百洋医药
BAHEAL PHARM

创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

青岛百洋医药股份有限公司
QINGDAO BAHEAL MEDICAL INC.
（青岛市市北区开封路88号）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书（注册稿）

本公司的发行上市申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

保荐人（主承销商）

东兴证券股份有限公司
DONGXING SECURITIES CO.,LTD.
（北京市西城区金融大街5号新盛大厦B座12、15层）

智慧成就健康
Bodhi Attain Health

重要声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	发行股数不超过 5,260 万股，占发行后总股本的比例不低于 10.00%，均为新股发行，公司股东不进行公开发售
每股面值	1.00 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 52,510 万股
保荐人（主承销商）	东兴证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

重大事项提示

公司提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书全部内容，并特别关注以下重大事项提示：

一、本次发行的相关重要承诺事项

公司提示投资者认真阅读本公司、股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐机构及证券服务机构等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、重要承诺事项”。

二、稳定股价的预案

发行人第二届董事会第八次会议及 2020 年第三次临时股东大会审议通过《首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定股价预案及其约束措施》。发行人、控股股东、实际控制人及发行人相关的董事（独立董事除外）和高级管理人员签署了自愿履行稳定股价预案的承诺函，稳定股价预案的主要内容如下：

（一）稳定股价预案启动的条件

公司首次公开发行股票并上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司发生利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况的，收盘价相应进行调整，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产（公司因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整，下同），非因不可抗力因素所致，则公司及控股股东、董事（独立董事除外，下同）和高级管理人员将启动稳定公司股价的相关措施。

（二）稳定股价的责任主体

公司、公司控股股东、实际控制人及公司董事（独立董事除外）和高级管理人员为稳定股价的责任主体，负有稳定公司股价的责任和义务。

公司股票上市后三年内如拟新聘任董事（独立董事除外）、高级管理人员，应要求拟新聘任的董事、高级管理人员出具将履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的稳定公司股价承诺的承诺函。

（三）稳定股价的具体措施

当公司需要采取股价稳定措施时，按以下顺序实施：

1、公司回购

（1）公司为稳定股价之目的回购股份，应符合相关法律、法规及规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

（2）公司董事会对回购股份作出决议，须经全体董事二分之一以上表决通过，公司董事承诺就该等回购股份的相关决议投赞成票。

（3）公司股东大会对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（4）公司为稳定股价之目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

①公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格原则上不超过公司最近一期经审计的每股净资产；

②公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行股票所募集资金的总额；

③公司单次用于回购股份的资金原则上不得低于人民币 1,000 万元；

④公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%。

（5）公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产，公司董事会应做出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

2、控股股东增持

（1）公司用于回购股份资金总额使用完毕后，下列任一条件发生时，公司控股股东应在符合相关法律、法规和规范性文件规定的前提下，对公司股票进行增持：

①公司回购股份方案实施期限届满之日后的连续 20 个交易日公司股份收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产；

②公司回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内稳定股价的条件再次被触发。

（2）控股股东用于增持股份的资金金额原则上不低于其自公司上市后累计从公司所获得现金分红金额的 20%，且不超过其自公司上市后累计从公司所获得现金分红总额；自公司上市后每 12 个月内增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。

3、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持

（1）控股股东用于增持股份的资金金额累计超过其自公司上市后累计从公司所获得现金分红总额后，下列任一条件发生时，届时在公司领取薪酬的公司董事、高级管理人员应在符合相关法律法规及规范性文件的规定的前提下，对公司股票进行增持：

①控股股东增持股份方案实施期限届满之日后的连续 20 个交易日公司股份收盘价低于公司最近一期经审计的每股净资产；

②控股股东增持股份方案实施完毕之日起 3 个月内稳定股价的条件再次被触发。

（2）有义务增持的公司董事、高级管理人员用于增持公司股份的货币资金不少于该董事、高级管理人员个人上年度薪酬总额的 20%，但不超过该董事、高级管理人员个人上年度薪酬总额的 50%。公司全体有义务增持的董事、高级管理人员对该等增持义务的履行承担连带责任。

4、在公司董事、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连

续 20 个交易日收盘价均低于公司最近一期经审计的每股净资产值，则公司应依照本预案的规定，依次开展公司回购、控股股东增持及董事、高级管理人员增持工作。

（四）稳定股价的启动程序

1、公司回购

（1）公司董事会应在上述公司回购启动条件触发之日起的 20 个交易日内作出回购股份的决议；

（2）公司董事会应当在作出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

（3）公司回购应在公司股东大会决议作出之日起次日开始启动回购，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕；

（4）公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、控股股东及董事（独立董事除外）、高级管理人员增持

（1）公司董事会应在上述控股股东及董事、高级管理人员稳定股价的条件触发之日起 5 个交易日内作出增持公告。

（2）控股股东及董事、高级管理人员应在增持公告作出之日起次日开始启动增持，并应在履行相关法定手续后的 30 日内实施完毕。

（五）未履行稳定股价承诺的约束措施

1、公司未履行稳定公司股价承诺的约束措施

若公司未履行股份回购承诺，则公司将在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未采取股份回购措施稳定股价的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

若公司已公告回购计划但未实际履行，则公司以其承诺的最大回购金额为限对股东承担赔偿责任。

2、控股股东未履行稳定公司股价承诺的约束措施

若控股股东未在增持义务触发之日起 5 个交易日内提出具体增持计划，或未按披露的增持计划实施增持，控股股东所持限售股锁定期自期满后延长六个月，其所持流通股自未能履行本预案约定义务之日起增加六个月锁定期，并将其最近一个会计年度从公司分得的现金股利返还公司。如未按期返还，发行人可以采取从之后发放现金股利中扣发，直至扣减金额累计达到其应履行稳定股价义务的最近一个会计年度从公司已分得的现金股利总额。

3、公司董事（独立董事除外）、高级管理人员未履行稳定公司股价承诺的约束措施

若公司董事（独立董事除外）、高级管理人员未在增持义务触发之日起 5 个交易日内提出具体增持计划，或未按披露的增持计划实施增持，相关当事人所持限售股锁定期自期满后延长六个月，其所持流通股自未能履行本预案约定义务之日起增加六个月锁定期，公司应当从自未能履行本预案约定义务当月起，扣减其每月薪酬的 20%，直至累计扣减金额达到其应履行稳定股价义务的最近一个会计年度从公司已获得薪酬的 20%。

三、发行前滚存利润分配及上市后利润分配政策

（一）发行前滚存利润分配

经 2020 年第三次临时股东大会决议，首次公开发行股票前的滚存利润由发行后的新老股东按照发行后的股份比例共享。

（二）上市后的股利分配政策

经 2020 年第三次临时股东大会通过的上市后适用的《公司章程（草案）》，公司发行上市后，股利分配政策主要内容如下：

1、利润分配的原则

公司的利润分配应重视对公司股东的合理投资回报、兼顾公司的可持续发展，公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充

分考虑董事、监事和公司股东的意见。

2、利润分配方式

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

3、股利分配的间隔期间

在符合现金分红条件情况下，公司原则上每年进行一次股利分配，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期股利分配。

在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，从公司成长性、每股净资产的摊薄、公司股价与公司股本规模的匹配性等真实合理因素出发，公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

4、发放现金股利及股票股利的具体条件及比例

公司在具备现金分红条件的情况下，应当采用现金分红进行利润分配。公司实施现金分红的具体条件为：

（1）公司该年度或半年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）公司累计可供分配利润为正值；

（3）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告（半年度利润分配按有关规定执行）。

公司具备现金分红条件的，除特殊情况外，年度以现金方式分配的利润一般不少于当年度实现的可分配利润的 10%；任何三个连续年度内，公司以现金累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。公司具备现金分红条件，董事会未作出现金分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当

对此发表独立意见。

特殊情况是指：公司有重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

公司在提出现金股利与股票股利结合的分配方案时，董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，基本原则如下：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

5、利润分配政策的决策程序

公司每年利润分配预案由董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订。董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见。董事会审议制订利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议。利润分配政策应提交监事会审议，经半数以上监事表决通过，监事会应对利润分配方案提出审核意见。经董事会、独立董事以及监事会审议通过后，利润分配政策提交公司股东大会审议批准。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应通过多种渠道主动与股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或股东参会等方式，充分听取股东的意见和诉求，并及时答复股东关心的问题。

6、利润分配政策的调整

公司应当严格执行公司章程确定的利润分配政策以及股东大会审议批准的利润分配具体方案。公司根据生产经营情况、投资规则和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，公司董事会应先形成对利润分配政策进行调整的预案并应征求监事会的意见，并由公司独立董事发表独立意见，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议通过后提请公司股东大会批准。其中，现金分红政策的调整议案需经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过，调整后的利润分配政策不得违反有关法律法规规定。

7、利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用；中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分保护等。如涉及现金分红分配政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

公司因特殊情况无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案时，公司应在年度报告和审议年度报告的董事会公告中披露具体原因，并对相关原因与实际情况是否相符合等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

公司监事会应对公司利润分配政策的信息披露情况进行监督。

（三）上市后三年的利润分配计划

为了进一步完善和健全上市公司分红机制，切实保护中小投资者的合法权益，根据中国证监会《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红》等文件以及《公司章程》的规定，公司董事会制订了《公司发行上市后未来三年利润分配具体规划》（以下简称“《规划》”），具体内容如下：

1、制定《规划》的原则

公司股东回报规划充分考虑和听取股东特别是中小股东的要求和意愿，在保证公司正常经营业务发展的前提下，坚持现金分红为主这一基本原则为股东提供回报。

2、制定《规划》时考虑的因素

公司将着眼于长远和可持续发展，综合考虑企业实际情况、发展目标，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，从而对股利分配作出制度性安排，以保证股利分配政策的连续性和稳定性。

3、股东未来分红回报规划内容

2020-2022 年每年采取现金分红的比例不低于当年实现的可分配利润的10%。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。如果在 2020-2022 年，公司净利润保持持续增长，则公司每年现金分红金额亦将合理增长。在确保 10%现金股利分配的基础上，董事会可以结合公司实际情况，另行增加股票、股利分配和公积金转增议案。

公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并交付股东大会进行表决，且公司应当提供网络形式的投票平台为股东参加股东大会提供便利。公司接受所有股东对公司分红的建议和监督。

4、《规划》制定周期

公司至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，对公司即时生效的股利分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东回报计划，并由公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司目前盈利规模、现金流量状况、发展所处阶段及当期资金需求，制定年度或中期分红方案。

四、特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）业务合作风险

在品牌运营业务中，公司为医药生产厂商提供品牌产品的运营服务，双方合作紧密。目前公司已经和美国安士、扬州一洋、安斯泰来、武田制药、迈蓝制药

等厂商建立了合作关系。虽然公司目前的销售及推广能力深受供应商认可，但公司无法完全保证现有的供应商关系未来不会发生变化。如果供应商中止或者不再与公司签订合作协议，公司的经营业绩将受到影响。

在批发配送业务中，公司目前主要覆盖青岛、北京及周边地区医院、社区诊所及药店等。公司在青岛、北京以及周边地区拥有较好的医疗机构客户资源，且公司和上游供应商建立了良好的合作关系。然而由于药品批发配送领域竞争相对激烈，公司在区域内面临较多竞争对手，因此公司存在供应商、客户终止业务合作而转向其他竞争对手的风险。

（二）前期品牌运营未达预期风险

对于品牌运营业务，公司在业务前期需要投入大量的人力、物力和资金进行市场调研、消费者教育、营销策划等工作，促使该品牌能尽快被市场所认可并接受，业务开展的时间及资金成本较高。但品牌产品的推广存在一定风险，包括上游生产厂商经营出现波动、产品消费潮流出现变化，市场竞争格局出现变化等。上述风险均可能导致品牌产品的运营效果不达预期，最终导致公司前期投入不能获得相应的回报的风险。

目前公司品牌运营业务合作的厂商及品牌较多，部分产品仍属于前期推广状态，存在品牌运营未达预期的风险。

（三）品牌运营业务集中风险

公司运营的品牌包括迪巧系列、泌特系列、哈乐系列、武田系列、迈蓝系列等。报告期内，迪巧系列产品实现收入分别为 125,591.31 万元、125,223.25 万元和 **118,349.22 万元**，占当期品牌运营业务收入比例为 75.15%、62.80%和 **54.63%**，占公司当期主营业务收入比例为 34.52%、25.90%和 **20.18%**。

迪巧系列产品是公司运营的最重要的品牌产品，对公司品牌运营业务及整体业绩表现均有重要影响。一旦出现迪巧系列产品的市场竞争格局发生重大变化、消费者的偏好发生重大变化、迪巧系列产品的生产发生波动或其他可能影响迪巧系列产品业务的不利因素，均可能导致公司品牌运营业务的重大波动，进而导致

公司整体业绩表现出现波动的情形。

（四）政策风险

医疗行业受监管政策影响明显。近年来，国家持续推进医疗事业改革，推出了一系列行业政策：

2015 年 5 月 4 日，国家发改委、国家卫计委、人社部、工信部、财政部、商务部、食药监局联合制定了《推进药品价格改革的意见》，明确要求：自 2015 年 6 月 1 日起，除麻醉药品和第一类精神药品外，取消原政府制定的药品价格。该意见旨在促进建立正常的市场定价机制，引导药品价格合理形成；

2017 年 1 月 11 日，国家食药监局发布《印发关于在公立医疗机构药品采购中推行两票制的实施意见（试行）的通知》（国医改办发〔2016〕4 号），规定：公立医疗机构药品采购中逐步推行两票制，鼓励其他医疗机构药品采购中推行两票制；

2019 年 1 月 1 日，国务院办公厅制定《国家组织药品集中采购和使用试点方案》（国办发〔2019〕2 号），指出：国家拟定基本政策、范围和要求，组织试点地区形成联盟，以联盟地区公立医疗机构为集中采购主体，探索跨区域联盟集中带量采购、以量换价、招采合一、保证使用。通过招标、议价、谈判等不同形式确定的集中采购品种；

随着“两票制”政策在全国范围内的全面实施，部分省、市正探索“一票制”政策，即医疗机构（主要指公立医院）与生产企业直接结算货款、生产企业自行或委托配送，药品生产企业到医疗机构只开一次发票。目前，“一票制”政策尚未实施。若未来“一票制”在部分省、市实施并在全国范围内推广，且公司不能及时根据相关政策作出业务调整，则可能对公司医院渠道的产品销售造成不利影响。

相关政策的实施对医药行业的发展具有重要影响，导致行业上下游的竞争格局及利益格局的改变，若国家政策对公司的业务经营造成不利影响，或者公司不能及时根据相关政策作出业务调整，不能适应新的行业竞争状况，均将会对公司

的经营业绩造成不利影响。

（五）市场竞争加剧风险

随着医药制度的改革，医药行业分工不断细化，品牌运营业务在产业链中的作用日益明显，行业厂商越来越注重在品牌运营业务方面的布局。现有的品牌运营公司都在不断加大运营投入，市场竞争不断加剧。

同时，公司还将面临来自于以批发、零售为主要业务的企业的竞争。传统的医药批发、零售企业在渠道的掌控上有一定优势，对不同区域市场的商业运作规则也有着一定理解。这决定了医药批发、零售企业可以参与到医药产品的推广及销售中。国内大型的医药批发公司，如国药股份、九州通等也都在积极开展医药推广方面的增值服务。虽然传统的医药批发、零售企业的核心运作机制以及组织架构均偏重其核心业务，医药产品的品牌运营业务占比相对较小，但仍将会对品牌运营行业造成一定的冲击。

如未来公司不能采取有效措施拓展品牌矩阵和销售网络、增加现有销售渠道覆盖范围、提高品牌运营综合服务能力，将可能在未来的市场竞争中处于不利地位。

（六）内控及合规风险

公司非常重视合规经营，目前已建立了完善的反不正当商业行为的内控制度、财务内控制度、营销费用支出审核制度，对员工在采购、销售活动中的行为提供明确的指引和约束。但公司无法完全避免个别员工在产品的购销活动中存在不正当的商业行为，可能导致公司被相关监管部门认定违反相关法律法规，从而对公司形象造成不利影响，甚至可能会影响公司部分业务的正常开展，进而会对公司的经营业绩产生不利影响。

（七）募集资金投资项目风险

公司本次股票发行所募集资金将主要投向于现代物流配送中心、电子商务运营中心的建设以及补充流动资金。公司募集资金项目的可行性是基于当前市场环境、行业发展趋势等因素作出的，在项目实施的过程及后期经营中，可能面临市

场环境和相关政策变化等不确定因素，进而可能影响本次募投项目的实际收益。

（八）重大疫情导致公司业绩下滑风险

重大疫情爆发会对公司的业绩造成冲击。2020 年初，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，全国各地采取了隔离、推迟复工、交通管制、禁止人员聚集等防疫管控措施，各行各业均受到不同程度的影响。受防疫管控措施的影响，医药产品除与疫情相关产品有销售增长情形，公司其他医药产品销售均受到一定的影响，公司采购、配送、销售等环节在短期内相比正常情况有所延后。如果未来世界范围内疫情持续或影响范围进一步扩大，可能会对宏观经济的正常运行以及各行各业的生产经营产生重大影响，从而影响公司的正常经营活动及整体经营业绩。

（九）经营区域集中风险

我国医药流通行业呈现较强的地域化特征，多数企业业务集中在省级区域内。报告期内公司来自于山东省内的主营业务收入分别为 177,404.63 万元、225,280.10 万元和 **247,371.54 万元**，占报告期各期主营业务收入的比例分别为 48.76%、46.60%和 **42.18%**，其中批发配送业务来自于山东省的收入分别为 138,784.45 万元、180,777.75 万元**及 200,961.02 万元**，占当期批发配送业务收入的比例分别为 78.81%、69.18%及 **59.62%**；零售业务来自山东省的收入分别为 20,145.16 万元、19,624.31 万元和 **22,049.73 万元**，占当期零售业务收入的比例分别为 98.07%、86.28%和 **67.39%**，公司主营业务存在区域集中的风险。

（十）部分自有房屋存在瑕疵风险

发行人于青岛市市北区开封路 88 号拥有一处房屋，该房屋的权利性质为商品房，房屋总层数为 3 层，房屋建筑面积为 34,123.85 平方米。该栋房产竣工验收之后，为了发展业务及集约化办公，在原二层与三层之间局部设夹层，作为办公使用，且封闭顶层原开敞式回廊并增加连廊。根据《中华人民共和国城乡规划法》、《山东省城乡规划条例》的有关规定，该房屋存在被主管部门处以行政处罚并责令拆除的可能。发行人已在青岛市黄岛区承租面积共计 48,803.02 平米的房产用于办公、仓储，但如果上述房屋被主管部门处以行政处罚或责令拆除，致

使发行人部分人员不能继续在该处房屋办公，则可能对公司造成一定经济损失。

五、关于新冠疫情对公司经营的影响

疫情爆发以来，受防疫管控措施以及下游客户延迟复工影响，发行人医药产品销售受到一定影响，但由于发行人所处行业与抗疫相关，且自身配送业务规模发展迅速，2020 年相关业务指标并未发生重大不利变化。

六、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司的经营情况良好，主要业务模式、主要产品的采购和销售、产业政策、税收政策、行业市场环境及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化。

（一）2021 年 1-3 月的主要财务信息及经营状况

本招股说明书最近一期审计报告的审计截止日为 2020 年 12 月 31 日，公司提示投资者关注本招股说明书已披露财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况，参见本招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、审计截止日后的主要经营状况”。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2021 年 1-3 月财务报表进行了审阅。2021 年 1-3 月，公司实现的营业收入为 162,578.84 万元，同比增长 68.07%；净利润为 8,477.92 万元，较去年同期增加 13,076.51 万元；扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润为 8,345.49 万元，较去年同期增加 13,032.31 万元。

（二）2021 年上半年的经营业绩预计情况

2021 年 1-6 月，公司营业收入预计为 357,317 万元至 376,610 万元，较上年同期增长 47.16%至 55.10%；归属于母公司股东的净利润预计为 17,443 万元至 18,428 万元，较上年同期增长 58.23%至 67.17%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润预计为 17,000 万元至 17,950 万元，较上年同期增长 53.85%至 62.45%。

2021 年上半年经营业绩较去年同期增长较快的主要原因为：2020 年上半年受新冠疫情爆发影响，下游部分经销商及终端零售药店和医院处于停工状态，发行人产品需求有所下滑，2021 年上半年随着疫情控制及经营活动的正常开展，经营业绩显著好于去年同期。

上述 2021 年上半年业绩情况系公司初步预计数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

目录

重要声明 1

发行概况 2

重大事项提示 3

一、本次发行的相关重要承诺事项 3

二、稳定股价的预案 3

三、发行前滚存利润分配及上市后利润分配政策 7

四、特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险 11

五、关于新冠疫情对公司经营的影响 16

六、财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况 16

目录 18

第一节 释义 23

一、普通术语 23

二、专业术语 27

第二节 概览 28

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 28

二、本次发行概况 28

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标 29

四、主营业务情况 30

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 32

六、发行人选择的具体上市标准 34

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 34

八、募集资金用途 34

第三节 本次发行概况 36

一、本次发行基本情况 36

二、本次发行的有关机构 37

三、发行人与本次发行相关机构的关系.....39
四、本次发行上市的重要日期.....39
第四节 风险因素.....40
一、创新风险.....40
二、经营及法律风险.....40
三、政策风险.....43
四、市场竞争加剧风险.....44
五、财务风险.....45
六、内控及合规风险.....46
七、募集资金投资项目风险.....46
八、重大疫情导致公司业绩下滑风险.....46
九、发行失败风险.....47
十、不可抗力风险.....47
第五节 发行人基本情况.....48
一、发行人基本情况.....48
二、发行人的改制及设立情况.....48
三、发行人在报告期内的股本和股东变化情况.....56
四、发行人重大资产重组情况.....57
五、发行人在其他证券市场的上市或挂牌情况.....62
六、发行人的股权结构及组织结构.....62
七、发行人对外投资基本情况.....66
八、公司股东及实际控制人基本情况.....86
九、发行人的股本情况.....105
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况.....113
十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排的执行情况.....132
十二、公司员工情况.....139
十三、保荐机构对于发行人股东信息披露的核查意见.....141
第六节 业务与技术.....143

一、公司主营业务、主要产品及服务的情况.....143
二、公司主要经营模式.....149
三、公司设立以来主营业务、主要产品及服务、主要经营模式的演变情况.....171
四、生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力.....173
五、公司所处行业的基本情况.....174
六、公司在行业的竞争地位.....207
七、销售情况和主要客户.....216
八、采购情况和主要供应商.....223
九、主要固定资产及无形资产情况.....256
十、境外经营情况及境外拥有资产情况.....308
十一、发行人质量管控情况.....308
第七节 公司治理与独立性.....310
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....310
二、发行人特别表决权股份或类似安排.....316
三、发行人协议控制架构情形.....316
四、发行人内控自我评价及注册会计师鉴证意见.....317
五、报告期内违法违规行为.....317
六、资金占用和对外担保情况.....318
七、发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面的独立性情况.....318
八、同业竞争情况.....320
九、关联方及关联关系.....321
十、关联交易.....328
十一、关联交易对公司财务状况与经营成果的影响.....363
十二、报告期内发行人关联交易履行的程序及独立董事意见.....363
第八节 财务会计信息与管理层分析.....365
一、审计意见.....365
二、与财务会计信息相关的重大事项的判断标准.....365

三、对发行人未来经营能力或财务状况可能产生影响的重要因素.....366
四、发行人最近三年主要财务报表.....370
五、会计报表编制基准和合并报表范围及变化情况.....374
六、主要会计政策和会计估计.....378
七、主要税收政策及税种.....420
八、分部信息.....422
九、报告期内非经常性损益.....423
十、报告期主要财务指标.....423
十一、经营成果分析.....425
十二、资产质量分析.....519
十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....559
十四、报告期内重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项.....576
十五、审计截止日后主要经营状况.....577
十六、财务报表附注中期后事项、或有事项及其他重要事项.....579
十七、盈利预测报告.....580
第九节 募集资金运用与未来发展规划 581
一、本次募集资金运用计划及概况.....581
二、募集资金投资项目的具体情况.....583
三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响.....590
四、公司未来发展规划.....592
第十节 投资者保护 596
一、投资者关系的主要安排.....596
二、股利分配政策.....598
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....601
四、股东投票机制的建立情况.....601
五、重要承诺事项.....601
第十一节 其他重要事项 613
一、重要合同.....613

二、对外担保情况.....625
三、重大诉讼或仲裁事项.....625
四、发行人董事、监事及高级管理人员报告期内重大违法行为.....632
五、发行人控股股东、实际控制人报告期内重大违法行为.....632
第十二节 相关声明 633
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....633
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....634
发行人控股股东、实际控制人声明.....635
保荐人（主承销商）声明.....636
保荐人（主承销商）董事长声明.....637
保荐人（主承销商）总经理声明.....638
发行人律师声明.....639
发行人审计机构声明.....640
资产评估机构声明.....641
关于原签字资产评估师离职的说明.....642
发行人验资复核机构声明.....643
第十三节 附件 644

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有如下特定含义：

一、普通术语

发行人、公司、股份公司、百洋医药	指	青岛百洋医药股份有限公司，前身为青岛百洋医药科技有限公司
公司控股股东、百洋集团	指	百洋医药集团有限公司，发行人的控股股东、发起人之一
公司实际控制人	指	付钢
百洋有限	指	发行人的前身青岛百洋医药科技有限公司
北京红杉	指	北京红杉铭德股权投资中心（有限合伙），发行人的发起人之一
西藏群英	指	西藏群英投资中心（有限合伙），发行人的发起人之一
百洋诚创	指	北京百洋诚创医药投资有限公司，发行人的发起人之一
天津清正	指	天津清正资产管理合伙企业（有限合伙），发行人的发起人之一
天津晖桐	指	天津晖桐资产管理合伙企业（有限合伙），发行人的发起人之一
上海皓信桐	指	上海皓信桐投资发展中心（有限合伙），发行人的发起人之一
天津皓晖	指	天津皓晖资产管理合伙企业（有限合伙），发行人的发起人之一
天津晖众	指	天津晖众资产管理合伙企业（有限合伙），发行人的发起人之一
北京君联	指	北京君联茂林股权投资合伙企业（有限合伙），发行人的发起人之一
天津慧桐	指	天津慧桐资产管理合伙企业（有限合伙），发行人的发起人之一
北京新生代	指	北京新生代数字媒体技术有限公司，发行人的发起人之一
珠海乾亨	指	珠海乾亨投资管理有限公司，发行人的发起人之一
广发乾和	指	广发乾和投资有限公司，珠海乾亨的母公司
百洋连锁	指	青岛百洋健康药房连锁有限公司，发行人控股子公司
承德柏健	指	承德柏健医药有限责任公司，发行人控股子公司
北京承善堂	指	北京承善堂健康科技有限公司，发行人控股子公司
青岛承善堂	指	青岛承善堂健康科技有限公司，北京承善堂控股子公司
美华置业	指	青岛百洋美华置业有限公司，曾为发行人合营公司

青岛东源	指	青岛东源生物科技有限公司，曾用名为青岛菩提医用材料有限公司，发行人控股子公司
健康科技	指	青岛百洋健康科技有限公司，发行人控股子公司
康健电商	指	青岛百洋康健电子商务有限公司，发行人控股子公司
百洋物流	指	青岛百洋医药物流有限公司，发行人控股子公司
乐葆健康	指	青岛乐葆健康科技有限公司，发行人控股子公司
北京万维	指	北京万维医药有限公司，发行人控股子公司
易康药房	指	青岛百洋易康智慧药房有限公司，曾为百洋连锁控股子公司
上海大药房	指	上海百洋大药房有限公司，曾为百洋连锁控股子公司
莒南药房	指	莒南百洋药房有限公司，曾为百洋连锁控股子公司
百洋盛汇	指	青岛百洋盛汇医疗设备有限公司，发行人控股子公司
江西贝瓦	指	江西贝瓦药业有限公司，发行人控股子公司
青岛联瀚	指	青岛联瀚一格商贸有限公司，发行人控股子公司
天津百洋	指	天津百洋医药有限公司，原名天津市康瑞达医药有限公司，发行人控股子公司
天津百洋医疗	指	天津百洋医疗器械有限公司，天津百洋控股子公司
山东百洋	指	山东百洋医药科技有限公司，发行人控股子公司
柏元医学	指	柏元医学科技（山东）有限公司
汇康药房	指	北京百洋汇康智慧药房有限公司，百洋连锁控股子公司
萌驼慧选	指	青岛萌驼慧选电子商务有限公司，百洋连锁控股子公司
北京百洋	指	北京百洋汇众健康科技有限公司，发行人控股子公司
上海百洋	指	上海百洋慧智能医疗科技有限公司，发行人控股子公司
百洋西岸	指	青岛百洋西岸医药科技有限公司，发行人控股子公司
健康产业	指	百洋健康产业国际商贸有限公司，发行人控股子公司
海外商贸	指	百洋科技海外商贸有限公司，发行人控股子公司
香港威坦因	指	香港威坦因健康产业集团有限公司，健康产业控股子公司
百洋集团有限（HK）	指	百洋集团有限公司（HK），健康产业控股子公司
香港慧康	指	香港慧康生物商贸有限公司，香港威坦因控股子公司
青岛纽特舒玛	指	青岛纽特舒玛健康科技有限公司，香港威坦因控股子公司
新美药业	指	新美药业有限公司，曾为香港威坦因控股子公司
美国纽特舒玛	指	Nutrasumma INC.，香港威坦因控股子公司
珠海安士	指	珠海安士药业有限公司，曾为发行人控股子公司
华素制药	指	北京华素制药股份有限公司，北京万维参股公司
掌上医讯	指	青岛掌上医讯信息技术有限公司，为控股股东控制的企业
百洋制药	指	青岛百洋制药有限公司，为控股股东控制的企业
百洋大成	指	北京百洋大成医药技术有限公司，为控股股东控制的企业
红石健康	指	红石阳光健康科技（北京）有限公司，为控股股东控制的企业

百洋美国投资	指	百洋美国投资有限公司（Baheal Investment USA, INC.），为实际控制人控制的企业
广州快货	指	广州快货电子商务有限公司，曾为百洋连锁控股子公司
美国安士	指	A&Z Pharmaceutical, Inc.，为迪巧系列产品的生产商
中山安士	指	安士制药（中山）有限公司，美国安士控股子公司，同为发行人参股公司
安士生物科技	指	安士生物科技（中山）有限公司，中山安士控股子公司
天津思享	指	思享广告（天津）有限公司，曾为发行人参股公司
北京思享	指	北京思享广告有限公司，曾为发行人参股公司
百洋云健康	指	青岛百洋云健康医疗科技有限公司，曾为控股股东控制的企业
百洋众信	指	北京百洋众信康健投资管理有限公司，为控股股东控制的企业
智能科技	指	青岛百洋智能科技股份有限公司，为控股股东控制的企业
菩提医疗管理	指	青岛菩提医疗医院管理集团有限公司，为控股股东控制的企业
菩提香道	指	青岛菩提香道商贸有限公司，为控股股东控制的企业
菩提诊断	指	青岛百洋菩提生物诊断有限公司，为控股股东控制的企业
慧生赫乐	指	青岛慧生赫乐医院管理有限公司，为控股股东控制的企业
百洋济雅	指	青岛百洋济雅医药投资有限公司，为控股股东控制的企业
易复诊	指	青岛易复诊网络科技有限公司，为控股股东控制的企业
北京慧生信	指	北京慧生信国际教育咨询有限公司，为控股股东控制的企业
西安菩提客栈	指	西安菩提客栈文化有限公司，为控股股东控制的企业
同昕控股	指	同昕投资控股有限公司（BVI），曾为实际控制人控制的企业，已注销
北京同昕	指	同昕生物技术（北京）有限公司，为控股股东控制的企业
青岛同昕	指	同昕生物医药（青岛）有限公司，为实际控制人控制的企业
香港同昕（BVI）	指	香港同昕生物股份有限公司（BVI），曾为实际控制人控制的企业，已注销
香港同昕	指	香港同昕生物技术有限公司，为实际控制人控制的企业
菩提永泽	指	青岛菩提永泽投资管理中心（有限合伙），为实际控制人控制的企业
菩提永健	指	青岛菩提永健投资管理中心（有限合伙），为实际控制人控制的企业
菩提永和	指	青岛菩提永和投资管理中心（有限合伙），为控股股东控制的企业
菩提慧生	指	青岛菩提慧生医学检验有限公司，为控股股东控制的企业
海慧物业	指	青岛海慧物业管理有限公司
博彧维康	指	北京博彧维康信息技术有限公司
青岛宜从容	指	青岛宜从容医疗科技有限责任公司

北京宜从容	指	北京宜从容科技有限公司
百洋投资	指	百洋投资集团有限公司，为实际控制人控制的其他企业
北京育学园	指	北京育学园健康管理中心有限公司，原名：北京崔玉涛儿童健康管理中心有限公司
扬州一洋	指	扬州一洋制药有限公司，为泌特系列产品的生产厂商
迈蓝制药	指	迈蓝医药科技（上海）有限公司，为迈蓝系列产品的生产厂商
武田制药	指	武田药品（中国）有限公司，为武田系列产品的生产厂商
安斯泰来	指	安斯泰来制药（中国）有限公司，为哈乐系列产品的生产厂商
保荐人、保荐机构、主承销商	指	东兴证券股份有限公司
律师、发行人律师	指	北京市天元律师事务所
会计师、立信所	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
评估师、银信评估	指	银信资产评估有限公司
元	指	人民币元
A 股	指	人民币普通股
新股	指	本次发行人首次公开发行时拟向社会公众发行的股份
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《广告法》	指	《中华人民共和国广告法》
股东大会	指	青岛百洋医药股份有限公司股东大会
董事会	指	青岛百洋医药股份有限公司董事会
监事会	指	青岛百洋医药股份有限公司监事会
《公司章程》	指	《青岛百洋医药股份有限公司章程》
本次发行	指	公司本次公开发行面值为 1.00 元的不超过 5,260 万股境内上市人民币普通股的行为
最近三年、报告期	指	2018 年、2019 年、2020 年
报告期末	指	2020 年 12 月 31 日
《审计报告》	指	信会师报字[2021]第 ZG10372 号
《招股说明书》	指	《青岛百洋医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
国家卫计委，原卫生部	指	中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会
人社部	指	中华人民共和国人力资源和社会保障部
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
财政部	指	中华人民共和国财政部
商务部	指	中华人民共和国商务部

质检总局	指	中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
食药监局、CFDA	指	中华人民共和国国家食品药品监督管理总局

二、专业术语

成人迪巧	指	维 D 钙咀嚼片，迪巧品牌产品
儿童迪巧	指	儿童维 D 钙咀嚼片，迪巧品牌产品
处方药	指	必须凭执业医师或执业助理医师处方才可调配、购买和使用的药品
OTC、非处方药	指	由专家遴选的经过长期临床实践后认为患者可以自行购买、使用并能保证安全的药品，这类药品经国家批准消费者不需医生处方，按药品说明书即可自行判断、使用且安全有效
GSP	指	Good Supply Practice，药品经营质量管理规范，即国家药监局制定的对在药品流通中，针对计划采购、购进验收、储存、销售及售后服务等环节而制定的保证药品符合质量标准的管理制度
DTP	指	Direct to Patients，即医药企业将其产品直接授权给药房做经销代理，患者在拿到医院处方后可以在药房买到药物并获得专业的用药指导
B2C	指	Business-to-Customer，即企业直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式
B2B	指	Business-to-Business，即企业与企业之间通过网络，进行数据信息的交换、传递，开展交易活动的商业模式
ERP	指	Enterprise Resource Planning，即企业资源计划系统
WMS	指	Warehouse Management System，即仓库管理系统
WCS	指	Warehouse Control System，即仓储设备控制系统

特别说明：本招股说明书中所列数据可能因四舍五入原因，与根据相关单项数据直接相加之和在尾数上略有差异。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	青岛百洋医药股份有限公司	成立日期	有限公司 2005 年 3 月 08 日 股份公司 2016 年 7 月 27 日
注册资本	47,250.00 万元	法定代表人	付钢
注册地址	山东省青岛市市北区开封路 88 号	主要生产经营地址	山东省青岛市市北区开封路 88 号
控股股东	百洋医药集团有限公司	实际控制人	付钢
行业分类	医药及医疗器材批发	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	东兴证券股份有限公司	主承销商	东兴证券股份有限公司
发行人律师	北京市天元律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	银信资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 5,260 万股	占发行后总股本比例	不低于 10%
其中：发行新股数量	不超过 5,260 万股	占发行后总股本比例	不低于 10%
股东公开发售股票数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 52,510 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元

发行市净率	【】倍（以公司发行后每股净资产值计算）
发行方式	网下向询价对象配售发行与网上资金申购定价发行相结合，或中国证监会认可的其他方式
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	-
发行费用的分摊原则	-
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	现代物流配送中心建设项目
	电子商务运营中心建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	【】
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

立信所已对公司最近三年的财务报告出具了标准无保留意见的审计报告，主要财务数据如下：

项目	2020 年度/ 2020. 12. 31	2019 年度/ 2019.12.31	2018 年度/ 2018.12.31
资产总额（万元）	**400, 086. 22**	343,007.24	262,702.98
归属于母公司所有者权益（万元）	**147, 189. 63**	128,074.07	107,509.00
资产负债率（母公司）	**60. 55%**	58.39%	54.29%
营业收入（万元）	**587, 932. 29**	484,866.35	365,246.17
净利润（万元）	**27, 722. 47**	21,096.61	25,589.70
归属于母公司所有者的净利润（万元）	**27, 271. 08**	20,987.12	25,810.43
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	**26, 306. 71**	22,141.46	23,717.89
基本每股收益（元/股）	**0. 58**	0.44	0.55
稀释每股收益（元/股）	**0. 58**	0.44	0.55

项目	2020 年度/ 2020. 12. 31	2019 年度/ 2019.12.31	2018 年度/ 2018.12.31
加权平均净资产收益率	**18. 09%**	17.82%	26.50%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	**-11, 683. 45**	4,299.09	5,270.56
现金分红（万元）	**-**	8,977.50	-
研发投入占营业收入的比例（%）	**-**	-	-

四、主营业务情况

公司是专业的医药产品商业化平台，主营业务是为医药产品生产企业提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，致力于成为连接医药产品和下游消费者的纽带，为品牌医药生产企业提供产品营销的综合解决方案。

医药产品的品牌运营是公司的核心业务。随着医药行业产业链的分工不断细化，品牌运营已成为医药产品从研发生产到实现销售过程的重要环节。通过为医药品牌提供全方位的消费者教育、产品学术推广、营销策划、产品分销、商务接洽、流向跟踪、供应链管理等增值服务，公司可全面塑造消费者对医药品牌及产品的认知，最终将优质的医药产品推送给目标人群。经过多年运营，公司已成功孵化迪巧、泌特等旗帜产品，品牌运营能力逐步得到了众多国外知名公司的认可。近年来，公司运营的品牌矩阵不断拓展，运营品牌新增哈乐系列产品、武田系列产品及迈蓝系列产品等，逐步形成处方药、非处方药、膳食营养补充剂、医美产品等多品类医药品牌矩阵。

公司的品牌运营业务以零售渠道的品牌运营为特色，品牌运营的产品销售主要通过零售渠道直接面向消费者。公司深谙零售渠道的品牌运营策略和消费者的需求，以覆盖至全国 30 万家零售药店的零售渠道网络为核心，公司可通过专业的店员药事培训及针对性的消费者教育活动，支持零售药店将优质产品有效提供给消费者，在零售渠道方面形成了成熟的营销模式和领先的推广能力。

公司的批发配送业务主要以青岛、北京为中心，辐射周边地市的二级以上医院、社区诊所及药房等，批发配送的产品包括药品、中药饮片、医疗器械、诊断试剂、医用耗材等。依托于完善的物流配送网络、先进的物流设备和管理信息系

统，公司批发配送的产品品规超过 8,500 余个，直接客户包括约 270 家二级及以上医疗机构，超过 1,000 家民营医院及社区诊所，超过 1,100 家单体药房、连锁药房等。公司的零售业务主要通过“线上平台+线下门店”的方式，为消费者提供便捷的购买渠道。



公司提供的医药产品营销综合服务，以医药批发配送及零售为基础服务，品牌运营为定制化、深层次的服务，服务内容覆盖了医药产品销售服务的各个环节，能够满足不同厂商（初创企业、成熟企业）、不同类型产品（处方药、非处方药、膳食营养补充剂、医美产品）、不同销售渠道（医疗机构、零售终端）的不同需求，最终作为医药产品的商业化平台，提供产品从出厂到被消费者认知、认可、购买的综合解决方案。

秉承着为“全社会提供更好的医疗健康产品和服务”的使命，公司深耕优质医药产品领域，秉持让优质医药产品实现“不知道的人知道，没想买的人想买，想买的人买得到”的商业化目标。公司通过持续不断的挖掘与推广新品牌，将优质的医药产品推向市场，搭建一条商业化的“高速公路”，助力优质的医药产品得到国内消费者快速认同，为中国老百姓的健康保驾护航。

公司致力于自身经营发展过程中，积极承担社会责任，被青岛市红十字会授予“红十字会勋章奖”、“红十字会博爱金奖”，中国儿童基金会颁发“爱心企业证书”，被中国医药商业协会评定为“企业信用评级 AAA 级信用企业”、“信用品牌创建示范企业”等荣誉称号。在 2020 年新冠肺炎疫情中，公司被列入国

家疫情防控重点企业，并受青岛市新型冠状病毒感染肺炎疫情防控指挥部物资保障组委托，进行市场化集中采购和储备全市急需的防控应急物资，积极参与抗疫行动。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）公司业务的创新、创造、创意特征

公司是国内领先的医药产品商业化平台，主营业务为优质品牌医药产品提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，致力于成为连接优质医药产品和下游消费者的纽带，为品牌医药生产企业提供产品营销的综合解决方案。公司核心业务是为优质医药产品品牌推广、精准营销进而促进产品的销售，不同于一般的医药流通企业，公司主要聚焦于医药品牌推广和消费者教育，让优质医药产品实现“不知道的人知道，没想买的人想买，想买的人买得到”的商业化目标。

1、为医药生产厂商提供定制化、深层次品牌运营服务

对于医药生产厂商，公司是国内为数不多的有能力进行医药产品专业化推广的商业企业，能够为上游厂商提供卓有成效的增值服务，通过精准的消费者教育，辅以学术推广，将优质的产品推送给目标人群，全面塑造产品的品牌认知。公司提供的医药产品营销综合服务，以医药批发配送及零售为基础服务，品牌运营为定制化、深层次的服务，服务内容覆盖了医药产品销售服务的各个环节，能够满足不同厂商（初创企业、成熟企业）、不同类型产品（处方药、非处方药、膳食营养补充剂、医美产品）、面向不同销售渠道（医疗机构、零售终端）的不同需求，最终作为医药产品的商业化平台，提供产品从出厂到被消费者认知、认可、购买的综合解决方案。

2、满足消费者优质医药产品需求

基于对医药行业发展的趋势及消费者需求的理解，秉承着为“全社会提供更

好的医疗健康产品和服务”的使命，公司深耕优质医药产品领域，秉持让优质医药产品实现“不知道的人知道，没想买的人想买，想买的人买得到”的商业化目标。公司通过持续不断的挖掘与推广新品牌，将优质的医药产品推向市场，搭建一条商业化的“高速公路”，助力优质的医药产品得到国内消费者快速认同，为中国老百姓的健康保驾护航。

目前公司运营的品牌种类已经覆盖了补钙、消化、慢性病治疗、膳食营养补充剂、医美产品等多个领域，可以满足患者多方面用药需求。

综上所述，公司业务具有创新、创造、创意特征，符合创业板定位。

（二）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、大数据与营销推广相结合

信息技术也为医药品牌运营行业的转型发展提供了技术支撑，大数据技术已成为医药品牌运营商提升服务能力的重要手段。通过数据管理平台，使用机器学习、模拟人工智能等方式对大数据进行分析，行业厂商可以追踪消费者对产品的购买渠道、兴趣属性等多维数据，实现对消费者的精准推广；互联网思维的普及，激发医药品牌运营商更加注重用户体验，促使行业厂商向为客户提供综合服务及整体解决方案的业务方向转型。

公司是国内较早通过数据分析实施精准营销企业。公司针对每个品牌进行品类分化的研究和定位，公司品牌推广团队通过大数据、趋势分析等多重手段，选取消费者关注度逐步提升的细分品类相关的品牌，挖掘品牌内涵，针对目标客户群体的潜在接触点进行分析，制定相应的精准营销策略，以丰富的视听形象和文字描绘向该品类相关的消费者进行叙述，在客户群体的认知中逐步建立和巩固所运营品牌和品类之间的联系，从而占领该细分品类的市场。同时，公司积极开展品牌稽核，评估品牌运营的市场效果，进一步提升公司的品牌运营能力。

2、医药品牌推广业务与数字化管理系统及数据分析的融合

经过多年的信息化建设，在零售渠道的管理上，公司拥有医药行业内领先的数字化管理水平。公司建立了商务智能、客户管理系统、电子商务系统等先进的

信息系统，数据系统直达经销商终端，实现了对产品流向的直接管控，能够第一时间获取产品市场销售情况的一手数据。

伴随着多年经营数据的收集、整理及大数据分析，公司能够充分掌握零售渠道产品推广及销售的多维数据，如：不同门店的销售规模，销售季节性，推广能力的强弱，不同推广办法的市场效果等。基于全面的数据分析，公司可以制定针对性的推广营销策略，使品牌运营业务的效率和效果都大幅提升。

3、医药配送业务与现代化物流体系的融合

随着行业集中度和规范程度的提升，为了加强自身的竞争力、更好地为上下游企业提供增值服务，公司建立了一套完整的现代化物流体系，目前所使用的系统包括 ERP 系统、WMS 系统以及 WCS 系统，有效提高了管理的效率。通过企业内各系统的对接，公司可以实现信息、物流、商流的集中控制管理；通过配备机械化、半自动化的物流设备，公司可有效增强快速反应能力、创新能力和竞争能力，降低物流配送成本，提升行业竞争力。

六、发行人选择的具体上市标准

根据立信所出具的《审计报告》，公司 2019 年度、2020 年度归属于母公司所有者的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）为 20,987.12 万元、**26,306.71 万元**，累计净利润为 **47,293.83 万元**。

综上，发行人选择适用《深圳证券交易所创业板股票上市规则》2.1.2 条款的第一项上市标准，即最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在公司治理特殊安排等重要事项。

八、募集资金用途

根据公司第二届董事会第八次会议及 2020 年第三次临时股东大会审议通过，公司本次募集资金运用均围绕主营业务进行，募集资金将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额
1	现代物流配送中心建设项目	30,320.47	30,320.47
2	电子商务运营中心建设项目	4,896.35	4,896.35
3	补充流动资金	35,000.00	35,000.00
合计		**70,216.82**	**70,216.82**

若实际募集资金不能满足上述项目投资需要，资金缺口通过公司自筹解决。若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次公开发行募集资金到位前必须进行先期投入的，公司拟以自筹资金先期进行投入，待本次公开发行募集资金到位后，公司可选择以募集资金置换先期自筹资金投入。

本次募集资金运用详细情况请见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

（一）股票种类：人民币普通股（A 股）

（二）每股面值：人民币 1.00 元

（三）发行股数，占发行后总股本的比例：发行股数不超过 5,260 万股，占发行后总股本的比例不低于 10.00%，均为新股发行，公司股东不进行公开发售

（四）每股发行价格：【】元

（五）发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况：发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售，认购数量不超过首次公开发行股票数量的 10%

（六）保荐人相关子公司拟参与战略配售情况：无

（七）发行市盈率：【】倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）

（八）发行后每股收益：【】元/股

（九）发行前每股净资产：【】元（按【】年【】月【】日经审计的净资产与发行前股本计算）

（十）发行后每股净资产：【】元（按【】年【】月【】日经审计的净资产和实际募集资金合计额与发行后股本计算）

（十一）市净率：【】倍（以公司发行后每股净资产值计算）

（十二）发行方式：网下向询价对象配售发行与网上资金申购定价发行相结合，或中国证监会认可的其他方式

（十三）发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和已开立深圳证券交易所股票交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）

（十四）承销方式：余额包销

（十五）发行费用概算：

1、承销费【】万元

2、保荐费【】万元

3、审计费【】万元

4、律师费【】万元

5、发行手续费及其他【】万元

二、本次发行的有关机构

（一）保荐人（主承销商）：东兴证券股份有限公司

法定代表人：魏庆华

注册地址：北京市西城区金融大街 5 号（新盛大厦）12、15 层

电话：010-66555383

传真：010-66555103

保荐代表人：陈澎、余前昌

项目协办人：劳国豪

其他经办人：袁科、张羽中、刘鸿斌、李靖宇

（二）发行人律师：北京市天元律师事务所

负责人：朱小辉

注册地址：北京市西城区丰盛胡同 28 号太平洋保险大厦 10 层

电话：010-57763888

传真：010-57763777

经办律师：谭清、张晓庆、张可夫

（三）会计师事务所：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

注册地址：上海市黄浦区南京东路 61 号四楼

负责人：杨志国

电话：021-23280000

传真：021-63392558

经办会计师：张帆、石爱红

（四）资产评估机构：银信资产评估有限公司

注册地址：上海市黄浦区九江路 69 号

法定代表人：梅惠民

电话：021-63391088

传真：021-63391116

经办资产评估师：李静、谢灏波

（五）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼

电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

（六）收款银行：中国银行金融中心支行

户名：东兴证券股份有限公司

账号：322056023692

（七）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

住所：广东省深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-88668888

传真：0755-82083164

三、发行人与本次发行相关机构的关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

工作安排	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次公开发行股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素依次发生。

一、创新风险

公司通过创新的“商业化平台”方式进行医疗健康产品的品牌运营。基于长期积累的行业经验及全面的数据分析，公司可以制定针对性的推广营销策略，并通过创新的推广模式使品牌运营业务的效率和效果都大幅提升。虽然公司目前的推广模式深受供应商认可，但未来随着推广模式、渠道、技术的进步，如出现了更具突破性、创新性的推广模式，公司的品牌运营业务可能面临被竞争对手替代的风险，导致公司的经营业绩受到影响。

二、经营及法律风险

（一）业务合作风险

在品牌运营业务中，公司为医药生产厂商提供品牌产品的运营服务，双方合作紧密。目前公司已经和美国安士、扬州一洋、安斯泰来、武田制药、迈蓝制药等厂商建立了合作关系。虽然公司目前的销售及推广能力深受供应商认可，但公司无法完全保证现有的供应商关系未来不会发生变化。如果供应商中止或者不再与公司签订合作协议，公司的经营业绩将受到影响。

在批发配送业务中，公司目前主要覆盖青岛、北京及周边地区医院、社区诊所及药店等。公司在青岛、北京以及周边地区拥有较好的医疗机构客户资源，且公司和上游供应商建立了良好的合作关系。然而由于药品批发配送领域竞争相对激烈，公司在区域内面临较多竞争对手，因此公司存在供应商、客户终止业务合作而转向其他竞争对手的风险。

（二）前期品牌运营未达预期风险

对于品牌运营业务，公司在业务前期需要投入大量的人力、物力和资金进行市场调研、消费者教育、营销策划等工作，促使该品牌能尽快被市场所认可并接受，业务开展的时间及资金成本较高。但品牌产品的推广存在一定风险，包括上游生产厂商经营出现波动、产品消费潮流出现变化，市场竞争格局出现变化等。上述风险均可能导致品牌产品的运营效果不达预期，最终导致公司前期投入不能获得相应的回报的风险。

目前公司品牌运营业务合作的厂商及品牌较多，部分产品仍属于前期推广状态，存在品牌运营未达预期的风险。

（三）品牌运营业务集中风险

公司运营的品牌包括迪巧系列、泌特系列、哈乐系列、武田系列、迈蓝系列等。报告期内，迪巧系列产品实现收入分别为 125,591.31 万元、125,223.25 万元和 **118,349.22 万元**，占当期品牌运营业务收入比例为 75.15%、62.80%和 **54.63%**，占公司当期主营业务收入比例为 34.52%、25.90%和 **20.18%**。

迪巧系列产品是公司运营的最重要的品牌产品，对公司品牌运营业务及整体业绩表现均有重要影响。一旦出现迪巧系列产品的市场竞争格局发生重大变化、消费者的偏好发生重大变化、迪巧系列产品的生产发生波动或其他可能影响迪巧系列产品业务的不利因素，均可能导致公司品牌运营业务的重大波动，进而导致公司整体业绩表现出现波动的情形。

（四）药品质量风险

药品质量安全涉及到药品的生产、包装、流通、使用等各个环节，任何环节的问题均有可能导致药品的安全问题。尽管公司按照相关要求建立了严格的质量管理体系，从采购、验收、存储、运输到销售等环节均具有全流程的质量管理措施。然而，由于公司不是医药产品生产企业，无法完全控制所经营产品的生产质量。尽管公司已在相关合作协议中约定产品出现质量问题时，公司可以将有质量问题的产品全部退还给供应商，一旦出现药品质量问题，将会对公司的业务经营及市场形象造成较大的负面影响，因此公司面临药品质量风险。

（五）业务资质无法展期的风险

根据我国相关法律法规，公司的经营活动需要取得药品经营许可证、医疗器械经营许可证等资质证书，在相关资质证书到期前应办理换证或展期。此外，行业主管部门亦会不定期更新相关资质取得、存续的要求和标准。一直以来，公司合法合规经营，重视质量控制，但仍无法完全保证能够换发、展期相关资质证书，或在未来完全满足新颁布的相关标准。如果公司无法取得或延续所需的资质证书，公司的业务、财务状况、经营业绩将受到重大影响。

（六）房产租赁风险

截至本招股说明书签署之日，公司租赁的主要经营性房产中共有 7 处存在无法提供房产产权证明的情况，上述租赁的房产存在一定瑕疵。但公司对租赁房产的配套建设投入较少，相关房产的可替代性较强，且上述租赁房屋实现的营业收入水平较低。但如果发生公司由于租赁的房产存在瑕疵导致需变更经营地址的情况发生，将对公司的业绩造成一定的不利影响。

（七）经营区域集中风险

我国医药流通行业呈现较强的地域化特征，多数企业业务集中在省级区域内。报告期内公司来自于山东省内的主营业务收入分别为 177,404.63 万元、225,280.10 万元和 **247,371.54 万元**，占报告期各期主营业务收入的比例分别为 48.76%、46.60%和 **42.18%**，其中批发配送业务来自于山东省的收入分别为 138,784.45 万元、180,777.75 万元及 **200,961.02 万元**，占当期批发配送业务收入的比例分别为 78.81%、69.18%及 **59.62%**；零售业务来自山东省的收入分别为 20,145.16 万元、19,624.31 万元和 **22,049.73 万元**，占当期零售业务收入的比例分别为 98.07%、86.28%和 **67.39%**，公司主营业务存在区域集中的风险。

（八）部分自有房屋存在瑕疵风险

发行人于青岛市市北区开封路 88 号拥有一处房屋，该房屋的权利性质为商品房，房屋总层数为 3 层，房屋建筑面积为 34,123.85 平方米。该栋房产竣工验收之后，为了发展业务及集约化办公，在原二层与三层之间局部设夹层，作为办

公使用，且封闭顶层原开敞式回廊并增加连廊。根据《中华人民共和国城乡规划法》、《山东省城乡规划条例》的有关规定，该房屋存在被主管部门处以行政处罚并责令拆除的可能。发行人已在青岛市黄岛区承租面积共计 48,803.02 平米的房产用于办公、仓储，但如果上述房屋被主管部门处以行政处罚或责令拆除，致使发行人部分人员不能继续在该处房屋办公，则可能对公司造成一定经济损失。

（九）违约赔偿风险

根据协议约定，美国安士、中山安士和发行人的合作中，对合作各方均约定了严格的违约条款，包括巨额违约赔偿条款：

如百洋医药违反约定，给美国安士造成损失的，百洋医药应按照违约事实发生前的历史年度最高百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向美国安士或中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向美国安士支付违约补偿。尽管发行人不存在违反上述协议的意愿及动机，上述违约赔偿金额巨大，提醒投资者关注发行人的违约赔偿风险。

如美国安士、中山安士违反约定，美国安士、中山安士应按照违约事实发生前的历史年度最高百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向百洋医药支付违约补偿。由于美国安士、中山安士资产有限，其违约赔偿能力将难以覆盖合同约定，存在无法履行赔偿能力的风险。提醒投资者关注美国安士及中山安士的违约赔偿风险。

三、政策风险

医疗行业受监管政策影响明显。近年来，国家持续推进医疗事业改革，推出了一系列行业政策：

2015 年 5 月 4 日，国家发改委、国家卫计委、人社部、工信部、财政部、商务部、食药监局联合制定了《推进药品价格改革的意见》，明确要求：自 2015 年 6 月 1 日起，除麻醉药品和第一类精神药品外，取消原政府制定的药品价格。该意见旨在促进建立正常的市场定价机制，引导药品价格合理形成；

2017 年 1 月 11 日，国家食药监局发布《印发关于在公立医疗机构药品采购中推行两票制的实施意见（试行）的通知》（国医改办发〔2016〕4 号），规定：公立医疗机构药品采购中逐步推行两票制，鼓励其他医疗机构药品采购中推行两票制；

2019 年 1 月 1 日，国务院办公厅制定《国家组织药品集中采购和使用试点方案》（国办发〔2019〕2 号），指出：国家拟定基本政策、范围和要求，组织试点地区形成联盟，以联盟地区公立医疗机构为集中采购主体，探索跨区域联盟集中带量采购、以量换价、招采合一、保证使用。通过招标、议价、谈判等不同形式确定的集中采购品种；

随着“两票制”政策在全国范围内的全面实施，部分省、市正探索“一票制”政策，即医疗机构（主要指公立医院）与生产企业直接结算货款、生产企业自行或委托配送，药品生产企业到医疗机构只开一次发票。目前，“一票制”政策尚未实施。若未来“一票制”在部分省、市实施并在全国范围内推广，且公司不能及时根据相关政策作出业务调整，则可能对公司医院渠道的产品销售造成不利影响。

相关政策的实施对医药行业的发展具有重要影响，导致行业上下游的竞争格局及利益格局的改变，若国家政策对公司的业务经营造成不利影响，或者公司不能及时根据相关政策作出业务调整，不能适应新的行业竞争状况，均将会对公司的经营业绩造成不利影响。

四、市场竞争加剧风险

随着医药制度的改革，医药行业分工不断细化，品牌运营业务在产业链中的作用日益明显，行业厂商越来越注重在品牌运营业务方面的布局。现有的品牌运营公司都在不断加大运营投入，市场竞争不断加剧。

同时，公司还将面临来自于以批发、零售为主要业务的企业的竞争。传统的医药批发、零售企业在渠道的掌控上有一定优势，对不同区域市场的商业运作规则也有着一定理解。这决定了医药批发、零售企业可以参与到医药产品的推广及

销售中。国内大型的医药批发公司，如国药股份、九州通等也都在积极开展医药推广方面的增值服务。虽然传统的医药批发、零售企业的核心运作机制以及组织架构均偏重其核心业务，医药产品的品牌运营业务占比相对较小，但仍将会对品牌运营行业造成一定的冲击。

如未来公司不能采取有效措施拓展品牌矩阵和销售网络、增加现有销售渠道覆盖范围、提高品牌运营综合服务能力，将可能在未来的市场竞争中处于不利地位。

五、财务风险

（一）应收账款风险

在医药行业，医疗机构拥有较强的谈判能力，因此导致销售至医疗机构产品的应收账款周期较长。近年来，随着业务规模增长，公司应收账款规模也相应增加：2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应收账款账面价值分别为 88,147.37 万元、117,981.66 万元和 **155,757.27 万元**，应收账款占流动资产的比例分别为 40.88%、39.57%和 **43.98%。**

尽管公司主要应收账款的客户为医疗机构，其信用较好，资金回收有保障，但若公司不能保持对应收账款的有效管理，大规模的应收账款将影响公司的资金周转速度和经营活动的现金流量，同时存在一定的坏账风险，进而对公司的经营造成不利影响。

（二）存货风险

医药产品的存储及销售必须能满足医疗机构需求的及时性、不确定性及突发传染性疾病的急迫性，因此公司必须对药品保持一定的库存量。随着公司业务规模的增长，公司的存货规模也相应增长：2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司存货账面价值分别为 33,170.52、48,713.09 万元和 **61,035.00 万元**，存货占流动资产的比例分别为 15.38%、16.34%和**17.24%，** 增速较快。公司目前已具备较高的库存管理能力，但若公司不能有效地实行库存管理，则公司将面临一定的资金压力及存货减值风险。

（三）流动性风险

报告期内，公司资产负债率较高，其主要负债为流动负债，且大多为银行短期借款。2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司的流动负债分别为 153,735.28 万元、212,043.27 万元和 **249,719.69 万元**，资产负债率分别为 58.70%、61.94%和 **62.54%**。若银行贷款政策全面收紧或银行利率大幅提升，公司可能面临流动性风险，经营资金可能出现短缺，从而影响公司的稳定经营。

六、内控及合规风险

公司非常重视合规经营，目前已建立了完善的反不正当商业行为的内控制度、财务内控制度、营销费用支出审核制度，对员工在采购、销售活动中的行为提供明确的指引和约束。但公司无法完全避免个别员工在产品的购销活动中存在不正当的商业行为，可能导致公司被相关监管部门认定违反相关法律法规，从而对公司形象造成不利影响，甚至可能会影响公司部分业务的正常开展，进而会对公司的经营业绩产生不利影响。

七、募集资金投资项目风险

公司本次股票发行所募集资金将主要投向于现代物流配送中心、电子商务运营中心的建设以及补充流动资金。公司募集资金项目的可行性是基于当前市场环境、行业发展趋势等因素作出的，在项目实施的过程及后期经营中，可能面临市场环境和相关政策变化等不确定因素，进而可能影响本次募投项目的实际收益。

八、重大疫情导致公司业绩下滑风险

重大疫情爆发会对公司的业绩造成冲击。2020 年初，新型冠状病毒肺炎疫情爆发，全国各地采取了隔离、推迟复工、交通管制、禁止人员聚集等防疫管控措施，各行各业均受到不同程度的影响。受防疫管控措施的影响，医药产品除与疫情相关产品有销售增长情形，公司其他医药产品销售均受到一定的影响，公司采购、配送、销售等环节在短期内相比正常情况有所延后。如果未来世界范围内疫情持续或影响范围进一步扩大，可能会对宏观经济的正常运行以及各行各业的

生产经营产生重大影响，从而影响公司的正常经营活动及整体经营业绩。

九、发行失败风险

公司本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、发行人经营业绩、投资者对本次发行方案的认可程度等多种内、外部因素的影响。若出现投资者认购不足或其他影响发行的不利情形时，本次发行存在发行失败的风险。

十、不可抗力风险

不可抗力事件是指不能预见、不能避免和不能克服的客观事件，主要包括疫情在内的重大公共卫生安全事件、自然灾害（如地震、台风、洪水、海啸等）、政府行为（如征收、征用等）、社会异常事件等。未来可能发生的不可抗力事件可能直接或间接对公司的生产经营活动造成严重影响，从而对公司业务发展以及公司整体经营业绩和财务状况造成不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	青岛百洋医药股份有限公司
英文名称	Qingdao Baheal Medical INC.
注册资本	47,250.00 万元
法定代表人	付钢
成立日期	2005 年 3 月 8 日
股份公司设立日期	2016 年 7 月 27 日
注册地	山东省青岛市市北区开封路 88 号
邮政编码	266042
公司电话	0532-66756688
公司传真	0532-67773768
互联网网址	http://www.baheal.cn/
电子信箱	byyy@baheal.com
信息披露和投资者关系部门	证券部
信息披露和投资者关系负责人	王国强
联系电话	0532-66756688

二、发行人的改制及设立情况

（一）有限责任公司设立情况

百洋有限设立于 2005 年 3 月 8 日，注册资本为 200.00 万元，股东为郝宇、王程远。

2005 年 3 月 4 日，经山东新正则会计师事务所有限公司出具的《验资报告》（鲁新正则验字[2005]第 02001 号）验证，截至 2005 年 3 月 4 日止，百洋有限已收到股东缴纳的出资款 200.00 万元，其中郝宇、王程远分别以 100.00 万元货币资金认缴注册资本 100.00 万元。百洋有限设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	郝宇	100.00	50.00%	货币
2	王程远	100.00	50.00%	货币

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
合计		200.00	100.00%	-

百洋有限设立时，郝宇、王程远所持股份系为付钢代持，代持的主要原因为：百洋有限设立时，付钢正在丽珠医药集团股份有限公司任职且处于办理离职手续过程中，设立公司不方便。

2005 年 12 月 18 日，王程远与付钢签署《股权转让协议》，约定王程远将其持有的百洋有限 50%股权以 100.00 万元的价格转让给付钢；2006 年 12 月 16 日，郝宇与付钢签署《关于青岛百洋医药科技有限公司股份转让协议书》，约定郝宇将其持有的百洋有限 10%股权以 100.00 万元的价格转让给付钢。

前述股权转让实际为解除代持关系，并未实际支付转让价款，至此，公司历史上的委托持股情况已全部解除。上述股权转让已完成工商变更登记。付钢、郝宇和王程远分别出具确认函，确认历史上的股权代持关系已彻底解除，不存在法律纠纷或潜在纠纷。

除上述股权代持情形外，发行人设立以来历次股权变动过程不存在其他瑕疵或者纠纷。

（二）股份公司设立情况

公司前身为百洋有限，成立于 2005 年 3 月 8 日。2016 年 7 月，百洋有限以经普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）审计的截至 2016 年 1 月 31 日净资产为基准，折合股本 47,250.00 万股，整体变更为百洋医药，余额计入资本公积。2016 年 7 月 12 日，普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）对本次整体变更的出资情况进行了审验，并出具了《青岛百洋医药股份有限公司（筹）注册资本实收情况的验资报告》（普华永道中天验字（2016）第 759 号）。

2020 年 6 月 6 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具“信会师报字[2020]第 ZG11623 号”《关于青岛百洋医药股份有限公司实收资本到位情况的复核报告》，经复核，该等验资报告所列的股本金额已足额缴纳。

2016 年 7 月 27 日，青岛市工商行政管理局核准了本次整体变更，向公司换发统一社会信用代码为 91370200770281005N 的《营业执照》。百洋医药设立时

的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	百洋集团	36,907.74	78.12%	货币/土地房产
2	北京红杉	2,362.50	5.00%	货币
3	西藏群英	2,250.00	4.76%	货币
4	百洋诚创	2,000.00	4.23%	货币
5	天津清正	840.00	1.78%	货币
6	天津晖桐	573.08	1.21%	货币
7	上海皓信桐	562.50	1.19%	货币
8	天津皓晖	434.25	0.92%	货币
9	天津晖众	430.43	0.91%	货币
10	北京君联	337.50	0.71%	货币
11	天津慧桐	327.01	0.69%	货币
12	北京新生代	112.50	0.24%	货币
13	珠海乾亨	112.50	0.24%	货币
合计		**47,250.00**	**100.00%**	**-**

（三）股东以非货币财产出资情况

1、出资情况

发行人设立时，百洋集团以非货币财产出资，具体出资情况如下：

2013 年 6 月，青岛市开封路 88 号房产完成竣工验收备案。竣工验收后，2013 年 10 月，百洋集团即以该房产土地作价 30,000 万元对发行人进行增资。

2013 年 9 月 28 日，百洋有限通过股东会决议，同意百洋有限注册资本由 13,000.00 万元增加至 43,000.00 万元，新增注册资本 30,000.00 万元，全部由股东百洋集团以实物（青岛市开封路 88 号土地及房产）作价 30,000.00 万元认缴。

2013 年 9 月 30 日，百洋集团将青房地权市字第 201399306 号，注册地为青岛市市北区（原四方区）开封路 88 号 1 号楼全幢土地及房产的产权人变更为百洋有限。

在使用上述百洋集团出资的房产用于办公、仓储前，发行人承租颐中烟草（集团）有限公司位于青岛市市北区孟庄路 5 号办公楼 501-504 室（建筑面积 606.23 平方米）的房产用于办公、仓储；发行人承租青岛市纺织商厦股份有限公司储运

分公司位于青岛市市北区四方区洛阳路 2 号仓库（建筑面积合计 3,395 平方米）的房产用于仓储经营。在百洋集团使用上述房产出资后，发行人开始使用相关房产用于办公、仓储。

2、非货币出资比例符合当时有关法律法规的规定

本次增资时，当时有效的《公司法》第二十七条第三款规定：“全体股东的货币出资金额不得低于有限责任公司注册资本的百分之三十。”

百洋医药本次增资完成后注册资本 43,000 万元，百洋集团以实物（青岛市市北区开封路 88 号土地及房产）出资 30,000 万元，除本次实物出资之外的注册资本均由股东以货币出资，货币出资的比例为 30.23%，不低于 30%，符合当时有效的《公司法》的规定。

3、百洋集团房产土地已按照相关法律法规的规定履行评估手续

本次增资时，当时有效的《公司法》第二十七条第二款规定：“对作为出资的非货币财产应当评估作价，核实财产，不得高估或者低估作价。法律、行政法规对评估作价有规定的，从其规定。”

针对上述出资的土地房产，2013 年 8 月 28 日青岛振青大地土地房地产评估有限公司出具了《房地产估价报告》（青振房评字（2013）第 026 号）。根据该房地产估价报告的记载，依照国家标准 GB/T50291-1999《房地产估价规范》，出资土地房产在估价时点（2013 年 8 月 22 日）市场价值为 30,102.39 万元。

发行人另行聘请了具备证券期货从业资格的银信资产评估有限公司对上述出资资产进行了追溯评估。2016 年 2 月 6 日，银信资产评估有限公司出具了《百洋医药集团有限公司增资青岛百洋医药科技有限公司所涉及的房地产等资产价值追溯评估报告》（银信评报字(2016)沪第 0101 号）。根据该房地产估价报告的记载，在评估基准日（2013 年 8 月 22 日），百洋集团增资百洋医药所涉及的房地产等资产的评估价值为 30,273.58 万元，高于上述青岛振青大地土地房地产评估有限公司的评估值。

综上，上述房产土地出资已按照当时有效的《公司法》规定履行了评估手续。

4、出资资产已按照相关法律法规办理权属变动手续

本次增资时，当时有效的《公司法》第二十八条规定：“股东应当按期足额缴纳公司章程中规定的各自所认缴的出资额。股东以货币出资的，应当将货币出资足额存入有限责任公司在银行开设的账户；以非货币财产出资的，应当依法办理其财产权的转移手续。”

2013 年 9 月 30 日，百洋集团已将出资房产土地变更至发行人名下，发行人取得青房地权市字第 2013120680 号房地产权证书（后证书变更为“鲁（2017）青岛市不动产权第 0074604 号”），出资资产已办理权属变动手续。

2013 年 10 月 9 日，青岛海德会计师事务所有限公司出具了《验资报告》（青海德会验字[2013]第 059 号），验证截至 2013 年 10 月 9 日，公司已收到股东百洋集团缴纳的新增注册资本共计 30,000 万元整，百洋集团以房地产权证号为青房地权市字第 201399306 号，注册地为青岛市四方区开封路 88 号 1 号楼全幢的土地和房产出资，评估价值为 30,102.39 万元，其中 30,000 万元作为增资额，其余 102.39 万元转为企业资本公积。

5、不存在出资不实、虚假出资等情况

百洋集团作价增资的房产土地已经评估，作价公允合理，且已按照法律法规的相关规定办理完成权属变动手续并取得《验资报告》（青海德会验字[2013]第 059 号），不存在出资不实、虚假出资等情况。

（四）历次股权转让和增资具体情况

发行人成立以来的历次股权变动（不包含发行人整体变更公司组织形式）原因、价格、定价依据及其合理性、价款支付情况如下：

工商变更日期	事项	出资方	转让方	出资金额（万元）	对应注册资本（万元）	增资/转让原因	定价依据及合理性	价款支付情况
2005.3	设立	郝宇	-	100	100	公司初始设立	1 元/注册资本，具备合理性	已支付
		王程远	-	100	100			已支付
2005.12	转让	付钢	王程远	-	-	代持还原	具备合理性	不涉及
	增资	付钢	-	108	108	公司发展需要	1 元/注册资本，具备合理性	已支付
		陈海深	-	64	64			已支付
		宋青	-	64	64			已支付

工商变更日期	事项	出资方	转让方	出资金额（万元）	对应注册资本（万元）	增资/转让原因	定价依据及合理性	价款支付情况
		朱晓卫	-	64	64			已支付
2006.2	增资	付钢	-	260	260	公司发展需要	1 元/注册资本，具备合理性	已支付
		陈海深	-	80	80			已支付
		宋青	-	80	80			已支付
		朱晓卫	-	80	80			已支付
2006.12	转让	付钢	郝宇	-	-	代持还原	具备合理性	不涉及
	增资	付钢	-	212	212	公司发展需要	1 元/注册资本，具备合理性	已支付
		陈海深	-	96	96			已支付
		宋青	-	96	96			已支付
		朱晓卫	-	96	96			已支付
2007.5	增资	付钢	-	260	260	公司发展需要	1 元/注册资本，具备合理性	已支付
		陈海深	-	80	80			已支付
		宋青	-	80	80			已支付
		朱晓卫	-	80	80			已支付
2012.8	增资	百洋集团	-	3,000	3,000	公司发展需要	1 元/注册资本，具备合理性	已支付
2013.8	增资	百洋集团	-	4,000	4,000	公司发展需要	1 元/注册资本，具备合理性	已支付
2013.9	转让	百洋集团	付钢	1,118	1,040	股权调整	1.075 元/注册资本，将自然人股东所持股权调整至集团层面，交易对价系当时股东之间协商确定，具备合理性	已支付
			陈海深	344	320			已支付
			宋青	344	320			已支付
			朱晓卫	344	320			已支付
2013.1	增资	百洋集团	-	30,102.39（实物出资）	30,000	公司发展需要	房产作价 30,000 万元出资，参考评估价值，具备合理性	已支付
2014.7	增资	百洋诚创	-	2,000	2,000	公司发展需要	1 元/注册资本，具备合理性	已支付
2015.12	转让	北京红杉	百洋集团	11,000	1,237.50	外部投资者谋求投资回报、公司发展需要融资	8.89 元/注册资本，交易对价由交易各方协商确定，参考公司的盈利水平及同行业的市盈率水平，转让老股价格与增资价格一致，具备合理性	已支付
		西藏群英		10,000	1,125			已支付
		上海皓信桐		5,000	562.50			已支付
		北京君联		3,000	337.50			已支付
		北京新		1,000	112.50			已支付

工商变更日期	事项	出资方	转让方	出资金额（万元）	对应注册资本（万元）	增资/转让原因	定价依据及合理性	价款支付情况
		生代						
	增资	北京红杉	-	10,000	1,125			已支付
		西藏群英	-	10,000	1,125			已支付
2016.1	转让	天津晖桐	百洋集团	2,550.18	573.08	股权激励	4.45 元/注册资本，公司管理层出于股权激励的目的，使员工持股平台以低于外部投资者的价格增资，具备合理性	已支付
		天津慧桐		1,455.19	327.01			已支付
		天津皓晖		1,932.41	434.25			已支付
		天津晖众		1,915.39	430.43			已支付
		天津清正		7,467.60	840	谋求投资回报	8.89 元/注册资本，交易对价由交易各方协商确定，参考公司的盈利水平及同行业的市盈率水平，与最近一次外部投资者入股价格一致，具备合理性	已支付
		珠海乾亨		1,000	112.50			已支付
2019.12	转让	广发乾和	珠海乾亨	112.50	112.50	广发乾和吸收合并珠海乾亨，承继其持有的股权	-	不涉及

2016 年 1 月，百洋集团将部分股份转让给天津晖桐、天津慧桐、天津皓晖、天津晖众四个员工持股平台的定价低于前次转让定价，原因系公司管理层出于股权激励的目的，使员工持股平台以低于外部投资者的价格入股，具备合理性。除此外，不存在其他定价或者转让价格低于前一次增资或转让价格的情况。

2013 年 1 月，百洋集团以青岛市开封路 88 号土地使用权及房产作价 30,000 万元对发行人进行增资，本次增资已履行相应的评估手续。

除此之外，历次股权转让及增资不涉及需要有权主管部门备案或审批。

（五）历次股权转让和增资税收的缴纳情况

1、历次股权转让税收的缴纳情况

发行人自 2005 年 3 月设立有限公司以来，历次股权转让以及股改的纳税情况如下：

序号	时间	转让方	受让方	是否完税	完税情况说明
1	2005.12	王程远	付钢	不涉及	本次股权转让系解除代持，未实际支付转让对价，不涉及缴纳个人所得税
2	2006.12	郝宇	付钢	不涉及	本次股权转让系解除代持，未实际支付转让对价，不涉及缴纳个人所得税
3	2013.9	付钢	百洋集团	是	本次转让股权存在溢价转让，各自然人股东已缴纳了个人所得税款项。
		陈海深		是	
		宋青		是	
		朱晓卫		是	
4	2014.7-2014.8	变更为股份公司后变为有限责任公司		不涉及	此次股改以及变更为有限责任公司不涉及注册资本变动，不涉及缴纳个人所得税
5	2015.12	百洋集团	北京红杉	是	本次转让股权存在溢价转让，所得税由百洋集团统一汇算清缴
			西藏群英	是	
			上海皓信桐	是	
			北京君联	是	
			北京新生代	是	
6	2016.1	百洋集团	天津晖桐	是	本次转让股权存在溢价转让，所得税由百洋集团统一汇算清缴
			天津慧桐	是	
			天津皓晖	是	
			天津晖众	是	
			天津清正	是	
			珠海乾亨	是	
7	2016.7	变更为股份公司		不涉及	此次股改不涉及注册资本变动，不涉及缴纳所得税
8	2019.12	珠海乾亨	广发乾和	不涉及	本次转让系因广发乾和吸收合并珠海乾亨，承继其持有的股权，不涉及税收缴纳

2、历次增资税收的缴纳情况

发行人自 2005 年 3 月设立有限公司以来，历次增资均不涉及所得税缴纳。

（六）历次股权转让和增资不存在法律纠纷或者潜在纠纷

发行人历次股权转让和增资不存在法律纠纷或者潜在纠纷导致的相关争议。

（七）公司历史上及目前存在的委托持股、代持情形及解除情况

2005 年 3 月 8 日百洋有限成立，成立时注册资本为 200 万元，其股权结构如下：

序号	股东姓名	出资金额（万元）	持股比例
1	郝宇	100	50%
2	王程远	100	50%
合计		**200**	**100%**

百洋有限设立时，工商登记备案在郝宇和王程远名下的出资额 200 万元，实际系代付钢持有。百洋有限设立时的实际股权结构如下：

序号	股东姓名	出资金额（万元）	持股比例
1	付钢	200	100%
合计		**200**	**100%**

2005 年 12 月，王程远将持有百洋有限 50%的股权（对应出资额 100 万元）转让给付钢，解除股权代持关系；2006 年 12 月，郝宇将持有的百洋有限 10%的股权（对应出资额 100 万元）转让给付钢，股权代持关系解除。上述股权转让已完成工商变更登记。付钢、郝宇和王程远已出具《确认函》，确认上述代持行为均为双方自愿，代持关系已于 2006 年 12 月解除完成，不存在任何纠纷或潜在纠纷，对于发行人现有的股权结构无异议。

除上述情况以外，发行人历史上及目前不存在其他委托持股和代持情形。

三、发行人在报告期内的股本和股东变化情况

报告期初，公司的股本结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	百洋集团	36,907.74	78.12%	货币/土地房产
2	北京红杉	2,362.50	5.00%	货币
3	西藏群英	2,250.00	4.76%	货币
4	百洋诚创	2,000.00	4.23%	货币
5	天津清正	840.00	1.78%	货币
6	天津晖桐	573.08	1.21%	货币
7	上海皓信桐	562.50	1.19%	货币
8	天津皓晖	434.25	0.92%	货币
9	天津晖众	430.43	0.91%	货币

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
10	北京君联	337.50	0.71%	货币
11	天津慧桐	327.01	0.69%	货币
12	北京新生代	112.50	0.24%	货币
13	珠海乾亨	112.50	0.24%	货币
合计		**47,250.00**	**100.00%**	-

报告期内，公司股本和股东变化为：2019 年 12 月，广发乾和吸收合并珠海乾亨。具体情况如下：

2019 年 12 月，珠海乾亨被母公司广发乾和吸收合并，广发乾和承继珠海乾亨所持有的发行人股份。珠海乾亨已于 2019 年 12 月 3 日完成工商注销登记。本次变更完成后，百洋医药的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	百洋集团	36,907.74	78.12%	货币/土地房产
2	北京红杉	2,362.50	5.00%	货币
3	西藏群英	2,250.00	4.76%	货币
4	百洋诚创	2,000.00	4.23%	货币
5	天津清正	840.00	1.78%	货币
6	天津晖桐	573.08	1.21%	货币
7	上海皓信桐	562.50	1.19%	货币
8	天津皓晖	434.25	0.92%	货币
9	天津晖众	430.43	0.91%	货币
10	北京君联	337.50	0.71%	货币
11	天津慧桐	327.01	0.69%	货币
12	北京新生代	112.50	0.24%	货币
13	广发乾和	112.50	0.24%	货币
合计		**47,250.00**	**100.00%**	-

四、发行人重大资产重组情况

报告期内，发行人收购的公司包括乐葆健康、北京万维、江西贝瓦。具体情况如下：

（一）2017 年，收购乐葆健康及北京万维

2017 年 11 月，发行人完成同一控制下收购乐葆健康。乐葆健康系与发行人受同一公司（百洋集团）控制，主营业务为医美产品的品牌运营，与发行人具有

较高相关性；

2017 年 12 月，发行人完成非同一控制下收购北京万维。北京万维主营业务为医药产品的批发配送，与发行人具有较高相关性。

上述收购相关财务指标如下：

单位：万元

公司名称	收购前一年（2016 年度/2016 年 12 月 31 日）			
	资产总额	资产净额	营业收入	利润总额
乐葆健康	423.60	411.35	-	-38.65
北京万维	17,561.39	4,247.93	33,975.39	800.20
合计	**17,984.99**	**4,659.28**	**33,975.39**	**761.55**
百洋医药	**191,455.63**	**75,444.15**	**303,431.76**	**22,467.61**
占比	**9.39%**	**6.18%**	**11.20%**	**3.39%**

上述收购规模占发行人资产总额、资产净额、营业收入和利润总额的比例较低，不构成重大资产重组。

（二）2019 年，收购江西贝瓦（增资控股）

2019 年 2 月，发行人通过增资方式，完成非同一控制下收购江西贝瓦。江西贝瓦主营业务为医药产品的批发配送，与发行人具有较高相关性。

上述收购相关财务指标如下：

单位：万元

公司	收购前一年（2018 年度/2018 年 12 月 31 日）			
	资产总额	资产净额	营业收入	利润总额
江西贝瓦	4,668.45	1,788.98	508.00	-298.16
百洋医药	**262,702.98**	**108,496.14**	**365,246.17**	**33,841.86**
占比	**1.78%**	**1.65%**	**0.14%**	**-0.88%**

上述收购规模占发行人资产总额、资产净额、营业收入和利润总额的比例较低，不构成重大资产重组。

（三）2020 年，收购天津百洋

2020 年 3 月，发行人通过增资方式，完成非同一控制下收购天津百洋。天津百洋主营业务为医药产品的批发配送，与发行人具有较高相关性。

上述收购相关财务指标如下：

单位：万元

公司	收购前一年（2019 年度/2019 年 12 月 31 日）			
	资产总额	资产净额	营业收入	利润总额
天津百洋	2,586.43	213.00	5,264.33	6.51
百洋医药	**343,007.24**	**130,547.27**	**484,866.35**	**29,247.78**
占比	**0.75%**	**0.16%**	**1.09%**	**0.02%**

上述收购规模占发行人资产总额、资产净额、营业收入和利润总额的比例较低，不构成重大资产重组。

综上所述，报告期内，发行人不存在重大资产重组。

（四）上述公司的业务定位及在发行人体系的作用等情况

公司名称	业务类型	业务定位	在发行人体系中的作用
乐葆健康	品牌运营	运营化妆品、保健食品等品牌，目前运营品牌包括艾思诺娜、克奥尼斯等	负责医美产品、保健食品板块的业务，包括发掘、引进品牌，线上、线下渠道的品牌运营
北京万维	批发配送	针对北京地区的医院渠道	对主要重点城市配送渠道进行布局
江西贝瓦	批发配送	针对全国范围内三、四线城市的小规模药房、社区诊所、医药商业公司	对三、四线城市配送渠道进行布局
天津百洋	批发配送	针对天津地区的医院渠道	对主要重点城市配送渠道进行布局

如上表所示，发行人的收购具备明确的战略目的，具体如下：

1、收购乐葆健康

收购乐葆健康系为了拓展医美产品、保健食品板块的品牌运营业务及解决同业竞争。

乐葆健康原为控股股东百洋集团控制的公司，主要运营化妆品、保健食品等品牌，目前运营品牌包括艾思诺娜、克奥尼斯等。一方面，收购乐葆健康系发行人完善自有品牌运营矩阵，丰富品牌运营数量的有效手段；另一方面，收购乐葆健康亦是发行人解决和控股股东之间同业竞争的必要措施。

2、收购北京万维、天津百洋

收购北京万维、天津百洋系为了在全国重点城市中布局销售网络。

北京万维、天津百洋均属于大型城市的医药批发配送企业。发行人原有批发配送业务主要集中于青岛及周边地区。为了提升批发配送业务的规模，并以批发配送业务为基础，切入当地市场，进一步扩大品牌运营业务的规模，发行人计划在重点一二线城市中，布局批发配送业务，因此收购北京万维、天津百洋。

3、收购江西贝瓦

收购江西贝瓦系为了在全国三四线城市（下沉市场）布局销售网络。

江西贝瓦主要从事医药配送业务，其客户以全国范围内三四线城市（下沉市场）的零售药房、社区诊所及医药商业公司为主。三四线城市的医药产品销售较为分散，订单较为零散，拓展销售渠道的难度较高。发行人看好江西贝瓦在下沉市场配送业务的前景，以及江西贝瓦管理层的能力、在全国范围内的客户关系，因此收购江西贝瓦。收购完成后，江西贝瓦 2019 年当年即实现盈利 1199.61 万元，具有良好的盈利能力。

（五）上述公司收购后营业收入增加但持续亏损的原因及合理性，后续采取的应对措施及有效性，对公司持续经营能力的影响

上述公司中，江西贝瓦自 2019 年收购后，2019 年实现净利润 1,199.61 万元，2020 年实现净利润 **477.25 万元**，具有良好的盈利能力，未对发行人持续经营能力造成负面影响。

1、北京万维及天津百洋

（1）北京万维

2017 年收购完成后，北京万维营业收入以及盈利情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	**35,558.66**	35,845.52	28,731.88	31,599.57	33,975.39
营业成本	**32,958.03**	33,047.63	26,550.64	29,218.86	31,920.35
营业利润	**244.75**	171.19	58.54	-16.24	-236.39

2017 年收购完成前，北京万维营业利润为负；2018 年收购完成后，北京万维已实现盈利，且营业利润逐年增加；2020 年，受到疫情影响，北京万维的营

业收入略有下降，但营业利润仍保持增长的趋势。

自收购完成后，2018 年至 2020 年，发行人通过北京万维开展品牌运营业务，分别实现收入 873.03 万元、3,749.11 万元及 **4,437.08 万元**。对于该部分产品销售，受结算方式影响，品牌运营业务的收益主要归集在母公司，北京万维（单体）实现毛利额分别为 63.03 万元、341.48 万元及 **176.71 万元**。因此，尽管北京万维盈利水平未大幅增长，发行人巩固了在北京地区品牌运营业务的渠道基础，达到了收购北京万维的战略目的。

（2）天津百洋

2020 年收购完成前及收购完成当期，天津百洋营业收入以及盈利情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	**3,979.42**	5,264.33	5,018.70
营业成本	**3,633.43**	4,725.20	4,640.53
营业利润	**-89.71**	5.75	5.32

收购前，2018 年度及 2019 年度，天津百洋盈利规模较小；**2020 年度，受到疫情影响，天津百洋的营业收入下降较大，受固定支出影响，当期亏损。**

（3）后续采取的应对措施及有效性

收购北京万维及天津百洋均是发行人在重点城市布局销售渠道的重要举措，公司将依托北京万维以及天津百洋在北京、天津地区的渠道优势，在保持其批发配送业务平稳发展的同时，进一步扩大品牌运营业务规模，以提升其盈利水平。

报告期内，发行人已通过北京万维不断增加品牌运营业务在北京地区的销售。随着发行人加大对北京万维、天津百洋优质产品的导入，发行人可有效保障北京万维、天津百洋的盈利能力。

2、乐葆健康

2017 年收购完成前后，乐葆健康营业收入以及盈利情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	**8,096.05**	5,844.95	2,451.89	464.88	-
营业成本	**4,870.96**	3,368.54	1,048.94	175.05	39.54
营业利润	**-1,031.88**	-605.80	-536.54	-515.36	-38.65

乐葆健康系发行人对医美产品、保健品进行品牌运营的重要平台，负责品牌引进、品牌培育、品牌推广等业务。目前培育及运营的品牌包括艾思诺娜、克奥尼斯等产品。

由于乐葆健康在公司业务定位的特点，其承担了较多品牌引进、品牌培育的工作，产品推广运营投入较大，因此尽管营业收入不断增加，报告期内营业利润呈现亏损状态。另一方面，若乐葆健康可以成功打造相关品牌的市场形象，打开品牌产品市场，未来可能为公司带来巨大收益。

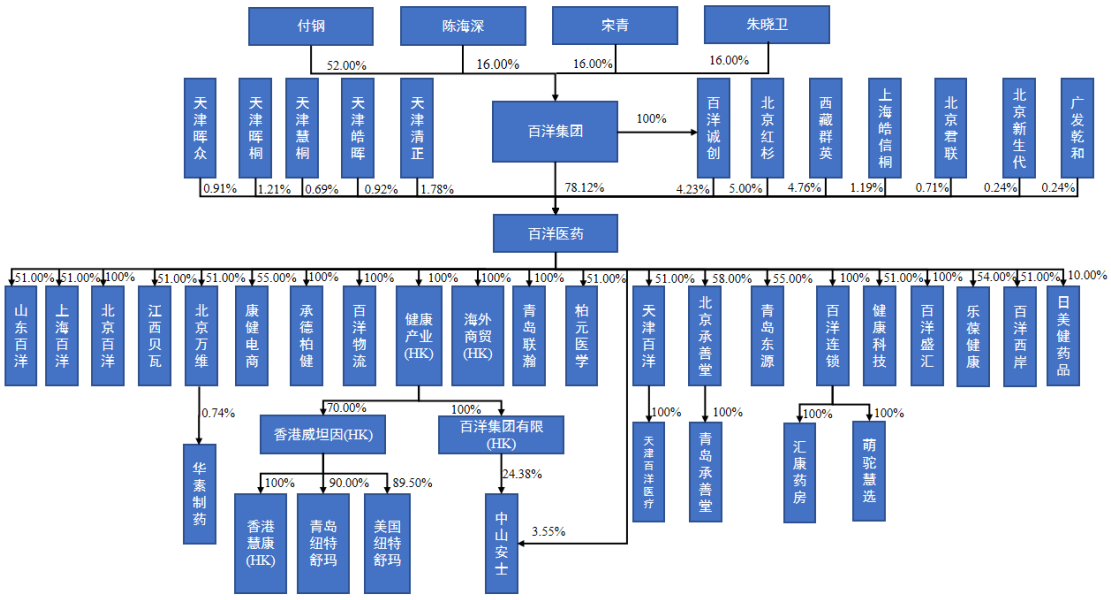
未来，公司将在保证对乐葆健康投入的情况下，严格制定并规范乐葆健康的预算管理制度，控制营销投入占比，提升乐葆健康的整体盈利水平。

五、发行人在其他证券市场的上市或挂牌情况

截至本招股说明书签署日，发行人未在其他证券市场上市或挂牌。

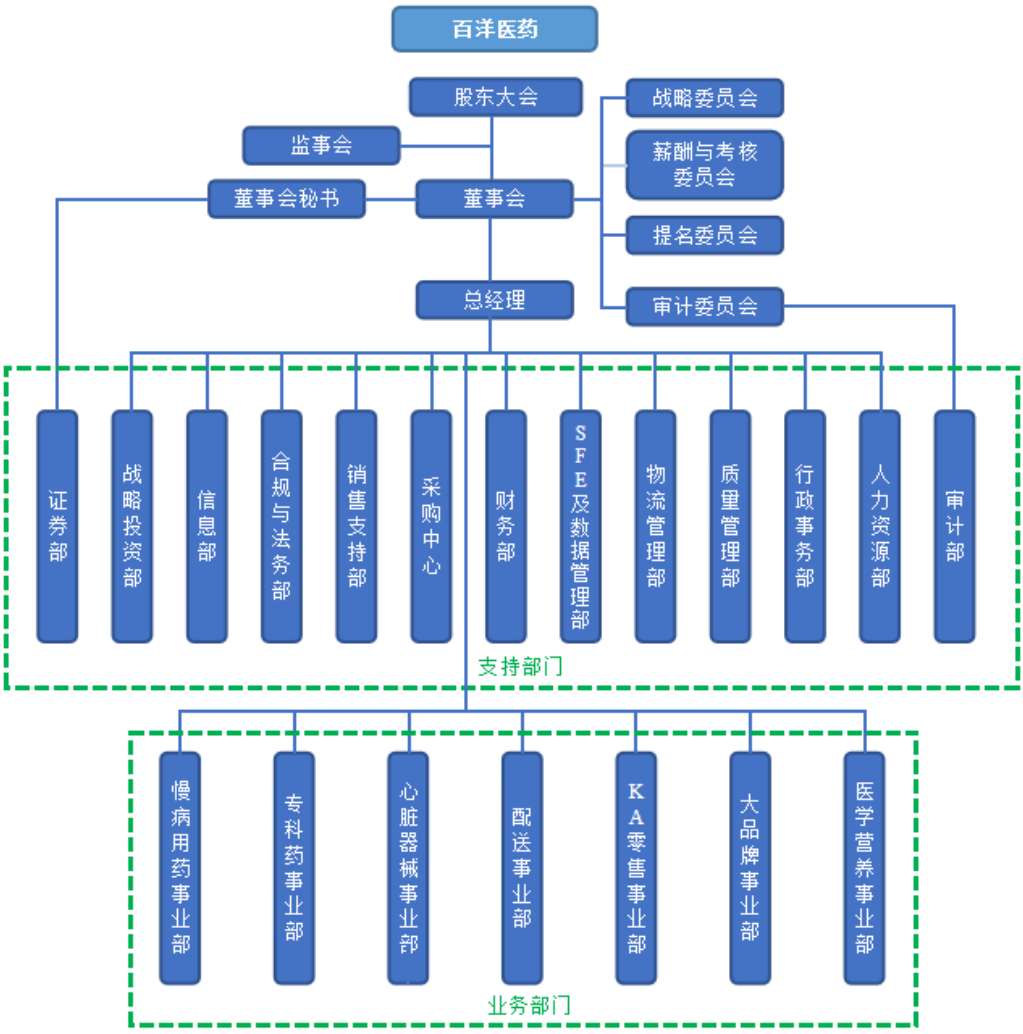
六、发行人的股权结构及组织结构

（一）本次发行前发行人的股权结构图示



（二）发行人的组织结构和各职能部门职责

股东大会是公司的权力机构。董事会是公司的决策机构，对股东大会负责，董事会下设战略委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会和审计委员会，审计委员会下设审计部。监事会是公司的监督机构，对公司股东大会负责。总经理负责公司的日常经营活动，执行公司董事会的决议。



公司各主要职能部门的职责如下：

部门名称	部门职责
证券部	负责股东大会、董事会、监事会的筹备、召开、资料存档、备案工作；负责投资者关系管理工作，保证公司与投资者之间沟通渠道的畅通；负责编制公司年报、中报等定期报告和临时报告工作并及时披露；负责公司与中国证监会等有关监管机构的联系工作
战略投资部	负责对投资标的进行调研、论证、可行性分析及风险控制；做好投资项目的内部汇报评审、投资方案设计、法律文件起草与沟通等工作；做好与相

部门名称	部门职责
	关部门的工作对接及部门内部管理；收集同行业信息，了解行业并购动向，筛选、评估和储备投资项目
信息部	根据公司经营战略和信息化发展的指导方向，统筹安排系统运维和开发工作，确保系统对业务的支撑。负责 ERP、WMS 系统的运维、二次开发和实施落地；维护公司数据库、硬件、网络等环境，保证系统基础环境的稳定高效运行
合规与法务部	负责通过制度建设和对业务的管控，保证公司经营活动符合法律法规、监管政策的要求，同时利用法律工具，保证企业在对外活动中的合法权益不受侵害
销售支持部	根据公司业务需求和经营发展战略，参照各事业部不同的运行机制和业务特点，制定药品、器械、日用品等销售运营工作流程，制定各项业务对接流程，并推动各项流程有效执行，做好公司业务部部门的销售支持协同工作
采购中心	负责根据公司经营发展战略，制定采购与供应链组合策略，制定各品类采购方案；结合销售运营规划，编制采购计划，按时执行采购，降低采购成本；建立战略供应商的合作、管理与沟通机制，优化供应链效率。及时解决各业务部门反馈的产品质量及生产相关问题，保证沟通的畅顺与高效；编制产品的库存数据报表并持续跟踪和反馈问题库存数据，为经营策略调整提供决策依据
财务部	负责公司日常运营的财务结算、单据审核、资金收付、纳税结算、报表编制及预算管理、经营分析工作，同时参与公司年度销售计划的制定、指标分解及考评，保证公司财务工作高效有序开展，发挥财务监督和服务职能，为决策层提供决策依据
SFE 及数据管理部	根据业务类型及内外部数据,管理各类型档案数据，并配合公司主数据相关工作；审核部分交易数据,配合渠道部完成销售业绩归属的区分；根据业务开展的情况，向 IT 团队提供并更新相应业务操作系统的需求模型；根据销售渠道及模式，开展数据整合工作及销售管理模型的更新；反馈销售业绩及异常情况，配合绩效考核；业务系统及管理系统的权限分配
物流管理部	依据 GSP 规范以及业务需求，提供商品收货、入库、养护、储存、出库、运输、冷链管理、商品效期、损溢、仓储布局、库存结构、账物一致等仓储服务，为公司业务运营提供优质物流服务；在保证质量可控、运输安全、费用合理的前提下，规划运输路线，承接配送任务；同时负责对委外配送服务供应商资源的整合
质量管理部	组织制定公司年度质量方针目标及实施计划并监督落实；建立健全公司质量管理体系，并维护其有效运行；全面负责公司质量管理工作，为公司业务发展提供技术支持；组织公司质量管理制度、质量职责及各项操作规程的起草、编制和修订工作，并监督指导文件的执行，确保公司药品经营活动符合 GSP 要求
行政事务部	制定并推动公司行政工作的发展及规划，保证行政发展对公司发展战略提供有力支持；制定公司年度行政工作计划，负责公司日常行政事务的管理及规范；协调内部资源，提供后勤保障，保证及时有效合理化；参与建立公司福利体系，拟订福利计划，监督保障福利计划的实施，评估福利计划

部门名称	部门职责
	的有效性，为公司福利的规划提供依据；筹划文化宣传，丰富员工业余生活，提升企业凝聚力
人力资源部	根据公司整体发展战略，建立、健全人力资源管理体系，制定、完善人力资源管理规章制度和工作流程，负责公司人力资源规划、招聘配置、培训发展、薪酬激励、绩效考核、劳动关系管理，通过先进的人力资源管理机制，调动员工的积极性，释放员工的潜能，满足公司持续发展对人力资源的需求
审计部	检查、评估公司各内部机构、控股子公司的内部控制制度的完整性、合理性及其实施的有效性；协助建立健全反舞弊机制，确定反舞弊的重点领域、关键环节和主要内容，并在内部审计过程中合理关注和检查可能存在的舞弊行为
慢病用药事业部	依据公司的发展战略和营销战略目标，聚焦于糖尿病等慢病领域，为更多慢病患者持续提供具备国际品质及疗效的慢病药品，并借助公司覆盖全国的营销优势资源，通过专业化学术推广等方式，增强品类及品牌影响力，提高市场竞争力
专科药事业部	依据公司的发展战略和营销战略目标，聚焦于感染、肝病等专科领域，通过营销管理、招商管理、产品推广、市场策略及学术支持等方式致力于全渠道专业化品牌推广，为客户及消费者提供更好的感染和肝病等专科领域的医药产品和服务
心脏器械事业部	负责搭建百洋医药在心脏器械领域的销售平台，通过团队组建、市场准入、经销商管理、内部管理体系等体系建立；为心脏领域的客户提供更好的产品和服务
配送事业部	认真贯彻执行《药品管理法》、《产品质量法》、GSP 以及国家对药品质量的其他有关方针政策；专注于为各级医疗机构及药店提供疗效确切、质量可靠、价格合理的药品。根据董事会提出的战略目标，按照部门的业务规划、经营方针和经营形式，完成各项经营计划指标；组织配送事业部采购、销售负责人展开以青岛为中心辐射周边城市二、三甲医疗机构及社区卫生、药店的药品、保健品、医疗设备、器械耗材等配送业务，并负责相关产品的售后服务工作，及时处置客户投诉和不良反应，满足客户合理需求
KA 零售事业部	通过与上游企业直接对接，将新产品和新品类的处方药、家庭医疗、健康养护、医学美容等相关产品进行零售渠道直接配送，压缩渠道层级，一方面为上游品牌企业提供基于客户细分的供应链解决方案，另一方面为下游零售药店提供品类规划和管理升级，致力使公司成为有助销能力的医药零售企业新分销平台
大品牌事业部	依据公司的发展战略和营销战略目标，聚焦于母婴及消化等领域，充分发挥覆盖全国各个省市地区的营销网点学术推广队伍优势，通过营销管理、产品推广、市场策略及学术支持等方式完成面向医生及消费者的专业品牌推广，增强品牌影响力，提高市场竞争力，提供更好的医药产品和服务
医学营养事业部	聚焦于临床营养、内分泌及糖尿病等慢病领域，依据公司的发展战略和营销战略，提高相应品牌影响力及竞争力

七、发行人对外投资基本情况

截至本招股说明书签署之日，公司的控股子公司、参股公司情况如下：

（一）发行人直接控股子公司、参股公司基本情况

1、直接控股子公司

（1）百洋连锁

成立时间	2006 年 11 月 10 日
注册资本	8,000.00 万元
实收资本	8,000.00 万元
注册地/主要生产经营地	山东省青岛市黄岛区团结路 3717 号百洋医药电商物流中心 111、113 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	负责百洋医药的零售业务
股权结构	百洋医药持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**16,937.47**
净资产（万元）	**3,167.39**
净利润（万元）	**1,597.48**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（2）承德柏健

成立时间	2009 年 9 月 9 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	1,000.00 万元
注册地/主要生产经营地	河北省承德市双滦区滦河镇凯盛综合办公楼 5 层、6 层
主营业务/与发行人主营业务的关系	负责百洋医药河北地区的医药批发配送业务
股权结构	百洋医药持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**2,345.59**
净资产（万元）	**1,024.27**
净利润（万元）	**71.74**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（3）北京承善堂

成立时间	2014 年 4 月 1 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	1,000.00 万元
注册地/主要生产经营地	北京市东城区崇文门外大街 3 号 10 层 1012
主营业务/与发行人主营业务的关系	负责承善堂阿胶糕产品的销售推广业务
股权结构	百洋医药持股 58.00% 孙健持股 30.00% 牛锐持股 8.00% 李镇宇持股 2.00% 李卫民持股 2.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**711.79**
净资产（万元）	**-1,508.89**
净利润（万元）	**-254.80**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（4）海外商贸

成立时间	2015 年 6 月 2 日
已发行股本	100.00 万港元
注册地/主要生产经营地	香港九龙尖沙咀弥敦道 132 号美丽华广场 A 座 21 楼 2116 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	未实际运营
股权结构	百洋医药持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**0.65**
净资产（万元）	**-3.77**
净利润（万元）	**-0.86**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（5）健康产业

成立时间	2015 年 6 月 2 日
已发行股本	11,845.00 万港元
注册地/主要生产经营地	香港九龙尖沙咀弥敦道 132 号美丽华广场 A 座 21 楼 2116 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	负责品牌引进、跨境零售业务及对外投资及管理
股权结构	百洋医药持股 100.00%

日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**26,315.96**
净资产（万元）	**25,758.05**
净利润（万元）	**2,149.08**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（6）青岛东源

成立时间	2015 年 6 月 12 日
注册资本	2,000.00 万元
实收资本	1,100.00 万元
注册地/主要生产经营地	山东省青岛市市北区开封路 88 号 1 号楼 309-317 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	医疗器械的批发配送
股权结构	百洋医药持股 55.00% 青岛拓达投资管理企业（有限合伙）持股 45.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**14,588.31**
净资产（万元）	**6,080.31**
净利润（万元）	**2,241.10**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（7）健康科技

成立时间	2017 年 2 月 3 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	-
注册地/主要生产经营地	青岛市市北区开封路 88 号 1 号楼 226 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	未实际运营
股权结构	百洋医药持股 51.00% 上海萃文医疗科技中心持股 49.00%
主要财务数据	未实际运营，无最近一年及一期财务数据

（8）乐葆健康

成立时间	2016 年 6 月 22 日
注册资本	2,000.00 万元
实收资本	1,540.00 万元
注册地/主要生产	山东省青岛市市北区开封路 88 号 1 号楼 222 室

经营地	
主营业务/与发行人主营业务的关系	医美产品及化妆品的销售运营业务
股权结构	百洋医药持股 54.00% 李镇宇持股 33.00% 徐晓阳持股 12.50% 尹勇铁持股 0.50%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**7,344.10**
净资产（万元）	**-1,202.94**
净利润（万元）	**-1,031.97**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（9）北京万维

成立时间	1999 年 1 月 18 日
注册资本	10,014.038633 万元
实收资本	10,014.038633 万元
注册地/主要生产经营地	北京市朝阳区东四环中路 195 号楼 14 层 15L01
主营业务/与发行人主营业务的关系	北京及周边地区的医药配送业务
股权结构	百洋医药持股 51.00% 北京安永乾和企业管理合伙企业（有限合伙）持股 49.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**26,531.80**
净资产（万元）	**7,939.18**
净利润（万元）	**178.43**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（10）康健电商

成立时间	2018 年 1 月 17 日
注册资本	3,636.36 万元
实收资本	1,400.00 万元
注册地/主要生产经营地	中国（山东）自由贸易试验区青岛片区团结路 3717 号百洋医药电商物流中心 101 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	食品、化妆品的线上推广销售
股权结构	百洋医药持股 55.00% 陈刚持股 35.00% 北京赛诺优势体育文化发展有限公司持股 10.00%

日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**345.97**
净资产（万元）	**32.00**
净利润（万元）	**202.70**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（11）百洋物流

成立时间	2018 年 3 月 26 日
注册资本	2,000.00 万元
实收资本	50.00 万元
注册地/主要生产经营地	中国（山东）自由贸易试验区青岛片区团结路 3717 号百洋医药电商物流中心
主营业务/与发行人主营业务的关系	物流、仓储业务
股权结构	百洋医药持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**402.22**
净资产（万元）	**208.45**
净利润（万元）	**21.94**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（12）百洋盛汇

成立时间	2018 年 11 月 13 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	1,000.00 万元
注册地/主要生产经营地	山东省青岛市崂山区苗岭路 36 号 2 号楼 806、807 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	医疗器械销售
股权结构	百洋医药持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**6,080.78**
净资产（万元）	**1,320.57**
净利润（万元）	**215.07**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（13）青岛联瀚

成立时间	2018 年 11 月 21 日
注册资本	1,000.00 万元

实收资本	95.00 万元
注册地/主要生产经营地	山东省青岛市黄岛区团结路 3717 号百洋医药电商物流中心 103 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	未实际运营
股权结构	百洋医药持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**3.93**
净资产（万元）	**-7.86**
净利润（万元）	**-50.60**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（14）江西贝瓦

成立时间	2017 年 12 月 28 日
注册资本	2,041.00 万元
实收资本	2,041.00 万元
注册地/主要生产经营地	江西省吉安市井冈山经济技术开发区君山大道 152 号 A 栋 202 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	药品、食品、化妆品等产品的批发配送业务
股权结构	百洋医药持股 51.00% 吉安市井开区俊亨健康咨询中心（有限合伙）持股 49.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**13,232.44**
净资产（万元）	**3,261.74**
净利润（万元）	**477.25**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（15）天津百洋

成立时间	2001 年 09 月 07 日
注册资本	4,350 万元
实收资本	2,418.50 万元
注册地/主要生产经营地	天津市河北区金海岸公寓 2-1801;2-1808
主营业务/与发行人主营业务的关系	天津及周边地区的医药配送业务
股权结构	百洋医药持股 51.00% 李大庆持股 46.55% 李杰持股 2.45%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**

总资产（万元）	**5,202.64**
净资产（万元）	**2,369.14**
净利润（万元）	**-42.80**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（16）山东百洋

成立时间	2020 年 05 月 18 日
注册资本	10,000.00 万元
实收资本	5,100.00 万元
注册地/主要生产经营地	山东省济南市历城区东风街道办事处二环东路 3418 号一、二层西侧
主营业务/与发行人主营业务的关系	济南及周边地区的医药配送业务（目前尚未开展业务）
股权结构	百洋医药持股 51.00% 济南皓旭智能科技中心（有限合伙）持股 49%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**3,863.71**
净资产（万元）	**3,190.43**
净利润（万元）	**-509.57**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（17）北京百洋

成立时间	2020 年 11 月 13 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	1,000.00 万元
注册地/主要生产经营地	北京市东城区崇文门外大街 3 号 10 层 1012
主营业务/与发行人主营业务的关系	市场营销策划，医疗器械、化妆品销售等（目前尚未开展业务）
股权结构	百洋医药持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**421.60**
净资产（万元）	**-236.71**
净利润（万元）	**-736.71**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（18）上海百洋

成立时间	**2021 年 3 月 17 日**
注册资本	**1,000.00 万元**

实收资本	-
注册地/主要生产经营地	上海市长宁区长宁路 1027 号 3305 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	医疗器械销售（目前尚未开展业务）
股权结构	百洋医药持股 51.00% 上海萃文医疗科技中心持股 49.00%
主要财务数据	成立于 2021 年 3 月，目前尚未运营，无最近一年及一期财务数据

（19）柏元医学

成立时间	2021 年 3 月 29 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	-
注册地/主要生产经营地	山东省济南市历城区东风街道办事处二环东路 3418 号 201-206 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	医疗器械销售（目前尚未开展业务）
股权结构	百洋医药持股 51.00% 青岛拓达投资管理企业（有限合伙）持股 37.00% 济南洪伟医药科技有限公司持股 12.00%
主要财务数据	成立于 2021 年 3 月，目前尚未运营，无最近一年及一期财务数据

（20）百洋西岸

成立时间	2021 年 4 月 20 日
注册资本	2,000.00 万元
实收资本	-
注册地/主要生产经营地	中国(山东)自由贸易试验区青岛片区团结路 3717 号百洋医药电商物流中心 106 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	药品、医疗器械销售（目前尚未开展业务）
股权结构	百洋医药持股 51.00% 青岛海发康养医疗集团有限公司持股 35.00% 青岛众协生物工程有限公司 14.00%
主要财务数据	成立于 2021 年 4 月，目前尚未运营，无最近一年及一期财务数据

2、直接参股公司

（1）日美健药品

成立时间	2005 年 05 月 16 日
注册资本	667.00 万美元

实收资本	667.00 万美元
入股时间	2018 年 9 月
注册地/主要生产经营地	惠州市惠城区江北东区 56 号小区金泽国际物流园（1 号商业物流中心）2 层 01 号 201 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	药品、食品、化妆品等批发及零售
股权结构	伊藤忠商事株式会社持股 63.00% ALFRESA 控股集团株式会社持股 27.00% 百洋医药持股 10.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**17,886.37**
净资产（万元）	**4,482.81**
净利润（万元）	**465.97**
备注	上述财务数据已经立信所审阅

（二）发行人间接控股子公司、参股公司基本情况

1、间接控股子公司

（1）汇康药房

成立时间	2017 年 7 月 17 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	600.00 万元
注册地/主要生产经营地	北京市东城区东单北大街 1 号 1 号楼 2-1 号底商
主营业务/与发行人主营业务的关系	北京市东城区连锁药房线下药房零售业务
股权结构	百洋连锁持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**961.27**
净资产（万元）	**-985.76**
净利润（万元）	**-495.40**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（2）香港威坦因

成立时间	2014 年 4 月 4 日
已发行股本	1,000.00 万港元
注册地/主要生产经营地	香港九龙尖沙咀弥敦道 132 号美丽华广场 A 座 21 楼 2116 室
主营业务/与发行	公司纽特舒玛相关产品的持股平台

人主营业务的关系	
股权结构	健康产业持股 70% DENG KENNY 持股 10% LI DONGNING TONY 持股 10% 思享广告有限公司（香港）持股 10%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**9,580.18**
净资产（万元）	**-2,436.92**
净利润（万元）	**208.19**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（3）美国纽特舒玛

成立时间	2014 年 7 月 25 日
已发行股本	19.55554 美元（共发行 1,955,554 股，每股 0.00001 美元）
注册地/主要生产经营地	874 Walker Road, Suite C, Dover,in the County of Kent, Delaware
主营业务/与发行人主营业务的关系	纽特舒玛产品在北美地区的销售
股权结构	香港威坦因持股 89.50% Benjamin Mei 持股 10.50%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**2,441.28**
净资产（万元）	**-3,575.84**
净利润（万元）	**-359.45**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（4）香港慧康

成立时间	2009 年 2 月 20 日
已发行股本	100.00 万港元
注册地/主要生产经营地	香港九龙尖沙咀弥敦道 132 号美丽华广场 A 座 21 楼 2116 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	跨境电商零售业务
股权结构	香港威坦因持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**263.01**
净资产（万元）	**41.29**
净利润（万元）	**5.77**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（5）青岛纽特舒玛

成立时间	2013 年 12 月 2 日
注册资本	2,000.00 万港元
实收资本	1,200.00 万港元
注册地/主要生产经营地	青岛市市北区开封路 88 号 1 号楼 207 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	纽特舒玛产品在中国大陆地区的销售推广业务
股权结构	香港威坦因持股 90.00% 北京宜从容持股 10.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**912.95**
净资产（万元）	**669.52**
净利润（万元）	**115.54**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（6）百洋集团有限（HK）

成立时间	2003 年 8 月 20 日
已发行股本	100.00 万港元
注册地/主要生产经营地	香港九龙弥敦道 345 号永安九龙中心 15 楼 1507 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	投资平台，持有中山安士 24.38%股权，无实际运营业务
股权结构	健康产业持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**10,712.79**
净资产（万元）	**10,692.19**
净利润（万元）	**915.24**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（7）青岛承善堂

成立时间	2016 年 1 月 13 日
注册资本	500.00 万元
实收资本	62.00 万元
注册地/主要生产经营地	山东省青岛市市北区开封路 88 号 1 号楼 219 室
主营业务/与发行人主营业务的关系	承善堂产品在第三方电商网站旗舰店的销售推广业务
股权结构	北京承善堂持股 100.00%

日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**59.22**
净资产（万元）	**-541.11**
净利润（万元）	**-13.16**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（8）天津百洋医疗

成立时间	2020 年 5 月 6 日
注册资本	510.00 万元
实收资本	10.00 万元
注册地/主要生产经营地	天津市河北区月牙河街桂江道 30 号-B-201-1
主营业务/与发行人主营业务的关系	天津及周边地区的医疗器械配送业务（目前尚未开展业务）
股权结构	天津百洋持股 100.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**379.26**
净资产（万元）	**7.72**
净利润（万元）	**-2.28**
备注	上述财务数据已经立信所审计

（9）萌驼慧选

成立时间	2020 年 10 月 12 日
注册资本	1,000.00 万元
实收资本	-
注册地/主要生产经营地	山东省青岛市市北区开封路 88 号 1 号楼 5 层北侧-1
主营业务/与发行人主营业务的关系	健康产品的线上销售（目前尚未开展业务）
股权结构	百洋连锁持股 100.00%
备注	萌驼慧选成立于 2020 年 10 月，目前尚未实际运营，无 2020 年度/2020 年 12 月 31 日财务数据

2、间接参股公司

（1）中山安士

成立时间	2003 年 9 月 19 日
注册资本	2,665.738 万元
实收资本	2,665.738 万元

入股时间	2016 年 1 月
注册地/主要生产经营地	中山市国家健康科技产业基地
主营业务/与发行人主营业务的关系	进口的迪巧系列片剂分装，为百洋医药的主要供应商之一。除迪巧之外，也进行其他药品的生产及销售
股权结构	安士集团有限公司持股 54.00% 百洋集团有限（HK）持股 24.38% 中山先创投资咨询有限公司持股 9.38% 中山市先声股权投资管理有限公司持股 7.50% 百洋医药持股 3.55% 珠海先创医药企业管理顾问有限公司持股 1.18%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**62,064.89**
净资产（万元）	**49,771.88**
净利润（万元）	**4,241.32**
备注	上述财务数据已经立信所审阅

（2）华素制药

成立时间	2000 年 6 月 28 日
注册资本	10,560.05 万元
实收资本	10,560.05 万元
入股时间	2017 年 12 月（公司收购北京万维后间接参股）
注册地/主要生产经营地	北京市房山区良乡镇工业开发区金光北街 1 号
主营业务/与发行人主营业务的关系	药品及原料药的制造、技术开发，与发行人主营业务无关
股权结构	北京中关村四环医药开发有限责任公司持股 94.21% 北京工业发展投资管理有限公司持股 3.57% 锦绣大地农业股份有限公司持股 0.74% 北京万维持股 0.74% 田丹持股 0.74%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**158,764.62**
净资产（万元）	**94,113.04**
净利润（万元）	**9,343.07**
备注	北京万维对华素制药为财务投资。华素制药是北京中关村科技发展（控股）股份有限公司（上市公司，股票代码：000931）的间接控股子公司，以上财务数据取自中关村定期报告

（三）报告期内发行人转让、注销子公司的情况

1、转让子公司的情况

2018 年至本招股说明书签署日，发行人转让子公司的情况如下：

（1）转让珠海安士股权

2018 年 2 月，发行人转让珠海安士股权，珠海安士的情况如下：

项目	内容
成立时间	2003 年 2 月 9 日
注册资本	500.00 万元
主营业务	医药批发与配送（未活跃经营）
转让时间	2018 年 2 月
转让股权	珠海安士 51.00%股权
转让定价依据	2018 年 1 月 31 日净资产
交易价款支付时间	2018 年 3 月
转让前股权结构	百洋医药持股 51.00% 徐清波持股 49.00%
转让后股权结构	徐清波持股 100.00%
在发行人体系内存续期间是否存在重大违法违规情形	否
相关资产、人员、债务的处置	股权转让，不涉及相关处置

报告期内，珠海安士未活跃经营，仅为满足药品批发配送资质要求保持最低限度的业务。发行人暂无意在珠海及附近地区开展医药配送业务，故决定转让珠海安士股权。

2018 年 2 月，公司与珠海安士另一股东徐清波签订《珠海安士药业有限公司股权转让协议》，将持有的珠海安士 51.00%股权（对应 255.00 万元注册资本）转让给徐清波。转让对价参照珠海安士 2018 年 1 月 31 日净资产确定为 297.60 万元。

2、注销子公司的情况

2018 年至本招股说明书签署日，发行人注销子公司的情况如下：

（1）易康药房

项目	内容

项目	内容
成立时间	2017 年 11 月 06 日
注册资本	50.00 万元
注册地	山东省青岛市市南区东海中路 20 号丙明珠新村 1 号楼 1 层
主营业务	青岛地区的线下药房零售业务（未实际运营）
注销时间	2018 年 8 月
注销前股权结构	百洋连锁持股 100.00%
注销原因	易康药房计划从事医药零售业务，由于未实际开展业务，将其注销
在发行人体系内存续期间是否存在重大违法违规情形	否
相关资产、人员、债务的处置	未实际运营，均已妥善处置

（2）上海大药房

项目	内容
成立时间	2011 年 11 月 22 日
注册资本	100.00 万元
注册地	上海市长宁区协和路 315 号
主营业务	上海地区实体药房的运营及线下零售业务。
注销时间	2019 年 2 月
注销前股权结构	百洋连锁持股 100.00%
注销原因	上海大药房从事医药零售业务，由于业务经营未达预期，将其注销
在发行人体系内存续期间是否存在重大违法违规情形	否
相关资产、人员、债务的处置	经营规模较小，均已妥善处置

（3）莒南药房

项目	内容
成立时间	2016 年 7 月 28 日
注册资本	20.00 万元
注册地	山东省临沂市莒南县十字路街道温泉社区十泉路盛泉苑 1 号楼 112 商铺
主营业务	莒南地区实体药房的运营及线下药房零售业务
注销时间	2020 年 10 月
注销前股权结构	百洋连锁持股 100.00%
注销原因	莒南药房从事医药零售业务，由于业务经营未达预期，将其注销

项目	内容
在发行人体系内存续期间是否存在重大违法违规情形	否
相关资产、人员、债务的处置	经营规模较小，均已妥善处置

（四）发行人收购公司的情况

2017 年至本招股说明书签署日，发行人收购公司的情况如下：

1、收购乐葆健康

（1）本次交易基本情况

2017 年 11 月，百洋典众与百洋医药、李镇宇签订《股权转让协议》；北京菩诚管理咨询有限公司与徐晓阳、李镇宇、尹勇铁、袁精华签订了《股权转让协议》；李淼与徐晓阳签订了《股权转让协议》。转让对价参照 2017 年 8 月 31 日的乐葆健康净资产。同月，本次股权转让完成对价支付及工商变更。

本次收购的股权出让方百洋典众系发行人控股股东百洋集团持股 80%的企业，本次收购为同一控制下合并。

项目	内容
交易时间	2017 年 11 月
交易方式	收购原股东股权
交易对价	乐葆健康 54%股权对价为 390.84 万元
定价依据	截至 2017 年 8 月 31 日的乐葆健康净资产
收购前股权结构	百洋典众持股 70.00% 北京菩诚管理咨询有限公司持股 20.00% 李淼持股 10.00%
收购后股权结构	百洋医药持股 54.00% 徐晓阳持股 21.00% 李镇宇持股 20.00% 袁精华持股 4.00% 尹勇铁持股 1.00%
原职工和管理人员安置情况	本次收购不涉及职工和管理人员的安置，人员仍归属于标的公司。

（2）交易必要性及对公司未来盈利能力的影响

乐葆健康主要从事医美产品的销售，为日本 Cosmed 制药公司所生产克奥妮

斯系列、日本佐藤制药公司所生产艾思诺娜系列等产品的国内独家代理商，主要产品包括克奥尼斯可溶微针、艾思诺娜医学护肤品、宠爱之名面膜系列等。

一方面，乐葆健康所运营的医美产品潜在受众群体较多，市场空间良好；另一方面，该等医美产品与发行人运营产品的目标用户群存在重合部分。通过本次收购，借助发行人多年的品牌产品销售及推广经验，将有效发挥双方的协同效应，提升上述产品的市场占有率，扩大发行人所运营品牌的种类，提升发行人未来盈利能力。

因此，本次交易具有合理性和必要性。

（3）交易完成后交易标的经营情况

2018 年度至 2020 年度，乐葆健康主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	**8,096.05**	5,844.95	2,451.89
营业利润	**-1,031.88**	-605.80	-536.54
净利润	**-1,031.97**	-614.91	-541.65

交易完成后，得益于双方的协同效应，乐葆健康的营业收入规模呈上升趋势。而相关产品尚处于市场培育阶段，因此净利润呈现亏损状态。

2、收购北京万维

（1）本次交易基本情况

2017 年 10 月，公司与北京万维前股东畅新易达投资顾问有限公司签订《北京万维医药有限公司之投资协议》，受让其所持北京万维全部股权，并认购北京万维增加的注册资本 1,122 万元，同时原股东北京安永乾和企业管理合伙企业（有限合伙）认购北京万维增加的注册资本 1,078 万元。2017 年 11 月，本次股权转让完成对价支付。2017 年 12 月，本次股权转让完成工商变更登记。

项目	内容
交易时间	2017 年 12 月
交易方式	收购原股东股权
交易对价	北京万维 51%股权对价为 3,100.00 万元

项目	内容
定价依据	银信评估 2017 年 7 月 14 日出具的《评估报告》（银信评报字（2017）沪第 662 号），北京万维净资产评估值为 6,100.00 万元，对应 51%股权评估值为 3,111.00 万元。
收购前股权结构	北京畅新易达投资顾问有限公司持股 51.00% 北京安永乾和企业管理合伙企业（有限合伙）持股 49.00%
收购后股权结构	百洋医药持股 51.00% 北京安永乾和企业管理合伙企业（有限合伙）持股 49.00%
原职工和管理人员安置情况	本次收购不涉及职工和管理人员的安置，人员仍归属于标的公司。

（2）交易必要性及对公司未来盈利能力的影响

北京万维主要在北京地区开展医药批发配送业务，和北京地区的医院具有良好的合作关系。发行人有意在北京开展医药批发配送业务。北京万维深耕北京地区的医院渠道，发行人看好其业务发展空间、在当地的客户关系以及与发行人整合后业务发展的前景，故完成本次交易。

因此，本次交易具有合理性和必要性。

（3）北京万维的评估方式及评估增值率

2017 年 10 月 26 日，百洋医药与北京畅新易达投资顾问有限公司（以下简称“畅新易达”）、北京安永乾和企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“北京安永乾和”）签订《关于北京万维医药有限公司之投资协议》，各方同意，在北京万维现有实收资本即 78,140,386.33 元的基础上，百洋医药受让畅新易达持有北京万维 51%的股权（股权转让对价 3,100 万元），并认购北京万维增加的注册资本 1,122 万元，同时北京安永乾和认购北京万维增加的注册资本 1,078 万元。作价依据为银信评估于 2017 年 7 月 14 日出具的《评估报告》（银信评报字（2017）沪第 662 号）对北京万维截至 2017 年 4 月 30 日全部股东权益的评估价值。

本次评估采用资产基础法和收益法评估。在综合分析两种评估方法得出评估结果的合理性、可靠性的基础上，确定以收益法的评估结果作为评估对象的评估结论，收益法下全部权益价值为 6,100.00 万元，增值率为 42.20%。本次交易中，交易价格与被收购企业净资产之间存在差异的主要原因系资产评估增值，其原因主要是不仅考虑了北京万维的可辨认资产，还考虑了其良好的医院销售渠道、管理团队等对获利能力产生重大影响的因素。

在参考了评估机构收益法估值结果的基础上，双方协商确定百洋医药受让畅新易达持有北京万维 51%股权的对价为 3,100.00 万元。

综上，估值结果及以此确定的交易价格具备公允性和合理性。

（4）交易完成后交易标的经营情况

2018 年度至 2020 年度，北京万维主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	**35,558.66**	35,845.52	28,731.88
营业利润	**244.75**	171.19	58.54
净利润	**178.43**	87.61	486.96

2018 年度，北京万维因确认递延所得税资产，影响当年所得税费用，导致当年净利润水平较高；2019 年北京万维的营业收入、营业利润规模均较 2018 年度有所上升，保持了良好发展。2020 年受到疫情影响，北京万维的营业收入略有下滑。

3、收购江西贝瓦

（1）本次交易基本情况

2018 年 9 月，发行人与江西贝瓦原控股股东吉安市井开区俊亨健康咨询中心（有限合伙）、江西贝瓦签订《关于江西贝瓦药业有限公司的增资及合作协议》，约定发行人认购江西贝瓦增加的注册资本 1,041 万元。2018 年 10 月，本次增资完成缴付。2019 年 2 月，本次增资完成工商变更登记。

项目	内容
交易时间	2019 年 2 月
交易方式	通过对标的增资获取控制权
交易对价	新增注册资本 1,041.00 万元对价为 1 元/股
定价依据	注册资本平价增资
收购前股权结构	吉安市井开区俊亨健康咨询中心（有限合伙）持股 100.00%
收购后股权结构	百洋医药持股 51.00% 吉安市井开区俊亨健康咨询中心（有限合伙）持股 49.00%
原职工和管理人员安置情况	本次收购不涉及职工和管理人员的安置，人员仍归属于标的公司。

（2）交易必要性及对公司未来盈利能力的影响

江西贝瓦主要以江西为运营中心从事医药配送业务，在全国各地销售药品等，其客户以下沉市场的零售药房、社区诊所及医药商业公司为主。

出于业务范围拓展的目的，发行人看好江西贝瓦在下沉市场配送业务的前景，以及江西贝瓦管理层的能力、其在全国范围内的客户关系，故完成本次交易。

因此，本次交易具有合理性和必要性。

（3）交易完成后交易标的经营情况

2019 年度至 2020 年度，江西贝瓦主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
营业收入	**18,132.20**	14,981.44
营业利润	**781.08**	1,565.67
净利润	**477.25**	1,199.61

交易完成后，江西贝瓦主营业务发展良好，经营业绩呈现良好状态。

4、收购天津百洋（原名：天津市康瑞达医药有限公司）

（1）本次交易基本情况

2020 年 3 月，发行人与天津百洋原股东李大庆、李杰签订《关于天津市康瑞达医药有限公司的增资及合作协议》，约定发行人认购天津百洋增加的注册资本 208.16 万元。2020 年 3 月，发行人完成支付增资款，本次增资完成工商变更登记。

项目	内容
交易时间	2020 年 3 月
交易方式	通过对标的增资获取控制权
交易对价	新增注册资本 208.16 万元对价为 1 元/股
定价依据	注册资本平价增资
收购前股权结构	李大庆持股 95.00% 李杰持股 5.00%
收购后股权结构	百洋医药持股 51.00% 李大庆 46.55%

项目	内容
	李杰 2.45%
原职工和管理人员安置情况	本次收购不涉及职工和管理人员的安置，人员仍归属于标的公司。

（2）交易必要性及对公司未来盈利能力的影响

天津百洋以天津为运营中心，主要业务为天津及周边地区的医药配送业务，和天津地区的医院保持了良好合作。出于业务范围拓展的目的，发行人有意在天津开展医药批发配送业务。发行人看好天津百洋的业务发展空间、在当地的客户关系以及与发行人整合后业务发展的前景，故完成本次交易。

因此，本次交易具有合理性和必要性。

（3）交易完成后交易标的经营情况

2020 年度，天津百洋主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度
营业收入	3,979.42
营业利润	-89.71
净利润	-45.08

2020 年天津百洋利润为负，发行人收购天津百洋时间较短，正逐步调整天津百洋的经营。

八、公司股东及实际控制人基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

1、控股股东

截至本招股说明书签署之日，百洋集团直接持有发行人 36,907.74 万股，持股比例为 78.12%，为发行人的控股股东。百洋集团的具体情况如下：

成立时间	2011 年 5 月 10 日
注册资本（万元）	10,000.00
实收资本（万元）	10,000.00
注册地址/主要生产经	青岛市市北区开封路 88 号

营地	
主营业务及与发行人主营业务的关系	对外投资及管理，与发行人主营业务无关
股权结构	付钢持股 52.00% 陈海深持股 16.00% 朱晓卫持股 16.00% 宋青持股 16.00%
日期	**2020 年度/2020 年 12 月 31 日**
总资产（万元）	**628,125.51**
净资产（万元）	**99,957.50**
净利润（万元）	**10,157.09**
是否已经审计	以上财务数据已经中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）审计

2、实际控制人

公司实际控制人为付钢，付钢通过间接持股方式共持有公司 43.73%股权。

付钢先生，1970 年生，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份证号 2303021970********，现在公司担任董事长和总经理。付钢先生的简历参见招股说明书本节之“十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”。

（二）持有发行人 5%以上股份的主要股东以及其他股东的基本情况

1、持有发行人 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署之日，持有发行人 5%以上股份的主要股东除控股股东百洋集团外，北京红杉持有发行人 2,362.50 万股，持股比例 5.00%。北京红杉的具体情况如下：

成立时间	2015 年 6 月 17 日
出资额（万元）	600,001.00
注册地址	北京市昌平区科技园区超前路 37 号院 16 号楼 2 层 C2316
主营业务	投资管理、资产管理、项目投资、投资咨询
出资人及出资比例	北京红杉坤德投资管理中心（有限合伙）持股 0.0001% 北京红杉盛德股权投资中心（有限合伙）持股 66.6666% 北京红杉漼德股权投资中心（有限合伙）持股 33.3333%

2、其他股东

截至本招股说明书签署之日，除百洋集团和北京红杉外，公司其他股东的基本情况如下：

（1）西藏群英

截至本招股说明书签署之日，西藏群英持有发行人 2,250.00 万股，持股比例 4.76%，西藏群英的具体情况如下：

成立时间	2015 年 10 月 16 日
出资额（万元）	21,469.1791
注册地址	西藏拉萨市柳梧新区茶古大道规划路柳梧管委会以西 100 米
经营范围	股权投资（不得参与发起或管理公募或私募证券投资基金、投资金融衍生品；不得为被投资企业以外的企业投资提供担保；不得从事房地产业务。）、投资管理及投资咨询（不含金融和经纪业务。不得向非合格投资者募集、销售、转让私募产品或私募产品收益权）（经营以上业务的，不得以公开方式募集资金、吸收公众存款、发放贷款；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务）。（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）
出资人及出资比例	西藏群英投资管理合伙企业（有限合伙）持股 1.06% 西藏奇正藏药股份有限公司持股 86.24% 西藏自治区投资有限公司持股 12.70%

（2）百洋诚创

截至本招股说明书签署之日，百洋诚创持有发行人 2,000.00 万股，持股比例 4.23%，百洋诚创的具体情况如下：

成立时间	2002 年 3 月 6 日
注册资本（万元）	15,000.00
注册地址	北京市东城区东长安街 1 号东方广场东方经贸城东一办公楼二十一层 6 室
经营范围	投资咨询；投资管理；企业管理咨询；（以上‘咨询’均不含中介服务）；网络技术服务；电子商务；组织文化交流活动；承办展览展示。（‘1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益’；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股权结构	百洋集团持股 100%

（3）天津清正

截至本招股说明书签署之日，天津清正持有发行人 840.00 万股，持股比例

1.78%，天津清正的具体情况如下：

成立时间	2015 年 12 月 7 日
出资额（万元）	7,467.6
注册地址	天津市滨海新区中新生态城中成大道以西、中滨大道以南生态建设公寓 9 号楼 3 层 301 房间-57
经营范围	资产管理（金融性资产管理除外）；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

天津清正的出资人及出资比例详见本节“九、发行人的股本情况“之”（十）天津清正合伙人情况”。

（4）上海皓信桐

截至本招股说明书签署之日，上海皓信桐持有发行人 562.50 万股，持股比例 1.19%，上海皓信桐的具体情况如下：

成立时间	2014 年 11 月 14 日
出资额（万元）	7,100.00
注册地址	上海市虹口区松花江路 2601 号 1 幢 A 区 734 室
经营范围	实业投资，投资管理，投资咨询，资产管理（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活）
出资人及出资比例	江苏弘晖股权投资管理有限公司持股 1.41% 苏州泰弘景晖投资中心（有限合伙）持股 98.59%

（5）天津晖桐

截至本招股说明书签署之日，天津晖桐持有发行人 573.08 万股，持股比例 1.21%，天津晖桐的具体情况如下：

成立时间	2015 年 12 月 7 日
出资额（万元）	2,550.18
注册地址	天津市滨海新区中新生态城中成大道以西、中滨大道以南生态建设公寓 9 号楼 3 层 301 房间-54
经营范围	资产管理（金融性资产管理除外）；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

天津晖桐的出资人及出资比例详见本节“十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排的执行情况”之“（一）员工持股平台情况”。

（6）天津皓晖

截至本招股说明书签署之日，天津皓晖持有发行人 434.25 万股，持股比例 0.92%，天津皓晖的具体情况如下：

成立时间	2015 年 12 月 7 日
出资额（万元）	1,932.41
注册地址	天津市滨海新区中新生态城中成大道以西、中滨大道以南生态建设公寓 9 号楼 3 层 301 房间-56
经营范围	资产管理（金融性资产管理除外）；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

天津皓晖的出资人及出资比例详见本节“十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排的执行情况”之“（一）员工持股平台情况”。

（7）天津晖众

截至本招股说明书签署之日，天津晖众持有发行人 430.43 万股，持股比例 0.91%，天津晖众的具体情况如下：

成立时间	2015 年 12 月 7 日
出资额（万元）	1,915.39
注册地址	天津市滨海新区中新生态城中成大道以西、中滨大道以南生态建设公寓 9 号楼 3 层 301 房间-53
经营范围	资产管理（金融性资产管理除外）；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

天津晖众的出资人及出资比例详见本节“十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排的执行情况”之“（一）员工持股平台情况”。

（8）北京君联

截至本招股说明书签署之日，北京君联持有发行人 337.50 万股，持股比例 0.71%，北京君联的具体情况如下：

成立时间	2014 年 2 月 26 日
出资额（万元）	320,375.00
注册地址	北京市海淀区科学院南路 2 号院 1 号楼 16 层 1606
经营范围	项目投资；投资管理；资产管理。（1、不得以公开方式募集资金；2、不得公开交易证券类产品和金融衍生品；3、不得发放贷款；4、不得向所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活

	动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动）
出资人及出资比例	北京君联同道投资管理合伙企业（有限合伙）持股 2.46% 联想控股股份有限公司持股 31.21% 西藏林芝鼎方源投资顾问有限公司持股 18.73% 国创开元股权投资基金（有限合伙）持股 12.49% 中国科学院控股有限公司持股 9.36% 新疆嘉成茂联股权投资合伙企业（有限合伙）持股 6.24% 中再资产管理股份有限公司持股 6.24% 上海歌斐鹏枫投资中心（有限合伙）持股 3.28% 上海歌斐荣泽投资中心（有限合伙）持股 3.12% 无锡星蓝美辰投资中心（有限合伙）持股 1.56% 北京股权投资发展中心（有限合伙）持股 1.56% 宁波梅山保税港区乾怡股权投资合伙企业（有限合伙）持股 1.56% 北京中关村创业投资发展有限公司持股 1.25% 深圳首瑞成祥投资合伙企业（有限合伙）持股 0.94%

