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

可孚医疗科技股份有限公司

Cofoe Medical Technology Co.,Ltd.

（湖南省长沙市雨花区振华路 816 号）

Cofoe 可孚

首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书

（注册稿）

保荐人（主承销商）
西部证券股份有限公司

WESTERN SECURITIES

（陕西省西安市新城区东新街 319 号 8 幢 10000 室）

联席主承销商

光大证券股份有限公司
EVERBRIGHT SECURITIES CO., LTD.

（上海市静安区新闸路 1508 号）

声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

声明

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

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

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

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

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

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

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

本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	不超过 4,000 万股
每股面值	人民币 1 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 16,000 万股
保荐人（主承销商）	西部证券股份有限公司
联席主承销商	光大证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2021 年【】月【】日

重大事项提示

本公司特别提醒投资者特别关注以下重要事项，并认真阅读招股说明书中“第四节 风险因素”章节的全部内容。

一、特别风险提示

本招股说明书“第四节　风险因素”披露了可能直接或间接对公司经营状况、财务状况、持续经营和盈利能力以及对本次发行产生重大不利影响的相关风险因素。本公司提请投资者需认真阅读该章节的全部内容，并特别提醒投资者注意“风险因素”中的下述风险。

（一）业务和分子公司的管理风险

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 29 家全资子公司、2 家控股子公司、1 家参股公司；截至 2020 年 12 月 31 日，发行人拥有 179 家分公司。

发行人一直致力于营销网络的全国化布局，以适应行业及客户营销布局的发展需求，分子公司地理上分布广泛，在全国多个城市设立了多个线下自营门店，各地区、各业务线的具体经营由下属各分子公司负责，导致公司整体管理半径较大，增加了公司经营决策、运营管理及风险控制的难度。未来随着募投项目投入运营和公司业务的进一步发展和扩张，人员将不断增加，公司组织结构日益复杂，下属分子公司数量将有可能继续增加，使得公司在采购销售、运营管理、人力资源、资金管理等方面的管理难度进一步增大。

若公司实施的管理制度及内部控制制度在实际执行中得不到有效实施，或在执行中出现偏差，公司将无法对分子公司的运行进行有效管控，导致下属分子公司发生舞弊和违规经营的风险，使公司的业务经营及发展前景受到不利影响，进而给公司造成经济损失和带来经营风险。

（二）公司线上销售增长较快及电子商务销售平台集中的风险

报告期内，发行人主营业务收入快速增长，2018 年、2019 年和 2020 年主营业务收入增长率分别为 27.70%、34.49%、59.56%，其中线上销售金额及占比的逐年提高促进了主营业务收入的快速增长，2018 年、2019 年及 2020 年线上销售占主营业务收入的比例分别为 64.95%、71.62%、77.82%。

公司是全国较早取得医疗器械互联网 B2B、B2C 交易许可证的企业，线上销售主要通过自营店铺、直发模式和平台入仓模式在天猫、京东、拼多多、唯品会等主流电商平台进行销售。报告期内，发行人在天猫（包括天猫超市、阿里健康大药房）、京东两大电子商务平台的营业收入总和占当年主营业务收入的比重分别为 62.48%、67.62%、66.64%，占比相对集中，对于上述平台存在一定依赖。如果发行人未来无法与上述电商平台保持良好的合作关系，或上述电商平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或发行人在上述第三方电商平台的经营情况不及预期，将对发行人的经营业绩产生不利影响。

（三）代理品牌产品供应商与自有品牌外购产品供应商持续合作的风险

公司致力于为消费者提供家用医疗器械产品一站式购齐的服务。报告期内，公司销售产品依据品牌归属分类为自有品牌产品与代理品牌产品。其中，自有品牌产品方面，基于提高生产效率、降低营业成本等方面因素的考虑，公司充分利用产业链分工针对部分产品采用外购成品的模式。

代理产品方面，公司已与国内外多家行业内知名企业签订产品采购协议，报告期内合作较为稳定。由于部分产品比如血压计、护理床等品类公司已经实现自主生产，随着公司未来销售与生产规模的不断扩张，将与代理产品品牌方形成一定竞争关系；此外，随着线上电商销售市场的迅速扩张，传统品牌方开始重视线上和线下的业务协同，开始自主运营线上店铺，在终端销售市场与公司形成竞争关系。基于上述两方面因素，可能导致公司与代理品牌产品供应商合作稳定性受到一定影响。

自有品牌外购产品方面，随着公司业务规模的扩大，如果相关供应商出现生产任务饱和、生产能力下降等情况，则有可能影响公司产品供货的及时性，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（四）产品质量控制风险

家用医疗器械产品质量的稳定性直接关系到消费者的健康和生命安全等切身利益，因此，公司的生产经营及产品质量受到国家重点监管。未来随着公司规模的不断扩大，产品类别与型号的不断增加，如果公司不能持续满足高标准的质量控制要求，产品质量出现严重问题，将面临用户提出产品责任索赔或因此发生法律诉讼、仲裁及监管部门处罚的风险，从而对公司的业务、经营、财务及声誉等方面造成不利影响。

（五）行政处罚风险

报告期内，公司曾受到税务、市场监督管理局部门作出的行政处罚。近年来，公司业务规模持续增长、行业政策变化较快，对公司治理水平及管理提出了更高的要求。如果公司不能及时应对上述情况，在经营过程中未按照相关规定开展业务，可能导致公司受到相关主管部门的行政处罚。

（六）实际控制人不当控制的风险

发行人的实际控制人为股东张敏、聂娟，二人为夫妻关系，是一致行动人。张敏直接持有可孚医疗 7.77%股权，聂娟直接持有可孚医疗 2.23%股权，二人通过械字号投资间接控制可孚医疗 54.54%股权，通过科源同创间接控制可孚医疗 7.77%股权，共同控制可孚医疗 72.31%股权。截至报告期末，张敏担任公司董事长、总裁，聂娟担任公司副董事长。

本次发行后，实际控制人合计控制的股权比例将降至 54.23%，仍处于控制地位。如果实际控制人利用其控制和主要决策者的地位，通过行使表决权对发行人重大资本性支出、人事任免、发展战略等方面施加影响或进行不当干预，则可能给发行人及其他股东的利益带来风险。

（七）数据资源安全风险

报告期内，公司线上销售比例逐年提高，分别为 64.95%、71.62%、77.82%，公司积累的订单数和用户数也快速增加。对于获取的包含客户信息在内的业务数据，在业务开展过程中，不排除由于信息系统和通信系统出现故障、重大干扰，或公司员工、黑客、病毒等原因造成信息的丢失、不当泄露或使用，这将会对公司声誉造成不利影响，同时可能会导致公司面临被监管机构处罚的风险，从而影响公司正常业务开展。

（八）发行人与直发模式下相关客户无法续约的风险

报告期内，发行人直发模式的营业收入分别为 10,550.02 万元、29,450.45 万元、60,365.94 万元，占当期线上销售收入比例分别为 15.00%、28.24%、33.38%，直发模式营业收入占线上收入比例增长较快，为发行人重要的销售渠道之一。公司与直发模式下主要客户如阿里健康大药房、桐庐好邻居、湖南快乐老人产业经营有限公司等均签订了合作协议，主要合作协议多为一年一签，公司存在合作协议到期后无法续约的风险，从而对公司线上业务产生负面影响。

（九）发行人 2020 年业绩增长存在偶发性，未来业绩增长速度存在不可持续的风险

销售收入与经营活动现金净流量方面，2020 年主营业务收入增长主要来自于防疫产品销售收入的增长；销售收入的扩张亦为发行人带来了较好的现金流量，2020 年，发行人经营活动现金流量净额为 49,576.80 万元。

毛利率方面，2020 年一至四季度以及 2021 年 1 月份销售毛利率相对较高，其中防疫物资类产品销售毛利率贡献较大。

未来随着销售规模不断扩大以及疫情过后防疫物资销售价格与销量回归常态化，发行人 2020 年度业绩增长具有偶发性，未来业绩增长存在不可持续的风险，提请投资者予以特别关注。目前新冠疫情在国内已经得到了较好的控制，随着防疫物资产能提升，已经有较为充足的供应，同时防疫物资类产品生产厂家数量迅速增加，市场竞争不断加剧。依据国家药品监督管理局防疫产品注册信息查询：截至 2021 年 2 月全国共存续有效口罩注册证为 6,301 张，2020 年 1 月 20 日之前为 827 张。其中一次性使用医用口罩注册证为 3,418 张，2020 年 1 月 20 日前为 424 张；医用外科口罩注册证为 2,276 张，2020 年 1 月 20 日前为 310 张；医用防护口罩注册证为 607 张，2020 年 1 月 20 日前为 93 张。截至 2021 年 2 月，全国共有红外线体温计注册证 675 张，2020 年 1 月 20 日为 183 张。

疫情防控常态化情况下，市场参与者不断增加，市场竞争不断加剧；随着未来新冠疫情消除，防疫类产品市场需求亦会有所缩减。如果未来随着疫情过后防疫物资销售价格与销量下降，将对发行人防疫类产品销售产生不利影响。新冠疫情导致的业绩增长存在偶发性和不可持续性的风险。

（十）管理人员流失的风险

报告期内，发行人管理人员平均薪酬低于同行业可比公司平均水平，管理人员离职率分别为 12.36%、9.80%、9.70%，公司存在管理人员流失的风险，可能对公司经营产生负面影响。

（十一）发行人与代运营的天猫可孚医疗器械旗舰店的店铺主体不能持续合作的风险

发行人与阿里健康大药房医药连锁有限公司达成协议，于 2018 年 2 月 24 日将天猫可孚医疗器械旗舰店的店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，同时阿里健

康大药房将该店铺委托给发行人代为运营。根据发行人与阿里健康大药房医药连锁有限公司的协议约定，在一定条件下阿里健康大药房可以行使单方解约权并对该店铺进行关闭，因此存在阿里健康大药房强制解约的风险，天猫可孚医疗器械旗舰店存在店铺主体不能变更回发行人的风险，存在阿里健康大药房不持续委托发行人运营该店铺的风险。

报告期内，天猫可孚医疗器械旗舰店为发行人创造的销售收入分别为 9,031.10 万元、18,146.03 万元、39,468.43 万元，收入金额较大，若发生上述风险，将对发行人的线上销售收入产生较大的负面影响。

（十二）管理费用大幅增长的风险

报告期内，发行人管理费用率分别为 2.31%、2.22%、2.07%，低于同行业可比公司平均水平。若公司未来因市场竞争和业务发展需要对管理模式、薪酬激励政策进行调整，使得公司管理人员迅速扩充、管理人员工资水平大幅提高，或公司未来办公及管理用固定资产、无形资产等增加，将导致管理人员薪酬、折旧与摊销费用、办公费等相应增长。上述变化可能令公司管理费用大幅增长，从而对公司业绩产生不利影响。

二、重要承诺以及未能履行承诺的约束措施

公司、股东、实际控制人、公司的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等已就股份限售安排、稳定股价、欺诈发行、填补被摊薄即期回报、依法承担赔偿责任等事项作出承诺及未能履行承诺的约束措施，具体情况详见本招股说明书“第十节 投资者保护”。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

经公司 2020 年 6 月 28 日召开的公司 2020 年第一次临时股东大会决议，同意本次发行前滚存未分配利润，将由本次发行后的新老股东按照所持公司的股份比例共同享有。

四、天猫店铺“可孚医疗器械旗舰店”运营情况

根据天猫平台开店规则，品牌商在天猫平台只能开立一个品牌旗舰店，发行人在天猫平台开立的可孚品牌旗舰店为“可孚医疗器械旗舰店”，开立主体为发行人子公司可孚用品。随着开店以来营业规模迅速扩大，基于对未来合作前景的良好预期，发行人与阿里健康大药房医药连锁有限公司达成协议，于 2018 年 2 月 24 日将该店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，同时，基于发行人丰富的运营经验，阿里健康大药

房将该店铺委托给发行人代为运营。变更前后主要信息如下：

	变更前	变更后
店铺主体	可孚用品	阿里健康大药房
运营主体	可孚医疗	可孚医疗
发行人客户类型	线上个人用户	阿里健康大药房
线上销售类型	自营店铺	直发模式
订单获取方式	消费者通过店铺自主下单进行购买	阿里健康大药房向公司下单
货物流转方式	公司直接向消费者发货	公司直接向消费者发货
结算方式	消费者在店铺下单时在线支付货款，款项暂存平台，消费者在店铺点击确认收货，款项由平台划拨至公司在平台开立的第三方账户，公司定期提现至对公银行账户	阿里健康大药房按照代销清单约定金额（其已对外销售部分）与公司结算
退换货方式	公司直接向消费者提供退换货服务	阿里健康大药房向消费者提供退换货服务，公司处理阿里健康大药房总体退换货需求
收入确认时点	公司发出商品，消费者收到货物在店铺点击确认收货或者平台自动签收（消费者超时不确认时），公司收到货款确认收入	公司收到阿里健康大药房提供的结算清单后确认收入

店铺主体变更后，基于阿里健康大药房的流量优势和发行人的产品及运营优势，该店铺为发行人带来的收入快速增加，2018 年至 2020 年主营业务收入分别为 9,031.10 万元、18,146.03 万元、39,468.43 万元。未来随着店铺运营规模的扩大，如果阿里健康大药房与发行人的合作关系中断，可能会对公司业绩造成不利影响。

五、发行人主要生产经营场所系租赁取得对经营状况的影响

发行人专业从事家用医疗器械的研发、生产、销售和服务，目前发行人自有房产较少，发行人主要生产场所、仓库、办公及线下自营门店为租赁场所。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其分子公司共使用 238 处租赁房产（含内部转租场地 13 处）作为主要生产经营场地，不含内部转租的总租赁面积为 125,920.07 平方米，上述租赁房产中已办理租赁备案面积为 69,453.64 平方米，占总租赁面积比例为 55.16%。同时，以上租赁场所中有 101 处租赁场所存在瑕疵，主要为未取得房屋产权证、租赁面积大于产权面积、土地性质为集体用地等情况。

公司承租的该等房产可能因租赁备案、房屋产权及土地性质问题而存在租赁合同被认定无效、租赁房屋及所在土地因地方城市规划等原因被政府征用、拆迁等潜在风险。同时，若公司的房屋租赁合同到期无法续租，公司面临因搬迁、装修带来的潜在风险，并可能对公司的业务经营造成一定影响。

六、现金收款情况

公司线下直营门店直接面对终端市场，客户非常分散，主要为个人零售客户，部分客户直接使用现金与公司交易。2018 年、2019 年、2020 年现金收款确认收入金额分别为 2,718.96 万元、2,059.71 万元、1,533.66 万元，占主营业务收入比重分别为 2.51%、1.41%、0.66%。

公司现金收款总额占公司营业收入比重较小，占比逐年降低。现金收款方式已通过 POS 机、支付宝、微信等收款方式逐步替代。

七、报告期内公司缴纳社保、公积金的情况

报告期内，发行人及子公司员工缴纳社会保险及住房公积金情况如下：

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
员工人数	3,279	1,940	1,413
养老保险缴纳人数	2,966	1,700	799
医疗保险缴纳人数	2,916	1,669	799
工伤保险缴纳人数	2,970	1,669	799
失业保险缴纳人数	2,969	1,669	799
生育保险缴纳人数	2,916	1,669	799
住房公积金缴纳人数	2,970	1,701	10

报告期初，公司社会保险及住房公积金的覆盖比例较低。报告期内，公司向员工积极宣传国家关于社会保险和住房公积金的法律法规及政策，鼓励员工参保及缴纳公积金，逐步全面实施社会保险、住房公积金相关制度，为符合条件的员工缴纳社会保险和住房公积金，覆盖比例得到大幅提升。

报告期内，公司及其控股子公司未因违反社保、公积金相关的法律法规而受到主管部门的行政处罚。公司控股股东及实际控制人已出具承诺，承诺如因社会保险或住房公积金管理部门要求或决定，发行人及其下属公司需要为员工补缴社会保险或住房公积金，或发行人及其下属公司因未按规定缴纳社会保险或住房公积金而承担任何罚款或损失，公司控股股东及实际控制人愿无条件代发行人及其下属公司承担所有相关补缴或赔付责任。

八、对赌协议签订及解除情况

发行人在引入宁波怀格、湘潭鼎信、广州丹麓、湖南泊富、湖南文旅、长沙鼎信、盐津控股等投资方时，发行人及其控股股东、实际控制人等与上述投资方签署了相关补充协议（以下简称“对赌协议”），约定了业绩承诺、回购、清算分配权等特殊权利义务条款。

2020 年 6 月，发行人控股股东、实际控制人等与上述投资方签署了对赌协议之终止协议，各方同意终止对赌协议，并约定了若公司中止或放弃上市计划，或者公司上市申请被否决，或者公司上市申报材料被撤回，则对赌协议的效力即自行恢复。

对赌协议存续期间，发行人及其控股股东、实际控制人与投资方宁波怀格的业绩承诺条款已触发，但根据各方签署的对赌协议之终止协议，如发行人未达到对赌协议约定的承诺业绩，宁波怀格同意免除发行人及其控股股东、实际控制人的估值调整义务。

综上，上述对赌协议已终止，发行人与投资者不存在正在执行的对赌协议或者其他类似安排，且相关投资方已豁免承诺人的义务，本次发行上市审核过程不会触发未成功上市恢复条款，涉及未成功上市的相关特殊安排不影响发行人本次发行的实质条件，不构成本次发行的实质障碍。

对赌协议解除的具体情况，请见本招股说明书之“第五节发行人基本情况”之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（五）本次发行前涉及的对赌协议及其解除情况”披露相关内容。

九、新冠疫情对公司经营业绩的影响

2020 年新冠肺炎疫情突发并在全球范围内蔓延，公司生产的红外体温计和口罩等相关防疫产品得到了全国众多医疗机构和市场的认可，其市场需求量短期内大幅增加。此次疫情虽然一定程度上推动了防疫物资在生活领域的广泛应用，但是新冠疫情导致的公司业绩增长具有偶发性，未来业绩增长存在不可持续的风险：一方面，此类突发公共卫生事件持续时间存在不确定性，疫情在全球得到有效控制后，公司红外体温计和口罩等相关产品的销量会有所下降；另一方面，红外体温计并非新冠检测试剂等耗材类产品，其使用周期相对较长，需求量不会随着疫情发展而持续增加，同时不少企业的口罩和红外体温计产品相继获批上市，将导致上述产品的利润空间下降，从而影响公司在之后疫情持续期间的业绩。

2020 年，发行人营业收入 237,526.07 万元,增幅为 62.46%；实现扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润 40,096.85 万元,增幅为 280.29%。随着我国疫情逐步得到有效控制，体温计、口罩、消毒产品等防疫物资市场供应日渐充足，公司 2021 年的增长率相较于去年同期较高的增长率可能存在下滑风险，提请投资者予以关注。

十、财务报告审计截止日至招股说明书签署日公司主要经营状况

公司已披露财务报告审计截止日后的主要财务信息及经营情况，详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。 相关财务信息未经审计，但已经立信会计师审阅并出具《审阅报告》。

2021 年 1-3 月，公司实现营业收入 64,752.18 万元，同比增长 12.10%，主要原因系随着疫情影响逐渐减少，发行人业务回归正常，主营业务保持良性增长，1-3 月疫情相关商品较上年同期减少，非疫情商品较上年同期增长。

2021 年 1-3 月，实现归属于母公司所有者权益的净利润 13,037.32 万元，同比减少 28.92%；实现扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润 12,575.53 万元，同比减少 30.12%。主要原因系 2020 年 1-3 月体温计、口罩/手套、消毒产品等防疫商品的销量占比及销售价格齐升，随着疫情的缓解，2021 年 1-3 月该类商品销量占比及销售价格较上年同期有所回落，平均毛利率较上年同期有所下降。

财务报告审计截止日至招股说明书签署日，公司经营情况良好，所属行业的产业政策未发生重大调整，税收政策未出现重大变化；公司业务模式及竞争趋势未发生重大变化，未新增对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

十一、2021 年 1-6 月业绩预告

2021 年 1-6 月，公司预计经营情况不会发生重大变化，经营业绩稳定，不存在业绩大幅下滑的情况。

结合公司 2021 年 1-6 月已实现的经营情况，业绩预计情况如下：

营业收入约为 115,421.50 万元，同比下降约 6.06%；归属于母公司股东的净利润约为 22,492.73 万元，同比下降约 17.56%；2021 年 1-6 月扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润约为 21,642.77 万元，同比下降约 18.05%(前述财务数据的预计数不代表公司最终可实现业绩，亦不构成公司盈利预测及业绩承诺)。

2021 年 1-6 月营业收入较上年同期小幅下降，2021 年 1-6 月归属于母公司股东净利润较上年同期减少，主要原因系去年年初新冠疫情爆发后，去年上半年销售产品以健康监测类、医疗护理类高毛利产品为主，疫情相关产品销售额占公司营业收入的比重达到 48.37%，2021 年国内新冠疫情得到很好地控制，公司业务基本回归正常，预计疫情商品占比较上年同期出现一定幅度下降，非疫情商品将保持快速稳定增长，销售毛利率逐渐回归正常。

十二、发行人毛利率短期内存在下降风险

报告期内发行人主营业务毛利率持续上升，其中 2020 年主营业务毛利率的上升，主要受疫情爆发的短期因素影响，第一季度防疫物资毛利率大幅上升所致；随着二、三、四季度疫情防控常态化，防疫物资的毛利率逐渐回归正常。发行人主营业务毛利率不存在持续下行的风险，但存在 2020 年一季度主营业务高毛利率不可持续，以及 2021 年度主营业务毛利率低于 2020 年主营业务毛利率的风险。

十三、发行人未来营业收入增长速度以及线上销售增速存在下滑的风险

公司主营业务突出，报告期内发行人主营业务收入逐年增长。2018 年、2019 年、2020 年，主营业务收入分别为 108,278.98 万元、145,624.09 万元、232,359.83 万元，2019 年、2020 年同比增幅分别为 34.49%、59.56%。其中，2020 年主营业务收入主要来自于防疫产品销售收入的增长。

报告期内，发行人线上销售收入增速较快，2018 年、2019 年、2020 年同比增幅分别为 29.38%、48.31%、73.38%。其中，2020 年，防疫物资线上销售收入同比增速为 501.82%，非防疫物资线上销售同比增速为 5.75%。

未来随着销售规模不断扩大以及疫情过后防疫物资销售价格与销量回归常态化，发行人营业收入增长速度以及线上销售增速存在下滑的风险。

目　录

声明 1
本次发行基本情况 2
重大事项提示 3
一、特别风险提示 3
二、重要承诺以及未能履行承诺的约束措施 7
三、本次发行前滚存利润的分配安排 7
四、天猫店铺“可孚医疗器械旗舰店”运营情况 7
五、发行人主要生产经营场所系租赁取得对经营状况的影响 8
六、现金收款情况 9
七、报告期内公司缴纳社保、公积金的情况 9
八、对赌协议签订及解除情况 10
九、新冠疫情对公司经营业绩的影响 10
十、财务报告审计截止日至招股说明书签署日公司主要经营状况 11
十一、2021 年 1-6 月业绩预告 11
十二、发行人毛利率短期内存在下降风险 12
十三、发行人未来营业收入增长速度以及线上销售增速存在下滑的风险 12
目　录 13
第一节　释义 18
第二节　概　览 22
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 22
二、本次发行概况 22
三、公司主要财务数据和财务指标 23
四、发行人主营业务经营情况 24
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业务创新和新旧产业融合情况 24
六、发行人选择的具体上市标准 26
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 27
八、募集资金用途 27

第三节　本次发行概况 28
一、本次发行基本情况 28
二、与发行有关的机构和人员 28
三、发行人与有关中介机构之间的关系 30
四、本次发行上市的有关重要日期 30
第四节　风险因素 31
一、创新风险 31
二、技术风险 31
三、经营风险 32
四、内控风险 35
五、财务风险 36
六、法律风险 38
七、发行失败风险 39
八、募投项目无法实现预期收益的风险 39
第五节　发行人基本情况 41
一、公司基本信息 41
二、公司设立及报告期内的股本和股东变化情况 41
三、公司设立以来的重大资产重组情况 50
四、发行人股权结构和组织结构 61
五、发行人全资、控股子公司、参股公司、分公司情况 64
六、发行人主要股东和实际控制人情况 96
七、发行人股本情况 113
八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 118
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况 128
十、发行人正在执行的股权激励情况及其他制度安排和执行情况 129
十一、发行人员工情况 130
第六节　业务与技术 136
一、发行人主营业务及主要产品和服务情况 136
二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况 241
三、发行人的销售情况和主要客户 287

四、发行人的采购情况和供应商.....332
五、发行人主要资产情况.....390
六、发行人主要资质及认证情况.....429
七、发行人产品及服务的核心技术及研发情况.....466
八、公司在境外的生产经营及境外拥有资产情况.....488
九、主要产品的质量控制情况.....488
十、生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力.....492
十一、发行人未来发展规划.....493
第七节　公司治理与独立性 497
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全和运行情况.....497
二、发行人特别表决权股份或类似安排情况.....499
三、发行人协议控制架构情况.....499
四、发行人内部控制制度情况.....499
五、发行人报告期内存在违法违规行为情况.....499
六、发行人资金占用及对外担保情况.....508
七、发行人独立运营情况.....508
八、同业竞争.....510
九、关联方及关联交易.....512
第八节　财务会计信息与管理层分析 523
一、影响发行人未来盈利能力或财务状况的主要因素.....523
二、合并财务报表及注册会计师的审计意见.....530
三、财务报表的编制基础及合并财务报表范围变化情况.....540
四、主要会计政策和会计估计.....542
五、重大会计政策或会计估计与同行业上市公司差异情况.....578
六、公司缴纳的主要税种、适用税率及享受的税收优惠.....578
七、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表.....582
八、报告期主要财务指标.....583
九、经营成果分析.....585
十、资产质量分析.....731

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....771
十二、重大资本性支出与资产业务重组.....792
十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....792
十四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况.....793
十五、盈利预测.....795
第九节　募集资金运用.....796
一、募集资金使用计划概述.....796
二、本次募集资金投资项目与公司现有业务及技术的关系.....796
三、募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响.....799
四、募投资金投资项目可行性.....800
五、募集资金投资项目概况.....802
六、发行人已先期投资于募集资金具体用途及进展情况.....814
第十节　投资者保护.....816
一、投资者关系的主要安排.....816
二、股利分配政策.....817
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....820
四、股东投票机制的建立情况.....820
五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排.....821
六、发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺.....821
第十一节　其他重要事项.....839
一、重要合同.....839
二、对外担保情况.....844
三、重大诉讼或仲裁事项.....845
四、发行人控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项.....847
五、发行人控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为.....847
六、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况.....848
第十二节　董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明.....849

第十三节　附件 861
一、备查文件 861
二、备查文件查阅地点和时间 861
附件 1：商标 863
一、国内商标 863
二、海外商标 889
附件 2：专利 890
附件 3：国内产品备案及注册证 897
一、Ⅰ类产品备案 897
二、产品注册证 903

第一节 释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称和术语具有如下含义：

一般释义		
发行人、公司、本公司、可孚医疗	指	可孚医疗科技股份有限公司
有限公司、可孚有限	指	湖南可孚医疗科技发展有限公司，发行人前身
工商局	指	工商行政管理局
本次发行	指	发行人本次公开发行不超过 4,000 万股 A 股的行为，全部为公开发行新股，不安排公司股东公开发售股份，不低于发行后总股本的 25%。
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
财政部	指	中华人民共和国财政部
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
卫生部	指	中华人民共和国卫生部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
中国医疗器械行业协会	指	中国医疗器械行业协会（CAMDI）是由全国范围内从事医疗器械生产、经营、科研开发、产品检测及教育培训的单位或个人在自愿的基础上联合组成的行业性、非营利性的社会团体
中国医学装备协会	指	中国医学装备协会（CHINA ASSOCIATION OF MEDICAL EQUIPMENT，简称 CAME），是全国医学装备工作者（从事医学装备应用、管理、科研教学、工程技术、生产营销的单位和个人）自愿组成并依法登记的学术性、公益性、非营利性法人社会团体
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《监管指引》	指	《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》
保荐人、保荐机构、主承销商、西部证券	指	西部证券股份有限公司
联席主承销商、光大证券	指	光大证券股份有限公司
发行人律师	指	湖南启元律师事务所
发行人会计师、审计机构	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
资产评估机构	指	开元资产评估有限公司
公司章程	指	可孚医疗科技股份有限公司现行章程
《公司章程（草案）》	指	可孚医疗科技股份有限公司上市后生效的章程
三会	指	股东大会、董事会、监事会
股东大会	指	可孚医疗科技股份有限公司股东大会
董事会	指	可孚医疗科技股份有限公司董事会
监事会	指	可孚医疗科技股份有限公司监事会

报告期	指	2018 年度、2019 年度和 2020 年度
报告期内各期期末	指	2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日
最近三年	指	2018 年、2019 年、2020 年
最近一年	指	2020 年
元（万元）	指	人民币元（人民币万元）
械字号投资	指	长沙械字号医疗投资有限公司，发行人股东之一
科源同创	指	长沙科源同创企业管理中心（有限合伙），发行人股东之一
宁波怀格	指	宁波怀格共信股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东之一
广州丹麓	指	广州丹麓创业投资基金合伙企业（有限合伙），发行人股东之一
湘潭鼎信	指	湘潭产兴鼎信私募股权基金企业（有限合伙），发行人股东之一
湖南文旅	指	湖南文化旅游创业投资基金企业（有限合伙），发行人股东之一
长沙鼎信	指	长沙雨花经开鼎信私募股权基金合伙企业（有限合伙），发行人股东之一
湖南泊富	指	湖南泊富文化产业投资基金企业（有限合伙），发行人股东之一
盐津控股	指	湖南盐津铺子控股有限公司，发行人股东之一
湖南科源	指	湖南科源医疗器材销售有限公司，发行人全资一级子公司
好护士	指	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司，发行人全资一级子公司
湖南健耳	指	湖南健耳听力助听器有限公司，发行人全资一级子公司
可孚设备	指	湖南可孚医疗设备有限公司，发行人全资一级子公司
长沙倍达	指	长沙倍达医疗科技有限公司，发行人全资一级子公司
可孚用品	指	湖南可孚医疗用品有限公司，发行人全资一级子公司
湖南雅健	指	湖南雅健医疗器械有限公司，发行人全资一级子公司
可孚健康	指	湖南可孚医疗健康管理有限公司，发行人全资一级子公司
可孚芯驰	指	湖南可孚芯驰医疗科技有限公司，发行人控股子公司
珠海橡果	指	珠海橡果电子科技有限公司，发行人全资一级子公司
可孚听力	指	湖南可孚听力技术有限公司，发行人全资一级子公司
青岛厚美德	指	青岛厚美德医疗器材有限公司，发行人全资二级子公司
国科智瞳	指	湖南国科智瞳科技有限公司，发行人参股公司
北京科捷	指	北京科捷医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
械字号电子商务	指	长沙械字号电子商务有限公司，发行人全资二级子公司
山东怡源	指	山东怡源医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
广州森合	指	广州森合医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
贵州每文	指	贵州每文医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
武汉科诚	指	武汉市科诚医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
杭州每文	指	杭州每文医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司

湖南森合	指	湖南森合医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
湖南科捷	指	湖南科捷医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
福建科源	指	福建科源医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
江西科源	指	江西科源医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
南京科源	指	南京科源医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
河南科源	指	河南科源医疗器械有限公司，发行人全资二级子公司
山西科源	指	山西科源医疗器械销售有限公司，发行人全资二级子公司
合肥海吉星	指	合肥市海吉星科技有限公司，发行人全资二级子公司
成都科泓	指	成都科泓医疗器械有限公司，发行人控股二级子公司
长沙健诺	指	长沙健诺医疗器械销售有限公司，发行人全资二级子公司
科源云仓	指	湖南科源云仓供应链管理有限公司，发行人全资二级子公司
纵谋网络	指	湖南纵谋网络科技有限公司，发行人全资二级子公司
湘楚	指	湖南湘楚会计师事务所有限责任公司
欧姆龙	指	欧姆龙株式会社，日本上市公司
强生	指	美国强生医疗器械公司
罗氏	指	罗氏控股股份有限公司
雅培	指	美国雅培制药有限公司
鱼跃医疗	指	江苏鱼跃医疗设备股份有限公司，股票代码 002223
乐心医疗	指	广东乐心医疗电子股份有限公司，股票代码 300562
九安医疗	指	天津九安医疗电子股份有限公司，股票代码 002432
三诺生物	指	三诺生物传感股份有限公司，股票代码 300298
天猫、天猫商城	指	阿里巴巴集团下属综合性 B2C（Business-to-Consumer）网上购物平台（www.tmall.com）
京东、京东商城	指	北京京东世纪贸易有限公司，JD.COM.INC.，系美国上市公司，其拥有综合性 B2C 网上购物平台京东商城（www.jd.com）
阿里健康大药房	指	阿里健康大药房医药连锁有限公司，是阿里巴巴集团旗下阿里健康信息技术有限公司所属的自营大药房
唯品会	指	VIPSHOP INTERNATIONAL HOLDINGSLIMITED，系美国上市公司，综合性 B2C 网上购物平台（www.vip.com）
苏宁易购	指	苏宁易购是苏宁易购集团股份有限公司旗下新一代 B2C 网上购物平台，是中国领先的 O2O 智慧零售商
海王星辰	指	中国海王星辰连锁药店有限公司
老百姓	指	老百姓大药房连锁股份有限公司，股票代码 603883
益丰、益丰药房	指	益丰大药房连锁股份有限公司，股票代码 603939
国药控股	指	国药控股股份有限公司，股票代码 HK1099
千金、千金药业	指	株洲千金药业股份有限公司，股票代码 600479
大参林	指	大参林医药集团股份有限公司，股票代码 603233

桐庐好邻居	指	桐庐好邻居大药房连锁有限公司
上海百试达医药科技有限公司	指	百试达（上海）医药科技股份有限公司曾用名
专业术语		
医疗器械	指	直接或者间接用于人体的仪器、设备、器具、体外诊断试剂及校准物、材料以及其他类似或者相关的物品，包括所需要的计算机软件
SPA	指	Speciality retailer of Private label Apparel，自有品牌专业零售商
第一类医疗器械、一类医疗器械、I 类医疗器械	指	风险程度低，实行常规管理可以保证其安全、有效的医疗器械
第二类医疗器械、二类医疗器械、II 类医疗器械	指	具有中度风险，需要严格控制管理以保证其安全、有效的医疗器械
第三类医疗器械、三类医疗器械、III 类医疗器械	指	具有较高风险，需要采取特别措施严格控制管理以保证其安全、有效的医疗器械
IQC	指	Incoming Quality Control，来料的质量控制
MRB	指	Material Review Board，材料审查会议
ERP 系统	指	企业资源计划系统（Enterprise Resource Planning），是建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台
GMP	指	Good Manufacturing Practics，药品生产质量管理规范
ISO13485	指	由国际标准化组织制定的关于医疗器械质量体系管理标准，规定了质量管理体系要求，组织可依此要求进行医疗器械的设计和开发、生产、安装和服务，以及相关服务的设计、开发和提供
ISO9001	指	国际标准化组织（ISO）制定的国际标准，为国际质量管理体系核心标准之一
PCBA	指	空的印刷电路板（PCB 板）经过 SMT 上件，再经过插件（DIP）的整个过程
欧盟 CE 认证	指	CE 标志（CE Mark）属强制性标志，是欧盟对进口产品的认证，通过认证的商品可加贴 CE（“CONFORMITE EUROPEENNE”缩写）标志，表示符合安全、卫生、环保和消费者保护等一系列欧洲指令的要求，可在欧盟统一市场内自由流通。若要求加贴 CE 标志的产品没有 CE 标志，则不得在欧盟市场销售
美国 FDA 注册	指	FDA 为美国食品药品管理局（Food and Drug Administration）的英文简称，负责对美国生产和进口的药品、食品、生物制药、化妆品、兽药、医疗器械以及诊断用品等产品的安全检验和认可，只有通过 FDA 认证的产品才能进入美国市场销售
IVD	指	In Vitro Diagnostic Products，体外诊断
ESH	指	European Society of Hypertension，欧洲高血压学会
GB	指	中国国家标准的字母代号
VPN	指	VirtualPrivateNetwork，即虚拟专用网，在公共数据网络上通过采用数据加密技术和访问控制技术，实现两个或多个可信内部网之间的互联，以实现数据在公共信道上的可信传递。
SMT	指	表面贴装技术（Surfacd Mounting Technolegy），将电子元器件安装在印制电路板表面上
COB	指	Chip On Board 的缩写，通过邦定将 IC 裸片固定于印刷电路板上

除特别说明外，本招股说明书任何表格中若出现总计数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概 览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	可孚医疗科技股份有限公司	成立日期	2009 年 11 月 19 日
注册资本	12,000 万元	法定代表人	张敏
注册地址	湖南省长沙市雨花区振华路 816 号	主要生产经营地址	湖南省长沙市雨花区振华路 816 号
控股股东	长沙械字号医疗投资有限公司	实际控制人	张敏、聂娟
行业分类	根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）的规定，公司所处行业为“专用设备制造业”，行业代码为“C35”	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	西部证券股份有限公司	主承销商	西部证券股份有限公司
发行人律师	湖南启元律师事务所	联席主承销商	光大证券股份有限公司
审计机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	开元资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1 元		
发行股数	不超过 4,000 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 4,000 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	不超过 16,000 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍		
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式，或采用中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管部门认可的其他发行方式		

发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并持有创业板交易账户的境内自然人、法人（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所规定的其他对象
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	不适用
发行费用的分摊原则	本次发行不涉及公开发售，不涉及发行费用分摊，发行费用全部由发行人承担
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目
	湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目
	研发中心及仓储物流中心建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	承销与保荐费用【】万元、审计及验资费用【】万元、律师费用【】万元、评估费用【】万元、信息披露费用【】万元、其他发行手续费用【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和交款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、公司主要财务数据和财务指标

项目	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度
资产总额（万元）	179,456.66	104,925.78	60,683.84
归属于母公司所有者权益（万元）	99,641.77	59,646.78	23,278.48
资产负债率（母公司）（%）	37.81%	12.79%	32.26%
营业收入（万元）	237,526.07	146,202.95	108,708.11
净利润（万元）	42,454.14	12,420.36	6,620.59
归属于母公司所有者的净利润（万元）	42,394.99	12,368.67	6,622.70
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	40,096.85	10,543.85	6,223.59
基本每股收益（元）	3.5329	1.0307	0.7791
稀释每股收益（元）	3.5329	1.0307	0.7791
加权平均净资产收益率（%）	53.10%	29.47%	33.17%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	49,576.80	5,739.78	617.91
现金分红（万元）	2,400.00	-	-

项目	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
研发投入占营业收入的比例（%）	1.86%	1.10%	1.10%

四、发行人主营业务经营情况

可孚医疗是一家国内领先的大型、综合性家用医疗器械企业，专业从事家用医疗器械的研发、生产、销售和服务。经过十多年的专业化经营，可孚医疗已经发展成为家用医疗器械领域内品种齐、渠道全、技术先进、具有较强竞争力和影响力的企业。

可孚医疗自创立之初即致力于为用户提供可靠的医疗健康产品和一站式解决方案。在大健康消费升级和电子商务迅速发展的行业背景下，公司不断强化数字运营能力，深度研究用户需求。通过持续创新的研发、科学合理的产品策划和全过程质量管理，公司迭代推出血压计、护理床、红外体温计、雾化器、轮椅等多款高品质畅销产品，积累了良好的市场口碑和品牌知名度。

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

公司自设立以来，一直专注并深耕家用医疗器械领域，致力于为用户提供终身信赖的医疗健康产品和一站式解决方案。在我国信息技术快速发展、电子商务迅速扩张的时代背景下，发行人顺应新零售模式下大众医疗健康产品消费的需要，成为较早从事互联网医疗器械经营的公司之一。经过多年的发展和用户积累，公司融合互联网新零售大数据运用与传统医疗器械的生产经营特点，借鉴自有品牌专业零售商（SPA）经营模式，形成了一套具有可孚特色、符合市场趋势、行业领先的生产经营模式。

（一）海量数据积累，建立家用医疗器械大数据库，精准匹配用户需求

公司的创始团队均为多年从事家用医疗器械行业的专业人士，对行业技术、市场、消费者、厂商等具有较为深刻的认知。公司是我国较早从事家用医疗器械网络经营的公司之一，多年来，积累了大量广泛、稳固的线上客户群体。公司通过对不同地区、不同时期家用医疗器械终端市场及消费者需求变化长期跟踪，建立起了家用医疗器械大数据库，通过数据分析、挖掘，能够准确判断行业的发展趋势，并通过长期、多维度大数据积累，结合公开统计数据信息、行业信息、宏观数据等专业数据，建立起终端用户画像和大数据库，用以指导生产经营。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司共拥有 57 家运营中的线上自营店铺，每年产生上千万条线上销售订单，和大量的产品售前、售中、售后反馈信息。公司在将上述数据脱敏、清洗、筛选、整理后，形成系统性、标签化的数据资源，并将其广泛应用在公司内部新产品开发、产品线调整、生产销售库存预警等领域。大数据在家用医疗器械领域的应用，为公司预判市场、调整经营策略、精细管理提供了强大的支持。

（二）线上渠道与线下渠道深度融合，为用户提供更丰富、更优质的服务体验

公司通过不断完善线上线下全渠道网络建设，目前已构建了大型电商平台、大型连锁药房、自营门店等相融合的立体式营销渠道。截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有 12 家仓储大卖场、149 家“健耳”听力验配中心和 16 家“好护士”家用医疗器械零售门店，均为公司自主经营；以及拥有老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等全国知名的核心连锁药房客户，线下销售渠道覆盖全国主要省份。

线下渠道有利于产品体验和即时交易，线上渠道有利于便捷购物和快速占领市场，公司传统的线下渠道与线上新零售渠道深度融合，交互运作，建立与消费者随时随地连接的通道，最大程度地覆盖用户的主要消费场景，形成多样性、多内容、多维度和多触达点的经营形态；公司利用自有的线下渠道，定期整理汇总产品需求、用户数据，补充线上数据在欠发达地区、高年龄段用户、专业医药零售机构方面的欠缺，建立起更加完善的家用医疗器械数据库，从而实现对市场需求的精准把握，为用户提供更丰富、更优质的服务体验。

（三）借鉴 SPA 模式，建立全品类产品线，实现对市场的快速响应

依托多年来积累的用户、大数据基础和销售渠道，公司借鉴自有品牌专业零售商（SPA）经营模式，建立起了以自有品牌“可孚”为核心，以品牌运营、前瞻研发、渠道管理、大数据建设、全产品线设计为支撑的产品管理体系。

公司通过大数据分析，及时掌握市场数据及终端用户需求信息，与传统管理模式相比，产品策划、研发、定价和品牌推广更具针对性。公司以“可孚”产品为核心，同时引入其他知名品牌，构建起了包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大领域，同时覆盖各年龄层、全部消费群体的产品体系，涉及近万个产品型号及规格，能够满足消费者多品牌、一站式购物的产品需求。

由于数据反馈的及时性，公司可以在较短时间内通过大数据分析准确把握市场动向；

通过产品线管理，及时调整产品生产采购计划、存货储备计划和投放计划，提升经营效率；通过对数据的深度挖掘，提前发现市场热点需求，进行前瞻性研究，增加新品储备；根据不同渠道的需求，调整产品在线上线下多平台之间的调度；根据客户调研和终端用户的售后反馈，改进设计，及时进行产品更新换代；通过对物流快递信息的监测，有针对性地进行产品包装、物流的优化。报告期内，公司的销售规模、用户数量、渠道覆盖、产品品类均有明显提升。

（四）建立信息化管理系统，产业链上下游深度融合

公司建立起了家用医疗器械大数据库，覆盖我国不同地区、不同渠道、不同时间段的市场资料和宏微观数据，是公司经营决策的基础。同时，公司依托自主研发的 EBMS 系统、零售会员系统、UDI 系统、可孚直发系统、基础数据平台等系统，以及定制的用友 NC、旺店通等业务管理系统，整合成为内部信息化管理系统。该系统能够高效、准确地服务于公司各地研发、生产、采购、销售、管理人员，各条业务线的数据经过汇总，及时传递至总部的财务及业务管理部门，形成公司产品供求的动态分析，向管理层提供及时、准确的信息。

公司拥有包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大领域，多达近万个不同型号及规格的产品，上下游涉及多地区、多行业、多类型的供应商及客户，公司通过信息化管理系统内多模块的信息传递和交互，实现对产业链上下游信息的及时采集，实现对产业链上下游的深度融合；通过产品数字化和交易模式数字化，更好的提高客户选型、采购效率，确保客户所选即所需，覆盖和满足市场容量广阔的长尾需求。

六、发行人选择的具体上市标准

根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》，公司 2019 年度、2020 年度归属于母公司的净利润分别为 10,543.85 万元、40,096.85 万元（以扣除非经常性损益前后孰低为准），最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元。

因此，公司符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》第 2.1.2 条第（一）款的上市标准：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理的特殊安排。

八、募集资金用途

经公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过，本次发行成功后，所募集的资金拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	使用募集资金	项目备案	环评批复
1	长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目	34,756.37	31,917.11	雨管投备[2020]65号	长环评（雨经开）[2020]1号
2	湘阴智能医疗产业园建设(一期）项目	21,848.39	16,688.72	湘阴发改审[2019]84号	湘阴环评批[2019]37号
3	研发中心及仓储物流中心建设项目	39,208.76	34,070.09	雨管投备[2020]64号	长环评（雨经开）[2020]1号
4	补充流动资金	18,000.00	18,000.00	—	—
合计		**113,813.52**	**100,675.92**		

若实际募集资金净额少于上述项目对募集资金需求总额，不足部分由公司自筹解决。募集资金到位前，公司将依据募投项目建设进度及实际经营需要，拟以自筹资金先期投入，待本次发行募集资金到位后，公司可选择以募集资金置换先期投入的自筹资金。

第三节　本次发行概况

一、本次发行基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行股数	不超过 4,000 万股
发行比例	本次发行股数占发行后总股本比例不低于 25%
每股发行价格	【】元
发行人高管、员工拟参与战略配售情况	【】
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	【】
市盈率	【】倍（每股收益按照发行前一年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后的总股本计算）
发行前每股净资产	【】元（按照本公司截至【】年【】月【】日经审计的归属于普通股股东的净资产和发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元/股（按照本公司截至【】年【】月【】日经审计的净资产加本次募集资金净额之和除以发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上按市值申购定价发行相结合的方式，或采用中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所等监管部门认可的其他发行方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并持有创业板交易账户的境内自然人、法人（国家法律、法规禁止购买者除外）或中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所规定的其他对象。
承销方式	余额包销
发行费用概算	承销与保荐费用【】万元、审计及验资费用【】万元、律师费用【】万元、评估费用【】万元、信息披露费用【】万元、其他发行手续费用【】万元

二、与发行有关的机构和人员

（一）发行人：可孚医疗科技股份有限公司

法定代表人	张敏
注册地址	湖南省长沙市雨花区振华路 816 号
电话	0731-85506600
传真	0731-85791199
联系人	薛小桥

（二）保荐人（主承销商）：西部证券股份有限公司

法定代表人	徐朝晖
注册地址	陕西省西安市新城区东新街 319 号 8 幢 10000 室

电话	029-87406043
传真	029-87406134
保荐代表人	邹扬、瞿孝龙
项目协办人	韩星
项目经办人	王一、张卓、贺磊、杨小军、李茜艨

（三）联席主承销商：光大证券股份有限公司

法定代表人	刘秋明
注册地址	上海市静安区新闸路 1508 号
电话	021-22169999
传真	021-52523144
项目经办人	谭轶铭、曹路、张高峰、王敏、关波、吴诗岳

（四）律师事务所：湖南启元律师事务所

负责人	丁少波
注册地址	湖南省长沙市芙蓉中路二段 359 号佳天国际新城 A 座 17 层
电话	0731-82953778
传真	0731-82953779
经办律师	邹棒、熊林、彭梨、张熙子

（五）会计师事务所：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人	杨志国
注册地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
电话	021-63391166
传真	021-63392558
经办注册会计师	杨力生、陈蕾

（六）资产评估机构：开元资产评估有限公司

法定代表人	胡劲为
注册地址	北京市海淀区西三环北路 89 号 11 层 A-03 室
电话	010-62143639
传真	010-62197312
经办注册评估师	付秀明、肖毅

（七）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

联系地址	深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

电话	0755-25938000
传真	0755-25988122

（八）拟上市的证券交易所：深圳证券交易所

注册地址	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话	0755-88668888
传真	0755-82083295

（九）保荐人（主承销商）收款银行：中国工商银行西安市东新街支行

户名	西部证券股份有限公司
账号	3700012109027300389

三、发行人与有关中介机构之间的关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的中介机构（西部证券、光大证券、湖南启元律师事务所、立信会计师事务所（特殊普通合伙）、开元资产评估有限公司）及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系；光大集团为光大证券的控股股东，光大集团及其子公司通过广州丹麓间接持有发行人0.1162%股权，除此之外，发行人与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间之间不存在任何其他权益关系。

四、本次发行上市的有关重要日期

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

第四节　风险因素

一、创新风险

公司始终坚持技术创新，积极研究和开发新产品和新技术，已取得多项专利和软件著作权；在模式创新方面，公司建立了线上线下相结合的销售渠道，并充分运用经营过程中积累的数据和信息指导研发、生产和销售，以求不断提高经营效率和客户满意度。但是家用医疗器械行业正处于快速发展阶段，新产品、新技术和新的模式不断涌现，如果公司不能保持持续创新能力，而同行业企业通过持续创新并开发出技术领先、更契合市场需求的产品，或采取更优的商业模式，则可能会导致公司处于竞争劣势，对公司的业绩造成不利影响。

二、技术风险

（一）核心技术泄密风险

可孚医疗系高新技术企业，截至招股说明书签署日，发行人拥有 157 项专利，部分产品及技术在家用医疗器械领域具有较突出的优势和领先地位。若公司相关核心技术失密或被他人盗用，可能会损害公司的竞争优势，并对公司生产经营带来不利影响。

（二）核心技术人员流失风险

医疗器械行业属于多学科交叉的知识密集型领域，对技术人才需求量较大。随着行业的快速发展，行业内企业能否吸引和培养优秀的技术人才并维持核心技术团队的稳定对公司的持续创新和稳定经营至关重要。随着行业竞争态势的加剧，行业内企业对研发人才的争夺日益激烈，若公司绩效管理和激励机制不能有效实施，或不能有效增强技术人员对公司的归属感，在未来可能面临核心技术人员流失的风险，可能对公司持续经营造成不利影响。

（三）新产品研发风险

医疗器械行业对技术创新和产品研发能力要求较高、研发周期较长，为持续保持公司在行业内的核心竞争力，公司需要精确掌握市场需求及技术发展趋势，不断研发新技术及新产品。在新产品研发的过程中，可能面临研发技术路线偏差、研发成本过高等问题，另外家用医疗器械产品要经过产品技术要求制定和审核、注册检测、临床试验（如

需）、质量管理体系考核和注册审批等阶段，才能获得相关监督管理部门颁发的产品注册证书以实现上市销售。上述环节都可能导致公司新产品研发进程受阻，发生产品研发风险。

（四）研发投入不足的风险

2018 年、2019 年、2020 年，公司研发费用分别为 1,192.52 万元、1,601.49 万元、4,426.35 万元，占当期营业收入比重分别为 1.10%、1.10%、1.86%。

发行人未来的发展壮大需要不断有包含自有核心技术的优势产品的注入和推动，未来若不能保证足够的研发投入，将不利于公司的长远发展，公司存在研发投入不足的风险。

三、经营风险

（一）公司线上销售增长较快及电子商务销售平台集中的风险

报告期内，发行人主营业务收入快速增长，2018 年、2019 年和 2020 年主营业务收入增长率分别为 27.70%、34.49%、59.56%，其中线上销售金额及占比的逐年提高促进了主营业务收入的快速增长，2018 年、2019 年及 2020 年线上销售占主营业务收入的比例分别为 64.95%、71.62%、77.82%。

公司是全国较早取得医疗器械互联网 B2B、B2C 交易许可证的企业，线上销售主要通过自营店铺、直发模式和平台入仓模式在天猫、京东、拼多多、唯品会等主流电商平台进行销售。报告期内，发行人在天猫（包括天猫超市、阿里健康大药房）、京东两大电子商务平台的营业收入总和占当年主营业务收入的比重分别为 62.48%、67.62%、66.64%，占比相对集中，对于上述平台存在一定依赖。如果发行人未来无法与上述电商平台保持良好的合作关系，或上述电商平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或发行人在上述第三方电商平台的经营情况不及预期，将对发行人的经营业绩产生不利影响。

（二）市场需求变化的风险

随着人们对健康越来越重视，家用医疗器械的使用场景多样化以及购买群体年轻化，消费者的偏好和购买力对家用医疗器械行业具有直接影响，因此公司需要及时了解不断变化的消费者需求，并在产品和服务策略上做出快速响应。如果公司对消费者偏好的把握存在偏差，或者市场需求短时间内出现重大变化，则公司现有产品品类的销售将会受

到不利影响，从而导致公司经营业绩出现波动。

同时，家用医疗器械市场需求还在较大程度上受宏观经济环境的影响，如果未来国内经济增速下滑，将影响居民可支配收入水平和购买力，可能导致公司业绩偏离原有的成长性预期，无法实现报告期内的高增长率水平。

（三）市场竞争风险

近年来，我国家用医疗器械市场发展迅猛，市场参与者数量也不断增加。并且随着在线购物市场越来越成熟，许多生产厂商也逐渐开拓互联网销售渠道。公司在家用医疗器械领域已经形成了品牌优势、建立了产品一站式购齐优势以及线上线下销售渠道布局，并不断在产品质量、服务水平等维度提升品牌影响力并与其他市场参与者形成差异化竞争优势，这也是公司报告期业绩得以快速增长的原因，但如果未来行业增速放缓，市场参与者数量不断增加将导致行业竞争进一步加剧，对公司经营业绩产生不利影响。

（四）行业政策变化风险

医疗器械行业景气度与政策环境具有较高的关联性，易受到医疗行业政策的影响。作为国家重点支持的行业，近年来我国陆续出台一系列产业政策支持医疗器械产业发展，鼓励部分行业内企业做大做强，成为创新型企业，扩大国产创新医疗器械产品的市场占有率。若公司在经营策略上未能与国家政策导向保持一致，或不能及时根据我国相关政策的变化进行相应调整，将对公司经营产生不利影响。

（五）行业监管及相关业务资质续期风险

医疗器械行业是我国重点监管行业，国家市场监督管理总局对医疗器械行业企业的生产经营的众多方面均制定了严格的管理制度，若公司未来不能持续满足我国政策和行业监管要求，可能对公司的生产经营带来不利的影响：一方面，如果公司出现违法、违规等情形，则可能受到我国相关部门的处罚，甚至被要求停业整顿；另一方面，公司生产经营过程中需取得医疗器械生产许可证、经营许可证、产品注册证等资质证书，该等资质证书均存在有效期，如到期后公司不能满足相应的续证条件，将使公司相关业务开展受限。

（六）销售季节性风险

公司产品线上电商平台销售额较高，虽然消费者对家用医疗器械产品需求本身的季

节性变化并不明显，但受到线上销售模式的影响，“618”、“双十一”、“双十二”等线上促销活动时期公司产品的销售规模会大幅增加，导致公司的营业收入存在一定的波动。随着销售淡旺季的波动，公司对市场需求的预测及生产、仓储、销售等环节的协调是否适当会对公司经营业绩产生较大的影响，若不能对经营活动进行合理的规划，公司的业绩可能会受到销售的季节性波动带来的负面影响。

（七）代理品牌产品供应商与自有品牌成品供应商持续合作的风险

公司致力于为消费者提供家用医疗器械产品一站式购齐的服务。报告期内，公司销售产品依据品牌归属分为自有品牌产品与代理品牌产品。其中，自有品牌产品方面，基于提高生产效率、降低营业成本等方面因素的考虑，公司充分利用产业链分工针对部分品类采用外购成品的模式来组织产品。

代理产品方面，公司已与国内外多家行业内知名企业签订产品采购协议，报告期内合作较为稳定。由于部分产品比如血压计、护理床等品类公司已经实现自主生产，随着公司未来销售与生产规模的不断扩张，将与代理产品品牌方形成一定竞争关系；此外，随着线上电商销售市场的迅速扩张，传统品牌方开始重视线上和线下的业务协同，开始自主运营线上店铺，在终端销售市场与公司形成竞争关系。基于上述两方面因素，可能导致公司与代理品牌产品供应商合作稳定性受到一定影响。

自有品牌外购产品方面，随着公司业务规模的扩大，如果相关供应商出现生产任务饱和、生产能力下降或陷入财务困境等情况，则有可能影响公司产品供货的及时性，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（八）房屋租赁风险

发行人专业从事家用医疗器械的研发、生产、销售和服务，目前发行人自有房产较少，发行人主要生产场所、仓库、办公及线下自营门店均为租赁而来。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其分子公司共使用 238 处租赁房产（含内部转租场地 13 处）作为主要生产经营场地，不含内部转租的总租赁面积为 125,920.07 平方米，上述租赁房产中已办理租赁备案面积为 69,453.64 平方米，占总租赁面积比例为 55.16%。同时，以上租赁场所中有 101 处租赁场所存在瑕疵，主要为未取得房屋产权证、租赁面积大于产权面积、土地性质为集体用地等情况。

公司承租的该等房产可能因租赁备案、房屋产权及土地性质问题而存在租赁合同被

认定无效、租赁房屋及所在土地因地方城市规划等原因被政府征用、拆迁等潜在风险。同时，若公司的房屋租赁合同到期无法续租，公司面临因搬迁、装修带来的潜在风险，并可能对公司的业务经营造成一定影响。

四、内控风险

（一）业务和分子公司的管理风险

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 29 家全资子公司、2 家控股子公司、1 家参股公司；截至 2020 年 12 月 31 日，发行人拥有 179 家分公司。

发行人一直致力于营销网络的全国化布局，以适应行业及客户的发展需求，分子公司地理上分布广泛，在全国多个城市设立了多个线下自营门店，各地区、各业务线的具体经营由下属各分子公司负责，导致公司整体管理半径较大，增加了公司经营决策、运营管理及风险控制的难度。未来随着募投项目投入运营和公司业务的进一步发展和扩张，人员将不断增加，公司组织结构日益复杂，下属分子公司数量将有可能继续增加，使得公司在采购销售、运营管理、人力资源、资金管理等方面的管理难度进一步增大。

若公司实施的管理制度及内部控制制度在实际执行中得不到有效实施，或在执行中出现偏差，公司将无法对分子公司的运行进行有效管控，导致下属分子公司发生舞弊和违规经营的风险，使公司的业务经营及发展前景受到不利影响，进而将给公司造成经济损失和经营风险。

（二）控股股东、实际控制人不当控制的风险

发行人的实际控制人为股东张敏、聂娟，二人为夫妻关系，是一致行动人。张敏直接持有可孚医疗 7.77%股权，聂娟直接持有可孚医疗 2.23%股权，二人通过械字号投资间接控制可孚医疗 54.54%股权，通过科源同创间接控制可孚医疗 7.77%股权，共同控制可孚医疗 72.31%股权。截至报告期末，张敏担任公司董事长、总裁，聂娟担任公司副董事长。

本次发行后，实际控制人合计控制的股权比例将降至 54.23%，仍处于控制地位。如果实际控制人利用其控制和主要决策者的地位，通过行使表决权对发行人重大资本性支出、人事任免、发展战略等方面施加影响或进行不当干预，则可能给发行人及其他股东的利益带来一定风险。

（三）数据资源风险

报告期内，公司线上销售比例逐年提高，分别为 64.95%、71.62%、77.82%，公司积累的订单数和用户数也快速增加。对于获取的包含客户信息在内的业务数据，在业务开展过程中，不排除由于信息系统和通信系统出现故障、重大干扰，或公司员工、黑客、病毒等原因造成信息的丢失、不当泄露或使用，这将会对公司声誉造成不利影响，同时可能会导致公司面临被监管机构处罚的风险，从而影响公司正常业务开展。

（四）业务规模扩张带来的管理风险

随着募集资金投资项目的实施和业务规模的扩张，公司资产、收入规模将会进一步扩大，员工人数也会相应增长，需要公司在资源整合、供应商客户管理、产品研发与质量管理、组织机构、内部控制等诸多方面进行调整，对各部门工作的协调性、严密性、连续性也提出了更高的要求。如果管理层不能结合实际情况适时调整和优化管理体系，将可能削弱公司的市场竞争力，影响可持续发展，存在业务规模扩张带来的管理风险。

五、财务风险

（一）净资产收益率被摊薄的风险

2018 年、2019 年、2020 年，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 31.17%、25.12%、50.22%。在募集资金到位后，净资产将大幅增加，而募集资金投资项目产生收益则需要一定的时间。因此，公司净资产收益率短期内可能会较以前年度有所下降。

（二）税收优惠风险

可孚医疗于 2017 年 12 月 1 日由湖南省科学技术厅、湖南省财政厅、湖南省国家税务局、湖南省地方税务局联合认定为高新技术企业，并取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201743000987，有效期为 3 年（2017 年-2019 年）。根据财政部和国家税务总局发布的《关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号），可孚医疗 2017 至 2019 年度企业所得税实际征收率为 15%。截至本招股书签署日，可孚医疗已经获得《高新技术企业证书》，证书编号 GR202043000386，有效期 3 年，于 2020 年至 2022 年度企业所得税实际征收率为 15.00%。

可孚设备于 2019 年 12 月 2 日由湖南省科学技术厅、湖南省财政厅、国家税务总局

湖南税务局联合认定为高新技术企业，并取得《高新技术企业证书》，证书编号为GR201943002376，有效期为 3 年（2019 年-2021 年）。根据财政部和国家税务总局发布的《关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号），可孚设备 2019 年企业所得税实际征收率为 15%。

根据财政部和国家税务总局《关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2015〕34 号文）、《关于贯彻落实扩大小型微利企业减半征收企业所得税范围有关问题的公告》（国家税务总局公告第 17 号）、《财政部、税务总局关于实施小微企业实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税（2019）13 号））、《国家税务总局关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告》（国家税务总局 2019 年第 2 号）国家规定，可孚医疗部分子公司 2018 年、2019 年、2020 年为小型微利企业，享受 5%、10%的企业所得税税率优惠。

如果未来国家税收政策发生变化、公司未通过高新技术企业认定或子公司不满足小型微利企业要求而不能持续获得所得税税收优惠，将对公司的净利润产生不利影响。

（三）线下药房渠道应收账款回收的风险

公司线下销售渠道包括自营门店以及连锁药房渠道。其中，连锁药房采用直销模式，公司连锁药房核心客户包括老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等全国知名的连锁药房企业，覆盖全国主要省份，报告期内公司对连锁药房渠道的销售收入逐年上升。

连锁药房类客户具有规模大、知名度高、信用状况佳等特点，公司给予其一定的信用周期。2018 年末、2019 年末、2020 年末，前五大应收账款账面余额合计分别为 8,117.57 万元、8,346.71 万元、9,503.30 万元，随着该渠道销售规模扩大而逐步增加，该等应收账款存在一定回收风险。

（四）存货余额较大的风险

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司存货分别为 19,826.35 万元、30,441.13 万元、40,236.53 万元，占流动资产比重分别为 36.86%、34.16%、32.04%，占营业收入比重分别为 18.24%、20.82%、16.94%，其中 2019 年末、2020 年末存货同比增长 53.54%与 32.18%，报告期各期末存货规模不断增加。

家用医疗器械行业产品品类丰富，终端用户需求不断发展变化，若新老品类销售增

长未达预期，或者竞争加剧，导致存货周转变缓甚至产生积压，将对公司产生如下不利影响：（1）计提存货跌价准备的增长将导致盈利减少；（2）存货占用较多营运资金，影响经营性现金流，增加财务风险，降低盈利质量；（3）公司对于临近保质期的产品进行报废处理，造成直接损失。

（五）折旧、摊销增加导致经营业绩下滑的风险

公司本次发行募投项目包括长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目、湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目、研发中心及仓储物流中心建设项目以及补充流动资金项目，募投项目将新增固定资产折旧、无形资产摊销。

报告期内，公司固定资产、无形资产规模较小。2019 年，随着湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目购置土地使用权并开工建设，2020 年可孚医疗新建多条生产线，固定资产、在建工程、无形资产迅速增加。2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司固定资产账面价值分别为 3,203.15 万元、4,396.05 万元、17,891.92 万元；在建工程账面价值分别为 74.91 万元、436.84 万元、8,344.14 万元；无形资产账面价值分别为 213.93 万元、6,505.01 万元、20,345.79 万元。

募投项目实施后折旧、摊销费金额将进一步增大。若募投项目无法实现预期收益，公司存在因折旧和摊销大幅增加而导致经营业绩下滑的风险。

六、法律风险

（一）知识产权风险

公司拥有的专利、商标等知识产权是公司核心竞争力的重要组成部分。长期以来，公司高度重视知识产权保护，通过专利申请、商标注册等途径确保拥有的知识产权合法、有效，但由于市场竞争日趋激烈，侵犯公司知识产权的行为可能得不到及时防范和制止。如果公司的知识产权不能得到充分保护，则公司的竞争优势可能会受到损害，公司未来业务发展和生产经营可能会受到重大不利影响。

另外，虽然公司已采取措施避免侵犯他人的知识产权，但也不排除行业内的其他参与者指控公司侵犯其商标、专利或其他知识产权，知识产权纠纷会耗费公司大量人力物力，从而对公司业务发展和经营业绩产生不利影响。

（二）产品质量控制风险

家用医疗器械产品质量的稳定性直接关系到消费者的健康和生命安全等切身利益，受到国家重点监管。未来随着公司规模的不断扩大，产品类别与型号的不断增加，如果公司不能持续满足高标准的质量控制要求，产品质量出现严重问题，将面临用户提出产品责任索赔或因此发生法律诉讼、仲裁及监管部门处罚的风险，将对公司的业务、经营、财务及声誉等方面造成不利影响。

（三）行政处罚风险

报告期内，公司曾受到税务、市场监督管理局部门作出的行政处罚。近年来，公司业务规模持续增长、行业政策变化较快，对公司治理水平及管理提出了更高的要求。如果公司不能及时应对上述情况，在经营过程中未按照相关规定开展业务，可能导致公司受到相关主管部门的行政处罚。

（四）社保、公积金补缴风险

报告期内，发行人存在未为部分员工缴纳社会保险及住房公积金的情况。经测算，发行人 2018 年、2019 年及 2020 年未缴纳社会保险和公积金的金额分别为 920.16 万元、484.17 万元、73.44 万元，未缴纳金额占当期利润总额的比例分别为 11.82%、3.32%和 0.15%。发行人存在社会保险和住房公积金补缴的风险。

七、发行失败风险

发行人本次拟公开发行不超过 4,000 万股。本次公开发行投资者认购公司股票主要基于对公司当前市场价值、未来发展前景等因素的判断，由于投资者投资偏好不同、对行业以及公司业务的理解不同，若公司的价值及未来发展前景不能获得投资者的认同，则可能存在本次发行失败的风险。

八、募投项目无法实现预期收益的风险

公司拟将本次发行募集资金运用于长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目、湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目及研发中心及仓储物流中心建设项目，以加强自身在研发、生产端及产业链各环节的核心竞争力。

本次募投项目建设完成后，公司的年度成本投入及固定资产规模在客观上将进一步增加，团队规模亦会有所提升，同时募投项目的实施也对公司的项目管理能力和经营协

调能力提出了较高要求。因此，若市场环境及行业格局发生重大变化，或是公司未能按既定计划完成募投项目实施，募投项目的预期收益可能无法完全实现，公司也可能存在因固定资产折旧费用或人员投入等增加而导致利润下降的风险。

第五节　发行人基本情况

一、公司基本信息

1、公司名称：可孚医疗科技股份有限公司

2、英文名称：Cofoe Medical Technology Co.,Ltd.

3、注册资本：12,000 万元

4、法定代表人：张敏

5、成立日期：2009 年 11 月 19 日（有限公司成立）

6、住　所：湖南省长沙市雨花区振华路 816 号

7、邮政编码：410000

8、电　话：0731-85506600

9、传真号码：0731-85791199

10、互联网网址：www.cofoe.com.cn

11、电子信箱：investor@cofoe.com

12、负责信息披露和投资者关系的部门：证券投资部

13、证券投资部负责人及联系方式：薛小桥，0731-85506600

二、公司设立及报告期内的股本和股东变化情况

（一）公司前身可孚有限的设立情况

公司前身为湖南可孚医疗科技发展有限公司，其成立于 2009 年 11 月 19 日，设立时的注册资本为 200 万元。2009 年 11 月 11 日，湖南广联有限责任会计师事务所出具湘广联验字[2009]第 0135 号《验资报告》，截至 2009 年 11 月 11 日，公司已收到股东张敏、张志明、曾子云首次缴纳的注册资本合计人民币 40 万元，均以货币出资。2009 年 11 月 19 日，浏阳市工商行政管理局核发了注册号为 430181000047495 号《企业法人营业执照》。

可孚有限成立时的股东及其出资情况如下：

序号	股东	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	张敏	190.00	30.00	95.00
2	张志明	8.00	8.00	4.00
3	曾子云	2.00	2.00	1.00
合计		**200.00**	**40.00**	**100.00**

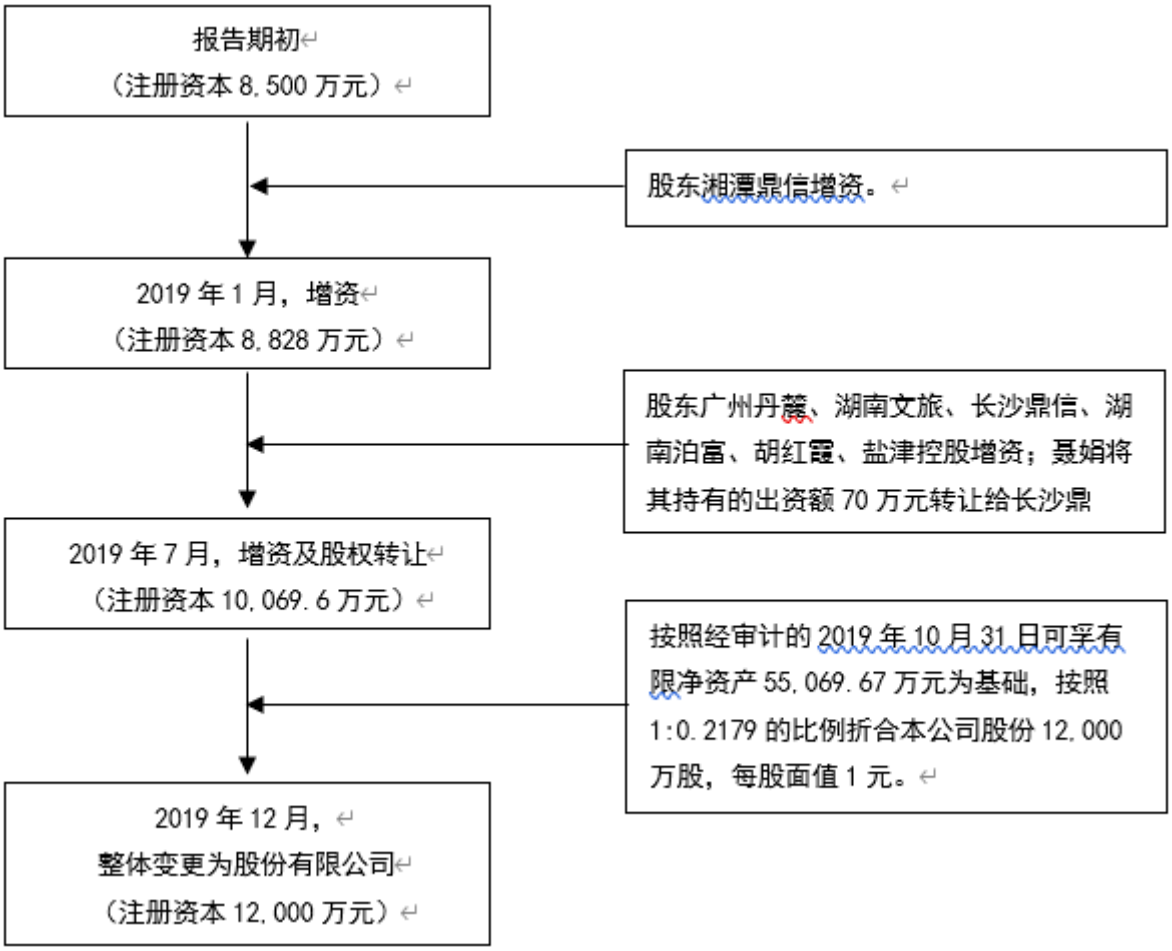
（二）股份公司设立情况

公司系由可孚有限整体变更设立的股份有限公司。2019 年 12 月 25 日，可孚有限召开股东会，全体股东一致同意将公司整体变更为股份有限公司，按照经审计的 2019 年 10 月 31 日可孚有限净资产 55,069.67 万元为基础，按照 1:0.2179 的比例折合本公司股份 12,000 万股。2019 年 12 月 26 日，公司取得长沙市市场监督管理局核发的统一信用代码为 91430111696240992G《营业执照》。

整体变更后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	械字号投资	6,544.6095	54.54
2	张 敏	931.9139	7.77
3	科源同创	931.9139	7.77
4	宁波怀格	810.3599	6.75
5	张志明	559.1483	4.66
6	广州丹麓	467.6253	3.90
7	湘潭鼎信	390.8795	3.26
8	湖南文旅	389.6878	3.25
9	聂 娟	268.1338	2.23
10	长沙鼎信	239.2945	1.99
11	湖南泊富	233.5743	1.95
12	胡红霞	154.9217	1.29
13	盐津控股	77.9376	0.65
合计		**12,000.00**	**100.00%**

（三）报告期内的股本和股东变化情况



报告期初，可孚有限注册资本为 8,500 万元，其股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	械字号投资	5,491.80	64.61
2	张敏	782.00	9.20
3	科源同创	782.00	9.20
4	宁波怀格	680.00	8.00
5	张志明	469.20	5.52
6	聂娟	295.00	3.47
合计		**8,500.00**	**100.00**

报告期内，发行人进行了 2 次增资、1 次股权转让并改制为股份有限公司；改制后，发行人股本结构未发生变动，相关具体情况如下：

1、2019 年 1 月，可孚有限增资

2019 年 1 月 18 日，可孚有限股东会审议通过：同意公司注册资本由 8,500 万元增

加至 8,828 万元，新增注册资本 328 万元由湘潭鼎信认购。

2018 年 12 月 25 日，可孚有限、张敏与湘潭鼎信签署《投资协议》，协议约定，湘潭鼎信以 5,015.12 万元认购可孚有限新增注册资本 328 万元，剩余部分 4,687.12 万元计入资本公积，认购价格为 15.29 元/出资额。

2019 年 1 月 29 日，可孚有限完成工商变更登记手续，本次增资后，可孚有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	械字号投资	5,491.80	62.21
2	张敏	782.00	8.86
3	科源同创	782.00	8.86
4	宁波怀格	680.00	7.70
5	张志明	469.20	5.31
6	湘潭鼎信	328.00	3.72
7	聂娟	295.00	3.34
合计		**8,828.00**	**100.00**

2、2019 年 7 月，可孚有限股权转让、增资

2019 年 7 月 10 日，可孚有限股东会审议通过：（1）同意公司注册资本由 8,828 万元增加至 10,069.6 万元，新增注册资本 1241.6 万元由胡红霞、广州丹麓、湖南泊富、湖南文旅、长沙鼎信、盐津控股认购。（2）同意聂娟将其持有的可孚有限 70 万元股权转让给长沙鼎信。

2019 年 5 月，可孚有限分别与胡红霞、广州丹麓、湖南泊富、湖南文旅、长沙鼎信、盐津控股签署了《增资扩股协议》。具体增资情况如下：

序号	投资方	投资款（万元）	认购出资额（万元）	增资价格
1	胡红霞	1,987.70	130.00	15.29 元/出资额
2	广州丹麓	6,000.00	392.40	
3	湖南泊富	2,996.84	196.00	
4	湖南文旅	5,000.00	327.00	
5	长沙鼎信	2,000.00	130.80	
6	盐津控股	999.966	65.40	
合计		**18,984.506**	**1,241.60**	

2019 年 7 月 15 日，聂娟与长沙鼎信签署《股份转让协议》，聂娟将其持有的可孚有限 70 万元出资额转让给长沙鼎信，协议约定的转让价格为 15.29 元/出资额。

2019 年 7 月 16 日，可孚有限完成工商变更登记手续，本次股权转让及增资完成后，可孚有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	械字号投资	5,491.80	54.54
2	张敏	782.00	7.77
3	科源同创	782.00	7.77
4	宁波怀格	680.00	6.75
5	张志明	469.20	4.66
6	广州丹麓	392.40	3.90
7	湘潭鼎信	328.00	3.26
8	湖南文旅	327.00	3.25
9	聂娟	225.00	2.23
10	长沙鼎信	200.80	1.99
11	湖南泊富	196.00	1.95
12	胡红霞	130.00	1.29
13	盐津控股	65.40	0.65
合计		**10,069.60**	**100.00**

3、2019 年 12 月，整体变更为股份有限公司

2019 年 12 月 5 日，长沙市市场监督管理局核发《企业名称变更登记通知书》（（国）名内变字[2019]第 18837 号），核准拟设立的股份公司名称为“可孚医疗科技股份有限公司”。

2019 年 12 月 20 日，立信出具信会师报字[2019]第 ZA15893 号《审计报告》，截至 2019 年 10 月 31 日，可孚有限净资产为 550,696,662.53 元。

2019 年 12 月 25 日，可孚有限召开临时股东会，全体股东同意作为发起人，以可孚有限截至 2019 年 10 月 31 日经审计的账面净资产（母公司）55,069.67 万元为基数按照 1：0.2179 的比例折合股份有限公司股本 12,000 万股；股份公司名称“可孚医疗科技股份有限公司”。

2019 年 12 月 25 日，可孚有限的全体股东签署了《可孚医疗科技股份有限公司发

起人协议》，就股份公司的发起人、经营范围、公司名称、公司住所、法定代表人、注册资本、股份、发起人的权利和义务、发起人的陈述和承诺及股份公司的筹办等事宜进行了约定。

2019 年 12 月 25 日，可孚医疗召开发起人会议暨第一次临时股东大会，会议通过了《关于湖南可孚医疗科技发展有限公司整体变更为可孚医疗科技股份有限公司方案的议案》《关于<可孚医疗科技股份有限公司章程>的议案》《关于选举可孚医疗科技股份有限公司第一届董事会董事的议案》等议案。

2019 年 12 月 26 日，可孚医疗取得长沙市市场监督管理局核发的统一社会信用代码为 91430111696240992G 的《营业执照》：名称：可孚医疗科技股份有限公司，类型股份有限公司（非上市），住所：湖南省长沙市雨花区振华路 816 号，法定代表人：张敏，注册资本：12,000 万元，经营范围：二类医疗器械、一类医疗器械的研发；一类医疗器械、二类医疗器械、消毒产品、日用品、电子产品、卫生用品、化妆品的生产；家用电力器具、医疗卫生用塑料制品、普通劳动防护用品的制造；二类医疗器械、三类医疗器械、卫生消毒用品、日用百货、电子产品、卫生用品、纺织品、针织品及原料、一类医疗器械的批发；艾制品、日用品、计算机软件、化妆品的销售；医疗信息、技术咨询服务；计算机技术开发、技术服务；家具生产、加工；会议、展览及相关服务；医疗器械技术咨询、交流服务；应用软件开发；软件技术服务；互联网信息服务；信息系统集成服务；普通货物运输（货运出租、搬场运输除外）。（未经批准不得从事 P2P 网贷、股权众筹、互联网保险、资管及跨界从事金融、第三方支付、虚拟货币交易、ICO、非法外汇等互联网金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。可孚医疗成立时股本结构为：

序号	股东姓名或名称	持股数（万股）	持股比例（%）
1	械字号投资	6,544.6095	54.54
2	科源同创	931.9139	7.77
3	张敏	931.9139	7.77
4	宁波怀格	810.3599	6.75
5	张志明	559.1483	4.66
6	广州丹麓	467.6253	3.90
7	湘潭鼎信	390.8795	3.26
8	湖南文旅	389.6878	3.25

序号	股东姓名或名称	持股数（万股）	持股比例（%）
9	聂娟	268.1338	2.23
10	长沙鼎信	239.2945	1.99
11	湖南泊富	233.5743	1.95
12	胡红霞	154.9217	1.29
13	盐津控股	77.9376	0.65
合计		**12,000.00**	**100.00**

2020 年 1 月 28 日，开元资产评估有限公司出具开元评报字[2020]142 号《湖南可孚医疗科技发展有限公司拟整体变更为股份有限公司涉及的该公司净资产市场价值资产评估报告》，截至评估基准日 2019 年 10 月 31 日，可孚科技的净资产市场价值为 62,816.23 万元。

2020 年 1 月 30 日，立信出具信会师报字[2020]第 15045 号《验资报告》，截至 2019 年 12 月 25 日止，可孚医疗已根据《公司法》有关规定及折股方案，将湖南可孚医疗科技发展有限公司截至 2019 年 10 月 31 日经审计的所有者权益人民币 550,696,662.53 元按 1：0.2179 的比例折合股份总额，共计 120,000,000.00 股，每股面值人民币 1 元，共计股本人民币壹亿贰仟万元，未折股部分余额人民币 430,696,662.53 元计入“资本公积-股本溢价”。

4、报告期内历次股权变动的原因背景、价款支付等具体情况

报告期内发行人历次增资和股权转让的背景、原因、履行程序及定价依据，增资及股权转让价款支付、资金来源等情况具体如下：

序号	事项	股权变更方式	增资或股权转让背景及原因	履行程序	增资或股权转让价格	定价依据及公允性	资金来源	是否支付价款	是否存来源于发行人或实际控制人借款或担保
1	2019 年 1 月，湘潭鼎信以现金增资	增资	看好公司未来发展	已经公司股东会审议通过，相关方已签署增资协议，并办理工商变更登记手续	15.29 元/出资额	以双方协商的公司整体估值约 13 亿元为基础确定，对应 PE 倍数为 19，价格具有公允性	自有资金	是	否
2	2019 年 7 月，广州丹麓、湖南泊富、湖南文旅、长沙鼎信、盐津控股、胡红霞以现金增资	增资	看好公司未来发展	已经公司股东会审议通过，相关方已签署增资协议，并办理工商变更登记手续	15.29 元/出资额	以双方协商的公司整体估值约 13 亿元为基础确定，对应 PE 倍数为 19，价格具有公允性	自有资金	是	否
3	2019 年 7 月，聂娟将其持有的 70 万股权转让给长沙鼎信	转让	因本轮融资的融资总额已确定，长沙鼎信拟增加投资额，为保证其他股东股权比例不稀释，由实际控制人转让部分股权给长沙鼎信	已经公司股东会审议通过，相关方已签署股权转让协议，并办理工商变更登记手续	15.29 元/出资额	以双方协商的公司整体估值约 13 亿元为基础确定，对应 PE 倍数为 19，价格具有公允性	自有资金	是	否
4	2019 年 12 月，整体变更	整体变更	-	各发起人签署了发起人协议，召开发起人会议暨第一次股东大会，并取得工商主管部门核准	净资产出资	-	净资产	是	否

报告期内发行人历次增资和股权转让履行了相应的程序，合法合规，定价公允，增资及股权转让款已实际支付，资金来源于相关方自有资金，不存在来源于发行人或实际控制人借款或担保的情形。相关股权变动为双方真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷，不

存在委托持股、信托持股、利益输送或其他利益安排的情形。

报告期内发行人历次股权转让、增资、转增股本及整体变更，控股股东、实际控制人已依法缴纳个人所得税或取得税务主管部门延期缴纳的确认或根据相关规定无需缴纳，就利润分配，发行人已及时履行代扣代缴义务，不存在违反税收法律法规等情形。

三、公司设立以来的重大资产重组情况

（一）发行人设立以来的重大资产重组情况

发行人 2017 年发生过重大资产重组，除此之外，发行人设立以来不存在其他重大资产重组事项。

1、重组背景

2017 年 3 月至 2017 年 9 月，张敏先生及聂娟女士以可孚有限作为拟上市主体，为避免同业竞争、减少和规范关联交易、理顺业务架构、进一步增强公司的综合竞争实力，开始对其控制的相关主体进行整合，本次重组构成重大资产重组。本次重组完成前，张敏先生及聂娟女士实际控制多家从事医疗器械生产经营的公司。本次重组完成后，上述企业均纳入可孚有限中，除发行人前身可孚有限及其股东械字号投资、科源同创外，张敏先生及聂娟女士不持有其他对外投资，亦不实际控制任何其他企业及经营实体，与发行人不存在同业竞争情况。

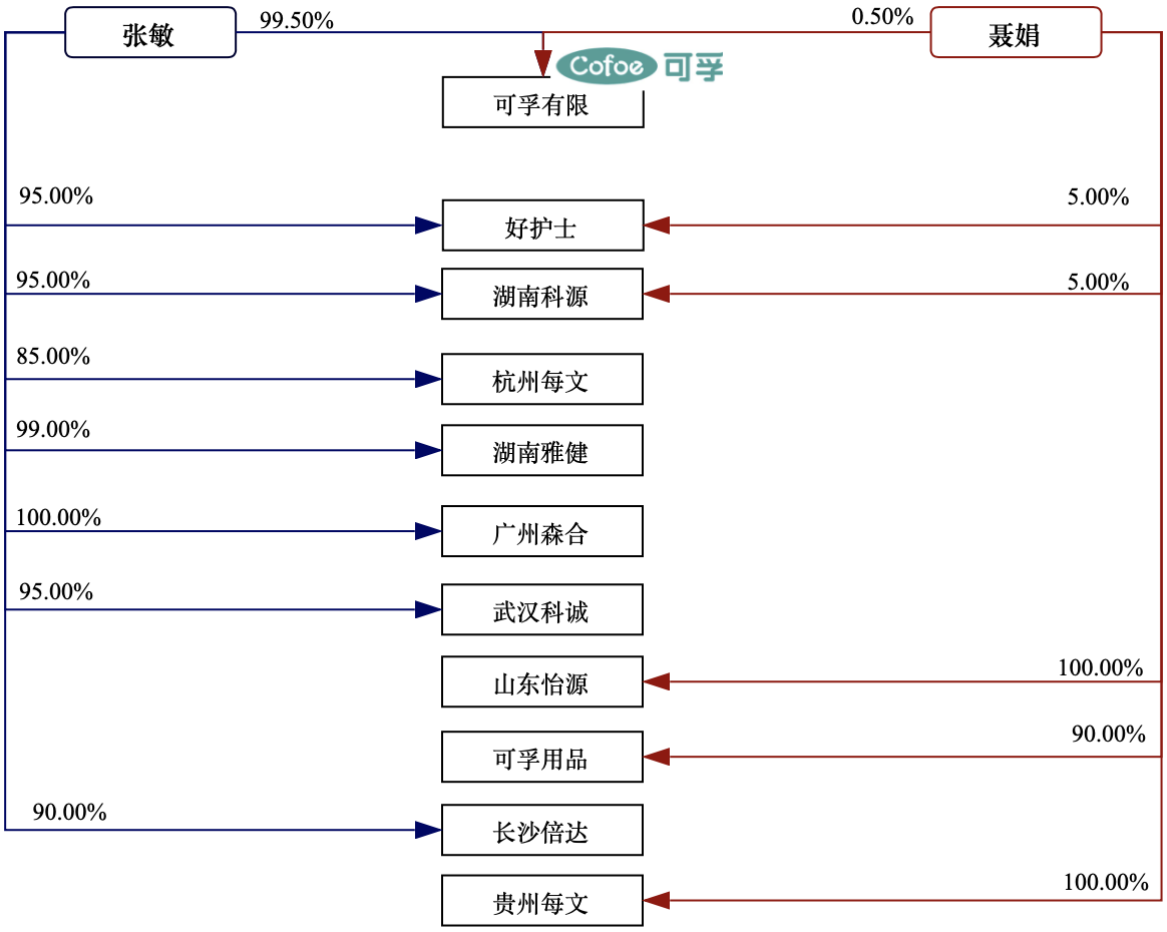
2、重组前张敏先生、聂娟女士控制的相关家用医疗器械企业概况

张敏先生与聂娟女士从事家用医疗器械行业多年，2007 年 11 月、2009 年 11 月、2010 年 1 月，分别创立好护士、可孚有限及湖南科源。2010 年至 2017 年，张敏先生、聂娟女士新设或收购了杭州每文、湖南雅健、广州森合、武汉科诚、山东怡源、可孚用品、长沙倍达、贵州每文等公司，并以“可孚”“科源”“好护士”品牌为核心进行运营，实现线下零售、线下仓储大卖场、线下大客户销售的全面扩张。截至 2017 年重组前，可孚有限逐步成为自主研发与自主生产主体；好护士在天猫等线上平台开设并运营线上店铺，同时运营线下好护士连锁门店；湖南科源逐步成为仓储大卖场运营主体、负责大客户批发式销售。具体过程如下：

时间	事件
2007 年 11 月	创立好护士，从事家用医疗器械零售门店运营
2009 年 11 月	创立可孚有限，将“可孚”作为家用医疗器械产品自有品牌
2010 年 1 月	创立湖南科源，从事家用医疗器械仓储式批发销售及大客户销售
2011 年 8 月	收购杭州每文 60.00%股权，杭州每文负责杭州仓储大卖场运营及线下大客户销售业务
2012 年 2 月	创立湖南雅健，主要负责线下大客户销售业务
2014 年 4 月	创立广州森合，主要负责广州仓储大卖场运营及线下大客户销售业务

时间	事件
2014 年 5 月	收购武汉科诚 95.00%股权；由此，武汉科诚主要负责武汉仓储大卖场运营及线下大客户销售业务
2015 年 1 月	创立可孚用品，主要负责线上店铺销售业务
2016 年 7 月	创立长沙倍达，为生产主体之一
2017 年 1 月	收购山东怡源 100.00%股权，主要负责济南仓储大卖场运营及线下大客户销售业务
2017 年 7 月	收购贵州每文 100.00%股权；由此，贵州每文负责贵州仓储大卖场运营及线下大客户销售业务

本次重组前，张敏先生与聂娟女士所直接持股的从事家用医疗器械行业相关主体股权结构图如下所示：

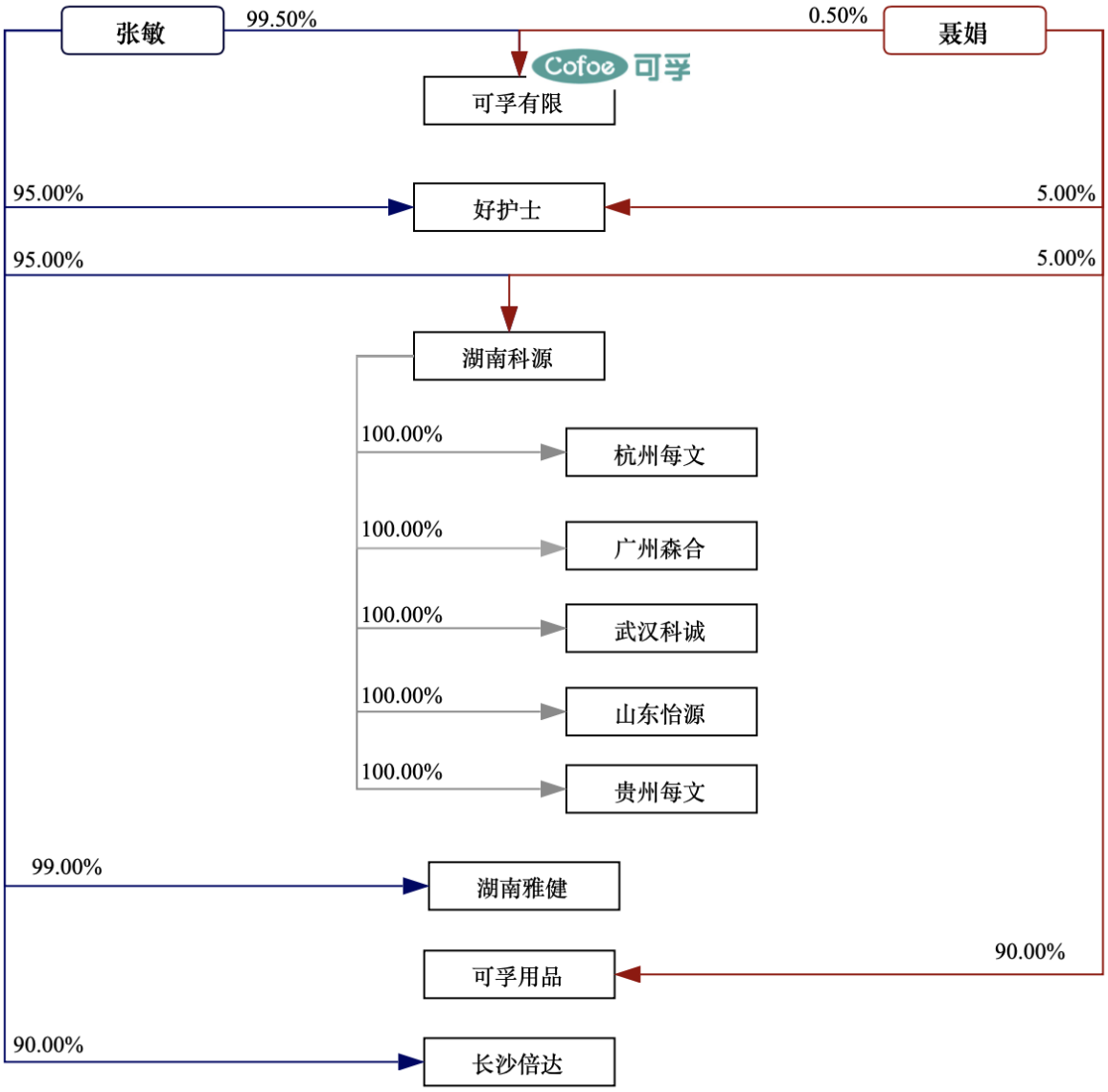


3、以可孚有限为主体对业务进行全面整合

（1）2017 年 3 月至 8 月，以湖南科源为核心的资产整合

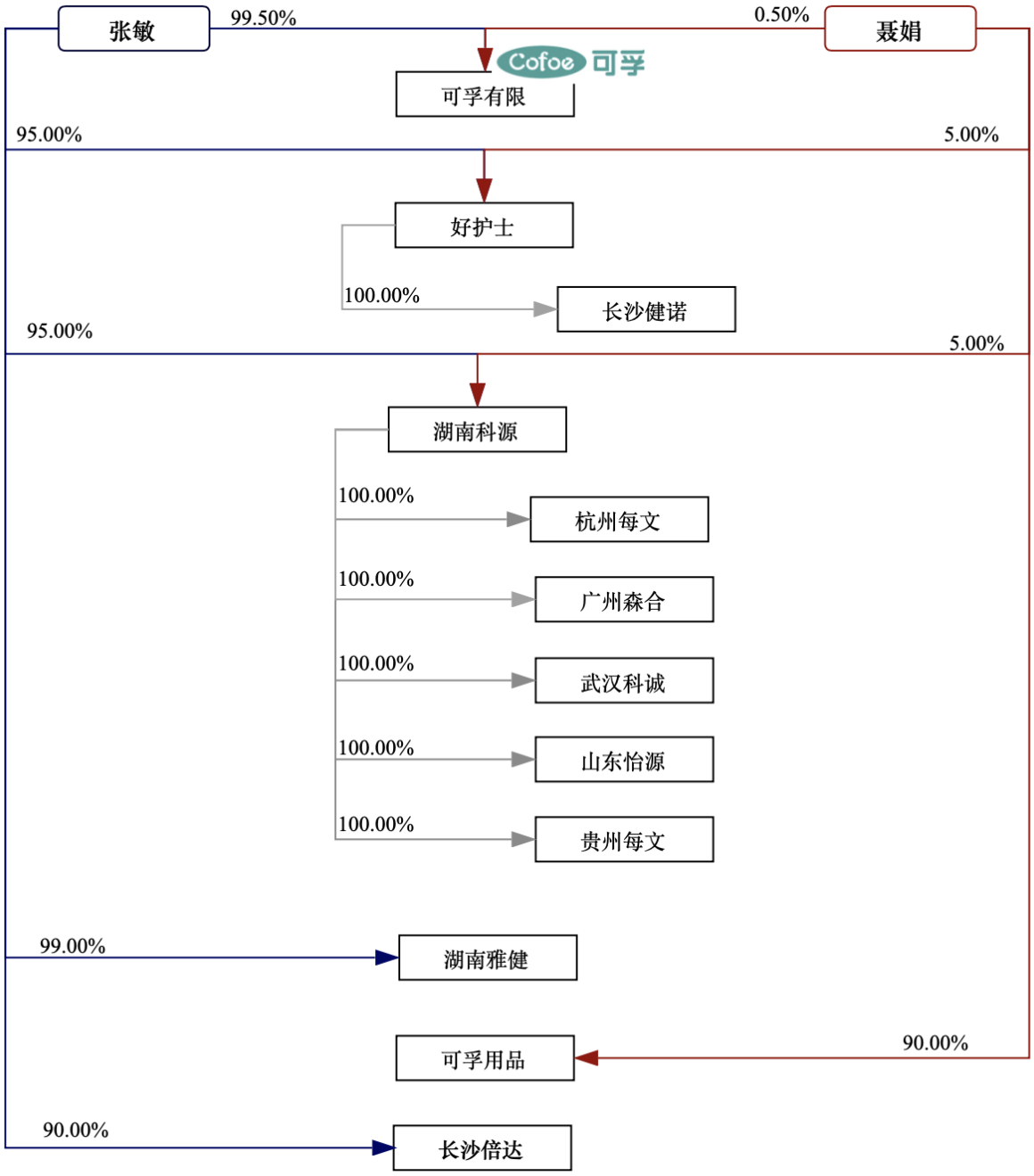
湖南科源为仓储大卖场运营主体、负责大客户批发式销售以及集团集采中心。2017 年 3 月至 2017 年 8 月，湖南科源以股权收购方式取得广州森合、武汉科诚、山东怡源、杭州每文、贵州每文 100.00%股权，将业务拓展至国内主要城市。本次重组后股权结构

如下：


张敏
99.50%
0.50%
聂娟
可孚有限
95.00%
好护士
5.00%
95.00%
5.00%
湖南科源
100.00%
杭州每文
100.00%
广州森合
100.00%
武汉科诚
100.00%
山东怡源
100.00%
贵州每文
99.00%
湖南雅健
可孚用品
90.00%
90.00%
长沙倍达

（2）2017 年 7 月，以好护士为核心的资产整合

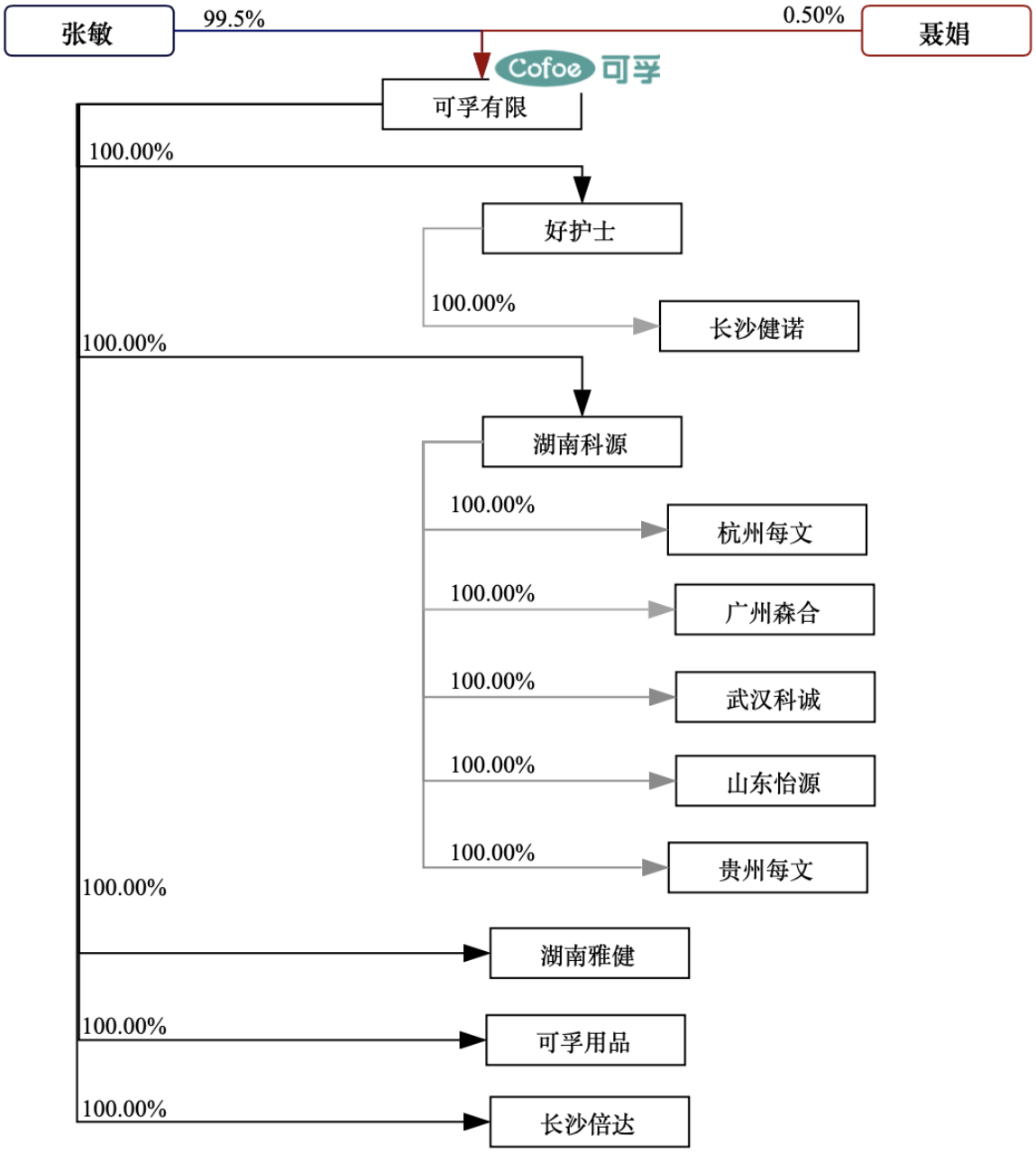
好护士为零售门店运营主体以及线上销售主要运营主体。2017 年 7 月，好护士以股权收购方式取得长沙健诺 100.00%股权，进一步增强销售实力。本次重组后股权结构变化如下：



（3）以可孚有限为核心的资产整合

2017 年 7 月至 2017 年 9 月，可孚有限通过股权收购方式收购湖南科源、好护士、

湖南雅健、可孚用品、长沙倍达 100.00%股权。本次重组前后股权结构变化如下：



（4）上述被收购主体重组前的实际经营业务和经营情况，与发行人的业务相关性，是否导致发行人主营业务发生变更

1）上述被收购主体重组前的实际经营业务，与发行人的业务相关性

上述被收购主体重组前的实际经营业务，与发行人的业务相关性如下所示：

序号	被重组方	重组前控股东/实际控制人	重组后实际控制人	重组前的实际经营业务	与发行人的业务相关性
1	湖南科源	张敏、聂娟	张敏、聂娟	主要向连锁药房渠道销售医疗器械产品，主要客户包括丰沃达医药物流（湖南）有限公司、湖南和盛医药有限公司、湖南益丰医药有限公司、江苏益丰大药房连锁有限公司、湖南千金大药房连锁有限公司、湖南怀仁药业有限公司等； 同时运营线下科源仓储式大卖场及线上店铺。	相同行业
2	好护士	张敏、聂娟	张敏、聂娟	主要在各电商平台运营线上店铺销售医疗器械产品，同时运营线下好护士门店。	
3	湖南雅健	张敏、聂娟	张敏、聂娟	主要向连锁药房渠道销售医疗器械产品，主要客户包含丰沃达医药物流（湖南）有限公司、湖南益丰医药有限公司等。	
4	可孚用品	聂娟	张敏、聂娟	主要运营线上店铺 Tmall 可孚医疗器械旗舰店	
5	长沙倍达	张敏	张敏、聂娟	具备血糖仪生产能力	
6	广州森合	张敏	张敏、聂娟	主要向连锁药房渠道销售医疗器械产品，主要客户包括老百姓大药房连锁（广西）有限公司、老百姓大药房连锁广东有限公司、大参林医药集团股份有限公司等。 同时运营线下仓储式卖场以及线上店铺 Tmall 森合医疗器械专营店。	
7	武汉科诚	张敏	张敏、聂娟	主要向连锁药房渠道销售医疗器械产品，主要客户包括老百姓大药房连锁（湖北）有限公司、武汉致润医疗科技有限公司、湖北新特药大药房连锁有限责任公司等； 同时运营线下仓储式卖场以及线上店铺 Tmall 科诚医疗器械专营店。	
8	杭州每文	张敏、聂娟	张敏、聂娟	主要向连锁药房渠道销售医疗器械产品，主要客户包括丰沃达医药物流（杭州）有限公司、老百姓大药房连锁（上海）有限公司、浙江九欣医药有限公司、浙江瑞人堂医药连锁有限公司等； 同时运营线下仓储式卖场以及线上店铺 Tmall 每文医疗器械专营店。	
9	山东怡源	聂娟	张敏、聂娟	主要向连锁药房渠道销售医疗器械产品，主要客户包括老百姓大药房连锁（天津）有限公司、老百姓大药房连锁（山东）有限公司、老百姓大药房连锁河南有限公司等； 同时运营线下仓储式卖场以及线上店铺 Tmall 怡源医疗器械专营店。	
10	贵州每文	聂娟	张敏、聂娟	主要向连锁药房渠道销售医疗器械产品，主要客户包括贵州正和祥药业有限公司、贵州一品药业连锁有限公司等； 同时运营线下仓储式卖场。	
11	长沙健诺	刘靖雅	张敏、聂娟	主要运营线上店铺 Tb 健康 E 家。	

注：山东怡源、贵州每文在资产重组前，聂娟持股期间不足 12 个月，因此可孚有限收购山东怡源与贵州每文为非同一控制下合并。

如上表所示，上述被收购主体均从事家用医疗器械行业，业务相同。

2）上述被收购主体重组前经营情况

2017 年重组事项被收购主体重组前经营情况如下：

单位：万元

序号	被重组方	2016 年度		2016.12.31
		营业收入	利润总额	资产总额
1	湖南科源（合并）	22,176.94	-294.19	12,325.30
2	好护士（合并）	11,067.43	772.33	6,150.93
3	湖南雅健	1,022.39	61.52	424.06
4	可孚用品	1,818.57	-121.56	1,539.95
5	长沙倍达	-	-	-
小计		**36,085.34**	**418.10**	**20,440.24**
可孚有限		26.79	-450.73	1,067.34
占可孚有限比重		134712.44%	-92.76%	1,915.06%

注：以上财务数据未经审计。

3）上述历次收购事项是否导致发行人主营业务发生变更

序号	事项	收购对象	是否构成同一控制下合并	是否导致发行人主营业务变更
1	2017 年重大资产重组	可孚医疗收购湖南科源、好护士、可孚用品、湖南雅健、长沙倍达	同一控制下合并	否

2017 年，发行人收购湖南科源、好护士、可孚用品、湖南雅健、长沙倍达，报告期内上述主体被收购前后与发行人为同一控制企业，且与发行人同处家用医疗器械行业，主营业务与发行人相同。依据《证券期货法律适用意见第 3 号》，本事项未导致发行人主营业务发生重大变化。上述重组方重组前一个会计年度末即 2016 年末的资产总额、营业收入均超过重组前发行人相应项目 100%。截至发行人本次申请在创业板上市并首次公开发行文件受理日，发行人重组后已运行一个会计年度，符合《证券期货法律适用意见第 3 号》要求。

依据《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》，2018 年、2019 年发行人主营业务未发生重大变化，符合发行条件要求。

4、重组履行程序及作价情况

（1）湖南科源收购广州森合、武汉科诚、山东怡源、杭州每文、贵州每文

①本次资产重组履行的主要程序及作价依据

被重组方	履行程序	转让协议	作价依据
广州森合	2017 年 6 月 23 日，广州森合股东作出决定：同意原股东张敏将 100.00 万元出资额全部转让给湖南科源。 2017 年 6 月 23 日，湖南科源股东会审议通过：同意本公司向张敏收购其在广州森合 100.00 万元出资额，占广州森合注册资本的 100.00%。	2017 年 6 月 23 日，湖南科源与张敏就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	依据评估价值协商确定
武汉科诚	2017 年 8 月 17 日，武汉科诚召开股东会作出决定：同意原股东张敏、李建强分别将 190.00 万元出资额、10.00 万元出资额转让给湖南科源。 2017 年 3 月 27 日，湖南科源股东会审议通过：同意本公司向张敏收购其在武汉科诚 190.00 万元出资额，占武汉科诚注册资本的 95.00%；同意本公司向李建强收购其在武汉科诚 10.00 万元出资额，占武汉科诚注册资本的 5.00%。	2017 年 8 月 18 日，各方就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	
山东怡源	2017 年 6 月 21 日，山东怡源股东会作出决定：同意原股东聂娟将 300.00 万元出资额转让给湖南科源。 2017 年 6 月 21 日，湖南科源股东会审议通过：同意本公司向聂娟收购其在山东怡源 300.00 万元出资额，占山东怡源注册资本的 100.00%。	2017 年 6 月 21 日，湖南科源与聂娟就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	
杭州每文	2017 年 7 月 27 日，杭州每文召开股东会作出决定：同意原股东张敏、聂娟分别将 170.00 万元、30.00 万元出资额转让给湖南科源。 2017 年 7 月 27 日，湖南科源股东会审议通过：同意本公司向张敏收购其在杭州每文 170.00 万元出资额，占杭州每文注册资本的 85.00%；同意本公司向聂娟收购其在杭州每文 30.00 万元出资额，占杭州每文注册资本的 15.00%。	2017 年 7 月 27 日，各方就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	
贵州每文	2017 年 8 月 17 日，贵州每文股东作出决定：同意原股东聂娟将 100.00 万元出资额全部转让给湖南科源。 2017 年 8 月 17 日，科湖南科源股东会审议通过：同意本公司向聂娟收购其在贵州每文 100.00 万元出资额，占贵州每文注册资本的 100.00%。	2017 年 8 月 17 日，湖南科源与聂娟就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	

②本次资产重组作价情况

单位：万元

被重组方	转让人	实缴出资额	转让对价	经评估的全部股东权益价值	评估报告
广州森合	张敏	100.00	41.46	41.46	湘远扬评字[2017]第 188 号
武汉科诚	李建强	10.00	10.00	200.00	湘远扬评字[2017]第 186 号
	张敏	190.00	190.00		
山东怡源	聂娟	-	12.42	12.42	湘远扬评字[2017]第 189 号
杭州每文	张敏	170.00	136.18	160.21	湘远扬评字[2017]第 185 号
	聂娟	30.00	24.03		
贵州每文	聂娟	100.00	137.76	137.76	湘远扬评字[2017]第 187 号

（2）好护士收购长沙健诺

①本次资产重组履行的主要程序及作价依据

被重组方	履行程序	转让协议	作价依据
长沙健诺	2017 年 7 月 17 日，长沙健诺召开股东会作出决定：同意原股东刘靖雅、张先明分别将 80.00 万元、20.00 万元出资额转让给好护士，其他股东放弃优先购买权。 2017 年 7 月 17 日，好护士股东会审议通过：同意本公司向刘靖雅收购其在长沙健诺 80.00 万元出资，占长沙健诺注册资本的 80%；同意本公司向张先明收购其在长沙健诺 20.00 万元出资，占长沙健诺注册资本的 20.00%。	2017 年 7 月 17 日，各方就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	依据评估价值协商确定

②本次资产重组作价情况

单位：万元

被重组方	转让人	实缴出资额	转让对价	经评估的全部股东权益价值	评估报告
长沙健诺	刘靖雅	6.00	4.82	8.03	湘远扬评报字[2017]第 190 号
	张先明	4.00	3.21		

注：刘靖雅为发行人实际控制人张敏的表妹；张先明为发行人 5%以上股东、董事、常务副总裁张志明的哥哥。依据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》以及《企业会计准则第 36 号-关联方披露》，刘靖雅不属于发行人关联方，张先明为发行人关联方。

长沙健诺被收购前，主营业务及经营业绩情况如下：

单位：万元

长沙健诺	主营业务	主要运营线上店铺 Tb 健康 E 家，销售家用医疗器械产品				
	评估价值	8.03				
	收购前一个会计年度主要财务数据	2016.12.31/2016 年度				
		实缴注册资本	资产总额	净资产	营业收入	利润总额
		10.00	15.70	5.19	25.54	-4.81

发行人收购长沙健诺前，长沙健诺主要运营线上店铺 Tb 健康 E 家。收购长沙健诺能够进一步拓宽线上销售渠道，增强业务实力，因此，发行人收购长沙健诺具备商业合理性。

长沙健诺主要业务为线上销售家用医疗器械产品，具备一定的线上店铺运营能力。依据评估报告湘远扬评报字[2017]第 190 号《评估报告》，长沙健诺评估基准日净资产账面价值为 3.49 万元；收益法评估后的股东全部权益价值为 8.03 万元，增值额为 4.54 万元，增值率为 130.04%。

综上，长沙健诺股权评估价值较低主要原因系业务规模较小，考虑其整体资产情况以及业务发展情况，其评估价值具备合理性。

（3）可孚有限收购湖南科源、好护士、湖南雅健、可孚用品、长沙倍达

①本次资产重组履行的主要程序及作价依据

本次资产重组事项属于同一控制下企业合并，具体情况如下：

被重组方	履行程序	转让协议	作价依据
湖南科源	2017 年 8 月 31 日，可孚有限股东会审议通过：同意收购张敏、聂娟持有的湖南科源 1,900.00 万元、100.00 万元出资额，占湖南科源注册资本比重分别为 95.00%、5.00%。 2017 年 8 月 31 日，湖南科源股东会审议通过：同意原股东张敏、聂娟分别将 1,900.00 万元认缴出资额、100.00 万元认缴出资额转让给可孚有限。	2017 年 8 月 31 日，各方就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	依据评估价值协商确定
好护士	2017 年 8 月 30 日，可孚有限股东会审议通过：同意收购张敏、聂娟持有的好护士 2,850.00 万元、150.00 万元出资额，分别占好护士注册资本比重的 95.00%、5.00%。 2017 年 8 月 31 日，好护士股东会审议通过：同意原股东张敏、聂娟分别将 2,850.00 万元、150.00 万元认缴出资额转让给可孚有限。	2017 年 8 月 30 日，各方就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	
湖南雅健	2017 年 7 月 17 日，可孚有限股东会审议通过：同意收购刘靖雅持有的湖南雅健 200.00 万元出资额，占湖南雅健注册资本的 100.00%。 2017 年 7 月 11 日，湖南雅健股东会审议通过：同意原股东刘靖雅将全部 200.00 万元认缴出资额转让给可孚有限。	2017 年 7 月 17 日，各方就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	
可孚用品	2017 年 7 月 31 日，可孚有限股东会审议通过：同意收购聂娟、唐艳持有的可孚用品 270.00 万元、30.00 万元出资额，占可孚用品注册资本比重分别为 90.00%、10.00%。 2017 年 7 月 31 日，可孚用品股东会审议通过：同意原股东聂娟、唐艳分别将 270.00 万元、30.00 万元认缴出资额转让给可孚有限。	2017 年 7 月 31 日，各方就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	
长沙倍达	2017 年 9 月 11 日，可孚有限股东会审议通过：同意收购张敏持有的长沙倍达 10.00 万元出资额，占长沙倍达注册资本的 90.00%。 2019 年 12 月 11 日，可孚有限股东会审议通过：同意收购高如霞在长沙倍达的 10 万元出资额，占长沙倍达注册资本的 10.00%。 2017 年 9 月 1 日，长沙倍达股东会审议通过：同意股东张敏将 90.00 万元认缴出资额转让给可孚有限，其他股东放弃优先购买权。 2017 年 12 月 11 日，长沙倍达股东会审议通过：同意原股东高如霞将 10.00 万元出资额转让给可孚有限。	2017 年 9 月 11 日，可孚有限与张敏就上述股权转让事宜签订股权转让协议。 2017 年 12 月 11 日，可孚有限与高如霞就上述股权转让事宜签订股权转让协议。	交易各方协商确定

注：依据刘靖雅与张敏签订的《股权代持协议》，截至 2017 年 7 月 11 日，刘靖雅所持湖南雅健 100.00%股权中，99.00%股权部分系代张敏持有。

2016 年 9 月，张敏委托刘靖雅代为持有湖南雅健 99%股权，并办理工商变更登记，原因为：被收购前，湖南雅健与湖南科源同时给连锁药房供货，客户重合度较高，为了便于业务的开展，张敏安排刘靖雅代持湖南雅健股权，同时使湖南雅健与湖南科源在产品结构上形成差异，解决了单一企业供货给连锁药房占比过高的问题，有效促进了线下业务的拓展。张敏股权代持安排具有合理性。其他被收购主体股权变动清晰，相关股东

出资及持股情况真实，不存在股权代持情况。

长沙倍达被收购前，注册资本为 100.00 万元，其中张敏认缴 90.00 万元，实缴 10.00 万元；高如霞认缴 10.00 万元，实缴 0.00 万元。因长沙倍达原股东张敏、高如霞均未出资到位，故股权转让对价由转让双方根据出资额协商确定。经访谈高如霞，因智能血糖仪项目终止，长沙倍达亦未实现盈利，经双方协商一致，高如霞以 0.00 万元对价将其持有的长沙倍达认缴出资权转让给发行人，由发行人实缴注册资本。

②本次资产重组作价情况

湖南科源、好护士、湖南雅健、可孚用品、长沙倍达股权转让作价情况如下：

单位：万元

被重组方	转让人	实缴出资额	转让对价	经评估的全部股东权益价值	评估报告
湖南科源	张敏	1,900.00	3,156.97	3,323.13	湘远扬评字[2017]第 181 号
	聂娟	100.00	166.16		
好护士	张敏	2,850.00	1,534.02	1,614.75	湘远扬评字[2017]第 182 号
	聂娟	150.00	80.74		
湖南雅健	刘靖雅	200.00	104.83	104.83	湘远扬评字[2017]第 184 号
可孚用品	聂娟	270.00	274.36	304.84	湘远扬评字[2017]第 183 号
	唐艳	30.00	30.48		
长沙倍达	张敏	10.00	10.00	-	-
	高如霞	-	-		

5、本次资产重组对公司经营业绩的影响

本次重组前一个会计年度，11 家被重组主体合计占可孚有限资产总额指标比重超过 100.00%，本次资产重组构成重大资产重组。

本次重组后，2017 年上述主体相关财务指标如下所示：

单位：万元

公司名称	2017.12.31		2017 年		
	资产总额	净资产	营业收入	利润总额	净利润
可孚用品	4,517.82	-260.78	6,202.64	78.93	58.71
长沙倍达	55.88	-2.41	3.99	-13.06	-12.41
湖南雅健	271.36	-442.53	920.44	-2.54	-3.25
好护士	12,494.34	2,182.02	53,722.99	-792.54	-654.46

公司名称	2017.12.31		2017 年		
	资产总额	净资产	营业收入	利润总额	净利润
其中：长沙健诺	27.02	2.99	54.24	2.41	3.19
湖南科源	34,039.84	1,955.87	51,525.28	551.62	456.31
其中：杭州每文	3,650.86	51.71	7,199.43	125.11	133.24
贵州每文	1,402.52	122.87	664.34	119.93	108.17
广州森合	584.51	58.77	1,935.39	5.04	5.35
武汉科诚	1,196.63	80.49	4,927.62	-87.52	-64.66
山东怡源	804.74	-102.91	1,126.70	39.07	39.80
可孚有限（合并口径）	38,976.82	16,655.78	85,051.13	-1,952.56	-2,374.52
可孚有限（母公司）	21,933.78	18,679.15	31,468.25	-1,698.49	-2,154.97

注：2017 年可孚有限利润总额与净利润均为负的原因系当年张志明向可孚有限增资事项构成股份支付，确认管理费用 5,048.59 万元。

本次重组完成后，公司消除同业竞争、减少和规范关联交易、综合竞争实力进一步增强。

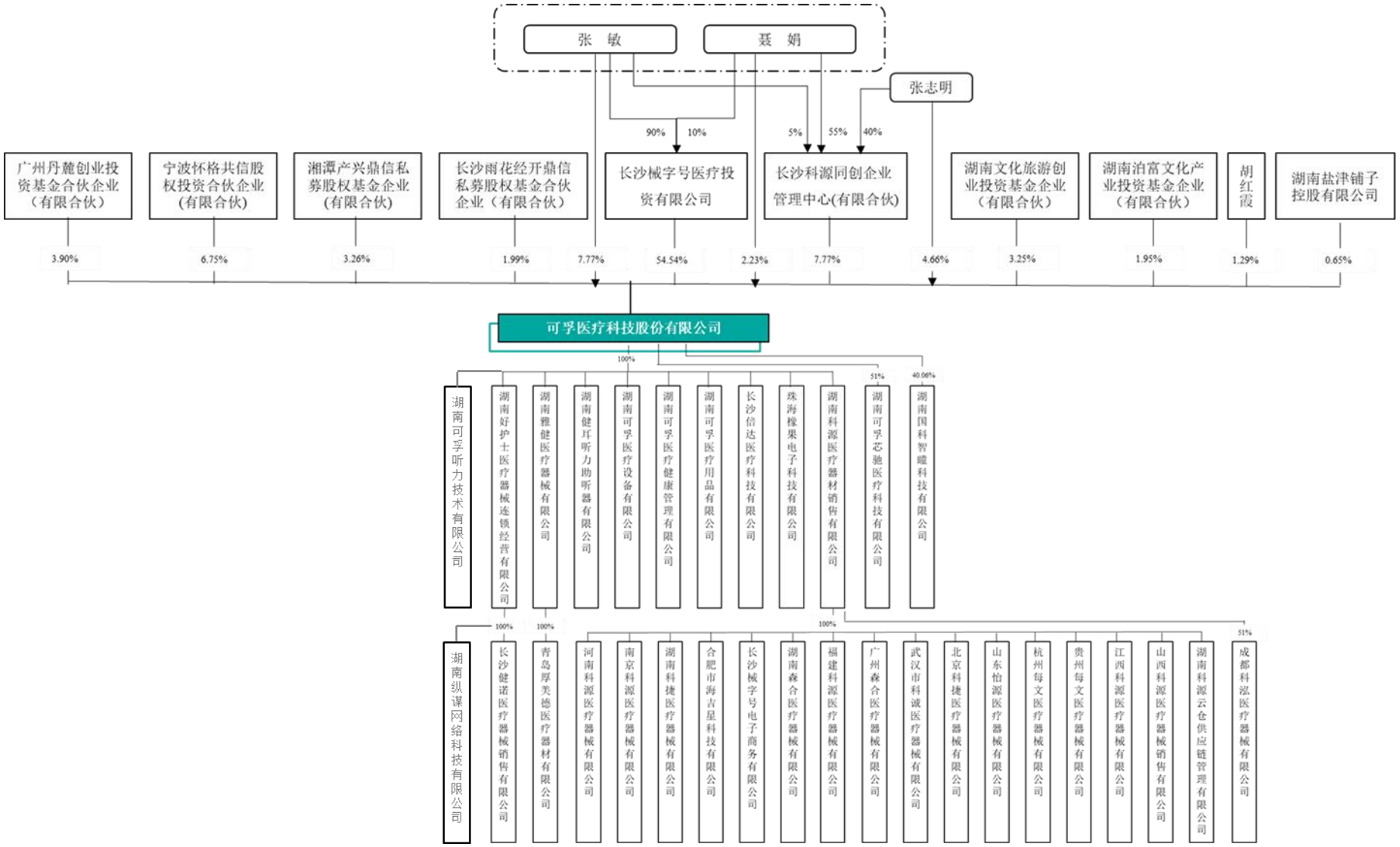
（二）最近一年内收购兼并其他企业资产（或股权）的情况

最近一年，公司不存在收购兼并其他企业资产（或股权）且被收购企业资产总额或营业收入或净利润超过收购前发行人相应项目 20%（含）的情况。

四、发行人股权结构和组织结构

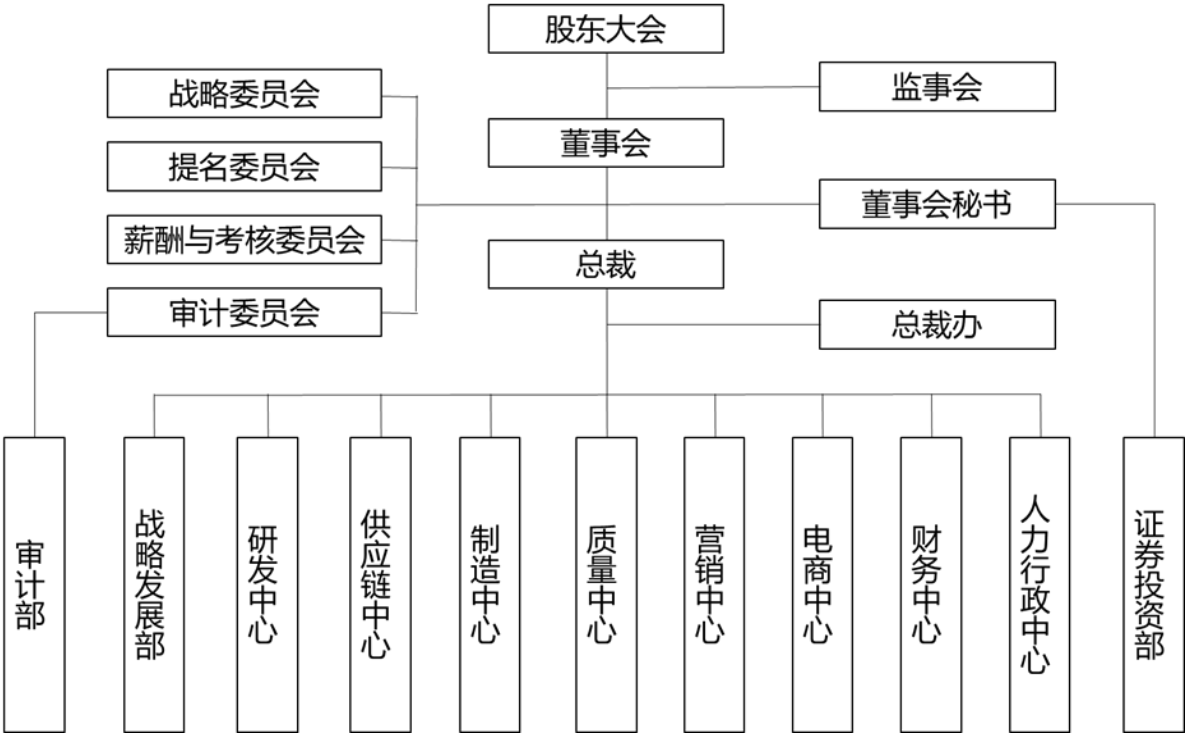
（一）发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构图如下：


张 敏
聂 娟
张志明
90%
10%
5%
55%
40%
广州丹麓创业投资基金合伙企业（有限合伙）
宁波怀格共信股权投资合伙企业(有限合伙)
湘潭产兴鼎信私募股权基金企业(有限合伙)
长沙雨花经开鼎信私募股权基金合伙企业（有限合伙）
长沙械字号医疗投资有限公司
长沙科源同创企业管理中心(有限合伙)
湖南文化旅游创业投资基金企业（有限合伙）
湖南泊富文化产业投资基金企业（有限合伙）
胡红霞
湖南盐津铺子控股有限公司
3.90%
6.75%
3.26%
1.99%
7.77%
54.54%
2.23%
7.77%
4.66%
3.25%
1.95%
1.29%
0.65%
可孚医疗科技股份有限公司
100%
51%
40.06%
湖南可孚听力技术有限公司
湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司
湖南雅健医疗器械有限公司
湖南健耳听力助听器有限公司
湖南可孚医疗设备有限公司
湖南可孚医疗健康管理有限公司
湖南可孚医疗用品有限公司
长沙信达医疗科技有限公司
珠海橡果电子科技有限公司
湖南科源医疗器材销售有限公司
湖南可孚芯驰医疗科技有限公司
湖南国科智瞳科技有限公司
100%
100%
100%
51%
湖南纵谋网络科技有限公司
长沙健诺医疗器械销售有限公司
青岛厚美德医疗器材有限公司
河南科源医疗器械有限公司
南京科源医疗器械有限公司
湖南科捷医疗器械有限公司
合肥市海吉星科技有限公司
长沙械字号电子商务有限公司
湖南森合医疗器械有限公司
福建科源医疗器械有限公司
广州森合医疗器械有限公司
武汉市科诚医疗器械有限公司
北京科捷医疗器械有限公司
山东怡源医疗器械有限公司
杭州每文医疗器械有限公司
贵州每文医疗器械有限公司
江西科源医疗器械有限公司
山西科源医疗器械销售有限公司
湖南科源云仓供应链管理有限公司
成都科泓医疗器械有限公司

（二）发行人的组织结构

截至本招股说明书签署日，公司组织结构图如下：



公司各部门主要职责如下：

部门名称	主要职能
战略发展部	负责公司中长期发展战略研究及规划；负责企业所在行业相关信息的收集、调研及深入分析，为公司经营决策提供依据。
证券投资部	制定并完善公司治理、股权管理、投资管理等相关制度、流程并组织或监督实施；负责公司股东大会、董事会及监事会的日常工作及协调公司与股东、投资者的关系；负责公司股权融资、上市筹备工作；负责公司对外投资、收购工作；负责公司法律事务管理工作。
审计部	负责建立及完善公司各业务流程的内部控制体系，定期检查和评价公司内部控制的执行情况；负责编制内部控制审计报告等相关工作。
总裁办	负责公司年度经营目标的制定及管控；负责对外公共关系管理、工程项目管理、企业社会责任管理等相关工作。
研发中心	依据公司中长期发展战略规划与经营目标要求，组织开展行业创新技术的研究、应用和公司产品的升级与开发，实现公司行业技术持续领先。
供应链中心	负责建立及完善公司供应链管理体系；负责计划管理、供应商管理、仓储物流管理等工作，保障各项物资的交付、品质及成本的持续优化。
制造中心	负责建立及完善公司产品制造管理体系；负责组织制订年度产品生产计划，不断提高生产效能、提升制造工艺水平、降低生产及物料成本，保障业务部门的产品交付等工作。
质量中心	负责公司质量战略的实施与公司质量管理的全面工作；负责建设和完善质量管理体系以及质量人才团队，确保持续满足客户与法规要求。
营销中心	负责公司线下渠道经营目标的全面达成；负责全国区域拓展及客户开发；负责产品导入、市场策划、客户管理、业务达成等系统性经营工作。

部门名称	主要职能
电商中心	负责公司线上渠道经营目标的全面达成；负责线上各电商平台的拓展、开发及整体运营；负责线上各电商平台店铺的整体规划、客户关系、业务达成及管理优化等系统性经营工作。
财务中心	负责建立及完善公司财务战略管理体系，组织建立及实施公司经营目标管理、会计核算、税务管理、财务管理等工作，为各业务部门提供财务保障。
人力行政中心	负责建立及完善公司人力资源战略规划与人力行政管理体系，负责公司人才选育用留；负责公司企业文化、行政管理及日常后勤工作，为各业务部门提供有效支撑。

五、发行人全资、控股子公司、参股公司、分公司情况

截至本招股说明书签署日，可孚医疗拥有 29 家全资子公司、2 家控股子公司、1 家参股公司。截至 2020 年 12 月 31 日，可孚医疗拥有 179 家分公司。

可孚医疗拥有一级全资、控股子公司 11 家，概况如下：

序号	公司名称	与发行人主营业务的关系
1	湖南科源	主要负责统采、线下仓储大卖场、连锁药房渠道运营及线上销售。
2	好护士	主要负责天猫好护士医疗器械旗舰店等线上销售、发行人自营店铺运营及线下好护士门店管理。
3	湖南健耳	主要负责线下健耳听力验配中心的管理与助听器采购。
4	可孚设备	主要负责护理床、助行器等康复辅具类产品研发及生产。
5	长沙倍达	主要负责血糖仪和血糖试纸的生产。
6	湖南雅健	主要负责线上自营店铺和线下销售。
7	可孚用品	主要负责线上自营店铺销售。
8	可孚健康	主要负责线上自营店铺销售。
9	可孚芯驰	主要负责动态多参心电产品等产品的研发。
10	珠海橡果	主要负责“氧立得”产品的研发、生产和销售。
11	可孚听力	主要负责助听器的研发和生产。

可孚医疗拥有二级全资、控股子公司 20 家：其中湖南科源下设 17 家全资、控股子公司，好护士下设 2 家全资子公司，湖南雅健下设 1 家全资子公司，概况如下：

序号	一级子公司	二级子公司	与发行人主营业务的关系
1	湖南科源	杭州每文、武汉科诚、山东怡源、北京科捷、贵州每文、广州森合、成都科泓、南京科源、山西科源、江西科源、河南科源、合肥海吉星、福建科源	主要负责线下销售
		湖南科捷、械字号电子商务、湖南森合	主要负责线上自营店铺销售
		科源云仓	对外承接仓储及发货业务
2	好护士	长沙健诺	主要负责线上自营店铺销售
		纵谋网络	主要负责线上销售业务的数据分析和销售推广

序号	一级子公司	二级子公司	与发行人主营业务的关系
3	湖南雅健	青岛厚美德	主要负责血糖系列产品的采购和销售

截至 2020 年 12 月 31 日，可孚医疗拥有 179 家分公司：其中好护士下设 17 家，湖南健耳下设 160 家，武汉科诚下设汉口体验中心，山西科源下设太原分公司。

结合业务发展历程、经营模式及销售模式，发行人设立众多子公司、分公司主要原因系厘清各主体定位，扩张销售渠道，同时加大了自主研发力度与自主生产规模所致。具体情况如下：

发行人 2017 年以可孚有限为整合主体，完成了张敏先生及聂娟女士投资企业的整合。以“可孚”为主要的自有产品品牌，定位发行人为家用医疗器械品牌运营商，销售自有品牌产品的同时，代理销售各类产品领域内知名品牌产品，为消费者提供家用医疗器械产品一站式购齐服务。针对发行人销售规模较大、生产工艺较为成熟的产品，发行人通过自主生产或贴牌的方式销售自有品牌。同时，加大自主研发投入力度，对产品性能不断进行扩展或升级。

销售方面，线上店铺运营主体主要为好护士，通过湖南科捷、湖南森合、械字号电子商务、长沙健诺、可孚健康、可孚用品、湖南雅健等主体亦在线上分别开设店铺，一方面可以拓宽线上销售渠道，形成各店铺品牌百花齐放的局面；另一方面，可以通过不同主体运营代理品牌产品。线下销售方面，湖南科源通过在各个省会城市设立区域子公司，运营线下仓储式大卖场以及开拓当地药房渠道客户；好护士与健耳听力通过开设分公司获取医疗器械经营资质后运营线下门店。

生产方面，可孚医疗、可孚设备、珠海橡果、可孚听力为主要的生产主体，报告期内可孚设备负责护理床生产，可孚医疗负责其他自产产品的生产，珠海橡果负责制氧机的生产，可孚听力负责助听器的生产。

研发方面，可孚医疗、可孚设备、可孚听力主要基于自主生产产品进行研发，可孚芯驰主要进行负责多参数心电监护系统的研发等。

（一）全资、控股子公司、参股公司概况

1、基本情况

截至本招股说明书签署日，公司全资、控股子公司、参股公司的基本情况如下：

序号	公司名称	注册地及生产经营地	成立时间	注册资本	实收资本	股权结构	经营范围
1	好护士	长沙市雨花区万家丽中路一段高桥新医药流通园 6 栋 101、201、301 房	2007-11-27	3,000 万元	3,000 万元	可孚医疗持有 100%的股权	一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、卫生消毒用品、化妆品及卫生用品、日用品、家具、电子产品、消毒剂、医疗实验室设备和器具、营养和保健食品的销售；家用电器、纺织品及针织品、医疗用品及器材、医疗诊断、监护及治疗设备的零售；第二类增值电信业务中的呼叫中心业务、信息服务业务（仅限互联网信息服务）；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗信息、技术咨询服务；会议、展览及相关服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
2	长沙倍达	长沙市雨花区同升街道金海路 158 号 2 栋 6 楼	2016-08-29	100 万元	10 万元	可孚医疗持有 100%的股权	一类医疗器械、二类医疗器械的研发；二类医疗器械、一类医疗器械的生产；一类医疗器械批发；二类医疗器械批发；医疗诊断、监护及治疗设备制造；医疗器械技术咨询、交流服务；销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经营的项目除外；涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
3	湖南健耳	长沙市雨花经开区振华路智庭园 7 栋 201	2018-03-01	4,000 万元	4,000 万元	可孚医疗持有 100%的股权	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
4	可孚设备	湖南省岳阳市湘阴县芙蓉北路金龙工业园	2017-07-07	12,000 万元	11,700 万元	可孚医疗持有 100%的股权	医疗诊断、监护及治疗设备制造、批发、零售，医用消毒设备和器具、医疗、外科及兽医用器械、机械治疗及病房护理设备、卫生材料、医药用品、金属丝绳及其制品、普通劳动防护用品的制造，一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品、消毒产品、卫生用品、卫生设备、熔喷布、纺织品、针织品及原料的生产，日用百货、卫生消毒用品、纺织品、针织品及原料的批发，一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、消毒剂、家用电器、计生用品、保健品、化妆品、卫生用品及熔喷布的销售，医疗用品及器材、其他电子产品、日用家电设备、软件的零售，机器人零配件组装，药品、医疗器械互联网交易服务，销售本公司生产的产品（国家法律法规禁止经

序号	公司名称	注册地及生产经营地	成立时间	注册资本	实收资本	股权结构	经营范围
							营的项目除外，涉及许可经营的产品需取得许可证后方可经营），会议及展览服务，医疗器械技术咨询、交流服务，计算机技术开发、技术服务，一类医疗器械的研发，二类医疗器械的研发，机器人开发；非织造布制造、非织造布销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
5	可孚健康	湖南省湘潭市昭山示范区摩尔科技园办公大楼1楼	2019-01-11	1,000万元	650万元	可孚医疗持有100%的股权	健康咨询；医疗用品及器材、纺织品及针织品、化妆品及卫生用品的零售；医疗用品及器材、化妆品及卫生用品的批发；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营；消毒剂销售（不含危险化学品）；电子产品销售；日用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；工程和技术研究和试验发展；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；专用设备修理；家用电器安装服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
6	可孚用品	长沙市雨花区经济开发区智庭园1号栋7楼701室	2015-1-15	300万元	300万元	可孚医疗持有100%的股权	一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、消毒设备、卫生消毒用品、家具、消毒剂、电子产品及配件、医疗实验室设备和器具、婴儿用品、化妆品及卫生用品、计生用品、保健品、日用品、艾制品、医疗耗材、医疗诊断、监护及治疗设备销售；家用电器及电子产品、纺织品及针织品、医疗用品及器材零售；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；会议、展览及相关服务；信息技术咨询服务；互联网信息服务；医疗信息、技术咨询服务；纺织品、针织品及原料批发；职工食堂；热食类食品制售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
7	湖南雅健	长沙市雨花区高桥大市场医药流通园新1栋1楼	2012-2-3	200万元	200万元	可孚医疗持有100%的股权	一类医疗器械、二类医疗器械、医疗用品及器材、卫生消毒用品、家用电器、纺织品及针织品、电子产品零售；日用品销售；医疗信息、技术咨询服务；房屋租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
8	湖南科源	长沙市雨花区万家丽中路一	2010-01-18	2,000万元	2,000万元	可孚医疗持有100%	一类医疗器械、化妆品及卫生用品、计生用品、保健品、日用品、艾制品、二类医疗器械、医疗耗材、三类医疗

序号	公司名称	注册地及生产经营地	成立时间	注册资本	实收资本	股权结构	经营范围
		段 401 号 6 栋				的股权	器械、医疗实验室设备和器具、卫生消毒用品、家具、婴儿用品、消毒剂的销售；家用电器及电子产品、纺织品及针织品、医疗用品及器材的零售；医疗诊断、监护及治疗设备批发；医疗诊断、监护及治疗设备零售；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；会议、展览及相关服务；信息技术咨询服务；经营增值电信业务；供应链管理与服务；物流管理服务（限分支机构）；物流仓储平台运营（限分支机构）；仓储管理服务（限分支机构）；货物仓储（不含危化品和监控品）（限分支机构）；纺织品、针织品及原料的批发；消毒设备的批发、零售；普通货物运输（货运出租、搬场运输除外）（限分支机构）；互联网信息服务；医疗信息、技术咨询服务；电子产品及配件的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
9	长沙健诺	长沙市雨花区高桥大市场医药流通园 1 栋 2 楼	2015-12-30	100 万元	100 万元	好护士持有 100% 股权	一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、卫生消毒用品、家具、婴儿用品、化妆品及卫生用品、家用电器、纺织品、针织品及原料的批发；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；会议及展览服务；信息技术咨询服务；计生用品的销售；医疗诊断、监护及治疗设备批发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
10	湖南科捷	湖南省湘潭市昭山示范区摩尔科技园办公大楼 2-1	2019-01-11	200 万元	50 万元	湖南科源持有 100% 股权	一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、卫生消毒用品、消毒剂、医疗耗材、婴儿用品、计生用品、日用杂品、艾制品、保健品、电子产品及配件的销售；医疗用品及器材、纺织品及针织品、家具、家用电器的零售；医疗诊断、监护及治疗设备、纺织品、针织品及原料、化妆品、卫生用品的批发；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；会议、展览及相关服务；信息技术咨询服务；互联网信息服务；医疗信息、技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

序号	公司名称	注册地及生产经营地	成立时间	注册资本	实收资本	股权结构	经营范围
11	合肥海吉星	安徽省合肥市经济技术开发区宿松路3888号合肥医药健康产业园B区二期B-5#仓库102.202楼层	2016-12-06	500万元	150万元	湖南科源持有100%股权	电子产品、家用电器、针织纺品、消毒设备、计生用品、保健品、艾制品、医疗耗材、家具、婴儿用品、消毒剂的销售；电子元器件研发、销售；卫生用品、劳保用品、日用百货、包装材料、一二三类医疗器械、建筑材料、消字号消毒用品、化妆品的销售；医疗实验设备、器具的销售；道路货物运输；会议服务；展览展示服务；经济信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
12	械字号电子商务	长沙市雨花区高桥医药流通园6栋3楼302-306号	2015-03-25	1,000万元	0万元	湖南科源持有100%股权	在互联网从事以下经营活动：信息技术咨询服务；化妆品及卫生用品批发；药品、医疗器械互联网交易服务；家用电器及电子产品、纺织品及针织品的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
13	湖南森合	湖南省湘潭市昭山示范区摩尔科技园办公大楼2-2	2019-01-11	200万元	50万元	湖南科源持有100%股权	一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、卫生消毒用品、消毒剂、医疗耗材、婴儿用品、计生用品、日用杂品、艾制品、保健品、电子产品及配件的销售；医疗用品及器材、纺织品及针织品、家具、家用电器的零售；医疗诊断、监护及治疗设备、纺织品、针织品及原料、化妆品、卫生用品的批发；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；会议、展览及相关服务；信息技术咨询服务；互联网信息服务；医疗信息、技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
14	广州森合	广州市荔湾区和平西路130号首层	2014-04-21	100万元	100万元	湖南科源持有100%股权	消毒用品销售（涉及许可经营的项目除外）；化妆品及卫生用品批发；电子产品批发；家用电器批发；日用器皿及日用杂货批发；纺织品、针织品及原料批发；非许可类医疗器械经营；医疗用品及器材零售（不含药品及医疗器械）；化妆品及卫生用品零售；电子产品零售；日用杂品综合零售；日用家电设备零售；医疗、医药咨询服务（不涉及医疗诊断、治疗及康复服务）；纺织品及针织品零售；许可类医疗器械经营；医疗诊断、监护及治疗设备批发；医疗诊断、监护及治疗设备零售

序号	公司名称	注册地及生产经营地	成立时间	注册资本	实收资本	股权结构	经营范围
15	武汉科诚	汉阳区康达街5号第5栋第一层	2008-01-31	200万元	200万元	湖南科源持有100%股权	医疗器械一、二、三类批零兼营、售后服务、技术咨询；会议及展览服务；商务信息咨询；消毒产品、家用电器、卫生用品、纺织品、计算机及配件、电子产品、普通通讯设备、五金交电、日用百货批发（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
16	北京科捷	北京市朝阳区十八里店乡十里河村168号大方万恒茶叶市场1F-01号	2017-06-15	500万元	100万元	湖南科源持有100%股权	销售医疗器械I、II类、日用品、家用电器、电子产品、消毒用品、针纺织品、服装；技术推广服务；承办展览展示活动；零售药品；销售第三类医疗器械。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；零售药品、销售第三类医疗器械以及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。）
17	山东怡源	山东省济南市槐荫区小纬六路41-1号	2014-11-27	300万元	100万元	湖南科源持有100%股权	医疗器械的技术服务、技术咨询及销售；卫生用品、消毒设备、家用电器、电子产品、针纺织品、日用品、化妆品、办公用品、家具、医疗诊断、监护及治疗设备、医疗用品、消毒用品、保健品、仪器仪表的批发、零售；会议及展览服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
18	杭州每文	浙江省杭州市拱墅区南北商务港大厦2幢101室	2006-10-13	200万元	200万元	湖南科源持有100%股权	第I类、第II类、第III类医疗器械、消字号消毒用品、家具、化妆品、机电设备、日用百货的批发、零售；家用电器、电子产品的零售；会议服务；展览展示服务；经济信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
19	贵州每文	贵州省贵阳市南明区富源北路3号锦绣家园A幢1层2号[油榨社区]	2012-10-10	100万元	100万元	湖南科源持有100%股权	法律、法规、国务院决定规定禁止的不得经营；法律、法规、国务院决定规定应当许可（审批）的，经审批机关批准后凭许可（审批）文件经营；法律、法规、国务院决定规定无需许可（审批）的，市场主体自主选择经营。（销售:II、III类医疗器械、卫生用品及消毒用品（按医疗器械经营许可证经营）、电子产品、家用电器、纺织品、日用品；企业管理服务、信息技术咨询服务；医疗器械维修售后服务。（以上经营项目涉及行政许可的，须持行政许可证经营）

序号	公司名称	注册地及生产经营地	成立时间	注册资本	实收资本	股权结构	经营范围
20	成都科泓	成都市新都区大丰街道蓉北路一段 98 号-114 号	2018-09-10	1,000 万元	540 万元	湖南科源持有 51%股权，赵丽君持有 34%股权，上海康德莱持有 10%股权，范濛持有 5%股权	销售（含网上销售）：医疗器械、卫生消毒用品、家具、婴儿用品、化妆品及卫生用品、家用电器及电子产品、针纺织品、计生用品、保健食品、保健用品、药品、日用品；货物及技术进出口；会议及展览服务；信息技术咨询服务；普通货运。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
21	山西科源	山西省太原市迎泽区双塔东街 36 号时代国际 B 座 1-501 号	2019-06-17	499 万元	149 万元	湖南科源持有 100%股权	医疗器械经营；针纺织品、消毒设备、化妆品、卫生用品、计生用品、保健品、日用品、艾制品、医疗耗材、消毒用品、家具、婴儿用品、消毒剂、电子产品及配件、医疗实验室设备、器具的销售；货物进出口、技术进出口；会议服务；展览展示服务；道路货物运输；互联网信息服务；医疗信息技术咨询服务。
22	河南科源	河南省郑州市金水区优胜南路 18 号院 4 号楼 1 层附 11 号	2019-07-04	500 万元	105 万元	湖南科源持有 100%股权	医疗器械技术咨询；医疗器械售后服务；会议及展览展示服务；商务信息咨询；销售：第一、二、三类医疗器械，家用电器，卫生用品，电子产品，五金交电，日用百货，纺织品，销售：消毒用品、化妆品涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营
23	南京科源	南京市秦淮区中华路 418 号	2019-07-05	500 万元	166.40 万元	湖南科源持有 100%股权	医疗器械、纺织品、针织品及原料、消毒设备、化妆品及卫生用品、日用品、卫生消毒用品、家具、婴儿用品、消毒剂、电子产品及配件、家用电器及电子产品销售；会议、展览服务；信息技术咨询服务；道路货物运输；医疗技术咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
24	福建科源	福建省福州市仓山区盖山镇齐安路 760 号 12 号厂房 6 层 605 单元	2019-08-16	1,000 万元	100 万元	湖南科源持有 100%股权	医疗器械销售；药品、医疗器械互联网信息服务；其他未列明的医疗设备及器械制造；互联网零售；医疗实验室及医用消毒设备和器具制造；化妆品及卫生用品批发；化妆品及卫生用品零售；其他日用品零售；其他机械设备及电子产品批发；其他电子产品零售；产品销售代理；信息技术咨询服务；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；纺织品、针织品及原料批发；

序号	公司名称	注册地及生产经营地	成立时间	注册资本	实收资本	股权结构	经营范围
							纺织品及针织品零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
25	江西科源	江西省南昌市西湖区象山南路277号-2号店面	2019-08-16	500万元	50万元	湖南科源持有100%股权	Ⅰ类、Ⅱ类（凭Ⅱ类医疗器械经营备案凭证经营）、Ⅲ类医疗器械（限在医疗器械经营企业许可证许可范围内经营）、消毒设备、家具、消毒剂、电子产品及配件、婴儿用品、化妆品及卫生用品、计生用品、保健用品、日用品的销售；家用电器、针纺织品及原材料的批发、零售；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定公司经营或禁止进出口的商品除外）；会议及展览服务；计算机信息技术咨询服务；道路普通货物运输（限在道路运输经营许可证有效期内经营）（以上项目依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
26	可孚芯驰	长沙市雨花区经济开发区智庭园1号栋6楼	2019-11-27	500万元	100万元	可孚医疗持有51%股权，刘阳持有49%股权	二类医疗器械、电子产品的研发；电子技术服务；集成电路设计；网络集成系统开发建设、运行维护服务；计算机技术开发、技术服务；医疗器械技术开发；电子产品、二类医疗器械的生产；电子产品及配件的、计算机、计算机软件的销售；机电产品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
27	珠海橡果	珠海市金湾区三灶镇琴石路208号B栋二层（三灶镇琴石工业区村委会B厂房二层）	2006-09-26	500万元	391.35万元	可孚医疗持有100%股权	生产和销售自产的电子制氧产品及其配件，化学制氧器（许可证有效期至2020年11月03日），并提供产品的技术支持和售后服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
28	青岛厚美德	山东省青岛市高新区秀园路9号	2020-02-13	500万元	105万元	湖南雅健持有100%股权	批发及零售：医疗器械、电子产品、玻璃钢材料及制品、防护产品、衡器、实验室设备及耗材、体育用品及器材、纺织品、办公用品、家用电器、日用百货、五金电器、橡胶制品（不含危险品）；医疗器械信息咨询；电子产品的技术开发、技术咨询、技术转让、技术推广、技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
29	国科智瞳	长沙高新开发区尖山湖社区	2019-05-28	684万元	384万元	可孚医疗持有40.06%	工程和技术研究和试验发展；智能化技术服务；机电产品、一类医疗器械、二类医疗器械、生物制品研发；基础、

序号	公司名称	注册地及生产经营地	成立时间	注册资本	实收资本	股权结构	经营范围
		岳麓西大道1698号麓谷科技创新创业园A1栋1701号				股权，长沙蓝芯智能科技有限责任公司持有59.94%股权	应用、支撑软件开发；医疗器械技术开发；电子产品及配件的研究；软件零售；智能技术咨询、服务；一类医疗器械、二类医疗器械、机电产品、光电材料、生物制品销售；软件技术服务；信息系统集成服务；一类医疗器械、二类医疗器械、生物制品生产；计算机数据处理；医疗器械技术咨询、交流服务；软件技术转让；生物技术开发服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，未经批准不得从事P2P网贷、股权众筹、互联网保险、资管及跨界从事金融、第三方支付、虚拟货币交易、ICO、非法外汇等互联网金融业务）
30	科源云仓	长沙市开福区青竹湖街道新港路30号7号仓	2020-07-02	1,000万元	563万元	湖南科源持有100%股权	供应链管理与服务；物流信息服务；会议、展览及相关服务；仓储管理服务；普通货物运输（货运出租、搬场运输除外）；货物仓储（不含危化品和监控品）；运输代理业；国内货运代理；物流仓储平台运营；信息科技技术咨询；呼叫中心业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
31	可孚听力	长沙市雨花区振华路816号5楼	2020-11-19	2,000万元	500万元	可孚医疗持有100%股权	医疗设备的技术咨询；一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械的研发；一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械的生产；一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械的批发；医疗设备的维护；电子产品及配件的技术咨询服务；商品信息咨询服务；Ⅱ类：6846助听器（植入性除外）零售；电子产品及配件、电池、通信设备销售；专用设备修理；集成电路设计、制造；软件开发；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
32	纵谋网络	长沙市雨花区振华路816号7楼702室	2020-11-19	200万元	50万元	好护士持有100%股权	网络技术的研发；文化活动的组织与策划；应用软件开发；互联网接入及相关服务；网上电影服务；网上图片服务；网上视频服务；音乐及视频产品互联网销售；录音制作；文化娱乐经纪人；网络表演经营活动；影视经纪代理服务；计算机软件销售；计算机网络平台的开发及建设；电子商务平台的开发建设。（未经批准不得从

序号	公司名称	注册地及生产经营地	成立时间	注册资本	实收资本	股权结构	经营范围
							事 P2P 网贷、股权众筹、互联网保险、资管及跨界从事金融、第三方支付、虚拟货币交易、ICO、非法外汇等互联网金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、最近一年主要财务数据

单位：万元

序号	公司名称	2020.12.31		2020 年
		总资产	净资产	净利润
1	好护士	9,864.65	3,916.02	299.05
2	长沙倍达	174.86	-9.54	18.50
3	湖南健耳	3,494.06	2,662.38	-803.20
4	可孚设备	28,480.69	17,169.30	3,876.58
5	可孚健康	1,473.26	940.89	240.18
6	可孚用品	2,836.62	283.34	322.52
7	湖南雅健	726.27	149.06	248.90
8	湖南科源	53,186.68	4,037.81	1,703.71
9	长沙健诺	1,530.86	541.35	242.82
10	湖南科捷	670.76	398.45	250.72
11	合肥海吉星	741.56	507.54	211.23
12	械字号电子商务	645.73	376.46	233.27
13	湖南森合	924.25	472.50	255.28
14	广州森合	1,755.46	329.33	224.11
15	武汉科诚	1,113.44	495.73	198.06
16	北京科捷	544.42	23.77	159.17
17	山东怡源	865.29	303.82	186.00
18	杭州每文	2,627.18	483.47	200.69
19	贵州每文	1,130.41	534.05	232.70
20	成都科泓	1,356.87	857.46	216.24
21	山西科源	1,091.61	390.50	212.71
22	河南科源	389.17	162.31	86.30
23	南京科源	247.87	122.61	2.65
24	福建科源	161.21	125.11	78.47

序号	公司名称	2020.12.31		2020 年
		总资产	净资产	净利润
25	江西科源	46.69	-10.29	-41.49
26	可孚芯驰	13.75	4.42	-95.52
27	珠海橡果	418.53	307.36	158.26
28	青岛厚美德	147.83	43.86	-61.14
29	国科智瞳	160.54	153.79	-426.16
30	科源云仓	2,364.90	1,538.54	975.54
31	可孚听力	500.12	490.12	-9.88
32	纵谋网络	50.36	41.22	-8.78

注：1、上述 1-28、30-32 序号的控股子公司 2020 年度财务数据已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

2、国科智瞳于 2020 年 3 月 17 日成为公司参股公司，2020 年度财务数据未经审计。

（二）分公司情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司下属公司分公司的基本情况如下：

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
1	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司岳阳店	一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、卫生消毒用品、电子产品、家用电器、日用品、保健食品、家具的销售，纺织品及针织品、医疗服务器及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省岳阳市岳阳楼区东茅岭路炮湾巷 46 号	2017/9/6
2	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司宁乡分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、家用电器、家具、卫生消毒用品、纺织品及针织品、医疗用品及器材的零售；电子产品、日用品的销售；医疗器械技术咨询、交流服务；会议及展览服务；医疗信息、技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙市宁乡县玉潭街道通益社区春城北路春城商业广场 A 栋 102、202 号	2017/8/2
3	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司株洲天元店	一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、卫生消毒用品、家用电器、日用品、家具、纺织品与针织品、医疗用品及器材的零售；医疗信息、技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省株洲市天元区长江南路东侧湘银.紫竹茗园 6.8 栋下 105 号门面	2017/7/21
4	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司永州店	医疗用品及器材、卫生用品、家具、家用电器、纺织品及针织品、卫生消毒用品、一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械的零售；用品销售；医疗信息、技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市冷水滩区河东中心医院对面永和家园三号楼	2017/7/18
5	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司东塘分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动；会议及展览服务；信息技术咨询服务；一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、日用品的销售；医疗用品及器材、卫生消毒用品、家用电器及电子产品、纺织品	长沙市雨花区韶山中路 145 号湖南中医药大学	2017/7/18

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
		及针织品的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	科技教育走廊 6、7、8、9、10、11 号门面	
6	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司醴陵店	医疗用品及器材、家具、家用电器、纺织品及针织品、卫生消毒用品、日用品、一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械销售；医疗信息、技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	醴陵市青云北路 5 号一层 104 商铺	2017/7/14
7	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司邵阳宝庆店	接洽湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市大祥区宝庆中路与双拥路交叉处综合楼	2017/7/13
8	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司邵阳二店	接洽湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市大祥区宝庆中路南门口转角大楼 03 号门面	2017/7/13
9	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司长沙县星沙店	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械、日用品的销售；医疗用品及器材、卫生消毒用品、家用电器、电子产品（不含电子出版物）、纺织品及针织品的零售；会议及展览服务；信息技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙县星沙街道星沙大道圆梦花园二期 10 栋 16 号	2017/7/11
10	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司常德滨湖路分公司	医疗器械、消毒产品、家用电器、卫生用品、电子产品、纺织品、日用品的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	常德市武陵区穿紫河街道办事处滨湖社区滨湖路 463 号（工商局武陵分局宿舍 3-28 栋一楼 1 号）	2016/9/19
11	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司浏阳店	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：医疗信息、技术咨询服务；医疗用品及器材、卫生消毒用品、家用电器及电子产品、纺织品及针织品、卫生用品的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	浏阳市淮川办事处北正中路 48 号	2015/12/29
12	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司郴州市南塔路店	医疗器械销售（凭许可证、审批文件经营）；提供医疗器械的售后服务；消毒产品、家用电器、卫生用品、电子产品、纺织品、日用品的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	郴州市苏仙区南塔路 6 号 9 幢 111 号	2015/12/11
13	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司芙蓉路店	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械的批发；化妆品及卫生用品、家用电器及电子产品、纺织品及针织品的零售；会议及展览服务；信息技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	长沙市开福区湘雅路街道芙蓉中路一段 374 号 1-2 楼	2015/3/2
14	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司武	一二类医疗器械销售及售后服务、技术咨询服务；会议会展服务；消毒产品、电子产品、家用电器、纺织品、日用品的销售（依法须经批准的项目，经相关部	武汉市硚口区解放大道 1121 号－4	2014/8/28

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
	汉康建店	门批准后方可开展经营活动）。	号	
15	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司常德分公司	一类、二类医疗器械的销售（凭许可证、审批文件经营）；三类医疗器械：6815 一次性使用无菌注射针的销售（医疗器械经营企业许可证有效期至 2019-11-25）；提供医疗器械的售后服务、技术咨询服务；会议展览服务；消毒产品、家用电器、电子产品（不含电子出版物）、纺织品、日用品的销售。	常德市武陵区启明街道办事处半边街社区人民路 956 号(广德公寓 1 栋 3 幢 113 室）	2013/10/9
16	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司银双路店	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：医疗用品及器材、卫生用品、家用电器、纺织品及针织品、卫生消毒用品、一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械的零售；医疗信息、技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙市岳麓区银盆岭街道岳麓大道 179 号西岸润泽府 11 号栋 117 号	2011/8/25
17	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司第二分店	医疗器械的销售（凭许可证、审批文件经营）；提供医疗器械的售后服务、技术咨询服务；会议展览服务；消毒产品、家用电器、电子产品、纺织品、日用品的销售。（涉及许可审批的经营项目，凭许可证或审批文件方可经营）	长沙市芙蓉区南元宫 11 号	2008/8/4
18	湖南健耳听力助听器有限公司华容县分公司	医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件（不含无线电管制器材和卫星地面接收设施）、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省岳阳市华容县章华镇迎宾南路 109 号	2018/12/25
19	湖南健耳听力助听器有限公司永州二店	医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；电子产品及配件、日用品的销售；一类医疗器械、二类医疗器械、卫生消毒用品、家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市冷水滩区潇湘大桥西路 1-108	2018/11/27
20	湖南健耳听力助听器有限公司西安西五路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	西安市新城区西五路 82 号付一号	2018/11/8
21	湖南健耳听力助听器有限公司浏阳解放路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；电子产品及配件、日用品的销售；一类医疗器械、二类医疗器械、卫生消毒用品、家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，未经批准不得从事 P2P 网贷、股权众筹、互联网保险、资管及跨界从事金融、第三方支付、虚拟货币交易、ICO、非法外汇等互联网金融业务）	浏阳市解放路 27 号	2018/11/2
22	湖南健耳听力助听器有限公司岳阳巴陵中路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须	湖南省岳阳市岳阳楼区巴陵中路粮都宾馆 8 号	2018/10/25

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
		经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	（柴家山社区 1 网格）	
23	湖南健耳听力助听器有限公司邵东两市塘分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市邵东县两市塘办事处解放路 45 号	2018/10/15
24	湖南健耳听力助听器有限公司怀化锦溪南路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省怀化市鹤城区锦溪南路末 060 号砖混三间	2018/10/8
25	湖南健耳听力助听器有限公司娄底春园路分公司	在隶属企业授权范围内开展经营活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省娄底市娄星区春园路市五交化公司 1 楼 108 号	2018/9/12
26	湖南健耳听力助听器有限公司郴州飞虹路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医厅器械互联网信息服务：一类医厅器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省郴州市苏仙区苏仙岭街道飞虹路 22 号	2018/8/30
27	湖南健耳听力助听器有限公司湘潭易俗河分公司	在隶属企业的经营范围内开展下列经营活动：医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；电子产品及配件、日用品的销售；一类医疗器械、二类医疗器械、卫生消毒用品、家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湘潭县易俗河镇玉兰南路 675 号	2018/8/7
28	湖南健耳听力助听器有限公司湘乡市分公司	为隶属企业经营范围内开展经营活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省湘乡市昆仑桥办事处健康西路 25 号 1 栋 3 号	2018/8/3
29	湖南健耳听力助听器有限公司芙蓉中路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、医疗用品及器材、卫生消毒用品、家用电器及电子产品的零售；电子产品及配件、日用品的销售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	长沙市开福区湘雅路街道留芳岭 14 号第 2 栋 2 楼	2018/8/2
30	湖南健耳听力助听器有限公司永州冷水滩分公司	医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市冷水滩区永州大道与逸云路交叉处西北角 2 栋 2 楼	2018/7/26
31	湖南健耳听力助听器有限公司人民路分公	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；电子产品及配件、日用品的销售；一类医疗器械、二类医疗器械、	湖南省长沙市芙蓉区朝阳街道人民	2018/7/20

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
	司	卫生消毒用品、家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	中路 122 号 106 房	
32	湖南健耳听力助听器有限公司株洲人民路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省株洲市芦淞区人民中路 49 号	2018/7/19
33	湖南健耳听力助听器有限公司株洲车站路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省株洲市芦淞区建设南路 255 号大楼南侧沿街	2018/7/19
34	湖南健耳听力助听器有限公司株洲天元分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省株洲市天元区长江南路东侧湘银紫竹茗园 6.8 栋 105 号门面内的阁楼	2018/7/19
35	湖南健耳听力助听器有限公司平江城关镇北街分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省岳阳市平江县城关镇北街商居楼 1 楼 1 号门面	2018/7/16
36	湖南健耳听力助听器有限公司郴州国庆南路分公司	医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（未经批准，不得以公开方式募集资金、不得吸收存款、不得发放贷款、不得向投资者承诺投资本金不受损失或承诺最低收益）	郴州市北湖区国庆南路 24 号供销大厦 1 楼 6 号门面	2018/7/9
37	湖南健耳听力助听器有限公司湘阴分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省岳阳市湘阴县文星镇冬茅路地税局旁 105 室	2018/5/28
38	湖南健耳听力助听器有限公司营盘路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、医疗用品及器材、卫生消毒用品、家用电器及电子产品的零售；电子产品及配件、日用品的销售；医疗器械技术咨询、交流服务；药品、医疗器械互联网信息服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	长沙市开福区望麓园街道蔡锷北路 255、257 号二楼	2018/5/14
39	湖南健耳听力助听器有限公	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器	湖南省长沙市岳麓区望	2018/5/11

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
	司湘仪路分公司	械互联网信息服务；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	城坡街道湘仪路 151 号一楼	
40	湖南健耳听力助听器有限公司东塘分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	长沙市雨花区湖南中医药大学科技教育走廊 6、7 号门面	2018/4/27
41	湖南健耳听力助听器有限公司高桥分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	长沙市雨花区高桥大市场医药流通园 1 栋 1 楼 1 号门面	2018/4/25
42	湖南健耳听力助听器有限公司星沙分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、卫生消毒用品、医疗用品及器材的零售；电子产品（不含电子出版物）及配件、日用品的销售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙县星沙街道星沙大道圆梦花园二期 10 栋 103	2018/4/24
43	湖南健耳听力助听器有限公司邵阳宝庆中路店	接洽湖南健耳听力助听器有限公司业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市大祥区宝庆中路南门口新火车站进站路口转角大楼	2018/4/10
44	湖南健耳听力助听器有限公司维一星城分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、卫生消毒用品、医疗用品及器材、家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；电子产品及配件、日用品的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙市芙蓉区文艺路街道韶山北路 39 号维一星城 816-819 房	2018/4/4
45	湖南健耳听力助听器有限公司长沙文艺路口店	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：医疗诊断、监护及治疗设备批发；医疗设备维修；第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；医疗实验室设备和器具、日用品的销售；卫生消毒用品、一类医疗器械、二类医疗器械的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙市芙蓉区文艺路街道韶山路 21 号 103 号	2018/3/22
46	湖南健耳听力助听器有限公司醴陵北路分公司	医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；电子产品及配件、日用品的销售；一类医疗器械、二类医疗器械、卫生消毒用品、家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	醴陵市青云北路 5 号一层第 2 和第 3 号门面	2019/3/29
47	湖南健耳听力助听器有限公	在隶属企业经营范围内开展经营活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省娄底市涟源市交	2019/3/4

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
	司涟源交通路分公司		通路 592 号 2 楼西侧 22 号门面	
48	湖南健耳听力助听器有限公司耒阳分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省衡阳市耒阳市蔡子池街道办事处梅桥居委会城北东路 129 号一楼门面	2019/7/18
49	湖南健耳听力助听器有限公司攸县分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省株洲市攸县联星街道胜利社区盟楼组（交通北路 94 号）	2019/4/11
50	湖南健耳听力助听器有限公司宁乡分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、卫生消毒用品、家用电器及电子产品、医疗用品及器材零售；用品销售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	宁乡市玉潭街道通益社区春城北路春城商业广场 A 栋 103 号	2019/7/1
51	湖南健耳听力助听器有限公司沅江狮山路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省益阳市沅江市琼湖办事处太白社区狮山路湖景新外滩 3 栋 1 层 104 号门面	2019/10/29
52	湖南健耳听力助听器有限公司张家界教场路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动 ：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售、医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省张家界市永定区教场路司法局临街写字楼 3 楼	2019/6/13
53	湖南健耳听力助听器有限公司祁阳龙山分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市祁阳县龙山街道办事处芦家甸社区民生南路 177 号	2019/5/27
54	湖南健耳听力助听器有限公司桃江分公司	医疗用品及器材零售；医疗用品及器材批发；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省益阳市桃江县桃花江镇桃花中路 44 号	2019/11/11

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
55	湖南健耳听力助听器有限公司汉寿分公司	Ⅰ类医疗器械、Ⅱ类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省常德市汉寿县龙阳街道城西社区沧浪西路111号	2019/11/4
56	湖南健耳听力助听器有限公司茶陵分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、用品销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省株洲市茶陵县公园路火箭炮兵营部临街6号门面	2019/9/3
57	湖南健耳听力助听器有限公司吉首市分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省吉首市乾州办事处世纪大道（世纪山水3号楼）3栋106	2019/8/13
58	湖南健耳听力助听器有限公司新化梅苑北路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省娄底市新化县上渡街道梅苑北路赛能大厦1栋109房	2019/7/17
59	湖南健耳听力助听器有限公司衡阳船山路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、用品销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省衡阳市石鼓区船山路59号二楼	2019/11/4
60	湖南健耳听力助听器有限公司益阳康富北路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	湖南省益阳市赫山区康富北路从北至南8、9号门面	2019/6/11
61	湖南健耳听力助听器有限公司常宁群英西路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省衡阳市常宁市群英西路28号一层门面	2019/6/18
62	湖南健耳听力助听器有限公司桂阳分公司	一类医疗器械.二类医疗器械；电子产品及配件；卫生消毒用品.日用品的销售；家用电器及电子产品；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省郴州市桂阳县鹿峰街道蔡伦中路西4栋102房	2020/1/22
63	湖南健耳听力助听器有限公司武冈分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服	湖南省武冈市乐洋路（老司法局	2019/11/29

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
		务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	2 楼）	
64	湖南健耳听力助听器有限公司安乡分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省常德市安乡县深柳镇深柳社区文艺北路（县政协往南 8 米）	2020/1/9
65	湖南健耳听力助听器有限公司南宁东葛路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械（具体项目以审批部门批准的为准）、电子产品及配件（除国家专控产品）、消毒用品（除危险化学品）、日用品的销售；家用电器、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。	南宁市青秀区东葛路 83 号 2 楼	2020/3/27
66	湖南健耳听力助听器有限公司永兴分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省郴州市永兴县便江街道大桥路 85 号	2020/4/14
67	湖南健耳听力助听器有限公司慈利分公司	在隶属企业经营范围内开展经营活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	慈利县零阳镇零阳中路 100 号	2020/4/20
68	湖南健耳听力助听器有限公司阳谷分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	山东省聊城市阳谷县侨润办事处运河东路盛世名门 1 号楼 114 号	2020/4/27
69	湖南健耳听力助听器有限公司南昌东湖区分公司	一般项目：第一类医疗器械、第二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	江西省南昌市东湖区南京西路 111 号 2 单元 101 室	2020/4/29
70	湖南健耳听力助听器有限公司衡阳县分公司	医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	衡阳县西渡镇蒸阳大道 151-3 号	2020/4/29
71	湖南健耳听力助听器有限公司南县分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省益阳市南县南洲镇南华南路 424 号	2020/5/8
72	湖南健耳听力助听器有限公司新邵分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展	湖南省邵阳市新邵县酿溪镇新阳路 22 号 8 号	2020/5/8

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
		经营活动）		
73	湖南健耳听力助听器有限公司三亚解放路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（一般经营项目自主经营，许可经营项目凭相关许可证或者批准文件经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	海南省三亚市天涯区解放路荣昌商城 A 栋 201 房	2020/4/29
74	湖南健耳听力助听器有限公司山东天桥分公司	零售：一类医疗器械、二类医疗器械以及其他法律、法规、国务院决定等规定未禁止和不需经营许可的项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	山东省济南市天桥区工人新村北村街道毕家洼小区 66 号-67 号楼间 1 号	2020/5/11
75	湖南健耳听力助听器有限公司来宾北四路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。	广西来宾市兴宾区北四路 142 号	2020/5/14
76	湖南健耳听力助听器有限公司三亚天涯区分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（一般经营项目自主经营，许可经营项目凭相关许可证或者批准文件经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	海南省三亚市天涯区解放路儋州村社区居民委员会综合楼 A 栋第一层 103 铺面	2020/5/14
77	湖南健耳听力助听器有限公司澧县分公司	Ⅰ类医疗器械、Ⅱ类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省澧县澧阳街道办事处棚场街居委会澧阳路 260 号	2020/5/15
78	湖南健耳听力助听器有限公司道县分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市道县道江镇红星东路 325 号	2020/5/19
79	湖南健耳听力助听器有限公司桃源县分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省常德市桃源县漳江街道黄花井社区桃花大道黄花井汽车总站综合楼 103 号门面	2020/5/19
80	湖南健耳听力助听器有限公司来宾柳来路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。	广西来宾市兴宾区柳来路 677 号	2020/5/20

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
81	湖南健耳听力助听器有限公司东安县分公司	Ⅰ类医疗器械、Ⅱ类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市东安县白牙市镇建设西路55号紫金商城A栋A7号商铺	2020/6/22
82	湖南健耳听力助听器有限公司解放中路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，未经批准不得从事P2P网贷、股权众筹、互联网保险、资管及跨界从事金融、第三方支付、虚拟货币交易、ICO、非法外汇等互联网金融业务）	湖南省长沙市芙蓉区定王台街道解放中路136号蓝色地标109号	2020/6/29
83	湖南健耳听力助听器有限公司零陵分公司	I类医疗器械、II类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市零陵区新街1号临街门面第11间（原商企业改制服务办公室第11间）	2020/07/01
84	湖南健耳听力助听器有限公司南宁桃源路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械（具体项目以审批部门批准的为准）、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器零售；医疗器械技术咨询；医疗设备维修；互联网信息服务（具体项目以审批部门批准的为准）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	南宁市青秀区桃源路67号广西石油大厦附楼第二层6号商铺	2020/07/01
85	湖南健耳听力助听器有限公司邵阳县分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市邵阳县大木山上邦嘉园2号栋7号门面	2020/07/06
86	湖南健耳听力助听器有限公司留芳岭分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、卫生消毒用品、家用电器的零售；电子产品及配件、日用品的销售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙市开福区湘雅路街道留芳岭14号第2栋101号	2020/07/09
87	湖南健耳听力助听器有限公司临湘西正街分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品（不含无线电管制器材和卫星地面接收设施）及配件、卫生消毒用品、日用品的销售，家用电器的零售，医疗器械技术咨询、交流服务，医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省临湘市长安镇长安西路（现地名为:西正街37号1楼103室）	2020/07/10
88	湖南健耳听力助听器有限公司桑植县分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	张家界市桑植县澧源镇朱家台社区包二组	2020/07/13

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
89	湖南健耳听力助听器有限公司南宁仙葫路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。	南宁市青秀区仙葫大道西 325 号 2 楼	2020/07/15
90	湖南健耳听力助听器有限公司宁远分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市宁远县文庙街道春陵社区春陵路 37-5 号	2020/07/22
91	湖南健耳听力助听器有限公司西安友谊路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）	陕西省西安市碑林区友谊路 237 号 3 号楼一单元东半部	2020/07/22
92	湖南健耳听力助听器有限公司威海分公司	一般项目：在所属公司经营范围内从事一类医疗器械、二类医疗器械的销售；医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	山东省威海市环翠区文化东路 45-8 号-10	2020/07/24
93	湖南健耳听力助听器有限公司潍坊分公司	一般项目：零售：一类医疗器械、二类医疗器械（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	山东省潍坊市奎文区四平路 18 号内 8 号楼 11 号	2020/07/27
94	湖南健耳听力助听器有限公司咸阳渭阳西路分公司	一般项目：第二类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。	陕西省咸阳市秦都区渭阳西路 5 号省二纺医院 1 号楼	2020/07/29
95	湖南健耳听力助听器有限公司辰溪分公司	在隶属公司经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省怀化市辰溪县先锋路福利大厦 13 号门面	2020/07/30
96	湖南健耳听力助听器有限公司钢城分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（在总公司经营范围内从事经营活动）	山东省济南市钢城区汶源街道紫荆园小区沿街楼一楼 A5	2020/08/04
97	湖南健耳听力助听器有限公司贵港中山路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；家用电器销售；电子产品销售；日用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	广西壮族自治区贵港市港北区中山中路 2.4.6.8 号二楼	2020/08/06
98	湖南健耳听力助听器有限公司衡阳东风北路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展	湖南省衡阳市珠晖区东风北路永兴大厦 13 号向荣里 1 号 113	2020/08/06

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
		经营活动）	室	
99	湖南健耳听力助听器有限公司聊城建设西路分公司	一般项目：一类医疗器械，二类医疗器械，电子产品及配件，卫生消毒用品，日用品的销售，家用电器及电子产品，医疗用品及器材的零售：医疗器械技术咨询，交流服务：医疗设备维修：药品，医疗器械互联网信息服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	山东省聊城市东昌府区新区街道建设西路 15 号四运公司临街楼西三间	2020/08/05
100	湖南健耳听力助听器有限公司聊城卫育路分公司	一类医疗器械，二类医疗器械零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	山东省聊城市东昌府区柳园办事处卫育小区 1#商业楼 1-16 号	2020/08/05
101	湖南健耳听力助听器有限公司株洲渌口分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	株洲市渌口区渌口镇漉浦路 103-104 号	2020/08/11
102	湖南健耳听力助听器有限公司渭南第一分公司	一般项目：第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：医疗器械互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。	陕西省渭南市临渭区西南京路中段食品厂临街门面东起第三间	2020/08/18
103	湖南健耳听力助听器有限公司资兴分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	资兴市鲤鱼江中医院 13 号门面	2020/08/10
104	湖南健耳听力助听器有限公司长沙新民路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙市岳麓区桔子洲街道新民路 120 号	2020/08/13
105	湖南健耳听力助听器有限公司长沙观沙路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙市岳麓区望岳街道观沙路 160 号八方小区 A 栋铺面 116 号	2020/08/19
106	湖南健耳听力助听器有限公司德州分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（在总公司经营范围内从事经营活动）	山东省德州市德城区新湖街道办事处新湖大街 2033	2020/08/12
107	湖南健耳听力助听器有限公司汨罗分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件（不含无线电管制器材和卫星地面接收设施）、卫生消毒用品、日用品的销售，家用电器及电子产品的零售，医疗器械技术咨询、交流服务，医疗设备维修。（依	湖南省岳阳市汨罗市人民路劳动南路交叉处	2020/08/14

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
		法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	101 室	
108	湖南健耳听力助听器有限公司岳阳县分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件（不含无线电管制器材和卫星地面接收设施）、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	岳阳县荣家湾镇民中路人民银行右侧第二间门店	2020/08/11
109	湖南健耳听力助听器有限公司临清分公司	一般项目：第二类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（在总公司经营范围内从事经营活动）	山东省聊城市临清市先锋办事处更道街 404 号楼 15-3 号	2020/08/21
110	湖南健耳听力助听器有限公司茌平分公司	一般项目：第二类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（在总公司经营范围内从事经营活动）	山东省聊城市茌平区振兴街道新政西路 317 号	2020/08/26
111	湖南健耳听力助听器有限公司祁东县分公司	医疗用品及器材、其他日用品的零售；医疗用品及器材批发；家用电子产品修理；一类医疗器械、二类医疗器械；电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省衡阳市祁东县洪桥街道鼎山路与文化路交汇处 102 室	2020/9/14
112	湖南健耳听力助听器有限公司嘉禾城关镇分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省郴州市嘉禾县城关镇珠泉东路 6 号	2020/9/15
113	湖南健耳听力助听器有限公司长沙城南路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：医疗用品及器材零售；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	长沙市雨花区芙蓉路与城南路交口东北角（原南大路 98 号）二楼	2020/9/16
114	湖南健耳听力助听器有限公司泰安分公司	一般项目：第二类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（在总公司经营范围内从事经营活动）	泰安市泰山区泰前街道东岳大街以北迎胜路以西望山宾馆西邻 9 号等 7 幢楼东二间	2020/9/17
115	湖南健耳听力助听器有限公司安仁县城关镇分公司	医疗用品及器材零售；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省郴州市安仁县城关镇七一西路 167 号	2020/9/17
116	湖南健耳听力助听器有限公司新晃县分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器的零售、医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的	新晃县北街 17 栋 111 号	2020/9/22

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
		项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
117	湖南健耳听力助听器有限公司长沙高塘岭分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械批发；一类医疗器械零售；二类医疗器械零售；二类医疗器械批发；电子产品及配件的销售；卫生消毒用品批发；卫生消毒用品零售；日用品销售；家用电器及电子产品零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	长沙市望城区高塘岭街道上居一品小区 3-4 栋 0811243 幢 109 号	2020/9/23
118	湖南健耳听力助听器有限公司会同县分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的销售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省怀化市会同县林城镇中心街 8 号（林城名邸）	2020/9/25
119	湖南健耳听力助听器有限公司靖州分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省怀化市靖州苗族侗族自治县渠阳西路 11 号	2020/9/27
120	湖南健耳听力助听器有限公司南宁秀灵路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；家用电器销售；日用品销售；电子产品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	广西壮族自治区南宁市西乡塘区友爱村 5 组秀灵路 31-4、5 号 2 楼	2020/9/29
121	湖南健耳听力助听器有限公司汝城卢阳镇分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省郴州市汝城县卢阳镇卢阳大道	2020/9/30
122	湖南健耳听力助听器有限公司长沙星电阳光城分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、卫生消毒用品、日用品销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省长沙市岳麓区银盆岭街道桐梓坡路星电阳光城 4 楼-1	2020/10/10
123	湖南健耳听力助听器有限公司韶山分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	韶山市清溪镇清溪村三角元组(韶山市福康源大药房清溪店旁)	2020/10/10
124	湖南健耳听力助听器有限公司洞口县分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市洞口县文昌街道双洲路 67 号	2020/10/14
125	湖南健耳听力助听器有限公司临武县分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展	湖南省郴州市临武县舜峰镇临武大道 56 号	2020/10/14

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
		经营活动）		
126	湖南健耳听力助听器有限公司隆回县分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市隆回县桃花坪街道朝阳路 225 号	2020/10/14
127	湖南健耳听力助听器有限公司衡山县分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	湖南省衡阳市衡山县开云镇义安路 13 号	2020/10/15
128	湖南健耳听力助听器有限公司玉林教育中路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；电子产品销售；家用电器销售；日用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	广西壮族自治区玉林市教育中路东南侧(玉林市区农村信用合作联社名山信用社房屋)	2020/10/15
129	湖南健耳听力助听器有限公司沅陵县分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	沅陵县沅陵镇迎宾南路 17 号 2 号门面	2020/10/19
130	湖南健耳听力助听器有限公司南宁五一路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；电子产品销售；日用品销售；家用电器销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	南宁市江南区五一东路 7 号淡村商贸城 1#楼第五层 5162 号房	2020/10/19
131	湖南健耳听力助听器有限公司南昌新建区分公司	一般项目：第二类医疗器械销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	江西省南昌市新建区长征西路 65 号	2020/10/20
132	湖南健耳听力助听器有限公司怀化迎丰中路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省怀化市鹤城区迎丰中路 3 栋 6-7 商铺(四中大门口综合大楼)	2020/10/22
133	湖南健耳听力助听器有限公司临澧县分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省常德市临澧县安福街道四季红社区迎宾路 13 号	2020/10/23
134	湖南健耳听力助听器有限公司渭南第二分	一般项目：第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：医疗器械互联网信息服务(依	陕西省渭南市临渭区胜利大街上上	2020/10/23

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
	公司	法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。	国风 1 号楼一单元一层 4-1-1 号	
135	湖南健耳听力助听器有限公司江华分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市江华瑶族自治县沱江镇苍松路 7 号门面	2020/10/28
136	湖南健耳听力助听器有限公司宜章县分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省郴州市宜章县玉溪镇四通街 1-4 号门面	2020/10/29
137	湖南健耳听力助听器有限公司安化县分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品销售；家用电器零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省益阳市安化县东坪镇迎春中路 374-375 号(东坪镇湾竹塘)	2020/10/30
138	湖南健耳听力助听器有限公司怀化芷江分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省怀化市芷江侗族自治县芷江镇前进路佳源小区 2 栋 112 铺面	2020/11/2
139	湖南健耳听力助听器有限公司绥宁分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市绥宁县长铺镇长征路 16 号	2020/11/3
140	湖南健耳听力助听器有限公司新宁分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市新宁县金石镇园艺北路 47 号	2020/11/4
141	湖南健耳听力助听器有限公司湘西永顺分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省湘西土家族苗族自治州永顺县灵溪镇果园社区不二门路 200 号 1 楼 2 号门	2020/11/4
142	湖南健耳听力助听器有限公司昌邑分公司	一般项目：第二类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（在总公司经营范围内从事经营活动）	山东省潍坊市昌邑市都昌街道利民街 497 号东间	2020/11/4
143	湖南健耳听力	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫	湖南省永州	2020/11/5

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
	助听器有限公司永州新田分公司	生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	市新田县龙泉镇秀峰街(邮政局旁)	
144	湖南健耳听力助听器有限公司乾县第一分公司	一般项目：第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：医疗器械互联网信息服务(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。	陕西省咸阳市乾县城关街办北十字西北角 1 号	2020/11/6
145	湖南健耳听力助听器有限公司湘潭书院路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省湘潭市岳塘区书院路街道书院路 26 号 39 栋 11 号门面	2020/11/6
146	湖南健耳听力助听器有限公司常德鼎城路分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省常德市鼎城区玉霞街道迎宾社区鼎城路 267 号	2020/11/9
147	湖南健耳听力助听器有限公司海口琼山区分公司	第一类医疗机械销售；第二类医疗机械销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；日用品销售；电子产品销售；家用电器销售；专用设备维修；药品互联网信息服务；医疗器械互联网信息服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广。（一般经营项目自主经营，许可经营项目凭相关许可证或者批准文件经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	海南省海口市琼山区建国路 8 号琼山外贸大厦 1A 房	2020/11/9
148	湖南健耳听力助听器有限公司高密分公司	一般项目：第二类医疗器械销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（在总公司经营范围内从事经营活动）	山东省潍坊市高密市密水街道永安路(南)521 号 6 幢 1 号	2020/11/9
149	湖南健耳听力助听器有限公司蓝山县分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省永州市蓝山县塔峰镇塔峰路 13 号	2020/11/10
150	湖南健耳听力助听器有限公司炎陵分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省株洲市炎陵县霞阳镇文化南路 1 栋门面	2020/11/12
151	湖南健耳听力助听器有限公司河池金城中路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用品销售；家用电器销售；电子产品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	广西河池市金城江区金城中路一巷 5 号	2020/11/12
152	湖南健耳听力助听器有限公	在隶属企业经营范围内开展下列活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日	湖南省麻阳苗族自治县	2020/11/17

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
	司麻阳分公司	用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	高村镇富州北路 201-1号	
153	湖南健耳听力助听器有限公司益阳五一西路分公司	医疗用品及器材零售；一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省益阳市资阳区五一西路 207号(汽车路建设街7幢101号)	2020/11/16
154	湖南健耳听力助听器有限公司衡东分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省衡阳市衡东县洣水镇洣江大道 689 号	2020/11/20
155	湖南健耳听力助听器有限公司溆浦分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	溆浦县卢峰镇长兴路 58号	2020/11/23
156	湖南健耳听力助听器有限公司青州分公司	一般项目：第二类医疗器械销售；（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	山东省潍坊市青州市王府街道玲珑山南路 3909号	2020/11/25
157	湖南健耳听力助听器有限公司寿光分公司	一般项目：凭总公司授权开展经营活动；（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	山东省潍坊市寿光市圣城街道健康街 727 号	2020/11/25
158	湖南健耳听力助听器有限公司西安凤城八路分公司	一般项目：第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售。(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)许可项目：医疗器械互联网信息服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)	陕西省西安市经济技术开发区凤城北路北侧文景小区东二区 24 幢 1 单元 1 层 10113号	2020/11/27
159	湖南健耳听力助听器有限公司吉首人民路分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动:一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省吉首市镇溪办事处人民北路 66 号	2020/12/1
160	湖南健耳听力助听器有限公司龙山分公司	在隶属企业授权的经营范围内开展经营活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省湘西土家族苗族自治州龙山县民安街道办事处朝阳路西路 101号二楼	2020/12/2

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
161	湖南健耳听力助听器有限公司石门分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省常德市石门县楚江街道老西门社区清泉路 9 号青云商场 105 门面	2020/12/2
162	湖南健耳听力助听器有限公司汶上分公司	一般项目：第二类医疗器械销售；（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	山东省济宁市汶上县汶上街道德惠路 98 号	2020/12/8
163	湖南健耳听力助听器有限公司桂林文明路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；电子产品销售；家用电器销售；日用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	广西壮族自治区桂林市象山区文明路 87 号 3 栋 7 号商铺	2020/12/9
164	湖南健耳听力助听器有限公司琼海分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（一般经营项目自主经营，许可经营项目凭相关许可证或者批准文件经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	海南省琼海市嘉积镇东风路 47 号	2020/12/9
165	湖南健耳听力助听器有限公司宾阳分公司	一般项目：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	南宁市宾阳县宾州镇仁爱社区宾中路 20 号	2020/12/10
166	湖南健耳听力助听器有限公司北流城东一路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用品销售；电子产品销售；家用电器销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	广西壮族自治区玉林市北流市北流镇城东一路 0100 号	2020/12/14
167	湖南健耳听力助听器有限公司宝鸡第三分公司	一般项目：第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：医疗器械互联网信息服务(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。	陕西省宝鸡市金台区东风路 54/55 号中区 2 层 10 号	2020/12/14
168	湖南健耳听力助听器有限公司西安团结路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售。(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)许可项目：医疗器械互联网信息服务。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)	陕西省西安市莲湖区团结东路西电医院新建一层商业用房由西向东第十一间	2020/12/16
169	湖南健耳听力助听器有限公司桂林中山北路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；电子产品销售；家用电器销售；日用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	广西桂林市叠彩区中山北路 3 号 1 栋 2-2 号办公室	2020/12/16

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
170	湖南健耳听力助听器有限公司浏阳分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	浏阳市集里街道金沙北路 409-411 号	2020/12/17
171	湖南健耳听力助听器有限公司宁阳分公司	一般项目：第二类医疗器械销售；（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	山东省泰安市宁阳县八仙桥富源巷西南 7 号 1 幢 9050	2020/11/18
172	湖南健耳听力助听器有限公司咸阳毕塬路分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：医疗器械互联网信息服务(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。	陕西省咸阳市秦都区毕塬路中段 10 号第一人民医院东侧由东向西第 12 间	2020/12/21
173	湖南健耳听力助听器有限公司邵阳双清分公司	在隶属企业经营范围内开展下列经营活动：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	湖南省邵阳市双清区铁砂岭路 5-6 号门面	2020/12/23
174	湖南健耳听力助听器有限公司河池金城中路第二分公司	一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；电子产品销售；家用电器销售；日用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	广西壮族自治区河池市金城江区金城中路 314 号(教师进修学校临街职工宿舍 2 楼)	2020/12/23
175	湖南健耳听力助听器有限公司梁山分公司	一般项目：凭总公司授权开展经营活动；（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）	山东省济宁市梁山县水泊街道水泊南路 113 号	2020/12/23
176	湖南健耳听力助听器有限公司南昌象山北路分公司	一般项目：凭总公司授权开展经营活动（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	江西省南昌市东湖区象山北路 119 号二层	2020/12/24
177	湖南健耳听力助听器有限公司儋州分公司	一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务（一般经营项目自主经营，许可经营项目凭相关许可证或者批准文件经营）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）	海南省儋州市那大农垦南路 5 号	2020/12/30
178	山西科源医疗器械销售有限公司太原分公司	医疗器械经营；针纺织品、消毒设备、化妆品、卫生用品、计生用品、保健品、日用品、艾制品、医疗耗材、消毒用品、家具、婴儿用品、消毒剂、电子产品及配件、医疗实验室设备、器具的销售货物进出口、技术进出口会议服务、展览展示服务、道路货物运输、	山西省太原市迎泽区东岗路 134 号 5 单元 1 楼 2 号	2019/8/20

序号	公司名称	经营范围	注册地	成立时间
		互联网信息服务、医疗信息技术咨询服务		
179	武汉市科诚医疗器械有限公司汉口体验中心	医疗器械技术咨询；网上销售家用电器、电子产品（依法须经审批的项目，经相关部门审批后方可开展经营活动）。	武汉市江汉区解放大道549号创世纪广场A单元16层19室	2018/01/15

六、发行人主要股东和实际控制人情况

（一）控股股东及实际控制人的基本情况

1、实际控制人的基本情况

截至本招股说明书签署日，股东张敏直接持有可孚医疗7.77%股权，股东聂娟直接持有可孚医疗2.23%股权。公司股东张敏与聂娟为夫妻关系，该两人为一致行动人，通过械字号投资间接控制可孚医疗 54.54%股权，通过科源同创间接控制可孚医疗 7.77%股权。股东张敏与聂娟共同控制可孚医疗72.31%股权，为可孚医疗的共同实际控制人。

张敏先生，身份证号：43098119791111****，中国国籍，无境外永久居留权，住所为长沙市芙蓉区五一大道****。

聂娟女士，身份证号：43230119790922****，中国国籍，无境外永久居留权，住所为长沙市芙蓉区五一大道****。

2、控股股东的基本情况

械字号投资持有本公司 6,544.6095 万股股份，占本公司发行前总股本的 54.54%，为公司控股股东。其主要情况如下所示：

企业名称	长沙械字号医疗投资有限公司
注册资本	10,000 万元
实收资本	5,630 万元
法定代表人	张敏
住　所	长沙市雨花区振华路 199 号湖南环保科技产业园创业中心 101（546）室
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	以企业自有资金对医疗领域项目进行投资、投资管理、投资咨询（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立日期	2017-09-07

营业期限	2017-09-07 至 2067-09-06		
股权结构	**股东姓名**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	张敏	9,000.00	90.00
	聂娟	1,000.00	10.00
	主要财务数据（万元）（经湘楚审计）		
期间	2020 年 12 月 31 日/2020 年度		
总资产	9,329.12		
净资产	6,467.94		
净利润	959.70		

主营业务及与发行人主营业务的关系：械字号投资主要从事以企业自有资金对医疗领域项目进行投资、投资管理、投资咨询，可孚医疗主要从事家用医疗器械的研发、生产、销售和服务。

截至本招股说明书签署日，械字号投资除持有发行人股份外，未再投资其他企业，亦未开展经营活动，不存在因经营方面违法违规受到行政处罚的情形。

（二）持有公司 5%以上股份的其他股东情况

1、科源同创

科源同创持有本公司 931.9139 万股股份，占本公司发行前总股本的 7.77%。其主要情况如下所示：

企业名称	长沙科源同创企业管理中心（有限合伙）			
成立日期	2017-09-06			
注册资本	1,000 万元			
实收资本	782 万元			
执行事务合伙人	张敏			
注册地与主要生产经营地	长沙市雨花区振华路 199 号湖南环保科技产业园创业中心 101（545）			
经营范围	企业管理咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
实际控制人	张敏、聂娟			
合伙人情况	**合伙人姓名**	**合伙人类型**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	聂娟	有限合伙人	550.00	55.00
	张志明	有限合伙人	400.00	40.00
	张敏	普通合伙人	50.00	5.00

截至本招股说明书签署日，科源同创除持有发行人股份外，未再投资其他企业，亦未开展经营活动，不存在因经营方面违法违规受到行政处罚的情形。

2、张志明

截至本招股说明书签署日，股东张志明直接持有可孚医疗 4.66%股权，通过科源同创间接持有可孚医疗 3.11%股权，共计持有可孚医疗 7.77%股权。

张志明先生，身份证号：43091119790422****，中国国籍，无境外永久居留权，住所为湖南省安化县冷市镇****。

3、宁波怀格

（1）基本情况

宁波怀格持有本公司 810.3599 万股股份，占本公司发行前总股本的 6.75%。其主要情况如下所示：

企业名称	宁波怀格共信股权投资合伙企业（有限合伙）			
成立日期	2017-07-20			
注册资本	37,500 万元			
实收资本	37,500 万元			
执行事务合伙人	宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）			
注册地与主要生产经营地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C0052			
经营范围	股权投资及相关咨询服务。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）			
合伙人情况	**合伙人姓名/名称**	**合伙人类型**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	珠海康德莱医疗产业投资有限公司	有限合伙人	9,000.00	24.00
	杭州工商信托股份有限公司	有限合伙人	4,000.00	10.67
	王锴	有限合伙人	3,850.00	10.27
	姚杰	有限合伙人	3,200.00	8.53
	胡志荣	有限合伙人	3,000.00	8.00
	国元创新投资有限公司	有限合伙人	2,000.00	5.33
	定立中	有限合伙人	1,600.00	4.27
	胡国祥	有限合伙人	1,200.00	3.20
	欧兰婷	有限合伙人	1,000.00	2.67
	秦小艳	有限合伙人	1,000.00	2.67

	韩雪	有限合伙人	1,000.00	2.67
	郑赛格	有限合伙人	1,000.00	2.67
	郑清	有限合伙人	700.00	1.87
	孙建锋	有限合伙人	600.00	1.60
	曹晟	有限合伙人	500.00	1.33
	顾玮	有限合伙人	500.00	1.33
	智文艳	有限合伙人	500.00	1.33
	金雪娣	有限合伙人	500.00	1.33
	薛妹凤	有限合伙人	500.00	1.33
	赵尧林	有限合伙人	500.00	1.33
	宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	400.00	1.07
	宋浩	有限合伙人	300.00	0.80
	郭翔	有限合伙人	300.00	0.80
	何永清	有限合伙人	200.00	0.53
	水华	有限合伙人	150.00	0.40

宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）为宁波怀格执行事务合伙人，同时持有宁波怀格 1.07%的出资份额，其基本情况如下：

企业名称	宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）			
成立日期	2017-04-12			
执行事务合伙人	王锴			
注册地与主要生产经营地	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C0156			
经营范围	投资管理、资产管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
实际控制人	王锴			
合伙人情况	**合伙人姓名**	**合伙人类型**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	赵威	有限合伙人	850.00	85.00
	定立中	有限合伙人	50.00	5.00
	方圣石	有限合伙人	50.00	5.00
	杜江波	有限合伙人	40.00	4.00
	王锴	普通合伙人	10.00	1.00

宁波怀格基金管理人为宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙），该公司已办理完毕私募基金管理人登记手续，登记编号为 P1063456。宁波怀格现持有中国证券投

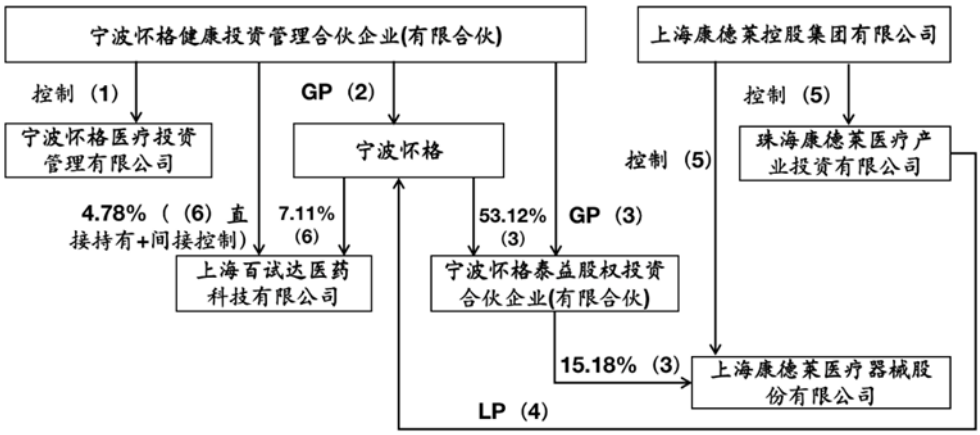
资基金业协会核发的编号为 SW7403 的《私募投资基金备案证明》。

宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）为发行人股东宁波怀格的普通合伙人，发行人董事方圣石系宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）的有限合伙人，持有该企业 5%的份额。此外，方圣石在宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）担任项目管理总监。宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）非发行人直接股东，且其间接持有发行人的股份亦未达到 5%，发行人董事方圣石仅持有该企业 5%份额，且未担任该企业的普通合伙人，并不控制该企业，宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）不适用上述《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》《上市公司信息披露管理办法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》中关于关联方的认定情形。

此外，宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）与发行人之间不存在业务、资金往来的情形。

（2）与宁波怀格医疗投资管理有限公司、宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）、珠海康德莱医疗产业投资有限公司、上海康德莱医疗器械股份有限公司、上海百试达医药科技有限公司之间的关联关系

上述主体之间的关联关系情况如下：



1）宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）系宁波怀格医疗投资管理有限公司的控股股东，直接持有其 25%股权，通过其持股 99%的控股子公司上海怀格实业发展有限公司间接持有其 75%股权；

2）宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）系宁波怀格的普通合伙人/基金管理人，认缴出资额为 400 万元，占认缴出资总额的 1.07%；

3）宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）系宁波怀格泰益股权投资合伙企业（有限合伙）的普通合伙人/基金管理人，认缴出资额为 200 万元，占认缴出资总额的 1.56%，宁波怀格系宁波怀格泰益股权投资合伙企业（有限合伙）的有限合伙人，认缴出资额为 6,800 万元，占认缴出资总额的 53.12%，宁波怀格泰益股权投资合伙企业（有限合伙）持有上海康德莱医疗器械股份有限公司（1501.HK）2,520 万股内资股，占其总股本的 15.18%；

4）珠海康德莱医疗产业投资有限公司系宁波怀格的有限合伙人，认缴出资额为 9,000 万元，占认缴出资总额的 24%；

5）珠海康德莱医疗产业投资有限公司与上海康德莱医疗器械股份有限公司为同受上海康德莱控股集团有限公司控制的公司，上海康德莱控股集团有限公司持有上海康德莱企业发展集团股份有限公司（603987.SH）39.74%股份，上海康德莱企业发展集团有限公司持有上海康德莱医疗器械股份有限公司（1501.HK）25.82%内资股股份，上海康德莱控股集团有限公司持有珠海康德莱医疗产业投资有限公司 90%股权；

6）宁波怀格持有上海百试达医药科技有限公司注册资本 117.8823 万元，持股比例为 7.11%，宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）直接持有上海百试达医药科技有限公司注册资本 25.6471 万元，持股比例为 1.55%，宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）担任普通合伙人/基金管理人的景宁怀格瑞信创业投资合伙企业（有限合伙）持有上海百试达医药科技有限公司注册资本 53.5294 万元，持股比例为 3.23%，故宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）直接以及通过景宁怀格瑞信创业投资合伙企业（有限合伙）间接合计控制上海百试达医药科技有限公司 4.78%。

（3）报告期内发行人与宁波怀格、上海康德莱医疗器械股份有限公司及其关联方之间的业务合作情况

1）销售情况

单位：万元

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
温州康德莱医疗器械有限公司	-	-	-	-	-	-
湖南康德莱医疗器械有限责任公司	311.75	0.13%	359.34	0.25%	173.97	0.16%
上海康德莱国际商贸有	-	-	0.77	0.00%	0.23	0.00%

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
限公司						
自贡康德莱医疗科技有限公司	0.73	0.00%	-	-	-	-
四川康德莱医疗科技有限公司	0.70	0.00%	-	-	-	-
合计	**313.18**	**0.13%**	**360.11**	**0.25%**	**174.20**	**0.16%**

注：上述占比为占当期营业收入的比。

2）采购情况

单位：万元

公司名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
南昌康德莱医疗科技有限公司	-	-	-8.66	-0.01%	96.69	0.13%
温州康德莱医疗器械有限公司	-	-	129.36	0.13%	501.58	0.69%
湖南康德莱医疗器械有限责任公司	418.28	0.33%	324.70	0.32%	48.11	0.07%
上海康德莱企业发展集团股份有限公司	62.07	0.05%	43.07	0.04%	23.60	0.03%
浙江康德莱医疗器械股份有限公司	727.21	0.57%	276.97	0.28%	-	-
合计	**1,207.56**	**0.95%**	**765.44**	**0.76%**	**669.98**	**0.92%**

注：上述占比为占当期采购总额的比。

上述企业均为上海康德莱医疗器械股份有限公司的关联方。发行人与上海康德莱医疗器械股份有限公司关联方之间的交易金额占比较小，交易价格公允，不存在利益输送的情形。

3）其他业务情况

①上海康德莱控股集团有限公司作为担保人为发行人子公司湖南科源、杭州工商信托股份有限公司（以下简称“杭州信托”）之间的信托合作事宜提供保证担保。

为拓展融资渠道，2018年6月，湖南科源、杭州信托、上海康德莱控股集团有限公司签署《合作协议》《资产买卖协议》，约定湖南科源及其适格子公司以应收账款作为基础资产转让给杭州信托进行融资，杭州信托为杭工信·共赢1号医疗供应链金融集合资金信托计划的受托人以信托资金受让湖南科源的基础资产。张敏、聂娟、发行人、上海康德莱控股集团有限公司作为担保方，向杭州信托提供连带责任保证

担保。该信托计划发行的信托单位分为优先级单位和普通级单位，其中优先级信托单位优先收取本金及基础收益，普通级信托单位在优先级单位后收取本金及基础收益，如有剩余，由普通级信托单位取得超额收益。

上海康德莱控股集团有限公司本身为杭工信·共赢1号医疗供应链金融集合资金信托计划普通级单位认购人，其在优先级单位认购人后享受收益，具有劣后性质，享受高收益承担高风险。根据杭州信托设置的信托方案，湖南科源与杭州信托之间的合作需第三方提供担保，上海康德莱控股集团有限公司作为信托计划的普通级单位认购人及投资顾问，看好湖南科源与杭州信托之间的合作，认为其风险较小，遂同意与发行人、张敏、聂娟一起共同为湖南科源提供保证担保，且张敏、聂娟向上海康德莱控股集团有限公司提供反担保。上海康德莱控股集团有限公司关于此次担保未收取担保费且不存在其他利益安排。

杭州信托自2018年6月28日起，以受让湖南科源及其子公司的应收账款的形式，累计向湖南科源放款7,700万元。截至2019年7月16日，湖南科源已自杭州信托赎回了相应的基础资产，提前终止了上述《合作协议》《资产买卖协议》，相关担保合同亦随之终止。

②2018年10月，湖南科源向杭州信托申请第三笔信托资金时，信托计划尚有500万元普通级单位份额未认购完毕，杭州信托暂无法向湖南科源提供融资款项，为保证湖南科源快速获得融资款项，杭州信托建议由湖南科源母公司即发行人作为普通级单位认购人认购杭工信·共赢1号医疗供应链金融集合资金信托计划的剩余份额，为此，发行人以500万元参与认购了杭州信托发行的上述杭工信·共赢1号医疗供应链金融集合资金信托计划500万份普通级信托单位。

2018年末至2019年7月，发行人为满足业务发展的需要通过股权融资获得2.4亿元资金，同时，随着发行人业务规模扩大，银行授信规模扩大，故湖南科源赎回了相应的基础资产。该信托计划的基础资产为医疗相关行业因交易行为而产生的应收账款、预付账款及存货等各类资产以及以该等资产作为抵质押物而形成的投融资合作资产。2019年8月，发行人拟退出上述信托计划，便与上海康德莱控股集团有限公司（信托计划的另一认购方）签署了《信托受益权/信托单位转让协议》，协议约定，发行人将其持有的杭州信托发行的500万份杭工信·共赢1号医疗供应链金融集合资金信托计划普通级信托单位以人民币520.42万元价格转让给上海康德莱控股集团有限公司，并由上海康德莱控股集团有限公司承继该信托单位相关的所有权利、义务及

投资风险，根据双方确认，该价格为参考普通级信托单位实时收益确定，定价公允，相关会计处理符合《企业会计准则》规定。

4）报告期内发行人与宁波怀格存在对赌协议，具体情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（五）本次发行前涉及的对赌协议及其解除情况”。该对赌协议已于 2020 年 6 月解除。

除上述的业务合作及对赌协议外，发行人与宁波怀格、上海康德莱医疗器械股份有限公司及其关联方之间不存在利益输送、对赌协议、其他利益安排或影响发行人独立性的情形。

（4）报告期内宁波怀格、上海康德莱控股集团有限公司及其关联方与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管之间的关联关系或其他利益安排

1）发行人董事方圣石为宁波怀格普通合伙人宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）的有限合伙人，并持有宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）5%的份额；同时，方圣石为宁波怀格普通合伙人宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）的委派代表。

发行人董事方圣石现任宁波怀格普通合伙人宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）控制的企业宁波怀格医疗投资管理有限公司董事、宁波怀格及宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）参股公司上海百试达医药科技有限公司董事，上海康德莱控股集团有限公司二级控股子公司上海康德莱医疗器械股份有限公司（HK01501）的非执行董事。

2）上海康德莱控股集团有限公司为发行人控股子公司成都科泓的参股股东，上海康德莱控股集团有限公司持有成都科泓 10%股权。

3）发行人股东宁波怀格的有限合伙人珠海康德莱医疗产业投资有限公司为上海康德莱控股集团有限公司的控股子公司。

4）康德莱控股下属控股子公司温州康德莱医疗器械有限公司、湖南康德莱医疗器械有限责任公司、上海康德莱国际商贸有限公司为发行人客户；康德莱控股下属控股子公司南昌康德莱医疗科技有限公司、温州康德莱医疗器械有限公司、湖南康德莱医疗器械有限责任公司、浙江康德莱医疗器械股份有限公司及康德莱（SH603987）为发行人供应商。

5）宁波怀格现持有发行人供应商吉芮医疗器械（上海）有限公司 16.27%股权。

除上述关系外，宁波怀格、上海康德莱控股集团有限公司及其关联方与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高管之间不存在其他关联关系或其他利益安排，与发行人主要客户、供应商之间不存在资金业务往来、关联关系或其他利益安排。

4、湘潭鼎信

湘潭鼎信及长沙鼎信的执行事务合伙人同为湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司。湘潭鼎信及长沙鼎信合计持有公司发行前总股本的 5.25%。其中，湘潭鼎信持有本公司 390.8795 万股股份，占本公司发行前总股本的 3.26%。其主要情况如下所示：

企业名称	湘潭产兴鼎信私募股权基金企业（有限合伙）			
成立日期	2018-12-11			
注册资本	6,790 万元			
实收资本	6,790 万元			
执行事务合伙人	湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司			
注册地与主要生产经营地	湖南湘潭市昭山两型产业发展中心西附楼三楼 308-2			
经营范围	从事非上市类股权投资活动及相关咨询服务（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款等金融业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
合伙人情况	**合伙人姓名/名称**	**合伙人类型**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	湖南健康产业园投资有限公司	有限合伙人	3,000.00	44.18
	湘潭股权投资有限公司	有限合伙人	2,900.00	42.71
	湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司	普通合伙人	250.00	3.68
	湖南中洁新源环境科技有限公司	有限合伙人	200.00	2.95
	戴智勇	有限合伙人	140.00	2.06
	谢成昆	有限合伙人	100.00	1.47
	李昕	有限合伙人	100.00	1.47
	湘潭产兴私募股权基金管理有限责任公司	普通合伙人	100.00	1.47

湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司为湘潭鼎信执行事务合伙人，同时持有湘潭鼎信 3.68%的出资份额，其基本情况如下：

企业名称	湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司

成立日期	2012-06-07		
注册资本	1000 万元		
法定代表人	刘锐		
注册地与主要生产经营地	长沙高新开发区岳麓西大道 588 号芯城科技园 4 栋 304G 房		
经营范围	股权投资管理；以自有资金进行股权投资；投资咨询服务（以上经营范围不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
实际控制人	黄飙		
股东情况	**股东姓名/名称**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
股东情况	黄飙	390.00	39.00
	蒋兮	210.00	21.00
	陈金华	130.00	13.00
	刘锐	110.00	11.00
	陈楚雯	60.00	6.00
	李庆九	50.00	5.00
	王安祺	20.00	2.00
	王力	10.00	1.00
	何凡	10.00	1.00
	李铁俊	10.00	1.00

湘潭鼎信基金管理人为湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司，该公司已办理完毕私募基金管理人登记手续，登记编号为 P1005668。湘潭鼎信现持有中国证券投资基金业协会核发的编号为 SGM934 的《私募基金备案证书》。

5、长沙鼎信

湘潭鼎信及长沙鼎信的执行事务合伙人同为湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司。湘潭鼎信及长沙鼎信合计持有公司发行前总股本的 5.25%。其中，长沙鼎信持有本公司 239.2945 万股股份，占本公司发行前股份 1.99%。其主要情况如下所示：

企业名称	长沙雨花经开鼎信私募股权基金合伙企业（有限合伙）
成立日期	2019-05-13
注册资本	3,450 万元
实收资本	3,450 万元
执行事务合伙人	湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司
注册地与主要生产经营地	长沙市雨花区振华路 199 号湖南环保科技产业园创新中心 101 号

经营范围	从事非上市类股权投资活动及相关咨询服务（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款等金融业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
合伙人情况	**合伙人姓名/名称**	**合伙人类型**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	长沙雨花经开创新投资有限公司	有限合伙人	1,500.00	43.48
	长沙经济技术开发区东方产业投资有限公司	有限合伙人	700.00	20.29
	龙文选	有限合伙人	210.00	6.09
	胡赞兵	有限合伙人	200.00	5.80
	龚超	有限合伙人	200.00	5.80
	蒋昕	有限合伙人	200.00	5.80
	刘素常	有限合伙人	120.00	3.48
	湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司	普通合伙人	120.00	3.48
	吕阳	有限合伙人	100.00	2.90
	李金波	有限合伙人	100.00	2.90

湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司为长沙鼎信执行事务合伙人及基金管理人，同时持有长沙鼎信 3.48%的出资份额，其基本情况详见本部分之“4、湘潭鼎信”。长沙鼎信现持有中国证券投资基金业协会核发的编号为 SGV007 的《私募基金备案证书》。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除控制本公司及本公司子公司外，本公司控股股东械字号投资不存在直接或间接控制的其他企业。本公司共同实际控制人为张敏及聂娟。张敏及聂娟除控制械字号投资、科源同创及本公司及其子公司外，不存在直接或间接控制的其他企业。

（四）控股股东、实际控制人的股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东、实际控制人直接或间接所持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

（五）本次发行前涉及的对赌协议及其解除情况

1、对赌情况

发行人在引入宁波怀格、湘潭鼎信、广州丹麓、湖南泊富、湖南文旅、长沙鼎信、盐津控股等投资方时，发行人及其控股股东、实际控制人等与上述投资方签署了相关增资协议之补充协议、投资协议之补充协议、股权转让协议之补充协议（以下简称“对赌协议”），约定了业绩承诺、回购、清算分配权等特殊权利义务条款。

2、对赌解除情况

2020 年 6 月，发行人控股股东、实际控制人等与上述投资方签署了对赌协议之终止协议，相关终止条款约定情况如下：

投资方	解除条款	解除时间
宁波怀格	1、各方同意终止对赌协议，如发行人未达到对赌协议约定的承诺业绩，投资方同意免除发行人及其控股股东、实际控制人的估值调整义务； 2、各方目前不存在且将来亦不会就业绩承诺、股份回购及其他特殊承诺与保证等事宜以其他协议或类似文书形式另做安排；投资方确保不会就业绩承诺、股份回购及其他特殊承诺与保证等事宜向发行人及其控股股东、实际控制人主张任何权益； 3、若公司终止或放弃上市计划，或者公司上市申请被否决，或者公司上市申报材料被撤回，则除对赌协议中的“业绩承诺与估值调整”相关条款不再恢复外，其余条款自行恢复。	2020 年 6 月
湘潭鼎信、广州丹麓、湖南泊富、湖南文旅、长沙鼎信、盐津控股	1、各方同意终止对赌协议； 2、各方目前不存在且将来亦不会就业绩承诺、股份回购及其他特殊承诺与保证等事宜以其他协议或类似文书形式另做安排；投资方确保不会就业绩承诺、股份回购及其他特殊承诺与保证等事宜向发行人及其控股股东、实际控制人主张任何权益； 3、若公司中止或放弃上市计划，或者公司上市申请被否决，或者公司上市申报材料被撤回，则补充协议的效力即自行恢复。	2020 年 6 月

注： 2021 年 6 月，湖南文旅与发行人、控股股东、实际控制人等签署增资协议之补充协议二，就对赌协议中回购权益相关事宜进行约定，免除对赌协议中约定的回购情形项下公司的回购义务，即使在恢复履行对赌协议情形下，公司亦不再作为补充协议中约定回购义务的履行主体。

3、对赌触发情况

对赌协议存续期间，发行人及其控股股东、实际控制人与投资方宁波怀格的业绩承诺条款已触发，但根据各方签署的对赌协议之终止协议，如发行人未达到对赌协议约定的承诺业绩，宁波怀格同意免除发行人及其控股股东、实际控制人的估值调整义务。

4、对赌协议解除对本次发行上市的影响

各方签署的对赌协议均已终止，发行人不再作为协议中的责任承担方，不再为对赌协议的当事人，不存在导致公司控制权变化的情形，对赌协议未与发行人市值条件挂钩。

对赌条款仅在发行人不能成功上市时触发，如发行人成功实现上市，则对赌条款的终止不可恢复，不会对发行人持续经营能力或投资者产生严重影响。

综上，保荐机构认为，上述对赌协议已终止，发行人与投资者不存在正在执行的对赌协议或者其他类似安排，且相关投资方已豁免承诺人的义务，本次发行上市审核过程不会触发未成功上市恢复条款，涉及未成功上市的相关特殊安排不影响发行人本次发行的实质条件，不构成本次发行的实质障碍。

发行人律师认为，上述对赌协议已终止，发行人与投资者不存在正在执行的对赌协议或者其他类似安排，且相关投资人已豁免承诺人的义务，本次发行上市审核过程不会触发未成功上市恢复条款，涉及未成功上市的相关特殊安排不影响发行人本次发行的实质条件，不构成本次发行的实质障碍。

（六）私募基金股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有 6 家的私募基金股东，具体情况如下：

1、宁波怀格

宁波怀格持有本公司 810.3599 万股股份，占本公司发行前总股本的 6.75%，其具体情况详见本节之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的其他股东情况”之“3、宁波怀格”。

2、湘潭鼎信

湘潭鼎信持有本公司 390.8795 万股股份，占本公司发行前总股本的 3.26%，其具体情况详见本节之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的其他股东情况”之“4、湘潭鼎信”。

3、长沙鼎信

长沙鼎信持有本公司 239.2945 万股股份，占本公司发行前股份 1.99%。具体情况详见本节之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的其他股东情况”之“5、长沙鼎信”。

4、广州丹麓

广州丹麓持有本公司 467.6253 万股股份，占本公司发行前股份的 3.9%。其主要情况如下所示：

企业名称	广州丹麓创业投资基金合伙企业（有限合伙）			
成立日期	2018-04-26			
执行事务合伙人	广州丹麓股权投资管理有限公司			
注册地与主要生产经营地	广州市南沙区珠江街南江二路 6 号自编 1 栋 2083 号			
经营范围	创业投资咨询业务；创业投资；项目投资（不含许可经营项目，法律法规禁止经营的项目不得经营）；投资咨询服务；			
合伙人情况	**合伙人姓名**	**合伙人类型**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	星界新经济股权投资基金（深圳）合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	8,400.00	16.63
	汤臣倍健股份有限公司	有限合伙人	6,000.00	11.88
	国投创合国家新兴产业创业投资引导基金（有限合伙）	有限合伙人	6,000.00	11.88
	广州南沙产业投资基金管理有限公司	有限合伙人	5,000.00	9.90
	青岛淳文股权投资企业（有限合伙）	有限合伙人	3,600.00	7.13
	宁波梅山保税港区红杉泰信投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	3,000.00	5.94
	江苏溧阳光控股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	3,000.00	5.94
	湖南光控星宸股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	3,000.00	5.94
	广州丹峰创业投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	2,750.00	5.45
	广州市中小企业发展基金有限公司	有限合伙人	2,450.00	4.85
	广州温氏投资有限公司	有限合伙人	2,000.00	3.96
	宁波大榭旭腾创股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	2,000.00	3.96
	雷雯	有限合伙人	1,050.00	2.08
	广州丹麓股权投资管理有限公司	普通合伙人	1,000.00	1.98
	于淼	有限合伙人	1,000.00	1.98
	广州丹麓创业投资合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	250.00	0.50

广州丹麓股权投资管理有限公司为广州丹麓执行事务合伙人，同时持有广州丹麓1.98%的出资份额，其基本情况如下：

企业名称	广州丹麓股权投资管理有限公司
成立日期	2017-12-08
法定代表人	陆勤超

注册地与主要生产经营地	广州市南沙区珠江街南江二路 6 号自编 1 栋 2319（仅限办公）		
经营范围	受托管理股权投资基金；股权投资管理		
实际控制人	陆勤超		
股东情况	**股东姓名/名称**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
股东情况	陆勤超	1,866.666	60.00
	苏震波	933.333	30.00
	上海丹麓医疗科技中心（有限合伙）	311.111	10.00

广州丹麓基金管理人为广州丹麓股权投资管理有限公司，该公司已办理完毕私募基金管理人登记手续，登记编号为 P1068104。广州丹麓现持有中国证券投资基金业协会核发的编号为 SEG080 的《私募基金备案证书》。

5、湖南文旅

湖南文旅持有本公司 389.6878 万股股份，占本公司发行前股份的 3.25%。其主要情况如下所示：

企业名称	湖南文化旅游创业投资基金企业（有限合伙）			
成立日期	2010-12-21			
执行事务合伙人	湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司			
注册地与主要生产经营地	湖南省长沙市岳麓区观沙岭街道滨江路 188 号湘江基金小镇 13#栋 3 层（集群注册）			
经营范围	以自有资产进行股权投资、创业投资，投资咨询服务（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
合伙人情况	**合伙人姓名/名称**	**合伙人类型**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	湖南高新创业投资集团有限公司	有限合伙人	59,500.00	27.14
	湖南电广传媒股份有限公司	有限合伙人	59,000.00	26.91
	湖南出版投资控股集团有限公司	有限合伙人	23,500.00	10.72
	长沙先导产业投资有限公司	有限合伙人	23,500.00	10.72
	湖南广播电视台	有限合伙人	15,000.00	6.84
	湖南盛力投资有限责任公司	有限合伙人	14,000.00	6.39
	湖南省文化旅游产业投资基金管理中心	有限合伙人	10,000.00	4.56
	湖南日报报业集团有限公司	有限合伙人	5,500.00	2.51
	湖南省煤业集团有限公司	有限	3,000.00	1.37

		合伙人		
	湖南省旅游局导游服务中心	有限合伙人	3,000.00	1.37
	湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司	普通合伙人	2,230.00	1.02
	湖南省博物馆	有限合伙人	1,000.00	0.46

湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司为湖南文旅执行事务合伙人，同时持有湖南文旅 1.02%的出资份额，其基本情况如下：

企业名称	湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司		
成立日期	2010-10-21		
注册资本	3000 万元		
法定代表人	刘昼		
注册地与主要生产经营地	湖南省长沙市岳麓区观沙岭街道滨江路 188 号湘江基金小镇 13#栋 3 层（集群注册）		
经营范围	以自有资产进行创业投资及投资咨询（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）；为创业企业提供创业管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
实际控制人	湖南省国有文化资产监督管理委员会		
股东情况	**股东姓名/名称**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
股东情况	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司	1,800.00	60.00
	湖南高新创业投资集团有限公司	900.00	30.00
	刘昼	90.00	3.00
	胡德华	75.00	2.50
	齐慎	75.00	2.50
	肖冰	60.00	2.00

湖南文旅基金管理人为湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司，该公司已办理完毕私募基金管理人登记手续，登记编号为 P1001661。湖南文旅现持有中国证券投资基金业协会核发的编号为 SD2627 号《私募基金备案证书》。

6、湖南泊富

湖南泊富持有本公司 233.5743 万股股份，占本公司发行前股份 1.95%。其主要情况如下所示：

企业名称	湖南泊富文化产业投资基金企业（有限合伙）
成立日期	2016-01-04
执行事务合伙人	湖南泊富基金管理有限公司

注册地与主要生产经营地	湖南省长沙市岳麓区观沙岭街道滨江路 188 号湘江基金小镇 2#栋 2 层 204-102 房			
经营范围	以自有资产进行股权投资、项目投资、文化旅游产业投资、影院投资、公园投资、养老院投资，投资管理，受托管理股权投资基金（以上经营范围不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
合伙人情况	**合伙人名称**	**合伙人类型**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	中南出版传媒集团股份有限公司	有限合伙人	40,000.00	97.56
	湖南泊富基金管理有限公司	普通合伙人	1,000.00	2.44

