



关于辽宁何氏眼科医院集团股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
审核中心意见落实函的回复

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）

**关于辽宁何氏眼科医院集团股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
审核中心意见落实函的回复**

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 8 月 2 日出具的《关于辽宁何氏眼科医院集团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》（以下简称“意见落实函”）已收悉，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）对贵所落实函相关问题进行了认真讨论；申报会计师对贵所问询函中所有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。现将有关问题的核查情况和核查意见说明如下。

除另有说明外，本回复报告所用简称与《辽宁何氏眼科医院集团股份有限公司创业板首次公开发行股票招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

目 录

问题二.....	3
问题三.....	12
问题四.....	30
问题五.....	42
问题六.....	45
问题七.....	52
问题八.....	60
问题九.....	69

2. 关于 2020 年业绩情况和审计截止日后财务信息及经营状况。审核问询回复显示，发行人主营业务收入 2020 年较 2019 年增长 9,275.36 万元，其中视光服务增长 5,074.01 万元，屈光不正手术矫正服务增长 2,267.15 万元，玻璃体视网膜诊疗服务增长 1,333.98 万元；2020 年下半年收入增速较快。

请发行人：

(1) 补充说明报告期各季度收入情况，若 2020 年下半年收入规模显著大于 2019 年下半年，请说明原因及合理性；

(2) 结合手术例数、服务次数、均价、服务机构数量等变化情况，说明 2020 年视光服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务收入增长的原因及合理性，2020 年下半年收入规模显著大于 2020 年上半年的合理性；

(3) 2021 年 1-6 月（6 月末）的业绩、主要会计报表项目情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(1) 补充说明报告期各季度收入情况，若 2020 年下半年收入规模显著大于 2019 年下半年，请说明原因及合理性；

【回复】

1、发行人报告期各季度营业收入情况

报告期内，公司各季度营业收入及占比如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	12,898.50	15.38%	17,752.90	23.81%	13,745.32	22.40%
第二季度	21,037.05	25.09%	19,441.45	26.08%	17,726.44	28.88%
第三季度	27,827.17	33.19%	20,839.13	27.95%	16,584.69	27.02%
第四季度	22,084.61	26.34%	16,522.91	22.16%	13,316.32	21.70%
合计	83,847.33	100.00%	74,556.38	100.00%	61,372.77	100.00%

注：公司分季度营业收入未经审计。

从整体上来看，公司营业收入不存在明显的季节性。2020 年一季度收入占比相对较低，主要系公司主要门店按所在城市防控措施要求进行了不同程度的停诊所致；三季度收入占比相对较高，主要系 2020 年高考受疫情影响延后，屈光不正手术矫正服务相应延后集中至三季度所致。

2、2020 年下半年营业收入较上年同期变动的原因及合理性

公司 2020 年下半年营业收入 49,911.78 万元，较 2019 年下半年营业收入 37,362.04 万元增加了 12,549.74 万元，增长 33.59%，主要原因如下：

（1）新冠疫情导致公司 2020 年上半年业务量下降

①2020 年上半年新冠疫情延迟眼病诊疗服务

2020 年春节前后，全国多地相继发生新冠疫情，公司积极配合所在地疫情防控要求，2020 年上半年主要门店进行不同程度的停诊，导致公司 2020 年 1-6 月门诊人次和手术量出现较大幅度的下降，2020 年 1-6 月门诊量 40.80 万人次，较上年同期下降 12.33%；手术量 1.81 万例，较上年同期下降 23.47%。

②新冠疫情导致高考延迟，进而导致屈光不正诊疗服务旺季延迟

一般情况下，每年 6 月为屈光不正手术矫正服务高峰期，大量考生选择在高考结束后进行屈光不正手术治疗。但 2020 年受新冠疫情影响，高考由 6 月延迟至 7 月，导致该部分屈光不正诊疗服务由上半年延迟至下半年。

（2）新冠疫情得到控制后诊疗需求释放和恢复，公司 2020 年下半年业务快速恢复并赶超上年同期水平

公司提供的白内障、屈光不正等眼科手术治疗服务绝大部分为择期手术，患者就医时间弹性大，因此新冠疫情会推迟白内障眼病等患者的手术时间，2020 年下半年随着新冠疫情得到有效控制，全国全面复工复产，眼科医疗服务需求得到了释放和恢复。此外，新冠疫情极大地改变了人们的生活习惯，通过互联网上课、办公、娱乐、社交，用眼强度大幅增加，特别是青少年近视防控形势更加严峻，眼科诊疗服务需求持续增加。

公司抓住危机带来的新机遇，紧跟患者需求，加强线上线下联动，努力削弱疫情对公司经营的不利影响，2020年下半年公司门诊量和手术量分别为62.12万人次、2.61万例，较上年同期增长14.86%、21.99%，营业收入稳步向好。

(3) 公司2020年下半年收入变动趋势与同行业可比公司一致

公司及同行业可比公司2019年及2020年下半年收入下半年收入情况如下：

单位：万元

项目	公司	爱尔眼科	华厦眼科	普瑞眼科
2020年下半年	49,911.78	774,844.78	155,102.70	87,659.73
2019年下半年	37,362.04	524,119.22	131,344.91	63,196.09
变动幅度	33.59%	47.84%	18.09%	38.71%

注：同行业可比公司数据计算自定期报告或招股说明书

由上表可见，同行业可比公司2020年下半年收入较2019年下半年均有较大涨幅，与公司营业收入变动趋势一致。

综上所述，公司2020年下半年营业收入较上年同期上升33.59%，主要系新冠疫情导致公司2020年上半年业务量下降，疫情得到控制后诊疗需求释放和恢复，公司2020年下半年业务快速恢复并赶超上年同期水平，符合公司实际业务情况，具有合理性。此外，公司2020年下半年收入变动趋势与同行业可比公司一致，不存在异常情形。

【核查过程】

1、访谈发行人总经理和财务总监，了解发行人报告期内各季度营业收入情况，以及2020年下半年营业收入较2019年下半年增长的原因及合理性；

2、取得并查阅发行人报告期内各季度营业收入统计表；

3、取得并计算报告期内同行业可比公司2020年下半年及2019年下半年收入及变动情况；

4、分析报告期内发行人2020年下半年营业收入较2019年下半年营业收入增长的原因及合理性。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人 2020 年下半年营业收入较上年同期上升 33.59%，主要系新冠疫情导致其 2020 年上半年业务量下降，疫情得到控制后诊疗需求释放和恢复，发行人 2020 年下半年业务快速恢复并赶超上年同期水平，符合发行人实际业务情况，具有合理性。此外，发行人 2020 年下半年收入变动趋势与同行业可比公司一致，不存在异常情形。

(2) 结合手术例数、服务次数、均价、服务机构数量等变化情况，说明 2020 年视光服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务收入增长的原因及合理性，2020 年下半年收入规模显著大于 2020 年上半年的合理性；

【回复】

1、2020 年视光服务收入增长的原因及合理性

2019 年及 2020 年，公司视光服务收入、服务人次、平均单价及门店数量具体情况如下：

项目	单位	2020 年度 /2020.12.31	2019 年度 /2019.12.31	变动率
营业收入	万元	27,382.06	22,308.05	22.75%
服务人次	万人次	39.02	32.65	19.51%
平均单价	元/人次	701.82	683.31	2.71%
门店数量	家	95	89	6.74%

公司 2020 年视光服务收入较上年增长，主要系视光服务人次增加所致，主要原因分析如下：

(1) 公司围绕三级眼健康医疗服务模式，扩大服务半径，品牌效应日益凸显

报告期内，公司围绕三级眼健康医疗服务模式，通过新设门店等形式不断完善公司医疗服务网络，扩大服务半径，医疗服务机构门店数量逐年增加。2019 年公司拥有 30 家二级眼保健机构及 56 家初级眼保健机构，2020 年公司拥有 32 家二级眼保健机构及 60 家初级眼保健机构，同时随着门店的市场培育、口碑积累，品牌效应提升了公司的服务人次。

(2) 公司拓宽销售渠道，线上销售扩大视光服务收入规模

新冠疫情极大地改变了人们的生活习惯，用眼强度大幅增加，2020 年公司为全方位服务更多的客户群体，适应消费行为习惯的变化，通过线上销售形式拓宽销售渠道，扩大视光服务规模。其中，2020 年度公司框架眼镜线上销售服务人次增长明显，防蓝光护目镜等产品验配数量大幅增加。

（3）新冠疫情期间儿童青少年近视防控形势愈加严峻，公司抓住市场发展机遇，视光服务业务实现快速发展

教育部 2020 年 8 月公布的调研数据显示，2020 年上半年与 2019 年底相比，我国近视率增加 11.7%，其中小学生的近视率增加了 15.2%，初中生增加了 8.2%，高中生增加了 3.8%。国家将儿童青少年近视防控问题上升到战略高度，以及新冠疫情影响导致近视防控需求不断增加，公司抓住市场发展机遇，视光服务业务实现快速发展。

2、2020 年屈光不正手术矫正服务收入增长的原因及合理性

2019 年及 2020 年，公司屈光不正手术矫正服务收入、手术量及平均单价具体情况如下：

项目		单位	2020 年度	2019 年度	变动率
中高端类型	营业收入	万元	8,024.12	6,494.00	23.56%
	手术量	例数	4,020	3,240	24.07%
	平均单价	元/例	19,960.50	20,043.20	-0.41%
普通类型	营业收入	万元	9,708.05	8,971.02	8.22%
	手术量	例数	6,736	6,756	-0.30%
	平均单价	元/例	14,412.19	13,278.60	8.54%
合计	营业收入	万元	17,732.17	15,465.02	14.66%
	手术量	例数	10,756	9,996	7.60%
	平均单价	元/例	16,485.84	15,471.21	6.56%

2020 年公司屈光不正手术矫正服务收入为 17,732.17 万元，较 2019 年增长 14.66%，主要系：一方面，我国近视患者人群数量庞大，屈光不正手术需求逐年增加。公司面对良好的外部市场环境，引进国际领先的诊疗设备为患者提供个性化治疗方案，满足患者从基础到高端的多层次、个性化需求，2020 年手术量上升 7.60%；另一方面，随着居民消费水平提高和医疗服务体系的完善，大量的基

本需求逐步开始升级为中高端的需求，与 2019 年相比，2020 年中高端屈光不正手术矫正服务手术量增长 24.07%，普通类型屈光不正手术矫正服务平均单价上升 8.54%。

3、2020 年玻璃体视网膜诊疗服务收入增长的原因及合理性

2019 年及 2020 年，公司玻璃体视网膜诊疗服务收入、手术量及平均单价具体情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	变动率
营业收入	万元	6,660.74	5,326.76	25.04%
手术量	例数	7,491	5,047	48.42%
平均单价	元/例	8,891.66	10,554.31	-15.75%

2020 年公司玻璃体视网膜诊疗服务收入增长，主要系其中的球内注射手术量及收入上升所致。2020 年 1 月，辽宁省医疗保障局、辽宁省卫生健康委员会发布《关于做好国家医保谈判药品落地工作的通知》（辽医保[2020]7 号）等新规，规定球内注射手术雷珠单抗等高值药品的使用经评估后可在门诊进行报销，公司下属医疗机构沈阳何氏等及时取得了相关评估资格并开展相关业务，使得球内注射手术收入及手术量上升。2020 年玻璃体视网膜诊疗服务平均单价较上年有所下降，主要系辽宁省药品集中采购平台药品中标价格调整，球内注射用药雷珠单抗注射液等药品价格大幅下降所致。

4、2020 年下半年收入规模显著大于 2020 年上半年的合理性

公司 2020 年上半年和下半年的主营业务收入规模及变动情况具体如下：

单位：万元

项目			2020 年上半年		2020 年下半年		变动金额	变动率
			金额	占比	金额	占比		
诊疗服务	手术治疗	白内障诊疗服务	5,670.27	16.79%	9,584.26	19.28%	3,913.99	69.03%
		屈光不正手术矫正服务	7,444.08	22.05%	10,288.09	20.70%	2,844.01	38.20%
		玻璃体视网膜诊疗服务	2,773.39	8.21%	3,887.35	7.82%	1,113.96	40.17%
		其他眼病诊疗服务	1,765.33	5.23%	2,323.27	4.67%	557.94	31.61%
		手术治疗小计	17,653.07	52.28%	26,082.97	52.47%	8,429.90	47.75%
	非手术治疗		5,217.40	15.45%	7,136.82	14.36%	1,919.42	36.79%

项目	2020 年上半年		2020 年下半年		变动金额	变动率
	金额	占比	金额	占比		
诊疗服务小计	22,870.47	67.73%	33,219.79	66.83%	10,349.32	45.25%
视光服务	10,894.25	32.27%	16,487.81	33.17%	5,593.56	51.34%
主营业务收入合计	33,764.73	100.00%	49,707.59	100.00%	15,942.86	47.22%

由上表可见，公司 2020 年下半年主营业务收入较上半年增长 15,942.86 万元，增幅 47.22%，主要系新冠疫情导致公司 2020 年上半年业务量下降，疫情得到控制后眼科诊疗需求释放和恢复，公司抓住危机带来的新机遇，紧跟患者需求，下半年业务快速恢复，具体分析详见本题问题（1）回复之“2、2020 年下半年营业收入较上年同期变动的原因及合理性”的内容。

【核查过程】

1、访谈发行人总经理和财务总监，了解发行人 2020 年视光服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务收入的变动情况与原因，以及 2020 年下半年收入规模较上半年增长的原因及合理性；

2、取得并查阅发行人 2019 年及 2020 年视光服务收入、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务项目构成统计表；

3、取得并查阅发行人 2019 年及 2020 年视光服务手术例数、服务次数、平均单价及服务机构数量统计表；

4、结合实际业务情况，分析报告期内发行人 2020 年下半年营业收入较 2020 年上半年营业收入增长的原因及合理性。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人 2020 年视光服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务收入增长主要系新冠疫情期间儿童青少年近视防控形势愈加严峻，发行人抓住市场发展机遇，视光服务业务实现快速发展；发行人拓宽销售渠道，线上销售扩大视光服务收入规模；发行人围绕三级眼健康医疗服务模式，扩大服务半径，品牌效应日益凸显，满足患者从基础到高端的多层次、个性化需求所致，具有合理性；2020 年下半年收入规模显著大于上半年，主要系

新冠疫情导致发行人 2020 年上半年业务量下降，疫情得到控制后眼科诊疗需求释放和恢复，发行人抓住危机带来的新机遇，紧跟患者需求，加强线上线下联动，下半年业务快速恢复所致，具有合理性。

(3) 2021 年 1-6 月（6 月末）的业绩、主要会计报表项目情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性。

【回复】

1、发行人 2021 年 1-6 月的业绩情况

2021 年 1-6 月，随着国内新冠疫情得到有效控制，眼科医疗服务需求陆续得到了释放和恢复，公司经营业绩与上年同期相比实现了较大增长。2021 年 1-6 月，公司实现营业收入 46,522.68 万元，较上年同期增加 12,587.13 万元，增长 37.09%；实现归属于普通股股东净利润 5,919.54 万元，较上年同期增加 2,592.70 万元，增长 77.93%；扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润 5,836.41 万元，较上年同期增加 2,895.09 万元，增长 98.43%。上述 2021 年 1-6 月相关财务数据未经审计或审阅。

2、发行人主要会计报表项目变动情况

(1) 发行人财务报表总体情况

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	变动率
资产总计	141,148.55	110,438.24	27.81%
负债总计	38,900.02	14,109.26	175.71%
所有者权益	102,248.53	96,328.99	6.15%
归属于普通股股东权益合计	102,248.53	96,328.99	6.15%
项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动率
营业收入	46,522.68	33,935.55	37.09%
营业利润	8,772.14	4,809.09	82.41%
利润总额	8,724.26	5,121.53	70.34%
净利润	5,919.54	3,326.84	77.93%
归属于普通股股东的净利润	5,919.54	3,326.84	77.93%

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	变动率
扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润	5,836.41	2,941.32	98.43%

注：2021 年 1-6 月/2021 年 6 月 30 日数据未经审计或审阅，下同。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司资产总额为 141,148.55 万元，较期初增加 30,710.30 万元，增长 27.81%；负债总额为 38,900.02 万元，较期初增加 24,790.76 万元，增长 175.71%；归属普通股股东权益为 102,248.53 万元，较期初增加 5,919.54 万元，增长 6.15%；上述变动主要系执行新租赁准则及公司净利润增长所致。

公司 2021 年 1-6 月营业收入和净利润较上年同期大幅增长主要系：①上年同期经营业绩受新冠疫情影响较大，2021 年 1-6 月随着国内新冠疫情得到有效控制，眼科医疗服务需求陆续得到了释放和恢复；②公司面临良好的市场发展机遇，眼科医疗服务需求强劲，市场空间巨大；③公司围绕三级眼健康医疗服务模式，不断完善医疗服务网络，优化业务结构，满足客户多层次医疗服务需求，公司品牌效应日益凸显，经营实力不断提升。

(2) 主要会计报表项目变动情况

公司 2021 年 6 月 30 日超过资产总额 5%且变动幅度 30%以上的资产负债表项目，2021 年 1-6 月超过利润总额 10%且变动幅度 30%以上的利润表项目具体如下：

单位：万元

资产负债表项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	变动率
使用权资产	25,133.94	-	不适用
应付账款	8,001.27	5,754.45	39.05%
租赁负债	18,283.99	-	不适用
利润表项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动率
营业收入	46,522.68	33,935.55	37.09%
所得税费用	2,804.72	1,794.69	56.28%

①资产负债表项目

公司于 2021 年 1 月 1 日起执行经修订的《企业会计准则第 21 号——租赁》，根据每项租赁按照与租赁负债相等的金额及预付租金进行必要调整，确认“使用权资产” 25,133.94 万元；根据剩余租赁付款额按首次执行日承租人增量借款利

率折现的现值，确认“租赁负债”18,283.99万元。

截至2021年6月30日，公司应付账款8,001.27万元，较期初增加2,246.82万元，增长39.05%，主要系公司医用耗材等原材料采购额增长同时未到付款结算周期所致。