（9）天津慧桐

截至本招股说明书签署之日，天津慧桐持有发行人 327.01 万股，持股比例 0.69%，天津慧桐的具体情况如下：

成立时间	2015 年 12 月 7 日
出资额（万元）	1,455.19
注册地址	天津市滨海新区中新生态城中成大道以西、中滨大道以南生态建设公寓 9 号楼 3 层 301 房间-55
经营范围	资产管理（金融性资产管理除外）；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

天津慧桐的出资人及出资比例详见本节“十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排的执行情况”之“（一）员工持股平台情况”。

（10）广发乾和

截至本招股说明书签署之日，广发乾和持有发行人 112.50 万股，持股比例 0.24%，广发乾和的具体情况详见本节“九、发行人的股本情况”之“（六）最近一年发行人新增股东情况”。

（11）北京新生代

截至本招股说明书签署之日，北京新生代持有发行人 112.50 万股，持股比例 0.24%，北京新生代的具体情况如下：

成立时间	2013 年 1 月 30 日
出资额（万元）	100.00
注册地址	北京市朝阳区麦子店街 37 号 2050A
经营范围	技术开发、技术服务；市场调查；经济信息咨询；销售电子产品、计算机软件及辅助设备、通讯设备、日用品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动）
股权结构	温志武持股 100.00%

（三）控股股东和实际控制人控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业情况

1、控股股东控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业情况

（1）百洋诚创

截至本招股说明书出具日，百洋诚创的实际业务经营情况、主要产品、股权结构如下表所示：

名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
百洋诚创	百洋集团持股 100.00%	15,000.00	投资与投资管理

截至本招股说明书签署之日，除发行人之外，百洋诚创投资的其他企业情况如下：

序号	被投资企业名称	注册资本（万元）	持股比例	主营业务
1	上海医师在线信息技术有限公司	100	百洋诚创持股 100%	已暂停运营
2	北京百洋众信康健投资管理有限公司	500	百洋诚创持股 92%	对外投资与管理
3	青岛百洋医药大健康投资管理中心（有限合伙）	20,000	百洋众信持股 1.5%	对外投资与管理
4	青岛菩提永和投资管理中心（有限合伙）	14,300	百洋众信持股 0.7%	对外投资与管理
5	青岛智远慧康投资管理中心（有限合伙）	100	百洋诚创持股 90%	对外投资与管理
6	青岛慧力知合投资管理中心（有限合伙）	100	百洋诚创持股 90%	对外投资与管理
7	青岛宜从容	1,000	百洋诚创持股 30%	医疗技术开发、技术咨询、技术转

序号	被投资企业名称	注册资本（万元）	持股比例	主营业务
				让、技术推广、技术服务
8	上海典众	1,000	百洋诚创持股 30%	广告发布，公关、营销活动策划
9	中山安士投资控股有限公司	3,000	百洋诚创持股 25.56%	企业股权投资业务，企业投资管理咨询，企业资产管理
10	菩提医疗管理	30,000	百洋诚创持股 25%	为医疗机构建设运营提供整体解决方案、提供健康问诊、健康检测等服务
11	北京菩诚管理咨询有限公司	1,000	百洋诚创持股 20%	企业管理咨询；经济贸易咨询；企业策划；公共关系服务；健康咨询、会议服务
12	博彧维康	360	百洋诚创持股 19.1%	医疗科普视频节目开发服务
13	众合开元（北京）企业管理有限公司	1,000	百洋诚创持股 10%	对外投资与管理
14	红石阳光（北京）科技股份有限公司	2,000	百洋诚创持股 6.67%	园区智能化设计、技术开发、服务
15	百洋园区股份	10,000	百洋诚创持股 5%	房地产开发、投资、运营
16	青岛百洋云健酒店管理股份有限公司	5,100	百洋诚创持股 1.96%	自有房屋租赁
17	智能科技	13,303.57	百洋诚创直接持股 3.76%、青岛慧力知合投资管理中心（有限合伙）持股 33.45%	主要从事医疗 IT 业务，为医疗机构、医生、患者、药店等提供智能化服务
18	易复诊	5,319.15	百洋诚创直接持股 3.76%、青岛智远慧康投资管理中心（有限合伙）持股 33.46%	自主研发及运营处方信息共享平台，促进医疗机构处方信息、医保结算信息和药品零售销售信息的互联互通
19	青岛汇铸百洋健康产业投资基金（有限合伙）	50,000	百洋诚创持股 24.8%，百洋众信持股 0.2%并担任执行事务合伙人	对外投资与管理
20	**青岛百洋汇保商业服务有限责任公司**	**600**	**百洋诚创持股 80%**	**未实际运营**

其中，百洋诚创控制的以对外投资管理为主营业务的公司投资情况如下：

序号	公司名称	投资企业名称	注册资本（万元）	持股比例	投资企业主营业务
1	北京百洋众信康健投资管理有限公司	青岛百洋医药大健康投资管理中心（有限合伙）	20,000	1.50%	对外投资与管理
		青岛菩提永和投资管理中心（有限合伙）	15,000	0.70%	对外投资与管理

序号	公司名称	投资企业名称	注册资本（万元）	持股比例	投资企业主营业务
		青岛汇铸百洋健康产业投资基金（有限合伙）	50,000	0.2%	对外投资与管理
2	青岛智远慧康投资管理中心（有限合伙）	易复诊	5,319.15	33.46%	自主研发及运营处方信息共享平台，促进医疗机构处方信息、医保结算信息和药品零售销售信息的互联互通
3	青岛慧力知合投资管理中心（有限合伙）	智能科技	13,303.57	33.45%	主要从事医疗 IT 业务，为医疗机构、医生、患者、药店等提供智能化服务

如上所示，百洋诚创及其控制的企业与发行人不构成重大影响的同业竞争情况。

（2）医疗信息化应用板块相关企业

公司控股股东控制的医疗信息化应用板块相关企业主要由智能科技及其子公司以及易复诊及其子公司组成，从事医疗软件及信息技术开发、培训及咨询，主要为消费者（患者）、药企、药店、医生、医院、政府等需求方提供医疗医药信息化智能解决方案等业务。截至本招股说明书出具日，该等业务目前处于培育阶段，与发行人主营业务无关，具体情况如下表所示：

序号	名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
1	智能科技	百洋集团直接与间接的方式合计持股 71.62%	13,303.57	主要从事医疗 IT 业务，为医疗机构、医生、患者、药店等提供智能化服务
2	青岛易康行智能科技有限公司	智能科技持股 100.00%	100.00	IBM 沃森智慧医疗系统的运营及维护
3	北京易格在姆信息技术有限公司	智能科技持股 100.00%	1,000.00	人才评价软件的研发、运维和营销
4	青岛菩提信息技术有限公司	智能科技持股 100.00%	1,000.00	为医疗机构提供信息化产品及咨询服务
5	北京慧生信	智能科技持股 100.00%	1,000.00	围绕卫生人才研发医学教育产品

序号	名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
6	贵州百洋益佰肿瘤易复诊大数据有限公司	智能科技持股60.00%	100.00	未实际运营
7	红石健康	智能科技持股55.00%	2,100.00	已暂停运营
8	上海海德勤信息科技有限公司	智能科技持股100.00%	200.00	专业从事医药卫生行业系统集成、数据管理、分析及其相关软件产品开发
9	掌上医讯	智能科技持股100.00%	500.00	为医学机构、医药企业提供学习、学术、考试、咨讯服务
10	青岛百洋睿影医疗技术有限公司	智能科技持股90.00%	500.00	影像软件产品的研发、销售等
11	湖南百洋智能科技有限公司	智能科技持股52.00%	200.00	互联网医院、云 HIS、区域医联体等销售
12	青岛百安德智能医疗科技有限公司	智能科技持股55.00%	1,000.00	人工智能产品的研发、销售（未正式运营)
13	青岛百易康智能医疗科技有限公司	智能科技持股60.00%	100.00	未正式运营
14	江西百洋智能科技有限公司	智能科技持股51.00%	1,000.00	未正式运营
15	易复诊	青岛智远慧康投资管理中心（有限合伙）持股33.46%，百洋集团持股 33.09%，青岛百洋医药大健康投资管理中心（有限合伙）持股6.00%，百洋诚创持股 3.76%，菩提永和持股 3.76%	5,319.15	自主研发及运营处方信息共享平台，促进医疗机构处方信息、医保结算信息和药品零售销售信息的互联互通
16	甘肃易复诊网络科技有限公司	易复诊持股60.00%	520.00	甘肃区域处方信息共享平台的运营维护
17	内蒙古易复	易复诊持股	100.00	内蒙古区域处方信息共享平台的运营

序号	名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
	诊网络科技有限公司	51.00%		维护
18	湖南易复诊网络科技有限公司	易复诊持股51.00%	2,000.00	湖南区域处方信息共享平台的运营维护
19	山东易复诊网络科技有限公司	易复诊持股51.00%	300.00	济南区域处方信息共享平台的运营维护
20	山西易复诊网络科技有限公司	易复诊持股60.00%	1,000.00	山西区域处方信息共享平台的运营维护
21	西安易复诊信息科技有限公司	易复诊持股55.00%	200.00	西安区域处方信息共享平台的运营维护
22	上海医师在线信息技术有限公司	百洋诚创持股100.00%	100.00	已暂停运营

（3）医疗健康服务板块相关企业

公司控股股东控制的医疗健康服务板块相关企业主要由菩提医疗管理及其子公司、百洋园区股份及其子公司组成，从事医疗项目管理、健康养护、咨询及房地产开发运营业务。截至本招股说明书出具日，该等业务目前处于培育阶段，与发行人主营业务无关，具体情况如下表所示：

序号	名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
1	菩提医疗管理	百洋集团持股75.00%，百洋诚创持股25.00%	30,000.00	为医疗机构建设运营提供整体解决方案,同时下设门诊部，为社区居民提供健康问诊、健康检测等服务
2	青岛慧生医院管理咨询有限公司	菩提医疗管理持股80.00%	1,000.00	医院项目管理咨询
3	慧生赫乐	菩提医疗管理持股80.00%，青岛慧生医院管理咨询有限公司持股20.00%	3,000.00	未实际运营
4	青岛慧生养老服务有限公司	慧生赫乐持股100.00%	500.00	未实际运营
5	青岛慧生母婴护理有限公司	慧生赫乐持股100.00%	500.00	提供集产前指导、产妇产褥期护理、产后康复指导、新生儿护理等于一体

序号	名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
				的全方位、一站式高端高品质母婴专属健康服务
6	青岛金怡宾馆有限公司	百洋园区股份持股100%	100.00	未实际运营
7	青岛慧生怡馨护理有限公司	慧生赫乐持股100.00%	150.00	未实际运营
8	北京鹏翼时代人力资源开发有限公司	菩提医疗管理持股70.00%，青岛鹏远鸿信企业管理服务中心（有限合伙）持股30.00%	1,000.00	专业从事医药行业人力资源评估
9	北京原融康健医院管理有限公司	菩提医疗管理持股100.00%	2,000.00	于北京地区开展医院项目管理（不含诊疗服务）
10	青岛百洋卓正智慧健康产业管理有限公司	百洋园区股份持股55.00%	1,000.00	医疗地产运营与咨询服务
11	杭州云健投资管理有限公司	菩提医疗管理持股51.00%	1,000.00	医疗健康产业投资管理
12	青岛菩提康合医疗健康产业投资有限公司	菩提医疗管理持股100.00%	5,000.00	未实际运营
13	青岛颐嘉缘健康管理服务集团有限公司	菩提医疗管理持股100.00%	1,200.00	未实际运营
14	青岛颐善缘中医诊所有限公司	青岛颐嘉缘健康管理服务集团有限公司持股100.00%	500.00	未实际运营
15	青岛益善人力资源管理有限公司	青岛颐嘉缘健康管理服务集团有限公司持股100.00%	300.00	未正式运营
16	百洋园区股份	百洋集团持股95.00%，百洋诚创持股5.00%	10,000.00	房地产开发、投资、运营
17	青岛奕创文合健康产业发展有限公司	百洋园区股份持股100.00%的企业	2,800.00	健康信息咨询（不含医疗、诊疗）
18	青岛精合成慧产业运营有限公司	青岛奕创文合健康产业发展有限公司持股51.00%	5,400.00	产业园区的运营管理
19	青岛慧城建筑工程有限公司	百洋园区股份持股100.00%	100.00	未实际运营

序号	名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
20	青岛百洋云健酒店管理股份有限公司	百洋园区股份持股98.04%，百洋诚创持股1.96%	5,100.00	自有房屋租赁
21	浙江遇健健康管理有限公司	菩提医疗管理持股51.33%	5,000.00	已暂停运营
22	杭州杏和家养老服务管理有限公司	浙江遇健健康管理有限公司持股100%	500.00	已暂停运营
23	温州杏和医疗健康管理有限公司	浙江遇健健康管理有限公司持股100%	480.00	已暂停运营
24	杭州杏和诊所有限公司	浙江遇健健康管理有限公司持股100%	200.00	已暂停运营
25	杭州杏荷健康管理有限公司	浙江遇健健康管理有限公司持股100%	100.00	已暂停运营
26	青岛普泰科生物医药科技有限公司	百洋集团持股58%	100.00	未实际运营
27	**青岛百洋汇保商业服务有限责任公司**	**百洋诚创持股80%**	**600.00**	**未实际运营**
28	**北京汐牛养老发展有限公司**	**北京鹏翼时代人力资源开发有限公司持股100%**	**50.00**	**未实际运营**
29	**青岛百洋连心里家政服务有限公司**	**青岛颐嘉缘健康管理服务集团有限公司持股100%**	**3.00**	**未实际运营**
30	**青岛莲宫雅叙酒店管理有限公司**	**百洋园区股份持股100.00%**	**2,000.00**	**未实际运营**

上述公司主要业务为医疗项目管理、健康养护、咨询及房地产开发运营等业务，不拥有药品经营相关资质，不存在从事与公司业务相同或相似业务的情况，不存在与公司供应商及客户重叠的情况，与公司不构成同业竞争。

（4）生物诊断板块相关企业

公司控股股东控制的生物诊断板块相关企业主要由菩提诊断及其子公司组成，从事生物诊断技术研发、生产、咨询、服务等业务，与发行人主营业务无关。

截至本招股说明书出具日，具体情况如下表所示：

序号	名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
1	菩提诊断	百洋集团持股 39.55%，菩提医疗管理持股 20.45%，青岛百洋辰鑫企业管理服务中心（有限合伙）持股 20.00%，青岛百洋聚仁企业管理服务中心（有限合伙）持股 19.25%	5,500.00	生物诊断技术研发、咨询、服务
2	菩提慧生	菩提诊断持股 100.00%	500.00	为医疗机构和健康管理中心提供疾病诊断、管理、预防、治疗和健康评估的相关检测服务
3	苏州方科生物科技有限公司	菩提诊断持股 100.00%	100.00	基因检测相关的临检服务
4	青岛百洋慧鑫企业管理服务中心（有限合伙）	菩提慧生持股 70.00%，菩提诊断持股 30%	1,400.00	企业管理信息咨询,系北京同昕持股平台
5	北京同昕	菩提诊断持股 100.00%	1,940.56	生产体外诊断试剂产品的研发、生产以及销售自产产品，主要产品为病毒抗体检测试剂盒以及其他检测试剂盒

截至本招股说明书签署之日，菩提诊断主要业务为生物诊断技术研发、咨询、服务，菩提慧生主要业务为向医疗机构和健康管理中心提供疾病诊断、管理、预防、治疗和健康评估的相关检测服务，青岛百洋慧鑫企业管理服务中心（有限合伙）为北京同昕持股平台，苏州方科生物科技有限公司主要业务为基因检测相关的临检服务，不拥有药品经营相关资质，不存在从事与公司业务相同或相似业务的情况。

北京同昕主要业务为体外诊断试剂的研发、生产以及销售自产产品，属于医药生产制造业。发行人属于医药流通行业，北京同昕不存在从事与公司业务相同或相似业务的情况，与公司不构成同业竞争情形。

（5）百洋制药

截至本招股说明书出具日，百洋制药的实际业务经营情况、主要产品如下表所示：

名称	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
百洋制药	8,192.03	药品研发及生产，仅销售自产药品，主要产品为盐酸二甲双胍缓释片（III）、甘露聚糖肽等药品

百洋制药的股权结构如下：

序号	股东名称	持股比例
1	百洋集团	34.17%
2	雷继峰	18.40%
3	青岛百洋伊仁投资管理有限公司	18.40%
4	青岛百洋医药大健康投资管理中心（有限合伙）	8.00%
5	化唯强	7.89%
6	青岛菩提永泽投资管理中心（有限合伙）	7.89%
7	青岛菩提永和投资管理中心（有限合伙）	5.26%
合计		**100.00%**

报告期内，百洋制药主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日
总资产	**32,654.89**	39,263.65	26,794.26
净资产	**17,616.88**	9,064.51	6,109.83
营业收入	**2,635.94**	2,028.12	140.46
净利润	**-1,447.64**	-1,045.31	-1,572.64

报告期内，百洋制药主要产品处于研发或前期投入阶段，未实现盈利。百洋制药主要产品的应用领域以及销售渠道如下表所示：

序号	主要产品	应用领域	销售渠道
1	奈达	主要用于糖尿病治疗	在中国、美国销售
2	塞来昔布胶囊	主要用于骨关节炎，风湿性关节炎，急性疼痛等治疗	国内医院渠道为主
3	甘露聚糖肽片	主要用于治疗免疫机能低下导致的各种疾病	目前已停止生产销售

除上述产品外，百洋制药还研发、生产盐酸度洛西汀肠溶胶囊以及硝苯地平缓释片，分别应用于抑郁症以及高血压治疗领域，该等产品暂未取得国内药品批文，未在国内形成销售。

百洋制药与公司不构成同业竞争情形。

（6）投资板块相关企业

截至本招股说明书出具日，公司控股股东控制的投资板块相关企业的实际业务经营情况、主要产品、股权结构如下表所示：

序号	名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
1	青岛百洋伊仁投资管理有限公司	百洋集团持股 100.00%	1,200.00	对外投资与管理
2	百洋济雅	百洋集团持股 51.00%	1,000.00	对外投资与管理
3	百洋大成	百洋集团持股 57.58%，百洋济雅持股 42.42%	6,600.00	对外投资与管理
4	百洋众信	百洋诚创持股 92.00%、北京菩诚管理咨询有限公司持股 8.00%	500.00	对外投资与管理
5	菩提永和	百洋集团持股 34.97%、百洋医药董事、监事、高级管理人员合计持股 22.39%、百洋众信持股 0.70%（担任普通合伙人）	14,300.00	对外投资与管理
6	青岛智远慧康投资管理中心（有限合伙）	百洋诚创持股 90.00%（担任普通合伙人），百洋集团持股 10.00%	100.00	对外投资与管理
7	青岛慧力知合投资管理中心（有限合伙）	百洋诚创持股 90.00%（担任普通合伙人），百洋集团持股 10.00%	100.00	对外投资与管理
8	青岛百洋医药大健康投资管理中心（有限合伙）	菩提永和持股 25.00%，百洋众信持股 1.50%（担任普通合伙人）	20,000.00	对外投资与管理
9	青岛汇铸百洋健康产业投资基金（有限合伙）	百洋众信持股 0.2%（担任普通合伙人），百洋诚创持股 24.8%	50,000.00	对外投资与管理

上述企业的对外投资情况如下：

序号	公司名称	投资企业名称	注册资本（万元）	持股比例	主营业务
1	青岛百洋伊仁投资管理有限公司	百洋制药	8,192.03	18.40%	药品研发及生产，仅销售自产药品，主要产品为盐酸二甲双胍缓释片（III）、甘露聚糖肽等药品
2	百洋济雅	百洋大成	6,600	42.42%	对外投资与管理
3	百洋大成	上海现代中医药股份有限公司	7,650	33.35%	中药的新药筛选、开发、研究，天然药物、植物成份的提取和制造工艺研究、开发
4	北京百洋众信康健投资管理有限公司	青岛百洋医药大健康投资管理中心（有限合伙）	20,000	1.50%	对外投资与管理
		青岛菩提永和投	15,000	0.70%	对外投资与管理

序号	公司名称	投资企业名称	注册资本（万元）	持股比例	主营业务
		资管理中心（有限合伙）			
5	青岛菩提永和投资管理中心（有限合伙）	青岛百洋医药大健康投资管理中心（有限合伙）	20,000	25.00%	对外投资与管理
		苏州同心医疗器械有限公司	1,111.2574	11.15%	研发及销售医疗器械、机电产品
		百洋制药	8,192.03	5.26%	药品研发及生产，仅销售自产药品，主要产品为盐酸二甲双胍缓释片（III）、甘露聚糖肽等药品
		智能科技	13303.57	3.76%	主要从事医疗 IT 业务，为医疗机构、医生、患者、药店等提供智能化服务
		易复诊	5,319.15	3.76%	自主研发及运营处方信息共享平台，促进医疗机构处方信息、医保结算信息和药品零售销售信息的互联互通
6	青岛智远慧康投资管理中心（有限合伙）	易复诊	5,319.15	33.46%	自主研发及运营处方信息共享平台，促进医疗机构处方信息、医保结算信息和药品零售销售信息的互联互通
7	青岛慧力知合投资管理中心（有限合伙）	智能科技	13,303.57	33.45%	主要从事医疗 IT 业务，为医疗机构、医生、患者、药店等提供智能化服务
8	青岛百洋医药大健康投资管理中心（有限合伙）	百洋制药	8,192.03	8.00%	药品研发及生产，仅销售自产药品，主要产品为盐酸二甲双胍缓释片（III）、甘露聚糖肽等药品
		易复诊	5,319.15	6.00%	软件开发；向外部客户提供云计算机服务，数据存储的服务相关的信息技术服务
		苏州同心医疗器械有限公司	1,111.2574	3.85%	研发及销售医疗器械、机电产品

上述企业为投资不同类型标的设立的控股型企业，主要业务为投资与投资管理，不存在从事与公司业务相同或相似业务的情况，不存在与公司供应商及客户重叠的情况，与公司不构成同业竞争。

2、实际控制人及其近亲属控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业

（1）实际控制人控制的投资控股类企业

截至本招股说明书出具日，实际控制人控制的投资控股类企业的实际业务经营情况、主要产品、股权结构如下表所示：

序号	名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
1	百洋投资	付钢持股 52.00%，陈海深持股 16.00%，朱晓卫持股 16.00%，宋青持股 16.00%	1,000.00 万港元	对外投资及管理
2	百洋美国投资	百洋投资持股 100.00%	60.00 万美元	投资咨询
3	香港慧生医疗投资有限公司	百洋投资持股 100.00%	100.00 万港元	对外投资及管理
4	鼎和资本有限公司	百洋投资持股 57.50%	2,000.00 万港元	对外投资及管理
5	香港健新国际投资有限公司（BVI）	百洋投资持股 100.00%	100.00 美元	未实际运营
6	百洋新媒体投资有限公司（BVI）	百洋投资持股 100.00%	5.00 万美元	未实际运营
7	百洋国际制药控股有限公司（BVI）	百洋投资持股 100.00%	1.00 万美元	未实际运营
8	港丰国际实业集团有限公司	付钢持股 70.00%	1.00 万港元	未实际运营
9	菩提永健	付钢持股 90.00%、王国强持股 10.00%	100.00	未实际运营
10	百洋投资控股集团有限公司（BVI）	付钢持股 52.00%，陈海深持股 16.00%，朱晓卫持股 16.00%，宋青持股 16.00%	5.00 万美元	未实际运营
11	美国威坦因健康产业集团有限公司（BVI）	百洋健康产业投资有限公司（BVI）持股 90.00%	5.00 万美元	未实际运营
12	菩提永泽	付钢持股 90.00%、王国强持股 10.00%	100.00	对外投资及管理
13	百洋健康产业投资有限公司（BVI）	百洋投资控股集团有限公司（BVI）持股 100.00%	5.00 万美元	对外投资及管理

上述企业除青岛菩提永泽投资管理中心（有限合伙）持有百洋制药 7.89%的股份外，不存在其他对外投资情况。

上述企业为投资不同类型标的设立的控股型公司，主要业务为投资咨询、对外投资及管理，不存在从事与公司业务相同或相似业务的情况，不存在与公司供应商及客户重叠的情况，与公司不构成同业竞争。

（2）香港海纳商务服务有限公司

截至本招股说明书出具日，香港海纳商务服务有限公司的实际业务经营情况、主要产品、股权结构如下表所示：

名称	股权结构	注册资本	实际业务经营及主要产品/服务情况
香港海纳商务服务有限公司	付钢持股 100.00%	1.00 万港元	秘书服务

香港海纳商务服务有限公司主要业务为秘书服务，与发行人业务不属于同一行业，不存在从事与公司业务相同或相似业务的情况，不存在与公司供应商及客户重叠的情况，与公司不构成同业竞争。

（3）青岛港丰泰置业有限公司

截至本招股说明书出具日，青岛港丰泰置业有限公司的实际业务经营情况、主要产品、股权结构如下表所示：

名称	股权结构	注册资本（万元）	实际业务经营及主要产品/服务情况
青岛港丰泰置业有限公司	付钢持股 90.00%	1,000.00	房地产开发、投资等

青岛港丰泰置业有限公司主要业务为房地产开发、投资等，与发行人业务不属于同一行业，不存在从事与公司业务相同或相似业务的情况，不存在与公司供应商及客户重叠的情况，与公司不构成同业竞争。

（4）实际控制人担任普通合伙人的合伙企业（员工持股平台）

截至本招股说明书出具日，实际控制人担任普通合伙人的合伙企业（员工持股平台）的实际业务经营情况、主要产品、股权结构如下表所示：

序号	名称	实际业务经营及主要产品/服务情况
1	天津晖桐	员工持股平台
2	天津晖众	员工持股平台

序号	名称	实际业务经营及主要产品/服务情况
3	天津皓晖	员工持股平台
4	天津慧桐	员工持股平台

上述企业为发行人的员工持股平台，仅为投资发行人所设立，与发行人业务不属于同一行业，不存在从事与公司业务相同或相似业务的情况，不存在与公司供应商及客户重叠的情况，与公司不构成同业竞争。

（5）实际控制人近亲属控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业

截至本招股说明书出具日，实际控制人近亲属控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业为青岛中方圆形象管理有限公司，其实际业务经营情况、主要产品、股权结构如下表所示：

名称	股权结构	实际业务经营及主要产品/服务情况
青岛中方圆形象管理有限公司	实际控制人付钢配偶持股 97.65%	企业咨询、形象方案设计等

青岛中方圆形象管理有限公司主要业务为企业咨询、形象方案设计等，与发行人业务不属于同一行业，不存在从事与公司业务相同或相似业务的情况，不存在与公司供应商及客户重叠的情况，与公司不构成同业竞争情形。

（四）控股股东和实际控制人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

九、发行人的股本情况

（一）本次发行前后的股本变化情况

公司本次拟向社会公众发行不超过 5,260.00 万股人民币普通股，占发行后总股本的 10.02%，本次发行不涉及公开发售。本次发行前后，公司股本结构如下：

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
1	百洋集团	36,907.74	78.12%	36,907.74	70.30%
2	北京红杉	2,362.50	5.00%	2,362.50	4.50%
3	西藏群英	2,250.00	4.76%	2,250.00	4.28%

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例	持股数（万股）	持股比例
4	百洋诚创	2,000.00	4.23%	2,000.00	3.81%
5	天津清正	840.00	1.78%	840.00	1.60%
6	上海皓信桐	562.50	1.19%	562.50	1.07%
7	天津晖桐	573.075	1.21%	573.075	1.09%
8	天津皓晖	434.25	0.92%	434.25	0.83%
9	天津晖众	430.425	0.91%	430.425	0.82%
10	北京君联	337.50	0.71%	337.50	0.64%
11	天津慧桐	327.01	0.69%	327.01	0.62%
12	广发乾和	112.50	0.24%	112.50	0.21%
13	北京新生代	112.50	0.24%	112.50	0.21%
社会公众投资者		-	-	5,260.00	10.02%
合计		**47,250.00**	**100.00%**	**52,510.00**	**100.00%**

（二）本次发行前前十名股东

本次发行前，公司前十名股东持股情况参见招股说明书本节之“九、发行人的股本情况”之“（一）本次发行前后的股本变化情况”。

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署之日，公司无自然人股东。

（四）发行人股本中国有股或外资股情况

截至本招股说明书签署之日，公司股东中无国有股份或外资股份。

（五）私募基金股东备案情况

发行人股东中的私募投资基金包括北京红杉、西藏群英、上海皓信桐、北京君联四家，均已按照《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规履行了登记备案程序，相关情况已纳入国家金融监管部门有效监管，符合法律法规的相关规定。

（六）最近一年发行人新增股东情况

2019 年 12 月，珠海乾亨被母公司广发乾和吸收合并，广发乾和承继珠海乾亨所持有的发行人股份。珠海乾亨已于 2019 年 12 月 3 日完成工商注销登记。

本次吸收合并前，发行人股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	百洋集团	36,907.74	78.12%	货币/土地房产
2	北京红杉	2,362.50	5.00%	货币
3	西藏群英	2,250.00	4.76%	货币
4	百洋诚创	2,000.00	4.23%	货币
5	天津清正	840.00	1.78%	货币
6	天津晖桐	573.08	1.21%	货币
7	上海皓信桐	562.50	1.19%	货币
8	天津皓晖	434.25	0.92%	货币
9	天津晖众	430.43	0.91%	货币
10	北京君联	337.50	0.71%	货币
11	天津慧桐	327.01	0.69%	货币
12	北京新生代	112.50	0.24%	货币
13	珠海乾亨	112.50	0.24%	货币
合计		**47,250.00**	**100.00%**	**-**

本次吸收合并后，发行人股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	百洋集团	36,907.74	78.12%	货币/土地房产
2	北京红杉	2,362.50	5.00%	货币
3	西藏群英	2,250.00	4.76%	货币
4	百洋诚创	2,000.00	4.23%	货币
5	天津清正	840.00	1.78%	货币
6	天津晖桐	573.08	1.21%	货币
7	上海皓信桐	562.50	1.19%	货币
8	天津皓晖	434.25	0.92%	货币
9	天津晖众	430.43	0.91%	货币
10	北京君联	337.50	0.71%	货币
11	天津慧桐	327.01	0.69%	货币
12	北京新生代	112.50	0.24%	货币
13	广发乾和	112.50	0.24%	货币
合计		**47,250.00**	**100.00%**	**-**

广发乾和持有珠海乾亨 100%股权，本次变更系其内部业务调整所致，未对发行人股权结构的稳定性和持续盈利能力造成影响。

除此之外，截至本招股说明书签署之日，最近一年发行人无新增股东。

广发乾和为上市公司广发证券之全资子公司，其基本情况如下：

名称	广发乾和投资有限公司
统一社会信用代码	91110000596062543M
注册地址	北京市怀柔区北房镇幸福西街 3 号 206 室
法定代表人	蔡铁征
成立时间	2012 年 05 月 11 日
注册资本	**410,350 万元**
经营范围	项目投资；投资管理。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股权结构	广发证券股份有限公司持股 100%

广发乾和吸收合并珠海乾亨，承继其持有的股权后成为发行人新增股东，上述变更不涉及价款支付。广发乾和为上市公司广发证券之全资子公司，广发乾和与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，广发乾和与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，广发乾和不存在股份代持情形。

（七）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

公司本次发行前，公司股东百洋集团、百洋诚创、天津晖桐、天津皓晖、天津晖众、天津慧桐的最终实际控制人均为公司实际控制人、董事长、总经理付钢；天津清正执行事务合伙人为公司董事、副总经理、财务总监及董事会秘书王国强；辛冬生为天津清正持股 5%以上股东及发行人股东西藏群英的执行事务合伙人委派代表。

除此之外股东之间不存在关联关系。上述股东的持股比例参见招股说明书本节之“九、发行人的股本情况”之“（一）本次发行前后的股本变化情况”。

（八）发行人股东人数情况

发行人目前股东共 13 名，其中持股平台包括天津晖桐、天津慧桐、天津皓晖、天津晖众和天津清正，该等持股平台均由个人直接持股，穿透打开共涉及

165 名自然人。

发行人其余 8 名股东中，百洋诚创为百洋集团全资子公司，百洋集团 4 名自然人股东均已出现在上述持股平台中，不重复计算。百洋诚创及百洋集团各计算为 1 人。

北京红杉、北京君联、上海皓信桐、西藏群英均为已备案的私募基金，该等 4 名股东各计算为 1 人。

北京新生代与广发乾和股东分别为自然人温志武及上市公司广发证券。该等 2 名股东各计算为 1 人。

发行人持股平台间接持股股东 165 人及其他股东 8 人之和为 173 人，未超过 200 人。

（九）发行人控股股东百洋集团及其控制的其他企业员工入股的具体情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东百洋集团及其控制的其他企业员工入股的具体情况、任职的公司与百洋集团的关系、间接持有发行人股份的比例的情况如下表：

序号	姓名	持股平台	出资额（万元）	出资比例	间接持有发行人股份的比例	任职单位	具体职务	任职单位与百洋集团的关系
1	郝宇	天津皓晖	178	9.21%	0.16%	百洋集团	资产管理部总监	——
		天津清正	355.6	4.76%				
2	李丽华	天津皓晖	178	9.21%	0.16%	百洋众信	总经理	百洋诚创持股 92%的企业，百洋集团通过 100%持股百洋诚创对其实施控制
		天津清正	355.6	4.76%				
3	宋青	天津皓晖	133.5	6.91%	0.06%	百洋集团	总裁	——
4	牟君	天津皓晖	89	4.61%	0.14%	百洋集团	副总裁	——
		天津清正	400.05	5.36%				
5	杨爱生	天津皓晖	89	4.61%	0.04%	百洋集团	行业顾问	——
6	李琴	天津皓晖	86.78	4.49%	0.14%	智能科技	总经理 CEO	百洋集团直接与间接的方式合计持股 71.62%的企业
		天津清正	400.05	5.36%				
7	杜建勇	天津皓晖	65.08	3.37%	0.03%	智能科技	首席架构师	百洋集团直接与间接的方式合计持股 71.62%的企业
8	李石磊	天津皓晖	36.05	1.87%	0.02%	百洋集团	法务与合规	——

序号	姓名	持股平台	出资额（万元）	出资比例	间接持有发行人股份的比例	任职单位	具体职务	任职单位与百洋集团的关系
							部经理	
9	侯振东	天津皓晖	35.6	1.84%	0.02%	百洋集团	资深政府事务专员	——
10	王剑雄	天津皓晖	26.03	1.35%	0.01%	智能科技	事业部总监	百洋集团直接与间接的方式合计持股71.62%的企业
11	吴旭珊	天津皓晖	24.7	1.28%	0.01%	百洋集团	行业顾问	——
12	张东丰	天津皓晖	20.03	1.04%	0.01%	智能科技	原资深采购分析师（已退休）	百洋集团直接与间接的方式合计持股71.62%的企业
13	谭明智	天津皓晖	20.03	1.04%	0.01%	智能科技	研发中心总监	百洋集团直接与间接的方式合计持股71.62%的企业
14	侯圣涛	天津皓晖	20.03	1.04%	0.01%	智能科技	中台研发总监	百洋集团直接与间接的方式合计持股71.62%的企业
15	孙延超	天津皓晖	20.03	1.04%	0.01%	百洋集团	软件开发工程师	——
16	彭大剑	天津皓晖	17.36	0.90%	0.01%	菩提信息	网络管理经理	智能科技持股 100%的企业，百洋集团通过持有智能科技71.62%的股份对其实现控制
17	张梅	天津皓晖	17.36	0.90%	0.01%	百洋集团	预算经理	——
18	黄欣	天津皓晖	17.36	0.90%	0.01%	百洋集团	资金经理	——
19	钟昭	天津皓晖	17.36	0.90%	0.01%	智能科技	事业部总经理	百洋集团直接与间接的方式合计持股71.62%的企业
20	张萌	天津皓晖	14.02	0.73%	0.01%	百洋集团	行政事务部总监	——
21	曹万涛	天津皓晖	14.02	0.73%	0.01%	百洋集团	供应链管理部总监	——
22	王艳	天津晖众	17.36	0.91%	0.01%	百洋集团	公共关系部总监	——
23	王廷伟	天津慧桐	27.77	1.91%	0.01%	百洋集团	副总裁兼商业拓展部总监	——
24	苗志敏	天津清正	88.9	1.19%	0.02%	菩提医疗管理	董事、副总裁	百洋集团持股 75%，百洋诚创持股 25%的企业
25	雷继峰	天津清正	88.9	1.19%	0.02%	百洋制药	董事	百洋集团直接间接

序号	姓名	持股平台	出资额（万元）	出资比例	间接持有发行人股份的比例	任职单位	具体职务	任职单位与百洋集团的关系
								合计控制 65.83%股份的企业
26	韩黎光	天津清正	88.9	1.19%	0.02%	红石健康	董事	智能科技持股 55%的企业，百洋集团通过直接间接持有智能科技 71.62%股份对其实现控制
27	王必全	天津清正	88.9	1.19%	0.02%	智能科技	首席营销官	百洋集团直接与间接的方式合计持股 71.62%的企业
28	申海咪博	天津清正	44.45	0.60%	0.01%	西安菩提客栈文化有限公司（目前为自由职业）	执行董事兼经理	百洋园区股份持股 100%的企业，百洋集团通过直接间接持有百洋园区股份 100%股权对其实现控制，该公司 2020 年 9 月已注销
29	王宁	天津清正	44.45	0.60%	0.01%	北京易格在姆信息技术有限公司	总监	智能科技持股 80%的企业，百洋集团通过直接间接持有智能科技 71.62%股份对其实现控制
30	李全	天津清正	44.45	0.60%	0.01%	北京同昕	董事兼总经理	青岛百洋菩提生物诊断有限公司持股 65.15%，百洋集团通过直接间接持有青岛百洋菩提生物诊断有限公司 60.13%股份对其实现控制

天津清正于 2016 年 1 月通过受让百洋集团老股的方式入股发行人，入股时间及价格与同期的北京红杉、西藏群英、上海皓信桐、北京君联、北京新生代、珠海乾亨等其他外部投资者一致（均为 8.89 元/注册资本）。该等入股实际系相关员工在股权激励配额以外的自行投资，参照外部投资者的价格入股发行人具备合理性。

（十）天津清正合伙人情况

天津清正的合伙人情况如下：

单位：万元

序号	合伙人姓名	出资额	出资比例	合伙人背景
1	辛冬生	977.9	13.10%	西藏群英执行事务合伙人委派代表
2	王国强	577.85	7.74%	发行人董事、副总经理、财务总监、董事会秘书
3	牟君	400.05	5.36%	百洋集团副总裁
4	李琴	400.05	5.36%	智能科技总经理
5	徐孝先	355.6	4.76%	中山安士董事
6	徐清波	355.6	4.76%	美国安士董事、实际控制人；中山安士董事长
7	李丽华	355.6	4.76%	百洋众信总经理、发行人监事
8	郝宇	355.6	4.76%	百洋集团资产管理部总监
9	赵建龙	311.15	4.17%	发行人配送事业部销售总监
10	胡丽	266.7	3.57%	江苏弘晖股权投资管理有限公司法定代表人、首席财务官
11	谭勇	266.7	3.57%	北京玉德未来控股有限公司总裁
12	孙琦	177.8	2.38%	青岛乾运高科新材料股份有限公司董事长兼总经理
13	李赫	177.8	2.38%	北京泰德制药股份有限公司总监
14	赖亚利	177.8	2.38%	已退休
15	赵鸿勤	133.35	1.79%	已退休
16	王武平	88.9	1.19%	中山安士董事、总经理
17	陆珏仪	88.9	1.19%	中山安士董事、珠海横琴安士生物科技有限公司总经理
18	李卫民	88.9	1.19%	北京思享、天津思享执行董事兼总经理
19	牛锐	88.9	1.19%	北京天下美传广告有限公司总经理
20	齐彦海	88.9	1.19%	河北臻珠医药科技有限公司执行董事
21	王必全	88.9	1.19%	智能科技首席营销官
22	李国法	88.9	1.19%	石家庄冉胜医药有限公司总经理
23	孙健	88.9	1.19%	北京海普慧德咨询顾问有限公司事业部总经理
24	胡楚云	88.9	1.19%	自由职业者
25	苗志敏	88.9	1.19%	菩提医疗管理董事、副总裁
26	蒋薇	88.9	1.19%	上海思蓝医院投资管理咨询有限公司董事会

序号	合伙人姓名	出资额	出资比例	合伙人背景
				秘书
27	雷继峰	88.9	1.19%	上海安必生制药技术有限公司董事长兼总经理，百洋制药董事
28	曹越	88.9	1.19%	众合开元（北京）企业管理有限公司董事、总经理
29	李镇宇	88.9	1.19%	乐葆健康董事兼总经理
30	杨超	88.9	1.19%	北京博彧董事长兼总经理
31	曹林纳	88.9	1.19%	北京市东城区职业大学教师
32	邱峰	88.9	1.19%	唯美（上海）管理有限公司副总裁
33	韩黎光	88.9	1.19%	红石健康董事；红石阳光（北京）科技股份有限公司董事长兼总经理
34	刘俊兵	88.9	1.19%	深圳蟋蟀科技发展有限公司董事
35	吴瑞华	88.9	1.19%	南京道群医药有限公司执行董事
36	秦琳琳	88.9	1.19%	北京德威英国国际学校总监
37	吴采兰	88.9	1.19%	已退休
38	姜向军	44.45	0.60%	北京华金瑞盈投资管理有限公司高级投资经理
39	申海咪博	44.45	0.60%	原西安菩提客栈文化有限公司执行董事兼经理，目前为自由职业
40	王宁	44.45	0.60%	北京易格在姆信息技术有限公司总监
41	李全	44.45	0.60%	北京同昕董事兼总经理
42	丁顺云	44.45	0.60%	青岛富海通国际物流有限公司经理
合计		7,467.6	100%	-

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

公司现有 11 名董事，5 名监事，5 名高级管理人员。其中，高级管理人员包括 1 名总经理，3 名副总经理，1 名副总经理兼财务总监、董事会秘书。

	姓名	职务	提名人	选聘情况	任期
董事会	付钢	董事长	百洋集团	2019 年 7 月 8 日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
	陈海深	董事	百洋集团	2019 年 7 月 8 日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7

	姓名	职务	提名人	选聘情况	任期
	朱晓卫	董事	百洋集团	2019年7月8日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
	宋青	董事	百洋集团	2019年7月8日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
	王国强	董事	百洋集团	2019年7月8日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
	陆潇波	董事	北京红杉	2020年3月27日第一次临时股东大会	2020.3.27-2022.7.7
	王旸	董事	西藏群英	2020年3月27日第一次临时股东大会	2020.3.27-2022.7.7
	孙东东	独立董事	百洋集团	2019年7月8日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
	王荭	独立董事	百洋集团	2019年7月8日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
	王亚平	独立董事	百洋集团	2019年7月8日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
	田文智	独立董事	百洋集团	2019年7月8日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
监事会	李丽华	监事会主席	百洋集团	2019年7月8日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
	肖立	监事	上海皓信桐	2020年3月27日第一次临时股东大会	2020.3.27-2022.7.7
	戚飞	监事	北京君联	2019年7月8日第二次临时股东大会	2019.7.8-2022.7.7
	李雪彪	监事	职工代表	2019年7月8日职工代表大会	2019.7.8-2022.7.7
	黄志勇	监事	职工代表	2019年7月8日职工代表大会	2019.7.8-2022.7.7
高级管理人员	付钢	总经理	董事长	2019年7月8日第二届董事会第一次会议	2019.7.8-2022.7.7
	陈海深	副总经理	总经理	2019年7月8日第二届董事会第一次会议	2019.7.8-2022.7.7
	朱晓卫	副总经理	总经理	2019年7月8日第二届董事会第一次会议	2019.7.8-2022.7.7
	王国强	副总经理	总经理	2019年7月8日第二届董事会第一次会议	2019.7.8-2022.7.7
		财务总监	总经理	2020年5月26日第二届董事会第七次会议	2020.5.26-2022.7.7
		董事会秘书	董事长	2020年5月26日第二届董事会第七次会议	2020.5.26-2022.7.7
	张圆	副总经理	总经理	2019年7月8日第二届董事会第一次会议	2019.7.8-2022.7.7

公司所属行业为医药流通行业，所从事的业务特点决定公司无其他核心人员。公司董事、监事与高级管理人员履历如下：

1、董事

（1）付钢先生：

董事长、总经理。中国国籍，无境外永久居留权。1970 年 5 月出生，毕业于北京医科大学临床医学系。1994 年 8 月至 2005 年 4 月就职于丽珠医药集团股份有限公司，历任青岛办事处经理、营销公司副总经理、总经理、集团公司医学市场总监、营销副总裁。2005 年 12 月起担任百洋有限董事，2006 年 12 月至 2016 年 7 月担任百洋有限董事长，2016 年 1 月至 2016 年 7 月，担任百洋有限总经理。2016 年 7 月公司股改完成后至今，任百洋医药董事长、总经理。现主要兼任中国医药商业协会副会长、中国医药企业管理协会副会长、百洋集团董事长等职务。

（2）陈海深先生：

董事、副总经理。中国国籍，无境外永久居留权。1962 年 8 月出生，毕业于河北医科大学药学专业。1994 年 5 月至 2004 年 5 月任丽珠医药营销公司总经理助理。2005 年 12 月至 2016 年 7 月历任百洋有限监事、总经理、董事。2016 年 7 月公司股改完成后至今，任百洋医药董事、副总经理。现兼任百洋集团董事、百洋诚创董事、百洋投资董事等职务。

（3）朱晓卫先生：

董事、副总经理。中国国籍，无境外永久居留权。1963 年 2 月出生，毕业于兰州医学院药理学专业，获硕士学位。1996 年 4 月至 2001 年 5 月任丽珠医药集团股份有限公司策划部经理，2001 年 6 月至 2002 年 3 月任海南轻骑海药制药股份有限公司销售副总经理兼市场总监，2002 年 4 月至 2005 年 5 月任北京润安达医药有限公司总经理及董事长。2005 年 12 月至 2016 年 7 月历任百洋有限副总经理、董事。2016 年 7 月公司股改完成后至今，任百洋医药董事、副总经理。现兼任百洋集团董事、百洋制药董事长等职务。

（4）宋青女士：

董事。中国国籍，无境外永久居留权。1968 年 11 月出生，毕业于首都医科大学临床医学专业，获学士学位。1993 年 9 月至 2005 年 7 月，历任丽珠医药集团股份有限公司办事处经理、营销公司副总经理。2005 年 12 月至 2016 年 7 月历任百洋有限监事、董事，2011 年 5 月至今历任百洋医药集团副总经理、总经理，2016 年 7 月公司股改完成后至今，任百洋医药董事。现兼任百洋集团董事兼总经理、菩提医疗管理董事兼总经理等职务。

（5）王国强先生：

董事、副总经理、财务总监、董事会秘书。中国国籍，无境外永久居留权。1971 年 2 月出生，毕业于西南财经大学审计学专业，获学士学位。1994 年 7 月至 2007 年 3 月历任丽珠医药营销公司财务经理、销售管理部经理、副总经理。自 2007 年至 2016 年先后担任百洋有限数据中心经理、助理总裁、百洋集团投资副总裁。2016 年 7 月公司股改完成后至今，任百洋医药董事，2016 年 11 月至今任百洋医药副总经理，2020 年 5 月 26 日至今兼任百洋医药财务总监、董事会秘书。现兼任百洋集团董事、天津清正执行事务合伙人等职务。

（6）陆潇波先生：

董事。中国国籍，无境外永久居留权。1973 年 11 月出生，硕士研究生学历，生物化学、工商管理专业。陆潇波先生曾担任华润三九医药股份有限公司销售经理、大区经理、产品经理、深圳同创伟业资产管理股份有限公司投资副总裁、董事总经理、医疗合伙人；现担任红杉资本顾问咨询（北京）有限公司合伙人等职务。2020 年 3 月起，任百洋医药董事。

（7）王旸（Wang Yang）先生：

董事。美国国籍，硕士研究生学历。1984 年 1 月出生，行政管理（医疗管理方向）专业，2006 年至 2009 年任 In-Chinese Translation 中英文翻译；2009 年至今任北京群英管理顾问有限公司咨询顾问、媒体总监、项目经理等职；2015 年至今任西藏群英投资管理合伙企业（有限合伙）副总裁。2020 年 3 月起，任百洋医药董事。

（8）孙东东先生：

独立董事。中国国籍，无境外永久居留权。1959 年 12 月出生，毕业于北京医学院精神医学专业，获学士学位。曾任北京大学司法鉴定办公室主任。2017 年 1 月至今，任公司独立董事。现兼任北京大学法学院教授、北京大学卫生法学研究中心主任、中国法学会消费者权益保护研究会常务理事、中国保险行业协会委员、中国医师协会健康保险专家委员会委员、中国卫生法学会常务理事等职务。

（9）王荭女士：

独立董事。中国国籍，无境外永久居留权。1965 年 2 月出生，1989 年 7 月毕业于西安交通大学经济与金融学院，获经济学硕士学位；2007 年 1 月于中国海洋大学环境科学工程博士毕业。曾任青岛软控股份有限公司、青岛金王化学股份有限公司、青岛康普顿科技股份有限公司与青岛双星股份有限公司独立董事。2017 年 1 月至今，任公司独立董事。现任中国海洋大学管理学院会计系教授。

（10）王亚平先生：

独立董事。中国国籍，无境外永久居留权。1964 年 2 月出生，毕业于华东政法大学，获法学学士学位。曾先后担任山东琴岛律师事务所执业律师、金融法律事务部主任、律所副主任。2017 年 1 月至今，任公司独立董事。现兼任山东琴岛律师事务所高级合伙人兼执行主任、青岛仲裁委员会仲裁员、青岛市人民代表大会常务委员会咨询委员会委员、中国海洋大学法学院法律硕士兼职导师、青岛港国际股份有限公司独立监事、瑞港建设控股有限公司独立非执行董事、青岛啤酒股份有限公司监事等职务。

（11）田文智先生：

独立董事。中国国籍，无境外永久居留权。1971 年 4 月出生。毕业于清华大学管理工程专业，获 MBA 硕士学位。曾任朗讯科技有限公司产品高级经理、三星电子（中国）有限公司市场总监、翰威特咨询（中国）公司咨询总监、埃森哲（中国）咨询公司人力资源咨询高级总监、怡安翰威特咨询（中国）公司中国区副总裁，光辉国际（中国）有限公司副总裁等职务。2017 年 1 月至今，任公司独立董事。现兼任北京时间价值科技有限公司执行董事兼经理等职务。

2、监事

（1）李丽华女士：

监事会主席。中国国籍，无境外永久居留权。1967 年 9 月出生，先后获北京师范大学生物学学士、北京农业大学（现中国农业大学）食品微生物学硕士。1992 年 9 月至 2006 年 3 月先后担任丽珠医药集团股份有限公司技术经理、质量经理、医学部经理、新产品策划部经理及市场总监。2006 年至 2011 年担任百洋有限医学市场部总监，2012 年至 2020 年担任百洋集团市场部总监，2015 年 12 月至 2016 年 7 月担任百洋有限监事。2016 年 7 月公司股改完成后至今，任百洋医药监事会主席。现兼任百洋制药董事、百洋众信总经理等职务。

（2）肖立先生：

监事。中国国籍，无境外永久居留权。1987 年 3 月出生，硕士研究生学历，全日制金融 MBA 专业。2009 年 7 月-2012 年 5 月担任杭州默沙东制药有限公司高级医院代表，2013 年 9 月-2014 年 5 月担任鼎晖投资基金管理公司投资分析师，2014 年 5 月至今历任上海合弘景晖股权投资管理有限公司投资经理、助理副总裁、副总裁等职务。2020 年 3 月起，任百洋医药监事。

（3）戚飞先生：

监事。中国国籍，无境外永久居留权。1982 年 5 月出生，毕业于北京大学，获细胞生物学博士学位。曾于中粮营养健康研究院担任高级研究员。2014 年至今，担任君联资本管理股份有限公司投资总监。2018 年 6 月至今，任百洋医药监事。现兼任上海芙艾管理咨询有限公司董事等职务。

（4）李雪彪先生：

监事。中国国籍，无境外永久居留权，1969 年 1 月出生。先后获天津医学院临床医学学士学位、心血管内科硕士学位。2005 年至 2016 年先后担任百洋有限商务部经理、渠道管理总监等职务，2015 年 12 月至 2016 年 7 月担任百洋有限监事。2016 年 7 月公司股改完成后至今，任公司监事。

（5）黄志勇先生：

监事。中国国籍，无境外永久居留权，1967 年 10 月出生。毕业于北京培黎

大学，大专学历。2007 年 9 月至 2011 年 12 月担任百洋有限商务部经理，2012 年 1 月至 2015 年 12 月，担任百洋集团供应链管理部高级采购经理；2016 年 1 月至 2016 年 7 月，担任百洋有限品牌采购部总监；2016 年 7 月公司股改完成后至今，任百洋医药品牌采购部总监。2017 年 4 月起，任百洋医药监事。

3、高级管理人员

（1）付钢先生：

总经理。个人简历参见本节“1、董事”部分介绍。

（2）陈海深先生：

副总经理。个人简历参见本节“1、董事”部分介绍。

（3）朱晓卫先生：

副总经理。个人简历参见本节“1、董事”部分介绍。

（4）王国强先生：

副总经理、财务总监、董事会秘书。个人简历参见本节“1、董事”部分介绍。

（5）张圆女士：

副总经理。中国国籍，无境外永久居留权，1975 年 2 月出生。毕业于西安医科大学药学专业，获学士学位。1997 年 7 月至 2004 年 4 月就职于丽珠医药集团股份有限公司市场部，先后担任产品专员、产品经理、OTC 市场经理，2005 年 8 月至 2013 年 12 月先后担任百洋医药非处方药市场部经理、非处方药市场部总监，2014 年 1 月至 2015 年 12 月担任百洋集团公共关系管理部总监，2016 年 1 月起担任百洋医药非处方药市场总监，2017 年 8 月至今任公司副总经理。现兼任百洋美国投资董事。

（二）董事、监事及高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员的兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职单位与公司的关系	职务
付钢	董事长、总经理	百洋集团	控股股东	董事长
		百洋诚创	控股股东控制的公司	董事长
		青岛宜从容	控股股东施加重大影响的公司	董事长
		智能科技	控股股东控制的公司	董事长
		百洋济雅	控股股东控制的公司	董事长
		菩提医疗管理	控股股东控制的公司	董事长
		中山安士	公司参股公司	董事、副董事长
		红石健康	控股股东控制的公司	董事
		百洋制药	控股股东控制的公司	董事
		百洋众信	控股股东控制的公司	董事
		安士生物科技	发行人施加重大影响的公司	董事
		中山安士投资控股有限公司	控股股东施加重大影响的公司	董事
		天津慧桐	实际控制人控制的企业	执行事务合伙人
		天津晖众	实际控制人控制的企业	执行事务合伙人
		天津晖桐	实际控制人控制的企业	执行事务合伙人
		天津皓晖	实际控制人控制的企业	执行事务合伙人
		菩提永健	实际控制人控制的企业	执行事务合伙人
		菩提永泽	实际控制人控制的企业	执行事务合伙人
		易复诊	控股股东控制的公司	董事
		百洋园区股份	控股股东控制的公司	董事长
		青岛百安德智能医疗科技有限公司	控股股东控制的公司	董事
		青岛精合成慧产业运营有限公司	控股股东控制的公司	董事长
		百洋投资	实际控制人控制的公司	董事
		港丰国际实业集团有限公司	实际控制人控制的公司	董事
		香港海纳商务服务有限公司	实际控制人控制的公司	董事
		香港鼻咽癌救助基金会有限公司（HK）	关联自然人施加重大影响的公司	董事
		香港思享广告控股有限公司（BVI）	实际控制人施加重大影响的公司	董事
		百洋新媒体投资有限公司（BVI）	实际控制人控制的公司	董事
		香港健新国际投资有限公	实际控制人控制的公司	董事

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职单位与公司的关系	职务
		司（BVI）		
		百洋国际制药控股有限公司（BVI）	实际控制人控制的公司	董事
		美国威坦因健康产业集团有限公司（BVI）	实际控制人控制的公司	董事
		百洋健康产业投资有限公司（BVI）	实际控制人控制的公司	董事
		百洋美国投资	实际控制人控制的公司	董事
		菩提诊断	控股股东控制的公司	董事
		苏州同心医疗器械有限公司	公司董事任职的其他公司	董事
陈海深	董事、副总经理	百洋集团	控股股东	董事
		百洋诚创	控股股东控制的公司	董事
		香港慧达控股集团有限公司	关联自然人施加重大影响的公司	董事
		百洋投资	实际控制人控制的公司	董事
朱晓卫	董事、副总经理	百洋制药	控股股东控制的公司	董事长
		百洋集团	控股股东	董事
		百洋诚创	控股股东控制的公司	董事
		中山安士	公司参股公司	董事
		上海现代中医药股份有限公司	控股股东施加重大影响的公司	董事
		百洋园区股份	控股股东控制的公司	董事
		青岛百安德智能医疗科技有限公司	控股股东控制的公司	董事
		中山安士投资控股有限公司	控股股东施加重大影响的公司	董事
		百洋投资	实际控制人控制的公司	董事
		百洋美国投资	实际控制人控制的公司	董事
		香港慧达控股集团有限公司	关联自然人施加重大影响的公司	董事
		百洋国际制药控股有限公司（BVI）	实际控制人控制的公司	董事
		中山安士生物制药有限公司	公司董事任职的其他公司	监事
宋青	董事	百洋大成	控股股东控制的公司	董事长
		青岛慧生医院管理咨询有限公司	控股股东控制的公司	执行董事、总经理
		慧生赫乐	控股股东控制的公司	执行董事、总经理

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职单位与公司的关系	职务
		北京原融康健医院管理有限公司	控股股东控制的公司	执行董事、总经理
		杭州云健投资管理有限公司	控股股东控制的公司	执行董事、总经理
		青岛菩提康合医疗健康产业投资有限公司	控股股东控制的公司	执行董事、经理
		青岛百洋卓正智慧健康产业管理有限公司	控股股东控制的公司	执行董事
		青岛慧生怡馨护理有限公司	控股股东控制的公司	执行董事
		青岛颐嘉缘健康管理服务集团有限公司	控股股东控制的公司	执行董事
		菩提诊断	控股股东控制的公司	董事长、经理
		百洋集团	控股股东	董事、总经理
		百洋诚创	控股股东控制的公司	董事、经理
		菩提医疗管理	控股股东控制的公司	董事、总经理
		百洋众信	控股股东控制的公司	董事
		百洋园区股份	控股股东控制的公司	董事、总经理
		青岛奕创文合健康产业发展有限公司	控股股东控制的公司	执行董事
		智能科技	控股股东控制的公司	董事
		易复诊	控股股东控制的公司	董事
		博彧维康	公司董事任职的其他公司	董事
		青岛百洋辰鑫企业管理服务中心（有限合伙）	公司董事控制的企业	执行事务合伙人
		青岛百洋聚仁企业管理服务中心（有限合伙）	公司董事控制的企业	执行事务合伙人
		百洋投资	实际控制人控制的公司	董事
		香港同昕	实际控制人控制的公司	董事
		香港鼻咽癌救助基金会有限公司（HK）	关联自然人施加重大影响的公司	董事
		浙江遇健健康管理有限公司	控股股东控制的公司	董事
		青岛百澳信企业管理服务（有限合伙）	公司董事控制的企业	执行事务合伙人
		青岛百洋汇保商业服务有限责任公司	**控股股东控制的公司**	**董事长**
		青岛莲宫雅叙酒店管理有限公司	**控股股东控制的公司**	**执行董事**
王国	董事、副	百洋众信	控股股东控制的公司	董事长

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职单位与公司的关系	职务
强	总经理、财务总监、董事会秘书	青岛宜从容	控股股东施加重大影响的公司	董事
		百洋集团	控股股东	董事
		百洋大成	控股股东控制的公司	董事
		百洋园区股份	控股股东控制的公司	董事
		日美健药品	公司参股公司	董事
		天津清正	公司股东	执行事务合伙人
		中山安士	公司参股公司	监事
		香港鼻咽癌救助基金会有限公司（HK）	关联自然人施加重大影响的公司	董事
		百洋投资	实际控制人控制的公司	董事
		青岛百洋汇保商业服务有限责任公司	**控股股东控制的公司**	**董事**
陆潇波	董事	红杉资本顾问咨询（北京）有限公司	公司董事任职的其他公司	合伙人
		北京康辰药业股份有限公司	公司董事任职的其他公司	董事
		深圳前海红杉光景投资管理有限公司	公司董事任职的其他公司	执行董事
		成都普瑞眼科医院股份有限公司	公司董事任职的其他公司	董事
		康辰医药股份有限公司	公司董事任职的其他公司	董事
		武汉本初子午信息科技有限公司	公司董事任职的其他公司	董事
		杭州奕安济世生物药业有限公司	公司董事任职的其他公司	董事
		迈博斯生物医药（苏州）有限公司	公司董事任职的其他公司	董事
		北京英诺特生物技术股份有限公司	公司董事任职的其他公司	董事
		青岛瑞斯凯尔生物科技有限公司	公司董事任职的其他公司	董事
王旸	董事	西藏群英投资管理合伙企业（有限合伙）	公司董事任职的其他企业	副总裁
孙东东	独立董事	北京大学法学院	公司独立董事任职的其他单位	教授
王荭	独立董事	中国海洋大学	公司独立董事任职的其他单位	教授
王亚平	独立董事	山东琴岛律师事务所	公司独立董事任职的其他企业	高级合伙人、执行主任

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职单位与公司的关系	职务
		青岛港国际股份有限公司	公司独立董事任职的其他公司	独立监事
		瑞港建设控股有限公司	公司独立董事任职的其他公司	独立非执行董事
		青岛啤酒股份有限公司	公司独立董事任职的其他公司	监事
		青岛国恩科技股份有限公司	公司独立董事任职的其他公司	独立董事
田文智	独立董事	北京光辉财智管理咨询有限公司(曾用名：北京太极鸿钧科技有限公司)	公司独立董事任职的其他公司	执行董事、经理
		北京时间价值科技有限公司	公司独立董事任职的其他公司	执行董事、经理
		湖南华菱钢铁集团有限责任公司	公司独立董事任职的其他公司	独立董事
		康宏碧升保险代理有限公司	公司独立董事任职的其他公司	执行董事
		海南和利和美科技发展有限公司	公司独立董事任职的其他公司	执行董事、总经理
		河北雄安纳福新材料科技发展有限责任公司	公司独立董事任职的其他公司	经理
李丽华	监事会主席	百洋制药	控股股东控制的公司	董事
		青岛百洋云健酒店管理股份有限公司	控股股东控制的公司	董事
		北京百洋众信康健投资管理有限公司	控股股东控制的公司	董事兼经理
		上海典众	控股股东施加重大影响的公司	监事
		北京菩诚管理咨询有限公司	控股股东施加重大影响的公司	监事
肖立	监事	上海合弘景晖股权投资管理有限公司	公司监事任职的其他公司	执行董事
		北京合弘景晖企业管理咨询有限公司	公司监事任职的其他公司	执行董事兼经理
		广东齐柏林医疗科技有限公司	公司监事任职的其他公司	监事
戚飞	监事	上海芙艾管理咨询有限公司	公司监事任职的其他公司	董事
		杭州翱锐生物科技有限公司	公司监事任职的其他公司	董事
		苏州良医汇网络科技有限	公司监事任职的其他公司	董事

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职单位与公司的关系	职务
		公司		
		北京金匙基因科技有限公司	公司监事任职的其他公司	董事
		同心医联科技（北京）有限公司	公司监事任职的其他公司	董事
张圆	副总经理	百洋美国投资	实际控制人控制的公司	董事

除上述人员外，公司其他董事、监事与高级管理人员未在其他企业兼职。

（三）董事、监事及高级管理人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

（四）发行人与董事、监事及高级管理人员所签订协议情况

截至本招股说明书签署之日，在本公司任职并领薪的董事、监事及高级管理人员均与公司签订了《劳动合同》，对其职责、权利与义务等作了明确规定，除此之外，公司未与董事、监事及高级管理人员签有其他协议。截至本招股说明书签署日，上述合同或协议履行正常，不存在违约情况。

（五）董事、监事及高级管理人员及其近亲属持有本公司股份的情况

1、发行前直接持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员及近亲属未直接持有公司股份。

2、发行前间接持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员间接持股情况如下：

姓名	间接持股主体	在间接持股主体的出资比例	间接持有本公司的股权比例	合计间接持股比例
付钢	百洋集团	52.00%	40.62%	43.73%
	百洋诚创	52.00%	2.20%	
	天津晖桐	17.45%	0.21%	

姓名	间接持股主体	在间接持股主体的出资比例	间接持有本公司的股权比例	合计间接持股比例
	天津皓晖	23.03%	0.21%	
	天津晖众	26.77%	0.24%	
	天津慧桐	35.72%	0.25%	
陈海深	百洋集团	16.00%	12.50%	13.24%
	百洋诚创	16.00%	0.68%	
	天津晖众	6.97%	0.06%	
朱晓卫	百洋集团	16.00%	12.50%	13.25%
	百洋诚创	16.00%	0.68%	
	天津晖众	7.91%	0.07%	
宋青	百洋集团	16.00%	12.50%	13.24%
	百洋诚创	16.00%	0.68%	
	天津皓晖	6.91%	0.06%	
王国强	天津清正	7.74%	0.14%	0.20%
	天津皓晖	6.22%	0.06%	
李丽华	天津清正	4.76%	0.08%	0.16%
	天津皓晖	9.21%	0.08%	
李雪彪	天津晖众	3.48%	0.03%	0.03%
黄志勇	天津晖众	3.48%	0.03%	0.03%
张圆	天津晖众	4.65%	0.04%	0.04%
公司董事、监事及高级管理人员间接共持有公司股权的比例				**83.92%**

除此以外，公司董事、监事及高级管理人员及其近亲属不存在以其他方式直接或间接持有公司股份的情况。

3、所持股份的质押或冻结情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事及高级管理人员及其近亲属所持股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

（六）最近两年内董事、监事及高级管理人员变动情况及原因

1、董事变化情况

最近两年内，公司董事变化情况如下：

（1）2019 年初，公司董事包括：付钢（董事长）、陈海深、朱晓卫、宋青、王国强、张建庆、辛冬生、孙东东（独立董事）、王荭（独立董事）、王亚平（独立董事）、田文智（独立董事）。

（2）2020 年 3 月 27 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，同意张建庆、辛冬生因工作调整辞去公司董事职务的申请，并补选北京红杉委派代表陆潇波、西藏群英委派代表王旸为公司董事。

除上述情形外，公司董事最近两年内未发生其他变化。

2、监事变化情况

最近两年内，公司监事变化情况如下：

（1）2019 年初，公司监事包括：李丽华（监事会主席）、赵刚、戚飞与职工代表李雪彪、黄志勇。

（3）2020 年 3 月 27 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，同意赵刚因工作调整辞去公司监事职务的申请，并补选肖立为公司监事。

除上述情形外，公司监事最近两年内未发生其他变化。

3、高级管理人员变化情况

最近两年内，公司高级管理人员变化情况如下：

（1）2019 年初，公司高级管理人员为总经理付钢、副总经理陈海深、朱晓卫、王国强、张圆、财务总监兼董事会秘书李震。

（3）2020 年 5 月 26 日，公司召开第二届董事会第七次会议，决议通过李震因工作变动辞去公司财务总监兼董事会秘书申请，并补选王国强为公司财务总监兼董事会秘书。李震目前任公司总经理助理及投资总监，李震辞去公司董事会秘书兼财务总监系公司内部管理架构调整所致。

除上述情形外，公司高级管理人员最近两年内未发生其他变化。

4、最近 2 年内董事、监事、高级管理人员变动对公司生产经营造成的影响

（1）董事的变化对公司生产经营不会造成重大不利影响

最近两年内，公司离任的董事张建庆、辛冬生均为公司股东北京红杉、西藏群英委派的外部董事，新增的董事陆潇波、王旸均为上述股东提名补选的外部董事，在其任职期间除担任公司董事及履行董事的法定职责外，未具体参与公司的

日常生产经营。最近两年内，付钢一直担任公司董事长兼总经理，主导公司日常生产经营等各项工作。除付钢外，其余参与公司日常生产经营工作的内部董事均未发生变化。

由于公司上述新增董事均系原股东委派，且相关变化涉及董事均不参与公司管理，因此上述董事变化不会对公司的生产经营造成重大影响。

（2）监事的变化对公司生产经营不会造成重大不利影响

最近两年内，公司离任的监事赵刚为公司股东上海皓信桐委派的外部监事，新增的监事肖立为上述股东提名补选的外部监事，在其任职期间除担任公司监事及履行监事的法定职责外，未具体参与公司的日常生产经营。因此，公司上述监事变化不会对公司的生产经营造成重大影响。

（3）高级管理人员的变化对公司生产经营不会造成重大不利影响

最近两年内，公司高级管理人员变动如下：

2020 年 5 月，李震因个人工作原因不再担任公司董事会秘书兼财务总监。经第二届董事会第七次会议审议通过，补选王国强为公司财务总监兼董事会秘书。王国强毕业于西南财经大学审计学专业，于 1994 年进入医药行业，曾担任丽珠医药营销公司财务经理、销售管理部经理、副总经理等职务。2007 年加入公司后，历任百洋有限数据中心经理、助理总裁、百洋集团投资副总裁、百洋医药董事、副总经理等职务，具有丰富的行业及公司管理经验。因此，李震离任后，公司董事会秘书及财务总监由公司内部培养产生、熟悉公司业务管理、具有丰富财务管理、投资管理经验的高级管理人员兼任。

李震离任后，公司虽未新增高级管理人员，但其离任前负责工作由发行人内部培养产生的高级管理人员接管，上述高级管理人员变化原则上不构成人员的重大不利变化。

综上所述，上述高级管理人员变动不会对公司的生产经营造成重大影响。

（七）董事、监事及高级管理人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，除对公司投资以外，公司董事、监事与高级管

理人员的对外投资中不存在与发行人及其业务相关之情形，主要对外投资情况如下：

姓名	在公司职务	投资企业名称	持股比例
付钢	董事长、总经理	百洋集团	52.00%
		百洋投资	52.00%
		百洋投资控股集团有限公司（BVI）	52.00%
		菩提永泽	90.00%
		菩提永健	90.00%
		港丰国际实业集团有限公司	70.00%
		青岛港丰泰置业有限公司	90.00%
		香港海纳商务服务有限公司	100.00%
		天津晖桐	17.45%
		天津晖众	26.77%
		天津皓晖	23.03%
		天津慧桐	35.72%
		菩提永和	8.39%
陈海深	董事、副总经理	百洋集团	16.00%
		百洋投资	16.00%
		百洋投资控股集团有限公司（BVI）	16.00%
		天津晖众	6.97%
		香港慧达控股集团有限公司	50.00%
		菩提永和	2.80%
朱晓卫	董事、副总经理	百洋集团	16.00%
		百洋投资	16.00%
		百洋投资控股集团有限公司（BVI）	16.00%
		天津晖众	7.91%
		香港慧达控股集团有限公司	50.00%
		菩提永和	2.80%
宋青	董事	百洋集团	16.00%
		百洋投资	16.00%
		百洋投资控股集团有限公司（BVI）	16.00%
		天津皓晖	6.91%
		青岛百洋辰鑫企业管理服务中心（有限合伙）	10.00%
		青岛百洋聚仁企业管理服务中心（有限合伙）	67.93%
		菩提永和	2.80%
		青岛百澳信企业管理服务（有限合伙）	26.36%
		青岛鹏远鸿信企业管理服务中心（有限合伙）	33.33%
王国强	董事、副总	珠海菩慧城矿业有限公司	60.00%

姓名	在公司职务	投资企业名称	持股比例
	经理、财务总监、董事会秘书	天津皓晖	6.22%
		天津清正	7.74%
		菩提永健	10.00%
		菩提永泽	10.00%
		菩提永和	2.80%
陆潇波	董事	宁波梅山保税港区慧众远业投资管理合伙企业（有限合伙）	7.69%
		宁波梅山保税港区红杉文盛股权投资合伙企业（有限合伙）	0.43%
田文智	独立董事	北京时间价值科技有限公司	60.00%
		北京加能资本投资有限公司	40.00%
		北京光辉财智管理咨询有限公司(曾用名：北京太极鸿钧科技有限公司)	100.00%
		海南和利和美科技发展有限公司	30.00%
		康宏碧升保险代理有限公司	11.36%
		上海薯叶企业管理咨询合伙企业(有限合伙)	50.00%
		河北雄安纳福新材料科技发展有限责任公司	4.00%
李丽华	监事会主席	天津皓晖	9.21%
		天津清正	4.76%
		菩提永和	1.40%
李雪彪	监事	天津晖众	3.48%
黄志勇	监事	天津晖众	3.48%
		陕西百旺金赋信息科技有限公司	25.00%
张圆	副总经理	天津晖众	4.65%
		菩提永和	1.40%

（八）董事、监事及高级管理人员薪酬情况

1、最近一年领取薪酬情况

公司董事、监事与高级管理人员 2020 年在公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元

序号	姓名	职务	2020 年税前年薪
1	付钢	董事长、总经理	234.75
2	陈海深	董事、副总经理	176.32
3	朱晓卫	董事、副总经理	176.32
4	宋青	董事	-
5	王国强	董事、副总经理、财务总监、董事会秘书	176.32
6	陆潇波	董事	-

序号	姓名	职务	2020 年税前年薪
7	王旸	董事	-
8	孙东东	独立董事	15.00
9	王荭	独立董事	15.00
10	王亚平	独立董事	15.00
11	田文智	独立董事	15.00
12	李丽华	监事会主席	-
13	肖立	监事	-
14	戚飞	监事	-
15	李雪彪	监事	99.63
16	黄志勇	监事	41.54
17	张圆	副总经理	127.83
18	李震	财务总监、董事会秘书	35.27

注 1：宋青、李丽华分别由百洋集团委派到公司担任董事和监事，陆潇波、王旸分别由北京红杉、西藏群英委派到公司担任董事，肖立、戚飞分别由上海皓信桐、北京君联委派到公司担任监事，上述人员未在公司领取薪酬。

注 2：2020 年 1-5 月，公司财务总监及董事会秘书为李震。2020 年 5 月 26 日，公司召开第二届董事会第七会议，决议通过李震因工作变动辞去公司财务总监兼董事会秘书申请，并补选王国强为公司财务总监兼董事会秘书。

经股东大会审议通过，独立董事孙东东、王荭、王亚平、田文智自 2017 年 1 月起每人每年向公司领取税前 15.00 万津贴。

在公司担任管理职务的董事、监事与高级管理人员未从公司之外的其他关联企业领取薪酬。

2、薪酬构成、确定依据及履行程序

2016 年 12 月，公司第一届董事会第五次会议审议通过了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，规定公司董事的薪酬计划，须报董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。

2016 年 12 月，公司 2016 年第二次临时股东大会审议并通过了《独立董事工作制度》，规定公司应当给予独立董事适当的津贴，津贴标准应当由董事会制订预案，股东大会审议通过方可实施。

2019 年第二次临时股东大会审议并通过了《关于公司第二届董事会董事、监事会监事的报酬事项的议案》，明确了公司董、监事的薪酬：公司每名独立董事每年报酬为 15 万元（税前）；在公司兼任行政职务的非独立董事及监事，按

照公司确定的薪酬标准领取薪酬，不另领取董事、监事薪酬；未在公司兼任行政职务的非独立董事及监事，不领取董事、监事薪酬。

公司董事、监事及高级管理人员的薪酬方案均按照公司治理制度履行了相应的审议程序。

3、报告期内董事、监事及高级管理人员薪酬总额占各期发行人利润总额的比例

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
薪酬总额	**1,128.00**	1,162.61	1,182.13
利润总额	**37,088.73**	29,247.78	33,841.86
比例	**3.04%**	3.98%	3.49%

十一、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排的执行情况

（一）员工持股平台情况

发行人股东中，天津晖桐、天津慧桐、天津皓晖、天津晖众均为发行人及发行人控股股东百洋集团为对其自身以及下属控股子公司员工进行股权激励而设置的专项投资于发行人的员工持股平台。

具体情况如下：

1、天津晖桐

天津晖桐合伙人的持股情况、具体任职情况、资金来源及代持情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	任职单位	具体职务	出资来源	是否存在代持
1	付钢	445	17.45%	发行人	总经理	自有资金	否
2	陈立刚	116.15	4.55%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
3	李新民	105.91	4.15%	已离职	已离职	自有资金	否
4	王爱军	103.24	4.05%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
5	朱玉军	103.24	4.05%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
6	黄维坤	103.07	4.04%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
7	宋萧	99.68	3.91%	已离职	已离职	自有资金	否
8	周华	97.01	3.80%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
9	尹宗明	97.01	3.80%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	任职单位	具体职务	出资来源	是否存在代持
10	红玮	87.22	3.42%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
11	朱珉	78.82	3.09%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
12	俞滢	71.2	2.79%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
13	杨海平	60.74	2.38%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
14	周建敏	57.85	2.27%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
15	景向阳	57.85	2.27%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
16	秦海涛	57.85	2.27%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
17	孙玉	57.85	2.27%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
18	刘延玲	53.4	2.09%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
19	谢宏昌	53.4	2.09%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
20	樊俊林	48.95	1.92%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
21	闫晓春	48.95	1.92%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
22	贾世亮	48.95	1.92%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
23	艾延安	48.95	1.92%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
24	范军	48.95	1.92%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
25	杨丁荣	48.95	1.92%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
26	李问杰	48.95	1.92%	已离职	已离职	自有资金	否
27	周立春	44.5	1.74%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
28	潘哲	44.5	1.74%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
29	何怡	43.39	1.70%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
30	何岚	32.26	1.27%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
31	丁文庠	32.04	1.26%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
32	林娟	27.81	1.09%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
33	曹志华	27.59	1.08%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
34	王永峰	25.59	1.00%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
35	付雪君	23.36	0.92%	发行人	地区销售负责人	自有资金	否
合计		**2,550.18**	**100%**	——			

2、天津慧桐

天津慧桐合伙人的持股情况、具体任职情况、资金来源及代持情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	任职单位	具体职务	出资来源	是否存在代持
1	付钢	519.76	35.72%	发行人	总经理	自有资金	否
2	段鹏	43.25	2.97%	发行人	地区销售支持部经理	自有资金	否
3	赵鹏	43.25	2.97%	发行人	地区商务部经理	自有资金	否
4	刘培香	43.25	2.97%	发行人	地区销售支持部	自有资金	否

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	任职单位	具体职务	出资来源	是否存在代持
					经理		
5	吉志勇	38.45	2.64%	发行人	地区商务部经理	自有资金	否
6	张艳涛	38.45	2.64%	发行人	地区商务部经理	自有资金	否
7	王光辉	38.45	2.64%	发行人	地区 OTC 部经理	自有资金	否
8	石蕊	38.45	2.64%	发行人	地区 OTC 部经理	自有资金	否
9	胡素敬	38.45	2.64%	发行人	地区市场部经理	自有资金	否
10	杨双伦	36.31	2.50%	发行人	地区办事处销售顾问	自有资金	否
11	周立华	35.18	2.42%	发行人	地区医院部经理	自有资金	否
12	王力	34.18	2.35%	发行人	地区医院部经理	自有资金	否
13	姜云	32.91	2.26%	发行人	地区 OTC 部经理	自有资金	否
14	张杰	30.97	2.13%	发行人	地区销售支持部主管	自有资金	否
15	周永辉	30.97	2.13%	发行人	地区商务部经理	自有资金	否
16	王如建	29.9	2.05%	发行人	地区 OTC 部经理	自有资金	否
17	方颖	29.9	2.05%	发行人	地区医院部经理	自有资金	否
18	周栋	29.9	2.05%	发行人	地区商务部经理	自有资金	否
19	王贺	29.9	2.05%	发行人	地区市场部经理	自有资金	否
20	岳丽娜	28.84	1.98%	发行人	地区 OTC 部经理	自有资金	否
21	钱勇亮	28.84	1.98%	发行人	地区医院部经理	自有资金	否
22	王廷伟	27.77	1.91%	百洋集团	副总裁兼商业拓展部总监	自有资金	否
23	徐昱	27.77	1.91%	发行人	地区医院主管	自有资金	否
24	王利品	27.77	1.91%	发行人	地区医院部经理	自有资金	否
25	李卫庆	27.77	1.91%	已离职	已离职	自有资金	否
26	汪红	25.16	1.73%	发行人	地区 OTC 主管	自有资金	否
27	施发军	25.16	1.73%	发行人	地区商务部经理	自有资金	否
28	陈玮	15.575	1.07%	发行人	采购中心副总经理	自有资金	否
29	王允嘉	15.575	1.07%	发行人	通路与渠道营销部总监	自有资金	否
30	余祺嘉	15.57	1.07%	发行人	医学营养事业部副总经理	自有资金	否
31	石海陆	13.75	0.95%	发行人	电商部总监	自有资金	否
32	吴玉宏	13.75	0.95%	发行人	市场部品牌经理	自有资金	否
合计		**1,455.19**	**100%**	-			

3、天津皓晖

天津皓晖合伙人的持股情况、具体任职情况、资金来源及代持情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	任职单位	具体职务	出资来源	是否存在代持
1	付钢	445	23.03%	发行人	总经理	自有资金	否
2	郝宇	178	9.21%	百洋集团	资产管理部总监	自有资金	否
3	李丽华	178	9.21%	百洋众信	总经理	自有资金	否
4	宋青	133.5	6.91%	百洋集团	总裁	自有资金	否
5	王国强	120.15	6.22%	发行人	副总经理、董事会秘书兼财务总监	自有资金	否
6	牟君	89	4.61%	百洋集团	副总裁	自有资金	否
7	杨爱生	89	4.61%	百洋集团	顾问	自有资金	否
8	李琴	86.78	4.49%	智能科技	总经理 CEO	自有资金	否
9	胡加跃	66.75	3.45%	发行人	KA 零售事业部总经理	自有资金	否
10	李正华	65.08	3.37%	黄海制药	副总经理	自有资金	否
11	杜建勇	65.08	3.37%	智能科技	首席架构师	自有资金	否
12	寇雪慧	44.5	2.30%	发行人	事业部副总经理	自有资金	否
13	李石磊	36.05	1.87%	百洋集团	法务与合规部经理	自有资金	否
14	侯振东	35.6	1.84%	百洋集团	资深政府事务专员	自有资金	否
15	李莉	28.93	1.50%	汇康药房	事业部新渠道运营总监	自有资金	否
16	王剑雄	26.03	1.35%	智能科技	事业部总监	自有资金	否
17	吴旭珊	24.7	1.28%	百洋集团	顾问	自有资金	否
18	乔蕊	21.36	1.11%	发行人	信息部经理	自有资金	否
19	袁华锴	21.36	1.11%	发行人	部门经理	自有资金	否
20	张东丰	20.03	1.04%	智能科技	原资深采购分析师（已退休）	自有资金	否
21	谭明智	20.03	1.04%	智能科技	研发中心总监	自有资金	否
22	侯圣涛	20.03	1.04%	智能科技	中台研发总监	自有资金	否
23	孙延超	20.03	1.04%	百洋集团	软件开发工程师	自有资金	否
24	彭大剑	17.36	0.90%	菩提信息	网络管理经理	自有资金	否
25	张梅	17.36	0.90%	百洋集团	预算经理	自有资金	否
26	黄欣	17.36	0.90%	百洋集团	资金经理	自有资金	否
27	钟昭	17.36	0.90%	智能科技	事业部总经理	自有资金	否
28	张萌	14.02	0.73%	百洋集团	行政事务部总监	自有资金	否
29	曹万涛	14.02	0.73%	百洋集团	供应链管理部总监	自有资金	否

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	任职单位	具体职务	出资来源	是否存在代持
合计		**1,932.41**	**100%**	——			

4、天津晖众

天津晖众合伙人的持股情况、具体任职情况、资金来源及代持情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	任职单位	具体职务	出资来源	是否存在代持
1	付钢	512.86	26.77%	发行人	总经理	自有资金	否
2	朱晓卫	151.52	7.91%	发行人	副总经理	自有资金	否
3	陈海深	133.5	6.97%	发行人	副总经理	自有资金	否
4	张圆	89	4.65%	发行人	副总经理	自有资金	否
5	张晖	66.75	3.48%	发行人	市场部总监	自有资金	否
6	赵建龙	66.75	3.48%	发行人	配送事业部销售总监	自有资金	否
7	李雪彪	66.75	3.48%	发行人	通路客户管理部总监	自有资金	否
8	黄志勇	66.75	3.48%	发行人	品牌采购总监	自有资金	否
9	徐炳然	60.08	3.14%	已离职	已离职	自有资金	否
10	李震	48.39	2.53%	发行人	总裁助理兼证券投资总监	自有资金	否
11	刘姬凤	44.5	2.32%	继承发行人原质量部总监孙仕银持有的份额，刘姬凤未在发行人处任职		自有资金	否
12	杜楠	42.05	2.20%	发行人	SFE 及数据管理部总监	自有资金	否
13	杨爽	38.94	2.03%	发行人	销售服务部经理	自有资金	否
14	徐慧	37.83	1.98%	发行人	财务部经理	自有资金	否
15	朱承俊	32.26	1.68%	发行人	物流管理部总监	自有资金	否
16	郭磊	32.04	1.67%	已离职	已离职	自有资金	否
17	杨峥	30.26	1.58%	发行人	慢病用药事业部总经理	自有资金	否
18	刘铭山	30.26	1.58%	发行人	事业部总经理助理	自有资金	否
19	金光照	26.7	1.39%	发行人	大区商务经理	自有资金	否
20	费建国	26.7	1.39%	发行人	事业部销售总监	自有资金	否
21	曹延峰	26.7	1.39%	发行人	大区商务经理	自有资金	否

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	任职单位	具体职务	出资来源	是否存在代持
22	陈志峰	24.03	1.25%	发行人	大区商务经理	自有资金	否
23	范辉	23.36	1.22%	发行人	大区商务经理	自有资金	否
24	安树庞	22.7	1.19%	发行人	市场部副经理	自有资金	否
25	蒋辛	22.7	1.19%	发行人	市场部医学经理	自有资金	否
26	黄晓东	22.03	1.15%	发行人	大区商务经理	自有资金	否
27	姜锋	20.69	1.08%	发行人	事业部大区经理	自有资金	否
28	林婷婷	20.47	1.07%	发行人	销售专员	自有资金	否
29	檀春波	20.03	1.05%	发行人	事业部大区经理	自有资金	否
30	崔运康	20.03	1.05%	发行人	市场部媒介副经理	自有资金	否
31	李鸿伟	20.03	1.05%	发行人	事业部大区经理	自有资金	否
32	颜莹	18.69	0.98%	发行人	市场部品牌经理	自有资金	否
33	史笑航	17.36	0.91%	发行人	市场部副经理	自有资金	否
34	王艳	17.36	0.91%	百洋集团	公共关系部总监	自有资金	否
35	王庆军	15.35	0.80%	发行人	事业部销售总监	自有资金	否
合计		**1,915.39**	**100%**	——			

2015 年 12 月 3 日，百洋有限董事会审议通过了员工股权激励方案，同意通过设立合伙企业作为持股平台实施股权激励计划；2015 年 12 月 30 日，上述员工持股平台和百洋集团签订《股权转让协议》，受让百洋集团持有的公司股份；**2016 年 1 月 28 日，百洋有限股东会审议通过了上述股权激励涉及转让事项。**为有效激励员工的工作积极性和创造性，经各方协商，对员工持股平台受让股份的定价依据为同期入股的机构投资者价格的 50%，即受让股份价格为 4.45 元/股，该等事项已经履行相应程序，具有合理性。上述股权激励确认的股份支付已全额计入 2015 年度的管理费用。

5、员工持股平台人员的选择范围及股份转让约定

员工持股平台人员的选择范围为：（1）在发行人或百洋集团（含百洋集团控股子公司）中聘任为主要管理人员或骨干员工；（2）遵守发行人或百洋集团

（含百洋集团控股子公司）的日常规章制度；（3）不在发行人或百洋集团（含百洋集团控股子公司）存在业务竞争关系的任何企业中持股、任职、领薪;（4）发行人或百洋集团董事会认为应具备的其他条件。

上述人员转让股份的约定如下：

（1）锁定期内合规离职

如激励对象在锁定期（如发行人首次公开发行申请获中国证监会批准的，每个激励对象每次认购或购买激励股权的当日至发行人上市日满 3 年的期间；如发行人主动撤回上市申请或上市申请被中国证监会否决，锁定期为认购或购买激励股权的当日至撤回上市申请之日或上市申请被否决之日的期间，下同）内离职（不包括正常退休，下同）且不存在恶意损害公司利益或其他违法情形的前提下，按如下价格将其持有的员工持股平台的财产份额全部转让至该持股平台普通合伙人或其指定的受让方名下：

约定价格＝该激励对象在员工持股平台中的出资额＋该激励对象持有的合伙份额期间按照各年度中国人民银行公布的一年期基准存款利率上浮 10%计算的利息－持股平台已经对该激励对象的分红

（2）锁定期届满后合规离职

如激励对象在锁定期届满后离职且不存在恶意损害公司利益或其他违法情形的前提下，按照该激励对象“退伙“处理；员工持股平台按如下价格将退还该激励对象在持股平台中所占有的财产份额：

约定价格＝该激励对象指定日后 3 个交易日内持股平台在二级市场出售发行人股票价格×该激励对象持有的激励股权总数量

公式中的“指定日”指持股平台禁售期届满后，激励对象向百洋集团发出书面通知确定的日期，自该日期后的 3 个交易日，持股平台将一次性出售该激励对象所持有的全部激励股权。指定日不得晚于该激励对象离职日后一年。

（3）违规离职

无论激励对象在锁定期内或届满后离职，如存在恶意损害公司利益或其他违

法情形的，该激励对象均应当依法向公司承担相应的赔偿责任，并在该基础上，依据其原始出资并扣除所有既得分红后的价格将其在持股平台中所占的财产份额全部转让至普通合伙人或其指定的受让方名下。

（二）其他股权激励计划情况

截至本招股说明书签署之日，发行人无其他已制定的或实施的股权激励计划及其他相关安排。

十二、公司员工情况

（一）员工人数

报告期各期末，公司员工人数及其变化如下：

日期	员工人数（人）
2018.12.31	2,052
2019.12.31	2,259
2020.12.31	**2,300**

（二）员工专业结构

截至 2020 年 12 月 31 日，公司员工总数为 **2,300 人**，其专业结构分布情况如下：

员工类别	员工人数（人）	占比
销售及销售支持人员	**1,797**	**78.13%**
采购及仓储人员	**264**	**11.48%**
管理人员	**83**	**3.61%**
财务人员	**91**	**3.96%**
技术人员	**65**	**2.83%**
总计	**2,300**	**100.00%**

（三）发行人社会保险和住房公积金缴纳情况

发行人依法为员工缴纳社保及公积金，发行人报告期内社会保险及住房公积金的缴纳情况如下：

项目	2020.12.31 /2020 年度	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31 /2018 年度

项目	2020.12.31 /2020 年度	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31 /2018 年度
总员工人数	**2,300**	2,259	2,052
需缴纳社保公积金人数	**2,210**	2,135	1,960
缴纳社保人数	**2,198**	2,126	1,924
缴纳住房公积金人数	**2,148**	2,045	1,919
社保缴纳比例	**99.46%**	99.58%	98.16%
公积金缴纳比例	**97.19%**	95.78%	97.91%

报告期内，发行人保护员工合法权利，按照《中华人民共和国社会保险法》和《住房公积金管理条例》的规定，依法为员工缴纳社保及公积金。但部分员工缴纳社保及公积金存在切实操作困难，公司存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情形，具体情况如下：

项目	2020.12.31 /2020 年度	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
总员工人数	**2,300**	2,259	2,052
其中：境外员工	**6**	6	10
实习或聘用	**84**	118	82
需缴纳社保公积金人数	**2,210**	2,135	1,960
缴纳社保人数	**2,198**	2,126	1,924
缴纳住房公积金人数	**2,148**	2,045	1,919
未缴纳社保人数	**12**	9	36
未缴纳公积金人数	**62**	90	41

报告期内，发行人未对部分员工缴纳社保、公积金的原因如下：

1、部分员工由于个人原因暂未成功注册社保、公积金账户，公司无法为其缴纳，公司待该等员工成功注册后为其统一缴纳。

2、部分员工在各报告期末由于试用期刚刚转正，未在当期缴纳社保、公积金，在其转正后统一进行缴纳。

3、公司于 2019 年收购江西贝瓦，江西贝瓦前期未缴纳住房公积金人数较多。收购完成后，公司已对江西贝瓦公积金缴纳情况进行规范。截至本招股说明书签署日，江西贝瓦已按规定为其员工缴纳住房公积金。

针对上述情况，发行人已积极协助符合条件的员工注册社保和公积金账户，争取为其提供社会保障，积极承担企业的社会责任。

针对发行人存在未为部分员工缴纳社保、公积金的行为，公司控股股东百洋集团、实际控制人付钢已出具承诺如下：

若发行人及其子公司因未为职工缴存或足额缴纳社会保险费、住房公积金被有关政府部门或司法机关、仲裁机构认定需要补缴以及因此受到处罚或遭受民事索赔的，百洋集团与付钢无条件全额承担补缴义务以及因此而遭受的任何罚款或损失，百洋集团与付钢愿意承担连带责任以保证发行人的利益不受影响。

十三、保荐机构对于发行人股东信息披露的核查意见

经查阅发行人工商登记资料、股东名册、相关确认及说明、股东付款凭证、股东营业执照、合伙协议或章程、验资报告等资料，保荐机构认为：

1、发行人已真实、准确、完整地披露了股东信息；

2、发行人已在提交发行上市申请前解除了历史上存在的股份代持，并已披露上述股份代持的形成原因、演变情况、解除过程以及是否存在纠纷或潜在纠纷情况。除上述情况以外，发行人历史上及目前不存在其他委托持股和代持情形；

3、发行人提交申请前 12 个月内，广发乾和吸收合并珠海乾亨，承继其持有的股权后成为发行人新增股东，上述变更不涉及价款支付，广发乾和与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，广发乾和与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，广发乾和不存在股份代持情形。发行人已披露最近一年发行人新增股东相关情况；

4、发行人历史沿革中不存在股东入股价格异常的情况；

5、直接或间接持有发行人股份的主体具备法律、法规规定的股东资格，与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排；发行人股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形；

6、发行人已按照《指引》第二项规定出具专项承诺并在招股说明书中披露；

7、发行人股东中的私募投资基金包括北京红杉、西藏群英、上海皓信桐、北京君联四家，均已按照《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金

管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规履行了登记备案程序，相关情况已纳入国家金融监管部门有效监管，符合法律法规的相关规定。发行人已披露私募基金股东备案情况。

第六节 业务与技术

一、公司主营业务、主要产品及服务的情况

（一）主营业务

公司是专业的医药产品商业化平台，主营业务是为医药产品生产企业提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，致力于成为连接医药产品和下游消费者的纽带，为品牌医药生产企业提供产品营销的综合解决方案。

医药产品的品牌运营是公司的核心业务。随着医药行业产业链的分工不断细化，品牌运营已成为医药产品从研发生产到实现销售过程的重要环节。通过为医药品牌提供全方位的消费者教育、产品学术推广、营销策划、产品分销、商务接洽、流向跟踪、供应链管理等增值服务，公司可全面塑造消费者对医药品牌及产品的认知，最终将优质的医药产品推送给目标人群。经过多年运营，公司已成功孵化迪巧、泌特等旗帜产品，品牌运营能力逐步得到了众多国外知名公司的认可。近年来，公司运营的品牌矩阵不断拓展，运营品牌新增哈乐系列产品、武田系列产品及迈蓝系列产品等，逐步形成处方药、非处方药、膳食营养补充剂、医美产品等多品类医药品牌矩阵。

公司的品牌运营业务以零售渠道的品牌运营为特色，品牌运营的产品销售主要通过零售渠道直接面向消费者。公司深谙零售渠道的品牌运营策略和消费者的需求，以覆盖至全国 30 万家零售药店的零售渠道网络为核心，公司可通过专业的店员药事培训及针对性的消费者教育活动，支持零售药店将优质产品有效提供给消费者，在零售渠道方面形成了成熟的营销模式和领先的推广能力。

公司的批发配送业务主要以青岛、北京为中心，辐射周边地市的二级以上医院、社区诊所及药房等，批发配送的产品包括药品、中药饮片、医疗器械、诊断试剂、医用耗材等。依托于完善的物流配送网络、先进的物流设备和管理信息系统，公司批发配送的产品品规超过 8,500 余个，直接客户包括约 270 家二级及以上医疗机构，超过 1,000 家民营医院及社区诊所，超过 1,100 家单体药房、连锁

药房等。公司的零售业务主要通过“线上平台+线下门店”的方式，为消费者提供便捷的购买渠道。



公司提供的医药产品营销综合服务，以医药批发配送及零售为基础服务，品牌运营为定制化、深层次的服务，服务内容覆盖了医药产品销售服务的各个环节，能够满足不同厂商（初创企业、成熟企业）、不同类型产品（处方药、非处方药、膳食营养补充剂、医美产品）、不同销售渠道（医疗机构、零售终端）的不同需求，最终作为医药产品的商业化平台，提供产品从出厂到被消费者认知、认可、购买的综合解决方案。

秉承着为“全社会提供更好的医疗健康产品和服务”的使命，公司深耕优质医药产品领域，秉持让优质医药产品实现“不知道的人知道，没想买的人想买，想买的人买得到”的商业化目标。公司通过持续不断的挖掘与推广新品牌，将优质的医药产品推向市场，搭建一条商业化的“高速公路”，助力优质的医药产品得到国内消费者快速认同，为中国老百姓的健康保驾护航。

公司致力于自身经营发展过程中，积极承担社会责任，被青岛市红十字会授予“红十字会勋章奖”、“红十字会博爱金奖”，中国儿童基金会颁发“爱心企业证书”，被中国医药商业协会评定为“企业信用评级 AAA 级信用企业”、“信用品牌创建示范企业”等荣誉称号。在 2020 年新冠肺炎疫情中，公司被列入国家疫情防控重点企业，并受青岛市新型冠状病毒感染肺炎疫情防控指挥部物资保障组委托，进行市场化集中采购和储备全市急需的防控应急物资，积极参与抗疫行动。

（二）主营业务构成情况

1、主营业务收入情况

报告期内，发行人主要业务的收入情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌运营业务	**216,634.19**	**36.94%**	199,404.24	41.24%	167,126.31	45.94%
批发配送业务	**337,057.95**	**57.48%**	261,330.07	54.05%	176,100.64	48.41%
零售业务	**32,721.44**	**5.58%**	22,744.76	4.70%	20,572.06	5.65%
合计	**586,413.58**	**100.00%**	**483,479.07**	**100.00%**	**363,799.00**	**100.00%**

报告期内，品牌运营业务及批发配送业务的收入占比超过 90%，系公司的主要收入来源。

2、主营业务毛利情况

报告期内，发行人主要业务的毛利情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌运营业务	**106,488.61**	**72.80%**	103,465.95	77.01%	95,428.35	80.30%
批发配送业务	**35,793.17**	**24.47%**	28,979.33	21.57%	20,686.28	17.41%
零售业务	**3,995.31**	**2.73%**	1,903.00	1.42%	2,731.97	2.30%
合计	**146,277.09**	**100.00%**	**134,348.28**	**100.00%**	**118,846.60**	**100.00%**

报告期内，品牌运营业务的毛利额占比超过 70%，系公司的主要利润来源。

（三）主要产品及服务的情况

报告期内，发行人主要产品及服务的情况如下：

业务类别	主要服务内容	主要产品或业务
品牌运营业务	提供消费者教育、产品学术推广、营销策划、商务接洽、产品分销、流向跟踪、供应链管理等服务	运营迪巧系列、泌特系列、哈乐系列、武田系列、迈蓝系列等品牌
批发配送业务	提供医药产品的批发、配送	配送药品、中药饮片、医疗器械、诊断试剂、医用耗材等
零售业务	通过自有药房、网上药店进行零售	销售医药、医疗器械、保健食品、

业务类别	主要服务内容	主要产品或业务
		化妆品等

1、品牌运营业务

品牌运营业务是公司盈利的主要来源。公司可为医药生产企业提供全方位的消费者教育、产品学术推广、营销策划、商务接洽、产品分销、流向跟踪、供应链管理等增值服务，全面塑造消费者对品牌及产品的认知，最终将相关医药生产厂商的产品销售给目标人群。



公司目前主要运营品牌及产品包括迪巧系列、泌特系列、哈乐系列、武田系列、迈蓝系列等，具体情况如下：

品牌	供应商	产品类别及功能	产品图片
迪巧系列	美国安士	补钙产品	

品牌	供应商	产品类别及功能	产品图片
泌特系列	扬州一洋	治疗消化不良	
哈乐系列	安斯泰来	改善排尿障碍	
武田系列	武田制药	慢性病治疗等	
迈蓝系列	迈蓝制药	肝病治疗	

主要品牌产品的收入情况如下：

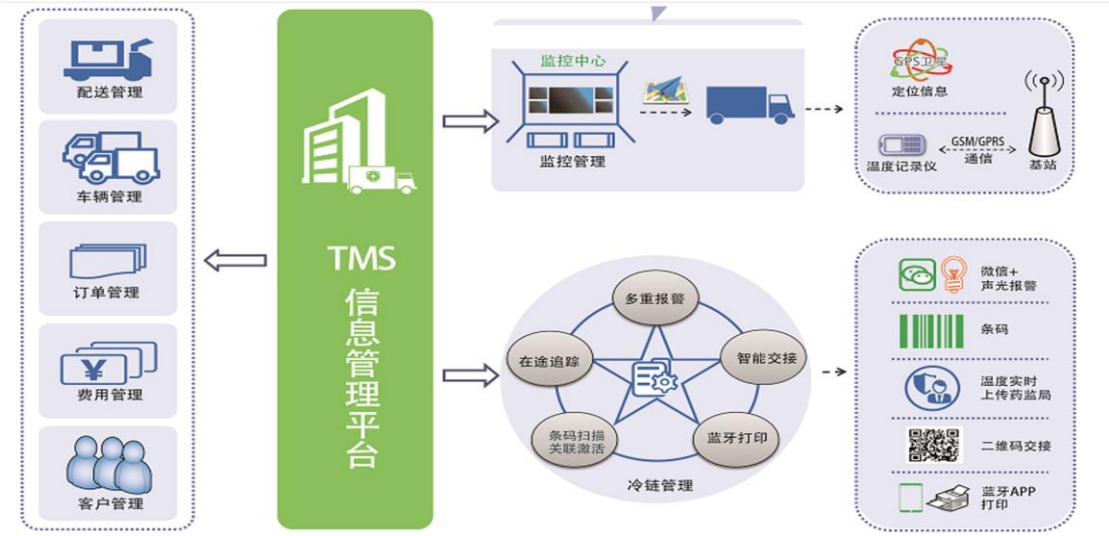
单位：万元

品牌	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
迪巧系列	**118,349.22**	**54.63%**	125,223.25	62.80%	125,591.31	75.15%
泌特系列	**27,696.16**	**12.78%**	26,572.04	13.33%	27,028.32	16.17%
迈蓝系列	**15,785.26**	**7.29%**	7,126.93	3.57%	-	-
武田系列	**8,236.81**	**3.80%**	7,849.93	3.94%	5,184.35	3.10%
哈乐系列	**29,287.41**	**13.52%**	15,352.77	7.70%	-	-
其他品牌	**17,279.33**	**7.98%**	17,279.32	8.67%	9,322.32	5.58%
合计	**216,634.19**	**100.00%**	**199,404.24**	**100.00%**	**167,126.31**	**100.00%**

公司运营的其他品牌还包括：克奥妮斯、艾思诺娜、纽特舒玛、AtriCure、扶正化瘀等。

2、批发配送业务

公司建立了现代化的物流配送信息监控管理流程，做到了集中管控、全程追溯、管理提高、成本优化的同时，确保公司将医药产品安全、快速、准确配送至医院及零售药店。公司医药批发配送业务主要以青岛、北京为中心，辐射周边地市的二级以上医院、社区诊所及药房等，批发配送的产品包括药品、中药饮片、医疗器械、诊断试剂、医用耗材等。



3、零售业务

在药品产品零售业务方面，公司一方面通过开设能够提供高附加值的临床药品和药事服务的自有药房，打通线下零售渠道；另一方面通过建立 B2C 医药电商网站“百洋商城”和在天猫、京东等知名第三方电商平台上开设的医药电商旗舰店进行线上零售，为医药产品提供线上销售平台、为消费者提供便捷的购买渠道。



二、公司主要经营模式

（一）公司主要业务及业务流程图

公司是专业的医药产品商业化平台，主营业务为医药产品营销综合服务，包括为客户提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售。

1、品牌运营业务

（1）品牌运营业务的作用

品牌运营是医药产品从生产到实现销售过程中必不可少的环节，主要原因如下：

①品牌运营是医药产品从生产到实现销售必不可少的环节

药品从研发生产环节到实现终端销售需要面临并解决以下问题：

A、需要让产品在同类产品中进行差异化区分

随着制药技术的不断成熟，医药产品的竞争日益激烈。我国医药市场中的大部分产品均面临着类似产品的竞争，甚至存在一个规格产品有上千个批文的情况。即使是技术含量较高的特效药产品，一旦过了专利期，也将面临仿制药的冲击。

因此，药品销售需要从产品特性、内在质量、工艺控制点以及临床使用便利性比较等多方面进行深度挖掘，寻找药品的差异化标签，形成特有竞争优势，最

终才能实现良好的市场销售。

B、需要让医生了解并熟悉产品

不同于一般的产品推广与销售，医药产品的推广需要建立在药品临床价值和功效信息的传播和交流工作之上。医药产品要实现销售，必须要让医生了解并熟悉产品。需要有销售人员将药品研发阶段所掌握的临床信息和药品适用方法准确的传递给医生，并让医生能熟悉药品的临床价值和功效，最终使医生在面临合适的患者时可以准确使用药品。

C、需要让零售终端了解并熟悉产品

我国医药销售市场的终端包括数十万家零售终端。相比于数量相对有限、区域相对集中的大型医院，零售终端更加分散；相比于专业的医生，零售药店店员的专业水平较低，所以零售终端的药品推广和医院渠道存在明显差异。

因此，很多医药生产厂商的产品销售仅面向大型城市的大型医院，不深入零售药店。但是随着医药分开、带量采购政策的全面推行，药品销售流向院外市场，因此需要专业的销售人员对零售终端进行产品的品牌运营。

D、需要为产品制定针对性的营销策略

针对性的营销策略需要基于对产品销售情况的全面分析：药品在不同渠道的销售规模、销售周期性、销售团队在不同渠道推广能力的强弱、不同推广办法的市场效果等数据均对营销策略的制定具有重要意义。只有基于全面的数据分析，才可以为医药产品制定针对性的推广营销策略，才能有效提升产品终端销售的效率和效果。

②专业的品牌运营商可以提高医药产品的运营效率

基于医药销售环节所面临的问题，品牌运营环节对医药产品的销售具有重要作用，因此需要有角色负责医药产品的品牌运营。对很多医药生产厂商，专业的品牌运营商具有重要意义，具体原因如下：

A、医药生产商自主进行品牌运营面临诸多挑战

一般而言，医药生产厂商最了解其产品特性，是品牌运营的恰当角色。但医

药生产厂商自主进行品牌运营将面临如下挑战：

首先，医药厂商的资金规模有限，独立的销售团队及销售网络加大了企业的资金压力。产品质量与疗效是医药生产企业的生存关键。医药的研发与生产面临着巨额投入的资金压力，由于市场竞争的不断加剧，研发生产支出的不断提升大幅压缩了传统生产厂商在产品推广及销售方面的支出。组建独立的销售团队，并进一步搭建全国范围内的销售网络需要巨大的资金投入及长期时间积累，这是众多中小型的医药生产企业，甚至很多大型医药生产企业都难以负担的。

其次，医药厂商自主品牌运营的效率较低。对于很多产品种类数量较少的医药生产厂商，若其组建独立的销售团队，进一步搭建独立的销售网络，在巨大的资金和时间投入后，仅仅运营其少量几个品牌，难免造成了销售资源的浪费。因此，产品种类单一的厂商通常不会组建自主品牌运营团队。

B、批发配送零售企业难以完全切合品牌运营的需求

传统的医药批发零售企业在渠道的掌控上有一定优势，对不同区域市场的商业运作规则也有着一定理解。这决定了医药批发、零售企业可以参与到医药产品的推广及销售中。但传统的医药批发、零售企业很难完成不同医药产品个性化市场推广及销售的职能，具体原因如下：

首先，批发零售企业的规模化发展和品牌运营的个性化需求存在矛盾。从国际发达市场和我国批发零售行业的发展状况分析，我国医药批发零售行业的市场集中度不断提升将是相当一段时间内的必然趋势。批发零售行业的规模化发展，必然导致其提供服务的标准化及同质化，这和为不同医药生产厂商提供个性化的产品品牌运营服务存在着一定矛盾。尤其是对众多初创型的中小医药生产厂商，其产品市场知名度较低，市场运营需要进行完整的消费者教育及学术推广，品牌运营周期较长，通常难以通过医药批发、零售企业的渠道进行产品推广。

其次，批发零售和品牌运营的业务模式存在明显差异。品牌运营的目的是进行品牌定位，塑造品牌形象，刺激购买需求，关注的医生及患者对品牌的认可程度；品牌运营商通常是选择符合其业务特点的少量品牌进行运营，力求实现对产品的个性化销售方案；而传统的医药批发零售企业通常是在产品需求既定的前提

下完成交易，关注的是货款安全、覆盖充分、流向清楚、价格可控等标准；批发零售公司更加关注销售产品的种类齐全，力求实现一站式的采购体验，业务流程向标准化、模式化的方向发展。

批发零售和品牌运营的业务模式上的明显差异，导致了批发零售企业原有的组织架构设置及人员配置很难完全切合医药生产企业的品牌运营需求。

C、专业的品牌运营商可以有效衔接医药生产厂商和下游终端

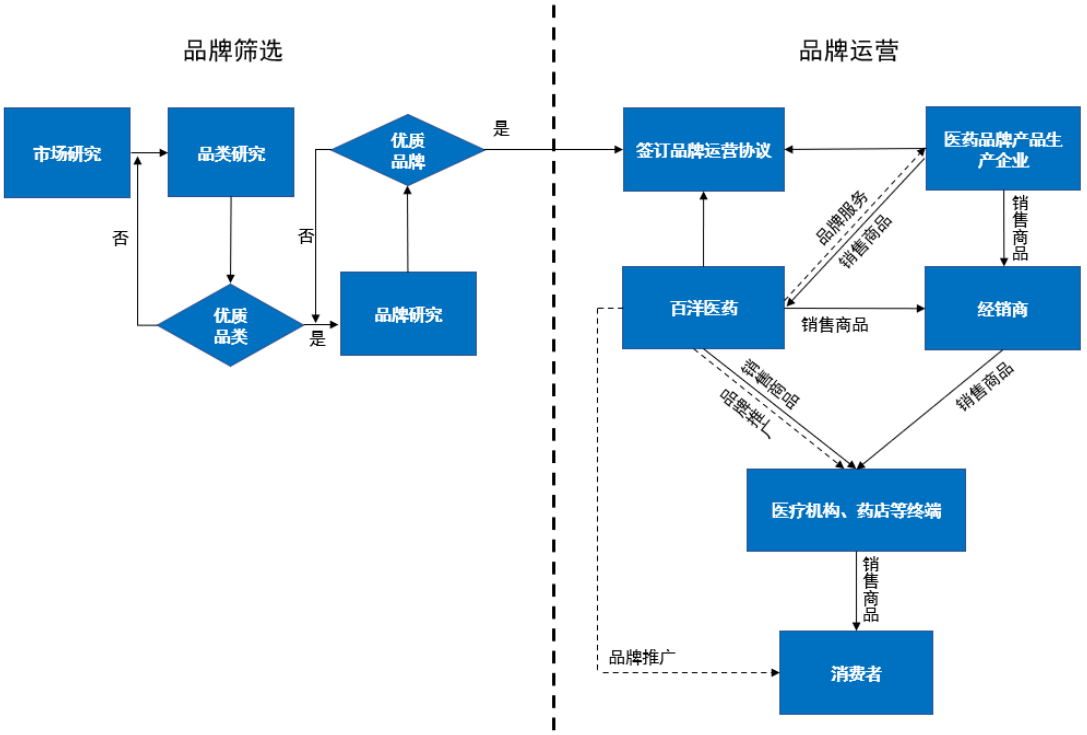
由于缺少专业的品牌运营商，很多医药生产厂商为了实现产品销售，只能通过低价出货、给予经销商较高利润空间的方式刺激销售，无法为其产品形成专业的销售方案，销售效率低下，甚至滋生了行业乱象。专业的品牌运营服务可以有效衔接医药生产厂商和下游终端，具体原因如下：

首先，专业的品牌运营公司能解决医药生产厂商品牌运营的根本需求。分工细化是医药行业发展的必然趋势。目前，医药生产企业正逐步从研发、生产及销售一体化的传统经营方式向专业化、平台化的方向发展，已初步形成了研发平台、生产加工平台、推广销售平台共生发展的行业格局。专业的销售推广平台已经成为医药行业的重要组成部分。品牌运营公司的经营理念、组织架构、人员配置等各方面都是为了切合品牌运营的需求，能够有效实现医药产品的品牌运营，解决医药生产厂商品牌运营的根本需求。

其次，专业的品牌运营公司解决了医药产品的销售推广不经济问题。相比于单个公司的销售团队，品牌运营公司的销售团队同时运营多个品牌，运营效率明显提高，有效降低了品牌运营的投入规模，解决了医药生产厂商销售推广不经济的难题，提升了医药行业的整体运营效率。

（2）品牌运营业务流程

公司品牌运营业务的具体流程如下：



①品牌筛选

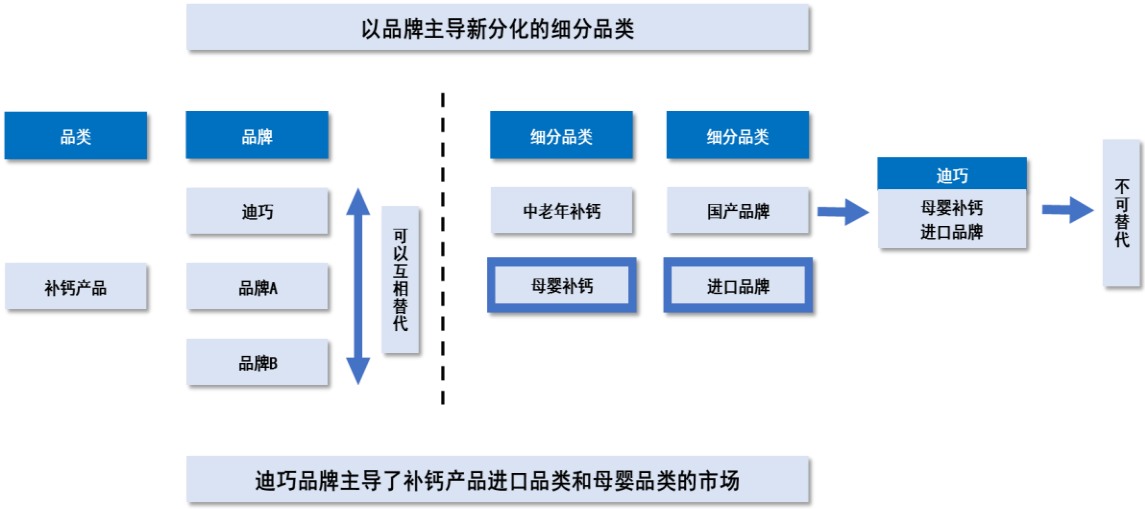
公司首先基于自身资源及各类信息渠道，对国内外特定业务领域的品牌和产品开展大范围筛选。公司市场研究团队每年会筛选多个品牌或产品，筛选标准主要包括：品牌属于品类分化过程中的上升类别，即品牌产品属于同一产品类型中有发展潜力的类别，如迪巧品牌所属的母婴钙片，是补钙产品中的上升类别；产品具有较好的竞争格局或竞争特色；产品符合公司战略布局，其品牌能融入并丰富公司的品牌矩阵；产品与公司已有产品可形成互补，或针对同一大类疾病、用户，使得公司的推广和营销更具规模效应；创始人和管理团队的能力与经验等多方面因素。

通过多轮严格筛选之后，公司与有意合作的公司进行接触和谈判，达成合作共识并进入品牌推广及销售阶段。

②品牌运营

产品或品牌进入公司平台后，公司即开始针对产品进行一系列的品牌定位和推广工作。

A、品牌定位（以迪巧系列产品为例）



公司品牌推广团队通过大数据、趋势分析等多重手段，对运营品牌所属的品类展开研究。发行人对品类进行分析后，选取或开辟具有发展前景的细分品类，通过与品牌生产厂商进行深度沟通提高对产品特性的理解，分析产品适用的场景和用户群体，对用户进行画像，将品牌与细分品类相关联，针对性地制定营销策略。“以品牌主导新分化的细分品类”是公司核心品牌产品销售推广的理念之一。

具体经营中，以迪巧系列产品为例：公司将补钙品类细分为中老年补钙品类及母婴补钙品类，并以迪巧品牌主导母婴补钙细分品类；同时，公司将补钙品类细分为国产补钙品类及进口补钙品类，并以迪巧品牌主导进口补钙细分品类；公司根据母婴细分人群的需求特点，将迪巧品牌定义为“进口钙领先品牌”，并辅以彩色卡通大象的标识，有效突出了迪巧原产于美国并为母婴人群定制这一独特的品牌定位，与竞争对手形成了显著差异。

B、针对处方药以外产品的品牌推广策略

针对处方药以外的产品，公司主要采用以下形式：首先，发行人通过在零售终端进行品牌展示，如陈列、促销活动等方式提高终端销售量；同时，发行人积极采用地面推广活动的方式对品牌产品进行推广，通过选取合适的营销场所（如商场、社区等）、针对特定的消费者群体（如孕妇、儿童等）进行推广，有效地提高推广效果，使潜在消费者提高对公司销售的品牌产品认知，从而达到提升产品销量的效果；最后，发行人积极探索通过互联网等新兴媒体替代传统媒体进行

品牌线上推广。公司是国内较早采用网络视频广告精准投放进行消费者教育的医药企业之一。经过多年对于新兴媒体营销方式的学习和尝试，公司对消费者进行细分和精准定位，通过主流视频网站贴片广告、垂直媒体网站广告、综艺节目及电台节目、新媒体宣传等多种方式进行品牌传递和沟通。

如：迪巧系列主要为补钙产品，公司负责迪巧系列全国范围内的品牌运营，包括零售渠道及医院渠道。公司为迪巧系列提供的服务情况包括以下方面：

序号	服务内容	主要工作
1	产品研发	协助生产厂家收集市场数据，撰写市场调研报告，反馈至生产厂家
2	产品定位 及营销策略制定	建立专业的营销策略团队，对产品的宏观市场、区域市场、消费能力、产品定位、消费定位等因素进行详细分析，并为品牌供应商制定竞争策略； 将迪巧系列定位于母婴市场，突出其进口钙的品牌特性，作为和同类竞争产品的差异化特征
3	产品采购 及生产计划	预测下游市场需求，向品牌供应商提交订单，品牌供应商根据公司预测安排采购及生产计划
4	推广活动 （店外活动）	1、在商场、社区、展览中心、酒店等允许营销推广的公众场所组织营销推广会议或促销活动，并设立展台或摆放促销展示，宣传产品特性，提高品牌知名度，最终达到提高品牌健康产品销量的目的； 2、迪巧定位于母婴钙市场，因此在针对于幼儿园、妇幼保健站、孕妇培训机构等特定市场，开展专题活动；
5	推广活动 （药店活动）	1、店员培训，通过向零售药店店员讲解产品特点，促进零售药店人员对产品的认知，提高店员对产品的推介效果； 2、零售药店陈列及促销，通过张贴宣传海报、搭建产品柜台等方式，吸引消费者，宣传产品；
6	学术会议	参与第三方组织的学术研讨会，行业大型会议、中国医师协会等政府机构主办的医学研究或医学教育会议、学术会议、研讨会、座谈会、讲座、科室会等，对产品进行全方位的营销传播； 迪巧系列为母婴补钙产品，因此重点开展骨科、妇产科、儿科等领域的学术会议；迪巧系列主要面向零售渠道，因此参加并赞助西普会、西鼎会等零售行业大型会议；
7	广告宣传	通过对产品受众的研究，利用多种综合宣传手段如综艺节目赞助/冠名、视频广告、电视广告、自媒体/新媒体传播等方式进行消费者教育，提升品牌健康产品在产品受众心目中的认知； 报告期内，发行人通过爸爸去哪儿、妈妈是超人等综艺节目、爱奇艺视频广告、音乐之声电台广告、楼宇广告、电梯广告等方式进行迪巧品牌宣传；

序号	服务内容	主要工作
8	产品分销 及经销商管理	1、挖掘市场需求，提升产品覆盖面。发行人目前已经形成一张具有 300 余家经销商的全国性医药商业网络，直接及间接覆盖了超过 12,000 家医院及 30 万家药店，借助发行人现有的渠道管理体系和对终端的覆盖能力，发行人能够持续推进产品在全国市场渠道销售； 2、在各省份地区配备商务团队，负责当地渠道的建设与维护，包括维持经销商关系、接受订单等； 3、由下游经销商处取得销售流向数据，公司数据管理部进行归集整理，从而保证产品销售能实现货款安全、流向清晰、覆盖充分以及价格稳定； 4、协助品牌供应商完成各地药品招投标工作。
9	应急响应	设计紧急应对措施和议案，以面对市场情况剧烈变化的情况。

C、针对处方药产品的品牌推广策略

对于处方药产品，发行人主要采用学术推广的方式进行宣传。具体包括以下方式：

发行人主动参与、组织或赞助医学行业学术会议、医院科室会等学术会议，组织相关领域专家向参会人员介绍产品相关的医学知识、最新临床研究成果及相关领域的最新动态，并接收、回复参会人员的反馈信息，提高医护人员对产品的认知，帮助医护人员及时、准确地了解、掌握产品的临床使用方法。

同时，发行人积极开展零售端的消费者教育活动。通过向零售端店员开展药事培训的方式，向店员介绍产品知识，提升店员对公司运营品牌产品的认知水平，协助药店店员更准确的了解相关产品的适应症情况，最终提升对患者的服务能力与服务水平。

如：哈乐系列为处方药，公司负责哈乐系列全国零售渠道的品牌运营。公司为哈乐系列提供的服务情况包括以下方面：

序号	服务内容	主要工作
1	产品定位 及营销策略制定	建立专业的营销策略团队，对产品的宏观市场、区域市场、消费能力、产品定位、消费定位等因素进行详细分析，并为品牌供应商制定竞争策略； 对哈乐系列，突出其原研药、进口药、国际知名大药厂生产的品牌特性，作为和同类竞争产品的差异化特征
2	产品采购 及生产计划	预测下游市场需求，向品牌供应商提交订单，品牌供应商根据公司预测安排采购及生产计划

序号	服务内容	主要工作
3	推广活动 （药店活动）	1、零售药店调研筛选。选择合适的零售药店进行产品销售。哈乐系列为治疗前列腺的处方药，中老年男性用户采购频次较高的零售药店，在销售哈乐系列产品时的表现更好。通过多年的零售市场销售经验，公司可以更有效率的选择合适的零售药店进行哈乐产品的销售； 2、零售药店推广。哈乐系列产品在较长时间内主要面向医院渠道销售，零售渠道对该类产品了解较低，公司通过向零售渠道进行品牌及产品介绍，可以联合药店共同挖掘潜在的用户需求，避免因零售药店供货不及时而流失患者的情况； 3、店员药事培训。通过向零售药店店员讲解产品特点，促进零售药店人员对产品的认知，提高零售药店对患者的服务能力，提升患者满意度；
4	产品分销 及经销商管理	1、零售药店库存管理。哈乐系列为处方药，零售药店销售周期较长，单店采购规模较小，单个零售药店难以在和上游医药生产厂商的谈判中获取有利的采购条件。公司可以汇集多家零售药店的需求，争取有利的采购条件，成为零售药店的“虚拟库存”中心，提高零售药店的库存管理效果。 2、挖掘市场需求，提升产品覆盖面。借助发行人现有的渠道管理体系和对终端的覆盖能力，发行人能够持续推进产品在全国市场渠道销售； 3、对通过经销商销售的产品，由下游经销商处取得销售流向数据，公司数据管理部进行归集整理，从而保证产品销售能实现货款安全、流向清晰、覆盖充分以及价格稳定；
5	应急响应	设计紧急应对措施和议案，以面对市场情况剧烈变化的情况。

（3）公司获取品牌商资源的主要途径

报告期内，发行人获取武田制药、迈蓝制药及安斯泰来三家供应商资源的原因如下：

①“带量采购”政策激发了零售渠道的品牌运营需求

2019 年 1 月 1 日，国务院办公厅制定《国家组织药品集中采购和使用试点方案》（国办发〔2019〕2 号），开展国家组织药品集中采购和使用试点。从政策实施的直接效果来看，进入集中采购的药品名录后，销售至医院时的药品价格普遍大幅下降。

带量采购政策对医院的原研药产品销售造成了较大的冲击。仿制药产品通过一致性评价后，在和原研药产品的竞争中具有明显的价格优势。带量采购政策的实施，迫使原研药生产商在降价和退出医药渠道中选择。最终，在带量采购政策

不断推进的行业背景下，越来越多的原研药生产厂商开始关注零售渠道市场，因此提出了对零售渠道品牌运营的需求。

对武田制药、迈蓝制药及安斯泰来等厂商，其主要的销售团队及销售网络以医院渠道为主，在零售渠道的推广及运营存在一定欠缺，因此需要专业的品牌运营商为其服务。

②发行人在零售市场具有成熟的品牌运营模式

基于对医药行业发展深刻理解，发行人较早洞察到了零售行业的市场潜力，提前布局在零售渠道的针对于处方药的品牌运营业务。在 2017 年，公司已经开始和武田制药就在零售渠道的品牌运营达成合作，探索零售渠道的品牌运营模式。

处方药在零售渠道的推广通常面临两方面的问题：其一，处方药的使用需要专业的指导，一般的零售药房难以自主选择符合其经营特点的处方药产品，无法形成有效的采购需求；其二，处方药的销售周期较长，药品效期相对较短，单个零售药店的采购规模较小，在和上游医药生产厂商的谈判中难以获取有利的采购条件。

为解决零售渠道推广处方药所面临的困难，公司深入探索处方药在零售渠道的品牌运营模式：一方面，通过全国范围内的专业推广团队，公司可以根据药品特点，为零售药店提供专业的药事培训，促使零售药店了解产品，激发零售药店的采购需求；另一方面，为解决零售药店在采购过程面临的不利局面，公司可以汇集多家零售药店的需求，统一和生产厂商谈判，争取有利的采购条件，成为零售药店的“虚拟库存”中心。

综上所述，受带量采购政策的影响，武田制药、迈蓝制药及安斯泰来产生了零售渠道品牌运营的需求。鉴于发行人在零售渠道品牌运营业务上的竞争优势，发行人可以获得优质的上游供应商资源。

（4）公司与相关品牌供应商合作具有稳定性

①迪巧系列

公司和美国安士从 2005 年开始合作，已经合作十余年，双方始终保持稳定的合作，实现了双方互利共赢，具备坚实的合作基础，合作的稳定性情况如下：

A、双方签署了长期合作协议并约定了严厉的违约责任

公司及美国安士（及其相关方）签署了长期有效的合作协议，合作协议有效期至 2068 年，双方合作具有稳定合作基础。

根据协议约定：美国安士不得在中国境内与百洋医药以外的第三方合作。如美国安士违反约定，给百洋医药造成损失的，美国安士应该按照违约事实发生前的历史最高年度百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向美国安士或中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向百洋医药支付违约补偿；如百洋医药违反约定，给美国安士造成损失的，百洋医药应该按照违约事实发生前的历史最高年度百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向美国安士或中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向美国安士支付违约补偿。

上述违约条款清晰且可执行、惩罚措施较重，减少了双方因单方面违约中断合作的可能性。

B、公司通过参股中山安士、委派董事、商标共有的方式加强合作的稳定性

公司通过直接及间接方式持有中山安士 27.94%股权，形成了中山安士由美国安士控股、公司参股的股权结构；

发行人向中山安士委派两名董事，占中山安士董事会人数的三分之一，可以通过董事会保障迪巧业务的合作稳定性；

根据合作协议：迪巧品牌注册商标由美国安士和公司共有，美国安士承诺，未经公司允许，不向任何第三方做出迪巧品牌注册商标使用权的实施许可，以及以该商标使用权的抵押、质押、出典等行为，亦不会在非合作产品上使用该等商标。如美国安士、中山安士违约停止与发行人合作，则发行人将自动、无需给付任何报酬和补偿地取得对“迪巧”商标用于其独占生产、销售的补钙产品的使用许可。

参股中山安士、委派董事及商标共有系发行人保护自身权益的防御性行为，

可以使发行人进一步加强和美国安士及中山安士合作的稳定性。

C、美国安士不存在寻找替代运营商的动力

a、发行人品牌运营取得良好效果

发行人在中国大陆地区推广与销售迪巧产品已超过 15 年时间。在多年的营销过程中，迪巧品牌的价值因发行人的培育和推广得到了极大的提升，迪巧产品的年总收入也从合作初始时的不足 1 亿元增加到报告期内的年均 11 亿元以上。

发行人对迪巧系列产品的品牌运营效果良好，寻找替代运营商难以实现和发行人相同的品牌运营效果。

b、现有的利益格局符合行业合理水平

经对比同行业可比公司，安士系公司和主要竞争对手朗迪的利润率水平基本一致；百洋医药在品牌运营环节的利润率水平亦同行业可比公司基本一致，双方的利益格局符合行业特点，具有合理性。

通过稳定的运营模式，迪巧系列产品为合作各方均带来了稳定的收益，维持现有的利益格局对各方都有利。更换合作方可能带来的市场波动风险是各方不愿意承受的，不具有经济效益，因此其不具备更换合作方的动机，各方合作具有稳定性。

c、美国安士寻找替代运营商的难度较大

I、迪巧产品所需推广投入较高，安士系公司不具备在中国地区独立对外推广和销售的能力

发行人在迪巧产品的销售与推广流程中起到承上启下的关键节点作用：一方面，发行人负责下游经销商渠道的维护，根据下游经销商的需求向中山安士采购产品；另一方面，发行人负责迪巧产品在全国范围内的消费者教育工作，从提高消费者对品牌的认知程度出发以提高迪巧产品的销量。

安士系公司不具备取代发行人，自主对外推广及销售的能力，具体分析如下：

i、人员投入

为完成迪巧系列的品牌运营工作，发行人自成立以来即非常重视渠道管理体系和品牌销售及推广能力建设，经过多年的积淀，已建立起一套从总部到分支机构系统的渠道管理体系，在各大省份均配备了地面推广团队和商务团队，截至报告期末，发行人于全国各主要省市配备销售及销售支持人员超过 1,700 人。

美国安士在中国境内的子公司中山安士业务主要为药品生产，总人数在 300 人左右，并未配置迪巧业务的销售人员。安士系公司的现有人员状况无法支撑自主进行推广迪巧系列。

ii、资金投入

迪巧系列主要为钙片产品，产品属性类似快消品，市场同类产品极多，市场竞争非常激烈。为了保持产品竞争力，发行人需要通过全国范围内的销售团队持续对迪巧品牌进行推广宣传，开展一系列的学术会议及推广活动，并通过广告媒体进行持续宣传，发行人每年为迪巧系列发生的直接销售费用即将近 5 亿元。

美国安士在中国境内的子公司中山安士资产规模较小，截至 2020 年 12 月 31 日，中山安士总资产规模为 6.08 亿元，2018 年度-2020 年度的平均营收为 5.06 亿元，其自有资产及资金实力无法支持迪巧系列的市场投入支出。

iii、经销商及渠道管理能力

为了实现迪巧系列产品在全国范围内的销售，百洋医药长期致力于渠道管理体系建设，已建立起一套从总部到分支机构系统的渠道管理体系。公司拥有完整的供应链管理信息系统，可以执行货物流、票据流、货款流等的多功能查询和管理，并对各营销网点和各级经销商经营数据进行分析与管理，对经销网络和终端销售情况具有完整、可靠的掌控能力。

迪巧系列销售规模过 10 亿，百洋医药目前管理了超过 200 家的迪巧产品经销商，销售终端覆盖全国数十万家药店。维护迪巧产品的市场秩序对经销商及渠道管理能力需求较高。而安士系公司从未有过管理如此庞大经销网络及销售渠道的经验，其管理人员及供应链管理系统亦无法满足需求，因此无法独立承担迪巧系列的市场推广。

综上，安士系公司不具有自主推广迪巧系列的人员实力、资金实力及管理能

力，公司与美国安士及中山安士的合作具有稳定性和可持续性。

II、寻找其他类似厂商对公司进行替代难度较大

百洋医药是国内零售渠道的最具竞争实力的品牌运营商之一，和百洋医药具有同等品牌运营能力的全国性专业品牌运营商较少。安士系公司寻找其他类似厂商对公司进行替代难度较大，因为具体分析如下：

根据中康咨询统计，我国零售渠道销售量及品牌知名度领先的化学药情况如下：

商品名	通用名	功效	生产厂家
钙尔奇	碳酸钙维 D3 元素片	钙制剂	惠氏制药
朗迪	碳酸钙 D3 片	钙制剂	振东制药（300158）
锌钙特	葡萄糖酸钙锌口服溶液	维生素/矿物质	华润三九（000999）
伊可新	维生素 AD 滴剂（胶囊型）	维生素/矿物质	山大华特（000915）
悦而	维生素 D 滴剂（胶囊型）	维生素/矿物质	青岛双鲸药业股份有限公司
星鲨	维生素 D 滴剂（胶囊型）	维生素/矿物质	中国医药（600056）
芬必得	布洛芬缓释胶囊	非甾体抗炎药	葛兰素史克
乳酸菌素片	乳酸菌素片	胃肠道用药	江中药业（600750）
快克	复方氨酚烷胺胶囊	感冒药	海南亚洲制药股份有限公司
金达克宁	酮康唑乳膏	皮肤病用药	强生制药
感康	复方氨酚烷胺胶片	感冒药	吉林省吴太感康药业有限公司
妈咪爱	枯草杆菌二联活菌颗粒	胃肠道用药	韩国韩美集团
迪巧	维 D 钙咀嚼片	钙制剂	美国安士

注：上述排名不分先后。

上述产品的销售渠道情况如下：

商品名	生产厂家	销售方式
钙尔奇	惠氏制药	全球领先的医药企业，具有全国范围内的销售渠道
朗迪片	振东制药（300158）	以学术推广、会议营销作为主要营销手段，以经销作为主要销售模式在医院市场，康远制药拥有专业化的学术推广营销队伍。
锌钙特	华润三九（000999）	医药流通行业龙头之一，具有全国范围内的销售渠道
伊可新	山大华特（000915）	建立了覆盖全国主要地区的销售网络，有一支非常优秀的销售队伍，在市场策划、学术推广、商务渠道、终端建设各环节都积累了丰富的实战经验
悦而	青岛双鲸药业股份有限公司	公司的销售网络由公司内部营销团队、CSO 公司、经销商和连锁药店组成，截至 2018 年 12 月 31 日，公司拥有

商品名	生产厂家	销售方式
		销售人员 206 人，占员工总数比例为 36.27%。
星鲨	中国医药（600056）	医药流通行业龙头之一，具有全国范围内的销售渠道
芬必得	葛兰素史克	全球领先的医药企业，具有全国范围内的销售渠道
乳酸菌素片	江中药业（600750）	销售主要采取经分销商覆盖为主、大型连锁战略合作及大型商超直营等为辅的方式，公司主要负责产品的广告及宣传投入，并参与终端扩展、促销及客户维护等。公司也积极探索和发展电商销售平台作为补充
快克	海南亚洲制药股份有限公司	-
金达克宁	强生制药	全球领先的医药企业，具有全国范围内的销售渠道
感康	吉林省吴太感康药业有限公司	公司销售网络遍布全国一二类城市及第三终端，拥有现拥有员工 3,000 余人
妈咪爱	韩国韩美集团	设有遍布全国的销售团队，销售团队遍及国内各省、自治区、直辖市及数百个市、县。
迪巧	美国安士	通过百洋医药全面代理

注：上市公司销售方式来源于其公开披露资料；康远制药销售方式来源于 2016 年振东制药收购康远制药的重组报告书；青岛双鲸药业股份有限公司销售方式来源于其 2019 年度披露的招股说明书；吉林省吴太感康药业有限公司、韩国韩美集团销售方式来源于其官网；葛兰素史克、惠氏制药、强生制药的销售方式来源于行业公开信息；海南亚洲制药股份有限公司销售方式未查询到。

化学药品在我国零售渠道的竞争激烈，尽管行业中有较多的品牌运营商，但和百洋医药具有类似的核心竞争力，具备打造及管理 10 亿元以上规模产品能力的品牌运营商相对稀缺，安士系公司难以寻求和百洋医药具有同等品牌运营实力的厂商进行替代。

综上所述，发行人迪巧系列的品牌运营业务具有稳定性及持续性。

②泌特系列

公司和扬州一洋从 2006 年开始合作，已经合作十余年，双方始终保持稳定的合作，实现了双方互利共赢，具备坚实的合作基础，合作的稳定性情况如下：

A、双方签署了长期合作协议并约定了严厉的违约责任

公司及扬州一洋签署了长期有效的合作协议，合作协议有效期至 2040 年（最长），双方合作具有稳定合作基础。

根据协议约定：如协议有效期内，扬州一洋向百洋医药或百洋医药指定第三

方以外的其他机构销售泌特系列产品，扬州一洋应按百洋医药上年度泌特系列产品向扬州一洋回款总额给予百洋医药经济赔偿；如扬州一洋违反上述承诺给百洋医药造成经济损失的，扬州一洋应该按照违约事实发生前的历史最高年度扬州一洋收取的品牌运营服务费的十倍向百洋医药支付违约金。

