 瓶”，加盟业务中，其系 2017 年前十名单品，2018、2019 年非前十名；特品业务中，其系 2019 年前十名，2017、2018 年非前十名；请披露定坤丹的供应商和生产商信息、该产品在不同业务模式下销售收入变动的原因、在各类业务模式下毛利率、主要客户信息”回复内容如下：

“定坤丹_7g*4 瓶主要供应商和生产商信息如下：

单位：万元

生产商 名称	2020 年 1-6 月			2019 年			2018 年			2017 年		
	采购 数量	采购单 价(元)	采购 金额	采购 数量	采购单 价(元)	采购 金额	采购 数量	采购单 价(元)	采购 金额	采购 数量	采购单 价(元)	采购 金额
山西广 誉远国 药有限 公司	19,515.00	104.55	204.02	83,603.00	105.09	878.58	117,688.00	102.70	1,208.65	60,544.00	95.45	577.89

.....”

（三）修订后回复内容

本次第二轮问询回复“问题 17”之“一、向供应商采购金额及占比、数量、单价情况，向客户销售收入金额及占比、数量、单价、毛利率情况（注明客户所属渠道类型）”修订为：

“（一）定坤丹_7g*4 瓶

1、供应商采购金额及占比、数量、单价情况

单位：万元

序号	供应商名称	生产商名称	2020年1-6月				2019年			
			采购数量(盒)	采购单价(元)	采购金额	占比(%)	采购数量(盒)	采购单价(元)	采购金额	占比(%)
1	湖南凯信医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	-	-	-	-	50,980	99.30	506.21	61.46
2	湖南九州通医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	-	-	-	-	29,333	97.35	285.54	34.67
3	海南九州通医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	212	106.19	2.25	100.00	3,290	96.83	31.86	3.87
	合计		212	106.19	2.25	100.00	83,603	98.51	823.61	100.00

接上表：

单位：万元

序号	供应商名称	生产商名称	2018年				2017年			
			采购数量(盒)	采购单价(元)	采购金额	占比(%)	采购数量(盒)	采购单价(元)	采购金额	占比(%)
1	山西广誉远国药有限公司	山西广誉远国药有限公司	110,399	94.13	1,039.17	93.81	-	-	-	-
2	湖南津湘药业有限公司	山西广誉远国药有限公司	-	-	-	-	4,383	81.87	35.88	7.18
3	湖南同安医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	3,997	94.10	37.61	3.40	26,888	89.02	239.35	47.87
4	华润湖南双舟医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	-382	94.10	-3.59	-0.32	24,776	84.12	208.43	41.68
5	海南九州通医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	400	94.10	3.76	0.34	-	-	-	-
6	海南晨菲医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	1,440	94.10	13.55	1.22	-	-	-	-
7	国药控股海南有限公司	山西广誉远国药有限公司	700	94.10	6.59	0.59	-	-	-	-
8	海南广药晨菲医药有限公司	山西广誉远国药有限公司	1,134	94.10	10.67	0.96	1,740	93.98	16.35	3.27
	合计		117,688	94.13	1,107.75	100.00	57,787	86.53	500.02	100.00

.....”

二、关于发行人将湖南海元堂医药企业管理有限公司列示为贴牌供应商

（一）修订原因说明

对于发行人贴牌业务对应申报期各期采购数量、金额及占总采购比例，其中2020年1-6月误将湖南海元堂医药企业管理有限公司列示为公司贴牌业务对应主要贴牌供应商，现予以修正。

（二）修订前回复内容

前次第一轮问询“问题25”之“五、贴牌业务对应采购数量、金额及占总采购额比例，采购情况，贴牌供应商是否专为发行人服务”回复内容如下：

“1、发行人贴牌业务对应申报期各期采购数量、金额及占总采购比例列示如下：

年度	采购数量	不含税采购金额（万元）	采购金额占比（%）
2020年1-6月	10,322,786.00	3,034.33	5.84
2019年	12,268,927.00	6,181.36	7.79
2018年	11,456,455.00	6,009.23	7.56
2017年	9,324,224.00	5,002.75	7.92

2、公司贴牌业务对应主要贴牌供应商的采购情况列示如下：

年 度	供应商名称	采购数量	不含税采购金额（万元）	是否专为公司服务
2020年1-6月	山西华元医药营销有限公司	2,334,175.00	920.10	否
	石家庄市诚信中药材有限公司	244,197.00	494.26	否
	湖南海元堂医药企业管理有限公司	5,135,760.00	281.99	否
	重庆迪康长江制药有限公司	580,970.00	141.91	否
	天长亿帆制药有限公司	367,071.00	110.99	否
	合 计	8,662,173.00	1,949.25	

.....”

（三）修订后回复内容

本次第二轮问询回复不涉及该问题，对第一轮回复中该内容修正如下：

“1、发行人贴牌业务对应申报期各期采购数量、金额及占总采购比例列示如下：

年 度	采购数量	不含税采购金额（万元）	采购金额占比（%）
2020 年 1-6 月	5,187,026.00	2,752.34	5.29
2019 年	12,268,927.00	6,181.36	7.79
2018 年	11,456,455.00	6,009.23	7.56
2017 年	9,324,224.00	5,002.75	7.92

2、公司贴牌业务对应主要贴牌供应商的采购情况列示如下：

年 度	供应商名称	采购数量	不含税采购金额（万元）	是否专为公司服务
2020 年 1-6 月	山西华元医药营销有限公司	2,334,175.00	920.10	否
	石家庄市诚信中药材有限公司	244,197.00	494.26	否
	重庆迪康长江制药有限公司	580,970.00	141.91	否
	天长亿帆制药有限公司	367,071.00	110.99	否
	重庆科瑞制药(集团)有限公司	366,390.00	103.31	否
	合 计	3,892,803.00	1,770.57	

.....”

除上述两项修订外，发行人第一轮问询回复不存在其他需修订事项。

特此说明。

（本页无正文，为养天和大药房股份有限公司《关于养天和大药房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第二轮审核问询函》之盖章页）

养天和大药房股份有限公司



(此页无正文，为西部证券股份有限公司《关于养天和大药房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第二轮审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人： 何勇
何勇

李锋
李锋



保荐机构总经理声明

本人作为养天和大药房股份有限公司保荐机构西部证券股份有限公司的总经理，现就本次审核问询函回复郑重声明如下：

“本人已认真阅读养天和大药房股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，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，本次审核问询函回复不存在虚假记载、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。”

保荐机构总经理：

何方

何方



西部证券股份有限公司

2020年11月6日