②利润表项目

2021年1-6月，公司营业收入46,522.68万元，同比增长37.09%，主要系眼科医疗服务行业面临良好的市场发展机遇，公司自身经营实力不断提升，以及上年同期经营业绩受新冠疫情影响较大所致；所得税费用2,804.72万元，同比增长56.28%，主要系公司经营业绩增长导致利润增长所致。

综上，2021年6月末资产负债表项目较2020年末变动，主要系会计政策变更所致；2021年1-6月利润表项目较上年同期变动，主要系眼科医疗服务行业面临良好的市场发展机遇，公司自身经营实力不断提升、经营业绩稳步增长所致，具有可持续性。

【核查过程】

1、访谈发行人总经理及财务总监，了解发行人2021年1-6月主要经营情况及财务状况，了解发行人2021年1-6月主要财务指标同比变动原因及合理性；

2、获取并复核发行人2021年1-6月、2020年1-6月财务报表；

3、结合经营情况，对2021年1-6月主要会计报表项目变动情况，分析变动原因以及影响因素是否具有持续性。

【核查结论】

经核查，申报会计师认为：发行人2021年6月末资产负债表项目较2020年末变动，主要系会计政策变更所致；2021年1-6月利润表项目较上年同期变动，主要系眼科医疗服务行业面临良好的市场发展机遇，发行人自身经营实力不断提升、经营业绩稳步增长所致，具有可持续性。

3. 关于视光服务收入。审核问询回复显示：

(1) 发行人视光服务收入增速较快。2018年至2020年占发行人主营业务收

入比例分别为 26.63%、30.07%和 32.80%，收入规模和占比逐年上升；

(2) 发行人视光服务收入占比显著高于同行业公司水平；

(3) 视光服务收入集中于三级机构，且增速较快。

请发行人：

(1) 按照产品或服务种类，补充说明视光服务收入的销量、单价、收入、毛利率情况；报告期框架眼镜服务人次显著增长的合理性，其他服务人次显著增长的合理性，角膜接触镜平均单价显著增长的合理性；

(2) 补充说明视光服务收入在初级、二级、三级机构的分布情况，各层级单个机构的平均视光服务收入、人次数规模情况；视光服务收入主要集中于三级机构的合理性，三级机构的平均视光服务收入、人次数规模显著高于二级和初级机构的合理性；

(3) 补充说明报告期各期 3 家三级机构分别的视光服务收入、人次、均价情况，平均每日服务人次数情况；结合 3 家三级机构的营业面积、验光师或定配工人数、设备数量等产能要素，说明 3 家三级机构视光服务人次数显著增长的合理性，该增速的可持续性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(1) 按照产品或服务种类，补充说明视光服务收入的销量、单价、收入、毛利率情况；报告期框架眼镜服务人次显著增长的合理性，其他服务人次显著增长的合理性，角膜接触镜平均单价显著增长的合理性；

【回复】

1、视光服务的服务人次、单价、收入及毛利率情况

报告期各期，公司视光服务收入分别为 16,249.90 万元、22,308.05 万元和 27,382.06 万元，占主营业务收入比例分别为 26.63%、30.07%和 32.80%，具体情况如下：

(1) 视光服务总体情况

报告期各期，公司视光服务的服务人次、平均单价、收入及毛利率等具体情况如下：

单位：万元、万人次、元/人次

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/ 毛利率	变动率/ 变动	金额/ 毛利率	变动率/ 变动	金额/ 毛利率
营业收入	27,382.06	22.75%	22,308.05	37.28%	16,249.90
营业成本	13,114.18	23.36%	10,631.13	28.71%	8,260.06
营业毛利	14,267.88	22.19%	11,676.92	46.15%	7,989.84
毛利率	52.11%	-0.45%	52.34%	6.46%	49.17%
服务人次	39.02	19.51%	32.65	40.48%	23.24
平均单价	701.82	2.71%	683.31	-2.27%	699.22
平均成本	336.12	3.22%	325.64	-8.38%	355.42

报告期各期，公司视光服务平均单价分别为 699.22 元/人次、683.31 元/人次和 701.82 元/人次，平均成本分别为 355.42 元/人次、325.64 元/人次和 336.12 元/人次。2019 年平均单价及平均成本下降，主要系公司根据市场的需要，优化框架眼镜验配项目结构，提供更多入门级验配服务；2020 年平均单价及平均成本上升，主要系随着近视防控的升级，高单价的角膜塑形镜验配收入和数量占比增加所致。

报告期各期，公司视光服务毛利率分别为 49.17%、52.34%和 52.11%，2019 较 2018 年毛利率上升，主要系报告期内公司抓住青少年近视防控发展机遇，加大视光服务投入力度，同时品牌效应日益凸显，公司视光服务人次大幅增加、收入水平上涨明显；随着视光服务人次大幅增加，公司的规模效应逐年提高，单位固定成本逐年下降，导致视光服务毛利率上升。

（2）视光服务不同项目具体情况

①框架眼镜

单位：万元、万人次、元/人次

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/ 毛利率	变动率/ 变动	金额/ 毛利率	变动率/ 变动	金额/ 毛利率
营业收入	13,203.20	20.21%	10,983.66	29.16%	8,503.73

营业成本	5,727.87	25.40%	4,567.63	17.28%	3,894.52
营业毛利	7,475.33	16.51%	6,416.02	39.20%	4,609.21
毛利率	56.62%	-3.08%	58.41%	7.77%	54.20%
服务人次	19.24	41.81%	13.57	43.37%	9.46
平均单价	686.20	-15.23%	809.51	-9.91%	898.57
平均成本	297.69	-11.57%	336.64	-18.20%	411.53

报告期各期，公司框架眼镜平均单价分别为 898.57 元/人次、809.51 元/人次和 686.20 元/人次，平均成本分别为 411.53 元/人次、336.64 元/人次和 297.69 元/人次；2019 年、2020 年平均单价、平均成本下降系公司根据市场的需要，优化框架眼镜验配项目结构，提供更多入门级验配服务，如疫情期间增加了防蓝光护眼目镜等低单价产品的验配销售服务，导致平均单价及采购成本下降。

报告期各期，公司框架眼镜毛利率分别为 54.20%、58.41%和 56.62%，随着公司品牌效应日益凸显，公司框架眼镜收入上涨明显，服务人次逐年增加，单位固定成本呈下降趋势。2020 年毛利率较 2019 年略有下降，主要系框架眼镜验配项目结构略有变化。

②角膜接触镜

单位：万元、万人次、元/人次

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额 /毛利率	变动率 /变动	金额 /毛利率	变动率 /变动	金额 /毛利率
营业收入	10,250.06	26.33%	8,113.89	50.00%	5,409.43
营业成本	4,951.17	26.33%	3,919.14	44.37%	2,714.60
营业毛利	5,298.89	26.32%	4,194.75	55.66%	2,694.83
毛利率	51.70%	-	51.70%	3.78%	49.82%
服务人次	2.93	-4.52%	3.06	10.33%	2.78
平均单价	3,503.94	32.30%	2,648.40	35.96%	1,947.94
平均成本	1,692.53	32.31%	1,279.22	30.86%	977.53

报告期各期，公司角膜接触镜的平均单价分别为 1,947.94 元/人次、2,648.40 元/人次和 3,503.94 元/人次，平均成本分别为 977.53 元/人次、1,279.22 元/人次和 1,692.53 元/人次，均呈逐年上升趋势，主要系随着近视防控的升级，高单价的角膜塑形镜验配收入和数量呈上升趋势，对应单位采购成本亦呈上升趋势。公

司角膜接触镜毛利率分别为 49.82%、51.70%和 51.70%，整体较为稳定。

③其他服务

单位：万元、万人次、元/人次

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额 /毛利率	变动率 /变动	金额 /毛利率	变动率 /变动	金额 /毛利率
营业收入	3,928.80	22.37%	3,210.50	37.39%	2,336.75
营业成本	2,435.13	13.56%	2,144.36	29.89%	1,650.95
营业毛利	1,493.66	40.10%	1,066.14	55.46%	685.80
毛利率	38.02%	14.49%	33.21%	13.15%	29.35%
服务人次	16.85	5.21%	16.01	45.59%	11.00
平均单价	233.17	16.31%	200.47	-5.63%	212.44
平均成本	144.52	7.93%	133.90	-10.79%	150.09

其他服务主要包含护理液、太阳镜、治疗仪、眼贴等眼周边产品的销售服务。报告期各期，公司其他服务平均单价分别为 212.44 元/人次、200.47 元/人次和 233.17 元/人次，平均成本分别为 150.09 元/人次、133.90 元/人次和 144.52 元/人次，整体较为稳定。

报告期各期，公司其他服务毛利率分别为 29.35%、33.21%和 38.02%，呈逐年上升趋势；2019 年毛利率上升主要系服务人次逐年增加，单位固定成本逐年下降所致；2020 年毛利率上升主要系受新冠疫情影响，康复训练等毛利率较高的销售服务收入占比增加所致。

2、报告期公司不同视光服务项目服务人次增长的合理性

(1) 公司视光服务人次增长的总体原因分析

报告期各期，公司的视光服务总人次分别为 23.24 万人次、32.65 万人次和 39.02 万人次，呈逐年增加趋势，主要原因包括：

①我国儿童青少年近视防控形势严峻，市场空间巨大

近年来，我国政府高度重视近视防控战略实施，相关诊疗需求得到释放。

2018 年 8 月，习近平总书记就学生近视问题作出重要指示，要求全社会都要行动起来，共同呵护好孩子的眼睛，让他们拥有一个光明的未来。同月，教育

部等八部门印发《综合防控儿童青少年近视实施方案》明确了综合防控目标：“到2023年，力争实现全国儿童青少年总体近视率在2018年的基础上每年降低0.5个百分点以上，近视高发省份每年降低1个百分点以上。到2030年，实现全国儿童青少年新发近视率明显下降，儿童青少年视力健康整体水平显著提升，6岁儿童近视率控制在3%左右，小学生近视率下降到38%以下，初中生近视率下降到60%以下，高中阶段学生近视率下降到70%以下。”

2021年4月，教育部等十五部门联合制定《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021—2025年）》，明确工作目标：“合力开展儿童青少年近视防控光明行动，克服新冠肺炎疫情影响，健全完善儿童青少年近视防控体系，到2025年每年持续降低儿童青少年近视率，有效提升儿童青少年视力健康水平，为如期实现《实施方案》2030年各项目标任务奠定基础”。《儿童青少年近视防控光明行动工作方案（2021—2025年）》明确主要任务之一为“提升专业指导和矫正质量。发挥医院专业优势，不断提高眼健康服务能力”。

我国儿童青少年近视防控形势十分严峻，此外受新冠疫情影响，中小学、幼儿园延期开学，使用互联网教育和娱乐产品的青少年学生和儿童数量大大增加，青少年学生和儿童的不良用眼习惯致使眼健康需求端不断扩容。眼科医疗服务行业存在巨大的视功能训练、验光配镜等近视防控和屈光手术的市场空间。教育部2020年8月公布的调研数据显示，2020年上半年，我国近视率增加11.7%，其中中小学生的近视率增加了15.2%，初中生增加了8.2个百分点，而高中学生增加了3.8个百分点。

国家将儿童青少年近视防控问题上升到战略高度，以及新冠疫情影响导致近视防控需求不断增加，公司抓住市场发展机遇，视光服务业务实现快速发展。

②经营理念和业务布局不断提升公司的视光服务能力

当前眼病防控关口不断前移，眼病患者需求已逐步从治疗向预防转变，特别是儿童青少年屈光不正问题越来越严重，公司坚持预防为主、防治结合经营理念，围绕三级眼健康医疗服务模式，深耕辽宁市场，在辽宁省布局了较多的初级眼保健服务机构。视光服务作为初级眼保健服务的重要内容，报告期公司通过三级医疗网络加大视光服务的投入，通过普通验配店逐步向门诊店升级、增加角膜接触

镜等验配服务内容，不断提升自身的视光服务能力。截至报告期末，公司经营的 95 家眼保健服务机构，其中 60 家为初级眼保健服务机构，其核心业务为视光服务，随着“何氏眼科”品牌效应的日益凸显，视光服务人次及收入增长较快。

报告期内，同行业可比公司视光服务收入增长率变化情况如下：

项目	视光服务收入增长率		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
爱尔眼科	27.15%	30.67%	26.04%
希玛眼科	99.16%	68.79%	42.22%
普瑞眼科	12.83%	22.91%	27.71%
华夏眼科	18.46%	34.88%	43.18%
平均值	39.40%	39.31%	34.79%
公司	22.75%	37.28%	35.81%

注：①数据来源于同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书或反馈回复；②希玛眼科视光服务取其销售视力辅助产品数据；③德视佳未单独披露视光服务收入。

由上表可见，报告期内，同行业可比公司的视光服务收入均呈快速增长趋势。

综上所述，报告期内，公司视光服务人次逐年增长，主要系我国儿童青少年近视防控形势严峻、市场空间巨大，以及公司经营理念和业务布局不断提升视光服务能力所致，公司与同行业可比公司视光服务收入均呈快速增长趋势，具有合理性。

（2）框架眼镜服务人次显著增长的合理性

报告期各期，公司框架眼镜服务人次的具体情况如下：

单位：万人次

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	服务人次	变动率	服务人次	变动率	服务人次
框架眼镜服务人次	19.24	41.81%	13.57	43.37%	9.46
其中：线上销售服务人次	6.94	242.53%	2.02	2956.93%	0.07
线下销售服务人次	12.30	6.49%	11.55	23.00%	9.39

如上表所示，报告期内公司框架眼镜服务人次显著增长，主要系框架眼镜线上销售服务人次增长迅速所致。为全方位服务更多的客户群体，公司根据消费行

为习惯的变化，不断扩大通过天猫商城旗舰店等线上销售形式开展视光服务的规模。其中，2020年度公司框架眼镜线上销售服务人次增长明显，主要系新冠疫情极大地改变了人们的生活习惯，用眼强度大幅增加，客单价较低的防蓝光护目镜等产品验配数量大幅增加所致。受此影响，公司2020年线上销售服务收入从2019年399.58万元增加至1,208.52万元，增长205.51%。

综上所述，公司报告期内框架眼镜服务人次显著增长符合实际情况，具有合理性。

（3）其他服务人次显著增长的合理性

报告期各期，公司其他视光服务包含护理液、太阳镜、治疗仪、眼贴等眼周边产品的销售服务，服务人次分别为11.00万人次、16.01万人次和16.85万人次，对应服务收入分别为2,336.75万元、3,210.50万元和3,928.80万元，均呈逐年增加趋势。如前所述，其他服务主要为眼周边产品的销售，该等服务内容较为简单、服务时间较短，主要为相关产品的交付，对视光服务资源的占用较少，其他视光服务人次较多，主要与公司预防为主、防治结合的经营理念以及辽宁省内数量众多、广泛分布的眼保健服务机构有关。2019年其他服务人次较2018年增加明显，主要系2019年角膜塑形镜验配数量较2018年增加较多，配套护理液销售随之增长；此外，随着广大居民眼健康意识的增强，叶黄素、眼贴等眼周边产品销售有所增加。

上述公司其他视光服务人次显著增长的原因符合实际业务情况和市场需求变化，具有合理性。

3、角膜接触镜平均单价显著增长的合理性

（1）角膜接触镜平均单价总体情况

单位：万元、万人次、元/人次

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额 /毛利率	变动率 /变动	金额 /毛利率	变动率 /变动	金额 /毛利率
营业收入	10,250.06	26.33%	8,113.89	50.00%	5,409.43
营业成本	4,951.17	26.33%	3,919.14	44.37%	2,714.60
营业毛利	5,298.89	26.32%	4,194.75	55.66%	2,694.83

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额 /毛利率	变动率 /变动	金额 /毛利率	变动率 /变动	金额 /毛利率
毛利率	51.70%	-	51.70%	3.78%	49.82%
服务人次	2.93	-4.52%	3.06	10.33%	2.78
平均单价	3,503.94	32.30%	2,648.40	35.96%	1,947.94
平均成本	1,692.53	32.31%	1,279.22	30.86%	977.53

报告期各期，公司角膜接触镜的平均单价分别为 1,947.94 元/人次、2,648.40 元/人次和 3,503.94 元/人次，平均成本分别为 977.53 元/人次、1,279.22 元/人次和 1,692.53 元/人次，均呈逐年上升趋势，主要系随着儿童青少年近视防控的升级，高单价的角膜塑形镜销售收入和数量呈上升趋势所致。

（2）不同类型角膜接触镜平均单价具体情况

报告期内，公司角膜接触镜包括硬性角膜接触镜和软性角膜接触镜，前者包括角膜塑形镜（OK 镜）和硬性接触镜（RGP），不同类型角膜接触镜的验配服务收入、人次及平均单价具体情况如下：

单位：万元、万人次、元/人次

期间		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
项目		金额/ 人次	占比/ 变动率	金额/ 人次	占比/ 变动率	金额/ 人次	占比
服务收入	角膜塑形镜（OK 镜）	9,161.47	89.38%	6,951.82	85.68%	4,386.98	81.10%
	硬性接触镜（RGP）	403.77	3.94%	429.03	5.29%	384.96	7.12%
	硬性角膜接触镜小计	9,565.24	93.32%	7,380.85	90.97%	4,771.94	88.22%
	软性角膜接触镜	684.82	6.68%	733.04	9.03%	637.49	11.78%
	合计	10,250.06	100.00%	8,113.89	100.00%	5,409.43	100.00%
服务人次	角膜塑形镜（OK 镜）	1.53	52.17%	1.24	40.33%	0.82	29.48%
	硬性接触镜（RGP）	0.15	4.97%	0.16	5.15%	0.16	5.64%
	硬性角膜接触镜小计	1.67	57.14%	1.39	45.48%	0.98	35.12%
	软性角膜接触镜	1.25	42.86%	1.67	54.52%	1.80	64.88%
	合计	2.93	100.00%	3.06	100.00%	2.78	100.00%
平均单价	角膜塑形镜（OK 镜）	6,002.99	6.70%	5,626.27	5.00%	5,358.14	-
	硬性接触镜（RGP）	2,776.02	2.10%	2,718.81	10.56%	2,459.02	-
	硬性角膜接触镜平均	5,722.21	8.03%	5,297.01	8.26%	4,892.79	-
	软性角膜接触镜	546.24	24.47%	438.87	24.03%	353.83	-

