



关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
审核中心意见落实函之回复报告

保荐机构（主承销商）



（深圳市福田区福田街道金田路 2026 号能源大厦南塔楼 10-19 层）

二〇二一年七月

深圳证券交易所：

国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“国科恒泰”）于 2021 年 6 月 28 日收到贵所下发的《关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕010738 号）（以下简称“《落实函》”），公司已会同长城证券股份有限公司（以下简称“长城证券”、“保荐机构”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”）、致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“发行人会计师”）进行了认真研究和落实，并按照《落实函》的要求对所涉及的问题进行了回复，现提交贵所，请予审核。

除非文义另有所指，本落实函回复中的简称与《国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“《招股说明书》”）中的释义具有相同涵义。本回复报告中黑体加粗内容为《问询函》中的问题，涉及的相关补充披露内容已在《招股说明书》中以楷体加粗方式列示。本问询函回复部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

本问询函回复的字体说明如下：

审核问询函所列问题	黑体加粗
对问题的回答	宋体

目 录

目 录.....	2
问题一、关于业务模式。	3
问题二、关于“两票制”政策影响。	19
问题三、关于同业竞争。	29
问题四、关于关联交易。	35
问题五、关于院端直销业务收入。	49
问题六、关于返利。	58
问题七、关于存货跌价准备。	84
问题八、关于偿债能力。	98

问题一、关于业务模式。审核问询回复显示：（1）发行人分销模式具体可细分为批发、长期寄售及短期寄售三种模式，发行人认为符合行业惯例。（2）院端直销模式下，发行人主要通过和第三方合资设立或并购形成控股子公司开展业务。院端直销业务下不存在向第三方服务商采购服务的情况，而平台直销业务存在销售服务费支出，发行人与服务商签署相关协议，由服务商向发行人的平台直销业务提供院端商务管理、销售管理、货物管理及院端财务管理等方面的服务，在服务完成后向发行人开具服务发票，发行人根据服务发票付费。

（3）发行人认为其高值医用耗材销售规模已处于国内高值医用耗材平台企业的第一梯队。请发行人：（一）补充说明批发和寄售的适用情形，开展业务时采取不同模式的具体原因和考量，并列明与发行人分销模式划分类似的具体公司，简述其业务模式；（二）补充说明院端直销业务模式下发行人与第三方股东承担的职责、发挥的作用，彼此的利益分配机制，是否存在通过调节利益分配、由第三方股东开展商业贿赂进而获取业务机会的行为，第三方股东有无相关处罚记录；（三）补充说明平台直销业务模式下直接向医院开票销售但仍向第三方服务商支付服务费的原因及合理性，是否存在涉嫌商业贿赂或不正当竞争等情形，发行人是否建立了防范商业贿赂及不正当竞争的内部控制制度；（四）补充说明发行人认为其高值医用耗材销售规模已处于国内高值医用耗材平台企业的第一梯队是否客观、准确，有无相关依据，请客观表述有关发行人行业地位的内容；（五）结合业务实质，用通俗易懂、准确平实的语言解释院端直销业务模式、平台直销业务模式，发行人如此划分的本质原因，行业中是否存在类似划分，如否，请分析差异的原因及合理性。请保荐人、发行人律师发表明确意见。

（一）补充说明批发和寄售的适用情形，开展业务时采取不同模式的具体原因和考量，并列明与发行人分销模式划分类似的具体公司，简述其业务模式。

发行人回复：

1、批发和寄售业务的适用情形，开展业务时采取不同模式的具体原因和考量

批发业务和寄售业务的下游客户为二级经销商，批发业务与寄售业务下销售

的产品并无差别，两种业务模式的差异主要体现了国科恒泰与二级经销商在渠道职能中的差异。仓储、物流、配送及院端服务是医疗器械渠道商的重要职能，在批发模式下，发行人承担仓储及物流职能，二级经销商承担配送至医院及院端服务职能；在寄售模式下，仓储、物流及配送主要由发行人完成，二级经销商无需备货，按照医院的需求直接由发行人遍布全国的分子公司仓库直接配送至医疗机构，二级经销商则只需专注于院端服务。因此，批发业务下发行人进行全国范围内的仓储备货及调拨，二级经销商根据自身资金情况小规模备货满足终端医疗机构需求；在寄售业务下，二级经销商无需备货，相比批发业务降低了渠道重复备货的资源成本；同时，寄售业务下发行人由自有仓库到终端医疗机构进行一站式配送，能更好发挥自身的规模化、专业化、覆盖面广的配送能力优势，大大提升渠道的供应链效率、降低供应链成本，通过寄售模式进一步明确渠道职能，提高渠道参与者的专业化程度。

此外，在寄售业务下由于二级经销商无需备货，大大降低了具备销售能力但规模较小的经销商顺利进入生产厂商销售体系的门槛。发行人开展寄售业务有助于上游生产厂商扩大产品销售渠道，将产品通过更多经销商向偏远地区渗透。

从政策导向的角度来看，寄售业务的开展依托于发行人在全国范围内的供应链能力，在医改政策压缩流通环节的背景之下，寄售业务能够实现上游生产厂商与终端医疗机构在仓储物流上的短链连接，进而为分销模式向直销模式的渠道调整和转化奠定了基础。

发行人通过商务谈判的方式选择与二级经销商的合作模式，由于高值医用耗材货值较高，终端医疗机构不备货，而手术需求又具有小批量、高频次的特点，一般情况下对于规模较小、资金能力较弱但具备一定销售能力的二级经销商，会选择通过寄售模式向发行人采购，但需要向发行人支付相比批发模式下更高的采购价格或额外向发行人支付寄售服务费，因此同类型产品发行人的寄售业务的利润一般高于批发业务。

2、列明与发行人分销模式划分类似的具体公司，简述其业务模式。

目前国内 A 股上市公司中并无专业从事高值医用耗材供应链服务的上市公司，同行业可比公司如国药控股、嘉事堂、九州通、瑞康医药及海王生物等，均

为以药品的流通业务为主，其在公开信息中并未对其从事的医疗器械分销业务模式进行进一步的划分。

海王生物（000078.SZ）的控股子公司上海海王医疗器械集团有限公司为专业从事医疗器械流通的企业，2020 年海王生物医疗器械流通板块的主营业务收入约为 80.28 亿元，保荐机构对上海海王医疗器械集团有限公司的子公司海王医疗器械（上海）有限公司的业务人员进行访谈，首先其明确海王医疗器械（上海）有限公司与国科恒泰类似，均为波士顿科学的平台分销商从事对下游二级经销商的批发业务，同时海王医疗器械（上海）有限公司在对下游二级经销商进行供货时，亦同时开展寄售业务。

因此，发行人高值医用耗材分销业务，根据发行人与二级经销商在渠道职能中的差异进一步划分为批发与寄售两个业务模式，是符合行业惯例的。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师执行了以下核查程序：

（1）访谈了发行人相关业务负责人，了解发行人在批发和寄售业务的适用情形，开展业务时采取不同模式的具体原因和考量；

（2）保荐机构访谈了同行业上市公司，发行人律师查阅了相关访谈记录，确认发行人批发及寄售业务模式的划分是否符合行业惯例。

2、核查意见

保荐机构、发行人律师核查意见：

发行人将分销业务进一步划分为批发和寄售两种业务模式，主要考虑批发与寄售业务模式下发行人与二级经销商在渠道职能中的差异，符合两种业务模式的商业实质。发行人批发及寄售业务模式的划分是符合行业惯例的。

（二）补充说明院端直销业务模式下发行人与第三方股东承担的职责、发挥的作用，彼此的利益分配机制，是否存在通过调节利益分配、由第三方股东开展商业贿赂进而获取业务机会的行为，第三方股东有无相关处罚记录。

发行人回复：

1、院端直销业务模式下发行人与第三方股东承担的职责、发挥的作用

高值医用耗材流通产业链中，上游生产厂商的代理资源及终端医院的入院开票资格是核心资源。目前与公司共同出资设立合资公司的少数股东，系在当地具备一定资源的合作方，能够协助公司获取终端医院的开票入院资格；少数股东则依托国科恒泰的平台化优势，继续做大做强终端医院业务，双方的合作具有商业合理性。

院端直销业务模式下发行人与第三方股东承担的职责、发挥的作用如下：

类别	承担的职责、发挥的作用
发行人	发行人主营业务为医疗器械的分销和直销业务，并在业务开展过程中提供仓储物流配送、流通渠道管理、流通过程信息管理以及医院 SPD 运营管理等专业服务。在合资过程中发挥其作为仓储与物流平台公司的资源优势、资金优势、渠道优势及专业优势，取得上游生产厂商的代理资格并协助合资公司在当地完成高值医用耗材基础库存配置，支持合资公司向终端医疗机构提供及时、专业的配送服务
第三方股东	发挥其在当地的资源优势，与发行人成立合资公司并协助合资公司获取终端医院的入院开票资格

2、彼此的利益分配机制

根据《公司法》、发行人与少数股东签订的股东协议及合资子公司的公司章程，院端直销业务模式下，发行人与少数股东共同投资子公司，按照《公司法》、子公司章程及股东协议的约定，按照实缴出资比例享有分红权，就利益分配机制不存在超出《公司法》规定的特殊利益安排。

同时，如少数股东或少数股东的最终出资人在子公司处任职，则依据发行人《薪酬福利管理办法》《绩效考核管理办法》等人事制度的相关规则及与该少数股东签订的劳动合同，结合其所任职务、在合资公司的工作年限等情况，领取工资报酬或存在费用报销，不存在特殊利益安排。

3、是否存在通过调节利益分配、由第三方股东开展商业贿赂进而获取业务机会的行为，第三方股东有无相关处罚记录

(1) 发行人与合作方根据合资公司出资比例分红，并按照章程约定根据合资公司实际经营需要共同履行出资义务

根据医疗器械经营企业的监管规则，医疗器械经营企业对办公场地、仓储及人员具有一定要求，发行人合资公司的设立之初的运营成本较大，而大部分合资公司的设立时间较短，且不同合资公司与终端医院开展业务合作的进程不一，发行人部分合资公司目前尚未实现盈利。报告期内，发行人从事院端直销业务的合资公司中仅国科恒佳存在分红，且系按照发行人及第三方股东的实缴出资比例进行分配，不存在特殊的利益分配机制。从具体的经营来看，合资公司的合资双方根据公司章程的约定并根据合资公司实际经营需要共同履行出资义务，合资公司根据当地业务开展情况正常经营。

(2) 就入职发行人角度而言，结合所任职务、在合资公司的工作年限等情况，领取工资报酬或存在费用报销，不存在特殊利益安排

报告期内院端直销业务模式下，各期末发行人少数股东或少数股东的最终出资人在子公司处任职及领薪情况如下：

单位：万元

报告期各期及各期末	各期末少数股东入职子公司人数	入职子公司的少数股东月人均薪酬情况	发行人管理岗位月人均薪酬情况
2018 年度/2018-12-31	9	2.85	2.79
2019 年度/2019-12-31	13	2.37	2.63
2020 年度/2020-12-31	13	2.22	2.56

如上表所列，各期末发行人少数股东或少数股东的最终出资人在子公司处任职的薪酬情况与发行人管理岗位人均薪酬情况相比不存在重大差异。此外，该等少数股东或少数股东的最终出资人作为员工在公司申请的费用报销亦不存在异常情况。

(3) 发行人与少数股东的股权合作实现了优势资源整合，符合当前医疗器械的医改政策导向，具有商业合理性

发行人与资源方成立合资公司具备商业合理性：目前与公司共同出资设立合资公司的少数股东，均为在当地具备一定资源的合作方，能够协助公司获取终端医院的开票入院资格。公司“一站式分销平台+院端服务平台”的立足点为在上

游不断扩大公司代理品牌及产品线数量，同时不断提高公司直接销售入院的终端医院覆盖广度，通过与当地资源方进行合作是公司快速获取医院入院开票资格的途径之一。

从资源方的角度来看，其愿意与国科恒泰进行合作入院主要是行业政策倒逼；在取消耗材加成、医改支付制度改革、“两票制”及集采集配、带量采购等医改政策的实施背景下，医疗器械产业链面临价值重构。从目前的行业格局来看，终端医院资源大部分沉淀在覆盖全国的终端经销商手里，在医改政策降本增效提质的背景之下，该等经销商的经营规模、规范性及对信息系统的投入动力不足等因素，不可避免的要在产业链价值重构的行业变革中被淘汰，具体体现为规模化、规范化、专业化不足等因素无法直接取得上游生产厂商的代理资源，不具备规模化运营的成本优势而无法满足终端医院降低入院采购成本等问题，因此主动寻求类似国科恒泰这样的立足于规模化运营的大平台进行合作，将终端医院资源导入国科恒泰子公司，其通过股权合作的方式继续维持其产业资源价值。

因此，公司与少数股东属于股权合作、优势资源整合的方式，一方面公司提供规范化、专业化的平台，能够很好的承接少数股东的终端医院资源，尤其在实施“两票制”后，能够直接通过对上游生产厂商的总代理资格直接销售入院，迅速完成渠道调整和转化；另外一方面，公司作为分销平台的资金实力更强、代理资源更丰富，有利于少数股东通过国科恒泰的平台继续做大做强终端医院业务。从国科恒泰的角度来看，立足于提供端到端的医疗器械产业链流通服务，势必要不断发掘终端医院资源，公司也愿意与少数股东合作，提高子公司服务的终端医院数量。

（4）少数股东具备适格性，不存在商业贿赂等不良记录

根据公司提供的少数股东调查表，该等少数股东以在当地从事医疗器械经销业务的从业人员为主，不存在医生、公务员等不具备合作资格的群体。

根据信用中国、中国裁判文书网、国家企业信用信息公示系统、12309 中国检察网的查询，经营院端直销业务的子公司的少数股东报告期内不存在因商业贿赂而被起诉、判决或处罚等情形，不存在商业贿赂不良记录。

综上，院端直销业务模式下，发行人不存在通过调节利益分配、由第三方股

东开展商业贿赂进而获取业务机会的行为，第三方股东不存在商业贿赂相关的处罚记录。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师执行了以下核查程序：

（1）核查了发行人与少数股东签署的股东协议、合资公司章程、院端直销业务子公司的少数股东调查表；

（2）取得并核查了发行人《薪酬福利管理办法》《绩效考核管理办法》等人事制度、经营院端直销业务子公司分红的银行回单及凭证、发行人在子公司任职的少数股东或少数股东的最终出资人的工资明细表和报销明细表；

（3）查询了信用中国、中国裁判文书网、国家企业信用信息公示系统、12309中国检察网等。

2、核查意见

保荐机构核查意见：

院端直销业务下，发行人与少数股东成立合资公司具有合理的商业背景，发行人与合作方根据协议及公司章程的约定承担股东义务、享受股东权利，双方的利益分配机制不存在特殊安排，发行人不存在通过调节利益分配、由第三方股东开展商业贿赂进而获取业务机会的行为，第三方股东不存在商业贿赂相关的处罚记录。

发行人律师核查意见：

院端直销业务模式下，发行人不存在通过调节利益分配、由第三方股东开展商业贿赂进而获取业务机会的行为，第三方股东不存在商业贿赂相关的处罚记录。

（三）补充说明平台直销业务模式下直接向医院开票销售但仍向第三方服务商支付服务费的原因及合理性，是否存在涉嫌商业贿赂或不正当竞争等情形，发行人是否建立了防范商业贿赂及不正当竞争的内部控制制度。

发行人回复：

1、补充说明平台直销业务模式下直接向医院开票销售但仍向第三方服务商支付服务费的原因及合理性

高值医用耗材渠道商的职能区分为院外、院内服务，院外服务主要为高值医用耗材的仓储、物流及配送服务即完成产品自生产厂家到终端医疗机构的及时、精准配送，院内服务包括手术配台跟台、物流单据及手术单据跟踪、系统上报维护及款项催收、产品推广等内容，目前第三方服务商主要提供院内服务。

根据医药流通行业的惯例，院内服务一般由末级经销商来完成，受“两票制”政策的影响，高值医用耗材流通层级被压缩，原有“生产厂商→国科恒泰→二级经销商→医院”的销售模式演变为国科恒泰直接向医院销售（也即平台直销），原有的二级经销商在渠道中的职能发生转变，不直接对医院进行供货而转化为服务商，继续为终端医疗机构提供服务，确保对终端医疗机构的服务稳定性。

目前公司亦积极打造本地化入院服务团队，以全链条承接对终端医疗的服务职能，但考虑直接在当地设立终端服务团队的成本以及终端医院客户对本地化服务连续性与稳定性的要求，公司仍阶段性向第三方服务机构采购院内服务，完成手术配台跟台、物流单据及手术单据跟踪、系统上报维护及款项催收、产品推广等服务事项，更为经济有效，符合公司当前发展阶段的实际业务情况。

综上，在平台直销业务模式下，公司存在直接向医院开票销售但仍向第三方服务商采购服务的情况，该等采购具有真实的商业背景及合理性。

2、是否存在涉嫌商业贿赂或不正当竞争等情形

报告期内发行人不存在异常无合理原因的大额服务费用，向公司提供专业服务的服务商具备提供相关服务的能力，双方合作具有真实的商业背景，不存在商业贿赂或不正当竞争情形。

在经营过程中，公司高度重视反商业贿赂问题，从内部控制制度、费用报销

制度等方面采取了严密的措施防范商业贿赂。公司与服务商签订合同前，由第三方对服务商进行第三方背景调查；公司与服务商签署的合同中，约定了具体的服务内容、服务定价依据、服务考核评价方式，并明确约定禁止违反商业贿赂相关法律法规。

根据发行人及其部分分、子公司所在地工商主管部门出具的合规证明，发行人及其报告期内分、子公司工商主管部门官方网站的查询结果，发行人及其分、子公司报告期内没有因违反工商行政管理或市场监督管理法律法规而受到处罚的记录。

根据发行人董事、监事和高级管理人员的无犯罪记录证明，发行人董事、监事和高级管理人员不存在犯罪记录。

根据信用中国、中国裁判文书网、国家企业信用信息公示系统、12309 中国检察网的查询结果，发行人及其核心人员、发行人报告期内相关服务商在报告期内不存在因商业贿赂或不正当竞争而被起诉、判决或处罚等情形。

综上，平台直销业务模式下发行人直接向医院开票销售但仍向第三方服务商支付服务费不存在涉嫌商业贿赂或不正当竞争等情形。

3、发行人是否建立了防范商业贿赂及不正当竞争的内控制度

发行人已建立并执行以下防范商业贿赂及不正当竞争的内控制度：

发行人按照《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国刑法》等法律法规制定了一系列商务内控制度，包括但不限于以反商业贿赂、反不正当竞争为核心内容的《国科恒泰(北京)医疗科技股份有限公司商业行为规范(暂行)》，对员工、经销商商业活动行为规范提出要求；《国科恒泰员工手册》规定员工违反发行人规定进行商业贿赂的，属于严重违反公司规章制度的行为，发行人有权解除劳动合同。

发行人建立了《非业务采购管理办法》《会计核算手册》《费用报销管理办法》《反舞弊管理办法》等管理制度并予以严格执行，对于服务商的选定及服务费用、市场费用及差旅费用的报销、核算等财务流程都有严格的规定，有效地规范了发行人及其下属企业的财务行为，并从销售、收款、现金、备用金、费用报销等方面采取了有效措施防范商业贿赂及不正当竞争行为。

同时，发行人对所有新入职员工进行以反商业贿赂、反不正当竞争为主要内容的合规培训，提高员工的合规意识。发行人设置了举报电话及邮箱，员工发现其他员工及经销商、服务商存在商业贿赂行为的或发现其他不正当竞争行为的，可匿名举报，经发行人核实后，对举报员工进行奖励。

因此，发行人已建立了完善的防范商业贿赂及不正当竞争的内部控制制度。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师执行了以下核查程序：

（1）抽查了发行人的服务费用，并取得相应的凭证、协议；

（2）对发行人报告期内主要服务商进行了访谈，取得主要服务商提供的承诺函、部分服务商第三方背景调查资料；

（3）访谈了发行人业务人员，取得并复核了发行人及其部分分、子公司所在地工商主管部门出具的合规证明；

（4）取得了发行人董事、监事和高级管理人员的无犯罪记录证明，查询了信用中国、中国裁判文书网、国家企业信用信息公示系统、12309 中国检察网；

（5）取得并复核了发行人防范商业贿赂及不正当竞争的内部控制制度等。

2、核查意见

保荐机构核查意见：

平台直销业务模式下，发行人主要提供仓储、物流及配送等院外服务，而聘请的第三方服务商主要提供市场推广、手术配合跟台、物流单据及手术单据跟踪、系统上报维护及款项催收等院内服务。发行人聘请服务商提供院内服务有利于对终端医疗机构保持服务连续性与稳定性，更为经济有效，符合发行人当前发展阶段的实际业务情况，具有商业合理性；发行人与第三方服务商结算的服务费用，比例较为稳定，与第三方服务商提供的服务内容相符，不存在特殊利益安排的情形，不存在涉嫌商业贿赂或不正当竞争等情形，发行人已建立完善的防范商业贿赂及不正当竞争的内部控制制度。

发行人律师核查意见：

在平台直销业务模式下，公司存在直接向医院开票销售但仍向第三方服务商采购服务的情况，该等采购具有真实的商业背景及合理性；平台直销业务模式下发行人直接向医院开票销售但仍向第三方服务商支付服务费不存在涉嫌商业贿赂或不正当竞争等情形；发行人已建立了完善的防范商业贿赂及不正当竞争的内部控制制度。

（四）补充说明发行人认为其高值医用耗材销售规模已处于国内高值医用耗材平台企业的第一梯队是否客观、准确，有无相关依据，请客观表述有关发行人行业地位的内容。

发行人回复：

根据医械汇¹出具的《2021 年中国医疗器械蓝皮书》，从物流覆盖和配送范围分析，第一梯队为覆盖全国的上海医药、华润医药、国药控股、瑞康医药、九州通；第二梯队为覆盖多个省份的嘉事堂、南京医药、广州医药等；第三梯队为覆盖单一省市的国药股份、柳州医药、人民同泰、鹭燕医药、英特集团。

1、从覆盖的区域来看，根据《2021 年中国医疗器械蓝皮书》，各梯队公司的全国市场覆盖情况如下：

企业	物流配送规模	物流网络辐射范围
上海医药	覆盖全国 31 个省、直辖市及自治区	全国
华润医药	覆盖全国 28 个省、直辖市及自治区，拥有物流中心 176 个	全国
国药控股	4 个枢纽物流中心、43 个省级物流中心、173 个地级市物流网点	全国
瑞康医药	覆盖全国 31 个省，七大区骨干运输网络枢纽 HUB 节点	全国
九州通	设立了 31 个省级大型医药物流中心	全国
嘉事堂	北京、上海、广州、四川、安徽等省市	5 个省市
南京医药	26 个物流中心，覆盖苏皖闽鄂等地及云川部分地区近 70 个城市，规模排名均居区域前三位	华东地区
广州医药	华南地区最大的医药终端销售网络和医药物流配送中心	华南地区
国药股份	北京实现二、三级医院客户百分百覆盖	北京

¹ 医械汇（Eshare）为上海金山工业区和零库存集团共同搭建的国内首个医疗行业资源共享平台。

柳州医药	以南宁、柳州、玉林三个核心城市为物流配送中心，全面辐射广西 14 个地级市	广西省
人民同泰	拥有东北三省最大医药物流中心，黑龙江省内最大医药商业公司	东北三省
鹭燕医药	覆盖福建的物流配送网络	福建省
英特集团	以杭州、宁波、金华、温州、嘉兴五个现代医药物流中心为基础，形成覆盖全浙江省医药供应格局	浙江省

从物流的覆盖程度来看，发行人致力于建设覆盖全国的营销和服务网络，以实现经销商、终端医院采购需求或临床需求的快速响应。截至 2020 年底，发行人已在全国 27 个省、市和自治区的 59 个城市设立了 114 家分、子公司，建立了 89 个物流分仓，其中 8 个分仓可以开展第三方仓储物流业务，仓库总面积超过 9 万平米，形成了覆盖全国的仓储物流配送网络，发行人专业的院端服务网络遍及全国主要城市，2h 配送半径覆盖全国 80%以上的三甲医院，因此发行人属于在全国范围内开展高值医用耗材仓储物流及配送的平台型企业。

2、从覆盖的产品线来看，根据《2021 年中国医疗器械蓝皮书》，各梯队的医药流通企业布局的产品线情况如下：

企业	骨科	血管介入	神经外科	眼科	口腔科	血液净化	非血管介入	电生理与起搏器	低值耗材	医疗设备	IVD	其他
上海医药									√			√
华润医药	√	√								√	√	√
国药控股	√								√		√	√
瑞康医药	√	√		√	√	√	√			√	√	√
九州通	√	√			√	√			√		√	√
嘉事堂	√	√							√			√
南京医药											√	√
广州医药												√
国药股份	√	√		√	√				√		√	√
柳州医药									√		√	√
人民同泰												√
鹭燕医药											√	√
英特集团	√									√	√	√

截至 2020 年 12 月 31 日，公司直接获得生产厂商授权的品牌数量达 117 个，

相应的授权产品线数量达 174 条，对下游近 4,000 家二级经销商进行扁平化渠道管理，直接开票销售的终端医院数量超过 1,000 家，可提供近 30 万个规格型号产品。从具体的产品线来看，公司实现了对骨科、血管介入、神经外科、眼科、口腔科、血液净化、非血管介入、电生理与起搏器、医疗设备、IVD 以及低值耗材的全覆盖。

3、从销售规模来看，《2021 年中国医疗器械蓝皮书》各梯队的医药流通企业的销售规模与发行人的收入规模对比情况如下：

公司名称	2020 年医疗器械收入规模（亿元）	公司名称	2020 年医疗器械收入规模（亿元）
第一梯队		第三梯队	
上海医药	未披露医疗器械收入	国药股份	未披露医疗器械收入
华润医药	未披露医疗器械收入	柳州医药	未披露医疗器械收入
国药控股	879.78	人民同泰	未披露医疗器械收入
瑞康医药	106.96	鹭燕医药	18.81
九州通	213.36	英特集团	17.22
第二梯队			
嘉事堂	未披露医疗器械收入		
南京医药	12.2		
广州医药	未披露医疗器械收入		

如上表，从已经披露的处于第二及第三梯队企业医疗器械收入规模来看，发行人 2020 年接近 70 亿元高值医用耗材收入规模相较南京医药、鹭燕医药及英特集团等上市公司更高；第一梯队中，国药控股、瑞康医药、九州通等公司医疗器械收入中亦包含了低值耗材的销售收入，发行人高值医用耗材在 2020 年近 70 亿元的销售收入规模较大。

4、同行业上市公司关于自身行业地位的描述基本与《2021 年中国医疗器械蓝皮书》的梯队分类标准保持一致

企业	行业地位或排名
上海医药	上海医药是国内第二大全国性医药流通企业和最大的进口药品服务平台
华润医药	中国前五大医药制造商兼中国前三大医药产品分销商（按收益）
国药控股	中国最大的药品、医疗器械及医疗保健产品批发商和零售商，及领先的供应链服务提供商