湖南泊富基金管理有限公司为湖南泊富执行事务合伙人，同时持有湖南泊富 2.44%的出资份额，其基本情况如下：

企业名称	湖南泊富基金管理有限公司		
成立日期	2015-12-18		
注册资本	5000 万元		
法定代表人	李峥砺		
注册地与主要生产经营地	长沙市开福区营盘东路 38 号		
实际控制人	湖南省人民政府		
经营范围	私募基金管理；以自有资产进行股权投资、创业投资，投资管理（不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发行票据、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
股东情况	**股东名称**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	中南出版传媒集团股份有限公司	5000.00	100.00

湖南泊富基金管理人为湖南泊富基金管理有限公司，该公司已办理完毕私募基金管理人登记手续，登记编号为 P1063230。湖南泊富现持有中国证券投资基金业协会核发的编号为 SW2233 的《私募基金备案证书》。

七、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

公司本次发行前总股本为 12,000 万股，此次拟公开发行不超过 4,000 万股，本次发行全部为新股发行。本次发行前后公司股本结构如下：

序号	**股东姓名/名称**	**本次发行前**		**本次发行后**	
		股份（万股）	**比例（%）**	**股份（万股）**	**比例（%）**
1	械字号投资	6,544.6095	54.54	6,544.6095	40.90

序号	股东姓名/名称	本次发行前		本次发行后	
		股份（万股）	比例（%）	股份（万股）	比例（%）
2	张敏	931.9139	7.77	931.9139	5.82
3	科源同创	931.9139	7.77	931.9139	5.82
4	宁波怀格	810.3599	6.75	810.3599	5.06
5	张志明	559.1483	4.66	559.1483	3.49
6	广州丹麓	467.6253	3.90	467.6253	2.92
7	湘潭鼎信	390.8795	3.26	390.8795	2.44
8	湖南文旅	389.6878	3.25	389.6878	2.44
9	聂娟	268.1338	2.23	268.1338	1.68
10	长沙鼎信	239.2945	1.99	239.2945	1.50
11	湖南泊富	233.5743	1.95	233.5743	1.46
12	胡红霞	154.9217	1.29	154.9217	0.97
13	盐津控股	77.9376	0.65	77.9376	0.49
本次发行流通股		**-**	**-**	**4,000.00**	**25.00**
合计		**12,000.00**	**100.00**	**16,000.00**	**100.00**

（二）发行前发行人前 10 名股东

截至本招股说明书签署日，公司股东情况如下：

序号	姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	械字号投资	6,544.6095	54.54
2	张 敏	931.9139	7.77
3	科源同创	931.9139	7.77
4	宁波怀格	810.3599	6.75
5	张志明	559.1483	4.66
6	广州丹麓	467.6253	3.90
7	湘潭鼎信	390.8795	3.26
8	湖南文旅	389.6878	3.25
9	聂 娟	268.1338	2.23
10	长沙鼎信	239.2945	1.99
合计		**11,533.5664**	**96.11**

（三）发行人前 10 名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，公司自然人股东及担任职务的情况如下：

序号	姓名	持股数量（万股）	持股比例（%）	职务
1	张敏	931.9139	7.77	董事长、总裁
2	张志明	559.1483	4.66	董事、常务副总裁
3	聂娟	268.1338	2.23	副董事长
4	胡红霞	154.9217	1.29	-

（四）发行人股本中国有股份、外资股份股份情况

截至本招股说明书签署之日，发行人股本中不存在国有股份及外资股份的情况。

（五）发行人最近一年新增股东情况

截至本招股说明书签署之日，最近一年，发行人不存在新增股东情况。

（六）本次发行前公司股东中战略投资者持股情况

截至本招股说明书签署之日，发行人股东中不存在战略投资者持股的情况。

（七）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的持股比例

截至本招股说明书签署之日，本公司股东之间的关联关系如下所示：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	关联关系
械字号投资	6,544.6095	54.54	1、张敏及聂娟为夫妻关系，是发行人的实际控制人； 2、张敏及聂娟合计持有械字号投资 100%股权，张敏为械字号投资的执行董事、聂娟为械字号投资的总经理； 3、张敏为科源同创的普通合伙人及执行事务合伙人，持有该企业 5%的出资额；聂娟为科源同创的有限合伙人，持有该企业 55%的出资额；张志明为科源同创有限合伙人，持有该企业 40%的出资额 4、湘潭鼎信及长沙鼎信的执行事务合伙人同为湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司
张敏	931.9139	7.77	
科源同创	931.9139	7.77	
张志明	559.1483	4.66	
湘潭鼎信	390.8795	3.26	
聂娟	268.1338	2.23	
长沙鼎信	239.2945	1.99	

除以上披露信息外，本次发行前各股东之间不存在其他关联关系及相互持股情况。

（八）本次发行前股东与发行人实际控制人、董监高、主要客户、供应商及主要股东、本次发行中介机构相关人员的关联关系、代持关系或其他利益安排

1、本公司股东与公司实际控制人之间的关联关系

本公司股东与公司实际控制人之间的关联关系，详见本招股说明书“第五节、发行人基本情况”之“七、发行人股本情况”之“（七）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的持股比例”的相关内容。

2、本公司股东与公司主要客户、供应商及其股东之间的关系

本公司股东宁波怀格，持有公司供应商吉芮医疗器械（上海）有限公司 16.27%股权；宁波怀格与公司供应商上海康德莱企业发展集团股份有限公司及其关联方上海康德莱控股集团有限公司、珠海康德莱医疗产业投资有限公司之间的关系，详见本招股说明书之“第五节　发行人基本情况”之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的其他股东情况”之“3、宁波怀格”。除此之外，公司股东与主要客户及供应商及其主要股东之间不存在其他未披露的关联关系、代持关系及其他利益关系。

3、公司股东与公司董事、监事、高级管理人员、本次发行的中介机构相关人员之间的关系

（1）公司股东胡红霞为公司副总裁左汗青母亲的姐妹；

（2）公司监事周晓军为股东湖南文旅普通合伙人湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司的董事，并直接持有深圳市财智创享咨询服务合伙企业（有限合伙）0.8686%的出资额，深圳市财智创享咨询服务合伙企业系湖南文旅股东湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司之股东深圳市达晨财智创业投资管理有限公司之股东；

（3）董事方圣石为股东宁波怀格普通合伙人宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）的有限合伙人，持有该企业 5%的份额，并担任该企业项目管理总监；

（4）发行人本次发行的中介机构为西部证券股份有限公司、光大证券股份有限公司、湖南启元律师事务所、立信会计师事务所（特殊普通合伙）、开元资产评估有限公司，上述中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员，与发行人股东之间不存在关联关系、代持关系或其他利益安排。

除上述已披露的情形外，公司股东与公司实际控制人、董监高、主要客户、供应商及主要股东、本次发行中介机构相关人员不存在其他关联关系、代持关系或其他利益安排。

（九）发行人股东公开发售的情况

本次发行无发行人股东公开发售的相关安排。

（十）发行人股东信息披露核查情况

保荐机构、发行人律师对发行人股东信息披露情况进行了专项核查，核查结论如下：

1、发行人已真实、准确、完整地披露了股东信息，发行人历史上不存在股权代持等情形，发行人机构股东的最终持有人和自然人股东不存在股权代持情形；

2、直接或间接持有发行人股份的股东中不存在法律法规规定禁止持股的主体，发行人间接股东中 DYNAMIC SUNRISE LIMITED、彬伊奴贸易（香港）公司、WOODBINE GLOBAL HOLDINGS LIMITED、GLP Associates (I) Limited、Spring Valley Investment Limited 注册地均为英属维京岛，Spring Mountain Limited、GLP China Fund Management Holdings Limited、Khangai II Company Limited、Khangai Company Limited 注册地均为开曼群岛，GLP Associates (II) LLC 注册地为 DELAWARE，上述境外股东注册时申请了股东信息不公开，因而无法获取到上述主体的股东情况，其间接持有发行人股份比例合计为 0.00000058%，持股数量合计为 0.69 股，根据重要性原则上述境外股东未穿透核查；本次发行的中介机构（西部证券、光大证券、湖南启元律师事务所、立信会计师事务所（特殊普通合伙）、开元资产评估有限公司）或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份的情形；光大集团为光大证券的控股股东，光大集团及其子公司通过广州丹麓间接持有发行人 0.1162%股权，除此之外，发行人与本次发行的中介机构之间不存在任何其他权益关系；发行人股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情况；光大集团及其子公司通过广州丹麓间接持有发行人股份不违反《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关法律法规的规定；

3、公司已出具专项承诺，并在招股说明书中已按照《监管指引》第二项规定披露发行人出具的专项承诺。

4、发行人存在申报前 12 个月内新增股东情况，发行人已在招股说明书中充分披露新增股东的基本情况、入股原因、入股价格及定价依据；除已披露的情形外，发行人最近一年新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系；新增股东不存在股份代持情形；

5、根据《监管指引》第十一条规定，“本指引自发布之日起实施。发布之日前已受理的企业不适用本指引第三项的股份锁定要求。”因此，发行人提交申请前 12 个月内新增股东不适用《监管指引》第三条第二款关于股份锁定 36 个月的规定；

6、发行人历史沿革中不存在股东入股价格明显异常的情况；发行人穿透后最终股东不存在委托发行人股东代持发行人股份的情形，不存在法律法规规定禁止持股的主体；本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份的情形；发行人穿透后最终股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形；

7、私募投资基金等金融产品持有发行人股份的，均已办理私募股权基金备案，纳入了金融监管；发行人已在招股书中披露股东纳入监管情况。

八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员概况

1、董事会成员

截至本招股说明书签署日，本公司董事会由 9 名董事组成，其中 3 名独立董事。本公司董事任期 3 年，任期届满可连选连任。独立董事连任时间不得超过 6 年。现任董事基本情况如下：

序号	姓名	任职	提名人	任期
1	张敏	董事长、总裁	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
2	聂娟	副董事长	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
3	张志明	董事、 常务副总裁	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
4	贺邦杰	董事、副总裁	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
5	薛小桥	董事、副总裁、董事会秘书	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
6	方圣石	董事	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
7	刘爱明	独立董事	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
8	温志浩	独立董事	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
9	刘琳	独立董事	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日

上述董事简历如下：

张敏先生，1979 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，EMBA 在读。2001 年 6 月毕业于湘潭大学行政管理专业，大专学历。具有近二十年医疗器械经营管理经验，曾任长沙市湘立医疗器械保健品有限公司经理，长沙市科源医疗器械有限公司副总经理、监事；2010 年 1 月至今，任湖南科源医疗器材销售有限公司执行董事、总经理；2017 年 9 月至 2019 年 12 月，任公司董事长、总经理。现任公司董事长、总裁。担任中国康

复辅助器具协会副会长、湖南省医疗器械行业协会常务副会长、长沙市医疗器械行业协会常务副会长。

创始人张敏先生于 2000 年开始创业，2001 年至 2005 年代理血压计、轮椅、卫生耗材、拔罐器等家用医疗器械产品；2005 年起，业务向湖南省外发展，经营产品逐步形成了涵盖家用医疗器械全品类的产品系列；2007 年，创始人在湖南、浙江、湖北、广西等省份开设医疗器械专卖店以及医疗器械仓储式大卖场模式，建立直营零售渠道；2009 年，创立“可孚”品牌，开始从代理销售转为自主品牌经营与代理相结合并经营至今。

聂娟女士，1979 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2017 年 12 月毕业于湖南商学院人力资源管理专业，本科学历。具有近十年医疗器械相关工作经验，曾任益阳市市政工程管理处职员，长沙市湘立医疗器械保健品有限公司财务经理，长沙市科源医疗器械有限公司财务经理；2017 年 6 月至 2018 年 7 月，任公司业务经理；2018 年 7 月至今，任长沙械字号医疗投资有限公司总经理。现任公司副董事长。

张志明先生，1979 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2006 年 6 月毕业于湖南农业大学农业经济管理专业，本科学历。具有十年以上医疗器械经营管理经验，曾任益阳市安化县冷市镇政府干部，安化县梅城镇政府干部；2007 年 6 月至 2010 年 1 月，任长沙市科源医疗器械有限公司副总经理；2009 年 10 月至 2019 年 12 月，任公司常务副总经理。现任公司董事、常务副总裁。

贺邦杰先生，1979 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2018 年 7 月毕业于湖南食品药品职业学院医药营销专业，大专学历。具有十年以上销售工作经验，曾任华容县农业局干部，上海见行投资咨询有限公司招商主管，上海七巧板印务科技有限公司经理、监事；2011 年 11 月至今，历任湖南科源医疗器材销售有限公司总经理助理、销售总监、执行总经理。现任公司董事、副总裁。

薛小桥先生，1980 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2006 年 6 月获得湘潭大学秘书学专业的本科学历，2015 年 12 月毕业于湖南大学工商管理专业，硕士研究生学历。具有十五年以上经营管理工作经验，曾任桃江县农业局干部，湖南亚华乳业有限公司销售主管，湖南亚华控股集团股份有限公司行政主管、证券部部长、证券事务代表；2009 年 10 月至 2016 年 3 月，任嘉凯城集团股份有限公司董事会办公室负责人

兼证券事务代表；2016 年 3 月至 2018 年 7 月，先后任航天凯天环保科技股份有限公司总经理助理、投融资公司总经理、董事会秘书；2018 年 4 月至 2020 年 1 月，任衡阳桑德凯天再生资源科技有限公司董事；2018 年 7 月至 2019 年 12 月，任公司副总经理。现任公司董事、副总裁、董事会秘书。

方圣石先生，1987 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，注册会计师、注册税务师、中级会计师，持有法律职业资格证书，2010 年 7 月毕业于上海立信会计学院（现上海立信会计金融学院）工商管理专业，本科学历。具有五年以上投资管理经验，2010 年 8 月至 2015 年 10 月，任立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计业务经理；2015 年 10 月至 2016 年 12 月，任上海纪升股权投资管理有限公司副总裁；2017 年 1 月至 2017 年 4 月，任上海怀格实业发展有限公司投资总监；2017 年 4 月至今，任宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）项目管理总监；2017 年 9 月至今，任公司董事。现任宁波怀格医疗投资管理有限公司董事，上海康德莱医疗器械股份有限公司非执行董事，百试达（上海）医药科技股份有限公司董事及公司董事。

刘爱明先生，1971 年 12 月生，中国国籍，无境外永久居留权，中南大学商学院会计学副教授、会计学博士，注册会计师，注册税务师，1994 年 6 月获得安徽财贸学院会计学专业的本科学历，2005 年 6 月获得中南大学工商管理专业的硕士研究生学历，2011 年 12 月毕业于中南大学会计学专业，博士研究生。具有二十五年以上的财务相关工作经验，曾任湖南省皮革集团公司助理会计师；1996 年 2 月至今，任中南大学副教授、会计系副教授；2019 年 12 月至今，任公司独立董事。曾任哈密市商业银行股份有限公司独立董事，现任湖南国科微电子股份有限公司、天舟文化股份有限公司、力合科技（湖南）股份有限公司独立董事及公司独立董事。

温志浩先生，1966 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，生物医学工程教授，医疗器械高级工程师，国家创新基金和省市区科技咨询专家，广东省知识产权维权援助专家，《临床医学工程》杂志编委会副主任，2002 年 7 月获得中山大学计算机科学与技术专业的本科学历，2013 年 12 月毕业于暨南大学生物医学工程专业，硕士研究生学历。具有三十年以上医疗器械相关工作经验，曾任广东省医疗器械研究所高级工程师、科研班主任、省重点实验室主任。2009 年 12 月至今，任广东食品药品职业学院教授、医疗器械学院副院长；2019 年 12 月至今，任公司独立董事。现兼任广东省药品监督管理局职称评定专家，广东省科技型中小企业技术创新基金服务中心、广东省科技评

估中心、广东省药品监督管理局审批认证中心、广州生产力促进中心技术评审专家。

刘琳先生，1980 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，执业律师，2002 年 7 月获得北京航空航天大学航空发动机专业的本科学历，同年保送本校研究生，2005 年 3 月毕业于航空宇航推进理论与工程专业，硕士研究生学历。具有五年以上法律相关工作经验，2007 年 5 月至 2013 年 6 月，任国家知识产权局专利局及复审委员会专利审查员、复审员；2013 年 7 月至 2017 年 10 月，任北京市君合律师事务所律师；2017 年 10 月至今，任北京市奋迅律师事务所律师、顾问。2019 年 12 月至今，任公司独立董事。

2、监事会成员

截至本招股说明书签署日，本公司监事会由 3 名监事组成，其中 1 名职工监事。本公司监事任期 3 年，任期届满可连选连任。现任监事基本情况如下：

序号	姓名	任职	提名人	任期
1	曾子云	监事会主席	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
2	周晓军	监事	全体发起人	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
3	鲁红院	职工监事	职工代表大会	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日

上述监事简历如下：

曾子云先生，1964 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1985 年 7 月毕业于湖南大学汉语言文学专业，大专学历。具有十年以上医疗器械经营管理经验，曾任湘潭县石潭镇列家桥乡人民政府干部，湖南省生物药品公司采购经理，湖南省药品经营有限公司总经理助理，老百姓大药房连锁有限公司采购总监，湖南全洲药业集团有限公司副总裁；2009 年 6 月至 2019 年 12 月，历任公司总经理、董事长助理。现任公司监事会主席。

周晓军先生，1971 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，1995 年 7 月毕业于湖南大学（原湖南财经学院）计划统计系金融核算专业，本科学历。具有二十年以上的投资管理经验，曾任湖南省商务职业技术学院讲师，现代投资股份有限公司控股子公司湖南安迅投资发展有限公司副总经理、总经理等职务；2010 年 9 月至 2020 年 1 月，历任深圳市达晨财智创业投资管理有限公司投资总监、湖南区域总经理；2015 年 12 月至 2017 年 12 月，任湖南魅丽文化传媒股份有限公司董事；2019 年 12 月至今，任公司监事；2020 年 2 月至今，历任湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司投资总监、董事。现任湖南华凯文化创意股份有限公司、中惠旅智慧景区管理股份有限公司、湖南星

邦智能装备股份有限公司、深圳市校管家教育科技有限公司、湖南雪峰山生态文化旅游有限责任公司董事、湖南达晨财鑫创业投资有限公司董事、总经理、长沙巨星轻质建材股份有限公司董事。

鲁红院女士，1979 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2016 年 6 月毕业于湖南食品药品职业学院药品经营与管理专业，大专学历。具有十五年以上医疗器械相关工作经验，曾任长沙依依科技有限公司销售员；2005 年 12 月至 2006 年 9 月，任长沙科源医疗器械有限公司业务经理；2006 年 9 月至 2013 年 3 月，任杭州每文医疗器械有限公司业务经理；2013 年 3 月至今，任公司采购总监。现任公司职工监事。

3、高级管理人员

公司的高级管理人员为公司的总裁、常务副总裁、副总裁、董事会秘书、财务总监。截至本招股说明书签署日，本公司高级管理人员 6 人，基本情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	张敏	总裁、董事	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
2	张志明	常务副总裁、董事	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
3	贺邦杰	副总裁、董事	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
4	薛小桥	副总裁、董事、董事会秘书	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
5	左汗青	副总裁	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日
6	陈望朋	财务总监	2019 年 12 月 25 日至 2022 年 12 月 24 日

上述高级管理人员简历如下：

张敏先生，简历见本节“1、董事会成员”。

张志明先生，简历见本节“1、董事会成员”。

贺邦杰先生，简历见本节“1、董事会成员”。

薛小桥先生，简历见本节“1、董事会成员”。

左汗青先生，1990 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2012 年 6 月毕业于新加坡南洋理工 KAPLAN 学院银行与金融专业，本科学历，具有五年以上医疗器械经营管理经验。 2012 年 10 月至今，历任贵州每文医疗器械有限公司副总经理、监事、执行董事兼总经理。现任公司副总裁。

陈望朋先生，1980 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，注册会计师、注

册税务师、高级采购师、国际注册内部审计师、中级会计师，2007 年 6 月毕业于湖南农业大学企业财务管理专业，本科学历。具有十五年以上财务工作经验，曾任中国石化销售股份有限公司湖南石油分公司会计、会计主管，深圳南方民和会计师事务所湖南分所审计经理；2008 年 7 月至 2017 年 2 月，历任三一集团审计主管、督办、部长、监事长助理；2015 年 7 月至 2018 年 7 月，任湖南三一昆仑新能源有限公司监事；2017 年 2 月至 2017 年 5 月，任北京大城绿川科技有限公司副总经理兼财务总监；2017 年 5 月至今，任公司财务总监。

4、其他核心人员

截至本招股说明书签署日，本公司其他核心人员 3 人，基本情况如下：

序号	姓名	职位
1	刘丽霞	战略发展部总监、研发三部总监、可孚芯驰总经理
2	王克镇	研发一部总监
3	黄璐	信息技术部经理

上述其他核心人员简历如下：

刘丽霞女士，1979 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2002 年 6 月获得解放军理工大学电信交换专业的本科学历，2005 年 2 月获得解放军理工大学通信与信息系统专业的硕士研究生学历，2012 年 12 月毕业于国防科学技术大学计算机科学与技术专业，博士研究生。2017 年 5 月至 2018 年 6 月，任湖南国科科技咨询服务有限公司技术总监；2018 年 7 月至今，任公司战略发展部总监、研发三部总监；2019 年 11 月至今，任可孚芯驰总经理、董事。

王克镇先生，1982 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2006 年 6 月毕业于江苏师范大学电子信息工程专业，本科学历。曾任昆山圣泰机电有限公司电子工程师，加百裕电子制造（昆山）有限公司研发工程师；2008 年 6 月至 2014 年 11 月，任鹿得医疗器械（南通）有限公司研发经理；2014 年 11 月至 2018 年 5 月，任江苏鹿得医疗电子股份有限公司研发经理；2018 年 6 月至今，任公司研发一部总监。

黄璐先生，1985 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2007 年 6 月毕业于武汉科技大学机械工程及自动化专业，本科学历。曾任昆达电脑科技有限公司研发工程师；2010 年 11 月至 2012 年 6 月，任上海敢创水业科技有限公司研发工程师；2012 年 6 月至 2014 年 5 月，任长沙恒创信息科技有限公司技术总监；2014 年 5 月至 2015 年 5

月，任湖南三德科技股份有限公司软件工程师；2019 年 5 月至 2021 年 4 月，任长沙加恩科技有限公司执行董事、经理；2015 年 6 月至今，任公司信息技术部经理。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司及其子公司之外的兼职情况如下：

姓名	本公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与本公司关系
张敏	董事长、总裁	长沙械字号医疗投资有限公司	执行董事	关联方
		长沙科源同创企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人	关联方
聂娟	副董事长	长沙械字号医疗投资有限公司	总经理	关联方
方圣石	董事	宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）	项目管理总监	无
		宁波怀格医疗投资管理有限公司	董事	关联方
		上海康德莱医疗器械股份有限公司	非执行董事	关联方
		百试达（上海）医药科技股份有限公司	董事	关联方
刘爱明	独立董事	中南大学	副教授、会计系副主任	无
		天舟文化股份有限公司	独立董事	无
		湖南国科微电子股份公司	独立董事	无
		力合科技（湖南）股份有限公司	独立董事	无
温志浩	独立董事	广东食品药品职业学院	教授/医疗器械学院副院长	无
刘琳	独立董事	北京市奋迅律师事务所	律师、顾问	无
周晓军	监事	湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司	投资总监、董事	关联方
		湖南华凯文化创意股份有限公司	董事	关联方
		中惠旅智慧景区管理股份有限公司	董事	关联方
		湖南星邦智能装备股份有限公司	董事	关联方
		湖南达晨财鑫创业投资有限公司	董事、总经理	关联方
		深圳市校管家教育科技有限公司	董事	关联方
		湖南雪峰山生态文化旅游有限责任公司	董事	关联方
		长沙巨星轻质建材股份有限公司	董事	关联方

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均未在其他单位兼职。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司总裁、董事长张敏先生与副董事长聂娟女士为夫妻关系。除上述关系外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

（四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人签订的协议及履行情况

在公司任职的董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均与发行人签署了劳动合同，公司任职的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员与公司签署了保密协议、竞业禁止协议。除上述协议外，公司的董事、监事、高级管理人员与其他核心人员未与公司签订其他协议。

截至本招股说明书签署之日，上述协议履行情况正常，不存在违约情况。

（五）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属的持股情况

1、直接持股情况

本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份如下：

姓名	本公司任职	直接持股数量（万股）	持股比例（%）
张敏	董事长、总裁	931.9139	7.77
张志明	董事、常务副总裁	559.1483	4.66
聂娟	副董事长	268.1338	2.23

2、间接持股情况

本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属间接持有公司股份如下：

姓名	本公司任职	持有公司股权的股东		间接持有公司的股份	
		股东名称	持股比例	持股数量（万股）	持股比例
张敏	董事长、总裁	械字号投资	54.54%	5890.32	49.09%
		科源同创	7.77%	46.62	0.39%
聂娟	副董事长	械字号投资	54.54%	654.48	5.45%
		科源同创	7.77%	512.82	4.27%

姓名	本公司任职	持有公司股权的股东		间接持有公司的股份	
		股东名称	持股比例	持股数量（万股）	持股比例
张志明	董事、常务副总裁	科源同创	7.77%	372.96	3.11%
方圣石	董事	宁波怀格	6.75%	0.432	0.0036%[注1]
周晓军	监事	湖南文旅	3.25%	0.0012	0.00001%[注2]

注 1：本公司董事方圣石直接持有宁波怀格的股东宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）5%的出资额。

注 2：本公司监事周晓军直接持有深圳市财智创享咨询服务合伙企业（有限合伙）0.8686%的出资额，（深圳市财智创享咨询服务合伙企业系湖南文旅股东湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司之股东深圳市达晨财智创业投资管理有限公司之股东）

3、持有股份的质押、冻结或发生诉讼纠纷等情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持有本公司的股份不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷等情况。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年内变动情况及原因

1、董事变动情况

2019 年 1 月 1 日，公司董事为张敏、聂娟、张志明、张超、方圣石，其中张敏为董事长。

2019 年 12 月 25 日，公司召开发起人会议暨第一次临时股东大会，由有限公司整体变更为股份有限公司，选举张敏、聂娟、张志明、贺邦杰、薛小桥、方圣石、刘爱明、温志浩、刘琳为公司第一届董事会董事成员，其中刘爱明、温志浩、刘琳担任独立董事。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举张敏为董事长，选举聂娟为副董事长。

2、监事变动情况

2019 年 1 月 1 日，公司监事为贺邦杰、鲁红院、左汗青，其中贺邦杰为监事会主席。

2019 年 1 月 18 日，公司召开股东会，监事会成员为鲁红院、刘锐、左汗青，其中鲁红院为监事会主席。

2019 年 12 月 25 日，公司召开发起人会议暨第一次临时股东大会，由有限公司整体变更为股份有限公司，选举曾子云、周晓军为监事，与职工代表大会选举的职工代表监事鲁红院共同组成第一届监事会。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举曾子云为第一届监事会主席。

3、高级管理人员变动情况

2019 年 1 月 1 日，公司高级管理人员为张敏、张志明、陈望朋、薛小桥。

2019 年 12 月 25 日，公司召开第一届董事会第一次会议，由有限公司整体变更为股份有限公司，聘任张敏为公司总裁，张志明为公司常务副总裁，贺邦杰、左汗青为公司副总裁，薛小桥为公司副总裁、董事会秘书，陈望朋为公司财务总监。

4、其他核心人员变动情况

2019 年 1 月 1 日，其他核心人员为黄璐、王克镇、刘丽霞。报告期内，公司其他核心人员稳定，未发生离职等情形，不存在重大不利影响。

5、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员变动原因

公司由有限公司整体变更为股份有限公司，为加强公司管理，规范法人治理结构，人员进行了必要变动，上述变动均已经股东大会、董事会等作出相关决议，履行了必要的法律程序，符合《公司法》等相关法律、法规的规定。最近两年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未发生重大不利变化，不影响公司的正常经营。

保荐机构认为，发行人上述人员变动符合有关法律、法规的规定，履行了必要的法律程序；最近两年发行人董事、高级管理人员没有发生重大不利变化。

发行人律师认为，发行人上述人员变动符合有关法律、法规的规定，履行了必要的法律程序；最近两年发行人董事、高级管理人员没有发生重大不利变化。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除持有本公司的股份以外，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的其他对外投资情况如下所示：

姓名	职务	对外投资公司	持股比例
张敏	董事长、总裁	长沙械字号医疗投资有限公司	90%
		长沙科源同创企业管理中心（有限合伙）	5%
聂娟	副董事长	长沙械字号医疗投资有限公司	10%
		长沙科源同创企业管理中心（有限合伙）	55%
		毕莘投资（深圳）合伙企业（有限合伙）	4.50%
张志明	董事、常务副总裁	长沙科源同创企业管理中心（有限合伙）	40%
周晓军	监事	深圳市财智创赢私募股权投资企业（有限合伙）	2.73%

姓名	职务	对外投资公司	持股比例
		深圳市财智创享咨询服务合伙企业（有限合伙）	0.87%
方圣石	董事	宁波怀格健康投资管理合伙企业（有限合伙）	5%

上述对外投资与本公司不存在利益冲突。本公司其他董事、监事、高级管理人员与其他核心人员无其他重大对外投资。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）薪酬情况

1、公司的现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员 2020 年度从本公司领取薪酬的情况如下：

姓名	职务	2020 年度薪酬（万元）	2020 年是否在关联公司领薪
张敏	董事长、总裁	38.09	否
聂娟	副董事长	-	是（在械字号投资领薪，为公司控股股东）
张志明	董事、常务副总裁	34.44	否
贺邦杰	董事、副总裁	34.36	否
薛小桥	董事 、副总裁、董事会秘书	34.34	否
方圣石	董事	-	否
刘爱明	独立董事	8.00	否
温志浩	独立董事	8.00	否
刘琳	独立董事	8.00	否
曾子云	监事会主席	17.20	否
周晓军	监事	-	否
鲁红院	职工监事	36.88	否
左汗青	副总裁	31.65	否
陈望朋	财务总监	33.14	否
刘丽霞	其他核心人员	32.32	否
王克镇	其他核心人员	61.56	否
黄璐	其他核心人员	27.11	否

注：根据发起人会议暨第一次临时股东大会审议通过的《关于设定独立董事年度津贴的议案》，公司独立董事任期内含税年度津贴标准为人民币 8 万元/年。方圣石、周晓军为发起人提名选举产生的外部董事、外部监事，未在公司担任其他工作，因此未在本公司领取薪酬。

除上述薪酬外，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年不存在在发行人及其关联企业享受其他待遇和退休金计划的情况。

2、董事、监事、高级管理人员从控股股东单位领薪的情况

公司的控股股东为械字号投资，报告期内公司董事、监事、高级管理人员在械字号投资的领薪情况如下：

单位：万元

姓名	本公司职务	在控股股东担任职务	2020 年	2019 年	2018 年
聂娟	副董事长	总经理	26.92	9.21	3.01

除上述情况外，发行人不存在董事、监事、高级管理人员从控股股东单位领薪的情况。

（二）薪酬确定依据及履行的程序

在公司担任具体生产经营职务的公司董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬由基本工资和绩效工资组成，基本工资主要根据岗位、同行业工资水平、任职人员资历等因素，结合公司目前的盈利状况确定区间范围；绩效工资是根据公司当年业绩完成情况和个人工作完成情况确定。独立董事领取固定津贴。

薪酬与考核委员会每年会根据董事、监事、高级管理人员的年终述职，结合年度经营情况，进行绩效考核评定，从而确定公司董事、监事、高级管理人员的绩效年薪。此外，公司董事、监事、高级管理人员的薪酬的确定和调整，可结合市场薪酬行情及公司经营情况由薪酬考核委员会审议，董事会或股东大会批准。

（三）最近三年董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占各期发行人利润总额的比例

2018 年度、2019 年度、2020 年，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额为 200.67 万元、282.56 万元、405.09 万元，分别占当期利润总额的 2.58%、1.94%和 0.81%。

十、发行人正在执行的股权激励情况及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他关于股权激励的制度安排。

十一、发行人员工情况

（一）员工人数及变化情况

单位：人数

年份	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
在册员工	3,279	1,940	1,413
劳务派遣	227	187	-
劳务外包	270	60	195

报告期公司生产经营规模的快速扩张，公司员工无法满足业务发展需求，公司在增加员工招聘的同时，通过对非关键性工序采取劳务外包、劳务派遣的用工方式作为公司人员的补充手段。

1、采用劳务派遣和劳务外包的原因

报告期内，发行人生产经营规模的快速扩张，现有人员数量无法满足业务发展需求，公司在增加人员招聘的同时，通过对非关键性工序采取劳务外包、劳务派遣的用工方式作为公司人员的补充手段，以弥补产能上的不足。发行人 2019 年同时采用劳务外包和劳务派遣的主要原因如下：

（1）发行人于 2018 年 10 月开始将部分非关键性工序实施劳务外包。公司在核心生产工序由自己实施的基础上，中间存在下料、包装等辅助性工序；仓储及日常管理也存在打包、发货、帮厨、保洁等辅助性工作，上述涉及工序对个人技能要求不高，只需简单培训即可上岗，且无法完全用机器取代。鉴于劳务外包人员分布的岗位系临时性、辅助性或可替代性的工作岗位且具有可替代性强、劳动技能要求较低等特征，结合自身用工特点和实际业务需要，发行人积极探索，自 2018 年 10 月开始将部分非关键性工序实施劳务外包。

（2）发行人于 2019 年 6 月开始同时采用劳务外包和劳务派遣。原因系在外包用工的过程中，公司为进一步加强劳务用工的质量管理和过程控制，劳务派遣人员由用工单位直接管理，更为符合公司劳务用工的管理需求。2019 年 6 月，发行人将用工中涉及到仓储、日常管理的打包、发货、帮厨、保洁等辅助性工作进行劳务派遣。随着发行人对现有生产线持续进行模块化改造，优化生产线布局，其中部分生产中的包装环节可清晰核算劳务外包工作量，并能明确与外包公司的质量责任，所以发行人在产品包装工序延续劳务外包方式。此外，公司受电商促销季影响，在活动期间存在大量的商品发货需求导致临时性用工需求增加。在面临临时性用工需求时，发行人自行招聘难度较高，其

中基于商品打包、发货等工作岗位可替代性强、劳动技能要求较低且具备可清晰核算工作量，该部分环节也继续保留劳务外包方式。

2、劳务派遣和劳务外包用工形式的区别和联系

报告期内，公司同时存在劳务派遣和劳务外包两种用工形式。公司采用劳务派遣的岗位主要为打包、发货、帮厨、保洁等临时性、辅助性和替代性岗位；劳务派遣人员由公司直接管理，工资参照类似岗位正式员工的工资确定；公司向劳务派遣单位支付派遣费和派遣人员工资，由劳务派遣单位向劳务派遣人员支付工资。

公司的劳务外包用工主要针对可清晰核算工作量的生产工序及岗位，如产品包装岗位，并按照工作成果为基础与劳务外包公司进行结算；公司向劳务外包公司整体支付外包服务费，劳务外包公司向外包人员支付薪酬；劳务外包服务提供方负责对外包人员进行管理，并承担用工风险。此外，受公司电商促销季影响，公司在活动期间存在大量的商品发货需求导致临时性用工需求增加，基于商品打包、发货等工作岗位可替代性强、劳动技能要求较低且具备可清晰核算工作量，电商促销季期间在打包、发货等岗位采用劳务外包方式进行用工补充。

3、劳务外包人数变动情况

（1）2019 年末劳务外包人数大幅减少的原因：

2019 年 6 月，发行人开始实施劳务派遣作为补充用工方式，劳务派遣人员由公司直接管理，有利于发行人进行严格的质量管理和过程控制，因此部分辅助性工序转以劳务派遣的用工方式进行，导致劳务外包用工人数减少。

同时，发行人持续招聘自有员工以缓解业务发展所带来的长期用工需求。截至 2019 年 12 月 31 日，在册员工达到 1940 人，较上年末有较大提升。自有员工人数的增加，也使得公司劳务外包需求减少，导致 2019 年劳务外包人数下降。

（2）2020 年末外包人数大幅增加的原因

2020 年末，因疫情影响导致防疫产品产能需求扩大，公司面临较大的用工需求。劳务外包公司拥有通畅的劳动力供应渠道和充足的劳动力供应能力，能够保障发行人的用工需要。因此，公司在部分防疫产品的包装工序实施劳务外包，导致 2020 年末劳务外包人数有大幅上升。

4、劳务用工的合法合规

（1）劳务外包

报告期内，发行人合作的劳务外包公司主要包括新余友仁人力资源有限公司、湖南潇湘人力资源服务有限公司、长沙高新开发区麓谷人力资源服务有限公司、湖南蜗牛人力资源有限公司等。上述劳务外包公司均为依法设立且有效存续的有限责任公司，为独立的经营实体，且均具备人力资源服务许可资质。报告期内，发行人和上述劳务外包服务单位根据双方签订的外包合同约定，享受合同权利，承担合同义务及法律责任，不存在违反合同条款的情形。

（2）劳务派遣

报告期内，发行人及子公司存在劳务派遣用工情形，具体情况如下：

时点	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
劳务派遣人数（人）	227	187	0
用工总数（人）	3,776	2,187	1,608
劳务派遣占用工总数的比	6.01%	8.55%	0.00%

注：上述用工总数包括签署劳动合同的员工人数、劳务派遣人数与劳务外包人数之和。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司及子公司劳务派遣用工人数为 227 人，为公司用工总人数的 6.01%，未超过用工总数的 10%，符合《劳务派遣暂行规定》。

发行人采用劳务派遣的岗位主要为打包、发货等临时性、辅助性和替代性岗位，符合《劳务派遣暂行规定》。报告期内，与发行人进行劳务派遣合作的新余友仁人力资源有限公司系依法设立且有效存续的有限责任公司，为独立的经营实体，且具备劳务派遣经营资质。

报告期内，发行人劳务派遣和劳务外包用工符合劳动法规定，不存在重大违法行为。根据劳动及社会保障相关主管部门出具合规证明，发行人报告期内不存在因违反劳动和社会保障方面的法律、法规而受到行政处罚的情况。

综上，发行人保荐机构认为，发行人报告期内劳务派遣用工符合《劳务派遣暂行规定》的规定，不存在专门或主要为发行人提供劳务外包服务的情形，发行人与劳务外包和劳务派遣单位之间不存在关联关系、亦不存在劳务纠纷。

发行人律师认为，发行人报告期内劳务派遣用工符合《劳务派遣暂行规定》的规定，不存在专门或主要为发行人提供劳务外包服务的情形，发行人与劳务外包和劳务派遣单位之间不存在关联关系、亦不存在劳务纠纷。

（二）员工结构情况

截至 2020 年 12 月 31，本公司及子公司共有员工 3,279 人，员工的专业结构、学历分布、年龄分布情况如下：

1、员工专业结构

项目	人数	比例
管理人员	120	3.66%
生产人员	1,331	40.59%
销售人员	1,699	51.81%
研发人员	129	3.93%
合计	**3,279**	**100.00%**

2、员工学历分布

项目	人数	比例
硕士及以上	19	0.58%
本科	364	11.10%
大专	779	23.76%
高中、中专及以下	2,117	64.56%
合计	**3,279**	**100.00%**

3、员工年龄分布

项目	人数	比例
50岁（含）以上	202	6.16%
40-49岁（含）	762	23.24%
30-39岁（含）	1,221	37.24%
30岁以下	1,094	33.36%
合计	**3,279**	**100.00**

（三）公司执行社会保障制度情况

1、公司社会保险和住房公积金缴纳情况

报告期内，发行人及子公司员工缴纳社会保险及住房公积金情况如下：

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
员工人数	3,279	1,940	1,413
养老保险缴纳人数	2,966	1,700	799

医疗保险缴纳人数	2,916	1,669	799
工伤保险缴纳人数	2,970	1,669	799
失业保险缴纳人数	2,969	1,669	799
生育保险缴纳人数	2,916	1,669	799
住房公积金缴纳人数	2,970	1,701	10

报告期初，公司社会保险及住房公积金的覆盖比例较低，社保缴纳人数比例为56.55%，住房公积金缴纳人数比例为0.71%。报告期内，公司向员工积极宣传国家关于社会保险和住房公积金的法律法规及政策，鼓励员工参保及缴纳公积金，逐步全面实施社会保险、住房公积金相关制度，为符合条件的员工缴纳社会保险和住房公积金，覆盖比例得到大幅提升，截至2020年12月31日，社保缴纳人数比例为88.93%，住房公积金缴纳人数比例为90.58%。

2、部分员工未缴纳社会保险和住房公积金的原因

截至2020年12月31日，发行人及子公司未为部分员工缴纳社会保险或住房公积金，主要原因包括：（1）社保、公积金关系仍保留在原单位；（2）退休返聘；（3）新入职员工；（4）已缴纳新农合、新农保；（5）拟离职员工；（6）主动自愿放弃缴纳等。

3、发行人社保和公积金的合法合规情况

根据发行人及子公司所在地社会保险主管部门出具的证明文件，报告期内，发行人及子公司不存在因违反劳动和社会保障等法律、法规而受到行政处罚的情况。

根据发行人及子公司所在地住房公积金主管部门出具的证明文件，报告期内，发行人及子公司不存在因违反有关住房公积金等法律、法规而受到行政处罚的情况。

报告期内，发行人不存在因违反社保和公积金相关规定受到行政处罚的情形，不构成重大违法违规行为。

4、控股股东、实际控制人关于社会保险费及住房公积金的承诺

发行人控股股东、实际控制人已出具承诺：“如因社会保险或住房公积金管理部门要求或决定，发行人及其下属公司需要为员工补缴社会保险或住房公积金，或发行人及其下属公司因未按规定缴纳社会保险或住房公积金而承担任何罚款或损失，本公司/本人愿无条件代发行人及其下属公司承担所有相关补缴或赔付责任。”如需补缴社会保险

或住房公积金，对发行人不构成重大影响。

发行人律师认为，报告期内发行人虽存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情形，但发行人未因违反社会保险和住房公积金管理方面的法律法规受到行政处罚且控股股东、实际控制人已承诺承担相关补缴或赔付责任，上述情形不构成本次发行的实质障碍。

保荐机构认为，报告期内发行人虽存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情形，但发行人未因违反社会保险和住房公积金管理方面的法律法规受到行政处罚且控股股东、实际控制人已承诺承担相关补缴或赔付责任，上述情形不构成本次发行的实质障碍。

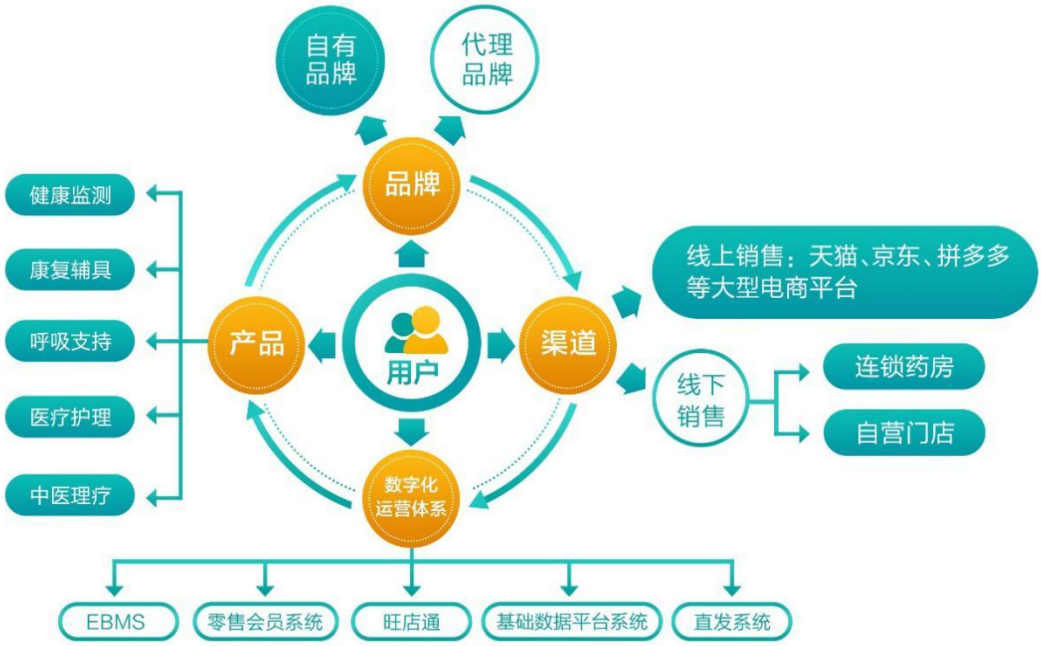
第六节　业务与技术

一、发行人主营业务及主要产品和服务情况

（一）发行人主营业务

可孚医疗是一家国内领先的大型、综合性家用医疗器械企业，专业从事家用医疗器械的研发、生产、销售和服务。经过十多年的专业化经营，可孚医疗已经发展成为家用医疗器械领域内品种齐、渠道全、技术先进、具有较强竞争力和影响力的企业。

可孚医疗自创立之初即致力于为用户提供可靠的医疗健康产品和一站式解决方案。在大健康消费升级和电子商务迅速发展的行业背景下，公司不断强化数字运营能力，深度研究用户需求。通过持续创新的研发、科学合理的产品策划和全过程质量管理，公司迭代推出血压计、护理床、红外体温计、雾化器、轮椅等多款高品质畅销产品，积累了良好的市场口碑和品牌知名度。



品牌方面，公司高度重视品牌形象，积极实施品牌管理，强化品牌在产品营销、市场拓展中的积极作用。公司精心培育的“可孚”品牌，定位于设计新颖、技术先进、品质卓越、贴近大众的高质量家用医疗器械。公司以“爱与陪伴”的理念，塑造了家用医疗器械专业服务提供商的品牌形象，拥有较好的用户口碑和较强的品牌号召力，品牌价值不断提升。与此同时，公司对推出的各类家用医疗器械产品实施品牌赋能，在保障用

户享受优质产品和服务的基础上，又促进了新产品的市场开拓。

产品方面，基于多年积累的质量管控能力及技术研发能力，通过对市场数据及需求信息的采集与分析，公司能够精准掌握消费者需求，实现更具针对性的产品策划、研发、定价和品牌推广，实现产品的不断迭代。公司以“可孚”产品为核心，并引入其他知名品牌作为补充，构建起了包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大领域，同时覆盖各年龄层、全部消费群体的产品体系，涉及近万个产品型号及规格，能够满足消费者多品牌、一站式购物的产品需求。

渠道方面，公司通过不断完善线上线下全渠道网络建设，目前已构建了大型电商平台、大型连锁药房、自营门店等相融合的立体式营销渠道。线上方面，公司是全国较早取得医疗器械互联网 B2B、B2C 交易许可证的企业，目前已完成主要包括天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购在内的国内主要第三方电商平台布局，占据主流线上流量入口，深度覆盖线上消费者。根据生意参谋数据显示，近两年来，“可孚”品牌在天猫和淘宝平台的医疗器械类目下的交易指数排名均居前列。线下销售已进驻老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等主流大型连锁药房，同时公司在北京、广州、杭州、武汉、成都、太原等全国 20 余个重点城市开设不同类型的自营门店，包括一站式仓储大卖场、“好护士”家用医疗器械零售门店、“健耳”听力验配中心。线下渠道有利于产品体验和即时交易，线上渠道有利于便捷购物和快速占领市场，两者互相导流和协同，能够快速提高企业及产品知名度。公司通过线上线下融合，建立与消费者随时随地连接的通道，最大程度地覆盖用户的主要消费场景，形成多样性、多内容、多维度和多触达点的新型经营形态。

数字化运营方面，公司通过持续的自主研发和个性化定制构建了较为完善的数字化运营支持体系，主要包括 EBMS 系统、基础数据平台系统、零售会员系统、直发系统、旺店通等，一方面打通了研发、采购、生产、销售各个环节的信息传递和数据积累，大大提高了公司整体运营效率，同时为全面质量控制的实施奠定了坚实基础；另一方面，公司数字系统涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理、新品开发等环节，通过深度挖掘及精准匹配用户需求，敏捷感知和把握市场变化趋势，使得公司向市场推送的各类产品能准确抓住和解决用户需求痛点，在公司产品畅销的同时，也促进了公司的快速发展。

（二）主要产品或服务的基本情况

家用医疗器械主要是指适于公众在院外使用，安全可靠、操作简单、体积小、携带方便的以检测、治疗、保健及康复为目的的医疗器械。家用医疗器械产品种类繁多，公司主要产品涵盖五大领域：健康监测、康复辅具、呼吸支持、中医理疗、医疗护理。

1、公司自有品牌主要产品及用途具体如下：

产品门类	产品类别	主要用途	部分产品图示	
健康监测	血压计	电子血压计是利用现代电子技术与血压间接测量原理进行血压测量的医疗设备，用来测量人体收缩压、舒张压和心率。		
	血糖仪	血糖仪又称血糖计，是一种通过测量血液中的葡萄糖与试纸中的酶反应产生的电流量测量血糖水平的电子仪器。		
	红外体温计	红外体温计是一种利用辐射原理来测量人体体温的测量计。红外体温计是通过传感器接收人体发出的红外线,得出感应温度数据的设备。		
康复辅具	轮椅	轮椅用于伤员、病员、残障人士在家康复、周转运输、就诊、外出活动的重要移动工具，不仅满足肢体伤残者和行动不便人士的代步，更重要的是方便家属移动和照顾病员。		
	护理床	护理床具有预防病员坠床护栏，起背、就餐、体重监测、负压接尿、康复、站立、被动运动、尿床报警、移动、输液报警等功能，方便护理和家属人员的操作，便于临床使用。		

产品门类	产品类别	主要用途	部分产品图示	
	助行器	助行器是辅助人体支撑体重、保持平衡和行走的器具，以适合体弱的老年人或行动不方便的病人，做生活辅助用。		
	助听器	助听器是目前对感音神经性耳聋最实用、最有效的听力补偿与康复手段。助听器能有效放大外界声音，帮助某些听力障碍患者充分利用残余听力,进而补偿聋耳的听力损失，提高听障人群幸福感。		
呼吸支持	无创呼吸机	无创呼吸机在临床上用于治疗睡眠呼吸暂停综合症（SAS）及相关疾病，这些疾病所引起的血氧饱和度下降、交感神经张力增高、副交感神经张力下降血液二氧化碳浓度升高、PH值降低以及胸内负压增高，严重影响各种重要脏器功能。特别是脑功能、心血管功能首受其害。		
	制氧机	制氧机是制取氧气的一类机器，以沸石分子筛为吸附剂，用变压吸附技术（PSA）将空气中的氧气与氮气分离，滤除了空气中的有害物质，从而获取符合医用氧标准的高纯度氧气。		
	雾化器	雾化器是将试液雾化，用于治疗上呼吸道疾病的一种设备，采用雾化吸入器将药液雾化成微小颗粒，药物通过呼吸吸入的方式进入呼吸道和肺部沉积，从而达到无痛、迅速有效治疗的目的。		
中医理疗	艾灸系列	艾灸是中医针灸疗法中的灸法，是用艾叶制成的艾灸材料产生的艾热刺激体表穴位或特定部位，通过激发经气的活动来调整人体紊乱的生理生化功能，从而达到防病治病目的的一种治疗方法。		

产品门类	产品类别	主要用途	部分产品图示	
医疗护理	刮痧板/拔罐器/针灸类	刮痧、拔罐和针灸是中医疗法，刮痧板是刮痧的主要器具，拔罐器是通过负压源使罐体内产生负压，从而吸附在肌肉上，针灸由“针”和“灸”构成，是东方医学的重要组成部分之一。		
	按摩牵引类	按摩器是针对人们身体全身或者各个部位进行按摩的工具总称，颈椎牵引椅是用来治疗颈椎病的一种医疗器械。		
	健康防护耗材	主要是医用口罩、医用橡胶手套、敷贴等日常医用物品。其中医用口罩三层防护，可过滤空气中的微粒，细菌过滤效率≥95%。医用橡胶手套加厚设计，更耐拉伸。		
	护理消杀耗材	主要是一次性棉签、医药箱、绷带、纱布、络合碘、酒精棉片等日常医用护理物品。其中络合碘的性质稳定，为无毒物质、无臭、无味，具有极好的成膜、粘合、解毒降毒和缓释的功效。酒精棉片经过医用酒精溶液处理后得到的棉片，具有杀菌消毒的作用。		

2、公司代理品牌主要产品如下：

产品门类	产品类别	主要品牌	部分产品图示	
健康监测	血压计	欧姆龙、鱼跃		
	血糖仪及试纸	拜安康、雅培		

产品门类	产品类别	主要品牌	部分产品图示	
康复辅具	轮椅	康扬、三贵		
呼吸支持	呼吸机	瑞思迈、费雪派克		
	制氧机	欧姆龙、DRIVE DEVILBISS HEALTHCARE		
中医理疗	理疗仪	仙鹤		
医疗护理	纱布绷带	稳健		

3、公司主要产品生命周期

产品生命周期是指产品从准备进入市场开始到被淘汰退出市场为止的全部运动过程，是由需求与技术的生产周期所决定，是产品或商品在市场运动中的经济寿命，也即在市场流通过程中，由于消费者的需求变化以及影响市场的其他因素所造成的商品由盛转衰的周期。产品生命周期主要是由消费者的消费方式、消费水平、消费结构和消费心理的变化所决定的，一般依据产品的销售额分为导入(进入)期、成长期、成熟期(饱和期)、衰退(衰落)期四个阶段，具体如下：

（1）开发（导入）期：随着产品导入市场，销售额缓慢增长。由于产品导入花费

巨大，因此毫无盈利可言；

（2）成长期：市场接受大幅增长，并有持续的利润提升；

（3）成熟期：销售额增长速度放缓，因为大部分潜在的购买者都已接受了产品。由于竞争加强，利润保持平稳或下降；

（4）衰退期：销售额呈现下降趋势，利润减少。

当前，整个全球医疗器械行业处于成长期，而行业内部的企业多数处于初创期和成长期。发行人主营产品主要有健康监测、康复辅具、医疗护理、中医理疗和呼吸支持五大类，根据统计主要产品的销售额、销售额增长率、市场占有率以及 2020 年 12 月在天猫平台的交易指数排名，发行人主要产品所处的生命周期及同类产品中主要的竞争品牌情况如下：

品类	主要产品	目前所处生命周期	主要竞争品牌	发行人自有品牌“可孚”的产品 2020 年 12 月在天猫平台上该类产品所有品牌的交易指数中的排名
健康监测类	血压计	成长期	鱼跃、欧姆龙、松下、九安	3
	血糖监测系列	成长期	拜安康、雅培、三诺、欧姆龙、罗氏	9
	体温计	成长期	鱼跃、欧姆龙、博朗	2
康复辅具类	轮椅	成长期	鱼跃、英洛华、吉芮	4
	助听器	成长期	峰力、欧仕达、西门子、优利康、奥迪康	16
	助行器	成长期	淳紫乐康、鱼跃、康健泰	1
	护理床	成长期	达尔梦达、凤凰、骏腾	2
医疗护理类	敷贴/敷料类	成长期	稳健、海氏海诺、美丽康、邦迪	7
	口罩/手套	成长期	稳健、振德、银京、健卫康	1
	消毒产品	成长期	利尔康、振德、海氏海诺	4
	棉球/棉签/棉片类	成长期	稳健、海氏海诺、振德、健卫康	2
中医理疗类	理疗仪	成长期	仙鹤、倍益康、侨健	-
	艾叶及制成品	成长期	艾大夫、同仁堂、仁和	3
	暖贴/足贴/足浴包	成长期	老北京、亿家艾、同仁堂	14
	拔罐器	成长期	康祝、鱼跃、仙鹤	3
呼吸支持类	呼吸机	成长期	瑞思迈、鱼跃、凯迪泰	11
	制氧机	成长期	鱼跃、英维康、海龟	18

品类	主要产品	目前所处生命周期	主要竞争品牌	发行人自有品牌“可孚”的产品2020年12月在天猫平台上该类产品所有品牌的交易指数中的排名
	鼻腔护理	成长期	鼻可乐、淳紫乐康、诺斯清	7

注：1、表中发行人自有品牌“可孚”产品在天猫平台上的交易指数排名数据来源于生意参谋-市场-市场排行，交易指数是指选定周期下，品牌在选定类目下支付金额指数化后指标。统计的排名是指发行人自有品牌“可孚”（不包括发行人代理的品牌）该类产品的交易指数在天猫平台上该类产品所有品牌交易指数中的排名。
2、根据天猫平台的产品分类目录，发行人的“可孚”品牌产品暖贴/足贴/足浴包和艾叶及制成品在天猫平台的产品分类为艾灸/艾草/艾条/艾制品。

（三）主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入的具体构成如下：

单位：万元

产品名称	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
健康监测	77,652.67	33.42%	40,206.06	27.61%	40,487.83	37.39%
康复辅具	29,344.88	12.63%	32,124.92	22.06%	24,778.89	22.88%
医疗护理	84,885.66	36.53%	30,117.91	20.68%	16,544.75	15.28%
中医理疗	18,462.34	7.95%	22,757.29	15.63%	11,926.81	11.01%
呼吸支持	15,788.82	6.79%	18,891.17	12.97%	13,492.96	12.46%
其他	6,225.45	2.68%	1,526.73	1.05%	1,047.74	0.97%
合计	**232,359.83**	**100.00%**	**145,624.09**	**100.00%**	**108,278.98**	**100.00%**

（四）发行人主要经营模式

作为一家专业的家用医疗器械企业，公司始终以客户需求和体验为核心，致力于为用户提供终身信赖的医疗健康产品和一站式解决方案。在经营模式上，公司借鉴自有品牌专业零售商经营模式（SPA模式），结合家用医疗器械行业特性和自身实际情况，根据在市场中不断探索积累的行业经验来持续优化及改进自身经营模式，形成了一套具有可孚特色、符合市场趋势的经营模式。公司通过不断健全数字运营体系，能够敏锐地洞察及深度研究用户需求。同时，通过持续创新的研发、科学合理的产品策划和全面质量管理，公司以“可孚”产品为核心，迭代推出血压计、护理床、红外体温计、雾化器、轮椅等多款高品质畅销产品，积累了良好的市场口碑和品牌知名度，构建了从研发、采购、生产、销售到服务的一整套供应链系统。

1、研发模式

公司坚持以市场需求为导向、以技术创新为驱动、以质量为中心的标准开展研究开发。公司研发主要包括家用医疗器械产品的研发和运营管理的研发。



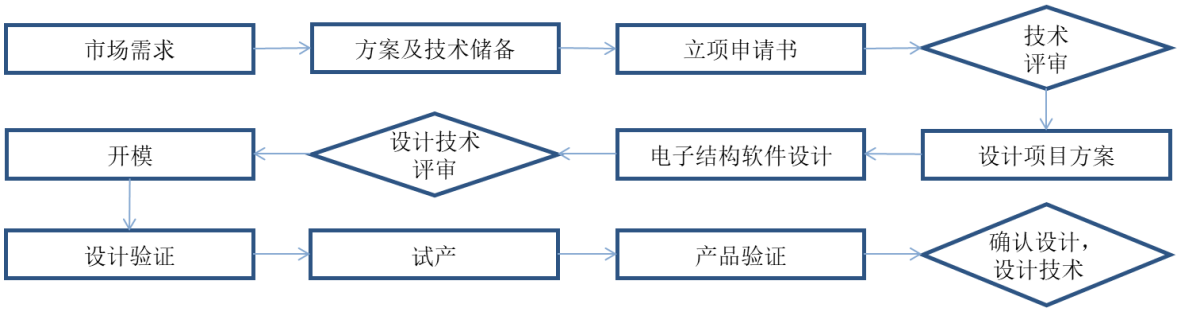
对于家用医疗器械产品的研发，公司坚持设计研发、生产技术研发与前瞻性研发并重。设计研发方面，主要由研发中心和销售中心合作完成，通过不断地调研家用医疗器械市场情况，公司精准地设计和开发出符合市场需求或引领市场消费趋势的产品。公司产品设计研发重点围绕产品材料、产品功能性、产品外观、使用的舒适性结合临床数据进行改进。生产技术研发方面，主要由研发中心和供应链中心（生产技术部）合作完成，主要围绕提高生产效率、改进工艺、提高产品品质等方面进行。报告期内，公司研发出的产品品类不断增加、品质和技术含量不断提升，主要包括电子血压计、护理床、红外体温计、助听器、雾化器等高品质畅销产品。前瞻研发方面，公司根据业务发展规划，结合行业发展趋势，进行前瞻性的产品研发和布局。

对于运营管理的研发包括三个层次。第一个层次是基于用户需求的市场调研，主要是对搜集到的用户需求进行深度剖析，了解需求满足状况、行业产品竞争态势及上游供应状况。第二个层次是基于市场调研进行的科学合理的商品策划，主要是对商品开发、生产计划、采购计划、销售计划、售后服务进行整体策划，在满足用户需求的前提下不断革新和迭代内部组织最优组合。第三个层次是运营支持系统的研发，主要是打通研发、生产、采购、销售之间的信息传递和大数据积累，缩短供应链长度，实现对市场的快速反应。同时，将应用数据反馈回具体的产品开发层面，总结出产品改进和新品开发的路

线，促进产品的研发。

公司研发策略以自主研发、自主创新为主，以与研发外包服务机构、高等院校、科研院所开展产学研合作为辅，高度重视研发人才的引进、培养及研发平台的建设。经过 10 余年的研发积累，公司已建立了完善的自主研发体系和机制，为未来公司在家用医疗器械领域能够持续创新提供源动力和坚实的基础。

公司研发由研发中心负责，新产品的研发流程主要包括市场调研、立项、设计、开模验证、试产、产品验证、确认等阶段，具体研发流程如下图:



2、采购模式

公司采购主要由供应链中心（采购部）实施，公司采购产品主要分为三类，一是与生产相关的原材料、零部件采购；二是可孚自有品牌成品采购；三是代理品牌产品采购。

（1）原材料、零部件采购

公司原材料采购主要采用“以产定购”模式，随着公司自主生产产品规模的不断扩大，公司对于原材料品类和数量的需求也日益增强。原材料和零部件的采购，主要由供应链中心（制造中心）提出采购需求，供应链中心（采购部）完成采购。报告期内，公司采购的主要原材料和零部件为电子元器件、结构部件、塑料件、包装材料以及缝制、纺织类部件等。

（2）可孚自有品牌成品采购

公司采购可孚自有品牌成品，主要是随着公司产品品类和销售规模的快速扩大，公司研发和生产主要专注于核心产品，现有产能不能满足所有产品品类自主生产的需求，同时公司所处行业内具有较多专注于某类医疗器械产品的优质生产型企业，其拥有合格的生产资质和丰富的行业经验，能够解决公司产能不足的现状。因此，公司合理利用产业链分工，将部分产品交由这类专业生产企业完成，有利于公司集中资源进行核心产品

研发、产品设计、品牌建设等高附加值环节。报告期内，公司采购的可孚自有品牌成品主要包括轮椅、血糖试纸、敷料敷贴等产品。公司筛选具有产品设计、生产能力的上游厂商作为供应商，供应商根据公司的产品规格、外观设计、性能等产品技术要求进行产品设计及生产，并按照订单为公司生产成品。

（3）代理品牌产品采购

公司采购的代理品牌医疗器械产品，主要为欧姆龙、鱼跃、瑞思迈、仙鹤等主流医疗器械品牌或市场认可度较高的产品。公司主要通过与品牌商洽谈代理经销，或部分品牌商看重公司具有多年代理销售经验、渠道和客户资源优势，主动寻求公司代理经销。一般代理经销意向达成后，公司按年度签订经销代理协议，年度内根据下游销售情况和库存情况分批采购。

报告期内，发行人线下好护士门店、健耳门店、仓储式大卖场均销售非自有品牌产品，盈利模式主要为通过自身营销渠道优势赚取进销差价，未向品牌商收取费用。

报告期内，发行人向非自有品牌采购有返利情况。根据协议约定，供应商对具体产品不同采购量给予不同的返利比例，公司在每年末或者约定的结算期与供应商确认返利金额在账面进行计提。

1）发行人报告期计提的非自有品牌返利金额如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
返利金额	989.97	610.09	377.88

2）主要返利方情况，由于非自有品牌供应商较多，返利金额较散，以下列示年度返利金额超过50万元的返利方情况。

2020年度主要返利方情况：

单位：万元

供应商名称	计提的返利金额	非自有品牌采购金额	占比%	品牌	返利条件及比例
索诺瓦听力技术（上海）有限公司	222.81	811.48	27.46	优利康	2020.4.1-2021.3.31 期间销售额及回款额达到 500 万元，年度平均每台助听器产品回款单价达人民币 1600 元，按回款额（只含助听器）17%返利
					2020.4.1-2021.3.31 期间销售额及回款额达到 600 万元，年度平均每台助听器产品回

供应商名称	计提的返利金额	非自有品牌采购金额	占比%	品牌	返利条件及比例
					款单价达人民币 1600 元，按回款额（只含助听器）18%返利
					2021.4.1-2022.3.31 期间销售额及回款额达到 700 万元，年度平均每台助听器产品回款单价达人民币 1600 元，按回款额（只含助听器）19%返利
					2021.4.1-2022.3.31 期间销售额及回款额达到 800 万元，年度平均每台助听器产品回款单价达人民币 1600 元，按回款额（只含助听器）20%返利
					品牌推广费的 50%，但不超过采购额的 6%；实物返利：根据销售返利情况提供 200 或 250 台任意型号福来助听器使用权，以及 80 或 100 台 Noahlink 型号设备
				峰力	年度销售额及回款额达到 241 万元，年度平均每台助听器产品回款单价达人民币 2000 元，按回款额（只含助听器）的 13%返利，返利将在甲方以后的订单中以折扣折让的方式支付。（折扣折让金额在之后的订单中单次不可高于 40%）
上药康德乐（湖北）医药有限公司	478.56	2,328.65	20.55	罗氏	2020 年一季度完成出货 228 万，按 17%返利；2020 年二至四季度完成出货 2035 万，按 9%返利。
稳健医疗用品股份有限公司（甲方）	170.74	2,488.52	6.86	稳健	甲方已于 2019 年 12 月向全国经销商实行经销价统一政策，甲方为缓解乙方在终端连锁价格调整期内的压力，将 2020 年度调价产品的差价额的 6 折冲抵应收账款的形式给乙方。

2019年度主要返利方情况：

单位：万元

供应商名称	计提的返利金额	非自有品牌采购金额	占比%	品牌	返利条款
江苏鱼跃医疗设备股份有限公司	167.91	4,501.54	3.73	鱼跃	与供应商协商后获取的返利
上药康德乐（湖北）医药有限公司	167.64	775.22	21.62	罗氏	完成出货指标，出货 790 万，按照出货金额*12%返利
索诺瓦听力技术（上海）有限公司	74.17	551.18	13.46	优利康	2019.4.1-2020.3.31 期间销售额及回款额达到 350 万元，年度平均每台助听器产品回款单价达人民币 1500 元，按回款额（只含助听器）的 15%作为返利，并享有 6%年度品牌推广返利。返利将在甲方以后的订单中以折扣折让的方式支付。（折扣折让金额在之后的订单中单次不可高于 40%）
					2017.4.1-2020.3.31 销售额及回款额达到 960 万元，乙方实现向甲方年度平均每台

供应商名称	计提的返利金额	非自有品牌采购金额	占比%	品牌	返利条款
					助听器产品回款单价达人民币 1500 元，乙方可以享受额外（只含助听器）3%作为返利，返利将在甲方以后的订单中以折扣折让的方式支付。（折扣折让金额在之后的订单中单次不可高于 40%）
				峰力	年度销售额及回款额达到 60 万元，年度平均每台助听器产品回款单价达人民币 2000 元，回款额（只含助听器）的 9%作为返利，返利将在甲方以后的订单中以折扣折让的方式支付。（折扣折让金额在之后的订单中单次不可高于 40%）
欧姆龙健康医疗（中国）有限公司	57.71	2,330.94	2.48	欧姆龙	欧姆龙特别价格、销售价格优惠制度、支援店、售后网点支援等、委托业务费等、具体返利见欧姆龙优惠确认书

2018年度主要返利方情况：

单位：万元

供应商名称	计提的返利金额	非自有品牌采购金额	占比%	品牌	返利条款
重庆航天火箭电子技术有限公司	129.31	2,583.20	5.01	仙鹤	年度采购金额 3000-4000 万按采购金额的 4%返利，年度采购金额 4001-5000 万采购金额的 4.5%返利，年度采购金额 5001 万以上采购金额的 5%返利； 品牌推广费：按采购金额的 1%返利
索诺瓦听力技术（上海）有限公司	69.41	446.16	15.56	优利康	2018.4.1-2019.3.31 期间销售额及回款额达到 330 万元，年度平均每台助听器产品回款单价达人民币 1500 元，按回款额（只含助听器）的 15%作为返利，并享有 6%年度品牌推广返利。返利将在甲方以后的订单中以折扣折让的方式支付。（折扣折让金额在之后的订单中单次不可高于 40%）
					2017.4.1-2020.3.31 期间销售额及回款额达到 960 万元，年度平均每台助听器产品回款单价达人民币 1500 元，可以享受额外（只含助听器）3%作为返利，返利将在甲方以后的订单中以折扣折让的方式支付。（折扣折让金额在之后的订单中单次不可高于 40%）
				峰力	乙方年度销售额及回款额达到 60 万元，乙方实现向甲方年度平均每台助听器产品回款单价达人民币 2000 元，乙方可以享受其回款额（只含助听器）的 9%作为返利，返利将在甲方以后的订单中以折扣折让的方式支付。（折扣折让金额在之后的订单中单次不可高于 40%）
稳健医疗用品股份有限	59.85	3,165.21	1.89	稳健	年度采购金额达 2800 万按 1.5%返利，年度采购金额达 3100 万按 2%返利，年度采

供应商名称	计提的返利金额	非自有品牌采购金额	占比%	品牌	返利条款
公司					购金额达 3400 万按 2.5%返利，返利金额=不含税采购额*返利比例-逾期扣息金额

报告期内各供应商返利占采购额比例与合同金额趋同，略有差异的原因系供应商并非对全部采购额进行返利，只针对部分产品。发行人对返利的会计处理正确且完整。

发行人主要向索诺瓦听力技术（上海）有限公司采购优利康品牌和峰力品牌助听器，索诺瓦听力技术（上海）有限公司对发行人的返利金额占回款额比例如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
优利康基础返利：	193.10	65.55	66.23
优利康单独返利：	21.86	5.17	2.43
峰力基础返利：	7.85	3.45	0.75
合计	**222.81**	**74.17**	**69.41**

报告期2018年、2019年、2020年，索诺瓦听力技术（上海）有限公司对发行人的返利金额占回款额的比例分别为21.22%、21.85%、29.08%，回款额与返利金额呈正向关系，回款额越高返利比例越高，因此2020年度的返利金额高于往年具有合理性。

发行人主要向上药康德乐（湖北）医药有限公司采购罗氏牌血糖仪、血糖试纸及采血针等。该供应商返利计算基数为协议中列示的建议标准采购价，2019年度及2020年一季度发行人实际采购价为协议列式标准采购价打57折，2020年第二季度开始为49折，故返利占实际采购额较高，2019年度为21.62%，2020年度为20.55%。

3）会计处理

各期末，根据合同约定的返利条件和标准，公司在满足合作约定条件在基本确定可以收到供应商返利的当期进行会计处理，由于计提的返利基本是针对计提时点以前的采购，且只针对部分采购产品进行返利，并非针对所有产品，返利在基本确定时，所采购的产品基本都已完成销售，从而冲减主营业务成本，同时减少应付账款，公司在每年末会与供应商确认返利金额在账面进行计提，会计分录为：

借：应付账款-暂估款-返利

贷：主营业务成本

次年收到返利发票后，若有差额，按差异冲减或者补记主营业成本及应付账款；若无差异则将“应付账款-暂估款”转入“应付账款-发票款”。

发行人以“可孚”产品为核心，并引入其他知名品牌作为补充，构建起了包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大领域，涉及近万个产品型号及规格，能够满足消费者多品牌、一站式购物的产品需求。对于非自有品牌产品，报告期内，发行人主要从代理品牌厂商直接采购，因此存在发行人为一级代理商的情况。

发行人与代理品牌厂商签订的代理协议未约定分销安排条款。由于报告期内发行人合作的代理品牌厂商较多，且部分厂商的协议条款类似，因此下表仅列出发行人报告期各期与主要代理品牌签订的一级代理协议内容：

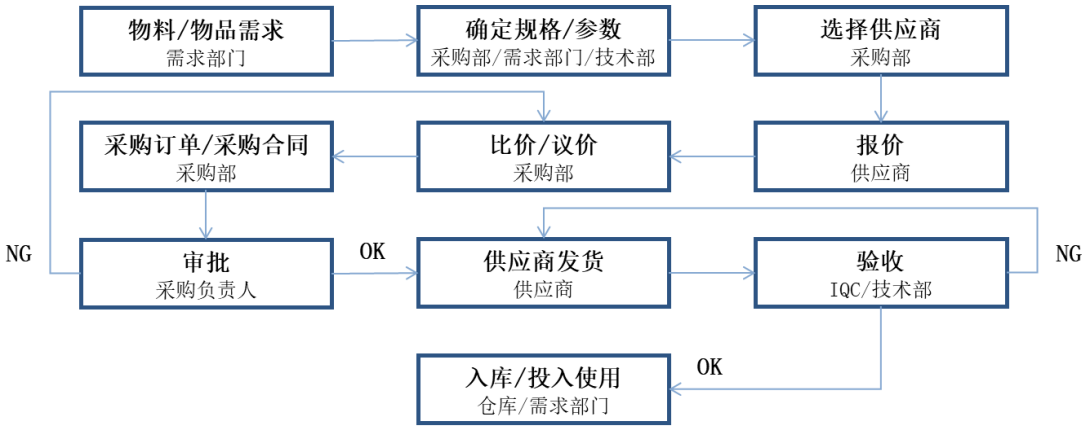
供应商名称	品牌	主要产品	合同期限	合作期限	合同到期安排	代理区域
鱼跃医疗	鱼跃、华佗	轮椅、血压计、制氧机	1 年	2009 年-2020 年	协商续签	湖南
稳健医疗用品股份有限公司	稳健	棉签、纱布、敷贴、胶带等产品	1 年	2009 年-2020 年	协商续签	湖南
欧姆龙健康医疗（中国）有限公司	欧姆龙	血压计、制氧机、体温计	季度	2009 年-2020 年	协商续签	不限
瑞思迈系统	瑞思迈、凯迪泰	呼吸机	1 年	2015 年-2020 年	协商续签	不限
艾康生物技术(杭州)有限公司	灵睿、精益	血糖监测系列	3 年	2009 年-2020 年	协商续签	湖南
重庆航天火箭电子技术有限公司	仙鹤、旭航	红外线治疗仪	1 年	2013 年-2020 年	协商续签	不限
碧迪医疗器械（上海）有限公司	BD	胰岛素注射针	1 年	2015 年-2020 年	协商续签	湖南
三诺生物	三诺	血糖监测系列	1 年	2009 年-2020 年	协商续签	国内
济南睿驰生物科技有限公司	美皮护	敷贴/敷料	5 个月	2019 年-2020 年	协商续签	不限
索诺瓦听力技术(上海)有限公司	优利康、峰力	助听器	优利康 3 年，峰力 1 年	2015 年-2020 年	协商续签	不限
山东利尔康医疗科技股份有限公司	利尔康	酒精.碘伏.等消毒产品	4 年	2009 年-2020 年	协商续签	不限
北京林普医疗用品有限公司	中红普林	PVC 手套丁腈手套	1 年	2018 年-2020 年	协商续签	不限
诗董医疗器械（上海）有限公司	Sriex	橡胶手套丁腈手套	1 年	2018 年-2020 年	协商续签	不限
康德莱	KDL	胰岛素针头	1 年	2009 年-2020 年	协商续签	国内
湛江市事达实业有限公司	事达	导尿包	1 年	2017 年-2020 年	协商续签	湖南
东莞市诺星电子有限公司	NX	电池	2 年	2017 年-2020 年	协商续签	不限
江苏治宇医疗器材有限公司	治宇	治宇输注类产品	9 个月	2013 年-2020 年	协商续签	湖南、湖北、浙江、

供应商名称	品牌	主要产品	合同期限	合作期限	合同到期安排	代理区域
						贵州、四川、安徽
上药医药	罗氏	血糖试纸	12 个月	2016-2020 年	协商续签	不限
华润广东	拜安康	采血笔/针头、血糖检测系列	12 个月	2017 年至 2020 年	协商续签	不限

（4）公司采购制度和采购流程

公司建立了完善的采购管理制度，主要包括《采购管制程序》《采购、收货、验收管理制度》《供货者资格审查和首营品种质量审核制度》和《仓库贮存、养护、出入库管理制度》等采购管理办法，同时建立了供应商甄选制度。供应链中心（供应商管理部门）负责对供应商进行调查、评估和甄选，对合格供应商列入《合格供应商名录》进行管理，同时进行严格的供货情况考核，确保采购产品的品质持续符合公司的质量要求。

公司采购流程主要如下：



1）物料需求

供应链中心（制造中心）根据业务部门的月度销售计划、仓库物料储存数量以及旧订单未交量，制定月度物料需求计划，其他部门依生产或工作所需填写《物品请购单》，经企业负责人确认签批后提交给采购部。

2）选择供应商

公司所有物料采购之供应商，必须在《合格供应商名册》中选择,如为新增加供应商,则按新供应商评价规定进行评审,经评审合格后方可下采购订单订购物料。如为老供应商新物料，需先进行新样品承认，合格后方可下订单采购。对于成品采购的供应商，公司会定期派员监督供应商产品有关原料、配件、生产的全过程及检测产品质量等。

3）议价

采购部在下正式采购订单之前，须经过询价→传真/邮件/电话等方式报价→议价→定价,议价需根据物料的性质/特性来进行,再根据市场行情,以同等级质量价格比价,其它物料则以满足质量的情况下择优选择供应商购买：

A.当采购产品为标准件时，在确定供应商有供货资质的前提下进行比价，质量相同的情况下取价低者；

B.当采购产品为非标准件时，采购前需对采购的品质、价格等因素进行对比来确定供应商，如非标准件为比较重要或需求量较大的产品，至少配置两家或以上供应商。

4）验收

采购回来的物料，由仓库按《采购订单》及供应商送货单核对后收货,并放于待检区,及时通知 IQC 检查,合格物料由仓管及时入库，不合格品启动 MRB 评审会，按《不合格品控制》、《纠正预防措施》程序文件处理,采购部须督促供应商尽快采取改善行动。

（5）发行人对自有品牌外购产品和非自有品牌的经营模式

公司借鉴SPA模式，以自有品牌及自有品牌产品为核心，同时引入非自有品牌产品，自有品牌产品和非自有品牌产品相互补充和协同，发挥不同的作用，共同构建起了包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大领域的产品线。

从经营模式上看，自有品牌外购产品由发行人发起并全程参与，从产品创意设计及需求的提出，直到产品实现销售，发行人在其中起到关键及主导的作用，生产厂商仅按照发行人的要求进行生产及供货，并保证产品质量；代理品牌的运营中，发行人是产品众多分销商之一，负责按照合同约定实现销售，两种模式的主要区别如下：

项目	自有品牌外购模式	代理品牌外购模式
产品需求提出	发行人	
产品设计	发行人对产品外观设计、性能指标、LOGO、包装等进行约定	无
品牌归属及营销	品牌归属于发行人，发行人负责营销	品牌归属为代理品牌商，发行人负责营销
产品定价	发行人自主定价	供应商有指导零售价，发行人需维护授权销售区域内产品的价格稳定
销售渠道	发行人销售渠道不受限制	对线上或线下销售有限定

项目	自有品牌外购模式	代理品牌外购模式
销售地域	发行人销售地域不受限制	有限定销售地域
合作期限	一般 1 年	一般 1 年
约束性条款	1、供应商使用发行人授权商标生产的产品应全部销售给发行人，不得销售给第三方。 2、供应商未经发行人书面授权，不得超范围使用或允许第三方使用授权商标，不得擅自生产与授权商标相关的产品，更不能将其在市场流通	部分供应商有销售指标及回款指标，发行人未完成年销售任务时，供应商有权视情况取消发行人经销商资格。

公司所属的家用医疗器械行业相较医用医疗器械而言，具有操作简单、体积小巧、携带方便等特点，适合家庭或个人购买及使用。行业内具有较多专注于某类医疗器械产品的优质生产型企业，均拥有合格的生产资质和丰富的行业经验，发行人同一种产品一般存在两个以上供应商，当某个供应商出现问题时，能较快地找到可替代供应商，且更换供应商的时间和费用不会对发行人的经营产生重大不利影响；同时，随着发行人自产产品比例的提高，公司在部分产品上的对外采购需求可能会下降，发行人对产品供应商不存在依赖。

报告期内，根据发行人与自有品牌外购供应商和非自有品牌供应商的协议约定，若供应商产品出现质量问题或医疗纠纷，均由供应商负责维修或者退换货。

报告期内，发行人与自有品牌外购产品和代理产品供应商签订的合同有效期限一般为一年，通过查阅同行业可比公司的招股说明书，其重大购销合同的有效期限如下：

序号	公司	上市时间	合同类型	有效期限
1	鱼跃医疗	2008 年	经销或销售协议	未披露
			采购协议	2 年
2	九安医疗	2010 年	内销合同	1-2 年
			采购合同	1-2 年
3	蓝帆医疗	2010 年	销售合同	1 年
			采购合同	1 年
4	三诺生物	2012 年	产品销售合同	1 年
			采购合同	1 年
5	乐心医疗	2016 年	销售合同	1-5 年
			采购合同	2 年
6	振德医疗	2017 年	销售框架协议	1-8 年
			采购合同	未披露

序号	公司	上市时间	合同类型	有效期限
7	奥美医疗	2019 年	框架销售合同	1 年、3 年、10 年
			采购合同	1 年、3 年

注：稳健医疗和英科医疗招股说明书均未披露重大购销合同的有效期限。

同行业可比公司签订的大部分重大销售和采购合同有效期限为 1-2 年，其中以一年一签为主。发行人与自有品牌外购供应商和代理产品供应商签订的合同有效期限符合行业惯例。报告期内，发行人与主要自有品牌外购供应商和代理品牌供应商在合同有效期后一般会继续合作，合作情况良好，合作期限普遍较长。

（6）发行人与对自有品牌外购供应商产品和非自有品牌供应商的合作产品的销售系买断式销售

1）发行人对自有品牌外购产品的销售系买断式销售

发行人的自有品牌外购系发行人授权供应商使用可孚商标使用权，根据发行人要求仅负责组织生产，产品仅销售给发行人，发行人与其的采购为买断式，协议具体约定如下：

供应商名称	代理产品	验收条款	退换货条款	质保条款
东莞市振海电子科技有限公司、深圳市和泰达科技有限公司（乙方）	体温计	产品到达甲方地点 48 小时内验收，乙方提供产品资质等文件，如有异议，需当即提出，就产品数量、规格的不符由乙方负责调换或补偿，由此发生的费用由乙方承担。产品交接时，甲方仅对产品数量型号及外观进行检查，甲方对产品的发货清单签收不视为免除乙方产品质量问题责任	乙方负责破损和客退机的翻新	质保期内出现质量问题由乙方承担甲方由此造成的直接或间接损失及相关售后服务
三诺生物传感股份有限公司（甲方）	血糖试纸/血糖仪	货到后 3 个工作日内完成验收，验收时如有质量问题，应在 5 个工作日内通知乙方	对于质量有问题的产品，15 日内无偿更换或退货	对于保修期内的产品，乙方负责维修；不能维修的，予以免费更换新产品
吉芮医疗器械（上海）有限公司（乙方）	轮椅、轮椅配件	产品到达甲方地点 8 小时内验收，乙方提供产品资质等文件，如有异议，需当即提出，就产品数量、规格的不符由乙方负责调换或补偿，由此发	-	质保期内出现质量问题由乙方承担甲方由此造成的直接或间接损失及相关售后服务

供应商名称	代理产品	验收条款	退换货条款	质保条款
		生的费用由乙方承担		
佛山达浩医疗科技有限公司、广东大洋医疗科技股份有限公司（乙方）	轮椅、轮椅配件	产品到达甲方地点 1 小时内验收，乙方提供产品资质等文件，如有异议，需当即提出，就产品数量、规格的不符由乙方负责调换或补偿，由此发生的费用由乙方承担。产品交接时，甲方仅对产品数量型号及外观进行检查	-	质保期内出现质量问题由乙方承担甲方由此造成的直接或间接损失及相关售后服务
哈尔滨运美达生物科技有限公司（甲方）	敷贴/敷料类	乙方当面验收 ，不能当面验收的由物流代为验收，从物流提货后未提出异议的视为验收合格	-	甲方负责产品质量，提供产品各类资质，并承担由质量问题引发的争议及经济损失

根据发行人与自有品牌外购供应商的协议，发行人买断式采购产品后自行负责销售，不属于代理销售，该类产品的收入采用总额法确认，符合《企业会计准则》的规定。

2）发行人对非自有品牌产品的销售系买断式销售

非自有品牌产品供应商主要为知名医疗器械的厂商，因发行人具有较强的分销能力及从业经验，选择发行人作为其经销商。报告期内，公司销售的非自有品牌主要有鱼跃、瑞思迈、稳健、仙鹤及欧姆龙等，其与公司签订的销售协议中关于双方权利义务关系、风险承担方式等约定如下：

供应商名称	代理品牌	验收条款	退换货条款	质保条款
江苏鱼跃医疗设备股份有限公司（甲方）	鱼跃	甲方发货 7 日内未提出异议视为验收合格	①无质量问题，原则上不接受退货；②乙方退货需经甲方同意，退货产品及包装均不允许有破损，产生的返工费及运费均由乙方承担，并应于 15 日内开具红字信息表，逾期按 5%每天支付违约金；	根据产品说明书，保修卡及发票在产品报修期内提供免费维修服务，超过报修期及不在质保范围内的，甲方提供有偿服务
凯迪泰（北京）医疗科技有限公司、瑞思迈亚太有限公司（甲方）	瑞思迈	收到产品后 5 个营业日内报告产品的任何不符，否则应视为经销商已接受装运的产品	经销商出于任何原因向瑞思迈退返任何商品之前，必须事先联系瑞思迈	履行瑞思迈对任何产品提供的任何保证，按瑞思迈保证更换零部件或产品， 向瑞思迈提出偿付要求，并将替换零配件还给瑞思迈
稳健医疗用品股	稳健	①应在收货 3 日内对	①无质量问题概不退	无

供应商名称	代理品牌	验收条款	退换货条款	质保条款
份有限公司（甲方）		收货有异议提出来，否则视为验收合格；②单次采购 2 万以上甲方承担送货上门运费，否则只承担至物流站运费；③因运输问题造成包装破损等问题，应在物流单上注明，该部分甲方承担责任；④甲方送货时有少量破损（100 元以下）乙方全部入库，可就破损部分开具发票给甲方，甲方收票后付款或抵货款	货②特殊情况经甲方同意后可退货，运费乙方承担③非人为因素出现质量问题影响销售的，甲方负责调换，费用可另协商④甲方给与乙方年度采购额 3‰货损支持。	
重庆航天火箭电子技术有限公司（甲方）	仙鹤	无	无	经双方友好协商，售后维修由乙方负责，甲方有偿提供维修配件；若乙方无法维修的甲方负责维修，差缺零部件费用由乙方承担，物流费用双方各支付一程；非因甲方责任导致产品部件损坏或退货差缺零部件，乙方需要购买时甲方可按成本价格出售给乙方
欧姆龙健康医疗（中国）有限公司（甲方）	欧姆龙	①收货后立即验收，有问题应立即反应并留存图像上交材料至甲方，②乙方收货确有质量问题（不符合甲方产品制定介绍或样书中记载的规格标准）甲方承担责任	除验收有瑕疵，不接受退货	①甲方交货后，非因甲方原因造成第三方损害的，甲方不承担责任②对于家用健康产品，血压计 2 年，血糖仪 5 年，其他产品一年，保修期内，乙方或乙方客户可凭正规发票享受国家规定相关服务

根据发行人与非自有品牌供应商签订的协议，发行人与其签订的是买断式的协议，发行人销售上述产品不属于代理销售，收入采用总额法进行确认，符合《企业会计准则》的规定。

3、生产模式

公司产品生产环节由生产部具体负责实施，采取“以销定产、适当备货”的生产模式。根据市场需求的变化并结合公司的销售目标，营销中心定期制定销售预测，生产部门则根据销售预测、经评审过的客户订单、库存情况动态，定期滚动制定生产计划、物

料需求计划、下达生产指令，确保生产产品的质量与交期满足法规及客户需求。同时，利用动态需求及 ERP 系统中出入库数据对实际销售与生产计划的偏差进行实时调整，在保障市场需求的同时，有效降低库存，提高存货周转率。

公司的生产模式包括自主生产和委托生产，并以自主生产为主。

（1）自主生产

公司始终按照医疗器械 GMP 规范组织生产，已经通过 ISO13485 质量管理体系和三级安全生产认证，在生产的各个环节均严格按照《医疗器械生产质量管理规范》执行。公司已经建立了包括产品研发、生产、销售、售后服务与质量跟踪在内的全过程质量管理体系，生产产品主要包括血压计、体温计、护理床、雾化器、制氧机、助听器、鼻腔护理、助行器等产品。

公司所有生产产品的核心生产工艺及关键质量控制节点，均实现自主控制。对于部分非核心生产工序，报告期内，为了降低生产成本和集中资源进行核心工序的生产及优化，公司适当利用产业链分工，将 PCBA 半成品加工工序委托给行业内专注于某项常规制造工序的生产型企业完成。报告期内，公司外协加工费分别为 2.94 万元、149.68 万元、422.85 万元，公司外协加工占比较小，且外协厂商与公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

（2）委托生产

报告期内，公司存在少量产品采取委托生产方式。报告期内，公司委托生产金额分别为 124.41 万元、417.45 万元、2,220.34 万元。公司综合考虑生产条件、技术水平、质量管理水平、业界声誉及地理位置等因素来确定合适的受托生产方，经质管部、生产部和采购部对受托方进行严格审查通过后，公司与受托方签订合同，并依法向相关药品监督管理部门办理委托生产备案手续。

公司所处行业内具有较多专注于某类医疗器械产品的生产型企业，其拥有合格的生产资质和丰富的行业经验，能够满足委托生产的需要。因此，公司适当利用产业链分工，将棉签、医用护理垫、真空拔罐器、医用退热贴等部分产品交由这类专业生产企业完成，公司与上述生产性企业均无关联关系。

公司生产与研发保持密切协同，在新产品研发过程中，充分考虑生产的便捷性，优化产品设计，以提升生产效率和产品质量；同时，公司不断加强制造能力的建设与生产

管理水平的提升，及时将生产信息反馈给研发中心，从而不断改进产品研发细节，实现商品的迭代。

4、销售模式

在销售渠道方面，公司已构建线上线下相结合的全渠道营销网络。公司线上线下划分依据主要为是否利用电子商务渠道进行产品销售，公司线上销售已完成主要包括天猫、阿里健康大药房、京东、唯品会、拼多多、苏宁易购在内的第三方电商平台布局，占据主流线上流量入口，深度覆盖线上消费者；线下销售已成功进驻老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等主流大中型连锁药房，同时公司在北京、广州、杭州、武汉、成都、太原等全国 20 余个重点城市开设不同类型的自营门店，包括一站式仓储大卖场、“好护士”家用医疗器械零售门店、“健耳”听力验配中心。

发行人在日常经营过程中，重视反商业贿赂问题，采取了多项措施防止员工与相关主体合作过程中可能发生的商业贿赂等不正当竞争行为。报告期内发行人及其股东、董事、高级管理人员、员工等不存在因商业贿赂等违法违规行为受到处罚或被立案调查。

（1）线上销售

按照销售模式不同，线上销售可以分为自营店铺、直发模式和平台入仓，几种模式主要根据店铺主体、客户类型、订单获取方式、货物流转方式、退换货方式等进行划分，具体如下：

	自营店铺	直发模式	平台入仓
店铺主体	发行人	电商平台/店铺主体	电商平台
客户类型	线上个人用户	电商平台/店铺主体	电商平台
订单获取方式	消费者通过店铺自主下单进行购买	电商平台/店铺主体向公司下单	电商平台向公司下单
货物流转方式	公司直接向消费者发货	公司直接向消费者发货	公司发货给电商平台
退换货方式	公司直接向消费者提供退换货服务	电商平台/店铺主体向消费者提供退换货服务，公司处理平台总体退换货需求	电商平台向消费者提供退换货服务，公司处理平台总体退换货需求
产品类别	发行人所有产品均可销售	双方约定的发行人产品	双方约定的发行人产品
定价方式	发行人自主定价	按双方约定的价格	按双方约定的价格
销售价格	店铺内公开明示的商品价格	店铺内公开明示的商品价格	约定价格
报告期内毛利率	39.29%、41.79%、46.64%	29.40%、36.09%、47.07%	39.59%、41.65%、48.49%
产品仓储	产品存储在公司仓库	产品存储在公司仓库	产品存储在平台指定仓库

	自营店铺	直发模式	平台入仓
配送	发行人委托物流公司直接配送到最终客户	发行人委托物流公司直接配送到最终客户	发行人委托物流公司配送到平台指定仓库
运费承担	根据商品是否包邮，包邮由发行人承担，不包邮运费由最终客户承担	根据商品是否包邮，包邮由发行人承担，不包邮运费由最终客户承担	根据协议约定，发货至平台指定仓库运费由发行人承担，平台发货至消费者由平台自行承担
结算	消费者签收后，电商平台按合同约定结算（天猫、拼多多平台实时结算，京东平台次日结算）	按合同约定，双方确认销货结算单后，一般为 1 个月内进行结算	按合同约定，双方确认销货结算单后，一般为 1 个月内进行结算
收入确认的会计核算过程	平台签收时，公司系统抓取签收数据生成、审核销售订单及财务凭证，财务每月核对平台销售数据和公司收入确认数据,进行收入调整	根据双方确认的代销清单确认收入	1、经销（买断式）：按合同约定一般为客户验收入库时确认收入 2、经销（视同买断式的委托代销）：双方确认代销清单时确认收入
与电商平台的收入分成	无收入分成	无收入分成	无收入分成
费用承担	发行人承担线上服务费和线上推广费	1、线上服务费中的平台服务费、积分类费用的返点积分一般由客户承担 2、其他线上服务费和线上推广费按照发行人与不同客户的约定执行	1、线上服务费由客户承担 2、线上推广费一般由客户承担，报告期内发行人承担了京东平台、天猫超市少量的京东快车和直通车费用
收入核算的内部控制关键环节	1、按平台订单审核后进行发货 2、平台订单签收后确认收入 3、与平台销售数据、资金流水核对	1、合同审批 2、按销售订单进行发货 3、与平台/店铺主体核对结算单据	1、合同审批 2、按销售订单进行发货 3、与平台核对结算单据

发行人比较了稳健医疗,三只松鼠等公司，稳健医疗线上销售分为电商直发模式和电商入仓模式；三只松鼠分为在线B-C模式、统一入仓模式、自营销售平台模式，公司的线上销售模式的分类符合行业惯例。

2020年，线上销售三种模式毛利率均有较大幅度提升，自营店铺由2019年的41.79%增加至46.64%，直发模式由2019年的36.09%增加到47.07%，主要原因是2020年销售的口罩/手套、清洁消毒类、体温计系列、血氧仪系列、医用消毒设备系列、制氧机系列高毛利产品占比及毛利率提高。其中，自营店铺销售产品中，上述产品2020年的销售占比由2019年的15.38%增加至45.45%，毛利率由2019年的48.64%增加至52.85%；直发模式下，上述产品2020年的销售占比由2019年的11.36%增加至51.49%，毛利率由2019年的45.63%增加至53.40%。平台入仓模式毛利率由2019年的41.65%增加到2020年的48.49%，主要是护具类、口罩/手套、理疗仪系列、体温计系列、血糖系列产

品2020年销售占比由2019年的14.26%增加至68.03%，毛利率由45.20%增加至48.52%。

影响发行人线上客户数量的因素较多，主要包括新增电商平台或新增线上自营店铺、品牌影响力、扩充或更新产品品类、营销推广投入、天猫可孚器械旗舰店的店铺主体转让。

线上自营店铺和代运营店铺销售收入受到平台、店铺类型、产品结构、服务等多方面的综合影响。报告期内，线上销售的收入情况如下表：

单位：万元

渠道	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自营店铺	114,225.18	63.17%	72,928.94	69.92%	58,760.93	83.56%
直发模式	60,365.94	33.38%	29,450.45	28.24%	10,550.02	15.00%
平台入仓	6,239.30	3.45%	1,918.28	1.84%	1,012.49	1.44%
合计	**180,830.42**	**100.00%**	**104,297.67**	**100.00%**	**70,323.44**	**100.00%**

报告期内，线上自营店铺收入占线上收入的比例分别为83.56%、69.92%、63.17%，占比逐年下降。

2018年至2020年，发行人自营店铺增长速度分别为12.55%、24.11%、56.63%，直发模式增长速度分别为425.38%、179.15%、104.97%，平台入仓模式增长速度分别为648.22%、89.46%、225.25%。整体上，2020年自营店铺和平台入仓增速加快，直发模式增速放缓。

发行人2018年起在维持自营店铺发展的前提下，积极拓展平台及销售渠道，加强与平台合作，快速提升直发模式与平台入仓销售。其中直发模式：2018年2月将可孚医疗器械旗舰店的主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，加强与阿里健康合作，依托丰富的产品品类优势与品牌优势，2018年、2019年销售收入迅速扩张，双方实现合作共赢。平台入仓模式：2018年起与天猫超市、京东自营、盒马鲜生、社区团购等平台合作，销售收入稳步提升。2020年发行人放缓了直发模式新平台拓展。

2020年1-6月和2020年自营店铺增速加快的原因如下：

A、积极开拓新平台，销售渠道多元化

2020年1-6月，发行人在药师帮、云集等新平台开设6家店铺，带来营业收入3,673.10万元，其中：药师帮平台为线上B2B医药营销平台，B端客户为中小连锁、单体药店，

私人诊所、卫生站等，2020 年 1-6 月销售收入 2810.07 万元。

2020 年，发行人在药师帮、云集等新平台开设 8 家店铺，带来营业收入 7,053.01 万元，其中药师帮平台为线上 B2B 医药营销平台，客户为中小连锁、单体药店、私人诊所、卫生站等，2020 年销售收入 4,231.65 万元。

B、公司多平台销售快速增长

2020 年 1-6 月和 2020 年，公司积极运营京东、拼多多等平台，多平台销售收入快速增长，其中京东平台收入占比分别增加 1.91%、1.35%，拼多多平台分别增加 6.46%、7.65%，唯品会分别增加 1.47%、2.32%，具体如下：

单位：万元

平台	2020 年收入	占比	2020 年上半年收入	占比	2019 年收入	占比	2020 年上半年占比变动	2020 年占比变动
天猫/淘宝	78,537.53	68.76%	46,070.17	70.79%	61,979.03	84.99%	-14.19%	-16.23%
京东	10,458.34	9.16%	6,324.31	9.72%	5,696.47	7.81%	1.91%	1.35%
拼多多	9,877.22	8.65%	4,856.21	7.46%	732.33	1.00%	6.46%	7.65%
药师帮	4,231.65	3.70%	2,810.07	4.32%	-	-	4.32%	3.70%
唯品会	5,136.58	4.50%	2,380.15	3.66%	1,592.07	2.18%	1.47%	2.32%
阿里巴巴国际站	2,345.99	2.05%	1,373.48	2.11%	721.97	0.99%	1.12%	1.06%
其他	2,868.90	2.51%	857.49	1.32%	436.41	0.60%	0.72%	1.91%
贝贝网	768.96	0.67%	406.85	0.63%	1,770.67	2.43%	-1.80%	-1.76%
合计	**114,225.18**	**100.00%**	**65,078.73**	**100.00%**	**72,928.94**	**100.00%**	-	

C、产品结构的变化

2020 年 1-6 月和 2020 年，自营店铺销售的体温计、口罩/手套、消毒产品销售大幅提升，其中 2020 年 1-6 月销售占比较 2019 年分别提升 25.79%、6.19%、3.15%，2020 年销售占比较 2019 年分别提升 18.70%、9.10%、1.86%，具体如下表：

单位：万元

产品	2020 年收入	2020 年收入占比	2020 年 1-6 月收入	2020 年 1-6 月收入占比	2019 年度收入	2019 年度收入占比	2020 年上半年占比增减幅度	2020 年占比增减幅度
体温计	30,633.89	26.82%	22,071.09	33.91%	5,922.61	8.12%	25.79%	18.70%
口罩/手	15,849.37	13.88%	7,138.02	10.97%	3,484.28	4.78%	6.19%	9.10%

套								
消毒产品	4,200.96	3.68%	3,234.25	4.97%	1,323.86	1.82%	3.15%	1.86%
合计	**50,684.22**	**44.37%**	**32,443.36**	**49.85%**	**10,730.75**	**14.72%**	**35.13%**	29.65%

2020 年上半年处在疫情期间，防疫物资匮乏导致出现供不应求的状况，为了更有效提升防疫物资抵达终端客户的速度，公司进行经营策略的调整，相关防疫产品主要集中供货给自营店铺，其中：体温计在自营店铺、直发模式和平台入仓中的销售占比分别为 92.95%、5.72%和 1.33%；口罩/手套在自营店铺、直发模式和平台入仓中的销售占比分别为 49.36%、48.56%和 2.08%；消毒产品在自营店铺、直发模式和平台入仓中的销售占比分别为 52.61%、43.67%和 3.72%。

报告期内，发行人三种线上销售模式收入规模及增速情况如下：

单位：万元

销售模式	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	增速	金额	增速	金额	增速
自营店铺	114,225.18	56.63%	72,928.94	24.11%	58,760.93	12.55%
直发模式	60,365.94	104.97%	29,450.45	179.15%	10,550.02	425.38%
平台入仓	6,239.30	225.25%	1,918.28	89.46%	1,012.49	648.22%
合计	**180,830.42**	**73.38%**	**104,297.67**	**48.31%**	**70,323.44**	**29.38%**

从上表可以看出，三种销售模式在收入规模及增速方面存在较大的差异，具体如下：

A、线上自营店铺收入规模最大，远高于直发模式和平台入仓模式收入规模

报告期内，自营店铺收入占线上收入的比重分别为 83.56%、69.92%、63.17%，占比远高于直发模式和平台入仓模式，为发行人线上收入的主要来源。线上自营店铺收入规模大于直发模式和平台入仓模式，主要是：

a、发行人较早在线上开立自营店铺，在行业内抢占了市场先机，其中好护士器械旗舰店于 2014 年 9 月 19 日在天猫平台成立，为报告期内第一大线上店铺，其收入规模较大，报告期内分别为 35,581.52 万元、46,500.70 万元、53,481.73 万元；

b、发行人持续不断加大对自营店铺的推广投入，报告期内发行人投入到自营店铺的线上推广费用分别为 3,415.19 万元、4,080.78 万元、6,419.40 万元，从而也推动了自营店铺收入的持续增长；

c、发行人不断拓展在天猫、京东、拼多多等主流电商平台开立店铺，店铺数量较

多，报告期各期末，发行人拥有的在营业自营店铺数量分别为 42 家、52 家、57 家，占据了线上主要流量入口。

B、直发模式和平台入仓模式收入增速远高于自营店铺收入增速

2018 年，直发模式和平台入仓模式收入增速分别为 425.38%、648.22%，远高于自营店铺收入增速 12.55%；2019 年，直发模式和平台入仓模式收入增速分别为 179.15%、89.46%，远高于自营店铺收入增速 24.11%，三种模式收入增速差异较大主要是：

a、2017 年，自营店铺的收入规模大，直发模式和平台入仓模式规模较小，三种模式的对比基数差异较大；

b、直发模式的收入增长主要源于可孚医疗器械旗舰店和阿里健康大药房。其中，可孚医疗器械旗舰店于 2018 年 2 月变更了店铺主体，其收入由自营店铺变为直发模式，同时随着“可孚”品牌影响力和知名度不断提升、产品品类不断增加，该店铺收入增长迅速，2018 年和 2019 年收入分别增加了 7,693.27 万元、10,452.76 万元；发行人于 2018 年开始与阿里健康大药房加大直发供货模式的合作，2018 年和 2019 年对其产生的收入分别增加了 1,190.33 万元、8,516.54 万元；

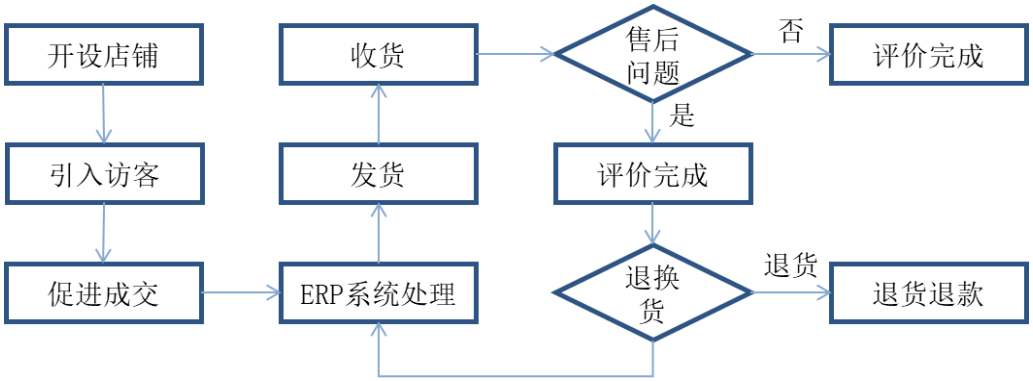
c、发行人自2018年开始与阿里健康大药房加大平台入仓模式合作，收入由2017年的133.96万元增加至2018年的635.51万元，增加了501.55万元，一方面双方合作的产品链接快速增长，由2017年的90个增加到2018年的97个；另一方面阿里加大了血压计、体温计等产品的营销推广，发行人配合阿里营销推广活动，签订补充协议适度调整了血压计、体温计的供货价格，血压计、体温计销售收入增长96.55万元，增长率2,554.50%，体温计销售收入增长155.85万元，增长919.47%；2018年公司敷贴/敷料类产品搭配阿里健康大药房原销售爆款产品销售，敷贴/敷料类产品2018年销售额增长29.95万，增长率为4,156.62%。同时积极开拓新的合作平台，与天猫超市、盒马鲜生、京东自营等平台开始合作。2019年收入增长主要是发行人与天猫超市和京东自营瑞思迈医疗馆加大了合作，收入分别增长764.51万元、239.03万元。

关于发行人与天猫超市的合作，双方于 2018 年开始入仓模式合作。2019 年，一方面，双方加大了合作商品链接数量，由 2018 年的 6 个增加至 58 个；另一方面双方合作在天猫超市医药保健类目下加入可孚品牌专区，同时加大天猫超市聚划算、今日疯抢等活动参与力度、抢占会场页面靠前展位资源，推动了销售额的增长，成为天猫超市医疗器械类目 KA 商家。

关于发行人与京东自营瑞思迈医疗馆的合作，双方于 2018 年开始平台入仓模式合作，主要销售瑞思迈呼吸机产品。2018 至 2019 年发行人着重探索京东自营合作模式，2018 年主销 2 款呼吸机，2019 年加大合作主销 5 款呼吸机且 2019 年加大了营销推广投入，销售收入增大。

1）自营店铺

在电商平台开设自营店铺，直接向终端消费者销售产品、提供服务，是公司线上销售的主要模式。自营店铺模式下，公司主要通过入驻天猫、京东、拼多多、苏宁等大型第三方 B2C 电商平台开设自营店铺，电商平台主要提供互联网信息服务及相关软件、技术与运营支持，公司主要负责店铺运营、销售管理及客户管理等工作。此模式能充分利用电商平台的流量和客户资源，与公司在家用医疗器械领域的产品和品牌优势形成互补。线上自营店铺销售流程如下图：



消费者通过公司自营店铺下单，向电商平台或其指定的第三方支付机构支付货款，公司根据订单信息向消费者发货，消费者确认收货或超过一定期限系统自动确认收货后，电商平台或其指定的第三方支付机构将货款转账至公司账户。公司直接面向终端消费者提供配送及退换货等服务。另外，公司通过阿里巴巴国际站等平台，向境外用户销售，报告期内境外收入占比极小。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人拥有 57 家运营中的线上自营店铺，其中 55 家为新设，包括拜安康、英维康、仙鹤、瑞思迈等品牌方授权发行人开设的旗舰店；另 2 家为收购店铺，分别为发行人于 2017 年 7 月收购山东怡源和长沙健诺时包含的“怡源医疗器械专营店”和“健康 e 家医疗器械”2 家店铺，收购后均由公司独立运营。

报告期内，发行人线上自营店铺均为发行人独立运营，运营包含但不限于：店铺装修、商品管理、商品页详情制作及上传、活动策划、活动执行、流量拓展、渠道建设、

客户服务、订单发货、退换货处理、消费者投诉处理等。

报告期内，发行人线上自营店铺数量变化情况如下：

单位：家

年度	期初数量	本期新增数量	本期减少数量	期末数量
2020 年度	52	8	3	57
2019 年度	42	22	12	52
2018 年度	48	11	17	42

注：1、上述自营店铺统计中，均以是否营业为统计标准。其中，期初数量、期末数量、本期新增数量统计时未包含已开店未正式营业自营店铺，本期减少数量包含已停止营业但未关店的自营店铺。

2、上述自营店铺统计中未包含当年新开当年关闭的店铺。

报告期内，发行人线上自营店铺存在一定的波动性，2018年和2019年减少店铺较多。发行人关闭这些店铺主要原因是随着天猫好护士器械旗舰店、天猫仙鹤医疗器械旗舰店、京东瑞思迈旗舰店等头部自营店铺销售规模的快速增长，同时为了进一步提高资金和资源的使用效率，发行人对线上自营店铺进行了布局优化，关闭了部分经营业绩不达预期的线上自营店铺。

报告期减少的自营店铺销售收入总额分别为2,499.95 万元、183.88万元、12.61万元，占当期线上收入的比例分别为3.55%、0.18%、0.01%，2017年占比较高主要是天猫可孚医疗器械旗舰店于2018年2月将店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，并以直发模式继续合作，该店铺转让前2017年和2018年销售收入分别为5,938.22万元、1,337.83万元。其余关闭的自营店铺销售收入均较低，对发行人的线上销售影响较小。

①发行人拥有多家线上自营店铺的原因

A、发行人线上自营店铺覆盖多个电商平台

发行人线上销售覆盖了天猫、京东、拼多多等主流电商平台，通过在多家平台开立多家自营店铺可以形成店铺集群，能够增加品牌和产品数量的曝光度，增加客户对品牌的信心，从而达到客户购买的目的。

B、发行人获得品牌方独家授权开立旗舰店的需要

发行人具备丰富的线上自营店铺运营经验和优势，通过与“瑞思迈”“仙鹤”“拜安康”“康德莱”“英维康”等品牌方签署品牌授权协议，在线上开设并运营授权品牌的旗舰店。根据天猫、京东平台的开店规则，品牌商在同一平台只能开立一个品牌旗舰

店，因此发行人针对上述授权分别开立了不同品牌的旗舰店。

C、多家店铺有利于为消费者提供更加专业的产品和服务体验

发行人产品丰富，通过开立多家自营店铺并在不同的店铺对产品展示有所侧重，可以让消费者体验到更加专业的服务。

发行人在不同电商平台开立的线上自营店铺均经过了电商平台的开店审批，符合电商平台的开店规则。

②不同店铺的产品类型、运营主体、定价策略

发行人拥有的线上自营店铺主要分布在天猫、京东、拼多多、唯品会等主流电商平台，根据平台特性及发行人经营策略，不同平台的店铺在产品类型、运营主体、定价策略方面存在一定的差异，具体如下：

平台	产品类型	运营主体	定价策略
天猫、拼多多	1、除拜安康、英维康、仙鹤、瑞思迈等品牌方授权发行人开立并经营的旗舰店专卖品牌方授权产品外，其余店铺基本覆盖公司健康监测、康复辅具、呼吸支持、中医理疗、医疗护理全品类产品。 2、报告期内，天猫平台主营血压计、体温计、血糖系列、轮椅系列、理疗仪系列产品。 3、报告期内，拼多多平台主营体温计系列。 4、报告期内，京东平台主营呼吸机系列。 5、报告期内，唯品会平台主营清洁消毒类、口罩/手套、敷贴/敷料类。	均为发行人专业的运营团队统一运营	参考竞争对手市场价格定价，同时考虑产品成本、市场推广和竞争策略等最终定价
京东、唯品会			成本加成定价，综合考虑原材料价格、制造成本、人工成本等因素，并结合产品在市场的竞争情况确定合理的利润水平最终定价

发行人在不同平台的自营店铺的定价存在差异，其中天猫和拼多多平台以参考竞争对手市场价格定价，京东和唯品会平台主要是成本加成定价。报告期内天猫、拼多多平台以商家自营为主，商家竞争较激烈，公司销售商品参考竞争对手市场价格，同时考虑产品成本、市场推广和竞争策略等最终定价；京东、唯品会平台以平台自营为主，公司销售商品综合考虑原材料价格、制造成本、人工成本等因素并结合产品的竞争情况确定合理的利润水平最终定价。

③在各电商平台拥有自营店铺的时间、数量及销售情况

报告期内，发行人的线上自营店铺主要集中于天猫、京东、拼多多、唯品会、贝贝网、药师帮等平台，报告期各期自营店铺数量及销售情况如下：

单位：家数、万元

平台	2020 年		2019 年		2018 年	
	数量	营业收入	数量	营业收入	数量	营业收入
天猫/淘宝	21	78,537.53	25	61,979.03	27	49,251.99
京东	11	10,458.34	12	5,696.47	8	7,187.02
拼多多	11	9,877.22	9	732.33	2	123.23
唯品会	2	5,136.58	2	1,592.07		-
贝贝网	3	768.96	4	1,770.67	4	753.69
药师帮	1	4,231.65		-		-
其它平台	15	5,214.89	15	1,158.38	26	1,444.99
总计	**64**	**114,225.18**	**67**	**72,928.94**	**67**	**58,760.93**

注：表格中数量指各期自营店铺数量（含已开店未正式营业店铺）。

④发行人取得授权开设线上自营店的情况

截至2020年12月31日，发行人取得授权开设的在营业线上自营店铺数量为7家，其基本情况及主要合作条款如下：

平台	店铺名称	授权公司	开店时间	主要合作条款
天猫	拜安康医疗器械旗舰店	上海健臻医疗科技有限责任公司	2017/7/16	1、授权公司承诺在授权期间不在天猫开设“拜安康”品牌旗舰店及不授权其他公司在天猫开设该品牌旗舰店。 2、授权期限一般为一年，最新的授权截止日：2021 年 9 月 30 日。
京东	拜安康医疗器械旗舰店	上海健臻医疗科技有限责任公司	2017/6/16	1、授权公司承诺在授权期间内不在京东开设“拜安康”品牌旗舰店，亦不再授权其他公司在京东开设该品牌旗舰店。 2、授权期限一般为一年，最新的授权截止日 2021 年 9 月 30 日
天猫	invacare 英维康旗舰店	INVACARE AUSTRALIA PTY LTD	2016/5/5	1、授权公司承诺在授权期间不在天猫开设旗舰店，亦不再授权其他公司在天猫使用“Invacare 英维康旗舰店”作为店铺名称开设相同旗舰店。 2、授权期限一般为一年，最新的授权截止日：2021 年 6 月 30 日
京东	INVACARE 英维康旗舰店	INVACARE AUSTRALIA PTY LTD	2019/10/1	1、授权公司承诺在授权期间不在京东开设旗舰店，亦不再授权其他公司在京东使用“Invacare 英维康旗舰店”作为店铺名称开设相同旗舰店。

平台	店铺名称	授权公司	开店时间	主要合作条款
				2、授权期限一般为一年，最新的授权截止日：2021 年 6 月 30 日
天猫	仙鹤医疗器械旗舰店	重庆航天火箭电子技术有限公司	2017/4/11	1、授权公司承诺在授权期间不在天猫开设“仙鹤”品牌旗舰店，亦不再授权其他公司在天猫开设该品牌旗舰店。 2、授权期限一般为一年，最新的授权截止日：2021 年 12 月 31 日。
京东	瑞思迈旗舰店	凯迪泰（北京）医疗科技有限公司	2016/10/21	1、授权公司承诺在授权期间内不在京东开设“瑞思迈”品牌旗舰店，亦不再授权其他公司在京东开设该品牌旗舰店。 2、授权期限一般为半年，最新的授权截至日：2021 年 6 月 30 日
京东	康德莱医疗器械旗舰店	上海康德莱企业发展集团股份有限公司	2018/3/26	1、授权公司承诺在授权期间内不在京东开设康德莱旗舰店，亦不再授权其他公司在京东使用“康德莱”作为店铺名称开设相同旗舰店。 2、授权期限一般为一年，最新的授权截至日：2021 年 12 月 31 日

上述发行人取得授权开立的店铺，一般授权期限为一年，公司与上述授权方合作时间较长，在合作期间双方均能按照协议条款执行，未发生争议事项。截至本招股书签署日，上述授权协议均在有效期内，双方合作情况良好，合作具有稳定性。

⑤自营店铺集中于天猫平台的原因

报告期内，公司线上自营店铺在天猫/淘宝平台的收入占自营店铺收入的比例分别为 83.82%、84.99%、68.76%，平台集中度较高，收入集中于天猫平台主要原因包括：

A、天猫平台市场占有率高，在天猫开店能迅速覆盖主要用户

根据国内知名电商智库网经社电子商务研究中心发布的《2019年度中国网络零售市场数据监测报告》，2019年网络零售B2C市场（包括开放平台式与自营销售式，不含品牌电商），以GMV统计，排名前五位分别为：天猫50.1%、京东26.51%、拼多多12.8%、苏宁易购3.04%、唯品会1.88%。从数据上可以看出，我国互联网电商行业市场集中度较高，天猫、京东和拼多多GMV合计占比为89.41%，其中天猫平台GMV远高于其他平台。公司选择在天猫平台开店主要是为了快速覆盖主要用户入口。

B、发行人较早在天猫开店并运营，积累了丰富的运营经验和用户

公司是全国较早取得医疗器械互联网B2B、B2C交易许可证的企业，也是行业内较早开始互联网销售的企业，发行人销售收入排行第一的好护士器械旗舰店于2014年9月

在天猫开立，也是公司最早在天猫开立的自营店铺，通过精细化管理和资源的投入，该店铺成立后销售额逐年增长，积累的用户数稳步增加。

经营策略上，天猫平台上主要以商家自主运营为主。发行人经过多年的线上店铺运营经验积累，线上运营人员及团队规模处于全国较高水平，因此在天猫平台能极大发挥发行人的运营优势。除天猫平台外，报告期内，发行人亦加大了对京东、拼多多、唯品会等电商平台的开拓。

⑥按销售额分层列示的报告期内自营店铺情况

报告期内，公司自营店铺销售收入分层情况如下：

单位：家数、万元

年份	交易金额区间	店铺数量	销售额	毛利率
2020 年	>=10000 万元	1	53,481.73	45.84%
	5000-10000 万元	2	11,213.12	39.65%
	1000-5000 万元	17	43,082.64	50.03%
	500-1000 万元	4	2,858.33	43.08%
	100-500 万元	12	2,938.32	41.58%
	50-100 万元	6	457.06	44.32%
	<50 万元	22	193.98	51.94%
	合计	64	114,225.18	46.64%
2019 年	>=10000 万元	1	46,500.70	42.34%
	5000-10000 万元	0	-	-
	1000-5000 万元	10	19,438.24	42.06%
	500-1000 万元	5	3,688.30	40.39%
	100-500 万元	9	2,456.79	32.35%
	50-100 万元	5	430.62	36.36%
	<50 万元	37	414.30	42.74%
	合计	67	72,928.94	41.79%
2018 年	>=10000 万元	1	35,581.52	40.92%
	5000-10000 万元	0	-	-
	1000-5000 万元	10	17,883.64	35.77%
	500-1000 万元	2	1,353.82	41.00%
	100-500 万元	13	2,864.32	36.76%

年份	交易金额区间	店铺数量	销售额	毛利率
	50-100 万元	6	508.74	51.38%
	<50 万元	35	568.89	45.66%
	合计	67	58,760.93	39.29%

注：表格中数量指各期自营店铺数量（含已开店未正式营业店铺）。

报告期内，销售收入 1000 万以上的自营店铺数量分别是 11 家、11 家、20 家，数量整体呈现上升的趋势。

2018 年新增 4 家 1000 万以上店铺，分别是京东平台的可孚医疗器械旗舰店，天猫平台的科源医疗器械专营店、仙鹤医疗器械旗舰店、怡源医疗器械专营店。

2019 年，1000 万以上的店铺数量分别增加 2 家、减少 2 家，其中新增的 2 家为：唯品会平台的可孚医疗器械旗舰店，贝贝网平台的可孚店；减少的 2 家为：一家是天猫平台的可孚医疗器械旗舰店于 2018 年变更店铺主体后，由自营店铺转为直发模式；另一家是京东平台的好护士大药房旗舰店销售下降，主要是因为发行人调整了轮椅系列的销售策略，集中于天猫平台销售轮椅系列产品，2020 年，该店铺体温计系列产品增长了 611.87 万元，其店铺收入超过 1000 万。

2020 年，1000 万以上的店铺分别增加 10 家、减少 1 家，其中新增的 10 家分别为京东平台的好护士大药房旗舰店，拼多多平台的通慈旗舰店、亿铭旗舰店、可孚健诺专卖店，天猫平台的科捷医疗器械专营店、械字号医疗器械专营店，药师帮平台的可孚旗舰店，云集商城的可孚旗舰店，阿里巴巴国际站平台的湖南可孚医疗用品有限公司、唯品会的好护士医疗器械旗舰店；减少的 1 家为贝贝平台的可孚店，销售下降主要是因为贝贝网平台流量下降以及发行人线上推广的减少。

⑦报告期内公司前十大自营店铺具体情况如下：

单位：万元

店铺	所在平台	店铺主体	店铺类型	2020 年销售金额	2019 年销售金额	2018 年销售金额
好护士器械旗舰店	天猫	好护士	卖场型旗舰店	53,481.73	46,500.70	35,581.52
仙鹤医疗器械旗舰店	天猫	湖南科源	旗舰店	4,568.22	3,992.62	2,029.09
瑞思迈旗舰店	京东	湖南科源	旗舰店	4,092.35	3,044.13	3,031.42
森合医疗器械专营店	天猫	湖南森合	专营店	3,453.35	2,346.28	1,738.97
每文医疗器械专营店	天猫	长沙健诺	专营店	3,150.35	1,874.61	2,436.23
科源医疗器械专营店	天猫	湖南科源	专营店	5,281.09	1,790.75	1,148.66

店铺	所在平台	店铺主体	店铺类型	2020 年销售金额	2019 年销售金额	2018 年销售金额
怡源医疗器械专营店	天猫	湖南雅健	专营店	2,061.91	1,442.79	1,498.46
科诚医疗器械专营店	天猫	可孚健康	专营店	2,296.39	1,429.66	1,570.74
可孚医疗器械旗舰店	唯品会	可孚用品	旗舰店	3,562.72	1,281.06	-
可孚医疗器械旗舰店	天猫	阿里健康大药房	旗舰店	-	-	1,337.83
可孚医疗器械旗舰店	京东	可孚用品	旗舰店	2,642.52	1,000.26	1,355.62
好护士大药房旗舰店	京东	好护士	旗舰店	1,756.44	874.06	1,736.63
药师帮	药师帮	可孚用品	/	4,231.65	-	-
通慈旗舰店	拼多多	湖南科源	旗舰店	5,932.03	2.59	-
可孚店	贝贝网	可孚医疗	/	548.49	1,236.07	110.81

注：以上店铺主体为截至本招股说明书的店铺主体，其中天猫可孚医疗器械旗舰店店铺主体于 2018 年由可孚用品变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司。

森合医疗器械专营店、每文医疗器械专营店、科源医疗器械专营店、怡源医疗器械专营店、科诚医疗器械专营店均为专营店，在经营的产品品牌和产品类别方面的区别如下：

店铺	主要经营品牌	产品类别	
		相同产品类别	主要产品类别及占比
森合医疗器械专营店	可孚、通慈、三诺	健康监测、康复辅具、呼吸支持、中医理疗和医疗护理类产品均有销售	康复辅具（28.03%）、健康监测（22.10%）
每文医疗器械专营店	可孚、康德莱、治宇		健康监测（33.82%）、康复辅具（24.68%）
科源医疗器械专营店	可孚、艾科		健康监测（46.13%）、医疗护理（28.89%）
怡源医疗器械专营店	可孚、康德莱、三诺		健康监测（29.32%）、康复辅具（16.83%）、中医理疗（21.69%）
科诚医疗器械专营店	可孚、仙鹤、通慈		康复辅具（32.34%）、医疗护理（21.95%）

注：表格中主要产品类别占比为报告期各期销售收入汇总计算的比例。

上述店铺主要经营品牌略有差异，但是均包括“可孚”产品。产品类别上，公司的健康监测、康复辅具、呼吸支持、中医理疗和医疗护理五大类产品均在上述店铺销售，但是各个店铺在产品类别上的比例略有差异，其中森合医疗器械专营店主营康复辅具和健康检测类，每文医疗器械专营店主营健康监测和康复辅具类，科源医疗器械专营店主营健康监测和医疗护理类，怡源医疗器械专营店主营健康监测、康复辅具和中医理疗类，科城医疗器械专营店主营康复辅具和医疗护理类。

按照报告期内各期营业收入汇总的具体产品结构看，（1）森合医疗器械专营店主要销售的产品及占比分别为轮椅 11.18%、体温计 11.79%、鼻腔护理 12.40%、血糖监测系列 6.66%、拔罐器 3.69%。（2）每文医疗器械专营店主要销售的产品及占比分别为体温计 14.29%、血糖监测系列 12.93%、助行器 8.48%、轮椅 8.11%。（3）科源医疗器械专营店主要销售的产品及占比分别为体温计 32.73%、口罩/手套 12.33%、血糖监测系列 9.34%、拔罐器 4.29%。（4）怡源医疗器械专营店主要销售的产品及占比分别为理疗仪 14.25%、体温计 12.26%、血糖监测系列 11.56%、轮椅 5.23%。（5）科诚医疗器械专营店主要销售的产品及占比分别为轮椅 19.06%、体温计 13.88%、血糖监测系列 4.69%、护理床 6.07%。

在运营管理上，上述店铺均由公司的运营团队统筹运营，对各个店铺的人员、货品、营销活动、客户管理、售后服务等各方面进行统筹安排，同时针对各个店铺配备专职店长、运营专员、设计专员等人员，具体的日常运营由各店铺店长安排执行。

上述专营店均由发行人子公司设立，发行人通过多个子公司设立多个天猫专营店的主要原因是：（1）根据天猫平台规则，同一主体在一个经营大类下只能申请一家专营店，基于多店铺经营的经营策略，发行人需要用不同主体在天猫开设专营店。（2）由于发行人产品丰富，通过点-线-面-体的产品战略布局，发行人不同的专营店主推不同的产品，有利于形成多条爆款产品线和构建多层次的购物场景，能够精准锁定目标客户群，吸引不同层次用户。（3）根据发行人的运营经验，在线上开设多个店铺有利于从多个入口吸引客户，提升销售收入。

⑧好护士器械旗舰店的年销售额和增长额显著高于其他自营店铺

报告期内，好护士器械旗舰店的收入分别为 35,581.52 万元、46,500.70 万元、53,481.73 万元，占自营店铺总收入的比重分别是 60.55%、63.76%、46.82%，是发行人目前最大的线上自营店铺。从上表可知，好护士器械旗舰店销售额和增长额显著高于其他线上自营店铺，原因如下：

A、好护士器械旗舰店是公司成立的第一家天猫平台线上自营店铺

艾媒咨询发布的《2019-2022中国医疗器械市场大数据及标杆企业运行监测报告》显示，中国医疗器械整体市场规模已由2014年的2,556亿元增长至2018年的5,304亿元，年均增速保持在20%左右，营业收入及净利润均保持高速增长态势，属于医疗器械行业发展黄金期，预计到2022年中国医疗器械市场规模将超过9,000亿元。

发行人于2014年9月19日在天猫平台开立好护士器械旗舰店，是发行人成立的第一家天猫店铺，也是家用医疗器械行业内成立较早的店铺，在家用医疗器械互联网尝试方面建立了先发优势。

B、好护士器械旗舰店是卖场型旗舰店

好护士器械旗舰店是卖场型旗舰店，相比于普通旗舰店只能经营单一的品牌，好护士器械旗舰店可以经营多个品牌。目前店铺经营的品牌包括可孚、三诺、康德莱、瑞思迈、居家坊、通慈、仙鹤、氧立得、佳惠等，产品涵盖康复辅具类、健康监测类、中医理疗类、医疗护理类、呼吸支持类等五大产品品类，更丰富的品牌及产品品类，能够满足不同消费者的购物需求，为消费者提供一站式购物。

C、发行人持续不断地资源投入

发行人持续不断为该店铺投入公司优势资源，报告期内发行人为该店铺投入的线上推广费分别为 2,387.57 万元、2,322.01 万元、2,927.14 万元，该店铺集中了发行人优质的运营、客服团队，力求为顾客提供最优质的购物服务体验，积累了一批忠实的店铺粉丝，为店铺收入的增长提供了坚实的保障。随着销售规模的不断增长，店铺消费者的信任力增强，店铺的竞争力和综合服务能力逐渐增强，店铺的各个指标和维度在天猫系统的推荐和排序里获得一定优势。

⑨报告期内自营店铺模式涉及各平台的订单交易情况

报告期内，发行人自营店铺模式涉及不同平台的交易情况如下（以下数据系根据销售业务系统中订单金额（含税）进行统计，数据来源于发行人 ERP 系统，与会计核算收入口径有少量差异）。

A、涉及各平台的名称、收入金额、交易次数、平均单次交易金额、客户数量、人均消费金额

年度	平台	交易金额（万元）	交易次数（万次）	平均单次交易金额（元）	客户数量（万人）	人均消费金额（元）
2020 年	天猫/淘宝	88,991.49	1,172.52	75.90	956.19	93.07
	京东	11,917.95	66.71	178.65	55.77	213.69
	拼多多	11,100.54	208.72	53.18	195.96	56.65
	唯品会	5,785.81	91.33	63.35	74.49	77.67
	贝贝网	817.16	17.93	45.58	13.72	59.58

年度	平台	交易金额（万元）	交易次数（万次）	平均单次交易金额（元）	客户数量（万人）	人均消费金额（元）
	其它平台	10,418.41	69.50	149.91	51.00	204.29
	合计	129,031.36	1,626.71	79.32	1,347.12	95.78
2019 年	天猫/淘宝	70,939.47	1,076.76	65.88	880.81	80.54
	京东	6,566.60	33.46	196.27	28.53	230.14
	拼多多	829.44	20.83	39.82	19.99	41.50
	唯品会	1,776.88	23.42	75.86	20.77	85.55
	贝贝网	1,911.64	68.58	27.87	52.35	36.52
	其它平台	924.87	3.81	242.69	3.16	292.42
	合计	82,948.90	1,226.86	67.61	1,005.61	82.49
2018 年	天猫/淘宝	57,648.06	792.50	72.74	620.81	92.86
	京东	8,461.68	40.76	207.59	34.89	242.54
	拼多多	147.66	2.36	62.61	2.17	68.18
	贝贝网	857.51	22.54	38.04	20.34	42.17
	其它平台	1,403.62	15.59	90.06	14.04	99.96
	合计	68,518.53	873.75	78.42	692.24	98.98

注：1、交易次数=发行人销售业务系统中订单数量；

2、客户数量=发行人销售业务系统中用户 ID 数量，用户 ID 具有唯一性；不能获取用户 ID 数据的平台，如拼多多，以收货人姓名及电话号码来统计客户数。

2019 年，京东平台自营店铺数量（含已开店未正式营业店铺）为 12 家，较 2018 年的 8 家增加了 4 家。同时，2019 年京东平台自营店铺的交易金额、客户数量、平均单次交易金额分别为 6,566.60 万元、28.53 万人、196.27 元，均低于 2018 年的 8,461.68 万元、34.89 万人、207.59 元，主要原因是：（1）2019 年新开店铺经营规模小，对收入贡献小。2019 年，发行人在京东平台新开了雅健医疗器械专营店、健诺医疗器械专营店、氧立得医疗器械旗舰店（已开店未正式营业）和 INVACARE 旗舰店四家店，当年的营业收入分别为 18.12 万元、21.56 万元、0 万元、8.35 万元，由于均是新开店铺当年营业收入均较低，对收入贡献小。（2）2019 年原有老店的收入降低。2019 年，好护士大药房旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、科源医疗器械专营店的营业收入较 2018 年分别减少 862.58 万元、355.36 万元、349.08 万元，主要原因是发行人 2019 年调整了轮椅系列和代步车系列产品的销售策略，集中于天猫平台销售，减少在京东平台的销售。2019 年轮椅和代步车系列产品在京东平台上述三个店铺销售收入减少的金额占该店铺销售

收入减少金额的比例分别为 64.46%、71.03%、49.48%。（3）2019 年轮椅、代步车、体温计、拔罐器、坐厕椅等产品销量的下降导致客户数量下降。（4）2019 年，单价较高的轮椅和代步车销售额降低，拉低了单次交易金额。轮椅和代步车系列产品单价较高，高于京东平台的平均单次交易价格，其中，轮椅 2018 年和 2019 年的不含税平均销售单价分别为 811.85 元、820.15 元，代步车 2018 年和 2019 年的不含税平均销售单价分别为 1,972.80 元、2,074.18 元。销售单价较高的轮椅和代步车销售额的减少拉低了 2019 年京东平台自营店铺的单次交易金额。

2020 年，京东平台自营店铺数量（含已开店未正式营业店铺）为 11 家，较 2019 年的 12 家减少了 1 家。同时，2020 年京东平台自营店铺的交易金额、客户数量分别为 11,917.95 万元、55.77 万人，均高于 2019 年的 6,566.60 万元、28.53 万人，主要原因是 2020 年防疫物资销售快速上升，医疗护理类、健康监测类产品较 2019 年分别增长 480.04%、137.06%，两类产品合计销售额占比由 2019 年的 31.13%提升到 2020 年的 49.48%，其中口罩/手套、消毒产品、体温计合计销售额占比由 2019 年的 10.21%提升到 2020 年的 35.29%。

报告期内，京东平台的平均单次交易金额和人均消费金额显著高于天猫、淘宝、拼多多等平台，主要是发行人在京东平台开立的自营店铺主要为英维康旗舰店和瑞思迈旗舰店，报告期内上述 2 个店铺占京东平台自营店铺销售收入比例分别为 42.58%、53.79%、39.67%，其主要销售单价较高的家用呼吸机，产品单价基本在 2500 元以上；天猫/淘宝、贝贝网等其他平台销售的产品品类分布较为均匀，主要以体温计系列、血压系列、血糖系列、轮椅系列为主，其产品单价低于呼吸机产品。

2019 年其它平台的平均单次交易金额和人均消费金额较 2018 年分别增长了 169.48%、192.54%，主要是其他平台中阿里巴巴国际站销售占比提高，其主要为跨境 B2B 销售，面向客户群体主要是国外企业客户，其客户单次购买金额要高于线上终端零售客户，从而拉高了平均单次交易金额和人均消费金额。

2019 年线上自营店铺的客户数量为 1,005.61 万人，较 2018 年增加了 313.37 万人，增长主要来自于天猫平台的好护士医疗器械旗舰店、唯品会平台 2019 年新开的好护士医疗器械旗舰店和可孚医疗器械旗舰店、贝贝网平台的可孚店，其增长的客户数量分别为 237.86 万人、20.77 万人、39.79 万人。其中天猫好护士医疗器械旗舰店客户数量增长主要是在保持 2018 年畅销品类健康监测类的体温计、血糖、血压系列，康复辅具类

的轮椅、助行器系列的基础上，2019 年新增了医疗护理类的口罩/手套、中医理疗类的艾灸系列、温灸系列等畅销品类产品，营业收入增长较快；贝贝网的可孚店客户数量增长主要是 2019 年发行人加大线上推广力度，主推温灸、艾条系列产品，营业收入增长较快。

2017 年-2019 年，发行人自营店铺客户数量分别为 617.27 万人、692.24 万人、1,005.61 万人，2019 年增长速度和增长规模分别为 45.27%、313.37 万人，显著高于 2018 年的 12.15%、74.97 万人，主要原因是：

①新增产品型号。2019 年，发行人在自营店铺新增产品型号 1,617 个，新增含税订单收入 17,084.40 万元，占自营店铺交易金额比例为 20.60%，对应订单的客户数量为 425.79 万人，其中新客户 375.94 万人。2018 年，发行人在自营店铺新增产品型号 1,069 个，对应订单的客户数量为 178.62 万人，其中新客户数量为 159.11 万人。新增产品型号为 2019 年客户数量增长的主要原因。

2019 年新产品型号带来收入金额较高的品类为血压计、助听器、敷贴/敷料、轮椅、体温计等。2019 年发行人不断优化血压计的生产工艺，对热销的血压计 KF-65B 研发升级，推出新的规格；助听器产品实现标准化模拟机自主生产并在线上开始销售，凭借优质的性能优势，销量迅速提升;发行人契合市场热销类目增加医用敷料产品；2019 年新增体温计自产，扩充轮椅产品型号，带动销售收入的增长。

从自营店铺的平台分布来看，2018 年新增产品型号对应的客户数量 88.56%来源于天猫/淘宝平台，2019 年新增产品型号对应的客户数量主要来自天猫/淘宝平台，具体如下：

模式	平台	客户数（万人）	交易金额（万元）	新客户数（万人）	新客户交易金额（万元）
自营店铺	天猫/淘宝	389.51	14,779.82	340.04	13,057.59
	京东	3.45	253.02	3.21	243.03
	拼多多	14.47	426.70	14.45	425.22
	唯品会	8.00	583.84	8.00	583.83
	贝贝网	8.61	400.49	8.52	395.77
	其他	1.74	640.53	1.72	628.17
合计		**425.79**	**17,084.40**	**375.94**	**15,333.61**

②新增合作平台及已合作平台自营店铺数量增加。2019 年发行人积极拓展各平台渠道，新增合作唯品会、未来集市、环球捕手、小红书等平台，新开唯品会好护士医疗

器械旗舰店、唯品会可孚医疗器械旗舰店、拼多多可孚健诺专卖店、健诺医疗器械专卖店等自营店铺 22 家，合计新增客户数 46.04 万人。2018 年新增店铺带来的客户数 22.01 万人，主要是在贝贝网平台新增 3 个店铺。

2020 年，发行人自营店铺客户数量为 1,347.12 万人，增长速度和增长规模分别为 33.96%、341.51 万人，与 2019 年的增长速度和增长规模保持稳定。

B、新客户的数量、新客户的带来的收入金额及交易次数、平均单次交易金额、平均新增客户人均消费金额

新客户的定义为第一次下单的客户，每个客户在所有报告期中用户 ID 只记录一次。新客户数量为第一次下单的客户数量（ID 用户数）。报告期内，新客户的数量及带来的收入金额情况如下：

年度	平台	交易金额（万元）	交易次数（万次）	平均单次交易金额（元）	新客户数量（万人）	平均新增客户人均消费金额（元）
2020 年	天猫/淘宝	69,725.62	918.46	75.92	777.84	89.64
	京东	11,257.09	62.77	179.35	53.11	211.94
	拼多多	11,038.79	207.87	53.10	195.35	56.51
	唯品会	5,549.38	87.88	63.15	72.29	76.77
	贝贝网	575.23	12.28	46.84	10.07	57.14
	其它平台	10,061.30	69.16	145.49	50.75	198.25
	合计	108,207.40	1,358.41	79.66	1,159.41	93.33
2019 年	天猫/淘宝	57,999.33	907.99	63.88	765.20	75.80
	京东	6,022.45	29.98	200.91	26.22	229.70
	拼多多	819.23	20.73	39.52	19.92	41.13
	唯品会	1,776.80	23.42	75.86	20.77	85.55
	贝贝网	1,881.50	67.50	27.87	51.77	36.34
	其它平台	811.60	3.32	244.78	2.83	287.15
	合计	69,310.91	1,052.93	65.83	886.70	78.17
2018 年	天猫/淘宝	48,000.98	669.50	71.70	542.81	88.43
	京东	8,141.66	38.67	210.54	33.51	242.95
	拼多多	125.99	2.05	61.47	1.91	65.95
	贝贝网	854.20	22.49	37.98	20.29	42.10
	其它平台	1,324.32	14.75	89.79	13.29	99.65
	合计	58,447.15	747.46	78.19	611.81	95.53

报告期内，自营店铺新客户主要集中于天猫/淘宝平台，天猫/淘宝平台的新客户数量占自营店铺新客户数量的比例分别为 88.72%、86.30%、67.09%，主要是因为：（1）主流电商平台中，天猫平台的 GMV 远高于其它平台。根据网经社电子商务研究中心发

布的《2019 年度中国网络零售市场数据监测报告》[1]，2019 年网络零售 B2C 市场 GMV 排名前五位的电商平台分别为：天猫 50.1%、京东 26.51%、拼多多 12.8%、苏宁易购 3.04%、唯品会 1.88%；（2）公司自营店铺主要集中于天猫/淘宝平台，其销售额占自营店铺销售额的比例远高于其它平台，报告期内分别为 84.13%、85.52%、68.97%；（3）天猫平台营销推广渠道多样化，主要包括直通车、钻展、淘宝客、聚划算等，发行人对天猫平台上的自营店铺线上推广力度高于其他平台，报告期内自营店铺线上推广费用（推广费、平台营销费、淘宝客）中天猫平台的占比分别为 90.26%、91.87%、86.15%。

报告期内，发行人自营店铺中拼多多平台的新客户数量分别为 1.91 万人、19.92 万人、195.35 万人，新客户数量相对较少主要是发行人 2019 年集中在拼多多平台开立自营店铺。随着拼多多平台的快速发展，公司逐步加大了资源投入，新客户数量也快速增长，2019 年和 2020 年新客户数量增速分别为 942.61%、880.66%。

⑩天猫好护士器械旗舰店收入规模远高于京东好护士大药房旗舰店的原因

报告期内，天猫好护士器械旗舰店（以下简称“天猫好护士”）的收入远高于京东好护士大药房旗舰店（以下简称“京东好护士”），具体收入情况如下：

单位：万元

店铺名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天猫好护士	53,481.73	46,500.70	35,581.52
京东好护士	1,756.44	874.06	1,736.63
差额	51,725.29	45,626.64	33,844.88

报告期内天猫好护士高于京东好护士的销售收入规模分别为 33,844.88 万元、45,626.64 万元、51,725.29 万元，差异较大主要原因是：

A、平台经营策略不同

经营策略上，天猫平台上主要以商家自主运营为主，京东以平台自营为主，发行人经过多年的线上店铺运营经验积累，线上运营人员及团队规模处于全国较高水平，因此在天猫平台能极大发挥发行人的运营优势。

B、线上推广力度差异。报告期内，两家店铺的线上推广费对比如下：

单位：万元

店铺名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度

[1] 数据来源：http://www.100ec.cn/zt/2019wllsbg/

店铺名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天猫好护士	2,927.14	2,322.01	2,387.57
京东好护士	114.66	74.96	113.03
差额	2,812.48	2,247.05	2,274.54

天猫好护士是公司成立的第一家天猫平台线上自营店铺，也是报告期内发行人第一大线上自营店铺，较京东好护士投入了更多优质资源，天猫好护士在推广费的投入金额也远高于京东好护士。报告期内，天猫好护士线上推广费用和京东好护士的推广费用差额分别为 2,274.54 万元、2,247.05 万元、2,812.48 万元。

C、产品结构差异。

产品类别上，两个店铺均销售健康监测、康复辅具、呼吸支持、中医理疗和医疗护理类产品，具体构成比例如下：

产品类别	2020 年		2019 年度		2018 年度	
	天猫好护士	京东好护士	天猫好护士	京东好护士	天猫好护士	京东好护士
健康监测	38.43%	64.70%	34.42%	58.62%	54.62%	39.71%
康复辅具	19.43%	9.11%	26.59%	26.25%	21.24%	46.06%
呼吸支持	2.40%	5.09%	4.63%	4.63%	2.61%	9.14%
医疗护理	27.09%	8.00%	16.84%	7.14%	10.43%	3.15%
中医理疗	10.20%	1.16%	16.86%	2.19%	9.91%	1.06%
其他	2.45%	11.93%	0.65%	1.17%	1.19%	0.87%
总计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

报告期内，天猫好护士主要销售健康监测和康复辅具类产品，合计占比分别为 75.86%、61.02%、57.86%，占比呈现逐年下降趋势主要是发行人 2018 年开始逐步加大呼吸支持、医疗护理和中医理疗类产品的销售比例，其中医疗护理和中医理疗类产品增长较快，报告期内合计销售占比分别为 20.34%、33.70%、37.29%。

报告期内，京东好护士主要销售产品同样为健康监测和康复辅具类产品，合计占比分别为 85.77%、84.87%、73.81%，占比均超过 70%且相对稳定，医护护理、中医理疗类产品销售增速较天猫好护士少。

D、SKU 上，两个店铺对比情况如下：

单位：个

店铺名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度

天猫好护士	3,599	3,393	2,232
京东好护士	1,614	1,258	1,041
差额	1,985	2,135	1,191

报告期内，天猫好护士的产品规格数量均高于京东好护士。

综上所述，天猫好护士器械旗舰店收入规模远高于京东好护士大药房旗舰店，差异原因主要是平台经营策略差异、线上推广力度差异、产品结构差异以及 SKU 的差异等多因素的综合影响。

2）直发模式

在直发模式下，公司与电商平台或者其他线上店铺进行合作，消费者直接向电商平台或其他店铺下单并付款，公司收到电商平台或其他店铺订单后直接发货给消费者。结算上，公司与电商平台或其他店铺根据实际销售商品清单进行结算，结算方式为银行转账或者支付宝等第三方支付公司支付。商品的售后环节一般由电商平台或其他店铺负责与消费者对接，公司则按照与电商平台或其他店铺合作方所签署的合同约定为平台或店铺提供相关产品的售后服务。报告期内，公司直发模式主要平台或店铺具体情况如下：

单位：万元

平台	客户店铺/平台	2020 年销售金额	2019 年销售金额	2018 年销售金额
天猫	可孚医疗器械旗舰店	39,468.43	18,146.03	7,693.27
天猫	阿里健康大药房	18,707.15	9,832.69	1,316.16
天猫	药健康大药房旗舰店	1,625.52	1,191.07	1,271.45
天猫	快乐老人医疗器械专营店	173.33	144.90	151.19
天猫	天猫超市	233.84	-	-

注：1、发行人于 2017 年 7 月收购聂娟持有的山东怡源 100%股权，本次收购前，聂娟持有上述 100%股权时间不足 1 年，为非同一控制下收购。2017 年 1 月 1 日至合并日，发行人对其销售金额为 985.61 万元，其中直发模式的销售金额为 625.72 万元，由于收购后山东怡源一直为发行人子公司，故其销售未列入上述表格。

①直发模式的运作方式

发行人的直发模式下主要店铺的运作方式如下表列示：

店铺	可孚医疗器械旗舰店	药健康大药房旗舰店	快乐老人医疗器械专营店	阿里健康大药房
店铺注册主体	阿里健康大药房医药连锁有限公司（甲方）	桐庐好邻居大药房连锁有限公司（甲方）	湖南快乐老人产业经营有限公司（甲方）	阿里健康大药房医药连锁有限公司（甲方）
平台	天猫	天猫	天猫	天猫
运营主体	发行人	发行人	发行人	阿里健康大药房医药连锁有限公司
订单流转过程和处理方式	客户开设线上店铺，由发行人运营该店铺，客户授权将店铺后台订单发货信息与发行人 ERP 系统对接。消费者在客户店铺付款下单购买后，发行人接收、审核客户订单并直接向终端消费者发货			消费者在阿里健康大药房下单购买后，客户将归属于公司的订单通过其供应链管理系统派单，公司接收并审核客户订单后，直接向终端消费者发货
资金结算流程和时点	每月初出上个月 1 日至最后一日的供应商实际发货、退货的账单，自然月结束后 30 天付款。	甲方每月 2 号出上个月 1 日至最后一日的货物结算清单，3-5 日为双方对账日，核对一致后乙方需在 2 个工作日内向甲方开具增值税专用发票，甲方付款时间为收到乙方增值税专用发票后的 7 个工作日内。		每月初出上个月 1 日至最后一日的供应商实际发货、退货的账单，自然月结束后 30 天付款。
退换货及售后服务	由发行人提供客服服务，包括但不限于售前咨询、售后咨询、退换货处理及消费者投诉处理。同时，发行方必须按照天猫商城等电子商务平台的规定之（七天无理由退换货）等相关政策履行相关售后服务，及时处理买家退换货及相关退款。			订单产生的消费者纠纷及退换货诉求由甲方进行判断和处理。乙方同意按照甲方要求提供商品退换货服务，包括但不限于接收退换货品、将换货商品再次发出、将退换货的物流数据返回给甲方等
销售返利	无			
收入确认时点	1、根据双方确认的代销清单作为商品销售收入和基础运营服务收入确认的依据； 2、根据双方确认的达成销售目标奖励的账单作为运营奖励费收入确认的依据。	根据双方确认的代销清单作为收入确认的依据		
是否独家专卖发行人的产品	是，包含发行人自有品牌和非自有品牌产品			否
经销商或代理商	经销商			

店铺费用承担	1、线上服务费：平台服务费、积分类费用的返点积分一般由客户承担；平台营销费（如聚划算、淘抢购佣金）、淘客费用由发行人承担。 2、线上推广费用（如：直通车、超级推荐、钻石展位等）由发行人承担。	线上服务费（含平台服务费、平台营销费、淘客费用等）、线上推广费用均由客户承担。		1、线上服务费（含平台服务费、平台营销费、淘客费用等）、推广费用一般由客户承担； 2、合同约定如需发行人承担费用，另行签署费用协议后承担；报告期内，发行人承担了部分直通车推广、淘客费用。
选择与发行人合作的原因	阿里健康在医药新零售领域以消费者需求为核心，积极拓展与上游优质品牌商的合作，基于对公司的认可，看重发行人作为平台头部品牌的影响力和成长潜力，2018 年 2 月 24 日，发行人与阿里健康大药房协商将天猫平台的可孚医疗器械旗舰店店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，并约定由发行人代为运营该店铺。	2013 年，互联网销售蓬勃发展，公司开始拓展互联网业务并积累了一定的互联网店铺运营经验，同时桐庐好邻居有意在天猫平台开设店铺。因此双方协商由桐庐好邻居大药房连锁有限公司在天猫平台开设药健康大药房旗舰店，同时为了降低成本，提高运营效率，桐庐好邻居大药房连锁有限公司委托发行人运营该店铺，并由发行人直接发货。	湖南快乐老人产业经营有限公司旗下经营的《快乐老人报》是国内首份精准定位“快乐老人生活”的现代都市纸媒，主要受众群体为老年人群体，在本地具有较强影响力，其希望将《快乐老人报》的受众群体引流到线上店铺并实现互联网销售。由于互联网医疗器械销售专业性强，人员需求量大，快乐老人缺乏相应的运营人员。而发行人品牌影响力较大，产品品类丰富，同时具备较强的线上运营经验，因此湖南快乐老人产业经营有限公司在天猫平台开立快乐老人医疗器械专营店，委托发行人代为运营并约定由发行人发货给消费者。	公司是行业内较早开始互联网销售的企业，通过多年的精细化管理和资源的投入，发行人积累了丰富的线上店铺运营经验，具备了良好的仓储管理、售后服务能力，自营店铺的销售额和积累的用户数稳步增加，“可孚”品牌建立起了较高的品牌认知度和良好的市场口碑。基于对发行人线上运营实力、品牌知名度的认可及对未来合作前景的良好预期，2017 年 4 月，可孚品牌产品采用直发模式进驻阿里健康大药房。
合作方的商业价值	与发行人的合作符合阿里健康大药房在医药新零售领域的经营策略。自合作以来，该店铺的销售额快速增长，增加了阿里健康大药房的营业收入，同时借助发行人的品牌优势增强了其在家用医疗器械产品销售领域的	该店铺的运营增加了桐庐好邻居大药房连锁有限公司的营业收入，对提升其市场份额产生了积极的影响。	快乐老人医疗器械专营店是湖南快乐老人产业经营有限公司更好服务受众人群及开展多元化经营的一种尝试。	阿里健康大药房增加了医疗器械产品的入驻品牌、产品种类和营业收入，增强了其家用医疗器械产品的供应能力，更好地满足消费者采购的需求。

	市场份额。			
发行人的商业价值	强化了发行人与阿里健康大药房的合作深度,更容易获得平台资源;店铺专卖“可孚”品牌产品，增强了发行人的品牌知名度;店铺由阿里健康大药房与可孚品牌提供双重保障,更有利于提高店铺的竞争力,实现了销售额的快速增长。	该店铺为发行人较早运营的天猫店铺,是发行人发展线上业务的积极探索,为发行人后续开展线上业务积累了经验,对实现经营目标产生了积极的影响。	借助《快乐老人报》在老年人群体中的影响力,利用自身的运营经验更好服务本地老年人,增加销售的同时提升品牌影响力。	强化了发行人与阿里健康大药房的合作深度，借助阿里健康大药房先进的互联网运营管理体系，实现了营业收入增长，提升了“可孚”品牌知名度和市场份额。
是否符合商业逻辑	阿里健康大药房医药连锁有限公司、桐庐好邻居大药房连锁有限公司、湖南快乐老人产业经营有限公司选择与发行人进行直发模式合作，主要是基于发行人较为完备的产品和丰富的线上运营经验，能够有效发挥双方的优势资源，实现合作共赢，具有商业合理性。			
是否符合行业惯例	根据阿里健康（00241.HK）公开报告，截至 2020 年 9 月 30 日,阿里健康已获授权在天猫平台承接管理或开设超过 100 家品牌旗舰店,包括同仁堂官方旗舰店、九芝堂旗舰店、艾丽医药旗舰店、碧生源官方旗舰店、汇仁官方旗舰店、杨森官方旗舰店、马应龙医药旗舰店、仲景药品旗舰店、翔锐官方旗舰店、中美史克医药旗舰店等。因此，发行人与阿里健康大药房就可孚医疗器械旗舰店的合作模式符合行业惯例。	目前电商行业内提供委托运营服务的服务商较多，包括广州若羽臣科技股份有限公司（下称若羽臣）、上海宝尊电子商务有限公司（下称宝尊电商）、杭州悠可化妆品有限公司、杭州壹网壹创科技股份有限公司（下称壹网壹创）、上海丽人丽妆化妆品股份有限公司（下称丽人丽妆）等，委托运营已成为成熟的商业模式。公司与桐庐好邻居大药房连锁有限公司和湖南快乐老人产业经营有限公司的合作模式符合行业惯例。		阿里健康在医药新零售领域以消费者需求为核心,向上游直接对接品牌商,已有多家知名医药类企业采用直发模式进驻阿里健康大药房，因此发行人与阿里健康大药房的直发模式合作符合行业惯例。

注：1、报告期内，上述店铺收入占直发模式收入比例为：98.88%、99.54%、99.35%，其他合作方因模式类似，且占比小数量多未单独列示。
2、发行人代桐庐好邻居、快乐老人运营店铺的模式和若羽臣、宝尊电商、杭州悠可化妆品有限公司、壹网壹创、丽人丽妆等服务商提供的委托运营模式相比，发行人与若羽臣等服务商均利用自身专业的运营团队为客户提供线上店铺代运营服务，同时存在一定的差异，主要表现在（1）在代运营定位上，若羽臣等的代运营对象为品牌商，若羽臣等承担运营商或分销商的角色；发行人的代运营对象为发行人的客户，发行人承担品牌商和运营商的角色。（2）在代运营店铺销售产品及来源上，若羽臣等代运营店铺销售品牌商的产品，产品来源为品牌商；发行人代运营店铺销售独家专卖发行人的产品，包括自有品牌和非自有品牌产品，产品来源为发行人。

②直发模式与经销模式、代理模式的对比

发行人与电商平台/客户的直发模式与经销模式、代理模式的对比如下：

模式	经销（买断式）	代理模式（收取手续费方式的委托代销）	经销（视同买断式的委托代销）	直发模式
行为	按照双方所签订的经济合同销售商品的经济行为	委托方委托受托方代理销售商品，并按销售明细向受托方支付相应手续费/佣金的经济行为	委托方和受托方签订销售合同，委托方按照约定的结算价格收取代销商品货款的经济行为	公司与客户签订商品销售合同，合作方委托发行人直接发货给顾客的经济行为
经销商/代理商收益方式	经销商通过商品采销差价方式来获取经营报酬	代理商通过提供代理服务获取手续费/佣金收益	经销商通过商品采销差价方式来获取经营报酬	客户通过商品采销差价方式来获取经营报酬
销售方收入确认时点	一般经销商验收入库时确认收入，具体视合同约定	委托方收到代销清单核对无误后确认收入	委托方收到代销清单核对无误后确认收入	发行人收到经双方确认的代销清单时确认收入
终端定价权	经销商	委托方	受托方	客户
经销商/代理商收入确认方式	全额法	净额法	全额法	全额法

直发模式下，发行人与客户签订商品销售合同，约定由公司直接发货给其终端顾客，并根据双方确认的代销清单确认收入与视同买断式的委托代销模式一致，公司没有代理模式销售。

③各店铺的开始合作时间及合作情况

直发模式下，发行人与相关客户约定了合作期限。报告期内，发行人直发模式下各个店铺的合作情况如下：

单位：万元

店铺名称	平台	开始合作时间	协议周期	最新合同到期时间	协议续签约定	销售收入		
						2020 年	2019 年	2018 年
阿里健康大药房	天猫	2017 年 4 月	一年一签	2022 年 3 月 31 日	合同期满后双方未续签但存在交易行为的，视为双方同意继续执行本合同条件至下一年度； 双方另行续签合同的，交易条件根据新续签合同执行； 双方未续签合同且没有发生交易行为的，视为双方同意终止合同。	18,707.15	9,832.69	1,316.16
可孚医疗器械旗舰店	天猫	2018 年 2 月	一年一签	2022 年 3 月 31 日	合同到期后双方有意向继续合作而新的合同尚未签订，为确保双方合作的延续性，本合同有效期自动顺延至新合同签订之日，最长不得超过 60 天。	39,468.43	18,146.03	7,693.27
快乐老人医疗器械专营店	天猫	2017 年 3 月	一年一签	2021 年 12 月 31 日	无续签约定	173.33	144.90	151.19
快乐老人医疗器械专营店	京东	2017 年 7 月	一年一签	因经营未达预期目标，该店铺于 2018 年终止合作	-	-	-	0.00
药健康大药房旗舰店	天猫	2013 年 3 月	一年一签	2021 年 12 月 31 日	无续签约定	1,625.52	1,191.07	1,271.45
药健康大药房旗舰店	京东	2014 年 6 月	一年一签	因经营未达预期目标，该店铺于 2018 年终止合作	-	-	-	-
好护士医疗器械旗舰店	平安	2018 年 8 月	一年一签	2021 年 12 月 31 日	合同终止前一个月内，双方可就续签问题进行协商。如遇情势发生变化，双方可就合同内容或就部分条款商议变更。	114.93	63.16	13.65
可孚苏宁自营旗舰店	苏宁	2017 年 10 月	一年一签	2020 年 12 月 31 日	合同期满，双方如需继续合作，在期满前一个月双方开始协商签订新的合同。如本合同已到期，但新的合同尚未签订，而双方事实上仍	36.22	53.52	60.67

店铺名称	平台	开始合作时间	协议周期	最新合同到期时间	协议续签约定	销售收入		
						2020 年	2019 年	2018 年
					继续合作，本合同有效期自然顺延至新合同签订之日。			
好护士医疗器械商城	和包支付	2017 年 10 月	由 2017 年签约至 2099 年	2099 年 10 月 27 日	协议到期后，若双方均无书面异议，本协议自动延续一年，若任一方有异议，可在协议期满 30 日前以书面形式通知另一方到期终止合同或者另行签署新的协议。本协议可多次延展，但每次延续期不超过 12 个月。	6.48	18.67	43.64
其他	-	-				233.87	0.42	-
合计						60,365.94	**29,450.45**	**10,550.02**

报告期内，发行人直发模式下销售的商品以发行人自有品牌商品为主，自有品牌商品占直发模式总销售额的比例分别为 89.39%、89.44%、92.69%。发行人与直发模式的客户合作情况良好，客户对发行人的品牌影响力、产品质量和专业化运营能力高度认可，双方的合作实现了共赢的结果，因此发行人在各平台被取代的风险较小。发行人与客户的合作协议多为一年一签，发行人存在无法续约的风险，但从历史合作情况分析，发行人与各合作方的合作情况良好，双方在合作过程中均保持了较好的商业信誉，双方继续合作的可能性较高。同时，随着发行人品牌知名度、线上自营规模及线上运营能力的不断提升，公司对直发模式合作客户的重要性及影响力越来越大，发行人无法续约的风险较小。

报告期内，发行人直发模式下合作的主要店铺主体拥有互联网医疗器械销售等相关资质，其中通过自建网站开展业务的店铺主体拥有互联网药品信息服务资格证书；相关法律法规对店铺主体具有资质要求，对代运营主体暂未有资质要求，但发行人作为代运营主体已取得相应医疗器械生产经营及网络销售方面的资质；直发模式下主要店铺资质完备，发行人与该等店铺采取直发模式合作不违反相关规定，报告期内相关代运营店铺不存在因发行人的运营导致其违法违规而受到行政处罚的情形。

上述店铺中，可孚医疗器械旗舰店和阿里健康大药房为发行人直发模式的主要店铺，报告期内两家店铺合计销售占直发模式销售的比例分别为 85.40%、95.00%、96.37%，其均位于天猫平台，导致发行人直发模式主要集中于天猫平台。报告期内，可孚医疗器械旗舰店和阿里健康大药房的销售规模增长迅速，收入远高于其他店铺，主要原因是：

1、可孚医疗器械旗舰店报告期内收入快速增长

可孚医疗器械旗舰店由发行人于2015年11月开立，随着开店以来营业规模迅速扩大，基于对未来合作前景的良好预期，发行人与阿里健康大药房医药连锁有限公司达成协议，于2018年2月24日将该店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，基于发行人丰富的线上运营经验，双方约定由发行人代为运营该店铺。

店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司后，阿里健康大药房投入的优势资源更多，主要体现在：（1）发行人与阿里健康大药房医药连锁有限公司的合作关系由普通的平台和商家关系转变为更稳固、更深层次的战略合作伙伴关系，店铺由阿里健康与可孚品牌提供双重保障，更有利于赢得消费者信赖，提高店铺的竞争力；（2）取

得了店铺扩充经营类目的权限。店铺成为阿里健康大药房自营店铺后，由原来的医疗器械和保健用品2个经营类目增加到与大健康相关的21个经营类目，有利于该店铺增加商品数量，对店铺的持续增长产生积极的影响；（3）阿里健康大药房对自营店铺有成熟的管理体系，店铺转为阿里健康大药房后，有利于发行人加强与平台的业务对接，提升发行人在店铺日常运营、营销推广、客户服务等方面的专业水平，从而提升公司互联网运营的能力。

根据天猫平台规则，该店铺专卖“可孚”品牌产品。基于阿里健康大药房的优势资源投入以及发行人产品品质的不断提升、自有品牌“可孚”知名度和口碑的不断提高，该店铺报告期内的销售收入持续快速增长，2018年至2020年为发行人贡献的主营业务收入（含自营店铺和直发模式）分别为9,031.10万元、18,146.03万元、39,468.43万元。2019年、2020年营业收入增长金额分别为9,114.93万元、21,322.40万元，增长率分别为100.93%、117.50%。

2、发行人加强了与阿里健康大药房的合作力度

2018年，公司与阿里健康大药房医药连锁有限公司加大直发供货模式合作，双方签订商品直供合同，阿里健康大药房将公司供应产品展示于阿里健康大药房平台，消费者可通过该平台进行下单购买，公司收到系统自动分发的订单后将商品直接发送给消费者。

报告期内，阿里健康大药房的活跃用户快速增加带动了公司对其实现的销售收入。根据阿里健康（股票代码：00241）年报显示，截至2019年3月31日、2020年3月31日，其线上自营店（阿里健康大药房和阿里健康海外旗舰店）的年度活跃消费者（在过去12个月内在线上自营店实际购买过一次或以上商品的消费者）分别超过2,700万、4,800万，同比增速分别超过90%、78%。2018年-2020年该直发供货合作模式为公司创造的收入分别为1,316.16万元、9,832.69万元、18,707.15万元，2019年、2020年分别增长8,516.54万元、8,874.46万元，增长率分别为647.07%、90.25%。

发行人直发模式的合作店铺不仅仅只在天猫平台，目前在苏宁、中国移动和包支付、平安好医生平台也有合作，但由于平台的主营产品侧重不同，苏宁平台更侧重电器类产品、和包支付更侧重于生活日用产品，公司其它平台直发模式产品销售额低于天猫平台。京东平台策略以自营入仓为主，直发模式难以获得持续的资源支持，发行人曾经与桐庐

好邻居大药房连锁有限公司、湖南快乐老人产业经营有限公司在京东平台开立店铺进行直发模式合作，后因经营业绩不达预期而停止合作。

④发行人代客户运营线上店铺情况

报告期内，发行人存在代客户运营线上店铺的情况，代运营方式系电商销售的常见经营模式，发行人拥有专业的线上销售团队，通过代运营店铺可以更好的推广公司产品，加深渠道管理，维护品牌形象，获取更多的销售利润。

报告期内，发行人代客户运营的线上店铺情况如下：

客户名称	代运营主体（店铺）	平台	代运营起止时间	签订协议名称
阿里健康大药房医药连锁有限公司	可孚医疗器械旗舰店	天猫	2018.2.-至今	《供应商直供合作合同》、《品牌旗舰店外包运营合作协议》
湖南快乐老人产业经营有限公司	快乐老人医疗器械专营店	天猫	2017.3 -至今	《电商平台店铺供货及代运营协议合同》
	快乐老人医疗器械专营店	京东	2017.7-2018.4	《电商平台店铺供货及代运营协议合同》
	快乐老人经营产业有限公司	淘宝	2017.3-2017.12	《电商平台店铺供货及代运营协议合同》
桐庐好邻居大药房连锁有限公司	药健康大药房旗舰店	天猫	2013.3.-至今	《电商平台店铺供货及代运营协议合同》
	药健康大药房旗舰店	京东	2014.6-2018.1	《电商平台店铺供货及代运营协议合同》
平安健康互联网股份有限公司上海分公司	好护士医疗器械旗舰店	平安	2017.10-至今	《产品经销合同》
中移电子商务有限公司	好护士医疗器械商城	和包支付	2017.10-至今	《和包业务远程商户合作协议》
杭州喜团科技有限公司	湖南科源医疗器材销售有限公司喜团店	喜团	2019.10-2020.12	《采购合同协议》
合肥苏鲜生超市采购有限公司 苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	可孚苏宁自营旗舰店	苏宁	2017.10-至今	《商品推广与销售主合同》

发行人代客户运营的店铺主要为天猫可孚医疗器械旗舰店、天猫快乐老人医疗器械专营店以及天猫药健康大药房旗舰店，报告期内，这三家店铺占发行人代运营销售收入95%以上，发行人与其他代运营店铺的销售协议中主要条款与上述三家店铺类似，故主要列出上述三家店铺相关协议主要内容，具体如下：

店铺	可孚医疗器械旗舰店	快乐老人医疗器械专营店	药健康大药房旗舰店
收入确认	1、根据双方确认的代销清单作为商品销售收入和基础运营服务收入确认的依据； 2、根据双方确认的达成销售目标奖励的账单作为运营奖励费收入确认的依据。	根据双方确认的代销清单作为收入确认的依据。	
代运营费用	分别系基础运营服务费及运营奖励费。 合作方按照店铺月收入（含税）的 0.7%作为基础运营服务费向发行人支付月运营服务费。同时，合作方按照不同期间按销售额也约定了不同的运营奖励费。	无	
信用政策及结算方式	每月初出上个月 1 日至最后一日的供应商实际发货、退货的账单，自然月结束后 30 天付款。	合作方每月 2 号出上个月 1 日至最后一日的货物结算清单，3 至 5 日为双方对账日，核对一致后发行方需在 2 个工作日内向合作方开具增值税专用发票，合作方付款时间为收到发行方增值税专用发票后的 7 个工作日内。	合作方每月 2 号出上个月 1 日至最后一日的货物结算清单，3 至 5 日为双方对账日，核对一致后发行方需在 2 个工作日内向合作方开具增值税专用发票，合作方付款时间为收到发行方增值税专用发票后的 7 个工作日内。
运费	由发行人承担销售的物流费用		
返利	无		
退换货	发行人代客户运营的店铺均由发行人提供客服服务，包括但不限于售前咨询、售后咨询、退换货处理及消费者投诉处理。同时，发行方必须按照天猫商城等电子商务平台的规定之（七天无理由退换货）等相关政策履行相关售后服务，及时处理买家退换货及相关退款。	发行人代客户运营的店铺均由发行人提供客服服务，包括但不限于售前咨询、售后咨询、退换货处理及消费者投诉处理。同时，发行方必须按照天猫商城等电子商务平台的规定之（七天无理由退换货）等相关政策履行相关售后服务，及时处理买家退换货及相关退款。	发行人代客户运营的店铺均由发行人提供客服服务，包括但不限于售前咨询、售后咨询、退换货处理及消费者投诉处理。同时，发行方必须按照天猫商城等电子商务平台的规定之（七天无理由退换货）等相关政策履行相关售后服务，及时处理买家退

报告期内，发行人仅收取可孚医疗器械旗舰店的代运营费用，报告期内收取的代运营费用如下表所示：

单位：万元

年度	销售商品收入金额	代运营收入金额	其中：代运营达标奖励	代运营收入占销售商品收入比例
2020 年	39,468.43	699.56	376.36	1.77%
2019 年	18,146.03	184.16	35.18	1.01%
2018 年	7,693.27	139.20	74.24	1.81%

2020 年代运营收入占收入比例较高的原因系发行人与阿里健康大药房的合同期间

为 2019 年 3 月至 2020 年 5 月，代运营奖励系根据合同周期计算实际销售额；因发行人 2019 年收入大幅提高，从而导致 2020 年代运营达标奖励大幅度增加。

⑤直发模式下各平台的订单情况

直发模式下，按照发行人是否代运营客户店铺情况分为两种，代运营和非代运营。发行人代运营客户店铺情况下，双方约定由发行人进行店铺日常管理、运营、发货等行为，发行人ERP系统对接平台接收订单发货，可掌握终端顾客订单及收货信息；发行人未代运营客户店铺情况下，公司主要负责发货至其终端顾客，发行人可获取收货人收货信息。

直发模式下各个平台的客户数量及交易情况如下：

年度	平台	销售金额（万元）	交易次数（万次）	平均单次交易金额（元）	客户数量（万人）	人均消费金额（元）
2020 年	天猫/淘宝	68,351.19	1,674.96	40.81	1,352.49	50.54
	平安好医生	138.05	3.58	38.56	3.26	42.35
	苏宁易购	58.21	0.84	69.22	0.81	72.07
	中国移动	7.27	0.06	125.98	0.06	131.93
	喜团	0.04	0.00	31.25	0.00	37.50
	合计	68,554.75	1,679.44	40.82	1,356.61	50.53
2019 年	天猫/淘宝	33,630.29	822.78	40.87	674.64	49.85
	平安好医生	71.29	2.17	32.80	1.99	35.82
	苏宁易购	82.07	1.43	57.27	1.37	59.88
	中国移动	21.34	0.23	91.17	0.22	97.28
	喜团	0.46	0.01	38.64	0.01	40.32
	合计	33,805.45	826.63	40.90	678.23	49.84
2018 年	天猫/淘宝	12,387.01	204.88	60.46	180.48	68.63
	平安好医生	14.87	0.38	39.63	0.34	44.33
	苏宁易购	82.48	2.04	40.50	1.98	41.66
	中国移动	51.79	0.84	61.31	0.79	65.84
	京东	1.66	0.01	167.76	0.01	173.00
	合计	12,537.82	208.14	60.24	183.59	68.29

注：1、以上销售额系根据发行人销售业务系统中与客户结算的订单金额（含税）进行统计，与会计核算收入口径有少量差异。

2、客户数量=发行人销售业务系统中用户 ID 数量，用户 ID 具有唯一性；不能获

取用户 ID 数据的平台，以收货人姓名及电话号码来统计客户数。

3、喜团平台 2019 年和 2020 年主要销售鼻腔护理产品和医用透明质酸钠修复贴。

4、2020 年直发模式下，公司与天猫超市新增直发业务，无法掌握终端消费数据，未包含在统计中。

2020 年，发行人在中国移动平台上的平均单次交易金额和人均消费金额较 2019 年分别增长了 38.18%、35.61%，增长较快主要是 2020 年疫情期间销售的红外体温计占比较高，其平均单价相对较高，从而拉高了平均单次交易金额和人均消费金额。

2017 年-2019 年，发行人直发模式客户数量分别为 34.46 万人、183.59 万人、678.23 万人，2019 年增长速度和增长规模分别为 269.43%、494.64 万人，增长规模显著高于 2018 年的 149.13 万人，主要原因一方面是 2018 年 2 月天猫可孚医疗器械旗舰店变更主体后，发行人与阿里健康大药房的合作伙伴关系转变为更深层次的战略合作伙伴关系，双方之间的合作更加密切，直发模式获得了快速增长；另一方面是新增产品型号。

2019 年，发行人在直发模式下新增产品型号 1,284 个，新增含税订单收入 10,529.02 万元，占直发模式交易金额比例为 31.15%，对应订单的客户数量为 319.50 万人，其中新客户 303.71 万人。2018 年，发行人在直发模式新增产品型号 797 个，对应订单的客户数量为 77.93 万人，其中新客户数量为 70.74 万人。

2019 年新增产品型号带来收入金额较高的品类为敷贴/敷料、血糖监测系列、消毒产品、口罩/手套、体温计等，其中：敷贴/敷料类产品 2018 年主要为创口贴等产品，2019 年发行人契合市场热销类目增加医用敷料产品，主要在直发模式的阿里健康大药房以及可孚医疗器械旗舰店进行销售，销售收入迅速增长。

从新增产品型号的平台分布来看，2018 年新增产品型号对应客户数量 98.95%来源于天猫/淘宝平台。2019 年新增产品型号对应的客户数量主要来自天猫/淘宝平台，具体如下：

模式	平台	客户数（万人）	交易金额（万元）	新客户数（万人）	新客户交易金额（万元）
直发模式	天猫/淘宝	318.96	10,507.35	303.16	9,963.18
	平安好医生	0.44	15.09	0.44	15.00
	苏宁易购	0.07	3.67	0.07	3.66
	中国移动	0.04	2.44	0.03	2.41
	喜团	0.01	0.46	0.01	0.46
总计		**319.5**	**10,529.02**	**303.71**	**9,984.71**

2020 年，发行人直发模式客户数量为 1,356.61 万人，增长速度和增长规模分别为 100.02%、678.38 万人，其中增速保持高速增长但低于 2019 年的 269.43%，增长规模高于 2019 年的 494.64 万人，主要是 2018 年和 2019 年发行人与阿里健康大药房的直发模式合作快速增长，导致 2019 年的增速显著加快，2020 年以来双方的合作继续加强，客户数量增长规模继续扩大。

3）平台入仓

在平台入仓模式下，平台根据自身消费和订单需求向公司下达订单，公司委托第三方物流公司将商品发往电商平台指定的仓库，由平台负责商品的销售。消费者直接向电商平台下单并付款，平台在收到消费者款项后通过其自有物流或第三方物流向消费者直接发货，售后环节一般由电商平台负责与消费者对接，公司按照约定为平台提供相关产品的售后。平台入仓模式下，发行人不掌握终端消费者的相关信息。

报告期内，公司平台入仓模式主要平台具体情况如下：

单位：万元

平台名称	客户名称	2020 年销售金额	2019 年销售金额	2018 年销售金额
天猫超市	浙江天猫供应链管理有限公司	2,710.73	868.55	104.04
天猫	阿里健康大药房医药连锁有限公司	273.65	336.82	635.51
京东	北京京东世纪信息技术有限公司/北京京东弘健健康有限公司	2,664.50	276.74	37.71
唯品会	广州好信医药连锁有限公司	0.00	145.24	222.42

①平台入仓模式下发行人与电商平台的合作情况

平台入仓模式下，发行人的主要合作平台是天猫超市、阿里健康大药房、京东、唯品会和兴盛优选，发行人与以上平台的主要合作条款如下：

平台	产品验收	结算	退换货	质保期	信用期
天猫超市（乙方）	甲方交货地点为天猫超市系统中指定的仓储服务商仓库。商品到仓并经仓储服务商外观验收通过入仓后，商品所有权自买家成功支付货款并确认收货后方转移至乙方，买家订单确认收货前其不动销、毁损、灭失等法律风险仍由甲方自担。	双方同意按本协议价格约定及买家实际成功购买（无退货等情况发生）数量作为货款结算依据。 双方结算账期：天猫超市系统每月对账账单的出单日。每次出单日的第二天，甲方可以在天猫超市系统中查询对账单，甲方自主对账结算，以甲方开票时间为定，乙方在收到甲方发票后 5 个工作日内可以完成付款。	1 商品不符合乙方收货要求的，或经买家退货后不符合二次上架标准的；2 商品库龄超出合理期限的；3 商品不符合国家规定及本协议约定的，特别是不符合商品质量相关约定的；4 商品成为“临期商品”	对入库效期标准、临期标准、禁售效期标准有明确规定	5 个工作日
阿里健康大药房（甲方）	乙方负责将商品送至甲方指定的仓储服务商仓库地址，商品在经甲方验收确认之前，一切费用及货损风险均由乙方自行承担	每个月 10 号出上个月 1 日至最后一日的采购入库账单，对账时间为每月 10 至 15 号，收票时间为每月 10-25 号，付款时间为每月 21 号至月末。	对于甲方购销的商品，在乙方送货之后的 7 天内（如遇法定节假日顺延）甲方可要求退货。	无	10-20 天
京东（甲方）	乙方自行送货至甲方指定地点的产品.乙方采用快递或第三方物流方式交付产品的，则甲方签收后 10 日内验收。	实销实结：账期为 60 天，每个自然月为一个结算频次，结算金额为账期内实际已销售产品相应的销售成本金额；甲方于结算单核定付款日起 7 个工作日付款； 货款支付方式为：电汇	乙方接受甲方任何原因的退货	无	7 个工作日
唯品会（甲方）	乙方提供的货品应当在约定时间到达甲方指定接收地点。甲方在收到乙方的货品后七至十工作日对货品数量及质量、包装等情况进行查验，货品经甲方验收合格并接受时，其所有权及报酬转移给甲方。	甲方与乙方一致同意货款按月结方式结算。乙方应按货款结算金额向甲方开具税率为 17%或其他商品类别法定税率的全额增值税专用发票（特殊免税商品除外，如计生用品等），甲方收到发票并核对无误后五个工作日内将货款通过银行转账方式支付给乙方。	1 甲方产品出现任何质量问题； 2 甲方产品更换包装（含新包装）； 3 出现包装挤压、破损、陈旧、污染等现象的产品； 4 其他可以依法要求退换货的情形。	无	5 个工作日
兴盛优选（乙方）	在商品达到订单指定的地点后，商品经乙方接收且无异议后即视为甲方已按照本合同即附件要求完全履行了交货义务。	甲乙双方同意商品的结算实行月结的结算方式。账期的约定时间为：14-30 天。	甲方根据本合同及附件约定向乙方完成交货义务后，非质量问题乙方不得退货，若为质量问题，双方通过协商确认。	无	14-30 天

平台入仓模式下，发行人合作的不同平台的异同如下：

平台	对应店铺名称	相同	不同
社区团购	兴盛优选、花开蝶来、锦致生活、鱼游百货商行、考拉精选社区团购店、邻邻壹社区、美家买菜、你我您社区团购店、唐小僧、知花知果、十荟团、多多买菜	1、电商平台向公司下单，发行人发货至客户仓库或客户指定仓库	1、相关风险转移时点：产品入库并经客户验收后，产品风险转移至客户。 2、双方根据经验收入库的产品清单进行结算。
天猫	阿里健康医药旗舰店		
天猫	阿里健康大药房		
盒马鲜生	盒马鲜生		
唯品会	唯品会可孚店		1、根据双方确认的代销清单确认收入 2、双方同意按约定价格及买家实际成功购买数量作为货款结算依据。
京东	瑞思迈医疗京东自营专区、可孚京东自营旗舰店		
天猫	天猫超市		
药师帮	帝豪药业旗舰店		
1 药城	湖北亿昊药业有限公司		

注：阿里健康医药旗舰店为阿里系统旗下杭州易心堂大药房连锁有限公司在天猫平台开立的旗舰店，主要销售男科用药、皮肤科用药、呼吸科用药、骨科用药等医药产品。

报告期内，在平台入仓模式下，根据商品控制权或风险报酬转移时点和结算方式的不同，发行人与客户存在两种合作模式。一种是买断式经销，即在发行人将产品运送至客户仓库入库并经客户验收后，商品控制权或产品风险报酬转移至客户，双方根据经验收入库的产品清单进行结算，主要客户是阿里健康大药房、盒马鲜生以及社区团购类客户。另一种是视同买断式的委托代销，即商品控制权或产品风险报酬自买家成功支付货款并确认收货后方转移至客户，双方按照双方确认的代销清单进行结算，合作客户主要是天猫超市、京东自营、唯品会。

天猫超市、京东自营和唯品会在线上拥有较大的流量优势，成为品牌方重点发展的销售渠道。上述平台与发行人采用视同买断式的委托代销模式合作，主要是平台依据商家信誉、品牌知名度、产品特性和质量、电商运营能力等因素综合评估做出的商业判断，该模式能够减轻平台自身的资金压力，商品的采购和退货更加灵活。基于加强与上述信誉高、影响力大的主流平台的合作深度及稳定性、扩大销售规模的原因，发行人愿意与平台采用视同买断式的委托代销合作模式，顺应了行业惯例，符合公司的商业利益。

通过向京东自营、天猫超市和唯品会相关业务人员进行访谈了解到，京东自营和天猫超市的平台入仓模式下存在买断式经销模式和视同买断式的委托代销模式两种，在同

一模式下，其与同类型产品的供货商家合作的结算政策基本一致；唯品会的平台入仓模式基本为视同买断式的委托代销模式，其对产品供应商的结算条款基本一致。因此，在视同买断式的委托代销合作模式下，天猫超市、京东自营和唯品会入仓对家用医疗器械产品供应商的结算政策基本一致，不存在平台为发行人单独设立结算政策的情况。

上述平台中，发行人在京东平台既采用平台入仓模式与京东平台的瑞思迈医疗京东自营专区、可孚京东自营旗舰店进行合作，又在京东平台开设瑞思迈旗舰店、可孚医疗器械旗舰店，主要是发行人在京东平台首先开立自营店铺，随着自营店铺销售额的不断提升、“可孚”品牌知名度和在京东平台的流量不断提升，公司与京东平台逐步开展平台入仓模式合作，与发行人的线上业务发展情况相契合，具有合理性。

报告期内，发行人在京东平台的销售渠道包括自营店铺和平台入仓模式，未与京东健康等京东自营主体开展直发模式合作契合了京东自营的经营策略，符合行业惯例，具有商业合理性。

发行人（乙方）与阿里健康大药房（甲方）的合作方式包括直发模式和平台入仓，合作方式的异同如下：

	直发模式	**平台入仓**
销售方式	经销（视同买断式的委托代销）	经销（买断式）
发货方式	发行人直接发货至终端消费者	发行人发货至阿里健康大药房的指定仓库
结算依据	每个月月初按代销清单结算	每个月月初按采购入库账单结算
发行人收入确认时点	双方确认代销清单时确认收入	客户验收入库时确认收入
合同名称	《商品直发合同》	《商品购销合同》
销售产品的确定	乙方应于本合同签署时及甲方每次新引进商品时，乙方应向甲方提供相应商品的详细信息，经甲方书面确认后执行。	乙方应于本合同签署时及甲方每次新引进商品时，向甲方提供相应商品的详细信息，经甲方书面确认后执行。如商品信息有变更，乙方须第一时间通知并协助甲方更新。
销售产品品类	发行人五大类产品均有销售，报告期内销售主要产品为敷贴/敷料类、口罩/手套、血糖监测系列	发行人五大类产品均有销售，报告期内销售主要产品为敷贴/敷料类、清洁消毒类、体温计系列、血压系列

发行人区分与阿里健康大药房不同合作模式下产品销售情况的方法是：（1）按照发行人不同主体区分。发行人与阿里健康大药房直发模式的合作主体为好护士；平台入仓模式下，2018 年发行人合作主体为可孚医疗，2018 年、2019 年、2020 年为湖南科源。（2）按照收货人进行区分。直发模式下，发行人直接发货至终端消费者；平台入仓模

式下，发行人发货至阿里健康大药房的指定仓库。（3）按照结算方式进行区分。直发模式下，发行人与阿里健康大药房每个月按代销清单结算；平台入仓模式下，发行人与阿里健康大药房每个月按采购入库账单结算。

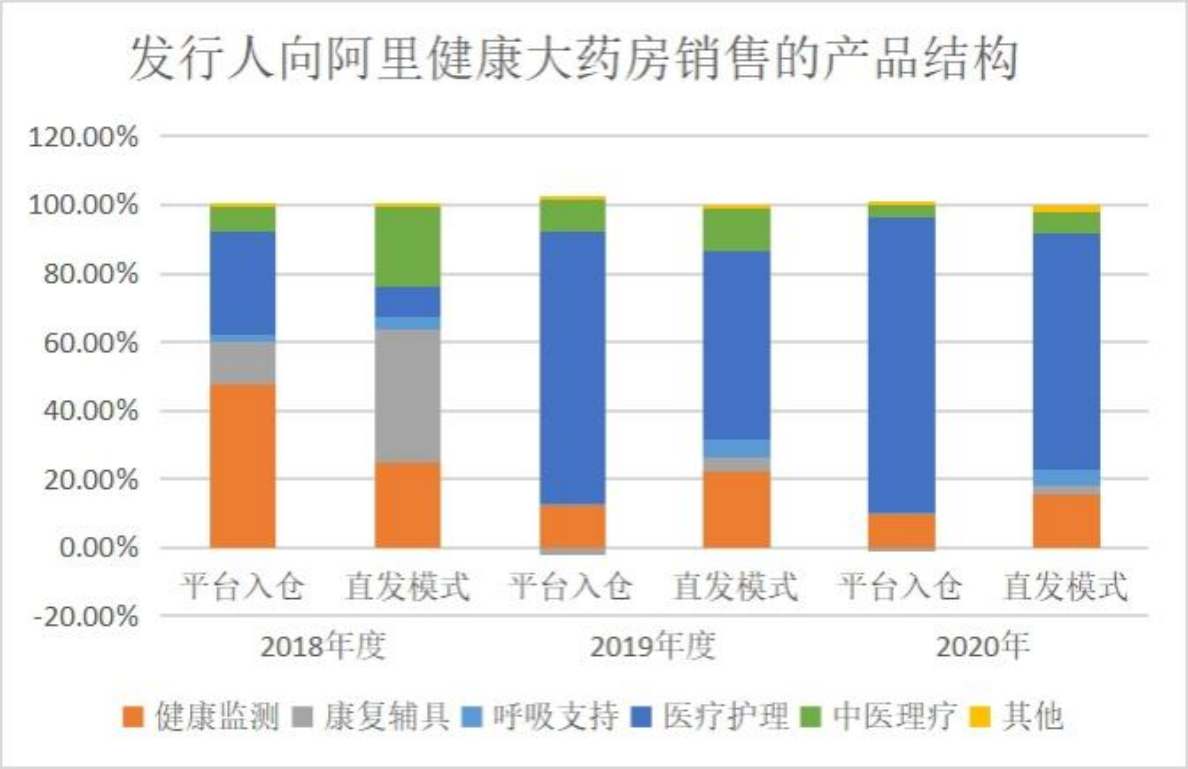
报告期内，发行人与阿里健康大药房直发模式的销售金额分别为 1,316.16 万元、9,832.69 万元、18,707.15 万元，平台入仓模式的销售金额分别为 635.51 万元、336.82 万元、273.65 万元，平台入仓模式的销售金额低于直发模式的销售金额，没有全部采用直发模式主要是因为阿里健康大药房基于自身经营需求的需要，部分产品需要由其直接向终端客户发货，发行人在产品生产及供应、售后服务等方面具有相对较强的实力，可满足其需求；从发行人角度而言，平台入仓模式亦可增加销售收入，因此双方愿意保留平台入仓的合作模式。一般情况下，发行人的同一个产品型号不会同时在两种模式下同时销售，报告期内两种模式销售的产品类型结构如下：

单位：万元

年度	产品类别	销售收入		销售占比	
		直发模式	平台入仓	直发模式	平台入仓
2020 年度	健康监测类	2,858.98	26.78	15.28%	9.78%
	康复辅具类	485.12	-0.60	2.59%	-0.22%
	呼吸支持类	917.23	1.66	4.90%	0.61%
	医疗护理类	12,931.40	235.97	69.13%	86.23%
	中医理疗类	1,095.31	9.81	5.86%	3.59%
	其他类	419.11	0.03	2.24%	0.01%
	合计	18,707.15	273.65	100.00%	100.00%
2019 年度	健康监测类	2,174.76	41.97	22.12%	12.46%
	康复辅具类	438.13	-6.47	4.46%	-1.92%
	呼吸支持类	477.14	1.98	4.85%	0.59%
	医疗护理类	5,413.66	266.53	55.06%	79.13%
	中医理疗类	1,243.66	32.14	12.65%	9.54%
	其他类	85.34	0.67	0.87%	0.20%
	合计	9,832.69	336.82	100.00%	100.00%
2018 年度	健康监测类	329.19	302.43	25.01%	47.59%
	康复辅具类	507.64	80.24	38.57%	12.63%
	呼吸支持类	49.24	12.38	3.74%	1.95%
	医疗护理类	115.96	189.99	8.81%	29.89%

年度	产品类别	销售收入		销售占比	
		直发模式	平台入仓	直发模式	平台入仓
	中医理疗类	304.66	47.88	23.15%	7.53%
	其他类	9.47	2.60	0.72%	0.41%
	合计	1,316.16	635.51	100.00%	100.00%

注：平台入仓模式下部分产品销售金额为负数，主要是该类产品在当年由平台入仓模式切换到直发模式，阿里健康大药房对部分已入仓的产品进行退货处理，发行人相应冲减了收入。



整体上看，两种模式销售的产品类别存在差异，平台入仓模式相较直发模式更为集中于医疗护理类，直发模式销售的康复辅具和呼吸支持类产品占比高于平台入仓模式下的相应占比。从具体产品上看，直发模式合作的产品基本涵盖了发行人的主要产品种类；平台入仓模式下，基于双方仓储及售后等因素，呼吸机、制氧机、护理床、轮椅、助行器、理疗仪等体积较大、助听器售后相对复杂的产品并未合作。两种模式按年度对比产品结构差异主要表现在：

2018 年度，直发模式下，产品类别以健康监测、康复辅具、中医理疗类产品为主，占比分别为 25.01%、38.57%、23.15%，具体产品以血压计、轮椅、理疗仪为主，销售占比分别为 14.90%、12.26%、11.87%。平台入仓模式下，产品类别上以健康监测、医疗护理、康复辅具类为主，销售占比分别为 47.59%、29.89%、12.63%，具体产品主要以体温计、血压计、消毒产品为主，销售占比分别为 27.19%、15.79%、8.47%。

2019 年度，直发模式下，产品类别主要为医疗护理、健康监测、中医理疗类，销售占比分别为 55.06%、22.12%、12.65%，具体产品主要为敷贴/敷料类和血糖监测系列，销售占比分别为 43.05%和 14.88%。平台入仓模式下，产品类别主要为医疗护理和健康监测，销售占比分别为 79.13%、12.46%，具体产品上主要为敷贴/敷料类、消毒产品和体温计，销售占比分别为 35.24%、12.61%和 8.49%。

2020 年度，直发模式下，产品类别主要为医疗护理、健康监测类，销售占比分别为 69.13%、15.28%，具体产品主要为敷贴/敷料类、口罩/手套、血糖监测系列，销售占比分别为 29.05%、26.62%和 8.91%。平台入仓模式下产品类别主要为医疗护理、健康检测类，销售占比分别为 86.23%、9.78%，具体产品上主要为敷贴/敷料类、消毒产品，销售占比分别为 15.87%、27.67%。

发行人在日常运营中区分两种模式的方式如下：

模式	直发模式	平台入仓模式
发货方式	发行人直接发货至阿里健康大药房的终端消费者	发行人发货至阿里健康大药房的指定仓库
发行人合同签订主体	好护士	湖南科源/可孚医疗
销售产品	同一个产品型号一般情况不会同时在两种模式同时销售	
结算	每个月月初按代销清单结算	每个月月初按采购入库账单结算

注：平台入仓模式下，2018 年发行人合作主体为可孚医疗，2018 年、2019 年、2020 年为湖南科源。

发行人与阿里健康大药房采取直发模式和平台入仓模式合作主要与双方的经营策略相关。发行人与阿里健康大药房首先以平台入仓模式合作，阿里健康大药房采取全店满额包邮、一站式购齐的经营策略，能够满足消费者对多品类及时效性的需求。

随着国家监管部门对于医疗器械仓库的仓储环境和标准要求趋严以及家用医疗器械品类愈加丰富，护理床、轮椅、呼吸机、制氧机等部分体积较大的产品对于仓库面积的要求越来越高，平台入仓模式对于电商平台的存货压力越来越大，双方逐步加大了直发模式的合作。

直发模式和平台入仓模式能够相互补充和协同，是电商平台常见的两种合作方式。阿里健康在医药和医疗器械新零售领域以消费者需求为核心，向上游直接对接品牌商，已与发行人在内多家品牌商采用两种模式进行合作，包括仁和、爱护佳等品牌商，因此发行人与阿里健康大药房同时采用直发模式和平台入仓模式合作符合行业惯例。

4）报告期内各电商平台上不同销售模式的销售情况

①报告期内各电商平台上不同销售模式的销售金额

报告期内，发行人合作的电商平台不同销售模式的金额如下：

单位：万元

年度	平台	销售模式			
		自营店铺	直发模式	平台入仓	总计
2020 年	天猫/淘宝	78,537.53	60,208.28	2,986.54	141,732.35
	京东	10,458.34	-	2,664.50	13,122.84
	拼多多	9,877.22	-	-	9,877.22
	唯品会	5,136.58	-	-	5,136.58
	贝贝网	768.96	-	-	768.96
	药师帮	4,231.65	-	145.12	4,376.77
	其他平台	5,214.89	157.67	443.14	5,815.70
	合计	114,225.17	60,365.95	6,239.30	180,830.42
2019 年	天猫/淘宝	61,979.03	29,314.69	1,205.38	92,499.09
	京东	5,696.47	-	276.74	5,973.21
	拼多多	732.33	-	-	732.33
	唯品会	1,592.07	-	145.24	1,737.31
	贝贝网	1,770.67	-	-	1,770.67
	其他平台	1,158.38	135.76	290.92	1,585.06
	合计	72,928.94	29,450.45	1,918.28	104,297.67
2018 年	天猫/淘宝	49,251.99	10,432.06	739.55	60,423.60
	京东	7,187.02	-	37.71	7,224.74
	拼多多	123.23	-	-	123.23
	唯品会	-	-	222.42	222.42
	贝贝网	753.69	-	-	753.69
	其他平台	1,444.99	117.96	12.81	1,575.75
	合计	58,760.93	10,550.02	1,012.49	70,323.44

②线上收入集中于天猫平台的原因

从上表可以看出，发行人线上收入主要集中于天猫/淘宝平台，主要原因是：

A、天猫平台成交额和流量高。

目前市场上主流线上电商平台相关数据对比如下：

平台	GMV（亿）			年度活跃用户（亿）		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
阿里巴巴	65,890.00	48,200.00	37,670.00	7.26	5.52	5.15
京东	20,854.00	16,769.00	12,945.00	3.62	3.053	2.925
拼多多	10,066.00	4,716.00	1,412.00	5.10	4.185	2.448
唯品会	1,482.00	1,310.00	1,084.00	0.69	0.605	0.578

注：1、以上数据取自阿里巴巴、京东、拼多多、唯品会年度报告
2、GMV：Gross Merchandise Volume,网站成交金额

通过对主要电商平台的对比发现：阿里巴巴不管在总GMV还是年度活跃用户方面都远远高于其他平台，其中天猫是阿里巴巴的主要平台。发行人通过布局天猫占据主要流量入口，能够获取更多有效客户。

B、发行人较早在天猫开店并运营。

发行人主要店铺在主流电商平台开店时间如下：

平台	店铺名称	开店时间
天猫	好护士器械旗舰店	2014 年 9 月
京东	可孚医疗器械旗舰店	2015 年 10 月
拼多多	可孚健诺专卖店	2019 年 3 月
唯品会	可孚医疗器械旗舰店	2019 年 4 月

公司是全国较早取得医疗器械互联网B2B、B2C交易许可证的企业，也是行业内较早开始互联网销售的企业，发行人的第一大店铺好护士器械旗舰店于2014年9月在天猫开立，通过精细化管理和资源的投入，该店铺成立后销售额逐年增长。

经营策略上，天猫平台上主要以商家自主运营为主，京东以平台自营为主，发行人经过多年的线上店铺运营经验积累，线上运营人员及团队规模处于全国较高水平，因此在天猫平台能极大发挥发行人的运营优势。

C、发行人加强了与阿里健康大药房的合作力度

2018年2月24日，发行人和阿里健康大药房协商，发行人将可孚医疗器械旗舰店主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，约定由发行人代为运营该店铺，专卖“可孚”品牌产品。店铺主体变更后，基于阿里健康大药房的优势资源投入和发行人的产品及品牌口碑不断提升，该店铺报告期内的销售收入持续快速增长，2018年至2020年为发行人贡献的主营业务收入（含自营店铺和直发模式）分别为9,031.10万元、18,146.03万

元、39,468.43万元。

同时，2018 年，公司与阿里健康大药房医药连锁有限公司加大直发供货模式合作，双方签订商品直供合同，阿里健康大药房将公司供应产品展示于阿里健康大药房平台，消费者可通过该平台进行下单购买，公司收到系统自动分发的订单后将商品直接发送给消费者。报告期内，该直发供货合作模式为公司创造的收入分别为 1,316.16 万元、9,832.69 万元、18,707.15 万元，2019 年和 2020 年分别增长 8,516.54 万元、8,874.46 万元。

综上，发行人线上销售集中于天猫平台与发行人在平台上的发力时间、平台流量及特点有关，符合市场环境和发行人发展现状。

③天猫平台收入集中于好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、阿里健康大药房等少数店铺的原因

从发行人在天猫平台的销售来看，收入主要集中于好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、阿里健康大药房等少数店铺，主要原因是：

A、好护士器械旗舰店目前是发行人第一大线上自营店铺，其原因是①该店于 2014 年 9 月 19 日在天猫平台开立，是发行人第一家线上自营天猫平台店铺，经过多年的精心运营积累了海量忠诚用户；②好护士器械旗舰店是一家卖场型旗舰店，相比于普通旗舰店而言，可以经营多个品牌，目前经营的品牌包括可孚、三诺、康德莱、瑞思迈、居家坊、通慈、仙鹤、氧立得、佳惠等，产品涵盖康复辅具类、健康监测类、中医理疗类、医疗护理类、呼吸支持类等五大产品品类，能够满足不同消费者的购物需求，为消费者提供一站式购物；③自开立以来，发行人持续不断为该店铺投入公司优势资源，扩大店铺引流入口，加大营销投入，报告期内，店铺的线上推广费分别是 2,387.57 万元、2,322.01 万元、2,927.14 万元，2018 年、2019 年和 2020 年投入金额较 2017 年大幅增加；④好护士器械旗舰店是发行人的头部店铺，集中了公司优秀的运营、客服团队，为顾客提供更优质的服务。

B、可孚医疗器械旗舰店由发行人于2015年11月开立，随着开店以来营业规模迅速扩大，基于对未来合作前景的良好预期，发行人与阿里健康大药房医药连锁有限公司达成协议，于2018年2月24日将该店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，同时，基于发行人丰富的运营经验，阿里健康大药房将该店铺委托给发行人代为运营。店

铺主体变更后，基于阿里健康大药房的优势资源投入和发行人的产品及品牌口碑不断提升，该店铺报告期内的销售收入持续快速增长，2018年至2020年为发行人贡献的主营业务收入（含自营店铺和直发模式）分别为9,031.10万元、18,146.03万元、39,468.43万元。

C、阿里健康大药房属于阿里健康的自营店铺，2018 年，公司与阿里健康大药房医药连锁有限公司加大直发供货模式合作，双方签订商品直供合同，阿里健康大药房将公司供应产品展示于阿里健康大药房平台，消费者可通过该平台进行下单购买，公司收到系统自动分发的订单后将商品直接发送给消费者。报告期内，该直发供货合作模式为公司创造的收入分别为 1,316.16 万元、9,832.69 万元、18,707.15 万元，2019 年和 2020 年分别增长 8,516.54 万元、8,874.46 万元。

④对发行人收入稳定性和可持续性的影响

报告期内，上述三个店铺收入占发行人的线上收入比例如下：

店铺	2020 年	2019 年	2018 年
好护士器械旗舰店	29.58%	44.58%	50.60%
可孚医疗器械旗舰店	21.83%	17.40%	12.84%
阿里健康大药房	10.35%	9.75%	2.78%
合计	**61.75%**	**71.73%**	**66.21%**

注：阿里健康大药房的收入包括直发模式和平台入仓模式的收入。

报告期内，上述三个店铺合计收入占发行人线上收入的比例分别为 66.21%、71.73%、61.75%。未来如果阿里健康大药房与发行人的合作关系中断，天猫平台受其他销售业态冲击导致经营不善，或者天猫平台销售政策、收费标准等发生重大不利变化，可能会对公司业绩造成不利影响。

随着发行人运营经验和品牌知名度的不断提升、与阿里健康大药房的合作愈加紧密，上述三个店铺的收入具备持续增长的条件。发行人天猫平台上其他店铺销售收入也在持续增加，同时也在持续拓展京东、拼多多等其他主流电商平台的合作空间，未来发行人其他店铺的高速增长可能会降低上述三个店铺占线上收入的比例。

5）好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、阿里健康大药房的订单交易情况

①按下单账户年交易额分层统计的下单账户数、订单数量、交易金额

好护士器械旗舰店

年度	单账户年交易金额（元）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2020 年	≤50	363.48	390.48	8,854.83
	50-100	185.73	216.02	13,956.18
	100-150	80.95	103.01	9,837.44
	150-200	33.10	47.81	5,769.42
	200-300	27.50	44.69	6,800.65
	300-500	9.83	22.87	3,724.64
	500-1000	6.07	15.03	4,206.68
	1000-2000	2.15	5.69	3,099.28
	2000-10000	1.27	3.75	3,665.26
	>10000	0.03	0.44	677.10
	合计	710.11	849.80	60,591.48
2019 年	≤50	386.02	419.49	8,266.41
	50-100	188.43	218.49	14,775.47
	100-150	57.67	77.66	7,019.12
	150-200	35.03	50.24	6,090.64
	200-300	17.84	33.18	4,347.92
	300-500	7.10	18.80	2,635.25
	500-1000	5.47	13.70	3,911.37
	1000-2000	1.95	5.33	2,799.12
	2000-10000	1.00	3.10	2,876.77
	>10000	0.01	0.33	316.88
	合计	700.51	840.33	53,038.94
2018 年	≤50	195.45	210.60	4,367.38
	50-100	168.31	209.22	13,641.31
	100-150	41.60	59.51	5,035.73
	150-200	29.87	49.42	5,199.41
	200-300	14.60	30.13	3,537.63
	300-500	5.98	17.88	2,249.90
	500-1000	4.58	11.97	3,231.21
	1000-2000	1.65	4.39	2,392.03
	2000-10000	0.60	2.04	1,655.14
	>10000	0.01	0.45	290.64

好护士器械旗舰店				
年度	单账户年交易金额（元）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
	合计	462.65	595.61	41,600.38

阿里健康大药房				
年度	单账户年交易金额（元）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2020 年	≤50	401.59	441.03	6,714.40
	50-100	76.64	103.35	5,150.34
	100-150	21.09	36.41	2,534.60
	150-200	8.71	17.20	1,502.13
	200-300	7.63	16.21	1,841.70
	300-500	4.36	10.81	1,651.56
	500-1000	1.67	5.41	1,098.29
	1000-2000	0.31	1.35	417.34
	2000-10000	0.09	0.46	293.87
	>10000	0.01	0.13	108.98
	合计	522.09	632.34	21,313.20
2019 年	≤50	201.68	232.09	3,852.63
	50-100	44.05	67.22	2,997.16
	100-150	11.97	24.63	1,452.70
	150-200	4.84	11.26	832.98
	200-300	3.53	9.52	846.28
	300-500	1.92	5.41	725.08
	500-1000	0.53	1.88	345.74
	1000-2000	0.11	0.39	164.00
	2000-10000	0.05	0.24	132.76
	>10000	0.00	0.00	4.93
	合计	268.68	352.64	11,354.25
2018 年	≤50	6.84	6.95	164.07
	50-100	5.53	5.67	432.99
	100-150	1.60	1.68	195.76
	150-200	0.51	0.61	88.24
	200-300	0.56	0.67	138.90

阿里健康大药房				
年度	单账户年交易金额（元）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
	300-500	0.24	0.33	96.84
	500-1000	0.18	0.26	111.11
	1000-2000	0.20	0.25	367.09
	2000-10000	0.02	0.06	70.50
	>10000	0.00	0.00	2.60
	合计	15.68	16.46	1,668.10

可孚医疗器械旗舰店				
年度	单账户年交易金额（元）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2020 年	≤50	551.71	608.79	10,820.66
	50-100	151.58	195.75	10,591.01
	100-150	50.87	81.03	6,044.00
	150-200	22.59	41.93	3,855.73
	200-300	17.57	39.22	4,224.29
	300-500	8.42	26.66	3,158.57
	500-1000	3.84	15.58	2,545.17
	1000-2000	1.15	3.88	1,593.26
	2000-10000	0.55	1.86	1,688.74
	>10000	0.02	0.22	476.72
	合计	808.30	1,014.91	44,998.14
2019 年	≤50	278.42	295.23	6,465.79
	50-100	75.27	93.44	5,116.54
	100-150	15.60	24.33	1,909.18
	150-200	7.16	11.94	1,216.83
	200-300	5.98	10.53	1,492.27
	300-500	2.78	6.17	1,017.70
	500-1000	1.45	3.45	979.36
	1000-2000	1.18	2.07	1,698.08
	2000-10000	0.26	0.74	749.89
	>10000	0.00	0.09	91.52
	合计	388.10	447.98	20,737.14

可孚医疗器械旗舰店				
年度	单账户年交易金额（元）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2018 年	≤50	97.86	102.23	2,565.14
	50-100	46.02	53.50	3,145.98
	100-150	8.20	12.41	999.28
	150-200	3.71	6.12	634.33
	200-300	4.21	6.70	1,052.51
	300-500	1.36	3.13	516.09
	500-1000	0.59	1.55	386.98
	1000-2000	0.61	1.03	946.01
	2000-10000	0.10	0.36	298.50
	>10000	0.00	0.13	93.33
	合计	162.67	187.15	10,638.14

注：以上数据系根据销售业务系统中订单金额（含税）进行统计，与会计核算收入口径有少量差异。

报告期内，上述 3 个店铺均存在单个客户年度购买金额超过 10000 元的情况，经核实，一方面是部分客户为社区诊所或农村淘宝站点使用个人账户代买；另一方面是部分客户购买单价较高的呼吸机、制氧机等产品。

②按下单账户复购周期分层统计的下单账户数、订单数量、交易金额

好护士器械旗舰店				
年度	复购周期（天数）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2020 年	0-30	60.11	98.59	7,209.13
	30-90	23.29	28.19	2,115.90
	90-180	16.78	17.95	1,323.09
	180-270	8.01	8.01	547.98
	270-365	2.66	2.66	185.70
2019 年	0-30	58.83	99.33	6,205.02
	30-90	24.67	29.88	2,059.39
	90-180	18.08	19.28	1,309.80
	180-270	7.47	7.47	495.64
	270-365	1.77	1.77	118.66

好护士器械旗舰店

年度	复购周期（天数）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2018 年	0-30	75.37	147.52	8,658.59
	30-90	14.29	17.11	1,439.67
	90-180	11.56	12.31	1,060.47
	180-270	5.13	5.13	438.54
	270-365	1.31	1.31	110.15

阿里健康大药房

年度	复购周期	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2020 年	0-30	278.80	342.31	11,296.74
	30-90	49.79	53.53	1,989.98
	90-180	24.61	25.10	873.08
	180-270	8.20	8.20	247.31
	270-365	3.18	3.18	75.73
2019 年	0-30	30.47	59.59	1,620.83
	30-90	16.38	19.54	664.14
	90-180	6.02	6.13	207.15
	180-270	1.27	1.27	46.81
	270-365	0.18	0.18	7.39
2018 年	0-30	0.46	0.71	71.51
	30-90	0.13	0.14	17.36
	90-180	0.03	0.03	4.58
	180-270	0.02	0.02	1.65
	270-365	0.00	0.00	0.20

可孚医疗器械旗舰店

年度	复购周期	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2020 年	0-30	75.17	119.81	6,314.98
	30-90	48.37	58.72	2,785.18
	90-180	29.01	30.29	1,506.63
	180-270	9.43	9.43	418.93

可孚医疗器械旗舰店				
年度	复购周期	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
	270-365	2.28	2.28	97.34
2019 年	0-30	26.47	41.48	1,895.13
	30-90	10.94	12.55	670.84
	90-180	8.12	8.55	436.55
	180-270	3.37	3.37	169.02
	270-365	0.84	0.84	40.52
2018 年	0-30	9.90	14.25	816.28
	30-90	4.84	5.67	352.18
	90-180	3.61	3.88	238.30
	180-270	1.71	1.71	101.11
	270-365	0.42	0.42	25.57

注：1、以上数据系根据销售业务系统中订单金额（含税）进行统计，与会计核算收入口径有少量差异；

2、复购周期为同一顾客购买，相邻 2 订单间相隔的天数；如果一个顾客一年内 3 次下单，则算复购 2 次，第一次与第二次，第二次与第三次订单天数分开算复购周期；如果 2 次在同一复购时段算 1 个客户账户数，如果分开在 2 个周期则各算 1 个客户账户数。

③按下单账户下单次数分层统计的下单账户数、订单数量、交易金额

好护士器械旗舰店				
年度	下单次数（次）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2020 年	1	614.90	614.90	42,930.65
	2	71.13	142.25	10,160.20
	3	15.14	45.42	3,352.74
	4	4.76	19.06	1,504.69
	5	1.93	9.64	789.97
	6-10	1.96	13.75	1,276.83
	10 次以上	0.28	4.78	576.41
	合计	710.11	849.80	60,591.48
2019 年	1	604.48	604.48	37,127.01
	2	71.39	142.78	9,178.62

好护士器械旗舰店				
年度	下单次数（次）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
	3	15.85	47.54	3,080.18
	4	4.84	19.37	1,329.56
	5	1.91	9.55	695.96
	6-10	1.81	12.57	1,068.56
	10 次以上	0.24	4.05	559.05
	合计	700.51	840.33	53,038.94
2018 年	1	367.59	367.59	25,860.45
	2	73.63	147.27	9,426.33
	3	13.45	40.35	2,895.57
	4	4.65	18.59	1,369.07
	5	1.65	8.23	654.02
	6-10	1.51	10.45	922.33
	10 次以上	0.18	3.12	472.60
	合计	462.65	595.61	41,600.38

阿里健康大药房				
年度	下单次数（次）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2020 年	1	451.40	451.40	14,100.72
	2	50.92	101.85	3,861.06
	3	11.71	35.12	1,518.31
	4	4.01	16.05	721.01
	5	1.74	8.68	379.34
	6-10	1.97	13.96	546.40
	10 次以上	0.35	5.29	186.36
	合计	522.09	632.34	21,313.20
2019 年	1	224.47	224.47	7,695.07
	2	27.21	54.43	1,780.57
	3	8.37	25.11	732.11
	4	3.70	14.80	389.16
	5	1.94	9.72	236.56
	6-10	2.57	18.36	401.89

阿里健康大药房				
年度	下单次数（次）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
	10 次以上	0.41	5.75	118.88
	合计	268.68	352.64	11,354.25
2018 年	1	15.07	15.07	1,508.42
	2	0.52	1.04	106.57
	3	0.06	0.18	25.59
	4	0.01	0.06	8.90
	5	0.01	0.03	4.89
	6-10	0.01	0.05	9.81
	10 次以上	0.00	0.05	3.94
	合计	15.68	16.46	1,668.10

可孚医疗器械旗舰店				
年度	下单次数（次）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
2020 年	1	672.44	672.44	27,409.28
	2	97.10	194.20	8,966.12
	3	24.08	72.24	3,729.95
	4	7.96	31.83	1,811.69
	5	3.14	15.70	998.63
	6-10	3.09	21.67	1,503.43
	10 次以上	0.50	6.83	579.05
	合计	808.30	1,014.91	44,998.14
2019 年	1	344.18	344.18	15,419.38
	2	34.05	68.10	3,260.72
	3	6.74	20.23	1,025.41
	4	1.85	7.41	421.62
	5	0.67	3.35	210.48
	6-10	0.54	3.72	279.31
	10 次以上	0.06	0.99	120.23
	合计	388.1	447.98	20,737.14
2018 年	1	144.89	144.89	8,020.76
	2	13.78	27.57	1,576.62

可孚医疗器械旗舰店				
年度	下单次数（次）	客户账户数（万户）	客户订单数（万个）	客户交易金额（万元）
	3	2.68	8.03	488.05
	4	0.76	3.06	194.76
	5	0.30	1.48	108.40
	6-10	0.24	1.63	164.62
	10 次以上	0.03	0.50	84.94
	合计	162.67	187.15	10,638.14

注：取自运营数据，含税口径

报告期内，上述 3 个店铺均存在单个客户年度内下单次数超过 10 次以上的情形，经核实，一方面是部分客户为社区诊所或者农村淘宝站点使用个人账户代买；另一方面是部分店铺营销活动期间，店铺限制单笔订单购买产品数量，客户为享受优惠，分多笔订单购买。

④同一店铺客单价、不同店铺之间账户及订单分布情况

A、好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、阿里健康大药房的客单价情况如下：

单位：元

年份	好护士器械旗舰店	可孚医疗器械旗舰店	阿里健康大药房
2020 年	85.33	55.67	40.82
2019 年	75.71	53.43	42.26
2018 年	89.92	65.40	106.41

注：客单价公式=客户交易总金额/客户账户数

a、好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店客单价变化情况

2018-2019 年，好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店客单价逐年下降，主要是店铺销售产品结构发生变化，由健康监测与康复辅具类销售占比较高，转变为健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大品类齐头并进。其中，健康监测产品主要包括血糖监测系列、血压计等，康复辅具产品主要包括轮椅、护理床、助行器、助听器等产品，产品单价较高；医疗护理产品中敷贴/敷料、口罩/手套、消毒产品等，中医理疗产品中艾叶及制成品、温灸产品、拔罐器，其产品单价较低。2020 年客单价略有上升，是因为新冠肺炎疫情期间，各项成本上升，导致销售价格同步提升。

b、阿里健康大药房客单价变化情况

2018-2019 年，阿里健康大药房客单价逐年快速下降，2018 年和 2019 年分别下降 315.27 元和 64.15 元。2018 年客单价下降主要是 2017 年店铺销售康复辅具类产品中代步车系列金额较高，占店铺销售比例达到 68.23%，平均销售单价约 1,450 元/台，产品单价高，导致 2017 年客单价高；2018 年后双方加强合作，丰富产品结构，医疗护理类、健康监测类产品销量占比逐步增大，医疗护理类主要销售产品是敷贴/敷料、口罩等，报告期内各期销售占比分别是 8.81%、55.06%、69.13%；健康监测类主要销售产品是血压计、血糖仪等，各期销售占比分别是 25.01%、22.12%、15.28%；因医疗护理类和健康监测类产品单价较康复辅具类产品单价低，导致客单价下降较快。2020 年由于医疗护理类产品销售占比持续上升，客单价略有下降。

B、按下单账户年交易额区间账户数及订单数分布情况

2018 年-2020 年好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、阿里健康大药房销售账户数及订单数逐步集中于小于 50 元区间。

2018-2020 年交易金额小于 50 元区间，好护士器械旗舰店订单数占比分别为：35.36%、49.92%、45.95%，账户数占比分别是：42.25%、55.11%、51.19%；可孚医疗器械旗舰店订单数占比分别是：54.62%、65.90%、59.98%，账户数占比分别是：60.16%、71.74%、68.26%；阿里健康大药房订单数占比分半是：42.19%、65.82%、69.74%，账户数占比分别是：43.62%、75.06%、76.92%。主要原因是公司产品销售结构逐渐发生变化造成的，由健康监测与康复辅具销售占比较高，转变为健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大品类齐头并进。医疗护理产品中敷贴/敷料、口罩/手套、消毒产品等，中医理疗产品中艾叶及制成品、温灸产品、拔罐器产品单价较低，拉低了客单价。2020 年由于新冠肺炎疫情期间，各项成本上升，销售单价同步上升，好护士器械旗舰店及可孚医疗器械旗舰店年交易金额小于 50 元区间的订单及账户占比有小幅下降。

C、复购周期分布情况分析

三家店铺复购周期 90%以上集中于半年内进行复购，对比无异常。但因各店销售侧重产品不同，因而主要复购产品不同。好护士器械旗舰店主要复购产品是健康监测类产品，如血糖类、血压类、注射器等产品，2020 年体温计类产品的复购率增加；可孚器械旗舰店主要复购产品 2018-2019 年为血糖类、静脉曲张袜类、鼻腔护理类产品，2020 年敷贴/敷料类、口罩、手套、消毒产品等产品复购率提升；阿里健康大药房主要复购产品是敷贴/敷料类产品。

D、下单次数分布情况分析

三家店下单次数均集中于1-2次购买，2次购买客户数与订单数阿里健康大药房和可孚器械旗舰店呈现上升趋势及好护士器械旗舰店略微下降的主要原因是店铺销售产品结构发生变化。阿里健康大药房医疗护理类产品敷贴/敷料、口罩/手套等销售占比上升，报告期内医疗护理类产品销售占比为8.81%、55.06%、69.13%；可孚器械旗舰店医疗护理类、中医理疗类产品的销售占比上升，报告期内两类产品合计占比为16.29%、37.80%、68.66%；好护士器械旗舰店由健康监测与康复辅具销售占比较高，转变为健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大品类齐头并进，目标客户群拓宽，吸引大量新顾客购买。

6）报告期内线上销售退换货情况

自营店铺模式下，由发行人直接向消费者提供退换货服务；直发模式及平台入仓模式下，电商平台向消费者提供退换货服务，由发行人处理平台总体退换货需求。公司建立了EBMS线上管理系统，该系统由退货退款、补发换货、退回件分拣、快递赔付等模块构成，建立了一套较为完善的售后处理流程，及时处理顾客的售后问题，对售后相关的业务流程进行统一管理。

报告期内，发行人线上销售退换货情况如下：

	2020 年度	2019 年度	2018 年度
线上销售收入（万元）	180,830.42	104,297.67	70,323.44
线上退货金额（万元）	2,764.50	1,690.70	1,123.98
退货金额占比（%）	1.53%	1.62%	1.60%
线上换货金额（万元）	795.91	446.63	195.70
换货金额占比（%）	0.44%	0.43%	0.28%

退货业务在确认退货当日冲减销售收入；换货业务由于系更换同一产品的规格型号，销售价格不变，会计处理仅做存货明细间的调整，不涉及收入的会计处理。

（2）线下销售

公司线下销售主要包括连锁药房和自营门店，报告期内销售情况如下：

单位：万元

渠道	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比

自营门店	13,544.13	26.28%	9,070.10	21.95%	7,407.91	19.52%
连锁药房	37,985.27	73.72%	32,256.33	78.05%	30,547.64	80.48%
合计	**51,529.41**	**100.00%**	**41,326.42**	**100.00%**	**37,955.55**	**100.00%**

连锁药房采用直销模式，通过多年业务积累，公司连锁药房核心客户包括老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等全国知名的连锁药房企业，覆盖全国主要省份，未来随着连锁药房的整合、家用医疗器械对药房营业额的贡献度提升及公司对连锁药房的进一步渗透，公司产品进入的药房数量仍将继续增加。发行人连锁药房采用直销模式，连锁药房向发行人下达销售订单，发行人将产品运送至连锁药房指定仓库。根据合同约定，收入确认时点为发行人将产品送达连锁药房指定仓库，连锁药房对产品销售单进行签收或验收或入库的时点。

对于连锁药房客户，公司既注重当下友好合作，又着眼于未来长远发展，为了建立双方良好的合作关系，针对部分连锁药房客户制定不同的返利政策。

公司对连锁药房客户的返利政策如下：

①年度返利：年度返利于双方签订的年度销售合同中明确约定，在返利内容上分为回款返利、进货返利、任务返利。回款返利即回款额达到一定的额度给予不同的返利比例，一般为1%~5%不等，回款返利的存在主要是为了促进客户回款，加速企业资金回笼。进货返利是按照客户进货明细进行返利，根据不同的单品给予不同的返利，进货返利的存在是基于长远合作的前提，给客户让利的一种行为，让客户感受到合作的诚意。任务返利是指年度进货金额或数量达到合同约定的金额之后给予的返利，任务返利是让客户加大进货量的一种手段。

②政策返利：为配合公司产品宣传及促销工作，根据品牌推广、业务宣传活动、季节性营销等活动安排在一段时期内实行一定的政策性返利，在年度销售合同中明确约定或临时签订返利合同。政策返利有利于提高连锁药房客户的销量，并加速连锁药房客户回款。

报告期内，发行人对连锁药房客户返利情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
返利金额	882.45	863.38	705.25
连锁药房渠道销售收入	37,985.27	32,256.33	30,547.64
线下销售收入	51,529.41	41,326.42	37,955.55

返利金额占连锁药房渠道销售收入比重	2.32%	2.68%	2.31%
返利金额占线下销售收入比重	1.71%	2.09%	1.86%

报告期内，发行人对连锁药房客户返利金额分别为 705.25 万元、863.38 万元、882.45 万元，占报告期内连锁药房渠道销售收入比重分别为 2.31%、2.68%、2.32%，占比较低，且无明显异常波动情况。返利可以促进发行人与客户双方的长远合作，且对收入无明显影响。

自营门店方面，公司建立了多家家用医疗器械一站式仓储大卖场，大卖场产品种类异常丰富，能够为客户提供类似呼吸机、护理病床、电动轮椅等各类产品展示和体验式购物，目前已布局北京、广州、杭州、长沙、太原、成都、济南、贵阳、武汉等医疗机构聚集的地区；在公立医院附近开立“好护士”家用医疗器械零售门店；开立的以助听器验配为主业的“健耳”听力验配中心，主要面向中高端助听器需求人群。公司自营门店数量变化情况如下：

单位：家

年度	数量	好护士	健耳	仓储大卖场
2018 年	**年初数量**	35	0	7
	本年新增数量	0	30	1
	本年减少数量	8	0	0
	年末数量	27	30	8
2019 年	**年初数量**	27	30	8
	本年新增数量	0	17	5
	本年减少数量	7	4	0
	年末数量	20	43	13
截至 2020 年 12 月 31 日	**期初数量**	20	43	13
	本期新增数量	0	106	0
	本期减少数量	4	0	1
	期末数量	16	149	12

报告期内，发行人未开通医保卡结算服务，线下自营门店未开通医保资质，发行人不存在通过医保结算的情况。

1）仓储式大卖场、好护士零售门店以及健耳助听器门店三类自营门店的区别和联系

发行人线下自营门店分为三类，仓储式大卖场定位于一站式展示购物中心，好护士零售门店定位于家用医疗器械零售，健耳助听器门店定位中高端助听器验配中心。基于上述门店定位不同，在经营模式、产品结构、店铺选址等方面亦有不同，具体经营主体、经营模式、产品结构、地域分布、物流网络、店铺面积及选址等方面的区别及联系情况如下：