期间	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
项目	金额/ 人次	占比/ 变动率	金额/ 人次	占比/ 变动率	金额/ 人次	占比
角膜接触镜平均单价	3,503.94	32.30%	2,648.40	35.96%	1,947.94	-

如上表所示，报告期各期，角膜塑形镜验配服务平均单价高于其他角膜接触镜同期水平；报告期内，高单价的角膜塑形镜验配服务收入、服务人次及其占比均呈逐年上升趋势，使得角膜接触镜平均单价呈逐年显著增长趋势。

（3）报告期内角膜塑形镜验配服务人次增长的原因及合理性分析

报告期各期，公司角膜塑形镜的平均单价分别为 5,358.14 元/人次、5,626.27 元/人次和 6,002.99 元/人次，呈小幅上升趋势，主要系更多家长为孩子选择高单价进口品牌角膜塑形镜所致；服务人次分别为 0.82 万人次、1.24 万人次和 1.53 万人次，呈逐年增长趋势，主要原因分析如下：

①我国儿童青少年近视防控形势严峻，市场空间巨大，以及新冠疫情影响导致近视防控需求不断扩大，公司抓住市场发展机遇，提高视光服务投入力度，增加角膜塑形镜等视光产品的验配服务。

②医疗消费升级，更多客户选择高单价角膜塑形镜等高端产品的验配服务。角膜塑形镜是一种逆几何设计的硬性透气性接触镜，通过配戴使角膜中央区域的弧度在一定范围内变平，从而暂时性降低一定量的近视度数，是一种可逆性非手术的物理矫形方法。近年来，随着居民生活水平的提高，医疗消费升级明显，越来越多的客户，尤其是屈光不正儿童青少年的家长们，倾向于给孩子们选择舒适度高、透氧性强、加工工艺好的高单价角膜塑形镜。

③报告期内，公司围绕三级眼健康医疗服务模式，不断加大视光服务投入力度，通过优化医护人员结构、医院内部诊室配置等提高角膜塑形镜等产品的验配服务能力。

综上所述，公司报告期内角膜塑形镜验配服务人次增长明显，符合公司实际业务情况及市场需求变化，具有合理性。

【核查过程】

1、访谈发行人总经理和财务总监，了解发行人报告期内视光服务的服务人次、单价、收入及毛利率情况，框架眼镜和其他视光服务人次显著增长的原因及合理性，以及角膜接触镜平均单价显著增长的原因及合理性；

2、取得并查阅发行人报告期内视光服务收入、人次、平均单价及毛利率明细表，以及角膜接触镜服务收入、人次及平均单价明细表；

3、取得并计算报告期内同行业可比公司视光服务收入增长率及占比；

4、结合实际业务情况，分析报告期内发行人框架眼镜和其他视光服务人次显著增长的原因及合理性，以及角膜接触镜平均单价显著增长的原因及合理性。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人框架眼镜服务人次显著增长，主要系框架眼镜线上销售服务人次增长迅速所致，发行人为全方位服务更多的客户群体，根据消费行为习惯的变化，不断扩大通过天猫商城旗舰店等线上销售形式开展视光服务的规模，具有合理性；2019 年其他服务人次较 2018 年增加明显，主要系 2019 年角膜塑形镜验配数量较 2018 年增加较多，配套护理液销售随之增长；角膜接触镜平均单价显著增长，主要高单价的角膜塑形镜验配服务收入、服务人次及其占比均呈逐年上升所致。

(2) 补充说明视光服务收入在初级、二级、三级机构的分布情况，各层级单个机构的平均视光服务收入、人次规模情况；视光服务收入主要集中于三级机构的合理性，三级机构的平均视光服务收入、人次规模显著高于二级和初级机构的合理性；

【回复】

1、视光服务收入在初级、二级、三级眼保健服务机构的分布以及各层级平均视光服务收入和人次情况

单位：万元、家、万元/家、万人次、万人次/家

项目	三级	二级	初级
2020 年度/2020.12.31			
视光服务收入（a）	11,035.16	7,242.70	9,488.31

项目	三级	二级	初级
机构数量 (b)	3.00	32.00	60.00
平均视光服务收入 (c=a/b)	3,678.39	226.33	158.14
服务人次 (d)	17.42	10.55	11.04
平均服务人次 (e=d/b)	5.81	0.33	0.18
2019 年度/2019.12.31			
视光服务收入 (a)	9,206.01	5,211.19	8,901.83
机构数量 (b)	3.00	30.00	56.00
平均视光服务收入 (c=a/b)	3,068.67	173.71	158.96
服务人次 (d)	12.74	8.03	11.89
平均服务人次 (e=d/b)	4.25	0.27	0.21
2018 年度/2018.12.31			
视光服务收入 (a)	6,668.97	2,972.43	6,657.40
机构数量 (b)	3.00	24.00	51.00
平均视光服务收入 (c=a/b)	2,222.99	123.85	130.54
服务人次 (d)	8.68	4.57	9.99
平均服务人次 (e=d/b)	2.89	0.19	0.20

注：各层级眼保健服务机构视光服务收入为该层级所有门店未抵消内部交易的视光服务收入合计数。

报告期内，三级眼保健服务机构平均服务人次显著高于初级、二级眼保健服务机构，主要受门店地理位置、在当地的影响力、经营面积、开业时间以及门诊导流、门店对眼保健宣传服务力度等多种因素影响所致；2020 年三级眼保健服务机构平均服务人次较高还与沈阳何氏线上销售服务人次的迅速增长有关。

2、视光服务收入主要集中于三级机构以及三级机构的平均视光服务收入、人次规模显著高于二级和初级机构的合理性

报告期各期，三级眼保健服务机构视光服务收入分别为 6,668.97 万元、9,206.00 万元和 11,035.15 万元，占公司视光服务收入比例分别为 41.04%、41.27% 和 40.30%，占比较高，平均视光服务收入分别为 2,222.99 万元、3,068.67 万元和 3,678.39 万元，平均服务人次分别为 2.89 万人次、4.25 万人次和 5.81 万人次，均高于二级和初级眼保健服务机构，主要原因如下：

(1) 门店经营规模持续扩大、接诊服务能力逐年提高，门诊导流效果明显

沈阳何氏、大连何氏和葫芦岛何氏在原址持续经营 10 年以上，已进入成熟期，随着患者口碑积累，品牌效应逐年显现，门店经营规模持续扩大，门店接诊服务能力逐年提高。报告期各期，三级眼保健服务机构门诊人次合计分别为 43.54 万人次、46.71 万人次和 42.79 万人次；大量的门诊服务人次，为视光服务带来大量的客户群体，门诊导流有效提高了门店视光服务人次和收入水平。与三级眼保健服务机构相比，其他初级、二级眼保健服务机构，除沈河门诊等少数机构外，绝大部分机构仍处于市场培育期。

（2）框架眼镜、角膜接触镜验配等视光服务具有医疗属性，客户倾向于选择在品牌影响力大、认可度高的医院进行医学验配

基于框架眼镜、角膜接触镜验配等视光服务具有医疗属性，该类服务需求者，尤其是高单价角膜塑形镜验配需求儿童的家长们更倾向于选择在当地品牌影响力大、认可度高的医院进行医学验配。三级眼保健机构经营年限较长，“何氏眼科”品牌在当地影响力较大，患者认可度较高。以角膜接触镜为例，报告期各期，三级眼保健服务机构的角膜接触镜验配服务收入占该层级视光服务收入的比例分别为 38.69%、41.85%和 43.02%，其他层级的比例分别为 29.53%、32.52%和 33.66%，三级眼保健服务机构的比例高于其他层级机构的同期水平，导致其平均视光服务收入高于其他层级机构的同期水平。

（3）加大视光服务投入力度，拓展线上业务，提高视光服务能力

报告期内，三级眼保健服务机构不断优化视光服务布局，增加验光师、定配工等验配服务人员以及综合验光设备等视光设备投入；同时沈阳何氏从 2019 年开始大力拓展线上业务，上述举措使得三级眼保健服务机构视光服务能力不断提高。

（4）门店所在城市经济发展较好、人口基数较大，地理位置优越

三级眼保健机构门店所在城市经济发展较好、人口基数较大，地理位置优越。沈阳何氏、大连何氏位于省会城市沈阳和计划单列市大连，经济发展较好、人口基数较大，视光服务需求较大，就诊人次较多，使得其视光服务总人次和平均人次总体高于其他层级机构的同期水平。

综上所述，发行人视光服务收入主要集中在三级眼保健机构，以及三级眼保健机构的平均视光服务收入、人次规模显著高于二级和初级眼保健机构符合实际业务情况和市场需求现状，具有合理性。

【核查过程】

1、访谈了发行人总经理及财务总监，了解视光服务收入在初级、二级、三级机构的分布以及各层级平均视光服务收入和人次规模情况，以及视光服务收入主要集中于三级机构、三级机构的平均视光服务收入和人次规模显著高于二级和初级机构的原因及合理性；

2、取得发行人报告期内视光服务收入在初级、二级、三级机构的分布以及各层级平均视光服务收入和人次规模统计表；

3、结合实际业务情况，分析视光服务收入主要集中于三级机构、三级机构的平均视光服务收入和人次规模显著高于二级和初级机构的原因及合理性。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人视光服务收入主要集中于三级机构以及三级机构的平均视光服务收入、人次规模显著高于二级和初级机构，主要系：①三级机构门店经营规模持续扩大、接诊服务能力逐年提高，门诊导流效果明显；②框架眼镜、角膜接触镜验配等视光服务具有医疗属性，客户倾向于选择在品牌影响力大、认可度高的医院进行医学验配；③加大视光服务投入力度，拓展线上业务，提高视光服务能力；④三级机构门店所在城市经济发展较好、人口基数较大，地理位置优越。前述原因符合实际业务情况和市场需求现状，具有合理性。

（3）补充说明报告期各期 3 家三级机构分别的视光服务收入、人次、均价情况，平均每日服务人次数情况；结合 3 家三级机构的营业面积、验光师或定配工人数、设备数量等产能要素，说明 3 家三级机构视光服务人次数显著增长的合理性，该增速的可持续性。

【回复】

1、三级眼保健服务机构的视光服务收入、人次、均价及日均服务人次情况

项目		2020 年度		2019 年度		2018 年度
		金额/人次	变动率	金额/人次	变动率	金额/人次
沈阳何氏	服务收入（万元）	6,820.41	23.67%	5,515.09	39.58%	3,951.07
	服务人次（万人次）	12.57	63.92%	7.67	65.53%	4.63
	平均单价（元/人次）	542.78	-24.55%	719.43	-15.67%	853.14
	日均服务人次（人次/天）	349.05	63.92%	212.94	65.53%	128.64
大连何氏	服务收入（万元）	3,332.82	18.16%	2,820.71	37.77%	2,047.35
	服务人次（万人次）	3.89	-4.39%	4.07	25.56%	3.24
	平均单价（元/人次）	856.19	23.58%	692.85	9.73%	631.43
	日均服务人次（人次/天）	108.13	-4.39%	113.09	25.56%	90.07
葫芦岛何氏	服务收入（万元）	881.92	1.35%	870.20	29.77%	670.55
	服务人次（万人次）	0.97	-3.42%	1.00	23.25%	0.81
	平均单价（元/人次）	913.91	4.94%	870.90	5.29%	827.13
	日均服务人次（人次/天）	26.81	-3.42%	27.76	23.25%	22.52
三级眼保健服务机构	服务收入（万元）	11,035.15	19.87%	9,206.00	38.04%	6,668.97
	服务人次（万人次）	17.42	36.80%	12.74	46.66%	8.68
	平均单价（元/人次）	633.36	-12.38%	722.82	-5.88%	767.93
	日均服务人次（人次/天）	483.98	36.80%	353.79	46.66%	241.23

注：日均服务人次=服务人次/360 天

如上表所示，报告期内，3 家三级眼保健服务机构的视光服务收入均呈逐年上升趋势，主要系三级眼保健服务机构经营规模持续扩大、接诊服务能力逐年提高、门诊导流效果明显，以及框架眼镜、角膜接触镜验配等视光服务具有医疗属性，客户倾向于选择在品牌影响力大、认可度高的医院进行医学验配所致。

2020 年度受新冠疫情影响，大连何氏和葫芦岛何氏的服务总人次和日均服务人次有所下降，沈阳何氏的服务总人次和日均服务人次有所上升主要系防蓝光护目镜等框架眼镜的线上销售规模扩大明显所致。报告期内，沈阳何氏视光服务的平均单价呈逐年下降趋势，主要系其优化框架眼镜验配项目结构，提供更多入门级验配服务，如疫情期间增加了防蓝光护目镜等低单价产品的验配销售服务。

2、三级眼保健服务机构视光服务人次显著增长的合理性

（1）报告期内三级眼保健服务机构主要产能要素变化情况

①营业面积情况

报告期内，三级眼保健服务机构沈阳何氏、大连何氏和葫芦岛何氏的营业场所和营业面积未发生变化。报告期内，沈阳何氏、大连何氏和葫芦岛何氏等医疗机构根据各诊室实际业务开展和使用情况，不断优化医院内部布局等，增加验光室和试戴室等用于提供视光服务的诊室数量或扩大诊室面积，提高视光服务能力。报告期各期末，三级眼保健服务机构用于框架眼镜验配的验光室分别为 12 间、14 间和 14 间；用于角膜塑形镜的门诊室和试戴室分别为 7 间、9 间和 10 间。

②视光服务人员配置情况

报告期内，公司视光服务人员主要包括验光师、配镜师和定配工等，其中验光师主要为顾客提供配镜前的检查及验光等服务，配镜师向顾客介绍镜片镜架等视光材料并协助其进行选择，定配工根据验光师的验配处方及顾客选定的视光材料进行定配加工。报告期内，公司不断加大视光服务人员投入力度，三级眼保健服务机构验配服务人员数量逐年增加；报告期各期，三级眼保健服务机构验光师人数分别为 21 名、29 名和 38 名。

③视光设备情况

报告期内，随着视光服务需求的增加，公司三级眼保健服务机构不断加大综合验光、特殊功能检查、视光加工检测等视光设备的投入。原值 1 万元以上的视光服务设备从 2018 年末 60 余台增加至 2020 年末的 80 台左右，报告期各期末，公司综合验光设备分别为 20 台、23 台和 27 台。

根据客户验光、选镜等时长以及各门店营业时间，报告期各期三级眼保健服务机构的框架眼镜和角膜塑形镜的日均服务能力如下：

单位：人次/天			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
框架眼镜日均服务能力	143.75	138.75	131.25
角膜塑形镜日均服务能力	90.00	75.00	52.50

(2) 三级眼保健服务机构视光服务人次显著增长的原因及合理性

报告期各期，三级眼保健服务机构视光服务人次总体情况如下：

项目	单位	2020 年度	2019 年度	2018 年度
三级眼保健服务机构视光服务人次	万人次	17.42	12.74	8.68
其中：线上视光服务人次	万人次	7.22	2.11	0.09
线下视光服务人次	万人次	10.21	10.62	8.59
其中：框架眼镜服务人次	万人次	2.78	3.20	2.88
角膜接触镜服务人次	万人次	0.85	0.72	0.51
其他服务人次	万人次	6.57	6.70	5.21
线下框架眼镜日均服务人次	人次/天	77.22	88.89	80.00
角膜接触镜日均服务人次	人次/天	23.61	20.00	14.17
线下其他服务日均服务人次	人次/天	182.50	186.11	144.72

注：日均服务人次=服务人次/360 天

由上表所示，报告期内，三级眼保健服务机构视光服务人次增加明显，主要系线上服务人次大幅增加所致。为全方位服务更多的客户群体，公司根据消费行为习惯的变化，不断扩大通过天猫商城旗舰店等线上销售形式开展视光服务的规模。报告期各期，三级眼保健服务机构的线上视光服务人次分别为 0.09 万人次、2.11 万人次和 7.22 万人次，2020 年线上销售服务人次增长迅速，主要系新冠疫情极大地改变了人们的生活习惯，用眼强度大幅增加，客单价较低的防蓝光护目镜等产品验配数量大幅增加所致。

报告期各期，三级眼保健服务机构线下视光服务人次分别为 8.59 万人次、10.62 万人次和 10.21 万人次，2020 年有所下降，主要系受新冠疫情影响所致；框架眼镜日均服务人次分别为 80.00 人次/天、88.89 人次/天和 77.22 人次/天，角膜接触镜日均服务人次分别为 14.17 人次/天、20.00 人次/天和 23.61 人次/天，均低于三级眼保健服务机构对应项目的日均服务能力。其他服务主要指护理液、太阳镜、眼贴、眼镜盒等眼周边产品的销售服务，该类服务客单价较低，服务内容较为简单，主要为相关产品的交付，视光服务资源占用较少。

剔除疫情影响后，报告期内三级眼保健服务机构服务人次总体稳健上升，主要原因包括：①门店经营规模持续扩大、接诊服务能力逐年提高，门诊导流效果明显；②框架眼镜、角膜接触镜验配等视光服务具有医疗属性，客户倾向于选择在品牌影响力大、认可度高的医院进行医学验配；③加大视光服务投入力度，拓

展线上业务，提高视光服务能力；④门店所在城市经济发展较好、人口基数较大，地理位置优越。具体分析详见本题问题（2）回复之“2、视光服务收入主要集中于三级机构以及三级机构的平均视光服务收入、人次规模显著高于二级和初级机构的合理性”。

综上所述，报告期内，三级眼保健服务机构的视光服务人次变动符合实际业务情况，三级眼保健服务机构视光服务日均服务人次与日均服务能力相匹配，具有合理性。

3、三级眼保健服务机构视光服务人次增速的可持续性

如前所述，报告期内，三级眼保健服务机构视光服务人次增加明显，主要系线上服务人次大幅增加所致，剔除线上服务人次后，三级眼保健服务机构视光服务人次分别为 8.59 万人次、10.62 万人次和 10.21 万人次，2020 年有所下降，主要系受新冠疫情影响所致。剔除疫情因素影响后，报告期内三级眼保健服务机构视光服务人次总体稳健上升，该趋势具有可持续性，具体分析如下：