瑞康医药	全国性药品、医疗器械流通行业的领军企业之一，近几年在医药流通企业销售排名居于前十，对医疗机构直销业务规模在全国民营医疗企业中处于领先地位，IVD 业务规模在全国处于领先地位
九州通	国内最大的专业医药物流供应链平台、基层医疗机构和 OTC 药店市场的行业龙头
嘉事堂	根据中国医药商业协会统计数据，嘉事堂 2019 年销售收入规模全国医药商业排名第 14 位
南京医药	业务规模位居国内医药流通业第七位，在华东区域保持良好的规模、渠道以及商业网络竞争优势，尤其在苏皖闽三省具有较好的市场优势，规模排名均居区域内前三位
广州医药	以 2019 年的分销业务销售收入计，广州医药排名中国十大医药分销商第 5 位，华南地区医药分销及零售市场排名第一

注：上述企业行业地位或排名均取自同行业上市公司 2020 年年度报告。

如上表，根据同行业上市公司在年度报告中关于自身行业定位的描述，从行业排名、覆盖的区域等维度，基本与《2021 年中国医疗器械蓝皮书》的梯队分类标准保持一致。

综上，根据《2021 年中国医疗器械蓝皮书》对医疗器械企业梯队的划分，及按照医疗器械物流配送覆盖范围、代理的产品线种类以及高值医用耗材销售规模三个维度来看，发行人作为国内高值医用耗材平台企业的第一梯队的定位是客观、准确的。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师执行了以下核查程序：

查阅了《2021 年中国医疗器械蓝皮书》，复核了公开文件中关于国内医疗器械流通企业排名的具体依据，进一步核查了发行人物流配送的覆盖能力、代理的产品线种类以及销售规模等指标与同行业不同梯队公司的对比情况。

2、核查意见

保荐机构、发行人律师核查意见：

根据《2021 年中国医疗器械蓝皮书》对医疗器械企业梯队的划分，及发行人与同行业上市公司在物流配送覆盖范围、代理产品线种类、销售规模等指标的比较，发行人作为国内第一梯队的高值医用耗材平台企业的定位是客观、准确的。

（五）结合业务实质，用通俗易懂、准确平实的语言解释院端直销业务模式、平台直销业务模式，发行人如此划分的本质原因，行业中是否存在类似划分，如否，请分析差异的原因及合理性。

发行人回复：

平台直销业务模式下，发行人产品的流通方式为上游生产厂商→国科恒泰→终端医疗机构，院端直销模式下，发行人的产品流通方式为上游生产厂商→其他平台或经销商→国科恒泰→终端医疗机构。

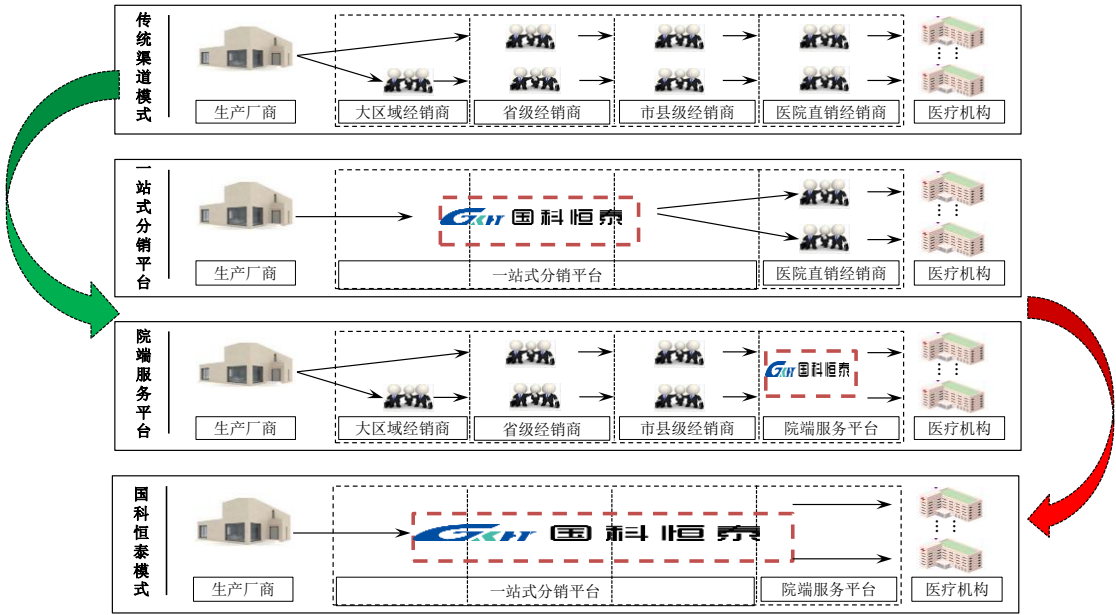
从业务实质的角度来看，平台直销与院端直销的异同点如下：

项目	平台直销	院端直销	解释
客户类型	医院	医院	均为终端医疗机构
产品类型	主要销售公司代理的产品	根据医院的需求，确定上游供应商，因此品类更为繁杂	从业务实质角度，平台直销业务的业务动因是取得了上游生产厂商的代理产品线后，根据上游生产厂商的销售政策进行区域内医院的直销覆盖；院端直销业务的业务动因是首先取得了医院的入院销售资格，根据医院的需求寻求供应商，因此体现出平台直销业务下产品品类以公司的代理产品线为主，而院端直销业务下面对的是医院多样化的需求，销售产品的品类更为繁杂。
上游供应商	主要为生产厂家	主要为生产厂家的下游平台分销商/经销商	平台直销业务下，公司针对供应商而言属于平台商，因此是以平台商的角色直接对医院进行销售，上游供应商主要为生产厂家；院端直销业务下，公司对上游供应商而言属于直接入院销售的下级经销商，因此上游供应商以生产厂商的下游平台分销商或经销商为主。
公司是否常年备货	是	否	平台直销业务下，公司的角色属于平台商，因此承担备货职能；院端直销业务下公司的角色类似于二级经销商，上游供应商通过短期寄售的方式与公司进行合作，因此公司在该业务模式下不备货。
结算方式	根据医院的实际消耗确认收入	根据医院的实际消耗确认收入同时确认对供应商的采购	院端直销与平台直销业务的收入结算方式基本类似；但因院端直销业务下，发行人根据医院的实际消耗同步与供应商进行采购结算，因此对供应商的结算时点与平台直销存在差异。
毛利率	25%左右	5%左右	由于在平台直销以及院端直销业务下发行人提供的服务内容有所区别，两种业务模式的毛利率存在一定差异

如上表所示，院端直销业务与平台直销业务，在客户类型、产品类型、上游供应商、是否备货、结算方式以及毛利率上存在差异，将直销业务进一步区分为

平台直销与院端直销，更能准确的描述公司直销业务的实质，具体而言：

公司一站式分销平台与院端服务平台，把握了高值医用耗材的上游生产厂商及终端医疗机构，二者是高值医用耗材流通环节的核心资源，平台直销业务属于一站式分销平台业务的延伸，业务动因为上游生产厂商的产品代理资源，开展业务的核心能力为覆盖全国的仓储物流及配送体系。院端服务平台的业务动因为获取的终端医疗机构入院销售资格，实质上属于平台直销模式的过渡阶段，公司通过院端直销业务获得入院销售资格后，逐步导入公司的代理产品线，进而逐步过渡到平台直销业务，具体如下图所示：



从同行业公司的业务分类来看，同行业可比公司中并未直接披露其是否将对终端医疗机构的直销业务做进一步的区分，保荐机构访谈了建发集团旗下专业从事高值医用耗材供应链业务的上海建发致新医疗供应链管理集团股份有限公司（以下简称“致新医疗”）的子公司，致新医疗主要从事低毛利的以销定采业务，与发行人的院端直销业务基本一致。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师执行了以下核查程序：

保荐机构访谈了发行人的业务负责人及同行业公司，发行人律师查阅了相关访谈记录；保荐机构、发行人律师抽查了平台直销与院端直销模式下的原始合同

及相关业务单据。

2、核查意见

保荐机构、发行人律师核查意见：

发行人将直销业务进一步划分为平台直销与院端直销，能够更为准确反映发行人直销业务实质，平台直销业务实际上是发行人承接上游生产厂商渠道管理职能后，对供应链的下游进行的业务延伸；院端直销业务实质上是以销定采业务，发行人开展院端直销业务的目的是通过率先取得终端医疗机构的入院开票资格后，逐步将代理产品线通过院端直销子公司销售至医院，实现院端直销业务向平台直销的过渡。从同行业可比公司来看，建发集团下属的致新医疗与发行人类似，存在以销定采业务，发行人对直销业务模式的划分是符合行业的通行理解及商业实质的。

问题二、关于“两票制”政策影响。审核问询回复显示：（1）2016 年底国家层面出台的政策明确规范是药品的“两票制”，而针对医疗耗材的“两票制”，各省的具体实施要求与试行意见相比具有一定的灵活性。（2）陕西省在《关于在陕西省公立医疗机构实行药品和医用耗材“两票制”的通知》中明确“境外医用耗材国内总代理商或物流平台（每一大类仅限 1 家）可视同生产企业”，因此只要在陕西省内被生产厂商认定为物流平台，也可以视同生产企业，采用生产厂商→物流平台（发行人属于这一层级）→二级经销商→终端医疗机构的模式销售入院，发行人代理的波士顿科学产品作为北方唯一的一家物流平台，即是以该种方式在陕西省进行经营。请发行人：（一）补充说明公司作为境外医用耗材全国总代理或者物流平台进行销售、其对经销商的销售行为属于“两票制”中的“第一票”，是否符合“两票制”的政策要求，是否属于行业通行理解，是否因不符合政策要求而受到过相关处罚；（二）补充说明在福建省、安徽省开展业务是否符合当地“两票制”的政策要求，有无类似陕西省的明确规定；（三）补充说明对经销商销售的主要产品被认可为属于“第一票”的销售收入、毛利的占比；（四）补充说明高值医用耗材“两票制”的逐步实施对发行人销售模式变化等方面的影响，对销售费用率、毛利率的影响，是否对发行人持续经营构成重大不利影响，是否构成本次发行上市的实质性障碍。请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

（一）补充说明公司作为境外医用耗材全国总代理或者物流平台进行销售、其对经销商的销售行为属于“两票制”中的“第一票”，是否符合“两票制”的政策要求，是否属于行业通行理解，是否因不符合政策要求而受到过相关处罚。

发行人回复：

目前，正式全面实施高值医用耗材“两票制”的省份为福建省、安徽省及陕西省，该等省份关于高值医用耗材“两票制”的政策如下：

陕西省	安徽省	福建省
境内医用耗材生产企业或科工贸一体化的集团型企业设立的仅销售本企业（集团）医用耗材的全资或控股商业公司（全国仅限 1 家商业公司）可视同生产企业。	医疗器械生产企业或科工贸一体化的集团型企业设立的仅销售本企业（集团）医用耗材的全资或控股经营企业（全国仅限 1 家）可视同生产企业。	耗材采购严格执行“两票制”，鼓励实行“一票制”。“两票制”是指挂网的耗材生产企业或进口商（报关企业）向配送企业开具的发票为第一票，配送企业向医疗机构开具的用于产品入库的发票为第二票。
境外医用耗材国内总代理商或物流平台（每一大类仅限 1 家）可视同生产企业。	进口医用耗材国内总代理（每一大类全国仅限 1 家）可视同生产企业。	
流通集团型企业内部向全资（控股）子公司或全资（控股）子公司之间调拨医用耗材可不视为一票，但最多允许开一次发票。	流通集团型企业内部向全资（控股）子公司或全资（控股）子公司之间调拨医用耗材可不视为一票，但最多允许开一次发票。	

上表中政策规定“可视同生产企业”即指视同生产厂家对下游客户开票属于“第一票”；陕西省、安徽省及福建省对耗材“两票制”的规定较为清晰，也即作为渠道商，对下游客户的销售认定为“第一票”的条件如下：

陕西省	安徽省	福建省
境外医用耗材国内总代理商或物流平台（每一大类仅限 1 家）	进口医用耗材国内总代理（每一大类全国仅限 1 家）	进口商（报关企业）

如上表所述，公司作为境外医用耗材全国总代理或者物流平台进行销售、其对经销商的销售行为是否属于“两票制”中的“第一票”，取决于当地省、自治区医用耗材“两票制”的相关政策，其中陕西省、安徽省的政策中均明确了作为境外医用耗材国内总代理和/或物流平台对下游销售的票级，对不同代理层级的票级规定遵照的是“两票制”具体政策原文规定，属于行业通行理解。

目前发行人在陕西省、安徽省销售的主要产品情况如下：

（1）陕西省

品牌	代理层级	下游客户类型	票级
----	------	--------	----

波士顿科学合作产品线	境外医用耗材国内物流平台	二级经销商/医院	第一票
山东威高脊柱产品	国内生产厂商的区域代理	医院	第二票
三友医疗脊柱产品	国内生产厂商的区域代理	医院	第二票
美敦力脊柱产品	境外医用耗材国内总代理商	二级经销商/医院	第一票
凯利泰脊柱产品	国内生产厂商的区域代理	医院	第二票

(2) 安徽省

品牌	代理层级	下游客户类型	票级
施乐辉关节产品	境外医用耗材的区域代理	医院	第二票
施乐辉创伤产品	境外医用耗材的区域代理	医院	第二票
美敦力脊柱产品	进口医用耗材国内总代理	二级经销商	第一票
贝朗医疗神经外科耗材产品	进口医用耗材国内总代理	二级经销商/医院	第一票
波士顿科学外周介入产品	境外医用耗材国内物流平台	医院	第二票

如上表，报告期内发行人在陕西省、安徽省的代理产品，其以“第一票”对下游经销商进行销售的，代理层级符合当地“两票制”关于“第一票”的认定。

根据发行人及其部分分、子公司所在地医疗器械主管部门出具的证明，发行人及其分、子公司医疗器械主管部门的官方网站查询结果，发行人报告期内不存在因违反医疗器械相关监管法规而受到行政处罚的情况。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师、发行人会计师执行了以下核查程序：

- (1) 检索了陕西省、安徽省和福建省颁布的关于耗材“两票制”的规定；
- (2) 取得了发行人在陕西省、安徽省和福建省的销售明细，抽查了在该等省份销售产品的代理层级；
- (3) 取得并核查了发行人及其部分分、子公司所在地医疗器械主管部门出具的证明，并在发行人及其分、子公司医疗器械主管部门的官方网站查询是否存在行政处罚记录。

2、核查意见

保荐机构、发行人会计师核查意见：

目前陕西省及安徽省的耗材“两票制”规定中明确了境外医用耗材全国总代理或物流平台对下游销售的票级，政策原文规定较为明确，属于行业的通行理解；发行人在该等“两票制”区域内对下游经销商以“第一票”进行销售的，其代理层级符合当地“两票制”的政策规定。发行人报告期内不存在因违反医疗器械相关监管法规而受到行政处罚的情况。

发行人律师核查意见：

公司作为境外医用耗材全国总代理或者物流平台进行销售、其对经销商的销售行为是否属于“两票制”中的“第一票”，取决于当地省、自治区医疗器械“两票制”的相关政策，明确实施“两票制”的安徽省、福建省、陕西省的行业通行理解存在一定差异。在满足当地政策的情况下，发行人作为境外医用耗材全国总代理或者物流平台进行销售属于“第一票”，发行人不存在因不符合政策要求而受到过相关处罚的情况。

（二）补充说明在福建省、安徽省开展业务是否符合当地“两票制”的政策要求，有无类似陕西省的明确规定。

发行人回复：

福建省、安徽省及陕西省关于医用耗材“两票制”政策的明确规定如下：

陕西省	安徽省	福建省
境内医用耗材生产企业或科工贸一体化的集团型企业设立的仅销售本企业（集团）医用耗材的全资或控股商业公司（全国仅限1家商业公司）可视同生产企业。 境外医用耗材国内总代理商或物流平台（每一大类仅限1家）可视同生产企业。 流通集团型企业内部向全资（控股）子公司或全资（控股）子公司之间调拨医用耗材可不视为一票，但最多允许开一次发票。	医疗器械生产企业或科工贸一体化的集团型企业设立的仅销售本企业（集团）医用耗材的全资或控股经营企业（全国仅限1家）可视同生产企业。 进口医用耗材国内总代理（每一大类全国仅限1家）可视同生产企业。 流通集团型企业内部向全资（控股）子公司或全资（控股）子公司之间调拨医用耗材可不视为一票，但最多允许开一次发票。	耗材采购严格执行“两票制”，鼓励实行“一票制”。“两票制”是指挂网的耗材生产企业或进口商（报关企业）向配送企业开具的发票为“第一票”，配送企业向医疗机构开具的用于产品入库的发票为第二票。

如上表，福建省与安徽省关于耗材“两票制”的规定，与陕西省存在差异，其中在陕西省除境外生产厂商国内总代理外，作为陕西省级物流平台的渠道商，其对下游客户的销售开票行为仍可以认定为“第一票”，可见相较福建省、安徽

省而言，陕西省的认定更为宽松。具体而言：

对于福建省而言，发行人作为“报关企业”进行耗材销售属于“第一票”，与发行人是否属于境外医用耗材全国总代理或物流平台无关。发行人系贝朗医疗脊柱与关节产品的报关企业，在福建省对下游客户销售该等产品可被认定为“第一票”，符合当地“两票制”的政策要求。

对于安徽省而言，发行人为境外医用耗材全国总代理进行销售属于“第一票”，与其是否为物流平台无关。安徽省药监部门对企业提交的“第一票”认定申请材料进行审核，并公布审核结果。根据安徽省药监局官网中披露的《医用耗材采购“两票制”备案公示》，报告期内公司销售的主要产品中贝朗医疗品牌的神经外科材料及骨科材料、美敦力品牌的骨科材料及神经外科材料、马尼品牌的口腔材料、史赛克的骨科植入类（脊柱）耗材等在安徽省的销售被认定为“第一票”。发行人作为境外医用耗材全国总代理，在安徽省经药监部门备案的销售被认定为“第一票”，符合当地“两票制”的政策要求。

根据发行人安徽子公司、福建子公司所在地部分医疗器械主管部门出具的证明，医疗器械主管部门的官方网站查询结果，发行人及安徽省、福建省当地子公司报告期内不存在因违反医疗器械相关监管法规而受到行政处罚的情况。

因此，福建省、安徽省对于发行人销售医用耗材是否属于“第一票”存在明确规定，该等规定与陕西省存在一定差异。发行人向下游经销商销售在上述福建省、安徽省医用耗材“两票制”的政策下符合规定，发行人不存在因不符合政策要求而受到过相关处罚的情况。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师、发行人会计师执行了以下核查程序：

（1）检索了陕西省、安徽省和福建省颁布的关于耗材“两票制”的规定及发行人在安徽省药监局作为“第一票”的备案；

（2）访谈发行人的业务人员，并抽查发行人在福建省、安徽省销售的相关授权书、业务合同、发票；

(3) 取得并核查了发行人的福建省、安徽省部分分、子公司所在地医疗器械主管部门出具的证明，并在福建省、安徽省分、子公司医疗器械主管部门的官方网站查询是否存在行政处罚记录。

2、核查意见

保荐机构、发行人律师、发行人会计师核查意见：

根据陕西省、安徽省及福建省关于医用耗材“两票制”实施的具体规定，福建省、安徽省对生产企业认定与陕西省存在一定差异。发行人向下游经销商销售在福建省、安徽省医用耗材“两票制”的政策下符合规定，发行人不存在因不符合政策要求而受到过相关处罚的情况。

(三) 补充说明对经销商销售的主要产品被认可为属于“第一票”的销售收入、毛利的占比。

发行人回复：

结合陕西省、安徽省及福建省对医用耗材“两票制”的政策规定，作为渠道商，对下游客户的销售认定为“第一票”的条件如下：

陕西省	安徽省	福建省
境外医用耗材国内总代理商或物流平台（每一大类仅限 1 家）	进口医用耗材国内总代理（每一大类全国仅限 1 家）	进口商（报关企业）

目前，发行人在陕西省、安徽省及福建省销售的产品，认定为“第一票”的收入、毛利的占比情况如下：

单位：万元 占比为占“两票制”地区相关经营指标比重

项目	2020 年	2019 年	2018 年
作为“第一票”的收入	18,907.52	14,981.60	13,358.36
作为“第一票”的收入占比	28.28%	28.09%	33.46%
作为“第一票”的毛利	2,183.33	1,944.32	2,567.17
作为“第一票”的毛利占比	24.34%	22.83%	45.62%

注：由于 2018 年 10-12 月系福建医用耗材“两票制”实施的过渡期，上表中统计的“第一票”收入不包括福建省 2018 年的收入。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师、发行人会计师执行了以下核查程序：

获取了发行人在陕西省、安徽省及福建省的销售成本明细；根据陕西省、安徽省及福建省对耗材“两票制”的政策规定，并结合发行人供应商的性质、发行人的授权范围、发行人在安徽省药监局作为“第一票”的备案等，区分发行人在该等省份作为“第一票”销售的产品线，并统计其收入、毛利数据。

2、核查意见

保荐机构、发行人律师、发行人会计师核查意见：

发行人在明确实施“两票制”的安徽省、福建省、陕西省，作为境外医用耗材全国总代理及/或报关企业、陕西省的物流平台对下游经销商按照“第一票”进行销售的行为，符合当地关于“两票制”的政策规定。

（四）补充说明高值医用耗材“两票制”的逐步实施对发行人销售模式变化等方面的影响，对销售费用率、毛利率的影响，是否对发行人持续经营构成重大不利影响，是否构成本次发行上市的实质性障碍。

发行人回复：

1、高值医用耗材“两票制”的逐步实施对发行人销售模式变化等方面的影响

单位：万元

地区	业务模式	2020 年		2019 年		2018 年	
		收入金额	毛利率	收入金额	毛利率	收入金额	毛利率
两票制区域	分销业务	25,119.57	11.11%	21,638.54	11.89%	21,433.16	11.53%
	直销业务	41,738.21	14.81%	31,696.02	18.76%	18,490.90	17.07%

在已经明确实施“两票制”的安徽、福建、陕西三个省份，发行人在该区域内 2018 年、2019 年、2020 年收入情况分别为 39,924.06 万元、53,334.56 万元、66,857.78 万元，呈稳定上升的趋势。

从销售模式变化的角度来看，对于公司在该等区域销售的产品获取的供应商代理资格满足当地“第一票”认定的，公司可以以生产企业的身份作为“第一票”继续向经销商进行供货，因此“两票制”的实施对发行人在该等区域的分销业务收入并未产生较大影响，报告期内发行人对下游经销商分销业务收入在“两票制”

地区稳步增长。

增长较快的部分为发行人对下游销售原属于“第二票”的业务。从具体的产品流通模式来看，对于实施高值医用耗材“两票制”的区域，产品的流通方式由“生产厂商→发行人（非总代理且非陕西省物流平台）→二级经销商→终端医疗机构”转化为“生产厂商→发行人（非总代理且非陕西省物流平台）→终端医疗机构”。针对发行人非总代理且非陕西省内物流平台的业务，发行人能够替代下游二级经销商直接对终端医疗机构进行供货，主要原因在于“两票制”实施背景下，下游中小型二级经销商无法获取上游生产厂商的授权进而直接退出了流通渠道，核心逻辑在于生产厂商更倾向于选择在广泛的区域内具备覆盖终端医疗机构供货能力的平台公司进行合作。

2、已经实施高值医用耗材“两票制”的区域，发行人销售费用率、毛利率的变化情况

地区	业务模式	2020 年		2019 年		2018 年	
		销售费用率	毛利率	销售费用率	毛利率	销售费用率	毛利率
两票制区域	分销业务	3.25%	11.11%	3.03%	11.89%	2.70%	11.53%
	直销业务	11.36%	14.81%	12.09%	18.76%	7.82%	17.07%

如上表，在已经实施高值医用耗材“两票制”的区域，从毛利率的角度来看，报告期内“两票制”地区分销业务的毛利率较为稳定，直销业务毛利率在 2020 年有所下滑主要是受终端医疗机构产品降价的影响。

报告期内，发行人在“两票制”区域分销业务下的销售费用率较为稳定，而直销业务的销售费用率在 2019 年及 2020 年有所提升，主要是因为福建省在 2019 年“两票制”实施后，公司直销业务收入增长并相应聘请服务商的影响所致。

3、是否对发行人持续经营构成重大不利影响，是否构成本次发行上市的实质性障碍。

（1）“两票制”的全面实施，并不会对发行人的销售能力产生重大不利影响

高值医用耗材流通环节的销售能力，侧重于规模化、专业化、信息化、规范化的仓储、物流及配送能力，发行人的销售能力链接上游生产企业及终端医疗机构，流通层级的压缩有赖于全国一体化的仓储、物流及配送体系。具体而言，耗

材“两票制”的实施倒逼上游生产厂商归拢销售渠道，由原有的各省设置省级代理的模式，逐步演化为委托一家具备全国总代理能力的平台公司对全国范围内的二级经销商进行管理，而决定上游生产厂商归拢代理权的最重要因素便为全国范围内仓储物流配送能力及庞大、高效与精准的信息系统平台，发行人具备承接全国总代理资格的服务能力。

进一步而言，针对下游医疗服务机构，侧重于关注高值医用耗材的专业化配台、配送服务以及对手术需求的快速响应能力，一方面发行人具备直接满足终端医疗机构服务需求的专业化配送人员；同时，对手术需求快速响应能力也要求配送商的代理产品的品类齐备、渠道下沉以及较短的服务半径，截至报告期期末发行人已经在全国 27 个省市，建立了 89 个物流分仓，其中 8 个分仓可以开展第三方仓储物流业务，仓库总面积超过 9 万平米，形成了覆盖全国的仓储物流配送网络，2 小时运输半径覆盖全国约 80%三甲医院。截至 2020 年末，发行人在全国直销入院数量已经超过 1,000 家，为承接耗材“两票制”带来的流通层级减少、销售模式转化奠定基础条件。

因此，发行人具备链接上游生产厂商与终端医疗机构服务需求的销售能力。

（2）从对经营业绩的具体影响来看，区分为以下几种情况：

①对发行人属于全国总代理资格的产品线，发行人既可以选择向二级经销商进行供货，也可以直接对终端医疗机构供货，对于产品流通方式的选择，发行人具有主动权，若保持现有的流通方式，不会对发行人的经营业绩构成影响；若发行人直接越过二级经销商对终端医疗机构进行供货，则发行人的直销比例会上升，因直销毛利率高于分销，因此销售毛利率也会有所增长，但终端医疗机构的账期较长，发行人应收账款的规模将相应增长；

②对于发行人不属于全国总代理资格的产品线，也即上游生产厂商→省级代理平台（发行人属于该层级）→二级经销商→医院的流通路径下，如果发行人依托自身全国一体化的仓储物流配送能力，获得了上游生产厂商的全国总代理资格，因在全国范围内对各省的二级经销商进行供货，发行人的销售规模将会有所增长；或发行人将越过二级经销商直接对终端医疗机构进行供货，则直销业务比重将进一步上升。目前发行人不断开拓终端医院的开票权，为“两票制”实施后发行人