上述违约条款清晰且可执行、惩罚措施较重，减少了双方因单方面违约中断合作的可能性。

B、现有的合作方式实现了共赢，更换合作方具有重大风险

泌特系列产品由扬州一洋生产、百洋医药进行全面营销的业务合作模式从2006年开始运行至今已经15年之久。合作之初，泌特系列产品尚未在中国大陆形成销售；2019年度，泌特系列产品在全国的年销售量已超过1,000万盒，受到了医生和患者的广泛认可。

通过稳定的运营模式，泌特系列产品为合作各方均带来了稳定的收益，维持现有的利益格局对各方都有利。对扬州一洋，泌特系列产品是其最重要的盈利来源，更换合作方可能带来的市场风险是其难以承受的，因此其不具备更换合作方的动机，各方合作具有稳定性。

C、扬州一洋寻找泌特产品替代运营商的难度较大

a、发行人品牌运营效果良好

发行人与扬州一洋合作初期，泌特产品的品牌影响力和销量均较低。发行人通过对泌特产品的功效进行定位，率先将“消化不良”进一步区分为物理性消化不良及化学性消化不良，并通过学术会议、消费者教育等方式对泌特产品进行推广，具体包括大型学术推广会议、科室研讨会等，最终成功使“泌特”主导了国内化学性消化不良这一细分领域。

发行人对泌特系列产品的品牌运营效果良好，寻找替代运营商难以实现和发行人相同的品牌运营效果。

b、扬州一洋不具备在中国大陆地区独立对外推广和销售泌特产品的能力

截至报告期末，发行人于全国各主要省市配备销售及销售支持人员超过

1,700 人。扬州一洋的主要业务为药品生产，其销售人员规模较小，不足以支撑其在中国大陆地区独立对外推广和销售泌特产品，亦不易寻找到与发行人具有相当水平、经验且有能力和意愿在推广及销售泌特产品上投入同等级人力的公司。

发行人在泌特产品的销售与推广流程中起到承上启下的关键节点作用。一方面，发行人负责下游经销商渠道的维护，根据下游经销商的需求向扬州一洋采购产品；同时，发行人负责泌特产品在全国范围内的学术推广工作，主要从提高学术界和医生对泌特产品的关注和认知入手以提高泌特产品的销量。由于泌特产品在全国范围的销售渠道目前系发行人联系和维护，且下游经销商主要为各地区的配送商，泌特品牌的价值与其之间没有直接利益联系，因此该等经销商普遍不具有推广泌特产品的能力和动机，扬州一洋难以直接依赖该等经销商进行泌特产品的推广工作。

综上所述，从泌特产品相关协议的期限、具体条款、扬州一洋寻找泌特产品替代代理商的难度以及泌特产品目前的市场地位等方面看，由于发行人在泌特产品的销售与推广流程中起到了难以替代的重要作用，使得生产厂家和经销商均难以摆脱发行人进行泌特产品的销售及推广，公司与扬州一洋的合作具有稳定性和可持续性。

③武田系列、迈蓝系列及哈乐系列

武田系列、迈蓝系列及哈乐系列是发行人报告期内新增的运营品牌，合作的稳定性情况如下：

A、选择与公司合作，有利品牌厂商的业务开展

对武田制药、迈蓝制药及安斯泰来三家生产厂商，三家厂商现阶段在中国市场的零售渠道投入较低，不具备完整的销售渠道管理体系和成熟的销售及商务人员，若要重新开拓零售渠道市场，会面临较高的市场投入及市场风险，不具有经济性。因此，上述厂商在短期内不会选择自建零售销售渠道进行自主推广。

因此，上述品牌厂商选择与品牌运营厂商合作，符合其利益需求。

B、品牌厂商对发行人高度认可

a、武田系列产品

武田系列是发行人零售渠道品牌运营的合作模式下运营的第一个品牌。2017年，武田制药和发行人签署合作协议，武田制药一次性将潘妥洛克、达克普隆、倍欣、艾可拓、必洛斯、普托平 6 个产品的全国零售渠道运营交付发行人，运营期限从 2017 年持续至 2022 年，充分体现了其对发行人的认可。

2017 年合作以来，发行人每年均完成了双方约定的合作目标，保持了良好的合作关系。

b、哈乐系列产品

2019 年，发行人和安斯泰来就哈乐系列产品的销售达成合作，合作期限为 2019 年至 2022 年。2019 财年（日本财年期间为 2019 年 4 月 1 日-2020 年 3 月 31 日），发行人即完成销售 20,833.26 万元，是合同约定考核目标的 221.63%，合作效果远超预期。

基于良好的合作效果，2020 年 7 月 6 日，发行人和安斯泰来签订了《补充协议》，约定将双方的合作期限延长至 2025 年 3 月 31 日。签署补充协议，体现了安斯泰来对发行人品牌运营业务的认可，保障了双方合作的稳定。

c、迈蓝系列产品

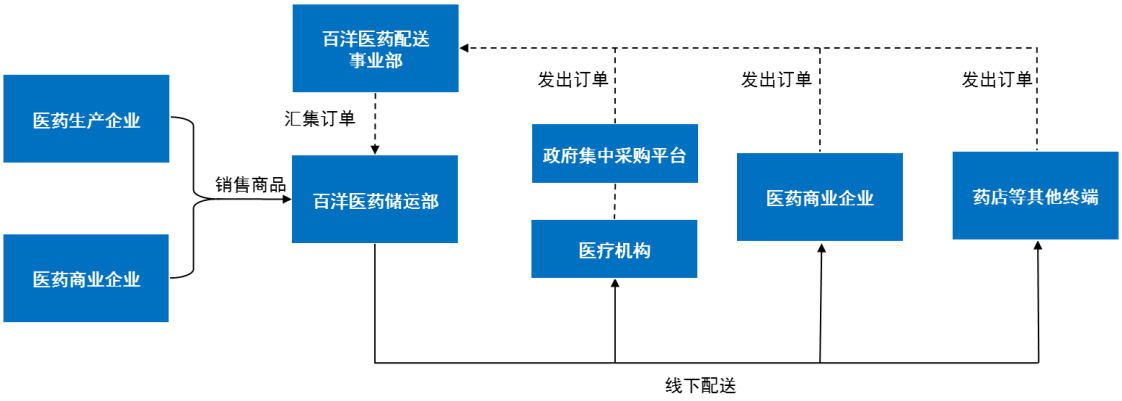
2018 年末，发行人与迈蓝制药建立品牌运营合作关系；2019 年度，发行人为迈蓝制药的利加隆及维骨力产品提供品牌运营服务；2019 年 12 月，发行人成为迈蓝制药维固力产品的品牌运营商，进一步加深了和迈蓝制药的品牌合作关系。不断和发行人建立新品牌的合作关系，也体现了迈蓝制药对发行人的认可，保障了双方合作的稳定。

2、批发配送业务

公司医药产品批发配送的业务范围主要以青岛、北京为中心，辐射周边地市的二级以上医院、社区诊所及药房等，批发配送的产品包括药品、中药饮片、医疗器械、诊断试剂、医用耗材等。

公司在青岛、北京及周边地区拥有完善的物流配送网络、仓储空间和分拣设

备，通过线下渠道对各类终端进行销售及配送。依托于完善的物流配送网络、先进的物流设备和管理信息系统，截至本招股说明书签署日，公司批发配送的产品品规超过 8,500 余个，直接客户包括约 270 家二级及以上医疗机构，超过 1,000 家民营医院及社区诊所，超过 1,100 家单体药房、连锁药房等。

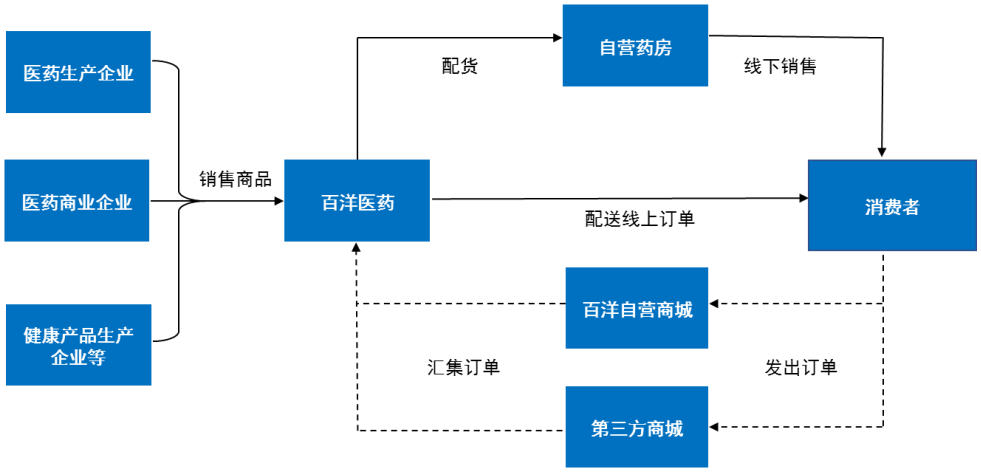


3、零售业务

公司通过线下自营药房与线上销售相结合的方式对消费者直接销售医药产品。

公司线下自营药房分为 DTP 药房与社会药房。其中 DTP 药房销售产品以处方药为主；社会药房销售产品以医药和医疗器械产品为主，还包括保健食品、化妆品等多种商品，以满足消费者的多样化需要。公司线上销售业务主要分为以“百洋商城”为主的自营渠道和在天猫、京东等知名第三方电商平台上开设的医药电商旗舰店。

公司通过了解用户需求向上游供应商采购产品，并通过自营药房、网上商城等多种形式将产品直接销售至终端消费者，具体流程如下：



（二）公司经营模式

1、盈利模式

公司主要通过产品买卖差价的方式实现盈利，即公司向上游采购相关产品后自行销售，提供服务的价值以产品的销售价格与采购价格之间的差异体现。

对品牌运营业务，公司还存在以收取服务费的方式实现盈利的情况。即公司向上游企业提供品牌运营服务后，上游根据公司提供的运营服务及实现的销售情况，向公司支付服务费，作为公司品牌运营的报酬。服务费的收取一般和公司的推广效果直接相关。

2、采购模式

（1）品牌运营业务

公司采购部门根据公司经营发展战略，制定采购组合策略方案；结合销售运营规划，编制采购计划，按时实施采购，降低采购成本；通过与品牌供应商的沟通机制，掌握生产动向，稳定上游供货渠道，加强公司存货管理。

（2）批发配送业务及零售业务

公司依据下游市场状况和终端客户需求等因素选定上游生产企业或商业企业，在调研医院临床用药需求和药店销售情况的基础上，综合考虑各个厂家的品牌优势、市场价格、销售政策等情况，选择合适的供货商采购产品。在采购新品种与高值品种时采用少量试销的策略，以减少产品滞销、库存积压、资金被长期

占用的风险。

3、销售模式

（1）品牌运营业务

品牌运营业务分为直销和经销两种销售模式：

①基本情况

公司的经销模式均为买断式经销。经销模式的主要客户为全国范围内的品牌产品经销商（主要为大型医药流通商，如九州通、国药股份等）。公司通过考察经销商在当地和业内的知名度、影响力、终端覆盖能力、回款能力等因素，选定经销商，并与其签订供货框架协议。在经销模式下，公司主要负责产品的消费者教育、产品学术推广、营销策划、渠道管理等，经销商主要负责产品的配送。

直销模式的主要客户为公司自建配送体系区域的终端客户及全国范围内的零售终端。

报告期内，公司品牌运营业务经销及直销收入情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
经销收入	148,495.01	68.55%	134,072.34	67.24%	119,900.74	71.74%
直销收入	68,139.17	31.45%	65,331.90	32.76%	47,225.57	28.26%
合计	216,634.19	100.00%	199,404.24	100.00%	167,126.31	100.00%

从上表来看，发行人经销收入占比略有下降。主要原因为：由于两票制实施，部分经销商向品牌商直接采购，发行人直销收入中收取的品牌服务费增加，经销收入因此减少。

②经销业务情况

A、经销商的区域分布情况

报告期内，公司经销商家数按地域分布及变化情况如下表所示：

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比

区域	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
山东省	**94**	**9.42%**	85	7.94%	78	10.86%
华北地区	**213**	**21.34%**	241	22.50%	205	28.55%
华东地区（除山东省外）	**133**	**13.33%**	207	19.33%	123	17.13%
华中地区	**150**	**15.03%**	107	9.99%	50	6.96%
华南地区	**109**	**10.92%**	120	11.20%	76	10.58%
西南地区	**102**	**10.22%**	115	10.74%	62	8.64%
西北地区	**74**	**7.41%**	88	8.22%	51	7.10%
东北地区	**123**	**12.32%**	108	10.08%	73	10.17%
合计	**998**	**100.00%**	**1,071**	**100.00%**	**718**	**100.00%**

报告期内各期公司经销商的区域分布，以华东地区和华北地区为主，在华中、华南、西南、西北及东北地区的分别基本均衡。

B、按照销售金额，经销商分层情况及变动原因；

按照销售金额，报告期各期发行人经销商分层情况如下表所示：

销售规模	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
1,000 万元以上	**39**	**3.91%**	28	2.61%	35	4.87%
100-1,000 万元	**176**	**17.64%**	176	16.43%	123	17.13%
100 万元以下	**783**	**78.46%**	867	80.95%	560	77.99%
合计	**998**	**100.00%**	**1,071**	**100.00%**	**718**	**100.00%**

报告期内，随着公司品牌运营业务规模的不断扩大，公司经销商数量总体上呈增长趋势。

（2）批发配送业务

医药批发配送模式的主要客户为以青岛、北京为中心辐射周边地市的二级以上医院、社区诊所及药房等。部分产品对全国范围内的连锁及零售药房进行直供。

（3）零售业务

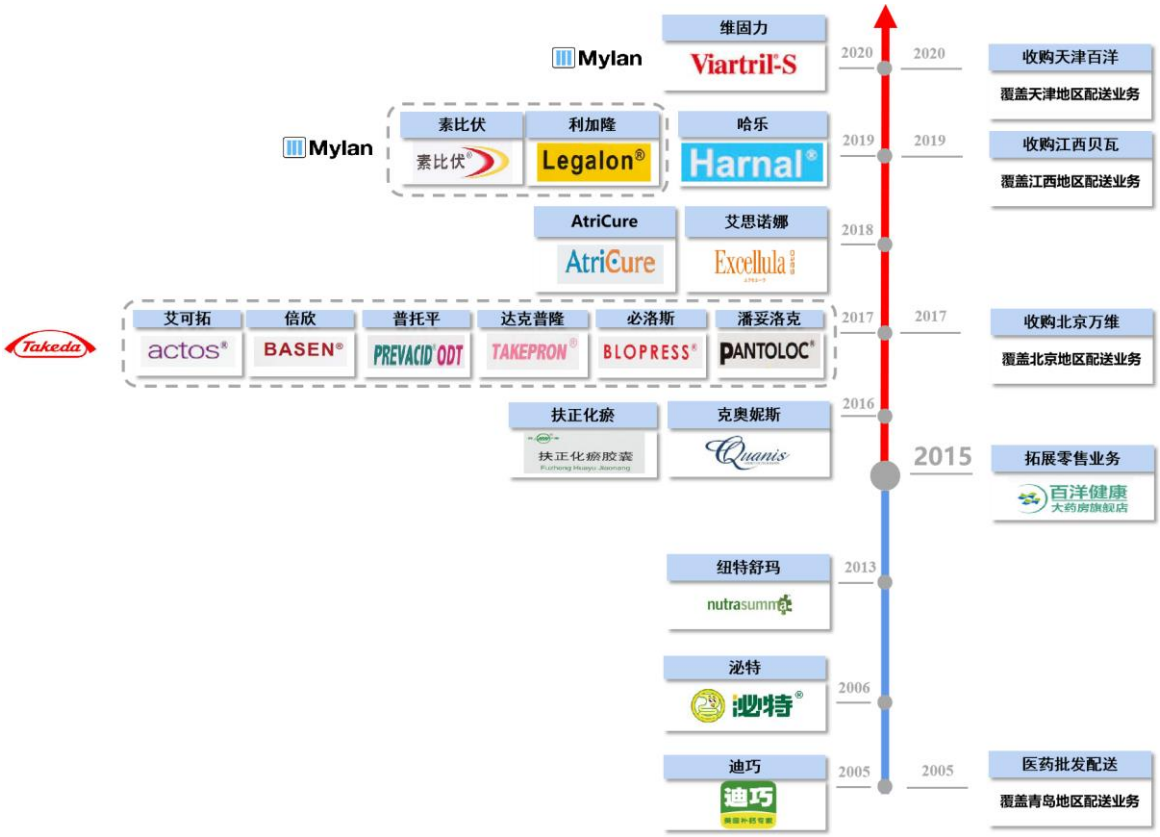
公司通过线下自营药房与线上销售相结合的方式对消费者直接销售医药产品。

公司线下零售模式主要通过自营连锁药房对顾客销售药品，所销售药品以处

方药为主，辅以 OTC 药品、医疗器械、计生用品等产品。通过开设 DTP 药房，作为医院现有门诊药房或住院药房的有益补充。

公司通过百洋商城和在天猫、京东等知名第三方电商平台上开设的医药电商旗舰店进行线上零售。通过对不同销售渠道采取不同的销售策略，精准锁定关注不同方面的客户群体。

三、公司设立以来主营业务、主要产品及服务、主要经营模式的演变情况



自设立以来，公司的主营业务的演变可分为两个阶段：第一阶段，在 2005 年至 2015 年期间，公司以运营迪巧、泌特两个品牌为核心业务。在本阶段，发行人积累了丰富的零售渠道品牌运营经验，为后续专注于零售渠道的发展奠定了基础；第二阶段，2015 年至今，发行人顺应国家医药改革方向，结合自身业务基础，形成了专注于零售渠道的产品销售的业务特点，不断丰富运营品牌的数量。

（一）2005 年-2015 年，业务探索及成长阶段

在 2005 年至 2015 年期间，公司以运营迪巧、泌特两个品牌为核心业务。

业务开展初期，迪巧、泌特均属于初创品牌。经过公司 10 余年的运营，迪巧及泌特已成为国内的知名品牌，在各自细分领域的竞争中处于领先位置：根据中国非处方药物协会发布的数据，2015 年至 2017 年，迪巧维 D 钙咀嚼片在中国非处方药产品综合统计排名-维生素与矿物质类产品中排行第二，2018 年排名第一，2019 年排名第二；2019 年度，泌特系列产品在全国的年销售量已超过 1,000 万盒，受到了医生和患者的广泛认可。

伴随着迪巧、泌特两个品牌运营的成功，公司形成了品牌运营业务的核心竞争力，具体包括：

1、为不同生命周期品牌提供运营服务的能力。公司为迪巧、泌特品牌从初创到行业领先品牌的发展过程提供了整套的运营服务，积累了为不同生命周期的品牌进行运营的成功经验；

2、为不同类型品牌提供运营服务的能力。迪巧为非处方药产品，品牌运营可以采用社区推广、商场推广、媒体广告等多种方式；泌特为处方药产品，主要推广方式为医学会议，药店医师培训等。因此，公司积累了为不同类型品牌进行运营的成功经验。

3、为不同渠道品牌提供运营服务的能力。迪巧主要通过零售药店渠道销售，泌特主要通过医院渠道销售。在长期推广过程中，公司建立了全国范围内的经销商网络，直接及间接覆盖了超过 12,000 家医院及 30 余万家药店，具备了为不同渠道品牌提供运营服务的能力。

在发展的前十年，公司的品牌运营业务围绕迪巧、泌特两个产品，具备了为品牌运营提供全周期、多品类、多渠道的服务能力，建立了与上下游成熟的沟通机制，打造了信息化的管理体系，完成了品牌运营业务的前期摸索及积累，形成了成熟的品牌运营模式。

（二）2015 年至今，业务复制及成熟阶段

伴随着医药行业发展，医药改革的不断深入，我国医药行业的市场格局亦产生相应的变化：中国医药行业规模逐年增长，促使国外医药生产厂商加大了对中

国市场的开拓力度；国家陆续发布加快新药上市审评审批、促进药品创新和仿制发展的政策，医药产品的种类逐渐丰富；同时，随着时代的变迁和人民生活水平的提高，以及在其他行业服务更加多样化和人性化的影响下，消费者对于医药服务也提出了更高的要求。为消费者提供具有针对性、专业性的医药产品及服务逐渐成为行业发展的趋势。

在 2005 年-2015 年的业务探索及成长阶段，公司的业务以上游产品驱动下游的方式开展，即为优质的产品寻求下游客户资源。随着公司品牌运营业务的成熟，销售渠道网络的建成，2015 年以来，公司的业务以下游客户需求驱动上游的方式开展，即根据终端客户的需求寻求上游优质产品，不断丰富公司运营的品牌矩阵。

具体而言，经过前期的积累探索，公司的品牌运营业务模式已经稳定成熟，公司以医药产品商业化平台的方式，更加关注平台的开放性及包容性，逐步将多年积累的销售渠道及客户资源向上游的医药产品制造商开放，积极探索并建立可复制的商业化品牌运营模式，吸引上游品牌合作，迅速实现品牌的商业化。从 2015 年至今，公司运营的品牌数量实现了大幅增长，合作的厂商包括武田制药、迈蓝制药、安斯泰来等全球知名的医药企业。

同时，围绕下游消费者的需求，公司对品牌的筛选也更加具有针对性。基于对医药行业发展的趋势及客户需求的理解，公司不断丰富运营的品牌种类与数量，形成了包括处方药、非处方药、膳食营养补充剂及医美产品的品牌矩阵，致力于为消费者提供整体的医疗服务解决方案。

未来，公司将以商业化平台的方式，通过越来越多的成功案例，进一步提升公司的行业影响力，为医药产品提供商业化的整体解决方案。

四、生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司主营业务是为医药产品生产企业提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，不涉及自主生产情况，各业务环节亦不产生废气、废水等污染物。

五、公司所处行业的基本情况

公司主营业务是为医药产品生产企业提供营销综合服务，包括为客户提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售。根据国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所属行业为批发业中的医药及医疗器材批发（分类代码 F515）；根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为批发业（分类代码 F51）。

（一）行业主管部门和行业监管体制

1、行业主管部门及监管体制

医药流通行业的主管部门主要包括国家发改委、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局、国家药品监督管理局及商务部。其中：

国家发改委负责医药行业的发展规划、项目立项备案及审批、医药企业的经济运行状况的宏观管理和指导，并负责对药品的价格进行监督管理；

国家卫生健康委员会主要职责是拟订国民健康政策，协调推进深化医药卫生体制改革，组织制定国家基本药物制度，监督管理公共卫生、医疗服务和卫生应急，负责计划生育管理和服务工作，拟订应对人口老龄化、医养结合政策措施等；

国家市场监督管理总局主要职责是负责市场综合监督管理，组织市场监管综合执法工作，规范和维护市场秩序，组织实施质量强国战略，负责工业产品质量安全、食品安全、特种设备安全监管等。

国家药品监督管理局主要负责药品、医疗器械和化妆品安全监督管理，拟订监督管理政策规划，组织起草法律法规草案，拟订部门规章；组织制定、公布国家药典等药品、医疗器械标准，组织拟订化妆品标准，组织制定分类管理制度并监督实施；参与制定国家基本药物目录，配合实施国家基本药物制度；制定注册管理制度，严格上市审评审批；制定检查制度，依法查处药品、医疗器械和化妆品注册环节的违法行为，依职责组织指导查处生产环节的违法行为。

商务部门主要负责研究制定药品流通行业发展规划、行业标准和有关政策，配合实施国家基本药物制度，提高行业组织化程度和现代化水平，逐步建立药品

流通行业统计制度，推进行业信用体系建设，指导行业协会实行行业自律，开展行业培训，加强国际合作与交流。

2、行业自律组织

医药商业行业的行业自律组织主要包括中国医药商业协会及中国医药企业管理协会。

中国医药商业协会是 1989 年经民政部批准成立的全国医药商业社会团体法人组织。作为医药流通企业的全国性行业组织，协会积极参与政府决策和政策法规调研，反映企业诉求，维护行业利益和企业合法权益；开展行业自律管理和诚信建设；组织国内外交流、考察、培训活动；介绍企业改革、管理经验，在行业内推动医药供应链管理；开展行业基础信息调查研究，进行医药市场发展趋势分析预测，引领行业向规模化、集约化、现代化、国际化方向发展。

中国医药企业管理协会于 1985 年 7 月成立，经民政部登记注册。中国医药企业管理协会是全国性的非营利性社会团体法人组织，负责宣传贯彻党的各项方针政策，推动企业管理现代化和生产技术现代化，为医药企业和医药企业家服务，在政府和企业之间发挥桥梁和纽带作用。

（二）行业主要法律法规及规范性文件

1、法律法规

我国医药行业管理的主要法律法规为《中华人民共和国药品管理法》及其实施条例。该管理法主要涉及药品生产企业管理、药品经营企业管理、药品包装的管理、药品价格和广告的管理等内容规范，具体如下：

（1）药品生产企业管理

开办药品生产企业，须经企业所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准并发给《药品生产许可证》。无《药品生产许可证》的，不得生产药品。《药品生产许可证》应当标明有效期和生产范围，到期重新审查发证。经省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准，药品生产企业可以接受委托生产药品。

（2）药品经营企业管理

开办药品批发企业，须经企业所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准并发给《药品经营许可证》；开办药品零售企业，须经企业所在地县级以上地方药品监督管理部门批准并发给《药品经营许可证》。无《药品经营许可证》的不得经营药品。《药品经营许可证》应当标明有效期和经营范围，到期重新审查发证。药品监督管理部门批准开办药品经营企业，还应当遵循合理布局和方便群众购药的原则。

（3）药品包装的管理

直接接触药品的包装材料和容器，必须符合药用要求，符合保障人体健康、安全的标准，并由药品监督管理部门在审批药品时一并审批。药品包装必须适合药品质量的要求，方便储存、运输和医疗使用。药品包装必须按照规定印有或者贴有标签并附有说明书。

（4）药品价格和广告的管理

依法实行市场调节价的药品，药品的生产企业、经营企业和医疗机构应当按照公平、合理和诚实信用、质价相符的原则制定价格，为用药者提供价格合理的药品。药品广告须经企业所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准，并发给药品广告批准文号；未取得药品广告批准文号的，不得发布。

2、规范性文件

国家相关主管部门对医药商业行业执行了严格的许可准入制度，并对流通各环节进行了具体规范，主要管理制度及规范性文件如下：

（1）药品经营许可证制度

食药监局于 2004 年 4 月 1 日起施行《药品经营许可证管理办法》（局令第 6 号），其中省、自治区、直辖市（食品）药品监督管理部门负责本辖区内药品批发企业《药品经营许可证》发证、换证、变更和日常监督管理工作，并指导和监督下级（食品）药品监督管理机构开展《药品经营许可证》的监督管理工作。

（2）药品流通监督管理

食药监局于 2007 年 5 月 1 日起施行《药品流通监督管理办法》（局令第 26 号），该办法规定药品生产、经营企业、医疗机构应当对其生产、经营、使用的药品质量负责。药品生产、经营企业不得为他人以本企业的名义经营药品提供场所，或者资质证明文件，或者票据等便利条件。药品生产、经营企业不得采用邮售、互联网交易等方式直接向公众销售处方药。药品生产、经营企业在确保药品质量安全的前提下，应当适应现代药品流通发展方向，进行改革和创新。

（3）药品经营质量管理规范

食药监局于 2000 年 7 月 1 日首次施行《药品经营质量管理规范》（简称 GSP），并于 2015 年 6 月 25 日起施行新版《药品经营质量管理规范》。该规范目的为加强药品经营质量管理，规范药品经营行为，保障人体用药安全、有效。该规范是药品经营管理和质量控制的基本准则，企业应当在药品采购、储存、销售、运输等环节采取有效的质量控制措施，确保药品质量。药品生产企业销售药品、药品流通过程中其他涉及储存与运输药品的，也应当符合该规范相关要求。

2016 年 7 月 20 日，食药监局发布了《食药监局关于修改<药品经营质量管理规范>的决定》，公布了新修改《药品经营质量管理规范》，强调加快推进重要产品追溯体系建设的意见，促进建设来源可查、去向可追、责任可究的药品全链条追溯体系。

2019 年 8 月 26 日，第十三届全国人大常委会第十二次会议修订了《中华人民共和国药品管理法》，自 2019 年 12 月 1 日起施行。根据国家药监局关于贯彻实施《中华人民共和国药品管理法》有关事项的公告（2019 年第 103 号），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。

（4）药品招标采购与配送管理

2015 年 2 月 9 日，国务院下发了《国务院办公厅关于完善公立医院药品集中采购工作的指导意见》（国办发〔2015〕7 号），为贯彻落实该指导意见，国家卫计委于 2015 年 6 月 19 日发布《国家卫生计生委关于落实完善公立医院药品集中采购工作指导意见的通知》（国卫药政发〔2015〕70 号）。

两份文件明确，全面构建药品集中采购新机制，实行一个平台、上下联动、公开透明、分类采购，进一步完善双信封评价办法；改进医院药款结算管理，医院从药品交货验收合格到付款的时间不得超过 30 天，鼓励医院与药品生产企业直接结算药品货款、药品生产企业与配送企业结算配送费用；完善药品供应配送管理，药品可由中标生产企业直接配送或委托有配送能力的药品经营企业配送到指定医院；加快推进采购平台规范化建设，规范医院药品使用管理，加强公立医院改革试点城市药品采购指导等。

2016 年 12 月 26 日，国务院医改办、国家卫计委、食药监局、国家发改委、工信部、商务部、国家税务总局、国家中医药管理局制定公布《国家卫生计生委印发关于在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见（试行）的通知》。文件明确推行“两票制”重要意义，界定标准，实施范围等。

2017 年 2 月 9 日，国务院办公厅下发了《国务院办公厅关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》（国办发〔2017〕13 号），文件明确提出整合药品仓储和运输资源，支持药品流通企业跨区域配送，加快形成以大型骨干企业为主体、中小型企业为补充的城乡药品流通网络。鼓励药品流通企业批发零售一体化经营。推行药品购销“两票制”。综合医改试点省（区、市）和公立医院改革试点城市要率先推行“两票制”，鼓励其他地区实行“两票制”，争取到 2018 年在全国推开。

2019 年 1 月 1 日，根据党中央、国务院部署，为深化医药卫生体制改革，完善药品价格形成机制，开展国家组织药品集中采购和使用试点，国务院办公厅制定《国家组织药品集中采购和使用试点方案》（国办发〔2019〕2 号）。按照国家组织、联盟采购、平台操作的总体思路，即国家拟定基本政策、范围和要求，组织试点地区形成联盟，以联盟地区公立医疗机构为集中采购主体，探索跨区域联盟集中带量采购、以量换价、招采合一、保证使用。通过招标、议价、谈判等不同形式确定的集中采购品种。

2019 年 9 月 25 日，为贯彻落实党中央、国务院决策部署，扩大国家组织药品集中采购和使用试点改革成果，国家医疗保障局等九部门制定了《关于国家组织药品集中采购和使用试点扩大区域范围的实施意见》（医保发〔2019〕56 号）。

文件延续了国家组织、联盟采购、平台操作的总体思路，组织试点城市和先行跟进试点的省份之外 25 省（区）和新疆建设兵团形成联盟，开展跨区域联盟集中带量采购，在总结评估试点的基础上，进一步完善政策，促进医药市场有序竞争和健康发展。

（5）药品价格管理制度

2012 年 4 月 14 日国务院下发了《深化医药卫生体制改革 2012 年主要工作安排》（国办发〔2012〕20 号），其中明确提出取消药品加成政策，改革补偿机制，促进药品生产、流通企业跨地区、跨所有制的收购兼并和联合重组；鼓励零售药店发展，并按规定配备执业药师。

2015 年 5 月 4 日，国家发改委、国家卫计委、人社部、工信部、财政部、商务部、食药监局制定了《推进药品价格改革的意见》（发改价格[2015]904 号），自 2015 年 6 月 1 日起，除麻醉药品和第一类精神药品外，取消原政府制定的药品价格；麻醉、第一类精神药品仍暂时由国家发展改革委实行最高出厂价格和最高零售价格管理。

2015 年 5 月 6 日国务院提出《国务院办公厅关于城市公立医院综合改革试点的指导意见》（国办发〔2015〕38 号），其中关于药品价格方面，再次强调破除以药补医机制，取消药品加成（中药饮片除外），将公立医院补偿由服务收费、药品加成收入和政府补助三个渠道改为服务收费和政府补助两个渠道。降低药品和医用耗材费用；改革药品价格监管方式，规范高值医用耗材的价格行为；减少药品和医用耗材流通环节，规范流通经营和企业自主定价行为。

2016 年 1 月 19 日国家卫生计生委发布《2016 年卫生计生工作要点》，关于药品加成再一次明确，参与改革的公立医院取消药品加成（中药饮片除外），健全调整医疗技术服务价格和增加政府补助、医院加强核算、节约运行成本等多方共担的补偿机制。

（6）处方药与非处方药的分类制度

食药监局 2000 年 1 月 1 日起正式施行《处方药与非处方药分类管理办法（试行）》（局令第 10 号）。该办法规定根据药品品种、规格、适应症、剂量及给

药途径不同，对药品分别按处方药与非处方药进行管理。处方药必须凭执业医师或执业助理医师处方才可调配、购买和使用；非处方药不需要凭执业医师或执业助理医师处方即可自行判断、购买和使用。

（7）药品注册审评审批

2017 年 10 月 8 日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》（厅字〔2017〕42 号），提出改革临床试验管理、加快上市审评审批、促进药品创新和仿制发展等意见。为贯彻落实上述意见，国家药品监督管理局、国家卫生健康委员会于 2018 年 5 月 17 日发布关于优化药品注册审批有关事宜的公告（2018 年第 23 号），落实了提高创新药上市审批效率、科学简化审批程序的具体措施。

（8）药品进口管理

卫生部和海关总署于 2012 年 8 月 24 日施行《关于修改<药品进口管理办法>的决定》（联合令〔2012〕86 号），该办法范围包括药品的进口备案、报关、口岸检验以及进口。药品必须经由国务院批准的允许药品进口的口岸进口。进口药品必须取得食药监局核发的《进口药品注册证》（或者《医药产品注册证》），或者《进口药品批件》后，方可办理进口备案和口岸检验手续。食药监局会同海关总署制定、修订、公布进口药品目录。

3、相关政策对发行人的影响

（1）取消药品加成政策

该政策的实施旨在减少医院通过药品销售盈利的情形，减少医院销售环节时的提价行为。对医院而言，销售药品基本无法实现盈利，但是采购药品、管理药品等环节的成本依旧存在，因此导致了药品销售从医院渠道流向零售渠道，零售渠道承担了越来越多的医药销售职能。

报告期内，“取消药品加成政策”已经全面实施，不存在因为该政策实施直接导致发行人财务数据变化的情况。但该政策的实施，促进了医药产品销售从医院渠道向零售渠道的转换，使行业厂商更加关注零售渠道的品牌运营。基于该行业背景下，2017 年度，发行人和武田制药达成关于零售渠道的品牌运营业务合

作，2018 年度、2019 年度及 2020 年度，分别实现收入 5,184.35 万元、7,849.93 万元及 **8,236.81 万元。**

（2）带量采购政策

带量采购政策从 2019 年开始正式实施。从政策实施的直接效果来看，进入集中采购的药品名录后，销售至医院时的药品价格普遍大幅下降。

带量采购政策对医院的原研药产品销售造成了较大的冲击。仿制药产品通过一致性评价后，在和原研药产品的竞争中具有明显的价格优势。带量采购政策的实施，迫使原研药生产商在降价和退出医药渠道中选择。最终，在带量采购政策不断推进的行业背景下，越来越多的原研药生产厂商开始关注零售渠道市场，因此提出了对零售渠道品牌运营的需求。

一方面，该政策的实施使部分医药产品流向零售渠道，提升了零售渠道的市场需求，导致发行人面向零售药店的批发配送收入规模大幅提升。2018 年度至 2020 年度，发行人对零售药店的批发配送收入分别为 6,926.70 万元、30,282.37 万元及 **54,665.13 万元**，销售规模大幅增长；

另一方面，该政策的实施加剧了医院药品市场的竞争，使医药生产厂商更加重视零售渠道的销售。发行人在零售渠道具有完善的销售网络及终端覆盖能力，因此突显了发行人批发配送业务的行业竞争力，有利于发行人获得更多的供应商资源。报告期内，发行人和三生国健、西安杨森、费森尤斯卡比、杰特贝林、阿斯利康等医药生产厂商建立了合作关系或者大幅提升了业务合作规模，报告期内，上述厂商相关产品形成配送业务收入分别为 7,170.87 万元、12,056.49 万元和 **74,511.16 万元**，使得公司批发配送业务规模的大幅提升。

综上，带量采购政策的实施，提升了发行人在零售渠道的批发配送业务规模。同时，受益于发行人在零售渠道的竞争优势，带量采购政策有利于发行人获得更多的供应商资源，提升了发行人的批发配送业务规模。

（3）两票制政策

两票制实施对发行人的品牌运营业务影响情况如下：

①两票制的实施并未改变品牌运营业务在产业链中的作用

品牌运营业务在产业链中的作用包括：寻找药品的差异化标签，形成特有竞争优势；让医生及零售药店了解并熟悉医药产品；进行产品的精准营销策划等。

两票制针对的是药品流通环节，为了压缩药品的流通渠道层级，并不会降低品牌运营在药品销售过程中的作用。不论是否施行两票制，医药产品从生产到销售环节的品牌运营需求长期存在，品牌运营环节在产业链中的价值不会改变。随着医药行业的不断发展，产业分工的不断细化，品牌运营作为医药产品销售的核心环节不会改变，不会受到两票制的重大影响。

两票制的实施压缩了药品的流通渠道层级。对于医药流通行业的中小批发配送企业，由于无法获取生产厂商的业务计划，在两票制实施之前，主要靠从其他批发配送厂商调拨产品的方式开展业务。两票制实施后，该部分厂商将退出行业竞争。同时，对于具有核心竞争优势的品牌运营公司，其盈利基础来源于为医药生产商提供的个性化品牌运营服务，是基于行业上下游的基础需求，不会受到两票制政策的重大不利影响。

从财务数据上，2017 年两票制在全国范围内全面施行，报告期内并未对发行人的盈利能力造成重大不利影响。

②两票制的实施改变了品牌运营业务的结算模式

对公司的品牌运营业务（两票制实施之前主要为迪巧系列及泌特系列），受“两票制”政策的影响，部分产品的销售模式从医药生产厂商销售至公司、再由公司销售至配送商、配送商销售至医院的方式，变更为药品厂商直接销售至配送商、再由配送商销售至医院，同时医药生产厂商向公司支付服务费。上述销售模式的变化，导致了在公司销售产品收入规模下降，服务费收入上升。

（4）“一票制”政策

目前“一票制”仍属于探索阶段，山东省尚未出台“一票制”的执行细则。未来“一票制”政策的执行，可能会对发行人的批发配送业务产生影响，而对发行人的品牌运营业务、零售业务不会产生重大影响，具体如下：

①对品牌运营业务

A、“一票制”对面向医院渠道的业务影响已经在“两票制”阶段体现

在两票制的实施下，发行人品牌运营业务中，面向医院渠道的销售以大部分采用收取服务费的方式，即品牌生产厂商通过批发配送厂商向医院发货，发行人和品牌生产厂商结算品牌服务费；一票制实施后，品牌生产厂商将直接向医院开票，对该部分业务，受影响的是品牌生产厂商和批发配送商关于配送方面的合作方式，发行人仍然和品牌生产厂商结算品牌服务费，一票制不会改变现有发行人和品牌生产厂商的合作方式。

B、发行人在产业链中的作用不会改变

发行人品牌运营业务在产业链中的作用包括：寻找药品的差异化标签，形成特有竞争优势；让医生及零售药店了解并熟悉医药产品；进行产品的精准营销策划等。

一票制针对的是药品流通环节，为了压缩药品的流通渠道层级，并不会降低品牌运营在药品销售过程中的作用。不论是实行两票制还是实行一票制，医药产品从生产到销售环节的品牌运营需求长期存在，品牌运营环节在产业链中的价值不会改变。

随着医药行业的不断发展，产业分工的不断细化，品牌运营作为医药产品销售的核心环节不会改变，发行人的品牌运营业务不会受到一票制的重大影响。

C、发行人的主要品牌运营业务均面向零售渠道

参考两票制的执行方式，一票制应主要针对医院渠道的产品销售。目前发行人运营的主要品牌中：迪巧系列为 OTC 产品，主要销售渠道是零售药店；武田系列、迈蓝系列及哈乐系列均是主要面向零售渠道的品牌运营；只有泌特产品包括面向医院渠道的销售和面向零售渠道的销售。

2018 年至 2020 年，泌特系列产品的销售收入分别为 8,235.86 万元、6,539.97 万元及 **7,447.10 万元**，占发行人品牌运营业务收入比例分别为 4.93%、3.28%及 **3.44%**。

鉴于泌特产品销售占发行人销售收入比例较低，一票制的实施不会对发行人的品牌运营业务整体经营造成重大影响。

②对批发配送业务

“一票制”将改变批发配送业务的结算方式。

目前“两票制”已在全国范围内实施，在“两票制”下，配送业务模式为：医药生产厂商将产品先销售给批发配送商，向批发配送商开具第一张发票；批发配送商再将产品销售至医疗机构，开具第二张发票。

在“一票制”下，批发配送的业务模式为：医药生产厂商将产品直接销售给医院，向医院开具发票。

在医药行业分工不断细化的背景下，批发配送环节必然是医药产业链中不可缺少的环节。在一票制下，预计仍然需要批发配送厂商进行产品的配送及供应链管理，医药生产厂商将以配送服务费的方式和批发配送厂商进行结算。在服务费结算模式下，批发配送业务的收入规模将大幅下降，但利润规模预计不会受到重大影响。

因此，“一票制”将改变发行人批发配送业务和上游产商的结算方式，但不会改变批发配送的业务模式，不会对发行人批发配送业务的开展产生重大不利影响。

③对零售业务

参考“两票制”的执行方式，“一票制”应主要针对医院渠道的产品销售，发行人的零售业务不会受到“一票制”的重大影响。

（5）发行人对前次首发上市申报时业务分类作出调整的合理性

①分类调整的合理性

发行人在本次首发上市申报中，对自身业务定位情况如下：

业务类别	主要服务内容	主要产品或业务
品牌运营业务	提供消费者教育、产品学术推广、营销策划、商务接洽、产品分销、流向跟踪、供应链管理等服务	运营迪巧系列、泌特系列、哈乐系列、武田系列、迈蓝系列等品牌

业务类别	主要服务内容	主要产品或业务
批发配送业务	提供医药产品的批发、配送	配送药品、中药饮片、医疗器械、诊断试剂、医用耗材等
零售业务	通过自有药房、网上药店进行零售	销售医药、医疗器械、保健食品、化妆品等

与前次首发上市申报相比，在业务划分差异为：将上次申报时批发配送业务中的“知名品牌零售渠道分销业务”调整至品牌运营业务，具体而言，是将武田系列、迈蓝系列及哈乐系列产品相关业务由批发配送业务调整至品牌运营业务。

造成上述差异的原因如下：

公司前次首发上市申报时间为 2018 年 4 月。当时迈蓝系列、哈乐系列相关业务尚未开展，武田系列的收入也较低，相关业务规模较小，业务模式仍处于前期的探索阶段，因此暂时将其归入批发配送业务。

从 2018 年至今，发行人持续对武田系列、迈蓝系列及哈乐系列的业务进行探索，业务发展模式逐步成熟，因此本次申报将其从批发配送业务调整至品牌运营业务。

主要因为：

其一，从业务实质上。批发配送业务通常是在产品需求既定的前提下完成交易，关注的是货款安全、覆盖充分、流向清楚、价格可控等标准；而品牌运营业务需要关注行品牌定位，塑造品牌形象，刺激购买需求，关注的医生及患者对品牌的认可程度。针对上述产品的业务开展过程中，发行人承担了主要职责在于品牌运营方面，符合品牌运营业务的业务实质。

其二，从合同约定上。品牌运营业务需要针对品牌产品进行推广运营。公司和迈蓝系列、武田系列及哈乐系列产品的生厂商所签署的协议，均明确约定了公司在相关渠道的推广义务，并对公司的推广效果有明确考核指标；而批发配送业务通常不会在合同中约定公司的推广义务或销售考核指标。

其三，从财务数据上，由于承担了品牌运营及推广职能，迈蓝系列、武田系列及哈乐系列的产品毛利率均超过 20%，和批发配送业务 10%左右的毛利率存

在明显差别。

因此，伴随着公司的业务发展，公司不断加深对品牌运营业务的理解及思考，将上述业务调整至品牌运营业务，本次首发上市申请中对业务划分的调整具有合理性。

②发行人现有批发配送业务不存在进一步调整至品牌运营业务的安排

发行人对品牌运营业务与批发配送业务的划分具有明确依据，对品牌运营业务时，主要考虑以下方面：

1、合同内容要求

品牌运营业务的合同对推广效果有明确要求的考核要求，迪巧系列、泌特系列、武田系列、迈蓝系列及哈乐系列，均明确要求了公司需要承担的推广职责及每年的考核指标。

2、授权方式

品牌运营业务的推广授权一般为针对于某个渠道或者某个区域的独家授权。迪巧系列、泌特系列为包括医院渠道及零售渠道的独家运营；武田系列、迈蓝系列及哈乐系列为零售渠道的独家运营公司。

3、授权期限

品牌运营业务的合作期限一般较长（至少 3 年）。迪巧系列在 2005 年开始运营，运营期限至 2068 年；泌特系列自 2006 年开始运营，运营期限最长至 2040 年；武田系列自 2017 年开始运营，运营至 2022 年；迈蓝系列自 2019 年开始运营，运营至 2022 年；哈乐系列自 2019 年开始运营，原协议约定运营至 2022 年，后进一步延长运营至 2025 年。

对于新合作的品牌系列（武田系列、迈蓝系列、哈乐系列），合作双方均会综合考虑各方面风险及合作细节的情况下，先约定较短期限的合作。随着合作的深入，双方将会考虑进一步延长合作期限，如哈乐系列，鉴于发行人出色的品牌运营效果，双方在合作的第二年即将合作期限进一步延长。

4、财务表现

相比于批发配送业务，品牌运营业务的毛利率水平较高，迪巧系列、武田系列、迈蓝系列及哈乐系列产品的毛利率均在 20%以上；泌特系列采用服务费支付发行人的品牌运营报酬，服务费成本包含发行人的全部推广费用，因此毛利率水平较低，若将相关推广费用模拟为销售费用核算，泌特系列也保持了较高的毛利率水平。

鉴于品牌运营业务和批发配送业务具有明显的业务目的区别、合作方式差别及财务表现差别，相关业务的收入划分具有充分依据，收入划分准确。发行人已根据业务开展的实际情况，将符合品牌运营特点的业务归入品牌运营业务，发行人现有批发配送业务不存在进一步调整至品牌运营业务的安排。

③上述调整不导致发行人业务结构发生重大变化

首先，上述调整系发行人根据公司发展及业务开展情况而进行的调整，系主要业务之间的重分类，并未改变发行人的实际业务开展方式，发行人的生产经营模式未发生调整；

其次，2018 年、2019 年及 2020 年，上述调整的业务收入合计为 5,184.35 万元、30,329.63 万元及 53,309.48 万元，占发行人当期营业收入比例为 1.43%、6.27%及 9.09%，占发行人收入规模较低，不构成重大调整。

综上，上述调整不导致发行人业务结构发生重大变化。

（三）医药流通行业基本情况

医药流通行业，又称医药商业行业，处于医药行业的流通环节。传统的医药流通行业包括医药批发行业和医药零售行业两个子行业。随着医药行业分工细化，单纯的医药批发及零售已经难以充分满足医药产品的流通需求，品牌运营在流通环节的作用愈加明显，品牌运营行业已经成为医药流通行业的重要组成部分。

百洋医药的主营业务是为医药产品生产企业提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，其中品牌运营业务的毛利额占比超过 75%，系公司的主要利润来源。

1、品牌运营行业概况

（1）行业概况

医学技术的发展，行业技术研究的不断深入，研发投入的不断增长以及市场竞争的不断加剧，导致了医药行业的分工不断细化，因此提出了对品牌运营服务的需求。

首先，产品质量与疗效是医药生产企业的生存关键。医药的研发与生产面临着巨额投入的资金压力，由于市场竞争的不断加剧，研发生产支出的不断提升大幅压缩了传统生产厂商在产品推广及销售方面的支出。因此，医药生产企业正逐步从研发、生产及销售一体化的传统经营方式向专业化、平台化的方向发展，已初步形成了研发平台、生产加工平台、推广销售平台共生发展的行业格局。专业的销售推广平台已经成为医药行业的重要组成部分。

其次，伴随着医药市场的国际化，尤其是美国、欧洲等发达国家的医药生产企业往往是跨国企业，由于对他国或其他地区的市场需求了解不足，出于对全球药品研发趋势判断风险的考虑，该类药企更愿意付出一定成本，把专业的产品推广及销售工作交给专业的公司去完成，而自身专注于药品的研发与生产。

第三，传统医药生产企业的销售团队通常以面向大城市的大医院市场为主。很多医药生产企业通过大客户管理方式，建立了成熟的医院渠道推广模式。但是随着医药分开、集中采购政策的全面推行，大量的处方药流向院外市场。在面向零售渠道时，大客户管理方式的投资回报大幅下降，难以充分发挥作用。因此，为满足医院渠道和零售渠道的差异化推广需求，很多医药生产企业会选择自有销售推广团队和外部销售推广团队相结合的方式。

另一方面，传统的医药批发、零售企业很难完成不同医药产品个性化市场推广及销售的职能。传统的医药批发、零售企业通常是在产品需求既定的前提下完成交易，关注的是货款安全、覆盖充分、流向清楚、价格可控等标准。伴随着医药制度的改革及行业的不断发展，医药批发行业、零售行业的集中度不断上升，这导致了批发、零售企业提供服务的同质化，难以为不同医药生产厂商提供个性化的产品市场推广服务。尤其是对众多初创型的中小医药生产厂商，其产品市场知名度较低，市场运营需要进行完整的消费者教育及学术推广，品牌运营周期较长，通常难以通过医药批发、零售企业的渠道进行产品推广。

因此，品牌运营商已成为越来越多医药生产厂商进行产品市场推广与销售时的重要选择。通过和医药生产厂商签署推广协议、代理协议或通过参股、控股、品牌收购等方式直接持有品牌，品牌运营公司可以为医药产品的流通提供专业的消费者教育、产品学术推广、营销策划、产品分销、商务接洽、流向跟踪等服务，最终实现医药产品的市场推广，加速药品的终端销售。

品牌运营商是医药产业专业化、精细化发展下的产物，其核心竞争力在于专业推广优势以及成本优势，本质上是通过营销组织架构的优化、执行力的提升，以及专业人才和技术的引进，进一步发掘医药产品市场潜力，有效降低医药产品的销售成本，提升医药产品市场规模。

（2）行业特点

①品牌运营公司与生产企业需建立紧密合作关系

品牌运营事关医药产品的市场竞争力，需要长期的市场投入及渠道建设，这决定了品牌运营公司必须与生产企业保持紧密的合作关系，进而保证双方的利益。具体体现在以下方面：

一方面，医药生产企业对品牌运营公司的选择十分严格。品牌运营对医药产品的市场销售具有重要影响，尤其是在很多同质化严重的医药产品领域，是否能够有效的进行市场推广及销售，甚至决定了部分产品的市场生存。因此，医药生产企业在与品牌运营公司展开业务合作之前，需对其进行严格的考核，包括：营销网络的建设情况、过往的品牌运营经验、提供服务的种类与效果、推广团队的执行力、管理层的经历与能力情况、合规风险防控措施等多个方面。只有经过层层考核，品牌运营公司才可能和医药生产企业达成合作关系。

另一方面，品牌运营公司对医药生产企业的选择十分谨慎。品牌运营业务需要长期的市场投入及渠道建设，利益回收期很长，选择合适的产品与厂商对品牌运营是否可以成功具有关键作用。尤其在医药行业迅速发展的行业背景下，市场竞争不断加剧，品牌运营失败或不达预期，都会对品牌运营公司造成巨大的损失。因此，品牌运营公司在选择合作厂商时，需综合考虑相关生产厂商的综合竞争实力、产品的性能与质量、相关市场的竞争格局等多方面因素。品牌选择能力也是

衡量品牌运营商市场竞争力的关键指标之一。

因此，一旦品牌运营公司和医药生产企业达成合作，双方通常会建立紧密的合作关系。特别是品牌运营公司，为了避免品牌推广成功后丧失运营权的风险，通过需要和医药生产企业进行利益绑定，巩固品牌经营权，如：签署较长期限的合作协议、签署独家代理协议、约定高额的违约赔偿条款、在公司股权层面进行持股等。很多大型的品牌运营公司甚至会在选定运营的品牌之后收购相关的医药生产商，实现对上游的延伸。

②服务与结算方式多样

在成熟的医药流通市场（如美国），品牌运营通常以服务费的方式单独收取费用，即医药生产厂商根据事先约定，接受品牌运营商的推广服务后，自行负责产品销售，将总销售额中相应百分比作为报酬支付给品牌运营公司。如：2016年，默沙东对其销售团队裁员 1,200 余人，并与 InVentiv Health（纳斯达克上市公司，股票代码 INCR）签约合作，由 InVentiv Health 为其提供品牌运营服务。InVentiv Health 品牌运营的收费模式即为基于服务合同约定，以固定服务费为基础，结合激励费用和绩效罚款的方式。

在我国，大型的品牌运营商通常以买断医药生产厂商产品后销售的方式获取收益，如：品牌运营商以全国总代理的身份负责品牌运营，买断医药产品后自行销售，提供服务的价值以产品买卖差价的方式体现。但伴随着医药行业改革的不断深入，医药产品价格指导、“两票制”等政策的推出，我国医药行业的发展不断提速，医药流通市场逐步向发达国家的成熟市场模式发展，收取品牌运营服务费的结算方式近年来逐渐增多。

③专业的医药推广与供应链服务相结合

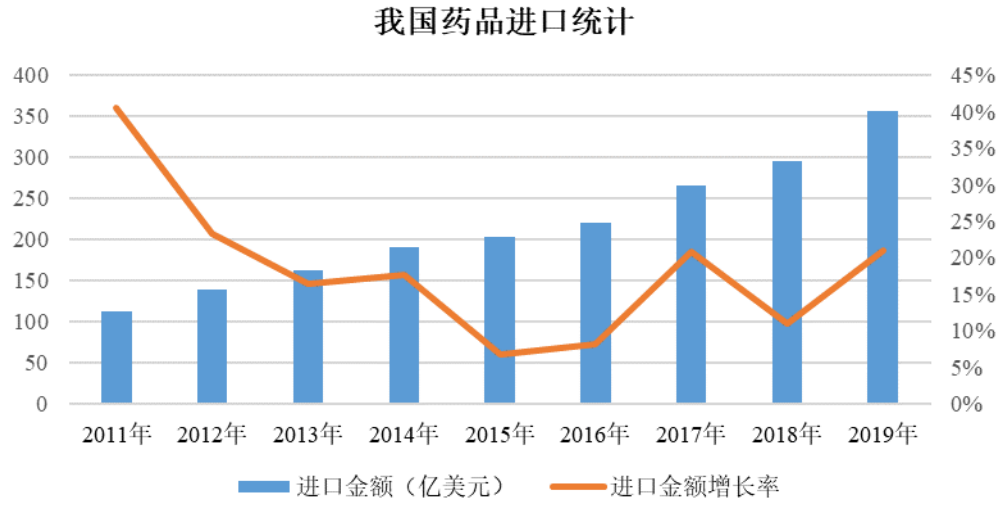
不同于一般的产品推广与销售，医药产品的推广需要建立在药品临床价值和功效信息的传播和交流工作之上，销售人员必须将药品研发阶段所掌握的临床信息和药品适用方法准确的传递给医生及患者。同时，医药销售还需要对临床医生的用药习惯、药品注册的监管要求以及对病患及疾病的认知有深刻的理解。这决定了医药品牌运营行业具有较高的医学专业属性。

同时，我国医药销售市场的终端包括数万家医院及数十万家零售终端。我国有关法律、法规以及规范性文件对药品的推广、销售、运输、存储、管理、全程跟踪与监控等都有强制要求。医药行业零散分部的终端市场和严格管控的行业政策，要求品牌运营商必须拥有先进的供应链服务及管控能力，才能为医药生产企业提供整体解决的方案，确保产品市场销售全流程的顺利进行。

因此，品牌运营行业体现出医药推广能力及供应链服务能力并重的行业特点。

（3）行业规模

为进口药品提供品牌运营服务是品牌运营行业的重要需求来源。我国是药品进口大国，药品进口金额从 2011 年到 **2019 年**保持高速增长，**2019 年**我国药品进口金额达到 **357.09 亿美元**，相比于 2011 年进口药品金额增长了 **3.16 倍**，年均复合增长率达 **15.47%**。迅速增长的药品进口需求，将促进品牌运营行业规模的整体提升。



数据来源：Wind 资讯

在国内市场需求方面，伴随着药品加成取消、医药分开、两票制、带量采购等一系列医疗改革政策的推进，我国的医药产品流通将逐渐向市场化的竞争格局发展。医药产品市场竞争的加剧，将促使医药生产厂商更加关注产品流通环节的重要性，因此提出对品牌运营服务的需求。

随着进口药销售需求的增长及国内药品市场化进程的推进，我国医药品牌运营行业预计将保持快速增长的发展趋势。根据 Frost&Sullivan 数据，2019 年度，医药品牌运营行业的整体市场规模约为 472 亿元；根据前瞻行业研究院预测，2018 年至 2022 年，我国医药品牌运营行业的市场规模将保持 25%-30%的增长率。因此，我国医药品牌运营行业具有广阔的发展前景。

（4）行业竞争格局

品牌运营行业的竞争主要来自于两个层面：

其一，来自于以品牌运营为主要业务的企业的竞争。专业的品牌运营公司可以为医药企业的新产品制定和执行早期的上市计划、为现有产品拓展市场销售渠道、为成熟产品延长销售生命周期，即提供全方位的增值服务。品牌运营公司之间的竞争主要体现在争取上游厂商的品牌授权、拓展下游终端的销售渠道等层面。

其二，来自于以批发、零售为主要业务的企业的竞争。传统的医药批发、零售企业在渠道的掌控上有一定优势，对不同区域市场的商业运作规则也有着一定理解。这决定了医药批发、零售企业可以参与到医药产品的推广及销售中。美国排名前三的医药批发企业 McKesson、Amerisource Bergen、Cardinal Health 均将推广服务作为其单独的业务板块进行管理。国内大型的医药批发公司，如国药股份、九州通等也都在积极开展医药推广方面的增值服务。但总体而言，传统的医药批发、零售企业的核心运作机制以及组织架构均偏重其核心业务，医药产品的品牌运营业务占比相对较小。

（5）行业内的主要企业情况

在我国，以医药产品为主的品牌运营公司情况如下：

①康哲药业控股有限公司（0867.HK）

康哲药业控股有限公司是一家以医药推广为核心的医药服务公司，主要从事自主知识产权的新药及医疗器械产品的开发、生产、销售、进口药品代理等业务，于 2010 年 9 月在香港联交所上市。**2020 年，康哲药业实现收入 694,596.40 万元。**

目前康哲药业运营的品牌及产品包括：由阿斯利康生产的原研药波依定、由德国 Dr. Falk Pharma GmbH 委托生产的优思弗、由丹麦 H. Lundbeck A/S 生产的黛力新、由西藏药业（600211.SH）生产的新活素等。

②中国先锋医药控股有限公司（1345.HK）

中国先锋医药控股有限公司是一家致力于进口医药产品及医疗器械的综合性营销、推广及渠道管理服务供应商，于 2013 年 11 月在香港联交所上市。**2020 年，中国先锋医药实现收入 133,495.20 万元。**

中国先锋医药运营及推广的主要医药品牌包括：黛芬、希弗全以及匹多莫德的原研产品普利莫等。

③兴科蓉医药控股有限公司（6833.HK）

兴科蓉医药控股有限公司是一家医药营销、推广及渠道管理服务供货商，于 2016 年 3 月在香港联交所上市。**2020 年，兴科蓉医药实现收入 205,256.60 万元。**

兴科蓉医药的主要业务是为进口药品提供综合营销管理服务，目前运营及推广的主要医药品牌包括：奥克特珐玛人血蛋白注射液、安可欣、麦道必等产品。

④亿腾医药（中国）有限公司

亿腾医药（中国）有限公司是一家集医药生产与运营服务的综合医药企业。目前亿腾医药已运营 13 款进口品牌药，覆盖抗感染治疗、呼吸系统疾病治疗、心血管疾病治疗、血液疾病治疗、抗肿瘤治疗、医学营养等多个领域。亿腾医药运营产品包括希刻劳、稳可信、辅舒酮、罗可曼、泰立沙、安平等产品。

在我国，以保健品、化妆品等快消品为主的品牌运营公司情况如下：

①杭州壹网壹创科技股份有限公司（300792）

主要为国内外快速消费品品牌企业提供全网各渠道电子商务经销服务和电子商务综合运营服务，从事品牌策划、产品设计、客户服务、销售、仓储物流等一体化服务。公司依托自身市场触觉、整合营销能力和经验丰富的店铺运营团队，组建专门的项目运营团队，在天猫、淘宝、唯品会等主流电商平台开设运营官方旗舰店，为客户提供电子商务全链条托管服务，提升品牌价值，优化客户购物体

验。

②广州若羽臣科技股份有限公司（003010）

主要通过品牌和产品形象重塑以及精细化运营，为母婴、个护、美妆等来自全球的消费品品牌客户提供互联网整合营销、店铺运营、客户服务、仓储配送等全方位电子商务综合服务。公司凭借电商运营经验和消费者数据积累，准确触达潜在消费者，并利用微信、微博、淘宝等多层次的营销媒体曝光吸引消费者关注、了解、购买并分享；公司以天猫平台为核心运营渠道，构建了覆盖京东、唯品会、考拉等电商平台的全网销售通路，通过消费者价值管理、商品管理、用户体验管理及消费者关系管理实现对店铺的精细化运营。

（6）进入本行业的主要障碍

①品牌方认同壁垒

能否获得医药公司的认可是开展品牌运营业务的重大壁垒。国内外知名药厂将其品牌产品投入中国市场时，通常会慎重选择合作对手，对国内的品牌运营及分销能力从多维度进行考核，包括营销网络的建设情况、过往的品牌运营经验、提供服务的种类与效果、推广团队的执行力、管理层的经历与能力情况、合规风险防控措施等多个方面。因此，行业内的领先企业经过长时间积累，具备相应的品牌运营能力，可以更容易的和医药生产厂商建立合作关系。而行业新进入者难以在短时间内达到知名药厂对品牌运营的要求，获得品牌方认可，因此难以获得业务机会。

②品牌选择能力壁垒

品牌运营服务的推广周期较长，需要通过品牌运营商全方位的服务能力，逐步提升品牌的知名度，最终得到消费者及医疗机构的认可。为完成品牌推广，品牌运营公司需要投入大量的人力、资金。如选择的品牌竞争能力不足、或者品牌产品自身市场容量有限，则可能导致前期品牌推广不能达到预期效果，从而造成公司前期推广成本损失。因此，品牌运营服务具有较高的品牌选择能力壁垒。

③品牌推广能力壁垒

根据《药品管理法》规定，处方药不得在大众传播媒介发布广告或者以其他方式进行以公众为对象的广告宣传。因此，处方药的推广主要是采用以医生为导向的学术推广方式，包括协助医生认识药品的临床数据、用法、副作用及其他临床方面的资讯，组织临床研讨会、赞助医疗会议及提供其他相关推广服务。处方药的推广需充分理解医生及患者临床治疗的需求，具有较高的专业推广能力壁垒。

对非处方药等产品，该等产品不受处方药不得对公众做广告宣传的限制，其营销模式更加贴近于快速消费品模式。随着传播模式和渠道日新月异的发展，原先部分 OTC 产品、健康产品所采用的巨额广告花费、浓重非理性色彩的特殊营销模式目前正处于转型和改革之中，对医药品牌运营商的推广能力提出了更高的要求。

品牌运营企业需要拥有较强的品牌推广能力，实现对消费者的精准推广，进而争取在上游供应商处取得优势品种和议价权。因此，医药品牌运营行业具有较高的品牌推广能力壁垒。

④渠道壁垒

营销渠道建设是品牌运营的关键因素。中国药品终端市场分为零售药房终端和医疗机构终端，对于零售药房终端，医药品牌运营商需要搭建广泛的销售网络，通过店员、消费者教育、产品宣传、品牌营销活动等措施，提高产品的品牌知名度；对于医疗机构终端，医药品牌运营商需要建立起覆盖各级医院的推广渠道，通过举办学术会议、讲座、研讨会等方式加强医师对产品的认知。营销渠道的建立过程通常需要相当长时间的积累和大量人力、物力的投入，行业新入者难以在短期内完成，这构成了对于本行业的渠道壁垒。

⑤资金壁垒

国内大型的医药品牌运营商通常以买断的方式经营相关品牌的产品，因此对企业的资金需求较高，主要体现在以下几个方面：①在我国目前的医疗卫生体制之下，作为医药销售的重要终端，医疗机构通常要求供应商给予较长的账期，加大了企业的流动资金压力；②医疗机构、零售药房等终端对药品配送的及时性要

求较高，因此上游企业需储备足够的安全库存，从而占用一定的资金；③为保证竞争力和服务质量，医药品牌运营商需投入大量资金拓展销售渠道、进行前期市场投入、建设配送渠道等。因此，本行业具有较高的资金壁垒。

⑥经营资质壁垒

医药流通关乎到人民群众的健康，由于药品的特殊属性，国家相关部门对药品的经营实行行政许可制度，主要包括药品经营许可证制度、医疗器械经营许可证制度等。未取得相关资质的企业无法从事本行业的经营，因此构成本行业的经营资质壁垒。

⑦管理壁垒

药品受国家多种法律法规的约束，在采购、仓储、养护、质检、运输、销售等环节均存在一系列强制性要求。因此，本行业的企业不但需要拥有具备专业技术资格的医药专业人员、具备行业深度经验的管理人员、具备丰富实战经验的市场人员和具备现代化物流理念的供应链人员，还需要建立完善的质量控制、物流、信息服务、标准化运营等标准管理体系并使之得到有效执行。无论是专业团队的培养与磨合，还是配套的专业管理体系建设及优化均是一个长期系统的工程，具有一定的专业管理壁垒。

（7）行业发展趋势

①医疗制度改革主导行业发展方向

国家医疗制度改革的推进对品牌运营行业的发展具有关键影响。近年来，国家医药改革的重要政策情况如下：

政策简称	主要文件	主要内容
带量采购	《国务院办公厅关于印发国家组织药品集中采购和使用试点方案的通知》	国家组织药品集中采购，在保障药品质量和供应的同时大幅降价，促进仿制药替代国外原研药，中选药品价格大幅下降带动同品种药品整体价格水平下调
两票制	《国务院办公厅关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	全省范围内推行从生产到流通和从流通到医疗机构各开一次发票的两票制，压缩流通渠道层级，减少中间环节层层加价，使药价更加可负担
取消药品加成	《国务院办公厅关于城	破除以药补医机制，取消药品加成（中药饮片

政策简称	主要文件	主要内容
	市公立医院综合改革试点的指导意见》	除外），将公立医院补偿由服务收费、药品加成收入和政府补助三个渠道改为服务收费和政府补助两个渠道
创新药价格谈判	《药品价格谈判机制试点工作方案》	加强创新药可及性和可负担性，降低创新药价格，减轻治疗成本；创新药进入医保目录后可迅速放量，成为新药商业化的驱动力，促进医药企业加强自主创新产品的研发
创新药加速审批	《药品注册管理办法（修订草案征求意见稿）》	鼓励创新药研发，提出“突破性治疗药物程序”、“附条件批准程序”、“优先审评审批程序”和“特别审批程序”四种加快审批的通道

上述政策对品牌运营行业的影响如下：

政策名称	对行业影响
带量采购	未进入统一采购的药品将大幅减少在医院的销售份额，促使部分药品从医院渠道流向零售渠道，提升了零售渠道对品牌运营的需求
两票制	压缩流通渠道层级，减少了品牌运营商作为医药流通中间环节的业务模式比重，导致了品牌运营业务模式的转变
取消药品加成	降低医院销售药品份额，促使医药销售从医院渠道流向零售渠道，提升了零售渠道对品牌运营的需求
创新药价格谈判	降低医药销售价格，压缩了生产厂商的盈利空间，促使医药生产厂商通过选择专业的品牌运营商降低销售渠道投入以及销售团队费用
创新药加速审批	让企业更关注研发投入，加速行业分工细化，加速创新药品的推出，因此导致行业对品牌运营的需求因此上升

随着一系列法规政策措施的深入实施，医药行业正在迎来行业分工更加细化、竞争更加市场化的行业格局，形成更有利于优质企业发挥核心竞争力的产业环境。行业中具有领先品牌运营能力的厂商将迎来新的发展机遇。

②互联网及信息技术推动行业升级

随着移动互联网、大数据、物联网等信息技术的成熟和广泛应用，医药企业利用内外资源，推动医药行业与信息技术融合发展的趋势愈加明显。

一方面，互联网医疗逐步成为人们生活的一部分。当出现疾病症状时，人们越来越多的开始在 APP 中进行在线诊断，在 APP 上进行在线挂号，通过在线 APP 及网上药店采购药品，越来越多以前需要在医院才能完成的检测和评估现在可以自行在家中完成。“互联网＋医疗健康”作为一种新型医疗服务模式正逐渐被采用，这带动了药品的销售推广方式的转型与升级。

另一方面，信息技术也为医药品牌运营行业的转型发展提供了技术支撑。大数据技术已成为医药品牌运营商提升服务能力的重要手段。通过数据管理平台，使用机器学习、模拟人工智能等方式对大数据进行分析，行业厂商可以追踪消费者对产品的购买渠道、兴趣属性等多维数据，实现对消费者的精准推广；互联网思维的普及，激发医药品牌运营商更加注重用户体验，促使行业厂商向为客户提供综合服务及整体解决方案的业务方向转型。

2017 年，国务院办公厅发布了《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》（国办发〔2017〕13 号），明确指出推动“互联网+药品流通”在减少交易成本、提高流通效率、促进信息公开、打破垄断等方面的优势和作用。引导“互联网+药品流通”规范发展，支持药品流通企业与互联网企业加强合作，推进线上线下融合发展，培育新兴业态。规范零售药店互联网零售服务，推广“网订店取”、“网订店送”等新型配送方式，鼓励有条件的地区依托现有信息系统，开展药师网上处方审核、合理用药指导等药事服务。推动零售药店积极开展个人健康管理、疾病预防和慢病管理业务，支持发展专业药房、药（美）妆店、“药店+诊所”等新型零售经营方式，倡导一站式服务和个性化服务。

信息技术的发展为医药行业厂商、医生、医疗服务消费者提供了科技发展所带来的便利，行业厂商将得以运用信息技术提升自身综合服务水平和运营效率，对本行业的未来发展具有重要影响。

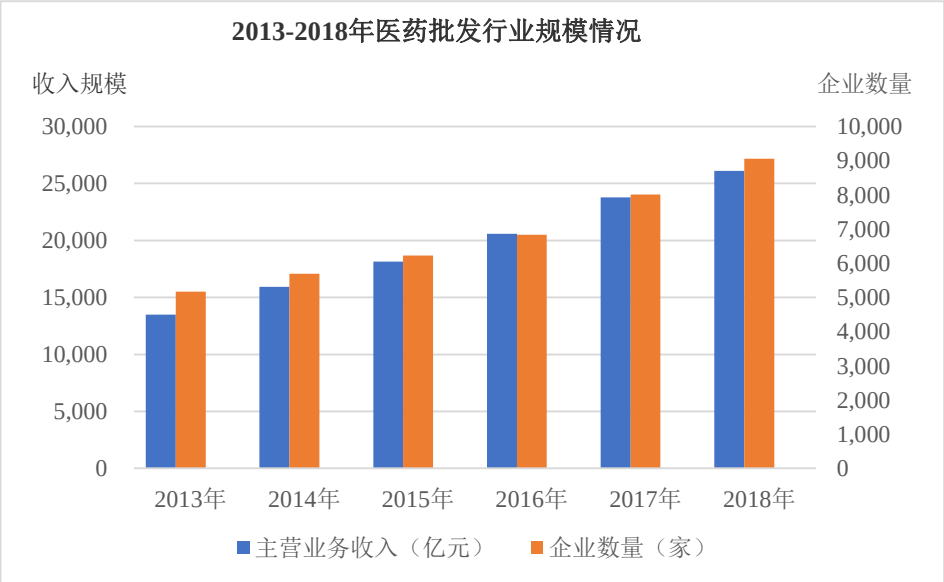
③行业厂商向规模化、专业化发展

医药品牌运营行业有较强的品牌方认可、渠道以及资金壁垒，行业内领先企业在知名度、营销、配送渠道、资金、运营能力等方面都具备较大优势，相较中小公司更容易与医药生产厂商建立合作关系，因此能够运营更多优质品牌，不断扩大业务规模，向规模化的方向发展；同时，随着业务规模及合作生产厂商数量的增加，行业内领先企业逐渐开始有选择的开展品牌运营业务，即围绕特定的领域拓展产品矩阵，力求在特定细分领域形成竞争优势，向专业化的方向发展。

2、医药批发行业概况

（1）行业规模

我国的药品批发行业整体规模一直处于高增长态势。据国家统计局数据，截至 2018 年末，全国共有规模以上药品批发企业 9,053 家，2013 年-2018 年，药品批发企业家数年均复合增长率为 11.83%；2018 年度，药品批发企业主营业务收入为 26,108.70 亿元，2013 年-2018 年药品批发企业营业收入的年均复合增长率为 14.10%。



数据来源：国家统计局

（2）行业竞争格局

我国医药批发市场整体呈现企业数量众多、市场集中度不高的竞争格局。医药批发行业的竞争主要来自全国性医药商业集团以及区域性批发配送企业。

①全国性医药商业集团

根据商务部统计数据，2018 年药品批发企业主营业务收入排名情况如下所示：

排名	企业名称	销售收入（亿元）
1	中国医药集团有限公司	3,609.22
2	上海医药集团股份有限公司	1,466.47
3	华润医药商业集团有限公司	1,320.58
4	九州通医药集团股份有限公司	869.57
5	广州医药有限公司	398.24
6	深圳市海王银河医药投资有限公司	369.76

排名	企业名称	销售收入（亿元）
7	瑞康医药集团股份有限公司	337.82
8	南京医药股份有限公司	311.98
9	中国医药健康产业股份有限公司	310.06
10	华东医药股份有限公司	306.63
合计		**9,300.34**

中国医药集团有限公司、上海医药集团股份有限公司、华润医药商业集团有限公司及九州通医药集团股份有限公司 4 家全国性医药商业集团主营业务收入占同期全国市场总规模的 39.1%。近年来，大型企业不断加大在管理运营效率、仓储配送能力、信息技术能力、渠道网络覆盖等方面的投入，并通过兼并重组的方式提升整体规模，不断增强自身的竞争优势。

②区域性批发配送企业

受运输半径的限制以及医药企业授权代理制度的影响，国内医药批发市场形成了以地区市场分割经营为主的市场格局，区域内竞争企业包括大型医药商业集团的地区子公司及区域性批发配送企业。根据商务部统计数据，2018 年全国前 50 名配送企业主营业务收入占同期全国市场总规模的 67%，集中度相较 2017 年小幅提升。

（3）行业发展趋势

2016 年 4 月 21 日，国务院印发了《国务院办公厅关于印发深化医药卫生体制改革 2016 年重点工作任务的通知》（国办发〔2016〕26 号），提出将在指定的综合医改试点省份全省范围内推行从生产到流通和从流通到医疗机构各开一次发票的两票制，压缩流通渠道层级，减少中间环节层层加价，使药价更加可负担。

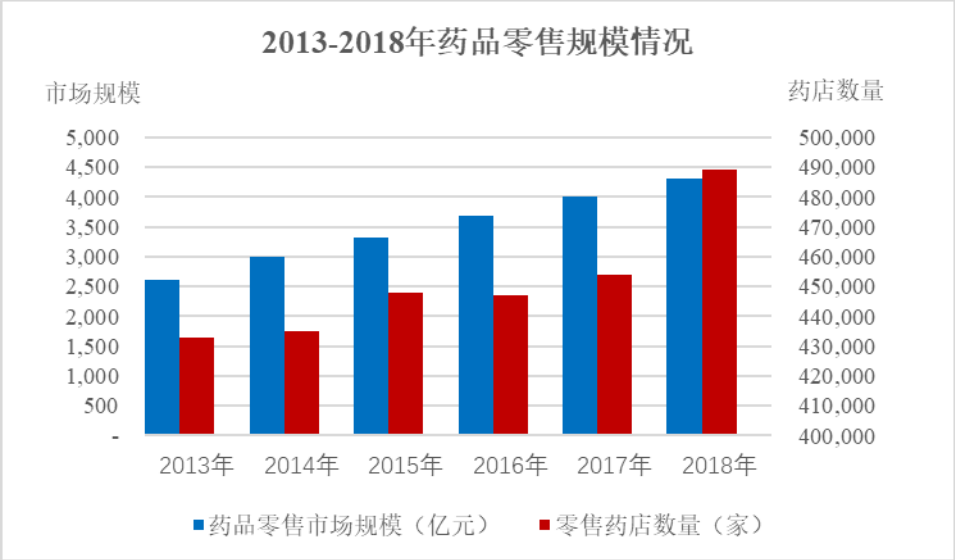
伴随着政府鼓励与监管政策同时推进，未来医药批发行业的发展趋势将体现在中间流通环节减少、渠道扁平化、行业集中度进一步提升等方面。规模较大且拥有终端覆盖能力的医药商业公司将会更具有竞争优势。

3、医药零售行业概况

（1）行业规模

我国的药品零售行业整体规模一直处于增长趋势。据商务部统计，截至 2018

年末，全国共有药品零售连锁企业 5,671 家，下辖门店 255,467 家，零售单体药店 233,596 家，零售药店门店总数 489,063 家。2013 年-2018 年，零售药店门店总数年均复合增长率为 2.48%；2018 年度，药品零售市场规模 4,317 亿元，2013 年-2018 年药品零售市场规模的年均复合增长率为 10.61%。



（2）行业发展趋势

目前，我国药品终端销售主要来自医院，与发达国家存在较大差异。随着医改的推进，药品价格加成取消，医药分开、处方药外流的趋势将越发明显。未来，零售药店将逐步承接医院门诊药房，成为药品销售的主要终端。

根据《国务院办公厅关于城市公立医院综合改革试点的指导意见》（国办发〔2015〕038 号），我国将破除以药补医机制：试点城市所有公立医院推进医药分开，积极探索多种有效方式改革以药补医机制，取消药品加成（中药饮片除外）；将公立医院补偿由服务收费、药品加成收入和政府补助三个渠道改为服务收费和政府补助两个渠道。在上述政策背景下，处方药外流将获得来自医院的推动力。

根据《国家组织药品集中采购和使用试点方案》（国办发〔2019〕2 号），我国将由国家组织药品集中采购和使用试点，以联盟地区公立医疗机构为集中采购主体，探索跨区域联盟集中带量采购、量价挂钩、以量换价、招采合一，保证使用。在上述政策下，进入医院集中采购平台的药品，面临大幅降价的竞争压力。而未进入医院集中采购平台的药品，虽然失去了医院渠道的大部分市场份额，其

依然积累了一定的客户群，这些产品将会主要进入零售渠道。

因此，伴随着我国医药改革的不断深入，医药零售行业的市场状况及竞争格局必然会随之调整，药品终端销售由医院门诊药房向零售药店转变将成为行业的发展趋势。

（四）行业利润水平的变动趋势及变动原因

对医药批发行业，行业竞争较为充分，利润水平基本平稳。据商务部市场秩序司统计，2018 年，全国药品流通企业的平均毛利率为 8.2%；2013 年-2018 年，全国药品流通企业的平均毛利率为 7.13%。

相比于医药批发行业，医药品牌运营企业为医药厂商提供的是具有针对性的推广服务，业务模式更加精细化，通常具有较高的毛利水平。**2020 年度，康哲药业的毛利率水平为 73.92%，2018 年度-2020 年度，康哲药业的平均毛利率水平为 73.62%，**显著高于医药批发行业的行业毛利率。未来，伴随着医药产品竞争的加剧，上游厂商对医药品牌运营的需求将不断增长，医药品牌运营行业的市场地位将愈加重要，有利于本行业内的厂商保持较高的盈利水平。

（五）影响行业发展的有利和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策支持行业发展

医药行业是关系到国计民生的重要产业，一直以来受到我国产业政策的大力支持。近年来，国务院各部委陆续颁布了《“健康中国 2030”规划纲要》、《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》、《国务院办公厅关于印发深化医药卫生体制改革 2016 年重点工作任务的通知》（国办发〔2016〕26 号）等一系列文件，深入推动医药卫生体制改革，推动我国医药流通行业的稳定快速发展。

2016 年 12 月 26 日，商务部印发了《全国药品流通行业发展规划（2016-2020 年）》，提出医药商业行业要以改革创新为动力，以建立现代药品流通体系为目标，以促进行业转型升级为主线，以流通信息化、标准化、集约化为方向，以改善行业发展环境为着力点，积极推进药品流通行业供给侧结构性改革，充分发挥

其在服务医疗卫生事业与健康产业的功能作用。医药商业行业作为医药产业链中承上启下的重要环节，在国家推进医药行业改革、促进医药行业发展的同时，医药商业行业亦步入了快速发展时期。

（2）国内医疗卫生投入规模发展迅速

近年来，由于我国经济稳步增长、人均可支配收入持续提高以及人口老龄化加剧等因素影响，国内医疗卫生投入规模持续上升。

国家统计局统计结果显示，2011 年至 2019 年间，全国卫生总费用从 24,345.91 亿元增长到 65,841.39 亿元，年均复合增长率为 13.24%；随着我国居民对健康重视程度的日益提高以及政府对医药行业的政策支持，我国卫生总费用占 GDP 比重从 2011 年的 4.99%增长到 2019 年的 6.67%；人均卫生投入方面，2011 年至 2019 年间，我国人均卫生费用从 1,806.95 元增长至 4,702.79 元，年均复合增长率为 12.70%。

国内医疗卫生投入的持续增长，为医药流通行业提供了稳定的市场需求，将带动医药流通行业规模稳步发展。

（3）药品进口规模不断增长

我国一直是药品进口大国，药品进口金额从 2011 年到 2019 年保持高速增长，2019 年我国药品进口金额达到 357.09 亿美元，相比于 2011 年进口药品金额增长了 3.16 倍，年均复合增长率达 15.47%。

对很多进口药品生产厂商，由于对于国内医药市场不熟悉、或者缺乏足够的人力及资金，难以独立在中国医疗保健市场全范围内推广其全部产品，因此需要与医药品牌运营企业合作。辉瑞、诺华、默沙东、罗氏等知名医药生产巨头均存在与国内品牌运营公司进行深度合作的情形。依托国内企业的渠道优势以及市场运营经验进行产品推广、分销，国外医药生产厂商可以进行药品的本土化品牌运营，促进药品的市场推广销售。

随着中国医药产业的发展，未来进口药品数量、规模的增长将有力促进医药流通行业的发展。

（4）新药审批加速

2017 年 10 月 8 日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》（厅字〔2017〕42 号），提出改革临床试验管理、加快上市审评审批、促进药品创新和仿制发展等意见；2018 年 5 月 17 日，国家药品监督管理局、国家卫生健康委员会发布关于优化药品注册审批有关事宜的公告（2018 年第 23 号），落实了提高创新药上市审批效率、科学简化审批程序的具体措施。

相关政策的落地将有效缩短药品审批注册流程、鼓励创新药在国内市场上市，丰富国内市场创新药的种类与数量。医药研发流程较长且耗费资金巨大，对部分创新药生产商，为加快产品研发速度，需要将主要精力及资金投入在研发、生产阶段，压缩了产品销售端的投入，因此提出了医药品牌运营企业帮助其产品在国内市场上进行推广、销售的需求。

未来，随着越来越多的创新医药产品上市，医药品牌运营的市场需求将越来越大，医药品牌运营行业亦将快速发展。

（5）行业管理规范性不断提高

2015 年 6 月 25 日，《药品经营质量管理规范》全面施行；2016 年 7 月 20 日，食药监局发布了《食药监局关于修改<药品经营质量管理规范>的决定》。上述政策对药品批发的质量管理作出明确要求，包括质量管理体系、组织机构与质量管理职责、人员与培训、质量管理体系文件、设施与设备、校准与验证、计算机系统、采购、收货与验收、储存与养护、销售、出库、运输与配送、售后管理等内容。强调加快推进重要产品追溯体系建设，促进建设来源可查、去向可追、责任可究的药品全链条追溯体系。

相关政策的施行，对于加强药品经营质量管理，规范药品经营行为，保障用药安全起到了积极的推动作用，淘汰了经营不规范的企业，发挥市场净化作用，有利于行业的健康发展，有利于规范企业的逐步壮大。

2、不利因素

（1）行业经营成本不断提高

近年来，我国医药流通行业经营成本不断提高，主要原因有以下几点：第一、随着医药流通领域法律法规不断完善，对企业在药品采购、储存、销售、运输等环节的要求不断提高，推动产业向药品现代物流标准过渡，上述措施的出台长期有利于行业日趋规范，但同时在短期内增加了医药流通企业经营成本；第二、随着新医改的推进和行业集中度的提高，医药销售的终端渠道逐步拓展至乡镇及农村地区，在药品市场扩容的同时，销售成本也相应增加；第三、近年来房屋的租赁价格和职工的工资薪酬水平增速较快，使得用地成本和人力资源成本相应提高。

行业经营成本的不断提高加大了医疗流通行业厂商的经营压力，导致盈利能力较弱的企业逐渐退出行业竞争。

（2）医药流通行业集中度有待提高

中国医药流通行业的总体集中度处于较低水平。根据商务部统计数据，2018年，4 家全国龙头医药批发企业主营业务收入占同期全国医药市场总规模的39.1%；前 10 名医药零售企业销售总额占同期全国零售市场总规模的 18.5%，我国医药流通行业的市场集中度远低于美国、日本等成熟医疗市场。

尽管部分大型医药商业企业取得较高的市场份额，但行业中中小企业依然较多，管理水平偏低，存在恶性竞争的情形，不利于产业结构的优化。

（3）行业厂商存在不规范情形

我国医药品牌运营行业存在部分企业经营管理、业务开展不规范的问题。虽然医药品牌运营服务合同中大多会约定禁止利益输送、商业贿赂等合规条款，大型品牌运营企业亦会制定严格的内控制度以杜绝上述行为，但行业中仍存在少数中小企业，为增加产品销量而进行利益输送、商业贿赂等违法行为。上述不规范行为扰乱了市场正常的竞争秩序，对行业形象造成伤害，对行业的发展产生了不利影响。

（六）行业技术水平及技术特点

1、医学技术与销售推广技术相结合

医药品牌运营行业有较高的医学技术门槛。行业厂商需要对国内外市场上已上市以及即将上市的医药产品进行系统研究，包括产品的临床特点、适应症范围、使用方法、副作用等系列问题，否则难以组织开展临床研讨会等学术推广及患者教育；另一方面，医药品牌运营商需要具备专业的销售技能，在开展品牌营运业务时，能够结合产品的医学属性，分析相关产品的市场需求，市场竞争情况，进行品牌筛选、品牌定位并制定运营推广策略。因此，医药品牌运营行业体现出医学技术与销售推广技术相结合的技术特点。

2、医药批发配送采用智慧供应链技术

医药产品直接关系居民健康，且品种规格复杂，须对药品信息流及实物流进行严格监控。伴随着国家对医药批发配送的监管愈加严格，医药流通行业越来越多的采用智慧供应链技术对药品进行配送管理。

根据商务部发布的《2017 年药品流通行业运行统计分析报告》，全国性医药集团和区域性药品流通龙头企业以云计算、大数据和物联网技术为支撑，积极整合供应链上下游各环节资源，促进“物流、信息流、资金流”三流融合，建立多元协同的医药供应链技术。大中型药品流通企业在医药物流拆零技术、冷链箱周转体系、物流全程可视化信息系统、客户查询和服务系统等方面持续优化升级，打造信息化智慧供应链。

智慧供应链技术包括先进的物流设备、管理软件及信息化管理手段，能够有效降低物流配送成本，提升供应链管控水平，形成了本行业的技术特点。

（七）行业的周期性、区域性、季节性

医药产品是人们生活中所必需的特殊产品。医药产品营销综合服务作为医疗用品的服务提供商是必不可少的，本行业没有明显的周期性及季节性。

对行业的区域性，根据商务部市场秩序司统计，2018 年度，全国六大区域销售额占全国销售总额的比重分别为：华东 36.4%，中南 25.8%，华北 16.1%，西南 12.9%，东北 4.6%，西北 4.2%。华东区域及中南区域是本行业销售的重点区域。

（八）上下游行业发展状况对本行业的影响

1、上游行业发展状况对本行业的影响

医药营销综合服务业的上游行业为医药制造行业。近年来，受国民经济飞速发展、城镇化步伐加快以及人口老龄化问题日趋严重等因素影响，我国医药制造行业保持稳定增长。医药制造行业的增长会带动医药商业行业的增长，两者的关系密不可分。

目前我国的医药制造企业数量众多。根据国家统计局数据，截至 2018 年底，全国共有规模以上医药制造企业 7,581 家，除了少数上市企业等行业内知名企业，大多数规模为中小型企业。我国药品市场同种类药品竞争激烈，同一药品往往有数家制造企业同时生产。因此医药制造企业需要依托医药品牌运营企业强大的品牌运营能力，找到其品牌定位及优势，推广品牌知名度，在同质化竞争中脱颖而出。另一方面，激烈的竞争也使得医药品牌运营企业有更多的药品品种选择和更强的价格谈判能力，企业可以有针对性的围绕过往运营的优质品牌，选择服务费出价更高、产品更加契合的合作厂商进行产品推广，在推广对方产品的同时拓展自身运营产品矩阵，产生品牌联动效应。

2、下游行业发展状况对本行业的影响

医药营销综合服务业的下游行业主要面对医疗机构、零售终端和个人患者。在美国等发达国家，药品终端销售渠道以连锁药店为主，医院及诊所仅占较小的比例；而在我国，药品终端销售渠道大部分以医院为主，公立医院在医药产业链中地位强势。随着药品加成取消，国家鼓励医药分开，药房托管以及零售药房化连锁是未来发展趋势，医疗机构和零售药房的销售比例也会逐步向发达国家靠拢。

总体来看，随着宏观经济、居民可支配收入的稳定增长，以及我国居民对健康重视程度的日益提高，下游终端对于医药产品的需求将稳步增长，将带动医药流通服务行业发展。

六、公司在行业的竞争地位

（一）公司在行业中的市场地位

1、品牌运营业务

在品牌运营业务规模方面，公司和同行业竞争对手的对比情况如下：

竞争对手	营业收入（万元）		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
康哲药业	**694,596.40**	607,461.50	543,492.50
中国先锋医药	**133,495.20**	132,451.60	163,305.20
兴科蓉医药	**205,256.60**	119,037.80	95,301.30
壹网壹创	**129,858.51**	145,082.12	101,279.60
若羽臣	**113,579.13**	95,886.70	93,098.38
百洋医药（品牌运营业务收入）	**216,634.19**	199,404.24	167,126.31

在运营的产品方面，公司主要运营产品的市场地位情况如下：

产品名称	市场地位情况	数据来源
迪巧	2016 年维生素与矿物质类产品销售额排名第二； 2017 年维生素与矿物质类产品销售额排名第二； 2018 年维生素与矿物质类产品销售额排名第一；	中国非处方药物协会

2、批发配送业务

根据商务部统计，2017 年，公司在全国医药商业企业主营业务收入前 100 位中排名第 46 位，在山东省内名列第 4 位；2018 年，公司在全国医药批发企业主营业务收入前 100 位中排名第 39 位，在山东省内名列第 2 位。随着公司业务经营规模的扩大，公司的行业排名稳步上升。

（二）主要竞争对手情况简介

1、品牌运营业务

在品牌运营业务方面，公司的主要竞争对手为中国先锋医药、康哲药业、兴科蓉药业，亿腾医药、壹网壹创、若羽臣等，上述竞争对手的具体情况参见招股说明书本节之“五、公司所处行业的基本情况”之“（三）医药流通行业基本情况”之“1、品牌运营行业概况”之“（5）行业内的主要企业情况”。

在运营的产品方面，公司的主要竞争对手情况如下：

产品	竞争产品	基本概况

产品	竞争产品	基本概况
迪巧系列	钙尔奇 D	钙尔奇 D 系列补钙产品，系惠氏制药有限公司产品，预防和治疗由于钙和维生素 D 缺乏所引起的疾病，如骨质疏松症、骨折、佝偻病、妊娠及哺乳期妇女缺钙
	朗迪	朗迪系列补钙产品，系北京振东康远制药有限公司产品，用于儿童、妊娠和哺乳期妇女、更年期妇女、老年人等的钙补充剂，并帮助防治骨质疏松症
	新盖中盖	新盖中盖牌高钙片，系哈药集团有限公司旗下哈药六厂产品，是以碳酸钙、维生素 D 为主要原料制成的保健食品，具有补钙的保健功能
泌特系列	达吉	达吉（复方消化酶胶囊），系韩国韩林制药株式会社产品，用于食欲缺乏、消化不良，包括腹部不适、嗳气、早饱、餐后腹胀、恶心、排气过多、脂肪便，也可用于胆囊炎和胆结石以及胆囊切除患者的消化不良，是较早进入中国的进口消化酶系列产品
	星昊美彤	星昊美彤（复方消化酶胶囊），系广东星昊药业有限产品，用于食欲缺乏、消化不良，包括腹部不适、嗳气、早饱、餐后腹胀、恶心、排气过多、脂肪便，也可用于胆囊炎和胆结石以及胆囊切除患者的消化不良
哈乐系列	恒瑞	恒瑞（盐酸坦索罗辛缓释胶囊），系江苏恒瑞医药股份有限公司产品，用于缓解良性前列腺增生症引起的排尿障碍，该产品于 2018 年通过仿制药一致性评价
	必坦	必坦（盐酸坦索罗辛缓释胶囊），系杭州康恩贝制药有限公司产品，用于缓解良性前列腺增生症引起的排尿障碍，该产品于 2020 年通过仿制药一致性评价
武田系列	华怡平	华怡平（伏格列波糖片），系苏州中化药品工业有限公司产品，用于改善糖尿病餐后高血糖，为武田系列产品倍欣的竞争对手
	维尔亚	维尔亚（坎地沙坦酯片），系重庆圣华曦药业股份有限公司产品，用于治疗原发性高血压，为武田系列产品必洛斯的竞争对手
迈蓝系列	水林佳	水飞蓟宾（水林佳）系天津天士力圣特制药有限公司产品，用于急慢性肝炎、脂肪肝的肝功能异常的恢复，为迈蓝系列产品利加隆的竞争对手
	协力甘宝	协力甘宝（水飞蓟宾葡甲胺片）系湖南千金协力药业有限公司产品，用于急、慢性肝炎，初期肝硬化，中毒性肝损害的辅助治疗，为迈蓝系列产品利加隆的竞争对手
	博路定	博路定（恩替卡韦片）系中美上海施贵宝制药有限公出品的恩替卡韦片产品，适用于病毒复制活跃，血清丙氨酸氨基转移酶（ALT）持续升高或肝脏组织学显示有活动性病变的慢性成人乙型肝炎的治疗，为迈蓝系列产品素比伏的竞争对手
	和恩	和恩（恩替卡韦分散片）系海南中和药业股份有限公司产品，适用于病毒复制活跃，血清转氨酶 ALT 持续升高

产品	竞争产品	基本概况
		或肝脏组织学显示有活动性病变的慢性成人乙型肝炎的治疗，为迈蓝系列产品素比伏的竞争对手

2、医药批发配送业务

报告期内，公司的医药配送业务主要覆盖青岛、北京及周边地区医院、社区诊所，单体及连锁药房，部分产品对全国范围内药店进行直销。公司在医药配送业务面临的主要竞争对手如下：

公司名称	基本概况
上药控股青岛有限公司	上药控股青岛有限公司是上海医药集团股份有限公司控股的子公司，主要从事中成药、化药、生化药品、生物制品、麻醉药品、精神药品、各类医疗器械、化妆品、日用百货等产品的批发配送及咨询服务，在青岛及周边地区拥有较大的影响力
瑞康医药股份有限公司	瑞康医药股份有限公司成立于 2004 年，于 2011 年在深交所中小企业板上市。主要业务包括药品供应链服务、医疗器械供应链服务、医疗后勤服务、移动医疗信息化服务及第三方物流服务等

（三）公司的竞争优势

1、领先的品牌运营能力

公司是专业的医药产品商业化平台，能够为上游厂商提供卓有成效的营销增值服务，公司的品牌运营能力体现在以下方面：

（1）专业的市场研究及品牌筛选能力

公司拥有行业经验丰富的管理团队、能力出众的市场研究团队，可对国内外医药领域的政策、行业和市场动态进行紧密追踪并做出实时分析，同时结合销售推广情况和自身优势，寻找符合公司战略布局的新业务领域及方向。通过收集行业数据，公司对医药产业的各细分行业进行深入研究，并对国内外特定业务领域的品牌或产品进行大范围筛选，实现对各行业中细分领域主导品牌的系统性筛选和评估。因此，公司有能力选择出具有发展潜力的品牌，并与持有该等品牌的公司达成合作，形成公司的竞争优势。

（2）成熟的品牌运营及推广能力

公司的品牌运营流程包括品类研究、品牌定位、品牌制作、品牌沟通及品牌

稽核五个环节：

首先，在品类研究及品牌定位环节，通过大数据、趋势分析等多重手段，公司选取消费者关注度逐步提升的细分品类相关的品牌，针对每个品牌进行品类分化的研究和品牌定位；

而后，在品牌制作及品牌沟通环节，公司深入挖掘品牌内涵，针对目标客户群体的潜在接触点进行分析，制定相应的精准营销策略，以丰富的视听形象和文字描绘向该品类相关的消费者进行叙述，在客户群体的认知中逐步建立和巩固所运营品牌和品类之间的联系，从而占领该细分品类的市场；

最后，公司积极开展品牌稽核，评估品牌运营的市场效果，进一步提升公司的品牌运营能力。

通过多年品牌运营经验的积累，公司建立了成熟的品牌运营策略与流程，能够有效实现医药产品的品牌推广。

（3）成功的品牌运营经验

公司自成立以来即开始运营迪巧、泌特两个品牌。经过十余年的运营，公司已成功将迪巧、泌特品牌打造成细分市场最具有竞争力的品牌之一，成为公司在品牌运营业务领域的典型案例，印证了公司品牌运营的综合实力。

根据中国非处方药物协会发布的数据，2015 年至 2017 年，迪巧维 D 钙咀嚼片在中国非处方药产品综合统计排名-维生素与矿物质类产品中排名第二，2018 年排名第一，2019 年排名第二；2019 年度，泌特系列产品在全国的年销售量已超过 1,000 万盒，受到了医生和患者的广泛认可。

迪巧、泌特品牌运营的成功，体现了公司在非处方药及处方药市场，孵化品牌、培养品牌、提升品牌及持有品牌的整体品牌运营能力，为公司进一步拓展品牌运营业务市场提供了成功经验，形成了公司的核心竞争力。

2、突出的零售渠道推广能力

公司自设立以来即开展迪巧系列产品的品牌运营业务。迪巧系列产品的主要销售渠道为零售药店终端，公司在运营迪巧品牌时，逐渐形成了在零售渠道上突

出的推广能力，并将这种推广能力不断的延伸至其他品牌的运营上，形成了公司的核心竞争优势，具体情况如下：

（1）完善的销售网络及终端覆盖能力

公司具有行业领先的零售渠道销售网络及终端覆盖能力。经过十余年的投入与积累，公司已经形成一张具有 300 余家经销商的全国性医药商业网络，直接及间接覆盖了 30 余万家零售药店，覆盖范围处于行业领先水平。同时，基于多年的合作，公司的品牌运营团队和这些零售终端保持了有效的沟通渠道，能够迅速有效的保障公司推广营销政策的实施效果。

零售药店是医药产品推广销售的核心环节，是产品陈列推广、店员教育、促销活动等推广方式的主要场所，完善的零售端销售网络及终端覆盖能力，可以充分保障公司品牌运营的市场效果，也有助于公司品牌运营规模的不断提升。

（2）先进的数字化管理系统及数据分析能力

经过多年的信息化建设，在零售渠道的管理上，公司拥有医药行业内领先的数字化管理水平。公司建立了商务智能、客户管理系统、电子商务系统等先进的信息系统，数据系统直达经销商终端，实现了对产品流向的直接管控，能够第一时间获取产品市场销售情况的一手数据。

伴随着多年经营数据的收集、整理及大数据分析，公司能够充分掌握零售渠道产品推广及销售的多维数据，如：不同门店的销售规模、销售季节性、推广能力的强弱、不同推广办法的市场效果等。基于全面的数据分析，公司可以制定针对性的推广营销策略，使品牌运营业务的效率和效果都大幅提升。

（3）针对非处方药等健康产品的零售推广模式

针对于非处方药、膳食营养补充剂、医美产品等产品，仅依靠零售药店进行推广已经难以充分应对激烈的市场竞争。公司积极探索新零售品牌运营方式，积极提升零售渠道的品牌运营效果。

公司的新零售推广模式，以传统零售药店推广结合地面推广、媒体推介的方式开展。如针对迪巧系列产品，公司以母婴市场为核心，开展幼儿园活动、计划

免疫站活动、孕校活动，与中国儿童少年基金会等公益组织举办公益活动等多种地面推广的方式；针对医美产品，公司采用短视频、直播、朋友圈、微博等新媒体推介的方式。

公司的新零售推广模式采用针对特定人群开展的精准营销手段，能够充分挖掘细分市场的潜在消费者，体现了公司为品牌客户进行个性化服务的综合竞争实力。

（4）针对处方药产品的零售推广模式

伴随着降低医院药占比、药品零加成、医药分开、带量采购等一系列医药改革政策的推出，零售渠道将承接越来越多的处方药销售。针对处方药产品在零售渠道的推广，公司形成了独特的竞争优势。

处方药在零售渠道的推广通常面临两方面的问题：其一，处方药的使用需要专业的指导，一般的零售药房难以为患者提供针对多种不同类别的处方药使用建议；其二，处方药的销售周期较长，药品效期相对较短，单个零售药店的采购规模较小，在和上游医药生产厂商的谈判中难以获取有利的采购条件。

为解决零售渠道推广处方药所面临的困难，公司深入探索以患者为中心的处方药零售模式。一方面，通过全国范围内的专业推广团队，公司可以根据药品特点，为零售药店提供专业的药事培训、健康指引及用药跟踪等服务；另一方面，为解决零售药店在采购过程面临的不利局面，公司可以汇集多家零售药店的需求，统一和生产厂商谈判，争取有利的采购条件，成为零售药店的“虚拟库存”中心。

同时，公司自 2015 年开始扩展零售药店业务，以自有零售药店作为与终端消费群体交流与交易的窗口，试点为患者、医生及医药企业提供专业、综合、全面的医药服务解决方案，并积累丰富的药品信息、患者资料及医疗资讯，进而可通过采集、分析上述信息数据，挖掘培育其内在商业价值。

凭借着长期探索，公司积累了在零售渠道推广处方药销售丰富经验，目前运营了哈乐系列、武田系列、迈蓝系列等多个处方药在零售渠道的销售，体现了公司在零售渠道的竞争优势。

3、优质的上游合作伙伴资源

凭借在品牌运营方面提供的综合服务，公司可以助力生产厂商的品牌产品快速落地中国市场，提升市场销售规模。近年来，公司在品牌运营业务的开展过程中，坚持与知名医药生产企业开展合作，目前合作的医药企业包括武田制药、安斯泰来、迈蓝制药等全球知名医药企业。根据美国《制药经理人》杂志公布的2020 年全球制药企业排名，武田制药排名第 10 位，安斯泰来排名第 19 位，迈蓝制药排名第 21 位，三家企业均是全球具有竞争力的制药企业。

和优质上游厂商的合作，大幅提升了公司的核心竞争力：

首先，知名医药生产厂商的产品通常具有良好的市场口碑，产品质量及疗效更加具有保障，相关品牌运营的市场风险较低。如：2019 年 4 月，公司和安斯泰来达成合作，公司将安斯泰来旗下的哈乐系列产品销售至全国零售终端。安斯泰来是全球领先的前列腺专业治疗产品生产厂商，其产品具有良好的市场口碑，公司该品牌的运营在合作第一年，仅 8 个月的时间即实现了 1.54 亿元的销售收入；

其次，知名医药生产厂商通常具有多个业务条线，产品种类繁多，能够为公司带来持续的业务机会。2018 年底，公司和全球领先的非专利药生产商迈蓝建立合作关系，为其运营肝类疾病药物品牌素比伏及利加隆。基于公司 2019 年度品牌运营的良好表现，2020 年 1 月，公司和迈蓝就骨关节药物品牌维固力的运营达成合作。随着合作的不断深入，优质的上游厂商可以不断丰富公司的品牌运营矩阵，提升公司的业务规模；

最后，和知名医药生产厂商合作，有利于公司形成品牌效应，增强市场影响力和客户忠诚度。公司以商业化平台的方式，为来自世界不同国家的知名品牌方提供品牌运营增值服务，为公司的未来发展起到了良好的示范作用。基于不断丰富的品牌矩阵，公司的市场影响力不断提升，挖掘和持续服务全球优质品牌方的能力得以保证，使公司具备持续、稳健发展的坚实动力。

4、完善的销售网络及终端覆盖能力

公司自成立以来非常重视渠道管理体系建设，已建立起一套从总部到分支机

构系统的渠道管理体系。公司渠道客户事业部全面统筹品牌运营业务经销商的管理工作，目前已经形成一张具有 300 余家经销商的全国性医药商业网络，直接及间接覆盖了超过 12,000 家医院及 30 余万家药店。同时，公司拥有完整的供应链管理信息系统，可以执行货物流、票据流、货款流等的多功能查询和管理，通过对各营销网点和各级经销商经营数据进行分析与管理，对经销网络和终端销售情况具有完整、可靠的掌控能力。



公司在全国多个省份配备了专业的商务团队，与总部渠道客户事业部垂直衔接，负责当地的渠道建设与维护。通过成熟的渠道管理，公司确保产品销售及推广业务能够实现货款安全、流向清晰、覆盖充分以及价格稳定。借助公司现有的渠道管理体系和对终端的覆盖能力，公司可围绕消费者需求，持续引进新品牌，不断将新产品推广至全国市场渠道销售。

5、先进的现代化物流体系建设

随着行业集中度和规范程度的提升，为了加强自身的竞争力，更好地为上下游企业提供增值服务，公司建立了一套完整的现代化物流体系，目前所使用的系统包括 ERP 系统、WMS 系统以及 WCS 系统，有效提高了管理的效率。通过企业内各系统的对接，公司可以实现信息流、物流、商流的集中控制管理；通过配备机械化、半自动化的物流设备，公司可有效增强快速反应能力、创新能力和竞

争能力，降低物流配送成本，提升行业竞争力。

6、经验丰富的专业管理团队

公司管理团队大多出身于专业的大型医药企业，具备多年从业经验，对医药行业的现状与未来有着独到的见解。公司内部各子公司、各细分领域都拥有该细分行业领域的专业从业人员，如品牌产品销售推广领域、现代化物流领域、医药信息化领域等，使公司得以在各个领域发挥自身的优势，为公司打造完整的医药商业生态圈打下了坚实的基础。

（四）公司的竞争劣势

公司正处于快速发展阶段，融资渠道单一，资本实力尚待提高。近年来，随着公司经营规模的快速扩大以及运营品牌的增加，公司经营活动现金压力较大，资金实力已经成为制约公司发展的瓶颈。本次发行及上市后，公司的资本规模将会扩大，融资能力将得到有效改善，公司将进一步拓展运营的品牌矩阵，提升批发配送能力，更好地服务于医药产品品牌方和终端用户。

七、销售情况和主要客户

报告期内，公司主营业务收入按照业务类型可分为品牌运营业务收入、批发配送业务收入和零售业务收入，具体如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌运营业务	216,634.19	36.94%	199,404.24	41.24%	167,126.31	45.94%
批发配送业务	337,057.95	57.48%	261,330.07	54.05%	176,100.64	48.41%
零售业务	32,721.44	5.58%	22,744.76	4.71%	20,572.06	5.65%
合计	586,413.58	100.00%	483,479.07	100.00%	363,799.00	100.00%

（一）品牌运营业务

报告期内，公司品牌运营业务分品牌类型收入构成具体如下：

单位：万元

品牌	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比

品牌	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
迪巧系列	**118,349.22**	**54.63%**	125,223.25	62.80%	125,591.31	75.15%
泌特系列	**27,696.16**	**12.78%**	26,572.04	13.33%	27,028.32	16.17%
迈蓝系列	**15,785.26**	**7.29%**	7,126.93	3.57%	-	-
武田系列	**8,236.81**	**3.80%**	7,849.93	3.94%	5,184.35	3.10%
哈乐系列	**29,287.41**	**13.52%**	15,352.77	7.70%	-	-
其他品牌	**17,279.33**	**7.98%**	17,279.32	8.67%	9,322.32	5.58%
合计	**216,634.19**	**100.00%**	**199,404.24**	**100.00%**	**167,126.31**	**100.00%**

（二）批发配送业务

报告期内，公司批发配送业务分客户类型收入构成具体如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
医院	**164,033.85**	**48.67%**	161,299.46	61.72%	132,661.77	75.33%
医药商业公司	**102,790.27**	**30.50%**	60,972.85	23.33%	30,661.08	17.41%
零售药房	**54,665.13**	**16.22%**	30,282.37	11.59%	6,926.70	3.93%
社区诊所	**15,568.70**	**4.62%**	8,775.39	3.36%	5,851.08	3.32%
合计	**337,057.95**	**100.00%**	**261,330.07**	**100.00%**	**176,100.64**	**100.00%**

（三）零售业务

报告期内，公司零售业务分渠道类型收入构成具体如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上平台	**4,218.30**	**12.89%**	1,107.32	4.87%	589.77	2.87%
线下平台	**28,503.13**	**87.11%**	21,637.44	95.13%	19,982.29	97.13%
合计	**32,721.44**	**100.00%**	**22,744.76**	**100.00%**	**20,572.06**	**100.00%**

（四）主营业务分区域收入情况

报告期内，公司主营业务收入主要来源于华东地区和华北地区，具体情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
山东省	247,371.54	42.18%	225,280.10	46.60%	177,404.63	48.76%
华北地区	90,715.09	15.47%	71,142.20	14.71%	54,927.70	15.10%
华东地区（除山东）	76,794.95	13.10%	55,799.79	11.54%	41,562.38	11.42%
华中地区	38,345.48	6.54%	32,676.81	6.76%	22,805.17	6.27%
华南地区	52,453.58	8.94%	37,657.70	7.79%	26,150.16	7.19%
西南地区	29,473.59	5.03%	18,484.75	3.82%	12,254.97	3.37%
西北地区	18,194.88	3.10%	15,579.86	3.22%	12,112.62	3.33%
东北地区	26,866.10	4.58%	19,637.83	4.06%	10,203.95	2.80%
美国	771.52	0.13%	804.28	0.17%	849.75	0.18%
香港	5,426.85	0.93%	6,415.75	1.33%	5,527.67	1.14%
合计	586,413.58	100.00%	483,479.07	100.00%	363,799.00	100.00%

（五）向前五名客户的销售情况

报告期内，发行人向前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户	收入金额	占营业收入比例
2020 年度	1	九州通医药集团股份有限公司	50,533.62	8.60%
	2	青岛市市立医院	32,715.68	5.56%
	3	国药控股股份有限公司	29,484.79	5.01%
	4	青岛大学附属医院	25,579.18	4.35%
	5	扬州一洋制药有限公司	20,249.06	3.44%
	合计		158,562.34	26.97%
2019 年度	1	九州通医药集团股份有限公司	42,687.29	8.80%
	2	青岛市市立医院	37,631.28	7.76%
	3	青岛大学附属医院	28,103.23	5.80%
	4	国药控股股份有限公司	20,887.88	4.31%
	5	扬州一洋制药有限公司	20,032.08	4.13%
	合计		149,341.75	30.80%
2018 年度	1	九州通医药集团股份有限公司	43,806.28	11.99%
	2	青岛市市立医院	29,868.34	8.18%
	3	青岛大学附属医院	24,228.07	6.63%
	4	扬州一洋制药有限公司	18,792.45	5.15%
	5	国药控股股份有限公司	14,833.72	4.06%
	合计		131,528.86	36.01%

注：受同一控制人控制的客户，已合并计算其销售额。

发行人主要客户均为医药流通企业或医疗机构，符合公司业务模式及行业特点；发行人的主要客户经营正常，客户基础稳定，不存在依赖单一客户的情形。

公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东及其关系密切的家庭与上述客户不存在关联关系，不存在上述客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

1、品牌运营业务产品销售前五大客户情况

（1）直销客户

单位：万元

年度	序号	客户	收入金额	占品牌运营收入比	毛利率	主要销售产品	合作年份	关联关系
2020 年	1	阿里健康大药房医药连锁有限公司	6,885.47	3.18%	71.45%	迪巧系列	2016	否
	2	广东康爱多数字健康科技有限公司	1,170.13	0.54%	45.15%	武田系列、哈乐系列	2015	否
	3	康泽药业连锁有限公司	1,109.37	0.51%	19.25%	武田系列、哈乐系列	2017	否
	4	国药控股股份有限公司	890.75	0.41%	59.02%	迪巧系列、武田系列、哈乐系列	2006	否
	5	广东壹号药业有限公司	796.65	0.37%	42.46%	哈乐系列、武田系列	2017	否
	合计		10,852.37	5.01%	-		-	-
2019 年	1	阿里健康大药房医药连锁有限公司	5,588.41	2.80%	70.00%	迪巧系列等	2016	否
	2	广东壹号药业有限公司	1,993.55	1.00%	65.36%	迪巧系列等	2015	否
	3	广东康爱多数字健康科技有限公司	1,618.05	0.81%	13.28%	武田系列（泮托拉唑钠肠溶片、坎地沙坦酯片、兰索拉唑肠溶胶囊等）、迈蓝系列（素比伏等）	2015	否
	4	国药控股股份有限公司	744.04	0.37%	47.89%	迪巧系列、武田系列、哈乐系列等	2006	否
	5	中国医学科学院阜外医院	594.58	0.30%	5.54%	Atricure 系列等（双极射频消融隔离钳及连接带等）	2018	否
	合计		10,538.63	5.29%	-	-	-	-
2018 年	1	阿里健康大药房医药连锁有限公司	2,908.70	1.74%	70.80%	迪巧系列等	2016	否

年度	序号	客户	收入金额	占品牌运营收入比	毛利率	主要销售产品	合作年份	关联关系
	2	一心堂药业集团股份有限公司	974.88	0.58%	64.85%	迪巧系列等	2017	否
	3	国药控股股份有限公司	623.79	0.37%	51.17%	迪巧系列、武田系列（坎地沙坦酯片等）	2006	否
	4	广东康爱多数字健康科技有限公司	397.89	0.24%	-1.71%	武田系列（泮托拉唑钠肠溶片等）、扶正化瘀胶囊	2015	否
	5	康泽药业连锁有限公司	255.20	0.15%	24.36%	武田系列（兰索拉唑肠溶胶囊、坎地沙坦酯片等）	2017	否
	合计		**5,160.46**	**3.09%**	-	-	-	-

注 1：受同一控制人控制的客户，已合并计算其销售额。

注 2：此处计算国药控股股份有限公司作为直销客户的情况，为集团下零售业务主体的合并销售额，主要包括：国药控股国大药房有限公司及其子公司、国药乐仁堂医药有限公司等。

注 3：此处计算华润医药商业集团有限公司作为直销客户的情况，为集团下零售业务主体的合并销售额，主要包括：华润潍坊远东医药有限公司及其下属连锁药房门店等。

注 4：此处计算嘉事堂药业股份有限公司作为直销客户的情况，为集团下零售业务主体的合并销售额。

报告期内，公司品牌运营业务直销前五大客户变动原因如下：

2019 年，新增广东壹号药业有限公司，阿里健康大药房医药连锁有限公司收入增长较快，主要是发行人积极开拓品牌产品在电商平台的业务。同时，当年新增中国医学科学院阜外医院，主要是因为发行人 Atricure 系列产品收入当年增长较快。

（2）经销客户

单位：万元

年度	序号	客户	收入金额	占品牌收入比例	毛利率	主要销售产品	合作年份	关联关系
2020 年	1	九州通医药集团股份有限公司	47,677.91	22.01%	61.34%	迪巧系列	2006	否
	2	国药控股股份有限公司	17,215.18	7.95%	53.11%	迪巧系列	2006	否
	3	华润医药商业集团	9,094.05	4.20%	64.40%	迪巧系列	2006	否
	4	广东融泰医药有限公司	4,018.76	1.86%	41.02%	迪巧系列、迈蓝系列	2019	否
	5	陕西普禾医药有限公司	3,177.15	1.47%	66.42%	迪巧系列	2006	是
	合计		81,183.04	37.47%	-	-	-	-

年度	序号	客户	收入金额	占品牌收入比例	毛利率	主要销售产品	合作年份	关联关系
2019 年	1	九州通医药集团股份有限公司	41,211.40	20.67%	65.03%	迪巧系列、武田系列、哈乐系列等	2006	否
	2	国药控股股份有限公司	16,819.99	8.44%	61.53%	迪巧系列	2006	否
	3	华润医药商业集团有限公司	9,387.58	4.71%	65.03%	迪巧系列、泌特	2006	否
	4	陕西普禾医药有限公司	2,301.26	1.15%	66.47%	迪巧系列	2006	是
	5	兰州强生医药集团有限公司	2,238.45	1.12%	66.89%	迪巧系列	2006	否
	合计		**71,958.68**	**36.09%**	-	-	-	-
2018 年	1	九州通医药集团股份有限公司	42,641.72	25.51%	65.76%	迪巧系列、武田系列、哈乐系列等	2006	否
	2	国药控股股份有限公司	13,412.38	8.03%	64.51%	迪巧系列	2006	否
	3	华润医药商业集团有限公司	9,501.82	5.69%	63.63%	迪巧系列、泌特	2006	否
	4	陕西普禾医药有限公司	4,673.94	2.80%	65.31%	迪巧系列	2006	是
	5	兰州强生医药集团有限公司	2,144.36	1.28%	64.24%	迪巧系列	2006	否
	合计		**72,374.22**	**43.31%**	-	-	-	-

注 1：受同一控制人控制的客户，已合并计算其销售额。

注 2：此处计算九州通医药集团股份有限公司作为经销客户的情况，为集团下批发配送业务主体的合并销售额，主要包括：山东九州通医药有限公司、河南九州通医药有限公司、广西九州通医药有限公司等。

注 3：此处计算国药控股股份有限公司作为经销客户的情况，为集团下批发配送业务主体的合并销售额，主要包括：国药控股山西有限公司、国药控股河南股份有限公司、国药控股扬州有限公司等。

注 4：此处计算华润医药商业集团有限公司作为经销客户的情况，为集团下批发配送业务主体的合并销售额，主要包括：华润湖南双舟医药有限公司、华润河南医药有限公司、华润医药（上海）有限公司等。

注 5：此处计算上海医药集团股份有限公司作为经销客户的情况，为集团下批发配送业务主体的合并销售额，主要包括：上药控股徐州股份有限公司、上药控股广东有限公司、上药控股山东有限公司等。

注 6：此处统计产品销售的前五大经销客户收入，不含服务费客户。

报告期内，公司品牌运营业务经销前五大客户比较稳定，主要客户基本均为全国范围内的知名大型医药流通商。**2020 年新增广东融泰医药有限公司，主要是其增加迪巧系列和迈蓝系列产品的采购所致。**

2、批发配送业务前五大客户情况

报告期内，发行人医药批发配送业务前五大客户销售的产品主要为各类药品、医疗器械等，向医疗机构及医药商业公司配送产品主要基于医药行业的上下游关系，合作背景具有合理性。

报告期内，发行人批发配送前五大客户具体的情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户	收入金额	占配送收入比	毛利率	主要销售产品	合作年份	关联关系
2020 年	1	青岛市市立医院	32,560.81	9.66%	16.33%	地佐辛注射液、阿托伐他汀钙片、新型冠状病毒 2019-nCoV 核酸检测试剂盒等	2005	否
	2	青岛大学附属医院	25,315.83	7.51%	6.84%	注射用紫杉醇脂质体、利伐沙班片等	2005	否
	3	国药控股股份有限公司	11,378.87	3.38%	8.19%	人血白蛋白、玻璃酸钠滴眼液、甘露特钠胶囊	2006	否
	4	青岛市黄岛区人民医院	8,806.72	2.61%	9.10%	医用血管造影 X 射线系统等	2007	否
	5	青岛丰源堂医药有限公司	6,943.96	2.06%	1.42%	缬沙坦胶囊、甲苯磺酸索拉非尼片等	2014	否
	合计		85,006.19	25.22%	-	-	-	-
2019 年	1	青岛市市立医院	37,523.23	14.36%	15.66%	体外培育牛黄、阿托伐他汀钙片、碘克沙醇注射液、地佐辛注射液等	2005	否
	2	青岛大学附属医院	27,928.46	10.69%	6.71%	注射用紫杉醇脂质体、吸入用布地奈德混悬液、注射用美洛西林钠舒巴坦钠、瑞舒伐他汀钙片等	2005	否
	3	青岛市黄岛区人民医院	10,795.60	4.13%	8.23%	恩替卡韦分散片、注射用哌拉西林钠他唑巴坦钠等	2007	否
	4	平度市人民医院	7,578.97	2.90%	11.01%	中空纤维透析器、冠脉雷帕霉素洗脱钴基合金支架系统等	2008	否
	5	青岛市妇女儿童医院	6,789.95	2.60%	8.09%	百蕊颗粒等	2006	否
	合计		90,616.21	34.68%	-	-	-	-
2018 年	1	青岛市市立医院	29,783.90	16.91%	14.21%	体外培育牛黄、阿托伐他汀钙片、注射用奥拉西坦等	2005	否
	2	青岛大学附属医院	24,063.26	13.66%	7.01%	注射用紫杉醇脂质体、瑞舒伐他汀钙片、复方氨基酸注射液、注射用美洛西林钠舒巴坦钠等	2005	否
	3	青岛市黄岛区人民医院	9,316.78	5.29%	9.52%	恩替卡韦分散片、长春西汀注射液等	2007	否
	4	青岛市妇女儿童医院	6,111.19	3.47%	8.58%	百蕊颗粒等	2006	否
	5	平度市人民医院	5,643.88	3.20%	11.46%	中空纤维透析器、注射用哌拉西林钠他唑巴坦钠等	2008	否
	合计		74,919.02	42.54%	-	-	-	-

报告期内，公司医药批发配送业务的前五大客户主要为医疗机构，基本稳定。

2020 年青岛丰源堂医药有限公司成为前五大配送业务客户，主要系其增加医药产品的采购所致。

3、零售业务前五大客户情况

公司零售业务主要通过线上商城及线下自营药店进行，客户较分散，且主要为自然人，无法统计零售业务前五名客户。发行人对其销售产品定价主要参考厂商指导价，交易价格公允。

八、采购情况和主要供应商

报告期内，公司向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商	采购金额	占采购总额比例
2020 年度	**1**	**国药控股股份有限公司**	**39,728.88**	**9.46%**
	2	**美国安士**	**34,905.06**	**8.31%**
	3	**西安杨森制药有限公司**	**23,886.03**	**5.69%**
	4	**上海医药集团股份有限公司**	**22,108.61**	**5.26%**
	5	**安斯泰来**	**21,468.27**	**5.11%**
	合计		**142,096.85**	**33.83%**
2019 年度	1	美国安士	37,243.64	10.82%
	2	国药控股股份有限公司	18,642.09	5.42%
	3	安斯泰来	13,283.66	3.86%
	4	上海医药集团股份有限公司	13,201.92	3.84%
	5	拜耳（中国）有限公司	10,473.85	3.04%
	合计		**92,845.16**	**26.98%**
2018 年度	1	美国安士	40,404.57	16.97%
	2	上海医药集团股份有限公司	10,968.78	4.61%
	3	扬州一洋	7,242.10	3.04%
	4	国药控股股份有限公司	6,743.73	2.83%
	5	武田制药	5,030.93	2.11%
	合计		**70,390.11**	**29.56%**

注：受同一控制人控制的供应商，已合并计算其采购额。

发行人主要供应商均为医药生产厂商或医药流通企业，符合公司业务模式及行业特点；发行人的主要供应商经营正常，供应商基础稳定，不存在依赖单一供应商的情形。

中山安士是发行人参股的企业，发行人通过直接及间接方式合计持有其27.94%的股权。中山安士系发行人长期合作的供应商，业务具有合理性。

报告期内，前五大供应商中新增供应商为安斯泰来、拜耳（中国）有限公司、西安杨森制药有限公司。新增供应商均属于医药行业具有较高知名度的厂商，其中：安斯泰来为公司品牌运营业务新增品牌哈乐系列的产品供应商；拜耳（中国）有限公司、西安杨森制药有限公司均为公司批发配送业务的供应商。公司积极拓展业务，和上述供应商进行业务合作，具有合理性。

2020 年度，公司对国药控股股份有限公司采购规模大幅上升，主要系采购人血白蛋白金额增加所致。公司加深和该产品生产厂商的合作，导致了该产品业务规模的上升。

除中山安士外，公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有发行人5%以上股份的股东及其关系密切的家庭与上述供应商不存在关联关系，不存在上述供应商及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（一）品牌运营业务

报告期内，发行人品牌运营业务前五大供应商采购情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商	金额	占该业务比重	采购主要内容
2020 年度	1	美国安士	34,905.06	40.98%	迪巧系列
	2	安斯泰来	19,255.68	22.61%	哈乐系列
	3	扬州一洋	6,548.27	7.69%	泌特系列
	4	上海医药集团股份有限公司	4,502.17	5.29%	迈蓝系列（维固力）
	5	武田制药	4,107.39	4.82%	武田系列（坎地沙坦酯片、伏格列波糖片、兰索拉唑肠溶胶囊、盐酸吡格列酮片、泮托拉唑钠肠溶片、兰索拉唑口崩片）
	合计		69,318.57	81.39%	-
2019 年度	1	美国安士	37,243.64	47.00%	迪巧系列
	2	安斯泰来	12,833.88	16.20%	哈乐系列
	3	武田制药	7,781.47	9.82%	武田系列（坎地沙坦酯片、伏格列波糖片、兰索拉唑肠溶胶

期间	序号	供应商	金额	占该业务比重	采购主要内容
					囊、盐酸吡格列酮片、泮托拉唑钠肠溶片、兰索拉唑口崩片）
	4	扬州一洋	6,078.14	7.67%	泌特系列
	5	北京诺华制药有限公司	2,851.44	3.60%	迈蓝系列（素比伏）
	合计		**66,788.57**	**84.28%**	-
2018 年度	1	美国安士	40,404.57	69.17%	迪巧系列
	2	扬州一洋	7,242.10	12.40%	泌特系列
	3	武田制药	5,213.58	8.93%	武田系列（坎地沙坦酯片、伏格列波糖片、兰索拉唑肠溶胶囊、盐酸吡格列酮片、泮托拉唑钠肠溶片、兰索拉唑口崩片）
	4	上海黄海制药有限责任公司	1,688.50	2.89%	扶正化瘀
	5	AtriCure,Inc.	1,611.48	2.76%	Atricure 系列（双极射频消融隔离钳及连接带、双极射频消融笔等）
	合计		**56,160.23**	**96.15%**	-

注：受同一控制人控制的供应商，已合并计算其采购额

报告期内，公司品牌运营业务前五大供应商变动原因主要如下：

2019 年度，公司与安斯泰来开展合作，运营哈乐系列品，导致公司当年向安斯泰来采购金额大幅提升。

公司于 2019 年与迈蓝制药开展合作，运营迈蓝旗下利加隆、素比伏品牌。**北京诺华制药有限公司系素比伏品牌的生产厂商。2019 年，迈蓝制药收购诺华制药的素比伏产品后，在短时间内，指定发行人向诺华制药采购素比伏产品，导致其成为 2019 年前五大供应商。随着迈蓝对相关业务的整合完成，2020 年，迈蓝制药指定公司从其自有渠道广州白云山医药集团股份有限公司及国药控股股份有限公司采购产品，故导致北京诺华制药有限公司于 2020 年退出公司前五大供应商；2020 年，公司新增运营迈蓝系列的维固力产品，由于上海医药集团股份有限公司系该产品的国内进口商，故公司从上海医药集团股份有限公司采购上述产品，导致其成为 2020 年前五大供应商。**

AtriCure Inc 是全球外科房颤领域领导品牌，双方于 2018 年开展合作。随着公司其他品牌产品的采购规模逐渐增大，AtriCure Inc 于 2019 年退出公司前五大

供应商。

（二）批发配送业务

报告期内，发行人批发配送业务向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商	金额	占该业务比重	采购内容
2020 年度	1	国药控股股份有限公司	34,282.34	10.83%	人血白蛋白、非诺贝特胶囊、注射用胸腺法新、注射用盐酸倍他司汀、氟康唑氯化钠注射液、盐酸多柔比星脂质体注射液、注射用伏立康唑等
	2	西安杨森制药有限公司	23,886.03	7.55%	盐酸氟桂利嗪胶囊、多潘立酮片、伊曲康唑胶囊、达雷妥尤单抗注射液、伊布替尼胶囊、马昔腾坦片等
	3	上海医药集团股份有限公司	14,347.83	4.53%	人血白蛋白、硫酸羟氯喹片、艾考恩丙替片、地屈孕酮片、甲磺酸仑伐替尼胶囊、抗衰老口服液-青春宝等
	4	深圳市瑞霖医药有限公司	12,658.64	4.00%	玻璃酸钠滴眼液
	5	绿谷（集团）有限公司	12,030.02	3.80%	甘露特钠胶囊、注射用丹参多酚酸盐
	合计		97,204.86	30.71%	-
2019 年度	1	国药控股股份有限公司	16,276.79	6.30%	人血白蛋白、氨酚羟考酮片、索磷布韦维帕他韦片、枸橼酸伊沙佐米胶囊、注射用胸腺法新等
	2	上海医药集团股份有限公司	11,933.65	4.62%	人血白蛋白、硫酸羟氯喹片、注射用伊米苷酶、沙美特罗替卡松粉吸入剂、地屈孕酮片等
	3	拜耳（中国）有限公司	10,473.85	4.06%	硝苯地平控释片、利伐沙班片、阿卡波糖片、甲苯磺酸索拉非尼片、盐酸莫西沙星氯化钠注射液等
	4	三生国健药业（上海）股份有限公司	9,203.55	3.56%	注射用重组人 II 型肿瘤坏死因子受体-抗体融合蛋白、重组抗 CD25 人源化单克隆抗体注射液
	5	西安杨森制药有限公司	9,087.18	3.52%	伊布替尼胶囊、注射用英夫利西单抗、醋酸阿比特龙片、布洛芬混悬液、多潘立酮片等
	合计		56,975.02	22.07%	-
2018 年度	1	上海医药集团股份有限公司	10,681.77	6.01%	硫酸羟氯喹片、人血白蛋白、注射用伊米苷酶、硫酸氨基葡萄糖胶囊、地屈孕酮片、雌二醇片等
	2	国药控股股份有限公司	6,734.32	3.79%	氨酚羟考酮片、洛索洛芬钠片、注射用胸腺法新、注射用伏立康唑、乳果糖口服溶液等

期间	序号	供应商	金额	占该业务比重	采购内容
	3	江西济民可信医药有限公司	4,777.55	2.69%	醒脑静注射液、硫酸依替米星注射液、金水宝片、复方鲜竹沥液、金水宝胶囊等
	4	阿斯利康（无锡）贸易有限公司	4,630.81	2.61%	瑞舒伐他汀钙片、琥珀酸美托洛尔缓释片、吸入用布地奈德混悬液、布地奈德福莫特罗粉吸入剂、沙格列汀片等
	5	北京嘉林药业股份有限公司	4,490.54	2.53%	阿托伐他汀钙片、盐酸曲美他嗪胶囊
	合计		**31,314.99**	**17.63%**	-

注：受同一控制人控制的供应商，已合并计算其采购额

批发配送业务主要针对常用药品以及医疗器械，涉及产品种类较多，故公司向前五大供应商采购金额占比相对较低。公司前五大供应商主要以大型医药商业公司以及医药生产企业为主。

（三）零售业务

报告期各期间，发行人零售业务向前五名供应商的采购情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商	金额	占该业务比重	采购内容
2020年度	**1**	**国药控股股份有限公司**	**4,043.40**	**22.03%**	**注射用卡瑞利珠单抗注射液、达雷妥尤单抗注射液、信迪利单抗注射液、替雷利珠单抗注射液、古塞奇尤单抗注射液等**
	2	**上海医药集团股份有限公司**	**3,258.61**	**17.75%**	**注射用伊米苷酶、帕博利珠单抗注射液、达雷妥尤单抗注射液、恩扎卢胺软胶囊等**
	3	**石药控股集团有限公司**	**3,036.88**	**16.54%**	**盐酸多柔比星脂质体注射液、注射用紫杉醇(白蛋白结合型)、注射用硼替佐米等**
	4	**青岛崂山矿泉水有限公司**	**2,260.63**	**12.32%**	**崂山矿泉水、崂山白花蛇草水、崂山苏打水等**
	5	**Jianmin International Co.Limited**	**881.59**	**4.80%**	**CB12 漱口水、CB12 牙膏、赛吉儿、Biothymus 抗脱发修复洗发露、Biothymus 抗脱发营养液等等**
	合计		**13,481.11**	**73.44%**	**-**
2019年度	1	迈蓝制药	2,243.93	33.38%	赛吉儿、Biothymus 抗脱发修复洗发露、Biothymus 抗脱发营养液等
	2	上海医药集团股份有限公司	1,268.21	18.87%	注射用伊米苷酶、帕博利珠单抗注射液、他克莫司胶囊、枸橼酸西地那非片、苹果酸奈诺沙星胶囊等

期间	序号	供应商	金额	占该业务比重	采购内容
	3	国药控股股份有限公司	601.98	8.96%	注射用卡瑞利珠单抗注射液、注射用贝利尤单抗、信迪利单抗注射液、达雷妥尤单抗注射液、吡非尼酮胶囊等
	4	博雅生物制药集团股份有限公司	315.81	4.70%	静注人免疫球蛋白、人血白蛋白
	5	HONGKONG LONGSIGHT HE SCIENCE AND TECHNOLOGY LIMITED.	291.29	4.33%	哈罗闪婴儿净护二合一洗发沐浴露、哈罗闪婴儿柔护润肤乳、哈罗闪婴儿温和护肤霜、哈罗闪儿童柔嫩面霜、哈罗闪婴儿泛醇修护润肤霜等
	合计		**4,721.22**	**70.24%**	-
2018 年度	1	同路生物制药有限公司	589.44	29.61%	静注人免疫球蛋白、人血白蛋白
	2	上海医药集团股份有限公司	287.01	14.42%	帕博利珠单抗注射液、他克莫司胶囊、枸橼酸西地那非片、吸入用倍氯米松福莫特罗气雾剂、托伐普坦片
	3	华兰生物工程重庆有限公司	246.30	12.37%	静注人免疫球蛋白、人血白蛋白、破伤风人免疫球蛋白
	4	博雅生物制药集团股份有限公司	220.12	11.06%	静注人免疫球蛋白、人血白蛋白
	5	NutriNord Aps	83.32	4.19%	乳清蛋白粉、增肌粉
	合计		**1,426.19**	**71.65%**	-

报告期内，发行人零售业务的采购分两部分：

其一，零售业务部门独立对外采购；

其二，批发配送业务部门向外采购后，零售业务部门通过内部体系向批发配送业务部门采购。发行人采用该模式主要原因系由于：批发配送业务和零售业务采购产品高度重叠，批发配送业务业务规模较大，集中采购可以有效降低采购成本（根据采购模式及采购主体，该部分采购金额计入批发配送业务采购金额）。

报告期内，零售业务两种采购模式采购金额如下表所示：

单位：万元

采购方式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
体系内采购额	**16,662.19**	16,133.36	15,562.30
对外采购额	**18,355.42**	6,721.80	1,990.41
合计采购额	**35,017.61**	**22,855.16**	**17,552.71**

若将零售业务体系内采购部分向上穿透至最终供应商，发行人向零售业务前五大供应商采购情况如下：

单位：万元

期间	序号	供应商	采购金额	占比
2020 年度	**1**	**国药控股股份有限公司**	**4,934.69**	**14.09%**
	2	**上海医药集团股份有限公司**	**4,045.65**	**11.55%**
	3	**石药控股集团有限公司**	**3,150.22**	**9.00%**
	4	**迈蓝制药**	**2,414.98**	**6.90%**
	5	**青岛崂山矿泉水有限公司**	**2,260.63**	**6.46%**
	合计		**16,806.17**	**48.00%**
2019 年度	1	上海医药集团股份有限公司	3,229.20	14.13%
	2	迈蓝制药	2,243.93	9.82%
	3	石药控股集团有限公司	2,040.64	8.93%
	4	国药控股股份有限公司	1,155.28	5.05%
	5	苏州众合生物医药科技有限公司	1,052.91	4.61%
	合计		**9,721.95**	**42.54%**
2018 年度	1	上海医药集团股份有限公司	2,388.24	13.61%
	2	石药控股集团有限公司	1,160.70	6.61%
	3	青岛天合医药集团股份有限公司	1,157.24	6.59%
	4	同路生物制药有限公司	855.04	4.87%
	5	青岛松山医药销售有限公司	808.42	4.61%
	合计		**6,369.64**	**36.29%**