第一，三级眼保健服务机构经营规模持续扩大，门诊导流效果明显，为视光服务带来大量的客户群体，且框架眼镜、角膜接触镜验配等视光服务具有医疗属性，客户倾向于选择在品牌影响力大、认可度高的医院进行医学验配；

第二，目前三级眼保健服务机构的日均服务人次尚未达到服务能力上限，且后续可通过新建或租赁经营房产，扩大视光服务营业面积，增加人员和设备等视光服务投入以及延长门店服务时间等方法，不断提高门店视光服务能力；

第三，我国儿童青少年近视防控形势严峻，市场空间巨大；此外，新冠疫情极大地改变了人们的生活习惯，通过互联网上课、办公、娱乐、社交，用眼强度大幅增加，眼科医疗服务需求持续增加；三级眼保健服务机构将依托“何氏眼科”品牌效应、门诊强大的导流服务能力，增加视光服务人次。

综上所述，三级眼保健服务机构视光服务人次的稳健上升趋势具有可持续性。

【核查过程】

1、访谈发行人总经理和财务总监，了解报告期内三级眼保健服务机构的视光服务收入、人次、均价和日均服务人次等情况，其营业面积、验光师或定配工人数、设备数量等产能要素变动情况，以及其视光服务人次显著增长的合理性和可持续性；

2、取得并查阅报告期内三级眼保健服务机构的视光服务收入、人次、均价和日均服务人次等信息统计表，验配人员配置统计表和视光设备明细表；

3、结合实际业务情况，分析报告期内三级眼保健服务机构视光服务人次显著增长的原因、合理性和可持续性。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人三级眼保健服务机构视光服务人次显著增长，主要系线上服务人次大幅增加所致，剔除该因素后三级眼保健服务机构视光服务人次稳健上升，主要系：①门店经营规模持续扩大、接诊服务能力逐年提高，门诊导流效果明显；②框架眼镜、角膜接触镜验配等视光服务具有医疗属性，客户倾向于选择在品牌影响力大、认可度高的医院进行医学验配；③加大视光服务投入力度，拓展线上业务，提高视光服务能力；④门店所在城市经济发展较好、人口基数较大，地理位置优越。前述原因符合三级眼保健服务机构实际情况，具有合理性，稳健上升的趋势具有可持续性。

4. 关于视光服务相关存货及采购。审核问询回复显示，发行人视光类材料存货账面价值报告期分别为 3,366.15 万元、3,500.89 万元和 3,484.46 万元，占存货的比例分别为 49.17%、48.34%和 49.72%，主要以镜架为主，而存货中镜片存货余额规模约为 200 万元左右，余额显著小于镜架。

请发行人：

(1) 补充说明存货项下各类产品的数量、单位成本、金额情况；结合镜架、镜片、角膜接触镜的采购数量、销量、存货数量情况，说明其存货周转率情况，镜架和镜片的采购、耗用数量的配比情况，发行人期末存货中镜架数量较多的合理性；

(2) 补充说明发行人镜架的采购价格、存货单位成本、销售单位成本三者

之间的差异情况，成本结转的准确性；

（3）补充说明镜架的库龄情况，是否存在滞销产品，存货跌价准备计提的充分性；

（4）补充说明发行人采购镜架对应的主要供应商情况，包括数量、单价、金额及占比，发行人与其合作历史，选择向其采购的原因，若不同供应商之间采购价格差异显著请说明原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，补充说明对存货中镜架的监盘数量、金额及占比，发行人存货金额的真实性、准确性。

（1）补充说明存货项下各类产品的数量、单位成本、金额情况；结合镜架、镜片、角膜接触镜的采购数量、销量、存货数量情况，说明其存货周转率情况，镜架和镜片的采购、耗用数量的配比情况，发行人期末存货中镜架数量较多的合理性；

【回复】

1、存货项下各类产品的数量、单位成本、金额情况

报告期各期末，公司存货项下各类产品的数量、单位成本、金额情况如下：

单位：万元、元/单位

项目		单位	2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31		
			数量	账面余额	平均单价	数量	账面余额	平均单价	数量	账面余额	平均单价
诊疗类产品	药品	万（支、个、盒、袋等）	48.51	1,333.15	27.48	49.48	1,337.82	27.04	45.23	1,211.89	26.79
	医用耗材	万（支、个、盒、套、袋等）	266.77	2,190.93	8.21	179.98	2,402.99	13.35	151.77	2,267.81	14.94
	小计			3,524.08			3,740.81			3,479.70	
视光类材料	镜片	万片	7.84	257.45	32.83	8.05	210.57	26.17	3.75	166.59	44.39
	镜架	万副	10.86	2,550.90	234.80	10.40	2,589.51	248.91	7.63	2,489.07	326.34
	角膜接触镜	万盒、片	6.31	495.98	78.60	6.66	529.16	79.41	6.71	524.56	78.14
	太阳镜	万副	0.98	350.26	356.39	1.30	448.92	345.57	1.46	474.50	325.96
	护理液	万（盒、瓶、套等）	4.77	292.62	61.38	3.37	204.43	60.61	2.16	118.45	54.96
	其他	万（盒、片、个等）	41.47	363.06	8.76	31.68	301.79	9.53	29.63	208.17	7.02
	小计			4,310.26			4,284.38			3,981.33	
合计				7,834.34			8,025.19			7,461.04	

注：药品、医用耗材品类、规格型号繁杂、众多，单位涉及支、盒、袋、套等，以上数量为简单相加，平均单价为账面余额和数量简单相除。

报告期各期末，公司存货主要由药品、医用耗材等诊疗类产品，以及镜片、镜架、角膜接触镜等视光类材料构成，其中视光类材料镜架存货余额较大，主要系公司为进一步提高视光服务收入规模，提高市场占有率，满足不同年龄段顾客对产品的需求，公司各门店配置了不同厂家、品牌、材质和款式的镜架供客户选择所致。

2020 年末，公司医用耗材库存量较高、均价较低，主要系受疫情影响公司配备较多的医用口罩及棉签等低值医用耗材所致；2019 年末，公司镜片和镜架产品库存量较上年末增加较多，主要系公司为拓展视光服务销售渠道，通过开设网络商城等方式积极布局线上业务，以及 2019 年新增多家门店，备货增加所致。

2、镜架、镜片、角膜接触镜的采购数量、销量、存货数量情况

报告期各期，公司镜架、镜片、角膜接触镜的采购数量、销量、存货数量情况如下：

项目	2020 年度/2020.12.31			2019 年度/2019.12.31			2018 年度/2018.12.31		
	采购数量	耗用数量	期末数量	采购数量	耗用数量	期末数量	采购数量	耗用数量	期末数量
镜片（万片）	37.59	37.79	7.84	32.97	28.68	8.05	19.50	19.07	3.75
镜架（万副）	17.82	17.36	10.86	15.15	12.37	10.40	10.01	8.36	7.63
角膜接触镜（万片、万盒）	7.32	7.68	6.31	7.29	7.34	6.66	6.69	6.50	6.71
小计	62.73	62.82	25.02	55.40	48.38	25.11	36.20	33.93	18.09

报告期各期，公司镜片、镜架、角膜接触镜的采购量、销售量均呈上升趋势，符合公司视光服务人次逐年增加，框架眼镜、角膜接触镜验配对应视光材料需求逐年增加的实际经营情况。

（1）存货周转率及镜架和镜片的采购、耗用数量的配比情况

①存货周转率情况

报告期各期，公司存货周转率情况如下：

财务指标	2020 年度	2019 年度	2018 年度
存货周转率（次）	5.95	5.39	5.37
其中：视光材料存货周转率（次）	3.05	2.57	2.26

报告期各期，公司存货管控良好，整体存货、视光材料存货周转率均呈逐年上升趋势。视光材料存货周转率相对较低，主要系公司坚持预防为主、防治结合经营理念，围绕三级眼健康医疗服务模式，布局较多的医疗服务机构，公

司为下属机构，视光服务配备不同厂家、品种、款式、功能的视光产品供客户选择，期末库存较大所致。报告期各期，以视光产品销售为主的博士眼镜（300622.SZ）存货周转率分别为 1.76 次、2.08 次和 2.21 次。

综上，公司视光材料存货管控较好，符合视光服务行业特点，具有合理性。

②镜架和镜片的采购、耗用数量的配比情况

报告期各期，公司镜架和镜片的采购、耗用数量配比情况如下：

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	采购数量	耗用数量	耗用/采购	采购数量	耗用数量	耗用/采购	采购数量	耗用数量	耗用/采购
镜片（万片）	37.59	37.79	1.01	32.97	28.68	0.87	19.50	19.07	0.98
镜架（万副）	17.82	17.36	0.97	15.15	12.37	0.82	10.01	8.36	0.84
镜片耗用/镜架耗用	2.18			2.32			2.28		

报告期内，公司镜架、镜片采购量与耗用量比例较为稳定，其中 2019 年度采购量与耗用量比例略有下降系 2019 年底开始公司大力拓展线上业务，配备较多的防蓝光护目镜相关的低单价镜片、镜架所致。报告期各期，镜片耗用数量/镜架耗用数量比例分别为 2.28、2.32 和 2.18，总体较为稳定，相关比例变动主要受顾客是否自带镜架影响。

（2）发行人期末存货中镜架数量较多的合理性

如前所述，报告期各期，公司镜架销售数量分别为 8.36 万副、12.37 万副和 17.36 万副；报告期各期末，公司镜架存货数量为 7.63 万副、10.40 万副和 10.86 万副，报告期各期镜架销售数量均大于期末存货数量，销售情况良好。

报告期各期末，公司存货中镜架数量较多，主要系三级眼健康医疗服务模式下，公司提供视光服务的门店数量较多；同时随着生活水平的提高，不同年龄段、不同消费层次顾客对镜架产品的个性化需求越来越丰富，对厂家、品牌、款式、颜色等存在明显的差异化需求，使得公司各门店均需配备基本的镜架备货。如截至报告期末，公司拥有 95 家门店，累计经营 300 余个品牌的镜架，门店镜架平均库存约为 1,100 副/店，门店不同品牌镜架平均库存约 3-4 副/品牌/

店，各门店根据实际经营情况配备适量镜架供客户选择。报告期期末，相较于镜架，镜片数量较低系近视患者个体需求差异较大，公司为降低镜片库存，公司门店通常根据订单需求情况，实时（每天）向供应商采购所致。

综上所述，报告期各期末，公司存货中镜架数量较多，符合公司实际经营情况，具有合理性。

【核查过程】

1、访谈发行人总经理、财务总监，了解发行人存货管理及各期末库存情况，了解各期末镜架、镜片等产品期末库存数量较高的原因及相关配比情况；

2、查阅发行人视光材料收发存汇总表，复核发行人视光材料的采购、销售情况；

3、根据镜架、镜片等视光材料的收发存情况，测算相关比例是否存在异常；

4、查阅博士眼镜公开披露资料，查看其存货周转率。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人视光材料存货管控较好，符合视光服务行业特点；镜架和镜片的采购、耗用数量相匹配；发行人期末存货中镜架数量较多系三级眼健康医疗服务模式下，发行人提供视光服务的门店数量较多，同时为满足不同年龄段、不同消费层次顾客对镜架产品的个性化需求，发行人为下属门店配备了不同厂家、品牌、款式、颜色等差异化镜架产品供顾客选择所致，发行人镜架数量较多，符合发行人的实际经营情况，具有合理性。

（2）补充说明发行人镜架的采购价格、存货单位成本、销售单位成本三者之间的差异情况，成本结转的准确性；

【回复】

报告期内，公司所属门店主要通过眼镜商务信息系统记录视光材料的验配销售情况，且眼镜商务信息系统与 NC 系统实现销售数据的实时传递，视光服务对应材料销售成本由 NC 系统根据出库材料的明细，按加权平均发出的计价方法自动计算生成。

报告期内，公司为不同年龄段、消费层次的客户提供不同厂家、品牌、款式的镜架供其选择，报告期各期，发行人各价位镜架的采购价格、存货单位成本、销售单位成本的具体情况如下所示：

单位：元/副、万元

项目	采购		销售		结存	
	单位成本	金额	单位成本	金额	单位成本	金额
2020 年度						
小于 100（含）	37.13	516.30	38.01	508.42	39.14	265.02
100-200（含）	128.30	380.04	128.46	401.77	120.20	106.76
200-500（含）	365.91	285.89	360.97	224.38	360.98	831.19
500 以上	1,162.73	197.78	1,225.39	284.05	1,493.21	1,347.93
合计	77.45	1,380.01	81.74	1,418.62	234.80	2,550.90
2019 年度						
小于 100（含）	40.80	487.57	44.44	408.55	41.19	257.15
100-200（含）	126.32	300.92	128.17	290.43	121.95	128.49
200-500（含）	354.25	194.48	337.47	229.27	359.18	769.69
500 以上	1,065.89	282.78	1,018.31	237.06	1,487.13	1,434.18
合计	83.56	1265.75	94.20	1165.31	248.91	2,589.51
2018 年度						
小于 100（含）	44.80	252.26	45.38	248.65	51.12	178.12
100-200（含）	120.11	237.44	122.47	249.31	125.87	118.00
200-500（含）	349.09	753.34	341.44	225.18	353.88	804.48
500 以上	1,199.24	288.90	1,404.68	259.45	1,489.93	1,388.47
合计	153.09	1,531.94	117.54	982.59	326.34	2,489.07

由上表可见，报告期内，公司各价位镜架的销售单位成本与采购单价基本一致，各价位镜架的采购单价、存货单位成本、销售单位成本三者之间的差异较小。

如前所述，公司视光服务材料销售成本的结转高度自动化，且眼镜商务信息系统与 NC 系统实现销售数据的实时传递，系统间数据传输通过接口完成，传输过程无人工干预；根据容诚 IT 审计团队出具的《信息系统审计报告》，公司信息系统内部控制不存在重大缺陷，不存在可能导致财务报表出现重大错报的风险。

综上所述，报告期各期，公司镜架的采购价格、存货单位成本、销售单位成本三者之间差异较小，成本结转准确。

【核查过程】

1、访谈发行人采购部门负责人，了解发行人申报期间采购模式、采购流程、镜架采购的品类等；

2、取得发行人报告期各期存货的收发存汇总表，检查发行人收发存汇总表勾稽情况；

3、对发行人申报期间存货进行计价测试，检查库存商品的出库方法并测算是否存在偏差。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期各期，发行人镜架的采购价格、存货单位成本、销售单位成本三者之间差异较小，成本结转准确。

(3) 补充说明镜架的库龄情况，是否存在滞销产品，存货跌价准备计提的充分性；

【回复】

1、镜架库龄及其对应坏账准备计提情况

报告期末，公司视光材料镜架的账面余额、跌价准备以及存货跌价计提比例具体情况如下：

单位：万元					
项目	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
镜架账面余额	689.36	514.75	660.81	685.98	2,550.90
镜架跌价准备	36.39	82.44	152.59	336.78	608.21
跌价准备计提比例	5.28%	16.02%	23.09%	49.09%	23.84%

如前所述，公司为不同年龄段、消费层次的客户提供不同厂家、品牌、款式、颜色的镜架供其选择；公司下属门店数量众多，使得报告期末镜架存货余额较大。受流行趋势变化以及不同品类视光材料周转速度存在差异等因素影响，报告期末公司存在部分库龄较长的镜架，少部分镜架存在滞销的情形。鉴于该等镜架不易

受损、保存良好，该等镜架仍可继续用于销售。

对于库龄较长，出现滞销情形的镜架，公司采用门店间流转、活动重点推介或给予优惠折扣等政策积极消化库存；另外，公司实施门店绩效考核方案，店长责任考核制，考评店内财务指标、管理指标等情况，确保视光材料库存合理。

2、镜架跌价计提充分

资产负债表日，公司存货按成本与可变现净值孰低计量，对于存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。对镜架的可变现净值，公司根据估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。在预计镜架的售价时公司根据每个资产负债表日产品的滞销因素、市场情况以及产品的以往销售数据综合判断。报告期各期末，公司根据既定的销售政策计算镜架的可变现净值，对于可变现净值低于账面价值的镜架，按差额计提了相应的跌价准备。报告期末，公司1年以内、1-2年、2-3年及3年以上库龄镜架对应的跌价准备计提比例分别为5.28%、16.02%、23.09%和49.09%。

查阅同行业可比公司华夏眼科、普瑞眼科、爱尔眼科公开披露的资料，报告期针对镜架、镜片等未毁损，可继续用于销售的视光材料跌价准备计提情况，其中，华夏眼科未计提相关跌价准备；普瑞眼科视光材料跌价准备计提比例分别为8.46%、7.46%和12.71%；爱尔眼科未单独披露。以视光产品销售为主的博士眼镜（300622.SZ），报告期其库存商品跌价准备计提比例分别为6.82%、5.86%和5.65%。公司视光材料跌价准备计提比例分别为15.45%、18.29%和19.16%，与同行业可比公司和博士眼镜相比，公司视光材料跌价准备计提充分。

综上所述，公司对镜架计提跌价准备时充分考虑了镜架的市场销售情况、以往期间销售数据等，存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司和博士眼镜，公司镜架跌价准备会计政策谨慎，跌价准备计提充分。

【核查过程】

1、访谈了发行人的总经理、采购负责人及财务总监，了解发行人镜架的库龄情况，是否存在滞销产品，以及存货跌价准备计提情况；

2、获取并复核发行人报告期内镜架产品的存货库龄表与存货跌价计提表；

3、查阅同行业可比公司的存货跌价计提情况，并与发行人进行对比分析。

【核查结论】

经核查，申报会计师认为：受流行趋势变化以及不同品类镜架周转速度存在差异等因素影响，报告期末发行人存在部分库龄较长的镜架，少部分镜架存在滞销的情形；鉴于该等镜架不易受损、保存良好，该等镜架仍可继续用于销售。发行人对镜架计提跌价准备时充分考虑了镜架的市场销售情况、以往期间销售数据等，存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司和以视光产品销售为主的博士眼镜（300622.SZ），发行人镜架跌价准备会计政策谨慎，跌价准备计提充分。