店铺类型	仓储式大卖场	好护士门店	健耳门店
经营主体	湖南科源及其子公司	好护士分公司	湖南健耳分公司
经营模式	定位于一站式展示购物中心，除面向个人零售客户外，同时面向部分医疗机构，由湖南科源及其子公司统一经营	定位于家用医疗器械零售，主要面向个人零售客户，由好护士管理，分公司运营	定位于中高端助听器验配中心，主要面向中高端个人消费者，由湖南健耳管理，分公司运营
产品结构	除助听器外其余品类产品均有展示销售	主要销售需要提供专业化咨询和服务的制氧机、呼吸机、血压计、血糖系列、体温计、轮椅等	主要销售中高端代理品牌助听器
地域分布	北京、广州、杭州、太原、济南、武汉、长沙、贵阳、南昌、郑州、南京、成都	主要分布于长沙、株洲、湘潭、常德、岳阳等湖南省主要城市的大中型医院周边	主要分布于长沙、株洲、湘潭、常德、岳阳等湖南主要城市，南宁、西安、三亚、咸阳等湖南省外部分城市
物流网络	门店存货由湖南科源统一采购和管理，根据各门店需要安排物流配送；销售发货主要为客户门店自提，少量由各门店选取第三方物流配送	门店存货由湖南科源统一采购和管理，根据各门店需要安排物流配送；销售发货主要为客户现场自提	通用机型由健耳总公司统一采购和管理，根据各门店需要配货至门店；定制机型由健耳总公司统一采购，供应商负责配送至指定门店
店铺面积	一般情况下店铺面积 200-500 m2，截至目前平均单店面积 310 m2	一般情况下店铺面积 50-100 m2，截止目前平均单店面积 81 m2	一般情况下店铺面积 40-100 m2，截至目前平均单店面积 70m2
选址	重点省份省会城市医疗机构聚集的区域	公立医院附近	医院附近或人流量大的区域

2） 三类门店的协同效应

从业务上来看，发行人三类线下门店之间存在协同互补效应，主要表现在：

①店铺定位的协同互补

仓储式大卖场定位于一站式购物展示中心，除了面向个人，还面向诊所、卫生站、小医院等，让采购品种多、整体需求量不大的这些机构可以一站式购齐，目前已布局北京、广州、杭州、长沙、太原、成都、济南、贵阳、武汉、南昌、郑州、南京等医疗机构聚集的地区；好护士门店定位于提供家庭常用的医疗器械产品，主要在公立医院附近开立“好护士”家用医疗器械零售门店，贴近客户；健耳门店定位于中高端助听器验配，

主要面向中高端助听器需求人群。三类门店定位能够有效互补，多维度、多层次满足不同客户对家用医疗器械的需求。

②产品品类的协同互补

仓储式大卖场，产品种类丰富，能够为零售客户及部分医疗机构客户提供类似呼吸机、护理病床、电动轮椅等各类产品展示和体验式购物；好护士家用医疗器械零售门店选址主要在公立医院附近，贴近零售客户，门店面积比仓储式大卖场要小，故产品上以血压计、轮椅、血糖系列等符合零售客户需求的产品为主；健耳门店以中高端助听器产品为主，专注于为消费者提供定制化验配服务。三类门店经营产品之间形成了有效互补，能够多方位地满足客户对产品的多样化、定制化需求。

③共同促进品牌推广

仓储式大卖场和好护士零售门店销售产品中大部分为“可孚”等自有品牌产品，通过在不同类型的多个门店展示，能够共同促进自有品牌的推广。

④客户资源和销售数据的协同互补

三类门店的客户资源和销售数据有所区别，相互之间能够协同互补，共同构成了公司线下的客户资源，通过大数据分析能有效促进发行人从整体上推出更有针对性的产品及精准布局营销网络。

3）报告期内营业收入、单店平均销售额及其变动原因

报告期内，仓储式大卖场、好护士零售门店以及健耳助听器门店三类自营门店主营业务收入及单店平均销售额情况如下：

单位：万元、家

年度	仓储式大卖场			好护士			健耳		
	期末数量	主营业务收入	平均单店收入	期末数量	主营业务收入	平均单店收入	期末数量	主营业务收入	平均单店收入
2020 年	12	8,825.08	735.42	16	2,194.75	137.17	149	2,524.3	16.94
2019 年	13	4,998.74	384.52	20	2,467.28	123.36	43	1,604.08	37.30
2018 年	8	3,907.90	488.49	27	2,828.87	104.77	30	671.14	22.37

①仓储式大卖场报告期内主营业务收入、单店平均销售额及变动情况

报告期内，仓储式大卖场主营业务收入分别为 3,907.9 万元、4,998.74 万元、8,825.08 万元，收入逐年增加，与仓储式大卖场数量增长呈正相关关系。2020 年较 2019 年门店

数量减少，营业收入继续保持增加主要是新冠疫情期间，体温计、口罩等防疫物资销售额较大。

报告期内，仓储式大卖场平均单店收入分别为 488.49 万元、384.52 万元、735.42 万元，整体相对平稳，2019 年平均单店收入下降主要是由于当年新开 5 家店，新开门店营业期 4-6 个月，拉低了单店平均销售额。

②好护士零售门店报告期内营业收入、单店平均销售额及变动情况

报告期内，公司顺应市场发展趋势，营销方面给予线上销售更多倾斜，同时，逐步调整线下门店的拓展，2018 年起，公司逐步关闭了部分经营不达预期的门店，导致报告期内好护士门店数量下降，2019 年总收入较 2018 年下降 361.59 万元，平均单店收入有所上升。截至 2020 年末，公司共运营 16 家好护士门店，均为选址及经营情况较好的门店。2020 年，受疫情影响，好护士门店暂停营业时间较长，影响了门店的收入。

③健耳门店报告期内营业收入、单店平均销售额及变动情况

目前，我国的听力验配市场呈现品牌多、代理商多，验配机构分散，全国性的专业连锁机构少，验配品牌不突出的特点。公司在 2018 年起开始运营健耳听力验配中心，截至 2020 年 12 月末共开设 149 家在运营的专业验配中心。2018 年、2019 年、2020 年，健耳门店收入分别为 671.14 万元、1,604.08 万元、2,524.30 万元，随着门店的增加呈现快速增长趋势。

2018年、2019年、2020年单店销售额分别为22.37万元、37.3万元、16.94万元，整体呈现增长趋势，2020年因受新冠疫情影响，助听器类非疫情产品销售受到一定影响。

4）发行人线下业务的发展历程

可孚医疗自创立至今始终从事家用医疗器械的研发、生产、销售和服务，成立初期主要以线下销售为主，根据业务发展和股权收购情况线下业务的发展历程可以分为以下几个阶段：

①2005年至2009年末，公司业务起步，以代理线下知名品牌产品为主。

张敏先生、聂娟女士长期从事家用医疗器械行业的经营，并于2007年11月、2009年11月、2010年1月，分别创立好护士、可孚有限及湖南科源。成立初期，主要从事国内外知名品牌欧姆龙、鱼跃产品的分销工作，成为湖南及周边地区知名的专业医疗器械

经营机构，并逐渐将业务拓展至全国重点区域。本阶段，公司积累了丰富的药房渠道客户。

②2010年至2016年，公司线下业务快速发展，明确门店渠道定位，开始进行产品的自主研发及生产，并介入线上。

经过前期客户和经验积累，公司线下业务快速发展，发行人对线下门店和药房渠道进行定位，开始自主研发及生产自有品牌产品，同时开始布局线上销售。该阶段，在线下药房渠道方面，客户数量快速提升、产品种类不断扩展、产品销量高速增长；线下门店方面，好护士零售门店开始局部开设，同时在业内较早创立一站式仓储大卖场模式获得成功，并开始向全国拓展布局；线上于2014年率先在天猫开设好护士器械旗舰店。

③2017年开始，业务整合，线上线下齐头并进，公司明确各渠道的战略定位。

2017 年，发行人对线下业务进行重组，对好护士、湖南科源等实控人同一控制下的线下门店进行收购重组，对整个公司的业务和渠道进行了梳理，明确了各个主体在业务板块之间的分工，以及各个渠道的战略定位，进一步提升了公司内部运营效率。2018年开始，公司开始开设并运营健耳听力验配中心，截至 2020 年 12 月末共开设 149 家在运营的专业验配中心。该阶段，公司线上线下业务齐头并进，仓储式大卖场和健耳门店数量逐年增加，药房渠道销售额稳步上升。

5）报告期内好护士门店数量变化情况

好护士零售门店在2018年末、2019年末、2020年末的数量分别为27家、20家、16家，门店数量每年在减少，主要与发行人线下业务发展策略相关。2018年开始好护士门店数量减少，主要是随着仓储式大卖场和线上电商业务快速发展，同时为了进一步提高资金和资源使用效率，发行人对好护士零售门店进行了网点布局优化，关闭了部分经营业绩不达预期或者与仓储式大卖场在辐射区间内有重叠的好护士门店。

因此，发行人线下好护士零售门店的增减变动与其业务的发展策略息息相关，是发行人为进一步提升资源配置效率和适应市场发展的主动策略调整。

6）好护士线下门店和线上自营店铺的联系

好护士线下门店和线上自营店铺的区别和联系如下：

店铺类型	好护士线上自营店铺	好护士线下自营门店
经营范围	公司 5 大类产品均有销售	主要销售需要提供专业化咨询和服务的制氧机、呼吸机、血压计、血糖系列、体温计、轮椅等
仓储物流	均为线上交易，由发行人从仓库直接委托第三方快递发送至客户地址	门店存货由湖南科源统一采购和管理，根据各门店需要安排物流配送；销售发货主要为客户现场自提
运营模式	线上运营，通过第三方电商平台开设店铺，线上进行交易，遵守第三方平台的交易规则，由好护士的电商运营人员进行运营管理。	线下开设自营实体门店，好护士总部管理，分公司具体负责运营，门店店员均为发行人员工

相较好护士线下自营门店，好护士线上自营店铺展示产品更加丰富，能够为客户提供类似呼吸机、制氧机、护理病床、电动轮椅等各类产品展示，线上渠道有利于便捷购物和快速占领市场，能够快速提高企业及产品知名度。好护士线下自营门店主要集中在公立医院周边，面积一般在100平方米以内，能够满足客户现场体验和即时交易的需求，除了产品销售外，还承担了一部分展示、客户服务等职能，成为了品牌展示的窗口和向线上引流的渠道。

因此，好护士线上自营店铺和线下自营门店在经营产品品类和交易方式上略有不同，相互之间能有效协同，共同促进公司品牌推广和产品销售。

7）健耳助听器门店 2018 年以来迅速扩张

健耳助听器验配中心于2018年开始设立，为客户提供专业的助听器验配一体化服务，主要销售国内外中高端知名品牌助听器。经营上，湖南健耳门店采取直营和统一管理运营模式，通过精细化的运营管理和专业的验配服务，湖南健耳在客户中树立了良好的品牌形象，迅速积累了一定的优质客户，销售收入也获得了快速增长。基于公司策略及对线下助听器验配中心未来发展前景的看好，同时为了快速占领市场，发行人2018年以来快速布局湖南健耳助听器线下验配中心。结合助听器验配市场状况及公司策略，发行人2018年以来迅速扩张湖南健耳门店的可行性和必要性如下：

①可行性

A、助听器细分市场需求大，前景广阔

根据世界卫生组织（WHO）推算，全球大约有4.66亿人患有残疾性听力损失，65岁以上人群中近三分之一受到残疾性听力损失影响。除非采取行动，否则到2030年将有

近6亿人罹患残疾性听力损失，到2050年，这个数字可能会增加到9亿[2]以上。经中国残联、国家卫生计生委有关部门批准，中国聋儿康复研究中心等专业机构2015年前后开展了最新一次全国听力障碍与耳病调查，调查发现，我国15.8%的人患听力障碍，约合2亿人；患致残性听力障碍，即中度以上听力障碍的人占总人口的5.2%，约7000万人。

听力损失者可以从助听器和植入人工耳蜗等装置获益。目前全球助听器产量不到全球需求的10%，而发展中国家的产量不到需求的3%。我国是世界上耳聋人数最多的国家之一，中国助听器佩戴率不足5%，而发达国家的佩戴率约为30%[3]，这为我国助听器产业的发展提供巨大的发展空间。

B、公司积累了良好的品牌影响力

与其他标准化家用医疗器械不同，助听器的专业化验配及售后服务十分重要，目前全球助听器市场95%以上份额被国外SONOVA、SIVANTOS等六大集团所占有，国内助听器验配门店连锁化程度低，服务质量参差不齐，专业化的品牌连锁门店可以让消费者获得更好的服务体验。健耳听力通过门店“亲情式服务流程”、“七星验配流程”，从服务、专业上实现差异化经营，通过门店普及开发、线上线下市场推广来塑造“健耳”品牌，建立了良好的品牌知名度和较高的行业地位。

C、合理明确的产品规划契合市场需求

健耳门店目前以代理国际品牌为主，通过分析消费者需求建立了合理的产品结构，通过提高产品动销率来加快门店库存周转。公司将加大助听器产品的研发，逐步完善自主品牌助听器产品体系，以满足不同层次消费者的需求。

②必要性

A、顺应行业发展趋势，巩固公司行业地位

与单体店相比，连锁零售店铺精细化、标准化的管理更能适应行业严格的监管要求，在规模、资金、成本控制、专业化等方面也更有优势。当前，我国助听器零售业连锁化趋势进一步加深，医疗器械行业严格的资质要求也将一些不规范经营的中小型连锁及单体店铺陆续淘汰，助听器连锁店铺行业集中度将进一步提升，行业规范化程度不断加深。在此背景下，公司积极依托规模和品牌优势进行门店高速扩张，进一步强化区域布局优

[2] 数据来源：世界卫生组织： https://www.who.int/zh/news-room/facts-in-pictures/detail/deafness

[3] 数据来源：央广网：http://gongyi.cnr.cn/list/20170618/t20170618_523806502.shtml

势，降低业务区域过于集中的风险，巩固公司行业地位。

B、推动全国区域业务布局，提高市场占有率

助听器销售对售后服务的要求极为严格，助听器连锁企业要想保持业务规模的稳健增长，提高公司品牌优势，就必须在深耕现有区域市场的同时，不断拓展业务覆盖区域，从更大的助听器市场中争取份额。公司依托线上掌握的客户流量，通过在全国各个省市区设立服务网点，打通线上、线下流量资源的转化通道，进一步提升整体市场占有率，保证公司业务稳定增长。

C、发挥规模效应，降低采购成本

随着连锁企业门店的扩张，销售渠道将进一步拓展，采购规模也会进一步扩大，公司议价能力显著增强，有效降低企业采购成本，有利于公司充分发挥规模效应，增强公司综合竞争优势。

③2019年关闭4家门店的原因及相关门店经营情况

发行人于2019年、2020年分别关闭了4家、1家健耳门店，主要原因是2019年健耳线下门店的经营策略的重点在于优化现有门店终端布局，并拓展新区域，因此，当期公司选择关闭营业期间经营情况较差或经营情况未达预期的健耳门店。

关闭的5家店铺报告期内的营业收入情况如下：

单位：万元

店铺名称	2020 年营业收入	2019 年营业收入	2018 年营业收入
健耳窑岭分公司	-	4.94	1.15
健耳桐梓坡分公司	-	-	10.38
健耳中意一路分公司	-	-	2.64
健耳芙蓉苑分公司	-	0.00	0.70
健耳东方东海路分公司	1.10	-	-

公司致力于健耳助听器验配中心的全国化布局，以适应行业营销布局的发展需求。公司建立了标准化的门店管理体系，对于门店的选址、投资预算、人员配备、经营目标等设定了明确的标准，由于各地区的门店具体经营由下属各分公司负责，对少量开业后一定时间内不能达到经营目标的门店进行主动淘汰，自健耳门店开店至 2020 年 12 月 31 日，健耳听力共开设 149 家已运营门店，主动关闭了 5 家门店，总体运营情况良好，不存在发展过快的风险。

8）报告期内仓储式大卖场收入逐年增加

截至2019年末，发行人在北京、广州、杭州、武汉、长沙、济南、太原、贵阳、郑州、南京、南昌、成都、福州各布局1家仓储式大卖场，总计13家。

2019年新开门店数量为5家，开店数量较多的主要原因：一是发行人较早在行业内创立一站式仓储式大卖场模式，一站式大卖场能够深度契合客户需求，报告期内的经营规模逐渐增加，塑造了良好的市场口碑，积累了一大批忠诚客户，验证了该模式的可行性；二是仓储式大卖场能够更直观地展示产品，并为零售客户及部分医疗机构客户提供类似呼吸机、护理病床、电动轮椅等各类产品的体验式购物，有利于公司品牌形象的提升和线上线下客户流量的转化；三是发行人已在资金、人力等资源方面具备条件，可以按照发展战略布点推进，在多个省会城市新开立仓储式大卖场。福建科源仓储式大卖场由于经营需要变更店址，叠加2020年疫情影响，于2020年暂时关闭。

报告期内，发行人仓储式大卖场门店收入分别为 3,907.90 万元、4,998.74 万元、8,825.08 万元，营业收入逐年增加，具体情况如下：

项目	单位	2020 年	2019 年	2018 年
仓储式大卖场营业收入	万元	8,825.08	4,998.74	3,907.90
期末门店数量	家	12	13	8
平均单店收入	万元	735.42	384.52	488.49
其中：				
1、当期新增卖场当年收入	万元	-	60.20	24.79
占当期卖场收入比例	%	-	1.20%	0.63%
当期新增卖场数量	家	-	5	1
当期新增卖场当年单店收入	万元	-	12.04	24.79
2、上期新增卖场本期收入	万元	248.66	241.01	341.96
占当期卖场收入比例	%	2.82%	4.82%	8.75%
上期新增卖场本期单店收入	万元	62.17	241.01	341.96

仓储式大卖场报告期内收入逐年增加，与仓储式大卖场数量增长呈正相关关系。同时，报告期内仓储式大卖场平均单店收入分别为 488.49 万元、384.52 万元、735.42 万元，基本保持逐年增长的趋势，2019 年单店平均销售额较低的原因为 2019 年下半年新增 5 家仓储式大卖场，开店当年仅有 4-6 个月收入，平均单店收入仅为 12.04 万元，拉低整体单店平均销售额，除去 2019 年新增仓储式大卖场后测算持续营业的店铺的单店

平均收入为 617.32 万元，老门店的盈利能力在逐年稳步增强，也是大卖场收入增加的主要因素。

从当期新增卖场当年和次年收入情况来看， 2018 年、2019 年新增的仓储式卖场当年销售收入分别为 24.79 万元、60.2 万元，次年销售收入增长至 241.01 万元、248.66 万元。整体上，新开门店当年和次年对收入贡献比例并不高，其收入增长主要来自于开业两年以上店铺，主要是新开仓储式大卖场有一定的收入爬坡期，其开业第二年后业绩明显上升；同时，新开门店除了零售客户，同时需要重点为连锁药房渠道拓展提供产品展示服务。

2020 年，公司充分调动自有产能及产业链的资源，加班加点生产和调配口罩、体温计等防疫物资，供给全国各地的大卖场，使得卖场的收入大幅增长。

9）报告期内好护士、健耳、仓储大卖场新开门店相关费用支出情况及会计核算方法

报告期内，好护士、健耳、仓储大卖场新开门店均独立核算，门店主要职能为产品销售，期间费用包括销售费用和财务费用，销售费用主要为职工薪酬、房屋租赁费、装修费、转让费；财务费用主要为手续费，金额很小。报告期内，发行人线下新开自营门店费用情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
好护士门店			
新增门店数（家）	-	-	-
销售费用	-	-	-
其中：职工薪酬	-	-	-
租赁费	-	-	-
装修费	-	-	-
转让费	-	-	-
财务费用	-	-	-
其中：手续费	-	-	-
健耳门店			
新增门店数（家）	106	17	30
销售费用	560.39	128.28	335.17

项目	2020 年	2019 年	2018 年
其中：职工薪酬	205.23	69.69	156.81
租赁费	169.41	35.02	112.96
装修费	64.11	13.95	32.21
转让费	30.6	-	-
财务费用	1.5	0.03	0.02
其中：手续费	1.5	0.03	0.02
仓储式大卖场			
新增门店数（家）	-	5	1
销售费用	-	69.50	26.10
其中：职工薪酬	-	13.10	8.43
租赁费	-	44.44	8.99
装修费	-	8.10	2.58
转让费	-	-	-
财务费用	-	-	-
其中：手续费	-	-	-

报告期内，发行人线下自营门店费用相关会计核算方法为：职工薪酬根据当月预计发生额当月入费用；租赁费支付时计入待摊费用，根据受益期均匀计入每月账期；装修费和转让费支付时计入长期待摊费用，按预计门店开设时间摊销，一般为 1-5 年；财务费用发生时一次性计入当期费用。

10）线下自营门店经营状况及盈利情况

线下门店单店毛利率的计算口径为：单店毛利率=（自营门店销售收入-自营门店销售成本（即产品进货成本））/自营门店销售收入；营业利润的计算口径为：营业利润=自营门店销售收入-自营门店销售成本（即产品进货成本）-可归属于自营门店的销售费用。仓储式大卖场的经营主体为湖南科源及其子公司，湖南科源及其子公司的销售渠道分为自营门店和连锁药房，两种渠道同在一个租赁地运营，两种渠道下收入、成本、销售费用均分开核算。可归属于仓储式大卖场的销售费用主要包含职工薪酬、装修费、租赁费，职工薪酬按人员归属划分入账，装修费、租赁费按仓储式大卖场占总租赁面积比例分摊，除职工薪酬、装修费、租赁费以外的其它销售费用，按费用发生主体来划分。健耳门店和好护士门店因在租赁地上仅有自营门店一种销售渠道，不涉及费用分摊和分配。

①好护士门店

项目	单位	2020 年	2019 年	2018 年
		老门店	老门店	老门店
期末数量	家	16	20	27
单店平均存货	万元	14.69	12.83	11.17
单店平均销售收入	万元	137.17	123.36	104.77
单店毛利率	%	43.49%	44.46%	46.15%
单店平均销售费用	万元	42.14	37.53	35.64
单店平均营业利润	万元	17.52	17.31	12.71

注：2018 年-2020 年无新增好护士门店

报告期内，好护士门店存货水平较为稳定，基本保持在 10 万元-18 万元之间。由于好护士销售的产品结构类似，且发行人对产品制定了指导零售价，故好护士门店各期毛利率相对平稳，在新门店和老门店之间没有太大差异。

2020 年，单店毛利率略微下降，主要是销售产品结构变化，占比较高的制氧机由 2019 年的 44.92%下降到 41.22%。

②健耳门店

项目	单位	2020 年		2019 年		2018 年
		新门店	老门店	新门店	老门店	新门店
期末数量	家	106	43	17	26	30
单店平均存货	万元	2.18	6.6	3.35	6.77	8.26
单店平均销售收入	万元	3.82	49.26	9.69	55.36	22.37
单店毛利率	%	70.72%	66.22%	63.44%	60.15%	66.25%
单店平均销售费用	万元	4.68	19.51	7.55	25.98	11.17
单店平均营业利润	万元	-1.98	13.1	-1.40	7.32	3.65

注：健耳门店从 2018 年开始营业。

报告期内，健耳门店存货水平在 1.5 万元-8.5 万元之间，金额较少主要是因为健耳门店主要销售中高端助听器，产品包括通用机型和定制机型，其中定制机型需要根据客户情况量身定做，店面不需要大量铺货。

报告期内，新开门店和老门店毛利率无明显差异，主要是产品结构类似及发行人统一定价政策的原因。新开门店和老门店单店平均营业利润均较低，主要是中高端助听器

需要专业的验配师和设备进行个性化验配，其产品价格相对较高，国内市场尚处于起步阶段，因而门店销售收入相对较低。随着居民消费水平提高和听力保护意识的提升，助听器验配市场也将逐步扩大。

2019 年和 2020 年新门店单店平均销售收入低于同期老门店数据，主要是因为：（1）新门店成立时间集中为 2019 年下半年或 2020 年二季度，营业时间短于老门店营业时间；（2）老门店中市区门店占比较高，新门店以县级门店为主，市区客户对听力保护的意识、消费能力均高于县级城市客户。

2019 年和 2020 年新门店单店平均销售费用低于同期老门店数据，一方面因为老门店中市区门店占比较高，新门店以县级门店为主，县级门店的人工成本、房租低于市区门店；另一方面因为新门店营业时间短于老门店。

2019 年和 2020 年新门店单店平均营业利润低于同期老门店数据，主要原因为在毛利率基本持平的情况下，新门店的平均销售收入低于老门店。

③仓储式大卖场

项目	单位	2020 年	2019 年		2018 年	
		老卖场	新卖场	老卖场	新卖场	老卖场
期末数量	家	12	5	8	1	7
单店平均存货	万元	78.85	16.17	132.28	92.39	106.20
单店平均销售收入	万元	735.42	12.04	617.32	24.79	554.73
单店毛利率	%	54.17%	29.40%	32.17%	39.52%	29.01%
单店平均销售费用	万元	72.93	13.90	102.21	26.10	119.24
单店平均营业利润	万元	325.47	-10.36	96.39	-16.30	41.71

注：2020 年无新增仓储式大卖场

2018 年新开仓储式大卖场单店平均销售收入、平均销售费用、平均营业利润分别为 24.79 万元、26.1 万元、-16.3 万元，低于同期老门店数据，主要原因为开店时间为 2018 年 9 月，当年收入较低，职工薪酬、房屋租赁费等固定费用及前期广告宣传费较高，次年已转亏为盈并逐步提高。

2018 年科源仓储式大卖场新卖场为成都科泓医疗器械有限公司大卖场，2018 年 10 月开始营业，当年营业收入 24.79 万元，毛利率 39.52%，高于同时期老卖场毛利率 29.01%，主要原因为高毛利产品占比较高，可孚品牌产品营业收入 12.06 万元，占总营业收入比

例为 48.64%，毛利率为 45.25%，瑞思迈呼吸机营业收入 2.36 万元，占总营业收入比例为 9.5%，毛利率为 61.03%。

因成都科泓医疗器械有限公司大卖场 2018 年营业时间短，营业收入较小，个别销售量较小的高毛利产品直接影响 2018 年单店整体毛利率。2019 年因营业收入的增长和销售品类的增加，单店毛利率为 31.74%，较为合理。

2019 年新开 5 家仓储式大卖场单店平均销售收入、平均销售费用、平均营业利润分别为 12.04 万元、13.9 万元、-10.36 万元，亏损的主要原因为开店时间均为 2019 年下半年，开业时间较短收入较低。

2020 年，在疫情较为严重的防控期间，为了减少人员接触及保障湖南区域防疫物资的供应，发行人未开放湖南科源以外的其他仓储式大卖场，湖南科源仓储式大卖场的销售金额占当年仓储式大卖场总收入的比例较高，且客户购买的防疫物资较多，从而拉高了仓储式大卖场 2020 年的毛利率。

④2017 年至 2019 年好护士门店单店毛利率高于科源仓储式大卖场的原因

2017 年至 2019 年好护士门店单店毛利率分别为 49.57%、46.15%、44.46%，2017 年至 2019 年科源仓储式大卖场单店毛利率分别为 31.49%、29.08%、32.14%，好护士门店单店毛利率高于科源仓储式大卖场主要原因为：

A、门店定位和客户群体不同。好护士门店定位于家用医疗器械零售，面向个人零售客户；仓储式大卖场定位于一站式展示购物中心，除面向个人零售客户外，同时面向部分医疗机构，因此仓储式大卖场价格相对低于零售价格。

B、选址的差异影响销售定价。好护士门店选址为主要公立医院附近，门店租金较高，周边同类医疗器械零售门店销售定价普遍较高；科源仓储式大卖场选址为重点省份省会城市医疗机构聚集的区域，周边同类竞争相对较激烈，销售定价较低。

C、销售产品结构影响。2017 年-2019 年好护士门店销售产品主要为呼吸机、雾化器、制氧机、血糖监测系列、血压计、颈腰椎类护具、轮椅、坐厕椅、助听器，2017-2019 年上述产品占自营门店总营业收入比例分别为 69.42%、70.18%、65.14%，毛利率分别为 50.09%、48.46%、46.00%，上述高毛利产品占比较高拉高了整体毛利率；2017-2019 年仓储式大卖场销售产品较为多样化，主要销售制氧机、血糖监测系列、血压计、轮椅、坐厕椅、口罩/手套、棉球/棉签/棉片、消毒产品、中药加工仪器、呼吸机耗材等产品，2017-2019 年上述产品占自营门店总营业收入比例分别为 46.90%、46.37%、44.84%，毛

利率分别为 21.63%、25.32%、26.89%，导致整体毛利不高。

11）发行人连锁药房模式与自营门店模式的产品销售定价机制及定价差异情况

①连锁药房模式与自营门店模式的产品销售定价机制

可孚医疗对所有销售产品分别制定供货指导价与零售指导价，分别用于指导连锁药房模式与自营门店模式的产品销售定价。

供货指导价、零售指导价的定价原则为：在计算产品成本费用的基础上（自产产品参考生产成本、外购产品参考采购成本及其相关费用），综合考虑市场上竞争产品的生产厂家、产品型号、市场价格、竞争状况、同质化程度等外部因素，结合公司制定的合理毛利空间和营销策略等内部因素进行定价。

对连锁药房客户的销售定价是在供货指导价的基础上，考虑不同合作客户的订货量、关系稳定性等方面进行上下适当浮动，采取一客一价的定价原则。

对自营门店客户的销售定价是在零售指导价的基础上，考虑当地同类产品市场价格、门店固定销售费用高低、当地人群消费水平等进行上下适当浮动，采取一段时间内销售定价相对稳定的原则。

②连锁药房模式与自营门店模式的产品销售定价差异情况

连锁药房模式由于客户集中且订单量大，其运营费用低于自营门店模式运营费用，产品销售定价普遍低于自营门店模式。报告期内，连锁药房模式和自营门店模式产品销售毛利率对比如下：

销售模式	毛利率		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
连锁药房	43.88%	31.41%	33.56%
自营门店	54.82%	40.50%	38.97%

12）报告期内新开店铺数量、面积、装修费用及其变动情况

项目	2020 年	2019 年度	2018 年度
新增门店数量	106.00	22.00	31.00
门店新增长期待摊费用（万元）	538.67	73.13	204.77
门店新增一次性装修费用（万元）	11.13	27.78	14.70
门店新增装修费用合计①（万元）	549.80	100.92	219.47

门店新增面积（平米）	7,203.66	1,855.07	3,562.30
未进行装修面积（平米）	1,157.25	359.49	492.00
产生装修费用新增面积（平米）②	6,046.41	1,495.58	3,070.30
单位面积装修费用①/②（元）	909.30	674.77	714.83

公司装修金额与装修翻新度较大的计入长期待摊费用，小修小补的一次性计入损益。

报告期内，公司新增装修费用分别为219.47万元、100.92万元、549.80万元，2018年和2019年金额较高主要是当期分别新增了31家、22家门店，新增装修面积较多。2018年-2019年，单位面积装修费用整体较为稳定，2020年由于新增门店较多且均为健耳门店，无仓储式大卖场，门店一般进行整店装修，而仓储大卖场主要进行小型装修或不装修，因此单位面积装修费用较高。

13）报告期内各类门店租赁期限、长期待摊费用摊销年限情况

门店类型	租赁期限	长期待摊费用摊销年限
仓储大卖场	1-5 年	受益期限与预计租赁期限孰短
健耳门店	1-5 年	受益期限与预计租赁期限孰短
好护士门店	1-5 年	受益期限与预计租赁期限孰短

报告期内，公司租赁期限一般为 1-5 年，长期待摊费用摊销年限的确定方式为受益期限与预计租赁期限孰短，一般为 1-5 年，其中以 3 年和 5 年年限为主。

部分门店长期待摊费用受益期限长于租赁期限的，系部分租赁合同为一年一签，但根据历史经验，租赁合同均会续签，因此根据受益期限与预计租赁期限孰短确定长期待摊费用的摊销年限。

14）仓储式大卖场和好护士门店的坪效比及与同行业的对比情况

影响坪效比的因素主要有下述三个：

一是整体管理能力和门店运营效率，公司各类门店定位准确，基于不同客户群制定差异化管理方法，仓储式大卖场和好护士门店均设置专业管理团队统一管理，每月定期召开内部管理、销售培训会议，对门店经营业绩进行内部排名，利用绩效工具和持续培训提高门店运营效率，同时，管理团队不定期巡店，提高整体管理能力。

二是公司业务所处行业状况，公司销售产品为家用医疗器械，该部分销售额占中国药品流通行业销售额的比例不到 5%，应用范围不及药品广泛，且跟居民消费水平高低

直接相关，故仓储式大卖场和好护士门店年坪效低于药品零售门店。

三是门店选址，仓储式大卖场选址为重点省份省会城市医疗机构聚集的区域，好护士门店选址为公立医院附近，选址符合门店定位，人流量大。

因同行业公司无门店销售模式，故选取医药连锁公司作为可比公司，与可比公司坪效比较如下：

公司简称	内容	2020 年度/2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
老百姓	日均坪效（含税，元/m^2)	61.00	60.00	53.00	59.00
	换算后的年坪效（含税，万元/m^2)	1.11	2.19	1.93	2.15
益丰药房	日均坪效（含税，元/m^2)	66.40	59.43	61.05	63.88
	换算后的年坪效（含税，万元/m^2)	1.21	2.17	2.23	2.33
大参林	月均坪效（含税，元/m^2)	2,667.82	2,579.14	2,552.00	2,831.93
	换算后的年坪效（含税，万元/m^2)	1.60	3.09	3.06	3.40
一心堂	日均坪效（含税，元/m^2)	46.23	44.34	46.30	46.23
	换算后的年坪效（含税，万元/m^2)	1.69	1.62	1.69	1.69
可比公司年坪效均值（含税，万元/m^2)		1.40	2.27	2.23	2.39
仓储式大卖场年坪效（含税，万元/m^2)		2.63	1.41	1.33	1.23
好护士门店年坪效（含税，万元/m^2)		1.15	1.34	1.29	0.80

注：1、由于上述医药连锁上市公司披露的坪效均为含税的日均坪效或月均坪效，为方便比较，按照一年 365 天、一年 12 个月换算成含税的年坪效。
2、上述医药连锁上市公司中仅一心堂的数据为 2020 年年报数据。

由于同行业可比公司无门店销售模式、同类型医疗器械经营门店无准确的公开市场数据，医药连锁药房销售药品的同时也销售医疗器械，故选取连锁药房作为坪效的可比公司。报告期内，仓储式大卖场和好护士门店的年坪效均低于连锁药房年坪效均值，主要原因是与连锁药店销售的产品结构存在较大差异。连锁药房销售产品以药品、保健品为主，医疗器械占比一般不高于 10%，药品以盒装、袋装为主，便于在货架整齐展示，单位面积货架展示的产品价值更高；仓储式大卖场和好护士门店主要销售家用医疗器械，产品形状差异较大，轮椅、呼吸机、制氧机、护理床等大件产品占用的空间相对较大，单位面积货架展示的产品价值相对较低，因此其坪效低于连锁药房的坪效。

报告期内，仓储式大卖场年坪效（含税，万元/m^2)分别为 1.33、1.41、2.63，保持稳中略有上升趋势，主要原因为发行人对于仓储式大卖场的产品布局进一步优化，更贴

近当地市场的销售需求，同时利用不断积累的运营经验不断提高运营效率。2020 年因为疫情物资销售额增长，仓储式大卖场年坪效出现大幅度增长。

报告期内，好护士门店年坪效（含税，万元/M2)分别为 1.29、1.34、1.15，主要与发行人线下业务发展策略相关，2018 年开始，发行人对好护士零售门店进行网点布局优化，关闭了部分经营业绩不达预期或者与仓储式大卖场在辐射区域内有重叠的好护士门店，2018-2019 年年坪效稳步提升，2020 年，受疫情影响，好护士门店暂停营业时间较长，影响营业收入和年坪效降低。

因此，发行人的仓储式大卖场和好护士门店年坪效比基本保持稳中上升趋势，与发行人的经营管理能力提升和业务发展策略息息相关，具有合理性。

（3）线上平台产品销售结构与线下门店销售结构对比情况

线上自营店铺和线下自营门店虽然都是面对零售消费者客户，但销售结构仍然存在一定的区别，2020 年，受疫情影响，线上自营店铺和线下自营门店均是健康监测类和医疗护理类产品销售占比均大幅上升，特别是体温计、口罩产品及其他医疗护理类产品。2018 年-2019 年线上自营店铺健康监测类产品和康复辅具类产品销售占比较高，线下自营门店以康复辅具类产品和呼吸支持类产品销售占比较高，具体情况如下表：

类别	2020 年		2019 年		2018 年	
	线上自营店铺	线下自营门店	线上自营店铺	线下自营门店	线上自营店铺	线下自营门店
健康监测类	41.82%	23.81%	30.27%	13.07%	43.81%	12.50%
医疗护理类	24.99%	28.78%	15.89%	14.14%	9.74%	15.91%
康复辅具类	12.99%	28.65%	23.24%	36.02%	22.71%	33.61%
中医理疗类	11.07%	2.04%	19.90%	4.57%	13.36%	5.90%
呼吸支持类	6.71%	15.69%	9.69%	30.53%	9.33%	30.00%
其他类	2.43%	1.04%	1.02%	1.67%	1.06%	2.08%

线下门店由于有实体店铺，呼吸支持类产品如呼吸机、制氧机、雾化器等能为消费者带来更直观更有效的试用体验，而发行人的销售策略也是将客户体验度较高的产品作为线下门店的主打产品，因而线下门店呼吸支持类产品销售占比较高。

康复辅具类产品线上自营店铺销售中轮椅销售占比较高，线下自营门店销售中助听器销售占比较高，这也和助听器在线下门店能得到更好的消费体验有关，具体对比情况如下：

产品	2020 年		2019 年		2018 年	
	线上自营店铺	线下自营门店	线上自营店铺	线下自营门店	线上自营店铺	线下自营门店
轮椅	26.89%	16.41%	33.67%	24.53%	44.36%	29.51%
助行器	21.47%	1.36%	19.14%	2.07%	16.13%	2.85%
护理床	16.98%	3.03%	13.45%	5.14%	13.02%	6.06%
助听器	13.21%	64.74%	10.90%	48.93%	6.52%	36.03%

5、数字化运营模式

数字化运营方面，公司通过持续的自主研发和个性化定制构建了较为完善的数字化运营支持体系，主要包括 EBMS 系统、基础数据平台系统、零售会员系统、直发系统、旺店通等，一方面打通了研发、采购、生产、销售各个环节的信息传递和数据积累，大大提高了公司整体运营效率，同时为全面质量控制的实施奠定了坚实基础；另一方面，公司数字系统涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理、新品开发等环节，通过深度挖掘及精准匹配用户需求，敏捷感知和把握市场变化趋势，使得公司向市场推送的各类产品能准确抓住和解决用户需求痛点，在公司产品畅销的同时，也促进了公司的快速发展。

公司通过全面运用数字运营体系，逐渐积累并运用以下几个方面的数据：（1）用户数据，主要包括用户下单次数、销售订单数、用户访问数、买家评价率、买家好评率等，通过对用户数据自动化加工为多维度特征，形成全域客户画像，在关键节点进行自动的策略化营销；（2）生产数据方面，通过医疗器械唯一标识码实现产品追溯和批号效期管理。产品的唯一标识码同步到国家药品监督管理局数据库，实现了流通领域的产品全生命周期管理；（3）采购数据方面，对原材料和成品采购的管理数据分析能提高上游的整合能力，推动柔性化的快速生产，使生产和采购能灵活应对前端的需求变化；（4）仓储数据上，对仓储的库存数据进行分析可以节约资金占用、减少商品损失、使库存结构合理化，并节约了管理投入，同时凭借大数据不断优化库存结构，主动调整营销策略及合理预测产品需求；（5）销售数据方面，公司利用多年积累的销售信息，通过分析用户的购买习惯、频次、商品偏好、购买渠道偏好等，指导公司建立适销对路、契合大众需求的产品体系，优化售后服务。

发行人使用或维护的大量个人消费者或企业客户信息主要来自于第三方平台及合同相对方，且发行人在使用相关数据时严格遵守相关协议约定，数据来源合法合规，不

存在侵犯个人隐私、商业秘密或其他侵权方面的情形，不存在利用相关个人消费者或企业客户信息进行牟利等违法违规行为，不存在纠纷或潜在纠纷。

6、发行人采用目前经营模式的原因、影响因素及未来变化趋势分析

（1）发行人采用目前经营模式的原因分析

公司的业务经营模式是结合行业发展情况、下游客户需求、公司生产规模、关键技术和生产工艺特点等综合因素形成的，经过长期的经营探索，目前选择采用的自有品牌和代理品牌结合、线上线下全渠道融合销售的经营模式符合公司当前阶段发展的需求，有利于支持公司可持续发展。

（2）影响发行人经营模式的主要因素及未来变动趋势分析

公司经营模式主要受产业链上下游发展情况、下游客户消费者的需求、公司技术与服务能力、技术发展趋势等因素的影响，公司的经营模式必须契合下游客户的需求，由于下游客户对家用医疗器械的要求不断提高，因此发行人必须随时根据客户实际需求对产品系列、服务内容进行拓展，以更好地满足客户需要。报告期内，影响公司运营模式的关键影响因素未发生重大变化，预计未来一定期间公司经营模式不会发生重大变化。但公司所处行业受医疗器械监管政策、医疗体制改革的影响较大，公司需要应监管要求做出必要的调整。

7、发行人经营模式的独特性、创新性及持续创新机制

公司自设立以来，一直专注并深耕家用医疗器械领域，致力于为用户提供终身信赖的医疗健康产品和一站式解决方案。在我国信息技术快速发展、电子商务迅速扩张的时代背景下，发行人顺应新零售模式下大众医疗健康产品消费的需要，成为较早从事互联网医疗器械经营的公司之一。经过多年的发展和用户积累，公司融合互联网新零售大数据运用与传统医疗器械的生产经营特点，借鉴自有品牌专业零售商（SPA）经营模式，形成了一套具有可孚特色、符合市场趋势、行业领先的生产经营模式。

（1）海量数据积累，建立家用医疗器械大数据库，精准匹配用户需求

公司的创始团队均为多年从事家用医疗器械行业的专业人士，对行业技术、市场、消费者、厂商等具有较为深刻的认知。公司是我国较早从事家用医疗器械网络经营的公司之一，多年来，积累了大量广泛、稳固的线上客户群体。公司通过对不同地区、不同

时期家用医疗器械终端市场及消费者需求变化长期跟踪，建立起了家用医疗器械大数据库，通过数据分析、挖掘，能够准确判断行业的发展趋势，并通过长期、多维度大数据积累，结合公开统计数据信息、行业信息、宏观数据等专业数据，建立起终端用户画像和大数据库，用以指导生产经营。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司共拥有 57 家运营中的线上自营店铺，每年产生上千万条线上销售订单，和大量的产品售前、售中、售后反馈信息。公司在将上述数据脱敏、清洗、筛选、整理后，形成系统性、标签化的数据资源，并将其广泛应用在公司内部新产品开发、产品线调整、生产销售库存预警等领域。大数据在家用医疗器械领域的应用，为公司预判市场、调整经营策略、精细管理提供了强大的支持。

（2）线上渠道与线下渠道深度融合，为用户提供更丰富、更优质的服务体验

公司通过不断完善线上线下全渠道网络建设，目前已构建了大型电商平台、大型连锁药房、自营门店等相融合的立体式营销渠道。截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有 12 家仓储大卖场、149 家“健耳”听力验配中心和 16 家“好护士”零售门店，均为公司自主经营；以及拥有老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等全国知名的核心连锁药房客户，线下销售渠道覆盖全国主要省份。

线下渠道有利于产品体验和即时交易，线上渠道有利于便捷购物和快速占领市场，公司传统的线下渠道与线上新零售渠道深度融合，交互运作，建立与消费者随时随地连接的通道，最大程度地覆盖用户的主要消费场景，形成多样性、多内容、多维度和多触达点的经营形态；公司利用自有的线下渠道，定期整理汇总产品需求、用户数据，补充线上数据在欠发达地区、高年龄段用户、专业医药零售机构方面的欠缺，建立起更加完善的家用医疗器械数据库，从而实现对市场需求的精准把握，为用户提供更丰富、更优质的服务体验。

（3）借鉴 SPA 模式，建立全品类产品线，实现对市场的快速响应

依托多年来积累的用户、大数据基础和销售渠道，公司借鉴自有品牌专业零售商（SPA）经营模式，建立起了以自有品牌“可孚”为核心，以品牌运营、前瞻研发、渠道管理、大数据建设、全产品线设计为支撑的产品管理体系。

公司通过大数据分析，及时掌握市场数据及终端用户需求信息，与传统管理模式相比，产品策划、研发、定价和品牌推广更具针对性。公司以“可孚”产品为核心，同时

引入其他知名品牌，构建起了包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大领域，同时覆盖各年龄层、全部消费群体的产品体系，涉及近万个产品型号及规格，能够满足消费者多品牌、一站式购物的产品需求。

由于数据反馈的及时性，公司可以在较短时间内通过大数据分析准确把握市场动向；通过产品线管理，及时调整产品生产采购计划、存货储备计划和投放计划，提升经营效率；通过对数据的深度挖掘，提前发现市场热点需求，进行前瞻性研究，增加新品储备；根据不同渠道的需求，调整产品在线上线下多平台之间的调度；根据客户调研和终端用户的售后反馈，改进设计，及时进行产品更新换代；通过对物流快递信息的监测，有针对性地进行产品包装、物流的优化。报告期内，公司的销售规模、用户数量、渠道覆盖、产品品类均有明显提升。

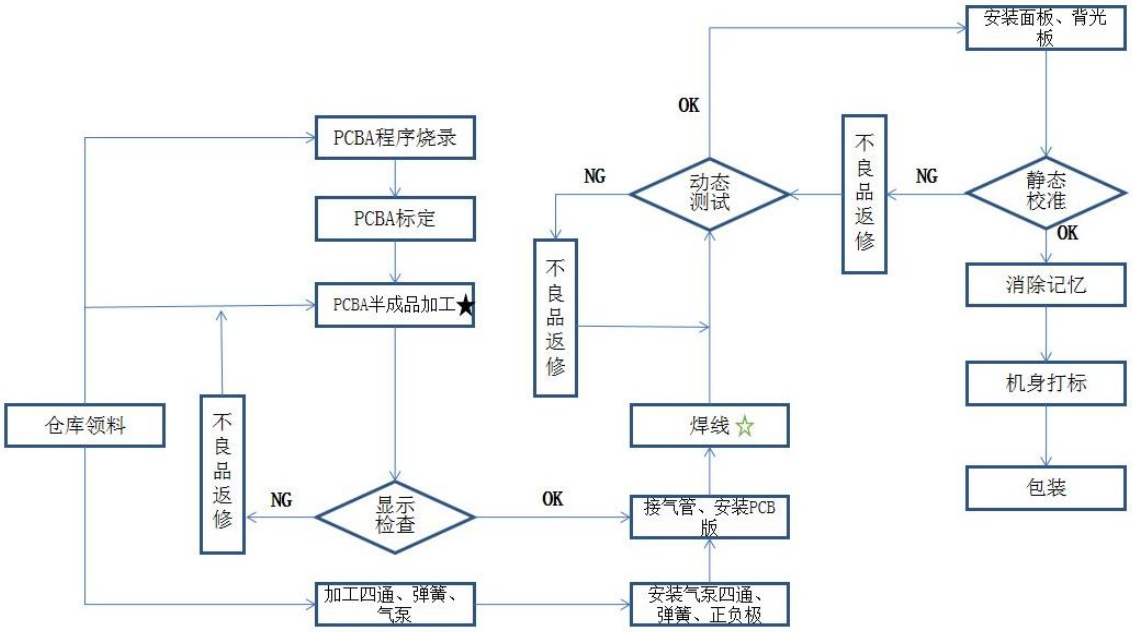
（4）建立信息化管理系统，产业链上下游深度融合

公司建立起了家用医疗器械大数据库，覆盖我国不同地区、不同渠道、不同时间段的市场资料和宏微观数据，是公司经营决策的基础。同时，公司依托自主研发的 EBMS 系统、零售会员系统、UDI 系统、可孚直发系统、基础数据平台等系统，以及定制的用友 NC、旺店通等业务管理系统，整合成为内部信息化管理系统。该系统能够高效、准确地服务于公司各地研发、生产、采购、销售、管理人员，各条业务线的数据经过汇总，及时传递至总部的财务及业务管理部门，形成公司产品供求的动态分析，向管理层提供及时、准确的信息。

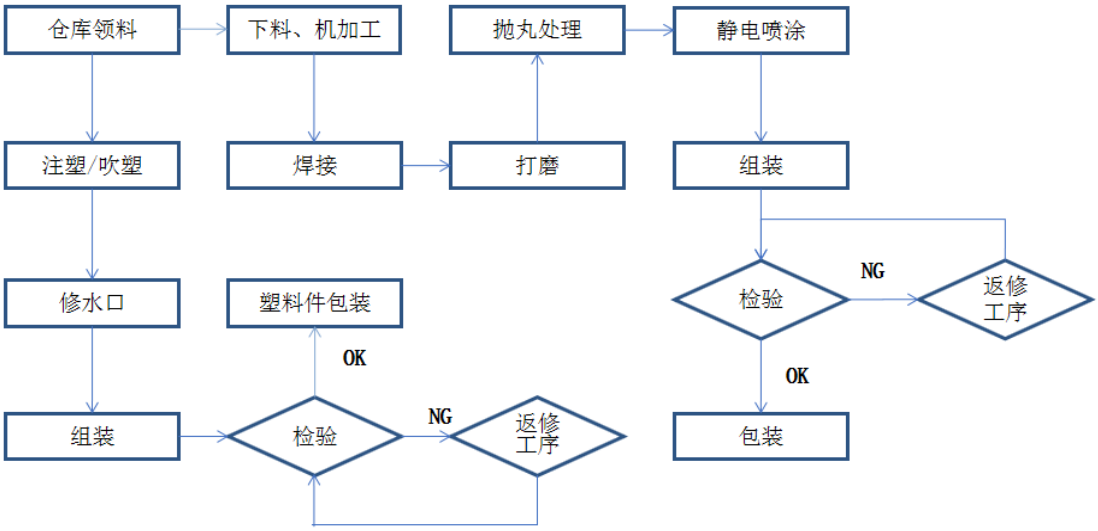
公司拥有包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大领域，多达近万个不同型号及规格的产品，上下游涉及多地区、多行业、多类型的供应商及客户，公司通过信息化管理系统内多模块的信息传递和交互，实现对产业链上下游信息的及时采集，实现对产业链上下游的深度融合；通过产品数字化和交易模式数字化，更好的提高客户选型、采购效率，确保客户所选即所需，覆盖和满足市场容量广阔的长尾需求。

（五）主要产品工艺流程图

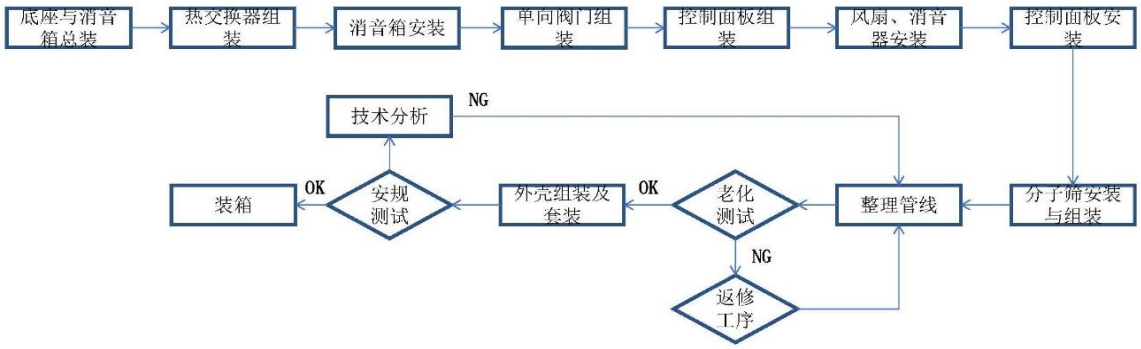
1、血压计



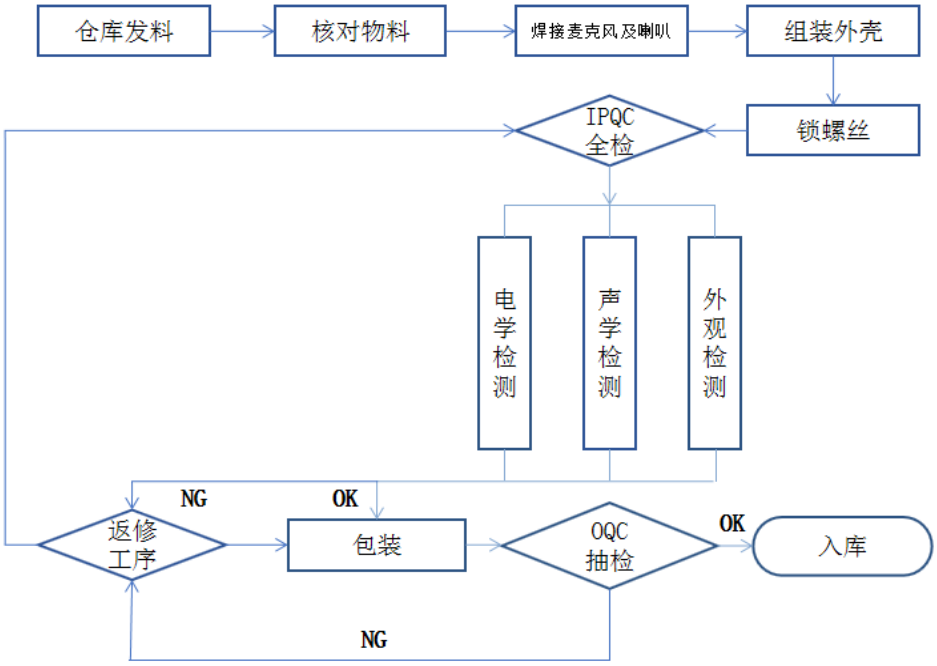
2、护理床



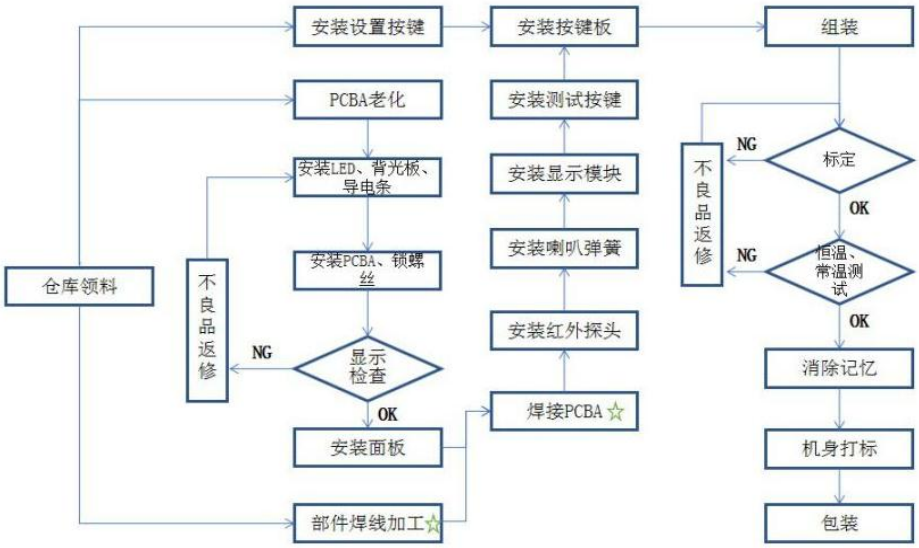
3、制氧机


底座与消音箱总装
热交换器组装
消音箱安装
单向阀门组装
控制面板组装
风扇、消音器安装
控制面板安装
技术分析
NG
装箱
OK
安规测试
外壳组装及套装
OK
老化测试
整理管线
分子筛安装与组装
NG
返修工序

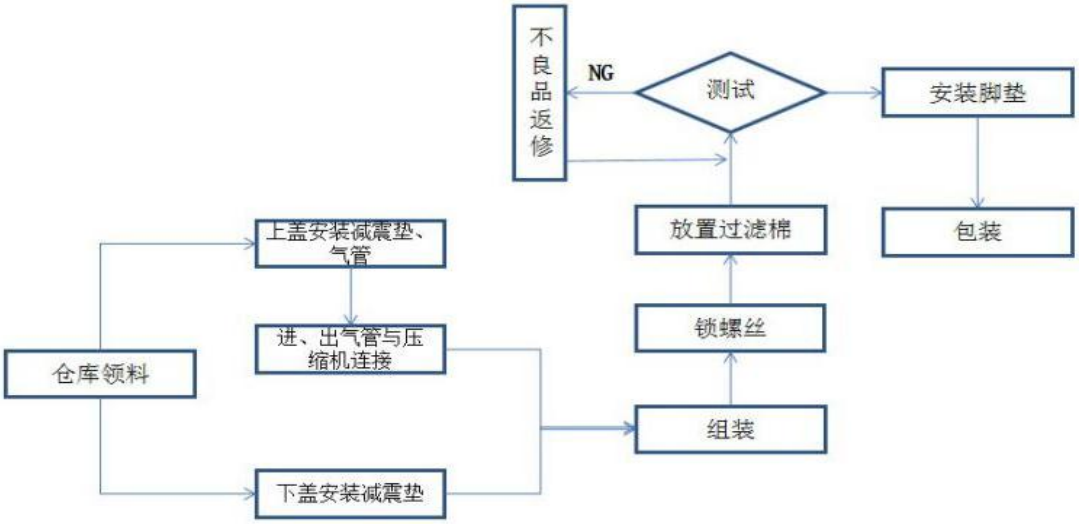
4、助听器


仓库发料
核对物料
焊接麦克风及喇叭
组装外壳
锁螺丝
IPQC全检
电学检测
声学检测
外观检测
NG
返修工序
OK
包装
OQC抽检
OK
入库
NG

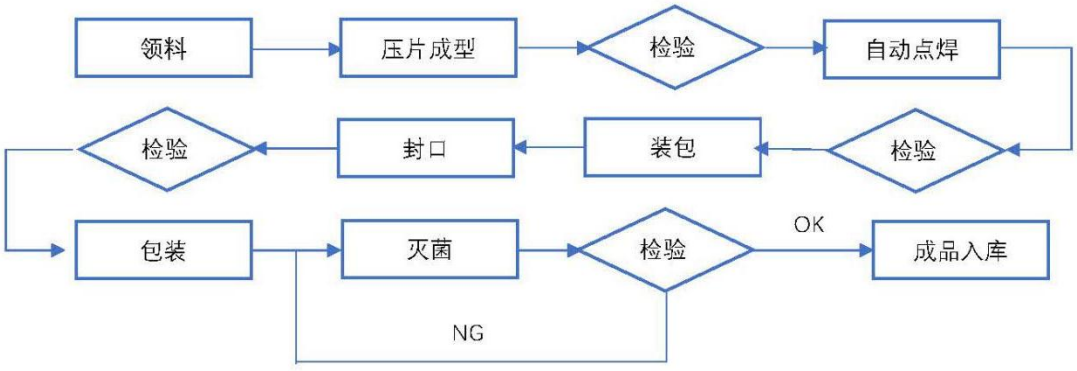
5、红外体温计



6、压缩式雾化器



7、医用口罩



（六）发行人主营业务的演变情况

公司自成立以来一直在家用医疗器械行业深耕细作，主营业务、主要产品及经营模式没有发生重大变化。未来，公司将继续专注于主营业务，并持续加大对主营业务的研发投入和资金支持。

二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况

（一）公司所属行业及确定所属行业的依据

公司专业从事家用医疗器械的研发、生产、销售和服务，主要产品覆盖健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗等五大领域。根据《国民经济行业分类标准》（GB/T4754-2017），公司所处行业包括了“医疗仪器设备及器械制造”（分类代码：C358）中的“医疗诊断、监护及治疗设备制造”（分类代码：C3581）、“机械治疗及病房护理设备制造”（分类代码：C3585）、“康复辅具制造”（分类代码：C3586）以及“其他医疗设备及器械制造”（分类代码：C3589）。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）的规定，公司所处行业为“专用设备制造业”，行业代码为“C35”。公司细分行业为家用医疗器械制造行业。

（二）行业监管体制及行业法规政策

1、行业监管体系

（1）行业主管部门及职能

国家市场监督管理总局为我国医疗器械行业的主管部门，下辖的国家药品监督管理局负责全国医疗器械的监督管理工作，负责起草医疗器械监督管理的法律法规草案、拟订政策规划、制定部门规章；负责组织制定、公布医疗器械标准、分类管理制度并监督实施；制定医疗器械研制、生产、经营、使用质量管理规范并监督实施；负责医疗器械注册并监督检查；建立医疗器械不良事件监测体系，并开展监测和处置工作；负责制定医疗器械监督管理的稽查制度并组织实施，组织查处重大违法行为；建立医疗器械问题产品召回和处置制度并监督实施；组织查处医疗器械在研制、生产、经营、使用等环节的违法行为。

国家发展和改革委员会是我国医疗器械行业的宏观管理部门，主要负责组织实施产业政策，研究拟订医疗器械行业发展规划，指导行业结构调整及实施行业管理。国家卫

健委负责制定医疗机构和医疗服务全行业管理办法并监督实施，建立医疗服务评价和监督管理体系。

（2）行业自律协会

我国医疗器械行业自律性组织主要包括中国医疗器械行业协会、中国医学装备协会等。

中国医疗器械行业协会主要负责开展有关医疗器械行业发展问题的调查研究，向政府有关部门提供政策和立法等方面的意见和建议，组织制定并监督执行行业政策，参与国家标准、行业标准、质量规范的制定、修改、宣传和推广，开展行业资质管理工作，参与制定行业规划等。同时，通过制定行规公约，建立医疗器械行业和企业自律机制，规范行业与企业的生产经营行为。

中国医学装备协会是国家卫生健康委主管医学装备领域唯一的国家一级社会组织，是集“政、产、学、研、用”于一体，为提高医疗机构服务能力和水平，促进医学装备产业发展的学术与技术交流平台。

（3）行业监管体制

医疗器械行业关乎人的生命健康安全，医疗器械行业的监管体制较为严格，在产品注册、生产及流通等环节均设立有严格管理制度。

1）中国医疗器械行业监管体系

我国医疗器械监督管理采取分类管理方式，按照风险程度由低到高，医疗器械的管理类别依次分为第Ⅰ类、第Ⅱ类和第Ⅲ类。第Ⅰ类是风险程度低，实行常规管理可以保证其安全、有效的医疗器械；第Ⅱ类是具有中度风险，需要严格控制管理以保证其安全、有效的医疗器械；第Ⅲ类是具有较高风险，需要采取特别措施严格控制管理以保证其安全、有效的医疗器械。

I、医疗器械产品注册制度

产品类别	注册/备案	管理部门	有效期
第I类	备案	设区的市级人民政府药品监督管理部门	-
第II类	注册	省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门	5年
第III类	注册	国务院药品监督管理部门	5年

医疗器械注册证有效期为 5 年，有效期满需延续注册的，应在有效期届满前 6 个月

向原注册部门提出申请，除存在不予延续注册情形外，原注册部门逾期未作决定的，视为准予延续。

II、医疗器械生产制造企业的备案和许可证制度

产品类别	许可/备案	管理部门	许可证书/备案凭证
第I类	备案	设区的市级人民政府药品监督管理部门	第I类医疗器械生产备案凭证
第II类	许可	省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门	医疗器械生产许可证
第III类	许可		

医疗器械生产许可证有效期为 5 年，有效期届满需要延续的，依照有关行政许可的法律规定办理延续手续。

III、医疗器械经营许可制度

产品类别	许可/备案	相关部门	许可证书/备案凭证
第I类	无需备案或许可		
第II类	备案	设立区的市级人民政府药品监督管理部门	第II类医疗器械经营备案凭证
第III类	许可		医疗器械经营许可证

医疗器械经营许可证有效期为 5 年。有效期届满需要延续的，依照有关行政许可的法律规定办理延续手续。

2）医疗器械出口的国际市场认可标准

各国政府对医疗器械产品的市场准入都有严格的规定和管理，医疗器械出口国际市场的准入认可主要有欧盟 CE 认证和美国 FDA 注册等。

CE 认证系欧盟对产品的认证，通过认证的产品可加贴 CE 标志，表示该产品符合有关欧盟指令规定的要求，并用以证实该产品已通过了相应的合格评定程序及制造商的合格证明，是产品被允许进入欧盟市场销售的通行证。CE 认证由欧盟委员会指定的第三方公告机构执行。该认证主要适用于欧盟，同时亦得到其他国家或地区的认可。

美国 FDA 注册是全球最严格和复杂的注册体系之一。FDA 对于制造商的生产质量体系检查一般通过不定期现场检查来执行，只有通过 FDA 现场检查方可在美国市场上市销售。

2、行业主要法律法规和政策

（1）行业主要法律法规

我国颁布的有关医疗器械行业的主要法律法规如下所示：

序号	法律法规名称	主要内容	发布单位/实施日期
1	《医疗器械唯一标识系统规则》国家药监局 2019 年第 66 号	明确了医疗器械唯一标识（Unique Device Identification，简称：UDI）系统建设的目的、适用对象、建设原则、各方职责等要求	国家药监局（2019.10.01）
2	《中华人民共和国产品质量法》	针对产品质量的监督管理制定的法律规范，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益。在国家法律层面提出了生产者需要对因产品质量问题对消费者造成损失予以赔偿。	全国人大常委会（2018.12.29）
3	《中华人民共和国消费者权益保护法》	是维护全体公民消费权益的法律规范的总称，是为了保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序稳定，促进社会主义市场经济健康发展而制定的一部法律。	全国人大常委会（2014.03.15）
4	《医疗器械不良事件监测和再评价管理办法》（国家市场监督管理总局令第 1 号）	加强医疗器械不良事件监测和再评价，及时、有效控制医疗器械上市后风险，保障人体健康和生命安全，医疗器械上市许可持有人（以下简称持有人），应当具有保证医疗器械安全有效的质量管理能力和相应责任能力，建立医疗器械不良事件监测体系，向医疗器械不良事件监测技术机构（以下简称监测机构）直接报告医疗器械不良事件。由持有人授权销售的经营企业、医疗器械使用单位应当向持有人和监测机构报告医疗器械不良事件。	国家市场监督管理总局、国家卫生健康委员会（2019.01.01）
5	《医疗器械网络销售监督管理办法》国家食品药品监督管理总局令第 38 号	为加强医疗器械网络销售和医疗器械网络交易服务监督管理，保障公众用械安全，从事医疗器械网络销售的企业、医疗器械网络交易服务第三方平台提供者应当采取技术措施，保障医疗器械网络销售数据和资料的真实、完整、可追溯。	国家食品药品监督管理总局（2018.03.01）
6	《医疗器械标准管理办法》国家食品药品监督管理总局令第 33 号	为促进科学技术进步，保障医疗器械安全有效，提高健康保障水平，加强医疗器械标准管理。	国家食品药品监督管理总局（2017.07.01）
7	《国家食品药品监督管理总局关于调整部分医疗器械行政审批事项审批程序的决定》国家食品药品监督管理总局令第 32 号	将第三类高风险医疗器械临床试验审批决定、国产第三类医疗器械和进口医疗器械许可事项变更审批决定、国产第三类医疗器械和进口医疗器械延续注册审批决定，调整为由国家食品药品监督管理总局医疗器械技术审评中心以国家食品药品监督管理总局名义作出。	国家食品药品监督管理总局（2017.07.01）
8	《国务院关于修改〈医疗器械监督管理条例〉的决定》中华人民共和国国务院令第 680 号	医疗器械临床试验机构由资质认定改为备案管理。开展医疗器械临床试验，应当按照医疗器械临床试验质量管理规范的要求，在具备相应条件的临床试验机构进行，并向临床试验提出者所在地省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门备案。	国务院（2017.05.04）
9	《医疗器械召回管理办法》国家食品药品监督管理总局令第 29 号	为加强医疗器械监督管理，控制存在缺陷的医疗器械产品，消除医疗器械安全隐患，保证医疗器械的安全、有效，保障人体健康和生命安全。	国家食品药品监督管理总局（2017.05.01）

序号	法律法规名称	主要内容	发布单位/实施日期
10	《医疗器械临床试验质量管理规范》（国家食品药品监督管理总局、国家卫生和计划生育委员会令第 25 号）	加强对医疗器械临床试验的管理，维护医疗器械临床试验过程中受试者权益，保证医疗器械临床试验过程规范，结果真实、科学、可靠和可追溯。	国家食品药品监督管理总局、国家卫生和计划生育委员会（2016.06.01）
11	《医疗器械使用质量监督管理办法》（国家食品药品监督管理总局令第 18 号）	明确了医疗器械采购、验收、贮存、使用、维护、转让等与使用质量密切相关的各个环节的管理规定。	国家食品药品监督管理总局（2016.02.01）
12	《医疗器械分类规则》（国家食品药品监督管理总局令第 15 号）	规范医疗器械分类，本规则用于指导制定医疗器械分类目录和确定新的医疗器械的管理类别。	国家食品药品监督管理总局（2016.01.01）
13	《医疗器械经营企业分类分级监督管理规定》（食药监械监[2015]158 号）	根据医疗器械的风险程度、医疗器械经营企业业态、质量管理水平和遵守法规的情况，结合医疗器械不良事件及产品投诉状况等因素，将医疗器械经营企业分为不同的类别，并按照属地监管的原则，实施分级动态管理的活动。	国家食品药品监督管理总局（2015.08.17）
14	《境内第三类医疗器械注册质量管理体系核查工作程序（暂行）》（食药监械管[2015]63 号）	规定了各级食品药品监督管理部门在负责第三类医疗器械注册质量管理体系核查工作方面的职责。	国家食品药品监督管理总局（2015.06.08）
15	《医疗器械生产质量管理规范》（国家食品药品监督管理总局公告 2014 年第 64 号）	组织修订了《医疗器械生产质量管理规范》，在机构与人员、厂房与设施、设备、文件管理、设计开发、采购、生产管理、质量控制、销售和售后、不合格品控制、不良事件监测、分析和改进等方面的内容进行规定。	国家食品药品监督管理总局（2015.03.01）
16	《医疗器械经营质量管理规范》（国家食品药品监督管理总局公告 2014 年第 58 号）	组织修订了《医疗器械经营质量管理规范》，在职责与制度、人员与培训、设施与设备、采购、收货与验收、入库、贮存与检查、销售。	国家食品药品监督管理总局（2014.12.12）
17	《医疗器械注册管理办法》（国家食品药品监督管理总局令第 4 号）	规定了医疗器械注册基本要求、产品技术要求和注册检测、临床评价、产品注册、注册变更、延续注册、产品备案、监督管理、法律责任等内容。	国家食品药品监督管理总局（2014.10.01）
18	《医疗器械生产监督管理办法》（国家食品药品监督管理总局令第 7 号）	规定了医疗器械生产企业的生产许可与备案管理、委托生产管理、生产质量管理、监督管理、法律责任等内容。	国家食品药品监督管理总局（2014.10.01）
19	《医疗器械经营监督管理办法》（国家食品药品监督管理总局令第 8 号）	规定了医疗器械经营企业的经营许可与备案管理、经营质量管理、监督管理、法律责任等内容。	国家食品药品监督管理总局（2014.10.01）
20	《医疗器械生产企业分类分级监督管理规定》（食药监械监[2014]234 号）	根据医疗器械的风险程度、医疗器械生产企业的质量管理水平，并结合医疗器械不良事件、企业监管信用及产品投诉状况等因素，将医疗器械生产企业分为不同的类别，并按照属地监管原则，实施分级动态管理。	国家食品药品监督管理总局（2014.09.30）

序号	法律法规名称	主要内容	发布单位/实施日期
21	《创新医疗器械特别审批程序（试行）》（食药监械管[2014]13号）	保障医疗器械的安全、有效，鼓励医疗器械的研究与创新，促进医疗器械新技术的推广和应用，推动医疗器械产业发展。	国家食品药品监督管理总局（2014.03.01）
22	《医疗器械说明书和标签管理规定》（国家食品药品监督管理总局令第6号）	对医疗器械说明书和标签的内容和表述等内容进行规范，保证医疗器械使用的安全。	国家食品药品监督管理总局（2014.10.01）
23	《医疗器械质量抽查检验管理办法》国药监械管〔2020〕9号	国家药品监督管理局和省级药品监督管理部门应当在每年第一季度制定年度医疗器械质量抽查检验计划，按照目标明确、重点突出、统筹兼顾的要求安排医疗器械质量抽查检验工作。	国家药监局（2020.3.10）
24	《医疗器械临床试验检查要点及判定原则》（药监综械注〔2018〕45号）	根据《医疗器械注册管理办法》和《医疗器械临床试验质量管理规范》等要求制定本检查要点及判定原则，用于指导医疗器械临床试验现场检查工作。	国家药监局综合司（2018.11.19）
25	《国家药品监督管理局关于进一步加强机构改革期间药品医疗器械化妆品监管工作的通知》（国药监〔2018〕19号）	加强对药品、医疗器械流通环节秩序的日常监管。严格按照药品、医疗器械经营质量管理规范对药品、医疗器械经营企业进行监督检查，尤其要对药品、医疗器械无证经营、非法渠道进货、不按照规定条件储存运输药品、货账票证款不一致、记录作假的行为和采购销售使用不合格中药饮片行为进行重点检查。	国家药品监督管理局（2018.6.1）
26	《医疗器械通用名称命名规则》（国家食品药品监督管理总局令第19号）	为加强医疗器械监督管理，保证医疗器械通用名称命名科学、规范，根据《医疗器械监督管理条例》，制定本规则。凡在中华人民共和国境内销售、使用的医疗器械应当使用通用名称，通用名称的命名应当符合本规则。	国家食品药品监督管理总局（2016.4.1）
27	《医疗器械注册技术审查指导原则制修订工作管理规范》（药监办〔2018〕13号）	指导原则由国家药品监督管理局（以下简称国家局）发布，用于规范医疗器械注册技术审查、指导医疗器械注册申请人注册申报。	国家药品监督管理局办公室（2018.5.28）
28	《医疗器械产品出口销售证明管理规定》（2015年第18号）	企业应当建立并保存出口产品档案。内容包括已办理的《医疗器械产品出口销售证明》和《医疗器械出口备案表》、购货合同、质量要求、检验报告、合格证明、包装、标签式样、报关单等，以保证产品出口过程的可追溯。	国家食品药品监管总局（2015.9.1）
29	《总局关于发布医疗器械分类目录的公告》（2017年第104号）	借鉴国际医疗器械分类管理思路，研究分析欧盟、美国、日本等国家和地区的分类管理模式、分类管理文件，优化、调整医疗器械分类目录框架、结构和内容。	国家食品药品监管总局（2018.8.1）
30	《医疗器械监督管理条例》中华人民共和国国务院令第739号	为了保证医疗器械的安全、有效，保障人体健康和生命安全，促进医疗器械产业发展，对在中华人民共和国境内从事医疗器械的研制、生产、经营、使用活动及其监督管理。	国务院（2021.6.1）
31	《医疗器械临床使用管理办法》（国家卫生健康委员会令第8号）	为加强医疗器械临床使用管理，保障医疗器械临床使用安全、有效，适用于各级各类医疗机构临床使用医疗器械的监督管理工作。	国家卫生健康委员会（2021.3.1）

（2）行业主要政策

时间	发布机构	政策名称	主要内容
2019 年 4 月	国家药监局	《关于调整医疗器械临床试验审批程序的公告》	自临床试验审批申请受理并缴费之日起 60 个工作日内，申请人在预留联系方式、邮寄地址有效的前提下，未收到器审中心意见（包括专家咨询会议通知和补充资料通知）的，可以开展临床试验。
2018 年 11 月	国家药监局	《国家药监局综合司关于贯彻落实国务院“证照分离”改革要求做好医疗器械上市后监管审批相关工作的通知》	要求各省级药监部门要放管结合，简化流程，提升审批服务水平，通过加大制度创新和政府职能转变，尽可能减少或整合现有的审批发证。
2018 年 11 月	国家药监局	《关于发布创新医疗器械特别审查程序的公告》	简化审批程序缩短时间期限，提高创新器械审评效率。
2018 年 8 月	国务院办公厅	《深化医药卫生体制改革 2018 年下半年重点工作任务》	由药监局、卫健委、医保局负责推进医疗器械国产化，促进创新产品应用推广，国产医疗器械的进口替代步伐有望进一步加快。
2018 年 3 月	国家卫计委等六部门	《关于巩固破除以药补医成果持续深化公立医院综合改革的通知》	持续深化药品耗材领域改革，实行高值医用耗材分类集中采购，逐步推行高值医用耗材购销“两票制”。
2017 年 10 月	国务院	《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》	促进药品医疗器械产业结构调整和技术创新，提高产业竞争力，满足公众临床需要。
2017 年 5 月	国务院办公厅	《关于支持社会力量提供多层次多样化医疗服务的意见》	提出了推动企业提高创新、研发能力，实现药品医疗器械质量达到或接近国际先进水平，更好支持多层次多样化医疗服务发展。支持自主知识产权药品、医疗器械和其他相关健康产品的研制应用。
2017 年 5 月	科技部办公厅	《“十三五”医疗器械科技创新专项规划》	提出要加速医疗器械产业整体向创新驱动发展的转型，完善医疗器械研发创新链条；突破一批前沿、共性关键技术和核心部件，开发一批进口依赖度高、临床需求迫切的高端、主流医疗器械和适宜基层的智能化、移动化、网络化产品，推出一批基于国产创新医疗器械产品的应用解决方案；培育若干年产值超百亿元的领军企业和一批具备较强创新活力的创新型企业，大幅提高产业竞争力，扩大国产创新医疗器械产品的市场占有率，引领医学模式变革，推进我国医疗器械产业的跨越发展。
2017 年 1 月	发改委等	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》修订	明确认定髋/膝/肩等人工关节假体、骨诱导人工骨、人工骨/金属骨固定材料、人工椎间盘等骨植入材料为战略新兴产业重点产品。
2016 年 10 月	工信部、国家发改委、药监局等	《医药工业发展规划指南》	提出鼓励发展医疗器械知名品牌；大力发展高性能医疗器械等领域。
2016 年 10 月	国务院	《“健康中国 2030”规划纲要》	提出个人卫生支出占卫生总费用的比重 2020 年、2030 年分别为 28%、25%左右。提出推动医疗器械流通企业向供应链上下游延伸开展服务，形成现代流通新体系。
2016 年 3 月	国务院	《关于促进医药产业健	该政策明确鼓励了国产医疗器械企业加强技

时间	发布机构	政策名称	主要内容
		康发展的指导意见》	术创新，提高核心竞争力。明确提出发展人工耳蜗等高端植介入产品，实现进口替代，加快医疗器械转型升级。
2015 年 3 月	全国两会《政府工作报告》	“中国制造 2025”	重点扶持 10 大产业领域，其中第十大领域为生物医药及高性能医疗器械，明确指出提高医疗器械的创新能力和产业化水平。
2013 年 9 月	国务院	《关于促进健康服务业发展的若干意见》	意见明确支持医疗器械、新型生物医药材料研发和产业化；加大政策支持力度，提高具有自主知识产权的医学设备、材料的国内市场占有率和国际竞争力。
2012 年 8 月	卫生部	《“健康中国 2020”战略研究报告》	针对自主研发药品、医用耗材、医疗器械和大型医用设备等，卫生部专门推出 100 亿元的民族健康产业重大专项。
2015 年 8 月	国务院	《关于改革药品医疗器械审评审批制度的意见》（国发[2015]44 号）	意见就如何提高审评审批质量、解决注册申请积压、提高仿制药质量、鼓励研究和创制新药、提高审评审批透明度等目标提出改革方向和措施。
2019 年 8 月	国家药监局	《国家药监局关于扩大医疗器械注册人制度试点工作的通知》（国药监械注〔2019〕33 号）	探索建立医疗器械委托生产管理制度，优化资源配置，落实主体责任。医疗器械注册申请人（以下简称“申请人”）申请并取得医疗器械注册证的，成为医疗器械注册人（以下简称“注册人”）。申请人可以委托具备相应生产能力的企业生产样品，注册人可以将已获证产品委托给具备生产能力的一家或者多家企业生产产品。鼓励集团公司通过注册人制度试点进一步整合、优化资源配置，落实医疗器械注册人主体责任。
2020 年 2 月	市场监管总局 国家药监局 国家知识产权局	《市场监管总局 国家药监局 国家知识产权局支持复工复产十条》（国市监综[2020]30 号）	市场监管总局 国家药监局 国家知识产权局对医用口罩、防护服等医疗器械产品注册、生产许可和检验检测等实施特别措施，合并审批流程。
2020 年 4 月	市场监管总局	《市场监管总局关于支持疫情防控和复工复产反垄断执法的公告》	各省、自治区、直辖市市场监管部门要依法从严从重从快查处妨碍疫情防控和复工复产、损害消费者利益的垄断行为，重点查处口罩、药品、医疗器械、消杀用品等防控物资及原辅材料。

（3）行业主要法律法规政策对发行人经营发展的影响

1）产业支持政策促进了发行人的研发创新

作为国家重点支持的行业，国家产业政策对行业的发展具有积极的促进作用，近年来我国陆续出台一系列法律法规和产业政策，支持医疗器械产业发展：《“十三五”医疗器械科技创新专项规划》提出培育若干年产值超百亿元的领军企业和一批具备较强创新活力的创新型企业，大幅提高产业竞争力，扩大国产创新医疗器械产品的市场占有率；《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》提出促进药品医疗器械产

业结构调整和技术创新，提高产业竞争力；《市场监管总局　国家药监局　国家知识产权局支持复工复产十条》（国市监综[2020]30 号）对医用口罩、防护服等医疗器械产品注册、生产许可和检验检测等实施特别措施，合并审批流程。上述政策对我国医疗器械行业提高自主创新能力、加快新产品创新和产业化起到了积极的推动作用。

2）逐步完善的行业监管体制为发行人经营发展提供良好发展环境

我国医疗器械行业呈现出越来越严格的监管要求，这也将有利于提高医疗器械质量安全水平，促进行业有序竞争和优胜劣汰，提高了行业门槛。在趋严的监管体制下，不同医疗器械企业之间呈现出一定的分化局面，为高标准运营的医疗器械企业的经营提供了良好的发展环境和机遇。自成立以来，在研发、生产及质量管控等方面，公司一直保持较高标准，逐步完善的行业监管体制有利于公司未来的经营发展。

（三）医疗器械行业发展态势

1、医疗器械行业定义

医疗器械是指直接或间接用于人体的仪器、设备、器具、体外诊断试剂及校准物、材料及其他类似或者相关的物品，包括所需要的软件，主要用于医疗诊断、监护和治疗。

《医疗器械监督管理条例》对于医疗器械按照风险程度实行三级分类管理。按照终端客户和产品特性，可大致进行如下分类：

医疗器械产品分类		
医疗机构	医疗设备	监护设备、影像类设备（X 光机、CT、MRI、超声等）； 诊断设备（血液细胞分析仪、生化分析仪等）； 消毒灭菌设备、手术室灯床吊塔等
	耗材	一次性输液设备、纱布、止血海绵等； 骨科、心脏支架等高值耗材； 诊断设备用试剂
家庭	设备与耗材	健康监测：主要包括血压计、血糖仪、体温计、心电监测、听诊器、胎心仪、体重秤等
		康复护理：护理病床、轮椅、助行器（坐厕椅）、助听器、防褥疮垫、静脉曲张袜、护具类
		呼吸支持：呼吸机、制氧机、雾化器
		中医理疗：艾灸系列、刮痧板/拔罐器/针灸类、按摩牵引类
		医疗护理：洗鼻器、膏贴/凝胶类、酒精消毒类、居家耗材、口罩手套

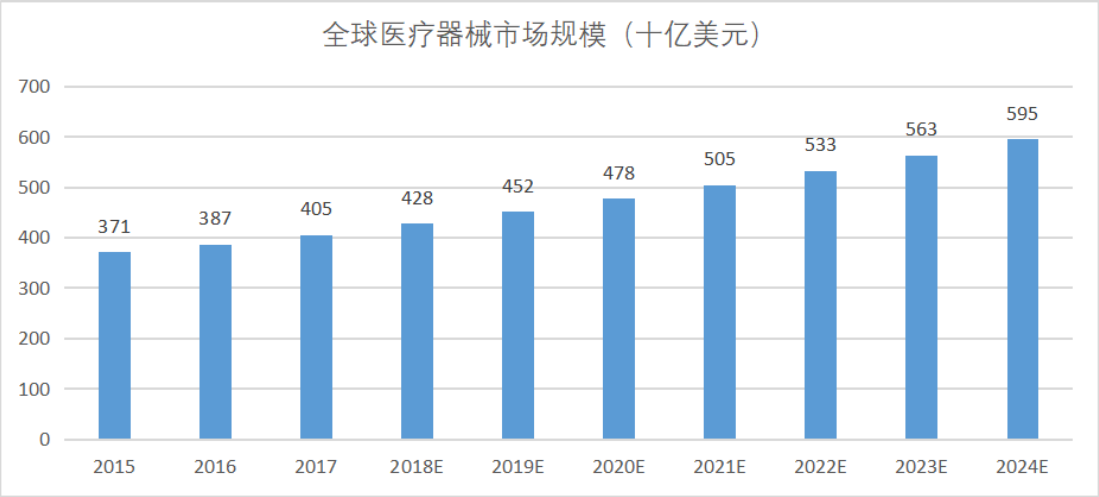
2、医疗器械行业市场概述

医疗器械行业是多学科交叉、知识密集、资金密集型高技术产业，综合了各种高新

技术成果，是将传统工业与生物医学工程、电子信息技术和现代医学影像技术等高新技术相结合，具有高壁垒、集中度高的特点，是一个国家制造业和高科技发展水平的标准之一。

（1）受益于需求端驱动，全球医疗器械行业持续稳定增长

医疗器械的发展与医疗健康行业整体发展强相关，医疗健康行业发展受经济周期影响相对较小，行业稳定性较高。随着全球人口自然增长，人口老龄化程度提高，医疗健康行业的需求将持续提升；此外，发展中国家经济增长提高了消费能力，全球范围内长期来看医疗器械市场将持续保持增长的趋势。根据 Evaluate MedTech 统计，2017 年全球医疗器械市场规模为 4,050 亿美元，2024 年全球医疗器械市场销售额预计将达到为 5,950 亿美元，2017-2024 年的 CAGR 为 5.6%[4]。具体情况如下图所示：



（2）全球各地区医疗器械发展阶段各异

从区域来看，欧美日等发达国家和地区的医疗器械产业发展时间早，对医疗器械产品的技术水平和质量要求较高，市场需求以产品升级换代为主，市场规模庞大，增长稳定。而以中国为代表的新兴市场是全球最具潜力的医疗器械市场，产品普及需求与升级换代需求并存，近年来增长速度较快。

美国是医疗器械最主要的市场和制造国，占全球医疗器械市场约 40%市场份额。美国医疗器械行业拥有强大的研发实力，技术水平世界领先。

欧洲是全球医疗器械第二大市场和制造地区，占全球医疗器械市场约 30%市场份额。

[4]数据来源：Evaluate MedTech《World Preview 2018,Outlook to 2024》

德国和法国是欧洲医疗器械的主要制造国。法国是仅次于德国的欧洲第二大医疗器械制造国，也是欧洲主要医疗器械出口国。

日本是全球一个重要的医疗器械制造国，基于其工业发展基础，日本在医疗器械行业的优势主要体现在医学影像领域。

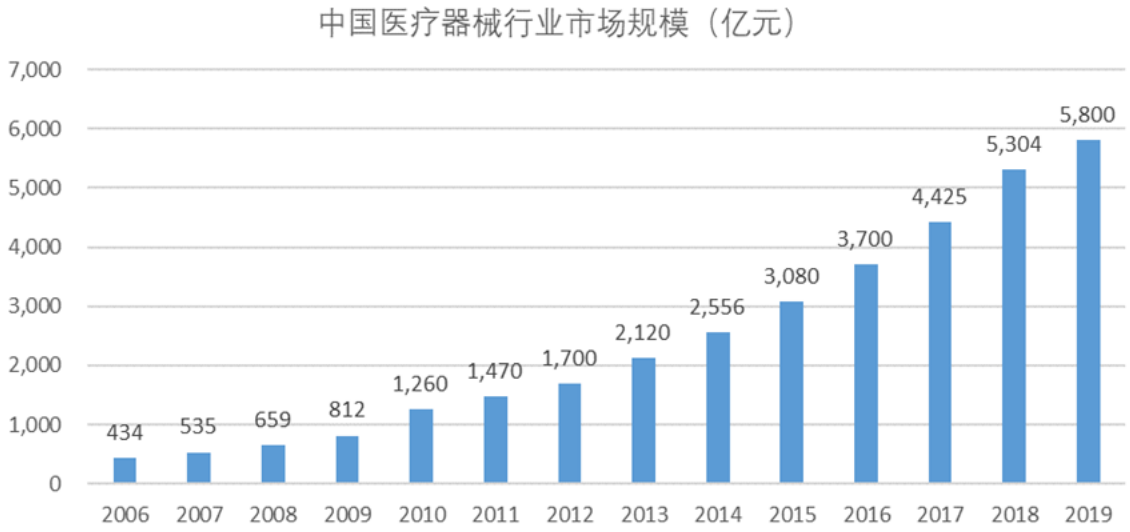
我国医疗器械产业虽然起步较晚，但发展速度远超全球整体水平，目前已成为全球医疗器械的重要生产基地，占全球医疗器械市场约 14%市场份额，在多种中低端医疗器械产品领域，产量居世界第一。我国高端医疗器械市场大部分份额由外资企业占领。

（3）我国医疗器械市场增长迅速，发展空间广阔

相较于全球医疗器械市场，我国医疗器械市场起步较晚。医疗器械的整体发展大致分为三个阶段：第一阶段是我国建国到 1978 年，1952 年国家诞生了第一台 X 光机，X 光机的诞生奠定了医疗器械成为大健康领域里的一个分支，实现从无到有的过程；第二阶段是 1978 年到 2000 年，医疗器械迎来了高速发展的阶段，我国处于追赶国际先进水平的阶段；第三个阶段是 2000 年以来，我国医疗器械行业从仿制发展到个别产品市场技术逐渐超越。

医疗器械行业属于国家重点支持的战略新兴产业，伴随着经济的快速发展，我国医疗器械行业增长迅速，根据 WIND 和中国医药物资协会的数据显示，行业规模从 2006 年的 434 亿元增长至 2019 年的 5,800 亿元，年均复合增长率约为 22.07%[5]，远高于同期国内 GDP 增速及全球医疗器械行业平均增速。

[5]数据来源：WIND 和中国医药物资协会发布的《2019 年中国医疗器械行业发展蓝皮书》



与国际医疗器械市场相比，我国医疗器械市场还有巨大的成长空间。我国医疗器械消费与发达国家相比，人均医疗器械消费支出尚处于较低水平，未来提升空间巨大。2017 中国年人均医疗器械费用仅为 6[6]美元，美国的人均医疗器械费用为 329 美元，约为中国的 55 倍。随着中国经济不断发展，人民生活水平和医疗保健意识的不断提高，城镇化、人口老龄化的不断加深以及医疗保险覆盖率的提高，国内医疗需求将不断释放，同时我国政策对于医疗器械行业的大力支持，未来我国医疗器械产业存在非常宽广的发展空间。



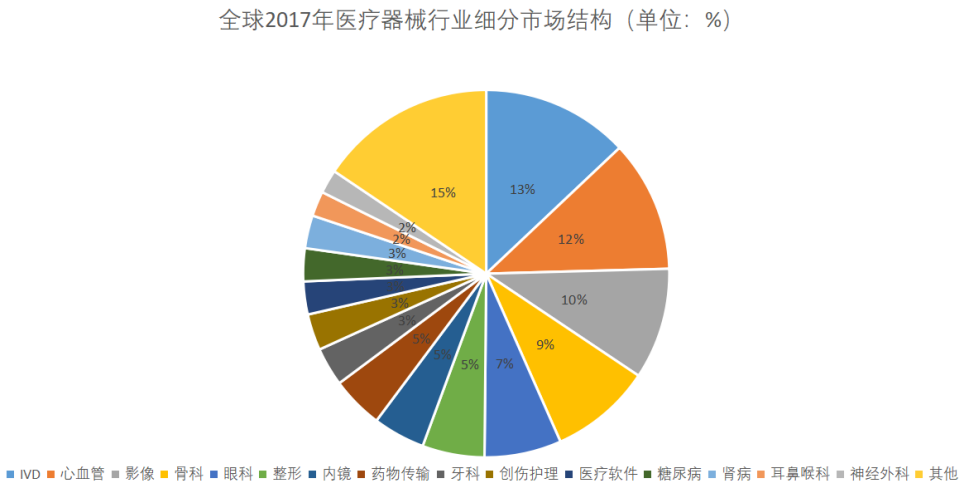
随着全球制造业产能转移以及国内装备制造能力的提升，中国已经成为医疗器械的重要出口国，医疗器械出口规模逐年提升。根据国家统计局数据，2018 年我国医疗仪

[6]数据来源：东吴证券：《鱼跃医疗（002223.SZ）：家用医疗器械、医用医疗器械双擎动力开启持续增长模式》

器及器械出口总金额为 113.99 亿美元，自 2009 年以来复合年均增长率达到 10.7%[7]。随着中国医疗器械企业技术提升和规模壮大，高技术、高附加值产品的出口还将逐渐扩大，中国医疗器械企业将在全球医疗器械贸易中承担更为重要的作用。

（4）医疗器械细分市场结构分析

从全球医疗器械的市场结构来看，根据 EvaluateMedTech 统计，2017 年，IVD 领域仍是医疗器械细分领域中销售额排名第一的领域，销售额达到 526 亿美元，占比达到 13%[8]；心血管、影像、骨科、眼科则分别排名第二到第五，占比分别为 11.6%、9.8%、9.0%、6.8%。

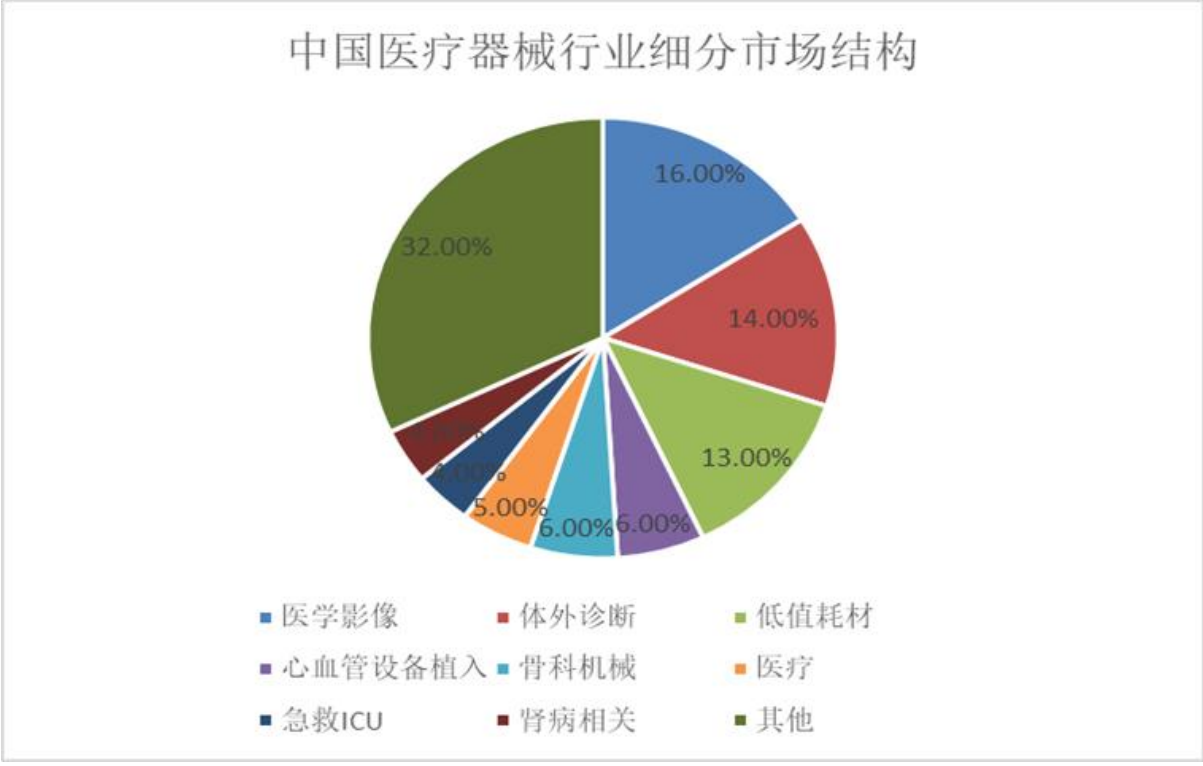


从我国 2018 年医疗器械的市场结构上来看，占比前五的细分行业与全球市场结构相同，都是医学影像、体外诊断、低值耗材、心血管设备植入和骨科器械，排名前五的细分行业整体占比超过 55%[9]；与全球医疗器械市场结构不同的是，中国医疗器械市场上，医学影像类设备占比最大，其次为体外诊断，低值耗材排在第三位。

[7]数据来源：国家统计局

[8]数据来源：EvaluateMedTech《WorldPreview2018,Outlookto2024》

[9]数据来源：前瞻产业研究院《中国医疗器械行业竞争格局与领先企业分析报告》



家用医疗器械行业产品品类众多，且未在医疗器械细分市场结构中独立分类。从产品种类来看，医疗器械细分市场结构中体外诊断、低值耗材和其他类包括了家用医疗器械产品。

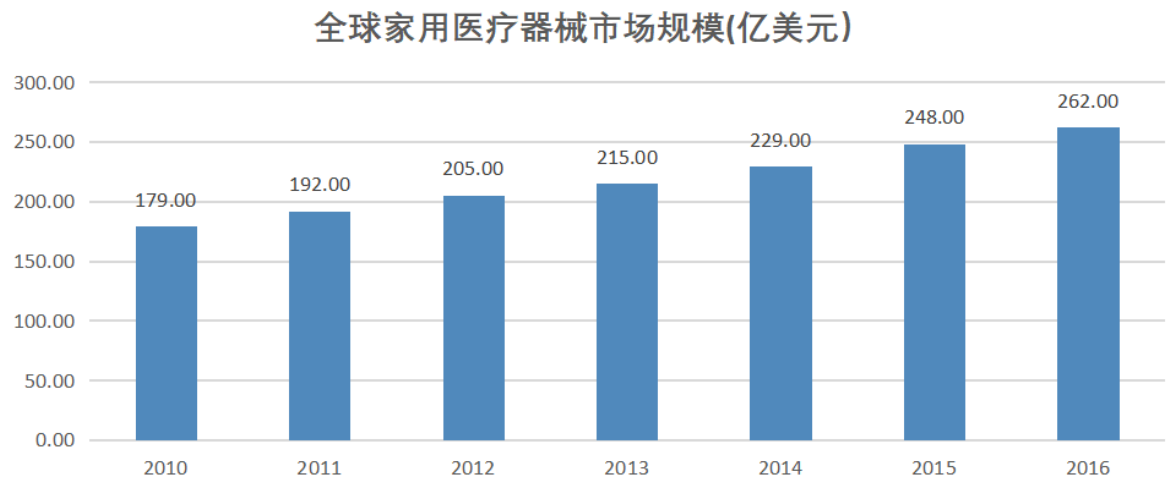
（四）公司所处细分行业的发展态势

1、家用医疗器械行业市场概况

（1）全球家用医疗器械市场情况

随着全球老龄化程度逐渐加深，人民保健意识日益增强以及互联网、物联网等技术的快速渗透与发展，使得医疗动机也呈现出多层次，多样化的趋势，催生了医疗器械的家用需求，家用医疗器械产品的市场需求逐年稳步提升，尤其在检测、康复及保健领域，各类智能化医疗器械成为家庭必备产品。根据 WIND 数据统计，全球家用医疗设备市场规模持续扩增，从 2010 年的 179 亿美元增至 2016 年的 262 亿美元，年均复合增长率达到 6.56%[10]。

[10]数据来源：WIND

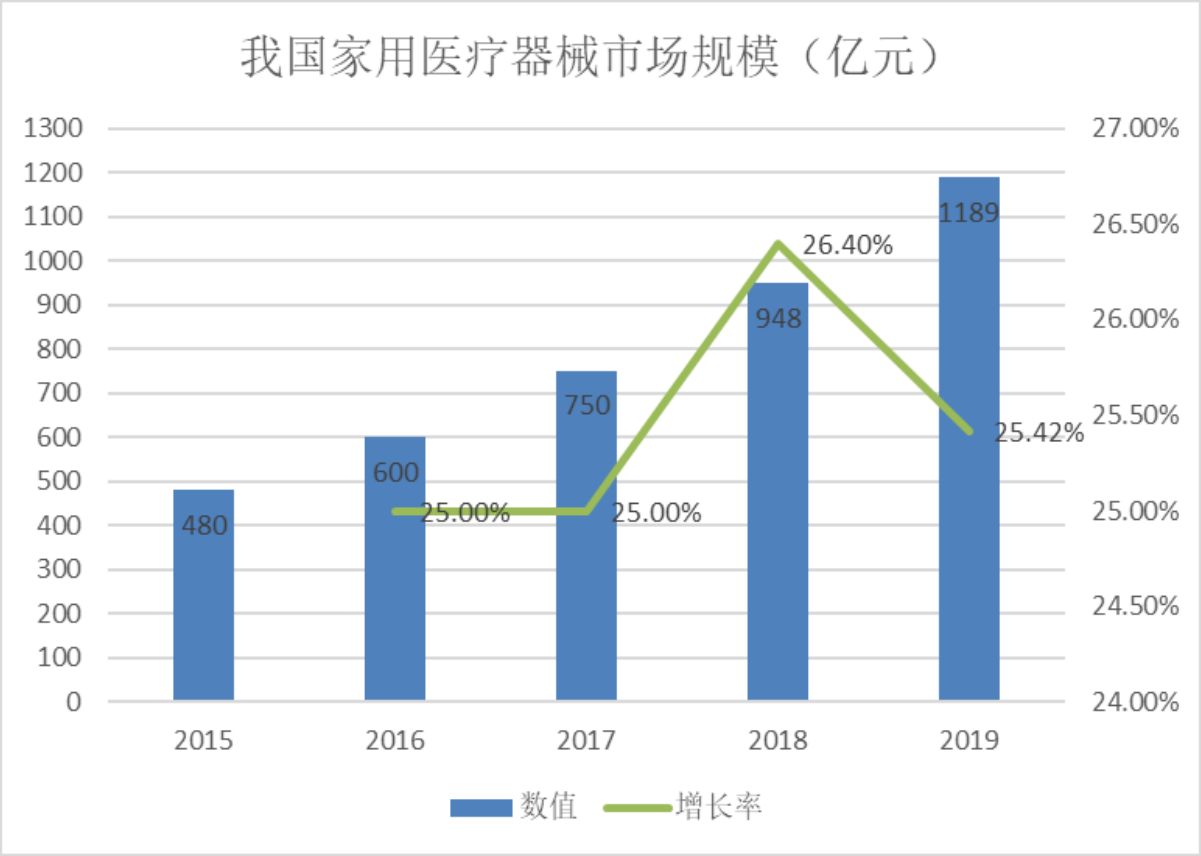


从市场需求的地域分布来看，家用医疗器械产品的主要需求地区是经济发达及相对比较发达的国家，主要用户所在区域是美国、欧洲、日本，次要区域是中国、南美、东南亚、南亚、大洋洲（澳大利亚、新西兰）和中东，非洲、中亚、中美洲和大洋洲其它国家是需求最弱的地区。

（2）我国家用医疗器械市场情况

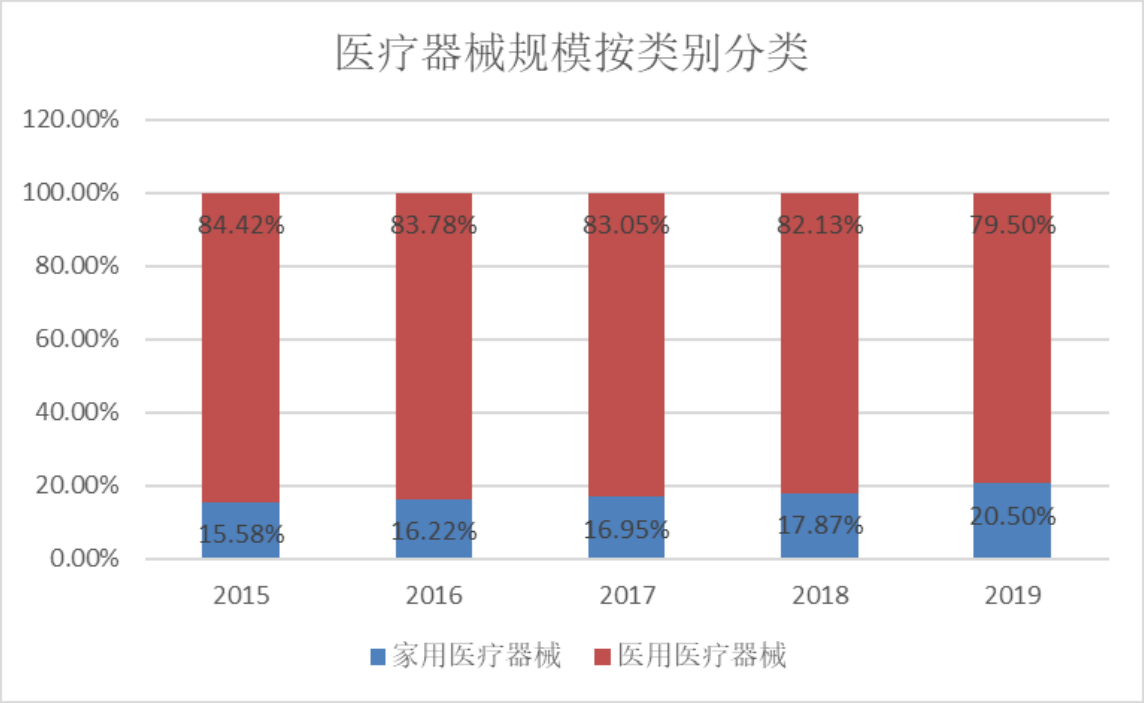
从市场发展空间看，在人口老龄化加速、国人消费能力提升和健康意识加强、行业政策大力支持以及自主研发技术水平提高等多因素的驱动下，我国家用医疗器械市场规模持续高速增长。根据《中国医疗器械蓝皮书（2020）版》数据统计，我国家用医疗设备增速超过整体医疗设备，且占比逐年增高，市场规模从 2015 年的 480 亿元，发展至 2019 年的 1,189 亿元，年均复合增长率为 25.45%[11]。

[11]《中国医疗器械蓝皮书（2020）版》 销售包含全渠道（批发、电商、线下门店、医院）



在部分发达国家，家用医疗器械已经占到整个医疗器械产业的 40%[12]，尽管我国医疗器械市场经过了快速的发展，我国近几年比例在 17%左右，还远远低于这一比例，由此来看，我国家用医疗器械仍存在广阔发展空间。未来随着国家政策大力支持、人口老龄化加速、居民消费升级以及家庭医疗保健场景更加普及，我国家用医疗器械市场将继续保持高速发展。

[12]《中国医疗器械蓝皮书（2019）版》 销售包含全渠道（批发、电商、线下门店、医院）



（3）家用医疗器械产品发展趋势

公司所属的家用医疗器械行业相较公用医疗器械而言，具有操作简单、体积小巧、携带方便等特点，适合家庭或个人购买及使用。家用医疗器械产品的主要特点如下：

1）研发及工业设计要求高

家用医疗器械产品技术变化较快，新功能、新设计层出不穷，消费者对家用医疗器械产品的功能及外观设计越来越重视，对产品的实用性、性能质量及美观度也提出了更高的要求。因此行业内企业的竞争不再是价格的竞争，企业的研发、设计能力在一定程度上决定产品在市场上的竞争力。

2）生产多品种且质量要求较高

家用医疗器械行业具有高度的多样性，医疗器械产品丰富，其创新活力强，消费者对其外形及功能要求各异，因此生产企业的生产线必须具备一定的弹性，能够迅速在不同产品、不同型号间完成切换，必须具备多品种的生产能力。另外，家用医疗器械产品直接关系着用户的健康，因此用户对产品的质量要求较高，生产企业必须具备较强的质量管控能力。

3）产品发展空间大

在老龄化加速及居民消费升级等因素的推动下，我国家用医疗器械产品市场快速发

展，成为医疗器械领域中增长最快的子行业之一。我国家用医疗器械产品市场规模从2015年的480亿元，发展至2019年的1,189亿元，年均复合增长率为25.45%[13]。

随着科技的不断发展进步，未来家用医疗器械产品将朝着智能化、多功能、可穿戴及远程医疗方向发展。

①智能化

在智能化方面，家用医疗器械产品将逐步具备数据传输、数据储存及数据分析功能，并将监测数据上传至健康云平台，用户能够通过移动智能终端登录用户端，从而了解个人的健康数据。此外也能以健康数据为基础建立健康云平台，对用户的健康数据进行分析，提供健康指导。

②多功能

多功能是指赋予一个家用医疗器械产品多种功能，比如一个设备可以完成测量血压、血脂、血糖等多项功能。人的各项健康数据或多或少存在一定的关联，例如心血管疾病在发病前，都会伴随高血脂、肥胖、高血压、糖尿病等症状，如果可以及时监测到这些数据，找到主导因素，并改变不良生活习惯，可以很好的控制心血管病。另外，产品的多功能，还可以节约用户的购买成本。

③可穿戴

可穿戴主要是指进行长时间的动态健康数据监测，以提供更全面的健康数据信息，提高诊疗水平。同时，在长时间的数据监测中，一旦发现异常的数据信息便可发出预警。

④远程医疗

远程医疗是建立在智能化的家用医疗器械产品的基础上，个人健康数据传送至健康云平台后，健康云平台再将数据传送至相应的医院或医生，由医生出具初步的诊断或直接在线交流回答患者的紧急咨询，从而达到远程医疗目的。

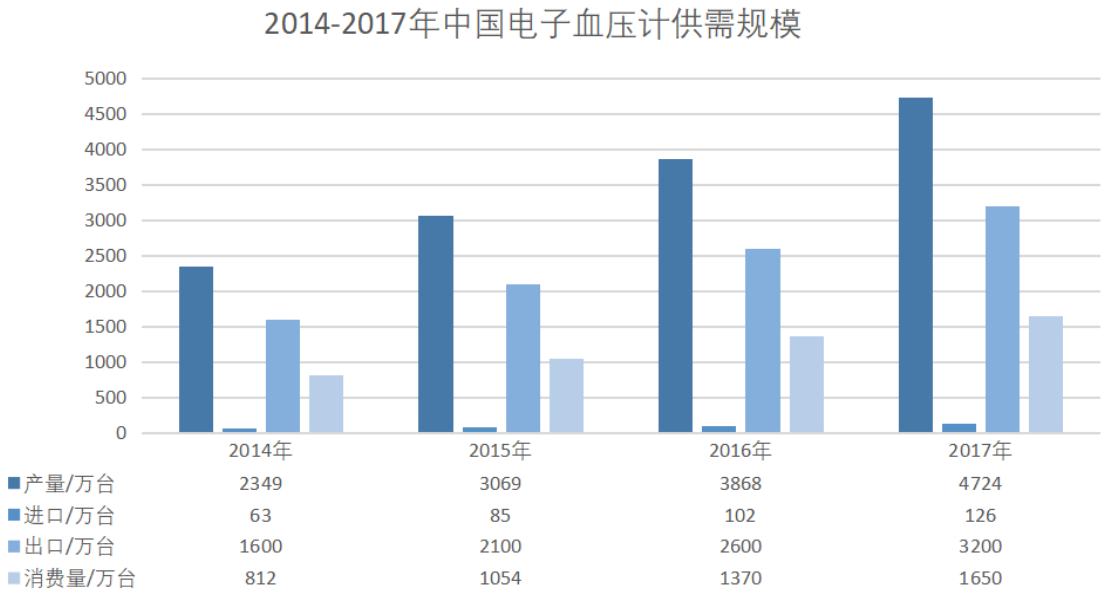
2、家用医疗器械行业主要产品市场概况

（1）电子血压计

高血压人群越来越多，已成为威胁人们身体健康的主要病种之一。根据国家心血管

[13]《中国医疗器械蓝皮书（2020）版》 销售包含全渠道（批发、电商、线下门店、医院）

病中心 2019 年 10 月 8 日发布的《【NCCD·高血压日】十八岁以上知晓血压》显示，中国高血压患病率 27.9%，患病人数高达 2.7 亿，全国每四个成年人就有一人患高血压。高血压并发症更是不容忽视，临床上常见的并发症类型为心血管病。高血压最大的危害在于知晓率低，约有 50%的患者并不会感觉到自己患病，不会出现明显的症状。高血压人群的增加，促使人们越来越重视对血压值的日常测量及监控，对电子血压计的需求也不断增长。

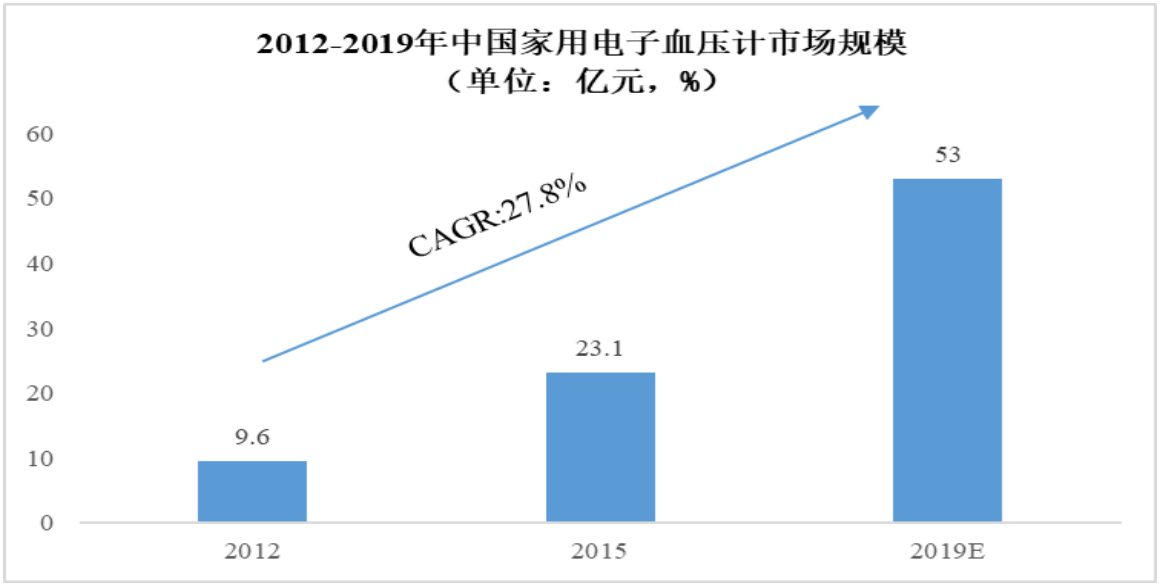


目前，电子血压计的市场需求以经济比较发达的国家为主，如美国是世界上最大的电子血压计消费市场，日本、德国、荷兰紧随其后。我国是电子血压计生产大国，电子血压计的产量约占全球的 90%左右，因此我国电子血压计产品既要满足国内需求，又要出口到国外。据统计，2017 年我国电子血压计产量为 4724 万台，进口量为 126 万台，出口量为 3200 万台，国内消费量为 1650 万台。我国电子血压计的普及率由 2012 年的 1.2%提高到 2017 年的 5%左右，而美国和日本等发达国家的电子血压计普及率为 50%和 60%[14]，我国电子血压计市场空间巨大。

根据前瞻测算结果，2019 年中国电子血压计的理论市场规模为 53 亿元，2012-2019 年市场规模的年均复合增长率达到 27.8%。2016 年，中国政府向联合国交存《关于汞的水俣公约》批准文书，成为公约第三十个批约国。2020 年起逐步淘汰水银器械，2026 年起全面禁止生产，其中涉及包括水银温度计、水银血压计在内的众多产品。随着禁汞

[14]数据来源：中国报告网：《2019 年中国电子血压计行业分析报告-市场规模现状与发展趋势分析》

逐步实施，电子血压计的市场规模将会实现快速增长。



数据来源：国家卫健委《中国高血压防治现状蓝皮书 2018》，国家疾控中心，前瞻产业研究院

根据生意参谋的统计数据，天猫平台上电子血压计销售额靠前的品牌主要有鱼跃、欧姆龙、可孚等品牌，按照天猫平台上该类产品所有品牌的交易指数排名，发行人自有品牌“可孚”2019 年 12 月排名第 3、2020 年 12 月排名第 2。

（2）红外体温计

红外体温计与传统水银体温计相比，具有测量速度快、无污染的特点。近几年，随着中国居民消费水平的提高，红外体温计产品销量正呈现较快增长态势，形成了可孚、鱼跃等国内众多品牌与欧姆龙、博朗等国际品牌共同竞争的市场格局。在 2020 年新冠疫情期间，额温枪作为重点防疫物资为稳定疫情发挥了重要作用。根据第三方数据，2017 年中国电子体温计的市场规模超过 17 亿元[15]。新思界产业研究中心发布的《2019-2024 年中国红外体温计行业市场深度调研及发展前景预测报告》显示，2018 年，中国额温枪销量超过 200 万台，销售额突破 2 亿元。

非接触红外测温仪在技术上得到迅速发展，性能不断完善，功能不断增强，品种不断增多，适用范围也不断扩大，市场占有率逐年增长。红外体温计由于方便、快捷、可无接触测量等优点，逐渐替代传统的水银体温计和电子体温计，成为不少家庭、医院机构等使用的测温仪器。2020 年受新冠肺炎疫情影响刺激大量需求，红外体温计迎来发展机遇。根据智研咨询发布的《2020-2026 年中国额温枪行业市场前景规划及投资盈利

[15] 数据来源：川财证券，《家用器械领军企业，临床协同迎风起航》

预测报告》显示： 2019 年我国电子体温计市场规模市场规模突破 20 亿元，预计 2020 年市场规模将超 26 亿元。

根据生意参谋的统计数据，天猫平台上红外线体温计销售额靠前的主要有可孚、博朗、鱼跃等品牌，按照天猫平台上该类产品所有品牌的交易指数排名，发行人自有品牌“可孚”2019 年 12 月排名第 2、2020 年 12 月排名第 1。

（3）家用血糖仪

糖尿病作为一项重要的公共卫生问题，已逐渐成为中国乃至全球高度重视的四大非传染性疾病之一。根据国际糖尿病联盟 2019 年发布的第九版全球糖尿病数据显示，全球糖尿病患病人数不断上升，全球平均增长率为 51%，到 2019 年已有 4.63 亿糖尿病患者，其中中国糖尿病患者人数位居全球第一，达到 1.164 亿人。按照增长趋势，预计到 2045 年全球将有 7 亿糖尿病患者。此外，成年人中未诊断糖尿患者比例达 1/2，达到 2.32[16] 亿人。

世界上依然没有有效的糖尿病治疗方法，关键在于预防和控制。《中国血糖监测临床应用指南（2015 年版）》中提到，循证医学证据证明血糖监测可有效降低糖尿病并发症的发生风险，正因为如此，在糖尿病防治领域中血糖监测与口服降糖药、胰岛素等药品处于同等重要地位。

近年来，国内糖尿病的发病率及患病率逐年升高，但仅有 5%的患者拥有自己的血糖监测仪，而欧美国家这个比率高达 90%[17]以上，可见我国的血糖仪市场潜力很大。当前全球血糖监测系统市场容量达 150 多亿美元，我国血糖监测系统市场规模约 80 亿元。其中，国内血糖仪市场规模约 15 亿元，血糖试纸销售收入约 65[18]亿元。根据新思界产业研究中心的研究，中国便携式血糖仪市场需求量从 2013 年的 860.7 万个增长到 2017 年的 1291.3 万个，年均复合增长率 10.67%。目前我国血糖监测系列整体市场渗透率约为 40%，相比发达国家 90%的渗透率，还存在巨大的增长空间，即使与全球平均渗透率水平 60%相比，仍有较大的发展潜力。

[16] 数据来源：国际糖尿病联盟（IDF）《全球第九版糖尿病地图》，https://diabetesatlas.org/en/

[17]数据来源：中国行业研究网《2014-2018 年血糖仪行业国内外市场供需预测及投资潜力研究咨询报告》

[18] 数据来源：新时代证券：《鱼跃医疗（002223.SZ）：从管理到销售全面变化驱动内生增长提速，品牌+渠道优势显著的家用医疗器械龙头》

2019年中国家用血糖仪市场规模（单位：亿人，亿元，%）

指标	数值
中国糖尿病患者（亿人）	1.16
血糖仪平均价格（元）	400
血糖仪渗透率（%）	0.4
中国血糖仪市场规模（亿元）	186

数据来源：国际糖尿病联合会（IDF）第 9 版《IDF 全球糖尿病概览》

根据生意参谋的统计数据，天猫平台上血糖监测系列销售额靠前的主要有拜安康、雅培、三诺等品牌，按照天猫平台上该类产品所有品牌的交易指数排名，发行人自有品牌“可孚”2019 年 12 月排名第 10、2020 年 12 月排名第 9。

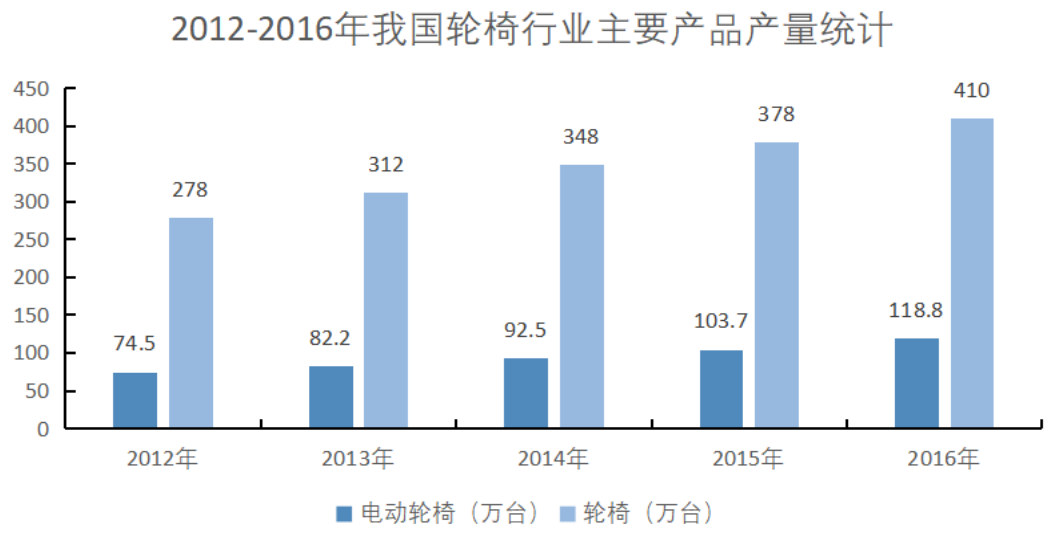
另外，随着我国糖尿病患者数量的不断上升，将为国内家用血糖仪市场带来稳定的增长，预计 2023 年，中国家用血糖仪市场需求量增长速度为 5.5%[19]。

（4）电动轮椅

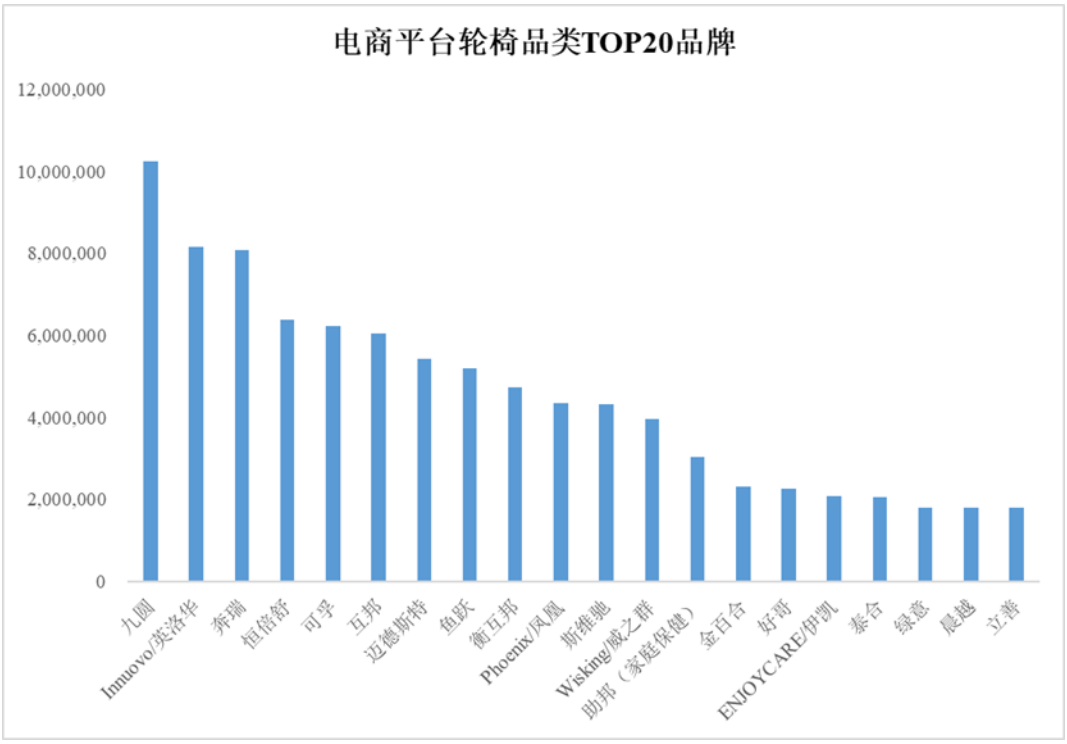
随着老龄化的加深，行动不便人群数量不断提高，其中包括了 8,502 万残疾人、每年多达 200 多万的脑中风患者、650 万老年痴呆患者、近 400 万由糖尿病等慢病导致行动不便患者，并且每年新增因车祸，工伤，其他意外下肢伤残者超过 50[20]万人。因此这是一个庞大特殊的群体，其对轮椅的需求也逐渐由普通金属轮椅向更加方便、快捷的电动轮椅升级，尤其是长期行动不便人群对电动轮椅的需求更加迫切。由于电动轮椅对比普通轮椅，其价格提高了 5 倍以上，在挖掘市场潜力的同时，更是直接扩张了轮椅的市场规模。

[19]数据来源：新思界产业研究中心：《2018-2022 年中国便携式血糖仪行业市场行情监测及未来发展前景研究报告》

[20]数据来源：东吴证券：《鱼跃医疗（002223.SZ）：家用医疗器械、医用医疗器械双擎动力开启持续增长模式》



我国现已有 100 家以上的普通轮椅生产企业，国内约有 60 家以上的电动车和电动轮椅生产厂商，电动轮椅（含轮椅式电动代步车）的产量约占轮椅总产量 20～30%，而具有室内外通用特点的真正意义上的电动轮椅产品只占电动轮椅产品总产量的 10%，2016 年国内电动轮椅产量约为 118.8[21]万台。



数据来源：AgeClub 新老年商业研究院

根据生意参谋的统计数据，天猫平台上轮椅销售额排名靠前的主要有鱼跃、英洛华、

[21] 数据来源：中国产业信息网：http://www.chyxx.com/industry/201708/555459.html

吉芮等品牌，按照天猫平台上该类产品所有品牌的交易指数排名，发行人自有品牌“可孚”2019 年 12 月排名第 5、2020 年 12 月排名第 4。

（5）助听器

根据世界卫生组织（WHO）推算，全球大约有 4.66 亿人患有残疾性听力损失，65 岁以上人群中近三分之一受到残疾性听力损失影响。除非采取行动，否则到 2030 年将有近 6 亿人罹难残疾性听力损失，到 2050 年，这个数字可能会增加到 9[22]亿以上。经中国残联、国家卫生计生委有关部门批准，中国聋儿康复研究中心等专业机构 2015 年前后开展了最新一次全国听力障碍与耳病调查，调查发现，我国 15.8%的人患听力障碍，约合 2 亿人；患致残性听力障碍，即中度以上听力障碍的人占总人口的 5.2%，约 7000 万人[23]。

听力损失者可以从助听器和植入人工耳蜗等装置获益。目前全球助听器产量不到全球需求的 10%，而发展中国家的产量不到 3%。我国是世界上耳聋人数最多的国家之一，中国助听器佩戴率不足 5%，而发达国家的佩戴率约为 30%[24]，这为我国助听器产业的发展提供巨大的发展空间。随着中国助听器产业制造水平的提升，内销市场的不断扩展、出口市场的稳步增长，近年来我国助听器产业取得了一定的进展。我国助听器出口量从 2009 年的 852.7 万台增长到 2018 年的 1702.4 万台，年均复合增长率为 7.98%，销售量从 2009 年的 222 万台增长至 2017 年的 855.5 万台，年均复合增长率为 18.37%[25]。根据智妍咨询集团报告，预计到 2020 年我国助听器产业市场规模将达到 50[26]亿元。

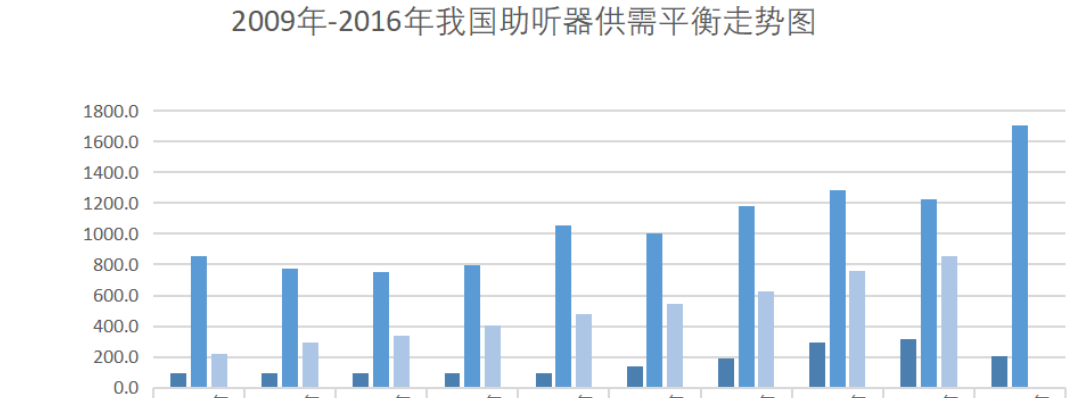
[22] 数据来源：世界卫生组织： https://www.who.int/zh/news-room/facts-in-pictures/detail/deafness

[23] 数据来源：新华网：http://www.xinhuanet.com//2017-03/02/c_1120556896.htm

[24] 数据来源：央广网：http://gongyi.cnr.cn/list/20170618/t20170618_523806502.shtml

[25] 数据来源：WIND

[26] 数据来源：智研咨询集团《2015-2020 年中国助听器行业运营状况分析及投资前景研究报告》



	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
进口（万个）	91.1	91.9	91.8	91.2	93.8	142.4	190.7	293.6	319.8	204.5
出口（万个）	852.7	771.8	752.8	797.6	1051.9	1001.4	1178.3	1282.2	1222.7	1702.4
销量（万个）	222.0	292.4	335.4	406.5	476.3	545.1	626.9	761.9	855.5	

（6）口罩

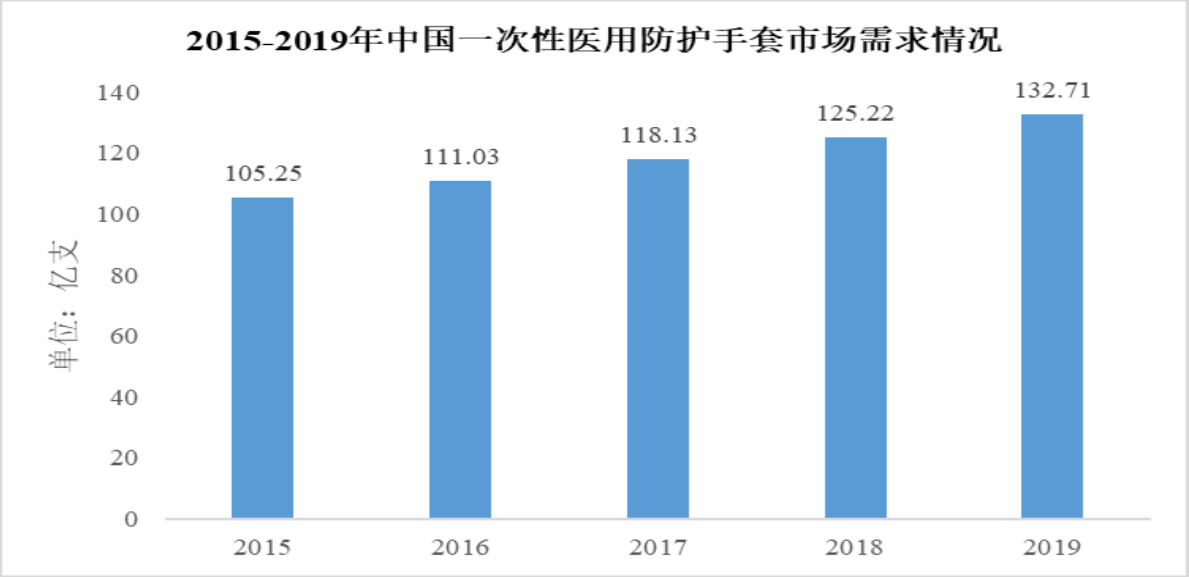
据国家发改委数据显示，截止 2020 年 2 月 29 日，包括普通口罩、医用口罩、医用 N95 口罩在内，全国口罩日产能达到 1.1 亿只，日产量达到 1.16 亿只。

从我国大陆地区口罩产值数据来看，口罩产业产值保持高速稳定增长的态势，年均增长率超过 10%。而新冠疫情大幅推动中国口罩产业的产值增长。从 2019 年的数据看，在各类口罩中，医用口罩占比超过一半，达到 54%，艾媒咨询分析师认为，2020 年中国大陆地区口罩产值中，医用口罩的产值比例将有大幅提升，比例将超过 94%。

根据生意参谋的统计数据，天猫平台上口罩销售额排名靠前的主要有可孚、稳健、振德等品牌，按照天猫平台上该类产品所有品牌的交易指数排名，发行人自有品牌“可孚”2019 年 12 月排名第 1、2020 年 12 月排名第 1。

（7）一次性防护手套

随着我国经济的不断进步，以及非典、H1N1、新冠肺炎等特殊事件的刺激，人们的消费观念和消费习惯不断变化，一次性手套行业得到快速发展。根据国家统计局公布的数据，2019 年中国卫生技术人员达 1010 万人，按照国外医疗行业 60%以上的人员消耗防护手套的比例估算，每人每天消耗 6 支手套，2019 年需求量达到 132.71 亿支。在新冠病毒肺炎疫情的影响下，使得医护人员及民众对防护手套需求暴增。同时，疫情将提升个人健康防护意识，一次性手套市场潜力巨大。



数据来源：赛迪顾问《2020 年医用防护用品产业研究》

根据生意参谋的统计数据，天猫平台上一次性手套销售额排名靠前的主要有可孚、爱马斯、维德等品牌，按照天猫平台上该类产品所有品牌的交易指数排名，发行人自有品牌“可孚”2019 年 12 月排名第 1、2020 年 12 月排名第 9。

（五）行业发展面临的机遇和挑战

1、行业发展面临的机遇

（1）国家产业政策的大力支持保障了家用医疗器械产品的稳步发展

医疗器械是医疗卫生体系建设的重要基础，具有高度的战略性、带动性和成长性，已成为一个国家科技进步和国民经济现代化水平的重要标志。为加快推进医疗器械产业发展，更好地满足广大人民群众健康需求，支持我国医疗卫生服务体系建设，国家在政策层面给予医疗器械行业大力扶持。

在国家宏观发展规划层面，《“十三五”规划》提出提升新兴产业支撑作用，支持包括高性能医疗器械在内的新兴产业发展壮大；《“十三五”国家科技创新规划》提出重点部署医疗器械国产化在内的重点任务；《“健康中国 2030”规划纲要》提出提高具有自主知识产权的医学诊疗设备、医用材料的国际竞争力；《中国制造 2025》提出提高医疗器械的创新能力和产业化水平。在医疗卫生及医药产业发展规划层面，《关于促进医药产业健康发展的指导意见》、《深化医疗卫生体制改革 2016 年重点工作任务》、《国务院办公厅关于促进医药产业健康发展的指导意见》、《全国医疗卫生服务体系规划纲要（2015-2020）》等提出培育医疗器械新兴业态，支持创新产品推广，深化审评

审批改革等。上述政策对我国医疗器械行业提高自主创新能力、加快新产品创新和产业化起到了积极的推动作用。

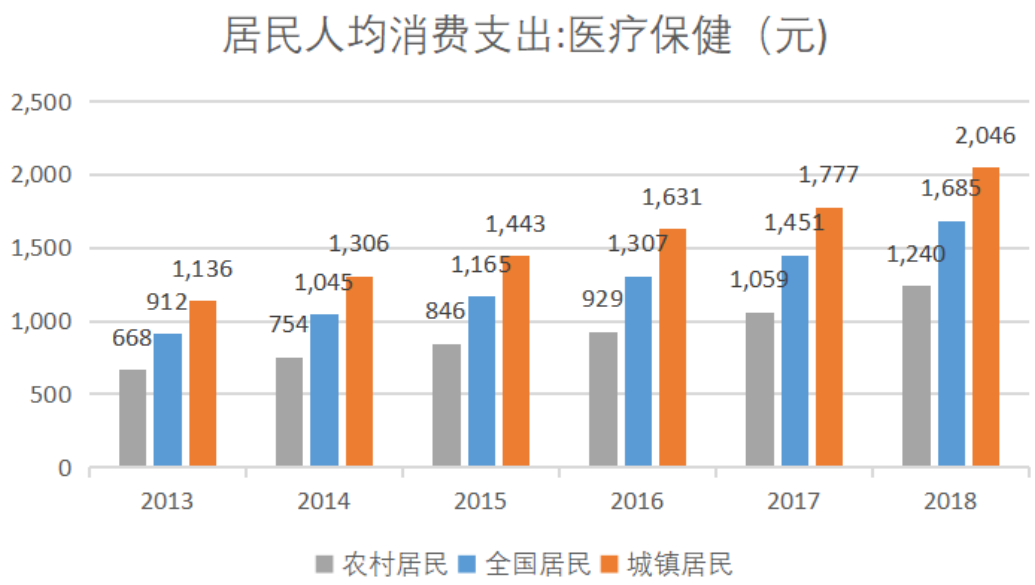
（2）人口老龄化进程加速给家用医疗器械产品带来旺盛的需求

人口老龄化是医疗需求增长的源动力，2019 年，我国 65 周岁及以上人口达 1.76 亿，占总人口的 12.6%[27]，人口老龄化程度持续加深。根据世界银行发布的《中国养老服务的政策选择：建设高效可持续的中国养老服务体系》报告，我国人口老龄化在未来相当时间内仍将持续，预计到 2050 年，中国 65 岁及以上老年人口占总人口比例将会达到 26%。随着老年人医疗保健需求的急剧增加，现有医院床位及护理能力难以满足老年人的慢性疾病或残疾医疗护理需求，老年人的健康护理逐步向家庭转移，从而带动家用医疗健康电子产品的市场需求。

（3）居民医疗保健支出的提高和消费者医疗保健意识的增强，提升了消费者对家用医疗器械产品的消费能力

随着居民收入水平的不断提升和国家财政划拨力度的增强，我国居民家庭人均医疗保健支出持续高速增长，根据国家统计局数据，2013 年至 2018 年，我国居民人均医疗保健消费支出从 912 元增长到 1,685 元，年均复合增长率 13.06%，城镇居民和农村居民的年均复合增长率分别为 12.49%、13.17%。国内持续增加的医疗保健支出推动了医疗器械需求的快速增长。然而，与全球人均医疗器械消费水平相比，我国医疗器械人均消费尚有很大的提升空间,我国居民人均医疗保健支出占人均 GDP 比重自 2013 年以来逐步提高，但水平仍然较低，2018 年该比重为 2.61%，美国 2016 年人均医疗卫生支出占人均 GDP 比重为 17.04%。

[27] 数据来源：央视网，https://news.cctv.com/2021/01/10/ARTIOIm4APpWS4ulw3DzRaPx210110.shtml



未来随着老龄化时代的加速到来，我国居民的卫生健康和医疗保健意识不断提升，对健康问题日益重视，不再仅仅考虑医疗器械产品的价格，而是日益重视质量和性能，使得我国医疗器械行业中的优质产品，尤其是能显著为患者带来精准性、安全性和疗效的产品，越来越得到市场的认可和接受。

（4）物流和电商的高速发展大力推动家用医疗器械的普及

在电商行业蓬勃发展的大趋势下，随着政策和资本的支持力度不断增强、信息技术及物流基础设施的不断发展，电商已经成为家用医疗器械行业的一个重要销售渠道。家用医疗器械行业也是整个医疗器械行业中与电商结合得最紧密的一个细分行业。方便快捷的购物体验、高效且新颖的营销方式，充分激发出消费者购买需求及对产品的可触及性。同时在市场竞争越来越充分的环境下，未来的销售渠道将打通以地域划分销售区域的壁垒，医疗健康行业整体的前端销售渠道将会偏重于电商。家用医疗器械领先企业于 2013 年左右纷纷设立电子商务部，在天猫、京东等主流电商平台建立电商渠道，且实现了高速增长。

（5）科学技术的进步、医疗水平的提升加速了本行业的发展

技术进步是医疗器械行业发展的重要动力。医疗器械行业集医疗技术、软件开发、高端装备制造集成技术、计算机技术等多学科于一体，随着该等技术的发展，医疗器械产品的性能不断提升、应用领域逐渐扩大，也促进了医疗器械设备的更新换代，并创造新的市场需求。

此外，随着制造业技术水平的提高，我国医疗器械行业自主创新能力得到极大提高，同时也培育了一批具备相关技术知识的创新型和复合型人才，一批拥有自主知识产权和核心竞争力的优秀企业逐渐涌现，国内外企业技术差距逐步缩小，国内企业市场份额逐年扩大，我国将逐渐承接全球医疗器械制造业的产能转移，成为全球医疗器械制造中心，国内优质企业将进一步参与全球竞争，逐步实现进口替代。

2、行业发展面临的挑战

（1）国际巨头的竞争

国外大型医疗器械制造商凭借其雄厚的资金、优越的品牌、先进的技术、集中的人才等优势迅速占领我国市场，尤其是高端医疗器械产品市场。而且，随着我国对医疗器械产品关税税率的降低，将削减国外高端医疗器械产品进入中国的税收成本，从而进一步加强了国际巨头在我国市场中的竞争优势，给我国医疗器械制造商带来较大的竞争压力。

（2）国外市场准入壁垒

医疗器械产品优劣关乎到人类生命健康，各国政府对此类产品的市场准入都有严格的规定和管理，如美国的 FDA 注册、欧盟的 CE 认证、日本《指定外国制造事业者指定书》、韩国 GMP 证书等，技术水平较低的医疗器械企业难以取得该等注册或认证。我国在医疗器械生产过程管理和质量保证体系方面与发达国家仍有一定差距，通过国际认证的厂商和产品较少。此外，部分国家对本国企业有一定的保护政策，准入门槛较高。

（3）我国医疗器械企业研发资金投入不足

根据 WIND 数据统计，“WIND 医疗保健设备与用品”行业分类下上市公司 2018 年研发费用合计 39.76 亿元，平均研发费用为 1.14 亿元，合计研发费用占营业总收入的比例为 5.42%。和全球相比，Evaluate MedTech 分析预测 2024 年全球医疗器械市场的研发支出将达到 390 亿美元，预计 2024 年 Medtronic 是研发支出最多的公司，将有 27 亿美元。国内医疗器械研发资金整体投入规模较小，与同行业领先企业存在明显差异。

（六）行业竞争格局及进入壁垒

1、行业竞争格局

（1）医疗器械行业属于全球范围内集中度较高的行业

全球范围来看，能够生产医疗器械的国家主要集中在美国、欧洲、日本等发达国家和地区以及中国等发展中国家，其他国家的医疗器械产业相对不发达。根据 Evaluate MedTech 的报告，2017 年全球前十大医疗器械公司占据 38.6%的市场份额，美敦力是 2017 年医疗器械收入最高的公司，达到 300 亿美元，占比 7.4%。同时预测美敦力在 2024 年销售额将达到 389 亿美元，占医疗设备市场的 6.5%[28]，继续保持其在市场上的领先地位。预测到 2024 年，全球前十大医疗器械公司仍将占据 36.7%的市场份额。

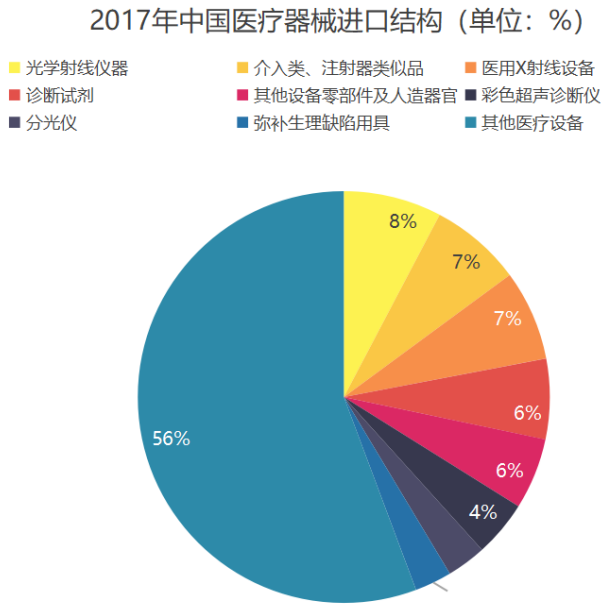
序号	公司	国家	WW Medtech 销售额（十亿美元）			WW 市场份额	
			2017	2024	%CAGR 17-24	2017	2024（+/-）
1	美敦力公司	美国	30	38.9	+3.8%	7.4%	6.5%
2	强生公司	美国	26.6	33.4	+3.3%	6.6%	5.6%
3	雅培实验室	美国	16	26.6	+7.5%	4.0%	4.5%
4	西门子医疗保健	德国	15.5	20.3	+4.0%	3.8%	3.4%
5	BD 公司	美国	11	19.2	+8.3%	2.7%	3.2%
6	飞利浦	荷兰	13.6	18.7	+4.7%	3.3%	3.1%
7	史赛克	美国	12.4	18.5	+5.8%	3.1%	3.1%
8	罗氏	瑞士	12.3	16.3	+4.1%	3.0%	2.7%
9	波士顿科学	美国	9	14.4	+6.8%	2.2%	2.4%
10	通用电气	美国	10.2	12.9	+3.3%	2.5%	2.2%
合计			**156.6**	**219.2**		**38.60%**	**36.70%**

（2）高端市场被跨国企业占据，医疗器械行业国内集中度较低、同质化竞争严重

我国医疗器械行业起步相对较晚，与国际医疗器械巨头仍有一定的差距，特别对于大型设备及高端医疗设备，国内医疗机构仍倾向于使用进口设备，进口医疗器械高昂的费用也是医疗费用居高不下的原因之一。国内医疗器械制造企业主要集中在中低端、具有价格优势的常规产品，包括中小型器械及耗材类产品，仅有部分产品具备了和进口医疗器械分庭抗礼的实力，例如监护仪、麻醉机、血液细胞分析仪、彩超和生化分析仪等。从 2017 年我国医疗器械进口结构来看，中高端医疗器械约占全部进口医疗器械的 44.3%，

[28] 数据来源：Evaluate MedTech《World Preview 2018,Outlook to 2024》

其中进口金额排名前三的医疗器械分别为光学射线仪器、高端介入类材料以及医用 X 射线诊断设备等中高端产品，分别占全部进口金额的 7.7%、7.2%和 7.1%[29]；国内产品虽有相同种类产品，但是在安全性和有效性上仍较国外先进水平有一定差距，加之这些产品的技术含量和附加值较高，不易研发制造，所以仍需从国外进口。



根据 WIND 行业分类，医疗保健设备与用品行业前十大公司 2017、2018、2019 年销售收入合计分别为 428.2 亿、514.8 亿、562.48 亿，占当年我国医疗器械市场规模的比例分别为 9.68%、9.71%、9.70%。与全球前十大医疗器械公司占比情况对比来看，我国的行业集中度较低，排名第一的迈瑞医疗其 2017 年、2018 年、2019 年占比仅为 2.5%、2.6%、2.85%。从体量上看，迈瑞医疗 2019 年销售额 165.56 亿元，与美敦力 2017 年销售 300 亿美元存在较大的发展差距。

序号	证券简称	营业收入（亿元）			市场份额占比		
		2017 年	2018 年	2019 年	2017 年	2018 年	2019 年
1	迈瑞医疗	111.74	137.53	165.56	2.53%	2.59%	2.85%
2	新华医疗	99.83	102.84	87.67	2.26%	1.94%	1.51%
3	乐普医疗	45.38	63.56	77.96	1.03%	1.20%	1.34%
4	奥佳华	42.94	54.47	52.76	0.97%	1.03%	0.91%
5	鱼跃医疗	35.42	41.83	46.36	0.80%	0.79%	0.80%
6	蓝帆医疗	15.76	26.53	34.76	0.36%	0.50%	0.60%

[29] 数据来源：前瞻产业研究院：https://www.qianzhan.com/analyst/detail/220/190308-252ede16.html

序号	证券简称	营业收入（亿元）			市场份额占比		
		2017 年	2018 年	2019 年	2017 年	2018 年	2019 年
7	山东药玻	23.30	25.85	29.92	0.53%	0.49%	0.52%
8	荣泰健康	19.18	22.96	23.14	0.43%	0.43%	0.40%
9	奥美医疗	17.11	20.28	23.52	0.39%	0.38%	0.41%
10	英科医疗	17.50	18.93	20.83	0.40%	0.36%	0.36%
前十合计		**428.16**	**514.77**	**562.48**	**9.68%**	**9.71%**	**9.70%**
我国医疗器械市场规模		4,425	5,304	5,800			

（3）家用医疗器械行业主要企业

1）国外主要企业

①Medline

Medline 是一家全球医疗用品和临床解决方案制造商和经销商，公司在美国和全球 90 多个国家向急症护理机构、手术中心、医师办公室、生命科学机构、临终关怀院和零售店提供超过 35 万种产品，包括服装、麻醉、手套、护理用品、耐用医疗设备、防感染产品、实验室用品等。公司主要通过其销售团队和北美和全球的分销中心网络销售产品，总部位于美国伊利诺伊州的蒙德林，目前在全球拥有 17 个制造工厂，2018 年，Medline 整体销售额超过 100 亿美元。

②欧姆龙

欧姆龙为全球知名的自动化控制及电子设备制造厂商，掌握着世界领先的传感与控制核心技术。产品主要包括电子血压计、血糖仪、脂肪测量仪、电子体重秤、电子体温计、电子计步器等。在中国，欧姆龙建有研发、生产、技术服务和物流基地，在华北、华东和华南拥有销售公司，其下属 40 多个事务所、办事处遍布全国，为客户提供最直接的服务。

③强生

强生公司成立于 1886 年，是全球最具综合性、业务分布范围广的医疗健康企业之一，业务涉及制药、医疗器材及消费品三大领域，旗下拥有强生婴儿、露得清、可伶可俐、娇爽、邦迪、达克宁、泰诺等众多知名品牌。总部位于美国新泽西州新布仑兹维克市，在全球 60 个国家地区拥有 260 多家运营公司，全球员工约 14 万人，2019 年全球

营收达 821 亿美元。

2）国内主要企业

①鱼跃医疗

国内中小板上市公司（股票代码 002223），是一家以提供家用医疗器械、医用临床器械和互联网医疗服务为主要业务的公司，核心业务是研发、制造和销售医疗器械产品，产品以家用医疗器械为主，主营产品包括制氧机、雾化器、轮椅车、血压计、听诊器等。

②九安医疗

国内中小板上市公司（股票代码 002432），是一家在国内外具有影响力的个人健康管理产品供应商，主要从事家用医疗器械的研发、生产及销售，主营产品包括电子血压计、血糖仪、低频治疗仪、心电监测仪等。

③三诺生物

国内创业板上市公司（股票代码 300298），是国内最早的生产血糖监测系统产品的厂商之一，也是国家生物医学工程高技术产业化示范项目的承担单位。主营业务是利用生物传感技术研发、生产、销售即时检测（POCT）产品，主要产品为微量血快速血糖测试仪及配套血糖检测试条。公司生产的“三诺”系列血糖仪及配套试纸，以其“准确、简单、经济”的特点，获得广大消费者的认可。

④乐心医疗

国内创业板上市公司（股票代码 300562），公司致力于家庭健康管理事业，专业从事家用医疗健康电子产品的研发、生产和销售，以乐心智能健康云平台的研发和运营。公司的主要产品包括电子健康秤（可分为电子体重秤、电子厨房秤）、脂肪血压计、电子血压计、可穿戴运动手环及其他家用医疗健康电子产品。

⑤稳健医疗

公司是一家以“棉”为核心，通过“ winner 稳健医疗”及“ Purcotton 全棉时代”两大品牌实现医疗及消费板块协同发展的医疗健康企业。公司始终坚持以“一朵棉花、一种纤维”为主营业务方向，通过持续创新及不断拓展产业边界，公司已从单一的纱布类医用敷料生产企业发展成为以棉为核心原材料，主要从事棉类制品的研发、生产、销

售，覆盖医疗卫生、个人护理、家庭护理、母婴护理、家纺服饰等多领域的大健康领军企业。

⑥英科医疗

国内创业板上市公司（股票代码 300677），公司是中国领先的一次性医疗耗材和医疗耐用设备制造商。主营业务涵盖医疗防护、康复护理、保健理疗、检查耗材等板块，主要产品包括一次性手套、轮椅、冷热敷、电极片等多种类型的护理产品，产品广泛应用于医疗机构、养老护理机构、家庭日用及其他相关行业。

⑦蓝帆医疗

国内中小板上市公司（股票代码 002382），公司是中低值耗材和高值耗材完整布局的医疗器械龙头企业。主要产品为医疗手套、健康防护手套、急救包、医用敷料等为主的医疗防护产品线，主打产品 PVC 手套的全球市场份额占比高。高值耗材板块的主要产品为心脏支架及介入性心脏手术相关器械产品，其业务通过新加坡柏盛国际集团来运营，在全球多个国家拥有业务。

⑧振德医疗

国内主板上市公司（股票代码 603301），公司是一家集研发、生产、销售为一体的医用敷料行业企业。公司主要产品线涵盖现代伤口敷料、手术感控产品、传统伤口护理产品及压力治疗与固定产品。

⑨奥美医疗

国内中小板上市公司（股票代码 002950），公司长期专注于医疗健康事业，主营业务为医用敷料等一次性医用耗材的研发、生产和销售，为国际知名医疗器械品牌厂商提供 OEM 贴牌服务。公司产品根据使用用途，可分为伤口与包扎护理类、手术/外科类、感染防护类、组合包类四大系列，满足客户多元化产品需求。公司产品以出口为主，销往美国、加拿大、德国等多个国家和地区，客户以国际知名医疗器械品牌厂商为主。

2、行业进入壁垒

（1）行业准入壁垒

医疗器械关系到人们的生命和健康，具有较高的风险性，因此国家对相关企业的设立、产品的生产与销售资格进行严格的审查，并建立了系统的管理和市场准入制度。以

中国为例，企业生产的每一种型号的产品都必须进行产品注册，其中须通过产品标准编制、样机送检、临床验证、质量体系考核等诸多程序。通过产品注册后，要向食品药品监督管理部门提交产品标准，随后接受其现场审核，合格后获得医疗器械生产许可证。如产品要进入国际市场，特别是目前最大的美国、欧洲市场，还需分别获得 FDA、CE 认证，并需获得 ISO9001、ISO13485 质量体系认证。

（2）品牌壁垒

家用医疗器械偏消费属性，由于目前生产厂家众多、呈现小、散、乱的格局，客户特别关注产品质量、准确性以及稳定程度。医疗器械行业的品牌综合体现了产品质量、产品稳定性、产品设计水平等因素，知名品牌的创立和形成需要经过企业长期的投入和积累，需要得到经销商和下游医疗机构应用者的持续信赖与口碑。优质产品多年积累的品牌效应，可以大力提升企业市场占有率，精准辐射受众群体，是新进入者短期内难以逾越的障碍，新进入企业需要经过漫长的市场考验来树立品牌并建立客户对产品的忠诚度。

（3）市场渠道壁垒

家用医疗器械行业的销售网络和售后服务体系的建立和完善，需要大量的资源投入。很多家用医疗器械具有大众消费品的商业属性，特别是在零售消费市场，拥有完善的市场渠道和营销网络是企业核心竞争能力之一。

中国在物流和互联网技术上的巨大进步使得电商成为家用医疗器械行业的一个重要销售渠道。家用医疗器械行业也是整个医疗器械行业中与电商结合得最紧密的一个细分行业。目前传统的家用医疗器械行业以线下为主渠道，同时在电商领域，通过设立与线下不同品牌或型号的产品来避免消费者对价格的直接比对，获得利润空间。作为新兴行业，目前的医疗器械的利润空间比较大，企业在渠道创新方面的动力还不足，但是未来的销售渠道随着物流行业、互联网技术的不断发展，将打通以地域划分销售区域的壁垒，医疗健康行业整体的前端销售渠道将会偏重于电商。电商渠道高速发展，除医院和药房传统销售渠道外，企业能否形成线上与线下渠道联动，对提升企业销量及品牌至关重要，新进企业在短时间内难以建立完善的销售和服务网络，对其进入市场形成壁垒。

（4）全面的产品线和供应链壁垒

家用医疗器械品类繁多，全面的产品线可以更好地提升渠道利用率及消费者一站式

购买的便捷性，同时，丰富的产品可以更好地相互协同并抵御风险。随着电商的快速发展，电商销售比例在不断提升，这要求企业有强大的订单处理能力，尤其是采购、生产及发货端。产品线的建立和供应链管理能力提升需要长期持续的经验积累，新进入者很难在短期内实现，这也是其进入本行业的主要壁垒之一。

（5）技术和人才壁垒

家用医疗器械产品技术含量较高，是结合医学、计算机、物理等多门学科的高技术产物，随着中国医疗卫生体系的发展和进步，患者和医院对诊疗的准确性、可靠性和可跟踪性的要求不断提高，因此，家用医疗器械行业需要大量的专业人才和复合人才，只有通过长期持续的人才引入、培养以及经验积累，企业才能形成高水平的研发和技术团队以应对激烈竞争。新进入者一般无法在短期内获得技术，这成为其进入本行业的主要门槛之一。

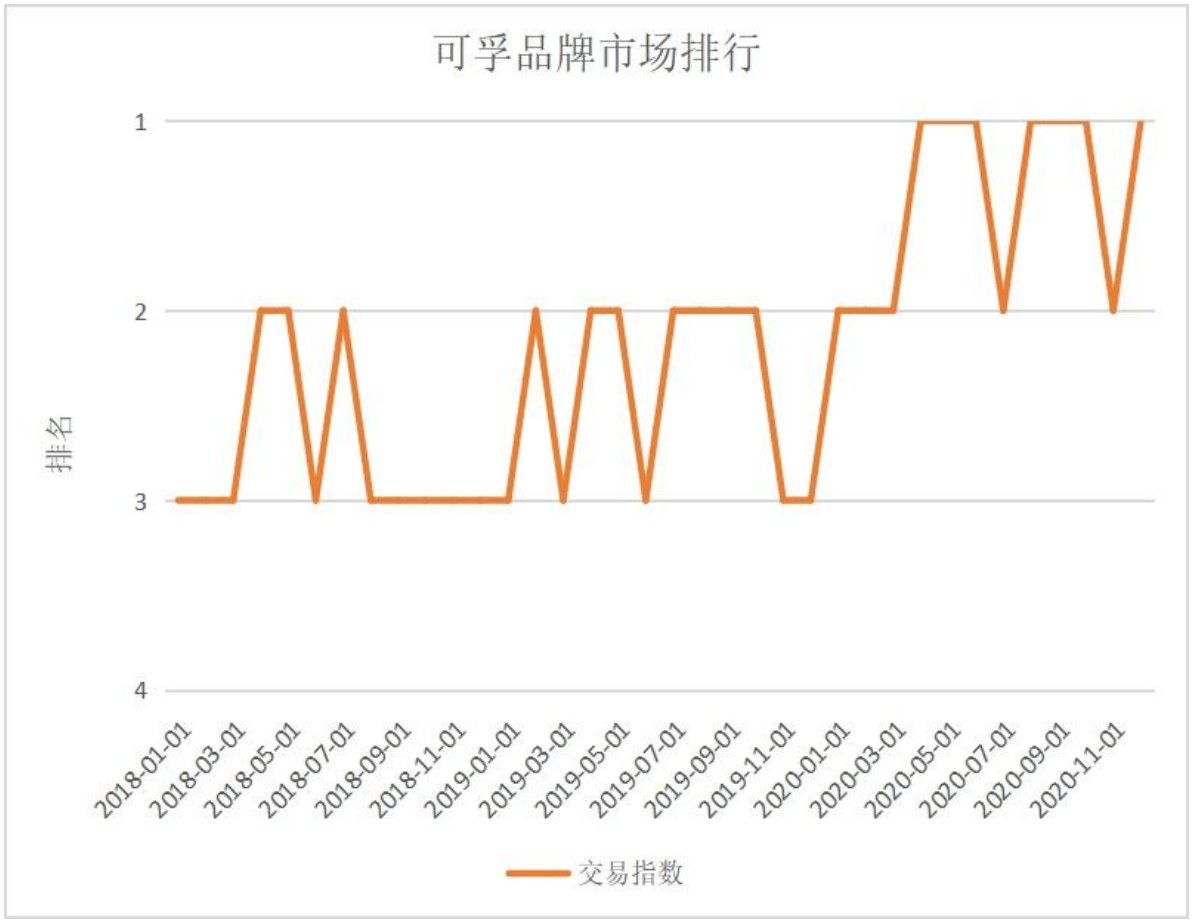
（6）资金壁垒

家用医疗器械行业是一个战略性新兴产业，产品性能和产品质量需要根据市场发展和客户需求不断升级和改进，科研开发、生产装备改造、自主品牌推广和营销网络建设等均需要较多资金投入。如果不具备较雄厚的资金实力以保障技术不断的创新和升级，企业在激烈的市场竞争中将难以持续发展。

（七）发行人的市场地位和竞争优劣势

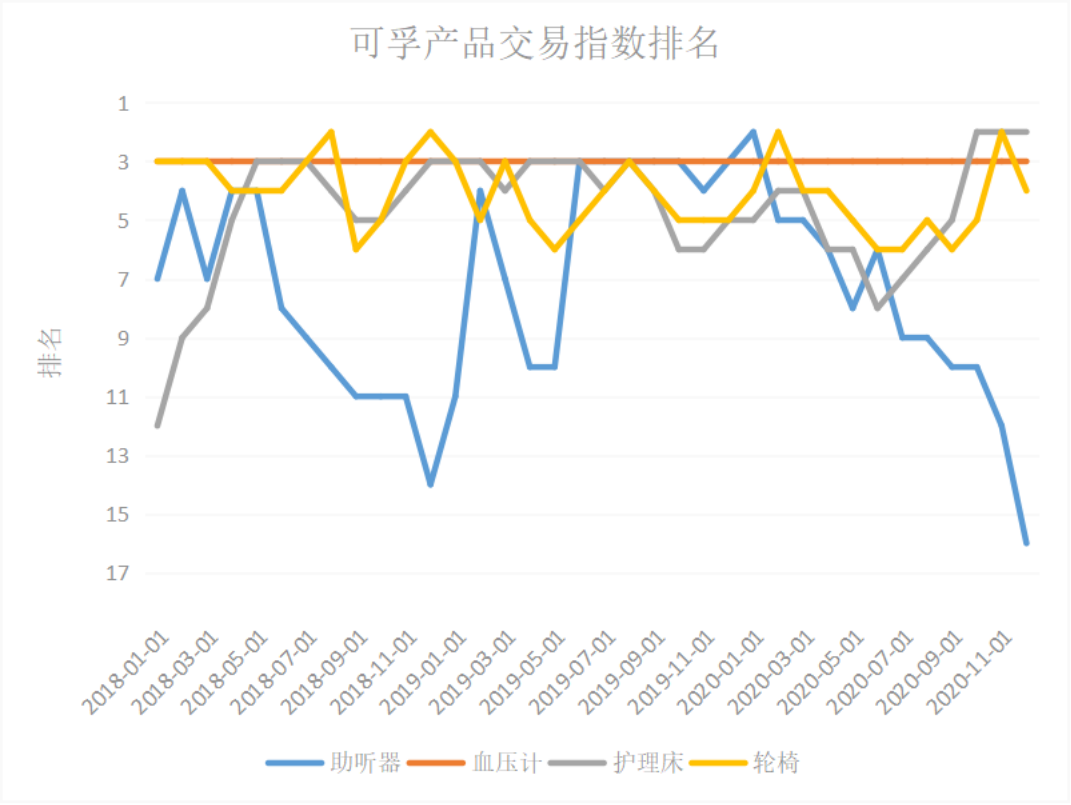
1、公司市场地位

家用医疗器械行业市场化程度较高，行业集中度低，大多数企业实力相对薄弱、市场占有率较低。公司是国内家用医疗器械行业名列前茅的企业之一，线上方面，公司是全国较早取得医疗器械互联网 B2B、B2C 交易许可证的企业，目前已完成主要包括天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购在内的国内主要第三方电商平台布局，占据主流线上流量入口，深度覆盖线上消费者。线下销售已成功进驻老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等主流大中型连锁药房，同时公司在北京、广州、杭州、武汉、成都、太原等全国 20 余个重点城市开设不同类型的自营门店，包括一站式仓储大卖场、“好护士”家用医疗器械零售门店、“健耳”听力验配中心。根据生意参谋数据显示，“可孚”品牌在天猫和淘宝平台的医疗器械类目下的交易指数排名靠前，具体如下图所示：



数据来源：生意参谋-市场-市场排行-（类目选择医疗器械，选择可孚品牌）

从产品线来看，公司现有产品近万种，品种齐全，覆盖面广，涵盖了孕妇用医疗器械、初生幼儿家用医疗器械和家庭养老用医疗器械，在血压计、轮椅、护理床、助听器产品等细分市场占有率位居行业前列。根据生意参谋数据显示，可孚品牌的血压计、轮椅、护理床、助听器在天猫、淘宝平台交易指数排名如下：



数据来源：生意参谋-市场排行

2、公司市场地位的变化情况和趋势

2018 年、2019 年、2020 年，公司主营业务收入分别为 108,278.98 万元、145,624.09 万元、232,359.83 万元。报告期内，公司的营业收入快速增长，产品的市场占有率和品牌知名度不断提升，未来公司仍将依托现有优势，提升公司研发水平，加大市场推广力度，提高市场占有率。而且随着未来募集资金到位和研发生产等综合能力的进一步提升，公司的产能及销量将进一步扩张，市场占有率有望进一步提升。

3、公司竞争优势

（1）良好的品牌知名度和突出的行业地位，为公司业绩的持续增长奠定了坚实的基础

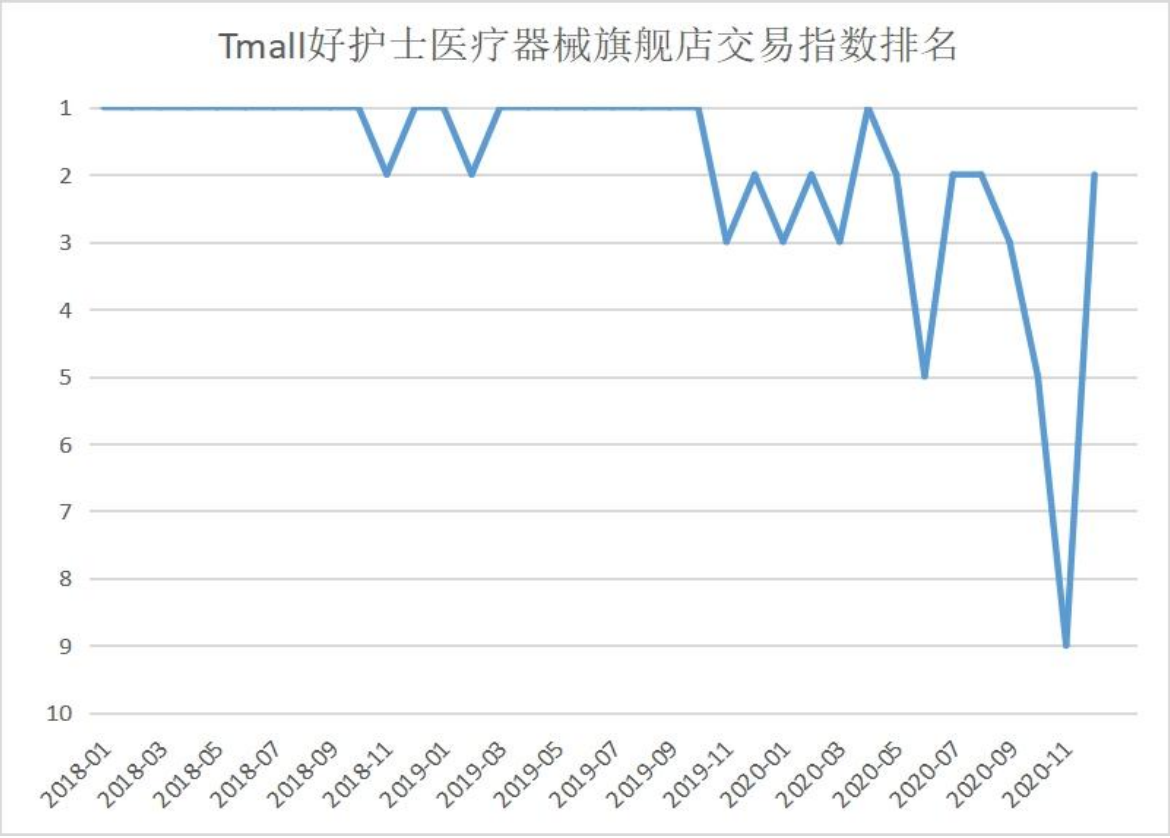
经过多年发展，公司已成为国内领先的大型、综合性家用医疗器械企业，得到了市场的高度认可。通过多年在技术研发和网络建设等方面持续不断的投入，凭借高品质产品和完善的营销网络，“可孚”品牌建立起了较高的品牌认知度和良好的市场口碑。家用医疗器械生产商、供应商，下游客户、终端消费者对品牌的认同度不断提高，公司与渠道上下游的合作关系愈加紧密。公司亦发挥自身在供应链中的积累的信誉度和终端用

户口碑，提升对上游供应商和下游客户的影响力，增强公司的供应链议价能力。

（2）线上线下联动的立体营销渠道，为公司精准销售提供了顺畅的通道

公司通过采用线上线下相互结合的方式，构建了以电商平台、连锁药房、自营连锁门店相结合的立体式营销渠道，线下渠道有利于产品体验和即时交易，线上渠道有利于便捷购物和快速扩大市场规模，两者互相导流和协同，能够快速提高企业或者产品知名度，同时对供应链的集中采购带来了可观的规模效应。公司明确自身在价值链的定位，充分感知和了解市场需求，通过长期积累的良好信誉和产品优势，建立了有效的客户网络。

在线上端，随着互联网电子商务的快速发展，家用医疗器械网购规模持续增长，电商渠道成为家用医疗器械行业增长最快的销售渠道，且未来家用医疗器械网购规模将继续保持快速增长。公司在国内主流的大型 B2C 电商综合平台天猫 Tmall、京东 JD 等布局了多家家用医疗器械旗舰店。经过多年的内部培养和外部引援，公司的线上运营人员及团队规模处于全国较高水平。根据生意参谋数据显示，公司线上销量最大的店铺 Tmall 好护士医疗器械旗舰店在天猫平台交易指数排名长期靠前，具体如下：



数据来源：生意参谋-好护士器械旗舰店-市场-市场排行-高交易、高流量【类目选择医疗器械】

公司通过多年业务积累，在线下拥有面向全国绝大部分省市的强大连锁药房渠道，核心客户包括老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等全国知名的连锁药房企业，未来随着连锁药房的整合、家用医疗器械对药房的贡献度提升及公司对连锁药房的进一步渗透，公司产品进入的药房数量仍将继续增加。同时在自营门店方面，公司开立的一站式仓储大卖场、“好护士”家用医疗器械零售门店、“健耳”听力验配中心，满足不同类型的客群对多品牌、多产品、多场景、多种服务的需求，对“可孚”品牌效应起到巨大的推动作用。

（3）全面覆盖的产品线，为提高客户忠诚度提供了强有力的抓手

家用医疗器械行业企业普遍存在规模小、产品单一的特点，公司产品品种齐全，覆盖面广，目前已全面覆盖了家用医疗器械的主要产品品类，主要包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗等领域。近万个规格的丰富产品线能够为消费者提供一站式解决方案，有效满足消费者对品质和品类的需求，不仅拓展了公司收入的来源，同时也大大降低了单一业务板块或者单一产品带来的收入波动风险，提高了公司的整体竞争能力。

（4）全面的大数据驱动的运营体系，为公司高效运转提供驱动力

公司作为国内领先的家用医疗器械综合服务商，已建立涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理、新品开发等环节的数据挖掘和应用体系。公司对业务运营数据加以整合利用，从而更好地掌握目标客群用户画像，形成基于消费者洞察的精细化运营。公司逐步沉淀消费者购买数据、物流数据、货品数据等，为业务运营数据的打通提供良好的基础。

（5）优秀的研发团队和成熟的研发体系，为公司快速适应市场需求变化的产品升级提供了技术保障

在消费升级和新零售模式快速发展的背景下，消费者对家用医疗器械的需求不断提升，公司良好的新产品设计和开发能力，能够确保公司根据客户要求迅速做出反应，及时进行产品开发，持续缩短研发周期，又好又快地满足客户多样化的需求。凭借多年的研发积累和产品研发能力，公司构建了种类丰富、功能强大的产品体系。同时，发行人还形成了一整套科学严密、分工高效的产品设计、开发、测试、运维的流程，可以对市场上用户的最新需求进行收集反馈，推动产品的不断升级。报告期内，公司研发投入总

体保持增长态势。

（6）全面实施的质量控制措施，为公司产品质量的稳定性保驾护航

家用医疗器械与消费者健康息息相关，高质量是所有产品最基本和最重要的要求。公司自成立以来即专注于家用医疗器械的研发、生产及销售，经过多年的积累和发展，公司已建立完善的质量控制体系，对产品的质量要求贯穿于采购、生产和销售的全过程。公司对进厂原材料实行分类管理和严格品质检验，从源头控制产品质量。在生产过程中，公司严格按照 ISO13485：2016、医疗器械 GMP 和三级安全生产认证等管理体系的要求组织生产，公司还制定了一系列企业内控标准，强化产品质量管理控制，严控生产流程和工艺。全面实施的质量控制措施确保了公司产品质量，由此形成的产品质量控制能力已成为自身核心竞争优势。

（7）优秀的管理运营团队，为公司持续健康发展提供了坚实基础

公司拥有一支长期稳定的管理团队，各层级团队成员均拥有多年医疗器械行业的从业经历，在研发、采购、生产或销售等一个或多个领域积累了丰富的行业经验。在管理团队的带领下，公司始终从客户需求出发，不断挖掘新的市场机会，同时充分调度公司的各个部门资源予以快速反应。公司还通过内部培养和外部引进两个渠道不断扩充和提升管理团队，增加管理团队的人才储备。

（8）多年积累的海量用户，为公司长远发展提供了保障

公司自成立以来，凭借高品质产品和良好的市场口碑，与行业内知名的药房建立了长期稳定的合作关系，同时积累了一批忠实的优质个人用户。公司与老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等全国知名的大中型连锁药房企业开展密切合作，公司先后多次获得连锁药房客户“金牌供应商奖”、“最佳合作伙伴奖”等奖项。通过线上大型电商平台销售的快速发展，公司培育了具有一定规模和品牌忠诚度的用户群体，产品已经进入 2000 多万个家庭。公司产品用户主要以个人为主，庞大的用户群体是公司各项业务的基础，也有利于公司通过对用户需求重点、信息偏好等进行数据挖掘来研发产品和提供服务。

4、公司竞争劣势

（1）配套产能不能满足业务发展的需求

随着公司经营规模的不断扩大，目前公司主要产品的配套产能已不能完全满足公司业务和市场发展的需要，公司需进一步扩大生产规模，形成产业化能力。随着未来家用医疗器械市场需求的快速增长和公司销售规模的扩大，公司产能和市场需求的矛盾将更加明显。

（2）融资渠道单一

目前，公司正处于快速发展时期，在加快新产品的研发，扩大产品配套供应能力、拓展营销服务网络、引进优秀人才方面均迫切需要大量的资金支持。公司目前融资渠道较为单一，在经营过程中主要依靠股东投入、经营积累解决融资问题，公司现行融资渠道难以满足快速发展的资金需求，限制了公司进一步扩大规模和长远发展。

（3）自动化水平有待进一步提升

经过多年的生产投入，发行人各工艺环节的机械自动化生产水平得到了不断提高，但未来随着发行人产品品类和生产规模的扩大，将对发行人的柔性自动化生产能力提出更高要求，而目前公司仍有较多的工艺环节需要大量人工操作，人工操作的效率和产品一致性不及自动化机械设备，未来发行人需要投入更多的自动化生产设备，提升产品生产效率。

（八）发行人技术水平特点、最近三年及一期的变化情况及未来可预见的变化趋势

1、发行人技术水平特点

公司采取自主研发、产学研合作、技术引入等多种创新途径相结合，提升了产品创新的技术水平，积累了丰富的研发经验和技术成果，形成了颇具竞争力的关键核心技术。公司核心技术特点的具体情况请参见本章节“七、发行人产品及服务的核心技术及研发情况”之“（一）发行人产品及服务的核心技术”。

2、公司技术水平最近三年的变化情况

最近三年，公司围绕家用医疗器械领域产品和技术创新，注重创新人才队伍建设，营造软硬件优质创新条件，全方位加大研发投入，技术水平不断提升，技术价值逐渐释

放。最近三年公司技术水平变化主要为以下几个方面：

（1）产品攻关能力增强，研发技术自主掌握。报告期内，公司围绕产品结构优化和质量提升，重点针对健康监测类、康复护理、呼吸支持类等几大领域，自主开发了电子血压计、红外体温计、微网雾化器、助听器、多功能护理床、静脉曲张袜等产品品类，为丰富公司产品线提供了扎实的技术储备。

（2）支持系统自主开发，信息技术助力管理。报告期内，公司通过持续的自主研发和个性化定制构建了较为完善的数字化运营支持系统，包括 EBMS 系统、基础数据平台系统、零售会员系统、直发系统、旺店通等，大幅提升了公司整体运营效率。同时，公司基于不断积累的用户、订单、供应链等大数据，充分挖掘数据价值，实现用户群体精准画像和精准营销。

（3）营销模式探索创新，运营技术行业领先。报告期内，公司顺应新媒体和新零售的快速发展，敏锐地捕捉市场动向和消费者需求，大胆探索营销模式创新，通过运用先进的运营技术，与供应链和市场快速对接，形成了掌控力较强的渠道优势。

3、公司技术水平未来变化趋势

快速变化的市场需求和不断发展的产品技术，给公司的研发技术、信息技术和运营技术提出了全面的挑战。未来公司将紧贴市场和科技变化形势，加大技术投入力度和高端人才引进，确保技术发展为公司的战略决策提供强有力的支撑。公司技术水平未来变化趋势主要为：

（1）研发技术：智能化、可穿戴化、多功能化、远程化将成为未来家用医疗器械产品的发展方向，这些特点对研发技术提出了更高的要求。研发技术的发展将更加模块化、精细化、智能化，以应对产品研发创新需求。

（2）信息技术：随着公司整体规模快速发展，未来信息技术将借助大数据平台适应规模化发展需求，由功能实现向信息安全叠加功能发展。数据安全、隐私安全、商业秘密安全等都将成为信息技术的重点保障和攻关内容。此外，健康监测大数据和营销大数据融合的价值深挖，将成为信息技术的另一个重点发展方向。

（3）运营技术：未来公司运营技术将继续跟随市场变化，紧紧抓住新媒体和新零售的发展机遇，持续创新运营模式，确保运营能力的优势地位，引领带动行业发展。

（九）公司与同行业可比公司的比较情况

国内 A 股上市公司及已申报企业中，所涉及业务包括家用医疗器械产品的主要公司有鱼跃医疗、三诺生物、乐心医疗、九安医疗、稳健医疗、英科医疗、奥美医疗、振德医疗、蓝帆医疗。发行人产品品类较多，以上公司仅有部分产品与发行人产品类似，具体情况如下：

1、经营状况比较

最近三个会计年度，公司与同行业可比公司的经营状况比较如下表：

单位：万元

公司名称	主要产品	2020 年 1-6 月/2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
鱼跃医疗	医用临床	75,561.61	22.09%	122,949.16	26.52%	102,779.94	24.57%
	医用呼吸与供氧	116,356.39	34.01%	121,843.81	26.28%	131,882.19	31.53%
	家用医疗	134,358.71	39.28%	178,120.89	38.42%	153,365.49	36.66%
	外贸产品	13,019.98	3.81%	35,252.74	7.60%	27,677.86	6.62%
九安医疗	iHealth 系列产品	79,256.28	76.17%	14,931.38	21.14%	18,188.32	32.25%
	ODM/OEM 产品	10,899.20	10.47%	20,768.68	29.41%	18,556.00	32.91%
	传统硬件产品	2,860.63	2.75%	6,927.26	9.81%	5,429.34	9.63%
	移动医疗通信设备销售及服务	3,821.46	3.67%	8,230.58	11.65%	8,349.27	14.81%
三诺生物	血糖监测系统	68,455.46	70.40%	138,463.45	77.87%	117,305.23	75.66%
	血脂检测系统	10,762.53	11.07%	26,151.46	14.71%	24,457.90	15.77%
	糖化血红蛋白检测系统	-	-	11,621.94	6.54%	12,331.27	7.95%
乐心医疗	家用医疗产品	24,526.64	55.16%	44,584.77	50.45%	33,657.73	43.42%
	家用健康产品	10,619.01	23.88%	25,872.57	29.28%	20,753.89	26.78%
	智能可穿戴	7,181.20	16.15%	11,567.94	13.09%	19,523.27	25.19%
稳健医疗	医用敷料	-	-	118,888.03	26.35%	116,331.27	30.71%
	健康生活消费品	-	-	303,127.84	67.18%	238,379.70	62.93%
	全棉水刺无纺布	-	-	29,220.20	6.48%	24,101.89	6.36%
英科医疗	医疗防护类	1,345,199.07	97.22%	176,947.20	84.95%	160,396.16	84.75%
	康复护理类	21,465.83	1.55%	20,430.67	9.81%	18,833.98	9.95%

公司名称	主要产品	2020 年 1-6 月/2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
	保健理疗类			8,797.66	4.22%	8,079.53	4.27%
	检查耗材类			2,118.01	1.02%	1,944.36	1.03%

注：表格中除英科医疗数据为 2020 年度数据外，其他数据均为 2020 半年报数据。

（1）主要产品比较

鱼跃医疗的业务收入来源分布均匀，主要为家用医疗、医用临床和医用呼吸与供氧；九安医疗的业务收入主要来源于 iHealth 系列产品和 ODM/OEM 产品；三诺生物的业务收入主要来源于血糖监测系统；乐心医疗的业务收入主要来源于家用医疗产品；稳健医疗的业务收入分别主要来源于健康生活消费品；英科医疗的业务收入主要来源于医疗防护类产品。以上可比公司主要产品仅覆盖用医疗器械的部分领域，而公司的业务收入均来源于家用医疗器械，且覆盖了家用医疗器械的主要大类产品。发行人与上述可比公司在产品上均有部分重合，如鱼跃医疗的轮椅、血压计、制氧机等产品、三诺生物的血糖仪及试纸、九安医疗的血压计、乐心医疗的血压计、稳健医疗的口罩、英科医疗的手套等产品。

（2）经营规模

鱼跃医疗、稳健医疗和英科医疗经营规模较大，公司与三诺生物规模较为接近，大于乐心医疗和九安医疗的经营规模。

2、市场地位与技术实力比较

上述公司的产品和技术各有特点，各家公司的主要产品在细分市场中均有较高的市场地位和较强的技术实力。

3、关键业务数据与指标的比较情况

上述公司最近一个完整会计年度关键业务数据、指标方面的比较情况如下表所示：

单位：万元、人

2019 年					
公司名称	销售收入	员工人数	人均产值	净利润	净资产收益率（%）
鱼跃医疗	463,593.47	5,005	92.63	76,157.49	13.07
九安医疗	70,627.64	1230	57.42	2,705.96	1.73
三诺生物	177,820.93	2,824	62.97	25,068.34	9.5

2019 年					
公司名称	销售收入	员工人数	人均产值	净利润	净资产收益率（%）
乐心医疗	88,366.82	2,244	39.38	2,989.34	5.62
稳健医疗	457,462.59	8,951	51.11	54,719.91	17.30
英科医疗	208,293.54	3,671	56.74	17,826.72	13.08
可孚医疗	146,202.95	1,940	75.36	12,420.36	29.47

注：1、净资产收益率为加权净资产收益率

公司与同行业可比上市公司在关键业务数据、财务指标等方面的其他比较情况详见招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”相关内容。

（十）行业的周期性、区域性、季节性特征

1、周期性特征

医疗器械行业与生命健康息息相关，在一定程度上受到宏观经济和人均收入的波动影响，通常随着医疗消费扩张和产品渗透率提升而不断增加。同时也会因突发性公共卫生事件，尤其是传染性疫情而出现阶段性爆发式增长，但整体上受经济周期影响较小。

2、区域性特征

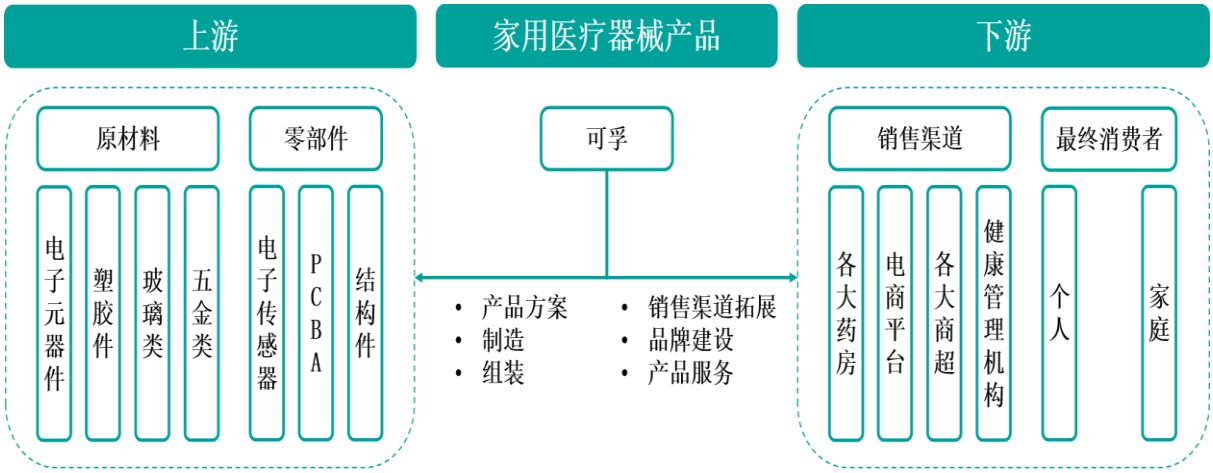
从市场需求来看，我国家用医疗器械区域消费主要分布在华东、中南地区，主要是因为这些区域较早受益改革开放政策，产业集中度高、产业链健全、经济发展水平高，人们的保健意识普遍较强，对家用医疗器械产品的需求水平也较高。

3、季节性特征

家用医疗器械根据产品种类和表现形态的不同，具有一定程度的季节性。冬季受气候影响，人们的健康状况处于比较低的水平，家用医疗器械消费处于较高的水平，属于旺季，夏季则呈现淡季的消费特征，同时会受到中国春节假期、线上“618”“双十一”“双十二”等特殊时期波动的影响。

（十一）所处行业与上下游行业关系

家用医疗器械行业上下游关系如下：



1、上游行业对本行业的影响

家用医疗器械行业的上游包括电子元器件、塑胶件、玻璃类、五金件等原材料及电子传感器、PCBA、结构件等零部件，原材料及零部件市场是充分竞争市场，来源广泛，采购便捷，但由于材料成本占总成本的比重较高，因此其价格波动对企业利润影响较大。

2、下游行业对本行业的影响

公司所属行业的下游行业为各大药房、电商平台、各大商超、健康管理机构等销售渠道和个人、家庭等最终消费者。家用医疗器械的市场需求主要与居民生命健康密切相关，需求刚性较强。人民生活水平逐步提高，加上全面放开二胎政策及人口老龄化趋势日益严重，将增加人们对医疗器械产品的需求，随着新医改政策的逐步落实，医疗卫生体系的不断发展完善，医疗保障方面的政策陆续推出，将促进医疗器械市场保持较快的增长。在国内市场，受互联网快速发展的影响，电商平台已成为重要的销售渠道之一，许多企业通过电商平台销售且取得较大市场份额。

三、发行人的销售情况和主要客户

（一）发行人的销售情况

1、报告期内主要产品的产能产量情况

公司产能统计选取自产产品中生产成本占比较高的具有一定代表性的产品；主要产品的产销率统计，在各个品类下选取销售收入占比较高的具有一定代表性的产品。

（1）报告期内主要自产产品产能和产量

期限	产品品类	产品	单位	产能	产量	产能利用率
2020 年	健康监测类	血压计	万台	208.00	179.93	86.50%
		体温计	万台、万个	546.72	593.27	108.51%
	康复辅具类	护理床	万张	4.16	3.30	79.33%
		助听器	万个	70.00	9.94	14.20%
		助行器	万支、万个	38.00	17.48	46.00%
	呼吸支持类	雾化器	万台	39.20	22.61	57.68%
		鼻腔护理	万盒、万瓶	500.00	81.46	16.29%
	医疗护理类	口罩/手套	万盒	5,683.80	5,448.37	95.86%
	中医理疗类	刮痧板	万盒	93.00	17.92	19.27%
		拔罐器	万盒	150.00	48.67	32.45%
2019 年	健康监测类	血压计	万台	155.00	131.16	84.62%
		体温计	万台、万个	53.04	52.20	98.42%
	康复辅具类	护理床	万张	4.16	3.26	78.30%
		助听器	万个	70.00	62.43	89.18%
		助行器	万支、万个	38.00	33.20	87.37%
	呼吸支持类	雾化器	万台	25.00	23.54	94.17%
		鼻腔护理	万盒、万瓶	500.00	463.96	92.79%
	医疗护理类	口罩/手套	万盒	9.37	9.37	100.00%
	中医理疗类	刮痧板	万盒	93.00	84.59	90.95%
		拔罐器	万盒	150.00	139.04	92.70%
2018 年	健康监测类	血压计	万台	155.00	150.92	97.36%
	康复辅具类	护理床	万张	4.16	2.33	56.07%
		助听器	万个	2.00	0.92	46.00%
		助行器	万支、万个	38.00	25.08	66.01%
	呼吸支持类	鼻腔护理	万盒、万瓶	120.00	113.16	94.30%
	中医理疗类	刮痧板	万盒	33.00	31.28	94.80%
		拔罐器	万盒	120.00	114.97	95.81%

1）发行人自产产品生产方式以及在报告期内的变化情况

报告期内，发行人主要自产产品主要零部件的自产比例情况如下：

主要自产产品	主要零部件	自产比例		
		2020 年	2019 年	2018 年
血压计	臂带	79.77%	77.37%	13.31%
	PCBA	100.00%	100.00%	100.00%
体温计	传感器	46.18%	0.00%	/
	PCBA	100.00%	100.00%	/
护理床	床架	100.00%	100.00%	100.00%
	床头板	88.25%	98.76%	72.98%
	床尾板	94.56%	99.10%	72.98%
助听器	PCBA	100.00%	100.00%	100.00%
助行器	主架	0.00%	0.00%	0.00%
压缩式雾化器	雾化杯	0.00%	0.00%	/
	气泡柱	0.00%	0.00%	/
	压缩机	0.00%	0.00%	/
鼻腔护理	氯化钠	0.00%	0.00%	0.00%
	碳酸氢钠	0.00%	0.00%	0.00%
	未加碘精制盐	0.00%	0.00%	0.00%
刮痧板	刮痧板	0.00%	0.00%	0.00%
拔罐器	真空拔罐器	0.00%	0.00%	0.00%
口罩	口罩半成品	0.00%	0.00%	/
	熔喷布/无纺布/扁耳带类	3.86%	/	/
手套	手套	0.00%	/	/

注：表格中“/”为当年该类产品不生产，或产品生产中不涉及该零部件。

①血压计

血压计的主要零部件为 PCBA 和臂带，其中臂带在 2017 年以外购为主，自产比例仅为 0.08%，2018 年开始发行人加大臂带自产比例，至 2020 年臂带自产比例达到 79.77%；PCBA 是血压计的控制中心，也是血压计核心算法的载体，生产核心工序为录入算法和程序，其主要工序为：通过烧录机将血压计的算法、程序录入 PCBA 中，并通过标定检测来验证录入的算法、程序是否稳定、正常。

报告期内，公司血压计的核心生产工艺及关键质量控制节点，均实现自主控制。对于部分非核心生产工序，为了降低生产成本和集中资源进行核心工序的生产及优化，公司适当利用产业链分工，将 PCBA 半成品加工工序委托给行业内专注于某项常规制造

工序的生产型企业完成。

综上，发行人生产的血压计以自主生产为主。

报告期内，发行人生产血压计的主要零部件 PCBA 是由空白电路板（裸板）经过贴片、烧录、标定生产工艺后制造而成。其中贴片是通过自动高速贴片机、自动固晶机等机器设备把按键、存储芯片、电阻、电容以及极管等电子元器件固定在电路板上，经标定检测合格后通过自动封胶机把电路板上的各个核心部件予以固定和保护；烧录是通过自动烧录机将血压计的测量程序、算法录入电路板；标定是通过自动烧录测试仪来测试电路板是否程序录入正确，以及程序是否稳定，进行校准。

2019 年，为了进一步降低生产成本，发行人建立了 SMT 生产车间，购买了全自动 COB 智能固晶机、全自动 COB 智能封胶机、贴片机等设备，能够独立完成血压计、体温计零部件 PCBA 的贴片工艺，当年主要生产血压计用 PCBA，从而提升了血压计用 PCBA 的自制比率。2020 年上半年，疫情期间发行人主要生产红外体温计，其对 PCBA 的需求量较大，因此发行人 SMT 车间主要生产体温计用的 PCBA，将生产血压计用的 PCBA 贴片工序更多地委托给合格加工厂商，从而电路板的贴片工艺自制比例下降。

PCBA 作为血压计的控制中心，是血压计核心算法的载体，生产的核心工序为录入算法和程序，即烧录和标定。贴片工艺不属于关键工艺和技术，主要是标准化程度较高的重复性操作工作。报告期内，公司血压计用 PCBA 的核心生产工艺烧录和标定以及关键质量控制节点，均实现自主控制。2020 年 1-6 月和 2020 年血压计产品零部件 PCBA 的自制比率下降主要是非核心工序贴片更多采用委托加工，但是空白电路板贴片后的核心工艺烧录和标定仍为发行人完成，因此发行人认定 PCBA 自产比例仍为 100%。

②体温计

发行人于 2019 年开始生产体温计，主要生产红外体温计，其核心在于算法、PCBA、传感器主要零部件的整体方案设计。算法是红外体温计的核心，发行人掌握了红外体温计的核心算法；PCBA 是体温计的控制中心，也是核心算法的载体，PCBA 的工序与血压计 PCBA 类似，其核心工序均为公司自产；传感器本质是一种检测装置，能够感受被测量的信息，并能将感受的信息，按一定规律变换成为电信号或其他所需形式的信息输出，报告期内传感器均为外购，主要是传感器属于高精尖产品，同行业企业一般外采。

红外体温计的整体方案设计、核心算法、PCBA 的核心算法和程序录入工序等核心

生产工艺及关键质量控制节点，发行人均实现了自主控制，因此，发行人生产的红外体温计以自主生产为主。

③护理床

发行人于 2017 年下半年开始生产护理床，其主要通过采购钢材、塑料等初始原材料，钢材、钢管等原材料通过机加工、焊接、打磨、抛丸以及静电喷涂等工序，生产出床架、护栏等半成品；塑料通过注塑机注塑，以及吹塑、修水口等工序，生产出床头板以及床尾板等半成品，再通过组装工序生产出护理床成品。报告期内，床架自产比例为 100%，床头板和床尾板 2018 年开始自产，2020 年其自产比例分别为 88.25%和 94.56%。

综上，发行人生产的护理床以自主生产为主。

④助听器

发行人于 2018 年开始生产助听器，其主要零部件为 PCBA，其工序与血压计 PCBA 类似，其核心工序均为公司自产，因此助听器以自主生产为主。

⑤助行器

助行器的主要零部件为主架，报告期内其均为外购。助行器结构简单，技术成熟，主要是材质及结构设计，发行人的生产工序主要是对主架等零部件进行组装和包装。因此，发行人生产的助行器以组装为主。

⑥压缩式雾化器

报告期内，发行人生产的雾化器主要是压缩式雾化器，主要利用压缩机打气喷雾原理。压缩式雾化器于 2019 年开始生产，发行人主要采购压缩机、雾化杯、气泡柱，通过流水线人工组装生产出雾化器成品。因此，压缩式雾化器以组装为主。

⑦鼻腔护理

鼻腔护理的主要原材料是氯化钠、碳酸氢钠以及未加碘精制盐，核心工序是通过自动搅拌机等机器进行配比、搅拌、过滤，其核心配方均为发行人掌握，配比过程全部由发行人自主完成，因此鼻腔护理原材料为外购，但生产以自主生产为主。

⑧刮痧板、拔罐器、手套

刮痧板的制作工艺相对简单，以人工打磨为主，发行人主要购进半成品进行组装生

产；拔罐器的制作工艺相对简单，发行人购买半成品后进行组装；手套生产主要以购进半成品进行组装。

综上，刮痧板、拔罐器和手套的生产，发行人均全部外购半成品，工序以组装为主。

⑨口罩

发行人采购原材料无纺布、熔喷布以及扁耳带后，将上述原材料放置在自动上料机，经过上料、打片程序后生产出口罩半成品，再将裸片点焊上耳带。

综上，口罩的基础原材料为外购，但生产工序完全由发行人通过全自动化机器无缝连接各生产步骤进行生产，口罩以自主生产为主。

2）报告期内自产比例增加的原因及战略考量因素

报告期内，发行人自产产品收入分别为 24,088.33 万元、38,016.75 万元、118,800.03 万元，占主营业务收入比重分别为 22.25%、26.11%、51.13%，自产产品收入和占主营业务收入比例均逐年增加。

报告期内，发行人主要自产产品销售金额如下：

单位：万元

产品品类	产品	2020 年	2019 年	2018 年
健康监测类	血压计	12,425.44	10,574.65	10,898.82
	体温计	42,328.75	555.71	-
康复辅具类	护理床	3,508.05	2,956.41	1,863.90
	助听器	2,170.27	1,833.11	-
	助行器	3,809.34	3,754.93	2,417.35
呼吸支持类	雾化器	1,247.96	1,025.10	-
	鼻腔护理	576.88	1,632.11	304.40
医疗护理类	口罩/手套	29,516.89	22.67	-
中医理疗类	刮痧板	612.21	1,426.04	530.74
	拔罐器	872.72	1,855.33	1,823.07
合计		**97,068.52**	**25,636.04**	**17,838.27**
自产产品收入		**118,800.03**	**38,016.75**	**24,088.33**

①报告期内，发行人自产比例增加的原因

A、自产产品种类不断增加，提高了自产产品收入占比

随着发行人研发实力和生产能力的快速提升，同时发行人持续加大对自产的投入，报告期内，发行人的自产产品品种逐年增加，2017 年主要生产血压计、护理床、助行器、刮痧板和拔罐器，其中血压计是最主要自产的产品，占当年自产产品收入的比例为58.41%。到 2020 年末，发行人增加了体温计、口罩/手套、助听器、雾化器、鼻腔护理等产品的自产。

2018 年、2019 年，发行人新增自产的主要产品销售收入分别为 304.40 万元、3,436.58 万元，占当期自产产品收入总增加额的比例分别为 3.55%、24.67%，2018 年新增主要产品收入占比较低主要是新增的助听器和鼻腔护理处于生产调试阶段，助听器当期未实现收入。2019 年占比较高，主要是新增的品类更多，包括体温计、口罩/手套、雾化器，助听器在当期实现了 1,833.11 万元收入。

B、发行人加大机器设备投入，主要自产产品产能和产量增加，带动了自产产品收入规模的增加

报告期内，发行人不断加大对生产场地、生产机器设备和人员的投入，提高了主要自产产品的产能和产量，产能利用率处于较高的水平，详见本节“（1）报告期内主要自产产品产能和产量”。2018 年、2019 年、2020 年，发行人持续生产的上述主要产品类别（即主要产品中非当期新增生产的产品种类）销售收入增加额分别为 5,414.29 万元、4,361.19 万元、71,432.46 万元，占当期自产收入总增加额的比例分别为 63.12%、31.31%、88.42%，是当期自产产品收入增长的主要原因。

②发行人增加自产比重的战略考量因素

A、提高生产能力和效率，进一步降低产品成本

经过多年的发展，发行人在市场上塑造了家用医疗器械专业服务提供商的品牌形象，拥有较好的用户口碑和较强的品牌号召力，这为发行人规模化生产提供了销售保障。当产品销售达到一定的规模时，在生产过程中，通过规模化采购原材料，能够降低采购成本；通过引进先进的生产技术和机器设备及采用标准化的生产流程，能够提高生产效率，从而达到降低产品成本的目的。

B、严控产品质量，进一步提升产品的竞争力

家用医疗器械产品直接关系着用户的健康，因此用户对产品的质量要求较高，生产企业必须具备较强的质量管控能力。可孚医疗自创立之初即致力于为用户提供可靠的医

疗健康产品和一站式解决方案，公司精心培育的“可孚”品牌，定位于设计新颖、技术先进、品质卓越、贴近大众的高质量家用医疗器械。公司始终按照医疗器械 GMP 规范组织生产，已经通过 ISO13485 质量管理体系和三级安全生产认证，在生产的各个环节均严格按照《医疗器械生产质量管理规范》执行。公司已经建立了包括产品研发、生产、销售、售后服务与质量跟踪在内的全过程质量管理体系。

目前，发行人主要自产的产品集中于血压计、体温计、口罩/手套、护理床、雾化器、制氧机、助听器、鼻腔护理等产品，其核心生产环节及关键质量控制节点实现自主控制，有利于在生产过程中全面把控产品质量，产品品质得到了进一步保障，有利于提高产品竞争力和树立品牌形象。随着消费者对家用医疗器械产品的功能及质量越来越重视，对产品的实用性、性能质量也提出了更高的要求，发行人未来将继续加大对研发和生产的投入，进一步加大对生产过程中的质量控制，保持产品的持续竞争力。

C、保障核心技术安全，防止核心机密流失

智能化、可穿戴化、多功能化、远程化将成为未来家用医疗器械产品的发展方向，这些特点对研发技术提出了更高的要求。报告期内，发行人围绕家用医疗器械领域进行产品和技术创新，注重创新人才队伍建设，营造软硬件优质创新条件，全方位加大研发投入，技术水平不断提升。随着发行人核心技术应用的产品种类不断增加以及生产能力的不断提升，相较于成品外购，加大自产能够保障核心技术安全，防止核心机密流失。

D、及时响应客户需求，保持市场竞争力

家用医疗器械行业具有高度的多样性，医疗器械产品丰富，其创新活力强，消费者对其外形及功能要求各异。发行人通过大数据分析，能够及时掌握市场数据及终端用户需求信息，通过自产可以在短时间内对产品功能、设计、包装等进行快速调整，保持针对性的产品更新换代，保证公司产品能够持续满足终端用户需求，有利于保持公司产品的持续竞争能力。

3）各类自产产品的产能计算方法

报告期内，发行人主要自产产品为口罩、血压计、体温计、护理床、助行器、助听器、雾化器、鼻腔护理、刮痧板、拔罐器，其产能计算方法如下：

①口罩产能情况

项目	计算过程	2020 年度
产线		KN95 产线
产线数量	A	10
每条产线每日产量（盒）	B	480
年实际投产工作日（天）	C	253
产能小计（万盒）	**D=A*B*C/10000**	121.44
产线		儿童口罩产线
产线数量	E	8
每条产线每日产量（盒）	F	1000
年实际投产工作日（天）	G	253
产能小计（万盒）	**H=E*F*G/10000**	202.40
产线		成人口罩产线
产线数量	I	127
每条产线每日产量（盒）	J	1600
年实际投产工作日（天）	K	253
产能小计（万盒）	**L=I*J*K/10000**	5,140.96
理论产能（万盒）	M=D+H+L	5,464.80
机器设备账面原值（万元）	N	6,356.25
单位产能对应的机器设备账面原值	O=N/M	1.16

注： 1、因新冠疫情及生产设备调试时间的影响，上半年实际投产工作天数按照100天计算。

2019年，发行人开始少量生产口罩，2020年初新冠疫情爆发，口罩作为重要的防疫物资，市场需求激增，公司购进机器设备快速建立了KN95、成人口罩和儿童口罩产线，开始进行批量生产。

②血压计和红外体温计产能情况

血压计和红外体温计生产工序大体一致，生产线可相互转换，主要生产工序有PCBA加工（SMT车间主要工序）、焊接、组装、检测、打标、包装等，其产能计算过程如下：

A、血压计产能计算

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
产线数量	A	4	4	4	4
每条产线每日产量（台）	B	1750	1305	1305	1095
年工作日（天）	C	297	297	297	297

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
理论产能（万台）	D=A*B*C/10000	≈208	≈155	≈155	≈130
专用于生产血压计的主要机器设备账面原值（万元）	E	42.92	42.92	42.92	12.86
单位产能对应的机器设备账面原值	F=E/D	0.21	0.28	0.28	0.10

2017年度血压计臂腕带主要依靠外购，因存在一定的订货周期，影响了整体产线的效率，2018年度购进的机器设备主要系专用于生产血压计臂腕带的双头气动高周波机、垂直式丝印机、烘干线、工业缝纫机、空压机等，臂腕带逐步由外购转为自产，提升了血压计生产线的整体生产效率，因此产能得到了一定的提升；

2020年血压计产能提升的原因主要系新增SMT车间设备，提升了PCBA的生产效率。

B、体温计产能计算

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度
产线数量	A	6	1
每条产线每日产量（台）	B	3068	1786
年工作日（天）	C	297	297
理论产能（万台）	D=A*B*C/10000	546.72	53.04
专用于生产红外体温计的主要机器设备账面原值（万元）	E	170.37	30.75
单位产能对应的机器设备账面原值	F=E/D	0.31	0.58

2019年底发行人开始少量生产体温计，2020年新增专用于生产红外体温计的机器设备主要系超高精度恒温水槽、恒温房、自动封帽机等，超高精度恒温水槽用于检验工序，恒温房用于包装前的适应性测试工序，以上机器设备用于生产线数量的扩充，自动封帽机用于体温计传感器的加工工序，由以前的人工加工转为自动化加工，提高了产线的自动化水平及生产效率，因此2020年产能较前期有较大的提升。

C、血压计、体温计产能合并分析

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产红外体温计及血压计的主要机器设备账面原值（万元）	A	651.10	254.64	68.15
体温计及血压计产能合计（万台）	B	754.62	208.04	155
单位产能对应的机器设备账面原值	C=A/B	0.86	1.22	0.44

注：1、生产红外体温计及血压计的主要机器设备账面原值系红外体温计专用设备原值、血压计专用设备原值、红外体温计及血压计通用设备的原值之和。

整体上，血压计和体温计的合计产能2018年度较2017年度产能提升的原因主要系血压计臂腕带逐步由外购转为自产，自产比例提高降低了原材料采购的时间成本及生产计划周期，提升了血压计生产线的整体生产效率；

2019年度较2018年度产能提升的原因主要系新增了体温计生产线，以及新增SMT生产车间全自动COB智能固晶机、全自动COB智能封胶机、贴片机、激光擦板机等，自产比例提高降低了原材料采购的时间成本及生产计划周期，提升了整体生产线的效率；

2020年度较2019年度产能提升的原因主要系新增SMT生产车间的自动固晶机、邦定机等，以及专用于红外体温计生产的自动封帽机、自动焊锡机、手持螺丝机、激光打标机、高精度恒温水槽、恒温房等。SMT生产车间新增的机器设备使PCBA的生产效率得到进一步提升，同时，红外体温计生产线数量的扩充，也进一步提升了总体产能。受新冠疫情影响，红外体温计市场需求激增，公司及时调整了生产计划，因此2020年度产能提升主要来自于红外体温计产能的提升。

③护理床产能情况

护理床的主要生产工序为冲压、焊接、喷涂、注塑、组装、包装。一条喷涂线的日产能为140台，一条注塑线日产能180套，一条焊接生产线的日产能为150套，组装和包装环节主要依靠人工，因此护理床的工艺受制于喷涂线的产能，计算理论产能按照喷涂工序产量计算。

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度
制约产能的工序每日产量（台）	A	140	140	140
年工作日（天）	B	297	297	297
理论产能（万台）	C=A*B/10000	≈4.16	≈4.16	≈4.16
机器设备账面原值（万元）	D	433.30	375.21	288.97
单位产能对应的机器设备账面原值	E=D/C	104.21	90.19	69.46

发行人于2017年10月开始自产护理床，2018年度新增的机器设备主要有空压机、注塑机、焊机等，2019年度新增的机器设备主要有OTC机器人、吊钩式抛丸机、全自动切管机等，上述新增的机器设备主要使冲压、喷涂、注塑的环节由外购半成品料件转移到了自产，未对产能产生较明显的提升。

④助听器产能情况

助听器生产由专业技术人员在显微镜下独立完成传感器、喇叭等元器件的装配，整机合拢以及调试工序，再交由检测室通过仪器进行检测，其产能主要受限于专业生产人员的数量及操作能力，2018年至2020年，公司助听器生产部平均在岗技术人员均为59人，按照一天开工8小时，每人每天平均生产40台，具体计算方法如下：

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人数	A	59	59	59
每人每日产量（台）	B	40	40	27
年工作日（天）	C	297	297	13
理论产能（万台）	D=A*B*C/10000	≈70	≈70	≈2
机器设备账面原值（万元）	E	118.80	96.68	53.49
单位产能对应的机器设备账面原值	F=E/D	1.70	1.38	1.17

注：1、2018年度产能计算过程中，年工作日仅13天系因助听器产线投产于2018年底，按实际生产天数计算，每人每日产量较低系因前期处于试生产阶段；
2、2018年度单位产能对应的机器设备账面原值数据系按照全年产能折算得出。

随着工人生产经验的积累，产能自前期逐渐提升后趋于稳定。2019年度、2020年新增的机器设备主要系助听器分析仪、3D打印机等，未对产能产生明显的提升。

⑤鼻腔护理产能情况

鼻腔护理产能计算方法如下：

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度
产线		低速机生产线	低速机生产线	低速机生产线
产线数量	A	6	6	3
每条产线每日产量（盒）	B	1820	1820	1820
年工作日（天）	C	297	297	220
产线		高速机生产线	高速机生产线	
产线数量	D	2	2	-
每条产线每日产量（盒）	E	2950	2950	-
年工作日（天）	F	297	297	-
理论产能（万盒）	G=（A*B*C+D*E*F）/10000	≈500	≈500	≈120
机器设备账面原值（万元）	H	70.37	39.4	15.34

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度
单位产能对应的机器设备账面原值	I=H/G	0.14	0.08	0.09

注：1、公司于2018年下半年自产鼻腔护理产品，按照实际工作天数220天计算当期产能。
2、2018年度单位产能对应的机器设备账面原值数据系按照全年产能折算得出。

公司于2018年开始自产鼻腔护理产品，2019年产能逐渐提升后趋于稳定。2019年度新增颗粒包装机、高速粉剂包装机、L型包装机等设备，新增的生产线数量提升了鼻腔护理产品的整体产能。2020年度新增电动洗鼻器模具，未对产能产生明显提升作用。

⑥助行器、雾化器、刮痧板、拔罐器、手套产能情况

助行器、雾化器、刮痧板、拔罐器、手套的生产主要是购进零部件或半成品后依靠人工进行组装、包装，产能与机器设备无太大关联性，因此产能提升主要系因生产工人人数的增加，具体情况如下：

A、助行器

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人数	A	19	19	19
每人每日产量（个）	B	80	80	80
年工作日（天）	C	250	250	250
理论产能（万个）	D=A*B*C/10000	38	38	38

B、雾化器

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度
产线数量	A	1	1
每条产线每日产量（台）	B	1568	1000
年工作日（天）	C	250	250
理论产能（万台）	D=A*B*C/10000	39.20	25

C、刮痧板

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人数	A	14	14	5
每人每日产量(盒)	B	265	265	265
年工作日（天）	C	250	250	250
理论产能（万盒）	D=A*B*C/10000	≈93	≈93	≈33

D、拔罐器

项目	计算过程	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人数	A	10	10	8
每人每日产量(盒)	B	600	600	600
年工作日（天）	C	250	250	250
理论产能（万盒）	D=A*B*C/10000	150	150	120

E、手套

项目	计算过程	2020 年度
生产人数	A	35
每人每日产量（盒）	B	250
年工作日（天）	C	250
理论产能（万盒）	D=A*B*C/10000	≈219

综上所述，发行人主要自产产品种类较多，其产能变化主要与各产品生产工序、机器自动化水平和人工密切相关，与实际业务相符。

（2）报告期内主要产品的产量和销量

以下主要的产量统计，包括自产产量、自有品牌成品采购量和代理品牌采购量。

期限	产品品类	产品	单位	产量	销量	产销率
2020 年	健康监测类	血压计	万台	189.69	169.98	89.61%
		血糖监测系列	万盒	358.28	345.24	96.36%
		体温计	万支	813.48	788.26	96.90%
	康复辅具类	轮椅	万台	13.67	14.67	107.32%
		助听器	万台	11.53	33.98	294.71%
		助行器	万台	35.13	36.64	104.30%
		护理床	万张	3.33	3.15	94.59%
	呼吸支持类	呼吸机	万台	0.52	1.19	228.85%
		制氧机	万台	1.06	1.69	159.43%
		鼻腔护理	万袋、万瓶	240.65	274.37	114.01%
	医疗护理类	敷贴/敷料类	万盒	2,555.73	2,357.57	92.25%
		口罩/手套	万盒	8,399.43	7,308.55	87.01%
		消毒产品	万盒、万瓶	2,907.17	2,812.09	96.73%
		棉球/棉签/棉片类	万盒	3,171.31	2,452.97	77.35%
	中医理疗类	理疗仪	万台	41.25	40.98	99.35%
		艾叶及制成品	万盒	272.96	249.56	91.43%

期限	产品品类	产品	单位	产量	销量	产销率
		温灸产品	万盒	213.13	167.25	78.47%
		拔罐器	万盒	78.44	65.77	83.85%
2019 年	健康监测类	血压计	万台	147.83	154.25	104.34%
		血糖监测系列	万盒	472.39	396.37	83.91%
		体温计	万支	563.04	507.07	90.06%
	康复辅具类	轮椅	万台	18.55	19.15	103.24%
		助听器	万台	67.29	38.36	57.01%
		助行器	万台	34.29	35.50	103.51%
		护理床	万张	3.41	3.19	93.44%
	呼吸支持类	呼吸机	万台	2.11	1.45	68.91%
		制氧机	万台	2.86	2.80	98.09%
		鼻腔护理	万袋、万瓶	567.61	511.59	90.13%
	医疗护理类	敷贴/敷料类	万盒	1,875.70	1,645.93	87.75%
		口罩/手套	万盒	2,171.86	1,750.77	80.61%
		消毒产品	万盒、万瓶	1,750.29	1,623.98	92.78%
		棉球/棉签/棉片类	万盒	2,376.44	2,396.76	100.86%
	中医理疗类	理疗仪	万台	45.33	43.88	96.81%
		艾叶及制成品	万盒	419.63	405.82	96.71%
		温灸产品	万盒	360.54	231.88	64.31%
		拔罐器	万盒	227.64	139.53	61.30%
2018 年	健康监测类	血压计	万台	170.52	157.69	92.48%
		血糖监测系列	万盒	468.75	421.62	89.95%
		体温计	万支	399.56	444.73	111.31%
	康复辅具类	轮椅	万台	18.80	18.33	97.52%
		助听器	万台	10.85	11.04	101.82%
		助行器	万台	26.39	25	94.72%
		护理床	万张	2.62	2.25	86.05%
	呼吸支持类	呼吸机	万台	1.28	1.28	100.20%
		制氧机	万台	3.28	2.41	73.52%
		鼻腔护理	万袋、万瓶	222.51	245.81	110.48%
	医疗护理类	敷贴/敷料类	万盒	993.61	818.77	82.40%
		口罩/手套	万盒	1,719.15	1,612.49	93.80%
		消毒产品	万盒、万瓶	1,213.33	1,231.64	101.51%

期限	产品品类	产品	单位	产量	销量	产销率
		棉球/棉签/棉片类	万盒	2,542.13	2,361.98	92.91%
	中医理疗类	理疗仪	万台	29.29	28.01	95.63%
		艾叶及制成品	万盒	134.66	123.95	92.04%
		温灸产品	万盒	68.33	36.39	53.25%
		拔罐器	万盒	132.41	123.34	93.15%

2、报告期内主要产品的销售收入情况

（1）主营业务收入按产品类型分类情况

单位：万元

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
健康监测	77,652.67	33.42%	40,206.06	27.61%	40,487.83	37.39%
康复辅具	29,344.88	12.63%	32,124.92	22.06%	24,778.89	22.88%
医疗护理	84,885.66	36.53%	30,117.91	20.68%	16,544.75	15.28%
中医理疗	18,462.34	7.95%	22,757.29	15.63%	11,926.81	11.01%
呼吸支持	15,788.82	6.79%	18,891.17	12.97%	13,492.96	12.46%
其他	6,225.45	2.68%	1,526.73	1.05%	1,047.74	0.97%
合计	**232,359.83**	**100.00%**	**145,624.09**	**100.00%**	**108,278.98**	**100.00%**

报告期内，发行人产品结构由健康监测与康复辅具为主逐渐转变为健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大品类齐头并进，其原因主要为：

1）发行人致力于为用户提供一站式解决方案，力求通过搭建完善的产品体系全方位满足用户对医疗器械的需求。报告期初，健康监测、康复辅具两类产品已经取得了较高的市场占有率，市场地位巩固。2018 年开始，发行人在保持健康监测、康复辅具两类产品领先优势的基础上，重点加大对医疗护理、中医医疗、呼吸支持三类产品的运营投入，如增加产品的品类及型号、加强生产及供应链管理提升产品的竞争优势、加大线下和线上推广力度，使得三类产品保持了较快增长。2018 年-2020 年三类产品增加型号数量情况如下：

单位：个

产品类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
医疗护理	678	1,005	964
中医理疗	298	742	451

产品类别	2020 年度	2019 年度	2018 年度
呼吸支持	93	129	111

2）根据天猫后台的数据，2018 年至 2020 年上半年，雾化器、制氧机等呼吸支持类产品，敷贴、敷料、防护类产品为主的医疗护理类产品，医疗按摩仪、艾制品等中医理疗类产品增长强劲，发行人产品品类齐全，行业整体快速增长的类别均有产品布局，整体增长趋势基本与行业发展保持一致。

3）发行人构建了线上和线下相结合的营销渠道，直接面向终端用户，能够更快速、更深刻地了解市场需求，使得产品品类扩充更具前瞻性并定位精准。发行人结合自身需求，采取代理产品采购、自有品牌外购与自主研发生产相结合的方式快速扩充贴合市场产品。代理产品从确定品种到实现代理销售一般需要 1-3 个月的时间；自有品牌外购产品从确定品种到实现销售一般需要 2-6 个月时间；自主研发生产产品从确定品种到实现销售一般需要 3 个月-2 年的时间。

4）报告期内，发行人人员增长较快，研发人员由 2017 年末的 30 人，增加到 2020 年末的 129 人；生产人员由 2017 年末的 153 人，增加到 2020 年末的 1,331 人；销售人员由 2017 年末的 1,089 人，增加到 2020 年末的 1,699 人。发行通过研发、生产和销售人员等的快速补充，为发行人产品扩充并达成销售目标提供了保障。

（2）主营业务收入按销售渠道分类情况

单位：万元

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上	**180,830.42**	**77.82%**	**104,297.67**	**71.62%**	**70,323.44**	**64.95%**
自营店铺	114,225.18	49.16%	72,928.94	50.08%	58,760.93	54.27%
直发模式	60,365.94	25.98%	29,450.45	20.22%	10,550.02	9.74%
平台入仓	6,239.30	2.69%	1,918.28	1.32%	1,012.49	0.94%
线下	**51,529.41**	**22.18%**	**41,326.42**	**28.38%**	**37,955.55**	**35.05%**
自营门店	13,544.13	5.83%	9,070.10	6.23%	7,407.91	6.84%
连锁药房	37,985.27	16.35%	32,256.33	22.15%	30,547.64	28.21%
合计	**232,359.83**	**100.00%**	**145,624.09**	**100.00%**	**108,278.98**	**100.00%**

（3）主营业务收入按区域分布情况

单位：万元

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华中	66,700.43	28.71%	42,801.73	29.39%	38,758.33	35.79%
华东	62,678.26	26.97%	40,195.30	27.60%	26,858.95	24.81%
华南	30,515.61	13.13%	18,329.21	12.59%	12,314.89	11.37%
西南	24,052.16	10.35%	15,271.04	10.49%	10,437.95	9.64%
华北	23,634.40	10.17%	14,804.51	10.17%	10,157.85	9.38%
东北	13,190.42	5.68%	6,906.17	4.74%	4,804.75	4.44%
西北	10,141.43	4.36%	6,575.32	4.52%	3,880.57	3.58%
境外	1,447.10	0.62%	740.82	0.51%	1,065.69	0.98%
总计	**232,359.83**	**100.00%**	**145,624.09**	**100.00%**	**108,278.98**	**100.00%**

3、报告期内主要产品销售价格变化情况

以下主要产品的销售价格变化，包括自有品牌和代理品牌产品。

产品类型	主要产品	单位	2020 年	2019 年	2018 年
健康监测类	血压计	元/台	86.48	90.18	89.55
	血糖监测系列	元/盒	36.45	33.51	33.94
	体温计	元/支	58.32	17.83	19.67
康复辅具类	轮椅	元/台	527.36	570.19	554.41
	助听器	元/台	144.90	106.53	181.66
	助行器	元/台	104.99	110.17	106.21
	护理床	元/张	1,127.45	1,052.76	962.11
呼吸支持类	呼吸机	元/台	4,480.58	3,714.56	3,510.80
	制氧机	元/台	1,699.27	1,668.70	1,724.87
	鼻腔护理	元/袋、元/瓶	9.42	5.55	3.88
医疗护理类	敷贴/敷料类	元/盒	4.23	4.51	1.65
	口罩/手套	元/盒	6.38	3.58	1.79
	消毒产品	元/盒、元/瓶	4.40	2.50	2.15
	棉球/棉签/棉片类	元/盒	1.23	0.99	0.93
中医理疗类	理疗仪	元/台	173.01	165.15	158.86
	艾叶及制成品	元/盒	8.63	7.58	7.60
	温灸产品	元/盒	7.79	10.74	2.76

产品类型	主要产品	单位	2020 年	2019 年	2018 年
	拔罐器	元/盒	15.22	15.14	16.51

（二）发行人的客户情况

1、报告期内前五大客户情况

报告期内，公司前五大客户销售收入及其占营业收入的比重如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	销售金额	占当期营业收入比例
2020 年	1	阿里系统	62,103.93	26.15%
	2	益丰系统	6,492.31	2.73%
	3	老百姓系统	4,373.91	1.84%
	4	千金系统	3,466.06	1.46%
	5	京东系统	2,664.50	1.12%
	合计		**79,100.70**	**33.30%**
2019 年	1	阿里系统	29,368.26	20.09%
	2	老百姓系统	5,373.20	3.68%
	3	益丰系统	5,352.63	3.66%
	4	千金系统	2,282.71	1.56%
	5	桐庐好邻居大药房连锁有限公司	1,196.31	0.82%
	合计		**43,573.12**	**29.80%**
2018 年	1	阿里系统	9,888.18	9.10%
	2	老百姓系统	6,485.24	5.97%
	3	益丰系统	4,939.59	4.54%
	4	千金系统	1,780.76	1.64%
	5	海王系统	1,327.85	1.22%
	合计		**24,421.62**	**22.47%**