如上表所示，若将零售业务体系内采购部分向上穿透至最终供应商，发行人向零售业务前五大供应商采购比例在报告期内呈上升趋势。

（四）发行人和安士系公司的合作情况

1、中山安士的基本情况

（1）基本情况

中山安士基本情况如下表：

名称	安士制药（中山）有限公司
企业类型	有限责任公司（外商投资、非独资）
法定代表人	王武平
成立时间	2003 年 9 月 19 日
注册资本	2,665.738 万元
经营范围	研发、生产经营采用缓释、控释等新技术生产的药品制剂[包括片剂、硬胶囊剂、软胶囊剂、冻干粉针剂、颗粒剂]，进口药品分外包装（颗粒剂），进口药品分包装（片剂），从事以上产品技术咨询服务。自有闲置厂房出租；自有闲置设备出租；物业管理。

（2）主营业务

中山安士主要业务为药品、膳食补充剂的生产及分包装。目前，中山安士主要负责迪巧系列产品的进口及分包装，同时还生产部分仿制药产品，主要包括盐酸伐昔洛韦片、多库酯钠软胶囊、注射用多索茶碱、布洛芬片等，其中迪巧系列产品的开发及供货主要来源于美国安士，仿制药产品的成分以及工艺来源于原研发仿制。报告期内，中山安士的经营规模情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度/2020 年 12 月 31 日	2019 年度/2019 年 12 月 31 日	2018 年度/2018 年 12 月 31 日
总资产	**60,797.56**	57,426.19	55,087.10
净资产	**44,565.10**	42,032.01	37,278.48
营业收入	**50,364.94**	52,814.57	48,740.19
净利润	**3,650.17**	3,198.27	2,704.86

（3）股权结构

截至本招股说明书出具日，中山安士股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	美国安士	1,439.4986	54.00%
2	百洋集团有限（HK）	650.00	24.38%
3	中山市先声股权投资管理有限公司	200.00	7.50%
4	中山先创投资咨询有限公司	250.00	9.38%
5	百洋医药	94.7492	3.55%
6	珠海先创医药企业管理顾问有限公司	31.4902	1.18%
合计		**2,665.738**	**100.00%**

2、美国安士的基本情况

（1）基本情况

美国安士的基本情况如下：

名称	A&Z PHARMACEUTICAL INC.
成立时间	1995 年 3 月 17 日
已发行股本	1,000 shares
股权结构	Chemsource International Inc 直接持股 100% Chemsource International Inc 的股权结构为：

	（1）EMMA LI XU 73.4976%； （2）EMMA LI 2012 FAMILY TRUST C/O C PAN 63-85 WOODHAVEN BLVD-A REGO PARK, NY 11374(ID 47-6511771) 13.2512%； （3）EMMA LI 2012 FAMILY TRUST C/O C PAN 63-85 WOODHAVEN BLVD-A REGO PARK, NY 11374(ID 47-6512383) 13.2512%
实际控制人	徐清波（EMMA LI XU）
主营业务	药品生产、药品销售
主要产品	主要产品为迪巧系列补钙产品

（2）美国安士的经营规模

报告期内，美国安士的主要财务数据如下表所示：

单位：万美元

项目	2020 年度 /2020 年 12 月 31 日	2019 年度 /2019 年 12 月 31 日	2018 年度 /2018 年 12 月 31 日
总资产	**6,314.96**	6,453.00	6,991.51
净资产	**1,865.73**	1,786.85	1,977.28
营业收入	**3,449.38**	5,202.27	4,319.14
净利润	**51.03**	25.49	631.60

注：2018-2019 年数据经 MAZARS USA LLP 审阅；2020 年数据未经审阅

（3）美国安士与发行人的合作关系

①美国安士实际控制人与发行人实际控制人的工作关系

美国安士是徐孝先家族控制的企业。徐孝先和发行人实际控制人付钢曾为同事关系，具体情况如下：

在 1993 年-2002 年期间，徐孝先为丽珠医药主要领导人，付钢在丽珠医药基层、中层工作，双方为同事关系；

2002 年-2004 年，徐孝先从丽珠医药离职，自主创业设立中山安士；付钢在丽珠医药继续工作，并升任丽珠医药副总，并在 2004 年当选为首届全国医药行业十佳职业经理人，业务能力获得行业的普遍认可；

2005 年，付钢从丽珠医药离职，创立百洋医药，百洋医药开始代理美国安士生产的迪巧系列产品。

综上，在丽珠医药设立美国安士、徐孝先家族收购美国安士及徐孝先离职前，付钢的职级较低，不足以参与上述运作。美国安士的运作方案系由徐孝先家族独立主导；在付钢设立百洋医药阶段，付钢本人已成为医药行业普遍认可的资深管理人才，徐孝先处于重新创业阶段，徐孝先也不具备干涉付钢设立百洋医药的能力。

因此，美国安士、百洋医药系各自创始人独立创业形成，不存在其他关联关系，双方合作关系的建立系由于各方商业诉求契合所致。徐孝先、付钢除曾为同事关系外，不存在其他关联关系。

②美国安士及其相关方与发行人的关联关系

发行人与中山安士及徐清波家族成员控制的企业的关联关系如下：

发行人通过直接和间接方式共计持有中山安士（美国安士控股的境内企业）27.94%股权；发行人实际控制人付钢在中山安士担任副董事长，在中山安士投资控股有限公司（徐孝先间接控制的企业，百洋诚创参股 25.56%）担任董事职务；发行人董事朱晓卫在中山安士、中山安士投资控股有限公司担任董事职务；发行人实际控制人付钢在安士生物科技（中山）有限公司（中山安士全资子公司）担任董事职务。

除上述情形以外，美国安士及其控股股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人不存在关联关系。

3、发行人与中山安士合作的历史沿革

（1）发行人与美国安士、中山安士合作的历史沿革

美国安士、中山安士、发行人从设立至今在迪巧系列产品合作的时间进程情况如下：

时间	参与主体	事项
1995 年 3 月	美国安士	丽珠医药在美国设立全资子公司美国安士
2000 年 5 月	美国安士	丽珠医药将其持有的美国安士股权分别转让给徐孝先家族
2003 年 9 月	中山安士	美国安士设立中山安士，持股 90%； 国资机构中山市健康科技产业基地发展有限公司持股

时间	参与主体	事项
		10%
2003 年 12 月	中山安士 百洋诚创	百洋诚创参股中山安士，持股 26% （百洋诚创当时股东为付钢、朱晓卫、宋青、陈海深四人，为目前发行人控股股东百洋集团的股东）
2005 年 3 月	发行人	发行人设立
2005 年-2007 年	美国安士 发行人	1、美国安士生产、包装迪巧系列，并出口至中国境内 2、发行人负责迪巧系列在中国境内的品牌运营及销售
2007 年-2009 年	美国安士 中山安士 发行人	1、美国安士尝试将少量产品出口至中山安士 2、中山安士进行产品分包装 3、发行人负责迪巧系列在中国境内的品牌运营及销售
2010 年至今	美国安士 中山安士 发行人	1、美国安士负责迪巧系列的生产，出口至中山安士 2、中山安士负责产品分包装 3、发行人负责迪巧系列在中国境内的品牌运营及销售

2010 年开始，美国安士、中山安士、发行人在迪巧系列上的业务合作保持稳定，根据各方签署的相关协议：①美国安士进行迪巧系列产品的上游开发以及供货；②中山安士负责产品的进口及分包装；③百洋医药及其子公司负责迪巧系列产品在中国境内（包括港澳台地区）营销业务的全面管理。

上述业务合作具有商业合理性。

（2）发行人入股中山安士的背景

对发行人而言，发行人是迪巧系列产品在中国境内总代理，全面负责迪巧系列产品的品牌运营。双方开始合作时，迪巧产品属于初创品牌。要将迪巧品牌从初创品牌打造成行业领先品牌，需要付出巨大的人员及资金投入，发行人通过参股中山安士的方式加深与中山安士的合作、巩固双方业务稳定性、实现利益绑定，降低业务风险，具有商业合理性。

对美国安士及中山安士而言，迪巧系列系其最重要的产品，通过和发行人共同投资的方式，可以巩固双方业务稳定性、实现利益绑定，有利于保障迪巧系列产品的稳定销售和长期发展，因此同意发行人入股中山安士。

（3）发行人于 2005 年设立之初即与美国安士合作的原因及合理性

发行人 2005 年设立之初即与美国安士合作的原因如下：

①美国安士需要专业的品牌厂商为迪巧进行品牌运营

2002 年，丽珠医药变更实际控制人后，丽珠医药时任总裁徐孝先从丽珠离职；随后，双方就迪巧系列合作进行协商；2004 年 4 月开始，丽珠医药不再销售迪巧系列产品。此时，迪巧系列在国内销售规模较小，需要经过长期、持续地投入大量的资源投入才能提升迪巧系列的市场规模。当时徐孝先家族主要在美国，不具备在国内运营迪巧品牌的行业资源及管理能力，因此需要国内专业的品牌厂商为迪巧进行品牌运营。

②发行人具备良好的医药行业资源，具备运营迪巧品牌的能力

发行人实际控制人付钢曾任丽珠医药营销副总裁，主管丽珠医药的销售工作，其业务能力被行业所认可，工作内容契合迪巧系列品牌运营的需求。其他主要创始人陈海深、朱晓卫、宋青及主要管理层成员亦在从事医药行业工作多年。

上述人员在医药行业具有多年从业经验，熟知医药市场的特点，并拥有全国范围内的客户资源，对开发和维护相关客户群体具备丰富的经验，因此有能力运营迪巧品牌，实现其经营业绩的成长。

③发行人主要创始人和徐孝先具有相互信任的基础

徐孝先曾任丽珠医药副董事长及总经理，和发行人创始人及多名核心团队人员曾为同事关系，相互熟悉。同时，徐孝先对发行人核心团队的品牌运营能力充分认可，具有充分的信任基础。因此，双方可以快速实现合作。

综上，鉴于迪巧系列需要品牌运营商为其运营，发行人具备良好的医药行业资源，具备运营迪巧品牌的能力，且发行人和美国安士之间相互熟悉，具有相互信任的基础，因此，发行人 2005 年成立之初即与美国安士合作具有合理性。

4、发行人与美国安士、中山安士的股东交叉持股的情况

（1）发行人入股中山安士的原因及合理性

对发行人而言，发行人是迪巧系列产品在中国境内总代理，全面负责迪巧系列产品的品牌运营。发行人通过参股中山安士的方式有助于加深与中山安士的合作、巩固双方业务稳定性、实现利益绑定，降低业务风险，具有商业合理性。

对中山安士而言，迪巧系列系其最重要的产品，通过和发行人共同持股的方

式，可以巩固双方业务稳定性、实现利益绑定，有利于保障迪巧系列产品的稳定销售和长期发展，具有商业合理性。

（2）美国安士、中山安士及其股东、董监高持有发行人股份的情况

美国安士董事、实际控制人、中山安士董事长徐清波、中山安士董事徐孝先、王武平、陆珏仪通过天津清正间接持有发行人股份，具体情况如下：

序号	合伙人姓名	对天津清正出资额（万元）	对天津清正出资比例	间接持有发行人股份比例
1	徐孝先	355.6	4.76%	0.0847%
2	徐清波	355.6	4.76%	0.0847%
3	王武平	88.9	1.19%	0.0212%
4	陆珏仪	88.9	1.19%	0.0212%
合计		**889.00**	**11.90%**	**0.2118%**

2015 年末，百洋医药拟申报 IPO，筹备上市前融资时，为分享百洋医药上市收益，徐孝先、徐清波、王武平、陆珏仪通过天津清正持有百洋医药的股份，合计间接持股 0.21%，入股价格与同期入股的外部投资者一致，且持股比例较低，系财务投资行为。

上述人员作为发行人商业合作伙伴中山安士的代表，其以外部投资者同样价格投资发行人的原因在于看好发行人的发展，谋求投资回报，具备合理性。

5、发行人不存在对美国安士、中山安士存在重大依赖的情形

发行人对美国安士、中山安士不存在重大依赖的情况，相关交易符合行业合理水平，不会对发行人的独立性构成重大不利影响，具体情况如下：

（1）迪巧系列产品收入及毛利占比逐年下降

报告期内，迪巧系列产品收入、毛利及其占比情况如下表所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入（万元）	**118,349.22**	125,223.25	125,591.31
占品牌运营业务收入比例	**54.63%**	62.80%	75.15%
占公司营业收入比例	**20.13%**	25.83%	34.39%
毛利额（万元）	**77,658.78**	84,308.34	84,476.11
占品牌运营业务毛利额比例	**72.93%**	81.48%	88.52%
占公司毛利额比例	**52.71%**	62.40%	70.46%

随着公司不断拓展运营新品牌，迪巧系列收入、毛利额占发行人整体的比例逐年下降。**2020 年度，迪巧系列收入占品牌运营业务收入的比例已下降至 54.63%，毛利额占公司总毛利额的比例已经降至 52.71%，迪巧系列在公司经营的业绩占比逐年下降。**

（2）发行人具有成熟的业务模式，能够不断增加运营的品牌数量，挖掘其他有潜力的品牌

随着公司品牌运营业务的成熟，销售渠道网络的建成，公司积极探索并建立可复制的商业化品牌运营模式，吸引上游品牌合作，迅速实现品牌的商业化。

从 2015 年开始，公司运营的品牌数量实现了大幅增长：2016 年，公司新增运营克奥尼斯系列；2017 年，公司新增运营武田系列；2018 年，公司新增运营艾斯诺娜及 Atricue 系列；2019 年，公司新增运营迈蓝系列、哈乐系列；2020 年，公司新增运营迈蓝系列的维固力产品。随着公司运营品牌数量的不断增加，和公司合作的知名医药生产厂商的范围不断扩大，公司的业务模式得到了行业上下游的充分认可。

因此，公司具有成熟的业务模式，品牌运营的方式具有较强的复制性，公司未来有能力进一步的扩大运营的品牌规模。随着公司运营品牌规模的不断上升，迪巧系列占公司业绩的比重不断下降，公司具备独立开展品牌运营业务的能力。

（3）公司的核心竞争力并不依赖迪巧系列业务

在品牌运营行业，公司的核心竞争力包括以下方面：专业的市场研究及品牌筛选能力、成熟的品牌运营能力、完善的销售网络及终端覆盖能力、先进的数字化管理系统及数据分析能力。

公司的核心竞争力和迪巧系列业务并不存在依存关系，公司可以不断发挥核心竞争优势拓展新业务。近年来，公司拓展品牌运营业务卓有成效的产品武田系列、迈蓝系列及哈乐系列均直接证明了公司品牌运营业务核心竞争力的有效性。

（4）发行人和安士系公司合作是共同发展的合作方式

美国安士及中山安士的资金规模、人员规模均较低，不具备在全国范围内的

销售渠道，因此为了实现迪巧系列产品的销售，安士系公司需要和具有行业核心竞争力的品牌运营商开展合作；

百洋医药具有全国范围内的销售渠道及销售人员、成熟的品牌运营模式，完善的物流系统及管理系统，需要选择优秀的品牌进行运营，从而提高公司的整体运营效率。

因此，百洋医药和安士系公司的合作是双方相互选择的结果。

近年来，在医药生产环节，我国颁布了一系列政策，加速新药审批，鼓励创新药上市。未来，市场上需要品牌运营的药品将越来越多；同时，在医药流通环节，两票制等政策的实施，将行业中不具核心竞争力的中小流通企业逐步淘汰，而具有核心竞争力的品牌运营商愈加稀缺。对百洋医药而言，未来可以选择的医药产品越来越多，不存在依赖安士系公司的情况。

（5）发行人的资产规模及业务规模均远高于安士系公司，不存在依赖安士系公司的情况

报告期内，安士系公司不论从资产规模还是盈利水平都远低于公司的规模，公司抗风险能力远高于安士系公司，不存在依赖安士系公司的情况

综上，发行人对美国安士、中山安士不存在重大依赖。

6、相关业务不存在影响公司独立性的情况

（1）迪巧业务收入占比较高符合品牌运营行业的特点

在业务前期，品牌运营商需要投入大量的人力、物力和资金进行市场调研、消费者教育、营销策划等工作，业务开展的时间及资金成本较高。因此，打造行业知名品牌具有较高的难度，受限于资金、人员限制，大部分的品牌运营商的前期业务均聚焦于少数品牌。

另一方面，一旦品牌运营业务获取成功，品牌运营商可以获取长期稳定的回报，该品牌也将成为品牌运营商的主要利润来源。

基于以上原因，在品牌运营行业，较多品牌运营商均存在少数产品收入占比较高的情况，具有一定的行业特点。

（2）发行人具备独立面向市场获取业务的能力

①业务独立

发行人具有成熟的品牌运营模式，形成了品牌运营行业的核心竞争优势并取得了行业上下游厂商的认可。报告期内，发行人运营的品牌数量不断增加，均系发行人采用公开、公平的手段获取，不存在依靠关联方开展业务的情形，因此，发行人具有直接面向市场独立持续经营的能力。

②资产、人员、财务、机构独立

发行人的资产、人员、财务及机构均独立设置，不存在依赖关联方的情况，具备独立性。

综上，发行人迪巧业务的开展符合品牌运营行业的特点，发行人具有独立面向市场获取业务的能力，具备独立性。

7、美国安士实际控制人及其家族与发行人不存在实质关联关系或利益倾斜情形

美国安士实际控制人及其家族与发行人不存在实质关联关系或利益倾斜情形，具体原因如下：

（1）发行人与美国安士开始合作的背景及原因具有合理性，双方不存在因特殊利益安排而开展合作的情形。从发行人与美国安士设立历史沿革、合作背景、合作模式、利益分配原则及美国安士实际控人及其家族与发行人实际控制人付钢工作履历来看，发行人与美国安士、中山安士的合作为各方根据自身优势、产品特点、市场情况、利益诉求等因素，自主充分协商达成的商业合作，不存在因特殊利益安排而开展合作的情形。

（2）迪巧产品相关采购价格系发行人与美国安士、中山安士之间商业谈判和博弈形成的，利益格局符合医药行业不同分工环节的盈利水平，不存在利益向某方倾斜的情形；

（3）报告期内，迪巧系列的收益稳定，美国安士、中山安士与发行人在迪巧系列的合作利益格局未发生重大变化；

（4）迪巧系列产品由美国安士（及其相关方）生产包装、百洋医药进行全面营销的业务合作模式从 2005 年开始运行至今已经 15 年之久。迪巧品牌已从初创品牌成长为国内知名的母婴补钙品牌。通过稳定的运营模式，迪巧系列产品为合作各方均带来了稳定的收益。参股中山安士、委派董事及商标共有等合作模式可以使发行人进一步加强和美国安士及中山安士合作的稳定性，系发行人保护自身权益的防御性行为，不存在美国安士实际控制人及其家族基于非正常商业考量而向发行人让渡权益的情形；

（5）中山安士为美国安士控股子公司和迪巧产品境内分包装商，发行人参股中山安士仅为加强和美国安士及中山安士合作的稳定性，不会改变其与美国安士的业务关系，也不会因此对美国安士决策产生重大影响，因此不会与美国安士形成实质关联关系；

（6）报告期内，美国安士、中山安士及其主要股东与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间不存在除正常购销、品牌服务费之外的其他异常资金往来；

（7）美国安士实际控制人徐清波已出具确认函，确认其以及其家族成员与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高之间不存在实质的关联关系或可能导致利益倾斜的情形。

综上所述，美国安士实际控制人及其家族与发行人不存在实质关联关系或利益倾斜情形。

8、发行人和美国安士及中山安士合作金额情况

（1）发行人向美国安士、中山安士采购迪巧系列产品情况

报告期内，发行人向美国安士、中山安士采购迪巧系列产品情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
发行人向中山安士采购	**31,909.13**	34,871.59	33,630.53	**100,411.25**
发行人向美国安士采购	**2,995.93**	2,372.04	6,774.03	**12,142.00**
发行人采购合计	**34,905.06**	37,243.64	40,404.57	**112,553.27**

（2）中山安士、美国安士合并收入情况

报告期内，中山安士、美国安士收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
中山安士营业收入①	**50,364.94**	52,814.57	48,740.19	**151,919.70**
美国安士营业收入②	**22,489.96**	35,866.53	28,594.40	**86,950.89**
美国安士向中山安士销售金额③	**18,008.40**	32,160.42	19,407.24	**69,576.06**
中山安士、美国安士合计销售收入①+②-③	**54,846.50**	56,520.68	57,927.35	**169,294.53**

注 1：美国安士未编制合并报表，美国安士和中山安士的合计收入为模拟测算结果
注 2：美国安士的数据原货币为美元，按照各期间的平均汇率折算为人民币

（3）发行人向美国安士、中山安士采购迪巧系列产品占其总收入情况

报告期内，发行人向美国安士、中山安士采购迪巧系列产品占其总收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
发行人采购合计①	**34,905.06**	37,243.64	40,404.57	**112,553.27**
中山安士、美国安士合计销售收入②	**54,846.50**	56,520.68	57,927.35	**169,294.53**
①/②	**63.64%**	65.89%	69.75%	**66.48%**

发行人向安士系公司采购金额占比下降系由于两票制实施后，部分迪巧系列产品的销售由下游经销商直接向中山安士采购所致。

（4）剔除两票制影响后，发行人向美国安士、中山安士采购迪巧系列产品占其总收入情况

报告期内，发行人向中山安士收取服务费金额分别为 7,149.06 万元、8,240.57 万元及 10,402.83 万元。对该部分业务，将服务费业务模拟为产品销售业务后，发行人向美国安士、中山安士采购迪巧系列产品占其总收入情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
发行人采购	直接采购合计①	**34,905.06**	37,243.64	40,404.57	**112,553.27**
	品牌服务费部分模拟为产品销售模式的采购金额②	**5,146.53**	4,380.63	3,631.57	**13,158.73**
	发行人模拟采购③=①+②	**40,051.59**	41,624.27	44,036.14	**125,712.00**
安士系收入	中山安士、美国安士合计收入④	**54,846.50**	56,520.68	57,927.35	**169,294.53**
	中山安士支付的品牌服务费⑤	**10,402.83**	8,240.57	7,149.06	**25,792.46**

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
	安士系合计模拟收入⑥=④-⑤	**44,443.67**	48,280.11	50,778.29	**143,502.07**
发行人采购占比③/⑥		**90.12%**	86.21%	86.72%	**87.60%**

综上，报告期内，发行人向美国安士、中山安士采购金额占其收入平均比例为 87.60%左右，报告期内基本保持稳定。

（5）中山安士销售迪巧系列产品的综合收益情况

报告期内，中山安士销售迪巧系列产品的综合收益情况如下：

单位：万元

中山安士	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
迪巧系列销售收入①	**46,634.59**	47,012.24	43,807.56	**137,454.39**
迪巧系列销售成本②	**26,562.94**	28,100.96	26,717.04	**81,380.94**
迪巧系列品牌服务费③	**10,402.83**	8,240.57	7,149.06	**25,792.46**
迪巧系列综合利润额④=①-②-③	**9,668.82**	10,670.71	9,941.46	**30,280.99**

（6）美国安士销售迪巧系列产品的综合收益情况

报告期内，美国安士销售迪巧系列产品收入情况如下：

单位：万元

美国安士	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
迪巧系列销售收入①	**21,004.33**	34,532.46	26,181.27	**81,718.06**
美国安士整体毛利率②	**45.56%**	34.25%	55.97%	**44.12%**
迪巧系列毛利额③=①×②	**9,569.57**	11,827.17	14,654.61	**36,051.35**
迪巧系列品牌引进费④	**3,420.45**	4,662.36	4,161.60	**12,244.41**
迪巧系列综合利润⑤=③-④	**6,149.12**	7,164.80	10,493.01	**23,806.93**

（7）美国安士、中山安士销售迪巧系列产品的整体收益情况

单位：万元

美国安士+中山安士	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
中山安士 迪巧系列综合利润额①	**9,668.82**	10,670.71	9,941.46	**30,280.99**
美国安士 迪巧系列综合利润额②	**6,149.12**	7,164.80	10,493.01	**23,806.93**
安士系 合计综合利润额③=①+②	**15,817.94**	17,835.51	20,434.47	**54,087.92**
安士系 合计模拟迪巧系列收入④	**40,051.59**	41,624.27	44,036.13	**125,711.99**
安士系	**39.49%**	42.85%	46.40%	**43.03%**

美国安士+中山安士	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
合计综合利润率③/④				

2020 年，安士系合计综合利润率较 2019 年、2018 年有所下降，主要原因为：①汇率波动影响。2018 年、2019 年及 2020 年，人民币对美元的汇率分别为 6.86、6.98 及 6.52，由于人民币升值，美国安士以美金计量的综合收益额折算成人民币后下降，导致安士系的综合利润率出现一定下滑；②2020 年，小儿碳酸钙 D3 颗粒剂等毛利率相对较低的产品销售收入占比上升，导致安士系整体利润率水平有所下降。

报告期内，美国安士、中山安士销售迪巧系列产品的合计综合利润率为 43%左右，在报告期内基本平稳。

报告期内，在迪巧业务的合作上，安士系公司获得迪巧系列稳定的生产加工收益，其综合利润率和同行业可比公司康远制药（迪巧主要竞争对手朗迪产品生产商）对比如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
安士系公司	39.49%	42.85%	46.40%	43.03%
公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度	三年合计
康远制药	41.73%	55.64%	54.16%	48.48%

注 1：综合利润率=（销售收入-销售成本-销售费用）/销售收入；

注 2：康远制药数据来自于其公开披露的审计报告计算所得

经对比，相比于康远制药，安士系公司综合利润率略低，主要系美国的生产成本较高所致。康远制药的平均综合利润率水平和安士系公司基本一致，安士系毛利率水平具有公允性。

9、如不与美国安士、中山安士合作，发行人可以找到类似的生产钙片产品合作方、发行人可能实现的毛利率

如不与美国安士、中山安士合作，发行人可以找到类似的生产钙片产品合作方并保持较高毛利率，具体原因如下：

（1）钙片生产厂商较多，发行人具有较多选择机会

迪巧系列产品的主要成分为碳酸钙，生产地位于美国。经在美国 FDA 网站

查询，美国目前已上市药品中共有 1,146 项产品的成分为碳酸钙，由 279 个企业注册。因此，美国有多家药品生产厂家能够生产以碳酸钙为主要成分的钙制剂产品，如不与美国安士、中山安士合作，发行人可以在美国找到类似的产品合作方。

同时，经国内食品药品监督管理局查询，国产药品中共有 274 项产品的成分为碳酸钙，国内市场的钙片合作厂商亦具有较多选择。

因此，钙片生产厂商充足，发行人具有较多的合作厂商选择空间。同时，具有培养品牌、发展品牌、打造 10 亿级以上规模品牌能力的品牌运营商相对稀缺，发行人可以利用现有的知名度与市场地位获取一定的谈判优势，维持现有采购成本不发生重大不利变化。

（2）如美国安士、中山安士违约停止与发行人合作，发行人可以无偿获得“迪巧”商标

根据发行人与中山安士以及美国安士签订的合作协议：如美国安士、中山安士违约停止与发行人合作，则发行人将自动、无需给付任何报酬和补偿地取得对“迪巧”商标用于其独占生产、销售的补钙产品的使用许可。

因此，除非发行人自愿停止合作，若美国安士违约终止合作，发行人将自动获得“迪巧”商标，可以充分保障发行人的权益，确保发行人和其他厂商合作的产品可以维持现有的销售价格不发生重大不利变化。

因此，在采购端，发行人对于美国钙片生产厂家有充分的选择空间，可利用现有的知名度与市场地位获取一定的谈判优势，因此可以维持现有采购成本不发生重大不利变化；在销售端，发行人可以掌握“迪巧”商标，可以继续利用现有资源以及经验运营相关产品，并维持销售价格不发生重大不利变化。发行人可以保持经营类似产品的利润空间。

综上，如美国安士、中山安士停止与发行人合作，发行人可以利用迪巧品牌的市场需求在美国寻找产能、产采购成本等方面合适的类似生产厂家，充分利用迪巧系列商标以及现有运营成果继续推广和销售迪巧系列产品，并维持现有毛利率不发生重大不利变化。

10、安士系近乎通过发行人独家运营迪巧系列产品并在国内销售的原因及

合理性

医药独家代理是目前医药行业较为常见的合作模式，主要原因如下：

（1）代理运营方式能减少医药生产厂商的销售支出，降低其资金及管理压力。尤其对国外厂商而言，在国内市场打造自有销售网络具有较高难度，除少数大型跨国企业外，众多国外厂商主要采用代理运营的方式在国内进行销售；

（2）独家代理运营可以加深生产厂商和品牌运营商的合作关系。相比于多家运营厂商，独家运营厂商全盘负责产品的品牌运营，和生产厂商的相互依存度更高，关系更加紧密，有利于双方的长期合作；

（3）独家代理运营便于医药生产厂商进行管理。如采用多家厂商运营的方式，医药生产厂商需要投入管理资源，对代理商的运营区域、价格体系进行监督管理，管理压力相对较大。

因此，安士系近乎通过发行人独家运营迪巧系列产品并在国内销售具有合理性。

11、在迪巧系列产品已具有一定知名度的情况下，品牌方美国安士、中山安士仍与发行人签订长期合作协议、商标共有的商业逻辑及合理性

（1）通过多种条款保障合作稳定性系发行人品牌运营业务的基本诉求

在医药行业，签署长期合作协议以及知识产权共有是鼓励促使独家经销商持续投入资源进行产品营销推广的重要措施。主要原因是：将产品推向市场提升其品牌价值及销量需要大量营销推广资源，且见效缓慢，而品牌和产品知名度上升的主要受惠方却是品牌持有方，因此，独家经销商会向品牌持有方争取尽可能长的合作期限以保护自身的利益。这同时也是独家经销商持续加强授权产品的稳定性和可控性的策略，有利于独家经销商为推广授权产品制定长期的整体发展规划和市场策略。

同行业品牌运营商为保障自身利益，而采用的合作方式参考如下：

公司名称	生产厂商	合作产品	保障合作稳定的方式
康哲药业	medac	甲氨蝶呤预充式注射器/注射笔和膀胱	知识产权共有：康哲药业获得相关知识产权和知识产权权利开发、注册的独家权利

公司名称	生产厂商	合作产品	保障合作稳定的方式
		灌注用卡介苗	
	法尔克博士制药有限公司	优思弗	商标共有：康哲药业获得优思弗的国内商标。
	Max Zeller Söhne AG	Ze 339 等 3 个产品	较长时间的合作期限：合作期限为 30 年
上海医药	BIOCAD HK	BCD-021 等 6 个产品	较长时间的合作期限：永久、独家的商业化权利； 成立合资公司：上海医药占合资公司 51%股权；BIOCAD HK 占 49%；
四环医药	Strides Limited	4 个产品	成立合资公司：四环医药占合资公司 51%股权；Strides Limited 占 49%；
康芝药业	海南省金岛制药厂等 4 个厂商	健儿乐等 6 个产品	较长时间的合作期限：合作期限为 20 年

上述案例均是品牌运营商买断相关产品商业化权利的情形。品牌方均采用了不同方式加深和品牌方的合作，确保品牌运营业务的稳定性。因此，作为品牌运营商，发行人出于保护自己的利益考虑，具有和品牌方进行深度合作的必然要求。

（2）合作之初，发行人能够获取有利于自身的商业条款

首先，对运营的产品。①迪巧产品为补钙产品，具有快消品的特性，同类产品较多，市场竞争激烈，需要持续投入资源对其进行消费者教育及学术推广，才能将市场潜力激发为市场需求。②在与发行人合作前，迪巧产品市场知名度较低，相关产品的年总收入不足 1 亿元，不具显著的市场知名度。

其次，对品牌制造商（徐孝先）。①合作时，受丽珠集团控制权变更的影响，徐孝先从丽珠集团离职，处于二次创业时期。当时，徐孝先已年过 60 岁，仅拥有迪巧单一产品的经营业务，精力相对有限，如不迅速为迪巧系列找到合适的品牌运营商，其将面临较大的经济损失；②考虑到徐孝先当时的年龄，如双方签署的协议期限不足够长、其他条款绑定不紧密，将可能存在因安士系实际控制人变更而导致品牌运营业务波动的情况。而徐孝先本人也更加看重对迪巧品牌的培养，愿意在商业谈判中进行一定让步；③对徐孝先而言，采用较长的合作年限亦存在为其家族未来收入稳定性考虑的因素。

同时，对品牌运营商百洋医药。①付钢曾任丽珠集团副总裁（主管营销）、医药行业十佳经理人，为医药行业资深人士，正处于事业的黄金上升期，被医药

行业所普遍认可。②其创立百洋医药时，拥有经验丰富的业务团队，行业基础深厚，有充足的能力开展医药产品的品牌运营业务，亦有充足的机会在市场上选择合适的品牌进行经营；③除了迪巧系列的品牌运营业务外，百洋医药当时亦开展泌特系列的品牌运营及批发配送业务，业务层次丰富。

因此，在双方的合作过程中，发行人团队能够获得较为有利的商业条件，在首次签订合作协议时即约定了 50 年的合作期限，并在后续通过商标共有等方式实现进一步的利益绑定。

（3）在后续的业务开展中，发行人能够保持有利的商业条件。

首先，发行人对迪巧系列的品牌运营较为成功，对迪巧品牌的成长具有突出贡献。在双方建立合作关系之后，多年来，发行人全面负责迪巧产品的营销推广工作，通过持续的进行营销策略制定与执行、针对性的消费者教育活动及学术会议活动等推广工作，成功将迪巧品牌打造成为细分市场最具有竞争力的品牌之一。在此过程中，美国安士及中山安士主要为迪巧产品的生产商或分包装商，未对其进行营销投入，迪巧品牌的价值包含了发行人不可或缺的贡献。迪巧系列的成长为安士系公司及发行人均带来了丰厚的收益。

同时，除迪巧业务外，发行人在泌特系列的品牌运营及批发配送业务上也取得了快速的发展，业务及资产规模不断壮大。而安士系公司在其他业务的开拓方面未取得明显成绩，业务及资产规模没有明显增长，对迪巧业务的依赖日益增加。相比于发行人，安士系公司在业务规模及资产规模方面具有明显差距，双方的行业竞争力差距日益加大。因此，在后续的商业谈判中，发行人不存在向安士系公司进一步让利的商业必要。

12、交叉持股等因素对发行人迪巧系列产品业务独立性的影响

发行人对美国安士、中山安士不存在重大依赖的情况，交叉持股等情况不影响发行人的独立性，具体情况如下：

（1）发行人与安士系公司交叉持股的基本情况

①发行人持有安士系公司股份主要出于稳定经营和维护自身利益的目的

目前，发行人共持有中山安士 27.94%股权；基于参股地位，发行人两名董事兼任中山安士董事。

发行人及安士系公司在迪巧业务开展合作之初，迪巧产品的市场销售规模较低，品牌运营的未来受益具有不确定性。为了将迪巧产品推向市场，提升其品牌价值及销量，发行人需要投入大量的营销推广资源。为了防止迪巧品牌成熟之后，出现产品外流（产品不经过发行人而流向市场）的不利情况，发行人参股中山安士，并基于参股地位委派相应董事。

通过参股中山安士，发行人可以直接了解迪巧产品的进口、生产及销售情况，清晰掌握迪巧产品的流向。该参股行为系发行人采取的防御性行为，有利于加深双方合作关系。

②安士系公司持有发行人股份主要出于谋求财务回报的目的

目前，中山安士管理人员徐孝先、徐清波、王武平、陆珏仪通过天津清正持有百洋医药的股份，合计间接持有发行人股份比例为 0.21%。

2015 年末，百洋医药拟申报 IPO，筹备上市前融资时，为分享百洋医药上市收益，中山安士徐孝先、徐清波、王武平、陆珏仪通过天津清正持有百洋医药的股份，合计间接持有发行人股份比例为 0.21%，入股价格与同期入股的外部投资者一致。上述人员作为发行人商业合作伙伴中山安士的代表，以外部投资者同样价格投资发行人，谋求投资回报，持股比例较低，系财务投资行为。

（2）发行人与安士系公司交叉持股的不会对发行人的独立性造成负面影响

①品牌运营公司和品牌方成立合资公司系行业常见的合作模式

为加深合作稳定性，品牌运营公司和品牌方成立合资公司的方式在品牌运营业务中较为常见，同行业公司情况如下：

2019 年 9 月，上海医药与 BIOCAD 签署协议，设立合资公司，在 BCD-021 等 6 个产品方面形成合作。上海医药负责相关产品的品牌运营，占合资公司 51%股权；BIOCAD HK 占 49%；

2019 年 7 月，四环制药与 Strides Limite 签署协议，设立合资公司，在四种 Strides 药物方面形成合作。四环制药负责相关产品的品牌运营，占合资公司 51%股权；Strides Limite 占 49%；

因此，设立合资公司共同合作时品牌运营商和品牌商加深合作的常见模式。发行人持有中山安士股权符合行业惯例，不导致发行人对安士系公司的依赖。

②安士系公司持有发行人股份比例极低，不足以对发行人的独立性造成影响

中山安士部分人员通过天津清正间接持有发行人 0.21%的股份，系财务投资行为。结合其持股目的及持股比例，安士系公司不具有影响发行人经营的能力，上述持股行为对发行人的影响极低，发行人的生产经营具有独立性。

③参股中山安士系发行人保障自身权益的参股行为，不会对发行人的独立性造成负面影响

参股中山安士系发行人主动对外投资的行为，系为了清晰了解迪巧产品的进口、生产及销售情况，掌握迪巧产品的流向，保障迪巧业务持续发展的防御性行为。相关投资行为未改变双方合作框架，历史上双方合作模式保持稳定。

参股中山安士，系发行人保障自身权益的参股行为，不会对发行人的生产经营造成负面影响，不存在影响发行人的独立性的情况。

（3）迪巧业务的紧密合作方式亦对发行人从事“迪巧”类似产品业务作出限制，但不会对发行人造成重大负面影响

迪巧业务系发行人及安士系的核心业务，迪巧业务的稳定符合双方共同利益，双方采用了交叉持股等方式巩固合作关系。

同时，根据双方协议约定：①美国安士不得直接或间接地通过百洋医药以外的渠道向中华人民共和国顾客销售；②中山安士不得在中华人民共和国经销、分销或促销迪巧系列产品相竞争或类似地产品，也不得直接或间接地通过百洋医药认可以外的渠道向中国客户销售这些产品；③百洋医药不得在中华人民共和国境内生产、销售与合作产品相竞争或类似产品，或接受中华人民共和国境内外生产、

销售与这些产品相竞争或类似产品的企业的委托，从事该类产品的托管经营/或提供营销策划服务。

在上述合作模式下，一方面，发行人可以有效保障迪巧业务的持续稳定；另一方面，发行人不得从事其他与迪巧类似产品的业务，对发行人的业务经营具有一定的限制。但总体而言，上述业务限制不会对发行人的持续经营造成重大负面影响，具体原因如下：

①迪巧业务具有良好的市场空间

受饮食习惯等因素的影响，较多中国人无法从饮食中获取足量的钙，通过服用钙和维生素 D 补充剂来补充缺口已成为有效的方式。得益于近十多年来生活水平的提高，钙制剂品类整体处于上升通道中，其市场空间仍具备巨大的潜力。

经过多年的市场培育，迪巧品牌的价值和知名度得到了极大的提升，产品线丰富，在目标消费者的认知中，已普遍将迪巧系列产品认定为进口补钙产品中的领导产品，迪巧产品市场竞争力较高。

同时，在迪巧品牌成长的过程中，通过对对迪巧品牌的研究，发行人将迪巧系列钙制剂定位为母婴补钙细分品类，有针对性的对年轻人群特别是年轻女性群体进行品牌接触和品牌叙述，迅速积累了首批忠实用户群，与竞争对手形成了显著差异。而相关人群消费能力普遍较强，对产品的价格敏感性较低而对质量要求较高，保障了迪巧系列的销售增长。

综上，在补钙试剂市场持续发展的行业背景下，迪巧已成为行业领先品牌，迪巧业务具有良好的市场空间，可以有效保障发行人的盈利能力。

②发行人可以持续引入新品牌，增强盈利能力

经过多年的发展，发行人形成了专业的市场研究及品牌筛选能力、成熟的品牌运营能力、完善的销售网络及终端覆盖能力、先进的数字化管理系统及数据分析能力。公司积极探索并建立可复制的商业化品牌运营模式，吸引上游品牌合作，迅速实现品牌的商业化。

从 2015 年开始，公司运营的品牌数量实现了大幅增长，引入了克奥尼斯系

列、武田系列、艾斯诺娜系列、Atricue 系列、迈蓝系列及哈乐系列。随着公司运营品牌数量的不断增加，和公司合作的知名医药生产厂商的范围不断扩大，公司的业务模式得到了行业上下游的充分认可。

因此，公司的品牌运营模式具有较强的复制性，公司未来有能力可以持续引入新品牌。随着公司运营品牌规模的不断上升，迪巧系列占公司业绩的收入及毛利率比重均不断下降，公司具有较强的持续盈利能力。

因此，由于迪巧业务的深度合作，对发行人从事“迪巧”类似产品业务作出限制，但上述限制不会对发行人的持续盈利造成重大负面影响。

综上，发行人及安士系公司通过交叉持股等方式加深了业务合作。一方面，双方现有的合作方式不会对发行人的独立性造成不利影响；另一方面，上述深入合作的方式亦不会对发行人的持续经营造成重大负面影响。

13、安士系公司关于迪巧系列产品品牌引进费、美国安士基准报关单价、中山安士基准批发单价的具体定价原则及调价机制；2010 年以来历次调整价格的原因及合理性；2010 年以来发行人向安士系采购主要商品的含税采购价格、品牌引进费、不含税采购价格，上述价格波动的原因及合理性

报告期内，成人迪巧及儿童迪巧是迪巧系列最重要的产品。报告期内，成人迪巧（60 片/盒）、成人迪巧（120 片/盒）、儿童迪巧（30 片/盒）及儿童迪巧（60 片/盒）四个产品合计占发行人收入平均比例为 89.44%。以上述产品的业务开展情况进行说明，具体如下：

(1)迪巧系列品牌引进费

2010 年至今，迪巧系列品牌引进费情况如下：

单位：美元

报关单价	2010 年 1 月-2016 年 3 月	2016 年 4 月至今
成人迪巧（60 片/盒）	0.30	0.10
成人迪巧（120 片/盒）	0.60	0.20
儿童迪巧（30 片/盒）	0.15	0.10
儿童迪巧（60 片/盒）	0.30	0.20

注：根据协议约定，对成人迪巧，美国安士以大包装方式报关进口迪巧产品，统一按 60 片/盒的规格折算后计算品牌引进费。以此类推，120 片/盒的引进费为 60/盒的 2 倍；儿童迪

巧采用同样的方式，60 片/盒的引进费为 30 片/盒的 2 倍。

(2) 美国安士基准报关单价

2010 年至今，美国安士迪巧产品的基准报关单价情况如下：

单位：美元

报关单价	2010 年 1 月-2016 年 3 月	2016 年 4 月至今
成人迪巧（公斤）	16	13.21
成人迪巧（60 片/盒）	1.15	0.95
成人迪巧（120 片/盒）	2.30	1.90
儿童迪巧（公斤）	20.87	19.46
儿童迪巧（30 片/盒）	0.75	0.7
儿童迪巧（60 片/盒）	1.50	1.40

注：成人迪巧、儿童迪巧以大包装进行报关，成人迪巧（60 片/盒）及儿童迪巧（30 片/盒）价格为换算为小包装后价格，以此类推的得到其他规格产品的报关单价。

(3) 中山安士基准批发单价（发行人采购含税价）及发行人采购不含税价

2010 年至今，发行人向中山安士采购的基准批发单价（含税）情况如下：

单位：元

基准批发单价（含税）	2010 年-2016 年 3 月	2016 年 3 月-2020 年 7 月	2020 年 8 月至今
成人迪巧（60 片/盒）	13.83	12.24	12.45
成人迪巧（120 片/盒）	24.55	21.38	21.84
儿童迪巧（30 片/盒）	9.48	9.08	9.29
儿童迪巧（60 片/盒）	17.28	16.48	16.72

2010 年至今，发行人向中山安士采购的不含税单价情况如下：

单位：元

基准批发单价（不含税）	2010 年-2016 年 3 月	2016 年 3 月-2018 年 5 月	2018 年 6 月-2019 年 3 月	2019 年 4 月-2020 年 7 月	2020 年 8 月至今
成人迪巧（60 片/盒）	11.82	10.46	10.55	10.83	11.02
成人迪巧（120 片/盒）	20.98	18.27	18.43	18.92	19.33
儿童迪巧（30 片/盒）	8.10	7.76	7.83	8.04	8.22
儿童迪巧（60 片/盒）	14.77	14.09	14.21	14.58	14.80

发行人与安士系公司约定的采购价格为含税价格，报告期内，增值税税率两度下降导致不含税价格相应上升（增值税率 2018 年 5 月由 17%调整至 16%；

2019 年 3 月，由 16%调整至 13%）。

(4)价格调整原因

①2016 年 3 月，同步调整品牌引进费、美国安士报关单价及中山安士基准批发单价

A.调整情况

2016 年 3 月，发行人和安士系公司签订《合作协议》，协议约定：发行人及安士系公司同步调整品牌引进费、美国安士报关单价及中山安士基准批发单价，具体情况如下：

品名	结算价格	2010 年-2016 年 3 月	2016 年 3 月之后
成人迪巧（60 片/盒）	美国安士报关单价（美元/盒）	1.15	0.95
	品牌引进费单价（美元/盒）	0.30	0.10
	中山安士销售含税单价（元/盒）	13.83	12.24
成人迪巧（120 片/盒）	美国安士报关单价（美元/盒）	2.30	1.90
	品牌引进费单价（美元/盒）	0.60	0.20
	中山安士销售含税单价（元/盒）	24.55	21.38
儿童迪巧（30 片/盒）	美国安士报关单价（美元/盒）	0.75	0.70
	品牌引进费单价（美元/盒）	0.15	0.10
	中山安士销售含税单价（元/盒）	9.48	9.08
儿童迪巧（60 片/盒）	美国安士报关单价（美元/盒）	1.50	1.40
	品牌引进费单价（美元/盒）	0.30	0.20
	中山安士销售含税单价（元/盒）	17.28	16.48

该次调价对安士系公司的利益影响如下：

单位：元

品名	安士公司收益增加因素		安士公司收益减少因素	调价总影响 ①+②-③
	美国安士报关单价降低导致关税降低①	品牌引进费单价降低②	中山安士销售价格降低③	
成人迪巧（60 片/盒）	0.08	1.28	1.36	0.00
成人迪巧（120 片/盒）	0.16	2.56	2.72	0.00
儿童迪巧（30 片/盒）	0.02	0.32	0.34	0.00
儿童迪巧（60 片/盒）	0.04	0.64	0.68	0.00

注 1：美国安士报关单价降低=报关单价降低幅度×美元汇率×关税税率；

注 2：品牌引进费单价降低=品牌引进费单价降低幅度×美元汇率；

注 3：中山安士销售单价降低=中山安士销售含税单价降低幅度/（1+增值税率）；

注 4：按照调价时的进口关税率 6%、增值税率 17%、美元汇率按 6.4 进行测算。

由上述测算可见，该次调价并未实质性改变双方利益格局。自 2010 年引入中山安士作为迪巧产品分包装商以来，发行人与安士公司之间的利益分配未发生实质变化。

B. 调整原因

2016 年 1 月，美国安士提出降低品牌引进单价的诉求，主要原因是：迪巧产品的发展状况良好，销量稳步提升，品牌引进工作渐趋常态化和稳定化，对整个产品链的贡献作用相对推广前期降低。由于品牌引进费在美国安士报表中主要体现为销售费用，美国安士认为降低品牌引进费支出使其财务报表能够更加符合其经营迪巧产品业务的实际情况。

发行人考虑到美国安士的诉求具备一定合理性，但单方面降低引进费会打破双方之间现有利益格局，且由于迪巧产品的销售量在发行人的成功运营下连年高速增长，已远超合作当初的预期和考核标准，美国安士、中山安士也享有了合作规模的提升带来的单位成本降低和总体利益提升的好处。因此，发行人提出依据《合作协议》中维持实际结算价格的长期稳定性的精神，在降低引进费的同时，同步降低结算采购价格，不改变现有利益格局。

经双方谈判协商达成一致，双方于 2016 年 3 月 18 日签订《品牌引进合作补充协议》，同时调整品牌引进费和采购价格，决定自 2016 年 3 月 20 日起开始执行新的结算价格。

②2020 年 8 月，调整发行人向中山安士采购的基准批发价

2020 年 8 月，发行人、美国安士及中山安士签订《合作协议之补充协议之四》，约定：根据市场需求，“迪巧”系列产品包装进行了重新设计，纸盒、标签、说明书等均有升级，增加防伪标识（二维码）等。包装升级变更之后，由于成本增加，对迪巧各产品的含税价格进行调整。新的价格自 2020 年 8 月 10 日开始执行。价格调整具体情况如下：

单位：元

基准批发单价（含税）	2016 年 3 月-2020 年 7 月	2020 年 8 月至今
成人迪巧（60 片/盒）	12.24	12.45
成人迪巧（120 片/盒）	21.38	21.84
儿童迪巧（30 片/盒）	9.08	9.29
儿童迪巧（60 片/盒）	16.48	16.72

本次调整系 2010 年以来，迪巧首次更换包装，因此导致价格调整，具有合理性。

③2018 年 5 月、2019 年 3 月，增值税税率调整导致不含税价格调整

发行人与安士系公司约定的采购价格为含税价格。2018 年 5 月，增值税税率由 17%调整至 16%；2019 年 3 月，增值税税率由 16%调整至 13%，增值税税率两度下降导致不含税价格相应上升。

(5)定价原则及调价机制

根据发行人和安士系公司约定，关于迪巧业务的定价原则及调价机制情况如下：

①安士公司获得稳定的生产加工收益，发行人根据品牌运营效果获得浮动收益，双方根据行业合理水平协商确认相关合作价格及利益格局。

②自 2010 年引入中山安士作为分包装商以来，双方利益分配格局通过在合作协议中明确价格的方式进行明确约定并维持至今，同时合作协议中明确约定，鉴于美国安士生产的价格构成因素比较稳定，各方确认除非出现关税、贸易政策、汇率、原辅料、包材、能源、人力成本等生产成本、市场竞争环境、中国价格政策、产品质量等可能影响价格构成的因素出现重大变化，否则，非经三方协商一致，任何一方不得单方面变更三方约定的价格；

自合作以来，除 2020 年 8 月因包材变动导致采购价格调整外，美国安士、中山安士在迪巧产品生产的其他方面未发生重大变化，因此各方未调整迪巧系列的采购成本，发行人与安士公司之间的利益分配长期保持稳定。

14、发行人与安士系公司相关定价及利益格局具有稳定性，不存在业绩操控的情形

自 2010 年以来，迪巧系列产品开始由美国安士开发生产，经中山安士分包装后销售至百洋医药，形成稳定的合作格局，合作模式保持至今。除因增值税税率调整、迪巧产品更换包装的因素，存在极小幅度的价格调整外，各方的利益格局保持稳定，未发生重大变化。发行人及安士系公司严格按照《合作协议》约定开展业务，相关定价及利益格局具有稳定性，不存在业绩操控的情形。

（五）报告期内客户与供应商重叠情况

报告期各期，发行人客户与供应商重叠数量、销售金额及占比、采购金额及占比情况如下表所示：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
供应商客户重叠数量	**142**	132	112
向重叠客户销售金额（万元）	**60,299.29**	61,875.05	50,661.69
占当期销售金额比例	**10.26%**	12.76%	13.87%
向重叠供应商采购金额（万元）	**68,053.28**	74,520.10	74,812.51
占当期采购金额比例	**16.20%**	21.65%	31.42%

报告期内，发行人客户和供应商重叠的原因主要如下：

1、品牌运营业务中向品牌供应商收取品牌服务费

对于品牌运营业务，公司作为品牌产品的代理商，向品牌方采购并销售其产品，品牌方成为发行人供应商；同时，由于发行人向上游企业提供品牌运营服务，部分品牌方根据公司提供的运营服务及实现的销售情况，向公司支付服务费，品牌方成为公司客户。因此，迪巧系列、泌特系列等部分品牌方同时成为公司的供应商及客户。

同行业上市企业易明医药、赛隆药业、海思科及康哲药业均存在类似情况情况。

综上，对于品牌运营业务，发行人向品牌产品供应商采购产品，并向品牌方提供品牌运营服务获取品牌服务费报酬，品牌方同时为公司的供应商及客户，客户供应商重叠具有商业合理性，符合行业情况。

2、与医药商业公司之间的产品批发

报告期内，发行人存在与部分医药商业公司之间同时销售与采购的情形，但

采购、销售的产品种类不同，主要原因为：

医药生产企业通常采用授权销售模式，将自有产品授权于独家、少量几家代理商进行销售。由于不同医药商业公司所代理的药品种类不同，为满足下游终端客户对医药产品种齐全性的需求，形成了医药商业公司之间互相采购不同品种医药产品的业务形态。

此外，如出现货源短缺的情形，医药商业公司之间亦会根据下游需求临时调拨货物。

综上，发行人与商业公司之间互相进行采购主要是由于不同商业公司销售产品不同以及所致，同时也存在零售货物调拨的情况，具有商业合理性。

根据招股说明书、年报等披露文件，公司批发配送业务同行业可比上市公司鹭燕医药、柳药股份、瑞康医药、嘉事堂均存在类似业务。

综上，发行人存在客户供应商重叠情形符合公司业务实质，具有商业合理性，符合行业情况。

九、主要固定资产及无形资产情况

（一）主要固定资产情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋建筑物	19,521.74	4,827.53	14,694.21	75.27%
机器设备	2,613.93	1,041.98	1,571.95	60.14%
运输设备	983.96	732.59	251.37	25.55%
电子设备	1,245.16	966.04	279.12	22.42%
办公设备	1,561.21	1,286.50	274.72	17.60%
合计	25,926.00	8,854.63	17,071.37	65.85%

1、房屋建筑物情况

公司主要固定资产为房屋建筑物。截至本招股说明书签署日，公司房屋建筑物的具体情况如下：

序号	所有权人	证号	坐落地点	建筑面积（平方米）	取得方式	他项权利[1]
1	百洋医药	鲁（2017）青岛市不动产权第0074604号	青岛市市北区开封路88号1号楼全幢	34,123.85	受让	已抵押[2]
2	百洋医药	鲁（2016）青岛市不动产权第0111540号	青岛市市南区闽江路2号2单元2501户	350.80	购买	已抵押[3]
3	百洋医药	鲁（2016）青岛市不动产权第0112282号	青岛市市南区闽江路2号2单元2502户	228.83	购买	已抵押[3]
4	百洋医药	鲁（2016）青岛市不动产权第0109573号	青岛市市南区闽江路2号2单元2503户	361.17	购买	已抵押[3]
5	百洋医药	京（2016）东城区不动产权第0031485号	北京市东城区崇文门外大街3号10层1012	102.28	购买	无
6	百洋医药	京（2016）东城区不动产权第0031569号	北京市东城区崇文门外大街3号10层1011	89.75	购买	无
7	江西贝瓦	赣（2019）井开区不动产权第0002296号	井冈山经济技术开发区君山大道152号宿舍楼1-202室	331.7	购买	无
8	江西贝瓦	赣（2019）井开区不动产权第0002297号	井冈山经济技术开发区君山大道152号宿舍楼1-201室	282.2	购买	无
9	江西贝瓦	赣（2019）井开区不动产权第0002298号	江西省吉安市井冈山经济技术开发区君山大道152号	3,146.4	购买	无

注1：他项权利指所有权被设置的抵押、质押、查封、冻结等情况。

注2：发行人与兴业银行股份有限公司青岛分行签署了《最高额抵押合同》（兴银青承高抵字2016-0290-1）及其补充协议，抵押物为该处房产和土地，最高抵押本金为29,093.15万元，期限至2024年6月24日止，为发行人与兴业银行股份有限公司在抵押额度有效期间签订的一系列短期借款、银行承兑汇票等债权提供担保。

注3：发行人与兴业银行股份有限公司青岛分行签署了《最高额抵押合同》（兴银青借高抵字2018-179号），抵押物为该三处房产，最高抵押本金为2,088.58万元，期限至2023年6月1日止，为发行人与兴业银行股份有限公司在抵押额度有效期间签订的一系列短期借款、银行承兑汇票等债权提供担保。

2、部分自有房屋存在瑕疵风险

（1）房屋瑕疵具体情况

根据发行人所持《不动产权证》（鲁（2017）青岛市不动产权第 0074604号），该《不动产权证》项下的土地和房屋的用途均为工业，土地的权利性质为出让，房屋的权利性质为商品房，房屋总层数为3层，房屋建筑面积为34,123.85平方米，相关面积占发行人全部面积的1/7左右。

房屋竣工验收以后，公司为了发展业务及集约化办公，在原二层与三层之间局部设夹层，作为办公使用，且封闭顶层原开敞式回廊并增加连廊，上述装修改建活动未取得相关主管部门的许可报批手续。

根据《不动产权证》记载，该房屋的规划用途为医药物流中心。该栋房屋主要是作为发行人及其控股子公司在青岛地区的医药物流中心而建设使用，该栋房屋的一层仓储区域为实际发挥物流配送作用的主要生产经营场所。而违规加建的房屋建筑物主要用于集约化办公，在经济相对发达地区，用于办公用途的房屋可替代性相对较高，从重要性和可替代性的角度而言，不属于公司主要生产经营场所。

（2）上述瑕疵可能导致处罚、拆迁等情形以及具体应对措施

根据《中华人民共和国城乡规划法》、《山东省城乡规划条例》的有关规定，未履行报批许可建设的房屋存在被主管部门处以行政处罚并责令拆除的可能。

根据发行人控股股东百洋集团、实际控制人付钢出具的《承诺函》：“如有关政府部门要求，确实需要更换行政办公场所的或者拆除改建夹层恢复原状的，发行人可在较短时间内寻找可替代的租赁房产作为行政办公场所；如因上述房屋瑕疵导致公司拆除改建夹层恢复原状的费用、行政办公场所需要搬迁或被有关政府部门处罚等而使公司遭受的一切经济损失由公司控股股东和实际控制人足额补偿，保证发行人不因此遭受任何经济损失。”

因此，上述房屋瑕疵情况如若导致搬迁或被处罚而产生费用，相关经济损失由公司控股股东以及实际控制人承担。

如上文所述，相关违规加建房屋均系用于办公用途，该等用途的房屋可替代性较强，发行人可以在较短时间内寻找到满足办公条件的办公场所。

（3）附近房屋建筑租赁较为富余

发行人住址所在地开封路 88 号位于青岛市市北区，属于青岛市经济较为发达的区域之一。根据青岛市政府统计数据（http://www.qingdaoshibei.gov.cn），截至 2019 年末，青岛市市北区常驻人口 111.1 万人，2019 年全年市北区办公楼及商业营业用房销售面积共计 12.75 万平方米。当年新增可用于办公用途的房屋销售面积远高于上述违规加建房屋的规模，发行人可通过购买或租赁等方式寻找替代房产。

同时，发行人已经与城发投资集团有限公司签订《物业租赁合同》。目前发

行人已在青岛市黄岛区承租面积共计 48,803.02 平米的房产用于办公、仓储。租赁期限至 2038 年 2 月 28 日。如若有权部门要求发行人对开封路 88 号的违规建筑进行拆迁、整改，致使发行人部分人员不能继续在该处办公，上述位于黄岛区的租赁房屋亦可作为接替房产继续使用。

综上，开封路 88 号附近可以用作替代办公场所的房屋建筑租赁富余。

（4）对公司生产经营、财务状况的影响

该等用于办公用途的违规加建房屋并非发行人主要生产经营场所。同时，发行人实际控制人以及控股股东均已出具《承诺函》，承诺由其补偿一切相关经济损失。

除此以外，根据有关主管部门出具的合规证明：报告期内，发行人未有因违反土地管理、城市管理相关规定而受到重大行政处罚的情形；根据青岛市市北区滨海新区管理委员会出具的《情况说明》，开封路 88 号土地使用权及其地面房屋，符合该片区整理规划。该宗土地及房屋，除遇战争、严重自然灾害等紧急情况外，土地出让期限内未有可预见的其他征收征用或者拆迁计划。

综上所述，上述事项不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

（二）主要无形资产情况

公司拥有的无形资产具体如下：

1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司的土地使用权情况如下：

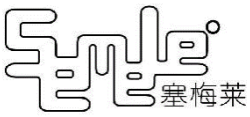
使用权人	土地证号	座落	面积（平方米）	终止日期	使用权类型	地类（用途）	他项权利
百洋医药	鲁（2017）青岛市不动产权第0074604号	市北区开封路88号1号楼全幢	28,056.90	2060.9.28	出让	工业用地	已抵押

注：发行人与兴业银行股份有限公司青岛分行签署了《最高额抵押合同》（兴银青承高抵字2016-0290-1）及其补充协议，抵押物为该处土地及土地上房屋建筑物，最高抵押本金为29,093.15 万元，期限至 2024 年 6 月 24 日止，为发行人与兴业银行股份有限公司在抵押额度有效期间签订的一系列短期借款、银行承兑汇票等债权提供担保。

2、注册商标

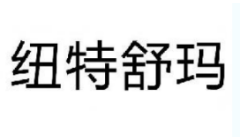
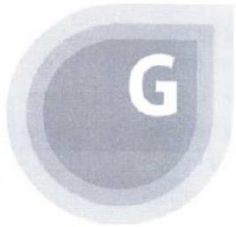
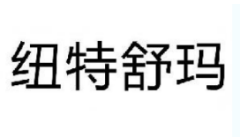
截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司的境内注册商标情况如下：

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
1	瞳话视界	百洋连锁	11649090	5	2014.03.28-2024.03.27
2	瞳话视界	百洋连锁	11649132	35	2014.03.28-2024.03.27
3	瞳话视界	百洋连锁	11649115	9	2014.03.28-2024.03.27
4	瞳话世界	百洋连锁	11771984	35	2014.04.28-2024.04.27
5	纤芳百剂	百洋连锁	11649145	35	2014.03.28-2024.03.27
6		百洋连锁	11772035	5	2014.04.28-2024.04.27
7		百洋连锁	11772746	9	2014.04.28-2024.04.27
8		百洋连锁	15467527	42	2015.12.14-2025.12.13
9		百洋连锁	15467465	39	2015.11.21-2025.11.20

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
10		百洋连锁	15467289	38	2015.11.21-2025.11.20
11		百洋连锁	11772059	5	2014.04.28-2024.04.27
12		百洋连锁	11772090	9	2014.04.28-2024.04.27
13	Eye of Horus 荷鲁斯之眼	百洋连锁	11847181	9	2014.05.21-2024.05.20
14	Eye of Horus 荷鲁斯之眼	百洋连锁	11847170	5	2014.05.21-2024.05.20
15		百洋连锁	11847196	9	2014.05.21-2024.05.20
16		百洋连锁	11847153	5	2014.05.21-2024.05.20
17		百洋连锁	12162445	5	2015.03.21-2025.03.20
18		百洋连锁	11088826	30	2013.11.07-2023.11.06
19		百洋连锁	11088687	5	2013.11.07-2023.11.06

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
20	善维他	百洋连锁	12162435	5	2014.07.28-2024.07.27
21	Magic Queen 美杜莎之泪	百洋连锁	12162484	9	2014.07.28-2024.07.27
22	Magic Queen 美杜莎之泪	百洋连锁	12162473	5	2014.07.28-2024.07.27
23	Charming Ocean 海蓝之情	百洋连锁	12162493	9	2014.07.28-2024.07.27
24	Charming Ocean 海蓝之情	百洋连锁	12162463	5	2014.07.28-2024.07.27
25	百草集萃	百洋连锁	13588799	30	2016.07.14-2026.07.13
26	草香茶舞 MISS CHACHA	百洋连锁	11127557	5	2014.02.14-2024.02.13
27	百草亭	百洋连锁	12069656	5	2014.12.07-2024.12.06
28	茶心茶意 MISS CHACHA	百洋连锁	11127553	5	2014.01.28-2024.01.27

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
29		百洋连锁	11127555	5	2014.01.28-2024.01.27
30		百洋连锁	17262666	44	2016.08.28-2026.08.27
31		百洋连锁	17262668	35	2016.08.28-2026.08.27
32		百洋连锁	17262669	16	2016.08.28-2026.08.27
33	百洋健康网 bestyoo.com.cn	百洋连锁	15467668	39	2016.01.28-2026.01.27
34	百洋健康网	百洋连锁	15467628	39	2016.01.28-2026.01.27
35		百洋连锁	17262670	9	2016.08.28-2026.08.27

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
36		百洋连锁	17262667	38	2016.08.28-2026.08.27
37		青岛纽特舒玛	14579850	5	2015.07.07-2025.07.06
38		青岛纽特舒玛	15189477	35	2015.10.07-2025.10.06
39		青岛纽特舒玛	15205578	35	2016.01.28-2026.01.27
40		青岛纽特舒玛	15189402	5	2015.10.07-2025.10.06
41		青岛纽特舒玛	14579849	35	2015.07.07-2025.07.06
42		百洋连锁	13659594	44	2015.02.28-2025.02.27
43		百洋连锁	13659586	35	2015.02.21-2025.02.20
44		百洋连锁	17932759	5	2016.10.28-2026.10.27
45		百洋连锁	17933017	30	2016.10.28-2026.10.27

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
46	普利斯来 Plesear	北京万维	9454723	5	2012.08.14-2022.08.13
47	普利斯来 plesear	北京万维	1688471	5	2011.12.28-2021.12.27
48	葛劳瑞 gelori	北京万维	1688470	5	2011.12.28-2021.12.27
49	奈思利 nicly	北京万维	1688472	5	2011.12.28-2021.12.27
50	万维医药 WANWEI PHARMACEUTICAL	北京万维	1532541	5	2021.03.07-2031.03.06
51	诺力思	北京万维	1511693	5	2021.01.21-2031.01.20
52	万维医药 WANWEI PHARMACEUTICAL	北京万维	1536402	5	2021.03.14-2031.03.13
53	百兰多 BRADO	发行人	20749887	5	2017.09.14-2027.09.13
54	百兰多 BRADO 膳食纤维	发行人	20749886	5	2017.09.14-2027.09.13

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
55	百兰多 BRADO 水溶性膳食纤维	发行人	20749885	5	2017.09.14-2027.09.13
56	百兰多	发行人	20141175	5	2017.07.21-2027.07.20
57	百兰多	发行人	4630374	5	2018.09.14-2028.09.13
58	迪巧	美国安士、发行人	1728454	5	2012.03.14-2022.03.13
59	D-Cal 迪巧	美国安士、发行人	1708530	5	2012.02.07-2022.02.06
60	D-Cal	美国安士、发行人	1728455	5	2012.03.14-2022.03.13
61	D-Cal	美国安士、发行人	24622442	30	2018.07.07-2028.07.06
62	D-Cal	美国安士、发行人	5831349	32	2019.10.28-2029.10.27
63	D-Cal	美国安士、发行人	5831350	30	2019.11.21-2029.11.20
64	Annlogy	青岛纽特舒玛	27012502	5	2018.10.21-2028.10.20
65	Annlogy	青岛纽特舒玛	27012501	32	2018.10.21-2028.10.20
66	Annlogy	青岛纽特舒玛	27012500	30	2018.10.21-2028.10.20

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
67	纽特舒玛	青岛纽特舒玛	27012497	29	2018.10.21-2028.10.20
68	纽特舒玛	青岛纽特舒玛	27012496	30	2018.10.21-2028.10.20
69	纽特舒玛	青岛纽特舒玛	27012495	32	2018.10.21-2028.10.20
70	安能捷	青岛纽特舒玛	26910288	5	2018.09.28-2028.09.27
71	安能捷	青岛纽特舒玛	26910219	32	2018.12.07-2028.12.06
72	安能捷	青岛纽特舒玛	26910218	30	2018.12.07-2028.12.06
73	nutrasumma	青岛纽特舒玛	27012499	29	2019.01.14-2029.01.13
74	nutrasumma	青岛纽特舒玛	27012498	32	2019.02.07-2029.02.06
75	nutrasumma	青岛纽特舒玛	37162915	32	2020.02.07-2030.02.06
76	纽特舒玛	青岛纽特舒玛	37162911	32	2019.11.21-2029.11.20
77	纽特舒玛	青岛纽特舒玛	40302815	5	2020.03.28-2030.03.27

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
78	贝瓦伊生	江西贝瓦	33876116	10	2019.06.07-2029.06.06
79		江西贝瓦	33572570	5	2019.05.21-2029.05.20
80	贝瓦畏约易	江西贝瓦	35413496	5	2019.08.28-2029.08.27
81	贝瓦特派员	江西贝瓦	34356977	9	2019.08.07-2029.08.06
82	贝瓦云	江西贝瓦	36785626	9	2020.01.07-2030.01.06
83	贝瓦小抖	江西贝瓦	36489810	35	2019.10.07-2029.10.06
84	贝瓦畏约易	江西贝瓦	35403766	10	2019.09.07-2029.09.06.
85		江西贝瓦	34542473	9	2019.10.14-2029.10.13

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
86		江西贝瓦	38544953	5	2020.02.28-2030.02.27
87	贝尔瓦纳	江西贝瓦	40393593	5	2020.03.28-2030.03.27
88	字母哥	江西贝瓦	38748528	10	2020.03.21-2030.03.20
89	贞菊	江西贝瓦	38693592	5	2020.03.21-2030.03.20
90	固开	江西贝瓦	41050772	5	2020.04.21- 2030.04.20
91	匹哆康	江西贝瓦	40379914	5	2020.05.21- 2030.05.20
92	呗瓦药盟	江西贝瓦	40567098	9	2020.05.21- 2030.05.20

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
93	橙涩火焰	江西贝瓦	41381571	5	2020.06.07-2030.06.06
94	木苏坦	江西贝瓦	41389829	5	2020.06.07-2030.06.06
95	ELABO 乐葆健康	乐葆健康	35350239	10	2019.08.28-2029.08.27
96	乐葆健康	乐葆健康	37267465	41	2019.11.21-2029.11.20
97	乐葆健康	乐葆健康	37263864	10	2019.11.21-2029.11.20
98	ELABO	乐葆健康	37262405	3	2019.11.21-2029.11.20
99	乐葆健康	乐葆健康	37258931	35	2019.11.21-2029.11.20
100	ELABO	乐葆健康	37255660	30	2019.11.21-2029.11.20

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
101	ELABO	乐葆健康	37251795	5	2019.11.21-2029.11.20
102	乐葆健康	乐葆健康	37251770	32	2019.11.21-2029.11.20
103	ELABO	乐葆健康	37240623	10	2019.11.21-2029.11.20
104	ELABO	乐葆健康	37237637	41	2019.12.07-2029.12.06
105	ELABO	乐葆健康	37237630	32	2019.11.21-2029.11.20
106	ELABO 乐葆健康	乐葆健康	35370704	41	2019.10.07-2029.10.06
107	ELABO 乐葆健康	乐葆健康	35357691	35	2019.11.28-2029.11.27
108	ELABO 乐葆健康	乐葆健康	35346165	32	2019.08.28-2029.08.27
109	ELABO 乐葆健康	乐葆健康	35346127	3	2019.11.07-2029.11.06

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
110	乐葆健康	乐葆健康	37251243	3	2020.03.14-2030.03.13
111	迪巧	发行人	25385816	3	2018.10.28-2028.10.27
112	D-Cal	发行人	25383434	3	2018.10.28-2028.10.27
113		发行人	34488578	3	2019.10.21-2029.10.20
114		发行人	34499055	3	2020.02.07-2030.02.06
115		发行人	34494721	3	2019.10.21-2029.10.20
116		发行人	34946736	3	2019.10.07-2029.10.06

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
117		发行人	36798141	3	2020.02.28-2030.02.27
118		发行人	5487729	5	2019.09.28-2029.09.27
119		发行人	5487730	5	2019.09.28-2029.09.27
120	迪钙	发行人	5655864	5	2019.12.14-2029.12.13
121		发行人	6390362	5	2020.04.28-2030.04.27
122	巧盖	发行人、美国安士	5831335	5	2019.12.21-2029.12.20
123	迪巧素	发行人、美国安士	5831337	5	2020.02.14-2030.02.13

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
124	秀源迪巧	发行人、美国安士	5831101	5	2019.12.21-2029.12.20
125	盖迪	发行人、美国安士	5831114	5	2020.02.07-2030.02.06
126	迪盖	发行人、美国安士	5831112	5	2020.02.07-2030.02.06
127	美迪巧	发行人、美国安士	5831345	5	2019.12.21-2029.12.20
128	DI CA	发行人、美国安士	5831105	5	2019.12.21-2029.12.20
129	迪巧盖	发行人、美国安士	5831343	5	2020.02.07-2030.02.06
130	安士迪巧	发行人、美国安士	5831118	5	2019.12.21-2029.12.20
131	DI QIAO	发行人、美国安士	5831103	5	2020.01.21-2030.01.20

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
132	百洋迪巧	发行人、美国安士	5831120	5	2019.12.21-2029.12.20
133	盖巧	发行人、美国安士	5831333	5	2019.12.21-2029.12.20
134	迪巧	发行人	25379504	9	2018.10.28-2028.10.27
135	D-Cal	发行人	25390700	9	2018.10.28-2028.10.27
136		发行人	34505754	9	2019.12.14-2029.12.13
137		发行人	34502460	9	2019.11.28-2029.11.27
138		发行人	28690552	9	2020.03.21-2030.03.20

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
139		发行人	36798155	9	2020.01.28-2030.01.27
140		发行人	5487725	10	2019.06.07-2029.06.06
141		发行人	5487726	10	2019.06.07-2029.06.06
142		发行人	5487727	10	2019.06.07-2029.06.06
143	D-Cal	发行人	25383465	11	2018.07.28-2028.07.27
144	迪巧	发行人	25382241	16	2018.10.28-2028.10.27
145	D-Cal	发行人	27075844	16	2018.12.07-2028.12.06
146		发行人	34933330	16	2020.01.28-2030.01.27

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
147		发行人	36801918	16	2020.01.28-2030.01.27
148	迪巧	发行人	25383833	18	2018.10.28-2028.10.27
149	D-Cal	发行人	25390727	18	2018.10.28-2028.10.27
150		发行人	34498235	18	2019.12.28-2029.12.27
151		发行人	34491352	18	2019.10.21-2029.10.20
152		发行人	34493724	18	2019.12.21-2029.12.20
153		发行人	34930245	18	2019.10.28-2029.10.27
154		发行人	36801923	18	2020.01.28-2030.01.27

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
155		发行人	34508489	25	2019.12.14-2029.12.13
156		发行人	34502555	25	2019.12.14-2029.12.13
157		发行人	36805938	25	2020.01.14-2030.01.13
158		发行人	34934075	28	2019.10.28-2029.10.27
159		发行人	36793917	28	2019.11.21-2029.11.20
160		发行人	34505823	28	2020.02.07-2030.02.06
161		发行人	34499688	28	2019.12.28-2029.12.27
162		发行人	34494499	28	2019.12.28-2029.12.27

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
163		发行人	5487723	30	2019.06.07-2029.06.06
164		发行人	5487724	30	2019.06.07-2029.06.06
165		发行人	6390361	30	2020.03.28-2030.03.27
166	迪巧盖	发行人、美国安士	5831342	30	2019.12.21-2029.12.20
167	秀源迪巧	发行人、美国安士	5831102	30	2019.11.07-2029.11.06
168	巧盖	发行人、美国安士	5831334	30	2019.11.07-2029.11.06
169	迪巧素	发行人、美国安士	5831336	30	2020.01.28-2030.01.27
170	美迪巧	发行人、美国安士	5831344	30	2019.11.28-2029.11.27

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
171	盖巧	发行人、美国安士	5831332	30	2019.11.07-2029.11.06
172	百洋迪巧	发行人、美国安士	5831121	30	2019.11.07-2029.11.06
173	迪盖	发行人、美国安士	5831113	30	2019.12.21-2029.12.20
174	DI CA	发行人、美国安士	5831106	30	2019.11.07-2029.11.06
175	盖迪	发行人、美国安士	5831115	30	2019.11.07-2029.11.06
176	安士迪巧	发行人、美国安士	5831119	30	2019.11.07-2029.11.06
177		发行人	29437504	30	2019.03.28-2029.03.27
178	DI QIAO	发行人	35638033	30	2020.05.28-2030.05.27

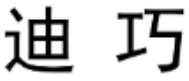
序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
179		发行人	28707530	41	2019.11.28-2029.11.27
180	D-Cal 迪 巧	美国安士、发行人	27237743	29	2019.02.14-2029.02.13
181	D-Cal 迪 巧	美国安士、发行人	27242680	21	2018.11.14-2028.11.13
182	**D-Cal**	美国安士、发行人	27247333	29	2018.12.07-2028.12.06
183	D-Cal 迪 巧	美国安士、发行人	27248164	33	2018.11.14-2028.11.13
184	D-Cal 迪 巧	美国安士、发行人	27248756	5	2019.02.21-2029.02.20
185	D-Cal 迪 巧	美国安士、发行人	27250787	20	2018.11.14-2028.11.13

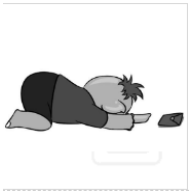
序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
186	迪 巧	美国安士、发行人	27257373	29	2019.02.21-2029.02.20
187	D-Cal	美国安士、发行人	5831348	33	2019.10.28-2029.10.27
188	D-Cal	美国安士、发行人	5831351	21	2019.10.28-2029.10.27
189	D-Cal	美国安士、发行人	5831352	20	2019.10.28-2029.10.27
190	D-Cal	美国安士、发行人	5831354	5	2019.12.21-2029.12.20
191	迪巧	美国安士、发行人	5831355	33	2019.10.28-2029.10.27
192	迪巧	美国安士、发行人	5831356	32	2019.12.21-2029.12.20
193	迪巧	美国安士、发行人	5831358	21	2019.10.28-2029.10.27

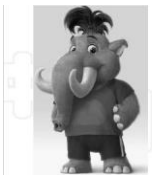
序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
194	迪巧	美国安士、发行人	5831359	20	2019.10.28-2029.10.27
195		发行人	43276450	5	2020.08.28-2030.08.27
196		发行人	43272486	30	2020.08.28-2030.08.27
197	乐葆健康	乐葆健康	37247677	44	2020.09.21-2030.09.20
198	哈尔潼	江西贝瓦	43874712	3	2020.10.07-2030.10.06
199		江西贝瓦	43665048	3	2020.09.21-2030.09.20
200		江西贝瓦	43661326	10	2020.09.21-2030.09.20

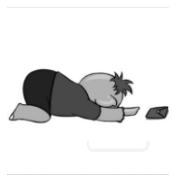
序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
201		江西贝瓦	43091679	5	2020.09.07-2030.09.06
202	紫面具	江西贝瓦	43325816	3	2020.09.14-2030.09.13
203	玛氪零	江西贝瓦	42574957	5	2020.08.28-2030.08.27
204	玛氪零	江西贝瓦	42557408	10	2020.09.07-2030.09.06
205	贝瓦药盟	江西贝瓦	41935922	9	2020.09.14-2030.09.13
206	牛皇金丹	江西贝瓦	41228678	5	2020.08.21-2030.08.20

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
207		江西贝瓦	41004437	9	2020.09.14-2030.09.13
208		江西贝瓦	44366037	5	2020.10.28-2030.10.27
209		江西贝瓦	42585150	10	2020.10.14-2030.10.13
210		发行人	45169166	5	2020.11.21-2030.11.20
211		发行人	45164240	35	2020.11.21-2030.11.20
212		发行人	45159503	35	2020.11.28-2030.11.27
213		发行人	45157257	35	2020.11.21.2030.11.20

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
214		发行人	45147231	5	2020.11.21-2030.11.20
215		发行人	44950282	35	2020.11.21-2030.11.20
216		发行人	5487728	5	2019.09.28-2029.09.27
217		发行人	5487722	30	2019.06.07-2029.06.06
218		乐葆健康	43076347	3	2020.11.28-2030.11.27
219		乐葆健康	43075880	5	2020.11.28-2030.11.27
220		江西贝瓦	42766096	9	2020.11.28-2030.11.27
221		美国安士、发行人	27257883	5	2019.01.28-2029.01.27
222		美国安士、发行人	5831361	5	2019.12.21-2029.12.20

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
223		发行人	46563663	30	2021.01.07-2031.01.06
224		发行人	45180546	30	2020.11.14-2030.11.13
225		发行人	45180109	5	2020.11.14-2030.11.13
226		发行人	45176242	35	2020.11.14- 2030.11.13
227		发行人	45173386	30	2020.11.14- 2030.11.13
228		发行人	45173284	5	2020.11.14- 2030.11.13
229		发行人	45169615	30	2020.11.14- 2030.11.13
230		发行人	45164184	30	2020.11.14- 2030.11.13

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
231		发行人	45159794	5	2020.11.14- 2030.11.13
232		发行人	45153873	35	2020.11.14- 2030.11.13
233		发行人	45149397	35	2020.11.14- 2030.11.13
234		发行人	45149362	30	2020.11.14- 2030.11.13
235		发行人	45147451	5	2020.11.14- 2030.11.13
236		发行人	45157990	30	2020.11.14- 2030.11.13
237		发行人	44948035	35	2020.11.14- 2030.11.13
238		发行人	44942992	35	2020.11.14- 2030.11.13
239	CO 17	乐葆健康	43075885	35	2020.12.21 -2030.12.20
240	ELABO+ 乐葆健康	乐葆健康	35357709	44	2021.01.07-2031.01.06

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
241	ELABO 乐葆健康	乐葆健康	35357674	30	2021.01.07-2031.01.06
242	艾力近	江西贝瓦	45294261	5	2020.12.21-2030.12.20
243	bilida 贝立大	江西贝瓦	45280470	5	2020.12.14-2030.12.13
244		江西贝瓦	44398561	9	2020.11.07-2030.11.06
245		发行人	46576674	30	2021.01.14- 2031.01.13
246		发行人	46573721	30	2021.01.14- 2031.01.13
247		发行人	46563625	5	2021.01.14- 2031.01.13
248		发行人	46563615	5	2021.01.14- 2031.01.13
249		发行人	46555505	30	2021.01.14- 2031.01.13
250		发行人	46555486	5	2021.01.14- 2031.01.13

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
251	拿泽	发行人	46899355	10	2021.02.28-2031.02.27
252	拿泽	发行人	46895593	44	2021.02.28-2031.02.27
253	拿泽	发行人	46894812	3	2021.03.07-2021.03.06
254	拿泽	发行人	46892987	35	2021.03.07-2031.03.06
255	拿泽	发行人	46892477	18	2021.02.28-2031.02.27
256	拿泽	发行人	46888866	5	2021.02.28-2031.02.27
257	拿泽	发行人	46877915	30	2021.02.28-2031.02.27
258	拿泽	发行人	46877871	25	2021.02.28-2031.02.27
259	那泽	发行人	46873924	35	2021.02.28-2031.02.27
260	拿泽	发行人	46873899	32	2021.02.28-2031.02.27
261	ELABO+	乐葆健康	37268875	44	2021.01.21- 2031.01.20
262	乐葆健康	乐葆健康	37267446	30	2021.02.07- 2031.02.06
263	ELABO+	乐葆健康	37258967	35	2021.02.07- 2031.02.06
264		江西贝瓦	44412821	35	2021.01.28- 2031.01.27

序号	注册商标	注册人	注册证号	核定使用商品类别	注册有效期限
265	贝瓦小象	江西贝瓦	44367449	10	2021.01.14- 2031.01.13
266	贝瓦小象	江西贝瓦	44367440	5	2021.01.14- 2031.01.13
267	啪克	江西贝瓦	48417466	5	2021.03.14-2031.03.13
268	XIAO BAI XING 小柏姓	江西贝瓦	47615084	35	2021.02.21-2031.02.20

3、专利

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司的境内专利情况如下：

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	申请日	取得方式	法律状态
1	包装袋（迪巧儿童含钙软糖）	外观设计	发行人	2019306822588	2019-12-6	原始取得	维持
2	标贴（迪巧儿童含钙软糖）	外观设计	发行人	2019306822592	2019-12-6	原始取得	维持
3	标贴（维生素 K 咀嚼片）	外观设计	发行人	2020300255990	2020.01.15	原始取得	维持
4	包装盒（维生素 K 咀嚼片）	外观设计	发行人	202030025600X	2020.01.15	原始取得	维持
5	包装盒（迪巧牌秀源女性片）	外观设计	发行人	2019301968386	2019-4-26	受让取得	维持
6	标贴（迪巧牌秀源女性片）	外观设计	发行人	2019301968390	2019-4-26	受让取得	维持
7	包装盒（小象钙维生素 D 咀嚼片）	外观设计	发行人	2019301260264	2019-3-25	受让取得	维持
8	标贴（小象钙维生素 D 咀嚼片）	外观设计	发行人	2019301260298	2019-3-25	受让取得	维持
9	药片（小象）	外观设计	发行人	2019301260391	2019-3-25	受让取得	维持
10	标贴（碳酸钙 D3 片）	外观设计	发行人	2019301260442	2019-3-25	受让取得	维持
11	包装盒（碳酸钙 D3 片）	外观设计	发行人	2019301260476	2019-3-25	受让取得	维持

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	申请日	取得方式	法律状态
12	包装盒（孕妇钙维生素 D 咀嚼片）	外观设计	发行人	2019301264462	2019-3-25	受让取得	维持
13	标贴（孕妇钙维生素 D 咀嚼片）	外观设计	发行人	2019301264481	2019-3-25	受让取得	维持
14	包装盒（钙维生素 D 颗粒）	外观设计	发行人	2018302683191	2018-5-31	受让取得	维持
15	包装盒（钙维生素 D 颗粒内包）	外观设计	发行人	2018302683204	2018-5-31	受让取得	维持
16	保健品外包装	外观设计	发行人	2017301340753	2017-4-20	受让取得	维持
17	黄色小儿钙片药盒	外观设计	发行人	2015300339393	2015-2-5	受让取得	维持
18	保健品外包装盒	外观设计	发行人	2015300329279	2015-2-4	受让取得	维持
19	包装盒（保健药绿色）	外观设计	发行人	2015300330295	2015-2-4	受让取得	维持
20	包装盒（黄色碳酸钙）	外观设计	发行人	2015300321898	2015-2-3	受让取得	维持
21	绿色维 D 钙咀嚼片包装盒	外观设计	发行人	2015300275832	2015-1-29	受让取得	维持
22	保健品外包装盒	外观设计	发行人	2015300276356	2015-1-29	受让取得	维持
23	小儿碳酸钙 D3 颗粒包装盒	外观设计	发行人	2015300277043	2015-1-29	受让取得	维持
24	包装盒（D-Cal 钙片）	外观设计	发行人	2015300321281	2015-2-3	受让取得	维持
25	包装瓶（深绿色）	外观设计	青岛纽特舒玛	2015302551911	2015-7-9	原始取得	维持
26	包装瓶（蓝色）	外观设计	青岛纽特舒玛	201530255195X	2015-7-9	原始取得	维持
27	包装瓶（喷雾）	外观设计	青岛纽特舒玛	2017300271455	2017-1-23	原始取得	等年费滞纳金
28	包装瓶（胶囊）	外观设计	青岛纽特舒玛	2017300271510	2017-1-23	原始取得	等年费滞纳金
29	包装盒	外观设计	百洋连锁	2015303677207	2015-9-22	受让取得	维持
30	包装袋（199 陈胶 60 红枣）	外观设计	百洋连锁	2016304172045	2016-8-24	受让取得	维持
31	包装盒（299 陈胶）	外观设计	百洋连锁	2016301115708	2016-4-7	受让取得	维持
32	手提袋（竖版）	外观设计	百洋连锁	2016301115727	2016-4-7	受让取得	维持
33	手提袋（横版）	外观设计	百洋连锁	2016301115750	2016-4-7	受让取得	维持
34	包装袋（内包 5 克）	外观设计	百洋连锁	2016301115799	2016-4-7	受让取得	维持
35	包装袋（399 陈胶）	外观设计	百洋连锁	2016301115854	2016-4-7	受让取得	维持
36	包装袋（199 陈胶）	外观设计	百洋连锁	201630111591X	2016-4-7	受让取得	维持
37	包装袋（299 陈胶）	外观设计	百洋连锁	2016301115939	2016-4-7	受让取得	维持

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	申请日	取得方式	法律状态
38	包装盒（699 陈胶 450 克）	外观设计	百洋连锁	2016301115943	2016-4-7	受让取得	维持
39	包装盒（699 陈胶 240 克）	外观设计	百洋连锁	2016301115958	2016-4-7	受让取得	维持
40	包装盒	外观设计	江西贝瓦	2019306064049	2019-11-5	原始取得	维持
41	包装盒	外观设计	江西贝瓦	2019306069150	2019-11-5	原始取得	维持
42	包装盒	外观设计	江西贝瓦	2019307369398	2019-12-28	原始取得	维持
43	包装盒（迪巧秀源女性片 30 片）	外观设计	发行人	2020302488675	2020-5-26	原始取得	维持
44	包装盒（迪巧维 D 钙咀嚼片儿童）	外观设计	发行人	202030248868X	2020-5-26	原始取得	维持
45	包装袋（迪巧婴幼儿 DHA 钙铁锌）	外观设计	发行人	2020302488711	2020-5-26	原始取得	维持
46	标贴（迪巧含钙软糖）	外观设计	发行人	2020302488726	2020-5-26	原始取得	维持
47	包装盒（迪巧钙维生素 D 咀嚼片孕妇钙）	外观设计	发行人	2020302488730	2020-5-26	原始取得	维持
48	包装盒（迪巧婴幼儿 DHA 钙铁锌）	外观设计	发行人	2020302488815	2020-5-26	原始取得	维持
49	标贴（迪巧秀源女性片 30 片）	外观设计	发行人	2020302490482	2020-5-26	原始取得	维持
50	包装盒（迪巧钙维 D 维 K 咀嚼片中老年人）	外观设计	发行人	2020302490618	2020-5-26	原始取得	维持
51	标贴（迪巧钙维 D 维 K 咀嚼片中老年人）	外观设计	发行人	2020302490622	2020-5-26	原始取得	维持
52	标贴（迪巧钙维生素 D 咀嚼片孕妇钙）	外观设计	发行人	2020302490656	2020-5-26	原始取得	维持
53	标贴（迪巧钙维生素 D 咀嚼片儿童钙）	外观设计	发行人	2020302490675	2020-5-26	原始取得	维持
54	包装袋（迪巧含钙软糖）	外观设计	发行人	20203024890637	2020-5-26	原始取得	维持
55	包装袋（迪巧钙维生素 D 颗粒内袋）	外观设计	发行人	2020302488641	2020-5-26	原始取得	维持
56	标贴（儿童钙维生素 D 补充咀嚼片 600）	外观设计	发行人	202030306789X	2020-6-16	原始取得	维持
57	标贴（关节钙）	外观设计	发行人	2020303067940	2020-6-16	原始取得	维持
58	标贴（钙维生素 D 补充咀嚼片 300）	外观设计	发行人	2020303071062	2020-6-16	原始取得	维持
59	标贴（秀源女性片）	外观设计	发行人	2020303067921	2020-6-16	原始取得	维持

序号	专利名称	专利类型	专利权人	专利号	申请日	取得方式	法律状态
60	包装盒（水溶膳食纤维粉）	外观设计	青岛纽特舒玛	2020303219286	2020-6-22	原始取得	维持
61	标贴（分离乳清蛋白粉）	外观设计	青岛纽特舒玛	2020303218457	2020-6-22	原始取得	维持
62	包装盒（金标迪巧）	外观设计	发行人	2020303067809	2020-6-16	原始取得	维持
63	包装盒（关节钙）	外观设计	发行人	2020303067917	2020-6-16	原始取得	维持
64	标贴（儿童钙维生素 D 补充咀嚼片 300）	外观设计	发行人	2020303067955	2020-6-16	原始取得	维持
65	包装袋（金标迪巧）	外观设计	发行人	2020303070892	2020-6-16	原始取得	维持
66	包装盒（迪巧小儿碳酸钙 D3 颗粒）	外观设计	发行人	202030249050X	2020-5-26	原始取得	维持
67	包装盒（迪巧钙维生素 D 颗粒）	外观设计	发行人	2020302488656	2020-5-26	原始取得	维持
68	包装盒（迪巧钙维生素 D 咀嚼片儿童钙）	外观设计	发行人	2020302490660	2020-5-26	原始取得	维持
69	包装盒（迪巧维 D 钙咀嚼片成人）	外观设计	发行人	2020302488694	2020-5-26	原始取得	维持
70	标贴（钙维生素 D 膳食补充剂成人 600）	外观设计	发行人	2020304744500	2020-08-19	原始取得	维持
71	瓶子	外观设计	江西贝瓦	2020305106403	2020-09-01	原始取得	维持

注：发行人专利均为外观设计专利，有效期为申请之日起算 10 年。

4、主要经营资质

（1）经营资质

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司的主要经营资质情况如下：

序号	持证人	发证类型	发证机关	有效期限
1	百洋医药	药品经营许可证	山东省药品监督管理局	2019.02.12-2024.02.11
2	百洋医药	医疗器械经营许可证	青岛市行政审批服务局	2019.03.13-2022.03.22
3	百洋医药	第二类医疗器械经营备案凭证	青岛市食品药品监督管理局	2017.03.02-长期
4	百洋医药	食品经营许可证	青岛市市北区食品药品监督管理局	2016.07.29-2021.07.07
5	百洋医药	危险化学品经营许可证	青岛市市北区应急管理局	2020.12.25-2023.12.24
6	百洋医药	药品经营质量管理规范认证证书	山东省食品药品监督管理局	2019.01.24-2024.01.23

序号	持证人	发证类型	发证机关	有效期限
7	百洋医药	辐射安全许可证	青岛市生态环境局	2019.02.27-2024.02.26
8	百洋医药	互联网药品信息服务资格证书（www.beheal.com）	山东省食品药品监督管理局	2018.03.23-2023.03.22
9	百洋医药	互联网药品信息服务资格证书（www.baiyyy.com、www.diqiao.com.cn）	山东省药品监督管理局	2019.04.09-2024.04.08
10	百洋医药	海关报关单位注册登记证书	山东省青岛大港海关	2016.12.27 核发
11	百洋医药	出入境检验检疫报检企业备案表	山东出入境检验检疫局	2017.02.15 核发
12	百洋医药	对外贸易经营者备案登记表	商务主管部门	2016.09.07 核发
13	百洋连锁	食品经营许可证	青岛市黄岛区行政审批服务局	2020.04.01-2023.09.24
14	百洋连锁	药品经营许可证	青岛市行政审批服务局	2019.09.04-2024.09.03
15	百洋连锁	药品经营质量管理规范认证证书	青岛市行政审批服务局	2019.09.16-2024.09.15
16	百洋连锁	医疗器械经营许可证	青岛市行政审批服务局	2020.07.07-2022.04.10
17	百洋连锁	第二类医疗器械经营备案凭证	青岛市食品药品监督管理局	2020.03.16-长期
18	百洋连锁	互联网药品信息服务资格证书（baiyangwang.com）	山东省食品药品监督管理局	2018.07.31-2022.01.22
19	百洋连锁	ICP 备案（鲁 ICP 备 09091598 号-4） 备案域名：baiyangwang.com	中华人民共和国工业和信息化部	2019.10.11 审核通过
20	百洋连锁	对外贸易经营者备案登记表	商务主管部门	2016.06.16 核发
21	百洋连锁	海关报关单位注册登记证书	山东省青岛大港海关	2015.01.12 核发
22	百洋连锁	自理报检企业备案登记证明书	青岛出入境检验检疫局	2015.01.29-长期
23	百洋连锁	医疗器械网络销售备案表	在山东省食品药品企业行政许可服务平台备案	2020.07.10 核发
24	百洋连锁	增值电信业务经营许可证 信息服务业务（仅限互联网信息服务）	山东省通信管理局	2020.09.29-2025.09.29
25	百洋连锁	增值电信业务经营许	中华人民共和国工业和	2020.12.18-2025.12.18

序号	持证人	发证类型	发证机关	有效期限
		可证 信息服务业务（不含互联网信息服务）	信息化管理部	
26	北京承善堂	食品经营许可证	北京市东城区食品药品监督管理局	2021.02.07-2026.02.06
27	青岛承善堂	食品经营许可证	青岛市市北区行政审批局	2021.03.12-2026.03.11
28	承德柏健	药品经营许可证	河北省药品监督管理局	2020.09.16-2025.09.15
29	承德柏健	食品经营许可证	承德市双滦区行政审批局	2018.12.12-2023.12.11
30	承德柏健	第二类医疗器械经营备案凭证	承德市行政审批局	2019.09.02-长期
31	青岛东源	医疗器械经营许可证	青岛市行政审批服务局	2020.06.29-2025.06.28
32	青岛东源	第二类医疗器械经营备案凭证	青岛市食品药品监督管理局	2017.07.10-长期
33	青岛纽特舒玛	食品经营许可证	青岛市市北区食品药品监督管理局	2016.10.12-2021.10.11
34	青岛纽特舒玛	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	青岛大港海关	2015.09.22-长期
35	青岛纽特舒玛	对外贸易经营者备案登记表	商务主管部门	2015.09.08 核发
36	青岛纽特舒玛	自理报检企业备案登记证明书	青岛出入境检验检疫局	2014.06.16-长期
37	北京万维	药品经营许可证	北京市药品监督管理局	2019.11.04-2024.10.23
38	北京万维	医疗器械经营许可证	北京市朝阳区市场监督管理局	2020.07.20-2025.07.19
39	北京万维	第二类医疗器械经营备案凭证	北京市食品药品监督管理局	2019.09.12-长期
40	北京万维	食品经营许可证	北京市朝阳区市场监督管理局	2019.09.12-2023.04.02
41	北京万维	危险化学品经营许可证	北京市朝阳区应急管理局	2018.07.17-2021.07.16
42	北京万维	药品经营质量管理规范认证证书	北京市药品监督管理局	2019.07.30-2024.07.29
43	北京万维	对外贸易经营者备案登记表	商务主管部门	2014.03.31 核发
44	北京万维	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	北京海关	2015.07.10-长期
45	北京万维	自理报检单位备案登记证明书	北京出入境检验检疫局	2014.03.26-长期

序号	持证人	发证类型	发证机关	有效期限
46	乐葆健康	食品经营许可证	青岛市市北区食品药品监督管理局	2018.09.19-2023.09.18
47	乐葆健康	中华人民共和国海关报关单位注册登记证书	青岛大港海关	2017.02.09-长期
48	乐葆健康	对外贸易经营者备案登记表	商务主管部门	2017.01.09 核发
49	乐葆健康	出入境检验检疫报检企业备案表	山东出入境检验检疫局	2017.02.17 核发
50	百洋盛汇	第二类医疗器械经营备案凭证	青岛市食品药品监督管理局	2020.12.02-长期
51	百洋盛汇	医疗器械经营许可证	青岛市食品药品监督管理局	2020.12.08-2024.01.28
52	百洋盛汇	辐射安全许可证	青岛市生态环境局	2019.08.09-2024.08.08
53	青岛联瀚	第二类医疗器械经营备案凭证	青岛市食品药品监督管理局	2019.03.28-长期
54	青岛联瀚	医疗器械经营许可证	青岛市食品药品监督管理局	2019.04.01-2024.01.23
55	江西贝瓦	药品经营许可证	江西省药品监督管理局	2019.03.12-2023.07.29
56	江西贝瓦	食品经营许可证	吉安市食品药品监督管理局经开区分局	2019.04.01-2024.03.31
57	江西贝瓦	药品经营质量管理规范认证证书	江西省食品药品监督管理局	2018.09.17-2023.09.16
58	江西贝瓦	互联网药品信息服务资格证书（beiwayaoye.com）	江西省药品监督管理局	2019.07.16-2024.07.15
59	天津百洋	药品经营许可证	天津市药品监督管理局	2020.04.30-2024.09.15
60	天津百洋	药品经营质量管理规范认证证书	天津市药品监督管理局	2019.09.16-2024.09.15
61	天津百洋	第二类医疗器械经营备案凭证	天津市河北区市场监督管理局	2020.07.13-长期
62	天津百洋	食品经营许可	天津市河北区市场和质量监督管理局	2021.01.05-2026.01.04
63	天津百洋器械	医疗器械经营许可证	天津市河北区市场监督管理局	2021.01.19-2025.09.21
64	天津百洋器械	第二类医疗器械经营备案凭证	天津市河北区市场监督管理局	2021.01.11-长期
65	山东百洋	药品经营许可证	山东省药品监督管理局	2020.09.27-2025.09.26
66	山东百洋	第二类医疗器械经营备案凭证	济南市行政审批服务局	2020.10.15-长期
67	山东百洋	医疗器械经营许可证	济南市行政审批服务局	2020.11.23-2025.11.22
68	山东百洋	食品经营许可证	济南市历城区行政审批	2020.12.07-2025.12.06

序号	持证人	发证类型	发证机关	有效期限
			服务局	

（2）门店拥有的证照情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司下属门店拥有的证照情况如下：

序号	门店名称	药品经营许可证	食品经营许可证	医疗器械经营许可证	第二类医疗器械经营备案凭证	药品经营质量管理规范认证证书	医疗器械网络销售备案表
1	青岛百洋健康药房连锁有限公司第一药店	√	√	√	√	√	√
2	青岛百洋健康药房连锁有限公司妇儿医院便民药房	√	√	√	√	√	√
3	青岛百洋健康药房连锁有限公司青医东院便民药房	√	√	√	√	√	√
4	青岛百洋健康药房连锁有限公司市立西院便民药房	√	√	√	√	√	√
5	青岛百洋健康药房连锁有限公司便民药房	√	√	√	√	√	√
6	青岛百洋健康药房连锁有限公司胶南便民药房	√	√	√	√	√	√
7	青岛百洋健康药房连锁有限公司六医便民药房	√	√	√	√	√	√
8	青岛百洋健康药房连锁有限公司第二药店	√	√	√	√	√	√
9	青岛百洋健康药房连锁有限公司健民街便民药房	√	√	√	√	√	√
10	青岛百洋健康药房连锁有限公司第三智慧药房	√	√	√	√	√	√
11	青岛百洋健康药房连锁有限公司第五智慧药房	√	√	√	√	-	√
12	青岛百洋健康药房连锁有限公司第十一智慧药房	√	√	-	-	-	-
13	青岛百洋健康药房连锁有限公司第七智慧药房	√	√	√	√	√	√
14	青岛百洋健康药房连锁有限公司第八智慧药房	√	√	-	-	-	-
15	青岛百洋健康药房连锁有限公司第九智慧药房	√	√	√	√	√	√
16	汇康药房	√	√	√	√	√	-
17	青岛百洋健康药房连锁有限公司龙城路中心店	√	√	-	√	-	√
18	青岛百洋健康药房连锁有限公司开封路店	-	√	-	-	-	-
19	青岛百洋健康药房连锁有限公司广西路红房子店	-	√	-	-	-	-
20	青岛百洋健康药房连锁有限公司浮山后店	-	√	-	-	-	-
21	青岛百洋健康药房连锁有限公司阜外医院店	-	√	-	√	-	-

5、软件著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司已登记的境内软件著作权情况如下：

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	首次发表日期	取得方式	他项权利
1	百洋连锁	百洋健康 OMS 管理系统 V1.2.0	2019SR0757601	2019-07-22	2019-03-01	原始取得	无

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	首次发表日期	取得方式	他项权利
2	百洋连锁	百洋健康购物软件 V4.11	2019SR0757595	2019-07-22	2019-06-08	原始取得	无
3	百洋连锁	百洋商城 iOS 软件 V2.1.0	2017SR063052	2017-03-01	2016-12-09	原始取得	无
4	百洋连锁	百洋商城触屏机版软件 V1.0	2017SR050412	2017-02-21	2016-09-30	原始取得	无
5	百洋连锁	CPS 推广返利系统 V4.0	2017SR050786	2017-02-21	2016-03-12	原始取得	无
6	百洋连锁	百洋商城微信版软件 V2.5	2017SR048914	2017-02-20	2016-10-22	原始取得	无
7	百洋连锁	百洋资讯软件 V1.5	2017SR017733	2017-01-19	2016-07-15	原始取得	无
8	百洋连锁	青岛港商城微信版软件 V2.0	2017SR013824	2017-01-16	2016-05-11	原始取得	无
9	百洋连锁	百洋商城 Wap 版拼团软件 V1.0	2017SR002132	2017-01-04	2016-11-06	原始取得	无
10	百洋连锁	百洋商城红包手机网页软件 V2.0	2017SR001566	2017-01-03	2016-10-30	原始取得	无
11	百洋连锁	百洋商城 TMS 平台 V1.0	2017SR001540	2017-01-03	-	原始取得	无
12	百洋连锁	百洋商城 WAP 版软件 V2.0	2016SR402678	2016-12-29	2016-09-22	原始取得	无
13	百洋连锁	百洋跨境电商财务软件 V1.0.0	2016SR402672	2016-12-29	2016-11-10	原始取得	无
14	百洋连锁	百洋海外购 PC 版软件 V2.5.0	2016SR400889	2016-12-28	2016-07-20	原始取得	无
15	百洋连锁	百洋商城 PC 版软件 V2.5	2016SR391395	2016-12-23	2016-02-25	原始取得	无
16	百洋连锁	百洋商城统一运营后台软件 V1.0.0	2016SR391209	2016-12-23	2016-09-30	原始取得	无
17	百洋连锁	百洋商城 Android 软件 1.7.2	2016SR342511	2016-11-27	2015-11-26	原始取得	无
18	百洋连锁	百洋智能医生客服端软件 V1.0	2015SR090460	2015-05-26	2015-03-05	原始取得	无
19	百洋连锁	百洋智能医生会员端软件（IOS 手机端）V1.0	2015SR091046	2015-05-26	2015-03-10	原始取得	无
20	百洋连锁	百洋智能医生软件（Android 手机端）V1.0	2015SR087455	2015-05-21	2015-03-11	原始取得	无
21	百洋连锁	百洋智能医生药店端软件 V1.0	2015SR085763	2015-05-20	2015-03-22	原始取得	无
22	百洋连锁	百洋智能医生会员端软件	2015SR085769	2015-05-20	2015-03-11	原始	无

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	首次发表日期	取得方式	他项权利
		（Android 手机端）V1.0				取得	
23	百洋连锁	百洋智能医生软件（IOS 平板端）V1.0	2015SR086499	2015-05-20	2015-03-20	原始取得	无
24	百洋连锁	百洋智能医生软件（IOS 手机端）V1.0	2015SR086093	2015-05-20	2015-03-03	原始取得	无
25	百洋连锁	百洋易美购物软件 V1.0	2020SR0690363	2020-06-29	2020-06-01	原始取得	无
26	发行人	冷链操作平台 V2.5	2020SR0951270	2018-08-19	2018-10-25	原始取得	无
27	发行人	全天候数据采集上传系统 V1.0	2020SR0951263	2020-08-19	2017-01-16	原始取得	无
28	发行人	百洋接口平台 V1.0	2020SR0951700	2020-08-19	2020-05-15	原始取得	无
29	百洋物流	物流成本核算系统 V1.0	2020SR1554493	2020-11-09	2020-08-21	原始取得	无
30	百洋物流	百洋医药冷链运营管理系统 V1.0	2020SR1554495	2020-11-09	-	原始取得	无
31	百洋物流	三方物流运营管理系统 V1.0	2020SR1639302	2020-11-25	2020-03-25	原始取得	无
32	百洋物流	三方物流计费系统 V1.0	2020SR1639058	2020-11-25	2020-03-25	原始取得	无
33	百洋物流	物流成本可视管理系统（简称：物流成本可视管理）V1.0	2021SR0079929	2021-01-15	2020-09-30	原始取得	无
34	百洋物流	货位可视监控系统（简称：货位可视监控）V1.0	2021SR0079928	2021-01-15	2020-09-30	原始取得	无
35	百洋物流	三方物流在途跟踪系统（简称：三方物流在途跟踪）V1.0	2020SR1652598	2020-11-26	2020-06-30	原始取得	无
36	百洋物流	冷链 APP 运输管理系统（简称：冷链 APP 运输管理）V1.0	2020SR1653059	2020-11-26	2020-06-30	原始取得	无
37	百洋物流	物流接口管理系统[简称：物流接口管理]V1.0	2021SR0338996	2021-03-04	2020-12-25	原始取得	无

注：发行人软件著作权有效期截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日，但软件自开发完成之日起 50 年内未发表的，相关法律不再保护。

6、作品著作权

截至本招股说明书签署之日，发行人及其控股子公司已登记的境内作品著作权情况如下：

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	类别	首次发表日期	取得方式	他项权利

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	类别	首次发表日期	取得方式	他项权利
1	发行人	迪巧维 D 钙咀嚼片包装	国作登字-2016-F-00286062	2016-06-24	美术	2004-05-19	原始取得	无
2	发行人	迪巧儿童维 D 钙咀嚼片包装	国作登字-2016-F-00286063	2016-06-24	美术	2004-05-19	原始取得	无
3	发行人	迪巧超人小象	国作登字-2016-F-00276246	2016-05-18	美术	2014-03-17	原始取得	无
4	发行人	迪巧	国作登字-2016-F-00276135	2016-05-17	美术	2013-09-28	原始取得	无
5	发行人	迪巧猛犸象吉祥物向上冲设计图	国作登字-2020-F-00995011	2020-04-16	美术	2020-02-01	原始取得	无
6	发行人	迪巧猛犸象吉祥物物量身高设计图	国作登字-2020-F-00995008	2020-04-16	美术	2020-02-01	原始取得	无
7	发行人	维生素 K 咀嚼片设计图	国作登字-2020-F-00994106	2020-03-11	美术	2020-01-01	原始取得	无
8	发行人	迪巧猛犸象吉祥物设计图	国作登字-2020-F-00974321	2020-02-12	美术	2019-12-13	原始取得	无
9	发行人	迪巧 D-Cal 猛犸象设计图	国作登字-2020-F-00974146	2020-02-11	美术	2019-10-30	原始取得	无
10	发行人	迪巧儿童含钙软糖包装袋设计图	国作登字-2020-F-00973481	2020-01-17	美术	2019-09-19	原始取得	无
11	发行人	迪巧儿童含钙软糖瓶签设计图	国作登字-2020-F-00973480	2020-01-17	美术	2019-09-19	原始取得	无
12	发行人	迪巧儿童咀嚼片象形片手绘图	国作登字-2020-F-00973479	2020-01-17	美术	2018-12-09	原始取得	无
13	发行人	迪巧猛犸象设计图	国作登字-2019-F-00918920	2019-12-24	美术	2019-10-30	原始取得	无
14	发行人	迪巧 D-Cal 设计图	国作登字-2019-F-00834348	2019-08-15	美术	2013-08-01	原始取得	无
15	发行人	迪巧猛犸象吉祥物手捧物品有道具设计图	国作登字-2020-F-01030401	2020-05-21	美术	2020-03-19	原始取得	无
16	发行人	迪巧猛犸象吉祥物投篮设计图	国作登字-2020-F-01030402	2020-05-21	美术	2020-03-19	原始取得	无
17	发行人	迪巧猛玛象吉祥物投篮有道具设计图	国作登字-2020-F-01030403	2020-05-21	美术	2020-03-19	原始取得	无
18	发行人	迪巧猛犸象吉祥物手拉横幅有道具设计图	国作登字-2020-F-01030404	2020-05-21	美术	2020-03-19	原始取得	无
19	发行人	迪巧猛犸象吉祥物手拉横幅设计图	国作登字-2020-F-01030405	2020-05-21	美术	2020-03-19	原始取得	无
20	发行人	迪巧猛犸象吉祥物手捧物品设计图	国作登字-2020-F-01030406	2020-05-21	美术	2020-03-19	原始取得	无
21	发行人	猛犸象睡觉设计图	国作登字	2020-06-03	美术	2020-03-30	原始取得	无

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	类别	首次发表日期	取得方式	他项权利
			-2020-F-01038401					
22	发行人	猛犸象手拿教杆无道具设计图	国作登字-2020-F-01038406	2020-06-03	美术	2020-03-30	原始取得	无
23	发行人	猛犸象向上跳跃设计图	国作登字-2020-F-01038405	2020-06-03	美术	2020-03-30	原始取得	无
24	发行人	猛犸象吃东西有道具设计图	国作登字-2020-F-01038404	2020-06-03	美术	2020-03-30	原始取得	无
25	发行人	猛犸象吃东西无道具设计图	国作登字-2020-F-01038402	2020-06-03	美术	2020-03-30	原始取得	无
26	发行人	猛犸象右手拿物品无道具设计图	国作登字-2020-F-01038410	2020-06-03	美术	2020-03-30	原始取得	无
27	发行人	猛犸象手拿教杆有道具设计图	国作登字-2020-F-01038379	2020-06-03	美术	2020-03-30	原始取得	无
28	北京承善堂	酒炙九蒸工艺设计图	国作登字-2016-F-00309751	2016-10-12	美术	2015-09-18	原始取得	无
29	北京承善堂	酒炙九蒸设计图	国作登字-2016-F-00309750	2016-10-12	美术	2015-09-18	原始取得	无
30	北京承善堂	承善堂人物设计图	国作登字-2016-F-00290058	2016-06-27	美术	2015-09-18	原始取得	无
31	乐葆健康	乐葆健康设计图	国作登字-2019-F-00701827	2019-01-30	美术	-	原始取得	无
32	江西贝瓦	“小悦”标识	国作登字-2019-F-00918950	2019-12-24	美术	2019-12-06	原始取得	无
33	百洋连锁	萌驼慧选设计图	国作登字-2020-F-01038403	2020-06-03	美术	2020-01-01	原始取得	无
34	发行人	迪巧牌秀源女性片设计图	国作登字-2020-F-01023644	2020-06-19	美术	-	受让取得	无
35	发行人	D-Cal 自由女神设计图	国作登字-2020-F-01023643	2020-06-19	美术	2018-12-29	受让取得	无
36	发行人	迪巧美国补钙专家设计图	国作登字-2020-F-01023642	2020-06-19	美术	2002-03-06	受让取得	无
37	发行人	D-Cal 奔跑设计图	国作登字-2020-F-01023641	2020-06-19	美术	2018-10-01	受让取得	无
38	发行人	迪巧小象设计图	国作登字-2020-F-01023735	2020-07-24	美术	2004-04-10	受让取得	无
39	发行人	儿童维 D 钙设计图	国作登字-2020-F-01023640	2020-06-19	美术	2014-09-11	受让取得	无
40	发行人	碳酸钙 D3 设计图	国作登字-2020-F-01023639	2020-06-19	美术	2010-09-09	受让取得	无
41	发行人	维 D 钙设计图	国作登字-2020-F-01023646	2020-06-19	美术	2010-09-09	受让取得	无

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	类别	首次发表日期	取得方式	他项权利
42	发行人	百兰多设计图	国作登字-2020-F-01023648	2020-06-19	美术	-	受让取得	无
43	发行人	小迪站立设计图	国作登字-2020-F-01023745	2020-07-29	美术	2018-10-01	受让取得	无
44	发行人	小迪飞翔设计图	国作登字-2020-F-01023743	2020-07-29	美术	2018-10-01	受让取得	无
45	发行人	小迪奔跑设计图	国作登字-2020-F-01023744	2020-07-29	美术	2018-10-01	受让取得	无
46	发行人	“巧博士头像”卡通图像标识	国作登字-2020-F-01023738	2020-07-29	美术	2006-08-16	受让取得	无
47	发行人	“拿书本的巧博士”卡通图形标识	国作登字-2020-F-01023746	2020-07-29	美术	2006-08-16	受让取得	无
48	发行人	“微笑的巧博士”卡通图形标识	国作登字-2020-F-01023747	2020-07-29	美术	2006-08-16	受让取得	无
49	发行人	超妈学院设计图	国作登字-2020-F-01023645	2020-06-19	美术	2018-01-01	受让取得	无
50	发行人	身高管家设计图	国作登字-2020-F-01023665	2020-06-30	美术	2018-01-01	受让取得	无
51	发行人	迪巧钙维 D 维 K 咀嚼片中老年人包装盒设计图	国作登字-2020-F-01062716	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
52	发行人	迪巧钙维 D 维 K 咀嚼片中老年人标贴设计图	国作登字-2020-F-01062730	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
53	发行人	迪巧钙维生素 D 咀嚼片儿童钙包装盒设计图	国作登字-2020-F-01062728	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
54	发行人	迪巧钙维生素 D 咀嚼片孕妇钙标贴设计图	国作登字-2020-F-01062729	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
55	发行人	迪巧钙维生素 D 颗粒包装盒设计图	国作登字-2020-F-01062717	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
56	发行人	迪巧钙维生素 D 颗粒内袋设计图	国作登字-2020-F-01062734	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
57	发行人	迪巧含钙软糖标贴设计图	国作登字-2020-F-01062713	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
58	发行人	迪巧碳酸钙 D3 片老人包装盒设计图	国作登字-2020-F-01062714	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
59	发行人	迪巧维 D 钙咀嚼片成人包装盒设计图	国作登字-2020-F-01062715	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
60	发行人	迪巧秀源女性片包装盒设计图	国作登字-2020-F-01062735	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	类别	首次发表日期	取得方式	他项权利
61	发行人	迪巧婴幼儿 DHA 钙铁锌包装袋设计图	国作登字-2020-F-01062725	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
62	发行人	迪巧钙维生素 D 咀嚼片儿童钙标贴设计图	国作登字-2020-F-01064161	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
63	发行人	迪巧钙维生素 D 咀嚼片孕妇钙包装盒设计图	国作登字-2020-F-01064133	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
64	发行人	迪巧含钙软糖包装袋设计图	国作登字-2020-F-01064160	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
65	发行人	迪巧维 D 钙咀嚼片儿童包装盒设计图	国作登字-2020-F-01062723	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
66	发行人	迪巧小儿碳酸钙 D3 颗粒包装盒设计图	国作登字-2020-F-01062724	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
67	发行人	迪巧秀源女性片标贴设计图	国作登字-2020-F-01064132	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
68	发行人	迪巧婴幼儿 DHA 钙铁锌包装盒设计图	国作登字-2020-F-01064159	2020-07-03	美术	2020-05-09	原始取得	无
69	发行人	儿童钙维生素 D 补充咀嚼片 300 标贴设计图	国作登字-2020-F-01039982	2020-07-23	美术	-	原始取得	无
70	发行人	儿童钙维生素 D 补充咀嚼片 600 设计图	国作登字-2020-F-01039983	2020-07-23	美术	-	原始取得	无
71	发行人	钙维生素 D 补充咀嚼片 300 标贴设计图	国作登字-2020-F-01039985	2020-07-23	美术	-	原始取得	无
72	发行人	钙维生素 D 补充咀嚼片 600 标贴设计图	国作登字-2020-F-01039986	2020-07-23	美术	-	原始取得	无
73	发行人	关节钙包装盒设计图	国作登字-2020-F-01039981	2020-07-23	美术	-	原始取得	无
74	发行人	关节钙标贴设计图	国作登字-2020-F-01039984	2020-07-23	美术	-	原始取得	无
75	发行人	金标迪巧包装袋设计图	国作登字-2020-F-01039980	2020-07-23	美术	-	原始取得	无
76	发行人	金标迪巧包装盒设计图	国作登字-2020-F-01039979	2020-07-23	美术	-	原始取得	无
77	发行人	猛犸象表情包系列设计图	国作登字-2020-F-01071241	2020-07-14	美术	2020-01-19	原始取得	无
78	发行人	秀源女性片标贴设计图	国作登字-2020-F-01079009	2020-07-23	美术	-	原始取得	无
79	百洋连锁	单品作物设计图	国作登字-2020-F-01135949	2020-09-30	美术	2020-07-31	原始取得	无
80	百洋连锁	栋梁单米设计图	国作登字	2020-09-30	美术	2020-07-31	原始取得	无

序号	著作权人	著作权名称	登记号	登记日期	类别	首次发表日期	取得方式	他项权利
			-2020-F-01135950					
81	百洋连锁	单字图形设计图	国作登字-2020-F-01135951	2020-09-30	美术	2020-07-31	原始取得	无
82	发行人	原研药设计图	国作登字-2020-F-01112991	2020-09-25	美术	2020-07-29	原始取得	无
83	发行人	两国同销设计图	国作登字-2020-F-01139996	2020-10-15	美术	2020-07-29	原始取得	无
84	江西贝瓦	图形标识	国作登字-2020-F-01159698	2020-11-09	美术	2019-12-06	原始取得	无

注：发行人作品著作权有效期截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日，但作品自开发完成之日起 50 年内未发表的，相关法律不再保护。

7、特许经营权

公司无特许经营权。

（三）租赁物业情况

截至本招股说明书签署之日，公司租赁的经营性房产情况如下：

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积（平方米）	租赁期限	用途	产权证明	是否备案
1	百洋医药	城发投资集团有限公司	青岛市黄岛区团结路北、纵二路东（现门牌编号为团结路 3717 号）	48,803.02	2018.3.1-2038.2.28	办公仓储	鲁（2015）青岛市黄岛区不动产权第 0000329 号	是
2	百洋连锁	杨颖慧	青岛市胶南人民路师范综合楼 1 幢 104 号	60.78	2018.8.1-2021.8.17	门店	房权证私字第 010248 号	是
3	百洋连锁	殷相义	青岛市胶南人民路师范综合楼 1 幢 105 号	37.29	2019.9.1-2021.8.30	门店	房权证私字第 010249 号	是
4	百洋连锁	青岛宏业集团公司	青岛市市北区山东路 171 号丙	140.69	2019.1.10-2022.1.9	门店	青房地权市字第 2014140008 号	否
5	百洋连锁	刘宝华	青岛市市北区辽阳西路 219-6 号	229.08	2018.6.15-2024.7.30	门店	鲁（2017）青岛市不动产权第 0006683 号	是
6	百洋连锁	侯方俊	青岛市开发区五台山路 1699-1 号 1-2 层	183.00	2016.11.1-2021.04.30	门店	鲁（2017）青岛市黄岛区不动产权第 0031540 号	是
7	百洋连锁	青岛嘉辰电子智能化工程有限公司	青岛市崂山区山东头路 58 号-1 号网点房	110.62	2018.9.1-2023.8.31	门店	青房地权市字第 201097290 号	否
8	百洋连锁	青岛安大置业有限公司	青岛市市北区胶州路 18 号	144.88	2018.10.16-2023.10.15	门店	青房地权市字第 201125579 号	否
9	百洋连锁	青岛市即墨区城市旅游开发	即墨区健民街路 16 号 B1-01	215.95	2021.01.20-2022.09.04	门店	无	否

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积（平方米）	租赁期限	用途	产权证明	是否备案
		投资有限公司						
10	百洋连锁	青岛厚德典当有限公司	青岛市市南区东海中路 20 号丙明珠新村 1 号楼一层部分网点（现农行网点与美容院中间）	350.00	2017.3.20-2022.5.11	门店	无	否
11	百洋连锁	常树友	青岛市市南区观海一路 1 号 1 单元 104 户	77.74	2017.11.8-2022.11.21	门店	鲁（2015）青岛市不动产权第 0002790 号	是
12	百洋连锁	曲先恒	青岛市李沧区永平路 32 号庚	103.13	2018.4.20-2022.5.19	门店	无	否
13	百洋连锁	李宪军	青岛市市南区珠海路 8 号 A 幢中单元西侧网点	70.00	2021.02.15-2023.02.28	门店	商品房购销合同编号：GF-95-0171	否
14	百洋连锁	张媛	青岛市市北区开平路 22 号-1 号	181.00	2021.02.23-2024.02.22	门店	鲁（2018）青岛市不动产权第 0004563 号	是
15	百洋连锁	菩提医疗管理	青岛市市北区华阳路 16 号甲 1 层	120.00	2019.2.1-2024.2.29	门店	青房地权市字第 201429656 号	是
16	百洋连锁	青岛阜外心血管病医院有限公司	青岛市南京路 201 号房屋一处（吴兴一路与南京路交汇处）、青岛市南京路 201 号北楼门诊一楼	228.00	2020.8.15-2022.3.31	门店	鲁（2018）青岛市不动产权第 0070623 号	否
17	汇康药房	北京圣道元和投资有限公司	北京市东城区东单北大街 1 号 1 号楼 2-1、2-2 底商	800.00	2017.4.15-2026.3.31	门店	X 京房产权东国字第 004936 号	否
18	承德柏健	承德凯盛机械配件加工厂	承德市双滦区滦河镇凯盛综合办公楼 5 层、6 层	2,600.00	2018.11.1-2028.10.31	办公仓储	建筑工程规划许可证（建字第 130803201100030 号）	否
19	北京万维	王鑫、杨诗芳	北京市朝阳区双树南大东路 19 号	12,788.46	2019.8.1-2022.7.31	办公仓储	无	否
20	百洋盛汇	孙岩平	青岛市崂山区苗岭路 36 号 2 号楼 806-807	277.76	2018.6.10-2021.6.9	办公仓储	青岛地权市字第 201540814、501540993 号	是
21	天津百洋	天津市谊耀药业有限公司	天津市北辰区青光镇青光村北腾达道西头天津市谊耀药业有限公司（青光院内）8 号仓库	2,000.00	2020.1.1-2022.12.31	仓储	北辰房第字苏 200280-1 号	否
22	百洋连锁	山东正大利民商业投资开发有限公司	青岛市黄岛区五台山路 1268 号正合汇二层 211 铺	96.50	2020.06.20-2021.06.19	门店	无	否
23	百洋连锁	青岛文融置业有限公司	青岛市市北区龙城路 39 号二十二世纪广电产业园（二十二世纪大厦）大堂西侧区域	200.00	2020.6.5-2025.6.4	门店	无	否
24	山东百洋	山东佳怡物流有限公司	济南市历城区荷花路办事处裕华路 1366 号佳怡物	3,740.00	2020.7.14-2025.7.13	办公、仓储	建设工程竣工规划核实合格证（核字第	否

序号	承租方	出租方	地址	租赁面积（平方米）	租赁期限	用途	产权证明	是否备案
			流园				370112201900025 号）	
25	百洋连锁	青岛崂矿红房子文旅发展有限公司	青岛市市南区广西路 31 号	120.00	2020.7.1-2023.6.30	门店	鲁（2020）青岛市不动产第 0041225 号	否
26	百洋连锁	孙守娟	山东省青岛市平度市凤台街道办事处经四路 199 号 36、37 号	251.66	2020.12.01-2023.11.30	门店	房屋建筑工程竣工验收备案表（平建竣备字第 2020-71 号）	否
27	百洋连锁	青岛松茂土建工程有限公司	崂山区辽阳东路 16-20 号	240	2021.01.01-2022.12.31	门店	青房地权市字第 201291592	否

上述所列 27 处房屋租赁中有 18 处租赁房屋未办理备案登记手续，不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，存在法律瑕疵。公司及其控股子公司存在因该等瑕疵而受到房地产管理部门罚款的法律风险，但该等法律瑕疵不影响租赁合同的法律效力，公司及其控股子公司有权根据相关租赁合同使用该等房屋。上述租赁瑕疵不会对公司的持续经营造成重大不利影响，且对本次发行并上市不构成实质性障碍。

上述所列 27 处房屋租赁中有 6 处租赁房屋的出租方不能提供所出租房屋的产权证明等文件，存在法律瑕疵。若因租赁房屋的权属瑕疵确实需要更换租赁房屋的，公司可在较短的时间内寻找可替代的租赁房屋，且届时替换租赁房屋对公司及其控股子公司造成的直接经济损失较小，亦不会对公司及其控股子公司的正常经营活动产生重大不利影响。公司及其控股子公司自租赁上述房屋使用以来，未因此发生任何纠纷或受到任何政府部门的调查、处罚，未影响到公司的实际使用。

北京万维所租赁的位于北京市朝阳区双树南大东路19号的房屋实际系建设在北京市朝阳区黑庄户乡双南经济合作社的集体土地之上，该处集体土地的对外出租事项未取得有权主管部门的审批或相关集体经济组织的内部决议，且相关房产未取得产权证书。北京万维对上述房屋的租赁关系存在被认定为无效的风险。若因租赁房屋的权属瑕疵确实需要更换租赁房屋的，公司可在较短的时间内寻找可替代的租赁房屋，且届时替换租赁房屋对公司及其控股子公司造成的直接经济损失较小，亦不会对公司及其控股子公司的正常经营活动产生重大不利影响。

发行人控股股东百洋集团、实际控制人付钢出具《承诺函》，若公司及其控

股子公司因第三人主张权利或政府机关行使职权而致使上述租赁房屋的租赁关系无效或出现任何纠纷导致公司需要搬迁并遭受经济损失，或被有权政府部门处罚，或被其他第三方追索而产生的一切经济损失，控股股东和实际控制人将予以足额补偿，保证发行人不因此遭受任何经济损失。

因此，虽然公司及其控股子公司上述房屋租赁存在瑕疵，但未出现导致发行人的生产经营受到严重影响的情况，相关房产的状态不会导致公司的持续经营受到重大影响，也不会构成本次发行并上市的实质性障碍。

十、境外经营情况及境外拥有资产情况

截至本招股说明书签署之日，公司共拥有 6 家境外公司的权益，具体如下：

序号	境外子公司	注册地	股权结构	主要业务
1	健康产业	香港	百洋医药持股 100.00%	为发行人在境外发掘并引进优质品牌产品职责及经营跨境电商业务
2	百洋集团有限（HK）	香港	健康产业持股 100.00%	投资平台，持有中山安士 24.38%股权，无实际运营业务
3	香港威坦因	香港	健康产业持股 70%、DENG KENNY 持股 10%、LI, DONGNING TONY 持股 10%、思享广告有限公司（香港）持股 10%	公司运营的纽特舒玛相关产品的持股平台
4	香港慧康	香港	香港威坦因持股 100.00%	负责纽特舒玛品牌产品在第三方电商网站海外旗舰店的销售与运营业务
5	美国纽特舒玛	美国	香港威坦因持股 89.50%、Benjamin Mei 持股 10.50%	美国纽特舒玛主要负责纽特舒玛相关产品在北美地区的销售工作
6	海外商贸	香港	百洋医药持股 100.00%	未实际运营

上述企业的基本情况、资产规模、经营管理及盈利情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人对外投资基本情况”。截至本招股说明书签署之日，公司除持有上述公司权益外，未拥有其他境外资产。

十一、发行人质量管控情况

报告期内公司不存在因药品质量问题导致的纠纷或诉讼情况。同时，发行人

已取得药品监督管理部门出具的合规证明，报告期内发行人不存在因违反药品监督管理相关法规而受到重大处罚的情形。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司设立以来，已严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、行政法规的规定，结合公司实际情况制定了《公司章程》，建立了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度。公司已逐步建立了健全的公司治理结构，报告期内，公司股东大会、董事会及监事会严格按照相关法律及公司章程的规定，依法规范运行。

公司法人治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书依法规范运作和履行职责，公司法人治理结构的功能不断得到完善。报告期内，发行人不存在公司治理缺陷。

（一）股东大会制度的建立健全及运作情况

公司股东大会是公司的权力机构，股东大会严格遵守相关法律法规，定期召开，依法履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务。

报告期内，公司股东大会均按照《公司章程》和《股东大会议事规则》规定的程序召集、召开、表决，决议，会议记录规范。股东大会对公司的章程修订、董事和监事的选举、利润分配方案、公司重要规章制度制定和修改、首次公开发行股票等重大事宜的决策作出了有效决议。截至本招股说明书签署之日，2018年以来，公司已召开 **15** 次股东大会，具体情况如下：

序号	会议届次	会议时间
1	2018 年第一次临时股东大会	2018 年 2 月 26 日
2	2017 年度股东大会	2018 年 3 月 7 日
3	2018 年第二次临时股东大会	2018 年 3 月 19 日
4	2018 年第三次临时股东大会	2018 年 6 月 19 日
5	2018 年第四次临时股东大会	2018 年 11 月 23 日
6	2018 年度股东大会	2019 年 3 月 21 日
7	2019 年第一次临时股东大会	2019 年 6 月 10 日

序号	会议届次	会议时间
8	2019 年第二次临时股东大会	2019 年 7 月 8 日
9	2019 年第三次临时股东大会	2019 年 11 月 25 日
10	2020 年第一次临时股东大会	2020 年 3 月 27 日
11	2020 年第二次临时股东大会	2020 年 4 月 29 日
12	2019 年度股东大会	2020 年 6 月 18 日
13	2020 年第三次临时股东大会	2020 年 6 月 22 日
14	2020 年第四次临时股东大会	2020 年 8 月 16 日
15	**2021 年第一次临时股东大会**	**2021 年 3 月 25 日**

（二）董事会制度的建立健全及运作情况

公司董事会由十一名董事组成，其中独立董事四名，设董事长一名。董事每届任期三年。董事任期届满，可连选连任。董事会设董事会秘书一名。

公司董事会设战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、审计委员会。其中提名委员会、薪酬与考核委员会和审计委员会独立董事占多数并担任召集人。董事长付钢为战略委员会召集人，独立董事孙东东为提名委员会召集人，独立董事田文智为薪酬与考核委员会召集人，独立董事王荭为会计专业人士，担任审计委员会召集人。

报告期内，公司董事会均按照《董事会议事规则》、《公司章程》及相关法律法规规定，切实履行相关职责，严格按照股东大会决议和公司章程所赋予的权利，本着对全体股东负责的态度，积极稳妥地开展各项工作，较好地执行了股东大会的决议。历次董事会会议通知、表决、决议等符合规定和要求。截至本招股说明书签署之日，2018 年以来，发行人共召开 **29** 次董事会，具体情况如下：

序号	会议届次	会议时间
1	第一届董事会第十四次会议	2018 年 2 月 10 日
2	第一届董事会第十五次会议	2018 年 2 月 13 日
3	第一届董事会第十六次会议	2018 年 3 月 1 日
4	第一届董事会第十七次会议	2018 年 4 月 26 日
5	第一届董事会第十八次会议	2018 年 6 月 1 日
6	第一届董事会第十九次会议	2018 年 8 月 7 日
7	第一届董事会第二十次会议	2018 年 9 月 28 日
8	第一届董事会第二十一次会议	2018 年 10 月 30 日
9	第一届董事会第二十二次会议	2018 年 11 月 26 日

序号	会议届次	会议时间
10	第一届董事会第二十三次会议	2019 年 1 月 15 日
11	第一届董事会第二十四次会议	2019 年 2 月 26 日
12	第一届董事会第二十五次会议	2019 年 5 月 23 日
13	第一届董事会第二十六次会议	2019 年 6 月 21 日
14	第二届董事会第一次会议	2019 年 7 月 8 日
15	第二届董事会第二次会议	2019 年 8 月 6 日
16	第二届董事会第三次会议	2019 年 11 月 8 日
17	第二届董事会第四次会议	2020 年 1 月 12 日
18	第二届董事会第五次会议	2020 年 3 月 5 日
19	第二届董事会第六次会议	2020 年 4 月 9 日
20	第二届董事会第七次会议	2020 年 5 月 26 日
21	第二届董事会第八次会议	2020 年 6 月 6 日
22	第二届董事会第九次会议	2020 年 7 月 31 日
23	第二届董事会第十次会议	2020 年 8 月 28 日
24	第二届董事会第十一次会议	2020 年 9 月 18 日
25	第二届董事会第十二次会议	2020 年 11 月 4 日
26	**第二届董事会第十三次会议**	**2021 年 1 月 31 日**
27	**第二届董事会第十四次会议**	**2021 年 3 月 9 日**
28	**第二届董事会第十五次会议**	**2021 年 3 月 30 日**
29	**第二届董事会第十六次会议**	**2021 年 4 月 25 日**

（三）监事会制度的建立、健全及运作情况

公司监事会是公司内部的专职监督机构，对股东大会负责。公司制定了《监事会议事规则》，监事会规范运行。公司监事会严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权利。

公司监事会由五名监事组成，监事会设主席一人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会中的职工代表监事由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。

自发行人设立以来，公司监事会的召集、召开均遵守了《公司章程》和《监事会议事规则》规定，公司监事会对董事会的决策程序、公司董事、高管履行职责情况进行了有效监督，在检查公司财务、审查关联交易等方面发挥了重要作用。

截至本招股说明书签署之日，2018 年以来，发行人共召开 16 次监事会，具体情况如下：

序号	会议届次	会议时间
1	第一届监事会第八次会议	2018 年 2 月 13 日
2	第一届监事会第九次会议	2018 年 3 月 1 日
3	第一届监事会第十次会议	2018 年 6 月 1 日
4	第一届监事会第十一次会议	2018 年 8 月 7 日
5	第一届监事会第十二次会议	2019 年 2 月 26 日
6	第一届监事会第十三次会议	2019 年 6 月 21 日
7	第二届监事会第一次会议	2019 年 7 月 8 日
8	第二届监事会第二次会议	2019 年 8 月 6 日
9	第二届监事会第三次会议	2020 年 3 月 5 日
10	第二届监事会第四次会议	2020 年 4 月 9 日
11	第二届监事会第五次会议	2020 年 5 月 26 日
12	第二届监事会第六次会议	2020 年 6 月 6 日
13	第二届监事会第七次会议	2020 年 8 月 28 日
14	**第二届监事会第八次会议**	**2021 年 1 月 31 日**
15	**第二届监事会第九次会议**	**2021 年 3 月 9 日**
16	**第二届监事会第十次会议**	**2021 年 4 月 25 日**

（四）独立董事制度的建立、健全及运行情况

公司于 2016 年 11 月 29 日召开 2016 年第一次临时股东大会，聘任孙东东、王亚平、王荭、田文智为独立董事，其中王荭女士为会计专业人士。公司于 2019 年 7 月 8 日召开 2019 年第二次临时股东大会，继续聘任孙东东、王亚平、王荭、田文智为独立董事。

为了进一步完善公司治理结构，促进公司的规范运作，发行人根据《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《公司章程》等相关规定，制定了《独立董事工作制度》，对独立董事的任职资格、提名、选举、更换、特别职权等做出明确规定。