直接对医院销售进行了提前布局。该等渠道流通模式的调整已经在安徽、福建等耗材“两票制”实施较为全面的省份得到了验证，发行人在该等区域内的营业收入在耗材“两票制”实施后取得了较大幅度的增长。

综上，发行人具备链接上游生产厂商与终端医疗机构的销售能力，从报告期内的经营数据来看，上游总代理产品线的数量、种类以及对下游终端医疗机构的直接销售数量均呈快速增长的趋势，因此“两票制”政策实施不会对发行人的持续经营构成重大不利影响，不会构成本次发行上市的实质性障碍。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师、发行人会计师执行了以下核查程序：

保荐机构检索了安徽省、福建省、陕西省关于高值医用耗材“两票制”实施的政策文件，获取了发行人在“两票制”区域产品的销售明细、相关主体的财务报表及费用明细等，横向比较“两票制”政策实施前后发行人有关财务指标的变动情况；针对“两票制”政策的实施与发行人经营团队进行访谈，检索行业相关资料等。

2、核查意见

保荐机构、发行人会计师核查意见：

“两票制”政策实施后，对于发行人能够以“第一票”身份继续向二级经销商供货的业务，在该等区域内的增长较为平稳；对发行人不属于“第一票”身份的业务，发行人直接替代了原二级经销商直接向终端医疗机构进行供货，体现出在“两票制”区域内发行人直销业务收入规模的快速增长，因此从已经实施“两票制”政策的省份来看，“两票制”政策的实施，促进了发行人在当地的营业规模，未对发行人的销售模式产生重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性障碍。从具体的销售费用率及毛利率指标来看，“两票制”区域内发行人分销业务的毛利率较为稳定，直销业务毛利率在 2020 年有所下滑主要为终端医疗机构采购降价的影响，与“两票制”政策本身的实施无关；销售费用率来看，直销业务下的销售费用率有所增长，主要受 2019 年起福建省平台直销业务增长发行人聘请第三方服务商并支付服务费的影响，具有商业合理性。

发行人律师核查意见：

发行人具备链接上游生产厂商与终端医疗机构的销售能力，从报告期内的经营数据来看，上游总代理产品线的数量、种类以及对下游终端医疗机构的直接销售数量均呈快速增长的趋势，因此“两票制”政策实施不会对发行人的持续经营构成重大不利影响，不会构成本次发行上市的实质性障碍。

问题三、关于同业竞争。审核问询回复显示：（1）除东方科仪、上海中科鑫欣国际贸易有限公司的主要产品对应编码包括 6840 体外诊断试剂、6877 介入器材与发行人存在重合的情况外，发行人与其他医疗器械类公司的主要产品均分属不同产品类别，具体产品在功能、使用特性等方面具有显著差别。（2）2020 年，东方科仪“6877 介入器材”项下经营的医疗器械产品与发行人存在重合的产品金额占东方科仪医疗器械经营收入比重为 38.88%，相比报告期其他各期增长迅速。请发行人补充说明：（一）报告期内“6840 体外诊断试剂”销售情况，包括但不限于具体产品、主要功能、主要客户、销售金额及占比等，并与东方科仪、上海中科鑫欣国际贸易有限公司“6840 体外诊断试剂”相关销售情况进行对比，分析两者是否存在竞争关系；（二）2020 年东方科仪“6877 介入器材”项下经营的医疗器械产品与发行人存在重合的产品金额占东方科仪医疗器械经营收入比重相比报告期其他各期增长迅速的原因及合理性；相关变动趋势是否表明东方科仪避免同业竞争的承诺有效履行，是否对发行人构成重大不利影响的同业竞争。请保荐人、发行人律师发表明确意见。

一、发行人回复：

（一）报告期内“6840体外诊断试剂”销售情况，包括但不限于具体产品、主要功能、主要客户、销售金额及占比等，并与东方科仪、上海中科鑫欣国际贸易有限公司“6840体外诊断试剂”相关销售情况进行对比，分析两者是否存在竞争关系。

1、报告期内发行人“6840 体外诊断试剂”销售情况

单位：万元

期间	“6840 体外诊断试剂”销售金额	占比
2018 年	4.41	0.001%

期间	“6840 体外诊断试剂”销售金额	占比
2019 年	188.74	0.04%
2020 年	4,008.17	0.58%

注：上述销售金额为发行人 2018 年至 2020 年对应产品销售的不含税金额，占比为占发行人主营业务收入的比重。

因发行人报告期内销售的“6840 体外诊断试剂”的品类较多，发行人报告期各期销售金额占当期主营业务收入超过 0.02%的产品线情况如下：

生产厂商	产品线	销售产品具体功能
雅培贸易(上海)有限公司	PY-试剂	用于对人体样本（各种体液、细胞、组织样本等）进行体外检测，以协助疾病的诊断，对于治疗效果的监测，预后的观察，健康状态的筛查以及遗传疾病的预测都有一定的作用
雷度米特医疗设备（上海）有限公司	VTU-体外诊断	用于血气，血糖，血清，电解质，代谢物质的检测检验
光景生物科技（苏州）有限公司	EC-试剂	用于体外定性检测和鉴别人血清/血浆/全血（包括静脉血和指尖血）中新型冠状病毒 IgM 和 IgG 抗体
强生（上海）医疗器材有限公司	JJ-其他	用于血糖检测
珠海丽珠试剂股份有限公司	VZY-IVD	用于新冠病毒检测

发行人报告期各期“6840 体外诊断试剂”产品的前五大客户名单如下：

主要客户	期间
武汉大学中南医院	2018 年、2019 年
焦作市人民医院	2019 年、2020 年
大连大学附属新华医院	2019 年
大连市中心医院	2019 年
西山煤电（集团）有限责任公司	2019 年
宁波中天诊断技术有限公司	2020 年
上海万颀生物技术中心	2020 年
兰州大学第一医院	2020 年
天水市第一人民医院	2020 年

2、报告期内东方科仪“6840 体外诊断试剂”销售情况，与发行人是否存在竞争关系

发行人报告期内“6840 体外诊断试剂”销售情况如上所述，东方科仪报告期内不存在销售“6840 体外诊断试剂”产品的情况，二者不存在竞争关系。

3、报告期内上海中科鑫欣国际贸易有限公司（以下简称“中科鑫欣”）“6840 体外诊断试剂”销售情况，与发行人是否存在竞争关系

根据中科鑫欣出具的说明，中科鑫欣主要从事受托代理进口业务，主营业务模式为接受客户委托进口国外产品，中科鑫欣收取代理服务费，国外厂商及价格均由委托客户提供，中科鑫欣并不经营或代理产品销售，中科鑫欣接受客户委托进口的医疗器械都是纯外贸代理，收取代理费，中科鑫欣不向客户开具医疗器械销售发票，中科鑫欣无医疗器械销售收入。

报告期内，中科鑫欣代理进口的“6840 体外诊断试剂”产品及对应客户如下：

具体产品	主要功能	客户
C-反应蛋白测定试剂盒	用于测定 C-反应蛋白含量	上海基恩科技有限公司、上海景源医疗器械有限公司
胱抑素 C 试剂	用于检测血清中胱抑素 C 的浓度	
兔抗 al-微球蛋白试剂	用于检测血清中 al-微球蛋白的浓度	

报告期内，中科鑫欣“6840 体外诊断试剂”代理费金额及占中科鑫欣各期主营业务收入比重如下：

单位：万元

期间	“6840 体外诊断试剂”代理费金额	占比
2018 年	212.00	0.81%
2019 年	209.00	1.69%
2020 年	103.00	0.78%

注：上述代理费金额为中科鑫欣 2018 年至 2020 年对应产品代理费的不含税金额。

从具体产品及主要功能方面看，报告期内中科鑫欣“6840 体外诊断试剂”项下代理的医疗器械产品为 C-反应蛋白测定试剂盒、胱抑素 C 试剂、兔抗 al-微球蛋白试剂，仅 C-反应蛋白测定试剂盒与发行人销售的产品存在重合。发行人 2018 年未销售 C-反应蛋白测定试剂盒，2019 年销售 C-反应蛋白测定试剂盒的金额为 3.22 万元，占发行人当期主营业务收入的 0.0006%，2020 年销售 C-反应蛋白测定试剂盒的金额为 8.84 万元，占发行人当期主营业务收入的 0.0013%，占比极低，且中科鑫欣主要从事受托代理进口业务，收取代理费，发行人与中科鑫欣

的业务定位、盈利模式存在显著差异。

从主要客户看，报告期内中科鑫欣“6840 体外诊断试剂”项下销售的医疗器械产品对应客户为上海基恩科技有限公司、上海景源医疗器械有限公司，与发行人的客户不存在重合。

从销售金额及占比看，报告期内中科鑫欣收取代理费，不开具医疗器械销售发票，无医疗器械销售收入。2018 年、2019 年、2020 年中科鑫欣就“6840 体外诊断试剂”的代理费金额分别为 212.00 万元、209.00 万元及 103.00 万元，占中科鑫欣主营业务收入比重分别为 0.81%、1.69%、0.78%，占发行人主营业务收入为 0.06%、0.04%、0.01%，占比极低。

同时，包括东方科仪、中科鑫欣在内的其他医疗器械类公司报告期各期合计的医疗器械经营收入及毛利数据占发行人相应指标的情况如下，即使从谨慎性角度考虑，发行人与发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业亦不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

单位：万元

类别	期间	发行人	其他医疗器械类公司	占发行人相应指标比例
医疗器械经营收入	2018 年	361,097.92	11,613.79	3.22%
	2019 年	523,766.83	15,828.01	3.02%
	2020 年	689,456.54	28,691.61	4.16%
医疗器械经营毛利	2018 年	38,237.23	408.98	1.07%
	2019 年	58,267.85	646.13	1.11%
	2020 年	67,955.01	648.09	0.95%

注 1：发行人的收入为主营业务收入，其他医疗器械类公司的收入为医疗器械收入。

注 2：发行人的毛利为主营业务毛利，其他医疗器械类公司为医疗器械毛利。

注 3：中科鑫欣收取的代理费收入未计入上述医疗器械经营收入或毛利中。

综上，发行人与东方科仪、中科鑫欣在“6840 体外诊断试剂”项下业务不存在竞争关系，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

(二) 2020年东方科仪“6877介入器材”项下经营的医疗器械产品与发行人存在重合的产品金额占东方科仪医疗器械经营收入比重相比报告期其他各期增长迅速的原因及合理性；相关变动趋势是否表明东方科仪避免同业竞争的承诺有效履行，是否对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

1、增长迅速的原因及合理性

报告期内东方科仪“6877 介入器材”项下经营的医疗器械产品与发行人存在重合的产品金额占东方科仪医疗器械经营收入比重如下：

单位：万元

期间	东方科仪“6877 介入器材”产品	东方科仪对应收入	占东方科仪医疗器械收入比重	占发行人医疗器械收入比重
2018 年	球囊导管	105.09	1.58%	0.03%
2019 年	血管内超声导管	567.81	5.30%	0.11%
2020 年	血管内超声导管、血管内超声诊断导管、压力导丝	7,633.41	38.88%	1.11%
合计	-	8,306.31	22.45%	0.53%

如上表所述，2020 年东方科仪“6877 介入器材”项下经营的医疗器械产品与发行人存在重合的产品金额占东方科仪医疗器械经营收入比重相比报告期其他各期增长迅速。东方科仪的业务模式为代理进出口，按客户需求采购指定产品，提供报关服务并加收服务费，并不参与采购决策。2020 年，东方科仪应下游客户要求增加“6877 介入器材”的代理进口，故东方科仪对应产品的销售金额增长迅速，该等原因具有合理性。

2、相关变动趋势是否表明东方科仪避免同业竞争的承诺有效履行，是否对发行人构成重大不利影响的同业竞争

东方科仪出具了如下避免同业竞争的承诺：

主体	避免同业竞争的承诺
发行人控股股东东方科仪	1、截至本承诺函签署之日，本企业（含本企业控制的其他企业、组织或机构）没有直接或者间接地从事任何与发行人（包括其子公司）主营业务或者主要产品相同或者相似的业务，或者构成竞争关系的业务活动，不存在同业竞争或潜在同业竞争的情形。 2、自本承诺函签署之日起，在本企业直接或间接持有发行人的股份（权益）的期间，本企业（含本企业控制的其他企业、组织或机构）不会直接或者间接地以任何方式（包括但不限于自营、合资或者联营）参与任何与发行人（包括其子公司）主营业务或者主要产品相同或者相似的业务，不会直接或者间接进行对发行人构成重大不利影响的同业竞争活动。

主体	避免同业竞争的承诺
	3、自本承诺函签署之日起，若发行人将来开拓新的业务领域，而导致本企业（含本企业控制的其他企业、组织或机构）所从事的业务对发行人构成重大不利影响的同业竞争，本企业将终止从事该业务，或由发行人在同等条件下优先收购该业务所涉资产或股权，或遵循公平、公正的原则将该业务所涉资产或股权转让给无关联关系的第三方。 4、本企业承诺作为发行人控股股东/实际控制人期间不直接或间接投资于业务与发行人相同、类似或在任何方面对发行人构成重大不利影响的同业竞争的公司、企业或其他机构、组织。 5、自本承诺函签署之日起，本企业承诺将约束本企业控制的其他企业、组织或机构按照本承诺函进行或者不进行特定行为。 6、本企业承诺如果违反本承诺，本企业愿意向发行人承担法律责任并对造成的损失进行全额赔偿。

报告期内，东方科仪“6877 介入器材”项下经营的医疗器械产品与发行人销售产品中存在重合的产品金额及占发行人医疗器械收入的比重均较低。东方科仪的业务模式为代理进出口，发行人与东方科仪的业务定位、盈利模式存在显著差异。报告期内东方科仪“6877 介入器材”项下销售的医疗器械产品对应全部客户与发行人的客户不存在重合。

包括东方科仪在内的其他医疗器械类公司报告期各期合计的医疗器械经营收入及毛利数据占发行人相应指标的比例均不超过 5%，具体情况详见本落实函回复“问题三、关于同业竞争”之“一、发行人回复”之“（一）报告期内“6840 体外诊断试剂”销售情况，包括但不限于具体产品、主要功能、主要客户、销售金额及占比等，并与东方科仪、上海中科鑫欣国际贸易有限公司“6840 体外诊断试剂”相关销售情况进行对比，分析两者是否存在竞争关系”。

同时，虽然发行人控股股东不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，东方科仪仍然参照其出具的避免同业竞争的承诺中“若发行人将来开拓新的业务领域，而导致本企业（含本企业控制的其他企业、组织或机构）所从事的业务对发行人构成重大不利影响的同业竞争，本企业将终止从事该业务”的相关要求，于 2021 年 3 月 4 日分别与截至报告期末就“6877 介入器材”产品存在业务的北京伟龙紫京医疗设备有限公司、北京伟龙科仪贸易有限公司、北京美康晟翔科贸有限公司等全部 3 家客户签订终止协议。

因此，东方科仪避免同业竞争的承诺已有效履行，发行人控股股东不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

二、中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人律师主要执行了如下核查程序：

核查了包括但不限于发行人实际控制人、控股股东出具的调查表，相关企业或其股东的声明与承诺，发行人控股股东及实际控制人出具的《关于避免同业竞争的承诺函》，发行人“6840 体外诊断试剂”、“6877 介入器材”产品销售明细表，东方科仪提供的销售明细表、“6877 介入器材”相关的业务合同及终止合同，中科鑫欣提供的相关说明，发行人客户名单，并对东方科仪相关人员进行了访谈等。

2、核查意见

保荐机构、发行人律师核查意见：

发行人与东方科仪、中科鑫欣在“6840 体外诊断试剂”项下业务不存在竞争关系，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。东方科仪避免同业竞争的承诺已有效履行，发行人控股股东不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

问题四、关于关联交易。请发行人补充说明是否存在历次审核问询中未予披露的关联交易，未披露的原因；如是，请补充披露相关关联交易的具体情况，该关联交易是否具有真实的商业背景，是否具有必要性、合理性，交易定价是否公允，是否履行相关决策程序，是否存在为发行人承担成本费用、转移定价或其他利益安排情形。请保荐人、发行人律师按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》相关要求发表明确核查意见，并说明对发行人关联交易核查工作是否充分、谨慎，前次发表“发行人已完整、准确地披露了发行人的所有关联方和关联交易情况”的核查意见是否严谨、合理，是否履行了勤勉尽责义务。请保荐人、发行人律师相关内核或质控部门，说明对项目组就发行人关联交易核查已履行的质量把关工作及相关结论。

一、发行人回复：

（一）公司在历次审核问询函中存在未披露关联交易的原因

泰康人寿作为持有公司 5%以上股份的法人，根据《公司法》、《企业会计准

则第 36 号——关联方披露》和深交所业务规则，泰康人寿及其一致行动人系公司的关联方，但并未明确规定泰康人寿及其全资股东泰康保险集团股份有限公司（以下简称“泰康股份”）控制的企业及合营企业（以下简称“泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业”）系公司的关联方，故公司在首轮审核问询回复中未将泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业认定为公司关联方，未将公司与泰康人寿及泰康股份控制的企业之间的交易认定为关联交易。

但公司已经在 2021 年 4 月 19 日出具的《招股说明书》“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、发行人资产质量、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）资产质量分析”之“2、流动资产分析”之“（3）应收账款”中披露了公司与泰康同济（武汉）医院、武汉泰康医院有限公司、泰康仙林鼓楼医院有限公司等泰康人寿及泰康股份控制的企业之间的交易情况，并在 2021 年 4 月 19 日出具的《招股说明书》“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况及主要客户”之“（十）东方科仪、宏盛瑞泰、君联益康、国科嘉和金源等 23 名发行人股东及其股东、实际控制人、合伙人、董监高对外投资的企业中是否存在是发行人客户的情形及交易的真实性、公允性”中披露了公司与海南泰康拜博口腔医院有限公司的交易情况。

2021 年 5 月，公司在自查时发现，根据《企业会计准则解释第 13 号》和《监管规则适用指引——会计类第 1 号》中关于关联方的有关规定，泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业构成公司的关联方，具体规定如下：

规则名称	规则内容
《企业会计准则解释第 13 号》	除第 36 号准则第四条规定外，下列各方构成关联方，应当按照第 36 号准则进行相关披露：（一）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；（二）企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。
《监管规则适用指引——会计类第 1 号》	投资方有权力向被投资单位委派董事，一般可认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确的证据表明其不能参与被投资单位的财务和经营决策。

因此，公司主动在 2021 年 5 月 20 日出具的《招股说明书》中补充披露了泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业构成关联方的相关情况并将公司与泰康人寿及泰康股份控制的企业间的交易追认为关联交易，公司亦于同月召开董事会，追认了上述关联交易，公司的独立董事亦已发表独立意见。

综上，公司在 2021 年 4 月 19 日出具的《招股说明书》中已经将与泰康人寿

及泰康股份控制的企业之间的重要交易情况进行了披露，但由于公司根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和深交所业务规则中的相关规定认定关联方及关联交易，未能充分理解《企业会计准则解释第 13 号》和《监管规则适用指引——会计类第 1 号》中关于关联方认定的相关规定，导致公司未将泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业认定为关联方以及与泰康人寿及泰康股份控制的企业之间的交易认定为关联交易，故未将该等交易作为关联交易披露。

（二）公司前次未披露，且已经在2021年5月20日出具的《招股说明书》中补充披露的关联交易情况

1、与泰康人寿及泰康股份控制的企业之间的关联交易具有真实的商业背景，具有必要性、合理性，交易定价公允

（1）向关联方企业销售及向泰康同济（武汉）医院支付履约保证金

报告期内，公司经常性关联销售为向泰康同济（武汉）医院（以下简称“泰康同济医院”）销售各类医疗耗材产品。泰康同济医院为对本公司有重大影响的股东泰康人寿之母公司泰康保险集团股份有限公司控制的医院。报告期内，公司向泰康同济医院的销售情况如下：

单位：万元

公司名称	交易内容	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
泰康同济医院	销售各类医疗耗材产品	1,851.21	0.27%	-	-	-	-
合计	-	1,851.21	0.27%	-	-	-	-

公司的主营业务为医疗器械的分销和直销，主要客户为经销商或终端医疗机构。泰康同济医院作为一家综合性的医院，武汉地区为公司代理产品线正常覆盖的销售区域，公司向其销售产品具有合理性。

报告期内，公司仅 2020 年存在向泰康同济医院销售产品，销售金额为 1,851.21 万元，占公司同期主营业务收入比例为 0.27%，占同期直销模式销售收入的比例为 0.74%，占比较低。公司向泰康同济医院的销售价格系参照湖北省高值医用耗材省市联动集中采购平台中产品的价格（以下简称“挂网价格”），若产

品无对应的挂网价格，参照当地公立三级甲等医院的进货价格，经双方协议确定。因此，公司向泰康同济医院销售价格公允，不存在泰康同济医院为公司承担成本费用、转移定价或其他利益安排的情形。

根据 2020 年 11 月 3 日公司与泰康同济医院签署的《医用耗材供应一体化服务合同》，双方合作期限为三年，因此，公司预计将持续向泰康同济医院销售各类医疗耗材产品。2021 年 1 月 22 日，公司根据双方签署的《医用耗材供应一体化服务合同》，向泰康同济医院支付了 200.00 万元的履约保证金。

(2) 向泰康人寿控制的企业销售产品及向武汉泰康医院有限公司支付履约保证金

报告期内，公司存在向对本公司有重大影响的股东泰康人寿控制的企业武汉泰康医院有限公司（以下简称“武汉泰康医院”）、泰康仙林鼓楼医院有限公司（以下简称“泰康仙林医院”）和海南泰康拜博口腔医院有限公司（以下简称“海南拜博口腔”）销售耗材、呼吸机、医用口罩、护目镜、口腔材料等产品。报告期内，公司向前述关联方的销售情况如下：

单位：万元

公司名称	交易内容	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
武汉泰康医院	销售耗材、呼吸机等	835.31	0.12%	-	-	-	-
泰康仙林医院	销售医用口罩、护目镜、耗材等	4.04	0.00%	-	-	-	-
海南拜博口腔	销售口腔材料	-	-	0.19	0.00%	-	-
合计	-	839.35	0.12%	0.19	0.00%	-	-

报告期内，公司向武汉泰康医院、泰康仙林医院和海南拜博口腔合计销售的金额分别为零、0.19 万元和 839.35 万元，占公司同期主营业务收入比例分别为零、0.00%和 0.12%，占比较低。

海南拜博口腔作为一家专业的口腔医院，其需要的口腔材料为公司的主要销售产品之一，因此，2019 年海南拜博口腔向公司采购口腔材料具有合理性和必要性。

2020 年，受新冠疫情的影响，医院对呼吸机、口罩、护目镜等防疫物资的

需求大幅上升，公司根据市场需求采购了相关防疫物资，并根据武汉泰康医院和泰康仙林医院的需求向其销售了相关产品。因此，公司向武汉泰康医院和泰康仙林医院销售产品，系由于其自身经营需求，具有合理性和必要性。

报告期内，公司与泰康仙林医院和海南拜博口腔的交易金额较小，交易价格系双方协商确定，且与公司向其他客户销售同类产品的价格相比不存在重大差异，交易价格公允。

报告期内，公司与武汉泰康医院的交易价格系参照挂网价格，若产品无对应的挂网价格，参照当地公立三级甲等医院的进货价格，经双方协议确定，因此，公司向武汉泰康医院销售价格公允。

2020年3月8日，公司与武汉泰康医院签署《医用耗材供应一体化服务合同》，并于2020年4月15日，向其支付了200.00万元的履约保证金。由于泰康人寿之母公司泰康保险集团股份有限公司在湖北省成立了泰康同济医院，经公司与武汉泰康医院协商，2020年10月30日，双方签署了《〈医用耗材供应一体化服务合同〉终止协议》终止了合作，并于2020年11月3日公司与泰康同济医院签约合作。武汉泰康医院于2021年2月9日向公司退还了200.00万元履约保证金。

（3）向关联方泰康养老保险股份有限公司北京分公司购买保险服务

为了防范员工意外风险，为员工提供更加完善的医疗保障体系，报告期各期，公司均为全体在职正式员工投保了团体意外伤害保险和团体医疗保险。

对本公司有重大影响的股东泰康人寿之母公司泰康保险集团股份有限公司控制的企业泰康养老保险股份有限公司北京分公司（以下简称“泰康养老北京”）是一家全国知名的从事团体人寿保险业务的保险公司，公司向其购买团体意外伤害保险和团体医疗保险符合商业逻辑。报告期各期，公司向泰康养老北京购买保险服务的情况如下：

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2020 年	2019 年	2018 年
泰康养老北京	向关联方购买保险服务	88.91	-	-

2020 年，公司向泰康养老北京购买的团体保险人均年保费为 1,100.00 元，

与2018年和2019年公司向友邦保险有限公司北京分公司购买的团体保险人均年保费金额不存在重大差异，因此，公司向泰康养老北京购买团体保险的作价公允，不存在利益输送。

2、补充披露的关联交易已履行相关决策程序

关于公司与泰康人寿、泰康保险集团股份有限公司控制的企业的关联交易情况履行的审议程序如下：

公司召开第二届董事会第三十一次会议审议通过了《关于确认公司关联交易情况的议案》，确认公司与泰康人寿、泰康保险集团股份有限公司控制的企业的关联交易符合公司当时经营发展的实际需要，价格公平、合理，不存在通过关联交易调节公司利润的情形，有利于公司业务发展，未损害公司及其他股东的利益。

公司独立董事审阅了公司报告期内与泰康人寿、泰康保险集团股份有限公司控制的企业的关联交易情况，认为：2019年和2020年公司与泰康人寿、泰康保险集团股份有限公司控制的企业的关联交易是正常的业务往来，交易事项真实，符合公司的经营发展战略，交易价格公平合理，按照市场价格执行，不存在损害公司及其他股东利益的情形。公司董事会在审议该关联交易事项时，表决程序合法、关联董事进行了回避，符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

3、不存在为公司承担成本费用、转移定价或其他利益安排情形

报告期内，公司与泰康人寿及泰康股份不存在交易，也不存在异常资金往来；公司与泰康人寿及泰康股份控制的企业之间的交易均为正常交易，均具有真实的商业背景，具有合理性和必要性，双方的交易价格公允，与公司向其他非关联方的销售和采购价格不存在重大差异。因此，泰康人寿、泰康保险集团股份有限公司及其控制的企业均不存在为公司承担成本费用、转移定价或其他利益安排的情形。

二、中介机构回复：

（一）按照中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》相关要求发表明确核查意见

根据中国证监会《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》，中介机构

在尽职调查过程中,应当尊重企业合法合理、正常公允且确实有必要的经营行为,如存在关联交易的,应就交易的合法性、必要性、合理性及公允性,以及关联方认定,关联交易履行的程序等事项,基于谨慎原则进行核查,同时请发行人予以充分信息披露,具体如下:

