安徽华人健康医药股份有限公司

Anhui Huaren Health Pharmaceutical Co.,Ltd.

（合肥市包河工业区上海路18号）

关于安徽华人健康医药股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件

的审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司

HUATAI UNITED SECURITIES CO.,LTD.

（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋 401）

二〇二一年九月

安徽华人健康医药股份有限公司和华泰联合证券有限责任公司关于《关于安徽华人健康医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》的回复

深圳证券交易所：

安徽华人健康医药股份有限公司（以下简称“公司”、“华人健康”或“发行人”）收到贵所于 2021 年 6 月 2 日下发的《关于安徽华人健康医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2021〕010608 号）（以下简称“《问询函》”），公司已会同华泰联合证券有限责任公司（以下简称“华泰联合证券”或“保荐机构”）及中天运会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“中天运”）、国浩律师（上海）事务所（以下简称“发行人律师”或“国浩”）进行了认真研究和落实，并按照《问询函》的要求对所涉及的事项进行了资料补充和问题回复，现提交贵所，予以审核。

如无特别说明，本审核问询函回复中的简称或名词的释义与《安徽华人健康医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义具有相同含义。

本问询函回复的字体说明如下：

审核问询函所列问题	**黑体**
对问题的回答	宋体
对招股说明书补充披露情况	**楷体（加粗）**

目录

问题一、关于业务 3
问题二、关于门店管理 40
问题三、关于行业竞争 61
问题四、关于行业政策影响 77
问题五、关于子公司 107
问题六、关于历史沿革 130
问题七、关于控股股东、实际控制人及同业竞争 227
问题八、关于关联交易 268
问题九、关于资产及技术 301
问题十、关于诉讼及行政处罚 320
问题十一、关于药品安全及法律责任 334
问题十二、关于员工 360
问题十三、关于收入确认政策 369
问题十四、关于营业收入 387
问题十五、关于客户 447
问题十六、关于采购和供应商 487
问题十七、关于营业成本 510
问题十八、关于毛利率 522
问题十九、关于销售费用 539
问题二十、关于管理费用 548
问题二十一、关于应收账款 554
问题二十二、关于存货 566
问题二十三、关于长期股权投资和商誉 576
问题二十四、关于长期待摊费用 589
问题二十五、关于应付票据及应付账款 600
问题二十六、关于财务内控有效性 611
问题二十七、关于资金流水核查 619
保荐机构在充分核查基础上的总体核查意见 626

问题一、关于业务

申报材料显示：（1）发行人业务主要分为医药代理、零售及终端集采三种模式；医药代理模式下，发行人与上游医药生产厂商开展合作，取得其部分产品的代理权，并下游医药零售企业进行推广和销售；同时为扩大发行人品牌影响力，发行人存在许可上游药品生产企业使用发行人商标进行生产，并向发行人独家销售的情形；发行人贴牌授权生产并销售的药品有员工持股平台的名称“福曼医”的相关商标标识。（2）零售模式下，发行人以直营方式销售药品、保健食品、医疗器械等，并提供常见病诊疗业务。（3）终端集采模式下，发行人进行药品集采，并为单体药店、小型连锁等零售终端提供一站式配送服务。请发行人：

（1）补充披露医药代理模式下发行人与上游医药生产厂商间合作的主要权利义务情况，代理权的主要内容，是否约定独家代理；若否，披露报告期内独家代理的金额占比及对应客户自身同种药品总销售量比重情况情况；发行人代理模式下主要药品生产厂商对发行人销售金额占其自身总收入比重情况；

（2）补充披露发行人是否存在对公立医院进行销售的情况；若是，披露金额及占比，涉及药品种类，主要医院情况；报告期内医药代理模式下主要客户、供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员间是否存在关联关系；

（3）以列表方式补充披露发行人贴牌许可对应主要药品生产供应商及合作背景，对应主要销售客户，各贴牌药品涉及采购、销售金额及占比情况；发行人与上游生产商间贴牌许可的具体内容，主要权利义务，药品包装是否保留原生产厂家标识、商标、商号、地址、批次等识别结合内容，是否所有贴牌许可药品均独家向发行人销售；