独立董事自任职以来，对公司重大事项和关联交易事项的决策，对公司法人治理结构的完善起到了积极的作用，独立董事所具备的丰富的专业知识和勤勉尽责的职业道德在董事会制定公司发展战略决策，以及确定募集资金投资项目等方面发挥了良好的作用，有力地保障了公司经营决策的科学性。

（五）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

根据《公司章程》规定，董事会设董事会秘书，由董事长提名，经董事会聘

任或者解聘。2016 年 7 月 8 日，经公司第一届董事会第一次会议审议，聘任李震担任公司董事会秘书。2019 年 7 月 8 日，经公司第二届董事会第一次会议审议，继续聘任李震担任公司董事会秘书。2020 年 5 月 26 日，经公司第二届董事会第七次会议审议，李震因工作变动辞去公司董事会秘书职务，并补选王国强为公司董事会秘书。公司制定了《董事会秘书工作制度》，对董事会秘书的权利、职责进行了明确规定。

公司董事会秘书承担法律、行政法规以及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，也享有相应的工作职权。董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料的管理，办理信息披露事务等事宜。为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

（六）董事会专门委员会的设置情况及运行情况

经 2016 年第二次临时股东大会审议通过，公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会。董事会各专门委员会的人员配置情况如下：

委员会名称	召集人	其他成员
审计委员会	王荭	孙东东、朱晓卫
薪酬与考核委员会	田文智	孙东东、宋青
提名委员会	孙东东	王亚平、付钢
战略委员会	付钢	陈海深、朱晓卫、宋青、陆潇波、王旸、孙东东

各专门委员会可以聘请中介机构提供专业意见，并对董事会负责，相关提案应提交董事会审查决定。董事会各专门委员会的设置情况如下：

1、战略委员会

战略委员会成员由七名董事组成，其中应至少包括一名独立董事。战略委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一提名，并由董事会选举产生。战略委员会设召集人一名，由董事会在委员内任命。战略委员会任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。期间如有委员不再担任公司董事职务，自动失去委员资格，并由委员会根据上述规定补足委员人数。

战略委员会的主要职责包括：（1）对公司长期发展战略规划进行研究并提

出建议；（2）对公司章程规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；（3）对公司章程规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；（4）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；（5）对以上事项的实施进行检查；（6）董事会授权的其他事宜。

2、审计委员会

审计委员会成员由三名董事组成，独立董事占多数，委员中至少有一名独立董事为专业会计人士。审计委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生。审计委员会设召集人一名，由作为专业会计人士的独立董事委员担任，负责主持委员会工作；主任委员（召集人）由董事会在委员中任命。审计委员会任期与董事会一致，委员任期届满，连选可以连任。期间如有委员不再担任公司董事职务，自动失去委员资格，并由委员会根据上述规定补足委员人数。

审计委员会的主要职责包括：（1）提议聘请或更换外部审计机构；（2）监督公司的内部审计制度及其实施；（3）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（4）审核公司的财务信息及其披露；（5）审查公司内控制度，对重大关联交易进行审计；（6）公司董事会授予的其他事宜。

3、提名委员会

提名委员会成员由三名董事组成，独立董事占多数。提名委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一提名，并由董事会选举产生。提名委员会设召集人一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作；主任委员由董事会在委员内任命。提名委员会任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。期间如有委员不再担任公司董事职务，自动失去委员资格，并由委员会根据上述规定补足委员人数。

提名委员会的主要职责包括：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、总经理及其他高级管理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事、总经理及其他高级管理人员的人选；对董事候选人和总经理人选进行审查并提出建议；对须

提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；董事会授权的其他事宜。

4、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会成员由三名董事组成，独立董事占多数。薪酬与考核委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生。薪酬与考核委员会设召集人一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作；主任委员由董事会在委员内任命。薪酬与考核委员会任期与董事会任期一致，委员任期届满，连选可以连任。期间如有委员不再担任公司董事职务，自动失去委员资格，并由委员会根据上述规定补足委员人数。

薪酬与考核委员会的主要职责包括：（1）研究董事与高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议；（2）根据董事及高级管理人员岗位、职责、工作范围，参照同地区、同行业或竞争对手相关岗位的薪酬水平，研究和审查公司董事和高级管理人员的薪酬政策和方案；（3）每年审查公司董事及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评，根据评价结果拟定年度薪酬方案、进一步奖惩方案，提交董事会审议，监督方案的具体落实；（4）负责对公司薪酬制度进行评价并对其执行情况进行审核和监督；（5）根据市场和公司的发展对薪酬制度、薪酬体系进行不断的补充和修订；（6）负责向股东解释关于公司董事和高级管理人员薪酬方面的问题；（7）董事会授权的其他事宜。

各委员会自成立以来，按照法律法规、《公司章程》及各专门委员会的工作制度规定履行相关职责，保障了公司的规范运行。

二、发行人特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排情形。

三、发行人协议控制架构情形

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构情形。

四、发行人内控自我评价及注册会计师鉴证意见

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷。董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内控控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

立信所就公司内部控制的有效性，出具了《内部控制鉴证报告》，认为：

百洋医药按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

五、报告期内违法违规行为

报告期内，发行人及发行人控股子公司发生的重要行政处罚情况（处罚金额在 2,000 元以上）如下表：

序号	公司名称	行政部门	时间	文号	金额（万元）	原因
1	北京万维	北京市朝阳区消防救援支队	2020 年 4 月	朝消行罚决字[2020]0031 号	0.38	电器线路的敷设不符合消防技术标准的违法行为

上述行政处罚为单一事项导致、违法情节不大，涉及金额较低，并且相关处罚部门亦出具不属于重大违法违规行为的证明。相关处罚机关就上述处罚的确认情况如下：

根据《中华人民共和国消防法》第六十六条：“电器产品、燃气用具的安装、使用及其线路、管路的设计、敷设、维护保养、检测不符合消防技术标准和管理规定的，责令限期改正；逾期不改正的，责令停止使用，可以并处一千元以上五千元以下罚款”，北京万维上述违法行为被处以罚金 3,800 元，属于罚款区间的

中档未被顶格处罚，绝对金额较小，不存在情节严重的情形。

同时，该处罚情况未涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全以及公共健康领域的重大违法，未造成实质性危害，未导致严重环境污染、重大人员伤亡以及社会影响恶劣等后果。因此，北京万维上述行政处罚不构成重大违法行为，不会对本次发行并上市构成实质性法律障碍。

针对上述行政处罚情况，公司十分重视并积极进行整改，组织相关人员进行相关法律法规的学习，并对相关责任人做出停职、调岗及扣减绩效奖金的处分。公司已加强子公司的合规经营管理，避免类似情况再次发生。

综上，上述行政处罚不会对本次发行上市构成法律障碍。

六、资金占用和对外担保情况

（一）资金占用情况

2018 年度至今，发行人资金不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况。

（二）对外担保情况

报告期内，发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司的重大担保事项参见本招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“二、对外担保情况”。

七、发行人在资产、人员、财务、机构、业务方面的独立性情况

公司产权明晰、运作规范，业务、资产、人员、机构和财务均具有独立性。

（一）资产完整情况

公司系由百洋有限整体变更设立，原百洋有限的资产和人员全部进入公司，公司设立后依法办理了相关资产权属的变更登记手续。公司具备完整的日常经营

所需的资产，合法拥有了与日常经营有关的仓储、物流设备、土地使用权及必需的经营资质等，截至本招股说明书签署之日，不存在资产、资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业和公司或其他主要股东及其控制的企业占用而损害公司利益的情形。

（二）人员独立情况

1、公司人员与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业分开，发行人的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的任何职务，也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业、与发行人业务相同或相似、或存在其他利益冲突的企业领取薪酬。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职。

2、公司的董事、监事、总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员的任职，均按照《公司法》及其他法律、法规、规范性文件、公司章程规定的程序进行，董事、股东代表监事由股东大会选举产生，总经理由董事会聘任，副总经理、财务负责人等高级管理人员由总经理提名并经董事会聘任；董事会秘书由董事长提名，董事会聘任。不存在大股东超越公司董事会和股东大会职权做出的人事任免决定。

（三）财务独立情况

公司设立了独立的财务部门，配备了独立的财务人员，建立了独立的财务核算体系和规范的财务管理制度，能够独立做出财务决策。公司开设了独立的银行账号，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务，不存在与股东共用银行账户或混合纳税的情况。

（四）机构独立情况

公司设有独立的职能部门，该等职能机构直接接受公司总经理或副总经理管理，与主要股东之间不存在上下级关系。公司与主要股东及其控制的其他企业在办公机构和生产经营场所实现有效分离，不存在混合经营、合署办公的情况。公司具有独立设立、调整各职能部门的权力，不存在主要股东任何形式的非法干预。

（五）业务独立情况

公司主要从事医药产品的品牌运营、批发配送及零售业务。公司拥有从事上述业务的全部经营场所、经营性资产及资质，拥有独立完整的管理、采购、物流配送、销售和售后服务体系，各职能部门均拥有专职工作人员；公司具有直接面对市场独立经营的能力，业务体系完整，不依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定情况以及股权清晰情况

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）不存在对持续经营有重大影响的事项

公司不存在主要资产、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争情况

（一）与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争

公司的控股股东为百洋集团，实际控制人为付钢。控股股东及实际控制人控制的企业及其主营业务，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司股东及实际控制人基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业情况”。

截至本招股说明书签署之日，百洋集团、付钢及其控制的企业实际经营的业务不存在从事与公司相同、相似业务的情形。公司与控股股东、实际控制人及其控制的企业不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免与发行人之间可能出现的同业竞争，保持上市公司的独立性，维护发行人及中小股东的利益，公司控股股东百洋集团、实际控制人付钢已作出如下承诺：

承诺主体	承诺内容
控股股东百洋集团	一、本司不会以任何形式从事对百洋医药及其控股子公司的生产经营构成或可能构成同业竞争的业务和经营活动，也不会以任何方式为与百洋医药及其控股子公司相竞争的企业、机构或其他经济组织提供任何资金、业务、技术和管理等方面的帮助。 二、凡本司有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与百洋医药及其控股子公司的生产经营构成竞争的业务，本司将按照百洋医药的要求，将该等商业机会让与百洋医药或其控股子公司，以避免与百洋医药及其控股子公司存在同业竞争。 三、如果本司违反上述声明与承诺并造成百洋医药或其控股子公司经济损失的，本司将赔偿百洋医药或其控股子公司因此受到的全部损失。 四、本承诺函自签署之日即行生效。
实际控制人付钢	一、本人未直接或间接持有任何与百洋医药及其控股子公司业务相同、类似或在任何方面构成竞争的其他企业、机构或其他经济组织的股权或权益，未在与百洋医药及其控股子公司存在同业竞争的其他企业、机构或其他经济组织中担任董事、高级管理人员，未以任何其他方式直接或间接从事与百洋医药及其控股子公司相竞争的业务。 二、本人不会以任何形式从事对百洋医药及其控股子公司的生产经营构成或可能构成同业竞争的业务和经营活动，也不会以任何方式为与百洋医药及其控股子公司相竞争的企业、机构或其他经济组织提供任何资金、业务、技术和管理等方面的帮助。 三、凡本人及本人所控制的其他企业、机构或经济组织有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与百洋医药及其控股子公司的生产经营构成竞争的业务，本人将按照百洋医药的要求，将该等商业机会让与百洋医药或其控股子公司，由百洋医药或其控股子公司在同等条件下优先收购有关业务所涉及的资产或股权，以避免与百洋医药及其控股子公司存在同业竞争。 四、如果本人违反上述声明与承诺并造成百洋医药或其控股子公司经济损失的，本人将赔偿百洋医药或其控股子公司因此受到的全部损失。 五、本承诺函自签署之日即行生效，并且在本人作为百洋医药实际控制人期间，持续有效且不可撤销。

九、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》和《深圳证券交易所股票上市规则》的规定，截至本招股说明书签署之日，公司的关联方及关联关系如下：

（一）控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东

序号	关联方	关联关系
1	百洋集团	控股股东
2	付钢	实际控制人、董事长、总经理，同时担任百洋集团董事长
3	北京红杉	持有公司 5%股权

（二）发行人控股子公司、具有重大影响的公司

序号	关联方	关联关系
1	百洋连锁	发行人持股 100.00%
2	承德柏健	发行人持股 100.00%
3	北京承善堂	发行人持股 58.00%
4	海外商贸	发行人持股 100.00%
5	健康产业	发行人持股 100.00%
6	青岛东源	发行人持股 55.00%
7	健康科技	发行人持股 51.00%
8	乐葆健康	发行人持股 54.00%
9	北京万维	发行人持股 51.00%
10	汇康药房	百洋连锁持股 100.00%
11	香港威坦因	健康产业持股 70.00%
12	美国纽特舒玛	香港威坦因持股 89.50%
13	香港慧康	香港威坦因持股 100.00%
14	青岛纽特舒玛	香港威坦因持股 90.00%
15	百洋集团有限（HK）	健康产业持股 100.00%
16	青岛承善堂	北京承善堂持股 100.00%
17	康健电商	发行人持股 55.00%
18	百洋物流	发行人持股 100.00%
19	百洋盛汇	发行人持股 100.00%
20	青岛联瀚	发行人持股 100.00%
21	江西贝瓦	发行人持股 51.00%
22	中山安士	公司直接或间接合计持有中山安士 27.94%股权，实际控制人付钢、董事朱晓卫担任董事
23	安士生物科技	中山安士持股 100%，实际控制人付钢担任董事的企业
24	天津百洋	发行人持股 51.00%
25	山东百洋	发行人持股 51.00%
26	天津百洋医疗	天津百洋持股 100.00%
27	萌驼慧选	百洋连锁持股 100.00%

序号	关联方	关联关系
28	北京百洋	发行人持股 100.00%
29	上海百洋	发行人持股 51.00%
30	柏元医疗	发行人持股 51.00%

（三）控股股东控制的公司

控股股东控制的公司参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司股东及实际控制人基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业情况”。

（四）控股股东具有重大影响的公司

序号	关联方	关联关系
1	北京菩诚管理咨询有限公司	百洋诚创持股 20.00%
2	青岛宜从容	百洋诚创持股 30.00%
3	上海典众	百洋诚创持股 30.00%
4	中山安士投资控股有限公司	百洋诚创持股 25.56%
5	上海现代中医药股份有限公司	百洋大成持股 33.35%
6	黄海制药	上海现代中医药股份有限公司持股 100.00%
7	美华置业	百洋园区股份持股 50.00%
8	上海熠宣企业管理合伙企业（有限合伙）	百洋集团持股 27.25%
9	崂山矿泉水（北京）有限公司	上海典众间接持股 50.96%的企业

（五）实际控制人控制的公司

实际控制人控制的公司参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、公司股东及实际控制人基本情况”之“（三）控股股东和实际控制人控制的除发行人及其控股子公司外的其他企业情况”。

（六）实际控制人具有重大影响的公司

序号	关联方	关联关系
1	青岛中方圆形象管理有限公司	实际控制人付钢配偶持股 97.65%并任执行董事
2	香港思享广告控股有限公司（BVI）	百洋新媒体投资有限公司（BVI）持股 45.00%

（七）关联自然人

序号	关联方	关联关系

序号	关联方	关联关系
1	陈海深、朱晓卫、宋青、王国强	百洋集团董事、公司董事（宋青同时为百洋集团高级管理人员）
2	陆潇波、王旸、田文智、孙东东、王荭、王亚平	公司董事
3	李丽华、肖立、黄志勇、李雪彪、戚飞	公司监事
4	张圆	公司高级管理人员
5	李震	百洋集团监事
6	上述自然人关系密切的家庭成员	-

（八）关联自然人控制、共同控制或施加重大影响的企业

序号	关联方	关联关系
1	香港慧达控股集团有限公司	董事朱晓卫持股 50%并任董事，董事陈海深持股 50%并担任董事的企业
2	广西科能科技有限公司	董事朱晓卫的兄弟持股 51%并担任执行董事兼总经理的企业
3	成都力诺科技有限公司	董事朱晓卫的兄弟持股 35%并担任执行董事兼总经理的企业
4	绵阳力森新材料有限公司	董事朱晓卫的兄弟担任执行董事兼总经理的企业
5	成都金沙塬新材料有限公司	董事朱晓卫的兄弟持股 38%的企业
6	成都金沙塬新材料有限公司建筑材料分公司	董事朱晓卫的兄弟担任负责人的企业
7	珠海菩慧城矿业有限公司	董事王国强持股 60%的企业
8	天津清正	董事王国强持股 7.74%并担任执行事务合伙人的企业
9	日美健药品	董事王国强担任董事，发行人持股 10%的企业
10	博彧维康	董事宋青担任董事，百洋诚创持股 19.10%的企业
11	青岛百洋辰鑫企业管理服务中心（有限合伙）	董事宋青持股 10%，宋青担任执行事务合伙人的企业
12	青岛百洋聚仁企业管理服务中心（有限合伙）	董事宋青持股 67.93%，宋青担任执行事务合伙人的企业
13	青岛鹏远鸿信企业管理服务中心（有限合伙）	董事宋青持股 33.33%
14	青岛百澳信企业管理服务（有限合伙）	董事宋青持股 26.36%并担任执行事务合伙人的企业
15	大理市佳翔副食店	监事李丽华的兄弟担任法定代表人的企业
16	大理市焱森农作物种植专业合作社	监事李丽华的兄弟持股 20%的法人

序号	关联方	关联关系
17	香港鼻咽癌救助基金会有限公司（HK）	实际控制人付钢、董事宋青、王国强担任董事的企业
18	陕西百旺金赋信息科技有限公司	监事黄志勇持股 25%，黄志勇配偶的兄弟控制的企业
19	北京沪友科技发展有限公司	监事黄志勇的配偶控制的企业
20	上海源成企业管理咨询中心	监事黄志勇的配偶控制的企业
21	上海沪友科技发展有限公司	监事黄志勇的配偶持股 20%，黄志勇配偶的兄弟持股 40%且担任执行董事的企业
22	广东沪友信息技术有限公司	监事黄志勇的配偶持股 51%的企业
23	北京东方艾威旅游装备投资管理有限公司	监事黄志勇的配偶持股 20%的企业
24	天津沪友信息技术有限公司	监事黄志勇的配偶控制的企业
25	北京鸿昊达科技发展有限公司	监事黄志勇的配偶担任执行董事兼经理，黄志勇配偶的兄弟持股 90%的企业
26	上海丰久投资有限公司	监事黄志勇配偶的兄弟持股 100%的企业
27	江苏百旺金赋税务咨询有限公司	监事黄志勇配偶的兄弟持股 90%的企业
28	杭州沪友科技有限公司	监事黄志勇配偶的兄弟控制的企业
29	成都沪友科技发展有限公司	监事黄志勇配偶的兄弟控制的企业
30	江苏百旺金赋信息科技有限公司	监事黄志勇配偶的兄弟控制的企业
31	沈阳沪友科技开发有限公司	监事黄志勇配偶的兄弟控制的企业
32	上海辑喆企业管理咨询中心	监事黄志勇配偶的兄弟的个人独资企业
33	上海熠润企业管理中心	监事黄志勇的女儿的个人独资企业
34	上海芙艾管理咨询有限公司	监事戚飞担任董事的企业
35	杭州翱锐生物科技有限公司	监事戚飞担任董事的企业
36	苏州良医汇网络科技有限公司	监事戚飞担任董事的企业
37	北京金匙基因科技有限公司	监事戚飞担任董事的企业
38	同心医联科技（北京）有限公司	监事戚飞担任董事的企业
39	上海合弘景晖股权投资管理有限公司	监事肖立担任执行董事的企业
40	北京康辰药业股份有限公司	董事陆潇波担任董事的企业
41	深圳前海红杉光景投资管理有限公司	董事陆潇波担任执行董事的企业
42	成都普瑞眼科医院股份有限公司	董事陆潇波担任董事的企业
43	康辰医药股份有限公司	董事陆潇波担任董事的企业
44	武汉本初子午信息科技有限公司	董事陆潇波担任董事的企业
45	杭州奕安济世生物药业有限公司	董事陆潇波担任董事的企业
46	迈博斯生物医药（苏州）有限公司	董事陆潇波担任董事的企业
47	北京英诺特生物技术股份有限公	董事陆潇波担任董事的企业

序号	关联方	关联关系
	司	
48	北京傲天雨宏技术有限公司	董事陆潇波配偶的母亲持股 30%并担任监事的企业
49	温州人众置业有限公司	董事王旸配偶的母亲持股 30%并担任董事的企业
50	温州交港工程勘察设计有限公司	董事王旸配偶的父亲持股 40%的企业
51	浙江港湾工程项目管理有限公司	董事王旸配偶的父亲持股 40%并担任董事长兼总经理的企业
52	北京合弘景晖企业管理咨询有限公司	监事肖立担任执行董事兼经理的企业
53	苏州同心医疗器械有限公司	实际控制人付钢担任董事的企业
54	香港同昕	董事宋青担任董事的企业，香港同昕（BVI）曾持股 100%，2020 年 12 月已转出
55	大理市佳强日用百货经营部	监事李丽华的兄弟的个体工商户
56	赣州康泰投资管理合伙企业（有限合伙）	监事肖立的配偶担任执行事务合伙人的企业
57	青岛瑞斯凯尔生物科技有限公司	董事陆潇波担任董事的企业

（九）其他关联方

序号	关联方	关联关系
1	张建庆及其关系密切的家庭成员	过去 12 个月内为发行人之董事、关联自然人
2	辛冬生及其关系密切的家庭成员	过去 12 个月内为发行人之董事、关联自然人
3	赵刚及其关系密切的家庭成员	过去 12 个月内为发行人之监事、关联自然人
4	北京育学园	过去 12 个月内为发行人原监事赵刚任董事；且报告期内与发行人发生交易的企业
5	北京群英管理顾问有限公司	过去 12 个月内为发行人原董事辛冬生曾持股 26.68%且任董事；且报告期内与发行人发生交易的企业
6	陕西普禾	百洋诚创曾持股 51%；现由发行人前员工宋萧、李卫庆控股；且报告期内与发行人发生交易的企业
7	永康医疗有限公司	过去 12 个月内为香港同昕持股 100%的企业，曾用名为同昕生物诊断技术有限公司
8	海慧物业	发行人原监事赵建龙之子赵小青持股 50%；且报告期内与发行人发生交易的企业
9	青岛承天上食餐饮管理有限公司	海慧物业持股 100%；且报告期内与发行人发生交易的企业
10	天津思享	发行人曾持股 45%；且报告期内与发行人发生交易的企业
11	北京思享	发行人曾持股 45%；且报告期内与发行人发生交易的

序号	关联方	关联关系
		企业
12	十堰市金朝房地产开发有限公司	监事戚飞的父亲持股 32.5%并担任董事的企业，已吊销
13	上海菩提浦度医院管理有限公司	控股股东百洋集团持股 100%的企业，2019 年 8 月注销
14	百洋典众	百洋诚创持股 80%，上海典众持股 20%的企业，2019 年 7 月注销
15	美国同昕生物技术有限公司	香港同昕持股 100%的企业，2020 年 3 月注销
16	同昕创进股份有限公司（BVI）	董事宋青控股并担任董事的企业，2020 年 5 月已注销
17	百洋云健康	百洋集团持股 100%的企业，2020 年 4 月注销
18	青岛百健物业服务有限公司	百洋园区股份持股 100%的企业，2020 年 4 月注销
19	青岛药易供应链管理有限公司	智能科技持股 49%的企业，2020 年 4 月注销
20	青岛菩提盛康医院管理咨询有限公司	菩提医疗管理持股 80%的企业，2020 年 4 月注销
21	北京百洋美传品牌投资有限公司	百洋诚创持股 60%的企业，2020 年 4 月注销
22	青岛菩提健康超市有限责任公司	菩提医疗管理持股 100%的企业，2020 年 4 月注销
23	上海普索乌贸易有限公司	监事肖立担任执行董事兼总经理的企业，2020 年 3 月注销
24	新美药业	报告期内曾为发行人控股子公司的企业
25	珠海安士	报告期内曾为发行人控股子公司的企业，2019 年 8 月已注销
26	莒南药房	报告期内为发行人子公司，于 2020 年 10 月注销
27	上海大药房	报告期内为发行人子公司，于 2019 年 2 月注销
28	易康药房	报告期内为发行人子公司，于 2018 年 8 月注销
29	菩提香道	西安菩提客栈持股 100%的企业，2020 年 7 月已注销
30	北京国医汇咨询有限公司	智能科技持股 100%的企业，2020 年 8 月已注销
31	西安菩提客栈	百洋园区股份持股 100%的企业，2020 年 9 月已注销
32	青岛同昕	香港同昕持股 100%的企业，2020 年 9 月已注销
33	上海晖洋投资管理中心（有限合伙）	董事王国强持股 90%并担任执行事务合伙人的企业，2020 年 10 月已注销
34	青岛城发置地有限公司	百洋园区股份持股 65%的企业，2020 年 11 月 25 日已注销
35	同昕控股	百洋投资持股 100%的企业，2020 年 12 月已注销
36	香港同昕（BVI）	同昕控股持股 69.69%的企业，2020 年 12 月已注销
37	青岛普太科医药科技有限公司	控股股东百洋集团持股 30%的企业，2021 年 3 月已注销
38	四川省上益龙蟒矿业有限公司	监事黄志勇配偶的兄弟曾担任董事的企业，2021 年 1 月起不再任职

十、关联交易

（一）经常性关联交易

1、销售产品

报告期内，公司关联销售情况如下：

单位：万元

序号	关联方	交易内容	定价方式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	陕西普禾	销售商品	市场价格	**3,177.15**	**0.54%**	2,301.26	0.47%	4,673.94	1.28%
2	菩提医疗管理	销售商品	成本加成	**64.50**	**0.01%**	33.16	0.01%	54.80	0.02%
3	百洋集团	销售商品	市场价格	**91.25**	**0.02%**	93.41	0.02%	118.74	0.03%
4	上海典众	销售商品	市场价格	**-**	**-**	-	-	0.92	0.00%
5	菩提慧生	销售商品	市场价格	**24.62**	**0.00%**	-	-	9.81	0.00%
6	青岛宜从容	销售商品	市场价格	**-**	**-**	-	-	2.01	0.00%
7	北京易格在姆信息技术有限公司	销售商品	市场价格	**-**	**-**	-	-	0.49	0.00%
8	百洋制药	销售商品	市场价格	**2.86**	**0.00%**	0.45	0.00%	-	-
合计				**3,360.38**	**0.57%**	**2,428.27**	**0.50%**	**4,860.69**	**1.33%**

注：占比为交易金额占营业收入比例。

报告期内，公司销售产品的关联交易金额和占比较低，对发行人整体经营业绩影响较低。其中主要关联交易的具体情况如下：

（1）陕西普禾

①关联交易基本情况

公司与陕西普禾关联交易的具体金额、产品数量如下：

2020 年度			
产品	数量(万盒)	单价（元/盒）	收入（万元）
维 D 钙咀嚼片（120 片/盒）	**17.20**	**72.88**	**1,253.55**
维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	**16.30**	**36.79**	**599.63**
儿童维 D 钙咀嚼片（30 片/盒）	**29.24**	**25.75**	**752.75**
儿童维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	**3.41**	**62.12**	**211.72**

小儿碳酸钙 D3 颗粒（10 袋/盒）	**4.98**	**31.04**	**154.59**
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（86 片/盒）	**0.33**	**59.40**	**19.60**
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	**0.02**	**43.36**	**1.04**
泌特（20 片/盒）	**6.90**	**21.15**	**145.92**
素比伏（7 片×600mg）	**0.03**	**100.85**	**3.23**
利加隆（10 粒/盒）	**0.16**	**27.57**	**4.37**
维固力（20 粒/盒）	**0.62**	**37.07**	**22.99**
维固力（10 粒/盒）	**0.32**	**24.27**	**7.77**
合计	**-**	**-**	**3,177.15**
2019 年度			
产品	**数量(万盒)**	**单价（元/盒）**	**收入（万元）**
维 D 钙咀嚼片（120 片/盒）	18.40	59.61	1,096.90
维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	12.90	27.66	356.81
儿童维 D 钙咀嚼片（30 片/盒）	11.56	31.95	369.38
儿童维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	6.37	55.11	350.96
小儿碳酸钙 D3 颗粒（10 袋/盒）	0.96	35.93	34.49
小儿碳酸钙 D3 颗粒（20 袋/盒）	0.29	68.14	19.62
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	0.01	43.24	0.43
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（86 片/盒）	0.33	61.06	20.15
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	0.01	43.36	0.52
泌特（20 片/盒）	3.60	15.87	57.12
扶正化瘀片（48 片/瓶）	-0.10	50.04	-5.12
合计	-	-	2,301.26
2018 年			
产品	**数量(万盒)**	**单价（元/盒）**	**收入（万元）**
维 D 钙咀嚼片（120 片/盒）	23.24	57.94	1,346.78
维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	49.16	32.12	1,579.02
儿童维 D 钙咀嚼片（30 片/盒）	29.50	31.51	929.50
儿童维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	7.36	58.06	427.29
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	4.88	42.62	207.98
泌特（20 片/盒）	8.72	19.31	168.37
扶正化瘀片（48 片/瓶）	0.30	49.97	14.99
合计	-	-	4,673.94

②关联交易必要性

陕西普禾在当地属于具备一定影响力和渠道优势的药品分销商，发行人依托该企业的配送和分销能力实现对周边地区的药店、医院等终端客户的覆盖。为提高公司运营产品的营销效率、扩大产品销售地域范围，发行人向其销售迪巧、泌

特、迈蓝系列等品牌产品。发行人通过上述企业销售品牌产品是充分考虑了市场竞争环境、行业销售模式的情况下制定的策略，具有必要性。

③关联交易公允性

报告期内，发行人向陕西普禾销售的主要产品单价与向全部客户销售同类产品的平均单价对比情况如下表所示：

单位：元

2020 年度		
产品	全部客户平均单价	陕西普禾销售单价
维 D 钙咀嚼片（120 片/盒）	68.99	72.88
维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	35.81	36.79
儿童维 D 钙咀嚼片（30 片/盒）	24.88	25.75
儿童维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	56.29	62.12
小儿碳酸钙 D3 颗粒（10 袋/盒）	30.90	31.04
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（86 片/盒）	46.40	59.40
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	36.68	43.36
泌特（20 片/盒）	25.65	21.15
素比伏（7 片×600mg）	106.19	100.85
利加隆（10 粒/盒）	26.00	27.57
维固力（20 粒/盒）	30.24	37.07
维固力（10 粒/盒）	19.67	24.27
2019 年度		
产品	全部客户平均单价	陕西普禾销售单价
维 D 钙咀嚼片（120 片/盒）	62.20	59.61
维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	31.48	27.66
儿童维 D 钙咀嚼片（30 片/盒）	28.64	31.95
儿童维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	57.62	55.11
小儿碳酸钙 D3 颗粒（10 袋/盒）	29.37	35.93
小儿碳酸钙 D3 颗粒（20 袋/盒）	62.52	68.14
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	39.94	43.24
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（86 片/盒）	59.96	61.06
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	27.82	43.36
泌特（20 片/盒）	25.95	15.87
扶正化瘀片（0.4g×48 片/瓶）	54.79	50.04
2018 年度		
产品	全部客户平均单价	陕西普禾销售单价
维 D 钙咀嚼片（120 片/盒）	60.78	57.94

维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	30.86	32.12
儿童维 D 钙咀嚼片（30 片/盒）	29.69	31.51
儿童维 D 钙咀嚼片（60 片/盒）	58.35	58.06
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	40.60	42.62
泌特（20 片/盒）	25.22	19.31
扶正化瘀片（0.4g×48 片/瓶）	54.70	49.97

由上表可见，报告期各期间，发行人向陕西普禾销售商品的销售价格与对全部客户销售同类商品的价格接近，上述交易具备公允性。

（2）发行人向菩提医疗管理、菩提慧生销售医疗器械、医用耗材和常用药品等

①菩提医疗管理

A、关联交易基本情况

报告期内，发行人直接向菩提医疗管理销售医疗器械、医用耗材和常用药品等，具体如下：

年度	商品类型	数量	平均单价（元）	金额（万元）
2020 年度	常用药品	**21,595.00**	**29.87**	**64.50**
2019 年度	常用药品	9,468.00	35.02	33.16
2018 年度	常用药品	5,715.00	95.89	54.80

菩提医疗管理在青岛市市北区华阳路开设了一家社区诊所部，为社区居民提供健康问诊、健康检测等服务。上述医疗器械、医用耗材和常用药品主要供菩提医疗管理下属门诊部使用。报告期内，菩提医疗管理主要向发行人采购常用药品供门诊部日常使用。

B、关联交易必要性

上述医疗器械、医用耗材和常用药品主要供菩提医疗管理下属门诊部使用。由于发行人主营业务之一为医药批发配送业务，医疗器械、医用耗材和常用药品备货均较齐全，故菩提医疗管理根据其需求直接向发行人采购相关产品。因此，发行人与菩提医疗管理之间的关联交易具备合理性和必要性。

C、关联交易公允性

菩提医疗管理下属门诊部属于社区诊所，发行人向其销售医疗器械、医用耗材和常用药品。报告期内，发行人向菩提医疗管理销售上述产品的平均毛利率为4.64%，向全部社区诊所的医药批发配送业务平均毛利率为 8.88%。发行人向全部社区诊所的医药批发配送业务平均毛利率高于上述关联销售的平均毛利率，主要因为：发行人向菩提医疗管理主要销售常用药品，而向全部社区诊所还销售毛利率较高的医疗器械以及健康产品，提高了整体毛利率；以及发行人子公司江西贝瓦向社区诊所销售毛利率较高的产品导致。因此，报告期内发行人向菩提医疗管理销售的医疗器械等产品的价格公允。

②菩提慧生

菩提慧生向公司采购少量防护服、检测试剂盒、口罩等医疗器械，具体如下：

年度	商品类型	金额（万元）
2020 年度	**防护服、口罩等医用耗材**	**24.62**
2018 年度	检测试剂盒等医疗器械	9.81
合计		**34.43**

菩提慧生向公司采购防护服、检测试剂盒、口罩等医疗器械，主要为自用，关联交易金额较小，对主营业务收入及利润不构成重大影响。

（3）发行人向百洋集团、上海典众等公司销售承善堂、艾思诺娜、纽特舒玛等产品

报告期内，发行人向百洋集团、上海典众、青岛宜从容等公司销售承善堂、纽特舒玛、克奥妮斯等产品，作为发放员工福利或对外馈赠礼品使用，具体如下：

关联方	年度	产品	数量	单价（元）	金额（万元）
百洋集团	**2020 年度**	**承善堂**	**426.00**	**48.87**	**2.08**
		艾思诺娜	**1,232.00**	**143.03**	**17.62**
		克奥妮斯	**2,852.00**	**94.11**	**26.84**
		纽特舒玛	**1,239.00**	**247.72**	**30.69**
		维乐夫	**36.00**	**131.86**	**0.47**
		其他健康产品	**827.00**	**163.77**	**13.54**
	合计		**-**	**-**	**91.25**
	2019 年度	承善堂	1,131.00	71.05	8.04
		艾思诺娜	1,724.00	142.19	24.51

		克奥妮斯	2,779.00	92.08	25.59
		纽特舒玛	1,358.00	188.75	25.63
		维乐夫	87.00	131.50	1.14
		其他健康产品	1,194.00	71.15	8.49
	合计		-	-	93.41
	2018 年度	承善堂	2,911.00	53.83	15.67
		艾思诺娜	558.00	158.11	8.82
		克奥妮斯	6,138.00	92.11	56.53
		纽特舒玛	1,615.00	221.60	35.79
		维乐夫	140.00	119.17	1.67
		其他健康产品	44.00	57.31	0.25
	合计		-	-	118.74
上海典众	2018 年度	艾思诺娜	60.00	84.62	0.51
		其他健康产品	150.00	27.35	0.41
	合计		-	-	0.92
青岛宜从容	2018 年度	维乐夫	250.00	80.23	2.01
北京易格在姆信息技术有限公司	2018 年度	克奥妮斯	42.00	115.75	0.49

报告期内，控股股东及实际控制人控制的多家关联企业均向发行人采购承善堂阿胶糕、艾思诺娜及克奥尼斯医美产品、纽特舒玛乳清蛋白粉等健康产品作为发放员工福利或对外馈赠礼品使用，上述采购存在必要性和合理性。

发行人向上述关联方销售纽特舒玛、承善堂、克奥妮斯产品系根据其年度采购量，在成本上进行适当加成定价的，不存在显失公允的情形。报告期内，上述关联交易整体金额较小，对发行人经营成果不构成重大影响。

（4）百洋制药

2019 年度和 2020 年度，百洋制药向发行人采购少量药品用作仿制药研究，具体如下表所示：

年度	商品类型	数量（个）	单价（元/个）	金额（万元）
2020 年	艾司奥美拉唑镁肠溶	200.00	54.65	1.09
	碳酸镧咀嚼片	71.00	248.61	1.77
2019 年度	碳酸镧咀嚼片	18.00	248.61	0.45

由于发行人主营业务之一为医药批发配送业务，药品备货均较齐全，且百洋

制药采购上述药品仅供研究适用，采购量较小，故直接向发行人采购相关产品。因此，发行人与百洋制药之间的关联交易具备合理性和必要性。

2019 年和 2020 年度，发行人向第三方亦销售碳酸镧咀嚼片和艾司奥美拉唑镁肠溶，销售单价分别为 241.54 元/个和 55.70 元/个。发行人向百洋制药销售产品的定价与向第三方销售同类产品的定价较为接近，且金额较小，上述交易具备公允性。

2、提供服务

公司向关联法人提供的服务主要分为品牌服务、营销咨询服务、储运服务等，相关收入为公司正常经营产生，报告期内分别为 7,207.49 万元、8,309.74 万元和 **10,724.39 万元**，占报告期各期营业收入的比例分别为 1.97%、1.71%和 **1.82%**，金额及占比均较低，具体情况如下：

单位：万元

序号	关联方	交易内容	定价方式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	中山安士	品牌服务	市场价格	**10,402.83**	**1.77%**	8,240.57	1.70%	7,149.06	1.96%
2	北京育学园	储运服务	市场价格	**44.15**	**0.01%**	68.72	0.01%	57.74	0.02%
3	黄海制药	储运服务	市场价格	**0.11**	**0.00%**	0.45	0.00%	0.69	0.00%
4	百洋制药	品牌服务	市场价格	**277.30**	**0.05%**	-	-	-	-
合计				**10,724.39**	**1.82%**	**8,309.74**	**1.71%**	**7,207.49**	**1.97%**

注：占比为交易金额占营业收入比例

（1）品牌运营服务

①向中山安士提供品牌服务

2017 年开始，发行人向中山安士提供品牌服务的主要原因是部分地区实施了两票制，经销商部分产品无法直接向公司采购转而向中山安士直接采购，而两票制前后中山安士、公司及经销商在产品流通各环节从事的工作未发生变化，公司仍承担的迪巧相关产品的销售推广及销售渠道管理工作，经公司与中山安士及经销商协商，经销商直接按原先价格向中山安士采购产品，中山安士由于两票制原因取得的额外收益以品牌服务费的形式支付给公司。发行人向中山安士提供品牌服务前后，并未改变发行人和中山安士之间的利益分配格局，仅变换了双方收

益的形式。因此，发行人向中山安士提供品牌服务的定价具备公允性。

②向百洋制药提供品牌服务

2020 年起，发行人向百洋制药提供品牌服务，运营其奈达产品。公司与百洋制药之间品牌服务费定价系参考公司向扬州一洋提供品牌服务的定价模式，具有公允性。2020 年度，百洋制药向公司支付品牌服务费 **277.30 万元**，占公司收入比例较小，对公司的财务状况与经营成果不构成重大影响。双方关联交易的具体情况如下：

A、关联交易内容以及合作方式

2020 年起，发行人向百洋制药提供品牌服务，运营其奈达产品。

发行人奈达产品的品牌运营合作模式参考发行人与非关联方扬州一洋关于泌特系列产品的合作方式，即：百洋制药同意发行人为奈达产品在中国大陆区域的独家经销商，委托发行人对奈达产品提供整体营销策划方案并根据奈达产品的销售情况向发行人支付品牌服务费。

B、关联交易的必要性以及合理性

奈达产品主要用于 2 型糖尿病治疗，由于其研发难度相对较大，且在副作用、服用便捷性等方面具有一定优势，故定价相对较高。相对于传统糖尿病治疗药物，奈达产品进入国内市场相对较晚且定价相对较高，故需要通过学术会议、消费者教育等方式对产品进行推广，使更多患者了解其副作用、服用便捷性等方面优势。

发行人是国内零售渠道的最具竞争实力的品牌运营商之一，拥有将新产品运营成为细分领域领先产品的成功经验，故百洋制药委托发行人对奈达产品提供整体营销策划方案以扩大销售规模，具有商业合理性以及必要性。

（2）储运服务

报告期内，公司为黄海制药、北京育学园提供储运业务服务，主要服务内容为向其经营的商品提供仓储、分拣包装、物流配送服务，依据包装材料、人工成本、仓库租赁成本、物流成本适当加成收取费用。该交易遵循了公允性原则，交易金额较小，对公司的财务状况与经营成果不构成重大影响。

3、采购商品

报告期内，发行人关联采购商品情况如下：

单位：万元

序号	关联方	交易内容	定价方式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	中山安士	采购商品	市场价格	**31,433.75**	**7.13%**	34,813.81	9.95%	33,521.18	13.66%
2	黄海制药	采购商品	市场价格	**2,458.75**	**0.56%**	2,399.49	0.69%	1,690.62	0.69%
3	日美健药品	采购商品	市场价格	**2,132.13**	**0.48%**	1,463.01	0.42%	730.34	0.30%
4	安士生物科技	采购商品	市场价格	**475.38**	**0.11%**	57.78	0.02%	109.35	0.04%
5	菩提客栈	采购商品	市场价格	**-**	**-**	-	-	0.14	0.00%
6	百洋制药	采购商品	市场价格	**443.12**	**0.10%**	-	-	-	-
合计				**36,943.12**	**8.38%**	**38,734.09**	**11.07%**	**36,051.63**	**14.69%**

注：占比为交易金额占营业成本比例。

报告期内，除中山安士外，公司向其他关联方采购的金额较小。随着公司业务规模的扩大，关联采购比例逐年降低。

（1）中山安士

①关联交易基本情况

中山安士为发行人销售的迪巧系列产品的国内分装商，迪巧系列生产厂家为美国安士，中山安士在对迪巧系列产品进行分包装后销售给发行人。

报告期各期间，发行人向中山安士采购的迪巧产品的种类、数量、单价如下：

2020 年度				
名称	规格	金额（万元）	数量（盒）	单价（元）
维 D 钙咀嚼片	60 片/盒	**9,676.06**	**8,644,980.00**	**11.19**
维 D 钙咀嚼片	90 片/盒	**928.11**	**578,994.00**	**16.03**
维 D 钙咀嚼片	120 片/盒	**5,426.05**	**2,824,354.00**	**19.21**
儿童维 D 钙咀嚼片	30 片/盒	**6,501.52**	**7,952,064.00**	**8.18**
儿童维 D 钙咀嚼片	60 片/盒	**3,116.87**	**2,118,694.00**	**14.71**

小儿碳酸钙 D3 颗粒	10 袋/盒	**3,383.95**	**2,266,365.00**	**14.93**
小儿碳酸钙 D3 颗粒	20 袋/盒	**1,292.58**	**453,092.00**	**28.53**
碳酸钙 D3 片	30 片/盒	**89.60**	**73,387.00**	**12.21**
碳酸钙 D3 片	60 片/盒	**1,019.01**	**752,117.00**	**13.55**
合计		**31,433.75**	**-**	**-**
2019 年度				
名称	**规格**	**金额（万元）**	**数量**	**单价（元）**
维 D 钙咀嚼片	60 片/盒	16,692.11	15,177,268	11.00
维 D 钙咀嚼片	90 片/盒	358.50	226,320	15.84
维 D 钙咀嚼片	120 片/盒	6,110.91	3,242,644	18.85
儿童维 D 钙咀嚼片	30 片/盒	6,500.52	8,116,060	8.01
儿童维 D 钙咀嚼片	60 片/盒	2,662.33	1,839,232	14.48
小儿碳酸钙 D3 颗粒	10 袋/盒	1,495.24	1,003,650	14.90
小儿碳酸钙 D3 颗粒	20 袋/盒	809.89	285,278	28.39
碳酸钙 D3 片	30 片/盒	24.31	35,349	6.88
碳酸钙 D3 片	60 片/盒	160.00	119,575	13.38
合计		34,813.81	-	-
2018 年度				
名称	**规格**	**金额（万元）**	**数量**	**单价（元）**
维 D 钙咀嚼片	60 片/盒	19,140.37	17,922,710	10.68
维 D 钙咀嚼片	120 片/盒	5,133.06	2,791,316	18.39
儿童维 D 钙咀嚼片	30 片/盒	6,959.15	8,879,543	7.84
儿童维 D 钙咀嚼片	60 片/盒	2,288.61	1,614,663	14.17
合计		33,521.18	-	-

②关联交易必要性

迪巧系列产品原产地为美国。为降低国际运输成本及在美国的包装成本，经发行人、美国安士协商，决定以美国安士生产迪巧产品后，将大包装片剂或颗粒剂销售至中山安士；中山安士在对其进行分装后，将小规格迪巧产品销售给发行人的形式进行合作。

公司系迪巧系列产品国内总代理商，全面负责迪巧系列产品的销售推广工作。发行人自成立以来即开始运营迪巧品牌，经过 10 余年的运营，已将其打造成为国内母婴补钙领域的知名品牌。迪巧系列产品对公司及美国安士均具有重要意义，双方为巩固合作的稳定性、实现利益绑定，对中山安士采用美国安士控股、公司参股的方式加强合作。由于迪巧系列产品为公司主要销售产品之一，且双方

合作具有长期稳定性，公司与中山安士的关联交易将持续进行，且具备必要性。

③关联交易公允性

截至本招股说明书出具日，钙质补充剂市场不存在与迪巧产品类似的采用由境外厂家生产、境内公司进行总代理推广及销售的合作方式。发行人与美国安士、中山安士本着平等合作、互利共赢的原则，协商确定了迪巧各个品种的供货价格以及向中山安士采购迪巧产品的价格。

迪巧产品的采购价格是经由发行人与美国安士、中山安士之间的商业谈判和博弈形成的，利益格局符合医药行业不同分工环节的盈利水平，符合正常的商业逻辑，具有公允性。

（2）黄海制药

①关联交易基本情况

报告期内，发行人向黄海制药主要采购扶正化瘀产品及少量芪麝丸产品，扶正化瘀产品系黄海制药生产的中成药，主要用于肝脏类疾病的治疗。报告期各期间，发行人向黄海制药采购的产品的种类、数量、单价如下：

2020 年度				
名称	规格	金额（万元）	数量（瓶）	单价（元）
扶正化瘀胶囊	0.3g×60 粒/瓶	1,691.47	535,880.00	31.56
扶正化瘀胶囊	0.5g×60 粒/瓶	156.50	38,180.00	40.99
扶正化瘀片	0.4g×48 片/瓶	553.41	181,710.00	30.46
扶正化瘀片	0.4g×36 片/瓶	61.33	32,192.00	19.05
芪麝丸	0.15g×25 丸×6 袋/盒	-3.95	-120.00	329.28
合计		2,458.75	-	-
2019 年度				
名称	规格	金额（万元）	数量（瓶）	单价（元）
扶正化瘀胶囊	0.3g×60 粒/瓶	1,534.67	478,606	32.07
扶正化瘀胶囊	0.5g×60 粒/瓶	254.30	47,150	53.93
扶正化瘀片	0.4g×48 片/瓶	474.93	118,290	40.15
扶正化瘀片	0.8g×48 片/瓶	109.15	26,980	40.46
扶正化瘀片	0.4g×36 片/瓶	24.97	6,500	38.42
芪麝丸	0.15g×25 丸×6 袋/盒	1.47	420	34.95
合计		2,399.49	-	-

2018 年度				
名称	规格	金额（万元）	数量（瓶）	单价（元）
扶正化瘀胶囊	0.3g×60 粒/瓶	1,050.68	347,500	30.24
扶正化瘀胶囊	0.5g×60 粒/瓶	124.34	21,200	58.65
扶正化瘀片	0.4g×48 片/瓶	219.36	44,400	49.40
扶正化瘀片	0.8g×48 片/瓶	294.12	52,970	55.53
芪麝丸	0.15g×25 丸×6 袋/盒	2.12	600	35.31
合计		1,690.62	-	-

发行人每年与黄海制药签订年度购销协议，约定采购价格。除因医院中标价格调整导致的采购价格相应调整之外，报告期内黄海制药销售给发行人的扶正化瘀产品价格基本保持稳定，不存在异常波动的情形。芪麝丸和扶正化瘀片部分品种在报告期各期间单价变动较大的原因系黄海制药对发行人采购返利导致品种单价受到影响，排除返利影响，发行人向黄海制药采购上述产品时的采购单价基本稳定，具体如下表所示：

单位：元/瓶

产品	2020 年度	2019 年度	2018 年度
扶正化瘀胶囊（0.3g*60 粒/瓶）	**37.52**	37.42	38.75
扶正化瘀胶囊（0.5g*60 粒/瓶）	**58.47**	65.87	63.72
扶正化瘀胶囊（0.4g*48 片/瓶）	**51.68**	51.29	52.35
扶正化瘀胶囊（0.8g*48 片/瓶）	**-**	62.98	61.87
扶正化瘀片（0.4g*36 片/瓶）	**25.45**	38.42	-
芪麝丸（0.15g×25 丸×6 袋/盒）	**61.49**	61.03	59.38

②关联交易必要性

扶正化瘀产品系肝病治疗领域常用药品，其主要受众为肝纤维、肝硬化患者，市场空间较大。基于消费者的需求以对于该产品的看好，公司与其展开多方面合作。发行人向黄海制药采购扶正化瘀产品的关联交易符合公司定位以及发展需求，具有必要性和合理性。

③关联交易公允性

扶正化瘀产品的剂型分为胶囊、片剂等多种类型。报告期内，黄海制药对全部客户销售的扶正化瘀产品与对发行人销售的单价（以产品重量为基准）对比如下：

销售对象	总销售金额（万元）	总销售产品（万克）	每克价格(元)
黄海制药全体客户	82,587.48	38,305.20	2.16
百洋医药	6,545.27	3,795.14	1.72

注：总销售产品克数系按照每种产品所含药品的标称重量折算得出

报告期内，黄海制药对全体客户销售的扶正化瘀产品的单价（以产品重量为基准）略高于向发行人销售的单价。发行人为黄海制药主要客户之一，黄海制药在考虑了与发行人的采购规模和双方之间的稳定合作关系等因素后，与发行人协商确定了各个品种的销售单价以及返利条件。报告期内，由于发行人采购数量较大，并利用自身营销网络对其产品进行推广和销售，故黄海制药对发行人给与一定返利，导致单价较低。同时，黄海制药在购销协议中亦约定了发行人向下游各个渠道销售的最低价格。双方约定的上述价格为黄海制药、发行人自身及下游流通环节的主体均留有充足及合理的利润空间，且在报告期内基本保持稳定，发行人不存在通过上下游输送利益拼凑业绩的情形。因此，双方协商确定的扶正化瘀产品价格是公允、合理的、符合商业逻辑。

（3）发行人向日美健药品采购艾斯诺娜及其他健康产品

①关联交易基本情况

2018 年起，发行人和日美健药品达成合作，向其采购艾思诺娜产品及复方水杨酸甲酯薄荷醇贴剂、医用退热贴（儿童型）、解热贴（成人型）等药品。报告期各期间，发行人向日美健药品采购的产品的种类、数量、单价如下：

2020 年度				
名称	规格	金额（万元）	数量	单价（元）
医用退热贴	50mm×110mm/片×6 片/盒	56.84	37,802	15.04
解热贴	4cm×8cm/片×6 片/盒等	33.08	56,038	5.90
艾思诺娜小样	0.5ml、2ml 等	37.55	276,800	1.36
艾思诺娜清润健肤水	150ml	311.43	59,600	52.25
艾思诺娜清润隔离乳	35ml	906.43	150,820	60.10
艾思诺娜焕润乳液	120ml	262.96	38,621	68.09
艾思诺娜焕润乳霜	40g	191.54	23,856	80.29
艾思诺娜焕润精华液	50ml	162.55	18,178	89.42
艾思诺娜焕润洁面皂	80g	44.43	10,540	42.15
艾思诺娜焕润卸妆油	150ml	30.09	10,440	28.82
艾思诺娜焕润修复睡眠面	80g	73.11	9,440	77.45

膜				
艾思诺娜焕润修复眼霜	20g	**65.42**	**9,856**	**66.38**
复方水杨酸甲酯薄荷醇贴剂	每贴 6.5cm×4.2cm/10 贴/盒	**-34.40**	**-55,985**	**6.15**
复方水杨酸甲酯薄荷醇贴剂	每贴 6.5cm×4.2cm/20 贴/盒	**-97.56**	**-77,518**	**12.59**
其他健康产品		**88.66**	**-**	**-**
合计		**2,132.13**	**-**	**-**
2019 年度				
名称	**规格**	**金额（万元）**	**数量**	**单价（元）**
医用退热贴	50mm×110mm/片×6 片/盒等	85.10	84,999	10.01
解热贴	5cm×13cm/片×6 片/盒等	11.00	12,067	9.12
艾思诺娜焕润乳液	120ml	283.83	43,507	65.24
艾思诺娜焕润乳霜	40g	165.38	21,157	78.17
艾思诺娜焕润健肤水	150ml	174.88	35,025	49.93
艾思诺娜焕润洁面皂	80g	79.9	20,276	39.41
艾思诺娜清润隔离乳	35ml	221.82	38,865	57.07
艾思诺娜小样	6g	2.63	8,000	3.28
艾思诺娜清润健肤水	150ml	149.8	29,964	50
艾思诺娜焕润精华液	50ml	158.94	18,867	84.24
复方水杨酸甲酯薄荷醇贴剂	每贴 6.5cm×4.2cm/10 贴/盒	35.55	51,500	6.9
复方水杨酸甲酯薄荷醇贴剂	每贴 6.5cm×4.2cm/20 贴/盒	-19.73	-18,000	10.96
其他健康产品		113.94	-	-
合计		1,463.01	-	-
2018 年度				
名称	**规格**	**金额（万元）**	**数量**	**单价（元）**
医用退热贴	50mm×110mm/片×6 片/盒等	19.79	16,752	11.81
解热贴	5cm×13cm/片×6 片/盒等	29.16	26,132	11.16
艾思诺娜焕润乳液	120ml	57.81	8,939	64.67
艾思诺娜焕润乳霜	40g	56.16	7,260	77.35
艾思诺娜焕润健肤水	150ml	59.15	11,695	50.58
艾思诺娜清润隔离乳	35ml	25.83	4,550	56.76
艾思诺娜焕润洁面皂	80g	16.34	6,010	27.19
艾思诺娜清润健肤水	150ml	37.17	7,390	50.29
艾思诺娜焕润精华液	50ml	47.7	5,310	89.83
复方水杨酸甲酯薄荷醇贴剂	每贴 6.5cm×4.2cm/10 贴/盒	169.84	259,984	6.53
复方水杨酸甲酯薄荷醇贴剂	每贴 6.5cm×4.2cm/20 贴/盒	162.36	148,160	10.96

复方水杨酸甲酯薄荷醇贴剂	每贴 6.5cm×4.2cm/40 贴/盒	22.82	12,000	19.02
其他健康产品		26.21	-	-
合计		730.34	-	-

②关联交易必要性

日美健药品是一家从事药品、食品、化妆品等批发及零售的企业，主要经营的产品中包括日本佐藤制药株式会社生产的艾斯诺娜品牌护肤品和久光制药株式会社生产的医用退热贴、解热贴等产品。上述产品的市场口碑较好，且其主要受众的类型包括年轻女性和儿童，与发行人现有产品的客户类型重叠度较高。发行人看好上述产品的市场前景以及与公司现有产品的协同效应，与日美健药品签订合作协议，为艾斯诺娜提供品牌运营服务。

发行人报告期内持续挖掘与推广新品牌，将品牌矩阵拓展至医美等新产品领域，将优质的医药产品推向市场。于日美健药品进行深度合作，为国内消费者提供优质的健康产品符合公司一贯的发展路线，具备必要性和合理性。

③关联交易公允性

日美健药品原系成立于 2005 年的外资企业，主要业务为进口与销售药品、化妆品和医疗器械，其控股股东伊藤忠商事株式会社系日本大型综合性贸易公司。伊藤忠商事株式会社看好迅速成长的中国医药及健康产业市场，在与发行人进行接触谈判后，决定与发行人合作扩大在中国市场的事业，双方为巩固合作的稳定性，由发行人向日美健药品参股的方式加强合作。因此，发行人与日美健药品关联关系的形成能够有效增强发行人的经营稳定性及持续经营能力，符合商业逻辑。

发行人与日美健药品本着平等合作、互利共赢的原则的精神，协商确定了艾思诺娜系列产品、复方水杨酸甲酯薄荷醇贴剂和解热贴等产品的供货价格。合作协议约定发行人自日美健药品采购的上述产品的供货价约为推荐零售价格的 22%～35%。报告期内，发行人采购日美健药品主要产品的销售情况和对应毛利率如下：

2018 年、2019 年和 2020 年，发行人销售代理日美健药品主要产品艾思诺娜

系列的综合毛利率分别为 44.48%、43.48%和 **45.15%**。该毛利率基本与双方约定的下游销售毛利空间相符，发行人不存在通过向上游输送利益拼凑业绩的情形。因此，发行人向日美健药品采购上述健康产品的价格是公允、合理的，符合商业逻辑。

（4）发行人向安士生物科技、菩提客栈等采购药品、礼品等

报告期内，发行人向安士生物科技、菩提客栈、百洋制药采购药品及用于医药批发、零售业务或自用，具体如下：

单位：万元

关联方	关联采购内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
安士生物科技	迪美兰、迪巧含钙软糖、迪巧婴幼儿 DHA 钙铁锌营养包	**475.38**	57.78	109.35
菩提客栈	菩提香道线香、佛珠等产品	**-**	-	0.14
百洋制药	甘露聚糖肽片、奈达	**443.12**	-	-
合计		**918.50**	57.78	109.49
占采购金额比例		**0.21%**	0.02%	0.04%

发行人向上述企业采购的产品主要用于对下游及终端客户进行销售或自用，采购金额较小。

2020 年起，发行人运营奈达产品，故向百洋制药进行采购。上述交易遵循了公允性原则，交易金额较小，对公司的财务状况与经营成果不构成重大影响。

4、接受服务

报告期内，公司接受关联方的服务主要分为广告服务、咨询服务以及物业服务等，报告期内分别为 1,735.62 万元、1,678.29 万元和 **4,153.71 万元，**占报告期各期销售费用及管理费用的比例分别为 2.11%、1.71%和 **4.10%**，具体情况如下：

单位：万元

序号	关联方	交易内容	定价方式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	天津思享	广告服务 咨询服务	市场价格	**2,336.00**	**2.31%**	427.76	0.43%	977.51	1.19%

序号	关联方	交易内容	定价方式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比
2	上海典众	咨询服务 广告服务	市场价格	**524.38**	**0.52%**	478.59	0.49%	393.50	0.48%
3	海慧物业	物业服务	市场价格	**30.96**	**0.03%**	436.83	0.44%	254.06	0.31%
4	北京思享	广告服务 会议服务	市场价格	**1,024.22**	**1.01%**	0.10	0.00%	79.25	0.10%
5	北京慧生信	咨询服务	市场价格	-	-	-	-	16.51	0.02%
6	博彧维康	广告服务 咨询服务	市场价格	-	-	7.80	0.01%	-	-
7	菩提医疗管理	体检服务	市场价格	-	-	28.03	0.03%	14.80	0.02%
8	北京群英管理顾问有限公司	培训费	市场价格	-	-	1.60	0.00%	-	-
9	青岛承天上食餐饮管理有限公司	餐饮费	市场价格	**238.16**	**0.24%**	153.24	0.16%	-	-
10	北京育学园	咨询服务	市场价格	-	-	144.34	0.15%	-	-
合计				**4,153.71**	**4.10%**	**1,678.29**	**1.71%**	**1,735.62**	**2.11%**

注：占比为交易金额占销售费用+管理费用比例。

（1）发行人向天津思享、北京思享采购广告等服务

①关联交易基本情况

报告期内，发行人向天津思享、北京思享（下合称“思享广告”）主要采购广告服务，主要包括宝宝树、妈妈网等育儿网站的垂直型媒体广告投放；通过综艺节目、电台节目渠道进行宣传；视频网站、LCD 楼宇液晶屏幕、智能电视等广告投放，具体情况如下：

A、宝宝树、妈妈网等育儿网站的垂直型媒体广告投放

发行人在宝宝树、妈妈网等育儿网站的垂直型媒体广告投放主要包括网站页面横幅展示、焦点话题、新闻发布、软文撰写、论坛活动等。

报告期内，发行人与思享广告签订上述育儿网站的主要垂直型媒体广告投放

合同的具体情况如下表所示：

项目	投放平台	投放期间	主要内容
广告投放	宝宝树小时光 APP	2018 年 1-2 月	软性资源、单图广告等

上述服务依据 CPM（千次展示成本）、广告投放天数以及软文投放数量进行收费，思享广告对发行人提供服务收取的费用与向上游渠道采购支付的合同价款一致，同时与上游渠道约定按照年度合作金额收取返点以获取利润。

B、通过综艺节目、电台节目渠道进行宣传

发行人主要选取与迪巧、纽特舒玛、承善堂有关的目标客户群体观看的综艺节目，通过冠名、成为节目合作伙伴及插播广告的方式进行宣传。上述服务费依据思享广告为发行人对接相关上游资源的成本进行合理加成的方式定价。报告期内，发行人和思享广告之间签订的主要综艺节目、电台节目渠道推广合同的具体情况如下表：

项目	投放平台	投放期间	主要内容投放时常/频次
音乐之声	中央人民广播电台	2020 年全年	气象节目片头/片尾、15 秒硬广等共计 11,301 次
音乐之声	中央人民广播电台	2019 年全年	气象节目片头/片尾、15 秒硬广等共计 6,914 次
音乐之声	中央人民广播电台	2018 年全年	气象节目片头/片尾、15 秒硬广等共计 6,914 次

C、视频网站、LCD 楼宇液晶屏幕、智能电视等广告投放

发行人在爱奇艺等主流视频网站、商业楼宇 LCD 液晶屏幕以及智能网络电视上进行迪巧产品的广告投放，依据 CPM（千次展示成本）、频次、时间等指标进行收费，发行人和思享广告之间签订的主要广告投放合同的具体情况如下表：

项目	投放平台	投放期间	主要内容投放时常/频次
视频网络投放	爱奇艺	2020 年共 8 个月	全年八个月投放 1,224,000 个 CPM
智能电视投放	海信、创维等智能电视	2020 年共 8 个月	海信、创维等智能电视平台共计 483,165 个 CPM
LCD 楼宇液晶屏幕	安徽、河北、河南、山东等地商业楼液晶屏	2020 年共 27 周	15 秒硬广，240 次/天

②关联交易必要性

思享广告的团队在医药行业新媒体整合和传播方面拥有丰富的经验，除公司外主要客户还包括京都念慈菴总厂有限公司、颈复康药业集团有限公司等知名厂

商。发行人已与之合作多年，并成功运用精准广告投放方式达到传播品牌美誉度、提高目标客户群体购买力、吸引用户流量等效果。同时，思享广告的团队通过与公司营销策划团队进行持续沟通，不断根据受众的最新关注点以及相关品牌运营效果调整宣传侧重点及策略，取得了较好的推广效果。因此，发行人与思享广告的关联交易存在必要性。

③关联交易公允性

报告期内，发行人向思享广告主要采购服务宝宝树、妈妈网等育儿网站的垂直型媒体广告投放；通过综艺节目、电台节目渠道进行宣传等，其公允性分析具体如下：

A、宝宝树、妈妈网等育儿网站的垂直型媒体广告投放

思享广告垂直型媒体广告投放服务的定价依据以及获取利润方式为：对发行人提供服务收取的费用与向上游渠道采购支付的合同价款一致，同时与上游渠道约定按照年度合作金额收取返点以获取利润。除发行人外，思享广告对杭州澳医保灵药业有限公司亦提供同类服务，其服务内容、单位定价等比较如下表所示：

项目	与发行人签订的合同情况	与第三方签订的合同情况
投放平台	宝宝树、育儿网、妈妈帮	宝宝树
投放时段	2018 年 1 月 1 日至 2018 年 2 月 28 日	2016 年 7 月 12 日至 2016 年 12 月 31 日
投放内容	页面广告展示、焦点话题、软性资源等	页面广告展示、软性资源等
主要广告形式 CPD（单天价格）价格对比		
通栏广告	5,000.00	4,000.00-12,000.00
横幅广告	7,000.00-14,000.00	3,500.00-8,000.00
软性资源	40,000.00-300,000.00	120,000.00

注：上述广告单价由于投放位置、广告规格大小、软性资源内容等不同而所有差异

由上表可见，思享广告向发行人提供垂直型媒体广告投放服务的定价和向第三方提供服务的定价方式一致，即根据平台广告投放单位价格进行定价。因此，思享广告向发行人提供垂直型媒体广告投放的关联交易定价符合商业逻辑，具备公允性。

B、通过其他形式进行宣传

思享广告为发行人对接相关上游渠道资源，并通过返点或差价形式实现收

益。报告期内，思享广告向发行人提供的其他渠道推广服务毛利率情况如下表所示：

报告期间	项目	思享广告收费（万元）	思享广告成本（万元）	思享广告毛利率
2020 年	音乐之声	**530.00**	**458.42**	**13.51%**
	爱奇艺广告投放	**1,958.40**	**1,652.40**	**15.63%**
	LCD 楼宇液晶屏幕	**2,000.00**	**1,800.00**	**10.00%**
	奥维电视	**1,356.23**	**1,226.25**	**9.58%**
2019 年	音乐之声	556.00	472.60	15.00%
2018 年度	音乐之声	556.00	472.60	15.00%

注：上表中价格均为合同约定含税价格。

由上表可见，思享广告根据对接上游资源的成本进行一定加成进行定价，报告期内提供服务的毛利率基本稳定。由于思享广告向发行人提供服务的价格主要由上游渠道广告投放的市场价格决定，其仅赚取固定利润空间，故思享广告向发行人提供的广告服务定价符合商业逻辑，具备公允性。

（2）发行人向上海典众采购咨询服务

①关联交易基本情况

报告期内，上海典众为发行人提供多种咨询服务，包括为公司提供公关策划、撰写新闻稿等多种服务，具体包括 KOL（关键意见领袖）合作投放、PR 公关传播以及其他类型服务。具体如下：

A、KOL（关键意见领袖）合作投放服务

KOL 合作投放即通过选取对于目标客户群体具有影响力的一般媒体和行业垂直媒体，购买各关键意见领袖的媒体资源，对营销事件运用微博、微信等渠道进行线上传播。服务费用主要与上游合作方的影响力、微博、微信粉丝数相关，上海典众在上游资源收费的基础上进行一定加成向发行人收取服务费。

B、PR 公关传播服务

上海典众向发行人提供整合性公关代理服务，具体包括宣传推广发行人产品和服务，为发行人提供推广建议，提高发行人企业及产品的知名度，建立发行人良好的媒体关系和行业关系，吸引更多相关受众的关注和使用等。服务费用主要

与公关代理的时长、每月提供的服务内容、媒体合作成本等相关，上海典众在上述成本的基础上进行一定加成向发行人收取服务费。

C、其他类型服务

除上述服务之外，上海典众还向发行人提供多种类型的咨询服务，包括视频节目合作、线下宣传策划组织、广告内容制作、投放服务等。上海典众根据相关服务内容以及成本情况，与发行人协商确定服务费金额。

②关联交易必要性

上海典众为业界知名的整合性公关服务公司，除发行人外，主要客户包括青岛崂山矿泉水有限公司、晶科能源有限公司等。报告期内，上海典众为发行人提供多元化的公关咨询服务，包括品牌策划、公关、传播、活动、多媒体互动等全套公关解决方案。通过与电视台媒体、平面媒体、网络媒体、社交媒体等渠道对接，可对宣传产品进行全方位的曝光。发行人与之合作多年，其服务对于提高发行人运营的品牌产品知名度具有重要意义。因此，发行人与上海典众的关联交易存在必要性。

③关联交易公允性

报告期内，发行人向上海典众主要采购 KOL(关键意见领袖)合作投放、PR公关传播等服务，其公允性分析具体如下：

A、KOL（关键意见领袖）合作投放服务

除发行人外，上海典众亦对其他客户提供 KOL 合作投放服务，根据上海典众提供的对浙江医药股份有限公司提供的多平台品牌传播合作协议书，和上海典众与发行人之间签订的 KOL 合作投放合同对比如下：

对比项目	与发行人签订的合同情况	与第三方签订的合同情况
宣传项目	迪巧“身高促进计划”项目	来益叶黄素多平台品牌传播合作
投放时段	2018 年 4 月 10 日至 5 月 31 日	2020 年 3 月 2 日至 3 月 31 日
购买资源	3 位微博端 KOL、3 位母婴类 KOL	4 位小红书端 KOL、2 位微信端 KOL、爱问医生专家自媒体证言 10 篇
合同金额	12.07 万元	15.00 万元

由上表可见，上海典众对发行人及其他客户提供的 KOL 合作投放服务的内

容，单价类似，具备可比性，因此，上海典众向发行人提供的 KOL 合作投放服务定价符合商业逻辑，具备公允性。

B、PR 公关传播服务

除发行人外，上海典众亦对其他客户提供 PR 公关传播服务，根据上海典众提供的对浙江医药股份有限公司关于“来益”产品的公关传播服务协议，和上海典众与发行人之间签订的 PR 公关传播服务协议对比如下：

对比项目	与发行人签订的合同情况	与第三方签订的合同情况
公关品牌	迪巧	来益
服务时间	2020 年 1 月 1 日-2020 年 12 月 31 日	2020 年 1 月起
主要服务	1、关注并研究甲方品牌及产品相关的信息、业界动向以及竞争对手的动向，并应主动或接受甲方的委托进行 PR 相关的正式提案或建议。 2、根据甲方推广需要，为甲方提供公关推广策划方案。 3、作为甲方的品牌日常公关窗口，协助甲方构筑并维持良好媒体关系、培养相关媒介对甲方的好感。 4、配合甲方公关传播策略收集及建议第三方资源合作。 5、向甲方提交公关推广执行周报、月报。 6、每月向乙方进行新闻话题策划 1 次、撰写新闻稿 2 篇、撰写软文 10 篇等。 7、每月将新闻稿发布至 20 家媒体，将软文发布至 50 家媒体。 8、提供危机舆情监测与跟踪服务。	1、协助甲方构筑并维持良好的媒体关系、培养相关媒介对甲方的好感。 2、针对核心媒体、配合传播策略进行不定期拜访和维护。 3、关注并研究甲方品牌及产品相关的信息，并主动或接受甲方的委托进行 PR 相关的正式提案或建议。 4、每月攥写新闻稿 4 篇、撰写品牌科普软文共 12 篇。 5、每月将新闻稿发布至 40 家媒体。 6、围绕来益品牌进行新闻舆情监控， 7、向甲方提供月度推广报告。
服务收费	6.39 万元/月	4.00 万元/月

由上表可见，上海典众对发行人及其他客户提供的 PR 公关传播服务的内容相似，收费具备可比性。因此，上海典众向发行人提供的 PR 公关传播服务定价符合商业逻辑，具备公允性。

C、其他类型服务

除发行人外，上海典众亦对其他客户提供相同类型的咨询服务，上海典众为发行人及第三方客户提供视频节目服务签订的协议对比如下：

服务类型	服务客户	与发行人签订的合同情况	合同金额（万元）
视频节目合作	发行人	1、委托上海典众开展迪巧“腾讯视频《名医堂》”节目录制合作项目服务至腾讯视频《名医堂》节目上线 2、具体包括聘请专家、产品节目中桌面摆放、互动话题品牌植入、节目录制和后期剪辑等	7.81
	浙江医药股份有限公司	1、委托上海典众开展来益叶黄素“腾讯视频《名医堂》”节目录制合作项目服务至腾讯视频《名医堂》节目上线 2、具体包括聘请专家、产品节目中桌面摆放、互动话题品牌植入、节目录制和后期剪辑、配套视频资源位推广等	9.13

由上表可见，上海典众对发行人及其他客户提供的视频节目合作服务形式类似，定价方式一致，收费根据项目的具体情况经双方协商确定，符合商业逻辑，具备公允性。

（3）发行人向海慧物业及其子公司青岛承天上食餐饮管理有限公司采购物业管理服务及餐饮服务

海慧物业及其子公司青岛承天上食餐饮管理有限公司为发行人提供物业管理及餐饮服务。物业管理主要为发行人所有的开封路 88 号建筑以及黄岛区团结路 3717 号办公室及仓库提供保安、清洁、维修等服务，上述服务按照每月平方米单价收取费用。餐饮服务主要系为发行人员工提供的早餐及午餐服务，按照实际发生费用收取。上述服务费中物业服务价格由双方按照市场价格协商确定，餐饮服务根据材料及人工成本的基础上协商确定，定价遵循市场化的方式。报告期内，发行人与海慧物业及其子公司青岛承天上食餐饮管理有限公司的关联交易金额较低，存在必要性及公允性。

（4）发行人向北京慧生信采购会务服务

①关联交易基本情况

北京慧生信是一家专业的医学教育服务公司，主要业务为医学教育类项目的会议开展及组织实施。北京慧生信通过与中国医师协会、中国健康促进基金会等组织合作，开展针对专业医师、乡村医师等的线下培训活动，提高参会医生的执业水平。发行人通过与北京慧生信合作，对消化类专业相关会议提供一定的赞助，获取在相关会议中的宣传权、宣讲权等，从而达到在目标群体中提升产品和企业形象的效果。上述服务费用主要依据单场培训会的预算乘以培训场次计算。

②关联交易必要性

发行人与北京慧生信合作开展的医学教育会议主要与消化类专业相关，目标为在医师群体中提高泌特产品认知度。通过与北京慧生信合作开展相关医学教育会议，一方面提高参与会议的医师的技术水平与专业服务能力，另一方面达到了对发行人经营产品在目标群体内认知度提高的效果。北京慧生信通过与中国医师协会等组织合作，能够倡议专家、医疗机构参与项目，并能够提供专业的项目方案策划、设计和会务服务。因此，发行人与北京慧生信之间的关联交易具备必要性。

③关联交易公允性

报告期内，北京慧生信对发行人提供的服务内容以及相关的费用支出合理。除对发行人外，北京慧生信亦对中国健康促进基金会等组织提供与发行人同类会务服务，收取费用结构与对发行人类似，包括方案设计、材料制作、会议预算等。因此，北京慧生信与发行人之间的关联交易符合商业逻辑，具备公允性。

（5）发行人向北京育学园采购推广服务

①关联交易基本情况

北京育学园是一家专注于儿童成长发育和健康管理等内容的公司。发行人与北京育学园合作，制作《崔游记》视频节目和调研报告，入驻其电商平台，并通过多种自媒体账号对迪巧产品做出宣传，从而达到在目标群体中提升产品和企业形象的效果。

②关联交易必要性

北京育学园拥有育学园 APP、母婴内容自媒体、电商平台、线下活动等多种宣传平台，在母婴群体中拥有较大的影响力。发行人目标群体与北京育学园能够辐射的下游人群高度匹配，且影响方式多样，渗透性强，能够较好地配合发行人的宣传策略。因此，发行人与北京育学园之间的关联交易具备必要性。

③关联交易公允性

报告期内，发行人与北京育学园签订合作协议，详细就各合作项目约定了合

作内容和匹配资源并分项目定价，考虑到北京育学园在育儿领域中的专业形象，对其用户的影响力以及自媒体粉丝数量，发行人与其之间的关联交易定价具备公允性和合理性。

（6）发行人向博彧维康等公司采购的服务

报告期内，发行人因业务需要向博彧维康、菩提医疗医院管理等公司采购服务，具体内容如下：

单位：万元

关联方	采购服务内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
博彧维康	网络节目冠名、软件服务	-	7.80	-
菩提医疗医院管理	员工体检服务	-	28.03	14.80
北京群英管理顾问有限公司	培训会务服务	-	1.60	-
合计		**-**	**37.43**	**14.80**

上述关联交易为因业务宣传、员工体检等需求零星发生，报告期内发生金额分别为 14.80 万元、37.43 万元和 **0.00 万元**。公司与上述公司交易价格经双方协商确定，遵循了市场化原则，不存在定价不公允的情况。

出于减少关联交易的目的，2020 年，公司与上述关联方的关联交易已停止。报告期内，公司与上述关联方的交易金额较小，对公司财务状况和经营成果不存在重大影响。

5、房屋出租

报告期内，公司将自有闲置物业出租给关联方使用以提高物业利用效率，具体情况如下：

单位：万元

序号	关联方	交易内容	定价方式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	百洋集团	出租办公楼	市场价格	**799.28**	799.28	673.65
合计				**799.28**	**799.28**	**673.65**

自 2015 年以来，发行人将青岛市市北区开封路 88 号物业一部分办公空间租赁给百洋集团使用，具体情况如下：

年度	面积（㎡）	租赁时间	租赁价格	用途
2020	**9,124.15**	**2020 年全年**	**2.4 元/日/㎡**	**办公**
2019	9,124.15	2019 年全年	2.4 元/日/㎡	办公
2018	7,690.04	2018 年全年	2.4 元/日/㎡	办公

公司向百洋集团出租物业的单位价格与周边租金水平相当，该关联交易遵循了公允性原则。

公司向百洋集团所出租物业所在的青岛市北区租赁市场较为活跃，但由于上述物业出租之前处于闲置状态，为充分利用自有物业剩余空间，故以公允价格将其出租，具有合理性。

发行人自有物业青岛市市北区开封路 88 号物业办公面积较为充足，2015 年出租之前处于闲置状态，通过将部分办公室租赁给百洋集团，有效利用了自有物业的富余空间。目前该处物业仍租赁给百洋集团办公使用。

6、房屋承租

报告期内，公司出于经营需要，存在向关联方承租物业的情况，金额较低，具体情况如下：

单位：万元

序号	关联方	交易内容	定价方式	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	百洋诚创及智能科技	承租办公楼	市场价格	**233.14**	209.53	180.92
2	百洋云健康	承租药店门面	市场价格	**-**	1.19	1.43
3	菩提医疗管理	承租药店门面	市场价格	**11.26**	13.51	-
合计				**244.39**	**224.23**	**182.35**

（1）公司向百洋诚创、智能科技承租北京市东城区一处物业

2017 年 1 月起，百洋诚创、智能科技将其租赁的北京市东城区东长安街 1 号东方广场东方经贸城东一办公楼二十一层的部分房产免费提供给公司作为办公室使用，公司对上述租赁作权益性交易处理。该物业租赁具体情况如下表所示：

面积（㎡）	租赁价格	用途
192.03	6 元/日/㎡	办公

（2）公司向百洋云健康承租青岛市市北区一处物业

为方便发行人员工及附近居民购买日常所需药品和其他健康产品，2016 年 1 月起，百洋连锁在发行人主要办公场所附近租赁由百洋云健康拥有的开封路 27 号 14 号楼一层房屋，用作开设线下药店。该物业租赁具体情况如下表所示：

面积（㎡）	租赁时间	租赁价格	用途
90.00	2016 年-2021 年（于 2019 年 10 月终止）	1.5 万元/年	经营

该地区不属于商业地段，且在租赁前一直处于闲置状态，由于发行人与其约定租赁期限较长，故单位租赁价格略低于该物业周边租金水平，但仍处于周边可比租赁市场价格的区间范围内。上述租赁价格不存在显失公允的情形，交易金额较小，对公司的财务状况与经营成果不构成重大影响。

（3）公司向菩提医疗管理承租青岛市市北区一处物业

2019 年 2 月起，菩提医疗管理下属菩提健康门诊部将市北区华阳路 16 号甲 1 层房屋提供给百洋连锁作为药店使用，双方签订了《房屋租赁合同》，免租期为 2019 年 2 月 1 日至 2019 年 2 月 28 日，从 2019 年 3 月开始收取租金，年租金为 18.00 万元。该物业租赁具体情况如下表所示：

面积（㎡）	租赁时间	租赁价格	用途
120.00	2019 年 2 月-2024 月 2 月	18 万元/年	经营

该交易遵循了公允性原则，交易金额较小，对公司的财务状况与经营成果不构成重大影响。

（二）偶发性关联交易

1、关联担保情况

报告期内，发行人出于日常经营资金需求向银行贷款。根据银行要求，公司控股股东、实际控制人及其控制的企业对相关借款提供担保，具体情况如下：

单位：万元

序号	担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
1	百洋集团	2,379.53	2017-1-4	2018-1-3	是
2	百洋集团	5,000.00	2017-5-16	2018-5-11	是
3	百洋集团	2,630.69	2017-8-22	2018-8-21	是
4	付钢	10,000.00	2017-8-29	2018-8-27	是

序号	担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
5	付钢	5,000.00	2017-8-29	2018-8-29	是
6	付钢	1,000.00	2017-9-28	2018-9-25	是
7	付钢	1,000.00	2017-9-28	2018-9-25	是
8	付钢	1,000.00	2017-9-28	2018-9-25	是
9	付钢	1,000.00	2017-9-28	2018-9-25	是
10	付钢	500.00	2017-9-28	2018-9-25	是
11	付钢	1,000.00	2017-9-28	2018-9-25	是
12	付钢	1,500.00	2017-9-28	2018-9-25	是
13	百洋集团	9,989.78	2017-12-29	2018-12-28	是
14	百洋集团	2,379.53	2018-1-22	2019-1-21	是
15	百洋集团	5,000.00	2018-5-28	2019-5-22	是
16	付钢	900.00	2018-6-6	2019-6-6	是
17	付钢	900.00	2018-6-6	2019-6-6	是
18	付钢	200.00	2018-6-6	2019-6-6	是
19	付钢	4,000.00	2018-6-6	2019-6-6	是
20	付钢	2,000.00	2018-6-6	2019-6-6	是
21	百洋集团	2,630.69	2018-8-21	2019-8-20	是
22	付钢	10,000.00	2018-8-27	2019-8-27	是
23	付钢	5,500.00	2018-9-25	2019-9-16	是
24	百洋集团	3,000.00	2018-10-23	2019-5-22	是
25	付钢	2,460.00	2018-11-29	2019-11-28	是
26	百洋集团	9,989.78	2018-12-29	2019-12-28	是
27	百洋集团	2,379.53	2019-1-22	2020-1-21	是
28	付钢	2,000.00	2019-1-25	2019-7-25	是
29	百洋集团	95.46	2019-2-15	2019-8-15	是
30	付钢	2,300.00	2019-3-12	2020-3-12	是
31	付钢	2,540.00	2019-3-18	2020-3-14	是
32	付钢	710.00	2019-3-25	2019-6-25	是
33	百洋集团	383.42	2019-3-27	2019-6-27	是
34	百洋集团	9,522.24	2019-4-10	2020-2-10	是
35	付钢	1,500.00	2019-4-23	2020-4-23	是
36	付钢	570.00	2019-4-25	2019-7-25	是
37	付钢	500.00	2019-5-7	2020-5-7	是
38	付钢	1,430.00	2019-5-8	2019-11-8	是
39	百洋集团	8,000.00	2019-5-29	2020-5-26	是
40	百洋集团	4,000.00	2019-6-10	2020-6-9	是
41	付钢	2,000.00	2019-6-25	2020-6-25	是
42	付钢	5,000.00	2019-6-26	2020-6-26	是

序号	担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
43	付钢	4,000.00	2019-7-4	2022-7-4	否
44	百洋集团	1,000.00	2019-7-19	2020-7-17	是
45	付钢	1,485.00	2019-7-31	2020-7-31	是
46	付钢	2,000.00	2019-8-9	2020-8-9	是
47	付钢	4,000.00	2019-8-13	2020-8-12	是
48	百洋集团	2,630.69	2019-8-20	2020-8-20	是
49	付钢	2,000.00	2019-8-21	2020-8-20	是
50	付钢	2,000.00	2019-8-23	2020-8-23	是
51	百洋集团、付钢	14.10	2019-8-23	2020-8-23	是
52	百洋集团、付钢	1,752.30	2019-8-26	2020-8-26	是
53	百洋集团、付钢	259.91	2019-8-26	2020-8-26	是
54	百洋集团、付钢	906.88	2019-8-26	2020-8-26	是
55	百洋集团、付钢	66.80	2019-8-27	2020-8-27	是
56	付钢	3,000.00	2019-9-6	2020-9-6	是
57	付钢	2,500.00	2019-9-23	2020-9-23	是
58	付钢	900.00	2019-9-25	2020-9-25	是
59	付钢	687.00	2019-9-25	2020-9-25	是
60	付钢	715.00	2019-11-15	2020-11-25	是
61	付钢	900.00	2019-12-13	2020-12-13	是
62	付钢	660.82	2019-12-13	2020-12-13	是
63	百洋集团	9,989.78	2019-12-31	2020-12-31	是
64	百洋集团	2,379.53	2020-1-17	2023-1-17	否
65	百洋集团	10,000.00	2020-3-5	2020-6-5	是
66	付钢	1,300.00	2020-3-6	2022-8-28	否
67	百洋集团，付钢	900.00	2020-3-10	2024-3-5	否
68	百洋集团，付钢	478.36	2020-3-10	2024-3-5	否
69	百洋集团，付钢	3,113.57	2020-3-10	2024-3-5	否
70	百洋集团，付钢	898.83	2020-3-10	2024-3-5	否
71	百洋集团，付钢	4,204.24	2020-3-10	2024-3-5	否
72	百洋集团，	400.00	2020-3-10	2024-3-5	否

序号	担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
	付钢				
73	付钢	900.00	2020-3-13	2021-3-13	是
74	付钢	900.00	2020-3-13	2021-3-13	是
75	付钢	500.00	2020-3-13	2021-3-13	是
76	百洋集团，付钢	1,000.00	2020-3-17	2020-9-13	是
77	百洋集团，付钢	1,000.00	2020-3-17	2020-9-13	是
78	百洋集团，付钢	85.20	2020-3-17	2020-9-13	是
79	百洋集团，付钢	544.83	2020-3-17	2020-9-13	是
80	百洋集团，付钢	369.97	2020-3-17	2020-9-13	是
81	付钢	2,000.00	2020-3-27	2024-3-26	否
82	付钢	200.00	2020-4-10	2024-4-9	否
83	付钢	900.00	2020-4-24	2023-4-24	否
84	付钢	600.00	2020-4-24	2023-4-24	否
85	付钢	377.97	2020-4-28	2024-4-27	否
86	付钢	500.00	2020-5-9	2023-5-9	否
87	付钢	1,200.00	2020-5-13	2020-11-12	是
88	付钢	225.54	2020-5-13	2024-5-12	否
89	付钢	211.63	2020-5-20	2024-5-19	否
90	付钢	15,000.00	2020-5-22	2024-5-21	否
91	付钢	336.83	2020-6-17	2024-6-16	否
92	百洋集团	8,000.00	2020-6-19	2023-6-18	否
93	百洋集团	4,000.00	2020-6-22	2023-6-21	否
94	**付钢**	**362.25**	**2020-7-14**	**2024-7-13**	**否**
95	**付钢**	**267.00**	**2020-7-27**	**2023-7-23**	**否**
96	**付钢**	**254.00**	**2020-7-27**	**2023-7-23**	**否**
97	**付钢**	**231.08**	**2020-7-29**	**2024-7-28**	**否**
98	**付钢**	**54.69**	**2020-8-5**	**2024-8-4**	**否**
99	**付钢**	**3,485.00**	**2020-8-5**	**2023-8-5**	**否**
100	**付钢**	**6,000.00**	**2020-8-14**	**2023-8-14**	**否**
101	**百洋集团**	**2,630.69**	**2020-8-20**	**2023-8-20**	**否**
102	**付钢**	**4,000.00**	**2020-8-27**	**2023-8-27**	**否**
103	**付钢**	**1,252.56**	**2020-8-28**	**2020-11-28**	**是**
104	**付钢**	**3,000.00**	**2020-9-8**	**2023-9-8**	**否**
105	**百洋集团**	**300.00**	**2020-9-9**	**2023-9-3**	**否**

序号	担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已经履行完毕
106	付钢	1,000.00	2020-9-10	2023-9-10	否
107	付钢	1,000.00	2020-9-28	2023-9-28	否
108	付钢	1,243.03	2020-9-30	2023-3-30	否
109	百洋集团	500.00	2020-10-9	2023-9-3	否
110	百洋集团	200.00	2020-10-10	2023-9-3	否
111	付钢	2,662.65	2020-10-12	2023-1-10	否
112	付钢	829.62	2020-10-15	2023-1-15	否
113	付钢	1,389.09	2020-10-29	2023-4-29	否
114	百洋集团、付钢	2,000.00	2020-11-17	2023-11-17	否
115	付钢	994.32	2020-11-19	2023-2-17	否
116	付钢	200.00	2020-11-25	2023-11-25	否
117	付钢	960.00	2020-11-26	2023-11-24	否
118	付钢	2,480.00	2020-11-27	2023-5-26	否
119	百洋集团、付钢	2,000.00	2020-12-2	2023-12-2	否
120	付钢	348.11	2020-12-4	2023-3-4	否
121	付钢	5,000.00	2020-12-23	2023-12-23	否
122	付钢	1,185.65	2020-12-23	2023-3-23	否
123	百洋集团	9,989.78	2020-12-31	2023-12-31	否

报告期内，发行人为日常经营所需，向银行取得授信及短期借款，银行根据惯例要求，要求借款人提供担保等外部增信措施。在此背景下，公司控股股东、实际控制人对发行人相关借款提供担保。

由于发行人业务规模较大且资信良好，不需要控股股东、实际控制人提供担保等外部增信措施以降低融资成本、扩大授信额度，上述担保仅为满足银行短期借款要求，故发行人与关联方之间的互相担保未收取担保费。

2、知识产权转让情况

（1）2019年10月，百洋诚创签订了2份《商标转让声明书》，约定将注册号为34938222、36817399的两件商标转让给美国安士与发行人共有。截至本招股说明书签署之日，该等商标尚未全部转让完成。

（2）2019年10月，百洋诚创与美国安士共同签署3份《商标转让声明书》，约定将注册号为27248756、27257226、5831354的商标转让给美国安士与发行人

共有。截至本招股说明书签署之日，该等商标尚未全部转让完成。

（3）2019年11月，百洋诚创与百洋医药签订了《专利（申请）权转让合同》，约定百洋诚创将其所提交的中国专利申请第201903126029.8号（名称为标贴（小象钙维生素D咀嚼片））、第201930126039.1号（名称为药片（小象））、第201930126047.6号（名称为包装盒（碳酸钙D3片））、第201030510066.8号（名称为包装盒（维D钙咀嚼片商品名：迪巧））、第201730134075.3号（名称为保健品外包装）、第201830268319.1号（名称为包装盒（钙维生素D颗粒））、第201830268320.4号（名称为包装盒（钙维生素D颗粒内包））、第201930126446.2号（名称为包装盒（孕妇钙维生素D咀嚼片））、第201930126448.1号（名称为标贴（孕妇钙维生素D咀嚼片））、第201630321464.2号（名称为包装盒（百兰多7袋））、第201630321482.0号（名称为包装盒（百兰多15袋））、第201930126026.4号（名称为包装盒（小象钙维生素D咀嚼片））、第201930196838.6号（名称为包装盒（迪巧牌秀源女性片））的全部权利无偿转让给百洋医药。截至本招股说明书签署之日，该等专利权已完成转让。

（4）2020 年 1 月，百洋诚创与美国安士签署《商标转让声明书》，约定将注册号为 5831103 等 13 件商标转让给美国安士与发行人共有。截至本招股说明书签署之日，上述商标权已全部转让完成。

（5）2020 年 1 月，百洋诚创与美国安士签署《商标转让声明书》，约定将注册号为 5831348 等 39 件商标转让给美国安士与发行人共有。截至本招股说明书签署之日，上述商标权尚未全部转让完成。

（6）2020 年 1 月，百洋诚创签署《商标转让声明书》，约定将注册号为 36798141 等 21 件商标转让给发行人持有；将注册号为 12330599 等 8 件商标转让给美国安士与发行人共有。截至本招股说明书签署之日，上述商标权尚未全部转让完成。

（7）2020 年 4 月，百洋诚创与美国安士签署《商标转让声明书》，约定将注册号为 5831114 等 23 件商标转让给美国安士与发行人共有。截至本招股说明书签署之日，上述商标权尚未全部转让完成。

（8）2020 年 4 月，百洋诚创签署《商标转让声明书》，约定将注册号为 34499055 等 42 件商标转让给发行人持有。截至本招股说明书签署之日，上述商标权尚未全部转让完成。

（9）2020 年 1 月，百洋诚创与发行人签订 2 份《专利（申请）权转让合同》，约定将其提交的中国专利申请第 2019301260442 号（名称为标贴（碳酸钙 D3 片））、第 2019301968390 号（名称为标贴（迪巧牌秀源女性片））的全部权利转让给发行人。截至本招股说明书签署之日，该等专利权已转让完成。

（10）2020 年 4 月，百洋诚创与发行人签订 8 份《专利（申请）权转让合同》，约定将其提交的中国专利申请第 2015300339393 号（名称为黄色小儿钙片药盒）、第 2015300329279 号（名称为保健品外包装盒）、第 2015300330295 号（名称为包装盒（保健药绿色））、第 2015300321281 号（名称为包装盒（D-Cal 钙片））、第 2015300321898 号（名称为包装盒（黄色碳酸钙））、第 2015300275832 号（名称为绿色维 D 钙咀嚼片包装盒）、第 2015300276356 号（名称为保健品外包装盒）、第 2015300277043 号（名称为小儿碳酸钙 D3 颗粒包装盒）的全部权利转让给发行人。截至本招股说明书签署之日，该等专利权已转让完成。

（11）2020 年 4 月，百洋诚创与发行人签订 10 份《著作权转让合同》，约定将作品登记号为国作登字-2019-F-00796347（名称为迪巧牌秀源女性片设计图）、国作登字-2019-F-00754606（名称为 D-Cal 自由女神设计图）、国作登字-2019-F-00700126（名称为迪巧美国补钙专家设计图）、国作登字-2019-F-00701320（名称为 D-Cal 奔跑设计图）、国作登字-2018-F-00574233（名称为儿童维 D 钙设计图）、国作登字-2018-F-00560810（名称为碳酸钙 D3 设计图）、国作登字-2018-F-00560809（名称为维 D 钙设计图）、国作登字-2018-F-00449399（名称为超妈学院设计图）、国作登字-2018-A-00449401（名称为身高管家设计图）、国作登字-2016-F-00309757（名称为百兰多设计图）8 项作品的全部权利转让给发行人。自合同签订之日，该等作品著作权即完成转让。

（12）2020 年 5 月，百洋诚创与发行人签订《著作权转让合同》，约定将登记号为国作登字-2018-F-00633277（名称为迪巧小象设计图）的全部著作权转让给发行人。自合同签订之日，该作品著作权即完成转让。

（13）2020 年 6 月，百洋诚创与发行人签订 6 份《著作权转让合同》，约定将登记号为国作登字-2018-F-00673788（名称为小迪站立设计图）、国作登字-2018-F-00673785（名称为小迪飞翔设计图）、国作登字-2018-F-00673787（名称为小迪奔跑设计图）、2006-F-06346（名称为“巧博士头像”卡通图像标识）、2006-F-06347（名称为“拿书本的巧博士”卡通图形标识）、2006-F-06348（名称为“微笑的巧博士”卡通图形标识）的相关著作权转让给发行人。自合同签订之日，该等作品著作权即完成转让。

（三）关联方往来款项余额

1、应收账款

报告期各期末，公司对关联方应收账款余额情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
1	中山安士	1,552.40	7.76	613.00	3.07	1,018.00	5.09
2	陕西普禾	1,174.86	5.87	534.45	2.67	1,877.00	9.38
3	菩提医疗管理	3.88	-	5.72	-	1.84	-
4	百洋集团	32.52	-	14.15	-	370.51	-
5	黄海制药	-	-	0.23	0.00	0.42	0.00
6	北京育学园	2.95	0.01	7.17	0.04	-	-
7	百洋制药	0.48	-	-	-	-	-
8	菩提慧生	3.04	-	-	-	-	-
合计		2,770.13	13.65	1,174.73	5.77	3,267.77	14.48

报告期各期末，公司对各关联方应收账款余额主要为应收货款或应收服务款。

2018 年末至 2020 年末对中山安士应收账款为应收品牌服务款；2018 年末至 2020 年末对陕西普禾应收账款为产品货款；2018 年末对百洋集团应收账款主要为应收开封路 88 号 1 号楼办公楼租金。

2、其他应收款

报告期各期末，公司对关联方其他应收款项余额情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		余额	坏账准备	余额	坏账准备	余额	坏账准备
1	海慧物业	25.97	-	24.71	-	21.47	-
2	黄海制药	4.98	-	-	-	-	-
合计		30.95	-	24.71	-	21.47	-

报告期各期末，关联方其他应收款余额主要为对海慧物业的物业费押金。

3、应付账款

报告期各期末，公司对关联方应付款项余额情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1	中山安士	7,077.61	3,188.38	9,280.00
2	黄海制药	645.69	1,147.12	403.92
3	日美健药品	714.39	603.20	622.59
4	天津思享	371.86	185.33	339.33
5	上海典众	-	46.44	45.08
6	海慧物业	61.29	96.96	32.35
7	安士生物科技	0.05	47.46	-
8	北京思享	913.70	-	-
9	青岛承天上食餐饮管理有限公司	14.16	-	-
10	百洋制药	4.62	-	-
总计		9,803.36	5,314.88	10,723.28

报告期各期末，公司对关联方应付款项余额主要为应付采购款和应付服务款项。

4、其他应付款

报告期各期末，公司对关联方其他应付款项余额情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1	青岛承天上食餐饮管理有限公司	-	12.43	-
2	百洋制药	0.48	-	-

序号	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
总计		0.48	12.43	-

报告期各期末，公司对关联方其他应付款项余额主要为应付餐饮费款项。

5、应付票据

报告期各期末，公司对关联方应付票据余额情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
1	中山安士	5,000.00	14,522.24	10,600.00
合计		5,000.00	14,522.24	10,600.00

报告期各期末应付中山安士票据余额为未到期承兑汇票，用于采购迪巧系列产品。

十一、关联交易对公司财务状况与经营成果的影响

公司的经常性关联交易主要是购销商品、提供与接受服务、房屋租赁等；偶发性关联交易主要是公司与关联方之间的关联担保、资金拆借、股权转让等。公司关联交易按照市场化原则确定交易价格和交易条件，关联交易金额及占比较低，不影响本公司经营活动和财务状况的独立性。

十二、报告期内发行人关联交易履行的程序及独立董事意见

（一）关联交易履行程序情况

公司报告期发生的关联交易履行了《公司章程》规定的程序，在董事会、股东大会召开程序、表决方式、关联方回避等方面均符合国家法律法规、《公司章程》及《关联交易管理制度》的相关规定。2020 年 6 月，公司董事会及股东大会对公司报告期内整体的关联交易情况进行了进一步确认，具体如下：

2020 年 6 月 6 日，发行人召开第二届董事会第八次会议及第二届监事会第六次会议，审议通过了《关于确认公司报告期内关联交易公允性的议案》，对报告期内关联交易予以确认。

2020 年 6 月 18 日，发行人召开 2019 年度股东大会，审议通过了《关于预

计 2020 年度日常经营性关联交易的议案》，认为上述关联交易遵循了市场公允原则，定价合理，没有损害公司和非关联股东的利益。

2020 年 6 月 22 日，发行人召开 2020 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于确认公司报告期内关联交易公允性的议案》，认为 2017 年至 2019 年所产生的关联交易遵循市场经济规则，关联交易的价格公允，未损害发行人及其他股东的利益。

（二）独立董事对关联交易发表的意见

本公司独立董事核查了公司 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日发生的关联交易的有关资料，认为：公司及其子公司与公司关联方之间自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间存在的关联交易是公司因正常经营需要而发生的，符合公司利益，公司与关联方所进行的关联交易为正常的商业往来，遵循了平等、自愿、等价、有偿的原则，交易定价公允合理，符合市场规律和公司实际，并根据法律法规和《公司章程》的规定履行了相应的关联交易决策程序，不会对公司的经营产生不利影响，不会损害公司及股东的利益，也不会构成对公司独立运行的影响。

本公司独立董事核查了公司对于 2020 年度日常经营性关联交易的预估，认为上述关联交易均是因公司生产经营过程中与关联方产生的正常业务往来而发生，有利于公司拓展业务、增加业务收入，关联交易定价原则客观公允，没有损害公司和非关联股东的利益，不存在影响公司独立性及规范运作的问题。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据和相关的分析说明反映了公司报告期内经审计的财务状况、经营成果和现金流量情况。引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经立信所的财务报告。投资者欲对公司进行更详细的了解公司财务状况、经营成果和现金流量情况，请阅读本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

一、审计意见

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司报告期内的财务报表进行了审计，包括 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 12 月 31 日合并及母公司资产负债表，2018 年度、2019 年度及 2020 年度合并及母公司利润表、现金流量表、所有者权益变动表及财务报表附注，并出具了“信会师报字[2021]第 ZG10372 号”标准无保留意见的审计报告。

立信所认为，公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日及 2020 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以 2018 年度、2019 年度及 2020 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

二、与财务会计信息相关的重大事项的判断标准

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，本公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响本公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断项目金额大小的重要性时，公司根据税前利润的 5%确定重要性水平。

三、对发行人未来经营能力或财务状况可能产生影响的重要因素

（一）影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

公司是专业的医药产品商业化平台，主营业务为优质品牌医药产品提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，为品牌医药生产企业提供产品营销的综合解决方案。

报告期内，影响公司收入的主要因素如下：

（1）行业政策的影响

国家医疗制度改是影响医药行业厂商经营的重要因素，相关行业政策的实施对公司的收入规模和收入结构具有重要影响。

报告期内，对公司收入具有重要影响的行业政策情况如下：

①“两票制”政策

2017 年 2 月 9 日，国务院办公厅下发了《国务院办公厅关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》（国办发〔2017〕13 号），推行药品购销“两票制”，综合医改试点省（区、市）和公立医院改革试点城市要率先推行“两票制”，鼓励其他地区实行“两票制”。

对公司的品牌运营业务，受“两票制”政策的影响，部分产品的销售模式从医药生产厂商销售至公司、再由公司销售至配送商、配送商销售至医院的方式，变更为药品厂商直接销售至配送商、再由配送商销售至医院，同时医药生产厂商向公司支付服务费。上述销售模式的变化，导致了在部分区域公司销售产品收入规模下降，服务费收入上升；

具体而言，对部分业务，发行人原有推广产品对应的购销差价利润空间改成收取服务费的形式实现，发行人整体利润空间基本不变，其本质仍为发行人专业

品牌运营服务的报酬。具体如下表所示：

项目	“两票制”前	“两票制”后
发行人、供应商、配送商的合作模式	发行人从品牌供应商采购产品，下游配送商根据终端公立医疗机构的订单需求从发行人采购产品	下游配送商根据终端公立医疗机构的订单需求，通知发行人向品牌供应商下达销售订单，由品牌供应商直接向配送商发货，发行人敦促双方及时发货及回款
发行人主要职责	1、消费者教育、产品学术推广、营销策划、渠道管理等 2、产品发货至配送商	消费者教育、产品学术推广、营销策划、渠道管理等
发行人收入实现方式	产品销售收入、服务费收入，服务费收入比例相对较少	产品销售收入、服务费收入，服务费收入比例相对较多

对公司的批发配送业务，受“两票制”政策的影响，部分规模较小、不具有核心竞争力的医药批发配送商由于难以获得上游医药生产厂商的认可，在流通渠道层级受到压缩的情况下，逐步退出了行业竞争。公司作为山东省境内最具有核心竞争力的医药批发配送厂商之一，在“两票制”的影响下，占领了更多的市场份额，批发配送收入逐年增长。

②“取消药品加成”政策

根据《国务院办公厅关于城市公立医院综合改革试点的指导意见》（国办发[2015]038 号），我国将破除以药补医机制，试点城市所有公立医院推进医药分开，积极探索多种有效方式改革以药补医机制，取消药品加成（中药饮片除外）。

“取消药品加成”政策旨在降低医院销售药品份额，促使医药销售从医院渠道流向零售渠道，提升了零售渠道对品牌运营的需求。公司深耕零售市场多年，积累了丰富的渠道资源和推广经验，受上述政策影响，2017 年度，公司和武田制药达成在全国范围内零售渠道的品牌运营合作；2019 年度，公司和迈蓝制药、安斯泰来达成在全国范围内零售渠道的品牌运营合作。2020 年度，公司运营上述三个厂商的产品收入为 **53,309.48 万元**，是公司品牌运营业务收入增长的重要原因之一。

（2）批发配送业务开展状况

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司批发配送业务的收入分别为 176,100.64 万元、261,330.07 万元和 **337,057.95 万元**，批发配送收入大幅增长是公司主营业务收入增长的主要原因。

公司批发配送业务规模增长的主要原因包括：

其一，公司积极开拓上游厂商资源。报告期内，公司和三生国建、西安杨森、费森尤斯卡比、杰特贝林、阿斯利康等知名医药生产厂商建立了合作关系或者大幅提升了业务合作规模，导致了公司批发配送业务规模的大幅提升；

其二、受“两票制”政策的影响，部分规模较小、不具有核心竞争力的医药批发配送商由于难以获得上游医药生产厂商的认可，在流通渠道层级受到压缩的情况下，逐步退出了行业竞争。公司作为山东省境内最具有核心竞争力的医药批发配送厂商之一，占领了更多的市场份额，批发配送收入逐年增长；

其三，公司积极发挥在零售渠道积累的客户资源，增加和零售药店客户的合作规模。2018 年度，公司批发配送业务面向零售药店销售收入为 6,926.70 万元，2020 年度增长至 **54,665.13 万元**，销售规模大幅增长；

其四，公司通过并购方式扩张了批发配送业务。2017 年 12 月，公司收购北京万维；2019 年 2 月，公司收购江西贝瓦。2020 年度，北京万维实现收入 **35,558.66 万元**，江西贝瓦实现收入 **18,132.20 万元**，促进了公司批发配送业务规模的提升。

（3）运营品牌的数量

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司品牌运营业务的收入分别为 167,126.31 万元、199,404.24 万元和 **216,634.19 万元**，占公司主营业务收入比例分别为 45.94%、41.24%和 **36.94%**，是公司主营业务收入的重要组成部分。

运营品牌数量的增加是导致品牌运营业务收入增长的主要原因。报告期内，公司新增运营武田系列产品、迈蓝系列产品及哈乐系列产品等，2019 年度、2020 年度上述三个系列的收入分别为 30,329.63 万元和 **53,309.48 万元**，是公司品牌运营业务收入增长的重要原因之一。

2、影响公司成本的主要因素

公司主要提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，不从事生产环节，影响公司成本的主要因素为产品采购成本。影响公司成本的因素包括：

（1）业务规模

报告期内，公司营业成本变动的主要原因系由于公司经营规模的不断增长，导致了采购成本的提升。2020 年度，公司主营业务收入为 **586,413.58 万元**，较 2018 年度增长 **61.19%**；2020 年度，公司主营业务成本为 **440,136.49 万元**，较 2018 年度增长 **79.68%万**。随着发行人经营规模的扩大，公司营业成本相应上升。

（2）“集中采购”政策

2019 年 1 月 1 日，国务院办公厅制定《国家组织药品集中采购和使用试点方案》（国办发〔2019〕2 号），指出：国家拟定基本政策、范围和要求，组织试点地区形成联盟，以联盟地区公立医疗机构为集中采购主体，探索跨区域联盟集中带量采购、以量换价、招采合一，保证使用。通过招标、议价、谈判等不同形式确定的集中采购品种。

随着“集中采购”政策的施行，对纳入集中采购的药品，其产品价格通常会有所调整（产品单价通常会有所下降），因此导致公司营业成本的变化。

3、影响公司费用的主要因素

公司的期间费用包括销售费用、管理费用和财务费用。2018 年度至 2020 年度，公司期间费用合计分别为 86,415.72 万元、103,288.80 万元和 **106,843.49 万元**，其中销售费用占比分别为 83.28%、80.65%和 **81.67%**，销售费用系公司费用的主要组成部分。

公司的销售费用主要为市场宣传推广费用及职工薪酬。2018 年度至 2020 年度，销售费用中的市场宣传推广费用与职工薪酬合计分别为 62,656.43 万元、73,316.51 万元和 **77,588.29 万元**，占销售费用的比例分别为 87.07%、88.02%和 **88.92%**，系影响销售费用的主要因素。

市场宣传推广费及职工薪酬受发行人所处发展阶段、经营发展需要、业务规模、行业工资水平等因素的综合影响。

4、影响公司利润的主要因素

影响公司利润的主要因素为营业毛利和期间费用，影响毛利的主要因素为营业收入和毛利率水平。

影响公司毛利率水平的主要因素系公司的收入结构。由于业务性质不同，批发配送业务毛利率通常低于品牌运营业务。报告期内发行人批发配送业务收入增长率高于品牌运营业务，导致综合毛利率有所下降。

（二）对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

对公司具有核心意义的指标为：公司运营品牌的数量和规模。

品牌运营业务是公司的核心业务。报告期内，品牌运营业务的毛利额占比超过 70%，系公司的主要利润来源。品牌运营业务的变动对公司业绩变动具有较强预示作用。

影响品牌运营业务开展的核心指标系公司运营品牌的数量。2017 年度，公司开始运营武田系列产品；2019 年度，公司开始运营迈蓝系列及哈乐系列产品。运营品牌数量的增加，导致了公司收入规模和利润水平的提升。

品牌运营业务需要和医药生产厂商建立密切的合作关系，取得品牌运营资格具有一定的壁垒。运营优质医药品牌对公司整体业绩的提升具有促进作用，而一旦丢失相关产品的品牌运营资格，也将会对公司的整体业务具有负面影响。

因此，公司运营品牌的数量，尤其是具有市场知名度、市场认可度较高的品牌数量，对公司的业绩变动具有较强预示作用。

四、发行人最近三年主要财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产：			
货币资金	**1,107,175,851.85**	1,162,845,896.29	785,234,008.39
应收票据	**-**	-	20,826,482.06
交易性金融资产	**34,895,941.56**	-	-
应收账款	**1,557,572,711.63**	1,179,816,588.91	881,473,706.86
应收款项融资	**68,756,766.25**	26,705,868.65	
预付款项	**90,747,083.74**	76,939,117.21	72,729,799.09
其他应收款	**42,975,726.77**	31,007,591.36	34,393,693.25
存货	**610,349,995.45**	487,130,907.41	331,705,150.93
其他流动资产	**28,836,339.60**	16,780,175.72	30,005,212.58
流动资产合计	**3,541,310,416.85**	**2,981,226,145.55**	**2,156,368,053.16**
非流动资产：			
可供出售金融资产	**-**	-	5,549,828.12
长期股权投资	**125,673,980.82**	118,244,152.16	102,611,881.05
其他权益工具投资	**7,023,079.46**	5,700,504.94	-
投资性房地产	**66,771,827.51**	69,513,982.99	62,953,198.88
固定资产	**170,713,706.35**	173,581,602.92	179,216,209.40
无形资产	**31,061,324.48**	32,783,775.94	36,906,956.65
商誉	**5,964,686.58**	5,931,236.69	5,931,236.69
长期待摊费用	**5,178,942.98**	6,154,183.72	9,323,726.91
递延所得税资产	**38,220,797.81**	36,639,723.08	45,349,843.14
其他非流动资产	**8,943,396.23**	297,087.38	22,818,819.72
非流动资产合计	**459,551,742.22**	**448,846,249.82**	**470,661,700.56**
资产总计	**4,000,862,159.07**	**3,430,072,395.37**	**2,627,029,753.72**
流动负债：			
短期借款	**1,349,959,296.29**	1,162,747,462.67	594,344,359.41
应付票据	**132,843,677.59**	185,222,400.00	110,316,350.23
应付账款	**710,044,321.35**	571,160,215.56	462,683,504.25
预收款项	**-**	66,810,233.14	72,613,129.75
合同负债	**109,339,233.96**	-	-
应付职工薪酬	**60,455,161.17**	50,745,194.67	42,109,794.43
应交税费	**47,974,038.79**	39,426,821.05	47,427,311.38
其他应付款	**73,683,443.86**	44,320,365.06	29,415,198.03
一年内到期的非流动负债	**-**	-	178,443,200.00
其他流动负债	**12,897,760.53**	-	-
流动负债合计	**2,497,196,933.54**	**2,120,432,692.15**	**1,537,352,847.48**
非流动负债：			

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
长期借款	-	-	-
递延所得税负债	4,942,234.42	4,166,989.07	4,715,485.61
非流动负债合计	**4,942,234.42**	**4,166,989.07**	**4,715,485.61**
负债合计	**2,502,139,167.96**	**2,124,599,681.22**	**1,542,068,333.09**
所有者权益：			
股本	472,500,000.00	472,500,000.00	472,500,000.00
资本公积	208,205,508.53	201,451,698.88	204,904,957.85
其他综合收益	1,000,862.76	-465,141.24	302,096.96
盈余公积	93,134,176.37	70,037,587.00	53,985,024.25
未分配利润	697,055,782.35	537,216,527.47	343,397,909.37
归属于母公司股东权益合计	1,471,896,330.01	1,280,740,672.11	1,075,089,988.43
少数股东权益	26,826,661.10	24,732,042.04	9,871,432.20
股东权益合计	**1,498,722,991.11**	**1,305,472,714.15**	**1,084,961,420.63**
负债及股东权益总计	**4,000,862,159.07**	**3,430,072,395.37**	**2,627,029,753.72**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业总收入	**5,879,322,863.17**	**4,848,663,511.82**	**3,652,461,658.71**
其中：营业收入	5,879,322,863.17	4,848,663,511.82	3,652,461,658.71
二、营业总成本	**5,501,545,733.38**	**4,555,972,368.56**	**3,343,513,427.63**
其中：营业成本	4,406,003,327.60	3,497,676,502.08	2,453,621,831.72
税金及附加	27,107,522.11	25,407,827.30	25,734,421.55
销售费用	872,553,121.48	832,985,714.10	719,642,632.30
管理费用	140,588,177.39	150,560,795.52	104,464,994.98
财务费用	55,293,584.80	49,341,529.56	40,049,547.08
其中：利息费用	62,244,568.65	55,961,505.98	38,635,750.02
利息收入	13,346,722.82	12,417,466.54	5,351,830.86
加：其他收益	2,954,940.63	2,031,335.50	119,988.15
投资收益	4,629,833.71	9,243,463.04	9,345,630.08
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	10,644,592.07	10,635,963.52	7,314,582.64
公允价值变动收益	4,210,441.56	-	-
信用减值损失	-12,741,571.63	-6,810,918.60	-
资产减值损失	-9,311,980.63	-1,146,490.27	-4,194,372.85
资产处置收益	483,660.49	44,162.84	-24,906.24
三、营业利润	**368,002,453.92**	**296,052,695.77**	**314,194,570.22**

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
加：营业外收入	**13,079,437.32**	9,265,796.97	28,653,555.55
减：营业外支出	**10,194,580.80**	12,840,667.84	4,429,557.61
四、利润总额	**370,887,310.44**	**292,477,824.90**	**338,418,568.16**
减：所得税费用	**93,662,592.72**	81,511,693.57	82,521,520.24
五、净利润	**277,224,717.72**	**210,966,131.33**	**255,897,047.92**
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润	**277,224,717.72**	210,966,131.33	255,897,047.92
2.终止经营净利润	**-**	-	-
（二）按所有权归属分类：			
归属于母公司股东的净利润	**272,710,844.25**	209,871,180.85	258,104,273.27
少数股东损益	**4,513,873.47**	1,094,950.48	-2,207,225.35
六、其他综合收益的税后净额	**2,922,347.11**	**-1,062,590.61**	**-724,937.96**
（一）归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	**1,466,004.00**	-767,238.20	-434,097.95
1.不能重分类进损益的其他综合收益	**505,884.75**	57,633.88	-
2.将重分类进损益的其他综合收益	**960,119.25**	-824,872.08	-434,097.95
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	**1,456,343.11**	-295,352.41	-290,840.01
七、综合收益总额	**280,147,064.83**	**209,903,540.72**	**255,172,109.96**
（一）归属于母公司股东的综合收益总额	**274,176,848.25**	209,103,942.65	257,670,175.32
（二）归属于少数股东的综合收益总额	**5,970,216.58**	799,598.07	-2,498,065.36
八、每股收益			
基本每股收益（元）	**0.58**	0.44	0.55
稀释每股收益（元）	**0.58**	0.44	0.55

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	**5,942,194,710.31**	4,917,118,351.42	3,815,547,084.37
收到其他与经营活动有关的现金	**59,194,014.46**	78,926,226.36	35,519,748.91
经营活动现金流入小计	**6,001,388,724.77**	**4,996,044,577.78**	**3,851,066,833.28**
购买商品、接受劳务支付的现金	**4,793,571,061.13**	3,608,636,864.79	2,700,620,964.10

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
支付给职工以及为职工支付的现金	339,395,240.64	325,297,511.55	276,930,165.54
支付的各项税费	302,892,446.68	277,658,846.75	280,468,261.24
支付其他与经营活动有关的现金	682,364,514.35	741,460,413.26	540,341,879.29
经营活动现金流出小计	**6,118,223,262.80**	**4,953,053,636.35**	**3,798,361,270.17**
经营活动产生的现金流量净额	**-116,834,538.03**	**42,990,941.43**	**52,705,563.11**
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	553,326,600.00	356,461,430.00	1,438,582,315.00
取得投资收益所收到的现金	3,478,556.37	2,969,992.37	2,797,992.23
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	349,789.97	29,834.66	-
收到的其他与投资活动有关的现金	735,735.10	625,845.78	-
投资活动现金流入小计	**557,890,681.44**	**360,087,102.81**	**1,441,380,307.23**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	16,352,452.12	2,954,406.09	15,739,300.79
投资支付的现金	584,165,527.50	353,461,430.00	1,467,992,315.00
支付的其他与投资活动有关的现金	-	10.00	24,828,988.90
投资活动现金流出小计	**600,517,979.62**	**356,415,846.09**	**1,508,560,604.69**
投资活动产生的现金流量净额	**-42,627,298.18**	**3,671,256.72**	**-67,180,297.46**
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	1,000,000.00
取得借款收到的现金	1,416,610,000.00	1,259,151,050.00	716,926,054.43
收到其他与筹资活动有关的现金	255,698,067.46	10,893,917.59	42,130,955.75
筹资活动现金流入小计	**1,672,308,067.46**	**1,270,044,967.59**	**760,057,010.18**
偿还债务支付的现金	1,191,246,720.67	873,807,886.74	655,552,873.33
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	149,914,866.61	50,200,806.86	164,131,925.23
支付其他与筹资活动有关的现金	25,335,500.00	106,745,197.52	40,128,957.42
筹资活动现金流出小计	**1,366,497,087.28**	**1,030,753,891.12**	**859,813,755.98**
筹资活动产生的现金流量净额	**305,810,980.18**	**239,291,076.47**	**-99,756,745.80**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-1,082,635.83**	**582,346.59**	**-1,176,527.22**
五、现金及现金等价物净增加额	**145,266,508.14**	**286,535,621.21**	**-115,408,007.37**
加：年初现金及现金等价物余额	802,079,531.56	515,543,910.35	630,951,917.72
六、期末现金及现金等价物余额	**947,346,039.70**	**802,079,531.56**	**515,543,910.35**

五、会计报表编制基准和合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部于 2006 年 2 月 15 日及以后期间颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的披露规定并基于以下所述重要会计政策、会计估计编制财务报表。

2、持续经营

公司自本报告期末至少 12 个月内具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项

（二）合并财务报表的编制方法

1、合并范围的确定原则

公司将拥有实际控制权的子公司和特殊目的主体纳入合并财务报表范围。

2、合并报表采用的会计方法

公司合并会计报表的编制方法为按照《企业会计准则第 33 号－合并财务报表》的要求，以母公司和纳入合并范围的子公司的个别会计报表及其他相关资料为依据，在抵销母公司与子公司、子公司相互间的债权与债务项目、内部销售收入和未实现的内部销售利润等项目，以及母公司对子公司权益性资本投资项目的数额与子公司所有者权益中母公司所持有的份额的基础上，合并各报表项目数额编制。少数股东权益、少数股东损益在合并报表中单独列示。子公司的主要会计政策按照母公司统一选用的会计政策确定，子公司与公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

3、少数股东权益和损益的列报

子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目

下以“少数股东损益”项列示。

子公司所有者权益中属于少数股东权益的份额，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“少数股东权益”项目列示。

4、当期增加减少子公司的合并报表处理

对于同一控制下企业合并增加的子公司，视同该企业合并于合并当期的年初已经发生，从合并当期的年初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表；对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整。

在报告期内，处置子公司，将该子公司期初至处置日的收入、成本、费用、利润纳入合并利润表。

（三）报告期内合并报表范围

报告期内，公司被纳入合并范围的子公司包括：

序号	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	珠海安士[1]	**-**	-	合并
2	百洋连锁	**合并**	合并	合并
3	上海大药房[2]	**合并**	合并	合并
4	莒南药房[3]	**合并**	合并	合并
6	香港威坦因	**合并**	合并	合并
7	香港慧康	**合并**	合并	合并
8	美国纽特舒玛	**合并**	合并	合并
10	青岛纽特舒玛	**合并**	合并	合并
11	百洋集团有限（HK）	**合并**	合并	合并
12	北京承善堂	**合并**	合并	合并
13	青岛承善堂	**合并**	合并	合并
14	健康产业	**合并**	合并	合并
15	海外商贸	**合并**	合并	合并
16	承德柏健	**合并**	合并	合并
17	青岛东源[4]	**合并**	合并	合并
18	健康科技	**合并**	合并	合并
19	乐葆健康	**合并**	合并	合并
20	北京万维	**合并**	合并	合并

序号	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
21	易康药房[5]	-	-	合并
22	汇康药房	**合并**	合并	合并
23	康健电商	**合并**	合并	合并
24	百洋物流	**合并**	合并	合并
25	百洋盛汇	**合并**	合并	合并
26	青岛联瀚	**合并**	合并	合并
27	江西贝瓦	**合并**	合并	-
28	天津百洋	**合并**	-	-
29	天津百洋医疗	**合并**	-	-
30	山东百洋	**合并**	-	-
31	**萌驼慧选**	**合并**	**-**	**-**
32	**北京百洋**	**合并**	**-**	**-**

注 1：珠海安士系由公司于 2006 年 3 月受让原股东王程远持有珠海安士 51%股权，以 255 万元价格转让给百洋医药，2006 年 4 月完成工商登记，纳入百洋医药合并范围；2018 年 2 月，百洋医药与徐清波签订股权转让协议，将其持有珠海安士 51%股权以 2018 年 1 月 31 日公司净资产份额 297.6 万元转让给徐清波，同月完成工商变更，自 2018 年 2 月起珠海安士不再纳入合并范围。

注 2：上海大药房系由百洋连锁于 2011 年 11 月设立，于 2019 年 2 月 11 日注销。

注 3：莒南药房于 2020 年 10 月注销。

注 4：青岛东源曾用名为青岛菩提医用材料有限公司，于 2017 年 6 月 6 日更名为青岛东源生物科技有限公司。

注 5：易康药房于 2018 年 8 月 2 日注销。

（四）报告期内合并范围的变化情况

1、设立或投资子公司

报告期内，公司通过设立或投资方式取得了 8 家控股子公司，具体情况如下所示：

序号	公司名称	设立或投资时间
1	康健电商	2018.1
2	百洋物流	2018.3
3	百洋盛汇	2018.11
4	青岛联瀚	2018.11
5	山东百洋	2020.5
6	天津百洋医疗	2020.5
7	**萌驼慧选**	**2020.10**
8	**北京百洋**	**2020.11**

2、非同一控制下企业合并

报告期内，公司通过非同一控制下合并新增了 2 家控股子公司，具体情况如下所示：

序号	公司名称	合并时间
1	江西贝瓦	2019.2
2	天津百洋	2020.3

3、处置子公司

报告期内，公司合计处置了 1 家控股子公司，具体情况如下所示：

序号	公司名称	处置时间
1	珠海安士	2018.2

六、主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了报告期公司的财务状况、经营成果、现金流量等有关信息。

（二）会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。

本次申报期间为 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

（三）营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

（四）记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的企业合并

合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下的企业合并

购买方在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（七）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（八）外币业务和外币财务报表折算

1、外币交易

外币业务采用交易发生日的即期汇率或与交易发生日即期汇率近似的汇率（通常指中国人民银行公布的当日外汇牌价的中间价，下同）。作为折算汇率将

外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

2、外币财务报表的折算方法

资产负债表中的所有资产、负债类项目均按照资产负债表日国家外汇市场汇率中间价折算为人民币金额；股东权益类项目除“未分配利润”项目外，均按发生时的国家外汇市场汇率中间价折算为人民币金额；“未分配利润”项目以折算后的利润分配表中该项目的人民币金额列示。折算后资产类项目与负债类项目和股东权益项目合计数的差额，作为“外币报表折算差额”在合并资产负债表中所有者权益项目下“其他综合收益”项目列示。

利润表中所有项目和所有者权益变动表中有关反映发生数的项目采用平均汇率折算为人民币金额；所有者权益变动表中“年初未分配利润”项目以上一年折算后的年末“未分配利润”项目的金额列示；“未分配利润”项目按折算后的所有者权益变动表中的其他各项目的金额计算列示。

外币现金流量采用现金流量发生日中国人民银行授权中国外汇交易中心公布的中间价折算。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。

（九）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

（1）自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

业务模式是以收取合同现金流量为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以摊余成本计量的金融资产；业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）；除此之外的其他金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

对于非交易性权益工具投资，本公司在初始确认时确定是否将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。此外，在初始确认时，为了消除或显著减少会计错配，将部分金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。对于此类金融资产，本公司采用公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

①该项指定能够消除或显著减少会计错配。

②根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

③该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

（2）2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

①以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损

益。终止确认时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

⑤以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。终止确认时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

⑥以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据及应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

（2）2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

②持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收

益。

③应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

④可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

⑤其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

（十）金融资产减值

1、自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

本公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。预期信用损失的计量取决于金融资产自初始确认后是否发生信用风险显著增加。

本公司需确认减值损失的金融资产系以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款，主要包括应收票据、应收账款、其他应收款、债权投资、其他债权投资、长期应收款等。此外，对合同资产及部分财务担保合同，也应按照本部分所述会计政策计提减值准备和确认信用减值损失。

（1）减值准备的确认方法

本公司以预期信用损失为基础，对上述各项目按照其适用的预期信用损失计量方法计提减值准备并确认信用减值损失。

信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

预期信用损失计量的一般方法是指，本公司在每个资产负债表日评估金融资产（含合同资产等其他适用项目，下同）的信用风险自初始确认后是否已经显著增加，如果信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，本公司按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。本公司在评估预期信用损失时，考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，选择按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

（2）信用风险自初始确认后是否显著增加的判断标准

如果某项金融资产在资产负债表日确定的预计存续期内的违约概率显著高于在初始确认时确定的预计存续期内的违约概率，则表明该项金融资产的信用风险显著增加。除特殊情况外，本公司采用未来 12 个月内发生的违约风险的变化作为整个存续期内发生违约风险变化的合理估计，来确定自初始确认后信用风险

是否显著增加。

（3）以组合为基础评估预期信用风险的组合方法

本公司对于信用风险显著不同具备以下特征的应收票据、应收账款和其他应收款单项评价信用风险。如：应收关联方款项；与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收票据和应收款项等。

除了单项评估信用风险的金融资产外，本公司基于共同风险特征将金融资产划分为不同的组别，在组合的基础上评估信用风险。

（4）金融资产减值的会计处理方法

年末，本公司计算各类金融资产的预计信用损失，如果该预计信用损失大于其当前减值准备的账面金额，将其差额确认为减值损失；如果小于当前减值准备的账面金额，则将差额确认为减值利得。

（5）金融资产信用损失的确定方法

单项评估信用风险的金融资产，本公司选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

本公司对单项评估未发生信用减值的金融资产，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

①信用风险特征组合的确定依据

项目	确定组合的依据
组合 A（账龄组合）	除已单独计量损失准备的应收账款和其他应收款外，本集团根据以前年度与之相同或相类似的、按账龄段划分的具有类似信用风险特征的应收账款组合的预期信用损失为基础，考虑前瞻性信息，确定损失准备
组合 B（押金保证金组合）	日常经常活动中应收取的各类押金、保证金等其他应收款
组合 C（信用风险极低的金融资产组合）	根据预期信用损失测算，信用风险极低的应收票据和应收利息、应收股利等其他应收款。

账龄段分析均基于其入账日期来进行。

②按组合方式实施信用风险评估时，根据金融资产组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力），结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息，以预计存续期基础计量其预期信用损失，确认金融资产的损失准备。

不同组合计量损失准备的计提方法：

项目	计提方法
组合 A（账龄组合）	预计存续期
组合 B（押金保证金组合）	预计存续期
组合 C（信用风险极低的金融资产组合）	预计存续期

③各组合预期信用损失率如下列示：

组合 A（账龄组合）：预期信用损失率

账龄	应收账款预期信用损失率（%）	其他应收款预期信用损失率（%）
1 年内	0.5	0.5
1-2 年	10	10
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

组合 B（押金保证金组合）：结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息，预期信用损失率为 0；

组合 C（信用风险极低的金融资产组合）：结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息，预期信用损失率为 0。

2、自 2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

（1）可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售权益工具投资的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原

直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（2）应收款项坏账准备：

①单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的应收款项是指单项金额超过 1,000.00 万的应收账款和单项金额超过 1,000.00 万的其他应收款。

期末对于单项金额重大的应收款项运用个别认定法来评估资产减值损失，单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，则将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。可收回金额是通过对其未来现金流量（不包括尚未发生的信用损失）按原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（扣除预计处置费用等）。

②按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

确定组合的依据：

组合名称	组合依据	按组合计提坏账准备的计提方法
组合 A：账龄组合	对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。	账龄分析法
组合 B：押金保证金组合	经评估信用风险极低，单独进行减值测试，测试后未减值的不计提坏账准备；有客观证据表明可能发生了减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。	个别认定法
组合 C：控股股东、实际控制人及其控	对与控股股东、实际控制人及其控制的企业以及合并范围内关联方之间形成的应收款项单独进	个别认定法

组合名称	组合依据	按组合计提坏账准备的计提方法
制的企业以及合并范围内关联方应收款项组合	行减值测试，测试后未减值的不计提坏账准备；测试后有客观证据表明可能发生了减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。	

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款预期计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年内	0.5	0.5
1-2 年	10	10
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

③单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

期末对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备，如：与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项、已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等。

④应收票据和预付账款计提方法如下

对应收票据和预付款项，公司单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据未来现金流量现值低于其账面价值的差额确认为减值损失，计提减值准备。

⑤应收款项计提坏账准备后，有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的坏账准备应当予以转回，计入当期损益。

（3）持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（十一）存货

1、存货分类：原材料、库存商品、委托代销商品和周转材料等。

2、存货的核算：购入存货按实际成本入账，发出时的成本采用加权平均法核算。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法：本公司于每年中期期末及期末在对存货进行全面盘点的基础上，对遭受损失，全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本的存货，根据存货成本与可变现净值孰低计量。

存货跌价准备按单个存货项目的成本与可变现净值计量，但如果某些存货与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量，可以合并计量成本与可变现净值；对于数量繁多、单价较低的存货，可以按照存货类别计量成本与可变现净值。

可直接用于出售的存货，其可变现净值按该等存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定；用于生产而持有的存货，其可变现净值按所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算；企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为基础计算。对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。

其中库存商品的具体确定依据：

类别	计提存货跌价准备的具体依据	报告期内转回或转销存货跌价准备的原因
库存商品	对于有效期小于 180 天的库存商品全额计提减值准备	存货对外销售或退回至药厂或批准报废

4、存货的盘存制度：采用永续盘存制。

5、周转材料的摊销方法：采用一次转销法摊销。

（十二）持有待售

公司在存在同时满足下列条件的非流动资产或处置组时划分为持有待售类别：

1、根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；

2、出售极可能发生，即公司已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。有关规定要求公司相关权力机构或者监管部门批准后方可出售的，已经获得批准。

（十三）合同资产

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

1、合同资产的确认方法及标准

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

2、合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见“（十）金融资产减值”中新金融工具准则下有关应收账款的会计处理。

（十四）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量时，以公允价值为基础计量。如换入资产和换出资产的公允价值均能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入的长期股权投资的初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。非货币性资产交换不具有商业实质，或换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于该资产的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资

损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后

的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

（十五）投资性房地产

1、投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物。

2、公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产（出租用建筑物）采用与公司固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策；对存在减值迹象的，估计其可收回金额，可收回金额低于其账面价值的，确认相应的减值损失。

公司投资性房地产的预计使用寿命、净残值率及年折旧率列示如下：

资产类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	30	5	3.17
房屋建筑物附着物	10	5	9.50
房屋建筑物装修费	5	-	20.00
土地使用权	产权证年限	-	2.13

（十六）固定资产

1、固定资产确认条件

同时满足与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业和该固定资产的成本能够可靠地计量条件的，为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

2、固定资产分类

房屋建筑物、机器设备、运输设备、电子设备及办公设备。

3、固定资产计价

（1）外购及自行建造的固定资产按实际成本计价，购建成本由该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。以一笔款项购入多项没有单独标价

的固定资产，按照各项固定资产公允价值比例对总成本进行分配，分别确定各项固定资产的成本。

（2）投资者投入固定资产的成本，按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

（3）通过非货币性资产交换（该项交换具有商业实质）取得的固定资产，其成本以该项固定资产的公允价值和应支付的相关税费作为入账成本。

（4）以债务重组取得的固定资产，对接受的固定资产按其公允价值入账。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

公司与租赁方所签订的租赁协议条款中规定了下列条件之一的，确认为融资租入资产：（1）租赁期满后租赁资产的所有权归属于公司；（2）公司具有购买资产的选择权，购买价款远低于行使选择权时该资产的公允价值；（3）租赁期占所租赁资产使用寿命的大部分；（4）租赁开始日的最低租赁付款额现值，与该资产的公允价值不存在较大的差异。

公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费。

5、各类固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

固定资产折旧采用直线法平均计算，并按各类固定资产的原值和估计的经济

使用年限扣除残值确定其折旧率，各类固定资产折旧年限、残值率和年折旧率如下：

资产类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	30	5	3.17
房屋建筑物附着物	10	5	9.50
房屋建筑物装修费	5	-	20.00
机器设备	3-10	3-5	9.50-32.33
运输设备	4	5	23.75
电子设备	3-5	3-5	19.00-32.33
办公设备	3-5	3-5	19.00-32.33

（十七）在建工程

1、在建工程的类别

公司在建工程包括装修工程、技术改造工程和固定资产新建等。

2、在建工程的计量

在建工程以实际成本计价，按照实际发生的支出确定其工程成本，工程达到预定可使用状态前因进行试运转发生的净支出计入工程成本。工程达到预定可使用状态前所取得的试运转过程中形成的、能够对外销售的产品，其发生的成本，计入在建工程成本，销售或结转为产成品时，按实际销售收入或者预计售价冲减在建工程成本。在建工程发生的借款费用，符合借款费用资本化条件的，在所购建的固定资产达到预定可使用状态前，计入在建工程成本。

3、在建工程结转为固定资产的时点

在建工程按各项工程所发生的实际支出核算，在达到预定可使用状态时转作固定资产。所建造的固定资产已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算手续的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并计提固定资产的折旧，待办理了竣工决算手续后再对原估计值进行调整。购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款或占用了一般借款发生的借款利息以及专门借款发生的辅助费用，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前根据其发生

额予以资本化。

（十八）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或

可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（十九）无形资产

1、无形资产的确定标准和分类

无形资产是指公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括专利权、非专利技术、商标权、土地使用权等。

2、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于使该资产达到预定用途所发生的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量时，以公允价值为基础计量。如换入资产和换出资产的公允价值均能可靠计量的，对于换入的无形资产，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入的无形资产的初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。非货币性资产交换不具有商业实质，或换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的，对于换入的无形资产，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的初始投资成本。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

3、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	摊销方法
土地使用权	产权证年限	直线法
专利权	10 年	直线法
软件	2-3 年	直线法
非专利技术	10 年	直线法
销售渠道	10 年	直线法
商标	10 年	直线法

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。经复核，报告期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计相同。

4、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

5、开发阶段支出资本化的具体条件

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。开发阶段的支出，同时满足下列5项标准的，予以资本化，计入开发支出：

①从技术上来讲，完成该无形资产以使其能够使用或出售具有可行性；

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

③无形资产产生未来经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场；无形资产将在内部使用时，证明其有用性；

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出在以后期间不再确认资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表中列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产列报。

（二十）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司长期待摊费用包括装修费、房租等。

1、摊销方法

长期待摊费用均按形成时发生的实际成本计价，并采用直线法在受益年限平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益的，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

2、摊销年限

按照受益年限进行摊销。

（二十一）合同负债

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

（二十二）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。本公司在分摊商誉的账面价值时，根据相关资产组或资产组组合能够从企业合并的协同效应中获得的相对受益情况进行分摊，在此基础上进行商誉减值测试。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（二十三）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

除基本养老保险外，本公司还依据国家企业年金制度的相关政策建立了企业年金缴费制度（补充养老保险）/企业年金计划。本公司按职工工资总额的一定比例向当地社会保险机构缴费/年金计划缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划的，按照设定提存计划进行会计处理，除此之外按照设定收益计划进行会计处理。

（二十四）预计负债

1、预计负债的确认标准

当与对外担保、未决诉讼或仲裁、产品质量保证、裁员计划、亏损合同、重组义务、固定资产弃置义务等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，确认为负债：该义务是公司承担的现时义务；该义务的履行很可能导致经济利益流出企业；该义务的金额能够可靠地计量。