注：1、阿里系统包括阿里健康大药房医药连锁有限公司、浙江天猫网络科技有限公司、杭州礼和医药有限公司和浙江天猫供应链管理有限公司等，销售金额包括商品销售收入和线上店铺代运营收入；
2、老百姓系统包括老百姓大药房连锁股份有限公司下属公司和关联公司；
3、益丰系统包括益丰大药房连锁股份有限公司及下属公司和关联公司；
4、千金系统包括株洲千金药业股份有限公司下属公司和关联公司；
5、海王系统包括深圳市海王星辰医药有限公司及下属公司和关联公司；
6、京东系统包括北京京东世纪信息技术有限公司和北京京东弘健健康有限公司；

报告期内，公司对前五大客户的销售金额占比分别为 22.47%、29.80%、33.30%，不存在向单个客户销售额超过 50%的情形，不存在严重依赖个别客户的情形。

公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述前五大客户不存在关联关系，同时上述前五大客户及其控股股东、实际控制人不存在是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

2、报告期内新增前五大客户情况

报告期内发行人主要客户基本保持稳定，2018 年，公司新增的前五大客户为阿里系统和海王系统；2019 年，公司新增的前五大客户为桐庐好邻居大药房连锁有限公司，2020 年，公司新增的前五大客户为京东系统,以上新增客户情况如下：

（1）阿里系统

公司自 2017 年开始与阿里系统合作，主要合作单位是阿里健康大药房医药连锁有限公司和浙江天猫供应链管理有限公司，其成立时间分别为 2008 年 11 月 6 日、2011 年 8 月 24 日，公司的业务和订单获取方式为商业谈判。2018 年、2019 年、2020 年，发行人对阿里系统实现的收入分别为 9,888.18 万元、29,368.26 万元、62,103.93 万元，成为 2018 年、2019 和 2020 年第一大客户，主要原因如下：

1）公司于 2018 年将天猫店铺“可孚医疗器械旗舰店”店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司

公司 2014 年开始就率先在天猫开立自营店铺，随着公司店铺的规模逐渐扩大，产品口碑和品牌知名度不断提升，公司与平台的合作逐渐紧密。在阿里巴巴新零售战略实施中，基于前期良好合作及未来合作前景的预期，2018 年 2 月，阿里健康大药房医药连锁有限公司与发行人达成一致协议，发行人将自营天猫店铺“可孚医疗器械旗舰店”店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，并将店铺运营外包给发行人。双方的合作是强强联合，能够充分发挥可孚医疗的品牌运营优势和阿里健康的流量用户优势，双方合作互相协同、互相促进。该店铺报告期内为公司创造的主营业务收入分别为 9,031.10 万元、18,146.03 万元、39,468.43 万元，2019 年和 2020 年分别增长 9,114.93 万元、21,322.40 万元。

①主体变更涉及的交易

根据发行人（乙方）与阿里健康大药房（甲方）签订的协议《品牌旗舰店外包运营合作协议》：乙方同意向甲方交纳履约保证金人民币30万元，该保证金用于担保乙方对

本协议的履约及按照本协议合规运营，除此之外不涉及现金或非现金交易。

②相关合同约定条款

根据发行人（乙方）与阿里健康大药房（甲方）签订的协议《品牌旗舰店外包运营合作协议》、《商品直供合作合同》，相关约定如下：

A、店铺转让相关合同条款

《品牌旗舰店外包运营合作协议》“第二条 店铺开设与合作模式” 2.1乙方同意在本协议签订之日起的30工作日内将协助甲方在天猫上开设可孚医疗器械旗舰店（网址：http：//cofoe.tmall.com/），甲方对该店铺享有所有权。乙方负责在本协议签订之后10个工作日内向甲方提供甲方作为店铺经营主体所需要的各项乙方主体资格相关文件（包括加盖公章的营业执照副本复印件、代理文件、自有品牌的商标注册证等），以及授权甲方有权使用其品牌并开设本协议项下品牌旗舰店的授权文件以及天猫所需要的其他相关资料。

B、代运营相关合同条款

《品牌旗舰店外包运营合作协议》“第二条 店铺开设与合作模式” 2.2、2.3中约定甲方成为店铺主体后，将其店铺委托给乙方代为运营，乙方在甲方店铺将开展合同中所有的相关店铺工作，包括但不限于：店铺装修、商品管理、商品详情页制作及上传、活动策划、活动执行、流量拓展、渠道建设、售前售后咨询、消费者投诉处理以及其他与店铺代运营相关的服务等。甲方有权对乙方的运营工作进行监督、管理并对店铺所有运营策略及方式有最终决定权。

C、代运营服务费

《品牌旗舰店外包运营合作协议》“第六条费用及结算方式”中约定：甲方按照店铺月收入的0.7%作为基础运营服务费向乙方支付月运营服务费。运营奖励：在基础运营服务费之外，为了激励乙方更好地运营店铺及投入最优质的人力资源，若店铺年度销售额达到一定金额后，则按照店铺实际销售额的一定占比作为运营奖励支付给乙方（按具体合同年份约定销售额及奖励比率）。

D、店铺收入相关条款

《商品直供合作合同》“4价格”中约定双方按照消费者在甲方店铺成功购买商品

实际支付的金额的某一比例作为商品的供货价向乙方结算。

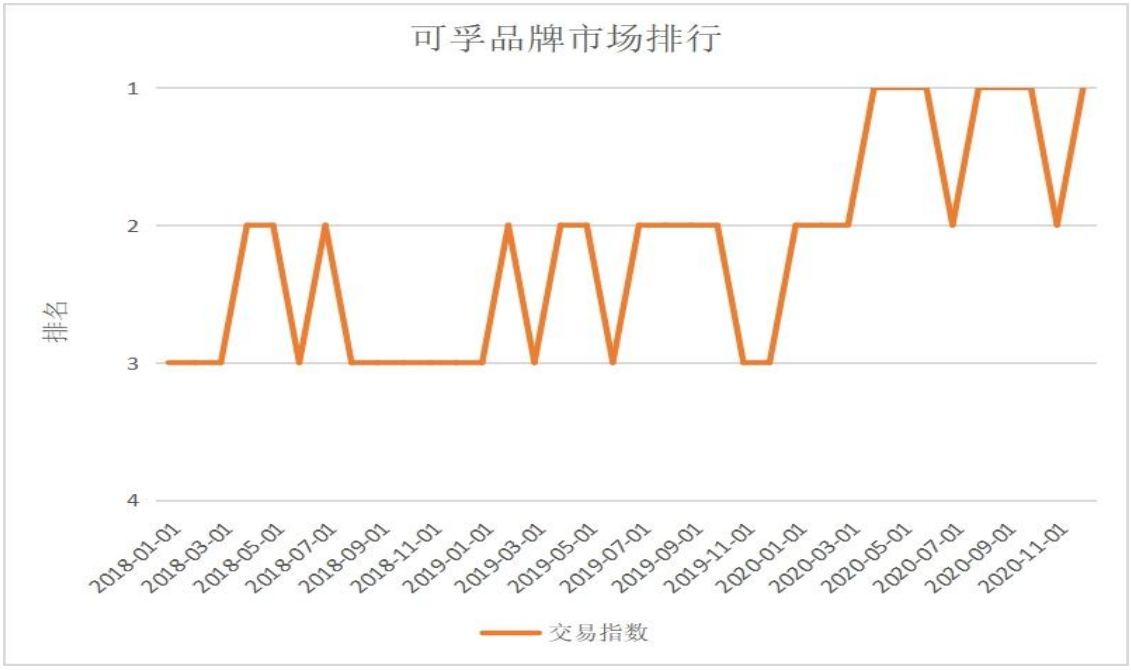
E、费用相关条款

《商品直供合作合同》“5商品营销”中约定甲乙双方可根据店铺年度计划及经营情况不时进行商品促销及品牌宣传活动、以加速商品的周转，增加销售及提升品牌形象，乙方向甲方支付该店铺营销下所产生的所有营销费。促销服务费用及品牌宣传费等，具体的促销方式、促销期间以及品牌宣传设计等具体事宜由双方在协议期内共同协商策划。

③ 2018年、2019年该店铺收入增长迅速的原因

A、发行人自有品牌“可孚”知名度和影响力不断提升

根据天猫平台开店规则，品牌商在天猫平台只能开立一个品牌旗舰店，该店铺为发行人在天猫平台开立的可孚品牌旗舰店。发行人高度重视品牌形象，积极实施品牌管理，强化品牌在产品营销、市场拓展中的积极作用。报告期内，公司迭代推出血压计、护理床、红外体温计、雾化器、轮椅等多款高品质畅销产品，积累了良好的市场口碑和品牌知名度，品牌价值不断提升。根据生意参谋数据显示，“可孚”品牌在天猫和淘宝平台的医疗器械类目下的交易指数排名靠前，具体如下图所示：



数据来源：生意参谋-市场-市场排行-（类目选择医疗器械，选择可孚品牌）

随着发行人品牌知名度和影响力的不断提升，以及消费者线上购物时往往对于官方

旗舰店更加信任的消费心理，该店铺销售额在报告期迅速增长。

B、发行人加大营销推广力度，店铺流量迅速增长，用户转化率略有波动和下降

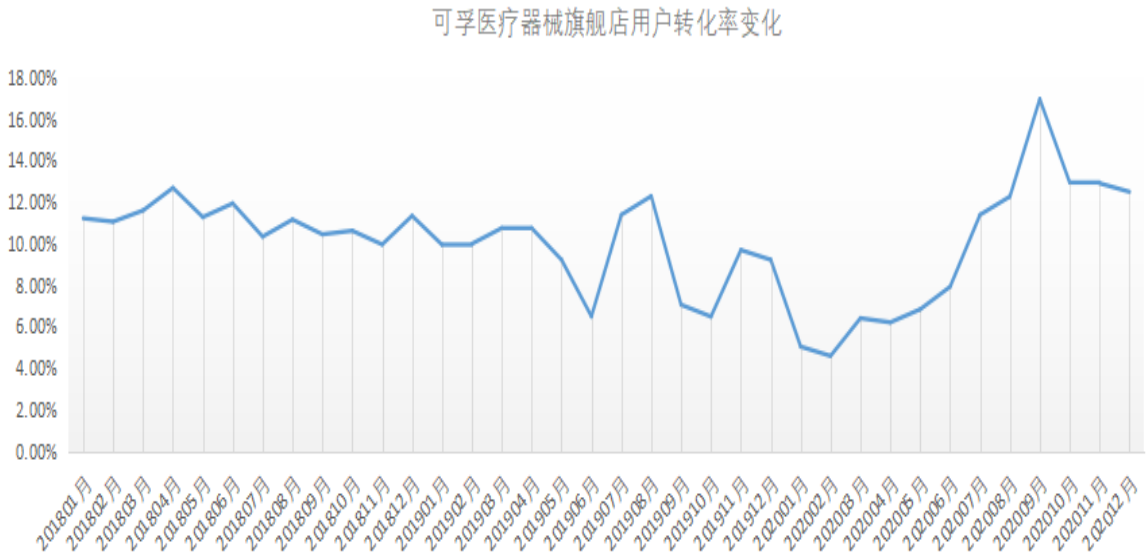
该店铺报告期内的店铺流量情况如下：



数据来源：生 e 经-流量分析-流量指标&走势

报告期内，该店铺访客数稳步增加，2018年2月变更主体前，受2017年“双十一”和春节影响，访客数自2017年11月至2018年2月呈小幅度下降趋势，店铺主体变更后2018年访客数稳步上升，2019年和2020年店铺访客数整体快速增长。访客数的上升与发行人加大对该店铺的营销推广相关，2018年-2020年，发行人为该店铺投入的线上推广费用分别为484.47万元、544.69万元、1,091.61万元。同时，店铺主体变更后，消费者基于对店铺主体阿里健康大药房的信任也提升了店铺访客数。

该店铺报告期内的用户转化率如下：



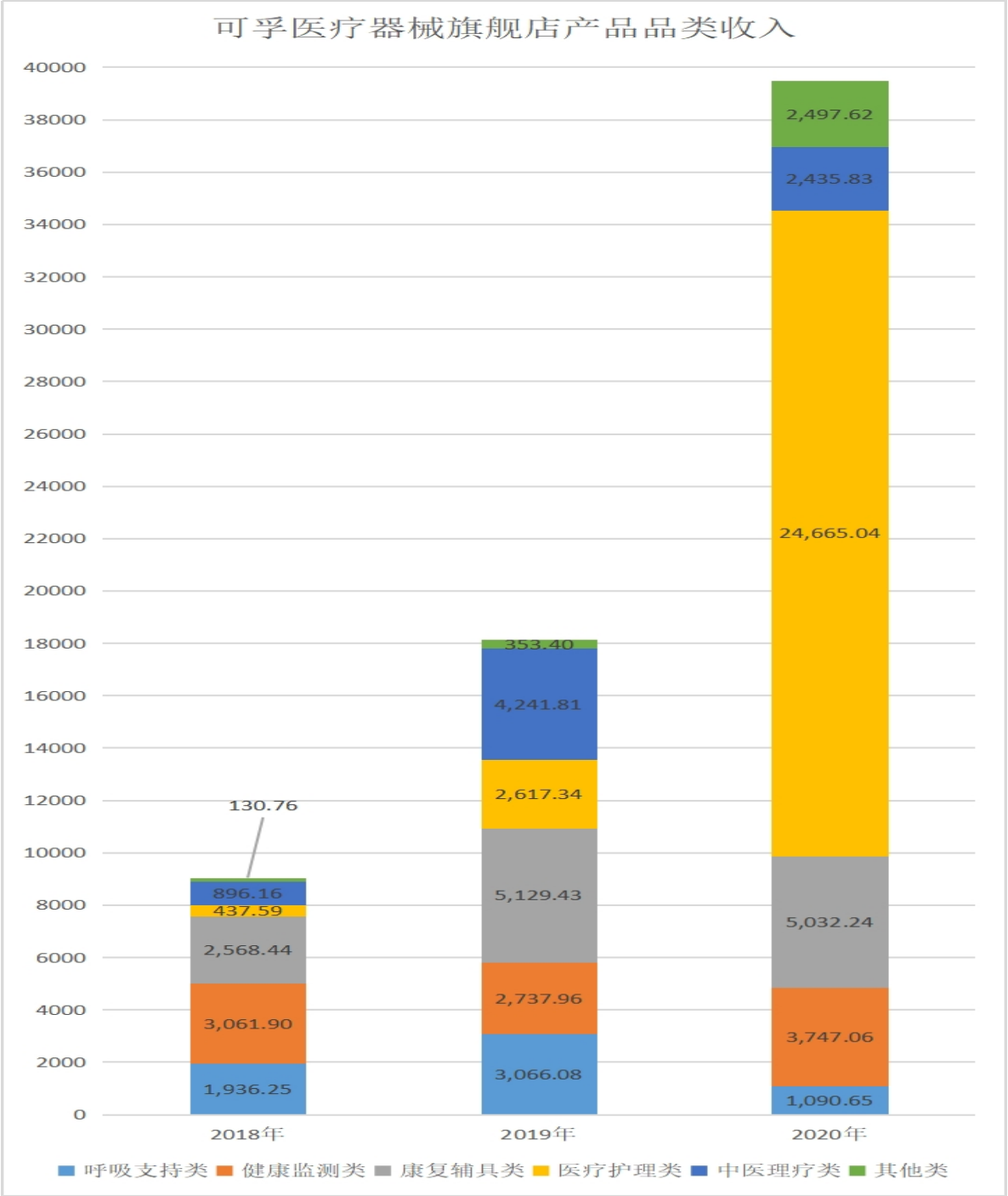
数据来源：生 e 经-流量分析-销售指标&走势

2018年的店铺用户转化率相对平稳，2019年波动较大且略有下降，主要是发行人的营销推广的流量来源渠道多元化，导致流量来源不精准，如店铺内爆款产品会报名一些官方大型活动，例如百亿补贴、超级单品等活动，该类型营销活动流量很大，访客数很大，但是用户转化率相对较低，导致用户转化率波动。

C、产品种类不断丰富，热销产品类目增长迅速

报告期内，随着发行人的自有品牌产品品类不断拓展，该店铺上线的产品类目也不断增加，报告期内，该店铺分产品的销售收入如下：

单位：万元



2018年，店铺销售较2017年增加了3,092.88万元，主要是健康监测类和中医理疗类合计增加了1,724.49万元，其中健康监测类主要是体温计、血压计的增长；中医理疗类主要是刮痧板、拔罐器、熏灸仪/器具、艾叶及制成品，对比2017年增长13.88倍、12.08倍、85.3倍、12.95倍。中医理疗产品为中国传统医学保健产品，为居民消费升级以及对健康关注程度提升的背景下的热销品类。公司依据市场需求推出多品类、多规格的相关产品，销售规模快速扩大。

2019年，店铺销售较2018年增加了9,114.93万元，主要是康复辅具类、医疗护理类和中医理疗类产品合计增加了8,086.40万元。医疗护理产品2019年销售收入增长主要来源于敷贴/敷料类、口罩/手套、清洁消毒类产品。敷贴/敷料类产品2018年主要为创口贴、皮肤创伤喷雾等产品，2019年发行人增加医用敷料产品，契合消费者需求，销售收入迅速增长；口罩/手套、消毒产品、棉球/棉签/棉片类产品主要为发行人推出更多规格类产品供消费者选择，销量增长带动了销售收入的增长。中医理疗类产品作为我国传统中医保健类产品，市场需求空间较大，发行人扩充品类，基于已经建立起的品牌优势与线上店铺运营能力优势，销售收入快速增长。迎合市场需求，中医理疗类产品中医理疗产品2019年销售收入增长主要来源于艾叶及制成品、拔罐器、刮痧板、温灸产品等。

④在2018年2月变更该店铺经营模式的原因

2018年2月，发行人将该店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，同时，基于发行人丰富的运营经验，阿里健康大药房将该店铺委托给发行人代为运营，主要原因是：

A、阿里健康大药房加大对医药新零售领域的探索，加强与上游品牌商的深度合作

阿里健康主营业务包括健康产品及服务销售，以及产品追溯、智能医疗及健康管理服务的提供，积极运用互联网技术打造全链路和全渠道健康产品及服务的供应和新零售体系。借助在线平台的既有优势，结合对市场和用户的理解，阿里健康在医药新零售领域继续探索，以消费者需求为核心，向上游直接对接品牌商，打通产品流通全链路，致力于建立以人群场景为板块的一站式健康消费服务平台。

除与发行人采用直发模式合作外，阿里健康大药房采用此种合作方式的品牌商还有碧生源官方旗舰店（店铺主体于2018年4月19日由北京品茶在线电子商务有限公司变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司）、九芝堂旗舰店、东阿阿胶药品旗舰店和葵花药品旗舰店等知名品牌。

B、发行人品牌影响力不断提高

阿里健康大药房对合作方的要求非常严格，能够进入阿里健康大药房的合作名单是基于平台对公司的高度认可。通过多年在技术研发和网络建设等方面持续不断的投入，凭借高品质产品和完善的营销网络，发行人建立了较高的品牌知名度和良好的市场口碑，同时经过多年深耕细作，公司已经成为快速成长、业内知名的家用医疗器械综合服

务商。

C、合作双方强强联合，能发挥各自的优势

发行人与阿里健康大药房的合作是强强联合，能够充分发挥可孚医疗的品牌运营优势和阿里健康大药房的流量用户优势。同时，根据天猫平台开店规则，品牌商在天猫平台上只能开立一个品牌旗舰店，阿里健康大药房拥有该店铺的前提是获得发行人的唯一授权，且该店铺只能销售“可孚”品牌产品，双方合作是互相协同、互相促进。

2）2018 年开始加大直发供货模式合作

2018 年，公司与阿里健康大药房医药连锁有限公司加大直发供货模式合作，双方签订商品直供合同，阿里健康大药房将公司供应产品展示于阿里健康大药房电子商务平台（网址为 www.liangxinyao.com），消费者可通过该平台进行下单购买，公司收到系统自动分发的订单后将商品以快递方式发送给消费者。报告期内该直发供货合作模式为公司创造的收入分别为 1,316.16 万元、9,832.69 万元、18,707.15 万元，2019 年和 2020 年分别增长 8,516.54 万元、8,874.46 万元。

与平台方的直发供货合作方式将是行业发展的趋势，同时阿里健康大药房医药连锁有限公司具有流量和用户优势，对合作方的要求非常严格，能够进入阿里健康大药房的合作名单是基于平台对公司的高度认可，未来公司与阿里健康大药房的合作将更加密切，订单和业务具有持续性。

（2）海王系统

公司自 2016 年开始和海王系统的深圳市海王星辰医药有限公司进行合作，其成立于 1995 年 6 月 22 日，公司的业务和订单获取方式为商业谈判。海王系统 2018 年成为公司前五大客户，主要原因是 2018 年 9 月开始，公司与海王系统总部开始合作，采购量增加较多。公司与海王系统合作融洽，报告期各期公司与海王系统均签订供货合同，业务和订单具有持续性。

（3）桐庐好邻居大药房连锁有限公司

桐庐好邻居大药房连锁有限公司成立于 2007 年 1 月 29 日，公司自 2013 年开始与其合作，公司的业务和订单获取方式为商业谈判，双方的合作方式主要为桐庐好邻居在天猫平台开立“药健康大药房旗舰店”，公司向其供货并代运营该店铺。2017 年至 2019

年，公司对其销售实现的收入整体比较平稳，分别为 1,042.66 万元、1,272.34 万元、1,196.31 万元，2017 和 2019 年均为公司前五大客户，2018 年由于海王系统销售的增长，不在前五大客户内。公司与桐庐好邻居合作年限较长，双方合作融洽，公司于 2017 年与桐庐好邻居签订了有效期为三年的供货及代运营协议，订单和业务具有持续性。

（4）京东系统

公司自 2018 年开始与京东系统合作，主要合作单位是北京京东弘健健康有限公司和北京京东世纪信息技术有限公司，其成立时间分别为 2019 年 7 月 31 日、2010 年 9 月 1 日，报告期内公司的业务和订单获取方式主要为商业谈判，报告期各期公司与京东系统均签订供货合同，业务和订单具有持续性。

报告期内，公司对京东系统的销售收入分别为 37.71 万元、276.74 万元、2,664.50 万元，2020 年较 2019 年的增长了 862.81%，销售增长主要是双方加强合作，平台入仓模式合作的店铺新增了可孚京东自营旗舰店，此店铺 2020 年销售收入占发行人对京东系统销售收入的比例为 93.70%，该店铺销售可孚品牌产品，产品覆盖呼吸机支持类、健康监测类，康复辅具类、医疗护理类、中医理疗类。

3、报告期内客户与供应商重叠的情形

报告期内，发行人存在少量客户与供应商重叠的情形。报告期内，发行人分别存在客户暨供应商单位 23 家、20 家、22 家，其中当年采购额和销售额均大于 100 万的单位分别为 2 家、4 家、5 家，具体交易金额及占比如下：

单位：万元

报告期	单位数	其中采购和销售均大于 100 万的单位数	采购总额	销售总额	采购亦销售金额		
					金额	采购占比	销售占比
2020 年	22	5	17,081.91	6,826.01	1,186.26	0.93%	0.51%
2019 年	20	4	8,227.06	3,938.87	1,147.94	1.15%	0.79%
2018 年	23	2	15,449.24	10,934.10	620.53	0.85%	0.57%

注：采购亦销售金额为单个客户/供应商当期采购金额与销售金额者孰低

报告期内，发行人既是客户又是供应商的采购亦销售的金额分别为 620.53 万元、1,147.94 万元、1,186.26 万元，占当期营业收入的比例分别为 0.57%、0.79%、0.51%，占当期采购总额的比例分别为 0.85%、1.15%、0.93%。总体来看，报告期各期发行人采购亦销售金额较小，占当期收入、采购的比例较低，对发行人当年收入、利润无重大影响。

发行人是一家国内领先的大型、综合性家用医疗器械企业，专业从事家用医疗器械的研发、生产、销售和服务，发行人的上游包括医疗器械的厂商和代理商，下游包括药房和部分专业从事医疗器械销售的客户。基于自身需求相互采购，此种交易情形在流通行业内具有常态化和合理性，有利于实现高效的资源配置。

从具体情形上看，报告期内主要表现为：①发行人的部分客户主营业务为医疗器械的经营，发行人主要向其销售产品，同时由于其掌握了一定的医疗器械资源，尤其是掌握部分产品的独家代理权，发行人向其采购部分产品；②发行人部分供应商主营业务为医疗器械的生产及销售，发行人主要向其采购产品，由于其生产的产品品类有限，其为了满足其经营需求向发行人采购其缺乏的产品品类。

发行人存在客户暨供应商的情形中，发行人销售和采购内容都与客户及供应商的主营业务相关，是基于正常的商业关系和商业逻辑，在自愿、自主、公平的交易背景下产生的，此种业务往来符合行业惯例，且对同一家企业的销售和采购具体内容基本不同，属于自发的正常商业行为。

由于公司产品种类众多，且公司与客户及供应商的业务往来是基于正常的商业逻辑，公司对既是客户又是供应商采购和销售的产品类型包含了公司健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大类产品中的绝大部分产品品类。

报告期内涉及客户暨供应商情形的企业为44家，其中，报告期内公司对单家企业对应的销售与采购金额均在100万以上的业务往来情况如下：

单位：万元

公司	交易时间	采购金额	采购内容	销售金额	销售内容
国药系统	2020 年	139.40	诺和笔、一次性使用无菌注射针、扫描式葡萄糖检测系统、优伴笔式胰岛素注射器	2,244.79	可孚玻璃体温计、可孚电子血压计、可孚红外线体温计、可孚日用口罩、逸巧血糖测试条
	2019 年	379.93	诺和笔、扫描式葡萄糖检测系统、一次性使用无菌注射针	711.20	瑞思迈呼吸机、欧姆龙电子血压计、可孚电子血压计、可孚红外线体温计、可孚轮椅车、逸巧血糖测试条
	2018 年	312.62	诺和笔、倍佳血糖试纸、一次性使用无菌注射针、瑞思迈呼吸机	682.81	瑞思迈呼吸机、欧姆龙电子血压计、鱼跃轮椅车、逸巧血糖测试条、鱼跃制氧机
康德莱	2020 年	1,207.56	KDL 一次性使用无菌注射针、KDL 一次性使用无菌注射器、KDL 一次性使用胰岛素笔配	313.18	英科手套、中红普林手套、健鹏医用棉签、稳健医用棉签、艾科·灵睿

公司	交易时间	采购金额	采购内容	销售金额	销售内容
			套用针		血糖试纸
	2019 年	765.44	KDL 一次性使用无菌胰岛素注射器、KDL 一次性使用胰岛素笔配套用针、KDL 一次性使用无菌注射针、KDL 一次性使用无菌注射器	360.11	健鹏医用棉签、汉宛 75%医用酒精、可孚出诊箱、加倍佳橡皮膏、可孚玻璃体温计
	2018 年	669.98	KDL 一次性使用胰岛素笔配套用针、KDL 一次性使用无菌注射针、康复一次性使用输液器带针、康复一次性使用无菌注射器带针	174.20	汉宛 75%医用酒精、加倍佳橡皮膏、稳健医用棉签、艾科·灵睿血糖试纸
千金系统	2020 年	350.35	敷贴/敷料	3,466.06	可孚红外体温计、可孚血糖试纸、可孚电子血压计
	2019 年	100.32	敷贴/敷料	2,282.71	可孚血糖试纸、可孚电子血压计、可孚助听器、可孚超声胎音仪
青岛雅世医疗器械有限公司	2019 年	105.93	可孚红外人体表面温度快速筛检仪、缝制、纺织类部件	304.12	血压计配件
蓝思科技股份有限公司	2020 年	716.22	KN95 口罩罩体、口罩裸片、医用外科口罩口罩裸片	141.59	可孚日用口罩
北京和顺嘉华国际贸易有限公司	2020 年	277.09	瑞思迈呼吸机、瑞思迈呼吸机加热湿化器、福通双水平呼吸机治疗仪	195.26	瑞思迈呼吸机面罩

注：1、康德莱包括上海康德莱企业发展集团股份有限公司及下属公司和关联公司；
2、国药系统包括国药控股股份有限公司及下属公司和关联公司；
3、千金系统包括株洲千金药业股份有限公司下属公司和关联公司。

公司存在客户暨供应商的情形中，对同一家企业的销售和采购具体内容基本不同，不存在向同一主体采购的产品为向其销售产品的原材料情形。

报告期内，发行人与上海康德莱企业发展集团股份有限公司（603987.SH）及其子公司温州康德莱医疗器械有限公司、湖南康德莱医疗器械有限责任公司、上海康德莱国际商贸有限公司、南昌康德莱医疗科技有限公司、浙江康德莱医疗器械股份有限公司、四川康德莱医疗科技有限公司、自贡康德莱医疗科技有限公司（以下合计简称“康德莱”）之间存在购销交易，公司的订单获取方式为商业谈判。报告期内发行人与康德莱的具体购销情况如下：

单位：万元

交易时间	采购金额	采购内容	销售金额	销售内容
2020 年度	1,207.56	KDL 一次性使用无菌注射针、KDL 一次性使用无菌注射器、KDL 一次性使用胰岛素笔配套用针	313.18	英科手套、中红普林手套、健鹏医用棉签、稳健医用棉签、艾科·灵睿血糖试纸

交易时间	采购金额	采购内容	销售金额	销售内容
2019 年度	765.44	KDL 一次性使用无菌胰岛素注射器、KDL 一次性使用胰岛素笔配套用针、KDL 一次性使用无菌注射针、KDL 一次性使用无菌注射器	360.11	健鹏医用棉签、汉宛 75%医用酒精、可孚出诊箱、加倍佳橡皮膏、可孚玻璃体温计
2018 年度	669.98	KDL 一次性使用胰岛素笔配套用针、KDL 一次性使用无菌注射针、康复一次性使用输液器带针、康复一次性使用无菌注射器带针	174.20	汉宛 75%医用酒精、加倍佳橡皮膏、稳健医用棉签、艾科·灵睿血糖试纸

康德莱与公司合作时间较长，是国内医用穿刺器械领域的龙头企业，拥有医用穿刺器械完整产业链。鉴于双方之间的产品存在差异，公司基于市场需求和经营需要主要从康德莱采购其生产的一次性使用无菌注射针、一次性使用胰岛素注射器、一次性使用胰岛素笔配套用针等输注类产品，同时康德莱旗下湖南康德莱医疗器械有限责任公司、上海康德莱国际商贸有限公司等主要业务为医疗器械销售，基于经营需求从发行人采购医用棉签、手套、医用酒精、出诊箱等产品。

发行人与康德莱基于自身需求相互采购的情形，主要系双方在业务开拓过程中存在自身无法全部满足用户需求的情况，从而出现交叉购买情形，有利于实现高效的资源配置，符合商业逻辑。发行人对康德莱的采购和销售产品不同且均与双方主营业务相关，属于自发的正常商业行为，具有真实的商业背景和商业合理性。

公司与康德莱的交易根据产品规格、市场价格、交易量等综合信息双方协商确定价格。报告期内发行人与康德莱之间的采购和销售价格均略低于双方销售给同类型企业的价格，主要是公司与康德莱合作时间较长，合作中双方均保持良好的商业信誉和合作稳定性，因此双方均给予对方相对优惠的价格，交易定价具有公允性，不存在相互为对方承担成本、分摊费用的情形，亦不存在成本、费用混同的情形。

4、报告期内线上销售前五大客户情况

（1）报告期内线上销售前五大客户销售收入金额及占线上销售额的比例如下：

单价：万元

年份	客户名称	金额	占线上收入比例
2020 年	阿里系统	62,095.52	34.34%
	京东系统	2,664.50	1.47%
	桐庐好邻居大药房连锁有限公司	1,625.52	0.90%
	上海盒马网络科技有限公司	261.09	0.14%
	湖南快乐老人产业经营有限公司	173.33	0.10%

年份	客户名称	金额	占线上收入比例
	合计	66,819.96	36.95%
2019 年	阿里系统	29,368.26	28.16%
	桐庐好邻居大药房连锁有限公司	1,191.07	1.14%
	京东系统	276.74	0.27%
	广州好信医药连锁有限公司	145.24	0.14%
	湖南快乐老人产业经营有限公司	144.90	0.14%
	合计	31,126.20	29.84%
2018 年	阿里系统	9,888.18	14.06%
	桐庐好邻居大药房连锁有限公司	1,271.45	1.81%
	广州好信医药连锁有限公司	222.42	0.32%
	湖南快乐老人产业经营有限公司	151.19	0.21%
	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心	60.67	0.09%
	合计	11,593.91	16.49%

注：1、阿里系统包括阿里健康大药房医药连锁有限公司、浙江天猫网络科技有限公司、杭州礼和医药有限公司和浙江天猫供应链管理有限公司等，销售金额包括商品销售收入和线上店铺代运营收入；

2、京东系统包括北京京东世纪信息技术有限公司和北京京东弘健健康有限公司。

（2）以上线上销售前五大客户基本情况如下：

①阿里系统

客户名称	阿里健康大药房医药连锁有限公司		浙江天猫供应链管理有限公司
注册资本（万元）	30,000.00		1,000.00
主营业务	阿里健康大药房是阿里巴巴集团旗下阿里健康信息技术有限公司所属的自营大药房，自营业务包含了中西药品、滋补保健、母婴孕产、生活个护、医疗器械、成人计生等多个板块。		
营业收入（万元）	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	961,493.00	509,674.50	244,309.30
行业地位	阿里健康位列《2020 胡润中国百强大健康民营企业》第 4 名		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2017 年		
网点数量	未提供		
经营地域	22 个国家和地区		

注：1、发行人与阿里系统合作公司较多，上述表格仅列示销售金额较大的公司基本情况。
2、上述财务数据为阿里健康（00241.HK）财务数据，取自其公开披露的年度报告（4 月 1 日至次年 3 月 31 日为一个会计年度），阿里系统未提供网点数量。

阿里巴巴及其关联方未在发行人直接或间接持有权益，除与发行人正常的业务、资

金往来外，阿里巴巴及其关联方与发行人及其实际控制人、主要股东之间不存在关联关系、其他资金、业务往来或利益安排；阿里巴巴选择与发行人密切合作具有商业合理性，与发行人品牌知名度具有较大相关性，不涉及其他利益安排。

②桐庐好邻居大药房连锁有限公司

客户名称	桐庐好邻居大药房连锁有限公司		
注册资本	800.00 万元		
主营业务	零售处方药与非处方药、消毒用品、洗涤用品、化妆品、日用品		
营业收入（万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	未获取	未获取	未获取
行业地位	未获取		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2012 年		
网点数量	未获取		
经营地域	全国		

注：部分数据及内容客户未提供。

③京东系统

客户名称	北京京东世纪信息技术有限公司	北京京东弘健健康有限公司	
注册资本	50,000.00 万元	100 万元	
主营业务	在线销售计算机、手机及其它数码产品、家电、汽车配件、服装与鞋类、奢侈品、家居与家庭用品、化妆品与其它个人护理用品、食品与营养品、书籍与其它媒体产品、母婴用品与玩具、体育与健身器材以及虚拟商品等		
营业收入（亿元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	7,458.02	5,768.88	4,620.20
行业地位	2019 年，京东集团市场交易额超过 2 万亿元。2020 年 8 月，京东集团第五次入榜《财富》全球 500 强，位列第 102 位，位居中国零售及互联网行业第一、全球互联网行业第三。		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2018 年		
网点数量	超过 50000 家		
经营地域	全球		

注：上述财务数据为京东上市公司（JD.COM）合并口径财务数据，取自其公开披露的年度报告。

④湖南快乐老人产业经营有限公司

客户名称	湖南快乐老人产业经营有限公司
注册资本	3,000.00 万元
主营业务	涵盖服饰穿戴、美妆、母婴、居家等全品类

营业收入（万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	未获取	未获取	未获取
行业地位	未获取		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2016 年		
网点数量	未获取		
经营地域	全国		

注：部分数据及内容客户未提供。

⑤广州好信医药连锁有限公司

客户名称	广州好信医药连锁有限公司		
注册资本	228.00 万元		
主营业务	广州好信是唯品会旗下公司。唯品会是中国领先的品牌在线折扣零售商，主要通过其在线平台上的快速销售,为中国消费者提供高品质的品牌产品。唯品会开创了“精选品牌,大幅折扣,限量产品”的快速销售模式,涵盖了从服装,鞋包,化妆品,母婴产品,家庭用品到食品等广泛的产品类别。		
营业收入（亿元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	1,018.58	929.94	845.24
行业地位	唯品会是全球最大的在线折扣零售商和中国第三大电子商务平台		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2017 年		
网点数量	未获取		
经营地域	全国		

注：上述财务数据为上市公司唯品会（VIPS.N）合并口径财务数据，取自其公开披露的年度报告，网点数量客户未提供。

⑥苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心

客户名称	苏宁易购集团股份有限公司苏宁采购中心		
注册资本	母公司注册资本、实缴资本为 931,003.9655 万元人民币		
主营业务	零售业务涵盖传统家电、消费电子、百货、日用品、图书、虚拟产品等		
营业收入（亿元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	2,584.59	2,692.29	2,449.57
行业地位	2019 年，苏宁易购再次位列《财富》全球 500 强，在 2019 年《中国 500 最具价值品牌》中，以 2691.81 亿元的品牌价值居零售业第一位。		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2017 年		
网点数量	8126 家		
经营地域	全国		

注：上述财务数据为苏宁易购上市公司（002024）合并口径财务数据，取自其公开披露的年度报告。

⑦上海盒马网络科技有限公司

客户名称	上海盒马网络科技有限公司		
注册资本	64,913 万元人民币		
主营业务	新零售平台，零售业务涵盖食品、服装、日用百货、家用电器、食用农产品、粮食（中央储备粮食除外）、家居用品、数码产品及配件等		
营业收入（万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	未获取	未获取	未获取
行业地位	国内排名靠前的生鲜电商品牌		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2018 年		
网点数量	未获取		
经营地域	全国		

注：营业收入、网点数量客户未提供。

5、报告期内线下销售前五大客户情况

（1）报告期内线下销售前五大客户情况

报告期内线下销售前五大客户销售收入金额及占线下销售额的比例如下：

单价：万元

年份	店铺客户名称	金额	占线下收入比例
2020 年	益丰系统	6,492.31	12.60%
	老百姓系统	4,373.91	8.49%
	千金系统	3,466.06	6.73%
	国药系统	2,244.79	4.36%
	养天和系统	1,948.38	3.78%
	合计	18,525.45	35.95%
2019 年	老百姓系统	5,373.20	13.00%
	益丰系统	5,352.63	12.95%
	千金系统	2,282.71	5.52%
	养天和系统	973.92	2.36%
	高济系统	827.96	2.00%
	合计	14,810.43	35.84%
2018 年	老百姓系统	6,485.24	17.09%
	益丰系统	4,939.59	13.01%

年份	店铺客户名称	金额	占线下收入比例
	千金系统	1,780.76	4.69%
	海王系统	1,327.85	3.50%
	正和祥	728.75	1.92%
	合计	15,262.19	40.21%

注：1、老百姓系统包括老百姓大药房连锁股份有限公司下属公司和关联公司；

2、益丰系统包括益丰大药房连锁股份有限公司及下属公司和关联公司；

3、千金系统包括株洲千金药业股份有限公司下属公司和关联公司；

4、海王系统包括深圳市海王星辰医药有限公司及下属公司和关联公司；

5、国药系统包括国药控股股份有限公司及下属公司和关联公司；

6、高济系统包括四川蜀南医药有限责任公司及其关联公司。

以上线下销售前五大客户基本情况如下：

①益丰系统

客户名称	益丰大药房连锁股份有限公司		
注册资本	53,106.8 万元		
主营业务	主要从事药品、保健品、医疗器械以及与健康相关的日用便利品等的连锁零售业务，子公司益丰医药作为公司内部集中采购平台，兼顾少量对外药品批发业务。		
营业收入（万元）	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	1,027,617.47	691,257.65	480,724.90
行业地位	2014-2019 年在中国连锁药店综合实力百强榜排名第五位； 2018-2019 年度中国药品零售企业竞争力排行榜成长力冠军。		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2009 年		
网点数量	4752 家门店		
经营地域	中南、华东、华北		

注：发行人与益丰系统合作单位较多，基本情况列示上市公司益丰药房（603939）的基本情况，上述财务数据为益丰药房（603939）财务数据，取自其公开披露的年度报告。

②千金系统

客户名称	株洲千金药业股份有限公司		
注册资本	41,850.7 万元		
主营业务	主要从事中成药、化学药和女性卫生用品的研制、生产和销售以及药品的批发和零售业务。		
营业收入（万元）	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	352,523.81	332,855.40	318,274.38

行业地位	中国制药百强企业、中国医药工业百强企业
获客方式	主动接洽
开始合作时间	2009 年
网点数量	950 家门店
经营地域	华东、华南、华北、华中、东北、西南、西北

注：发行人与千金系统合作单位较多，基本情况列示上市公司千金药业（600479）的基本情况，上述财务数据为千金药业（600479）财务数据，取自其公开披露的年度报告。

③老百姓系统

客户名称	老百姓大药房连锁股份有限公司		
注册资本	28,655.6 万元		
主营业务	药品及其他健康相关商品的销售		
营业收入（万元）	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	1,166,317.62	947,108.93	750,143.23
行业地位	2020 年“中国药品零售企业综合竞争力”品牌力冠军、全国性连锁第一名。		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2009 年		
网点数量	5801 家门店		
经营地域	华中、华南、华东、华北、西北		

注：发行人与老百姓系统合作单位较多，基本情况列示上市公司老百姓（603883）的基本情况，上述财务数据为老百姓（603883）财务数据，取自其公开披露的年度报告。

④国药系统

客户名称	国药控股股份有限公司		
注册资本	312,065.62 万元		
主营业务	主要业务包括医药分销和医药零售		
营业收入（万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	45,642,708.60	42,527,272.60	34,452,582.10
行业地位	在医药零售领域，公司旗下国大药房全国销售规模排名靠前		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2011 年		
网点数量	5021 家		
经营地域	北部、华东、华南、华中、西北		

注：发行人与国药系统合作单位较多，基本情况列示上市公司国药股份（01099）的基本情况，上述财务数据为港股国药股份（01099）财务数据，取自其公开披露的年度报告。

⑤养天和系统

客户名称	养天和大药房股份有限公司		
注册资本	10,000.00 万元		
主营业务	通过直营、加盟、品牌合作等模式，在销售中西成药、医疗器械、生物制剂、计生用品、保健食品等相关产品的同时，向单体零售药店和中小连锁药店输出品牌、管理、信息化系统等赋能服务。		
营业收入（万元）	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	107,842.99	94,668.26	78,182.31
行业地位	“养天和”品牌系中国驰名商标，2016 年 9 月，“养天和”品牌被湖南省商务厅认定为“湖南老字号”。		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2009 年		
网点数量	927 家		
经营地域	湖南、海南、广东、广西、湖北、四川、重庆、山东、山西、天津、吉林		

注：上述财务数据来自养天和公开披露的招股说明书。

⑥高济系统

客户名称	四川蜀南医药有限责任有限公司		
注册资本	1,500.00 万元		
主营业务	药品、医疗器械批发		
营业收入（万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	未获取	未获取	未获取
行业地位	其集团高济医疗是行业内排名靠前的全国性连锁药房		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2019 年		
网点数量	10000 家		
经营地域	未获取		

注：发行人与高济系统合作单位较多，上述表格只列出了销售额较大的四川蜀南医药有限责任有限公司基本情况。

⑦海王系统

客户名称	深圳市海王星辰医药有限公司	湖南海王星辰健康药房连锁有限公司	江苏海王星辰健康药房连锁有限公司
注册资本	5,845.27 万元	5,000.00 万元	10,000.00 万元
主营业务	处方药与非处方药及其他健康相关商品的销售		
营业收入（万元）	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	未获取	未获取	未获取
行业地位	2016-2017 年度中国连锁药店直营力百强企业		
获客方式	主动接洽		

开始合作时间	2015 年
网点数量	3000 多家
经营地域	未获取

注：1、发行人与海王系统合作单位较多，上述表格只列出了销售额较大的公司基本情况。
2、营业收入、经营地域客户未提供，行业地位描述来自于客户官网。

⑧正和祥

客户名称	四川正和祥健康药房连锁有限公司	贵州正和祥药业有限公司	广安正和祥药业连锁有限公司
注册资本	10,010.24 万元	3,983.70 万元	6,000.00 万元
主营业务	以药品零售为主，涵盖中药生产、药品批发、中医馆、医疗诊所		
营业收入（万元）	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	153,000.00	154,000.00	96,000.00
行业地位	未获取		
获客方式	主动接洽		
开始合作时间	2016 年		
网点数量	1012 家		
经营地域	未获取		

注：1、发行人与正和祥合作单位较多，上述表格只列式了销售额较大的公司基本情况。
2、数据来源：营业收入数据来自四川正和祥健康药房连锁有限公司确认函。

（2）报告期内连锁药房前五大客户的销售金额变动分析

报告期内，发行人连锁药房前五大客户和线下销售前五大客户情况一致，详见本节“（1）报告期内线下销售前五大客户情况”，上述前五大客户报告期内的销售金额变动情况如下：

单位：万元

客户名称	**2020 年较 2019 年变动率**	**2020 年**	**2019 年较 2018 年变动率**	**2019 年度**	**2018 年度**
益丰系统	21.29%	6,492.31	8.36%	5,352.63	4,939.59
老百姓系统	-18.60%	4,373.91	-17.15%	5,373.20	6,485.24
千金系统	51.84%	3,466.06	28.19%	2,282.71	1,780.76
国药系统	215.63%	2,244.79	4.16%	711.20	682.81
养天和系统	100.06%	1,948.38	90.50%	973.92	511.25
高济系统	10.24%	912.73	323.21%	827.96	195.64
海王系统	-1.79%	752.28	-42.31%	766.01	1,327.85
正和祥系统	16.18%	665.05	-21.45%	572.44	728.75

报告期，公司对益丰系统的销售额分别为 4,939.59 万元、5,352.63 万元、6,492.31 万元，2019 年公司对益丰系统的销售额较 2018 年增长 8.36%，随着公司与益丰系统良好合作的加深以及公司产品品类的增加，公司对益丰系统的销售额继续增长。2020 年，公司在疫情期间坚持生产，口罩、体温计等防疫物资通过药房渠道投放市场，销售收入增长较大。

报告期内，公司主要是跟千金系统中的千金大药房连锁和千金医药合作。千金大药房连锁主要是做零售业务，面对的是终端个人消费者及部分团购客户；千金医药为湖南省内老牌医药商贸公司，有众多的下游医药公司及中小型连锁药房渠道，其主要是对下游渠道进行分销。报告期内，公司对千金系统的销售额分别为 1,780.76 万元、2,282.71 万元、3,466.06 万元。2019 年公司的销售额较 2018 年增长 501.95 万元，增幅 28.19%，主要原因为公司进一步加深了与千金股份旗下千金医药的业务往来，同时随着千金大药房连锁门店数增加，公司对千金系统销售也随之同步增长。2020 年公司的销售额较 2019 年增长 1,183.34 万元，增幅 51.84%，公司在疫情期间坚持生产，口罩、体温计等防疫物资通过药房渠道投放市场，销售收入增长较大。

报告期，公司对老百姓系统的销售额分别为 6,485.24 万元、5,373.20 万元、4,373.91 万元，2019 年公司对老百姓系统的销售额较 2018 年下降 17.15%，主要原因为 2019 年顺应公司发展战略，自有品牌产品销量上升，其他代理品牌产品主动逐渐弱化，且弱化部分的产品销售额较自有品牌的提升规模要大。2020 年公司对老百姓系统的销售额较 2019 年下降 18.6%，主要是部分代理品牌不再合作，加之疫情原因，老百姓系统的销售额有所下降。

报告期，公司对国药系统的销售额分别为 682.81 万元、711.20 万元、2,244.79 万元，国药系统 2018 年至 2019 年销售较为稳定，保持小幅增长。2020 年公司对国药系统销售大幅增长，主要原因为公司成为湖南省重点防疫企业，为国药控股湖南有限公司及国药控股长沙有限公司的政府指定防疫物资采购供应商。

报告期，公司对养天和系统的销售额分别为 511.25 万元、973.92 万元、1,948.38 万元，2019 年公司向养天和系统销售较 2018 年增长 90.50%，增幅较大，主要原因为 2019 年养天和系统增加了各个省的合作伙伴，随着产品销售渠道的改变及产品销售范围的扩大，公司与养天和系统合作的产品品种增加，血压计、血糖仪、制氧机、耗材、轮椅以及康复器材均以公司产品为主，并先后为四川、山东、海南、广东 4 省 5 家连锁企业主

配发货，合作伙伴增多、产品销售渠道也从单一化的变为多样化，从而促进了合作商品销售金额的增长。2020 年，公司在疫情期间坚持生产，口罩、体温计、乙醇消毒液等防疫物资通过药房渠道投放市场，销售收入增长较大。

报告期，公司对高济系统的销售额分别为 195.64 万元、827.96 万元、912.73 万元，2019 年公司对高济系统的销售额较 2018 年上涨 323.21%，增幅较大，主要原因为公司与高济系统建立了总部统采加区域地采的全面合作模式，加之高济系统自身快速整合蜀南平台，华中平台，华东平台，华南平台及旗下分公司，公司产品在全国范围内投放，销售额迅速提升。2020 年由于疫情对客户门店销售有一定冲击，同时疫情期间高济系统防疫物资在当地采购，从公司采购疫情物资较少，从而公司对其销售的增速有所下降。

报告期，公司对海王系统的销售额分别为 1,327.85 万元、766.01 万元、752.28 万元，2019 年公司对海王系统销售额较 2018 年下降 42.31%，主要原因为在海王系统总部统采合作模式下，公司产品全面下沉，2019 年合作趋于稳定，基本趋向以销定采。2020 年，由于疫情对客户门店销售有一定冲击，同时疫情期间海王系统从公司采购疫情物资较少，从而公司对其销售有所下降。

报告期，公司对正和祥系统的销售额分别为728.75万元、572.44万元、665.05万元，公司2019年的销售较2018年下降21.45%，小幅下降，主要原因为正和祥系统2018年并购整合后，公司产品全面下沉，2019年合作趋于稳定，基本趋向以销定采。2020年，虽然疫情期间其从公司采购疫情物资较少，但是公司自有品牌产品销售进一步在正和祥系统渠道得以强化，故销售有所增长。

（3）发行人与主要连锁药房客户的主要约定

报告期内，可孚医疗与主要连锁药房客户签订的销售合同中对产品验收、退换货的具体约定如下：

客户名称	合同验收条款	合同退换货条款
益丰系统、老百姓系统、高济系统、海王系统	客户在销售清单上签字并盖章确认验收或客户出具盖章的入库单作为收货凭证	非质量问题不得退货
千金系统、国药系统、养天和系统、正和祥系统	客户在销售清单上签字并盖章确认验收	非质量问题不得退货

发行人连锁药房采用直销模式，连锁药房向发行人下达销售订单，发行人将产品运送至连锁药房指定仓库。根据合同约定，当发行人将产品送达连锁药房指定仓库，连锁

药房对产品销售单进行签收或验收或入库时，存货的主要风险报酬或控制权已由发行人转移给连锁药房，发行人即可确认收入。

（4）报告期内对连锁药房客户销售退换货情况

报告期内，发行人对连锁药房客户销售退换货情况如下：

单位：万元

连锁药房客户	2020 年度	2019 年度	2018 年度
线下销售收入	51,529.41	41,326.42	37,955.55
退货金额	1,182.37	889.41	851.02
其中：产品质量问题退货	858.56	597.55	695.99
因近效期、过期商品协商退货	323.81	291.86	155.03
退货金额占比	2.29%	2.15%	2.24%
换货金额	3.40	4.26	8.09
换货金额占比	0.01%	0.01%	0.02%

报告期内，发行人对连锁药房客户销售退换货金额占线下销售收入的比例分别为2.26%、2.16%、2.30%，公司连锁药房客户销售退换货的主要原因是：①产品质量问题退换货；②与客户协商的近效期、过期商品等双方协商退货。

发行人在与主要连锁药房客户签订的销售合同约定非质量问题不得退货。在实际业务开展过程中，部分商品在不同客户门店的动销情况有较大差异，发行人为维护品牌形象以及为核心客户提供更好的服务，主动在客户之间进行产品调剂，保持商品在渠道内较快周转；此外，部分客户要求将近效期、过期、包装破损的产品退货时，基于客户关系维护及公司利益综合考虑，经双方协商及发行人审批后，发行人会适当批准客户退货。报告期内，因近效期、过期商品协商退货金额分别为 155.03 万元、291.86 万元、323.81 万元，占线下销售收入的比例分别为 0.41%、0.71%、0.63%；产品质量退货金额中主要为包装破损商品协商退货，包装破损商品协商退货金额分别为 617.95 万元、522.11 万元、754.84 万元，占线下销售收入的比例分别为 1.63%、1.26%、1.46%。因近效期、过期、包装破损的产品协商退货金额及占发行人线下销售的比例较小，对发行人的线下销售不产生重大影响。

报告期内，公司不存在大额异常退换货，退换货直接冲减当期线下销售收入，退换货后的商品，分情况处理：

①临近效期的退货，经验收合格办理完入库后商品会转入自营门店或自营店铺打折

销售；

②已过效期或产品破损且无法维修的，厂家如支持退回，则退回给厂家，如不支持退回，公司予以报损处理。

6、线上和线下销售集中度

线上销售方面，报告期内，发行人线上前五大客户占线上销售收入的比重分别为16.49%、29.84%、36.95%，占比相对较低，其中主要为阿里系统的收入。前五大客户占线上销售比例逐年提高主要是阿里系统收入快速增长，一方面是公司于 2018 年将天猫店铺“可孚医疗器械旗舰店”店铺主体变更为阿里健康大药房医药连锁有限公司，并受托代为运营。双方的合作是强强联合，能够充分发挥可孚医疗的品牌运营优势和阿里健康的用户流量优势，双方合作互相协同、互相促进。2018 年、2019 年和 2020 年，直发模式合作方式下，该店铺为公司创造的主营业务收入分别为 7,693.27 万元、18,146.03 万元、39,468.43 万元；另一方面是 2018 年，公司与阿里健康大药房医药连锁有限公司加大直发供货模式合作，双方签订商品直供合同，阿里健康大药房将公司供应产品展示于阿里健康大药房平台，消费者可通过该平台进行下单购买，公司收到系统自动分发的订单后将商品直接发送给消费者。报告期内，该直发供货合作模式为公司创造的收入分别为 1,316.16 万元、9,832.69 万元、18,707.15 万元，2019 年和 2020 年分别增长 8,516.54 万元、8,874.46 万元。

线下销售方面，报告期内，发行人线下前五大客户占线下销售收入的比重分别为40.21%、35.84%、35.95%，前五大客户收入占比未超过 50%，且单一客户销售占比不超过 20%，不存在对单一客户的依赖。发行人线下销售包括连锁药房和自营门店，且连锁药房占线下销售比例较高。公司连锁药房采用直销模式，通过多年业务积累，公司连锁药房核心客户包括老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等全国知名的连锁药房企业，覆盖全国主要省份，不存在对单一药房客户的依赖。

7、线上和线下销售渠道的稳定性

报告期各期新增客户、存量客户销售额及占当期销售总额比例的情况如下：

单位：万元

渠道	项目	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上直发模式和平台入仓	新增客户	224.29	0.34%	240.73	0.77%	64.17	0.55%
	存量客户	66,380.95	99.66%	31,127.99	99.23%	11,498.34	99.45%
	合计	66,605.24	100.00%	31,368.73	100.00%	11,562.51	100.00%
线上自营店铺	新增客户	108,207.40	83.86%	69,310.91	83.56%	58,447.15	85.30%
	存量客户	20,823.96	16.14%	13,637.99	16.44%	10,071.38	14.70%
	合计	129,031.36	100.00%	82,948.90	100.00%	68,518.53	100.00%
线下销售	新增客户	7,287.98	17.72%	4,022.65	11.80%	2,776.69	8.69%
	存量客户	33,829.81	82.28%	30,073.74	88.20%	29,174.80	91.31%
	合计	41,177.96	100.00%	34,096.38	100.00%	31,951.48	100.00%

注：1、线上自营店铺销售金额根据发行人销售业务系统中订单金额（含税）进行统计，与会计核算收入口径有少量差异；客户根据用户 ID 进行统计，部分发行人无法获取用户 ID 的平台，如拼多多，以收货人名称+电话号码作为用户 ID；
2、线下销售由于自营门店零售个人客户无法区分新老客户，其销售额不包括自营门店零售个人客户的销售金额。

（1）线上直发模式和平台入仓渠道稳定

线上直发模式和平台入仓的主要客户是阿里健康大药房、药健康大药房旗舰店、京东等电商平台/店铺。报告期内，发行人与线上客户合作良好，合作年限较长，存量客户收入占比接近100%。

（2）线上自营店铺收入快速增长，存量客户持续交易占比不断提升

报告期内，线上自营店铺收入快速增长，2019 年交易金额增加 14,430.37 万元，新增客户交易金额和存量客户交易金额均有所提升，2019 年增长金额较大主要来自于新增客户，其交易金额增加了 10,863.76 万元。同时，存量客户的交易金额占比逐步提高，2018 年-2019 年分别为 14.70%、16.44%。

整体上，发行人线上自营店铺收入主要来源于新增客户收入，但是存量客户的收入占比在逐步提升。随着发行人产品品质不断提升和产品品类的不断扩充，线上运营经验的不断积累以及布局的电商平台数量的增加，发行人自营店铺收入将继续保持增长的趋势，在提升用户忠诚度的同时不断获取新用户。

（3）线下销售主要源于存量客户，新增客户收入占比不断提升

报告期内，发行人线下销售主要集中于存量客户，报告期内存量客户收入占比分别为 91.31%、88.20%和 82.28%，发行人已成功进驻老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等主流大中型连锁药房，与其合作情况良好，渠道相对稳定。同时，发行人在北京、广州、杭州、武汉、成都、太原等全国重点城市开设一站式仓储大卖场，不仅能便于维护和开拓连锁药房渠道客户，还能不断拓展小型诊所等优质团购客户，从而拉高了新客户占收入比重。

（4）报告期内存在停止合作的客户

报告期内，发行人前五大客户整体保持稳定，停止合作的客户仅为武汉致润医疗科技有限公司，其具体情况如下：

成立日期	2014/12/19
注册资本	1,000 万元人民币
统一社会信用代码	914201063036749000
法定代表人	杨先华

注册地址	武昌区小洪山东区 34 号湖北科技创业大厦 19 层 1901、1904 号
经营范围	医疗器械Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ类、生物材料、生物制品、生物化学试剂批发兼零售；医疗设备租赁；医疗器械的研发、安装、检测、维修及技术咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	李江平：90%、杨先华：10%
销售方式	直接市场化销售
结算方式	货到验收后 30 天付款
与发行人的合作情况	2017 年开始合作，2019 年停止合作
停止合作前一年（2018 年）销售额（万元）	152.18
占发行人 2018 年总收入比例	0.14%
停止合作原因	该客户主要从事医疗器械经营，随着发行人在该地区的线下门店及药房渠道完善，发行人调整线下渠道布局，停止与该客户合作。

四、发行人的采购情况和供应商

（一）发行人的采购情况

1、报告期内主要原材料供应情况

报告期内，发行人各类自产产品对应消耗的原材料主要为电子元器件、结构部件、塑料件、丁腈橡胶、熔喷布等，其采购金额、采购数量、采购平均价格情况如下：

序号	主要原材料	项目	单位	2020 年	2019 年	2018 年
1	电子元器件	采购金额	万元	27,824.76	5,686.73	3,886.95
		采购数量	万个	53,212.82	10,050.39	1,685.34
		平均采购价格	元/个	0.52	0.57	2.31
2	结构部件	采购金额	万元	5,642.71	5,282.03	2,679.50
		采购数量	万个	118.08	124.67	72.23
		平均采购价格	元/个	47.79	42.37	37.10
3	塑料件	采购金额	万元	4,913.64	3,188.16	2,542.85
		采购数量	万个	11,745.91	5,430.81	3,049.12
		平均采购价格	元/个	0.42	0.59	0.83
4	缝制、纺织类部件	采购金额	万元	3,302.60	2,037.65	1,442.57
		采购数量	万个	1,177.59	652.54	285.45
		平均采购	元/个	2.8	3.12	5.05

序号	主要原材料	项目	单位	2020 年	2019 年	2018 年
		价格				
5	包装材料	采购金额	万元	5,383.91	2,024.04	1,174.72
		采购数量	万个	27,547.68	15,967.43	6,593.72
		平均采购价格	元/个	0.2	0.13	0.18
6	丁腈/橡胶类	采购金额	万元	3,936.92	-	-
		采购数量	万个	12,530.85	-	-
		平均采购价格	元/个	0.31	-	-
7	口罩半成品类	采购金额	万元	5,990.84		-
		采购数量	万个	15,855.22		-
		平均采购价格	元/个	0.38		-
8	熔喷布/无纺布/扁耳带类	采购金额	万元	3,939.94		
		采购数量	万千克	179.95		
		平均采购价格	元/千克	21.89		

注：2019年发行人开始少量生产口罩，其采购的原材料口罩半成品分类计入了缝制、纺织类部件，其采购金额、采购数量、平均采购价格分别为12.00万元、16.00万个、0.75元/个。

（1）主要原材料采购单价在报告期内的变动情况及公允性

报告期内，按照对应的生产产品种类的原材料采购情况如下：

单位：数量（万个）、单价（元/个）

原材料类别	序号	主要产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
			数量	金额（万元）	平均单价	数量	金额（万元）	平均单价	数量	金额（万元）	平均单价
电子元器件	1	血压计	32,459.18	8,669.68	0.27	6,240.78	3,522.78	0.56	1,409.95	3,823.09	2.71
	2	体温计	19,217.21	17,616.46	0.92	459.95	334.21	0.73	-	-	-
	3	其他	1,536.43	1,538.62	1	3,349.67	1,829.73	0.55	275.39	63.86	0.23
	合计		53,212.82	27,824.76	0.52	10,050.39	5,686.73	0.57	1,685.34	3,886.95	2.31
结构部件	1	助行器	34.96	2,837.71	81.17	33.2	2,210.77	66.59	25.09	1,387.53	55.3
	2	坐厕椅	18.47	1,181.21	63.95	22.55	1,569.36	69.59	11.35	623.02	54.89
	3	其他	64.65	1,623.79	25.12	68.92	1,501.90	21.79	35.79	668.95	18.69
	合计		118.08	5,642.71	47.79	124.67	5,282.03	42.37	72.23	2,679.50	37.1
缝制、纺织类部件	1	血压计	905.11	663.57	0.73	471.38	369.52	0.78	241.44	714.98	2.96
	2	静脉曲张袜	50.14	424.37	8.46	49.35	604.09	12.24	-	-	-
	3	护理床	3.76	193.59	51.49	4.38	329.22	75.21	4.75	304.3	64.06
	4	其他	218.58	2,021.07	9.25	127.43	734.81	5.77	39.26	423.29	10.78
	合计		1,177.59	3,302.60	2.8	652.54	2,037.65	3.12	285.45	1,442.57	5.05
塑料件	1	体温计	6,323.88	1,879.31	0.3	393.8	226.52	0.58	-	-	-
	2	血压计	3,611.23	1,386.76	0.38	2,489.46	931.73	0.37	2,189.66	927.94	0.42
	3	其他	1,810.80	1,647.57	0.91	2,547.55	2,029.91	0.8	859.46	1,614.91	1.88
	合计		11,745.91	4,913.64	0.42	5,430.81	3,188.16	0.59	3,049.12	2,542.85	0.83
包装材料	1	消毒产品	1768.7	948.04	0.54	146.7	96.65	0.66	214.62	5.85	0.03
	2	体温计	4,140.58	845.36	0.2	264.01	33.32	0.13	-	-	-
	3	鼻腔护理	3,866.51	485.42	0.13	9,243.73	227.44	0.02	4,077.23	124.72	0.03
	4	其他	16,155.28	2,999.20	0.19	6,312.99	1,666.64	0.26	2,301.87	1,044.15	0.45

原材料类别	序号	主要产品	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
			数量	金额（万元）	平均单价	数量	金额（万元）	平均单价	数量	金额（万元）	平均单价
	合计		25,931.07	5,278.02	0.2	15,967.43	2,024.04	0.13	6,593.72	1,174.72	0.18

注：因各类原材料分类下其包含不同规格的物料，数量单位统一按“万个”衡量，单价按“元/个”衡量。

①电子元器件

发行人采购电子元器件主要用于生产血压计和体温计等产品，报告期内平均采购单价分别为2.31元、0.57元、0.52元。

2018年和2019年采购单价呈下降趋势，降幅分别为65.88%、75.32%，主要原因包括：①2017年发行人生产血压计采购成套的臂式模块和腕式模块，当年采购的金额和单价分别为2,673.40万元、32.65元/套。2018年发行人开始自主生产上述模块，相应增加了生产臂式模块和腕式模块的零部件，其零部件采购单价低于成套购买单价，拉低了平均采购单价；②2019年，发行人进一步扩大了血压计和体温计中电路板的自产，新增采购了大量单价较低的电容和电阻等电子元器件拉低了平均采购单价。

2020年，电子元器件采购单价下降，主要是生产血压计类的电子元器件单价下降拉低平均采购单价，其原因是产量增长带动采购量的上升，从而获得更优的采购单价。虽然生产体温计类电子元器件，受疫情影响采购价格有所上升，但是血压计类电子元器件采量基数大，从而拉低采购单价。

②结构部件

发行人采购结构部件主要用于生产助行器和坐厕椅等产品，报告期内平均采购单价分别为37.10元、42.37元、47.79元。2018年至2020年采购单价呈上涨趋势，主要原因包括：①2018年至2020年同一型号的助行器结构部件采购单价逐年上升；②2018年至2020年每年新增型号的助行器结构部件采购单价高于上一年的平均采购单价，拉高了结构部件平均采购单价。

③塑料件

发行人采购塑料件主要用于血压计和体温计等产品，报告期内采购单价分别为0.83元、0.59元、0.42元，采购单价逐年下降，其中2019年下降幅度为28.92%，主要原因是：①2019年生产血压计用的上下盖等塑料件采购单价下降；②体温计2019年开始生产，2020年开始规模化生产，新增采购了大量单价较小的塑料件，拉低了塑料件的平均采购单价。

④缝制、纺织类部件

发行人采购缝制、纺织类部件主要用于生产血压计、静脉曲张袜和护理床等产品，报告期内采购单价逐年下降， 2019年下降幅度为38.22%，主要原因包括：

①公司优化了血压计的生产工艺，提高了臂带的自产比例，从2018年的13.31%提高到2020年的79.77%，采购的用于生产臂带、腕带用的零部件比例逐年提升，其单价较低从而拉低了平均采购单价；②发行人2019年开始生产的静脉曲张袜，其所有型号产品的采购在2020年普遍下调；③2020年，生产护理床用的床垫的平均采购单价下降了10.3元左右，拉低了平均采购单价。

⑤包装材料

发行人采购包装材料用于各类产品的内外包装，报告期内采购单价分别为0.18元、0.13元、0.20元。

2019年采购单价下降幅度为27.78%，主要原因是生产鼻腔护理产品用的包装材料采购单价有一定幅度下降，同时由于产销量增长，鼻腔护理的包装袋、说明书、标签等数量较多，单价较低，拉低了包装材料的平均采购单价。

2020 年采购单价大幅上涨，主要是疫情期间发行人主要生产体温计、消毒产品等，其包装材料在供不应求的状况下市场价格出现大幅上涨。

⑥丁腈/橡胶类，熔喷布/无纺布/扁耳代类、口罩半成品类

发行人 2020 年开始采购丁腈/橡胶类原材料用于手套的生产，采购熔喷布/无纺布/扁耳带类、口罩半成品类用于口罩的批量生产。疫情期间，熔喷布/无纺布、丁腈/橡胶类原材料出现供不应求的状况，发行人按照市场行情采购，采购单价也出现了较大涨幅。

整体上，发行人各类自产产品对应消耗的原材料采购均为市场化采购，其采购单价受市场价格的波动以及采购结构的变化而变动。发行人在采购此类原材料时，结合了基础材料的市场行情价格、供应商利润率、采购量规模以及运输费用等因素，与供应商进行议价，采购价格具有公允性。

（2）报告期内，公司各类产品主要原材料的采购、耗用数量、与产量的匹配情况如下：

①血压计

主要材料	2020 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万台）	单位耗用
电路板（万片）	52.46	172.47	183.99	122.25%	179.73	1.02 片/台
臂/腕带（万条）	159.32	39.35	184.18	107.87%		1.02 条/台
上/下盖（万套）	0	210.29	186.55	112.73%		1.04 套/台
气泵（万个）	0	223.03	186.48	119.60%		1.04 个/台
电磁阀（万个）	0	227.24	186.49	121.85%		1.04 个/台
喇叭（万个）	0	192.39	182.15	105.63%		1.01 个/台
液晶显示器（万块）	0	212.48	186.51	113.93%		1.04 块/台
主要材料	**2019 年度**					
	自产数量	**外购数量**	**生产消耗量**	**自产&外购消耗量比**	**总产量（万台）**	**单位耗用**
电路板（万片）	20.03	128.62	135.92	109.37%	131.16	1.04 片/台
臂/腕带（万条）	116.98	26.47	137.4	104.40%		1.04 条/台
上/下盖（万套）	--	136.87	134.29	101.92%		1.02 套/台
气泵（万个）	--	146.07	136.94	106.66%		1.04 个/台
电磁阀（万个）	--	146.54	136.94	107.01%		1.04 个/台
喇叭（万个）	--	136.65	133.42	102.42%		1.02 个/台
液晶显示器（万块）	--	159.23	134.86	118.07%		1.03 块/台

主要材料	2018 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万台）	单位耗用
电路板（万片）	--	150.94	159.31	94.62%	150.92	1.06 片/台
臂/腕带（万条）	32.69	142.48	158.07	110.81%		1.05 条/台
上/下盖（万套）	--	136.87	159.52	85.80%		1.06 套/台
气泵（万个）	--	146.23	159.37	91.75%		1.06 个/台
电磁阀（万个）	--	145.73	159.27	91.50%		1.06 个/台
喇叭（万个）	--	143.51	159.46	90.00%		1.06 个/台
液晶显示器（万块）	--	136.07	159.46	85.33%		1.06 块/台

②护理床

主要材料	2020 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万张）	单位耗用
床架（万套）	3.23	0.00	3.30	97.86%	3.30	1.00 套/张
床垫（万张）	--	3.04	3.30	92.18%		1.00 张/张
静音轮（万套）	--	13.16	11.08	118.80%		3.36 套/张
护栏（万根）	--	8.29	7.07	117.17%		2.15 根/张
主要材料	**2019 年度**					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万张）	单位耗用
床架（万套）	3.29	--	3.28	100.17%	3.26	1.01 套/张
床垫（万张）	--	3.16	3.27	96.72%		1.00 张/张
静音轮（万套）	0.96	12.31	13.03	101.88%		4.00 套/张

护栏（万根）	1.68	5.52	6.61	108.89%		2.03 根/张

主要材料	2018 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万张）	单位耗用
床架（万套）	2.58	--	2.55	101.18%	2.33	1.09 套/张
床垫（万张）	1.09	2.61	2.42	153.02%		1.04 张/张
静音轮（万套）	0.95	8.41	9.32	100.35%		4.00 套/张
护栏（万根）	3.80	0.86	4.67	99.72%		2.00 根/张

③助听器

主要材料	2020 年度						2019 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万台）	单位耗用	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万台）	单位耗用
电路板（万片）	--	15.66	10.63	147.29%	9.94	1.07 片/台		79.98	62.77	127.41%	62.49	1.00 片/台
锂电池（万个）	--	5.00	10.19	49.07%		1.02 个/台		74.79	62.41	119.84%		1.00 个/台
喇叭（万个）	--	12.00	10.37	115.67%		1.04 套/台	--	77.96	62.46	124.82%		1.00 套/台
充电线（万根）	--	19.71	9.46	208.30%		0.95 根/台	--	66.37	62.99	105.37%		1.01 根/台

注：公司自 2019 年起开始大规模生产助听器，2018 年度仅有少量试生产。

④助行器

主要材料	2020 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万台）	单位耗用
主架（万套）	--	35.1	35.1	100.00%	35.1	1 套/套
塑料件（万套）	--	35.1	35.1	100.00%		1 套/套

五金件（万套）	--	35.1	35.1	100.00%		1 套/套
橡胶件（万套）	--	35.1	35.1	100.00%		1 套/套
主要材料	**2019 年度**					
	自产数量	**外购数量**	**生产消耗量**	**自产&外购消耗量比**	**总产量（万台）**	**单位耗用**
主架（万套）	--	33.2	33.2	100.00%	33.2	1 套/套
塑料件（万套）	--	33.2	33.2	100.00%		1 套/套
五金件（万套）	--	33.2	33.2	100.00%		1 套/套
橡胶件（万套）	--	33.2	33.2	100.00%		1 套/套
主要材料	**2018 年度**					
	自产数量	**外购数量**	**生产消耗量**	**自产&外购消耗量比**	**总产量（万台）**	**单位耗用**
主架（万套）	--	25.09	25.09	100.00%	25.08	1 套/套
塑料件（万套）	--	25.09	25.09	100.00%		1 套/套
五金件（万套）	--	25.09	25.09	100.00%		1 套/套
橡胶件（万套）	--	25.09	25.09	100.00%		1 套/套

⑤雾化器

主要材料	**2020 年度**						**2019 年度**					
	自产数量	**外购数量**	**生产消耗量**	**自产&外购消耗量比**	**总产量（万台）**	**单位耗用**	**自产数量**	**外购数量**	**生产消耗量**	**自产&外购消耗量比**	**总产量（万台）**	**单位耗用**
压缩机（万个）	--	19.54	22.61	86.42%	22.61	1.00 个/台	--	25.64	23.46	109.27%	23.54	1.00 个/台
雾化杯（万个）	--	31.88	23.32	136.71%		1.03 个/台	--	26.11	23.64	110.46%		1.00 个/台
上/下盖（万套）	--	17.96	22.72	79.05%		1.00 套/台	--	26.36	23.97	109.96%		1.02 套/台

主要材料	2020 年度						2019 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万台）	单位耗用	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万台）	单位耗用
电源线（万根）	--	22.27	22.61	98.52%		1.00 根/台	--	28.80	23.46	122.77%		1.00 根/台

注：公司自 2019 年起开始生产雾化器，2018 年度无雾化器的生产。

⑥鼻腔护理

主要材料	2020 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万盒）	单位耗用
配方用盐（吨）	--	108	100.52	107.44%	81.46	0.12 千克/盒
主要材料	2019 年度					
	自产　数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万盒）	单位耗用
配方用盐（吨）	--	475.4	469.03	101.36%	463.96	0.10 千克/盒
主要材料	2018 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万盒）	单位耗用
配方用盐（吨）	--	138.81	101.84	136.30%	113.16	0.09 千克/盒

注：1、公司自 2018 年起开始生产鼻腔护理产品；
2、报告期内，鼻腔护理产品随不同规格（盒装/瓶装）产成品占比不同导致各期单位耗用原材料量略有变化。

⑦刮痧板

主要材料	2020 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万套）	单位耗用
刮痧板（万块）	--	19.68	19.68	100.00%	18.43	1.07 块/套
主要材料	2019 年度					

	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万套）	单位耗用
刮痧板（万块）	--	85.47	95.59	89.42%	85.29	1.12 块/套
主要材料	**2018 年度**					
	自产数量	**外购数量**	**生产消耗量**	**自产&外购消耗量比**	**总产量（万套）**	**单位耗用**
刮痧板（万块）	--	52.75	39.57	133.30%	31.56	1.25 块/套

注：报告期内，刮痧板随不同规格盒装产成品占比不同导致各期单位耗用原材料量略有变化。

⑧拔罐器

主要材料		**2020 年度**					
		自产数量	**外购数量**	**生产消耗量**	**自产&外购消耗量比**	**总产量（万套）**	**单位耗用**
真空拔罐器（万套）		0.3	16.43	16.73	100.00%	16.73	1.00 套/套
火罐(万个)	成套销售	-	156.40	131.76	95.21%	9.54	13.80 个/套
	单独销售	-		32.50		32.50	1.00 个/套
主要材料		**2019 年度**					
		自产数量	**外购数量**	**生产消耗量**	**自产&外购 消耗量比**	**总产量（万套）**	**单位耗用**
真空拔罐器（万套）			32.91	28.58	115.15%	28.58	1.00 套/套
火罐(万个)	成套销售		527.87	465.67	97.20%	33.03	14.10 个/套
	单独销售			77.43		77.43	1.00 个/套
主要材料		**2018 年度**					
		自产数量	**外购数量**	**生产消耗量**	**自产&外购消耗量比**	**总产量（万套）**	**单位耗用**
真空拔罐器 （万套）		--	44.91	44.1	101.84%	44.1	1.00 套/套

火罐(万个)	成套销售	--	398.23	342.19	102.04%	23.54	14.54 个/套
	单独销售			48.08		47.33	1.02 个/套

注：拔罐器产品既有真空拔罐器按套销售又有成套销售火罐（成套销售）以及仅销售单个火罐的订单，且按套销售的火罐平均耗用量随着各类规格套装（5 个装、6 个装、8 个装、10 个装、12 个装、24 个装等）占比不同而变化。

⑨口罩

主要材料	2020 年度						2019 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购 消耗量比	总产量（万只）	单位耗用	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购 消耗量比	总产量（万只）	单位耗用
口罩半成品（万片）		15,000.43	14,783.44	101.47%	14,783.44	1.00 片/只	--	16	16	100.00%	16	1.00 片/只
熔喷布/无纺布（吨）	59.43	1,330.13	1,215.89	114.28%	47,682.86	2.5 克/只	--	--	--	--	--	--

注：1、2019 年发行人开始少量生产口罩，其采购的原材料口罩半成品分类计入缝制、纺织类部件，其采购金额、采购数量、平均采购价格分别为 12.00 万元、16.00 万个、0.75 元/个；2018 年度无口罩的生产。

⑩手套

主要材料	2020 年度						2019 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万盒）	单位耗用	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量（万只）	单位耗用
手套（万只）	--	17,094.30	16,456.56	103.88%	162.78	101.1 只/盒	--	--	--	--	--	--

注：1、公司自 2020 年起开始生产手套，2019 年度、2018 年度均无手套的生产；

2、手套的生产工序仅为将批量采购的手套分包成 100 只/盒。

⑪体温计

主要材料	2020 年度						2019 年度					
	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量(万台)	单位耗用	自产数量	外购数量	生产消耗量	自产&外购消耗量比	总产量(万台)	单位耗用
传感器（万个）	267.59	396.64	579.47	114.63%	593.27	1.00 个/台	--	63.31	52.2	121.28%	52.2	1.00 个/台
电路板（万片）	488.13	874.18	614.95	221.53%	--	1.01 片/台	3.22	60.54	52.2	122.14%		1.00 片/台
左/右壳（万套）	0.00	875.33	630.21	138.89%	--	1.04 套/台	--	73.03	52.2	139.90%		1.00 套/台

注：公司自 2019 年起开始生产体温计，2018 年度无体温计的生产。

由上表可见，报告期内发行人原材料采购量、耗用量与产量的匹配符合公司实际生产情况，具备合理性。

2、报告期内主要能源水耗供应情况

报告期内，发行人与自主生产相关的水、电费情况如下：

序号	能源	项目	单位	2020 年	2019 年	2018 年
1	电	采购金额	万元	283.26	166.92	80.56
		采购数量	万度	370.22	154.25	73.86
		平均采购价格	元/度	0.77	1.08	1.09
2	水	采购金额	万元	3.11	3.28	1.99
		采购数量	万吨	0.82	0.75	0.47
		平均采购价格	元/吨	3.80	4.39	4.2

3、报告期内主要成品供应情况

以下主要成品的采购统计，包括自有品牌成品采购和代理品牌成品采购。

（1）报告期内，公司成品采购金额情况如下：

单位：万元

品类	产品	2020 年		2019 年		2018 年	
		金额	占当期成品总额比例	金额	占当期成品总额比例	金额	占当期成品总额比例
健康监测类	血糖监测系列	8,546.02	14.07%	9,388.25	12.39%	8,061.74	14.03%
	体温计	1,143.29	1.88%	5,266.29	6.95%	4,858.84	8.46%
康复辅具类	轮椅	5,932.38	9.77%	8,597.47	11.35%	8,210.78	14.29%
呼吸支持类	呼吸机	1,614.04	2.66%	4,838.85	6.39%	2,782.46	4.84%
	制氧机	941.56	1.55%	3,566.27	4.71%	4,264.34	7.42%
医疗护理类	敷贴/敷料类	5,087.68	8.38%	6,152.51	8.12%	832.94	1.45%
	口罩/手套	6,971.18	11.48%	3,716.27	4.90%	1,808.02	3.15%
中医理疗类	理疗仪	4,469.13	7.36%	5,243.77	6.92%	3,281.29	5.71%
合计		**34,705.28**	**57.15%**	**46,769.68**	**61.72%**	**34,100.41**	**59.36%**

（2）公司成品采购的平均采购价格变动情况如下：

品类	产品	单位	2020 年	2019 年	2018 年
健康监测类	血糖监测系列	元/盒	23.84	20	17.2
	体温计	元/支	5.19	10.31	12.16
康复辅具类	轮椅	元/台	434.14	465.1	436.76
呼吸支持类	呼吸机	元/台	3,145.66	2,297.00	2,181.64
	制氧机	元/台	1,056.75	1,284.08	1,300.18
医疗护理类	敷贴/敷料类	元/盒	2.98	3.28	0.84
	口罩/手套	元/盒	3.33	1.72	1.05
中医理疗类	理疗仪	元/台	118.36	115.87	112.02

（二）发行人的供应商情况

1、报告期内前五大供应商情况

报告期内，公司前五大供应商采购金额及其占采购总额的比重如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期采购总额比例
2020 年	1	湖南觅源科技有限公司	6,349.57	4.97%
	2	惠扬	4,869.65	3.81%
	3	重庆航天火箭电子技术有限公司	4,326.97	3.39%
	4	和昌硕	4,110.42	3.22%
	5	深圳市美思先端电子有限公司	3,630.37	2.84%
	合计		23,286.98	18.23%
2019 年	1	瑞思迈系统	6,561.37	6.56%
	2	鱼跃医疗	5,152.41	5.15%
	3	惠扬	4,537.39	4.53%
	4	重庆航天火箭电子技术有限公司	4,527.88	4.52%
	5	三诺生物传感股份有限公司	3,976.84	3.97%
	合计		**24,755.89**	**24.73%**
2018 年	1	鱼跃医疗	6,042.82	8.29%
	2	三诺生物传感股份有限公司	4,785.81	6.56%
	3	东莞振海	4,187.73	5.74%

年度	序号	供应商名称	采购金额	占当期采购总额比例
	4	瑞思迈系统	3,430.13	4.70%
	5	稳健医疗用品股份有限公司	3,170.67	4.35%
	合计		**21,617.17**	**29.64%**

注：
1、瑞思迈系统包括 RESMED ASIA PACIFIC LIMITED、凯迪泰（北京）医疗科技有限公司、苏州凯迪泰医学科技有限公司和瑞思迈（北京）医疗器械有限公司；
2、鱼跃医疗包括江苏鱼跃医疗设备股份有限公司、苏州医疗用品厂有限公司、上海医疗器械（集团）有限公司手术器械厂；
3、惠扬包括惠州市惠扬医疗科技有限公司和惠州市科福实业有限公司；
4、东莞振海包括东莞市振海电子科技有限公司和深圳市和泰达科技有限公司；
5、和昌硕包括东莞市和昌硕电子有限公司与东莞市鸿瑞升医疗科技有限公司。

报告期内，公司向前五名供应商合计的采购金额占采购总额的比例分别为 29.64%、24.73%、18.23%，不存在向单个供应商的采购比例超过总额的 50%或严重依赖于少数供应商的情形；发行人主要供应商及其实际控制人不存在持有发行人股份的情形，未在发行人任职；发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东，不存在持有主要供应商股权的情况，也未在主要供应商任职。主要供应商及其实际控制人与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系或者其他可能输送不当利益的关系。

2、报告期内新增前五大供应商情况

报告期内发行人主要供应商基本保持稳定，2018 年，公司新增的前五大供应商为瑞思迈系统和稳健医疗用品股份有限公司；2019 年，公司新增的前五大供应商为惠扬和重庆航天火箭电子技术有限公司；2020 年，公司新增的前五大供应商为深圳市美思先端电子有限公司、湖南觅源科技有限公司、和昌硕，以上新增供应商具体情况如下：

（1）瑞思迈系统

发行人与瑞思迈系统的合作开始时间为 2015 年，发行人主要从其采购瑞思迈呼吸机，同时获得其授权在京东开设瑞思迈旗舰店。2018 年从瑞思迈采购增加的原因为发行人在京东开设的瑞思迈旗舰店 2018 年销售增长较快，2018 年该店铺销售收入分别为 3,031.42 万元，双方合作情况良好，报告期内公司与瑞思迈系统均签订了采购合同，订单和业务具有持续性。发行人从瑞思迈系统采购的单位有 RESMED ASIA PACIFIC LIMITED、凯迪泰（北京）医疗科技有限公司、苏州凯迪泰医学科技有限公司和瑞思迈（北京）医疗器械有限公司，其基本情况及与公司合作情况如下：

①RESMED ASIA PACIFIC LIMITED

成立日期	2006 年 1 月 7 日
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：电汇；结算周期：预付 20%，发货后 90 天内支付余下 80%
与发行人的合作情况	2016 年开始合作，合作良好

②凯迪泰（北京）医疗科技有限公司

成立日期	2008-08-29
注册资本	500 万美元
统一社会信用代码	91110105678753014U
法定代表人	周敬伟
注册地址	北京市朝阳区太阳宫中路 12 号楼 12 层 1201-2 室
经营范围	研究、开发医疗器械；技术服务；技术咨询；技术转让；医疗器械研发技术培训；I、II、III 类医疗器械的批发及进出口（涉及配额、许可证管理、专项规定管理的商品按国家相关规定办理）；商务信息咨询。（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。）
股权结构	凯迪泰（香港）医疗科技有限公司持股 100%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：现款，特殊订单 90 天账期
与发行人的合作情况	2015 年开始合作，合作良好

③苏州凯迪泰医学科技有限公司

成立日期	2008-11-12
注册资本	2,480 万元人民币
统一社会信用代码	91320505682171578F
法定代表人	周敬伟
注册地址	苏州高新区科技城培源路 9 号
经营范围	生产：二类 6821 其他电子仪器设备、6854 其他手术室、急救室、诊疗室设备及器具、6856 病房护理设备及器具。三类 6854 其他手术室、急救室、诊疗室设备及器具。销售医疗器械，研究、开发医疗器械，提供技术服务、技术咨询、技术转让，商务信息咨询；生产及销售：一类病房护理器具，并提供相关的技术和售后服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（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。）
股权结构	凯迪泰（北京）医疗科技有限公司持股 100%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	现款，特殊订单 90 天账期
与发行人的合作情况	2016 年开始合作，合作良好

④瑞思迈（北京）医疗器械有限公司

成立日期	2007-03-19
注册资本	200 万元人民币
统一社会信用代码	91110105799004749A
法定代表人	大卫·本戴尔维斯
注册地址	北京市朝阳区太阳宫中路 12 号楼 12 层 1201-1 室
经营范围	批发医疗器械（以医疗器械经营许可证为准）；佣金代理（拍卖除外），货物进出口，技术进出口；（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额许可证管理商品的按国家有关规定办理申请手续），提供技术咨询和技术服务。（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。）
股权结构	瑞思迈资本控股有限公司持股 100%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：现款，特殊订单 90 天账期
与发行人的合作情况	2015 年开始合作，合作良好

（2）稳健医疗用品股份有限公司

发行人从 2009 年开始和稳健医疗用品股份有限公司合作，报告期内公司与稳健医疗均签订采购合同，订单和业务具有持续性。稳健医疗用品股份有限公司基本情况及与公司合作情况如下：

成立日期	2000-08-24
注册资本	42,649.2308 万元人民币
统一社会信用代码	91440300723009295R
法定代表人	李建全
注册地址	深圳市龙华新区布龙路 660 号稳健工业园
经营范围	一般经营项目是：，许可经营项目是：生产经营 II、III 类 6864 医用卫生材料、医用生物材料、敷料及制品、医用服装、防护用品、纺织品、无纺布制品及成型包装（上述产品不含国家出口许可证管理商品）和相关产品一次性消耗品及成型包装；从事全部 I 类医疗器械,全部 II 类医疗器械（不含体外诊断试剂）,III 类医疗器械:医用卫生材料及敷料、医用缝合材料及粘合剂、医用高分子材料及制品（一次性使用输液（血）器（针）类除外）、普通诊察器械、医用冷疗、低温、冷藏设备及器具,全棉居家生活用品、全棉服装、全棉服饰、全棉水刺无纺布及其制品、棉花、消毒产品、日用品、化妆品、防护用品及仪器仪表的批发、进出口、零售（含网上销售）和其他相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品,涉及配额、许可证管理及其他专项规定管理的商品,按国家有关规定办理申请）；提供上述产品的技术咨询、技术服务和售后服务；灭菌技术服务（需取得相关资质方可经营的,按有关规定办理申请）。企业管理咨询、商务信息咨询、经济信息咨询,仓储服务（不含危险化学品、易制毒化学品、成品油等危险品），自有物业租赁（凭公司名下合法房产证方可经营）。以上经营范围不含国家规定实施准入特别管理措施的项目,涉及备案许可资质的需取得相关证件后方可经营。

股权结构	稳健集团有限公司：68.10%、北京红杉信远股权投资中心（有限合伙）：8.09%、深圳市康胜投资合伙企业（有限合伙）：5.01%、深圳市康欣投资合伙企业（有限合伙）：2.66%、深圳市创新投资集团有限公司：1.99%、深圳市康隆投资合伙企业（有限合伙）：1.60%、深圳市康立投资合伙企业（有限合伙）：0.82%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：转账、汇款、3 个月银行承兑汇票；结算周期：账期 60 天

（3）惠扬

发行人与惠扬的合作从 2015 年开始，主要从其采购“可孚”手动轮椅车和结构部件，2018 年、2019 年的采购金额分别为 2,935.03 万元、4,537.39 万元，2019 年较 2018 年采购增加了 1,602.36 万元，采购金额增加一方面是随着“可孚”手动轮椅销量的提升相应增加了采购，从 2018 年采购金额 555.22 万元增加到 2019 年的 1,046.16 万元，增加了 490.94 万元；另一方面，发行人从其采购结构部件主要用于手杖和助行器的生产，随着手杖和助行器销量的增加相应增加了结构部件的采购，其采购金额从 2018 年的 1,008.71 万元增加到 2019 年的 2,118.79 万元，增长幅度为 110.05%。发行人从惠扬采购的单位为惠州市惠扬医疗科技有限公司和惠州市科福实业有限公司，其基本情况及与公司合作情况如下：

①惠州市惠扬医疗科技有限公司

成立日期	2011-06-09
注册资本	200 万元人民币
统一社会信用代码	91441322576447374K
法定代表人	银雄军
注册地址	博罗县石湾镇永石大道南段（里波水村段）东侧第二街
经营范围	许可经营项目：生产、加工、销售：II 类 6856 病房护理设备及器具；一般经营项目：生产、加工、销售：I 类医疗器械；口罩：劳保口罩；消毒液、日化用品（不含危险化学品）；五金制品（不含电镀、铸造）；货物或技术进出口（国家禁止或设计行政审批的货物和技术进出口除外）。。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
股权结构	银雄军：100%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：电汇、承兑、转账；结算周期：25 日前收货，下下月末前付清货款
与发行人的合作情况	2015 年开始合作，合作良好，报告期各期双方均签订采购合同，订单具有持续性

②惠州市科福实业有限公司

成立日期	2017-03-22
注册资本	100 万元人民币
统一社会信用代码	91441322MA4WBLDQ6M
法定代表人	周秀艳
注册地址	博罗县石湾镇永石大道南段（里波水段）东侧第二街
经营范围	生产、销售：第二类医疗器械；生产、批发：医护人员防护用品、医用口罩；生产、销售：第一类医疗器械、五金制品（不含电镀、铸造）、日用口罩（非医用）、消毒剂（不含危险化学品）；国内贸易代理；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
股权结构	银雄军：70%、周秀艳：30%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：电汇；结算周期：25 日前收货，下下月末前付清货款
与发行人的合作情况	2015 年开始合作，合作良好，报告期各期双方均签订采购合同，订单具有持续性

（4）重庆航天火箭电子技术有限公司

发行人从 2015 年开始和重庆航天火箭电子技术有限公司合作，同时发行人于 2017 年获得重庆航天火箭电子技术有限公司授权在天猫开设仙鹤医疗器械旗舰店，主销“仙鹤”理疗仪，通过 2017 年前期良好的运营，2018 年开始该店铺销售增长迅速，2017-2019 年，销售收入分别为 222.37 万元、2,029.09 万元、3,992.62 万元。报告期各期双方均签订采购合同，双方合作良好，订单和业务具有持续性。重庆航天火箭电子技术有限公司基本情况及与公司合作情况如下：

成立日期	2006-11-23
注册资本	15,933 万元人民币
统一社会信用代码	91500000795870420R
法定代表人	邹辰龙
注册地址	重庆市九龙坡区创业大道 289 号
经营范围	许可项目:卫星地面接收设施安装施工服务(以上经营范围按许可证核定事项及期限从事经营),民用航空器(发动机、螺旋桨)生产(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)一般项目:生产、销售Ⅰ、Ⅱ类医疗器械,制造、销售自动化电子设备、电子通讯设备、工业自动化测控设备、电子产品、电器机械设备、机电产品,货物进出口,通讯科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让,机器设备租赁,通信设备制造,导航终端制造,卫星移动通信终端制造,卫星通信服务(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)
股权结构	航天时代电子技术股份有限公司：100%

采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：转账；结算周期：按月结算，15 日前付清上上月货款

（5）深圳市美思先端电子有限公司

发行人从 2019 年开始与深圳市美思先端电子有限公司合作，主要从其采购原材料电子元器件，主要用于生产体温计， 2019 年、2020 年采购额分别为 7.62 万元、3,630.37 万元。2020 年较 2019 年采购大幅增长主要是新冠肺炎疫情期间，为满足政府及市场对体温计的需求，公司加大了体温计的生产，相应增加了体温计原材料的采购。发行人与深圳市美思先端电子有限公司自合作以来，双方合作良好，均签订了采购协议，且采购协议目前正在履行中，订单具有连续性和持续性。

成立日期	2015-08-31
注册资本	531.9 万元人民币
统一社会信用代码	91440300356420647M
法定代表人	邬文秀
注册地址	深圳市光明区凤凰街道凤凰社区招商局光明科技园 B1B2 栋 B2-301
经营范围	一般经营项目是：计算机软、硬件及相关网络技术的开发、设计、技术咨询和销售；商务信息咨询、企业管理咨询（以上均不含限制项目）；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；国内贸易、经营进出口业务（不含专营、专控、专卖商品）。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：滤光片、传感器、检测控制仪表、电子产品的研发、生产与销售、技术转让、技术服务、技术咨询；电子芯片的研发、生产与销售。
股权结构	深圳市美思芯睿投资合伙企业（有限合伙）：60%、邬文秀：34.0008%、方智勇：5.9992%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：电汇；结算周期： 月结 30 天

（6）湖南觅源科技有限公司

发行人从 2020 年开始与湖南觅源科技有限公司合作，主要从其采购原材料电子元器件，主要用于生产体温计，2020 年采购额为 6,349.57 万元。发行人与其新增交易的原因是发行人为满足政府及市场对体温计的需求，加大了体温计的生产，相应增加了体温计原材料的采购。发行人与湖南觅源科技有限公司自合作以来，双方合作良好，均签订了采购协议，且采购协议目前正在履行中，订单具有连续性和持续性。

成立日期	2013-04-11
注册资本	500 万元人民币
统一社会信用代码	91430104066378065Q

法定代表人	石素芳
注册地址	湖南省长沙市岳麓区望岳街道杜鹃路 858 号奥克斯缤纷广场 5 号地块 2 栋 528 号
经营范围	物联网技术、电子产品、环保材料的研发；通信系统工程服务；软件服务；软件测试服务；通信设备租赁；数字动漫制作；无人机技术培训；应用无人机开展测绘航空摄影；影视策划；广告设计；销售标识牌、指示牌；测绘仪器、测绘软件、计算机软件、通信设备、无人机系统的销售；广告制作服务；包装装潢、饰物装饰、展台、模型的设计服务；应用软件、地理信息软件的开发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	石素芳：100%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：电汇；结算周期： 预付款 100%发货

（7）和昌硕

发行人从 2019 年开始与和昌硕合作，主要从其采购生产电子体温计的电子元器件，2019 年、2020 年采购额分别为 26.63 万元、4,110.42 万元。2020 年较 2019 年采购大幅增长主要是发行人为满足政府及市场对体温计的需求，加大了体温计的生产，相应增加了体温计原材料的采购。发行人与和昌硕自合作以来，双方合作良好，均签订了采购协议，且采购协议目前正在履行中，订单具有连续性和持续性。

①东莞市和昌硕电子有限公司

成立日期	2015-11-19
注册资本	100 万元人民币
统一社会信用代码	91441900MA4UJW3A3M
法定代表人	徐大刚
注册地址	东莞市塘厦镇大坪龙潭路 1 号 1 栋四楼
经营范围	研发、生产、销售：电子产品、电子元器件、第一类医疗器械、第二类医疗器械、通讯产品、数码产品、塑胶产品；通讯产品的技术开发；货物或技术进出口（国际禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。
股权结构	惠建科：40%、阳臻：30%、游斌：15%、徐大刚：15%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：电汇；结算周期： 月结 30 天

②东莞市鸿瑞升医疗科技有限公司

成立日期	2019-03-25
注册资本	50 万元人民币
统一社会信用代码	91441900MA531QMEX8

法定代表人	蒋中宝
注册地址	广东省东莞市塘厦镇大坪龙潭路 1 号金威格工业园 1 栋 402 室
经营范围	研发、生产、销售：电子产品、医疗器械设备及配件、半导体、集成电路、数码产品、塑胶产品、五金制品、通讯产品、电子元器件；集成电路的技术开发、技术咨询与销售；批发业、零售业；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
股权结构	蒋中宝：70%、陈增洪：30%
采购方式	直接市场化采购
结算方式	付款方式：电汇，承兑；结算周期：月结 60 天

3、报告期内原材料前五大供应商情况

报告期内，前五大原材料供应商采购金额如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占发行人原材料采购总额比例
2020 年度	1	湖南觅源科技有限公司	6,349.57	9.48%
	2	和昌硕	4,110.42	6.14%
	3	惠扬	3,704.28	5.53%
	4	深圳市美思先端电子有限公司	3,630.37	5.42%
	5	湖南省东龙彩印包装印务有限公司	3,095.19	4.62%
		合计	**20,889.83**	**31.19%**
2019 年度	1	惠扬	3,480.57	15.28%
	2	佛山市南海区康健泰康复器材有限公司	653.24	2.87%
	3	霸州市万通金属制品有限公司	509.32	2.24%
	4	深圳市万康佳健科技有限公司	489.24	2.15%
	5	郴州市晶讯光电有限公司	439.63	1.93%
		合计	**5,572.00**	**24.47%**
2018 年度	1	惠扬	2,394.29	15.94%
	2	深圳市万康佳健科技有限公司	1,066.65	7.10%
	3	厦门安氏兄弟科技有限公司	864.21	5.76%
	4	霸州市万通金属制品有限公司	624.63	4.16%
	5	宁波天工时代医疗科技有限公司	427.25	2.85%
		合计	**5,377.03**	**35.81%**

注：1、惠扬包括惠州市惠扬医疗科技有限公司与惠州市科福实业有限公司。
2、和昌硕包括东莞市和昌硕电子有限公司与东莞市鸿瑞升医疗科技有限公司。

以上供应商的基本情况和合作情况如下：

（1）深圳市美思先端电子有限公司

①基本情况

企业名称	深圳市美思先端电子有限公司			
注册资本	531.90 万元			
行业地位	深圳电子元件行业细分领域具有一定竞争力			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	12,587.85	800.00	500.00	300.00
开始合作时间	2019 年			
股权结构	深圳市美思芯睿投资合伙企业（有限合伙）60%，邬文秀 34.0008%，方智勇 5.9992%			
主营业务	用于体温，工业测量，家用电器等行业的红外热电堆温度及气体传感器，及与之配套中远红外波段滤光片的生产与销售。			

注：1、数据来源：营业收入数据来自深圳市美思先端电子有限公司确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向深圳市美思先端电子有限公司采购的主要内容为电子元器件，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
电子元器件	占发行人该类产品采购的比例	13.05%	0.13%	-	-
	占供应商该类产品销售的比例	30.48%	1.52%	-	-

注：1、数据来源：上述数据计算过程中所使用的供应商数据来自深圳市美思先端电子有限公司确认函。

（2）湖南觅源科技有限公司

①基本情况

企业名称	湖南觅源科技有限公司			
注册资本	500.00 万元			
行业地位	未获取			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	未获取	未获取	未获取
开始合作时间	2020 年			
股权结构	石素芳 100%			
主营业务	电子元器件的研发生产与销售			

注：供应商未提供营业收入和行业地位。

②采购情况

报告期内，发行人向湖南觅源科技有限公司采购的主要内容为电子元器件，具体情

况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
电子元器件	占发行人该类产品采购的比例	22.20%	-	-	-
	占供应商该类产品销售的比例	未获取	-	-	-

注：供应商未提供电子元器件产品收入。

（3）和昌硕

①基本情况

和昌硕包括东莞市和昌硕电子有限公司与东莞市鸿瑞升医疗科技有限公司，其基本信息如下：

企业名称	东莞市和昌硕电子有限公司		东莞市鸿瑞升医疗科技有限公司	
注册资本	100.00 万元		50.00 万元	
行业地位	方案开发与集成电路相关销售在同行业处于中上水平、来料加工在同行业内属于中下水平			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	4,965.69	724.69	561.02	171.83
开始合作时间	2019 年		2020 年	
股权结构	惠建科 40%，阳臻 30%，游斌 15%，徐大刚 15%		蒋中宝 70%，陈增洪 30%	
主营业务	方案开发与集成电路相关销售、来料加工			

注：营业收入数据来源于东莞市和昌硕电子有限公司确认函。

②采购情况

报告期内，发行人与和昌硕采购的主要内容为电子元器件，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
电子元器件	占发行人该类产品采购的比例	14.77%	0.46%	-
	占供应商该类产品销售的比例	96.71%	5.29%	-

注：上述数据计算过程中所使用的供应商数据来自东莞市和昌硕电子有限公司确认函。

（4）惠扬

①基本情况

惠扬包括惠州市惠扬医疗科技有限公司与惠州市科福实业有限公司，其基本信息如下：

企业名称	惠州市惠扬医疗科技有限公司	惠州市科福实业有限公司
注册资本	200.00 万元	100.00 万元

行业地位	在轮椅、助步车制造行业位于前列水平			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	33,000.00	9,900.00	8,860.00	6,000.00
开始合作时间	2015 年			
股权结构	银雄军 100%		银雄军 70%，周秀艳 30%	
主营业务	二类、三类医疗器械生产加工销售			

注：1、数据来源：营业收入数据为惠州市惠扬医疗科技有限公司与惠州市科福实业有限公司营业收入，来自惠州市惠扬医疗科技有限公司与惠州市科福实业有限公司确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向惠扬采购主要内容为结构部件，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
结构部件	占发行人该类产品采购的比例	59.10%	51.68%	59.69%
	占供应商营业收入的比例	10.11%	27.57%	18.05%

注：供应商未提供结构部件销售收入，故使用供应商营业收入作为计算依据，数据来源于供应商确认函。

（5）湖南省东龙彩印包装印务有限公司

①基本情况

企业名称	湖南省东龙彩印包装印务有限公司			
注册资本	1,080.00 万元			
行业地位	在湖南印刷行业具有一定竞争力			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	5,680.00	3,865.00	2,658.00
开始合作时间	2020 年			
股权结构	段小阳 100%			
主营业务	礼品包装等产品专业生产加工			

注：营业收入和行业地位来源于湖南省东龙彩印包装印务有限公司的确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向湖南省东龙彩印包装印务有限公司采购的主要内容为包装材料，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
包装材料	占发行人该类产品采购的比例	57.20%	-	-
	占供应商营业收入的比例	-	-	-

注：供应商未提供包装材料的销售收入及 2020 年营业收入，故使用湖南省东龙彩印包装印务有限公司的营业收入作为计算依据，2020 年占供应商营业收入的比例未计算。

（6）佛山市南海区康健泰康复器材有限公司

①基本情况

企业名称	佛山市南海区康健泰康复器材有限公司			
注册资本	100.00 万元			
行业地位	中国康复辅助器具协会第三届轮椅车专业委员会副主任委员单位、佛山市南海区医药保健行业协会第七届理事会理事单位。			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	12,635.00	8,955.00	7,116.00	5,978.00
开始合作时间	2009 年			
股权结构	陈锡坚 97.5%，陈健娴 2.5%			
主营业务	加工、生产 II 类 6856 病房护理设备及器具；货物进出口、技术进出口；金属制日用品制造；脚踏自行车及残疾人座车制造。			

注：1、数据来源：营业收入数据来自佛山市南海区康健泰康复器材有限公司确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向佛山市南海区康健泰康复器材有限公司采购的主要内容为结构部件，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
结构部件	占发行人该类产品采购的比例	6.93%	12.26%	13.16%
	占供应商该类产品销售的比例	10%	15%	12%

注：1、数据来源：上述数据计算过程中所使用的供应商数据来自佛山市南海区康健泰康复器材有限公司确认函。

（7）霸州市万通金属制品有限公司

①基本情况

企业名称	霸州市万通金属制品有限公司			
注册资本	1,000.00 万元			
行业地位	续多年被评为省级 AAA 信用客户和优秀重合同守信用企业，在钢管行业中享有很高的知名度			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	未获取	未获取	未获取
开始合作时间	2018 年			
股权结构	赵福利 60%，赵福根 40%			
主营业务	光亮带钢、镀锌带钢、黑退带钢等钢材的生产与销售			

注：供应商未提供营业收入，行业地位描述来自其官网。

②采购情况

报告期内，发行人向霸州市万通金属制品有限公司采购的主要内容为钢材类，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
钢材类	占发行人该类产品采购的比例	23.61%	43.36%	57.24%
	占供应商该类产品销售的比例	未获取	未获取	未获取

注：供应商未提供钢材料营业收入。

（8）深圳市万康佳健科技有限公司

①基本情况

企业名称	深圳市万康佳健科技有限公司			
注册资本	300.00 万元			
行业地位	在电子血压计行业具有一定竞争力			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	1,925.30	2,179.68	1,794.70
开始合作时间	2017 年			
股权结构	赵仲康 55%，吴江晓 45%			
主营业务	主要从事电子血压计的研发与生产销售			

注：营业收入数据来自深圳市万康佳健科技有限公司确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向深圳市万康佳健科技有限公司采购的主要内容为电子元器件，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
电子元器件	占发行人该类产品采购的比例	-	8.45%	26.77%
	占供应商营业收入的比例	-	24.97%	47.74%

注：供应商未提供电子元器件销售收入，故使用其营业收入作为计算依据，数据来源于供应商确认函。

（9）郴州市晶讯光电有限公司

①基本情况

企业名称	郴州市晶讯光电有限公司
注册资本	6,700.00 万元
行业地位	位于发光材料制造行业较领先地位

营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	55.000.00	53,131.66	46,918.33	44,488.85
开始合作时间	2017 年			
股权结构	陈益民 20.4149%，李淦倫 16.7493%，贺术春 15.5224%，许群华 11.194%，喻志强 7.403%，其它 28.7164%			
主营业务	LCD、LCM、TFT、CTP 材料的生产与销售			

注：营业收入数据来源于郴州市晶讯光电有限公司确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向郴州市晶讯光电有限公司采购的主要内容为电子元器件，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
电子元器件	占发行人该类产品采购的比例	1.84%	7.73%	8.56%
	占供应商该类产品销售的比例	1.39%	1.08%	0.97%

注：数据来源于郴州市晶讯光电有限公司的确认函。

（10）厦门安氏兄弟科技有限公司

①基本情况

企业名称	厦门安氏兄弟科技有限公司			
注册资本	500.00 万元			
行业地位	在电子血压计行业位于中游水平			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	7,300.00	6,800.00	7,600.00
开始合作时间	2009 年			
股权结构	王丰文 50%，王超文 50%			
主营业务	家用医疗器械生产及销售			

注：1、数据来源：营业收入数据来自厦门安氏兄弟科技有限公司确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向厦门安氏兄弟科技有限公司采购的主要内容为电子元器件、缝制、纺织品部件、塑料件、包装材料，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
电子元器件	占发行人该类产品采购的比例	-	2.63%	19.97%
缝制、纺织品部件	占发行人该类产品采购的比例	-	0.56%	3.59%
塑料件	占发行人该类产品采购的比例	-	0.10%	0.54%

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
包装材料	占发行人该类产品采购的比例	-	-	1.91%
	发行人向供应商原材料采购总额占供应商血压计销售的比例	-	2.60%	13.94%

注：1、上述数据计算过程中所使用的供应商数据来自厦门安氏兄弟科技有限公司确认函。
2、发行方向厦门安氏采购的原材料均用于电子血压计制造，厦门安氏方只提供电子血压计成品销售额，因此使用供应商电子血压计销售额作为计算口径。

（11）宁波天工时代医疗科技有限公司

①基本情况

企业名称	宁波天工时代医疗科技有限公司			
注册资本	500.00 万元			
行业地位	真空拔罐器单品销售行业前十			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	2,800.00	2,200.00	1,600.00	1,200.00
开始合作时间	2015 年			
股权结构	王雪冬 90%，王奋勇 10%			
主营业务	真空拔罐器、特定电磁波谱治疗机			

注：1、数据来源：营业收入数据来自宁波天工时代医疗科技有限公司方确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向宁波天工时代医疗科技有限公司采购的主要内容为玻璃制品，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
玻璃制品	占发行人该类产品采购的比例	-	35.81%	49.51%
	占供应商该类产品销售的比例	-	16.35%	26.70%

注：上述数据计算过程中所使用的供应商数据来自宁波天工时代医疗科技有限公司确认函。

4、报告期内自有品牌外购前五大供应商情况

报告期内，发行人前五大自有品牌外购产品供应商情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占发行人自有品牌外购总额比例
2020 年度	1	哈尔滨运美达生物科技有限公司	3,414.91	9.33%
	2	湖南永康医疗器械有限公司	2,833.46	7.74%
	3	三诺生物传感股份有限公司	2,539.45	6.94%

年度	序号	供应商名称	采购金额	占发行人自有品牌外购总额比例
	4	吉芮医疗器械（上海）有限公司	1,903.95	5.20%
	5	大洋医疗	1,230.00	3.36%
		合计	**11,921.77**	**32.57%**
2019 年度	1	东莞市振海电子科技有限公司	3,823.38	9.06%
	2	三诺生物传感股份有限公司	3,695.42	8.76%
	3	哈尔滨运美达生物科技有限公司	3,000.89	7.11%
	4	吉芮医疗器械（上海）有限公司	2,508.08	5.94%
	5	大洋医疗	1,713.02	4.06%
		合计	**14,740.79**	**34.93%**
2018 年度	1	三诺生物传感股份有限公司	4,221.62	13.44%
	2	东莞市振海电子科技有限公司	4,150.40	13.22%
	3	大洋医疗	2,148.86	6.84%
	4	巨贸系统	2,011.34	6.40%
	5	吉芮医疗器械（上海）有限公司	1,959.24	6.24%
		合计	**14,491.46**	**46.14%**

注：1、大洋医疗包括广州大洋医疗科技股份有限公司与佛山达浩医疗科技有限公司。
2、巨贸系统包括江苏巨贸康万家医疗设备有限公司与江苏巨贸医疗设备有限公司。
3、东莞振海包括东莞振海电子科技有限公司与深圳和泰达科技有限公司。

以上供应商基本情况如下：

（1）湖南永康医疗器械有限公司

①基本情况

企业名称	湖南永康医疗器械有限公司			
注册资本	1,000.00 万元			
行业地位	生产设备自动化程度与生产车间环境优化属于行业前列			
营业收入（万元）	2020 年半年度	2019 年	2018 年	2017 年
	15,698.00	5,000.00	4,000.00	3,000.00
开始合作时间	2019 年			
股权结构	孙宏贵 100%			
主营业务	棉签、纱布类和口罩无纺布类产品生产、销售			

注：营业收入来自湖南永康医疗器械有限公司方的确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向湖南永康医疗器械有限公司采购的内容主要为口罩/手套、棉球/棉签/棉片类、纱布/绷带，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
口罩/手套	占发行人该类产品采购的比例	44.42%	7.16%	-
	占供应商该类产品销售的比例	19.75%	88.50%	-
棉球/棉签/棉片类	占发行人该类产品采购的比例	53.09%	17.90%	-
	占供应商该类产品销售的比例	15.47%	88.26%	-
纱布/绷带	占发行人该类产品采购的比例	11.97%	-	-
	占供应商该类产品销售的比例	7.97%	-	-

注：上述数据计算过程中所使用的供应商数据来自湖南永康医疗器械有限公司确认函。

（2）哈尔滨运美达生物科技有限公司

①基本情况

企业名称	哈尔滨运美达生物科技有限公司			
注册资本	1,000.00 万元			
行业地位	生产技术及研发属于行业领先，规模属于中型			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	7,668.32	3,998.30	350.40	42.83
开始合作时间	2018 年			
股权结构	韩晓燕 68.5%，王良博 31.5%			
主营业务	医用透明质酸钠修复产品生产、销售			

注：营业收入来自哈尔滨运美达生物科技有限公司确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向哈尔滨运美达生物科技有限公司采购的内容主要为敷贴/敷料类，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
敷贴/敷料类	占发行人该类产品采购的比例	79.79%	62.06%	0.22%
	占供应商该类产品销售的比例	58.94%	81.56%	未获取

注：上述数据计算过程中所使用的供应商数据来自哈尔滨运美达生物科技有限公司确认函。

（3）吉芮医疗器械（上海）有限公司

①基本情况

企业名称	吉芮医疗器械（上海）有限公司			
注册资本	1,600.00 万元			
行业地位	在电动轮椅行业处于相对领先地位			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	9,889.00	9,826.00	7,701.00	6,618.00
开始合作时间	2013 年			
股权结构	陈建国 53.75%，宁波怀格共信股权投资合伙企业（有限合伙）16.27%，上海吉众企业管理合伙企业（有限合伙）6.85%，牛巧利 6.25%，上海吉芮投资合伙企业（有限合伙）14.38%，陈新 1.25%,吉芮投资管理（上海）有限公司 1.25%			
主营业务	康护辅具、电动轮椅的生产与销售			

注：营业收入来自吉芮医疗器械（上海）有限公司方的确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向吉芮医疗器械（上海）有限公司采购的主要内容为轮椅及配件，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
轮椅及配件	占发行人该类产品采购的比例	33.48%	35.70%	31.96%
	占供应商该类产品销售的比例	94.54%	81.48%	85.78%

注：上述数据计算过程中所使用的供应商数据取自吉芮医疗器械（上海）有限公司方的确认函。

（4）东莞振海

①基本情况

东莞振海包括东莞振海电子科技有限公司与深圳市和泰达科技有限公司，其基本情况如下：

企业名称	东莞振海电子科技有限公司				深圳和泰达科技有限公司			
注册资本	2,266.00 万元				50.00 万元			
行业地位	未获取							
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	未获取	未获取	未获取	未获取	未获取	未获取	未获取
开始合作时间	2017 年							
股权结构	陈振光 99%，陈柏生 1%				谭海平 99%，谭鸡妹 1%			
主营业务	研发、生产和销售体温计							

注：供应商未提供营业收入。

①采购情况

报告期内，发行人向东莞振海采购的内容主要为体温计，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
体温计	占发行人该类产品采购的比例	26.43%	78.23%	91.28%
	占供应商该类产品销售的比例	未获取	未获取	未获取

注：供应商未提供体温计销售收入。

（5）三诺生物传感股份有限公司

①基本情况

企业名称	三诺生物传感股份有限公司			
注册资本	56,531.47 万元			
行业地位	血糖相关产品市场占有率国内领先			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	177,820.93	155,051.34	103,300.77
开始合作时间	2009 年			
股权结构	李少波 25.51%，车宏莉 21.90%，香港中央结算公司 6.3%，招商银行股份有限公司—睿远成长价值混合型证券投资基金 4.44%，UBS AG1.78%，其它股东 40.7%			
主营业务	血糖仪、血糖试纸、尿酸产品			

注：营业收入数据取自其公开披露的财务报告。

②采购情况

报告期内，发行人向三诺生物传感股份有限公司采购的内容主要为血糖监测系列，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
血糖监测系列	占发行人该类产品采购的比例	58.30%	56.49%	69.21%
	占供应商该类产品销售的比例	-	2.67%	3.60%

注：1、上述数据计算过程中所使用的供应商数据取自其公开披露的财务报告。
2、供应商该类产品销售额的计算口径对应其年报披露的血糖监测系统分项。
3、由于其 2020 年年度报告未披露，该年度未计算占供应商该类产品销售的比例。

（6）大洋系统

①基本情况

大洋系统包括广东大洋医疗科技股份有限公司与佛山达浩医疗科技有限公司，其基本情况如下：

企业名称	广东大洋医疗科技股份有限公司	佛山达浩医疗科技有限公司
注册资本	1,500.00 万元	640.00 万元
行业地位	知名企业，排名靠前	

营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	19,025.05	25,843.27	22,900.41	19,021.00
开始合作时间	2015 年			
股权结构	黄泽辉 64.02%，广州市达安基因科技有限公司 19.98%，唐青 16.00%		广东大洋医疗科技股份有限公司 100%	
主营业务	轮椅、病床、助行器的生产与销售			

注：1、2017-2019 年营业收入为广东大洋医疗科技股份有限公司营业收入，其中 2017 年、2018 年数据来自其公开披露的年度报告，2019 年数据来自其确认函文件。
2、2020 年营业收入为广东大洋医疗科技股份有限公司和佛山达浩医疗科技有限公司营业收入之和，数据来源于其确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向大洋系统采购的主要内容为轮椅及配件，具体情况如下：

采购内容	**比例**	**2020 年**	**2019 年**	**2018 年**
轮椅及配件	占发行人该类产品采购的比例	21.63%	24.38%	35.05%
	占供应商该类产品销售的比例	-	17.48%	16.27%

注：1、关于上述数据计算过程中所使用的供应商数据，其中 2018 年数据来自广东大洋医疗科技股份有限公司公开披露的年度报告，2019 年数据来自其确认函；2020 年未提供相应数据，该年度占供应商该类产品销售的比例未计算。
2、供应商该类产品销售额的计算口径对应其年报披露的轮椅收入。

（7）巨贸系统

①基本情况

巨贸系统包括江苏巨贸康万家医疗设备有限公司与江苏巨贸医疗设备有限公司，其基本信息如下：

企业名称	江苏巨贸康万家医疗设备有限公司		江苏巨贸医疗设备有限公司	
注册资本	18,036.00 万元		3,000.00 万元	
行业地位	制氧机市场占有率属全国前列			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	29,800.00	28,000.00	18,000.00	-
开始合作时间	2013 年			
股权结构	Nexus Point X-Care（HK）Limited 50.1%，丹阳市合胜企业管理合伙企业（有限合伙）49.9%		姚瑜 100%	
主营业务	轮椅、制氧机生产与销售			

注：营业收入数据为江苏巨贸康万家医疗设备有限公司确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向巨贸系统采购的内容主要为制氧机、轮椅及配件，具体情况如

下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
制氧机	占发行人该类产品采购的比例	56.39%	11.09%	77.84%
	占供应商该类产品销售的比例	3.13%	1.66%	43.98%
轮椅及配件	占发行人该类产品采购的比例	7.38%	8.85%	0.53%
	占供应商该类产品销售的比例	2.66%	3.11%	0.27%

注：1、上述数据计算过程中所使用的供应商数据来自江苏巨贸康万家医疗设备有限公司确认函。

5、报告期内代理品牌前五大供应商情况

报告期内，发行人前五大代理品牌供应商情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	采购金额	占发行人代理品牌采购总额比例
2020 年度	1	重庆航天火箭电子技术有限公司	4,281.09	17.75%
	2	稳健医疗用品股份有限公司	2,455.01	10.18%
	3	上海医药	2,366.24	9.66%
	4	欧姆龙健康医疗（中国）有限公司	1,825.20	7.57%
	5	瑞思迈系统	1,654.90	6.86%
		合计	**12,582.44**	**52.02%**
2019 年度	1	瑞思迈系统	5,909.36	17.61%
	2	鱼跃医疗	5,152.41	15.35%
	3	重庆航天火箭电子技术有限公司	4,333.58	12.91%
	4	稳健医疗用品股份有限公司	2,927.72	8.72%
	5	欧姆龙健康医疗（中国）有限公司	2,330.94	6.94%
		合计	**20,654.01**	**61.53%**
2018 年度	1	鱼跃医疗	6,042.82	23.21%
	2	稳健医疗用品股份有限公司	3,165.21	12.15%
	3	瑞思迈系统	2,997.30	11.51%
	4	重庆航天火箭电子技术有限公司	2,583.20	9.92%
	5	欧姆龙健康医疗（中国）有限公司	2,316.89	8.90%
		合计	**17,105.42**	**65.69%**

注：1、上海医药包括上药医疗器械（上海）有限公司、上药康德乐（湖北）医药有限公司、上药康德乐（上海）医药有限公司。2018 年 2 月，上海医药（股票代码：601607）下属全资子公司 Century Global 完成对康德乐马来西亚 100%股权的收购，进而通过康德乐马来西亚间接拥有其于香港及中国境内设立的全部中国业务实体，其中包括上药康德乐（湖北）医药有限公司和上药康德乐（上海）医药有限公司。2、瑞思迈系统包括瑞思迈（北京）医疗器械有限公司、RESMED ASIA PACIFIC LIMITED、凯迪泰（北

京）医疗科技有限公司与苏州凯迪泰医学科技有限公司，其中公司与瑞思迈（北京）、凯迪泰（北京）开始合作时间为 2015 年，与 RESMED ASIA PACIFIC LIMITED、苏州凯迪泰开始合作时间为 2016 年。3、鱼跃医疗包括江苏鱼跃医疗设备股份有限公司、苏州医疗用品厂有限公司与上海医疗器械（集团）有限公司手术器械厂。

（1）重庆航天火箭电子技术有限公司

①基本情况

企业名称	重庆航天火箭电子技术有限公司			
注册资本	15,933 万元			
行业地位	特定电磁波治疗器国内市场排名第 1，红外线治疗器国内排名第 1			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	34,057.00	10,008.00	9,049.00	7,531.00
开始合作时间	2015 年			
股权结构	航天时代电子技术股份有限公司 100%			
主营业务	特定电磁波治疗器、红外线治疗器			

注：营业收入数据来自重庆航天火箭电子技术有限公司方确认函。

②采购情况

报告期内，发行人向重庆航天火箭电子技术有限公司采购的主要内容为理疗仪及配件，具体情况如下：

采购内容	**比例**	**2020 年**	**2019 年**	**2018 年**
理疗仪及配件	占发行人该类产品采购的比例	99.43%	91.41%	83.56%
	占供应商该类产品销售的比例	43.69%	44.48%	29.34%

注：上述数据计算过程中所使用的供应商数据来自重庆航天火箭电子技术有限公司方确认函。

（2）稳健医疗用品股份有限公司

①基本情况

企业名称	稳健医疗用品股份有限公司			
注册资本	42,649.23 万元			
行业地位	在医用耗材行业具有领先地位			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	457,500.00	383,900.00	349,800.00
开始合作时间	2009 年			
股权结构	稳健集团有限公司 68.1%，北京红杉信远股权投资中心（有限合伙）8.09%，深圳市康胜投资合伙企业（有限合伙）5.01%，深圳市康欣投资合伙企业（有限合伙）2.66%，深圳市创新投资集团有限公司 1.99%，其它 14.15%			
主营业务	医用材料、医用耗材			

注：营业收入来自自稳健医疗（300888）公开披露的审计报告。

②采购情况

报告期内，发行人向稳健医疗用品股份有限公司采购的主要内容为棉球/棉签/棉片类、口罩/手套、纱布/绷带，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
棉球/棉签/棉片类	占发行人该类产品采购的比例	97.11%	93.10%	93.97%
	占供应商该类产品销售的比例	-	6.29%	7.84%
口罩/手套	占发行人该类产品采购的比例	30.66%	79.18%	81.91%
	占供应商该类产品销售的比例	-	6.00%	5.57%
纱布/绷带	占发行人该类产品采购的比例	93.65%	90.85%	90.41%
	占供应商该类产品销售的比例	-	0.96%	0.96%

注：1、上述有关供应商数据为稳健医疗用品股份有限公司（300888）财务数据，取自其公开披露的招股说明书。
2、棉球/棉签/棉片类、口罩/手套、纱布/绷带项目分别使用供应商招股说明书中消毒清洁产品、疾控防护品、传统伤口护理与包扎产品项目收入作为计算依据，由于 2020 年年度报告暂未披露，该年度占供应商该类产品销售的比例未计算。

（3）上海医药

①基本情况

企业名称	上药康德乐（湖北）医药有限公司	上药康德乐（上海）医药有限公司	上药医疗器械（上海）有限公司
注册资本	5,000.00 万元	9,863.47 万元	2,600.00 万元
行业地位	拥有 20 多万种医疗器械的代理业务，在业内享有极高的美誉度		
营业收入（亿元）	2020 年	2019 年	2018 年
	1,919.09	1,865.66	1,590.84
开始合作时间	2016 年	2020 年	2017 年
股权结构	上药康德乐股份（香港）有限公司 90%，康德乐（中国）投资有限公司 10%	上药康德乐股份（香港）有限公司 100%	上海医药集团股份有限公司 100%
主营业务	从事医疗器械产品研发、制造、销售和服务的综合集成商		

注：上述有关供应商数据为上海医药（股票代码：601607）财务数据，取自其公开披露的年度报告。

②采购情况

报告期内，发行人向上海医药采购的主要内容为血糖监测系列、采血笔/针头，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
血糖监测系列	占发行人该类产品采购的比例	56.20%	26.60%	5.99%

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
采血笔/针头	占发行人该类产品采购的比例	54.99%	22.40%	7.32%
	以上项目占供应商分销项目销售的比例	0.01%	0.00%	0.00%

注：1、上述有关供应商数据为上海医药（股票代码：601607）财务数据，取自其公开披露的年度报告。
2、上述采购内容在上海医药年度报告中属于分销分项，因此使用分销销售收入作为计算依据。

（4）欧姆龙健康医疗（中国）有限公司

①基本情况

企业名称	欧姆龙健康医疗（中国）有限公司			
注册资本	2,890.00 万美元			
行业地位	其集团公司欧姆龙集团是全球知名的自动化控制及电子设备制造厂商，掌握着世界领先的传感与控制核心技术，在全球拥有超过 28,000 名员工			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	4,443,481.00	5,231,409.09	5,079,569.68
开始合作时间	2009 年			
股权结构	欧姆龙健康医疗事业株式会社 100%			
主营业务	其集团公司欧姆龙集团主营自动化业务，涉及多个领域，包括工业自动化、电力元件、汽车电子元件、社会基础设施系统、医疗保障和环境方案等			

注：1、数据来源：上述有关供应商数据为欧姆龙母公司 OMRON Corporation（TYO:6645）财务数据，按照取自其公开披露的年度报告（会计期间 4 月 1 日至次年 3 月 31 日），营业收入按照各期末的汇率折算为人民币。
2、行业地位来自于欧姆龙中国官方网站（https://www.omron.com.cn/）。

②采购情况

报告期内，发行人向欧姆龙健康医疗（中国）有限公司采购的主要内容为血压针、体温计、制氧机，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
血压针	占发行人该类产品采购的比例	99.30%	80.89%	68.03%
体温计	占发行人该类产品采购的比例	76.49%	17.73%	18.29%
制氧机	占发行人该类产品采购的比例	4.51%	2.88%	13.65%
	采购总额占供应商医疗保健项目销售的比例	-	1.06%	1.11%

注：1、上述有关供应商数据为欧姆龙母公司 OMRON Corporation（TYO:6645）财务数据，取自其公开披露的年度报告（会计期间 4 月 1 日至次年 3 月 31 日）。
2、上述采购内容在欧姆龙年度报告中属于 HCB 分项，因此使用 HCB 销售收入作为计算依据，按照各期末的汇率折算为人民币。

（5）瑞思迈系统

①基本情况

瑞思迈系统包括瑞思迈亚太有限公司、凯迪泰（北京）医疗科技有限公司、苏州凯迪泰医学科技有限公司与瑞思迈（北京）医疗器械有限公司其基本信息如下：

企业名称	RESMED ASIA PACIFIC LIMITED	凯迪泰（北京）医疗科技有限公司	苏州凯迪泰医学科技有限公司	瑞思迈（北京）医疗器械有限公司
注册资本	未获取	500.00 万美元	2,480.00 万元	200.00 万元
行业地位	呼吸机行业领先地位			
营业收入（万元）	2019 年		2018 年	2017 年
	2,093,417.35		1,791,940.05	1,548,414.09
开始合作时间	2016 年	2015 年	2016 年	2015 年
股权结构	未获取	凯迪泰（香港）医疗科技有限公司 100%	凯迪泰（北京）医疗科技有限公司 100%	瑞思迈资本控股有限公司 100%
主营业务	呼吸机、呼吸机配件			

注：上述有关供应商数据为瑞思迈母公司 ResMed Inc. （NYSE:RMD）财务数据，取自其公开披露的年度报告。

②采购情况

报告期内，发行人向瑞思迈系统采购的主要内容为呼吸机及配件，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
呼吸机及配件	占发行人该类产品采购的比例	79.27%	95.90%	90.04%
	占供应商该类产品销售的比例	-	0.81%	0.47%

注：1、上述有关供应商数据为瑞思迈母公司 ResMed Inc. （NYSE:RMD）财务数据，取自其公开披露的年度报告（会计期间 7 月 1 日至次年 6 月 30 日）。
2、上述采购内容在瑞思迈年度报告中属于 Combined Europe, Asia and other markets 下的 Total Sleep and Respiratory Care，因此使用该项收入作为计算的依据。

（6）鱼跃医疗

①基本情况

企业名称	江苏鱼跃医疗设备股份有限公司		苏州医疗用品厂有限公司	上海医疗器械（集团）有限公司手术器械厂
注册资本	100,247.69 万元		6,600.00 万元	32,500.00 万元
行业地位	在家用医疗器械行业位于领先地位			
营业收入（万元）	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
	未获取	463,600.00	418,300.00	354,200.00
开始合作时间	2009 年			
股权结构	江苏鱼跃科技发展有限公司 24.54%，吴光明 10.32%，吴群 7.72%，香港中央结算有限公司 3.22%，中信建投证券股份有限公司 1.02%，其它 52.18%		江苏鱼跃医疗设备股份有限公司 100%	

主营业务	家用医疗器械生产销售

注：营业收入取自鱼跃医疗（002223）公开披露的审计报告。

②采购情况

报告期内，发行人向江苏鱼跃医疗设备股份有限公司采购的内容主要为轮椅、体温计、血压计、针灸针、制氧机，具体情况如下：

采购内容	比例	2020 年	2019 年	2018 年
轮椅	占发行人该类产品采购的比例	33.99%	76.37%	94.31%
体温计	占发行人该类产品采购的比例	-	68.53%	68.61%
血压计	占发行人该类产品采购的比例	-	12.56%	28.57%
针灸针	占发行人该类产品采购的比例	100.00%	100.00%	100.00%
制氧机	占发行人该类产品采购的比例	-	77.53%	83.58%
	采购总额占供应商家用医疗销售的比例	-	2.89%	3.94%

注：1、上述有关供应商数据为鱼跃医疗（002223）财务数据，取自其公开披露的年度报告。
2、可孚向鱼跃医疗采购内容在鱼跃年度报告中属于家用医疗分项，因此使用家用医疗销售收入作为计算依据，其中 2020 年由于其年报未披露，该年度未计算。
3、采购总额为发行人向鱼跃医疗采购代理品牌产品总额。

6、合作的稳定性、可持续性、依赖性

（1）与原材料供应商合作的稳定性、可持续性、依赖性

2020年，由于受到新冠疫情影响，公司主要生产口罩/手套、体温计等防疫产品，公司前五大原材料供应商发生了较大变动，电子元器件、丁腈、橡胶类等原材料采购较多，其他非防疫物资生产较少，相应的其原材料采购金额也大幅减少。报告期内，发行人与原材料前五大供应商合作良好，均签订了稳定的采购合同，建立了较好的商业合作关系，合作具有持续性。

报告期内，发行人原材料前五大供应商采购额占原材料采购总额的比例分别为35.81%、24.47%、31.19%，占比均低于45%。2020年由于新冠疫情的特殊影响，防疫物资采购金额较大提高了前五大原材料供应商的采购占比。整体上看，发行人对前五大原材料供应商不存在重大依赖。

（2）与自有品牌外购供应商合作的稳定性、可持续性、依赖性

发行人的自有品牌外购供应商是经过初选、试样、检测、量产等过程严格评估筛选后形成的，现存供应商大部分是与发行人保持长期的合作关系且有实力的公司，合作期

限一般达3年以上，形成了较强的商业合作关系。报告期内主要自有品牌外购供应商目前均处于正常经营状态，签订的合同目前正在有效执行中，预期将与之保持持续的合作，合作具有可持续性。

报告期内，公司对前五大自有品牌外购供应商的采购额占自有品牌产品采购总额的比例分别为46.14%、34.93%、32.57%，占比不高且比例逐年降低，主要是随着发行人自产产品比例的提高，公司在部分产品上的对外采购下降。同时，行业内具有较多专注于某类医疗器械产品的优质生产型企业，其拥有合格的生产资质和丰富的行业经验，发行人能够相对容易在市场上找到合适的替代供应商，发行人对自有品牌外购供应商不存在依赖。

（3）与代理供应商合作的稳定性、可持续性、依赖性

发行人与前五大代理品牌供应商合作年限较长，一般5年以上，报告期内双方均签订了具有连续性的购销合同，合作情况良好，彼此建立了稳定的合作关系，且上述代理品牌商均在持续经营中，业务具有可持续性。

报告期内，公司对前五大代理品牌供应商的采购额占代理品牌采购总额的比例为65.69%、61.53%、52.02%，占比相对较高，主要是发行人在选择代理产品供应商时根据供应商的信誉、品牌、产品质量、产品价格、供货能力、历史合作情况等因素进行综合评判，因此公司合作的代理品牌供应商相对集中于欧姆龙、稳健、鱼跃、瑞思迈等知名品牌。近年来公司不断发展自有品牌，报告期内公司自有品牌销售额占比分别为67.34%、70.65%、81.19%，其占比逐年增长，说明公司自有品牌已经具有了一定的品牌影响力和销售规模，发行人对代理品牌供应商不存在重大依赖。

7、报告期内前五大供应商采购情况变化

（1）报告期内发行人前五大原材料供应商采购情况变化情况

报告期内，发行人与前五大原材料供应商的采购内容、采购数量及采购单价具体变化情况如下：

①霸州市万通金属制品有限公司

报告期内，霸州市万通金属制品有限公司为发行人钢材类原材料的主要供应商，发行人向其采购的原材料金额分别为624.63万元、509.32万元、467.41万元，主要向其采

购方管、圆管等护理床生产用钢材，具体采购数量和采购单价如下：

单位：数量（万米） 采购单价（元/米）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
钢材类	119.01	3.93	135.75	3.75	159.38	3.92

报告期内，发行人向其采购的数量逐年下降，其中2019年主要是销量下降从而采购量有所下降；2020年，受疫情期间消费者购买护理床的需求下降的影响，发行人的护理床销量下降，其生产量也随之下降，其生产所需主材钢材的采购量也相应减少。

报告期内，发行人向其采购的单价整体平稳，2019年采购单价下降主要是钢材市场价格降低，2020年采购单价上升主要是因为疫情期间生产钢材的工厂停工停产，且国内铁矿进口量减少，其市场价格随之上升。

②郴州市晶讯光电有限公司

报告期内，发行人向郴州市晶讯光电有限公司采购的原材料金额分别为332.62万元、439.63万元、511.98万元，主要向其采购生产血压计和体温计的LCD等电子元器件，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万个） 采购单价（元/个）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
电子元器件	410.83	1.25	176.90	2.49	106.07	3.14

报告期内，发行人向其采购电子元器件数量逐年上升，主要是发行人血压计的产量较大，2020年红外体温计产量增加较多。该供应商有足够的产能和品质管理体系，其产品能满足公司要求，因此公司向该供应商增大采购数量，同时LCD75C、LCD65A/65B、臂式透视LCD等电子元器件获得较为优惠的采购单价，使得采购单价逐年下降；疫情影响使公司体温计生产扩大，电子元器件中用于生产体温计占比较大，由于体温计所用原料单价低于血压计原料单价，整体电子元器件采购单价大幅下降。

③和昌硕

发行人于2019年、2020年向和昌硕采购的原材料金额分别为26.63万、4,110.42万元，主要向其采购生产体温计用的MCU等电子元器件，其采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万个） 采购单价（元/个）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
电子元器件	1,769.96	2.32	18.12	1.45		

电子元器件采购数量于2020年大幅度上升，主要是受新冠疫情影响，发行人加班加点生产防疫物资体温计，2020年生产了1,769.96万台，从而相应增加其原材料的采购。同时，MCU等电子元器件作为体温计的核心零部件，疫情期间其市场供不应求的状况使得其单价上涨较快。

④佛山市南海区康健泰康复器材有限公司

报告期内，发行人向佛山市南海区康健泰康复器材有限公司采购的原材料金额分别为352.62万、653.24万、391.15万元，主要向其采购生产坐厕椅和助行器的结构部件，其采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万张） 采购单价（元/张）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
结构部件	3.22	121.48	5.62	115.11	3.18	110.98

2019年，发行人向其采购的结构部件快速增加，采购数量较上期增长幅度为76.99%，主要是助行器和坐厕椅的产量增长较快，如助行器2019年产量较上期多生产了8.12万台，从而相应增加了其结构部件。2020年采购数量较上年下降，主要是新冠疫情期间，发行人主要生产体温计、口罩、手套等防疫物资，助行器、坐厕椅等非防疫物资期初库存充足，且销售增长放缓，相应减少其结构部件的采购。

⑤湖南觅源科技有限公司

发行人于2020年开始向湖南觅源科技有限公司采购，主要采购生产体温计用的红外传感器，2020年向其采购金额、采购数量、采购单价分别为6,349.57万元、710.93万个、8.93元/个，主要是新冠疫情期间发行人生产红外体温计的数量大幅增加，从而增加其零部件红外传感器的采购。

⑥惠扬

报告期内，发行人向惠扬采购的原材料金额分别为2,394.29万、3,480.57万、3,704.28万元，主要向其采购生产手杖、肘拐/腋下拐和助行器用的结构部件和塑料件等原材料，

其采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万套） 采购单价（元/套）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
结构部件	61.09	54.59	73.43	37.18	52.37	30.54
塑料件	45.22	3.42	113.29	4.09	111.62	5.07

2019年，发行人从其采购的结构部件和塑料件数量增加，其中结构部件采购数量较上期增加了21.06万套，增幅40.20%，增幅较快主要是2019年生产的手杖、肘拐/腋下拐和助行器销量和产量增长较快，从而带动其结构部件的采购量；2020年向该供应商采购的结构部件及塑料件采购数量较上年下降，主要是新冠疫情期间，发行人主要生产体温计、口罩、手套等防疫物资，手杖、肘拐/腋下拐和助行器期初库存充足，且销量下降或增长放缓，从而相应减少其结构部件和塑料件的采购。

采购单价上整体相对平稳，结构部件采购单价在2020年上涨较多，主要原因是疫情期间结构部件涨价所致。

⑦湖南省东龙彩印包装印务有限公司

发行人2020年开始向湖南省东龙彩印包装印务有限公司采购生产口罩、手套、体温计、消毒产品等产品用的包装材料，采购数量和采购单价分别为14,239.55万个、0.22元/个，2020年开始向其采购主要是新冠疫情期间，公司对包材的需求量、品质要求、送货效率较高，该供应商品质较高，且其位于湖南省内，物流时间更短，送货效率更高。

⑧深圳市美思先端电子有限公司

发行人2019年、2020年向深圳市美思先端电子有限公司采购的原材料金额分别7.62万元、3,630.37万元，采购产品主要为生产红外体温计用的传感器等电子元器件，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万个） 采购单价（元/个）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
电子元器件	142.75	25.43	2.89	2.64		

2020年采购数量较2019年大幅度上升，主要是新冠疫情期间发行人生产红外体温计的数量大幅增加，从而增加其零部件红外传感器的采购；2020年采购单价大幅度上升，

主要是疫情期间防疫物资供不应求的市场状况导致物料价格上涨。

2020年上半年疫情期间由于传感器供不应求，公司采购单价较高，上半年采购单价和采购金额分别为40.08元/个、5,601.01万元，下半年公司与供应商重新协商价格，对上半年的采购单价做了较大的调整，从而公司2020年向其采购金额为3,630.37万元，低于2020年上半年的采购金额。

⑨宁波天工时代医疗科技有限公司

2018-2019年，发行人向宁波天工时代医疗科技有限公司采购的原材料金额分别为427.25万元、294.35万元，主要向其采购生产拔罐器用的玻璃制品，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万套/个） 采购单价（元/套/个）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
玻璃制品	-	-	17.13	17.18	27.70	15.42

2019年采购数量下降及2020年采购数量为零，主要是因为永康市锦康保健器材厂价格更加优惠，因此公司降低向宁波天工时代医疗科技有限公司采购比例。

⑩厦门安氏兄弟科技有限公司

报告期内，发行人于2018年、2019年向厦门安氏兄弟科技有限公司采购的原材料金额分别为864.21万、164.19万元，主要向其采购生产血压计用的臂式模块、腕式模块等电子元器件，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万块） 采购单价（元/块）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
电子元器件	-	-	17.75	8.43	115.07	6.75

2019年，电子元器件采购数量大幅下降，主要是发行人2018年开始采购零件生产血压计的臂式模块和腕式模块，相应减少了臂式模块和腕式模块的采购金额，同时发行人2018年从该供应商采购的其他单价较低的电子线等零部件的比例提高，相应拉低了采购单价。

⑪深圳市万康佳健科技有限公司

报告期内，发行人于2018年、2019年向深圳市万康佳健科技有限公司采购的原材料金额分别为1,066.65万、489.24万元，主要向其采购生产血压计用的电路板和气泵等电子元器件，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万块） 采购单价（元/块）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
电子元器件	-	-	63.20	7.61	154.38	6.74

电子元器件2018年采购数量和单价相对平稳，2019年采购数量下降较快，并在2020年停止采购，原因在于2019年发行人开始逐步向其他供应商采购零件生产血压计的电路板。

（2）报告期内发行人前五大自有品牌外购供应商采购情况变化情况

报告期内，发行人与前五大自有品牌外购供应商的采购内容、采购数量及采购单价的变化情况如下：

①东莞振海

报告期内，发行人向东莞振海采购的自有品牌外购产品金额分别为4,150.4万、3,823.38万、238.75万元，主要采购可孚红外体温计等体温计产品，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万支） 采购单价（元/支）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
体温计	8.75	27.30	120.50	31.73	141.45	29.34

2019年，发行人向其采购体温计的数量和单价较上年相对平稳，2020年体温计采购数量较上年下降，主要是因为发行人加大了红外体温计的自产，导致向外采购的数量减少。

②大洋系统

报告期内，发行人向大洋系统采购的自有品牌外购产品金额分别为2,148.86万、1,713.02万、1,230.00万元，采购的产品主要为可孚手动轮椅车，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万台） 采购单价（元/台）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
轮椅	2.91	421.00	4.08	418.84	4.99	428.35

2018-2019年，发行人向其采购轮椅数量和单价整体平稳，2020年采购轮椅数量较上年下降，主要原因系新冠疫情背景下，人们外出较少，轮椅作为主要应用场景为户外的产品，潜在消费需求有所滞后，销量有所下降从而减少采购。

③哈尔滨运美达生物科技有限公司

发行人2018年、2019年、2020年向哈尔滨运美达生物科技有限公司采购的自有品牌外购产品金额分别为1.03万、3,000.89万、3,414.91万元，采购的产品主要为可孚医用透明质酸钠修复贴等敷贴/敷料类产品，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万盒） 采购单价（元/盒）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
敷贴/敷料类	367.07	9.30	389.81	7.70	0.03	34.48

2019年采购数量大幅增加，主要是可孚医用透明质酸钠修复贴作为热销产品销量大幅增加，从而大幅增加了采购量。2020年，可孚医用透明质酸钠修复贴销量较去年减少，从而减少了采购数量。

采购规格上，2018年采购的规格全部为8片装，2019年采购的主要为1片装和5片装，从而2019年采购单价低于2018年。2020年发行人增加了5片装的采购比例，其单价高于1片装单价，从而拉高了平均采购单价。

④湖南永康医疗器械有限公司

发行人2019年开始向湖南永康医疗器械有限公司采购，2019年、2020年采购的自有品牌外购产品金额分别为225.20万元、2,833.46万元，采购的主要产品为可孚医用口罩等口罩/手套类产品，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万盒） 采购单价（元/盒）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
口罩/手套	940.35	2.60	217.62	0.85	-	-

2020年发行人向该供应商采购的口罩数量较上年上升，主要是疫情期间内发行人对口罩需求量、品质要求和送货效率较高，该供应商品质较高，且位于湖南省内，物流时间更短，送货效率更高。2020年采购单价大幅上升主要是受疫情影响口罩供不应求，市场价格上涨以及单价较高的10只装的采购比例上升。

⑤吉芮医疗器械（上海）有限公司

报告期内，发行人向吉芮医疗器械（上海）有限公司采购的自有品牌外购产品金额分别为1,959.24万、2,508.08万、1,903.95万元，采购的产品主要为可孚电动轮椅，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万台） 采购单价（元/台）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
轮椅	1.22	1,545.95	1.51	1,646.38	1.28	1,510.02

2018-2019年轮椅采购数量和单价略有波动，主要是受轮椅的销售波动影响；2020年采购量较上年下降，主要原因系新冠疫情背景下，人们外出较少，轮椅作为主要应用场景为户外的产品，潜在消费需求有所滞后，销量有所下降从而减少采购。

⑥巨贸系统

报告期内，发行人向巨贸系统采购的自有品牌外购产品金额分别为2,011.34万、705.02万、856.55万元，采购的产品主要为可孚手动轮椅和可孚制氧机，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万台） 采购单价（元/台）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
轮椅	0.87	484.51	1.33	464.87	0.10	310.17
制氧机	0.30	1,463.26	0.06	1,380.68	1.48	1,340.78

2018-2019年，轮椅采购数量逐年上升，其中2019年增长较快，主要是发行人进一步加深了与该供应商的合作，扩充了产品品类；2020年采购数量较上年下降，主要是新冠疫情背景下，人们外出较少，轮椅作为主要应用场景为户外的产品，潜在消费需求有所滞后，销量有所下降从而减少采购。

制氧机的采购波动较大，2019年采购数量大幅下降，主要是库存充足，公司减少向

外采购数量；2020年上半年购进数量0.1万台为2019年底的订单到货，2020年下半年采购数量0.2万台，相较2019年增加主要是库存消化后补充采购。

⑦三诺生物传感股份有限公司

报告期内，发行人向三诺生物传感股份有限公司采购的自有品牌外购产品金额分别为4,221.62万、3,695.42万、2,539.45万元，采购产品主要为可孚血糖监测系列产品，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万盒） 采购单价（元/盒）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
血糖监测系列	143.48	17.70	226.70	16.30	263.66	16.01

2018-2020年，采购数量和单价相对平稳，2020年采购数量下降，主要是2019年年末有剩余备货，同时由于疫情影响，血糖监测系列产品销量较低，因此降低采购量。

（3）报告期内发行人前五大代理产品供应商采购情况变化情况

报告期内，发行人与前五大代理产品供应商的采购内容、采购数量及采购单价的变化情况如下：

①重庆航天火箭电子技术有限公司

报告期内，发行人向重庆航天火箭电子技术有限公司采购的代理品牌产品金额为2,583.20万、4,333.58万、4,281.09万元，采购的主要产品为仙鹤理疗仪，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购单位（万台） 采购单价（元/台）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
理疗仪	34.94	121.46	36.02	118.75	22.76	110.67

2019年，发行人向该供应商采购的理疗仪数量上升，原因在于发行人从2015年开始和重庆航天火箭电子技术有限公司合作，且发行人于2017年获得该供应商授权在天猫开设仙鹤医疗器械旗舰店，主销“仙鹤”理疗仪，通过2017年前期良好的运营，2018年开始该店铺销售增长迅速。

②稳健医疗

报告期内，发行人向稳健医疗采购的代理品牌产品金额分别为3,165.21万、2,927.72万、2,455.01万元，采购的产品主要为稳健口罩/手套、棉球/棉签/棉片类、纱布绷带，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购单位（万包） 采购单价（元/包）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
口罩/手套	122.91	3.64	996.73	0.90	704.77	1.08
棉球/棉签/棉片类	1,630.66	0.66	1,644.78	0.63	2,047.68	0.59
纱布/绷带	437.50	0.96	607.23	0.87	646.70	0.91

2019年，发行人向该供应商采购的口罩/手套数量上升，主要是增加库存储备；2020年采购数量较上年下降明显，采购单价增加较多，主要是发行人2020年开始自产口罩和手套，疫情期间采购的稳健口罩和手套价格上涨。

棉球/棉签/棉片和纱布/绷带2020年采购数量下降，原因在于该类产品发行人主要销售渠道为连锁药房及诊所，并无大中型医院类大型采购，受疫情影响销量有所下降。

③上海医药

报告期内，发行人向上海医药采购的代理品牌产品金额分别为120.14万、775.22万元、2,366.24万元，采购产品主要为罗氏、强生血糖监测系列产品，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购单位（万套） 采购单价（元/套）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
血糖监测系列	18.17	126.90	5.48	138.02	0.77	152.99

2018年至2020年，发行人从该供应商采购的血糖监测系列产品单价相对平稳。2019年、2020年采购数量上升，主要是发行人2019年开始以直发模式向阿里健康大药房销售罗氏血糖监测系列产品，销量快速增长，相应增加了向该供应商采购罗氏血糖监测产品的采购。

④欧姆龙健康医疗（中国）有限公司

报告期内，发行人向欧姆龙健康医疗（中国）有限公司采购的代理品牌产品金额分别为2,316.89万、2,330.94万、1,825.20万元，采购产品主要为欧姆龙体温计和血压计，

具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购单位（万台） 采购单价（元/台）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
体温计	5.89	31.14	1.87	35.86	1.27	45.01
血压计	7.98	194.19	10.37	196.61	9.12	197.16

2019年，发行人向该供应商采购的体温计和血压计上升，主要是销量逐年增加；2020年，体温计采购数量上升，血压计采购数量下降，主要是新冠疫情期间体温计防疫物资销量增加，血压计销量下降所致。

⑤瑞思迈系统

报告期内，发行人向瑞思迈系统采购的代理品牌产品金额分别为2,997.30万、5,909.36万、1,654.90万元，采购的主要产品为瑞思迈呼吸机，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购单位（万台） 采购单价（元/台）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
呼吸机	0.55	2,584.13	1.43	2,800.92	0.87	2,410.53

发行人采购的是瑞思迈家用呼吸机，主要用于鼾症、阻塞性睡眠呼吸暂停等情形。2019年，发行人从该供应商采购的呼吸机数量上升，主要是销量增加，发行人根据以往经验，呼吸机于农历春节后销量往往会快速增加，2019年底发行人增加了相应的呼吸机备货。2020年销售的瑞思迈呼吸机主要是2019年的备货，从而采购数量下降。

⑥鱼跃医疗

报告期内，发行人向鱼跃医疗采购的代理品牌产品金额分别为6,042.82万、5,152.41万、212.02万元，采购的产品主要为鱼跃轮椅、体温计、血压计、制氧机等产品，具体采购数量、采购单价如下：

单位：采购数量（万台） 采购单价（元/台）

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
轮椅	0.23	425.98	2.41	510.78	4.55	440.58

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价	采购数量	采购单价
体温计			94.58	2.75	69.70	3.07
血压计			3.18	99.52	7.61	99.30
制氧机			1.43	1,531.29	0.88	1,637.95

发行人向该供应商采购的产品品类较多，2018-2019年，采购数量和单价整体较为平稳，会随着当期销售增减变动以及库存变化而略有波动。2020年，轮椅采购数量大幅下降，主要原因系新冠疫情背景下，人们外出较少，轮椅作为主要应用场景为户外的产品，潜在消费需求有所滞后，销量有所下降从而减少采购；2020年，体温计、血压计和制氧机停止采购，主要是发行人已自主生产体温计、血压计和制氧机，相应减少采购量。

8、报告期内各类产品自有品牌外购供应商和非自有品牌供应商的数量及变动情况，报告期内存在持续采购的供应商各期采购额，新增供应商采购额及占采购总额的比例，停止合作的供应商情况，停止合作前一年采购额及停止合作原因

（1）报告期内，发行人各类产品自有品牌外购供应商和非自有品牌供应商的数量及变动情况如下：

年度	自有品牌外购供应商	非自有品牌供应商
2020 年	211	349
2019 年	221	407
2018 年	157	376

报告期内，发行人合作的非自有品牌供应商数量分别为 376 家、407 家、349 家，供应商数量存在一定的波动。2019 年较 2018 年新增供应商 148 家，减少供应商 117 家，从而净增加 31 家。2020 年较 2019 年新增供应商 137 家，减少供应商 195 家，净减少 58 家。上述新增和减少供应商中，大部分供应商与发行人交易金额较小，主要是为单次采购，具体分布情况如下：

项目		2020 年度		2019 年度	
		新增	减少	新增	减少
非自有品牌采购总额（万元）	①	24,112.60		33,565.25	
家数	②	137	195	148	117
其中：（1）采购额不超过 100 万的家数	③	133	189	142	117
占新增/减少总家数的比例	④=③/②	97.08%	96.92%	95.95%	100.00%
占非自有品牌采购总额比例	⑤=新增或减少供应商采购金额/①	3.32%	4.66%	3.45%	1.58%
（2）采购额超过 100 万家数	⑥	4	6	6	0

项目		2020 年度		2019 年度	
		新增	减少	新增	减少
占新增/减少总家数的比例	⑦=⑥/②	2.92%	3.08%	4.05%	0.00%
占非自有品牌采购总额比例	⑧=新增或减少供应商采购金额/①	2.40%	1.96%	4.00%	0.00%
采购金额占比合计	⑨=⑤+⑧	5.72%	6.62%	7.45%	1.58%

注：为更精准反应新增和减少供应商对当年非自有品牌采购总额的影响，以 2020 年为例，表中⑤和⑧的计算公式中分母均为 2020 年非自有品牌采购总额，其中新增供应商的分子=当年新增供应商对应 2020 年非自有品牌采购金额合计，减少供应商的分子=当年减少供应商对应 2019 年非自有品牌采购金额合计。

报告期内发行人非自有品牌供应商的数量变动主要是采购金额不超过 100 万的供应商的变动，2019 年和 2020 年新增供应商中采购金额不超过 100 万的供应商数量占比分别为 95.95%、97.08%，减少供应商中的占比分别为 100.00%、96.92%。从采购金额上看，2019 年和 2020 年新增供应商和减少供应商的采购金额占非自有品牌采购总额的比例较低，其中 2019 年减少供应商和新增供应商对应的采购金额占比分别为 1.58%、7.45%，2020 年分别为 6.62%、5.72%。

2019 年和 2020 年减少供应商中采购金额超过 100 万的家数分别为 0 家、6 家，减少采购的主要原因是：发行人加强对供应商的优化，从价格、质量及服务方面，选择了更优的合作供应商；因长期合作供应商库存不足，供不应求，临时补充供应商，待长期供应商供应充足后取消临时采购。

2019 年和 2020 年新增供应商中采购金额超过 100 万的家数分别为 6 家、4 家，新增该类供应商的原因是：（1）应市场需求，产品多元化发展，新增产品类别而新增供应商；（2）产品质量性能、价格等方面更换供应商；（3）受疫情影响，供应商供求紧张，新增其他疫情产品供应商；（4）个别长期合作供应商库存不足，供不应求，临时补充供应商。

发行人与报告期内各期前十大非自有品牌供应商的采购的非自有品牌产品、采购金额、采购占比及合作期限如下所示：

单位：万元

供应商	主要采购内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度		合作期限
		采购金额	占比（%）	采购额	占比（%）	采购额	占比（%）	
重庆航天火箭电子技术有限公司	理疗仪	4,281.09	17.75	4,333.58	12.91	2,583.20	9.92	2015 年至 2020 年
稳健医疗	棉球/棉签/棉片类、口罩/手套、纱布/绷带、敷贴/敷料类	2,455.01	10.18	2,927.72	8.72	3,165.21	12.15	2009 年至 2020 年

供应商	主要采购内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度		合作期限
		采购金额	占比（%）	采购额	占比（%）	采购额	占比（%）	
上海医药	罗氏、强生血糖检测产品	2,366.24	9.81	775.22	2.31	120.14	0.46	2016 年至 2020 年
欧姆龙健康医疗（中国）有限公司	血压计、血糖试纸、制氧机	1,825.04	7.57	2,330.94	6.94	2,316.89	8.90	2009 年至 2020 年
瑞思迈系统	呼吸机及配件	1,654.90	6.86	5,909.36	17.61	2,997.30	11.51	2015 年至 2020 年
康德莱	输注类产品	1,037.43	4.30	665.80	1.98	632.13	2.43	2009 年至 2020 年
华润广东医药有限公司	采血笔/针头、血糖检测系列	768.46	3.19	742.98	2.21	351.42	1.35	2017 年至 2020 年
索诺瓦听力技术(上海)有限公司	助听器及配件	823.88	3.42	551.18	1.64	446.16	1.71	2017 年前至 2020 年
山东利尔康医疗科技股份有限公司	消毒产品	737.30	3.06	266.29	0.79	29.36	0.11	2017 年至 2020 年
北京林普医疗用品有限公司	口罩/手套	310.62	1.29	0.00	0.00	0.00	0.00	2018 年至 2020 年
艾康生物技术(杭州)有限公司	采血笔/针头、血糖检测产品	419.90	1.74	538.15	1.60	570.26	2.19	2017 年至 2020 年
碧迪医疗器械(上海)有限公司	输注类	209.17	0.87	696.07	2.07	349.27	1.34	2017 年至 2020 年
鱼跃医疗	轮椅、助行器	212.02	0.88	5,152.41	15.35	6,042.82	23.21	2009 年至 2020 年
三诺生物	血糖监测产品	192.99	0.80	281.42	0.84	564.19	2.17	2006 年至 2020 年
济南睿驰生物科技有限公司	敷贴/敷料类	138.69	0.58	567.14	1.69	0.00	0.00	2019 年至 2020 年
合计		**17,432.74**	**72.30%**	**25,738.26**	**76.66%**	**20,168.35**	**77.45%**	

发行人与报告期各期前十大非自有品牌供应商保持了稳定的合作关系，采购金额合计占比分别为 77.45%、76.66%、72.30%，占比较高，为发行人的主要非自有品牌供应商。报告期内，发行人与上述非自有品牌供应商合作情况良好，按照签订的合同条款正常履行。前十大非自有品牌供应商中目前停止合作的仅有英维康康复器械(苏州)有限公司，发行人与其合作期限为 2013-2017 年，2018 年开始发行人与该厂商授权生产商广东欧格斯科技有限公司合作采购。综上所述，发行人与主要非自有品牌供应商合作期限较长，合作情况良好，合作关系稳定。

（2）报告期内，自有品牌外购供应商和非自有品牌供应商的持续采购供应商及新

增供应商采购额及占比情况如下：

单位：万元

年度	分类	持续采购供应商		新增供应商		采购总额
		采购金额	占比	采购金额	占比	
2020 年度	自有品牌外购	32,409.83	88.51%	4,207.59	11.49%	36,617.42
	代理品牌	22,702.17	94.15%	1,410.43	5.85%	24,112.60
2019 年度	自有品牌外购	36,406.59	86.25%	5,802.32	13.75%	42,208.91
	代理品牌	31,064.60	92.55%	2,499.65	7.45%	33,565.25
2018 年度	自有品牌外购	24,647.09	78.48%	6,759.23	21.52%	31,406.32
	代理品牌	24,091.41	92.51%	1,949.28	7.49%	26,040.69

整体看，发行人自有品牌外购和代理品牌的供应商整体比较稳定，持续采购供应商比例较高，在 70%以上。

（3）报告期内，前二十大供应商中停止合作的供应商情况如下：

①i-SENS

企业名称	i-SENS,Inc
成立日期	2000-05-04
注册资本	6,868,619,000 KRW
企业地址	43,Banpo-daero 28-gil,Seocho-gu,Seoul 137-873,Republic of Korea
公司简介	I-SENS 是一家韩国公司，主要从事生物传感器的制造和销售。该公司的产品包括血糖监测系统，包括 CareSens，MedTrust，BGStar，Barozen 等品牌的血糖监测仪，血糖仪，血糖仪，血糖仪套件和血糖仪。电解质分析仪和墨盒；免疫传感器以及其他相关附件，例如连接器，刺血针，血糖数据管理软件和采血设备等。该公司的产品在国内市场以及包括日本，欧洲，美国等在内的海外市场进行分销。
停止合作时间	2020 年
停止合作前一年采购额	506.62 万元
停止合作的原因	1、发行人血糖产品种类较多、产品选择性有张度 2、上半年市场情况受疫情影响、不便进口该供应商血糖产品。

②深圳京柏医疗科技股份有限公司

企业名称	深圳京柏医疗科技股份有限公司
成立日期	1998-07-13
注册资本	2,027.2347 万元
企业地址	深圳市宝安区福海街道新田社区新田大道 71-4 号 301、7、8、9、10 层
经营范围	一般经营项目是：网络系统集成；信息技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，

	限制的项目须取得许可后方可经营）；应用软件服务；基础软件服务；计算机系统服务；数据处理；物联网技术开发、技术应用推广服务；会展会务；企业管理咨询、医药技术咨询、健康管理咨询（不含医疗行为及其他限制项目）；从事广告业务（法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的，需取得许可后方可经营）；软件研发与销售；货物及技术进出口；设备租赁（不含金融租赁）；母婴用品的研发与销售；健康养生管理咨询（不含医疗行为及其他限制项目）；计算机外围设备、读出器（数据处理设备）、计算机程序软件、数量显示器、内部通讯装置、便捷式媒体播放器、测量器械仪器、测量装置、检验用镜、电池的销售；展览展示策划；市场营销策划；计算机网络的电讯联接技术开发、技术咨询；数据库管理；工业品外观设计；计算机租赁；计算机编程设计；计算机软件设计；计算机软件维护；母婴健康管理咨询（不含医疗行为）；提供摄影服务；母婴日用品的销售；提供母婴家庭生活护理服务。（以上法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准及禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营，依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动），许可经营项目是：互联网信息服务；医学研究与试验发展；电子与智能化工程、弱电工程设计安装；综合网络布线；一类、二类医疗器械（原提交文件为设备）研发、生产和销售；母婴用品的生产；增值电信业务；医疗诊所服务；母婴服务；保健按摩；理疗；养老服务（原提交为经营养老院）；美容；动物养殖（禁止及限制的项目除外）；提供月嫂服务；营养餐制售及配送；月子服务（原提交为经营月子会所）；提供婴幼儿水浴服务；提供产后康复及保健服务；人力资源服务。
停止合作时间	2020 年
停止合作前一年采购额	300.62 万元
停止合作原因	因产品价格性能等方面停止合作，现由深圳卫康明科技有限公司替代

9、发行人与主要半成品和成品供应商合作的稳定性

报告期内，发行人与主要自有品牌外购供应商和代理产品供应商签订的采购合同中约定的主要续签条件为协商续签，根据历史续签率，发行人与主要自有品牌供应商和代理品牌供应商合作期间关系良好，按照合同条款履行义务，合作期限较长，续签率较高。报告期内，发行人与前十大自有品牌外购供应商、代理品牌供应商和半成品供应商的合同续签率统计情况如下：

采购模式	**2020 年**		**2019 年**		**2018 年**	
	续签率	**续签家数**	**续签率**	**续签家数**	**续签率**	**续签家数**
自有品牌外购供应商	100%	10	100%	10	100%	10
代理品牌供应商	100%	10	100%	10	90%	9
半成品供应商	100%	10	90%	9	100%	10

注：表格中当期续签家数为各模式下上期前十大供应商在本期续签的家数。

2018 年至 2020 年，发行人与前十大自有品牌外购供应商均保持合作，续签率为 100%。

2018 年，发行人与英维康康复器械(苏州)有限公司停止合作，改为与其授权生产商广东欧格斯科技有限公司合作。2019 年和 2020 年，发行人与前十大代理品牌供应商均保持合作，续签率为 100%。

报告期内，发行人采购半成品经过组装和包装后主要用于生产刮痧板、助行器、手杖、坐厕椅、拐杖、手套等产品。报告期内，发行人与主要半成品供应商合作相对稳定，续签率较高。2019 年，为进一步提升产品质量，发行人对半成品供应商进行了优化，2019 年停止与徐州市盛田玻璃制品有限公司合作，新增了质量和价格更优的供应商徐州优程玻璃制品有限公司。2020 年，在上半年疫情期间发行人主要生产体温计、口罩等产品，减少了刮痧板的生产，从而暂时停止与福州星缘角制工艺品有限公司的合作，下半年开始又开始合作采购。

综上所述，报告期内发行人与主要半成品供应商、自有品牌外购供应商和代理品牌供应商合作稳定，续签率较高。

五、发行人主要资产情况

（一）生产经营所需主要固定资产情况

1、主要固定资产

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、机器设备、电子设备、运输设备及其他设备，截至 2020 年 12 月 31 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面净值	成新率
房屋及建筑物	7,090.33	256.15	-	6,834.18	96.39%
机器设备	8,589.19	453.34	-	8,135.85	94.72%
电子设备	1,456.05	663.23	-	792.82	54.45%
运输设备	714.74	302.53	-	412.21	57.67%
其他设备	2,566.00	849.15	-	1,716.85	66.91%
合计	**20,416.31**	**2,524.40**	-	17,891.91	87.64%

2、公司所有房屋及建筑物

（1）房屋权属证书情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司及下属子公司拥有的房屋权属证书情况如下：

序号	房产权证号	所有权人	坐落	建筑面积（㎡）	用途	终止日期	他项权利
1	浙（2017）杭州市不动产权第 0379242 号	杭州每文	南北商务港大厦 2 幢 101 室	782.19	非住宅	2042.3.13	无

上述房屋建筑物，主要用于发行人子公司杭州每文仓储式大卖场经营及办公。

（2）房屋租赁情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其子公司租赁房屋具体情况如下：

1）生产经营租赁房屋情况：

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
1	可孚医疗	长沙雨花经开开发建设有限公司	长沙雨花经济开发区智庭园 1 号栋东侧塔楼、裙楼场地	12,000.00	2019-6-9 至 2024-6-8	可孚医疗生产厂房
2		长沙雨花经开开发建设有限公司	智庭园 7 号栋	4,671.54	2018-3-1 至 2023-3-1	可孚医疗生产厂房
3		湖南高桥大市场股份有限公司	湖南省长沙市雨花区高桥大市场医药流通园 1 栋 2 楼	1,452.00	2020-10-1 至 2022-1-31	可孚医疗办公用房
4		湖南钟爱一生食品有限公司	长沙市雨花区同升街道金海路 158 号钟爱一生 2#厂房整栋,共六层带地下车库一个；综合楼宿舍 12 间	8,182.00	2016-3-28 至 2021-3-27	可孚医疗生产厂房、宿舍
5		张崇敏	杭州市拱墅区南北商务港大厦 1 幢 410 室	157.58	2020-10-13 至 2021-10-12	研发中心办公（注 1）
6		湖南南庭投资有限公司	康庭园 3 号栋整栋	10,680.02	2020-4-11 至 2021-4-10	可孚医疗生产
7		湖南南庭投资有限公司	智庭园 1#栋西 1 楼、2 楼、7 楼	4,475.98	1#栋西 1 楼、2 楼:2020-1-1 至 2024-6-8，1#栋西 7 楼：2020-3-16 至 2024-6-8	可孚医疗生产、仓库
8	湖南科源	湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司	长沙县榔梨镇康狮岭湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司	33,610.85	2015-1-1 至 2023-6-24	湖南科源仓库
9		长沙金霞海关保税物流投资建设有限公司	保税物流中心库区 7、8、9 号非保税仓库	600.00	2020-1-1 至 2020-12-31	湖南科源仓库
10		湖南高桥大市场股份有限公司	高桥大市场医药流通园 1 栋 1 楼 1 号，1 栋 3 楼、6 栋 1 楼,2 栋 3 楼	4,668	2020-10-1 至 2022-1-31	湖南科源门店及办公
11	好护士	湖南高桥大市场股份有限公司	高桥大市场医药流通园 6 栋 2 楼、6 栋 3 楼 2 号，6 栋 3 楼 1 号 B，12 栋 3 楼	3,854	2020-10-1 至 2022-1-31	好护士办公
12	湖南健耳	可孚医疗	长沙市雨花经济开发区智庭园 7 栋 201	1,000.00	2018-3-1 至 2023-3-1	湖南健耳办公
13	可孚设备	湖南众钧科技有限公司	出租人办公室南面一层的现 12 间房	246.00	2018-1-15 至承租人不再使用时止	可孚设备办公用房
14		湖南湘阴工业园区管理委员会	湖南众钧科技有限公司 1、2、4 号工业厂房	12,900.00	1 号、4 号栋厂房 2020-12-10 至 2021-12-9；2 号栋厂房	可孚设备生产厂房（注 2）

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
					2020-9-20 至 2021-12-9	
15	长沙倍达	可孚医疗	长沙市雨花区同升街道金海路 158 号钟爱一生 2#厂房 6 楼	1,370.00	2016-8-29 至 2021-3-27	长沙倍达生产厂房
16	可孚用品	湖南高桥大市场股份有限公司	高桥大市场医药流通园 2 栋 2 楼 1 号	160	2020-10-1 至 2022-1-31	可孚用品办公
17	长沙健诺	湖南高桥大市场股份有限公司	高桥大市场医药流通园 2 栋 1 楼	240.00	2020-10-1 至 2022-1-31	长沙健诺办公
18	湖南雅健	湖南高桥大市场股份有限公司	高桥大市场医药流通园 1 栋 1 楼 3 号	52	2020-10-1 至 2022-1-31	湖南雅健办公
19	可孚健康	湖南昭山经济建设投资有限公司	湘潭市昭山示范区 107 国道旁原湖南喜尔环保科技有限公司科技园内	5,975.90	2019-5-1 至 2029-4-30	可孚健康办公
20	可孚芯驰	可孚医疗	长沙市雨花经济开发区智庭园 1 号栋 6 楼	1,550.00	2019-11-27 至 2024-6-8	可孚芯驰办公
21	珠海橡果	焦尔宓	香溪路 50 号 404	70.00	2020-1-1 至 2021-12-31	珠海橡果办公
22		珠海市金湾区三灶镇三灶经济合作联社	珠海市三灶镇琴石工业区 B 厂房第二层	1,000.00	2015-1-1 至 2023-12-31	珠海橡果生产厂房
23	青岛厚美德	青岛厚美德生物科技有限公司	青岛厚美德生物科技有限公司二楼东侧办公室，三楼东侧二号库房，	50.00	2020-2-1 至 2022-1-31	青岛厚美德办公
24	北京科捷	北京大方万恒茶叶市场有限公司	北京市朝阳区十八里店乡十里河村 168 号“大方国际养生商城“1F-01	363.24	2020-11-16 至 2021-11-15	北京科捷仓储大卖场
25	械字号电子商务	湖南高桥大市场股份有限公司	高桥大市场医药流通园 6 栋 3 楼 1 号 A	52.00	2020-10-1 至 2022-1-31	械字号电子商务办公
26	山东怡源	王剑午	槐荫区小纬六路 41-1 号	188.02	2017-8-5 至 2023-9-4	山东怡源门店及办公
27	广州森合	唐浩然	广州荔湾区和平西路 130 号整栋	115.82	2020-11-1 至 2023-10-31	广州森合门店及办公
28	贵州每文	贵阳长远聚创供应链管理有限公司	贵州长和长远仓储物流中心 C 内 3-2-8（下）至 C 内 3-2-10（下）仓库区域	686.4	2020-11-1 至 2021-10-31	贵州每文仓库
29		高海林、李俍材	贵阳市南明区富源北路 3 号锦绣家园 A	136.38	2020-1-1 至 2023-12-31	贵州每文仓储大卖场

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
			栋 1 层 2 号			
30		李玉珍	贵阳市南明区富源北路 3 号锦绣家园 7 栋 5 层 4 号	109.00	2020-11-14 至 2021-11-13	贵州每文办公
31	武汉科诚	武汉思远天成投资管理有限责任公司	武汉市汉阳区天成时代创业中心 5 栋第一层	475.00	2016-3-28 至 2021-3-27	武汉科诚仓储大卖场及办公
32		路天华	武汉市江汉区创世纪广场 A 座 1619 室	80.33	2020-11-1 至 2021-10-31	科诚医疗汉口体验中心
33	湖南森合	可孚健康	湖南省湘潭市昭山示范区摩尔科技园办公大楼 2 楼 2-2	518.00	2019-1-1 至 2038-12-31	湖南森合办公用房
34	湖南科捷	可孚健康	湖南省湘潭市昭山示范区摩尔科技园办公大楼 2 楼 2-1	518.00	2019-1-1 至 2038-12-31	湖南科捷办公用房
35	福建科源	福州创驿家园商业管理有限公司	福州市仓山区齐安路 760 号国艺广场 12 号楼创驿时代大厦 6 楼 605	229.00	2020-4-15 至 2023-4-14	福建科源门店及办公
36	江西科源	南昌市西湖东升工商公司	南昌市西湖区象山南路 277 号-2	133.30	2019-8-20 至 2021-8-19	江西科源仓储大卖场及办公
37	南京科源	郭庆民	江苏省南京市秦淮区中华路 418 号	340.12	2019-7-1 至 2022-6-30	南京科源仓储大卖场及办公
38	河南科源	徐晓冬	郑州市金水区优胜南路 18 号院 4 号楼 1 层附 11 号	120.00	2019-6-20 至 2024-6-19	河南科源仓储大卖场及办公
39	山西科源	张艳萍	山西省太原市双塔东街 36 号时代国际 B 座 501 室，负一层 A、C 区	1,107.90	2020-8-1 至 2021-7-31	山西科源仓储大卖场及办公
40	山西科源太原分公司	彭宝才	山西省太原市双塔东街山西省药材公司宿舍 134 号 5-1-2	53.79	2020-10-1 至 2022-9-30	山西科源太原分公司（注 4）
41	合肥海吉星	合肥珺琰医疗科技有限公司	经开区宿松路 3888 号合肥医药健康产业园 B 区二期 B-5#仓库 102、202 楼层	1,060.00	2018-8-1 至 2021-7-31	合肥海吉星仓库及办公
42	成都科泓	新都区大丰新星家具厂	大丰镇黄花村四社	1,386.00	2019-2-17 至 2024-3-19	成都科泓仓储大卖场及办公
43	好护士银双路店	汤育新	长沙市岳麓区银双路两岸润泽府 11 栋 117 号	134.00	2018-8-1 至 2023-7-31	好护士银双路店

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
44	好护士长沙县星沙店	张庆平	圆梦花园小区，临星沙大道 16 号门面	205.00	2017-1-1 至 2021-12-31	好护士长沙县星沙店
45	好护士芙蓉路店	湖南省供销社留芳集团公司	长沙市开福区留芳岭 14 号证券大厦二楼北面、留芳岭 14 号留芳大厦一楼东面楼梯间及负一楼楼梯间小仓库	900.00	2018-7-1 至 2023-6-30	好护士芙蓉路店
46	好护士东塘分公司	柳金波	湖南中医药大学科技教育走廊 6/7/8/9/10/11 号商业门面	64.66	2020-1-1 至 2022-1-15	好护士东塘分公司
47	好护士宁乡分公司	刘如良	宁乡市玉潭镇春城北路春城商业广场 A 栋 102、103 门面	98.00	2019-6-6 至 2022-6-6	好护士宁乡分公司
48	好护士第二分店	周再军	湘雅附二医院急诊通道南元宫贰号门面	40.00	2019-12-22 至 2021-12-21	好护士湘雅附二店
49	好护士浏阳店	蔺湘宁	浏阳市淮川办事处北正中路 48 号	30.78	2020-8-1 至 2023-7-31	好护士浏阳店
50		工人文化广场	浏阳淮川街道文化广场	38.00	2019-4-1 至 2021-3-31	好护士浏阳店仓库
51	好护士醴陵店	顾福源	醴陵市青云北路 5 号一层 104 商铺	53.70	2019-5-29 至 2022-5-28	好护士醴陵店
52	好护士株洲天元店	周妙利	株洲市天元区长江南路紫竹铭园 6、8 栋下 105 号门面	86	2018-7-15 至 2023-7-14	好护士株洲天元店
53	好护士岳阳店	王彬	东茅岭	42.00	2020-4-1 至 2022-3-31	好护士岳阳店
54	好护士常德分公司	林科榜	广德一区 9 号门面	83.00	2020-7-20 至 2021-7-19	好护士常德分公司
55		李杏兰	武陵区城东广德公寓 1 栋	84.95	2019-11-15 至 2021-11-15	好护士常德分公司
56		罗志军	武陵区城东广德公寓 1 栋	81.34	2019-11-15 至 2021-11-15	好护士常德分公司
57	好护士常德滨湖路分公司	高巍	常德市工商局武陵分局 3-28 宿舍 1 楼东 1 号	30.00	2020-8-1 至 2021-7-30	好护士常德滨湖路分公司
58	好护士郴州市南塔路店	陈余春	郴州市苏仙区南塔路 6 号 9 幢 111 号	35.06	2020-3-12 至 2021-3-12	好护士郴州市南塔路店

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
59	好护士邵阳宝庆店	黄寅	南门口转角大楼 19 号门面	45.77	2017-4-1 至 2022-6-30	好护士邵阳宝庆店
60		付斌	南门口转角大楼 19 号门面（从东至西）	45.77	2018-7-1 至 2023-6-30	好护士邵阳宝庆店
61	好护士邵阳二店	熊苏华	邵阳市大祥区宝庆中路南门口转角大楼 3 号门面	60.00	2019-4-20 至 2022-4-19	好护士邵阳二店
62	好护士永州店	陈艳君	冷水滩区河东中学医院对面永和家园 3 号楼三个门面三层	142.99	2017-7-1 至 2022-8-30	好护士永州店
63	好护士武汉康建店	中闻集团武汉印务有限公司	解放大道 1121 号	40.00	2020-6-30 至 2021-6-29	好护士武汉康建店
64	湖南健耳	谢英超	解放中路 1 栋 1 号	16.00	2020-8-1 至 2023-7-31	健耳长沙文艺路口店
65		陈长林	长沙市韶山北路 148-1 号，老城巷口文艺路店	95.00	2018-3-18 至 2021-3-17	健耳长沙文艺路口店
66	湖南健耳	黄玮琦	长沙市韶山北路 39 号维一星城·国际 812 房	144.00	2018-3-13 至 2023-4-12	健耳维一星城门店
67	湖南健耳	好护士东塘分公司	长沙市雨花区韶山中路 145 号湖南中医药大学科技教育走廊 6、7 号门面	30.00	2020-1-1 至 2022-1-15	健耳东塘分公司
68	湖南健耳高桥分公司	湖南高桥大市场股份有限公司	高桥大市场医药流通园 1 栋 1 楼	200.00	2018-7-1 至 2022-1-31	健耳高桥分公司
69	湖南健耳	好护士长沙县星沙店	长沙县星沙镇圆梦花园二期 10 栋 2 楼	100.00	2018-4-24 至 2021-12-31	健耳星沙分公司
70	湖南健耳	易龙	长沙市开福区蔡锷北路 255、257 号二楼	40.00	2018-6-1 至 2021-5-31	健耳营盘路分公司
71	湖南健耳	老百姓大药房连锁股份有限公司	长沙市望城坡开发区湘仪路 151 号第一层	52.00	2018-5-1 至 2022-4-30	健耳湘仪路分公司
72	湖南健耳	好护士芙蓉路店	长沙市开福区湘雅路街道留芳岭 14 号第 2 栋 2 楼	300.00	2018-8-2 至 2023-6-30	健耳芙蓉中路分公司
73	湖南健耳	陶亮	长沙市人民中路 122 号 106	190.00	2018-7-15 至 2022-11-30	健耳人民路分公司
74	湖南健耳	朱以虎	浏阳市解放路 27 号	22.00	2019-5-1 至 2022-4-30	健耳浏阳解放路分公司

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
75	湖南健耳	好护士株洲天元店	株洲市天元区长江南路紫竹铭园 6、8 栋 105 号门面 2 楼	40	2018-7-19 至 2023-7-14	健耳株洲天元分公司
76	湖南健耳	株洲金龙大酒店有限公司	株洲市建设南路 255 号大楼南侧沿街左室	43	2018-7-19 至 2023-2-28	健耳株洲车站路分公司
77	湖南健耳株洲人民路分公司	楚朝辉	湖南省株洲市芦淞区人民中路 610 号 18、19 号门面部分	45.00	2020-4-15 至 2021-4-14	健耳株洲人民路分公司
78	湖南健耳	尹金娇	攸县城关镇胜利居委会盟楼组	20.00	2019-3-5 至 2022-3-4	健耳攸县分公司
79	湖南健耳	李羿	湖南醴陵大桥北路 5 号一层第 2 和第 3 号门面	42.00	2019-3-15 至 2022-3-14	健耳醴陵北路分公司
80	湖南健耳	谭丽霞	茶陵县公园路火箭炮营部临街 6 号门面	50.00	2019-9-12 至 2022-9-11	健耳茶陵分公司
81	湖南健耳	张建华	湘乡市昆仑桥办事处健康西路 25 号 1 栋 3 号	35.21	2018-8-1 至 2023-7-31	健耳湘乡市分公司
82	湖南健耳	华容县长城宾馆	华容县章华镇迎宾南路长城宾馆 109 号	53.00	2018-10-22 至 2023-10-21	健耳华容县分公司
83	湖南健耳	刘尾红	平江县城关镇北街商居楼 1 号楼 1 号	34.15	2018-7-1 至 2023-6-30	健耳平江城关镇北街分公司
84	湖南健耳	朱胜娟	岳阳市岳阳楼区巴陵中路粮都宾馆 8 号门面	22.00	2020-11-1 至 2021-11-1	健耳岳阳巴陵中路分公司
85	湖南健耳	江先桃	汉寿县城关镇西正街 111 号	30.00	2019-11-12 至 2022-11-11	健耳汉寿分公司
86	湖南健耳	陈湘	郴州市飞虹路 22 号	28.12	2020-7-22 至 2022-7-21	健耳郴州飞虹路分公司
87	湖南健耳	湖南省郴州市日杂生资总公司破产清算组	郴州国庆南路 24 号（原 22 号）供销大厦 1 楼第 4 号、5 号、6 号门面	90.00	2020-7-1 至 2023-6-30	健耳郴州国庆南路分公司
88	湖南健耳	付欢	桂阳县城关镇蔡伦中路西 4 栋 102 房	47.81	2020-3-19 至 2024-3-18	健耳桂阳分公司
89	湖南健耳	周作林	耒阳市蔡子池街道办事处城北东路 129 号一号楼门面	40.00	2019-7-12 至 2024-7-11	健耳耒阳分公司
90	湖南健耳衡阳船山路分公司	国药控股湖南维安大药房连锁有限公司衡阳店	衡阳市石鼓区船山路 59 号一楼	115.00	2019-11-16 至 2021-11-15	健耳衡阳船山路分公司

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
91	湖南健耳	刘建华	常宁市群英西路 28 号一层门面	36.00	2019-6-1 至 2022-5-31	健耳常宁群英西路分公司
92	湖南健耳	罗建军	怀化市迎丰区锦溪南路 060 号	85.98	2019-12-31 至 2022-12-31	健耳怀化锦溪南路分公司
93	湖南健耳	梁学恩	涟源市交通街西侧 21 号二楼	39.00	2019-2-1 至 2022-1-31	健耳涟源交通路分公司
94	湖南健耳	胡光亮	涟源市交通路 592 号 2 楼（西侧 22 号门面）	38.00	2019-1-1 至 2021-12-31	健耳涟源交通路分公司
95	湖南健耳	谭选初	新化县梅苑北路赛能大厦一楼	39.00	2019-12-1 至 2024-11-30	健耳新化梅苑北路分公司
96	湖南健耳	熊苏华	邵阳市南门口综合大楼 23 号门面及所属二楼	89.80	2018-3-23 至 2023-3-22	健耳邵阳宝庆中路店
97	湖南健耳	好护士宁乡分公司	宁乡市玉潭镇春城北路春城商业广场 A 栋 103	46.00	2019-7-1 至 2022-6-6	健耳宁乡分公司
98	湖南健耳	刘至君	武冈市乐洋路（老司法局）301 等 5 套室的第 2 层整层建筑	87.10	2019-11-26 至 2022-11-25	健耳武冈分公司
99	湖南健耳	钱浩	沅江市琼湖办事处狮山路湖景新外滩 3 栋 1 层 104 门面	40.30	2019-11-20 至 2023-5-31	健耳沅江狮山路分公司
100	湖南健耳	吴放军	桃江县桃花江镇桃花中路 44 号	45.00	2019-11-20 至 2022-11-19	健耳桃江分公司
101	湖南健耳	唐小妹	冷水滩区河西潇湘大桥 1-109	21.00	2019-6-9 至 2022-8-17	健耳永州二店
102		唐小妹	冷水滩区潇湘大桥 1-108	24.00	2019-8-18 至 2022-8-17	健耳永州二店
103	湖南健耳	好护士永州店	永州市冷水滩区河东中心医院对面永和家园 3 号楼 2 楼	70.00	2018-7-26 至 2022-8-30	健耳永州冷水滩分公司
104	湖南健耳	谭意诚	祁阳县龙山街道办事处芦家沟社区民生南路 177 号	150.00	2019-6-1 至 2022-5-31	健耳祁阳龙山分公司
105	湖南健耳	覃志萍	张家界永定区教场路司法局临街写字楼 3 楼部分	65.00	2019-6-28 至 2024-6-27	健耳张家界教场路分公司
106	湖南健耳	陈友良、何利红	安乡县深柳镇深柳社区文艺北路门面	41.76	2020-1-2 至 2025-1-17	健耳安乡分公司
107	湖南健耳	咸阳双峰房地产开发有限公司	西安西五路 82 号	90.00	2020-2-1 至 2025-1-31	健耳西安西五路分公司
108	湖南健耳	黄丽英	南宁市东葛路 83 号 2 楼	100.00	2020-2-29 至 2023-2-28	健耳南宁东葛路分公司

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
109	湖南健耳	东门大药房有限公司	慈利县零阳中路 100 号	90.00	2020-4-20 至 2024-9-31	健耳慈利分公司
110	湖南健耳	罗华胜	湖南省永兴县城关镇东正街	36.00	2020-4-20 至 2025-4-19	健耳永兴分公司
111	湖南健耳	王慧莲	南昌市东湖区南京西路 111 号 2 单元 101 号	62.15	2020-6-1 至 2025-5-30	健耳南昌东湖区分公司
112	湖南健耳	梁友莲	东郊路	40.00	2020-4-10 至 2024-4-9	健耳涟源二店
113	湖南健耳	章敏	三亚市解放路荣昌商城 A 栋 201 房	115.83	2020-4-17 至 2023-4-17	健耳三亚解放路分公司
114	湖南健耳	潘玉	三亚市天涯区解放路 581 号二楼	66.40	2020-4-17 至 2023-4-17	健耳三亚天涯区分公司
115	湖南健耳	赵国荣	衡阳县西渡镇蒸阳大道 151-3 号（衡阳县西渡镇江口村江口组）门面	43.26	2020-4-25 至 2025-5-31	健耳衡阳县分公司
116	湖南健耳	孙日新	新邵县酿溪镇新阳路 22 号 8 号	40.37	2020-5-1 至 2025-5-14	健耳新邵分公司
117	湖南健耳	汤六生	南县南洲镇南华南路 424 号	50.00	2020-5-9 至 2023-5-8	健耳南县分公司
118	湖南健耳	程志强	天桥区毕家洼小区 66-67 号楼间	140.00	2020-5-25 至 2023-5-24	健耳山东天桥分公司
119	湖南健耳	胡小兰	广西来宾市北四路 142 号房	60.00	2020-6-1 至 2025-5-31	健耳来宾北四路分公司
120	湖南健耳	彭剑	来宾市兴宾区柳来路 677 号	32.00	2020-6-1 至 2023-5-31	健耳来宾柳来路分公司
121	湖南健耳	王守芹	阳谷县运河东路 117 号	81.82	2020-4-20 至 2025-4-20	健耳阳谷分公司
122	湖南健耳	吴小菊	吉首市乾州办事处世纪大道 3 栋 106 号门面	73.46	2020-6-10 至 2025-6-9	健耳吉首市分公司
123	湖南健耳	刘升贵	澧县澧阳镇棚场街居委会墨池飘香 8 号楼 29 号	62.99	2020-5-13 至 2026-6-12	健耳澧县分公司
124	湖南健耳	何孝良	道县道江镇红星东路 325 号	44.00	2020-6-16 至 2023-6-15	健耳道县分公司
125	湖南健耳	宋虹枚	桃源县漳江镇环城路黄花井汽车站总站综合楼 103 号门面	54.84	2020-5-19 至 2023-7-18	健耳桃源县分公司
126	湖南健耳	李华	东安县白牙市镇建设西路 55 号紫金商城 A 栋 A7 号商铺	30.00	2020-6-20 至 2025-9-30	健耳东安县分公司

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
127	湖南健耳	罗华平	邵阳县大木山上邦嘉园 2 号栋 7#门面	25.00	2020-5-29 至 2023-6-28	健耳邵阳县分公司
128	湖南健耳	方艳春	山东省威海市环翠区文化东路 45-8 号-10	57.00	2020-7-1 至 2025-6-30	健耳山东威海市店
129	湖南健耳	李纪来	山东省聊城市东昌府区卫育小区 1 号商业楼 1-16 号	85.88	2020-7-10 至 2025-7-9	健耳山东东昌府店
130	湖南健耳	郗安春	西南京路中段临街门面房东起第三间	40.00	2020-5-16 至 2022-5-15	健耳陕西渭南市店
131	湖南健耳	赵华林	临湘市西正街 37 号东侧一间	35.00	2020-6-25 至 2026-7-9	健耳临湘店
132	湖南健耳	汪大勇	桑植县澧源镇朱家台社区	160.00	2020-7-16 至 2023-7-15	健耳桑植店
133	湖南健耳	永州市零陵资产经营有限责任公司	新街 1 号临街门面第 11 间	30.00	2021-1-1 至 2023-12-31	健耳零陵分公司
134	湖南健耳	柳利群	长沙市解放中路 136 号蓝色地标 109 号	20.54	2020-6-3 至 2026-6-17	健耳解放中路分公司
135	湖南健耳	广西协固贸易有限责任公司	南宁市青秀区桃源路 67 号广西石油大厦附楼第二层 6 号商铺	198.20	2020-6-15 至 2023-7-14	健耳南宁桃源路分公司
136	湖南健耳	张敬和	奎文区四平路 18 号内 8 号楼 11 号	79.88	2020-7-1 至 2025-6-30	健耳潍坊店
137	湖南健耳	崔连杰	德州市德城区新湖大街 2033 号	54.00	2020-7-1 至 2023-6-30	健耳德州店
138	湖南健耳	郑立峰	聊城市建设西路 15 号四运公司临街楼西 3 间	155.00	2020-7-1 至 2025-6-30	健耳聊城店
139	湖南健耳	张务鹏	紫荆园沿街楼 1 楼 A5	40.00	2020-6-30 至 2023-6-30	健耳莱芜店
140	湖南健耳	张传堂	泰安市东岳大街以北，迎胜路以西望山宾馆西邻 9 号等 7 幢楼东二间	100.00	2020-7-1 至 2023-6-30	健耳泰安店
141	湖南健耳	管玉芝	城苑大厦 14 层-G 号房	114.90	2020-6-30 至 2021-6-30	健耳未央店
142	湖南健耳	廖湘平	芙蓉中路一段 352 号壹富酒店三楼东北角	90.00	2020-6-15 至 2023-6-15	健耳流芳店
143	湖南健耳	李梅	岳阳县民中路人民银行右侧第二间门面	30.00	2020-7-5 至 2023-7-4	健耳岳阳县店

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
144	湖南健耳	徐菊玲	秦都区渭阳五路 5 号省二纺医院 1 号楼	52.30	2020-6-11 至 2023-6-10	健耳渭阳店
145	湖南健耳	王鹏	临清市先锋办事处更道街 404 号楼	254.4	2020-8-1 至 2023-7-31	健耳临清店
146	湖南健耳	湖南雅馨药房连锁有限公司	湖南省邵东县两市镇解放路 101 号右侧单间	40.00	2020-7-25 至 2022-12-10	健耳邵东两市塘分公司
147	湖南健耳	王成奇	资兴市鲤鱼江东江南路	29.00	2020-7-25 至 2023-9-5	健耳资兴店
148	湖南健耳	周迪	南宁市仙葫大道西 325 号房屋二楼	60.00	2020-7-1 至 2023-7-31	健耳南宁市仙葫店
149	湖南健耳	张慧娟	宁远县文庙街道春陵路 37-5 号	43.00	2020-7-15 至 2025-7-14	健耳宁远县文庙店
150	湖南健耳	匡宗云、肖德保	衡阳市珠晖区东风北路永兴大厦 13 号	48.00	2020-7-23 至 2025-8-14	健耳衡阳市珠晖区店
151	湖南健耳	欧江正	辰溪县辰阳镇先锋路	40.00	2020-7-28 至 2025-9-27	健耳辰溪店
152	湖南健耳	李卫华	沅陵县沅陵镇迎宾南路	38.00	2020-7-23 至 2023-8-30	健耳沅陵店
153	湖南健耳	湖南清泉商贸实业集团清泉大酒店有限公司	娄底市娄星区春园路市五交化公司 1 楼 108 号商铺	48.3	2020-8-26 至 2023-8-25	健耳娄底娄星区店
154	湖南健耳	肖激阳	祁东县洪桥街道鼎山路与文化路交汇处 102 室	53.19	2020-7-30 至 2026-8-14	健耳祁东店
155	湖南健耳	王超	汨罗市人民路劳动南路交叉处 101 室	46.11	2020-8-3 至 2023-8-10	健耳汨罗店
156	湖南健耳	吴友平	株洲县渌口镇漉浦路	53.83	2020-8-4 至 2023-8-19	健耳渌口店
157	湖南健耳	王桂芳	新政西路 317 号	35.00	2020-8-4 至 2023-8-3	健耳聊城店
158	湖南健耳	张奉华	岳麓区观沙路 160 号八方小区	41.99	2020-8-25 至 2025-8-24	健耳八方小区店
159	湖南健耳	扬慧	长沙市雨花区芙蓉路与城南路交口东北角	127.00	2020-8-12 至 2025-8-19	健耳城南路店
160	湖南健耳	李细姣	安仁县城关镇七一西路 167 号	40.00	2020-8-26 至 2023-9-30	健耳安仁店
161	湖南健耳	田凤均	新晃县北街 17 栋 111 号	36.00	2020-8-26 至 2023-9-4	健耳新晃店

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
162	湖南健耳	朱冬秀	汝城县卢阳大道	29.00	2020-8-27 至 2023-9-30	健耳汝城县店
163	湖南健耳	谢金峰	南宁市西乡塘区友爱村秀灵路西一里 31-4-5 号 2 层	90.00	2020-8-31 至 2023-10-1	健耳秀灵路店
164	湖南健耳	湖南常德欣运集团股份有限公司	临澧县城关镇迎宾路 102	55	2020-9-15 至 2021-12-31	健耳常德临澧店
165	湖南健耳	刘俊	靖州苗族侗族自治县渠阳镇西路 11 号门店	30	2020-9-14 至 2023-10-19	健耳靖州店
166	湖南健耳	张秀春	会同县林城镇中心街 8 号	42	2020-9-11 至 2023-10-17	健耳会同店
167	湖南健耳	米彩霞	洞口县洞口镇双州路	35	2020-9-9 至 2023-10-31	健耳洞口店
168	湖南健耳	旷普生	衡山县开云镇义安路 13 号	60	2020-9-22 至 2023-9-21	健耳衡山县店
169	湖南健耳	邹品常	韶山市清溪镇清溪村三角元组	35	2020-9-16 至 2025-9-15	健耳韶山市店
170	湖南健耳	李修钢	蓝山县塔峰路 13 号	40	2020-9-20 至 2023-9-19	健耳蓝山县店
171	湖南健耳	薛云红	渭南市临渭区胜利街上国风 1 号楼 1 单元 1 层 4-1-1 号	78	2020-9-17 至 2025-9-16	健耳临渭店
172	湖南健耳	李梅英	南昌市新建区长堎旅社第三间门面	110	2020-9-25 至 2026-9-4	健耳南昌市新建店
173	湖南健耳	肖光辉、李新良	益阳市安化县东坪镇迎春中路 374-375 号铺	85	2020-9-26 至 2025-9-25	健耳安化店
174	湖南健耳	李玉英	临武县临武大道中国人寿（原城关镇东塔路）	41	2020-9-27 至 2024-10-3	健耳临武店
175	湖南健耳	李六汉	玉林市教育中路东南侧（玉林市第一人民医院对面通程宾馆二楼）	102	2020-9-1 至 2023-10-19	健耳玉林店
176	湖南健耳	王志民	陕西省咸阳市乾县城关镇北大街十字西边第一家	122.88	2020-9-27 至 2023-10-26	健耳咸阳乾县店
177	湖南健耳	南宁市天烨商贸有限责任公司	南宁市江南区五一东路 7 号淡村商贸城	251	2020-9-1 至 2023-9-30	健耳南宁淡村店
178	湖南健耳	湖南钢铁炉料公司	长沙市新民路 120 号门面	59.43	2020-9-1 至 2023-8-31	健耳新民路店

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
179	湖南健耳	胡纯红	嘉禾县城关镇珠泉路	40.00	2020-9-4 至 2023-9-3	健耳嘉禾店
180	湖南健耳	查勤军	青州市玲珑山南路 3909 号	65.00	2020-9-28 至 2023-9-27	健耳山东青州店
181	湖南健耳	杨纬韬	望城县高塘岭镇郭亮北路上居一品小区 3-4 栋	45.00	2020-9-1 至 2023-10-10	健耳望城县店
182	可孚医疗	深圳市汇聚新兴产业有限公司	深圳市宝安区新安街道兴东社区留仙大道 2 号汇聚创新园 1 栋 411、412、508	629.92	2020-9-1 至 2023-8-31	可孚医疗办公
183	湖南健耳	张汉军	寿光市区健康街北 727 号	50.00	2020-10-1 至 2025-9-30	健耳寿光店
184	湖南健耳	朱少初	长沙市岳麓区星电阳光城 4 楼-1	110.00	2020-10-1 至 2023-11-30	健耳长沙星电阳光城 4 楼-11
185	湖南健耳	谢德宝	江华瑶族自治县沱江镇苍松路 7 号	80.00	2020-12-9 至 2023-12-8	健耳江华店
186	湖南健耳	付静	四中大门口综合一楼 6#、7#	132.00	2020-11-1 至 2025-10-31	健耳怀化迎丰路店
187	湖南健耳	钱娟	隆回县桃洪镇朝阳路 225 号	60.00	2020-10-1 至 2024-1-15	健耳隆回店
188	湖南健耳	胡勇	益阳赫山区康富北路从北至南 8.9 号门面	66.00	2020-10-1 日至 2021-11-28	健耳益阳康复北路店
189	湖南健耳	付西初	益阳市资阳区五一西路 207 号	51.00	2020-10-15 至 2023-10-30	健耳益阳五一西路店
190	湖南健耳	张洪寿	昌邑市利民街 497 号	158.40	2020-11-1 至 2023-10-31	健耳昌邑店
191	湖南健耳	张玉刚	高密市密水街道永安路（南）521 号 6 幢	114.00	2020-10-17 至 2023-10-16	健耳高密店
192	湖南健耳	金亮	湘潭市岳塘区书院路街道书院路 26 号 39 栋 11 号门面	180.00	2020-10-19 至 2025-10-18	健耳湘潭岳塘店
193	湖南健耳	马龙	海口市府城镇建国路 8 号琼山外贸大厦	45.00	2020-10-20 至 2023-10-31	健耳海口琼山店
194	湖南健耳	袁小英	绥宁县长铺镇长征路 16 号	32.00	2020-10-17 至 2023-11-22	健耳绥宁店
195	湖南健耳	李海梁	宝鸡市金台区东风路 54-55 号中区 2 层 9-10 号	72.00	2020-10-21 至 2022-11-20	健耳宝鸡店
196	湖南健耳	李旭	湖南省新宁县金石镇园艺北路 47 号	70.00	2020-10-23 至 2023-12-01	健耳新宁店

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
197	湖南健耳	朱前华	芷江县芷江镇前进佳源小区 2 栋 112 铺面	44.00	2020-10-21 至 2023-11-20	健耳怀化芷江店
198	湖南健耳	肖国栋	常德市鼎城路 267 号	75.00	2020-11-1 至 2023-11-30	健耳常德鼎城店
199	湖南健耳	西安怡康医药连锁有限责任公司	西安市经济技术开发区凤城北路北侧文景小区东二区 24 幢 1 单元 1 层 10113 号	71.50	2020-11-26 至 2023-2-15	健耳西安凤城店
200	湖南健耳	刘定军	永州市新田县龙泉镇秀峰街（邮政局旁）	100.00	2020-11-1 至 2023-12-31	健耳永州新田店
201	湖南健耳	泰安大众医药连锁有限公司	宁阳县金阳大街世纪城西南 7 号 1 幢 9050 号	35.00	2020-12-1 至 2024-11-30	健耳宁阳店
202	湖南健耳	舒春燕	麻阳苗族自治县高村镇富洲北路 201-1 号	40.00	2020-11-1 至 2023-12-8	健耳麻阳店
203	湖南健耳	关耕	西安市碑林区友谊路 237 号 3 号楼一单元一楼东半部	44.00	2020-6-1 至 2022-5-30	健耳西安友谊路店
204	湖南健耳	李先锋	株洲市炎陵县霞阳镇文化南路 1 栋门面（原移动手机店门面）	46.00	2020-11-10 至 2025-12-25	健耳炎陵店
205	湖南健耳	杨金香	龙山县民安街道办事处朝阳路西路 101 号二楼	80.00	2020-11-7 至 2024-9-18	健耳龙山店
206	湖南健耳	王光华	衡阳市衡东县洣江大道 689 号门面	50.00	2020-11-1 至 2025-10-31	健耳衡东店
207	湖南健耳	张志军	吉首市人民路 66 号	140.00	2020-11-12 至 2023-12-21	健耳吉首人民路店
208	湖南健耳	曾定、闵勇	湘阴县文星镇冬芽路地税局旁 105 室	80.00	2020-11-16 至 2023-12-15	健耳湘阴文星店
209	湖南健耳	黄达	湖南省溆浦县长兴路 58 号	24.00	2020-11-13 至 2021-12-14	健耳溆浦店
210	湖南健耳	唐运清	湘潭县玉兰南路 675 号	150.00	2020-11-17 至 2031-1-20	健耳湘潭县店
211	湖南健耳	蒙东海	河池市金城江区金城中路一巷 5 号	44.00	2020-10-10 至 2023-11-9	健耳金城一店
212	湖南健耳	何利利	山东省济宁市汶上县德惠路 98 号	55.00	2020-12-22 至 2023-12-21	健耳汶上店
213	湖南健耳	翁先正	海南省琼海市嘉积镇东风路 47 号	29.76	2020-11-24 至 2025-11-30	健耳琼海店

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
214	湖南健耳	詹云华	石门县楚江街道清泉路 9 号青云商场 105 号	36.00	2020-11-23 至 2025-12-22	健耳石门店
215	湖南健耳	王雨丰	浏阳市金沙北路 409-411 号（原 249 号）	80.00	2020-12-1 至 2025-12-31	健耳浏阳分公司
216	湖南健耳	罗基兴	桂林市象山区文明路 87 号 3 栋 7 号店铺	40.40	2020-11-10 至 2023-12-9	健耳桂林文明路店
217	湖南健耳	李延峰	桂林市叠彩区中山北路 3 号 1 栋 2-2	159.40	2020-11-28 至 2023-12-31	健耳桂林中山北路店
218	湖南健耳	黄尚明	大化县大化镇新民路十四巷 68 号二楼	80.00	2020-12-10 至 2024-1-9	健耳大化店
219	湖南健耳	雷敏娜	铜川市耀州区华原路 23 号	110.00	2020-12-3 至 2024-1-2	健耳铜川店
220	湖南健耳	陈德星	陕西省西安市莲湖区团结东路新建一层商业房由西向东第十一间	62.92	2020-12-5 至 2026-1-4	健耳西安团结路
221	湖南健耳	孙发葵	海南省儋州市那大镇农垦南路 5 号	46.00	2020-12-26 至 2023-12-25	健耳儋州店
222	湖南健耳	陕西吉美汽修特种油有限公司	咸阳市秦都区毕源路中段 10 号	85.00	2020-12-9 至 2023-12-30	健耳咸阳毕源路店
223	湖南健耳	李湘	邵阳市双清区黄家山机关宿舍 4、5 号门店	65.00	2020-12-31 至 2021-12-31	健耳邵阳双清店
224	湖南健耳	蔡耀升	广西省扶绥县新宁路 298 号	60.00	2020-12-28 至 2024-1-11	健耳扶绥店
225	湖南健耳	张家明	广西省宁明县福仁街 100 号	60.00	2020-12-29 至 2026-1-28	健耳宁明店
226	湖南健耳	张玉山	南丹县民行路 180 号二楼	105.00	2020-12-28 至 2024-1-27	健耳南丹县店
227	湖南健耳	孙中培	山东省临沂市郯城县人民路 102 号	55.00	2020-12-24 至 2024-1-20	健耳临沂店
228	湖南健耳	江业志	防城港市防城区防城镇防钦路（门牌 88 号）	60.00	2020-12-22 至 2026-1-31	健耳防钦路店
229	湖南健耳	秦玉英	山东省临沂市蒙阴县蒙山路 93 号	45.00	2020-12-29 至 2024-1-31	健耳蒙阴店
230	湖南健耳	周树霞	山东省德州市武城文化街中段南侧 50 号门面（武城人民医院斜对面）	30.00	2020-12-28 至 2024-1-31	健耳武城店
231	湖南健耳	刘用	河池市金城江区金城中路 314 号（教师进修学校临街职工宿舍楼二楼	62.00	2020-11-15 至 2023-12-14	健耳河池金城二店

序号	承租人	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	租赁用途
232	可孚听力	可孚医疗	长沙市雨花区振华路 816 号 5 楼	1478.4	2020-11-19 至 2024-6-8	可孚听力办公
233	湖南纵谋网络科技有限公司	可孚医疗	长沙市雨花区振华路 816 号 7 楼 702 室	160	2020-11-19 至 2024-6-8	湖南纵谋网络科技有限公司办公
234	湖南健耳	杨刚	南宁市西乡塘区新阳路 252 号	100.00	2020-12-15 至 2024-1-14	健耳西乡塘门店
235	湖南健耳	甘世寿	横县横州镇教育路 137 号	60.00	2020-12-25 至 2024-1-24	健耳横县店
236	湖南健耳	李广深	玉林市容县县城西路 47 号	44.40	2020-12-25 至 2024-1-24	健耳容县店
237	湖南健耳	俞达波、彭绍芳	北流市北流镇城东一路 0100 号	70.00	2020-11-16 至 2023-12-25	健耳北流城东一路店
238	湖南健耳	王立柱	平原县六号路 223 号	36.00	2020-12-28 至 2024-1-14	健耳德州平原店

注：1、武汉科诚租赁的武汉市汉阳区天成时代创业中心 5 栋第一层房屋于 2021 年 3 月 27 日到期，目前双方已经续签至 2025 年 8 月 31 日。
2、好阳店租赁的浏阳淮川街道文化广场物业于 2021 年 3 月 31 日到期，目前合同已到期，发行人不再续租。
3、健耳长沙文艺路口店租赁的长沙市韶山北路 148-1 号已于 2021 年 3 月 17 日到期，发行人已与其妻子史蔓芝签订租赁合同，租赁面积为 95 ㎡，租赁期限为 2021 年 3 月 18 日至 2024 年 3 月 17 日。
4、可孚医疗租赁的长沙市雨花区同升街道金海路 158 号钟爱一生 2#厂房整栋,共六层带地下车库一个；综合楼宿舍 12 间于 2021 年 3 月 27 日到期，目前合同已到期，发行人不再续租；
5、可孚医疗租赁的康庭园 3 号栋整栋于 2021 年 4 月 10 日到期，目前双方已续签至 2023 年 4 月 10 日；
6、湖南科源租赁的保税物流中心库区 7、8、9 号非保税仓库于 2020 年 12 月 31 日到期，目前双方已续签至 2022 年 12 月 31 日；
7、好护士郴州市南塔路店租赁的郴州市苏仙区南塔路 6 号 9 幢 111 号于 2021 年 3 月 12 日到期，目前双方已经续签至 2022 年 3 月 12 日；
8、好护士武汉康健店租赁的解放大道 1121 号于 2021 年 6 月 29 日到期，已经与业主沟通一致，业主同意续租；
9、湖南健耳租赁的城苑大厦 14 层-G 号房于 2021 年 6 月 30 日到期，已经与业主沟通一致，业主同意续租；
10、湖南健耳租赁的长沙市开福区蔡锷北路 255、257 号二楼于 2021 年 5 月 31 日到期，目前双方已续签至 2024 年 5 月 31 日；
11、湖南健耳株洲人民路分公司租赁的湖南省株洲市芦淞区人民中路 610 号 18、19 号门面部分于 2021 年 4 月 14 日到期，目前双方已续签至 2022 年 4 月 14 日。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及其分子公司共使用 238 处租赁房产（含内部转租场地 13 处）作为主要生产经营场地，不含内部转租的总租赁面积为 125,920.07 平方米，上述租赁房产中已办理租赁备案面积为 69,453.64 平方米，占总租赁面积比例为 55.16%。同时，以上租赁场所中有 101 处租赁场所存在瑕疵，主要为未取得房屋产权证、租赁面积大于产权面积、土地性质为集体用地等情况，具体情况如下：

序号	租赁物业瑕疵情况		数量	面积（平方米）	占不含内部转租的总租赁面积比例（%）	主要用途
1	未取得房屋产权证书	无土地产权证书，无其他证明	20	1,306.92	1.04%	门店
2		无土地产权证书，有相关政府单位提供的证明	16	1,005.96	0.80%	门店
3		有土地产权证书，无建设工程规划许可证	5	275	0.22%	门店、办公
4		有土地产权证书，有建设工程规划许可证	14	50,789.54	40.33%	生产、办公、门店
5	取得房屋产权证书	租赁面积大于产权面积	5	1,523.02	1.21%	生产、门店、仓储
6		产权方与出租方不一致，且出租方未能提供第三方关于同意转租的授权文件	4	180.79	0.14%	门店
7		房屋规划用途为住宅	21	2,908.31	2.31%	门店
8	房产/土地性质	土地为划拨用地	7	1,238.53	0.98%	门店
9		土地为集体用地，且用途为非生产经营	9	1,971.22	1.57%	门店
合计			**101**	**61,199.29**	**48.60%**	

注：上述房屋租赁瑕疵情况未重复计算，属于租赁面积大于产权面积的瑕疵面积计算方式为租赁面积减去产权面积。

① 上述第（1）-（7）项主要为产权及房屋用途方面的瑕疵，该等瑕疵可能导致发行人及子公司无法继续租赁相关房屋。针对上述租赁物业瑕疵带来的无法继续租赁的风险，发行人采取了下列措施：I、在租赁合同中已约定或已由出租方出具相关说明，如因租赁物业瑕疵给发行人及子公司造成损失的，由出租方承担责任或出租人已承诺发行人及子公司经营活动不受租赁物业影响；II、为进一步降低租赁风险，发行人已购置二宗土地，其中一宗作为轮椅、护理床、助行器等产品的生产基地与仓储基地；另一宗用于建设总部大楼、研发中心、生产基地、仓储中心以及职工宿舍。

② 上述（8）-（9）项主要为租赁划拨用地或集体用地上房屋的瑕疵，针对

该等瑕疵：I、根据《城市房地产管理法》的规定：以营利为目的，房屋所有权人将以划拨方式取得使用权的国有土地建成的房屋出租的，应当将租金中所含土地收益上缴国家。《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》第46条：对未经批准擅自转让、出租、抵押划拨土地使用权的单位和个人，市、县人民政府土地管理部门应当没收其非法收入，并根据情节处以罚款。出租方未依据上述规定就划拨地的出租获得相关主管部门的批准，办理土地使用权出让手续以及交付土地使用权出让金，存在被没收租赁收入并处以罚款的风险，发行人作为承租方存在不能继续租赁使用该等房产的风险。

II、根据《中华人民共和国土地管理法》（2019 年修正）的规定，土地利用总体规划、城乡规划确定为工业、商业等经营性用途，并经依法登记的集体经营性建设用地，土地所有权人可以通过出让、出租等方式交由单位或者个人使用，并应当签订书面合同，载明土地界址、面积、动工期限、使用期限、土地用途、规划条件和双方其他权利义务。前款规定的集体经营性建设用地出让、出租等，应当经本集体经济组织成员的村民会议三分之二以上成员或者三分之二以上村民代表的同意。擅自将农民集体所有的土地通过出让、转让使用权或者出租等方式用于非农业建设，或者违反本法规定，将集体经营性建设用地通过出让、出租等方式交由单位或者个人使用的，由县级以上人民政府自然资源主管部门责令限期改正，没收违法所得，并处罚款。发行人部分租赁的房屋所占用的集体土地存在不属于土地利用总体规划、城乡规划确定为工业、商业等经营性用途并经依法登记的集体经营性建设用地的集体土地的情形，不符合《中华人民共和国土地管理法》等法律法规规定关于集体建设用地的规定，存在不能继续租赁使用该等房产的风险。

③ 发行人及子公司仍有部分租赁房屋未办理房屋租赁备案登记手续，不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，存在法律瑕疵，但根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2009]11号）的规定，发行人所租赁的房屋未办理房屋租赁登记备案手续的情形，不影响该等房屋租赁合同的有效性，该等租赁合同合法、有效。

2）员工宿舍租赁房屋情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人及子公司共租赁了 116 处房屋作为员工宿

舍，租赁总面积为 17,437.22 平方米，其中存在瑕疵的宿舍 70 处，主要为出租方未取得产权证书。

3）租赁房产的瑕疵对公司经营的影响较小

①瑕疵租赁房产的相关情况

A、截至2020年12月31日，发行人瑕疵租赁房产的用途情况如下：

单位：平方米

用途	办公	仓储	生产	门店	总计
租赁瑕疵面积	8,844.00	922.15	38,532.94	12,936.22	61,235.31
占瑕疵租赁面积比例	14.44%	1.51%	62.93%	21.13%	100.00%
其中：取得土地证、建设工程规划许可证的租赁面积	8,794.00	-	37,025.56	4,970.00	50,789.56
占瑕疵租赁面积比例	14.36%	0.00%	60.46%	8.12%	82.94%

截至 2020 年 12 月 31 日，公司存在瑕疵的租赁，按照用途可分为办公用房、仓储用房、生产厂房及线下门店租赁，分别占存在瑕疵的租赁总面积的比例为 14.44%、1.51%、62.93%、21.13%，公司瑕疵租赁中生产用房、线下门店占比较高，为发行人主要的瑕疵租赁物业。

B、租赁的生产用房情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人 7 处生产用房全部为租赁取得，因无房产证或租赁面积大于房产证面积，上述 7 处生产用房均存在瑕疵。发行人生产用租赁房产共 50,925.55m2，存在瑕疵的房产为 38,532.94m2，占比 75.67%，具体情况如下：

序号	承租人	出租人	坐落	面积（平方米）	租赁期限	用途	瑕疵类型	提供房产证、土地证、建设规划许可证情况
1	可孚医疗	长沙雨花经开开发建设有限公司	长沙雨花经济开发区智庭园 1 号栋东侧塔楼、裙楼场地	12,000.00	2019-6-9 至 2024-6-8	生产	未提供房产证	土地证、建设规划许可证
2	可孚医疗	长沙雨花经开开发建设有限公司	智庭园 7 号栋	4,671.54	2018-3-1 至 2023-3-1	生产	未提供房产证	土地证、建设规划许可证
3	可孚医疗	湖南钟爱一生食品有限公司	长沙市雨花区同升街道金海路 158 号钟爱一生 2#厂房整栋,共六层带地下车库一个；综合楼宿舍 12 间	8,182.00	2016-3-28 至 2021-3-27	生产	未提供房产证	土地证、建设规划许可证
4	可孚医疗	湖南南庭投资有限公司	康庭园 3 号栋整栋	10,680.02	2020-4-11 至 2021-4-10	生产	未提供房产证	土地证、建设规划许可证
5	可孚医疗	湖南南庭投资有限公司	智庭园 1#栋西 1 楼、2 楼、7 楼	4,475.98	1#栋西 1 楼、2 楼：2020-1-1 至 2024-6-8 1#栋西 7 楼：2020-3-16 至 2024-6-8	2 楼生产、1 楼和 7 楼仓储	未提供房产证	土地证、建设规划许可证
6	可孚设备	湖南湘阴工业园区管理委员会	湖南众钧科技有限公司 1、2、4 号工业厂房	12,900.00	1 号、4 号栋厂房 2020-12-10 至 2021-12-9；2 号栋厂房 2020-9-20 至 2021-12-9	生产	租赁面积大于房产证面积	房产证
7	珠海橡果	珠海市金湾区三灶镇三灶经济合作联社	珠海市三灶镇琴石工业区 B 厂房第二层	1,000.00	2015-1-1 至 2020-12-31	生产	未提供房产证	无

注：1、可孚设备向湖南湘阴工业园区管理委员会租赁的湖南众钧科技有限公司1、2、4号工业厂房的12,900.00平方米瑕疵租赁面积，计算方式为租赁面积减去产权面积。

2、可孚医疗租赁的长沙市雨花区同升街道金海路158号钟爱一生2#厂房于2021年3月27日到期，目前正在办理续期中。

C、上述生产用租赁房产的收入、利润及占比

报告期内，发行人的产品生产均集中于上述7处瑕疵租赁房产中，对应产生的收入和利润及占比情况如下：

单位：万元

年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入	118,800.03	38,016.75	24,088.33
占主营业务收入比例	51.13%	26.11%	22.25%
毛利	60,200.77	15,877.87	9,917.28
占主营业务毛利比例	55.33%	28.50%	24.96%

②租赁房产的瑕疵对发行人经营的影响

经核查，发行人上述租赁房产虽存在瑕疵，但该等瑕疵对发行人的经营影响较小，具体如下：

A、存在瑕疵的租赁物业中无法继续租赁的比例小

上述存在瑕疵的租赁物业中，82.94%的租赁已取得土地证、建设工程规划许可证，租赁合法有效。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人瑕疵租赁中，办公用房、生产厂房、线下门店的租赁物业已取得土地使用证、建设工程规划许可证的面积占瑕疵租赁面积的比例分别为 14.36%、60.46%、8.12%，合计占比 82.94%。根据《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》的相关规定，出租方就取得建设工程规划许可证的房产与承租方签订的租赁合同合法有效，且出租方提供了租赁房屋建筑物的所占土地的土地使用权证，建筑物的建设规划用途未违反土地使用权用途。因此，此类房屋租赁虽然存在瑕疵，但不影响发行人对该等房屋的使用。因此，瑕疵可能导致无法继续租赁的房产仅占 17.06%，占比较小。

B、生产用租赁房产存在的瑕疵不会对发行人生产产生重大影响

生产用租赁房产共50,925.55 m^2，存在瑕疵的房产为38,532.94m^2；瑕疵房产中，有土地使用权证和建设工程规划许可证的占96.09%，其中珠海橡果所租赁的1,000 m^2房产无土地使用权证和建设工程规划许可证，但其出租方已提供珠海市金湾区三灶镇三灶社区居民委员会出具的证明，证明其产权是三灶村委会所有，同意投入使用并租赁给珠海

橡果，不会对发行人生产产生重大影响。

C、门店用租赁房产存在的瑕疵不会对发行人整体经营状况产生重大不利影响

截至2020年12月31日，门店物业瑕疵租赁面积占门店类租赁房产面积的56.39%，该类瑕疵租赁主要用于好护士零售门店和健耳助听器验配中心的经营。基于以下原因，门店房产存在的瑕疵不会对发行人整体经营状况产生重大不利影响：

a、同时无法续租的可能性小。此类瑕疵物业分属不同的城市及地区，面临同时搬迁的风险较小，且单一门店在报告期内取得销售收入占线下销售总收入的占比较小，即使单一门店因租赁物业瑕疵面临搬迁风险，不会对发行人及其附属公司的生产经营造成重大不利影响；

b、可替代性强。发行人开设线下自营门店时一般选择在一、二线省会城市医疗机构聚集的地区或者公立医院附近，其周边可替代物业较多，发行人一旦面临搬迁风险时，可在较短时间之内选择替代性的物业。

c、搬迁成本小。公司的线下好护士零售门店和健耳验配中心装修风格统一，流程标准化，装修方案、使用的材料基本相同，主要固定资产（包括货架、收银柜台）等便于拆除和重复使用，因门店搬迁、关闭所带来的装修损失较小。同时，就搬迁周期而言，好护士零售门店和健耳助听器验配中心面积一般较小，发行人在选定门店并完成门店的交付后，所需要的装修周期一般为1个月左右，整体搬迁所需的搬迁周期较短。

D、办公物业和仓储物业对发行人生产经营影响较小

截至 2020 年 12 月 31 日，仓储和办公用房的瑕疵租赁面积占存在瑕疵的总租赁面积比例分别为 1.51%和 14.44%，该类租赁物业是发行人经营的辅助性设施，不直接产生经营效益，同时可替代性强，经营区域内可选择的租赁物业较多，发行人的经营不依赖某处办公场所和个别仓储设施。

E、发行人募投项目的建成达产，将进一步降低租赁房产瑕疵的风险

为了进一步加强研发、生产和仓储能力，发行人已取得两宗工业用地，一处面积为133,439.01平方米，计划用作康复辅具类产品的生产基地，目前一期生产厂房正在建设中，预计2021年投产；另一处面积为170,297.47平方米，用来建设集办公、研发、生产、仓储于一体的总部中心，建设期预计两年，上述项目建成后，发行人的主要生产、办公、

研发、仓储场所将使用自有房产，将进一步降低房屋租赁对发行人的影响。

综上，上述租赁房产虽存在瑕疵，但该等瑕疵对发行人影响的重要程度较低，不影响发行人的持续经营。

4）瑕疵租赁不构成重大违法违规，不影响发行人持续经营。

对于发行人部分租赁房屋未取得产权证书，根据《物权法》等相关规定，在出租方能够提供出租房产的房屋所有权证或该房产所有权人同意出租方出租该房产的证明文件前，出租人是否享有出租该等物业的权利未得到有效确认，发行人及其子公司依据相关租赁协议取得其对租赁物业使用权的合法性也无法得到有效确认，该等租赁存在无法受到法律保护及不具有强制执行效力的可能，但发行人租赁房屋的行为未违反相关法律法规的规定。此外，发行人及其分子公司的部分租赁物业存在租赁面积大于产权面积、土地性质为集体用地等情况，存在一定瑕疵，但是发行人报告期内不存在因为违反房屋租赁相关法律、法规受到行政处罚的情况，不构成重大违法违规，不影响发行人持续经营。

综上所述，报告期内，发行人及其分子公司存在瑕疵租赁的情况，瑕疵租赁对发行人的重要程度较低，对发行人的生产和经营不会造成重大不利影响，不影响发行人持续经营。发行人不存在因为违反房屋租赁相关法律、法规受到行政处罚的情况，不构成重大违法违规。

5）未取得权属证书的租赁土地及房产补办权属登记情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人不存在租赁土地使用权的情形，发行人及其子公司共租赁 238 处房产（含内部转租 13 处），其中未取得房屋产权证书的租赁房产共计 55 处。

①上述未取得房屋产权证书的租赁房产中，无土地使用权证书或无建设工程规划许可证的共计 36 处租赁房产办理产权证书存在法律障碍，但经核查，该 36 处租赁房产主要为经营门店，租赁面积占比较小，相关门店占发行人的营业收入比重较低，且相关出租人已承诺其有权出租该等租赁物业，不影响承租人的使用。

