

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的专项说明

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

致同会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京朝阳区建国门外大街 22 号
赛特广场 5 层邮编 100004
电话+861085665588
传真+861085665120
www.grantthornton.cn

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的专项说明

深圳证券交易所：

根据贵所 2021 年 6 月 28 日下发的《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”）的要求。致同会计师事务所（以下简称“我们”或“申报会计师”）对落实函中提到的需要申报会计师说明或发表意见的问题进行了认真核查。现将有关问题专项说明如下：

国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司以下简称“发行人”或“公司”。

落实函事项 2.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：（1）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；（2）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；（3）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；（4）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。

【公司回复】

（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。

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。

【申报会计师回复】

1、核查过程

(1) 检索陕西省、安徽省和福建省颁布的关于耗材“两票制”的规定；

(2) 取得并复核发行人在陕西省、安徽省和福建省的销售明细，抽查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

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。

(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。

【公司回复】

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。	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。	

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，其对于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均被认定为“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。

【申报会计师回复】

1、核查过程

（1）检索陕西省、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

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。

【公司回复】

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。

【申报会计师回复】

1、核查过程

获取发行人在陕西省、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

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。

【公司回复】

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合、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，也可以对终端医疗机构直接供货，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→医院的流通过程下，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进行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。

【申报会计师回复】

1、核查过程

检索安徽省、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

“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。

落实函事项 5.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：（1）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；（2）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。

【公司回复】

（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合、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合、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，赔偿金额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，提供存货配合、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。

规则名称	规则内容
《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	格；D、其他相关事实和情况。 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。 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。
《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	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。
《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，提供存货配套、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。

【申报会计师回复】

1、核查过程

（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。

2、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，且与同行业公司会计核算方式一致。

落实函事项 6. 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：（1）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；（2）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。

【公司回复】

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放 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。 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。 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。 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，双方约定如下：
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）	
价格优惠返利 （以贝朗医疗的神经外科材料产品为例）	
平台价差补偿 （以贝朗医疗的神经外科设备产品为例）	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。	上游通过采购订单降价的方式给予发行人补偿
----------	--	----------------------

(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 甲方（发行人）在收到原厂（美敦力）支付的返利后向乙方（经销
利（以美敦力的 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
脊柱产品为例） 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。

【申报会计师回复】

1、核查过程

（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

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。

【公司回复】

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。

发行人自 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：

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

如上表所示，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，为对发行人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。

(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

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

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

库存商品-实际折扣

C、每月末，根据下游客户当月实际向公司采购的折扣订单金额，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

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

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

 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

 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

 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公司补偿，出于谨慎性原则，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及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，公司的中介机构与上游的主要供应商及下游的主要经销商客户进行函证，核对交易金额、返利金额的准确性。

【申报会计师回复】

1、核查过程

（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，详见本专项说明“落实函事项 6（一）”之“申报会计师回复”之“1、核查过程”的“第（3）-第（11）”项核查程序。

2、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。

落实函事项 7. 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：（1）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；（2）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；（3）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。

【公司回复】

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	-
发行人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
发行人采购成本价即生产厂商出厂价为 35.2 元	根据发行人对二级经销商销售价及发行人毛利率 12% 倒推计算
发行人的销售费用率为 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	发行人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。

【申报会计师回复】

1、核查过程

（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

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。

【公司回复】

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集中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。”

【申报会计师回复】

1、核查过程

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

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。

【公司回复】

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低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%。我们和保荐机构在 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，我们与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，发行人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，发行人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，而发行人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 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。

【申报会计师回复】

1、核查过程

（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。

2、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、及我们和保荐机构对发行人主要骨科合作生产厂商的

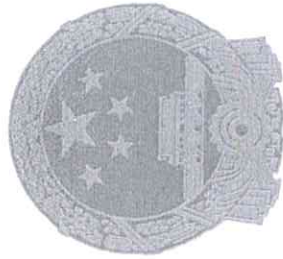
访谈确认，生产厂商预计会对发行人的库存损失提供全额补偿；若尚未通过访谈确认的剩余骨科产品供应商均不对发行人的库存进行补偿，在骨科材料开展国家级带量采购中标价格降幅为 80% 的情形下，根据模拟测算，即使发行人在 2020 年一次性补提相应的存货跌价准备，发行人在 2020 年依然盈利。因此，骨科材料开展国家级带量采购后，不会对发行人的持续经营能力产生重大不利影响。

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。

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年七月十三日





此件仅用于业务报告使用，复印无效

证书序号：0014469

说明

会计师事务所

执业证书

名称：致同会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：李惠琦

主任会计师：

经营场所：北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场5层

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11010156

批准执业文号：京财会许可[2011]0130号

批准执业日期：2011年12月13日

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关：

北京市财政局

二〇二〇年十一月十一日

中华人民共和国财政部制



此件仅供业务报告使用，复印无效

营业执照

统一社会信用代码

91110105592343655N



扫描二维码登录
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多信息、
备案、许可、监
管信息

(副本)(20-1)

名称 致同会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

负责人 李惠琦

经营范围

审计企业会计报表；出具审计报告；验证企业资本；出具验资报告；办理企业合并、分立、变更、清算事宜中的审计业务；出具审计报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他经营活动。(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。)

成立日期 2011年12月22日
合伙期限 2011年12月22日至 长期
主要经营场所 北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场五层



登记机关

2021年06月06日