相关要求	针对发行人的核查意见
(1) 关于关联方认定。发行人应当按照《公司法》《企业会计准则》和中国证监会的相关规定认定并披露关联方。	经保荐机构、发行人律师将披露的关联方与《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和深交所业务规则中的有关规定进行比对,发行人已在《招股说明书》第七节之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“(一)关联方及关联关系”中完整、准确地披露了发行人的所有关联方,不存在重大遗漏。
(2) 关于关联交易的必要性、合理性和公允性。发行人应披露关联交易的交易内容、交易金额、交易背景以及相关交易与发行人主营业务之间的关系;还应结合可比市场公允价格、第三方市场价格、关联方与其他交易方的价格等,说明并摘要披露关联交易的公允性,是否存在对发行人或关联方的利益输送。 对于控股股东、实际控制人与发行人之间关联交易对应的收入、成本费用或利润总额占发行人相应指标的比例较高(如达到 30%)的,发行人应结合相关关联方的财务状况和经营情况、关联交易产生的收入、利润总额合理性等,充分说明并摘要披露关联交易是否影响发行人的经营独立性、是否构成对控股股东或实际控制人的依赖,是否存在通过关联交易调节发行人收入利润或成本费用、对发行人利益输送的情形;此外,发行人还应披露未来减少与控股股东、实际控制人发生关联交易的具体措施。	发行人《招股说明书》第七节之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“(二)关联交易”中已披露关联交易的交易内容、交易金额、交易背景以及相关交易与发行人主营业务之间的关系、交易价格的公允性问题,说明并摘要披露关联交易的公允性。 报告期内,发行人的关联交易符合有关法律、法规和规范性文件的规定,为有效的民事法律行为,关联交易必要、合理,定价公允,不存在对发行人或关联方的利益输送。 经核查,报告期内,发行人不存在与控股股东、实际控制人之间关联交易对应的收入、成本费用或利润总额占发行人相应指标的比例较高(如达到 30%)的情形。
(3) 关于关联交易的决策程序。发行人应当披露章程对关联交易决策程序的规定,已发生关联交易的决策过程是否与章程相符,关联股东或董事在审议相关交易时是否回避,以及独立董事和监事会成员是否发表不同意见等。	发行人《招股说明书》第七节之“十一、减少和规范关联交易的措施”之“(一)规范关联交易的制度安排”中已披露了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》和《关联交易管理制度》等规章制度对关联交易决策程序的规定。 发行人已按照《公司章程》及其他公司治理制度履行必要的关联交易决策程序,召开董事会、股东大会对发行人报告期内关联交易事项予以确认。发行人已发生关联交易的决策过程与《公司章程》及其他公司治理制度有关关联交易决策程序相符,关联股东、董事已在审议相关交易时回避,独立董事发表明确同意意见,监事会成员未发表不同意见。
(4) 关于关联方和关联交易的核查。保荐机构及发行人律师应对发行人的关联方认定,发行人关联交易信息披露的完整性,关联交易的必要性、合理性和公允性,关联交易是否影响发行人的独立性、是否可能对发行人产生重大不利影响,以及是否已履行关联交易决策程序等进行充分核查并发表意见。	保荐机构、发行人律师根据上述核查后认为,发行人已根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和深交所业务规则中的有关规定认定并完整披露发行人关联交易信息;报告期内,发行人关联交易与发行人主营业务相适应,关联交易必要、合理;关联交易定价公允,不存在对发行人或关联方的利益输送;报告期内,发行人关联交易已履行关联交易决策程序,不影响发行人独立性,未对发

相关要求	针对发行人的核查意见
	行人产生重大不利影响；发行人已发生关联交易的决策过程与发行人《公司章程》及其他公司治理制度有关关联交易决策程序相符。

（二）说明对发行人关联交易核查工作是否充分、谨慎，前次发表“发行人已完整、准确地披露了发行人的所有关联方和关联交易情况”的核查意见是否严谨、合理，是否履行了勤勉尽责义务

1、保荐机构、发行人律师根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和深交所业务规则中的相关规定对发行人关联交易进行充分、谨慎核查

《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和深交所业务规则中认定关联方的有关规定如下：

规则名称	规则内容
《公司法》	第二百一十六条 本法下列用语的含义： ……（四）关联关系，是指公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员与其直接或者间接控制的企业之间的关系，以及可能导致公司利益转移的其他关系。但是，国家控股的企业之间不仅因为同受国家控股而具有关联关系。
《企业会计准则第 36 号——关联方披露》	第四条 下列各方构成企业的关联方： （一）该企业的母公司。 （二）该企业的子公司。 （三）与该企业受同一母公司控制的其他企业。 （四）对该企业实施共同控制的投资方。 （五）对该企业施加重大影响的投资方。 （六）该企业的合营企业。 （七）该企业的联营企业。 （八）该企业的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员。主要投资者个人，是指能够控制、共同控制一个企业或者对一个企业施加重大影响的个人投资者。 （九）该企业或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员。关键管理人员，是指有权力并负责计划、指挥和控制企业活动的人员。与主要投资者个人或关键管理人员关系密切的家庭成员，是指在处理与企业的交易时可能影响该个人或受该个人影响的家庭成员。 （十）该企业主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业。
《深圳证券交易所创业板股票上市规则》	7.2.2 上市公司的关联人包括关联法人和关联自然人。 7.2.3 具有下列情形之一的法人或者其他组织，为上市公司的关联法人： （一）直接或者间接控制上市公司的法人或者其他组织；

规则名称	规则内容
	(二) 由前项所述法人直接或者间接控制的除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织； (三) 由本规则第 7.2.5 条所列上市公司的关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织； (四) 持有上市公司 5%以上股份的法人或者一致行动人； (五) 中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的法人或者其他组织。 7.2.4 上市公司与本规则第 7.2.3 条第二项所列法人受同一国有资产管理机构控制而形成第 7.2.3 条第二项所述情形的，不因此构成关联关系，但该法人的董事长、经理或者半数以上的董事属于本规则第 7.2.5 条第二项所列情形者除外。 7.2.5 具有下列情形之一的自然人，为上市公司的关联自然人： (一) 直接或者间接持有上市公司 5%以上股份的自然人； (二) 上市公司董事、监事及高级管理人员； (三) 直接或者间接控制上市公司的法人或者其他组织的董事、监事及高级管理人员； (四) 本条第一项至第三项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母； (五) 中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的自然人。 7.2.6 具有下列情形之一的法人或者自然人，视同为上市公司的关联人： (一) 因与上市公司或者其关联人签署协议或者作出安排，在协议或者安排生效后，或者在未来十二个月内，具有本规则第 7.2.3 条或者第 7.2.5 条规定情形之一的； (二) 过去十二个月内，曾经具有第 7.2.3 条或者第 7.2.5 条规定情形之一的。

保荐机构、发行人律师获取了发行人董监高调查表以及报告期内的客户和供应商明细表，取得了发行人股东、实际控制人的调查表，取得了发行人控股股东及实际控制人董监高的调查表，查阅了《审计报告》，通过查阅发行人与依据上表所列规则识别出的关联方之间的原始交易凭证、资金往来、访谈、函证以及与非关联方之间的交易价格进行比较等方法，对依据上表所列规则识别出的关联交易进行了核查，核查工作充分、谨慎。

2、前次发表的核查意见，未将识别出的与泰康人寿及泰康股份控制的企业之间交易认定为关联交易，但发行人已在《招股说明书》披露了与该等关联方之间的重要交易情况

泰康人寿作为持有发行人 5%以上股份的法人，根据《公司法》、《企业会计

准则第 36 号——关联方披露》和深交所业务规则，泰康人寿及其一致行动人系发行人的关联方，但并未明确规定泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业系发行人的关联方，故发行人及中介机构在截至 2021 年 4 月底的历次申报文件中未将泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业认定为发行人的关联方，未将发行人与泰康人寿及泰康股份控制的企业间的交易认定为关联交易。

但保荐机构、发行人律师已经对发行人与泰康人寿及泰康股份控制的企业之间的重要交易进行了充分核查，核查程序包括但不限于获取交易明细、查阅交易合同、函证交易金额等；且发行人已经在 2021 年 4 月 19 日出具的《招股说明书》“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、发行人资产质量、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）资产质量分析”之“2、流动资产分析”之“（3）应收账款”中披露了发行人与泰康同济（武汉）医院、武汉泰康医院有限公司、泰康仙林鼓楼医院有限公司等泰康人寿及泰康股份控制的企业之间的交易情况，并在 2021 年 4 月 19 日出具的《招股说明书》“第六节 业务和技术”之“三、发行人销售情况及主要客户”之“（十）东方科仪、宏盛瑞泰、君联益康、国科嘉和金源等 23 名发行人股东及其股东、实际控制人、合伙人、董监高对外投资的企业中是否存在是发行人客户的情形及交易的真实性、公允性”中披露了发行人与海南泰康拜博口腔医院有限公司的交易情况。

2021 年 5 月，保荐机构和发行人律师在自查时发现，根据《企业会计准则解释第 13 号》和《监管规则适用指引——会计类第 1 号》中关于关联方的有关规定，泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业构成发行人的关联方，具体规定如下：

规则名称	规则内容
《企业会计准则解释第 13 号》	除第 36 号准则第四条规定外，下列各方构成关联方，应当按照第 36 号准则进行相关披露：（一）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；（二）企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。
《监管规则适用指引——会计类第 1 号》	投资方有权力向被投资单位委派董事，一般可认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确的证据表明其不能参与被投资单位的财务和经营决策。

根据上述规定，发行人主动在 2021 年 5 月 20 日出具的《招股说明书》中补充披露了泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业构成关联方的相关情况及将发行人与泰康人寿及泰康股份控制的企业间的交易追认为关联交易，发行人亦

于同月召开董事会，追认了上述关联交易，发行人的独立董事亦已发表独立意见。

综上，保荐机构、发行人律师已经根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和深交所业务规则中的相关规定对发行人关联交易进行充分、谨慎核查；发行人在首次问询函回复中发表的“发行人已完整、准确地披露了发行人的所有关联方和关联交易情况”的核查意见也是保荐机构和发行人律师基于上述核查发表的结论。此外，保荐机构、发行人律师已经对发行人与泰康人寿及泰康股份控制的企业之间的重要交易进行了充分核查，并在 2021 年 4 月 19 日出具的《招股说明书》的“第六节”及“第八节”进行了相关交易金额的披露，保荐机构、发行人律师已经履行勤勉尽责义务。但由于保荐机构、发行人律师未能充分理解《企业会计准则解释第 13 号》和《监管规则适用指引——会计类第 1 号》中关于关联方认定的相关规定，导致未将发行人与泰康人寿及泰康股份控制的企业之间的交易认定为关联交易，未将该等交易作为关联交易披露。在 2021 年 5 月，发行人已经主动在《招股说明书》中补充披露了泰康人寿及泰康股份控制的企业及合营企业构成关联方的相关情况并将发行人与泰康人寿及泰康股份控制的企业间的交易追认为关联交易，该等关联交易已经履行了董事会的追认程序。因此，保荐机构、发行人律师对发行人关联交易的核查工作充分、谨慎，已勤勉尽责，截至本次审核中心意见落实函回复出具之日，发行人已完整、准确地披露了所有关联方及关联交易。

三、中介机构内核回复

1、保荐人内核及质控部回复

保荐人内核及质控部门针对项目组就发行人关联交易的相关核查工作的充分性和有效性履行了以下质量控制工作：

（1）前置审核阶段

2020 年 5 月 19 日至 2020 年 5 月 22 日，保荐机构内核部门及质控部门对国科恒泰首次公开发行股票并在创业板上市项目进行了现场核查，在质量控制报告的问题 2 中，关注了以下事项：

请说明对于分销模式（批发、长期寄售、短期寄售模式下）销售收入真实性、是否存在关联关系、终端销售履行的核查程序和核查结果。

在前置审核过程中，重点执行了以下工作：

①查阅了发行人股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的调查表，复核了发行人出具的公司与主要供应商和客户之间关联关系情况的说明；

②查阅了不同模式下主要客户基本情况表，抽查了走访资料、主要客户是否存在关联关系的书面说明，抽查了报告期内主要客户、供应商的企业信用报告；

③查阅了主要关联方的企业信用报告等文件；

④查阅了发行人的关联交易协议及相关的支付凭证等；

⑤查阅了与关联交易相关的市场价格数据、与无关联第三方发生的交易价格核查资料等文件；

⑥查阅了与关联交易相关的管理制度和会议资料，判断是否按照公司章程或其他规定履行了必要的批准程序，决策过程是否与章程相符，关联股东或董事在审议相关交易时是否回避表决，独立董事对关联交易履行的审议程序是否合法及交易价格是否公允是否发表了明确意见；

⑦复核了项目组对于发行人及其控股股东、实际控制人、发行人董事长、在发行人处任职的董监高提供的银行流水核查说明；

⑧查阅了项目组对发行人关联方的访谈记录。

（2）问核及内核阶段

内核部于 2020 年 6 月 1 日组织实施了问核程序，并于 2020 年 6 月 2 日召集保荐承销及并购重组内核委员召开了内核会议，因创业板注册制改革，2020 年 7 月 8 日再次召开内核会议。

问核阶段关于关联交易关注了以下问题：

上海团傲贸易中心、北京嘉星诺贸易有限公司、济南东本商贸有限公司均为 2019 年新增经销商，销售收入分别为 2,985.84 万元、2,576.50 万元和 2,301.77 万元，请项目组说明上述新增经销商 2019 年可以实现较高营业收入的背景原因，其终端销售及期末库存的核查情况，是否存在关联关系的核查情况。

内核委员会会议未提出关于关联交易的问题。

在内核过程中，重点执行了以下工作：

①查阅了项目组对上海团傲贸易中心、北京嘉星诺贸易有限公司、济南东本商贸有限公司的访谈，了解其 2019 年可以实现较高营业收入的背景原因以及其终端销售及期末库存的情况。

②复核了项目组对于三家公司上海团傲贸易中心、北京嘉星诺贸易有限公司、济南东本商贸有限公司函证的回函。

③查阅了上海团傲贸易中心、北京嘉星诺贸易有限公司、济南东本商贸有限公司是否存在关联关系的说明。

(3) 更新财务数据及反馈回复阶段

在更新发行人财务数据及回复交易所问询过程中，关于关联交易问题，保荐机构内核部门及质控部门履行了如下核查程序：

在回复交易所问询过程中：

①复核了发行人股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员调查表，复核了发行人出具的《关于本公司与主要供应商之间的关联关系和业务往来声明》，确认主要客户或供应商与发行人、发行人股东、董事、监事、核心技术人员及其它关联方之间是否存在关联关系和业务往来。

②复核了公司主要机构股东出具的调查表，主要机构股东及最终投资人、机构股东关键管理人员（法人机构股东则为董事、监事、高级管理人员、核心技术人员，下同）及其关系密切的家庭成员与公司的客户及供应商是否存在关联关系或其他利益关系（包括但不限于亲属、持股、任职关系）的承诺或说明。

③复核了不同模式下主要客户基本情况表，抽查了走访资料、主要客户是否存在关联关系的书面说明。

④查阅了发行人与苏州杰成子公司签署的《经销合同》，以及与上海方承签署的购销合同；查阅了发行人子公司福建优智链向苏州杰成的采购明细表、苏州杰成向其他客户销售的销售订单；查阅了上海杰骋人造心脏瓣膜的销货明细表。

⑤查阅了苏州杰成和上海方承的企业信用报告；查阅了苏州杰成前三大股东中苏州通和、通盛生命科学香港有限公司的公司章程，以及 Movat Medical

Limited 的企业信用报告；查阅了苏州杰成主要股东苏州通和、通盛生命科学香港有限公司出具的与发行人及发行人控股股东、实际控制人、董监高存在关联关系的说明。

⑥查阅了项目组对苏州杰成的相关人员访谈，了解双方之间合作背景、采购价格定价依据、定价的公允性以及是否存在替发行人承担成本费用、转移定价或其他利益安排情形；复核了项目组对发行人子公司福建优智链的负责人进行访谈，了解福建优智链向苏州杰成的采购价格高于其向其他客户的销售价格原因。

⑦查阅了项目组对上海方承及甘宁俊等相关人员进行的访谈，了解双方之间购销交易的背景、采购价格定价依据、定价的公允性以及是否存在替发行人承担成本费用、转移定价或其他利益安排情形；了解甘宁俊辞去上海方承董事的原因。

⑧查阅了泰康人寿与发行人及发行人的创始股东签署的《股东协议》。

⑨复核了项目组对于发行人及其控股股东、实际控制人、发行人董事长、在发行人处任职的董监高及其关系密切人员提供的银行流水核查说明，确认前述主体与陈连勇是否存在资金往来。

⑩查阅了项目组对陈连勇的访谈，了解其不再担任发行人董事的原因及是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高及其关系密切人员存在资金往来。

在更新发行人财务数据阶段，复核了主要客户和主要供应商的核查资料；复核发行人股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的调查表的更新事项以及前置审核阶段重点关注的关联方和关联交易事项相关的更新事项。

在更新 2021 年 5 月 20 日出具的《招股说明书》阶段，查阅了泰康人寿、泰康保险集团股份有限公司的年度报告，并与发行人的客户、供应商进行比对，查阅了公司针对此项增补的关联交易履行的董事会审议程序及独立董事关于关联交易的意见；与项目组沟通了发行人关于关联交易事项的自查情况及项目组的复核情况。

经审核，保荐人内核及质控部门认为：针对项目组对关联交易的相关核查工作在所有重大方面充分、有效。

2、发行人律师内核回复

根据《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定及本所《证券、基金业务内核管理办法》及相关内核指引的要求，就发行人关联交易核查事项，本所内核部门对项目组编制的历次查验计划及工作底稿进行了检查、复核，对项目组拟定的相关法律意见进行了审核，经内核委员表决通过后，同意本所为发行人本次发行上市项目出具相关法律意见。

在发行人关联交易核查事项履行了必要的内核程序后，本所内核部门认为项目组已根据有关法律、法规、规范性文件和中国证监会、深交所的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，对发行人关联交易事项履行了必要的、充分的核查程序，相关工作底稿完整、齐备，所发表的法律意见不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

问题五、关于院端直销业务收入。审核问询回复显示：（1）报告期内院端直销业务收入核算由净额法变为总额法；（2）发行人与院端直销模式下供应商签订的合同，供应商将货物交付到发行人指定地点，发行人在销售前取得了该商品控制权，发行人需要承担货物相应的存货风险。请发行人：（一）院端直销模式下，供应商存货系直接发往医院还是发行人仓库，该模式下如何体现发行人在销售前取得了该商品的控制权并且承担相应的存货风险，招股说明书及前次审核问询回复是否准确；（二）结合院端直销模式下的业务流程、工作内容、《企业会计准则》及相关规定，分析发行人在院端直销业务中是否对客户承担主要风险、是否承担存货风险、是否拥有定价权等，进一步说明发行人院端直销业务采用总额法核算的准确性。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

一、发行人回复：

（一）院端直销模式下，供应商存货系直接发往医院还是发行人仓库，该模式下如何体现发行人在销售前取得了该商品的控制权并且承担相应的存货风险，招股说明书及前次审核问询回复是否准确。

1、院端直销业务模式初期，为降低仓库仓储配送成本，由上游供应商直接

将存货配送至医院，2020 年下半年开始，由于集中配送的成本效益逐步体现，院端直销业务已逐步过渡到由供应商将存货存放于公司的自有仓库

公司自 2017 年起开展院端直销业务，该业务采用以销定采的业务模式，即上游供应商按照与公司的约定将存货交付到公司的指定地点后，公司与上游供应商办理存货的验收手续，收货后公司承担商品的毁损、丢失等风险，并根据终端医疗机构的需求自主开展销售。从存货所有权的角度来看，院端直销业务模式下由于是以销定采，在医院消耗完成后根据具体消耗产品的情况确认收入与采购，实现所有权的转移，但在公司办理完存货的验收手续至医院实际消耗产品的期间，属于供应商将存货寄售在公司并由公司负责存货的具体保管并自主开展销售，公司在收货后实现了对存货的实际控制。

在院端直销业务开展初期，由于院端直销业务的规模尚小，由上游供应商将存货寄售在公司自有仓库再由公司按客户需求直接配送至医院的模式难以形成规模效应，公司与上游供应商约定，由上游供应商直接将存货配送至医院，由公司人员验收后负责存货的入院管理，具体而言，公司在取得医院合格供应商的前提下，按医院的需求向上游供应商发出采购通知，并由公司专人在院端与上游供应商办理存货的交接手续并验收后将存货储存在医院的仓库或消毒中心，公司收货后能控制该存货并承担该存货的相关风险，公司在与上游供应商的合同中明确约定：“乙方（公司）按照国家药监相关规定负责所采购产品在库储存管理，并根据国家药监规定承担在库产品的相关责任义务，以及负责后续产品销售及相关物流配送”，因此，根据合同约定，公司在指定地点收货后负责存货管理，若由于管理不善等原因导致存货发生毁损灭失，公司需要承担相应的赔偿责任。

公司负责院端直销业务在院端的存货管理，在医院仓库或消毒中心与上游供应商办理交接手续并验收后，公司控制该等存货，后续根据医院的手术订单，公司会提供存货配合、打包、消毒等一系列院端服务，公司按与医院签订的合同价格或挂网的公示价格向医院销售并开具发票收取款项。

随着公司院端业务规模的逐步扩大，公司集中配送的成本效益逐步体现。从 2020 年下半年起，对于院端直销业务，公司陆续要求上游供应商将存货存规模化存放于公司的自有仓库，与此前在医院进行交接存货的方式类似，公司在自有仓库收货后能够控制该存货并承担该存货的相关风险。后续，公司根据医院的手

术订单需求，由公司对存货进行配台、打包并自公司的仓库配送至医院。在存货到达医院后，公司会相应提供手术前的消毒并配合医生进行手术准备等服务，在手术完成后，公司按与医院签订的合同价格或挂网的公示价格对医院销售并开具发票收取款项，同时公司按医院实际消耗并根据与供应商签订采购合同的采购价格、付款条件等与供应商进行采购结算。对于骨科材料等特殊性质的医疗器械，由于手术前需要配备的规格型号较多，而手术中只会根据病人的实际需求消耗部分型号，手术后，公司需要将未使用的存货消毒、打包并配送回公司的自有仓库。

目前公司的院端直销业务已由供应商直发医院由公司在院端收货的模式逐步过渡到供应商将存货存放于公司的自有仓库，由公司就近对服务半径内的终端医疗机构进行配送的模式。

2、在院端直销业务模式下，公司在销售前取得了该商品的控制权并且承担相应的存货风险，招股说明书及前次审核问询回复准确

不论是院端直销业务开展的初期还是目前公司在自有仓库管理供应商寄售存货的方式，院端直销业务的实质均为根据终端医疗机构的实际消耗同时确认对上游供应商的采购与对终端医疗机构的销售，也即“以销定采”。从存货的流程管理来看，从公司与上游供应商办理存货的交接手续并验收后负责商品的管理并控制该等存货，承担商品的毁损、丢失等风险。在公司取得存货控制权之后，公司会根据医院的手术订单需求提供存货配台、打包、消毒等一系列院端服务，并在医院实际消耗后确认销售收入与采购。因此，公司在销售前取得了该商品的控制权并且承担相应的存货风险。公司在招股说明书及前次审核问询函中的相关回复内容表述准确。

（二）结合院端直销模式下的业务流程、工作内容、《企业会计准则》及相关规定，分析发行人在院端直销业务中是否对客户承担主要风险、是否承担存货风险、是否拥有定价权等，进一步说明发行人院端直销业务采用总额法核算的准确性。

1、公司在院端直销业务中对客户承担主要风险

在院端直销业务中，公司分别与上游供应商、下游客户独立签订合同。

（1）根据公司与医院签署的合同，公司独立承担与销售活动相关的产品交

付责任。

公司在取得医院合格供应商（即医院户头）的前提下，独立与医院签订合同，具体如下：

院端直销业务下公司与医院签署的合同相关条款如下（乙方为公司、甲方为医院）：

“供货时间及地点：乙方必须保证在接到甲方的书面或电话订货通知后及时将货物送至甲方指定的收货地点，有送货时间要求的，按甲方要求执行。

验收：乙方将医疗耗材送到甲方后，甲方对产品名称、规格型号、数量生产批号、灭菌批号、有效期、生产单位、产品注册证、经营许可证合格标识、质量检验报告等进行查验核对。查验无误后需要进行消毒的交供应室消毒使用。

甲方有权对产品的内在质量进行检验，检验结果不符合相关质量标准的，甲方应于收到检验报告后【】日内向乙方提出质量异议。乙方认可的，应将产品作退货处理；乙方不认可的，可以共同委托质量监督（检验）机构进行质量检验或鉴定，或者协商处理办法；检验费用，合格时由甲方承担；不合格时由乙方承担。做退货处理或者经检验不合格的，视为没有按时供货，乙方应承担相应违约责任。

违约责任：乙方不能按时供货或所送货物名称和质量与甲方要求不相符，甲方可终止该项合同，甲方有权拒收乙方货物及更换公司，并取消其供货资格及解除相应买卖合同，乙方需对其违约行为向甲方予以赔偿，赔偿金为违约部分货物价款的【】。

乙方投标时提供虚假的生产经营资质文件的，甲方可随时解除合同，本合同所约定的违约金、赔偿金及应承担的合同责任，其中乙方应向甲方支付的，甲方有权直接在应付货款中直接扣除乙方应保证出具的结算发票信息真实，否则由此造成的损失，甲方不承担任何责任”。

(2)根据公司与供应商签署的合同，公司有权以自己的名义向供应商追偿。

院端直销业务下，公司与供应商签订的合同相关主要条款如下（乙方为公司，甲方为供应商）：

“甲方承诺，因合同产品生产厂家的负面信息或合同产品的质量产生的医疗

纠纷问题而导致其他方（包括授权合作医院）向乙方提出的权利主张、索赔、诉讼、仲裁等要求给乙方造成的损失，乙方有权向甲方进行追偿，甲方应协助乙方对合作医院进行催款服务。”

综上，根据院端直销业务的业务流程、工作内容、及公司与上下游的合同约定，公司在取得医院合格供应商的前提下分别对医院和供应商负责，以自己的名义承担对医院的供货、退货责任，同时也以自己名义向供应商追责，这一点表明公司对客户承担了主要风险。

2、公司在院端直销业务中承担存货风险

从业务流程和工作内容上看，无论是在院端直销业务开展初期还是目前公司在自有仓库管理寄售存货的方式，公司自上游供应商交接验收商品后需要负责商品的管理并控制该等存货，承担商品的毁损、丢失等风险。在公司取得存货控制权之后，公司会根据医院的手术订单需求，提供存货配台、打包、消毒等一系列院端服务，并在医院实际消耗后确认销售收入与采购。因此，公司在销售前取得了该商品的控制权并且承担相应的存货风险。

根据公司与供应商签署的合同，公司在转让商品之前承担了该商品的存货风险，在向客户转让商品前能够控制该商品，与存货风险相关的条款如下：“乙方向甲方采购合同产品，乙方按照国家药监相关规定负责所采购产品在库储存管理，并根据国家药监规定承担在库产品的相关责任义务，以及负责后续产品销售及相关物流配送，乙方与甲方的结算方式为甲方先将合同产品寄售给乙方，乙方根据医院实际最终确定的采购使用合同产品清单明细与甲方做财务结算。产品寄售期间，寄售产品的所有权属于甲方。”