2、预计负债的计量方法

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。本公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

本公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（二十五）租赁

1、经营租赁的会计处理方法

公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用，公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁收入，公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁收入确认相同的基础分期计入当期收益。公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

2、融资租赁的会计处理方法

融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。公司发生的初始直接费用，计入租入资产价值。

融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入，公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

（二十六）股份支付

股份支付是为了获取职工或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。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

1、以权益结算的股份支付

用以换取职工提供的服务的权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额，在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用，在授予后立即可行权时，在授予日计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

用以换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量，按照其他方服务在取得日的公允价值计量，如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

2、以现金结算的股份支付

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日计入相关成本或费用，相应增加负债；如须完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用，相应增加负债。

在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（二十七）收入

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

1、收入确认和计量所采用的会计政策

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司

以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

（1）客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

（2）客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

（3）本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

（1）本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

（2）本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

（3）本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

（4）本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

（5）客户已接受该商品或服务等。

2、收入确认和计量所采用的具体会计政策

公司销售或配送药品予各地经销商、医院及药房以及个人消费者等，公司按照协议合同等规定转移药品控制权时确认收入。

委托代销模式下，于药品控制权转移时确认收入。

2020 年 1 月 1 日前的会计政策

1、销售商品

（1）销售商品收入确认的总体原则

公司销售的商品在同时满足下列条件时，按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认销售商品收入：①已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；②既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入企业；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）本公司销售商品收入确认标准及收入确认时间的具体判断标准

公司销售或配送药品予各地经销商、医院及药房以及个人消费者等，公司将药品按照协议合同规定运至约定交货地点或者客户自行提取商品，由对方确认接收后确认收入。经销商、医院及药房以及个人消费者等在确认接收后具有处置药品的权利并承担可能发生价格波动或毁损的风险。

委托代销模式下，于受托方实际销售商品并收到受托方代销清单时确认收入。

2、提供劳务

（1）提供劳务收入确认的总体原则

在同一年度内开始并完成的劳务，应当在完成劳务时确认收入。如劳务的开始和完成分属不同的会计年度，在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，公司于资产负债表日按完工百分比法确认相关的劳务收入。如提供劳务交易的结

果不能够可靠估计且已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按已经发生的劳务成本金额确认收入，并按相同金额结转成本；发生的劳务成本预计不能够全部得到补偿的，按能够得到补偿的劳务成本金额确认收入，并按已经发生的劳务成本作为当期费用；发生的劳务成本预计全部不能够得到补偿，应按已经发生的劳务成本作为当期费用，不确认收入。

（2）本公司提供劳务收入确认标准及收入确认时间的具体判断标准

公司提供劳务主要是对供应商提供品牌服务以及对外提供咨询服务、物流服务、房屋租赁、软件开发等服务。

品牌服务：根据与供应商签订的品牌服务协议书，按月与供应商核对当月服务完成量并确认服务金额，公司据此与供应商结算服务费并开具服务发票确认收入。

咨询服务与物流服务：根据双方签订的服务协议，于服务完成时确认收入。

房屋租赁：根据双方签订的租赁协议，按租赁期限分月确认收入。

3、让渡资产使用权

公司在与让渡资产使用权相关的经济利益能够流入和收入的金额能够可靠的计量时确认让渡资产使用权收入。

利息收入按使用货币资金的使用时间和适用利率计算确定。使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（二十八）合同成本

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策。

合同成本包括合同履约成本与合同取得成本。

本公司为履行合同而发生的成本，不属于存货、固定资产或无形资产等相关准则规范范围的，在满足下列条件时作为合同履约成本确认为一项资产：

（1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。

（2）该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源。

（3）成本预期能够收回。

本公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销；但是对于合同取得成本摊销期限未超过一年的，本公司在发生时将其计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

1、因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

2、为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，本公司转回原已计提的减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（二十九）政府补助

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

公司在能够满足政府补助所附条件且能够收到政府补助时确认政府补助。其中：

1、政府补助为货币性资产的，按收到或应收的金额计量；政府补助为非货币性资产的，按公允价值计量，如公允价值不能可靠取得，则按名义金额计量。

2、与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已经发生的相关费用和损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

3、与企业日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与企业日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

4、已确认的政府补助需要退回的，应当在需要退回的当期分情况按照以下规定进行会计处理：（1）初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；（2）存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；（3）属于其他情况的，直接计入当期损益。

（三十）递延所得税资产/递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资

产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（三十一）分部报告

本公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度为依据确定经营分部，以经营分部为基础确定报告分部并披露分部信息。

经营分部是指本公司内同时满足下列条件的组成部分：（1）该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；（2）本公司管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；（3）本公司能够取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。两个或多个经营分部具有相似的经济特征，并且满足一定条件的，则可合并为一个经营分部。

（三十二）重要会计估计和判断

公司根据历史经验和其他因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键判断进行持续的评价。

下列重要会计估计及关键假设存在会导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整的重要风险：

1、金融资产减值

本公司采用预期信用损失模型对金融资产的减值进行评估，应用预期信用损失模型需要做出重大判断和估计，需考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。在做出该等判断和估计时，本公司根据历史数据结合经济政策、宏观经济指标、行业风险、外部市场环境、技术环境、客户情况的变化等因素推断债务人信用风险的预期变动。

2、存货跌价准备

存货跌价准备按照存货成本高于可变现净值的差额计提。当存在迹象表明可变现净值低于成本时需要确认存货跌价准备。可变现净值的确认需要运用判断和

估计。根据现有经验进行估计的结果可能会与之后实际结果存在差异，该差异将在估计被改变期间影响存货账面价值。

3、固定资产、无形资产的可使用年限

公司至少于每年年度终了，对固定资产和无形资产的预计使用寿命进行复核。预计使用寿命是管理层基于对同类资产历史经验、参考同行业普遍所应用的估计并结合预期技术更新而确定的。当以往的估计发生重大变化时，则相应调整未来期间的折旧费用和摊销费用。

4、递延所得税资产确认的会计估计

递延所得税资产的估计需要对未来各个年度的应纳税所得额及适用税率进行估计，递延所得税资产的实现取决于集团未来是否很可能获得足够的应纳税所得额。未来税率的变化和暂时性差异的转回时间也可能影响所得税费用以及递延所得税的余额。上述估计的变化可能导致对递延所得税的重要调整。

5、金融工具公允价值

对不存在活跃交易市场的金融工具，本公司通过各种估值方法确定其公允价值。这些估值方法包括贴现现金流模型分析等。估值时本公司需对未来现金流量、信用风险、市场波动率和相关性等方面进行估计，并选择适当的折现率。这些相关假设具有不确定性，其变化会对金融工具的公允价值产生影响。

权益工具投资或合同有公开报价的，本公司不将成本作为其公允价值的最佳估计。

（三十三）重要会计政策和会计估计变更

1、重要会计政策变更

（1）公司自 2019 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。

因执行新金融工具准则，公司将原列报在“可供出售金融资产”报表项目调整至“其他权益工具投资”列报；将原列报在“应收票据”报表项目中的银行承兑汇票调整至“应收款项融资”列报。新金融工具准则施行未对发行人期初留存收益产生重大不利影响。具体情况如下表：

会计政策变更的内容和原因	2019 年 12 月 31 日受影响的报表项目名称和金额
可供出售权益工具投资重分类为“交易性金融资产”、“其他权益工具投资”	调减可供出售金融资产至其他权益工具投资，金额 5,549,828.12 元
将“其他应付款”中的“应付利息”重分类为“短期借款”	调减其他应付款至短期借款，金额 1,434,047.25 元
新增“应收款项融资”科目。	调减应收票据至应收款项融资，金额为 20,826,482.06 元。
新增“信用减值损失”科目。	调减资产值损失至信用减值损失，金额-6,810,918.60 元。

（2）2020 年 1 月 1 日首次执行新收入准则调整 2020 年年初财务报表相关项目情况：

会计政策变更的内容和原因	2020 年 1 月 1 日受影响的报表项目名称和金额
“预收款项”重分类至“其他流动负债”和“合同负债”	调减“预收款项”金额 6,681.02 万元，调整增加“其他流动负债”金额 488.06 万元，调整增加“合同负债”金额 6,192.96 万元。

（3）其他重要会计政策和会计估计变更情况

①执行《企业会计准则第 16 号——政府补助》

财政部 2017 年 5 月 10 日发布的《关于印发修订<企业会计准则第 16 号——政府补助>的通知》（财会〔2017〕15 号）并经公司董事会审议通过。适用于 2017 年 1 月 1 日起发生的相关交易。

本公司执行该规定的主要影响：利润表中新增的“其他收益”项目。2017 年其他收益 154,443.30 元，2018 年其他收益 119,988.15 元，2019 年其他收益 2,031,335.50 元。

②执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》

财政部 2017 年 4 月 28 日发布的《关于印发修订<企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营>的通知》（财会〔2017〕13 号）并经公司董事会审议通过。适用于 2017 年 1 月 1 日起发生的相关交易。

本公司执行该规定的主要影响：资产负债表新增“持有待售资产”及“持有待售负债”。公司对 2017 年 1 月 1 日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营采用未来适用法处理，对 2017 年 1 月 1 日至本准则施行日之间新增的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营根据本准则进行调整。申报期内该准则对公司无影响。

③执行《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）（财会〔2019〕8 号）并经公司董事会审议通过。

本公司执行上述准则在本报告期内无重大影响。

④执行《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）（财会〔2019〕9 号）并经公司董事会审议通过。

本公司执行上述准则在本报告期内无重大影响。

⑤执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。

财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（2017 年修订）》（财会〔2017〕7 号）、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（2017 年修订）》（财会〔2017〕8 号）、《企业会计准则第 24 号——套期会计（2017 年修订）》（财会〔2017〕9 号），于 2017 年 5

月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2017 年修订）》（财会〔2017〕14 号）并经董事会审议通过。

本公司执行该规定的主要影响：对期末报表列报的影响为：期末其他权益工具投资列报金额为 5,700,504.94 元，应收账款、其他应收款减值损失计入信用减值损失列报，金额为-6,810,918.60 元。

⑥执行《企业会计准则解释第 9-12 号》

财政部于 2017 年度颁布了《企业会计准则解释第 9 号——关于权益法下投资净损失的会计处理》、《企业会计准则解释第 10 号——关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》、《企业会计准则解释第 11 号——关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》及《企业会计准则解释第 12 号——关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》。

本公司执行上述解释对财务数据无重大影响。

⑦执行《企业会计准则解释第 13 号》

执行《企业会计准则解释第 13 号》（2019 年发布）

财政部 2019 年 12 月 10 日发布了《关于印发修订<企业会计准则第 16 号——政府补助>的通知》（以下简称“解释第 13 号”）（财会〔2017〕15 号）并经公司董事会审议通过。自 2020 年 1 月 1 日起施行，不要求追溯调整。

A、关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

B、业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同

时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号，2019 年度、2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，执行解释第 13 号未对本公司财务状况和经营成果无重大影响。

⑧执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于 2019 年 12 月 16 日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》（财会[2019]22 号）并经公司董事会审议通过，适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自 2020 年 1 月 1 日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该规定，2019 年度、2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果无重大影响。

⑨执行《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》

财政部 2017 年 12 月 25 日发布的《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》（财会（2017）30 号）并经董事会审议通过.。

本公司执行该规定的主要影响：资产负债表新增“持有待售资产”及“持有待售负债”；利润表新增“资产处置收益”、“其他收益”。对可比期间的比较数据根据本通知进行调整。

⑩执行《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》

财政部 2018 年 6 月 26 日发布的《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号）并经董事会审议通过。

本公司执行该规定的主要影响：将原“应收票据”及“应收账款”行项目归并至“应收票据及应收账款”；将原“应收利息”、 “应收股利”及“其他应

收款”行项目归并至“其他应收款”，将原“固定资产”及“固定资产清理”行项目归并至“固定资产”；将原“工程物资”及“在建工程”行项目归并至“在建工程”；将原“应付票据”及“应付账款”行项目归并至“应付票据及应付账款”；将原“应付利息”、“应付股利”及“其他应付款”行项目归并至“其他应付款”；将原“长期应付款”及“专项应付款”行项目归并至“长期应付款”；利润表中“管理费用”项目分拆“管理费用”和“研发费用”明细项目列报；利润表中“财务费用”项目下增加“利息费用”和“利息收入”明细项目列报；将“其他收益”的位置提前、“其他综合收益”行项目简化部分子项目的表述：将原“重新计量设定受益计划净负债或净资产的变动”改为“重新计量设定受益计划变动额”；将原“权益法下在被投资单位不能重分类进损益的其他综合收益中享有的份额”改为“权益法下不能转损益的其他综合收益”；将原“权益法下在被投资单位以后将重分类进损益的其他综合收益中享有的份额”改为“权益法下可转损益的其他综合收益”。所有者权益变动表新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。在新金融工具准则下所有已确认金融资产其后续均按摊余成本或公允价值计量。在新金融工具准则施行日，以本公司该日既有事实和情况为基础评估管理金融资产的业务模式、以金融资产初始确认时的事实和情况为基础评估该金融资产上的合同现金流量特征，将金融资产分为三类：按摊余成本计量、按公允价值计量且其变动计入其他综合收益及按公允价值计量且其变动计入当期损益。其中，对于按公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资，当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失将从其他综合收益转入留存收益，不计入当期损益。对可比期间的比较数据根据本通知进行调整。

⑪执行《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》

财政部 2019 年 4 月 30 日发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6 号）并经董事会审议通过。

本公司执行该规定的主要影响：将原“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付

票据”及“应付账款”。对可比期间的比较数据根据本通知进行调整。

⑫执行《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》

财政部于 2020 年 6 月 19 日发布了《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》（财会〔2020〕10 号）并经公司董事会审议通过，自 2020 年 6 月 19 日起施行，允许企业对 2020 年 1 月 1 日至该规定施行日之间发生的相关租金减让进行调整。按照该规定，对于满足条件的由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免、延期支付租金等租金减让，企业可以选择采用简化方法进行会计处理。

本公司对于属于该规定适用范围的租金减让全部选择采用简化方法进行会计处理，并对 2020 年 1 月 1 日至该规定施行日之间发生的相关租金减让根据该规定进行相应调整。

本公司作为出租人采用简化方法处理相关租金减让冲减本期营业收入人民币 75,931.80 元。

本公司的子公司青岛百洋健康药房连锁有限公司作为承租人采用简化方法处理相关租金减让冲减本期销售费用人民币 256,941.26 元。

（4）新收入准则对公司的影响

2020 年 1 月 1 日起，公司执行新收入准则。新收入准则实施前后，公司的收入确认政策、业务模式、合同条款、收入确认等方面均未发生变化。假设公司自报告期初开始全面执行新收入准则，对报告期内公司的营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产等主要财务指标亦不会产生影响。

2、重要会计估计变更

公司在报告期内无会计估计变更事项。

七、主要税收政策及税种

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
增值税	增值税一般纳税人按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后的差额部分；增值税小规模纳税人或简易征收按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算	3%、6%、13%、9%	3%、6%、13%、10%、16%、9%	3%、6%、11%、13%、17%、10%、16%
城市维护建设税	应缴流转税	7%、5%	7%、5%	7%、5%
教育费附加	应缴流转税	3%	3%	3%
地方教育附加	应缴流转税	2%	2%	2%
企业所得税	应纳税所得额	16.5%、25%、25.9%	16.5%、25%、25.9%	16.5%、25%、25.9%

注：避孕药品和用具销售免征增值税，生物制品简易征收及小规模纳税人适用 3%，仓储服务、策划服务适用 6%，部分中成药适用 13%（2017 年 7 月 1 日起下调为 11%），中西成药适用 17%。2018 年 4 月 4 日，根据财政部、税务总局颁布的《关于调整增值税税率的通知》规定，自 2018 年 5 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 17%和 11%税率的，税率分别调整为 16%、10%。2019 年 3 月 20 日，根据财务部、国家税务总局、海关总署颁布的《关于深化增值税改革有关政策的公告》（2019 年第 39 号）规定，自 2019 年 4 月 1 日起，纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%税率的，税率调整为 13%；原适用 10%税率的，税率调整为 9%。

发行人及其子公司报告期内适用所得税税率情况如下：

纳税主体	2020 年	2019 年	2018 年
珠海安士	-	-	25%
百洋连锁	25%	25%	25%
上海大药房	-	25%	25%
莒南药房	25%	25%	25%
香港威坦因	16.5%	16.5%	16.5%
香港慧康	16.5%	16.5%	16.5%
美国纽特舒玛	25.9%	25.90%	25.90%
青岛纽特舒玛	25%	25%	25%
百洋集团有限（HK）	16.5%	16.5%	16.5%
北京承善堂	25%	25%	25%
青岛承善堂	25%	25%	25%
健康产业	16.5%	16.5%	16.5%
海外商贸	16.5%	16.5%	16.5%
承德柏健	25%	25%	25%

纳税主体	2020 年	2019 年	2018 年
青岛东源	25%	25%	25%
健康科技	25%	25%	25%
乐葆健康	25%	25%	25%
北京万维	25%	25%	25%
易康药房	-	-	25%
汇康药房	25%	25%	25%
康健电商	25%	25%	25%
百洋物流	25%	25%	25%
百洋盛汇	25%	25%	25%
青岛联瀚	25%	25%	25%
江西贝瓦	25%	25%	-
天津百洋	25%	-	-
天津百洋医疗	25%	-	-
山东百洋	25%	-	-
萌驼慧选	25%	-	-
北京百洋	25%	-	-

（二）主要税收优惠情况

根据《中华人民共和国增值税暂行条例》第十五条（二）的规定，避孕药品和用具销售免征增值税。

根据《财政部 国家税务总局关于增值税几个税收政策问题的通知》（财税字[1994]60 号）第二、三条：残疾人专用物品免征增值税。减免期限自 2018 年 4 月 1 日至 2028 年 3 月 31 日。

根据《财政部税务总局海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号）第七条：自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额，发行人子公司医药物流按照当期可抵扣进项税额加计 10%抵减应纳税额。

八、分部信息

（一）报告分部的确定依据与会计政策

报告分部按业务类型确定，分别为品牌运营业务分部，负责运营迪巧系列、泌特系列、哈乐系列、武田系列、迈蓝系列等品牌；批发配送业务分部，负责配送药品、中药饮片、医疗器械、诊断试剂、医用耗材等；零售业务分部，通过线下自营 DTP 药房与多种线上模式相结合的方式对消费者直接销售药品及其他健康产品。报告分部均执行公司的统一会计政策。

（二）报告分部的财务信息

2020 年度

单位：万元

项目	品牌运营业务分部	批发配送业务分部	零售业务分部	合计
主营业务收入	216,634.19	337,057.95	32,721.44	586,413.58
主营业务成本	110,145.58	301,264.78	28,726.12	440,136.49

2019 年度

单位：万元

项目	品牌运营业务分部	批发配送业务分部	零售业务分部	合计
主营业务收入	199,404.24	261,330.07	22,744.76	483,479.07
主营业务成本	95,938.29	232,350.74	20,841.77	349,130.80

2018 年度

单位：万元

项目	品牌运营业务分部	批发配送业务分部	零售业务分部	合计
主营业务收入	167,126.31	176,100.64	20,572.06	363,799.01
主营业务成本	71,697.95	155,414.36	17,840.09	244,952.40

九、报告期内非经常性损益

公司报告期内非经常性损益的具体内容参见招股说明书本节“十一、经营成果分析”之“（九）非经常性损益对经营业绩的影响”。

十、报告期主要财务指标

（一）主要财务指标

项目	2020 年度/2020.12.31	2019 年度/2019.12.31	2018 年度/2018.12.31
流动比率（倍）	**1.42**	1.41	1.40
速动比率（倍）	**1.17**	1.18	1.19
资产负债率（母公司）	**60.55%**	58.39%	54.29%
资产负债率（合并）	**62.54%**	61.94%	58.70%
应收账款周转率（次）	**4.30**	4.70	4.58
存货周转率（次）	**8.03**	8.54	8.68
息税折旧摊销前利润（万元）	**45,593.00**	37,044.47	39,984.03
利息保障倍数（倍）	**6.96**	6.23	9.76
经营活动的现金流量净额（万元）	**-11,683.45**	4,299.09	5,270.56
每股经营活动的现金流量净额（元）	**-0.25**	0.09	0.11
每股净现金流（元）	**0.31**	0.61	-0.24
每股净资产（元）	**3.17**	2.76	2.30
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	**3.12**	2.71	2.28
归属于发行人股东的净利润（万元）	**27,271.08**	20,987.12	25,810.43
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	**26,306.71**	22,141.46	23,717.89
研发投入占营业收入的比例（%）	**-**	-	-

注：上述财务指标的计算方法如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

资产负债率=合并（母）公司负债总额/合并（母）公司资产总额

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均净额

存货周转率=营业成本/存货平均净额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息费用+当年折旧摊销额

利息保障倍数=息税前利润/利息费用

每股经营活动的现金流量净额＝经营活动的现金流量净额/期末股本

每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加额/期末股本

归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司股东权益合计/期末普通股份总数

研发投入占营业收入的比例=研发投入/营业收入

（二）发行人报告期净资产收益率及每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号－净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）有关规定，本公司的净资产收益率和每股收益如下：

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2020 年度	归属于母公司所有者的净利润	**18.09%**	**0.58**	**0.58**
	扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	**17.45%**	**0.56**	**0.56**
2019 年度	归属于母公司所有者的净利润	17.82%	0.44	0.44
	扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	18.80%	0.47	0.47
2018 年度	归属于母公司所有者的净利润	26.50%	0.55	0.55
	扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	24.35%	0.50	0.50

注：上述指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率的计算公式

加权平均净资产收益率=P0/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益计算公式

基本每股收益=P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

3、稀释每股收益计算公式

稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十一、经营成果分析

（一）报告期内公司主要经营成果变化情况

1、报告期内经营情况概述

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	**587,932.29**	484,866.35	365,246.17
营业成本	**440,600.33**	349,767.65	245,362.18
期间费用	**106,843.49**	103,288.80	86,415.72
营业利润	**36,800.25**	29,605.27	31,419.46
利润总额	**37,088.73**	29,247.78	33,841.86
净利润	**27,722.47**	21,096.61	25,589.70

公司主营业务为提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售等服务。凭借公司在品牌运营、批发配送业务上的突出开拓能力以及完善的销售网络及终端覆盖能力，2019 年度的营业收入同比增长 32.75%；2020 年度，营业收入进一步增长 **21.26%**。营业收入保持良好的增长趋势。

2、报告期内经营成果逻辑分析

报告期内，公司主营业务为向医药产品提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，主要收入来源为品牌运营业务及配送业务。

从行业角度来看：随着国内经济不断增长，人们生活水平不断提高，大健康理念持续增强，全社会医药健康服务需求将不断增长，特别是人口老龄化程度日益加深，将促使药品市场规模进一步扩大；

从公司经营角度来看：一方面，公司是专业的医药产品品牌运营企业，在将迪巧和泌特培育为相关市场的领先品牌后，发行人与安斯泰来、武田制药、迈蓝制药等厂商达成合作协议，逐步打造了丰富的品牌矩阵；另一方面，随着公司和上游供应商业务合作的不断深入以及发行人外延式发展策略的执行，公司在配送业务上有效增加了覆盖范围，配送业务竞争力有所增强。

综上，受益于医药市场规模的增长，公司业务经营的规模不断扩大，公司品牌影响力和企业知名度不断提升，公司经营状况、盈利能力良好。

（二）营业收入构成及变动分析

1、营业收入构成分析

报告期内，公司营业收入的情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	**586,413.58**	**99.74%**	483,479.07	99.71%	363,799.00	99.60%
其他业务收入	**1,518.71**	**0.26%**	1,387.28	0.29%	1,447.17	0.40%
合计	**587,932.29**	**100.00%**	**484,866.35**	**100.00%**	**365,246.17**	**100.00%**

公司主营业务为医药产品的品牌运营、批发配送及零售。其他业务收入主要包括房屋租赁、咨询服务和储运服务等内容。

报告期内，公司主营业务收入占营业收入比重保持在 99%以上，主营业务突出。

2、主营业务收入及构成分析

（1）主营业务收入按业务类别划分

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌运营业务	**216,634.19**	**36.94%**	199,404.24	41.24%	167,126.31	45.94%
批发配送业务	**337,057.95**	**57.48%**	261,330.07	54.05%	176,100.64	48.41%
零售业务	**32,721.44**	**5.58%**	22,744.76	4.70%	20,572.06	5.65%
合计	**586,413.58**	**100.00%**	**483,479.07**	**100.00%**	**363,799.00**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入按照业务类型可分为品牌运营业务收入、批发配送业务收入和零售业务收入，具体情况如下：

①品牌运营业务收入构成

2018 年度、2019 年度及 2020 年度，品牌运营业务分别实现收入 167,126.31 万元、199,404.24 万元和 **216,634.19 万元**，占当期主营业务收入的比例分别为 45.94%、41.24%和 **36.94%**。

报告期内，发行人主要产品系列收入结构情况如下：

单位：万元

品牌	盈利方式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
迪巧系列	产品销售	**104,525.94**	**48.25%**	112,320.32	56.33%	114,280.66	68.38%
	服务费	**13,823.28**	**6.38%**	12,902.93	6.47%	11,310.65	6.77%
	小计	**118,349.22**	**54.63%**	125,223.25	62.80%	125,591.31	75.15%
泌特系列	产品销售	**7,447.10**	**3.44%**	6,539.97	3.28%	8,235.86	4.93%
	服务费	**20,249.06**	**9.35%**	20,032.08	10.05%	18,792.45	11.24%
	小计	**27,696.16**	**12.78%**	26,572.04	13.33%	27,028.32	16.17%
迈蓝系列	产品销售	**11,103.88**	**5.13%**	5,273.46	2.64%	-	-
	服务费	**4,681.39**	**2.16%**	1,853.48	0.93%	-	-
	小计	**15,785.26**	**7.29%**	7,126.93	3.57%	-	-
武田系列	产品销售	**8,236.81**	**3.80%**	7,849.93	3.94%	4,783.88	2.86%
	服务费	**-**	**-**	-	-	400.47	0.24%
	小计	**8,236.81**	**3.80%**	7,849.93	3.94%	5,184.35	3.10%
哈乐系列	产品销售	**29,287.41**	**13.52%**	15,352.77	7.70%	-	-
其他品牌	产品销售	**16,719.02**	**7.72%**	16,814.68	8.43%	9,322.32	5.58%
	服务费	**560.31**	**0.26%**	464.64	0.23%	-	-
	小计	**17,279.33**	**7.98%**	17,279.32	8.67%	9,322.32	5.58%
合计		**216,634.19**	**100.00%**	**199,404.24**	**100.00%**	**167,126.31**	**100.00%**

报告期内，公司品牌运营业务收入逐年稳步增长，主要原因为：一方面，经过公司多年的培育和孵化，迪巧系列和泌特系列均逐渐成为相关市场的领先品牌，并在报告期内为公司带来稳定的销售收入；另一方面，公司近年来积极拓展品牌矩阵，与安斯泰来、武田制药、迈蓝制药等厂商达成合作协议，运营的品牌数量不断增加，带来整体收入规模的增长。

品牌运营业主要系为医药品牌提供品牌运营服务，业务盈利来源主要分为两种，一种是公司向医药品牌方采购产品后对外销售，公司品牌运营服务的价值体现为产品买卖差价；另一种是公司向医药品牌方提供品牌运营服务后，医药品牌方向公司支付服务费。

公司运营主要品牌的收入构成具体情况如下：

A、迪巧系列

报告期内，迪巧系列产品的收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
产品销售	**104,525.94**	**88.32%**	112,320.32	89.70%	114,280.66	90.99%
服务费	**13,823.28**	**11.68%**	12,902.93	10.30%	11,310.65	9.01%
合计	**118,349.22**	**100.00%**	**125,223.25**	**100.00%**	**125,591.31**	**100.00%**

a、产品销售收入

对迪巧系列产品，公司主要通过产品销售的方式实现品牌服务收入。经过公司的多年运营，迪巧系列产品已成为国内最具有品牌影响力的补钙系列产品，报告期内保持了较高水平的收入规模。

I、不同品类产品收入情况

迪巧系列产品主要包括成人迪巧、儿童迪巧等产品，报告期各期的销售情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
成人迪巧 60 片	**31,100.45**	**29.75%**	48,998.91	43.62%	54,961.98	48.09%
成人迪巧 90 片	**2,361.84**	**2.26%**	812.48	0.72%	-	-
成人迪巧 120 片	**19,757.24**	**18.90%**	20,765.64	18.49%	16,104.15	14.09%
儿童迪巧 30 片	**21,264.45**	**20.34%**	22,918.84	20.40%	27,890.05	24.40%
儿童迪巧 60 片	**12,918.50**	**12.36%**	10,535.80	9.38%	8,938.17	7.82%
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	**570.04**	**0.55%**	2,273.25	2.02%	5,018.79	4.39%
小儿碳酸钙 D3 颗粒 10 袋	**7,289.85**	**6.97%**	2,433.15	2.17%	-	-
小儿碳酸钙 D3 颗粒 20 袋	**2,171.33**	**2.08%**	749.67	0.67%	-	-
小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒	**470.69**	**0.45%**	287.26	0.26%	1,253.17	1.10%
碳酸钙 D3 片（30 片/盒）	**116.64**	**0.11%**	65.54	0.06%	-	-
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	**2,272.75**	**2.17%**	228.50	0.20%	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（45 片/盒）	**1,235.62**	**1.18%**	364.91	0.32%	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（86 片/盒）	**455.78**	**0.44%**	790.74	0.70%	-	-

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（106 片/盒）	**254.75**	**0.24%**	117.89	0.10%	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片（300mg）	**1,048.91**	**1.00%**	240.68	0.21%	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片（600mg）	**141.47**	**0.14%**	213.54	0.19%	-	-
D-CAL 儿童维 D 钙咀嚼片（300mg）	**609.75**	**0.58%**	341.00	0.30%	-	-
迪美兰维生素 K 软胶囊	**0.48**	**0.00%**	14.71	0.01%	101.95	0.09%
迪巧含钙软糖	**287.45**	**0.28%**	14.07	0.01%	-	-
迪巧牌秀源女性片	**9.24**	**0.01%**	140.51	0.13%	12.39	0.01%
婴幼儿 DHA 营养包	**188.70**	**0.18%**	13.24	0.01%	-	-
合计	**104,525.94**	**100.00%**	**112,320.32**	**100.00%**	**114,280.66**	**100.00%**

2018 年至 2020 年，成人迪巧 60 片、成人迪巧 120 片、儿童迪巧 30 片和儿童迪巧 60 片 4 个产品占迪巧系列产品销售收入占比分别为 94.41%、91.90%及**81.36%**，是迪巧系列产品的主要销售收入来源，也是公司品牌运营业务重要的收入来源之一。

II、销售量、销售价格情况及变动原因

报告期内，迪巧各明细产品的销售数量及单价情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价
成人迪巧 60 片	868.49	31,100.45	35.81	1,556.40	48,998.91	31.48	1,781.06	54,961.98	30.86
成人迪巧 90 片	41.68	2,361.84	56.66	16.30	812.48	49.84	-	-	-
成人迪巧 120 片	286.37	19,757.24	68.99	333.86	20,765.64	62.20	264.95	16,104.15	60.78
儿童迪巧 30 片	854.84	21,264.45	24.88	800.37	22,918.84	28.64	939.25	27,890.05	29.69
儿童迪巧 60 片	229.50	12,918.50	56.29	182.86	10,535.80	57.62	153.17	8,938.17	58.35
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	14.54	570.04	39.21	56.92	2,273.25	39.94	123.62	5,018.79	40.60
小儿碳酸钙 D3 颗粒 10 袋	235.92	7,289.85	30.90	82.84	2,433.15	29.37	-	-	-
小儿碳酸钙 D3 颗粒 20 袋	33.92	2,171.33	64.02	11.99	749.67	62.52	-	-	-
小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒	7.70	470.69	61.15	5.34	287.26	53.77	36.09	1,253.17	34.73
碳酸钙 D3 片（30 片/盒）	4.21	116.64	27.73	3.48	65.54	18.83	-	-	-
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	61.97	2,272.75	36.68	8.21	228.50	27.82	-	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（45 片/盒）	36.99	1,235.62	33.41	10.74	364.91	33.96	-	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（86 片/盒）	9.82	455.78	46.40	13.19	790.74	59.96	-	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（106 片/盒）	4.00	254.75	63.70	1.67	117.89	70.50	-	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片（300mg）	27.80	1,048.91	37.73	7.44	240.68	32.37	-	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片（600mg）	2.09	141.47	67.62	3.30	213.54	64.74	-	-	-
D-CAL 儿童维 D 钙咀嚼片（300mg）	8.03	609.75	75.90	12.43	341.00	27.43	-	-	-
迪美兰维生素 K 软胶囊	0.02	0.48	22.97	0.27	14.71	54.85	2.01	101.95	50.62
迪巧含钙软糖	11.64	287.45	24.70	0.52	14.07	27.29	-	-	-
迪巧牌秀源女性片	0.55	9.24	16.80	1.91	140.51	73.47	0.09	12.39	144.77

品类	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价
婴幼儿 DHA 营养包	**3.49**	**188.70**	**54.13**	0.25	13.24	53.18	-	-	-
合计	**2,743.93**	**104,525.94**	**38.09**	**3,110.29**	**112,320.32**	**36.11**	**3,300.24**	**114,280.66**	**34.63**

i、迪巧产品的售价变化情况及原因

2020 年 1 月 1 日，基于对迪巧产品市场供求情况的判断，以及对迪巧产品品牌的定位，发行人对迪巧系列部分产品进行价格调整，具体情况如下：

单价：元/瓶

产品类型	2020 年 1 月至今含税价	2018 年 1 月至 2019 年 12 月含税价	价格变动幅度
成人迪巧 60 片	**47.20**	39.30	20.10%
成人迪巧 120 片	**87.84**	75.50	16.34%
儿童迪巧 30 片	**43.84**	36.64	19.65%
儿童迪巧 60 片	**84.64**	71.45	18.46%
小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒	**138.00**	108.00	27.78%
碳酸钙 D3 片（30 片/盒）	**31.23**	27.30	14.40%
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片（300mg）	**79.00**	59.00	33.90%
D-CAL 儿童维 D 钙咀嚼片（300mg）	**75.00**	50.00	50.00%

除 2020 年调整价格影响，报告期内公司迪巧产品售价变动情况如下：

（i）儿童迪巧 30 片、儿童迪巧 60 片。尽管 2020 年以来发行人对该产品的出厂价格有所提升，但是在新冠疫情期间，为促进产品销售，发行人进行促销活动，给予下游及终端消费者一定的让利优惠，故 2020 年平均售价有所下降；

（ii）碳酸钙 D3 片、D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片和 D-CAL 儿童维 D 钙咀嚼片等系发行人 2019 年新上市的产品，为加强对经销商的维护与合作、给予消费者一定的让利优惠，促进产品销售，发行人对于部分产品在 2019 年定价较低；小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒产品在 2018 年售价较低亦与产品推出初期的让利促销有关。

ii、迪巧产品的销量变化情况

（i）报告期内，成人迪巧 60 片、儿童迪巧 30 片的销售数量有所下降。主要是因为，随着“两票制”在全国范围内的逐步推行，部分客户需将从发行人采购的模式转为向供应商采购，因此销售量有所下降。供应商中山安士需要将额外收益以服务费的形式向发行人支付，发行人整体收益未受影响；

（ii）报告期内，发行人持续加大对于成人迪巧 120 片和儿童迪巧 60 片等大

品规品种的推广，同时对2019年上市的碳酸钙D3片、D-CAL成人维D钙咀嚼片等新产品采取让利优惠等措施进行促销、推广，间接导致了成人迪巧60片、儿童迪巧30片的销量下降。

(iii)受新冠肺炎疫情以及调价因素影响，2020年度迪巧系列收入略有下降，具体原因如下：一方面，迪巧系列作为补钙产品，相较于其他药品，产品刚需性稍弱。疫情期间居民减少非必要的外出，产品市场需求下降，导致了2020年产品销售收入下降；另一方面，迪巧为非处方药补钙产品，尽管患者的购买行为决策具有一定惯性，但往往地面推广活动对于该等品牌的热度塑造、用户黏性塑造起到不可或缺的作用。2020年上半年，受疫情影响，发行人相关推广活动有所停滞，造成迪巧系列产品的销售出现一定程度的下滑。尽管2020年下半年发行人加大了相关推广活动，但是仍然无法弥补上半年的销售规模下降。

iii、小儿碳酸钙D3颗粒停产相关情况

（i）小儿碳酸钙D3颗粒停产前FDA对美国安士的检查情况

小儿碳酸钙D3颗粒产品曾于2017年至2019年3月间短暂停止生产，停产前三年内，FDA对美国安士的主要检查情况如下：

2014年6月、2015年3月，FDA针对美国安士位于180 Oser Avenue Suite 300 Hauppauge,NY 11788,US生产场所进行了现场检查；2017年11月，FDA针对美国安士位于350E Wireless Blvd Hauppauge,NY 11788,US生产场所进行了现场检查。

上述三次检查后，FDA 出具的检察意见类别均为 VAI（Voluntary Action Indicated）。

根据FDA相关法规,FDA对企业进行检查后,签发483表格并制作检查报告,列示检查发现的问题，受检企业对其中的问题进行回复。FDA 对检查结果分为NAI(No Action Indicated)、VAI(Voluntary Action Indicated)、OAI(Official Action Indicated）三种，其中NAI指检查中未发现不利情形，无需采取措施；VAI指检查中发现存在不利情形，但不需要官方采取行动；OAI指检查中发现违

规情形，需采取进一步措施。在 OAI 情形下，FDA 才会进一步签发警告信（Warning Letter）或采取其他措施。

因此，FDA 不会对上述三次对美国安士的检查采取进一步措施，未对美国安士生产经营产生重大影响。

美国安士及中山安士在各自出厂前均需进行出厂检验，在进口环节均需根据相关规定接受进口检验、检疫，在境内销售均接受国家食品、药品监督管理部门抽检等监管程序，报告期内发行人销售的迪巧产品不存在检验不合格情形，美国安士所生产的迪巧系列产品不存在质量问题。

（ii）小儿碳酸钙 D3 颗粒产品的停产情况

发行人迪巧系列中的小儿碳酸钙 D3 颗粒产品曾于 2017 年至 2019 年 3 月间短暂停止生产，其与 FDA 对美国安士的检查无关。停产的具体原因如下：

小儿碳酸钙 D3 颗粒原由美国安士委托 ULTRAtab Laboratories, Inc. 生产，因 ULTRAtab Laboratories, Inc. 产能不足，且与美国安士业务量有限，美国安士于 2016 年与该公司终止合同，暂时停止该产品生产及出口。停产后美国安士对小儿碳酸钙 D3 颗粒剂生产线进行了投资建设。

美国安士在对生产线投资建设完成后，于 2016 年 9 月向国家药监局申请变更生产场地及进口药品再注册，两项申请同步进行导致相关审批注册流程较长。同时，根据《药品注册管理办法》相关规定，申请进口药品注册过程中需进行注册检验。美国安士于 2017 年 12 月完成药品注册检验抽检；2018 年 12 月，美国安士于取得小儿碳酸钙 D3 颗粒新的进口药品注册证，并于 2019 年初恢复该产品生产；2019 年 4 月，小儿碳酸钙 D3 颗粒产品重新上市销售。

迪巧产品为进口药品、保健食品，在注册或备案、进口、销售各个环节均受到严格监管，需履行注册或备案检验、进口检验、日常抽检等产品检查程序。报告期内，发行人销售的迪巧产品不存在检验不合格的情形，发行人不存在因迪巧产品质量问题受到行政处罚的情形。

因此，小儿碳酸钙 D3 颗粒产品的停产主要因为美国安士变更该产品生产场

所、调整生产工艺，与 FDA 对美国安士的检查结果无关，美国安士所生产的迪巧系列产品不存在质量问题。

在小儿碳酸钙 D3 颗粒产品的停产期间，为了维持碳酸钙颗粒剂市场的品牌知名度和用户黏性，发行人与美国安士陆续于 2017 年和 2018 年引入替代产品小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒、迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒），在 2018 年分别实现产品销售收入 1,253.17 万元和 5,018.79 万元，弥补当年小儿碳酸钙 D3 颗粒产品的市场空白。

2019 年 4 月，小儿碳酸钙 D3 颗粒产品重新上市销售，并在 2019 年和 2020 年分别实现产品销售收入 3,182.82 万元和 9,461.18 万元。

综上，上述事项未对发行人造成重大不利影响。

III、前五大客户

报告期各期，迪巧系列前五大客户如下表所示：

单位：万元

年度	序号	客户	收入金额	占迪巧销售收入比例
2020 年	**1**	**九州通医药集团股份有限公司**	**41,193.22**	**39.41%**
	2	**国药控股股份有限公司**	**12,558.82**	**12.02%**
	3	**华润医药商业集团有限公司**	**8,254.04**	**7.90%**
	4	**阿里健康大药房医药连锁有限公司**	**6,885.15**	**6.59%**
	5	**陕西普禾医药有限公司**	**2,992.88**	**2.86%**
	合计		**71,884.10**	**68.77%**
2019 年	1	九州通医药集团股份有限公司	39,192.48	34.89%
	2	国药控股股份有限公司	14,298.59	12.73%
	3	华润医药商业集团有限公司	9,010.04	8.02%
	4	阿里健康大药房医药连锁有限公司	5,685.24	5.06%
	5	陕西普禾医药有限公司	2,249.27	2.00%
	合计		**70,435.62**	**62.71%**
2018 年	1	九州通医药集团股份有限公司	40,783.81	35.69%
	2	国药控股股份有限公司	12,355.04	10.81%
	3	华润医药商业集团有限公司	9,062.63	7.93%
	4	陕西普禾医药有限公司	4,490.57	3.93%
	5	阿里健康大药房医药连锁有限公司	2,908.70	2.55%

年度	序号	客户	收入金额	占迪巧销售收入比例
	合计		**69,600.76**	**60.90%**

注：受同一控制人控制的客户，已合并计算其销售额。

迪巧系列各期前五大客户比较稳定，主要客户基本均为全国范围内的知名大型医药流通商，其中，报告期内发行人积极开拓品牌产品在电商平台业务，阿里健康大药房医药连锁有限公司为该业务的主要客户之一。

b、服务费收入

公司在与迪巧系列产品收取的服务费包含两种，分别是品牌引进费和品牌服务费，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
品牌引进费	**3,420.45**	**24.74%**	4,662.36	36.13%	4,161.60	36.79%
品牌服务费	**10,402.83**	**75.26%**	8,240.57	63.87%	7,149.06	63.21%
服务费合计	**13,823.28**	**100.00%**	**12,902.93**	**100.00%**	**11,310.65**	**100.00%**

发行人向生产厂商美国安士和中山安士收取品牌引进费和品牌服务费。

首先，迪巧品牌原先在中国大陆的知名度较低，品牌方美国安士鉴于对公司品牌推广能力的认可，选择公司将迪巧品牌从美国引进中国并按在中国地区的推广效果向公司支付品牌引进费用。该部分品牌引进费以迪巧系列产品进入中国地区的数量作为计算依据。

品牌引进费的实质，是在考虑发行人推广迪巧产品所发生相关成本及推广运营服务合理利润空间的基础上，双方基于商业谈判形成的收费模式。

其次，发行人与中山安士合作由来已久，在国内“两票制”实施以前，针对终端客户为公立医疗机构端的迪巧产品，发行人主要通过买卖产品的差价实现收入；而在国内“两票制”逐步落地实施后，对于该部分业务，原发行人下游配送商需要将从向发行人采购的迪巧产品，转而向生产厂商中山安士直接采购。但在此情况下，“两票制”前后中山安士、发行人及配送商在产品流通各环节从事的工作未发生变化，公司仍承担的迪巧相关产品的销售推广及销售渠道管理工作。

经双方商业谈判，中山安士将该部分额外收益以品牌服务费的形式支付给发行人。

品牌服务费用的实质，是在国内“两票制”逐步实施后，发行人对于原有推广运营迪巧产品对应的购销差价利润空间的另一种收费模式。

I、品牌引进费

i.定价依据和计算公式

迪巧品牌原先在中国大陆的知名度较低，生产厂商美国安士鉴于对公司品牌推广能力的认可，选择公司对迪巧品牌进行运营推广，并按销售推广效果向公司支付品牌引进费用。

基于商业谈判的结果，双方协议约定由健康产业负责引进美国安士及其子公司或与美国安士有关的产品，包括迪巧系列产品以及双方协商一致的其他产品并在合作区域（中国大陆包括港澳台地区）内促使产品形成销售；美国安士按协议约定根据其在目标区域的销售数量向健康产业支付品牌引进费，健康产业据此确认品牌引进费收入。

协议约定品牌引进费计算公式为：迪巧品牌引进费=迪巧引进数量（报关出口数量）×引进费单价

ii.品牌引进费会计处理

公司根据与美国安士的《品牌引进合作协议》，按月与美国安士核对当月目标区域销售数量，根据美国安士销售相关产品数量及约定的品牌引进费单价确认引进费金额，公司据此与美国安士结算引进费并开具服务发票，于当月按照权责发生制确认主营业务收入。

iii.报告期内品牌引进费收入情况及变动原因

单位：万盒，万元

品种	2020 年度		2019 年		2018 年	
	数量	引进费	数量	引进费	数量	引进费
儿童迪巧 30 片	**832.79**	**577.17**	1,417.13	976.77	1,487.83	976.43

品种	2020 年度		2019 年		2018 年	
	数量	引进费	数量	引进费	数量	引进费
成人迪巧 60 片	**741.76**	**510.04**	3,429.48	2,363.78	2,748.12	1,783.36
小儿碳酸钙 D3 颗粒 10 袋	**402.20**	**2,099.74**	199.65	1,040.38	-	-
小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒 20 袋	**14.13**	**99.40**	9.26	64.64	23.86	153.26
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	**19.22**	**134.10**	32.12	216.79	191.12	1,248.55
合计	**2,010.10**	**3,420.45**	**5,087.64**	**4,662.36**	**4,450.93**	**4,161.60**

报告期内公司品牌引进费基本保持稳定。其中，2019 年度较 2018 年有所增长，主要是小儿碳酸钙 D3 颗粒产品在因为生产场所以及生产工艺调整的影响而短暂停产后，于当年恢复生产，发行人加大对其采购量而致；**2020 年度较 2019 年度有所下降，主要为受疫情影响，发行人根据迪巧系列产品库存情况而相应调整采购数量而致。**

II、品牌服务费

i.定价依据和计算公式

2016 年末，发行人与迪巧产品生产厂商中山安士签署了《品牌运营协议书》，《品牌运营协议书》约定发行人对迪巧产品的市场分析、营销策划及推广企划等方面提供品牌运营服务，中山安士按照协议约定根据发行人当月服务完成量向发行人支付品牌服务费，发行人据此确认品牌服务收入。

品牌服务费用的确定方式主要是以发行人在品牌服务地区正常销售能够实现的收益为依据，即客户直接向中山安士采购数量带给中山安士的额外收益，扣除中山安士由配送发生的额外成本确定。

协议约定计算公式具体为：迪巧品牌服务费=客户直接向中山安士采购数量×（客户向中山安士采购的不含税单价-百洋医药向中山安士采购的不含税单价-中山安士发生的额外成本）

中山安士发生的额外成本主要是中山安士由于产品售价提高而额外发生的增值税等。

ii.品牌服务费会计处理

公司根据与中山安士签订的《品牌运营协议书》，按月与中山安士核对当月服务完成量，根据中山安士销售相关产品数量及约定的品牌服务计算方式确认服务费金额，公司据此与中山安士结算服务费并开具服务发票，于当月按照权责发生制确认主营业务收入。

iii.报告期内品牌服务费收入情况及变动分析

2020 年			
品种	配送商直接向中山安士采购数量（万盒）	品牌服务费收入（万元）	折合品牌服务平均单价（元/盒）
成人迪巧 60 片	314.28	7,073.76	22.51
成人迪巧 120 片	6.69	342.28	51.18
儿童迪巧 30 片	32.19	845.46	26.27
儿童迪巧 60 片	3.33	172.10	51.71
小儿碳酸钙 D3 颗粒 10 袋	61.52	1,090.61	17.73
小儿碳酸钙 D3 颗粒 20 袋	0.40	20.76	51.90
碳酸钙 D3 片（30 片/盒）	43.83	857.86	19.57
合计	462.24	10,402.83	-
2019 年			
品种	配送商直接向中山安士采购数量（万盒）	品牌服务费收入（万元）	折合品牌服务平均单价（元/盒）
成人迪巧 60 片	342.44	6,467.59	18.89
成人迪巧 120 片	5.49	284.84	51.90
儿童迪巧 30 片	50.55	1,149.54	22.74
小儿碳酸钙 D3 颗粒 10 袋	13.83	277.64	20.08
小儿碳酸钙 D3 颗粒 20 袋	0.03	1.66	51.98
碳酸钙 D3 片（30 片/盒）	3.24	59.29	18.30
合计	415.58	8,240.57	-
2018 年			
品种	配送商直接向中山安士采购数量（万盒）	品牌服务费收入（万元）	折合品牌服务平均单价（元/盒）
成人迪巧 60 片	317.10	6,066.83	19.13
成人迪巧 120 片	2.12	136.33	64.31
儿童迪巧 30 片	41.81	945.24	22.61
儿童迪巧 60 片	0.02	0.66	41.52
合计	361.05	7,149.06	-

报告期内，以品牌服务费收入和配送商直接向中山安士采购数量折合品牌服

务平均单价有所波动，主要是与各方商业谈判约定的促销以及发行人所制定的价格体系有关。

其中，品牌服务费收入主要来源产品“成人迪巧 60 片”，其 2018 年和 2019 年的品牌服务单价基本保持稳定；2020 年的品牌服务单价有所上升，主要是发行人从 2020 年开始提高了该产品的销售价格，中山安士所获得并需要向发行人支付的额外收益部分对应增加。

品牌服务费收入逐年上升，主要是因为：针对终端客户为公立医疗机构端的迪巧产品业务，随着“两票制”在全国范围内的逐步推行，以及发行人对于迪巧业务推广带来的销量增长，该业务对应的配送商客户，从发行人采购转为向生产厂商中山安士采购。

B、泌特系列

报告期内，泌特系列产品的销售收入及服务收入如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
产品销售	7,447.10	26.89%	6,539.97	24.61%	8,235.86	30.47%
服务费	20,249.06	73.11%	20,032.08	75.39%	18,792.45	69.53%
合计	27,696.16	100.00%	26,572.04	100.00%	27,028.32	100.00%

a、服务费收入

服务费收入是泌特系列产品实现收入的主要方式。

根据公司与泌特品牌方扬州一洋约定，鉴于公司在泌特系列产品品牌运营方面的投入对泌特系列产品的市场销售具有关键作用，扬州一洋需要向公司支付品牌服务费。对泌特系列产品，公司收取的服务费包含两种，分别是公司配送的品牌服务费和非公司配送的品牌服务费，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
服务费-百洋配送	2,927.18	14.46%	2,638.14	13.17%	4,038.04	21.49%

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
服务费-一洋配送	**17,321.87**	**85.54%**	17,393.94	86.83%	14,754.42	78.51%
服务费	**20,249.06**	**100.00%**	**20,032.08**	**100.00%**	**18,792.45**	**100.00%**

I、服务费-百洋配送

i.定价依据和计算公式

2016 年 6 月，发行人与泌特系列生产厂商扬州一洋签订《品牌运营协议书》，由公司负责对泌特产品的整体学术及推广会议等形式的品牌运营服务，由发行人承担泌特产品销售推广的工作及费用。

基于双方商业谈判结果，在原泌特产品单盒推广成本、费用的基础上，协议确定了品牌服务单价基准，扬州一洋根据实际推广效果产生的销售量为基础，并根据协议约定的服务费单价向公司支付品牌运营服务费用。

协议约定服务费（百洋配送）的计算公式为：服务费（百洋配送）=扬州一洋对发行人的实际销量×服务费不含税单价（百洋配送）。

ii.服务费会计处理

公司根据与扬州一洋签订的《品牌运营协议书》，按月与扬州一洋核对当月服务完成量，根据扬州一洋销售相关产品数量及约定的服务费单价确认服务费（百洋配送）金额，公司据此与扬州一洋结算服务费并开具服务发票，于当月按照权责发生制确认主营业务收入。

iii.报告期内服务费（百洋配送）收入情况及变动分析

2020 年			
品种	**数量（万盒）**	**服务费收入（万元）**	**单价（元/盒）**
泌特 20 片	**197.68**	**2,925.78**	**14.80**
泌特 10 片	**0.20**	**1.40**	**7.00**
合计	**197.88**	**2,927.18**	**-**
2019 年			
品种	**数量（万盒）**	**服务费收入（万元）**	**单价（元/盒）**
泌特 20 片	175.42	2,601.27	14.83

泌特 10 片	5.22	36.87	7.06
合计	**180.64**	**2,638.14**	**-**
2018 年			
品种	**数量（万盒）**	**服务费收入（万元）**	**单价（元/盒）**
泌特 20 片	271.64	3,947.76	14.53
泌特 10 片	13.00	90.27	6.94
合计	**284.64**	**4,038.04**	**-**

报告期内，由发行人配送所实现的服务费呈逐年下降趋势，主要原因为：随着“两票制”从 2017 年开始逐步全面推广实施，泌特产品作为处方药，发行人从扬州一洋采购进而销向下游配送商的情形逐步减少，相应的，下游配送商直接从扬州一洋采购的情形逐步增加。由发行人配送所实现的服务费与发行人销量挂钩，故而亦呈现下降的趋势。

具体而言，报告期各期，“两票制”对于上述两种采购情形的影响情况如下表所示：

单位：万盒，万元

2020 年						
品种	**百洋医药对外销售**			**扬州一洋对配送商的销售**		
	销售数量	**销售收入**	**数量占比**	**销售数量**	**销售收入**	**数量占比**
泌特 10 片	**0.20**	**2.23**	**1.46%**	**12.90**	**150.97**	**98.54%**
泌特 20 片	**197.68**	**4,459.02**	**15.03%**	**1,026.53**	**25,213.69**	**84.97%**
合计	**197.88**	**4,461.25**	**14.96%**	**1,039.43**	**25,364.66**	**85.04%**
2019 年						
品种	**百洋医药对外销售**			**扬州一洋对配送商的销售**		
	销售数量	**销售收入**	**数量占比**	**销售数量**	**销售收入**	**数量占比**
泌特 10 片	4.18	54.59	17.39%	19.84	232.05	82.61%
泌特 20 片	162.29	4,164.57	13.82%	1,011.96	25,003.94	86.18%
合计	**166.47**	**4,219.16**	**13.89%**	**1,031.80**	**25,235.99**	**86.11%**
2018 年						
品种	**百洋医药对外销售**			**扬州一洋对配送商的销售**		
	销售数量	**销售收入**	**数量占比**	**销售数量**	**销售收入**	**数量占比**
泌特 10 片	12.82	169.06	42.53%	17.32	220.33	57.47%
泌特 20 片	282.51	7,097.17	24.62%	865.06	21,004.46	75.38%
合计	**295.32**	**7,266.23**	**25.08%**	**882.38**	**21,224.79**	**74.92%**

II、服务费-一洋配送

i.定价依据和计算公式

泌特系列产品是主要销向全国公立医院等医疗机构的处方药。因此，在 2016 年 6 月发行人与扬州一洋签订的《品牌运营协议书》中，考虑到国家将在全国范围内推行“两票制”，而泌特作为处方药受政策影响预计较大，故双方在协议中约定了“两票制”下的收费方式。

品牌服务费用的确定方式主要是以发行人在品牌服务地区正常销售能够实现的收益为依据，即“两票制”客户直接向扬州一洋采购数量带给扬州一洋的额外收益，扣除扬州一洋由配送发生的额外成本确定。

协议约定计算公式具体为：服务费（一洋配送）=扬州一洋对两票制客户的实际销量×（两票制客户向扬州一洋采购的不含税单价-百洋医药向扬州一洋采购的不含税单价-扬州一洋发生的额外成本+品牌服务费不含税单价（百洋配送））。

扬州一洋发生的额外成本主要是扬州一洋由于产品售价提高而额外发生的增值税等。

ii.服务费会计处理

公司根据与扬州一洋签订的《品牌运营协议书》，按月与扬州一洋核对当月服务完成量，根据扬州一洋销售相关产品数量及约定的品牌服务计算方式确认服务费金额，公司据此与扬州一洋结算服务费并开具服务发票，于当月按照权责发生制确认主营业务收入。

iii.报告期内服务费（一洋配送）收入情况及变动分析

2020 年			
品种	**数量（万盒）**	**服务费收入（万元）**	**服务费单价（元/盒）**
泌特 20 片	**1,026.53**	**17,223.83**	**16.78**
泌特 10 片	**12.90**	**98.04**	**7.60**
合计	**1,039.43**	**17,321.87**	**-**
2019 年			
品种	**数量（万盒）**	**服务费收入（万元）**	**服务费单价（元/盒）**
泌特 20 片	1,011.96	17,241.80	17.04
泌特 10 片	19.84	152.14	7.67

合计	**1,031.80**	**17,393.94**	**-**
2018 年			
品种	**数量（万盒）**	**服务费收入（万元）**	**服务费单价（元/盒）**
泌特 20 片	865.06	14,601.90	16.88
泌特 10 片	17.32	152.42	8.80
合计	**882.38**	**14,754.32**	**-**

2019 年度由扬州一洋配送所实现的服务费较 2018 年度呈逐年上升趋势，**2020 年度保持平稳。**随着“两票制”从 2017 年开始逐步全面推广实施，发行人从扬州一洋采购进而销向下游配送商的情形逐步减少，下游配送商直接从扬州一洋采购的情形逐步增加。**该等情形在报告期内逐步形成稳定的趋势。**

报告期内，以服务费收入和扬州一洋配送数量折合服务费平均单价较平稳。

b、产品销售收入

I、收入构成情况

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
泌特 10 片	**18.42**	**0.25%**	54.59	0.83%	169.06	2.05%
泌特 20 片	**7,428.68**	**99.75%**	6,485.38	99.17%	8,066.80	97.95%
合计	**7,447.10**	**100.00%**	**6,539.97**	**100.00%**	**8,235.86**	**100.00%**

报告期内，泌特 20 片是泌特系列主要销售收入来源，也是公司品牌运营业务重要的收入来源之一。

II、销售量、销售价格情况及变动原因

报告期内，泌特各明细产品的销售数量及单价情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价
泌特 10 片	**1.42**	**18.42**	**12.94**	4.18	54.59	13.07	12.82	169.06	13.19
泌特 20 片	**289.65**	**7,428.68**	**25.65**	249.91	6,485.38	25.95	319.81	8,066.80	25.22
合计	**291.07**	**7,447.10**	**25.58**	**254.09**	**6,539.97**	**25.74**	**332.62**	**8,235.86**	**24.76**

i、泌特产品的售价变化情况及原因

报告期内，发行人未对泌特系列产品进行调价，泌特产品售价基本保持稳定。报告期各期存在较小变动，主要与泌特系列在各省中标价的差异有关。

ii、泌特产品的销量变化情况

泌特产品报告期内的销售数量有所下降，主要原因与迪巧产品销量变动原因基本一致，主要为随着“两票制”在全国范围内的逐步推行，以及发行人对于泌特系列推广带来的销量增长，该等业务对应的配送商客户需将从发行人采购的模式转为向供应商采购，因此销售量有所下降。

C、迈蓝系列

迈蓝系列是公司 2019 年运营的新品牌，公司负责对迈蓝系列产品的进行品牌运营，收入包括产品销售和服务费，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度	
	收入	占比	收入	占比
产品销售	**11,103.88**	**70.34%**	**5,273.46**	**73.99%**
其中：素比伏	**5,360.26**	**33.96%**	4,420.47	62.02%
利加隆	**1,333.33**	**8.45%**	852.99	11.97%
维固力	**4,410.29**	**27.94%**	-	-
服务费	**4,681.39**	**29.66%**	**1,853.48**	**26.01%**
其中：素比伏	**2,764.42**	**17.51%**	1,779.89	24.97%
利加隆	**568.99**	**3.60%**	73.59	1.03%
维固力	**1,347.97**	**8.54%**	-	-
合计	**15,785.26**	**100.00%**	**7,126.93**	**100.00%**

a、产品销售收入

I、不同品类产品收入情况

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度	
	收入	占比	收入	占比
素比伏	**5,360.26**	**48.27%**	4,420.47	83.82%
利加隆	**1,333.33**	**12.01%**	852.99	16.18%
维固力 10 粒	**1,734.60**	**15.62%**	-	-
维固力 20 粒	**2,675.69**	**24.10%**	-	-

品类	2020 年度		2019 年度	
	收入	占比	收入	占比
合计	11,103.88	100.00%	5,273.46	100.00%

迈蓝系列是发行人 2019 年运营的新品牌，公司负责对迈蓝系列产品进行品牌运营。2019 年主要运营素比伏和利加隆产品，2020 年进一步新增维固力产品。

II、销售量、销售价格情况及变动原因

报告期内，迈蓝各明细产品的销售数量及单价情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年		
	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价
素比伏	50.48	5,360.26	106.19	44.83	4,420.47	98.60
利加隆	51.28	1,333.33	26.00	31.12	852.99	27.41
维固力 10 粒	88.21	1,734.60	19.67	-	-	-
维固力 20 粒	88.48	2,675.69	30.24	-	-	-
合计	278.45	11,103.88	39.88	75.95	5,273.46	69.43

从上表可以看到，报告期内公司迈蓝产品售价基本保持稳定，未发生调价行为。发行人迈蓝系列运营效果良好，销量维持平稳趋势。

b、服务费收入

I、定价依据和计算公式

2019 年至 2020 年，发行人与迈蓝制药及其相关方签订《服务协议》，由发行人负责素比伏、利加隆、维固力等迈蓝系列产品的品牌运营服务。

基于双方商业谈判结果，在上述迈蓝系列产品的单盒推广成本、费用的基础上，协议确定了品牌服务费率基准，迈蓝及其相关方根据实际推广效果产生的销售量为基础，并根据协议约定的服务费率和出厂价向公司支付品牌服务费用。协议约定服务费的计算公式为：服务费=迈蓝系列实际销售量×产品出厂价×服务费率

其中，“迈蓝系列实际销售量”指迈蓝及其相关方在约定区域内实现的产品销售总量，以此作为计算服务费的依据。

II、服务费会计处理

公司根据与迈蓝及相关方签订的《服务协议》，按月与迈蓝及相关方核对当月服务完成量，根据迈蓝及相关方销售相关产品数量及约定的品牌服务计算方式确认服务费金额，公司据此与迈蓝及相关方结算服务费并开具服务发票，于当月按照权责发生制确认主营业务收入。

III、报告期内服务费收入情况及变动分析

2020 年				
品种	项目	数量（万盒）	服务费收入（万元）	服务费单价（元/盒）
素比伏	百洋销售	54.31	1,716.60	31.61
	迈蓝及相关方销售	33.15	1,047.82	31.61
	小计	87.46	2,764.42	-
利加隆	百洋销售	66.28	311.02	4.69
	迈蓝及相关方销售	54.98	257.97	4.69
	小计	121.26	568.99	-
维固力（10粒/盒）	百洋销售	76.19	494.32	6.49
	迈蓝及相关方销售	1.12	7.27	6.49
	小计	77.31	501.58	-
维固力（20粒/盒）	百洋销售	59.92	486.71	8.12
	迈蓝及相关方销售	44.28	359.68	8.12
	小计	104.20	846.39	-
2019 年				
品种	项目	数量（万盒）	服务费收入（万元）	服务费单价（元/盒）
素比伏	百洋销售	30.25	926.84	30.64
	迈蓝及相关方销售	28.06	853.05	30.40
	小计	58.31	1,779.89	30.53
利加隆	百洋销售	15.68	73.59	4.69
	小计	15.68	73.59	4.69

报告期内，迈蓝系列产品为 2019 年的新增品牌产品，其服务费收入与发行人推广运营形成的整体实际销售量相匹配。

D、武田系列

公司 2017 年起与武田药品开展合作，负责对武田系列产品进行零售市场的推广及销售，收入包括产品销售和服务费，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
产品销售	8,236.81	100.00%	7,849.93	100.00%	4,783.88	92.28%
服务费	-	-	-	-	400.47	7.72%
合计	8,236.81	100.00%	7,849.93	100.00%	5,184.35	100.00%

武田系列产品的销售收入主要通过产品销售实现。2018 年度，武田制药根据公司的品牌运营效果，向公司支付了部分品牌服务费。

a、不同品类产品收入情况

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
伏格列波糖片	2,715.41	32.97%	2,050.37	26.12%	1,480.15	30.94%
坎地沙坦酯片	2,390.13	29.02%	2,811.12	35.81%	1,522.34	31.82%
兰索拉唑肠溶胶囊	1,244.29	15.11%	1,014.87	12.93%	653.21	13.65%
兰索拉唑口崩片	60.26	0.73%	67.46	0.86%	47.00	0.98%
泮托拉唑钠肠溶片	1,379.70	16.75%	1,447.99	18.45%	748.89	15.65%
盐酸吡格列酮片	447.01	5.43%	458.13	5.84%	332.29	6.95%
合计	8,236.81	100.00%	7,849.93	100.00%	4,783.88	100.00%

b、销售量、销售价格情况及变动原因

报告期内，武田各明细产品的销售数量及单价情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价
伏格列波糖片	77.73	2,715.41	34.93	58.24	2,050.37	35.21	41.48	1,480.15	35.68
坎地沙坦酯片	118.40	2,390.13	20.19	118.11	2,811.12	23.80	64.22	1,522.34	23.70
兰索拉唑肠溶胶囊	13.55	1,244.29	91.80	10.96	1,014.87	92.64	7.11	653.21	91.92
兰索拉唑口崩片	0.71	60.26	85.33	0.79	67.46	85.14	0.59	47.00	79.98
泮托拉唑钠肠溶片	17.59	1,379.70	78.42	17.43	1,447.99	83.09	9.33	748.89	80.28
盐酸吡格列酮片	13.75	447.01	32.51	14.39	458.13	31.83	10.18	332.29	32.65
合计	241.74	8,236.81	34.07	219.91	7,849.93	35.70	132.91	4,783.88	35.99

报告期内，武田系列产品的销售价格主要根据各省中标价格进行调整，除此以外，报告期内，发行人未对武田系列产品进行调价。

c、服务费情况

武田系列产品的销售收入主要通过产品销售实现。2018 年度，武田制药向发行人支付服务费 400.47 万，主要原因如下：发行人于 2017 年 10 月开始武田系列的品牌运营。在发行人运营武田系列之前，武田系列产品由不同经销商进行分销。发行人与武田制药合作后，原有经销商仍存在少量销售武田系列产品的情况。在 2017 年及 2018 年的合作前期，发行人以专注市场营销、稳定品牌运营为主，因前期市场销量偏低，且其他经销商销售同样产品的事项应如何处理未在协议里明确约定，发行人未能与武田制药在 2017 年度达成一致的结算方式。随着品牌运营的渐趋成熟及稳定，武田系列的收入规模不断增长，其他厂商销售武田系列的情况逐步减少，2018 年第二季度，百洋医药与武田制药就前期业务事项进行对账确认，以服务费的方式对相关业务统一结算。

E、哈乐系列

报告期内，哈乐产品的销售数量及单价情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年		
	销售数量	销售收入	平均单价	销售数量	销售收入	平均单价
哈乐产品销售收入合计	684.17	29,287.41	42.81	342.27	15,352.77	44.86

哈乐系列是发行人 2019 年运营的新品牌，报告期内产品销售单价稳定，未发生调价。发行人相关推广运营效果良好。

F、其他系列

报告期内，发行人其他品牌系列产品主要包括纽特舒玛、扶正化瘀片、克奥妮斯、艾思诺娜、Atricure 等品牌，相关产品的销售收入构成情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
纽特舒玛	3,254.84	19.47%	2,944.17	17.51%	2,693.66	28.89%
克奥妮斯	1,673.55	10.01%	2,243.92	13.35%	2,008.85	21.55%
艾思诺娜	2,402.95	14.37%	2,128.54	12.66%	398.96	4.28%

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
扶正化瘀	**3,184.57**	**19.05%**	3,091.51	18.39%	2,316.08	24.84%
Atricure	**4,226.98**	**25.28%**	4,463.18	26.54%	755.08	8.10%
维乐夫	**5.86**	**0.04%**	201.74	1.20%	649.41	6.97%
承善堂	**116.47**	**0.70%**	87.67	0.52%	109.65	1.18%
咖思美	**991.06**	**5.93%**	826.13	4.91%	-	-
宠爱之名	**557.98**	**3.34%**	533.41	3.17%	-	-
美他多辛片	**46.52**	**0.28%**	165.63	0.99%	222.24	2.38%
闪康	**112.32**	**0.67%**	128.80	0.77%	168.39	1.81%
奈达	**145.93**	**0.87%**	-	-	-	-
合计	**16,719.02**	**100.00%**	**16,814.68**	**100.00%**	**9,322.32**	**100.00%**

公司其他品牌产品销售金额变动情况如下：

a、纽特舒玛系列：该产品是发行人子公司美国纽特舒玛在北美地区销售的膳食营养补充剂，中国境内的销售由发行人子公司青岛纽特舒玛负责。销售的产品主要包括乳清蛋白粉、豌豆蛋白粉、维生素 D3 喷剂等多种产品。目前正处于品牌培育期，收入相对较小。

b、克奥妮斯：该产品是由日本 Cosmed 制药公司在日本生产的美容类产品，包括“微针产品”、“可溶性面膜”等，目前正处于品牌培育期，收入相对较小。

c、艾思诺娜：该产品由日本佐藤制药株式会社在日本生产的美容类产品，包括艾思诺娜焕润健肤水、乳液、乳霜、精华液等，目前正处于品牌培育期，收入相对较小。

d、扶正化瘀片：该产品是由上海黄海制药有限责任公司生产，用于治疗肝纤维化，目前品牌收入相对较小。

e、Atricure 系列：该产品是由 Atricure 公司生产的心脏外科手术相关的医疗设备，发行人与供应商达成该产品的全国总代理销售协议，相关合作协议于 2018 年 5 月签订，目前品牌收入相对较小。

f、维乐夫：报告期内，发行人对该产品进行战略调整，减少了相关推广的力度，该产品收入下降较多。

G、退换货情况

a、销售产品的退换货政策

发行人将货物送达至医院、诊所、零售药店、医药商业公司后，由对方对产品进行验收，若商品因运输等原因导致破损，由发行人进行退换货处理；当商品验收合格入库后，原则上不再进行退换货处理。

b、退换货数量及金额

报告期内，发行人品牌运营业务退换货的主要原因是商品包装破损，情况如下：

单位：瓶（或个、箱）、万元

类型	报告期间	经销模式		直销模式		品牌运营业务收入	退换货率
		数量	金额	数量	金额		
退货	**2020 年度**	**217,034**	**1,287.99**	**70,202**	**385.71**	**216,634.19**	**0.77%**
	2019 年度	568,832	3,762.15	33,665	241.73	199,404.24	2.01%
	2018 年度	182,977	965.52	33,720	368.85	167,126.31	0.80%
换货	**2020 年度**	**755,441**	**3,765.64**	**61,262**	**270.27**	**216,634.19**	**1.86%**
	2019 年度	375,196	2,312.73	14,548	444.40	199,404.24	1.38%
	2018 年度	192,982	917.26	18,058	143.85	167,126.31	0.63%

②批发配送业务收入构成

2018 年度、2019 年度及 2020 年度，批发配送业务分别实现销售收入 176,100.64 万元、261,330.07 万元和 **337,057.95 万元**，占当期主营业务收入的比例分别为 48.41%、54.06%和 **57.48%**。

A、按客户类型

公司配送业务以配送至医院、医药商业公司、零售药房为主。具体情况如下所示：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
医院	**164,033.85**	**48.67%**	161,299.46	61.72%	132,661.77	75.33%
医药商业公司	**102,790.27**	**30.50%**	60,972.85	23.33%	30,661.08	17.41%

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
零售药房	**54,665.13**	**16.22%**	30,282.37	11.59%	6,926.70	3.93%
社区诊所	**15,568.70**	**4.62%**	8,775.39	3.36%	5,851.08	3.32%
合计	**337,057.95**	**100.00%**	**261,330.07**	**100.00%**	**176,100.64**	**100.00%**

报告期内配送至医院和医药商业公司的收入占配送业务收入合计比重在80%左右或以上，是配送业务的最主要收入。

B、按产品类型

报告期内，公司批发配送业务对应各类型的产品销售的收入构成如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
药品	**278,155.48**	**82.52%**	214,889.30	82.23%	136,885.28	77.73%
其中：西药	**175,651.56**	**52.11%**	150,777.03	57.70%	104,046.14	59.08%
中成药	**28,736.18**	**8.53%**	29,050.59	11.12%	23,205.55	13.18%
生物制品	**73,204.88**	**21.72%**	33,938.34	12.99%	8,497.14	4.83%
中药饮片	**562.85**	**0.17%**	1,123.35	0.43%	1,136.46	0.65%
医疗器械	**49,896.62**	**14.80%**	40,432.61	15.47%	32,132.57	18.25%
其中：一类医疗器械	**5,706.77**	**1.69%**	2,723.74	1.04%	1,730.74	0.98%
二类医疗器械	**14,269.28**	**4.23%**	12,417.86	4.75%	9,449.61	5.37%
三类医疗器械	**29,920.57**	**8.88%**	25,291.01	9.68%	20,952.22	11.90%
健康产品	**242.36**	**0.07%**	41.21	0.02%	7.84	0.00%
其他	**8,763.49**	**2.60%**	5,966.94	2.28%	7,074.94	4.02%
合计	**337,057.95**	**100.00%**	**261,330.07**	**100.00%**	**176,100.64**	**100.00%**

发行人批发配送业务收入呈现逐年增长的趋势，主要收入来源为药品和医疗器械的类别。

报告期内，公司批发配送业务收入规模及占主营业务收入的比例均处于增长趋势，主要原因在于：

其一，公司积极开拓上游厂商资源。报告期内，公司和三生国健、西安杨森、费森尤斯卡比、杰特贝林、阿斯利康等医药生产厂商建立了合作关系或者大幅提升了业务合作规模，报告期内上述厂商相关产品形成配送业务收入分别为

7,170.87 万元、12,056.49 万元和 **74,511.16 万元**，使得公司批发配送业务规模的大幅提升；

其二，医院客户是发行人批发配送业务的重要收入来源，报告期各期医院配送收入分别为 132,661.77 万元、161,299.46 万元和 **164,033.85 万元**。报告期内，受“两票制”政策的影响，部分规模较小、不具有核心竞争力的医药批发配送商由于难以获得上游医药生产厂商的认可，在流通渠道层级受到压缩的情况下，逐步退出了行业竞争；与此同时，公司作为山东省境内最具有核心竞争力的医药批发配送厂商之一，凭借优秀的物流配送体系和健全的医药产品品种，占领了更多的市场份额，2019 年和 2020 年医院端批发配送收入分别较同期增长 21.59%和 **1.70%**；

其三，公司积极发挥在零售渠道积累的客户资源，增加和零售药店客户的合作规模。零售药店配送收入从 2018 年的 6,926.70 万元增长至 2020 年的 **54,665.13 万元**，2019 年以来分别较同期增长 337.18%和 **80.52%**，销售规模大幅增长；

其四，公司通过并购方式扩张了批发配送业务。2017 年 12 月，公司收购北京万维；2019 年 2 月，公司收购（增资控股方式）江西贝瓦。2020 年度，北京万维实现收入 **35,558.66 万元**，江西贝瓦实现收入 **18,132.20 万元**，促进了公司批发配送业务规模的提升。

③零售业务收入构成

2018 年度、2019 年度及 2020 年度，公司零售业务分别实现销售收入 20,572.06 万元、22,744.76 万元和 **32,721.44 万元**，占主营业务收入的比例分别为 5.67%、4.71%和 **5.58%**，占营业收入比例较低。

A、按销售渠道

报告期内，公司零售业务收入按照销售渠道构成如下表所示：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上平台	**4,218.30**	**12.89%**	1,107.32	4.87%	589.77	2.87%
线下平台	**28,503.13**	**87.11%**	21,637.44	95.13%	19,982.29	97.13%
合计	**32,721.44**	**100.00%**	**22,744.76**	**100.00%**	**20,572.06**	**100.00%**

公司的零售业务以线下连锁门店为主、线上商城为辅，2018 年至今分别较同期增长 10.56%和 **43.87%**，有一定波动。主要原因如下：

2019 年度，公司线上、线下业务分别较 2018 年增长 87.75%和 8.28%，线上业务增长主要与发行人积极探索自有电商业务有关。

2020 年度，发行人在各大主流平台和新兴平台开设网店运营医美类和个人护理类等产品，同时积极探索跨境电商业务以及社交电商“百洋易美”平台业务，相关线上业务收入有所增长。

a、线下门店

报告期各期末，公司零售模式下自营药房主要集中在青岛地区，具体数量及分布情况如下表所示：

地区	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
青岛市	**20**	16	16
临沂市	**0**	2	2
北京市	**1**	1	1
合计	**21**	**19**	**19**

报告期内各门店收入情况具体如下：

单位：万元

门店名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
第二药店	**6,773.25**	**23.76%**	4,785.30	22.12%	2,099.04	10.50%
青医东院便民药房	**3,175.90**	**11.14%**	2,393.06	11.06%	1,386.63	6.94%
第一药店	**2,237.75**	**7.85%**	2,189.26	10.12%	1,584.93	7.93%
龙山路便民药房	**1,723.59**	**6.05%**	2,160.02	9.98%	1,103.52	5.52%
市立东院便民药房	**1,232.68**	**4.32%**	1,782.64	8.24%	4,475.33	22.40%
市立西院便民药房	**1,344.58**	**4.72%**	1,634.47	7.55%	3,619.27	18.11%
六医便民药房	**553.01**	**1.94%**	897.93	4.15%	676.60	3.39%

门店名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
妇儿医院便民药房	428.60	1.50%	627.45	2.90%	1,467.32	7.34%
胶南便民药房	395.76	1.39%	550.99	2.55%	1,312.59	6.57%
健民街便民药房	499.84	1.75%	473.24	2.19%	276.83	1.39%
第五智慧药房	255.82	0.90%	380.97	1.76%	518.85	2.60%
博平路便民药房	-	-	344.35	1.59%	187.38	0.94%
第三智慧药房	936.70	3.29%	326.25	1.51%	22.26	0.11%
开封路便民药房	-	-	201.74	0.93%	148.31	0.74%
第六智慧药房	251.04	0.88%	42.71	0.20%	-	-
第七智慧药房	144.55	0.51%	22.14	0.10%	-	-
第八智慧药房	140.14	0.49%	8.14	0.04%	-	-
齐鲁医院东便民药房	-	-	3.07	0.01%	259.34	1.30%
八医便民药房	-	-	-	-	112.02	0.56%
北京百洋汇康智慧药房有限公司	8,278.31	29.04%	2,620.16	12.11%	319.54	1.60%
莒南药房	0.07	0.00%	192.55	0.89%	368.57	1.84%
莒南药房沂水分公司	-	-	1.03	0.00%	0.17	0.00%
上海大药房	-	-	-	-	43.78	0.22%
龙城路店（萌驼惠选）	78.21	0.27%	-	-	-	-
红房子店（萌驼惠选）	19.46	0.07%	-	-	-	-
开封路店（萌驼惠选）	33.88	0.12%	-	-	-	-
合计	**28,503.13**	**100.00%**	**21,637.47**	**100.00%**	**19,982.26**	**100.00%**

b、线上平台

发行人零售业务的线上销售部分，主要通过百洋商城与第三方网上商城进行，各平台销售收入具体如下：

单位：万元

平台	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
百洋商城	1,078.48	25.57%	129.99	11.74%	181.60	30.79%
天猫电商平台	538.44	12.76%	249.05	22.49%	258.34	43.80%
京东电商平台	101.49	2.41%	17.15	1.55%	48.84	8.28%
其他电商平台	2,499.90	59.26%	711.13	64.22%	100.99	17.12%
合计	**4,218.30**	**100.00%**	**1,107.32**	**100.00%**	**589.77**	**100.00%**

公司线上销售正处于起步探索阶段，相关收入报告期内有所波动。主要系发行人在各大主流平台和新兴平台开设网店运营医美类和个人护理类等产品，同时

积极探索跨境电商业务以及社交电商“百洋易美”平台业务，相关收入有所增长。

B、按产品类型

报告期内，公司零售业务对应各类型的产品销售的收入构成如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
药品	**26,022.54**	**79.53%**	20,170.80	88.68%	17,007.95	82.67%
其中：西药	**11,147.26**	**34.07%**	10,883.19	47.85%	7,424.84	36.09%
中成药	**1,243.46**	**3.80%**	1,567.07	6.89%	2,232.36	10.85%
生物制品	**13,540.88**	**41.38%**	7,592.88	33.38%	7,313.11	35.55%
中药饮片	**90.95**	**0.28%**	127.65	0.56%	37.63	0.18%
医疗器械	**713.71**	**2.18%**	642.02	2.82%	1,793.69	8.72%
其中：一类医疗器械	**175.60**	**0.54%**	199.20	0.88%	390.06	1.90%
二类医疗器械	**516.34**	**1.58%**	403.34	1.77%	1,274.17	6.19%
三类医疗器械	**21.78**	**0.07%**	39.49	0.17%	129.45	0.63%
健康产品	**699.57**	**2.14%**	996.75	4.38%	571.55	2.78%
其他	**3,562.23**	**10.89%**	935.19	4.11%	1,198.86	5.83%
服务费	**1,723.39**	**5.27%**	-	-	-	-
合计	**32,721.44**	**100.00%**	**22,744.76**	**100.00%**	**20,572.06**	**100.00%**

发行人零售业务收入呈现波动的趋势，主要收入来源为药品和医疗器械的类别。其中，药品类别的产品在 2018 年度之 2020 年度相关收入逐年增长，主要原因为随着发行人 DTP 药房承接处方外流业务增多，相关药品销售业务收入逐年增长；**2020 年度，发行人增加运营部分医美类及个人护理类产品，故其他类别的产品销售收入增长较快，同时根据发行人与该等厂商签订的合同，相关厂商向发行人支付一定的服务费用以对发行人合理利润空间的补偿。**

（2）主营业务收入按销售地区划分

报告期内，公司主营业务收入按销售区域划分情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
山东省	**247,371.54**	**42.18%**	225,280.10	46.60%	177,404.63	48.76%
华北地区	**90,715.09**	**15.47%**	71,142.20	14.71%	54,927.70	15.10%
华东地区（除山东）	**76,794.95**	**13.10%**	55,799.79	11.54%	41,562.38	11.42%
华中地区	**38,345.48**	**6.54%**	32,676.81	6.76%	22,805.17	6.27%
华南地区	**52,453.58**	**8.94%**	37,657.70	7.79%	26,150.16	7.19%
西南地区	**29,473.59**	**5.03%**	18,484.75	3.82%	12,254.97	3.37%
西北地区	**18,194.88**	**3.10%**	15,579.86	3.22%	12,112.62	3.33%
东北地区	**26,866.10**	**4.58%**	19,637.83	4.06%	10,203.95	2.80%
美国	**771.52**	**0.13%**	804.28	0.17%	849.75	0.18%
香港	**5,426.85**	**0.93%**	6,415.75	1.33%	5,527.67	1.14%
合计	**586,413.58**	**100.00%**	**483,479.07**	**100.00%**	**363,799.00**	**100.00%**

报告期内，来源于华北地区和华东地区（含山东）的收入占发行人销售收入的比例分别为 75.28%、72.85%和 **70.77%**，系发行人的主要销售区域。

①品牌运营业务收入区域分布情况

报告期内，公司品牌运营业务收入的区域分布情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
山东省	**24,360.78**	**11.25%**	24,878.05	12.48%	18,475.02	11.05%
华北地区	**30,254.82**	**13.97%**	27,995.75	14.04%	22,274.72	13.33%
华东地区（除山东）	**54,292.30**	**25.06%**	47,646.24	23.89%	40,184.36	24.04%
华中地区	**24,439.24**	**11.28%**	25,630.93	12.85%	21,932.21	13.12%
华南地区	**40,496.91**	**18.69%**	31,855.99	15.98%	25,760.87	15.41%
西南地区	**16,970.67**	**7.83%**	14,882.43	7.46%	11,943.53	7.15%
西北地区	**11,383.12**	**5.25%**	11,005.86	5.52%	10,701.57	6.40%
东北地区	**9,382.87**	**4.33%**	8,690.40	4.36%	9,510.98	5.69%
香港	**4,281.95**	**1.98%**	6,014.31	3.02%	5,493.31	3.29%
美国	**771.52**	**0.36%**	804.28	0.40%	849.75	0.51%
合计	**216,634.19**	**100.00%**	**199,404.24**	**100.00%**	**167,126.31**	**100.00%**

从上表可以看到，发行人品牌运营业务各区域收入占比比较平稳。其中，华东地区和华南地区 2018 年以来收入金额及占比呈波动上升的趋势，主要由于对

扬州一洋与迈蓝、中山安士的品牌服务收入分别归入到该等地区所致。

②批发配送业务收入区域分布情况

报告期内，公司批发配送业务收入的区域分布情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
山东省	**200,961.02**	**59.62%**	180,777.75	69.18%	138,784.45	78.81%
华北地区	**51,747.40**	**15.35%**	40,526.08	15.51%	32,332.04	18.36%
华东地区（除山东）	**22,138.21**	**6.57%**	8,107.98	3.10%	1,316.97	0.75%
华中地区	**13,840.77**	**4.11%**	7,045.30	2.70%	870.90	0.49%
华南地区	**11,684.79**	**3.47%**	5,751.12	2.20%	382.16	0.22%
西南地区	**12,446.86**	**3.69%**	3,602.09	1.38%	311.45	0.18%
西北地区	**6,781.47**	**2.01%**	4,572.32	1.75%	1,409.70	0.80%
东北地区	**17,457.42**	**5.18%**	10,947.44	4.19%	692.97	0.39%
合计	**337,057.95**	**100.00%**	**261,330.07**	**100.00%**	**176,100.64**	**100.00%**

由于公司医药批发配送业务主要针对青岛及周边地区，因此相关业务主要发生在山东省内，报告期内山东省内收入占比均在 60%左右或以上；同时，发行人陆续与三生国健、西安杨森、费森尤斯卡比、杰特贝林、阿斯利康等医药生产厂商建立了合作关系，该等产品客户以全国范围内零售药房等客户为主，使得山东省外各地区收入占比有所上升。

③零售业务收入区域分布情况

报告期内，公司零售业务收入的区域分布情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
山东省内	**22,049.73**	**67.39%**	19,624.31	86.28%	20,145.16	98.07%
山东省外	**10,671.71**	**32.61%**	3,120.46	13.72%	426.90	1.93%
合计	**32,721.44**	**100.00%**	**22,744.76**	**100.00%**	**20,572.06**	**100.00%**

发行人零售业务收入以山东省内为主，主要原因是自营药房主要分布在山东省内，以及零售业务线上收入归入山东省内计算。此外，报告期内发行人医药及

健康产品零售业务存在来自山东省外的收入，主要来自于两方面：一是北京 DTP 药房门店运营主体汇康药房的收入，该门店以销售治疗癌症等疾病的特效药为主，随着承接处方外流业务增多，该类药物收入呈现快速增长趋势；二是发行人在各大主流平台和新兴平台开设网店运营医美类和个人护理类等产品，同时积极探索跨境电商业务以及社交电商“百洋易美”平台业务，相关收入分布在全国范围内，故山东省外收入有所增长。

3、现金交易情况

报告期内，发行人存在少量现金交易情况，相关交易金额较低，占发行人收入比例极低，对发行人业务经营不具有重要影响。

发行人现金交易均为现金收款，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金收款额	**2,434.68**	3,361.07	5,809.50
营业收入	**587,932.29**	484,866.35	365,246.17
现金收款占营业收入比例	**0.41%**	0.69%	1.59%

其中，发行人零售业务报告期内发生现金回款金额分别为 5,005.56 万元、3,117.30 万元和 **2,223.02 万元**，医药及健康产品零售行业普遍存在现金结算的方式，公司零售模式下收取现金营业款并存入公司银行账户的情况符合零售行业惯例。同时，随着移动支付技术的日渐成熟与普及，发行人下属门店鼓励顾客通过微信或支付宝等便捷性较强的移动支付方式进行消费，以优化客户的购物体验，故现金收款金额呈现下降趋势。

此外，发行人品牌运营业务和批发配送业务亦存在少量现金交易情形，报告期内发生额分别为 803.94 万元、243.78 万元和 **211.66 万元**。主要原因是：部分社区诊所及医药商业公司的规模较小、沟通及维护成本较高，为提高回款效率，公司销售人员向上述客户配送医药产品时直接收取货款。

针对上述现金交易的情况，发行人制定了《货币资金内部控制制度》、《青岛百洋健康药房连锁有限公司门店药房资金管理实施细则》等制度，以建立健全

货币资金内部控制，相关货物记录及资金记录清晰、具备可追溯性，相关的内部控制制度完备性、合理性及执行有效性较好。

4、第三方回款情况

报告期内，发行人存在少量第三方回款情况，相关交易金额较低，占发行人收入比例极低，对发行人业务经营不具有重要影响。发行人第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方回款交易额	**5,250.77**	3,856.64	225.30
营业收入	**587,932.29**	484,866.35	365,246.17
第三方回款交易占营业收入比例	**0.89%**	0.80%	0.06%

发行人已建立相关内控制度避免不必要的第三方回款，相关货物记录及资金记录清晰、具备可追溯性，能够有效避免第三方回款导致的货款归属纠纷，第三方回款内部控制措施得到良好执行。

5、销售返利情况

（1）经销商折扣、折让或返利政策

报告期内，公司主要对迪巧产品的经销商存在返利政策安排。除此以外，公司其余产品根据市场销售情况进行不定期的商业折扣安排。符合条件经销商的返利系数如下：

产品名称	返利系数（元/瓶，含税）	
	2020 年始	2017 年-2019 年
成人迪巧 60 片	**1.8**	1.5
成人迪巧 90 片	**2.7**	2.27
成人迪巧 120 片	**3.6**	3
儿童迪巧 30 片	**1.8**	1.5
儿童迪巧 60 片	**3.4**	2.8
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	2.5	
小儿碳酸钙 D3 颗粒 10 袋	1.62	
小儿碳酸钙 D3 颗粒 20 袋	3.08	
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	1.96	
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（86 片/盒）	2.76	

产品名称	返利系数（元/瓶，含税）	
	2020 年始	2017 年-2019 年
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（106 片/盒）	3.36	
D-CAL 儿童维 D 钙咀嚼片（300mg）	1.58	
迪美兰维生素 K 软胶囊	2.5	

注：2020 年 1 月 1 日起，发行人调整了部分产品的销售价格，因此对应提升返利系数。

（2）经销商返利金额

报告期内，公司迪巧产品经销商返利金额占迪巧产品销售收入的比重稳定，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
迪巧返利金额	**4,820.13**	4,819.43	4,625.40
迪巧产品销售收入（返利前）	**109,346.07**	117,139.75	118,906.06
占比	**4.41%**	4.11%	3.89%

（3）经销商返利的会计核算

根据公司与经销商签订的经销协议中约定的返利政策，公司每季度末计算本季度返利金额，并根据《企业会计准则》的规定，按照权责发生制原则，暂估入账，入账时冲减主营业务收入及应收账款。在返利结算时点，根据经销商实际完成销售量，经双方财务确认，以票面折让的方式给付。

（三）营业成本分析

报告期内，公司营业成本的情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	**440,136.49**	**99.89%**	349,130.80	99.82%	244,952.40	99.83%
其他业务成本	**463.85**	**0.11%**	636.85	0.18%	409.79	0.17%
合计	**440,600.33**	**100.00%**	**349,767.65**	**100.00%**	**245,362.18**	**100.00%**

报告期内，主营业成本占比 99%以上，与主营业务收入占比情况匹配。其中主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌运营业务	**110,145.58**	**25.03%**	95,938.29	27.48%	71,697.95	29.27%
批发配送业务	**301,264.78**	**68.45%**	232,350.74	66.55%	155,414.36	63.45%
零售业务	**28,726.12**	**6.53%**	20,841.77	5.97%	17,840.09	7.28%
合计	**440,136.49**	**100.00%**	**349,130.80**	**100.00%**	**244,952.40**	**100.00%**

报告期内，从主营业务成本构成的整体趋势上看，其变动趋势与主营业务收入保持匹配。主营业务成本的构成与主营业务收入的构成相比，批发配送业务的成本占比明显高于收入占比，主要系批发配送业务的毛利率较低，而品牌业务的毛利率较高所致。

1、品牌运营业务

报告期内，公司品牌运营业务的成本分为销售产品成本及服务费成本两部分，具体构成如下：

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
产品销售成本	**86,683.54**	**78.70%**	74,504.35	77.66%	52,882.53	73.76%
服务费成本	**23,462.04**	**21.30%**	21,433.94	22.34%	18,815.42	26.24%
小计	**110,145.58**	**100.00%**	**95,938.29**	**100.00%**	**71,697.95**	**100.00%**

报告期内，公司品牌运营业务不同产品成本构成情况如下：

单位：万元

品类	成本类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		成本	占比	成本	占比	成本	占比
迪巧系列	产品销售	**34,088.41**	**30.95%**	36,996.74	38.56%	37,668.46	52.54%
	品牌服务费	**6,140.98**	**5.58%**	3,467.93	3.61%	3,038.32	4.24%
	品牌引进费	**461.05**	**0.42%**	450.24	0.47%	408.43	0.57%
	合计	**40,690.44**	**36.94%**	**40,914.91**	**42.65%**	**41,115.21**	**57.35%**
泌特系列	产品销售	**6,709.90**	**6.09%**	5,837.16	6.08%	7,230.28	10.08%
	品牌服务费	**14,197.21**	**12.89%**	16,834.34	17.55%	15,057.67	21.00%
	合计	**20,907.11**	**18.98%**	**22,671.50**	**23.63%**	**22,287.95**	**31.09%**
迈蓝系列	产品销售	**10,844.72**	**9.85%**	5,019.92	5.23%	-	-
	品牌服务费	**2,138.96**	**1.94%**	426.68	0.44%	-	-
	合计	**12,983.68**	**11.79%**	**5,446.60**	**5.68%**	-	-

品类	成本类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		成本	占比	成本	占比	成本	占比
武田系列	产品销售	**5,083.20**	**4.61%**	5,202.27	5.42%	3,717.56	5.19%
	品牌服务费	**-**	**-**	-	-	311.01	0.43%
	合计	**5,083.20**	**4.61%**	**5,202.27**	**5.42%**	**4,028.57**	**5.62%**
哈乐系列	产品销售	**20,279.16**	**18.41%**	11,197.70	11.67%	-	-
	合计	**20,279.16**	**18.41%**	**11,197.70**	**11.67%**	**-**	**-**
其他品牌	产品销售	**9,678.14**	**8.79%**	10,250.56	10.68%	4,266.22	5.95%
	品牌服务费	**523.85**	**0.48%**	254.76	0.27%	-	-
	合计	**10,201.99**	**9.26%**	**10,505.32**	**10.95%**	**4,266.22**	**5.95%**
总计		**110,145.58**	**100.00%**	**95,938.30**	**100.00%**	**71,697.95**	**100.00%**

（1）迪巧系列

报告期内，迪巧系列成本构成情况如下：

单位：万元

成本类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
产品销售	**34,088.41**	**30.95%**	36,996.74	38.56%	37,668.46	52.54%
品牌服务费	**6,140.98**	**5.58%**	3,467.93	3.61%	3,038.32	4.24%
品牌引进费	**461.05**	**0.42%**	450.24	0.47%	408.43	0.57%
合计	**40,690.44**	**36.94%**	**40,914.91**	**42.65%**	**41,115.21**	**57.35%**

迪巧系列业务开展包括产品销售及服务费模式，成本构成及波动具体情况如下：

①产品销售成本

报告期内，迪巧系列的成本构成情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
成人迪巧 60 片	**9,797.32**	**28.74%**	17,130.77	46.30%	18,978.67	50.38%
成人迪巧 90 片	**652.45**	**1.91%**	257.75	0.70%	-	-
成人迪巧 120 片	**5,507.00**	**16.16%**	6,260.26	16.92%	4,880.94	12.96%
儿童迪巧 30 片	**7,048.50**	**20.68%**	6,390.82	17.27%	7,410.56	19.67%
儿童迪巧 60 片	**3,350.20**	**9.83%**	2,640.99	7.14%	2,161.99	5.74%
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	**416.31**	**1.22%**	1,565.91	4.23%	3,286.62	8.73%

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
小儿碳酸钙 D3 颗粒 10 袋	**3,511.34**	**10.30%**	1,279.70	3.46%	-	-
小儿碳酸钙 D3 颗粒 20 袋	**969.36**	**2.84%**	345.62	0.93%	-	-
小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒	**213.86**	**0.63%**	138.10	0.37%	924.51	2.45%
碳酸钙 D3 片（30 片/盒）	**63.46**	**0.19%**	23.93	0.06%	-	-
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	**873.49**	**2.56%**	111.09	0.30%	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（45 片/盒）	**518.11**	**1.52%**	132.13	0.36%	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（86 片/盒）	**188.74**	**0.55%**	253.42	0.68%	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（106 片/盒）	**87.41**	**0.26%**	34.66	0.09%	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片（300mg）	**386.93**	**1.14%**	112.35	0.30%	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片（600mg）	**65.51**	**0.19%**	106.21	0.29%	-	-
D-CAL 儿童维 D 钙咀嚼片（300mg）	**224.11**	**0.66%**	163.19	0.44%	-	-
迪美兰维生素 K 软胶囊	**0.26**	**0.00%**	3.37	0.01%	23.82	0.06%
迪巧含钙软糖	**130.85**	**0.38%**	5.56	0.02%	-	-
迪巧牌秀源女性片	**21.99**	**0.06%**	36.39	0.10%	1.35	0.00%
婴幼儿 DHA 营养包	**61.22**	**0.18%**	4.51	0.01%	-	-
迪巧产品销售成本合计	**34,088.41**	**100.00%**	**36,996.74**	**100.00%**	**37,668.46**	**100.00%**

报告期内，迪巧系列各产品的销售数量及单位成本情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价
成人迪巧 60 片	868.49	9,797.32	11.28	1,556.40	17,130.77	11.01	1,781.06	18,978.67	10.66
成人迪巧 90 片	41.68	652.45	15.65	16.30	257.75	15.81	-	-	-
成人迪巧 120 片	286.37	5,507.00	19.23	333.86	6,260.26	18.75	264.95	4,880.94	18.42
儿童迪巧 30 片	854.84	7,048.50	8.25	800.37	6,390.82	7.98	939.25	7,410.56	7.89
儿童迪巧 60 片	229.50	3,350.20	14.60	182.86	2,640.99	14.44	153.17	2,161.99	14.11
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	14.54	416.31	28.64	56.92	1,565.91	27.51	123.62	3,286.62	26.59
小儿碳酸钙 D3 颗粒 10 袋	235.92	3,511.34	14.88	82.84	1,279.70	15.45	-	-	-
小儿碳酸钙 D3 颗粒 20 袋	33.92	969.36	28.58	11.99	345.62	28.82	-	-	-
小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒	7.70	213.86	27.78	5.34	138.10	25.85	36.09	924.51	25.62
碳酸钙 D3 片（30 片/盒）	4.21	63.46	15.09	3.48	23.93	6.88	-	-	-
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	61.97	873.49	14.10	8.21	111.09	13.53	-	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（45 片/盒）	36.99	518.11	14.01	10.74	132.13	12.30	-	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（86 片/盒）	9.82	188.74	19.22	13.19	253.42	19.22	-	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片（106 片/盒）	4.00	87.41	21.86	1.67	34.66	20.73	-	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片（300mg）	27.80	386.93	13.92	7.44	112.35	15.11	-	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片（600mg）	2.09	65.51	31.31	3.30	106.21	32.20	-	-	-
D-CAL 儿童维 D 钙咀嚼片（300mg）	8.03	224.11	27.90	12.43	163.19	13.13	-	-	-
迪美兰维生素 K 软胶囊	0.02	0.26	12.18	0.27	3.37	12.55	2.01	23.82	11.83
迪巧含钙软糖	11.64	130.85	11.24	0.52	5.56	10.79	-	-	-
迪巧牌秀源女性片	0.55	21.99	40.01	1.91	36.39	19.03	0.09	1.35	15.78

品类	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价
婴幼儿 DHA 营养包	3.49	61.22	17.56	0.25	4.51	18.13	-	-	-
迪巧产品销售成本合计	**2,743.93**	**34,088.41**	**12.42**	**3,110.29**	**36,996.74**	**11.89**	**3,300.24**	**37,668.46**	**11.41**

报告期内，迪巧系列产品单位成本基本保持稳定，主要波动原因为：其一，发行人与供应商约定的采购价格为含税价格，报告期内，增值税税率两度下降导致税前价格相应上升（增值税率 2018 年 5 月由 17%调整至 16%；2019 年 3 月，由 16%调整至 13%）；**其二，根据发行人与美国安士、中山安士于 2020 年 8 月签订的《合作协议之补充协议》，主要产品采购价格均有不同程度的增长。**

报告期内，迪巧系列产品的产品销售成本波动主要系由于产品销量波动所致。

②服务费成本

A、服务费成本构成

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
市场宣传推广费用	**5,725.92**	**86.73%**	3,151.34	80.43%	2,445.30	70.95%
职工薪酬	**470.55**	**7.13%**	458.79	11.71%	414.55	12.03%
差旅费用	**146.02**	**2.21%**	108.35	2.77%	170.62	4.95%
业务招待费	**86.48**	**1.31%**	54.12	1.38%	60.66	1.76%
其他费用	**173.06**	**2.62%**	145.56	3.71%	355.62	10.32%
合计	**6,602.03**	**100.00%**	**3,918.16**	**100.00%**	**3,446.75**	**100.00%**

B、服务费成本变动原因

a、品牌服务费

迪巧系列品牌服务费成本=∑[各分办迪巧产品相关支出×迪巧产品服务费模拟收入/（迪巧产品销售收入+迪巧产品服务费模拟收入）]。

根据迪巧系列品牌服务费的成本归集方法，迪巧系列的品牌服务费成本受两个因素影响：①各分办迪巧产品推广支出；②迪巧产品服务费模拟收入占比。

其一，2018 年至 2020 年，各分办迪巧系列推广支出金额分别为 14,344.43 万元、16,647.33 万元及 **22,123.98 万元。为了促进迪巧系列产品的销售，发行人不断增加对迪巧系列的推广力度，导致了推广支出的上升。**

其二，报告期内，受两票制影响，迪巧品牌服务费收入增加，采用服务费方

式结算的产品种类增加，导致了服务费分摊支出比例的增加，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
办事处迪巧产品服务费模拟销售收入①	**15,502.87**	12,548.09	10,663.28
办事处迪巧系列销售收入②	**70,171.64**	83,071.23	65,919.30
①/（①+②）	**18.10%**	13.12%	13.92%

由于服务费模拟销售收入占比增加，导致迪巧系列服务费分摊费用比例的增加，导致服务费成本的增加。

为促进迪巧系列的业绩增长，发行人加大了市场推广力度，推广支出报告期内有所增长；**同时，受两票制影响，迪巧品牌服务费收入增加，采用服务费方式结算的产品种类增加，导致了服务费分摊支出比例的增加，最终导致迪巧服务费成本的上升**。

b、品牌引进费

2018 年至 2020 年，迪巧系列品牌引进费成本分别为 408.43 万元、450.24 万元及 **461.05 万元**，品牌引进费成本上升主要系人员工资上升所致。

（2）泌特系列

报告期内，泌特系列成本构成情况如下：

单位：万元

成本类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
产品销售	**6,709.90**	**6.09%**	5,837.16	6.08%	7,230.28	10.08%
品牌服务费	**14,197.21**	**12.89%**	16,834.34	17.55%	15,057.67	21.00%
合计	**20,907.11**	**18.98%**	**22,671.50**	**23.63%**	**22,287.95**	**31.09%**

泌特系列业务开展包括产品销售及服务费模式，成本构成及波动具体情况如下：

①产品销售成本

报告期内，泌特系列产品销售成本构成情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
泌特 10 片	**15.85**	**0.24%**	46.20	0.79%	137.97	1.91%
泌特 20 片	**6,694.05**	**99.76%**	5,790.96	99.21%	7,092.31	98.09%
泌特产品销售成本合计	**6,709.90**	**100.00%**	**5,837.16**	**100.00%**	**7,230.28**	**100.00%**

报告期内，泌特系列各产品的销售数量及单位成本情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价
泌特 10 片	**1.42**	**15.85**	**11.13**	4.18	46.20	11.06	12.82	137.97	10.77
泌特 20 片	**289.65**	**6,694.05**	**23.11**	249.91	5,790.96	23.17	319.81	7,092.31	22.18
合计	**291.07**	**6,709.90**	**23.05**	**254.09**	**5,837.16**	**22.97**	**332.62**	**7,230.28**	**21.74**

报告期内，泌特系列产品单位成本基本保持稳定，主要波动原因为：

发行人与供应商约定的采购价格为含税价格，报告期内，增值税税率两度下降导致税前价格相应上升（增值税率 2018 年 5 月由 17%调整至 16%；2019 年 3 月，由 16%调整至 13%）；发行人子公司承德柏建、北京万维采购泌特产品的价格系直接向品牌厂商采购，采购价格略高于发行人直接采购价格，因此导致泌特采购价格波动。

②服务费成本

A、品牌服务费成本构成

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
市场宣传推广费用	**10,162.75**	**71.58%**	10,891.76	64.70%	11,442.56	75.99%
职工薪酬	**3,277.32**	**23.08%**	4,751.52	28.23%	2,866.89	19.04%
差旅费用	**275.83**	**1.94%**	420.81	2.50%	397.73	2.64%
业务招待费	**148.89**	**1.05%**	200.05	1.19%	161.99	1.08%
其他费用	**332.42**	**2.34%**	570.20	3.39%	188.50	1.25%
合计	**14,197.21**	**100.00%**	**16,834.34**	**100.00%**	**15,057.67**	**100.00%**

B、品牌服务费成本变动原因

报告期内，影响泌特系列成本波动的主要原因为泌特系列的市场宣传推广费

用及职工薪酬。2019 年度，发行人加大对泌特系列产品的投入，市场推广宣传费和职工薪酬有所增加；**2020 年度，受疫情影响，医院渠道的推广受到一定限制，因此发行人推广投入降低。**

（3）迈蓝系列

报告期内，迈蓝系列成本构成情况如下：

单位：万元

成本类型	2020 年度		2019 年度	
	成本	占比	成本	占比
产品销售	10,844.72	9.85%	5,019.92	5.23%
品牌服务费	2,138.96	1.94%	426.68	0.44%
合计	12,983.68	11.79%	5,446.60	5.68%

迈蓝系列业务开展包括产品销售及服务费模式，成本构成及波动具体情况如下：

①产品销售成本

报告期内，迈蓝各明细产品的成本情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度	
	成本	占比	成本	占比
素比伏	5,225.59	48.19%	4,181.30	83.29%
利加隆	1,209.01	11.15%	838.62	16.71%
维固力 10 粒	1,674.81	15.44%	-	-
维固力 20 粒	2,735.31	25.22%	-	-
迈蓝产品销售成本合计	10,844.72	100.00%	5,019.92	100.00%

报告期内，迈蓝各明细产品的销售数量及单位成本情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年		
	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价
素比伏	50.48	5,225.59	103.52	44.83	4,181.30	93.26
利加隆	51.28	1,209.01	23.58	31.12	838.62	26.95
维固力 10 粒	88.21	1,674.81	18.99	-	-	-
维固力 20 粒	88.48	2,735.31	30.91	-	-	-
迈蓝产品销售成本合计	278.45	10,844.72	38.95	75.95	5,019.92	66.09

从上表可以看到，报告期内公司迈蓝产品单位成本基本保持稳定，采购价格未发生调整。素比伏采购价格各期存在较小变动，主要系 2019 年返利冲减采购成本所致。

②品牌服务费成本

迈蓝系列的品牌服务成本主要为相关品牌服务收入所必须投入的直接相关成本，包括公司迈蓝系列品牌推广团队提供推广服务所发生市场宣传推广费用、差旅费、业务招待费等。

A、品牌服务费成本构成

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比
市场宣传推广费用	**919.34**	**42.98%**	186.17	43.63%
职工薪酬	**1,143.08**	**53.44%**	155.32	36.40%
差旅费用	**30.87**	**1.44%**	33.81	7.92%
业务招待费	**13.04**	**0.61%**	5.96	1.40%
其他费用	**32.63**	**1.53%**	45.42	10.64%
合计	**2,138.96**	**100.00%**	**426.68**	**100.00%**

B、品牌服务费成本变动原因

2020 年，负责运营迈蓝系列产品的团队发生调整变更，因此导致了迈蓝系列服务费成本的变动。运营团队变更后，迈蓝系列产品增加了推广的人员及市场推广力度，导致市场宣传推广费用及职工薪酬增加。

（4）武田系列

报告期内，武田系列成本构成情况如下：

单位：万元

成本类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
产品销售	**5,083.20**	**4.61%**	5,202.27	5.42%	3,717.56	5.19%
品牌服务费	**-**	**-**	-	-	311.01	0.43%
合计	**5,083.20**	**4.61%**	**5,202.27**	**5.42%**	**4,028.57**	**5.62%**

武田系列业务开展包括通过产品销售模式，仅 2018 年存在服务费合作模式，

成本构成及波动具体情况如下：

①产品销售成本

报告期内，武田系列各明细产品的成本情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
伏格列波糖片	**1,738.89**	**34.21%**	1,223.34	23.52%	1,205.91	32.44%
坎地沙坦酯片	**1,186.65**	**23.34%**	1,905.16	36.62%	983.29	26.45%
兰索拉唑肠溶胶囊	**1,077.56**	**21.20%**	645.99	12.42%	560.41	15.07%
兰索拉唑口崩片	**32.16**	**0.63%**	37.62	0.72%	43.48	1.17%
泮托拉唑钠肠溶片	**731.34**	**14.39%**	1,051.21	20.21%	611.28	16.44%
盐酸吡格列酮片	**316.59**	**6.23%**	338.95	6.52%	313.19	8.42%
武田产品销售成本合计	**5,083.20**	**100.00%**	**5,202.27**	**100.00%**	**3,717.56**	**100.00%**

报告期内，武田各明细产品的销售数量及单位成本情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年			2018 年		
	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价
伏格列波糖片	**77.73**	**1,738.89**	**22.37**	58.24	1,223.34	21.01	41.48	1,205.91	29.07
坎地沙坦酯片	**118.40**	**1,186.65**	**10.02**	118.11	1,905.16	16.13	64.22	983.29	15.31
兰索拉唑肠溶胶囊	**13.55**	**1,077.56**	**79.50**	10.96	645.99	58.97	7.11	560.41	78.86
兰索拉唑口崩片	**0.71**	**32.16**	**45.55**	0.79	37.62	47.48	0.59	43.48	73.98
泮托拉唑钠肠溶片	**17.59**	**731.34**	**41.57**	17.43	1,051.21	60.32	9.33	611.28	65.53
盐酸吡格列酮片	**13.75**	**316.59**	**23.03**	14.39	338.95	23.55	10.18	313.19	30.78
合计	**241.74**	**5,083.20**	**21.03**	**219.91**	**5,202.27**	**23.66**	**132.91**	**3,717.56**	**27.97**

报告期内，公司武田系列产品成本波动主要系由于返利冲减成本所致。根据发行人与供应商签订采购协议，发行人以较低的毛利空间进行产品买卖。同时，发行人与供应商约定，因公司承担武田系列产品的推广职责，由武田制药根据推广成效，以返利的形式向公司支付报酬，武田系列产品的运营主要通过收取返利的形式实现收益。双方约定，双方在每季度结束后，对上一季度的返利进行对账确认，确认金额后用票折形式，在下次采购中冲减采购成本。

若不考虑返利冲减成本的影响，报告期内，发行人武田系列产品的采购单价情况如下：

单位：元/盒

产品种类	2020 年度	2019 年 4-12 月	2018 年 12 月-2019 年 3 月	2018 年 1 月-2018 年 11 月
伏格列波糖片	37.36		36.40	41.96
坎地沙坦酯片	24.81	24.97	24.32	
兰索拉唑肠溶胶囊	98.27	98.98	96.42	
兰索拉唑口崩片	87.96		85.69	89.16
泮托拉唑钠肠溶片（14 片/盒）	112.43		109.53	
泮托拉唑钠肠溶片（7 片/盒）	56.70	57.65	56.16	
盐酸吡格列酮片	34.89	37.39		

2019 年 4 月部分产品采购价格调整主要系增值税率由 16%调整至 13%所致。除 2019 年 4 月调整外，发行人向武田采购价格主要参考各产品在山东省的中标价格，报告期内受其变动的影响，2018 年 12 月，伏格列波糖片、兰索拉唑口崩片采购价格进行调整；2020 年，坎地沙坦酯片、兰索拉唑肠溶胶囊、盐酸吡格列酮片、泮托拉唑钠肠溶片（7 片/盒）采购价格进行调整。

整体而言，发行人采购武田系列产品的单价波动较小，武田系列产品的产品销售成本波动主要系由于销售返利导致。

②服务费成本

武田系列服务费成本的构成如下：

服务费成本	2018 年度	
	成本（万元）	占比
市场宣传推广费用	115.56	37.16%
职工薪酬	142.70	45.88%
差旅费用	37.36	12.01%
业务招待费	6.21	2.00%
其他费用	9.18	2.95%
合计	**311.01**	**100.00%**

武田系列服务费成本主要由市场宣传推广费用及职工薪酬构成，符合公司品牌运营服务开展的特点。除 2018 年该笔服务费支付外，武田系列不存在其他向发行人支付服务费的情况。

（5）哈乐系列

报告期内，哈乐系列全部以产品销售模式开展业务。哈乐系列产品的销售数量及单位成本情况如下：

单位：万盒，万元，元/盒

品类	2020 年			2019 年		
	销售数量	销售成本	成本单价	销售数量	销售成本	成本单价
哈乐	**684.17**	**20,279.16**	**29.64**	342.27	11,197.70	32.72

报告期内，哈乐系列产品单位成本基本保持稳定。**其中，根据双方于 2020 年 10 月签订的《补充协议（二）》，约定当月开始降低采购价，故 2020 年度哈乐系列平均成本单价有所下降。**

（6）其他系列

报告期内，其他产品成本构成情况如下：

单位：万元

成本类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
产品销售	**9,678.14**	**8.79%**	10,250.56	10.68%	4,266.22	5.95%
品牌服务费	**523.85**	**0.48%**	254.76	0.27%	-	-
合计	**10,201.99**	**9.26%**	**10,505.32**	**10.95%**	**4,266.22**	**5.95%**

其他产品系列主要以产品销售方式合作，对美他多辛片、闪康及奈达产品存在收取服务费合作的方式。

①产品销售

报告期内，发行人其他品牌系列产品销售成本构成情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
纽特舒玛	**1,158.06**	**11.97%**	1,026.00	10.01%	881.59	20.66%
克奥妮斯	**661.23**	**6.83%**	936.20	9.13%	786.15	18.43%
艾思诺娜	**1,318.05**	**13.62%**	1,203.06	11.74%	221.49	5.19%
扶正化瘀	**2,371.79**	**24.51%**	2,388.88	23.30%	1,750.85	41.04%
Atricure	**2,638.74**	**27.26%**	3,451.41	33.67%	290.92	6.82%
维乐夫	**13.52**	**0.14%**	32.29	0.32%	135.71	3.18%
承善堂	**79.80**	**0.82%**	48.03	0.47%	82.05	1.92%

品类	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
咖思美	**834.65**	**8.62%**	694.09	6.77%	-	-
宠爱之名	**413.10**	**4.27%**	405.05	3.95%	-	-
美他多辛片	**36.41**	**0.38%**	42.53	0.41%	62.82	1.47%
闪康	**21.38**	**0.22%**	23.03	0.22%	54.64	1.28%
奈达	**131.41**	**1.36%**	-	-	-	-
合计	**9,678.14**	**100.00%**	**10,250.56**	**100.00%**	**4,266.22**	**100.00%**

整体而言，发行人其他品牌系列各产品处于品牌培育期，销售数量较少，成本占比较低。相关产品的销售成本变动情况与收入变动情况相符，销售成本的波动主要系产品结构变化所致。

②品牌服务费

报告期内，发行人其他品牌系列服务费成本构成情况如下：

单位：万元

产品类型	2020 年度	2019 年度
美他多辛片	**45.52**	136.87
闪康	**108.98**	117.89
奈达	**369.36**	-
合计	**523.85**	**254.76**

报告期内，发行人其他品牌系列各产品处于品牌培育期，销售成本较低。**其他品牌系列服务费成本波动，主要系 2020 年发行人新增运营奈达系列产品所致。**

2、批发配送业务

（1）不同客户类型成本构成

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	成本	同比增长	成本	同比增长	成本
医院	**145,248.68**	**1.73%**	142,779.95	21.57%	117,446.07
医药商业	**91,818.36**	**70.57%**	53,829.83	108.08%	25,869.31
零售药房	**50,339.54**	**80.60%**	27,874.02	321.41%	6,614.52
社区诊所	**13,858.21**	**76.16%**	7,866.94	43.44%	5,484.46
小计	**301,264.78**	**29.66%**	**232,350.74**	**49.50%**	**155,414.36**

报告期内，发行人批发配送业务按客户类型口径的成本变动趋势与同期收入

变动基本一致。

（2）不同产品类型成本构成

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
药品	**256,725.03**	**85.22%**	197,032.10	84.80%	125,721.22	80.89%
其中：西药	**160,661.73**	**53.33%**	138,429.86	59.58%	95,013.87	61.14%
中成药	**25,446.10**	**8.45%**	25,370.95	10.92%	22,086.77	14.21%
生物制品	**70,100.56**	**23.27%**	32,327.39	13.91%	7,755.42	4.99%
中药饮片	**516.65**	**0.17%**	903.9	0.39%	865.17	0.56%
医疗器械	**38,636.05**	**12.82%**	30,476.29	13.12%	24,470.29	15.75%
其中：一类医疗器械	**3,947.90**	**1.31%**	2,048.70	0.88%	1,152.59	0.74%
二类医疗器械	**10,494.02**	**3.48%**	8,514.12	3.66%	6,651.82	4.28%
三类医疗器械	**24,194.13**	**8.03%**	19,913.47	8.57%	16,665.89	10.72%
健康产品	**203.53**	**0.07%**	29.16	0.01%	6.06	0.00%
其他	**5,700.17**	**1.89%**	4,813.19	2.07%	5,216.78	3.36%
合计	**301,264.78**	**100.00%**	**232,350.74**	**100.00%**	**155,414.36**	**100.00%**

报告期内，发行人批发配送业务按产品类型口径的成本变动趋势与同期收入变动基本一致。

3、零售业务

（1）不同客户类型成本构成

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	成本	同比增长	成本	同比增长	成本
线上平台	**2,047.67**	**119.03%**	934.89	86.44%	501.44
线下平台	**26,678.45**	**34.02%**	19,906.88	14.81%	17,338.65
小计	**28,726.12**	**37.83%**	**20,841.77**	**16.83%**	**17,840.09**

报告期内，发行人零售业务按客户类型口径的成本变动趋势与同期收入变动基本一致。

（2）不同产品类型成本构成

单位：万元

类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	成本	占比	成本	占比	成本	占比
药品	24,563.20	85.51%	18,695.77	89.70%	14,929.57	83.69%
其中：西药	10,423.40	36.29%	10,298.25	49.41%	6,595.29	36.97%
中成药	1,094.11	3.81%	1,201.21	5.76%	1,807.69	10.13%
生物制品	12,964.88	45.13%	7,086.65	34.00%	6,495.29	36.41%
中药饮片	80.81	0.28%	109.67	0.53%	31.3	0.18%
医疗器械	603.12	2.10%	519.31	2.49%	1,399.08	7.84%
其中：一类医疗器械	140.38	0.49%	146.27	0.70%	309.14	1.73%
二类医疗器械	441.94	1.54%	339.15	1.63%	983.66	5.51%
三类医疗器械	20.80	0.07%	33.89	0.16%	106.28	0.60%
健康产品	582.47	2.03%	832.02	3.99%	409.51	2.30%
其他	2,849.40	9.92%	794.66	3.81%	1,101.92	6.18%
服务费	127.93	0.45%	-	-	-	-
合计	**28,726.12**	**100.00%**	**20,841.77**	**100.00%**	**17,840.09**	**100.00%**

报告期内，发行人零售业务按产品类型口径的成本变动趋势与同期收入变动基本一致。

4、供应商返利情况

（1）供应商返利主要情况及变动原因

供应商为保证价格稳定、调动公司的积极性，当公司在一个时间段完成双方约定的销售量、采购任务、促销政策等条件后，供应商通常给予的价格折让。

根据发行人与供应商签订的年度购销合同，一般包含以下几种情形的返利形式：

返利方式	释义	计算公式
销售金额乘以返利系数	约定返利系数，返利总额与发行人对指定种类客户的销售金额挂钩	销售金额×返利系数
及时付款折扣	按规定条件向供应商回款获取一定折扣	付款金额×返利系数
销售数量乘以固定返利单价	约定固定的返利单价，返利总额与发行人对指定种类客户的实际销售数量挂钩	销售数量×固定返利单价
采购数量乘以固定返利单价	约定固定的返利单价，返利总额与发行人对指定种类客户的实际采购数量挂钩	采购数量×固定返利单价
保证毛利率、降价补偿	产品终端销售价格调整或其他原因，导致发行人对终端的销售毛利率低于约定毛利率时，由供应商以返利的形式进行补偿	销售额×约定毛利率-实际销售毛利额

报告期各期间，公司从供应商获得返利金额与同期相关业务毛利的占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
品牌运营业务返利	**5,029.12**	4,094.59	2,321.59
占品牌运营业务毛利比例	**4.72%**	3.96%	2.43%
批发配送业务返利	**13,460.61**	4,847.35	5,645.64
占批发配送业务毛利比例	**37.61%**	16.73%	27.29%
返利金额合计	**18,489.73**	8,941.94	7,967.23
占主营业务毛利比例	**12.64%**	6.66%	6.70%

报告期各期间，发行人返利金额分别为 7,967.23 万元、8,941.94 万元和 **18,489.73 万元**，其占主营业务毛利比重分别为 6.70%、6.66%和 **12.64%**，呈增长趋势，主要原因如下：

①品牌运营业务新增武田系列的收益主要以返利的形式实现

报告期内，发行人新增运营武田系列。对该系列产品，发行人在买卖产品环节基本不实现盈利。供应商武田制药根据发行人品牌运营的成果，定期以返利方式支付发行人报酬，即武田系列的收益主要以返利形式实现。2018 年度至 2020 年，武田制药支付发行人的返利金额分别为 2,005.00 万元、3,114.23 万元及 **3,751.62 万元**，是发行人返利增长的主要原因。

②医药批发配送业务销售及采购规模增长较快

报告期各期间，公司医药批发配送业务收入金额分别为 176,100.64 万元、261,330.07 万元和 **337,057.95 万元**，采购金额分别 177,671.02 万元、258,209.64 万元和 **316,508.91 万元**，销售及采购规模均增长较快。根据发行人与相关厂商签署的合作协议，返利金额与医药批发配送业务销售规模或采购规模呈现正相关的关系。

（2）供应商返利的会计处理方法

根据公司与供应商签订的年度购销合同，返利一般以月度、季度、半年度和年度结算为主，由于在签署合同时无法预计采购量、销售量、流向或回款是否达到标准，基于谨慎性原则，均在满足返利条件时，由双方在对账的基础上计算确

定后进行账务处理。

返利在满足返利条件的当期入账，发行人采取如下的会计处理方式：供应商采用票折方式给予发行人返利，在给发行人开具正常销售发票的同时，将返利作为销售折让在销售发票上注明，发行人收到发票后在系统中生成调价单，根据返利存货的批次冲减相应存货采购成本，并在已售商品及存货中分摊返利金额，已实现销售的存货对应的返利金额冲减主营业务成本。供应商选择将返利金额直接抵减发行人对其的应付账款。

（四）毛利构成及毛利率分析

报告期内，发行人主营业务的毛利情况如下：

单位：万元

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌运营业务	106,488.61	72.80%	103,465.95	77.01%	95,428.35	80.30%
批发配送业务	35,793.17	24.47%	28,979.33	21.57%	20,686.28	17.41%
零售业务	3,995.31	2.73%	1,903.00	1.42%	2,731.97	2.30%
合计	**146,277.09**	**100.00%**	**134,348.28**	**100.00%**	**118,846.60**	**100.00%**

报告期内，公司品牌运营业务毛利占比均大于 70%，为发行人毛利的主要来源。

1、综合毛利率情况分析

类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
主营业务	24.94%	-2.84%	27.79%	-4.88%	32.67%
其他业务	69.46%	15.36%	54.09%	-17.59%	71.68%
综合毛利率	**25.06%**	**-2.80%**	**27.86%**	**-4.96%**	**32.82%**

2018 年至 2020 年，公司的综合毛利率分别为 32.82%、27.86%和 **25.06%**。鉴于公司其他业务收入占比极低，公司综合毛利率的降低主要由公司的主营业务毛利率有所降低所致。

2、主营业务毛利率情况分析

类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
品牌运营业务	**49.16%**	**-2.73%**	51.89%	-5.21%	57.10%
批发配送业务	**10.62%**	**-0.47%**	11.09%	-0.66%	11.75%
零售业务	**12.21%**	**3.84%**	8.37%	-4.91%	13.28%
合计	**24.94%**	**-2.84%**	**27.79%**	**-4.88%**	**32.67%**

报告期内，公司主营业务毛利率小幅下滑，主要系产品结构变化所致，具体体现在两方面：

其一，公司批发配送业务增长较快，实现收入规模从 2018 年的 176,100.64 万元上升至 2020 年的 **337,057.95 万元**，占公司主营业务收入比例从 48.41%上升至 **57.48%。**相比于品牌运营业务，批发配送业务毛利率较低，其收入占比的上升导致了整体毛利率的下降；

其二，公司品牌运营业务在 2017 年新增武田系列产品，2019 年新增迈蓝系列产品及哈乐系列产品。上述三个产品占品牌运营业务收入比例由 2018 年度的 3.10%增加至 2020 年度的 **24.61%。**相比于公司原有品牌运营业务的毛利率水平，上述三个产品的毛利率水平较低，因此导致了品牌运营业务毛利率水平的下降。

（1）品牌运营业务毛利率分析

①不同产品毛利率情况

报告期内，公司各类品牌系列的毛利率及占品牌收入比重情况如下：

品牌类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
迪巧系列	**65.62%**	**54.63%**	67.33%	62.80%	67.26%	75.15%
泌特系列	**24.51%**	**12.78%**	14.68%	13.33%	17.54%	16.17%
迈蓝系列	**17.75%**	**7.29%**	23.58%	3.57%	-	-
武田系列	**38.29%**	**3.80%**	33.73%	3.94%	22.29%	3.10%
哈乐系列	**30.76%**	**13.52%**	27.06%	7.70%	-	-
其他产品	**40.96%**	**7.98%**	39.20%	8.67%	54.24%	5.58%
合计	**49.16%**	**100.00%**	**51.89%**	**100.00%**	**57.10%**	**100.00%**

2019 年，品牌运营业务整体毛利率水平为 51.87%，低于 2018 年的毛利率水平，主要原因包括：发行人积极开拓上游优质医药品牌产品厂商资源，与迈蓝制药、安斯泰来等全球知名的医药企业达成品牌运营合作协议，受益于发行人在运

营推广的丰富经验，迈蓝系列和哈乐系列 2019 年合作当年即实现较高收入，占品牌运营业务收入比例合计 11.24%。相关产品毛利率相比迪巧产品略低。上述因素造成发行人 2019 年品牌运营业务毛利率有所下降。

2020 年，品牌运营业务整体毛利率水平为 **49.16%**，低于 2019 年的毛利率水平。主要原因与 2019 年度毛利率变动原因类似。**其中，受新冠疫情影响，品牌运营业务产品销售收入结构有所改变，毛利率较高的迪巧系列销售有所下降，而毛利率较低的新增品牌系列如迈蓝系列、武田系列、哈乐系列等销售占比有所提升所致。**

A、迪巧系列

a、盈利模式

报告期内，迪巧系列产品销售和服务费的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
产品销售	**104,525.94**	**67.39%**	112,320.32	67.06%	114,280.66	67.04%
服务费	**13,823.28**	**52.24%**	12,902.93	69.63%	11,310.65	69.53%
合计	**118,349.22**	**65.62%**	**125,223.25**	**67.33%**	**125,591.31**	**67.26%**

b、产品销售毛利率情况

报告期内，迪巧各明细产品的毛利率情况如下：

单位：元/盒

品类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售单价	成本单价	毛利率	销售单价	成本单价	毛利率	销售单价	成本单价	毛利率
成人迪巧 60 片	**35.81**	**11.28**	**68.50%**	31.48	11.01	65.04%	30.86	10.66	65.47%
成人迪巧 90 片	**56.66**	**15.65**	**72.38%**	49.84	15.81	68.28%	-	-	-
成人迪巧 120 片	**68.99**	**19.23**	**72.13%**	62.20	18.75	69.85%	60.78	18.42	69.69%
儿童迪巧 30 片	**24.88**	**8.25**	**66.85%**	28.64	7.98	72.12%	29.69	7.89	73.43%
儿童迪巧 60 片	**56.29**	**14.60**	**74.07%**	57.62	14.44	74.93%	58.35	14.11	75.81%
迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒）	**39.21**	**28.64**	**26.97%**	39.94	27.51	31.12%	40.60	26.59	34.51%
小儿碳酸钙 D3 颗粒 10 袋	**30.90**	**14.88**	**51.83%**	29.37	15.45	47.41%	-	-	-
小儿碳酸钙 D3 颗粒 20 袋	**64.02**	**28.58**	**55.36%**	62.52	28.82	53.90%	-	-	-

品类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售单价	成本单价	毛利率	销售单价	成本单价	毛利率	销售单价	成本单价	毛利率
小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒	**61.15**	**27.78**	**54.56%**	53.77	25.85	51.92%	34.73	25.62	26.23%
碳酸钙 D3 片（30 片/盒）	**27.73**	**15.09**	**45.59%**	18.83	6.88	63.49%	-	-	-
碳酸钙 D3 片（60 片/盒）	**36.68**	**14.10**	**61.57%**	27.82	13.53	51.39%	-	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片(45 片/盒)	**33.41**	**14.01**	**58.07%**	33.96	12.30	63.79%	-	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片(86 片/盒)	**46.40**	**19.22**	**58.59%**	59.96	19.22	67.95%	-	-	-
迪巧钙维生素 D 咀嚼片(106 片/盒)	**63.70**	**21.86**	**65.69%**	70.50	20.73	70.60%	-	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片(300mg)	**37.73**	**13.92**	**63.11%**	32.37	15.11	53.32%	-	-	-
D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片(600mg)	**67.62**	**31.31**	**53.70%**	64.74	32.20	50.26%	-	-	-
D-CAL 儿童维 D 钙咀嚼片(300mg)	**75.90**	**27.90**	**63.25%**	27.43	13.13	52.14%	-	-	-
迪美兰维生素 K 软胶囊	**22.97**	**12.18**	**46.98%**	54.85	12.55	77.11%	50.62	11.83	76.64%
迪巧含钙软糖	**24.70**	**11.24**	**54.48%**	27.29	10.79	60.47%	-	-	-
迪巧牌秀源女性片	**16.80**	**40.01**	**-138.09%**	73.47	19.03	74.10%	144.77	15.78	89.10%
婴幼儿 DHA 营养包	**54.13**	**17.56**	**67.56%**	53.18	18.13	65.90%	-	-	-
迪巧系列合计	**38.09**	**12.42**	**67.39%**	**36.11**	**11.89**	**67.06%**	**32.36**	**10.67**	**67.04%**

2018 年至 2020 年，成人迪巧 60 片、成人迪巧 120 片、儿童迪巧 30 片和儿童迪巧 60 片 4 个产品占迪巧系列产品销售收入占比分别为 94.41%、91.90%及 **81.36%**，是迪巧系列产品的主要销售收入来源，也是公司品牌运营业务重要的收入来源之一。

报告期内，上述四个产品的协议采购价格和协议销售价格情况如下：

I、2018 年度-2019 年度

单位：元/瓶

产品种类	成人迪巧 60 片	成人迪巧 120 片	儿童迪巧 30 片	儿童迪巧 60 片
协议采购价格	12.24	21.38	9.08	16.48
协议销售价格	39.30	75.50	36.64	71.45
协议毛利率	68.85%	71.68%	75.22%	76.93%

注：协议采购价格为百洋医药（不含子公司承德柏建及北京万维）向中山安士的采购价格；协议销售价格为百洋医药向经销商的销售价格，不考虑促销、返点等政策。

报告期内，上述产品实际毛利率和协议毛利率对比情况如下：

产品种类	成人迪巧 60 片	成人迪巧 120 片	儿童迪巧 30 片	儿童迪巧 60 片
2018 年实际毛利率	65.47%	69.69%	73.43%	75.81%
2019 年实际毛利率	65.04%	69.85%	72.12%	74.93%
协议毛利率	68.85%	71.68%	75.22%	76.93%

从上表可以看到，迪巧主要产品的实际毛利率与协议毛利率基本一致，差异的主要原因系由于发行人开展促销、返利所致。

II、2020 年度

单位：元/瓶

期间	产品种类	成人迪巧 60 片	成人迪巧 120 片	儿童迪巧 30 片	儿童迪巧 60 片
1-8 月	协议采购价格	12.24	21.38	9.08	16.48
	协议销售价格	47.20	87.84	43.84	84.64
	协议毛利率	74.07%	75.66%	79.29%	80.53%
8-12 月	协议采购价格	12.45	21.84	9.29	16.72
	协议销售价格	47.20	87.84	43.84	84.64
	协议毛利率	73.62%	75.14%	78.81%	80.25%

2020 年，上述产品实际毛利率和协议毛利率对比情况如下：

产品种类	成人迪巧 60 片	成人迪巧 120 片	儿童迪巧 30 片	儿童迪巧 60 片
实际毛利率	68.50%	72.13%	66.85%	74.07%
协议毛利率（1-8 月）	74.07%	75.66%	79.29%	80.53%
协议毛利率(8-12 月)	73.62%	75.14%	78.81%	80.25%

2020 年 1 月 1 日开始，基于发行人对迪巧产品市场供求情况的判断，以及对迪巧产品品牌的定位，发行人对成人迪巧、儿童迪巧等产品均有不同程度的提价。一方面，在提价的同时，发行人组织开展了大量的促销活动，力求降低短期内提价造成的负面影响；另一方面，由于疫情原因，为刺激产品消费，发行人进一步提升了促销的力度。因此，2020 年度，发行人的实际毛利率低于协议毛利率。

III、除上述主要产品外，其他产品的毛利率波动情况如下：

i、小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒产品 2018 年毛利率较低，主要因为当年小儿碳酸钙 D3 颗粒因生产场所以及生产工艺调整的影响短暂停产，小儿碳酸钙 K2&D3

颗粒产品作为该阶段的替代产品，为促进销售当年给予下游一定的让利优惠，因此当年毛利率较低。

ii、D-CAL 成人维 D 钙咀嚼片和 D-CAL 儿童维 D 钙咀嚼片等产品 2019 年毛利率较低，主要原因系该部分产品其为发行人 2019 年新上市的产品，上市当年为加强对经销商的维护与合作，促进产品销售，公司给予其一定的让利优惠，因此当年毛利率较低。

c、品牌服务费毛利率情况

将报告期内发行人迪巧产品服务费结算方式的销售情况模拟为产品买卖方式，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
服务费收入①	**10,402.83**	8,240.57	7,149.06
服务费成本②	**6,140.98**	3,467.93	3,038.32
服务费模拟销售收入③	**15,549.36**	12,620.43	10,708.02
服务费模拟销售成本④=③-①	**5,146.53**	4,379.86	3,558.96
服务费模拟销售费用⑤=②	**6,140.98**	3,467.93	3,038.32
服务费模拟销售毛利率⑥=（③-④）/③	**66.90%**	65.30%	66.76%
产品销售毛利率	**67.39%**	67.06%	67.04%

将服务费模拟销售收入和产品销售收入合计后，发行人迪巧系列整体毛利率情况如下（其中，对于品牌引进费，本质上品牌厂商基给予公司的价格折让，将品牌引进费冲减成本考虑）：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产品销售收入①	**104,525.94**	112,320.32	114,280.66
服务费模拟销售收入②	**15,549.36**	12,620.43	10,708.02
模拟销售收入合计③=①+②	**120,075.30**	124,940.75	124,988.68
产品销售成本④	**34,088.41**	36,996.74	37,668.46
服务费模拟销售成本⑤	**5,146.53**	4,379.86	3,558.96
引进费成本⑥	**461.05**	450.24	408.43
引进费收入⑦	**3,420.45**	4,662.36	4,161.60
模拟销售成本合计⑧=④+⑤+⑥-⑦	**36,275.54**	37,164.48	37,474.25
模拟销售毛利率⑨=（③-⑧）/③	**69.79%**	70.25%	70.02%

如上表所示，2018 年度至 2020 年度，迪巧系列毛利率分别为 70.02%、70.25%和 **69.79%**，整体比较平稳。

d、综合利润率情况

为剔除不同业务结算模式对发行人财务数据的影响，假设迪巧系列产品的销售全部由发行人销售，将服务费收入冲减成本，测算发行人扣除成本及销售费用的综合利润情况，具体如下：

单位：万元

迪巧系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模拟销售收入合计①	**120,075.30**	124,940.75	124,988.68
模拟销售成本合计②	**36,275.54**	37,164.48	37,474.25
模拟销售费用合计③	**48,939.86**	48,509.70	49,440.77
综合利润率④=（①-②-③）/①	**29.03%**	31.43%	30.46%