②剩余 19 处租赁物业的出租人为长沙雨花经开开发建设有限公司、湖南高桥大市场股份有限公司、湖南钟爱一生食品有限公司、湖南南庭投资有限公司，其中长沙雨花经开开发建设有限公司、湖南南庭投资有限公司为长沙市雨花区政府全资控制的企业，

上述租赁物业均已取得土地使用权证书及建设工程规划许可证等，根据该出租人出具的说明，办理产权证书不存在法律障碍，预计在 2021 年至 2023 年取得产权证书。此外，上述出租人已承诺发行人及子公司经营活动不受租赁物业影响。

6）租赁期限到期后无法续租的应对措施

发行人及分子公司已与出租方签署了合法有效的租赁合同，且租赁合同一般明确了租赁期限届满前承租人可提出续租要求，截至本招股说明书签署日，发行人未与出租方发生重大纠纷，故租赁期限到期后无法续租的风险较小。为应对可能出现的搬迁情形，发行人采取了相应的措施，具体详见本节内容之“3）租赁房产的瑕疵对公司经营的影响较小”。

此外，发行人控股股东械字号投资、实际控制人张敏、聂娟夫妇已就房屋租赁事宜作出承诺：“若因出租方无房产证等权利瑕疵或未办理房屋租赁备案登记、租赁物业土地性质及用途等原因，导致发行人或子公司无法继续承租房产，给发行人或子公司正常经营造成不利影响，或致使发行人或子公司遭受处罚或其他任何损失的，则本承诺人承诺将对发行人或子公司因此遭受的上述损失予以全额补偿，以确保发行人及子公司不会因此遭受任何损失。”

综上，发行人的房屋租赁期限到期后无法续租的风险较小，发行人已对可能出现的搬迁情形采取了应对措施，如无法持续租赁该部分物业不对发行人生产经营造成重大不利影响。

7）发行人主要生产经营场所系租赁物业的原因

发行人租赁物业主要用于生产、办公、仓储和线下自营门店经营。在资金有限和业务高速增长期，发行人的资金分配更倾向于可以扩大经营规模、增加市场占有率的经营活动，而购买办公、生产场所需要占用较大的资金，所以通过租赁物业具有更大的经济效益。

同时，发行人线下门店包括仓储式大卖场、好护士零售门店和湖南健耳助听器验配中心，其中好护士和湖南健耳助听器验配中心主要面向零售客户，其特点为门店数量较多、面积较小、分布较广，发行人需要综合考虑地理位置、人流量、交通基础设施等因素确定门店选址，租赁有利于销售网点快速布局及调整。同时，相较于房产购买，租赁能减少资金占用，在不影响公司经营策略的基础上有利于提高资金效率，这也是大部分

同类型企业的通常做法。

综上所述，发行人主要生产经营场所系租赁物业符合业务发展现状和行业惯例。

8）仓储物流中心租赁情况

报告期内，发行人的仓储物流中心包括榔梨仓储物流中心和金霞仓储物流中心，总使用面积为 34,210.85 ㎡，仓储空间约 7.8 万 m3，出租方湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司、长沙金霞海关保税物流投资建设有限公司与发行人子公司湖南科源签订的租赁合同主要内容如下：

序号	出租人	坐落位置	租赁面积（㎡）	租赁期限	是否签订续租条款
1	湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司	长沙县榔梨镇康狮岭湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司	33,610.85	2015-1-1 至 2023-6-24	以补充协议形式签订优先续租条款
2	长沙金霞海关保税物流投资建设有限公司	保税物流中心库区 7、8、9 号非保税仓库	600	2020-1-1 至 2020-12-31	正在办理续租

报告期内，发行人的仓储租赁面积随着公司规模的扩大而不断增加，具体变化情况如下：2016 年 8 月 26 日至 2018 年 6 月 24 日总租赁面积为 15,401 ㎡；2018 年 6 月 25 日至 2018 年 12 月 31 日总租赁面积为 28,927.72 ㎡；2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日总租赁面积为 32,680.95 ㎡；2019 年 7 月 1 日至 2019 年 7 月 31 日租赁面积为 33,423.85 ㎡，2019 年 8 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，总租赁面积为 33,610.85 ㎡；2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，总租赁面积为 34,210.85 ㎡。目前仓储物流中心使用面积能较好适应业务发展需要，后续如果公司业务快速发展需要增加仓储物流中心的面积，发行人的应对措施主要包括快速找到新的仓储租赁用地、扩大现有仓储租赁场地的租赁面积、使用募投项目仓储物流中心（预计 2022 年底可建设完成），发行人需要更换现有仓储物流中心租赁场地的风险极小。

从发行人目前的仓储物流中心租赁情况来看，到期无法续租的风险较小：

①租赁期间长。发行人主要仓储物流中心榔梨仓储物流中心的租赁期限为 2015 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 24 日，租期剩余仍有 3 年时间。

②租赁物业不存在产权纠纷，租赁期间内未出现过因产权问题影响仓储物流中心运营的情况。湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司、长沙金霞海关保税物流投资建设有限公司均出具了有效的产权证书，租赁物业不存在被抵押、被查封等情况；且湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司出具了《情况说明》，保证公司的生产经营活动不会因租赁物

业权属问题受到重大不利影响。

③发行人严格遵守合同义务，按时缴纳房租，合理使用租赁物业，履约状况良好，未出现过违约情形。

④湖南科源医疗器材销售有限公司与湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司签订了《补充协议》，约定合同到期后在同等条件下，湖南科源医疗器材销售有限公司享有优先承租权。

⑤发行人目前是湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司的第一大承租方，如公司到期不续租，湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司难以寻找到合适租户以填补空白。

⑥发行人已购置二宗土地，其中一宗作为轮椅、护理床、助行器等产品的生产基地与仓储基地；另一宗用于建设总部大楼、研发中心、生产基地、仓储中心以及职工宿舍。二宗土地都将建设仓储物流中心，将极大缓解租赁压力。

综上所述，仓储物流中心到期后无法续租的可能性较小。

如合同到期后确实无法续租，需要搬迁，测算成本与时间如下：

租赁同面积场所代替现有仓储物流中心的成本由两部分构成，一部分为租赁成本，另一部分为设备及货物搬迁成本。

仓储物流中心现租赁使用面积为近 40000 ㎡，年租金约为 800 万元，即月租金为 20 元/㎡。发行人仓储物流中心如果全部更换，预计需要 3 个月的过渡期，按此不考虑新仓库免租期、过渡期分批次签署新租赁合同等因素，3 个月过渡期重复租赁同面积场地所增加的租金约为 240 万元。

按照仓储物流中心 2020 年 11 月份的库存计算，所有仓库预计有 3.6 万立方米设备及货物，每一台大型挂车能够装载约 120 立方米，预计 300 辆大型挂车可以完成所有的设备及货物的运输。按目前市场价格，大型挂车费用为 1400 元/台，故大型挂车运输费用为约 42 万元。但是由于发行人可以提前将新到货物送入新仓储物流中心，原仓储物流中心还可以在 1.5 个月左右完成 20-30%的出货，预计可以节省 13 万左右。人员成本预计 20 万左右。故设备及货物搬迁成本约为 50 万元。

综上所述，更换仓储物流中心的成本预计不超过 290 万元。

3、主要生产设备

截止 2020 年 12 月 31 日，公司主要生产设备情况如下：

单位：台、万元

序号	设备名称	取得方式	数量	原值	账面价值	成新率	归属公司
1	全自动口罩生产线	自购	25	1,659.29	1,554.20	93.67%	可孚医疗
2	1.6 米单模熔喷纺织生产线	自购	2	1,345.91	1,335.26	99.21%	可孚设备
3	全自动平面（高速）一拖一口罩机	自购	20	442.48	435.29	98.37%	可孚设备
4	平面口罩机	自购	10	343.36	337.64	98.33%	可孚设备
5	全自动口罩机	自购	8	338.94	328.86	97.03%	可孚医疗
6	环氧乙烷灭菌器	自购	3	146.02	144.86	99.21%	可孚设备
7	高速全自动折叠口罩机	自购	3	138.05	138.05	100.00%	可孚医疗
8	平面一拖一外二代口罩自动包装线	自购	4	137.35	137.35	100.00%	可孚医疗
9	全自动折叠口罩生产线	自购	1	119.47	111.90	93.67%	可孚医疗
10	儿童口罩机+包装机	自购	4	108.55	108.55	100.00%	可孚医疗
11	自动封帽机	自购	4	101.26	94.05	92.87%	可孚医疗
12	全自动平面口罩机	自购	2	99.12	92.84	93.67%	可孚医疗
13	KN95 折叠一体全自动口罩机	自购	1	93.81	87.86	93.67%	可孚医疗
14	粉末涂装生产线	自购	1	90.60	68.36	75.46%	可孚设备
15	平面口罩机	自购	2	80.85	75.09	92.87%	可孚医疗
16	海天天隆注塑机	自购	3	71.68	67.14	93.67%	可孚医疗
17	BioDotInc 点酶机	自购	1	62.28	62.28	100.00%	可孚医疗
18	OTC 机器人	自购	1	52.04	45.03	86.54%	可孚设备
19	无尘净化系统	自购	1	51.79	37.44	72.29%	可孚医疗
20	平面口罩一体机（一拖二）	自购	1	44.25	41.45	93.67%	可孚医疗
21	主动模拟肺	自购	1	43.26	40.52	93.67%	可孚医疗
22	口罩细菌过滤效率（BFE)检测仪	自购	1	42.48	39.79	93.67%	可孚医疗
23	听力计测试系统	自购	1	42.11	34.11	81.00%	可孚医疗
24	柳叶机一拖一口罩机	自购	1	38.05	38.05	100.00%	可孚设备
25	自动中空成型机	自购	1	37.61	28.08	74.67%	可孚设备
26	一拖二自动口罩机	自购	1	37.17	34.81	93.67%	可孚医疗
27	气相色谱仪	自购	1	35.40	33.16	93.67%	可孚医疗
28	6#车间 空压机系统	自购	1	34.09	33.28	97.62%	可孚设备
29	注塑机辅助设备	自购	1	33.45	31.33	93.67%	可孚医疗

序号	设备名称	取得方式	数量	原值	账面价值	成新率	归属公司
30	电动洗鼻器模具	自购	1	30.97	28.52	92.08%	可孚医疗
31	环氧乙烷灭菌器	自购	1	28.32	26.53	93.67%	可孚医疗
32	注塑机	自购	1	27.35	20.42	74.67%	可孚设备
33	全自动装盒机	自购	1	26.47	24.37	92.08%	可孚医疗
34	KN95 口罩机	自购	1	24.78	24.78	100.00%	可孚医疗
35	助听器分析仪	自购	1	22.12	20.72	93.67%	可孚医疗

（1）机器设备账面原值较小的原因

报告期内，发行人机器设备账面原值分别为 477.80 万元、949.53 万元、8,589.19 万元，保持逐年增长的趋势，整体金额较低，主要是与发行人生产经营模式相关，具体如下：

①发行人产品包括自产产品、自有品牌外购产品和非自有品牌产品

发行人专注于家用医疗器械的研发、生产、销售和服务，公司以“可孚”产品为核心，并引入其他知名品牌作为补充，构建起了包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大领域。通过自有品牌和非自有品牌的结合，公司的销售收入在报告期内取得了快速增长。

非自有品牌产品方面，发行人主要利用自身线上线下立体式销售网络优势和专业的服务能力销售该类产品；自有品牌外购产品方面，发行人适当利用产业链分工，选择从行业内专注于某类医疗器械产品的生产型企业处购买，其拥有合格的生产资质和丰富的行业经验，能够满足公司对质量和成本的需要；自主生产方面，发行人优先选择部分核心产品集中资金和资源进行研发和生产，目前主要包括血压计、护理床、雾化器、体温计、口罩、手套等产品，其核心生产工艺均由发行人自主控制。

②发行人主要自产产品技术和工序相对成熟，生产过程无需大型机器设备

发行人所属的家用医疗器械行业相较医用医疗器械而言，行业内主要产品的生产工艺和技术相对成熟，发行人优先选择部分核心产品进行自产，目前自产产品主要包括血压计、护理床、雾化器、体温计、口罩、助听器等产品，这类产品的生产技术和工序相对比较成熟，生产过程不需要特别复杂和大型的机器设备。

③发行人部分非核心生产工序采取委托加工方式

发行人血压计、助听器、雾化器等产品生产过程中，对于部分非核心生产工序，为了降低生产成本和集中资源进行核心工序的生产及优化，发行人采取委托加工，适当利用产业链分工，将 PCBA 半成品加工工序委托给行业内专注于某项常规制造工序的生产型企业完成，减少了机器设备的购置。

④刮痧板、拔罐器等生产工艺要求不高的产品，发行人更注重于产品的开发、设计，生产环节以半成品组装为主，组装过程不需要特别复杂和大型的机器设备。

⑤发行人建立了部分柔性生产线，提高了机器设备的利用效率

发行人部分产品如红外体温计和血压计的生产工序大体一致，生产线可相互转换，因此发行人根据各个产品的生产工序打造了部分柔性生产线，可以根据市场需求状况在产品之间灵活调整，拥有较大的生产弹性，大大提高了机器设备的利用效率。

因此，发行人的生产过程不需要特别复杂和大型的机器设备，机器设备账面原值较小符合发行人的生产模式。

（2）发行人机器设备与营业收入的比例和同行业可比公司对比情况

发行人及其同行业可比公司的机器设备账面原值与营业收入的比例具体情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-6 月/2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	机器设备	营业收入占比	机器设备	营业收入占比	机器设备	营业收入占比
鱼跃医疗	67,236.53	19.66%	53,471.12	11.53%	43,483.98	10.39%
三诺生物	29,690.75	30.54%	24,665.36	13.87%	21,144.32	13.64%
乐心医疗	6,572.39	14.78%	6,161.49	6.97%	5,580.36	7.20%
九安医疗	9,751.25	9.37%	8,247.37	11.68%	6,712.84	11.90%
稳健医疗	100,915.99	22.14%	77,681.31	16.98%	67,195.08	17.50%
英科医疗	225,221.77	16.28%	80,250.46	38.53%	65,945.91	34.85%
振德医疗	50,874.50	13.32%	47,035.88	25.18%	42,659.91	29.86%
奥美医疗	95,251.71	42.23%	87,854.41	37.35%	71,111.19	35.07%
蓝帆医疗	117,490.10	51.43%	102,471.44	29.48%	92,173.99	34.74%
平均水平	78,111.67	24.42%	54,204.31	21.29%	46,223.06	21.68%
可孚医疗	8,589.19	3.62%	949.53	0.65%	477.80	0.44%

注：表格中除发行人和英科医疗数据为 2020 年度数据外，其他数据均为 2020 半年报数据。

和同行业可比公司相比，发行人机器设备与营业收入的比例较低，差异原因主要系

同行业上市公司经营模式与公司存在差异。同行业上市公司主要为生产型企业，销售上以经销为主。而发行人全面掌控销售渠道，除了销售自主生产的产品外，还销售代理品牌产品和自有品牌采购的成品。自主生产过程中，为提高生产效率，部分非核心生产工序采取委托加工的形式；对于刮痧板、拔罐器等生产工艺要求不高的产品，发行人更注重于产品的开发、设计，生产环节以半成品组装为主，因此发行人的生产过程不需要特别复杂和大型的机器设备。

综上，发行人机器设备与营业收入的比例和同行业可比公司相比存在较大差异具有合理性。

（二）生产经营所需主要无形资产情况

1、土地使用权

截至 2020 年 12 月 31 日，公司及下属子公司拥有的土地使用权情况如下：

序号	国有土地使用证号	土地坐落	用途	使用权面积（m^2）	权利性质	终止日期	权利人	他项权利
1	湘（2019）湘阴县不动产权第 0004462 号	湘阴县金龙镇金凤大道西侧、左公大道南侧	工业用地	133,439.01	出让	2069 年 10 月 28 日	可孚设备	无
2	浙（2017）杭州市不动产权第 0379242 号	南北商务港大厦 2 幢 101 室	商服用地	196.3	出让	2042 年 3 月 13 日	杭州每文	无
3	湘（2020）长沙市不动产权第 0202720 号	雨花区环保大道与振东路交汇处	工业用地	17,0297.47	出让	2070 年 4 月 30 日	可孚医疗	无

2、商标权

截至招股说明书签署日，公司及下属子公司在境内拥有 491 项注册商标，在境外拥有 16 项注册商标，详见附件 1。

（1）发行人存在以下商标授权或被授权情形：

①发行人存在将商标授权部分供应商进行“可孚”自有品牌成品采购的情形，根据业务类型和知识产权保护的需要，供应商在产品生产过程中使用发行人的商标必须得到发行人的授权。根据发行人与供应商签署的合作协议，供应商仅能使用发行人授权的商标为发行人生产产品，且相关产品仅销售给发行人及子公司，不得用作其他任何用途，

报告期内未发生过供应商超出授权范围私自使用本公司商标，或将可孚品牌产品销售给第三方的情况，公司此类商标的授权不存在风险。报告期内，发行人授权商标数量及与供应商采购金额如下：

年度	授权商标数量（个）	自有品牌外购供应商家数（家）	采购金额（万元）	其中：自有品牌外购金额（万元）
2020 年	75	211	127,728.63	36,617.42
2019 年	76	213	73,544.87	42,208.91
2018 年	65	146	52,271.99	31,406.32

②根据发行人子公司与阿里健康大药房医药连锁有限公司签署的《品牌旗舰店外包运营合作协议》，发行人子公司（乙方）授权阿里健康大药房医药连锁有限公司（甲方）使用其品牌并开设品牌旗舰店，阿里健康大药房医药连锁有限公司将该店铺委托发行人子公司代为运营，关于商标授权的具体约定为：“2.1 乙方同意在本协议签订之日起的30 工作日内将协助甲方在天猫上开设可孚旗舰店（网址：https://cofoe.tmall.com/），甲方对该店铺享有所有权。乙方负责在本协议签订之后的 10 个工作日内向甲方提供甲方作为店铺经营主体所需要的各项乙方主体资格相关文件（包括加盖公章的营业执照副本复印件、代理文件、自有品牌的商标注册证等），以及授权甲方有权使用其品牌并开设本协议项下品牌旗舰店的授权文件以及天猫所需要的其他相关资料。乙方应保证资料真实、合法、有效，否则甲方将有权立即终止合同，损失由乙方承担。”

根据天猫开店规则，品牌商在天猫平台只能开立一个品牌旗舰店，发行人独家授权阿里健康大药房开设“可孚医疗器械旗舰店”是双方合作的需要，商标授权仅限于该店铺运营所需。同时，双方约定由发行人代为运营该店铺，与该店铺及商标有关的运营行为均由发行人管控，其商标的使用可控，不存在风险。

③发行人通过与相关品牌方签署品牌授权及采购协议，向相关品牌方采购产品，并在线上开设并运营相关品牌的旗舰店，主要包括“瑞思迈”“仙鹤”“拜安康”“康德莱”“英维康”等。

④2020年，英维康授权发行人使用其商标用于特定产品生产，发行人向其支付商标许可使用费，产品生产完成后自行销售或销售给其指定经销商。根据发行人与英维康签订的商标授权协议，具体情况如下：

授权方	Invacare Australia Pty Limited.		
授权方简介	英维康集团是全球家用医疗器械研发制造厂商，是呼吸类、康复类、家用护理类、医疗器材类等领域的领先制造商和服务提供商		
被授权方	可孚医疗		
授权商标明细	商标名称	注册号	注册日期
	Invacare	3748939	2005 年 5 月 28 日
	Invacare & Device	3748932	2005 年 5 月 28 日
	YES, YOU CAN.	3748925	2005 年 9 月 28 日
	Ying Wei Kang	6421902	2014 年 5 月 14 日
	Invacare Device & Yes, you can.	7037786	2010 年 7 月 14 日
授权使用产品	Thermometer、Nebuliser、Blood Pressure Monitor、Pulse Oximiter、Walking Stick standard、Walking stick w light,3 claw foot、Walking stick w Light,4 claw foot、Shower Chair/commode、Walking frame		
授权日期	2019 年 12 月		
授权期限	授权期限至商标注册有效期末		
授权费确定依据	销售区域	授权费	
	中国、香港、澳门	授权费=任务总量*80%*约定的价格*10%+任务总额*20%*约定的价格*7%	
	中国境外	授权费=任务总量*约定的价格*7%	
价格公允性	授权费为双方参照市场行情并综合考虑商标的知名度、行业利润，以及商标授权许可的时长、地域、商品范围等因素后共同协商同意的，符合行业规范，所支付的商标被授权使用费具有公允性。		

2020年，发行人向英维康支付的商标许可使用费金额为48.80万元，其对应的产品情况如下：

单位：万元

产品	销售金额	授权费
雾化器	130.00	13.00
血压计	210.00	21.00
体温计	60.00	6.00
手杖带灯	6.00	0.60
脚手杖	6.00	0.60
手杖带灯	6.00	0.60
沐浴椅	40.00	4.00
助行架	30.00	3.00
合计	**488.00**	**48.80**

综上，2020年，发行人获得英维康商标授权并支付许可使用费48.80万元，价格定

价依据为参考市场行情并经双方协商，具有公允性。其对应的产品销售金额为488.00万元，金额较小，对发行人影响较小。

（2）发行人与上述授权方或被授权方的关联关系及共同客户或供应商情况

经核查，发行人与上述授权或被授权方均不存在关联关系或可能导致利益输送的情形。经统计发行人主要自有品牌外购供应商提供的确认函，自有品牌外购供应商中与发行人存在共同客户或供应商的情形如下：

自有品牌外购供应商	共同的供应商	共同的客户
湖南广盛源医药科技有限公司	无	老百姓系统、养天和系统、国药系统
吴江市云龙医疗器械有限公司	无	阿里系统
广东欧格斯科技有限公司	无	阿里系统
诗董医疗器械（上海）有限公司	上药医疗器械（上海）有限公司	国药系统
山东英科医疗制品有限公司	稳健医疗用品股份有限公司	国药系统
北京七维健康科技股份公司	无	老百姓系统、国药系统
金华市景迪医疗用品有限公司	无	台州瑞人堂药业有限公司
艾康生物技术(杭州)有限公司	无	国药系统
佛山市南海区康健泰康复器材有限公司	无	国药系统、大参林系统

此外，发行人与阿里健康大药房线上 B2C 业务均主要面向个人客户，由于客户按照需求自主登录天猫平台购买医药类产品，线上的销售可能存在同一个人客户在发行人店铺和阿里健康大药房购买的情况，阿里健康与发行人可能存在共同的客户。

同时，阿里健康大药房合作的医疗器械供应商数量众多，也会存在与发行人存在共同供应商的情形。根据上述自有品牌外购供应商的确认函，自有品牌外购供应商中直接向阿里健康大药房供货的有吴江市云龙医疗器械有限公司和广东欧格斯科技有限公司。

（3）发行人商号、商标等知识产权权属清晰

2020 年 6 月，国家知识产权局出具《关于提供注册商标使用证据的通知》，塞涅卡有限公司以连续三年未使用为由向国家知识产权局申请撤销发行人注册号为 17155164 号的商标。截至本招股说明书签署日，已过举证期限，发行人尚未对上述通知进行答辩。

2020 年 8 月，国家知识产权局出具《关于提供注册商标使用证据的通知》，上海同派市场营销策划有限公司以连续三年未使用为由向国家知识产权局申请撤销发行人

注册号为15305539号的商标。2020年12月29日，国家知识产权局出具了商标撤三字【2020】第W060769号《关于第15305539号第5类“海吉恩 HYGEIAN“注册商标连续三年不使用撤销申请的决定》，决定撤销第15305539号第5类“海吉恩 HYGEIAN“商标，原第15305539号《商标注册证》作废。

上述被申请撤销的商标非发行人核心商标，即使被撤销，对发行人的生产经营不会构成重大不利影响。除此之外，发行人商号、商标不存在侵权、不正当竞争的情形，不存在商标、商号相关的诉讼、纠纷、或其他引致发行人对相关知识产权权利的权属不确定性的情形。

3、专利权

截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司在境内拥有发明专利2项、实用新型专利44项、外观设计专利111项，共计157项专利，详见附件2。

发行人存在专利被授权的情形，具体如下：

（1）2018年7月，发行人与王明海签署《专利许可合作协议》，协议约定，王明海许可发行人使用其拥有的专利号为ZL201420420492182.4的专利，专利名称为艾灸底座结构及艾灸装置，许可方式为普通许可，许可期限为自2018年7月24日至2023年7月23日。

合同约定许可费为21万元，于2018年全部支付完毕，专利费的缴纳方式为银行汇款。取得的专利许可费计入无形资产，许可期限内按照直线法摊销，摊销金额计入管理费用-摊销费。

（2）2019年4月，发行人与王明海签署《专利许可合作协议》，协议约定，王明海许可发行人使用其拥有的专利号为ZL201721443173.6的专利，专利名称为用于艾灸座排布的板贴结构，灸疗件以及艾灸包装盒，许可方式为普通许可，许可期限为自2019年4月22日至2022年4月21日。

合同约定许可费为10万元，于2019年全部支付完毕，专利费的缴纳方式为银行汇款。取得的专利许可费计入无形资产，许可期限内按照直线法摊销，摊销金额计入管理费用-摊销费。

（3）2020年6月，发行人与东莞市精确电子科技有限公司签署《专利实施许可合同》，合同约定，东莞市精确电子科技有限公司许可发行人及其关联公司使用其拥有的

专利号为 ZL201930207598.5 的专利，专利名称为“洗鼻器（JQ-H04）”，许可方式为普通许可，许可期限自 2020 年 6 月 20 日至 2021 年 12 月 31 日。

本合同涉及的使用专利费为：精确生产的产品，产品总价包含专利费，专利方东莞市精确电子科技有限公司将产品做好后交由被许可方可孚医疗科技股份有限公司后就具有产品销售专利权。

4、软件著作权

截至本招股书签署日，公司拥有软件著作权情况如下：

序号	软件名称	证书编号	权利人	取得方式	开发完成日期	首次发表日期
1	血糖微助手平台 V1.0	软著登字第 4281922 号	发行人	原始取得	2018/12/15	未发表
2	NC 数据分发平台 V1.0	软著登字第 4284511 号	发行人	原始取得	2019/3/1	未发表
3	WMS 中间件程序 V1.0	软著登字第 4282127 号	发行人	原始取得	2019/2/18	未发表
4	可孚 OMS 订单系统 V1.0	软著登字第 4258424 号	发行人	原始取得	2018/12/20	未发表
5	可孚 IPMS 系统 V1.0	软著登字第 4237174 号	发行人	原始取得	2019/4/20	未发表
6	企业网站管理系统 V1.0	软著登字第 4190458 号	发行人	原始取得	2018/8/15	未发表
7	在线商城系统 V1.0	软著登字第 4190947 号	发行人	原始取得	2018/8/15	未发表
8	可孚听力测试软件 V1.0	软著登字第 4039580 号	发行人	原始取得	2019/1/15	未发表
9	可孚直发订单系统 V1.0	软著登字第 4000156 号	发行人	原始取得	2019/5/8	未发表
10	可孚多功能腕式血压计 APP 软件【简称：腕式血压计】V1.0	软著登字第 3945740 号	发行人	原始取得	2019/1/18	2019/1/18
11	助听器听力图数据采集软件 V1.0	软著登字第 3887613 号	发行人	原始取得	2019/3/12	未发表
12	可孚有爱 BLE 系统【简称：可孚有爱】V1.0	软著登字第 3510800 号	发行人	原始取得	2018/11/4	2018/12/5
13	智能 Ai 血糖仪软件 V1.0	软著登字第 3034958 号	发行人	原始取得	2018/7/17	2018/7/17
14	互联网病床软件 V1.0	软著登字第 3015248 号	发行人	原始取得	2018/6/28	2018/6/28
15	血压测量软件【简称：血压计】V4.2	软著登字第 2579629 号	发行人	原始取得	2016/8/20	2016/9/15
16	智慧血糖检测仪软件 V1.0	软著登字第 2487547 号	发行人	原始取得	2017/12/20	2017/12/20
17	医疗器械互联网商城平台 V1.0	软著登字第 2488222 号	发行人	原始取得	2017/8/10	2017/8/10
18	智慧血压计 APP 软件 V1.0	软著登字第	发行人	原始取得	2017/9/14	2017/9/14

序号	软件名称	证书编号	权利人	取得方式	开发完成日期	首次发表日期
		2484194 号				
19	智慧助听器 APP 软件 V1.0	软著登字第 2485226 号	发行人	原始取得	2017/11/30	2017/11/30
20	智慧轮椅遥控软件 V1.0	软著登字第 2484434 号	发行人	原始取得	2017/10/25	2017/10/25
21	智慧互联体温计软件 V1.0	软著登字第 2483768 号	发行人	原始取得	2017/7/6	2017/7/6
22	可孚有爱 APP 软件【简称：可孚有爱】V1.0	软著登字第 2311878 号	发行人	原始取得	2017/11/29	2017/11/29
23	可孚 GPRS 血压计数据平台【简称血压计数据平台】V1.0	软著登字第 2069641 号	发行人	原始取得	2017/3/12	2017/3/12
24	可孚生产管理系统【简称可孚 MES】V1.0	软著登字第 1899594 号	发行人	原始取得	2016/10/24	2016/10/24
25	可孚医疗爱聪助听器软件【简称：可孚爱聪】V1.0	软著登字第 1314294 号	发行人	原始取得	2015/12/1	2015/12/1
26	可孚医疗微信公共平台【简称：可孚微信平台】V1.0	软著登字第 1304566 号	发行人	原始取得	2015/12/5	2015/12/5
27	可孚医疗逸动轮椅软件【简称：可孚逸动】V1.0	软著登字第 1304553 号	发行人	原始取得	2014/12/1	2014/12/1
28	KF-DT65B 智能式臂式血压计软件【简称：可孚 65B】V4.2	软著登字第 1304666 号	发行人	原始取得	2015/12/1	2015/12/1
29	可孚医疗手机端安卓系统【简称：可孚安卓系统】V1.0	软著登字第 1305061 号	发行人	原始取得	2015/12/1	2015/12/1
30	可孚医疗考勤系统软件【简称：可孚考勤】V2.1	软著登字第 1305140 号	发行人	原始取得	2013/12/1	2013/12/1
31	EBMS 系统 V1.0	软著登字第 4407925 号	发行人	原始取得	2019/3/12	未发表
32	健耳零售会员系统 V1.0	软著登字第 4447848 号	发行人	原始取得	2019/6/10	未发表
33	助听器电位调音嵌入式软件 V1.0	软著登字第 4380796 号	发行人	原始取得	2019/8/22	2019/8/22
34	助听器烧录软件 V1.0	软著登字第 4413547 号	发行人	原始取得	2019/7/19	未发表
35	血压计数据采集分析软件 1.0	软著登字第 4537803 号	发行人	原始取得	2019/5/4	2019/5/10
36	红外体温计控制程序软件 V1.0	软著登字第 4374577 号	发行人	原始取得	2019/8/20	未发表
37	可孚 NQS 系统 V1.0	软著登字第 5047091 号	发行人	原始取得	2019/10/16	未发表
38	E-BILL 系统 V1.0	软著登字第 5054156 号	发行人	原始取得	2019/11/6	未发表
39	可孚设备 ERP 管理软件 V1.0	软著登字第 3003447 号	可孚设备	原始取得	2018/4/17	2018/4/25

序号	软件名称	证书编号	权利人	取得方式	开发完成日期	首次发表日期
40	可孚设备病床控制系统 V1.0	软著登字第 3003520 号	可孚设备	原始取得	2018/6/7	2018/6/8
41	智能病床嵌入式软件 V1.0	软著登字第 5079167 号	可孚设备	原始取得	2019/5/6	未发表
42	TFB 条码识别系统 V1.0	软著登字第 5123412 号	发行人	原始取得	2019/9/16	未发表
43	GSM 智能呼叫平台 V1.0	软著登字第 5114316 号	发行人	原始取得	2018/12/11	未发表
44	FAMS 系统	软著登字第 5157268 号	发行人	原始取得	2019/11/12	未发表
45	可孚微网雾化器软件	软著登字第 5266082 号	发行人	原始取得	2020/3/20	未发表
46	分布式视频存储系统	软著登字第 5169403 号	发行人	原始取得	2019/11/20	未发表
47	售后管理系统 V1.0	软著登记号 5464810 号	发行人	申请取得	2019/11/20	未发表
48	唯一标识系统 V1.0	软著登字第 5615262 号	发行人	原始取得	2019/12/15	未发表
49	基础数据平台 V1.0	软著登字第 5559666 号	发行人	原始取得	2020/1/15	未发表
50	优准血糖分析仪系统软件 V1.0.0	软著登字第 6145604 号	发行人	受让取得	2015/8/29	未发表
51	血糖试纸传感器 CODE 配置系统软件 V1.0.0	软著登字第 6145603 号	发行人	受让取得	2015/8/29	未发表
52	基于 OSS 的库存比对系统	软著登字第 6795152 号	发行人	原始取得	2020/7/15	未发表
53	RECC 系统 V1.0	软著登字第 6911251 号	发行人	原始取得	2020/3/15	未发表
54	快递运费模型测算软件 V1.0	软著登字第 6911250 号	发行人	原始取得	2020/8/1	未发表
55	可孚纯音言语测评软件 V1.0	软著登字第 6984017 号	可孚听力	原始取得	2020/11/20	未发表
56	可孚听力多通道听力验配平台 V1.0	软著登字第 6984018 号	可孚听力	原始取得	2020/11/20	未发表
57	可孚听力图验配评估软件 V1.0	软著登字第 6984056 号	可孚听力	原始取得	2020/11/20	未发表
58	基于神经网络降噪的助听器软件 V1.0	软著登字第 6984058 号	可孚听力	原始取得	2020/11/20	未发表
59	基于最小均方误差降噪的助听器软件 V1.0	软著登字第 6984057 号	可孚听力	原始取得	2020/11/20	未发表
60	基于声源定位语音增强的助听器软件 V1.0	软著登字第 6984022 号	可孚听力	原始取得	2020/11/20	未发表
61	可孚家用双水平全自动呼吸机系统软件 V1.0	软著登字第 7215508 号	发行人	原始取得	2020/12/10	未发表
62	网络化心电图分布式专家服务系统[简称：网络化心电图软件系统]V3.07	软著登字第 7355800 号	发行人	受让取得	2009/6/20	2009/6/25

序号	软件名称	证书编号	权利人	取得方式	开发完成日期	首次发表日期
63	安保胎儿监护仪软件[简称：A8200 S5/S6 软件]V1.0	软著登字第7355802号	发行人	受让取得	2013/11/29	未发表
64	安保 A8200 系列超声多普勒胎儿心率仪系统软件[简称：胎心仪软件]V2.0	软著登字第7355801号	发行人	受让取得	2014/4/5	未发表
65	安保 A8200 系列超声多普勒胎儿心率仪系统软件[简称：胎心仪软件]V3.0	软著登字第7355803号	发行人	受让取得	2017/3/10	未发表

5、作品著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有作品著作权情况如下：

序号	作品名称	著作权人	登记号	作品类型	创作完成时间	首次发表日期	登记日期
1	熊爸爸	发行人	国作登字-2018-F-00534088	美术	2017/9/25	无数据	2018/4/17
2	熊奶奶	发行人	国作登字-2018-F-00534092	美术	2017/9/25	无数据	2018/4/17
3	熊妈妈	发行人	国作登字-2018-F-00534090	美术	2017/9/25	无数据	2018/4/17
4	退热贴卡通形象	发行人	国作登字-2017-F-00430568	美术	2017/4/20	无数据	2017/10/23
5	小耳朵	发行人	国作登字-2018-F-00661907	美术	2017/4/25	2017/5/25	2018/11/8
6	熊爷爷	发行人	国作登字-2018-F-00534091	美术	2017/9/25	无数据	2018/4/17
7	熊宝宝	发行人	国作登字-2018-F-00534089	美术	2017/9/25	无数据	2018/4/17
8	分子之美	发行人	国作登字-2019-F-00864843	美术	2019/5/20	无数据	2019/8/22
9	熊全家福	发行人	国作登字-2019-F-00811966	美术	2017/9/28	2017/9/28	2019/6/24
10	TC	发行人	国作登字-2020-F-00982051	美术	2019/7/10	2019/7/10	2020/1/21
11	熊可可	发行人	国作登字-2020-F-00982875	美术	2017/9/25	2017/9/26	2020/2/3
12	Cofoe 可孚	发行人	国作登字-2020-F-00982876	美术	2014/1/1	2014/1/2	2020/2/3
13	丘山雅韵	发行人	湘作登字-2020-F-00002800	美术	2019/6/28	2019/6/28	2020/8/18
14	牛气冲天	发行人	湘作登字-2020-F-00005129	美术	2020/10/22	未发表	2020/11/20
15	萌萌熊	发行人	湘作登字-2021-F-00000394	美术	2020/8/15	未发表	2021/1/5
16	可孚-关爱家庭，更关心你	发行人	湘作登字-2021-F-00001407	美术	2020/12/19	/	2021/3/26

6、域名

截至本招股书签署日，公司拥有域名情况如下：

序号	域名	持有者	注册日期	到期日期
1	cofoe.com.cn	发行人	2014/5/9	2026/5/9
2	hhsyl.com	好护士	2013/8/19	2021/8/19
3	xiezihao.com	湖南科源	2013/10/21	2023/10/21
4	hnkyyl.com	湖南科源	2012/3/26	2023/3/26
5	jianerting.com	湖南健耳	2015/3/4	2022/3/4
6	cofoe.com	发行人	2012/7/15	2026/7/15

六、发行人主要资质及认证情况

（一）业务资质

发行人及其子公司已取得从事生产经营活动相关的行政许可、注册或证书，发行人及相关人员具备生产经营所必需的全部业务资质，均在有效期内且合法有效。已取得的资质、备案不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或者存在到期无法延续的风险。截至本招股说明书签署之日，发行人及其分子公司持有的现行有效的主要经营资质证书如下：

1、医疗器械生产许可证

序号	持证主体	许可证编号	生产地址	生产范围	有效期至	核发机构
1	发行人	湘食药监械生产许20149005号	长沙市雨花区同升街道金海路158号、长沙市雨花经济开发区智庭园 1#栋、7#栋	II类：22-02 生化分析设备；20-02 中医治疗设备；19-03 助行器械等； 旧版II类：Ⅱ类：6820-1-体温计，6820-2-血压计，6821-17-睡眠呼吸治疗系统等。	2024/5/14	湖南省药品监督管理局
2	可孚设备	湘食药监械生产许20190028号	湖南省岳阳市湘阴县芙蓉北路金龙工业园、湖南省湘阴县金龙开发区可孚智能医疗产业园（湖南省金龙镇金凤大道西侧可孚智能医疗产业园6栋）	II类：19-03 助行器械；15-03 医用病床；14-14 医护人员防护用品；14-13 手术室感染控制用品；09-04 力疗设备/器具；	2024/11/6	湖南省药品监督管理局
3	长沙倍达	湘食药监械生产许20170006号	长沙市雨花区同升街道金海路158号2栋6楼	II类：6840-1-血液分析系统	2022/3/12	湖南省食品药品监督管理局
4	珠海	粤食药监械	珠海市金湾区三灶	II类08 呼吸、麻醉和急	2025/6/23	广东省药品

序号	持证主体	许可证编号	生产地址	生产范围	有效期至	核发机构
	橡果	生产许20061350号	镇琴石路208号B栋二层（三灶镇琴石工业区村委会B厂房二层）	救器械-04医用制氧设备		监督管理局
5	可孚听力	湘食药监械生产许20210004号	长沙市雨花区振华路816号5楼	Ⅱ类：19-01认知言语视听障碍康复设备；07-05电声学测量、分析设备；	2026/1/12	湖南省药品监督管理局

2、第一类医疗器械生产备案凭证

序号	持证主体	备案号	生产场所	生产范围	备案机构
1	发行人	湘长食药监械生产备20160018号	长沙市雨花区同升街道金海路158号	（原分类编码区）：6801基础外科手术器械，6810矫形外科（骨科）手术器械，6827中医器械等 （新分类编码区）：20-03中医器具，19-04矫形固定器械，09-02温热（冷）治疗设备/器具等	长沙市市场监督管理局
2	可孚设备	湘岳食药监械生产备20180001号	湖南省岳阳市湘阴县芙蓉北路金龙工业园、湖南省湘阴县金龙开发区可孚智能医疗产业园	14-11包扎敷料；14-14医护人员防护用品；14-16其他器械；15-03医用病床；	岳阳市市场监督管理局

3、医疗器械经营许可证

序号	持证主体	许可证编号	经营场所	经营范围	有效期至	核发机构
1	发行人	湘长食药监械经营许20170031号（更）	长沙市雨花区同升街道金海路158号2栋3楼	III类医疗器械、批发：6815注射穿刺器械、6854手术室、急救室等。零售：6815无菌注射器、无菌注射针、无针注射器，6826高压电位治疗仪（家用），6864医用卫生材料及敷料。	2022/1/18	长沙市市场监督管理局
2	好护士	湘010494	长沙市雨花区万家丽中路一段高桥新医药流通园6栋301房	原《分类目录》III类医疗器械：批发：6815 注射穿刺器械，6821医用电子仪器设备（不含心脏起搏器），6822医用光学器具、仪器及内窥镜设备等；零售：6815无菌注射器、无菌注射针、无针注射器，6821医用电子仪器设备（不含心脏起搏器），6826高压电位治疗仪（家用）等； 新《分类目录》III类医疗器械：01有源手术器械，02无源手术器械，03神经和心血管手术器械，04骨科手术器械，05放射治疗器械等。	2024/11/17	长沙市市场监督管理局
3	可孚用品	湘长食药监	长沙市雨花区万	III 类医疗器械，批发：6815	2021/11/6	长沙市食

序号	持证主体	许可证编号	经营场所	经营范围	有效期至	核发机构
		械经营许20160215号（更）	家丽中路一段401号高桥医疗器械城2栋2楼门面	注射穿刺器械。零售：6815无菌注射器、无菌注射针、无针注射器，6826高压电位治疗仪（家用），6864医用卫生材料及敷料。		品药品监督管理局
4	湖南雅健	湘长食药监械经营许20180316号（更）	长沙市雨花区高桥大市场医药流通园1栋1楼	III类医疗器械：批发：6815注射穿刺器械，6825医用高频仪器设备，6854手术室、急救室、诊疗室设备及器具等。 零售：6815无菌注射器、无菌注射针、无针注射器，6864医用卫生材料及敷料。	2023/8/9	长沙市食品药品监督管理局
5	湖南科源	湘010520	长沙市雨花区万家丽中路一段401号、6栋（102、202、302房）	原《分类目录》III类医疗器械：批发：6804 眼科手术器械、6815注射穿刺器械，6821医用电子仪器设备（不含植入式心脏起搏器）等； 新《分类目录》III类医疗器械：01有源手术器械，02无源手术器械，03神经和心血管手术器械等。	2025/1/6	长沙市市场监督管理局
6	械字号电商	湘长食药监械经营许20180163号（更）	长沙市雨花区高桥医药流通园新6栋3楼303-306号	III类医疗器械：批发：6815注射穿刺器械，6825医用高频仪器设备，6854手术室、急救室、诊疗室设备及器具等。零售：6815 无菌注射器、无菌注射针、无针注射器，6864医用卫生材料及敷料。	2023/5/13	长沙市食品药品监督管理局
7	贵州每文	黔筑食药监械经营许20190132号	贵州省贵阳市南明区富源北路3号锦绣家园A幢1层2号	2002年分类目录：6801，6802，6803等； 2017年分类目录：01，02，03等。	2024/4/7	贵州省贵阳市市场监督管理局
8	山东怡源	鲁济食药监械经营许20150116	山东省济南市槐荫区小纬六路41-1号	III类医疗器械：6821医用电子仪器设备，6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备（6822-1角膜接触镜及护理用液除外），6815注射穿刺器械等；III类：01有源手术器械，02无源手术器械，06医用成像器械等。	2024/12/22	济南市行政审批服务局
9	广州森合	粤穗食药监械经营许20190065号	广州市荔湾区和平西路130号首层	2002年分类目录：6815，6825，6854，6864，6865，6866** 2017年分类目录：**	2024/1/20	广州市食品药品监督管理局
10	山西科源	晋并食药监械经营许20190456号	山西省太原市迎泽区双塔东街36号时代国际B座1-501号	2002年分类目录：6801，6802，6803，6804，6805，6806，6807，6808，6809，6810，6812，6813，6815等； 2017年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，12，14，15，16，17，18，19，20，21，22，6840体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）。	2024/9/8	山西省太原市行政审批服务管理局

序号	持证主体	许可证编号	经营场所	经营范围	有效期至	核发机构
11	武汉科诚	鄂汉食药监械经营许20170476号	汉阳区康达街5号第5栋第一层	III类:6804眼科手术器械；6807胸腔心血管外科手术器械；6810矫形外科（骨科）手术器械；6812妇产科用手术器械（仅限宫颈炎治疗托）等。	2022/10/29	武汉市食品药品监督管理局
12	杭州每文	浙杭食药监械经营许20170007号	浙江省杭州市拱墅区南北商务港大厦2幢101室	6815注射穿刺器械，6821医用电子仪器设备，6825医用高频仪器设备等。	2023/4/12	杭州市市场监督管理局
13	成都科泓	川蓉食药监械经营许20180922号	成都市新都区大丰街道蓉北路一段92号一楼	III类：6804 眼科手术器械，6815 注射穿刺器械，6821医用电子仪器设备等。	2023/10/10	成都市食品药品监督管理局
14	合肥海吉星	皖合食药监械经营许20190128号	安徽省合肥市经济技术开发区宿松路3888号合肥医药健康产业园B区二期B-5#仓库102楼层	2002年分类目录：6801，6802，6803等。 2017年分类目录：01，02，03等。	2024/3/25	合肥市市场监督管理局
15	长沙健诺	湘长食药监械经营许20180314号（更）	长沙市雨花区高桥大市场医药流通园1栋2楼	III 类医疗器械：批发：6815注射穿刺器械，6825医用高频仪器设备，6854手术室、急救室、诊疗室设备及器具等； 零售：6815无菌注射器、无菌注射针、无针注射器，6864医用卫生材料及敷料。	2023/8/9	长沙市食品药品监督管理局
16	好护士芙蓉路店	湘长市场监械经营许2020C0004号	长沙市开福区芙蓉中路一段374号1-2楼	III类医疗器械：6815一次性使用无菌注射器、一次性使用无菌注射针、6826高压电位治疗仪。	2025-6-1	长沙市市场监督管理局
17	好护士长沙县星沙店	湘长食药监械经营许2018G0027号	湖南省长沙县星沙街道星沙大道圆梦花园二期10栋16号	III类医疗器械：6815无菌注射器、无菌注射针。	2023/11/12	长沙市食品药品监督管理局
18	好护士浏阳店	湘长市场监械经营许2016H0002	浏阳市淮川办事处北正中路48号	第III类医疗器械：6815一次性使用无菌注射器、一次性使用无菌注射针、6826高压电位治疗仪（家用）。	2025/11/5	浏阳市市场监督管理局
19	好护士银双路店	湘长食药监械经营许20155012号	长沙市岳麓区银双路西岸润泽小区11栋117号	III类医疗器械：零售：6815一次性使用无菌注射器、一次性使用无菌注射针、6826高压电位治疗仪（家用）；14-01-02无菌注射器、14-01-06注射针、09-01-01电位治疗设备。	2024/9/15	长沙市市场监督管理局
20	好护士常德分公司	湘常食药监械经营许20140010号	常德市武陵区启明街道办事处半边街社区人民路956号（广德公寓1栋3幢113室）	旧版经营范围：6815；新版经营范围：14-01；14-02；14-05；14-08；14-10；	2024/11/20	常德市食品药品监督管理局
21	好护士岳阳店	湘岳食药监械经营许17070023号	湖南省岳阳市岳阳楼区东茅岭路炮湾巷46号	6815注射穿刺器械，6826物理治疗及康复设备，6864医用卫生材料及敷料。	2022/12/28	岳阳市食品药品监督管理局

4、第二类医疗器械经营备案凭证

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
1	发行人	湘长食药监械经营备20160375号	长沙市雨花区同升街道金海路158号2栋3楼	原《分类目录》第Ⅱ类医疗器械：批发：6801基础外科手术器械，6802显微外科手术器械，6803 神经外科手术器械等； 零售：6815玻璃注射器、笔式注射器，6820普通诊察器械，6821医用电子仪器设备等； 新《分类目录》第Ⅱ类医疗器械：01有源手术器械，02 无源手术器械，03神经和心血管手术器械等。	长沙市市场监督管理局
2	湖南健耳	湘长食药监械经营备2018B0015号	长沙市雨花区经开区振华路智庭园7栋201	第二类医疗器械（不含6840体外诊断试剂）	长沙市市场监督管理局
3	好护士	湘长食药监械经营备20140216号	长沙市雨花区万家丽中路一段高桥新医药流通园6栋301房	第II类医疗器械（含6840体外诊断试剂需低温冷藏运输贮存）；批零兼营。	长沙市食品药品监督管理局
4	可孚健康	湘潭食药监械经营备20190004号	湖南省湘潭市昭山示范区摩尔科技园办公大楼1楼	旧版：6801，6803，6804，6807，6809等。	湘潭市食品药品监督管理局
5	可孚用品	湘长食药监械经营备20150089号	长沙市雨花区经济开发区智庭园1号栋1楼101室	原《分类目录》第Ⅱ类医疗器械：批发：6801基础外科手术器械，6802显微外科手术器械，6803 神经外科手术器械等； 零售：6815玻璃注射器、笔式注射器，6820普通诊察器械，6821医用电子仪器设备等； 新《分类目录》第Ⅱ类医疗器械：01有源手术器械，02 无源手术器械，03神经和心血管手术器械，04 骨科手术器械等。	长沙市市场监督管理局
6	湖南雅健	湘长食药监械经营备2017B0007号	长沙市雨花区高桥大市场医药流通园1栋1楼	第Ⅱ类医疗器械（含6840体外诊断试剂）	长沙市雨花区市场监督管理局
7	长沙倍达	湘长食药监械经营备2017B0049号	长沙市雨花区同升街道金海路158号2栋6楼	第II类医疗器械（含6840体外诊断试剂）	长沙市食品药品监督管理局
8	湖南科源	湘长食药监械经营备20140016号	长沙市雨花区万家丽中路一段401号1栋、6栋（102、202、302房）	原《分类目录》第Ⅱ类医疗器械：批发：6801基础外科手术器械，6802显微外科手术器械，6803 神经外科手术器械等。 零售：6815玻璃注射器、笔式注射器，6820普通诊察器械，6821医用电子仪	长沙市市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
				器设备等。 新《分类目录》第Ⅱ类医疗器械（含体外诊断试剂不需低温冷藏储存）：01 有源手术器械，02 无源手术器械，03 神经和心血管手术器械等。	
9	青岛厚美德	鲁青食药监械经营备 20200289 号	青岛市高新区秀园路 9 号	2002 年分类目录：Ⅱ类:6820 普通诊察器械，6825 医用高频仪器设备，6826 物理治疗及康复设备，6830 医用 X 射线设备等。 2017 年分类目录：Ⅱ类:04 骨科手术器械，06 医用成像器械，07 医用诊察和监护器械，08 呼吸、麻醉和急救器械等。	青岛市食品药品监督管理局
10	械字号电商	湘长食药监械经营备 20150280 号	长沙市雨花区高桥医药流通园 6 栋 3 楼 302-306	第 II 类医疗器械（6840 诊断试剂不需低温冷藏运输贮存）	长沙市食品药品监督管理局
11	湖南森合	湘潭食药监械经营备 20190003 号	湖南省湘潭市昭山示范区摩尔科技园办公大楼 2-2	旧版：6801，6803，6804，6807，6809，6810 等。	湘潭市食品药品监督管理局
12	湖南科捷	湘潭食药监械经营备 20190002 号	湖南省湘潭市昭山示范区摩尔科技园办公大楼 2-1	旧版：6801，6803，6804，6807，6809，6810 等。	湘潭市食品药品监督管理局
13	贵州每文	黔筑食药监械经营备 20170594 号	贵州省贵阳市南明区富源北路 3 号锦绣家园 A 幢 1 层 2 号	2002 年分类目录：6801，6802，6803，6804，6805 等。 2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06 等。	贵阳市食品药品监督管理局
14	河南科源	豫郑食药监械经营备 20191713 号	河南省郑州市金水区优胜南路 18 号院 4 号楼 1 层附 11 号	原分类目录：6801 基础外科手术器械，6802 显微外科手术器械，6803 神经外科手术器械等。 新分类目录：01 有源手术器械，02 无源手术器械，03 神经和心血管手术器械等。	郑州市市场监督管理局
15	山东怡源	鲁济食药监械经营备 20140311	山东省济南市槐荫区小纬六路 41-1 号	Ⅱ类：批发：6801 基础外科手术器械，6802 显微外科手术器械，6803 神经外科手术器械等 Ⅱ类：01 有源手术器械，02 无源手术器械，03 神经和心血管手术器械等。	济南市行政审批服务管理局
16	福建科源	闽榕食药监械经营备 20192365-	福建省福州市仓山区盖山镇齐安路 760 号 12 号厂房 6 层 605 单元	《医疗器械分类目录》（2002 版）二类：6801，6803，6807 等。 《医疗器械分类目录》（2017 版）二类：01，02，03（不含 03-13）等。	福州市市场监督管理局
17	广州森合	粤穗食药监械经营备	广州市荔湾区和平西路	2002 年分类目录：6801，6802，6803 等。	广州市食品药品监

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
		20161013 号	130 号首层	2017 年分类目录：01，02，03 等。	督管理局
18	山西科源	晋并食药监械经营备20190541 号	山西省太原市迎泽区双塔东街 36 号时代国际B座1-501 号	2002 年分类目录：6801，6802，6803 等。 2017 年分类目录：01，02，03 等。	太原市行政审批服务管理局
19	南京科源	苏宁食药监械经营备20190478 号	南京市秦淮区中华路 418 号	批发兼零售：Ⅱ类：6815 胰岛素笔试数显注射器，6820 家用普通诊察器械，6821 家用医用电子仪器设备等。	南京市市场监督管理局
20	江西科源	赣洪食药监械经营备20192020 号	江西省南昌市西湖区象山南路 277 号-2 号店铺	第二类医疗器械（含不需冷链储存运输的体外诊断试剂）	南昌市行政审批局
21	武汉科诚	鄂汉食药监械经营备2017DP012 号	武汉市汉阳区康达街 5 号第 5 栋第一层	批发；Ⅱ类：6801 基础外科手术器械，6803 神经外科手术器械，6807 胸腔心血管外科手术器械等。	武汉市汉阳区市场监督管理局
22	杭州每文	浙杭食药监械经营备20170737 号	浙江省杭州拱墅区南北商务港大厦 2 幢 101 室	01 有源手术器械，02 无源手术器械，03 神经和心血管手术器械等。	杭州市市场监督管理局
23	成都科泓	川蓉食药监械经营备20180953 号	成都市新都区大丰街道蓉北路一段 92 号一楼，98-114 号一楼	Ⅱ类：6801，6802，6803，6804，6805 等。	成都市市场监督管理局
24	北京科捷	京朝食药监械经营备20170351 号	北京市朝阳区十八里店乡十里河村 168 号大方万恒茶叶市场 1F-01 号	2002 年版分类目录：Ⅱ类：6801，6803，6807，6809，6810 等； 2017 年版分类目录：Ⅱ类：01，02，03，04，06 等	北京市朝阳区市场监督管理局
25	合肥海吉星	皖合食药监械经营备20181496 号	安徽省合肥市经济技术开发区宿松路 3888 号合肥医药健康产业园B区二期 B-5#仓库 102、202 楼层	2002 年分类目录：6815，6820，6826 等。 2017 年分类目录：01，02，03 等。	合肥市食品药品监督管理局
26	山西科源太原分公司	晋并食药监械经营备20190672 号	山西省太原市迎泽区东岗路 134 号 1 号楼 5 单元 1 层 2 号	2002 年分类目录：6801，6802，6803 等； 2017 年分类目录：01,02,03 等。	太原市市场监督管理局
27	长沙健诺	湘长食药监械经营备20160125 号	长沙市雨花区高桥大市场医药流通园 1 栋 2 楼	第 II 类医疗器械（含 6840 体外诊断试剂）	长沙市雨花区市场监督管理局
28	好护士芙蓉路店	湘长市场监械经营许	长沙市开福区芙蓉中路	第 II 类医疗器械：零售：6815 玻璃注射器等	长沙市市场监督管

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
		2020C0165 号	一段 374 号 1-2 号楼		理局
29	好护士长沙县星沙店	湘长食药监械经营备 2017G0036 号	长沙县星沙街道星沙大道圆梦花园二期 10 栋 16 号	第 II 类医疗器械（限非冷藏冷冻）	长沙市食品药品监督管理局
30	好护士株洲天元店	湘株食药监械经营备 20171011 号	湖南省株洲市天元区长江南路东侧湘银、紫竹茗园 6.8 栋下 105 号门面	II 类医疗器械中：旧版 6821 医用电子仪器设备，6815 注射穿刺器械，6820 普通诊察器械，6823 医用超声仪器及有关设备等；新版 06，07，08，09，14，15 等。	株洲市市场监督管理局
31	好护士浏阳店	湘长食药监械经营备 2016H0002	浏阳市人民中路 132 号	第 II 类医疗器械：6815 注射穿刺器械，6820 普通诊察器械，6821 医用电子仪器设备，6823 医用超声仪器及有关设备等。	浏阳市市场监督管理局
32	好护士银双路店	湘长食药监械经营备 20140036 号	湖南省长沙市岳麓区银盆岭街道岳麓大道 179 号西岸润泽府 11 栋 117 号	第二类医疗器械（不含体外诊断试剂）	长沙市市场监督管理局
33	好护士常德滨湖路分公司	湘常食药监械经营备 20171372 号	常德市武陵区穿紫河街道办事处滨湖社区滨湖路 463 号（工商局武陵分局宿舍 3-28 栋一楼 1 号）	6820 普通诊察器械，6821 医用电子仪器设备，6823 医用超声仪器及有关设备，6826 物理治疗设备及康复设备等。新版：06，07，08，09，14 等。	常德市武陵区市场监督管理局
34	好护士东塘分公司	湘长食药监械经营备 2017B0064 号	长沙市雨花区韶山中路 145 号湖南中医药大学科技教育走廊 6、7、8、9、10、11 号门面	第 II 类医疗器械（含 6840 体外诊断试剂）	长沙市食品药品监督管理局
35	好护士永州店	湘永食药监械经营备 20171135 号	湖南省永州市冷水滩区河东中心医院对面永和家园三号楼	旧版：6815 玻璃注射器、笔试注射器，6820 普通诊察器械，6821 医用电子仪器设备，6823 超声雾化器、胎心仪等；，新版：01，07，08，09，14 等。	永州市食品药品监督管理局
36	好护士醴陵店	湘株食药监械经营备 20176009 号	醴陵市青云北路 5 号一层 104 商铺	二类医疗器械：旧版分类目录：6820，6821，6826，6827 等； 新版分类目录：07，08，09，14 等。	株洲市市场监督管理局
37	好护士郴州市南塔路店	湘郴食药监械经营备 20160600 号	郴州市苏仙区南塔路 6 号 9 栋 111 号	II 类医疗器械中：6820 普通诊查器械，6823 医用超声仪器及有关设备，6826 物理治疗设备等。	郴州市苏仙区食品药品监督管理局
38	好护士常	湘常食药监械	常德市武陵	第二类医疗器械：6815 玻璃注射器；	常德市食

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
	德分公司	经营备20150001号	区城东办事处半边街社区人民路956号（广德公寓1栋3幢113室）	6820 普通诊查器械（限体温计、血压计），6821 电子血压脉搏仪等。	品药品监督管理局
39	好护士岳阳店	湘岳食药监械经营备17070033号	湖南省岳阳市岳阳楼区东茅岭路炮湾巷46号	2002年分类目录：6815,6820,6821,6823,6824,6824,6827,6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841,6846,6854,6856,6863,6864,6866,6870 2017年分类目录：01、06、07、08、09、14、15、17、18、19、20、21、22,6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存）	岳阳市市场监督管理局岳阳楼区分局
40	好护士第二分店	湘长食药监械经营备20160412号	长沙市芙蓉区南元宫11号	第II类医疗器械（不含6840体外诊断试剂）	长沙市食品药品监督管理局
41	好护士邵阳宝庆店	湘邵食药监械201710042号	邵阳市大祥区宝庆中路与双拥路交叉处综合楼	旧版：6815注射穿刺器械，6820普通诊察器械，6821医用电子仪器设备等；新版：06，07，08，09，14等。	邵阳市市场监督管理局
42	好护士邵阳二店	湘邵食药监械201710043号	邵阳市大祥区宝庆中路南门口转角大楼03号门面	旧版：6815注射穿刺器械，6820普通诊察器械，6821医用电子仪器设备等；新版：06，07，08，09，14等。	邵阳市市场监督管理局
43	好护士宁乡分公司	湘长食药监械经营备2017J0024号	湖南省长沙市宁乡市玉潭街道通益社区春城北路春城商业广场A栋102、202号	第II类医疗器械：6815玻璃注射器、笔试注射器，6820普通诊察器械，6821医用电子仪器设备，6823超声雾化器、胎心仪等。	长沙市食品药品监督管理局
44	好护士武汉康建店	鄂2014C011	武汉市硚口区解放大道1121-4号	6821医用电子仪器设备，6823医用超声仪器及有关设备，6824 医用激光仪器设备等。	武汉市食品药品监督管理局
45	健耳湘乡市分公司	湘乡食药监械经营备20180023号	湖南省湘乡市昆仑桥办事处健康西路25号1栋3号	II类医疗器械：6846 助听器（植入性助听器除外）	湘乡市食品药品工商质量监督管理局
46	健耳永州二店	湘永食药监械经营备20181130号	湖南省永州市冷水滩区潇湘大桥西路1-108	（旧版）6846；（新版）12-03	永州市食品药品监督管理局
47	健耳耒阳分公司	湘耒食药监械经营备20190019号	湖南省衡阳市耒阳市蔡子池街道办事处梅桥居委会城北东路129号一楼	（旧版）6846；（新版）19-01	耒阳市市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			门面		
48	健耳攸县分公司	湘株食药监械经营备20197198号	湖南省株洲市攸县联星街道胜利社区盟楼组（交通北路94号）	2002版分类目录：6846-5助听器（植入性除外）2017版分类目录：19医用康复器械。	株洲市市场监督管理局
49	健耳宁乡分公司	湘长食药监械经营备2019J0055号	宁乡市玉潭街道通益社区春城北路春城商业广场A栋103号	第Ⅱ类医疗器械：6846 助听器（植入性除外）。	长沙市食品药品监督管理局
50	健耳人民路分公司	湘长食药监械经营备2018A1021号	湖南省长沙市芙蓉区朝阳街道人民中路122号106房	Ⅱ类医疗器械（不含6840体外诊断试剂）	长沙市市场监督管理局
51	健耳郴州国庆南路分公司	湘郴食药监械经营备20180135号	郴州市北湖区国庆南路24号供销大厦1楼6号门面	第Ⅱ类医疗器械：6846 植入材料和人工器官（限助听器）	郴州市北湖区食品药品监督管理局
52	健耳沅江狮山路分公司	湘益（沅）市监械经营备20190018号	湖南省益阳市沅江市琼湖办事处太白社区狮山路湖景新外滩3栋1层104号门面	第二类医疗器械：6815 玻璃注射器、笔式注射器，6820普通诊查器械，6821医用电子仪器设备等。	沅江市市场监督管理局
53	健耳平江城关镇北街分公司	湘岳食药监械经营备18040076号	湖南省岳阳市平江县城关镇北街商居楼1楼1号	第II类医疗器械，6846助听器（植入性除外）	平江县食品药品工商质量监督管理局
54	健耳涟源交通路分公司	湘娄食药监械经营备20190014号	湖南省娄底市涟源市交通路592号2楼西侧22号门面	（旧版）6846-5助听器（植入性除外）；（新版）19-01	涟源市食品药品监督管理局
55	健耳永州冷水滩分公司	湘永食药监械经营备20180094号	湖南省永州市冷水滩区永州大道与逸云路交叉处西北角2栋2楼	6846植入材料和人工器官	永州市食品药品监督管理局
56	健耳湘仪路分公司	湘长食药监械经营备2018E0008号	湖南省长沙市岳麓区望城坡街道湘仪路151号	第II类医疗器械（不含6840体外诊断试剂）6846-5助听器（植入性除外）；19医用康复器械	长沙市市场监督管理局
57	健耳湘潭易俗河分公司	湘潭食药监械经营备20181005号	湘潭县易俗河镇山塘村新塘组玉兰路689号	Ⅱ类医疗器械：6846-5 助听器（植入性除外）	湘潭县食品药品工商质量监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
58	健耳张家界教场路分公司	湘张家界市食药监械经营备20190096号	湖南省张家界市永定区	（旧版）6846；（新版）19-01	张家界市市场监督管理局
59	健耳岳阳巴陵中路分公司	湘岳食药监械经营备19070004号	湖南省岳阳市岳阳楼区巴陵中路粮都宾馆8号	2002年分类目录：68246 2017年分类目录：19	岳阳市食品药品监督管理局
60	健耳邵东两市塘分公司	湘邵食药监械经营备20180026号	湖南省邵阳市邵东县两市塘办事处解放路45号	旧版： 6846植入材料和人工器官，新版：12-03	邵阳市食品药品监督管理局
61	健耳祁阳龙山分公司	湘永食药监械经营备20190113号	湖南省永州市祁阳县龙山街道办事处芦家甸社区民生南路177号	原<医疗器械分类目录>分类编码区：6846 新<医疗器械分类目录>分类编码区：19	永州市市场监督管理局
62	健耳长沙文艺路口店	湘长食药监械经营备2018A0005号	湖南省长沙市芙蓉区文艺路街道韶山路21号103号	II类医疗器械（不含6840体外诊断试剂）	长沙市食品药品监督管理局
63	健耳星沙分公司	湘长食药监械经营备2018G0025号	湖南省长沙县星沙街道星沙大道圆梦花园二期10栋103	第II类医疗器械（限非冷藏冷冻）	长沙市食品药品监督管理局
64	健耳营盘路分公司	湘长食药监械经营备2018C0018号	长沙市开福区望麓园街道蔡锷北路255、257号二楼	第II类医疗器械（不含6840体外诊断试剂），6846助听器（植入性除外）	长沙市食品药品监督管理局
65	健耳邵阳宝庆中路店	湘邵食药监械经营备201810047号	邵阳市大祥区宝庆中路南门口新火车站进站路口转角大楼	6846助听器（植入性除外）	邵阳市食品药品监督管理局
66	健耳桃江分公司	湘益桃食药监械经营备2019049号	湖南省益阳市桃江县桃花江镇桃花中路44号	二类医疗器械：旧6846-5助听器（植入性除外），新19-01-07 19医用康复器械01认知言语视听障碍康复设备07助听器 19-01-01 19 医用康复器械 01 认知言语视听障碍康复设备 01 认知障碍康复设备。	桃江县市场监督管理局
67	健耳汉寿分公司	湘常药监械经营备20190300号	湖南省常德市汉寿县龙阳街道城西社区沧浪西路111号	（旧版）6846；（新版）19；	汉寿县市场监督管理局
68	健耳茶陵分公司	湘株食药监械经营备20190811号	湖南省株洲市茶陵县公园路火箭炮	2002版分类目录：6846助听器（植入性除外）2017版分类目录：19-01助听器（植入性除外）。	茶陵县市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			兵营部临街 6 号门面		
69	健耳吉首市分公司	湘州食药监械经营备 20190087 号	湖南省吉首市世纪山水二栋 307 室	（旧版）6846 助听器（植入性除外）；（新版）19-01-07	湘西土家族苗族自治州市场监督管理局
70	健耳高桥分公司	湘长食药监械经营备 2018B0039 号	长沙市雨花区高桥大市场医药流通园 1 栋 1 楼 1 号门面	第 II 类医疗器械（不含 6840 体外诊断试剂）	长沙市食品药品监督管理局
71	健耳东塘分公司	湘长食药监械经营备 2018B0038 号	长沙市雨花区湖南中医药大学科技教育走廊 6、7 号门面	第 II 类医疗器械（不含 6840 体外诊断试剂）	长沙市食品药品监督管理局
72	健耳怀化锦溪南路分公司	湘怀食药监械经营备 20180121 号	湖南省怀化市鹤城区锦溪南路末 060 号砖混三间	（旧版）6846 植入材料和人工器官；（新版）19-01	怀化市食品药品监督管理局
73	健耳娄底春园路分公司	湘娄食药监械经营备 20180075 号	湖南省娄底市娄星区春园路市五交化公司 1 楼 108 号	原分类编码区：6846-5 助听器，新分类编码区：1901-07 助听器	娄底市娄星区市场监督管理局
74	健耳醴陵北路分公司	湘株食药监械经营备 20196002 号	醴陵市醴陵大桥北路 5 号一层第 2 号和第 3 号门面	二类医疗器械：2002 版分类目录 6846。2017 版分类目录：19-01-07，19-01-01。	株洲市市场监督管理局
75	健耳浏阳解放路分公司	湘长食药监械经营备 2018H0161 号	湖南省浏阳市解放路 27 号	第 II 类医疗器械，6846 助听器（植入性除外）	浏阳市食品药品工商质量监督管理局
76	健耳芙蓉中路分公司	湘长食药监械经营备 2018C0029 号	长沙市开福区湘雅路街道留芳岭 14 号第 2 栋 2 楼	第 II 类医疗器械（不含 6840 体外诊断试剂），6846 助听器（植入性除外）	长沙市食品药品监督管理局
77	健耳新化梅苑北路分公司	湘新食药监械经营备 20190012 号	湖南省娄底市新化县上渡街道梅苑北路赛能大厦 1 栋 109 房	Ⅱ类医疗器械：原分类码：6846-5 助听器（植入性除外）新分类码：19-01	新化县市场监督管理局
78	健耳华容县分公司	湘岳食药监械经营备 19050001 号	湖南省岳阳市华容县章华镇迎宾南路	2002 年分类目录：6846 助听器（植入性除外）2017 年分类目录：19	岳阳市食品药品监督管理局
79	健耳衡阳船山路分公司	湘衡阳市药监械经营备 20200006 号	湖南省衡阳市石鼓区	（旧版）6846；（新版）19；	石鼓区市场监督管理局
80	健耳益阳	湘益（赫）食药	湖南省益阳	19-01 认知言语视听障碍康复设备	益阳市赫

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
	康富北路分公司	监械经营备20190034号	市赫山区桃花仑秀峰中路106-107号门面		山区市场监督管理局
81	健耳湘阴分公司	湘岳食药监械经营备18030010号	湘阴县文星镇旭东北路佳家乐公租房03栋一楼	第II类医疗器械，6846助听器（植入性除外）	岳阳市食品药品监督管理局
82	健耳维一星城分公司	湘长食药监械经营备2018A1007号	湖南省长沙市芙蓉区文艺路街道韶山北路39号维一星城816-819房	第II类医疗器械（不含6840体外诊断试剂）	长沙市食品药品监督管理局
83	健耳西安西五路分公司	陕西食药监械经营备20182195号	陕西省西安市新城区西五路82号付一号	2002年分类目录：6846；2017年分类目录：19	西安市新城区食品药品监督管理局
84	健耳常宁群英西路分公司	湘衡常食药监械经营备20190010号	湖南省衡阳市常宁市群英西路28号一层门面	19医用康复器械	常宁市市场监督管理局
85	健耳株洲车站路分公司	湘株食药监械经营备20182002号	湖南省株洲市芦淞区建设南路255号大楼南侧沿街	二类医疗器械：6846助听器（植入性除外）	株洲市食品药品监督管理局
86	健耳株洲人民路分公司	湘株食药监械经营备20182003号	湖南省株洲市芦淞区人民中路49号	二类医疗器械：6846助听器（植入性除外）	株洲市食品药品监督管理局
87	健耳郴州飞虹路分公司	湘郴食药监械经营备20180170号	郴州市苏仙区飞虹路22号	6846植入材料和人工器官	郴州市苏仙区食品药品监督管理局
88	健耳武冈分公司	湘邵药监械经营备20200124号	湖南省武冈市乐洋路（老司法局2楼）	旧版：6846 新版：19	武冈市市场监督管理局
89	健耳安乡分公司	湘常药监械经营备20200123号	湖南省常德市安乡县深柳镇深柳社区文艺北路（县政协网南8米）	旧版：6846 新版：19	安乡县市场监督管理局
90	健耳桂阳分公司	湘郴州市药监械经营备20200104号	湖南省郴州市桂阳县鹿峰街道蔡伦中路西4栋102号	旧版：6846 新版：19	桂阳县市场监督管理局
91	健耳南宁东葛路分公司	桂南食药监械经营备20200528号	南宁市青秀区东葛路83号2楼	6846植入材料和人工器官19医用康复器械	南宁市市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
92	健耳阳谷分公司	鲁聊食药监械经营备20200269号	山东省阳谷县侨润办事处运河东路盛世名门1号楼114号	Ⅱ类：6801 基础外科手术器械，6820 普通诊察器械，6821 医用电子仪器设备，6823 医用超声仪器及有关设备，6826 物理治疗及康复设备，6827 中医器城，6840 临床检验分析仪器（体外诊断试剂除外）等。 Ⅱ类：02 无源手术器械，07 医用诊察和监护器械，09 物理治疗器械，14 注输、护理和防护器，18 妇产科、辅助生殖和避孕器械等。	阳谷县行政审批服务局
93	健耳永兴分公司	湘郴州市药监械经营备20200220号	永兴县便江大道大桥路85号	19-01-07（19 医用康复器械 01 认知言语视听障碍康复设备 07 助听器）、19-01-01（医用康复器械 01 认知言语视听障碍康复设备 01 认知障碍康复设备）。	永兴县市场监督管理局
94	健耳慈利分公司	湘张家界市药监械经营备20200055号	湖南省张家界市慈利县	19	慈利县市场监督管理局
95	健耳南昌东湖区分公司	36012020052000001111	江西省南昌市东湖区南京西路111号2单元101室	第Ⅱ类医疗器械（不含体外诊断试剂）	南昌市行政审批局
96	健耳三亚解放路分公司	琼三亚食药监械经营备20200081号	海南省三亚市天涯区解放路荣昌商城A栋201房	2002年分类目录：6846 2017年分类目录：19"	三亚市市场监督管理局
97	健耳株洲天元分公司	湘株药监械经营备20200108号	湖南省株洲市天元区长江南路东侧湘银紫竹茗园6.8栋105号门面内的阁楼	12	株洲市市场监督管理局
98	健耳澧县分公司	湘常药监械经营备20200209号	湖南省澧县澧阳街道办事处棚场街居委会澧阳路260号	旧版：6846； 新版：19	澧县市场监督管理局
99	健耳三亚天涯区分公司	琼三亚食药监械经营备20200088号	海南省三亚市天涯区解放路儋州村社区居民委员会综合楼A栋第一层103铺面	2002年分类目录：6846 2017年分类目录：19	三亚市市场监督管理局
100	健耳山东天桥分公司	鲁济食药监械经营备20201945号	山东省济南市天桥区工人新村北村街道毕家洼小区66-67号楼间1号	Ⅱ类：6801 基础外科手术器械，6820 普通诊察器械，6821 医用电子仪器设备，6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备（6822-1 角膜接触镜及护理用液除外），6826 物理治疗康复设备等； Ⅱ类：02 无源手术器械，07 医用诊察	济南市行政审批服务局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
				和监护器械，09 物理治疗器械，14 注输、护理和防护器械，18 妇产科、辅助生殖和避孕器械等。	
101	健耳桃源县分公司	湘常药监械经营备 20200205 号	湖南省常德市桃源县漳江街道黄花井社区桃花大道黄花井汽车总站综合楼 103 号门面	旧版：6846； 新版：19	桃源县市场监督管理局
102	健耳新邵分公司	湘绍药监械经营备 20200357 号	湖南省邵阳市新邵县酿溪镇新阳路 22 号 8 号	新版 19（植入性除外）	邵阳市市场监督管理局
103	健耳来宾北四路分公司	桂来食药监械经营备 20200056 号	广西来宾市兴宾区北四路 142 号	2002 年分类目录：6846。2017 年分类目录：19。**	来宾市市场监督管理局
104	健耳来宾柳来路分公司	桂来食药监械经营备 20200052 号	广西来宾市兴宾区柳来路 677 号	2002 年分类目录：6846。2017 年分类目录：19。**	来宾市市场监督管理局
105	健耳道县分公司	湘永药监械经营备 20200645 号	湖南省永州市道县道江镇红星东路 325 号	旧版：6846 植入材料和人工器官； 新版：19。	道县食品药品工商质量监督管理局
106	健耳东安县分公司	湘永药监械经营备 20200614 号	湖南省永州市东安县白牙市镇建设西路 55 号紫金商城 A 栋 A7 号商铺	旧版：6846 助听器（植入性除外）； 新版：19。	永州市市场监督管理局
107	健耳衡阳县分公司	湘衡阳市药监械经营备 20200411 号	衡阳县西渡镇蒸阳大道 151-3 号	旧版：6846 植入材料和人工器官； 新版：19。	衡阳县市场监督管理局
108	健耳解放中路分公司	湘长市场监械经营备 2020A0149 号	湖南省长沙市芙蓉区定王台街道解放中路 136 号蓝色地标 9 号	第Ⅱ类医疗器械：6846 助听器（植入性除外）。	长沙市市场监督管理局
109	健耳零陵分公司	湘永药监械经营备 20200664 号	湖南省永州市零陵区新街 1 号临街门面第 11 间	旧版：6848 助听器（植入性除外）； 新版：19。	永州市市场监督管理局
110	健耳汨罗分公司	湘岳药监械经营备 20200496 号	湖南省岳阳市汨罗市人民路劳动南路交叉处 101 室	2002 年分类目录：6846 植入材料和人工器官； 2017 年分类目录：19。	汨罗市市场监督管理局
111	健耳南宁桃源路分公司	桂南食药监械经营备 20201208 号	南宁市青秀区桃源路 67 号广西石油	6846 植入材料和人工器官； 19 医用康复器械。	南宁市市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			大厦附楼第二层 6 号商铺		
112	健耳南宁仙葫路分公司	桂南食药监械经营备 20201353 号	南宁市青秀区仙葫大道西 325 号 2 楼	6846 植入材料和人工器官； 19 医用康复器械。	南宁市市场监督管理局
113	健耳南县分公司	湘益市药监械经营备 20200289 号	湖南省益阳市南县南洲镇南华南路 424 号	新版：19。	南县市场监督管理局
114	健耳宁远分公司	湘永药监械经营备 20200636 号	湖南省永州市宁远县文庙街道春陵社区春陵路 37-5 号	旧版经营范围：6846 助听器（植入性除外）； 新版经营范围：零售：19。	永州市市场监督管理局
115	健耳桑植县分公司	湘张家界市药监械经营备 20200093 号	张家界桑植县澧源镇朱家台社区包二组	旧版：6846 植入材料和人工器官； 新版：19。	桑植县市场监督管理局
116	健耳邵阳县分公司	湘邵药监械经营备 20200663 号	湖南省邵阳市邵阳县大木山上邦嘉园 2 号栋 7 号门面	旧版：6846 植入材料和人工器官； 新版：19。	邵阳县市场监督管理局
117	健耳威海分公司	鲁威食药监械经营备 20200370 号	环翠区文化东路 45-8 号-10	Ⅱ类：6801 基础外科手术器械，6820 普通诊察器械，6821 医用电子仪器设备，6822 医用光学器具（6822-1 角膜接触镜及护理用液除外）等； Ⅱ类：02 无源手术器械，07 医用诊察和监护器械，09 物理治疗器械等。	威海市市场监督管理局
118	健耳长沙新民路分公司	湘长市场监械经营备 2020E0189 号	湖南省长沙市岳麓区桔子洲街道新民路 120 号	第Ⅱ类医疗器械（不含 6840 体外诊断试剂）：6846 助听器（植入性除外）；19 医用康复器械。	长沙市市场监督管理局
119	健耳贵港中山路分公司	桂贵食药监械经营备 20200296 号	广西壮族自治区贵港市港北区中山中路 2.4.6.8 号二楼	第二类医疗器械（不含体外诊断试剂）**	贵港市市场监督管理局
120	健耳辰溪分公司	湘怀化市药监械经营备 20200401 号	湖南省怀化市辰溪县先锋路福利大厦 13 号门面	旧版：6846 植入材料和人工器官； 新版：19。	怀化市市场监督管理局
121	健耳西安友谊路分公司	陕西食药监械经营备 20205429 号	陕西省西安市碑林区友谊路 237 号 3 号楼一单元东半部	2002 版分类：6846 植入材料和人工器官； 2017 版分类：19 医用康复器械。	西安市碑林区行政审批服务局
122	健耳咸阳渭阳西路分公司	陕咸食药监械经营备 20200127 号	陕西省咸阳市秦都区渭阳西路 5 号省二纺医院 1 号	2002 年分类目录：6846； 2017 年分类目录：19。	咸阳市行政审批服务局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			楼		
123	健耳长沙观沙路分公司	湘长市场监械经营备 2020E0190 号	湖南省长沙市岳麓区望岳街道观沙路 160 号八方小区 A 栋铺面 116 号	第Ⅱ类医疗器械（不含 6840 体外诊断试剂）：6846 助听器（植入性除外）；19 医用康复器械	长沙市市场监督管理局
124	健耳茌平分公司	鲁聊食药监械经营备 20200672 号	山东省聊城市茌平区振兴街道新政西路 317 号	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） Ⅱ类：19 医用康复器械（仅限助听器）	聊城市行政审批服务局
125	健耳德州分公司	鲁德食药监械经营备 20200485 号	山东省德州市德城区新湖街道办事处新潮大街 2033	Ⅱ类：6840（体外诊断试剂除外），6846-5 助听器（植入性除外），6801,6820,6821,6822,6826,6827,6841,6854,6856,6864,6866 Ⅱ类：02,07,09,14,18,19,20,22	德州市德城区行政审批服务局
126	健耳钢城分公司	鲁济食药监械经营备 20202862 号	山东省济南市钢城区汶源街道紫荆园小区沿街楼一楼 A5	6801 基础外科手术器械	济南市行政审批服务局
127	健耳衡阳东风北路分公司	湘衡阳市药监械经营备 20200699 号	湖南省衡阳市珠晖区东风北路永兴大厦 13 号向荣里 1 号 113 室	6846 植入材料和人工器官	珠晖区市场监督管理局
128	健耳聊城建设西路分公司	鲁聊食药监械经营备 20200600 号	山东省聊城市东昌府区新区街道建设西路 15 号四运公司临街楼西三间	6846 植入材料和人工器官	聊城市行政审批服务局
129	健耳聊城卫育路分公司	鲁聊食药监械经营备 20200548 号	山东省聊城市东昌府区柳园办事处卫育小区 1#商业楼 1-16 号	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	聊城市行政审批服务局
130	健耳临湘西正街分公司	湘岳药监械经营备 20200552 号	湖南省临湘市长安镇长安西路（现地名为：西正街 37 号 1 楼 103 室）	6846 植入材料和人工器官	临湘市市场监督管理局
131	健耳留芳岭分公司	湘长市场监械经营备 2020C0186 号	湖南省长沙市开福区湘雅路街道留芳岭 14 号第 2 栋 101 号	6846 助听器（植入性除外）	开福区市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
132	健耳潍坊分公司	鲁潍食药监械经营备20201104号	山东省潍坊市奎文区四平路18号内8号楼11号	6801 基础外科手术器械	潍坊市市场监督管理局
133	健耳祁东县分公司	湘衡阳市药监械经营备20200700号	湖南省衡阳市祁东县洪桥街道鼎山路与文化路交汇处102室	6846 植入材料和人工器官	祁东县市场监督管理局
134	健耳株洲渌口分公司	株渌市监械经营备92号	株洲市渌口区渌口镇滩浦路103-104号	6846 助听器（植入性除外）	株洲市市场监督管理局
135	健耳渭南第一分公司	备案编号：陕渭行审械经营备20200028号	陕西省渭南市临渭区西南京路中段食品厂临街门面东起第三间	6846 植入材料和人工器官	渭南市行政审批服务局
136	健耳资兴分公司	湘郴药监械经营备20200531号	资兴市鲤鱼江中医院13号门面	6846 植入材料和人工器官	资兴市市场监督管理局
137	健耳长沙高塘岭分公司	湘长市监械经营备2020F0126号	长沙市望城区高塘岭街道上居一品小区3-4栋0811243幢109号	6846 助听器（植入性除外），19	长沙市市场监督管理局
138	健耳岳阳县分公司	湘岳药监械经营备20200582号	岳阳县荣家湾镇民中路人民银行右侧第二间门店	6846 植入材料和人工器官	岳阳县市场监督管理局
139	健耳临清分公司	鲁聊食药监械经营备20200619号	山东省聊城市临清市先锋办事处更道街404号楼15-3号	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	聊城市行政审批服务局
140	健耳长沙城南路分公司	湘长食药监械经营备2020B0014号	长沙市雨花区芙蓉路与城南路交口东北角（原南大路98号）二楼	6846 助听器（植入性除外）	长沙市市场监督管理局
141	健耳长沙星电阳光城分公司	湘长岳市场监械经营备2020E0210号	湖南省长沙市岳麓区银盆岭街道桐梓坡路星电阳光城4楼-1	6846 助听器（植入性除外）；19 医用康复器械	长沙市岳麓区市场监督管理局
142	健耳南昌新建区分	91360122MA39B8RE9M	江西省南昌市新建区长	二类医疗器械经营	南昌市新建区市场

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
	公司		征西路 65 号		监督管理局
143	健耳南宁秀灵路分公司	桂南食药监械经营备 20201766 号	广西壮族自治区南宁市西乡塘区友爱村 5 组秀灵路 31-4、5 号 2 楼	6846 植入材料和人工器官，19 医用康复器械	南宁市市场监督管理局
144	健耳韶山分公司	韶市监械备 2020-10-27 号	韶山市清溪镇清溪村三角元组	6846 助听器（植入性除外）；19 医用康复器械	韶山市市场监督管理局
145	健耳泰安分公司	鲁泰食药监械经营备 20200460 号	泰安市泰山区泰前街道东岳大街以北迎胜路以西望山宾馆西邻 9 号等 7 幢楼东二间	Ⅱ类：6801 基础外科手术器械，6820 普通诊察器械，6821 医用电子仪器设备，6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备（6822-1 角膜接触镜及护理用液除外）等 Ⅱ类：02 无源手术器械，07 医用诊察和监护器械，09 物理治疗器械，14 注输、护理和防护器械，18 妇产科、辅助生殖和避孕器械，19 医用康复器械，20 中医器械，22 临床检验器械	泰安市行政审批服务局
146	健耳新晃县分公司	湘怀药监械经营备 20200455 号	新晃县北街 17 栋 111 号	6846 植入材料和人工器官	新晃侗族自治县市场监督管理局
147	健耳嘉禾城关镇分公司	湘郴食药监械经营备 20200632 号	湖南省郴州市嘉禾县城关镇珠泉东路 6 号	6846 植入材料和人工器官；19	嘉禾县市场监督管理局
148	健耳宜章县分公司	湘郴药监械经营备 20200633 号	湖南省郴州市宜章县玉溪镇四通街 1—4 号门面	6846 植入材料和人工器官	宜章县市场监督管理局
149	健耳安仁县城关镇分公司	湘郴药监械经营备 20200697 号	湖南省郴州市安仁县城关镇七一西路 167 号	6846 植入材料和人工器官	安仁县市场监督管理局
150	健耳洞口县分公司	湘邵药监械经营备 20201433 号	湖南省邵阳市洞口县文昌街道双洲路 67 号	6846 植入材料和人工器官	洞口县市场监督管理局
151	健耳衡山县分公司	湘衡药监械经营备 20200795 号	湖南省衡阳市衡山县开云镇义安路 13 号	6846 植入材料和人工器官	衡山县市场监督管理局
152	健耳安化县分公司	湘益市药监械经营备 20200394 号	湖南省益阳市安化县东坪镇迎春中路 374-375 号（东坪镇湾竹塘）	6846 植入材料和人工器官	安化县市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
153	健耳临武县分公司	湘郴药监械经营备 20200650 号	湖南省郴州市临武县舜峰镇临武大道 56 号	6846 植入材料和人工器官	临武县市场监督管理局
154	健耳南宁五一路分公司	桂南食药监械经营备 20201869 号	南宁市江南区五一东路 7 号淡村商贸城 1＃楼第五层 5162 号房	6846 植入材料和人工器官；19 医用康用器械	南宁市市场监督管理局
155	健耳玉林教育中路分公司	桂玉食药监械经营备 20200657 号	广西壮族自治区玉林市教育中路东南侧（玉林市区农村信用合作联社名山信用社房屋）	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	玉林市市场监督管理局
156	健耳海口琼山区分公司	琼海口食药监械经营备 20200845 号	海南省海口市琼山区建国路 8 号琼山外贸大厦 1A 房	6846；19	海口市药品监督管理局
157	健耳会同县分公司	湘怀药监械经营备 20200525 号	湖南省怀化市会同县林城镇中心街 8 号（林城名邸）	6846 植入材料和人工器官	怀化市市场监督管理局
158	健耳隆回县分公司	湘邵药监械经营备 20201595 号	湖南省邵阳市隆回县桃花坪街道朝阳路 225 号	6846 植入材料和人工器官	隆回县市场监督管理局
159	健耳怀化迎丰中路分公司	湘怀药监械经营备 20200529 号	湖南省怀化市鹤城区迎丰中路 3 栋 6-7 商铺	6846 植入材料和人工器官	怀化市市场监督管理局
160	健耳益阳五一西路分公司	湘益药监械经营备 20200427 号	湖南省益阳市资阳区五一西路 207 号（汽车路建设街 7 幢 101 号）	6846 植入材料和人工器官	益阳市资阳区市场监督管理局
161	健耳乾县第一分公司	陕咸食药监械经营备 20200175 号	陕西省咸阳市乾县城关街办北十字西北角哦号	2002 版分类：6846 植入材料和人工器官；2017 版分类：19 医用康复器械	咸阳市行政审批服务局
162	健耳沅陵县分公司	湘怀药监械经营备 20200531 号	湖南省怀化市沅陵县沅陵镇迎宾南路 17 号 2 号门面	6846 植入材料和人工器官	怀化市市场监督管理局
163	健耳昌邑	鲁潍食药监械	山东省潍坊	6846 植入材料和人工器官（仅限助听	潍坊市市

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
	分公司	经营备 20201496 号	市昌邑市都昌街道利民街 497 号	器） 19 医用康复器械（仅限助听器）	场监督管理局
164	健耳高密分公司	鲁潍食药监械经营备 20201497 号	山东省潍坊市高密市密水街道永安路 521 号	6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） 19 医用康复器械（仅限助听器）	潍坊市市场监督管理局
165	健耳寿光分公司	鲁潍食药监械经营备 20201495 号	山东省潍坊市寿光市圣城街道健康街 727 号	6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） 19 医用康复器械（仅限助听器）	潍坊市市场监督管理局
166	健耳靖州分公司	湘怀药监械经营备 20200571 号	湖南省怀化市靖州苗族侗族自治县渠阳西路 11 号	6846 植入材料和人工器官；19	怀化市市场监督管理局
167	健耳青州分公司	鲁潍食药监械经营备 20201508 号	山东省潍坊市青州市王府街道玲珑山南路 3909 号	II 类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） II 类：19 医用康复器械（仅限助听器）	潍坊市市场监督管理局
168	健耳蓝山县分公司	湘永药监械经营备 20201073 号	湖南省永州市蓝山县塔峰镇塔峰路 13 号	6846 助听器（植入性除外）；19	蓝山县行政审批服务局
169	健耳江华分公司	湘永药监械经营备 20200934 号	湖南省永州市江华瑶族自治县沱江镇苍松路 7 号门面	6846 植入材料和人工器官；19	永州市市场监督管理局
170	健耳临澧县分公司	湘常药监械经营备 20200462 号	湖南省常德市临澧县安福街道四季红社区迎宾路 13 号	6846 植入材料和人工器官；19	临澧县市场监督管理局
171	健耳新宁分公司	湘邵药监械经营备 20201817 号	湖南省邵阳市新宁县金石镇园艺北路 47 号	6846 助听器（植入性除外）；19	新宁县市场监督管理局
172	健耳绥宁分公司	湘邵药监械经营备 20201565 号	湖南省邵阳市绥宁县长铺镇长征路 16 号	6846 助听器（植入性除外）；19	绥宁县市场监督管理局
173	健耳渭南第二分公司	陕渭行审械经营备 20200148 号	陕西省渭南市临渭区胜利大街上上国风 1 号楼一单元一层 4-1-1 号	2017 版分类：19 医用康复器械；	渭南市行政审批服务局
174	健耳湘潭书院路分	湘潭药监械经营备 20200329	湖南省湘潭市岳塘区书	6846 植入材料和人工器官；19	湘潭市岳塘区市场

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
	公司	号	院路街道书院路 26 号 39 栋 11 号门面		监督管理局
175	健耳常德鼎城路分公司	湘常药监械经营备 20200465 号	湖南省常德市鼎城区玉霞街道迎宾社区鼎城路 267 号	原（分类目录）第Ⅱ类医疗器械；零售：6846 助听器（植入性除外）；19	常德市鼎城区市场监督管理局
176	健耳湘西永顺分公司	湘湘西土家族苗族自治州药监械经营备 20200027 号	湖南省湘西土家族苗族自治州永顺县灵溪镇果园社区不二门路 200 号 1 楼 2 号门面	6846 植入材料和人工器官；19	湘西土家族苗族自治州市场监督管理局
177	健耳永州新田分公司	湘永药监械经营备 20201089 号	湖南省永州市新田县龙泉镇秀峰街(邮政局旁)	6846 助听器（植入性除外）；19	永州市市场监督管理局
178	健耳炎陵分公司	湘株食药监械经营备 20209017 号	湖南省株洲市炎陵县霞阳镇文化南路 1 栋门面	2002 年分类目录：6846 助听器（植入性除外）； 2017 分类目录：19-01-07 助听器（植入性除外）；19-01-03 听觉康复设备	株洲市市场监督管理局
179	健耳麻阳分公司	湘怀药监械经营备 20200537 号	湖南省麻阳苗族自治县高村镇富州北路 201-1 号	6846 植入材料和人工器官；19	麻阳苗族自治县市场监督管理局
180	健耳河池金城中路分公司	桂河食药监械经营备 20200468 号	广西河池市金城江区金城中路一巷 5 号	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	河池市市场监督管理局
181	健耳溆浦分公司	湘怀药监械经营备 20200583 号	溆浦县卢峰镇长兴路 58 号	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	溆浦县市场监督管理局
182	健耳衡东分公司	湘衡药监械经营备 20200946 号	湖南省衡阳市衡东县洣水镇洣江大道 689 号	6846 植入材料和人工器官；19	衡东县市场监督管理局
183	健耳吉首人民路分公司	湘湘西土家族苗族自治州药监械经营备 20200031 号	湖南省吉首市镇溪办事处人民北路 66 号	6846 植入材料和人工器官；19	湘西土家族苗族自治州药监械
184	健耳宁阳分公司	鲁泰食药监械经营备 20200613 号	山东省泰安市宁阳县八仙桥富源巷西南 7 号 1 幢 9050	6846 植入材料和人工器官（仅限助听器）；19 医用康复器械（仅限助听器）	泰安市市场监督管理局
185	健耳西安凤城八路分公司	陕西食药监械经营备 20206162 号	陕西省西安市经济技术开发区凤城北路北侧文	2002 版分类：6846 植入材料和人工器官； 2017 版分类：19 医用康复器械	西安市未央区市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			景小区东二区 24 幢 1 单元 1 层 10113 号		
186	健耳石门分公司	湘常药监械经营备 20200532 号	湖南省常德市石门县楚江街道老西门社区清泉路 9 号青云商场 105 门面	6846 植入材料和人工器官；19	石门县市场监督管理局
187	健耳浏阳分公司	湘长市场监械经营备 2020H0284 号	浏阳市集里街道金沙北路 409-411 号	第二类医疗器械零售：6848 助听器（植入性除外）	浏阳市市场监督管理局
188	健耳西安团结路分公司	陕西食药监械经营备 20206283 号	陕西省西安市莲湖区团结东路西电医院新建一层商业用房由西向东第十一间	2002 版分类：6846 植入材料和人工器官； 2017 版分类：19 医用康复器械	西安市莲湖区行政审批服务局
189	健耳汶上分公司	鲁宁食药监械经营备 20201247 号	山东省济宁市汶上县汶上街道德惠路 98 号	II 类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） II 类：19 医用康复器械（仅限助听器）	济宁市行政审批服务局
190	健耳琼海分公司	琼本级食药监械经营备 20201126 号	海南省琼海市嘉积镇东风路 47 号	2002 年分类目录：6846； 2017 年分类目录：19	海南省药品监督管理局
191	健耳怀化芷江分公司	湘怀药监械经营备 20210009 号	湖南省怀化市芷江侗族自治县芷江镇前进路佳源小区 2 栋 112 铺面	6846 植入材料和人工器官；19	怀化市市场监督管理局
192	健耳龙山分公司	湘湘西土家族苗族自治州药监械经营备 20200062 号	湖南省湘西土家族苗族自治州龙山县民安街道办事处朝阳路西路 101 号二楼	6846 植入材料和人工器官；19	湘湘西土家族苗族自治州市场监督管理局
193	健耳邵阳双清分公司	湘邵药监经营备 20210084 号	湖南省邵阳市双清区铁砂岭路 5-6 号门面	6846 植入材料和人工器官；19	邵阳市市场监督管理局
194	健耳梁山分公司	鲁宁食药监械经营备 20210015 号	山东省济宁市梁山县水泊街道水泊南路 113 号	II 类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器）；II 类：19 医用康复医疗器械（仅限助听器）	济宁市行政审批服务局
195	健耳宾阳分公司	桂南食药监械经营备 20202230 号	南宁市宾阳县宾州镇仁爱社区宾中	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	南宁市市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			路 20 号		
196	健耳桂林文明路分公司	桂桂食药监械经营备 20200707 号	广西壮族自治区桂林市象山区文明路 87 号 3 栋 7 号商铺	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	桂林市市场监督管理局
197	健耳咸阳毕塬路分公司	陕咸食药监械经营备 20210026 号	陕西省咸阳市秦都区毕塬路中段 10 号第一人民医院东侧由东向西第 12 间	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	咸阳市行政审批服务局
198	健耳河池金城中路第二分公司	桂河食药监械经营备 20210038 号	广西壮族自治区河池市金城江区金城中路 314 号(教师进修学校临街职工宿舍 2 楼)	6846 植入材料和人工器官；19	河池市市场监督管理局
199	健耳南昌象山北路分公司	赣洪食药监械经营备 20210005 号	江西省南昌市东湖区象山北路 119 号二层	6846；19	南昌市行政审批局
200	健耳儋州分公司	琼本级食药监械经营备 20210181 号	海南省儋州市那大农垦南路 5 号	6846；19	海南省药品监督管理局
201	健耳宝鸡第三分公司	陕宝食药监械经营备 20210031 号	陕西省宝鸡市金台区东风路 54/55 号中区 2 层 10 号	6846 植入材料和人工器官（植介入性材料除外）（仅限器官辅助装置），19 医用康复器械(植介入性材料除外)(仅限器官辅助装置）	宝鸡市行政审批服务局
202	健耳桂林中山北路分公司	桂桂食药监械经营备 20200706 号	广西桂林市叠彩区中山北路 3 号 1 栋 2-2 号办公室	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	桂林市市场监督管理局
203	健耳耀州分公司	陕铜食药监械经营备 20210004 号	陕西省铜川市耀州区天宝路街道办华原西路二十三号	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	铜川市行政审批服务局
204	健耳嘉祥分公司	鲁宁食药监械经营备 20210097 号	山东省济宁市嘉祥县嘉祥街道迎凤路 265 号(耳鼻喉医院往北 30 米)	II 类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器）；II 类：19 医用康复医疗器械（仅限助听器）	济宁市行政审批服务局
205	健耳金乡分公司	鲁宁食药监械经营备 20210035 号	山东省济宁市金乡县金乡街道缙南一路南侧南	II 类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器）；II 类：19 医用康复医疗器械（仅限助听器）	济宁市行政审批服务局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			门村金城路78号		
206	健耳南丹民行路分公司	桂河食药监械经营备20210037号	广西壮族自治区河池市南丹县城关镇民行路180号2楼	6846植入材料和人工器官；19医用康复器械	河池市市场监督管理局
207	健耳周村分公司	鲁淄食药监械经营备20210144号	山东省淄博市周村区丝绸路街道站北路66-5号	II类：6846-5植入材料和人工器官（仅限助听器）；II类：13无源植入器械（仅限助听器）	淄博市行政审批服务局
208	健耳平原分公司	鲁德食药监械经营备20210059号	山东省德州市平原县康宁路223号	II类：6846植入材料和人工器官（仅限助听器）；II类：19医用康复医疗器械（仅限助听器）	平原县行政审批服务局
209	健耳兖州分公司	鲁宁食药监械经营备20210113号	山东省济宁市兖州区鼓楼街道新世纪路路东7#楼北起2-3号营业房	II类：6846植入材料和人工器官（仅限助听器）；II类：19医用康复医疗器械（仅限助听器）	济宁市行政审批服务局
210	健耳河池桂鱼街分公司	桂河食药监械经营备20210036号	广西壮族自治区河池市宜州区庆远镇桂鱼街47号	6846植入材料和人工器官，19医用康复器械	河池市市场监督管理局
211	健耳九江濂溪区分公司	91360402MA39THXF80	江西省九江市濂溪区德化路559号理想家园1-09、1-10二楼	一般项目：第二类医疗器械销售，凭总公司授权开展经营活动（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	九江市濂溪区市场监督管理局（证照合一）
212	健耳横县分公司	桂南食药监械经营备20210336号	广西壮族自治区南宁市横县横州镇教育路137号	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	南宁市市场监督管理局
213	健耳博白人民北路分公司	桂玉食药监械经营备20210113号	博白县博白镇人民北路019号	19医用康复器械	玉林市市场监督管理局
214	健耳蒙阴分公司	鲁临食药监械经营备20210312号	山东省临沂市蒙阴县蒙阴街道蒙山路93号	Ⅱ类：6846植入材料和人工器官（仅限助听器）*** Ⅱ类：19医用康复器械（仅限助听器）***	蒙阴县行政审批服务局
215	健耳大化分公司	桂河食药监械经营备20210073号	河池市大化瑶族自治县大化镇新民路十四巷68号2楼	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	河池市市场监督管理局
216	健耳贺州八步区分公司	桂贺食药监械经营备20211065号	广西贺州市八步区西约街169号第13幢楼第一层8号(由东向西	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	贺州市市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			方向)临街铺面		
217	健耳昭平县分公司	桂贺食药监械经营备20211066 号	广西壮族自治区贺州市昭平县昭平镇永安街 16 号 2 楼	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	贺州市市场监督管理局
218	健耳河池巴马分公司	桂河食药监械经营备20210059 号	广西河池市巴马镇足巷坡 10 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	河池市市场监督管理局
219	健耳环江分公司	桂河食药监械经营备20210060 号	广西壮族自治区河池环江县思恩镇东路 25 号商铺	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	河池市市场监督管理局
220	健耳北流城东一路分公司	桂玉食药监械经营备20210124 号	北流市北流镇城东一路 0100 号	19 医用康复器械	玉林市市场监督管理局
221	健耳博罗分公司	粤惠食药监械经营备20210200 号	博罗县罗阳街道观背村田园化地段——新世纪时代广场鸿鹄大厦 403 号	2002 年分类目录：6846 2017 年分类目录：19	惠州市市场监督管理局
222	健耳桂林七星路分公司	桂桂食药监械经营备20210026 号	桂林市七星区七星路 81 号一层市场 2 号 2 楼	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	桂林市市场监督管理局
223	健耳玉林新民路分公司	桂玉食药监械经营备20210114 号	广西壮族自治区玉林市玉州区新民路 113 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	玉林市市场监督管理局
224	健耳防城区防钦路分公司	桂防食药监械经营备20210011 号	防城港市防城区防钦路 88 号	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官； 19 医用康复器械**	防城港市市场监督管理局
225	健耳灌阳灌江中路分公司	桂桂食药监械经营备20210030 号	广西壮族自治区桂林市灌阳县灌阳镇灌江中路 1 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	桂林市市场监督管理局
226	健耳惠城区文华路分公司	粤惠食药监械经营备20210270 号	惠州市江北文华一路 2 号大隆大厦二期 9 层 05 号	2002 年分类目录：6846 2017 年分类目录：19	惠州市市场监督管理局
227	健耳惠城区麦地路分公司	粤惠食药监械经营备20210271 号	惠州市麦地路 57 号惠盛楼第一层之四号	2002 年分类目录：6801，6802，6803，6804，6805，6806，6807，6808，6809，6810，6812，6813，6815，6816，6820，6821，6822，6823，6824，6825，6826，6827，6828，6830，6831，6832，6833，6840（诊断试剂除外），6841，6845，6854，6855，6856，6857，6858，6863，	惠州市市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
				6864，6865，6866，6870 2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，12，14，15，16，17，18，20，21	
228	健耳惠城区南坛东路二分公司	粤惠食药监械经营备 20210272 号	惠州市惠城区南坛东路 5 号一楼之一	2002 年分类目录：6846 2017 年分类目录：19	惠州市市场监督管理局
229	健耳惠东县万隆新城分公司	粤惠食药监械经营备 20210279 号	惠州市惠东县平山红光莲花地万隆新城 A 栋万隆商业中心首层商场的商铺第 1B028 号	2002 年分类目录：6846 2017 年分类目录：19	惠州市市场监督管理局
230	健耳惠东县营盘路分公司	粤惠食药监械经营备 20210280 号	惠州市惠东县平山莲塘营盘路边门牌 170 号第 1 间	2002 年分类目录：6846 2017 年分类目录：19	惠州市市场监督管理局
231	健耳武宣县分公司	桂来食药监械经营备 20210039 号	广西壮族自治区来宾市武宣县武宣镇城南路 4 号	2002 年分类目录：6846 2017 年分类目录：19	来宾市市场监督管理局
232	健耳郯城分公司	鲁临食药监械经营备 20210329 号	山东省临沂市郯城县郯城街道人民路 102 号	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） Ⅱ类：19 医用康复器械（仅限助听器）	郯城县行政审批服务局
233	健耳莘县分公司	鲁聊食药监械经营备 20210205 号	山东省聊城市莘县燕塔街道新华路莘府花园对过	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） Ⅱ类：19 医用康复器械（仅限助听器）	聊城市行政审批服务局
234	健耳都安县分公司	桂河食药监械经营备 20210091 号	广西壮族自治区河池市都安瑶族自治县安阳镇迎晖街 286 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	河池市市场监督管理局
235	健耳东平分公司	鲁泰食药监械经营备 20210252 号	山东省泰安市东平县东平街道平湖路 11 号(丽景名郡 3 幢 105 铺)	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） Ⅱ类：19 医用康复器械（仅限助听器）	泰安市行政审批服务局
236	健耳高陵鹿苑大道分公司	陕西食药监械经营备 20210755 号	陕西省西安市高陵区鹿苑 5 号公馆南门西 16 二层	2002 版分类：6846 植入材料和人工器官； 2017 版分类目录：19 医用康复器械	西安市高陵区市场监督管理局
237	健耳宁明福仁街分	桂崇食药监械经营备	广西壮族自治区崇左市	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	崇左市市场监督管

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
	公司	20200247	宁明县城中镇福仁(东)街188号		理局
238	健耳平果建民路分公司	桂百食药监械经营备20210078号	广西平果市马头镇建民路33号	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	百色市市场监督管理局
239	健耳隆林分公司	桂百食药监械经营备20210074号	广西壮族自治区百色市隆林各族自治县新州镇兴隆路西巷(韦林芳户二楼)	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	百色市市场监督管理局
240	健耳田东县分公司	桂百食药监械经营备20210077号	广西壮族自治区百色市田东县平马镇庆平路126号	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	百色市市场监督管理局
241	健耳海口大同路分公司	琼海口食药监械经营备20210213号	海南省海口市龙华区大同路11号西湖商业广场第1层106-107	2002年分类目录：6846 2017年分类目录：19	海口市药品监督管理局
242	健耳海口青年路分公司	琼海口食药监械经营备20210214号	海南省海口市美兰区青年路278号3-107房	2002年分类目录：6846 2017年分类目录：19	海口市药品监督管理局
243	健耳万宁分公司	琼万宁食药监械经营备20210001号	海南省万宁市万城镇红专东路306号(原216号)	2002年分类目录：6846 2017年分类目录：19	万宁市行政审批服务局
244	健耳澄迈分公司	琼澄迈食药监械经营备20210002号	海南省澄迈县金江镇文化北路171号	2002年分类目录：6846 2017年分类目录：19	澄迈县市场监督管理局
245	健耳文昌分公司	琼文昌食药监械经营备20210001号	海南省文昌市文城镇东风路52号	2002年分类目录：6846 2017年分类目录：19	文昌市行政审批服务局
246	健耳黔城滨江分公司	湘怀药监械经营备20210269号	湖南省怀化市洪江市黔城镇滨江路移民安置区	旧版：6846助听器（植入性除外） 新版：19	洪江市市场监督管理局
247	健耳长沙振华路分公司	湘长市场监械经营备2021B0722号	长沙市雨花区经济开发区智庭园1号栋	原《分类目录》第Ⅱ类医疗器械：零售：6846助听器（植入性除外） 新《分类目录》等Ⅱ类医疗器械19医用康复器械	长沙市雨花区市场监督管理局
248	健耳惠城区南坛东路一分公司	粤惠食药监械经营备20210405号	惠州市南坛东路12号第一层之五至六	2002年分类目录：6846 2017年分类目录：19	惠州市市场监督管理局
249	健耳双峰	湘娄药监械经	湖南省娄底	旧版：6846植入材料和人工器官	双峰县市

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
	县分公司	营备 20210099 号	市双峰县永丰街道光辉村复兴街 800 号	新版：19	场监督管理局
250	健耳姑苏十梓分公司	苏苏食药监械经营备 20210625 号	苏州市姑苏区十梓街 545 号	零售：Ⅱ类：（原《分类目录》6846 个人用非植入助听器） Ⅱ类：（新《分类目录》）19 助听器	苏州市市场监督管理局
251	健耳百色城乡路分公司	桂百食药监械经营备 20210079 号	广西壮族自治区百色市右江区百城街道城乡路 52 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	百色市市场监督管理局
252	健耳梧州银湖南路分公司	桂梧食药监械经营备 20211676 号	广西壮族自治区梧州市长洲区银湖南路 29 号 12 号楼一层 5 号商铺	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	梧州市市场监督管理局
253	健耳禹城分公司	鲁德食药监械经营备 20210164 号	山东省德州市禹城市市中街道开拓路和建设路十字路口东南角沿街门市	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） Ⅱ类：19 医用康复器械（仅限助听器）	禹城市行政审批服务局
254	健耳台儿庄分公司	鲁枣食药监械经营备 20210174 号	山东省枣庄市台儿庄区运河街道金光路 729 号 1 号楼东三间	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） Ⅱ类：19 医用康复器械（仅限助听器）	枣庄市行政审批服务局
255	健耳南昌象山南路分公司	赣洪食药监械经营备 20210504 号	江西省南昌市西湖区象山南路 277 号-2 号店面	2002 年分类目录-Ⅱ类：6846 2017 年分类目录-III 类：19	南昌市行政审批局
256	健耳利津分公司	鲁东食药监械经营备 20210115 号	山东省东营市利津县利津街道利四路北渤海路 70 号	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） Ⅱ类：19 医用康复器械（仅限助听器）	东营市行政审批服务局
257	健耳扶绥新宁路分公司	桂崇食药监械经营备 20200251 号	广西壮族自治区崇左市扶绥县新宁路 298 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	崇左市市场监督管理局
258	健耳隆安县分公司	桂南食药监械经营备 20210661 号	广西南宁市隆安县城厢镇蝶城路 410 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	南宁市市场监督管理局
259	健耳滨城分公司	鲁滨食药监械经营备 20210167 号	山东省滨州市滨城区市东街道渤海八路 527 号东	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官 Ⅱ类：19 医用康复器械	滨州市市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			方世纪华庭小区 13 号楼 121 号		
260	健耳武城分公司	鲁德食药监械经营备 20210179 号	山东省德州市武城县广运街道文化街中段南侧 50 号门面	Ⅱ类：6846-5 植入材料和人工器官（仅限助听器） Ⅱ类：19-01-07 医用康复器械（仅限助听器）	武城县行政审批服务局
261	健耳临邑分公司	鲁德食药监械经营备 20210190 号	山东省德州市临邑县邢侗街道办事处广场大街与瑞园路交叉路口往东 50 米路南	Ⅱ类：6846（仅限助听器） Ⅱ类：19（仅限助听器）	临邑县行政审批服务局
262	健耳莱城分公司	鲁济食药监械经营备 20211302 号	山东省济南市莱芜区汶源东大街 46 号	Ⅱ类：6846-5 助听器 Ⅱ类：19 医用康复器械	济南市行政审批服务局
263	健耳汝城卢阳镇分公司	湘郴药监械经营备 20200768 号	湖南省郴州市汝城县卢阳镇卢阳大道	6846（植入性除外）；19	汝城县市场监督管理局
264	健耳瑞昌分公司	赣九食药监械经营备 20200805 号	江西省九江市瑞昌市溢城东路五里小区一期 1 栋 107	2017 版分类编码目录-II 类：19 医用康复器械、07 助听器	九江市市场监督管理局
265	健耳南宁新阳路分公司	桂南食药监械经营备 20210251 号	广西壮族自治区南宁市西乡塘区新阳街道新阳路 252 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	南宁市市场监督管理局
266	健耳贵港建设中路分公司	桂贵食药监械经营备 20210094 号	广西壮族自治区贵港市港北区贵城街道建设中路 37 号商铺	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	贵港市市场监督管理局
267	健耳乐平分公司	91360281MA39UA3Q3E	江西省景德镇市乐平市鸿宇天湖城 97#107-207	一般项目：一类医疗器械、二类医疗器械、电子产品及配件、卫生消毒用品、日用品的销售；家用电器及电子产品、医疗用品及器材的零售；医疗器械技术咨询、交流服务；医疗设备维修；药品、医疗器械互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	乐平市市场监督管理局（证照合一）
268	健耳鹰潭月湖区分公司	91360600MA39UCR84N	江西省鹰潭市月湖区胜利西路 35 号 1	一般项目：第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，电子产品销售，个人卫生用品销售，消毒剂销售（不含危险	鹰潭市行政审批局（证照合

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			栋 108 号	化学品），日用品销售，家用电器销售，信息技术咨询服务，专用设备修理（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	一）
269	健耳桂平人民西路分公司	桂贵食药监械经营备 20210142 号	广西桂平市人民西路 9 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	贵港市市场监督管理局
270	健耳容县城西路分公司	桂玉食药监械经营备 20210262 号	广西壮族自治区玉林市容县容州镇城西路 47 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	玉林市市场监督管理局
271	健耳柳州莲塘路分公司	桂柳食药监械经营备 20210620 号	柳州市莲塘路 90 号 1 层门面	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	柳州市市场监督管理局
272	健耳钦州明阳街分公司	桂钦食药监械经营备 20210056 号	钦州市明阳街 71 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	钦州市市场监督管理局
273	健耳市北分公司	鲁青食药监械经营备 20210803 号	山东省青岛市市北区胶州路 22 号	II 类：6846-5 助听器；II 类：19-01-07 助听器	青岛市食品药品监督管理局
274	健耳北海新中路分公司	桂北食药监械经营备 20210084 号	广西壮族自治区北海市海城区新中路 5 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	北海市市场监督管理局
275	健耳保靖迁陵分公司	湘湘西土家族苗族自治州药监械经营备 20210097 号	湖南省湘西土家族苗族自治州保靖县迁陵镇酉水南路 58 号(原医药公司)109	6846 助听器（植入性除外）19	湘西土家族苗族自治州市场监督管理局
276	健耳上栗县分公司	91360322MA3ABR9W4H	江西省萍乡市上栗县上栗镇新群村浏万东路 240 号	一般项目：第二类医疗器械销售，第一类医疗器械销售，电子产品销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	上栗县行政审批局（证照合一）
277	健耳任城分公司	鲁宁食药监械经营备 20210384 号	山东省济宁市任城区越河街道龙行路 11-10 号	Ⅱ类：6846 植入材料和人工器官（仅限助听器） Ⅱ类：19 医用康复器械（仅限助听器）	济宁市行政审批服务局
278	健耳永定天门分公司	湘张药监械经营备 20210084 号	湖南省张家界市永定区永定办事处解放居委会天门路 403	6846 植入材料和人工器官 19	张家界市市场监督管理局
279	健耳花垣分公司	湘湘西土家族苗族自治州药监械经营备 20210095 号	湖南省湘西土家族苗族自治州花垣县花垣镇建设中路 610 号	6846 助听器（植入性除外）19	湘西土家族苗族自治州市场监督管理局
280	健耳上思	桂防食药监械	广西壮族自	6846 植入材料和人工器官	防城港市

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
	县分公司	经营备 20210022 号	治区防城港市上思县思阳镇朝阳路 55 号门面	19 医用康复器械	市场监督管理局
281	健耳龙州县分公司	桂崇食药监械经营备 20200277 号	广西壮族自治区崇左市龙州县龙州镇东门街 26 号门面	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	崇左市市场监督管理局
282	健耳惠阳区南门西街分公司	粤惠食药监械经营备 20210444 号	惠州市惠阳区南门西街 2 号惠阳时代广场四楼 09 号铺	2002 年分类目录：6846，2017 年分类目录：19	惠州市市场监督管理局
283	健耳德安县分公司	91360426MA3AC5F063	江西省九江市德安县新世纪小区 E2 号门面	一般项目：第二类医疗器械销售，第一类医疗器械销售，卫生用品和一次性使用医疗用品销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	德安县市场监督管理局（证照合一）
284	健耳南丰县分公司	91361023MA3ACHP37R	江西省抚州市南丰县琴城镇新建路 2 号(三叉路口)	许可项目：消毒器械销售，医疗器械互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：第二类医疗器械销售，第一类医疗器械销售，卫生用品和一次性使用医疗用品销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	南丰县市场监督管理局（证照合一）
285	健耳宜黄县分公司	91361026MA3ACGGK6K	江西省抚州市宜黄县凤冈镇学前街 62 号	许可项目：医疗器械互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：第二类医疗器械销售，第一类医疗器械销售，卫生用品和一次性使用医疗用品销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	宜黄县市场监督管理局（证照合一）
286	健耳长沙韶山南路分公司	湘长市监械经营备 2021D0085 号	湖南省长沙市天心区韶山路 156 号第 5 栋(现韶山南路 92 号)	原《分类目录》第 II 类医疗器械：零售：6846 助听器（植入性除外）。新《分类目录》第 II 类医疗器械：19 医用康复器械	长沙市天心区市场监督管理局
287	健耳梧州西江四路分公司	桂梧食药监械经营备 20211704 号	广西壮族自治区梧州市万秀区西江四路 6 号 A 座 108-119 室	6846 植入材料和人工器官；19 医用康复器械	梧州市市场监督管理局
288	健耳武汉汉阳分公司	鄂汉食药监械经营备 20210764 号	武汉市汉阳区康达街 5 号第 5 栋 G016	2002/2012 版：Ⅱ类：6801 基础外科手术器械;6802 显微外科手术器械;6803 神经外科手术器械;6804 眼科手术器械;6805 耳鼻喉科手术器械;6806 口腔科手术器械;6807 胸腔心血管外科手术器械;6808 腹部外科手术器械;6809 泌尿肛肠外科手术器械;6810 矫形外科	武汉市汉阳区市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
				（骨科）手术器械;6812 妇产科用手术器械;6813 计划生育手术器械;6815 注射穿刺器械;6816 烧伤（整形）科手术器械;6820 普通诊察器械;6821 医用电子仪器设备;6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备;6823 医用超声仪器及有关设备;6824 医用激光仪器设备;6825 医用高频仪器设备;6826 物理治疗及康复设备;6827 中医器械;6828 医用磁共振设备;6830 医用 X 射线设备;6831 医用 X 射线附属设备及部件;6832 医用高能射线设备;6833 医用核素设备;6834 医用射线防护用品、装置;6841 医用化验和基础设备器具;6845 体外循环及血液处理设备;6846 植入材料和人工器官;6854 手术室、急救室、诊疗室设备及器具;6855 口腔科设备及器具;6856 病房护理设备及器具;6857 消毒和灭菌设备及器具;6858 医用冷疗、低温、冷藏设备及器具;6863 口腔科材料;6864 医用卫生材料及敷料;6865 医用缝合材料及粘合剂;6866 医用高分子材料及制品;6870 软件;6877 介入器材***;2017 版：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，12，13，14，15，16，17，18，19，20，21，22	
289	健耳河池东兰县分公司	桂河食药监械经营备 20210131 号	广西壮族自治区河池市东兰县东兰镇五峰路 55 号	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	河池市市场监督管理局
290	健耳长沙书院南路分公司	湘长市监械经营备 2021D0086 号	湖南省长沙市天心区新开铺路 174 号润丰园 10-11-12 栋 207 房	原《分类目录》第 II 类医疗器械：零售：6846 助听器（植入性除外）。新《分类目录》第 II 类医疗器械：19 医用康复器械	长沙市天心区市场监督管理局
291	健耳攸县第二分公司	湘株食药监械经营备 20217017 号	湖南省株洲市攸县联星街道联星社区攸衡南路 39 号	2002 版分类目录：6846 助听器（植入性除外）；2017 版分类目录：19 医用康复器械	株洲市市场监督管理局
292	健耳赣州章贡区分公司	91360700MA3AD7933T	江西省赣州市章贡区大公路 96 号底层门面	一般项目：第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，电子产品销售，日用品销售，家用电器销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	大余县行政审批局（证照合一）
293	健耳大余分公司	91360723MA3AD8FH9F	江西省赣州市大余县南安镇余东街（大余县人	一般项目：第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，电子产品销售，凭总公司授权开展经营活动（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或	大余县市场监督管理局（证照合一）

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
			民医院正门口边上）	限制的项目）	
294	健耳崇左龙峡山路分公司	桂崇食药监械经营备20200288号	广西壮族自治区崇左市江州区龙峡山东路4号(市直A区)第14栋107号房	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	崇左市市场监督管理局
295	健耳田林县分公司	桂百食药监械经营备20210227号	田林县乐里镇那涯屯23号门面	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	百色市市场监督管理局
296	健耳垦利分公司	鲁东食药监械经营备20210157号	山东省东营市垦利区垦利街道新兴路108-1号	II类：6846植入材料和人工器官（仅限助听器）；II类：19医用康复医疗器械（仅限助听器）	东营市行政审批服务局
297	健耳南宁金象路分公司	桂南食药监械经营备20210986号	南宁市良庆区金象大道64号一楼	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	南宁市市场监督管理局
298	健耳田阳分公司	桂百食药监械经营备20210251号	广西壮族自治区百色市田阳区田州镇民乐街A区9号（解放西路38号门面）	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	百色市市场监督管理局
299	健耳马山县分公司	桂南食药监械经营备20210975号	广西南宁市马山县白山镇江滨西路441号门面	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	南宁市市场监督管理局
300	健耳衡阳雁城路分公司	湘衡药监械经营备20210545号	湖南衡阳市雁城区雁城路15号	6846植入材料和人工器官；19	衡阳市市场监督管理局
301	健耳鹿寨县分公司	桂柳食药监械经营备20210107号	广西柳州市鹿寨县鹿寨镇政军路2号	2002年分类目录：6846；2017年分类目录19	柳州市市场监督管理局
302	健耳南宁上林县分公司	桂南食药监械经营备20210985号	广西壮族自治区南宁市上林县大丰镇丰岭路19号	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	南宁市市场监督管理局
303	健耳富川分公司	桂贺食药监械经营备20211096号	富川瑶族自治县富阳镇新永路37号	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	贺州市市场监督管理局
304	健耳蒙山分公司	桂梧食药监械经营备20211745号	蒙山县蒙山镇通文街祥龙新城3-5号商铺	6846植入材料和人工器官 19医用康复器械	梧州市市场监督管理局
305	健耳桂东县分公司	湘郴药监械经营备20210445号	桂东县沤江镇兴桂桥桥头	6846（植入性除外）；19	桂东县市场监督管理局

序号	持证主体	备案号	经营场所	经营范围	备案机构
306	健耳南宁友爱南路分公司	桂南食药监械经营备20210949号	南宁市兴宁区友爱南路10号客运中心大楼南楼副楼二楼	6846 植入材料和人工器官 19 医用康复器械	南宁市市场监督管理局
307	健耳新化上梅分公司	湘娄药监械经营备 20210129号	湖南省娄底市新化县上梅街道上梅西路 20 号	6846 植入材料和人工器官 19	新化县市场监督管理局
308	健耳江永分公司	湘永药监械经营备 20210416号	湖南省永州市江永县潇浦镇永明中路五一大桥西侧	6846 助听器（植入性除外）；19	永州市市场监督管理局
309	健耳常德市人民路分公司	湘常药监械经营备 20210271号	湖南省常德市武陵区启明街道半边街社人民路1045号（望江名苑105-106号）	6846（植入性除外）；19	常德市武陵区市场监督管理局
310	健耳武宁分公司	91360423MA3ADAPH8Q	江西省九江市武宁县豫宁大道373号11栋1-86#	一般项目：第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，电子产品销售，凭总公司授权开展经营活动（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	武宁县市场监督管理局（证照合一）
311	健耳广昌县分公司	91361030MA3ADC3T15	江西省抚州市广昌县旰江镇清水村广莲路5栋1单元4号门店	一般项目：第二类医疗器械销售，第一类医疗器械销售，电子产品销售，凭总公司授权开展经营活动（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	广昌县市场监督管理局（证照合一）
312	健耳黎川县分公司	91361022MA3ADHGU61	江西省抚州市黎川县东方红大道与建设路交叉口（建设路1号）	一般项目：第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，电子产品销售，凭总公司授权开展经营活动（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）	黎川县市场监督管理局（证照合一）

5、食品经营许可证

序号	持证主体	证书编号	经营场所	经营范围	有效期至	核发机构
1	湖南科源	JY14301110298161	湖南省长沙市雨花区高桥街道万家丽中路一段401号6栋	保健食品销售	2022/5/1	长沙市雨花区食品药品监督管理局
2	湖南科源	JY34301110429 53（1-1）	湖南省长沙市雨花区高桥街道万家丽中路一段401号6栋	热食类食品制售	2023/9/10	长沙市雨花区食品药品监督管理局
3	可孚用品	JY34301110495366	湖南省长沙市雨花区同升街道振华路智庭园12号栋1楼	热食类食品制售	2024/12/02	长沙市雨花区市场监督管理局

6、互联网药品信息服务资格证书

序号	持证主体	证件名称	证书编号	网站域名	有效期至	核发机构
1	发行人	互联网药品信息服务资格证书	（湘）经营性-2019-0006	四川省成都市 cofoe.com； cofoe.com.cn/211.149.136.175 （可孚医疗科技股份有限公司）	2024/3/7	湖南省药品监督管理局
2	好护士	互联网药品信息服务资格证书	（湘）经营性-2019-0007	广东省深圳市 www.hhsyl.com 120.24.176.207 （湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司）	2024/3/7	湖南省药品监督管理局
3	湖南科源	互联网药品信息服务资格证书	（湘）-经营性-2019-0030	中国电信长沙天翼云机房 xiezihao.com 36.111.202.94 （械字号）	2024/8/26	湖南省药品监督管理局

7、消毒产品生产企业卫生许可证

序号	持证主体	证书编号	生产地址	生产项目	有效期限	核发单位
1	发行人	（湘）卫消证字（2018）第 0013 号	长沙雨花经济开发区智庭园 7 号厂房	卫生用品	2022/5/6	湖南省卫生健康委员会
2	发行人	（湘）卫消证字（2020）第 0106 号	长沙雨花经济开发区振华路 579 号康庭园 3 号栋	消毒剂、卫生用品	2024/9/2	湖南省卫生健康委员会

8、进出口业务相关资质

序号	持证主体	证书名称	证书编号	备案/登记日期	备案/登记机构
1	发行人	对外贸易经营者备案登记表	04748078	2020 年 4 月 10 日	对外贸易经营者备案登记（长沙市雨花区）
2	发行人	海关报关单位注册登记证书	4301967609	2018 年 6 月 14 日	中华人民共和国长沙星沙海关
3	发行人	出入境检验检疫报检企业备案表	4307300058	2018 年 6 月 14 日	中华人民共和国长沙星沙海关
4	可孚用品	对外贸易经营者备案登记表	03600236	2018 年 2 月 12 日	对外贸易经营者备案登记（湖南长沙）
5	可孚用品	海关报关单位注册登记证书	4301967336	2018 年 3 月 20 日	中华人民共和国长沙星沙海关
6	湖南科源	对外贸易经营者备案登记表	01544304	2015 年 3 月 2 日	对外贸易经营者备案登记（湖南长沙）
7	湖南科源	海关报关单位注册登记证书	4301964199	2015 年 3 月 11 日	中华人民共和国长沙星沙海关
8	可孚设备	对外贸易经营者备案登记表	04750333	2021 年 4 月 26 日	对外贸易经营者备案登记（岳阳市湘阴县）

9、增值电信业务经营许可证

序号	持证主体	许可证编号	业务种类	业务范围	有效期至	核发机构

序号	持证主体	许可证编号	业务种类	业务范围	有效期至	核发机构
1	好护士	湘 B2-20140049	在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类电子商务）	不含网络借贷信息中介类的互联网金融业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】	2024/7/23	湖南省通信管理局
2	湖南科源	湘 B2-20150006	在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类（服务项目）电子商务）	不含网络借贷信息中介类的互联网金融业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】	2025/2/25	湖南省通信管理局

10、安全生产标准化证书

序号	持证主体	许可证编号	证书内容	有效期至	核发机构
1	发行人	湘（长）AQBJXIII202100001	安全生产标准化三级企业（机械）	2024 年 12 月	长沙市安全生产协会

11、其他资质及证书

序号	证书持有人	证件名称	证书编号	认证范围	有效期限	核发机构
1	发行人	GB/T29490-2013 知识产权管理体系认证证书	016ZB19EIP1L0515ROM	与二类医疗器械（参数分析测量设备，医用制氧设备，呼吸、麻醉、急救设备辅助装置，认知言语视听障碍康复设备，妇产科测量、监护设备）的研发、生产、销售相关的知识产权管理（限资质范围内）	2019.11.27-2022.11.26	新世纪检验认证有限责任公司

（二）国内产品备案及注册证

截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司取得 165 项国内产品备案、78 项国内产品注册证，详见附件 3。

（三）国外机构对产品注册情况

截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司取得的国外认证情况如下：

1、医疗器械质量体系等相关认证

序号	证书持有人	证件名称	证书编号	认证范围	有效期限	核发机构
1	发行人	ISO13485 certificate	Q5 101949 0001 Rev.02	设计和研发、生产和分销：自动壁式血压计、自动腕式血压计和红外线体温计	2020.11.10-2022.07.11	TÜV SÜD Product Service GmbH

2、产品或制造者认证

序号	证书持有人	证件名称	证书编号	产品	有效期限	核发机构
1	发行人	EC Certificate	G1 101949 0002 Rev.02	Automatic Upper Arm Blood Pressure Monitor and Automatic Wrist Blood Pressure Monitor and Infrared Thermometer	2020.11.10-2024.05.26	TÜV SÜD Product Service GmbH
2	发行人	CIBG 注册证	CIBG-202 00670	Medical Face Masks	—	CIBG
3	发行人	CIBG 注册证	CIBG-202 01158	Alcohol Pad	—	CIBG
4	发行人	CIBG 注册证	CIBG-202 04505	Medical glove	—	CIBG
5	发行人	MDA 注册证	GB26377 21-55851	AUTOMATIC WRIST BLOOD PRESSURE MONITOR	—	马来西亚 MDA
6	可孚设备	CIBG 注册证	CIBG-202 06059	Medical face mask Medical glove	—	荷兰 CIBG
7	发行人	MDA 注册证	GB28988 21-56772	AUTOMATIC UPPER ARM BLOOD PRESSURE MONITOR	—	马来西亚 MDA
8	发行人	MDA 注册证	GA24643 21-56577	MEDICAL FACE MASK	—	马来西亚 MDA

七、发行人产品及服务的核心技术及研发情况

（一）发行人产品及服务的核心技术

公司掌握的主要核心技术全部用于主营业务产品，其具体应用情况如下：

1、产品开发技术

序号	技术类型	核心技术名称	技术描述	技术来源	技术在产品中的运用	技术先进性
1	性能提升	血压值核心算法技术	本公司的电子血压计采用独特的核心算法，测量精度较高，可提升电子血压计测量的准确性，为临床的诊断工作提供科学的指导。技术中心建立项目团队，针对各种影响血压计准确度的因素一一改善，使得可孚医疗生产的血压计每一台都能通过严格的 ESH 标准的临床要求。	自主研发	臂式电子血压计、腕式电子血压计	技术成熟
2		红外体温检测技术	该技术主要用于额温枪和额温耳温一体机，利用辐射的原理快速测量人体的额头或耳朵的方式来提示人体的温度变化，及时反映人体温度的变化，以供使用者判断是否需要就医。机器的使用非常简单、方便。无镭射点，免除对眼睛之潜在伤害，无需接触人体皮肤，避免交叉感染，一键测温，排查流感。适合家庭用户、宾馆、图书馆、大型企事业单位，也可以用于医院、学校、海关、机场等综合性场所，还可以提供给医务人员在诊所使用。	自主研发	额温枪、额温耳温一体机	技术成熟
3	工艺改善	家用血压计自动校准技术	在现有技术以及技术方案的基础上，通过增加相应的功能单元，实现自动校正调节的功能；生产加工操作方便、性能可靠；电子血压计的精度大大提高，电子血压计的测量压力精度由 3mmHg 提升到 1mmHg；电子血压计的生产效率得到大大提升，由原来人工调试校准时间约 2 分钟/台降低至约 15 秒/台。提高生产效率，降低产品成本，增加产品竞争力。	自主研发	电子血压计	技术成熟
4	成本优化	雾化器产品线突破技术	经过多年的技术积累，公司拥有压缩式雾化器、台式超声波雾化器、台式直流雾化器以及高端微网 MESH 雾化器的核心技术，并且拥有压缩式雾化的核心配件雾化杯的全球领先的技术优势，适用于家庭用户，各级医疗院所及社区治疗保健。	自主研发	压缩式雾化器、台式直流雾化器以及高端微网 MESH 雾化器	技术成熟
5		电子血压计成本优化技术	LCD 驱动 MCU 集成了 USB 功能模块（符合 USB BC 1.2 规范）和 12 位模数转换器，不仅提供 LCD 控制器，还能在一个芯片中实现 USB 通信和高精度模数转换功能，且无需使用专用的 IC。采用该方案设计的电子血压计操作简单、安全；具备实时数字显示当前血压值，简单明了；测量精度高，范围广；系统成本显著降低。	自主研发	臂式电子血压计、腕式电子血压计	技术成熟

序号	技术类型	核心技术名称	技术描述	技术来源	技术在产品中的运用	技术先进性
6		低频理疗技术	该技术主要用于低频治疗仪，其采用数字频率合成技术，治疗波形不断变化，连续、断续、间续的完善结合，使电流的揉捏效应充分体现，配合“恒定磁场磁振”使治疗不再意味着痛苦，安全舒适，用户乐意接受。操作简便，采用全程自控低频点刺激技术，用户操作得心应手。合理、高效的治疗电极，在病域形成最大的电流密度和最直接的热刺激效应，保证了完美的治疗效果。主要用于调节人体免疫力、内分泌、神经系统疏通经络，改善微循环。	自主研发	低频治疗仪	技术成熟
7		特定光谱理疗技术	该技术主要用于脱毛仪，依据选择性的光热动力学原理，通过激光波长能量便能穿过皮肤表层到达毛囊的根部，随后毛囊内的广内会被吸收和转化为破坏毛囊组织的热能，从而让正处于生长期的毛发被烧坏，从而凋亡。脱毛仪小巧方便，适用于用户个人使用。	自主研发	脱毛仪	技术成熟
8		艾灸中医理疗技术	该技术主要用于智能艾灸仪，在保证艾灸疗法的疗效下，使用艾绒直接灸的基础上，应用磁疗方法、微电子、计算机技术，以不燃烧为特点，直接作用于人体的穴位。通过艾灸相关的穴位，能够起到补气助阳，疏通经络，温热散寒，调节脏腑功能，促进机体的新陈代谢，增强患者的体质，防病保健。用户能够随时随地进行艾灸，也能够自动加热促进人体排汗排毒。适用于家庭用户，各级医疗院所及社区治疗保健等。	自主研发	智能艾灸仪	技术成熟
9		物理法氧气分离技术	该技术主要用于分子筛制氧机，空气由压缩机加压后，经过空气预处理装置除去油、尘埃等固体杂质及水，并冷却至常温，经过处理后的压缩空气由进气阀进入装有分子筛的吸附塔，空气中的氮气、二氧化碳等被吸附，流出的气体即为高纯度的氧气。还可进行药物雾化，在家也能轻松做雾化。适用于家庭用户，社区治疗保健等。	自主研发	分子筛制氧机	技术成熟
10	产品线拓展	互联网+智能血压计开发技术	规划开发一款智能电子血压计通过通讯模块将数据传输到 PC 或互联网，实现远程医疗的功能，节省了医疗时间。实现多次血压值同屏显示，使得用户更清晰更方便地了解血压变化趋势，亦可清晰地体现血压突变的情况；用	自主研发	蓝牙电子血压计+APP	技术成熟

序号	技术类型	核心技术名称	技术描述	技术来源	技术在产品中的运用	技术先进性
			户还可以查看近期的血压变化，判断降低血压措施是否有效，评估药物疗效，以便更好地控制高血压，改善病人对治疗的依从性，并能够了解某段时间的饮食等因素会造成血压升高，达到提醒的效果。			
11		智能血压血糖一体机技术	克服现有技术的不足，提供一种智能血压血糖一体仪，有效地将血糖仪和血压计结合为一体，降低了成本避免了浪费，增加了语言播报器和数据分享模块使功能更加多样化。	自主研发	血压血糖一体机	技术成熟
12		化学分析制氧技术	该技术主要用于氧立得制氧机，以空气为原料，通过电化学原理，使空气中的氧分子自然汇聚，产生 99%的新鲜纯氧，不带任何杂质。氧立得便携制氧器能够随时随地方便、安全地提供高纯度医用湿氧，让家人安心。适用于家庭用户，社区治疗保健等。	自主研发	氧立得制氧机	技术成熟

2、信息系统技术

序号	技术名称	具体内容	来源
1	EBMS 系统	线上售后管理系统，由退货退款、补发换货、退回件分拣、快递赔付等模块构成，建立了一套完善的售后处理流程，及时处理顾客的售后问题，对售后相关的业务流程进行统一管理。	原始创新
2	零售会员系统	线下门店业务系统，涵盖了收银、库存管理、会员管理、客户关系管理等功能，在公司的连锁门店均有应用，为门店日常经营、客户管理提供便利。	原始创新
3	UDI 系统	医疗器械唯一标识数据库系统，对公司的医疗器械产品进行唯一标识编码和赋码，对接生产系统数据，可实时上报到国家药监局平台。实现产品的追溯和流通领域监管。	原始创新
4	电子发票系统	针对公司多店铺、多主体的发票开具效率低问题，建立了一套电子发票统一开具平台，打通了订单系统和税务系统，实现电子发票快速开具和推送。	原始创新
5	MES 系统	用于血糖仪的生产过程管理。主要功能有数据导入、标签打印、条码扫描、数据查询。通过一物一码实现生产过程的可追溯和三码合一。	原始创新
6	可孚直发系统	接收其他合作伙伴的订单数据，与仓储 WMS 系统对接，仓库发货之后同步订单与物流状态，为其他合作伙伴提供订单处理服务。	原始创新
7	B2B 业务管理平台	公司在其他 B2B 平台店铺的业务管理系统，主要有订单管理、客户管理、质检档案、售后管理。通过线上接单方式，同时满足线下 GSP 监管的要求，为不同平台客户提供一站式服务。	原始创新
8	分布式视频存储系统	对仓库发货的订单进行全流程视频监控，通过一个快递单号即可调出发货视频，对仓库日常管理、货物跟踪提供快速解决方案	原始创新
9	可孚家用医疗器械大数据库	汇集公司主要业务系统的数据，打通线上线下业务数据，通过订单和会员数据分析客户地域、年龄、产品偏好等指标，指导营销和产品研发迭代，通过移动终端可以快速查询需要的报表数据。	原始创新
10	基础数据平台	针对多系统多平台的痛点，将公司的基础信息数据统一维护管理，包含人员、物料、客户、供应商几大模块。通过接口给其他系统调用。	原始创新
11	用友 NC	覆盖供应链、财务、生产于一体的业财一体化系统。公司所有的业务数据最终汇总到 NC 系统。财务根据业务单据进行财务核算。	定制外购
12	旺店通	包含 ERP 和 WMS，ERP 用于线上 B2C 业务的订单归集，通过审单流程推送订单数据到 WMS，仓储物流中心在 WMS 系统进行拣货打包和配送。	定制外购

3、核心技术的关键指标形成的专利情况

核心技术	行业产品通常关键指标	发行人产品关键指标	在国内外技术水平中所处位置	形成的专利
电子血压计采用血压值核心算法	欧洲高血压协会（ESH）的标准，实测血压误差精度在 5mmHg 的比例应当在 60%。	实测血压值误差精度在 5mmHg 的比例达到了 84%。	国内同类产品先进水平	实用新型《一种血压计》201720881244.4
电子血压计自动校准技术	国家强制性标准中，血压计的静态测量精确度应当在正负 3.75mmHg；同类产品的静态测量精确度在正负 3mmHg 之间，	电子血压计的测量压力精度由 3mmHg 提升到 1mmHg	国内同类产品先进水平	（1）发明专利《一种用于听诊法血压计的电子探头装置》201811598934.4 （实质审查） （2）发明专利《一种电子血压计自动检测装置及方法》201910437539.6 （实质审查） （3）发明专利《一款腕带可调的电子血压计及腕带松紧度判别方法》201910878149.2 （实质审查） （4）实用新型《一种血压计》201720881244.4 （5）实用新型《一种电子血压计自动检测装置》201920764652.0 （6）实用新型《一款腕带可调的电子血压计》201921544634.8 （7）外观专利《电子血压计（65B）》201630052401.1 （8）外观专利《电子血压计（65C）》201630052403.0 （9）外观专利《血压计（75C）》201630081624.0 （10）外观专利《血压计（75B）》201630136731.9 （11）外观专利《血压计（65E）》201630136733.8 （12）外观专利《电子血压计（65D）》201630655482.4 （13）外观专利《血压计（65W）》201830411045.7 （14）外观专利《血压计（35A）》201830411548.4 （15）外观专利《血压计（65I）》201830515529.6 （16）外观专利《血压计》201930070320.8 （17）外观专利《腕带可调的电子血压计》201930510969.7 （18）外观专利《隧道式血压计》201930648432.7
电子血压计成本优化技术		MCU 集成了 LCD 驱动器和 24 位高精度 ADC 电路，减少了电源稳压和阻容元件，降低了产品成本。采用该方案设计的电子血压计操作简单、安全，具备实时数字显示当前血压值，	国内同类产品先进水平	实用新型《一种血压计》201720881244.4

核心技术	行业产品通常关键指标	发行人产品关键指标	在国内外技术水平中所处位置	形成的专利
		测量精度高、范围广，系统成本显著降低。		
互联网+智能血压计开发技术	国家标准要求静态血压测量范围0mmHg-300mmHg； 同类产品的脉搏测量范围在40次/分~180次/分、40次/分~200次/分	本技术采用蓝牙协会会员单位瑞萨SOC集成芯片，该芯片集蓝牙功能与mcu芯片功能于一体，且蓝牙有效连接距离长达18米，连接可靠稳定，同时能通过通讯模块将数据传输到PC或互联网，实现多次血压值同屏显示。 测量血压范围40-260mmHg； 测量心率范围40-199次/分钟。	国内同类产品同一水平	（1）发明专利《一种基于大数据的血压监控系统》201810166836.7（实质审查） （2）实用新型《一种血压计》201720881244.4 （3）外观专利《血糖血压一体机》201930648431.2
智能血压血糖一体机技术	国家标准要求静态血压测量范围0mmHg-300mmHg； 同类产品的脉搏测量范围40次/分~180次/分、40次/分~200次/分； 同类产品的血糖测量范围1.1-33.3mmol/L。	有效地将血糖仪和血压计结合为一体，降低了成本避免了浪费，增加了语言播报器和数据分享模块使功能更加多样化。 1.血压测量范围0mmHg-260mmHg； 2.脉率测量范围40-199bpm，允差应为±5%； 3.血糖测试范围为1.5-31.3mmol/L(27mg/dL-563mg/dL)。	国内同类产品同一水平	（1）实用新型《一种血糖、血脂和尿酸三合一试纸检测卡》202021591243.4（已受理） （2）实用新型《一种动态连续血糖监测系统的一次性使用定位贴》202021591268.4（已受理） （3）实用新型《血糖试纸筒》202020742841.0（已授权） （4）实用新型《试纸储存桶》202020742841.0（已授权） （5）实用新型《一种具有识别代码信息的检测试纸》202021714964.X（已受理） （6）外观《血糖血压一体机》201930648431.2
红外体温测温技术	同类产品的体温测量范围和精度为： 35.0℃~42.0℃范围内±0.2℃； 32.0℃～34.9℃和42.1℃～43.0℃范围内±0.3℃。	工作环境温度：10℃～40℃ 体温测量范围和精度： 32.0℃～34.9℃范围内±0.3℃ 35.0℃～42.0℃范围内±0.2℃ 42.1℃～43.0℃范围内±0.3℃ 物体温度测量范围：0-100℃	国内同类产品同一水平	（1）外观专利《红外体温计》201930612873.1 （2）外观专利《包装盒（电子体温计）》201730275950.X （3）外观专利《包装盒（体温计）》201730275959.0 （4）外观专利《非接触式红外线体温计》201730616398.6 （5）外观专利《电子体温计（1）》201930654577.8 （6）外观专利《电子体温计（2）》201930655266.3 （7）外观专利《电子体温计（KF-HW-006）》202030129373.5 （8）外观专利《电子体温计（KF-HW-007）》202030129364.6 （9）外观专利《电子体温计（KF-HW-009）》202030129363.1 （10）外观专利《电子体温计（KF-HW-010）》

核心技术	行业产品通常关键指标	发行人产品关键指标	在国内外技术水平中所处位置	形成的专利
				202030129367.X （11）外观专利《电子体温计（KF-HW-011）》202030129372.0 （12）外观专利《电子体温计（KF-HW-012）》202030129371.6 （13）外观专利《电子体温计（KF-HW-013）》202030129361.2 （14）外观专利《电子体温计（KF-HW-014）》202030129355.7
变压吸附法氧气分离技术：	关键技术一： 国家药品标准要求富氧含量应在 90.0%~96.0%； 关键技术二： 同类产品的采用≤10um 的过滤器，同时仅在部分制氧机的贮气罐和输氧口之间配有过滤器，而我司的是全部配置； 国家推荐性标准要求固体物质含量应当≤1mg/m³，粒度应当≤100um。	关键技术一：采用优质 LiX 型分子筛，其氮氧分离效率超常规分子筛高 3 倍，长时间运行氧浓度≥93%； 关键技术二：全部配置有六级深度过滤系统，将氧气中固体颗粒物质含量降至 0.5mg/m³ 以下，固体颗粒粒径降至 10um 以下，让用户享受安全舒适的呼吸体验； 关键技术三：低流量警示、多档位低氧浓度警示、电源中断警示、压缩机故障警示、压力循环故障警示等多重智能报警保护系统技术，为设备安全运行保驾护航 关键技术四：采用高性能全铜芯无油活塞式压缩机，大气量设计，吸氧雾化同时进行也能保证氧气浓度，同时设备在高海拔地区使用也能保证其稳定性。	国内同类产品先进水平	（1）发明专利《自适应海拔的便携式制氧机及制氧方法》202021036839.8（已受理） （2）外观专利《制氧机》201630656571.0 （3）实用新型专利《自适应海拔的便携式制氧机》202021036839.8（已受理） （4）外观专利《制氧机》202030552189.1
化学制氧技术	关键技术一： 同类产品达到最大出氧量所需要的时间为 15min； 国家推荐性标准中关于医用氧氧含量的要求，应当大于等于 99.5%； 关键技术二：	关键技术一：特殊反应腔设计有效提高了制氧剂反应速度，30 秒内产氧浓度即可达到 99.5%，符合医用标准； 关键技术二：大流量出氧设计，高达 1000ml/分钟的氧气流量能够有效的改善用户的缺氧症状，提升氧疗功效。 关键技术三：时令性水位线设计，在腔体上设计季节性提示水位线，根据不同季节气候特点，	国内同类产品先进水平	（1）实用新型《一种改进的便携式制氧器》201320196507.X （2）实用新型《自适应海拔的便携式制氧机》2020105095643.0 （已受理） （3）发明专利《一种混合型生氧剂的制备方法改进》202010995782.2（已受理）

核心技术	行业产品通常关键指标	发行人产品关键指标	在国内外技术水平中所处位置	形成的专利
	同类产品中出氧量的标准为 1000ml/分钟。	设置不同的水位线，用氧科学合理。		
微网式雾化器	关键技术一： 中国医药行业标准中，超声振荡频率与标称频率的偏差应≤±10%。 关键技术二： 同类产品的喷雾速率≥0.2mL/min。 关键技术三： 同类产品产生的雾粒直径 1μm～5μm 的雾粒所占比例大于 60%。	关键技术一：110 kHz,工作频率与标称频率的偏差应≤±10%； 关键技术二：雾化量、最大雾化率≥0.2mL/min； 关键技术三：雾化颗粒，中位粒径 4.5um±25%,直径小于 6um 的雾粒占比不低于 60% 关键技术四：无药液自动关机，当药杯内药液≤0.5mL 时，电源指示灯闪烁，雾化器会在 30s 内自动关机	国内同类产品先进水平	（1）实用新型《一种降低雾化器噪音的过滤器盖及具有其的雾化器》201920908196.2 （2）外观专利《医用超声雾化器》201730275616.4 （3）外观专利《便携式超声雾化器》201930122526.0 （4）外观专利《网式雾化器（1）》201930633662.6 （5）外观专利《网式雾化器（2）》201930632247.9
压缩式雾化器、直流式雾化器	关键技术一： 同类产品喷雾速率≥0.2mL/min；	关键技术一：雾化量，不小于 0.2ml/min； 关键技术二：雾化颗粒：在温度为 25℃-30℃，湿度为 50%-70%的环境下，使用 0.9%的生理盐水测试，中位粒径为 5.5μm，误差不超过 ±25%	国内同类产品同一水平	（1)外观专利《医用压缩式雾化器(黑狗)》201730052301.3 （2)外观专利《医用压缩式雾化器(海豚)》201730052026.5 （3)外观专利《医用压缩式雾化器(黄狗)》201730052141.2 （4）外观专利《压缩式雾化器》201730233152.0 （5）外观专利《压缩雾化器（熊猫）》201730243028.2 （6）外观专利《压缩式雾化器》201730468682.3 （7）外观专利《雾化器》201930070315.7 （8）外观专利《雾化器》201930076281.2 （9）外观专利《医用压缩式雾化器》201930122524.1 （10）外观专利《医用压缩式雾化器》 （11）外观专利《压缩式雾化器》201930123068.2 （12）外观专利《压缩式雾化器》201930123069.7 （13）外观专利《压缩式雾化器（1）》201930194369.4 （14）外观专利《压缩式雾化器（2）》201930194438.1 （14）外观专利《压缩式雾化器（3）》201930194436.2
艾灸中医理疗技术	关键技术一： 同类产品对于工作时间调档为 5 分钟~60 分钟	关键技术一：工作时间，5 分钟-60 分钟（可调节,调节时每次增加或减少为 5 分钟） 误差	国内同类产品同一水平	（1）实用新型《一种低压安全的无烟型加热模式的艾灸理疗装置 202020347686.2（已授权） （2）实用新型《一种支撑架及艾灸凳》 201921947099.0

核心技术	行业产品通常关键指标	发行人产品关键指标	在国内外技术水平中所处位置	形成的专利
	（可调节,调节时每次增加或减少为 5 分钟） 误差±5%； 关键技术二： 同类产品的工作温度为 40℃~170℃（可调节,调节时每次增加或减少为 5℃）。	±5%； 关键技术二：工作温度，40℃~170℃（可调节,调节时每次增加或减少为 5℃）		（3）实用新型《艾灸套》 201921182381.4 （4）外观专利《艾灸仪》 201930484134.9 （5）外观专利《艾灸仪》 201930258482.4 （6）外观专利《艾灸套（5）》201930144972.1 （7）外观专利《艾灸套（4）》201930144720.9 （8）外观专利《艾灸套（3）》201930144731.7 （9）外观专利《艾灸套（2）》201930144975.5 （10）外观专利《艾灸套（1）》201930144986.3 （11）外观专利《艾灸盒（圆形》201830507557.3 （12）外观专利《艾灸盒（金字塔》201830507559.2 （13）外观专利《艾灸盒外包装》201630660702.2 （14）外观专利《艾炙盒（3 孔》201630656572.5
低频治疗仪	同类产品的工作模式有 3 种，每种模式由 10 级力度	工作模式共三种，每种工作模式可调节工作强度为十级。	国内同类产品同一水平	
特定光谱理疗技术	同类产品提供 5 个光照强度档位，额定功率为 45W	仪器提供 5 个光照强度档位，可手动调整成个人舒适的档位，脱毛仪的额定功率为 48W，光波长度在 520~1200nm 之间。	国内同类产品同一水平	

4、以公司主要产品为例，公司技术先进性的具体体现

发行人所属的家用医疗器械行业相较医用医疗器械而言，具有操作简单、体积小巧、携带方便等特点，其产品技术相对成熟。发行人产品种类丰富，通过多年的研发积累，其产品技术属于行业内主流水平，就具体产品而言，参数的先进性体现如下：

产品门类	产品类别	代表产品	先进性说明
健康监测	血压计	KF-65b 和 KF-DT65B	1、测量精度高，误差小 测量精度较高，可提升电子血压计测量的准确性，为临床的诊断工作提供科学的指导。通过该核心算法，以临床试验结果来看，实测血压误差在 5mmHg 的比例已经达到 84%，可达到欧洲高血压协会（ESH）的要求。 2、具备自动校准功能，提高生产效率 在现有技术以及技术方案的基础上，通过增加相应的功能单元，实现自动校正调节的功能，使得电子血压计的测量静态压力精度由 3mmHg 提升到 1mmHg；基于此技术，在生产过程中调试血压计的时间由原来人工调试校准时间约 2 分钟/台降低至约 15 秒/台，提高了生产效率，降低了产品成本，增加了产品竞争力。 3、集成模块 MCU 集成了 LCD 驱动器和 24 位高精度 ADC 电路，减少了电源稳压和阻容元件，降低了产品成本。采用该方案设计的电子血压计操作简单、安全，具备实时数字显示当前血压值，测量精度高、范围广，系统成本显著降低。 4、采用瑞萨 SOC 集成芯片 智能电子血压计内的芯片采用了蓝牙协会会员单位瑞萨 SOC 集成芯片，该芯片集蓝牙功能与 MCU 芯片功能于一体，其蓝牙有效的连接距离达到 18 米，同时能通过通讯模块将数据传输到 PC 或互联网，实现多次血压值同屏显示。该产品测量的血压范围为 40-260mmHg，测量的心率范围为 40-199 次/分钟。
	血糖仪	KF-GS-07 血糖血压测试仪	智能血压血糖一体仪有效地将血糖仪和血压计结合为一体，兼具两个产品成熟的基本功能和基本技术，同时还增加了语言播报器，其数据分享模块使功能更加多样化。 该产品的血压测量范围 40mmHg-260mmHg；脉率的测量范围 40-199bpm，允差为±5%；血糖的测试范围为 1.5-31.3mmol/L(27mg/dL-563mg/dL)。
	红外体温计	KF-HW-001	利用辐射的原理快速测量人体的额头或耳朵的方式来获得体温数据，及时反映人体温度的变化，以供使用者判断是否需要就医。采用该技术的体温计，其测量体温的精度相较于同行业的同类产品来说，测量精度一致，亦符合国家标准。 产品体温测量范围和精度： 32.0℃～34.9℃范围内±0.3℃ 35.0℃～42.0℃范围内±0.2℃ 42.1℃～43.0℃范围内±0.3℃
呼吸支持	分子制氧机	KF-ZYJ-001 KF-ZYJ-002 KF-ZYJ-007 KF-ZYJ-008	采用优质 LiX 型分子筛，其氮氧分离效率超常规分子筛高 3 倍，长时间运行氧浓度≥93%；同时，采用六级深度过滤系统，将氧气中固体颗粒物质含量降至 0.5mg/m³以下，固体颗粒粒径降至 10um 以下，让用户享受安全舒适的呼吸体验；设备同时采用了低流量警示、多档位低氧浓度警示、电源中断警示、压缩机故障警示、压力循环故障警示等多重智能报警保护系统技术，为设备安全运行保驾护航。为保证静音效果，设备采用悬浮式压缩机安装设计，多重静音设计，设备运行噪音小；同时还采用高性能全铜芯无油活塞式压缩机，大气量设计，吸氧雾化同时进行也能保证氧气浓度，同时设备在高海拔地区使用也能保证其稳定性。

产品门类	产品类别	代表产品	先进性说明
	氧立得制氧机	KF-A2000	通过特殊反应腔设计，有效提高了制氧剂的反应速度，氧纯度可达到 99.5%，符合医用标准；出氧量的峰值可达 1000ml 氧气流量；同时还采用了时令性水位线设计，在腔体上设计季节性提示水位线，根据不同季节气候特点，设置不同的水位线，用户可以根据自身情况选择用量，在保健缺氧和一般缺氧两种模式自由切换，用氧科学合理。
	微网式雾化器	KF-WHQ-601B	微网式雾化器的工作频率为 110 kHz，工作频率与标称频率的偏差≤±10%；最大雾化率≥0.2mL/min；雾化颗粒，中位粒径 4.5um±25%,直径小于 6um 的雾粒占比不低于 60%；该技术还采用了无药液自动关机的设计，当药杯内药液≤0.5mL 时，电源指示灯闪烁，雾化器会在 30s 内自动关机。
	压缩式雾化器	KF-WHQ-07	其最大雾化率不小于 0.2ml/min；在温度为 25℃-30℃，湿度为 50%-70%的环境下，使用 0.9%的生理盐水测试，雾化颗粒的中位粒径为 5.5μm，误差不超过±25%。
中医理疗	艾灸系列	KF-AJ-01	在保证艾灸疗法的疗效下，使用艾绒直接灸的基础上，应用磁疗方法、微电子、计算机技术，以不燃烧为特点，直接作用于人体的穴位。通过艾灸相关的穴位，能够起到补气助阳，疏通经络，温热散寒，调节脏腑功能，促进机体的新陈代谢，增强患者的体质，防病保健。用户能够随时随地进行艾灸，也能够自动加热促进人体排汗排毒。艾灸系列产品的工作时间为 5 分钟~60 分钟，具有可调节功能，调节时每次增加或减少为 5 分钟，其误差不超过±5%；工作温度在 40℃~170℃之间，工作温度具有可调节功能，调节时每次增加或减少为 5℃。
	脱毛仪	KF-002	依据选择性的光热动力学原理，脉冲光穿过皮肤表层到达毛囊的根部，毛囊内的光能会被吸收和转化为破坏毛囊组织的热能，毛囊受热休眠，进而使毛发脱落。仪器提供 5 个光照强度档位，可手动调整成个人舒适的档位，确保柔和而高效的照射；脱毛仪光波长度在 520~1200nm 之间，可用于敏感肌肤和敏感的身体部位的脱毛。
	低频治疗仪	KF-DP-199 KF-DP-299	采用数字频率合成技术，治疗波形不断变化，连续、断续、间续的完善结合，使电流的揉捏效应充分体现，配合“恒定磁场磁振”使治疗更舒适。采用全程自控低频点刺激技术，用户操作简便。合理、高效的治疗电极，在病域形成最大的电流密度和最直接的热刺激效应。主要用于调节人体免疫力、内分泌、神经系统疏通经络，改善微循环。工作模式共三种，每种工作模式可调节工作强度为十级。

（二）核心技术的科研实力和成果情况

1、重要奖项

序号	获奖年份	获得奖项	颁奖单位
1	2018 年	企业技术中心	长沙市发改委
2	2018 年	湖南省创新医疗器械	湖南省食品药品监督管理局
3	2019 年	湖南省上云上平台标杆企业	湖南省工信厅
4	2019 年	长沙市小巨人	长沙市工信局
5	2019 年	湖南省小巨人	湖南省工信厅
6	2019 年	湖南省互联网企业 50 强	湖南省工信厅
7	2019 年	长沙市两型产品	长沙市科技局
8	2019 年	湖南省创新医疗器械	湖南省药品监督管理局
9	2020 年	湖南省两型产品	湖南省科技厅
10	2020 年	湖南省疫情防控突出贡献企业	湖南省新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作领导小组防疫物资保障组办公室
11	2020 年	湖南省企业技术中心	湖南省发改委
12	2020 年	湖南省工业设计中心	湖南省工信厅
13	2020 年	国家级专精特新“小巨人”	工信部
14	2020 年	高新技术企业	科技部

2、重大科研项目

序号	项目名称	时间	项目类型	项目进展
1	智能无线充电助听设备关键技术研究及产业化	2017.11-2019.10	长沙市科技计划	已完成
2	基于健康大数据的智能电子血压计研发及量产	2018.01-2019.10	长沙市移动互联网产业专项	已完成
3	助听器关键技术研究及产业化项目	2018.01-2020.12	湖南省制造强省重大产业类项目	已完成
4	基于大数据的智慧血压运行系统的研究与开发	2018.12-2020.11	雨花区重点科技计划	已完成
5	智能家庭健康陪护机器人（联合项目）	2019.01-2021.01	工信部新一代人工智能产业创新重点任务攻关	已完成
6	长沙市商标密集型产业示范企业培育项目	2019.10-2021.09	长沙市知识产权公共项目	进行中
7	高性能听力评估检测系统研究（联合项目）	2020.01-2021.12	湖南省科药联合基金项目	进行中
8	可孚健康云大数据平台与实体经济深度融合项目	2020.01-2021.06	湖南省大数据和区块链产业发展重点项目	进行中

（三）研究开发投入

公司报告期研究开发投入的具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
研发投入	4,426.35	1,601.49	1,192.52
营业收入	237,526.07	146,202.95	108,708.11
研发投入占营业收入比例	1.86%	1.10%	1.10%

公司以自主研发为主的方式进行技术和产品的开发，报告期内研发投入逐年提高，有利于公司持续研发和升级满足客户和市场需求的产品，提高公司竞争优势。

1、研发费用与经营规模相匹配

报告期内，发行人研发费用分别为1,192.52万元、1,601.49万元、4,426.35万元，占营业收入的比例分别为1.10%、1.10%、1.86%，占比保持稳定。发行人研发费用与经营规模配比分析情况如下：

（1）与经营模式匹配

发行人专注于家用医疗器械的研发、生产、销售和服务，公司以“可孚”产品为核心，并引入其他知名品牌作为补充，构建起了包括健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大领域，同时覆盖各年龄层、全部消费群体的产品体系，涉及近万个产品型号及规格，能够满足消费者多品牌、一站式购物的产品需求。通过自有品牌和非自有品牌的结合，公司的销售收入在报告期内取得了快速增长。

非自有品牌产品方面，发行人主要利用自身线上线下立体式销售网络优势和专业的服务能力销售该类产品，此类产品由代理品牌方设计并生产，因此发行人不需要对该类产品进行产品开发方面的研发投入。

自有品牌产品方面，发行人根据自身历史积累订单数据、市场需求状况及行业发展趋势分析，专注于对产品的外观、使用功能、结构及包装等进行设计和策划，并从整体上制定采购、生产和销售计划。

发行人优先选择部分核心产品集中资金和资源进行研发和生产，报告期内发行人自主研发主要集中在电子血压计的无线传输技术、无线血压大数据系统及产品研发，洗鼻器和指夹式脉搏血氧仪产品研发、基于STM主控芯片及pid算法的家用呼吸机产品研发，多功能护理床产品研发，助听器自制芯片、蓝牙连接技术及纯音听力计的研发，胶原蛋白修复贴及透明质酸钠修复贴产品研发，额温枪产品研发，压缩式和MESH微网雾化器产品研发，血压血糖一体机项目、分子筛制氧机及成本控制和脉冲式便携制氧机开发，

此类研发大部分在报告期内已在产品上运用，因此需要投入的研发费用相对较高，报告期内上述项目的研发占研发费用的比例分别为75.34%、60.32%、60.41%。对于部分产品，发行人为了降低生产成本和便于集中资源进行核心产品的研发和生产，发行人适当利用产业链分工，选择从行业内专注于某类医疗器械产品的生产型企业处购买，其拥有合格的生产资质和丰富的行业经验，能够满足公司对质量和成本的需要。

（2）与发行人发展战略匹配

可孚医疗自创立之初即致力于为用户提供可靠的医疗健康产品和一站式解决方案，公司精心塑造的“可孚”品牌，定位于设计新颖、技术先进、品质卓越、贴近大众的高质量家用医疗器械。

家用医疗器械品类多，研发涉及到电子、医学、声学、生物、信息等多个科学领域，发行人根据自身特点和发展规划，逐渐增加研发的产品类型，逐步从销售驱动向研发驱动转变。

（3）与核心技术取得方式、自产产品构成相匹配

发行人掌握的核心技术来自自主研发，且处于技术成熟阶段，需要投入研发费用较少。

发行人主要自产产品为血压计、护理床、助听器、助行器、雾化器、鼻腔护理、刮痧板、拔罐器、口罩/手套、消毒产品，其中拔罐器、助行器、刮痧板等部分产品以组装为主。发行人专注于家用医疗器械领域，多数产品的技术已经到达成熟阶段，依托于强大的销售渠道反馈的产品信息，研发项目定位精准，研发成果能够快速转化，研发费用投入产出比率较高。

2、与同行业可比公司对比情况

国内A股上市公司及已申报企业中，所涉及业务包括家用医疗器械产品的主要公司有鱼跃医疗、三诺生物、乐心医疗、九安医疗、稳健医疗、英科医疗、振德医疗、奥美医疗、蓝帆医疗。发行人研发费用及其占营业收入比例与同行业可比公司的具体情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	研发费用	研发占比	研发费用	研发占比	研发费用	研发占比
鱼跃医疗	18,178.29	5.31%	23,506.76	5.07%	15,212.05	3.64%
三诺生物	8,031.61	8.26%	18,957.75	10.66%	16,051.64	10.35%
乐心医疗	4,567.84	10.27%	7,090.03	8.02%	5,640.42	7.28%
九安医疗	5,621.08	5.40%	12,197.21	17.27%	13,746.78	24.38%
稳健医疗	16,884.52	4.04%	15,519.32	3.39%	11,656.40	3.04%
英科医疗	8,747.71	1.07%	6,759.54	3.25%	6,255.85	3.31%
振德医疗	7,320.01	1.92%	5,095.38	2.73%	5,691.34	3.98%
奥美医疗	2,915.19	1.29%	5,971.29	2.54%	4,973.87	2.45%
蓝帆医疗	10,554.86	4.62%	29,687.99	8.54%	18,290.96	6.89%
平均水平	9,202.35	4.69%	13,865.03	6.83%	10,835.48	7.26%
可孚医疗	1,378.80	1.40%	1,601.49	1.56%	1,192.52	1.64%

注：由于发行人一部分营业收入由代理主流医疗器械品牌产品构成，上表计算研发占比已剔除代理品牌收入，上述可比公司除英科医疗外 2020 年年报均未披露，故仍使用 2020 年半年度报告数据对比。

为了保证企业的持续稳定发展，公司在报告期内不断加大研发投入力度，报告期内，公司研发费用合计分别为1,192.52万元、1,601.49万元、4,426.35万元，为公司的技术创新和人才培养等创新机制奠定了物质基础。与同行业可比公司相比，发行人的研发费用占营业收入比例较低主要系发行人发展模式及研发人员占比与可比公司存在差异所致。

同行业上市公司主要为生产型企业，公司为销售驱动自主生产与自主研发型企业。公司凭借销售渠道反馈的市场需求信息，可对研发项目及核心部件的技术改进精准定位，研发投入产出比率更高。同时，发行人研发主要专注于产品设计和部分核心产品、核心部件的开发，对于部分产品和部件发行人选择从行业内优质的生产型企业采购，其专注于某一细分产品的生产，具备合格的生产资质和标准的生产流程，能够满足公司的需求。2018年、2019年自有品牌自产和自有品牌外购销售收入增长率为28.89%、41.11%，虽然发行人研发费用逐年增长，但快速增长的营业收入导致发行人研发费用占比低于同行业平均水平。

发行人研发费用主要为研发人员薪酬，公司研发人员人数低于同行业可比公司，公司研发人员及其占比如下：

公司名称	2019 年度	
	研发人员人数	研发人员占比
鱼跃医疗	901	13.14%
三诺生物	529	18.73%
乐心医疗	305	13.55%
九安医疗	421	34.23%
稳健医疗	946	10.57%
英科医疗	360	9.81%
振德医疗	433	8.61%
奥美医疗	391	8.00%
蓝帆医疗	544	13.25%
平均水平	536.67	14.43%
可孚医疗	88	4.54%

公司研发费用主要用于支付人员薪酬，2019研发人员薪酬占研发费用52.7%，发行人研发人员占比同行业企业，同时同行业可比公司总部处于江苏、广东、浙江等经济发达地区，公司研发人员主要位于长沙，平均工资水平低于其他地区，因此公司研发费用低于同行业公司具有合理性。

（四）核心技术人员及研发人员情况

1、研发团队情况

公司历来重视人才梯队的培养与研发团队的建设，目前已形成一支由多名教授、高级工程师及博士等组成的高学历高水平的核心研发团队，并针对各细分业务领域组建了灵活高效的应用产品开发团队，公司在技术创新及产品研发方面拥具备雄厚的实力。公司在人才队伍建设方面，始终把培养拥有技术过硬、创新能力强和品质过硬的技术队伍作为工作的主要任务，截至 2020 年 12 月 31 日，公司共有员工 3,279 人，其中研发人员 129 人，占比为 3.93%。

2、核心技术人员情况

（1）基本情况

公司核心技术人员的基本情况请参照本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”之“（一）董事、监事、高级管理

人员及其他核心人员概况”之“4、其他核心人员”相关内容。

（2）核心技术人员科研成果及其研发的具体贡献

序号	姓名	获得奖项	重要科研成果/对公司研发的具体贡献
1	王克镇	2019年获评长沙市高层次人才、2020年获评雨花区工业新兴优势产业链中层骨干人才	构建和搭建研发体系，规划电子检测类等新产品的研发计划；完善BOM编制、审核、变更的流程；负责产品研制过程中关键技术的突破、重要难题的解决等工作。主导参与完成电子血压计、雾化器、红外额温枪等项目的研发工作。
2	黄璐	-	通过信息技术提升电商运营效率，研发了EBMS系统、电商运营分析系统；对公司生产经营提供数据支撑，开发了可孚数据平台、可孚MES系统；推进公司数字化转型，通过大数据技术帮助企业通过数据驱动业务增长。
3	刘丽霞	2019年初获评长沙市高层次人才、雨花经开区2018年度高精尖人才、入选2020年度长沙市紧缺急需三类人才名单、高级工程师	在GlobeCom、CrownCom、软件学报等国内外学术会议和期刊发表学术论文25篇，其中以第一作者发表的EI检索7篇。先后参加国家自然科学基金资助项目2项、国家教育部博士点基金资助项目2项。主导和参与4项团体标准。

（3）公司对核心技术人员实施的约束激励措施

公司已与核心技术人员签署《保密协议》及《竞业禁止》协议，对其任职期间及离职以后的保密义务、竞业限制义务进行了约定。公司目前主要通过研发项目奖励的形式对其进行激励。

（4）报告期内公司核心技术人员的主要变动情况及对公司的影响

报告期内，公司核心技术人员未发生重大变化。

（五）与其他机构合作研发情况

序号	委托方（甲方）	受托方（乙方）	主要内容	研究成果分配方案	保密措施
1	可孚医疗	湖南超亟化学科技有限公司	甲方委托乙方研发：基于基因重组及发酵技术进行：基因序列合成、载体构建、基因表达、蛋白纯化、电镜鉴定。	乙方受托研发的产品，其一切相关知识产权无条件归属于甲方，乙方应确保甲方拥有及使用研发成果不会构成对于任何第三方的任何侵权。	对于研发成果所涉及的全部信息，包括但不限于技术参数、设计方案、技术秘密、材料配方等，双方应严格保密，不得向任何第三方披露。
2	可孚医疗	巨翊科技（上海）有限公司	甲乙双方合作开发“双水平无创呼吸机”，甲方提供市场信息，乙方负责主导产品研发	本项目产生的知识产权归甲方所有，并且甲方拥有本项目产生的知识产权及后续相关专利的转让权及收益权。乙方不得在未经甲方许可的情况下私自使用此次项目的知识	乙方对甲方委托注册的产品技术要求负有保密义务，未经甲方许可，任何一方不得泄露甲方提供的具有独特性的产品技术信息给任何第三方或用于开发其他产品，据

序号	委托方（甲方）	受托方（乙方）	主要内容	研究成果分配方案	保密措施
				产权用予生产、销售、转让。	此双方将另行签订保密协议。

1、上述两项合作研发项目情形具体如下：

（1）报告期内，发行人（甲方）与湖南超亟化学科技有限公司（乙方）合作研发的项目如下：

项目名称	基于基因重组及发酵技术开发 CFYJ 产品之研发和检测费用
合作单位	湖南超亟化学科技有限公司
起止时间	2019 年 8 月 24 日-2022 年 12 月 30 日
主要内容	甲方委托乙方研发：基于基因重组及发酵技术进行：基因序列合成、载体构建、基因表达、蛋白纯化、电镜鉴定。
研究成果分配方案	乙方受托研发的产品，其一切相关知识产权无条件归属于甲方，乙方应确保甲方拥有及使用研发成果不会构成对于任何第三方的任何侵权。
保密措施	对于研发成果所涉及的全部信息，包括但不限于技术参数、设计方案、技术秘密、材料配方等，双方应严格保密，不得向任何第三方披露。
合作研究经费承担	研发经费 80 万元，由发行人承担
报告期内费用发生情况	2019 年度发生 24 万元，2020 年度发生 20 万元，累计发生 44 万元。
会计核算科目	研发费用

（2）报告期内，发行人（甲方）与巨翊科技（上海）有限公司（乙方）合作研发的项目如下：

项目名称	双水平无创呼吸机研发项目
合作单位	巨翊科技（上海）有限公司
起止时间	2020 年 3 月 30 日-2021 年 3 月 27 日
主要内容	甲乙双方合作开发“双水平无创呼吸机”，甲方提供市场信息，乙方负责主导产品研发
研究成果分配方案	本项目产生的知识产权归甲方所有，并且甲方拥有本项目产生的知识产权及后续相关专利的转让权及收益权。乙方不得在未经甲方许可的情况下私自使用此次项目的知识产权用予生产、销售、转让。
保密措施	乙方对甲方委托注册的产品技术要求负有保密义务，未经甲方许可，任何一方不得泄露甲方提供的具有独特性的产品技术信息给任何第三方或用于开发其他产品，据此双方将另行签订保密协议。
合作研究经费承担	研发经费 388 万元，由发行人承担
报告期内费用发生情况	2020 年发生 183.02 万元，累计发生 183.02 万元。
会计核算科目	研发费用

（六）主要在研项目情况

公司目前具体正在研发的项目情况如下表：

序号	项目名称	研发阶段	在研目标	研发方式	预算（万元）
1	新款枪式额温枪02、06、07、09、11、12、13、14款	设计验证/开模中	该产品设计新外观，主要是利用物体发射的红外线具有的辐射能转变成电信号，红外线辐射能的大小与物体本身的温度相对应，根据转变成电信号大小，确定物体的温度。该产品可实现非接触式测量。	自主研发	160
2	直流雾化器开发	设计验证/改模中	该产品利用超声波震荡作用使药物溶液破碎成雾状颗粒喷出，雾化颗粒小于5um，覆盖广直达患处，适用于呼吸类疾病，有面罩式和鸭嘴器式两种使用方法可选择，手持方便、小巧便携、雾化量大颗粒细无药物残留。	自主研发	220
3	血压血糖一体机项目	设计验证/改模中	可同时测量血压、血糖，方便快捷，测量范围： （a）压力：0～279mmHg（0～37.1kPa）； （b）脉搏数：40次/分~160次/分； （c）血糖：1.5～31.3mmol（27mg/dl～563mg/dl）	自主研发	110
4	隧道电子血压计项目	设计验证/手板验证	寿命：血压计经过至少10,000次满量程循环 安全：血压计应提供一种简单易懂且清楚标识的措施允许使用者给袖带放气。	自主研发	300
5	分子筛制氧机及成本控制	设计策划/外观选型	以空气为原料，利用分子筛变压吸附工艺生产富氧空气，氧浓度范围为90%～96%（V/V），供氧疗或缓解因缺氧导致的不适以及将产品成本降低到一定的范围。	自主研发	260
6	脉冲式便携制氧机开发	设计策划/可行性分析	采用变压吸附原理，以空气为原料，通过沸石分子筛吸附氮气及其他气体，即可得到93%±3%的氧气，供氧疗或缓解因缺氧导致的不适。	自主研发	200
7	尿酸检测仪	设计策划/可行性分析	通过电化学生物感应法，监测尿酸值	自主研发	70
8	动态多参关键技术研究	样机阶段	通过对全数字化设计、云端支持、12导联心电图机、复合电极等关键技术研究，在超小的产品体积内实现心电图、血压、血氧、体温、心率等7项生理指标动态监测。	技术引进+再研发	500
9	基于脱氢酶的血糖试纸制备关键技术研究	方案阶段	通过对血糖试纸的功能结构设计、酵素配制方法及质控液、生产、质检等工艺流程开展研究，实现基于脱氢酶的金碳电极和银碳电极血糖试纸的试产。	技术引进+再研发	400
10	基于电化学尿酸检测技术研究	方案阶段	通过对尿酸试纸制备工艺流程中丝印碳电极和滴酶工序等关键过程的研究，实现尿酸试纸的自产，辅助诊断高尿酸血症。	自主研发	280
11	速干型免洗消毒液制备技术研究	设计阶段	通过对速干型免洗消毒液的关键配方和工艺流程研究，实现速干型免洗消毒液自产。	自主研发	180
12	基于STM主控芯片及pid算法的家用呼吸机研发	已研发首版及开发板	无创双水平全自动呼吸机；降低气管插管率，减少医务人员在为患者进行气管插管和人工气道管理中的感染风险。	自主研发	700
13	一站式智能运营平台	方案阶段	一站式智能运营平台集活动创建、执行、管理、反馈、迭代为一体，能够通过用户	自主研发	250

序号	项目名称	研发阶段	在研目标	研发方式	预算（万元）
			行为、属性、标签等数据筛选受众，实现目标人群的精准触达，提升关键指标和运营效率。平台主要由以下几个模块组成：数据采集，数据清理，数据中台，数据应用。		
14	线上客户画像平台	方案阶段	构建用户价值体系，实现用户召回等精准营销目标；管理客户全生命周期、有效提升用户体验；利用用户标签形成用户分层；利用智能算法，快速找到相似人群。	自主研发	200
15	可孚健康云大数据平台项目	研发阶段	基于可孚自研的多种智能健康监测产品，采集多源异构健康指标监测数据，运用大数据和人工智能相关先进技术，进行健康监测数据价值深度挖掘。健康数据一方面服务于公司内部业务部门的关键战略决策，一方面为国家健康相关部门、科研机构、医疗器械机构等提供有效数据服务和支持。	自主研发	600
16	基于 5G 网络的远程健康监测和诊疗辅助系统研发项目	方案阶段	围绕家庭健康监测、基层医疗机构病理诊断等应用场景，利用 5G 网络的毫秒级延时特性，结合心电图实时监测、高精度病理影像扫描等数据传输需求，实现基于 5G 网络的远程健康监测和诊疗辅助系统。	自主研发	600
17	数字化决策管理系统	方案阶段	基于已有的大数据库，让决策者可以在一个系统中看到整个企业所有的活动数据，能够更准确、快速预测和尽早发现问题，能够按问题优先级智能辅助决策者下达指令。包括了生产、研发、人力资源、产品、客户、市场、会员、采购、财务、办公流程等。实现一体化管理。	自主研发	300

（七）技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的安排

1、保持技术不断创新的机制

（1）完善研发体系及管理制度

公司持续健全研发体系和研发管理制度。公司高度重视市场需求对于研发工作的重要作用，在研发初期即坚持以市场为导向的研发策略，在研发立项过程中进行认真深入的市场调研，广泛收集客户的需求，充分论证项目的可行性。除此之外，公司也会根据未来市场趋势主动进行新产品和新技术的研发积累，为未来的市场需求做充分准备。

公司不断加强对研发过程的组织和管理，坚持以市场为导向进行研发组织及安排。每个项目的研发均需经过市场调研、立项、设计、开模验证、试产、产品验证、确认等多个环节，在各个环节均需提交相关资料，并组织多部门联席会议进行评审。公司建立的严谨周密的项目管理机制能够从制度层面保证技术创新的有序开展及持续规范。

（2）加大研发投入力度

公司自成立以来，对家用医疗器械领域核心技术的发展持续跟踪并深入调研，同时加大研发投入力度，对产品技术不断进行研发创新，使得产品性能和技术水平都得到了显著提升。为了保证企业的持续稳定发展，公司在报告期内不断加大研发投入力度，2018 年度、2019 年度和 2020 年度，公司研发费用合计分别为 1,192.52 万元和 1,601.49 万元、4,426.35 万元，为公司的技术创新和人才培养等创新机制奠定了物质基础。

（3）加强知识产权管理

公司高度重视知识产权管理，制定了专门的知识产权管理制度，设立了全职的专利经理岗位，跟踪行业的技术动态，检索分析总结相关的专利技术信息，对公司专利权进行撰写修改、申请及跟踪管理。公司通过专利申请打造了自有知识产权体系。

（4）建立人才培养与激励机制

公司高度重视人才的培养和研发队伍的建设。一方面，公司通过校园招聘和社会招聘不断引进专业人才，逐步壮大研发队伍。另一方面，公司定期和不定期地举行教育与培训工作，同时鼓励员工参与行业协会和科研机构举办的各种培训活动，对员工进行专业化培训，加速人才的成长，为公司未来业务发展打下基础。

2、技术储备与技术创新

公司根据行业发展的趋势和下游客户的需求，围绕现有产品和技术成果，在现有产品功能研发、结构设计、工艺优化以及新产品开发等方面不断创新，加强技术储备，从而使公司现有产品技术水平保持行业领先地位并拓展新的应用领域和产品类型。

八、公司在境外的生产经营及境外拥有资产情况

报告期内，公司未在中华人民共和国境外从事生产经营。截至本招股说明书签署日，公司拥有的境外资产为 16 个境外商标，其具体情况详见“附件 1”之“（二）海外商标”。

九、主要产品的质量控制情况

（一）质量控制体系

公司坚持高标准要求，内部建立了完善的符合《医疗器械生产质量管理规范》、《医

疗器械经营质量管理规范》的质量控制体系，并已通过 ISO13485:2016 质量管理体系认证，力争为客户带来安全有效、性能优异、质量稳定的医疗器械产品。在生产经营过程中，发行人对产品的原材料采购、检验、产品生产过程建立了完善的管理流程制度，并由各环节的职能岗位具体遵照执行，确保产品质量符合行业要求标准。报告期内，发行人产品不存在质量事故。

报告期内，发行人的产品未发生过产品质量事故。报告期内，发行人发生过两起产品召回，具体如下：

（1）2019年10月，浙江省药品监督管理局抽检时发现发行人生产的型号为KFZTQMB011、序列号为KFB0202583的耳背式助听器有指标不符合产品技术要求。经发行人自查，可能存在相同缺陷的同批次产品共10台，批号为KFB0202580-KFB0202589，该批次的产品全部存放在发行人全资子公司杭州每文经营场所，尚未进行销售，未流入消费者手中。发行人立即停止该批次产品销售，予以全部主动召回。产品召回后，发行人组织进行了内部自查，并针对发现的问题进行了整改。本次产品召回不存在纠纷或潜在纠纷。

（2）重庆航天火箭电子技术有限公司为发行人贴牌生产的型号为CQ-32、批号为2018/02批的红外线治疗器，经四川省市场监督管理局抽检时有指标不合格的情形。经重庆航天火箭电子技术有限公司自查，上述批号的红外线治疗器共10台，2019年12月，重庆航天火箭电子技术有限公司告知发行人对上述批号的10台红外线治疗器进行主动召回。收到召回通知时，发行人尚未将该批次产品销售至终端消费者，上述批号的10台红外线治疗器采购金额共计950元，已全部退回重庆航天火箭电子技术有限公司处理。本次产品召回不存在纠纷或潜在纠纷。

上述两起产品召回事件，涉及的产品数量和金额极小，且均未销售至终端消费者，亦不存在纠纷或潜在纠纷情况，上述召回事件对发行人影响较小。

长沙市市场监督管理局出具证明，确认其未发现发行人存在因违反有关法律法规而受到长沙市市场监督管理局行政处罚以及失信限制的情况。报告期内除上述两起产品召回事件外，发行人不存在其他产品召回的情形，发行人针对产品召回事件积极进行整改且已经整改到位。报告期内发行人亦不存在受到飞行检查的情形。

公司品质部负责公司质量管理体系的维护与改进，其主要职责包括 ISO13485 质量

管理体系建立、维护及改善，公司质量目标的监视和测量，完善公司内部各部门的工作流程，策划及实施公司内部审核与管理评审，重大质量问题的跟踪与改进等；生产板块的质量控制有新产品的验证，供应商的评估与管理，原材料的质量控制检验，生产过程的质量控制检验，出货成品的质量控制检验；经营板块的质量控制有供应商的评估与管理，库存产品的效期、质量控制、产品出入库的质量控制检验。

公司各团队对质量控制分工清晰，其中市场部主要负责新产品的调研和定义，研发部主要负责新产品设计开发、可靠性验证、新产品特性验证、安全有效性验证、评估法规和标准的符合性、产品的改善方案和跟进，采购部主要负责寻找和参与评价供应商、对采购原材料质量进行跟踪与监控，生产部主要负责产品生产过程中的质量管控，品质部主要负责产品质量异常处理和跟踪、对原材料、过程产品、成品检验和最终判定放行，客服部负责客户满意度调查。产品管理部主要负责经营质量管理体系的运行，其主要职责是针对计划采购、购进验收、储存、销售及售后服务各环节组织制定管理制度，指导监督制度的执行和持续改进，对医疗器械经营全过程进行质量控制，确保为消费者提供优质的医疗器械产品。

对于自有品牌外购产品和非自有品牌产品的采购，发行人建立了一套完善的质量控制体系，具体的质量控制措施如下：

1、依据《医疗器械经营质量管理规范》要求，建立《新品审核工作程序》对供货者的合法资质、购入医疗器械产品的合法性审核，审核内容包括但不限于生产企业营业执照、生产许可证/生产备案凭证、商标证、条码证、产品注册证/备案凭证、产品技术要求、第三方检验报告、质量体系调查表、销售人员授权书、质保协议等。并通过监管部门官方网站信息查询核对厂家取得生产资质和产品资质的合法性、有效性。必要时对供货者进行现场核查，评估生产企业质量管理执行情况。

2、建立《产品入库验收制度》，对到货产品外观、标签说明书、合格证明文件、到货单进行查验，确保入库产品符合质量管理要求。

3、结合集团质检部门检测条件以及和第三方检验机构委托送检等方式，对核心产品进行质量检验和评估，筛选优质供应商。

4、通过派遣质量工程师，对生产企业设施设备、生产工艺流程、质量检验、成品放行、生产质检记录等环节进行现场考察，评估生产质量管理体系运行状况，筛选优质供应商。

（二）质量控制标准

公司全面贯彻落实文件化质量管理体系要求，结合行业特性和企业自身特点，联合市场、研发、品质等多个部门共同拟定了公司质量管理体系全套规范文件，努力提高公司日常管理中的设计质量、产品质量、售前售后服务质量和运营质量水平。具体的程序文件包括新产品开发流程、新产品定义流程、风险管理控制流程、新产品验证流程、供应商选择与评价流程、变更管理流程、不合格品管理流程、产品放行管理流程、纠正预防措施流程、内审流程、管理评审流程、产品监视和测量流程、客户投诉处理流程、数据分析流程、经营产品资质审核流程、销售客户档案管理流程、采购、验收、储存、出库管理流程等。公司的日常生产经营均按照以上制度文件要求严格执行，最终使得产品定义、研发方案、采购与测试、售后服务等全部流程得到有效控制，从而保证了公司产品的质量。

（三）主要产品采用的质量标准

报告期内，公司自有品牌主要产品采用的质量标准情况如下：

序号	产品名称	标准号	国标/行标/企标	标准名称
1	血压计	YY0670-2008	行业标准	无创自动测量血压计
2	血糖仪	GB/T19634-2005	国家标准	体外检测系统自测用血糖监测系统通用技术条件
3	体温计	GB/T21416	国家标准	医用电子体温计
		GB/T21417.1-2008	国家标准	医用红外体温计第一部分：耳腔式
4	雾化器	YY0109-2013	行业标准	医用超声雾化器
5	轮椅	GB/T13800-2009	国家标准	手动轮椅车
		GB/T12996-2012	国家标准	电动轮椅车
6	护理床	YY0571-2013 医用电气设备	行业标准	医院电动护理
7	呼吸机	YY0671.1-2009	行业标准	睡眠呼吸暂停治疗第一部分：睡眠呼吸暂停治疗设备
8	制氧机	YY/T0298-1998	行业标准	医用分子筛制氧设备通用技术规范
9	理疗仪	YY/T0061-2007	行业标准	特定电磁波治疗器
		YY0607-2007	行业标准	医用电气设备第 2 部分：神经和肌肉刺激器安全专用要求
		GB/T14728.1-2006	国家标准	双臂操作助行器要求和试验方法第 1 部分：框式助行架
10	护具类	YY/T0853-2011	行业标准	医用静脉曲张压缩袜
11	胎心仪	YY 0448-2009 YY/T 0048-2019	行业标准	超声多普勒胎儿心率仪

序号	产品名称	标准号	国标/行标/企标	标准名称
12	口罩	YY/T0969-2013	行业标准	一次性使用医用口罩
		YY0469-2011	行业标准	医用外科口罩
		GB19083-2010	国家标准	医用防护口罩技术要求
13	手套	GB10213-2006	国家标准	一次性使用医用橡胶检查手套
14	助听器	GB/T14199-2010	国家标准	电声学助听器通用规范
15	助行器	GB/T14728.2-2008	国家标准	双臂操作助行器具要求和试验方法第 2 部分:轮式助行架

十、生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

（一）公司生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力情况如下表所示：

主要污染物	具体内容	主要处理设施	处理能力
大气污染物	焊锡烟尘	烟气收集系统、活性炭吸附+UV 光解+排气筒排放	处理效率 90%
	甲苯	集气罩+活性炭吸附+UV 光解+排气筒排放	处理效率 85%
	粉尘	集气罩+布袋除尘器+排气筒排放	处理效率 99%
	食堂油烟	油烟净化器处理装置	处理效率 85%
水污染物	生活污水	食堂废水经隔油沉淀池处理，其他生活污水经化粪池处理后排入市政污水管网由污水处理厂处理	34,703 t/a
固体废弃物	生活垃圾	由环卫部门统一清运	291t/a
	废边角料及包材	收集后外售进行综合利用	95t/a
	危险废弃物（废活性炭、矿物油、不合格酒精棉片）	分区暂存于危废暂存间，定期交由资质单位集中处置	7.7 t/a
噪声	噪声源强值大约在 65～95dB(A）之间的设备噪声	减振、建筑隔声	厂界达标

（二）报告期内公司的环保投入情况

报告期内，公司环保投入、环保相关成本费用具体如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
环保资产投入	259.36	12.47	61.60
环保费用投入	47.05	7.65	3.85
合计	**306.41**	**20.12**	**65.46**

公司生产经营产生污染物较少，公司已经投入了相关环保设备予以处理，环卫部门

处理生活垃圾，通过排污装置合规排放并购买排污权等方式处理。公司报告期内的环保资产和费用投入可满足污染物处理的需求，与公司生产经营所产生的污染相匹配。

公司报告期内能够严格遵守国家和地方有关环境保护的法律、行政法规和规章的规定，未因违反环境保护相关法律、法规而受到处罚。

十一、发行人未来发展规划

（一）发行人未来战略规划

公司将始终秉承“健康守护，关爱一生”的企业宗旨，致力于为用户提供终身信赖的医疗健康产品和一站式解决方案，成为受人尊重的全球化家用医疗器械综合服务商。公司将以本次首发上市为契机，结合募集资金投资项目的建设，加大产品的研发创新力度，进一步扩大自主生产规模，完善和拓展销售渠道，加强公司品牌建设，保持公司核心竞争优势，发展成为具有综合竞争实力的医疗器械企业。

1、技术研发和产品开发计划

研发创新是推动公司持续发展的动力，基于公司持续积累的良好研发基础及 5G、物联网、人工智能等先进技术的广泛应用，公司将致力于现有产品技术升级以及新产品、新技术的创新突破，开发满足消费者需求、具有更高科技含量和可靠性的医疗器械产品，为人类生命健康提供支持和保障。

2、生产管理计划

公司将加快智能工厂的建设,以智能制造为先导，加快推进工业化和信息化的深度融合，快速扩充产能，增加自主生产产品的品类和产量，逐步提升自主生产产品的比重。公司将推行精细化生产管理以及个性化产品的定制生产，形成生产能力稳定、生产成本可控、生产质量精湛、服务能力卓越的精益管理生产体系。

3、市场开发及营销计划

公司在市场开发和营销体系方面具有良好的基础，随着自主生产比例的提高和品牌效应的提升，公司将进一步巩固线下和线上营销渠道的既有优势，实现线下和线上的良好互动，通过多层次营销网络的建设，持续提高消费者对公司产品的认可度。

线下渠道，公司将继续坚持自营门店和连锁药房渠道相结合的营销模式，依托人员充足、经验丰富的营销团队，在全国范围形成多层级、广覆盖、高效率的营销网络体系；

线上渠道，在巩固现有主流电商平台良好合作基础的同时，公司将继续提升细分类目产品的竞争优势，保持行业持续领先；对于国际市场，公司将逐渐拓展海外销售渠道，提高海外销售占比。

4、品牌建设计划

随着公司自主品牌产品占比逐年提高，提升品牌价值和产品附加值，是公司提升核心竞争力的重要手段。未来，公司品牌建设将以诚信为基础、以产品质量和特色为核心，进一步加大品牌宣传和推广的力度，以丰富、有效的宣传方式提高品牌知名度和影响力，将“可孚”打造成具有行业地位和国际影响力的民族品牌。

5、信息化管理体系建设计划

公司将充分运用信息化管理手段，通过精细化管理实现整体运行效率的提升。公司将进一步完善和优化 ERP 系统、仓储管理信息系统，引入 MS 生产管理系统等先进的管理工具，提高资源配置和运行效率，进一步优化产品的研发、生产、质检、销售、仓储管理、售后服务等业务环节，实现在原材料采购、生产组织、成本管理、销售管理、仓储物流管理等环节的有效控制，达到管理高效，风险可控，持续健康发展的目标。

6、人力资源发展计划

为适应业务发展的需要，公司将借助上市的机会，以开放包容的人才理念，科学合理的薪酬体系以及更有竞争力的激励机制面向全球广泛吸纳高端人才，建设高素质人才队伍，为推动公司的可持续发展提供强大的人才支撑。

公司将基于现有的人力资源基础，进一步优化和完善人才结构，引进具有较强实践经验和能力的高端研发人才、专业市场营销人才、优秀管理人才等，形成多层次人才梯队。同时，公司将大力实施人才培训计划，建立和完善培训体系，不断提高员工的技能水平，建立科学化、规范化、系统化的人力资源教育培训体系，从而加强对员工的管理，促进公司核心竞争力的提升与巩固。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

报告期内，公司持续加大对品牌知名度提升、线上线下销售渠道构建、技术与产品研发、人才建设的投入力度，并取得了显著的成效，为公司未来的发展奠定良好的基础。报告期内，发行人营业收入由 2018 年的 108,708.11 万元增长到 2020 年的 237,526.07

万元，实现年均复合增长率 47.82%；毛利由 2018 年的 40,034.22 万元增长到 2020 年的 111,255.01 万元，实现年均复合增长率 66.70%。

1、品牌知名度提升措施

公司历来高度重视品牌形象，报告期内积极实施品牌策略，强化品牌在产品营销、市场拓展中的积极作用。公司精心塑造的“可孚”品牌，定位于设计新颖、技术先进、品质卓越、贴近大众的高质量家用医疗器械。通过不断加强质量管理体系建设，公司已在家用医疗器械领域形成以“爱与陪伴”为理念的家用医疗器械专业服务提供商的品牌形象，拥有较好的用户口碑和较强的品牌号召力，品牌价值不断提升。

2、线上线下销售渠道构建措施

公司一直重视销售渠道建设，公司通过不断完善线上线下全渠道网络建设，目前已构建了大型电商平台、大型连锁药房、自营门店等相融合的立体式营销渠道。线上方面，在完成主要包括天猫、京东、唯品会、苏宁易购在内的国内主要第三方电商平台布局的基础上，不断拓展拼多多、贝贝网等其他重要电商平台，占据更多的主流线上流量入口，深度覆盖线上消费者。线下渠道方面，已成功进驻老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等主流大型连锁药房，同时在北京、广州、杭州、武汉、成都、太原等全国 20 余个重点城市开设不同类型的自营门店，包括一站式仓储大卖场、“好护士”家用医疗器械零售门店、“健耳”听力验配中心。

3、技术与产品研发措施

公司坚持以市场需求为导向、以技术创新为驱动、以质量为中心的标准开展研究开发。公司紧跟客户需求和行业发展趋势，凭借精准和高效的研发模式，公司精准地设计和开发出符合市场需求或引领市场消费趋势的产品，品牌知名度和市场口碑不断提升。报告期内，公司研发出的产品品类不断增加、品质和技术含量不断提升，主要包括电子血压计、护理床、红外体温计、助听器、雾化器等高品质畅销产品。同时，公司研发策略以自主研发、自主创新为主，以与研发外包服务机构、高等院校、科研院所开展产学研合作为辅，高度重视研发人才的引进、培养及研发平台的建设。经过 10 余年的研发积累，公司已建立了完善的自主研发体系和机制，为未来公司在家用医疗器械领域能够持续创新提供源动力和坚实的基础。

4、人才建设措施

报告期内，围绕公司战略发展目标，公司一方面持续引进行业高端人才，强化公司在研发、采购、生产和销售环节的核心竞争力；另一方面，持续构建和完善基于经营发展需要的人才培养和发展模式，强化人才的培训管理，对员工开展了技术、营销、管理、知识产权等技能培训，并设置清晰的职业发展路线。通过以上措施，公司报告期内实现人力资源与其他资源的最佳配置，有效地激励员工，最大限度地开发和利用人力资源潜力，从而最终实现员工、公司、客户、社会效益最大化。

（三）未来规划采取的措施

1、充分发挥募集资金的作用

本次公开发行股票募集资金成功，将为公司实现上述业务发展规划提供充足的资金支持。公司将认真组织募集资金投资项目的实施，持续技术创新，争取尽快投产，提高规模化经营能力，进一步增强公司的核心竞争力。

2、进一步完善公司内部运营管理机制

公司将以本次发行上市为契机，严格按照《公司法》、《证券法》等法律法规对上市公司的要求规范运作，进一步完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，接受社会公众的监督，促进公司的机制创新和管理升级。

3、加强各专业人才队伍建设

公司将不断加强研发、管理、销售等各类专业人才队伍的建设，同时通过行之有效的人才激励制度，积极引进高端人才和各类专业人才，培育积极创新的企业文化，打造一流的团队，确保公司业务发展目标的实现。

第七节　公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全和运行情况

自报告期期初至招股说明书签署日起，股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度逐步建立健全，目前公司已建立了比较科学和规范的法人治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确的制衡机制。

公司参照上市公司的要求制订和完善了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作细则》、《关联交易管理办法》、《对外投资管理办法》、《对外担保管理办法》、《募集资金管理制度》等法人治理制度文件，并在实际经营中严格遵照执行，保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策、选择管理者等权利。

（一）报告期内发行人股东大会、董事会、监事会的实际运行情况

1、股东大会的运行情况

股份公司成立至今，公司共召开了 4 次股东大会，股东大会的召开均符合《公司章程》及相关法律法规。报告期内，公司股东大会的决议内容均真实有效。公司建立了完善的股东大会制度并良好运行，维护了公司和股东的合法权益。

2、董事会的运行情况

股份公司成立至今，公司共召开了 14 次董事会，董事会的召开及决议内容均符合《公司章程》及相关法律法规，真实有效。董事会及高级管理人员不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情况。公司建立了完善的董事会会议决策机制和运行机制，为规范公司的运作和高效的业务运营发挥了积极作用。

3、监事会的运作情况

股份公司成立至今，公司共召开了 7 次监事会，监事会的召开及决议内容均符合《公司章程》及相关法律法规、真实有效。公司监事会依据相关规章制度要求，独立充分行使权力，认真履行了对公司运营、董事、高级管理人员工作的监督职责，依法维护公司和全体股东的合法权益。

（二）独立董事履职情况

公司独立董事自任职以来，严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等相关制度的规定行使权利、履行义务，积极参与公司决策，为公司治理结构的完善和规范运作起到了积极作用。公司独立董事参与了本公司本次股票发行方案、本次发行募集资金运用方案的决策，并利用他们的专业知识，对本次股票发行方案和募集资金投资方案提出了意见。各位独立董事根据自身的专长，分别任董事会下属各专业委员会委员。各位独立董事以其专业能力和勤勉尽责精神，在公司内部控制、绩效考核、制订公司发展战略和发展计划等方面发挥了良好的作用，有力地保障了公司内部控制的有效性和经营决策的科学性。

（三）董事会秘书履职情况

公司董事会秘书自任职以来，严格按照《公司章程》和《董事会秘书工作细则》有关规定履行职责，认真筹备历次董事会会议和股东大会，及时向公司股东、董事、监事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，促进了公司治理结构的完善和董事会、股东大会职权的正常行使。

（四）战略、审计、提名、薪酬与考核等各专门委员会的设置情况

2019 年 12 月 25 日，公司召开第一届董事会第一次会议，决定设立战略委员会、提名委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会，并审议通过了《战略委员会议事规则》、《提名委员会议事规则》、《审计委员会议事规则》、《薪酬与考核委员会议事规则》。截至本招股说明书签署之日，现任各专门委员会的组成如下表所示：

专门委员会	主任委员	委员
战略委员会	张敏	张敏、张志明、刘爱明
审计委员会	刘爱明	刘爱明、刘琳、薛小桥
提名委员会	刘琳	刘琳、温志浩、贺邦杰
薪酬与考核委员会	温志浩	温志浩、刘爱明、张志明

公司各专门委员会自设立以来，严格按照《公司法》、《公司章程》、《战略委员会议事规则》、《审计委员会议事规则》、《薪酬与考核委员会议事规则》和《提名委员会议事规则》等相关规定开展工作，履行了相应职责，运作情况良好。

二、发行人特别表决权股份或类似安排情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、发行人协议控制架构情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构情况。

四、发行人内部控制制度情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评价

公司认为：根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，公司建立了较为完善的法人治理结构，符合国家现有法律法规的相关规定，能够对公司各项业务的正常运行及风险控制提供保证，因此，本公司内部控制于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面是有效的。

（二）注册会计师对本公司内部控制制度的评价

立信会计师对公司内部控制制度进行了审核，并出具了《关于可孚医疗科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（信会师报字[2021]第 ZA10941 号），会计师认为按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报告相关的有效的内部控制。

五、发行人报告期内存在违法违规行为情况

报告期内，发行人存在行政处罚情形如下：

序号	被处罚人	处罚机关	处罚事由	处罚金额（元）	处罚决定日期
1	湖南科源	长沙市雨花区国家税务局经开税务分局	丢失发票	200	2018-4-25
2	好护士	长沙市雨花区国家税务局经开税务分局	丢失发票	200	2018-7-31
3	河南科源	郑州市金水区税务局杜岭税务分局	未按规定将全部银行账号报告税务机关	310	2020-3-27
4	可孚用品	长沙市雨花区国家税务局经开税务分局	丢失发票	200	2018-4-16
5	杭州每文	杭州市拱墅区市场监督管理局	违法发布广告	104,000	2018-6-19

序号	被处罚人	处罚机关	处罚事由	处罚金额（元）	处罚决定日期
6	福建科源	苍霞市场监督管理所	未取得第三类医疗器械经营许可销售第三类医疗器械产品	50,000	2020-2-25
7	湖南森合	湘潭市岳塘区公安消防大队	违反消防法	30,000	2020-4-30
8	健耳听力南宁东葛路分公司	南宁市青秀区市场监督管理局	未按规定建立并执行医疗器械进货查验记录制度案	0	2020-11-20
9	好护士第二分店	长沙市芙蓉区行政执法局	未履行市容环境卫生责任区清扫、保洁责任	300	2020-11-27

（一）壹万元以上违法违规情况

1、报告期内，壹万元以上违法违规情况如下：

序号	主体	类型	具体事由	处罚内容	违法情节认定
1	杭州每文	违法发布广告。杭州每文在查明的违法期间存在5起违法发布广告行为，合并处罚，杭州市拱墅区市场监督管理局作出“杭拱市管罚处字[2018]0037号”《行政处罚决定书》	销售的“全自动检测验量高血糖测试仪家用仪器查糖尿病100片试纸测糖仪”在产品介绍上声称该商品有专利技术，但未标明专利号、专利种类内容	责令停止发布违法广告	杭州每文该行为仅被责令停止发布广告，未受到罚款处罚，属于法《广告法》第五十九第一款第（三）项规定的最低标准，不属于严重情节
			在销售“可孚胎心仪家用孕妇监护医用胎儿心跳听诊器测胎心胎音仪无辐射”过程中使用“安全无辐射”文字；在销售“鱼跃电子体温计 儿童成人精准量体温家用医用体表腋下体温计”过程中使用“材质安全，……使用更安全放心”文字	责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，并处罚款人民币 10 万元	杭州每文该行为被责令停止发布广告及被处以10万元罚款，根据《广告法》第五十八条第一款第（一）项规定，不属于情节严重的情形
			在销售“可孚逸享A3四轮电动轮椅”时宣称该商品“稳固性是普通轮椅的2倍以上”	责令停止发布违法广告，并处罚款2000元整	杭州每文该行为被责令停止发布广告及被处以2000罚款，属于《广告法》第五十九条第一款第（二）项规定的低标准，不属于严重情节
			在销售“欧姆龙体重秤HN-289-W家用精准成人电子秤”时，宣传上有与市面上普通商品的比拼图片，	责令改正违法行为，并处罚款2000元整	杭州每文该行为被责令停止发布广告及被处以2000罚款，属于《广告法》第五十九条第一款第（二）项规定的低标准，不属于严重情节
2	福建科源	违反医疗器械管理规定。福州市台江区市场监督管理局作出的“台市场监管苍罚字〔2020〕32 号”《行政处罚决定书》	福建科源在未取得《第三类医疗器械经营许可证》的情况下违法销售第三类医疗器械“一次性使用输液器（带针）”	罚款50000元及没收相关品牌一次性使用输液器带针25套	福建科源该行为被处以50000元罚款，不属于《医疗器械监督管理条例》第六十三条第一款第（三）项规定的情节严重的情形
3	湖南森合	违反消防管理规定。湘潭市岳塘区公安消防大队作出“岳（消）行罚决字[2020]0009号”《行政处罚决定书》	消防设施、器材、消防安全标志配置、设置不符合标准	责令停止使用，并处罚款30000元的处罚	湖南森合该行为被责令停止使用及被处以3万元罚款，不属于《中华人民共和国消防法》第六十条第一款第（一）项规定的最高标准，不属于严重情节

针对上述行政处罚事项，发行人已及时采取各项措施积极整改并整改完毕。截至本招股说明书签署日，发行人经营状况良好，上述行政处罚事项未对发行人的正常生产经营造成重大不利影响。上述行政处罚事项均已取得主管部门出具的合规证明，不构成重大违法违规行为。

2、广告、宣传违法违规涉及的相关产品销售情况

（1）杭州每文违法发布广告、使用容易使消费者对其销售的产品产生混淆误认的宣传所涉及产品为坐便椅、可孚血糖仪、可孚逸悦血糖试纸、可孚胎音仪、鱼跃体温计、可孚逸享 A3 四轮电动轮椅、欧姆龙体重秤 HN-289-W。上述产品在发行人报告期内销售收入及占比情况如下：

主体	年度	产品名称	销售收入（万元）	占当年销售金额比例
杭州每文	2020 年度	坐便椅	0.30	0.0002%
		可孚血糖仪	0.00	0.0000%
		可孚逸悦血糖试纸	0.00	0.0000%
		可孚胎音仪	0.06	0.0000%
		鱼跃体温计	-0.08	0.0000%
		可孚逸享 A3 四轮电动轮椅	0.00	0.0000%
		欧姆龙体重秤 HN-289-W	0.00	0.0000%
	2019 年度	坐便椅	0.68	0.0005%
		可孚血糖仪	0.00	0.0000%
		可孚逸悦血糖试纸	0.00	0.0000%
		可孚胎音仪	0.04	0.0000%
		鱼跃体温计	13.43	0.0092%
		可孚逸享 A3 四轮电动轮椅	0.00	0.0000%
		欧姆龙体重秤 HN-289-W	0.00	0.0000%
	2018 年度	坐便椅	0.94	0.0009%
		可孚血糖仪	29.30	0.0271%
		可孚逸悦血糖试纸	104.87	0.0968%
		可孚胎音仪	0.67	0.0006%
		鱼跃体温计	9.35	0.0086%
		可孚逸享 A3 四轮电动轮椅	0.00	0.0000%
		欧姆龙体重秤 HN-289-W	1.38	0.0013%

除已披露的杭州每文广告、宣传违法违规行为外，报告期内发行人不存在其他广告、宣传违法违规行为受到行政处罚的情形，发行人及其子公司均不存在因违法广告问题被列入广告发布严重失信企业名单的情形。

综上，杭州每文违法发布广告及使用了容易使消费者对其销售的产品产生混淆误认

的宣传的涉及产品在发行人报告期内的销售收入及占比均较低。上述所涉产品对发行人报告期主营业务收入不具有重要影响。

（二）从事家用医疗器械行业的主要违法违规风险及采取应对措施情况

1、家用医疗器械行业的主要违法违规风险

从事家用医疗器械行业可能面临的主要违法违规风险如下：

（1）产品注册与备案环节的主要违法违规风险

根据《医疗器械注册管理办法》规定，在中华人民共和国境内销售、使用的医疗器械，应当按照该办法的规定申请注册或者办理备案。第一类医疗器械实行备案管理。第二类、第三类医疗器械实行注册管理。根据上述规定，从事家用医疗器械行业的企业在销售、使用医疗器械时需就相关医疗器械产品申请注册或备案。

（2）生产环节的主要违法违规风险

①未取得生产资质或超越生产资质范围生产的风险

根据《医疗器械生产监督管理办法》规定，开办第二类、第三类医疗器械生产企业的，应当向所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门申请生产许可；开办第一类医疗器械生产企业的，应当向所在地设区的市级食品药品监督管理部门办理第一类医疗器械生产备案。根据上述规定，从事家用医疗器械行业的企业需取得医疗器械生产许可证、第一类医疗器械备案凭证后方可从事医疗器械生产活动。

②生产过程中未依据相关规定进行产品质量控制的风险

根据《医疗器械生产质量管理规范》规定，医疗器械生产企业在医疗器械设计开发、生产、销售和售后服务等过程中应当遵守该规范的要求。企业应当按照该规范的要求，结合产品特点，建立健全与所生产医疗器械相适应的质量管理体系，并保证其有效运行。根据上述规定，医疗器械生产企业应建立与医疗器械生产相适应的机构、人员、设施、配备相应的设备、建立健全质量管理体系等。

（3）经营环节的主要违法违规风险

①未取得经营资质或超越经营范围经营的风险

根据《医疗器械网络销售监督管理办法》《医疗器械经营监督管理办法》等规定，

按照医疗器械风险程度，医疗器械经营实施分类管理。经营第一类医疗器械不需许可和备案，经营第二类医疗器械实行备案管理，经营第三类医疗器械实行许可管理。从事医疗器械网络销售的主体需依法取得医疗器械经营许可或者办理备案，并应当填写医疗器械网络销售信息表。根据上述规定，无论是从事线下经营或从事网络经营的医疗器械经营企业均需依据相关规定取得备案或经营许可。

②经营过程中未依据相关规定进行产品质量控制的风险

根据《医疗器械经营质量管理规范》规定，医疗器械经营企业应当在医疗器械采购、验收、贮存、销售、运输、售后服务等环节采取有效的质量控制措施，保障经营过程中产品的质量安全。根据上述规定，医疗器械经营企业应当按照所经营医疗器械的风险类别实行风险管理，并采取相应的质量管理措施。

③违法发布广告的风险

根据《医疗器械监督管理条例》规定，医疗器械广告应当真实合法，不得含有虚假、夸大、误导性的内容。医疗器械广告应当经医疗器械生产企业或者进口医疗器械代理人所在地省、自治区、直辖市人民政府食品药品监督管理部门审查批准，并取得医疗器械广告批准文件。《中华人民共和国广告法》规定，医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容：（一）表示功效、安全性的断言或者保证；（二）说明治愈率或者有效率；（三）与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较；（四）利用广告代言人作推荐、证明；（五）法律、行政法规规定禁止的其他内容。《互联网广告管理暂行办法》规定，医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告等法律、行政法规规定须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务的广告，未经审查，不得发布。根据上述规定，医疗器械经营企业应谨慎审查其正在发布和拟发布的广告。

④经营过程中未审慎核查供应商资质的风险

根据《医疗器械监督管理条例》规定，医疗器械经营企业购进医疗器械，应当查验供货者的资质和医疗器械的合格证明文件，建立进货查验记录制度。医疗器械经营企业不得经营未依法注册、无合格证明文件以及过期、失效、淘汰的医疗器械。根据上述规定，医疗器械经营企业应当审慎核查供应商的资质等情况。

2、发行人采取应对措施的情况

针对上述主要违法违规风险，发行人主要采取了以下应对措施：

（1）针对产品注册及生产、经营环节的资质风险，发行人制定了《经营资质管理制度》，并结合信息管理系统对证件新增、变更、续期管理，对证件有效期进行预警提醒来规避资质过期的情况。目前使用的 NC 业务管理系统，在企业证照档案管理功能中可以不同公司主体为单元对业务流向进行经营范围管控，确保从集采到分销业务流程都在各分子公司经营范围内；

（2）针对生产环节的产品质量风险，发行人建立了全过程质量控制管理体系，通过原材料质量控制、过程巡检控制、制程检验控制、成品检验、委托生产等环节全面把控产品质量；

（3）针对经营环节的产品质量及宣传风险，发行人积极组织生产经营合规性业务培训，从医疗器械经营资质准入、进销存管理到产品宣传服务等方面对各分子公司负责人及主要管理人员进行专业培训，了解业务合规经营的重要性,学习医疗器械经营、广告宣传等方面的相关知识，熟悉业务经营过程中的相关法律规定，以加深提高业务人员对医疗器械经营、广告宣传及日常管理方面的认识；

（4）针对经营环节的供应商核查风险，发行人依据《医疗器械经营质量管理规范》要求，建立了《新品审核工作程序》，对供货者的合法资质、购入医疗器械产品的合法性进行审核，审核内容包括但不限于生产企业营业执照、生产许可证/生产备案凭证、商标证、条码证、产品注册证/备案凭证、产品技术要求、第三方检验报告、质量体系调查表、销售人员授权书、质保协议等，并通过监管部门官方网站信息查询核对厂家取得生产资质和产品资质的合法性、有效性。必要时对供货者进行现场核查，评估生产质量管理执行情况。

从事家用医疗器械行业可能面临的主要违法违规风险一般体现在产品注册和备案环节、生产环节和经营环节，针对上述风险，发行人已采取相应的应对措施。

3、相关措施的执行情况

报告期内发行人因税收、违法发布广告、使用了容易使消费者对其销售的产品产生混淆误认的宣传、违反医疗器械管理规定的违法违规行为受到行政处罚反映出发行人存在内控风险和公司治理缺陷，具体如下：

（1）报告期内，发行人子公司杭州每文因违法发布广告被处以行政处罚，体现出发行人在广告宣传审查方面及分子公司管理方面存在内控风险；

（2）报告期内，发行人子公司湖南科源等 4 家分子公司因丢失发票、未按照规定报送纳税资料等问题处以行政处罚，体现出发行人对子公司的管理不到位、发行人税务管理内部控制不足的风险；

（3）报告期内，发行人子公司福建科源、健耳听力南宁东葛路分公司因违反医疗器械监督管理规定被处以行政处罚，体现出发行人子公司对医疗器械经营管理的意识薄弱等风险及缺陷。

针对上述内控风险和公司治理缺陷，发行人加强了内控管理及制度的完善：

（1）针对违法发布广告问题，发行人修改了有关广告宣传内容，下架相关产品，公司内部对相关事件进行通报、批评；进一步完善了《广告审查制度》，该制度规定了相关部门的职责如经办部门负责对广告内容进行初步审查或监督广告发布者的发布行为，证券投资部法务工作人员负责根据相关法律法规对广告内容进行专业性审查等、具体审查流程、广告发布注意事项、奖励及罚则等，严格对产品广告宣传进行了规范，并确立责任人制度，各业务部门确定一位负责人作为广告业务专项负责人，对广告宣传事项直接负责。同时，发行人证券投资部法务工作人员组织开展“广告宣传违规案例”专项培训，并将广告相关法律法规培训常态化、周期化，学习了解广告宣传等方面的相关法律法规，以加深提高业务人员广告宣传合法合规性的认识。

（2）针对税务违规问题，发行人制定了《子公司管理制度》，主要通过委派董事、监事、高级管理人员和日常监管两种方式对子公司进行管理，从经营、财务、审计、人事薪酬等方面加强了对子公司管理。同时发行人要求委派管理子公司的负责人加强子公司的税务申报及发票管理，规范子公司的税务行为，确立相关责任人制度。

（3）针对违反医疗器械监督管理规定问题，发行人制定了《经营资质管理制度》，并结合信息管理系统对证件新增、变更、续期管理，建立了 NC 业务管理系统，在企业证照档案管理功能中可以不同公司主体为单元对业务流向进行经营范围管控，确保从集采到分销业务流程都在各分子公司经营范围内。同时，发行人明确了相关事项的责任主体，防止出现类似违法违规行为。

上述事项体现出发行人在广告审查方面、子公司管理方面、税务管理方面等的内控

风险和公司治理缺陷，但发行人现已建立起有效的内控制度。

通过制定、完善及落实执行相关内控制度，发行人普及了员工合规意识，完善了内部控制流程，夯实了经营管理主体责任并提高了规范化水平。报告期内，发行人及其分子公司未发生广告宣传、税务及医疗器械监督管理等方面的重大违法违规行为。

此外，立信会计师对发行人内部控制制度进行了审核，并出具了《关于可孚医疗科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（信会师报字[2021]第 ZA10941 号），认为发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报告相关的有效的内部控制。综上，发行人相关内控制度获得了有效执行。

（三）违法违规对发行人的影响

1、根据《中华人民共和国税收征收管理法》第 62 条规定：纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款。上述湖南科源、好护士、河南科源、可孚用品因发票丢失或未按期申报等被处以 2000 元以下的罚款，罚款金额较小，不属于情节严重情形，上述企业已及时缴纳了罚款并进行了整改。

2、杭州每文因违反《广告法》等相关规定被处以罚款，公司均已及时缴纳了罚款并进行了整改，杭州每文市场监督主管部门出具核查证明，杭州每文上述行为不属于重大违法违规行为。

3、福建科源因违反医疗器械管理等相关规定被处以罚款，该公司已及时缴纳了罚款并进行了整改，福建科源已停止销售未取得医疗器械经营许可证的产品，福建科源医疗器械监督主管部门出具核查证明，福建科源上述行为不属于重大违法违规行为。

4、湖南森合违反《消防法》相关规定被处以罚款，该公司已及时缴纳了罚款并进行了整改，湖南森合消防主管部门出具核查证明，湖南森合上述行为不属于重大违法违规行为。

5、健耳听力南宁东葛路分公司违反《医疗器械监督管理条例》相关规定被给予警告行政处罚，该公司进行了整改，市场监督主管部门出具核查证明，健耳听力南宁东葛路分公司上述行为不属于重大违法违规行为。

6、好护士第二分店违反《长沙市城市市容和环境卫生管理办法》相关规定被处以罚款，该公司已及时缴纳了罚款并进行了整改，长沙市行政主管部门出具核查证明，好护士第二分店上述行为不属于重大违法违规行为。

除上述行政处罚外，发行人及自营门店不存在其他因租赁、用工、消防、销售等方面的违法违规行为受到行政处罚的情形，不存在纠纷或潜在纠纷。

综上，发行人保荐机构认为，报告期内发行人子公司存在被相关主管部门处以行政处罚的情形，但发行人子公司已就上述违规行为进行了整改并经主管部门确认为不属于重大违法违规行为或根据相关规定不属于情节严重的情形。上述行政处罚对发行人的持续经营不构成重大不利影响，不构成发行人本次发行的实质障碍。

发行人律师认为，报告期内发行人子公司存在被相关主管部门处以行政处罚的情形，但发行人子公司已就上述违规行为进行了整改并经主管部门确认为不属于重大违法违规行为或根据相关规定不属于情节严重的情形。上述行政处罚对发行人的持续经营不构成重大不利影响，不构成发行人本次发行的实质障碍。

除上述情况外，公司严格遵守国家有关法律、法规，近三年不存在重大违法违规行为，也未收到其他有关主管部门的重大处罚。上述违法违规行为未对发行人的正常经营造成重大不利影响。

发行人已制定防止知识产权侵权、产品质量、虚假宣传等保障性措施，报告期内不存在因被法院判决认定侵犯知识产权的情形，亦未因产品质量问题受到相关部门的行政处罚。针对因广告宣传受到的相关处罚，发行人已及时采取各项措施积极整改并整改完毕。截至本招股说明书签署日，发行人经营状况良好。

六、发行人资金占用及对外担保情况

公司具有严格的资金管理制度，报告期内不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情况，或者为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情形。

七、发行人独立运营情况

公司成立以来，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，拥有完整的业务体系及面

向市场自主经营的能力。

（一）资产完整

公司具备与生产经营有关的主要生产系统、辅助生产系统和配套设施，合法拥有与生产经营有关的主要土地、厂房、机器设备以及商标、专利、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的原料采购和产品销售系统。

（二）人员独立

公司的总裁、常务副总裁、副总裁、董事会秘书和财务总监等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；发行人未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立

公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定

发行人主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）对持续经营有重大影响的事项

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，也不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争

（一）同业竞争情况

1、实际控制人控制的企业

本公司的实际控制人为张敏、聂娟，除控制本公司及本公司的子公司外，实际控制人控制的其他企业为本公司的股东械字号投资及科源同创。

公司控股股东械字号投资的基本情况，详见本招股说明书“第五节、发行人基本情况”之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（一）控股股东及实际控制人的基本情况”。械字号投资主要从事以企业自有资金对医疗领域项目进行投资、投资管理、投资咨询，不存在与公司从事相同或相似业务的情况。

科源同创的基本情况，详见本招股说明书“第五节、发行人基本情况”之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的其他股东”的相关内容。科源同创主要从事企业管理咨询服务，不存在与公司从事相同或相似业务的情况。

因此，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司不存在同业竞争的情况。

2、独立运营情况

（1）历史沿革方面。械字号投资持有发行人 54.54%股份，科源同创持有发行人 7.77%股份。械字号投资成立于 2017 年 9 月，由发行人实际控制人张敏、聂娟共同以货币资金出资设立，合计持有械字号投资 100%股权；科源同创成立于 2017 年 9 月，由实际控制人张敏、聂娟及发行人董事兼常务副总裁、持股 5%以上股东张志明共同以货币资金出资设立，合计持有科源同创 100%份额。械字号投资、科源同创均由出资人以货币资金出资设立，不存在以发行人资产出资的情形。