综上，根据院端直销业务的业务流程、工作内容、及公司与上下游的合同约定，供应商将货物交付到公司的指定地点（医院的仓库或消毒中心、公司的自有仓库）后，公司在验收商品后负责商品的管理，承担相应的毁损、灭失风险，并根据终端医疗机构的需求自决定销售行为。从存货所有权的角度来看，院端直销业务模式下由于是以销定采，在医院消耗完成后根据具体消耗产品的情况确认收入与采购，实现所有权的转移，但在公司办理完存货的验收手续至医院实际消耗产品的期间，属于供应商将存货寄售在公司并由公司负责存货的具体保管并自主

开展销售，公司在收货后实现了对存货的实际控制。因此，公司在销售前取得了该商品的控制权，承担了存货风险。

3、公司在院端直销业务下销售价格通常按公司与医院签订的合同价格或挂网的公示价格，上游供应商无法决定销售价格

在实际业务中，公司在院端直销业务下的销售价格通常按公司与医院签订的合同价格或挂网的公示价格，上游供应商无法决定销售价格。

根据公司与医院签订的协议，与产品价格相关的条款如下：“双方根据医用耗材议价结果达成医疗耗材买卖协议，如果采购价格高于省标挂网采购中间价格和本院历史交易价格，按两价格中的低值执行。产品价格根据国家相关政策，实行动态管理。”

根据公司与上游供应商签订的协议，与产品价格相关的条款如下：“与产品价格相关的条款：甲乙双方的订货价格须按照甲乙双方在附件中约定的采购价执行。如遇国家发改委或相关行政主管部门降价、地方招标降价及其他政策因素引起的价格变动，甲乙双方友好协商相应调整后续订单采购价格。乙方的采购价详见附件产品采购清单产品价目表，若国家或市场销售价发生变更，双方友好协商对寄售商品乙方的采购价调整方案。”

综上，根据院端直销业务的业务流程、工作内容、及公司与上下游的合同约定，供应商无法决定销售价格。公司向医院销售产品的价格通常按公司与医院签订的合同价格或挂网的公示价格，根据合同，公司需要承担销售价格变化的风险。

4、根据《企业会计准则》及相关规定，公司院端直销业务采用总额法核算准确

《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》、《企业会计准则第 14 号—收入（应用指南 2018）》、《上市公司执行企业会计准则案例解析》（2019）、《监管规则适用指引——会计类第 1 号》中关于总额法核算的相关规定如下：

规则名称	规则内容
《企业会计准则第 14 号—收入（2017 年修订）》第三十四条	企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的

规则名称	规则内容
	价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。 企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括： A、企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户；B、企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务；C、企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。 在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括： A、企业承担向客户转让商品的主要责任；B、企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险；C、企业有权自主决定所交易商品的价格；D、其他相关事实和情况。
《企业会计准则第 14 号——收入（应用指南 2018）》中主要责任人或代理人的判断原则	企业在判断其是主要责任人还是代理人时，应当根据其承诺的性质，也就是履约义务的性质，确定企业在某项交易中的身份是主要责任人还是代理人。企业承诺自行向客户提供特定商品的，其身份是主要责任人；企业承诺安排他人提供特定商品的，即为他人提供协助的，其身份是代理人。 企业应当首先识别向客户提供的特定商品，然后企业应当评估特定商品在转让给客户之前，企业是否控制该商品。企业在将特定商品转让给客户之前控制该商品的，企业为主要责任人；相反，企业在特定商品转让给客户之前不控制该商品的，企业为代理人。
《上市公司执行企业会计准则案例解析》（2019）案例 6-01 大宗商品贸易收入总额法案例解析	本案例中，不能简单按照签订合同的先后顺序评估特定商品在转让客户之前企业是否能控制该商品。贸易公司承诺向客户提供大宗商品或者代表提货权的仓单，并非承诺安排他人向客户提供商品。在特定的商品转让给客户之前，贸易公司先控制了该商品，然后转让商品虽然控制商品时间很短。因此，贸易公司在向客户转让商品之前控制商品。 从客户的角度看，贸易公司是其供应商并承担提供商品的主要责任，虽然贸易公司可能因承担商品质量责任向其供应商追索。 以销定采、零存货是贸易公司的内部管理手段，也是当前技术条件下企业降低成本的先进管理方法，不能将其作为判断总额法和净额法的依据。如果合同明确表明贸易公司与客户和供应商单独签订合同，就货物质量向客户承担责任，很难仅依据毛利较低、购货合同与销货合同数量相同、与客户和供应商交割时间几乎一致，否认贸易公司在向客户转让特定商之前控制特定商品。 就本案例而言，贸易公司采用总额法确认收入是合理的。
《监管规则适用指引——会计类第 1 号》中关于按总额或净额确认收入的相关指引	根据收入准则的相关规定，企业向客户销售商品或提供劳务涉及其他方参与其中时，应当根据合同条款和交易实质，判断其身份是主要责任人还是代理人。企业在将特定商品或服务转让给客户之前控制该商品或服务的，即企业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，为主要责任人，否则为代理人。在判断是否为主要责任人时，企业应当综合考虑其是否对客户承担主要责任、是否承担存货风险、是否拥有定价权以及其他相关事实和情况进行判断。企业应当按照有权向客户收取的对价金额确定交易价格，并计量收入。主要责任人应当按照已收或应收的对价总额确认收入，代理人应当按照预期有权收取的佣金或手续费（即净额）确认收入。

根据上述《企业会计准则》及相关规定，公司院端直销业务应采用总额法核算，主要原因是：

（1）院端直销模式下，公司在取得医院合格供应商的前提下分别对医院和供应商负责，以自己的名义承担对医院的供货、退货责任，同时也以自己名义向供应商追责，这一点表明公司承担了销售的首要责任。

(2)院端直销模式下,公司在验收商品后负责商品的管理并控制该等存货,承担相应的毁损、灭失风险。在公司取得存货控制权之后,公司会根据医院的手术订单需求,提供存货配台、打包、消毒等一系列院端服务,并在医院实际消耗后确认销售收入与采购。因此,公司在销售前取得了该商品的控制权,公司承担了存货风险。

(3)根据公司与医院签订的销售合同、及与供应商签订的采购合同中关于商品价格的约定,供应商无法决定销售价格。公司向医院销售产品的价格通常按公司与医院签订的合同价格或挂网的公示价格,根据合同,公司需要承担销售价格变化的风险。

5、院端直销业务采用总额法确认与同行业公司的核算方法一致

同行业公司中,亦将以销定采的院端直销业务以总额法进行核算,具体如下:

公司	确认方法
瑞康医药(002589.SZ)	公司的业务结构以规模以上医院及基础医疗市场的直接销售为主,客户主要是规模以上医院,公司通过在医疗市场的深度耕耘与客户建立了稳定的合作关系,通过与医疗终端稳定的配送关系,公司建立了以销定采为主的业务模式,通过系统库存上下限管理,可以合理确定月度商品的采购量避免存货积压的风险;通过关注近效期的商品与供应商达成退换货条款避免造成存货的过期损失。 公司商品销售主要为医疗器械的批发、零售; 药品的仓储、配送等。公司一般负责将货物运送至指定交货地点,将货物交付客户验收并取得签收单后,客户取得货物控制权,公司确认销售商品收入
安徽聚赢医疗科技有限公司	以销定采的直销业务,公司全额确认对医院的销售金额。

由上表可见,对于以销定采的直销业务,瑞康医药、安徽聚赢医疗科技有限公司等同行业公司采用总额法确认收入符合行业惯例。

综上,根据院端直销模式的业务流程和工作内容,公司在取得医院合格供应商的前提下分别对医院和供应商负责,以自己的名义承担对医院的供货、退货责任,同时也以自己名义向供应商追责,公司对客户承担了主要风险;上游供应商将货物交付到公司的指定地点(医院的仓库或消毒中心、公司的自有仓库)后,公司在验收商品后负责商品的管理,承担相应的毁损、灭失风险,并根据终端医疗机构的需求自主开展销售。从存货所有权的角度来看,院端直销业务模式下由于是以销定采,在医院消耗完成后根据具体消耗产品的情况确认收入与采购,实现所有权的转移,但在公司办理完存货的验收手续至医院实际消耗产品的期间,属于供应商将存货寄售在公司并由公司负责存货的具体保管并自主开展销售,公

公司在收货后实现了对存货的实际控制。因此，公司在销售前取得了该商品的控制权，承担了存货风险；公司对医院的销售价格通常按公司与医院签订的合同价格或挂网的公示价格，供应商无法决定销售价格，公司需要承担销售价格变动的风险。因此，公司在院端直销模式采用全额法确认收入符合《企业会计准则》及相关规定，且与同行业公司的会计核算方式一致。

二、中介机构回复：

（一）核查过程

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1、访谈发行人的相关业务负责人，了解院端直销业务的业务流程，了解发行人是否在院端直销业务中对客户承担主要风险、是否承担存货风险、是否有定价权；

2、对院端直销业务进行穿行测试，了解院端直销业务全流程；

3、检索行业公开数据、政策资料、研究报告、同行业上市公司年度报告等，了解同行业上市公司的业务分类、模式分类及会计处理情况；

4、访谈发行人同行业公司，了解同行业公司的业务模式及相应收入确认原则；

5、获取发行人院端直销业务下与供应商签订的采购合同，查阅采购合同中关于存货风险、产品赔偿责任及产品价格的相关约定；

6、获取发行人院端直销业务下的销售合同，查阅合同中关于验收流程、违约责任、产品价格的相关约定；

7、结合《企业会计准则第 14 号—收入》、《企业会计准则第 14 号—收入（应用指南 2018）》中适用总额法和净额法的相关规定、《上市公司执行企业会计准则案例解析》（2019）的相关案例及《监管规则适用指引—会计类第 1 号》的解释说明，分析发行人采用总额法核算院端直销收入的合规性。

（二）核查意见

保荐机构、申报会计师核查意见：

在院端直销业务，发行人在销售前取得了该商品的控制权并且承担相应的存货风险，发行人在招股说明书及前次审核问询函中的相关回复内容表述准确。

根据院端直销模式的业务流程和工作内容，发行人在取得医院合格供应商的前提下分别对医院和供应商负责，以自己的名义承担对医院的供货、退货责任，同时也以自己名义向供应商追责，发行人对客户承担了主要风险；上游供应商将货物交付到发行人的指定地点（医院的仓库或消毒中心、公司的自有仓库）后，发行人在验收商品后负责商品的管理，承担相应的毁损、灭失风险，并根据终端医疗机构的需求自主开展销售。从存货所有权的角度来看，院端直销业务模式下由于是以销定采，在医院消耗完成后根据具体消耗产品的情况确认收入与采购，实现所有权的转移，但在发行人办理完存货的验收手续至医院实际消耗产品的期间，属于供应商将存货寄售在发行人并由发行人负责存货的具体保管并自主开展销售，发行人在收货后实现了对存货的实际控制。因此，发行人在销售前取得了该商品的控制权，承担了存货风险；发行人对医院的销售价格通常按发行人与医院签订的合同价格或挂网的公示价格，供应商无法决定销售价格，发行人需要承担销售价格变动的风险。因此，发行人在院端直销模式采用全额法确认收入符合《企业会计准则》及相关规定，且与同行业公司的会计核算方式一致。

问题六、关于返利。审核问询回复显示：（1）发行人主营业务毛利受产品的购销差价和上下游返利的影响；（2）公司将确认的供应商返利按照销售进度冲减主营业务成本，将确认给予经销商的返利冲减主营业务收入，报告期内前述两项的差额分别为 6,631.25 万元、9,455.26 万元和 14,261.33 万元，占当期主营业务毛利总额的 17.34%、16.23%和 20.99%，占当期净利润的 50.91%、45.06%和 67.63%。请发行人：（一）说明来自于客户返利和供应商返利的类型、金额及计算依据，相关返利是否均具有书面合同约定，发行人针对返利的内部控制制度及执行情况；（二）进一步分析报告期内收到和支付返利金额波动的原因及合理性，报告期内收到和支付返利差额逐年增长的原因及合理性；发行人收到和支付返利的会计处理，是否存在在不同期间调节收到和支付返利，调节净利润的情形。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

（一）说明来自于客户返利和供应商返利的类型、金额及计算依据，相关返利是否均具有书面合同约定，发行人针对返利的内部控制制度及执行情况。

发行人回复：

1、供应商返利

报告期各期，公司确认的供应商返利分别为 30,221.50 万元、42,452.41 万元和 43,186.46 万元，公司将确认的供应商返利按照销售进度冲减主营业务成本，报告期各期的金额分别为 28,811.97 万元、38,673.49 万元和 40,941.91 万元。

公司确认的供应商返利主要分为季度采购返利和特殊返利两大类，其中，季度采购返利政策较为稳定，系按事先约定的条件，公司根据当季度的采购金额自供应商获得的返利；特殊返利系供应商在特定时期，针对某些特定产品推出的临时性返利政策。供应商特殊返利主要分为上游补偿经销商季度返利、价格优惠返利、平台价差补偿和特殊红票传导返利四大类。

（1）供应商返利的类型及金额

①公司确认的供应商返利按照不同类型的金额列示如下：

单位：万元

返利类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
季度采购返利	15,500.48	35.89%	13,942.65	32.84%	7,433.01	24.60%
上游补偿经销商季度返利	751.68	1.74%	2,190.87	5.16%	850.58	2.81%
价格优惠返利	9,150.70	21.19%	7,486.56	17.64%	6,574.52	21.75%
平台价差补偿	5,648.47	13.08%	4,888.91	11.52%	1,362.94	4.51%
特殊红票传导返利	12,135.13	28.10%	13,943.42	32.84%	14,000.45	46.33%
合计	43,186.46	100.00%	42,452.41	100.00%	30,221.50	100.00%

②公司根据确认的供应商返利销售进度冲减主营业务成本，按照不同类型的金额列示如下：

单位：万元

返利类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例

季度采购返利	14,322.93	34.98%	11,096.99	28.69%	7,101.37	24.65%
上游补偿经销商季度返利	751.68	1.84%	2,190.87	5.67%	850.58	2.95%
价格优惠返利	9,189.22	22.44%	7,465.13	19.30%	6,319.02	21.93%
平台价差补偿	4,542.95	11.10%	3,977.08	10.28%	540.54	1.88%
特殊红票传导返利	12,135.13	29.64%	13,943.41	36.05%	14,000.45	48.59%
合计	40,941.91	100.00%	38,673.49	100.00%	28,811.97	100.00%

(2) 供应商返利各类型的确认依据及对下游的传导方式

返利类型	返利确认依据	是否需要传导下游	传导下游的方式
季度采购返利	根据供应商与公司的协议约定，返利的确定依据包括：公司采购指标的达成情况和及时程度、二级经销商和供应商对公司提供服务的满意度、公司上报数据的及时性等；不同厂商不同产品线返利比例会存在差异。	否	不适用
上游补偿经销商季度返利	根据美敦力等部分供应商与公司的协议约定，公司给予采购该等供应商产品的经销商季度返利，公司可以向该等供应商申请相应金额的补偿。	是	返利传导（对应下游返利类型“季度或年度返利”）
价格优惠返利	根据供应商关于产品价格优惠的指导政策，以下游客户向公司申请特殊的折扣订单作为结算依据，价格优惠幅度随供应商促销政策不同而不同。	是	折扣订单，体现为销售单价的降低
平台价差补偿	根据供应商与公司的约定，供应商需要整体调整部分产品的销售价格，供应商以公司对降价产品的现有库存量为依据，根据调整的差价相应对公司进行价格补偿。	是	降价销售，体现为销售单价的降低
特殊红票传导返利	根据供应商关于产品促销的指导政策，以公司应向下游经销商提供的特殊促销返利作为结算依据，据此确认供应商应提供的特殊红票传导返利金额。	是	返利传导（对应下游返利类型“特殊红票传导返利”）

(3) 供应商返利的合同条款示例

通常情况下，公司与供应商会签订正式的返利政策协议，但对于特殊返利政策，部分供应商会通过邮件等方式与公司进行政策约定。

公司不同类型的供应商返利政策的主要合同条款示例如下：

返利类型	返利主要合同条款（协议摘录）
季度采购返利（以波士顿科学的冠脉介入治疗材料产品为例）	1、季度商业采购返利 1%： 如果心脏介入产品季度采购总额达到相应心脏介入产品线季度的采购限额 100%及以上（按季度计算），并且同时没有逾期未付的货款，则可享受心脏介入产品总采购值（不含增值税）的 1%的折扣。具体计算方式如下： 该产品线可享受返利的季度采购总金额*完成率部分返利比例（1%）*季度采购完

返利类型	返利主要合同条款（协议摘录）
	成率（注：超过 100%的按 100%计算。） 2、物流平台评分表返利 1%： 说明：季度商业采购返利与评分表返利分别独立考核；完成商业采购指标可享受最高 1%的返利，另外 1%评分表返利按照评分表打分发 3、返利计算说明： Threader、普通球囊、Guidezilla、导丝、指引导管、导引导管、造影导管、压力泵以及设备产品计入完成率，但不享受返利。 4、结算方式 季度结算，次季度的第一个月由波科拉取 RV 内的数据进行计算并进行对平台的后续结算发放事宜。
上游补偿经销商季度返利（以美敦力的神经外科材料产品为例）	美敦力根据本协议向分销商提供的相关返利金额将以货款抵扣的方式按美敦力财政季度予以发放，即分销商可以获得相关返利金额 100%的货款抵扣权。 对于分销商通过下级经销商间接向医疗机构配送、供应产品的，为了使美敦力提供的返利优惠能够惠及下级经销商从而惠及终端用户和患者，分销商同意在收到美敦力支付的返利后的 90 天内将不低于本协议附件所列的额度的返利传递给下级经销商。
价格优惠返利（以贝朗医疗的神经外科材料产品为例）	由于甲方（贝朗医疗）对其经销商施行特殊商业政策导致乙方（发行人的子公司上海瑞昱）作为物流平台在发送产品给甲方指定的经销商时产生损失，甲方按季度给予乙方补偿。 补偿方式为：双方次季度初第一周对上一季度的损失进行核算，并在次季度第一个月向乙方开具红字发票。损失的计算方式为： 损失=（经销商统一含税价格-经销商折扣后含税价格）*折扣系数。 补偿使用时间：乙方所得补偿款项可直接用于下次采购时抵扣货款使用，抵扣的货款不得核算入当期的采购指标内。
平台价差补偿（以贝朗医疗的神经外科设备产品为例）	现就乙方 2019 年度因 Elan4 产品调价产生的差价给予的价格补偿，双方达成协议如下： 1、乙方在 2019 年度与甲方就 Elan4 产品调价所产生的差价补偿，甲方将按照约定向乙方支付补偿。 2、上述补偿将通过 Credit Note 的方式予以支付，双方均应当依法如实入账。
特殊红票传导返利（以波士顿科学的外周血管介入产品为例）	波士顿科学每季度第 1 个月向平台按以下计算方式对上季度金额进行传递，平台可用于采购任何 PI 授权产品，但不计入商业采购完成和返利计算。原则上平台获得的积分应在结算发放的当季度内使用完毕。 结算金额=平台向经销商应发总金额*折扣系数

2、经销商返利

在供应商给予公司采购返利的基础上，公司针对部分合作品牌的产品，相应给予经销商返利，公司将确认给予经销商的返利冲减主营业务收入。报告期各期，公司确认的给予经销商的返利分别为 22,180.71 万元、29,218.23 万元和 26,680.58 万元。

公司给予经销商的返利主要分为季度或年度返利和特殊返利，其中，季度或年度返利与对经销商销售收入相关，特殊返利则系在特定时期，公司采取特定产

品促销政策而给予经销商的销售返利。经销商特殊返利主要分为特殊红票传导返利和特殊促销传导返利。

（1）经销商返利的类型及金额

报告期内，公司将确认给予经销商的返利冲减主营业务收入，经销商返利按照不同类型的金额列示如下：

单位：万元

返利类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
季度或年度返利	6,729.05	25.22%	8,335.31	28.53%	5,520.89	24.89%
特殊红票传导返利	12,490.62	46.82%	14,019.13	47.98%	14,974.94	67.51%
特殊促销传导返利	7,460.91	27.96%	6,863.79	23.49%	1,684.89	7.60%
合计	26,680.58	100.00%	29,218.23	100.00%	22,180.71	100.00%

（2）经销商返利各类型的确认依据及与上游的传导方式

返利类型	返利确认依据	上游是否提供补偿	上游补偿的方式
季度或年度返利	根据公司与经销商的协议约定，返利的确定依据包括：经销商采购额度完成情况、是否按时支付货款、是否按时上传数据、是否及时按量完成医院销售指标、是否满足存货进销存管理的要求等；公司通常给予采购不同产品的经销商不同的返利比例。	部分上游供应商（如美敦力等）向公司提供经销商季度/年度返利的全额补偿；其他的部分上游供应商（如波士顿科学）并没有对公司提供给经销商的季度/年度返利提供补偿	部分上游供应商通过返利方式对公司提供补偿（对应上游返利类型“上游补偿经销商季度返利”）；部分上游供应商不补偿
特殊红票传导返利	根据供应商关于产品促销的指导政策向经销商制定相应的促销政策，并按向经销商销售特定产品的情况或销售产品实际在医院植入的情况（比如特定产品的植入数量等）确定应提供给经销商的特殊返利金额。	是	上游供应商通过返利方式对公司提供补偿（对应上游返利类型“特殊红票传导返利”）
特殊促销传导返利	根据供应商的促销活动要求，向特定的经销商提供特殊红票返利，供应商主要通过具体采购订单降价等方式给予公司补偿。	是	上游通过采购订单降价的方式给予本公司补偿

（3）经销商返利的合同条款示例

通常情况下，公司与经销商会签订正式的返利政策协议，但对于部分特殊传导返利政策，供应商会通过邮件等方式向公司传达传导返利的具体要求，公司会相应通过签订纸质协议或邮件等方式与经销商进行政策约定。

公司不同类型的经销商返利政策的主要合同条款示例如下：

返利类型	返利主要合同条款（协议摘录）
季度或年度返利（以波士顿科学的冠脉介入治疗材料产品为例）	1、季度商业采购返利 2%： 商业采购返利：经销商季度商业采购指标完成率$\geq 100\%$的前提下，可按当季度实际采购金额（不含无返利产品）享受 2%商业采购返利；若 2020 年度商业采购完成率$\geq 100\%$，则可补发放未完成的季度商业采购返利 商业采购完成率指的是心脏介入产品线（Core+Rovus 耗材+VA）总体完成情况 心脏介入产品线总的采购完成即给予有返利产品的 2% 2、迪乐评分返利 1%： 说明：季度商业采购返利与迪乐评分返利分别独立考核；完成商业采购指标可享受 2%的返利，另外 1%迪乐评分返利按照季度迪乐评分发放 二级经销商季度迪乐评分≥ 50，则可获得该季度总采购值（不含无返利产品）的 1%的迪乐评分返利；季度迪乐评分< 50，则不享受该季度迪乐评分返利 3、结算方式 季度结算，次季度的第一个月由平台拉取数据进行计算并进行后续对二级的结算事宜。
特殊红票传导返利（以波士顿科学的外周血管介入产品为例）	1、指定经销商在完成季度商业采购总指标，以及季度医院植入总指标的前提下，可享受每植入 10 个 Carotid（ProductLine3）、Filterwire（ProductLine3）、SD（ProductLine3）、LD（ProductLine3）可获得 1 个按当前经销商采购价格（含税）相同产品的等值奖励，具体公式如下： 奖励金额=（以上所列产品分别植入数量*经销商采购价*0.93-上季度奖励金额）/10 此政策为全年追溯，即在 2019 年 Q4 季度结算时，经销商完成全年指标门槛，则补发之前季度奖励。 2、根据本政策所获奖励可用于采购所有授权产品，采购计入商业采购完成和返利计算，计入经销商医院植入指标完成，但不计入可获多少奖励的计算。 3、本政策仅适用于以上所示经销商，经销商 2019 年所有的积分应在 2020 年 3 月 31 日前使用完毕，逾期作废。
特殊促销传导返利（以美敦力的脊柱产品为例）	甲方（发行人）在收到原厂（美敦力）支付的返利后向乙方（经销商）支付返利，上述返利将通过红票的方式予以支付，具体返利金额以原厂（美敦力）确认的为准。

3、发行人针对返利制定了相关内部控制制度并有效执行

公司已经针对返利制定了一系列相关的内部控制制度，包括《国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司返利管理办法》、《上游返利操作手册》、《下游返利操作手册》等制度，并相应制定了《商业政策流程图》。公司针对返利的相关内控措施主要包括以下几点：

（1）返利政策签订

公司在与新供应商协商合作或与原有供应商续签合作协议前，双方会对上游返利政策及需要对下游经销商相应提供的返利政策等进行沟通协商，公司财务部会根据拟签协议的价格政策、返利政策、促销政策等，综合进行收入、成本及毛利分析，初步判断拟签的商业政策符合公司的盈利要求后，协议需要首先提交给

法务部门审批。法务部门审核后，由业务部门直接在公司 OA 系统提交协议审批流程，经公司内部相关部门审批后，由公司行政人员盖章生效。在与供应商正式签订相关返利协议后，公司的商务运营部会将相应需要传导至经销商的返利政策，通知经销商，并与经销商签订相应返利协议，公司与经销商签订的返利协议同样需要履行公司内部的审批流程。

（2）返利政策录入

公司业务部负责将返利政策落实方案向财务部的返利组人员及商务运营部人员进行传达。返利组人员根据返利政策审批流程汇总返利政策台账，保证返利政策台账信息的完整性及准确性。返利组人员负责将返利政策录入公司返利系统，录入内容主要包含返利性质、返利政策对应的合作生产厂商及产品线、返利开始时间、结束时间、计算逻辑、发放周期等内容，返利组人员录入完毕后该等信息需经返利组负责人审核，并在返利系统生成唯一的返利政策编码。

（3）各返利政策会计处理与对账

每月末，由返利组人员负责各项返利政策的会计处理。发行人已上线返利系统，并使用返利系统对返利的归集和结转进行核算。目前发行人的大部分返利计算已实现在系统中自动完成，系统根据已经录入的返利政策的计算逻辑，以及当期财务系统中对应的销售、采购数据自动计算上下游返利的预提数据和上游返利的摊销金额，经各产品线返利组人员负责人审核后入账。

对于上游供应商返利，在实际收到供应商出具的红字发票后，返利组人员会与原账面预提数据进行比较，并在系统中录入返利实际数据，财务系统会自动生成冲销预提数据、确认实际数据的凭证。

对于下游经销商返利，由于经销商季度返利的计算通常需要与销售指标挂钩，公司商务运营部每季度末会根据返利政策、各经销商当季度实际完成的销售情况、销售指标达成率、对经销商的评分等信息，分产品线整理需计提的经销商当季度的返利计算表，该计算表在发给上游供应商、对应经销商确认后，会提交给财务部返利组人员审核，返利组人员审核确认后会将返利计算表导入系统，由系统自动生成冲销预提数据、确认计提数据的凭证；部分生产厂商提供补偿的下游经销商季度返利由生产厂商负责计算，生产厂商确认数据后会提交给公司财务部返利