（4）补充说明发行人采购镜架对应的主要供应商情况，包括数量、单价、金额及占比，发行人与其合作历史，选择向其采购的原因，若不同供应商之间采购价格差异显著请说明原因及合理性。

【回复】

报告期各期，公司镜架对应的主要供应商采购情况如下：

单位：万副、万元、元/副

项目	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价	金额占比	起始合时间	向其采购原因
2020年度	HAMAMOTO TECHNICAL CO.,LTD	0.46	171.35	375.18	12.42%	2018 年	满足中、高端商务人士对高品质镜架需求
	沈阳巨视商贸有限公司	0.92	120.82	131.96	8.76%	2017 年	满足中青年对潮流商品需求
	江苏三一诚品光电科技有限公司	0.93	106.00	114.42	7.68%	2017 年	满足儿童、青少年高品质镜架需求（食品级硅胶）
	上海京鸿光学眼镜有限公司	0.87	105.46	121.07	7.64%	2011 年	满足青少年对时尚品牌的追求
	夏蒙眼镜贸易（上海）有限公司	0.14	100.51	722.08	7.28%	2006 年	满足高端商务人士对高品质镜架需求
	合计	3.31	604.14	182.57	43.78%	-	-
2019年度	夏蒙眼镜贸易（上海）有限公司	0.23	141.39	627.02	11.17%	2006 年	满足高端商务人士对高品质镜架需求
	上海京鸿光学眼镜有限公司	0.87	102.03	117.44	8.06%	2011 年	满足青少年对时尚品牌的追求
	无锡梦卡迪光学有	1.68	99.09	58.93	7.83%	2011 年	为顾客提供经济、实

项目	供应商名称	采购数量	采购金额	采购单价	金额占比	起始合时间	向其采购原因
	限公司						用型框架
	大连市和坤宝光学眼镜有限公司	0.99	82.70	83.25	6.53%	2018 年	为顾客提供经济、实用型框架
	江苏三一诚品光电科技有限公司	0.62	68.96	111.41	5.45%	2017 年	满足儿童、青少年高品质镜架需求（食品级硅胶）
	合计	4.39	494.17	112.62	39.04%	-	-
2018 年度	沈阳市银海医疗用品有限公司	2.43	602.46	248.27	39.33%	2018 年	避免同业竞争，一次性购买其所有镜架
	HAMAMOTO TECHNICAL CO.,LTD	0.38	129.66	337.40	8.46%	2018 年	满足中、高端商务人士对高品质镜架需求
	夏蒙眼镜贸易（上海）有限公司	0.16	94.25	601.48	6.15%	2006 年	满足高端商务人士对高品质镜架需求
	上海京鸿光学眼镜有限公司	0.73	75.79	104.09	4.95%	2011 年	满足青少年对时尚品牌的追求
	无锡梦卡迪光学有限公司	1.05	64.56	61.55	4.21%	2011 年	为顾客提供经济、实用型框架
	合计	4.74	966.72	203.75	63.10%	-	-

由上表可见，报告期内，公司镜架前五大供应商较为稳定。报告期各期，镜架前五大供应商采购占比分别为 63.10%、39.04%和 43.78%，其中，2018 年前五大供应商采购占比较高，主要系为避免同业竞争，公司一次性购买了关联方沈阳市银海医疗用品有限公司库存镜架等视光材料所致。报告期各期，公司向镜架供应商采购单价不同，主要系受镜架的品牌、款式、材料以及定位等多因素影响所致，公司向不同供应商采购不同的镜架，平均采购单价存在差异，具有合理性。

【核查过程】

- 1、访谈发行人财务总监、采购业务负责人，了解发行人向供应商采购镜架的模式，镜架的采购单价影响因素等事项；
- 2、查看镜架入库汇总表，复核各供应商采购金额；
- 3、抽查了发行人主要供应商镜架采购的会计凭证，包括对应的采购合同、收货单、入库单、付款银行回单等原始单据，验证采购交易的真实性。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期各期，发行人向镜架供应商采购单价不同，主要系受镜架的品牌、款式、材料以及定位等多因素影响所致，发行人向不同供应商采购不同的镜架，平均采购单价存在差异，具有合理性。

(5) 请保荐人、申报会计师发表明确意见，补充说明对存货中镜架的监盘数量、金额及占比，发行人存货金额的真实性、准确性。

【回复】

1、对存货中镜架的监盘数量、金额及占比

保荐机构、申报会计师根据发行人存货盘点的相关内控制度要求，对存货执行监盘程序，具体为：在监盘前，保荐机构、申报会计师获取发行人的盘点计划和盘点表；在监盘过程中，保荐机构、申报会计师重点关注存货盘点数量是否与账面数存在差异、存货是否存在毁损破坏、近效期或过期，特殊存货的储存条件是否符合要求，存货是否存在减值迹象等；监盘结束后，保荐机构、申报会计师取得存货盘点表和盘点报告，复核是否与实际监盘情况一致，是否与仓储系统记录的存货数量一致。

报告期各期末，保荐机构、申报会计师对发行人镜架监盘具体情况如下：

单位：万副、万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
监盘数量	7.94	9.02	6.35
镜架结存数量	10.86	10.40	7.63
监盘数量占比	73.06%	86.71%	83.25%
监盘金额	1,920.33	2,010.33	2,270.76
镜架结存金额	2,550.90	2,589.51	2,489.07
监盘金额占比	75.28%	77.63%	91.23%
监盘结果	账实相符	账实相符	账实相符

经核查，申报会计师认为：发行人存货盘点制度执行良好，实物状况良好，存货镜架账面数与实存数一致。

2、存货金额真实、准确

申报会计师针对存货执行了以下核查程序：

（1）了解发行人采购、仓储等与存货相关的内控制度，实施穿行测试及控制测试，评价与存货相关内部控制设计是否合理，运行是否有效；

（2）通过对比发行人各报告期内存货周转率、存货余额变动以及与同行业可比公司数据，分析存货余额的合理性；

（3）对发行人报告期内主要供应商实施走访与函证程序，核查主要供应商在报告期内的交易金额；

（4）对各报告期末的存货实行监盘程序，核查发行人存货数量是否准备以及是否存在积压、毁损等情况；

（5）对发行人的采购合同、采购发票、入库单、出库单以及随货同行单等支持性凭证进行检查，核对相关单据中记录的金额等信息与账面记录是否一致；

（6）向发行人财务总监了解存货跌价准备的计提政策和方法，获取并复核发行人存货跌价准备测试表，分析存货跌价准备计提的充分性；

（7）了解发行人存货出入库的计价方法，并进行计价测试核对其计价方式的准确性；

（8）对存货出入库执行截止测试，检查是否存在存货跨期入账等情况。

经核查，申报会计师认为：发行人存货金额真实、准确。

5. 关于房租成本。审核问询回复显示，发行人经营场所中，部分系自有物业，部分系租赁物业；发行人营业成本中房租成本报告期分别为 2,916.01 万元、3,260.41 万元和 3,948.42 万元，约占营业成本 7%至 8%。

请发行人：

（1）按照机构场所系自有物业或租赁物业的分类，补充说明对应的收入情况，发行人收入是否主要来源于租赁的物业场所；

（2）补充说明新租赁准则的实施对发行人的影响情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(1)按照机构场所系自有物业或租赁物业的分类,补充说明对应的收入情况,发行人收入是否主要来源于租赁的物业场所;

【回复】

报告期各期,公司自有房产和租赁房产对应经营面积及营业收入情况如下:

单位:平方米、万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
租赁房产面积	78,034.41	70,709.42	63,352.87
自有房产面积	10,249.06	9,116.81	8,740.01
租赁房产面积占比	88.39%	88.58%	87.88%
租赁房产对应营业收入	52,969.54	47,421.58	36,956.92
自有房产对应营业收入	31,261.52	28,211.88	24,493.46
租赁房产对应营业收入占比	62.89%	62.70%	60.14%

注:租赁房产面积指报告期各期末门店租赁对应的实际使用部分,已剔除租赁后转租的面积。租赁或自有房产的经营面积对应营业收入为各门店收入乘以该门店租赁或自有房产面积占比后加总所得。营业收入未考虑内部交易抵消数据。

由上表可见,报告期各期,公司租赁房产对应营业收入分别为 36,956.92 万元、47,421.58 万元和 52,969.54 万元,占比分别为 60.14%、62.70%和 62.89%,占比较高,公司收入主要来源于租赁的物业场所经营所得。

公司主要通过租赁房产方式开展经营活动,主要原因为:一方面有利于降低固定资产投资,降低初始投资成本,集中资金优势,采购更多先进医疗设备等提升医疗技术水平,提高患者和顾客满意度;另一方面可以加快门店建设速度,有利于快速实现三级眼健康医疗服务模式下的门店布局,扩大公司的业务规模和服务半径。

爱尔眼科、华夏眼科、普瑞眼科等同行可比公司亦主要采用租赁的形式开展经营活动。爱尔眼科《2021 年度创业板向特定对象发行股票募集说明书》显示,爱尔眼科下属医院的房屋主要系租赁取得;华夏眼科《招股说明书》显示,截至 2021 年 6 月 15 日,华夏眼科自有和租赁物业面积为 40.05 万平方米,其中租赁占比 70.63%;普瑞眼科《招股说明书》显示,截至 2021 年 6 月 22 日,

普瑞眼科开业的全部眼科医院及眼科门诊部的经营场所均系租赁取得。

与自有房产相比，公司通过租赁房产方式开展经营存在租金价格大幅上涨、无法续租或租赁期间因出租方违约而无法正常使用租赁房产的风险，相关风险公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“七、租赁房产风险”部分充分披露。

【核查过程】

1、访谈发行人总经理、财务总监，了解报告期内发行人自有及租赁房产情况，了解自有及租赁房产对应的收入情况，了解租赁物业场所较多的原因；

2、现场走访查看发行人重要经营场所使用情况。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人存在收入主要来源于租赁的物业场所情形；发行人采用租赁房产方式开展经营活动有利于降低固定资产投资，降低初始投资成本，集中资金优势，采购更多先进医疗设备等提升医疗技术水平，提高患者和顾客满意度，快速实现三级眼健康医疗服务模式下的门店布局，提高患者和顾客满意度，扩大发行人的业务规模和服务半径，同时符合行业经营特点，具有合理性。

(2) 补充说明新租赁准则的实施对发行人的影响情况。

【回复】

2018年12月7日，财政部发布了《企业会计准则第21号——租赁》（以下简称“新租赁准则”）。要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并按《国际财务报告准则》或《企业会计准则》编制财务报表的企业自2019年1月1日起实施；其他执行企业会计准则的企业自2021年1月1日起实施。

公司于2021年1月1日执行新租赁准则。公司作为承租人按照新租赁准则中租赁的定义评估合同是否为租赁或者包含租赁，并按以下的会计政策对租赁进行会计处理：对于首次执行日前的经营租赁，公司在首次执行日根据剩余租赁付款额按首次执行日承租人增量借款利率折现的现值计量租赁负债，并根据每项租赁按照与租赁负债相等的金额及预付租金进行必要调整计量使用权资产。

公司执行新租赁准则，使用权资产的折旧使用直线法进行计提，但因分摊的未确认融资费用会在整个租赁期限内呈现“前大后小”的趋势，在整个租赁期限内执行新租赁准则对公司利润无实质影响，但会降低公司租赁期前期利润，增加租赁期后期利润。

【核查过程】

- 1、访谈发行人财务总监，了解执行新租赁准则对发行人利润的影响；
- 2、查阅报告期内发行人的租赁合同、续租协议及转租合同，了解发行人门店的租赁期限、租赁面积及租金等信息；
- 3、查阅《企业会计准则第 21 号——租赁》，对比新旧租赁准则，分析发行人执行新租赁准则对利润的影响。

【核查结论】

经核查，申报会计师认为：发行人执行新租赁准则，使用权资产的折旧使用直线法进行计提，但因分摊的未确认融资费用会在整个租赁期限内呈现“前大后小”的趋势，在整个租赁期限内执行新租赁准则对发行人利润无实质影响，但会降低发行人租赁期前期利润，增加租赁期后期利润。

6. 关于成本中的人工成本。审核问询回复显示：

(1) 发行人计入营业成本的人均薪酬报告期分别为 8.65 万元/人、8.57 万元/人和 8.41 万元/人，公司计入营业成本的人员人均薪酬低于同行业主要可比公司，主要系发行人业务主要集中于辽宁省内且采用三级眼健康医疗服务模式大力拓展区、县域市场，相较于爱尔眼科等以省会城市、大型医院为主的经营模式，公司人均薪酬相对较低；

(2) 实控人控制的其他企业包括辽宁何氏医学院、沈阳何氏教育培训学校、沈阳何氏视觉科学培训中心。

请发行人：

(1) 补充说明沈阳何氏眼科医院有限公司、大连何氏眼科医院有限公司的人

员构成及其人均薪酬情况，若其薪酬水平与爱尔眼科差异较大，请说明原因及合理性；

(2) 补充说明与白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务相关人员的人均薪酬情况，上述人员人均薪酬与其人均创收、人均手术量的匹配情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，结合对实控人等组织和人员的资金流水核查情况，补充说明发行人人均薪酬低于同行业水平的合理性，人员成本的完整性，是否存在体外支付人员薪酬或费用的情形。

(1) 补充说明沈阳何氏眼科医院有限公司、大连何氏眼科医院有限公司的人员构成及其人均薪酬情况，若其薪酬水平与爱尔眼科差异较大，请说明原因及合理性；

【回复】

1、沈阳何氏、大连何氏人员构成及人均薪酬情况

报告期各期，沈阳何氏、大连何氏计入营业成本的人员构成及人均薪酬情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
人员薪酬总额（万元）	5,571.86	5,450.77	4,882.86
人员平均人数（人）	489	459	434
其中：高层平均人数（人）	68	59	59
中层平均人数（人）	119	129	118
基层平均人数（人）	302	271	257
平均薪酬（万元/人）	11.39	11.88	11.25
其中：高层平均薪酬（万元/人）	28.16	27.26	24.66
中层平均薪酬（万元/人）	12.42	14.08	13.20
基层平均薪酬（万元/人）	7.21	7.48	7.28

注：各职级人员平均人数=Σ（各类员工就职天数/期间天数），取整。

报告期各期，沈阳何氏、大连何氏平均人数分别为 434 人、459 人和 489 人，

人均薪酬分别为 11.25 万元、11.88 万元和 11.39 万元。2020 年平均人数变动主要系人员优化调整所致，2020 年平均薪酬略有下降主要系新冠疫情期间国家阶段性减免部分社会保险费所致。

2、沈阳何氏和大连何氏的平均薪酬水平与同行业可比公司对比分析

(1) 与爱尔眼科对比

报告期各期，沈阳何氏、大连何氏计入营业成本的人员人均薪酬与爱尔眼科对比如下：

单位：万元/人

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
沈阳何氏、大连何氏	11.39	11.88	11.25
爱尔眼科	12.21	13.83	12.85

注：爱尔眼科数据计算自公开披露的定期报告

由上表可见，报告期内沈阳何氏、大连何氏计入营业成本的人均薪酬与爱尔眼科同期水平不存在较大差异。

(2) 与同行业可比公司同地区子公司对比

报告期各期，沈阳何氏、大连何氏计入营业成本的人员人均薪酬与同行业可比公司同地区子公司沈阳普瑞对比如下：

单位：万元/人

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
沈阳何氏、大连何氏	11.39	11.88	11.25
沈阳普瑞	8.60	7.60	5.16

注：沈阳普瑞为普瑞眼科全资子公司，即沈阳普瑞眼科医院有限公司，为公司同行业可比公司的同地区子公司；沈阳普瑞数据来源于招股说明书，为计入各成本费用科目的员工薪酬情况。

由上表可见，报告期各期，沈阳何氏、大连何氏计入营业成本的人均薪酬高于同行业可比公司同地区子公司沈阳普瑞的同期水平。

综上所述，报告期各期，沈阳何氏、大连何氏计入营业成本的人均薪酬与爱尔眼科同期水平不存在较大差异，高于同行业可比公司同地区子公司。

【核查程序】

1、访谈了发行人总经理及人力资源部门负责人，了解报告期内沈阳何氏、大连何氏人员构成及平均薪酬情况；

2、取得并查阅沈阳何氏、大连何氏人员构成及平均薪酬统计表；

3、取得同行业可比公司薪酬数据，并进行对比分析。

【核查结论】

经核查，申报会计师认为：报告期内沈阳何氏、大连何氏人员构成合理，计入营业成本的平均薪酬与爱尔眼科同期水平不存在较大差异，且高于同行业可比公司同地区子公司。

(2) 补充说明与白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务相关的人员人均薪酬情况，上述人员人均薪酬与其人均创收、人均手术量的匹配情况。

【回复】

1、与白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务相关的人员人均薪酬情况

报告期内，与白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务相关手术医生的人均薪酬情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	薪酬总额	平均人数	人均薪酬	薪酬总额	平均人数	人均薪酬	薪酬总额	平均人数	人均薪酬
白内障诊疗服务	964.86	24.01	40.19	957.10	24.69	38.76	855.41	25.13	34.04
屈光不正手术矫正服务	478.10	11.37	42.05	475.80	10.92	43.57	460.65	10.85	42.47
玻璃体视网膜诊疗服务	437.29	8.34	52.46	370.14	6.82	54.27	266.78	5.72	46.67

注：平均人数=Σ（就职天数/期间天数）*各手术医生手术收入占比

报告期内，与白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务相关手术医生的人均薪酬较为稳定。报告期各期，玻璃体视网膜诊疗服务的手术医生人均薪酬高于白内障诊疗服务和屈光不正手术矫正服务的同期水平，主要系玻璃体视网膜诊疗服务通常情况下技术难度较高、手术过程较为复杂，对手