（2）资产方面。发行人生产经营用房、办公用房、专利及商标等均为发行人单独所有或使用；发行人拥有独立的原材料采购及产品销售系统。械字号投资、科源同创不从事生产经营活动，主要资产为其持有的发行人股权、租赁的办公用房及银行存款等。发行人与械字号投资、科源同创在资产方面不存在混同的情形。

（3）人员方面。发行人董事长兼总裁张敏为械字号投资的执行董事，为科源同创的执行事务合伙人，副董事长聂娟为械字号投资的总经理，械字号投资监事范舜武现为发行人子公司湖南科源员工，除上述情形外，发行人高级管理人员均不在械字号投资、科源同创任职或领薪，发行人财务人员均不在械字号投资、科源同创任职、兼职或领薪。发行人与械字号投资、科源同创在人员方面不存在混同的情形。

（4）业务方面。发行人主营业务为家用医疗器械的研发、生产、销售和服务，械字号投资主要从事项目投资、投资管理、投资咨询，科源同创主要从事企业管理咨询服务，且截至本招股说明书出具日，械字号投资和科源同创仅投资发行人。发行人与械字号投资、科源同创在业务方面不存在关系

（5）技术方面。发行人拥有独立自主的核心技术，械字号投资、科源同创不从事生产及研发活动，不涉及相关技术，且其名下不存在专利、专有技术等，发行人与械字号投资、科源同创在技术方面不存在关系。

因械字号投资、科源同创不从事产品生产、采购、销售等其他经营活动，其不存在与发行人共同生产、共用采购、销售渠道、通用原材料，或为发行人提供外协的情形。

3、械字号投资、科源同创与发行人及其他相关方的资金、业务往来情况

发行人股东张敏、聂娟、张志明作为械字号投资和科源同创的股东/合伙人履行相应的出资义务，械字号投资和科源同创作为发行人股东履行出资义务及聂娟作为械字号投资的总经理在械字号投资领取薪酬等日常资金往来。除上述情况外，械字号投资和科源同创与发行人及其实际控制人、董监高、其他主要核心人员、主要客户、供应商及主要股东之间不存在资金、业务往来，不存在关联交易非关联化、不存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免在以后经营中产生同业竞争，公司控股股东械字号投资、实际控制人张敏、聂娟，及其控制的企业科源同创出具《避免同业竞争承诺函》，主要内容如下：

1、截至本承诺签署之日，本公司/本人/本企业没有在中国境内或境外单独或与其他自然人、法人、合伙企业或组织，以任何形式直接或间接控制对可孚医疗构成竞争的经济实体、业务及活动或在该经济实体中担任高级管理人员或核心技术人员。

2、本公司/本人/本企业在作为可孚医疗的实际控制人/股东期间，本公司/本人/本企业保证将采取合法及有效的措施，促使本公司/本人/本企业拥有控制权的其他公司、企业与其他经济组织及本公司/本人/本企业的关联企业，不以任何形式直接或间接从事与可孚医疗相同或相似的、对可孚医疗业务构成或可能构成竞争的任何业务，或拥有与可孚医疗存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，并且保证不进行其他任何损害可孚医疗及其他股东合法权益的活动。

3、本公司/本人/本企业在作为可孚医疗的实际控制人/股东期间，凡本公司/本人/本企业所控制的其他企业或经济组织有任何商业机会从事任何可能会与可孚医疗生产经营构成竞争的业务，本公司/本人/本企业将按照可孚医疗的要求将该等商业机会让与可孚医疗，由可孚医疗在同等条件下优先收购有关业务所涉及的资产或股权，以避免与可孚医疗存在同业竞争。

4、如果本公司/本人/本企业违反上述声明与承诺并造成可孚医疗经济损失的，本人将赔偿可孚医疗因此受到的全部损失。

九、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则 36 号—关联方披露》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等规范文件的有关规定，报告期内，本公司的关联方包括：

1、发行人的控股股东、实际控制人

本公司的控股股东为械字号投资，实际控制人为张敏、聂娟，具体情况详见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“六、（一）控股股东及实际控制人的基本情况”。

2、发行人的控股股东、实际控制人控制的法人或其他组织

除发行人及子公司外，发行人控股股东械字号投资不存在其他控制的法人或其他组织；

除械字号投资、科源同创、发行人及其子公司外，发行人实际控制人张敏、聂娟不

存在其他控制的法人或其他组织。

3、持有发行人 5%以上股份的其他股东

（1）科源同创，现直接持有发行人本次发行前股份总额的 7.77%

（2）张志明，现直接和间接持有发行人本次发行前股份总额的 7.77%。

（3）宁波怀格，现直接持有发行人本次发行前股份总额的 6.75%。

（4）湘潭鼎信、长沙鼎信，执行事务合伙人为湖南鼎信泰和股权投资管理有限公司，现合计持有发行人本次发行前股份总额的 5.25%。

具体情况详见本招股说明书“第五节　发行人基本情况”之“六、发行人主要股东和实际控制人的基本情况”。

4、控股股东董事、监事、高级管理人员

发行人控股股东械字号投资的执行董事为张敏、总经理为聂娟、监事为范舜武。

5、公司的子公司

关联方		关联关系
1	湖南雅健医疗器械有限公司	公司全资子公司
2	长沙倍达医疗科技有限公司	公司全资子公司
3	湖南可孚医疗用品有限公司	公司全资子公司
4	湖南可孚医疗设备有限公司	公司全资子公司
5	湖南可孚医疗健康管理有限公司	公司全资子公司
6	湖南健耳听力助听器有限公司	公司全资子公司
7	湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司	公司全资子公司
8	长沙健诺医疗器械销售有限公司	公司全资子公司
9	湖南科源医疗器材销售有限公司	公司全资子公司
10	贵州每文医疗器械有限公司	公司全资子公司
11	河南科源医疗器械有限公司	公司全资子公司
12	山东怡源医疗器械有限公司	公司全资子公司
13	福建科源医疗器械有限公司	公司全资子公司
14	长沙械字号电子商务有限公司	公司全资子公司
15	广州森合医疗器械有限公司	公司全资子公司
16	湖南科捷医疗器械有限公司	公司全资子公司

关联方		关联关系
17	山西科源医疗器械销售有限公司	公司全资子公司
18	南京科源医疗器械有限公司	公司全资子公司
19	湖南森合医疗器械有限公司	公司全资子公司
20	江西科源医疗器械有限公司	公司全资子公司
21	武汉市科诚医疗器械有限公司	公司全资子公司
22	杭州每文医疗器械有限公司	公司全资子公司
23	成都科泓医疗器械有限公司	公司控股子公司
24	北京科捷医疗器械有限公司	公司全资子公司
25	合肥市海吉星科技有限公司	公司全资子公司
26	湖南可孚芯驰医疗科技有限公司	公司控股子公司
27	珠海橡果电子科技有限公司	公司全资子公司
28	青岛厚美德医疗器材有限公司	公司全资子公司
29	湖南科源云仓供应链管理有限公司	公司全资子公司
30	湖南国科智瞳科技有限公司	公司参股公司
31	湖南可孚听力技术有限公司	公司全资子公司
32	湖南纵谋网络科技有限公司	公司全资子公司

上述子公司的具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”。

6、董事、监事、高级管理人员

发行人董事、监事、高级管理人员情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”。

7、持有发行人 5%以上股份的自然人股东、直接或者间接控制上市公司的法人或者其他组织的董事、监事及高级管理人员、发行人的董事、监事、高级管理人员直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织

除上述已披露的关联方之外，持有发行人 5%以上股份的自然人股东、直接或者间接控制上市公司的法人或者其他组织的董事、监事及高级管理人员、发行人的董事、监事、高级管理人员直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织如下：

关联方	关联关系
宁波怀格医疗投资管理有限公司	董事方圣石任董事
百试达（上海）医药科技股份有限公司	董事方圣石任董事
上海康德莱医疗器械股份有限公司（1501.HK）	董事方圣石任非执行董事
湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司	监事周晓军任董事
湖南华凯文化创意股份有限公司	监事周晓军任董事
中惠旅智慧景区管理股份有限公司	监事周晓军任董事
湖南星邦智能装备股份有限公司	监事周晓军任董事
湖南达晨财鑫创业投资有限公司	监事周晓军任董事、总经理
深圳市校管家教育科技有限公司	监事周晓军任董事
湖南雪峰山生态文化旅游有限责任公司	监事周晓军任董事
长沙巨星轻质建材股份有限公司	监事周晓军任董事

8、持有发行人 5%以上股份的自然人股东、直接或者间接控制上市公司的法人或者其他组织的董事、监事及高级管理人员、发行人的董事、监事、高级管理人员关系密切家庭成员及其直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织

除上述已披露的关联方之外，持有发行人 5%以上股份的自然人股东、直接或者间接控制上市公司的法人或者其他组织的董事、监事及高级管理人员、发行人的董事、监事、高级管理人员关系密切家庭成员及其直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的法人或其他组织为发行人的关联方。

上述人员关系密切的家庭成员包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

其中，报告期与发行人存在交易的关联方如下所示：

关联方	关联关系
张超	实际控制人张敏的兄弟
贺灿滨	实际控制人张敏的兄弟张超的前妻
陈志辉	实际控制人张敏的母亲
张先明	董事、常务副总裁张志明的兄弟
曾季红	董事、常务副总裁张志明的配偶
殷治云	董事、副总裁贺邦杰的配偶

9、持有发行人 5%以上股份的股东、董监高及关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的公司与发行人重叠的客户、供应商

持有发行人 5%以上股份的股东、董监高及关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的除发行人及子公司以外的其他企业情况如下：

序号	公司名称	与发行人、董监高的关系	实际经营业务	是否为关联方
1	械字号投资	控股股东	医疗领域项目投资、投资管理、投资咨询	是
2	科源同创	持股 5%以上的股东	企业管理咨询服务	是
3	宁波怀格	持股 5%以上的股东	投资管理	是
4	湘潭鼎信	持股 5%以上的股东	投资管理	是
5	长沙鼎信	持股 5%以上的股东	投资管理	是
6	上海康德莱医疗器械股份有限公司	董事方圣石担任董事的企业	医用穿刺器械的研发、生产和销售	是
7	宁波怀格医疗投资管理有限公司	董事方圣石担任董事的企业	投资管理	是
8	百试达（上海）医药科技股份有限公司	董事方圣石担任董事的企业	临床试验服务	是
9	长沙巨星轻质建材股份有限公司	监事周晓军担任董事的企业	新型节能建筑新结构、新材料、新技术的研发、生产、销售及相关技术的专利运营业务	是
10	力合科技（湖南）股份有限公司	独立董事刘爱明担任独立董事的企业	环境监测系统研发、生产和销售及运营服务	否
11	天舟文化股份有限公司	独立董事刘爱明担任独立董事的企业	图书出版与发行业务；手机游戏的研发、发行、代理与运营业务；教育投资与教育服务业务	否
12	湖南国科微电子股份有限公司	独立董事刘爱明担任独立董事的企业	广播电视、智能安防、固态存储、物联网等芯片的研发和销售	否
13	湖南达晨文化旅游创业投资管理有限公司	监事周晓军担任董事的企业	投资管理	是
14	湖南华凯文化创意股份有限公司	监事周晓军担任董事的企业	文化创意产业，为展馆、展厅等大型室内空间提供环境艺术设计综合服务	是
15	湖南星邦智能装备股份有限公司	监事周晓军担任董事的企业	高空作业平台的研发、生产、销售和服务	是
16	中惠旅智慧景区管理股份有限公司	监事周晓军担任董事的企业	旅游、景区服务与管理	是
17	湖南达晨财鑫创业投资有限公司	监事周晓军任董事、总经理	创业投资	是
18	深圳市校管家教育科技有限公司	监事周晓军担任董事的企业	计算机编程；计算机软件设计	是

序号	公司名称	与发行人、董监高的关系	实际经营业务	是否为关联方
19	湖南雪峰山生态文化旅游有限责任公司	监事周晓军担任董事的企业	旅游景点建设与经营；旅游项目的开发和经营	是

除董事方圣石担任董事的上海康德莱医疗器械股份有限公司从事的业务与发行人具有相似性外，上述其他企业与发行人主营业务均不相同。报告期内，上海康德莱医疗器械股份有限公司与发行人存在共同的供应商浙江康德莱医疗器械股份有限公司，该公司与上海康德莱医疗器械股份有限公司为同一控制下企业。发行人与上海康德莱医疗器械股份有限公司及其关联方之间的交易情况详见本招股说明书之“第五节　发行人基本情况”之“六、发行人主要股东和实际控制人情况”之“（二）持有公司 5%以上股份的其他股东情况”之“3、宁波怀格”。除上海康德莱医疗器械股份有限公司与发行人存在共同供应商外，上述其他企业与发行人主要客户、供应商不存在重叠情形。

发行人持股 5%以上的股东、董监高及关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的公司均不存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。

10、其他关联方

关联方	关联关系	目前状态
刘锐	曾任发行人监事，于 2019 年 12 月离职	-
岳阳天香中药饮片有限公司	副总裁左汗青的父亲左春风曾任董事的企业，已于 2019 年 11 月离职	存续
衡阳桑德凯天再生资源科技有限公司	发行人董事、副总裁兼董事会秘书薛小桥曾任董事的企业，已于 2020 年 1 月离职	存续
航天凯天环保科技股份有限公司	发行人董事、副总裁兼董事会秘书薛小桥曾任董事会秘书的企业，已于 2018 年 7 月离职	存续
上海七巧板印务科技有限公司	董事、副总裁贺邦杰曾控制的企业，曾持有 50%股份	存续

（二）关联交易

1、偶发性关联交易

（1）关联担保

报告期内，关联担保情况如下：

序号	担保方	债权人	最高担保余额/担保主债权金额（万元）	主债务起始日	主债务到期日	是否履行完毕
1	张敏、聂娟	长沙银行银德支行	1,500.00	2016/4/26	2018/4/25	是

序号	担保方	债权人	最高担保余额/担保主债权金额（万元）	主债务起始日	主债务到期日	是否履行完毕
2	张敏、聂娟	长沙银行银德支行	1,500.00	2017/4/24	2018/4/30	是
3	张敏、聂娟	中国银行湖南省分行	1,500.00	2017/3/24	2022/3/23	否
4	张敏、聂娟	长沙银行银德支行	500.00	2017/6/20	2018/6/30	是
5	张敏、聂娟	长沙银行银德支行	480.00	2017/6/20	2018/6/30	是
6	张超、贺灿滨	交通银行湖南省分行	62.00	2017/7/18	2020/7/18	是
7	曾季红	交通银行湖南省分行	102.00	2017/7/18	2020/7/18	是
8	殷治云	交通银行湖南省分行	66.00	2017/7/18	2020/7/18	是
9	陈志辉	交通银行湖南省分行	85.00	2017/7/18	2020/7/18	是
10	张敏	交通银行湖南省分行	1,500.00	2017/7/18	2020/7/18	是
11	张敏、聂娟、张志明、曾季红	长沙银行银德支行	1,500.00	2018/7/23	2019/7/23	是
12	张敏、聂娟	长沙银行银德支行	500.00	2018/7/23	2019/7/23	是
13	张敏、聂娟	长沙银行银德支行	835.25	2018/7/23	2019/7/25	是
14	张敏、聂娟	建设银行芙蓉支行	1,200.00	2018/2/7	2019/2/7	是
15	张敏、聂娟、张志明	建设银行芙蓉支行	800.00	2018/3/29	2019/3/29	是
16	张敏、聂娟	杭州工商信托股份有限公司	10,000.00	2018/6/28	2020/1/19	是
17	张敏、聂娟	广发银行长沙分行	2,000.00	2019/4/30	2020/4/29	是
18	张敏、聂娟	北京银行长沙分行	3,933.00	2018/12/27	2019/12/26	是
19	张敏、聂娟	光大银行长沙华升支行	500.00	2019/9/25	2020/9/24	是
20	张敏、聂娟	广发银行股份有限公司长沙星沙支行	2,000	2020/1/29	2021/1/28	否
21	张敏、聂娟	长沙农村商业银行股份有限公司双塘支行	5,000	2020/2/19	2021/2/18	否
22	张敏、聂娟	长沙农村商业银行股份有限公司双塘支行	12,000	2020/4/7	2021/4/6	否
23	械字号投资、张敏、科源同创	中国建设银行股份有限公司长沙芙蓉支行	3,000	2020/2/19	2021/2/19	否
24	张敏、聂娟	中国农业银行股份有限公司长沙雨花区支行	6,750	2020/2/12	2023/2/11	否
25	张敏、聂娟	长沙银行股份有限公司银德支行	1,500	2020/2/18	2021/2/18	否
26	械字号投资、张敏、聂娟	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	6,000	2020/1/14	2024/1/5	否

注：以上“是否履行完毕”为截至报告期末的状态。

（2）关键管理人员薪酬

单位：万元

项目名称	2020 年	2019 年度	2018 年度
关键管理人员薪酬	284.56	184.51	140.24

除已披露关联交易外，发行人的关联方与其他主要核心人员、主要客户、供应商及其主要股东之间不存在资金、业务往来，不存在关联交易非关联化、为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。

2、关联方应收应付余额

（1）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付关联方款项情况如下：

单位:万元

关联方名称	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
张敏	-	-	-	-	7.40	0.11%

2018 年末，其他应付关联方款项 7.40 万元主要为张敏通过其实际控制的银行卡为公司代收代付款项，截至 2017 年末清算完毕后的金额。上述款项已于 2019 年支付完毕。

（三）报告期内公司关联交易决策程序履行情况及独立董事核查意见

1、关联交易决策程序的履行情况

公司第一届董事会第七次会议以及 2020 年第一次临时股东大会审议通过了《关于对公司最近三年的关联交易予以确认的议案》，关联董事、关联股东均回避表决，程序规范，符合法律、法规和《公司章程》的相关规定，所作出的董事会、股东大会决议合法、有效。

公司第一届董事会第八次会议审议通过了《关于对公司 2020 年上半年的关联交易予以确认的议案》，关联董事回避表决。因发行人关联方为发行人担保，且发行人未支付相关费用亦未提供反担保，属发行人单方获益行为，根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（2020 年修订）的相关豁免履行股东大会审议程序。

2、独立董事对公司关联交易的核查意见

对于发行人 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间的关联交易事项，公司独立

董事发表了独立意见，认为：公司对关联交易的披露是真实、准确与完整的，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。公司最近三年所发生的关联交易是公司生产经营过程中正常发生的，关联交易遵循市场经济规则，关联交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情形。

对于发行人 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日期间的关联交易事项，公司独立董事发表了独立意见，认为：公司对关联交易的披露是真实、准确与完整的，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。公司 2020 年上半年所发生的关联交易是公司生产经营过程中正常发生的，关联交易遵循市场经济规则，关联交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情形。

（四）减少和规范关联交易的承诺

为减少和规范未来可能产生的关联交易，公司控股股东械字号投资、实际控制人张敏、聂娟及其他持有本公司 5%以上股份的主要股东科源同创、宁波怀格、湘潭鼎信、长沙鼎信、张志明分别出具了《减少和规范关联交易承诺函》。

1、控股股东械字号投资、实际控制人张敏、聂娟及其控制的科源同创出具承诺

（1）本人/本企业/本公司及所属关联方与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

（2）本人/本企业/本公司将严格按照《公司法》等法律法规以及《可孚医疗科技股份有限公司章程》《可孚医疗科技股份有限公司关联交易管理办法》的有关规定，依法行使股东权利，同时承担相应的股东义务，在董事会、股东大会对涉及本人/本企业/本公司及所属关联方的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

（3）本人/本企业/本公司将尽量避免或减少本人及所属关联方与发行人之间的关联交易。若本人/本企业/本公司及所属关联方与发行人发生无法避免的关联交易，则此种关联交易必须按公平、公允、等价有偿的原则进行，交易价格应按市场公认的合理价格确定，避免损害中小股东权益的情况发生，保证关联交易的必要性和公允性。

（4）本人/本企业/本公司不利用自身作为发行人的实际控制人地位及重大影响，谋求发行人及下属子公司在业务合作等方面给予本人/本企业/本公司及本人/本企业/本公司投资的其他企业优于市场第三方的权利；不利用自身作为发行人的实际控制人地位及重大影响，谋求与发行人达成交易的优先权利；不以低于市场价格的条件与发行人进行

交易，亦不利用该类交易从事任何损害发行人利益的行为。

（5）本人/本企业/本公司及关联方不会通过资金拆借、代垫款项、代偿债务等方式侵占发行人资金。

（6）若本人/本企业/本公司未履行上述承诺而给发行人或其他投资者造成损失的，本人/本企业/本公司将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。

（7）上述承诺在本人/本企业/本公司作为发行人实际控制人/股东期间持续有效且不可撤销。

2、其他持有本公司 5%以上股份的主要股东宁波怀格、湘潭鼎信、长沙鼎信、张志明的主要承诺

（1）本企业/本人及所属关联方与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

（2）本企业/本人将严格按照《公司法》等法律法规以及《可孚医疗科技股份有限公司章程》、《可孚医疗科技股份有限公司关联交易管理办法》的有关规定，依法行使股东权利，同时承担相应的股东义务，在董事会、股东大会对涉及本企业及所属关联方的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

（3）本企业/本人将尽量避免或减少本企业及所属关联方与发行人之间的关联交易。若本企业/本人及所属关联方与发行人发生无法避免的关联交易，则此种关联交易必须按公平、公允、等价有偿的原则进行，交易价格应按市场公认的合理价格确定，避免损害中小股东权益的情况发生，保证关联交易的必要性和公允性。

（4）本企业/本人不利用自身对发行人的主要股东地位及重大影响，谋求发行人及下属子公司在业务合作等方面给予本企业/本人及本企业/本人投资的其他企业优于市场第三方的权利；不利用自身对发行人的主要股东地位及重大影响，谋求与发行人及下属子公司达成交易的优先权利；不以低于市场价格的条件与发行人进行交易，亦不利用该类交易从事任何损害发行人利益的行为。

（5）本企业/本人及关联方不会通过资金拆借、代垫款项、代偿债务等方式侵占发行人资金。

（6）若本企业/本人未履行上述承诺而给发行人或其他投资者造成损失的，本企业

/本人将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。

（7）上述承诺在本企业/本人作为发行人持股 5%以上的股东期间持续有效且不可撤销。

3、除上述人员外，发行人全体董事、监事、高级管理人员的主要承诺：

（1）本人及所属关联方与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

（2）本人将严格按照《公司法》等法律法规以及《可孚医疗科技股份有限公司章程》《可孚医疗科技股份有限公司关联交易管理办法》的有关规定，在董事会、股东大会对涉及本人及所属关联方的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

（3）本人将尽量避免或减少本人及所属关联方与发行人之间的关联交易。若本人及所属关联方与发行人发生无法避免的关联交易，则此种关联交易必须按公平、公允、等价有偿的原则进行，交易价格应按市场公认的合理价格确定，避免损害中小股东权益的情况发生，保证关联交易的必要性和公允性。

（4）本人不利用自身作为发行人的董事、监事、高级管理人员地位及重大影响，谋求发行人及下属子公司在业务合作等方面给予本人及本人投资的其他企业优于市场第三方的权利；不利用自身作为发行人的董事、监事、高级管理人员地位及重大影响，谋求与发行人达成交易的优先权利；不以低于市场价格的条件与发行人进行交易，亦不利用该类交易从事任何损害发行人利益的行为。

（5）本人及关联方不会通过资金拆借、代垫款项、代偿债务等方式侵占发行人资金。

（6）若本人未履行上述承诺而给发行人或其他投资者造成损失的，本人将向发行人或其他投资者依法承担赔偿责任。

（7）上述承诺在本人作为发行人董事、监事、高级管理人员期间持续有效且不可撤销。

第八节　财务会计信息与管理层分析

本章的财务会计数据和相关的分析说明反映了公司报告期内经审计的财务状况、经营成果及现金流量。非经特别说明，本节披露的财务会计数据均引自经立信会计师出具的信会师报字[2021]第 ZA10888 号《审计报告》公司财务报表或据其计算所得，按合并报表口径披露。

公司在本节披露的与财务会计信息相关重大事项标准为金额超过收入的 1.00%，或金额虽未达到或未超过收入的 1.00%但公司认为较为重要的相关事项。

投资者欲更了解公司报告期内的财务状况，请阅读本招股说明书备查文件之财务报告及审计报告全文。

一、影响发行人未来盈利能力或财务状况的主要因素

（一）外部市场环境

1、国家产业政策支持以及我国居民大健康消费升级推动家用医疗器械行业市场规模快速扩张

医疗器械行业为医疗卫生体系建设的重要组成部分，《“十三五”规划》《“十三五”国家科技创新规划》《“健康中国 2030”规划纲要》《中国制造 2025》等国家宏观发展规划均将医疗器械行业作为重要支持行业。

同时，随着我国人口老龄化进程的加速以及人民生活水平不断提升，公众健康意识的增强、政策红利的驱动及解决健康问题的需要，家庭医疗保健场景变得越来越普及，预防胜于治疗，健康管理服务日常化，家用医疗器械产品应用生活化。例如血压、血糖等健康监测类医疗器械，轮椅、护理床、护具等康复辅具产品，呼吸性疾病管理用呼吸支持类医疗器械，以及日常保健用的理疗仪、艾灸等中医理疗类产品市场需求广阔。依据第一财经商业数据中心《2019 中国家庭医疗健康消费趋势报告》数据显示，2018 年线上家庭医疗健康产品热搜关键词中，包括从拥有日常检测功能的婴儿体温计和血压计，到治疗类的制氧机和雾化器，再到康复养老类的颈椎牵引器和轮椅等，消费者在家庭医疗方面的需求日益多元。

此外，2020 年新冠肺炎疫情对于家用医疗器械行业及消费者健康观念产生了较为深远的影响。健康监测类医疗器械，如体温计、血压计、血氧仪等需求量越来越大；医

疗护理类如口罩/手套、消毒清洁类、敷贴/敷料产品也成为家庭必备的刚需产品；家用呼吸机、制氧机、雾化器、鼻腔护理产品等呼吸支持类产品的应用也越来越备受关注。

2、互联网蓬勃发展促使线上销售渠道业务稳步增长

随着互联网蓬勃发展，消费者足不出户便可以购置各种家庭医疗健康产品，越来越多的人们选择在线上购买家用医疗器械，依据第一财经商业数据中心《天猫医药馆健康趋势白皮书》（2020）数据显示 2019 年消费人数较 2018 年增长近 70%，推动整体线上的市场规模高速增长。

综上，外部市场环境方面对公司未来盈利能力及财务状况产生的影响主要体现在以下两个方面：

首先，国家政策的支持、居民大健康消费需求的升级背景下，家用医疗器械行业市场空间广阔，公司未来销售规模增长可期。

第二，互联网的蓬勃发展，线上渠道销售稳步增长背景下，报告期内公司线上销售、线下销售同步扩张，其中线上销售收入占营业收入比重较高，自营店铺基本覆盖各主要电商平台。

具体外部市场环境及变化趋势详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况”之“（四）公司所处细分行业的发展态势”。

（二）行业竞争格局

家用医疗器械呈现较强的消费品属性，终端用户关注产品品质特点，注重产品品质稳定性，偏好购物的便捷性与售后的及时性。医疗器械行业品牌效应需要企业长期投入与积累，一方面需要对上游供应商以及自有生产线实施严格的品控管理与较大的质量控制投入，保证产品品质的优异性与稳定性；另一方面需要深入接触并了解终端用户不断变化的需求与偏好，对投放产品进行精准定位、不断改进，并提供持续、优质的售后服务。

目前国内家用医疗器械生产与经营厂家数量众多，整体仍呈现小、散、乱的格局，不能很好地满足市场需求，市场集中度有待提升，有利于公司这类规模型企业的发展。

总体来讲，目前家用医疗器械行业格局对公司未来盈利能力及财务状况产生的影响主要体现在以下四个方面：

首先，公司已形成较强的品牌效应，作为受消费者信赖的家用医疗器械企业，竞争力得以体现，报告期内毛利率不断增长。

第二，公司实施严格的品控管理，以湖南科源与湖南健耳为成品集采中心，可孚科技与可孚设备负责原材料采购，实施集中采购；同时通过自建生产基地与研发中心，形成了多种产品开发技术，改进生产工艺，提升产品品质。报告期内，公司研发投入与非流动资产规模不断增加。

第三，公司重视终端用户需求及变化，通过线上、线下自营店铺销售直接面向终端用户，并形成了完善的信息系统技术，采集、分析终端用户需求变化并及时、准确做出反应。报告期内，公司收入产品结构随终端需求变化而调整。

第四，基于家用医疗器械行业广阔的市场空间，更多的企业进入行业，为公司带来更大的竞争压力。

具体行业竞争格局及变化趋势详见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况”之“（六）行业竞争格局及进入壁垒”。

（三）业务模式、产品服务特点

公司构筑了线上和线下结合的营销渠道。线上自营店铺、线下自营门店销售模式下，公司直接面向终端用户，能够更快速、更深刻了解市场需求，同时，能够为公司带来较好的经营活动现金流量；另一方面，每年海量订单对公司订单管理能力、仓储物流能力以及客户服务能力提出较高要求，公司销售费用规模同步增长。线上直发模式与平台入仓模式、线下连锁药房渠道销售模式下，公司销售收入能够借助平台及连锁药房渠道快速提升，同时，上述两类客户一般存在结算账期，随着销售收入增长，公司应收款项规模相应增长。

产品服务方面，公司致力于满足消费者家用医疗器械产品一站式购齐需求，产品线覆盖健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大类，有助于公司核心竞争力的构建，报告期内，公司营业收入不断增长，但也使得公司需保持较高的存货规模，对仓储管理能力、营运资金管理能力提出更高要求。

产品自主生产组织方面，发行人凭借多年深耕家用医疗器械行业所积累的强大的供应商渠道以及生产组织能力。2020 年上半年新冠疫情期间，发行人迅速实现红外线体温计、医用口罩等重要防疫物资的规模化生产，自有品牌自产产品销售收入占比迅速提

升，体温计产品销售自有品牌产品占比超过 90.00%。生产能力的扩张，一方面使得发行人在机器设备等固定资产方面新增较多投入，另一方面生产人员规模大幅增加。此外，由于疫情的影响，防疫物资产品及原材料在 2020 年上半年价格波动较大，截至 2020 年末，发行人防疫物资类原材料与库存商品存货跌价准备金额有所上升。

（四）新冠疫情背景下，发行人防疫类产品市场竞争力分析

2020 年 1-6 月，发行人经审计营业收入及归属于母公司股东的净利润分别为 122,861.64 万元、27,282.79 万元；2020 年 1-9 月发行人经审阅营业收入、归属于母公司股东的净利润分别为 174,162.98 万元、33,134.65 万元；2020 年度，发行人实现营业收入及归属母公司股东的净利润分别为 237,526.07 万元、42,394.99 万元；2021 年 1-3 月发行人经审阅营业收入、归属于母公司股东的净利润分别为 64,752.18 万元、13,037.32 万元。其中，发行人 2020 年营业收入、归属于母公司股东的净利润相较于 2019 年同比变动幅度分别为 62.46%、242.76%，经营业绩实现了较大幅度的增长。

1、区分防疫产品与非防疫产品分析发行人 2020 年主营业务收入与毛利率变动

区分防疫物资（体温计、口罩/手套、消毒产品）与非防疫物资，2018 年、2019 年、2020 年分季度及 2021 年 1 月份主营业务收入与毛利率情况如下：

单位：万元

产品	2021 年 1 月			2020 年第四季度			2020 年第三季度		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
防疫物资	19,924.38	61.20%	54.66%	27,009.39	44.31%	53.54%	18,561.79	37.19%	45.83%
非防疫物资	12,630.62	38.80%	38.38%	33,946.11	55.69%	39.52%	31,353.07	62.81%	38.42%
主营业务收入	32,555.00	100.00%	48.35%	60,955.51	100.00%	45.73%	49,914.87	100.00%	41.18%
产品	2020 年第二季度			2020 年第一季度			2019 年		
	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
防疫物资	30,029.21	47.02%	41.58%	29,400.64	51.02%	75.49%	19,361.27	13.30%	46.41%
非防疫物资	33,834.60	52.98%	40.62%	28,225.00	48.98%	42.33%	126,262.82	86.70%	37.01%
主营业务收入	63,863.81	100.00%	41.07%	57,625.64	100.00%	59.25%	145,624.09	100.00%	38.26%
产品	2018 年								
	收入	收入占比	毛利率						
防疫物资	14,280.05	13.19%	44.77%						
非防疫物资	93,998.94	86.81%	35.46%						

主营业务收入	108,278.98	100.00%	36.69%	

注：以上 2020 年分季度财务数据以及 2021 年 1 月财务数据未经审计。

整体来看，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品在整个报告期内均为发行人较为重要的产品品类，且均属于高毛利率的产品。2018 年、2019 年三类产品合计销售收入均超过 1 亿元，且保持较高的增速；销售毛利率均高于整体主营业务毛利率水平。2020 年，疫情背景下，上述三类产品对主营业务收入以及主营业务毛利率贡献进一步提升。

具体情况如下：

销售收入方面，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品在 2018 年、2019 年、2020 年合计销售收入分别为 14,280.05 万元、19,361.27 万元、105,001.03 万元，占主营业务收入比重分别为 13.19%、13.30%、45.19%，2019 年、2020 年同比增幅分别为 35.58%、442.33%；毛利率方面，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品在 2018 年、2019 年、2020 年整体销售毛利率分别为 44.77%、46.41%、54.90%，随着产品品类不断丰富、自有品牌自产产品销售收入比重提升，毛利率逐年提升，且高于整体主营业务毛利率。

2020 年初，新冠疫情突发，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品成为重要的防疫物资，市场需求猛增。2020 年一季度上述产品供不应求，销售价格亦相应提升。随着疫情防控常态化，防疫物资产品供应日渐充足，2020 年二季度至今，上述三类产品市场需求仍然较高，销售价格、销售毛利率回落到正常水平。

2020 年一季度，发行人体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品合计销售收入 29,400.64 万元，占当期主营业务收入比重为 51.02%，销售毛利率为 75.49%；2020 年二季度、三季度、四季度以及 2021 年 1 月份，三类产品销售收入分别为 30,029.21 万元、18,561.79 万元、27,009.39 万元、19,924.38 万元，占当期主营业务收入比重分别为 47.02%、37.19%、44.31%、61.20%，销售毛利率分别为 41.58%、45.83%、53.54%、54.66%。

2、口罩/手套、体温计、消毒产品等防疫产品市场竞争状况分析

报告期内，发行人口罩/手套、体温计、消毒产品线上销售收入占比较高，且已经形成了较强的品牌影响力，同时拥有丰富的产品品类，具有较强的市场竞争力。

（1）线上销售竞争状况

报告期内，发行人体温计、口罩/手套、消毒产品区分线上销售与线下销售两种渠道，销售收入具体情况如下：

单位：万元

三类产品	2021 年 1 月		2020 年		2020 年 1-9 月	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上销售	18,465.58	92.68%	85,576.88	81.50%	60,484.95	77.55%
线下销售	1,458.80	7.32%	19,424.16	18.50%	17,506.69	22.45%
合计	19,924.38	100.00%	105,001.04	100.00%	77,991.65	100.00%
三类产品	2019 年		2018 年			
	金额	占比	金额	占比		
线上销售	14,219.66	73.44%	9,361.48	65.56%		
线下销售	5,141.61	26.56%	4,918.56	34.44%		
合计	19,361.27	100.00%	14,280.05	100.00%		

注：2020 年度以及 2021 年 1 月份财务数据未经审计。

整体来看，三类防疫物资产品线上销售参与者较多，竞争较为激烈。依据生意参谋，2021 年 1 月份，体温计类、口罩（器械）、皮肤消毒护理三个产品类目中产品品牌销售排名与流量排名情况如下所示：

品牌排名	口罩（器械）		体温计类		皮肤消毒护理（消毒类产品）	
	销量排名	流量排名	销量排名	流量排名	销量排名	流量排名
1	可孚	可孚	可孚	可孚	可孚	可孚
2	超亚	超亚	GUSGU/古尚古	GUSGU/古尚古	欧洁	海氏海诺
3	ZD/振德	xaxr	鱼跃	振海康	LIRCON/利尔康	LIRCON/利尔康

注：生意参谋统计数据包含天猫与淘宝平台数据。

如上表所示，发行人线上销售具有较好的竞争地位。依据生意参谋，2020 年至今依据月份对体温计类、口罩（器械）、皮肤消毒护理三个产品类目中产品品牌进行统计，“可孚”品牌产品销售排名与流量排名均整体呈上升趋势，2021 年 1 月份三个类目“可孚”品牌产品销售排名与流量排名均为第一名。具体情况如下：

类目	月份	销售排名	流量排名	类目	月份	销售排名	流量排名	类目	月份	销售排名	流量排名
体温计类	2021-01	1	1	口罩（器械）	2021-01	1	1	皮肤消毒护理（消毒产品）	2021-01	1	1
	2020-12	2	1		2020-12	1	1		2020-12	4	1
	2020-11	2	1		2020-11	6	2		2020-11	5	1
	2020-10	1	1		2020-10	4	2		2020-10	6	1
	2020-09	1	1		2020-09	3	1		2020-09	8	3
	2020-08	2	1		2020-08	5	1		2020-08	10	3

类目	月份	销售排名	流量排名	类目	月份	销售排名	流量排名	类目	月份	销售排名	流量排名
	2020-07	1	1		2020-07	6	3		2020-07	17	5
	2020-06	1	1		2020-06	1	3		2020-06	11	5
	2020-05	1	1		2020-05	9	12		2020-05	15	3
	2020-04	1	1		2020-04	6	6		2020-04	6	3
	2020-03	4	1		2020-03	16	6		2020-03	3	2
	2020-02	3	2		2020-02	-	3		2020-02	19	9
	2020-01	3	1		2020-01	17	12		2020-01	10	5

数据来源：生意参谋，生意参谋统计数据包含天猫与淘宝平台数据。

（2）市场参与者不断增多，市场竞争加剧

目前新冠疫情在国内已经得到了较好的控制，随着防疫物资产能提升，已有较为充足的供应，防疫物资类产品生产厂家数量迅速增加，市场竞争不断加剧。

依据国家药品监督管理局防疫产品注册信息查询：截至 2021 年 2 月，全国共存续有效口罩注册证为 6,301 张，2020 年 1 月 20 日之前为 827 张。其中一次性使用医用口罩注册证为 3,418 张，2020 年 1 月 20 日前为 424 张；医用外科口罩注册证为 2,276 张，2020 年 1 月 20 日前为 310 张；医用防护口罩注册证为 607 张，2020 年 1 月 20 日前为 93 张。截至 2021 年 2 月，全国共有红外线体温计注册证 675 张，2020 年 1 月 20 日为 183 张。

3、新冠疫情导致的业绩增长存在偶发性和不可持续性的风险

2020 年至今，均处于新冠疫情防控状态，体温计、口罩/手套、消毒产品三类产品对发行人营业收入及毛利率贡献较大。

疫情防控常态化情况下，市场参与者不断增加，市场竞争不断加剧；随着未来新冠疫情消除，防疫类产品市场需求亦会有所缩减。如果未来随着疫情过后防疫物资销售价格与销量下降，将对发行人防疫类产品销售产生不利影响。新冠疫情导致的业绩增长存在偶发性和不可持续性的风险。发行人已于招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险”之“（九）发行人 2020 年业绩增长存在偶发性，未来业绩增长速度存在不可持续的风险”中进行提示，提请投资者予以特别关注。

二、合并财务报表及注册会计师的审计意见

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产：			
货币资金	557,093,024.77	368,919,157.98	122,428,199.61
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	5,073,257.25
应收票据	-	-	471,365.00
应收账款	192,053,664.39	165,061,155.41	155,562,295.50
应收款项融资	4,596,418.03	6,332,816.55	-
预付款项	53,779,278.88	31,414,538.45	40,675,263.55
其他应收款	30,576,711.63	9,469,578.82	8,431,691.80
存货	402,365,314.94	304,411,329.77	198,263,491.43
其他流动资产	15,466,906.51	5,646,987.09	7,005,668.94
流动资产合计	**1,255,931,319.15**	**891,255,564.07**	**537,911,233.08**
非流动资产：			
长期股权投资	5,583,423.39	-	-
固定资产	178,919,218.04	43,960,495.96	32,031,451.73
在建工程	83,441,448.16	4,368,400.26	749,073.26
无形资产	203,457,896.08	65,050,100.80	2,139,283.00
商誉	11,601,620.75	3,012,289.23	3,012,289.23
长期待摊费用	36,777,504.92	26,872,462.28	12,280,858.40
递延所得税资产	10,636,673.83	4,945,859.48	6,519,038.18
其他非流动资产	8,217,543.89	9,792,653.78	12,195,193.03
非流动资产合计	**538,635,329.06**	**158,002,261.79**	**68,927,186.83**
资产总计	**1,794,566,648.21**	**1,049,257,825.86**	**606,838,419.91**
流动负债：			
短期借款	280,000,000.00	39,700,000.00	84,230,769.25
应付票据	77,465,637.72	170,099,042.84	25,452,187.14
应付账款	258,535,756.92	150,220,837.33	171,229,477.97
预收款项	1,079,612.99	2,755,256.19	1,180,812.95
合同负债	2,005,275.71	-	-

资产	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付职工薪酬	34,353,280.63	13,120,011.24	8,815,059.18
应交税费	25,251,988.60	17,159,797.77	16,416,400.89
其他应付款	44,675,982.81	16,058,482.54	64,539,075.35
一年内到期的非流动负债	10,000,000.00	5,000,000.00	-
其他流动负债	274,267.79		
流动负债合计	**733,641,803.17**	**414,113,427.91**	**371,863,782.73**
非流动负债：			
长期应付款	10,000,000.00	15,000,000.00	-
递延收益	47,167,986.32	20,730,930.26	-
递延所得税负债	3,801,949.82	-	10,988.59
非流动负债合计	**60,969,936.14**	**35,730,930.26**	**10,988.59**
负债合计	**794,611,739.31**	**449,844,358.17**	**371,874,771.32**
所有者权益：			
股本	120,000,000.00	120,000,000.00	85,000,000.00
其他权益工具	-	-	-
其中：优先股	-	-	-
永续债	-	-	-
资本公积	430,694,255.89	430,694,255.89	127,800,309.86
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	34,745,108.05	1,598,313.26	4,223,965.79
一般风险准备	-	-	-
未分配利润	410,978,323.52	44,175,232.64	15,760,535.13
归属于母公司所有者权益合计	**996,417,687.46**	**596,467,801.79**	**232,784,810.78**
少数股东权益	3,537,221.44	2,945,665.90	2,178,837.81
所有者权益合计	**999,954,908.90**	**599,413,467.69**	**234,963,648.59**
负债和所有者权益总计	**1,794,566,648.21**	**1,049,257,825.86**	**606,838,419.91**

2、合并利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业总收入	**2,375,260,698.66**	**1,462,029,507.76**	**1,087,081,147.72**

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
其中：营业收入	2,375,260,698.66	1,462,029,507.76	1,087,081,147.72
二、营业总成本	**1,893,941,273.18**	**1,336,331,526.95**	**1,010,845,625.99**
其中：营业成本	1,262,710,615.49	901,473,997.54	686,738,960.06
税金及附加	20,226,522.05	7,346,425.35	7,728,241.37
销售费用	523,477,303.83	374,737,905.86	274,250,888.81
管理费用	49,113,866.96	32,410,820.39	25,067,767.44
研发费用	44,263,546.47	16,014,936.63	11,925,168.91
财务费用	-5,850,581.62	4,347,441.18	5,134,599.40
其中：利息费用	1,444,465.64	5,101,661.80	4,436,599.97
利息收入	8,295,793.16	1,356,468.53	27,007.31
加：其他收益	49,970,091.53	28,358,769.69	8,871,913.83
投资收益（损失以“-”号填列）	-1,430,976.61	224,043.47	
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-1,430,976.61		
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益			
汇兑收益（损失以“-”号填列）			
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）			73,257.25
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-4,337,117.15	-3,207,469.28	
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-23,231,143.75	-4,758,064.75	-7,215,547.54
资产处置收益（损失以“-”号填列）	216,276.40	24,801.86	
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	**502,506,555.90**	**146,340,061.80**	**77,965,145.27**
加：营业外收入	312,412.85	283,123.25	364,249.91
减：营业外支出	2,800,259.19	658,729.62	451,812.37
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**500,018,709.56**	**145,964,455.43**	**77,877,582.81**
减：所得税费用	75,477,268.35	21,760,896.33	11,671,714.28
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	**424,541,441.21**	**124,203,559.10**	**66,205,868.53**
（一）按经营持续性分类			
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	424,541,441.21	124,203,559.10	66,205,868.53
2. 终止经营净利润（净			

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
亏损以“-”号填列）			
（二）按所有权归属分类			
1．归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	423,949,885.67	123,686,731.01	66,227,030.72
2．少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	591,555.54	516,828.09	-21,162.19
六、其他综合收益的税后净额			
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额			
（一）不能重分类进损益的其他综合收益			
1．重新计量设定受益计划变动额			
2．权益法下不能转损益的其他综合收益			
3．其他权益工具投资公允价值变动			
4．企业自身信用风险公允价值变动			
（二）将重分类进损益的其他综合收益			
1．权益法下可转损益的其他综合收益			
2．其他债权投资公允价值变动			
3．可供出售金融资产公允价值变动损益			
4．金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
5．持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益			
6．其他债权投资信用减值准备			
7．现金流量套期储备（现金流量套期损益的有效部分）			
8．外币财务报表折算差额			
9．其他			
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额			
七、综合收益总额	**424,541,441.21**	**124,203,559.10**	**66,205,868.53**
归属于母公司所有者的综合收益总额	423,949,885.67	123,686,731.01	66,227,030.72
归属于少数股东的综合收益总额	591,555.54	516,828.09	-21,162.19

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
八、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）	3.53	1.03	-
（二）稀释每股收益（元/股）	3.53	1.03	-

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	2,453,533,908.09	1,451,663,456.14	1,093,500,616.32
收到的税费返还	21,108,203.62	7,711,324.65	4,158,435.29
收到其他与经营活动有关的现金	193,415,579.66	43,717,526.55	8,087,242.81
经营活动现金流入小计	**2,668,057,691.37**	**1,503,092,307.34**	**1,105,746,294.42**
购买商品、接受劳务支付的现金	1,298,891,129.67	818,748,653.00	697,005,542.41
支付给职工以及为职工支付的现金	225,434,395.08	137,827,435.80	91,021,380.29
支付的各项税费	209,614,433.10	69,644,359.02	61,954,460.36
支付其他与经营活动有关的现金	438,349,723.24	419,474,039.81	249,585,847.59
经营活动现金流出小计	**2,172,289,681.09**	**1,445,694,487.63**	**1,099,567,230.65**
经营活动产生的现金流量净额	**495,768,010.28**	**57,397,819.71**	**6,179,063.77**
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	-	5,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	-	297,300.72	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	394,065.05	68,800.00	430,078.38
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	**394,065.05**	**5,366,100.72**	**430,078.38**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	373,572,629.88	105,413,884.96	29,561,406.21
投资支付的现金	27,014,400.00	-	5,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	7,966,358.74	-	387,173.64
投资活动现金流出小计	**408,553,388.62**	**105,413,884.96**	**34,948,579.85**
投资活动产生的现金流量净额	**-408,159,323.57**	**-100,047,784.24**	**-34,518,501.47**

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	-	192,246,260.00	50,200,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	250,000.00	2,200,000.00
取得借款收到的现金	335,000,000.00	112,700,000.00	104,850,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	2,000,000.00
筹资活动现金流入小计	**335,000,000.00**	**304,946,260.00**	**157,050,000.00**
偿还债务支付的现金	94,700,000.00	137,230,769.25	63,019,230.75
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	32,736,880.32	5,501,761.18	3,988,179.06
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**127,436,880.32**	**142,732,530.43**	**67,007,409.81**
筹资活动产生的现金流量净额	**207,563,119.68**	**162,213,729.57**	**90,042,590.19**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-98,031.79**	**4,954.01**	**-23,457.60**
五、现金及现金等价物净增加额	**295,073,774.60**	**119,568,719.05**	**61,679,694.89**
加：期初现金及现金等价物余额	213,298,193.27	93,729,474.22	32,049,779.33
六、期末现金及现金等价物余额	**508,371,967.87**	**213,298,193.27**	**93,729,474.22**

（二）母公司财务报表

1、资产负债表

单位：元

资产	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产：			
货币资金	457,216,885.73	108,196,899.09	48,235,914.48
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	5,073,257.25
应收票据	-	-	71,365.00
应收账款	108,963,165.22	115,238,151.40	143,885,364.21
应收款项融资	-	-	-
预付款项	25,555,864.33	29,535,609.59	8,163,620.26
其他应收款	128,980,101.14	215,811,034.59	50,180,069.09
存货	210,502,110.70	76,506,661.66	40,174,546.40
其他流动资产	610,371.71	595,307.94	259,575.50

资产	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产合计	**931,828,498.83**	**545,883,664.27**	**296,043,712.19**
非流动资产：			
长期股权投资	239,860,161.94	76,010,959.30	71,950,959.30
固定资产	54,738,461.70	11,976,697.75	5,344,304.51
在建工程	10,864,720.77	-	-
无形资产	141,505,244.16	1,774,931.88	1,933,797.88
长期待摊费用	18,607,976.53	11,508,340.71	562,447.55
递延所得税资产	2,764,465.07	198,580.77	187,326.95
其他非流动资产	5,416,096.85	2,449,445.78	488,257.00
非流动资产合计	**473,757,127.02**	**103,918,956.19**	**80,467,093.19**
资产总计	**1,405,585,625.85**	**649,802,620.46**	**376,510,805.38**
流动负债：			
短期借款	280,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
应付票据	25,053,399.66	23,662,971.19	-
应付账款	131,893,319.90	37,540,660.44	49,756,162.44
预收款项	-	-	66,261.55
合同负债	-	-	-
应付职工薪酬	13,968,511.64	3,807,009.48	1,584,458.61
应交税费	5,889,461.63	5,516,585.26	11,626,693.47
其他应付款	46,206,201.58	7,414,668.74	53,423,866.37
流动负债合计	**503,010,894.41**	**82,941,895.11**	**121,457,442.44**
非流动负债：			
递延收益	24,625,038.63	180,930.26	-
递延所得税负债	3,801,949.82	-	10,988.59
非流动负债合计	**28,426,988.45**	**180,930.26**	**10,988.59**
负债合计	**531,437,882.86**	**83,122,825.37**	**121,468,431.03**
所有者权益：			
股本	120,000,000.00	120,000,000.00	85,000,000.00
资本公积	430,696,662.53	430,696,662.53	127,802,716.50
盈余公积	34,745,108.05	1,598,313.26	4,223,965.79
未分配利润	288,705,972.41	14,384,819.30	38,015,692.06
所有者权益合计	**874,147,742.99**	**566,679,795.09**	**255,042,374.35**
负债和所有者权益总计	**1,405,585,625.85**	**649,802,620.46**	**376,510,805.38**

2、利润表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	**1,043,961,388.82**	**339,998,516.57**	**260,130,607.79**
减：营业成本	597,979,323.53	220,979,942.05	154,227,899.29
税金及附加	8,162,108.83	1,849,936.95	1,484,508.77
销售费用	14,140,323.11	13,701,228.78	10,180,879.83
管理费用	31,969,847.07	18,494,509.58	11,515,964.00
研发费用	38,228,168.36	13,613,976.78	9,822,762.37
财务费用	-6,480,202.77	-427,610.20	288,262.57
其中：利息费用	-442,708.47	256,856.60	233,185.44
利息收入	6,226,812.58	741,806.83	1,479.54
加：其他收益	42,359,355.68	11,236,833.60	6,786,379.95
投资收益（损失以“-”号填列）	-1,430,976.61	224,043.47	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	73,257.25
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-67,495.43	249,310.68	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-13,403,864.91	-324,336.13	-257,367.03
资产处置收益（损失以“-”号填列）	10,560.09	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**387,429,399.51**	**83,172,384.25**	**79,212,601.13**
加：营业外收入	143,363.57	12,691.43	3,848.03
减：营业外支出	1,789,404.68	119,102.26	79,369.03
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**385,783,358.40**	**83,065,973.42**	**79,137,080.13**
减：所得税费用	54,315,410.50	11,424,812.68	10,886,250.18
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	**331,467,947.90**	**71,641,160.74**	**68,250,829.95**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	331,467,947.90	71,641,160.74	68,250,829.95
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
五、其他综合收益的税后净额			

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
（一）不能重分类进损益的其他综合收益			
1. 重新计量设定受益计划变动额			
2. 权益法下不能转损益的其他综合收益			
3. 其他权益工具投资公允价值变动			
4. 企业自身信用风险公允价值变动			
（二）将重分类进损益的其他综合收益			
1. 权益法下可转损益的其他综合收益			
2. 其他债权投资公允价值变动			
3. 可供出售金融资产公允价值变动损益			
4. 金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
5. 持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益			
6. 其他债权投资信用减值准备			
7. 现金流量套期储备（现金流量套期损益的有效部分）			
8. 外币财务报表折算差额			
9. 其他			
六、综合收益总额	**331,467,947.90**	**71,641,160.74**	**68,250,829.95**
七、每股收益：			
（一）基本每股收益（元/股）			
（二）稀释每股收益（元/股）			

3、现金流量表

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,148,243,666.25	379,054,943.99	232,777,428.55
收到的税费返还	20,019,930.98	6,345,601.52	4,158,435.29
收到其他与经营活动有关的现金	52,504,636.05	5,510,917.55	3,266,650.96

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动现金流入小计	**1,220,768,233.28**	**390,911,463.06**	**240,202,514.80**
购买商品、接受劳务支付的现金	613,007,524.72	239,532,063.30	145,425,416.51
支付给职工以及为职工支付的现金	89,485,748.98	38,286,704.49	23,436,980.18
支付的各项税费	113,188,388.09	31,525,860.52	14,314,475.40
支付其他与经营活动有关的现金	41,010,278.10	40,076,400.37	18,366,193.59
经营活动现金流出小计	**856,691,939.89**	**349,421,028.68**	**201,543,065.68**
经营活动产生的现金流量净额	**364,076,293.39**	**41,490,434.38**	**38,659,449.12**
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	304,200,000.00	5,000,000.00	550,000.00
取得投资收益收到的现金		297,300.72	
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	60,000.00		
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计	**304,260,000.00**	**5,297,300.72**	**550,000.00**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	232,050,348.16	23,366,278.62	6,472,822.55
投资支付的现金	373,714,400.00	169,760,000.00	37,618,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	10,865,779.25	-	-
投资活动现金流出小计	**616,630,527.41**	**193,126,278.62**	**44,090,822.55**
投资活动产生的现金流量净额	**-312,370,527.41**	**-187,828,977.90**	**-43,540,822.55**
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金		191,996,260.00	48,000,000.00
取得借款收到的现金	460,680,000.00	7,500,000.00	8,270,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金		-	500,000.00
筹资活动现金流入小计	**460,680,000.00**	**199,496,260.00**	**56,770,000.00**
偿还债务支付的现金	133,600,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	30,779,418.07	255,260.43	233,185.44
支付其他与筹资活动有关的现金		-	-
筹资活动现金流出小计	**164,379,418.07**	**5,255,260.43**	**5,233,185.44**
筹资活动产生的现金流量净额	**296,300,581.93**	**194,240,999.57**	**51,536,814.56**

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-35,534.67**	**762.08**	**10,580.25**
五、现金及现金等价物净增加额	**347,970,813.24**	**47,903,218.13**	**46,666,021.38**
加：期初现金及现金等价物余额	96,084,132.61	48,180,914.48	1,514,893.10
六、期末现金及现金等价物余额	**444,054,945.85**	**96,084,132.61**	**48,180,914.48**

（三）注册会计师审计意见

公司报告期的财务报告经具有证券期货相关业务资格的立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具标准无保留意见的信会师报字[2021]第 ZA 10888 号《审计报告》。

（四）关键审计事项

关键审计事项是立信会计师根据职业判断，认为对本期财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，立信会计师不对这些事项单独发表意见。按《中国注册会计师审计准则问题解答第 14 号—关键审计事项》，立信会计师将公司收入确认认定为关键审计事项，具体情况如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
收入的确认	
收入确认的会计政策详情及收入的分析请参阅合并财务报表附注“三、重要会计政策及会计估计”注释（二十三）所述的会计政策及“五、合并财务报表项目注释”注释（三十四）。2018 年至 2020 年，可孚股份的营业收入分别为 1,087,081,147.72 元、1,462,029,507.76 元、2,375,260,698.66 元。由于收入是可孚股份的关键业绩指标之一，从而存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，我们将可孚股份收入确认识别为关键审计事项。	①了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性； ②对重要销售客户，调查客户背景，评估交易的真实性； ③选取样本检查销售合同，识别与商品所有权上的风险和报酬转移相关的合同条款与条件，评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求； ④结合产品类型对收入以及毛利情况执行分析，判断本期收入金额是否出现异常波动的情况； ⑤对报告期记录的线下收入交易选取样本，核对销售订单（合同）、出库单、签收单、验收单（如适用）、入库单（如适用）、发票，评价相关收入确认是否符合公司收入确认的会计政策； ⑥对报告期电子商务产生的线上交易收入进行 IT 系统审计，核对财务数据与业务系统数据的一致性，同时选取样本，核对资金流水，评价相关收入确认是否符合公司收入确认的会计政策； ⑦就资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本，核对出库单及其他支持性文档，以评价收入是否被记录于恰当的会计期间。

三、财务报表的编制基础及合并财务报表范围变化情况

（一）财务报表的编制基础及遵循会计准则的声明

1、编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会

计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

可孚医疗科技股份有限公司 2018 年的财务报表编制主体为湖南可孚医疗科技发展有限公司，按照财政部颁布的企业会计准则编制。

2、持续经营

公司自报告期末起 12 个月具备持续经营能力。

（二）合并财务报表范围情况

2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，公司合并报表范围情况如下：

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围		
	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
湖南科源	是	是	是
武汉科诚（湖南科源下属子公司）	是	是	是
贵州每文（湖南科源下属子公司）	是	是	是
广州森合（湖南科源下属子公司）	是	是	是
杭州每文（湖南科源下属子公司）	是	是	是
山东怡源（湖南科源下属子公司）	是	是	是
北京科捷（湖南科源下属子公司）	是	是	是
械字号电子商务（湖南科源下属子公司）	是	是	是
合肥海吉星（湖南科源下属子公司）	是	是	是
成都科泓（湖南科源下属子公司）	是	是	是
山西科源（湖南科源下属子公司）	是	是	-
河南科源（湖南科源下属子公司）	是	是	-
江西科源（湖南科源下属子公司）	是	是	-
福建科源（湖南科源下属子公司）	是	是	-
南京科源（湖南科源下属子公司）	是	是	-
湖南科捷（湖南科源下属子公司）	是	是	-
湖南森合（湖南科源下属子公司）	是	是	-
科源云仓（湖南科源下属子公司）	是	-	-
好护士	是	是	是

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围		
	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
长沙健诺（好护士下属子公司）	是	是	是
湖南纵谋（好护士下属子公司）	是	-	-
可孚设备	是	是	是
可孚用品	是	是	是
长沙倍达	是	是	是
湖南雅健	是	是	是
湖南健耳	是	是	是
可孚健康	是	是	-
可孚芯驰	是	是	-
珠海橡果	是	-	-
青岛厚美德（湖南雅健下属子公司）	是	-	-
可孚听力	是	-	-

（三）合并财务报表范围变化情况

1、非同一控制下合并导致合并报表范围变化

被购买方名称	股权取得时点	股权取得比例（%）	股权取得方式	购买日	购买日的确定依据
2018 年					
合肥海吉星	2018.8.1	100.00	现金收购	2018.8.1	控制权转移时点
2020 年					
珠海橡果	2020.6.1	100.00	现金收购	2020.6.1	控制权转移时点

2、其他原因合并范围变动

2018 年度，公司新设成立成都科泓、湖南健耳；

2019 年度，公司新设成立山西科源、河南科源、江西科源、福建科源、南京科源、湖南科捷、湖南森合、可孚健康、可孚芯驰。

2020 年，公司新设成立青岛厚美德、湖南纵谋、科源云仓、可孚听力。

四、主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

本财务报表符合财政部颁布的企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司

2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。

本次申报期间为 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

（三）营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

（四）记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：购买方在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（六）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括本公司及全部子公司。

2、合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报

表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

（1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持

有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（2）处置子公司或业务

①一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降从而丧失控制权的，按照上述原则进行会计处理。

②分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

ⅰ．这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

ⅱ．这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

ⅲ．一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

ⅳ．一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

（3）购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（4）不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（七）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（八）外币业务和外币报表折算

外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

（九）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

业务模式是以收取合同现金流量为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以摊余成本计量的金融资产；业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）；除此之外的其他金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

对于非交易性权益工具投资，本公司在初始确认时确定是否将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。在初始确认时，为了能够消除或显著减少会计错配，可以将金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

1）该项指定能够消除或显著减少会计错配。

2）根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

3）该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

（1）以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

（3）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（4）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

（5）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

（6）以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率（如实际利率与票面利率差别较小的，按票面利率）计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的

原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

本公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。预期信用损失的计量取决于金融资产自初始确认后是否发生信用风险显著增加。

如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

公司按信用风险特征组合，分组的标准如下：

项目	确定组合的依据
组合 1	银行承兑汇票
组合 2	商业承兑汇票

项目	确定组合的依据
组合 3	应收账款-账龄组合
组合 4	应收账款-以可孚股份是否对其控制的关联关系组合
组合 5	其他应收款-押金保证金组合
组合 6	其他应收款-其他组合
组合 7	其他应收款-以可孚股份是否对其控制的关联关系组合

对于应收账款，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于租赁应收款、公司通过销售商品或提供劳务形成的长期应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

报告期内，组合 1 预期信用损失率 0%；组合 4 和组合 7 预期信用损失率 0%；

组合 3 预期信用损失率如下：

账龄	应收账款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00
1－2 年	20.00
2－3 年	50.00
3 年以上	100.00

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

（1）可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（2）应收款项坏账准备：

①单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准：应收款项余额前五名。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

②按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	账龄分析后按余额的一定比例计提
关联方组合	对可孚股份实施控制的关联方应收款项通常不考虑减值，除非有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备；对可孚股份不实施控制的关联方应收款项采用与非关联方一致的计提方法。
押金保证金组合	按余额的固定比例（5.00%）计提

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00
1 至 2 年（含 2 年）	20.00	10.00
2 至 3 年（含 3 年）	50.00	30.00
3 至 4 年（含 4 年）	100.00	50.00
4 至 5 年（含 5 年）	100.00	80.00
5 年以上	100.00	100.00

③单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

金额不重大但单独进行减值测试的款项一般为特定应收款项。

对于期末单项金额非重大的应收账款项，如有客观证据表明其发生了减值的，则单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备；对于其他单项金额非重大的应收账款项，采用与经单独测试后未减值的应

收款项一并按账龄作为类似信用风险特征划分为若干组合，再按这些应收款项组合在期末余额的一定比例计算确定减值损失，计提坏账准备。

（3）持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（十）存货

1、存货的分类

存货分类为：原材料、周转材料、在产品、库存商品（包括外购商品、自制产品）、发出商品等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法；

（2）包装物采用一次转销法。

（十一）合同资产

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

1、合同资产的确认方法及标准

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

2、合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“四、主要会计政策和会计估计”之“（九）金融工具”之“6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法”中新金融工具准则下有关应收账款的会计处理。

（十二）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量时，以公允价值为基础计量。如换入资产和换出资产的公允价值均能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入的长期股权投资的初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。非货币性资产交换不具有商业实质，或换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于该资产的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照审计报告附注“三、（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”和“三、（六）合并财务报表的编制方法”中披露的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收

项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

（十三）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20-30	5	4.75-3.17
机器设备	年限平均法	10	5	9.50
运输设备	年限平均法	5	5	19.00
电子设备	年限平均法	3	5	31.67
办公设备及其他设备	年限平均法	5	5	19.00

（十四）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（十五）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超

过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（十六）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于使该资产达到预定用途所发生的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量时，以公允价值为基础计量。如换入资产和换出资产的公允价值均能可靠计量的，对于换入的无形资产，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入的无形资产的初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。非货币性资产交换不具有商业实质，或换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的，对于换入的无形资产，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的初始投资成本。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	预计使用寿命	摊销方法	依据
软件	5-10 年	直线法	按合同期限和受益年限
特许权		直线法	按合同期限
土地使用权		直线法	按土地使用年限
专利或非专利技术	5 年	直线法	按受益年限
产品注册证	5 年	直线法	按受益年限
商标	5 年	直线法	按受益年限

3、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

开发阶段的支出，若不满足上列条件的，于发生时计入当期损益。研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

（十七）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。本公司在分摊商誉的账面价值时，根据相关资产组或资产组组合能够从企业合并的协同效应中获得的相对受益情况进行分摊，在此基础上进行商誉减值测试。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十八）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

1、摊销方法

长期待摊费用在受益期内平均摊销。

2、摊销年限

按最佳预期经济利益实现方式合理摊销。

（十九）合同负债

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

（二十）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

（二十一）预计负债

1、预计负债的确认标准

与诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项等或有事项相关的义务同时满足下列条件时，本公司确认为预计负债：

（1）该义务是本公司承担的现时义务；

（2）履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、各类预计负债的计量方法

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

本公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

本公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（二十二）股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。

（二十三）收入

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

1、收入确认和计量所采用的会计政策

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。本公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指本公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。本公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。本公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，本公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

- 客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。
- 客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。
- 本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。本公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，本公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：

- 本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。
- 本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。
- 本公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。
- 本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。
- 客户已接受该商品或服务等。

2、具体原则

（1）一般销售业务

在公司发出货物，取得客户的签收单，并根据双方签订的销售合同规定，有验收条款的，在取得客户验收单或其他验收证明，有入库条款的，在取得客户入库单或其他客户入库证明后，确认已将商品所有权上控制权转移给购货方，确认销售收入。

（2）零售业务

线下零售：在货物发出，收到销售货款，银货两讫时，确认已将商品所有权控制权移给购货方，确认销售收入。

线上零售：客户在电商平台下单，公司发出货物，客户签收后，确认已将商品所有权上控制权转移给购货方，确认销售收入。

（3）寄售业务

在货物已发出，并根据双方签订的销售合同规定，获取代销清单时，确认已将商品所有权上的控制权转移给购货方，确认销售收入。

2020 年 1 月 1 日前的会计政策

3、销售商品收入确认的一般原则

（1）本公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

（2）本公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

（3）收入的金额能够可靠地计量；

（4）相关的经济利益很可能流入本公司；

（5）相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

4、具体原则

（1）一般销售业务

在公司发出货物，取得客户的签收单，并根据双方签订的销售合同规定，有验收条款的，在取得客户验收单或其他验收证明，有入库条款的，在取得客户入库单或其他客户入库证明后，确认已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，确认销售收入。

（2）零售业务

线下零售：在货物发出，收到销售货款，银货两讫时，确认已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，确认销售收入。

线上零售：客户在电商平台下单，公司发出货物，客户签收后，确认已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，确认销售收入。

（3）寄售业务

在货物已发出，并根据双方签订的销售合同规定，获取代销清单时，确认已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，确认销售收入。

（二十四）合同成本

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

合同成本包括合同履约成本与合同取得成本。

本公司为履行合同而发生的成本，不属于存货、固定资产或无形资产等相关准则规范范围的，在满足下列条件时作为合同履约成本确认为一项资产：

- 该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。
- 该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源。

- 该成本预期能够收回。

本公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销；但是对于合同取得成本摊销期限未超过一年的，本公司在发生时将其计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

1、因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

2、为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，本公司转回原已计提的减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

（二十五）政府补助

1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

本公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为：与资产相关的政府补助，是指企业取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，包括购买固定资产或无形资产的财政拨款、固定资产专门借款的财政贴息等。

本公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为：与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，本公司将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为：按上述区分标准来判断是属于与资产相关或与收益相关政府补

助。

2、确认时点

本公司以实际收到政府补助或取得可以收到政府补助的凭据为确认时点。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

（二十六）递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他

交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十七）租赁

经营租赁会计处理

（1）公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

（2）公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

（二十八）重要会计政策、会计估计变更、会计差错更正

1、重要会计政策变更

（1）执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）（以下合称“新金融工具准则”）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企

业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，因追溯调整产生的累积影响数调整 2019 年年初留存收益和其他综合收益，2018 年度的财务报表未做调整。执行新金融工具准则的主要影响如下：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	2019 年 1 月 1 日	
			合并	母公司
（1）将 “以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产”重分类至“交易性金融资产”。	法定	以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	减少 5,073,257.25	减少 5,073,257.25
		交易性金融资产	增加 5,073,257.25	增加 5,073,257.25
（2）将部分“应收款项”重分类至“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）”。	法定	应收票据	减少 471,365.00	减少 71,365.00
		应收款项融资	增加 471,365.00	增加 71,365.00

以按照财会〔2019〕6 号和财会〔2019〕16 号的规定调整后的 2018 年 12 月 31 日余额为基础，各项金融资产和金融负债按照修订前后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

合并

单位：元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	122,428,199.61	货币资金	摊余成本	122,428,199.61
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	5,073,257.25	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	5,073,257.25
应收票据	摊余成本	471,365.00	应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	471,365.00
应收账款	摊余成本	155,562,295.50	应收账款	摊余成本	155,562,295.50
其他应收款	摊余成本	8,431,691.80	其他应收款	摊余成本	8,431,691.80

母公司

单位：元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	48,235,914.48	货币资金	摊余成本	48,235,914.48
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	5,073,257.25	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	5,073,257.25
应收票据	摊余成本	71,365.00	应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	71,365.00
应收账款	摊余成本	143,885,364.21	应收账款	摊余成本	143,885,364.21
其他应收款	摊余成本	50,180,069.09	其他应收款	摊余成本	50,180,069.09

（2）执行《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”）

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 14 号——收入》。修订后的准则规定，首次执行该准则应当根据累积影响数调整当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定，本公司仅对在首次执行日尚未完成的合同的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，2019 年度、2018 年度的财务报表不做调整。执行该准则的主要影响如下：

单位：元

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目	2020 年 1 月 1 日	
			合并	母公司
将与合同履约义务相关的已结算未完工、与合同履约义务相关的预收款项重分类至合同负债。	法定	预收款项	-421,158.19	-
		合同负债	421,158.19	-

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年财务报表相关项目的影响如下（增加/（减少））：

单位：元

受影响的资产负债表项目	2020 年 12 月 31 日	
	合并	母公司
合同负债	-2,259,870.94	0.00
预收款项	2,005,275.71	0.00
应交税费	254,595.23	0.00

2、首次执行新金融工具准则和新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

（1）2019 年 1 月 1 日首次执行新金融工具准则调整 2019 年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

单位：元

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
流动资产：					
交易性金融资产	不适用	5,073,257.25	5,073,257.25	-	5,073,257.25
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	5,073,257.25	-	-5,073,257.25	-	-5,073,257.25
应收票据	471,365.00	-	-471,365.00	-	-471,365.00
应收款项融资	不适用	471,365.00	471,365.00	-	471,365.00

母公司资产负债表

单位：元

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
流动资产：					
交易性金融资产	不适用	5,073,257.25	5,073,257.25	-	5,073,257.25
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	5,073,257.25	-	-5,073,257.25	-	-5,073,257.25
应收票据	71,365.00	-	-71,365.00	-	-71,365.00
应收款项融资	不适用	71,365.00	71,365.00	-	71,365.00

（2）2020 年 1 月 1 日首次执行新收入准则调整 2020 年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数		
			重分类	重新计量	合计
预收款项	2,755,256.19	2,334,098.00	-421,158.19	-	-421,158.19
合同负债	-	421,158.19	421,158.19	-	421,158.19

母公司无需进行调整。

3、其他重要会计政策和会计估计变更情况

（1）执行《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 9 日发布了《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（2019 修订）（财会〔2019〕8 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 10 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的非货币性资产交换，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，2018 年度及 2017 年度的财务报表不做调整，执行该准则未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（2）执行《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》（2019 修订）（财会〔2019〕9 号），修订后的准则自 2019 年 6 月 17 日起施行，对 2019 年 1 月 1 日至本准则施行日之间发生的债务重组，应根据本准则进行调整。对 2019 年 1 月 1 日之前发生的债务重组，不需要按照本准则的规定进行追溯调整。

本公司 2019 年度及以后期间的财务报表已执行该准则，债务重组损益计入其他收益和投资收益；2018 年度的财务报表不做调整，债务重组损益仍计入营业外收入和营业外支出。

（3）执行《企业会计准则解释第 13 号》

财政部于 2019 年 12 月 10 日发布了《企业会计准则解释第 13 号》（财会〔2019〕21 号，以下简称“解释第 13 号”），自 2020 年 1 月 1 日起施行，不要求追溯调整。

①关联方的认定

解释第 13 号明确了以下情形构成关联方：企业与其所属企业集团的其他成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业；企业的合营企业与企业的其他合营企业或联营企业。此外，解释第 13 号也明确了仅仅同受一方重大影响的两方或两方以上的企业不构成关联方，并补充说明了联营企业包括联营企业及其子公司，合营企业包括合营企业及其子公司。

②业务的定义

解释第 13 号完善了业务构成的三个要素，细化了构成业务的判断条件，同时引入“集中度测试”选择，以在一定程度上简化非同一控制下取得组合是否构成业务的判断等问题。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行解释第 13 号，2019 年度、2018 年度的财务报表不做调整，执行解释第 13 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（4）执行《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》

财政部于 2019 年 12 月 16 日发布了《碳排放权交易有关会计处理暂行规定》（财会[2019]22 号），适用于按照《碳排放权交易管理暂行办法》等有关规定开展碳排放权交易业务的重点排放单位中的相关企业（以下简称重点排放企业）。该规定自 2020 年 1 月 1 日起施行，重点排放企业应当采用未来适用法应用该规定。

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该规定，2019 年度、2018 年度的财务报表不做调整，执行该规定未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

（5）执行一般企业财务报表格式的修订

财政部分别 2018 年度和 2019 年度发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号）、《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6 号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019 版）的通知》（财会（2019）16 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。

本公司已按修订后的格式编制本报告期间的财务报表：

资产负债表中“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示；

利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目；新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目；增加列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”；

所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。

（6）执行《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》

财政部于 2020 年 6 月 19 日发布了《新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定》（财会〔2020〕10 号），自 2020 年 6 月 19 日起施行，允许企业对 2020 年 1 月 1 日至该规定施行日之间发生的相关租金减让进行调整。按照该规定，对于满足条件的由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免、延期支付租金等租金减让，企业可以选择采用简化方法进行会计处理。

本公司对于属于该规定适用范围的租金减让全部选择采用简化方法进行会计处理，并对 2020 年 1 月 1 日至该规定施行日之间发生的相关租金减让根据该规定进行相应调整。

本公司作为承租人采用简化方法处理相关租金减让冲减 2020 年度营业成本、管理费用和销售费用合计人民币 733,456.62 元。

本公司作为出租人采用简化方法处理相关租金减让冲减 2020 年度营业收入人民币 276,291.76 元。

4、会计差错更正

报告期内无前期会计差错更正。

五、重大会计政策或会计估计与同行业上市公司差异情况

公司的重大会计政策或会计估计与同行业上市公司不存在重大差异。

六、公司缴纳的主要税种、适用税率及享受的税收优惠

（一）主要税种和税率

税种	计税依据	税率			
		2020.01.01-2020.12.31	2019.04.01-2019.12.31	2018.05.01-2019.03.30	2018.01.01-2018.4.30
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	1%、3%、6%、9%、13%	、3%、6%、9%、13%	3%、6%、10%、16%	3%、11%、6%、17%
企业所得税	按应纳税所得额计征	5%、10%、15%、25%			

注：1、好护士与湖南健耳分公司门店为小规模纳税人，增值税按 3.00%征收率缴纳；非小规模纳税人增值税税率 2018 年 1 至 4 月为 17.00%，2018 年 5 至 12 月、2019 年 1 至 3 月为 16.00%，2019 年 4 至 12

月为 13.00%。2019 年 6 月至 2019 年 12 月药品经营企业销售生物制品简易征收 3.00%。
2、公司提供代运营等服务收入适用 6.00%增值税税率。
3、公司提供运输服务收入，增值税税率 2018 年 1 至 4 月为 11.00%，2018 年 5 至 12 月、2019 年 1 至 3 月为 10.00%，2019 年 4 至 12 月为 9.00%。

不同主体企业所得税税率说明：

纳税主体名称	所得税税率（%）		
	2020 年	2019 年	2018 年
可孚医疗	15	15	15
湖南科源	25	25	25
武汉科诚	5、10	5、10	25
贵州每文	5	5、10	25
广州森合	5	5	25
杭州每文	5、10	5、10	25
山东怡源	5、10	5、10	25
合肥海吉星	5、10	5	25
北京科捷	5	5	25
械字号电子商务	5	5、10	10
成都科泓	5、10	5、10	10
山西科源	5、10	5	未成立
河南科源	5	25	未成立
江西科源	5	25	未成立
福建科源	5	25	未成立
南京科源	5	25	未成立
湖南科捷	5、10	5、10	未成立
湖南森合	5、10	5、10	未成立
好护士（注 1）	25	25	25、10
长沙健诺	5	5、10	10
可孚设备	15	15	10
可孚用品	5	25	25
长沙倍达	5	25	25
湖南雅健	5	5、10	10
湖南健耳（注 2）	25	25	25、10
可孚健康	5	5	未成立
可孚芯驰	5	25	未成立
珠海橡果	5、10	未收购	未收购

纳税主体名称	所得税税率（%）		
	2020 年	2019 年	2018 年
青岛厚美德	5	未成立	未成立
湖南纵谋	25	未成立	未成立
可孚听力	25	未成立	未成立
科源云仓	25	未成立	未成立

注 1：湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司系由好护士（主营线上电商业务）和好护士零售门店（主营线下零售业务）组成，湖南好护士的所得税税率为 25%，下属门店 2018 年度属于小微企业的，所得税税率为 10%，2019 年度和 2020 年度所得税税率和本部适用的所得税税率一致，下属门店中醴陵店 2018 年所得税系核定征收。

注 2：湖南健耳听力助听器有限公司下属门店 2018 年度属于小微企业的，所得税税率为 10%，2019 年度和 2020 年度所得税税率和本部适用的所得税税率一致，所得税税率为 25%。

（二）税收优惠政策

申报期内公司享受的税收优惠主要包括：软件产品增值税即征即退、小微企业的增值税减免优惠、高新技术企业和小微企业的所得税优惠。公司于税务局确认税收优惠时点进行会计处理，不存在预提税收优惠的情况。申报期内，公司对税收优惠的依赖程度较小，公司享受的三项税收优惠在 2020 年度可持续享受，结合公司 2020 年度的经营情况，公司对税收优惠依赖程度较小，对公司未来的经营业绩及财务状况影响较小。

1、可孚医疗高新技术企业所得税税收优惠

可孚医疗于 2017 年 12 月 1 日由湖南省科学技术厅、湖南省财政厅、湖南省国家税务局、湖南省地方税务局联合认定为高新技术企业，并取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201743000987，有效期为 3 年。根据财政部和国家税务总局发布的《关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号），可孚医疗 2018 至 2019 年度企业所得税实际征收率为 15%。截至本招股书签署日，可孚医疗已经获得《高新技术企业证书》，证书编号 GR202043000386，有效期 3 年，于 2020 年至 2022 年度企业所得税实际征收率为 15.00%。

2、可孚设备高新技术企业所得税税收优惠

可孚设备于 2019 年 12 月 2 日由湖南省科学技术厅、湖南省财政厅、国家税务总局湖南税务局联合认定为高新技术企业，并取得《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201943002376，有效期为 3 年。根据财政部和国家税务总局发布的《关于实施高新技术企业所得税优惠有关问题的通知》（国税函[2009]203 号），可孚设备 2019 年、2020 年企业所得税实际征收率为 15%。

3、小型微利企业所得税税收优惠

2018 年根据财政部和国家税务总局《关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2015〕34 号文）、《关于贯彻落实扩大小型微利企业减半征收企业所得税范围有关问题的公告》（国家税务总局公告第 17 号），2018 年其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。2018 年度合肥海吉星、械字号电子商务、成都科泓、好护士下属各门店（醴陵店除外）、长沙健诺、可孚设备、湖南雅健、湖南健耳下属门店企业所得税实际征收率为 10%。

2019 年根据财政部和国家税务总局《财政部、税务总局关于实施小微企业实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税（2019）13 号）、《国家税务总局关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告》（国家税务总局 2019 年第 2 号）国家规定，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。2019 年度武汉科诚、贵州每文、杭州每文、山东怡源、械字号电子商务、成都科泓、湖南科捷、湖南森合、长沙健诺、湖南雅健 2019 年度企业所得税实际征收率为 5%、10%。广州森合、合肥海吉星、北京科捷、山西科源、可孚健康 2019 年度企业所得税实际征收率为 5%。

2020 年，武汉科诚、杭州每文、广州森合、贵州每文、山东怡源、合肥海吉星、成都科泓、山西科源、湖南科捷、湖南森合、珠海橡果、长沙健诺、可孚健康企业所得税实际征收率为 5%、10%。北京科捷、械字号电子商务、河南科源、江西科源、福建科源、南京科源、可孚用品长沙倍达、湖南雅健、可孚芯驰、青岛厚美德企业所得税实际征收率为 5%。

4、增值税免征

公司下属子公司好护士下属门店、湖南健耳及下属门店属于小微企业的，根据财政部和国家税务总局《关于暂免征收部分小微企业增值税和营业税的通知》（财税〔2013〕52 号文）、《关于进一步支持小微企业增值税和营业税政策的通知》（财税〔2014〕71 号文）、《关于小微企业免征增值税和营业税有关问题的公告》（国家税务总局公告第 57 号）、《财政部 税务总局关于支持个体工商户复工复业增值税政策的公告》（财

政部 税务总局公告 2020 年第 13 号）规定，报告期内，增值税免征或减按 1%征收。

5、软件产品增值税即征即退

可孚医疗根据 2011 年 1 月 28 日国务院下发的国发〔2011〕4 号文《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》，继续实施软件增值税优惠政策，对增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，对其增值税实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策。

七、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表

本公司根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2008）》（中国证券监督管理委员会公告【2008】43 号）编制了非经常性损益明细表，并经立信会计师出具信会师报字[2021]第 ZA10942 号《非经常性损益的专项鉴证报告》。

报告期内，公司非经常性损益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	20.82	2.26	-2.42
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	2,938.17	2,201.32	471.35
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	-	22.40	7.33
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-247.97	-37.34	-6.34
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
小计	**2,711.01**	**2,188.64**	**469.92**
减：所得税影响额	412.78	363.81	70.80
少数股东权益影响额（税后）	0.10	-	-
合计	**2,298.13**	**1,824.83**	**399.12**

报告期内，归属于公司普通股股东的非经常性损益占归属于公司普通股股东的净利润比例分别为 6.03%、14.69%、5.41%。公司非经常性损益金额和占比相对较小，不会

对公司盈利能力稳定性产生重大不利影响。

2019 年非经常损益中政府补助金额较大，主要为湘阴高新技术产业开发区支持重点企业 2019 运营发展资金专项补贴、《长沙雨花经济开发区关于振兴工业实体经济扶植奖励办法》增速贡献奖励资金等，具体情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（六）其他收益”。

报告期内，非经常性损益对经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
归属于母公司股东的净利润	42,394.99	12,368.67	6,622.70
归属于母公司股东的非经常性损益	2,298.13	1,824.83	399.12
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	40,096.85	10,543.85	6,223.59
非经常性损益占净利润的比例	5.41%	14.69%	6.03%

八、报告期主要财务指标

（一）基本财务指标

主要财务指标	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	1.71	2.15	1.45
速动比率（倍）	1.16	1.42	0.91
利息保障倍数（倍）	347.16	29.61	18.55
资产负债率（合并）（%）	44.28%	42.87%	61.28%
资产负债率（母公司）（%）	37.81%	12.79%	32.26%
归属于发行人普通股股东的每股净资产（元/股）	8.30	4.97	2.74
主要财务指标	**2020 年**	**2019 年**	**2018 年**
应收账款周转率（次/年）	12.31	8.52	8.64
存货周转率（次/年）	3.45	3.51	3.70
息税折旧摊销前利润（万元）	53,134.13	16,576.77	9,089.32
归属于发行人股东的净利润（万元）	42,394.99	12,368.67	6,622.70
归属于发行人股东扣除非经常损益后的净利润（万元）	40,096.85	10,543.85	6,223.59
研发投入占营业收入的比例（%）	1.86%	1.10%	1.10%
每股经营活动产生的现金净流量（元）	4.13	0.48	0.07
每股净现金流量（元）	2.46	1.00	0.73

注：上表中各指标计算公式如下：
（1）流动比率=流动资产÷流动负债

（2）速动比率=（流动资产－存货）÷流动负债
（3）利息保障倍数=（利息支出＋利润总额）÷利息支出
（4）资产负债率=（负债总额÷资产总额）×100.00%
（5）归属于发行人普通股股东的每股净资产=归属于母公司股东权益合计/期末总股本
（6）应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额
（7）存货周转率=营业成本÷存货平均余额
（8）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销
（9）归属于发行人股东的净利润=扣除少数股东损益后的合并净利润
（10）归属于发行人股东扣除非经常性损益的净利润=归属于母公司股东的净利润-归属于母公司股东的税后非经常性损益
（11）每股经营活动产生的现金净流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额
（12）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末股本总额

（二）净资产收益率及每股收益

按照中国证监会[2010]2 号《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号－净资产收益率与每股收益的计算与披露（2010 年修订）》的要求，本公司加权平均净资产收益率和每股收益情况如下：

年度	项目	加权平均净资产收益率	每股收益	
			基本每股收益（元）	稀释每股收益（元）
2020 年	归属于公司普通股股东的净利润	53.10%	3.5329	3.5329
	扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	50.22%	**3. 3414**	**3. 3414**
2019 年	归属于公司普通股股东的净利润	29.47%	1.0307	1.0307
	扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	25.12%	0.8787	0.8787
2018 年	归属于公司普通股股东的净利润	33.17%	不适用	不适用
	扣除非经常性损益后归属于公司股东的净利润	31.17%	不适用	不适用

注：全面摊薄净资产收益率和每股收益的计算公式：
1、加权平均净资产收益率
加权平均净资产收益率=P0/（E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）
其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。
2、基本每股收益和稀释每股收益的计算过程
（1）基本每股收益
基本每股收益=P0÷S
S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk
其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数 Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。
（2）稀释每股收益
稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普

通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

九、经营成果分析

公司自成立以来始终专注于深耕于家用医疗器械市场，从事家用医疗器械产品研发、生产、销售与服务。报告期内，公司主要经营成果如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅
营业收入	237,526.07	62.46%	146,202.95	34.49%	108,708.11	27.82%
期间费用	61,100.41	42.92%	42,751.11	35.13%	31,637.84	8.42%
营业利润	50,250.66	243.38%	14,634.01	87.70%	7,796.51	-
利润总额	50,001.87	242.56%	14,596.45	87.43%	7,787.76	-
净利润	42,454.14	241.81%	12,420.36	87.60%	6,620.59	-
归属于母公司所有者的净利润	42,394.99	242.76%	12,368.67	86.76%	6,622.70	-
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	40,096.85	280.29%	10,543.85	69.42%	6,223.59	304.92%
综合毛利率	46.84%	-	38.34%	-	36.83%	-
期间费用率	25.72%	-	29.24%	-	29.10%	-

报告期内，公司营业收入呈现快速增长态势，近两年营业利润、净利润维持在较高水平，经营成果较好。

报告期内，公司综合毛利率逐年提升，主要原因系一方面得益于公司品牌效应、良好的运营能力、严格的品控管理以及优异的客户服务得到市场认可；另一方面，报告期内公司产品品类丰富，销售产品结构发生变化，毛利率较高的呼吸支持、医疗护理、中医理疗产品销售收入占比逐年提升。

（一）营业收入分析

1、营业收入构成分析

报告期内，公司营业收入结构如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	232,359.83	97.82%	145,624.09	99.60%	108,278.98	99.61%
其他业务收入	5,166.24	2.18%	578.86	0.40%	429.13	0.39%
合计	**237,526.07**	**100.00%**	**146,202.95**	**100.00%**	**108,708.11**	**100.00%**

公司主营业务突出，营业收入主要来自主营业务收入。2018 年、2019 年、2020 年主营业务收入占营业收入的比重分别为 99.61%、99.60%、97.82%，2019 年、2020 年同比增幅分别为 34.49%、59.56%。在我国居民大健康消费升级背景下，报告期内公司凭借丰富的产品品类、优异的产品品质、多渠道的布局以及良好的品牌形象，收入稳步增长。

报告期内，其他业务收入占营业收入比重较小，主要为 T-mall 可孚医疗器械旗舰店代运营收入、维修收入、废品收入；2020 年新增仓储配送业务，收入比重增加。

2、主营业务收入构成及变动分析

（1）主营业务收入按产品类别分类

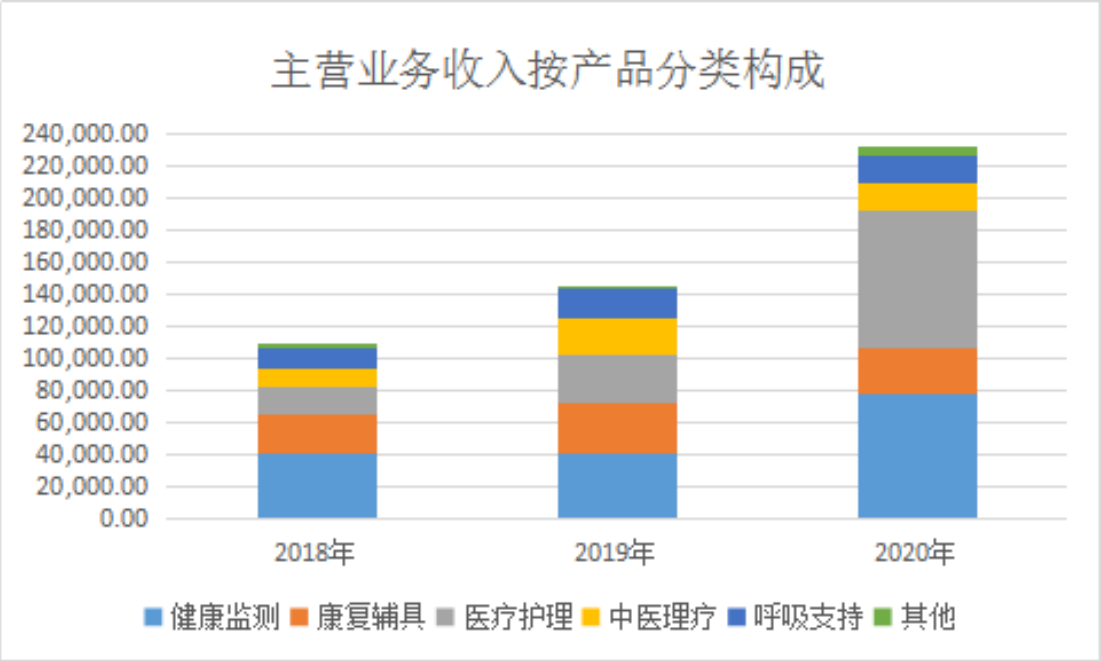
报告期内，公司主营业务收入按产品类别分类如下：

单位：万元

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
健康监测	77,652.67	33.42%	40,206.06	27.61%	40,487.83	37.39%
康复辅具	29,344.88	12.63%	32,124.92	22.06%	24,778.89	22.88%
医疗护理	84,885.66	36.53%	30,117.91	20.68%	16,544.75	15.28%
中医理疗	18,462.34	7.95%	22,757.29	15.63%	11,926.81	11.01%
呼吸支持	15,788.82	6.79%	18,891.17	12.97%	13,492.96	12.46%
其他	6,225.45	2.68%	1,526.73	1.05%	1,047.74	0.97%
合计	**232,359.83**	**100.00%**	**145,624.09**	**100.00%**	**108,278.98**	**100.00%**

综合来看，公司产品按照种类划分为健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗及其他，主营业务收入逐年增加，这与公司致力于提供家用医疗器械产品一站式购齐发展服务战略相一致，同时，多品类的产品结构提升了公司的抗风险能力。

单位：万元



报告期内，健康监测与康复辅具产品为家用医疗器械传统大品类产品，其销售收入为公司主营业务收入的主要构成部分，2018 年、2019 年、2020 年，二者销售收入合计占主营业务收入的比重分别为 60.28%、49.67%、46.05%，随着其他品类销售收入增长，占比有所下降。

报告期内，呼吸支持、医疗护理及中医理疗三类产品销售收入增速突出，且在主营业务收入中的合计占比逐年提升。2018 年、2019 年、2020 年，三者销售收入合计占主营业务收入比重分别为 38.76%、49.28%、51.27%。

1）公司具体产品收入构成

①健康监测

健康监测产品 2018 年、2019 年、2020 年销售收入分别为 40,487.83 万元、40,206.06 万元、77,652.67 万元，占主营业务收入比重分别为 37.39%、27.61%、33.42%，为公司主营业务收入占比最高的产品系列。健康监测产品包括血压计、血糖监测系列、体温计产品等。具体如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
血压计	14,701.01	18.93%	13,910.54	34.60%	14,121.20	34.88%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
血糖监测系列	12,584.79	16.21%	13,284.23	33.04%	14,310.84	35.35%
体温计	45,975.84	59.21%	9,041.87	22.49%	8,748.75	21.61%
其他	4,391.03	5.65%	3,969.42	9.87%	3,307.03	8.17%
合计	**77,652.67**	**100.00%**	**40,206.06**	**100.00%**	**40,487.83**	**100.00%**

血压血糖值、心率、体温等数据指标是判断人们身体健康状态及诊断疾病的重要依据，血糖、血压、体温的日常监测成为家中必备，三类产品均为公司销售规模最大的子品类之一。依据第一商业财经《2019 年中国家庭医疗健康消费趋势报告》，2018 年“可孚”品牌血压计与体温计均为线上最受欢迎的品牌排名 TOP3。

健康监测类家庭医疗产品不断推陈出新，在健康呵护上进一步精准化：一方面是测量技术的精准化，如电子血压计、血糖仪以更先进的技术减少测量结果偏差；另一方面，针对女性及婴童等细分人群的产品应运而生，如额温/耳温枪等。

报告期内，公司在传统销售规模较大的血压计与血糖仪产品加大了在产品性能与生产工艺两方面的研发投入，为未来进一步提升健康监测类产品市场份额提供支持。

②康复辅具

康复辅具产品 2018 年、2019 年、2020 年销售收入分别为 24,778.89 万元、32,124.92 万元、29,344.88 万元，占主营业务收入比重分别为 22.88%、22.06%、12.63%。报告期内销售收入逐年增长，但随着其他品类主营业务收入规模增长，占比有所下降。康复辅具产品主要包括轮椅、助听器、助行器、护理床等。具体如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
轮椅	7,762.77	26.45%	10,916.48	33.98%	10,164.42	41.02%
助听器	4,923.97	16.78%	4,086.77	12.72%	2,006.35	8.10%
助行器	3,852.20	13.13%	3,910.54	12.17%	2,654.70	10.71%
护理床	3,545.05	12.08%	3,353.66	10.44%	2,168.69	8.75%
其他	9,260.89	31.56%	9,857.47	30.68%	7,784.73	31.42%
合计	**29,344.88**	**100.00%**	**32,124.92**	**100.00%**	**24,778.89**	**100.00%**

报告期内，康复辅具产品中轮椅为销售收入占比最高的产品，随着其他子品类产品

销售规模的迅速增长，轮椅销售收入占康复辅具产品销售收入比重有所下降，各品类销售呈现增长趋势。

报告期内康复辅具类其他项收入2019年相比2018年增长较快主要在于静脉曲张袜、移位机、坐厕椅、其他护具类产品品类进一步丰富，销量大幅提升；手杖产品2018年销售收入较小，2019年随市场需求扩张，销量增加。

③医疗护理

医疗护理产品2018年、2019年、2020年销售收入分别为16,544.75万元、30,117.91万元、84,885.66万元，占主营业务收入比重分别为15.28%、20.68%、36.53%。报告期内销售收入与占主营业务收入比重逐年增长。医疗护理产品主要包括敷贴/敷料类、口罩/手套、消毒产品、棉球/棉签/棉片类等。报告期内，医疗护理各品类销售收入呈现增长趋势。具体如下：

单位：万元

项目	2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
敷贴/敷料类	9,984.23	11.76%	7,427.94	24.66%	1,347.54	8.14%
口罩/手套	46,641.08	54.95%	6,261.61	20.79%	2,882.20	17.42%
消毒产品	12,384.12	14.59%	4,057.79	13.47%	2,649.10	16.01%
棉球/棉签/棉片类	3,028.64	3.57%	2,382.09	7.91%	2,185.36	13.21%
其他	12,847.59	15.14%	9,988.49	33.16%	7,480.56	45.21%
合计	**84,885.66**	**100.00%**	**30,117.91**	**100.00%**	**16,544.75**	**100.00%**

医疗护理类其他项收入2019年相比2018年增长较快主要在于纱布/绷带、防褥疮垫及配件、输注类产品。纱布/绷带部分2018年新产品销量提升，带动销售收入提升；防褥疮垫及配件中的可孚防褥疮气垫床TKD锡类产品适销对路，销量有所提升；输注类产品2018年销售收入较小，2019年、2020年随产品品类不断丰富，销售收入有所增加。

④中医理疗

中医理疗产品2018年、2019年、2020年销售收入分别为11,926.81万元、22,757.29万元、18,462.34万元，占主营业务收入比重分别为11.01%、15.63%、7.95%。中医理疗产品主要包括理疗仪、艾叶及制成品、温灸产品、拔罐器等。报告期内，2018至2019

年中医理疗类产品各品类销售收入呈现迅速增长趋势，2019 年至 2020 年各品类销售收入有所减少。具体如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
理疗仪	7,090.22	38.40%	7,247.03	31.84%	4,449.59	37.31%
艾叶及制成品	2,154.67	11.67%	3,077.94	13.53%	942.36	7.90%
温灸产品	1,303.12	7.06%	2,491.31	10.95%	100.47	0.84%
拔罐器	1,000.83	5.42%	2,112.52	9.28%	2,036.09	17.07%
其他	6,913.50	37.45%	7,828.48	34.4%	4,398.30	36.88%
合计	**18,462.34**	**100.00%**	**22,757.29**	**100.00%**	**11,926.81**	**100.00%**

中医理疗类其他项收入 2019 年相比 2018 年增长较快主要在于膏贴类产品主要为可孚退热贴、可孚远红外腰腿疼痛贴、可孚远红外消痛贴等产品市场需求扩张、规格增加，销量和单价同步提升；熏灸仪/器具产品主要为可孚随身灸、可孚艾灸凳等产品规格增加，同时随着市场需求扩张销量提升；刮痧板 2018 年销售规模较小，自有品牌自产产品适销对路，销量不断提升。

⑤呼吸支持

呼吸支持产品 2018 年、2019 年、2020 年销售收入分别为 13,492.96 万元、18,891.17 万元、15,788.82 万元，占主营业务收入比重分别为 12.46%、12.97%、6.79%。2018 年、2019 年呼吸支持产品销售收入及占主营业务收入比重呈上升趋势，2020 年有所下降。呼吸支持产品主要包括呼吸机、制氧机、鼻腔护理等。具体如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
呼吸机	5,359.67	33.95%	5,392.06	28.54%	4,486.46	33.25%
制氧机	2,893.00	18.32%	4,676.53	24.76%	4,159.19	30.82%
鼻腔护理	2,585.87	16.38%	2,838.60	15.03%	953.52	7.07%
其他	4,950.28	31.35%	5,983.98	31.68%	3,893.79	28.86%
合计	**15,788.82**	**100.00%**	**18,891.17**	**100.00%**	**13,492.96**	**100.00%**

随着我国居民大健康消费不断升级，呼吸机、制氧机、鼻腔护理等呼吸支持产品逐渐家居化，一方面患者可以在家进行日常治疗，另一方面在提升用户睡眠质量、改善生活品质方面发挥重要作用。同时，终端用户除了注重产品功能性以外，外观设计、性价

比等个性化需求亦不断突显。

呼吸支持类其他项收入2019年相比2018年增长较快主要在于洗鼻器及配件销量和单价同步提升，雾化器销量提升所导致。洗鼻器及配件产品销量和单价提升主要来自于2018 年部分新产品适销对路，销量提升，同时该类产品销售单价相对较高，导致平均销售单价有所提升。雾化器产品 2019 年自有品牌自产产品品类进一步丰富，销量增长较快，带动销售收入增长。

2）主营业务收入变动因素分析

单位：万元

产品分类	2020 年			2019 年			2018 年		
	收入增量	单价影响	销量影响	收入增量	单价影响	销量影响	收入增量	单价影响	销量影响
血压计	790.48	1,418.64	-628.17	-210.87	99.34	-310.22	2,005.34	1,056.11	949.23
血糖监测系列	-699.44	-1,711.86	1,012.42	-1,027.42	-181.3	-846.13	860.21	1,101.86	-241.65
体温计	36,933.97	5,014.64	31,919.33	293.22	-818.3	1,111.52	41.38	-1,384.70	1,426.08
轮椅	-3,153.71	-2,523.22	-630.49	752.06	289.29	462.77	-1,454.85	-438.83	-1,016.02
助听器	837.20	-466.90	1,304.10	2,080.42	-829.82	2,910.25	781.3	276.85	504.45
助行器	-58.35	131.79	-190.14	1,255.84	99.05	1,156.80	989.27	168.23	821.04
护理床	191.40	-43.48	234.88	1,184.97	204.32	980.64	976.4	212.59	763.82
敷贴/敷料类	2,556.29	3,216.69	-660.40	6,080.40	2,347.47	3,732.93	544.51	22.06	522.45
口罩/手套	40,379.47	19,877.24	20,502.23	3,379.41	2,884.83	494.58	1,394.17	342.16	1,052.01
消毒产品	8,326.33	2,968.68	5,357.65	1,408.69	428.35	980.33	1,024.68	262.17	762.52
棉球/棉签/棉片类	646.55	55.87	590.68	196.73	162.16	34.57	544.45	160.5	383.95
理疗仪	-156.82	-478.65	321.83	2,797.45	176.4	2,621.05	3,354.49	11.16	3,343.33
艾叶及制成品	-923.27	-1,184.64	261.38	2,135.58	-2.29	2,137.87	537.37	-48.01	585.38
温灸产品	-1,188.19	-694.36	-493.83	2,390.84	290.46	2,100.38	91.55	52.96	38.59
拔罐器	-1,111.69	-1,116.78	5.08	76.44	-168.71	245.15	1,058.79	-66.86	1,125.64
呼吸机	-32.39	-948.70	916.31	905.6	260.38	645.22	1,291.11	206.27	1,084.84
制氧机	-1,783.53	-1,835.57	52.04	517.34	-135.46	652.8	-108.4	-480.11	371.71
鼻腔护理	-252.73	-1,316.20	1,063.47	1,885.08	410.4	1,474.68	685.8	10.01	675.79
其他	5,434.17	-	-	11,243.34	-	-	8,869.28	-	-

产品分类	2020 年			2019 年			2018 年		
	收入增量	单价影响	销量影响	收入增量	单价影响	销量影响	收入增量	单价影响	销量影响
合计	86,735.74	20,363.19	60,938.38	37,345.11	5,516.60	20,585.17	23,486.85	1,464.42	13,153.15

注：血糖系列产品包含血糖仪、血糖试纸以及血糖仪及试纸套装。

报告期内，整体来看，基于行业集中度低，发行人采取家用医疗器械产品一站式购齐的产品策略，产品线基本覆盖中端产品领域以覆盖市场容量中占比最大的用户群体，产品功能角度与市场上主要竞品基本处于同等水平，依靠不断丰富产品线，满足不同消费者需求扩大销售规模；同时，各产品线代理国内外知名产品、市场认可度高的其他品牌产品，以进一步覆盖中、高端用户消费需求。此外，报告期内，发行人不断扩充研发部门、加大研发投入，形成自有核心技术，加快现有产品升级换代以及新产品的推出。

2019 年销售收入较 2018 年增长 37,345.11 万元，增长率达 34.49%，主要因为敷贴/敷料类、口罩/手套、理疗仪、温灸产品以及助听器产品的销售收入增长所致，从上表可知，理疗仪、温灸产品、助听器产品销售收入增长主要由销量增长所致，敷贴/敷料类产品由单价增长和销量增长共同所致，而口罩/手套则主要由于单价增长所致。

2020 年销售收入较 2019 年增长 86,735.74 万元，增长率达 59.86%，主要因为口罩/手套、体温计、消毒产品、敷贴/敷料类产品的销售收入增长所致，从上表可知，体温计、消毒产品销售收入增长主要是由销量增长所致，口罩/手套由单价增长和销量增长共同所致，敷贴/敷料类产品则主要由于单价增长所致。

报告期内各小类产品销售收入变动超过 30.00%具体情况如下：

①体温计

体温计产品 2020 年销售收入较 2019 年增速为 408.48%，主要原因系销量与销售单价增长。报告期销售情况具体如下：

产品类别	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	47.14	16.97	799.90	1.74%	70.99	5.29	375.33	4.15%
自有品牌外购	206.55	13.78	2,847.19	6.19%	396.86	20.44	8,110.83	89.70%
自有品牌自产	534.59	79.18	42,328.75	92.07%	39.22	14.17	555.71	6.15%
小计	**788.29**	**58.32**	**45,975.84**	**100.00%**	**507.07**	**17.83**	**9,041.87**	**100.00%**

产品类别	2018 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	107.33	4.21	451.87	5.16%
自有品牌外购	337.40	24.59	8,296.88	94.84%
小计	**444.73**	**19.67**	**8,748.75**	**100.00%**

2018 年至 2019 年，发行人体温计产品销售收入稳步增长，其中平均销售单价逐年下降主要原因系产品销售结构变化所致。体温计产品包括红外线体温计、接触式电子体温计、玻璃体温计，其中红外线体温计为非接触式，应用场景最为广泛，销售单价相对较高，玻璃体温计与接触式电子体温计销售单价较低。2018 年至 2019 年，玻璃体温计与接触式电子体温计销量合计占比逐年上升，红外体温计销量较为稳定但占比逐年降低，由此导致体温计产品平均销售价格下降。

2020 年，由于新冠疫情突发，市场中体温计尤其是红外体温计需求猛增，销售价格亦相应增长。发行人快速反应，基于稳定的供应商渠道、丰富的生产组织经验，实现体温计产品的规模化生产，为社会供应体温计产品，销量大幅提升。

②护理床

护理床产品 2019 年销售收入较 2018 年增长 1,184.97 万元，增速为 54.64%，主要原因系销量增加。报告期销售情况具体如下：

产品类别	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	0.03	670.33	19.57	0.55%	0.07	599.63	39.82	1.19%
自有品牌外购	0.01	3,226.86	17.43	0.49%	0.13	2,810.03	357.44	10.66%
自有品牌自产	3.11	1,128.10	3,508.05	98.96%	2.99	988.10	2,956.41	88.15%
小计	**3.14**	**1,127.45**	**3,545.05**	**100.00%**	**3.19**	**1,052.76**	**3,353.66**	**100.00%**

产品类别	2018 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	0.11	545.73	59.59	2.75%
自有品牌外购	0.14	1,737.76	245.20	11.31%
自有品牌自产	2.00	930.18	1,863.90	85.95%

小计	**2.25**	**962.11**	**2,168.69**	**100.00%**	

报告期内，发行人销售的护理床产品以自有品牌自产为主。2017 年发行人设立全资子公司可孚设备，建成护理床生产基地，并于当年实现护理床规模化生产。2017 年至 2019 年，基于市场需求痛点的深切感知，发行人持续不断地对护理床产品的功能进行改进和完善，如 2018 年在手摇方式（单侧/双侧）、是否防下滑、车轮、床垫等功能及配件方面进行了改进。2019 年公司实现电动护理床自主生产。

随着发行人将护理床产品规模化生产，代理品牌产品销售规模逐年下降，销售收入占比较高的产品主要为手动护理床；自有品牌外购产品 2019 年起主要为电动护理床产品。代理品牌产品 2019 年平均销售单价有所提升，主要原因为销售产品品类减少，部分销售单价较高的产品销售收入占比提升所致。自有品牌外购产品方面，2018 年起电动护理床产品销售占比逐年提升，2019 年自有品牌外购产品中电动护理床销售收入占比超过 90.00%，平均销售单价逐年提升。

③助行器

助行器产品 2019 年销售收入较 2018 年增长 1,255.84 万元，增速为 47.31%，主要原因系销量增加。报告期销售情况具体如下：

产品类别	**2020 年**				**2019 年**			
	销量（万）	**销售单价（元）**	**收入（万元）**	**收入占比**	**销量（万）**	**销售单价（元）**	**收入（万元）**	**收入占比**
代理品牌	0.21	208.96	42.86	1.11%	0.91	171.89	155.61	3.98%
自有品牌自产	36.49	104.40	3,809.34	98.89%	34.59	108.55	3,754.93	96.02%
小计	**36.69**	**104.99**	**3,852.20**	**100.00%**	**35.50**	**110.17**	**3,910.54**	**100.00%**
产品类别	**2018 年**							
	销量（万）	**销售单价（元）**	**收入（万元）**	**收入占比**				
代理品牌	1.38	172.57	237.35	8.94%				
自有品牌自产	23.62	102.34	2,417.35	91.06%				
小计	**25.00**	**106.21**	**2,654.70**	**100.00%**				

报告期内发行人销售助行器产品主要为自有品牌自产。报告期内发行人助行器产品品类不断丰富、产品功能增加，如在在脚轮、高度调节、坐浴板、便桶、备用脚垫等功能与配件方面进行改进，契合了市场需求，带来了产品销量的增长。

④助听器

助听器产品 2019 年销售收入较 2018 年增长 2,080.42 万元，增速为 103.69%，主要原因系销量增加。报告期销售情况具体如下：

产品类别	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	0.69	3,698.87	2,536.68	51.52%	0.50	3,487.20	1,740.46	42.59%
自有品牌外购	2.04	106.59	217.02	4.41%	5.39	95.15	513.20	12.56%
自有品牌自产	31.26	69.43	2,170.27	44.08%	32.47	56.45	1,833.11	44.85%
小计	**33.98**	**144.90**	**4,923.97**	**100.00%**	**38.36**	**106.53**	**4,086.77**	**100.00%**
产品类别	**2018 年**							
	销量（万）	**销售单价（元）**	**收入（万元）**	**收入占比**				
代理品牌	0.40	2,518.37	1,013.14	50.50%				
自有品牌外购	10.64	93.33	993.21	49.50%				
小计	**11.04**	**181.66**	**2,006.35**	**100.00%**				

2018 年发行人销售的助听器产品全部为代理品牌与自有品牌外购，2019 年开始销售自有品牌自产的助听器，且占比迅速提高。其中，代理品牌助听器产品主要为数字机，需要依据用户听力验配结果进行调试，销售单价较高；自有品牌产品主要为标准化的模拟机，功能较为简单，销售单价较低。

报告期内，代理品牌产品大多通过线下销售，销售收入持续上升。2018 年以前，代理品牌助听器主要通过好护士门店销售；2018 年公司成立湖南健耳，主要运营线下健耳助听器门店，专业提供听力验配、助听器调试、助听器销售以及持续的售后服务。报告期内公司代理品牌助听器价格持续上升，一方面是为消费者所做的听力验配、助听器调试等服务带来溢价，另一方面，高端品牌、高端规格的助听器品类增加，使得平均销售单价有所提升；同时随着线下健耳听力门店数量增加，拓宽了销售区域，报告期销量逐年增长。2018 年、2019 年、2020 年健耳听力助听器门店数量分别为 30 家、43 家、149 家，逐年增长，平均单店助听器产品销售收入分别为 21.88 万元、36.58 万元、16.63 万元。2020 年单店销售金额较 2019 年有所下降主要原因为 2020 年新冠疫情原因，2 月份与 3 月份线下门店销售收入下降；此外下半年新增门店较多，上半年未产生收入所

致。

自有品牌自产产品线上销售占比较高，2018 年销量增长带动销售收入增加。2019 年发行人实现标准化模拟机自主生产，性能良好，市场反应极好，销量持续走高，因此，公司减少了自有品牌外购产品的销售。

⑤敷料/敷贴

敷料/敷贴产品 2019 年销售收入较 2018 年增长 6,080.40 万元，增速为 451.22%；2020 年销售收入较 2019 年增速为 34.41%。报告期内销售情况具体如下：

产品类别	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	295.38	6.13	1,811.58	18.14%	392.16	3.30	1,295.46	17.44%
自有品牌外购	1,585.53	5.00	7,928.47	79.41%	1,253.77	4.89	6,132.48	82.56%
自有品牌自产	477.80	0.51	244.18	2.45%	-	-	-	-
小计	**2,358.71**	**4.23**	**9,984.23**	**100.00%**	**1,645.93**	**4.51**	**7,427.94**	**100.00%**
产品类别	**2018 年**							
	销量（万）	**销售单价（元）**	**收入（万元）**	**收入占比**				
代理品牌	401.59	1.41	567.28	42.10%				
自有品牌外购	417.18	1.87	780.26	57.90%				
小计	**818.77**	**1.65**	**1,347.54**	**100.00%**				

报告期内公司加大自有品牌产品的推广力度，自有品牌产品的收入增长较快。产品结构方面，2018 年发行人主要销售创口贴产品、无菌敷料/敷贴产品等；2019 年发行人新增透明质酸钠医用敷料、胶原蛋白医用敷料等自有品牌产品，以及国际知名品牌的自粘性软聚硅酮敷料代理产品。透明质酸钠医用敷料以及胶原蛋白医用敷料具备修复痤疮、深层保湿、平衡抗敏等功效，自粘性软聚硅酮敷料（即疤痕贴）能具备治疗疤痕、预防增生性疤痕等功效，市场前景广阔，带动销售收入增长。2019 年、2020 年自有品牌产品中透明质酸钠医用敷料以及胶原蛋白医用敷料销售收入合计占比超过 60.00%；代理品牌产品中自粘性软聚硅酮敷料销售收入占比较高。同时上述两种产品销售单价相较于创口贴等其他产品较高，2019 年、2020 年，敷贴/敷料产品平均销售单价相应提升。2020

年，代理品牌产品平均销售单价较 2019 年有较大幅度提升主要原因系自粘性软聚硅酮敷料销售收入占比进一步显著提升所致。

⑥口罩/手套

口罩/手套产品 2019 年销售收入较 2018 年增长 3,379.41 万元，增速为 117.25%，主要原因系平均销售单价上升；2020 年较 2019 年增速为 644.87%，主要原因系销量与销售单价同步增长。报告期内销售情况具体如下：

产品类型	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	677.24	5.20	3,522.41	7.55%	898.84	1.56	1,398.58	22.34%
自有品牌外购	2,289.77	5.94	13,601.78	29.16%	842.60	5.74	4,840.36	77.30%
自有品牌自产	4,341.54	6.80	29,516.89	63.29%	9.33	2.43	22.67	0.36%
小计	**7,308.54**	**6.38**	**46,641.08**	**100.00%**	**1,750.77**	**3.58**	**6,261.61**	**100.00%**
产品类型	**2018 年**							
	销量（万）	**销售单价（元）**	**收入（万元）**	**收入占比**				
代理品牌	976.56	1.50	1,462.62	50.75%				
自有品牌外购	635.92	2.23	1,419.58	49.25%				
小计	**1,612.49**	**1.79**	**2,882.20**	**100.00%**				

2019 年平均销售单价较 2018 年上升幅度较大。2018 年，可孚一次性使用医用口罩（17.5cm*9.5cm*3 层-2 只）销售单价较低，但其销售量占自有品牌外购产品销量的比重超过 50.00%，手套产品销售单价相对较高但销售收入占比较低;2019 年发行人自有品牌品类规格在 2018 年的基础上进一步扩充，5 只装、10 只装以及 50 只装口罩以及手套等销售单价较高的产品品类销售收入占比提升所致。

2020 年初，新冠疫情突发，发行人快速反应，基于稳定的供应商渠道、丰富的生产组织经验，实现口罩/手套产品的规模化生产，为社会供应口罩/手套产品，销量迅速增长，同时销售价格在成本大幅上升的情况下有所提升，带来收入的增长。

⑦消毒产品

消毒产品 2019 年销售收入较 2018 年增长 1,408.69 万元，增速为 53.18%；2020 年

较 2019 年增速为 205.19%，主要原因系销量与销售单价提升。报告期销售情况具体如下：

产品类型	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	480.06	3.26	1,564.54	12.63%	261.14	2.46	642.43	15.83%
自有品牌外购	1,346.65	3.90	5,254.75	42.43%	1,277.63	2.47	3,159.51	77.86%
自有品牌自产	985.39	5.65	5,564.83	44.94%	85.22	3.00	255.84	6.30%
小计	**2,812.09**	**4.40**	**12,384.12**	**100.00%**	**1,623.98**	**2.50**	**4,057.79**	**100.00%**
产品类型	**2018 年**							
	销量（万）	**销售单价（元）**	**收入（万元）**	**收入占比**				
代理品牌	165.41	2.93	485.31	18.32%				
自有品牌外购	1,062.77	1.98	2,099.99	79.27%				
自有品牌自产	3.46	18.43	63.79	2.41%				
小计	**1,231.64**	**2.15**	**2,649.10**	**100.00%**				

消毒产品 2019 年销售收入快速增长，主要原因为自有品牌产品品类规格增加，销量增加。

2020 年初，新冠疫情突发，发行人快速反应，基于稳定的供应商渠道、丰富的生产组织经验，实现消毒产品的规模化生产，销量大幅提升。

⑧艾叶及制成品

艾叶及制成品产品 2019 年销售收入较 2018 年增长 2,135.58 万元，增速为 226.62%，主要原因系随着市场需求不断扩张，公司不断丰富产品品类；同时随着公司品牌影响力提升，自有品牌外购产品销量增加，亦与市场需求变化一致。艾叶及制成品 2020 年销售收入相较于 2019 年下降 30.00%，主要原因为销量下降。

报告期销售情况具体如下：

产品类型	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	10.79	5.89	63.54	2.95%	18.88	4.98	93.92	3.05%

自有品牌外购	224.26	8.63	1,935.09	89.81%	385.95	7.70	2,971.92	96.56%
自有品牌自产	14.58	10.70	156.03	7.24%	0.99	12.17	12.11	0.39%
小计	**249.63**	**8.63**	**2,154.67**	**100.00%**	**405.82**	**7.58**	**3,077.94**	**100.00%**

产品类型	2018 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	9.34	7.40	69.13	7.34%
自有品牌外购	114.60	7.62	873.23	92.66%
自有品牌自产	-	-	-	-
小计	**123.95**	**7.60**	**942.36**	**100.00%**

⑨拔罐器

拔罐器产品销售收入 2020 年较 2019 年增速为-52.62%，主要原因系销量下降所致。报告期销售情况具体如下：

产品类型	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	3.01	42.55	128.11	12.80%	6.91	37.23	257.19	12.17%
自有品牌自产	62.76	13.91	872.72	87.20%	132.63	13.99	1,855.33	87.83%
小计	**65.77**	**15.22**	**1,000.83**	**100.00%**	**139.53**	**15.14**	**2,112.52**	**100.00%**

产品类型	2018 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	7.39	28.83	213.01	10.46%
自有品牌自产	115.95	15.72	1,823.07	89.54%
小计	**123.34**	**16.51**	**2,036.09**	**100.00%**

⑩理疗仪

理疗仪产品 2019 年销售收入较 2018 年增长 2,797.45 万元，增速为 62.87%。报告期销售情况具体如下：

产品类型	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	35.86	180.74	6,480.69	91.40%	38.41	172.56	6,627.65	91.45%
自有品牌外购	3.88	119.22	462.27	6.52%	5.47	113.16	619.38	8.55%
自有品牌自产	1.25	118.01	147.25	2.08%	-	-	-	-
小计	**40.98**	**173.01**	**7,090.22**	**100.00%**	**43.88**	**165.15**	**7,247.03**	**100.00%**

产品类型	2018 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	24.33	163.97	3,989.72	89.66%
自有品牌外购	3.68	125.04	459.87	10.34%
小计	**28.01**	**158.86**	**4,449.59**	**100.00%**

报告期内理疗仪销售收入的增长，主要是代理品牌销售增长所致。发行人理疗仪产品主要为代理品牌“仙鹤”理疗仪，主要通过 Tmall 仙鹤医疗器械旗舰店通过线上进行销售，随着公司线上运营能力的增强，销量逐年增长。

⑪温灸产品

温灸产品 2019 年销售收入较 2018 年增长 2,390.84 万元，增速为 2379.55%，主要原因系销量与销售单价同步增长；2020 年销售收入较 2019 年度增速为-47.69%。报告期销售情况具体如下：

产品类型	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	36.17	0.70	25.48	1.96%	5.65	1.75	9.87	0.40%
自有品牌外购	131.08	9.75	1,277.65	98.04%	226.23	10.97	2,481.45	99.60%
小计	**167.25**	**7.79**	**1,303.12**	**100.00%**	**231.88**	**10.74**	**2,491.31**	**100.00%**

产品类型	2018 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	28.30	0.68	19.13	19.04%
自有品牌外购	8.09	10.06	81.35	80.96%
小计	**36.39**	**2.76**	**100.47**	**100.00%**

报告期内，发行人销售的温灸产品主要为暖贴、足贴、足浴包。2019 年公司新增足贴品类、沐足包等产品，主要通过线上渠道进行推广，销量大幅增长，契合消费者日益提升的消费需求。2020 年温灸产品销售收入降幅较大，主要原因为自有品牌外购产品销量下降。

⑫制氧机

制氧机产品销售收入 2020 年较 2019 年增速为-38.14%，主要原因系代理品牌“鱼跃”制氧机线下渠道销量下降。报告期销售情况具体如下：

产品类别	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	0.53	2,006.26	1,057.90	36.57%	1.35	1,873.14	2,525.18	54.00%
自有品牌外购	1.05	1,532.01	1,610.30	55.66%	1.41	1,474.34	2,082.21	44.52%
自有品牌自产	0.12	1,811.43	224.80	7.77%	0.04	1,642.34	69.14	1.48%
小计	**1.70**	**1,699.27**	**2,893.00**	**100.00%**	**2.80**	**1,668.70**	**4,676.53**	**100.00%**
产品类别	**2018 年**							
	销量（万）	**销售单价（元）**	**收入（万元）**	**收入占比**				
代理品牌	1.09	2,030.56	2,210.87	53.16%				
自有品牌外购	1.32	1,473.21	1,948.32	46.84%				
小计	**2.41**	**1,724.87**	**4,159.19**	**100.00%**				

⑬鼻腔护理

鼻腔护理产品 2019 年销售收入较 2018 年 1,885.08 万元，增速为 197.70%，主要原因系自有品牌产品销量增长。报告期销售情况具体如下：

产品类型	2020 年				2019 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	0.00	263.75	0.03	0.00%	0.00	197.34	0.08	0.00%
自有品牌外购	146.58	13.71	2,008.96	77.69%	88.45	13.64	1,206.42	42.50%
自有品牌自产	127.79	4.51	576.88	22.31%	423.14	3.86	1,632.11	57.50%
小计	274.38	9.42	2,585.87	100.00%	**511.59**	**5.55**	**2,838.60**	**100.00%**

产品类型	2018 年			
	销量（万）	销售单价（元）	收入（万元）	收入占比
代理品牌	0.004	102.85	0.42	0.04%
自有品牌外购	165.65	3.92	648.70	68.03%
自有品牌自产	80.16	3.80	304.40	31.92%
小计	**245.81**	**3.88**	**953.52**	**100.00%**

鼻腔护理产品主要包括鼻腔喷雾、鼻腔喷雾器、清洗盐等产品，发行人鼻腔护理产品在同等效能基础上具备较高的性价比优势。2019 年，发行人扩充了自有品牌产品品类，并在线上销售渠道进行有效推广，销量大幅增长。

3）公司产品品类构成与行业统计数据一致

依据艾瑞咨询《2019 年中国大健康消费发展白皮书》数据显示，随着居民大健康消费升级及我国人口老龄化趋势下，2019 年血糖仪、制氧机、血压计、轮椅、养生器械等类目在保健器械大类中均占据超过 10%销售份额；另外，脂肪检测仪、血氧仪、家庭护理、理疗仪及轮椅为 2019 年我国保健器械增长率排名 TOP5 品类。



数据来源：艾瑞咨询《2019 年中国大健康消费发展白皮书》

依据第一财经商业数据中心 CBNDATA 发布的《天猫医药馆健康趋势白皮书》数据显示，2018 年线上家用医疗器械消费与线下零售市场相似，以检测和治疗类为主。进入 2019 年后，保健理疗的艾灸仪和理疗仪进入前五，医疗级个人护理型的伤口敷料（医用面膜）上升到第六，整个线上市场热销类目产生了变化。

具体情况如下：

线上家用医疗器械 TOP10 类目		
序号	**2018 年**	**2019 年**
1	制氧机	艾灸产品
2	血压计	血糖用品
3	血糖用品	轮椅
4	轮椅	血压计
5	理疗仪	理疗仪
6	护具	伤口敷料
7	护理床	护具
8	保健理疗	制氧机
9	艾灸产品	保健理疗
10	雾化器	护理床

数据来源：第一财经商业数据中心 CBNDATA 发布的《天猫医药馆健康趋势白皮书》

综上，公司产品销售结构变化与市场需求变化背景一致。

（2）主营业务收入按销售渠道分类

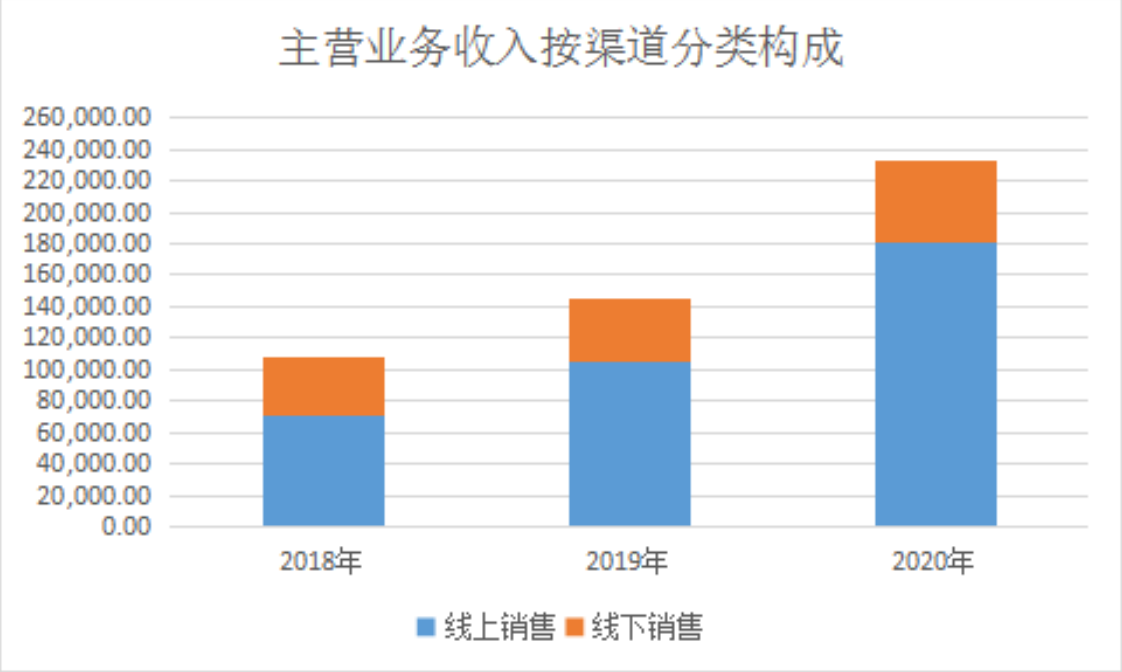
报告期内，公司主营业务收入按销售渠道分类如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上销售	180,830.42	77.82%	104,297.67	71.62%	70,323.44	64.95%
线下销售	51,529.41	22.18%	41,326.42	28.38%	37,955.55	35.05%
总计	**232,359.83**	**100.00%**	**145,624.09**	**100.00%**	**108,278.98**	**100.00%**

公司产品销售渠道包括线上销售与线下销售，均保持快速增长。

单位：万元



可孚医疗是家用医疗器械领域内销售渠道运用最全的企业之一，建立起了线上线下全渠道营销网络。

线上销售方面，2018 年、2019 年、2020 年线上销售收入同比增长 29.38%、48.31%、73.38%，快速增长原因系一方面家庭保健需求不断多样化，家用医疗器械市场空间广阔；同时随着互联网基础设施不断完善，网络购物为更贴合消费者足不出户、一站式购齐需求产品提供便利。公司借助“天猫直通车”、“钻石展位”、“双 11”等推广与促销方式，凭借优良的产品质量与完善的服务保障，品牌影响力不断提升，消费者认可度不断提高。另一方面公司产品入驻天猫超市与阿里健康大药房，拓宽了线上销售渠道。

线下销售方面，2018 年、2019 年、2020 年线下销售收入同比增长 24.70%、8.88%、24.69%，2018、2020 年快速增长原因系公司在长沙、北京、广州、武汉、济南、杭州、贵阳、成都、太原、郑州、南京、南昌等地设立仓储大卖场，同时进一步深化与连锁药房等大客户合作，以及 2020 年部分指定疫情物资走线下渠道。

1）线上销售

①销售渠道分布

报告期内，公司各线上销售渠道销售收入分布情况如下：

单位：万元

渠道	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自营店铺	114,225.18	63.17%	72,928.94	69.92%	58,760.93	83.56%
直发模式	60,365.94	33.38%	29,450.45	28.24%	10,550.02	15.00%
平台入仓	6,239.30	3.45%	1,918.28	1.84%	1,012.49	1.44%
合计	**180,830.42**	**100.00%**	**104,297.67**	**100.00%**	**70,323.44**	**100.00%**

2018 年、2019 年、2020 年线上平台销售收入中，自营店铺销售收入分别为 58,760.93 万元、72,928.94 万元、114,225.18 万元，占当期线上销售收入的比重分别为 83.56%、69.92%、63.17%；直发模式销售收入分别为 10,550.02 万元、29,450.45 万元、60,365.94 万元，占当期线上销售收入分别比重为 15.00%、28.24%、33.38%；平台入仓模式销售收入分别为 1,012.49 万元、1,918.28 万元、6,239.30 万元，占线上销售收入比重较小。

自营店铺销售为线上销售收入的主要构成部分。报告期内，自营店铺销售收入呈现快速增长趋势，2019 年、2020 年同比增速分别为 24.11%、56.63%，原因系公司自营店铺销售直接面向终端用户市场，能够及时获取市场需求变动情况，一方面对产品从性能及品类等多方面进行优化，另一方面，公司通过不断更新不同品类用户画像，进行更精准的推广，提升推广效率。

直发模式主要的合作店铺为阿里健康大药房、天猫可孚医疗器械旗舰店、天猫药健康大药房旗舰店和天猫快乐老人医疗器械专营店。直发模式销售收入 2019 年、2020 年同比增速分别为 179.15%、104.97%，呈现快速增长趋势，一方面得益于公司各类产品销售收入的增长，另一方面 2018 年起，公司加深与阿里健康大药房，通过天猫可孚医疗器械旗舰店代运营等业务模式取得良好的效果，双方实现合作共赢。

平台入仓模式主要为公司向天猫超市、京东自营等供货，报告期内销售收入保持较快增长。公司产品入驻京东自营、天猫超市，拓宽了线上销售渠道。

报告期内发行人线上销售收入在互联网蓬勃发展的背景下快速增长，主要原因为产品品类不断丰富以及品牌影响力的提升、直发模式下与平台方合作加深、线上推广投入的增加。具体情况如下：

产品品类角度，发行人多年来专注于为消费者提供家用医疗器械产品一站式购齐服务，销售产品品类涉及近万个产品型号及规格，依据市场需求变化趋势，不断扩充、更新产品品类，满足消费者大健康产品购物需求。同时，发行人凭借优异的品控管理以及

良好的品牌形象带动销售收入的提升。直发模式下，主要的合作店铺为可孚医疗器械旗舰店、阿里健康大药房。公司加深与阿里健康合作，依托丰富的产品品类优势与品牌优势，2018 年、2019 年销售收入迅速扩张，双方实现合作共赢。线上推广投入方面，2018 年、2019 年发行人加大线上销售推广投入，线上销售渠道产品推广投入直接带动线上销售收入的提升。

此外，2020 年发行人线上销售收入同比增速为 73.88%，其中，防疫物资线上销售收入同比增速为 501.82%，非防疫物资线上销售同比增速为 5.75%。防疫物资线上销售收入增长为重要原因之一。

总体来看，发行人定位为专业品牌零售商，是较早一批布局互联网销售领域的家用医疗器械行业企业，线上销售渠道已覆盖各主要平台，面向全网用户，积累了丰富的线上店铺运营经验与消费者用户，与各大平台均保持较好的合作关系，线上销售收入快速增长。

报告期内，发行人不存在通过直接或间接的方法实现自我交易或通过刷空邮包、刷好评等手段提高品牌知名度、虚增利润的行为。

②平台销售分布

报告期内，公司各线上销售平台销售收入分布情况如下：

单位：万元

销售平台	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
天猫	141,732.35	78.38%	92,499.09	88.69%	60,423.60	85.92%
京东	13,122.84	7.26%	5,973.21	5.73%	7,224.74	10.27%
其他	25,975.23	14.36%	5,825.37	5.59%	2,675.10	3.80%
合计	**180,830.42**	**100.00%**	**104,297.67**	**100.00%**	**70,323.44**	**100.00%**

注：1、天猫平台统计口径包含“自营店铺”“直发模式”“入仓模式”以及淘宝平台销售；
2、京东平台统计口径包含“自营店铺”“入仓模式”销售。

公司线上销售覆盖各大主要平台，其中报告期内天猫平台销售规模占比较高，主要原因系公司始终专注于通过开设自营店铺直接服务于终端消费者，报告期内公司自营店铺主要集中于天猫平台。

③订单单价分布

报告期内，公司线上销售订单金额分布情况如下：

项目	2020 年				
	订单数（万单）	占比	总金额（万元）	占比	客单价（元）
＜50	2,191.67	66.29%	45,482.32	23.02%	20.75
50~100	680.74	20.59%	48,082.78	24.34%	70.63
100~150	205.70	6.22%	24,746.38	12.52%	120.30
150~200	89.15	2.70%	15,496.47	7.84%	173.82
200~300	90.86	2.75%	22,479.13	11.38%	247.41
300~500	28.19	0.85%	10,645.00	5.39%	377.55
500~1000	12.20	0.37%	8,358.88	4.23%	685.00
1000~2000	4.48	0.14%	6,354.30	3.22%	1,419.35
2000~10000	2.89	0.09%	10,158.66	5.14%	3,509.28
>10000	0.26	0.01%	5,782.21	2.93%	22,630.94
合计	**3,306.15**	**100.00%**	**197,586.12**	**100.00%**	**59.76**

项目	2019 年				
	订单数（万单）	占比	总金额（万元）	占比	客单价（元）
＜50	1,394.56	67.91%	27,996.16	23.98%	20.08
50~100	425.11	20.70%	31,358.99	26.86%	73.77
100~150	107.00	5.21%	13,017.47	11.15%	121.66
150~200	58.54	2.85%	10,137.40	8.68%	173.16
200~300	42.61	2.08%	10,298.42	8.82%	241.67
300~500	11.89	0.58%	4,343.67	3.72%	365.25
500~1000	8.18	0.40%	5,832.68	5.00%	712.90
1000~2000	3.61	0.18%	5,244.79	4.49%	1,453.94
2000~10000	1.91	0.09%	6,985.46	5.98%	3,649.29
>10000	0.07	0.00%	1,539.31	1.32%	21,000.16
合计	**2,053.49**	**100.00%**	**116,754.35**	**100.00%**	**56.86**

项目	2018 年				
	订单数（万单）	占比	总金额（万元）	占比	客单价（元）
＜50	590.73	54.60%	12,095.30	14.92%	20.48
50~100	323.21	29.87%	24,981.60	30.82%	77.29
100~150	73.75	6.82%	8,924.69	11.01%	121.01

150~200	46.88	4.33%	8,188.17	10.10%	174.67
200~300	26.91	2.49%	6,545.07	8.07%	243.24
300~500	7.89	0.73%	2,963.62	3.66%	375.60
500~1000	7.72	0.71%	5,444.86	6.72%	705.27
1000~2000	3.03	0.28%	4,599.27	5.67%	1,517.96
2000~10000	1.72	0.16%	6,534.62	8.06%	3,793.24
>10000	0.05	0.00%	779.17	0.96%	16,300.57
合计	**1,081.89**	**100.00%**	**81,056.35**	**100.00%**	**74.92**

注：1、以上数据来自于店铺运营数据，平均订单单价为算术平均值，订单金额为含税金额。

报告期内，公司线上销售订单量及销售金额呈现上涨趋势，销售订单金额分布结构保持稳定。

2018 年、2019 年线上销售金额同比增速低于线上订单量同比增速，平均订单单价下降。主要原因系报告期内，公司产品销售结构有所变化，由健康监测与康复辅具销售销售占比较高，转变为健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大品类齐头并进。其中，健康监测产品主要包括血糖监测系列、血压计等，康复辅具产品主要包括轮椅、护理床、助行器、助听器等产品，产品单价较高；医疗护理产品中敷贴/敷料、口罩/手套、消毒产品等，中医理疗产品中艾叶及制成品、温灸产品、拔罐器产品单价较低。

报告期内，订单金额低于300元订单数增长较快的原因系发行人产品销售结构有所变化，由健康监测与康复辅具类销售转变为健康监测、康复辅具、呼吸支持、医疗护理、中医理疗五大品类齐头并进。同时，2019年度发行人又开发了部分新产品，而新产品中低客单价产品增多，导致报告期内低于300元的订单数增长较快。

2020年全年自营店铺和直发模式下订单金额在200-300元之间的订单比重大幅提高的原因主要系红外线体温计产品销售价格提升以及销量大幅提升所致，具有合理性。

报告期内，高于 1 万的订单数分别为 480 单、734 单、2,555 单，2018 年至 2020 年，其中京东瑞思迈旗舰店超过 1 万元的订单数量分别为 353 单、542 单、1,579 单，占比分别为 73.54%、73.84%，61.80%。京东瑞思迈旗舰店主要销售价值较高的呼吸机，随着呼吸机销售订单增加，高于 1 万的订单总体呈现增长趋势；2020 年，因疫情物资销售原因，高于 1 万的订单数增长较多。

经核查，保荐机构认为，发行人线上销售真实，不存在“刷单”等虚构交易的行为。报告期内，线上业务申报的销售收入与电商平台统计的销售收入不存在较大差异。发行人已依法纳税，不存在补缴税款的风险。

④报告各期线上销售各模式下客户数量、收入金额、客户人均消费、地区分布、发货分布情况

线上销售模式中，自营店铺与直发模式系发行人可以获取终端用户在电商平台的订单信息，并直接向终端消费者发货；平台入仓模式系电商平台根据自身消费和订单需求向公司下达订单，公司委托第三方物流公司将商品发往电商平台指定的仓库，由平台负责商品的销售，发行人不掌握终端消费者的相关信息。

自营店铺与直发模式下，客户数量、收入金额、客户人均消费、地区分布、发货分布情况，人均消费金额变动、差异的原因及合理性，具体如下。

I 报告各期自营店铺及直发模式客户数量、客户人均消费情况

报告各期自营店铺及直发模式下，客户数量、客户人均消费情况如下：

单位：元

收入模式	2020 年		2019 年度		2018 年度	
	客户数量[注1]（万人）	人均消费[注2]（含税）	客户数量（万人）	人均消费（含税）	客户数量（万人）	人均消费（含税）
自营店铺	1,347.12	95.78	1,005.61	82.49	692.24	98.98
直发模式[注3]	1,356.61	50.53	678.23	49.84	183.59	68.29

注：1、上述客户数量系依据各平台的用户 ID 进行去重，发行人无法获取用户 ID 的平台系依据收件人和联系方式进行去重。
2、人均消费系以订单金额（含税）为基础除以客户数量进行计算。
3、2020 年直发模式下，公司与天猫超市新增直发业务，无法掌握终端销售数据，未包含在统计中。

如上表所示，自营店铺与直发模式下，客户数量稳步上涨，人均消费有所波动；自营店铺与直发模式人均消费金额存在差异。

i 自营店铺与直发模式人均消费金额波动分析

2019 年，自营店铺与直发模式人均消费均金额较 2018 年下降，主要原因系产品结构发生变化，健康监测产品与康复辅具产品销售单价高于医疗护理产品与中医理疗产品，2019 年医疗护理产品与中医理疗产品销售收入占比相较 2018 年显著提升。

2020 年，自营店铺人均消费金额高于 2019 年度，主要原因系新冠疫情背景下，健

康监测中的体温计产品以及医疗护理中的口罩/手套产品和消毒产品作为防疫物资，销量大幅增长，销售单价亦较以往年度有所提升；直发模式人均消费虽基本于 2019 年持平，但销售结构也有所改变，医疗护理中的口罩/手套产品和消毒产品作为防疫物资，销量大幅增长。

具体各产品销售收入结构情况如下表所示：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
自营店铺			
健康监测类	41.82%	30.27%	43.81%
康复辅具类	12.99%	23.24%	22.71%
医疗护理类	24.99%	15.89%	9.74%
中医理疗类	11.07%	19.90%	13.36%
呼吸支持类	6.71%	9.69%	9.33%
其他类	2.43%	1.02%	1.06%
小计	100.00%	100.00%	100.00%
直发模式			
健康监测类	11.74%	17.76%	30.53%
康复辅具类	9.32%	19.65%	29.20%
医疗护理类	63.42%	27.97%	6.59%
中医理疗类	7.02%	20.69%	15.63%
呼吸支持类	3.55%	12.38%	16.65%
其他类	4.95%	1.54%	1.39%
小计	100.00%	100.00%	100.00%

ii 自营店铺与直发模式人均消费金额差异原因分析

自营店铺与直发模式下，客单价存在差异原因主要系销售收入中产品结构差异所致。

报告期内，自营店铺模式下 18 类主要产品合计销售收入占自营店铺销售收入比重均超过 80.00%；直发模式下 18 类主要产品合计销售收入占直发模式销售收入比重均超过 60.00%。其中，血压计产品、血糖监测系列、体温计、轮椅、护理床、呼吸机、制氧机 7 种产品为销售单价较高的产品，2018 年、2019 年、2020 年，上述 7 种产品报告期内自营店铺模式下销售收入占比较直发模式下销售收入占比高，分别高出 15.02%、15.43%、34.49%。

具体情况如下：

产品结构	自营店铺			直发模式		
	2018 年	2019 年	2020 年	2018 年	2019 年	2020 年
血压计（1）	15.08%	10.96%	8.38%	6.23%	2.74%	1.25%
血糖监测系列（2）	15.70%	8.80%	4.63%	12.76%	9.36%	5.06%
体温计（3）	10.06%	8.12%	26.82%	7.97%	3.97%	4.57%
轮椅（4）	10.07%	7.83%	3.49%	10.31%	5.41%	1.71%
助听器	1.48%	2.53%	1.72%	0.56%	0.92%	0.30%
助行器	3.66%	4.45%	2.79%	0.58%	0.90%	0.62%
护理床（5）	2.96%	3.13%	2.21%	2.21%	2.89%	1.34%
敷贴/敷料类	0.60%	1.92%	1.66%	1.34%	16.93%	11.54%
口罩/手套	1.68%	4.78%	13.88%	1.12%	3.59%	38.31%
消毒产品	1.68%	1.82%	3.68%	1.29%	2.78%	7.22%
棉球/棉签/棉片类	0.38%	0.44%	0.40%	0.58%	0.86%	1.44%
理疗仪	6.24%	8.30%	5.23%	4.49%	3.02%	1.57%
艾叶及制成品	0.73%	1.84%	1.01%	1.45%	4.67%	1.12%
温灸产品	0.14%	2.69%	0.68%	0.08%	1.60%	0.81%
拔罐器	2.62%	1.44%	0.48%	2.93%	3.03%	0.50%
呼吸机（6）	4.29%	3.09%	2.91%	3.58%	1.79%	0.29%
制氧机（7）	1.10%	0.56%	0.50%	1.17%	0.87%	0.24%
鼻腔护理	0.48%	1.47%	0.83%	5.76%	5.13%	1.87%
合计	78.94%	74.16%	81.29%	64.38%	70.48%	79.74%
小计（7 项小计）	59.25%	42.48%	48.94%	44.22%	27.05%	14.46%
差异	15.02%	15.43%	34.49%	-	-	-

II 报告各期自营店铺与直发模式各模式地区分布、发货分布情况

报告各期线上销售各模式地区分布、发货分布情况如下：

地区	自营店铺（%）			直发模式（%）		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
华东	29.58	30.68	31.21	34.77	33.16	31.92
华中	16.78	16.70	16.57	16.71	16.35	17.30
华南	15.15	14.56	13.73	16.68	16.48	14.66
华北	12.10	12.36	12.93	11.29	11.91	12.32

地区	自营店铺（%）			直发模式（%）		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
西南	12.53	12.05	11.29	10.78	10.44	10.87
东北	6.48	6.80	6.94	5.21	6.11	6.89
西北	6.11	5.84	5.52	4.57	5.56	6.04
境外	1.27	1.02	1.81	-	-	-
合计	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**	**100.00**

公司报告各期线上销售地区分布较为稳定，主要集中在华东、华中地区。

发货分布情况详见招股说明书“第八节　财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”之“（1）销售费用构成”之“2）运输费仓储费”。

⑤单个账户大额采购情况

报告期内，发行人自营店铺与直发模式下，单个用户 ID/收货人当期购买金额超过 100.00 万元的共有 4 位，具体如下所示：

期间	用户 ID	订单个数	销货数量合计（个）	购买产品	订单金额合计（万元）	付款方式	付款方与购买方是否一致
2020 年	Do**	10	19,710	体温计	271.22	通过平台付款	是
	Sw**	5	43,080	血压计	179.07		是
	MD**	18	78,076	血糖系列、血压计	102.19		是
2019 年	An**	2	10,000	助听器	150.43		是

上述订单均为通过阿里巴巴国际站进行销售。依据其相关交易订单、物流信息、回款情况及出口报关单，其销售收入具备真实性。

⑥三种线上模式的产品结构差异分析

报告期内，发行人三种线上模式的产品销售结构如下：

单位：万元

产品分类	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
平台入仓						
健康监测	1,921.19	30.79%	429.73	22.40%	545.11	53.84%

产品分类	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
康复辅具	71.37	1.14%	3.68	0.19%	84.08	8.30%
医疗护理	3,603.54	57.76%	811.40	42.30%	245.15	24.21%
中医理疗	238.95	3.83%	251.39	13.10%	63.87	6.31%
呼吸支持	301.77	4.84%	392.56	20.46%	71.68	7.08%
其他	102.47	1.64%	29.52	1.54%	2.60	0.26%
小计	**6,239.30**	**100.00%**	**1,918.28**	**100.00%**	**1,012.49**	**100.00%**
直发模式						
健康监测	7,089.42	11.74%	5,229.14	17.76%	3,221.01	30.53%
康复辅具	5,625.67	9.32%	5,787.62	19.65%	3,080.85	29.20%
医疗护理	38,285.91	63.42%	8,238.43	27.97%	695.59	6.59%
中医理疗	4,235.76	7.02%	6,094.30	20.69%	1,649.38	15.63%
呼吸支持	2,142.98	3.55%	3,646.39	12.38%	1,756.52	16.65%
其他	2,986.21	4.95%	454.57	1.54%	146.67	1.39%
小计	**60,365.94**	**100.00%**	**29,450.45**	**100.00%**	**10,550.02**	**100.00%**
自营店铺						
健康监测	47,769.97	41.82%	22,073.57	30.27%	25,741.53	43.81%
康复辅具	14,838.14	12.99%	16,950.79	23.24%	13,342.80	22.71%
医疗护理	28,539.32	24.99%	11,588.37	15.89%	5,721.02	9.74%
中医理疗	12,641.49	11.07%	14,509.50	19.90%	7,848.26	13.36%
呼吸支持	7,661.74	6.71%	7,064.44	9.69%	5,485.07	9.33%
其他	2,774.51	2.43%	742.28	1.02%	622.25	1.06%
小计	**114,225.18**	**100.00%**	**72,928.94**	**100.00%**	**58,760.93**	**100.00%**

整体来看，报告期内三种线上销售模式产品品类均覆盖健康监测、康复辅具、医疗护理、中医理疗、呼吸支持五大类产品，总体产品品类不存在重大差异。具体来看，产品销售结构有所差异，

报告期内，平台入仓销售模式销售收入规模相对较小，主要销售客户为天猫超市、阿里健康大药房、京东自营等。平台入仓模式下，五大类产品具体销售收入结构与自营店铺和直发模式有所差异。2018 年、2019 年、2020 年，健康监测与医疗护理产品合计销售收入占比超过 60.00%。相比之下，2018 年，自营店铺与直发模式下，健康监测与康复辅具产品合计占比较高；2019 年，五大类产品销售占比差异减小；2020 年，由于

体温计、口罩、消毒产品等防疫物资销量提升，健康监测与医疗护理产品合计销售收入占比显著提升。主要原因在于发行人是否具备选择销售产品品类的主动权。平台入仓模式下，天猫超市、阿里健康大药房以及京东自营等客户系依据其自身销售产品结构规划、仓储物流成本等因素综合考虑进行产品品类选择，向发行人进行采购。发行人不具备选品的主动权。报告期内，自营店铺销售收入规模较大的店铺为好护士器械旗舰店、仙鹤医疗器械旗舰店与瑞思迈旗舰店。其中，好护士为卖场型旗舰店，发行人具备选品的控制权，依据自身销售策略进行产品上架、推广与销售；仙鹤医疗器械旗舰店、瑞思迈旗舰店均为发行人取得品牌方授权所开立的自营店铺，主要销售“仙鹤”理疗仪以及“瑞思迈”呼吸机。报告期内，直发模式销售收入规模较大的店铺为可孚医疗器械旗舰店、阿里健康大药房以及药健康大药房旗舰店，其中可孚医疗器械旗舰店以及药健康大药房旗舰店均为发行人代运营的店铺。直发模式下，发行人对于销售产品的品类可以与店铺开设主体协商确定，发行人具备一定的选品主动权。

报告期内，自营店铺与直发模式下，五大类产品的销售占比结构及变化趋势基本一致，由健康监测与康复辅具两大类产品合计销售占比较高，逐步转变为五大品类销售收入占比逐渐均衡；2020 年，受疫情影响，体温计、口罩、消毒产品三类防疫物资销售规模较大，健康监测与医疗护理两大类产品合计销售占比显著提升。具体来看，报告期内自营店铺与直发模式下，五大类产品销售收入占比有所不同。产生此种差异的原因主要系两种模式下产品已有销售规模优势、店铺差异以及产品定位差异所致。报告期内，血压计、血糖监测系列、体温计、轮椅产品为发行人销售规模最大的四个产品品类，市场需求空间较大。上述四类产品报告期内在直发模式与自营店铺模式下，销售规模及占比均较高，已形成了一定的销售规模优势。报告期内，上述四种产品通过自营店铺销售规模均高于直发模式。理疗仪产品与呼吸机产品，报告期内发行人主要销售代理品牌产品“仙鹤”理疗仪与“瑞思迈”呼吸机，分别主要通过自营店铺仙鹤医疗器械旗舰店与瑞思迈旗舰店进行销售。敷料/敷贴类产品 2018 年销售规模较小，2019 年发行人引入自有品牌产品透明质酸钠敷贴、胶原蛋白敷贴等产品，拟将该类产品打造为公司明星产品，将该类产品在直发模式下的可孚医疗器械旗舰店以及阿里健康大药房进行推广，销售规模迅速扩张。

⑦报告期各期自营店铺和直发模式的客户复购率

整体来看，报告期内，发行人线上自营店铺与直发模式下，未使用会员体系进行营

销活动，影响发行人线上自营店铺与直发模式下复购率的主要因素为新用户数量以及产品差异。影响因素之新用户数量方面，如某一期间新用户数量较多，将使得复购率指标呈现下降趋势；影响因素之产品差异方面，一般情况下轮椅、护理床等耐用品复购率低于敷贴/敷料、棉球/棉签/棉片类易耗品。

报告期内，自营店铺与直发模式客户复购率情况如下所示：

单位：万元

期间	自营店铺		直发模式	
	销售金额[注1]	复购率[注2]	销售金额	复购率
2020 年	129,031.36	1.21	68,554.75	1.24
2019 年	82,948.90	1.22	33,805.45	1.22
2018 年	68,518.53	1.26	12,537.82	1.13

注：1、销售金额为运营数据统计，为含税销售额；
2、复购率=销售订单数量/用户数量，其中，用户数量为全平台终端用户依据下单用户 ID 或收件人姓名及电话（如无法获取下单用户 ID）进行统计。

整体来看，报告期各期，自营店铺与直发模式下，客户复购率基本稳定且差异极小。具体来看，2018 年直发模式销售金额较小，且面向新用户销售金额占比较高，其复购率略微低于自营店铺。

报告期内，好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、阿里健康大药房三家店铺复购率情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
好护士器械旗舰店			
销售金额[注1]	60,591.48	53,038.94	41,600.38
复购率[注2]	1.20	1.20	1.29
阿里健康大药房			
销售金额	21,313.20	11,354.25	1,668.10
复购率	1.21	1.31	1.05
可孚医疗器械旗舰店			
销售金额	44,998.14	20,737.14	10,638.14
复购率	1.26	1.15	1.15

注：1、销售金额为运营数据统计，为含税金额。
2、复购率=销售订单数量/用户数量，其中，好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店用户数量为终端用户依据下单用户 ID，阿里健康大药房用户数量为收件人姓名及电话（无法获取下单用户 ID）。

如上表所示，整体来看，好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、阿里健康大药房三家店铺同一期间复购率不存在较大差异。具体来看，2019 年好护士器械旗舰店复

购率较 2018 年略有下降，主要系店铺 2019 年不断完善产品结构、多渠道吸引顾客，新客户绝对值增长较快，用户数量大幅上升所致。阿里健康大药房 2019 年复购率略高主要系当年敷料/敷贴类产品中的明星产品透明质酸钠敷料、胶原蛋白敷料两类产品复购率较高且销售收入占比较高所致；2020 年复购率较 2019 年有所下降主要原因系新用户销售收入金额上升较快所致。随着“可孚”品牌知名度的提高而不断上升，可孚医疗器械旗舰店在报告期内复购率稳步上升。

2）线下销售

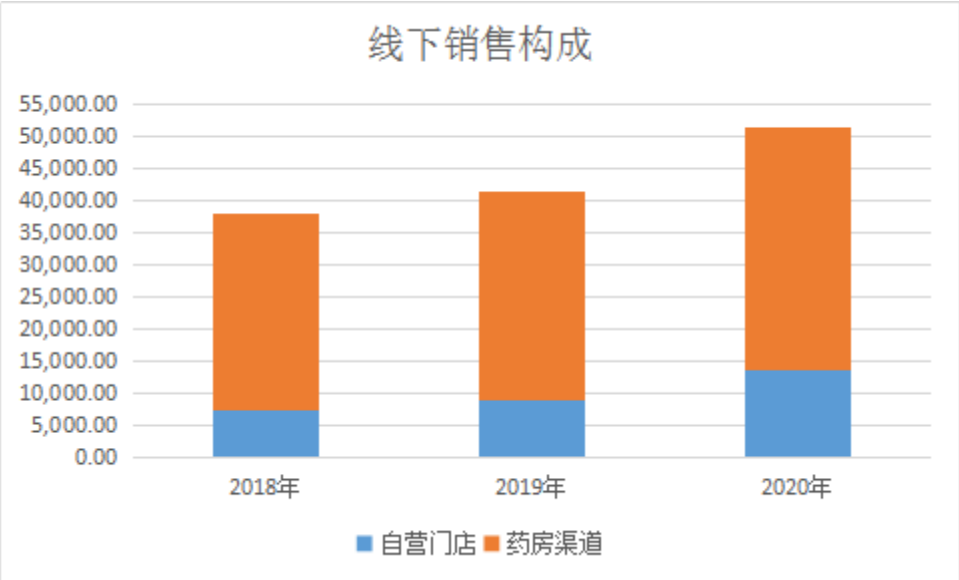
报告期内，公司线下销售情况如下：

单位：万元

渠道	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自营门店	13,544.13	26.28%	9,070.10	21.95%	7,407.91	19.52%
药房渠道	37,985.27	73.72%	32,256.33	78.05%	30,547.64	80.48%
合计	**51,529.41**	**100.00%**	**41,326.42**	**100.00%**	**37,955.55**	**100.00%**

2018 年、2019 年、2020 年线下销售方面，自营门店销售收入分别为 7,407.91 万元、9,070.10 万元、13,544.13 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 6.84%、6.23%、5.83%；药房渠道销售收入分别为 30,547.64 万元、32,256.33 万元、37,985.27 万元，占当期主营业务收入比重分别为 28.21%、22.15%、16.35%%。

单位：万元



① 自营门店销售情况

线下渠道有利于产品体验和即时交易，线上渠道有利于便捷购物和快速占领市场，两者互相导流和协同，能够有效提升企业及产品知名度。公司自营门店包含科源仓储大卖场、好护士零售门店以及健耳助听器自营门店。其中报告期内自营门店销售增长主要来自于科源仓储大卖场。2019 年公司在山西、河南、南京、南昌、福州新设仓储大卖场。截至 2020 年末，公司共计在长沙、北京、广州、武汉、济南、杭州、贵阳、成都、太原、郑州、南京、南昌等地拥有 12 家仓储大卖场。线下自营门店销售收入逐年增加。

此外，公司销售产品品类不断丰富，随着各品类产品销售收入提升，线下自营门店销售收入同步增加。

②药房渠道销售情况

报告期内，公司线下药房渠道销售收入稳步增加。主要原因系一方面，全国性连锁药房类客户一般采用统一采购与地区采购相结合的采购模式，随着公司在全国各主要城市设立销售子公司，进一步扩大了与全国性连锁药房统一采购与地区采购合作规模；另一方面，公司各地销售子公司能够开拓当地药房渠道，进一步拓展销售渠道。

全国性连锁药房由于跨区域经营，其采购方式有统一采购和地区采购，两种采购模式的主要差别如下：

采购方式	统一采购	地区采购
定义	统一采购指客户总部采购部门或采购子公司根据各个门店所在区域汇集的产品需求信息，通过汇总分析制定相应的采购计划，与上游供应商进行洽谈，签订统一的商品采购合同，并据此执行采购任务。	地区采购指客户内部具有独立采购权限的区域子公司根据各区域门店的需求信息，通过汇总分析制定相应的采购计划，与当地上游供应商进行洽谈，签订地方采购合同，并据此执行采购任务。
采购主体	客户总部采购部门或采购子公司	客户各区域公司
采购产品特点	单品销售量较大，使用区域范围较广	区域品牌认知度较高，符合当地消费习惯
采购价格	发行人与客户集采中心确定价格，因单批次采购量较大，一般具备集采价格优势	客户各区域公司与发行人协商确定价格，一般与集采价格存在差异
配送	一般由客户总部采购部门配送至各个地区公司仓库	一般由供应商直接配送至客户地区公司仓库

报告期内，发行人与连锁药房合作数量及收入情况如下：

单位：家、万元

客户分类	采购类型	2020 年	
		客户数量	销售收入
全国性连锁	统采	13	9,371.00

	地采	125	13,985.41
	小计	138	23,356.41
区域连锁及其他客户		4,469	14,628.86
合计		**4,607**	**37,985.27**
客户分类	**采购类型**	**2019 年**	
		客户数量	**销售收入**
全国性连锁	统采	13	8,779.19
	地采	123	11,112.20
	小计	136	19,891.39
区域连锁及其他客户		4,384	12,364.94
合计		**4,520**	**32,256.33**
客户分类	**采购类型**	**2018 年**	
		客户数量	**销售收入**
全国性连锁	统采	12	8,242.73
	地采	69	11,087.02
	小计	81	19,329.75
区域连锁及其他客户		4,725	11,217.89
合计		**4,806**	**30,547.64**

报告期内，发行人与全国性连锁药房的合作客户数量和销售金额整体呈现上升趋势，其中合作数量分别为 81 家、136 家、138 家，销售收入分别为 19,329.75 万元、19,891.39 万元、23,356.41 万元。（1）统采情况。全国性连锁药房客户中，整体上发行人报告期内的统采销售收入随着客户数量的增加而增加，其中 2018 年统采销售收入增长较多，一方面是 2018 年发行人与海王系统开展统采合作，当年统采销售收入为 1,228.74 万元；另一方面是 2018 年发行人与千金系统和老百姓系统的统采金额增加，分别增加 988.76 万元、968.29 万元。（2）地采情况。整体上，发行人报告期内地采客户数量和销售收入整体上呈现上升趋势，其中 2019 年客户数量较 2018 年增加了 54 家，销售收入仅增加 25.18 万元，主要原因一方面是客户数量增长较多的高济系统、国药系统和海王系统收入贡献较小，三家数量合计增长 50 家，三家对应的地采销售收入合计增加 355.75 万元；另一方面是公司顺应发展战略，2019 年与原有客户老百姓系统的地采产品中，自有品牌产品销量上升，其他代理品牌产品主动逐渐弱化，且弱化部分的产品销售额较自有品牌的提升规模要大，导致老百姓系统的地采金额减少了 601.65 万元。

区域性连锁及其他客户主要为区域性连锁药房和单体药房等，报告期内，区域性连锁及其他客户的数量较多，分别为 4,725 家、4,384 家、4,469 家，单个客户平均销售金额较小，分别为 2.37 万元、2.82 万元、3.27 万元。报告期内，区域性连锁及其他客户的数量和销售收入整体上相对稳定。

销售产品类别上，发行人按照与客户及供应商的合作协议约定的产品类型、销售区域等条款，同时结合产品特性、客户体验、营销活动等因素综合考虑制定产品销售策略。发行人连锁药房渠道和线上销售均销售自有品牌和代理品牌产品，产品类别均覆盖健康监测、康复辅具、中医理疗、医疗护理和呼吸支持类产品。

报告期内，发行人对连锁药房供货产品类别与线上销售产品类别的占比情况如下：

产品类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	连锁药房	线上销售	连锁药房	线上销售	连锁药房	线上销售
健康监测类	46.46%	31.40%	35.00%	26.59%	32.91%	41.96%
康复辅具类	12.98%	11.36%	18.96%	21.80%	18.93%	23.47%
医疗护理类	27.80%	38.95%	25.41%	19.79%	28.49%	9.47%
中医理疗类	2.81%	9.47%	4.61%	20.00%	6.31%	13.60%
呼吸支持类	9.37%	5.59%	15.56%	10.65%	12.95%	10.40%
其他类	0.58%	3.24%	0.46%	1.18%	0.40%	1.10%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

报告期内，发行人对连锁药房渠道客户销售的产品占比相对稳定，主要为健康监测和医疗护理类产品，二者合计销售收入占连锁药房渠道销售收入的比例分别为 61.40%、60.41%、74.26%，2020 年占比较高主要是疫情期间销售的体温计数量增长较快，销售占比达到 22.82%。

报告期内，发行人线上销售的主要是健康监测和康复辅具类产品，二者合计销售收入占线上销售收入比例分别为 65.43%、48.39%、42.76%，随着其他品类销售收入增长，占比有所下降；医疗护理和中医理疗销售收入增速突出，销售占比逐年上升，合计销售收入占线上销售收入的比例分别为 23.07%、39.79%、48.42%。

具体产品型号上，发行人与代理品牌商合作中，存在鱼跃、三诺、稳健等部分品牌商对特定产品型号约定了仅限于连锁药房或线上销售渠道的情况，报告期内指定销售渠道的产品型号在连锁药房和线上销售情况如下：

单位：个、万元

渠道	2020 年			
	sku 数量	占比	销售金额	占比
线上销售	-	-	-	-
连锁药房	143	2.77%	3,301.01	8.69%
渠道	2019 年			
	sku 数量	占比	销售金额	占比
线上销售	6	0.14%	500.74	0.48%
连锁药房	307	6.22%	7,736.73	23.99%
渠道	2018 年			
	sku 数量	占比	销售金额	占比
线上销售	15	0.52%	354.93	0.50%
连锁药房	310	6.70%	7,802.89	25.54%

线上销售渠道中，2018 年和 2019 年，指定了仅限于线上销售的代理品牌产品型号数量占线上销售产品型号总数量的比例分别为 0.52%、0.14%，销售金额占比分别为 0.50%、0.48%，占比均较低。连锁药房渠道中，报告期内，指定了仅限于连锁药房渠道销售的代理品牌产品型号数量占连锁药房渠道销售产品型号总数量的比例分别为 6.70%、6.22%、2.77%，销售金额占比分别为 25.54%、23.99%、8.69%，2018 年-2019 年占比相对稳定，2020 年比例降低主要是发行人自有品牌产品不断丰富，减少了制氧机、轮椅、血压计等代理品牌产品的销售。

报告期内，发行人存在向连锁药房销售代理品牌产品的情形，代理品牌产品销售金额分别为 15,516.85 万元、15,789.09 万元、11,996.34 万元，占连锁药房渠道销售收入的比例分别为 50.80%、48.95%、31.58%。报告期内发行人连锁药房渠道销售的代理品牌产品构成如下：

产品类型	2020 年	2019 年	2018 年
健康监测类	35.08%	31.61%	32.66%
康复辅具类	5.45%	10.61%	10.58%
医疗护理类	42.53%	32.11%	34.88%
中医理疗类	3.41%	3.70%	4.77%
呼吸支持类	13.15%	21.46%	16.49%
其他类	0.39%	0.51%	0.63%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

报告期内，发行人在连锁药房渠道销售的代理品牌产品主要为健康监测和医疗护理类产品，二者合计销售收入占连锁药房代理品牌产品总销售金额的比例分别为 67.53%、63.72%、77.61%。从具体品牌上看，发行人向连锁药房客户销售的代理品牌主要为瑞思迈、鱼跃、三诺、欧姆龙等行业内知名品牌。

（3）主营业务依据是否为自有品牌分类

报告期内，公司按是否为自有品牌分类的营业收入构成如下：

单位：万元

品牌分类	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌	188,652.03	81.19%	102,890.47	70.65%	72,914.13	67.34%
其中：自有品牌外购	69,852.01	30.06%	64,873.72	44.55%	48,825.81	45.09%
自有品牌自产	118,800.03	51.13%	38,016.75	26.11%	24,088.33	22.25%
非自有品牌	43,707.79	18.81%	42,733.62	29.35%	35,364.85	32.66%
合计	**232,359.83**	**100.00%**	**145,624.09**	**100.00%**	**108,278.98**	**100.00%**

报告期内，公司自有品牌产品销售收入分别为 72,914.13 万元、102,890.47 万元、188,652.03 万元，占主营业务收入比重分别为 67.34%、70.65%、81.19%；非自有品牌产品销售收入分别为 35,364.85 万元、42,733.62 万元、43,707.79 万元，占主营业务收入比重分别为 32.66%、29.35%、18.81%。

公司作为专业品牌零售商，以自有“可孚”品牌产品为核心，同时将产品线全面覆盖国际/国内知名品牌，提供“一站式购齐”服务，契合客户需求。“可孚”品牌与其他品牌产品互补，公司依据市场需求，选择适销对路、覆盖不同客户需要的产品，对于需求量大，公司尚未开展生产的品类，选择与知名厂商合作，市场培育成熟后，推广自有品牌。报告期内，自有品牌与非自有品牌产品收入均稳步提升。同时，凭借优异的品控管理以及良好的品牌形象，自有品牌产品销售收入占主营业务收入比重不断上升。

在自主生产产品品类方面，为了最大程度发挥资金使用效率，发行人根据自身历史积累订单数据、市场需求状况及行业发展趋势分析，优先选择部分核心产品进行自产，目前自产产品主要包括血压计、护理床、雾化器、体温计、助听器、助行器、口罩、手套、鼻腔护理、刮痧板、拔罐器等产品。

报告期内，发行人主要产品销售情况如下：

单位：万元

期限	产品品类	产品	自有品牌自产		自有品牌外购		代理品牌		合计
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额
2020 年	健康监测类	血压计	12,425.44	84.52%	160.44	1.09%	2,115.14	14.39%	14,701.01
		血糖监测系列	30.38	0.24%	7,584.71	60.27%	4,969.70	39.49%	12,584.79
		体温计	42,328.75	92.07%	2,847.19	6.19%	799.90	1.74%	45,975.84
		其他	461.25	10.50%	1,664.03	37.90%	2,265.75	51.60%	4,391.03
		小计	55,245.83	71.14%	12,256.37	15.78%	10,150.48	13.07%	77,652.67
	康复辅具类	轮椅	19.42	0.25%	6,942.01	89.43%	801.34	10.32%	7,762.77
		助听器	2,170.27	44.08%	217.02	4.41%	2,536.68	51.52%	4,923.97
		助行器	3,809.34	98.89%	0.00	0.00%	42.86	1.11%	3,852.20
		护理床	3,508.05	98.96%	17.43	0.49%	19.57	0.55%	3,545.05
		其他	7,321.58	79.06%	1,170.00	12.63%	769.31	8.31%	9,260.89
		小计	16,828.67	57.35%	8,346.45	28.44%	4,169.77	14.21%	29,344.88
	呼吸支持类	呼吸机	0.00	0.00%	313.78	5.85%	5,045.90	94.15%	5,359.67
		制氧机	224.80	7.77%	1,610.30	55.66%	1,057.90	36.57%	2,893.00
		鼻腔护理	576.88	22.31%	2,008.96	77.69%	0.03	0.00%	2,585.87
		其他	2,372.00	47.92%	1,025.39	20.71%	1,552.88	31.37%	4,950.28
		小计	3,173.68	20.10%	4,958.43	31.40%	7,656.71	48.49%	15,788.82
	医疗护理类	敷贴/敷料类	244.18	2.45%	7,928.47	79.41%	1,811.58	18.14%	9,984.23
		口罩/手套	29,516.89	63.29%	13,601.78	29.16%	3,522.41	7.55%	46,641.08

期限	产品品类	产品	自有品牌自产		自有品牌外购		代理品牌		合计
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额
		消毒产品	5,564.83	44.94%	5,254.75	42.43%	1,564.54	12.63%	12,384.12
		棉球/棉签/棉片类	688.27	22.73%	1,045.42	34.52%	1,294.95	42.76%	3,028.64
		其他	2,643.23	20.57%	5,245.90	40.83%	4,958.47	38.59%	12,847.59
		小计	38,657.40	45.54%	33,076.31	38.97%	13,151.95	15.49%	84,885.66
	中医理疗类	理疗仪	147.25	2.08%	462.27	6.52%	6,480.69	91.40%	7,090.22
		艾叶及制成品	156.03	7.24%	1,935.09	89.81%	63.54	2.95%	2,154.67
		温灸产品	0.00	0.00%	1,277.65	98.04%	25.48	1.96%	1,303.12
		拔罐器	872.72	87.20%	0.00	0.00%	128.11	12.80%	1,000.83
		其他	2,220.43	32.12%	3,799.21	54.95%	893.86	12.93%	6,913.50
		小计	3,396.44	18.40%	7,474.22	40.48%	7,591.68	41.12%	18,462.34
2019 年	健康监测类	血压计	10,574.65	76.02%	184.28	1.32%	3,151.61	22.66%	13,910.54
		血糖监测系列	322.14	2.42%	9,454.48	71.17%	3,507.61	26.40%	13,284.23
		体温计	555.71	6.15%	8,110.83	89.70%	375.33	4.15%	9,041.87
		其他	426.74	10.75%	1,317.92	33.20%	2,224.76	56.05%	3,969.42
		小计	11,879.23	29.55%	19,067.52	47.42%	9,259.31	23.03%	40,206.06
	康复辅具类	轮椅	10.61	0.10%	8,565.78	78.47%	2,340.09	21.44%	10,916.48
		助听器	1,833.11	44.85%	513.2	12.56%	1,740.46	42.59%	4,086.77
		助行器	3,754.93	96.02%	0	0.00%	155.61	3.98%	3,910.54
		护理床	2,956.41	88.15%	357.44	10.66%	39.82	1.19%	3,353.66

期限	产品品类	产品	自有品牌自产		自有品牌外购		代理品牌		合计
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额
		其他	6,467.18	65.61%	2,567.84	26.05%	822.44	8.34%	9,857.47
		小计	15,022.24	46.76%	12,004.25	37.37%	5,098.43	15.87%	32,124.92
	呼吸支持类	呼吸机	0	0.00%	477.34	8.85%	4,914.72	91.15%	5,392.06
		制氧机	69.14	1.48%	2,082.21	44.52%	2,525.18	54.00%	4,676.53
		鼻腔护理	1,632.11	57.50%	1,206.42	42.50%	0.08	0.00%	2,838.60
		其他	2,059.45	34.42%	2,003.42	33.48%	1,921.11	32.10%	5,983.98
		小计	3,760.70	19.91%	5,769.39	30.54%	9,361.08	49.55%	18,891.17
	医疗护理类	敷贴/敷料类	0	0.00%	6,132.48	82.56%	1,295.46	17.44%	7,427.94
		口罩/手套	22.67	0.36%	4,840.36	77.30%	1,398.58	22.34%	6,261.61
		消毒产品	255.84	6.30%	3,159.51	77.86%	642.43	15.83%	4,057.79
		棉球/棉签/棉片类	94.59	3.97%	703.44	29.53%	1,584.05	66.50%	2,382.09
		其他	1,536.60	15.38%	3,502.07	35.06%	4,949.82	49.56%	9,988.49
		小计	1,909.70	6.34%	18,337.86	60.89%	9,870.35	32.77%	30,117.91
	中医理疗类	理疗仪	0	0.00%	619.38	8.55%	6,627.65	91.45%	7,247.03
		艾叶及制成品	12.11	0.39%	2,971.92	96.56%	93.92	3.05%	3,077.94
		温灸产品	0	0.00%	2,481.45	99.60%	9.87	0.40%	2,491.31
		拔罐器	1,855.33	87.83%	0	0.00%	257.19	12.17%	2,112.52
		其他	3,397.61	43.40%	2,926.91	37.39%	1,503.96	19.21%	7,828.48
		小计	5,265.05	23.14%	8,999.66	39.55%	8,492.58	37.32%	22,757.29

期限	产品品类	产品	自有品牌自产		自有品牌外购		代理品牌		合计
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额
2018 年	健康监测类	血压计	10,898.82	77.18%	265.18	1.88%	2,957.20	20.94%	14,121.20
		血糖监测系列	7.07	0.05%	11,283.35	78.84%	3,020.42	21.11%	14,310.84
		体温计	0	0.00%	8,296.88	94.84%	451.87	5.16%	8,748.75
		其他	178.42	5.40%	1,185.24	35.84%	1,943.37	58.76%	3,307.03
		小计	11,084.31	27.38%	21,030.66	51.94%	8,372.86	20.68%	40,487.83
	康复辅具类	轮椅	0	0.00%	8,048.73	79.19%	2,115.69	20.81%	10,164.42
		助听器	0	0.00%	993.21	49.50%	1,013.14	50.50%	2,006.35
		助行器	2,417.35	91.06%	0	0.00%	237.35	8.94%	2,654.70
		护理床	1,863.90	85.95%	245.2	11.31%	59.59	2.75%	2,168.69
		其他	3,815.51	49.01%	3,150.98	40.48%	818.24	10.51%	7,784.73
		小计	8,096.75	32.68%	12,438.11	50.20%	4,244.02	17.13%	24,778.89
	呼吸支持类	呼吸机	0	0.00%	670.71	14.95%	3,815.75	85.05%	4,486.46
		制氧机	0	0.00%	1,948.32	46.84%	2,210.87	53.16%	4,159.19
		鼻腔护理	304.4	31.92%	648.7	68.03%	0.42	0.04%	953.52
		其他	692.32	17.78%	1,412.31	36.27%	1,789.16	45.95%	3,893.79
		小计	996.72	7.39%	4,680.04	34.69%	7,816.21	57.93%	13,492.96
	医疗护理类	敷贴/敷料类	0	0.00%	780.26	57.90%	567.28	42.10%	1,347.54
		口罩/手套	0	0.00%	1,419.58	49.25%	1,462.62	50.75%	2,882.20
		消毒产品	63.79	2.41%	2,099.99	79.27%	485.31	18.32%	2,649.10

期限	产品品类	产品	自有品牌自产		自有品牌外购		代理品牌		合计
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额
		棉球/棉签/棉片类	0.09	0.00%	473.56	21.67%	1,711.71	78.33%	2,185.36
		其他	825.18	11.03%	2,419.93	32.35%	4,235.45	56.62%	7,480.56
		小计	889.06	5.37%	7,193.33	43.48%	8,462.36	51.15%	16,544.75
	中医理疗类	理疗仪	0	0.00%	459.87	10.34%	3,989.72	89.66%	4,449.59
		艾叶及制成品	0	0.00%	873.23	92.66%	69.13	7.34%	942.36
		温灸产品	0	0.00%	81.35	80.96%	19.13	19.04%	100.47
		拔罐器	1,823.07	89.54%	0	0.00%	213.01	10.46%	2,036.09
		其他	1,125.74	25.59%	1,672.11	38.02%	1,600.46	36.39%	4,398.30
		小计	2,948.81	24.72%	3,086.55	25.88%	5,891.45	49.40%	11,926.81

近三年，发行人的产品格局是外购和代理产品为主、自产产品为辅，主要原因包括以下几个方面：

1）是发行人业务演变的结果

可孚医疗自创立之初即致力于为用户提供可靠的医疗健康产品和一站式解决方案。在业务发展初期阶段，发行人以代理欧姆龙、瑞思迈、罗氏、三诺、鱼跃等国内外知名品牌产品为主，销售渠道以连锁药房渠道为主。随着发行人业务规模的逐渐扩大，代理产品覆盖的药房数量快速增加，发行人在家用医疗器械批发领域的市场地位逐渐上升。

发行人在发展代理品牌的过程中也在积极准备自有品牌产品的研发和生产，随着公司业务规模快速扩大积累的资金和资源，发行人于2009年创立了自有品牌“可孚”，定位于设计新颖、技术先进、品质卓越、贴近大众的高质量家用医疗器械。基于前期经营过程中积累的销售数据，通过对市场数据及需求信息的采集与分析，公司能够精准掌握消费者需求。为了更快速和针对性地推出自有品牌产品以及提高资金使用效率，发行人把研发和生产核心放到产品设计和策划上，产品生产方面采取自产和外购成品相结合的方式。

外购成品方面，在家用医疗器械行业内具有较多专注于某类医疗器械产品的优质生产型企业，其拥有合格的生产资质和丰富的行业经验，经寻找和匹配，能够满足公司的策略。因此，公司合理利用产业链分工，将部分产品交由这类专业生产企业完成，有利于公司集中资源进行核心产品研发、产品设计、品牌建设等高附加值环节。

在自主生产方面，发行人专注于相关产品核心部件的生产。通过不断地调研家用医疗器械市场情况，公司精准地设计和开发出符合市场需求或引领市场消费趋势的产品。随着发行人研发实力和生产能力的不断提升，发行人自产产品不断增加，目前主要自产的产品包括血压计、红外体温计、口罩、护理床、助听器、雾化器等产品。

因此，发行人近三年产品格局是企业业务自然发展、演变过程的结果，该演变过程仍在进行之中。可以预见，随着公司进一步发展壮大，自有品牌自产产品的比例将继续扩大，但自有品牌外购产品及代理品牌产品也将在一定范围内存在。

2）与发行人核心技术来源和产品研发进展匹配

发行人核心技术包括产品开发技术和信息系统技术，主要源于自主研发。在信息系

统方面，公司数字系统涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理、新品开发等环节，通过深度挖掘及精准匹配用户需求，敏捷感知和把握市场变化趋势，使得公司向市场推送的各类产品能准确抓住和解决用户需求痛点。在产品开发上，发行人致力于设计和开发出符合市场需求或引领市场消费趋势的产品。发行人基于自有渠道快速反馈的市场数据，进行科学合理的商品策划，对商品开发、生产计划、采购计划、销售计划、售后服务进行整体策划，在满足用户需求的前提下不断革新和迭代内部组织最优组合。

在信息系统技术和产品开发技术的研发过程中，发行人均以市场需求为基础，牢牢把握产品组织和定位的核心环节，以代理品牌采购、自有品牌采购和自主生产三种方式在不同产品之间进行有机组合，在公司产品畅销的同时，也促进了公司的快速发展。

3）与发行人开始自行生产的时间和产品类型匹配

家用医疗器械行业具有高度的多样性，医疗器械产品丰富，其创新活力强，消费者对其外形及功能要求各异，因此生产企业的生产线必须具备一定的弹性，能够迅速在不同产品、不同型号间完成切换，必须具备多品种的生产能力。发行人优先将资金投入到血压计、护理床、红外体温计、助听器、雾化器等核心产品上，根据各个产品的生产工序打造了部分柔性生产线，拥有较大的生产弹性，能迅速切换生产产品品类，满足快速变化的市场需求。

综上所述，发行人近三年产品格局是外购和代理产品为主、自产产品为辅，主要是发行人在业务发展过程中，结合市场需求、公司策略和自身资金等因素做出的决策安排，大大提高了发行人在报告期内的盈利能力和市场竞争力，符合发行人发展历程和现状。

（4）主营业务收入区域分布

报告期内，本公司按销售区域分类的主营业务收入构成如下：

单位：万元

地区	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华中	66,700.43	28.71%	42,801.73	29.39%	38,758.33	35.79%
华东	62,678.26	26.97%	40,195.30	27.60%	26,858.95	24.81%
华南	30,515.61	13.13%	18,329.21	12.59%	12,314.89	11.37%
西南	24,052.16	10.35%	15,271.04	10.49%	10,437.95	9.64%

地区	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华北	23,634.40	10.17%	14,804.51	10.17%	10,157.85	9.38%
东北	13,190.42	5.68%	6,906.17	4.74%	4,804.75	4.44%
西北	10,141.43	4.36%	6,575.32	4.52%	3,880.57	3.58%
境外	1,447.10	0.62%	740.82	0.51%	1,065.69	0.98%
总计	**232,359.83**	**100.00%**	**145,624.09**	**100.00%**	**108,278.98**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入主要集中在华中、华东、华南、西南与华北等地区，与我国东部地区经济较发达，消费水平较高相一致。2018 年、2019 年、2020 年，上述五个地区销售收入合计占主营业务收入比重分别为 90.99%、90.23%、89.33%。

此外，报告期内公司境外地区销售主要为公司通过阿里巴巴国际站销售所得，占主营业务收入比重极小。

（5）主营业务收入现金收款情况

报告期内，公司现金收款情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
现金收款	1,533.66	2,059.71	2,718.96
自营门店销售收入	13,544.13	9,070.10	7,407.91
主营业务收入	232,359.83	145,624.09	108,278.98
现金收款占自营门店销售比重	11.32%	22.71%	36.70%
现金收款占主营业务收入比重	0.66%	1.41%	2.51%

公司线下自营门店直接面对终端市场，客户非常分散，主要为个人零售客户，部分客户直接使用现金与公司交易，2018 年、2019 年、2020 年现金收款确认收入金额分别为 2,718.96 万元、2,059.71 万元、1,533.66 万元，占主营业务收入比重分别为 2.51%、1.41%、0.66%。公司现金收款总额占公司主营业务收入比重较小，占比逐年下降，且已通过 POS 机、支付宝、微信等收款方式逐步替代。

1）发行人对于自营门店的具体管理方法和措施：

报告期内，好护士、健耳门店由分公司申请经营资质并负责运营，仓储大卖场由子公司申请经营资质并负责运营。上述自营门店均实施财务独立核算。

上述门店主要面向终端零售用户销售，主要使用 NC 系统，对销售与存货进行管理。

公司制定了《门店资金管理制度》、《门店存货管理制度》等制度，对销售与收款以及门店存货管理进行规范。

收入确认与存货确认具体如下：

销售收入方面，自营门店销售大部分客户均为现场自提，小部分老客户采取快递方式；收入确认时点为：在货物发出，收到销售货款，银货两讫，确认已将商品所有权上的控制权转移给购货方时，确认销售收入。

门店存货方面，仓储式大卖场和好护士门店销售商品均从湖南科源采购，健耳门店销售商品从湖南健耳采购，业务系统会反映商品的移库和销售情况，在财务系统，湖南科源和湖南健耳以委托代销商品核算存货，各门店以受托代销商品核算。每月湖南科源和湖南健耳依据业务系统数据与门店对存货进行结算和盘存。

2）发行人确保自营门店收入、费用、存货等核算真实、准确所采取的措施及其实际效果

①收入与存货

为保证销售收款安全，依据公司制定的《门店资金管理制度》，财务人员每日登录商品管理系统与网银，查询销售情况并与银行流水核对，与门店销售经理核对现金余额，形成现金日记账。同时，依据公司制定的《门店存货管理制度》，商品入库时，门店人员需与系统申请、供应商销售单、实物核对商品数量，检查质量，核对无误后确认收货，商品出库时，按实际销售数量扫描，在系统中打印出货单给顾客；门店每月进行存货盘点形成存货盘点表；财务每月核对商品管理系统销售情况、收款情况、月末存货盘点情况，确认当月销售收入、结转成本。通过严格的内控制度管理，公司门店的现金收入真实，核算准确，资金安全。

门店使用用友 NC 系统中零售端模块，门店销售人员在客户购货付款时，于用友 NC 系统中创建销售订单并填写销售价格与销售数量及收款方式，系统自动生成收款单；由门店财务人员审核收款单并由销售人员审核销售订单，系统自动生成出库单。每日门店销售日结后，NC 系统零售端数据与财务模块数据对接，生成财务凭证。门店每日汇总当日销售记录形成日报表，每月总部专人专岗核对门店销售数据、收款数据与财务数据。

立信 IT 审计会计师对于发行人报告期内使用商品管理系统与 NC 系统设计与执行

情况出具 IT 审计报告，认为：“公司的系统开发与变更、运维、安全等主要内控流程记录完整，公司各项业务相关系统可有效防范数据篡改风险，IT 内控执行基本有效。基于执行的核查工作，我们未发现公司信息系统存在重大异常，未发现虚假交易等异常现象；核对的数据未对财务报表数据造成影响。”

3）门店总监不定期巡店，检查门店销售及库存情况并每月对门店存货进行抽盘，总部财务每半年参与门店存货盘点，盘点形成存货盘点表，将盘点结果上报至总公司报相关部门审批，根据盘点数据调整系统库存数据，以保证账实相符。财务部根据盘点数据及期间销售数据出具盘点损耗表，进行账务处理。

②费用方面

发行人制定了《财务管理制度》《借支与费用报销管理制度》等，对于费用支出审批流程做出具体规范。发行人自营门店属于销售机构，无管理费用与研发费用支出，期间费用仅包含销售费用和财务费用。其中销售费用主要为职工薪酬、房屋租赁费；财务费用主要为手续费，金额较小。上述费用支出发生时，依据公司内部制度要求完成审批流程后，财务进行账务处理。

综上，发行人制定了完善的内部控制制度，保证自营门店收入、存货、费用核算真实、完整。立信会计师就发行人内部控制设计及执行情况出具信会师报字【2020】第 ZA14958 号《内部控制鉴证报告》，认为：“贵公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2019 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表有关的有效的内部控制”，出具信会师报字【2021】第 ZA 10941 号《内部控制鉴证报告》，认为：“贵公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表有关的有效的内部控制”。

在发行人采取措施加强内控后，2018 年、2019 年、2020 年发行人不存在体外资金循环的情况。

此外，2018 年以来相关主体依法按时申报且已足额缴纳各项应缴税款，依据相关税务主管机关出具的合规证明，报告期内发行人不存在拖欠、漏缴或偷逃税款以及其他违反税收法律、法规和规范性文件的情形，亦不存在因税务问题而受到行政处罚的情形。

经核查，保荐机构认为，发行人线下直营门店在日常经营过程中现金收款存在商业合理性，2018 年至 2020 年现金收款金额及占营业收入比重逐年下降；截至 2020 年 12

月 31 日，现金交易内部控制已有效执行。

（6）主营业务收入季节性波动情况

报告期内，公司主营业务收入季节性波动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	57,625.64	24.80%	29,813.75	20.47%	24,900.95	23.00%
第二季度	63,863.81	27.48%	35,915.10	24.66%	27,365.75	25.27%
第三季度	49,914.87	21.48%	37,355.76	25.65%	25,682.24	23.72%
第四季度	60,955.51	26.23%	42,539.48	29.21%	30,330.04	28.01%
合计	**232,359.83**	**100.00%**	**145,624.09**	**100.00%**	**108,278.98**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入按照季度划分来看，第一季度主营业务收入较低，第四季度收入占比较高，主要原因系一季度受农历新年的影响销售有所下降，中国互联网电商平台开展的“双十一”、“双十二”电商大促活动主要集中在第四季度所致。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	123,555.82	97.85%	89,910.35	99.74%	68,549.43	99.82%
其他业务成本	2,715.24	2.15%	237.05	0.26%	124.47	0.18%
合计	**126,271.06**	**100.00%**	**90,147.40**	**100.00%**	**68,673.90**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本主要由主营业务成本构成。

2、主营业务成本按产品类别构成

报告期内，公司主营业务成本按产品类别构成情况如下：

单位：万元

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
健康监测	40,788.28	33.01%	24,641.40	27.41%	23,099.88	33.70%

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
康复辅具	19,405.92	15.71%	21,816.97	24.27%	17,756.20	25.90%
医疗护理	39,885.90	32.28%	17,244.42	19.18%	9,921.83	14.47%
中医理疗	11,048.95	8.94%	13,286.09	14.78%	7,896.06	11.52%
呼吸支持	9,478.43	7.67%	12,139.48	13.50%	9,179.26	13.39%
其他	2,948.34	2.39%	781.99	0.87%	696.19	1.02%
合计	**123,555.82**	**100.00%**	**89,910.35**	**100.00%**	**68,549.43**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本按产品类别构成及变动趋势与主营业务收入基本一致。

3、主营业务成本明细情况

报告期内，公司主营业务成本明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有品牌自产产品：						
直接材料	49,259.83	39.87%	19,801.27	22.02%	12,851.66	18.75%
直接人工	5,807.01	4.70%	1,287.50	1.43%	682.94	1.00%
制造费用	3,209.11	2.60%	922.36	1.03%	633.51	0.92%
委托加工费	323.31	0.26%	127.76	0.14%	2.94	0.00%
小计	**58,599.26**	**47.43%**	**22,138.88**	**24.62%**	**14,171.05**	**20.67%**
外购产成品：						
外购自有品牌产品	38,390.58	31.07%	38,354.84	42.66%	30,102.66	43.91%
外购代理品牌产品	26,565.98	21.50%	29,416.63	32.72%	24,275.71	35.41%
小计	64,956.56	52.57%	**67,771.47**	**75.38%**	**54,378.37**	**79.33%**
合计	**123,555.82**	**100.00%**	**89,910.35**	**100.00%**	**68,549.43**	**100.00%**

报告期内，公司的成本由自产产品生产成本、外购自有品牌产品成本、外购代理产品成本构成。由于公司销售产品品类众多，外购产成品较多，报告期内受业务快速增长的影响，其成本规模呈上升趋势。

自产产品中，直接材料占比较高，主要包括电子元器件、结构部件、塑料件、包装材料、缝制/纺织类部件等，价格变化对自产产品成本影响较大。随着生产规模的扩大和工资水平的提高，公司的直接人工成本有所增长；固定资产投资规模扩大，折旧费用

增加，制造费用金额亦逐年增加。

（1）直接材料

自产产品中直接材料占比较高，这与发行人生产模式一致。报告期内，发行人主要自产产品为血压计、护理床、助听器、助行器、雾化器、鼻腔护理、刮痧板、拔罐器、口罩、手套以及体温计。发行人自主生产的产品部件主要为电路板、臂/腕带、床架/护栏、口罩以及部分注塑件，其余产品零部件均通过外购获得，自产零部件占自产产品生产总耗用比例较低。发行人生产工艺流程较为简易，以对自产产品零部件或外购零部件进行组装为主，因此直接材料占比高、直接人工和制造费用占比低具有合理性。

（2）生产成本中的制造费用构成及变动

单位：万元

主要项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,261.50	25.29%	514.61	31.58%	298.15	30.76%
委外加工费	422.49	8.47%	149.68	9.18%	2.94	0.30%
物料消耗	1,171.24	23.48%	164.02	10.06%	127.21	13.12%
租赁费	679.93	13.63%	386.95	23.74%	295.85	30.52%
折旧及摊销	840.55	16.85%	208.68	12.80%	82.61	8.52%
运输费	69.09	1.39%	4.69	0.29%	31.29	3.23%
水电费	320.82	6.43%	155.36	9.53%	81.75	8.43%
喷涂费	0.00	0.00%	0.00	0.00%	20.99	2.17%
其他费用	221.86	4.45%	45.69	2.80%	28.58	2.95%
合计	**4,987.48**	**100.00%**	**1,629.69**	**100.00%**	**969.35**	**100.00%**

报告期内，发行人制造费用主要包括职工薪酬、委外加工费、物料消耗、租赁费、折旧及摊销、水电费等费用。随着发行人自主生产的产品零部件种类及整体自产产品的组装产量逐步上升，各期制造费用的整体规模也相应增加。

1）委托加工费

委外加工费从2018年至2019年有较大增幅，主要系部分血压计和助听器的电路板贴片工序从2018年12月开始委外加工生产，2020年度委外加工生产继续扩大。

2）物料消耗

物料消耗的逐年增长主要系发行人自产产品产量逐年增加导致生产辅料、生产工具

的耗用增加。

3）租赁费

租赁费逐年在增长，但2020年占制造费用比重有所减少，主要原因系委托加工费、物料消耗等其他制造费用增长幅度要远大于租赁费增长幅度。

4）运输费

运输费在2019至2020年波动较大原因：发行人采购原材料通常是由供应商承担运费的，仅有少量物资由于特殊原因需自行承担材料运输费用。2020年，发行人大量采购抗疫物资等紧俏商品的原材料，并承担相关运费，导致当期采购材料运输费用大幅增加。

5）喷涂费

喷涂费从2019年开始无发生额，主要系发行人自产护理床的结构部件需要喷涂表面防锈油漆，相关工艺在2018年度实现了完全自主加工，因此2019年度、2020年没有相关费用的发生。

6）水电费

电费为发行人报告期内主要耗用能源。报告期电力采购情况如下：

种类	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电	金额（万元）	349.90	166.92	80.56
	平均单价（元/度）	0.87	1.08	1.09
	数量（万度）	402.34	154.25	73.86
	其中：主要产品耗用	322.22	109.64	64.41
	其他生产耗用	80.12	44.61	9.45
	市场电价（元/度）	0.80（注）		

注：根据网络查询自 2015 年 4 月 20 日起执行的湖南省电价，其中一般工商业及其他用电的各压力段定价的算术平均值为 0.80 元/度。

报告期内，公司购电用电量都快速增长，公司电量采购单价逐年降低，2018 年至 2020 年采购单价与市场价格较为接近。

发行人主要能源耗用为生产车间消耗的电能。报告期内，各类产品产量、单位产量对应的能源耗用和能源价格具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
血压计			
产量（万台）	179.73	131.16	150.92

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
耗电数量（万度）	39.78	25.92	29.46
单位耗电量（度/台）	0.22	0.20	0.20
单位产量能源价格(元/台)	0.19	0.21	0.21
护理床			
产量（万张）	3.30	3.26	2.33
耗电数量（万度）	62.26	53.46	33.45
单位耗电量（度/张）	18.89	16.41	14.34
单位产量能源价格(元/张)	16.43	17.71	15.65
助听器			
产量（万台）	9.94	62.43	0.92
耗电数量（万度）	3.64	25.61	1.50
单位耗电量（度/台）	0.37	0.41	1.63
单位产量能源价格(元/台)	0.32	0.44	1.78
体温计			
产量（万台）	593.27	52.20	-
耗电数量（万度）	61.14	4.41	-
单位耗电量（度/台）	0.10	0.08	-
单位产量能源价格(元/台)	0.09	0.09	-
雾化器			
产量（万台）	22.61	23.54	-
耗电数量（万度）	0.22	0.25	-
单位耗电量（度/台）	0.01	0.01	-
单位产量能源价格(元/台)	0.01	0.01	-
口罩			
产量（百万只）	624.66	0.16	-
耗电数量（万度）	155.18	-	-
单位耗电量（度/百只）	0.25	-	-
单位产量能源价格(元/百只)	0.22	-	-

注：单位产量能源价格=单位耗电量*平均单价

主要自产产品中，血压计、护理床、助听器、体温计、雾化器以及口罩的生产需要消耗电能，而其余产品如助行器、刮痧板、拔罐器、手套等产品仅有拆分后再人工包装工艺，基本不消耗电能。

整体来看，公司电能消耗情况与实际生产情况相匹配，个别产品单位耗电量随设备

产能利用率、自产零部件比例等因素略有波动：

血压计 2020 年单位耗电量略有上升，但由于单位电价下降导致单位产量能源价格略有下降，主要系 2020 年下半年公司提升了体温计产品零部件中电路板的自制比率，减少了对委外加工的依赖程度；由于公司 2018 年度刚刚开始试产助听器，相关工艺尚不成熟，且产量较少，因此单位耗电量较高；

2019 年自产少量口罩主要是采购成品进行简单包装，基本不消耗电能。

发行人自产产品单位产量对应的能源价格在报告期内不存在异常变动。

（3）直接人工

①报告期发行人自产产品人工工时与产量匹配性

由于发行人各期自产产品结构不同，且各产品人工工时差异大，各期总人工工时与产量没有可比性，所以选取报告期主要产品（生产成本占比80%以上）人工工时与产量做比对，各期产量、人工工时及比对情况如下：

序号	产品	2020 年		
		产量	人工工时（万小时）	单位人工工时（小时）
1	体温计（万台）	593.27	92.66	0.16
2	血压计（万台）	179.73	31.20	0.17
3	口罩（万盒）	5,285.58	44.65	0.01
4	手套（万盒）	162.78	2.64	0.02
5	助行器（万台）	35.10	1.92	0.05
6	雾化器（万台）	22.61	3.36	0.15
7	护理床（万张）	3.30	17.16	5.21
8	坐厕椅（万张）	18.55	1.68	0.09
9	拔罐器（万套/个）	58.76	1.44	0.02
10	鼻腔护理（万盒、万瓶）	81.46	0.72	0.01
11	助听器（万个）	9.94	3.36	0.34
12	刮痧板（万片）	18.43	0.72	0.04
序号	**产品**	**2019 年**		
		产量	**人工工时（万小时）**	**单位人工工时（小时）**
1	体温计（万台）	52.20	8.50	0.16
2	血压计（万台）	131.16	22.18	0.17
3	口罩（万盒）	16.00	0.09	0.01

4	手套（万盒）	-	-	-
5	助行器（万台）	33.20	1.89	0.06
6	雾化器（万台）	23.54	3.30	0.14
7	护理床（万张）	3.26	16.76	5.14
8	坐厕椅（万张）	22.55	1.89	0.08
9	拔罐器（万套/个）	139.04	3.07	0.02
10	鼻腔护理（万盒、万瓶）	463.96	4.25	0.01
11	助听器（万个）	62.43	20.71	0.33
12	刮痧板（万片）	84.59	3.07	0.04
序号	**产品**	**2018 年**		
		产量	**人工工时（万小时）**	**单位人工工时（小时）**
1	体温计（万台）	-	-	-
2	血压计（万台）	150.92	25.22	0.17
3	口罩（万盒）	-	-	-
4	手套（万盒）	-	-	-
5	助行器（万台）	25.08	1.42	0.06
6	雾化器（万台）	-	-	-
7	护理床（万张）	2.33	12.27	5.26
8	坐厕椅（万张）	11.35	0.94	0.08
9	拔罐器（万套/个）	114.97	3.07	0.03
10	鼻腔护理（万盒、万瓶）	113.16	1.42	0.01
11	助听器（万个）	0.92	0.71	0.77
12	刮痧板（万片）	31.28	1.18	0.04

②报告期内发行人主要自产产品单位人工工时变动情况

报告期内，除2018年助听器单位人工工时相比其他期间差异较大外，发行人其他产品各期单位人工工时相对较稳定；2018年助听器单位人工工时较长是由于产品生产环节主要是人工参与，操作要求精度高，需经长时间培训，前期生产人员熟练程度低，产品合格率低，导致合格品单位人工工时较长。

具体情况如下：

序号	**产品**	**单位人工工时（小时）**		
		2020 年	**2019 年**	**2018 年**
1	体温计（台）	0.16	0.16	-

序号	产品	单位人工工时（小时）		
		2020 年	2019 年	2018 年
2	血压计（台）	0.17	0.17	0.17
3	口罩（盒）	0.01	0.01	-
4	手套（盒）	0.02	-	-
5	助行器（台）	0.05	0.06	0.06
6	雾化器（台）	0.15	0.14	-
7	护理床（张）	5.21	5.14	5.26
8	坐厕椅（张）	0.09	0.08	0.08
9	拔罐器（套/个）	0.02	0.02	0.03
10	鼻腔护理（盒、瓶）	0.01	0.01	0.01
11	助听器（个）	0.34	0.33	0.77
12	刮痧板（片）	0.04	0.04	0.04

注：发行人的生产线属于柔性化生产线，对于不同产品，生产人员存在共用情况，不同生产人员的熟练程度不同，不同人员同等工时的实际生产能力也有所差异。

综上所述，报告期内，发行人主要产品人工工时与产量基本匹配，符合公司实际生产情况。

③发行人各期生产工人工资与当地平均工资水平对比情况及生产工时情况如下：

报告期内，发行人 2018 年生产工人年平均工资基本与当地工资水平持平，2019 年生产工人年均工资均高于当地工资水平，各期平均工资均有一定幅度增长，主要是正常工资上调和全年人均工时增加导致，同时 2020 年受疫情影响，为满足疫情产品的供应，发行人增加了疫情产品生产时长并提高了疫情期间上班、加班补贴标准。具体情况如下：

序号	项目	2020 年	2019 年	2018 年
1	生产工人当期工资（万元）	5,351.75	1,987.22	868.88
2	生产工人平均人数（人）	826.00	392.00	205.00
3	生产工人年平均工资（万元/人）	6.48	5.07	4.24
4	湖南省城镇私营单位平均工资（万元/人）	-	4.20	4.02
5	与湖南省平均工资水平对比（注）	-	1.21	1.05

注：报告期内公司主要生产场所分布在湖南省长沙市、岳阳市及广东省珠海市，公司于2020年6月1日完成对珠海橡果的收购，截至2020年底，珠海橡果生产工人10人，因此选取湖南省城镇私营单位平均工资作为对比。与湖南省平均工资水平对比=生产工人年平均工资/湖南省城镇私营单位平均工资。

报告期年度生产工人工资均有一定幅度提升，使 2018 年至 2020 年生产工人年平均工资与单位工人生产工时变动趋势基本一致。具体情况如下：

序号	项目	2020 年	2019 年	2018 年
1	生产工人生产总工时（万小时）	219.39	94.81	51.18
2	生产工人平均人数（人）	826.00	392.00	205.00
3	单位工人生产工时（小时/年）	2,656.07	2,418.70	2,496.71
4	单位工时工资（元/小时）	29.07	20.96	16.98

注 1:生产工人平均人数是各期各月生产工人人数的算术平均数，包含正式员工、劳务派遣、劳务外包人员；
注 2：2018 年、2019 年城镇私营单位平均工资取湖南省统计局公布的平均工资数；

综上所述，报告期内，发行人生产工人平均工资公允且其变动符合公司实际情况，具有合理性。

（三）毛利及毛利率变动分析

1、毛利分析

报告期内，公司毛利构成如下：

单位：万元

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	**108,804.00**	**97.80%**	**55,713.74**	**99.39%**	**39,729.55**	**99.24%**
其中：						
健康监测	36,864.39	33.14%	15,564.66	27.77%	17,387.95	43.43%
康复辅具	9,938.96	8.93%	10,307.95	18.39%	7,022.69	17.54%
医疗护理	44,999.77	40.45%	12,873.49	22.97%	6,622.92	16.54%
中医理疗	7,413.39	6.66%	9,471.20	16.90%	4,030.75	10.07%
呼吸支持	6,310.39	5.67%	6,751.69	12.04%	4,313.70	10.78%
其他	3,277.11	2.95%	744.74	1.33%	351.54	0.88%
其他业务毛利	**2,451.01**	**2.20%**	**341.81**	**0.61%**	**304.67**	**0.76%**
综合毛利	**111,255.01**	**100.00%**	**56,055.55**	**100.00%**	**40,034.22**	**100.00%**

报告期内，综合毛利主要来自于主营业务毛利。随着主营业务收入的快速增长，主营业务毛利稳步增加。

其他业务毛利方面，发行人与阿里健康大药房关于 T-mall 可孚医疗器械旗舰店所开展的代运营与直发业务合作模式系 2018 年开展，2018 年发行人共计获得 64.96 万元代运营服务费收入以及 74.24 万元运营奖励收入；2020 年新增仓储配送业务，带来毛利金额的上升。

报告期内，公司主营业务毛利主要来自健康监测、康复辅具、医疗护理、呼吸支持、

中医理疗五大类产品。医疗护理类产品毛利金额及占比迅速增加。2018 年、2019 年、2020 年，产品毛利合计占主营业务毛利比重分别为 16.67%、23.11%、41.36%。

2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司主营业务毛利率情况如下：

毛利率	2020 年	2019 年	2018 年
主营业务毛利率	**46.83%**	**38.26%**	**36.69%**
其中：健康监测	47.47%	38.71%	42.95%
康复辅具	33.87%	32.09%	28.34%
医疗护理	53.01%	42.74%	40.03%
中医理疗	40.15%	41.62%	33.80%
呼吸支持	39.97%	35.74%	31.97%
其他类	52.64%	48.78%	33.55%

综合来看，报告期内，公司主营业务毛利率逐年提升。2020 年主营业务毛利率较 2019 年上升了 8.57%，2019 年主营业务毛利率较 2018 年上升 1.57%，其中健康监测类产品 2019 年毛利率较 2018 年下降 4.24%，中医理疗类产品 2020 年毛利率较 2019 年下降 1.47%，其他四大品类产品毛利率均保持上升态势。2020 年，新冠疫情突发，发行人迅速组织体温计、医用口罩、消毒产品等防疫物资类产品的规模化生产，健康监测类产品、医疗护理类产品毛利率快速提升，整体带动主营业务毛利率提升。

报告期内，公司主营业务按产品类别分类毛利率贡献情况如下：

主营业务毛利率						
2020 年	毛利率	收入占比	毛利率贡献	毛利率贡献变动	其中：	
	8	9	10=8*9	11=10-6	毛利率变动的影响	收入占比变动的影响
健康监测	47.47%	33.42%	15.87%	5.18%	2.93%	2.25%
康复辅具	33.87%	12.63%	4.28%	-2.80%	0.23%	-3.03%
医疗护理	53.01%	36.53%	19.37%	10.53%	3.75%	6.77%
中医理疗	40.15%	7.95%	3.19%	-3.31%	-0.12%	-3.20%
呼吸支持	39.97%	6.79%	2.72%	-1.92%	0.29%	-2.21%
其他	52.64%	2.68%	1.41%	0.90%	0.10%	0.80%
主营业务毛利率	46.83%	100.00%	46.83%	8.57%	7.18%	1.39%

2019 年	毛利率	收入占比	毛利率贡献	毛利率贡献变动	其中：	
	4	5	6=4*5	7=6-3	毛利率变动的影响	收入占比变动的影响
健康监测	38.71%	27.61%	10.69%	-5.37%	-1.17%	-4.20%
康复辅具	32.09%	22.06%	7.08%	0.59%	0.83%	-0.23%
医疗护理	42.74%	20.68%	8.84%	2.72%	0.56%	2.16%
中医理疗	41.62%	15.63%	6.50%	2.78%	1.22%	1.56%
呼吸支持	35.74%	12.97%	4.64%	0.65%	0.49%	0.16%
其他	48.78%	1.05%	0.51%	0.19%	0.16%	0.03%
主营业务毛利率	**38.26%**	**100.00%**	**38.26%**	**1.57%**	**2.09%**	**-0.52%**
2018 年	**毛利率**	**收入占比**	**毛利率贡献**	**毛利率贡献变动**	**其中：**	
	1	**2**	**3=1*2**	**-**	**毛利率变动的影响**	**收入占比变动的影响**
健康监测	42.95%	37.39%	16.06%	-	-	-
康复辅具	28.34%	22.88%	6.49%	-	-	-
医疗护理	40.03%	15.28%	6.12%	-	-	-
中医理疗	33.80%	11.01%	3.72%	-	-	-
呼吸支持	31.97%	12.46%	3.98%	-	-	-
其他	33.55%	0.97%	0.32%	-	-	-
主营业务毛利率	**36.69%**	**100.00%**	**36.69%**	-	-	-

总体来看，报告期内 2018 年至 2019 年，公司主营业务毛利率上升主要原因系一方面受益于五大类产品的毛利率提升，另一方面产品结构角度，医疗护理、中医理疗、呼吸支持三大品类毛利率提升较快的产品，其收入占主营业务收入比重不断提升。

2020 年，健康监测及医疗护理类产品毛利率大幅上升，主营业务毛利率整体呈上升趋势，一方面系发行人迅速扩大红外线体温计、口罩、消毒类产品等防疫物资的规模化生产，使得健康监测类产品、医疗护理类产品销售规模增加、毛利率快速提升；另一方面，发行人依托品牌优势、产品优势、渠道优势，保持了非疫情类商品毛利率基本稳定，保持整体主营业务毛利率提升。

2020 年上半年、2020 年全年主要防疫产品和非防疫产品分类的收入、毛利润、毛利率及同比变动情况如下表所示：

单位：万元

产品类别	产品名称	2020 年 1-6 月						2020 年					
		销售金额		毛利额		毛利率		销售金额		毛利额		毛利率	
		金额	增幅	金额	增幅	比率	变动	金额	增幅	金额	增幅	比率	变动
防疫物资													
健康监测	体温计	32,896.50	635.51%	18,047.59	858.41%	54.86%	12.76%	45,975.84	408.48%	24,116.77	552.65%	52.46%	11.59%
医疗护理	口罩/手套	18,685.16	556.47%	10,956.84	644.04%	58.64%	6.90%	46,641.08	644.87%	25,613.33	694.45%	54.92%	3.43%
	消毒产品	7,848.19	395.19%	5,675.34	589.95%	72.31%	20.41%	12,384.12	205.19%	7,918.62	283.34%	63.94%	13.04%
小计		**59,429.85**	**567.47%**	**34,679.77**	**730.01%**	**58.35%**	**11.43%**	105,001.04	442.33%	57,648.72	541.62%	54.90%	8.50%
非防疫物资													
健康监测	血糖监测系列	5,980.49	-5.37%	1,904.77	-22.33%	31.85%	-6.95%	12,584.79	-5.27%	4,471.48	-10.05%	35.53%	-1.89%
	血压计	7,594.13	7.57%	3,697.27	33.94%	48.69%	9.59%	14,701.01	5.68%	6,363.41	18.08%	43.29%	4.55%
康复辅具	轮椅	3,704.87	-31.81%	644.17	-44.91%	17.39%	-4.13%	7,762.77	-28.89%	1,279.84	-41.61%	16.49%	-3.59%
	助行器	1,887.14	-0.14%	543.11	-4.22%	28.78%	-1.23%	3,852.20	-1.49%	919.68	-21.25%	23.87%	-5.99%
	助听器	2,198.89	42.23%	1,337.05	124.63%	60.81%	22.30%	4,923.97	20.49%	2,925.16	47.88%	59.41%	11.01%
	护理床	1,302.22	-30.47%	348.78	-13.64%	26.78%	5.22%	3,545.05	5.71%	795.80	0.41%	22.45%	-1.18%
医疗护理	棉球/棉签/棉片类	1,308.67	30.30%	611.74	62.70%	46.75%	9.31%	3,028.64	27.14%	1,485.10	66.50%	49.04%	11.59%
	敷贴/敷料类	4,625.32	230.44%	1,895.34	242.28%	40.98%	1.42%	9,984.23	34.41%	4,271.26	61.04%	42.78%	7.07%
	艾叶及制成品	1,328.96	-2.36%	691.47	3.70%	52.03%	3.04%	2,154.67	-30.00%	1,135.62	-24.36%	52.70%	3.93%
中医理疗	理疗仪	3,540.33	24.82%	1,129.31	44.02%	31.90%	4.25%	7,090.22	-2.16%	2,277.71	4.91%	32.12%	2.16%
	温灸产品	809.71	15.66%	521.30	17.83%	64.38%	1.18%	1,303.12	-47.69%	823.83	-50.98%	63.22%	-4.23%
	拔罐器	502.61	-53.81%	178.62	-56.62%	35.54%	-2.30%	1,000.83	-52.62%	352.35	-55.09%	35.21%	-1.94%

产品类别	产品名称	2020 年 1-6 月						2020 年					
		销售金额		毛利额		毛利率		销售金额		毛利额		毛利率	
		金额	增幅	金额	增幅	比率	变动	金额	增幅	金额	增幅	比率	变动
呼吸支持	制氧机	1,612.13	-36.74%	457.44	-20.27%	28.37%	5.86%	2,893.00	-38.14%	729.04	-27.85%	25.20%	3.59%
	呼吸机	2,436.58	-12.61%	1,051.98	-3.79%	43.17%	3.96%	5,359.67	-0.60%	2,256.18	8.63%	42.10%	3.58%
	鼻腔护理	1,325.62	7.49%	929.25	19.72%	70.10%	7.16%	2,585.87	-8.90%	1,785.13	-2.94%	69.03%	4.24%
小计		**40,157.65**	**2.76%**	**15,941.60**	**16.99%**	**39.70%**	**4.83%**	82,770.05	-4.98%	31,871.59	2.49%	38.51%	2.80%

疫情背景下，体温计、口罩/手套、消毒产品三种防疫物资在 2020 年 1-6 月、2020 年全年，较 2019 年同期销售收入、毛利率与毛利率均呈现增长趋势；主要产品中非防疫物资类产品 2020 年 1-6 月、2020 年全年销售收入、毛利额及毛利率亦相较于 2019 年同期有所增长。

3、分产品毛利率分析

（1）健康监测

健康监测产品为家用医疗器械领域销量较大、市场规模较大的产品品类。平价产品基本功能齐备、生产工艺较为成熟，销售单价较低，市场需求广阔；该类产品市场供应商较多，产品质量与品控参差不齐，竞争较为激烈。高端产品具有较高的销售价格及较高品牌溢价，主要面向购买力较强的消费者群体。报告期内，血压计、体温计公司均已实现规模化自主生产，销售产品品牌结构中均以自有品牌自产为主。

报告期内，健康监测主要产品收入毛利率情况如下：

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
健康监测	33.42%	47.47%	**27.61%**	**38.71%**	**37.39%**	**42.95%**
其中：血压计	6.33%	43.29%	9.55%	38.74%	13.04%	42.25%
血糖监测系列	5.42%	35.53%	9.12%	37.42%	13.22%	45.16%
体温计	19.79%	52.46%	6.21%	40.87%	8.08%	43.46%

报告期内，血压计、血糖试纸、体温计销量、销售单价以及单位成本情况如下：

产品名称	2020 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	增幅	金额（元）	增幅	金额（元）	增幅
血压计	169.98	10.20%	86.48	-4.10%	49.05	-11.22%
血糖监测系列	345.29	-12.89%	36.45	8.76%	23.50	12.05%
体温计	788.29	55.46%	58.32	227.11%	27.73	163.09%
产品名称	**2019 年**					
	销量		**销售单价**		**单位成本**	
	数量（万）	**增幅**	**金额（元）**	**增幅**	**金额（元）**	**增幅**
血压计	154.25	-2.18%	90.18	0.70%	55.25	6.82%
血糖监测系列	396.37	-5.99%	33.51	-1.26%	20.97	12.68%

体温计	507.07	14.02%	17.83	-9.36%	10.54	-5.20%

产品名称	2018 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	增幅	金额（元）	增幅	金额（元）	增幅
血压计	157.69	-	89.55	-	51.72	-
血糖监测系列	421.62	-	33.94	-	18.61	-
体温计	444.73	-	19.67	-	11.12	-

整体来看，2019 年健康监测产品毛利率较 2018 年下降 4.24 个百分点，主要原因系血压计、血糖监测系列以及体温计传统产品市场竞争更加激烈，毛利率均有所下降；2020 年健康监测产品毛利率较 2019 年上升 8.76 个百分点，主要系血压计产品结构发生变化，毛利率有所波动，以及受疫情影响体温计产品毛利率提升及其收入占比大幅上升所致。具体情况如下：

1）血压计

报告期内血压计产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
血压计	100.00%	86.48	49.05	43.29%	100.00%	90.18	55.25	38.74%
代理品牌	14.39%	216.18	180.06	16.71%	22.66%	196.88	161.44	18.00%
自有品牌外购	1.09%	125.96	75.10	40.37%	1.32%	104.62	53.81	48.56%
自有品牌自产	84.52%	78.18	40.77	47.85%	76.02%	77.48	42.81	44.75%

产品类别	2018 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
血压计	100.00%	89.55	51.72	42.25%
代理品牌	20.94%	194.42	156.75	19.38%
自有品牌外购	1.88%	95.94	51.17	46.66%
自有品牌自产	77.18%	78.01	40.29	48.35%

2018 年、2019 年、2020 年，血压计产品毛利率分别为 42.25%、38.74%、43.29%。

报告期内，血压计产品以自主生产为主。2018 年、2019 年、2020 年，血压计自产产品销售收入占血压计产品收入比重分别为 77.18%、76.02%、84.52%。产品定位方面，公司坚持以自有品牌、自主生产为主，自有品牌外购产品为补充；代理品牌产品主要为

国际知名品牌欧姆龙血压计，丰富产品品牌类别，满足不同消费者需求。产品定价方面，报告期内自有品牌产品销售价格低于代理品牌，主要原因系欧姆龙为全球知名的血压计制造商，技术较为先进，产品具有较高的品牌溢价；自有品牌外购产品中主要为可孚臂式电子血压计产品（配适配器），销售单价较高；代理品牌产品主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面，报告期内代理品牌产品毛利率最低，主要原因系发行人为代理品牌渠道商，毛利率取决于买卖差价。毛利率变动情况具体如下：

2019 年，血压计产品毛利率相较于 2018 年下降 3.51 个百分点，主要原因系为进一步提升用户体验，公司提升了血压计产品配置与性能，单位成本有所提升。

2020 年，血压计产品毛利率较 2019 年上升 4.55 个百分点，主要原因系销售毛利率较高的自有品牌自产产品销售收入占比提升所致。

2）血糖监测系列

报告期内血糖监测系列产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
血糖监测系列	100.00%	36.45	23.50	35.53%	100.00%	33.51	20.97	37.42%
代理品牌	39.49%	59.48	44.68	24.89%	26.40%	47.21	33.78	28.44%
自有品牌外购	60.27%	29.00	16.70	42.44%	71.17%	31.11	18.51	40.51%
自有品牌自产	0.24%	126.44	60.94	51.81%	2.42%	17.75	9.85	44.48%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
血糖监测系列	100.00%	33.94	18.61	45.16%				
代理品牌	21.11%	43.54	26.78	38.48%				
自有品牌外购	78.84%	32.03	16.96	47.05%				
自有品牌自产	0.05%	404.19	817.32	-102.21%				

2018 年、2019 年、2020 年，血糖监测类产品毛利率分别为 45.16%、37.42%、35.53%。

血糖监测系列产品主要为血糖仪及血糖试纸。报告期内，公司血糖监测系列产品以自有品牌外购产品为主，2018 年、2019 年、2020 年，其销售收入占血糖监测系列收入比重分别为 78.84%、71.17%、60.27%。产品定位方面，血糖仪产品市场需求广阔，且

血糖仪与血糖试纸需就品牌、型号对应匹配，具有较高的消费者粘性。发行人血糖监测系列产品在测量准确度等性能上具备一定竞争力；代理品牌产品包含国内外知名品牌，能够满足不同消费者购买需求。产品定价方面，报告期内，公司代理品牌产品主要为罗氏、艾科、拜安康、青岛厚美德、三诺等，其中罗氏、艾科、拜安康三者均为国际知名品牌，销售单价较高；自有品牌产品销售单价低于代理品牌，具备高性价比优势。毛利率方面，报告期内代理品牌毛利率取决于买卖差价，低于自有品牌产品。毛利率变动情况具体如下：

2019 年血糖监测系列产品毛利率较 2018 年下降 7.74 个百分点，主要原因系为进一步提升用户体验，升级血糖仪与试纸套装组合，单位成本有所提升。

2020 年血糖监测系列产品毛利率较 2019 年下降 1.89 个百分点，主要原因系销售毛利率相对较低的代理品牌产品销售收入占比有所提升。

3）体温计

报告期内体温计产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
体温计	100.00%	58.32	27.73	52.46%	100.00%	17.83	10.54	40.87%
代理品牌	1.74%	16.97	7.89	53.52%	4.15%	5.29	4.06	23.23%
自有品牌外购	6.19%	13.78	5.96	56.73%	89.70%	20.44	11.78	42.36%
自有品牌自产	92.07%	79.18	37.89	52.15%	6.15%	14.17	9.78	30.95%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
体温计	100.00%	19.67	11.12	43.46%				
代理品牌	5.16%	4.21	3.34	20.77%				
自有品牌外购	94.84%	24.59	13.60	44.70%				

2018 年、2019 年、2020 年，体温计产品毛利率分别为 43.46%、40.87%、52.46%。

报告期 2018 年至 2019 年内，体温计产品销售以自有品牌外购为主。2018 年、2019 年、2020 年，自有品牌外购产品占体温计产品销售收入的比重分别为 94.84%、89.70%、6.19%。2020 年新冠疫情期间，发行人迅速实现红外线体温计的规模化生产，自有品牌

自产产品销售收入占比超过 90.00%。产品定位方面，发行人自有品牌体温计产品测量精确、质量稳定、品控严格，凭借疫情期间的高效应对，进一步扩大了公司品牌影响力；代理品牌产品主要为玻璃体温计与接触式电子体温计。产品定价方面，发行人自有品牌自产体温计产品同等性能基础上，参考成本与毛利率水平，定价相较于其他品牌价格具有一定优势；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：报告期内代理品牌产品毛利率低于自有品牌产品，一方面系产品结构差异所致，红外线体温计产品毛利率高于其他两类产品，而代理品牌产品主要为玻璃体温计与接触式电子体温计，自有品牌产品主要为红外线体温计；另一方面，发行人为代理品牌渠道商，毛利率主要取决于买卖差价。毛利率变动情况具体如下：

2018 年公司体温计产品开始自主生产，2019 年自产体温计产品销售收入占体温计产品销售收入比重为 6.15%。2019 年毛利率较 2018 年略有下降，主要为公司体温计产品规格较多，产品销售结构变化所致。

2020 年体温计毛利率较 2019 年上升 11.59 个百分点，主要原因系受疫情影响，体温计产品供不应求，销售单价较 2019 年提升。

（2）康复辅具

康复辅具产品为家用医疗器械领域市场规模较大的产品品类之一。平价产品基本功能齐备，市场需求广阔。高端产品功能更加丰富，销售价格较高，主要面向购买力较高的用户群体。报告期内，助听器、助行器、护理床产品，公司均已实现规模化自产，销售产品均以自有品牌自产为主。

报告期内，康复辅具主要产品毛利率情况如下：

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
康复辅具	12.63%	33.87%	22.06%	32.09%	22.88%	28.34%
其中：轮椅	3.34%	16.49%	7.50%	20.08%	9.39%	19.92%
助听器	2.12%	59.41%	2.81%	48.40%	1.85%	50.75%
助行器	1.66%	23.87%	2.69%	29.86%	2.45%	33.61%
护理床	1.53%	22.45%	2.30%	23.63%	2.00%	17.84%

报告期内，轮椅、助听器、助行器、护理床销量、销售单价及单位成本情况如下：

产品名称	2020 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	增幅	金额（元）	增幅	金额（元）	增幅
轮椅	14.72	-23.13%	527.36	-7.51%	440.42	-3.36%
助听器	33.98	-11.42%	144.90	36.02%	58.82	7.01%
助行器	36.69	3.36%	104.99	-4.71%	79.92	3.43%
护理床	3.14	-1.43%	1,127.45	7.10%	874.36	8.76%
产品名称	2019 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	增幅	金额（元）	增幅	金额（元）	增幅
轮椅	19.15	4.43%	570.19	2.85%	455.71	2.64%
助听器	38.36	247.36%	106.53	-41.36%	54.97	-38.56%
助行器	35.50	42.01%	110.17	3.73%	77.27	9.59%
护理床	3.19	41.32%	1,052.76	9.42%	803.96	1.71%
产品名称	2018 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	增幅	金额（元）	增幅	金额（元）	增幅
轮椅	18.33	-	554.41	-	443.98	-
助听器	11.04	-	181.66	-	89.47	-
助行器	25.00	-	106.21	-	70.51	-
护理床	2.25	-	962.11	-	790.43	-