注：模拟销售费用=销售费用+计入服务费成本的推广支出。

报告期内，迪巧产品的综合利润率较为稳定，**2020 年综合利润率略有下降，一方面系因儿童迪巧促销而导致的销售价格略有下降所致；另一方面，系发行人销售费用率上升所致。发行人销售费用率增加主要原因包括：①2020 年，受疫情影响，发行人为保障迪巧系列的市场需求，加大了广告投入，相比于 2019 年，2020 年广告费用增加了 3,166.40 万元；②2019 年，迪巧系列产品小儿碳酸钙 D3 颗粒剂重新上市，为了促进该产品的市场推广，发行人加大了对该产品及相关系列产品的市场推广力度，最终实现小儿碳酸钙 D3 颗粒剂收入由 2019 年的 3,182.82 万元上升至 2020 年的 9,461.18 万元；③2020 年 8 月，发行人更换迪巧系列产品包装，结合国际知名咨询机构里斯咨询的意见，发行人为了向消费者传递产品升级信息，加大了迪巧产品的市场推广力度。**

综上，上述因素导致了发行人 2020 年销售费用的增加，导致了 2020 年发行人综合利润率的下降。

e、迪巧业务毛利率同行业比较情况

报告期内，发行人迪巧业务的毛利率分别为 67.26%、67.33%和 **65.62%**，和同行业公司之间不存在显著差异。具体分析如下：

I、康哲药业（HK.0867）及中国先锋医药（HK.1345）

康哲药业、中国先锋医药的毛利率水平如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	平均
康哲药业	**73.92%**	74.85%	72.09%	73.62%
中国先锋医药	**66.00%**	67.40%	65.70%	66.37%

注：中国先锋医药的毛利率为其通过提供综合性营销、推广及渠道管理服务销售的药品的毛利率

可见，百洋医药在迪巧匹配运营环节的毛利率水平和康哲药业、中国先锋医药之间不存在显著差异。

II、发行人泌特系列产品

泌特系列系发行人代理的扬州一洋公司产品，扬州一洋和发行人无关联关系。泌特系列为发行人 2006 年开始代理的产品，和迪巧系列均为发行人设立初期即开始代理的产品，亦采用了相同的代理模式。

由于泌特系列产品采用服务费模式结算，结算模式和迪巧系列不同。若将泌特系列产品采用迪巧相同的模式结算，则泌特系列的毛利率水平情况如下：

单位：万元

泌特系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模拟销售收入合计	**32,811.76**	31,775.96	29,460.65
模拟销售成本合计	**8,898.32**	11,041.07	9,662.63
模拟销售毛利率	**63.96%**	65.25%	67.20%

可见，在相同的结算模式下，泌特系列的毛利率水平和迪巧系列基本一致，不存在显著差异。

III、广东泰恩康医药股份有限公司

泰恩康自 1999 年开始代理运营“和胃整肠丸”，作为中国唯一总代理全权负责其中国市场的报关、报检、市场推广、经销商选择、销售定价等工作，并将其运营推广成为我国肠胃用药的知名产品，该产品毛利率情况如下：

泰恩康	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	平均
和胃整肠丸	67.89%	74.92%	73.69%	72.17%

泰恩康运营和胃整肠丸和发行人运营迪巧的模式基本一致，主要生产厂商均主要经营一种产品，也基本一致，迪巧业务的毛利率水平和和胃整肠丸不存在显

著差异，迪巧业务毛利率水平具有合理性。

迪巧系列的毛利率水平和同行业公司之间不存在显著差异，具有合理性。

B、泌特系列

a、合作模式及盈利模式

发行人是泌特系列产品国内渠道的品牌运营商，通过为泌特系列提供全方位的消费者教育、产品学术推广、营销策划、产品分销、商务接洽、流向跟踪、供应链管理等增值服务获取收益。

报告期内，发行人泌特系列业务的结算方式包括两种：

一种是产品由发行人进行配送。在该模式下，品牌商将泌特系列以较高的价格销售给发行人，发行人将产品对外销售后，品牌商向发行人支付品牌服务费；

另一种是产品由品牌商（扬州一洋）进行配送。在该模式下，品牌商直接将产品销售至下游，向发行人结算品牌服务费。

报告期内，泌特系列产品销售和服务费的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
产品销售	**7,447.10**	**9.90%**	6,539.97	10.75%	8,235.86	12.21%
服务费	**20,249.06**	**29.89%**	20,032.08	15.96%	18,792.45	19.87%
合计	**27,696.16**	**24.51%**	**26,572.04**	**14.68%**	**27,028.32**	**17.54%**

相比于迪巧系列产品，泌特系列产品的毛利率较低，主要原因为：在核算泌特产品服务费成本时，发行人已将泌特系列产品的全部推广支出作为服务费成本核算；而迪巧系列的相关支出部分主要作为销售费用核算。

b、产品销售毛利率情况

报告期内，泌特 20 片平均收入占比超过 99%，是泌特系列的主要产品，其产品销售的毛利率情况如下：

单位：元/盒

泌特 20 片	2020 年度	2019 年度	2018 年度

泌特 20 片	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售单价	**25.65**	25.95	25.22
成本单价	**23.11**	23.17	22.18
毛利率	**9.89%**	10.71%	12.08%

报告期内，公司泌特产品毛利率基本保持稳定，报告期各期存在较小变动。主要原因为，泌特作为处方药，各年销售价格差异与各省中标价变动有关；各年采购价格差异与报告期内的增值税税率变动有关，发行人与供应商约定的采购价格为含税价格，报告期内，增值税税率下降导致税前价格相应上升导致泌特的采购价格发生波动。

c、品牌服务费毛利率情况

将报告期内发行人泌特产品服务费结算方式的销售情况模拟为产品买卖方式，将服务费收入冲减成本，通过上述模拟，报告期内，泌特系列的模拟毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产品销售收入①	**7,447.10**	6,539.97	8,235.86
服务费模拟销售收入②	**25,364.66**	25,235.99	21,224.79
模拟销售收入合计③=①+②	**32,811.76**	31,775.96	29,460.65
产品销售成本④	**6,709.90**	5,837.16	7,230.28
服务费模拟销售成本⑤	**8,042.79**	7,842.05	6,382.62
服务费（百洋配送）收入⑥	**2,927.18**	2,638.14	3,950.28
模拟销售成本合计⑦=④+⑤-⑥	**11,825.51**	11,041.07	9,662.63
模拟销售毛利率⑧=（③-⑦）/③	**63.96%**	65.25%	67.20%

如上表所示，报告期内泌特系列整体销售毛利率分别为 67.20%、65.25%和**63.96%**，泌特系列毛利率基本保持平稳，**相关变动主要系税率调整及不同省份中标价波动导致。**

d、综合利润率情况

为剔除不同业务结算模式对发行人财务数据的影响，假设泌特系列产品的销售全部由发行人销售，将服务费收入冲减成本，测算发行人扣除成本及销售费用的综合利润情况，具体如下：

单位：万元

泌特系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模拟销售收入合计①	**32,811.76**	31,775.96	29,460.65
模拟销售成本合计②	**11,825.51**	11,041.07	9,662.63
模拟销售费用合计③	**14,197.21**	16,834.34	15,057.67
综合利润率④=（①-②-③）/①	**20.69%**	12.28%	16.09%

注：模拟销售费用=计入服务费成本的推广支出。

2020 年度，泌特系列毛利率提升较高，主要原因为：2020 年度，受疫情影响，医院渠道的品牌推广受到一定限制，发行人对泌特系列的推广支出下降。短期内，由于消费惯性及药品刚需性，泌特系列的收入未出现明显下滑，导致了产品毛利率上升。

鉴于迪巧系列及泌特系列均为大品牌业务部门负责，若将两个产品合并考虑，其综合利润率情况如下：

单位：万元

迪巧系列+泌特系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度
模拟销售收入合计①	**152,887.06**	156,716.71	154,449.33
模拟销售成本合计②	**48,101.05**	48,205.55	47,136.88
模拟销售费用合计③	**63,137.07**	65,344.04	64,498.44
综合利润率④=（①-②-③）/①	**27.24%**	27.54%	27.72%

报告期内，发行人迪巧系列、泌特系列的综合利润率基本保持稳定。

C、迈蓝系列

对迈蓝系列产品，发行人与供应商签订采购协议，以较低的毛利空间进行产品买卖。同时，发行人与供应商约定，因公司承担迈蓝产品的推广职责，由迈蓝及相关方根据推广成效向公司支付服务费，迈蓝系列产品的运营主要通过收取服务费的形式实现收益。

报告期内，迈蓝系列产品销售和服务费的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年			2019 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
产品销售	**11,103.88**	**10,844.72**	**2.33%**	5,273.46	5,019.92	4.81%
服务费	**4,681.39**	**2,138.96**	**54.31%**	1,853.48	426.68	76.98%

项目	2020 年			2019 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
合计	15,785.26	12,983.68	17.75%	7,126.94	5,446.60	23.58%

2020 年，迈蓝系列毛利率下降主要系 2020 年 4 季度的服务费需要在 2021 年 1 季度对账确认。相关服务费未确认，导致了迈蓝系列毛利率的下降。

a、产品销售毛利率情况

报告期内，迈蓝系列各产品的销售毛利率情况如下：

单位：元

品类	2020 年			2019 年		
	销售单价	成本单价	毛利率	销售单价	成本单价	毛利率
素比伏	106.19	103.52	2.51%	98.60	93.26	5.41%
利加隆	26.00	23.58	9.32%	27.41	26.95	1.69%
维固力 10 粒	19.67	18.99	3.45%	-	-	-
维固力 20 粒	30.24	30.91	-2.23%	-	-	-
合计	39.88	38.95	2.33%	69.43	66.09	4.81%

b、服务费毛利率情况

迈蓝产品的服务费系根据双方定期对账确认。由于双方 2019 年度开始合作，合作前期，双方处于合作探索阶段，产品销量较小，服务费确认系根据发行人实际完成一定规模的产品销售后确认，上述服务费的确认方式导致了服务费确认和形成的收入规模存在一定错配，具体情况如下：

I、素比伏

对素比伏产品，其服务费确认的具体情况如下：

单位：万元

项目	素比伏
2019 年度销售收入①	4,420.47
2019 年度销售收入对应服务费②	2,093.45
2019 年实际确认服务费③	1,779.89
计入 2020 年收入的 2019 年服务费④=②-③	**313.56**
2020 年销售收入⑤	**5,360.26**
2020 年确认服务费的收入⑥	**4,867.92**
2020 年确认的服务费⑦	**2,764.42**

项目	素比伏
2020 年尚未确认服务费对应收入⑧=⑤-⑥	**698.95**

素比伏系列的服务费包括两部分：一部分产品系通过百洋医药进行销售，该部分服务费和百洋医药销售规模相对应；一部分产品系通过迈蓝制药销售，对该部分产品，由于品牌运营全部由百洋医药开展，迈蓝制药需要向百洋按相同标准支付品牌服务费，服务费支付具体情况如下：

对素比伏产品，若将服务费收入和产品销售收入进行对应，销售情况如下：

单位：万元

销售渠道	项目	2020 年度	2019 年度
百洋渠道	产品销售收入①	**5,360.26**	4,420.47
	产品销售成本②	**5,225.59**	4,181.30
	服务费收入（应确认的服务费收入）③	**1,744.72**	1,117.79
	服务费支付比率④=③/①	**32.55%**	25.29%
	模拟综合毛利率⑤=（①-②+③）/①	**35.06%**	30.70%
迈蓝渠道	产品销售收入⑥	**3,205.42**	3,000.97
	服务费收入⑦	**1,004.62**	943.73
	服务费支付比率⑧=⑦/⑥	**31.34%**	31.45%

注：迈蓝渠道的服务费收入为双方结算单确认的收入；百洋渠道服务费支付比率和协议约定略有差异，主要系发行人销售迈蓝产品存在促销，导致实际销售价格和结算价格略有差异。

2019 年度，百洋渠道的服务费支付比率较低，主要系合作初期，部分渠道销售的产品不符合支付条件，未支付服务费所致。

II、利加隆

对利加隆产品，其服务费确认的具体情况如下：

单位：万元

项目	利加隆
2019 年度销售收入①	852.99
2019 年度销售收入对应服务费②	249.75
2019 年实际确认服务费③	73.59
计入 2020 年收入的 2019 年服务费④=②-③	**176.17**
2020 年销售收入⑤	**1,333.33**
2020 年确认服务费的销售收入⑥	**1,135.92**
2020 年确认的服务费⑦	**568.99**

项目	利加隆
2020 年尚未确认服务费对应收入⑧=⑤-⑥	**197.41**

对利加隆产品，若将服务费收入和产品销售收入进行对应，销售情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
产品销售收入①	**1,333.33**	852.99
产品销售成本②	**1,209.01**	838.62
服务费收入（应确认的服务费收入）③	**293.26**	249.75
模拟综合毛利率④=（①-②+③）/①	**31.32%**	30.96%

2019 年、2020 年，利加隆产品的模拟综合毛利率保持平稳。

III、维固力

对维固力产品，其服务费确认的具体情况如下：

单位：万元

项目	维固力（250MG×10）	维固力（250MG×20）
2020 年销售收入①	**1,734.60**	**2,675.69**
2020 年服务费②	**501.58**	**846.39**
2020 年确认服务费对应的销售收入③	**1,545.52**	**2,324.17**
2020 年确认服务费对应的销售成本	**1,491.97**	**2,376.63**
2020 年尚未确认服务费对应收入④=①-③	**189.08**	**351.52**

对维固力（250MG×10），2020 年度结算的服务费为 **501.58 万元**，对应销售收入为 **1,545.52 万元**，对应成本为 **1,491.97 万元**，模拟综合毛利率为 **35.92%**，与双方签订合同约定的服务费支付比率基本一致。

D、武田系列

对武田系列产品，发行人与供应商签订采购协议，以较低的毛利空间进行产品买卖。同时，发行人与供应商约定，因公司承担武田系列产品的推广职责，由武田制药根据推广成效，以返利的形式向公司支付服务费，武田系列产品的运营主要通过收取返利的形式实现收益（合作初期，双方曾短暂以服务费的形式支付对应报酬，后续改以返利的形式）。

报告期内，武田系列产品销售情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
产品销售	**8,236.81**	**38.29%**	7,849.93	33.73%	4,783.88	22.29%
服务费	**-**		-	-	400.47	22.34%
合计	**8,236.81**	**38.29%**	**7,849.93**	**33.73%**	**5,184.35**	**22.29%**

报告期内，武田系列各明细产品的毛利率情况如下：

单位：元/盒

品类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售单价	成本单价	毛利率	销售单价	成本单价	毛利率	销售单价	成本单价	毛利率
伏格列波糖片	**34.93**	**22.37**	**35.96%**	35.21	21.01	40.33%	35.68	29.07	18.53%
坎地沙坦酯片	**20.19**	**10.02**	**50.35%**	23.80	16.13	32.23%	23.70	15.31	35.41%
兰索拉唑肠溶胶囊	**91.80**	**79.50**	**13.40%**	92.64	58.97	36.35%	91.92	78.86	14.21%
兰索拉唑口崩片	**85.33**	**45.55**	**46.62%**	85.14	47.48	44.23%	79.98	73.98	7.50%
泮托拉唑钠肠溶片	**78.42**	**41.57**	**46.99%**	83.09	60.32	27.40%	80.28	65.53	18.38%
盐酸吡格列酮片	**32.51**	**23.03**	**29.18%**	31.83	23.55	26.02%	32.65	30.78	5.75%
合计	**34.07**	**21.03**	**38.29%**	**35.70**	**23.66**	**33.73%**	**35.99**	**27.97**	**22.29%**

武田系列产品的返利系根据双方定期对账确认。双方在每季度结束后，对上一季度的返利进行对账确认，确认金额后用票折形式，在下次采购中冲减采购成本。上述结算方式导致四季度的返利实际确认在第二年。

报告期内，武田系列产品实际结算的返利情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度	2019 年度	2018 年度
伏格列波糖片	**1,078.73**	898.50	717.56
坎地沙坦酯片	**1,246.72**	1,016.72	496.34
兰索拉唑肠溶胶囊	**469.00**	428.04	235.89
兰索拉唑口崩片	**32.99**	41.50	28.28
泮托拉唑钠肠溶片	**688.47**	595.94	273.93
盐酸吡格列酮片	**246.90**	243.06	169.97
合计	**3,762.81**	**3,223.77**	**1,921.97**

其中 2018 年结算的返利金额实际为 2017 年 4 季度的返利金额及 2018 年 1-3 季度的返利金额；2019 年及 2020 年类推。

若将当期的返利和收入匹配，则报告期内，武田系列产品模拟结算的返利情

况如下：

单位：万元

品类	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年
伏格列波糖片	**864.16**	874.02	884.61
坎地沙坦酯片	**881.25**	1,154.73	685.62
兰索拉唑肠溶胶囊	**369.40**	428.40	312.11
兰索拉唑口崩片	**25.05**	40.22	34.24
泮托拉唑钠肠溶片	**474.50**	674.85	395.73
盐酸吡格列酮片	**177.36**	247.75	211.44
合计	**2,791.72**	**3,419.97**	**2,523.75**

模拟后，武田系列各明细产品的毛利率情况如下：

单位：元/盒

品类	2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度		
	销售单价	成本单价	毛利率	销售单价	成本单价	毛利率	销售单价	成本单价	毛利率
伏格列波糖片	**35.20**	**21.02**	**40.29%**	35.21	21.43	39.14%	35.68	25.04	29.81%
坎地沙坦酯片	**20.81**	**12.30**	**40.88%**	23.80	14.96	37.14%	23.70	12.36	47.84%
兰索拉唑肠溶胶囊	**92.36**	**88.03**	**4.69%**	92.64	58.94	36.38%	91.92	68.14	25.88%
兰索拉唑口崩片	**85.44**	**63.44**	**25.75%**	85.14	49.10	42.33%	79.98	63.84	20.18%
泮托拉唑钠肠溶片	**78.44**	**52.37**	**33.23%**	83.09	55.79	32.85%	80.28	52.47	34.64%
盐酸吡格列酮片	**32.45**	**30.56**	**5.82%**	31.83	23.23	27.04%	32.65	26.70	18.23%
合计	**-**	**-**	**32.23%**	-	-	**36.23%**	-	-	**34.87%**

根据双方协议约定，武田系列的主要盈利系通过返利方式取得，公司的毛利率水平主要受返利支付的比率影响。根据双方协议约定，2017 年 10 月-2019 年 3 月，返利支付比率为 41%；2019 年 4 月-2020 年 3 月，返利支付比率为 40%；**2020 年 4 月-2021 年 3 月，返利支付比率为 38%。**报告期内，武田系列的返利支付比率基本稳定。

随着发行人相关业务开展的不断成熟，武田系列的毛利率和返利支付比率已基本稳定，具有商业合理性。

E、哈乐系列

报告期内，公司负责将哈乐系列产品在国内零售市场推广销售，主要通过产品买卖差价的形式实现收益，产品毛利率情况如下：

单位：元

项目	2020 年	2019 年
销售单价	**42.81**	44.86
成本单价	**29.64**	32.72
毛利率	**30.76%**	27.06%

报告期内，哈乐系列产品的毛利率基本保持稳定。**2020 年度毛利率略有上升，主要系采购单价降低所致。**

F、其他系列

报告期内，其他系列产品中，通过产品差价买卖实现收益的产品收入占比超过 95%，具体情况如下：

单位：万元

品类	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	销售收入	销售成本	毛利率	销售收入	销售成本	毛利率	销售收入	销售成本	毛利率
纽特舒玛	**3,254.84**	**1,158.06**	**64.42%**	2,944.17	1,026.00	65.15%	2,693.66	881.59	67.27%
克奥妮斯	**1,673.55**	**661.23**	**60.49%**	2,243.92	936.20	58.28%	2,008.85	786.15	60.87%
艾思诺娜	**2,402.95**	**1,318.05**	**45.15%**	2,128.54	1,203.06	43.48%	398.96	221.49	44.48%
扶正化瘀片	**3,184.57**	**2,371.79**	**25.52%**	3,091.51	2,388.88	22.73%	2,316.08	1,750.85	24.40%
Atricure	**4,226.98**	**2,638.74**	**37.57%**	4,463.18	3,451.41	22.67%	755.08	290.92	61.47%
维乐夫	**5.86**	**13.52**	**-130.83%**	201.74	32.29	83.99%	649.41	135.71	79.10%
承善堂	**116.47**	**79.80**	**31.49%**	87.67	48.03	45.22%	109.65	82.05	25.17%
咖思美	**991.06**	**834.65**	**15.78%**	826.13	694.09	15.98%	-	-	-
宠爱之名	**557.98**	**413.10**	**25.97%**	533.41	405.05	24.06%	-	-	-
美他多辛片	**46.52**	**36.41**	**21.74%**	165.63	42.53	74.32%	222.24	62.82	71.73%
闪康	**112.32**	**21.38**	**80.96%**	128.8	23.03	82.12%	168.39	54.64	67.55%
奈达	**145.93**	**131.41**	**9.95%**	-	-	-	-	-	-
其他系列产品销售小计	**16,719.02**	**9,678.14**	**42.11%**	**16,814.68**	**10,250.56**	**39.04%**	**9,322.32**	**4,266.22**	**54.24%**
美他多辛片服务费	**108.03**	**45.52**	**57.87%**	249.08	136.87	45.05%	-	-	-
闪康服务费	**174.98**	**108.98**	**37.72%**	215.56	117.89	45.31%	-	-	-
奈达服务费	**277.30**	**369.36**	**-33.20%**	-	-	-	-	-	-
其他系列服务费小计	**560.31**	**523.85**	**6.51%**	**464.64**	**254.76**	**45.17%**	-	-	-
其他系列合计	**17,279.33**	**10,201.99**	**40.96%**	**17,279.32**	**10,505.32**	**39.20%**	**9,322.32**	**4,266.22**	**54.24%**

2018 年度至 2020 年度，发行人其他品牌综合毛利率分别为 54.24%、39.20%和 **40.96%**，毛利率变动的主要原因系由于产品结构变化所致：

2018 年毛利率较高的纽特舒玛产品收入占比较高，报告期内收入绝对金额比较稳定而相对占比逐年下降。与此同时，毛利率与其相比相对较低的克奥妮斯、艾思诺娜、Atricure 系列、咖思美、宠爱之名等产品，随着品牌知名度的提升，销售收入逐年增长，收入占比亦逐年增长。

主要产品的毛利率波动情况如下：

a、纽特舒玛：报告期内纽特舒玛为其他系列毛利主要来源之一，随着品牌知名度的提升及销售渠道的逐渐稳定，该产品作为营养品，毛利率维持在比较稳定的较高水平。

b、克奥妮斯和艾思诺娜：该产品是美容类产品，均为其他系列毛利主要来源之一，随着品牌知名度的提升及销售渠道的逐渐稳定，该类产品作为医美类产品，毛利率维持在比较稳定的较高水平。

c、扶正化瘀片：报告期内扶正化瘀片是其他系列毛利重要来源之一，销售收入的金额逐年增长，毛利率维持在较稳定的范围内。

d、Atricure 系列：该产品报告期内毛利率波动较大，主要原因为受中美贸易关系影响，关税在 2019 年和 2020 年有所波动，税率范围在 2%到 27%，相关产品销售时结转成本亦有所波动。

整体而言，发行人其他品牌系列综合毛利率报告期内有所波动，一方面与各产品的毛利率波动有关；另一方面，两者综合导致发行人其他品牌系列综合毛利率的波动。

②品牌运营业务毛利率同行业上市公司对比

报告期内，同行业公司的毛利率情况如下：

序号	可比公司	品牌运营业务毛利率		
		2020 年度	**2019 年度**	**2018 年度**
1	康哲药业	**73.92%**	74.85%	72.09%
2	中国先锋医药	**45.64%**	51.66%	38.94%
3	壹网壹创	**47.83%**	43.04%	42.59%
4	若羽臣	**34.64%**	34.25%	32.79%
小计平均		**50.51%**	**50.95%**	**46.60%**

序号	可比公司	品牌运营业务毛利率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌运营业务毛利率		49.16%	51.89%	57.10%

注：同行业公司数据来源为 Wind 资讯，下同。

A、康哲药业

康哲药业的销售以医院渠道为主，主要产品为处方药；发行人的销售渠道包括医院渠道及零售渠道，主要产品包括处方药及非处方药。相比于发行人，康哲药业的部分产品具有较高的附加值，并包含部分创新专利药，因此毛利率水平相对较高。

B、中国先锋医药

中国先锋医药主要从事进口医药产品及医疗器械的综合性营销、推广及渠道管理服务，其收入包含两部分，即自主推广销售产品收入和与第三方联合推广销售产品收入。其中通过第三方进行联合推广及渠道管理服务销售产品，属于低毛利率低费用率业务，因此发行人毛利率水平高于中国先锋医药。

C、壹网壹创

壹网壹创主要在线上销售美妆类、日化类等产品，目前已与百雀羚、三生花、伊丽莎白雅顿、欧珀莱、OLAY 等多个快消品品牌达成稳定合作关系，为品牌方提供其在天猫、京东、唯品会等第三方平台上的官方直营旗舰店综合运营服务，通过品牌运营服务，将该等产品通过线上平台销售给终端消费者。其中，百雀羚占其 2018 年主营业务收入的比例为 61.17%，是壹网壹创的重要收入和利润来源。

相比于线下销售，线上销售的促销活动力度较大，价格优惠力度更大，因此壹网壹创的毛利率水平低于发行人。

D、若羽臣

若羽臣主要在线上销售国际品牌产品，主要包括：钙尔奇、善存等保健品类产品、哈罗闪、美赞臣等母婴类品牌产品、美迪惠尔、肌美精等美妆类品牌产品，为品牌方提供其在天猫、京东、唯品会等第三方平台上的官方直营旗舰店综合运营服务，通过品牌运营服务，将该等产品通过线上平台销售给终端消费者。

相比于线下销售，线上销售的促销活动力度较大，价格优惠力度更大，因此壹网壹创的毛利率水平低于发行人。

整体而言，发行人品牌运营业务毛利率与可比公司不存在显著差异。

（2）批发配送业务毛利率分析

①批发配送业务毛利率情况

2018 年度、2019 年度及 2020 年度，公司批发配送业务毛利率为 11.75%、11.09%和 **10.62%**，公司不同年度配送的产品存在差异，不同产品毛利率空间不同。

②按客户类型分类的毛利率情况

报告期内，公司医药批发配送业务按照客户类型分类的毛利率情况如下：

单位：万元

时间	类别	收入	收入占比	成本	毛利额	毛利率
2020 年	**医药批发配送业务**	**337,057.95**	**57.48%**	**301,264.78**	**35,793.17**	**10.62%**
	其中：医院	**165,080.49**	**48.98%**	**146,189.66**	**18,890.83**	**11.44%**
	零售药房	**54,460.59**	**16.16%**	**50,245.28**	**4,215.31**	**7.74%**
	社区诊所	**13,721.60**	**4.07%**	**12,478.13**	**1,243.47**	**9.06%**
	医药商业公司	**103,795.26**	**30.79%**	**92,351.71**	**11,443.55**	**11.03%**
2019 年	**医药批发配送业务**	**261,330.07**	**100.00%**	**232,350.74**	**28,979.33**	**11.09%**
	其中：医院	161,299.46	61.72%	142,779.95	18,519.51	11.48%
	零售药房	30,282.37	11.59%	27,874.02	2,408.35	7.95%
	社区诊所	8,775.39	3.36%	7,866.94	908.45	10.35%
	医药商业公司	60,972.85	23.33%	53,829.83	7,143.02	11.72%
2018 年	**医药批发配送业务**	**176,100.64**	**100.00%**	**155,414.36**	**20,686.28**	**11.75%**
	其中：医院	132,661.77	75.33%	117,446.07	15,215.70	11.47%
	零售药房	6,926.70	3.93%	6,614.52	312.18	4.51%
	社区诊所	5,851.08	3.32%	5,484.46	366.62	6.27%
	医药商业公司	30,661.08	17.41%	25,869.31	4,791.77	15.63%

发行人对医院配送的毛利率在 10%-11%左右，基本保持稳定，2018 年以来毛利率有所提高，主要是公司向医院配送产品中高毛利的医疗器械占比增加所致。

发行人对零售药房配送的毛利率呈现增长趋势，对医药商业公司的毛利率存

在小幅波动，主要原因在于，公司积极开拓三生国健、西安杨森、费森尤斯卡比、杰特贝林、阿斯利康等优质上游医药产品厂商资源，丰富相关品类，该等产品毛利率较高，销售流向以零售药和医药商业公司为主。

报告期内公司对社区诊所的毛利率存在一定波动，主要和配送产品种类变化有关。2018 年以来公司对社区诊所配送的毛利率有所上升，主要因为向社区诊所配送毛利率较高的医疗器械增多，以及公司 2019 年 2 月收购的子公司江西贝瓦向社区诊所销售毛利率较高的产品导致。

③按产品类型分类的毛利率情况

报告期内，公司批发配送业务按产品分类的毛利率结构及变动情况如下：

单位：万元

时间	类别	收入	收入占比	成本	毛利额	毛利率
2020 年	药品	278,155.48	82.52%	256,725.03	21,430.44	7.70%
	其中：西药	175,651.56	52.11%	160,661.73	14,989.83	8.53%
	中成药	28,736.18	8.53%	25,446.10	3,290.09	11.45%
	生物制品	73,204.88	21.72%	70,100.56	3,104.32	4.24%
	中药饮片	562.85	0.17%	516.65	46.20	8.21%
	医疗器械	49,896.62	14.80%	38,636.05	11,260.57	22.57%
	其中：一类医疗器械	5,706.77	1.69%	3,947.90	1,758.88	30.82%
	二类医疗器械	14,269.28	4.23%	10,494.02	3,775.26	26.46%
	三类医疗器械	29,920.57	8.88%	24,194.13	5,726.44	19.14%
	健康产品	242.36	0.07%	203.53	38.83	16.02%
	其他	8,763.49	2.60%	5,700.17	3,063.32	34.96%
	批发配送业务合计	337,057.95	100.00%	301,264.78	35,793.17	10.62%
2019 年	药品	214,889.30	82.23%	197,032.10	17,857.20	8.31%
	其中：西药	150,777.03	57.70%	138,429.86	12,347.16	8.19%
	中成药	29,050.59	11.12%	25,370.95	3,679.64	12.67%
	生物制品	33,938.34	12.99%	32,327.39	1,610.95	4.75%
	中药饮片	1,123.35	0.43%	903.90	219.45	19.54%
	医疗器械	40,432.61	15.47%	30,476.29	9,956.32	24.62%
	其中：一类医疗器械	2,723.74	1.04%	2,048.70	675.04	24.78%
	二类医疗器械	12,417.86	4.75%	8,514.12	3,903.74	31.44%
	三类医疗器械	25,291.01	9.68%	19,913.47	5,377.53	21.26%
	健康产品	41.21	0.02%	29.16	12.05	29.25%
	其他	5,966.94	2.28%	4,813.19	1,153.75	19.34%
	批发配送业务合计	261,330.07	100.00%	232,350.74	28,979.33	11.09%

时间	类别	收入	收入占比	成本	毛利额	毛利率
2018 年	药品	136,885.28	77.73%	125,721.22	11,164.06	8.16%
	其中：西药	104,046.14	59.08%	95,013.87	9,032.26	8.68%
	中成药	23,205.55	13.18%	22,086.77	1,118.78	4.82%
	生物制品	8,497.14	4.83%	7,755.42	741.72	8.73%
	中药饮片	1,136.46	0.65%	865.17	271.30	23.87%
	医疗器械	32,132.57	18.25%	24,470.29	7,662.28	23.85%
	其中：一类医疗器械	1,730.74	0.98%	1,152.59	578.16	33.41%
	二类医疗器械	9,449.61	5.37%	6,651.82	2,797.79	29.61%
	三类医疗器械	20,952.22	11.90%	16,665.89	4,286.34	20.46%
	健康产品	7.84	0.00%	6.06	1.78	22.68%
	其他	7,074.94	4.02%	5,216.78	1,858.16	26.26%
	批发配送业务合计	**176,100.64**	**100.00%**	**155,414.36**	**20,686.28**	**11.75%**

2018 年至 2020 年，批发配送业务毛利率分别为 11.75%、11.09%和 **10.62%**，毛利率波动的原因包括：（1）药品毛利率有所提升，药品收入占比有所波动导致整体毛利率波动；（2）高毛利的医疗器械产品收入占比有所波动。

2019 年发行人药品毛利率有所上升，主要因为公司陆续与三生国健、西安杨森、费森尤斯卡比、阿斯利康等医药生产厂商建立了合作关系，积极将上述企业的药品销售至全国零售渠道，该等知名品牌的药品毛利率相对较高；2020 年发行人药品毛利率有所下滑，主要因为受新冠疫情影响，西药中低毛利的常用类别产品占比提升，以及以人血白蛋白等为代表的生物制品的收入占比有所增长，该等产品的毛利率较低。

其次，医疗器械产品收入占比有所波动。医疗器械业务毛利率较高，其收入占比波动导致了批发配送整体毛利率的波动。

健康产品主要为保健品及健康食品等产品，其他产品主要为日用品、医院辅助用品等非医疗器械用品，相关产品销售金额较小，毛利率波动主要由于产品结构变动产生。

④批发配送业务毛利率同行业上市公司对比

报告期内，同行业公司的毛利率情况如下：

序号	可比公司	批发配送业务毛利率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度

序号	可比公司	批发配送业务毛利率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	瑞康医药	**18.29%**	19.34%	19.15%
2	鹭燕医药	**7.95%**	7.79%	7.82%
3	柳药股份	**12.44%**	12.15%	10.76%
4	嘉事堂	**9.18%**	10.23%	10.23%
5	药易购	**7.11%**	9.11%	8.56%
小计平均		**10.99%**	**11.72%**	**11.30%**
百洋医药批发配送业务毛利率		**10.62%**	**11.09%**	**11.75%**

报告期内，发行人批发配送业务毛利率水平处于行业的合理区间内。

（3）零售业务毛利率分析

①零售业务毛利率情况

2018 年度、2019 年度及 2020 年度，公司零售业务毛利率为 13.28%、8.37%和 **12.21%**。报告期内，公司零售业务以线下零售药房收入为主。2019 年毛利率有所下降，主要为公司销售的低毛利的特效药比例增加所致。

②按销售平台分类的毛利率情况

报告期内，公司零售业务按线上、线下等销售渠道分类的毛利率情况如下表所示：

单位：万元

项目		2020 年	2019 年	2018 年
线上零售	收入	**4,218.30**	1,107.32	589.77
	成本	**2,047.67**	934.89	501.44
	毛利率	**51.46%**	15.57%	14.98%
线下零售	收入	**28,503.13**	21,637.44	19,982.29
	成本	**26,678.45**	19,906.88	17,338.65
	毛利率	**6.40%**	8.00%	13.23%

报告期内，线上业务主要通过自营的电商平台百洋商城进行销售。**2020 年，线上产品销售毛利率大幅增长，主要原因为发行人在各大主流平台和新兴平台开设网店运营医美类和个人护理类等产品，根据发行人与该等厂商签订的合同，相关厂商向发行人支付一定的服务费用以对发行人合理利润空间的补偿；同时，发行人积极探索跨境电商业务以及社交电商“百洋易美”平台业务。上述相关**

业务毛利率较高，线上零售业务毛利率亦相应增长。

发行人线下零售药房的毛利率基本保持稳定。**2019 年、2020 年，零售药房门店销售毛利率有所下降，主要原因为从 2019 年起，发行人百洋连锁部分门店取得经营部分特药的授权，特药毛利率低于日常用药且销售占比较大，导致 2019 年、2020 年线下门店销售毛利率有所下降。**

③按产品类型分类的毛利率情况

报告期内，公司零售业务按产品分类的毛利率结构及变动情况如下：

单位：万元

时间	类别	收入	收入占比	成本	毛利额	毛利率
2020 年	药品	26,022.54	79.53%	24,563.20	1,459.33	5.61%
	其中：西药	11,147.26	34.07%	10,423.40	723.86	6.49%
	中成药	1,243.46	3.80%	1,094.11	149.35	12.01%
	生物制品	13,540.88	41.38%	12,964.88	575.99	4.25%
	中药饮片	90.95	0.28%	80.81	10.13	11.14%
	医疗器械	713.71	2.18%	603.12	110.59	15.50%
	其中：一类医疗器械	175.60	0.54%	140.38	35.22	20.06%
	二类医疗器械	516.34	1.58%	441.94	74.40	14.41%
	三类医疗器械	21.78	0.07%	20.80	0.97	4.47%
	健康产品	699.57	2.14%	582.47	117.10	16.74%
	其他	3,562.23	10.89%	2,849.40	712.83	20.01%
	服务费	1,723.39	5.27%	127.93	1,595.46	92.58%
	零售业务合计	32,721.44	100.00%	28,726.12	3,995.31	12.21%
2019 年	药品	20,170.80	88.68%	18,695.77	1,475.03	7.31%
	其中：西药	10,883.19	47.85%	10,298.25	584.94	5.37%
	中成药	1,567.07	6.89%	1,201.21	365.86	23.35%
	生物制品	7,592.88	33.38%	7,086.65	506.24	6.67%
	中药饮片	127.65	0.56%	109.67	17.98	14.09%
	医疗器械	642.02	2.82%	519.31	122.71	19.11%
	其中：一类医疗器械	199.20	0.88%	146.27	52.94	26.57%
	二类医疗器械	403.34	1.77%	339.15	64.18	15.91%
	三类医疗器械	39.49	0.17%	33.89	5.59	14.16%
	健康产品	996.75	4.38%	832.02	164.73	16.53%
	其他	935.19	4.11%	794.66	140.52	15.03%
	零售业务合计	22,744.76	100.00%	20,841.77	1,903.00	8.37%
2018 年	药品	17,007.95	82.68%	14,929.57	2,078.38	12.22%

时间	类别	收入	收入占比	成本	毛利额	毛利率
	其中：西药	7,424.84	36.09%	6,595.29	829.55	11.17%
	中成药	2,232.36	10.85%	1,807.69	424.67	19.02%
	生物制品	7,313.11	35.55%	6,495.29	817.82	11.18%
	中药饮片	37.63	0.18%	31.30	6.33	16.83%
	医疗器械	1,793.69	8.72%	1,399.08	394.61	22.00%
	其中：一类医疗器械	390.06	1.90%	309.14	80.92	20.75%
	二类医疗器械	1,274.17	6.19%	983.66	290.52	22.80%
	三类医疗器械	129.45	0.63%	106.28	23.17	17.90%
	健康产品	571.55	2.78%	409.51	162.05	28.35%
	其他	1,198.86	5.83%	1,101.92	96.94	8.09%
	零售业务合计	**20,572.06**	**100.00%**	**17,840.09**	**2,731.97**	**13.28%**

从上表可以看到，发行人报告期内零售业务毛利率分别为 13.28%、8.37%和 **12.21%**，该业务毛利率有所波动。

首先，药品收入毛利率略有下滑。主要原因为：一方面，报告期内，第二药店、北京百洋汇康智慧药房有限公司等 DTP 药房以销售治疗癌症等疾病的特效药为主，随着承接处方外流业务增多而收入逐年增长，西药类别销售占比有所上升，但该类特效药毛利率较低；另一方面，随着发行人与杰特贝林等医药生产厂商建立了合作关系，以人血白蛋白等为代表的生物制品的收入占比有所增长，但该类产品的毛利率亦维持在较低水平。

其次，毛利率较高的医疗器械收入占比呈逐年下降趋势。主要原因为，报告期内市立东院便民药房、市立西院便民药房等门店搬迁了门店地址。搬迁后相关医用耗材等医疗器械的销量有所减少。2020 年，受新冠疫情影响，防疫用品如口罩等二类医疗器械销售收入有所上升。

此外，健康产品及其他产品主要以保健食品及日用品为主，相关产品销售金额较小，毛利率波动主要由于产品结构变动产生。**其中，2020 年度，发行人增加运营部分医美类产品及个人护理类产品，相关厂商向发行人支付一定的服务费用以对发行人合理利润空间的补偿，毛利率较高。**

④零售业务毛利率同行业上市公司对比

公司零售业务模式与同行业益丰药房、老百姓、大参林、一心堂等类似，上

述可比公司 2020 年度的商品结构、客户结构如下：

单位：万元

益丰药房			老百姓		
分产品	主营业务收入	毛利率	分产品	主营业务收入	毛利率
中西成药	899,258.44	33.75%	中西成药	1,080,569.78	29.76%
中药	119,855.32	46.44%	中药	89,105.60	49.95%
非药品	262,221.11	41.68%	非药品	226,994.55	35.98%
合计	1,281,334.87	36.56%	合计	1,396,669.92	32.06%
大参林			一心堂		
分产品	主营业务收入	毛利率	分产品	主营业务收入	毛利率
中西成药	907,860.37	32.55%	中西成药	883,650.31	32.79%
中参药材	217,044.56	38.22%	医疗器械及计生、消毒用品	135,884.86	未披露
非药品	301,317.44	50.03%	中药	112,157.48	未披露
			其他	108,434.72	未披露
合计	1,426,222.37	37.10%	合计	1,240,127.37	未披露

报告期内，同行业公司的毛利率情况如下：

序号	可比公司	零售业务毛利率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	益丰药房	37.98%	39.01%	41.65%
2	老百姓	32.06%	33.59%	35.21%
3	大参林	38.47%	39.48%	39.73%
4	一心堂	35.82%	38.70%	40.53%
小计平均		36.08%	37.70%	39.28%
百洋医药零售业务毛利率		12.21%	8.37%	13.28%

和同行业公司相比，公司零售业务规模较小，规模效应不明显。且公司线下零售药店主要以院边的 DTP 药房为主，销售以处方药为主，具有单店销售量大、毛利率偏低的特点。而同行业上市公司药店主要分布于居民区，销售以非处方药及中成药为主，毛利率相对较高。因此，发行人的零售业务毛利率低于同行业医药零售企业。

（五）期间费用分析

1、期间费用构成情况

报告期内，公司的期间费用具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
销售费用	**87,255.31**	**14.84%**	83,298.57	17.18%	71,964.26	19.70%
管理费用	**14,058.82**	**2.39%**	15,056.08	3.11%	10,446.50	2.86%
财务费用	**5,529.36**	**0.94%**	4,934.15	1.02%	4,004.95	1.10%
合计	**106,843.49**	**18.17%**	**103,288.80**	**21.30%**	**86,415.72**	**23.66%**

2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司的销售费用分别为 71,964.26 万元、83,298.57 万元和 **87,255.31 万元**，销售费用占营业收入比例分别为 19.70%、17.18%和 **14.84%**，系公司期间费用的主要组成部分。

报告期内，公司销售费用占销售收入比例呈下降趋势，主要原因：公司业务结构中，批发配送的销售费用率较低，医药批发配送业务收入占比增加导致了整体销售费用占销售收入比例的下降。

报告期内，公司管理费用、财务费用规模较小，费用金额及占比基本保持稳定。

2、销售费用

（1）销售费用构成及变动分析

报告期内，公司的销售费用包括市场宣传推广费用、职工薪酬和仓储运输费用等，具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
市场宣传推广费用	**55,032.45**	**63.07%**	51,483.20	61.81%	42,431.13	58.96%
职工薪酬	**22,555.84**	**25.85%**	21,833.31	26.21%	20,225.30	28.10%
仓储及运输费用	**4,613.57**	**5.29%**	3,829.09	4.60%	3,298.27	4.58%
差旅费用	**1,425.34**	**1.63%**	2,132.22	2.56%	2,652.20	3.69%
业务招待费	**996.72**	**1.14%**	1,317.95	1.58%	1,322.18	1.84%
房租及物业水电费	**1,468.12**	**1.68%**	1,361.94	1.64%	1,306.56	1.82%
折旧摊销费用	**376.08**	**0.43%**	504.48	0.61%	452.84	0.63%
其他费用	**787.18**	**0.90%**	836.38	1.00%	275.79	0.38%
合计	**87,255.31**	**100.00%**	**83,298.57**	**100.00%**	**71,964.26**	**100.00%**

公司的销售费用主要为市场宣传推广费用及职工薪酬，报告期各期销售费用

中的市场宣传推广费用与职工薪酬合计分别为 62,656.43 万元、73,316.51 万元和 **77,588.29 万元**，占销售费用的比例分别为 87.07%、88.02%和 **88.92%**。

报告期内，公司业务规模逐步扩大，运营品牌的数量不断增加，市场推广投入不断加大；同时，随着销售人员考核方法的逐步完善，以及国内用工成本的增加，公司的销售人员薪酬亦不断增长。

①市场宣传推广费

A、市场宣传推广费的归集方式

对品牌运营业务，公司为医药品牌提供消费者教育、产品学术推广、营销策划、产品分销、商务接洽、流向跟踪、供应链管理等增值服务。品牌生产厂商支付公司品牌运营报酬时，有两种结算方式：

结算方式一，品牌生产厂商将产品销售给发行人，发行人将产品销售给下游经销商或终端客户。在这种方式下，发行人盈利通过产品买卖差价的方式，品牌运营的相关市场宣传推广费用计入销售费用。

结算方式二，品牌生产厂商向发行人支付品牌服务费。这种方式下，发行人形成品牌服务费收入，品牌运营的相关市场宣传推广费用计入服务费成本。

对发行人而言，品牌生产厂商采用不同的结算方式时，发行人从事的品牌运营业务实质相同。因此，发行人实际的市场宣传推广支出包含计入销售费用的部分和计入成本的部分。具体情况如下：

单位：万元

市场宣传推广费	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
计入销售费用	**55,032.45**	**76.28%**	51,483.20	78.17%	42,431.13	75.19%
计入成本	**17,114.94**	**23.72%**	14,378.90	21.83%	14,003.42	24.81%
合计	**72,147.39**	**100.00%**	**65,862.10**	**100.00%**	**56,434.55**	**100.00%**

发行人品牌运营业务成本中服务费成本，系按照会计信息质量中相关性、可理解性要求，将其与品牌运营业务中服务费收入相对应的部分进行归集，并按照与收入匹配的原则从销售费用结转至品牌运营业务成本，符合《企业会计准则》的相关规定，符合公司实际经营情况。

B、市场宣传推广费的主要构成

报告期内，公司市场宣传推广费用主要包括学术会议费用、推广活动费用以及广告费，具体内容如下表所示：

单位：万元

市场宣传推广费	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
学术会议	**23,539.89**	**32.63%**	27,078.60	41.11%	24,101.14	42.71%
推广活动	**42,669.49**	**59.14%**	36,011.89	54.68%	29,971.33	53.11%
广告费	**5,938.01**	**8.23%**	2,771.61	4.21%	2,362.08	4.19%
合计	**72,147.39**	**100.00%**	**65,862.10**	**100.00%**	**56,434.55**	**100.00%**

相比于 2018 年，发行人 2019 年学术会议及推广活动支出增加，主要原因包括：a、迪巧新系列产品推出（碳酸钙 D3 片、维 D 钙咀嚼片等近 10 个规格的产品）以及市场竞争加剧所致，公司在迪巧系列上面加大了推广力度；b、公司在 2019 年聘请国际知名咨询团里斯团队出具市场战略规划，相关费用包括直接咨询费用 1,143.87 万元和其他相关市场调研费用，导致公司推广活动支出增加；c、公司于 2019 年收购江西贝瓦，江西贝瓦于 2018 年末开始全面运营，2019 年为开拓市场，发生推广费用 2,488.34 万元；

相比于 2019 年，发行人 2020 年学术会议支出有所降低，主要系受疫情因素影响，发行人减少了学术会议的组织次数；在减少学术会议推广的同时，发行人加大了网络媒体宣传、促销的活动力度，导致了推广费及广告费的增加。

②职工薪酬

报告期内，发行人销售人员数量及工资水平如下：

单位：万元、万元/月

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
月均人数	**1,862**	1,911	1,850
期间总工资	**27,651.54**	27,292.99	23,644.37
平均薪酬	**1.24**	1.19	1.07

注：销售人员工资包括销售费用中职工薪酬以及品牌服务费成本中的人工成本

报告期内，由于发行人销售业绩的稳步提升、国内用工成本不断增加以及发行人逐渐完善销售人员考核方法，销售人员平均薪酬自 2018 年度的 1.07 万元增加至 2020 年的 **1.24 万元，增加 15.66%。**

报告期内，公司销售人员基本保持稳定。报告期内，平均薪酬的上涨致使报告期内销售费用中的职工薪酬不断上涨，销售费用中职工薪酬费用不断增加具有合理性。

③仓储及运输费用

报告期内，公司的仓储及运输费用具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
仓储费用	**1,077.65**	907.72	363.15
运输费用	**3,535.92**	2,921.37	2,935.12
合计	**4,613.57**	**3,829.09**	**3,298.27**

报告期内，公司运输费用金额保持平稳，变动趋势与发行人收入变动趋势一致；2019 年和 2020 年仓储费用增加，主要由于公司在青岛市黄岛区设立百洋医药电商物流中心增加仓储费所致。

④其他费用

差旅费、业务招待费、房租及物业水电费用等其他费用的增加，主要原因是随着业务规模扩大，公司完善销售网点布局，相应的费用随之增加。

（2）销售费用率与同行业公司对比分析

①品牌运营业务同行业对比情况

报告期内，发行人品牌运营业务收入及费用情况如下：

单位：万元

品牌运营业务	2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌运营业务销售费用（含计入成本部分的推广支出）	**88,598.09**	84,870.96	75,387.95
品牌运营业务营业收入	**216,634.19**	199,404.24	167,126.31
销售费用/营业收入	**40.90%**	42.56%	45.11%

发行人品牌运营业务销售费用率和同行业对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
康哲药业	**29.56%**	31.92%	30.77%
中国先锋医药	**33.24%**	33.73%	24.47%
壹网壹创	**11.20%**	20.90%	18.77%
若羽臣	**17.74%**	17.13%	15.60%
小计平均	**22.94%**	**25.92%**	**22.40%**
百洋医药	**40.90%**	**42.56%**	**45.11%**

相比于同行业公司，发行人品牌运营业务销售费用率较高，主要原因如下：

发行人的品牌运营业务收取服务费的收入比例较高。报告期内，发行人的服务费收入分别为 26,341.98 万元、30,590.76 万元及 **39,314.04 万元**，占品牌运营业务销售收入的比例为 15.76%、15.34%及 **18.15%**。在以同样的销售推广支出导致销售同样数量产品时，以服务费方式结算形成的收入规模较低，销售费用占比更高，因此导致发行人品牌运营业务的销售费用率较高；

康哲药业的销售以医院渠道为主，主要产品为处方药；发行人的销售渠道包括医院渠道及零售渠道，主要产品包括处方药及非处方药。发行人需要在零售渠道进行更多的品牌运营，因此销售费用率较高；

中国先锋医药的主营业务包含通过第三方进行联合推广及渠道管理服务销售产品，属于低毛利率低费用率业务，因此销售费用率较低。发行人通过自有销售团队进行推广，销售费用率较高；

壹网壹创及若羽臣的品牌运营业务主要针对线上渠道进行，发行人的品牌运营包含线上渠道和线下渠道，且以线下渠道为主。线上渠道的运营在产品促销方面力度更大，因此产品毛利率水平相对较低，销售费用率也相对较低。

②批发配送业务同行业对比情况

报告期内，发行人批发配送业务收入及费用情况如下：

单位：万元

批发配送业务	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售费用	**13,542.99**	12,551.40	8,811.01
营业收入	**337,057.95**	261,330.07	176,100.64

批发配送业务	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售费用/营业收入	**4.02%**	4.80%	5.00%

发行人批发配送业务销售费用率和同行业对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
瑞康医药	**7.99%**	7.51%	6.38%
鹭燕医药	**2.22%**	2.15%	1.89%
柳药股份	**2.72%**	2.57%	2.39%
嘉事堂	**2.92%**	4.03%	3.50%
药易购	**3.65%**	4.47%	3.92%
小计平均	**3.90%**	**4.15%**	**3.62%**
百洋医药	**4.02%**	**4.80%**	**5.00%**

发行人批发配送业务销售费用率介于同行业可比公司最高值和最低值之间。发行人批发配送业务销售费用率高于鹭燕医药、嘉事堂及柳药股份，一方面系发行人业务规模低于上述公司，销售规模效应较低所致；另一方面，系发行人医疗器械产品占比较高，相关销售费用较高所致。发行人批发配送业务销售费用率低于瑞康医药，主要系瑞康医药医疗器械占比较高，相关销售费用占比较高所致。

公司批发配送业务的销售费用率符合行业经营特点，不存在异常情况。

③零售业务销售费用率与同行业可比公司比较情况

报告期内，发行人零售业务收入及费用情况如下：

单位：万元

零售业务	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售费用	**8,136.29**	6,859.91	6,172.30
营业收入	**32,721.44**	22,744.76	20,572.06
销售费用/营业收入	**24.87%**	30.16%	30.00%

发行人零售业务销售费用率和同行业对比情况如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
益丰药房	**24.57%**	26.02%	28.07%
老百姓	**20.31%**	21.56%	22.78%
大参林	**23.80%**	26.09%	27.43%
一心堂	**24.11%**	27.05%	26.75%
行业平均	**23.20%**	**27.05%**	**26.26%**

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
百洋医药	24.87%	30.16%	30.00%

2018 至 2020 年度，发行人零售业务销售费用率水平在 25%左右或以上，高于同行业可比公司平均水平，主要系发行人零售业务开展时间较短，规模经济效应较低以及线上销售投入较高所致，具有合理性。

3、管理费用

（1）管理费用结构及变化分析

报告期内，公司管理费用的开支主要为管理部门的职工薪酬、折旧与摊销费用、办公费、房租费及物业水电费等，具体管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	7,562.89	53.79%	6,516.85	43.28%	5,400.00	51.69%
折旧摊销费用	1,700.11	12.09%	1,430.59	9.50%	1,545.31	14.79%
办公费用	1,191.40	8.47%	1,241.88	8.25%	935.56	8.96%
房租及物业水电费	1,110.33	7.90%	1,176.88	7.82%	869.55	8.32%
会务及培训费	77.74	0.55%	193.95	1.29%	121.91	1.17%
业务招待费	322.29	2.29%	409.86	2.72%	168.32	1.61%
专业服务费	1,058.95	7.53%	2,993.39	19.88%	504.72	4.83%
差旅费用	574.31	4.09%	677.94	4.50%	589.51	5.64%
其他费用	460.79	3.28%	414.73	2.75%	311.60	2.98%
合计	14,058.82	100.00%	**15,056.08**	**100.00%**	**10,446.50**	**100.00%**

①职工薪酬

报告期内，公司职工薪酬占管理费用比例最高且逐年上升。发行人管理人员数量及薪酬水平如下：

单位：万元、万元/月

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
月均人数	468	399	308
期间总工资	7,562.89	6,516.85	5,400.00
平均薪酬	1.35	1.36	1.46

报告期内，发行人业务规模不断增长，管理人员月均人数自 2018 年度的 308

人增加至 2020 年度的 **468 人**，主要原因系：A、2019 年，公司并购江西贝瓦，其 2019 年月均管理人员人数为 74 人，导致 2019 年公司月均管理人员有所增加；**B、2020 年，江西贝瓦月均管理人员人数较前年增长 7 人，公司收购天津百洋，月均管理人员人数新增 13 人，公司成立山东百洋，月均管理人员人数新增 12 人，以及公司采购及仓储人员、财务人员等增加，导致 2020 年公司月均管理人员有所增加。**

管理人员平均薪酬自 2018 年度的 1.46 万元/月减少至 2020 年的 **1.35 万元/月**，平均薪酬减少的原因是：不同岗位管理人员薪酬体系不同，低平均薪酬岗位的管理人员人数增涨较快导致整体管理人员平均薪酬降低。报告期内，相同岗位管理人员不存在明显降薪的情况。管理费用中的薪酬费用不断增加，主要由于管理人员整体规模增加，具有合理性。

②专业服务费

公司 2019 年专业服务费为 2,993.39 万元，较上年同期增加 2,488.67 万元，增幅为 493.08%。2019 年专业服务费金额较高主要由于前次 IPO 相关中介机构费用由其他流动资产转至管理费用，以及公司与 Oracle America,Inc.签订 Oracle Neiswite 软件服务协议收取的相关费用所致。

报告期内，公司专业服务费具体内容情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
审计及律师费用	**366.88**	1,815.10	121.38
管理咨询服务费	**567.41**	497.06	208.63
信息及软件服务费	**121.30**	677.54	172.13
其他服务费用	**3.36**	3.69	2.58
合计	**1,058.95**	**2,993.39**	**504.72**

（2）管理费用与同行业上市公司比较分析

报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率对比情况如下：

行业	可比公司	管理费用率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌运营	康哲药业	**3.62%**	4.14%	4.48%

行业	可比公司	管理费用率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
行业	中国先锋医药	**4.90%**	6.36%	4.55%
	壹网壹创	**4.94%**	2.92%	3.20%
	若羽臣	**7.88%**	7.79%	7.27%
	小计平均	**5.34%**	**5.30%**	**4.88%**
批发配送行业	瑞康医药	**4.32%**	4.14%	4.09%
	鹭燕医药	**1.83%**	1.91%	2.35%
	柳药股份	**2.57%**	2.35%	1.97%
	嘉事堂	**1.02%**	1.07%	1.16%
	药易购	**0.83%**	0.95%	0.82%
	小计平均	**2.11%**	**2.08%**	**2.08%**
百洋医药管理费用率		**2.39%**	**3.11%**	**2.86%**

2018 至 2020 年，公司管理费用主要为管理人员的职工薪酬、专业服务费及办公等开支，费用率与同行业公司较接近，处于合理范围。

4、财务费用

（1）财务费用结构及变动分析

报告期内，公司的财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息支出	**6,224.46**	5,596.15	3,863.58
减：利息收入	**1,334.67**	1,241.75	535.18
手续费	**316.77**	285.21	451.01
汇兑损益	**322.81**	294.54	225.56
合计	**5,529.36**	**4,934.15**	**4,004.95**

报告期内，公司财务费用逐年增长，主要原因系公司经营规模持续扩大，公司通过银行贷款以补充营运资金，借款利息支出持续增长。公司利息支出主要为银行贷款利息支出及承兑汇票贴现支出，利息收入主要为银行存款利息收入。

（2）财务费用与同行业上市公司比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司财务费用率对比情况如下：

行业	可比公司	财务费用率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度

行业	可比公司	财务费用率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌运营行业	康哲药业	**0.40%**	0.93%	1.32%
	中国先锋医药	**0.08%**	0.30%	0.08%
	壹网壹创	**-1.68%**	-0.41%	-0.08%
	若羽臣	**0.47%**	-0.05%	0.47%
	小计平均	**-0.18%**	**0.19%**	**0.45%**
批发配送行业	瑞康医药	**2.14%**	2.34%	2.09%
	鹭燕医药	**1.10%**	1.04%	1.07%
	柳药股份	**1.17%**	0.94%	0.54%
	嘉事堂	**0.76%**	0.86%	1.02%
	药易购	**0.12%**	0.19%	0.13%
	小计平均	**1.06%**	**1.07%**	**0.97%**
百洋医药财务费用率		**0.94%**	**1.02%**	**1.10%**

公司财务费用率处于同行业上市公司合理水平，公司业绩优良，负债以短期债务为主，利息支出较低。

（六）利润表其他项目

1、投资收益

报告期内，公司的投资收益明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
权益法核算的长期股权投资收益	**1,064.46**	1,063.60	731.46
处置长期股权投资产生的投资收益	**-**	-	-0.00
交易性金融资产在持有期间的投资收益	**-13.08**	-	-
可供出售金融资产在持有期间的投资收益	**-**	-	7.38
处置债权投资取得的投资收益	**-**	0.40	-
其他权益工具投资持有期间取得的股利收入	**23.39**	7.80	-
处置金融资产产生的投资收益	**-**	-206.83	-
理财产品收益	**49.02**	59.39	195.72
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产取得的投资收益	**-660.81**	-	-
合计	**462.98**	**924.35**	**934.56**

其中，权益法核算下的长期股权投资收益具体内容如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
中山安士	**1,017.68**	1,030.65	728.09
日美健药品	**46.78**	32.95	3.37
合计	**1,064.46**	**1,063.60**	**731.46**

2、资产减值损失

报告期各期，公司资产减值损失分别为 419.44 万元、114.65 万元及 **931.20 万元**，主要为存货跌价损失及合同履约成本减值损失。

3、信用减值损失

报告期各期，公司信用减值损失分别为 0 万元、681.09 万元和 **1,274.16 万元**，主要为计提的应收款项坏账损失与其他应收款坏账损失。

4、其他收益

报告期各期，公司其他收益分别为 12.00 万元、203.13 万元和 **295.49 万元**，主要为政府补助等。计入其他收益的政府补助参见招股书本节之“十一、经营成果分析”之“（七）营业外收支分析”之“1、营业外收入”。

5、资产处置收益

报告期各期，公司资产处置收益分别为-2.49 万元、4.42 万元和 **48.37 万元**，主要为固定资产处置收益。

6、公允价值变动收益

报告期各期，公司公允价值变动收益分别为 0 万元、0 万元和 421.04 万元，主要为 2020 年参与艾力斯[688578.SH]IPO 战略配售后实现的公允价值变动收益。

（七）营业外收支分析

1、营业外收入

报告期各期，公司营业外收入金额分别为 2,865.36 万元、926.58 万元和 **1,307.94 万元**，主要为公司收到的政府补助。

报告期内，发行人获取政府补助分别为 2,805.10 万元、1,077.83 万元和

1,464.35 万元，其中计入营业外收入的金额合计 2,793.10 万元、902.70 万元和 **1,242.25 万元**；计入其他收益金额合计 12.00 万元、175.13 万元和 **222.10 万元**。具体情况如下：

期间	内容	补助类型	金额（万元）	批准机关	列报项目
2020 年度	**稳岗补贴**	**与收益相关**	**22.70**	**青岛市人力资源和社会保障局、青岛市财政局**	**其他收益**
	上市企业奖励补助	**与收益相关**	**150.00**	**青岛市市北区财政局**	**其他收益**
	其他	**与收益相关**	**49.40**	**-**	**其他收益**
	绿邦大健康产业园招商引资奖励扶持	**与收益相关**	**285.85**	**-**	**营业外收入**
	企业创新发展扶持资金	**与收益相关**	**956.40**	**青岛市市北区财政局**	**营业外收入**
	合计		**1,464.35**	-	-
2019 年度	稳岗补贴	与收益相关	25.13	青岛市人力资源和社会保障局、青岛市财政局	其他收益
	企业创新发展扶持资金	与收益相关	902.70	青岛市市北区财政局	营业外收入
	上市企业奖励补助	与收益相关	150.00	青岛市市北区财政局	其他收益
	合计		**1,077.83**	-	-
2018 年度	稳岗补贴	与收益相关	12.00	青岛市人力资源和社会保障局、青岛市财政局	其他收益
	企业创新发展扶持资金	与收益相关	2,793.10	青岛市市北区财政局	营业外收入
	合计		**2,805.10**	-	-

2、营业外支出

报告期各期，公司营业外支出金额分别为 442.96 万元、1,284.07 万元和 **1,019.46 万元**，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
对外捐赠	**943.55**	1,183.26	427.29
盘亏损失	**-**	1.02	-
非流动资产毁损报废损失	**13.69**	43.68	-
其他	**62.22**	56.10	15.66

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合计	1,019.46	1,284.07	442.96

2019 年公司营业外支出金额较高，主要系公司实际运营过程中以现金或库存商品形式向各公益基金进行的捐赠。

（八）所得税费用

1、报告期内，公司所得税费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
本期所得税费用	9,596.19	7,349.50	9,253.48
递延所得税费用	-229.93	801.67	-1,001.33
合计	9,366.26	8,151.17	8,252.15

2、报告期内，公司利润总额与所得税费用之间的关系如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	37,088.73	29,247.78	33,841.86
按法定/适用税率计算的所得税费用	9,267.18	7,311.95	8,460.46
子公司适用不同税率的影响	-258.09	-470.74	-304.66
调整以前期间所得税的影响	-0.65	0.01	-
非应税收入的影响	-320.96	-222.91	-134.14
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	278.76	272.24	168.93
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-53.46	-11.49	-612.58
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	428.42	1,250.16	666.83
其他	25.06	21.95	7.32
所得税费用	9,366.26	8,151.17	8,252.15

（九）非经常性损益对经营业绩的影响

报告期各期非经常性损益主要是公司取得的政府补助，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	34.68	-39.27	-2.50
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享	1,463.17	1,077.83	2,805.10

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
受的政府补助除外）			
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	17.64
委托他人投资或管理资产的损益	49.02	59.39	195.72
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	421.04	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-865.50	-2,666.81	-370.69
其他符合非经常性损益定义的损益项目	122.25	1.46	104.34
小计	743.26	-1,567.39	2,749.61
所得税影响额	-275.36	391.37	-656.88
少数股东权益影响额（税后）	15.08	21.67	-0.19
合计	964.37	-1,154.34	2,092.54

注：其他符合非经常性损益定义的损益项目系合并范围外被投资单位非经常性损益对公司投资收益的影响额。

报告期内，公司扣除非经常性损益后的净利润如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
归属于母公司所有者权益的非经常性损益	964.37	-1,154.34	2,092.54
归属于母公司股东的净利润	27,271.08	20,987.12	25,810.43
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	26,306.71	22,141.46	23,717.89
归母非经常性损益占归母净利润的比重	3.54%	-5.50%	8.11%

2018 年度、2019 年度及 2020 年度，归属于公司普通股股东的非经常性损益占归属于母公司股东的净利润比例分别为 8.11%、-5.50%和 **3.54%**，占比较低，未对公司经营业绩产生重大不利影响。

十二、资产质量分析

（一）资产状况分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产合计	**354,131.04**	**88.51%**	298,122.61	86.91%	215,636.81	82.08%
非流动资产合计	**45,955.17**	**11.49%**	44,884.62	13.09%	47,066.17	17.92%
资产合计	**400,086.22**	**100.00%**	**343,007.24**	**100.00%**	**262,702.98**	**100.00%**

公司总资产规模逐年上升，主要由于公司整体业务规模上升，导致公司应收账款及存货增加所致。

公司流动资产占比较高，主要是由于：公司主要从事医药产品的品牌运营和批发零售业务，所销售产品主要通过采购取得，无自主生产环节，公司的经营模式决定公司无需较大的固定资产等非流动资产投入。报告期内，公司流动资产逐年增长，主要系公司业务规模上升导致应收账款及存货增加所致。

公司非流动资产占比较低，主要包括用于办公或仓储的固定资产、长期股权投资及投资性房地产等。报告期内，公司非流动资产账面金额保持稳定。

1、流动资产

报告期内，公司流动资产具体构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	**110,717.59**	**31.26%**	116,284.59	39.01%	78,523.40	36.41%
交易性金融资产	**3,489.59**	**0.99%**	-	-	-	-
应收票据	**-**	**-**	-	-	2,082.65	0.97%
应收账款	**155,757.27**	**43.98%**	117,981.66	39.57%	88,147.37	40.88%
应收款项融资	**6,875.68**	**1.94%**	2,670.59	0.90%	-	-
预付款项	**9,074.71**	**2.56%**	7,693.91	2.58%	7,272.98	3.37%
其他应收款	**4,297.57**	**1.21%**	3,100.76	1.04%	3,439.37	1.59%
存货	**61,035.00**	**17.24%**	48,713.09	16.34%	33,170.52	15.38%
其他流动资产	**2,883.63**	**0.81%**	1,678.02	0.56%	3,000.52	1.39%
流动资产合计	**354,131.04**	**100.00%**	**298,122.61**	**100.00%**	**215,636.81**	**100.00%**

报告期内，货币资金、存货、应收账款三类资产占公司流动资产的比例合计分别为92.67%、94.92%和**92.48%**，系公司流动资产的主要组成部分。

（1）货币资金

报告期内，公司货币资金结构如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
库存现金	**11.45**	15.39	30.97
银行存款	**96,827.69**	80,108.13	51,425.50
其他货币资金	**13,878.44**	36,161.07	27,066.93
合计	**110,717.59**	**116,284.59**	**78,523.40**
占流动资产比例	**31.26%**	39.01%	36.41%

2019 年末，公司货币资金余额较 2018 年末增加37,761.19万元，主要系公司为补充营运资金增加了金融机构借款所致；**2020 年末，公司货币资金余额较 2019 年末有所下降，主要系下游客户受疫情影响回款较慢所致。**

报告期内，其他货币资金主要为受限的货币资金，主要系公司为开具银行承兑汇票及进行质押贷款所存入的保证金等。

（2）应收票据与应收款项融资

①应收票据与应收款项融资基本情况

2018 年末公司应收票据余额为 2,082.65 万元；根据新金融工具准则，公司 2019 年将原列报在“应收票据”科目中的银行承兑汇票重新计量调整至“应收款项融资”科目列报，2019 年末和 2020 年末，应收款项融资科目余额分别为 2,670.59 万元和 **6,875.68 万元**。

报告期各期末，公司应收票据及应收款项融资占流动资产比例分别为 0.97%、0.90%及 **1.94%**，占比较低。2018 年至 2019 年末，公司应收票据均为尚未到期的银行承兑汇票；**2020 年，出于资金成本的考虑，发行人减少票据贴现，故期末应收款项融资余额有所增加，期末除了票面金额为 3,322.18 万元的商业承兑汇票（承兑人为青岛港财务有限责任公司）以外，其余均为银行承兑汇票。**

②应收票据与应收款项融资背书或贴现情况

报告期内，公司将大部分应收票据背书转让至供应商处作为货款支付或进行贴现。报告期各期末，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额
银行承兑汇票	**50,332.33**	**-**	45,366.15	-	26,297.57	-
商业承兑汇票	**-**	**-**	-	-	2,214.14	-
合计	**50,332.33**	**-**	**45,366.15**	-	**28,511.70**	-

公司于 2018 年 10 月至 12 月收到由青岛阜外心血管病医院有限公司出票并承兑的商业承兑汇票 15 张，收款人为青岛百洋医药股份有限公司，票面金额合计为 2,214.14 万元，出票人及承兑人开户银行为青岛港财务有限责任公司。

2018 年 12 月 29 日，公司将该批商业承兑汇票全部向青岛港财务有限责任公司进行买断式贴现。因买断式贴现不附追索权，且贴现单位青岛港财务有限责任公司与承兑人青岛阜外心血管病医院有限公司同属于青岛港（集团）有限公司控制，此次贴现后，该批商业承兑汇票所有权上几乎所有的风险和报酬已转移给青岛港财务有限责任公司，故将该批商业承兑汇票终止确认。

（3）应收账款

①应收账款基本情况

报告期内，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款余额	**158,311.12**	119,534.17	89,054.75
坏账准备	**2,553.85**	1,552.51	907.38
应收账款净额	**155,757.27**	**117,981.66**	**88,147.37**
应收账款净额占流动资产比例	**43.98%**	39.57%	40.88%
应收账款余额占营业收入比例	**26.93%**	24.65%	24.38%

2019 年末和 2020 年末，公司应收账款余额分别较上年末增加 30,479.42 万元和 **38,776.95 万元**，同比增幅分别为 34.23%和 **32.44%**，随着业务规模的逐年提升，报告期各期末应收账款余额呈上升趋势，应收账款占营业收入的比例保持平稳，**2020 年，下游客户受疫情影响回款较慢，应收账款占营业收入的比例有所上升。**

公司应收账款主要由批发配送业务产生。公司批发配送业务的主要客户为青

岛、北京及周边地区医院、社区诊所及药店等。医疗机构信用基础较好，但由于其自身资金结算周期所限，存在一定的回款周期，因此会产生较大金额的应收账款。报告期内，随着公司批发配送业务规模逐年扩张，该类业务产生的应收账款余额逐年增长。

报告期各期末，发行人应收账款构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌运营业务	**25,091.96**	**15.85%**	27,646.29	23.13%	20,223.02	22.71%
批发配送业务	**132,409.75**	**83.64%**	90,617.08	75.81%	68,410.11	76.82%
零售业务	**798.77**	**0.50%**	1,221.69	1.02%	419.16	0.47%
主营业务小计	**158,300.48**	**99.99%**	**119,485.06**	**99.96%**	**89,052.29**	**100.00%**
其他业务小计	**10.63**	**0.01%**	49.11	0.04%	2.46	0.00%
应收账款余额合计	**158,311.12**	**100.00%**	**119,534.17**	**100.00%**	**89,054.75**	**100.00%**

报告期各期末，批发配送应收账款占发行人应收账款金额比例分别为76.82%、75.81%和**83.64%**，是发行人应收账款的主要组成部分。

A、品牌运营业务

发行人品牌运营业务的收入实现方式包括产品销售及收取服务费两种方式，对应应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
产品销售应收账款	**18,875.06**	17,456.56	13,936.70
服务费收入应收账款	**6,216.90**	10,189.73	6,286.32
品牌运营业务应收账款合计	**25,091.96**	**27,646.29**	**20,223.02**

从上表可以看到，公司品牌运营业务中的产品销售应收账款余额呈上升趋势，主要原因为：一方面，公司品牌运营业务产品销售收入呈上升趋势，导致各报告期末应收账款余额逐年增长；另一方面，公司不断拓展运营品牌种类，对于部分新增品牌，为促进产品销售，发行人给予部分优质经销商信用账期。

此外，公司2019年末服务费收入应收账款有所增加，主要由于：公司品牌服务费收入增长较快，公司收取品牌服务费时给予相应供应商一定账期，因此服

务费收入应收账款余额相应增加；以及年末应收美国安士服务费账款余额较大所致。**2020 年度，公司加强相关服务费款项催收工作，服务费收入应收账款有所下降。**

a、产品销售应收账款

报告期内，发行人品牌运营业务产品销售应收账款占当期收入比例情况如下：

单位：万元

品牌运营业务	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
产品销售应收账款	**18,875.06**	17,456.56	13,936.70
产品销售收入	**177,320.15**	164,151.12	136,622.73
应收账款占收入比例	**10.64%**	10.63%	10.20%
应收账款周转率	**9.76**	10.46	11.74

报告期内，发行人产品销售应收账款随销售规模增长而增长，应收账款占收入比例基本保持稳定。

b、服务收入应收账款

报告期内，发行人服务收入应收账款明细如下：

单位：万元

厂商名称	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
扬州一洋	**3,901.04**	3,259.57	3,988.01
中山安士	**-**	613.00	1,018.00
美国安士	**1,552.40**	4,430.48	1,280.31
迈蓝制药	**-**	1,886.68	-
北京博康众鑫医疗科技有限公司	**628.47**	-	-
山东齐都药业有限公司	**134.51**	-	-
百洋制药	**0.48**	-	-
合计	**6,216.90**	**10,189.73**	**6,286.32**

2019 年末发行人服务收入应收账款较 2018 年末有所增加，主要系：（1）2019 年末发行人应付美国安士方货款 6,153.33 万元，双方互有账款未结，故年末应收美国安士账款余额较大；（2）2019 年公司与迈蓝制药开展合作，向其收取品牌服务费，由于品牌服务费结算有一定账期，导致整体服务收入应收账款余额增加。

2020 年度，发行人加强相关服务费款项催收工作，服务费收入应收账款有所下降。其中，新增北京博康众鑫医疗科技有限公司、百洋制药、山东齐都药业有限公司的应收服务费款项，主要为发行人运营维固力产品、奈达产品、美他多辛片所收取的品牌服务费，服务费的结算存在一定账期。

B、批发配送业务

报告期内，发行人批发配送业务产品销售应收账款占当期收入比例情况如下：

单位：万元

批发配送业务	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款	**132,409.75**	90,617.08	68,410.11
销售收入	**337,057.95**	261,330.07	176,100.64
应收账款占收入比例	**39.28%**	34.68%	38.85%
应收账款周转率	**3.02**	3.29	2.77

报告期内，发行人批发配送业务应收账款周转率变化原因为：医疗机构回款周期相对较长，随着公司批发配送业务向医院客户销售金额占比下降，2019 年应收账款周转率相较 2018 年有所上升。**2020 年，疫情影响导致医院回款延迟，故导致公司批发配送业务应收账款周转率相较 2019 年有所下降。**

公司批发配送业务的主要客户包括医院、诊所、零售药店及医药商业公司，其应收账款构成如下：

单位：万元

类型	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	余额	占比	余额	占比	余额	占比
医院	**83,996.28**	**63.44%**	62,548.98	69.03%	56,275.08	82.26%
零售药房	**13,323.43**	**10.06%**	7,210.99	7.96%	1,115.85	1.63%
社区诊所	**4,132.04**	**3.12%**	1,425.65	1.57%	1,414.85	2.07%
医药商业公司	**30,957.99**	**23.38%**	19,431.46	21.44%	9,604.34	14.04%
合计	**132,409.75**	**100.00%**	**90,617.08**	**100.00%**	**68,410.11**	**100.00%**

报告期内，医院客户应收账款占批发配送业务应收账款比例分别为 82.26%、69.03%和 **63.44%**，是发行人应收账款的主要组成部分。医疗机构信用基础较好，采购规模较大，回款周期相对较长，因此应收账款金额较高。

报告期内，医院客户应收账款占比逐年下降，主要原因为：（1）公司积极发挥在零售渠道积累的客户资源，增加和零售药店客户的合作规模。零售药店配送收入从 2018 年的 6,926.70 万元增长至 2020 年的 **54,665.13 万元**，2019 年、**2020 年**分别较同期增长 337.18%和 **80.52%**，销售规模大幅增长；（2）发行人积极开拓三生国健、西安杨森、费森尤斯卡比、杰特贝林、阿斯利康等优质上游医药产品厂商资源，该等产品销售流向以零售药和医药商业公司为主，导致向医院销售收入占比下降。

C、零售业务

公司零售业务主要针对的客户群体为广大消费者，收款方式主要为线下门店现金收款、医保支付及第三方支付平台收款，该业务应收账款主要为应收消费者使用医保支付的医保款项和第三方支付平台应收款项，规模较小，不存在异常波动。

②按坏账计提方法分类

公司不存在单项评估信用风险的应收账款（新金融工具准则实施后）或单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款和单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收账款（新金融工具准则实施前），公司将应收账款按共同风险特征划分为不同的组别，在组合的基础上评估信用风险。具体如下所示：

单位：万元

类别	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例
组合 A（账龄组合）	**158,224.36**	**2,553.85**	**1.61%**	119,445.02	1,552.51	1.30%	88,616.55	907.38	1.02%
组合 C（信用风险极低的组合）	**86.76**	**-**	**-**	89.14	-	-	438.20	-	-
合计	**158,311.12**	**2,553.85**	**1.61%**	**119,534.17**	**1,552.51**	**1.30%**	**89,054.75**	**907.38**	**1.02%**

其中，组合 A（按照账龄组合计提坏账准备的应收账款）情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备
一年以内	**152,935.42**	**96.66%**	**764.68**	116,514.31	97.55%	582.57	85,423.28	96.40%	427.12
一到二年	**3,585.06**	**2.27%**	**358.51**	1,400.32	1.17%	140.03	2,822.61	3.19%	282.26

项目	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备
二到三年	546.43	0.35%	273.21	1,401.00	1.17%	700.5	345.32	0.39%	172.66
三年以上	1,157.45	0.73%	1,157.45	129.41	0.11%	129.41	25.34	0.03%	25.34
合计	158,224.36	100.00%	2,553.85	119,445.02	100.00%	1,552.51	88,616.55	100.00%	907.38

报告期内，公司应收账款从账龄分布来看，公司账期主要以一年以内为主，各期占比均超过 96%，应收账款质量较好。

组合 C（信用风险极低的应收账款）主要为公司通过第三方网上商城平台销售产品形成的平台应收款项（如支付宝、京东等），以及向控股股东及其他关联方的房屋租赁款项和货物款，应收账款质量较好。

③按业务分类的应收账款账龄及坏账准备

A、品牌运营业务

报告期各期末，品牌运营业务应收账款及坏账计提情况如下：

单位：万元

账龄	坏账计提比例	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备
0-6 个月	0.50%	19,307.65	96.54	24,378.59	121.90	18,063.16	88.13
7-12 个月	0.50%	4,825.80	24.13	2,454.60	12.26	1,058.07	5.29
1-2 年	10.00%	615.80	61.58	586.50	58.46	1,024.04	102.40
2-3 年	50.00%	142.58	71.29	172.91	86.05	77.74	38.87
3 年以上	100.00%	200.14	200.14	53.69	53.69	-	-
合计		25,091.96	453.67	27,646.29	332.38	20,223.02	234.70

报告期各期末，发行人品牌运营业务应收账款账龄结构稳定，账龄在 6 个月以内的应收账款占比分别为 89.32%、88.18%和 **76.95%**，账龄在 1 年以内的应收账款占比分别为 94.55%、97.06%和 **96.18%**，不存在明显的回款风险，相关坏账准备计提较为充分。

B、批发配送业务

报告期各期末，批发配送业务应收账款及坏账计提情况如下：

单位：万元

账龄	坏账计提比例	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备

账龄	坏账计提比例	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备
0-6 个月	0.50%	**112,647.38**	**563.24**	84,216.91	420.96	54,551.88	272.75
7-12 个月	0.50%	**15,432.83**	**77.16**	4,279.88	21.40	11,772.75	58.86
1-2 年	10.00%	**2,969.26**	**296.93**	815.69	81.57	1,792.57	179.26
2-3 年	50.00%	**402.96**	**201.48**	1,228.89	614.44	267.58	133.79
3 年以上	100.00%	**957.32**	**957.32**	75.71	75.71	25.34	25.34
合计		**132,409.75**	**2,096.12**	**90,617.08**	**1,214.08**	**68,410.11**	**670.00**

报告期各期末，发行人批发配送业务应收账款账龄结构稳定，账龄在 1 年以内的应收账款占比分别为 96.95%、97.66%和 **96.73%**，不存在明显的回款风险，相关坏账准备计提较为充分。

C、零售业务

报告期各期末，零售业务应收账款及坏账计提情况如下：

单位：万元

账龄	坏账计提比例	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
		金额	坏账准备	金额	坏账准备	金额	坏账准备
0-6 个月	0.50%	**737.54**	**3.69**	1,177.11	5.78	388.19	2.06
7-12 个月	0.50%	**61.23**	**0.31**	44.58	0.22	24.97	0.01
1-2 年	10.00%	**-**	**-**	-	-	6.00	0.60
2-3 年	50.00%	**-**	**-**	-	-	-	-
3 年以上	100.00%	**-**	**-**	-	-	-	-
合计		**798.77**	**3.99**	**1,221.69**	**6.00**	**419.16**	**2.67**

报告期各期末，发行人零售业务应收账款余额相对较小，且账龄基本在 1 年以内，不存在明显的回款风险，相关坏账准备计提较为充分。

④应收账款坏账准备计提比例与同行业对比

公司应收账款坏账准备计提政策与同行业上市公司对比情况如下：

可比公司	一年以内		一到二年	二到三年	三到四年	四到五年	五年以上
	半年以内	半年至一年					
康哲药业	未披露						
中国先锋医药	未披露						
壹网壹创	5.00%		20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
若羽臣	5.00%		20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
瑞康医药	0.50%	1.00%	10.00%	30.00%	100.00%	100.00%	100.00%
鹭燕医药	0.50%	0.50%	5.00%	30.00%	50.00%	70.00%	100.00%

可比公司	一年以内		一到二年	二到三年	三到四年	四到五年	五年以上
	半年以内	半年至一年					
柳药股份	0.25%	5.00%	10.00%	20.00%	40.00%	70.00%	100.00%
嘉事堂	1.00%	1.00%	5.00%	30.00%	50.00%	70.00%	100.00%
药易购	5.00%		30.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
百洋医药	**0.50%**	**0.50%**	**10.00%**	**50.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：上表中应收账款坏账准备计提政策均取自上市公司年报

若羽臣及壹网壹创客户的主要客户包括境内终端消费者及小型企业，应收账款账期较短，回收风险相对较大，应收账款坏账准备计提比例高于公司，符合其业务特征；

药易购定位为院外市场，主要客户为社区医疗终端和基层医疗机构，应收账款账期较短，回收风险相对较大，应收账款坏账准备计提比例高于公司，符合其业务特征；

鹭燕医药对一年以内应收账款坏账准备计提比例与公司相同；

嘉事堂一年以内应收账款坏账准备计提比例高于公司，主要系其客户结构中社区医院占比相对较高所致；

瑞康医药、柳药股份将账龄一年以内划分为半年以内及半年至一年，发行人半年以内应收账款占比高于 80%，两家可比公司半年以内坏账计提比例分别为 0.50%、0.25%，等于或低于发行人，因此在对坏账准备计提影响最大的半年以内应收账款部分，发行人的计提比例等于或高于瑞康医药、柳药股份。

综上所述，发行人应收账款坏账计提比例符合同行业标准，计提比例处于合理区间内。

⑤主要应收账款客户

报告期各期末，公司应收账款余额前五名客户情况如下：

单位：万元

时间	序号	单位名称	应收账款余额	占比	性质
2020 年末	1	青岛市市立医院	11,792.49	7.45%	货款
	2	青岛大学附属医院	6,225.16	3.93%	货款
	3	诸城市人民医院	4,956.41	3.13%	货款
	4	青岛市黄岛区人民医院	4,568.28	2.89%	货款

时间	序号	单位名称	应收账款余额	占比	性质
	5	**国药控股股份有限公司**	**4,245.07**	**2.68%**	**货款**
	合计		**31,787.42**	**20.08%**	**-**
2019 年末	1	青岛市市立医院	8,955.71	7.49%	货款
	2	青岛大学附属医院	8,489.93	7.10%	货款
	3	青岛市黄岛区人民医院	4,971.25	4.16%	货款
	4	诸城市人民医院	4,536.78	3.80%	货款
	5	美国安士	4,430.48	3.71%	服务费
	合计		**31,384.14**	**26.26%**	-
2018 年末	1	青岛市市立医院	10,957.99	12.30%	货款
	2	青岛市黄岛区人民医院	6,354.35	7.14%	货款
	3	青岛大学附属医院	4,829.73	5.42%	货款
	4	诸城市人民医院	4,278.75	4.80%	货款
	5	扬州一洋	3,988.01	4.48%	服务费
	合计		**30,408.83**	**34.14%**	-

注：受同一控制人控制的客户，已合并计算其应收账款余额。

报告期内，公司对美国安士和扬州一洋的应收账款主要为各期应收服务费。除美国安士和扬州一洋外，其他应收账款对象主要为医药配送业务的医疗机构客户。该部分应收账款客户均为三级或二级甲等大型医院，与公司合作多年且信誉良好，且应收账款账期基本在 1 年以内，应收账款坏账风险较小。

A、品牌运营业务

报告期各期末，发行人品牌运营业务应收账款前五名客户情况如下表所示：

单位：万元

报告期	序号	客户名称	收入金额	应收账款余额	余额占比	信用政策	账龄			是否逾期
							0-6 个月	7-12 个月	1-2 年	
2020 年度/2020.12.31	**1**	**扬州一洋**	**20,249.06**	**3,901.04**	**15.55%**	**30 天**	**37.92**	**3,863.13**	**-**	**是**
	2	**广东融泰医药有限公司**	**4,018.76**	**1,625.88**	**6.48%**	**30 天**	**1,625.88**	**-**	**-**	**是**
	3	**美国安士**	**3,420.45**	**1,552.40**	**6.19%**	**150 天**	**1,552.40**	**-**	**-**	**否**
	4	**河南九州通医药有限公司**	**5,616.52**	**1,210.39**	**4.82%**	**120 天**	**1,210.39**	**-**	**-**	**否**
	5	**陕西普禾**	**3,177.15**	**1,174.86**	**4.68%**	**75 天**	**1,174.86**	**-**	**-**	**否**
	合计		**36,481.94**	**9,464.58**	**37.72%**	**-**	**5,601.45**	**3,863.13**	**-**	**-**
2019 年度/2019.12.31	1	美国安士	4,662.36	4,430.48	16.03%	150 天	2,323.42	1,733.42	373.64	是
	2	扬州一洋	20,032.08	3,259.57	11.79%	30 天	3,259.57	-	-	否
	3	迈蓝制药	1,779.89	1,886.68	6.82%	90 天	1,886.68	-	-	否
	4	广东康爱多数字健康科技有限公司	1,636.50	884.48	3.20%	90 天	884.48	-	-	是

报告期	序号	客户名称	收入金额	应收账款余额	余额占比	信用政策	账龄			是否逾期
							0-6 个月	7-12 个月	1-2 年	
	5	中山安士	8,240.57	613.00	2.22%	60 天	613.00	-	-	否
	合计		**36,351.40**	**11,074.21**	**40.06%**	-	**8,967.15**	**1,733.42**	**373.64**	-
2018 年度/2018.12.31	1	扬州一洋	18,792.45	3,988.01	19.72%	30 天	3,988.01	-	-	否
	2	陕西普禾	4,673.94	1,877.00	9.28%	75 天	1,877.00	-	-	否
	3	美国安士	4,161.60	1,280.31	6.33%	150 天	1,280.31	-	-	否
	4	中山安士	7,149.06	1,018.00	5.03%	60 天	1,018.00	-	-	否
	5	徐州淮海药业有限公司	1,226.95	748.52	3.70%	60 天	748.52	-	-	否
	合计		**36,004.00**	**8,911.84**	**44.06%**	-	**8,911.84**	-	-	-

注：公司对中山安士、扬州一洋的应收账款分别为迪巧、泌特品牌服务费，其账期自中山安士、扬州一洋收到经销商货款起开始计算。

2019 年末，美国安士应收账款余额为 4,430.48 万元，较上年增长 3,150.17 万元，主要原因为：2019 年末发行人应付美国安士方货款 6,153.33 万元，双方互有账款未结，该款项已于 2020 年全部收回；2019 年末，迈蓝制药应收账款余额为 1,886.68 万元，为新进前五大应收账款客户，主要原因为：2019 年公司与迈蓝制药开展合作，向其收取品牌服务费，由于品牌服务费结算有一定账期，导致应收账款余额较大。

2020 年末，广东融泰医药有限公司和河南九州通医药有限公司为新进前五大应收账款客户，主要为销售迪巧系列和迈蓝系列等形成的应收款项。

B、批发配送业务

报告期各期末，发行人批发配送业务应收账款前五名客户情况如下表所示：

单位:万元

报告期	序号	客户名称	收入金额	应收账款余额	余额占比	信用政策	账龄			是否逾期
							0-6 个月	7-12 个月	1-2 年	
2020 年度/2020.12.31	1	青岛市市立医院	32,560.81	11,792.49	8.91%	210 天	11,792.49	-	-	否
	2	青岛大学附属医院	25,315.83	6,225.16	4.70%	180 天	6,225.16	-	-	否
	3	诸城市人民医院	5,242.54	4,956.41	3.74%	300 天	3,369.13	1,587.28	-	否
	4	青岛市黄岛区人民医院	8,806.72	4,568.28	3.45%	180 天	4,489.33	78.95	-	是
	5	中国人民解放军第九七一医院	4,750.70	4,061.43	3.07%	330 天	3,238.31	823.12	-	否
	合计		76,676.60	31,603.77	23.87%	-	29,114.42	2,489.35	-	-
2019 年度/2019.12.31	1	青岛市市立医院	37,523.23	8,955.71	9.88%	210 天	8,936.88	18.83	-	否
	2	青岛大学附属医院	27,928.46	8,489.93	9.37%	180 天	8,489.93	-	-	否

报告期	序号	客户名称	收入金额	应收账款余额	余额占比	信用政策	账龄			是否逾期
							0-6 个月	7-12 个月	1-2 年	
	3	青岛市黄岛区人民医院	10,795.60	4,971.25	5.49%	180 天	4,750.01	221.24	-	是
	4	诸城市人民医院	5,128.97	4,536.78	5.01%	300 天	4,197.84	338.94	-	否
	5	中国人民解放军第九七一医院	4,085.89	3,275.26	3.61%	330 天	3,176.94	98.32	-	否
	合计		**85,462.15**	**30,228.93**	**33.36%**	-	**29,551.60**	**677.33**	**-**	-
2018 年度/2018.12.31	1	青岛市市立医院	29,783.90	10,957.99	16.02%	210 天	10,836.11	121.88	-	否
	2	青岛市黄岛区人民医院	9,316.78	6,354.35	9.29%	180 天	5,716.30	638.05	-	是
	3	青岛大学附属医院	24,063.26	4,829.73	7.06%	180 天	4,829.73	-	-	否
	4	诸城市人民医院	5,032.27	4,278.75	6.25%	300 天	4,278.75	-	-	否
	5	平度市人民医院	5,643.88	3,066.34	4.48%	180 天	3,066.34	-	-	否
	合计		**73,840.09**	**29,487.17**	**43.11%**	-	**28,727.24**	**759.93**	**-**	-

发行人批发配送业务应收账款主要客户为公立医疗机构，报告期各期变动较小。报告期内，黄岛区人民医院的款项出现逾期，主要因为医院的财政拨款未到位，未能及时支付公司货款。

公立医疗信用基础较好，但受其自身资金结算周期以及财政拨款影响，存在一定的回款周期。报告期内，公司对上述公立医院应收账款账龄均未超过一年，未来上述逾期款项无法收回的风险较低。

⑥应收账款保理情况

2019 年度，公司存在因保理转出而终止确认的应收账款，具体情况如下：

单位：万元

客户名称	终止确认金额	金融资产转移的方式	与终止确认相关的利得或损失
青岛阜外心血管病医院有限公司	5,060.59	保理转出	-206.83

2019 年发行人与客户青岛阜外心血管病医院有限公司交易规模较大，应收账款金额较多，同时，保理公司青港（深圳）商业保理有限公司与青岛阜外心血管病医院有限公司为关联公司，同属于青岛港（集团）有限公司控制，为加快资金周转，发行人进行应收账款保理业务。

根据公司与保理公司签订的港易单保理协议，协议项下的港易单保理为无追索权保理，一旦应收账款转让成功，保理公司应自行根据港易单融资凭证和应收账款转让通知向港易单开立方要求支付应收账款。公司以不附追索权的方式转让

应收账款，已将该应收账款所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，公司根据《企业会计准则第 23 号-金融资产转移》规定，终止确认该金融资产。

⑦同行业可比公司应收账款周转率与比较

报告期内，公司应收账款周转率与同行业上市公司对比情况如下：

A、品牌运营业务

单位：次/年

序号	公司名称	应收账款周转率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	康哲药业	**4.77**	4.07	3.73
2	中国先锋医药	**4.89**	4.95	4.33
3	壹网壹创	**6.86**	10.72	11.92
4	若羽臣	**10.97**	9.78	9.63
小计平均		**6.87**	**7.38**	**7.40**
百洋医药品牌运营业务		**8.22**	**8.33**	**10.33**

报告期各期，公司品牌运营业务应收账款周转率高于品牌运营行业可比公司中康哲药业及中国先锋医药，主要原因系：公司品牌运营业务主要以经销模式为主，面向零售药店渠道为主，对于协议经销商，公司主要采用的信用政策以现款或预收账款为主，故应收账款周转率相对较高；同行业可比公司，康哲药业及中国先锋医药均主要以医院渠道为主，相比于零售渠道，医院渠道的回款周期较长，因此导致应收账款周转率较低。

公司品牌运营业务应收账款周转率低于壹网壹创及若羽臣，主要原因系：壹网壹创品牌线上营销服务主要面向终端消费者，该类业务不存在应收账款，故导致其应收账款周转率相对较高；若羽臣应收账款的对象主要是主流第三方电商平台、电商客户和知名快消品品牌方，上述客户回款相对较快，导致其应收账款周转率相对较高。

报告期内，品牌运营业务应收账款周转率呈下降趋势，主要原因系：

a、报告期内，公司不断拓展运营品牌种类，对于部分新增品牌，为促进产品销售，发行人给予部分优质经销商信用账期，导致应收账款余额占收入比例增加；

b、由于迪巧系列、泌特系列的销售较多采用预付或现款结算的方式，应收账款较低，其他产品销售采用账期结算的比例相对较高，因此导致应收账款占收入比例有所上升。

c、2019 年末，由于双方互有账款未结原因，公司应收美国安士账款余额较上年增长 3,150.17 万元，导致导致应收账款余额占收入比例增加。

B、批发配送业务

单位：次/年

序号	可比公司	应收账款周转率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	瑞康医药	**1.85**	2.15	2.30
2	鹭燕医药	**4.15**	4.73	4.61
3	柳药股份	**2.54**	2.7	2.66
4	嘉事堂	**3.19**	3.37	3.17
5	药易购	**15.82**	15.58	17.32
小计平均		**5.51**	**5.71**	**6.01**
百洋医药批发配送业务		**3.02**	**3.29**	**2.77**

注：根据药易购招股说明书披露，为实际反应其周转情况，取月度平均余额计算的周转率数据，**由于其 2020 年度未披露上述数据，故取 2020 年 1-6 月数据代替**

由于药易购定位为院外市场，且其通过电子商务平台实现的终端纯销收入以现款交易为主，故其应收账款周转率远高于其他批发配送业务可比公司，导致公司批发配送业务应收账款周转率低于同行业可比公司。剔除药易购后，报告期内，可比公司应收账款周转率分别为 3.19 次/年、3.24 次/年和 **2.93 次/年**，与公司应收账款周转率对比分析如下：

2018 年度公司批发配送业务应收账款周转率低于同行业可比公司，主要原因系：以医疗机构销售业务为主的同行业可比公司，其应收账款周转率受所属区域医疗机构回款情况影响较大，所处区域医疗机构回款相对较快的公司应收账款周转率相对较高，公司应收账款周转率与同为山东地区的瑞康医药接近。随着公司批发配送业务向医院客户销售金额占比下降，应收账款周转率逐年上升。2019 年，批发配送业务应收账款周转率公司与可比公司平均应收账款周转率基本一致。2020 年，疫情影响导致医院回款延迟,故导致公司及同行业可比公司应收账款周转率均有所下降。

⑧应收账款核销情况

报告期内，公司应收账款核销情况如下：

期间	序号	金额（万元）	原因
2019 年度	1	26.45	子公司百洋连锁应收客户汇仁天猫官方旗舰店主体变更，应收账款无法收回，全额计提减值
	合计	**26.45**	-
2018 年度	1	11.37	子公司美国纽特舒玛应收账款无法收回，全额计提减值
	2	0.72	转让子公司珠海安士股权，转回坏账
	3	0.52	北京万维应收账款无法收回，全额计提减值
	合计	**12.61**	-

（4）预付款项

报告期内，公司预付款项情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预付款项	**9,074.71**	7,693.91	7,272.98
预付款项占流动资产比例	**2.56%**	2.58%	3.37%

公司预付款项主要为预付供应商产品采购相关的款项等，账龄基本在一年以内。报告期内，公司预付账款有所增长，主要由于为减少医药中间流转环节，公司减少了向医药流通商采购产品的金额，变为直接向医药生产厂商采购。相比于医药流通企业，医药生产厂商要求预付款比例较高，因此导致公司预付账款金额上升。

（5）其他应收款

①其他应收款概况

报告期内，公司其他应收款余额及占流动资产比例情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
其他应收款余额	**4,614.03**	3,146.41	3,477.06
坏账准备	**316.46**	45.65	37.69
其他应收款净额	**4,297.57**	**3,100.76**	**3,439.37**
其他应收款净额占流动资产比例	**1.21%**	0.90%	1.31%

公司其他应收款主要为往来款、保证金及押金、备用金等其他应收款项以及应收利息等，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
保证金及押金	**3,759.52**	2,741.99	1,088.91
备用金	**162.76**	131.79	140.46
往来款	**-**	-	2,218.70
其他	**691.75**	29.24	28.99
应收利息	**-**	243.38	-
余额合计	**4,614.03**	**3,146.41**	**3,477.06**

保证金及押金主要为公司在经营活动中，需支付给供应商及第三方网上商城平台的保证金。2019 年和 2020 年末，公司其他应收款中保证金及押金余额较高，主要为公司 2019 年 2 月收购江西贝瓦后，后者业务开展中向其合作方哈尔滨儿童制药厂有限公司支付的保证金 1,300 万元。

备用金主要系销售人员为满足日常工作需求所支取的业务备用金。

往来款主要为 2018 年末发行人在预付江西贝瓦的股权投资款后，为保障后者的日常正常运营而向其拆借的款项。

应收利息为银行定期存单产生的应收利息。

2020 年末，其他应收款中“其他”项目余额较高，主要为公司出于业务调整的考虑将部分存货退回，相关供应商回款时间较长。出于谨慎性原则，发行人将该等款项从预付款项转至其他应收款科目核算，并计提相应的坏账准备，同时公司积极进行款项催收工作。

②按坏账计提方法分类

公司应收利息未计提坏账准备。

除此以外，不存在单项评估信用风险的其他应收款（新金融工具准则实施后）或单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款和单项金额不重大但单项计提坏账准备的其他应收款（新金融工具准则实施前），公司将其他应收款按共同风险特征划分为不同的组别，在组合的基础上评估信用风险。具体如下所示：

单位：万元

类别	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例
组合A（账龄组合）	854.51	316.46	37.03%	161.03	45.65	28.35%	2,388.16	37.69	1.58%
组合B（保证金押金组合）	3,759.52	-	-	2,741.99	-	-	1,088.91	-	-
合计	4,614.03	316.46	-	2,903.02	45.65	-	3,477.06	37.69	-

其中，组合A（按照账龄组合计提坏账准备的其他应收款）情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备	金额	占比	坏账准备
一年以内	141.51	16.56%	0.71	88.92	55.22%	0.44	2,317.82	97.05%	11.59
一到二年	337.73	39.52%	33.77	21.86	13.58%	2.19	28.98	1.21%	2.90
二到三年	186.59	21.84%	93.30	14.46	8.98%	7.23	36.29	1.52%	18.15
三年以上	188.68	22.08%	188.68	35.78	22.22%	35.78	5.06	0.21%	5.06
合计	854.51	100.00%	316.46	161.03	100.00%	45.65	2,388.16	100.00%	37.69

组合B（保证金押金组合）主要为公司经营活动中，需支付给供应商、客户及第三方网上商城平台的保证金。

③主要其他应收款对象余额分析

报告期各期末，公司其他应收款前五名对象情况如下：

单位：万元

时间	序号	对象名称	其他应收款余额	占比	性质
2020.12.31	1	哈尔滨儿童制药厂有限公司	1,300.00	28.17%	保证金
	2	上海安必生制药技术有限公司	400.00	8.67%	保证金
	3	嘉里大通物流有限公司青岛分公司	234.68	5.09%	其他
	4	山东东阿煦元阿胶制品科技有限公司	205.59	4.46%	其他
	5	南京微创医学科技股份有限公司	183.03	3.97%	其他
	合计		2,323.29	50.36%	-
2019.12.31	1	哈尔滨儿童制药厂有限公司	1,000.00	34.45%	保证金
	2	北京圣道元和投资有限公司	102.20	3.52%	保证金
	3	无锡海斯凯尔医学技术有限公司	100.00	3.44%	保证金
	4	菏泽医学专科学校	78.86	2.72%	保证金
	5	滨州医学院附属医院	75.93	2.62%	保证金

时间	序号	对象名称	其他应收款余额	占比	性质
	合计		**1,356.99**	**46.75%**	
2018.12.31	1	江西贝瓦	2,218.70	63.81%	往来款
	2	北京圣道元和投资有限公司	102.20	2.94%	保证金
	3	无锡海斯凯尔医学技术有限公司	100.00	2.88%	保证金
	4	滨州医学院附属医院	75.93	2.18%	保证金
	5	北京京东世纪贸易有限公司	75.59	2.17%	保证金
	合计		**2,572.42**	**73.98%**	

报告期各期末内，公司其他应收款的前五名对象，基本为日常经营活动中需支付保证金的供应商、客户及第三方购物网站等，其他应收款坏账风险较小。

其中，2020 年末，应收供应商山东东阿煦元阿胶制品科技有限公司、南京微创医学科技股份有限公司的款项，主要为公司将相关退货对应款项重分类至该科目核算而形成，公司目前正积极进行款项催收工作。

（6）存货

①存货情况

报告期内，公司存货情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	**60,504.81**	**99.13%**	48,013.59	98.56%	32,891.96	99.16%
原材料	**44.63**	**0.07%**	52.39	0.11%	78.11	0.24%
委托代销商品	**485.56**	**0.80%**	647.11	1.33%	200.44	0.60%
存货合计	**61,035.00**	**100.00%**	**48,713.09**	**100.00%**	**33,170.52**	**100.00%**

公司 98%以上存货为库存商品，与公司医药流通综合服务行业的特点和经营模式相符。原材料主要为纽特舒玛产品的原材料；委托代销商品主要为子公司乐葆健康委托代理商代销的产品。

报告期各期末，公司存货余额呈增长趋势，主要原因包括：一是报告期内，随着公司在品牌运营业务上不断完善品牌矩阵、新增产品品规，公司品牌运营业务的存货余额有所增长；二是随着公司批发配送业务规模不断上升，为尽可能迅速响应下游客户的采购需求，提高服务质量，公司对相关产品预备了相对较高的

安全库存。

A、库存商品构成

a、品牌运营业务

报告期各期末，品牌运营业务存货构成如下：

期末	商品名称	数量（万盒）	单价（元）	金额（万元）
2020.12.31	迪巧系列-成人迪巧 60 片	41.15	10.37	426.67
	迪巧系列-儿童迪巧 30 片	9.49	8.00	75.97
	迪巧系列-迪巧钙维生素 D 颗粒	7.77	29.02	225.38
	迪巧系列其他产品	217.09	17.12	3,716.05
	泌特系列-泌特 20 片	27.87	23.41	652.26
	泌特系列其他产品	0.08	10.34	0.82
	哈乐	41.34	21.69	896.50
	武田系列-兰索拉唑肠溶胶囊	1.49	94.22	140.60
	武田系列-伏格列波糖片	24.75	35.69	883.37
	武田系列-坎地沙坦酯片	24.96	17.62	439.87
	武田系列其他产品	4.72	76.50	361.16
	迈蓝系列-素比伏	1.84	89.89	164.96
	迈蓝系列-利加隆	0.37	23.70	8.66
	迈蓝系列-维固力	1.19	37.62	44.77
	其他系列产品	108.03	42.89	4,633.41
	合计	512.14	-	12,670.45
2019.12.31	迪巧系列-成人迪巧 60 片	46.25	12.13	560.78
	迪巧系列-儿童迪巧 30 片	81.93	8.06	660.74
	迪巧系列-迪巧钙维生素 D 颗粒	17.72	27.61	489.30
	迪巧系列其他产品	126.04	16.98	2,140.02
	泌特系列-泌特 20 片	32.54	23.09	751.19
	泌特系列其他产品	1.31	11.13	14.53
	哈乐	48.51	32.92	1,597.07
	武田系列-兰索拉唑肠溶胶囊	7.02	98.48	690.83
	武田系列-伏格列波糖片	27.20	37.39	1,016.76
	武田系列-坎地沙坦酯片	35.08	24.90	873.39
	武田系列其他产品	4.86	78.63	382.11
	迈蓝系列-素比伏	4.38	99.30	434.46
	迈蓝系列-利加隆	1.96	27.13	53.15
	其他系列产品	75.67	46.49	3,517.48

期末	商品名称	数量（万盒）	单价（元）	金额（万元）
	合计	**510.45**	**-**	**13,181.82**
2018.12.31	迪巧系列-成人迪巧 60 片	83.48	11.01	919.11
	迪巧系列-儿童迪巧 30 片	70.06	7.80	546.77
	迪巧系列-迪巧钙维生素 D 颗粒	94.74	27.88	2,641.04
	迪巧系列其他产品	46.65	16.15	753.23
	泌特系列-泌特 20 片	24.94	22.65	564.69
	泌特系列其他产品	0.28	11.57	3.25
	武田系列—兰索拉唑肠溶胶囊	2.21	95.68	211.71
	武田系列—伏格列波糖片	9.80	40.07	392.73
	武田系列—坎地沙坦酯片	17.29	24.19	418.23
	武田系列其他产品	4.97	59.63	296.30
	其他系列产品	89.97	33.72	3,034.11
	合计	**444.39**	**-**	**9,781.18**

报告期各期末，品牌产品存货余额呈上升趋势，主要由于发行人运营品牌的品类增加以及销售规模逐年增大所致。

报告期内，公司迪巧系列产品采购价格基本稳定，其存货余额变动主要受数量变动影响。

2019 年迪巧系列新增小儿碳酸钙 D3 颗粒、钙维生素 D 咀嚼片、碳酸钙 D3 片等其他新产品，当年新产品采购产品数量增加使得期末结存增加；**2020 年度，迪巧系列其他产品销售金额相较 2019 年度增长较快，为保证该等产品的及时供应，发行人加大了相关产品采购，导致期末结存增加；**

2019 年，发行人与安斯泰来达成合作，运营安斯泰来旗下哈乐系列产品，导致 2019 年末品牌运营业务存货中新增哈乐产品；

报告期内，武田系列产品的结存金额变动主要受存量及结存单价的影响，由于武田系列产品季度结算采购返利，并在季度结束 60 天内确认返利，故存货结存单价会有一定波动；

2019 年，发行人与迈蓝建立合作关系，运营其利加隆、素比伏产品。2020 年 1 月，公司和迈蓝就维固力的运营达成合作，故 2020 年末品牌运营业务存货中增加维固力产品；

2019 年末，其他系列品牌产品存货金额的增加主要由于 Atricure 系列产品存量增加导致：2018 年末、2019 年末，Atricure 系列产品存货金额分别为 1,680.15 万元和 1,970.87 万元，同比增加 290.72 万元；**2020 年末，其他系列品牌产品存货金额的增加主要由于艾思诺娜及克奥尼斯系列产品存货增加所致，其存货余额分别较 2019 年末增加 707.11 万元和 928.41 万元。**

b、批发配送业务

报告期各期末，批发配送业务存货构成如下：

期末	商品类别	数量（万盒）	单价（元）	金额（万元）
2020.12.31	药品	1,095.72	32.47	35,578.43
	其中：西药	751.67	33.99	25,551.69
	中成药	304.04	15.16	4,609.35
	生物制品	30.33	174.17	5,283.09
	中药饮片	9.68	13.87	134.3
	医疗器械	271.12	26.54	7,195.78
	其中：一类医疗器械	49.26	8.98	442.37
	二类医疗器械	194.22	12.10	2,350.49
	三类医疗器械	27.64	159.32	4,402.92
	健康产品	13.01	2.30	29.93
	其他	21.03	43.29	910.63
	合计	1,400.88	31.21	43,714.77
2019.12.31	药品	962.16	26.26	25,267.49
	其中：西药	656.41	25.82	16,946.66
	中成药	279.92	10.31	2,886.84
	生物制品	22.07	238.91	5,271.62
	中药饮片	3.76	43.14	162.37
	医疗器械	125.49	44.25	5,553.30
	其中：一类医疗器械	10.28	25.49	261.92
	二类医疗器械	90.46	25.50	2,306.71
	三类医疗器械	24.75	120.61	2,984.67
	健康产品	0.15	129.19	19.74
	其他	8.85	26.43	234.02
	合计	**1,096.65**	**28.34**	**31,074.55**
2018.12.31	药品	523.15	35.94	18,804.40
	其中：西药	432.52	29.53	12,771.05
	中成药	66.35	30.04	1,993.00

期末	商品类别	数量（万盒）	单价（元）	金额（万元）
	生物制品	19.06	202.24	3,855.10
	中药饮片	5.21	35.55	185.25
	医疗器械	104.73	27.22	2,850.25
	其中：一类医疗器械	9.01	25.79	232.43
	二类医疗器械	64.15	13.37	857.80
	三类医疗器械	31.57	55.76	1,760.02
	健康产品	0.68	65.98	45.02
	其他	5.86	39.59	231.86
	合计	**634.41**	**34.57**	**21,931.53**

报告期各期末，公司批发配送业务存货余额分别为 21,931.53 万元、31,074.55 万元和 **43,714.77 万元**，呈上升趋势，主要系公司配送业务收入逐年增加，各期末存货结存金额随之增加所致。

报告期各期末，公司批发配送业务存货余额占当期收入比例如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31	2018 年度 /2018.12.31
期末存货余额	**43,714.77**	31,074.55	21,931.53
批发配送业务收入	**337,057.95**	261,330.07	176,100.64
占收入比例	**12.97%**	11.89%	12.45%

由上表可见，报告期各期，公司批发配送业务期末存货余额占当期批发配送业务收入占比分别为 12.45%、11.89%和 **12.97%**，报告期内基本保持稳定。

报告期内，公司批发配送业务存货余额的单价变动较大，主要由于销售公司医药产品及医疗器械涉及种类较多，各类产品数量、单价差异较大，导致批发配送业务存货单价变动较大。

c、零售业务

报告期各期末，零售业务存货构成如下：

期末	商品类别	数量（万盒）	单价（元）	金额（万元）
2020.12.31	药品	**10.04**	**182.38**	**1,831.19**
	其中：西药	**5.66**	**182.02**	**1030.6**
	中成药	**3.38**	**26.38**	**89.21**
	生物制品	**0.95**	**743.28**	**703.45**

期末	商品类别	数量（万盒）	单价（元）	金额（万元）
	中药饮片	**0.05**	**159.23**	**7.93**
	医疗器械	**9.46**	**11.86**	**112.21**
	其中：一类医疗器械	**3.71**	**8.14**	**30.2**
	二类医疗器械	**5.48**	**14.21**	**77.93**
	三类医疗器械	**0.27**	**15.32**	**4.08**
	健康产品	**0.43**	**63.07**	**27.27**
	其他	**122.31**	**33.26**	**4,068.60**
	合计	**142.24**	**42.46**	**6,039.27**
2019.12.31	药品	12.15	121.29	1,474.22
	其中：西药	6.10	109.18	665.65
	中成药	5.12	24.38	124.72
	生物制品	0.89	766.65	679.48
	中药饮片	0.06	79.21	4.36
	医疗器械	5.81	16.21	94.21
	其中：一类医疗器械	3.85	8.04	30.92
	二类医疗器械	1.73	34.65	59.94
	三类医疗器械	0.24	14.23	3.35
	健康产品	0.24	79.09	18.76
	其他	92.26	36.09	3,329.47
	合计	**110.46**	**44.51**	**4,916.66**
2018.12.31	药品	14.49	102.33	1,482.85
	其中：西药	7.69	92.20	708.76
	中成药	5.31	32.94	174.98
	生物制品	1.34	433.17	581.23
	中药饮片	0.15	120.09	17.88
	医疗器械	3.19	38.02	121.43
	其中：一类医疗器械	1.25	21.49	26.95
	二类医疗器械	1.78	48.82	86.95
	三类医疗器械	0.16	47.33	7.54
	健康产品	2.15	53.77	115.39
	其他	14.40	9.70	139.71
	合计	**34.23**	**54.32**	**1,859.38**

2019 年末，发行人零售业务存货大幅增加，主要由于：发行人子公司健康产业于 2019 年 12 月采购一批金额为 2,243.93 万元护理日用品，用于零售业务销售，导致 2019 年期末零售业务存货大幅增加；**报告期内，发行人子公司乐葆健康营业收入快速增长，各期末零售业务存货余额随之增加，分别为 54.11 万元、781.12 万元和 2,966.61 万元，导致报告期内零售业务整体存货余额相应增大。**

报告期各期末，公司零售业务存货余额的单价变动较大，主要由于涉及产品种类较多，各类产品数量、单价差异较大，导致存货单价变动较大。

报告期各期末，公司存货余额呈增长趋势，主要原因包括：一是报告期内，随着公司在品牌运营业务上不断完善品牌矩阵、新增产品品规，公司品牌运营业务的存货余额有所增长；二是随着公司批发配送业务规模不断上升，为尽可能迅速响应下游客户的采购需求，提高服务质量，公司对相关产品预备了相对较高的安全库存。

B、存货的库龄构成情况及存货跌价准备计提情况

报告期内，公司存货跌价准备全部为库存商品以及委托代销商品跌价准备，具体如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
存货余额	**62,424.54**	49,173.04	33,572.09
存货跌价准备	**1,389.54**	459.95	401.57
存货净额	**61,035.00**	48,713.09	33,170.52
存货跌价准备占存货余额比例	**2.23%**	0.94%	1.20%

报告期内，公司对于有效期小于 180 天的库存商品全额计提减值准备，存货跌价准备计提充分且谨慎。

2020 年末发行人计提存货跌价准备金额较大，主要为：（1）受新冠疫情影响，批发配送业务下医疗器械类别的销售增长有所放缓；（2）零售业务下部分护理日用品尚未实现销售，发行人根据公司会计政策对相关存货计提跌价准备所致。

报告期各期末，公司存货库龄情况具体如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	**54,888.08**	**87.93%**	47,272.79	96.14%	32,395.50	96.50%
1-2 年	**6,715.60**	**10.76%**	1,365.90	2.78%	649.93	1.94%
2-3 年	**358.47**	**0.57%**	303.50	0.62%	512.67	1.53%
3 年以上	**462.39**	**0.74%**	230.85	0.47%	13.99	0.04%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	62,424.54	100.00%	49,173.04	100.00%	33,572.09	100.00%

2018 年末和 2019 年末，公司存货的库龄基本在 1 年以内，整体库龄较短。**2020 年末，公司库龄在 1-2 年区间的存货占比有所增长，主要系批发配送业务下部分西药产品因销售渠道变化、疫情等因素影响销售出现滞后所致。**

a、品牌运营业务

报告期各期末，公司品牌运营业务存货的库龄基本在 1 年以内，公司对于有效期小于 180 天的库存商品全额计提减值准备，存货跌价准备计提充分且谨慎。

报告期各期末，相关库龄构成及存货跌价准备计提明细如下表所示：

单位：万元

期末	品牌	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计	存货跌价准备
2020.12.31	迪巧系列	4,241.49	202.58	-	-	4,444.07	91.86
	泌特系列	653.08	-	-	-	653.08	-
	武田系列	1,818.53	6.47	-	-	1,825.00	0.74
	哈乐系列	896.50	-	-	-	896.50	-
	迈蓝系列	218.39	-	-	-	218.39	0.28
	其他系列	4,195.35	396.30	40.92	0.84	4,633.41	65.19
	合计	12,023.34	605.35	40.92	0.84	12,670.45	158.07
2019.12.31	迪巧系列	3,362.92	487.93	-	-	3,850.85	115.09
	泌特系列	763.13	-	2.60	-	765.73	-
	武田系列	2,961.41	1.68	-	-	2,963.09	-
	哈乐系列	1,597.07	-	-	-	1,597.07	0.12
	迈蓝系列	487.61	-	-	-	487.61	-
	其他系列	3,275.45	208.70	33.33	-	3,517.48	6.91
	合计	12,447.58	698.31	35.93	-	13,181.82	122.12
2018.12.31	迪巧系列	4,860.15	-	-	-	4,860.15	22.39
	泌特系列	565.24	2.70	-	-	567.94	-
	武田系列	1,318.98	-	-	-	1,318.98	-
	哈乐系列	-	-	-	-	-	-
	迈蓝系列	-	-	-	-	-	-
	其他系列	2,696.34	97.01	238.01	2.75	3,034.11	62.38
	合计	9,440.71	99.71	238.01	2.75	9,781.18	84.77

b、批发配送业务

2018 年末和 2019 年末，公司批发配送业务存货库龄主要分布在 1 年以内，医疗器械类存货的有效期较长，其库龄分布存在 1 年以内和 1-2 年区间，符合业务实际情况。**2020 年末，公司批发配送业务下部分西药产品因销售渠道变化、疫情等因素影响销售出现滞后，导致库龄在 1-2 两年区间的药品存货金额有所上升。**公司对于有效期小于 180 天的库存商品全额计提减值准备，存货跌价准备计提充分且谨慎。

报告期各期末，相关库龄构成及存货跌价准备计提明细如下表所示：

单位：万元

期末	商品类别	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计	存货跌价准备
2020.12.31	药品	32,026.62	3,479.74	72.07	-	35,578.43	281.78
	其中：西药	22,159.60	3,377.48	14.61	-	25,551.69	239.75
	中成药	4,595.70	12.15	1.50	-	4,609.35	10.94
	生物制品	5,212.94	70.15	-	-	5,283.09	26.33
	中药饮片	58.38	19.96	55.96	-	134.30	4.76
	医疗器械	4,594.15	1,913.50	234.76	453.38	7,195.78	491.45
	其中：一类医疗器械	439.03	3.34	-	-	442.37	9.38
	二类医疗器械	1,259.37	1,055.80	35.32	-	2,350.49	37.79
	三类医疗器械	2,895.75	854.36	199.44	453.38	4,402.92	444.28
	健康产品	28.72	1.21	-	-	29.93	1.19
	其他	862.02	45.56	3.05	-	910.63	5.90
	合计	37,511.51	5,440.01	309.88	453.38	43,714.77	780.32
2019.12.31	药品	24,940.98	324.95	1.55	-	25,267.49	85.05
	其中：西药	16,712.45	234.21	-	-	16,946.66	61.44
	中成药	2,860.91	25.00	0.93	-	2,886.84	12.51
	生物制品	5,271.62	-	-	-	5,271.62	10.29
	中药饮片	96.01	65.74	0.62	-	162.37	0.81
	医疗器械	4,797.48	286.75	248.61	220.47	5,553.30	200.75
	其中：一类医疗器械	257.23	3.59	1.10	-	261.92	16.88
	二类医疗器械	2,260.58	46.13	-	-	2,306.71	25.23
	三类医疗器械	2,279.68	237.03	247.50	220.47	2,984.67	158.64
	健康产品	17.15	2.59	-	-	19.74	0.74
	其他	224.44	9.32	0.08	0.19	234.02	6.31
	合计	29,980.06	623.61	250.24	220.65	31,074.55	292.85
2018.12.31	药品	18,617.68	170.86	6.15	9.71	18,804.40	154.80
	其中：西药	12,636.25	125.09	-	9.71	12,771.05	116.21
	中成药	1,951.31	35.55	6.15	-	1,993.00	27.30

期末	商品类别	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计	存货跌价准备
	生物制品	3,855.10	-	-	-	3,855.10	0.03
	中药饮片	175.02	10.23	-	-	185.25	11.26
	医疗器械	2,331.53	289.50	229.15	0.07	2,850.25	87.17
	其中：一类医疗器械	222.86	8.66	0.91	-	232.43	9.77
	二类医疗器械	839.39	18.40	-	-	857.80	47.95
	三类医疗器械	1,269.28	262.44	228.24	0.07	1,760.02	29.45
	健康产品	44.49	0.53	-	-	45.02	-
	其他	202.98	23.47	5.40	-	231.86	17.03
	合计	**21,196.69**	**484.37**	**240.69**	**9.78**	**21,931.53**	**259.00**

c、零售业务

报告期各期末，公司零售业务存货的库龄基本在 1 年以内，公司对于有效期小于 180 天的库存商品全额计提减值准备，存货跌价准备计提金额较小，存货跌价准备计提充分且谨慎。

报告期各期末，相关库龄构成及存货跌价准备计提明细如下表所示：

单位：万元

期末	商品类别	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计	存货跌价准备
2020.12.31	药品	1,822.88	7.29	1.02	-	1,831.19	24.74
	其中：西药	1,028.03	2.40	0.17	-	1,030.60	22.98
	中成药	83.81	4.65	0.75	-	89.21	0.89
	生物制品	703.22	0.23	-	-	703.45	0.87
	中药饮片	7.82	0.01	0.10	-	7.93	-
	医疗器械	84.05	17.97	3.25	6.94	112.21	0.99
	其中：一类医疗器械	17.71	12.19	0.21	0.09	30.20	0.87
	二类医疗器械	62.27	5.77	3.04	6.85	77.93	0.12
	三类医疗器械	4.07	0.01	-	-	4.08	-
	健康产品	26.49	0.78	-	-	27.27	1.55
	其他	3,419.80	644.19	3.39	1.22	4,068.60	423.88
	合计	**5,353.22**	**670.23**	**7.66**	**8.16**	**6,039.27**	**451.16**
2019.12.31	药品	1,447.68	14.86	5.48	6.20	1,474.22	32.29
	其中：西药	659.82	5.56	0.27	0.01	665.65	12.76
	中成药	107.63	5.69	5.21	6.19	124.72	6.47
	生物制品	676.70	2.79	-	-	679.48	13.07
	中药饮片	3.53	0.84	-	-	4.36	-
	医疗器械	76.26	8.14	6.63	3.18	94.21	1.87
	其中：一类医疗器械	28.89	1.87	0.10	0.06	30.92	0.24
	二类医疗器械	45.16	6.25	6.53	2.00	59.94	1.61

期末	商品类别	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计	存货跌价准备
	三类医疗器械	2.22	0.02	-	1.11	3.35	0.01
	健康产品	18.47	0.28	-	-	18.76	1.15
	其他	3,302.73	20.69	5.22	0.82	3,329.47	9.68
	合计	**4,845.15**	**43.98**	**17.33**	**10.20**	**4,916.66**	**44.99**
2018.12.31	药品	1,438.26	20.21	24.32	0.06	1,482.85	30.13
	其中：西药	700.36	6.70	1.69	-	708.76	14.71
	中成药	139.47	12.83	22.63	0.06	174.98	12.95
	生物制品	580.55	0.68	-	-	581.23	2.47
	中药饮片	17.88	-	-	-	17.88	-
	医疗器械	102.80	10.41	7.38	0.85	121.43	4.72
	其中：一类医疗器械	26.11	0.69	0.09	0.06	26.95	0.22
	二类医疗器械	71.02	9.71	5.57	0.64	86.95	3.93
	三类医疗器械	5.66	0.01	1.71	0.15	7.54	0.57
	健康产品	90.39	24.22	0.79	-	115.39	18.05
	其他	126.65	11.01	1.49	0.56	139.71	4.90
	合计	**1,758.10**	**65.85**	**33.97**	**1.46**	**1,859.38**	**57.80**

C、公司存货周转率与同行业可比公司比较情况

报告期内，公司存货周转率与同行业可比公司对比情况如下表所示：

a、品牌运营业务

可比公司	存货周转率		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
康哲药业	**4.60**	3.63	3.39
中国先锋医药	**1.72**	1.64	1.91
壹网壹创	**6.76**	8.67	11.78
若羽臣	**3.40**	3.90	4.59
小计平均	**4.12**	**4.44**	**5.42**
百洋医药	**8.61**	**8.43**	**9.11**

报告期内，发行人品牌运营业务存货周转率处于行业较高水平。主要系迪巧系列产品、泌特系列产品为行业知名品牌，产品销售规模较大，存货周转较快所致；报告期内，随着发行人其他品牌产品的规模增大，发行人的存货周转率略有下降，但仍处于行业较高水平。

b、批发配送业务

可比公司	存货周转率		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度

瑞康医药	**6.75**	6.98	6.47
鹭燕医药	**7.55**	9.08	8.99
柳药股份	**8.92**	9.42	8.75
嘉事堂	**9.90**	10.02	10.54
药易购	**8.23**	7.09	9.37
小计平均	**8.27**	**8.52**	**8.82**
百洋医药	**8.17**	**8.86**	**8.37**

报告期内，公司批发配送业务存货周转率与批发配送行业可比公司平均水平相近，不存在重大差异。

（7）其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产主要分为银行理财产品和预缴及待抵扣税金，具体如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
待转进项税	**1,435.83**	1,621.85	1,688.65
待抵扣进项税额	**1,309.52**	40.30	92.99
预缴税费	**100.79**	15.87	18.89
银行理财产品	**-**	-	1,200.00
定期存款利息	**37.50**	-	-
合计	**2,883.63**	**1,678.02**	**3,000.52**

其中，2020 年末公司待抵扣进项税额较高，主要为采购对应的进项税额增加而形成的留抵税额。

（8）交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产分别为 0 万元、0 万元和 3,489.59 万元，主要为 2020 年参与艾力斯[688578.SH]IPO 战略配售所形成的权益工具投资。

2、非流动资产

报告期内，公司非流动资产主要由长期股权投资、投资性房地产、固定资产及无形资产等构成，具体构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售金融资产	-	-	-	-	554.98	1.18%
长期股权投资	12,567.40	27.35%	11,824.42	26.34%	10,261.19	21.80%
其他权益工具投资	702.31	1.53%	570.05	1.27%	-	-
投资性房地产	6,677.18	14.53%	6,951.40	15.49%	6,295.32	13.38%
固定资产	17,071.37	37.15%	17,358.16	38.67%	17,921.62	38.08%
无形资产	3,106.13	6.76%	3,278.38	7.30%	3,690.70	7.84%
商誉	596.47	1.30%	593.12	1.32%	593.12	1.26%
长期待摊费用	517.89	1.13%	615.42	1.37%	932.37	1.98%
递延所得税资产	3,822.08	8.32%	3,663.97	8.16%	4,534.98	9.64%
其他非流动资产	894.34	1.95%	29.71	0.07%	2,281.88	4.85%
非流动资产合计	**45,955.17**	**100.00%**	**44,884.62**	**100.00%**	**47,066.17**	**100.00%**

（1）长期股权投资

报告期各期末，公司的长期股权投资金额分别为 10,261.19 万元、11,824.42 万元及 **12,567.40 万元**，均为按照权益法计量的股权投资，具体明细构成如下：

①2018 年末

单位：万元

被投资单位名称	初始投资时间	期末持股比例	账面余额变动							
			2017 年末	追加投资	减少投资	权益法下投资收益	其他权益变动	宣告现金股利	其他	2018 年末
中山安士	2016.1	25.56%	8,906.42	-	-	728.09	-	76.69	-	9,557.82
日美健	2018.9	10.00%	-	700.00	-	3.37	-	-	-	703.37

②2019 年末

单位：万元

被投资单位名称	初始投资时间	期末持股比例	账面余额变动							
			2018 年末	追加投资	减少投资	权益法下投资收益	其他权益变动	宣告现金股利	其他	2019 年末
中山安士	2016.1	27.94%	9,557.82	900.00	-	1,030.65	-148.93	251.44	-	11,088.10
日美健	2018.9	10.00%	703.37	-	-	32.95	-	-	-	736.32

③2020 年末

单位：万元

被投资单	初始投	期末持	账面余额变动

位名称	资时间	股比例	2019 年末	追加投资	减少投资	权益法下投资收益	其他权益变动	宣告现金股利	其他	2020 年末
中山安士	2016.1	27.94%	11,088.10	-	-	1,017.68	-42.10	279.38	-	11,784.30
日美健	2018.9	10.00%	736.32	-	-	46.78	-	-	-	783.10

报告期内，发行人长期股权投资余额呈增长态势，主要系参股公司中山安士运营情况良好，各年权益法下确认投资损益带来余额的增长。

（2）可供出售金融资产和其他权益工具投资

报告期各期末，公司可供出售金融资产和其他权益工具投资合计分别为554.98 万元、570.05 万元和 **702.31 万元**，主要为公司子公司北京万维对华素制药的投资，持有其 0.74%股份。

（3）投资性房地产

公司投资性房地产为对外租赁的自有物业，主要为房屋建筑物及对应的土地使用权。公司的投资性房地产均按照成本法计量，并采用成本模式进行后续计量，按其预计使用寿命及净残值率对建筑物计提折旧。

报告期内，公司投资性房地产具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
账面原值	**9,156.97**	**9,156.97**	**8,022.17**
其中：房屋建筑物	**8,304.52**	8,304.52	7,294.46
土地使用权	**852.45**	852.45	727.71
累计折旧与摊销	**2,479.79**	**2,205.58**	**1,726.85**
其中：房屋建筑物	**2,346.55**	2,090.50	1,645.12
土地使用权	**133.24**	115.07	81.73
账面价值	**6,677.18**	**6,951.40**	**6,295.32**

①公司将位于开封路 88 号部分房屋建筑物出租给百洋集团并取得相应的租金收入。公司按照租赁部分占整体面积比例，将该部分房产原值及累计折旧、以及对应的土地使用权原值和累计摊销转入投资性房地产核算。

②2015 年 1 月起 5 个租赁年度，公司将青岛市市南区闽江路 2 号国华大厦 A 座 25 层三处房屋对外出租给青岛朗阁中嘉外语培训学校，并取得相应的租金收入，租赁用途为培训。当期公司将上述房产原值及累计折旧转入投资性房地产核

算。该项租赁已于 2019 年 2 月停止。

③公司与红石健康签署租赁合同，自 2017 年 1 月起 1 个租赁年度，将位于北京市东城区崇文门外大街 3 号 1011、1012 房产出租并取得相应的租金收入，租赁用途为办公。当期公司将上述房产原值及累计折旧转入投资性房地产核算。

与红石健康签署的租赁合同到期后，公司与中财瑞达（北京）资产管理有限公司签署租赁合同，自 2018 年 9 月 20 日起 2 个租赁年度，将位于北京市东城区崇文门外大街 3 号 1011、1012 房产出租并取得相应的租金收入，租赁用途为办公。

（4）固定资产

公司固定资产主要为房屋建筑物、仓储及机器设备、运输工具和办公设备与电子设备等。报告期内，公司的固定资产账面价值具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
房屋建筑物	14,694.21	86.08%	15,251.50	87.86%	16,098.81	89.83%
办公设备	274.72	1.61%	286.44	1.65%	357.45	1.99%
机器设备	1,571.95	9.21%	1,191.72	6.87%	869.46	4.85%
电子设备	279.12	1.64%	305.24	1.76%	316.60	1.77%
运输设备	251.37	1.47%	323.26	1.86%	279.30	1.56%
合计	**17,071.37**	**100.00%**	**17,358.16**	**100.00%**	**17,921.62**	**100.00%**

报告期内，公司固定资产基本可满足业务需要，未大规模购置固定资产。公司固定资产折旧采用直线法并按其原值减去预计净残值后在估计的经济使用年限内计提。固定资产累计折旧情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
固定资产原值	25,926.00	25,012.76	24,837.92
减：累计折旧	8,854.63	7,654.60	6,916.30
固定资产净值	17,071.37	17,358.16	17,921.62

①期末固定资产明细情况

截至 2020 年末，发行人固定资产的明细情况如下表：

单位：万元

资产类别	数量	原值	累计折旧	净值
房屋建筑物	-	19,521.74	4,827.53	14,694.21
机器设备	-	2,613.93	1,041.98	1,571.95
其中：仓储设备	86	1,231.31	784.33	446.98
检测设备	81	1,382.62	257.65	1124.97
运输设备	-	983.96	732.59	251.37
其中：运输车辆	40	394.71	324.79	69.92
办公车辆	15	356.45	233.05	123.4
场内设备	14	232.80	174.75	58.05
电子设备	-	1,245.16	966.04	279.12
办公设备	-	1,561.21	1,286.49	274.72
合计	-	25,926.00	8,854.63	17,071.37

报告期末，发行人固定资产中的电子设备主要为电脑、打印机、投影仪、数字监控设备等，办公设备主要为办公桌椅、文件柜等。

②固定资产变动原因

报告期内，发行人固定资产原值变动情况见下表：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
期初	25,012.76	24,837.92
购置	1,102.75	918.95
投资性房地产转入	-	-
企业合并增加	84.72	684.47
处置或报废	266.78	418.52
转入投资性房地产	-	1,010.06
处置子公司	7.45	-
期末	25,926.00	25,012.76

报告期内，发行人固定资产基本可以满足业务需要，未大规模购置或处置固定资产。固定资产原值增加的主要原因：为满足日常经营需要补充购置运输、仓储、办公等设备；出租房产转为自用；收购子公司导致固定资产原值增加。固定资产原值减少的主要原因：处置或报废无法继续使用的设备；自用房产转为出租；处置子公司导致固定资产原值减少。

③固定资产的折旧年限

报告期内，公司固定资产折旧采用直线法平均计算，并按各类固定资产的原值和估计的经济使用年限扣除残值确定其折旧率，具体折旧率如下：

资产类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋建筑物	30	5	3.17
房屋建筑物附着物	10	5	9.50
房屋建筑物装修费	5	-	20.00
机器设备	3-10	3-5	9.50-32.33
运输设备	4	5	23.75
电子设备	3-5	3-5	19.00-32.33
办公设备	3-5	3-5	19.00-32.33

报告期内，公司固定资产的折旧年限与其预计使用寿命相匹配，具备合理性。

④与同行业可比公司的比较情况

报告期内，发行人固定资产折旧年限与同行业上市公司的比较情况如下：

单位：年

资产类别	康哲药业	中国先锋医药	壹网壹创	若羽臣	瑞康医药	鹭燕医药	柳州医药	嘉事堂	药易购	区间	公司
房屋建筑物	按租赁期与 20/40 年较短者	20	20	-	20-40	20-30	20-50	20-40	25-40	**20-40**	**30**
房屋建筑物附着物	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**10**
房屋建筑物装修费	-	5	-	-	-	-	-	-	-	**5**	**5**
机器设备	5-10	-	-		-	10	10	8-10	5	**5-10**	**3-10**
运输设备	-	5	5	4-5	4-10	5	10	8-10	5	**4-10**	**4**
电子设备	-	-	3	-	3-5	5	3-5	3-5	3	**3-5**	**3-5**
办公设备	-	-	-	3-5	-	5	3-5	-	5	**3-5**	**3-5**

综上，发行人的固定资产折旧年限与同行业上市公司不存在重大差异。

（5）无形资产

报告期内，公司无形资产账面价值情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
土地使用权	**1,963.08**	2,012.67	2,171.84

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
非专利技术	**729.57**	932.80	1,133.02
销售渠道	**200.20**	228.80	257.40
软件	**175.07**	65.55	89.80
商标	**26.40**	28.10	31.07
专利权	**11.82**	10.45	7.57
合计	**3,106.13**	**3,278.38**	**3,690.70**

公司无形资产主要为土地使用权及非专利技术等。其中，土地使用权系公司及子公司办公场所及仓库所在地的土地。

报告期内，公司无形资产累计摊销情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
无形资产原值	**5,508.37**	5,334.57	5,415.08
减：累计摊销	**2,402.24**	2,056.19	1,724.38
无形资产净值	**3,106.13**	3,278.38	3,690.70

①非专利技术、销售渠道情况

公司的非专利技术主要系子公司美国纽特舒玛拥有的配方类专有技术。2014年8月，公司子公司香港威坦因收购美国纽特舒玛80.68%股权，美国纽特舒玛主要从事各类保健食品的研发、销售，此次收购将美国纽特舒玛拥有的配方类专有技术计入无形资产的非专利技术，金额合计2,029.29万元。