术医生的技术、专业等方面要求更高所致。

2、与白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务相关的人员的人均创收、人均手术量情况

(1) 人均创收情况

报告期内，与白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务手术医生的人均创收情况具体如下：

单位：万元、人、万元/人

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	创收	平均人数	人均创收	创收	平均人数	人均创收	创收	平均人数	人均创收
白内障诊疗服务	15,254.53	24.01	635.38	15,129.58	24.69	612.76	14,114.02	25.13	561.60
屈光不正手术矫正服务	17,732.17	11.37	1,559.55	15,465.02	10.92	1,416.08	12,397.31	10.85	1,142.99
玻璃体视网膜诊疗服务	6,660.74	8.34	799.13	5,326.76	6.82	781.08	5,020.88	5.72	878.29

注：①创收为该类手术的全部收入；②平均人数=Σ（就职天数/期间天数）*各手术医生手术收入占比。

报告期内，与白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务手术医生的人均创收情况较为稳定。

(2) 人均手术量情况

报告期各期，各项诊疗服务手术量与手术医生人数情况如下：

单位：例、人、例/人

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	手术量	人数	人均手术量	手术量	人数	人均手术量	手术量	人数	人均手术量
白内障诊疗服务	17,541	45	389.80	20,831	44	473.43	22,338	42	531.86
屈光不正手术矫正服务	10,756	20	537.80	9,996	17	588.00	8,648	17	508.71
玻璃体视网膜诊疗服务	7,491	26	288.12	5,047	24	210.29	4,575	20	228.75

注：手术医生人数为各期公司能开展该类手术医生的人数，当 1 名医生能在同一期间进行多类手术，则该名医生在各类手术人数中均计为 1。

3、合理性分析

由上表可见，报告期各期，公司屈光不正手术矫正服务手术医生的人均创收和人均手术量最高，玻璃体视网膜手术医生人均薪酬最高，主要系受不同类型诊疗服务特点和薪酬评价影响所致，具体分析如下：

（1）不同类型诊疗服务特点的影响

屈光不正手术矫正服务手术医生的人均创收和人均手术量较高，主要原因为：①公司抓住青少年近视防控的市场机遇、加大屈光不正手术矫正服务项目投入，手术量逐年增加；②该类手术主要依赖设备，手术时间较短，通常为 5-10 分钟左右；③该类手术采用市场化的方式定价，手术单价普遍较高。受上述因素影响，公司屈光不正手术矫正服务手术医生的人均创收和人均手术量较高。

玻璃体视网膜诊疗服务，特别是眼底病等后节手术技术难度大、手术过程较为复杂，对手术医生的专业技能要求较高，手术医生培养周期长、能实施该类手术的手术医生较少，眼底病等后节手术是公司诊疗服务能力的重要体现，因此，玻璃体视网膜诊疗服务手术医生薪酬普遍较高。

（2）薪酬评价体系

公司采用多维度评价指标对人员进行薪酬评定，具体薪酬评价指标包括诊疗与视光服务能力、工作量、医疗质量、科研创新及人才培养等；其中：诊疗与视光服务能力指标，系基于知识、经验和技能进行相应等级的确定；工作量指标，系基于门诊量、手术量进行评定；医疗质量指标，系基于患者服务及医疗安全进行评定；科研创新指标，系基于论文发表、专利获得等进行评定；人才培养指标，系基于带教下级医师及手术医生培养进行评定。

综上所述，白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务的手术医生人均创收和人均手术量有所差异，主要系受不同诊疗服务类型特点的影响所致；前述服务项目相关人员的人均薪酬系公司基于多维度评价指标评定。前述情况符合公司实际情况与医疗服务行业特点，具有合理性。

【核查程序】

1、访谈了发行人总经理及人力资源部门负责人，了解发行人薪酬体系，了解发行人与白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务

相关人员的人均薪酬情况，及与人均创收、人均手术量匹配情况；

2、取得并查阅发行人报告期内相关人员平均薪酬统计表；

3、取得并查阅发行人报告期内相关人员创收情况统计表、各项手术诊疗服务医生分布统计表，并进行合理性分析。

【核查结论】

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人白内障诊疗服务、屈光不正手术矫正服务、玻璃体视网膜诊疗服务的手术医生人均创收和人均手术量有所差异，主要系受不同诊疗服务类型特点的影响所致；上述服务项目手术医生人均薪酬系发行人基于多维度评价指标评定，符合发行人实际经营情况与医疗服务行业特点，具有合理性。

(3) 请保荐人、申报会计师发表明确意见，结合对实控人等组织和人员的资金流水核查情况，补充说明发行人人均薪酬低于同行业水平的合理性，人员成本的完整性，是否存在体外支付人员薪酬或费用的情形。

【回复】

1、发行人不存在通过董监高、实际控制人及其控制的其他企业等组织或自人体外支付人员薪酬或费用的情形

申报会计师获取并核查了发行人董监高、实际控制人及其控制的其他企业等组织或自然人的资金流水，并取得相关主体银行账户开户清单/银行账户完整性声明，从流水金额、款项性质、交易对手等角度，核查银行流水是否存在与发行人员工相关的资金往来，是否存在大额或频繁取现，且无法合理解释等异常情形，确认发行人不存在体外支付人员薪酬或费用的情形。

2、发行人人均薪酬低于同行业水平的合理性

发行人人均薪酬低于同行业水平，主要系发行人业务主要集中于辽宁省内且采用三级眼健康医疗服务模式大力拓展区、县域市场，相较于爱尔眼科等以省会城市、大型医院为主的经营模式，公司人均薪酬相对较低。此外，如前所述，报告期内，公司沈阳何氏、大连何氏计入营业成本的人均薪酬与爱尔眼科

同期水平不存在较大差异，且高于同行业可比公司普瑞眼科同地区子公司沈阳普瑞。发行人人均薪酬低于同行业上市公司爱尔眼科，具有合理性。

3、发行人的人员成本完整性

如前所述，发行人不存在通过董监高、实际控制人及其控制的其他企业等组织或自然人体外支付人员薪酬或费用的情形，申报会计师通过对人工成本执行如下核查程序，认为报告期内发行人的人工成本入账完整：

（1）访谈了总经理及财务总监、人力资源部门负责人，了解发行人薪酬制度、人工成本的归集分配方法；

（2）取得并查阅报告期内发行人人工成本核算相关的管理制度、发行人员工花名册、工资表等，核查计入成本的人工成本的完整性；

（3）核查了发行人董监高、实际控制人及其控制的其他企业等组织或自然人的资金流水，并取得相关主体银行账户开户清单/银行账户完整性声明，从流水金额、款项性质、交易对手等角度，核查银行流水是否存在与发行人员工相关的资金往来，是否存在大额或频繁取现，且无法合理解释等异常情形，确认发行人不存在体外支付人员薪酬或费用的情形；

（4）取得同行业可比公司人均薪酬情况以及辽宁省城镇私营单位就业人员年平均薪酬情况，并进行对比分析。

【核查结论】

经核查，申报会计师认为：报告期内发行人人均薪酬低于同行业水平，主要系发行人业务主要集中于辽宁省内且采用三级眼健康医疗服务模式大力拓展区、县域市场，相较于爱尔眼科等以省会城市、大型医院为主的经营模式，公司人均薪酬相对较低。报告期内发行人人员成本已完整入账，不存在体外支付人员薪酬或费用的情形。

7. 关于高价值原材料。审核问询回复显示，发行人诊疗服务中使用的高价值材料包括治疗黄斑病变的药品如雷珠单抗注射液（诺适得）、康柏西普眼用注射液（朗沐）等，白内障手术、屈光不正手术使用的单焦点、多焦点、ICL 晶体等。

请发行人：

(1) 补充说明是否存在其他诊疗或手术必备的高价值耗材，如无菌包或手术包等，说明其采购数量、价格、金额及占比情况，采购量和手术量的匹配情况；

(2) 补充说明上述高价值药品、耗材采购价格与同行业公司采购价格的比较情况，发行人采购价格公允性；

(3) 补充说明是否与供应商存在采购返利安排，如有请说明具体情况，涉及金额，会计处理方法，对业绩的影响情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(1) 补充说明是否存在其他诊疗或手术必备的高价值耗材，如无菌包或手术包等，说明其采购数量、价格、金额及占比情况，采购量和手术量的匹配情况；

【回复】

1、其他高值耗材的采购数量、价格、金额及占比情况

除人工晶体外，公司使用的其他高值医用耗材主要为用于角膜胶原交联手术（简称“交联手术”）¹的交联治疗工具包、用于全飞秒等手术的无菌治疗包以及用于飞秒激光辅助白内障诊疗服务的患者接口装置。

报告期各期，交联治疗工具包等高值医用耗材采购情况如下：

单位：万元、元/单位

类型	单位	采购量	单价	金额	采购量变动率	单价变动率
2020 年度						
交联治疗工具包	万个	0.23	1,925.09	437.38	27.64%	7.45%
无菌治疗包	万个	0.13	2,714.29	342.00	19.66%	-2.12%
患者接口装置	万套	0.06	4,151.35	230.40	-2.80%	-8.55%
合计				1,009.78	-	-
2019 年度						
交联治疗工具包	万个	0.18	1,791.69	318.92	0.00%	-10.47%
无菌治疗包	万个	0.11	2,773.03	292.00	-52.14%	0.34%

¹ 角膜胶原交联手术是一种针对角膜疾病，增加角膜胶原间的相互联接，增强角膜强度的手术，通常为屈光不正手术一种附加术式，也可单独行角膜胶原交联手术。

类型	单位	采购量	单价	金额	采购量变动率	单价变动率
患者接口装置	万套	0.06	4,539.40	259.20	29.77%	-5.43%
合计				870.12	-	-
2018 年度						
交联治疗工具包	万个	0.18	2,001.12	356.20	-	-
无菌治疗包	万个	0.22	2,763.64	608.00	-	-
患者接口装置	万套	0.04	4,800.00	211.20	-	-
合计				1,175.40	-	-

由上表可见，报告期各期，公司上述高值医用耗材的采购数量及金额相对较小。其中，2019 年，公司无菌治疗包采购量下降较大，主要系全激光等无需耗用高值耗材的新技术引入，屈光不正手术方式更加多样化，对应手术耗材使用减少，同时该类耗材年初库存较多，为合理控制库存，公司主要以消耗年初存货为主，适当减少当年采购所致。报告期各期，交联治疗工具包、患者接口装置采购单价略有波动主要系相关供应商赠送了部分耗材以及不同规格型号采购比例不同所致。

2、其他高值耗材采购量和手术量的匹配情况

报告期各期，公司其他高值医用耗材交联工具包、无菌治疗包和患者接口装置的采购、耗用与对应手术手术量的匹配情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
交联治疗工具包			
采购量（个）	2,272	1,780	1,780
耗用量（个）	2,073	1,974	1,406
对应手术量（例）	1,053	1,007	712
耗用量/手术量	1.97	1.96	1.97
无菌治疗包（FLAP/SMILE）			
采购量（个）	1,260	1,053	2,200
耗用量（个）	1,119	1,350	1,610
对应手术量（例）	570	698	831
耗用量/手术量	1.96	1.93	1.94
患者接口装置			

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
采购量（套）	555	571	440
耗用量（套）	502	507	329
对应手术量（例）	502	507	329
耗用量/手术量	1.00	1.00	1.00

根据交联手术和全飞秒激光手术等诊疗服务特点，交联治疗工具包和无菌治疗包耗用量和对应手术量的比例通常为 2:1（单眼手术则为 1:1），根据飞秒激光辅助白内障诊疗服务特点，患者接口装置和对应手术量的比例通常为 1:1。由上表可见，报告期内，交联治疗工具包、无菌治疗包和患者接口装置耗用量和对应手术量相匹配。

报告期各期，公司高值医用耗材无菌治疗包的耗用量略有下降，系公司引进德国阿玛仕 1050Rs 千频准分子激光系统等医疗设备，引入全激光等新技术，屈光不正手术方式更加多样化，对应手术耗材使用减少所致。

综上，报告期内，交联治疗工具包、无菌治疗包以及患者接口装置等高值医用耗材的耗用量与对应手术量相匹配。

【核查过程】

1、访谈发行人总经理、财务总监以及主要医生，了解发行人其他高值耗材的采购情况、耗用情况；

2、查阅发行人其他高值耗材的入库、出库汇总情况，复核其出入库情况，并与对应手术量进行比较分析。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，除人工晶体外，发行人使用的高值医用耗材还包括交联治疗工具包、无菌治疗包以及患者接口装置等，上述高值医用耗材的耗用量与对应手术量相匹配。

(2) 补充说明上述高价值药品、耗材采购价格与同行业公司采购价格的比较情况，发行人采购价格公允性；

【回复】

报告期各期，公司前述高值医用耗材采购均价与同行业可比公司比较如下：

单价：元

项目	公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
无菌治疗包	普瑞眼科	1,587.36	1,709.10	1,964.86
	公司	2,714.29	2,773.03	2,763.64
患者接口装置	华夏眼科	-	-	3,734.04
	公司	4,151.35	4,539.40	4,800.00

注：①资料来源于普瑞眼科、华夏眼科招股说明书或反馈回复；②华夏眼科患者接口装置 2019 年、2020 年相关数据暂未披露；③普瑞眼科、华夏眼科均未披露交联治疗工具包的采购情况。

报告期内，公司无菌治疗包采购均价较为稳定，高于普瑞眼科同期水平，主要原因系：①公司使用无菌治疗包的全飞秒等手术量较少，无菌治疗包采购较少，普瑞眼科采购量远远大于公司，对供应商的议价能力较强；同时，普瑞眼科推进“全普瑞、全飞秒”战略计划，医疗设备和医用耗材大面积使用蔡司系列产品（全飞秒手术设备和无菌治疗包生产厂家均为蔡司），配套采购有利于进一步提高无菌治疗包等产品的议价能力；报告期各期，普瑞眼科无菌治疗包采购数量分别为 3.11 万个、4.56 万个和 5.98 万个，公司采购数量分别为 0.22 万个、0.11 万个和 0.13 万个；②无菌治疗包涉及 FLAP、SMILE 等不同规格型号且其价格差异较大，故不同规格型号的采购数量占比差异亦影响平均采购单价。

患者接口装置主要应用于飞秒激光辅助白内障手术，该类医用耗材与飞秒激光辅助白内障手术设备配套采购。公司使用的飞秒激光辅助白内障手术设备为美国蓝思雅 LenSAR 白内障飞秒激光手术系统，华夏眼科使用的飞秒激光辅助白内障手术设备为爱尔康 LenSx 飞秒白内障手术系统，前述两种设备的生产厂家不同，对应使用的医用耗材类型及其单价也不同。

根据供应商出具的说明，公司同类耗材采购价格与供应商向同区域、同类型客户销售单价基本一致，公司供应商按照同区域、同类型客户销售价格为公司提供医用耗材，按市场化价格交易；上述医用耗材采购价格为市场交易价格，交易价格公允。

【核查过程】

1、访谈发行人财务总监和采购业务负责人，了解报告期各期发行人除人工晶体外其他高值耗材的采购和使用情况，以及与业务量的匹配情况；

2、获取并复核了发行人报告期各期手术量统计表、其他高值耗材的采购和耗用情况表；

3、结合发行人实际业务情况，分析其报告期各期主要手术治疗例数与其他高值耗材的采购和耗用匹配情况；

4、查阅同行业可比公司的公开披露资料，获取同行业可比公司其他高值耗材采购价格并与公司采购价格比较分析；

5、获取发行人其他高值耗材供应商出具的销售价格说明。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人其他高值耗材的采购价格与同行业公司采购价格存在差异主要系采购规模和采购渠道不同所致；发行人供应商按照同区域、同类型客户销售价格为发行人提供上述医用耗材，按市场化价格交易，采购价格公允。

(3) 补充说明是否与供应商存在采购返利安排，如有请说明具体情况，涉及金额，会计处理方法，对业绩的影响情况。

【回复】

为了鼓励公司采购的积极性，部分供应商存在返利安排，报告期内，公司涉及的返利主要为视光材料的采购。

1、供应商返利政策

报告期各期，公司与供应商的返利形式包括红字发票（简称“红票”）、票面折扣（简称“票折”）和赠品，主要返利政策如下：

项目	返利政策
视光材料	合同期内，当累计采购货物达到一定金额或数量且按规定付款的前提下，以采购金额/回款金额/采购数量等为基数，按合同约定等享受一定比例的采购返利；通常双方在季度/年度终了时的对账并结算采购返利；返利形式主要为红票/票折。

项目	返利政策
药品	合同期内，当采购货物达到一定金额标准时，以采购金额或回款金额为基数，按合同约定等享受一定比例的采购返利；通常双方在年度终了时的对账并结算采购返利；返利形式主要为红票/票折。
医用耗材	主要为采购医疗设备时，随设备采购合同附赠少量医用耗材。

2、供应商返利金额及对经营业绩的影响

报告期各期，公司不同类别材料的采购返利金额汇总如下：

单位：万元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
视光材料	返利金额	545.44	525.43	260.94
	采购金额	9,047.14	8,032.28	6,343.50
	占比	6.03%	6.54%	4.11%
药品	返利金额	86.73	87.47	64.19
	采购金额	6,853.51	6,917.22	6,460.97
	占比	1.27%	1.26%	0.99%
医用耗材	返利金额	72.76	107.78	58.46
	采购金额	7,810.54	7,950.65	7,042.07
	占比	0.93%	1.36%	0.83%
返利金额小计		704.93	720.68	383.59
采购金额小计		23,711.19	22,900.15	19,846.54
返利金额占采购金额比例		2.97%	3.15%	1.93%

由上表可见，报告期各期，公司采购对应的返利金额分别为 383.59 万元、720.68 万元和 704.93 万元，返利金额占当期采购金额比例分别为 1.93%、3.15% 和 2.97%，相关占比较低，不会对公司的经营业绩造成重大影响。

报告期内，随着视光服务收入规模扩大，视光材料对应采购金额和返利金额呈上升趋势；2019 年视光材料采购返利金额较 2018 年增长较大、对应占比较高，主要系卡尔蔡司光学（广州）有限公司和丹东边境经济合作区鑫海工贸有限公司等供应商给予公司达成 2017 年至 2019 年采购标准的超额返利所致。报告期内，公司药品返利主要来源于辽宁省医药对外贸易有限公司和国药控股股份有限公司等供应商。报告期内，公司医用耗材主要采用直接价格折让的定价策略，返利