整体来看，报告期内康复辅具类产品毛利率逐年提升，主要系毛利率较高的助听器销售收入占比有所上升。具体情况如下：

1）轮椅

报告期内轮椅产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类型	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
轮椅	100.00%	527.36	440.42	16.49%	100.00%	570.19	455.71	20.08%
代理品牌	10.32%	712.24	545.25	23.45%	21.44%	608.05	497.71	18.15%
自有品牌外购	89.43%	512.19	431.99	15.66%	78.47%	561.42	445.70	20.61%
自有品牌自产	0.25%	469.16	349.61	25.48%	0.10%	269.18	227.31	15.56%

产品类型	2018 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
轮椅	100.00%	554.41	443.98	19.92%
代理品牌	20.81%	553.51	450.58	18.60%
自有品牌外购	79.19%	554.65	442.24	20.27%

报告期内轮椅产品毛利率水平保持稳定。2018 年、2019 年、2020 年，轮椅产品毛利率分别为 19.92%、20.08%、16.49%。

报告期内，轮椅产品以自有品牌外购产品为主，2018 年、2019 年、2020 年，自有品牌外购产品销售收入占轮椅产品销售收入比重分别为 79.19%、78.47%、89.43%。产品定位方面，报告期内发行人自有品牌外购产品包含手动轮椅与电动轮椅，代理品牌主要为手动轮椅；自有品牌轮椅产品功能、品类多样，凭借挖掘并满足用户需求开拓市场；代理品牌主要扩充公司产品品牌品类。产品定价方面，报告期内，轮椅自有品牌产品在同等性能基础上，采取较有竞争力的价格定价策略；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：2018 年至 2019 年，代理品牌毛利率略低于自有品牌，主要原因为发行人为代理品牌渠道商，终端零售价按市场指导价执行。

2）助听器

报告期内助听器产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
助听器	100.00%	144.90	58.82	59.41%	100.00%	106.53	54.97	48.40%
代理品牌	51.52%	3,698.87	1,221.88	66.97%	42.59%	3,487.20	1,389.42	60.16%
自有品牌外购	4.41%	106.59	77.39	27.39%	12.56%	95.15	65.64	31.02%
自有品牌自产	44.08%	69.43	32.09	53.77%	44.85%	56.45	32.68	42.10%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
助听器	100.00%	181.66	89.47	50.75%				
代理品牌	50.50%	2,518.37	868.08	65.53%				
自有品牌外购	49.50%	93.33	60.03	35.67%				

2018 年、2019 年、2020 年，助听器产品毛利率分别为 50.75%、48.40%、59.41%。

2018 年，公司助听器产品销售均为代理品牌产品与自有品牌外购产品销售；2019 年实现规模化自主生产，自产产品销售收入占助听器收入比重为 44.85%。产品定位方面，助听器产品从性能上分类主要包含模拟机与数字机两种，其中模拟机的声学程序比较简单，起收集放大声音的作用，降噪功能较差，销售单价较低；数字助听器处理技术除了能在噪音环境中精准放大言语声外，还能在很小芯片上安装智能方向性麦克风，低电压提示，电话功能自动切换，自动记录使用状态，反馈控制，移频助听等，使助听器更智能，更清晰，销售单价较高。生产工艺方面，模拟助听器和数字助听器均由人工在显微镜下单独组装完成，但数字助听器的结构更为复杂，芯片更加精密，零部件更多，算法更为先进。报告期内发行人自有品牌产品主要为模拟机，代理品牌产品主要为国内外知名品牌的数字机且主要在线下通过健耳听力助听器门店进行销售。产品定价方面，公司自有品牌助听器产品主要采用成本加成的方法确定销售价格；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价，健耳听力助听器门店提供的听力验配与助听器调试服务不另行收费。毛利率方面，报告期内，代理品牌由于技术含量较高，且一般均以听力验配、助听器调试服务为基础，具备较高的毛利率；自有品牌自产产品毛利率高于自有品牌外购产品，主要原因系发行人自主生产，赚取生产环节利润。毛利率变动情况具体如下：

2018 年，公司开设线下健耳助听器门店，提供专业的助听器验配以及听力康复服务，具有良好的品牌效应、优质的后续服务。2019 年助听器产品毛利率较 2018 年下降 2.35 个百分点，主要原因系公司将质优价廉的助听器产品实现自产，该部分产品销售单价、单位成本及毛利率较低，随着公司自产产品销售收入占比的提升，助听器产品整体销售毛利率有所下降。

2020 年助听器毛利率较 2019 年上升 11.01 个百分点，代理品牌与自有品牌自产产品毛利率均有所提升，主要为销售单价提升所致。代理品牌方面，销售单价提升主要原因系发行人通过线下健耳听力助听器门店为消费者提供听力验配、助听器调试、持续的售后服务等服务所带来的溢价。自有品牌自产产品方面，2020 年平均销售单价有所提升主要原因系 2019 年可孚耳背式助听器（玄声-A01 肤色有线（彩盒款））以及可孚耳背式助听器（玄声-A01 金色有线（彩盒款））两款产品采用较低的销售价格迅速打开市场，毛利率较低，2020 年上述两款产品销售价格提升以及高毛利产品可孚耳背式助听器（玄声-A01 金色有线（礼盒款）销售占比提升所致。

3）助行器

报告期内助行器产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020.年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
助行器	100.00%	104.99	79.92	23.87%	100.00%	110.17	77.27	29.86%
代理品牌	1.11%	208.96	149.43	28.49%	3.98%	171.89	137.11	20.23%
自有品牌自产	98.89%	104.40	79.53	23.82%	96.02%	108.55	75.70	30.26%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
助行器	100.00%	106.21	70.51	33.61%				
代理品牌	8.94%	172.57	139.33	19.26%				
自有品牌自产	91.06%	102.34	66.50	35.02%				

2018 年、2019 年、2020 年，助行器产品毛利率分别为 33.61%、29.86%、23.87%，比较稳定，略有波动。

报告期内，助行器产品销售以自产产品为主。2018 年、2019 年、2020 年，自产产品销售收入占助行器产品销售收入比重分别为 91.06%、96.02%、98.89%。产品定位方面，助行器产品技术与生产工艺较为成熟，公司主要销售自有品牌自产产品，具备轻便、稳固、省力、抗压的特点，同时通过可调节高度范围、添加坐垫、安装滚轮滑行、辅助如厕、辅助坐浴等功能设计满足不同用户需求，占领市场份额；代理品牌主要为进一步丰富公司产品品类。产品定价方面，报告期内，公司自有品牌产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：报告期内，代理品牌毛利率低于自有品牌。毛利率变动具体情况如下：

2018 年、2019 年，助行器产品品类不断扩充，在是否带脚轮、可调节高度、坐浴板、便桶、备用脚垫等功能与配件方面对助行器产品进行分层，多种类型的助行器满足不同市场需求，销售收入逐年增长、毛利率有所波动。

2020 年助行器产品销售毛利率较 2019 年下降 5.99%个百分点，主要原因为公司为扩大自有品牌自产产品销量，采取更多促销活动所致。

4）护理床

报告期内护理床产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
护理床	100.00%	1,127.45	874.36	22.45%	100.00%	1,052.76	803.96	23.63%
代理品牌	0.55%	670.33	415.35	38.04%	1.19%	599.63	409.22	31.75%
自有品牌外购	0.49%	3,226.86	2,116.39	34.41%	10.66%	2,810.03	2,130.15	24.19%
自有品牌自产	98.96%	1,128.10	876.51	22.30%	88.15%	988.10	756.33	23.46%

产品类别	2018 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
护理床	100.00%	962.11	790.43	17.84%
代理品牌	2.75%	545.73	388.65	28.78%
自有品牌外购	11.31%	1,737.76	1,238.85	28.71%
自有品牌自产	85.95%	930.18	780.75	16.07%

2018 年、2019 年、2020 年，护理床产品毛利率分别为 17.84%、23.63%、22.45%。

报告期内，护理床产品销售以自产产品为主。2018 年、2019 年、2020 年，自产产品销售收入占护理床产品销售收入比重分别为 85.95%、88.15%、98.96%。产品定位方面，护理床产品包括手动护理床与电动护理床，2018 年至 2019 年，公司自产产品中手动护理床产品占比较高；2020 年，公司自产产品中电动护理床产品销售收入占比大幅提升；代理品牌产品随着自有品牌产品规模化生产，销售规模逐年下降。产品定价方面，报告期内，公司自有品牌产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：公司护理床产品采用具有竞争力的价格进行销售，自有品牌产品毛利率低于代理品牌产品。毛利率变动具体情况如下：

2019 年，护理床销售毛利率较 2018 年上升 5.79 个百分点，主要原因系提升产品配置，2018 年新增自产产品可孚手动病床（防侧滑防下滑）品类在 2019 年销量大幅提升，该类产品销售价格与毛利率均较高。

（3）医疗护理

医疗护理类产品主要包括敷贴/敷料、口罩/手套、消毒产品、棉球/棉签/棉片类产品，为日常护理必备产品，随着人们购买力增强以及对环境清洁度要求的提升，消费需求不断扩张。医疗护理类产品生产工艺成熟，高端产品定价包含较高的品牌溢价。

报告期内，医疗护理主要产品毛利率情况如下：

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
医疗护理	36.53%	53.01%	20.68%	42.74%	15.28%	40.03%
敷贴/敷料类	4.30%	42.78%	5.10%	35.71%	1.24%	47.34%
口罩/手套	20.07%	54.92%	4.30%	51.49%	2.66%	44.23%
消毒产品	5.33%	63.94%	2.79%	50.91%	2.45%	49.69%
棉球/棉签/棉片类	1.30%	49.04%	1.64%	37.44%	2.02%	33.37%

报告期内，敷贴/敷料、口罩/手套、消毒产品销量、销售单价及单位成本情况如下：

产品名称	2020 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	变动百分比	金额（元）	变动百分比	金额（元）	变动百分比
敷贴/敷料类	2,358.71	43.31%	4.23	-6.14%	2.42	-16.48%
口罩/手套	7,308.54	317.45%	6.38	78.26%	2.88	66.31%
消毒产品	2,812.09	73.16%	4.40	76.16%	1.59	29.10%
棉球/棉签/棉片类	2,452.97	2.35%	1.23	24.72%	0.63	1.49%
产品名称	2019 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	变动百分比	金额（元）	变动百分比	金额（元）	变动百分比
敷贴/敷料类	1,645.93	101.03%	4.51	174.20%	2.90	234.79%
口罩/手套	1,750.77	8.58%	3.58	100.09%	1.73	74.05%
消毒产品	1,623.98	31.86%	2.50	16.17%	1.23	13.35%
棉球/棉签/棉片类	2,396.76	1.47%	0.99	7.42%	0.62	0.85%

产品名称	2018 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	变动百分比	金额（元）	变动百分比	金额（元）	变动百分比
敷贴/敷料类	818.77	-	1.65	-	0.87	-
口罩/手套	1,612.49	-	1.79	-	1.00	-
消毒产品	1,231.64	-	2.15	-	1.08	-
棉球/棉签/棉片类	2,361.98	-	0.93	-	0.62	-

整体来看，报告期内，医疗护理类产品的毛利率逐年提升，主要系较高毛利率产品口罩/手套及消毒产品的毛利率及收入占比上升所致。具体情况如下：

1）敷贴/敷料

报告期内敷贴/敷料产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
敷贴/敷料类	100.00%	4.23	2.42	42.78%	100.00%	4.51	2.90	35.71%
代理品牌	18.14%	6.13	3.66	40.39%	17.44%	3.30	2.21	33.23%
自有品牌外购	79.41%	5.00	2.85	43.01%	82.56%	4.89	3.12	36.23%
自有品牌自产	2.45%	0.51	0.24	53.18%	-	-	-	-
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
敷贴/敷料类	100.00%	1.65	0.87	47.34%				
代理品牌	42.10%	1.41	0.86	38.83%				
自有品牌外购	57.90%	1.87	0.87	53.53%				

2018 年、2019 年、2020 年，敷贴/敷料产品毛利率分别为 47.34%、35.71%、42.78%。

报告期内，敷贴/敷料产品包含代理品牌产品与自有品牌外购。2018 年、2019 年、2020 年代理品牌产品销售收入占敷贴/敷料产品销售收入比重分别为 42.10%、17.44%、18.14%；自有品牌外购产品销售收入占敷贴/敷料产品销售收入比重分别为 57.90%、82.56%、79.41%。产品定位方面，发行人将市场需求较大的创口贴、无菌敷料/敷贴，市场前景广阔的透明质酸钠医用敷料、胶原蛋白医用敷料等产品选择优质的供应商进行贴牌生产；同时代理国内外知名品牌的创口贴、无菌敷料/敷贴等产品以及国际知名品

牌自粘性软聚硅酮敷料产品。产品定价方面，报告期内，公司自有品牌产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：代理品牌毛利率低于自有品牌，主要原因为发行人为代理品牌渠道商，毛利率取决于买卖差价。毛利率变动具体情况如下：

2019 年毛利率相较于 2018 年下降 11.64 个百分点，主要原因系 2018 年以前发行人敷料/敷贴产品主要为创口贴、无菌敷料等，2019 年新增自有品牌皮肤修复类医用敷料，且其销售规模迅速提升，销售收入敷贴/敷料产品销售收入比重超过 60.00%，其销售单价较高，但毛利率较低所致。

2020 年敷料/敷贴产品毛利率较 2019 年上升 7.07 个百分点，主要原因系成本下降所致。

2）口罩/手套

报告期内口罩/手套产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
口罩/手套	100.00%	6.38	2.88	54.92%	100.00%	3.58	1.73	51.49%
代理品牌	7.55%	5.20	2.19	57.98%	22.34%	1.56	0.98	37.26%
自有品牌外购	29.16%	5.94	2.72	54.20%	77.30%	5.74	2.56	55.52%
自有品牌自产	63.29%	6.80	3.07	54.88%	0.36%	2.43	0.74	69.41%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
口罩/手套	100.00%	1.79	1.00	44.23%				
代理品牌	50.75%	1.50	0.98	34.59%				
自有品牌外购	49.25%	2.23	1.02	54.17%				

2018 年、2019 年、2020 年，口罩手套产品毛利率分别为 44.23%、51.49%、54.92%。

报告期内 2018 年至 2019 年，口罩/手套类产品销售以代理品牌、自有品牌外购为主，自有品牌产品销售收入占比不断提升；同时，2019 年实现自主生产。2018 年、2019 年、2020 年代理品牌产品销售收入占口罩/手套类产品比重分别为 50.75%、22.34%、7.55%；自有品牌外购产品销售收入占口罩/手套类产品比重分别为 49.25%、77.30%、

29.16%。公司口罩/手套类产品中手套产品主要为橡胶手套与 PVC 手套，口罩产品主要为医用口罩、海绵口罩、PM2.5 口罩以及日用防护性口罩等。产品定位方面：2018 年公司口罩/手套产品未实现自主生产，主要选择优质供应商进行贴牌，以及代理知名品牌产品；2019 年开始自产，2020 年新冠疫情期间，发行人组织口罩产品规模化生产，强化了自有品牌市场影响力。产品定价方面，报告期内，公司自有品牌产品主要采用成本加成方法确定销售价格；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面，代理品牌毛利率取决于买卖差价，2018 年至 2019 年低于自有品牌产品。毛利率变动情况具体如下：

报告期内 2018 年至 2019 年，口罩/手套类产品毛利率提升，主要原因系口罩/手套类产品中高毛利品类不断增加和收入占比上升所致。

3）消毒产品

报告期内消毒产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
消毒产品	100.00%	4.40	1.59	63.94%	100.00%	2.50	1.23	50.91%
代理品牌	12.63%	3.26	2.09	35.76%	15.83%	2.46	1.65	33.10%
自有品牌外购	42.43%	3.90	1.54	60.55%	77.86%	2.47	1.15	53.66%
自有品牌自产	44.94%	5.65	1.41	75.06%	6.30%	3.00	1.15	61.67%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
消毒产品	100.00%	2.15	1.08	49.69%				
代理品牌	18.32%	2.93	1.85	36.87%				
自有品牌外购	79.27%	1.98	0.96	51.30%				
自有品牌自产	2.41%	18.43	1.11	93.96%				

2018 年、2019 年、2020 年，消毒产品毛利率分别为 49.69%、50.91%、63.94%。

报告期内，消毒产品销售自有品牌外购产品占比较高。2018 年、2019 年、2020 年，自有品牌外购产品销售占消毒产品销售收入比重分别为 74.80%、79.27%、77.86%、42.43%。2018 年起将部分产品自主生产，2019 年、2020 年自产产品销售占消毒产品销售收入比重为 6.30%、44.94%。产品定位方面，消毒产品主要包含酒精消毒液/片/球、

免洗消毒液等，生产工艺较为成熟，报告期内公司销售自有品牌产品为主，同时代理多种品牌产品，丰富产品品类。产品定价方面，报告期内，公司自有品牌产品主要采用成本加成方法确定销售价格；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：报告期内，代理品牌毛利率低于自有品牌。毛利率变动具体情况如下：

2018 年、2019 年消毒产品毛利率不断提升，主要原因系随着产品品类、同一产品品类不同规格类型不断丰富，平均销售单价有所提升，同时高毛利率品类不断增加和收入占比上升所致。

2020 年消毒产品毛利率较 2019 年上升 13.03 个百分点，主要原因系疫情出现后，发行人组织消毒产品的规模化生产，自产产品占比大幅提高，销售单价所致。

4）棉球/棉签/棉片类

报告期内棉球/棉签/棉片类产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
棉球/棉签/棉片类	100.00%	1.23	0.63	49.04%	100.00%	0.99	0.62	37.44%
代理品牌	42.76%	1.04	0.64	38.85%	66.50%	0.91	0.63	30.56%
自有品牌外购	34.52%	1.05	0.48	54.56%	29.53%	1.12	0.58	48.40%
自有品牌自产	22.73%	3.17	1.28	59.82%	3.97%	3.43	0.98	71.28%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
棉球/棉签/棉片类	100.00%	0.93	0.62	33.37%				
代理品牌	78.33%	0.88	0.61	30.61%				
自有品牌外购	21.67%	1.15	0.65	42.99%				
自有品牌自产	0.00%	0.76	-13.01	-				

2018 年、2019 年、2020 年，棉球/棉签/棉片类产品毛利率分别为 33.37%、37.44%、49.04%。

报告期内，棉球/棉签/棉片类产品中代理产品销售占比较高，同时自有品牌产品销售占比逐年提升。2018 年、2019 年、2020 年代理品牌产品销售占棉球/棉签/棉片销售收入比重分别为 78.33%、66.50%、42.76%；自有品牌产品销售占棉球/棉签/棉片销售收

入比重分别为 21.67%、33.50%、57.24%，其中，自有品牌自产产品 2019 年、2020 年销售收入占比为 3.97%、22.73%。产品定位方面，棉球/棉签/棉片类产品生产工艺较为成熟，市场上不同品牌产品价格差异不大，影响力较大的品牌产品具备一定品牌溢价；报告期内，公司销售代理品牌产品主要为丰富公司产品品牌类型，随着公司品牌影响力的不断提升，发行人主动提升自有品牌产品供应、丰富产品规格品类，自有品牌产品销售占比逐年提升。产品定价方面，报告期内，公司自有品牌产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：代理品牌毛利率低于自有品牌，主要原因为发行人为代理品牌渠道商，毛利率取决于买卖差价。毛利率变动具体情况如下：

2019 年，棉球/棉签/棉片产品毛利率提升主要原因系该类产品中高毛利品类不断增加和收入占比上升所致。

2020 年棉球/棉签/棉片类产品毛利率较 2019 年上升 11.60 个百分点，主要原因系自有品牌产品毛利率较高，销售收入占比提升所致。

（4）中医理疗

中医理疗产品主要包括理疗仪、艾叶及制成品、温灸产品、拔罐器等，为中国传统医学保健产品，市场需求增速较快，为近年来的热销品类，市场参与者颇多。

报告期内，中医理疗主要产品毛利率均呈现上升趋势，情况如下：

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
中医理疗	7.95%	40.15%	15.63%	41.62%	11.01%	33.80%
理疗仪	3.05%	32.12%	4.98%	29.96%	4.11%	28.88%
艾叶及制成品	0.93%	52.70%	2.11%	48.78%	0.87%	45.41%
温灸产品	0.56%	63.22%	1.71%	67.45%	0.09%	49.41%
拔罐器	0.43%	35.21%	1.45%	37.14%	1.88%	33.71%

报告期内，理疗仪、艾叶及制成品、温灸产品、拔罐器销量、销售单价及单位成本情况如下：

产品名称	2020 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	变动百分比	金额（元）	变动百分比	金额（元）	变动百分比
理疗仪	40.98	46.31%	173.01	8.91%	117.43	3.94%
艾叶及制成品	249.63	101.39%	8.63	13.57%	4.08	-1.63%
温灸产品	167.25	359.61%	7.79	182.30%	2.87	104.69%
拔罐器	65.77	-46.68%	15.22	-7.83%	9.86	-9.87%
产品名称	2019 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	变动百分比	金额（元）	变动百分比	金额（元）	变动百分比
理疗仪	43.88	56.66%	165.15	3.96%	115.67	2.38%
艾叶及制成品	405.82	227.42%	7.58	-0.24%	3.89	-6.39%
温灸产品	231.88	537.27%	10.74	289.09%	3.50	150.30%
拔罐器	139.53	13.13%	15.14	-8.29%	9.52	-13.03%
产品名称	2018 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	变动百分比	金额（元）	变动百分比	金额（元）	变动百分比
理疗仪	28.01	-	158.86	-	112.98	-
艾叶及制成品	123.95	-	7.60	-	4.15	-
温灸产品	36.39	-	2.76	-	1.40	-
拔罐器	123.34	-	16.51	-	10.94	-

1）理疗仪

报告期内理疗仪产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
理疗仪	100.00%	173.01	117.43	32.12%	100.00%	165.15	115.67	29.96%
代理品牌	91.40%	180.74	122.34	32.31%	91.45%	172.56	120.82	29.99%
自有品牌外购	6.52%	119.22	83.25	30.17%	8.55%	113.16	79.59	29.67%
自有品牌自产	2.08%	118.01	82.65	29.96%	-	-	-	-

产品类别	2018 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
理疗仪	100.00%	158.86	112.98	28.88%
代理品牌	89.66%	163.97	115.12	29.79%
自有品牌外购	10.34%	125.04	98.83	20.96%

2018 年、2019 年、2020 年，理疗仪产品毛利率分别为 28.88%、29.96%、32.12%，逐年小幅上升。

报告期内，理疗仪产品代理品牌销售占比较高。2018 年、2019 年、2020 年，代理品牌产品销售占理疗仪产品销售收入比重分别为 89.66%、91.45%、91.40%。产品定位方面，报告期内，公司主要代理“仙鹤”品牌理疗仪，并在天猫开设仙鹤医疗器械旗舰店，公司与“仙鹤”品牌理疗仪供应商重庆航天火箭电子技术有限公司保持稳定的合作关系，并充分发挥运营能力优势，实现合作共赢。产品定价方面，代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：代理品牌毛利率取决于买卖差价。报告期内，理疗仪产品毛利率略有上升。

2）艾叶及制成品

报告期内艾叶及制成品产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
艾叶及制成品	100.00%	8.63	4.08	52.70%	100.00%	7.58	3.89	48.78%
代理品牌	2.95%	5.89	3.84	34.83%	3.05%	4.98	3.14	36.98%
自有品牌外购	89.81%	8.63	3.95	54.21%	96.56%	7.70	3.92	49.12%
自有品牌自产	7.24%	10.70	6.28	41.27%	0.39%	12.17	5.41	55.52%

产品类别	2018 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
艾叶及制成品	100.00%	7.60	4.15	45.41%
代理品牌	7.34%	7.40	4.92	33.55%
自有品牌外购	92.66%	7.62	4.09	46.35%
自有品牌自产	-	-	-	-

2018 年、2019 年、2020 年，艾叶及制成品产品毛利率分别为 45.41%、48.78%、

52.70%。

报告期内，艾叶及制成品自有品牌外购产品销售占比较高。2018 年、2019 年、2020 年，自有品牌外购产品销售收入比重分别为 92.66%、96.56%、89.81%。产品定位方面，报告期内公司主要销售自有品牌产品为主；同时代理其他品牌，丰富公司产品品类。产品定价方面：报告期内，公司自有品牌产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：代理品牌毛利率低于自有品牌，主要原因为发行人为代理品牌渠道商，毛利率来源为买卖差价。

2019 年，艾叶及制成品产品销售毛利率逐年提升的主要原因系随着销售规模的提升，单位采购成本有所下降。2020 年，艾叶及制成品销售毛利率有所提升主要系可孚通慈艾绒柱（18mm*27mm*54 枚（金艾））销售毛利率较高且销售占比提升所致。

3）温灸产品

报告期内温灸产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
温灸产品	100.00%	7.79	2.87	63.22%	100.00%	10.74	3.50	67.45%
代理品牌	1.96%	0.70	0.35	50.14%	0.40%	1.75	1.03	41.14%
自有品牌外购	98.04%	9.75	3.56	63.48%	99.60%	10.97	3.56	67.56%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
温灸产品	100.00%	2.76	1.40	49.41%				
代理品牌	19.04%	0.68	0.51	24.44%				
自有品牌外购	80.96%	10.06	4.50	55.28%				

2018 年、2019 年、2020 年，温灸产品毛利率分别为 49.41%、67.45%、63.22%。

报告期内，温灸产品 2018 年销售产品品类少,销售收入规模较小。2019 年度公司把握市场需求，定制不同功能的多种品类产品，销售收入迅速增加，毛利率同步提升。产品定位方面，报告期内公司主要销售自有品牌外购产品为主；代理品牌丰富了公司产品品类。产品定价方面：报告期内，公司自有品牌产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：报

告期内，代理品牌毛利率低于自有品牌。

2019 年毛利率保持较快增长主要原因系 2018 年该类产品销售规模较小，随着产品品类不断丰富，高毛利产品销售收入占比不断提升所致。

4）拔罐器

报告期内拔罐器产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
拔罐器	100.00%	15.22	9.86	35.21%	100.00%	15.14	9.52	37.14%
代理品牌	12.80%	42.55	33.48	21.31%	12.17%	37.23	29.60	20.50%
自有品牌自产	87.20%	13.91	8.73	37.24%	87.83%	13.99	8.47	39.45%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
拔罐器	100.00%	16.51	10.94	33.71%				
代理品牌	10.46%	28.83	23.77	17.57%				
自有品牌自产	89.54%	15.72	10.13	35.60%				

2018 年、2019 年、2020 年，拔罐器产品毛利率分别为 33.71%、37.14%、35.21%。

报告期内，公司拔罐器产品自有品牌自产产品销售占比较高。2018 年、2019 年、2020 年，自有品牌自产产品销售占拔罐器产品销售收入比重分别为 89.54%、87.83%、87.20%。产品定位方面：拔罐器产品为中国传统医学的保健用品，可以分类为真空拔罐器和火罐拔罐器，其中真空拔罐器销售价格较高。火罐拔罐器产品单价低于真空拔罐器，但对使用者专业性要求高于真空拔罐器。报告期内，公司代理品牌产品主要为真空拔罐器；公司自有品牌自产产品包含真空拔罐器与火罐拔罐器。产品定价方面：报告期内，公司自有品牌产品主要采用成本加成的方法确定销售价格；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：2018 年至 2020 年，代理品牌产品毛利率低于自有品牌产品。

2019 年拔罐器产品销售毛利率有所提升，主要原因系随着生产与销售规模逐步扩大，公司实现了较好的成本控制。

（5）呼吸支持

呼吸支持产品主要包括呼吸机、制氧机、鼻腔护理等。家用呼吸机与制氧机产品，高端品牌产品积累了较为先进的核心技术，同时依托品牌优势，定价较高；平价产品基本功能亦比较完善，定价低于高端品牌，市场参与者较多。鼻腔护理产品生产工艺相对较为成熟，市场需求广阔，竞争较为激烈。

报告期内，呼吸支持主要产品毛利率情况如下：

产品名称	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
呼吸支持	6.79%	39.97%	12.97%	35.74%	12.46%	31.97%
呼吸机	2.31%	42.10%	3.70%	38.52%	4.14%	40.64%
制氧机	1.25%	25.20%	3.21%	21.61%	3.84%	20.69%
鼻腔护理	1.11%	69.03%	1.95%	64.79%	0.88%	51.32%

报告期内，呼吸机、制氧机、鼻腔护理产品销量、销售单价及单位成本情况如下：

产品名称	2020 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	增幅	金额（元）	增幅	金额（元）	增幅
呼吸机	1.20	-17.50%	4,480.58	20.62%	2,594.46	13.60%
制氧机	1.70	-39.20%	1,699.27	1.83%	1,271.05	-2.84%
鼻腔护理	274.38	-46.37%	9.42	69.81%	2.92	49.66%
产品名称	2019 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	增幅	金额（元）	增幅	金额（元）	增幅
呼吸机	1.45	13.59%	3,714.56	5.80%	2,283.79	9.58%
制氧机	2.80	16.22%	1,668.70	-3.26%	1,308.15	-4.37%
鼻腔护理	511.59	108.12%	5.55	43.04%	1.95	3.44%
产品名称	2018 年					
	销量		销售单价		单位成本	
	数量（万）	增幅	金额（元）	增幅	金额（元）	增幅
呼吸机	1.28	-	3,510.80	-	2,084.07	-
制氧机	2.41	-	1,724.87	-	1,367.96	-
鼻腔护理	245.81	-	3.88	-	1.89	-

1）呼吸机

报告期内呼吸机产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
呼吸机	100.00%	4,480.58	2,594.46	42.10%	100.00%	3,714.56	2,283.79	38.52%
代理品牌	94.15%	5,142.58	2,914.77	43.32%	91.15%	4,352.39	2,656.48	38.96%
自有品牌外购	5.85%	1,459.43	1,132.64	22.39%	8.85%	1,480.59	978.44	33.92%

产品类别	2018 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
呼吸机	100.00%	3,510.80	2,084.07	40.64%
代理品牌	85.05%	4,355.88	2,361.15	45.79%
自有品牌外购	14.95%	1,668.84	1,480.15	11.31%

2018 年、2019 年、2020 年，呼吸机产品毛利率分别为 40.64%、38.52%、42.10%，在一定范围内略有波动。

报告期内，呼吸机产品代理产品销售占比较高。2018 年、2019 年、2020 年，代理产品销售占呼吸机产品销售收入比重分别为 85.05%、94.15%、94.15%。产品定位方面，报告期内，公司主要通过线上与线下销售高端品牌“瑞思迈”呼吸机；自有品牌外购呼吸机产品通过开发全自动模式、半自动模式等各品类，通过增加漏气补偿功能、快速反馈气压、气流变化信息并协助呼吸机做出对应调节等功能，不断提升产品智能化水平，同时利用性价比优势开拓市场。产品定价方面，报告期内，公司自有品牌产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：报告期内，发行人代理品牌为具备领先的核心技术与生产工艺的高端呼吸机品牌，具有较高的品牌溢价，毛利率较高；自有品牌产品基于性价比优势，面向更广大的用户群体，销售毛利率低于代理品牌。报告期内，2018 年至 2019 年，呼吸机产品随着采购成本上升，毛利率略有下降。

2）制氧机

报告期内制氧机产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
制氧机	100.00%	1,699.27	1,271.05	25.20%	100.00%	1,668.70	1,308.15	21.61%
代理品牌	36.57%	2,006.26	1,664.85	17.02%	54.00%	1,873.14	1,606.53	14.23%
自有品牌外购	55.66%	1,532.01	1,061.52	30.71%	44.52%	1,474.34	1,022.90	30.62%
自有品牌自产	7.77%	1,811.43	1,372.44	24.23%	1.48%	1,642.34	1,322.47	19.48%
产品类别	2018 年							
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率				
制氧机	100.00%	1,724.87	1,367.96	20.69%				
代理品牌	53.16%	2,030.56	1,703.03	16.13%				
自有品牌外购	46.84%	1,473.21	1,092.10	25.87%				

2018 年、2019 年、2020 年，制氧机产品毛利率分别为 20.69%、21.61%、25.20%。

报告期内，制氧机产品代理产品销售占比较高，自有品牌销售占比逐年提升，2019 年实现自主生产。产品定位方面：报告期内，公司自有品牌制氧机产品氧浓度控制、多级过滤等主要性能指标已经达到行业内较好水平，同时通过性价比优势开拓市场；同时，发行人代理知名品牌如“英维康”等制氧机产品，进一步丰富产品品类，满足消费者差异化需求。产品定价方面：报告期内，公司自有品牌产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：代理品牌毛利率低于自有品牌外购产品。毛利率变动具体情况如下：

2019 年、2020 年制氧机产品销售毛利率有所上升主要原因系自有品牌销售占比逐年提升。

3）鼻腔护理

报告期内鼻腔护理产品构成及毛利率情况如下所示：

单位：元

产品类别	2020 年				2019 年			
	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率	收入占比	销售单价	单位成本	毛利率
鼻腔护理	100.00%	9.42	2.92	69.03%	100.00%	5.55	1.95	64.79%
代理品牌	0.00%	263.75	161.42	38.80%	0.00%	197.34	156.66	20.61%

自有品牌外购	77.69%	13.71	4.00	70.82%	42.50%	13.64	3.96	70.94%
自有品牌自产	22.31%	4.51	1.68	62.82%	57.50%	3.86	1.53	60.26%
产品类别	**2018 年**							
	收入占比	**销售单价**	**单位成本**	**毛利率**				
鼻腔护理	100.00%	3.88	1.89	51.32%				
代理品牌	0.04%	102.85	195.80	-90.37%				
自有品牌外购	68.03%	3.92	2.12	45.97%				
自有品牌自产	31.92%	3.80	1.41	62.91%				

2018 年、2019 年、2020 年，鼻腔护理产品毛利率分别为 51.32%、64.79%、69.03%。

报告期内，鼻腔护理产品以自有品牌销售为主。2018 年、2019 年、2020 年，自有品牌产品销售占鼻腔护理产品销售收入比重分别为 99.96%、100.00%、100.00%。产品定位方面：鼻腔护理产品生产工艺较为成熟，高端品牌产品包含较高的品牌溢价。公司自有品牌鼻腔护理产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售。产品定价方面：报告期内，公司自有品牌产品在同等性能的基础上，采用具备竞争力的价格进行销售；代理品牌主要依据终端指导价或市场价格定价。毛利率方面：自有品牌外购与自有品牌自产产品毛利率差异主要为产品结构差异所致，自有品牌外购产品包含鼻腔喷雾器、鼻腔喷雾以及清洗盐，自有品牌自产产品主要为清洗盐。毛利率变动具体情况如下：

报告期内，鼻腔护理产品销售毛利率逐年提升，主要原因系 2018 年开始自有品牌自产，2018 年、2019 年，自产收入占比分别为 31.92%和 57.50%，而自产产品毛利率较高；其次，2018 年、2019 年起逐步增加了一些高毛利率的规格型号产品。

4、影响线上销售毛利率的主要因素，2017 年和 2018 年直发模式毛利率显著低于自营店铺和平台入仓的原因，平台入仓模式的毛利率在 2017 年至 2019 年与自营店铺类似，但 2020 年上半年毛利率低于自营店铺和直发模式的原因及合理性

对于发行人线上销售不同模式毛利率之间的差异影响因素包含销售价格/结算价格、销售成本以及销售产品结构。

报告期内，发行人线上三种销售模式产品结构及毛利率情况如下所示：

单位：万元

产品	2020 年			2019 年			2018 年			2017 年		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献	收入占比	毛利率	毛利率贡献	收入占比	毛利率	毛利率贡献	收入占比	毛利率	毛利率贡献
平台入仓												
平台入仓	100.00%	48.49%	48.49%	100.00%	41.65%	41.65%	100.00%	39.59%	39.59%	100.00%	35.96%	35.96%
健康监测	30.79%	44.69%	13.76%	22.40%	26.52%	5.94%	53.84%	35.43%	19.08%	22.44%	16.88%	3.79%
康复辅具	1.14%	63.79%	0.73%	0.19%	-21.11%	-0.04%	8.30%	32.13%	2.67%	20.64%	35.15%	7.25%
医疗护理	57.76%	50.37%	29.09%	42.30%	48.12%	20.35%	24.21%	54.07%	13.09%	22.82%	50.44%	11.51%
中医理疗	3.83%	48.62%	1.86%	13.10%	41.92%	5.49%	6.31%	33.31%	2.10%	32.87%	39.11%	12.86%
呼吸支持	4.84%	44.47%	2.15%	20.46%	44.83%	9.17%	7.08%	35.99%	2.55%	0.69%	55.38%	0.38%
直发模式												
直发模式	100.00%	47.07%	47.07%	100.00%	36.09%	36.09%	100.00%	29.40%	29.40%	100.00%	16.95%	16.95%
健康监测	11.74%	34.54%	4.06%	17.76%	21.62%	3.84%	30.53%	28.54%	8.71%	46.36%	21.05%	9.76%
康复辅具	9.32%	35.80%	3.34%	19.65%	34.01%	6.68%	29.20%	24.94%	7.28%	31.03%	7.35%	2.28%
医疗护理	63.42%	51.50%	32.67%	27.97%	38.09%	10.65%	6.59%	37.50%	2.47%	7.07%	24.45%	1.73%
中医理疗	7.02%	37.21%	2.61%	20.69%	40.92%	8.47%	15.63%	32.81%	5.13%	8.28%	13.83%	1.15%
呼吸支持	3.55%	53.45%	1.90%	12.38%	45.47%	5.63%	16.65%	30.22%	5.03%	6.36%	24.26%	1.54%
自营店铺												
自营店铺	100.00%	46.64%	46.64%	100.00%	41.79%	41.79%	100.00%	39.29%	39.29%	100.00%	34.56%	34.56%
健康监测	41.82%	46.74%	19.55%	30.27%	44.39%	13.44%	43.81%	46.52%	20.38%	52.79%	39.36%	20.78%
康复辅具	12.99%	28.62%	3.72%	23.24%	29.99%	6.97%	22.71%	25.92%	5.89%	27.26%	26.32%	7.17%

产品	2020 年			2019 年			2018 年			2017 年		
	收入占比	毛利率	毛利率贡献	收入占比	毛利率	毛利率贡献	收入占比	毛利率	毛利率贡献	收入占比	毛利率	毛利率贡献
医疗护理	24.99%	58.16%	14.53%	15.89%	52.70%	8.37%	9.74%	47.35%	4.61%	4.71%	41.52%	1.96%
中医理疗	11.07%	41.22%	4.56%	19.90%	42.72%	8.50%	13.36%	34.52%	4.61%	5.23%	29.38%	1.54%
呼吸支持	6.71%	42.91%	2.88%	9.69%	40.79%	3.95%	9.33%	36.97%	3.45%	9.47%	30.88%	2.92%

（1）2017 年和 2018 年直发模式毛利率显著低于自营店铺和平台入仓的原因

直发业务模式为发行人直接销售客户开立线上销售店铺并销售发行人产品，获取订单后由发行人直接将商品发货至终端消费者的模式。依据线上店铺是否由发行人代运营可以分为两类，一种如为可孚医疗器械旗舰店的代运营模式，一种如为阿里健康大药房的非代运营模式。直发业务模式下，发行人可以充分利用店铺开设方的品牌影响力、流量优势等优势，同时可以掌握终端用户消费偏好等市场数据，而委托方同时可以利用发行人的运营优势，快速实现销售的规模化增长，最终实现双方合作共赢。

因此，发行人 2017 年起将直发模式作为最重要的线上销售模式之一，将五大类产品均在直发模式中上线销售；同时，发行人为了开拓市场降低了部分产品销售价格。2017 年、2018 年为发行人在直发模式方面开展重要探索并实现突破的重要的两年，2018 年、2019 年直发业务销售收入分别为 10,550.02 万元、29,450.45 万元，较上年同期增幅分别为 425.38%、179.15%，取得了丰硕的成果。

此外，直发模式与平台入仓、自营店铺毛利率差异的其他影响因素分析如下：

1）2017 年、2018 年直发模式毛利率低于平台入仓的原因分析

平台入仓与直发模式销售毛利率差异主要来自于销售产品结构差异所致。2017 年、2018 年，平台入仓销售收入规模极小，销售毛利率贡献主要来自于毛利率较高的医疗护理与中医理疗两类产品，直发模式销售毛利率贡献主要来自于健康监测与康复辅具，因此，2017 年、2018 年平台入仓销售毛利率高于直发模式具有合理性。

2）2017 年、2018 年直发模式毛利率低于自营店铺的原因分析

销售产品结构方面，整体来看，报告期内直发模式与自营店铺模式销售五大类产品结构接近。结算价格是影响两种模式销售毛利率差异的重要因素之一，一般情况下同一种单品，直发模式下发行人与直接客户的结算价格低于自营店铺面向终端销售者的销售价格，报告期内，直发模式销售毛利率均低于自营店铺销售毛利率。

综上所述，2017 年和 2018 年直发模式毛利率显著低于自营店铺和平台入仓的原因具有合理性。

（2）平台入仓模式的毛利率在 2017 年至 2019 年与自营店铺类似，但 2020 年上半年毛利率低于自营店铺和直发模式的原因及合理性

2020 年 1-6 月、2020 年全年，平台入仓、直发模式、自营店铺三种线上销售模式下，体温计、口罩/手套、消毒产品三类防疫物资为毛利率贡献的主要产品。2020 年上

半年此三类产品的销售毛利率平台入仓模式下毛利率均低于其他两种模式，由此导致，2020 年上半年平台入仓的毛利率低于自营店铺和直发模式；2020 年下半年平台入仓模式的体温计的毛利率上升，三类产品合计的销售金额及占比大幅提升，2020 年全年平台入仓毛利率略高于自营店铺和直发模式。

具体情况如下：

单位：万元

产品结构	2020 年 1-6 月				2020 年			
	销售收入占比	不含税金额	毛利率	毛利率贡献	销售收入占比	不含税金额	毛利率	毛利率贡献
平台入仓								
体温计	21.70%	315.13	31.55%	6.85%	26.85%	1,675.24	47.90%	12.86%
口罩/手套	20.69%	300.45	48.07%	9.95%	39.45%	2,461.37	48.73%	19.22%
消毒产品	15.75%	228.69	68.69%	10.82%	8.24%	514.09	64.44%	5.31%
小计	**58.13%**	**844.26**	-	-	**74.54%**	**4,650.70**	-	-
直发模式								
体温计	5.29%	1,358.21	36.08%	1.91%	4.57%	2,757.63	42.69%	1.95%
口罩/手套	27.36%	7,023.12	50.70%	13.87%	38.31%	23,124.37	51.80%	19.84%
消毒产品	10.46%	2,684.53	77.85%	8.14%	7.22%	4,359.95	70.71%	5.11%
小计	**43.12%**	**11,065.86**	-	-	**50.10%**	**30,241.95**	-	-
自营店铺								
体温计	33.91%	22,071.09	49.66%	16.84%	26.82%	30,633.89	47.69%	12.79%
口罩/手套	10.97%	7,138.02	61.07%	6.70%	13.88%	15,849.37	57.78%	8.02%
消毒产品	4.97%	3,234.25	80.83%	4.02%	3.68%	4,200.96	74.43%	2.74%
小计	**49.85%**	**32,443.36**	-	-	**44.37%**	**50,684.22**	-	-

综上所述，平台入仓 2020 年上半年毛利率低于自营店铺和直发模式，2020 年全年毛利率略高于自营店铺和直发模式原因具有合理性。

5、综合毛利率与同行业可比公司比较

可比公司所属行业情况参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况”。

报告期内，公司综合毛利率与同行业上市公司对比情况如下：

序号	证券简称	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
1	鱼跃医疗	-	57.17%	42.21%	39.83%

序号	证券简称	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
2	三诺生物	-	65.71%	65.14%	63.82%
3	乐心医疗	-	24.85%	24.27%	25.91%
4	九安医疗	-	60.52%	28.88%	29.96%
5	英科医疗	69.03%	61.04%	25.10%	24.94%
6	稳健医疗	-	57.71%	51.65%	49.16%
7	蓝帆医疗	-	53.43%	46.63%	40.57%
8	振德医疗	-	45.85%	32.07%	31.36%
9	奥美医疗	-	43.88%	33.88%	32.05%
平均		**-**	**52.24%**	**38.87%**	**37.51%**
本公司		**46.84%**	**49.76%**	**38.34%**	**36.83%**

注：截至招股说明书签署之日，同行业可比公司中除英科医疗外，其他公司未披露 2020 年年报。

报告期内，发行人毛利率水平略低于同行业可比公司平均水平，但随着综合毛利率逐年提升，逐渐与同行业平均毛利率水平接近。

上述差异原因主要系同行业上市公司经营模式与公司存在差异。同行业上市公司主要为生产型企业，公司为销售驱动自主生产与自主研发型企业。公司依托多年家用医疗器械终端消费市场深耕经验，通过线上销售与线下销售渠道的开拓，不断提升在终端消费者以及连锁药房渠道的品牌影响力。在此基础上，公司确立品牌赋能与产品优选、产品制造与新零售相结合的核心理念。报告期内，公司基于品牌优势、优异的产品质量与服务，并不断提升自主生产能力与研发能力，综合毛利率不断提升。

报告期内，公司毛利率变动趋势与同行业平均水平变动趋势一致。

具体情况如下：

（1）健康监测

健康监测产品，发行人同行业可比公司为鱼跃医疗、三诺生物、乐心医疗与九安医疗。

报告期内，发行人健康监测类产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
健康监测类	47.47%	50.60%	38.71%	42.95%
其中：血压计	43.29%	48.69%	38.74%	42.25%

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
血糖监测系列	35.53%	31.85%	37.42%	45.16%
体温计	52.46%	54.86%	40.87%	43.46%

同行业可比公司相关产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
鱼跃医疗：家用医疗产品	-	54.70%	39.83%	35.64%
三诺生物：血糖监测系统产品	-	71.98%	69.50%	67.90%
乐心医疗：家用医疗产品	-	29.19%	26.20%	25.25%
乐心医疗：家用健康产品	-	22.08%	17.58%	19.31%
九安医疗：iHealth	-	69.69%	40.09%	35.37%
平均值	-	49.53%	38.64%	36.69%

整体来看，发行人健康监测产品毛利率处于同行业可比公司平均水平。具体情况如下：

鱼跃医疗制氧机、电子血压计、血糖仪及试纸、呼吸机等为核心产品；三诺生物主要产品为血糖监测、血脂检测、糖化血红蛋白检测；乐心医疗医疗健康产品包括电子血压计、电子健康秤（可分为电子体重秤和电子厨房秤）、脂肪测量仪、电子血糖仪、心贴等；九安医疗 iHealth 系列涵盖体温、血压、血糖、血氧、心电、体脂等领域的个人健康类产品线。

报告期内发行人健康监测产品毛利率低于三诺生物，主要原因系一方面产品品牌结构不同，发行人健康监测类产品包含代理品牌与自有品牌，代理品牌产品毛利率低于自有品牌产品，三诺生物销售自有品牌产品；另一方面，产品定价方面，发行人自有品牌产品同等性能基础上制定具有竞争力优势的价格进行销售，通过性价比优势扩大销售规模。

报告期内，发行人健康监测产品毛利率高于乐心医疗与九安医疗，主要原因系销售模式差异。发行人深耕家用医疗器械多年，通过线上线下销售渠道直接面向终端用户的销售收入占比较高，乐心医疗与九安医疗国外市场销售占比较高。2020 年 1-6 月，九安医疗毛利率高于发行人健康监测产品，主要是由于当期红外额温计等防疫相关产品收入占比上升所致。

（2）康复辅具

康复辅具产品，发行人同行业可比公司为鱼跃医疗、英科医疗。

报告期内，发行人康复辅具类产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
康复辅具类	33.87%	35.35%	32.09%	28.34%
其中：轮椅	16.49%	17.39%	20.08%	19.92%
助听器	59.41%	60.81%	48.40%	50.75%
助行器	23.87%	28.78%	29.86%	33.61%
护理床	22.45%	26.78%	23.63%	17.84%

同行业可比公司相关产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
鱼跃医疗：家用医疗产品	-	54.70%	39.83%	35.64%
英科医疗：康复护理产品	69.04%	18.88%	25.10%	24.94%
平均值	-	36.79%	32.47%	30.29%

注：英科医疗 2018 年、2019 年、2020 年未披露康复护理类产品营业成本数据，无法获得其康复护理类产品毛利率，上述毛利率为其主营业务毛利率。

整体来看，发行人康复辅具产品毛利率处于同行业可比公司平均水平。具体情况如下：

报告期内，发行人康复辅具产品毛利率低于鱼跃医疗家用医疗产品毛利率，主要原因系产品结构与产品定价差异。鱼跃医疗家用医疗产品包含品类多样，轮椅产品中电动轮椅销量增速较快，且主要销售自有品牌自产产品；发行人康复辅具产品在类别上包含轮椅、助听器、助行器以及护理床产品，在品牌上包含代理品牌产品与自有品牌产品，且产品定价采用具有竞争力的价格，利用性价比优势推动市场扩张。

2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，发行人康复辅具产品毛利率高于英科医疗康复护理产品毛利率，主要原因系销售模式差异。英科医疗康复护理产品包括轮椅车、助行器、助步器、手杖、医用床边桌等康复护理系列产品，主要用于辅助行走、住院的医疗护理及残疾人士的日常护理，境外销售收入占比超过 90.00%；发行人康复辅具产品主要在境内销售，且终端用户销售收入占比较高。2020 年，发行人康复辅具销售毛利率低于英科医疗，主要原因为英科医疗销售产品中所包含的一次性手套作为关键防疫物资，销售毛利率较高所致。

（3）医疗护理

医疗护理产品，发行人同行业可比公司为稳健医疗、英科医疗、振德医疗、奥美医疗、蓝帆医疗。

报告期内，发行人医疗护理类产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
医疗护理类	53.01%	56.77%	42.74%	40.03%
其中：敷贴/敷料类	42.78%	40.98%	35.71%	47.34%
口罩/手套	54.92%	58.64%	51.49%	44.23%
消毒产品	63.94%	72.31%	50.91%	49.69%
棉球/棉签/棉片类	49.04%	46.75%	37.44%	33.37%

同行业可比公司相关产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
稳健医疗：医用敷料产品	-	57.47%	38.48%	34.30%
英科医疗：医疗防护产品	69.04%	62.41%	24.80%	25.27%
振德医疗	-	45.85%	32.07%	31.36%
奥美医疗	-	43.88%	33.88%	32.05%
蓝帆医疗：健康防护手套产品	-	48.55%	15.30%	23.91%
平均值	-	51.63%	28.91%	29.38%

注：稳健医疗 2020 年 1-6 月半年度报告未披露医用敷料产品收入与成本数据，上述毛利率为主营业务毛利率；英科医疗 2018 年、2019 年、2020 年未披露康复护理类产品营业成本数据，无法获得其康复护理类产品毛利率，上述毛利率为其主营业务毛利率。

整体来看，发行人医疗护理产品毛利率高于同行业可比公司平均水平，主要原因系销售模式差异。具体情况如下：

公司名称	产品类型	销售模式
稳健医疗	医用敷料产品包含伤口护理产品、感染防护产品、清洁消毒产品	境外销售以直销为主，为境外知名医用敷料品牌商提供医用敷料 OEM 加工业务；2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月、2020 年，营业收入中境外销售收入占比分别为：77.30%、80.82%、72.72%、未披露。 境内销售以经销为主、直销为辅，其中直销客户主要包括知名连锁药店和部分医院。
英科医疗	医疗防护产品包括 PVC 手套、丁腈手套、隔离服、口罩、面罩等	境外销售收入占比较高，2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月、2020 年，营业收入中境外销售收入占比分别为：96.36%、94.55%、未披露、69.04%。
振德医疗	主要销售医用敷料产品，涵盖现代伤口敷料、手术感控产品、传统伤口护理产品和	境外销售收入（OEM）占比较高。 2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，营业收入

公司名称	产品类型	销售模式
	压力治疗与固定产品等多个领域	中境外销售收入占比分别为：68.32%、67.75%、未披露。
奥美医疗	主要产品为为医用敷料等一次性医用耗材，包括伤口与包扎护理类、手术/外科类、感染防护类、组合包类四大系列	境外销售收入（主要为 OEM）占比较高。2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月、2020 年，营业收入中境外销售收入占比分别为：88.80%、88.41%、63.60%、未披露。
蓝帆医疗	健康防护手套产品主要为 PVC 手套	境外销售收入占比较高。2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月、2020 年，营业收入中境外销售收入占比分别为：77.327%、68.46%、66.67%、未披露。
发行人	医疗护理类产品包含敷贴/敷料、口罩/手套、消毒产品、棉球/棉签/棉片等	主要面向国内用户销售，终端用户销售收入占比较高。

报告期内，稳健医疗（医用敷料产品系列）、振德医疗、奥美医疗均主要销售医用敷料产品，产品结构接近，与发行人敷贴/敷料类产品类别较为接近。毛利率角度，2018 年，发行人敷贴/敷料类产品销售毛利率高于上述三家可比公司，主要原因系销售客户结构差异，可比公司主要销往境外，未赚取终端销售环节利润，因此相较于相比发行人在境内面向终端销售毛利率较低。2019 年，发行人敷料/敷贴类产品毛利率有所下降，主要原因系产品主要构成与可比公司差异较大，新增产品品类透明质酸钠敷料、胶原蛋白敷料以及疤痕贴类产品毛利率相对较低，但销售收入占比显著提升所致。2020 年 1-6 月，可比公司毛利率较其他年度显著提升，且高于发行人敷料/敷贴产品毛利率，主要原因系可比公司上述产品中均包含了防疫物资产品，由此毛利率有较大幅度提升。

报告期内，英科医疗（医疗防护产品）、蓝帆医疗（健康防护手套产品）均主要销售手套类产品，与发行人口罩/手套产品类别较为接近。毛利率角度，2018 年、2019 年，发行人口罩/手套类产品销售毛利率高于上述两家可比公司，主要原因系销售客户结构差异，可比公司主要销往境外，未赚取终端销售环节利润，因此相较于相比发行人在境内面向终端销售毛利率较低。2020 年，英科医疗医疗防护产品毛利率高于发行人，主要原因系其销售的防疫物资毛利率较高所致。

综上所述，结合发行人和医疗护理产品可比公司销售模式及产品类型等具体差异，发行人医疗护理类产品毛利率较高具有合理性。

（4）中医理疗

中医理疗产品，发行人同行业可比公司为英科医疗。

报告期内，发行人中医理疗类产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
中医理疗类	40.15%	41.34%	41.62%	33.80%
其中：理疗仪	32.12%	31.90%	29.96%	28.88%
艾叶及制成品	52.70%	52.03%	48.78%	45.41%
温灸产品	63.22%	64.38%	67.45%	49.41%
拔罐器	35.21%	35.54%	37.14%	33.71%

同行业可比公司相关产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
英科医疗：保健理疗产品	69.04%	37.30%	25.10%	24.94%

注：英科医疗 2018 年、2019 年、2020 年未披露康复护理类产品营业成本数据，无法获得其康复护理类产品毛利率，上述毛利率为其主营业务毛利率。

2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，发行人中医理疗产品毛利率高于英科医疗，主要原因系产品结构差异与销售渠道差异。英科医疗保健理疗产品包括冰垫、一次性冰/热袋、可反复使用的冷热理疗袋、超级冰袋、冰盒、婴儿护脚等多个系列，主要用于医疗护理和日常护理，境外销售收入占比较高。发行人中医理疗类产品包含理疗仪、艾叶及制成品、暖贴/足贴/足浴包、拔罐器等，主要面向国内用户销售，终端用户销售收入占比较高。2020 年，发行人中医理疗销售毛利率低于英科医疗，主要原因为英科医疗销售产品中所包含的一次性手套作为关键防疫物资，销售毛利率较高所致。

（5）呼吸支持

呼吸支持产品，发行人同行业可比公司为鱼跃医疗、九安医疗。

报告期内，发行人呼吸支持类产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
呼吸支持类	39.97%	40.70%	35.74%	31.97%
其中：呼吸机	42.10%	43.17%	38.52%	40.64%
制氧机	25.20%	28.37%	21.61%	20.69%
鼻腔护理	69.03%	70.10%	64.79%	51.32%

同行业可比公司相关产品毛利率情况如下：

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
鱼跃医疗：家用医疗产品	-	54.70%	39.83%	35.64%
九安医疗：iHealth	-	69.69%	40.09%	35.37%

产品类型	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
平均值	-	62.20%	39.96%	35.51%

整体来看，报告期内，发行人呼吸支持产品毛利率低于同行业可比公司平均水平。具体情况如下：

报告期内，发行人呼吸支持类产品毛利率低于鱼跃医疗，主要原因系鱼跃医疗主要销售自有品牌自主生产产品；发行人销售产品包含代理品牌与自有品牌，其中自有品牌产品同等性能基础上制定具有竞争力优势的价格进行销售，通过性价比优势扩大销售规模。

报告期内，发行人呼吸支持类产品毛利率水平与九安医疗接近；2020 年 1-6 月低于九安医疗主要原因系其 iHealth 包含体温计等防疫物资，毛利率较高。

6、区分零售与批发两种销售类型，选取医药/医疗器械零售企业、医药/医疗器械批发代理企业与发行人销售毛利率对比分析

（1）选取医药/医疗器械零售/批发代理企业概况

上述同行业可比公司未区分零售与批发两种模式披露销售收入与毛利率。

进一步区分零售与批发两种销售类型，选取医药/医疗器械零售/批发企业，将发行人毛利率与其进行对比分析。选取企业分别为以线下销售为主的健之佳、一心堂、大参林、老百姓、益丰药房，以及以线上销售为主的京东健康及阿里健康。

（2）与选取医药/医疗器械零售企业对比分析

2018 年至 2020 年，发行人线上和线下自营模式毛利率与选取医药/医疗器械零售企业毛利率情况如下所示：

单位：万元

公司名称	零售类	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
线下销售为主					
健之佳（605266.SH）[注1]	医疗器械零售	-	36.92%	42.48%	42.76%
一心堂（002727.SZ）	零售业务	36.43%	36.66%	38.02%	39.76%
大参林（603233.SH）	零售业务	-	37.5%	38.59%	40.54%
老百姓（603883.SH）	零售业务	-	36.24%	36.32%	37.97%
益丰药房(603939.SH)	零售业务	-	未披露	38.55%	38.24%
平均值		**-**	**36.83%**	**38.79%**	**39.85%**

公司名称	零售类	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
发行人	**线下自营门店**	**54.82%**	**61.25%**	**40.50%**	**38.97%**
线上销售为主					
京东健康（6618.HK）注 2	商品收入	-	15%	15.1%	14.8%
阿里健康（00241.HK）注 3	综合毛利率	-	26.00%	23.30%	26.10%
平均值		**-**	**20.50%**	**19.20%**	**20.45%**
发行人	**线上自营店铺**	**46.64%**	**49.90%**	**41.79%**	**39.29%**

注：1、依据健之佳招股说明书信息披露，其销售收入均为零售业务形成；其招股说明未披露期末销售的医疗器械产品品类。

2、京东健康商品收入来自医药和健康产品的线上自营销售，未单独披露医疗器械销售毛利率。

3、阿里健康仅披露综合毛利率，其报告期分别为 2017.03.31-2018.03.31、2018.03.31-2019.03.31、2019.03.31-2020.03.31、2020.03.31-2020.09.30。

4、截至本回复出具日，除一心堂之外其他选取公司尚未披露 2020 年年报。

线下销售渠道方面，发行人的产品结构与选取的医药/医疗器械零售企业存在较大的差异（选取企业的药品销售占比较高而医疗器械占比较低，且产品品类也不尽相同，其一般销售坪效比较高的器械产品），但发行人线下自营门店销售毛利率在 2018 年至 2019 年，与选取企业零售业务毛利率水平基本一致：发行人销售医疗器械产品中自有品牌产品占比较高，且自产产品销售占比逐年提升，赚取产品品牌与生产带来的利润；选取企业零售业务具有连锁品牌优势、线下零售门店数量的规模优势，也能获取较高的毛利率。基于上述原因，发行人线下自营门店销售毛利率在 2018 年至 2019 年与所选取企业零售业务毛利率基本一致具有商业合理性。2020 年，发行人线下自营门店销售中防疫物资类产品占比较高，因此线下自营门店销售毛利率较高。

线上零售模式方面，京东健康与阿里健康线上销售中零售销售占比较高。2018 年至 2020 年 6 月，发行人线上自营店铺销售毛利率高于京东健康与阿里健康主要原因为发行人赚取了自有产品品牌以及自产带来的利润所致。

综上所述，结合发行人销售模式、产品类型等，发行人线上和线下自营模式毛利率与医药/医疗器械零售企业的差异原因具有合理性。

（3）与选取医药/医疗器械批发代理企业对比分析

发行人直发模式、平台入仓模式和线下向连锁药房销售的毛利率与医药/医疗器械批发代理企业对比情况如下：

单位：万元

公司名称	批发	2020 年	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
健之佳（605266.SH）	无批发业务	-	-	-	-
一心堂（002727.SZ）	批发	未披露	未披露	未披露	未披露
大参林（603233.SH）	批发	-	14.37%	11.1%	13.78%
老百姓(603883.SH)	医药批发	-	10.79%	12.35%	12.63%
益丰药房(603939.SH)	批发	-	未披露	8.75%	16.58%
平均值		-	12.58%	10.73%	14.33%
发行人	药房渠道	43.88%	49.26%	31.41%	33.56%
	直发模式	47.07%	46.49%	36.09%	29.40%
	平台入仓	48.49%	43.79%	41.65%	39.59%
	直发模式、平台入仓、药房渠道合计毛利率	45.99%	47.64%	33.89%	32.67%

注：1、京东健康商品收入与阿里健康线上销售中零售占比较高，且未依据零售与批发披露销售收入与毛利率，因此，此处仅选取线下销售占比较高的企业批发业务毛利率与发行人进行对比。
2、截至本回复出具日，除一心堂之外其他选区公司尚未披露 2020 年年报。

2018 年至 2020 年 6 月，发行人药房渠道、直发模式、平台入仓销售毛利率均高于医药/医疗器械批发代理企业批发业务平均销售毛利率，系因为上述企业批发业务主要销售药品为主的非自有品牌产品，其中老百姓批发业务是对加盟商及中小连锁的配送，大参林批发业务对象主要为医药商业公司和医药零售门店，依托物流配送优势及供应链优势，赚取流通环节利润，区别于零售渠道，毛利率相对较低；发行人药房渠道、直发模式与平台入仓模式下，自有品牌产品销售收入占比较高，能够赚取产品品牌以及自产带来的利润所致。

此外，选取销售自有品牌产品为主同时药房渠道销售占比较高的医药制造企业仁和药业（000650.SZ）、葫芦娃（605199.SH）毛利率与发行人对比如下：

公司名称	分类	2020 年[注3]	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
仁和药业（000650.SZ)	药品（分产品销售毛利率）[注1]	-	41.47%	43.36%	41.70%
葫芦娃（605199.SH）	药品（分渠道：直销渠道销售毛利率）[注2]	-	未披露	41.09%	36.37%
发行人	药房渠道	43.88%	49.26%	31.41%	33.56%
	直发模式	47.07%	46.49%	36.09%	29.40%
	平台入仓	48.49%	43.79%	41.65%	39.59%
	直发模式、平台入仓、药房渠道合计毛利率	45.99%	47.64%	33.89%	32.67%

注 1：仁和药业主要销售产品包括 OTC 类药品与大健康类产品，其 2017 年至今的定期报告中未依据销

售渠道披露销售收入与毛利率，因此此处选取其依据产品分类的药品销售毛利率。
注 2：葫芦娃直销模式下销售对象主要为国内大型药品连锁药店，产品以非处方药销售为主。
注 3：截至本回复出具日，上述两家公司尚未披露 2020 年年报。

依据仁和药业 2019 年年报信息披露：仁和药业所属医药制造业，一家以 OTC 类产品、大健康类产品为主的生产和销售企业；产品较多且种类丰富，就产品生产来区分，分为自有产品和 OEM 贴牌产品，目前从收入来看，自有产品和 OEM 贴牌产品基本各占一半，但毛利方面，自有产品的毛利高于贴牌产品。

依据葫芦娃招股说明书信息披露显示，其直销模式下销售对象主要为国内大型药品连锁药店，产品以非处方药销售为主。

上述两家公司从业务模式及销售渠道角度，与发行人具有较好的可比性。

整体来看，药房渠道、直发模式、以及平台入仓模式下，发行人销售毛利率与仁和药业及葫芦娃差别不大。2018 年，发行人直发模式销售毛利率略低，2018 年主要原因为健康监测类、康复辅具类产品销售收入占比较高，但其销售毛利率相对较低所致。2020 年 1-6 月、2020 年全年，发行人药房渠道、直发模式、平台入仓模式下，发行人销售毛利率较高，主要原因为防疫物资销售占比提升，且销售毛利率相对较高所致。

综上所述，发行人直发模式、平台入仓模式和线下向连锁药房销售的毛利率与选取企业存在差异具有合理性。

7、毛利率变动敏感性分析

根据 2020 年度财务数据，公司主营业务利润对产品的销售价格及外购商品、原材料采购价格的敏感性测算如下表：

单位：万元

敏感因素	测算结果			
销售单价变动幅度	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利率	主营业务毛利率变动幅度
10%	255,595.81	123,555.82	51.66%	10.32%
5%	243,977.82	123,555.82	49.36%	5.41%
-5%	220,741.83	123,555.82	44.03%	-5.98%
-10%	209,123.84	123,555.82	40.92%	-12.62%
外购商品价格变动幅度	主营业务收入	主营业务成本	主营业务毛利率	主营业务毛利率变动幅度
10%	232,359.83	130,051.48	44.03%	-5.97%
5%	232,359.83	126,803.65	45.43%	-2.99%
-5%	232,359.83	120,307.99	48.22%	2.99%

-10%	232,359.83	117,060.17	49.62%	5.97%
外购原材料价格变动幅度	**主营业务收入**	**主营业务成本**	**主营业务毛利率**	**主营业务毛利率变动幅度**
10%	232,359.83	128,481.80	44.71%	-4.53%
5%	232,359.83	126,018.81	45.77%	-2.26%
-5%	232,359.83	121,092.83	47.89%	2.26%
-10%	232,359.83	118,629.84	48.95%	4.53%

注：外购商品包含自有品牌成品外购以及代理品牌外购。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用占营业收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
销售费用	52,347.73	22.04%	37,473.79	25.63%	27,425.09	25.23%
管理费用	4,911.39	2.07%	3,241.08	2.22%	2,506.78	2.31%
研发费用	4,426.35	1.86%	1,601.49	1.10%	1,192.52	1.10%
财务费用	-585.06	-0.25%	434.74	0.30%	513.46	0.47%
合计	**61,100.41**	**25.72%**	**42,751.11**	**29.24%**	**31,637.84**	**29.10%**

2018 年、2019 年、2020 年，公司期间费用占营业收入比例分别为 29.10%、29.24%、25.72%。

报告期内，公司期间费用率与同行业可比公司期间费用率对比如下：

序号	公司名称	2020 年/2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
1	鱼跃医疗	21.76%	24.18%	21.64%	21.39%
2	三诺生物	39.81%	44.33%	45.25%	40.79%
3	乐心医疗	19.27%	20.65%	22.00%	25.69%
4	九安医疗	26.82%	51.43%	48.06%	57.57%
5	英科医疗	8.18%	14.88%	13.36%	14.57%
6	稳健医疗	26.68%	37.48%	34.97%	31.82%
7	蓝帆医疗	19.83%	23.19%	21.66%	20.20%
8	振德医疗	10.43%	30.06%	25.75%	13.66%
9	奥美医疗	9.54%	19.05%	18.92%	17.88%
平均值		**20.26%**	**29.47%**	**27.96%**	**27.06%**

序号	公司名称	2020 年/2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
本公司		25.72%	29.24%	29.10%	28.37%

注：截止至招股说明书签署之日，仅英科医疗披露了 2020 年度报告，其余可比公司采用 2020 年半年报数据。

由上表所示，报告期内公司期间费用率与行业平均水平一致。

1、销售费用

（1）销售费用构成

报告期内，公司销售费用构成如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	12,144.03	23.20%	9,489.20	25.32%	6,690.07	24.39%
运输费仓储费	10,832.77	20.69%	8,986.15	23.98%	6,741.20	24.58%
线上服务费	11,791.75	22.53%	8,250.63	22.02%	5,539.54	20.20%
线上推广费	9,056.64	17.30%	4,661.61	12.44%	3,858.41	14.07%
租赁费	2,237.66	4.27%	1,873.17	5.00%	1,568.94	5.72%
包装物耗	2,806.75	5.36%	1,649.00	4.40%	1,020.97	3.72%
装修费用	676.47	1.29%	497.87	1.33%	278.67	1.02%
折旧	492.54	0.94%	377.34	1.01%	192.75	0.70%
差旅费	393.85	0.75%	356.05	0.95%	344.47	1.26%
线下促销服务费	250.82	0.48%	303.51	0.81%	359.18	1.31%
办公费	509.56	0.97%	333.21	0.89%	198.32	0.72%
广告宣传费	443.91	0.85%	212.44	0.57%	55.41	0.20%
业务招待费	242.74	0.46%	192.77	0.51%	174.55	0.64%
售后服务费	248.86	0.48%	99.29	0.26%	45.36	0.17%
商品耗损	62.02	0.12%	20.69	0.06%	134.17	0.49%
其他费用	157.35	0.30%	170.84	0.46%	223.08	0.81%
合计	**52,347.73**	**100.00%**	**37,473.79**	**100.00%**	**27,425.09**	**100.00%**

2018 年、2019 年、2020 年公司销售费用金额分别为 27,425.09 万元、37,473.79 万元、52,347.73 万元，占当期营业收入的比重分别为 25.23%、25.63%、22.04%，整体呈现较为稳定的水平。

公司销售费用主要由职工薪酬、运输费仓储费、线上服务费、线上推广费、租赁费及包装物耗等构成， 2018 年、2019 年、2020 年，上述 6 项费用合计占销售费用比重分别为 92.69%、93.16%、93.36%。报告期内，上述 6 项费用占营业收入比重较为稳定，具体如下所示：

项目	2020 年	2019 年	2018 年
职工薪酬	5.11%	6.49%	6.15%
运输费仓储费	4.56%	6.15%	6.20%
线上服务费	4.96%	5.64%	5.10%
线上推广费	3.81%	3.19%	3.55%
租赁费	0.94%	1.28%	1.44%
包装物耗	1.18%	1.13%	0.94%

1）职工薪酬主要包括线上与线下市场营销人员、客服与售后人员以及仓储物流人员职工薪酬等，报告期内随着营业收入增长逐年增长，占营业收入比重稳定。具体情况如下：

① 报告期各期不同业务下销售人员数量、人员构成、平均薪酬及对应收入规模情况如下表所示：

项目		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		平均人数	薪酬总额（万元）	平均薪酬（万元/人）	平均人数	薪酬总额（万元）	平均薪酬（万元/人）	平均人数	薪酬总额（万元）	平均薪酬（万元/人）
线上销售业务	销售管理岗	33	473.12	14.34	30	344.25	11.47	28	270.14	9.65
	销售岗	300	2,257.92	7.53	240	1,608.76	6.7	217	1,203.85	5.55
	销售辅助岗	469	3,215.79	6.86	392	2,194.98	5.6	267	1,316.08	4.93
	实习人员	19	80.70	4.25	37	95.19	2.57	27	60.86	2.25
	小计	821	6,027.52	7.34	699	4,243.17	6.07	539	2,850.93	5.29
	收入（万元）	180,830.42			104,297.67			70,323.44		
线下销售业务	销售管理岗	18	413.74	22.99	12	240.36	20.03	12	174.57	14.55
	销售岗	653	4,268.92	6.54	630	3,705.67	5.88	583	2,891.10	4.96
	销售辅助岗	197	1,337.96	6.79	193	1,202.57	6.23	132	672.15	5.09
	实习人员	25	95.89	3.84	25	97.44	3.9	36	101.32	2.81
	小计	893	6,116.51	6.85	860	5,246.03	6.1	763	3,839.15	5.03
	收入（万元）	51,529.41			41,326.42			37,955.55		
销售人员合计		1,714			1,559			1,302		

注 1：上表统计的平均人数=各期每月计提薪酬总人次数/各期月份数计算的加权平均人数。
注 2：上表统计的实习人员并非正式员工，亦非试用期员工，公司为员工缴纳社保的涵盖范围不包含这些人员。

公司业务分为线上销售业务和线下销售业务，线下销售业务岗位中，销售管理岗主要为销售总监，销售岗主要为线下门店店长、卖场导购员以及业务员，销售辅助岗主要为仓库发货人员、销售订单开单员以及销售内勤人员；线上销售业务岗位中，销售管理岗主要为线上店铺运营店长，销售岗主要为售前、售后客服人员，销售辅助岗主要为仓库发货人员与美工、策划、摄影等人员。

从表中可知，随着公司收入的逐年增长，线上销售岗和线下销售岗的整体薪酬、人数和人均薪酬都有所增长，销售管理岗薪酬水平高于其他岗位薪酬水平，除线下销售管理岗薪酬水平高于线上销售管理岗外，其他线上线下岗位薪酬基本持平，线下销售管理岗主要系公司销售总监岗位，因此其薪酬高于线上销售管理岗具有合理性。

② 销售人员与管理人员平均薪酬情况如下表所示：

项目		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		平均人数	薪酬总额（万元）	平均薪酬（万元/人）	平均人数	薪酬总额（万元）	平均薪酬（万元/人）	平均人数	薪酬总额（万元）	平均薪酬（万元/人）
销售人员	正式员工	1504	11,077.44	7.37	1,428	8,891.83	6.23	1,275	6,629.21	5.20
	劳务派遣	166	890.00	5.36	94	502.18	5.34	-	-	-
	实习人员	44	176.59	4.01	37	95.19	2.57	27	60.86	2.25
	小计	1714	12,144.03	7.09	**1,559**	**9,489.20**	**6.09**	**1,302**	**6,690.07**	**5.14**
管理人员	正式员工	116	2,156.29	18.59	89	1,306.25	14.68	83	874.05	10.53
	劳务派遣	11	55.94	5.09	9	28.24	3.14	-	-	-
	实习人员	7	23.57	3.37	4	7.96	1.99	6	9.06	1.51
	小计	134	2,235.81	16.69	**102**	**1,342.45**	**13.16**	**89**	**883.12**	**9.92**

注 1：上表统计的平均人数=各期每月计提薪酬总人次数/各期月份数计算的加权平均人数。
注 2：上表统计的实习人员并非正式员工，亦非试用期员工，公司为员工缴纳社保的涵盖范围不包含这些人员。

公司销售人员和管理人员的数量、人均薪酬都在逐年上涨，公司管理人员数量少于销售人员，且管理人员薪酬水平高于销售人员，主要系公司管理层结构偏扁平化，且领导层基本集中在管理人员，因此具有合理性。

③ 报告期内，发行人与可比公司的平均薪酬对比情况如下表所示：

司简称	母公司注册地	平均薪酬（万元/人）					
		2020 年 1 至 6 月		2019 年度		2018 年度	
		销售人员	管理人员	销售人员	管理人员	销售人员	管理人员
鱼跃医疗	江苏省丹阳市	10.90	11.57	15.51	16.76	17.77	12.42
三诺生物	湖南省长沙市	10.02	8.25	17.44	21.64	17.99	26.54
乐心医疗	广东省中山市	8.33	32.93	21.49	72.49	14.22	19.37
九安医疗	天津市	7.81	20.44	13.67	39.07	9.24	32.88
英科医疗	山东省淄博市	31.66	7.63	18.83	13.18	18.62	17.16
稳健医疗	广东省深圳市	7.34	11.36	11.20	17.92	10.31	16.98
蓝帆医疗	山东省淄博市	29.99	19.26	59.25	26.93	57.6	26.81
振德医疗	浙江省绍兴市	18.44	9.60	29.32	14.97	17.77	14.27
奥美医疗	湖北省宜昌市	10.80	10.96	15.48	22.51	17.11	16.75
同行业平均	—	15.03	14.67	22.47	27.27	20.07	20.35
本公司	湖南省长沙市	3.72	9.12	6.09	13.16	5.14	9.92

注 1：为便于取数和计算，上述平均薪酬=2*各费用明细中的职工薪酬/（期初人员数量+期末人员数量）；稳健医疗 2018 年至 2019 年平均薪酬数据直接取自招股书；2020 年 6 月期末人员数量无法获取，2020 年 1 至 6 月平均薪酬=各费用明细中的职工薪酬/期初人员数量。数据来源于各公司定期报告、招股说明书。

注 2：乐心医疗、九安医疗以及英科医疗三家同行业上市公司在其年报披露的员工数量中存在一定比例的其他人员，上表未将其他人员的数量纳入统计范围内，可能导致相关数据较实际情况更高。

注3：除英科医疗外，截止至招股说明书签署之日其他同行业可比公司尚未披露2020年度报告，因此2020年采用半年报数据。

公司销售人员人均薪酬低于同行业上市公司平均水平，但销售管理岗人员平均薪酬略高于九安医疗，2019 年至 2020 年 1-6 月平均薪酬与鱼跃医疗、稳健医疗、奥美医疗较为接近。公司销售人员薪酬水平偏低主要原因如下：①公司的销售模式以通过线上、线下渠道面向广大消费者进行零售的形式为主，因此公司销售人员中包含了较大比例的仓库发货、客服等薪酬水平较低且与销售额不直接相关的销售辅助岗人员，进而拉低了公司销售人员的人均薪酬水平；②鱼跃医疗、乐心医疗、九安医疗、稳健医疗、振德医疗总部分布于长三角、东南沿海和珠三角等经济活跃地域，主要销售员工生活在经济相对发达的地域，而公司总部位于长沙，主要员工生活在湖南等中部地域，生活成本和工资水平相对较低。

因此，公司销售人员人均薪酬水平低于同行业可比公司具有合理性。

2）运输费仓储费主要为线上发货快递费、线下发货物流费以及仓储费，报告期内随着营业收入增长逐年增长，占营业收入比重稳定。具体情况如下：

① 报告期内，线上发货快递费、单位快递成本及收入配比情况如下

项目	2020 年	2019 年	2018 年
线上快递费（万元）	9,963.94	8,309.89	6,200.27
线上发货数量（万千克）	3,982.48	3,096.36	1,817.24
单位快递成本（元/千克）	2.50	2.68	3.41
线上销售收入（万元）	180,830.42	104,297.67	70,323.44
线上销售运费率：	5.51%	7.97%	8.82%

注：线上发货主要为小件，一般的计费规则是按千克核算。

报告期内，公司线上快递费与线上发货数量随电商平台业务规模的增长而增长，单位运输成本总体呈现下降趋势。线上销售运费率也随业务规模的增长呈现下降趋势，2020 年下降幅度最大。

2018 年至 2019 年线上单位运输成本呈现下降趋势主要系通过和物流公司整体议价，运费单价有所降低。

2020 年线上销售运费率降幅较大主要系公司防疫相关产品出货量较大，线上收入规模增速显著且快于快递费增速。

② 报告期内，线下发货快递费、单位快递成本及收入配比情况如下：

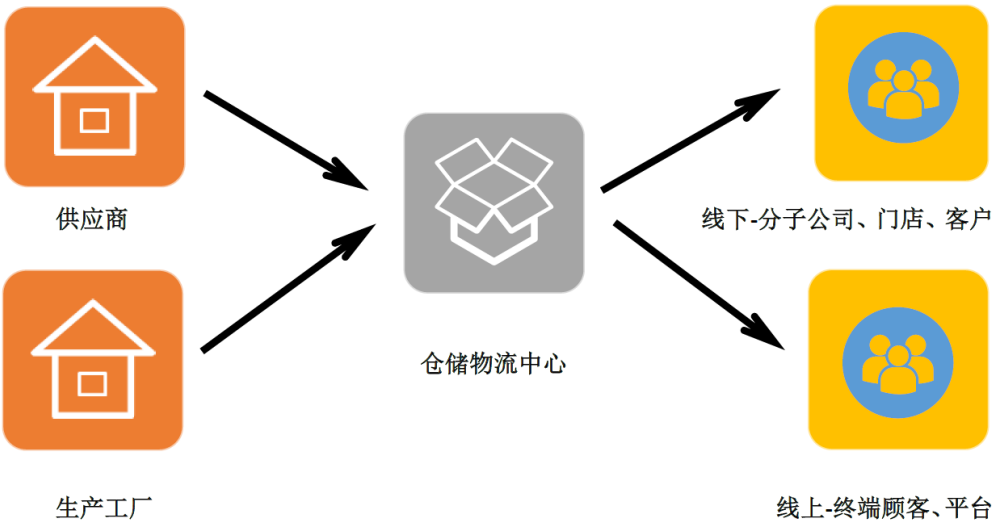
项目	2020 年	2019 年	2018 年
线下发货物流费(万元)	606.62	491.69	441.80
线下发货数量（万立方）	11.86	8.72	7.28
单位运输成本（元/立方）	51.15	56.39	60.69
线下销售收入（万元）	51,529.41	41,326.42	37,955.55
线下销售运费率：	1.18%	1.19%	1.16%

注：线下发货主要为大件，一般按体积（立方数）计费。

报告期内，公司线下物流费用和线下发货数量随业务规模的增长而增长，单位运输成本呈现逐年下降的趋势，公司 2018-2020 年线下销售运费率基本稳定。

报告期内公司线下单位运输成本逐年下降主要系随着公司线下业务的扩张，规模效应显现，公司通过和物流公司整体议价，部分合作物流的运费单价有所降低，报告期内线下单位运输成本随业务规模的增长呈现下降趋势。

③报告期内，发行人仓储物流情况



生产工厂按计划生产存货或外部供应商配货后运送至榔梨或金霞仓储物流中心。线上销售方面，仓储物流中心根据线上销售订单发货至终端顾客或平台；线下销售方面，仓储物流中心根据商品调拨计划、分子公司订货需求或公司销售订单发货配送至线下销售仓储中心（分子公司、门店）或客户；同时为减少仓储及物流成本，部分货物会从供应商或生产工厂直接运输至线上或线下处。

物流方面，生产工厂生产完成后通过第三方合作物流商配送至仓储物流中心仓库，对有产品需求的分子公司或客户公司采取与公司合作专车或零担配送方式进行分类配送，针对网络平台订单，发货系统按照各合作快递的地区单价及运输时效进行订单分配。

公司通过销售、采购、生产、物流多部门联动，减少物流周转的频次及周期，提高仓储使用率及物流时效，节约物流成本。

④ 2018-2020 年仓储场所数量、地域分布情况、与生产场所的位置关系

类型	区域	2020 年	2019 年	2018 年
生产场所	华中	4	4	3
	华南	1	-	-
仓储物流中心	华中	2	1	1
线下销售仓储中心	华中	126	65	56
	华东	25	7	6
	华北	2	2	1
	华南	16	1	1

类型	区域	2020 年	2019 年	2018 年
	西南	2	2	2
	西北	8		
合计		186	82	70

截止至 2020 年末，生产场所包含长沙智庭园工厂、长沙康庭园工厂、长沙金海路工厂、岳阳湘阴工厂和珠海工厂，仓储物流中心包含长沙榔黎仓库和长沙金霞仓库，线下销售仓储中心包含好护士门店卖场、健耳门店卖场、仓储式大卖场和仓库，门店卖场和仓储式卖场一般配有仓库，线下销售仓储中心专门针对线下零售与批发进行销售与发货。

截至 2020 年 12 月 31 日，线下销售仓储中心由 14 个区域销售中心（仓储式大卖场及其仓库）、16 个好护士门店卖场、149 个健耳门店卖场三部分构成，区域销售中心由展区及仓库构成，仓库仓储空间合计约在 4.33 万立方米至 4.9 万立方米之间，其中长沙销售仓储中心、贵阳销售仓储中心、合肥销售仓储中心仓储能力较大；根据《医疗器械经营质量管理规范》第十八条第二款规定，好护士门店卖场与健耳门店卖场属于湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司和湖南健耳听力助听器有限公司的连锁零售门店，可以不单独设立医疗器械库房，故好护士和健耳门店卖场由总部直接供货，未配置仓库。

发行人主要在总部华中地区建立生产基地和仓储物流中心，生产基地生产产品后将成品发至仓储物流中心然后发货至全国，包括线上发货至终端以及线下调拨至门店仓库，这种模式符合发行人实际情况。总部发货到线下门店的时间最短为发往市内，发送当日达，最短时间为一小时，湖南省内非长沙地区一般当日或次日达，省外地区一般需要 3-4 天。

与上市电商公司三只松鼠（300783.SZ）作比较，其销售模式为以线上渠道为核心、团购及线下等渠道为补充，其仓储物流模式为建立芜湖配送中心作为总配送中心，从供应商处采购产品后统一调拨至全国区域配送中心或城市仓，再由城市仓线上发货配送，截至 2019 年 12 月 31 日，三只松鼠已设有 9 个配送中心和 21 个合作仓，范围遍布全国，这种模式符合三只松鼠以线上销售为主、客户遍布全国、日订单处理量大的销售情况。

公司线上销售订单量及规模不及三只松鼠，且线下规模也占一定比重，线上客户目前主要集中在华中、华东以及华南地区，线下销售主要集中在华中地区，因此发行人主要在华中建立生产基地以及仓储物流中心。

综上，仓储场所数量、地域分布以及生产场所的分布应符合公司自身实际情况。

3）线上服务费主要为线上店铺平台服务费、淘客服务费、线上店铺运营费用等，其中电商平台服务费为在天猫、京东等平台开设自营店铺，平台收取的软件服务费等，主要以交易额为结算基础；淘客服务费为公司与淘客服务商合作，将公司商品信息通过淘客服务商向外推广，并以实际成交额为结算基础。2018 年，线上服务费占营业收入比重有所波动主要原因系线上销售结构变动所致。公司线上自营店铺 T-mall 可孚医疗器械旗舰店由自营店铺转让给阿里健康，并为其提供代运营与商品直供服务，由此线上服务费占营业收入比重有所下降。2019 年线上服务费占营业收入比重有所增加主要原因系公司加大了与淘客服务商合作，淘客服务费增加所致。

4）线上推广费主要为线上店铺在各平台推广广告费，如天猫直通车、钻石展位等。报告期内线上推广费金额逐年增加，主要原因系公司加大了线上推广力度。

线上服务费与线上推广费具体情况如下：

① 线上服务费与线上推广费的区别

线上服务费与线上推广费的区别主要体现在支付内容和结算方式。

结算方式上，线上服务费依照协议约定一般按照成交额的一定比例实时划扣支付结算；线上推广费需要采取预先充值，推广完成以后平台按照实际结算扣款。三只松鼠的平台服务费与推广费用定义在结算方式上与发行人类似。

支付内容方面，线上服务费主要为线上店铺平台服务费、淘宝客服务费、积分服务费、货款服务费等；线上推广费主要为公司与电商平台签署推广服务协议，就推广形式作出相应的约定而发生的费用，其目的为增加品牌曝光率、提升产品销售规模，具体形式主要为公司购买展示位、点击付费营销等，公司会根据具体推广需求灵活选择推广方案（例如天猫商城平台的推广方案包括平台广告、钻石展位广告、直通车等）。

② 各电商平台对线上服务费的收费标准和费用情况

主要电商平台天猫/淘宝、京东线上服务费的收费标准如下：

平台	费用科目	收费类型	内容	收费标准
天猫/淘宝	平台服务费	平台佣金	商家在平台经营需要按照其销售额的一定比例交纳的费用。	商家支付的佣金=商品实际成交价格*商品佣金比率
		村淘平台服务费	卖家使用农村淘宝平台服务的，应根据其展示信息所涉商品或服务支付的相关费用	成交价格的一定比例向农村淘宝支付服务费
	淘宝客费用	淘宝客佣金	根据商家店铺淘宝客订单成交金额的一定比例付费	按照淘宝客订单成交额乘以费率收费
	平台营销费	聚划算佣金	商家参加品牌团、主题团、聚名品等聚划算活动时产生的营销费用	按照商家所报名的具体活动所展现/公示的收费标准收费，一般是根据活动成交额的一定比例实时划扣服务费
		淘抢购佣金	淘抢购是提供分时开团售卖方式的业务类型，商家通过参加淘抢购活动，将商品在淘抢购等官方频道展现而支付的营销费用	按照商家所报名的具体活动所展现/公示的收费标准收费，一般是根据活动成交额的一定比例实时划扣服务费
	保险服务费	保险服务费	卖家加入运费险后，当店铺商品发生退货时，保险公司会对买家退货产生的单程运费进行理赔。卖家加入成功后在商品详情页面会有运费险标志	每个自然日，根据商家的交易及退货、换货情况厘定风险率确定保险费，具体每一笔订单保险费以保单记载为准
	货款服务费	花呗支付服务费	顾客使用花呗支付方式来支付货款所产生的费用	手续费费率是交易金额的一定比例
		信用卡支付服务费	顾客使用信用卡支付方式来支付货款所产生的费用	平台的卖家需要支付交易金额及运费的一定比例作为交易手续费
		花呗分期服务费	顾客使用花呗分期方式来支付货款所产生的费用	手续费=订单售价*商家承担费率
	积分类费用	返点积分	返点积分是平台商家对买家的一种返利，商家按照商品售价的一定比例向平台缴纳返点积分费用	积分的基准返点比例为商品售价的 0.5%。
京东	平台服务费	佣金	商家在京东经营需要按照其销售额的一定比例交纳的费用	按照成交额乘以费率收费，费率为商家预先设置
		年费	商家使用“京东健康平台”各项服务时按照本协议约定缴纳的固定技术服务费用	年度收取，12000/年
	积分类费用	京豆	京豆是商家给予消费者在京东网站购物、评价、晒单等相关活动的奖励	京豆回馈数量按照实际支付金额一定标准计算
	保险费	运费险	商家后台选择相应保险公司进行签约，按公示资费标准收取费用	卖家加入运费险后，每个自然日，将根据卖家退货率等交易数据重新厘定当日的风险率及保险费，具体每一笔订单保险费以实际为准。

主要电商平台天猫/淘宝、京东线上服务费的费用情况如下：

单位：万元

平台	2020 年	2019 年	2018 年
天猫/淘宝	9,726.27	7,574.49	4,954.32
京东	771.44	407.35	530.99
其他	1,294.04	268.79	54.23
总计	**11,791.75**	**8,250.63**	**5,539.54**

③ 主要线上服务费与自营店铺线上交易额的匹配关系

报告期内线上服务费主要包括平台服务费、平台营销费、保险服务费、货款服务费、积分服务费、淘宝客服务费及其他。

报告期内，上述费用占营业收入比重具体如下所示：

单位：万元

费用科目	具体项目	2020 年	2019 年	2018 年
平台服务费	费用金额	4,554.41	2,799.32	2,187.63
	线上收入	180,830.42	104,297.67	70,323.44
	费用率	2.52%	2.68%	3.11%
淘宝客费用	费用金额	3,224.53	2,505.24	1,359.66
	线上收入	180,830.42	104,297.67	70,323.44
	费用率	1.78%	2.40%	1.93%
平台营销费	费用金额	2069.36	1,533.66	1,048.34
	线上收入	180,830.42	104,297.67	70,323.44
	费用率	1.14%	1.47%	1.49%
保险服务费	费用金额	1005.96	676.48	281.45
	线上收入	180,830.42	104,297.67	70,323.44
	费用率	0.56%	0.65%	0.40%
积分服务费	费用金额	420.33	357.72	317.71
	线上收入	180,830.42	104,297.67	70,323.44
	费用率	0.23%	0.34%	0.45%
货款服务费	费用金额	454.74	332.24	289.59
	线上收入	180,830.42	104,297.67	70,323.44
	费用率	0.25%	0.32%	0.41%
软件服务费	费用金额	57.37	27.20	37.27
	线上收入	180,830.42	104,297.67	70,323.44

费用科目	具体项目	2020 年	2019 年	2018 年
	费用率	0.03%	0.03%	0.05%
其他	费用金额	5.07	18.77	17.88
	线上收入	180,830.42	104,297.67	70,323.44
	费用率	0.00%	0.02%	0.03%
合计	**费用金额**	**11,791.75**	**8,250.63**	**5,539.54**
	线上收入	**180,830.42**	**104,297.67**	**70,323.44**
	费用率	**6.52%**	**7.91%**	**7.88%**

平台服务费（包括软件服务费）：与主要平台淘宝、天猫签订的平台服务费率为3%，报告期内平台服务费在3%上下左右，较为稳定。

平台营销费：2018年至2019年平台营销费率较为稳定，维持在1.4%-1.5%之间，2020年费率有所降低主要系线上收入增长较快。

保险服务费：2019年天猫平台保险费率调高，当期保险费用率略有增长。2020年由于公司销售规模扩大，第三方平台唯品会销量增加，新增的第三方平台药师帮销量较高，此类平台不收取保险服务费，使得天猫淘宝店铺的收入占线上总收入的比重下降（2019年-2020年收入占比分别是88.69%、78.38%），保险费用率在2020年呈降低的趋势。2019年公司开始与药师帮平台(医药B2B电商平台)合作，根据和药师帮签订的服务协议，公司仅需按订单成交金额支付平台服务费，无需支付保险服务费。

货款服务费、积分服务费：主要集中在天猫淘宝店铺，随着公司规模的扩大，第三方平台拼多多、唯品会销量增加，新增第三方平台药师帮销量，此类平台不收取相关货款服务费、积分服务费；其次由于天猫可孚医疗器械旗舰店在 2018 年 2 月进行了转让，此店的返点积分和部分货款服务费由阿里健康承担，使得自营天猫淘宝店铺的收入占线上总收入的比重下降（2018-2020 年的占比分别是 70.04%、59.43%、43.43%），因而货款服务费率、积分服务费率整体也呈现逐年降低的趋势。

④ 淘宝客服务费与实际成交额的匹配关系

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
淘宝客费用	3,224.53	2,505.24	1,359.66
淘宝客成交金额（含税）	28,728.85	19,095.22	11,012.19
淘宝客费用率	11.22%	13.12%	12.35%

淘宝客服务费为公司与淘宝客合作所支付的佣金，当使用了淘宝客推广的交易订单被消费者购买确认收货之后，公司以成交金额的一定比例向淘宝客支付佣金，佣金费率由公司预设，公司可自行创建推广计划、设置佣金费率、生成推广信息，并选择与适合的淘宝客合作进行推广。

公司与淘宝客的交易通过杭州阿里妈妈旗下的淘宝联盟进行，淘宝联盟是为淘宝客和商家提供服务的电子商务平台，公司在淘宝联盟上发布推广链接，淘宝客通过向消费者推荐链接促成交易并收取佣金。2018 年至 2020 年淘宝客费用投入逐年增加， 淘宝客费用率较为稳定。

⑤ 淘宝客服务费未纳入线上推广费的原因

A、淘宝客服务费的结算方式为按照实际销售额的一定比例支付结算，其结算方式符合公司对于线上服务费的定义和分类。

B、参考线上业务为主的上市电商公司三只松鼠（300783.SZ），三只松鼠将淘宝客费用列示在平台服务费中，公司披露口径与三只松鼠保持一致，具有合理性。

⑥ 线上销售各模式下各电商平台的推广方式、推广费用及其会计核算等情况

线上销售各模式下主要电商平台的推广方式、推广费用情况如下：

单位：万元

模式	平台	推广方式	2020 年	2019 年	2018 年
自营店铺	天猫	直通车	4,812.08	3,116.23	2,774.73
自营店铺	天猫	超级推荐	260.18	31.58	-
自营店铺	天猫	钻石展位	56.27	0.01	11.02
自营店铺	天猫	品销宝	1.99	26.68	25.68
自营店铺	京东	京东快车	346.07	273.10	301.38

模式	平台	推广方式	2020 年	2019 年	2018 年
自营店铺	拼多多	多多推广	507.23	7.97	1.31
自营店铺	淘宝	直通车	-	-	0.53
直发模式	天猫	直通车	1,570.20	411.20	386.63
直发模式	天猫	超级推荐	304.17	5.84	-
直发模式	天猫	品销宝	3.21	3.93	14.95
直发模式	天猫	钻石展位	9.65	0.07	0.00
平台入仓	京东	京东快车	296.51	15.00	-
平台入仓	天猫	直通车	85.45	2.83	-
其他			**803.63**	**767.17**	803.63
总计			**9,056.64**	**4,661.61**	9,056.64

会计核算方式：按照与电商平台协议采取预先充值的方式，充值时计入预付账款，实际扣款时计入相应的销售费用。

⑦推广费用在线上销售各平台、各主要店铺的投入分布情况

报告期内，发行人线上推广费分别为 3,858.41 万元、4,661.61 万元、9,056.64 万元，在各个平台、店铺的投入分布情况如下：

单位：万元

年度	披露平台	店铺	推广费金额	费用占比	销售收入	费率
2020 年	天猫/淘宝	好护士器械旗舰店	2,927.14	32.32%	53,481.73	5.47%
		可孚医疗器械旗舰店	1,901.61	21.00%	39,468.43	4.82%
		科源医疗器械专营店	718.47	7.93%	5,281.09	13.60%
		仙鹤医疗器械旗舰店	379.48	4.19%	4,568.22	8.31%
		每文医疗器械专营店	300.12	3.31%	3,150.35	9.53%
		森合医疗器械专营店	297.43	3.28%	3,453.35	8.61%
		其他	871.26	9.62%	32,329.16	2.69%
		小计	7,395.52	81.66%	141,732.35	5.22%
	京东	瑞思迈旗舰店	163.22	1.80%	4,092.35	3.99%
		好护士大药房旗舰店	114.66	1.27%	1,756.44	6.53%
		可孚医疗器械旗舰店	130.67	1.44%	2,642.52	4.94%
		其他	381.56	4.21%	4,631.53	8.24%
		小计	790.11	8.72%	13,122.84	6.02%
	拼多多	可孚健诺专卖店	166.16	1.83%	2,433.54	6.83%

		通慈医疗器械官方旗舰店	340.60	3.76%	5,932.03	5.74%
		其他	0.47	0.01%	1,511.65	0.03%
		小计	507.23	5.60%	9,877.22	5.14%
	其它	其他	363.78	4.02%	16,098.02	2.26%
	合计		**9,056.64**	**100.00%**	**180,830.42**	**5.01%**
年度	**披露平台**	**店铺**	**推广费金额**	**费用占比**	**销售收入**	**费率**
2019 年	天猫/淘宝	好护士器械旗舰店	2,322.01	49.81%	46,500.70	4.99%
		可孚医疗器械旗舰店	544.69	11.68%	18,146.03	3.00%
		科源医疗器械专营店	166.08	3.56%	1,790.75	9.27%
		仙鹤医疗器械旗舰店	205.05	4.40%	3,992.62	5.14%
		每文医疗器械专营店	114.46	2.46%	1,874.61	6.11%
		森合医疗器械专营店	139.39	2.99%	2,346.28	5.94%
		其他	466.02	10.00%	17,848.11	2.61%
		小计	3,957.70	84.90%	92,499.09	4.28%
	京东	瑞思迈旗舰店	171.03	3.67%	3,044.13	5.62%
		好护士大药房旗舰店	74.96	1.61%	874.06	8.58%
		可孚医疗器械旗舰店	75.95	1.63%	1,000.26	7.59%
		其他	49.05	1.05%	1,054.76	4.65%
		小计	370.98	7.96%	5,973.21	6.21%
	拼多多	可孚健诺专卖店	3.09	0.07%	405.44	0.76%
		通慈医疗器械官方旗舰店	0.00	0.00%	2.59	0.00%
		其他	5.29	0.11%	324.30	1.63%
		小计	8.38	0.18%	732.33	1.14%
	其它	其他	324.54	6.96%	5,093.04	6.37%
	合计		**4,661.61**	**100.00%**	**104,297.67**	**4.47%**
年度	**披露平台**	**店铺**	**推广费金额**	**费用占比**	**销售收入**	**费率**
2018 年	天猫/淘宝	好护士器械旗舰店	2,387.57	61.88%	35,581.52	6.71%
		可孚医疗器械旗舰店	484.47	12.56%	9,031.10	5.36%
		科源医疗器械专营店	54.23	1.41%	1,148.66	4.72%
		仙鹤医疗器械旗舰店	103.32	2.68%	2,029.09	5.09%
		每文医疗器械专营店	132.42	3.43%	2,436.23	5.44%
		森合医疗器械专营店	56.73	1.47%	1,738.97	3.26%
		其他	172.18	4.46%	8,458.04	2.04%

		小计	3,390.94	87.88%	60,423.60	5.61%
	京东	瑞思迈旗舰店	112.88	2.93%	3,031.42	3.72%
		好护士大药房旗舰店	113.03	2.93%	1,736.63	6.51%
		可孚医疗器械旗舰店	79.37	2.06%	1,355.62	5.86%
		其他	41.65	1.08%	1,101.07	3.78%
		小计	346.94	8.99%	7,224.74	4.80%
	拼多多	小计	1.50	0.04%	123.23	1.22%
	其它	其他	119.03	3.09%	2,551.87	4.66%
	合计		**3,858.41**	**100.00%**	**70,323.44**	**5.49%**

注：费用占比=店铺或平台费用金额占全部推广费的比率，费用率=店铺或平台费用金额占收入的比率

⑧量化分析推广力度对线上销售收入的影响

报告期内，发行人线上推广费分别为 3,858.41 万元、4,661.61 万元、9,056.64 万元，线上推广费投入金额报告期内持续增加；费用率为 5.49%、4.47%、5.01%，整体稳定但存在一定的波动，主要原因是发行人为了开拓市场、提升销售规模和公司品牌知名度，加大线上推广费用投入，随着公司品牌影响力逐渐扩大，线上销售的快速增长超过了推广费的增长，从而 2019 年和 2020 年的线上推广费用率较 2018 年有所下降。

A、天猫/淘宝平台

天猫/淘宝平台的店铺线上推广费主要是参加平台推行的直通车、钻石展位、超级推荐、品销宝等渠道推广产生的费用，为报告期内线上推广费投入的主要平台，费用占比分别为 87.88%、84.90%、81.66%。报告期内，天猫/淘宝平台的线上推广费持续增加，金额分别为 3,390.94 万元、3,957.70 万元、7,395.52 万元，费用率为 5.61%、4.28%、5.22%。

报告期内，发行人在天猫平台的线上推广策略为主推可孚品牌、打造店铺爆品，因此线上推广费集中于好护士器械旗舰店和可孚医疗器械旗舰店，费用占比合计分别为 74.44%、61.49%、53.32%。好护士器械旗舰店为发行人报告期内第一大店铺，也是线上推广费投入最大的店铺，费率分别为 6.71%、4.99%、5.47%，整体保持稳定。可孚医疗器械旗舰店为“可孚”品牌旗舰店，报告期内费率分别为 5.36%、3.00%、4.82%。整体上，上述两个店铺的费率报告期内相对稳定，由于受到发行人推广经营策略以及店铺品牌效应的因素呈现一定的波动。

为了扩大其他店铺的销售收入，报告期内不断加大科源医疗器械旗舰店、仙鹤医疗器械旗舰店、每文医疗器械专营店、森合医疗器械专营店的线上推广力度，线上推广费合计分别为 346.70 万元、624.98 万元、1,695.5 万元，费用占比合计分别为 8.99%、13.41%、18.72%，上述店铺销售收入保持快速增长，收入合计分别为 7,352.95 万元、10,004.26 万元、16,453.01 万元。随着发行人不断加大对上述店铺的推广投入，店铺合计的费率也不断提升，分别为 4.72%、6.25%、10.31%。

B、京东平台

京东平台的推广费主要是公司通过参加平台推行的快车等渠道推广产生的费用。报告期内，京东平台的线上推广费分别为 346.94 万元、370.98 万元、790.11 万元，费用占比分别为 8.99%、7.96%、8.72%，费率分别为 4.8%、6.21%、6.02%。

2017 年至 2019 年推广费率逐渐上升原因是随着市场成熟，行业竞争加剧、获客成本越来越高。2020 年疫情期间，公司加大了体温计在京东平台的销售占比，受疫情影响，公司生产的红外体温计需求量大，不需要较大的推广力度，因此费率有所下降。

C、拼多多平台

拼多多平台的推广主要是公司通过使用平台推行的多多场景推广、多多搜索等营销工具，为实现店铺、商品推广和展示而产生的费用。报告期内，拼多多平台的金额为 1.50 万元、8.38 万元、507.23 万元，费用占比为 0.04%、0.18%、5.60%，费用率为 1.22%、1.14%、5.14%。在报告期内投入拼多多的推广费逐步加大。

2017-2018 年拼多多平台只有两家店铺，店铺运营尚处于经营探索阶段，参与的推广营销活动较少，2019 年新开多家拼多多自营店铺且加大运营投入，收入和费用同比增长。平台费率较低是因为拼多多的平台成立时间较晚、市场定位有所区别，公司在推广费用方面投入比其他平台低。

⑨各平台报告期内自营店铺、直发模式下线上服务费、线上推广费与线上交易额的占比及匹配关系

报告期内，公司的自营店铺、直发模式下店铺主要开设在天猫、京东、拼多多平台，上述平台线上服务费、线上推广费与收入的占比及匹配关系如下：

单位：万元

平台	模式	项目	2020 年	2019 年	2018 年
天猫/淘宝	自营店铺	线上服务费	6,931.26	6,144.47	4,388.18
		线上推广费	5,136.47	3,393.09	2,954.94
		线上收入[注1]	78,537.53	61,979.03	49,251.99
		线上服务费率[注2]	8.83%	9.91%	8.91%
		线上推广费率[注3]	6.54%	5.47%	6.00%
	直发模式	线上服务费	2,789.32	1,429.98	566.12
		线上推广费	2,112.29	561.54	435.75
		线上收入[注1]	60,208.28	29,314.69	10,432.06
		线上服务费率[注2]	4.63%	4.88%	5.43%
		线上推广费率[注3]	3.51%	1.92%	4.18%
京东	自营店铺	线上服务费	770.94	407.35	530.99
		线上推广费	461.46	354.77	346.94
		线上收入[注1]	10,458.34	5,696.47	7,187.02
		线上服务费率[注2]	7.37%	7.15%	7.39%
		线上推广费率[注3]	4.41%	6.23%	4.83%
拼多多	自营店铺	线上服务费	117.86	8.94	1.63
		线上推广费	507.23	8.38	1.50
		线上收入[注1]	9,877.22	732.33	123.23
		线上服务费率[注2]	1.19%	1.22%	1.32%
		线上推广费率[注3]	5.14%	1.14%	1.22%

注 1：线上收入为不含税收入。

注 2：线上服务费率=线上服务费/线上收入

注 3：线上推广费率=线上推广费/线上收入

对于自营店铺，天猫及淘宝平台的线上推广费率、线上服务费率高于京东平台，京东平台高于拼多多平台。天猫作为头部电商平台，公司重点于此平台发力推广，平台流量大、推广方式多样，公司的整体推广花费更多，公司对京东、拼多多平台店铺的整体推广投入相对较低。

天猫及淘宝平台上，自营店铺的线上推广费率、线上服务费率高于直发模式的线上推广费率、线上服务费率，主要是由于部分直发模式店铺的推广营销支出由其店铺注册主体承担。

各平台推广方式及效果展示如下：

年份	模式	平台	推广方式	点击量[注1]	总订单数	总订单金额[注1]	推广费用	单位点击量成本[注2]	投入产出比[注3]
2020 年度	自营店铺	天猫/淘宝	直通车	1,950.88	161.60	16,383.77	4,812.08	2.47	3.4
		京东	京东快车	104.78	6.13	2,862.30	346.07	3.3	8.27
		拼多多	多多推广[注4]	694.51	47.98	2,070.55	507.23	0.73	4.08
	直发	天猫/淘宝	直通车	916.37	96.01	6,152.26	1,570.20	1.71	3.92
2019 年度	自营店铺	天猫/淘宝	直通车	973.88	92.61	7,998.01	3,116.23	3.20	2.57
		京东	京东快车	85.28	7.00	1,489.29	273.10	3.20	5.45
	直发	天猫/淘宝	直通车	118.57	13.40	932.10	411.20	3.47	2.27
2018 年度	自营店铺	天猫/淘宝	直通车	1,076.54	109.65	9,892.58	2,775.25	2.58	3.56
		京东	京东快车	92.22	7.02	1,361.05	301.38	3.27	4.52
	直发	天猫/淘宝	直通车	134.49	16.10	986.43	386.63	2.87	2.55

注 1：点击量为通过该推广方式进入店铺的点击量；总订单金额为该推广方式对应的订单交易金额。

注 2：单位点击量成本=推广费用/点击量

注 3：投入产出比=总订单金额/推广费用

注 4：因前期公司较少在拼多多平台使用多多推广，公司未留存 2018 年至 2019 年度多多推广对应的点击量、总订单数、总订单金额等运营数据；多多推广包含多多搜索、多多场景、明星店铺、聚焦展位等。

推广效果从短期来看指通过付费推广换取更多的成交金额（GMV）和点击量，单位点击量成本、投入产出比都是衡量效果的指标。

通过上表分析可知：

A、公司在天猫平台自营店铺的单位点击量成本从 2018 年到 2019 年呈上升趋势，至 2020 年有所下降，主要系：

随着各大电商平台的成熟，平台的入驻商家增多，平台获取新客难度和竞争加大，同时随着逐年业绩目标上涨，为获取更多客户，公司对应的投入成本同比也有所增长，这导致公司单位点击量成本的上涨；

受 2020 年疫情影响，电商平台上为购买防疫物资而活跃的客户增多，公司因防疫物资的供应充足，可孚品牌影响力较往年有一定上升，令公司在推广竞争中的单位点击量成本降低；

B、公司在天猫、京东的平均单位点击量成本高于拼多多平台，在京东平台自营店铺的单位点击量成本在 2018 年至 2020 年略高于天猫平台自营店铺，主要系：

i、公司在不同平台的产品推广策略不同。公司在京东的产品客单价普遍高于天猫，在推广上也是以高客单价产品为主导，客户受众群体较有针对性，商家的竞争出价更高，导致京东的单位点击量成本略高于天猫；拼多多平台的付费推广工具较少，推出时间晚，竞争商家不多，且在拼多多的产品客单价偏低，公司推广投入较少，使得公司在拼多多平台的单位点击量成本低于其他平台；

ii、平台的推广渠道不同。在平台站内推广方式上，天猫的推广渠道比京东更加丰富，天猫在商业化广告流量上位置更多，商家在竞争商业广告位时有更多的选择，在获取点击量及控制成本上有更多的操作空间，这导致 2018 年至 2020 年公司在天猫平台的单位点击量成本略低于京东；

iii、平台的推广方式侧重点不同。天猫和京东更加侧重搜索流量，搜索流量的特点是精准、客户目的性强，这导致竞争更加激烈，单位点击量成本更高；而拼多多更加侧重推荐流量，推荐流量的特点是客户目的性较弱，以闲逛为主，竞争分散不集中，所以单位点击量成本会相对较低。

C、投入产出上的差异

经过各平台横向对比，在推广效果上，京东的投入产出比普遍高于天猫和拼多多的投入产出比，主要系公司在京东的产品客单价普遍高于其他平台，在推广效果上会有一定的优势。

⑩线上销售对应各平台的新客户对应的免费流量及其占比情况

A、公司免费流量、付费流量入口

公司拥有众多流量入口（即获取流量的渠道），按获取流量是否支付相应费用可分为付费流量和免费流量，付费流量指通过支付推广营销费而直接获得的、从付费流量入口进入的访客流量，相应免费流量指无需通过支付推广营销费而获得的、从免费流量入口进入的访客流量；公司目前主要的付费流量入口及免费流量入口分类如下：

平台	付费流量入口	免费流量入口
天猫/淘宝	淘宝客、直通车、钻石展位、品销宝、超级推荐、聚划算、淘抢购、天天特卖、淘金币等	手淘搜索、手淘推荐、淘内免费、手猫搜索、手淘问大家、购物车、我的淘宝、直接访问、手淘其他店铺、手淘其他店铺商品详情、手淘旺信等
京东	京东快车、京东展位、京东直投、购物触点、京东海投、联合活动、秒杀、闪购等	搜索、栏目、问答、京东首页、消息中心、京东活动（含大促）、其他店铺、扫啊扫、发现（觅Me）、推荐落地页、直接访问、购物车等
拼多多	多多搜索、多多场景、明星店铺、聚焦展位等	搜索、其他店铺访问、购物车、直接访问等
其他	百度推广费、顶级展位、置顶广告费等	

B、付费流量收费原则

目前付费流量入口的收费原则可以分为两类：一类是根据成交额按比例支付费用，主要为淘宝客、聚划算、淘抢购、天天特卖；另一类是按照点击/展示次数付费，其中直通车、超级推荐、京东快车按照点击次数付费，钻石展位、品销宝按展示次数付费，具体收费原则详见招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”之“（1）销售费用构成”之“7）线下促销服务费”。

C、线上各平台的新客户对应的免费流量数据

公司作为电商平台入驻商家，线上店铺运营数据来源于电商平台后台，且获取数据的期间和类型受限于平台向商家开放的数据范围。对于新客户对应的免费流量数据，生意参谋（sycm.taobao.com）可提供淘宝/天猫平台店铺的对应数据，京东商智（sz.jd.com）

可提供京东平台店铺的对应数据，且上述两平台店铺后台仅展现一定期间内的对应数据，无法覆盖整个报告期。公司暂无法获取其他平台如拼多多、唯品会、贝贝网等店铺的新客户对应免费流量数据。

公司在店铺运营过程中，留存了部分对运营决策有重大影响的数据，未留存免费流量对应的新客户数据。截至招股说明书出具之日，公司仅能取得淘宝/天猫平台 2020 年 1 月-12 月、京东平台 2019 年 10 月-2020 年 12 月主要店铺的免费流量对应的新客户数据，报告期 2020 年的上述数据，具体分析如下：

2020 年天猫平台主要店铺免费流量及带来的新客户数据如下：

平台	模式	店铺名称	店铺总流量中的免费流量[注2]（万次）	店铺免费流量带来的新客户[注4]（万人）	免费流量在总流量中占比	免费流量带来的新客占总新客比重
天猫	自营店铺	好护士器械旗舰店	7,454.23	735.27	83.73%	78.90%
天猫	自营店铺	科源医疗器械专营店	706.38	43.64	67.28%	58.28%
天猫	自营店铺	科诚医疗器械专营店	642.59	30.17	84.25%	72.84%
天猫	自营店铺	科捷医疗器械专营店	873.42	36.34	84.17%	73.86%
天猫	自营店铺	每文医疗器械专营店	900.35	37.92	80.53%	62.88%
天猫	自营店铺	森合医疗器械专营店	685.36	40.91	79.81%	67.88%
天猫	自营店铺	仙鹤医疗器械旗舰店	225.18	25.77	72.99%	78.24%
天猫	自营店铺	械字号医疗器械专营店	378.03	12.75	85.64%	76.98%
天猫	自营店铺	怡源医疗器械专营店	442.40	21.11	87.96%	72.56%
天猫	直发模式	可孚医疗器械旗舰店	7,357.78	735.04	79.93%	68.92%
天猫	直发模式	药健康大药房旗舰店	447.63	20.94	84.22%	75.73%

注 1：上表数据为各店铺后台生意参谋展示的数据。
注 2：流量指进入店铺的访客数量，若某 ID 用户从不同渠道进入店铺，则每个渠道的访客数都会加 1。
注 3：天猫平台新客户指该店铺过去 365 天内第一次下单的客户，若某新客户在不同店铺分别第一次下单，则不同店铺新客户数都会加 1，与招股说明书 “新客户的定义为第一次下单的客户，每个客户在所有报告期中用户 ID 只记录一次。 新客户数量为第一次下单的客户数量（ID 用户数）”定义不同，生意参谋不提供与招股说明书相同口径的新客户数据。
注 4：店铺免费流量带来的新客户指 365 天内第一次且通过免费流量入口访问店铺并购买商品的客户。

2020 年京东平台主要店铺免费流量及带来的新客户数据如下：

平台	模式	店铺名称	店铺总流量中的免费流量（万次）	店铺免费流量带来的新客户（万人）	免费流量在总流量中占比	免费流量带来的新客占总新客比重
京东	自营店铺	拜安康医疗器械旗舰店	8.43	0.70	75.19%	51.97%

平台	模式	店铺名称	店铺总流量中的免费流量（万次）	店铺免费流量带来的新客户（万人）	免费流量在总流量中占比	免费流量带来的新客占总新客比重
京东	自营店铺	好护士大药房旗舰店	256.07	15.01	90.37%	81.35%
京东	自营店铺	健诺医疗器械专营店	79.43	5.03	94.41%	91.50%
京东	自营店铺	康德莱医疗器械旗舰店	2.74	0.21	99.77%	80.36%
京东	自营店铺	科源医疗器械专营店	175.95	15.07	96.14%	90.98%
京东	自营店铺	可孚医疗器械旗舰店	329.83	29.20	91.46%	85.38%
京东	自营店铺	瑞思迈旗舰店	56.82	1.29	89.03%	72.53%
京东	自营店铺	械字号医疗器械专营店	88.37	4.74	93.07%	90.90%
京东	自营店铺	雅健医疗器械专营店	25.38	1.20	90.53%	92.73%

注 1：上表数据为各店铺后台京东商智展示的数据。
注 2：流量指进入店铺的访客数量，若某 ID 用户从不同渠道进入店铺，则每个渠道的访客数都会加 1。
注 3：京东平台新客户指该店铺自开店以来第一次下单的客户，若某新客户在不同店铺分别第一次下单，则不同店铺新客户数都会加 1，与招股说明书 “新客户的定义为第一次下单的客户，每个客户在所有报告期中用户 ID 只记录一次。新客户数量为第一次下单的客户数量（ID 用户数）”定义不同，京东商智不提供与招股说明书相同口径的新客户数据。
注 4：店铺免费流量带来的新客户指自开店以来第一次且通过免费流量入口访问店铺并购买商品的客户。

由上表可知，2020 年公司天猫平台主要店铺免费流量在总流量中占比区间为 67.28%-87.96%；免费流量带来的新客占总新客比重区间为 58.28%-78.90%。

2020 年公司京东平台主要店铺免费流量在总流量中占比区间为 75.19%-99.77%；免费流量带来的新客占总新客比重区间为 51.97%-92.73%。

公司在天猫及京东平台主要店铺的免费流量占总流量比重较高，公司主要店铺获取免费流量能力较高；公司在京东平台主要店铺的免费流量占总流量比重普遍高于天猫平台，主要系公司在天猫平台开店数量更多、开店时间更久，且天猫平台付费流量入口多样，总流量大，公司在天猫平台推广营销力度更大。

总体而言，2020 年公司在天猫及京东平台新增客户主要来源于免费流量，公司获取新客户不依赖于付费推广。

5）租赁费主要为线下门店及销售人员办公场所租赁费。报告期内，租赁费占营业收入比重稳定。

6）包装物耗主要为线上及线下货物发货包装物耗。报告期内，包装物耗占营业收入比重稳定。

7）线下促销服务费主要为老百姓、益丰、千金、国药控股、海王星辰等主流大型

连锁药房线下开展新品促销节日促销，支付给药房渠道委托其开展促销的费用。广告宣传费主要为支付给广告公司的宣传费、赠送样品费及参与展会展示费用。

① 发行人主要市场推广方式

报告期内，发行人主要通过线上电商平台推广、线下门店推广和线下促销等方式进行推广，具体推广内容如下：（1）电商平台推广，主要包括淘宝天猫钻展、淘宝天猫直通车、淘宝天猫超级推荐、京东精准通等；（2）线下门店推广，主要包括门店产品及门店活动展示、商场公共区域广告展示等；（3）线下零售和批发客户促销推广，主要包括客户体验活动，商品陈列等。

② 线上推广费和线下促销服务费、广告宣传费的主要支付对象、支付金额、购买内容和展现方式、涉及店铺及电商平台及相应费用情况等

线上推广费主要支付对象、支付金额、购买内容、展现方式及涉及店铺如下：

单位：万元

购买内容	平台	主要支付对象	展现形式	支付金额			主要涉及店铺
				2020 年	2019 年	2018 年	
直通车	天猫/淘宝	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	天猫/淘宝网页、APP 等搜索，按点击付费	6,467.73	3,530.26	3,161.88	好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、科源医疗器械专营店等天猫、淘宝店铺
京东快车	京东	重庆京东海嘉电子商务有限公司	京东网页、APP 等搜索，按点击付费	642.58	288.10	301.38	好护士大药房旗舰店、瑞思迈旗舰店、可孚医疗器械旗舰店等京东店铺
超级推荐	天猫	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	天猫网页、APP 等搜索，按点击付费	564.92	37.43	—	好护士器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店、每文医疗器械专营店等天猫店铺
多多推广	拼多多	上海寻梦信息技术有限公司	拼多多网页、APP 搜索展示，按点击或者展现进行扣费	507.23	7.97	1.31	可孚健诺专卖店、通慈医疗器械官方旗舰店等拼多多店铺
钻石展位	天猫	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	天猫网页、APP 等搜索，按展示付费	65.91	0.08	11.02	好护士器械旗舰店、仙鹤医疗器械旗舰店等天猫店铺
品销宝	天猫	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	天猫网页、APP 等搜索，按展示付费	5.20	30.60	40.63	仙鹤医疗器械旗舰店、拜安康医疗器械旗舰店、可孚医疗器械旗舰店等天猫店铺
其他（注）				**803.07**	**767.17**	**342.18**	—
总计				**9,056.64**	**4,661.61**	**3,858.41**	—

注：其他主要为百度推广费、顶级展位、置顶广告费等。

线下促销服务费主要支付对象、支付金额、购买内容和展现方式如下：

单位：万元

主要支付对象	支付金额			购买内容	展现形式
	2020 年	2019 年	2018 年		
益丰系统	57.86	46.63	43.76	门店产品及门店活动展示	新品展示、产品促销、客户体验
老百姓系统	26.39	70.68	100.12		
国药系统	4.18	4.91	6.36		
海王系统	9.47	14.27	6.58		
千金系统	2.08	47.17	3.38		
怀仁系统	0.71	-	1.88		
九洲大药房系统	0.47	0.93	15.38		
浙江瑞人堂医药连锁有限公司	0.47	4.63	22.19		
养天和系统	0.71	0.01	6.42		
高济系统	11.48	9.04	2.13		
其他（注）	137.00	105.25	150.98	-	-
总计	**250.82**	**303.51**	**359.18**	**-**	**-**

注：其他主要为零散的线下药房促销费用，单笔金额较小、笔数较多，故予以合并列示。

广告宣传费支付对象、支付金额、购买内容和展现方式如下：

单位：万元

主要支付对象	支付金额			购买内容	展现形式
	2020 年	2019 年	2018 年		
终端客户样品、礼品赠送	248.24	75.96	11.74	自有产品或者外购礼品	业务推广，赠送样品
海口浦森文化传媒有限公司等广告宣传	43.54	36.95	31.06	广告宣传	门店产品及门店活动展示、活动展示
杭州翼拓展览有限公司等展览会议类	122.59	73.24	11.42	展览、会议等展费	展会展示
其他（注）	29.54	26.29	1.19	-	-
合计	**443.91**	**212.44**	**55.41**	**-**	**-**

注：其他主要为零散的广告及宣传推广活动，单笔金额较小、笔数较多，故予以合并列示

③ 报告各期线上推广费、线下促销服务费、广告宣传费变动与相关销售收入变动的匹配关系

各类型推广投入金额、投入效果如下：

单位：万元

推广类型	项目	2020 年	2019 年	2018 年
线上推广	线上平台推广费	9,056.64	4,661.61	3,858.41
	线上销售收入	180,830.42	104,297.67	70,323.44
	线上推广费率	5.01%	4.47%	5.49%
线下促销费	线下促销费	250.82	303.51	359.18
	线下销售收入	51,529.41	41,326.42	37,955.55
	线下促销费率	0.49%	0.73%	0.95%
广告宣传费	广告宣传费	443.91	212.44	55.41
	线下销售收入	51,529.41	41,326.42	37,955.55
	广告宣传费率	0.86%	0.51%	0.15%

线上推广费：报告期内，公司不断加大线上电商推广费投入力度，通过淘宝直通车、钻石展位、京准通等网络营销平台大力推广公司产品、提高产品知名度，电商销售的推广费用大幅增长。

线下促销费：2018年至2019年，公司通过药房渠道大力开展线下促销活动，线下促销费用基本稳定，但随着线下销售规模增长，促销费率有所降低，2020年受到疫情影响，线下促销费用和费率降低明显。

广告宣传费：报告期内，公司未进行大规模广告宣传，主要通过线下渠道样品赠送给用户体验、参与展会等形式。为了扩大品牌影响力，公司于 2019、2020 年度多次参加展会，因此费用逐年增长。

8）装修费用主要系当年门店装修实际发生费用以及长期待摊费用中转入的待摊装修费，折旧费用主要系各门店内办公设备、机器设备折旧以及杭州每文门店房屋折旧。

① 报告期内，公司线下门店装修费用情况如下：

单位：万元

项目	报告期累计合同金额	装修面积（万平方米）	装修单价（元/平方米）（注 1）	每年入账装修费		
				2020 年	2019 年	2018 年
好护士门店	690.58	1.20	575.48	106.22	199.35	176.12
健耳门店	1214.93	1.46	832.14	274.35	80.88	27.81
区域公司	1,668.70	2.70	618.04	295.9	217.47	68.03
其他（注 2）					0.16	6.71
总计	**3,574.21**	**5.36**	**666.83**	**676.47**	**497.87**	**278.67**

注 1：装修单价=合同金额/装修面积
注 2：其他为零星装修费用
注 3：门店包括公司仓储式卖场和销售办公场所

报告期每年装修费用对应的装修门店数量以及装修面积情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
装修费用	676.47	497.87	278.67
涉及装修门店数量	144.00	69	63
涉及装修门店面积（万平方米）	4.51	4.01	2.33

注：涉及装修门店数量指当年实际发生了装修费用或分摊了装修费用的门店数量总和，不包含当年装修费用已摊销完毕门店以及已租赁尚未发生装修费用门店。公司租赁期限一般为 1-5 年，装修费用一般计入长期待摊费用，摊销年限的确定方式为预计门店开设时间，其中以 3 年和 5 年年限为主。

报告期内，每年装修费用逐年增长，同时线下装修门店数量和装修面积也逐年保持增长，装修费用与线下门店数量、面积之间具有正向配比关系。

② 报告期内，公司折旧费用与线下门店数量及面积的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
折旧费用	492.54	377.34	192.75
其中折旧费用-房屋建筑物	76.79	72.44	72.44
涉及线下门店数量	1	1	1
涉及线下门店面积（平方米）	782.19	782.19	782.19

折旧费用中房屋建筑物折旧为公司于 2017 年取得的杭州南北商务港大厦 2 幢 101 室房产的折旧费用，此房产公司主要用于产品展示及仓储卖场。因线下门店基本上为租赁性质，折旧费用与门店面积没有明显配比的情况。

9）售后服务费主要系售后维修材料领用，根据实际领用金额计入销售费用。公司报告期内未计提售后服务费，主要原因系公司产品售出后发生的售后维修材料领用较少，2018 年度至 2020 年售后服务费占收入比例分别为 0.04%、0.07%、0.10%，占比金额较小，对财务报表影响较小，因此不做计提。

经对比鱼跃医疗、九安医疗、三诺生物、乐心医疗、稳健医疗、英科医疗的售后服务费计提情况，仅三诺生物对售后服务费采用了计提政策。公司报告内各年实际发生的售后服务费比率远低于三诺生物，公司未计提售后服务费是基于公司业务实际运行的特点，具有合理性，符合行业惯例。

10）商品损耗

发行人商品损耗原因主要系客户退换货造成的商品损耗，效期管理商品中过期商品的处理及日常储存、转运时出现的破损及质变等。

报告期内商品损耗明细表如下：

单位：万元

商品损耗原因	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货及过期报废	49.58	8.22	51.91
日常储存、转运时出现的破损及质变	12.44	12.47	82.26
合计：	**62.02**	**20.69**	**134.17**

发行人从2017年开始进行仓库设备、管理系统更新，改良了仓库环境，并加强了仓库保管的质控，大幅减少了因保管不善导致的货损问题，报告期物料损耗逐年降低。

（2）结合发行人业务模式，分析毛利率与销售费用率的匹配关系及商业逻辑合理性

报告期内，发行人不同业务模式毛利率与销售费用率情况如下所示：

业务模式	2020 年		2019 年		2018 年	
	毛利率	费用率	毛利率	费用率	毛利率	费用率
线上销售						
自营店铺	46.64%	24.89%	41.79%	29.87%	39.29%	30.20%
直发模式	47.07%	19.98%	36.09%	23.13%	29.40%	26.20%
平台入仓	48.49%	14.00%	41.65%	9.66%	39.59%	5.94%
线上销售小计	46.85%	22.88%	40.18%	27.60%	37.81%	29.25%
线下销售						
药房渠道	43.88%	15.80%	31.41%	16.84%	33.56%	14.55%
自营门店	54.82%	36.75%	40.50%	35.93%	38.97%	32.56%
线下销售小计	46.75%	21.31%	33.41%	21.03%	34.62%	18.06%
合计	**46.83%**	**22.53%**	**38.26%**	**25.73%**	**36.69%**	**25.33%**

注：费用率=各模式销售费用/各模式对应的销售收入

整体来看，区分线上销售与线下销售，毛利率方面，报告期内发行人线上销售毛利率均高于线下销售；销售费用率方面，报告期线上销售费用率均高于线下，主要原因为线上自营店铺与直发模式下代运营店铺发行人承担的线上服务费及推广费较大，且自营

店铺与直发模式下快递费率高于线下物流费率。

具体分析如下：

1）自营店铺与自营门店销售毛利率与销售费用率分析

业务模式角度，自营店铺、自营门店均为直接面向终端销售。

毛利率方面，2018 年至 2019 年，自营店铺与自营门店毛利率较为接近；2020 年 1-6 月、2020 年全年，自营门店销售毛利率高于自营店铺主要原因为其防疫产品销售占比较高所致。

销售费用率方面，自营店铺销售费用主要构成为运输仓储费、线上服务费与推广费以及职工薪酬，自营门店销售费用构成主要为租赁费、装修费及折旧费用。其中，2019 年、2020 年自营门店中科源仓储式卖场以及健耳听力助听器门店规模迅速扩张，租赁费、装修费及折旧以及职工薪酬占比及费用率相应提升。

2）直发模式、平台入仓与药房渠道销售毛利率与销售费用率对比分析

业务模式角度，直发模式、平台入仓与药房渠道均为批发式销售。其中直发模式下销售收入占比较高的代运营店铺可孚医疗器械旗舰店与阿里健康的结算依据为终端销售价格的一定比例，且由发行人负责日常运营、发货。

毛利率方面，平台入仓销售中毛利率较高的医疗护理产品等销售收入占比较高，因此其销售毛利率相对较高。

销售费用率方面，平台入仓与药房渠道销售费用构成均主要包含职工薪酬、运输仓储费，二者费用率较为接近；2018 年至 2020 年，直发模式下销售费用主要构成中的运输仓储费、线上服务费费用率相对平台入仓与药房渠道较高。

综上所述，结合发行人业务模式，各渠道毛利率与销售费用率的匹配关系具有商业逻辑合理性。

（3）同行业可比公司对比

报告期内，公司销售费用率同行业上市公司对比情况如下：

序号	公司名称	2020 年/2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
1	鱼跃医疗	11.68%	13.59%	12.83%
2	三诺生物	25.04%	27.49%	29.14%
3	乐心医疗	4.92%	7.82%	9.68%
4	九安医疗	12.48%	15.36%	11.00%

序号	公司名称	2020 年/2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
5	英科医疗	2.34%	6.35%	6.32%
6	稳健医疗	18.86%	29.64%	27.12%
7	蓝帆医疗	9.20%	16.16%	13.55%
8	振德医疗	4.25%	10.06%	8.24%
9	奥美医疗	2.71%	5.53%	5.57%
平均值		**10.16%**	**14.67%**	**13.72%**
本公司		**22.04%**	**25.63%**	**25.23%**

注：截止至招股说明书签署之日，除英科医疗其余可比公司尚未披露 2020 年度报告，因此采用半年报数据。

公司销售费用占营业收入比重高于同行业可比公司，主要系同行业可比公司的经营模式与公司存在差异。

首先，公司线上销售收入占主营业务收入比重较大，直接面对终端消费者，为提升消费者的消费体验，公司对消费者购买的产品采取足额包邮的方式，故公司的销售费用中产生了金额较大的快递费；其次，公司的线上销售模式主要通过第三方电商平台实现，所以公司需要向第三方电商平台支付平台服务费；第三，公司通过品牌战略打造其立体化的品牌形象，故公司产生了较多的线上推广费用；综上，由于公司与可比公司经营模式的不同，其销售费用占比较可比公司高。

报告期内，公司销售费用率与三诺生物与稳健医疗销售费用率接近，主要原因系销售渠道角度，公司与三诺生物、稳健医疗模式相似度高。其中，三诺生物主要通过大型连锁药店、区域经销商、电商平台等渠道将产品销往终端用户；稳健医疗健康生活消费品主要通过电子商务和直营门店销售。

综上，公司销售费用率高于同行业可比公司具有合理性。

2、管理费用

（1）管理费用构成

报告期内，公司管理费用构成如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,235.81	45.52%	1,342.45	41.42%	883.12	35.23%

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
咨询服务费	397.53	8.09%	353.24	10.90%	106.91	4.26%
租赁费	386.44	7.87%	327.70	10.11%	396.88	15.83%
办公费	269.23	5.48%	282.32	8.71%	236.06	9.42%
业务招待费	367.30	7.48%	243.70	7.52%	150.96	6.02%
存货盘亏	107.24	2.18%	198.47	6.12%	215.07	8.58%
差旅费	89.81	1.83%	161.18	4.97%	100.02	3.99%
装修费用	109.53	2.23%	120.93	3.73%	210.81	8.41%
折旧费	202.72	4.13%	104.96	3.24%	146.77	5.85%
无形资产摊销	378.36	7.70%	60.85	1.88%	30.76	1.23%
其他费用	367.43	7.48%	45.29	1.40%	29.44	1.17%
合计	**4,911.39**	**100.00%**	**3,241.08**	**100.00%**	**2,506.78**	**100.00%**

公司管理费用主要由职工薪酬、中介咨询费、租赁费、办公费、业务招待费、折旧与摊销、装修费用等构成。

报告期内，公司管理费用中职工薪酬逐年增长，2018 年、2019 年、2020 年职工薪酬支出分别为 883.12 万元、1,342.45 万元、2,235.81 万元，主要原因系随着业务拓展，人员数量随之增长，同时薪酬水平上涨也带动了职工薪酬的提升。随着各项制度的完善和管理水平的发展提高，公司管理费用支出逐年增加。

1）职工薪酬

① 管理人员职工薪酬的变化情况

报告期内，公司管理人员职工薪酬、数量及平均薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
管理人员薪酬	2,235.81	1,342.45	883.12
管理人员人数	134	102	89
管理人员平均薪酬	16.69	13.16	9.92

注 1：上表统计的人数=各期每月计提管理人员薪酬总人次数/各期月份数计算的加权平均人数。

报告期内，管理人员职工薪酬逐年增加，主要原因系管理人员数量及平均薪酬增长所致。管理人员数量增长主要系公司业务快速发展，各管理职能部门日趋完善，随着分子公司数量增加，所需管理人员增加。管理人员人均薪酬增加主要系公司近年来经营情况较好、业务量和业绩逐年增长，对管理人员进行薪酬调整，管理人员薪酬水平有所提

高。

② 管理人员职工薪酬与同行业可比公司对比

报告期内，管理人员平均薪酬与同行业公司对比情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
1	鱼跃医疗	11.57	16.76	12.42
2	三诺生物	8.25	21.64	26.54
3	乐心医疗	32.93	72.49	19.37
4	九安医疗	20.44	39.07	32.88
5	英科医疗	7.63	13.18	17.16
6	稳健医疗	11.36	17.92	16.98
7	蓝帆医疗	19.26	26.93	26.81
8	振德医疗	9.60	14.97	14.27
9	奥美医疗	10.96	22.51	16.75
同行业平均		**14.67**	**27.27**	**20.35**
可孚医疗		**9.12**	**13.16**	**9.92**

注 1：为便于取数和计算，上述平均薪酬=2*管理各费用明细中的职工薪酬/（期初人员数量+期末人员数量）；稳健医疗 2018 年至 2019 年平均薪酬数据直接取自招股书；2020 年 6 月期末人员数量无法获取，2020 年 1-6 月平均薪酬=管理费用明细中的职工薪酬/期初人员数量。数据来源于同行业可比公司各公司定期报告、招股说明书。

注 2：乐心医疗、九安医疗以及英科医疗三家同行业上市公司在其年报披露的员工数量分类中存在一定比例的其他人员分类，未将该其他人员数量纳入上表管理人员统计范围，导致出现部分公司管理人员平均薪酬远高于同行业的情况。

注 3：除英科医疗外，截止至招股说明书签署之日其他同行业可比公司尚未披露 2020 年度报告，因此 2020 年采用半年报数据。

报告期内，公司管理人员薪酬水平低于同行业上市公司平均水平。随着管理人员薪酬水平的持续提高，2019 年公司开始与英科医疗、稳健医疗、振德医疗的管理人员平均薪酬较为接近，具有一定的竞争力。随着生产经营的持续健康发展，公司将更加重视职工薪酬体系建设，进一步提升公司在行业内及当地的人才吸引力。

③ 管理人员职工薪酬与当地平均工资对比

报告期内，公司管理人员平均薪酬与当地平均薪酬水平比较情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
当地员工平均工资	-	4.20	4.02

其中：制造业平均工资	-	3.99	3.97
批发和零售业平均工资	-	3.34	3.17
长沙城镇在岗职工平均工资	-	9.85	9.33
可孚医疗管理人员平均工资	16.69	13.16	9.92

注 1：公司以生产制造与批发零售为主，因此取湖南省制造业、批发和零售业平均工资来对比；
注 2：“当地员工平均工资”数据来源于湖南省统计局公布的城镇私营企业单位从业人员平均工资；“制造业平均工资、批发和零售业平均工资”数据来源于湖南省统计局公布的城镇私营企业单位从业人员中制造业、批发和零售业的平均工资。2020 年数据尚未公布。
注 3：可孚医疗位于湖南省长沙市，长沙市统计局未对私营单位在岗职工年平均工资进行发布，“长沙城镇在岗职工平均工资”数据来源于长沙市统计公布的长沙城镇非私营单位在岗职工年均工资。2020 年数据尚未公布。

公司管理人员主要为公司高管、部门负责人、财务及行政人员等，工资相对较高，同时公司位于湖南省长沙市，报告期内各年度管理人员平均薪酬水平高于所在地省份的平均工资水平的情形合理，且增长趋势与当地平均工资变动趋势一致。长沙城镇非私营单位的平均薪酬水平相对较高，2018 年与发行人管理人员平均薪酬水平基本持平，随着发行人业务量和业绩逐年增长，对管理人员进行薪酬调整，2019 年管理人员薪酬水平有所提高，薪酬水平高于长沙城镇非私营单位平均薪酬水平的情形合理。

④报告期内公司管理人员离职及变动情况

报告期内，公司管理人员持续增长，入职、离职、转岗情况如下：

单位：人

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
入职人数	44	37	35
离职人数	13	10	11
转岗人数	3	2	-
管理人员平均数[注 2]	134	102	89
离职率[注 3]	9.70%	9.80%	12.36%

注 1：上表统计的入职、离职、转岗人数不包含实习人员、劳务派遣和劳务外包人员。
注 2：管理人员平均数为当年度在职管理人员的加权平均数。
注 3：离职率=离职人数/管理人员平均数。

由上表可知，公司各期离职人数分别为 11 人、10 人、13 人，管理人员离职人数较少且稳定，报告期各期离职率分别为 12.36%、9.80%、9.70%，管理人员离职率呈现逐年下降趋势。2018 年度、2019 年度离职人员均为普通管理人员，2020 年离职人数中，中层管理人员 1 人，普通管理人员 12 人。公司中高层管理人员保持稳定。

综上，公司管理人员整体离职率呈现逐年下降趋势，报告期内公司离职人员主要为普通基础岗位员工，公司高层及中层管理人员保持稳定。

2）租赁费、办公费、差旅费

发行人报告期各期管理费用中租赁费、办公费、差旅费列支情况：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
管理费用-租赁费	386.44	327.70	396.88
管理费用-办公费	269.23	282.32	236.06
管理费用-差旅费	89.81	161.18	100.02

发行人分公司、子公司数量情况：

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
分支机构总数量（个）	211	89	74
其中：有管理费用（注）	7	6	5
无管理费用	204	83	69

注：若该分支机构不设管理部门，则将该分支机构纳入无管理费用核算的分支机构数量中进行统计。

发行人报告期各期管理费用中租赁费、办公费、差旅费，除受新冠疫情影响 2020 年发行人差旅费规模大幅下降外，其余项目与承担管理职能的分支机构数量是相匹配的。

（2）同行业可比公司对比

报告期内，公司管理费用率同行业上市公司对比情况如下：

序号	公司名称	2020 年/2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
1	鱼跃医疗	5.18%	5.74%	5.90%
2	三诺生物	6.35%	7.81%	7.79%
3	乐心医疗	4.89%	5.30%	5.55%
4	九安医疗	8.25%	24.59%	26.93%
5	英科医疗	1.80%	4.15%	4.17%
6	稳健医疗	3.80%	4.32%	4.59%
7	蓝帆医疗	4.62%	5.99%	6.10%
8	振德医疗	3.85%	9.06%	7.77%
9	奥美医疗	5.22%	9.76%	8.90%
平均值		**4.88%**	**8.52%**	**8.63%**
本公司		**2.07%**	**2.22%**	**2.31%**

注：截止至招股说明书签署之日，除英科医疗外其余可比公司尚未披露 2020 年度报告，因此采用半年报数据。

2018 年、2019 年、2020 年，可孚医疗管理费用占营业收入比重分别为 2.31%、2.22%、

2.07%，保持稳定。

报告期内，公司管理费用结构与同行业可比公司差异不大，公司管理费用率低于同行业可比公司，主要原因为以下几个方面：

1）职工薪酬率低于同行业平均水平，管理人员整体薪酬及平均薪酬均低于同行业可比公司，具体原因如下：

A、为适应公司业务模式，公司管理层级较为扁平，职工薪酬总体规模较小。管理人员数量较少，而同行业上市公司管理队伍更为庞大；公司主要由母公司可孚医疗、集采中心湖南科源、公司总部下设总裁办、战略发展部、人力行政中心、财务管理中心、质量中心、审计部等职能部门实行集中统一管理，其余分子公司作为销售中心于各地区实施销售，实现了减少管理层级、缩减冗余人员、提高管理效率的扁平化管理，因此公司管理费用率较低。

B、同行业可比公司为上市公司，上市公司高层管理人员薪酬相对更具有竞争力。

C、鱼跃医疗、乐心医疗、九安医疗、稳健医疗、振德医疗总部分布于长三角、东南沿海和珠三角等经济活跃地域，管理人员生活在经济相对发达的地域，而公司总部位于长沙，管理人员生活在湖南等中部地域，生活成本和工资水平相对较低。

2）折旧与摊销费率低于同行业水平，公司主要办公场所均为租赁房产，固定资产金额较小且主要为电子设备，管理费用中折旧摊销金额较小。报告期内，公司主要职能管理部门办公场所未处于商业繁华地区，租金水平不高，因此管理费用率较低。

3）办公费率低于同行业水平，主要系管理部门及管理人员集中在湖南长沙，而其他地区分支机构多为销售机构；且总体管理人员数量较少，管理效率较高，产生的办公费用相应较低。

4）咨询服务中介费率低于同行业水平，主要系公司为非上市主体，相应产生的中介服务费少于同行业可比已上市公司。

此外，因同业对比公司线上业务经营较少，和发行人的业务结构有较为明显的差异，故同比以线上业务为主的上市电商公司三只松鼠（300783.SZ）的管理费用占比情况，具体情况如下：

项目	占营业收入比重			
	可孚医疗		三只松鼠	
	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年
管理费用	2.22%	2.31%	1.72%	1.62%
其中：工资薪酬	0.92%	0.81%	1.03%	0.81%
折旧及摊销	0.07%	0.14%	0.08%	0.10%
股份支付	-	-	-	-
其他	1.23%	1.36%	0.61%	0.72%

公司管理费用率与三只松鼠接近。

综上所述，公司管理费用率处于合理水平。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用构成如下：

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
研发人员薪酬	2,210.07	49.93%	843.93	52.70%	494.7	41.48%
研发材料	1,326.21	29.96%	359.14	22.43%	576.47	48.34%
专利费及知识产权费	423.23	9.56%	215.64	13.46%	43.09	3.61%
研发折旧及长期待摊费用	164.37	3.71%	57.31	3.58%	15.18	1.27%
房租	115.66	2.61%	27.41	1.71%	44.77	3.75%
其他费用	186.82	4.22%	98.06	6.12%	18.32	1.54%
合计	**4,426.35**	**100.00%**	**1,601.49**	**100.00%**	**1,192.52**	**100.00%**

2018 年、2019 年、2020 年，公司研发费用分别为 1,192.52 万元、1,601.49 万元、4,426.35 万元，占当期营业收入比重分别为 1.10%、1.10%、1.86%。公司研发费用主要由研发人员薪酬、研发材料、专利费及知识产权费构成。报告期内，公司无资本化的研发费用。

报告期内，公司专利费和知识产权费明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
专利费及知识产权费	423.23	215.64	43.09

项目	2020 年	2019 年	2018 年
其中：专利费	12.67	8.23	9.54

公司专利费及知识产权费包括医疗器械产品注册费、专利、商标、著作权费等费用，其中主要是医疗器械产品注册费。2018年、2019年，公司专利费及知识产权费分别较上期同比增加237.17%、400.44%，增长较快主要原因是2018年和2019年新增注册商品较多，公司商品注册费大幅增加。

报告期内专利费分别为9.54万元、8.23万元、12.67万元，主要包括专利年费、专利申请及代理费、专利变更费等费用，具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
专利费：			
其中（1）专利年费	5.37	2.00	0.54
（2）专利申请及代理费	2.47	6.22	9.00
（3）专利变更费	2.74	0.01	
（4）专利数据库费	2.09		
当年专利申请数量	51	43	57
期末累计获批专利数量	138	97	51
合计	**12.67**	**8.23**	**9.54**

公司发生的专利费用金额较小，主要包括专利年费和专利申请费。专利申请费用波动整体上与公司当年专利申请数量正相关，同时受专利申请相关费用政策的影响。根据《专利收费、集成电路布图设计收费标准》、《国家知识产权局令第39号》、《关于印发《专利收费减缴办法》的通知》,公司在2016年9月1日之前申请专利的官方费用享受申请费、发明专利申请审查费和年费70%的减缓，2016年9月1日至2018年12月31日申请专利的享受收费标准的85%的减缓，从2019年起申请专利的官方费用按照标准缴费，因此2020年专利费申请费相对较高，同时，报告期内专利年费随着各期末累计获批专利数量增加而逐年增加。

公司一贯重视研发创新，报告期内随着业务规模的扩张与盈利能力的持续提升，研发投入规模逐年提升，增加了研发技术人员数量、在研项目投入与新增项目立项。

报告期内，公司主要研发项目整体预算、支出金额和实施进度情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	研发费用预算	研发费用实际支出			项目进度
			2020 年	2019 年	2018 年	
1	一种可防侧翻的舒适性轮椅的研究	140.00	-	-	18.64	已完成
2	可孚制氧机的研究	130.00	-	-	77.19	已完成
3	一种多功能护理床的研究	100.00	-	-	98.49	已完成
4	可孚基于无线传输的云血压计的研究	235.00	-	-	231.59	已完成
5	一种关于助听器自制芯片的研究	145.00	-	-	141.08	已完成
6	可孚无线血压大数据系统的研发	205.00	-	-	202.31	已完成
7	一种关于消毒酒精棉的研究	150.00	-	-	146.41	已完成
8	一种关于蓝牙助听器的研究	140.00		73.66	66.55	已完成
9	一种医疗监护用床部件的切割机床研究	11.00	-	-	9.55	已完成
10	一种医疗监护用床部件加工用自动切割机床研究	18.00	-	-	15.76	已完成
11	一种医疗监护用床加工用检测设备开发	17.50	-	-	15.69	已完成
12	一种骨科康复助行器研发	130.60	-	-	19.33	已完成
13	一种医疗康复设备焊接夹具开发	21.00	-	-	20.66	已完成
14	一种科增强舒适性的监护医疗床构件研究设计	12.00	-	-	11.97	已完成
15	医疗器械智能配送系统研发	32.50	-	-	32.30	已完成
16	智能新型护理床研发	28.00	-	-	28.09	已完成
17	一种适用于监护医疗床的手自两用调节装置开发	30.00	-	-	30.08	已完成
18	一种新型抗菌导尿管的研发	14.00	-	-	13.53	已完成
19	一种高可靠低噪音医疗监护用床的滚轮设计	13.50	-	-	13.27	已完成
20	可孚清洗盐抑菌粉的研究	135.00	-	136.41	-	已完成
21	一种防烧伤的火罐的研究	105.00	-	103.68	-	已完成
22	便携手持式按摩仪的研究	100.00	-	100.95	-	已完成
23	可孚助行器的研究	200.00	-	199.16	-	已完成
24	一种关于胶原蛋白修复贴的研究	265.00	37.65	212.80	-	已完成
25	一种关于纯音听力计的研究	900.00	377.69	171.81	-	已完成
26	一种关于额温枪的研究	235.00	157.74	155.56	-	已完成
27	一种关于 MESH 微网雾化器的研究	210.00	46.69	136.41	-	已完成
28	一种关于透明质酸钠修复贴的研究	180.00	122.83	70.93	-	已完成
29	一种拉杆调节角度简易折叠护理床设计	52.00	-	47.51	-	已完成
30	一种全翻电动护理床研发	52.30	-	51.71	-	已完成

序号	项目名称	研发费用预算	研发费用实际支出			项目进度
			2020 年	2019 年	2018 年	
31	一种实用半电动护理床研发	42.00	-	39.18	-	已完成
32	一种颈椎康复牵引机构研发	130.60	-	101.69	-	已完成
33	新款枪式额温枪 02、06、07、09、11、12、13、14 款	100.00	88.00	-	-	在研
34	直流雾化器开发	220.00	219.61	-	-	在研
35	血压血糖一体机项目	110.00	109.29	-	-	在研
36	隧道电子血压计项目	300.00	300.61	-	-	在研
37	分子筛制氧机及成本控制	260.00	261.34	-	-	在研
38	脉冲式便携制氧机开发	200.00	200.14	-	-	在研
39	尿酸检测仪	70.00	70.50	-	-	在研
40	基于 STM 主控芯片及 pid 算法的家用呼吸机研发	700.00	368.04	-	-	在研
41	快速反应-“氧立得”A2000 型手提式发生器制氧剂 2.0	130.00	128.72	-	-	在研
42	医用型酒精消毒棉片优化	100.00	96.53	-	-	在研
43	清洗盐抑菌粉	100.00	59.45	-	-	在研
44	75%酒精卫生湿巾	130.00	129.81	-	-	在研
45	医用外科口罩	100.00	67.89	-	-	在研
46	可孚制氧机（KF01-3W/KF01-5W）	200.00	188.92	-	-	在研
47	370 电机以及气泵自产计划	150.00	149.83	-	-	在研
48	可孚制氧机（KF02-3YW）	450.00	264.51	-	-	在研
49	可孚心电图机	300.00	119.66	-	-	在研
50	颈椎按摩仪	120.00	101.61	-	-	在研
51	血压血糖一体机	400.00	155.76	-	-	在研
52	一种全曲木质家具医疗护理床的研发	180.00	149.26	-	-	在研
53	一种中曲木质家具医疗护理床的研发	190.00	153.04	-	-	在研
54	一种无扶手非折叠简易牵引椅的设计	35.00	28.93	-	-	在研
55	一种带扶手非折叠牵引机构的研发	10.00	8.50	-	-	在研
56	一种家用折叠式颈椎牵引椅的研发	25.00	21.14	-	-	在研
57	口罩	120.00	77.53	-	-	在研
58	熔喷布	30.00	19.54	-	-	在研
59	鼻梁条	15.00	9.70	-	-	在研
60	动态多参关键技术研究	500.00	97.20	-	-	在研
61	氧立得制氧剂配比改进研究	50.00	29.85	-	-	在研

序号	项目名称	研发费用预算	研发费用实际支出			项目进度
			2020 年	2019 年	2018 年	
62	一种多功能听力计及其相应的用于验配助听器的方法	100.00	8.84	-	-	在研
合计			**4,426.35**	**1,601.47**	**1,192.50**	-

报告期公司研发投入逐年增加，且随着新的生产基地和研发中心将建成投入使用，公司将具备更强大的研发能力，以保障公司高质量快速发展。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用主要为利息支出，财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息费用	144.45	510.17	443.66
减：利息收入	829.58	135.65	2.70
汇兑损益	10.16	0.95	11.42
银行手续费	80.32	59.27	44.59
借款担保费	-	-	15.37
现金折扣	9.60	-	1.13
合计	**-585.06**	**434.74**	**513.46**

报告期内，公司财务费用金额较小，经营活动现金流状况良好。

（五）股份支付

2017 年 9 月 11 日，经公司股东会批准，同意新增股东张志明、科源同创，同时同意公司注册资本变更为 7,820.00 万元，其中张志明出资 469.20 万元，占公司注册资本的 6%。

2017 年 9 月 18 日，经公司股东会批准，同意新增股东宁波怀格，同时同意公司注册资本由 7,820.00 万元变更为 8,500.00 万元。

张志明系公司高管，其上述增资事项构成股份支付，按同期宁波怀格新增入股价格计算及确认股份支付金额。

股份支付整体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
公司本期授予的各项权益工具总额	-	-	-	469.20
公司本期行权的各项权益工具总额	-	-	-	469.20

以权益结算的股份支付管理费用确认如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年
授予日权益工具公允价值的确定方法	-	-	-	当年度同期 PE 投资价格
对可行权权益工具数量的最佳估计的确定方法	-	-	-	一次性授予即行权
以权益结算的股份支付计入资本公积的累计金额	-	-	-	5,048.59
本期以权益结算的股份支付确认的费用总额	-	-	-	5,048.59

2017 年 9 月，可孚有限增资及股权转让完成后，实际控制人张敏、聂娟所享有的公司权益持股比例因股权稀释而有所降低，公司不存在以低价新增股份换取张敏、聂娟服务的情形，不构成股份支付，符合《企业会计准则》规定。

经核查，发行人保荐机构认为，可孚医疗历次股权变动中，2017 年 9 月公司授予公司原创始股东及高管张志明的新增股权，属于股权激励，该项股权激励计划已于 2017 年执行完毕，仅对 2017 年度财务状况产生影响，对以后公司的经营状况、财务状况、控制权变化不存在影响。该项股权激励作为股份支付，会计处理符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定，公司股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果具备合理性。

发行人会计师认为，可孚医疗历次股权变动中，2017 年 9 月公司授予公司原创始股东及高管张志明的新增股权，属于股权激励，也属于股份支付，该项股权激励计划已于 2017 年执行完毕，仅对 2017 年度财务状况产生影响，对以后公司的经营状况、财务状况、控制权变化不存在影响。该项股权激励作为股份支付，会计处理符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定，公司股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果具备合理性。

（六）其他收益

报告期内，公司其他收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府补助	3,157.39	2,200.56	471.35
软件增值税退税	1,824.72	634.56	415.84
代扣个人所得税手续费	0.28	0.75	-
进项税加计抵减	14.62		
合计	**4,997.01**	**2,835.88**	**887.19**

2018 年、2019 年、2020 年，公司其他收益金额为 887.19 万元、2,835.88 万元、4,997.01 万元，主要为政府补助与软件增值税退税。可孚医疗软件增值税退税优惠详见本招股书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“六、公司缴纳的主要税种、适用税率及享受的税收优惠”。

报告期内，计入其他收益的政府补助明细如下：

单位：万元

补助项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	与资产相关/与收益相关
社保减免补贴	978.98	-	-	与收益相关
智庭园房租补贴	604.53	96.59	32.18	与收益相关
金海路工厂租金补贴	200.00	207.66	191.69	与收益相关
康庭园租金减免	197.37	-	-	与收益相关
2019 年度振兴工业实体经济扶植奖励	139.97	-	-	与收益相关
防疫补贴款	136.56	-	-	与收益相关
制造强省资金-助听器项目方向专项补贴资金	100.00	-	-	与收益相关
可孚智能医疗产业园项目免息借款利息（损益部分）	96.85	15.97	-	与收益相关
稳岗补贴	92.40	1.02	-	与收益相关
2019 年度湖南省工业企业技术改造税收增量奖补资金	86.33	-	-	与收益相关
应急物资保障体系建设补助资金-与收益相关	82.78	-	-	与收益相关
湖南省工业和信息化厅本级防疫物资重点生产企业储备资金	60.00	-	-	与收益相关
管委会补贴湘阴工业厂房租赁	50.31	96.75	193.50	与收益相关
制造强省专项补贴资金-无线充电助听器项目创新奖励	50.00	-	-	与收益相关
长沙市工业企业采购本地配套产品奖励	39.12	-	-	与收益相关
小规模纳税人税费减免	30.38	49.20	9.05	与收益相关
长沙市事前立项事后补助科技计划项目后补助资金（2019 年度第三批）	25.00	-	-	与收益相关

补助项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	与资产相关/与收益相关
长沙市雨花区发展和改革局产业政策兑现收入	23.00	3.00		与收益相关
2019 年研发奖补资金	19.88	-	-	与收益相关
2018 年度研发增量奖补	19.88	-	-	与收益相关
2020 年度高校科研院所（企业）研发财政奖补	14.78	-	-	与收益相关
应急物资保障体系建设补助资金-与资产相关	13.66	-	-	与收益相关
智庭园展厅装修补助款	10.50	-	-	与收益相关
知识产权密集型产业培育项目补助	10.00	-	-	与收益相关
电子商务产业发展专项资金	10.00	-	-	与收益相关
高校毕业生就业见习补贴	9.01	2.84	-	与收益相关
长沙科技保险费补贴	8.40	-	-	与收益相关
2019 年自愿性清洁生产补助资金	8.00	-	-	与收益相关
2020 年度规上工业企业研发奖补资金	7.39	-	-	与收益相关
长沙市雨花区住房和城乡建设局拨付公租房租金补助	6.97	-	-	其他收益
2019 年智能制造专项资金	5.04	1.08	-	与资产相关
2019 年度高新技术奖励	5.00	-	-	与收益相关
长沙市 2020 年企业知识产权管理体系认证补助	2.70	-	-	与收益相关
2019 年外贸发展专项资金（增量奖励补贴）	2.52	-	-	与收益相关
2020 年医用口罩等医疗物质扩产专项补助	2.36	-	-	与收益相关
2020 年长沙市开放型经济发展专项资金（外经部分）	1.72	-	-	与收益相关
创业创新大赛奖励资金	1.50	-	-	与收益相关
长沙市 2020 年度马德里商标国际注册补助资金	1.50	-	-	与收益相关
潭昭山示范区管理委员会入统企业奖励	1.00	-	-	与收益相关
2019 年新增"四上"服务业单位奖励资金	1.00	-	-	与收益相关
智能医疗产业园项目厂房投资补贴资金	0.65	-	-	与收益相关
安全生产奖励	0.30	-	-	与收益相关
2020 年制造强省专项资金	0.03	-	-	与收益相关
基础设施建设补助资金	0.02	-	-	与收益相关
湘阴高新技术产业开发区支持重点企业 2019 运营发展资金专项补贴	-	1200.00	-	与收益相关
《长沙雨花经济开发区关于振兴工业实体经济扶植奖励办法》增速贡献奖励资金	-	200.00	-	与收益相关
振兴工业实体经济扶持奖励资金	-	59.06	-	与收益相关
长沙市商务局 2019 年度电子商务资金	-	50.00	-	与收益相关

补助项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	与资产相关/与收益相关
移动互联网发展专项资金	-	40.00	-	与收益相关
市级创新平台建设专项补助资金	-	30.00	-	与收益相关
商务局电子商务发展资金	-	23.20	-	与收益相关
认定高新技术企业研发经费补贴资金	-	20.00	-	与收益相关
电子商务奖金	-	20.00	-	与收益相关
电子商务发展资金	-	16.50	-	与收益相关
跨境电子商务资金	-	16.00	-	与收益相关
商标密集型产业示范企业商标款	-	10.00	-	与收益相关
可孚智能医疗产业园项目免息借款利息（资本化部分）	-	8.27	-	与资产相关
2019 年长沙市促进商贸流通产业发展专项资金项目	-	8.00	-	与收益相关
促进商贸流通产业发展资金	-	8.00	-	与收益相关
规模企业“四上”奖励金	-	3.00	-	与收益相关
２０１９年８批次企业招用建档立卡贫困劳动力享受社保补贴和岗位补贴	-	2.97	-	与收益相关
2018 年拱宸桥街道表彰	-	2.50	-	与收益相关
高校毕业生就业见习补贴	-	2.05	-	与收益相关
2018 年长沙智能制造专项项目	-	1.90	-	与收益相关
企业招用建档立卡贫困劳动力享受社保补贴和岗位补贴	-	1.55	-	与收益相关
企业招用建档立卡贫苦劳动力享受社保补贴和岗位补贴	-	1.23	-	与收益相关
2018 年雨花区两型示范创建企业补贴资金	-	1.00	-	与收益相关
稳岗补贴	-	0.71	-	与收益相关
湘阴县第二届创新创业大赛奖金	-	0.50	-	与收益相关
长沙雨花经济开发区管委会扶持补贴资金	-	-	38.30	与收益相关
雨花区促进商贸流通业发展奖励	-	-	3.00	与收益相关
外贸政策扶持	-	-	2.00	与收益相关
雨花区促进商贸流通业发展的工作方案	-	-	1.00	与收益相关
长沙雨花经济开发区管委会用电补助	-	-	0.62	与收益相关
合计	3,157.39	**2,200.56**	**471.35**	

（七）投资收益

报告期内，公司投资收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
权益法核算的长期股权投资收益	-143.10	-	-
处置交易性金融资产取得的投资收益	-	22.40	-
合计	**-143.10**	**22.40**	**-**

2019 年公司投资收益为 22.40 万元，2018 年购买信托投资产品出售时获得。2020 年公司投资收益为-143.10 万元，主要为参股公司国科智瞳权益法核算的长期股权投资收益。

公司制定《对外投资管理制度》规范对外投资相关事项，对对外投资、收购或出售资产、资产抵押、委托理财等交易的审批权限、授权制度及业务流程等作出了明确规定，上述投资均履行了必要的审批程序。

（八）公允价值变动损益

报告期内，公司公允价值变动损益情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
以公允价值计量的且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	7.33
合计	**-**	**-**	**7.33**

2018 年，公司公允价值变动损益金额较小，为当年购买信托投资收益。

（九）资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
坏账损失	-	-	-498.82
存货跌价损失	-2,323.11	-475.81	-222.74
合计	**-2,323.11**	**-475.81**	**-721.55**

2018 年度公司坏账损失为-498.82 万元，2018 年度坏账损失增加主要系公司期末应收账款和其他应收款余额增加，依据坏账准备计提政策所相应形成的坏账准备增加。根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》应用指南，原计入资产减值损失的坏账损失自 2019 年起计入信用减值损失。2020 年存货跌价损失增长主要系公司长库龄存货增加，公司对其计提存货跌价准备。

（十）信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失情况具体如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
应收账款坏账损失	-317.61	-312.23	-
其他应收款坏账损失	-116.11	-8.52	-
合计	**-433.71**	**-320.75**	**-**

（十一）资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
固定资产处置收益	1.92	2.48	-
其他长期资产处置收益	19.71	-	-

（十二）营业外收入

报告期内，公司营业外收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
无法支付的应付款	19.49	22.83	29.02
违约赔款	1.84	0.76	1.31
线上红包款	1.41	1.79	2.74
捐赠利得	-	-	0.05
其他	8.51	2.94	3.31
合计	**31.24**	**28.31**	**36.42**

2018 年、2019 年、2020 年，公司营业外收入分别为 36.42 万元、28.31 万元、31.24 万元，对利润总额影响较小，主要为账龄较长的无法支付的应付款。其中，2018 年、2019 年、2020 年违约赔款金额分别为 1.31 万元、0.76 万元、1.84 万元，主要为快递理赔；线上红包款 2018 年、2019 年、2020 年分别为 2.74 万元、1.79 万元、1.41 万元，主要为企业现金红包。

（十三）营业外支出

报告期内，公司营业外支出的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
对外捐赠	184.70	17.47	18.28
罚款支出、滞纳金	33.11	21.42	12.42
商家赔付款	53.44	24.96	8.84
非流动资产毁损报废损失	0.81	0.22	2.42
其他	7.97	1.80	3.22
合计	**280.03**	**65.87**	**45.18**

2018 年、2019 年、2020 年，公司营业外支出分别为 45.18 万元、65.87 万元、280.03 万元，对利润总额影响较小。对外捐赠支出主要为线上店铺公益捐赠；罚款支出、滞纳金 2018 年主要为杭州每文收到市场监督管理局行政处罚罚款 10.40 万元，2019 年主要为好护士补缴增值税产生税收滞纳金 20.61 万元，2020 年主要为健耳、好护士、可孚医疗补缴所得税产生税收滞纳金 15.95 万元、健耳补缴增值税产生税收滞纳金 5.32 万元、福建科源收到市场监督管理局行政处罚罚款 5 万元，已相应取得合规证明文件，不构成重大违法违规情形。

（十四）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益情况详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表”。

（十五）主要税项缴纳情况

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
城市维护建设税	827.90	263.87	349.03
教育费附加	602.28	188.25	248.40
水利建设基金	269.17	145.59	93.17
印花税	173.35	116.15	69.38
房产税	12.81	12.81	11.83

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
车船使用税	1.51	1.02	0.83
土地使用税	135.03	5.76	0.18
环境保护税	0.60	1.20	-
合计	**2,022.65**	**734.64**	**772.82**

2、所得税费用

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
当期所得税费用	7,735.93	2,019.87	1,201.08
递延所得税费用	-188.20	156.22	-33.91
合计	**7,547.73**	**2,176.09**	**1,167.17**

报告期内，公司所得税费用与会计利润的关系如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年度	2018 年度
利润总额	50,001.87	14,596.45	7,787.76
按法定[或适用]税率计算的所得税费用	7,500.28	2,189.47	1,168.16
子公司适用不同税率的影响	-22.33	137.61	-90.32
调整以前期间所得税的影响	-9.61	-28.33	0.96
非应税收入的影响	21.36	-180.00	0.00
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	185.63	195.50	103.75
研发费用加计扣除影响	-426.30	-152.85	-132.42
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-25.64	-52.66	-83.51
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	222.89	72.16	69.86
所得税税率变动对递延所得税的影响	101.45	-4.81	130.68
所得税费用	7,547.73	2,176.09	1,167.17

3、增值税

报告期内，公司增值税缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应交增值税期初余额	915.43	651.74	1,626.53

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
本期应缴数	11,347.59	4,488.17	4,846.89
本期已缴数	12,252.49	4,046.33	4,709.41
减：期初留抵重分类	82.74	267.22	1,379.49
加：期末留抵重分类	349.10	82.74	267.22
应交增值税期末余额	276.89	909.10	651.74

注：1、期末留抵增值税及待抵扣进项税，已重分类计入其他流动资产。
2、2018 年应交增值税期初余额与报表附注差异 15.43 万元，原因系其中包含了合肥海吉星当年期初应交增值税余额 15.43 万元。合肥海吉星系公司 2018 年收购的子公司，为非同一控制下合并。
3、2020 年应交增值税期初余额与报表附注差异 6.33 万元，原因系其中包含了珠海橡果当年期初应交增值税余额 6.33 万元。珠海橡果系公司 2020 年收购的子公司，为非同一控制下合并。

十、资产质量分析

（一）资产变动及构成情况分析

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	125,593.13	69.99%	89,125.56	84.94%	53,791.12	88.64%
非流动资产	53,863.53	30.01%	15,800.23	15.06%	6,892.72	11.36%
资产合计	**179,456.66**	**100.00%**	**104,925.78**	**100.00%**	**60,683.84**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司资产总额分别为 60,683.84 万元、104,925.78 万元、179,456.66 万元，其中 2019 年末和 2020 年末同比上年增长 72.91%和 71.03%。公司资产总额随经营规模扩大而增长。

报告期内，流动资产为总资产的主要构成。2018 年末、2019 年末、2020 年末，流动资产占总资产比重分别为 88.64%、84.94%、69.99%，其中，2018 年末、2019 年末、2020 年末流动资产规模同比增长 61.79%、65.69%、40.92%。主要原因系报告期内公司为销售驱动型，且以直接面向终端用户销售占比较高，资产流动性强，随着销售收入快速增长，流动资产规模亦同步增加。

报告期内，非流动资产规模逐年增加，2018 年末、2019 年末、2020 年末分别为 6,892.72 万元、15,800.23 万元、53,863.53 万元，占总资产比重分别为 11.36%、15.06%、30.01%，其中 2018 年末、2019 年末、2020 年末非流动资产规模同比增长 20.30%、129.23%、240.90%。主要原因系一方面公司线下自营门店数量扩展，另一方面购置土地使用权并自建生产基地。2020 年末非流动资产增幅较大主要原因系可孚医疗新增生产设备，并

于长沙市雨花区购置土地用于建设总部大楼、研发中心、仓储物流中心、生产基地等。

（二）流动资产分析

报告期各期末，公司流动资产结构如下：

单位：万元

流动资产	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	55,709.30	44.36%	36,891.92	41.39%	12,242.82	22.76%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产			-	-	507.33	0.94%
应收票据			-	-	47.14	0.09%
应收账款	19,205.37	15.29%	16,506.12	18.52%	15,556.23	28.92%
应收款项融资	459.64	0.37%	633.28	0.71%	-	-
预付款项	5,377.93	4.28%	3,141.45	3.52%	4,067.53	7.56%
其他应收款	3,057.67	2.43%	946.96	1.06%	843.17	1.57%
存货	40,236.53	32.04%	30,441.13	34.16%	19,826.35	36.86%
其他流动资产	1,546.69	1.23%	564.70	0.63%	700.57	1.30%
流动资产合计	**125,593.13**	**100.00%**	**89,125.56**	**100.00%**	**53,791.12**	**100.00%**

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、应收账款和存货构成。2018 年末、2019 年末、2020 年末上述三项资产合计占当期流动资产的比例分别为 88.54%、94.07%、91.69%。流动资产构成及变动情况原因系以下三方面：

首先，公司销售为线上、线下同步驱动，线上销售自营店铺销售收入占比较高的特点，货币资金期末金额较大；同时随着报告期内公司线下药房渠道销售收入的增长，期末应收账款余额也相应增加。第二，公司一般提前 3 个月备货，随着销售收入规模增加，存货期末账面价值逐年增长。第三，为适应公司业务快速发展，2018 年至 2020 年公司不断引入投资者资本投入，增加银行借款，充实营运资本。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	14.02	0.03%	4.33	0.01%	1.30	0.01%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行存款	50,207.54	90.12%	21,034.25	57.02%	8,471.46	69.20%
其他货币资金	5,161.89	9.27%	15,823.51	42.89%	3,770.06	30.79%
存款应收利息	325.85	0.58%	29.83	0.08%	-	-
合计	**55,709.30**	**100.00%**	**36,891.92**	**100.00%**	**12,242.82**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司货币资金余额分别为 12,242.82 万元、36,891.92 万元、55,709.30 万元，主要为银行存款与其他货币资金。其他货币资金主要为用于担保的定期存款或通知存款、各类保证金、以及线上商品销售后暂时留存在支付宝或其他平台资金账户中的资金。

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司货币资金同比上年末增长 263.33%、201.34%、51.01%，原因一方面系与公司营业收入迅速增长相匹配，另一方面系吸引投资者资本投入、取得短期借款。

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司使用受限的货币资金分别为 2,869.87 万元、15,532.26 万元、4,546.25 万元。具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
银行承兑汇票保证金	2,275.11	3,967.25	925.00
网店保证金	163.81	177.31	187.61
信用证保证金	-	0.06	0.05
用于担保的定期存款或通知存款	2,107.33	11,387.25	1,757.22
ETC 保证金	-	0.40	-
被冻结的交易退款	-	-	-
合计	**4,546.25**	**15,532.26**	**2,869.87**

其中，2018 年末、2019 年末、2020 年末，用于担保的定期存款或通知存款主要用于向银行质押并申请承兑汇票。

2、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

报告期各期末，公司以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产构成如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
交易性金融资产	-	-	-	-	507.33	100.00%
合计	-	-	-	-	**507.33**	**100.00%**

2018 年公司进行信托资产投资并获取收益合计 507.33 万元，占总资产比重极小。截至 2019 年末，上述投资已经收回。

3、应收票据

报告期各期末，公司应收票据具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行承兑汇票	-	-	-	-	47.14	100.00%
合计	-	-	-	-	**47.14**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司应收票据分别为 47.14 万元、0.00 万元、0.00 万元，占总资产比重均小于 1.00%。报告期内，公司应收票据均为以交易背景为基础的银行承兑汇票，且各期末不存在质押的情况，不存在因出票人未履约而将其转为应收账款的票据。

期末公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额
银行承兑汇票	-	-	-	-	3,238.99	-

注：2019 年末、2020 年末终止确认的已背书未到期的银行承兑汇票在应收款项融资部分显示。

截至本招股说明书出具日，已终止确认的应收票据，不存在期后到期不能兑付的情形。

截至 2020 年末，应收票据中无持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位票据，无应收关联方票据。

4、应收账款

（1）应收账款规模及变动情况

报告期内，公司各期末应收账款规模及其变动情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款账面价值	19,205.37	16,506.12	15,556.23
较上期末增幅	16.35%	6.11%	90.33%
营业收入增幅	62.46%	34.49%	27.82%
占当期营业收入比重	8.09%	11.29%	14.31%

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司应收账款账面价值分别为 15,556.23 万元、16,506.12 万元、19,205.37 万元，占流动资产比重分别为 28.92%、18.52%、15.29%，占当期营业收入比重分别为 14.31%、11.29%、8.09%。2018 年、2019 年及 2020 年公司应收账款增加主要原因为营业收入规模的扩大。

公司应收账款主要来自于线上直发模式与入仓模式客户中阿里健康大药房，以及线下药房渠道客户。2020 年末公司应收账款较 2019 年末增长 16.35%，主要原因系 2020 年向阿里健康直发模式与入仓模式销售收入增加所致； 2018 年、2019 年、2020 年末，公司应收账款周转率分别为 8.64 次/年、8.52 次/年、12.31 次/年，保持较高水平，周转情况较好。

公司制定了严格的应收账款管理措施，加强了应收账款管理和收款力度，合理控制应收账款的增长，2020 年末应收账款增长率低于营业收入增长率。

（2）应收账款前五名客户情况

报告期内，公司各期末应收账款前五名客户情况如下：

单位：万元

单位名称	2020.12.31			是否为当期新增客户
	应收账款	占应收账款合计数的比例（%）	坏账准备	
阿里健康大药房医药连锁有限公司	2,898.48	13.94	200.61	否
老百姓系统	2,760.53	13.27	138.03	否
千金系统	2,237.05	10.76	112.65	否
海王系统	966.73	4.65	83.82	否
益丰系统	778.49	3.74	38.92	否

合计	9,641.28	46.36	574.02	-
单位名称	2019.12.31			是否为当期新增客户
	应收账款	占应收账款合计数的比例（%）	坏账准备	
老百姓系统	3,419.85	19.23	189.24	否
千金系统	1,615.82	9.08	81.82	否
阿里健康大药房连锁有限公司	1,520.87	8.55	76.04	否
海王系统	1,004.48	5.65	78.03	否
正和祥系统	785.69	4.42	61.26	否
合计	8,346.71	46.93	486.39	-
单位名称	2018.12.31			是否为当期新增客户
	应收账款	占应收账款合计数的比例（%）	坏账准备	
老百姓系统	3,800.47	23.00	193.30	否
千金系统	1,306.87	7.91	65.34	否
海王系统	1,214.32	7.35	61.04	否
益丰系统	997.43	6.04	50.02	否
正和祥系统	798.49	4.83	40.05	否
合计	8,117.57	49.13	409.76	-

注：应收账款前 5 年按客户所归属集团合并披露。

2018 年末和 2019 年末、2020 年末，公司应收账款前五名客户账面余额占应收账款余额的比重分别为 49.13%、46.93%、46.36%。

公司应收账款前五名客户均为长期合作且规模较大的客户，均为连锁药房，信用良好。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未在上述客户中持有权益。

（3）主要客户信用期情况

可孚医疗对不同销售模式的客户，根据其销售模式和合作情况给予不同的信用政策。具体情况如下：

① 可孚医疗报告期内主要客户信用政策如下：

销售渠道	销售模式	信用政策
线上销售	自营店铺	订单付款后平台预付货款；
		T+0，T+1，T+3，T+7，T+10（T 日指平台订单交易完成日）自行提现；

销售渠道	销售模式	信用政策
		确认平台账单后 7/10 天付款；
	直发模式	终端消费者订单付款后，客户预付货款；
		T+7 日（T 日指平台订单交易完成日）结算 80%货款，T+15 日结算 20%货款；
		票到 7/30 天付款；
		出账单的自然月结束后的 30 天付款；
		票到 5 个工作日，并在客户固定付款日（8/18/28 日）付款；
	平台入仓	货到验收后 7/8/10/60 天付款；
		票到 5 天付款；
		出账单后的 30 天付款；
		T+1，T+7（T 日指客户将已售商品出库的日期）付款；
线下销售	自营门店	现款销售；
		开票日起 30/75 天付款；
	药房渠道	货到签收/验收/入库后 30/60/90 天付款；
		票到 15/30/45/60/75/90 天付款。

注：具体付款日期根据不同线上平台店铺以及不同客户而有所不同，具体以合同为准。

②可孚医疗报告期内应收账款前五大客户信用政策变化情况如下：

客户名称	信用政策		
	2020 年	2019 年	2018 年
阿里健康大药房医药连锁有限公司	出账单的自然月结束后的 30 天付款	出账单的自然月结束后的 30 天付款	出账单的自然月结束后的 30 天付款
老百姓系统	票到 30/45/60/75/90 天付款	票到 30/45/75/90 天付款	货到签收/验收/入库后 30 天付款；票到 15/30/45/90 天付款
千金系统	票到 30/90 天付款	票到 90 天付款	票到 90 天付款
海王系统	货到签收/验收后 60/90 天付款；票到 30/60 天付款	货到签收/验收后 30 天付款；票到 30/60/90 天付款	货到签收/验收后 30 天付款；票到 60 天付款
益丰系统	货到签收/验收/入库后 30 天付款；票到 30 天付款	货到签收/验收/入库后 30 天付款；票到 30/60 天付款	货到签收/验收/入库后 30 天付款；票到 30 天付款
国药系统	货到签收/验收后 30 天付款；票到 30/90 天付款	货到签收/验收后 30 天付款；票到 90 天付款	货到签收/验收后 30/90 天付款；票到 90 天付款
正和祥	票到 30/90 天付款	货到签收/验收后 30 天付款；票到 90 天付款	货到签收/验收后 30 天付款；票到 60 天付款
怀仁系统	货到签收/验收后 90 天付款	货到签收/验收后 90 天付款	货到签收/验收后 90 天付款

报告期内公司主要客户的信用期有所变化，但变化幅度不大，主要系长期合作客户信用期有所延长或新增客户带来的信用期小幅变动，对应收账款金额及回收影响较小。

（4）应收账款账龄情况

报告期内，公司应收账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	19,048.42	91.59%	16,327.64	91.79%	15,829.94	95.79%
1 至 2 年	1,242.88	5.98%	1,064.02	5.98%	565.94	3.42%
2 至 3 年	252.13	1.21%	287.29	1.62%	130.07	0.79%
3 年以上	253.32	1.22%	109.24	0.61%	-	-
小计	**20,796.76**	**100.00%**	**17,788.18**	**100.00%**	**16,525.95**	**100.00%**
减：坏账准备	1,591.39	7.65%	1,282.07	7.21%	969.72	5.87%
合计	**19,205.37**	**92.35%**	**16,506.12**	**92.79%**	**15,556.23**	**94.13%**

为加强应收账款管理，防范坏账风险，加强回款管理力度，保障经营现金流的供给，公司制定了《销售回款管理制度》。公司关于新增客户管理、客户额度授信、信用控制以及客户信用评价制定了严格的审批流程。发行人对渠道客户给予一定的信用账期，在客户信用档案建立、客户授信额度评估及审批、信用账期控制、客户信用评价及信用政策修改等方面制定了较为合理的管理政策及较为完善的内控措施。

报告期内，公司应收账款账龄主要为一年以内，账龄结构较好。同时，公司已根据会计政策计提了相应坏账准备。

（5）应收账款坏账计提情况

2019 年 1 月 1 日以前，公司各期期末应收账款按账龄组合计提坏账准备。2019 年 1 月 1 日起，根据新的会计准则，公司应将应收账款按信用风险特征进行组合。公司认为，账龄仍是公司应收账款信用风险是否显著增加的标志。因此公司 2019 年末的信用风险损失以账龄为基础，按原有损失比率进行估计。报告期各期末，按账龄/信用风险组合的计提情况如下：

单位：万元

2020.12.31

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备	11.58	0.06	11.58	100.00	
其中：					
已开始相关诉讼的应收账款					
估计无法收回的应收账款	11.58	0.06	11.58	100.00	
按组合计提坏账准备	20,785.17	99.94	1,579.81	7.60	19,205.37
其中：					
账龄组合	20,785.17	99.94	1,579.81	7.60	19,205.37
关联方组合					
合计	**20,796.76**	**100.00**	**1,591.39**		**19,205.37**

2019.12.31

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备					
其中：					
已开始相关诉讼的应收账款	-		-		
估计无法收回的应收账款	-		-		
按组合计提坏账准备	17,788.18	100%	1,282.07	7.21%	16,506.12
其中：					
账龄组合	17,788.18	100%	1,282.07	7.21%	16,506.12
关联方组合	-		-		
合计	**17,788.18**	**100%**	**1,282.07**	7.21%	**16,506.12**

2018.12.31

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-		-		
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	16,525.95	100%	969.72	5.87%	15,556.23
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	-		-		
合计	**16,525.95**	**100%**	**969.72**	**5.87%**	**15,556.23**

报告期内，公司一年以内的应收账款余额占比均在 90.00%以上，应收账款账龄结构合理。除按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款外，报告期内公司无单项金额重大或单项金额虽不重大但风险异常的应收账款。

（6）与同行业可比公司应收账款坏账准备按账龄计提的比较

报告期内，公司应收账款坏账计提政策与同行业可比公司不存在重大差异，采用账龄计提比例对比情况如下：

单位：%

序号	公司名称	6 个月以内	6 个月-1 年	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
1	鱼跃医疗	5.00%	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
2	三诺生物	5.00%	5.00%	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
3	乐心医疗	5.00%	10.00%	20.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
4	九安医疗	5.00%	5.00%	30.00%	50.00%	100.00%	100.00%	100.00%
5	英科医疗	5.00%	5.00%	7.00%	15.00%	30.00%	50.00%	100.00%
6	稳健医疗	5.00%	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
7	蓝帆医疗	5.00%	5.00%	10.00%	20.00%	30.00%	50.00%	100.00%
8	振德医疗	5.00%	5.00%	10.00%	30.00%	100.00%	100.00%	100.00%
9	奥美医疗	2.00%	2.00%	10.00%	30.00%	100.00%	100.00%	100.00%
	发行人	**5.00%**	**5.00%**	**20.00%**	**50.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

公司根据以往年度经验，结合公司的生产经营情况，确定应收款项坏账准备计提比例。报告期内，公司应收账款坏账按账龄计提政策相较于同行业可比公司更为谨慎。

（7）应收账款期后回收情况

报告期内，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款期末余额	20,796.76	17,788.18	16,525.95
应收账款期后回款	9,569.87	16,734.07	16,277.28
应收账款期后回款比例	46.02%	94.07%	98.50%

注：应收账款期后回款金额系截至 2021 年 2 月 28 日的回款金额。

如上表所示，公司各年末应收账款回款情况良好，不存在较大坏账风险。

① 报告期内各期末应收账款余额 100 万元以上客户逾期及期后回款情况汇总如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
应收账款余额	20,796.76	17,788.18	16,525.95
余额 100 万元以上客户应收账款余额	15,420.11	13,661.63	12,595.88
占比	74.15%	76.80%	76.22%
逾期金额（注 1）	9,489.40	7,308.27	6,627.80
逾期比例	61.54%	53.49%	52.62%
期后一年回款金额（注 2）	4,884.20	12,595.17	11,911.28
回款比例	31.67%	92.19%	94.56%

注 1：应收账款逾期是按照合同约定，超过合同约定的期限开始计算逾期时间。
注2：期后一年回款金额指当期余额100万元以上客户应收账款余额在下一年期末回款的金额，2020年期后一年回款金额指2020年底100万元以上客户应收账款余额截至2021年2月28日回款金额。

② 报告期内各期末应收账款余额前 5 名客户逾期及期后回款情况：

单位：万元

客户所属集团	所属板块	应收账款余额	逾期金额	逾期比例	期后一年回款金额（注 3）	回款比例
2020.12.31						
老百姓系统	线下	2,898.48	1,323.79	45.67%	332.08	11.46%
阿里健康大药房医药连锁有限公司	线上	2,760.53	1,033.90	37.45%	2,760.53	100.00%
千金系统	线下	2,237.05	2,158.62	96.49%	3.44	0.15%
海王系统	线下	966.73	668.20	69.12%	68.37	7.07%
益丰系统	线下	778.49	241.45	31.01%	640.64	82.29%
2019.12.31						
老百姓系统	线下	3,419.85	1,410.95	41.26%	3,119.68	91.22%
千金系统	线下	1,615.82	856.57	53.01%	1,614.06	99.89%
阿里健康大药房医药连锁有限公司	线上	1,520.87	17.60	1.16%	1,520.82	100.00%
海王系统	线下	1,004.48	819.29	81.56%	781.85	77.84%
正和祥	线下	785.69	629.30	80.10%	715.62	91.08%
2018.12.31						
老百姓系统	线下	3,800.47	2,085.34	54.87%	3,722.06	97.94%
千金系统	线下	1,306.87	116.29	8.90%	1,299.99	99.47%
海王系统	线下	1,214.32	929.61	76.55%	1,028.92	84.73%
益丰系统	线下	997.43	451.98	45.31%	995.20	99.78%

客户所属集团	所属板块	应收账款余额	逾期金额	逾期比例	期后一年回款金额（注 3）	回款比例
正和祥	线下	798.49	608.70	76.23%	640.84	80.26%

注3：2020年12月31日应收账款期后回款金额系截至2021年2月28日的回款金额。

由上表可知，可孚医疗报告期各期末主要客户应收账款存在逾期情况且占比较大，主要系线下连锁药房客户回款周期较长。

线下连锁药房客户逾期应收账款形成的主要原因为：

（1）客户收到发票时点晚于发票开具时点导致的短期逾期；

（2）集团类客户内部付款审批流程较长，实际付款时间超出合同约定信用期；

（3）客户每月货款支付日期固定，支付日后到期的应收款项于次月支付；

（4）因客户内部整合、组织架构调整、业务合作模式调整造成付款延迟；

（5）部分客户资金安排导致短期逾期。

截至 2021 年 2 月 28 日，可孚医疗 2018 年、2019 年、2020 年各期末主要客户应收账款期后一年内回款比例分别为 94.56%、92.19%、31.67%，主要为短期逾期，期后回款情况良好。2020 年末部分逾期应收账款期后暂未收回系 2 月新年假期期间部分客户延期支付款项，上述客户均为我国知名的全国性连锁药房及大型电商平台公司，目前经营情况良好，发生坏账风险较低。

5、应收款项融资

报告期内，公司应收款项融资构成如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比
应收票据	459.64	100.00%	633.28	100.00%
合计	**459.64**	**100.00%**	**633.28**	**100.00%**

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6 号）的相关规定，自 2019 年 1 月 1 日起将应收票据从“以摊余成本计量的金融资产”调整为“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）”，并将其余额重分类至应收款项融资科目列报。2019 年末，2020 年末，公司应收款项融资为 633.28 万元、459.64 万元，全部为应

收票据，且均为银行承兑汇票。

截至 2020 年末，上述应收款项融资未发生减值。

应收款项融资本期增减变动及公允价值变动情况

单位：万元

项目	2019.1.1	本期新增	本期终止确认	其他变动	2019.12.31	累计在其他综合收益中确认的损失准备
应收票据	47.14	12,699.75	12,113.61	-	633.28	-

项目	2019.12.31	本期新增	本期终止确认	其他变动	2020.12.31	累计在其他综合收益中确认的损失准备
应收票据	633.28	17,905.91	18,079.55	-	459.64	

注：本期终止确认金额包含背书未到期终止确认、背书已到期终止确认和到期承兑的应收票据金额。

期末公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018. 12. 31	
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额
银行承兑汇票	3,908.78	-	6,345.73	-	3,238.99	-

公司 2019 年末已背书未到期已终止确认的应收款项融资金额 6,345.73 万元，均为银行承兑汇票，截止 2020 年 9 月 22 日，均已经到期承兑。

公司 2020 年末已背书未到期已终止确认的应收款项融资金额 3,908.78 万元，均为银行承兑汇票，截至 2021 年 3 月 31 日，尚未到期承兑票据金额 1,777.18 万元。

截至本招股说明书出具日，已终止确认的应收票据，不存在期后到期不能兑付的情形。

6、预付款项

公司预付款项主要是预付供应商货款、房租以及运费。2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司预付款项余额分别为 4,067.53 万元、3,141.45 万元、5,377.93 万元。2018 年末预付账款较大原因主要系随着业务规模扩大预付供应商货款增加；2020 年末较 2019 年末同比增长 71.19%，原因主要系预付房租、产品包材以及疫情期间部分抗疫物资供货紧张需要预付货款。

（1）预付款项前五名

报告期内，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

序号	预付对象	结算周期	主要采购内容	期末余额
2020.12.31				
1	哈尔滨运美达生物科技有限公司	预付 100%	医用透明质酸钠修复贴	508.89
2	江西费尔兰登服饰有限公司	预付 100%	职业服、隔离衣、医生帽/护士帽	302.84
3	新硕电子科技（杭州）有限公司	预付 30%	电子元器件	176.29
4	吉芮医疗器械（上海）有限公司	预付 100%	电动轮椅及配件	175.26
5	山东国诺医疗器械有限公司	预付 100%	PVC 手套	165.15
合计				**1,328.43**
2019.12.31				
1	青岛厚美德生物科技有限公司	预付 90%	血糖试纸、血糖分析仪	541.05
2	湖南高桥大市场股份有限公司	房租按季预付，水电按单支付	房租、水电、物业费	358.04
3	哈尔滨运美达生物科技有限公司	预付 100%	透明质酸钠修复贴	182.75
4	深圳卫康明科技有限公司	预付 30%	胎心仪	116.90
5	东莞市振海电子科技有限公司	预付 100%	体温计	71.84
合计				**1,270.58**
2018.12.31				
1	青岛厚美德生物科技有限公司	预付 90%	血糖试纸、血糖分析仪	832.85
2	东莞市振海电子科技有限公司	预付 100%	体温计	335.57
3	凯迪泰（北京）医疗科技有限公司	预付 100%	呼吸机及配件	289.16
4	瑞思迈集团[注1]	预付 100%，特殊订单 90 天账期	呼吸机及配件	240.08
5	i-SENS,INC	预付 100%	血糖试纸、血糖仪	223.46
合计				**1,921.12**

注 1：瑞思迈集团包含瑞思迈（北京）医疗器械有限公司和瑞思迈亚太有限公司。

预付账款前五名各期变动较大原因系：

1）公司产品种类众多，相应供应商较为分散，公司为确保供应商按时交付市场紧缺货物或为获得相对较低的采购价格等原因，对不同供应商采取的采购付款条件不同，

且部分预付款与材料采购业务无关。

2）2020年，发行人为确保供应商按时交付在疫情期间较为紧缺的抗疫物，与江西费尔兰登服饰有限公司、山东国诺医疗器械有限公司签署的采购协议约定相关采购的付款条款为100%预付货款。

3）2018年度至2019年度，发行人为获得更低的采购价格，与瑞思迈集团、青岛厚美德生物科技有限公司、东莞市振海电子科技有限公司签署的采购协议约定了预付货款的条款。

4）发行人向湖南高桥大市场股份有限公司租厂房、仓库，相应预付了租金、水电以及物业费，形成的预付款余额与材料采购业务无关。

（2）预付款项账龄结构

报告期内，公司预付款项余额账龄结构如下：

单位：万元

账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1 年以内	5,157.70	95.90%	3,080.55	98.06%	4,051.46	99.60%
1 至 2 年	213.80	3.98%	57.57	1.83%	16.03	0.39%
2 至 3 年	3.17	0.06%	3.33	0.11%	0.04	0.01%
3 年及以上	3.25	0.06%				
合计	**5,377.93**	**100.00%**	**3,141.45**	**100.00%**	**4,067.53**	**100.00%**

（3）供应商前五名

报告期内，发行人供应商前五名情况如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	结算周期	主要采购内容	应付余额	预付余额
2020.12.31					
1	湖南觅源科技有限公司	预付 100%[注4]	电子元器件	2,119.23	-
2	惠扬&科福	赊购 90 日账期	轮椅、助行器、拐杖、坐厕椅等	952.97	-
3	重庆航天火箭电子技术有限公司	赊购 75 日账期	理疗仪、理疗仪配件、血压计	1,028.31	-
4	和昌硕&鸿瑞升	赊购 60 日账期	电子元器件	868.47	-
5	深圳市美思先端电子有限公司	赊购 30 日账期	电子元器件	1,152.35	-

序号	供应商名称	结算周期	主要采购内容	应付余额	预付余额
合计				6,121.33	-
2019.12.31					
1	瑞思迈集团[注2]	预付 100%，订单超过 1000 万元后变更为赊购 90 日账期	呼吸机及配件	2,068.54	-
2	鱼跃集团[注1]	赊购 60 日账期	制氧机、轮椅、血压计、体温计	378.95	-
3	惠扬&科福[注3]	赊购 30 日账期	轮椅、助行器、拐杖、坐厕椅等	638.04	-
4	重庆航天火箭电子技术有限公司	赊购 75 日账期	理疗仪、理疗仪配件、血压计	946.38	-
5	三诺生物传感股份有限公司	赊购 60 日账期	血糖仪、血糖仪套装、血糖试纸	36.88	-
合计				**4,068.79**	-
2018.12.31					
1	鱼跃集团[注1]	赊购 60 日账期	制氧机、轮椅、血压计、体温计	3,414.92	-
2	三诺生物传感股份有限公司	赊购 60 日账期	血糖仪、血糖仪套装、血糖试纸	527.11	-
3	东莞市振海电子科技有限公司	预付 100%	体温计	-	335.57
4	瑞思迈集团[注2]	预付 100%	呼吸机及配件	-	240.08
5	稳健医疗用品股份有限公司	赊购 60 日账期	棉球、棉签、棉片类、口罩、手套、纱布、绷带、敷贴、敷料类	706.83	-
合计				**4,648.86**	**575.65**

注 1：鱼跃集团包含江苏鱼跃医疗设备股份有限公司、苏州医疗用品厂有限公司以及上海医疗器械（集团）有限公司手术器械厂。
注 2：瑞思迈集团包含瑞思迈（北京）医疗器械有限公司和瑞思迈亚太有限公司。
注 3：惠扬&科福包含惠州市惠扬医疗科技有限公司和惠州市科福实业有限公司。
注 4：发行人与湖南觅源结算条件为预付 100%（款到发货）。2020 年 5 月，发行人为缓解其疫情期间的资金压力，与湖南觅源协商临时赊购一批抗疫物资，导致期末形成应付余额。

2020 年和 2019 年前五大预付对象与前五大供应商不一致主要原因：前五大供应商采购付款条件为赊购，无需预付货款。

2018 年前五大预付对象与前五大供应商中有三家不一致，主要原因系供应商鱼跃集团、三诺生物、稳健医疗的采购付款条件为赊购，无需预付货款；

7、其他应收款

（1）其他应收款规模及构成

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司其他应收款账面余额分别为 888.60 万元、

998.26 万元、3,221.69 万元，主要为房屋租赁押金与线上店铺保证金。

其中，其他应收款项账面余额构成情况如下：

单位：万元

款项性质	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
支付新办公场所租赁意向金	2,000.00	62.08%				
保证金及押金	1,015.49	31.52%	844.67	84.61%	697.62	78.51%
备用金	61.03	1.89%	37.24	3.73%	110.38	12.42%
代收代付款项	106.20	3.30%	74.04	7.42%	67.62	7.61%
退税款	36.12	1.12%	39.65	3.97%	10.32	1.16%
其他	2.84	0.09%	2.67	0.27%	2.66	0.30%
合计	**3,221.69**	**100.00%**	**998.26**	**100.00%**	**888.60**	**100.00%**

（2）其他应收款前五名

报告期内，其他应收款前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	金额	账龄	占其他应收款项期末余额合计数的比例（%）	坏账准备期末余额
2020.12.31					
湖南高桥大市场股份有限公司	支付新办公场所租赁意向金	2000.00	1 年以内		100.00
	保证金及押金	8.00	2 至 3 年		0.40
		42.00	3 至 4 年		2.10
	小计	2050.00		63.63	102.50
湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司	保证金及押金	10.00	1 年以内		0.50
		40.00	2 至 3 年		2.00
		80.00	4 至 5 年		4.00
	小计	130.00		4.04	6.50
湖南钟爱一生食品有限公司	保证金及押金	63.00	2 至 3 年	1.96	3.15
湖南快乐老人产业经营有限公司	保证金及押金	50.00	3 至 4 年	1.55	2.50
湖南高桥大市场药材有限公司	保证金及押金	50.00	3 至 4 年	1.55	2.50
合计		**2343.00**		**72.73**	**117.15**

单位名称	款项性质	金额	账龄	占其他应收款项期末余额合计数的比例（%）	坏账准备期末余额
2019.12.31					
湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司	房屋租赁押金	40.00	1至2年	-	2.00
		80.00	3年以上	-	4.00
	小计	**120.00**	**-**	**12.02**	**6.00**
湖南高桥大市场股份有限公司	房屋租赁押金	100.00	2至3年	10.02	5.00
湖南钟爱一生食品有限公司	房屋租赁押金	63.00	2至3年	6.31	3.15
湖南快乐老人产业经营有限公司	保证金	50.00	2至3年	-	2.50
	代收代付款项	0.03	1至2年	-	0.003
	小计	**50.03**	**-**	**5.01**	**2.50**
湖南环保科技产业园开发建设投资有限责任公司	保证金	44.30	1至2年	4.44	2.22
合计		**377.33**	**-**	**37.80**	**18.87**
2018.12.31					
湖南长沙榔梨汽车车身制造有限公司	房屋租赁押金	40.00	1年以内	-	2.00
		80.00	2至3年	-	4.00
	小计	**120.00**	**-**	**13.5**	**6.00**
湖南高桥大市场股份有限公司	房屋租赁押金	100.00	1至2年	11.25	5.00
湖南钟爱一生食品有限公司	房屋租赁押金	63.00	1至2年	7.09	3.15
湖南快乐老人产业经营有限公司	保证金	50.00	1至2年	-	2.50
	代收代付款项	0.03	1年以内	-	0.002
	小计	**50.03**	**-**	**5.63**	**2.50**
湖南环保科技产业园开发建设投资有限责任公司	保证金	44.30	1年以内	4.99	2.22
合计		**377.33**	**-**	**42.46**	**18.87**

（3）其他应收款余额账龄情况

报告期各期末，其他应收款账龄及坏账准备情况如下所示：

单位：万元

账龄	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	2,496.40	77.49%	315.42	31.60%	395.19	44.47%
1 至 2 年	123.56	3.84%	245.16	24.56%	354.60	39.91%
2 至 3 年	227.37	7.06%	301.87	30.24%	138.81	15.62%
3 至 4 年	242.39	7.52%	135.81	13.60%	-	-
4-5 年	129.55	4.02%				
5 年以上	2.42	0.08%				
小计	**3,221.69**	**100.00%**	**998.26**	**100.00%**	**888.60**	**100.00%**
减：坏账准备	164.02	5.09%	51.31	5.14%	45.44	5.11%
合计	**3,057.67**	**94.91%**	**946.96**	**94.86%**	**843.17**	**94.89%**

报告期内，账龄超过 1 年的其他应收款主要为房屋租赁押金与线上店铺保证金，公司与上述合作方合作情况稳定，无法收回的风险较低。

（4）其他应收款坏账计提情况

报告期各期末，依据组合计提坏账准备的其他应收款项情况如下所示：

单位：万元

2020.12.31					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备					
其中：					
已开始相关诉讼的应收账款	-		-		
估计无法收回的应收账款	-		-		
按组合计提坏账准备	3,221.69	100.00	164.02	5.09	3,057.67
其中：					
押金保证金组合	1,015.49	31.52	50.77	5.00	964.72
其他组合（账龄组合）	2,206.20	68.48	113.24	5.13	2,092.96
合计	**3,221.69**	**100.00**	**164.02**	**-**	**3,057.67**

2019.12.31					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
按单项计提坏账准备					
其中：					
已开始相关诉讼的应收账款	-		-		
估计无法收回的应收账款	-		-		
按组合计提坏账准备	998.26	100.00	51.31	5.14	946.96
其中：					
押金保证金组合	844.67	84.61	42.23	5.00	802.43
其他组合（账龄组合）	153.60	15.39	9.07	5.91	144.53
合计	**998.26**	**100.00**	**51.31**		**946.96**

2018.12.31					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款项	-		-		
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款项	888.60	100.00	45.44	5.11	843.17
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款项	-		-		
合计	**888.60**	**100.00**	**45.44**		**843.17**

8、存货

报告期内，公司各期末存货规模及其变动情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
存货账面价值	40,236.53	30,441.13	19,826.35
较上期末增幅	32.18%	53.54%	19.11%
营业收入增幅	62.46%	34.49%	27.82%
占当期营业收入比重	16.94%	20.82%	18.24%

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司存货分别为 19,826.35 万元和 30,441.13 万元、40,236.53 万元，占流动资产比重分别为 36.86%、34.16%、32.04%，占营业收入比重分别为 18.24%、20.82%、16.94%，其中 2018 年末、2019 年末、2020 年末存货同比增长 19.11%与 53.54%、32.18%。随着公司营业收入迅速增长，报告期各期末存货规模

不断增加。2018 年、2019 年、2020 年公司存货周转率分别为 3.70 次/年、3.51 次/年、3.45 次/年，保持稳定。

2019 年末存货增速高于当年度营业收入增幅，总体来看主要原因系随着营业收入快速增长，公司提前备货。具体原因主要为以下三个方面：

首先，公司产品品类进一步丰富。公司所经营的健康监测、康复辅具、医疗护理、中医理疗与呼吸支持五大类产品品类及同类产品规格系列较 2018 年均有较大增加。公司需就各产品系列提前备货，因此，期末存货余额较 2018 年增幅较大。

第二，2020 年春节较 2019 年提前。公司销售为线上、线下同步驱动，直接面向终端销售收入的占比较高，因此公司一般提前 3 个月备货。考虑到 2020 年我国农历春节为 1 月份，较 2019 年春节提前，考虑到春节放假对产品生产与采购的影响，公司于 2019 年期末增加存货储备。

第三，生产规模扩张导致存货期末余额有所增长。

（1）存货明细构成

报告期内，公司存货构成情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
原材料	10,310.49	25.62%	2,425.05	7.97%	1,779.52	8.98%
半成品	2,780.58	6.91%	759.49	2.49%	277.37	1.40%
库存商品	24,380.14	60.59%	25,867.85	84.98%	16,856.84	85.02%
发出商品	2,765.32	6.87%	1,388.74	4.56%	912.61	4.60%
合计	**40,236.53**	**100.00%**	**30,441.13**	**100.00%**	**19,826.35**	**100.00%**

报告期内公司存货构成主要为库存商品，与公司面向终端销售收入占比较高的业务特点相一致。

（2）存货跌价准备

报告期内，公司存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	10,421.42	110.92	10,310.49
半成品	2,798.22	17.64	2,780.58
库存商品	25,879.04	1,498.89	24,380.14
发出商品	2,905.86	140.54	2,765.32
合计	**42,004.53**	**1,768.00**	**40,236.53**
项目	**2019.12.31**		
	账面余额	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	2,447.13	22.08	2,425.05
半成品	759.49	-	759.49
库存商品	26,538.20	670.36	25,867.85
发出商品	1,388.74	-	1,388.74
合计	**31,133.57**	**692.44**	**30,441.13**
项目	**2018.12.31**		
	账面余额	**跌价准备**	**账面价值**
原材料	1,779.52	-	1,779.52
半成品	277.37	-	277.37
库存商品	17,236.31	379.47	16,856.84
发出商品	912.61	-	912.61
合计	**20,205.82**	**379.47**	**19,826.35**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司存货跌价准备余额分别为 379.47 万元与 692.44 万元、1,768.00 万元，占当期末存货账面余额比重分别为 1.88%、2.22%、**4.21%**，主要为库存商品的存货跌价准备。2020 年，发行人存货跌价准备较 2019 年末大幅上升，主要原因系对价格回落的疫情物料及产品计提减值准备。

报告期内，原材料、库存商品库龄主要集中在 1 年以内，半成品、发出商品库龄均在一年以内；产品期后销售情况无明显异常，期后销售折扣对存货跌价无重大影响；2020 年末存货跌价计提比例为 4.21%，较上年有所增长，主要系 2020 年度长库龄存货有所增长，公司针对长库龄存货计提存货跌价所致，相对于公司销售规模增长跌价比例增长幅度合理。

发行人报告期内各期末，发行人存在账面余额低于可变现净值的存货，具体分类如下表，经存货跌价测试并计提存货跌价准备后，发行人各期末存货账面价值均低于可变

现净值。

单位：万元

项目	2020 年末			2019 年末			2018 年末		
	账面余额	计提减值	账面价值	账面余额	计提减值	账面价值	账面余额	计提减值	账面价值
账面余额低于可变现净值存货	34，980.16		34,980.16	28,431.38		28,431.38	18,804.44		18,804.44
账面余额高于可变现净值存货	7,024.36	1,768.00	5,256.37	2,702.19	692.44	2,009.75	1,401.38	379.47	1,021.91
合计	**42,004.53**	**1,768.00**	**40,236.53**	**31,133.57**	**692.44**	**30,441.13**	**20,205.82**	**379.47**	**19,826.35**

对存货建立严格的库存管理机制，并对存货充分计提跌价准备。

公司对存货进行有效期管理，对于接近有效期的库存商品采取打折促销的销售政策消化库存。报告期公司存货库龄主要集中在一年以内，存货周转整体较快。

1）临效期存货

报告期内临效期产品账面余额、占库存商品余额的比例及存货跌价准备情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
临效期产品账面余额	227.78	47.84	15.48
库存商品期末余额	25,879.04	26,538.20	17,236.31
临效期产品占比（%）	0.88	0.18	0.09
临效期产品跌价准备	113.89	23.92	7.74

临效期存货打折销售情况及账面余额如下：

单位：万元

按期后销售价格归类	存货账面余额					
	2020.12.31	占比%	2019.12.31	占比%	2018.12.31	占比%
正常销售（注）	6.47	2.84	1.40	2.92	5.40	34.88
高于成本价销售	159.23	69.91	39.04	81.60	9.94	64.18
低于成本价销售	30.74	13.50	7.41	15.48	0.15	0.94
尚未销售	31.34	13.76				
合计：	**227.78**	**100.00**	**47.84**	**100.00**	**15.48**	**100.00**

注：正常销售系与无临效期产品以相同销售价格销售。

临效期产品期后销售价格分为四类：按正常价格销售、打折销售但高于单位成本价、打折销售且低于成本价及尚未销售，仅 2020 年末临效期产品存在尚未销售情况，主要

由于期后销售数据截止 2021 年 2 月末，部分临效期产品尚未销售。

低于成本价销售的产品，其销售单价与成本单价比较情况：报告期内仅 2018 年及 2020 年各有一类产品以低于成本价五折销售， 2018 年产品账面价值为 0.11 万元，2020 年产品账面价值为 0.79 万元，涉及金额非常小；剩余产品销售价格均在成本单价的 70%至 90%。

因此，临效期产品按成本价 50%计提跌价准备比较谨慎且充分。

2）无效期存货

报告期各期不存在有效期的存货账面余额及占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年末		2019 年末		2018 年末	
	账面余额	占比%	账面余额	占比%	账面余额	占比%
无效期管理存货	33,604.65	80.00	26,742.50	85.90	16,348.06	80.91
有效期管理存货	8,399.88	20.00	4,391.07	14.10	3,857.77	19.09
合计	**42,004.53**	**100.00**	**31,133.57**	**100.00**	**20,205.82**	**100.00**

发行人针对无效期管理的存货结合不同类型存货的使用价值、销售数据以及产品更新换代的速度等信息，确定以存货库龄的长短作为该存货跌价风险的主要识别特征，进而按照一定比例对各库龄段各类存货计提跌价准备。

同行业上市公司均对存货进行了界定并进行管理，但均未披露对没有效期存货的具体存货跌价计提比例，发行人对存货的界定较为严格、谨慎。

发行人对不存在有效期的存货计提的跌价准备，其账面价值低于期后销售的变现价值，由此证明对该类产品的存货跌价计提是充分合理的。

发行人对不存在有效期的长库龄存货实施打折出售、样品赠与、拆解再生产、研发领用等积极的管理，通常能在期后 2 年内消化 80%以上的长库龄库存。

因此相关跌价准备的计提具有合理性和充分性。

（3）存货跌价准备同行业对比

发行人与同行业存货跌价准备计提比例如下：

单位：%

公司名称	2020.12.31/2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31
江苏鱼跃	1.68	2.13	2.87
三诺生物	1.36	1.64	1.27

公司名称	2020.12.31/2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31
乐心医疗	1.47	1.77	2.99
稳健医疗	6.23	2.34	2.07
蓝帆医疗	4.57	6.99	11.85
振德医疗	1.63	2.51	2.13
奥美医疗	6.74	3.14	1.10
行业平均	3.38	2.93	3.47
发行人	4.21	2.22	1.88

注：截止至招股说明书签署之日，上述同行业公司尚未披露 2020 年度报告，因此 2020 年数据为半年报数据。

2020 年末公司存货跌价的计提比例略高于同行业平均水平，主要系 2019 年末批量采购的制氧机、血压计及呼吸机系列产品滞销，库龄超过一年，公司对长库龄产品计提了存货跌价准备；2018 年至 2019 年同行业平均水平略高于发行人主要系可比公司中蓝帆医疗的存货跌价计提比例较高，其他可比公司存货跌价计提比例与公司较为接近，蓝帆医疗存货跌价计提比例增高主要系其合并范围变化及其部分产品市价下跌所致。

（4）库存商品构成及库存水平

库存商品中自产产品、外购产品的金额及比例如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自产产品	9,638.74	37.25%	5,951.95	22.43%	3,252.08	18.87%
外购产品	16,240.30	62.75%	20,586.26	77.57%	13,984.23	81.13%
合计：	**25,879.04**	**100.00%**	**26,538.20**	**100.00%**	**17,236.31**	**100.00%**

发行人库存商品中自产产品占比逐年增加。自产产品生产周期较短，一般为 1 个月内，原材料及外购产品平均采购周期为 1-2 个月；物流分线上和线下，线上销售快递一般 1-5 天可到货，线下物流配送时间一般为 1-3 天；公司各系列产品的产销率均维持较高水平，发行人销售主要直接面向消费者，且线上购物促销活动频繁，需要保留一定的安全库存。发行人的安全库存一般保持在 3 个月的量。2020 年末存货周转超过 3 个月主要原因系采购生产了较多防疫物资，以及疫情期间快递停滞门店停业导致销售缓慢所致。

9、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应交税费-增值税留抵税金	349.10	82.74	267.22
应交税费-待认证进项税	983.11	399.14	207.14
应交税费-预交所得税	214.48	82.82	225.49
应交税费-附加税留抵税金	-	-	0.72
合计	**1,546.69**	**564.70**	**700.57**

报告期 2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司其他流动资产分别为 700.57 万元、564.70 万元、1,546.69 万元，主要为增值税留抵税金、待认证进项税与预交所得税。

（三）非流动资产分析

报告期内，公司非流动资产的结构如下

单位：万元

非流动资产	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期股权投资	558.34	1.04%	-	-	-	-
固定资产	17,891.92	33.22%	4,396.05	27.82%	3,203.15	46.47%
在建工程	8,344.14	15.49%	436.84	2.76%	74.91	1.09%
无形资产	20,345.79	37.77%	6,505.01	41.17%	213.93	3.10%
商誉	1,160.16	2.15%	301.23	1.91%	301.23	4.37%
长期待摊费用	3,677.75	6.83%	2,687.25	17.01%	1,228.09	17.82%
递延所得税资产	1,063.67	1.97%	494.59	3.13%	651.90	9.46%
其他非流动资产	821.75	1.53%	979.27	6.20%	1,219.52	17.69%
非流动资产合计	**53,863.53**	**100.00%**	**15,800.23**	**100.00%**	**6,892.72**	**100.00%**

报告期内，公司非流动资产主要由固定资产、无形资产、长期待摊费用、其他非流动资产等构成。2018 年末、2019 年末、2020 年末上述四项资产占公司非流动资产比例分别为 85.09%、92.20%、79.34%。2019 年末，公司非流动资产同比上年增加 129.23%，原因系可孚设备于湘阴购置一宗土地使用权用于在湘阴建造可孚设备智能医疗产业园导致无形资产大幅增加；2020 年末非流动资产同比上年增加 240.90%，主要系可孚科技于长沙雨花区购置一宗土地使用权用于可孚医疗智能装备基地项目建设导致无形资产

大幅增加以及新增生产疫情产品的机器设备导致固定资产大幅增加。

1、长期股权投资

2020 年 12 月 31 日，公司长期股权投资金额为 558.34 万元，为公司收购国科智瞳 40.06%股权形成。国科智瞳已于 2020 年 3 月完成工商变更登记。

2、固定资产

报告期内，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31			
	原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	7,090.33	256.15	-	6,834.18
机器设备	8,589.19	453.34	-	8,135.85
电子设备	1,456.05	663.23	-	792.82
运输设备	714.74	302.53	-	412.21
其他设备	2,566.00	849.15	-	1,716.85
合计	**20,416.31**	**2,524.39**	**-**	**17,891.92**
项目	**2019.12.31**			
	原值	**累计折旧**	**减值准备**	**账面价值**
房屋及建筑物	1,571.00	165.82	-	1,405.18
机器设备	949.53	93.15	-	856.37
电子设备	918.02	360.02	-	558.00
运输设备	520.78	196.73	-	324.06
其他设备	1,724.62	472.18	-	1,252.45
合计	**5,683.95**	**1,287.90**	**-**	**4,396.05**
项目	**2018.12.31**			
	原值	**累计折旧**	**减值准备**	**账面价值**
房屋及建筑物	1,571.00	93.38	-	1,477.62
机器设备	477.80	32.02	-	445.77
电子设备	480.41	205.08	-	275.34
运输设备	371.41	130.85	-	240.56
其他设备	982.15	218.30	-	763.85
合计	**3,882.77**	**679.63**	**-**	**3,203.15**

报告期内，公司固定资产随着公司的经营规模扩大而稳步增长。2018 年末、2019

年末、2020 年末固定资产账面价值较上年末同比增长 18.89%、37.24%、307%，2020 年末固定资产较 2019 年末大幅增长主要原因系新增生产疫情产品的机器设备及部分厂房由在建工程转为固定资产投入使用。公司固定资产使用状况良好，折旧计提合理，未有减值迹象。

3、在建工程

报告期各期末，公司在建工程情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
仓库改造	-	-	176.80	40.47%	-	-
厂区监控设备及装修	-	-	-	-	66.36	88.59%
无尘净化系统	-	-	-	-	-	-
智能康复设备产业园一期	5,343.98	64.04%	260.04	59.53%	8.54	11.41%
湘阴智能医疗产业园建设（二期）项目	1,836.62	22.01%				
研发中心及仓储物流中心建设项目	603.98	7.24%				
长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目	293.66	3.52%				
设备安装	247.77	2.97%				
可孚医疗智能装备生产建设（二期）项目	18.04	0.22%				
可孚医疗智能装备生产建设项目-其他建筑物	0.08	0.00%				
合计	**8,344.14**	**100.00%**	**436.84**	**100.00%**	**74.91**	**100.00%**

报告期 2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司在建工程账面价值分别为 74.91 万元、436.84 万元、8,344.14 万元。报告期内，公司在建工程不存在减值情况。

2019 年末、2020 年末，公司在建工程大规模增加，主要系可孚设备湘阴智能医疗产业园项目开工建设以及榔梨仓库改造项目投资支出。

报告期内，公司在建工程减值情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		
	账面余额	减值准备	账面价值
智能康复设备产业园一期	5,343.98	-	5,343.98

湘阴智能医疗产业园建设（二期）项目	1,836.62	-	1,836.62
研发中心及仓储物流中心建设项目	603.98	-	603.98
长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目	293.66	-	293.66
设备安装	247.77	-	247.77
可孚医疗智能装备生产建设（二期）项目	18.04	-	18.04
可孚医疗智能装备生产建设项目-其他建筑物	0.08	-	0.08
仓库改造	-	-	-
厂区监控设备及装修	-	-	-
无尘净化系统	-	-	-
合计	**8,344.14**	**-**	**8,344.14**
项目	**2019.12.31**		
	账面余额	**减值准备**	**账面价值**
智能产业园	260.04	-	260.04
仓库改造	176.80	-	176.80
厂区监控设备及装修	-	-	-
无尘净化系统	-	-	-
合计	**436.84**	**-**	**436.84**
项目	**2018.12.31**		
	账面余额	**减值准备**	**账面价值**
智能产业园	8.54	-	8.54
仓库改造	-	-	-
厂区监控设备及装修	66.36	-	66.36
无尘净化系统	-	-	-
合计	**74.91**	**-**	**74.91**

4、无形资产

报告期各期末，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31			
	原值	累计摊销	减值准备	账面价值
土地使用权	20,118.60	342.24	-	19,776.36
软件使用权	267.93	84.02	-	183.91
特许权	31.00	14.53	-	16.47

专利或非专利技术	269.15	43.94		225.21
产品注册证	169.94	29.89		140.05
商标	4.95	1.16		3.80
合计	**20,861.58**	**515.79**	**-**	**20,345.79**
项目	**2019.12.31**			
	原值	**累计摊销**	**减值准备**	**账面价值**
土地使用权	6,342.50	31.71	-	6,310.79
软件使用权	226.26	51.75	-	174.50
特许权	31.00	11.29	-	19.71
合计	**6,599.76**	**94.75**	**-**	**6,505.01**
项目	**2018.12.31**			
	原值	**累计摊销**	**减值准备**	**账面价值**
土地使用权	-	-	-	-
软件使用权	224.71	25.53	-	199.18
特许权	21.00	6.25	-	14.75
合计	**245.71**	**31.78**	**-**	**213.93**

2019 年公司无形资产大幅增加原因系可孚设备于湘阴购置一宗土地使用权；2020 年公司无形资产大幅增加主要原因系可孚医疗于长沙市雨花区购置一宗土地使用权。

5、商誉

报告期各期末，公司商誉明细情况如下：

单位：万元

项目	**2020.12.31**		**2019.12.31**		**2018.12.31**	
	金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**
收购贵州每文	123.07	10.61%	123.07	40.85%	123.07	40.85%
收购山东怡源	155.13	13.37%	155.13	51.50%	155.13	51.50%
收购合肥海吉星	14.80	1.28%	14.80	4.91%	14.80	4.91%
收购长沙健诺	8.23	0.71%	8.23	2.73%	8.23	2.73%
收购珠海橡果	858.93	74.04%	-	-	-	-
合计	**1160.16**	**100.00%**	**301.23**	**100.00%**	**301.23**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司商誉分别为、301.23 万元、301.23 万元、1160.16 万元，主要系收购山东怡源、贵州每文、合肥海吉星、长沙健诺、珠海橡果形成。

发行人于2020年1月17日办妥工商登记，完成对珠海橡果电子科技有限公司100%股权收购，收购价款1,086.58万元。

珠海橡果被收购前，基本情况如下：

公司名称	珠海橡果电子科技有限公司
成立日期	2006年9月26日
公司类型	外商独资经营企业
注册资本	50万美元
注册地址	珠海市金湾区三灶镇琴石路208号B栋2层
经营范围	生产和销售自产的电子制氧产品及其配件，化学制氧器（许可证有效期至2020年11月03日），并提供产品的技术支持和售后服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

珠海橡果被收购前主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.05.31	2019.12.31
资产：		
货币资金	289.94	172.89
应收款项	92.56	-52.47
存货	81.87	72.51
固定资产	10.89	11.62
递延所得税资产	0.68	-
负债：		
应付款项	248.30	55.45
净资产	227.64	149.10
项目	**2020年1-5月**	**2019年度**
营业收入	309.30	503.06
营业利润	82.02	-427.62
净利润	78.54	-429.77

注：以上财务数据未经审计。

本次股权收购的原因及对发行人业务的影响如下；

公司收购珠海橡果100%股权，主要系为了适应公司业务发展需求，丰富公司产品生产线，充分发挥珠海橡果旗下“氧立得”制氧机品牌的市场价值及更好的拓展销售渠道。同时，珠海橡果经营情况良好。销售毛利率方面，2019年、2020年1-5月分别为47.21%、48.57%；净利润方面，2019年度剔除和原关联方往来款的债务豁免损失后，净利润为40.23万元。

珠海橡果完成股权变更的工商登记日为 2020 年 1 月 17 日；2020 年 5 月，完成股权转让款项支付，并完成公司公章等资料控制权交接。珠海橡果的合并日为 2020 年 6 月 1 日，为非同一控制下合并。

根据开元资产评估有限公司对珠海橡果收购基准日的出具的开元评报字（2020）098 号评估报告的评估值确认，珠海橡果仅固定资产可辨认公允价值为 123,597.42 元，较账面增值 14,742.16 元，其余资产负债的可辨认公允价值和账面价值一致。由于固定资产增值金额极小，公司在合并日，将珠海橡果的固定资产账面价值等同可辨认公允价值。

合并日珠海橡果账面资产和可辨认净资产情况如下：

单位：万元

项目	可辨认净资产	账面净资产
资产：		
货币资金	289.94	289.94
应收款项	92.56	92.56
存货	81.87	81.87
固定资产	10.89	10.89
递延所得税资产	0.68	0.68
负债：		
应付款项	248.30	248.30
净资产	227.64	227.64

合并成本及商誉情况如下：

单位：万元

项目	珠海橡果电子科技有限公司
合并成本	
—现金	1,086.58
合并成本合计	**1,086.58**
减：取得的可辨认净资产公允价值份额	227.64
商誉	858.93

（1）商誉形成

具体情况如下表所示：

单位：万元

2018 年			
项目	**合肥海吉星**		
合并成本			
—现金	50.00	-	-
合并成本合计	**50.00**	**-**	**-**
减：取得的可辨认净资产公允价值份额	35.20	-	-
商誉/合并成本小于取得的可辨认净资产公允价值份额的金额	**14.80**	-	-
2020 年 1-6 月			
项目	**珠海橡果**		
合并成本			
—现金	1,086.58	-	-
合并成本合计	**1,086.58**	**-**	**-**
减：取得的可辨认净资产公允价值份额	227.64	-	-
商誉/合并成本小于取得的可辨认净资产公允价值份额的金额	858.93	-	-

（2）商誉期末减值测试

公司收购形成的商誉的可收回金额按照经公司管理层批准的未来五年资产组或资产组组合的税前经营现金流量，五年后的税前经营现金流量按照最后一年的水平进行预测，根据公司聘请的湖南财瑞资产评估有限公司出具的《湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的长沙健诺医疗器械销售有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2018）》（湘财瑞评报字（2019）第 200 号）、《湖南科源医疗器材销售有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的山东怡源医疗器械有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2018）》（湘财瑞评报字（2019）第 202 号）《湖南科源医疗器材销售有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的贵州每文医疗器械有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2018）》（湘财瑞评报字（2019）第 201 号）《湖南科源医疗器材销售有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的合肥市海吉星科技有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2018）（湘财瑞评报字（2019）第 203 号）；《湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的长沙健诺医疗器械销售有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2019）》（湘财瑞评报字（2020）第 24 号）、《湖南科源医疗器材销售有限公司拟进行以财务报告为

目的的商誉减值测试所涉及的贵州每文医疗器械有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2019）》（湘财瑞评报字（2020）第 23 号）、《湖南科源医疗器材销售有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的山东怡源医疗器械有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2019）》（湘财瑞评报字（2020）第 24 号）《湖南科源医疗器材销售有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的合肥市海吉星科技有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2019）》（湘财瑞评报字（2020）第 25 号）；《湖南好护士医疗器械连锁经营有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的长沙健诺医疗器械销售有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2020）》（湘财瑞评报字(2021)第 12 号）《湖南科源医疗器材销售有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的贵州每文医疗器械有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2020）》（湘财瑞评报字(2021)第 9 号）《湖南科源医疗器材销售有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的山东怡源医疗器械有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2020）》（湘财瑞评报字(2021)第 10 号）《湖南科源医疗器材销售有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的合肥市海吉星科技有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2020）》（湘财瑞评报字(2021)第 11 号）《可孚医疗科技股份有限公司拟进行以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的珠海橡果电子科技有限公司资产组可收回价值项目资产评估报告（2020）》（湘财瑞评报字(2021)第 13 号）；；经测试，商誉未出现减值损失，主要参数如下：

①2018 年度

单位：万元

参数	长沙健诺	山东怡源	贵州每文	合肥海吉星
收入增长率	5%	5%	5%	20%
计算现值的税前折现率	15.85%	17.96%	15.85%	13.31%
包含商誉的资产组组合可收回金额	395.86	560.28	367.27	257.42
商誉是否发生减值	否	否	否	否

②2019 年度

单位：万元

参数	长沙健诺	山东怡源	贵州每文	合肥海吉星
收入增长率	2%	2%	2%	5%
计算现值的税前折现率	14.37%	16.22%	14.37%	12.88%

参数	长沙健诺	山东怡源	贵州每文	合肥海吉星
包含商誉的资产组组合可收回金额	1,128.52	913.29	1,137.05	408.65
商誉是否发生减值	否	否	否	否

③2020 年

参数	长沙健诺	山东怡源	贵州每文	合肥海吉星	珠海橡果
收入增长率	2%	10%	2%	5.00%	5.00%
计算现值的税前折现率	11.12%	11.12%	11.12%	11.12%	13.83%
包含商誉的资产组组合可收回金额（万元）	965.92	1088.34	608.31	334.48	938.94
商誉是否发生减值	否	否	否	否	否

（3）报告期内，未发生商誉减值的合理性

1）发行人线上和线下销售网络中自行设立和对外收购的各类型店铺数量及比例

2017 年发行人完成山东怡源、贵州每文、长沙健诺的收购，为非同一控制下合并。其中，山东怡源与贵州每文被收购前分别各运营 1 家线下仓储式大卖场；山东怡源被收购前运营 1 家线上自营店铺，为 Tmall 怡源医疗器械专营店；长沙健诺被收购前运营 Tb 健康 e 家。除此之外，发行人线上与线下销售网络中各类型店铺均为自行设立。报告期内，上述收购店铺运营情况良好。

报告期各期末，发行人各类型店铺数量及比例具体情况如下：

店铺类型		项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
线上自营店铺	自行设立	数量	55	50	40
		比例	96.49%	96.15%	95.24%
	对外收购	数量	2	2	2
		比例	3.51%	3.85%	4.76%
	合计	**数量**	57	**52**	**42**
线下仓储式大卖场	自行设立	数量	10	11	6
		比例	83.33%	84.62%	75.00%
	对外收购	数量	2	2	2
		比例	16.67%	15.38%	25.00%
	合计	**数量**	**12**	**13**	**8**
线下好	自行设立	数量	16	20	27

店铺类型		项目	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
护士		比例	100%	100%	100%
	对外收购	数量	-	-	-
		比例	-	-	-
	合计	**数量**	16	**20**	**27**
线下健耳门店	自行设立	数量	149	43	30
		比例	100%	100%	100%
	对外收购	数量	-	-	-
		比例	-	-	-
	合计	**数量**	149	**43**	**30**

注：1、发行人收购的两家线上店铺分别为发行人于 2017 年 7 月收购山东怡源和长沙健诺时包含的线上店铺“怡源医疗器械专营店”和“健康 e 家医疗器械”，收购后由发行人统一运营；
2、发行人收购的两家仓储式大卖场为发行人于 2017 年 7 月收购山东怡源时包含的济南仓储式大卖场和 2017 年 8 月收购贵州每文时包含的贵州仓储式大卖场。

2）报告期内对外收购企业的经营情况和业绩表现，并结合其财务数据分析未发生商誉减值的合理性

报告期内，长沙健诺、山东怡源、贵州每文被收购后经营情况和业绩表现如下：

单位：万元

日期	2020.12.31/ 2020 年	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 合并日至 2017 年末	收购日
长沙健诺（合并日 2017 年 8 月 1 日）					
资产总额	1,530.86	611.15	202.96	27.02	14.27
负债总额	989.51	402.62	155.53	24.03	14.47
净资产	541.35	208.53	47.44	2.99	-0.20
营业收入	7,512.79	2,992.47	1,161.09	54.24	-
营业利润	269.19	174.66	49.46	2.42	-
净利润	242.82	161.10	44.45	3.19	-
经营现金净流量	479.92	1.04	160.30	8.27	-
山东怡源（合并日 2017 年 8 月 1 日）					
资产总额	865.29	735.92	679.06	804.74	904.46
负债总额	561.47	718.10	821.27	907.64	1,047.18
净资产	303.82	17.82	-142.21	-102.91	-142.71
营业收入	1,279.12	1,445.39	1,542.38	1,126.70	-
营业利润	203.12	172.56	-40.16	40.03	-

日期	2020.12.31/ 2020 年	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 合并日至 2017 年末	收购日
净利润	186.00	160.04	-39.31	39.80	-
经营现金净流量	169.17	169.97	-105.73	111.66	-
贵州每文（合并日 2017 年 9 月 1 日）					
资产总额	1,130.41	1,454.80	1,602.70	1,402.52	1,564.46
负债总额	596.36	1,153.46	1,476.65	1,279.65	1,549.77
净资产	534.05	301.35	126.05	122.87	14.70
营业收入	1,616.42	2,147.04	1,891.13	664.34	-
营业利润	255.36	192.62	37.48	120.15	-
净利润	232.70	175.29	3.19	108.17	-
经营现金净流量	98.15	247.25	-545.17	-2.69	-

报告期内，合肥海吉星被收购后经营情况和业绩表现如下：

单位：万元

日期	2020.12.31/ 2020 年	2019.12.31 /2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	收购日
合肥海吉星（合并日 2018 年 8 月 1 日）				
资产总额	741.56	688.25	500.19	177.11
负债总额	234.02	416.94	323.36	141.91
净资产	507.54	271.31	176.83	35.20
营业收入	989.81	869.63	414.23	-
营业利润	229.26	99.71	20.47	-
净利润	211.23	94.48	16.63	-
经营现金净流量	69.56	236.47	-81.17	-

报告期内，珠海橡果被收购后经营情况和业绩表现如下：

单位：万元

日期	2020.12.31/2020 年	收购日
珠海橡果（合并日 2020 年 6 月 1 日）		
资产总额	418.53	475.95
负债总额	111.17	248.30
净资产	307.36	227.64
营业收入	442.58	-
营业利润	88.09	-
净利润	79.72	-

日期	2020.12.31/2020 年	收购日
经营现金净流量	-186.67	-

长沙健诺报告期内资产、净资产、收入、营业利润、净利润均呈现上涨趋势，报告期内经营活动产生的现金流量均为正数。

山东怡源报告期内，2018年内，资产、净资产、营业利润、净利润有所下降，但2019年、2020年呈现了良好的利润增长趋势。

贵州每文报告期内，2018年内，营业利润、净利润有所下降，但2019年、2020年呈现了良好的利润增长趋势。报告期内经营活动产生的现金流量2019年以后均为正数。

合肥海吉星报告期内，资产、净资产、收入、营业利润、净利润均呈现上涨趋势，呈现了良好的经营增长趋势。报告期内经营活动产生的现金流量2019年以后均为正数。

珠海橡果收购期仅为7个月，收购当月已实现盈利。

综上，报告期内对外收购企业的经营情况和业绩表现，未发生商誉减值具有合理性。

6、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房屋改造装修费用	3,407.86	92.66%	2,521.71	93.84%	1,024.18	83.40%
门店转让金	250.41	6.81%	137.86	5.13%	203.91	16.60%
软件服务费	2.63	0.07%	5.51	0.20%	-	-
模具费	16.85	0.46%	22.17	0.82%	-	-
合计	**3,677.75**	**100.00%**	**2,687.25**	**100.00%**	**1,228.09**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司长期待摊费用的余额分别为 1,228.09 万元、2,687.25 万元、3,677.75 万元，主要为房屋改造装修费用和门店转让金。2019 年末长期待摊费用较上年增幅 118.82%，主要原因系新开设科源仓储式大厅以及健耳助听器门店装修支出。

公司长期待摊费用按照直线法摊销，没有残值。其中自有固定资产装修支出的摊销期限为预计可使用年限，经营租入固定资产装修支出主要为科源仓储式大厅、好护士门店以及健耳助听器门店的装修支出，长期待摊费用在受益期内平均摊销。

7、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
资产减值准备	647.86	60.91%	364.12	73.62%	238.64	36.61%
可抵扣亏损	1.80	0.17%	130.47	26.38%	413.27	63.39%
内部交易未实现利润	197.52	18.57%	-	-	-	-
递延收益	216.49	20.35%				
合计	**1063.67**	**100.00%**	**494.59**	**100.00%**	**651.90**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司递延所得税资产账面价值分别为 651.90 万元、494.59 万元、1063.67 万元，主要为资产减值准备和可抵扣亏损产生的可抵扣暂时性差异。

8、其他非流动资产

报告期各期末，公司在其他非流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预付资产款项	821.75	100.00%	979.27	100.00%	1,219.52	100.00%
合计	**821.75**	**100.00%**	**979.27**	**100.00%**	**1,219.52**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司其他非流动资产的账面价值分别为 1,219.52 万元、979.27 万元、821.75 万元，主要系公司预付资产款项所形成。

（四）营运能力分析

1、公司营运能力指标

报告期内，公司营运能力主要指标如下：

财务指标	2020 年	2019 年	2018 年
应收账款周转率（次/年）	12.31	8.52	8.64
存货周转率（次/年）	3.45	3.51	3.70
总资产周转率（次/年）	1.67	1.77	2.18

2018 年、2019 年、2020 年，公司应收账款周转率分别为 8.64 次/年、8.52 次/年、

12.31 次/年，存货周转率分别为、3.70 次/年、3.51 次/年、3.45 次/年，总资产周转率分别为 2.18 次/年、1.77 次/年、1.67 次/年，均保持在较高水平，周转情况良好。

营运能力方面，公司应收账款周转率、存货周转率、总资产周转率均保持在较高水平，这与公司线上、线下同步发展的销售模式，存货一般至少保持 3 个月库存量以及依据目前所处的快速发展阶段固定资产规模较小的基本情况相适应。

2、同行业可比公司对比

报告期内，公司营运能力的主要财务指标与同行业上市公司对比如下：

序号	公司名称	2020.12.31/2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31
应收账款周转率				
1	鱼跃医疗	3.60	4.67	4.79
2	三诺生物	2.53	5.33	6.36
3	乐心医疗	2.09	4.49	4.80
4	九安医疗	6.53	6.30	5.13
5	英科医疗	30.93	6.11	6.51
6	稳健医疗	8.29	10.23	9.70
7	蓝帆医疗	3.05	4.88	5.84
8	振德医疗	7.03	5.52	5.92
9	奥美医疗	6.86	10.86	10.79
行业平均		**7.88**	**6.49**	**6.65**
可孚医疗		**12.31**	**8.52**	**8.64**
存货周转率				
1	鱼跃医疗	1.35	3.31	3.79
2	三诺生物	1.13	2.56	3.81
3	乐心医疗	2.80	7.24	6.70
4	九安医疗	1.34	2.08	1.73
5	英科医疗	7.92	7.06	7.67
6	稳健医疗	1.47	2.32	2.35
7	蓝帆医疗	2.29	4.00	4.27
8	振德医疗	2.75	3.07	3.28
9	奥美医疗	1.73	2.39	2.73
行业平均		**2.53**	**3.78**	**4.04**
可孚医疗		**3.45**	**3.51**	**3.70**

序号	公司名称	2020.12.31/2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31
总资产周转率				
1	鱼跃医疗	0.38	0.62	0.62
2	三诺生物	0.29	0.57	0.67
3	乐心医疗	0.44	0.95	0.95
4	九安医疗	0.46	0.37	0.28
5	英科医疗	1.74	0.77	0.93
6	稳健医疗	0.70	1.08	1.04
7	蓝帆医疗	0.15	0.27	0.37
8	振德医疗	0.82	0.83	0.91
9	奥美医疗	0.61	0.78	0.78
行业平均		**0.62**	**0.69**	**0.73**
可孚医疗		**1.67**	**1.77**	**2.18**

注：英科医疗及可孚医疗采用年度报告数据计算指标，其余公司截止至招股说明书签署之日尚未披露年度报告，因此采用半年报数据计算指标。

如上表所示，公司的营运能力指标相较于同行业行可比公司保持在较好状况，处于高质量快速发展阶段。

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债状况分析

1、负债总额及变化趋势

单位：万元

项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	73,364.18	92.33%	41,411.34	92.06%	37,186.38	100.00%
非流动负债	6,096.99	7.67%	3,573.09	7.94%	1.10	-
负债合计	**79,461.17**	**100.00%**	**44,984.44**	**100.00%**	**37,187.48**	**100.00%**

报告期各期末，公司负债主要为流动负债。2018 年末、2019 年末、2020 年末，流动负债占比负债总额比重分别为 100.00%、92.06%、92.33%，负债结构保持稳定。

2、流动负债构成及其变化分析

报告期各期末，公司流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	28,000.00	38.17%	3,970.00	9.59%	8,423.08	22.65%
应付票据	7,746.56	10.56%	17,009.90	41.08%	2,545.22	6.84%
应付账款	25,853.58	35.24%	15,022.08	36.28%	17,122.95	46.05%
预收款项	107.96	0.15%	275.53	0.67%	118.08	0.32%
合同负债	200.53	0.27%				
应付职工薪酬	3,435.33	4.68%	1,312.00	3.17%	881.51	2.37%
应交税费	2,525.20	3.44%	1,715.98	4.14%	1,641.64	4.41%
其他应付款	4,467.60	6.09%	1,605.85	3.88%	6,453.91	17.36%
一年内到期的非流动负债	1,000.00	1.36%	500.00	1.21%	-	0.00%
其他流动负债	27.43	0.04%				
流动负债合计	**73,364.18**	**100.00%**	**41,411.34**	**100.00%**	**37,186.38**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司流动负债金额为 37,186.38 万元、41,411.34 万元、73,364.18 万元，随着公司业务规模扩张逐年增加，主要包括短期借款、应付票据、应付账款、应交税费、其他应付款。上述五项 2018 年末、2019 年末、2020 年末合计占流动负债比重为 97.31%、94.96%、93.50%。

（1）短期借款

报告期内，公司短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
保证借款	26,500.00	94.64%	2,100.00	52.90%	2,923.08	34.70%
抵押借款	-	-	1,370.00	34.51%	-	-
信用借款	1,500.00	5.36%				
保证质押借款	-	-	500.00	12.59%	5,000.00	59.36%
保证抵押借款	-	-	-	-	500.00	5.94%
合计	**28,000.00**	**100.00%**	**3,970.00**	**100.00%**	**8,423.08**	**100.00%**

报告期 2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司短期借款余额分别为 8,423.08 万元、3,970.00 万元、28,000.00 万元。公司报告期内 2018 年至 2019 年经营活动现金流良好，银行借款规模不大，2020 年末，短期借款增幅较大，主要为可孚医疗、好护士新增银

行借款。

（2）应付票据

报告期内，公司应付票据情况如下：

单位：万元

项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
银行承兑汇票	7,746.56	100.00%	17,009.90	100.00%	2,545.22	100.00%
合计	**7,746.56**	**100.00%**	**17,009.90**	**100.00%**	**2,545.22**	**100.00%**

2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司应付票据余额分别为 2,545.22 万元、17,009.90 万元、7,746.56 万元，占流动负债比重分别为 6.84%、41.08%、10.56%，均为银行承兑汇票。截至 2020 年末，公司无已到期未支付的应付票据。

（3）应付账款

报告期内，公司应付账款情况如下：

单位：万元

项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
购货款	22,073.00	85.38%	14,772.73	98.34%	17,056.40	99.61%
设备采购款	290.18	1.12%	154.09	1.03%	26.53	0.15%
工程款	3,490.40	13.50%	95.27	0.63%	27.81	0.16%
无形资产采购款	-	-	-	-	12.21	0.07%
购买房产款	-	-	-	-	-	-
合计	**25,853.58**	**100.00%**	**15,022.08**	**100.00%**	**17,122.95**	**100.00%**

公司应付账款主要是尚未支付的货款。2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司应付账款分别为 17,122.95 万元、15,022.08 万元、25,853.58 万元，占流动负债比重分别为 46.05%、36.28%、35.24%。

报告期各期末，公司不存在超过 1 年以上的重要应付款项。

（4）预收款项

报告期内，公司预收款项情况如下：

单位：万元

项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预收销售货款	107.96	100.00%	275.53	100.00%	118.08	100.00%
合计	**107.96**	**100.00%**	**275.53**	**100.00%**	**118.08**	**100.00%**

公司预收款项主要为预收客户货款。2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司预收款项分别为 118.08 万元、275.53 万元、107.96 万元，占流动负债比重在 1.00%以内。

报告期各期末，公司不存在超过 1 年以上的重要预收款项。

（5）合同负债

报告期内，公司合同负债情况如下：

单位：万元

项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预收销售款	200.53	100.00%	-	-	-	-
合计	**200.53**	**100.00%**	**-**	**-**	**-**	**-**

2020 年末，公司合同负债为 200.53 万元，主要为预收销售款，占流动负债比重在 1.00%以内。

（6）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬构成如下：

单位：万元

项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期薪酬	3,435.17	100.00%	1,311.51	99.96%	880.01	99.83%
离职后福利	0.16	0.00%	0.49	0.04%	1.50	0.17%
合计	**3,435.33**	**100.00%**	**1,312.00**	**100.00%**	**881.51**	**100.00%**

公司应付职工薪酬主要为年末已计提尚未实际发放的员工工资、奖金、津贴、社会保险费用以及辞退福利等。2018 年末、2019 年末、2020 年末，公司应付职工薪酬分别为 881.51 万元、1,312.00 万元、3,435.33 万元，占流动负债比例分别为 2.37%、3.17%、4.68%。随着经营规模扩大和业绩提升，公司员工人数和薪酬相应增加。

（7）应交税费

报告期各期末，公司应交税费具体情况如下：

单位：万元

税费项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税	276.89	10.97%	909.10	52.98%	651.74	39.70%
企业所得税	2,036.31	80.64%	523.88	30.53%	818.86	49.88%
水利建设基金	115.83	4.59%	212.63	12.39%	71.98	4.38%
城市维护建设税	29.34	1.16%	27.27	1.59%	46.51	2.83%
教育费附加	20.92	0.83%	19.65	1.15%	32.69	1.99%
印花税	32.48	1.29%	17.72	1.03%	13.35	0.81%
房产税	12.81	0.51%	-	-	6.41	0.39%
土地使用税	0.20	0.01%	5.56	0.32%	0.10	0.01%
环境保护税	0.15	0.01%	0.15	0.01%	-	-
个人所得税	0.27	0.01%	0.02	0.00%	-	-
契税	-	-	-	-	-	-
合计	**2,525.20**	**100.00%**	**1,715.98**	**100.00%**	**1,641.64**	**100.00%**

公司应交税费主要包括增值税、企业所得税、水利建设基金等。2018 年末、2019 年末、2020 年末，应交税费余额分别为 1,641.64 万元、1,715.98 万元、2,525.20 万元。

（8）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	2020. 12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付利息	23.60	0.53%	7.99	0.50%	48.00	0.74%
应付股利	-	-	-	-	-	-
其他应付款项	4,443.99	99.47%	1,597.86	99.50%	6,405.91	99.26%
合计	**4,467.60**	**100.00%**	**1,605.85**	**100.00%**	**6,453.91**	**100.00%**

报告期各期末，应付利息均为短期借款应付利息，金额较小。报告期内公司不存在重要的已逾期未支付的利息。

报告期各期末公司其他应付款项情况如下所示：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运费	3,120.27	70.21%	873.81	54.69%	1,212.77	18.93%
线上费用	700.75	15.77%	294.78	18.45%	82.39	1.29%
员工报销款	52.69	1.19%	87.30	5.46%	90.36	1.41%
其他费用款	540.20	12.16%	272.41	17.05%	162.69	2.54%
押金保证金	0.09	0.00%				
暂收新股东投资款					4,800.00	74.93%
欠股东款					7.40	0.12%
其他	30	0.68%	69.56	4.35%	50.30	0.79%
合计	**4,443.99**	**100.00%**	**1,597.86**	**100.00%**	**6,405.91**	**100.00%**

报告期各期末，其他应付款项主要为已发生未支付的各项费用性支出，且无账龄超过 1 年的重要其他应付款项。

2018 年末其他应付款金额较大，主要原因系新增股东投资款，尚未办理工商登记。截至 2019 年末，该笔股东投资款已办理工商登记。2020 年末其他应付款相较于上年增幅较大主要系 1)随着销售规模的增加，运费的支出相应增加;2) 2020 年部分快递公司结算方式变更，由预付运费变更为双方核对账单后支付.