组人员审核后入账。在公司实际向下游经销商下发季度返利或特殊返利时，经销商会向公司开具红字通知单，公司收到红字通知单后会在系统开具红字发票，在开具红字发票的当月财务系统会自动生成冲销计提数据、确认开票数据的凭证。

每月末，公司返利组人员会对上下游特殊红票传导返利的开票金额进行匹配，对于公司已经收到供应商返利但尚未以红字发票形式给予下游客户产品促销返利的，公司会在系统对该部分下游特殊红票传导返利进行暂估并冲减主营业务收入；对于公司已经以红字发票形式给予下游客户产品促销返利，但暂时没有收到供应商开具的红字发票，公司返利组人员会对应获得的供应商特殊红票传导返利进行暂估并冲减主营业务成本。

公司定期会与上游供应商、下游经销商进行返利数据核对，其中财务部返利组人员负责与供应商对账，商务运营部人员负责与经销商的返利对账。

（4）返利汇总分析

每月末结账前，由财务部返利组负责汇总公司上下游返利数据，由财务部主管对不同类型上下游返利的匹配结合毛利率进行分析，以核查返利确认的准确性、完整性，经财务部主管审核无误后公司才进行返利结账。财务部返利组定期负责将相关返利数据汇总提交给相关业务部门，便于业务部门及时追踪各项返利政策执行情况，并为次年签订返利商业政策提供决策依据。

综上，发行人已经针对返利制定了相关内部控制制度并得到有效执行。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人会计师执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人的相关业务负责人，了解发行人有关返利的内部控制制度，并执行穿行测试；

（2）访谈发行人的财务负责人，了解发行人的供应商返利、经销商返利的类型，上下游返利的传导关系，上下游返利的确认依据；

（3）对于上游的供应商季度采购返利，获取主要供应商的季度采购返利政策，核查返利政策的主要合同条款，包括返利产品线、返利获取条件及返利比例

规定等内容，获取发行人季度返利的预提计算表，核查供应商季度采购返利确认的准确性；抽查实际获取的供应商季度返利的红字发票，确认供应商季度采购返利的真实性；

（4）对于供应商的季度采购返利结转主营业务成本的金额，根据收发存报表对季度返利测算表中的每季度采购金额、期末库存金额等进行重新核对，重新测算季度返利结转主营业务成本的金额并与账面金额进行比较，以核查季度采购返利结转主营业务成本的准确性；

（5）对于发行人给予下游客户的季度/年度返利，获取发行人给予主要供应商下游客户的季度返利政策，获取发行人给予主要供应商下游客户的季度返利计算表，按照返利协议约定核查发行人返利计算方法、计算基数、返利比例等，核查经销商季度/年度返利确认的准确性；抽查实际给予经销商季度返利的红字发票，确认经销商季度/年度返利的真实性；

（6）对于上游供应商提供全额补偿的经销商季度返利，将发行人各期确认的给予经销商的季度/年度返利金额与确认的上游补偿经销商季度返利金额进行比对，核查该等返利确认的匹配性；

（7）对于供应商提供的价格优惠返利，获取发行人预提价格优惠返利的计算表，并根据当期实际已经给予经销商的价格优惠对价格优惠返利结转主营业务成本的金额进行重新测算，核查供应商返利结转主营业务成本的准确性；抽查发行人实际获取的供应商价格优惠返利的红字发票及对应的返利政策，确认供应商提供的价格优惠返利的真实性；

（8）对于平台价差补偿，获取发行人预提平台价差补偿的计算表，并根据该等库存每月实际的销售量占应补偿库存总量的比例对平台价差补偿结转主营业务成本的金额进行重新测算，核查供应商返利结转主营业务成本的准确性；抽查发行人实际获取的供应商平台价差补偿返利的红字发票及对应的返利政策，确认供应商提供的平台价差补偿返利的真实性；

（9）对于上下游的特殊红票传导返利，抽查供应商向发行人提供的特殊红票传导返利的红字发票及对应的返利政策、抽查发行人向下游经销商提供的特殊红票传导返利的红字发票及对应的返利政策，核查上下游的特殊红票传导返利的

真实性；由于上下游的特殊红票传导返利具有传导性，将上下游的特殊红票传导返利金额进行比对，核查上下游确认的特殊红票传导返利金额的匹配性；

（10）对于发行人向经销商提供的特殊促销传导返利，抽查发行人向下游经销商提供的特殊促销传导返利的领取通知、红字发票及对应的返利政策，核查发行人确认的特殊促销传导返利的及时性和真实性，抽查期后发行人向下游经销商提供的特殊促销传导返利的领取通知、红字发票，核查不存在跨期入账的情形；

（11）对发行人报告期各期主要供应商、经销商的返利金额进行函证，核实发行人报告期返利的真实性、准确性；

2、核查意见

保荐机构、发行人会计师核查意见：

发行人确认的供应商返利和经销商返利真实、准确、完整。发行人已经在招股说明书披露了供应商返利和经销商返利的类型、金额及确认依据，发行人确认的上下游返利具有传导关系，发行人对供应商、经销商不同类型返利的确认依据与返利政策约定相符。通常情况下，发行人与供应商会签订正式的返利政策协议，但对于特殊返利政策，部分供应商/经销商会通过邮件等方式与发行人进行政策约定。发行人已经针对返利制定了相关内部控制制度并得到有效执行。

（二）进一步分析报告期内收到和支付返利金额波动的原因及合理性，报告期内收到和支付返利差额逐年增长的原因及合理性；发行人收到和支付返利的会计处理，是否存在不同期间调节收到和支付返利，调节净利润的情形。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

发行人回复：

1、报告期内，公司确认的供应商返利和经销商返利波动的原因及合理性

（1）公司确认的供应商返利的波动原因及合理性

报告期各期，公司确认的供应商返利分别为 30,221.50 万元、42,452.41 万元和 43,186.46 万元。其中，供应商的季度采购返利分别为 7,433.01 万元、13,942.65 万元和 15,500.48 万元；供应商的特殊返利分别为 22,788.49 万元、28,509.76 万元和 27,685.98 万元。

①公司确认的供应商季度采购返利增长与公司的采购金额增长趋势一致

公司确认的供应商季度采购返利主要与公司的采购金额相关，不同生产厂商不同产品线给予公司的季度采购返利比例会存在差异。

报告期各期，公司确认的供应商季度采购返利占当期剔除院端直销业务后不含返利的采购金额比例如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
季度采购返利	15,500.48	13,942.65	7,433.01
剔除院端直销业务后不含返利的采购金额 ^注	484,941.14	461,044.55	366,952.21
占比	3.20%	3.02%	2.03%

注：在院端直销业务下，公司的供应商不会向公司提供返利，公司也不会向下游医院客户提供返利。

由上表可见，2019 年起，公司确认的季度采购返利占剔除院端直销业务后不含返利的采购金额的比例有所上升，主要是因为波士顿科学从 2019 年二季度起给予本公司额外的季度返利；美敦力从 2019 年 4 月 27 日（美敦力 2020 财年）起，将给予公司脊柱产品线的季度返利比例从 2%提升至 7%，自 2020 年 4 月 25 日至 2021 年 4 月 30 日（美敦力 2021 财年），美敦力给予公司脊柱产品线提供的季度返利比例进一步提升至 8.5%。

A、波士顿科学给予公司额外的季度返利的依据及合理性

波士顿科学从 2019 年二季度起给予公司额外的季度返利，是基于 2019 年起的市场发展情况及波士顿科学自身整体的业务发展情况制定的政策。近年来波士顿科学认为应该为未来的可持续发展进行事先的布局，该额外的季度返利是为未来的长期发展进行的市场投入，用于加强渠道的基础设施建设、软硬件的建设，由于跟波士顿科学签约战略合作的是平台分销商，因此，波士顿科学将该等额外的返利政策提供给平台分销商，主要用于促进平台分销商执行波士顿科学加强市场渠道建设的政策。

国科恒泰自 2018 年起，大幅度增加渠道建设投入，以不断的提升平台的仓储物流配送及信息化服务能力，具体分析如下：

a、公司大力加强信息系统投入，建设经销商商务数字化平台，将原有需要手工维护的商业政策管理实现数字化，满足下游经销商通过数字化平台清晰了解

自身的商业政策、订货情况、合同情况等信息的需求，为波士顿科学下发、管理商业政策提高了效率。

b、公司大力加强渠道分仓的建设，符合波士顿科学区域性铺货的需求，公司加强整体的物流效率以满足终端使用及时性的需求，截至报告期期末，公司已经在全国 27 个省、市和自治区的 57 个城市进行仓储网络布局，建立规模化、专业化、信息化、规范化的物流配送体系，形成了全国性营销和服务网络。

c、公司配合波士顿科学对经销商进行能力建设，主要通过协助波士顿科学完成培训和特定项目的方式提升经销商的专业服务能力。

综上，波士顿科学认可公司在信息系统建设、渠道分仓建设、经销商能力建设等渠道建设的投入，从 2019 年二季度起给予公司额外的季度返利。该返利既是给予的公司近年来渠道投入的补偿，也是对公司未来持续进行渠道升级建设的支持，具有商业合理性。

B、美敦力提高对公司脊柱产品线的季度返利比例的依据及合理性

美敦力从 2020 财年开始提高对公司脊柱产品线的季度返利比例，主要是因为公司协助美敦力应对政策的变化和日益激励的市场竞争，更好的服务客户及患者，公司提供的两大类增值服务主要体现在：a、不断完善和丰富信息系统功能，如渠道管理、数据对接等，为美敦力供应链管理提供了更多的增值服务，提高了产品线的市场覆盖的透明度和清晰度；b、公司在报告期内加速在全国各地建设仓库，截至报告期期末，公司已在全国 57 个城市进行仓储网络布局，该等仓库的布局使得公司的 2 小时配送半径能够覆盖全国 80%以上的三甲医院，公司能更好的服务美敦力产品的二级经销商和医院，满足医院紧急订单的需求，提升了美敦力产品的周转速度，降低了美敦力产品的过效期报废比例。

由于公司在信息系统建设和仓储物流配送能力提升方面投入的成本大幅增加，为对本公司的渠道建设成本进行补偿，在美敦力 2020 财年，美敦力给予公司脊柱产品线提供的季度返利比例从 2%提升至 7%，具有商业合理性。

②公司确认的供应商特殊返利与供应商在特定时期，针对某些特定产品推出的临时性返利政策相挂钩

报告期各期，公司确认的供应商特殊返利分别为 22,788.49 万元、28,509.76

万元和 27,685.98 万元。供应商提供给公司的特殊返利，通常不与公司的采购金额挂钩，而是根据供应商的市场推广政策需要，提供给公司的临时性促销返利，该等特殊返利公司通常需要向下游客户进行传导，其中：供应商向公司提供的上游补偿经销商季度返利、特殊红票传导返利通过返利形式向下游经销商传导；供应商向公司提供的价格优惠返利和平台价差补偿返利通过降价向下游销售的方式传导。2019 年和 2020 年，公司确认的供应商特殊返利相比 2018 年有所上升，主要是公司确认的供应商价格优惠返利和平台价差补偿返利有所增加，该等返利增长的原因系伴随医改政策的持续深入推进，医疗器械产品的终端销售价格有所下降，按照供应商的指导政策，公司相应降低了对下游客户的销售价格，供应商相应给予公司返利补偿。

③报告期各期，公司确认的供应商返利主要来自波士顿科学、美敦力和贝朗医疗品牌，具体情况如下：

单位：万元

产品品牌	2020/12/31	2019/12/31	2018/12/31
	金额	金额	金额
波士顿科学	25,791.54	23,292.80	16,483.45
美敦力	8,796.84	9,259.92	5,669.79
贝朗医疗	3,480.03	4,845.27	3,056.02
合计	38,068.41	37,397.99	25,209.26

注：如上表所示，由于公司部分波士顿科学品牌产品采购自蓝威医疗科技（上海）有限公司，该等供应商也根据波士顿科学的政策给予了公司供应商返利，上表中合并列式公司获得的波士顿科学品牌的供应商返利。

如上边所示，报告期内公司确认的供应商返利主要来自波士顿科学、美敦力和贝朗医疗品牌，合计占当期公司确认的供应商返利比例分别为 83.41%、88.09% 和 88.15%，占比相对稳定。

报告期内，公司确认的来自波士顿科学品牌的供应商返利逐年递增，主要有两方面的原因，一方面，波士顿科学认可公司在信息系统建设、渠道分仓建设、经销商能力建设等渠道建设的投入，从 2019 年二季度起给予公司额外的季度返利，报告期各期，公司确认的来自波士顿科学品牌的供应商季度返利金额分别为 3,529.80 万元、8,021.12 万元和 7,668.38 万元；另一方面，2019 年和 2020 年波士顿科学调整销售政策，公司相应降低了如冠脉支架等部分产品对下游客户的销

售价格，波士顿科学品牌供应商相应给予了公司价格优惠返利及平台价差补偿返利。

2019 年起，美敦力提供给公司的供应商返利大幅度增加，主要是因为季度返利增加所致。由于公司在信息系统建设和仓储物流配送能力提升方面投入的成本大幅增加，为对本公司的渠道建设成本进行补偿，在美敦力 2020 财年（2019 年 5 月-2020 年 4 月），美敦力给予公司脊柱产品线提供的季度返利比例从 2% 提升至 7%，在美敦力 2021 财年，美敦力给予公司脊柱产品线提供的季度返利比例进一步提升至 8.5%。

报告期内，公司确认的来自贝朗医疗的供应商返利有所波动，2019 年金额较大主要系因为 2019 年贝朗医疗指导公司对下游客户降低销售价格的政策较多，相应给予公司的价格优惠返利和平台价差补偿返利有所增加。报告期内，贝朗医疗确认给予公司的价格优惠返利和平台价差补偿返利合计分别为 2,877.38 万元、4,729.82 万元和 3,414.80 万元。

（2）公司确认的经销商返利的波动原因及合理性

报告期各期，公司确认的给予经销商的返利分别为 22,180.71 万元、29,218.23 万元和 26,680.58 万元。其中，公司确认给予经销商的季度或年度返利分别为 5,520.89 万元、8,335.31 万元和 6,729.05 万元；公司确认给予经销商特殊返利分别为 16,659.82 万元、20,882.92 万元和 19,951.53 万元。

①公司确认给予经销商的季度或年度返利与公司对经销商的销售收入挂钩

公司确认给予经销商的季度或年度返利主要与公司对经销商的销售收入相关，公司通常给予采购不同生产厂商不同产品的经销商不同的返利比例。

报告期各期，公司确认给予经销商的季度或年度返利占当期不含返利的分销业务收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
季度或年度返利	6,729.05	8,335.31	5,520.89
不含返利的分销业务收入	465,547.45	426,441.57	338,879.40
占比	1.45%	1.95%	1.63%

由上表可见，报告期内公司确认给予经销商的季度或年度返利占当期不含返利的分销业务收入的比例分别为 1.63%、1.95%和 1.45%，各年间占比略有波动，主要有两方面原因，一方面，公司给予采购不同生产厂商不同产品的经销商不同的返利比例，随着报告期内公司对不同生产厂商不同产品销售占比有所区别，公司确认给予经销商的季度或年度返利占当期不含返利的分销业务收入的比例略有波动；另一方面，公司给予经销商的季度或年度返利与经销商是否完成销售指标挂钩，随着各年度经销商指标完成情况有所不同，公司确认给予经销商的季度或年度返利占比有所波动，以 2020 年为例，受疫情影响，公司部分主要经销商在 2020 年上半年未能完成销售指标，根据协议约定，公司相应未确认该等经销商的季度返利，使得 2020 年公司确认给予经销商的季度或年度返利占比相比 2019 年略有下滑。

②公司确认的经销商特殊返利系在特定时期，公司根据供应商的指导政策而向经销商制定特定产品促销政策给予经销商的销售返利

报告期各期，公司确认给予经销商特殊返利分别为 16,659.82 万元、20,882.92 万元和 19,951.53 万元。公司给予经销商的特殊返利通常与上游供应商给予公司的指导政策挂钩，其中，公司给予经销商的特殊红票传导返利由供应商通过特殊红票传导返利对公司进行补偿；公司给予经销商的特殊促销传导返利由供应商通过采购订单降价等方式给予公司补偿。2019 年和 2020 年，公司确认的经销商特殊返利相比 2018 年有所上升，主要是因为供应商为促进产品在医院的进一步推广，指导公司根据经销商在终端医院的植入数量等情况，向经销商提供返利奖励。

③报告期各期，公司确认的经销商返利前五大情况如下：

单位：万元

排名	经销商客户	2020 年确认的返利金额	占公司当期确认经销商返利金额的比例
1	上海淡泉企业发展有限公司	1,080.40	4.05%
2	江苏时冉医疗器械有限公司	528.33	1.98%
3	上海卓投贸易商行（普通合伙）	455.81	1.71%
4	北京嘉星诺贸易有限公司	427.19	1.60%
5	上海悦照贸易商行	400.45	1.50%
合计		2,892.18	10.84%

单位：万元

排名	经销商客户	2019 年确认的返利金额	占公司当期确认经销商返利金额的比例
1	江苏时冉医疗器械有限公司	999.48	3.42%
2	上海淡泉企业发展有限公司	816.51	2.79%
3	上海照旅贸易商行	720.48	2.47%
4	北京中农普康生物科技有限公司	512.02	1.75%
5	北京拓海晟华科技有限公司	484.42	1.66%
合计		3,532.90	12.09%

单位：万元

排名	经销商客户	2018 年确认的返利金额	占公司当期确认经销商返利金额的比例
1	上海淡泉企业发展有限公司	1,443.79	6.51%
2	共青城优医捷供应链管理有限公司	961.58	4.34%
3	陕西圣美泽医疗科技有限公司	794.87	3.58%
4	陕西新鑫阳商贸有限公司	656.81	2.96%
5	上海悦照贸易商行	621.33	2.80%
合计		4,478.38	20.19%

公司根据不同生产厂商具体产品和经营区域的销售政策向下游经销商客户发放返利。一方面，因公司的经销商客户较多，因此前五大经销商客户返利占比较低；另外一方面，公司下发的返利前五大客户均为公司的主要经销商客户，不存在异常。各期间前五大的金额和排名有所波动主要取决于两方面原因，一方面，公司给予采购不同生产厂商不同产品的经销商不同的季度返利比例，而各期下游经销商客户实际完成指标的情况也有所差异，公司相应确认的季度返利有所区别；另一方面，公司向下游经销商客户提供的特殊返利主要取决于上游生产厂商制定的商业传导政策，报告期各期上游生产厂商针对不同产品、不同区域制定的特殊返利商业政策存在差异，导致代理不同产品或经营区域不同的经销商客户获得的特殊返利金额也存在差别。

2、报告期内，公司确认的供应商返利和经销商返利差额逐年增长的原因及合理性

报告期各期，公司确认的供应商返利分别为 30,221.50 万元、42,452.41 万元和 43,186.46 万元，公司将确认的供应商返利按照销售进度冲减主营业务成本，报告期各期的金额分别为 28,811.97 万元、38,673.49 万元和 40,941.91 万元。在

供应商给予公司采购返利的基础上，公司针对部分合作品牌的产品，相应给予经销商返利，公司将确认给予经销商的返利冲减主营业务收入。报告期各期，公司确认的给予经销商的返利分别为 22,180.71 万元、29,218.23 万元和 26,680.58 万元。由此可见，报告期各期，冲减主营业务成本及冲减主营业务收入的返利存在较大差额，差额分别为 6,631.25 万元、9,455.26 万元和 14,261.33 万元。

公司上下游返利的差额主要形成于价格优惠返利和平台价差补偿返利。

价格优惠返利系公司根据供应商关于产品价格优惠的指导政策，向下游客户销售产品时直接给予的价格优惠，并据此获得供应商给予的返利补偿；平台价差补偿返利系供应商需要公司调整部分产品的销售价格，为保障公司作为流通企业的正常利益，供应商与公司约定，以公司对降价产品的现有库存量为依据，根据调整的差价对公司进行价格补偿。因此，该等返利政策在下游体现为公司销售的低价格，而供应商据此对公司进行成本补偿。

报告期内，公司采购端冲减主营业务成本的价格优惠返利和平台价差补偿返利的合计金额分别为 6,859.56 万元、11,442.21 万元和 13,732.17 万元，供应商向公司提供的价格优惠返利和平台价差补偿返利逐年增加，主要是因为伴随医改政策的持续深入推进，医疗器械产品的终端销售价格有所下降，按照供应商的指导政策，公司相应降低了对下游客户的销售价格，供应商相应给予公司返利补偿。

由于价格优惠返利和平台价差补偿返利系供应商对公司向下游经销商低价格销售的补偿，如果供应商在未来取消价格优惠返利和平台价差补偿返利政策，则公司将相应提高对下游经销商的开票销售价格，公司的毛利总额不会发生重大变化。扣除价格优惠返利和平台价差补偿返利影响后，报告期内，公司其他上下游返利差额分别为-228.31 万元、-1,986.95 万元和 529.16 万元，对当期主营业务毛利额的影响较小，公司的毛利主要系由产品的购销价差组成。

关于公司上下游返利差额的形成原因及影响，公司已经在招股说明书“重大事项提示”之“四、公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险”之“（七）返利政策对本公司的业绩影响风险”中进行了相关披露。

3、公司确认供应商返利和经销商返利的会计处理

（1）公司针对不同类型的供应商返利，具体会计处理如下：

①季度采购返利

A、对于供应商的季度返利，公司在每月末会按照实际采购金额和返利政策约定的返利比例对供应商返利进行暂估，具体财务核算方式为：

借：应付账款-暂估返利

贷：库存商品-暂估折扣

B、公司在实际收到供应商的红字发票后，冲回暂估返利并确认实际收到的返利金额，具体财务核算方式为：

借：库存商品-暂估折扣

贷：应付账款-暂估返利

同时，

借：应付账款-外部

贷：应交税费-应交增值税-进项税额转出

贷：库存商品-实际折扣

C、每月末，公司按照产品线，根据当月已销售产品采购成本占产品所属采购季度内该产品线采购总额的比重，对该产品线于前述采购季度的返利金额进行分摊。具体财务核算方式为：

借：库存商品-实际折扣

贷：主营业务成本-外部-返利实际

D、报告期各期末，公司存货对应的采购季度返利，将继续在库存商品-实际折扣/暂估折扣的贷方核算。

②上游补偿经销商季度返利

A、根据公司每月预提或实际提供给下游经销商的季度返利，公司暂估供应商应提供的补偿返利并结转成本。具体财务核算方式为：

借：应付账款-暂估返利

贷：库存商品-暂估折扣

同时，

借：库存商品-暂估折扣

贷：主营业务成本-外部-返利暂估

B、公司在实际收到供应商的红字发票后，冲回暂估返利并确认实际收到的返利金额，并相应调整结转至成本的金额，具体财务核算方式为：

借：库存商品-暂估折扣

贷：应付账款-暂估返利

借：主营业务成本-外部-返利暂估

贷：库存商品-暂估折扣

同时，

借：应付账款-外部

贷：应交税费-应交增值税-进项税额转出

贷：库存商品-实际折扣

借：库存商品-实际折扣

贷：主营业务成本-外部-返利实际

③价格优惠返利

A、根据供应商关于产品价格优惠的指导政策，下游客户向公司申请特殊的折扣订单，公司每月末汇总该等折扣订单并据此一次性暂估自供应商可以获得的返利金额。具体财务核算方式为：

借：应付账款-暂估返利

贷：库存商品-暂估折扣

B、在实际收到供应商的红字发票后，冲回暂估返利并确认实际收到的返利金额。具体财务核算方式为：

借：库存商品-暂估折扣

贷：应付账款-暂估返利

同时，

借：应付账款-外部

贷：应交税费-应交增值税-进项税额转出

贷：库存商品-实际折扣

C、每月末，根据下游客户当月实际向本公司采购的折扣订单金额，本公司相应将供应商应补偿/实际补偿的价格优惠返利结转至成本。具体财务核算方式为：

借：库存商品-暂估折扣

贷：主营业务成本-外部-返利暂估

或

借：库存商品-实际折扣

贷：主营业务成本-外部-返利实际

④平台价差补偿

A、供应商需要公司调整部分产品的销售价格，为保障公司正常的利益，供应商与公司明确约定，以公司对降价产品的现有库存量为依据，根据调整的差价对公司进行价格补偿，公司据此一次性暂估平台价差补偿返利。具体财务核算方式为：

借：应付账款-暂估返利

贷：库存商品-暂估折扣

B、在实际收到供应商的红字发票后，冲回暂估返利并确认实际收到的返利金额。具体财务核算方式为：

借：库存商品-暂估折扣

贷：应付账款-暂估返利

同时，

借：应付账款-外部

贷：应交税费-应交增值税-进项税额转出

贷：库存商品-实际折扣

C、公司每月根据降价产品的库存在当月实际的销售量占应补偿库存总量的比例对平台价差补偿返利进行摊销并结转至成本。具体财务核算方式为：

借：库存商品-实际折扣

贷：主营业务成本-外部-返利实际

⑤特殊红票传导返利

A、根据供应商关于产品促销的指导政策，公司按向下游客户销售产品的情况或销售产品实际在医院植入的情况，在政策约定的时间以红字发票形式给予下游客户产品促销返利，据此向供应商申请采购返利，并在收到供应商开具的红字发票时进行账务处理，一次性结转成本。具体财务核算方式为：

借：应付账款-外部

贷：应交税费-应交增值税-进项税额转出

贷：库存商品-实际折扣

同时，

借：库存商品-实际折扣

贷：主营业务成本-外部-返利实际

B、如果在报告期末，公司根据供应商关于产品促销的指导政策，已经以红字发票形式给予下游客户产品促销返利，但暂时没有收到供应商开具的红字发票，公司会对应收回的供应商促销返利进行暂估确认并结转成本。具体财务核算方式为：

借：应付账款-暂估返利

贷：库存商品-暂估折扣

同时，

借：库存商品-暂估折扣

贷：主营业务成本-外部-返利暂估

(2) 公司针对不同类型的经销商返利，具体会计处理如下：

①季度或年度返利

A、每月末，公司根据返利政策的约定，按照经销商当月的采购情况暂估返利，具体会计处理为：

借：主营业务收入-外部-返利暂估

贷：其他应付款-经销商返利-暂估

B、每季度末，公司根据返利政策的约定，按照经销商当季的实际采购完成情况，冲销月度的暂估金额，并重新确认季度的暂估返利金额，具体会计处理为：

借：其他应付款-经销商返利-暂估

贷：主营业务收入-外部-返利暂估

同时，

借：主营业务收入-外部-返利暂估

贷：其他应付款-经销商返利-暂估

C、公司在实际向经销商开具红字发票时，在开具红字发票的当期冲回暂估返利并确认实际应支付的返利金额，会计处理方式为：

借：其他应付款-经销商返利-暂估

贷：主营业务收入-外部-返利暂估

同时，

借：主营业务收入-外部-返利实际

借：应交税费-待转销项税额

贷：应收账款-外部-购销

②特殊红票传导返利

A、根据供应商关于产品促销的指导政策，公司按向下游客户销售产品的情况或销售产品实际在医院植入的情况，在政策约定的时间以红字发票形式给予下

游客户产品促销返利，在实际向经销商开具红字发票的当期冲减主营业务收入，会计处理方式为：

借：主营业务收入-外部-返利实际

借：应交税费-待转销项税额

贷：应收账款-外部-购销

B、如果在报告期末，公司根据供应商关于产品促销的指导政策，已经收到供应商返利的返利补偿，但尚未以红字发票形式给予下游客户产品促销返利的，公司会对该部分下游特殊红票传导返利进行暂估并冲减主营业务收入，会计处理方式为：