金额较小。报告期医用耗材返利主要为采购医疗设备时，随设备采购合同附赠少量医用耗材，其中，2019 年返利金额相对较大，主要系供应商宁波健美士根据公司采购规模给予少量返利所致。

3、采购返利金额前五大供应商情况

报告期各期，公司采购返利金额前五大供应商返利情况如下：

单位：万元

供应商	材料类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
豪雅（上海）光学有限公司	视光材料	252.51	111.01	85.57
卡尔蔡司光学（广州）有限公司	视光材料	173.08	246.35	56.65
丹东边境经济合作区鑫海工贸有限公司	视光材料	52.86	83.49	36.98
辽宁省医药对外贸易有限公司	药品	45.18	43.35	33.44
国药控股股份有限公司	药品、医用耗材	34.14	27.93	20.05
小计		557.77	512.14	232.69
返利金额总额		704.93	720.68	383.59
占比		79.12%	71.06%	60.66%

报告期内，供应商豪雅（上海）光学有限公司的采购返利呈逐年上升趋势，主要系公司向其采购的“新乐学”等系列近视防控镜片效果较好、顾客的认可度较高，公司加大该类视光材料采购，对应返利金额增加所致。如前所述，卡尔蔡司光学（广州）有限公司和丹东边境经济合作区鑫海工贸有限公司 2019 年采购返利金额较高，主要系该年度上述供应商给予公司达成 2017 年至 2019 年采购标准的超额返利所致。

4、供应商返利的会计处理

公司针对供应商给予的采购返利会计处理，具体情况如下：

项目	环节	主要返利形式	会计处理	说明
视光材料	双方确认后结算返利	红票/票折	借：应付账款 贷：存货或主营业务成本	公司根据实际采购情况，按照采购合同约定计算返利金额并经供应商确认后，确认采购返利，冲减相应的存货成本或主营业务成本

项目	环节	主要返利形式	会计处理	说明
药品	双方确认后结算返利	红票/票折	借：应付账款 贷：存货或主营业务成本	公司根据实际采购情况，按照采购合同约定计算返利金额并经供应商确认后，确认采购返利，冲减相应的存货成本或主营业务成本
医用耗材	双方确认后结算返利	赠品	零单价采购入库，后续根据领用情况通过 NC 供应链模块参与成本的计算、结转	主要为采购医疗设备时，随设备采购合同附赠少量医用耗材

公司上述会计处理符合企业会计准则的相关规定。

【核查过程】

- 1、访谈了发行人总经理、采购负责人及财务总监，了解采购返利具体情况、会计处理方法、涉及金额及对发行人经营业绩的影响；
- 2、通过供应商走访和函证程序，了解返利的真实情况，获取并检查供应商采购合同，检查返利条款的具体约定，并据此测算返利金额的准确性；
- 3、获取并检查采购发票、随货同行单、入库单等支持性证据，确认返利的真实性；
- 4、获取发行人报告期各期采购返利明细表，检查返利的会计处理，判断是否符合《企业会计准则》规定。

【核查结论】

经核查，申报会计师认为：报告期各期，发行人与供应商存在采购返利安排；发行人针对供应商返利的会计处理符合企业会计准则的规定；报告期内，发行人采购返利金额占当期采购金额比例相对较低，不会对发行人的经营业绩造成重大影响。

8. 关于发行人采购的耗材退换货情况。审核问询回复显示：

(1) 报告期发行人采购退换货金额分别为 749.52 万元、847.13 万元和 1,730.16 万元，占采购总额比例分别为 3.54%、3.46%和 6.87%，2020 年度退换货比例较高；

(2) 发行人医用耗材主要包括单焦点人工晶体、多焦点人工晶体、ICL 人工晶体，按照当年退换货金额占当年采购金额的比例，报告期单焦点人工晶体退货比例分别为 8.97%、5.82%和 31.79%，多焦点人工晶体分别为 24.12%、8.50%和 22.52%，ICL 人工晶体分别为 19.75%、19.17%和 28.51%；白内障、屈光不正手术相关的人工晶体退换货比例皆增长；

(3) 发行人退换货涉及的主要供应商包括沈阳万里路科技有限公司、宁波捷美士医疗器械有限公司、豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司和国药控股股份有限公司等，按照当年退换货金额占当年采购金额的比例，万里路、捷美士（捷美士）公司对应的比例显著大于国药控股，例如 2018 年至 2020 年，国药控股的比例分别为 1.82%、4.45%和 5.50%，万里路分别为 10.58%、11.69%、18.07%。

请发行人：

(1) 补充说明各类晶体的退货、换货的数量和金额情况；

(2) 结合报告期手术量和退换货比例情况，补充说明人工晶体退换货比例规模较大且变动较大的合理性；在屈光不正手术矫正服务手术量增长的情况下，ICL 人工晶体退换货比例较高且增长的合理性；

(3) 补充说明发行人向万里路、捷美士（捷美士）采购的退换货比例显著高于向国药控股退换货比例的原因；与晶体相关的主要供应商采购和退换货情况，与供应商就退换货的具体约定情况，发行人采购晶体是否系一项买断性行为，相关会计处理的准确性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

(1) 补充说明各类晶体的退货、换货的数量和金额情况；

【回复】

报告期各期，公司各类人工晶体退换货数量和金额情况如下：

项目	数量（枚）			金额（万元）		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单焦点人工晶体	4,906	1,515	2,715	560.40	158.66	193.14

项目	数量（枚）			金额（万元）		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
多焦点人工晶体	202	44	21	139.02	30.97	21.85
ICL 人工晶体	535	256	166	456.34	213.29	134.72
合计	5,643	1,815	2,902	1,155.76	402.92	349.71

由上表可见，报告期各期，随着经营规模的扩大，公司各类人工晶体退换货数量和金额总体上呈上升趋势。2020 年单焦点人工晶体退换货数量、金额相对较大系受新冠疫情影响公司白内障诊疗服务等业务量下降明显、人工晶体消耗相对较少，经与供应商协商进行较多换货处理所致；2018 年单焦点人工晶体退换货数量较大系公司将部分近效期的库存经济型人工晶体集中与供应商退换货所致。公司根据实际经营及库存情况，按照合同约定或行业惯例与人工晶体供应商协商，采用退换货方式及时处理库存，保证存货的安全、有效，符合国内医疗服务行业惯例，具有合理性。

【核查过程】

1、访谈了发行人财务总监及相关业务负责人，了解发行人人工晶体的退换货情况；

2、获取并查阅了发行人与人工晶体供应商签订的合同，了解报告期内的退换货政策；

3、取得发行人退换货明细表，查看其实际退换货情况；

4、访谈了发行人主要供应商，了解退换货政策及实际退换货执行情况。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期各期，随着经营规模的扩大，发行人各类人工晶体退换货数量和金额总体上呈上升趋势；发行人根据实际经营及库存情况，按照合同约定或行业惯例与人工晶体供应商协商，采用退换货方式及时处理库存，保证存货的安全、有效，符合国内医疗服务行业惯例，具有合理性。

（2）结合报告期手术量和退换货比例情况，补充说明人工晶体退换货比例规模较大且变动较大的合理性；在屈光不正手术矫正服务手术量增长的情况下，

ICL 人工晶体退换货比例较高且增长的合理性；

【回复】

1、手术量与退换货比例情况

单焦点人工晶体、多焦点人工晶体主要用于白内障及青白联合手术，ICL 人工晶体主要用于 ICL 植入术手术。报告期各期，前述人工晶体退换货量与对应手术量对比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单焦点人工晶体、多焦点人工晶体退换货量与对应手术量对比			
白内障及青白联合手术量（例）	19,098	22,154	23,492
单焦点人工晶体、多焦点人工晶体退换货量（枚）	5,108	1,559	2,736
比例	26.75%	7.04%	11.65%
ICL 人工晶体退换货量与对应手术量对比			
ICL 植入术手术量（眼）	1,897	1,330	843
ICL 人工晶体退换货量（枚）	535	256	166
比例	28.20%	19.25%	19.69%

由上表可见，报告期内，总体上公司各类人工晶体退换货数量变动与手术量增减变动趋势保持一致。如前所述，2020 年单焦点人工晶体、多焦点人工晶体退换货数量、比例有所上升，系受新冠疫情影响公司白内障诊疗服务等业务量下降明显、人工晶体消耗相对较少，经与供应商协商进行较多换货处理所致。报告期各期，各类型人工晶体各期退换比例存在一定的差异系受备货量、患者个性化需求等因素影响所致。

2、在屈光不正手术矫正服务手术量增长的情况下，ICL 人工晶体退换货比例较高且增长的合理性

报告期各期，公司屈光不正矫正服务手术量与 ICL 人工晶体退换货数量情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
屈光不正手术矫正服务（例）	10,756	9,996	8,648
其中：ICL 人工晶体植入术（眼）	1,897	1,330	843

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
ICL 人工晶体退换货量（枚）	535	256	166
比例	28.20%	19.25%	19.69%

ICL 人工晶体应用于有晶体眼人工晶体植入术，是一种通过在近视患者的眼内植入相匹配型号和度数的晶体来治疗近视的一种近视矫正方式，为屈光不正手术矫正服务手术方式之一。为确保患者获得最佳的安全性和视觉质量，公司通常在 ICL 人工晶体植入术中为部分特殊临床指标患者匹配型号在一定范围内的备片；不同的 ICL 人工晶体在晶体长度、屈光度数、散光轴位等参数上均存在差异化，ICL 人工晶体个性化明显。公司 ICL 人工晶体植入术手术相对较少，短期内备片无法匹配其他患者使用，对于在一定期限未被选用的 ICL 人工晶体，供应商给予退换货处理，从而导致公司 ICL 人工晶体退换货比例较高。报告期各期，公司 ICL 人工晶体退换货率波动受备片个性化程度影响。

【核查过程】

1、访谈了发行人总经理、财务总监及采购业务负责人，了解发行人采购相关的退换货情况，以及报告期各期主要手术治疗例数；

2、获取并复核了发行人报告期各期手术量统计表，以及人工晶体的采购和退换情况表；

3、结合发行人实际业务情况，分析其报告期各期主要手术治疗例数与人工晶体的退换货匹配情况。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，总体上发行人各类人工晶体退换货数量变动与手术量增减变动趋势保持一致；报告期各期，发行人各类型人工晶体各期退换比例存在一定的差异系受备货量、患者个性化需求等因素影响所致；ICL 人工晶体退换货比例相对较高系 ICL 人工晶体个性化明显，发行人 ICL 人工晶体植入术手术量相对较少，对于在一定期限未被选用的 ICL 人工晶体，供应商给予退换货处理所致。

（3）补充说明发行人向万里路、健美士（捷美士）采购的退换货比例显著高

于向国药控股退换货比例的原因；与晶体相关的主要供应商采购和退换货情况，与供应商就退换货的具体约定情况，发行人采购晶体是否系一项买断性行为，相关会计处理的准确性。

【回复】

1、发行人向万里路、捷美士（捷美士）采购的退换货比例显著高于向国药控股退换货比例的原因

报告期各期，公司主要退换货供应商的退换货情况如下：

单位：万元

项目	供应商名称	金额	占退换货总额比例
2020 年度	沈阳万里路科技有限公司	436.55	25.23%
	宁波捷美士医疗器械有限公司	246.50	14.25%
	豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司	235.91	13.64%
	国药控股股份有限公司	140.07	8.10%
	卡尔蔡司光学（广州）有限公司	60.38	3.49%
	合计	1,119.40	64.70%
2019 年度	沈阳万里路科技有限公司	220.00	25.97%
	国药控股股份有限公司	80.30	9.48%
	宁波捷美士医疗器械有限公司	67.90	8.02%
	海昌隐形眼镜有限公司上海分公司	62.87	7.42%
	强生视力健商贸(上海)有限公司	32.93	3.89%
	合计	464.00	54.77%
2018 年度	沈阳万里路科技有限公司	136.32	18.19%
	宁波捷美士医疗器械有限公司	123.44	16.47%
	国药控股股份有限公司	54.34	7.25%
	上海京鸿光学眼镜有限公司	31.99	4.27%
	上海恒兴光学有限公司	25.63	3.42%
	合计	371.72	49.60%

沈阳万里路有限公司（简称“万里路”）为公司 ICL 人工晶体、角膜接触镜与护理液的供应商；宁波捷美士医疗器械有限公司（简称“宁波捷美士”）和豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司（简称“豪雅捷美士”）为公司单焦点人工

晶体供应商；国药控股股份有限公司（简称“国药控股”）为公司蔡司人工晶体和药品供应商，其中，公司报告期向国药控股采购药品金额占其采购总额的 45% 左右。

报告期内，万里路、宁波捷美士、豪雅捷美士和国药控股退换的产品主要为各规格型号的人工晶体，该等产品个性化程度较高。如前所述，相较于药品，人工晶体受患者生理条件、视觉质量要求等因素影响，个性化程度相对较高。公司基于双方的协议约定，为保证产品的品质，对一定期间暂未选用的部分人工晶体采取退换货的方式及时进行处理。

报告期各期，公司供应商万里路、宁波捷美士、豪雅捷美士和国药控股为公司提供人工晶体的退换货金额及占对应人工晶体采购金额的比例，具体情况如下：

单位：万元

年度	沈阳万里路			宁波捷美士		
	采购金额	退换货金额	比例	采购金额	退换货金额	比例
2020 年度	1,311.50	402.76	30.71%	430.15	246.50	57.30%
2019 年度	1,102.25	212.23	19.25%	1,803.38	67.90	3.77%
2018 年度	682.27	135.65	19.88%	1,540.01	123.44	8.02%
合计	3,096.02	750.64	24.25%	3,773.54	437.83	11.60%
年度	豪雅捷美士			国药控股		
	采购金额	退换货金额	比例	采购金额	退换货金额	比例
2020 年度	961.98	235.91	24.52%	477.14	131.84	27.63%
2019 年度	-	-	-	279.80	66.77	23.87%
2018 年度	-	-	-	346.67	41.79	12.05%
合计	961.98	235.91	24.52%	1,103.60	240.40	21.78%

注：国药控股通过其下属子公司国药集团（天津）医疗器械有限公司向公司提供蔡司人工晶体。

由上表可见，剔除药品等采购及退换货金额后，报告期万里路、宁波捷美士、豪雅捷美士以及国药控股为公司提供的人工晶体退换货平均比例分别为 24.25%、11.60%、24.52 和 21.78%，沈阳万里路、宁波捷美士、豪雅捷美士人工晶体退换货比例未明显高于国药控股。发行人向万里路、宁波捷美士和豪雅捷美士采购的总体退换货比例高于向国药控股采购的退换货比例，主要系公司

除了向国药控股采购人工晶体外，还采购了退换货比例较低的药品所致。

综上所述，发行人向万里路、宁波捷美士和豪雅捷美士采购的总体退换货比例高于向国药控股采购的退换货比例，主要系公司除了向国药控股采购人工晶体外，还采购了退换货比例较低的药品所致。

2、晶体相关的主要供应商采购和退换货情况，供应商就退换货的具体约定情况

（1）晶体相关的主要供应商采购和退换货情况

报告期内，公司人工晶体主要供应商为沈阳万里路、宁波捷美士、豪雅捷美士和国药控股，具体采购和退换货情况详见本题回复“1、发行人向万里路、捷美士（捷美士）采购的退换货比例显著高于向国药控股退换货比例的原因”部分。

（2）供应商就退换货的具体约定情况

报告期内，公司与主要晶体供应商的退换货合同约定情况如下：

供应商名称	合同约定情况	退换货安排
国药控股股份有限公司	1、发货时，效期不足 15（24）个月，予以更换；2、发货时，效期大于等于 15（24）个月，发货时间 1 年以内，且换货时效期大于等于 15 个月，予以更换；3、发货超过 1 年的晶体不予调换。	按合同约定执行。
沈阳万里路科技有限公司	1、包装完好可以二次销售的产品，公司可以联系供应商退换货；2、公司正常使用破损的产品，提交报损报告，并有实物匹配，供应商在收到公司的报损报告以及报损产品实物后，给公司补足相应的产品。	一般情况下，供应商提供因产品质量问题或同型号晶体不同度数之间的调换。
宁波捷美士医疗器械有限公司	包装完好可以二次销售的产品，公司可以联系供应商退换货；公司正常使用破损的产品，公司每月 5 日前需向供应商提交医院出具的破损说明、报损报告、报损晶体，作为晶体退换必要条件。未及时报送造成的晶体过期由公司承担，供应商拒收过期坏损品与被污染坏损品（传染性病人使用过的坏损品）。	一般情况下，供应商提供因产品质量问题或同型号晶体不同度数之间的调换。
豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司	公司每月可申请一次换货，换货产品的库龄需在 120 天内，换货量≤采购量的 15%，超出额度产品不予退换；如果发生报损，公司报损产品退换货量需在当年采购量的 1%以内，产品当月报损当月申报，且 60 天内将报损产品寄至供应商处，办理退换货。	一般情况下，供应商提供因产品质量问题或同型号晶体不同度数之间的调换。

公司与上述人工晶体供应商之间执行退换货机制，符合国内医疗服务行业惯例，具有合理性。

3、发行人采购晶体是一项买断性行为，相关会计处理准确

公司与人工晶体供应商签订相关采购合同，根据合同约定公司收到符合条件的产品后，产品的控制权即转移至公司；公司不是代供应商销售产品，不能无条件地将采购的产品退给供应商，公司能够在采购产品后主导该产品的使用并从中获得其经济利益，因此公司晶体采购是一项买断性行为。

买断性采购模式下，公司在收到相关商品时，借记“库存商品”，贷记“应付账款”；销售商品结转成本时，借记“主营业务成本”，贷记“库存商品”；若发生退货时，借记“应付账款”，贷记“库存商品”。公司相关账务处理符合《企业会计准则》相关规定。