（9）一年内到期的非流动负债

2018 年末、2019 年末、2020 年末，一年内到期的非流动负债分别为 0 万元、500.00 万元、1,000.00 万元。2019 年末、2020 年末，非流动负债为一年内到期的长期应付款 500.00 万元、1,000.00 万元，为公司因建设可孚智能医疗产业园项目获取的当地开发区管委会的无息长期借款。

3、非流动负债构成及其变化分析

报告期各期末，公司非流动负债情况如下：

单位：万元

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期应付款	1,000.00	16.40%	1,500.00	41.98%	-	
递延收益	4,716.80	77.36%	2,073.09	58.02%	-	
递延所得税负债	380.19	6.24%	-		1.10	100.00%

项目	2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	6,096.99	100.00%	3,573.09	100.00%	1.10	100.00%

报告期各期末，公司非流动负债主要为长期应付款与递延收益。其中，长期应付款为公司因建设可孚智能医疗产业园项目获取的当地开发区管委会的无息长期借款。

递延收益主要为收到的与资产相关的政府补助，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	本期新增补助金额	本期计入当期损益金额	2020. 12.31	与资产相关/与收益相关
智能制造专项资金	18.09	19.95	5.04	33.00	与资产相关
智能制造产业园项目厂房补助资金	2,055.00	-	0.67	2,054.33	与资产相关
2020 年制造强省专项资金	-	200.00	0.03	199.97	与资产相关
疫情防控重点保障企业优惠贷款贴息资金	-	353.00	289.41	63.59	与收益相关
2020 年长沙市首批工业企业技术改造贷款贴息	-	400.00	357.30	42.70	与收益相关
应急物资保障体系补助-与收益相关	-	103.59	82.78	20.81	与收益相关
应急物资保障体系补助-与资产相关	-	696.41	13.66	682.75	与资产相关
2019 年技术改造贷款贴息资金	-	24.45	24.45	-	与收益相关
智庭园展厅装修补助款	-	147.00	10.50	136.50	与资产相关
长沙市雨花区住房和城乡建设局 2019 租赁住房项目补助资金	-	1,219.21	-	1,219.21	与资产相关
2020 年医用口罩等医疗物质扩产专项补助	-	240.00	2.36	237.64	与资产相关
2020 长沙市第三批工业企业技术改造贷款贴息	-	100.00	73.70	26.30	与收益相关
合计	**2,073.09**	3,503.61	859.90	4,716.80	-
项目	**2018.12.31**	**本期新增补助金额**	**本期计入当期损益金额**	**2019.12.31**	**与资产相关/与收益相关**
智能制造专项资金	-	19.17	1.08	18.09	与资产相关
智能制造产业园项目厂房补助资金	-	2,055.00	-	2,055.00	与资产相关
合计	**-**	**2,074.17**	**1.08**	**2,073.09**	

（二）偿债能力分析

1、公司偿债能力指标

报告期内，公司偿债能力的主要财务指标如下：

财务指标	2020.12.31	2019. 12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	1.71	2.15	1.45
速动比率（倍）	1.16	1.42	0.91
资产负债率（母公司）（%）	37.81	12.79	32.26
财务指标	**2020年**	**2019年**	**2018年**
息税折旧摊销前利润（万元）	53,134.13	16,576.77	9,089.32
利息保障倍数（倍）	347.16	29.61	18.55

报告期内，公司资产负债结构较为合理。由于公司进行了股权融资，且报告期内资本开支相对较少，资产负债率较低。公司息税折旧摊销前利润和利息保障倍数两项付息指标均较高，公司偿债能力较强。

2、同行业可比公司对比

报告期内，公司偿债能力的主要财务指标与同行业上市公司对比如下：

序号	公司名称	2020 年 6 月/2020. 12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率				
1	鱼跃医疗	2.04	2.64	3.44
2	三诺生物	2.30	3.22	4.11
3	乐心医疗	1.54	1.55	1.71
4	九安医疗	3.69	7.58	2.94
5	英科医疗	3.82	1.78	1.34
6	稳健医疗	1.68	2.25	1.54
7	蓝帆医疗	1.47	1.30	1.41
8	振德医疗	1.39	2.00	1.52
9	奥美医疗	1.95	2.68	1.30
行业平均		2.21	**2.78**	**2.15**
可孚医疗		1.71	**2.15**	**1.45**
速动比率				
1	鱼跃医疗	1.61	2.05	2.86
2	三诺生物	1.77	2.59	3.39

序号	公司名称	2020 年 6 月/2020. 12.31	2019.12.31	2018.12.31
3	乐心医疗	1.20	1.32	1.46
4	九安医疗	2.99	6.18	2.15
5	英科医疗	3.44	1.51	1.15
6	稳健医疗	1.29	1.42	0.87
7	蓝帆医疗	1.36	1.14	1.22
8	振德医疗	1.11	1.46	0.97
9	奥美医疗	1.45	1.54	0.79
行业平均		1.80	**2.14**	**1.65**
可孚医疗		1.16	**1.42**	**0.91**
资产负债率（合并口径）				
1	鱼跃医疗	30.87%	22.71%	19.78%
2	三诺生物	24.49%	19.28%	12.57%
3	乐心医疗	40.85%	42.13%	39.45%
4	九安医疗	25.75%	17.61%	20.01%
5	英科医疗	27.00%	49.81%	47.49%
6	稳健医疗	45.10%	30.19%	32.79%
7	蓝帆医疗	46.27%	36.17%	38.58%
8	振德医疗	63.36%	47.56%	39.21%
9	奥美医疗	40.28%	34.75%	54.43%
行业平均		38.22%	**33.36%**	**33.81%**
可孚医疗		44.28%	**42.87%**	**61.28%**

注：英科医疗及可孚医疗采用年度报告数据计算指标，其余公司截止至招股说明书签署之日尚未披露年度报告，因此采用半年报数据计算指标。

如上表所示，公司的短期偿债能力指标均处于行业中等水平。

（三）股利分配

1、2018 年度至 2019 年度

2018 年至 2019 年，公司未进行股利分配。

2、2020 年度

依据公司于 2020 年 6 月 18 日召开的 2019 年年度股东大会决议，按母公司 2020 年 3 月末未分配利润，以总股本 12,000.00 万股为基数，向全体股东每 10 股派 2.00 元人民币现金，共计派送现金股利 24,000,000.00 元（含税）。

截至本招股说明书签署日，上述分红事项已执行完毕。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
经营活动产生的现金流量净额	49,576.80	5,739.78	617.91
投资活动产生的现金流量净额	-40,815.93	-10,004.78	-3,451.85
筹资活动产生的现金流量净额	20,756.31	16,221.37	9,004.26
现金及现金等价物净增加额	29,507.38	11,956.87	6,167.97

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额均为正数，得益于公司销售持续增长与良好的销售回款情况。投资活动的现金流量净额为负，主要是随着公司生产规模的扩大，固定资产、无形资产投资规模不断增加。筹资活动产生现金流量主要系吸引外部投资者及短期借款增加。

1、经营活动产生的现金流量分析

（1）报告期内，发行人活动现金流量变动情况

报告期内，公司经营活动现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
销售商品、提供劳务收到的现金	245,353.39	145,166.35	109,350.06
收到的税费返还	2,110.82	771.13	415.84
收到其他与经营活动有关的现金	19,341.56	4,371.75	808.72
经营活动现金流入小计	**266,805.77**	**150,309.23**	**110,574.63**
购买商品、接受劳务支付的现金	129,889.11	81,874.87	69,700.55
支付给职工以及为职工支付的现金	22,543.44	13,782.74	9,102.14
支付的各项税费	20,961.44	6,964.44	6,195.45
支付其他与经营活动有关的现金	43,834.97	41,947.40	24,958.58
经营活动现金流出小计	**217,228.97**	**144,569.45**	**109,956.72**
经营活动产生的现金流量净额	**49,576.80**	**5,739.78**	**617.91**

销售商品、提供劳务收到的现金和购买商品、接受劳务支付的现金项目与公司营业收入和营业成本的关系如下：

单位：万元

项目	2020年	2019年	2018年
销售商品、提供劳务收到的现金	245,353.39	145,166.35	109,350.06
营业收入	237,526.07	146,202.95	108,708.11
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入比例	**103.30%**	**99.29%**	**100.59%**
购买商品、接受劳务支付的现金	129,889.11	81,874.87	69,700.55
营业成本	126,271.06	90,147.40	68,673.90
购买商品、接受劳务支付的现金占营业成本比例	**102.87%**	**90.82%**	**101.49%**
经营活动产生的现金流量净额	49,576.80	5,739.78	617.91
净利润	42,454.14	12,420.36	6,620.59
经营活动产生的现金流量净额占净利润比例	**116.78%**	**46.21%**	**9.33%**

2018 年、2019 年、2020 年，经营活动现金流入分别为 110,574.63 万元、150,309.23 万元、266,805.77 万元。经营活动现金流入主要是“销售商品、提供劳务收到的现金”，销售商品、提供劳务收到的现金与同期营业收入的比例分别为 100.59%、99.29%、103.30%，收入和现金流入的增长具有较好的相关性，应收账款回款情况正常，应收账款转化为现金的能力较强。收到其他与经营活动有关的现金主要是公司收到的政府补助款项、收到的货币资金保证金及其他押金、保证金。

2018 年、2019 年、2020 年，经营活动现金流出分别为 109,956.72 万元、144,569.45 万元、217,228.97 万元，其中主要是“购买商品、接受劳务支付的现金”、“支付给职工以及为职工支付的现金”、“支付的各项税费”，随着公司销售和生产规模的扩大，未来将进一步上升；支付的其他与经营活动有关的现金主要为支付的各项费用性支出以及公司应付票据中银行承兑汇票所向银行质押的保证金、定期存单及通知存款。

2018 年、2019 年公司经营活动现金流量净额小于当年净利润，主要原因系公司较多采用应付票据作为支付方式，在支付的其他与经营活动有关的现流量中包含了公司应付票据中银行承兑汇票所向银行质押的保证金、定期存单及通知存款，导致经营活动现金流出大幅增加。

报告期内，开具银行承兑汇票质押的保证金及存款比例如下：

单位：万元

项目	保证方式	保证金/存款余额	应付票据余额	保证金/存款比例
2018 年 12 月 31 日	普通保证金	788.00	788.00	100.00%

项目	保证方式	保证金/存款余额	应付票据余额	保证金/存款比例
	定期存款保证金	1,757.22	1,757.22	100.00%
	普通保证金[注1]	137.00	-	-
	小计	**2,682.22**	**2,545.22**	**-**
2019 年 12 月 31 日	普通保证金	2,675.56	2,675.56	100.00%
	定期存款保证金	11,387.25	11,387.25	100.00%
	普通保证金	500.00	1,000.00	50.00%
	普通保证金	778.84	1,947.09	40.00%
	保证金利息	0.02	-	-
	普通保证金[注1]	12.84	-	-
	小计	**15,354.50**	**17,009.90**	**-**
2020 年 12 月 31 日	定期存款保证金	2,097.33	2,097.33	100.00%
	普通保证金	25.00	25.00	100.00%
	普通保证金	2,250.11	5,624.23	40.00%
	小计	**4,372.44**	**7,746.56**	**-**

注 1：2018 年 12 月 31 日 137.00 万元保证金余额、2019 年 12 月 31 日该笔 12.84 万元保证金余额均系发行人银行承兑汇票未开具成功遗留的保证金。

报告期内发行人因使用应付票据而支付的票据保证金对现金流量表的影响如下：

单位：万元

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
使用银行承兑汇票质押的各类保证金	银行承兑汇票保证金	2,097.33	3,967.25	925.00
	用于担保的定期存款或通知存款	2,275.11	11,387.25	1,757.22
	小计	**4,372.44**	**15,354.50**	**2,682.22**
对现金流量表的影响	经营活动现金流入增加	13,702.11	-	-
	经营活动现金流入小计	**266,805.77**	**150,309.23**	**110,574.63**
	占经营活动现金流入小计比重	**5.14%**	**-**	**-**
	经营活动现金流出增加	2,720.05	12,672.28	2,682.22
	经营活动现金流出小计	**217,228.97**	**144,569.45**	**109,956.72**
	占经营活动现金流出小计比重	**1.25%**	**8.77%**	**2.44%**
	经营活动产生的现金流量净额影响	10,982.06	-12,672.28	-2,682.22
	经营活动产生的现金流量金额	**49,576.80**	**5,739.78**	**617.91**
	占经营活动产生的现金流量净额小计	**22.15%**	**-220.78%**	**-434.08%**

（2）报告期内，发行人经营活动产生的现金流量净额与净利润关系及同行业对比

经营活动产生的现金流量净额与净利润之间的差异如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
将净利润调节为经营活动现金流量			
净利润	42,454.14	12,420.36	6,620.59
加：信用减值损失	433.71	320.75	-
资产减值准备	2,323.11	475.81	721.55
固定资产折旧	1,222.77	620.86	411.27
生产性生物资产折旧	-	-	-
油气资产折耗	-	-	-
无形资产摊销	421.03	62.97	31.76
长期待摊费用摊销	1,344.01	786.33	414.87
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-21.63	-2.48	-
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	0.81	0.22	2.42
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-	-	-7.33
财务费用（收益以“－”号填列）	899.10	509.67	461.37
投资损失（收益以“－”号填列）	143.10	-22.40	-
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-568.40	157.32	-35.01
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	380.19	-1.10	1.10
存货的减少（增加以“－”号填列）	-10,782.53	-10,927.75	-3,236.65
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	4,493.80	-13,678.80	-11,259.73
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	6,833.57	15,018.03	6,491.69
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	49,576.80	5,739.78	617.91

2019 年度经营活动现金净流量相对 2018 年较高的主要原因系 2019 年毛利率较高，且营业收入保持较高的增长率；同时，2019 年相较于 2018 年收到了较多政府补助，相较于 2018 年度增加 3,802.30 万元。

报告期内，主要供应商给予公司的信用政策未发生较大变化；主要供应商信用政策未发生重大变化且与回款率不挂钩。应付账款周转天数在主要供应商信用政策的合理期限内，报告期内公司应付账款周转率逐步提升主要原因系资金运转情况良好，加大了支

付供应商款项的力度所致。

2020 年经营活动现金净流量较高，主要原因系 2020 年毛利率较 2019 年有所增长，同时营业收入较 2019 年同期增速较快，同时在存货周转率略有下降、应付账款周转率略有提升的情况下，应收账款周转率有较大幅度提升所致。

发行人与同行业可比公司经营活动现金净流量与净利润金额如下：

单位：万元

公司名称	2020 年/2020 年 1-6 月			
	经营活动现金净流量	净利润	经营活动现金净流量与净利润比例[注1]	营业收入增长率[注2]
鱼跃医疗	237,627.98	111,721.40	212.70%	36.74%
三诺生物	18,767.04	15,845.50	118.44%	19.37%
乐心医疗	827.64	2,530.80	32.70%	26.75%
九安医疗	25,618.70	32,392.95	79.09%	222.80%
稳健医疗	247,340.60	103,468.07	239.05%	98.52%
英科医疗	258,319.04	192,110.90	134.46%	352.09%
振德医疗	227,637.00	110,441.79	206.11%	401.24%
蓝帆医疗	95,048.99	62,516.64	152.04%	35.45%
奥美医疗	84,750.55	71,146.56	119.12%	106.04%
可孚医疗	49,576.80	42,454.14	116.78%	62.46%
公司名称	2019 年			
	经营活动现金净流量	净利润	经营活动现金净流量与净利润比例	营业收入增长率
鱼跃医疗	61,420.30	76,157.49	80.65%	10.82%
三诺生物	52,280.75	25,068.34	208.55%	14.69%
乐心医疗	7,495.78	2,989.34	250.75%	14.01%
九安医疗	-4,369.43	2,705.96	-[注3]	25.25%
稳健医疗	59,977.26	54,719.92	109.61%	19.16%
英科医疗	32,969.03	17,826.72	184.94%	10.06%
振德医疗	19,776.27	17,658.47	111.99%	30.71%
蓝帆医疗	78,278.91	51,945.62	150.69%	31.00%
奥美医疗	61,420.30	76,157.49	80.65%	10.82%
可孚医疗	5,739.78	12,420.36	46.21%	34.49%

公司名称	2018 年			
	经营活动现金净流量	净利润	经营活动现金净流量与净利润比例	营业收入增长率
鱼跃医疗	79,814.46	75,088.50	106.29%	18.12%
三诺生物	31,926.60	31,044.84	102.84%	50.10%
乐心医疗	8,515.62	2,203.49	386.46%	-10.56%
九安医疗	-10,417.46	-285.92	-[注3]	-5.69%
稳健医疗	46,786.26	42,547.53	109.96%	9.76%
英科医疗	18,577.80	17,933.87	103.59%	8.12%
振德医疗	2,024.58	12,987.89	15.59%	9.37%
蓝帆医疗	64,936.62	35,533.77	182.75%	68.35%
奥美医疗	300.87	22,631.01	1.33%	18.49%
可孚医疗	617.91	6,620.59	9.33%	27.82%

注 1：经营活动现金净流量与净利润比例=经营活动现金流量净额/净利润
注 2：可孚医疗采用的是 2020 年度的数据，可比公司采用的是 2020 年 1-6 月的数据。
注 3：经营活动现金净流量为负，未列示经营活动现金净流量与净利润比例指标。

报告期内发行人经营活动现金净流量与净利润比例低于同行业大部分可比公司，但呈持续增长趋势。鱼跃医疗、三诺生物、乐心医疗、稳健医疗、英科医疗、振德医疗、蓝帆医疗、奥美医疗经营活动现金净流量与净利润比例有所波动，但整体较为稳定；九安医疗业绩波动较大，经营活动现金净流量 2018 年至 2019 年均为负，2020 年度因销售防疫物资经营情况转好。

存在上述差异的主要原因主要为：报告期内，发行人处于快速发展的业务阶段，整体来看除 2018 年营业收入增长率低于三诺生物与蓝帆医疗外，2018 年、2019 年高于其他同行业可比公司。发行人销售产品品类丰富，面向终端用户销售收入占比较高要求维持 3 个月的存货安全库存水平，在快速发展的阶段情况下，存货余额不断增长；同时，随着线下连锁药房销售收入的增加，应收账款期末余额亦相应增加。鱼跃医疗、三诺生物、稳健医疗、英科医疗、振德医疗、蓝帆医疗、奥美医疗净利润规模整体高于发行人，处于稳步发展阶段，存货、应收款项与应付款项期末余额变动相对稳定。

综上，发行人与同行业可比公司关于经营活动现金净流量与净利润比例存在差异具有合理性。

（3）发行人业务模式、收入规模、毛利率对经营活动现金净流量影响分析

报告期内，发行人建立了以线下和线上相结合的营销渠道，线上自营店铺及线下自

营门店发行人直接面向终端用户；线上直发模式与平台入仓模式以及线下药房渠道发行人间接直达终端；发行人通过自产加贴牌为主的供应模式保证供应链的安全及对存货及时供应的要求；在现金流管理上，发行人在保证资金链安全的前提下，以实现经营效益和资金安全的动态平衡为目标，将经营性现金流流控制在一定的波动范围。

整体来看，影响发行人经营活动现金流量净额的主要因素为收入规模与毛利率变动、存货变动、应收款项与应付款项变动。

收入规模与毛利率方面，随着发行人收入规模及毛利率的稳步提升，经营活动现金流量净额将稳步增长。

应收账款账方面：发行人以线上销售为主、直达终端的销售模式，有利于经营性现金流的改善，发行人 2018 年至 2020 年，线上销售收入占主营业务收入比重分别为 64.95%、71.62%、77.82%，线上销售占比及销售规模逐年的提高也给发行人带来了相对持续稳定的经营性现金流。同时发行人借助品牌及规模的扩大，在连锁药房渠道销售收入也有一定的提升，也增加了发行人在下游客户处的溢价能力，从回款政策上争取到更好的信用政策。

存货与应付账款方面：报告期内，发行人在保证安全库存水平的前提下，通过缩短应付账期来降低采购成本的策略，以及发行人以线上面向终端销售的特点，也使得发行人需保持较高的存货规模，存货余额不断增长，通过品牌和采购规模优势上向供应商争取更好的信用政策，减少经营性现金流出。

基于报告期内，发行人存货周转率、应收账款周转率与应付账款周转率均已保持在较高水平，进一步测算发行人收入规模变动、毛利率变动对经营活动流量净额的影响。

假设销售收现比、采购付现比、费用付现比不变，分别测算毛利率变动以及收入增长变动对经营活动现金流量净额的影响。整体来看，收入增长与毛利率增长对于经营活动现金净流量均为正向影响；2018 年、2019 年、2020 年，收入增长影响更大。具体情况如下：

单位：万元

2018 年

项目	保持毛利率不变，收入增长（注 4）			保持收入不变，毛利率增长（注 5）		
	20%	50%	100%	2%	5%	8%
销售商品、提供劳务收到的现金	131,220.07	164,025.09	218,700.12	109,350.06	109,350.06	109,350.06
收到的税费返还	415.84	415.84	415.84	415.84	415.84	415.84
收到其他与经营活动有关的现金	808.72	808.72	808.72	808.72	808.72	808.72
经营活动现金流入小计	132,444.64	165,249.66	219,924.69	110,574.63	110,574.63	110,574.63
购买商品、接受劳务支付的现金	83,640.67	104,550.83	139,401.11	67,493.89	64,183.89	60,873.89
支付给职工以及为职工支付的现金	9,102.14	9,102.14	9,102.14	9,102.14	9,102.14	9,102.14
支付的各项税费（注 6）	7,767.99	10,126.80	14,058.16	6,876.68	7,898.54	8,920.40
支付其他与经营活动有关的现金-其他	3,365.06	3,365.06	3,365.06	3,365.06	3,365.06	3,365.06
支付其他与经营活动有关的现金-费用性支出	25,912.23	32,390.29	43,187.05	21,593.52	21,593.52	21,593.52
经营活动现金流出小计	129,788.08	159,535.12	209,113.51	108,431.30	106,143.15	103,855.01
经营活动产生的现金流量净额	2,656.56	5,714.54	10,811.18	2,143.33	4,431.48	6,719.62
相对于 2018 年实际经营活动现金流量净额增加额	2,038.65	7,471.82	12,568.46	3,900.61	6,188.75	8,476.90

2019 年

项目	保持毛利率不变，收入增长（注 4）			保持收入不变，毛利率增长（注 5）		
	20%	50%	100%	2%	5%	8%
销售商品、提供劳务收到的现金	174,199.61	217,749.52	290,332.69	145,166.35	145,166.35	145,166.35
收到的税费返还	771.13	771.13	771.13	771.13	771.13	771.13
收到其他与经营活动有关的现金	4,371.75	4,371.75	4,371.75	4,371.75	4,371.75	4,371.75
经营活动现金流入小计	179,342.50	222,892.40	295,475.58	150,309.23	150,309.23	150,309.23

购买商品、接受劳务支付的现金	98,249.84	122,812.30	163,749.73	79,219.14	75,235.55	71,251.95
支付给职工以及为职工支付的现金	13,782.74	13,782.74	13,782.74	13,782.74	13,782.74	13,782.74
支付的各项税费（注 6）	8,947.25	11,921.48	16,878.51	7,805.10	9,066.10	10,327.10
支付其他与经营活动有关的现金-其他	13,047.12	13,047.12	13,047.12	13,047.12	13,047.12	13,047.12
支付其他与经营活动有关的现金-费用性支出	34,680.34	43,350.42	57,800.56	28,900.28	28,900.28	28,900.28
经营活动现金流出小计	168,707.29	204,914.06	265,258.67	142,754.39	140,031.80	137,309.21
经营活动产生的现金流量净额	10,635.21	17,978.34	30,216.90	7,554.84	10,277.43	13,000.02
相对于 2019 年实际经营活动现金流量净额增加额	4,895.42	12,238.56	24,477.12	1,815.06	4,537.65	7,260.24

2020 年

项目	保持毛利率不变，收入增长（注 4）			保持收入不变，毛利率增长（注 5）		
	20%	50%	100%	2%	5%	8%
销售商品、提供劳务收到的现金	294,424.07	368,030.09	490,706.78	245,353.39	245,353.39	245,353.39
收到的税费返还	2,110.82	2,110.82	2,110.82	2,110.82	2,110.82	2,110.82
收到其他与经营活动有关的现金	19,341.56	19,341.56	19,341.56	19,341.56	19,341.56	19,341.56
经营活动现金流入小计	315,876.45	389,482.46	512,159.16	266,805.77	266,805.77	266,805.77
购买商品、接受劳务支付的现金	155,866.94	194,833.67	259,778.23	125,002.47	117,672.52	110,342.56
支付给职工以及为职工支付的现金	22,543.44	22,543.44	22,543.44	22,543.44	22,543.44	22,543.44
支付的各项税费（注 6）	25,388.06	32,027.99	43,094.54	22,291.59	24,286.81	26,282.03
支付其他与经营活动有关的现金-其他	3,532.39	3,532.39	3,532.39	3,532.39	3,532.39	3,532.39
支付其他与经营活动有关的现金-费用性支出	48,363.10	60,453.88	80,605.17	40,302.59	40,302.59	40,302.59
经营活动现金流出小计	255,693.93	313,391.37	409,553.76	213,672.48	208,337.74	203,003.00
经营活动产生的现金流量净额	60,182.52	76,091.10	102,605.40	53,133.29	58,468.03	63,802.77

相对于 2020 年实际经营活动现金流量净额增加额	10,605.72	26,514.30	53,028.60	3,556.49	8,891.23	14,225.97

注 1：销售收现比=销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入
注 2：采购付现比=购买商品、接受劳务支付的现金/（营业成本-计入营业成本的折旧、摊销、职工薪酬）
注 3：费用付现比=支付其他与经营活动有关的现金-费用性支出/（销售费用+管理费用+研发费用-计入费用的折旧、摊销、职工薪酬、股份支付）
注 4：保持毛利率不变，测算收入增长对经营活动现金净流量的影响方法系保持毛利率等其他信息均不变，营业收入、与采购相关的营业成本、费用性支出同比增长 20%、50%、100%时，计算对经营活动现金净流量的影响
注 5：保持营业收入不变，测算毛利率增长对经营活动现金净流量的影响方法系保持营业收入等其他信息均不变，毛利率上升 2%、5%、8%时，计算对经营活动现金净流量的影响，此时，仅购买商品、接受劳务支付的现金会发生变动，购买商品、接受劳务支付的现金=营业收入*（1-变动后的毛利率）*当年采购付现比
注 6：支付的各项税费测算方法如下：保持毛利率不变，测算收入增长对经营活动现金净流量的影响时，支付的各项税费增加金额=（营业收入增加额*当期增值税适用税率-营业成本增加额*当期增值税适用税率-费用增加额*当期增值税适用税率）+（营业收入增加额-营业成本增加额-费用增加额）*当期所得税适用税率；保持营业收入不变，测算毛利率增长对经营活动现金净流量的影响时，支付的各项税费增加金额=营业成本减少额*当期增值税适用税率+营业成本减少额*当期所得税适用税率

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年	2018 年
收回投资收到的现金	-	500.00	-
取得投资收益收到的现金	-	29.73	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	39.41	6.88	43.01
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	**39.41**	**536.61**	**43.01**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	37,357.26	10,541.39	2,956.14
投资支付的现金	2,701.44	-	500.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	796.64	-	38.72
投资活动现金流出小计	**40,855.34**	**10,541.39**	**3,494.86**
投资活动产生的现金流量净额	**-40,815.93**	**-10,004.78**	**-3,451.85**

2018 年、2019 年、2020 年，随着公司业务规模扩张，投资活动产生的现金流量净额持续为负，主要为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金流出。

2019 年购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金主要为 2019 年可孚设备购买土地使用权用于建设生产厂房资金流出以及线下门店扩张过程中装修费用支出。2020 年购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金主要为可孚医疗新建生产线购置机器设备支出以及在长沙市雨花区购置一宗土地使用权支出。

发行人报告期内购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与固定资产、无形资产、在建工程原值及增加额、预付资产款项之间的勾稽关系如下：

单位：万元

符号	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	备注
+	固定资产-本期购置金额	5,571.56	1,818.24	911.19	
+	固定资产-在建工程转入金额	9,144.15		51.79	
+	在建工程（期末-期初）	7,907.30	361.93	45.00	
+	在建工程-其他减少	0.63			
+	无形资产-本期购置金额	14,261.81	6,354.06	219.48	
+	长期待摊费用-本期增加金额	2,343.77	2,246.99	599.03	

符号	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	备注
+	其他非流动资产（期末-期初）	-157.51	-240.25	188.84	
+	应付账款-资产款（期初-期末）	-3,531.22	-182.80	700.67	
+	应付票据-资产款（期初-期末）	90.00	-84.87	-5.13	
+	其他流动资产-长期资产待抵扣进项税（期末-期初）	-0.25	0.25		
+	长期资产税金	1,727.02	357.84	253.57	注 1
+	应收票据背书资产类供应商抵消金额		-90.00	-8.30	
	合计	37,357.26	10,541.39	2,956.14	
	购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	37,357.26	10,541.39	2,956.14	
	差异额	0.00	0.00	0.00	
	差异率（%）	0.00	0.00	0.00	

注 1：购买房屋时按差额征税，因此税金较低；土地使用权由政府出让所得，无可抵扣税金。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
吸收投资收到的现金	-	19,224.63	5,020.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	25.00	220.00
取得借款收到的现金	33,500.00	11,270.00	10,485.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	200.00
筹资活动现金流入小计	**33,500.00**	**30,494.63**	**15,705.00**
偿还债务支付的现金	9,470.00	13,723.08	6,301.92
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,273.69	550.18	398.82
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-
筹资活动现金流出小计	**12,743.69**	**14,273.25**	**6,700.74**
筹资活动产生的现金流量净额	**20,756.31**	**16,221.37**	**9,004.26**

2018 年、2019 年，公司引入新股东投资，同时短期银行借款增加，筹资活动产生的现金流量净额不断增长；2020 年筹资活动现金流入主要为短期银行借款增加。

（五）未来可预见的重大资本性支出计划

本公司可预见的重大资本支出主要是用于本次发行募集资金投资项目，具体投资计

划详见本招股说明书“第九节　募集资金运用”。

十二、重大资本性支出与资产业务重组

（一）重大资本性支出

报告期内，公司构建固定资产、在建工程、无形资产所支付的现金情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	37,357.26	10,541.39	2,956.14

2018 年、2019 年和 2020 年，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 2,956.14 万元、10,541.39 万元和 37,357.26 万元，主要是为了提升自主生产能力和研发能力而进行的无形资产、固定资产等投入，为公司生产、经营规模的扩大和新技术新产品研发提供了保障和支持。

（二）资产业务重组

2018 年至今，发行人不存在重大资产业务重组。

十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

1、对新型冠状病毒肺炎疫情的影响评估

自新型冠状病毒的传染疫情（“新冠疫情”）爆发以来，公司积极响应并严格执行党和国家各级政府对病毒疫情防控的各项规定和要求，在积极做好疫情防控和生产经营部署的同时，切实履行公司的社会责任。

截至审计报告出具日，公司已全面恢复生产，疫情对公司未产生负面影响。

（二）承诺事项

截至 2020 年 12 月 31 日，本公司无需要披露的重大承诺事项。

（三）或有事项

1、已背书未到期的应收款项融资

截至 2020 年 12 月 31 日，公司已背书未到期的应收款项融资金额 39,087,806.50 元。

2、未到期的关联担保情况

单位：万元

担保人	被担保人/债务人	授信人（债权人）	银行综合授信额度/保证金额	担保开始日	担保截止日
张敏，湖南科源	好护士	中国银行股份有限公司湖南省分行	1,500.00	2017/3/24	2021/3/23
湖南科源、张敏、聂娟	可孚医疗	长沙农村商业银行股份有限公司双塘支行	5,000.00	2020/2/19	2021/2/18
湖南科源、张敏、聂娟	可孚医疗	长沙农村商业银行股份有限公司双塘支行	12,000.00	2020/4/7	2021/4/6
可孚医疗	湖南科源	交通银行湖南省分行	3,000.00	2020/9/19	2023/9/19
械字号投资、张敏、聂娟、湖南科源	可孚医疗	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	6,000.00	2020/1/14	2024/1/5

（四）其他重要事项

1、前期会计差错更正

报告期内无前期会计差错更正。

2、其他对投资者决策有影响的重要事项

报告期内，无需要披露的其他对投资者决策有影响的重要事项。

十四、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

（一）财务报告审计截止日后经营状况

依据立信会计师审阅并出具信会师报字[2021]第 ZA14564 号《审阅报告》，发行人 2021 年 1-3 月主要财务状况、经营成果与现金流量情况如下所示：

单位：万元

项目	2021.03.31	2020.03.31	变动幅度
总资产	181,645.68	179,456.66	1.22%
归属于母公司所有者权益	112,201.09	99,641.77	12.60%
项目	**2021 年 1-3 月**	**2020 年 1-3 月**	**变动幅度**
营业收入	64,752.18	57,762.71	12.10%
净利润	13,046.77	18,351.26	-28.91%
归属母公司股东的净利润	13,037.32	18,342.27	-28.92%
扣除非经营性损益后归属母公司股东的净利润	12,575.53	17,995.88	-30.12%
经营活动产生的现金流量净额	725.53	13,792.87	-94.74%

2021 年 1-3 月，公司实现营业收入 64,752.18 万元，同比增长 12.10%，主要原因系

随着疫情影响逐渐减少，发行人业务回归正常，主营业务保持良性增长，1-3 月疫情相关商品较上年同期减少，非疫情商品较上年同期增长。

2021 年 1-3 月，实现归属于母公司所有者权益的净利润 13,037.32 万元，同比减少 28.92%；实现扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润 12,575.53 万元，同比减少 30.12%。主要原因系 2020 年 1-3 月体温计、口罩/手套、消毒产品等防疫商品的销量占比及销售价格齐升，随着疫情的缓解，2021 年 1-3 月该类商品销量占比及销售价格较上年同期有所回落，平均毛利率较上年同期有所下降。

总体来看，财务报告审计截止日至招股说明书签署日，公司经营情况良好，所属行业的产业政策未发生重大调整，税收政策未出现重大变化；公司业务模式及竞争趋势未发生重大变化，未新增对未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

（二）2021 年 1-6 月业绩预计情况

基于 2021 年 1-6 月发行人经营情况，业绩预计情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月业绩预计[注1]	2020 年 1-6 月	降幅
营业收入	115,421.50	122,861.64	-6.06%
净利润	22,504.39	27,331.60	-17.66%
归属于母公司股东的净利润	22,492.73	27,282.79	-17.56%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	21,642.77	26,410.35	-18.05%

注 1：前述财务数据的预计数不代表发行人最终可实现业绩，亦不构成发行人盈利预测及业绩承诺。。

2021 年 1-6 月营业收入较上年同期小幅下降，2021 年 1-6 月归属于母公司股东净利润较上年同期减少，主要原因系去年年初新冠疫情爆发后，去年上半年销售产品以健康监测类、医疗护理类高毛利产品为主，疫情相关产品销售额占公司营业收入的比重达到 48.37%，2021 年国内新冠疫情得到很好地控制，公司业务基本回归正常，预计疫情商品占比较上年同期出现一定幅度下降，非疫情商品将保持快速稳定增长，销售毛利率逐渐回归正常。

前述 2021 年 1-6 月经营业绩情况系公司初步预计数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

十五、盈利预测

公司未制作盈利预测报告。

第九节　募集资金运用

一、募集资金使用计划概述

（一）募集资金投资项目基本情况

经公司 2020 年 6 月 28 日召开的第一次临时股东大会审议通过，本次股票发行募集资金扣除发行费用后将按轻重缓急的顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	使用募集资金	项目备案	环评批复
1	长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目	34,756.37	31,917.11	雨管投备[2020]65号	长环评（雨经开）[2020]1号
2	湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目	21,848.39	16,688.72	湘阴发改审[2019]84号	湘阴环评批[2019]37号
3	研发中心及仓储物流中心建设项目	39,208.76	34,070.09	雨管投备[2020]64号	长环评（雨经开）[2020]1号
4	补充流动资金	18,000.00	18,000.00	—	—
合计		**113,813.52**	**100,675.92**		

若实际募集资金净额少于上述项目对募集资金需求总额，不足部分由公司自筹解决。募集资金到位前，公司将依据募投项目建设进度及实际经营需要，拟以自筹资金先期投入，待本次发行募集资金到位后，公司可选择以募集资金置换先期投入的自筹资金。

（二）募集资金专项管理制度

为了规范公司募集资金管理，切实保护广大投资者的利益，公司第一届董事会第七次会议和 2020 年第一次临时股东大会审议通过了《募集资金管理制度》，对募集资金的存放、使用情况监督与信息披露等进行了规定。公司将严格按照有关规定存放和使用本次募集资金，公司募集资金将存放于董事会决定的专项账户（以下简称“专户”）集中管理，该专项账户不得存放非募集资金或用作其他用途；公司应当在募集资金到账后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订《募集资金专户存储三方监管协议》等。

二、本次募集资金投资项目与公司现有业务及技术的关系

公司本次募集资金主要用于：（1）长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目；（2）湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目；（3）研发中心及仓储物流中心建设项目；（4）补充流动资金。公司董事会已对募集资金投资项目的可行性进行了充

分的研究，认为本次募集资金投资项目与公司现有主营业务、生产经营规模、财务状况、技术水平及管理能力等相适应。

1、与公司现有主营业务情况相适应

本次发行募集资金拟投入的长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目、湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目、研发中心及仓储物流中心建设项目均围绕公司现有主营业务进行，是公司主营业务的延伸与拓展。

（1）长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目

为了满足快速增长的市场需求，公司依托优良的产品特性和完善的营销渠道优势，拟引进国内外先进的自动化生产设备，新建长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地，本项目的实施可有效优化各类产品生产工序，提升公司自动化生产能力，从而大大提高生产效率和制造能力，有效降低生产成本。同时，通过对生产设备的更新迭代，可提升加工精度和良品率，有效保证产品的高质量性能，为未来公司业务规模的进一步扩大奠定良好的基础。

（2）湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目

为了积极响应国家产业政策号召，同时满足公司业务规模不断增长的发展需求，公司拟新建康复辅具类医疗器械产品生产基地。本项目的实施，将进一步丰富公司康复辅具类产品品种和规格，提升不同需求端的供给能力，形成覆盖护理床、轮椅、助行器、手杖、陪护椅、矫形器的全方位康复辅具类产品布局，通过多元化经营战略，进一步提高公司的抗风险能力及与下游客户的议价能力，增强公司市场竞争力和综合盈利能力，实现可持续发展。

（3）研发中心及仓储物流中心建设项目

本项目将整合公司现有的研发力量，通过扩大研发工作场所、引进先进的研发和测试设备、招募高级技术人才等措施，全面升级和完善公司研发架构，进一步提升公司研发创新实力，增强公司核心竞争力。

为满足公司日益增长的跨区域采购和销售需求，本项目拟新建智能化仓储物流中心，同时引进先进的现代化物流软硬件设备，进一步优化产品供销配运环节中的各个流程，实现仓储物流的智能化管理，大幅提升仓储和物流效率，为公司未来业务规模的进一步

扩大奠定坚实基础。

2、与公司生产经营规模相适应

随着公司产品品类和销售规模的快速扩大，公司研发和生产主要专注于核心产品，现有产能不能满足所有产品品类自主生产的需求。长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目有助于现有产品的扩产，且能与公司现有产品需求相匹配。湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目可以促进新产品的量产，能有效满足市场日益增长的需求。研发中心及仓储物流中心建设项目可以促进产品的智能化生产，有效提高产品生产速度，也能满足新增产品的仓储与运输需求。

公司是一家国内领先的大型、综合性家用医疗器械企业。公司不断完善线上线下全渠道网络建设，目前已构建了大型电商平台、大型连锁药房、自营门店等相融合的立体式营销渠道。截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有 57 家运营中的线上自营店铺、12 家仓储大卖场、149 家“健耳”听力验配中心和 16 家“好护士”家用医疗器械零售门店，均为公司自主经营；以及拥有老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等全国知名的核心连锁药房客户，线下销售渠道覆盖全国主要省份。

本次募集资金项目投资总额为 113,813.52 万元，与公司现有生产经营规模基本相适应。本次募集资金投资项目建设完成后，公司实现对现有产品的扩产和新产品的量产，拓展公司研发实力、仓储能力以及物流配送能力，有效增强公司的市场竞争力。

3、与公司的财务状况相适应

公司 2018 年、2019 年、2020 年归属于母公司的净资产分别为 23,278.48 万元、59,646.78 万元、99,641.77 万元，营业收入分别为 108,708.11 万元、146,202.95 万元、237,526.07 万元，报告期内公司资产规模逐渐增大、经营业绩持续高速增长。本次募集资金到位后，将在生产、研发、仓储等方面持续为公司发力，提高公司的盈利能力，并进一步增强公司的市场竞争力。公司目前的财务状况较好，能够支持募集资金投资项目的建设和实施。

4、与公司技术水平相适应

公司深耕家用医疗器械行业多年，始终专注于家用医疗器械产品的研发，将研发与创新贯彻到产品供产销的三个阶段，具备丰富的行业经验。同时，公司一贯重视技术研发团队建设，培养了一支多学科、多层次、结构合理的优秀研发人才队伍。公司的研发

团队始终坚持自主创新，在技术和产品创新方面取得了多项成果。截至本招股书签署日，公司及下属子公司在境内拥有发明专利 2 项、实用新型专利 44 项、外观设计专利 111 项，共计 157 项专利。

5、与公司管理能力相适应

公司拥有一支长期稳定的管理团队，各层级团队成员均拥有多年医疗器械行业的从业经历，在研发、采购、生产和销售等一个或多个领域积累了丰富的行业经验。公司管理团队分工明确，能够满足公司运营发展需求，并能有效的应对市场风险。因此，公司现有的管理能力能为募集资金投资项目的顺利实施提供有效保障。

综上，公司本次募集资金有明确的使用方向，且均用于公司主营业务，是围绕公司主营业务的发展与升级。上述项目由发行人及全资子公司可孚设备实施，不会新增构成重大不利影响的同业竞争，对发行人的独立性不产生不利影响。

三、募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

1、对同业竞争的影响

截至本招股说明书签署日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在实质性同业竞争的情形。有关公司的同业竞争情况的说明详见本招股说明书之“第七节公司治理与独立性”之“八、同业竞争”。

本次募集资金投资项目均属于公司现有主营业务的扩充和升级，募集资金投资项目的实施不会产生同业竞争的情形。

2、对独立性的影响

公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面与股东之间相互独立，具有完整的业务体系及直接面向市场独立经营的能力；本次募集资金投资项目建成后，也将由公司独立运营，并且公司目前已经进行了必要的人员、技术及市场方面的储备。因此，本次募集资金投资项目的实施不会导致公司依赖于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不会对公司的独立性产生影响。

四、募投资金投资项目可行性

（一）国家政策积极支持行业发展

近年来，国家高度重视医疗器械产业的发展，相关政府部门陆续出台多项产业政策和规划，如《产业结构调整指导目录（2011 年本）》（2013 年修正）、《关于鼓励药品医疗器械创新加快新药医疗器械上市审评审批的相关政策》、《关于调整医疗器械临床试验审批程序的公告》、《“十三五”生物技术创新专项规划》、《“十三五”医疗器械科技创新专项规划》、《医药工业发展规划指南》、《“健康中国 2030”规划纲要》等，2013 年 10 月，国务院《关于促进健康服务业发展的若干意见》要求“培育健康服务业相关支撑产业，支持自主知识产权药品、医疗器械和其他健康产品的研发制造和应用”；2015 年 5 月，国务院印发《中国制造 2025》，要求“提高医疗器械的创新能力和产业化水平，重点发展影像设备、医用机器人等高性能诊疗设备”；2017 年，科技部印发《“十三五”医疗器械科技创新专项规划》，提出要“加快医疗器械产业创新升级，提升国产装备全球竞争力的重大需求”；同年 5 月国家药监局印发《关于鼓励药品医疗器械创新加快新药医疗器械上市审评审批的相关政策》，提出“进一步深化审评审批制度改革，促进药品医疗器械产业结构调整和技术创新，提高产业竞争力”。鼓励和支持医疗器械行业的发展和技术革新，支持国内自主品牌企业做大做强，推动高端医疗器械设备国产化和进口替代。国家产业政策的支持和引导为本项目的实施奠定了良好的政策基础。

（二）医疗器械市场前景广阔

随着我国经济不断发展，居民人均收入持续增长，人均医疗保障支出持续增加，对于医疗消费的需求不断增强，同时，由于我国人口基数巨大，老龄化人口和残障群体数量逐年增长，广大老年、残障群体对康复辅具的迫切需要，为康复辅具产业提供了巨大的潜在市场和广阔发展空间。《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》（国发（201340 号）明确提出，“支持老年人、残疾人专用保健用品、康复辅助器具研发生产，到 2020 年，基本建立覆盖全生命周期、内涵丰富、结构合理的健康服务业体系，使健康服务业总规模达到 8 万亿元以上”。这些都充分说明康复辅具对我国养老服务业和健康服务业发展的促进作用，康复辅助器具产业面临难得的发展契机。行业的快速发展为本项目的实施奠定了坚实的市场基础。

（三）公司具备项目实施的研发实力及技术基础

在技术工艺方面，公司深耕家用医疗器械行业多年，始终专注于常规医疗器械和智能医疗器械产品的研发，积累了丰富的技术经验，先后获得了“长沙市智能制造试点企业”、“湖南省高新技术企业”、“长沙市企业技术中心”等荣誉，公司研发团队始终坚持自主创新，在技术和产品创新方面取得了多项成果，公司自主研发的助听器、听力计、血压计、雾化器等产品处于国内领先水平；自主研发的无线充电助听器、纯音听力计（听力检测设备）分别在 2018 年、2019 年获评湖南省创新医疗器械荣誉。丰富的技术开发经验积累，有利于公司研发体系在保持先进技术开发优势的基础上，更加有效地完成新项目开发，并迅速转化为生产能力与产品，使得本项目充分达到预定目标。近年来，公司继续加大技术投入，优化康复辅具产品生产工艺，进一步增强了产品消费粘性，建立了优秀的企业品牌形象。

公司一贯重视技术研发团队建设，在多年专业化经营过程中，公司通过建立人才引进和培养制度、管理和激励机制，培养了一支涵盖临床医学、医学检验、机械工程、材料型、软件工程、计算机技术等多学科、多层次、结构合理的优秀人才队伍。在人才战略上，公司坚信“人才资源是企业的第一资源”理念，不断创新人才培育和引进方式，建设一支与企业战略发展相适应、总量适当、层级结构合理、专业结构配套的人才队伍，将其打造成企业的中坚力量，确保企业战略目标的顺利实现。优秀的技术团队与创新的人才战略将有效支撑本项目的实施与运营。

公司建立了市场引导机制、人才引进和储备机制、创新激励机制和创新成果保护机制。在市场引导机制方面，公司要求技术中心与市场部共同定期组织市场需求调查与分析，跟踪市场最新需求动态，分析市场容量、价格及公司产品竞争情况，以市场需求为导向制定公司研究规划。同时，公司每年不定期组织研发人员参加行业博览会、展会、专业学术会议及交流会等，掌握行业技术前沿发展动态，不断加强核心研发人员对市场需求及行业趋势变化的把握能力，引导公司科学开展技术研发与创新。

在创新激励机制方面，对于核心技术人员及有重大技术贡献的研发人员，公司为其提供优厚的薪酬待遇，并建立长期聘用关系。公司将专利、非专利技术、软件著作权以及学术论文等技术创新成果作为重要考核指标，并明确了相应的奖励措施。在具体研发项目中，公司推行项目研发责任制并设立项目奖金，合理规范研制过程和考核方法，分阶段评审和奖励研究成果。对于现有产品的技术改进与升级，公司也制定了专门的技改

奖励政策，以提高技术人员积极性，引导技术创新与市场应用的充分结合。完善的技术创新体系，使得本项目建设完成后能够快速实现规范化运营。

（四）完善的营销渠道为项目产能消化提供保障

渠道方面，公司通过不断完善线上线下全渠道网络建设，目前已构建了大型电商平台、大型连锁药房、自营门店等相融合的立体式营销渠道。线上方面，公司是全国较早取得医疗器械互联网 B2B、B2C 交易许可证的企业，目前已完成主要包括天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购在内的国内主要第三方电商平台布局，占据主流线上流量入口，深度覆盖线上消费者。线下销售已进驻老百姓、益丰、千金、国药控股、大参林、海王星辰等主流大型连锁药房，同时公司在北京、广州、杭州、武汉、成都、太原等全国 20 余个重点城市开设不同类型的自营门店，包括一站式仓储大卖场、“好护士”家用医疗器械零售门店、“健耳”听力验配中心。线下渠道有利于产品体验和即时交易，线上渠道有利于便捷购物和快速占领市场，两者互相导流和协同，能够快速提高企业及产品知名度。公司通过线上线下融合建立与消费者随时随地连接的通道，最大程度地覆盖用户的主要消费场景，形成多样性、多内容、多维度和多触达点的新型经营形态，完善的营销渠道可为本项目实施后新增产能的消化提供保障。

（五）公司拥有良好的品牌效应

品牌方面，公司高度重视品牌形象，积极实施品牌管理，强化品牌在产品营销、市场拓展中的积极作用。公司精心塑造的“可孚”品牌，定位于设计新颖、技术先进、品质卓越、贴近大众的高质量家用医疗器械。公司以“爱与陪伴”为理念，塑造了家用医疗器械专业服务提供商的品牌形象，拥有较好的用户口碑和较强的品牌号召力，品牌价值不断提升。经过多年的积累，公司已形成了自身强大的品牌效应，目前“可孚”品牌已经覆盖了绝大多数家用医疗器械产品线，已成为国内最具影响力品牌之一，保证了公司在未来继续保持竞争力，也为本项目的实施奠定了坚实的基础。

五、募集资金投资项目概况

（一）长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目

1、项目概述

本项目由可孚医疗进行实施，项目主要建设内容为新建医疗护理类和健康监测类医疗器械产品生产基地，主要包括在购置的土地上进行生产厂房、车间和辅助生产工程建

设，购置业内技术先进的生产设备、检测设备，建设医疗护理类和健康监测类医疗器械产品生产线，配套环保处理设备等。

2、项目实施的必要性

（1）突破产能瓶颈，满足快速增长的市场需求

近年来，随着国民经济的稳定发展，我国医疗保障水平和医疗技术服务水平不断提高，居民人均医疗消费支出不断增加，同时国家进一步推进分级诊疗制度以及加大对基层医疗的投入，我国医疗器械市场需求迎来快速增长，根据《中国医疗器械蓝皮书（2019版）》的数据，2018 年中国医疗器械市场规模达到了 5,304 亿元，同比增长 19.86%。在行业高速发展的背景下，公司凭借优良的产品特性和完善的营销渠道优势，近年来订单量实现稳定快速增长。公司现有生产线产能已趋于饱和，产能难以与快速增长的市场需求相匹配。本项目将新增健康监测类和医疗护理类等优势产品新产线，可有效解决公司的产能困境，有利于公司进一步提升市场占有率，充分发挥规模优势，巩固和提升公司行业优势地位。

（2）提高自主制造能力，降低生产成本

公司产品品类齐全，且报告期销售增长较快，由于受到生产场地等原因的限制，目前公司“可孚”品牌自主制造还不能完全满足产品多样化的生产需求。随着公司在家用医疗器械线上及线下的市场占有率持续提升，自主生产供给能力不能完全满足快速增长的经营规模的矛盾将愈发突出。未来，公司计划将自主制造的产能优先定位于有一定技术门槛的高附加值产品，逐步提升自主制造的自有品牌在中高端产品线的行业地位。本项目实施后，公司自主制造的产品品类将逐步扩展至医疗护理类和智能健康监测类医疗器械领域，在充分了解及管控产品生产成本的基础上，进一步降低产品的生产成本，同时提升自有“可孚”品牌产品的市场供货能力，增强公司综合竞争优势。

（3）提高产线自动化水平，降低生产成本，提升产品质量性能

公司医疗器械产品覆盖健康监测类、医疗护理类、康复辅具类等多个领域，由于各类产品规格型号较多，产品工序较长且换线频繁，而现有生产线存在自动化水平较低和人工依赖度较高等缺点，影响了产品生产效率，无法满足快速增长的生产需求，此外，人工成本的上涨导致公司生产成本不断上升。本项目拟引进国内外先进的自动化生产设备，可有效优化各类产品生产工序，提升公司自动化生产能力，从而大大提高生产效率

和制造能力，有效降低人工成本。同时，通过对生产设备的更新迭代，可提升加工精度和良品率，有效保证产品的高质量性能，为未来公司业务规模的进一步扩大奠定良好的基础。

（4）优化产品结构，丰富产品类型，提升综合盈利能力

随着我国老龄化、城镇化的持续提升，人民医疗消费水平日益提高，我国医疗器械行业市场需求正不断增加。公司必须紧跟行业需求领域的变化趋势，积极拓展现有产品线，不断优化产品结构，以满足下游各个市场领域的消费需求。本项目的实施，将进一步丰富公司医疗护理类和健康监测类产品类型，提升不同需求端的供给能力，通过多元化经营战略，进一步提高公司的抗风险能力及与下游客户的议价能力，增强公司市场竞争力和综合盈利能力，实现可持续发展。

3、项目建设内容

（1）实施进度

本项目实施计划所采取的措施及原则是：整个项目一步建设到位，各项工作实行平等交叉作业，严格管理和科学实施，确保整体进度按时完整。本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划如下：

序号	项目	建设期							
		T+1				T+2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	基建、装修								
2	设备购置安装								
3	人员招聘培训								
4	试运行，竣工验收								

（2）项目选址

项目选址为雨花经济开发区雨花环保大道。东临振东路，南临长沙市自然资源和规划局统征地，西临长沙自然资源和规划局统征地、长沙市莲湖医用氧厂，北临环保大道。

（3）投资概算

本项目预计投资总额为 34,756.37 万元，其中建筑工程费 17,185.29 万元，工程建设其他费用 3,543.85 万元，设备购置安装费 8,430.64 万元，铺底流动资金 5,596.59 万元，

具体投资构成如下表：

单位：万元

序号	项目	金额	占总投资的比例
一	**建设投资**	**29,159.78**	**83.90%**
1	建筑工程费	17,185.29	49.45%
2	工程建设其它费用	3,543.85	10.20%
3	设备购置安装费	8,430.64	24.26%
二	**铺底流动资金**	**5,596.59**	**16.10%**
三	**项目总投资**	**34,756.37**	**100.00%**

（4）主要原材料及能源供应

本项目所需要的主要原材料为金属管材、冷轧板材、塑料、喷涂材料、电机、控制器等，以上原材料均可面向市场进行采购，且供应充足。项目所需的能源主要为水、电、气，主要依靠当地公共部门供应，供应充足。

（5）人员配置

为保障项目的顺利实施，公司拟在项目建设各阶段投入相应专业人才，具体人员安排如下表：

单位：人

岗位	车间管理人员	一线工人
人员合计	27	400

4、项目效益分析

公司提请投资者注意，如下募集资金投资项目的经济效益指标为预测性信息，并非对项目收益实现的保证或承诺。如果政策、环境、技术、管理等方面出现重大变化，可能导致项目不能如期完成或顺利实施，进而影响公司预期经济收益的实现。

经测算，本项目实施后的预计具体效益指标如下表：

财务效益指标	单位	税后预期值
内部收益率（IRR）	%	19.78
净现值（NPV，i=12%）	万元	13,978.63
投资回收期（动态）	年	9.09

5、项目土地、备案、环保等报批情况

可孚医疗已通过出让方式购得坐落于雨花区环保大道与振东路交汇处，总面积为

17,0297.47 平方米的工业用地，并已取得编号为“湘（2020）长沙市不动产权第 0202720 号”《不动产权证书》。可孚医疗将使用该处土地进行本项目的实施。

本项目已取得长沙雨花经济开发区管理委员会出具的项目统一编码为“雨管投备[2020]64 号”的《企业投资项目备案告知承诺信息表》；已取得长沙市生态环境局出具的“长环评（雨经开）[2020]1 号”号《长沙市生态环境局关于可孚医疗科技股份有限公司可孚医疗智能装备（一期）生产建设项目环境影响报告表的批复》。

6、环境保护

项目投资建设及产品生产过程中，将产生少量废水、废气、固体废弃物和噪声。公司已制定完善的环境保护措施，通过确定影响环境污染的重点工序、运行过程控制、检测检验等步骤，严格将生产过程中产生的少量污染物在国家标准规定的要求范围内排放、处理。

（二）湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目

1、项目概况

本项目由可孚设备进行实施，项目主要建设内容为新建康复辅具类医疗器械产品生产基地，主要包括在已购置的土地上进行生产厂房、车间和辅助生产工程建设，购置业内技术先进的生产设备、检测设备，建设康复辅具类医疗器械产品生产线，配套环保处理设备，招聘生产和管理人才等。

2、项目实施的必要性

（1）响应国家产业政策号召，带动区域医疗器械产业发展

本项目建设符合《产业结构调整指导目录（2011 年本）》（2013 年修正），属于鼓励类第十三、医药第 6 条“新型医用诊断医疗仪器设备、微创外科和介入治疗装备及器械、医疗急救及移动式医疗装备、康复工程技术装置、家用医疗器械、新型计划生育器具（第三代宫内节育器）、新型医用材料、人工器官及关键元器件的开发和生产，数字化医学影像产品及医疗信息技术的开发与应用等”。就当前智能医疗产业园区发展现状而言，本项目产业园区建成后，将带动岳阳市医疗器械相关企业的发展，促进当地就业，符合国家的产业政策和省市的有关规划。

（2）促进区域经济发展，带动当地就业

本项目建成后将大大提高岳阳市的经济辐射能力，而且能促进相关行业的发展，如养老业、交通运输、通信业等，对于增加岳阳市的凝聚力和辐射力，有着现实和深远的意义。项目的实施，不仅需要专业技术人员、管理人员，而且也需要普通职工等，可有效缓解当地就业压力。通过产业链条的拉长、地方税收的增加、土地的增值、创造就业机会等，有效拉动岳阳市经济的增长。

（3）提高自产能力，突破产能瓶颈，提升市场占有率

目前，公司电动护理床、轮椅、助行器等康复辅具类产品现有产能难以满足不断增长的订单需求，产能瓶颈已经成为当前制约公司进一步发展壮大的主要因素之一。本项目将新增康复辅具类产品新产线，可有效解决公司的产能瓶颈，有利于公司进一步提升市场占有率，充分发挥规模优势，巩固和提升公司行业优势地位。同时，通过实现康复辅具类产品自主生产，公司可在充分了解及管控产品生产成本的基础上，进一步降低产品成本，提升康复辅具类产品的市场供货能力，增强公司综合竞争优势。

（4）优化产品结构，丰富产品类型，提升综合盈利能力

随着我国老龄化、城镇化的持续提升，人民医疗消费水平日益提高，我国医疗器械行业市场需求正不断增加。公司必须紧跟行业需求领域的变化趋势，积极拓展现有产品线，不断优化产品结构，以满足下游各个市场领域的消费需求。本项目的实施，将进一步丰富公司康复辅具类产品品种和规格，提升不同需求端的供给能力，形成覆盖护理床、轮椅、助行器、手杖、陪护椅、矫形器的全方位康复辅具类产品布局，通过多元化经营战略，进一步提高公司的抗风险能力及与下游客户的议价能力，增强公司市场竞争力和综合盈利能力，实现可持续发展。

3、项目建设内容

（1）实施进度

本项目实施计划所采取的措施及原则是：整个项目一步建设到位，各项工作实行平等交叉作业，严格管理和科学实施，确保整体进度按时完整。本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划如下：

序号	项目	建设期							
		T+1				T+2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	厂房基建、装修								
2	设备购置安装								
3	人员招聘培训								
4	试运行，竣工验收								

（2）项目选址

本项目选址位于湘阴县金龙新区金凤大道西侧、左公大道南侧。

（3）投资概算

本项目预计投资总额为 21,848.39 万元，其中建筑工程费 14,653.78 万元，工程建设其他费用 600.80 万元，设备购置安装费 3,546.43 万元，铺底流动资金 3,047.37 万元，具体投资构成如下表：

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比	募集资金投入	自筹资金投入
一	**建设投资**	**18,801.02**	**86.05%**	**13,641.35**	**5,159.67**
1	建筑工程费	14,653.78	67.07%	9,697.32	4,956.46
2	工程建设其它费用	600.80	2.75%	397.59	203.21
3	设备购置安装费	3,546.43	16.23%	3,546.43	-
二	**铺底流动资金**	**3,047.37**	**13.95%**	**3,047.37**	**-**
三	**项目总投资**	**21,848.39**	**100.00%**	**16,688.72**	**5,159.67**

（4）主要原材料及能源供应

本项目所需要的主要原材料为金属管材、冷轧板材、塑料、喷涂材料、电机、控制器等，以上原材料均可面向市场进行采购，且供应充足。项目所需的能源主要为水、电、气，主要依靠当地公共部门供应，供应充足。

（5）人员配置

为保障项目的顺利实施，公司拟在项目建设各阶段投入相应专业人才，具体人员安排如下表：

单位：人

岗位	车间管理人员	一线工人
人员合计	7	210

4、项目效益分析

公司提请投资者注意，如下募集资金投资项目的经济效益指标为预测性信息，并非对项目收益实现的保证或承诺。如果政策、环境、技术、管理等方面出现重大变化，可能导致项目不能如期完成或顺利实施，进而影响公司预期经济收益的实现。

经测算，本项目实施后的预计具体效益指标如下表：

财务效益指标	单位	税后预期值
内部收益率（IRR）	%	17.42
净现值（NPV，i=12%）	万元	6,083.92
投资回收期（动态）	年	10.30

5、项目土地、备案、环保等报批情况

可孚设备已通过出让方式购得坐落于湘阴县金龙镇金凤大道西侧、左公大道南侧，总面积为 133,439.01 平方米的工业用地，并已取得编号为“湘（2019）湘阴县不动产权第 0004462 号”《不动产权证书》。可孚设备将使用该处土地进行本项目的实施。

本项目已取得湘阴县发展和改革局出具的项目编码为“湘阴发改审[2019]84 号”的《关于湖南可孚医疗设备有限公司智能医疗产业园建设项目备案的通知》，已取得湘阴县环境保护局出具的“湘阴环评批[2019]37 号”《关于湖南可孚医疗设备有限公司年产 1 亿台（支、个）一类及二类医疗器械建设项目环境影响报告表的批复》。

6、环境保护

本项目环境影响报告表已获得湘阴县环境保护局出具的“湘阴环评批[2019]37 号”环评批复文件。

项目投资建设及产品生产过程中，将产生少量废水、废气、固体废弃物和噪声。公司已制定完善的环境保护措施，通过确定影响环境污染的重点工序、运行过程控制、检测检验等步骤，严格将生产过程中产生的少量污染物在国家标准规定的要求范围内排放、处理。

（三）研发中心及仓储物流中心建设项目

1、项目概况

本项目由可孚医疗进行实施，本项目拟对现有研发中心进行升级，通过引进更加先进的研发设备和检测试验设备，并配备高素质的专业技术人员，不断提升医疗器械产品研发设计能力，同时配套建设智能化仓储物流中心，推动公司未来可持续发展。

2、项目实施的必要性

（1）提升研发创新实力，增强公司核心竞争力

医疗器械行业是典型的技术密集型行业，创新研发实力的强弱是决定企业核心竞争力的关键要素，也是支撑企业可持续发展的重要推动力。随着科学技术的快速发展，尤其是在现代生物技术、微电子处理技术等方面的重大突破，用户对医疗器械产品的精度、效率等提出了更高的要求。因此，公司必须进一步加大技术研发的投入，提升自身技术水平。

公司经过多年发展，已积累了较为深厚的研发实力和技术储备，但现有研发设备以及技术人才的不足制约了公司研发创新能力的进一步提升，难以与公司未来业务发展需求相适应。为此，本项目将整合公司现有的研发力量，通过扩大研发工作场所、引进先进的研发和测试设备、招募高级技术人才等措施，全面升级和完善公司研发架构，进一步提升公司研发创新实力，增强公司核心竞争力。

（2）提升产品开发能力，优化公司业务结构

近年来，公司不断拓展产品线，医疗器械产品覆盖健康监测类、康复辅具类、呼吸支持类、医疗护理类等多个领域，在行业竞争日趋激烈的背景下，公司必须适时地拓展产品结构和应用领域，形成新的业务增长点。本项目实施后，公司将打造环境更优越、设施更齐全、人才更齐备、产品开发能力更强的研发中心，新的研发中心将进一步开展在中高端医疗器械领域内前沿技术的研究以及高技术含量、高附加值设备及其配套产品的研发，有助于公司丰富现有业务产品线，不断优化和完善产品结构，推动多元化经营，提升综合盈利能力。

（3）完善试验检测体系，提升产品质量性能

随着医疗器械产品逐渐向智能化、便捷化、精密化等方向发展，公司必须建立完备

的试验手段和综合测试体系，从而有效保证产品的质量与性能。本项目将对公司现有质量检验体系进行升级完善，通过引进先进的检测检验设备，同时配置高素质的检测技术人员，形成完善的质量检测体系，对于提升产品质量性能、降低研发和生产成本具有重要意义。

（4）培养和引进高端技术人才，增强公司持续创新能力

医疗器械行业对高素质人才需求大，高端技术人才是公司核心资产，是公司保持行业领先优势的重要因素。随着公司的不断发展，行业竞争的不断加剧，技术水平的不断提升，公司现有研发人员已无法满足公司未来发展的需要，需要扩充研发技术人员。为此，公司必须加大研发投入，为技术人才搭建更高的平台，创造更好的研发条件。本项目实施后，新的研发中心同时配置产学研工作站和博士后工作站，有助于公司引进专业性较强、技术能力过硬的优秀研发人才，扩大公司现有研发技术人才队伍规模，提升研发创新实力，增强公司的持续创新能力。

（5）提升仓储中心自动化与智能化水平，降低物流成本

目前，公司现有仓储物流中心存在库存面积小、仓储容量有限等制约因素，其仓储能力已逐渐达到饱和，由于仓储场地多为租赁，不具备大规模改扩建的条件，已难以满足日益增长的跨区域采购需求；另一方面，现有各仓储中心分布较为分散，导致仓储与生产链条之间的周转成本高、效率低；此外，公司现有仓储物流中心的自动化程度较低，随着医疗器械产品数量和品种的增加以及产品出入库频率的剧增，手工管理模式不能满足对效率的要求。本项目将配套建设智能化仓储物流中心，不仅能大幅减少场地租赁成本，也能进一步提升周转效率，同时，通过引进先进的现代化物流软硬件设备，可进一步优化产品供销配运环节中的各个流程，实现仓储物流的智能化管理，大幅提升仓储和物流效率，为公司未来业务规模的进一步扩大奠定坚实基础。

3、项目建设内容

（1）实施进度

本项目实施计划所采取的措施及原则是：整个项目一步建设到位，各项工作实行平等交叉作业，严格管理和科学实施，确保整体进度按时完整。本项目建设期为 24 个月，项目实施进度计划如下：

序号	内容	T+1 年	T+2 年											
		1-12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	基建工程													
2	硬件、软件采购与安装													
3	人员调动、招募及培训													
4	系统流程建立													
5	试运行													
6	鉴定验收													

（2）项目选址

本项目选址位于雨花经济开发区雨花环保大道。东临振东路，南临长沙市自然资源和规划局统征地，西临长沙自然资源和规划局统征地、长沙市莲湖医用氧厂，北临环保大道。

（3）投资概算

本项目预计投资总额为 39,208.76 万元，其中建筑工程费 22,526.44 万元，设备购置安装费 10,620.06 万元，工程建设其他费用 6,062.26 万元，具体投资构成如下表：

单位：万元

序号	项目	金额	占比
1	建筑工程	22,526.44	57.45%
2	设备购置安装费	10,620.06	27.09%
3	工程建设其他费用	6,062.26	15.46%
	项目总投资	**39,208.76**	**100.00%**

（4）主要原材料及能源供应

本项目所需要的能源主要为水、电、气，主要依靠当地公共部门供应，供应充足。

（5）人员配置

为保障项目的顺利实施，公司拟在项目建设各阶段投入相应专业人才，具体人员安排如下表：

单位：人

岗位	研发	仓储
人员合计	91	379

4、项目效益分析

本项目本身不直接产生收入，项目建成后，效益主要体现为公司整体研发实力和创新能力的大幅提升，有利于公司开发新的产品和服务，降低研发成本，同时提高公司仓储物流智能化和自动化水平，提升仓储管理水平和物流效率，提高公司的整体核心竞争力。

5、项目土地、备案、环保等报批情况

可孚医疗已通过出让方式购得坐落于雨花区环保大道与振东路交汇处，总面积为17,0297.47 平方米的工业用地，并已取得编号为“湘（2020）长沙市不动产权第 0202720 号”《不动产权证书》。可孚医疗将使用该处土地进行本项目的实施。

本项目已取得长沙雨花经济开发区管理委员会出具的项目统一编码为“雨管投备[2020]65 号”的《企业投资项目备案告知承诺信息表》；已取得长沙市生态环境局出具的“长环评（雨经开）[2020]1 号”号《长沙市生态环境局关于可孚医疗科技股份有限公司可孚医疗智能装备（一期）生产建设项目环境影响报告表的批复》。

6、环境保护

项目投资建设及产品生产过程中，将产生少量废水、废气、固体废弃物和噪声。公司已制定完善的环境保护措施，通过确定影响环境污染的重点工序、运行过程控制、检测检验等步骤，严格将生产过程中产生的少量污染物在国家标准规定的要求范围内排放、处理。

（四）补充流动资金

报告期内发行人业务规模不断扩大，营业收入保持稳定增长，营运资金规模逐步扩大。为保障公司经营规模扩张而增加的日常经营资金需求，进一步增强公司财务结构的稳健性，发行人结合目前的营运资本周转情况和未来营业收入的增长情况进行了测算，拟使用本次发行募集资金 18,000 万元用于补充流动资金。

1、补充流动资金的必要性分析和合理性分析

受益于我国家用医疗器械行业的快速发展，在行业规模持续增长的背景下，公司经营规模也保持了快速发展。随着公司业务规模的快速增长，公司对营运资金的需求将进一步增加，通过本次公开发行股票补充流动资金，为公司扩大生产和销售规模提供了有

力保障，为公司的持续发展奠定坚实基础。

本次募集资金投资项目建成达产后，项目所需的新增流动资金中除部分铺底流动资金来自于募集资金外，其余流动资金需公司另行筹集。可以预计，随着募集资金投资项目的投产，公司流动资金需求将大幅增长。

因此，公司本次利用募集资金 18,000 万元补充流动资金，将有利于缓解公司业务发展中的资金压力，保证了公司长期稳定的发展。本次补充流动资金规模符合公司经营现状，具有必要性与合理性。

2、补充流动资金的管理安排

对于本次拟用于补充流动资金部分，公司将实行以下管理安排：

（1）专户管理。公司将严格按照深交所有关募集资金管理规定，将该部分资金存储在董事会决定的专门账户。

（2）严格将流动资金用于公司主营业务，资金使用需按照相关制度要求履行审批程序。公司将紧紧围绕主营业务进行资金安排，提高流动资金使用效率，实现效益最大化。

（3）建立科学的预算体系，包括销售、采购、费用、人工预算等，针对资金链条反映的各种异常信息，及时采取措施，防范风险，提高应对能力。

（4）加强对应收账款的管理，完善付款制度，建立并完善资金预警机制，提高资金管控能力和使用效率。

六、发行人已先期投资于募集资金具体用途及进展情况

鉴于募投项目建设的必要性和公司业务发展的紧迫性，在募集资金到位前，公司已根据自身财务状况，先行以自有资金或银行借款等方式开始了募投项目的建设，待募集资金到位后予以置换。

截至2020年12月31日，发行人累计已投资金额15,169.21万元（不含土地投资款），明细情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	截至 2020 年 12 月 31 日累计投资金额	拟以募集资金置换投资金额
1	湘阴智能医疗产业园建设（一期）项目	14,548.87	12,752.90

序号	项目名称	截至 2020 年 12 月 31 日累计投资金额	拟以募集资金置换投资金额
2	长沙智慧健康监测与医疗护理产品生产基地建设项目	546.34	373.34
3	研发中心及仓储物流中心建设项目	74.00	25.60
合计		15,169.21	13,151.84

第十节　投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

公司于 2020 年 6 月 13 日召开了第一届董事会第七次会议，审议通过了《信息披露管理制度》，《信息披露管理制度》就公司信息披露的形式和内容、拟披露信息的传递、审核、披露程序、信息披露事务管理部门及其职责等内容作出了明确规定。

《信息披露管理制度》第七条规定，凡拟以公司名义向公众公开披露的信息，由负责具体相关事项的职能部门编制披露信息有关的材料，统一由董事会秘书负责安排按规定程序发布。

《信息披露管理制度》第二十三条规定，公司董事、监事、高级管理人员知悉重大事件发生时，应当立即向董事长报告并告知董事会秘书；董事长在接到报告后，应当立即向董事会通报，并敦促董事会秘书组织临时报告的披露工作。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

公司于 2020 年 6 月 13 日召开了第一届董事会第七次会议，审议通过了《投资者关系管理制度》，对投资者关系管理的目的和原则、投资者关系管理的对象与工作内容等事项作出了明确规定。

《投资者关系管理制度》第十条规定，公司与投资者沟通的主要方式包括但不限于：定期报告与临时公告，年度报告说明会，股东大会，公司网站，一对一沟通，邮寄资料等。公司应尽可能通过多种方式与投资者及时、深入和广泛地沟通，并应特别注意使用互联网络提高沟通的效率，降低沟通的成本。

《投资者关系管理制度》第十八条规定，公司设置专线投资者咨询电话、传真电话，确保与投资者之间的沟通畅通，并责成专人接听，回答投资者对公司经营情况的咨询。当公司投资者咨询电话变更时应及时公告变更后的咨询电话。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

为加强公司与投资者及潜在投资者之间的沟通，促进投资者对公司经营状况的了解和经营理念的认同，增进公司与投资者之间的良性互动，根据《公司法》、《证券法》、

《上市公司信息披露管理办法》等有关法律法规的规定，公司于 2020 年 6 月 13 日经第一届董事会第七次会议审议通过了《投资者关系管理制度》，以明确公司投资者关系管理的目的和原则、投资者关系管理的对象与工作内容以及公司的主要职责等。

投资者关系是公司治理的重要内容，公司未来将注重与投资者的沟通与交流，并依照《投资者关系管理制度》切实开展投资者关系构建、管理和维护的相关工作，为投资者和公司搭建起畅通的沟通交流平台，确保了投资者公平、及时地获取公司公开信息。

公司将通过与投资者进行充分的沟通，在提高运作透明度的同时，提升公司的治理水平。在投资者关系建设过程中，公司将以强化投资者关系为主线，以树立公司资本市场良好形象为目标，探索多渠道、多样化的投资者沟通模式，保持与投资者，特别是中小投资者的沟通交流，努力拓展与投资者沟通的渠道和方式，积极听取投资者的意见与建议，并在交流的过程中不断总结经验，查找不足，持续推动投资者关系管理的建设工作。

二、股利分配政策

（一）发行人本次发行后的股利分配政策和决策程序

经公司 2020 年 6 月 28 日召开的公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司本次发行后的利润分配政策为：

1、股利分配政策的基本原则

公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应充分考虑对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，采取积极的现金或股票股利分配政策。公司董事会根据以下原则制定利润分配的具体规划、计划和预案：

（1）应充分重视对投资者的合理投资回报，不损害投资者的合法权益；

（2）公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益以及公司的可持续发展；

（3）优先采用现金分红的利润分配方式；

（4）充分听取和考虑中小股东的意见和要求；

（5）综合考虑当时国家货币政策环境以及宏观经济状况。

2、利润分配的形式

公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润。

3、利润分配的期间间隔和比例

符合利润分配条件下，公司原则上应当每年度采取现金方式分配股利。公司该年度的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司每三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

4、利润分配的条件

（1）股票股利分配：采用股票股利进行利润分配的，应当考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以提出并实施股票股利分配预案。

（2）现金股利分配：在现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司应当优先采取现金方式分配股利。公司每三年以现金方式累计分配的利润不少于三年实现的年均可分配利润的 30%。

5、利润分配的决策机制和程序

（1）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红

的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

（2）公司每年利润分配预案由公司董事会结合本章程的规定、公司财务经营情况提出、拟定，并经全体董事过半数表决通过后提交股东大会批准。独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见。公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（3）股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（4）如公司董事会未作出现金利润分配方案的，董事会应当披露原因，并由独立董事发表独立意见。

（5）监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会应对利润分配预案、利润分配政策的修改进行审议。

（6）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

6、调整利润分配政策的决策机制和程序

（1）公司至少每三年重新审阅一次《未来三年股东回报规划》，并通过多种渠道充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的股利分配政策作出适当调整，以确定该时段的股东回报规划。

（2）公司年度盈利但未提出现金利润分配预案的，公司董事会应在定期报告中披露不实施利润分配或利润分配的方案中不含现金分配方式的理由以及留存资金的具体用途，公司独立董事应对此发表独立意见。

（3）因国家法律法规和证券监管部门对上市公司的分红政策颁布新的规定或现行利润分配政策确实与公司生产经营情况、投资规划和长期发展目标不符的，可以调整利润分配政策。调整利润分配政策的提案中应详细说明调整利润分配政策的原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案由公司董事会提出，经公司监事会审议通过后提交公司股东大会审议批准。

（4）公司董事会对利润分配政策调整事项作出决议，必须经全体董事的过半数，且二分之一以上独立董事表决同意通过。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前后，发行人的股利分配政策无重大差异。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

经公司 2020 年 6 月 28 日召开的公司 2020 年第一次临时股东大会决议，同意本次发行前滚存未分配利润，将由本次发行后的新老股东按照所持公司的股份比例共同享有。

四、股东投票机制的建立情况

（一）累积投票制

股东大会就选举或者更换股东代表董事、独立董事、股东代表监事进行表决时，应当实行累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。具体操作如下：

1、选举独立董事时，每位股东所拥有的投票表决权等于其持有的股份总数乘以该次股东大会应选独立董事人数的乘积数，该部分投票表决数只能投向本次股东大会的独立董事候选人。

2、选举非独立董事时，每位股东所拥有的投票表决权数等于其所持有的股份总数乘以该次股东大会应选出的非独立董事人数的乘积数，该部分投票表决权数只能投向该次股东大会的非独立董事候选人。

（二）中小投资者单独计票机制

《公司章程（草案）》规定:

股东（包括股东代理人）以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者的表决应当单独计票，单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票制

公司在股东大会审议相关事项时，将根据相关法律法规的要求，通过网络投票等方

式为中小股东参加会议提供便利。

公司股东大会应当设置会场，以现场会议及网络投票相结合的方式召开。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。公司股东大会采用网络或其他方式的，应当在股东大会通知中明确载明网络或其他方式的表决时间以及表决程序。

在投票时间安排上，股东大会网络或其他方式投票的开始时间，不得早于现场股东大会召开前一日下午 3:00，并不得迟于现场股东大会召开当日上午 9:30，其结束时间不得早于现场股东大会结束当日下午 3:00。

（四）征集投票权

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排

发行人不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排。

六、发行人、股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺；

1、本公司控股股东械字号投资关于股份锁定的承诺

作为本公司控股股东械字号投资承诺：自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本承诺人直接及间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份（以下简称“首发前股份”），也不由发行人回购该部分股份。自锁定期届满之日起两年内，若本承诺人通过任何途径或手段减持首发前股份，则减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价；发行人上市后 6 个月内如果股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本承诺人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月；若发行人在 6 个月期间内已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经调整后的价格。

2、本公司实际控制人张敏、聂娟关于股份锁定的承诺

作为本公司实际控制人张敏、聂娟承诺：自发行人股票上市之日起 36 个月内，及本承诺人担任董事或发行人高级管理人员离职后 6 个月内，不转让或者委托他人管理本承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份（以下简称“首发前股份”），也不由发行人回购该部分股份。自锁定期届满之日起两年内，若本承诺人通过任何途径或手段减持首发前股份，则减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价；发行人上市后 6 个月内如果股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本承诺人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月；若发行人在 6 个月期间内已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经调整后的价格。

同时作为本公司董事、高级管理人员张敏、聂娟承诺：在担任董事、高级管理人员期间以及本承诺人就任时确定的任期内及任期届满后 6 个月内，每年转让股份数不超过本承诺人持有的发行人股份总数的 25%，离职后半年内不转让本承诺人持有的发行人股份。

3、本公司实际控制人控制的企业关于股份锁定的承诺

作为本公司实际控制人控制的企业科源同创承诺：自发行人股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份（以下简称“首发前股份”），也不由发行人回购该部分股份。自锁定期届满之日起两年内，若本承诺人通过任何途径或手段减持首发前股份，则减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价；发行人上市后 6 个月内如果股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本承诺人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月；若发行人在 6 个月期间内已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经调整后的价格。

4、担任本公司董事、监事、高级管理人员的股东关于股份锁定的承诺

（1）担任本公司董事、高级管理人员的股东张志明承诺：自发行人股票上市之日起 12 个月内，及本承诺人担任董事、高级管理人员离职后 6 个月内，不转让或者委托

他人管理本承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份（以下简称“首发前股份”），也不由发行人回购该部分股份。自锁定期届满之日起两年内，若本承诺人通过任何途径或手段减持首发前股份，则减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价；发行人上市后 6 个月内如果股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本承诺人持有发行人股票的锁定期限自动延长至少 6 个月；若发行人在 6 个月期间内已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票经调整后的价格。

同时作为本公司董事、高级管理人员张志明承诺：在担任董事、高级管理人员期间以及本承诺人就任时确定的任期内及任期届满后 6 个月内，每年转让股份数不超过本承诺人持有的发行人股份总数的 25%，离职后半年内不转让本承诺人持有的发行人股份。

（2）担任本公司董事的间接股东方圣石承诺：本承诺人担任发行人董事期间以及本承诺人就任时确定的任期内及任期届满后 6 个月内，每年转让股份数不超过本承诺人持有的发行人股份总数的 25%，离职后半年内不转让本承诺人持有的发行人股份。

（3）担任本公司监事的间接股东周晓军承诺：本承诺人担任发行人监事期间以及本承诺人就任时确定的任期内及任期届满后 6 个月内，每年转让股份数不超过本承诺人持有的发行人股份总数的 25%，离职后半年内不转让本承诺人持有的发行人股份。

5、其他股东关于股份锁定的承诺

除上述股东外，本公司其他股东出具的股份锁定承诺如下：

本公司股东宁波怀格、广州丹麓、湘潭鼎信、湖南文旅、长沙鼎信、湖南泊富、盐津控股、胡红霞承诺：自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份（以下简称“首发前股份”），也不由发行人回购该部分股份。

6、本次发行前持股 5%以上股东的持股及减持意向

（1）本公司控股股东械字号投资承诺：

本承诺人拟长期持有发行人股票。如果在锁定期满后，本承诺人拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

自锁定期届满之日起两年内，若本承诺人通过任何途径或手段减持本承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，则减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价；若在本承诺人减持发行人股票前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则发行价相应调整为除权除息后的价格。

本承诺人减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规、规范性文件的规定，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。如中国证监会和/或证券交易所等监管部门对于上述股份减持安排有不同意见，同意按照监管部门的意见对上述股份减持安排进行修订并予以执行。

（2）本公司实际控制人张敏、聂娟承诺：

本承诺人拟长期持有发行人股票。如果在锁定期满后，本承诺人拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。自锁定期届满之日起两年内，若本承诺人通过任何途径或手段减持本承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，则减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价；若在本承诺人减持发行人股票前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则发行价相应调整为除权除息后的价格。

本承诺人减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规、规范性文件的规定，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。如中国证监会和/或证券交易所等监管部门对于上述股份减持安排有不同意见，同意按照监管部门的意见对上述股份减持安排进行修订并予以执行。

（3）本公司股东科源同创承诺：

本承诺人拟长期持有发行人股票。如果在锁定期满后，本承诺人拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。自锁定期届满之日起两年内，若本承诺人通过任何途径或手段减持本承诺人直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，则减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价；若在本承诺人减持发行人股票前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则发行价相应调整为除权除息后的价格。

本承诺人减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规、规范性文件的规定，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。如中国证监会和

/或证券交易所等监管部门对于上述股份减持安排有不同意见，同意按照监管部门的意见对上述股份减持安排进行修订并予以执行。

（4）本公司股东张志明、宁波怀格、湘潭鼎信、长沙鼎信承诺：

本承诺人拟长期持有发行人股票。如果在锁定期满后，本承诺人拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

本承诺人减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。如中国证监会和/或证券交易所等监管部门对于上述股份减持安排有不同意见，同意按照监管部门的意见对上述股份减持安排进行修订并予以执行。

上述股份锁定、减持等承诺符合《证券法》《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》《上市公司股东、董监高减持股份若干规定》等有关法律、法规及规范性文件的规定。

（二）稳定股价的措施和承诺；

根据中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的要求，发行人及控股股东、实际控制人、董事（独立董事及外部董事除外）、高级管理人员承诺：

1、启动股价稳定措施的条件

自公司股票上市之日起三年内，出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因公司派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深交所的有关规定作相应调整，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=最近一期经审计的归属于母公司股东的净资产÷公司股份总数，下同）时，为维护广大股东利益，增强投资者信心，维护公司股价稳定，公司将启动稳定公司股价的预案。

2、稳定股价预案的具体措施及顺序

当启动稳定股价预案的条件成就时，公司及相关主体将按如下优先顺序选择一种或几种相应措施稳定股价：

（1）公司回购股票

公司为稳定股价之目的，采取集中竞价交易方式向社会公众股东回购股份（以下简称“回购股份”），应符合《公司法》、《证券法》、《上市公司回购社会公众股份管

理办法（试行）》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规及规范性文件的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

公司董事会对回购股份作出决议，公司董事承诺就该等回购事宜在董事会上投赞成票。

若根据当时适用的相关规定，回购股份需要股东大会审议通过，则公司股东大会对回购股份作出决议，该决议须经出席股东大会会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司实际控制人承诺就该回购事宜在股东大会上投赞成票。

公司为稳定股价进行股份回购时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：1）公司回购股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；2）单一会计年度用以稳定股价的回购资金累计不低于公司上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%，且不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

（2）公司控股股东、实际控制人增持股票

公司回购股份数量达到最大限额后，公司股价仍符合启动条件的，公司控股股东、实际控制人应在符合相关法律、法规及规范性文件的条件和要求的前提下对公司股票进行增持。

控股股东、实际控制人为稳定股价增持公司股票时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：1）控股股东、实际控制人增持股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；2）单一会计年度用于增持股份的资金金额累计不低于控股股东、实际控制人上一会计年度自公司所获得税后现金分红金额的 10%，且不超过其上一会计年度自公司所获得税后现金分红金额的 20%；3）单一会计年度增持股份数量累计不超过发行人股份总数的 2%。

控股股东、实际控制人承诺在增持计划完成后的 6 个月内不出售所增持的股份。

（3）董事、高级管理人员增持公司股票

公司控股股东、实际控制人增持股份数量达到最大限额后，公司股价仍符合启动条件的，在公司领取薪酬的公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员应在符合相关法律、法规及规范性文件的条件和要求的前提下对公司股票进行增持。

有增持公司股票义务的公司董事、高级管理人员为稳定股价增持公司股票时，除应符合相关法律、法规及规范性文件的要求之外，还应符合下列各项条件：1）增持股份的价格不超过公司最近一期经审计的每股净资产；2）单一会计年度用于增持股份的资金金额累计不低于董事、高级管理人员上一会计年度自公司所获税后薪酬总和的 10%，且不超过其上一会计年度自公司所获税后薪酬总和的 20%。

有增持公司股票义务的公司董事、高级管理人员承诺，在增持计划完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

公司未来若有新选举或新聘任的董事（不包括独立董事）、高级管理人员且其从公司领取薪酬的，均应当履行公司在首次公开发行股票并上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

3、稳定股价措施的启动程序

（1）公司回购股票的启动程序

1）公司董事会应在上述公司回购股份启动条件触发之日起的 15 个交易日内作出回购股份的决议；

2）公司董事会应在作出回购股份决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

3）公司应在股东大会作出决议并履行相关法定手续之次日起开始启动回购，并在 60 个交易日内实施完毕；

4）公司回购股份方案实施完毕后，应在 2 个交易日内公告公司股份变动报告，回购的股份按照董事会或股东大会决定的方式处理。

（2）控股股东、实际控制人及董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股票的启动程序

1）公司董事会应在控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员增持公司股票条件触发之日起 2 个交易日内发布增持公告；

2）控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员应在作出增持公告并履行相关法定手续之次日起开始启动增持，并在 30 个交易日内实施完毕。

4、稳定股价预案的终止条件

自公司股价稳定方案公告之日起，若出现以下任一情形，则视为本次稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕，已公告的稳定股价方案终止执行：

（1）公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司最近一期经审计的每股净资产；

（2）公司继续回购股票或控股股东、实际控制人、董事（不包括独立董事）、高级管理人员增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件；

（3）继续增持股票将导致控股股东及/或实际控制人及/或董事及/或高级管理人员需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

5、约束措施

（1）公司将提示及督促公司的控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员（包括公司现任董事、高级管理人员，以及在本预案承诺签署时尚未就任的或者未来新选举或聘任的董事、高级管理人员）严格履行在公司首次公开发行股票并在创业板上市时公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员已作出的关于股价稳定措施的相应承诺。

（2）公司自愿接受证券监管部门、证券交易所等有关主管部门对股价稳定预案的制定、实施等进行监督，并承担法律责任。在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如果公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

1）若公司违反上市后 3 年内稳定股价预案中的承诺，则公司应：

①在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

②因未能履行该项承诺造成投资者损失的，公司将依法承担相应的法律责任。

2）若控股股东、实际控制人违反上市后 3 年内稳定股价预案中的承诺（即控股股东、实际控制人用于增持股份的资金金额未达到其上一会计年度自公司所获得税后现金分红金额的 10%），则控股股东、实际控制人应：

①在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉，提出补充承诺或者替代承诺，以尽可能保护投资者的

权益；

②控股股东、实际控制人所持限售股锁定期自期满后延长 6 个月，并自收到公司书面通知之日起 7 日内，将其上一会计年度自公司所获得税后现金分红金额的 20%减去其实际增持股票金额（如有）返还给公司。拒不返还的，公司可以从之后发放的现金股利中扣发，直至扣减金额累计达到应履行稳定股价义务的最近一个会计年度从公司已取得的税后现金分红金额的 40%。

3）若有增持公司股票义务的公司董事、高级管理人员违反上市后 3 年内稳定股价预案中的承诺（即用于增持股份的资金未达到董事、高级管理人员上一年度税后薪酬总和的 10%），则该等董事、高级管理人员应：

①在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；

②每名董事、高级管理人员应自收到公司书面通知之日起 7 日内，按上年度薪酬（税后）总和的 20%减去其实际增持股票金额（如有）向公司支付现金补偿。拒不支付现金补偿的，公司应当自上述期限届满之日起，扣减该名董事、高级管理人员每月税后薪酬直至累计扣减金额达到应履行稳定股价义务的最近一个会计年度从公司已获得税后薪酬的 40%。

（三）股份回购和股份购回的措施和承诺；

发行人、控股股东、实际控制人出具《关于股份回购及股份购回的承诺》，主要内容如下：

1、启动股份回购及购回措施的条件

（1）本次公开发行完成后，如本次公开发行的招股说明书及其他信息披露材料被中国证监会、证券交易所或司法机关认定为有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司及控股股东长沙械字号医疗投资有限公司、实际控制人张敏、聂娟将依法从投资者手中回购及购回本次公开发行的股票。

（2）本次公开发行完成后，如公司被中国证监会、证券交易所或司法机关认定以欺骗手段骗取发行注册的，公司及控股股东长沙械字号医疗投资有限公司、实际控制人

张敏、聂娟将依法从投资者手中回购及购回本次公开发行的股票。

2、股份回购及购回措施的启动程序

（1）公司回购股份的启动程序

1）公司董事会应在上述公司回购股份启动条件触发之日起的 15 个交易日内作出回购股份的决议；

2）公司董事会应在作出回购股份决议后的 2 个交易日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知；

3）公司应在股东大会作出决议并履行相关法定手续之次日起开始启动股份回购工作。

（2）控股股东、实际控制人股份购回的启动程序

1）控股股东长沙械字号医疗投资有限公司、实际控制人张敏、聂娟应在上述购回公司股份启动条件触发之日起 2 个交易日内向公司董事会提交股份购回方案，公司董事会应及时发布股份购回公告，披露股份购回方案；

2）控股股东长沙械字号医疗投资有限公司、实际控制人张敏、聂娟应在披露股份购回公告并履行相关法定手续之次日起开始启动股份购回工作。

3、约束措施

（1）公司将严格履行并提示及督促公司及控股股东长沙械字号医疗投资有限公司、实际控制人张敏、聂娟严格履行在公司本次公开发行并上市时公司、控股股东、实际控制人已作出的关于股份回购、购回措施的相应承诺。

（2）公司自愿接受证券监管部门、证券交易所等有关主管部门对股份回购、购回预案的制定、实施等进行监督，并承担法律责任。在启动股份回购、购回措施的条件满足时，如果公司、控股股东、实际控制人未采取上述股份回购、购回的具体措施的，公司、控股股东、实际控制人承诺接受以下约束措施：

1）若公司违反股份回购预案中的承诺，则公司应：①在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；②因未能履行该项承诺造成投资者损失的，公司将依法向投资者进行赔偿。

2）若控股股东长沙械字号医疗投资有限公司、实际控制人张敏、聂娟违反股份购回预案中的承诺，则控股股东长沙械字号医疗投资有限公司、实际控制人张敏、聂娟应：①在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向其他股东和社会公众投资者道歉，并提出补充承诺或者替代承诺，以尽可能保护投资者的权益；②控股股东长沙械字号医疗投资有限公司、实际控制人张敏、聂娟将其在最近一个会计年度从公司分得的税后现金股利返还给公司。如未按期返还，公司可以从之后发放的现金股利中扣发，直至扣减金额累计达到应履行股份购回义务的最近一个会计年度从公司已分得的税后现金股利总额。

（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺；

发行人、控股股东、实际控制人出具《关于对欺诈发行上市的股份购回承诺》，主要内容如下：

1、保证发行人本次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市，不存在任何欺诈发行的情形。

2、如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行上市的，本承诺人将在中国证监会等有权部门确认后五个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺；

1、公司填补被摊薄即期回报的措施

针对本次发行上市可能使即期回报有所摊薄的情况，公司将遵循和采取以下原则和措施，加快主营业务发展，提高盈利能力，提升资产质量，增加营业收入，增厚未来收益，实现可持续发展，充分保护全体股东特别是中小股东的利益，注重中长期股东价值回报。

（1）积极提高公司竞争力，加强市场开拓

公司将不断加大研发投入，加强技术创新，完善管理制度及运行机制，积极研发新产品。同时，公司将不断增强市场开拓能力和快速响应能力，进一步提升公司品牌影响力及主要产品的市场占有率。

（2）加强内部控制，提升经营效率

公司将进一步加强内控体系和制度建设，完善投资决策程序，合理运用各种融资工具和渠道控制资金成本，提高资金使用效率，节省公司的费用支出，全面有效地控制公司经营和管理风险。

（3）积极实施募集资金投资项目，加强募集资金管理

本次发行募集资金投资项目经过公司充分论证，符合行业发展趋势及公司发展规划，项目实施后将进一步巩固和扩大公司主要产品的市场份额，提升公司综合竞争优势。

公司制订了《募集资金管理制度》，对募集资金的存储及使用、募集资金使用的管理与监督等进行了详细规定。本次发行募集资金到位后，募集资金将存放于董事会决定的专项账户进行集中管理，做到专户存储、专款专用。公司将按照相关法规、规范性文件和公司《募集资金管理制度》的规定，对募集资金的使用进行严格管理，并积极配合募集资金专户的开户银行、保荐人对募集资金使用的检查和监督，保证募集资金使用的合法合规性，防范募集资金使用风险，从根本上保障投资者特别是中小投资者利益。

2、公司控股股东、实际控制人和全体董事及高级管理人员关于填补被摊薄即期回报措施的承诺

为降低本次发行摊薄即期回报的影响，公司控股股东、实际控制人和全体董事及高级管理人员出具《关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺》，主要内容如下：

（1）控股股东、实际控制人作出如下承诺：

承诺不越权干预公司经营管理活动，不得侵占公司利益。

（2）董事、高级管理人员作出如下承诺：

1）不得无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不得采用其他方式损害公司利益；

2）对本承诺人的职务消费行为进行约束，必要的职务消费行为应低于平均水平；

3）不得动用公司资产从事与本承诺人履行职责无关的投资、消费活动；

4）积极推动公司薪酬制度的完善，使之更符合摊薄即期回报的填补要求；本承诺人将在职责和权限范围内，支持公司董事会或薪酬与考核委员会在制订、修改、补充公

司的薪酬制度时与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

5）在中国证监会、证券交易所另行发布摊薄即期填补回报措施及其承诺的相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本承诺人承诺与该等规定不符时，本承诺人承诺将立即按照中国证监会及证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司做出新的规定，以符合中国证监会及证券交易所的要求；

6）本承诺人承诺全面、完整、及时履行公司制定的有关填补回报措施以及本承诺人对此做出的任何有关填补回报措施的承诺。

（六）利润分配政策的承诺；

1、发行前公司滚存利润的分配安排

经公司 2020 年 6 月 28 日召开的公司 2020 年第一次临时股东大会决议，同意本次发行前滚存未分配利润，将由本次发行后的新老股东按照所持公司的股份比例共同享有。

2、本次发行后公司的股利分配政策

经公司 2020 年 6 月 28 日召开的公司 2020 年第一次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司本次发行后的利润分配政策为：

（1）股利分配政策的基本原则

公司实行连续、稳定的利润分配政策，公司的利润分配应充分考虑对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展，采取积极的现金或股票股利分配政策。公司董事会根据以下原则制定利润分配的具体规划、计划和预案：

1）应充分重视对投资者的合理投资回报，不损害投资者的合法权益；

2）公司的利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益以及公司的可持续发展；

3）优先采用现金分红的利润分配方式；

4）充分听取和考虑中小股东的意见和要求；

5）综合考虑当时国家货币政策环境以及宏观经济状况。

（2）利润分配的形式

公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配利润。

（3）利润分配的期间间隔和比例

符合利润分配条件下，公司原则上应当每年度采取现金方式分配股利。公司该年度的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值，且如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，公司每三年以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（4）利润分配的条件

1）股票股利分配：采用股票股利进行利润分配的，应当考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。若公司营业收入和净利润增长快速，且董事会认为公司股本规模及股权结构合理的前提下，可以提出并实施股票股利分配预案。

2）现金股利分配：在现金流满足公司正常经营和长期发展的前提下，公司应当优先采取现金方式分配股利。公司每三年以现金方式累计分配的利润不少于三年实现的年均可分配利润的 30%。

（5）利润分配的决策机制和程序

1）公司在制定现金分红具体方案时，董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。

2）公司每年利润分配预案由公司董事会结合本章程的规定、公司财务经营情况提

出、拟定，并经全体董事过半数表决通过后提交股东大会批准。独立董事应对利润分配预案发表明确的独立意见。公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

3）股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

4）如公司董事会未作出现金利润分配方案的，董事会应当披露原因，并由独立董事发表独立意见。

5）监事会应对董事会和管理层执行公司利润分配政策和股东回报规划的情况及决策程序进行监督。监事会应对利润分配预案、利润分配政策的修改进行审议。

6）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（6）调整利润分配政策的决策机制和程序

1）公司至少每三年重新审阅一次《未来三年股东回报规划》，并通过多种渠道充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，对公司正在实施的股利分配政策作出适当调整，以确定该时段的股东回报规划。

2）公司年度盈利但未提出现金利润分配预案的，公司董事会应在定期报告中披露不实施利润分配或利润分配的方案中不含现金分配方式的理由以及留存资金的具体用途，公司独立董事应对此发表独立意见。

3）因国家法律法规和证券监管部门对上市公司的分红政策颁布新的规定或现行利润分配政策确实与公司生产经营情况、投资规划和长期发展目标不符的，可以调整利润分配政策。调整利润分配政策的提案中应详细说明调整利润分配政策的原因，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。调整利润分配政策的相关议案由公司董事会提出，经公司监事会审议通过后提交公司股东大会审议批准。

4）公司董事会对利润分配政策调整事项作出决议，必须经全体董事的过半数，且二分之一以上独立董事表决同意通过。

（七）依法承担赔偿或赔偿责任的承诺；

1、发行人及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员承诺

（1）发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺：

1）本招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任；

2）本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

（2）发行人控股股东、实际控制人承诺：

1）本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任；

2）本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

（3）发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人承诺：

因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

2、中介机构承诺

（1）保荐机构西部证券承诺：

“因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

（2）联席主承销商光大证券承诺：

“因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。”

（3）发行人律师启元律师承诺：

“如因本所为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

（4）发行人审计机构立信会计师承诺：

“如因本所为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

（5）发行人资产评估机构开元资产评估承诺：

“如因本机构为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

（八）未能履行承诺的约束措施

根据中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的要求，发行人及控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员等作出公开承诺事项的责任主体承诺如下：

1、本承诺人在招股说明书中公开作出的相关承诺中已经包含约束措施的，则以该等承诺中明确的约束措施为准；若本承诺人违反该等承诺，本承诺人同意采取该等承诺中已经明确的约束措施。

2、本承诺人在招股说明书中公开作出的相关承诺中未包含约束措施的，若本承诺人违反该等承诺，则同意采取如下约束措施：

（1）公开披露本承诺人未履行或未及时履行相关承诺的具体原因并向公司股东及社会公众投资者道歉，同时根据相关法律法规规定及监管部门要求承担相应的法律责任或采取相关替代措施；

（2）本承诺人将在违反承诺事项发生之日起 10 个交易日内，停止领取薪酬或暂不领取发行人分配利润中归属于本承诺人的部分，同时本人直接或间接持有的公司股份（若有）不得转让，直至本人履行完成相关承诺事项；

（3）给投资者造成损失的，本承诺人将向投资者依法承担赔偿责任。

3、本承诺人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项，需提出新的补充承诺或替代承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会、中国证监会或者深交所指定的披露媒体上及时、充分说明未胜行承诺的具体原因；

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资

者利益。

（九）其他承诺事项

1、关于避免同业竞争的承诺

详见本招股说明书“第七节、公司治理与独立性”之“八、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”的相关内容。

2、关于减少及规范关联交易的承诺

详见本招股说明书“第七节、公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（四）减少和规范关联交易的承诺”的相关内容。

3、发行人关于股东信息披露事项的承诺

（1）本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；

（2）本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形；

（3）本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形。

第十一节　其他重要事项

一、重要合同

（一）销售合同

截至招股说明书签署之日，公司及其子公司已履行完毕或正在履行、对生产经营活动具有重要影响的销售合同如下：

序号	客户名称	销售内容	合同金额	合同期限	履行情况
1	湖南怀仁药业有限公司	以订单为准	以订单为准	2017.1.1-2017.12.31	履行完毕
2	湖南怀仁药业有限公司	以订单为准	以订单为准	2018.1.1-2018.12.31	履行完毕
3	湖南怀仁药业有限公司	以订单为准	以订单为准	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
4	湖南怀仁药业有限公司	以订单为准	以订单为准	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
5	湖南怀仁药业有限公司	以订单为准	以订单为准	2021.1.1-2021.12.31	正在履行
6	丰沃达医药物流（湖南）有限公司	以订单为准	以订单为准	2017.1.1-2017.12.31	履行完毕
7	丰沃达医药物流（湖南）有限公司	以订单为准	以订单为准	2018.1.1-2018.12.31	履行完毕
8	丰沃达医药物流（湖南）有限公司	以订单为准	以订单为准	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
9	丰沃达医药物流（湖南）有限公司	以订单为准	以订单为准	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
10	丰沃达医药物流（湖南）有限公司	以订单为准	以订单为准	2021.1.1-2021.12.31	正在履行
11	湖南千金医药股份有限公司	以订单为准	以订单为准	2017.1.1-2017.12.31	履行完毕
12	湖南千金医药股份有限公司	以订单为准	以订单为准	2018.1.1-2018.12.31	履行完毕
13	湖南千金医药股份有限公司	以订单为准	以订单为准	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
14	湖南千金医药股份有限公司	以订单为准	以订单为准	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
15	湖南益丰医药有限公司	以订单为准	以订单为准	2015.1.1-2017.12.31	履行完毕
16	湖南益丰医药有限公司	以订单为准	以订单为准	2018.1.1-2023.12.31	正在履行
17	深圳市海王星辰医药有限公司	以订单为准	以订单为准	2018.3.31-2024.12.31	正在履行
18	湖南和盛医药有限公司	以订单为准	以订单为准	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
19	湖南和盛医药有限公司	以订单为准	以订单为准	2021.1.1-2021.12.31	正在履行
20	国药控股国大药房广东有限公司	以订单为准	以订单为准	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
21	湖南国大民生堂药房连锁有限公司	以订单为准	以订单为准	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕

（二）线上销售合同

截至招股说明书签署之日，公司及其子公司正在履行的、对生产经营活动具有重要影响的采购合同如下：

序号	合同相对方	运营店铺名称	销售内容	合同金额（万元）	合同期限	履行情况
1	阿里健康大药房医药连锁有限公司	可孚医疗器械旗舰店	以订单为准	框架协议	2018.2.9-2021.2.9	履行完毕
2	阿里健康大药房医药连锁有限公司	可孚医疗器械旗舰店	以订单为准	框架协议	2020.7.23-2021.3.31	履行完毕
3	阿里健康大药房医药连锁有限公司	可孚医疗器械旗舰店	以订单为准	框架协议	2021.4.7-2022.3.31	正在履行
4	阿里健康大药房医药连锁有限公司	阿里健康大药房	以订单为准	框架协议	2018.4.19-2021.3.31	履行完毕
5	阿里健康大药房医药连锁有限公司	阿里健康大药房	以订单为准	框架协议	2021.4.1-2022.3.31	正在履行
6	桐庐好邻居大药房连锁有限公司	在天猫商场、京东商城、苏宁易购等整个互联网以桐庐好邻居名义开设的店铺	以订单为准	框架协议	2017.1.1-2020.12.31	履行完毕
7	桐庐好邻居大药房连锁有限公司	在天猫商场等整个互联网以桐庐好邻居名义开设的店铺	以订单为准	框架协议	2021.1.1-2021.12.31	正在履行

（三）平台协议

截至招股说明书签署之日，公司及其子公司正在履行的、对生产经营活动具有重要影响的平台协议如下：

序号	协议名称	协议相对方	合作平台	协议期限	履行情况
1	95095 医药平台服务协议	杭州弘安网络技术有限公司、河北慧眼医药科技有限公司	95095 医药平台、天猫平台	实际开通日至 2020 年 12 月 31 日	履行完毕
2	京东健康平台店铺（商家 ID/）服务协议	广西京东拓电子商务有限公司	京东平台	至店铺的第一个服务期到期日止	正在履行
3	天猫商户服务协议	浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司	天猫平台	实际开通日至 2021 年 12 月 31 日	正在履行

（四）采购合同

截至招股说明书签署之日，公司及其子公司已履行完毕或正在履行、对生产经营活动具有重要影响的采购合同如下：

序号	供应商名称	采购内容	合同金额（万元）	合同期限	履行情况
1	凯迪泰（北京）医疗科技有限公司、苏州凯迪泰医学科技有限公司	瑞思迈产品	框架协议	2020.7.1-2021.6.30	正在履行
2	重庆航天火箭电子技术有限公司	仙鹤品牌产品	框架协议	2021.1.1-2021.12.31	正在履行
3	东莞市和昌硕电子有限公司	存储	框架协议	2019.11.10-2020.12.31	履行完毕

序号	供应商名称	采购内容	合同金额（万元）	合同期限	履行情况
4	深圳市美思先端电子有限公司	红外传感器	框架协议	2019.11.10-2020.12.31	履行完毕
5	湖南觅源科技有限公司	传感器	框架协议	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
6	重庆航天火箭电子技术有限公司	仙鹤品牌产品	框架协议	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
7	湖南永康医疗器械有限公司	棉签、医用棉签、医用纱布块	框架协议	2020.5.23-2022.12.31	正在履行
8	邵东县东龙彩印包装印务有限公司	彩印包材	框架协议	2019.12.1-2020.12.31	履行完毕
9	三诺生物传感股份有限公司	血糖仪、血糖测试条等	框架协议	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
10	重庆航天火箭电子技术有限公司	仙鹤品牌产品	框架协议	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
11	东莞市振海电子科技有限公司	红外线体温计	框架协议	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
12	惠州市科福实业有限公司	主架、塑料件、橡胶件、五金件等	框架协议	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
13	江苏鱼跃医疗设备股份有限公司	制氧机、电子血压计、血糖仪、血糖试纸、电子体温计、轮椅车等	框架协议	2019.1.1-2019.12.31	履行完毕
14	三诺生物传感股份有限公司	血糖仪、血糖测试条等	框架协议	2018.1.1-2018.12.31	履行完毕
15	东莞市振海电子科技有限公司	红外线体温计	框架协议	2018.1.1-2018.12.31	履行完毕
16	稳健医疗用品股份有限公司	纱布、棉签、口罩等	框架协议	2018.1.1-2018.12.31	履行完毕
17	江苏鱼跃医疗设备股份有限公司	制氧机、电子血压计、血糖仪、血糖试纸、睡眠呼吸机等	框架协议	2018.1.1-2018.12.31	履行完毕
18	重庆航天火箭电子技术有限公司	仙鹤品牌产品	框架协议	2018.1.1-2018.12.31	履行完毕
19	三诺生物传感股份有限公司	血糖仪、血糖测试条等	框架协议	2017.1.1-2017.12.31	履行完毕
20	吉芮医疗器械（上海）有限公司	电动轮椅车	框架协议	2017.1.1-2018.12.31	履行完毕
21	厦门安氏兄弟科技有限公司	电子血压计	框架协议	2017.1.1-2018.12.31	履行完毕
22	惠州市惠扬医疗科技有限公司	助行架、洗澡椅等	框架协议	2017.1.1-2018.12.31	履行完毕
23	江苏鱼跃医疗设备股份有限公司	制氧机、电子血压计、血糖仪、血糖试纸、睡眠呼吸机等	框架协议	2017.1.1-2017.12.31	履行完毕

（五）授信、借款、担保合同

截至招股说明书签署之日，报告期内，发行人已履行完毕或正在履行的重大银行授信、借款及担保合同具体情况如下：

（1）授信合同

序号	被授信人	授信人	授信额度（万元）	授信期限	担保方式	是否履行完毕
1	湖南科源	平安银行股份有限公司长沙分行	2,000	2016.9.22 至 2017.9.21	质押、保证	是
2	发行人	北京银行股份有限公司长沙分行	3,933	2018.12.27 至 2019.12.26	保证	是
3	湖南科源	广发银行股份有限公司长沙分行	2,000	2019.6.27 至 2020.4.29	保证	是
4	好护士	广发银行股份有限公司长沙分行	2,000	2020.1.30 至 2021.1.28	保证、质押	是
5	发行人	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	6,000	2020.1.14 至 2022.12.30	保证	否
6	发行人	交通银行股份有限公司湖南省分行	2,000	2020-2-26 至 2021-2-14	-	是
7	发行人	中国光大银行股份有限公司长沙华升支行	5,000	2021-2-10 至 2022-8-9	保证	否

（2）借款合同

序号	借款人	贷款人	借款金额（万元）	借款期限	担保方式	是否履行完毕
1	发行人	长沙农村商业银行股份有限公司双塘支行	5,000	2020.2.19至2021.2.18	保证	是
2	发行人	中国农业银行股份有限公司长沙雨花区支行	3,000	2020.2.12至2021.2.11	保证	是
3	发行人	中国农业银行股份有限公司长沙雨花区支行	2,000	2020.2.27至2021.2.26	保证	是
4	发行人	中国建设银行股份有限公司长沙芙蓉支行	3,000	2020.2.19至2021.2.19	保证	是
5	发行人	中国银行股份有限公司湖南湘江新区分行	3,000	2020.2.28至2021.2.26	-	是
6	发行人	长沙农村商业银行股份有限公司双塘支行	12,000	2020.4.7至2021.4.6	保证	是
7	发行人	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	2,000	自首次提款之日起12个月	保证	是
8	发行人	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	3,000	自首次提款之日起12个月	保证	否

（3）担保合同

序号	担保人	债权人	担保金额（万元）	主债权期限	担保方式	是否履行完毕
1	张敏、聂娟	平安银行股份有限公司	2,000	债务人在 2016.9.22-2017.9.21 期间签订主	最高额保证	是

序号	担保人	债权人	担保金额（万元）	主债权期限	担保方式	是否履行完毕
		长沙分行		合同的履行期限		
2	湖南科源		2,000	债务人在 2016.9.22-2017.9.21 期间签订主合同的履行期限	最高额质押	是
3	湖南高桥投资有限公司、张敏、聂娟	北京银行股份有限公司长沙分行	3,933	债务人在 2018.12.27-2019.12.26 期间签订主合同的履行期限	最高额保证	是
4	张敏	广发银行股份有限公司长沙分行	1,000	债务人在 2019.4.30-2020.4.29 期间签订主合同的履行期限	最高额保证	是
	聂娟		1,000			
5	张敏	广发银行股份有限公司长沙分行	1,000	债务人在 2020.1.29-2021.1.28 期间签订主合同的履行期限	最高额保证	是
	聂娟		1,000			
	好护士		1,000		最高额保证金质押	是
6	械字号投资、张敏、聂娟、湖南科源	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	6,000	债务人在 2020.1.14-2020.12.31 期间签订主合同的履行期限	最高额保证	是
7	湖南科源、张敏、聂娟	长沙农村商业银行股份有限公司双塘支行	5,000	债务人在 2020.2.19-2021.2.18 期间签订主合同的履行期限	保证	是
8	张敏、聂娟	中国农业银行股份有限公司长沙雨花区支行	6,750	债务人在 2020.2.12-2023.2.11 期间签订主合同的履行期限	最高额保证	否
9	械字号投资、科源同创、张敏	中国建设银行股份有限公司长沙芙蓉支行	3,000	债务人在 2020.2.19-2021.2.19 期间签订主合同的履行期限	最高额保证	是
10	湖南科源、张敏、聂娟	长沙农村商业银行股份有限公司双塘支行	12,000	债务人在 2020.4.7-2021.4.6 期间签订主合同的履行期限	最高额保证	是
11	发行人	交通银行股份有限公司湖南省分行	3,000	债务人在 2020.9.19-2023.9.19 期间签订的全部主合同的履行期限	最高额保证	否
12	械字号投资、张敏、聂娟、湖南科源	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	6,000	债权人在 2021.1.5-2024.1.5 日期间内与债务人办理融资业务所发生的债权	最高额保证	否
13	发行人、张敏、聂娟	上海浦东发展银行股份有限公司长沙分行	6,000	债权人在 2021.1.5-2024.1.5 日期间内与债务人办理融资业务所发生的债	最高额保证	否

序号	担保人	债权人	担保金额（万元）	主债权期限	担保方式	是否履行完毕
				权		
14	张敏、聂娟	中国光大银行股份有限公司长沙华升支行	5,000	具体业务的期限以具体业务合同的约定为准，但每笔具体业务项下的具体授信额度的开始使用日期不得晚于 2022 年 8 月 9 日	最高额保证	否
15	张敏、聂娟	兴业银行股份有限公司长沙分行	5,000	2020 年 3 月 20 日至 2021 年 3 月 19 日止	最高额保证	是

（六）其他重大合同

（1）2019 年 7 月 10 日，发行人与湖南湘阴高新技术产业开发区管理委员会签署《可孚智能医疗产业园项目补充协议（三）》，协议约定，湖南湘阴高新技术产业开发区管理委员会向发行人提供 2000 万元免息借款，用于支持推进可孚智能医疗产业园项目建设，借款期限为 4 年，发行人分别于 2020 年、2021 年、2022 年、2023 年每年 12 月 30 日前归还 500 万元。

（2）2018 年 6 月，湖南科源、杭州工商信托股份有限公司（以下简称“杭州信托”）、上海康德莱控股集团有限公司签署《合作协议》、《资产购买协议》，约定湖南科源及其适格子公司将协议项下的基础资产（转让方依据基础合同对债务人享有的要求债务人支付应付款项的权利）转让给杭州信托，杭州信托同意作为信托计划的受托人代表信托计划运用信托资金受让该等基础资产，上海康德莱控股集团有限公司作为担保方。张敏、聂娟向上海康德莱控股集团有限公司提供反担保。截至招股说明书签署之日，上述合同均已终止。

（七）承销协议、保荐协议

2020 年 7 月，发行人与西部证券签订《保荐协议》，聘请西部证券担任公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构。2021 年 1 月，发行人与西部证券、光大证券签订《承销协议》，委托西部证券、光大证券作为公司首次公开发行股票并在创业板上市的的主承销商。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人未决诉讼情况如下：

1、报告期内，发行人委托永康市锦康保健器材厂生产真空拔罐器并授权其在产品上使用“可孚”商标，双方签署了《委托生产协议》。2020 年 1 月 17 日，原告苏州医疗用品厂有限公司认为永康市锦康保健器材厂、发行人侵犯了其拥有的专利号为 ZL201630183507.5 的外观设计专利以及专利号为 ZL201620446788.3 的实用新型专利，遂向法院起诉要求被告永康市锦康保健器材厂、发行人停止生产、销售、许诺销售侵犯原告专利权的产品并销毁涉案生产模具、设备和库存产品，并请求判令两被告赔偿原告经济损失等合计 150 万元。

上述案件于 2020 年 12 月 10 日开庭审理，发行人已委托北京易捷胜知识产权代理事务所（普通合伙）向国家知识产权局就上述专利号为 ZL201630183507.5 的外观设计专利以及专利号为 ZL201620446788.3 的实用新型专利提交专利权无效宣告请求书，专利局复审和无效审理部于 2021 年 3 月 3 日对专利号为 ZL201620446788.3 的实用新型专利权的无效宣告请求进行口头审理，并于 2021 年 4 月 9 日对专利号为 ZL201620446788.3 的实用新型专利权出具无效宣告请求审查决定（第 49246 号），宣告上述专利权全部无效。原告苏州医疗用品厂有限公司于 2021 年 4 月 29 日针对专利号为 ZL201620446788.3 的实用新型专利诉讼提出撤诉申请，浙江省杭州市中级人民法院于 2021 年 5 月 8 日出具（2020）浙 01 知民初 268 号《民事裁定书》，裁定准许撤诉。专利局复审和无效审理部于 2021 年 4 月 26 日对专利号为 ZL201630183507.5 的外观设计专利出具无效宣告请求审查决定（第 49583 号），宣告维持专利权有效。2021 年 5 月 21 日，浙江省杭州市中级人民法院判决发行人立即停止生产、销售、许诺销售落入专利号为 ZL201630183507.5 的外观设计专利权保护范围内的产品，并销毁库存侵权产品，并赔偿原告苏州医疗用品厂有限公司经济损失及为制止侵权行为所支付的合理开支共计人民币 160,000 元，被告永康市锦康保健器材厂对其中 80,000 元承担连带赔偿责任，由发行人负担 3,755 元案件受理费（被告永康市锦康保健器材厂对其中的 1,877.5 元承担连带责任）。截至本招股说明书签署日，发行人已根据判决书履行了上述支付义务。

上述涉诉专利未涉及发行人核心专利技术，截至本招股说明书签署日，发行人核心专利技术不存在纠纷或潜在纠纷的情形。上述专利诉讼中永康市锦康保健器材厂为发行人的委托生产厂商，涉诉产品均由永康市锦康保健器材厂提供。双方签署的《委托生产

协议》约定永康市锦康保健器材厂应保证提供的产品不受到第三方关于知识产权的主张，保证发行人的委托生产产品或其任何一部分，是完全处于合法的知识产权使用状态下，发行人不受任何第三方提出的侵犯知识产权的起诉。如第三方向发行人主张权利的，永康市锦康保健器材厂承担所有责任及费用，并向发行人支付违约金等。据此，即使最终法院判决发行人需承担相关责任，发行人亦可向永康市锦康保健器材厂追偿。

涉诉产品可孚真空拔罐器报告期内仅于 2019 年度、2020 年度销售，销售收入分别为 37.36 万元、79.74 万元，占当年主营业务收入比例分别为 0.0257%、0.0343%。涉诉产品销售收入及其占发行人主营业务收入的比重极低，上述诉讼对发行人的影响有限。若最终败诉，发行人需停止销售涉诉产品或法院判决发行人需承担相关责任，发行人亦可向永康市锦康保健器材厂追偿，停止该产品销售对发行人的亦不会造成重大不利影响。涉诉产品只涉及到发行人众多品类中一个小分类，且未大面积销售，亦不会对品牌美誉度造成重大不利影响。

2、2020 年 11 月，发行人子公司湖南科捷收到北京漫友友文化传媒有限公司于 2020 年 8 月 11 日向北京互联网法院提交的起诉状，原告北京漫友友文化传媒有限公司认为湖南科捷运营的线上店铺“科捷医疗器械专营店”使用的牙齿矫正器宣传图片侵犯了原告享有信息网络传播专有许可权的美术作品，请求判令湖南科捷赔偿原告经济损失等合计人民币 5.3 万元。

2020 年 12 月 12 日，在北京互联网法院的调解下，发行人子公司湖南科捷与北京漫友友文化传媒有限公司著作权纠纷一案已调解结案，湖南科捷应于收到调解书三个工作日内向北京漫友友文化传媒有限公司支付赔偿金共计 3,000 元，案件受理费 462 元由湖南科捷承担。

3、原告刘城帅因提供劳务者受害责任纠纷一案向郴州市北湖区人民法院起诉，原告认为：被告湖南健耳将其郴州健耳助听器形象店装修工程发包给湖南谷河文化传媒有限公司，被告湖南谷河文化传媒有限公司雇佣原告刘城帅安装商铺广告牌发光字，安装过程中原告从广告牌脚手架上摔落，造成身体伤害，遂请求被告湖南谷河文化传媒有限公司、湖南健耳赔偿原告人身损害各项经济损失合计 222,781.13 元。上述案件于 2021 年 3 月 10 日开庭审理，2021 年 4 月 26 日，在郴州市北湖区人民法院的调解下，发行人子公司湖南健耳、湖南谷河文化传媒有限公司与刘城帅之间的人身损害纠纷一案已调解结案，湖南健耳应于 2021 年 5 月 1 日前支付刘城帅医疗费、误工费、护理费等各项

损失合计 20,000 元，案件受理费减半收取，其中湖南健耳负担 800 元，于 2021 年 5 月 1 日前支付给刘城帅。截至本招股说明书签署日，湖南健耳已根据调解书履行了上述支付义务。湖南健耳未因上述事项受到主管部门的行政处罚，不构成重大违法违规行为。此外，上述诉讼为提供劳务者受害责任纠纷，与发行人主营业务无关，且涉及标的金额较小，即使湖南健耳最终败诉，亦不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

4、2021 年 6 月 10 日，原告潍坊造字文化中心认为发行人、山东潍坊海王星辰民康连锁药店有限公司脑科医院店销售的可孚雅健腹带产品外包装中的“腹”“带”“腹”“部”“固”“定”“带”和原告国作登字-2011-F-035068 中七幅美术作品相一致，其行为侵犯涉案美术作品的复制权、发行权，遂向寿光市人民法院起诉，请求判令被告立即停止侵犯原告美术作品著作权的侵权行为，赔偿原告侵权赔偿金及维权合理开支共计人民币 5 万元，并在《潍坊日报》上公开消除影响，刊登面积不小于 24cm*12cm,诉讼费用由被告承担。截至本招股说明书签署日，上述案件尚未开庭审理。

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司不存在其他尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁情况，亦不存在知识产权相关的纠纷或潜在纠纷。

除上述可能存在的侵权纠纷外，报告期内发行人不存在其他侵犯他人知识产权的行为。截至本招股说明书签署日，发行人不存在其他可合理预见的知识产权侵权或失效等风险。

四、发行人控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人、控股子公司、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

五、发行人控股股东、实际控制人报告期内的重大违法行为

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人报告期内不存在贪污、贿赂、侵占资产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

六、发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近3年不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

第十二节　董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事：

张　敏　　聂　娟　　张志明

薛小桥　　贺邦杰　　方圣石

刘爱明　　温志浩　　刘　琳

全体监事：

曾子云　　周晓军　　鲁红院

非董事高级管理人员：

左汗青　　陈望朋

可孚医疗科技股份有限公司

2021年7月5日

发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：长沙械字号医疗投资有限公司

法定代表人：

张　敏

实际控制人：

张　敏　　聂　娟

2021年7月5日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

韩　星

保荐代表人：

邹　扬　　瞿孝龙

法定代表人：

徐朝晖

西部证券股份有限公司

2021 年 7 月 5 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读可孚医疗科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长：

徐朝晖

西部证券股份有限公司

2021 年 7 月 5 日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读可孚医疗科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

齐　冰

西部证券股份有限公司

2021年7月5日

联席主承销商声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

法定代表人：

刘秋明

光大证券股份有限公司

2021 年 7 月 7 日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：

邹棒

熊林

彭梨

张熙子

律师事务所负责人：

丁少波

湖南启元律师事务所

2021 年 7 月 5 日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读可孚医疗科技股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供可孚医疗科技股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：

杨力生

签字注册会计师：

陈蕾

立信会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年七月五日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

付秀明

肖毅

资产评估机构负责人：

胡劲为

开元资产评估有限公司

2021 年 7 月 5 日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读可孚医疗科技股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供可孚医疗科技股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：

杨力生

签字注册会计师：

陈蕾

立信会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年七月五日

验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读可孚医疗科技股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供可孚医疗科技股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：

杨力生

签字注册会计师：

陈蕾

立信会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二一年七月五日

第十三节　附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告（如有）；

（九）盈利预测报告及审核报告（如有）；

（十）内部控制鉴证报告；

（十一）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十二）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十三）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件查阅地点和时间

1、发行人：可孚医疗科技股份有限公司

办公地址：长沙市雨花区振华路 816 号

法人代表：张敏

电话：0731-85506600

传真：0731-85791199

联系人：薛小桥

查阅时间：工作日上午 9:00 至 12:00，下午 1:30 至 4:30

2、保荐机构（主承销商）：西部证券股份有限公司

办公地址：陕西省西安市新城区东新街 319 号 8 幢 10000 室

法定代表人：徐朝晖

电话：（029）87406043

传真：（029）87406134

联系人：邹扬

查阅时间：工作日上午 9:00 至 12:00，下午 1:30 至 4:30

附件 1：商标

一、国内商标

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
1	15121788	3	可孚	2025-09-27	原始取得	发行人
2	15121852	3	Cofoe	2025-09-27	原始取得	发行人
3	8849550	5	可孚	2021-12-20	原始取得	发行人
4	14070233	5	可孚	2025-04-20	原始取得	发行人
5	19760140	5	睿佳	2027-06-13	原始取得	发行人
6	17971740	5	可孚	2026-11-06	原始取得	发行人
7	17155166	5		2026-08-06	原始取得	发行人
8	17155164	5	Biolong	2026-08-06	原始取得	发行人
9	16827906	5	逸测	2026-06-20	原始取得	发行人
10	19149051	5	逸骊	2027-06-27	原始取得	发行人
11	19149105	5	逸菱	2027-03-27	原始取得	发行人
12	19937006	5	逸敏	2027-06-27	原始取得	发行人
13	24336446	5	逸特	2028-08-20	原始取得	发行人
14	19936734	5	逸悦	2027-06-27	原始取得	发行人
15	18350574	5	逸臻	2026-12-20	原始取得	发行人
16	19149259	5	逸智捷	2027-03-27	原始取得	发行人
17	15122063	5	Cofoe	2025-09-27	原始取得	发行人
18	17971739	5	Cofoe	2026-11-06	原始取得	发行人
19	17770600	7	可孚	2026-12-20	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
20	17770723	7	Cofoe	2026-10-13	原始取得	发行人
21	12131253	9	可孚	2024-07-20	原始取得	发行人
22	26674792	9	可孚有爱	2028-09-13	原始取得	发行人
23	12131265	9	Cofoe	2024-07-20	原始取得	发行人
24	24064784	10	阿尔法贝塔	2028-05-06	原始取得	发行人
25	17155165	10		2026-08-06	原始取得	发行人
26	24335816	10		2028-05-27	原始取得	发行人
27	24064809	10	霍夫曼	2028-05-06	原始取得	发行人
28	16828081	10	精逸	2026-06-27	原始取得	发行人
29	17971738	10	可孚	2026-11-06	原始取得	发行人
30	17317678	10	可孚	2026-08-13	原始取得	发行人
31	18918372	10	可孚	2027-02-20	原始取得	发行人
32	19760139	10	睿佳	2027-06-13	原始取得	发行人
33	24060715	10	舒悦	2028-09-20	原始取得	发行人
34	24064866	10		2028-05-06	原始取得	发行人
35	16828244	10	逸测	2026-06-27	原始取得	发行人
36	19149292	10	逸骊	2027-03-27	原始取得	发行人
37	19149345	10	逸菱	2027-03-27	原始取得	发行人
38	19937098	10	逸敏	2027-06-27	原始取得	发行人
39	14551430	10	逸巧	2025-06-27	原始取得	发行人
40	24336474	10	逸特	2028-08-20	原始取得	发行人
41	19936818	10	逸悦	2027-06-27	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
42	18350573	10	逸臻	2026-12-27	原始取得	发行人
43	19149330	10	逸智捷	2027-03-27	原始取得	发行人
44	16828438	10	逸准	2026-06-27	原始取得	发行人
45	17971737	10	Cofoe	2026-11-06	原始取得	发行人
46	17317677	10	Cofoe	2026-08-13	原始取得	发行人
47	18918550	10	Cofoe	2027-02-20	原始取得	发行人
48	24064146	10	Huffman	2028-05-06	原始取得	发行人
49	7529548	10	可孚	2030-10-27	受让取得	发行人
50	7594638	10	Cofoe	2030-11-13	受让取得	发行人
51	17155163	10	Biolong	2027-05-13	原始取得	发行人
52	15122564	12	可孚	2025-09-27	原始取得	发行人
53	18919122	12	逸帝	2027-02-20	原始取得	发行人
54	18918696	12	逸蒂	2027--02-20	原始取得	发行人
55	14551301	12	逸动	2025-09-06	原始取得	发行人
56	18919393	12	逸斐	2027-02-20	原始取得	发行人
57	18918517	12	逸福瑞	2027-02-20	原始取得	发行人
58	18919188	12	逸恒	2027-02-20	原始取得	发行人
59	18919495	12	逸环	2027-02-20	原始取得	发行人
60	18919290	12	逸吉	2027-02-20	原始取得	发行人
61	18919114	12	逸卡威	2027-02-20	原始取得	发行人
62	18918907	12	逸莱斯	2027-02-20	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
63	18918850	12	逸骊	2027-02-20	原始取得	发行人
64	18918712	12	逸利	2027-02-20	原始取得	发行人
65	18919179	12	逸铃	2027-02-20	原始取得	发行人
66	18919476	12	逸菱	2027-02-20	原始取得	发行人
67	18919311	12	逸梅	2027-02-20	原始取得	发行人
68	18919376	12	逸普	2027-02-20	原始取得	发行人
69	14551429	12	逸巧	2025-06-27	原始取得	发行人
70	14551427	12	逸舒	2027-11-27	原始取得	发行人
71	18918752	12	逸颂	2027-02-20	原始取得	发行人
72	18918832	12	逸索	2027-02-20	原始取得	发行人
73	18918688	12	逸图	2027-02-20	原始取得	发行人
74	18918943	12	逸旺	2027-02-20	原始取得	发行人
75	14551428	12	逸稳	2025-06-27	原始取得	发行人
76	14551426	12	逸享	2025-06-27	原始取得	发行人
77	15317405	12	逸享A3	2025-10-20	原始取得	发行人
78	15317408	12	逸享A5	2025-10-20	原始取得	发行人
79	15317449	12	逸享A6	2025-10-20	原始取得	发行人
80	15317468	12	逸享A7	2025-12-13	原始取得	发行人
81	15317484	12	逸享A8	2025-12-06	原始取得	发行人
82	18919013	12	逸雪兰	2027-02-20	原始取得	发行人
83	18350572	12	逸臻	2026-12-27	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
84	14682428	12	逸质	2025-08-20	原始取得	发行人
85	18919140	12	逸智捷	2027-02-20	原始取得	发行人
86	18918946	12	逸准	2027-02-20	原始取得	发行人
87	15122258	12	Cofoe	2025-12-06	原始取得	发行人
88	14682284	18	可孚	2025-08-20	原始取得	发行人
89	14682314	18	Cofoe	2025-08-20	原始取得	发行人
90	15122757	20	可孚	2025-09-27	原始取得	发行人
91	15122929	20	Cofoe	2025-09-27	原始取得	发行人
92	15125434	21	可孚	2025-09-27	原始取得	发行人
93	15124909	21	Cofoe	2025-09-27	原始取得	发行人
94	15125687	25	可孚	2025-09-27	原始取得	发行人
95	15125710	25	Cofoe	2025-09-27	原始取得	发行人
96	15131564	28	可孚	2025-09-27	原始取得	发行人
97	15131659	28	Cofoe	2025-09-27	原始取得	发行人
98	8849570	30	可孚	2031-11-27	原始取得	发行人
99	17971736	35	可孚	2026-11-06	原始取得	发行人
100	12115989	35	可孚	2024-07-20	原始取得	发行人
101	26690245	35	可孚有爱	2028-09-13	原始取得	发行人
102	17971735	35	Cofoe	2027-01-20	原始取得	发行人
103	15131910	37	可孚	2025-09-27	原始取得	发行人
104	15131804	37	Cofoe	2025-09-27	原始取得	发行人
105	17971734	39	可孚	2026-11-06	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
106	17971733	39	Cofoe	2026-11-06	原始取得	发行人
107	8849607	44	可孚	2031-12-20	原始取得	发行人
108	15132002	44	Cofoe	2025-10-20	原始取得	发行人
109	28493396	1	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
110	28730627	1	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
111	28492042	2	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
112	28715888	2	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
113	28494240	3	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
114	35481749	3	可孚	2029-8-13	原始取得	发行人
115	28733115	3	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人
116	35477723	3	Cofoe	2029-08-20	原始取得	发行人
117	28499446	4	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
118	28716273	4	Cofoe	2029-01-06	原始取得	发行人
119	28499474	5	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
120	28719555	5	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人
121	28484696	6	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
122	28728477	6	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人
123	28499526	7	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
124	28737553	7	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人
125	28487359	8	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
126	28727456	8	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人
127	28486005	9	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
128	28734379	9	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人
129	28486037	10	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
130	29243139	10	可孚逸舒	2028-12-27	原始取得	发行人
131	28716443	10	Cofoe	2029-03-20	原始取得	发行人
132	28489668	11	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
133	28720024	11	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人
134	28487484	12	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
135	28722007	12	Cofoe	2029-03-20	原始取得	发行人
136	28499703	13	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
137	28733447	13	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
138	28481223	14	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
139	28738332	14	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
140	28487746	15	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
141	28718055	15	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
142	28481264	16	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
143	28718106	16	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人
144	28485916	17	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
145	28722274	17	Cofoe	2029-01-20	原始取得	发行人
146	28485938	18	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
147	28729231	18	Cofoe	2029-03-20	原始取得	发行人
148	28499846	19	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
149	28719788	19	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人
150	28495179	20	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
151	28729288	20	Cofoe	2028-12-27	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
152	28492709	21	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
153	35469399	21	可孚	2029-08-13	原始取得	发行人
154	28768736	21	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
155	35473304	21	Cofoe	2029-08-13	原始取得	发行人
156	28495224	22	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
157	28782312	22	Cofoe	2028-12-13	原始取得	发行人
158	28499930	23	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
159	28768086	23	Cofoe	2028-12-13	原始取得	发行人
160	28487007	24	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
161	28770304	24	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
162	28487030	25	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
163	28777879	25	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
164	28495843	26	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
165	28783240	26	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
166	28490185	27	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
167	28777916	27	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
168	28522766	28	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
169	28788607	28	Cofoe	2029-02-27	原始取得	发行人
170	28507682	29	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
171	28772058	29	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
172	28506123	30	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
173	28782365	30	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
174	28516600	31	可孚	2028-12-20	原始取得	发行人
175	28774096	31	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
176	28514728	32	可孚	2028-12-20	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
177	28774127	32	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
178	28512297	33	可孚	2028-12-20	原始取得	发行人
179	28775634	33	Cofoe	2028-12-13	原始取得	发行人
180	28507745	34	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
181	28777289	34	Cofoe	2028-12-13	原始取得	发行人
182	28508869	35	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
183	28777395	35	Cofoe	2029-02-27	原始取得	发行人
184	28518395	36	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
185	28767276	36	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
186	28522431	37	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
187	28777364	37	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
188	28523294	38	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
189	28778727	38	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
190	28520216	39	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
191	28520237	40	可孚	2028-12-20	原始取得	发行人
192	28767389	40	Cofoe	2028-12-13	原始取得	发行人
193	28505893	41	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
194	28784695	41	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
195	28523318	42	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
196	28773345	42	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
197	28521720	43	可孚	2028-12-20	原始取得	发行人
198	28777162	43	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
199	28513516	44	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
200	28786250	44	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
201	28511277	45	可孚	2028-12-13	原始取得	发行人
202	28781834	45	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
203	32719317	5	孚米	2029-04-13	原始取得	发行人
204	23094971	5	逸准	2028-02-27	原始取得	发行人
205	32704117	10	孚米	2029-04-13	原始取得	发行人
206	30659186	10	小白灵	2029-02-13	原始取得	发行人
207	30148984	10	玄声	2029-02-06	原始取得	发行人
208	25644491	10	ke fu	2028-07-27	原始取得	发行人
209	32145722	19	金艾贴	2029-06-06	原始取得	发行人
210	32720482	35	孚米	2029-04-20	原始取得	发行人
211	27353747	35	科诚	2029-01-27	原始取得	发行人
212	27343256	35	拜安康	2029-02-06	原始取得	发行人
213	27339078	35	方祥	2029-02-06	原始取得	发行人
214	32155260	35	海吉星	2029-06-06	原始取得	发行人
215	34425930	10	孙行者	2029-07-06	原始取得	发行人
216	34425929	10	射水鱼	2029-07-06	原始取得	发行人
217	34425928	10	酷音	2029-07-06	原始取得	发行人
218	34425927	10	酷声	2029-07-06	原始取得	发行人
219	34425926	10	Xuanyin	2029-07-06	原始取得	发行人
220	34425923	10	mystsound	2029-07-06	原始取得	发行人
221	34425922	10	Mysterious sound	2029-06-27	原始取得	发行人
222	34425919	10	Jianer	2029-07-06	原始取得	发行人
223	34425918	10	coolsheng	2029-07-06	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
224	34425917	10	clairadient	2029-07-06	原始取得	发行人
225	34425924	10	Neleus	2029-08-13	原始取得	发行人
226	33588566	5	逸睿	2029-08-13	原始取得	发行人
227	34881857	5	味香艾	2029-11-06	原始取得	发行人
228	34863701	5	楚楚可艾	2029-10-06	原始取得	发行人
229	34863737	5	康康艾	2029-10-06	原始取得	发行人
230	34865887	5	艾不停	2029-11-06	原始取得	发行人
231	34869979	5	灰固艾	2029-10-06	原始取得	发行人
232	34871864	5	早晚艾	2029-11-06	原始取得	发行人
233	34874286	5	养艾殿	2029-11-06	原始取得	发行人
234	34874323	5	思艾	2029-11-06	原始取得	发行人
235	34877446	5	艾就好	2029-11-06	原始取得	发行人
236	34883899	5	艾久香	2029-11-06	原始取得	发行人
237	34886392	5	直艾	2029-11-06	原始取得	发行人
238	35473229	3	盐伽	2029-08-13	原始取得	发行人
239	36768779	10	YEMUL	2029-10-27	原始取得	发行人
240	36770939	3	YEMUL	2029-10-27	原始取得	发行人
241	36775152	5	YEMUL	2029-10-27	原始取得	发行人
242	36782122	10	TOSRCY	2029-10-27	原始取得	发行人
243	36770974	5	TOSRCY	2029-11-20	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
244	36776192	3	TOSRCY	2029-11-20	原始取得	发行人
245	36771019	10	JAFINE	2029-11-20	原始取得	发行人
246	36772538	5	HOMOP	2029-10-27	原始取得	发行人
247	36777774	10	HOMOP	2029-10-27	原始取得	发行人
248	36786184	3	HOMOP	2029-10-27	原始取得	发行人
249	33598726	5	通慈铜艾	2029-12-20	原始取得	发行人
250	34859723	5	古坊艾	2029-12-20	原始取得	发行人
251	34862704	5	艾心安	2029-12-20	原始取得	发行人
252	34863075	5	方艾	2029-12-20	原始取得	发行人
253	34864273	5	古艾堂	2029-12-13	原始取得	发行人
254	34864907	5	艾越美	2029-12-13	原始取得	发行人
255	34867561	5	丝艾	2029-12-20	原始取得	发行人
256	34869309	5	相清相艾	2029-12-20	原始取得	发行人
257	34869637	5	长寿艾	2029-12-20	原始取得	发行人
258	34872023	5	艾家坊	2029-12-20	原始取得	发行人
259	34872590	5	笑笑艾	2029-12-20	原始取得	发行人
260	34872643	5	舒体艾	2029-12-20	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
261	34872966	5	专心艾	2029-12-20	原始取得	发行人
262	34873059	5	日日艾	2029-12-20	原始取得	发行人
263	34874350	5	艾古方	2029-12-13	原始取得	发行人
264	34880042	5	幸福艾	2029-12-20	原始取得	发行人
265	34880884	5	好爱艾	2029-12-20	原始取得	发行人
266	34880925	5	倾心艾	2029-12-20	原始取得	发行人
267	34886672	5	钟情艾	2029-12-20	原始取得	发行人
268	34883805	5	久艾香	2029-12-20	原始取得	发行人
269	34883690	5	早点艾	2029-12-20	原始取得	发行人
270	34882704	5	祥和艾	2029-12-20	原始取得	发行人
271	34425925	10	Xuansheng	2029-10-27	原始取得	发行人
272	33595937	5	通慈金艾	2029-11-27	原始取得	发行人
273	33587535	5	通慈绿艾	2029-11-27	原始取得	发行人
274	33592478	5	通慈普艾	2029-12-6	原始取得	发行人
275	33581942	5	通慈银艾	2029-11-27	原始取得	发行人
276	34886413	5	丽艾	2029-12-27	原始取得	发行人
277	34864222	5	中仁艾	2029-12-27	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
278	36779650	44		2030-01-13	原始取得	发行人
279	36770963	5	JAFINE	2030-01-13	原始取得	发行人
280	36769596	3	JAFINE	2030-01-13	原始取得	发行人
281	36891172	10	TOSRCY	2029-12-13	原始取得	发行人
282	36893137	10	HOMOP	2029-12-13	原始取得	发行人
283	36907479	10	YEMUL	2029-11-20	原始取得	发行人
284	36905096	10	JAFINE	2029-11-20	原始取得	发行人
285	36845242	31	居家坊	2029-10-27	原始取得	发行人
286	36843666	1	居家坊	2029-10-27	原始取得	发行人
287	36825229	40	居家坊	2029-10-27	原始取得	发行人
288	36842163	39	居家坊	2029-10-27	原始取得	发行人
289	36887220	10	亿铭	2030-03-13	原始取得	发行人
290	36902060	10	通慈	2030-03-13	原始取得	发行人
291	36913070	10	居家坊	2030-03-13	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
292	39023595	20	Cofoe	2030-03-13	原始取得	发行人
293	39025203	9	Cofoe	2030-03-13	原始取得	发行人
294	39025348	3	Cofoe	2030-03-13	原始取得	发行人
295	39026723	9	可孚	2030-03-13	原始取得	发行人
296	39032515	10	逸臻	2030-03-13	原始取得	发行人
297	39033108	10	可孚	2030-03-13	原始取得	发行人
298	39033147	21	Cofoe	2030-03-13	原始取得	发行人
299	39036456	3	可孚	2030-03-13	原始取得	发行人
300	39039501	21	可孚	2030-03-13	原始取得	发行人
301	39039751	7	Cofoe	2030-03-13	原始取得	发行人
302	39039765	8	Cofoe	2030-03-13	原始取得	发行人
303	39039787	10	Cofoe	2030-03-13	原始取得	发行人
304	39039808	20	可孚	2030-03-13	原始取得	发行人
305	39044097	5	可孚	2030-03-13	原始取得	发行人
306	39045994	5	Cofoe	2030-03-13	原始取得	发行人
307	39046038	7	可孚	2030-03-13	原始取得	发行人
308	39046064	8	可孚	2030-03-13	原始取得	发行人
309	39834369	16	通慈 TONGCI	2030-03-13	原始取得	发行人
310	39834411	25	通慈 TONGCI	2030-03-13	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
311	39837456	8	通慈 TONGCI	2030-03-13	原始取得	发行人
312	39840487	5	通慈 TONGCI	2030-03-13	原始取得	发行人
313	39840553	18	通慈 TONGCI	2030-03-13	原始取得	发行人
314	39843917	12	通慈 TONGCI	2030-03-13	原始取得	发行人
315	39850833	10	通慈 TONGCI	2030-03-13	原始取得	发行人
316	39859288	11	通慈 TONGCI	2030-03-13	原始取得	发行人
317	8167137	5	通慈	2031-04-06	原始取得	发行人
318	14069661	5	居家坊	2026-11-13	受让取得	发行人
319	14069661A	5	居家坊	2025-08-13	受让取得	发行人
320	10325841	10	居家坊	2023-02-20	受让取得	发行人
321	7594626	9	亿铭	2031-02-20	受让取得	发行人
322	7236967	10	佳惠	2030-07-27	受让取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
323	17770902	10	通慈	2026-10-13	受让取得	发行人
324	7236973	10	亿铭	2030-07-27	受让取得	发行人
325	20888515	28	通慈	2027-09-27	受让取得	发行人
326	9962534	11	通慈	2022-12-27	受让取得	发行人
327	30141661	10	玄音	2029-2-13	原始取得	发行人
328	15305540	12、5、10	爱之嘉	2026-1-6	受让取得	发行人
329	15305539	28、12	海吉恩 hygeian	2026-10-6	受让取得	发行人
330	14453297	10	艾孕	2025-6-6	受让取得	发行人
331	36836801	3	通	2030-1-27	原始取得	发行人
332	36836798	32	居家坊	2030-1-27	原始取得	发行人
333	34882973	5	飞飞艾	2030-1-7	原始取得	发行人
334	34882899	5	枫艾	2030-1-27	原始取得	发行人
335	34866739	5	柔柔艾	2030-1-27	原始取得	发行人
336	34865954	5	安心艾	2030-2-27	原始取得	发行人
337	34886515	5	艾松	2030-1-27	原始取得	发行人
338	36764850	35		2030-1-27	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
339	36832383	30	居家坊	2030-1-13	原始取得	发行人
340	34873084	5	有艾一族	2030-2-6	原始取得	发行人
341	36843686	3	居家坊	2030-1-6	原始取得	发行人
342	36909341	10	佳惠	2030-3-20	原始取得	发行人
343	15474893	5	逸巧	2025-12-13	原始取得	好护士
344	19035093	10	易准	2027-03-06	原始取得	好护士
345	15474836	10	逸睿	2025-12-13	原始取得	好护士
346	17971732	39	goodhushi	2026-11-06	原始取得	好护士
347	17971731	39	好护士	2026-11-06	原始取得	好护士
348	15437293	12	悦畅	2026-01-20	原始取得	好护士
349	15426684	12	舒悦	2026-01-20	原始取得	好护士
350	15426651	12	Shuyue	2026-01-20	原始取得	好护士
351	15348564	44	haohushi	2025-10-27	原始取得	好护士
352	15348493	44	goodhushi	2025-10-27	原始取得	好护士
353	15348425	35	goodhushi	2025-10-27	原始取得	好护士
354	15348348	35	haohushi	2025-10-27	原始取得	好护士
355	15348231	10	goodhushi	2025-10-27	原始取得	好护士
356	14349370	35	好护士	2025-05-27	原始取得	好护士
357	13621236	35	好护士	2025-02-13	原始取得	好护士
358	12115990	35	好护士	2024-07-20	原始取得	好护士
359	6356805	35	好护士	2030-06-27	受让取得	好护士
360	15474748	5	易准	2025-12-13	原始取得	好护士

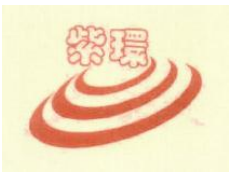
序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
361	18572348	3	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
362	16336237	5	械字号	2026-03-27	原始取得	湖南科源
363	16669862	5	GA-3	2027-05-20	原始取得	湖南科源
364	7406451	7	欧克仕	2030-08-27	受让取得	湖南科源
365	18572462	7	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
366	16336238	9	械字号	2026-03-27	原始取得	湖南科源
367	13388827	10	爱聆	2025-01-20	原始取得	湖南科源
368	5545959	10	聚源	2029-08-20	受让取得	湖南科源
369	14770424	10	森合	2025-07-06	原始取得	湖南科源
370	13300429	10	舒尔宝	2025-08-20	原始取得	湖南科源
371	18580248	10	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
372	16336239	10	械字号	2026-04-06	原始取得	湖南科源
373	6777657	10	雅健	2030-07-20	受让取得	湖南科源
374	13388769	10	莺乐	2025-02-06	原始取得	湖南科源
375	16336240	12	械字号	2026-03-27	原始取得	湖南科源
376	6777655	12	雅健	2030-07-20	受让取得	湖南科源
377	18572994	18	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
378	18573093	20	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
379	18573170	21	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
380	18573245	25	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
381	18573311	28	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
382	17632195	28	雅健	2026-09-27	原始取得	湖南科源
383	18580441	30	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
384	16444691	35	逸巧	2026-05-20	原始取得	湖南科源
385	12802996	35		2025-04-06	原始取得	湖南科源
386	13621287	35	科源医疗 Keyuan Medical	2025-08-20	原始取得	湖南科源
387	14770477	35	森合	2025-07-06	原始取得	湖南科源
388	16336241	35	械字号	2026-04-06	原始取得	湖南科源
389	19215096	35	械字号医疗器械城	2027-04-13	原始取得	湖南科源
390	16384224	35	逸巧	2026-04-13	原始取得	湖南科源
391	18573411	37	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
392	18573473	44	械字号	2027-01-20	原始取得	湖南科源
393	12115991	35	科源	2024-07-20	原始取得	湖南科源
394	17422716	5	miwin	2026-09-13	原始取得	杭州每文
395	8908853	10	每文	2021-12-13	原始取得	杭州每文
396	17422715	10	miwin	2026-09-13	原始取得	杭州每文
397	8908828	35	每文	2022-02-13	原始取得	杭州每文
398	17422714	35		2026-11-27	原始取得	杭州每文
399	17422713	35	miwin	2026-09-13	原始取得	杭州每文

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
400	21824668	5	Beida	2028-02-06	原始取得	长沙倍达
401	21824670	10	Beida	2027-12-20	原始取得	长沙倍达
402	21824669	35	Beida	2028-02-20	原始取得	长沙倍达
403	548181	1		2031-04-09	受让取得	珠海橡果
404	10229541	3	氧立得 YOUNGLEDA	2023-09-06	受让取得	珠海橡果
405	10229568	4	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-27	受让取得	珠海橡果
406	10229611	5	氧立得 YOUNGLEDA	2023-09-06	受让取得	珠海橡果
407	10229546	6	氧立得 YOUNGLEDA	2023-09-06	受让取得	珠海橡果
408	10227589	7	YOUNGLEDA	2023-02-20	受让取得	珠海橡果
409	10227587	7		2023-06-20	受让取得	珠海橡果
410	12472314	7	养立得	2024-09-27	受让取得	珠海橡果
411	12536498	7	养益得	2024-10-06	受让取得	珠海橡果
412	12472339	7	养利得	2024-09-27	受让取得	珠海橡果
413	542522	7	YOUNG LEDA	2031-02-09	受让取得	珠海橡果
414	10092323	7	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-06	受让取得	珠海橡果
415	10099861	7	氧立得	2023-03-06	受让取得	珠海橡果
416	10227588	7	养立得	2023-02-20	受让取得	珠海橡果
417	1980948	9	YOUNGLEDA 氧立得	2023-12-06	受让取得	珠海橡果
418	10229662	9	氧立得 YOUNGLEDA	2023-09-06	受让取得	珠海橡果
419	11611117	9	氧立得	2024-03-20	受让取得	珠海橡果

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
420	1920023	10	氧立得	2025-10-06	受让取得	珠海橡果
421	1788780	10	YOUNG LEDA	2022-06-13	受让取得	珠海橡果
422	10227590	10	氧立得 YOUNGLEDA	2023-05-27	受让取得	珠海橡果
423	11656641	10	氧立得	2024-03-27	受让取得	珠海橡果
424	10229687	11	氧立得 YOUNGLEDA	2023-10-13	受让取得	珠海橡果
425	10229725	12	氧立得 YOUNGLEDA	2023-03-13	受让取得	珠海橡果
426	10234808	15	氧立得 YOUNGLEDA	2023-02-13	受让取得	珠海橡果
427	10242643	16	氧立得 YOUNGLEDA	2023-03-13	受让取得	珠海橡果
428	10242692	17	氧立得 YOUNGLEDA	2023-02-27	受让取得	珠海橡果
429	10242707	18	氧立得 YOUNGLEDA	2023-05-06	受让取得	珠海橡果
430	10248107	19	氧立得 YOUNGLEDA	2023-02-06	受让取得	珠海橡果
431	12540974	21	养益得	2024-10-06	受让取得	珠海橡果
432	10248151	21	氧立得 YOUNGLEDA	2023-02-06	受让取得	珠海橡果
433	10248154	20	氧立得 YOUNGLEDA	2023-02-06	受让取得	珠海橡果
434	12472558	21	养利得	2024-09-27	受让取得	珠海橡果
435	10248202	23	氧立得 YOUNGLEDA	2023-02-06	受让取得	珠海橡果
436	10248220	24	氧立得 YOUNGLEDA	2023-05-27	受让取得	珠海橡果
437	10248250	25	氧立得 YOUNGLEDA	2024-04-20	受让取得	珠海橡果
438	12472530	21	养立得	2024-09-27	受让取得	珠海橡果
439	10248269	28	氧立得 YOUNGLEDA	2023-03-13	受让取得	珠海橡果
440	10248296	29	氧立得 YOUNGLEDA	2023-04-13	受让取得	珠海橡果

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
441	10248319	30	氧立得 YOUNGLEDA	2023-05-27	受让取得	珠海橡果
442	10248332	31	氧立得 YOUNGLEDA	2023-05-27	受让取得	珠海橡果
443	10234868	32	氧立得 YOUNGLEDA	2023-02-13	受让取得	珠海橡果
444	10234921	33	氧立得 YOUNGLEDA	2023-02-13	受让取得	珠海橡果
445	10234963	35	氧立得 YOUNGLEDA	2023-05-13	受让取得	珠海橡果
446	10234995	36	氧立得 YOUNGLEDA	2023-02-13	受让取得	珠海橡果
447	10235031	37	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-27	受让取得	珠海橡果
448	10242379	38	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-27	受让取得	珠海橡果
449	10242418	39	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-27	受让取得	珠海橡果
450	10242497	40	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-27	受让取得	珠海橡果
451	10242532	41	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-27	受让取得	珠海橡果
452	10242554	42	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-27	受让取得	珠海橡果
453	10242582	43	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-27	受让取得	珠海橡果
454	10242608	44	氧立得 YOUNGLEDA	2023-01-27	受让取得	珠海橡果
455	32165761	9	金艾贴	2029-3-27	原始取得	发行人
456	14453345	10	艾孕尔	2025-6-6	受让取得	发行人
457	34425916	10	Athena	2030-2-6	原始取得	发行人
458	28777062	39	Cofoe	2028-12-20	原始取得	发行人
459	34861967	5	可心艾	2030-4-20	原始取得	发行人
460	36837601	5	冠甫	2030-4-20	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
461	36843433	10		2030-4-6	原始取得	发行人
462	39844344	35		2030-5-13	原始取得	发行人
463	39035914	5		2030-6-6	原始取得	发行人
464	39836585	16		2030-5-20	原始取得	发行人
465	39837432	5		2030-5-27	原始取得	发行人
466	39840904	11		2030-5-20	原始取得	发行人
467	39850922	25		2030-5-27	原始取得	发行人
468	39858732	3		2030-5-20	原始取得	发行人
469	41941735	3、5、10		2030-6-27	原始取得	发行人
470	11987545	35		2024-6-20	受让取得	珠海橡果
471	11987547	35		2024-6-20	受让取得	珠海橡果
472	11987546	35		2024-6-20	受让取得	珠海橡果
473	11987548	35		2024-6-20	受让取得	珠海橡果
474	3905081	10		2025-5-27	受让取得	珠海橡果
475	1543290	10		2031-3-20	受让取得	珠海橡果

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
476	4795323	10	紫环	2028-6-6	受让取得	珠海橡果
477	7121851	24	紫环 ZEKOM	2030-10-27	受让取得	珠海橡果
478	9622085	28	紫环 ZEKOM	2022-7-20	受让取得	珠海橡果
479	41942291	3、5、10	花一梵	2030-9-13	原始取得	发行人
480	42385537	3、5、10	颜本舒	2030-8-13	原始取得	发行人
481	44224947	3、5、10、35	YAN BEN SHU	2030-10-27	原始取得	发行人
482	44224159	3、5、10、35	颜本舒	2030-11-6	原始取得	发行人
483	43594038	3、5、10、35	可孚可信	2031-1-13	原始取得	发行人
484	44648803	10、35、44	鍵耳	2031-1-13	原始取得	发行人
485	44224515	10、35、37、44	可孚 健耳	2031-1-13	原始取得	发行人
486	39920037	7	TC	2030-10-27	原始取得	发行人
487	39923652	7	通慈	2030-9-6	原始取得	发行人
498	44145613	5、10、35、39	科源云仓	2031-2-27	原始取得	发行人

序号	注册号	国际分类	名称	截止日期	取得方式	权利人
489	41941341	3、5、10	卡尔肤	2030-10-20	原始取得	发行人
490	45199297	35	玄声	2031-3-13	原始取得	发行人
491	44221109	10	可孚 颉悦	2031-4-6	原始取得	发行人

注：注册号为 8167137 的商标已于 2021 年 4 月 6 日到期，目前正在办理续展中。

二、海外商标

序号	商标	注册国家/地区	申请人	类别	注册号/编号	有效期
1	Cofoe	巴西	发行人	5	916278743	2019.9.10-2029.9.10
2	Cofoe	巴西	发行人	10	916278751	2019.9.10-2029.09.10
3	Cofoe	巴西	发行人	35	916278760	2019.9.10-2029.9.10
4	Cofoe	马德里	发行人	5、10、35	1487179	2019.4.17-2029.4.17
5	cofoe	美国	发行人	5	5844746	2019.8.27-2029.8.27
6	cofoe	美国	发行人	10	5844759	2019.8.27-2029.8.27
7	cofoe	美国	发行人	35	6014919	2020.3.17-2030.3.17
8	Cofoe	台湾	发行人	5	01980905	2019.4.16-2029.4.15
9	Cofoe	台湾	发行人	10	01978194	2019.4.1-2029.3.31
10	Cofoe	台湾	发行人	35	01984769	2019.5.1-2029.4.30
11	Cofoe	新加坡	发行人	5、10、35	40201824098W	2018.11.20-2028.11.20
12	Cofoe	马来西亚	发行人	5	2018016375	2018.6.12-2028.6.12
13	Cofoe	马来西亚	发行人	10	2018016374	2018.6.12-2028.6.12
14	Cofoe	马来西亚	发行人	35	2018016373	2018.6.12-2028.6.12
15	Cofoe	香港	发行人	5、10、35	304749805	2018.11.28-2028.11.27
16	可孚	香港	发行人	5、10、35	304749814	2018.11.28-2028.11.27

附件 2：专利

序号	专利名称	专利号/申请号	申请日期	取得方式	专利类型	公告日期	专利权人
1	数字式胎心监护及移动电池二合一装置	ZL201110298108.X	2011/9/28	受让取得	发明	2015/1/28	发行人
2	一种智能病床	ZL201821982872.2	2018/11/29	原始取得	实用新型	2019/10/25	发行人
3	一种防烧伤的火罐	ZL201821136169.X	2018/7/18	原始取得	实用新型	2019/8/20	发行人
4	一种多功能护理床	ZL201820093095.X	2018/1/19	原始取得	实用新型	2019/8/9	发行人
5	一种泌尿科用集尿袋	ZL201821136180.6	2018/7/18	原始取得	实用新型	2019/8/2	发行人
6	一种家用氧气袋	ZL201821136181.0	2018/7/18	原始取得	实用新型	2019/7/16	发行人
7	一种医用气垫	ZL201821143525.0	2018/7/19	原始取得	实用新型	2019/6/18	发行人
8	一种急诊科用出诊箱	ZL201821136182.5	2018/7/18	原始取得	实用新型	2019/6/18	发行人
9	一种轮椅	ZL201820089271.2	2018/1/19	原始取得	实用新型	2019/2/22	发行人
10	一种血压计	ZL201720881244.4	2017/7/19	原始取得	实用新型	2019/1/22	发行人
11	一种无线充电助听设备	ZL201820319947.2	2018/3/8	原始取得	实用新型	2018/11/23	发行人
12	一种手持式洗鼻器	ZL201821143424.3	2018/7/19	原始取得	实用新型	2019.12.27	发行人
13	一种开关机电路和医疗设备	ZL201620188274.2	2016/3/11	受让取得	实用新型	2016/8/24	发行人
14	助听器	ZL201930123067.8	2019/3/22	原始取得	外观设计	2019/11/15	发行人
15	压缩式雾化器（2）	ZL201930194438.1	2019/4/25	原始取得	外观设计	2019/10/29	发行人
16	医用压缩式雾化器	ZL201930122524.1	2019/3/22	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
17	艾灸套（1）	ZL201930144986.3	2019/4/2	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
18	雾化器	ZL201930076281.2	2019/2/21	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
19	艾灸套（3）	ZL201930144731.7	2019/4/2	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
20	压缩式雾化器（3）	ZL201930194436.2	2019/4/25	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
21	医用压缩式雾化器	ZL201930122518.6	2019/3/22	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
22	艾灸套（5）	ZL201930144972.1	2019/4/2	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
23	艾灸套（2）	ZL201930144975.5	2019/4/2	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人

序号	专利名称	专利号/申请号	申请日期	取得方式	专利类型	公告日期	专利权人
24	助听器外盒	ZL201930122509.7	2019/3/22	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
25	便携式超声雾化器	ZL201930122526.0	2019/3/22	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
26	助听器外盒	ZL201930122522.2	2019/3/22	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
27	艾灸盒（圆形）	ZL201830507557.3	2018/9/10	原始取得	外观设计	2019/10/25	发行人
28	压缩式雾化器（1）	ZL201930194369.4	2019/4/25	原始取得	外观设计	2019/10/22	发行人
29	压缩式雾化器	ZL201930123069.7	2019/3/22	原始取得	外观设计	2019/9/20	发行人
30	压缩式雾化器	ZL201930123068.2	2019/3/22	原始取得	外观设计	2019/9/20	发行人
31	血压计	ZL201930070320.8	2019/2/21	原始取得	外观设计	2019/7/26	发行人
32	雾化器	ZL201930070315.7	2019/2/21	原始取得	外观设计	2019/7/26	发行人
33	艾灸套（4）	ZL201930144720.9	2019/4/2	原始取得	外观设计	2019/7/12	发行人
34	血压计（65I）	ZL201830515529.6	2018/9/13	原始取得	外观设计	2019/3/29	发行人
35	医用护理垫（看护垫）	ZL201830411539.5	2018/7/27	原始取得	外观设计	2019/1/29	发行人
36	艾灸盒（金字塔）	ZL201830507559.2	2018/9/10	原始取得	外观设计	2019/1/4	发行人
37	电动洗鼻器	ZL201830410366.5	2018/7/27	原始取得	外观设计	2018/12/7	发行人
38	鼻腔冲洗器	ZL201830411588.9	2018/7/27	原始取得	外观设计	2018/12/7	发行人
39	疝气带	ZL201830410706.4	2018/7/27	原始取得	外观设计	2018/12/7	发行人
40	洗鼻器	ZL201830411559.2	2018/7/27	原始取得	外观设计	2018/12/7	发行人
41	血压计（65W）	ZL201830411045.7	2018/7/27	原始取得	外观设计	2018/12/7	发行人
42	血压计（35A）	ZL201830411548.4	2018/7/27	原始取得	外观设计	2018/12/7	发行人
43	护腰带	ZL201830026829.8	2018/1/19	原始取得	外观设计	2018/9/21	发行人
44	护腰带	ZL201830026828.3	2018/1/19	原始取得	外观设计	2018/8/3	发行人
45	非接触式红外线体温计	ZL201730616398.6	2017/12/6	原始取得	外观设计	2018/6/1	发行人
46	手杖	ZL201730468692.7	2017/9/29	原始取得	外观设计	2018/5/22	发行人
47	按摩器	ZL201830026538.9	2018/1/19	原始取得	外观设计	2018/5/8	发行人
48	包装盒（医用冲洗头）	ZL201730616399.0	2017/12/6	原始取得	外观设计	2018/5/8	发行人

序号	专利名称	专利号/申请号	申请日期	取得方式	专利类型	公告日期	专利权人
49	听诊器	ZL201730615801.3	2017/12/6	原始取得	外观设计	2018/5/1	发行人
50	手杖	ZL201730615802.8	2017/12/6	原始取得	外观设计	2018/4/10	发行人
51	包装盒	ZL201730449363.8	2017/9/21	原始取得	外观设计	2018/3/13	发行人
52	手杖（2）	ZL201730134555.X	2017/4/20	原始取得	外观设计	2018/2/27	发行人
53	压缩式雾化器	ZL201730468682.3	2017/9/29	原始取得	外观设计	2018/2/23	发行人
54	四脚手杖	ZL201730134748.5	2017/4/20	原始取得	外观设计	2018/1/30	发行人
55	腋下拐（可伸缩）	ZL201730167185.X	2017/5/9	原始取得	外观设计	2018/1/12	发行人
56	医用超声雾化器	ZL201730275616.4	2017/6/28	原始取得	外观设计	2017/12/8	发行人
57	包装盒（电子体温计）	ZL201730275950.X	2017/6/28	原始取得	外观设计	2017/12/8	发行人
58	压缩雾化器（熊猫）	ZL201730243028.2	2017/6/14	原始取得	外观设计	2017/12/8	发行人
59	压缩式雾化器	ZL201730233152.0	2017/6/9	原始取得	外观设计	2017/12/8	发行人
60	包装盒（脉搏血氧仪）	ZL201730275642.7	2017/6/28	原始取得	外观设计	2017/12/8	发行人
61	包装盒（体温计）	ZL201730275959.0	2017/6/28	原始取得	外观设计	2017/12/8	发行人
62	坐便椅	ZL201730233151.6	2017/6/9	原始取得	外观设计	2017/12/8	发行人
63	药箱（救急箱）	ZL201630656003.0	2016/12/29	原始取得	外观设计	2017/11/21	发行人
64	四脚手杖（可伸缩）	ZL201730166917.3	2017/5/9	原始取得	外观设计	2017/11/3	发行人
65	三脚手杖	ZL201730135091.4	2017/4/20	原始取得	外观设计	2017/10/31	发行人
66	包装盒	ZL201730242842.2	2017/6/14	原始取得	外观设计	2017/10/27	发行人
67	手杖（1）	ZL201730134747.0	2017/4/20	原始取得	外观设计	2017/10/13	发行人
68	颈肩按摩器（1）	ZL201730052143.1	2017/2/27	原始取得	外观设计	2017/8/22	发行人
69	医用压缩式雾化器（黄狗）	ZL201730052141.2	2017/2/27	原始取得	外观设计	2017/8/22	发行人
70	医用压缩式雾化器（海豚）	ZL201730052026.5	2017/2/27	原始取得	外观设计	2017/8/22	发行人
71	颈肩按摩器（2）	ZL201730052302.8	2017/2/27	原始取得	外观设计	2017/8/22	发行人
72	体重秤	ZL201630656143.8	2016/12/29	原始取得	外观设计	2017/8/11	发行人
73	医用压缩式雾化器（黑狗）	ZL201730052301.3	2017/2/27	原始取得	外观设计	2017/8/11	发行人

序号	专利名称	专利号/申请号	申请日期	取得方式	专利类型	公告日期	专利权人
74	包装盒（医疗弹性袜）	ZL201630656022.3	2016/12/29	原始取得	外观设计	2017/6/9	发行人
75	艾灸盒外包装	ZL201630660702.2	2016/12/30	原始取得	外观设计	2017/6/6	发行人
76	制氧机	ZL201630656571.0	2016/12/29	原始取得	外观设计	2017/5/31	发行人
77	胎音仪	ZL201630659826.9	2016/12/30	原始取得	外观设计	2017/5/31	发行人
78	艾炙盒（3 孔）	ZL201630656572.5	2016/12/29	原始取得	外观设计	2017/5/31	发行人
79	包装盒（拔罐器）	ZL201630656021.9	2016/12/29	原始取得	外观设计	2017/5/31	发行人
80	电子血压计（65D）	ZL201630655482.4	2016/12/29	原始取得	外观设计	2017/5/31	发行人
81	血压计（65E）	ZL201630136733.8	2016/4/21	原始取得	外观设计	2016/10/12	发行人
82	血压计（75B）	ZL201630136731.9	2016/4/21	原始取得	外观设计	2016/8/31	发行人
83	电子血压计（65C）	ZL201630052403.0	2016/2/25	原始取得	外观设计	2016/8/10	发行人
84	血压计（75C）	ZL201630081624.0	2016/3/21	原始取得	外观设计	2016/7/6	发行人
85	包装瓶	ZL201630079441.5	2016/3/18	原始取得	外观设计	2016/6/29	发行人
86	电子血压计（65B）	ZL201630052401.1	2016/2/25	原始取得	外观设计	2016/6/22	发行人
87	艾灸仪	ZL201930258482.4	2019/5/24	原始取得	外观设计	2020/1/3	发行人
88	包装套件（医用透明质酸钠修复贴）	ZL201930258570.4	2019/5/24	原始取得	外观设计	2020/1/3	发行人
89	艾灸仪	ZL201930484134.9	2019/9/3	原始取得	外观设计	2020/3/10	发行人
90	腕带可调的电子血压计	ZL201930510969.7	2019/9/17	原始取得	外观设计	2020/3/27	发行人
91	一种降低雾化器噪音的过滤器盖及具有其的雾化器	ZL201920908196.2	2019/6/17	原始取得	实用新型	2020/3/27	发行人
92	网式雾化器（1）	ZL201930633662.6	2019/11/19	原始取得	外观设计	2020/5/5	发行人
93	电子体温计（1）	ZL201930654577.8	2019/11/26	原始取得	外观设计	2020/6/5	发行人
94	电子体温计（2）	ZL201930655266.3	2019/11/26	原始取得	外观设计	2020/6/5	发行人
95	一种电子血压计自动检测装置	ZL201920764652.0	2019/5/24	原始取得	实用新型	2020/6/2	发行人
96	隧道式血压计	ZL201930648432.7	2019/11/23	原始取得	外观设计	2020/6/23	发行人

序号	专利名称	专利号/申请号	申请日期	取得方式	专利类型	公告日期	专利权人
97	网式雾化器（2）	ZL201930632247.9	2019/11/19	原始取得	外观设计	2020/6/16	发行人
98	红外体温计	ZL201930612873.1	2019/11/7	受让取得	外观设计	2020/5/5	发行人
99	洗鼻器	ZL201930554481.4	2019/10/12	原始取得	外观设计	2020/4/7	发行人
100	一种用于造口袋底盘开口的精准切割装置	ZL201621340659.2	2016/12/7	受让取得	实用新型	2017/8/11	发行人
101	一种造口袋底盘开口切割装置	ZL201520027804.0	2015/1/15	受让取得	实用新型	2015/6/17	发行人
102	血糖血压一体机	ZL201930648431.2	2019/11/23	原始取得	外观设计	2020/6/5	发行人
103	一种背靠防滑的调节式医疗床	ZL201821589020.7	2018/9/28	原始取得	实用新型	2019/10/11	可孚设备
104	一种骨科助行器	ZL201821589019.4	2018/9/28	原始取得	实用新型	2019/8/20	可孚设备
105	一种可增强舒适性的医疗床构件	ZL201821588375.4	2018/9/28	原始取得	实用新型	2019/7/23	可孚设备
106	一种医疗床加工用检测设备	ZL201821588431.4	2018/9/28	原始取得	实用新型	2019/4/23	可孚设备
107	一种焊接用夹具	ZL201821629402.8	2018/10/9	原始取得	实用新型	2019/6/28	可孚设备
108	一种新型导尿管	ZL201821629383.9	2018/10/9	原始取得	实用新型	2019/8/27	可孚设备
109	一种医疗床部件的切割机床	ZL201821629417.4	2018/10/9	原始取得	实用新型	2019/5/7	可孚设备
110	一种医疗床用滚轮	ZL201821629416.X	2018/10/9	原始取得	实用新型	2019/7/23	可孚设备
111	一种医疗床部件加工用自动切割机床	ZL201821795267.4	2018/11/2	原始取得	实用新型	2019/7/23	可孚设备
112	一种适用于医疗床的手自两用调节装置	ZL201821795268.9	2018/11/2	原始取得	实用新型	2019/8/2	可孚设备
113	导尿管	ZL201830560848.9	2018/10/9	原始取得	外观设计	2019/2/12	可孚设备
114	护理床	ZL201930308641.7	2019/6/14	原始取得	外观设计	2020/2/14	可孚设备
115	折叠护理床	ZL201930622964.3	2019/11/13	原始取得	外观设计	2020/4/24	可孚设备
116	电动护理床	ZL201930642037.8	2019/11/23	原始取得	外观设计	2020/6/16	可孚设备
117	颈椎牵引椅	ZL202030015786.0	2020/1/10	原始取得	外观设计	2020/7/10	可孚设备
118	耳背式助听器及其耳钩	ZL201922121911.0	2019/12/2	原始取得	实用新型	2020/6/5	可孚设备

序号	专利名称	专利号/申请号	申请日期	取得方式	专利类型	公告日期	专利权人
119	一种改进的便携式制氧器	ZL201320196507.X	2013/4/17	原始取得	实用新型	2013/11/6	珠海橡果
120	用于测试患者听力的听力计的图形用户界面	ZL202030653466.8	2020-10-30	原始取得	外观设计	2021-5-28	发行人
121	口罩（萌萌熊）	ZL202030764798.3	2020-12-11	原始取得	外观设计	2021-5-28	发行人
122	电子体温计（KF-HW-006）	ZL202030129373.5	2020/4/6	原始取得	外观设计	2020/7/14	发行人
123	电子体温计（KF-HW-007）	ZL202030129364.6	2020/4/6	原始取得	外观设计	2020/7/14	发行人
124	电子体温计（KF-HW-009）	ZL202030129363.1	2020/4/6	原始取得	外观设计	2020/7/14	发行人
125	电子体温计（KF-HW-010）	ZL202030129367.X	2020/4/6	原始取得	外观设计	2020/7/14	发行人
126	电子体温计（KF-HW-011）	ZL202030129372.0	2020/4/6	原始取得	外观设计	2020/7/14	发行人
127	电子体温计（KF-HW-012）	ZL202030129371.6	2020/4/6	原始取得	外观设计	2020/7/14	发行人
128	电子体温计（KF-HW-013）	ZL202030129361.2	2020/4/6	原始取得	外观设计	2020/7/14	发行人
129	电子体温计（KF-HW-014）	ZL202030129355.7	2020/4/6	原始取得	外观设计	2020/7/14	发行人
130	艾灸套	ZL201921182381.4	2019/7/25	原始取得	实用新型	2020/7/28	发行人
131	一款腕带可调的电子血压计	ZL201921544634.8	2019/9/17	原始取得	实用新型	2020/7/28	发行人
132	一种支撑架及艾灸凳	ZL201921947099.0	2019/11/12	原始取得	实用新型	2020/8/4	发行人
133	一种心电图胸部电极安放定位尺	ZL201520418233.3	2015/6/17	受让取得	实用新型	2015/12/2	发行人
134	呼吸机	ZL202030158392.0	2020/4/18	原始取得	外观设计	2020/8/21	发行人
135	一种折叠护理床	ZL201921950726.6	2019/11/13	原始取得	实用新型	2020/9/11	可孚设备
136	电动护理床（KD-DHC-04）	ZL202030004025.5	2020/1/4	原始取得	外观设计	2020/9/11	可孚设备
137	床头板	ZL202030429869.4	2020/8/1	原始取得	外观设计	2021/1/1	可孚设备
138	试纸储存筒	ZL202020758259.3	2020/5/8	原始取得	实用新型	2021/2/5	可孚设备
139	血糖试纸筒	ZL202020742841.0	2020/5/8	原始取得	实用新型	2021/2/5	可孚设备
140	一种基于物联网的多功能床及其睡眠监护方法	ZL201811180404.8	2018/10/10	受让取得	发明	2021/3/9	发行人
141	一种低压安全	ZL202020347686.2	2020/3/19	原始	实用	2021/3/5	发行人

序号	专利名称	专利号/申请号	申请日期	取得方式	专利类型	公告日期	专利权人
	的无烟型加热模式的艾灸理疗装置			取得	新型		
142	制氧机	ZL202030552189.1	2020/9/17	原始取得	外观设计	2021/3/5	发行人
143	助听器（耳道机）	ZL202030578534.9	2020/9/26	原始取得	外观设计	2021/3/5	发行人
144	电动护理床（木质）	ZL202030522041.3	2020/9/5	原始取得	外观设计	2021/3/5	可孚设备
145	助听器（数字耳背机）	ZL202030578533.4	2020/9/26	原始取得	外观设计	2021/3/9	可孚设备
146	一种具有识别代码信息的检测试纸及其电极基板	ZL202021714964.X	2020-08-17	原始取得	实用新型	2021-03-30	发行人
147	模数混合动力助听器	ZL202022185100.X	2020-09-29	原始取得	实用新型	2021-03-30	发行人
148	助听器	ZL202030552194.2	2020-09-17	原始取得	外观设计	2021-03-30	发行人
149	一种防滑坡安全轮椅	ZL202020693576.1	2020-04-30	原始取得	实用新型	2021-03-30	可孚设备
150	一种血糖、血脂和尿酸三合一试纸检测卡	ZL202021591243.4	2020-08-04	原始取得	实用新型	2021-03-30	长沙倍达
151	口罩（牛气冲天）	ZL202030653464.9	2020-10-30	原始取得	外观设计	2021-05-04	发行人
152	自适应海拔的便携式制氧机	ZL202021036839.8	2020-06-08	原始取得	实用新型	2021-05-14	发行人
153	颈椎按摩仪	ZL202030651729.1	2020-10-30	原始取得	外观设计	2021-05-14	发行人
154	酒精消毒片的挤压扩散装置、酒精消毒片包装机	ZL202021773565.0	2020-08-21	原始取得	实用新型	2021-05-04	可孚设备
155	一种按压式牙粉盒	ZL202021778297.1	2020-08-24	原始取得	实用新型	2021-05-14	可孚设备
156	听力计	ZL202030728400.0	2020-11-28	原始取得	外观设计	2021-04-20	湖南健耳
157	一种动态连续血糖监测系统的一次性使用定位贴	ZL202021591268.4	2020-8-4	原始取得	实用新型	2021-5-14	长沙倍达

附件 3：国内产品备案及注册证

一、Ⅰ类产品备案

序号	产品名称	备案号	备案日期	备案人	备案机构
1	棉签	湘长械备 20140025 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
2	火罐	湘长械备 20150041 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
3	疝气带	湘长械备 20140075 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
4	医用退热贴	湘长械备 20140076 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
5	阴道冲洗器	湘长械备 20140077 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
6	阴道洗涤器	湘长械备 20140078 号	2020 年 12 月 21 日	发行人	长沙市市场监督管理局
7	脱脂棉球	湘长械备 20160009 号	2021 年 3 月 25 日	发行人	长沙市市场监督管理局
8	医用剪	湘长械备 20160011 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
9	医用镊	湘长械备 20160012 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
10	腰椎固定带	湘长械备 20160013 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
11	血压袖（套）带	湘长械备 20160014 号	2021 年 5 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
12	真空拔罐器	湘长械备 20160015 号	2021 年 1 月 19 日	发行人	长沙市市场监督管理局
13	医用冲洗头	湘长械备 20160021 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
14	氧气袋	湘长械备 20160023 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
15	病人移动辅助设备	湘长械备 20160025 号	2021 年 3 月 25 日	发行人	长沙市市场监督管理局
16	集尿袋	湘长械备 20160027 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
17	医用冰袋	湘长械备 201600109 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
18	防辐射裙	湘长械备 201600110 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
19	气垫	湘长械备 201600111 号	2021 年 1 月 19 日	发行人	长沙市市场监督管理局
20	手动病床	湘长械备 20160121 号	2021 年 1 月 19 日	发行人	长沙市市场监督管理局
21	颈椎固定带	湘长械备 20160172 号	2021 年 1 月 19 日	发行人	长沙市市场监督管理局

序号	产品名称	备案号	备案日期	备案人	备案机构
22	单用听诊器	湘长械备20160223号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
23	二用听诊器	湘长械备20160224号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
24	三用听诊器	湘长械备20160225号	2020年12月22日	发行人	长沙市市场监督管理局
25	胎音听诊器	湘长械备20160226号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
26	透气胶贴（非织造布胶带）	湘长械备20170008号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
27	橡皮膏	湘长械备20170009号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
28	医用聚乙烯膜胶带	湘长械备20170010号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
29	腹带	湘长械备20170011号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
30	创口贴	湘长械备20170021号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
31	刮痧板	湘长械备20170034号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
32	医用固定带	湘长械备20170077号	2020年12月22日	发行人	长沙市市场监督管理局
33	医用外固定支具	湘长械备20170078号	2020年12月22日	发行人	长沙市市场监督管理局
34	助行器	湘长械备20170079号	2020年12月22日	发行人	长沙市市场监督管理局
35	医用外固定夹板	湘长械备20170080号	2020年12月22日	发行人	长沙市食品药品监督管理局
36	腋拐	湘长械备20170081号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
37	肘拐	湘长械备20170082号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
38	肢体固定器	湘长械备20170083号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
39	负压拔罐器	湘长械备20180006号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
40	压敏胶带	湘长械备20170208号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
41	叩诊锤	湘长械备20180043号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
42	医用护理垫（看护垫）	湘长械备20180064号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
43	自粘弹性绷带	湘长械备20180067号	2021年1月19日	发行人	长沙市市场监督管理局
44	透气胶带	湘长械备20170206号	2021年2月9日	发行人	长沙市市场监督管理局
45	医用检查手套	湘长械备20140073号	2021年3月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
46	止血钳	湘长械备	2021年1月13日	发行	长沙市市场

序号	产品名称	备案号	备案日期	备案人	备案机构
		20180176 号		人	监督管理局
47	鼻部冲洗器	湘长械备 20180177 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
48	拆线剪	湘长械备 20180193 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
49	持针钳	湘长械备 20180198 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
50	帕巾钳	湘长械备 20180196 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
51	纱布绷带剪	湘长械备 20180195 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
52	舌钳	湘长械备 20180194 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
53	牙科丁字式开口器	湘长械备 20180197 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
54	脑打诊锤	湘长械备 20180214 号	2021 年 2 月 7 日	发行人	长沙市市场监督管理局
55	会阴剪	湘长械备 20180215 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
56	海绵钳	湘长械备 20180216 号	2021 年 2 月 4 日	发行人	长沙市市场监督管理局
57	手臂吊带	湘长械备 20180218 号	2021 年 2 月 9 日	发行人	长沙市市场监督管理局
58	盆底肌肉康复器	湘长械备 20180219 号	2021 年 2 月 9 日	发行人	长沙市市场监督管理局
59	视力表	湘长械备 20180220 号	2021 年 2 月 7 日	发行人	长沙市市场监督管理局
60	视力表灯箱	湘长械备 20180221 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
61	手术刀柄	湘长械备 20180222 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
62	穴位压力刺激帖	湘长械备 20180223 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
63	手术剪	湘长械备 20180224 号	2021 年 2 月 7 日	发行人	长沙市市场监督管理局
64	眼科镊	湘长械备 20180225 号	2021 年 2 月 9 日	发行人	长沙市市场监督管理局
65	眼用剪	湘长械备 20180226 号	2021 年 2 月 7 日	发行人	长沙市市场监督管理局
66	医用检查灯	湘长械备 20180227 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
67	理疗电极片	湘长械备 20180228 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
68	子宫颈钳	湘长械备 20180229 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
69	组织剪	湘长械备 20180230 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
70	组织镊	湘长械备 20180231 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局

序号	产品名称	备案号	备案日期	备案人	备案机构
71	组织钳	湘长械备20180232号	2021年1月13日	发行人	长沙市市场监督管理局
72	医用冷敷贴	湘长械备20180238号	2021年1月13日	发行人	长沙市市场监督管理局
73	弹力套	湘长械备20180247号	2021年1月13日	发行人	长沙市市场监督管理局
74	管状绷带	湘长械备20180248号	2021年1月13日	发行人	长沙市市场监督管理局
75	手臂固定器	湘长械备20180287号	2021年1月13日	发行人	长沙市市场监督管理局
76	手指固定器	湘长械备20180289号	2021年1月13日	发行人	长沙市市场监督管理局
77	头部固定器	湘长械备20180286号	2021年1月17日	发行人	长沙市市场监督管理局
78	腋拐	湘长械备20180288号	2021年1月7日	发行人	长沙市市场监督管理局
79	轮式助行架	湘长械备20190090号	2021年1月7日	发行人	长沙市市场监督管理局
80	肘拐	湘长械备20190091号	2021年1月7日	发行人	长沙市市场监督管理局
81	腰部固定器	湘长械备20190092号	2021年1月7日	发行人	长沙市市场监督管理局
82	胸部固定器	湘长械备20190093号	2021年1月6日	发行人	长沙市市场监督管理局
83	弹性绑带	湘长械备20190094号	2021年1月6日	发行人	长沙市市场监督管理局
84	背部固定器	湘长械备20190095号	2021年1月6日	发行人	长沙市市场监督管理局
85	躯干固定器	湘长械备20190096号	2021年1月6日	发行人	长沙市市场监督管理局
86	正畸定位器	湘长械备20190097号	2021年1月6日	发行人	长沙市市场监督管理局
87	疝气固定带	湘长械备20190125号	2021年1月6日	发行人	长沙市市场监督管理局
88	上肢固定器	湘长械备20190126号	2021年1月6日	发行人	长沙市市场监督管理局
89	弹力纱布绷带	湘长械备20190127号	2021年1月6日	发行人	长沙市市场监督管理局
90	脱脂纱布绷带	湘长械备20190128号	2021年1月6日	发行人	长沙市市场监督管理局
91	医用胶布	湘长械备20190129号	2021年1月5日	发行人	长沙市市场监督管理局
92	医用纸质胶布	湘长械备20190130号	2021年1月5日	发行人	长沙市市场监督管理局
93	无纺胶带	湘长械备20190131号	2021年1月5日	发行人	长沙市市场监督管理局
94	医用胶带	湘长械备20190132号	2021年2月7日	发行人	长沙市市场监督管理局
95	医用透气胶粘带	湘长械备20190133号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局

序号	产品名称	备案号	备案日期	备案人	备案机构
96	冲洗器	湘长械备20190134号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
97	自粘性硅胶胶带	湘长械备20190146号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
98	医用塑纸胶布	湘长械备20190147号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
99	捆扎绷带	湘长械备20190148号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
100	腹部固定器	湘长械备20190149号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
101	颈部固定器	湘长械备20190150号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
102	医用体位垫	湘长械备20190151号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
103	下肢固定器	湘长械备20190152号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
104	肘部固定器	湘长械备20190153号	2020年12月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
105	膝部固定器	湘长械备201900183号	2020年12月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
106	牙科用镊	湘长械备20190184号	2020年12月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
107	牙探针	湘长械备20190185号	2020年12月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
108	牙科洁治器	湘长械备20190186号	2020年12月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
109	牙科刮治器	湘长械备20190187号	2020年12月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
110	牙刮匙	湘长械备20190188号	2020年12月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
111	口镜	湘长械备20190189号	2020年12月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
112	剔挖器	湘长械备20190190号	2020年12月24日	发行人	长沙市市场监督管理局
113	固定带	湘长械备201900191号	2020年12月24日	发行人	长沙市市场监督管理局
114	踝部固定器	湘长械备201900192号	2020年12月24日	发行人	长沙市市场监督管理局
115	医用护理垫	湘长械备20190236号	2020年12月24日	发行人	长沙市市场监督管理局
116	骶部固定器	湘长械备20190257号	2020年12月17日	发行人	长沙市市场监督管理局
117	髋部固定器	湘长械备20190256号	2020年12月24日	发行人	长沙市市场监督管理局
118	肩部固定器	湘长械备20190255号	2020年12月24日	发行人	长沙市市场监督管理局
119	敷料胶带	湘长械备	2020年12月24日	发行	长沙市市场

序号	产品名称	备案号	备案日期	备案人	备案机构
		20190254 号		人	监督管理局
120	急救绷带	湘长械备 20190253 号	2020 年 12 月 24 日	发行人	长沙市市场监督管理局
121	丝绸布医用胶带	湘长械备 20190252 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
122	自粘弹力绷带	湘长械备 20190251 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
123	自粘绷带	湘长械备 20190250 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
124	外科胶带	湘长械备 20190249 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
125	棉片	湘长械备 20190248 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
126	电动移位机（车）	湘长械备 20190296 号	2021 年 6 月 17 日	发行人	长沙市市场监督管理局
127	医用弹力贴布	湘长械备 20190288 号	2020 年 12 月 23 日	发行人	长沙市市场监督管理局
128	弹力束腹绷带	湘长械备 20190289 号	2021 年 1 月 13 日	发行人	长沙市市场监督管理局
129	足部固定器	湘长械备 20190290 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
130	腕关节固定器	湘长械备 20190291 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
131	医用丝绸胶带	湘长械备 20190292 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
132	网状弹力绷带	湘长械备 20190293 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
133	阴道给药器	湘长械备 20190295 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
134	医用约束带	湘长械备 20190294 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
135	压力绷带	湘长械备 20190352 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
136	一次性使用采样器	湘长械备 20190347 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
137	三角绷带	湘长械备 20190346 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
138	医用脱敏胶布带	湘长械备 20190344 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
139	医用无敏透气胶布	湘长械备 20190345 号	2021 年 1 月 6 日	发行人	长沙市市场监督管理局
140	医疗用黏性胶带	湘长械备 20190342 号	2021 年 1 月 5 日	发行人	长沙市市场监督管理局
141	喷剂敷料	湘长械备 20190349 号	2021 年 6 月 21 日	发行人	长沙市市场监督管理局
142	医用转移车	湘长械备 20190351 号	2021 年 1 月 5 日	发行人	长沙市市场监督管理局
143	液体敷料	湘长械备 20190353 号	2021 年 1 月 5 日	发行人	长沙市市场监督管理局

序号	产品名称	备案号	备案日期	备案人	备案机构
144	医用复合胶布	湘长械备20190343号	2021年1月5日	发行人	长沙市市场监督管理局
145	医用移位板	湘长械备20190350号	2021年1月5日	发行人	长沙市市场监督管理局
146	手动病床	湘岳械备20170019号	2017年12月15日	可孚设备	岳阳市食品药品监督管理局
147	台式助行器	湘长械备20200001号	2021年3月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
148	框式助行架	湘长械备20200002号	2020年1月2日	发行人	长沙市市场监督管理局
149	移位机	湘长械备20200029号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
150	造口袋	湘长械备20200030号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
151	医用隔离眼罩	湘长械备20200108号	2021年3月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
152	医用防雾防溅面罩	湘长械备20200118号	2021年3月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
153	一次性使用医用隔离衣	湘长械备20200117号	2021年3月25日	发行人	长沙市市场监督管理局
154	聚酯衬垫	湘长械备20200120号	2020年12月30日	发行人	长沙市市场监督管理局
155	医用检查手套	湘岳械备20200051号	2021年5月10日	可孚设备	岳阳市市场监督管理局
156	棉球	湘岳械备20210006号	2021年5月10日	可孚设备	岳阳市市场监督管理局
157	棉卷	湘岳械备20210005号	2021年5月10日	可孚设备	岳阳市市场监督管理局
158	医用聚乙烯膜胶带	湘岳械备20210012号	2021年5月10日	可孚设备	岳阳市市场监督管理局
159	医用胶带	湘岳械备20210013号	2021年5月10日	可孚设备	岳阳市市场监督管理局
160	棉片	湘岳械备20210015号	2021年5月10日	可孚设备	岳阳市市场监督管理局
161	棉签	湘岳械备20210014号	2021年5月10日	可孚设备	岳阳市市场监督管理局
162	脱脂纱布绷带	湘岳械备20210011号	2021年5月10日	可孚设备	岳阳市市场监督管理局
163	口腔护理套装	湘长械备20210309号	2021年5月13日	发行人	长沙市市场监督管理局
164	检查指套	湘长械备20210424号	2021年6月11日	发行人	长沙市市场监督管理局
165	医用垫单	湘长械备20210439号	2021年6月21日	发行人	长沙市市场监督管理局

二、产品注册证

序号	产品名称	注册证编号	有效期至	注册人	核发机构

序号	产品名称	注册证编号	有效期至	注册人	核发机构
1	超声胎音仪	湘械注准20142180037	2024 年 9 月 25 日	发行人	湖南省药品监督管理局
2	电子血压计（臂式）	湘械注准20162200322 号	2021 年 11 月 7 日	发行人	湖南省食品药品监督管理局
3	电子血压计（腕式）	湘械注准20162200323 号	2021 年 11 月 7 日	发行人	湖南省食品药品监督管理局
4	医疗弹性袜	湘械注准20182090158	2023 年 10 月 23 日	发行人	湖南省食品药品监督管理局
5	电子体温计	湘械注准20182070156	2023 年 10 月 23 日	发行人	湖南省食品药品监督管理局
6	手动轮椅车	湘械注准20182190157	2023 年 10 月 23 日	发行人	湖南省食品药品监督管理局
7	智能耳背式助听器	湘械注准20202191804	2025 年 12 月 23 日	可孚听力	湖南省药品监督管理局
8	耳背式助听器	湘械注准20202191802	2025 年 12 月 23 日	可孚听力	湖南省药品监督管理局
9	分子筛制氧机	湘械注准20182080189	2023 年 12 月 25 日	发行人	湖南省食品药品监督管理局
10	压缩式雾化器	湘械注准20182080191	2023 年 12 月 26 日	发行人	湖南省食品药品监督管理局
11	红外线体温计	湘械注准20182070190	2023 年 12 月 26 日	发行人	湖南省食品药品监督管理局
12	耳内式助听器	湘械注准20202191803	2025 年 12 月 23 日	可孚听力	湖南省药品监督管理局
13	智能耳内式助听器	湘械注准20202191805	2025 年 12 月 23 日	可孚听力	湖南省药品监督管理局
14	纯音听力计	湘械注准20202071801	2025 年 12 月 23 日	可孚听力	湖南省药品监督管理局
15	电动护理床	湘械注准20192150805	2024 年 8 月 7 日	可孚设备	湖南省药品监督管理局
16	电子血压计（隧道式）	湘械注准20192070248	2024 年 8 月 1 日	发行人	湖南省药品监督管理局
17	超声多普勒胎儿心率仪	湘械注准20192180192	2024 年 7 月 16 日	发行人	湖南省药品监督管理局
18	胶原蛋白修复贴	湘械注准20192140230	2024 年 7 月 23 日	发行人	湖南省药品监督管理局
19	医用透明质酸钠修复贴	湘械注准20192140231	2024 年 7 月 23 日	发行人	湖南省药品监督管理局
20	洗鼻器	湘械注准20192140238	2024 年 7 月 29 日	发行人	湖南省药品监督管理局
21	血糖血压测试仪	湘械注准20192220239	2024 年 7 月 29 日	发行人	湖南省药品监督管理局
22	防褥疮气床垫	湘械注准20192150803	2024 年 8 月 7 日	发行人	湖南省药品监督管理局
23	电动轮椅车	湘械注准20192190804	2024 年 8 月 7 日	可孚设备	湖南省药品监督管理局
24	酒精消毒片	湘械注准20192140801	2024 年 8 月 7 日	发行人	湖南省药品监督管理局
25	特定电磁波治疗器	湘械注准20192090817	2024 年 8 月 26 日	发行人	湖南省药品监督管理局

序号	产品名称	注册证编号	有效期至	注册人	核发机构
26	卡波姆痔疮凝胶敷料	湘械注准20192180816	2024 年 8 月 26 日	发行人	湖南省药品监督管理局
27	卡波姆阴道填塞凝胶	湘械注准20192180818	2024 年 8 月 26 日	发行人	湖南省药品监督管理局
28	生理性海水鼻腔喷雾	湘械注准20192140815	2024 年 8 月 26 日	发行人	湖南省药品监督管理局
29	网式雾化器	湘械注准20192080857	2024 年 9 月 29 日	发行人	湖南省药品监督管理局
30	多参数监护仪	湘械注准20192070860	2024 年 10 月 10 日	发行人	湖南省药品监督管理局
31	颈椎牵引仪	湘械注准20192090312	2024 年 10 月 21 日	发行人	湖南省药品监督管理局
32	颈椎牵引器	湘械注准20192090311	2024 年 10 月 21 日	发行人	湖南省药品监督管理局
33	创可贴	湘械注准20192140879	2024 年 10 月 31 日	发行人	湖南省药品监督管理局
34	水胶体创可贴	湘械注准20192140880	2024 年 10 月 31 日	发行人	湖南省药品监督管理局
35	医用棉签	湘械注准20192140881	2024 年 10 月 31 日	发行人	湖南省药品监督管理局
36	无菌敷料	湘械注准20192140878	2024 年 10 月 31 日	发行人	湖南省药品监督管理局
37	低中频脉冲治疗仪	湘械注准20192090905	2024 年 11 月 27 日	发行人	湖南省药品监督管理局
38	低中频脉冲治疗仪	湘械注准20192090900	2024 年 11 月 27 日	发行人	湖南省药品监督管理局
39	低中频电子脉冲治疗仪	湘械注准20192090899	2024 年 11 月 27 日	发行人	湖南省药品监督管理局
40	低频电子脉冲睡眠仪	湘械注准20192090906	2024 年 11 月 27 日	发行人	湖南省药品监督管理局
41	一次性使用水胶体敷贴	湘械注准20192140883	2024 年 11 月 10 日	发行人	湖南省药品监督管理局
42	碘伏棉	湘械注准20192140910	2024 年 12 月 1 日	发行人	湖南省药品监督管理局
43	红外线治疗仪	湘械注准20192090901	2024 年 11 月 27 日	发行人	湖南省药品监督管理局
44	艾灸器	湘械注准20192200917	2024 年 12 月 2 日	发行人	湖南省药品监督管理局
45	医用输液贴	湘械注准20192140911	2024 年 12 月 1 日	发行人	湖南省药品监督管理局
46	碘伏棉片	湘械注准20192140909	2024 年 12 月 1 日	发行人	湖南省药品监督管理局
47	酒精棉球	湘械注准20192140907	2024 年 11 月 27 日	发行人	湖南省药品监督管理局
48	低频脉冲治疗仪	湘械注准20202090022	2025 年 1 月 1 日	发行人	湖南省药品监督管理局
49	低中频理疗仪	湘械注准20202090021	2025 年 1 月 1 日	发行人	湖南省药品监督管理局
50	电脑化心电图机	湘械注准20202070012	2025 年 1 月 1 日	发行人	湖南省药品监督管理局

序号	产品名称	注册证编号	有效期至	注册人	核发机构
51	一次性使用医用口罩	湘械注准20202140141	2025 年 7 月 9 日	发行人	湖南省药品监督管理局
52	医用防护口罩	湘械注准20202140158	2025 年 9 月 3 日	发行人	湖南省药品监督管理局
53	医用外科口罩	湘械注准20202140143	2025 年 8 月 11 日	发行人	湖南省药品监督管理局
54	无菌橡胶外科手套	湘械注准20202140409	2025 年 8 月 3 日	发行人	湖南省药品监督管理局
55	一次性使用无菌橡胶检查手套	湘械注准20202140410	2025 年 8 月 3 日	发行人	湖南省药品监督管理局
56	医用纱布敷料	湘械注准20202140675	2025 年 3 月 25 日	发行人	湖南省药品监督管理局
57	便携式氧气呼吸器	湘械注准20202080698	2025 年 3 月 26 日	发行人	湖南省药品监督管理局
58	手提式氧气发生器	湘械注准20202080820	2025 年 4 月 23 日	发行人	湖南省药品监督管理局
59	一次性使用帽子	湘械注准20202140866	2025 年 4 月 25 日	发行人	湖南省药品监督管理局
60	生物功能馈仪	湘械注准20202070079	2025 年 1 月 20 日	发行人	湖南省药品监督管理局
61	持续正压呼吸治疗仪	湘械注准20202080081	2025 年 1 月 20 日	发行人	湖南省药品监督管理局
62	双水平呼吸治疗仪	湘械注准20202080080	2025 年 1 月 20 日	发行人	湖南省药品监督管理局
63	磁热治疗仪	湘械注准20202090077	2025 年 1 月 20 日	发行人	湖南省药品监督管理局
64	尿流量动态检测仪	湘械注准20202220078	2025 年 1 月 20 日	发行人	湖南省药品监督管理局
65	特定电磁波治疗器	湘械准字20202090978	2025 年 5 月 17 日	发行人	湖南省药品监督管理局
66	血糖分析仪	湘械注准20202220977	2025 年 5 月 17 日	发行人	湖南省药品监督管理局
67	血糖试纸	湘械注准20202401013	2025 年 5 月 21 日	发行人	湖南省药品监督管理局
68	血糖试纸	湘械注准20202401012	2025 年 5 月 21 日	发行人	湖南省药品监督管理局
69	磁疗袋	湘械注准20202091177	2025 年 6 月 17 日	发行人	湖南省药品监督管理局
70	一次性使用雾化器面罩	湘械注准20202081060	2025 年 5 月 31 日	发行人	湖南省药品监督管理局
71	小型分子筛制氧机	湘械注准20202081176	2025 年 6 月 17 日	发行人	湖南省药品监督管理局
72	血糖测试仪	湘械注准20202221569	2025 年 9 月 26 日	发行人	湖南省药品监督管理局
73	血糖测试纸	湘械注准20202401705	2025 年 11 月 19 日	发行人	湖南省药品监督管理局
74	血糖测试仪	湘械注准20202221708	2025 年 11 月 19 日	发行人	湖南省药品监督管理局
75	红外线治疗仪	湘械注准20202091806	2025 年 12 月 23 日	发行人	湖南省药品监督管理局

序号	产品名称	注册证编号	有效期至	注册人	核发机构
76	特定电磁波治疗器	湘械注准20202091807	2025 年 12 月 23 日	发行人	湖南省药品监督管理局
77	纯音听力计	湘械注准20212070468	2026 年 3 月 31 日	可孚听力	湖南省药品监督管理局
78	针灸针	湘械注准20212200783	2026 年 5 月 9 日	发行人	湖南省药品监督管理局