借：主营业务收入-外部-返利暂估

贷：其他应付款-经销商返利-暂估

③特殊促销传导返利

A、根据供应商的促销活动要求，公司向特定的经销商提供特殊红票返利，在实际向经销商发放返利领取通知的当期冲减主营业务收入，会计处理方式为：

借：主营业务收入-外部-返利暂估

贷：其他应付款-经销商返利-暂估

B、公司在实际向经销商开具红字发票时，在开具红字发票的当期冲回暂估返利并确认实际支付的返利金额，会计处理方式为：

借：其他应付款-经销商返利-暂估

贷：主营业务收入-外部-返利暂估

同时，

借：主营业务收入-外部-返利实际

借：应交税费-待转销项税额

贷：应收账款-外部-购销

4、报告期内，公司确认的供应商、经销商返利不存在跨期调节净利润的情

形

对于上下游的季度/年度返利，公司每月末按照采购、销售金额和政策约定的相应返利比例进行暂估，不存在跨期确认的情形；对于上游补偿经销商季度返利，公司每月末根据提供补偿的供应商的下游经销商季度返利的入账金额同步进行暂估，确保该等上下游返利同步确认。由此可见，公司上下游的季度/年度返利确认时点与发放时点无关，公司严格按照返利政策约定，每月末对上下游的季度/年度返利进行暂估入账。

对于价格优惠返利，公司每月末按照当月下游客户向公司申请的特殊折扣订单应获得的返利补偿进行暂估，并根据当月销售实际实现情况冲减主营业务成本，确保公司低价格销售对主营业务收入的影响和价格优惠返利冲减主营业务成本的影响匹配，因此，公司不存在因价格优惠返利而跨期影响利润的情形。

对于平台价差补偿，公司根据供应商的确认，在调价时一次性根据库存数量暂估应获取的补偿金额，并根据销售进度冲减主营业务成本，确保公司低价格销售对主营业务收入的影响和平台价差补偿冲减主营业务成本的影响匹配，因此，公司不存在因平台价差补偿返利而跨期影响利润的情形。

对于特殊红票传导返利，公司在收到供应商提供的红字发票时确认并冲减主营业务成本，在实际向经销商开具红字发票时入账冲减主营业务收入，在报告期各期末，若公司已经收到供应商返利但尚未以红字发票形式给予下游客户产品促销返利的，公司会对该部分下游特殊红票传导返利进行暂估并冲减主营业务收入，若公司已经以红字发票形式给予下游客户产品促销返利，但暂时没有收到供应商开具的红字发票，公司会对应获得的供应商特殊红票传导返利进行暂估并冲减主营业务成本，公司会确保上下游确认的特殊红票传导返利匹配，由此可见，公司上下游的特殊红票传导返利是同步在同一期间匹配确认的，上下游返利发放时点的差异并不会对利润产生跨期影响。除此之外，波士顿科学等供应商会对公司向经销商下发的特殊红票传导返利进行监督，在经销商根据返利政策约定完成一定的指标后，公司会按照政策约定的时点计算需要下发经销商的返利金额，并将计算表提供给供应商、经销商共同确认，核对无误后，公司会在当期向经销商下发返利领取通知，波士顿科学等供应商会每季度对公司经销商返利领取通知的下发情况进行监督，确保公司及时将传导返利落实到经销商。每半年末，公司的中介

机构会与上游的主要供应商、下游的主要经销商客户进行函证，核实交易金额、返利金额的准确性。

对于公司向下游客户提供的特殊促销传导返利，公司在根据供应商的促销活动要求向经销商下发特殊返利领取通知时入账冲减主营业务收入，而该等特殊促销传导返利，供应商主要通过具体采购订单降价的方式给予本公司补偿，出于谨慎性原则，本公司不作为上游供应商返利确认，而是在采购时直接抵减相应的存货采购成本。由于该等特殊促销传导返利公司系根据供应商提供的下发清单进行下发，公司会在收到上游供应商需要公司下发经销商的返利清单的当期向下游经销商客户下发返利领取通知，并根据该等经销商返利金额冲减主营业务收入，由此可见，公司在收到供应商通知的当期向经销商下发返利领取通知并冲减主营业务收入，符合谨慎性原则，该等返利不存在跨期确认影响利润的情形。此外，公司会定期通过邮件等方式向供应商汇报领取、下发的明细情况，确保公司及时将传导返利落实到经销商。每半年末，公司的中介机构会与上游的主要供应商、下游的主要经销商客户进行函证，核实交易金额、返利金额的准确性。

综上，公司作为平台企业，通过下游销售降价或提供销售返利等方式对供应商的返利政策进行传导，对于因上下游返利发放时间性差异导致上下游返利不同步，公司会通过暂估的方式确保上下游返利入账确认的同步性及匹配性。报告期内，公司根据返利政策和上下游返利的匹配关系确认供应商、经销商返利，公司确认的供应商、经销商返利不存在跨期调节净利润的情形。公司的上游供应商会对公司下发经销商传导返利的情况进行监督，确保公司及时将传导返利落实到经销商，公司的中介机构每半年与上游的主要供应商、下游的主要经销商客户进行函证，核实交易金额、返利金额的准确性。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人会计师执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人的财务负责人，了解发行人报告期内确认的供应商返利和经销商返利波动的原因及合理性，了解发行人确认的供应商返利和经销商返利差额逐年增长的原因及合理性，了解发行人上下游返利的会计处理方式；

(2) 将发行人报告期各期确认的供应商季度采购返利与当期剔除院端直销业务后不含返利的采购金额进行比较，分析变动的合理性；获取波士顿科学从 2019 年和 2020 年给予发行人额外的季度返利的协议、美敦力 2020 财年和 2021 财年给予发行人脊柱产品线季度返利的协议；

(3) 访谈波士顿科学的相关业务负责人，核实波士顿科学向发行人提供额外季度返利的原因及合理性，确认波士顿科学该等额外季度返利的可持续性；

(4) 访谈美敦力的相关业务负责人，核实脊柱产品线季度返利比例提升的原因及合理性，确认脊柱产品线季度返利提升的可持续性；

(5) 抽查 2019 年和 2020 年发行人获取的波士顿科学给予的额外季度返利、美敦力给予的脊柱产品线的季度返利的相关依据，核查该等返利入账的真实性、准确性；

(6) 将发行人报告期内确认给予经销商的季度或年度返利与当期不含返利的分销业务收入进行比较，分析变动的合理性；

(7) 根据报告期内供应商返利、经销商返利各类型金额的变动，分析导致供应商返利和经销商返利差额逐年增长的原因，并测算剔除价格优惠返利和平台价差补偿返利的影响后，上下游返利的差额；

(8) 根据不同类型的供应商返利、经销商返利的确认依据及匹配关系，对各类型返利分别执行核查程序，详见本落实函回复“问题六（一）”之“中介机构回复”之“1、核查过程”的“第（3）-第（11）”项核查程序。

2、核查意见

保荐机构、发行人会计师核查意见：

发行人确认的供应商季度采购返利主要与发行人的采购金额相关，2019 年起，发行人确认的季度采购返利占剔除院端直销业务后不含返利的采购金额的比例有所上升，主要是因为波士顿科学从 2019 年二季度起给予发行人额外的季度返利，且美敦力从 2020 财年起，将给予发行人脊柱产品线的季度返利比例从 2% 提升至 7%。

发行人确认的供应商特殊返利与供应商在特定时期，针对某些特定产品推出

的临时性返利政策相挂钩，2019 年和 2020 年发行人确认的供应商特殊返利相比 2018 年有所上升，主要是发行人确认的供应商价格优惠返利和平台价差补偿返利有所增加，该等返利增长的原因系伴随医改政策的持续深入推进，医疗器械产品的终端销售价格有所下降，按照供应商的指导政策，发行人相应降低了对下游客户的销售价格，供应商相应给予发行人返利补偿。

发行人确认给予经销商的季度或年度返利与发行人对经销商的销售收入挂钩，报告期内发行人确认给予经销商的季度或年度返利占当期不含返利的分销业务收入的占比略有波动，主要有两方面原因，一方面，发行人给予采购不同生产厂商不同产品的经销商不同的返利比例；另一方面，发行人给予经销商的季度或年度返利与经销商是否完成销售指标挂钩，随着各年度经销商指标完成情况有所不同，发行人确认给予经销商的季度或年度返利占比有所波动。

发行人给予经销商的特殊返利通常与上游供应商给予发行人的指导政策挂钩，2019 年和 2020 年发行人确认的经销商特殊返利相比 2018 年有所上升，主要是因为供应商为促进产品在医院的进一步推广，指导发行人根据经销商在终端医院的植入数量等情况，向经销商提供返利奖励。

报告期内，发行人确认的供应商返利和经销商返利差额主要形成于价格优惠返利和平台价差补偿返利。价格优惠返利与平台价差补偿返利系传导返利，发行人根据供应商的指导政策下调对下游客户的销售价格，供应商据此对发行人进行成本补偿。扣除价格优惠返利和平台价差补偿返利影响后，报告期内发行人其他上下游返利差额对当期主营业务毛利额的影响较小，发行人的毛利主要系由产品的购销价差组成。该等返利对业绩的影响发行人已经在招股说明书“重大事项提示”中进行披露。

报告期内发行人针对返利的会计处理合理，符合《企业会计准则》的规定。发行人根据返利政策和上下游返利的匹配关系确认供应商、经销商返利，发行人确认的供应商、经销商返利不存在跨期调节净利润的情形。

问题七、关于存货跌价准备。审核问询回复显示：（1）在骨科材料开展国家级带量采购后，若降价幅度超过 63.5%，若生产厂商不对公司的库存进行补偿，公司可能存在跌价风险；（2）若中标价格降幅为 70%，发行人存货跌价准

备需补提 24,023.82 万元；若中标价格降幅为 80%，发行人存货跌价准备需补提 61,116.60 万元。请发行人：（一）结合目前的实际情况，补充说明上述测算基于的基础数据是否真实、准确，上述测算基础数据的来源，模拟测算是否合理、谨慎；（二）在招股说明书中重大事项提示部分，量化披露发行人因骨科材料开展国家级带量采购后，无法获得生产厂商补贴对发行人净利润和持续经营的相关风险；（三）补充说明在骨科材料开展国家级带量采购后，若生产厂商不对公司的库存进行补偿，是否将对发行人持续经营构成重大不利影响，发行人针对上述情况是否存在切实、有效的应对措施。请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

（一）结合目前的实际情况，补充说明上述测算基于的基础数据是否真实、准确，上述测算基础数据的来源，模拟测算是否合理、谨慎。

发行人回复：

公司在第三轮问询函回复中披露，假设骨科材料开展国家级带量采购后，若降价幅度在 63.5% 以内（考虑 3.5% 的销售费用率后），公司的库存产品不存在跌价风险；若降价幅度超过 63.5%，若生产厂商不对公司的库存进行补偿，公司可能存在跌价风险。若中标价格降幅为 70%，以 2020 年末骨科材料的库存金额 136,347.08 万元计算，公司存货跌价准备需补提 24,209.35 万元；若中标价格降幅为 80%，以 2020 年末骨科材料的库存金额 136,347.08 万元计算，公司存货跌价准备需补提 61,588.59 万元。

1、上述模拟测算的假设基础、数据来源如下：

假设基础	数据来源
骨科材料的终端销售价格为 100 元	-
国科恒泰对二级经销商销售价为 40 元	根据终端销售价格 100 元及二级经销商的毛利率在 60% 左右倒推计算
国科恒泰采购成本价即生产厂商出厂价为 35.2 元	根据国科恒泰对二级经销商销售价及国科恒泰毛利率 12% 倒推计算
国科恒泰的销售费用率为 3.5%	基于报告期内公司的平均销售费用率计算

2、假设基础及数据来源的合理性分析

（1）假设公司骨科材料的毛利率在 12% 左右

报告期各期，公司分销模式下的骨科材料毛利率分别为 12.81%、14.40%和 14.08%，平均为 13.77%，出于谨慎性，公司作为平台分销商时，假设骨科材料的毛利率为 12%。

（2）假设二级经销商的毛利率在 60%左右

由于公司难以从公开渠道获取二级经销商的毛利率，根据广发证券医疗器械流通渠道变革深度研究（2016-12-19），高值医用耗材出厂价对入院价格的比例为 28%，即高值医用耗材流通环节渠道商的总毛利率空间为 72%。而根据公司的自身数据，2020 年公司在开展平台直销业务但未实施骨科产品带量采购的陕西省，骨科材料的平均毛利率约为 68%，鉴于公司作为平台分销商的毛利率为 12%，流通渠道总毛利率空间扣除本公司作为平台分销商的毛利率后，二级经销商的毛利率在 60%左右。

（3）假设公司的销售费用率为 3.5%

报告期各期，公司的销售费用率分别为 3.44%、3.66%和 3.41%，平均为 3.50%。

综上，公司模拟测算骨科材料的跌价准备使用的假设基础数据均具有合理的数据来源，上述假设谨慎。基于上述假设，在骨科材料的终端销售价格为 100 元的前提下，由二级经销商毛利率 60%，可倒算出二级经销商向本公司的采购价为 40 元，由公司骨科材料的 12%毛利率，可倒算出公司的采购成本价，即生产厂商的出厂价为 35.2 元。由此可以得出以下数据：

生产厂商出厂价	国科恒泰对二级经销商销售价	二级经销商对医院的终端销售价
35.2 元	40 元	100 元

3、模拟测算骨科材料的跌价影响

若终端医院产品降价幅度在 63.5%，即降价后终端医疗机构的销售价格为 36.5 元，在此情形下，由于渠道商的毛利率空间大幅度压缩，公司的销售模式会从分销模式改为直销模式，即公司直接对终端医疗机构销售，考虑 3.5%的销售费用率的情况下，公司骨科材料的可变现净值为 35.22 元，与公司骨科材料的采购成本基本一致。因此，公司认为，假设骨科材料开展国家级带量采购后，若降价幅度在 63.5%以内，公司的库存产品不存在跌价风险。

若终端医院产品降价幅度在 70%，即降价后终端医疗机构的销售价格为 30

元，在此情形下，由于渠道商的毛利率空间大幅度压缩，公司的销售模式会从分销模式改为直销模式，即公司直接对终端医疗机构销售，考虑 3.5%的销售费用率的情况下，公司骨科材料的可变现净值为 28.95 元，相比公司的成本价 35.2 元，若生产厂商不对公司的库存进行补偿，公司库存跌价比例为 17.76%。以 2020 年末骨科材料的库存金额 136,347.08 万元计算，公司预计存货跌价准备需补提 24,209.35 万元（ $136,347.08 \times 17.76\%$ ）。

若终端医院产品降价幅度在 80%，即降价后终端医疗机构的销售价格为 20 元，在此情形下，由于渠道商的毛利率空间大幅度压缩，公司的销售模式会从分销模式改为直销模式，即公司直接对终端医疗机构销售，考虑 3.5%的销售费用率的情况下，公司骨科材料的可变现净值为 19.30 元，相比公司的成本价 35.2 元，若生产厂商不对公司的库存进行补偿，公司库存跌价比例为 45.17%。以 2020 年末骨科材料的库存金额 136,347.08 万元计算，公司预计存货跌价准备需补提 61,588.59 万元（ $136,347.08 \times 45.17\%$ ）。

综上，骨科材料跌价准备的模拟测算是基于上述合理且谨慎的假设为基础计算的金额，因此，该等跌价准备的模拟测算合理、谨慎。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人会计师执行了以下核查程序：

（1）获取发行人报告期内分销模式下骨科材料产品的收入成本明细表，计算发行人报告期各期分销模式下的骨科材料平均毛利率；

（2）获取广发证券出具的研究报告《医药行业医疗器械流通渠道变革深度研究》，了解高值医用耗材生产厂家出厂价与渠道商向终端医疗机构销售价格的差异情况；

（3）获取 2020 年发行人在陕西省平台直销业务模式下骨科材料产品的收入成本明细表，并计算平均毛利率；

（4）获取发行人报告期各期的财务报表，并根据财务报表的销售费用、营业收入计算各期的销售费用率；

(5) 根据上述计算的数据，并以二级经销商对医院的终端销售价 100 元的假设为基础，分析发行人关于生产厂商出厂价格及发行人对二级经销商销售价格的假设的合理性和谨慎性；

(6) 获取发行人截至报告期期末分产品类别的库存明细表，重新模拟测算骨科材料实施国家级带量采购后不同降价幅度对发行人报告期期末库存跌价的影响。

2、核查意见

保荐机构、发行人会计师核查意见：

发行人模拟测算骨科材料实施国家级带量采购后的跌价准备使用的假设基础数据均具有合理的数据来源，模拟测算结果合理、谨慎。

(二) 在招股说明书中重大事项提示部分，量化披露发行人因骨科材料开展国家级带量采购后，无法获得生产厂商补贴对发行人净利润和持续经营的相关风险。

发行人回复：

公司已经在招股说明书“重大事项提示”之“四、公司特别提醒投资者注意“风险因素”中的下列风险”之“(三) 行业政策变动风险”中补充披露骨科材料开展国家级带量采购对公司的影响：

“(3) 骨科关节产品国家级带量采购预计对公司产生的影响

2021 年 6 月 4 日，国家医保局、发改委等八部门发布《关于开展国家组织高值医用耗材集中带量采购和使用的指导意见》，2021 年 6 月 21 日，国家组织高值医用耗材联合采购办公室正式发布《国家组织人工关节集中带量采购公告（第 1 号）》，本次集中带量采购产品为初次置换人工全髋关节、初次置换人工全膝关节产品，目前国家骨科关节产品带量采购正处于生产企业填报基础材料阶段。截至报告期期末，发行人骨科材料中关节类产品的库存金额为 25,140.61 万元，占发行人库存金额的比例为 8.88%，占发行人骨科材料产品库存金额的比例为 18.44%。根据发行人的模拟测算，在骨科关节产品开展国家级带量采购后，若降价幅度在 63.5%以内，公司的库存产品不存在跌价风险；若降价幅度超过 63.5%，

可能导致发行人骨科产品的可变现净值低于存货成本，根据行业惯例、已经实际执行“带量采购”的历史经验及发行人与主要合作生产厂商的确认，若发行人的库存产生损失，生产厂商预计会对发行人提供全额补偿。在最极端情况下，若发行人合作的骨科生产厂商均不对发行人的库存损失提供补偿，根据模拟测算，若中标价格降幅为 70%，以报告期期末骨科关节产品的库存金额计算，库存跌价比例为 17.76%，发行人存货跌价准备需补提 4,463.89 万元；若中标价格降幅为 80%，以报告期期末骨科关节材料的库存金额计算，库存跌价比例为 45.17%，发行人存货跌价准备需补提 11,356.13 万元。因此，在骨科关节产品开展国家级带量采购或骨科产品国家级带量采购范围进一步扩大后，若出现发行人合作的骨科产品生产厂商均不对发行人的库存损失提供补偿的极端情形，可能会导致发行人在当期的存货跌价准备大幅提升、对发行人的盈利能力和经营产生不利影响。”

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人会计师、发行人律师执行了以下核查程序：

访谈发行人的财务负责人，了解骨科关节产品开展国家级带量采购后，对发行人存货跌价准备、盈利能力和经营情况的影响。

2、核查意见

保荐机构、发行人会计师、发行人律师核查意见：

发行人已经在招股说明书的“重大事项提示”中补充并量化披露了骨科关节产品国家级带量采购预计对发行人产生的影响。骨科关节产品开展国家级带量采购或骨科产品国家级带量采购范围进一步扩大后，若出现发行人合作的骨科产品生产厂商均不对发行人的库存损失提供补偿的极端情形，可能会导致发行人在当期的存货跌价准备大幅提升、对发行人的盈利能力和经营产生不利影响。

（三）补充说明在骨科材料开展国家级带量采购后，若生产厂商不对公司的库存进行补偿，是否将对发行人持续经营构成重大不利影响，发行人针对上述情况是否存在切实、有效的应对措施。

发行人回复：

根据本落实函问题七（一）中关于骨科材料跌价准备的模拟测算，公司假设骨科材料开展国家级带量采购后，若降价幅度在 63.5%以内，公司的库存产品不存在跌价风险；若降价幅度超过 63.5%，若生产厂商不对公司的库存进行补偿，公司的骨科材料库存可能存在跌价风险。

1、根据骨科产品省级“带量采购”的经验，“带量采购”未导致公司库存产生跌价

截至目前，骨科材料尚未正式实施国家级带量采购。截至报告期期末已经公布的省级骨科材料“带量采购”的中标结果中，骨科产品因实施“带量采购”的平均降幅如下：

省份	中标文件发文时间	产品类别	平均降幅
安徽	2019 年 8 月	骨科植入脊柱类	53.40%
安徽	2020 年 11 月	骨科植入关节类	81.97%
江苏	2019 年 10 月	人工髋关节	47.20%
江苏	2020 年 8 月	初次置换人工膝关节	67.30%
福建	2020 年 7 月	初次置换人工全髋关节	35.32%
福建	2020 年 7 月	初次置换人工膝关节	32.12%
浙江	2020 年 11 月	髋关节	未公布

由上表可见，在 2019-2020 年，部分省份已经针对骨科材料开展省级“带量采购”，平均降价幅度在 32.12%-81.97%不等，其中，平均降幅超过 63.5%的为安徽省的骨科植入关节类产品和江苏省的初次置换人工膝关节产品。

对于平均降价幅度高达 81.97%的安徽省骨科植入关节类产品，公司分销模式下中标的合作生产厂商为贝朗医疗（上海）国际贸易有限公司，在中标地区公司对于该等产品单独低价采购、单独低价销售，公司原有的该类产品的高价采购库存可以在除中标省份以外的其他地区以原有价格继续销售，不存在库存跌价的情形。中标后，生产厂商贝朗医疗将对公司销售的中标产品的出厂价格下调

51%-87%不等，公司对下游经销商的销售价格也同步下调 53%-88%不等，即在该次带量采购后，公司中标产品的毛利率基本保持稳定，毛利率空间的损失主要由二级经销商和生产厂商承担。

对于平均降价幅度为 67.30%的江苏省初次置换人工膝关节产品，公司分销模式下中标的合作生产厂商为北京市春立正达医疗器械股份有限公司，中标后，公司没有降低对下游经销商的销售价格，相应库存未因“带量采购”中标产生跌价风险。

因此，从骨科材料省级“带量采购”的历史数据而言，大部分地区的平均降价幅度不会超过 63.5%，而对于平均降幅超过 63.5%的安徽省的骨科植入关节类产品和江苏省的初次置换人工膝关节产品，公司分销模式下中标产品在中标前后毛利率未发生重大变化，库存也未实际发生减值损失。

2、根据心脏支架类产品国家级“带量采购”的经验，公司合作的中标生产厂商波科国际医疗贸易(上海)有限公司对公司进行了全额补偿，且公司以此契机，拓展了与更多心脏支架类生产厂商的合作

截至 2020 年 12 月 31 日，公司的库存产品中只有采购自波科国际医疗贸易(上海)有限公司的心脏支架类产品受国家组织冠脉支架集中带量采购中标的影响，需要在全国范围内降价销售，波科国际医疗贸易(上海)有限公司通过返利红票的方式，对公司因心脏支架类产品降价造成的损失进行全额补偿。

由于心脏支架类产品实施国家级“带量采购”后，大幅压缩了该等产品在流通渠道的毛利空间，在此情形下，大量经销商退出市场，而公司凭借突出的仓储物流配送服务能力和规模化优势，在 2021 年 1 月和 2021 年 2 月先后与中标企业山东吉威医疗制品有限公司、万瑞飞鸿(北京)医疗器材有限公司建立合作关系。

由此可见，根据心脏支架类产品开展国家级“带量采购”的经验，中标国家级“带量采购”后，根据行业惯例，生产厂商会对公司的高价库存进行全额补偿，此外，由于流通渠道的毛利空间大幅度压缩，倒逼中小型经销商退出市场，而公司凭借规模化、专业化、规范化与信息化的优势，将有机会与更多生产厂商开展合作，进一步拓展业务规模。

3、公司骨科库存产品的主要供应商通过访谈确认若公司因“带量采购”产

生库存跌价预计会提供全额补偿

公司合作的主要骨科生产厂商为美敦力、捷迈邦美、贝朗医疗、苏州欣荣、山东威高和理贝尔，均为国内外知名的骨科生产企业。截至报告期期末，公司采购自该等主要生产厂商的骨科产品占公司骨科库存产品的比例为 90.94%。保荐机构、发行人会计师在 2020 年 12 月对美敦力（上海）管理有限公司、贝朗医疗（上海）国际贸易有限公司、捷迈（上海）医疗国际贸易有限公司、苏州欣荣博尔特医疗器械有限公司、山东威高骨科材料股份有限公司、北京理贝尔生物工程研究所有限公司等供应商的相关业务负责人进行了逐一现场访谈，确认若未来由于“带量采购”政策导致公司对外销售价格低于库存价格，该等供应商预计将对公司提供全额补偿。

4、骨科材料开展国家级带量采购后，不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响

根据上述骨科产品省级“带量采购”和心脏支架类产品国家级“带量采购”的经验，“带量采购”实施后，若公司存货由于销售价格下降导致库存发生损失，生产厂商会对公司的库存进行全额补偿。此外，保荐机构已经与公司骨科库存产品的主要供应商进行访谈确认，若未来由于“带量采购”政策导致公司对外销售价格低于库存价格，该等供应商预计将对公司提供全额补偿。因此，在骨科材料开展国家级带量采购后，若降价幅度在 63.5%以内，公司的库存产品不存在跌价风险；若降价幅度超过 63.5%，可能导致公司产品的可变现净值低于存货成本，公司认为，根据行业惯例、历史经验及主要合作生产厂商的确认，生产厂商预计会对公司的库存损失提供全额补偿；若生产厂商不对公司的库存进行补偿，公司的骨科材料库存可能存在跌价风险。

截至报告期期末，公司的总资产为 630,214.70 万元、归属于母公司的净资产为 118,250.39 万元，若骨科材料开展国家级带量采购后中标价格降幅为 80%，以公司 2020 年末骨科材料的库存金额 136,347.08 万元计算，由于 90.94%的骨科材料的供应商已经确认预计会给予公司库存跌价补偿，若在剩余的供应商均不对公司提供库存补偿的情形下，公司需要针对剩余 9.06%的库存产品补提存货跌价准备 5,578.29 万元（61,588.59 万元*9.06%），小于 2020 年公司实现的归母净利润 14,602.41 万元，因此，即使公司在 2020 年一次性补提该等存货跌价准备，公司