【核查过程】

1、访谈发行人财务总监、采购业务负责人，了解药品、人工晶体等产品的采购业务特点，以及国药控股、万里路、宁波捷美士和豪雅捷美士的人工晶体等产品采购及退换货情况；

2、查阅国药控股、万里路、宁波捷美士和豪雅捷美士的合同，查看退换货条款；

3、获取并复核国药控股、万里路、宁波捷美士和豪雅捷美士的退换货明细表；

4、结合发行人实际业务情况，分析与国药控股相比，沈阳万里路、宁波捷美士和豪雅捷美士退换货较高的原因；

5、复核发行人退换货相关的会计处理，确认是否符合会计准则要求。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人向万里路、宁波捷美士和豪雅捷美士采购的总体退换货比例高于向国药控股采购的退换货比例，主要系发行人除了向国药控股采购人工晶体外，还采购了退换货比例较低的药品所致；

发行人与供应商之间执行退换货机制，符合国内医疗服务行业惯例，具有合理性；发行人采购人工晶体是一项买断性行为，相关会计处理准确。

9. 关于发行人前五大供应商宁波捷美士医疗器械有限公司、豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司。审核问询回复显示：

（1）宁波捷美士医疗器械有限公司系豪雅人工晶体代理商，成立于 2017 年，发行人根据经营需要向其采购人工晶体，是发行人 2018 年、2019 年前五大供应商；宁波捷美士由王仲荪 100%持股；

（2）豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司成立于 2020 年 3 月，其是发行人 2020 年前五大供应商，受 HOYA 株式会社控制。

请发行人：

（1）补充说明豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司与宁波捷美士医疗器械有限公司之间关系，HOYA 株式会社与王仲荪之间的关系；

（2）补充说明王仲荪从事的具体业务情况，发行人与其合作历史及原因；除发行人向其及相关公司采购人工晶体外，发行人及关联方是否与其存在其他业务往来和合作关系；

（3）补充说明向 HOYA 株式会社相关公司采购数量、单价和金额，以及向王仲荪相关公司采购的数量、单价和金额情况，若二者单价差异显著请说明合理性；发行人在可以向厂商直接采购的情况下，仍需向代理商王仲荪采购的原因；发行人向王仲荪采购价格的公允性，是否存在其他利益安排；

（4）补充说明向 HOYA 株式会社相关公司和向王仲荪相关公司退换货情况，是否存在将从一方采购的货物退换给另一方的情形，原因及合理性，发行人采购人工晶体后退货率较高是否与王仲荪相关，原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（1）补充说明豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司与宁波捷美士医疗器械有限公司之间关系，HOYA 株式会社与王仲荪之间的关系；

【回复】

1、豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司（简称“豪雅捷美士”）与宁波捷美士医疗器械有限公司（简称“宁波捷美士”）关系

（1）豪雅捷美士成立背景及其间接股东情况

豪雅捷美士成立前，HOYA 株式会社（东京证券交易所上市公司（7741.T））在中国大陆地区未设立 HOYA 人工晶体销售公司，其 HOYA 人工晶体（XY1 等个别型号除外）中国大陆地区的总代理商为王仲荪控制的宁波捷美士等企业。

豪雅捷美士成立后，2020 年 5 月，HOYA 人工晶体中国大陆地区的总代理商由宁波捷美士变更为豪雅捷美士。

豪雅捷美士系由 HOYA GEMAX MEDICAL PTE.LTD100%出资设立，其间接股东为 HOYA 株式会社子公司以及宁波捷美士股东王仲荪等，最终控制方为 HOYA 株式会社。

（2）豪雅捷美士和宁波捷美士基本情况如下：

项目	豪雅捷美士	宁波捷美士
成立时间	2020 年 3 月 30 日	2017 年 5 月 18 日
股东及持股比例	HOYA GEMAX MEDICAL PTE.LTD. 100%	王仲荪（香港居民）100%
最终控制方	HOYA 株式会社（7741.T）	王仲荪
董事长	MADS BJERRE ANDERSEN	夏心涛
总经理	LIM KHYE SING	夏心涛
董事	NG WENG YEE ALVIN、赵勉、KHAMBATA PORUS NARIMAN、WANG DAVID GAN YU、夏心涛、MENON NANDAN JANARDHAN、王颖	王仲荪、WANG DAVID GAN YU
监事	宋燕	宋燕
主营业务	医疗器械经营销售；2020 年 3 月，HOYA 株式会社在中国设立的 HOYA 人工晶体销售公司；2020 年 5 月开始为 HOYA 人工晶体中国总代理商	医疗器械经营销售；2017 年 9 月至 2020 年 5 月为 HOYA 人工晶体中国总代理商
与公司业务关系	从 2020 年 5 月开始成为公司 HOYA 人工晶体供应商	为公司 2017 年 10 月至 2020 年 5 月 HOYA 人工晶体供应商

注：①豪雅捷美士成立前，除个别规格型号外（主要为 XY1 由华璫大昌医药（上海）

有限公司代理)，HOYA 株式会社其他国内销售的人工晶体均由宁波捷美士代理，本题涉及的 HOYA 人工晶体中国大陆地区代理权，均指 HOYA 株式会社授权宁波捷美士代理的人工晶体，下同；②豪雅捷美士董事王颖为王仲荪配偶。

豪雅捷美士成立前，宁波捷美士为 HOYA 人工晶体中国大陆地区的总代理商，宁波捷美士实际控制人为王仲荪；豪雅捷美士成立后，HOYA 人工晶体中国大陆地区总代理商由宁波捷美士变更为豪雅捷美士，且豪雅捷美士最终控制方为 HOYA 株式会社。

宁波捷美士 HOYA 人工晶体中国大陆地区销售代理权终止后，宁波捷美士股东王仲荪通过持有 HOYA GEMAX MEDICAL PTE.LTD 的股权间接投资豪雅捷美士，夏心涛、WANG DAVID GAN YU 和王颖等 3 人担任豪雅捷美士董事，宋燕担任豪雅捷美士监事；夏心涛和 WANG DAVID GAN YU 同时担任宁波捷美士董事，宋燕同时担任宁波捷美士监事。

除上述关系外，宁波捷美士和豪雅捷美士不存在其他股权、业务合作等关系。

2、HOYA 株式会社与王仲荪关系

HOYA 株式会社为日本光学产品知名生产企业，东京证券交易所上市公司（7741.T）；根据其披露的年度报告，截至 2021 年 3 月末，HOYA 株式会社前十大股东及其持股比例具体如下：

序号	股东名称	持股比例
1	日本大师信托银行株式会社（信托账户）	8.89%
2	株式会社日本托管银行（信托账户）	5.00%
3	SSBTC 客户端综合帐户（常任代理人香港上海银行东京支行托管业务部）	3.08%
4	摩根大通银行（常任代理人株式会社瑞穗银行结算营业部）	2.51%
5	道富银行西部客户-505234 条约（常任代理人株式会社瑞穗银行结算营业部）	1.68%
6	德意志银行美洲信托公司（常任代理人株式会社三井住友银行债务融资营业部）	1.65%
7	株式会社日本托管银行（信托账户 5）	1.63%
8	挪威政府（常任代理人花旗银行 N.A.东京支行证券营业部）	1.51%
9	株式会社日本托管银行（信托账户 6）	1.44%
10	道富银行信托 505103 公司（常任代理人株式会社瑞穗银行结算营业部）	1.37%

序号	股东名称	持股比例
	小计	28.81%

HOYA 株式会社董事为内永由香子、浦野光人、高须武男、海堀周造、吉原宽章、铃木洋、广冈亮、池田英一郎、奥古斯丁·伊等 9 人，高级管理人员为铃木洋、广冈亮、池田英一郎、奥古斯丁·伊等 4 人。

王仲荪未持有 HOYA 株式会社股权，不是 HOYA 株式会社董事和高级管理人员等；王仲荪与 HOYA 株式会社无股权等关联关系。

【核查过程】

1、访谈了发行人高级管理人员，了解发行人人工晶体采购情况、豪雅捷美士与宁波捷美士之间的关系以及 HOYA 株式会社与王仲荪关系；

2、通过国家企业信用信息公示系统等渠道查阅豪雅捷美士、宁波捷美士登记的工商信息；通过 HOYA 株式会社公开披露资料查阅其主要股东、董事及高级管理人员等信息；

3、取得豪雅捷美士和宁波捷美士等公司出具的相关说明。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：宁波捷美士曾为 HOYA 人工晶体中国大陆地区总代理商，实际控制人为王仲荪；豪雅捷美士由 HOYA GEMAX MEDICAL PTE.LTD100%出资设立，其间接股东为 HOYA 株式会社子公司以及宁波捷美士股东王仲荪等，最终控制方为上市公司 HOYA 株式会社。王仲荪通过持有 HOYA GEMAX MEDICAL PTE.LTD 的股权间接投资豪雅捷美士，夏心涛、WANG DAVID GAN YU 和王颖等 3 人担任豪雅捷美士董事，宋燕担任豪雅捷美士监事；夏心涛和 WANG DAVID GAN YU 同时担任宁波捷美士董事，宋燕同时担任宁波捷美士监事；除上述关系外，宁波捷美士和豪雅捷美士不存在其他股权、业务合作等关系。王仲荪未持有 HOYA 株式会社股权，不是 HOYA 株式会社董事和高级管理人员等；王仲荪与 HOYA 株式会社无股权等关联关系。

(2) 补充说明王仲荪从事的具体业务情况，发行人与其合作历史及原因；除

发行人向其及相关公司采购人工晶体外，发行人及关联方是否与其存在其他业务往来和合作关系；

【回复】

王仲荪及其配偶王颖主要通过其控制的深圳市瑞霖医疗器械有限公司、宁波捷美士等公司，从事 HOYA 人工晶体等医疗器械代理销售业务。

2008 年起，沈阳何氏眼科医院开始与深圳市瑞霖医疗器械有限公司发生业务往来，主要系深圳市瑞霖医疗器械有限公司为中国大陆地区 HOYA 人工晶体总代理商所致。报告期内，公司主要通过向王仲荪控制的宁波捷美士采购 HOYA 人工晶体医用耗材；公司向宁波捷美士采购 HOYA 人工晶体，主要系该期间 HOYA 人工晶体代理权从深圳市瑞霖医疗器械有限变更至宁波捷美士所致。除此之外，公司及其关联方与其不存在其他业务往来和合作关系。

【核查过程】

1、访谈了发行人高级管理人员，了解王仲荪对外投资及其从事具体业务情况，以及王仲荪与公司的合作情况等；

2、通过国家企业信用信息公示系统、企查查等网络渠道查询王仲荪对外投资情况；

3、查阅了公司及关联方的主要供应商名单；

4、取得了宁波捷美士等出具的相关说明。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：王仲荪主要通过其控制的深圳市瑞霖医疗器械有限公司、宁波捷美士等公司，从事 HOYA 人工晶体等医疗器械代理销售；发行人通过王仲荪控制的公司采购人工晶体主要系该等公司为中国大陆地区 HOYA 人工晶体总代理商所致；除人工晶体采购外，发行人及其关联方与王仲荪不存在其他业务往来和合作关系。

(3) 补充说明向 HOYA 株式会社相关公司采购数量、单价和金额，以及向王仲荪相关公司采购的数量、单价和金额情况，若二者单价差异显著请说明合理

性；发行人在可以向厂商直接采购的情况下，仍需向代理商王仲荪采购的原因；发行人向王仲荪采购价格的公允性，是否存在其他利益安排；

【回复】

1、发行人向 HOYA 株式会社相关公司采购情况

报告期内，公司供应商中与 HOYA 株式会社相关公司主要为豪雅捷美士（宁波）医疗器械有限公司和豪雅（上海）光学有限公司；其中，豪雅捷美士提供 HOYA 人工晶体，豪雅（上海）光学有限公司提供 HOYA 镜片等。报告期内，公司 HOYA 人工晶体及镜片采购情况具体如下：

年度	数量（万枚/万片）	单价（元/枚、元/片）	金额（万元）
HOYA 人工晶体			
2020 年度	1.04	928.82	961.98
HOYA 镜片			
2018 年度	4.23	116.77	494.11
2019 年度	12.14	72.74	882.76
2020 年度	10.22	95.89	979.60

注：2018 年度、2019 年度 HOYA 株式会社授权宁波捷美士为 HOYA 人工晶体中国大陆地区总代理商，公司向宁波捷美士采购 HOYA 人工晶体。

报告期内，随着视光服务经营规模的扩大，公司向豪雅（上海）光学有限公司采购 HOYA 镜片金额亦呈逐年上升趋势；2019 年度，HOYA 镜片采购数量相对较大、单价相对较低，系 2019 年底沈阳何氏开始大力拓展线上业务，年底配备较多的防蓝光护目镜相关的低单价镜片所致。

2、公司向王仲荪相关公司采购情况

报告期内，公司供应商中与王仲荪相关公司主要为宁波捷美士，宁波捷美士根据 HOYA 株式会社授权为公司提供 HOYA 人工晶体。报告期内，公司自宁波捷美士采购的 HOYA 人工晶体具体如下：

年度	数量（枚）	单价（元/枚）	金额（万元）
2018 年度	1.08	1,425.28	1,540.01
2019 年度	1.29	1,395.91	1,803.38
2020 年度	0.30	1,438.63	430.15

注：2020 年采购相对较小，系 2020 年 5 月 HOYA 株式会社授权豪雅捷美士为 HOYA 人工晶体中国总代理商，公司开始向豪雅捷美士采购 HOYA 人工晶体所致。

报告期内，根据 HOYA 株式会社的市场销售安排，HOYA 人工晶体中国代理商是其指定的销售渠道。如前所述，公司 HOYA 人工晶体供应商从宁波捷美士更换为豪雅捷美士，主要系 HOYA 人工晶体中国代理权发生了变更所致。报告期内，HOYA 人工晶体单价总体较为稳定，单价变动主要系受采购的人工晶体规格型号不同以及受国家联合带量采购中标价调整等影响所致。公司自豪雅捷美士平均采购单价低于宁波捷美士主要系 2020 年 5 月国家联合带量采购中标价调整所致。

3、公司不存在可以向厂商直接采购仍向代理商采购的情形，向宁波捷美士采购价格公允

如前所述，根据 HOYA 株式会社的市场销售安排，HOYA 人工晶体中国代理商是其指定的销售渠道，公司只能从其授权代理商采购，无法向厂商直接采购。

报告期内，发行人结合行业惯例、采购规模以及宁波捷美士的权限与其洽谈确定采购价格。根据宁波捷美士出具的说明，宁波捷美士按照同区域、同类型客户销售价格为公司提供 HOYA 人工晶体，按市场化价格交易，不存在其他利益安排；该等 HOYA 人工晶体采购价格为市场交易价格，交易价格具有公允性。

【核查过程】

- 1、访谈了发行人采购负责人，了解 HOYA 人工晶体供应商以及报告期平均采购单价变化原因及其合理性；
- 2、抽查了豪雅捷美士等供应商采购合同等，取得宁波捷美士出具的说明；
- 3、查阅豪雅捷美士、宁波捷美士 HOYA 人工晶体授权代理书。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：根据 HOYA 株式会社的市场销售安排，HOYA 人工晶体中国代理商是其指定的销售渠道，发行人只能从其授权代理商采购，

无法向厂商直接采购；发行人向王仲荪控制的宁波捷美士采购人工晶体，采购价格公允，不存在其他利益安排。

(4)补充说明向 HOYA 株式会社相关公司和向王仲荪相关公司退换货情况，是否存在将从一方采购的货物退换给另一方的情形，原因及合理性，发行人采购人工晶体后退货率较高是否与王仲荪相关，原因及合理性。

【回复】

报告期各期，公司向 HOYA 株式会社相关公司豪雅捷美士和王仲荪相关公司宁波捷美士人工晶体退换货情况具体如下：

单位：万元			
项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
豪雅捷美士			
退换货金额	235.91	-	-
退换货金额占退换货总额比例	13.64%	-	-
退换货金额占其采购金额比例	24.52%		
宁波捷美士			
退换货金额	246.50	67.90	123.44
退换货金额占退换货总额比例	14.25%	8.02%	16.47%
退换货金额占其采购金额比例	57.30%	3.77%	8.02%

宁波捷美士 2020 年度退换货金额占比较高系 2020 年受新冠疫情影响，公司白内障诊疗服务等业务量下降明显、人工晶体消耗相对较少，同时鉴于 HOYA 人工晶体国内代理权将发生变更，公司与其协商进行较多换货处理所致。

鉴于 HOYA 株式会社已于 2020 年 3 月在中国设立 HOYA 人工晶体销售公司豪雅捷美士，且 HOYA 人工晶体国内代理权将从宁波捷美士转移至豪雅捷美士，公司与宁波捷美士的协议已终止，2020 年 5 月，子公司爱目商贸与豪雅捷美士、宁波捷美士等签署协议，约定自 2020 年 5 月起豪雅捷美士承接宁波捷美士在经销期限内承诺的所有服务。报告期内，公司不存在从王仲荪相关公司宁波捷美士采购的货物退换给 HOYA 株式会社相关公司豪雅捷美士，或者从 HOYA 株式会社相关公司豪雅捷美士采购的货物退换给王仲荪相关公司宁波捷美士的情形。

根据行业惯例，宁波捷美士和豪雅捷美士均向公司提供同类产品不同型号之间的退换货服务。报告期内公司采购人工晶体后退换货率较高，主要原因为：与药品等其他材料相比，人工晶体个性化程度较高，受备货量、患者个体需求以及实际使用情况影响，人工晶体退货率相对较高；公司采购人工晶体后退换货率较高，与王仲荪个人无关。

【核查过程】

1、访谈发行人采购负责人，了解公司采购人工晶体后退换货率较高原因，是否与王仲荪个人有关；

2、查阅了发行人与宁波捷美士、豪雅捷美士签署的采购协议及其退换货条款；

3、查阅了爱目商贸与豪雅捷美士、宁波捷美士等签署的协议。

【核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内发行人采购人工晶体后退换货率较高系受备货量、患者个体需求以及实际使用情况影响所致，与王仲荪个人无关。

（本页无正文，为容诚会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于辽宁何氏眼科医院集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签字盖章页）



中国·北京

中国注册会计师：

李刚
210103050018

中国注册会计师：

周洪波
110100323850

中国注册会计师：

林娜
110100323760

2021年8月9日