发行人的销售渠道主要系北京万维的销售渠道。2017年公司收购北京万维51.00%股权，北京万维建立了良好的医院销售渠道，因此公司将北京万维销售渠道计入无形资产，评估价值286.00万元。

②销售渠道的确认条件

北京万维是北京市医药阳光采购平台中的配送商，为北京地区各大医院配送中成药、化学药制剂和化学原料药，具有法定销售权利，有稳定的供应关系。北京畅新易达投资顾有限公司收购北京万维后，引入新的管理团队，北京万维在北京市阳光采购平台中的配送品种增加，调整了北京万维运营布局。北京万维管理层预计未来年度盈利水平将稳步提升。

2017 年 7 月 14 日银信资产评估有限公司出具了《青岛百洋医药股份有限公司拟收购北京万维医药有限公司所涉及的北京万维医药有限公司股东全部权益价值评估报告》（银信咨报字（2017）沪第 662 号）。经评估识别出来的可辨认无形资产--客户关系按收益法评估，评估值为 286 万元。

发行人收购北京万维后，能够控制并利用北京万维的客户关系，通过北京市阳光采购平台为北京地区各大医院配送中成药、化学药制剂和化学原料药，预计能够持续并稳定的为发行人带来经济收益。在合并中取得的被购买方除无形资产以外的其他各项资产（不仅限于被购买方原已确认的资产），其所带来的经济利益很可能流入企业且公允价值能够可靠计量，应当单独予以确认并按照公允价值计量。

综上所述，北京万维作为北京市医药阳光采购平台中的配送商拥有的医院销售渠道源自于合同性权利或其他法定权利，与该销售关系及销售渠道有关的经济利益很可能流入企业，能确保公司在较长时期内获得稳定收益，且经收益法评估后该项销售关系及销售渠道的公允价值能可靠计量，因此满足无形资产的确认条件。

③无形资产摊销年限与同行业可比公司比较

单位：年

资产类别	康哲药业	中国先锋医药	壹网壹创	若羽臣	瑞康医药	鹭燕医药	柳药股份	嘉事堂	药易购	区间	公司
土地使用权	-	-	-	-	-	50	-	参考权证规定期限与公司经营期限孰低	20	**产权证年限**	**产权证年限**
专利权	1-17	0-20	16.33	-	-	-	-	-	5	**1-20**	**10**
软件	-	-	3	10	-	10	-	2-10	2	**2-10**	**2-3**
非专利技术	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**-**	**10**
销售渠道	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**-**	**10**
商标	-	-	-	10	-	-	-	-	-	**10**	**10**

综上，发行人的无形资产摊销年限与同行业上市公司不存在重大差异。

（6）商誉

2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司的商誉账面价值分别为 593.12 万

元、593.12 万元和 **596.47 万元**，占非流动资产比例分别为 1.26%、1.32%和 **1.30%**，占比较低。

公司商誉主要系公司于 2017 年收购北京万维 51.00%股权而形成。2017 年 12 月，公司将其合并成本大于合并中取得的可辨认净资产公允价值份额的差额确认为商誉 526.99 万元。此外，2016 年公司收购青岛纽特舒玛形成商誉 66.13 万元。**2020 年公司完成收购天津百洋，形成商誉 3.34 万元。**

截至 2020 年末，公司商誉不存在减值迹象，未计提减值准备。

（7）长期待摊费用

报告期各期末，公司的长期待摊费用分别为 932.37 万元、615.42 万元和 **517.89 万元**，金额较低，主要是库房装修费用。

（8）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
可抵扣亏损	**2,829.34**	3,066.30	3,925.58
资产减值准备	**856.63**	468.53	322.97
内部未实现利润	**135.96**	128.97	286.24
长期资产折旧摊销与税法的差异	**0.14**	0.17	0.20
合计	**3,822.08**	**3,663.97**	**4,534.98**

公司递延所得税资产主要是由于计提应收账款、其他应收款坏账准备以及下属子公司可抵扣亏损而引起的所得税可抵扣暂时性差异所致。报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 4,534.98 万元、3,663.97 万元**和 3,822.08 万元，**占非流动资产的比重分别为 9.64%、8.16%和 **8.32%**。

（9）其他非流动资产

报告期内，公司的其他非流动资产主要内容具体如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预付长期资产购置款	**-**	29.71	70.69
IPO 中介机构费用	**894.34**	-	1,170.19

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预付投资款	-	-	1,041.00
合计	894.34	29.71	2,281.88
占非流动资产比重	1.95%	0.07%	4.85%

其中，公司 2018 年预付投资款为对江西贝瓦的预付股权增资款。

3、主要资产减值准备计提情况

报告期内，公司主要资产科目减值准备期末余额情况具体如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
坏账准备	2,870.30	1,598.16	945.07
其中：应收账款坏账准备	2,553.85	1,552.51	907.38
其他应收账款坏账准备	316.46	45.65	37.69
存货跌价准备	1,389.54	459.95	401.57
合计	2,870.30	2,058.11	1,346.64

2020 年末，其他应收账款坏账准备金额较高，主要与发行人对重分类至其他应收款科目核算的款项根据公司会计政策计提坏账准备有关；存货跌价准备金额较高，主要与发行人根据公司会计政策对本期销售端受新冠疫情影响的医疗器械类别产品计提跌价准备有关。

（二）资产周转能力分析

1、资产周转能力的财务指标

报告期内，公司的应收账款周转率、存货周转率及总资产周转率情况如下：

单位：次

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率	5.06	4.70	4.58
存货周转率	10.01	8.54	8.68
总资产周转率	1.58	1.60	1.46

报告期各期，公司应收账款周转率、存货周转率及资产周转率均保持在较高水平。

2、同行业上市公司比较

（1）应收账款周转率

公司应收账款周转率与同行业上市公司比较详见本节之“十二、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“1、流动资产”之“（3）应收账款”。

（2）存货周转率

公司存货周转率与同行业上市公司比较详见本节之“十二、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“1、流动资产”之“（6）存货”。

（3）总资产周转率

行业	可比公司	总资产周转率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌运营行业	康哲药业	**0.58**	0.56	0.53
	中国先锋医药	**0.90**	0.90	1.00
	壹网壹创	**0.76**	1.51	2.36
	若羽臣	**1.25**	1.51	1.80
	小计平均	**0.87**	**1.12**	**1.42**
批发配送行业	瑞康医药	**0.85**	1.05	1.10
	鹭燕医药	**1.94**	2.21	2.05
	柳药股份	**1.17**	1.37	1.35
	嘉事堂	**1.71**	1.86	1.79
	药易购	**3.53**	3.32	3.82
	小计平均	**1.84**	**1.96**	**2.02**
百洋医药总资产周转率		**1.58**	**1.60**	**1.46**

2018 年至 2020 年期间，公司的总资产周转率处于行业合理水平，资产周转效率较高。

十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债构成分析

报告期内，公司负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	**134,995.93**	**53.95%**	116,274.75	54.73%	59,434.44	38.54%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据	**13,284.37**	**5.31%**	18,522.24	8.72%	11,031.64	7.15%
应付账款	**71,004.43**	**28.38%**	57,116.02	26.88%	46,268.35	30.00%
预收款项	**-**	**-**	6,681.02	3.14%	7,261.31	4.71%
合同负债	**10,933.92**	**4.37%**	-	-	-	-
应付职工薪酬	**6,045.52**	**2.42%**	5,074.52	2.39%	4,210.98	2.73%
应交税费	**4,797.40**	**1.92%**	3,942.68	1.86%	4,742.73	3.08%
其他应付款	**7,368.34**	**2.94%**	4,432.04	2.09%	2,941.52	1.91%
一年内到期的非流动负债	**-**	**-**	-	-	17,844.32	11.57%
其他流动负债	**1,289.78**	**0.52%**	-	-	-	-
流动负债合计	**249,719.69**	**99.80%**	**212,043.27**	**99.80%**	**153,735.28**	**99.69%**
递延所得税负债	**494.22**	**0.20%**	416.70	0.20%	471.55	0.31%
非流动负债合计	**494.22**	**0.20%**	**416.70**	**0.20%**	**471.55**	**0.31%**
负债合计	**250,213.92**	**100.00%**	**212,459.97**	**100.00%**	**154,206.83**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末和 **2020 年末**，公司总负债分别为 154,206.83 万元、212,459.97 万元和 **250,213.92 万元**，总负债规模整体稳定。

报告期内，公司的负债结构相对稳定，基本由流动负债构成，主要包括为补充流动资金产生的短期借款，以及业务经营过程中形成的应付票据、应付账款，以及其他应付款等。公司非流动负债主要为子公司在境外的长期借款及递延所得税负债。

1、流动负债

（1）短期借款

报告期内，公司的短期借款构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
质押借款	**41,690.53**	54,688.01	33,934.44
抵押借款	**18,385.00**	23,500.00	15,500.00
保证借款	**46,794.90**	20,010.73	10,000.00
信用借款	**27,990.00**	18,000.00	-
计提利息	**135.49**	76.01	-
合计	**134,995.93**	**116,274.75**	**59,434.44**
占流动负债比例	**54.06%**	54.84%	38.66%

其中：公司质押借款系公司以交易类应收账款或货币资金作为质押担保而取得的借款，抵押借款系公司以土地使用权及房屋建筑物作为抵押担保而取得的借款，保证借款系付钢、百洋集团、发行人母公司和子公司提供连带责任担保取得的借款。

2019 年末和 2020 年末，公司短期借款大幅增长，主要原因为：公司批发配送业务规模发展迅速，导致公司对运营资金的需求量加大，因此公司增加了短期借款的规模。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及子公司贷款金额在 5,000 万元以上的短期借款情况如下：

单位：万元

债权人	借款类别	本金	到期日	利率
中信银行股份有限公司青岛市北支行	质押/保证借款	15,000.00	2021-5-21	4.42%
华夏银行股份有限公司青岛分行	质押借款	6,924.00	2021-6-5	4.57%
中国工商银行股份有限公司青岛洛阳路支行	信用借款	10,000.00	2021-4-29	4.35%
上海浦东发展银行股份有限公司青岛分行	质押/保证借款	8,000.00	2021-6-18	2.55%
兴业银行股份有限公司青岛分行	质押/保证借款	6,000.00	2021-8-14	5.00%
中国农业银行股份有限公司青岛李沧支行	信用借款	5,000.00	2021-12-13	3.85%
中国银行股份有限公司青岛市北支行	保证借款	9,989.78	2021-12-31	4.35%
青岛农村商业银行股份有限公司市北支行	保证借款	9,995.00	2021-3-5	2.54%
小计		70,908.78	-	-

公司综合考虑经营情况、资金需求、现金流状况、银行授信等因素调整短期借款的规模。报告期内，公司的资信状况良好，不存在逾期未偿还银行借款的情况。

（2）应付票据

公司的应付票据均为银行承兑汇票，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
银行承兑汇票	**13,284.37**	18,522.24	11,031.64
占流动负债比例	**5.85%**	8.74%	7.18%

报告期各期末，公司应付票据前五名对应供应商的详细信息及变动情况如下表所示：

单位：万元

时间	序号	应付票据对方名称	余额	占比	与发行人关系
2020.12.31	1	国药控股股份有限公司	5,852.27	44.05%	无关联关系
	2	中山安士	5,000.00	37.64%	发行人参股公司
	3	广州市君信药业有限公司	994.32	7.48%	无关联关系
	4	石药控股集团有限公司	829.62	6.25%	无关联关系
	5	烟台绿叶医药控股有限公司	600.00	4.52%	无关联关系
	合计		13,276.21	99.94%	-
2019.12.31	1	中山安士	18,522.24	100.00%	发行人参股公司
	合计		18,522.24	100.00%	-
2018.12.31	1	中山安士	10,600.00	96.09%	发行人参股公司
	2	飞利浦（中国）投资有限公司	431.64	3.91%	无关联关系
	合计		11,031.64	100.00%	-

从上表可以看到，报告期各期末的应付票据对象情况基本保持稳定，主要为支付中山安士的尚未到期兑付的银行承兑汇票。**其中，2020 年度，发行人向中山安士采购迪巧产品时减少采用票据的结算方式，除此以外，应付票据前五名对象主要为批发配送业务及零售业务的采购发生。**

（3）应付账款

①账龄结构情况

报告期内，公司的应付账款账面价值及账龄构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
一年以内	69,341.17	97.66%	55,646.81	97.43%	44,790.56	96.81%
一到二年	1,124.91	1.58%	963.77	1.69%	849.37	1.84%
二到三年	107.90	0.15%	122.82	0.22%	483.41	1.04%
三年以上	430.45	0.61%	382.62	0.67%	145.01	0.31%
合计	71,004.43	100.00%	57,116.02	100.00%	46,268.35	100.00%

②按业务类型情况

报告期各期末，公司品牌运营业务、批发配送业务、零售业务应付账款账面价值如下：

单位：万元

业务类型	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
品牌运营业务	**14,983.52**	14,075.02	13,445.32
批发配送业务	**45,109.54**	35,943.40	29,170.65
零售业务	**2,580.36**	2,774.70	395.68
合计	**62,673.42**	**52,793.12**	**43,011.65**

报告期内，应付账款变动主要原因包括：

A、随着企业业务规模的扩大，期末应付账款的账面价值增加；B、2019 年末、2020 年末零售业务应付账款金额较大，主要为发行人零售业务采购日用品等零售产品的应付账款，余额分别为 2,243.93 万元和 **1,378.01 万元**。

③前五大应付账款对象

报告期各期末，公司应付账款余额前五名对象情况如下：

单位：万元

时间	序号	单位名称	应付账款余额	占比	性质
2020.12.31	**1**	**美国安士**	**7,468.66**	**10.52%**	**货款**
	2	**绿谷（集团）有限公司**	**5,891.92**	**8.30%**	**货款**
	3	**安斯泰来**	**3,752.66**	**5.29%**	**货款**
	4	**深圳市瑞霖医药有限公司**	**2,332.63**	**3.29%**	**货款**
	5	**沈阳三生制药有限责任公司**	**2,040.61**	**2.87%**	**货款**
	合计		**21,486.48**	**30.27%**	**-**
2019.12.31	1	美国安士	6,058.71	10.61%	货款
	2	安斯泰来	3,399.37	5.95%	货款
	3	国药控股北京华鸿有限公司	2,475.04	4.33%	货款
	4	迈蓝制药	2,243.93	3.93%	货款
	5	沈阳三生制药有限责任公司	1,796.52	3.15%	货款
	合计		**15,973.57**	**27.97%**	-
2018.12.31	1	美国安士	11,992.71	25.92%	货款
	2	北京嘉林惠康医药有限公司	3,717.90	8.04%	货款
	3	武汉中原瑞德生物制品有限责任公司	1,120.00	2.42%	货款
	4	日照东港区医药公司	975.26	2.11%	货款
	5	上海医药集团药品销售有限公司	881.52	1.91%	货款
	合计		**18,687.40**	**40.39%**	-

公司应付账款主要为应付供应商的商品采购货款。报告期内应付账款有所波动，主要是随着业务发展结算方式有所变化所致。

A、品牌运营业务

报告期各期末，发行人品牌运营业务应付账款前五名供应商情况如下：

单位：万元

时间	序号	供应商名称	应付账款账面价值	占品牌业务应付账款比例
2020.12.31	1	美国安士	7,468.66	49.85%
	2	安斯泰来	3,398.59	22.68%
	3	扬州一洋	1,003.79	6.70%
	4	日美健药品（中国）有限公司	652.87	4.36%
	5	上海黄海制药有限责任公司	645.69	4.31%
	合计		13,169.60	87.90%
2019.12.31	1	美国安士	6,153.33	43.72%
	2	安斯泰来	3,347.72	23.78%
	3	上海黄海制药有限责任公司	1,146.41	8.15%
	4	武田制药	905.61	6.43%
	5	AtriCure,Inc	643.42	4.57%
	合计		12,196.49	86.65%
2018.12.31	1	美国安士	11,992.71	89.20%
	2	扬州一洋	795.38	5.92%
	3	上海黄海制药有限责任公司	403.43	3.00%
	4	日美健药品（中国）有限公司	141.61	1.05%
	5	AtriCure,Inc	27.21	0.20%
	合计		13,360.34	99.37%

注：受同一控制人控制的供应商，已合并计算其应付账款账面价值。

公司品牌运营业务供应商相对集中，主要包括美国安士、扬州一洋、武田制药、日美健药品（中国）有限公司等，分别对应迪巧系列、泌特系列、武田系列、艾思诺娜等品牌产品。报告期各期末，前五大供应商应付账款余额占比较高。

B、批发配送业务

报告期各期末，发行人批发配送业务应付账款前五名供应商情况如下：

单位：万元

时间	序号	供应商名称	应付账款账面价值	占批发配送业务应付账款比例
2020.12.31	1	绿谷（集团）有限公司	5,891.92	13.06%
	2	深圳市瑞霖医药有限公司	2,332.63	5.17%
	3	沈阳三生制药有限责任公司	2,040.61	4.52%

时间	序号	供应商名称	应付账款账面价值	占批发配送业务应付账款比例
	4	**广州市君信药业有限公司**	**1,997.90**	**4.43%**
	5	**哈尔滨儿童制药厂有限公司**	**1,407.43**	**3.12%**
	合计		**13,670.49**	**30.30%**
2019.12.31	1	国药控股股份有限公司	2,583.31	7.19%
	2	上海医药集团股份有限公司	1,798.75	5.00%
	3	沈阳三生制药有限责任公司	1,796.52	5.00%
	4	拜耳（中国）有限公司	1,739.21	4.84%
	5	费森尤斯卡比（中国）投资有限公司	1,672.59	4.65%
	合计		**9,590.38**	**26.68%**
2018.12.31	1	北京嘉林药业股份有限公司	3,717.90	12.75%
	2	上海医药集团股份有限公司	2,050.76	7.03%
	3	武汉中原瑞德生物制品有限责任公司	1,120.00	3.84%
	4	日照东港区医药公司	975.26	3.34%
	5	华仁药业股份有限公司	680.66	2.33%
	合计		**8,544.58**	**29.29%**

注：受同一控制人控制的供应商，已合并计算其应付账款账面价值。

公司配送业务规模较大，供应商分布相对较分散。报告期各期末，前五大供应商应付账款余额占比保持相对稳定。

C、零售业务

报告期各期末，发行人零售业务应付账款前五名供应商情况如下：

单位：万元

时间	序号	供应商名称	应付账款账面价值	占零售业务应付账款比例
2020.12.31	**1**	**迈蓝制药**	**1,378.01**	**53.40%**
	2	**国药控股股份有限公司**	**601.57**	**23.31%**
	3	**上海医药集团股份有限公司**	**132.57**	**5.14%**
	4	**青岛崂山矿泉水有限公司**	**107.59**	**4.17%**
	5	**华润医药集团有限公司**	**41.44**	**1.61%**
	合计		**2,261.18**	**87.63%**
2019.12.31	1	迈蓝制药	2,243.93	80.87%
	2	国药控股股份有限公司	179.29	6.46%
	3	上海医药集团股份有限公司	68.41	2.47%
	4	辽宁格瑞仕特生物制药有限公司	44.25	1.59%
	5	九州通医药集团股份有限公司	31.24	1.13%
	合计		**2,567.12**	**92.52%**

时间	序号	供应商名称	应付账款账面价值	占零售业务应付账款比例
2018.12.31	1	博雅生物制药集团股份有限公司	137.32	34.70%
	2	华兰生物工程重庆有限公司	62.58	15.82%
	3	上海医药集团股份有限公司	46.49	11.75%
	4	上海海尔医疗科技有限公司	15.44	3.90%
	5	日美健药品（中国）有限公司	12.36	3.12%
	合计		**274.19**	**69.30%**

注：受同一控制人控制的供应商，已合并计算其应付账款账面价值。

报告期内，公司零售业务前五大应付账款对象合计余额比较集中。其中，发行人零售业务下向迈蓝制药主要采购日用品等，向日美健药品（中国）有限公司主要采购除了艾思诺娜美妆类品牌产品以外的日用品等。

（4）预收款项、合同负债及其他流动负债

报告期内，公司预收款项主要为品牌运营业务预收经销商的货款，占流动负债比例较低。公司预收款项账龄基本在一年以内。**根据新准则，公司 2020 年将原列报在“预收款项”科目中的款项根据其性质分别重分类调整至“合同负债”和“其他流动负债”科目列报。**预收款项及合同负债科目具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预收款项、合同负债及其他流动负债	**12,223.70**	6,681.02	7,261.31
占流动负债比例	**4.89%**	3.15%	4.72%

（5）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付职工薪酬	**6,045.52**	5,074.52	4,210.98
占流动负债比例	**2.42%**	2.39%	2.74%

报告期内，应付职工薪酬主要为公司根据薪酬政策计提尚未支付的工资、奖金、津贴、补贴和工会经费等。报告期各期末，公司应付职工薪酬明细如下表：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
工资、奖金、津贴、补贴	**5,722.96**	4,966.16	4,015.30
职工福利费	**1.70**	3.83	0.07
社会保险	**37.89**	19.36	31.05
工会经费和职工教育经费	**282.96**	82.59	164.55
辞退福利	**-**	2.58	-
合计	**6,045.52**	**5,074.52**	**4,210.97**
应付职工薪酬占流动负债比例	**2.42%**	2.39%	2.74%

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额主要为计提未发放的工资、奖金。**其中 2020 年应付职工薪酬有所下降，主要原因为受新冠疫情影响，阶段性减征社会保险费。**

（6）应交税费

报告期各期末，公司的应交税费具体情况如下：

单位：万元

税种	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
企业所得税	**3,826.34**	1,943.93	3,533.82
增值税	**646.95**	1,541.19	834.70
房产税	**104.06**	104.08	147.07
城市维护建设税	**44.33**	105.60	58.13
个人所得税	**110.80**	121.20	85.52
教育费附加	**19.40**	46.22	24.91
地方教育费	**12.93**	30.81	16.61
印花税	**23.92**	36.76	31.70
土地使用税	**5.95**	5.95	6.35
地方水利基金	**2.72**	6.92	3.92
合计	**4,797.40**	**3,942.68**	**4,742.73**
占流动负债比例	**1.92%**	1.86%	3.08%

公司主要缴纳税种为企业所得税和增值税。

（7）其他应付款

报告期内，公司的其他应付款具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
往来款	**2,364.18**	200.00	-
保证金及押金	**1,820.53**	1,271.59	129.60

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
费用报销款	2,977.77	2,696.76	2,451.34
应付利息	-	-	143.40
应付代垫税费	57.24	7.35	16.49
其他	148.63	256.34	200.69
合计	7,368.34	4,432.04	2,941.52

2019 年末和 2020 年末其他应付款项有所上升，主要为 2019 年所收购主体江西贝瓦日常运营过程所收取的保证金及押金。

（8）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债金额为 17,844.32 万元、0 万元和 **0 万元**，占流动负债比例为 11.61%、0.00%和 **0.00%**。

2、非流动负债

（1）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债金额分别为 471.55 万元、416.70 万元和 **494.22 万元**，主要为非同一控制企业合并资产评估增值形成的递延所得税负债。

（二）偿债能力分析

1、公司偿债能力指标

报告期内，公司的主要偿债能力指标如下：

财务指标	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	1.42	1.41	1.40
速动比率（倍）	1.17	1.18	1.19
资产负债率（母公司）	60.55%	58.39%	54.29%
资产负债率（合并）	62.54%	61.94%	58.70%
息税折旧摊销前利润（万元）	45,593.00	37,044.47	39,984.03
利息保障倍数（倍）	6.96	6.23	9.76

一方面，报告期内公司偿债能力略有下降，主要原因为，随着公司配送业务规模的逐年增长，对于公司的营运资金管理水平提出较高要求，公司主要通过充分利用银行授信渠道满足日常资金需求，使得流动负债有所上升。

另一方面，伴随着配送业务和品牌运营业务的规模增长，公司实现了较好的经营成果，息税折旧摊销前利润和利息保障倍数均保持较高水平。

整体而言，公司偿债能力处于良好水平。

2、同行业上市公司比较

（1）流动比率

行业	可比公司	流动比率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌运营行业	康哲药业	**5.46**	2.3	5.71
	中国先锋医药	**2.33**	3.3	3.28
	壹网壹创	**3.02**	8.81	4.08
	若羽臣	**9.67**	6.92	3.6
	小计平均	**5.12**	**5.28**	**4.17**
批发配送行业	瑞康医药	**1.29**	1.34	1.35
	鹭燕医药	**1.22**	1.14	1.18
	柳药股份	**1.56**	1.47	1.53
	嘉事堂	**1.46**	1.45	1.52
	药易购	**2.04**	2.28	2.22
	小计平均	**1.51**	**1.54**	**1.56**
百洋医药		**1.42**	**1.41**	**1.40**

（2）速动比率

行业	可比公司	速动比率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌运营行业	康哲药业	**5.04**	2.03	4.92
	中国先锋医药	**1.40**	2.32	2.02
	壹网壹创	**2.82**	8.00	3.36
	若羽臣	**7.42**	4.95	2.71
	小计平均	**4.17**	**4.27**	**3.25**
批发配送行业	瑞康医药	**1.15**	1.17	1.14
	鹭燕医药	**0.87**	0.82	0.88
	柳药股份	**1.37**	1.25	1.29
	嘉事堂	**1.23**	1.17	1.25
	药易购	**0.91**	1.05	1.16
	小计平均	**1.10**	**1.09**	**1.14**
百洋医药		**1.17**	**1.18**	**1.19**

（3）资产负债率

行业	可比公司	资产负债率（%）		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
品牌运营行业	康哲药业	**12.58**	14.81	20.01
	中国先锋医药	**36.17**	26.22	23.09
	壹网壹创	**21.33**	10.09	20.53
	若羽臣	**10.43**	14.22	27.27
	小计平均	**20.13**	**16.34**	**22.73**
批发配送行业	瑞康医药	**66.51**	68.42	67.55
	鹭燕医药	**71.47**	74.95	72.76
	柳药股份	**63.23**	61.05	58.59
	嘉事堂	**62.33**	62.24	65.6
	药易购	**37.43**	34.50	34.90
	小计平均	**60.19**	**60.23**	**59.88**
百洋医药		**62.54**	**61.94**	**58.70**

品牌运营业务主要客户通常为经销商（医药流通企业），经销商的信用账期较短甚至无信用账期，销售回款情况优良。康哲药业、中国先锋医药以该类业务为主，偿债能力各项指标在同行业中较好；

批发配送业务的主要客户通常为医院等医疗机构，客户信用较好，但信用账期较长，以该类业务为主的公司偿债能力各项指标相对较低；

公司主要业务包含品牌运营业务及批发配送业务，因此，公司偿债能力各项指标与同行业公司相比处于合理范围，符合行业水平。

（三）所有者权益分析

报告期内，公司的所有者权益变动情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
股本	**47,250.00**	47,250.00	47,250.00
资本公积	**20,820.55**	20,145.17	20,490.50
其他综合收益	**100.09**	-46.51	30.21
盈余公积	**9,313.42**	7,003.76	5,398.50
未分配利润	**69,705.58**	53,721.65	34,339.79
归属于母公司所有者权益合计	**147,189.63**	**128,074.07**	**107,509.00**
少数股东权益	**2,682.67**	2,473.20	987.14

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
所有者权益合计	149,872.30	130,547.27	108,496.14

报告期内，公司的所有者权益合计分别为 108,496.14 万元、130,547.27 万元和 **149,872.30 万元**，由于公司营收规模逐年上升，公司资本实力得到增强，所有者权益呈快速上升趋势。

（四）报告期内的股利分配实施情况

日期	股东股利分配情况	实施情况
2018 年 2 月	以 2017 年 12 月 31 日公司股本总数 47,250 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 2.60 元人民币，共分配现金股利 12,285.00 万元	已实施完毕
2020 年 5 月	以 2019 年 12 月 31 日公司股本总数 47,250 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 1.90 元人民币，共分配现金股利 8,977.50 万元	已实施完毕

（五）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额	-11,683.45	4,299.09	5,270.56
投资活动产生的现金流量净额	-4,262.73	367.13	-6,718.03
筹资活动产生的现金流量净额	30,581.10	23,929.11	-9,975.67
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-108.26	58.23	-117.65
现金及现金等价物净增加额	**14,526.65**	**28,653.56**	**-11,540.80**
年末现金及现金等价物余额	**94,734.60**	**80,207.95**	**51,554.39**

报告期各期，公司的现金及现金等价物净增加额分别为-11,540.80 万元、28,653.56 万元和 **14,526.65 万元**。其中，2018 年度为负，主要系当年偿还借款以及分配股利所致；2020 年度同比上年下降较大，主要受新冠疫情影响经营活动产生的现金流量净额为负所致。

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内经营活动产生的现金流情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	**594,219.47**	491,711.84	381,554.71
收到其他与经营活动有关的现金	**5,919.40**	7,892.62	3,551.97
经营活动现金流入小计	**600,138.87**	**499,604.46**	**385,106.68**
购买商品、接受劳务支付的现金	**479,357.11**	360,863.69	270,062.10
支付给职工以及为职工支付的现金	**33,939.52**	32,529.75	27,693.02
支付的各项税费	**30,289.24**	27,765.88	28,046.83
支付其他与经营活动有关的现金	**68,236.45**	74,146.04	54,034.19
经营活动现金流出小计	**611,822.33**	**495,305.36**	**379,836.13**
经营活动产生的现金流量净额	**-11,683.45**	**4,299.09**	**5,270.56**

报告期内，发行人经营活动产生的现金流量净额分别为 5,270.56 万元、4,299.09 万元和**-11,683.45 万元**，各期现金流净额出现了一定波动，具体分析如下：

发行人的经营活动产生的现金流量净额有所下降，主要原因为：公司批发配送业务部分产品由通过上游商业公司采购转为向生产企业直接采购，向商业公司采购通常有付款账期，而向生产企业采购通常要求预付账款，导致公司经营性现金流流出增加，进而导致经营活动产生的现金流量净额在当年出现了一定下滑。

另一方面，公司医药批发配送业务上升较快，其主要客户为医院、社区诊所、药店及医药商业公司等，虽然医疗机构信用基础较好，但回款周期较长，因此产生较大金额的应收账款，对发行人现金流带来一定压力。

2020 年度，发行人经营活动产生的现金流量净额为-11,683.45 万元，与当期净利润存在一定差异，主要与发行人批发配送业务增长有关。2020 年度，发行人批发配送业务收入同比增加 75,727.89 万元，同比增长 28.98%，由于批发配送业务客户回款周期较长，对发行人现金流带来一定压力。同时，公司批发配送业务向医药生产企业直接采购金额增加，由于向医药商业公司采购通常有付款账期，而向医药生产企业采购通常要求预付账款，结算方式的变化亦导致公司经营性应收项目大幅增加，由于该部分未形成经营性现金流入，导致当期经营性现金流入减少 54,257.73 万元，最终导致经营活动产生的现金流量净额为负。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司的投资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收回投资收到的现金	**55,332.66**	35,646.14	143,858.23
取得投资收益所收到的现金	**347.86**	297.00	279.80
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	**34.98**	2.98	-
收到的其他与投资活动有关的现金	**73.57**	62.58	-
投资活动现金流入小计	**55,789.07**	**36,008.71**	**144,138.03**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	**1,635.25**	295.44	1,573.93
投资支付的现金	**58,416.55**	35,346.14	146,799.23
支付的其他与投资活动有关的现金	**-**	0.00	2,482.90
投资活动现金流出小计	**60,051.80**	**35,641.58**	**150,856.06**
投资活动产生的现金流量净额	**-4,262.73**	**367.13**	**-6,718.03**

报告期内，发行人投资活动产生的现金流量净额分别为-6,718.03 万元、367.13 万元和**-4,262.73 万元**，具体分析如下：

2018 年度，投资支付的现金主要是理财产品购买，以及支付江西贝瓦和日美健的投资款，收回投资收到的现金主要是理财产品的赎回；支付的其他与投资活动有关的现金主要是纳入合并报表范围之前向江西贝瓦的拆借款。

2019 年度和 **2020 年度**，投资活动发生的资金收支主要是理财产品购买和赎回。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司的筹资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资收到的现金	**-**	-	100.00
取得借款收到的现金	**141,661.00**	125,915.11	71,692.61
收到其他与筹资活动有关的现金	**25,569.81**	1,089.39	4,213.10
筹资活动现金流入小计	**167,230.81**	**127,004.50**	**76,005.70**
偿还债务支付的现金	**119,124.67**	87,380.79	65,555.29
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	**14,991.49**	5,020.08	16,413.19
支付其他与筹资活动有关的现金	**2,533.55**	10,674.52	4,012.90
筹资活动现金流出小计	**136,649.71**	**103,075.39**	**85,981.38**

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
筹资活动产生的现金流量净额	**30,581.10**	**23,929.11**	**-9,975.67**

报告期各期末，公司筹资活动产生的现金流入主要为向金融机构的借款、关联方资金拆借、股东的增资款及金融机构的保证金等，筹资活动产生的现金流出主要为偿还银行借款、关联方资金拆借、股利分配及金融机构的保证金等。

其中，2018 年公司筹资活动现金流量净流出主要由于当年偿还借款以及分配股利所致；2019 年**和 2020 年**，公司筹资活动现金流量净流入较高，主要由于公司医药批发配送业务规模增长较快，公司相应增加金融机构借款以确保营运资金的充足性所致。

4、经营活动产生的现金流量净额与同期净利润之间的差异及原因

公司经营活动现金流量净额与净利润有一定差异，主要系公司财务费用、存货规模、经营性应收项目、经营性应付项目变化所致。报告期内，发行人净利润与经营活动产生的现金流量净额差异如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
净利润	**27,722.47**	**21,096.61**	**25,589.70**
加：信用减值损失	**1,274.16**	681.09	-
资产减值准备	**931.20**	114.65	419.44
固定资产及投资性房地产折旧	**1,612.63**	1,460.18	1,564.11
无形资产摊销	**346.05**	345.09	387.92
长期待摊费用摊销	**321.13**	395.26	326.57
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	**-48.37**	-4.42	2.49
固定资产报废损失	**13.69**	43.68	0.01
公允价值变动损失	**-421.04**	-	-
财务费用	**6,224.46**	5,677.74	4,436.57
投资损失	**-462.98**	-924.35	-934.56
递延所得税资产减少	**158.11**	871.01	-1,018.75
递延所得税负债增加	**-42.01**	-54.85	-44.68
存货的减少	**-12,842.64**	-15,600.96	-9,644.55
经营性应收项目的减少	**-54,257.73**	-29,603.94	-22,715.54
经营性应付项目的增加	**17,554.29**	19,507.05	6,894.83
其他	**233.14**	295.24	7.01

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额	-11,683.45	4,299.09	5,270.56

报告期内，公司经营活动产生的现金流量金额分别较净利润低 20,319,14 万元、16,797.52 万元和 **39,405.93 万元。**该情况主要与发行人批发配送业务规模增长有关，一方面，公司医药批发配送业务上升较快，2019 年、2020 年分别较去年同期增长 48.39%和 **28.98%；**另一方面，随着国内“两票制”的全面推行，从 2018 年开始，公司批发配送业务部分产品由通过上游商业公司采购转为向生产企业直接采购。上述情形对发行人经营活动产生的现金流量影响具体如下：

（1）为满足批发配送业务下游医疗机构、零售终端等需求，发行人日常需要保证一定金额的各类药品存货，导致期末存货金额相应增长而分别产生的 9,644.55 万元、15,600.96 万元和 **12,842.64 万元**的经营性现金流出未形成损益；

（2）随着“两票制”的推行，公司批发配送业务部分产品由通过上游商业公司采购转为向生产企业直接采购，该部分结算方式从前者与商业公司的账期结算转为向生产企业采购预付款结算，是经营性应收项目增加的主要来源，该部分未形成经营性现金流入，经营性应收项目分别增加 22,715.54 万元、29,603.94 万元和 **54,257.73 万元**；

（3）为满足批发配送业务对流动资金的需求，发行人举债规模有所上升，财务费用因此分别产生 4,436.57 万元、5,677.74 万元和 **6,224.46 万元**。

此外，经营性应付项目的增加主要为品牌运营业务的采购产生，以及固定资产按照既定的折旧政策产生的折旧费，亦对经营活动产生的现金流量产生一定影响。

（六）未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量情况

截至本招股说明书签署之日，公司未来可预见的资本性支出主要系募集资金投资项目。本次募集资金将用于现代物流配送中心建设项目、电子商务运营中心建设项目、补充流动资金，以增强公司的物流配送能力以及客户资源整合能力，具体情况参见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”的相关内容。除本次发行募集资金有关投资外，公司将根据业务实际发展需要，合理安排投资计划。

（七）流动性分析

报告期各期末，公司负债以流动负债为主，流动负债占总负债比例分别为99.69%、99.80%和**99.80%**，流动比率分别为1.40、1.41和**1.42**，速动比率分别为1.19、1.18和**1.17**，偿债能力维持在良好水平。

报告期各期末，公司资产以流动资产为主，流动资产占总资产比例分别为82.08%、86.91%和**88.51%**。公司流动资产占比较高，固定资产投入相对较少，符合本行业“轻资产”的经营特点。

报告期内，经营现金流情况良好，公司销售商品、提供劳务收到的现金占同期营业收入的比例分别为104.47%、101.41%和**101.07%**，经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例分别为20.60%、20.38%和**-42.14%**。

综上，发行人短期偿债能力、资产变现能力较强，经营现金流情况良好，流动性风险较低。

（八）持续经营能力分析

公司主营业务为向优质品牌医药产品提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售。

未来随着国内健康理念持续增强，国内医药行业规模将持续扩大，公司所在行业市场空间和发展前景持续向好。公司将继续坚持以消费者日益提高的健康需求为导向，扩展品牌矩阵、升级营销体系、加大信息化实力、提高物流配送和零售连锁规模、加强电子商务能力，不断强化公司的竞争优势，形成“品牌-平台-生态圈”的良性发展环境。

综上，公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化或风险因素。

十四、报告期内重大投资、资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并事项

（一）报告期内资本性支出

报告期内，公司发生的重大资本性支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
固定资产投资	1,102.75	918.95	951.27
无形资产投资	173.80	23.79	35.88
长期待摊费用	225.18	411.71	819.44

报告期内，固定资产的增加主要是购买运输设备和办公设备等，无形资产的支出是购买电脑软件等，长期待摊费用主要是装修费等。

（二）未来可预见资本性支出

截至本招股说明书签署之日，除本次发行募集资金投资计划外，公司无可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资计划参见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”的相关内容。

十五、审计截止日后主要经营状况

本招股说明书最近一期审计报告的审计截止日为 2020 年 12 月 31 日，本招股说明书已披露财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况如下：

（一）2021 年 1-3 月的主要财务信息

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2021 年 1-3 月财务报表进行了审阅，主要财务数据如下：

1、合并资产负债表

单位：万元

项目	2021 年 3 月末	2020 年年末	变动比例
资产总额	399,678.89	400,086.22	-0.10%
负债总额	241,368.82	250,213.92	-3.54%
所有者权益总额	158,310.07	149,872.30	5.63%

2020 年 3 月末，公司的资产总额和负债总额较上年末基本保持稳定，所有者权益合计 158,310.07，较上年末增加 5.63%，主要系未分配利润增加所致。

2、合并利润表

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	变动比例

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	变动比例
营业收入	162,578.84	96,732.00	68.07%
营业利润	11,471.86	-4,516.66	139.37%
利润总额	11,460.96	-4,391.57	138.32%
净利润	8,477.92	-4,598.59	154.24%
归属于母公司股东的净利润	8,603.34	-4,466.33	151.91%
扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润	8,345.49	-4,686.81	156.16%

2021 年第一季度经营业绩较去年同期增长较快的主要原因为：2020 年第一季度受新冠疫情爆发影响，下游部分经销商、终端零售药店、医院普通门诊等客户处于停工状态，发行人产品需求有所下滑，2021 年第一季度随着疫情控制及经营活动的正常开展，经营业绩显著好于去年同期。

3、合并现金流量表

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	-11,753.95	-54,597.70	364.50%
投资活动产生的现金流量净额	-167.87	-384.14	128.83%
筹资活动产生的现金流量净额	-2,239.80	34,999.73	-106.40%
现金及现金等价物净增加额	-14,126.87	-19,982.76	41.45%
期末现金及现金等价物余额	80,607.73	60,225.19	33.84%

2021 年 1-3 月，公司经营活动产生的现金流量净额为-11,753.95 万元，同比有所好转，主要为当期加强了下游应收账款的回收工作而致；公司筹资活动产生的现金流量净额为-2,239.80 万元，同比下降 106.40%，主要系当期出于自身营运资金的需求，偿还部分债务而致。

4、非经常性损益明细表

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	变动比例
非流动资产处置损益	-30.32	-	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	38.12	285.19	-86.63%
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	8.72	7.77	12.31%

项目	2021 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	变动比例
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	407.86	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-24.71	-10.11	144.46%
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-36.77	58.03	-163.37%
小计	362.90	340.88	6.46%
所得税影响额	99.92	70.71	41.30%
少数股东权益影响额（税后）	5.13	49.68	-89.67%
合计	257.85	220.49	16.95%

注：其他符合非经常性损益定义的损益项目系合并范围外被投资单位非经常性损益对公司投资收益的影响额。

2021 年 1-3 月，公司的非经常性损益为 257.85 万元，同比变动规模较小。

（二）2021 年上半年的经营业绩预计情况

2021 年 1-6 月，公司营业收入预计为 357,317 万元至 376,610 万元，较上年同期增长 47.16%至 55.10%；归属于母公司股东的净利润预计为 17,443 万元至 18,428 万元，较上年同期增长 58.23%至 67.17%；扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润预计为 17,000 万元至 17,950 万元，较上年同期增长 53.85%至 62.45%。

上述 2021 年上半年业绩情况系公司初步预计数据,未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

十六、财务报表附注中期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至招股说明书签署之日，公司不存在需特别披露的对生产经营活动有重大影响的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

本公司与城发投资集团有限公司签订物业租赁合同，租赁期为 2018 年 3 月

1 日至 2038 年 2 月 28 日，本公司应于合同生效之日起 30 日内向城发投资集团有限公司提供金额为 500 万元的银行保函作为履约保证金，租赁期满之日起 30 日内城发投资集团有限公司无息退还给本公司。本公司已于合同签订后在中国银行开立非融资性保函 500 万元。

（三）重大担保事项

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司的重大担保事项参见本招股说明书“第十一节其他重要事项”之“二、对外担保情况”。

（四）重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司的重大诉讼、仲裁事项参见本招股说明书“第十一节其他重要事项”之“三、重大诉讼或仲裁事项”。

（五）其他重要事项

截至本招股说明书签署之日，公司无其他应披露未披露的其他重要事项。

十七、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次募集资金运用计划及概况

（一）预计募集资金数额

根据公司 2020 年第三次临时股东大会审议通过，公司拟公开发行不超过 5,260.00 万股人民币普通股（A 股）股票，具体募集资金总额将根据发行时市场状况和询价情况确定。

（二）募集资金投资项目基本情况

根据公司第二届董事会第八次会议和 2020 年第三次临时股东大会审议通过，公司本次募集资金运用均围绕主营业务进行，募集资金将按轻重缓急顺序投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	建设期	投资总额	拟投入募集资金金额
1	现代物流配送中心建设项目	24 个月	30,320.47	30,320.47
2	电子商务运营中心建设项目	24 个月	4,896.35	4,896.35
3	补充流动资金	-	35,000.00	35,000.00
合计		-	**70,216.82**	**70,216.82**

上述募投项目均已获得相关地区发展和改革局关于项目备案的批复，并已取得相关地区环境保护局关于项目环境影响报告书的批复意见，具体如下：

序号	项目名称	项目备案文号	环保批文
1	现代物流配送中心建设项目	青岛投资项目在线审批监管平台，项目统一编码：2018-370211-51-03-000001	备案号：201837021100000412
2	电子商务运营中心建设项目	青岛投资项目在线审批监管平台，项目统一编码：2017-370203-65-03-000017	青环北管函[2017]7 号

若实际募集资金不能满足上述项目投资需要，资金缺口通过公司自筹解决。若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次公开发行募集资金到位前必须进行先期投入的，公司拟以自筹资金先期进行投入，待本次公开发行募集资金到位后，公司可选择以募集资金置换先期自筹资金投入。

（三）募集资金投向符合国家产业政策的说明

医药行业是关系国计民生的重要产业，是培育发展战略性新兴产业的重点领域。为加快结构调整和转型升级，鼓励医药行业发展，近年来国家出台了《医药工业发展规划指南》（工信部联规〔2016〕350 号）、《关于促进医药产业健康发展的指导意见》等多项医药行业产业政策。

公司本次公开发行股票募集资金均用于公司的主营业务，不存在持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务公司的计划。公司根据募集资金投资项目的实际情况分别履行了项目备案、环境影响评价等程序，相关项目均在公司自有或租赁的房产、土地处实施。

（四）募集资金专项存储制度

公司第二届董事会第八次会议和 2020 年第三次临时股东大会审议通过《青岛百洋医药股份有限公司募集资金管理制度》，明确规定公司募集资金应当存放于董事会决定的专项账户集中管理，募集资金专户不得存放非募集资金或者用作其他用途。

公司募集资金管理制度将于公司首次公开发行股票上市之日起生效并施行。

（五）募集资金投资项目的可行性及其与发行人现有主要业务之间的关系

公司本次公开发行股票募集资金投资项目紧密围绕公司的主营业务，是公司依据未来发展规划做出的战略性安排。“现代物流配送中心建设项目”将投资于公司拟在青岛市建设的现代物流配送中心，将有效增强公司物流配送能力，提升公司物流配送效率，为终端用户提供高效的服务支持。“电子商务运营中心建设项目”将投资于公司互联网医药运营平台，有利于公司深度整合药店、诊所及医药生产企业等客户资源，快速获取市场资讯信息，充分掌握产品流向数据，提升公司的市场竞争力，优化公司收入结构。“补充流动资金”项目将有效降低公司资产负债率和改善公司的财务结构。

在经营规模与财务状况方面，报告期内公司经营规模较大，具有较强的盈利能力，财务状况良好。本次公开发行股票募集资金到位后，将满足公司规模扩大

的资金要求，增强公司的销售和管理能力，并进一步提高公司的盈利能力，降低公司资产负债率和改善公司财务状况。本次募集资金金额及投资项目与公司现有经营规模和财务状况相适应。

在技术水平和管理能力方面，公司经过在医药行业多年的深耕，具有丰富的行业经营和管理经验。公司现已建立了完整的公司治理制度和内部控制制度，形成了有效的管理体系和合理的运营架构，能保证公司整体战略的有序推行，支撑本次发行募集资金投资项目的实施与运营。

综上所述，公司本次募集资金投资项目紧密结合公司主营业务，对公司扩大经营规模、提升盈利能力、进一步提升市场影响力具有重要意义。本次募集资金金额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

（六）募集资金投资项目对发行人独立性的影响

本次募集资金投资项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目的具体情况

（一）现代物流配送中心建设项目

1、项目概况

本项目投资总额为 30,320.47 万元，其中，场地装修投入 6,319.82 万元，设备购置投入 21,218.10 万元，人员及培训投入 1,405.65 万元，基本预备费 1,376.90 万元。该项目系在山东省青岛市建设具备仓储保管、运输配送、物流加工和药品检验等功能的现代物流配送中心，充分保障产品物流配送需求，积极开展第三方仓储配送服务和第四方医药物流业务，进而打造出高效、安全、高标准的现代医药物流配送体系，以满足自身业务及行业发展需求，响应国家医药物流体制改革。

通过本项目的实施，公司在青岛地区的物流配送能力将有效增强、物流配送效率将显著提升；可利用其在医药物流配送领域的资源整合能力、人才优势及管理优势，大力开展第三方仓储配送服务及第四方物流服务，拓展收入渠道，优化

业务结构；可利用物流配送中心的中转站功能，加深生态圈内物流领域的合作联系，为互联网医药业务、线下连锁药店及终端用户提供即时高效的货物流、资金流、信息流支持，提高公司业务的整体服务质量和水平，降低综合运营成本。

2、项目必要性分析

（1）响应医药物流政策改革，保障储运药品安全有效

由于医药产品的安全性和有效性直接关乎人民群众的生命健康安全，近年来，国家及有关主管部门频繁出台各类法律法规，加大市场监管力度，提高市场准入门槛。2015 年 5 月，食药监局发布《药品经营质量管理规范》，详细规定药品购销渠道、仓储温湿度控制、冷链管理和药品运输等方面所需配备各类软硬件设备以及相关从业人员资质；2016 年 3 月，国家标准委、国家发改委等六部委共同发布《全国电子商务物流发展专项规划（2016-2020 年）》，强调构建服务医药电商的全程冷链及可追溯医药物流体系。由此可见，国家对医药流通企业的软硬件设备、配送效率、储运条件等方面都提出了更高的要求。

与此同时，医院、卫生院及诊所等医疗机构在选择医药产品及药品供应企业时，越发注重医药企业的仓储设施、物流设备、配送能力等，以保证药品的质量安全、配送安全和服用效果。因此，为更好遵守医药物流管理政策，体现大型医药企业的社会责任感，公司有必要严格按照监管要求，从硬件、软件等方面升级改造物流配送体系，提升信息化、可视化和标准化程度，建立现代化物流配送中心，保障储运药品的安全性和有效性。

（2）提升物流配送能力，助力业务规模扩张

公司的主营业务包括为客户提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售。近年来，公司业务扩张迅速，收入规模大幅增长。庞大的销售规模和丰富的业务模式要求公司必须拥有较为可观的仓储面积、专业先进的仓储设施、高效精准的分拣设备以及健全完善的配送体系，以用于产品储存、分装和运输，满足上下游合作商的采购需求。

目前，公司在青岛地区的物流配送能力处于行业前列，有着较好的物流配送体系和较高的客户满意度及市场影响力。但从全国市场而言，公司的物流服务范

围还相对局限，难以支撑业务规模的高速增长。特别是随着品牌矩阵的升级完善，公司的客户分布将更加分散，订单数量将快速增长，这将对现有的物流配送体系提出新的挑战和要求。通过本次项目的实施，公司将建立以青岛地区为核心，辐射全山东省的现代物流配送网络，进而扩大物流配送区域，增强物流配送能力，快速响应客户采购需求，加速业务规模扩张，推进战略规划实施。

（3）降低物流配送成本，优化业务收入结构

就目前的国内医药流通行业而言，由于企业数量众多、中小企业数量占比高以及市场集中度低，行业整体市场竞争较为激烈。同时，受到人力成本、仓储租金等经营成本持续上升的影响，医药流通企业亟待通过前沿仓储设备及专业管理人才的引进，简化作业流程，提升自动化程度，减少人员投入，降低运营成本。相比于传统医药物流配送中心，现代医药物流配送中心通过科学合理的人员配置、空间设计，以及借助自动分拣系统、电子标签辅助系统等信息化管理系统，已实现自动化验收、存储和分拣等作业方式，能显著降低出库差错率、拣货差错率及运输货损货差率，有效减少物流配送费用和运营管理成本。

因此，公司有必要以规模化、规范化、标准化为建设理念，升级完善物流管理信息系统，引进优质专业管理人才，建设高度吻合企业发展战略的现代物流配送体系，优化供应链管理，增强规模效应优势，降低物流配送成本，提高综合服务质量，增强市场竞争力；在充分保障自身业务发展需求的同时，充分利用现代物流配送中心的设备优势、人力优势及区域优势，积极探索物流延伸服务，大力开展第三方仓储配送服务、第四方物流服务，创新丰富业务模式，完善优化收入结构。

3、项目投资概算

序号	项目名称	投资额（万元）	占投资总额比例
1	建设投资	28,943.57	95.46%
1.1	场地装修投入	6,319.82	20.84%
1.2	设备投资	21,218.10	69.98%
1.3	人员投资	1,405.65	4.64%
2	基本预备费	1,376.90	4.54%
合计		**30,320.47**	**100.00%**

4、项目实施安排

本项目在山东省青岛市黄岛区租赁约 40,000 平方米的物流仓库建设物流配送中心基地。本次项目从前期立项、设计等准备工作到竣工验收投入共需要 24 个月。

5、环境保护情况

发行人已于 2018 年 3 月 19 日在山东省建设项目环境影响登记表备案系统完成本项目环评备案（备案号：201837021100000412）。通过采取有效的环保措施，本项目的建设和运营投产不会对区域造成明显的环境影响，其实施过程不会产生环保问题。

6、项目投资效益情况

序号	指标	所得税前	所得税后
1	净现值（万元）	52,809.27	37,994.93
2	内部收益率（%）	37.64	32.74
3	静态投资回收期（年）	4.97	5.13
4	动态投资回收期（年）	5.70	6.07

（二）电子商务运营中心建设项目

1、项目概况

本项目计划投资 4,896.35 万元，其中，设备投入 3,610.02 万元，人员投入 793.41 万元，基本预备费 180.50 万元，铺底流动资金投入 312.41 万元。公司拟通过购置前沿的软硬件设备，引进产品经理、开发工程师、运维工程师、数据挖掘工程师等专业人才，升级完善互联网医药运营平台，开发建设电子商务运营中心。

本次项目将以多元化的互联网思维模式，深度整合药店、诊所及医药生产企业等客户资源，充分利用公司的物流配送体系、数据挖掘能力及产业整合能力，为下游客户提供具有竞争力优质药品，为上游客户提供产品推广、数据支持等服务，进而提升公司的市场竞争力，满足上下游客户的差异化需求。

通过本次项目的建设，公司的产业整合能力及业务协调能力将显著增强，与

医药生产企业及药品零售终端的联系将更加紧密，将有利于公司的业务规模扩张、业务模式创新以及行业的转型升级。

2、项目必要性分析

（1）顺应时代发展潮流，把握产业变革机遇

随着互联网信息技术的成熟完善和移动终端应用的快速普及，药店、诊所等药品零售终端通过互联网平台即可快速便捷采购到所需要医药产品。根据商务部统计数据，2018 年医药电商直报企业销售总额达 2,315 亿元，其中第三方交易服务平台交易额 1,337 亿元，占医药电商销售总额的 57.8%；B2B 业务销售额达 931 亿元，占医药电商销售总额的 40.2%，B2C 业务销售额达 47 亿元，占医药电商销售总额的 2.0%。

未来，随着电子处方的逐步放开和“医保”改革稳步推进，医药电商将继续保持快速增长的局面。在此背景之下，医药商业企业已不能局限于按照传统经营模式开展业务，而是通过创新业务经营模式，发力医药电商，提高市场竞争力。公司作为创新型医药企业，一直将互联网平台定位为业务发展的重要工具。因此，公司有必要顺应时代发展潮流，把握产业变革机遇，通过电子商务运营中心建设，丰富产品种类，增强平台运营能力，进而在行业转型升级中实现业务模式创新，完成战略发展布局。

（2）开发建设虚拟库存，助力客户业务发展

单体药店、连锁药店及医疗机构等药品零售终端是公司重要的合作伙伴，其业务形态及经营情况对公司的业务发展具有重要意义。公司凭借极具市场竞争力的产品供应及高效完善的物流配送支持，一直致力创造更为优良的药物采购体验，以满足下游客户的业务模式创新及业务发展需求。因受制产品动销率低、产品开拓能力有限，医药零售终端普遍存在产品利润空间有限、产品同质化的现象。如何在合理控制产品动销率，降低产品积压风险的同时，进行有效开拓产品种类，丰富完善产品结构是医药零售终端亟待解决的发展问题，是其成功实现转型升级的必然要求。

通过本项目的实施，个人消费者通过公司为实体药店所配置的智慧医药销售

终端，便可浏览实体药房所销售但尚未入库的各类医药产品，一旦个人消费者确定购买意向后，公司便将产品快速配送至实体药店，让交易从线上导购到线下成交，有效降低药房产品积压风险的同时，还将有利于药房丰富产品种类、完善产品结构。同时，随着项目的实施，一方面，公司的客户群体规模将持续扩大、产品采购能力和开拓能力将显著增强；另一方面，公司将通过互联网运营平台整合下游客户的采购需求，通过以量换价的方式增强与上游企业的谈判资本，降低产品采购成本，拓展产品供应品类，进而为下游客户提供极具市场竞争力的医药产品，助力其发展与壮大。

（3）整合医药流向数据，探索数据管理服务

在大数据时代，拥有海量的数据资源及强大的数据分析能力将是企业发展壮大的有力武器。对于医药生产企业而言，海量的产品流向数据是商业决策判断的重要依据，有助于提升产品市场定位的准确性及营销方式的多样性。然而，受制于人力、物力等资源有限，医药生产企业难以单凭一己之力广泛采集产品流向数据，而数据的缺失则不利于掌握市场最新行情和快速了解市场需求变化。在互联网技术及医药行业深度融合的背景之下，医药流通企业通过互联网运营平台即可有效采集产品流向数据，实时掌握产品流向情况，能够为医药生产企业提供数据采集、管理及分析等服务，满足医药生产企业的市场、渠道、费用等管理需求。

公司作为创新型医药流通企业，旨在深度融合互联网、大数据，实现业务多元化发展、行业多维度协同和专业领域创新突破，并据此搭建互联网信息交互平台、与众多互联网医药企业建立良好稳定的合作关系。因此，通过本项目的建设，公司一方面购置先进设备，吸引优质人才；另一方面可利用大数据、云服务等信息技术，提升信息分析和处理能力，并依照客户要求对信息进行需求识别、收集汇总、整理分析等处理，提供医药流向数据综合管理服务，进而加深与上游企业的合作关系，从产业价值链环中获得更大的商业价值回报。

3、项目投资概算

序号	项目名称	投资额（万元）	占投资总额比例（%）
1	建设投资	4,583.94	93.62
1.1	设备投入	3,610.02	73.73
1.2	人员及培训投入	793.41	16.20

序号	项目名称	投资额（万元）	占投资总额比例（%）
1.3	基本预备费	180.50	3.69
2	铺底流动资金	312.41	6.38
合计		**4,896.35**	**100.00**

4、项目实施安排

本项目实施地点为公司位于山东省青岛市开封路 88 号的自有建筑内，根据项目进展情况，预计项目从前期立项、设计等准备工作到竣工验收投入共需要 24 个月。

5、环境保护情况

2017 年 11 月 24 日，青岛市环境保护局市北分局出具了青环北管函[2017]7 号环评申请事项的复函，认定本项目内容不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》范围，无需办理环评审批手续。

6、项目投资效益情况

序号	指标	所得税前	所得税后
1	净现值（万元）	4,114.20	2,969.59
2	内部收益率（%）	37.23	30.97
3	静态投资回收期（年）	3.57	3.84
4	动态投资回收期（年）	4.08	4.57

（三）补充流动资金

1、项目概况

根据公司业务发展目标及营运资金需求，公司拟用本次募集资金共计 35,000 万元补充流动资金。

2、项目必要性

公司本次公开发行募集资金前，营运资金一般通过股东增资、生产经营积累和银行借款等方式予以解决。公司的资本规模较小，经营积累有限，融资渠道和融资规模都受到较大限制。因此，公司计划将本次部分募集资金用于补充流动资金，实现公司经营规模、经营效益的进一步提升。

同时，为更好地应对未来的市场竞争，公司也需要进一步提升资金实力，投入到产品升级、新产品研发、市场扩张、品牌推广等方面，以维持在行业内的竞争优势地位，扩大市场份额。

2020-2023 年，假设发行人每年营业收入增长率为前三年复合增长 16.91%；主要科目占营业收入的百分比保持 2019 年度的水平不变，则未来三年流动资金需求为：

单位：万元

科目	2019 年	占比	2020E	2021E	2022E
营业收入	484,866.35	-	566,859.87	662,718.94	774,788.30
应收票据（应收款融资）	2,670.59	0.55%	3,122.20	3,650.18	4,267.45
应收账款	117,981.66	24.33%	137,933.00	161,258.21	188,527.85
预付款项	7,693.91	1.59%	8,994.99	10,516.09	12,294.42
存货	48,713.09	10.05%	56,950.74	66,581.41	77,840.69
经营性流动资产合计	**177,059.25**	**36.52%**	**207,000.93**	**242,005.90**	**282,930.41**
应付票据	18,522.24	3.82%	21,654.45	25,316.34	29,597.47
应付账款	57,116.02	11.78%	66,774.65	78,066.60	91,268.09
预收款项	6,681.02	1.38%	7,810.82	9,131.67	10,675.88
经营性流动负债合计	**82,319.28**	**16.98%**	**96,239.92**	**112,514.61**	**131,541.43**
预计流动资金占用额	**94,739.97**	**19.54%**	**110,761.01**	**129,491.30**	**151,388.98**
预计未来三年合计流动资金缺口			**56,649.00**		

从上表可以看到，预计发行人未来三年合计流动资金缺口为 56,649.00 万元，发行人本次拟使用募集资金 3.5 亿元用于补充流动资金，是促进公司发展、满足日常公司资金需求的重要手段，具有必要性和合理性。

3、募集资金补充运营资金使用管理安排

公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所、公司《募集资金管理制度》的规定对上述流动资金进行管理，根据公司业务发展需要进行合理利用，公司将严格按照公司财务管理制度和资金审批权限进行使用。

三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

（一）本次募集资金运用对公司财务状况的影响

1、对净资产的影响

本次发行募集资金到位后，假设其他条件不发生变化，公司货币资金、净资产以及摊薄后的每股净资产都将有所增长，将增强本公司后续持续融资能力和抗风险能力。

2、对资产负债结构的影响

本次发行募集资金到位后，公司的流动比率和速动比率都将有所提高，短期内资产负债率将有所下降，将增强公司的偿债能力，有效降低财务风险。

（二）新增固定资产及装修折旧摊销费用对公司经营状况的影响

本次发行募集资金到位后，公司将新增固定资产及装修总额 27,540.44 万元，按照公司的折旧摊销政策，项目建成后，各项目新增固定资产及装修年折旧摊销费用如下：

单位：万元

序号	项目名称	新增固定资产及装修（原值）	年折旧及摊销金额
1	现代物流配送中心建设项目	24,454.95	3,898.14
2	电子商务运营中心建设项目	3,085.49	586.24
合计		**27,540.44**	**4,484.38**

本次募集资金项目建成后，公司每年将新增固定资产及装修折旧摊销费用为 4,484.38 万元。报告期内，公司经营业绩持续快速增长，随着公司募投项目的实施，未来数年公司经营业绩仍将保持快速增长的态势，公司募投项目新增盈利将充分抵消新增固定资产及装修折旧摊销费用，公司净利润不会因为新增固定资产及装修折旧摊销费用而下降。因此，新增固定资产折旧对公司未来经营成果不会产生重大不利影响。

（三）本次募集资金运用对公司未来经营成果及盈利能力的影响

本次募集资金到位后，公司净资产增幅较大。由于募集资金投资项目从开始建设到全部达产需一段时间，因此，公司在短期内净资产收益率会受到一定程度的影响，但从中长期来看，随着募集资金投资项目的顺利实施，公司的营业收入与利润水平将会大幅增长，相应的公司净资产收益率也会得到较大的提升。

四、公司未来发展规划

（一）公司发行当年及未来三年的发展规划和发展目标

1、整体发展战略

公司以“通过为全社会提供更好的医疗健康产品和服务，使企业员工高质量地生活”为使命，坚持“智慧成就健康”的信仰，在巩固行业领先地位的基础上，继续加大信息研发及基础设施的投入力度、将更多增值产品和服务开放给整个行业来应用。

在品牌运营业务上，一方面充分利用迪巧、泌特等领先品牌，持续提高市场占有率，巩固品类领导者的地位；另一方面围绕核心客户群打造品牌矩阵，以众多高关联性的品牌产品提升客户价值和服务能力。

在批发配送业务上，公司通过技术创新升级，在青岛市建设现代化的大型区域物流配送中心，实现货物流、资金流、信息流的高效畅通，并通过为医院、药店等终端客户提供信息化增值服务，提升公司的整体服务质量和水平。

在零售业务上，线下药店继续加强药事和健康管理的专业化，线上将百洋商城打造成为中国主流的网上药店。

公司致力于成为中国医药流通领域新分销平台的领航者，将自身建设成为“品牌能力领先、数据能力领先、合作能力领先、人才能力领先”的专业医药产品商业化平台，对中国医药行业优化产业结构，提升行业整体效率和水平做出更多的贡献。通过打造中国健康产业一流的专家型企业，为广大消费者提供优质的健康产品和服务，造福民众健康。

2、未来三年的发展规划及目标

根据公司整体发展战略，结合本次发行的募集资金投资项目建设，公司将继续坚持以消费者日益提高的健康需求为导向，扩展品牌矩阵、升级营销体系、加大信息化实力、提高物流配送和零售连锁规模、加强电子商务能力，不断强化公司的竞争优势，形成“品牌-平台-生态圈”的良性发展环境。

3、具体经营计划

（1）品牌运营升级计划

公司的销售网络已达成全国范围的覆盖，通过分布于全国各地的营销网络，有效将公司产品销售至全国范围内的医疗机构、药店等销售终端。公司通过大数据中心的持续建设，已运营和维护了多个精准的客户群。未来，品牌运营业务将从精准营销升级为方案营销，即从以产品为中心转为以客户为中心，围绕核心客户群的需求引进和丰富各类品牌产品，形成相互关联的“品牌矩阵”，最终向客户提供由一系列品牌构建的解决方案，通过范围经济不停的累加产品品类，从而带来客户价值最大化。大数据中心和品牌矩阵的稳步建设为销售收入的稳定增长和品牌知名度、影响力的提升创造了有利条件。

公司计划在现有营销资源的基础上，通过大数据中心的持续建设增强客户认知和客户管理能力；同时根据用户需求和经济社会发展趋势，持续筛选和引进高关联度的各类优质品牌产品，提高对客户的服务能力。基于品牌矩阵的扩充，公司还将相应扩充和培养营销队伍，以巩固、深耕既有市场，逐步开拓高关联度的新市场。

（2）现代物流配送中心建设计划

公司目前物流配送中心已不能满足公司高速发展的业务需求，公司计划利用本次募集资金，通过购置主流硬件设备、引进智能管理系统以及扩充人员队伍规模，在青岛市黄岛区建设具备仓储保管、运输配送、物流加工和药品检验等功能的大型现代物流配送中心，充分保障产品物流配送需求，积极开展第三方仓储配送服务和第四方医药物流业务，进而打造出高效、安全、高标准的现代医药物流配送体系，以满足自身业务及行业发展需求，响应国家医药物流体制改革。

项目建成后，公司将建立以青岛地区为核心，辐射全山东省的现代物流配送网络，进而扩大物流配送区域，增强物流配送能力，快速响应客户采购需求，加速业务规模扩张，推进战略规划实施。届时，公司利用在医药物流配送领域的资源整合能力、人才优势及管理优势，大力开展第三方仓储配送服务及第四方物流服务，拓展收入渠道，优化业务结构；利用物流配送中心的中转站功能，加深生态圈内物流领域的合作联系，为互联网医药业务、线下连锁药店及终端用户提供即时高效的货物流、资金流、信息流支持，提高公司业务的整体服务质量和水平，

降低综合运营成本。

（3）电子商务运营中心计划

近年来，电子商务发展迅猛，日渐成为经济社会的重要组成部分。公司在电子商务领域起步较早，已建成具备一定规模和影响力的百洋商城和百洋医药网，覆盖 PC 端和微信端上的零售和批发业务。公司拟通过购置前沿的软硬件设备，引进产品经理、开发工程师、运维工程师、数据挖掘工程师等专业人才，升级完善互联网医药运营平台，开发建设电子商务运营中心。本次项目将以多元化的互联网思维模式，深度整合药店、诊所及医药生产企业等客户资源，充分利用公司的物流配送体系、数据挖掘能力及产业整合能力，为下游客户提供具有竞争力优质药品，为上游客户提供产品推广、数据支持等服务，进而提升公司的市场竞争力，满足上下游客户的差异化需求。

通过本项目的实施运营，药店、诊所等药品零售终端的产品种类将更加丰富、盈利能力将有效提升；医药生产企业将能快速获取市场资讯信息、充分掌握产品流向数据，线上营销能力进一步增强；公司的产业整合能力及业务协调能力将显著增强，与医药生产企业及药品零售终端的联系将更加紧密，这将有利于公司的业务规模扩张、业务模式创新以及医药行业的转型升级。

（二）未来规划采取的措施

为顺利实施上述计划，公司将加大市场开拓力度，实现品牌营销升级及批发零售规模拓展计划；同时，顺应时代发展趋势，利用大数据等先进技术手段，大力发展包括电子商务在内的新渠道、新模式，不断提高市场份额，扩大销售收入；加大产品引进的力度，持续提高供应链能力，丰富产品矩阵，进而提高公司核心竞争力，巩固行业领先地位；在规模扩张、销售增加的情况下，通过推行信息化建设及精细化管理，加强内部管理，提高管理水平，在不断提高产品和服务质量的同时，严格控制成本和费用，进一步提高全线业务的效费比；持续健全和完善公司法人治理结构，提高规范运作水平。

（三）发行人关于发展规划的声明

公司在上市后将严格遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及其他相

关法律、法规，通过定期报告持续公告规划实施和目标实现的情况。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

报告期内，公司建立和完善了各项与投资者权益保护密切相关的制度。在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《信息披露事务管理制度》、《投资者关系管理制度》等制度中规定了相应条款，从而保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等方面的权利。

（一）建立健全内部信息披露制度和流程

公司遵守中国证监会关于信息披露方面的要求和格式，建立《信息披露事务管理制度》，及时履行信息披露义务。公司秉着充分披露信息原则、合规披露信息原则、投资者机会均等原则、诚实守信原则、高效互动原则，加强与投资者之间沟通，完善投资者关系管理，建立了《投资者关系管理制度》。

制度明确了重大信息报告、审批、披露程序，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务。制度就投资者获取公司有关情况的原则、内容、方式、管理部门、负责人、程序、措施、一般规定和责任划分及保密措施等进行了细化，有助于加强公司与投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平，以实现公司整体利益最大化。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

（二）完善股东投票机制

公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》等规章制度，切实保障投资者参与重大决策和选择管理者等方面的权利。

《股东大会议事规则》第三条规定，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供安全、经济、便捷的网络或证券监管机构认可或要求的其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

第五十二条规定，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，应当对中小投资者的表决单独计票并披露。

第五十三条规定，公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者国务院证券监督管理机构的规定设立的投资者保护机构，可以作为征集人，自行或者委托证券公司、证券服务机构，公开请求公司股东委托其代为出席股东大会，并代为行使表决权等股东权利。投票权征集应采取无偿的方式进行，并应向被征集人充分披露信息。

第五十五条规定，股东与股东大会拟审议事项有关联关系时，应当回避表决，其所持有表决权的股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。

第五十六条规定，股东大会就选举董事、非由职工代表担任的监事进行表决时，根据公司章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。当单一股东及其一致行动人拥有权益的股份比例在百分之三十及以上，且选举两名及以上（含两名）董事或者监事时，应当实行累积投票制。

第五十七条规定，除累积投票制外，股东大会对所有提案应当逐项表决。对同一事项有不同提案的，应当按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会不得对提案进行搁置或不予表决。

（三）投资者沟通渠道的建立情况及未来开展投资者关系管理规划

为了加强公司与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所上市公司信息披露事务管理规定》等有关法律、法规的规定，公司制订了《信息披露管理制度》。

公司负责信息披露和投资者关系的部门为证券部，负责人为董事会秘书王国强先生；联系电话：0532-66756688，传真：0532-67773768，电子邮箱：zhqb@baheal.com。

二、股利分配政策

（一）本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

经 2020 年第三次临时股东大会通过的上市后适用的《公司章程（草案）》，公司发行上市后，股利分配政策主要内容如下：

1、利润分配的原则：

公司的利润分配应重视对公司股东的合理投资回报、兼顾公司的可持续发展，公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑董事、监事和公司股东的意见。

2、利润分配方式：

公司可以采取现金、股票或现金与股票相结合的方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在符合现金分红的条件下，公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。

3、股利分配的间隔期间：

在符合现金分红条件情况下，公司原则上每年进行一次股利分配，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期股利分配。

在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，从公司成长性、每股净资产的摊薄、公司股价与公司股本规模的匹配性等真实合理因素出发，公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况另行采取股票股利分配的方式进行利润分配。

4、发放现金股利及股票股利的具体条件及比例：

公司在具备现金分红条件的情况下，应当采用现金分红进行利润分配。公司实施现金分红的具体条件为：

（1）公司该年度或半年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）公司累计可供分配利润为正值；

（3）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告（半年度利润分配按有关规定执行）。

公司具备现金分红条件的，除特殊情况外，年度以现金方式分配的利润一般不少于当年度实现的可分配利润的 10%；任何三个连续年度内，公司以现金累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。公司具备现金分红条件，董事会未作出现金分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

特殊情况是指：公司有重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

公司在提出现金股利与股票股利结合的分配方案时，董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，基本原则如下：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

5、利润分配政策的决策程序：

公司每年利润分配预案由董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订。董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见。董事会审议制订利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议。利润分配政策应提交监事会审议，经半数以上监事表决通过，监事会应对利润分配方案

提出审核意见。经董事会、独立董事以及监事会审议通过后，利润分配政策提交公司股东大会审议批准。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应通过多种渠道主动与股东进行沟通和交流，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或股东参会等方式，充分听取股东的意见和诉求，并及时答复股东关心的问题。

6、利润分配政策的调整：

公司应当严格执行公司章程确定的利润分配政策以及股东大会审议批准的利润分配具体方案。公司根据生产经营情况、投资规则和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，公司董事会应先形成对利润分配政策进行调整的预案并应征求监事会的意见，并由公司独立董事发表独立意见，有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议通过后提请公司股东大会批准。其中，现金分红政策的调整议案需经出席股东大会的股东所持表决权的2/3以上通过，调整后的利润分配政策不得违反有关法律法规规定。

7、利润分配政策的披露：

公司应当在年度报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用；中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到充分保护等。如涉及现金分红分配政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

公司因特殊情况无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案时，公司应在年度报告和审议年度报告的董事会公告中披露具体原因，并对相关原因与实际情况是否相符合等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

公司监事会应对公司利润分配政策的信息披露情况进行监督。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前（现行《公司章程》）	本次发行后（《公司章程》草案）
第一百四十条公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。 公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。 公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。 公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。 股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。 公司持有的本公司股份不参与分配利润。 **第一百四十一条**公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。 法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。 **第一百四十二条**公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。 **第一百四十三条**公司利润分配政策为：按照股东持有的股份比例分配利润；可以采取现金或者股票方式分配利润。利润分配政策应保持连续性和稳定性。	具体参见本节“二、股利分配政策”之“（一）本次发行上市后的股利分配政策和决策程序”

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

经 2020 年第三次临时股东大会决议，首次公开发行股票前的滚存利润由发行后的新老股东按照发行后的股份比例共享。

四、股东投票机制的建立情况

发行人通过建立完善累积投票制、中小投资者单独计票、股东大会网络投票等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

五、重要承诺事项

（一）公司股东所持有股份自愿锁定的承诺

承诺主体	承诺内容
控股股东百洋集团、实际控制人付钢控制的其他企业百洋诚创、天津晖桐、天津皓晖、天津晖众、天津慧桐	一、自百洋医药首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理首次公开发行前本企业直接或间接持有的百洋医药的股份，也不由百洋医药回购该部分股份。对于本企业直接或间接持有的基于百洋医药本次发行前已发行的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。 二、当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格，或者发行人上市后 6 个月期末收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，本企业持有的发行人股票的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月。若发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票复权后的价格。如前述关于减持的承诺与届时有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则等不一致或存在冲突的，本企业承诺遵照相关规定执行。
实际控制人、董事长、总经理付钢	一、自百洋医药首次公开发行股票并上市之日起 36 个月内，本人不转让或者委托他人管理首次公开发行前本人直接或间接持有的百洋医药的股份，也不由百洋医药回购该部分股份。对于本人直接或间接持有的基于百洋医药本次发行前已发行的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。 二、在百洋医药上市后 6 个月内，如百洋医药股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有百洋医药股票的锁定期自动延长 6 个月。 三、本人所持百洋医药股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价，期间百洋医药如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权、除息事项，减持底价相应进行调整。 四、本人直接或间接持有的百洋医药股份锁定期满后，在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份不超过本人直接或间接持有百洋医药股份总数的 25%；本人离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的百洋医药股份。在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让本人直接持有的公司股份；在公司首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接持有的公司股份。如前述关于减持的承诺与届时有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则等不一致或存在冲突的，本人承诺遵照相关规定执行。 五、本人不因本人职务变更、离职等原因而放弃履行本承诺。
公司董事陈海深、朱晓卫、宋青、王国强、王旸、孙东东、田文智、王亚平、王荭；高级管理人员张圆	一、自百洋医药股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的百洋医药公开发行股票前已发行的股份，也不由百洋医药回购该部分股份。对于本人直接或间接持有的基于百洋医药本次发行前已发行的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。 二、在百洋医药上市后 6 个月内，如百洋医药股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人直接或间接持有百洋医药股票的锁定期自动延长 6 个月。

承诺主体	承诺内容
	三、本人所持百洋医药股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价，期间百洋医药如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权、除息事项，减持底价相应进行调整。 四、本人直接或间接持有的百洋医药股份锁定期满后，在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份不超过本人直接或间接持有百洋医药股份总数的 25%；本人离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的百洋医药股份。在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让本人直接持有的公司股份；在公司首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接持有的公司股份。如前述关于减持的承诺与届时有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则等不一致或存在冲突的，本人承诺遵照相关规定执行。 五、本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行本承诺。
监事李丽华、肖立、戚飞、李雪彪、黄志勇	一、自百洋医药股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的百洋医药公开发行股票前已发行的股份，也不由百洋医药回购该部分股份。对于本人直接或间接持有的基于百洋医药本次发行前已发行的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。 二、本人直接或间接持有的百洋医药股份锁定期满后，在本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份不超过本人直接或间接持有百洋医药股份总数的 25%；本人离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的百洋医药股份。在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不转让本人直接持有的公司股份；在公司首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接持有的公司股份。如前述关于减持的承诺与届时有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则等不一致或存在冲突的，本人承诺遵照相关规定执行。 三、本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行本承诺。
天津清正、北京红杉、西藏群英、上海皓信桐、北京君联、北京新生代、广发乾和	自百洋医药首次公开发行股票并上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理首次公开发行前本企业直接或间接持有的百洋医药的股份，也不由百洋医药回购该部分股份。对于本企业直接或间接持有的基于百洋医药本次发行前已发行的股份而享有的送红股、转增股本等股份，亦遵守上述锁定期的约定。

（二）关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏以及欺诈发行时回购的承诺函

承诺主体	承诺内容
发行人	本公司承诺，《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

承诺主体	承诺内容
	本公司为公开发行股票并在创业板上市制作的招股说明书如果存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。 有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分按照届时有效的法律法规和司法解释的规定执行。在证券主管部门或司法机关公司存在前述违法违规情形后，本公司承诺将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。 如本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在该等违法事实被中国证监会、深圳证券交易所或人民法院等有权部门认定后 10 个交易日内，本公司董事会应根据相关法律法规及公司章程规定制定及公告回购计划，并提交临时股东大会审议，经相关主管部门批准或核准或备案后，针对首次公开发行的全部新股启动股份回购措施；回购价格将按照发行价（若本公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价应相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规及公司章程等规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律、法规及公司章程等另有规定的，从其规定。 本公司保证本次在创业板公开发行并上市不存在任何欺诈发行的情形。如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司将在中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。
控股股东百洋集团	本企业作为青岛百洋医药股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）的控股股东，本企业承诺发行人为公开发行股票并在创业板上市制作的《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本企业对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。 若因发行人为公开发行股票并在创业板上市制作的《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本企业将依法赔偿投资者损失。 有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分按照届时有效的法律法规和司法解释的规定执行。在证券主管部门或司法机关认定发行人存在前述违法违规情形后，本企业承诺将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。 如发行人招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断其是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在该等违法事实被中国证监会、深圳证券交易所或人民法院等有权部门认定后，本企业将依法购回已转让的本次公开发行前持有的股份。本企业将在上述事项认定后 10 个交易日内启动回购事项，采用二级市场集中竞价交易、大宗交易等方式购回已转让的原限售股份；回购价格将按照发行价（若公司股票在此期间发生派息、送股、资本公积金转增股本

承诺主体	承诺内容
	等除权除息事项的，发行价应相应调整）加算银行同期存款利息确定，并根据相关法律、法规及公司章程等规定的程序实施。在实施上述股份回购时，如法律、法规及公司章程等另有规定的，从其规定。 本企业保证本次在创业板公开发行并上市不存在任何欺诈发行的情形。如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本企业将在中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。
发行人实际控制人、董事长、总经理付钢	本人作为青岛百洋医药股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）的实际控制人，本人承诺发行人为首次公开发行股票并在创业板上市制作的《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。 若发行人为首次公开发行股票并在创业板上市制作的《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。 有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分按照届时有效的法律法规和司法解释的规定执行。在证券主管部门或司法机关认定发行人存在前述违法违规情形后，本人承诺将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。 本人保证本次在创业板公开发行并上市不存在任何欺诈发行的情形。如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。
公司董事陈海深、朱晓卫、宋青、王国强、陆潇波、王旸、孙东东、王荭、王亚平、田文智；监事李丽华、肖立、戚飞、李雪彪、黄志勇；高级管理人员张圆	本人作为青岛百洋医药股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）的董事/监事/高级管理人员，本人承诺发行人为首次公开发行股票并在创业板上市制作的《招股说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。 若发行人为首次公开发行股票并在创业板上市制作的《招股说明书》存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。 有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分按照届时有效的法律法规和司法解释的规定执行。在证券主管部门或司法机关认定百洋医药存在前述违法违规情形后，本人承诺将严格履行生效司法文书认定的赔偿方式和赔偿金额，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

（三）关于公司上市后三年内稳定股价的承诺

承诺主体	承诺内容
发行人	本公司承诺，如果公司首次公开发行股票并上市后三年内出现股票收

承诺主体	承诺内容
	盘价格连续 20 个交易日低于最近一期经审计每股净资产的情况时，将启动稳定股价的预案。本公司已了解并知悉公司股东大会审议通过的《首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定股价预案及其约束措施》（下称“《稳定股价预案》”）的全部内容，本公司承诺将遵守和执行《稳定股价预案》的内容并承担相应的法律责任。
控股股东百洋集团	为维护公众投资者的利益，青岛百洋医药股份有限公司（下称“百洋医药”）已通过股东大会制定《首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定股价预案及其约束措施》（下称“《稳定股价预案》”）。本公司作为百洋医药控股股东，承诺如果百洋医药首次公开发行股票并上市后三年内出现股票收盘价格连续 20 个交易日低于最近一期经审计每股净资产的情况时，将启动稳定股价的预案。本公司已了解并知悉百洋医药股东大会审议通过的《稳定股价预案》的全部内容，本公司承诺将遵守和执行《稳定股价预案》的内容并承担相应的法律责任。
实际控制人、董事长、总经理付钢	为维护公众投资者的利益，青岛百洋医药股份有限公司（下称“百洋医药”）已通过股东大会制定《首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定股价预案及其约束措施》（下称“《稳定股价预案》”）。本人作为百洋医药实际控制人、董事长、总经理，承诺如果百洋医药首次公开发行股票并上市后三年内出现股票收盘价格连续 20 个交易日低于最近一期经审计每股净资产的情况时，将启动稳定股价的预案。本人已了解并知悉百洋医药股东大会审议通过的《稳定股价预案》的全部内容，本人承诺将遵守和执行《稳定股价预案》的内容并承担相应的法律责任。
公司董事陈海深、朱晓卫、宋青、王国强、陆潇波、王旸；高级管理人员张圆	为维护公众投资者的利益，青岛百洋医药股份有限公司（下称“公司”）已通过股东大会制定《首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定股价预案及其约束措施》（下称“《稳定股价预案》”）。本人作为公司董事/高级管理人员，承诺如果公司首次公开发行股票并上市后三年内出现股票收盘价格连续 20 个交易日低于最近一期经审计每股净资产的情况时，将启动稳定股价的预案。本人已了解并知悉公司股东大会审议通过的《稳定股价预案》的全部内容，本人承诺将遵守和执行《稳定股价预案》的内容并承担相应的法律责任。

（四）关于持股及减持意向的承诺

承诺主体	承诺内容
百洋集团、百洋诚创	基于对宏观经济、相关行业和百洋医药未来良好的发展趋势判断，自百洋医药首次公开发行股票并上市锁定期满后两年内原则上不减持百洋医药股票。如确因财务需要本企业所持百洋医药股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行人首次发行股票的发行价（以下简称“发行价”），期间百洋医药如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权、除息事项，减持底价相应进行调整。减持方式为通过证券交易所竞价交易、大宗交易或协议转让等交易所允许的方式。本企业将在减持前至少 3 个交易日通知百洋医药并予以公告，减

承诺主体	承诺内容
	持价格不低于发行价，并将按《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》和其他法律、法规、其他规范性文件和证券交易所相关业务规则的要求执行。如前述承诺与届时有关法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及证券交易所业务规则等不一致或存在冲突的，本企业承诺遵照相关规定执行。 本企业将严格遵守我国法律法规关于股东持股及股份变动的规定，规范诚信履行股东的义务。若本企业未能遵守以上承诺事项，则本企业违反承诺出售股票所获的全部收益将归发行人所有，且本企业将承担相应的法律责任。
天津清正、北京红杉、西藏群英、上海皓信桐、北京君联、北京新生代、广发乾和、天津晖桐、天津皓晖、天津晖众、天津慧桐	本企业并将按《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》和其他法律、法规、其他规范性文件和证券交易所相关业务规则的要求执行。 本企业将严格遵守我国法律法规关于股东持股及股份变动的规定，规范诚信履行股东的义务。若本企业未能遵守以上承诺事项，则本企业将承担相应的法律责任。

（五）未履行承诺的约束措施

承诺主体	承诺内容
发行人	（一）如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕： 1、在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉； 2、不得发行证券； 3、对公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴； 4、不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更； 5、给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。 （二）如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕： 1、在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉； 2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。
控股股东	（一）如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补

承诺主体	承诺内容
	救措施实施完毕： 1、在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉； 2、不得转让发行人股份。因被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外； 3、暂不领取发行人分配利润中归属于本公司的部分； 4、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户； 5、本公司未履行招股说明书的公开承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。 （二）如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕： 1、在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉； 2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。
实际控制人、董事长、总经理付钢	（一）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕： 1、在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉； 2、不得转让发行人股份。因被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外； 3、暂不领取发行人分配利润中归属于本人的部分； 4、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给发行人指定账户； 5、本人未履行招股说明书的公开承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。 （二）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕： 1、在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉； 2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。
公司董事陈海深、朱晓卫、宋青、王国强、陆潇波、王旸、孙东东、王荭、王亚平、田文智；监事李丽	（一）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕： 1、在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

承诺主体	承诺内容
华、肖立、戚飞、李雪彪、黄志勇；高级管理人员张圆	2、可以职务变更但不得主动要求离职； 3、主动申请调减或停发薪酬或津贴； 4、本人未履行招股说明书的公开承诺事项，将依法承担责任。 （二）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕： 1、在中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉； 2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护发行人投资者利益。

（六）关于填补本次公开发行股票摊薄即期回报的应对措施及承诺

公司董事会就公司本次公开发行股票是否摊薄即期回报进行了分析，制定了填补即期回报措施，相关主体出具了承诺。公司第二届董事会第八次会议就上述事项通过了《首次公开发行股票并在创业板上市摊薄即期回报及填补措施》，并提交公司 2020 年第三次临时股东大会审议通过。填补即期回报措施以及公司相关主体的具体承诺如下：

1、本次公开发行股票摊薄即期回报的填补措施

（1）加快募集资金投资项目建设

本次发行募集资金拟投资“现代物流配送中心建设项目”、“电子商务运营中心建设项目”和“补充流动资金”项目，公司已对募投项目进行可行性研究论证，证明募投项目符合行业发展趋势。项目建成运营后，将有助于公司扩大业务规模，有效提升市场份额和市场区域，有利于提高公司盈利能力和市场核心竞争力。

本次发行募集资金到帐后，公司将全面整合公司资源，保证各方面人员配置及时到位，积极推进募投项目建设，保证募投项目顺利达产并实现预期收益，降低上市后即期回报被摊薄的风险。

（2）加强募集资金管理

为规范募集资金的管理和使用，确保本次发行募集资金专款专用，公司将根据相关法律、法规和规范性文件的规定以及公司《募集资金管理制度》的要求，

将募集资金存放于董事会指定的专用账户进行存储，做到专款专用。同时，公司将严格按照相关法律、法规和规范性文件的规定以及《募集资金管理制度》的要求使用募集资金，并接受保荐机构、开户银行、证券交易所和其他有权部门的监督。

（3）发挥竞争优势，全面提升综合服务质量

公司将不断发挥在销售渠道、上下游资源、管理体系及管理团队等方面的竞争优势，不断挖掘优质的健康产品，进一步丰富公司运营的品牌矩阵，全面提升品牌运营业务、医药批发配送业务、零售业务的整体综合服务质量，进一步提升公司的盈利能力及行业竞争力。

（4）完善内部控制，提升管理水平

公司将按照相关法律法规和有关部门的要求，进一步健全内部控制制度，提升公司经营活动的效率性和效果性、资产的安全性、经营信息和财务报告的可靠性。积极引进专业性管理人才，提升公司管理水平，降低公司管理风险。同时，公司将积极完善和改进公司的薪酬制度和员工培训体系，保持公司的持续创新能力，为公司的快速发展打下坚实的基础。

2、公司相关主体关于首次公开发行股票摊薄即期回报采取填补措施的承诺

承诺主体	承诺内容
发行人	（一）不无偿或以不公开条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。 （二）对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束，在职务消费过程中本着节约原则行事，不奢侈、不铺张浪费。 （三）不动用公司资产从事与董事及高级管理人员履行职责无关的投资、消费活动。 （四）由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。 （五）若公司实施股权激励计划（如有），股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。 （六）本承诺出具日后，如中国证监会、证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会、证券交易所该等规定的，本公司承诺届时将按照中国证监会、证券交易所的最新规定出具补充承诺。

承诺主体	承诺内容
	（七）如本公司未能履行上述承诺，本公司将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并道歉；同时，若因违反该等承诺给公司或者投资者造成损失的，本公司愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。
控股股东	（一）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司的利益。 （二）如本企业未能履行上述承诺，本企业将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并道歉；同时，若因违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担补偿责任。
实际控制人、董事长、总经理付钢	（一）本人承诺在任何情况下，不无偿或以不公开条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。 （二）约束本人的职务消费行为，在职务消费过程中本着节约原则行事，不奢侈、不铺张浪费。 （三）本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。 （四）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。 （五）本人承诺若公司实施股权激励计划（如有），股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。 （六）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司的利益。 （七）如本人未能履行上述承诺，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并道歉；同时，若因违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担补偿责任。
公司董事陈海深、朱晓卫、宋青、王国强、陆潇波、王旸、孙东东、王荭、王亚平、田文智；高级管理人员张圆	（一）本人承诺在任何情况下，不无偿或以不公开条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。 （二）约束本人的职务消费行为，在职务消费过程中本着节约原则行事，不奢侈、不铺张浪费。 （三）本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。 （四）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。 （五）本人承诺若公司实施股权激励计划（如有），股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。 （六）如本人未能履行上述承诺，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并道歉；同时，若因违反承诺给公司或者股东造成损失的，依法承担补偿责任。

（七）相关中介机构的承诺

承诺主体	承诺内容
东兴证券	若本保荐机构为发行人申请首次公开发行股票并在创业板上市而制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。
天元律所	如因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导

承诺主体	承诺内容
	性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。本所将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。该等损失的赔偿金额以投资者因此而实际发生并能举证证实的损失为限，具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准。
立信所	因本所为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。
银信评估	如因本公司为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

（八）其他承诺事项

承诺主体	承诺内容
发行人	（一）本公司已在招股说明书中真实、准确、完整的披露了股东信息。本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形； （二）本公司已在提交本次发行上市申请前解除历史上存在的股份代持，本公司目前不存在股权代持、委托持股等情形，亦不存在股权争议或潜在纠纷等情形； （三）本公司本次发行上市的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形； （四）本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形； （五）本公司及本公司股东已及时向本公司本次发行上市的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面地配合本次发行上市的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行上市的申请文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务； （六）若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

（一）品牌运营合同

1、迪巧系列产品相关协议

发行人系美国安士和中山安士所生产的迪巧系列产品在国内的独家代理商，双方签订的主要协议情况如下：

（1）发行人与美国安士、中山安士签署的迪巧系列产品合作协议及补充协议

2016 年 8 月，发行人与美国安士、中山安士签订了《合作协议》。《合作协议》约定：美国安士进行迪巧补钙系列产品的上游开发以及供货；中山安士负责产品的进口及分包装；百洋医药负责迪巧系列产品在中国境内（包括港澳台地区）营销业务的全面管理。协议确定了合作产品的范围与价格，并约定了美国安士授权发行人使用安士品牌注册商标；与发行人共有迪巧品牌注册商标等一系列支持发行人销售推广迪巧系列产品的措施。该协议有效期至 2068 年 2 月 13 日；

2017 年 2 月，三方签订《合作协议之补充协议》，对产品配送方式条款进行了修订；

2018 年 3 月，三方签订《合作协议之补充协议之二》，新增合作产品“迪巧钙维生素 D 颗粒 15 袋”；

2019 年 5 月，三方签订《合作协议之补充协议之三》，针对“小儿碳酸钙 D3 颗粒”产品的价格条款进行了调整，协议约定：现生产小儿碳酸钙 D3 颗粒工艺发生变化，故就小儿碳酸钙 D3 颗粒的销售价格等事宜签订本补充协议，以资各方共同遵守；针对“小儿碳酸钙 D3 颗粒”产品的价格条款进行了调整；

2020 年 8 月，三方签订《合作协议之补充协议之四》，约定：根据市场需求,“迪巧”系列产品包装进行了重新设计，纸盒、标签、说明书等均有升级，增加防伪标识（二维码）等。包装升级变更之后，由于成本增加，经各方多次沟

通协商，对迪巧各产品供应丙方的含税价格进行调整。新的价格自 2020 年 8 月 10 日开始执行。针对多个产品的价格条款进行了调整。

协议具体内容如下：

协议内容	主要条款
合作范围及各方责任	关于迪巧系列产品（包括未来开发的以“迪巧”为注册商标或产品标识的产品），美国安士负责迪巧产品的上游开发以及供货，中山安士负责产品的进口及分包装，百洋医药负责迪巧系列产品在中国境内（包括港澳台地区）营销业务的全面管理； 美国安士、中山安士可就希望推广的其他医药产品或服务与发行人协商，在协商一致的情况下，由百洋医药进行总代理销售。
独家代理权和独家经销权	基于《合作协议》授予的独家代理权，对于经三方协商确认的合作产品和其他百洋医药、中山安士达成总销售代理协议的产品（如有），美国安士和美国安士子公司不得直接或间接地通过百洋医药以外的渠道向合作区域的顾客销售； 中山安士不得在中华人民共和国经销、分销或促销合作产品和其他百洋医药、中山安士达成总销售代理协议的产品（如有），也不得直接或间接地通过百洋医药认可以外的渠道向合作区域的客户销售上述产品。 合作产品如由于市场环境和政策的变化，部分配送医院的渠道调整为由中山安士将合作产品直接发货给当地分销商，由当地分销商配送给医院，百洋医药将继续承担该合作产品的品牌管理及推广运营。
协议有效期	合作协议有效期至 2068 年 2 月 13 日，如果三方公司的存续期均超过 2068 年 2 月 13 日，则除非作出相反通知，本协议期满后将自动延长。三方均应采取措施努力使协议有效期得到最大程度延期。
合作产品的价格与支付	协议明确约定了中山安士向美国安士的采购价、公司向中山安士或美国安士的采购价格等，并且明确规定，除非可能影响价格构成的因素出现重大变化，否则任何一方不得单方面变更三方约定的价格。
信用政策	中山安士向公司供应合作产品的，公司须按照供货计划约定的供货之日起六十天内将货款支付至中山安士账户，逾期将按照逾期付款金额的万分之五/日收取滞纳金。
商标共有	1、迪巧品牌注册商标由美国安士和百洋医药共同共有； 2、美国安士承诺：未经百洋医药允许，不向任何第三方做出迪巧品牌注册商标使用权的实施许可，以及以该商标使用权的抵押、质押、出典等行为，亦不会在非合作产品上使用该等商标； 3、百洋医药承诺，未经美国安士允许，不会在非合作产品上使用迪巧品牌注册商标。
销售目标	当连续 2 年迪巧补钙剂销量低于 500 万瓶时，除非发行人能提出足够理由令美国安士同意发行人维持其已拥有的共有商标权，否则发行人所占商标权份额应降为 10%（即由共同共有转变为按份共有，且百洋医药持有份额为 10%）。
协议的终止	除非有法律法规规定的依据、不可抗力因素或者三方达成提前终止本协议的约定，否则任何一方无权提前终止本协议。协议有效期内，如果一方被发现实质性违反本协议，其他两方对违约方提出书面警告并限期整改，如一个月

协议内容	主要条款
	内违约方仍未纠正其违约行为并对其他两方做出相应的赔偿，则视其为擅自终止协议，其在本协议中的权利与义务由剩余两方协商分担。同时，剩余两方有权进一步追究违约方因违约而对其他方产生的一切直接和可预见的经济损失。
保证承诺及违约条款	1、未经百洋医药书面同意，美国安士（包括美国安士的分公司、控股公司、实际控制人、和同为美国安士实际控制人控制的其他公司、以及对前述这些公司有控股权的任何公司或个体）不得在中国境内与百洋医药以外的第三方合作生产、加工、销售“迪巧”系列补钙产品；不得在中国境内外自行或与百洋医药以外的第三方合作生产、加工、销售与合作产品在功效、用途、规格等方面可能构成竞争的或类似的产品或服务及发展相关的业务活动（包括但不限于销售、推广活动）； 2、百洋医药（包括百洋医药的分公司、控股股东、实际控制人，和同为百洋医药的实际控制人/公司控制的其他公司、以及对前述这些公司有控制权的任何公司或个体）承诺、不在合作区域（中国大陆及港澳台地区）生产、销售与合作产品相竞争或类似产品，或接受合作区域生产、销售与合作产品相竞争或类似产品的企业的委托，从事该类产品的托管经营/或提供营销策划服务；不对中国境内外第三方的非“迪巧”品牌的任何补钙产品提供地区性或全国性独家及非独家代理（青岛百洋健康药房连锁有限公司及其关联公司的零售业务除外）；在中国境内外不能从事非“迪巧”品牌的任何补钙产品的生产、加工服务； 3、三方均有义务严格遵守《合作协议》条款，任何一方如有延迟履行或不履行《合作协议》的，则视为违约，违约责任按照《中华人民共和国合同法》和本协议相关条款规定执行； 4、任何一方擅自终止协议，即构成违约，应当承担违约责任，给其他方造成损害的，则违约的一方应向其他方负责赔偿因违约而对其他方所产生的一切直接和可预见的经济损失； 5、未经三方协商一致，美国安士不得停止向中山安士、百洋医药供应合作产品； 6、如美国安士违反上述约定，给百洋医药造成损失的，美国安士应该按照违约事实发生前的历史最高年度百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向美国安士或中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向百洋医药支付违约补偿。同时，百洋医药将自动、无需给付任何报酬和补偿地取得对“迪巧”商标用于其独占生产、销售的补钙产品的使用许可。 如中山安士终止对本协议合作产品的分包装或违反上述第 2 项（独家代理权和独家经销权）的约定或承诺，给百洋医药造成损失的，中山安士应按照违约事实发生前的历史年度最高百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向百洋医药支付违约补偿。 如百洋医药违反上述约定，给美国安士造成损失的，百洋医药应该按照违约事实发生前的历史最高年度百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向美国安士或中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向美国安士支付违约补偿。

（2）健康产业与美国安士签署的品牌引进协议及补充协议

2016 年 1 月，发行人子公司健康产业与美国安士签订《品牌引进合作协议》。协议约定健康产业负责引进美国安士及其子公司或与美国安士有关的产品；健康产业及其关联方在合作区域（中国大陆包括港澳台地区）内促使产品形成销售；双方约定品牌引进费的计算方法和结算方式。该协议有效期至 2068 年 2 月 13 日止；

2016 年 1 月，发行人子公司健康产业与美国安士签订《跨境合作协议》和《跨境推广运营协议》。协议约定：健康产业作为“小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒 20 袋装”的中国境内独家跨境销售电商，约定合作产品的价格以及品牌引进费的计算方法和结算方式。该协议有效期至 2025 年 12 月 31 日止；

2016 年 3 月，双方签订《品牌引进合作协议之补充协议》，针对品牌引进费的结算基数进行了调整；

2018 年 3 月，双方签订《品牌引进合作协议之补充协议之二》，新增合作产品“维 D 钙咀嚼片 15 袋”。

协议具体内容如下：

协议内容	主要条款
合作产品	迪巧系列产品及各方协商一致的其他产品
服务内容	健康产业及其关联方按照美国安士提供的资料介绍给客户，并在合作区域内促使产品形成销售
服务费结算方式	目前已有产品的品牌引进服务费根据美国安士产品在中国大陆（包括港澳台）地区的销售数量计算，协议约定了现有产品的单位引进费用。新产品的品牌引进服务费由美国安士及健康产业协商后确定。
合作期限	合作协议有效期自 2016 年 1 月 1 日起至 2068 年 2 月 13 日止。若任一方有特殊原因欲提前终止协议时，应于一个月前以书面形式通知对方，并在得到对方的书面同意后终止协议。

（3）发行人与中山安士签署的品牌运营协议

2016 年 10 月及 2019 年 1 月，发行人与中山安士分别签署了《品牌运营协议》。2019 年 4 月，发行人与中山安士签订了现行有效的《品牌运营协议》（该协议签署后，2016 年 10 月及 2019 年 1 月的协议已经终止）。协议约定：发行人作为迪巧系列产品的独家品牌运营商，对迪巧产品提供整体营销策划方案，包

括营销策划、学术及营销推广会议等形式的品牌运营服务；中山安士有义务积极配合发行人策划工作；约定协议双方违反独家代理权相关约定的违约责任；双方约定品牌运营服务费用的计算方法和结算方式。协议在上述迪巧系列产品的合作协议的合作期限内有效。

2018 年 11 月，发行人与中山安士签订《合作协议》。协议约定由发行人作为“碳酸钙 D3 片”产品的独家品牌运营商；中山安士负责协议合作产品的上游开发，如产品研发、生产组织、产品生产和研发地的政府事务，配合发行人在合作区域市场上的品牌宣传工作等；发行人负责对本协议合作产品的营销业务进行全面管理，包括品牌管理、品牌宣传、市场调研、策略制定、营销推广、价格确定、分销商遴选、渠道及经销商管理等。该协议有效期至 2023 年 11 月 20 日止。

2020 年 8 月，双方签订《合作协议之补充协议》，针对“碳酸钙 D3 片”产品的价格条款进行了调整。协议约定：根据市场需求，“迪巧”系列产品包装进行了重新设计，纸盒、标签、说明书等均有升级，增加防伪标识（二维码）等。包装升级变更之后，由于成本增加，经双方多次沟通协商，对“迪巧”牌碳酸钙 D3 片供应乙方的基准含税价格进行调整针对“碳酸钙 D3 片”产品的价格条款进行了调整。新的价格自 2020 年 8 月 10 日开始执行。

协议具体内容如下：

协议内容	主要条款
品牌运营服务独家代理	中山安士委任百洋医药为“迪巧”系列产品的独家品牌运营服务商，按照《品牌运营协议书》约定的内容为“迪巧”系列产品提供品牌运营服务，百洋医药同意并接受上述委托。基于《品牌运营协议书》授予的独家代理权，中山安士不得直接或授权任何第三方提供“迪巧”系列产品的品牌运营服务。
品牌运营服务内容	中山安士委托百洋医药对迪巧产品提供整体营销策划方案，包括营销策划、学术及营销推广会议等形式的品牌运营服务，百洋医药保证每月举办不低于 5 场学术会议、60 场营销推广会议。
权利及义务	中山安士应积极配合百洋医药策划工作，及时提交所需和必要的资料及信息，并有权对百洋医药递交的策划方案、平面稿设计等进行修改、调整，以及按照品牌运营服务费的计算标准向百洋医药支付品牌运营服务费用； 百洋医药须向中山安士提供协议期内品牌运营服务的整体方案。
协议有效期	品牌运营服务协议在销售总代理协议的合作期限内有效。
服务费标准	根据协议及双方签署的相关备忘录，品牌服务费以发行人在品牌服务地区正常销售能够实现的收益为依据扣除中山安士由配送发生的额外成本确定。

协议内容	主要条款
服务费结算方式	服务费按月结算，于每月 25 日与中山安士确认服务费金额，公司给中山安士开具等额服务费发票，中山安士于每月最后一个工作日之前以电汇方式支付公司服务费。
违约责任	1、中山安士应按照《品牌运营协议书》规定，按时向百洋医药支付费用，以便百洋医药正常展开工作，否则百洋医药有权在中山安士首次逾期支付费用之半个月后停止或推延后续工作进程； 2、中山安士若违反本协议约定直接或授权第三方提供品牌运营服务，则由此产生的产品销量均应计入百洋医药品牌运营服务成果，并按《品牌运营协议书》约定向百洋医药支付服务费，同时百洋医药有权要求中山安士承担当年度品牌运营服务费的 30%作为违约金； 3、任何一方擅自终止协议，即构成违约，应当承担违约责任，给其他方造成损害的，则违约的一方应向其他方负责赔偿因违约而对其他方所产生的一切直接和可预见的经济损失； 4、未经双方协商一致，在《品牌运营协议书》期限内，中山安士不得终止百洋医药的独家品牌运营服务商地位； 5、如中山安士违反上述规定，给百洋医药造成经济损失的，中山安士应该按照违约事实发生前的历史最高年度百洋医药收取的品牌运营服务费的二十倍向百洋医药支付违约金。

2、泌特系列产品相关协议

发行人系扬州一洋所生产的泌特系列产品在国内的独家代理商，双方签订的主要协议情况如下：

（1）发行人与扬州一洋签署的泌特系列产品销售总经销协议书

2016 年 6 月，发行人与扬州一洋签订《销售总经销协议书》。协议约定发行人为扬州一洋生产的“复方阿嗪米特肠溶片”（商品名：泌特）中国地区唯一总销售经销商。协议有效期至 2025 年 6 月 30 日，在满足一定业绩指标后，协议有效期可延长至 2040 年 6 月 30 日。该协议的主要条款如下：

协议内容	主要条款
权利和义务、合作区域及排他性条款	扬州一洋委托百洋医药为“复方阿嗪米特肠溶片”（商品名：泌特）中国唯一总销售代理商，全权负责该产品在全国市场的销售，百洋医药同意并接受上述委任，经销区域包括除香港、澳门特别行政区及台湾地区外的所有中国省、市和地区。
价格约定	总经销协议明确约定了百洋医药总经销的产品的购货价格等。
协议有效期	协议有效期至 2025 年 6 月 30 日。并在达到一定采购量的前提下可延长至 2040 年 6 月 30 日。
销售目标	合同约定目标为：2016 年至 2024 年分别实现销售“泌特 20 片”340 万盒、360 万盒、380 万盒、400 万盒、420 万盒、440 万盒、460 万盒、480 万盒和

协议内容	主要条款
	500 万盒
协议的终止	除非有法律强制性规定、不可抗力因素或者双方达成提前终止本协议的协议，否则任何一方无权单方提前终止本协议；如提出提前终止协议的一方付诸行动，另一方可以依据本协议及《中华人民共和国合同法》的规定向提出提前终止协议的一方追究违约责任。
违约条款	1、如协议有效期内，扬州一洋向百洋医药或百洋医药指定第三方以外的其他机构销售泌特系列产品，扬州一洋应按百洋医药上年度泌特系列产品向扬州一洋回款总额给予百洋医药经济赔偿。 2、百洋医药不得与他人或帮助他人与扬州一洋竞争，百洋医药不得制造、生产本协议项下的产品或类似于本协议项下的产品，也不得为此从与扬州一洋竞争的任何企业获利。同时，百洋医药不得代理或销售与本协议项下产品相同或类似的任何产品(百洋医药处置库存的、其他企业生产的类似产品除外)。否则赔偿扬州一洋由此引起的销售、生产、市场的经济损失伍佰万人民币。

（2）发行人与扬州一洋签署的品牌运营协议

2019 年 4 月，发行人与扬州一洋签订《品牌运营协议书》，就 2016 年 6 月和 2019 年 1 月的《品牌运营协议书》条款重新调整。协议约定发行人作为泌特系列产品的独家品牌运营商，对泌特产品提供整体营销策划方案，包括营销策划、学术及营销推广会议等形式的品牌运营服务；约定协议双方违反独家代理权相关约定的违约责任；双方约定品牌运营服务费用的计算方法和结算方式。协议在销售总经销协议书的合作期限内有效。

2020 年 6 月，双方签订《品牌运营协议之补充协议》，对品牌服务费结算单价进行调整。2020 年 6 月，双方签订《品牌运营协议之补充协议》，对品牌服务费结算单价进行调整。新的服务费结算价格自 2020 年 7 月 1 日起开始执行。

上述协议的主要条款如下：

协议内容	主要条款
品牌运营服务独家代理	扬州一洋委任百洋医药为“泌特”系列产品的独家品牌运营服务商，按照《品牌运营协议书》约定的内容为“泌特”系列产品提供品牌运营服务，百洋医药同意并接受上述委托。基于《品牌运营协议书》授予的独家代理权，扬州一洋不得直接或授权任何第三方提供“泌特”系列产品的品牌运营服务。
品牌运营服务内容	扬州一洋委托百洋医药对泌特系列产品提供整体营销策划方案，包括营销策划、学术及营销推广会议等形式的品牌运营服务。百洋医药保证每月举办不低于 5 场学术会议、60 场营销推广会议。

权利及义务	扬州一洋应积极配合百洋医药策划工作，及时提交所需和必要的资料及信息，并有权对百洋医药递交的策划方案等进行修改、调整，以及按照品牌运营服务费的计算标准向百洋医药支付品牌运营服务费用。
协议有效期	品牌运营服务协议在销售总代理协议的合作期限内有效。
服务费标准	扬州一洋按照实际销量乘以单位服务费标准等形式向百洋医药支付品牌运营服务费。
违约条款	如扬州一洋违反上述承诺或其在本协议内的约定或承诺，给百洋医药造成严重经济损失的，扬州一洋同意，百洋医药将有权终止《合作协议》的履行。 如扬州一洋违反上述承诺给百洋医药造成经济损失的，扬州一洋应该按照违约事实发生前的历史最高年度收取的品牌运营服务费的十（10）倍向百洋医药支付违约金； 如百洋医药违反上述承诺给扬州一样造成经济损失的，百洋医药应当按照违约事实发生前的历史最高年度收取的品牌运营服务费的十（10）倍向扬州一样支付违约金； 任何一方有延迟履行或者不履行本协议，则视为违约，违约责任按照法律和协议规定执行。

3、发行人与安斯泰来签订的协议

发行人系安斯泰来所生产的哈乐系列产品的国内零售市场经销商。双方签订的主要协议情况如下：

2019 年 3 月，发行人与安斯泰来签订了《安斯泰来药店零售购销协议》，约定安斯泰来授权发行人在中国大陆零售市场（安斯泰来备案药店除外）推广及销售哈乐系列产品。发行人负责在授权市场内与“安斯泰来”产品有关的零售市场推广活动计划和活动。协议有效期至 2022 年 3 月 31 日止。

2020 年 7 月，双方签订了《补充协议》，将合作有效期延长至 2025 年 3 月 31 日止。

该协议的主要条款如下：

协议内容	主要条款
授权市场	中国（不包括香港、澳门以及台湾地区）的零售市场，安斯泰来备案药店除外。零售市场仅指各类药店、药房及实体药品零售机构，不包括医疗机构、向医疗机构配送药品的商业公司以及互联网销售。
合作产品及价格约定	明确约定了百洋医药运营的产品种类和购货价格等
市场及推广	百洋医药应自担费用，负责授权市场内与合作产品有关的零售市场推广计划及活动。百洋医药应在严格遵守各类适应的法律、法规并且合规的前提下按照其市场推广计划独立负责在授权市场内对合作产品进行推广及销售。安斯

协议内容	主要条款
	泰来可对百洋医药的推广活动进行必要的配合和协助。
销售目标	合同约定目标为：2019 财年实现哈乐产品销售额 9,400 万元，2020 财年实现哈乐产品销售额 576 万盒，2021 财年实现哈乐产品销售额 15,000 万元（此处安斯泰来所定义财年是指本年 4 月 1 日起至下年 3 月 31 日止），回款及时可享受季度折让，其中 2020 财年销售数量大于 357 万盒将进行额外折让。任一期间内的销售目标如果未能达成，安斯泰来有权书面通知百洋医药后解除协议。
价格折让	百洋医药按照安斯泰来指定的协议附件中折让结算原则所规定的条款享受安斯泰来的折让待遇。
订货及库存管理	百洋医药应根据市场需求，定期向安斯泰来书面发出产品订货要求以购买合作产品。由安斯泰来指定运输服务商送至百洋医药所在城市，由百洋医药进行交接确认。 百洋医药应根据 GSP 规范等中国相关法律法规的规定、药品行业的一般惯例以及安斯泰来的要求，根据合作产品的特性和存放要求，妥善储存产品。并需对终端药店（单店或连锁）的库存进行管理，确保良性运营。
违约条款	因百洋医药未向客户提供有关产品的任何指引、指示或警告；因疏忽或故意不当行为而直接或间接导致第三方向安斯泰来提出索赔请求；未能按照药品经营质量管理规范等国家相关法规及安斯泰来要求验收搬运或储存产品等情形，百洋医药应承担赔偿责任。

4、发行人与武田药品签订的协议

发行人系艾可拓、倍欣、必洛斯、达克普隆、普托平、潘妥洛克等药品（简称“武田系列产品”）的国内授权零售市场经销商。双方签订的主要协议情况如下：

2017 年 9 月，发行人与武田药品（中国）有限公司签订了《武田零售项目合作协议》，协议约定武田药品（中国）有限公司授权发行人在中国大陆除河南省以外的零售市场（武田核心市场备案的药店除外）销售及推广武田系列产品合作事宜。协议有效期至 2022 年 3 月 31 日止。该协议的主要条款如下：

协议内容	主要条款
授权市场	中国（不包括香港、澳门以及台湾地区）除河南省以外的零售市场[注]，但武田药品在协议中约定的核心市场备案的药店除外。 零售市场仅指各类药店、药房及实体药品零售机构，不包括医疗机构、向医疗机构配送药品的商业公司以及互联网销售。
合作产品及价格约定	明确约定了百洋医药运营的产品种类和购货价格等
市场及推广	百洋医药应自担费用，独立负责授权市场内与合作产品有关的市场及医学推广活动。

协议内容	主要条款
销售目标	合同约定目标为：2017 年下半年财年至 2021 年财年分别实现武田系列产品销售额 3,200 万元、7,500 万元、12,000 万元、14,500 万元、16,500 万元。（此处武田所定义财年是指本年 4 月 1 日起至下年 3 月 31 日止），每财年销售目标达成 50%以上，可享受阶梯式价格折让，任一期间内的销售目标达成率未超过 70%，武田有权书面通知百洋医药后解除协议。 对百洋医药销售目标达成情况的考核应以季度为基本周期，即每季度按百洋医药及武田各省经销商（如需增加额外打单商业的必须征得武田同意）所提供终端零售药店销售量的合计核算。终端零售药店的销量以百洋医药直接供货的社会单店和连锁总部（非跨省）的进货量为准，对于跨省连锁总部的销量以各省连锁门店从跨省连锁总部的进货量为准。对于由武田负责配送的社会单店和连锁总部销量，经双方协商一致的可以纳入百洋医药销量核算。
价格折让	协议约定了价格折让比例与计算方式
产品交付	百洋医药签署收货单，或者自产品发货之日起三（3）个工作日后（以两者中较早者为准），即视为产品完成交付。产品的损失风险自产品完成交付时转移至百洋医药。
货款结算	百洋医药应在武田向其开具发票之日起 60 天内向武田全额支付当次采购合作产品的货款
库存管理	在协议有效期内，百洋医药应根据武田的要求，保证每个月度平均库存不低于 60 天的销售所需产品量的最低安全库存量。
违约条款	因百洋医药未向客户提供有关产品的任何指引、指示或警告；因疏忽或故意不当行为而直接或间接导致第三方向武田提出索赔请求；未能按照药品经营质量管理规范等国家相关法规及武田要求验收搬运或储存产品等情形，百洋医药应承担赔偿责任。

注：武田制药在河南省区域尝试开展电商业务，不存在其他和发行人类似的零售渠道品牌运营商。

5、发行人与迈蓝签订的协议

发行人系素比伏、利加隆、维固力等药品的国内授权经销商，均为零售渠道的独家品牌运营商及部分医院的非独家品牌运营。双方签订的主要协议情况如下：

2019 年 1 月，发行人与迈蓝医药科技（上海）有限公司及其相关方签订了《服务协议》，协议约定迈蓝医药科技（上海）有限公司授权发行人在中国除迈蓝指定目标医院以外的医院以及零售药店推广迈蓝系列产品（素比伏、利加隆）。协议有效期为三年。

2019 年末至 2020 年初，发行人与迈蓝制药子公司及相关方签订了《服务协议》，协议约定发行人在中国零售药店推广维固力产品，协议有效期为三年。

上述协议的主要条款如下：

协议内容	主要条款
授权市场	中国除迈蓝目标医院之外的其他药店和医院
合作产品及价格约定	明确约定了百洋医药运营的产品种类和购货价格等
市场及推广	百洋医药负责在授权市场内积极推广产品，应在严格遵守各类适应的法律、法规并且合规的前提下按照其市场推广计划独立负责在授权市场内对合作产品进行推广及销售
销售目标考核结算	合同约定目标为： （1）利加隆产品：2019 年至 2021 年分别实现销售 90 万盒、117 万盒和 152.10 万盒； （2）素比伏产品：2019 年至 2022 年分别实现销售 30 万盒、63.3 万盒、76 万盒和 91.2 万盒； （3）维固力产品：2020 年至 2022 年分别实现销售 260 万盒、338 万盒和 405.6 万盒。 若未能实现第一年年度销售目标的 70%，第二年年度销售目标的 80%或第三年年度销售目标的 80%，对方有权终止协议。
服务费条款	协议约定了不同产品服务费的结算方式和价格。
服务费结算	服务费应按月结算。在每月第六（6）个营业日，迈蓝制药应向百洋医药提供一份关于上月产品销售量的书面报表。百洋医药应在收到报表后两（2）个营业日内开具服务费发票。服务费应在确认收到发票之日后三十（30）天内支付。
违约条款	因任意一方出现严重违反协议、停止营业、无法偿还到期债务等情形时，可随时终止本协议。

（二）物业租赁合同

2018 年 3 月，发行人与城发投资集团有限公司签订了物业租赁合同。合同约定城发投资集团有限公司将青岛市黄岛区团结路北、纵二路东一处物业（占地面积 42,915.00 平方米，建筑面积约为 48,803.02 平方米）租赁给发行人使用。租赁期限由 2018 年 3 月 1 日至 2038 年 2 月 28 日止。

（三）借款及保理合同

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司正在履行的合同金额 5,000 万元以上的重大借款合同如下：

单位：万元

序号	借款人	借款银行	合同编号	借款金额	借款期限	担保方式
1	百洋医药	中信银行股份有限公司青岛分行	2020 信青北贷字第 200029 号	15,000.00	2020.5.22-2021.5.21	百洋医药提供应收账款质押担保、付钢

序号	借款人	借款银行	合同编号	借款金额	借款期限	担保方式
						提供保证担保
2	百洋医药	中国工商银行股份有限公司青岛四方支行	0380300012-2020 年（四方）字 00461 号	10,000.00	2020.5.28-2021.5.27	-
3	百洋医药	浙商银行股份有限公司青岛分行	20710000 浙商银借字（2020）第 00435 号	5,000.00	2020.3.5-2021.6.24	百洋医药提供应收账款质押担保，付钢提供保证担保
4	百洋医药	华夏银行股份有限公司青岛分行	QD2810120200023	6,940.00	2020.6.5-2021.6.5	百洋医药提供应收账款质押担保
5	百洋医药	上海浦东发展银行股份有限公司青岛分行	69012018280459	8,000.00	2020.6.19-2021.6.18	百洋集团提供保证担保
6	百洋医药	兴业银行股份有限公司青岛分行	兴银青借字 2020-506 号	6,000.00	2020.8.14-2021.8.14	百洋医药提供抵押担保、百洋连锁和付钢提供保证担保
7	青岛东源	兴业银行股份有限公司青岛分行	兴银青保理池字 2020-003 号	5,000.00	2020.7.14-2021.7.13	百洋医药和付钢提供保证担保
8	百洋医药	中国银行股份有限公司青岛市北支行	2020 年中北借字 031 号	9,989.78	2020.12.31-2021.12.31	百洋集团提供保证担保
9	百洋医药	中国农业银行股份有限公司青岛李沧支行	84010120200007098	5,000.00	2020.12.15-2021.12.13	-
10	百洋医药	青岛农村商业银行股份有限公司市北支行	青农商市北支行贸融字 2021 年第 081 号	18,000.00	2021.3.25-约定融资还款日	百洋医药提供应收账款质押担保

（四）抵押及质押合同

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司正在履行的合同金额 5,000 万元以上的重大抵押及质押合同如下：

单位：万元

序号	抵/质押人	抵/质押权人	合同编号	担保金额	期限	抵/质押物	担保对象
1	百洋医药	中国银行股份有限公司青岛市北支行	2020 年中北应收质字 030 号	15,000.00	2020.8.19-2021.8.11	应收账款	为《授信额度协议》下的债权提供担保
2	百洋医药	兴业银行股份有限公司青岛分行	兴银青承高抵字 2016-0290-1 号	29,093.15	2016.6.24-2024.6.24	房地产证号《鲁（2017）青岛市不动产权第 0074604 号》	为百洋医药与兴业银行在担保期间发生的债务提供担保
3	百洋医药	浙商银行股份有限公司青岛分行	333005 浙商银最高质字（2020）第	5,500.00	2020.6.3-2021.6.3	应收账款	为百洋医药与浙商银行在担保期

序号	抵/质押人	抵/质押权人	合同编号	担保金额	期限	抵/质押物	担保对象
			00001 号				间发生的债务提供担保
4	百洋医药	华夏银行股份有限公司青岛分行	QD28（高质）2020001 号	10,000.00	2020.5.15-2021.5.6	应收账款	为《最高额融资合同》下的债权提供担保
5	百洋医药	中信银行股份有限公司青岛分行	2020 信青北银最质字第 200029 号	15,000.00	2020.5.22-2021.5.21	应收账款	为百洋医药与中信银行在担保期间发生的债务提供担保

（五）保证合同

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司正在履行的合同金额 5,000 万元以上的重大保证合同如下：

单位：万元

序号	保证人	被保证人	债权人	合同编号	保证金额	期限	担保对象
1	百洋连锁	百洋医药	兴业银行股份有限公司青岛分行	兴银青借高保字 2020-426 号	24,000.00	2020.7.28-2021.7.28	为百洋医药与兴业银行在保证期间发生的债务提供担保
2	百洋医药	青岛东源	兴业银行股份有限公司青岛分行	兴银青保理池高保字 2020-003 字	5,000.00	2020.8.17-2021.8.17	为青岛东源与兴业银行在保证期间发生的债务提供担保
3	百洋医药	百洋连锁	兴业银行股份有限公司青岛分行	兴银青承高保字 2020-316 号	10,000.00	2020.7.28-2021.7.28	为百洋连锁与兴业银行在保证期间发生的债务提供担保
4	百洋医药	百洋连锁	北京银行股份有限公司青岛分行	0644926	5,000.00	2020.10.30-2021.10.29	为百洋连锁与北京银行在保证期间发生的债务提供担保

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署之日，除发行人对合并报表范围内的子公司担保、以及子公司对发行人的担保以外，发行人不存在对外担保的情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）发行人及其控股子公司诉讼或仲裁事项

1、美国安士、百洋诚创、百洋医药诉迪巧药业（广州）有限公司一案

2018 年 12 月 13 日，美国安士、百洋诚创、发行人向广州知识产权法院递交《民事起诉状》，以迪巧药业（广州）有限公司为被告，认为迪巧药业（广州）有限公司在其公众号中突出使用“迪巧药业”名称的行为；在全球婴童网、华夏婴童网、品牌童装网、超级奶爸母婴专营店发布招商侵权信息的行为；以及在青岛市即墨区红孩儿时尚母婴生活馆、济南市济阳区妈咪宝贝店铺、拼多多“爱朵母婴坊”、拼多多“爱婴妈咪母婴用品店”销售被告侵权产品的行为侵害原告商标权并对原告构成不正当竞争，向法院请求如下：

1、请求人民法院依法判令被告停止侵害原告商标权的行为。

2、请求人民法院依法判令被告变更企业名称，变更后的企业字号不得含有“迪巧”或与“迪巧”近似。

3、请求人民法院依法判令被告停止不正当竞争行为。

4、请求人民法院依法判令被告赔偿原告损失 5,000,000 元，赔偿原告为制止侵权行为支出的合理费用 628,130 元（包括公证费 28,130 元，律师费 600,000 元），两项费用合计 5,628,130 元。

5、诉讼费由被告承担。

截至本招股说明书签署日，该案件尚在审理过程中。

鉴于该起诉讼系发行人作为原告之一主动维护其自身合法权益，该诉讼不会构成本次发行并上市的实质性法律障碍。

2、百洋医药诉李静、安徽深大药业有限公司、上海诚萌生物科技有限公司一案

2020 年 6 月 1 日，发行人向上海市普陀区人民法院提交《民事起诉状》，以自然人李静为被告一、安徽深大药业有限公司为被告二、上海诚萌生物科技有限公为被告三，认为被告一未经许可将涉案作品申请作为图形商标侵害了原告对 

（该图像以下简称“涉案作品”）图案的著作权，前述商标实质构成对涉案作品的非法复制；同时，被告一和被告二、三通过许可和被许可使用的形式将涉案作品广泛用于侵权商品的包装、销售、宣传推广，违法获利巨大。

原告认为，三被告构成对原告著作权的侵害，依法应当承担停止侵权、赔偿损失、赔礼道歉和消除影响等法律责任。向法院请求如下：

“1、请求确认涉案作品的著作权归属原告；

2、请求判令三被告立即停止侵害原告著作权的行为，停止对原告享有著作权的涉案作品进行复制、发行、信息网络传播，停止将涉案作品作为商标进行使用，停止销售含有涉案作品的商品；

3、请求判令三被告赔偿原告经济损失 100 万元，以及为制止侵权而支出的合理费用 10.6 万元；

4、请求判令三被告在《人民法院报》和新浪网、搜狐网、今日头条首页显著位置刊登声明，赔礼道歉，消除影响；

5、请求判令三被告承担本案全部诉讼费用。”

截至本招股说明书签署之日，该案件尚在审理过程中。

鉴于该起诉讼系发行人作为原告主动维护其自身合法权益，该诉讼不会构成本次发行并上市的实质性法律障碍。

3、芝兰玉树（北京）科技股份有限公司诉深圳市万泽医药连锁有限公司、哈尔滨儿童制药厂有限公司、江西贝瓦、吉安市井开区俊亨健康咨询中心（有限合伙）一案

2019 年 8 月 8 日，芝兰玉树（北京）科技股份有限公司向深圳市中级人民法院提交《民事起诉状》，以深圳市万泽医药连锁有限公司为被告一、哈尔滨儿童制药厂有限公司为被告二、江西贝瓦为被告三、吉安市井开区俊亨健康咨询中心（有限合伙）为被告四，认为被告二、被告三未经许可在其生产、销售的儿童包装及说明书上使用贝瓦商标和贝瓦卡通形象；被告二、被告三通过微信公众号以及部分媒体网站对其产品进行宣传；被告二、被告三通过被告一经营的药店销售侵权药品等行为侵害了原告所享有商标专用权并对其构成不正当竞争。请求法院判决如下：

1、认定原告注册的第 8559730 号“贝瓦”商标和第 13290179 号

“  ”商标为驰名商标；

2、判定被告一立即停止销售侵权药品，并提供侵权药品进货来源和销售情况；

3、判令被告二、被告三、被告四立即停止在其生产、销售的儿童药品包装、说明书上使用贝瓦商标和贝瓦卡通形象，停止销售侵权药品，并清除各类宣传中使用的贝瓦商标和贝瓦卡通形象；

4、判令被告三立即停止在企业名称中使用“贝瓦”文字；

5、判令被告二、被告三、被告四立即停止在微信公众号“贝瓦儿药”、微信公众号“医药那些事儿”、健康报网（域名：jkb.com.cn）、家庭医生在线（域名：familydoctor.com.cn）、人民健康网（域名：pppod.net）、今日头条（域名：toutiao.com）对其侵权行为进行宣传，并清除前述微信公众号及网站中与其侵权行为相关的全部内容；

6、判令被告二、被告三、被告四立即停止通过“CCTV-6”电影频道、央视网（域名：cctv.com）及其他媒体投放宣传侵权药品的广告；

7、判令被告二、被告三、被告四赔偿原告经济损失人民币 1,000 万元；

8、判令被告二、被告三、被告四赔偿原告制止侵权行为的合理开支；律师费 10 万元，公证费 11,521 元，以上合计 111,521 元；

9、判令被告二、被告三、被告四在“CCTV-6”电影频道、央视网（域名：cctv.com）、健康报网（域名：jkb.com.cn）、家庭医生在线（域名：familydoctor.com.cn）、人民健康网（域名：pppod.net）、今日头条（域名：toutiao.com）、微信公众号“医药那些事儿”“贝瓦儿药”首页显著位置刊登声明，澄清相关药品与原告无关，原告未许可其使用“贝瓦”商标及“贝瓦卡通形象”，消除影响（可能存在的混淆误认）。

2020 年 11 月 16 日，广东省深圳市中级人民法院出具《民事裁定书》（（2019）粤 03 民初 3093 号），裁定准许原告芝兰玉树（北京）科技股份有限公司撤诉。

上述案件由于原告已经撤诉，对发行人已不构成重大不利业绩影响。

4、菏泽高新区德源医药科技有限公司与江西贝瓦财产损害赔偿纠纷中申请财产保全一案

2020 年 5 月 6 日，山东省菏泽市牡丹区人民法院出具《裁定书》（（2020）鲁 1702 民初 1893-1 号），裁定根据申请人菏泽高新区德源医药科技有限公司的申请，对被申请人江西贝瓦名下的 2,100,000.00 元银行存款进行冻结，冻结期限为一年。

2020 年 6 月 28 日，山东省菏泽市牡丹区人民法院出具《民事裁定书》（（2020）鲁 1702 民初 1893 号），裁定原告菏泽高新区德源医药科技有限公司与被告江西贝瓦药业有限公司财产损害赔偿纠纷一案（发行人尚未收到关于此案任何法院材料）中，已于 2020 年 4 月 20 日立案。本案在审理过程中，必须以另一案的审理结果为依据，而另一案尚未审结。依照《中华人民共和国民事诉讼法》第一百五十条第一款、第一百五十四条第一款第六项规定，裁定此案中止诉讼（此裁定于 2020 年 6 月 30 日在中国裁判文书网公开）。

根据百洋医药的书面确认，菏泽高新区德源医药科技有限公司作为被授权使用“贝瓦”商标的药品生产企业，由于江西贝瓦一方此前与芝兰玉树（北京）科技股份有限公司之间就“贝瓦”商标的相关使用存在纠纷（如上文所述，此案芝兰玉树一方目前已撤诉），亦被芝兰玉树提起诉讼同时导致菏泽高新区德源医药科技有限公司 210 万元财产被冻结。在此背景下，菏泽高新区德源医药科技有限公司向江西贝瓦提起财产损害赔偿诉讼并冻结江西贝瓦 210 万元现金作为诉讼保全，目前尚未解除。

5、安徽深大药业有限公司诉美国安士制药有限公司、发行人、安徽百姓缘大药房连锁有限公司侵害商标权纠纷案

2020 年 6 月 19 日，安徽深大药业有限公司向合肥市中级人民法院递交《民事起诉状》，以美国安士制药有限公司为被告一、发行人为被告二、安徽百姓缘大药房连锁有限公司为被告三，认为被告一未经其许可，擅自在其生产的相同和类似商品显著位置突出使用 5552597 号商标“  ”，通过被告二中国总代

理进入中国市场，并经被告三在安徽合肥地区大量销售，被告一、二生产和总代理的钙维生素 D 颗粒的商品在电视、媒体、网络等推广中长期使用“  ”商标标识等行为侵犯原告注册商标专用权。请求法院判决如下：

“1、判令三被告立即停止生产、销售侵犯原告第 5552597 号注册商标专用权的商品的行为；

2、判令被告一、被告二立即召回和销毁侵犯原告第 5552597 号注册商标专用权的商品和包装标识；

3、判令三被告共同赔偿原告经济损失及调查和制止该侵权行为所支付的合理开支共计 2000 万元；

4、由三被告共同承担本案全部诉讼费。”

2020 年 8 月 3 日，安徽省合肥市中级人民法院作出（2020）皖 01 民初 1698 号《民事裁定书》，根据安徽深大药业有限公司的申请，裁定冻结发行人银行存款 1,950 万元或查封同等价值其他财产；冻结安徽百姓缘大药房连锁有限公司银行存款 50 万元或查封同等价值其他财产。

截至本招股书出具之日，上述发行人的财产冻结已解除。

2020 年 11 月 2 日，安徽省合肥市中级人民法院作出（2020）皖 01 民初 1698 号之一《民事裁定书》，裁定驳回原告安徽深大药业有限公司的起诉。

2020 年 11 月 23 日，此案原告安徽深大药业有限公司向安徽省高级人民法院以美国安士、发行人、安徽百姓缘大药房连锁有限公司为被上诉人提交《民事上诉状》，请求：

“1、撤销（2020）皖 01 民初 1698 号《民事裁定书》，发回重审或依法改判三被上诉人向上诉人承担商标侵权责任；

2、本案一、二审诉讼费用均由三被上诉人承担。”

2021 年 2 月 4 日，安徽省高级人民法院作出（2021）皖民终 209 号《民事裁定书》，裁定驳回安徽深大药业有限公司的上诉，维持原裁定。

截至本招股书出具之日，该案件已审理完结，不会构成本次发行并上市的实质性障碍。

6、发行人诉广东康之家药业有限公司、广州康之家云健康医药股份有限公司合同纠纷案

2020 年 6 月 19 日，发行人向青岛市市北区人民法院递交《民事起诉书》，以广东康之家药业有限公司为被告一、广州康之家云健康医药股份有限公司为被告二提起诉讼，请求法院判定：

“1、被告一支付逾期应付账款 1,131,300 元，以及违约金 28,433 元，共计 1,159,733 元，被告二承担连带责任；

2、被告承担诉讼费用。”

2020 年 10 月 27 日，广东省广州市白云区人民法院作出（2020）粤 0111 民初 24877 号《民事判决书》，判决“一、于本判决生效之日起五日内，广东康之家药业有限公司向青岛百洋医药股份有限公司支付货款 1079300 元、违约金 28433 元；二、驳回原告青岛百洋医药股份有限公司的其他诉讼请求。”

截至本招股说明书出具日，该案件上述判决已生效，尚未执行完毕。

鉴于该起诉讼系发行人作为原告主动维护其自身合法权益，该诉讼不会构成本次发行并上市的实质性法律障碍。

（二）控股股东、实际控制人诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁事项。

（三）公司董事、监事与高级管理人员的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事与高级管理人员不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁事项。

（四）公司董事、监事与高级管理人员涉及的刑事诉讼

截至本招股说明书签署之日，公司不存在董事、监事与高级管理人员受到刑事起诉的情况。

四、发行人董事、监事及高级管理人员报告期内重大违法行为

公司董事、监事及高级管理人员最近 3 年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

五、发行人控股股东、实际控制人报告期内重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 相关声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

付 钢　　陈海深　　朱晓卫　　宋 青

王国强　　陆潇波　　王 旸　　孙东东

王 芷　　王亚平　　田文智

青岛百洋医药股份有限公司

2021 年 5 月 20 日

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体监事签名：

李丽华　　肖　立　　戚　飞　　李雪彪

黄志勇

全体非董事高级管理人员签名：

张　圆

青岛百洋医药股份有限公司

2021年5月16日

发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

实际控制人（签字）：

付　钢

控股股东（盖章）：百洋医药集团有限公司

法定代表人（签字）：

付　钢

2021 年 5 月 10 日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：
劳国豪

保荐代表人：
陈 澎

余前昌

法定代表人：
魏庆华

东兴证券股份有限公司

2021 年 02 月 10 日

保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读青岛百洋医药股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：

魏庆华

东兴证券股份有限公司

年 月 日

保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读青岛百洋医药股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

总经理：

张 涛

东兴证券股份有限公司

2021 年 02 月 10 日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师：谭清 张晓庆 张可夫

律师事务所负责人：朱小辉

北京市天元律师事务所

2021 年 5 月 10 日

发行人审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读青岛百洋医药股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、盈利预测审核报告（如有）、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名：

张帆　　石爱红

会计师事务所负责人签名：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 5 月 10 日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

李 静

谢灏波

资产评估机构负责人：

梅惠民

银信资产评估有限公司

2021 年 5 月 10 日

关于原签字资产评估师离职的说明

本评估机构就青岛百洋医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市出具资产评估报告的签字资产评估师为李静、谢灏波。目前，谢灏波因工作变动已从本公司离职。本所认可谢灏波在本所任职期间签字的前述资产评估报告，并承诺将继续承担青岛百洋医药股份有限公司在招股说明书中引用前述资产评估报告的法律责任。

特此说明！

法定代表人：

梅惠民

银信资产评估有限公司

2021 年 5 月 10 日

发行人验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读青岛百洋医药股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名：

张帆

石爱红

会计师事务所负责人签名：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 5 月 10 日

第十三节 附件

一、发行保荐书；

二、上市保荐书；

三、法律意见书；

四、财务报告及审计报告；

五、公司章程（草案）；

六、与投资者保护相关的承诺；

七、发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

八、内部控制鉴证报告；

九、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

十、其他与本次发行有关的重要文件。