在 2020 年依然盈利。

由于带量采购不会降低医疗器械的整体市场需求，在患者刚性需求且销售价格降低的背景下，需求量将进一步提升。而带量采购导致的流通渠道毛利空间大幅压缩，将加速流通行业的整合发展，国科恒泰结合自身全国一体化的仓储物流及配送能力，一方面快速增加代理产品线数量，另外一方面不断拓展对终端医疗机构的直接配送能力。目前国内药械流通企业的竞争格局已经基本形成，国科恒泰等规模化企业构筑了一定的竞争壁垒。因此，骨科材料开展国家级带量采购后，不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

5、发行人应对带量采购政策，降低或消除带量采购的影响的具体措施

公司会通过以下几项应对措施来降低或消除带量采购政策给发行人带来的风险：

（1）延伸服务价值链、实现以量补价、加强费用管控以提升公司的盈利能力

①延伸服务价值链

在带量采购的政策背景下，医疗器械的终端销售价格显著下降，流通渠道的毛利空间大幅度压缩，倒逼大量经销商退出市场，公司将通过与资源方成立合资公司、参与医疗机构集采集配、SPD 项目招标等方式，并依托强大的资金实力、仓储物流网络、精准配送服务能力，持续拓展医院客户，实现替代原有的下游经销商直接对医院进行配送及销售，以延伸公司的服务价值链。

②“以量补价”

带量采购价格谈判完成后，高值医用耗材流通环节将回归仓储物流及配送的本质职能，中标生产厂商将调整入院的渠道方式，委托具备全国范围内服务能力的平台公司承接产品的仓储物流及配送职能，而国科恒泰基于自身全国化的仓储网络布局、专业化的配送团队及强大的信息系统支撑，在目前合作生产厂商的基础上，将积极与更多中标带量采购的生产厂商沟通，以获取更多生产厂商的配送订单，进而通过增加配送中标量的方式补偿因价格下降给公司带来的毛利额下降的影响。

公司已经在该项措施下取得了初步成果，在 2020 年 11 月安徽省公布起搏器产品中标带量采购的文件后，发行人与中标企业雅培医疗用品（上海）有限公司签署协议，由发行人在安徽的子公司安徽国科直接负责全省五十家医院的圣犹达起搏器的配送；在 2020 年 11 月心脏支架产品开展国家级带量采购后，公司在 2021 年 1 月和 2021 年 2 月先后与中标企业山东吉威医疗制品有限公司、万瑞飞鸿（北京）医疗器材有限公司建立合作关系。该等在带量采购实施后公司获得的业务拓展，进一步印证了发行人具备对终端医疗机构直接提供仓储物流配送服务的覆盖能力。

此外，为降低“带量采购”对公司业绩的不利影响，以实现“以量补价”，公司一方面会积极与原有合作的生产厂商进行沟通，争取在原有合作基础上扩大合作范围，以 2021 年上半年为例，公司与贝朗医疗新增了输液泵耗材产品的合作，该等产品预计每年将为公司贡献超过 1 亿元的营业收入；另一方面，公司会积极与更多尚未开展合作关系的国内外知名医疗器械生产厂商进行沟通并争取合作，以 2021 年上半年为例，公司新增与多家医疗器械生产厂商建立合作关系，其中公司在 2021 年新获得杭州锐健马斯汀医疗器材有限公司全线产品在全国 16 个省市的授权，该等产品预计每年将为公司贡献超过 6,000 万元的营业收入。

综上，公司通过努力不断增加代理产品线数量，采用“以量补价”的方式降低“带量采购”对公司业绩的不利影响。

③加强费用管控以提升公司的盈利能力

截至报告期期末，公司已经在全国 27 个省、市和自治区的 59 个城市设立了 114 家分、子公司，并在全中国 27 个省市建立了 89 个物流分仓，形成了覆盖全国的仓储物流配送网络。随着公司经营规模的进一步扩大，规模效应将进一步显现，公司将合理制定预算，加强费用管控，最大化发挥集团内公司间的协同效应，在营收规模增长的同时降低期间费用率，以提升公司的盈利水平。

（2）及时跟进带量采购最新信息、强化采购及存货管控措施、与上游供应商争取更优惠的商业政策

①公司设置专岗实时跟进全国范围医疗器械的“带量采购”信息，并及时反馈商务部和采购供应链部，由商务部和采购供应链部提前与受影响的生产厂家协

商采购备货及库存处置方案

公司成立专门的小组，实时跟踪关注全国范围的医改政策，尤其是“带量采购”在各地的招投标情况。通常情况下，各地在正式执行“带量采购”前 3-6 个月会提前向生产厂商收集资料并发出谈判议价通知，该专门成立的小组会及时将各地拟进行“带量采购”的产品信息反馈至商务部和采购供应链部，商务部和采购供应链部会根据公司在当地业务情况，逐一与生产厂商进行提前沟通，提前协商减少采购、降低采购价格、生产厂商对高价库存进行补偿等解决方案，以最大限度在“带量采购”正式执行前降低公司的库存风险。

在 2021 年下半年即将开展骨科材料国家级带量采购的背景下，公司已经于近月与贝朗医疗、苏州欣荣、山东威高等多家骨科材料的主要供应商提前进行沟通，该等供应商均表示会根据届时中标产品的实际销售价格，对公司的库存损失等进行补偿。

②对于已经中标“带量采购”的产品，公司按实际需求进行采购

对于中标“带量采购”的产品，公司会根据中标需求量严格执行按需采购，以最大限度的减少库存积压的风险。公司已建立针对中标产品的库存管控专门制度，采购部会根据医院向生产厂商提供的预计需求量并结合历史销售、同比及环比销售数据，在每个月 25 日前制定次月采购计划，报财务部和公司总经理审批。

③加强自有仓库中库存的整体调拨管理

截至报告期期末，公司在北京设立了中心仓，并在全国 27 个省、市和自治区的 54 个城市设立了自有分仓。按照生产厂商的要求，公司需要在各地分仓储备一定的基础库存，采购供应链部每周会对各地分仓的出库数据进行监控，并结合当地医院的历史消耗需求，分析各分仓的基础库存是否合理。对于个别分仓中部分销售较慢的库存，公司在确保满足手术需求的基础上，为整合整体库存资源的有效利用，会优先将存货调拨至销售较快的区域，以减少公司向供应商重复采购的可能性。公司在执行全国一体化的库存调拨体系下，在保证物流配送准确、及时、高效的同时，将最大限度的压缩库存量、提升存货周转效率。

④与上游供应商争取更优惠的商业政策

报告期内，公司的主要供应商如波士顿科学、贝朗医疗、捷迈邦美、史赛克

等均有给予公司一定的退换货额度，允许公司将未能销售的过效期存货退回生产厂商。未来，公司会与生产厂商协商进一步提高退换货额度，以进一步降低公司过效期存货的跌价风险。此外，针对“带量采购”等特殊医改政策，公司也会在与生产厂商的协议中争取达成价格补偿条款，将行业惯例落实至合同层面，以进一步降低特殊医改政策导致的终端价格下降对公司库存可能造成的跌价风险。

综上所述，为了降低或消除带量采购对公司造成的不利影响，公司已经制定了延伸服务价值链、实现以量补价、加强费用管控以提升公司的盈利能力、及时跟进带量采购最新信息、强化采购及存货管控措施、与上游供应商争取更优惠的商业政策等一系列应对措施，该等应对措施切实、有效，且已经在 2021 年上半年取得了初步成效。

中介机构回复

1、核查过程

保荐机构、发行人会计师执行了以下核查程序：

（1）访谈发行人的相关业务负责人，了解骨科材料开展国家级带量采购后，若发行人的库存发生减值风险，生产厂商是否会给予发行人库存补偿；若生产厂商不对发行人的库存进行补偿，是否将对发行人持续经营构成重大不利影响；发行人应对带量采购政策，降低或消除带量采购的影响制定的具体措施及执行情况；

（2）通过在各省份的药监局、药械采购中心等公开渠道查询和访谈发行人的相关业务负责人，了解截至 2020 年 12 月 31 日已经公示中标结果的省级、省级联盟和国家组织的高值医用耗材产品“带量采购”情况；通过公开渠道检索骨科产品在各省实施带量采购后入院销售价格的平均降幅情况；

（3）获取安徽省的骨科植入关节类产品和江苏省的初次置换人工膝关节产品的中标文件，并与发行人在分销模式和平台直销模式下合作的品牌和产品进行匹配，了解合作生产厂商在该等省级带量采购的中标情况；

（4）获取贝朗医疗的骨科人工关节类产品在安徽中标“带量采购”前后，采购单价和对经销商销售单价的价目表，核实发行人该等产品的销售毛利率未因中标“带量采购”发生重大变化；

(5) 获取波科国际医疗贸易(上海)有限公司向发行人出具的承诺对因心脏支架类产品降价给发行人带来的预期损失进行全额补偿的《平台合作备忘录》及补偿承诺明细及相关依据;

(6) 2020 年 12 月对美敦力(上海)管理有限公司、贝朗医疗(上海)国际贸易有限公司、捷迈(上海)医疗国际贸易有限公司、苏州欣荣博尔特医疗器械有限公司、山东威高骨科材料股份有限公司、北京理贝尔生物工程研究所有限公司等发行人骨科产品主要供应商的相关业务负责人进行了逐一现场访谈,确认若未来由于“带量采购”政策导致发行人对外销售价格低于库存价格,该等供应商预计将对发行人提供全额补偿;

(7) 在骨科材料开展国家级带量采购后,若中标价格降幅为 80%,以发行人报告期期末的骨科材料库存金额为基础,模拟计算若在除上述已经通过访谈确认预计补偿的生产厂商以外的其余供应商均不对发行人提供库存补偿的情形下,发行人骨科产品需补提的存货跌价准备金额;

(8) 获取发行人与雅培医疗用品(上海)有限公司针对安徽省销售起搏器产品签署的合作协议;获取发行人在 2021 年 1 月和 2021 年 2 月分别与山东吉威医疗制品有限公司、万瑞飞鸿(北京)医疗器材有限公司签署的合作协议;获取发行人在 2021 年与贝朗医疗针对输液泵耗材产品签订的合作协议;获取发行人与杭州锐健马斯汀医疗器材有限公司签订的合作协议。

发行人律师执行了以下核查程序:

查验了包括但不限于发行人的《招股说明书》《审核中心意见落实函回复》,发行人的说明,访谈发行人的相关业务负责人;获取波科国际医疗贸易(上海)有限公司向发行人出具的承诺对因心脏支架类产品降价给发行人带来的预期损失进行全额补偿的《平台合作备忘录》,查阅了保荐机构对美敦力(上海)管理有限公司、贝朗医疗(上海)国际贸易有限公司、捷迈(上海)医疗国际贸易有限公司、苏州欣荣博尔特医疗器械有限公司、山东威高骨科材料股份有限公司、北京理贝尔生物工程研究所有限公司等发行人骨科产品主要供应商的相关业务负责人的访谈记录。

2、核查意见

保荐机构、发行人会计师、发行人律师核查意见：

在骨科材料开展国家级带量采购后，若降价幅度在 63.5%以内，发行人的库存产品不存在跌价风险；若降价幅度超过 63.5%，可能导致发行人产品的可变现净值低于存货成本，根据行业惯例、骨科产品省级“带量采购”和心脏支架类产品国家级“带量采购”的经验、及保荐机构和发行人会计师对发行人主要骨科合作生产厂商的访谈确认，生产厂商预计会对发行人的库存损失提供全额补偿；若尚未通过访谈确认的剩余骨科产品供应商均不对发行人的库存进行补偿，在骨科材料开展国家级带量采购中标价格降幅为 80%的情形下，根据模拟测算，即使发行人在 2020 年一次性补提相应的存货跌价准备，发行人在 2020 年依然盈利。因此，骨科材料开展国家级带量采购后，不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

发行人已经制定了一系列应对措施，以降低或消除带量采购对发行人造成的不利影响，该等应对措施切实、有效，且已经在 2021 年上半年取得了初步成效。

问题八、关于偿债能力。申报材料显示：（1）报告期内，发行人资产负债率较高，各期资产负债率分别为 84.87%、76.94%和 79.51%；（2）报告期各期，发行人经营活动产生的现金流量净额分别为-52,224.99 万元、-46,413.73 万元和-22,981.14 万元。请发行人结合同行业可比公司各类偿债能力财务指标，进一步分析并说明发行人偿债能力是否与同行业可比公司存在较大差异；发行人经营活动现金流量净额持续大额流出的原因及合理性，与同行业可比公司及其商业模式是否匹配。

发行人回复：

1、报告期内，公司流动比率、速动比率和利息保障倍数低于同行业可比公司，资产负债率高于同行业可比公司，但报告期内，公司盈利规模快速增长，利息保障倍数较高，确保了公司具有良好的偿债能力

（1）公司流动比率和速动比率低于同行业可比公司，资产负债率高于同行业可比公司

报告期内，公司与同行业可比公司的主要偿债能力指标对比情况如下：

流动比率（倍）			
公司简称	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
国药控股	1.31	1.29	1.28
嘉事堂	1.46	1.45	1.52
九州通	1.29	1.28	1.29
瑞康医药	1.29	1.34	1.35
海王生物	1.06	1.09	1.10
润达医疗	1.12	1.08	1.19
同行业可比公司平均	1.26	1.26	1.29
国科恒泰	1.22	1.26	1.16
速动比率（倍）			
公司简称	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
国药控股	1.08	1.05	1.06
嘉事堂	1.23	1.17	1.25
九州通	1.00	0.98	0.98
瑞康医药	1.15	1.17	1.14
海王生物	0.93	0.97	0.97
润达医疗	0.92	0.86	0.87
同行业可比公司平均	1.05	1.03	1.05
国科恒泰	0.65	0.58	0.40
资产负债率（合并）			
公司简称	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
国药控股	71.02%	71.40%	70.95%
嘉事堂	62.33%	62.24%	65.60%
九州通	68.31%	69.12%	69.43%
瑞康医药	66.51%	68.42%	67.55%
海王生物	81.14%	80.93%	82.69%
润达医疗	59.91%	61.07%	58.49%
同行业可比公司平均	68.20%	68.86%	69.12%
国科恒泰	79.51%	76.94%	84.87%

报告期内，公司流动比率、速动比率低于可比公司，资产负债率高于可比公司，主要受以下三个因素影响：

①与上市公司相比，公司目前融资渠道较为单一，主要通过短期的银行借款

和关联方拆借应对资金需求，短期负债占比较高。

②润达医疗主要从事体外诊断产品的销售，除润达医疗外，其他可比公司均同时从事药品与医疗器械产品的销售，且以药品销售为主，而公司主要销售的是高值医用耗材类产品，药品和体外诊断产品的效期较短、周转较快且标准化程度更高，同时终端医疗机构也会适当进行存货储备，因此渠道商的备货压力相对较小；相比之下，高值医用耗材的产品规格种类繁多且货值较高，终端医疗机构通常不备货但手术需求又具有紧迫性。因此，为了满足终端医疗机构及时性、不确定性及多样性的需要，公司存货的储备需求高于同行业可比公司。

③从业务模式来看，可比公司对下游客户的销售业务以批发为主，而公司采取批发与寄售相结合的销售模式，寄售模式下公司需要在全国范围内分子公司设立分仓并相应配备基础库存，以便于快速满足二级经销商及医院的订单需求。因此，寄售业务的开展进一步提高了公司的备货量与资金需求。

(2) 公司利息保障倍数较高，确保了公司具有良好的偿债能力

报告期内，公司与同行业可比公司的利息保障倍数情况如下：

单位：倍

公司简称	2020年12月31日	2019年12月31日	2018年12月31日
国药控股	5.57	5.01	4.99
嘉事堂	5.77	5.62	5.08
九州通	5.08	2.79	3.06
瑞康医药	2.55	1.14	4.39
海王生物	1.28	1.72	2.14
润达医疗	3.61	4.00	4.15
同行业可比公司平均	3.98	3.38	3.97
国科恒泰	2.82	3.34	2.94

报告期内，与同行业可比公司相比，公司利息保障倍数低于同行业可比公司平均值，但一直处于较高水平，确保了公司具有良好的偿债能力。此外，报告期内，公司不存在逾期未偿还银行借款的情形。

综上，虽然公司流动比率、速动比率和利息保障倍数低于同行业可比公司，资产负债率高于同行业可比公司，但报告期内，公司盈利规模快速增长，同时，

报告期各期公司利息保障倍数处于较高水平，确保了公司具有良好的偿债能力。

2、报告期内，由于直销业务规模的扩大，以及新合作产品线需要大量储备基础库存，导致经营活动现金流量净额持续大额流出

（1）报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额持续大额流出具备合理性

报告期内，公司经营活动产生的现金流量、相关指标情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
销售商品、提供劳务收到的现金	708,846.03	547,025.10	410,821.36
收到的税费返还	164.10	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	3,614.88	7,001.76	2,769.31
经营活动现金流入小计	712,625.01	554,026.87	413,590.66
购买商品、接受劳务支付的现金	691,227.05	559,767.30	440,387.32
支付给职工以及为职工支付的现金	14,941.61	12,488.40	8,918.08
支付的各项税费	11,284.94	7,242.90	5,157.75
支付其他与经营活动有关的现金	18,152.55	20,942.00	11,352.52
经营活动现金流出小计	735,606.15	600,440.60	465,815.66
经营活动产生的现金流量净额	-22,981.14	-46,413.73	-52,224.99
营业收入	695,904.20	527,871.47	363,676.06
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	101.86%	103.63%	112.96%

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-52,224.99 万元、-46,413.73 万元和-22,981.14 万元，公司净利润逐年增长但经营活动产生的现金流量净额持续为负，主要原因为：公司直销业务的应收账款快速增长，存货逐年增长占用了较大规模资金。具体分析如下：

①直销业务规模的扩大，导致应收账款快速增长

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例分别为 112.96%、103.63%和 101.86%，公司经营活动获取现金的能力较强。2019 年和 2020 年，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入比重有所下降，主要是因为公司直销业务占比大幅上升，而医院的账期较长所致，销售商品、提供劳务收到的现金指标波动与公司业务发展的实际情况相匹配。

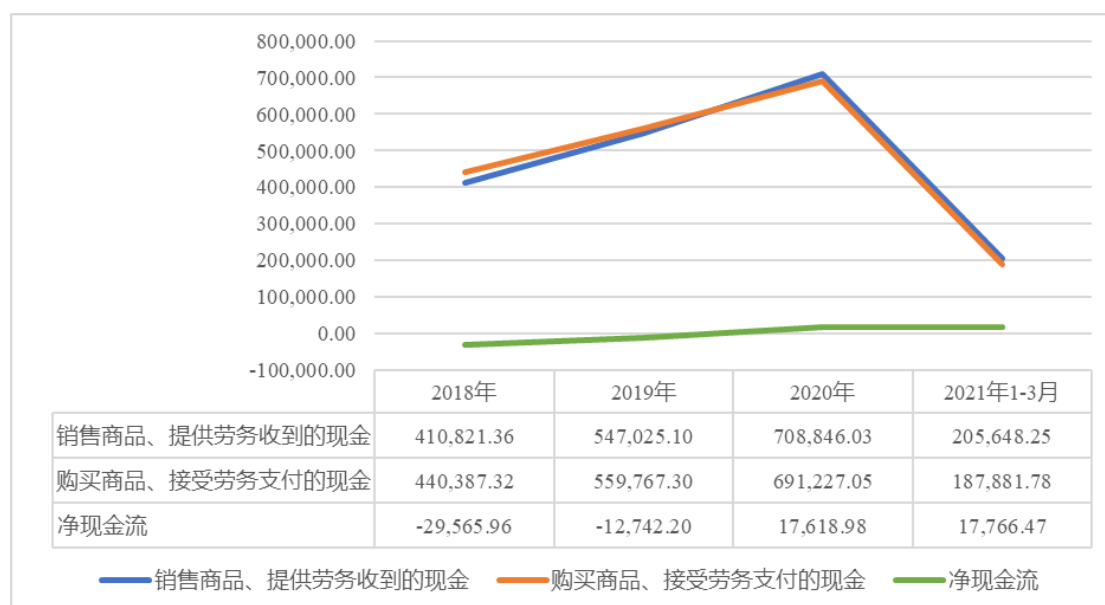
具体而言，报告期内公司直销业务收入由 2018 年的 44,399.23 万元增长至 2020 年的 250,589.67 万元，年均复合增长率为 137.57%。在直销模式下，公司的下游为医院客户且主要为公立三级医院，该等客户资信情况良好，公司根据行业惯例一般给予 6-12 个月不等的账期，因此，随着报告期内公司直销收入快速增长，应收账款的余额也出现了快速增长，公司对直销客户的应收账款余额由 2018 年末的 44,984.14 万元增长至 2020 年末的 231,804.01 万元。应收账款的快速增长，是导致公司净利润逐年增长但经营活动产生的现金流量净额持续为负的主要原因之一。

②公司存货逐年增长占用了较大规模资金

随着业务快速发展，报告期内公司直接获得生产厂商授权的品牌和产品线数量持续增加，公司直接获得生产厂商授权的品牌由 2018 年末的 45 个增加到 2020 年末的 117 个，相应的授权产品线数量也由 2018 年末的 77 条迅速增加到 2020 年末的 174 条，公司作为高值医用耗材专业流通企业，需要在全国范围内进行存货布局以满足一站式分销或直接配送至终端医疗机构的销售需求，而公司在新增代理的品牌或产品线伊始即需要完成一定规模的基础库存储备，但该等新增代理品牌或产品线在授权范围内全面开展分销或直销需要一定的过渡期，采购与销售存在一定的时间错配，使得公司在不断增加代理产品线及合作品牌的时候出现库存占用较大规模资金的情况，待具体的品牌或产品线完成基础库存储备并正常向下游经销商或终端医疗机构供货后，现金流将会有所好转。报告期各期末，公司存货余额分别为 208,235.09 万元、256,678.31 万元和 285,682.46 万元。公司存货的逐年增长，使得购买商品、接受劳务支付的现金逐年增加，也是导致公司净利润逐年增长但经营活动产生的现金流量净额持续为负的主要原因之一。

2018 年至 2021 年 1-3 月，公司销售商品、提供劳务收到的现金和购买商品接受、劳务支付的现金的对比情况如下：

单位：万元



注：2021 年 1-3 月的财务数据为经发行人会计师审阅的数据。

(2) 2018 年-2021 年第一季度公司经营活动产生的现金流量情况

单位：万元

项目	2021 年 1-3 月*	2020 年	2019 年	2018 年
经营活动现金流入小计	206,007.36	712,625.01	554,026.87	413,590.66
经营活动现金流出小计	199,951.51	735,606.15	600,440.60	465,815.66
经营活动产生的现金流量净额	6,055.85	-22,981.14	-46,413.73	-52,224.99

注：2021 年 1-3 月的财务数据为经发行人会计师审阅的数据。

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额逐年好转，至 2021 年第一季度已实现由负转正，为 6,055.85 万元。公司经营活动产生的现金流量的改善主要得益于两方面原因，一方面公司销售收入实现快速增长的同时，依旧保持了较为良好的应收账款周转率；另外一方面公司成熟产品线的库存布局基本完成后，开始贡献正向的现金流入。

综上，报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额持续大额流出，主要系由于直销业务规模的扩大使得应收账款快速增长，且公司对新增合作产品线备货采购需求持续增长导致公司购买商品、接受劳务支付的现金持续增加所致，具有合理性。随着公司销售收入持续快速增长且保持较好的应收账款周转率，以及公司成熟产品线基本完成库存布局，公司的经营活动现金流量净额已经逐步好转，且在 2021 年一季度实现由负转正。

3、与同行业可比公司相比，公司经营活动产生的现金流量净额持续大额流出与公司的商业模式相匹配

报告期内，公司与同行业可比公司经营活动产生的现金流量净额情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
国药控股	1,115,460.93	1,877,709.60	365,373.90
嘉事堂	111,486.95	29,311.46	-29,175.65
九州通	344,388.41	276,787.30	122,202.32
瑞康医药	36,453.91	209,452.49	-16,941.49
海王生物	165,055.50	226,862.19	-113,517.55
润达医疗	32,344.12	24,667.86	53,890.30
公司	-22,981.14	-46,413.73	-52,224.99

目前同行业可比公司以经营药品的分销及零售为主，医疗器械业务涵盖了高值与低值医疗器械产品。公司主要从事的是药械流通环节难度最大的高值医用耗材产品的仓储、物流及配送业务，高值医用耗材具有货值高、终端不备货、双向物流、出入库频次快、配送时限要求高等特点，核心需解决的是如何精准、快速的匹配终端医疗机构手术需求的问题，有赖于全国范围内的仓储、物流及配送体系与专业化的管理能力，与药品的渠道配送存在本质差别。

从商业模式来看，目前同行业可比公司对下游客户的销售业务以对经销商的批发或对终端医疗机构的直销为主，而公司采取批发与长短期寄售相结合的销售模式。在长短期寄售的商业模式下，公司的下游经销商和医疗机构无需提前备货，在医疗机构实际耗用产品后，再由经销商/医疗机构与公司进行采购结算，因此，公司需要在分散于全国各地的众多分子公司仓库和经销商、医院仓库中备足寄售业务所需的安全库存，承担原本由下游经销商或医院客户承担的备货责任，该种商业模式有利于减少中小型经销商和医疗机构的备货资金压力，降低准入门槛，提高产品的市场覆盖。因此，公司与同行业可比公司商业模式的不同，导致公司经营活动产生的现金流量净额与同行业可比公司存在差异。

同时，公司所处行业具有资金密集型的特点，而公司目前正处于快速增长阶段，对资金的需求较大，导致公司经营活动产生的现金流量净额持续大额流出。报告期内，公司与同行业可比公司的营业收入增长情况对比如下：

公司名称	2020 年	2019 年	2018 年
国药控股	7.32%	23.44%	24.06%
嘉事堂	4.82%	23.53%	26.13%
九州通	11.42%	14.19%	17.84%
瑞康医药	-22.84%	3.95%	45.61%
海王生物	-3.54%	8.11%	53.90%
润达医疗	0.24%	18.24%	38.10%
国科恒泰	31.83%	45.15%	57.01%

综上，公司与同行业可比公司经营活动产生的现金流量净额存在差异，与公司和同行业可比公司的主要经营产品、商业模式存在的差异相匹配。此外，公司目前正处于快速增长阶段，报告期内公司的营业收入增长率在同行业中处于领先水平，对资金的需求较大，导致公司经营活动产生的现金流量净额持续大额流出。

（本页无正文，为国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司《关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中心意见落实函之回复报告》之签字盖章页）

国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司
2021年7月13日



发行人董事长声明

本人已认真阅读国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司本次审核中心意见落实函之回复报告的全部内容，确认本意见落实函之回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长、法定代表人：



王 戈

国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司

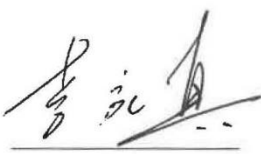


2021年7月13日

（本页无正文，为长城证券股份有限公司《关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中心意见落实函之回复报告》之签字盖章页）

保荐代表人：


张涛


李宛真



保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司本次审核中心意见落实函之回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核中心意见落实函之回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：


李翔

长城证券股份有限公司

2021年7月13日