（4）以列表形式披露报告期内贴牌许可生产的药品对应发行人自身商标、商号的情况，是否存在约定合作使用第三方商标、商号进行贴牌许可的情况；结合同行业可比企业相关商标许可销售模式，补充披露发行人作为药品批发零

售企业，对所售药品贴自身品牌商标进行销售的必要性和合理性；所售药品贴医药流通商品牌是否影响药品生产厂家的公信力及品牌效应；

（5）补充披露发行人贴牌授权生产带有员工持股平台名称“福曼医”相关商标标识药品的背景及合理性，该商标是否由部分股东或员工授权或转让至发行人；若是，披露交易公允性；是否存在其他发行人贴牌生产带有股东或员工拥有的（包括授权及转让给发行人）商标、商号的药品的情况；上述事项是否存在利益输送或其他利益约定情形；

（6）补充披露发行人开展终端集采模式的实质，与下游客户间主要权利义务，商标、商号授权情况；是否签订加盟合同并收取加盟费；是否约定下游单体药店、小型连锁等零售终端仅能从发行人处采购，是否实际属于买断式独家经销或加盟合作模式；报告期内终端集采模式下主要客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员是否存在关联关系；报告期内单体药店、小型连锁等零售终端客户数量变化情况，对单一客户平均销售金额；报告期各期该模式下客户数量增速较快的合理性，与同行业可比企业比较情况。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露医药代理模式下发行人与上游医药生产厂商间合作的主要权利义务情况，代理权的主要内容，是否约定独家代理；若否，披露报告期内独家代理的金额占比及对应客户自身同种药品总销售量比重情况情况；发行人代理模式下主要药品生产厂商对发行人销售金额占其自身总收入比重情况；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/1、代理业务的主要运营模式”中进行了补充披露。

1、代理业务发行人与上游医药生产厂商的主要权利义务情况

公司代理业务系与上游医药生产厂商开展合作，取得其部分产品的代理权，并向下游医药零售企业进行推广和销售。公司根据发展规划和商品品类发展意向，

结合市场调研，寻找接洽目标生产厂商，经商业谈判、资质审核，双方签署合作框架协议，约定主要权利义务，确定合作关系。

代理合作框架协议约定的主要权利义务总结如下：

项目	主要内容
发行人的主要权利	1、发行人不承担产品质量责任，供应商提供的产品质量必须符合国家药品质量标准，如因药品质量引起的医疗事故由上游供应商及生产厂家承担责任； 2、发行人在销售范围内享有“独家销售权”，上游供应商不得向其它任何经销商直接供应协议产品，也不得自行销售； 3、发行人有权要求上游供应商提供产品知识培训等学术性的售后服务； 4、上游供应商保障发行人及时供货，并优先保障发行人的货源； 5、运费一般由供应商承担，运输过程中出现破损，上游供应商安排补货； 6、质量问题可以退换货，因发行人保管不当或其他非质量问题不得退换货； 7、若严格遵守上游供应商要求及合作约定，上游供应商应当把发行人作为新推产品、规格、包装的优选合作客户。
发行人的主要义务	1、发行人应向上游供应商提供销售协议产品的相关资质，在销售过程中必须遵守有关规定； 2、未经上游供应商书面授权允许，发行人不得在指定区域外销售协议产品； 3、销售产品所产生的市场费用、债权债务均由发行人自行承担； 4、发行人定期提供协议产品销售流向情况；并配合上游供应商的对账工作。

综上，代理业务中，发行人作为代理商，享受的权利主要有：独家代理权、质量保证、货源保障及必要的厂家支持等，需承担的义务主要有：在协议授权范围内合法销售、承担销售渠道费用及销售反馈等。

2、代理权的主要内容及独家代理情况

发行人取得的代理权是指合作产品的销售权。发行人代理权通常为独家代理，在双方约定的具体区域范围内具有排他性，合作期间上游生产厂商不得自行组织销售或委托其他第三方销售。

报告期内，发行人独家代理分为两种类型：品规独家、包装独家。

（1）品规独家

对于中西成药来说，品规是指商品的品种规格，如剂量、剂型等。目前，我国平均每家制药企业仅 20 个品种左右。对上游生产厂商来说，同一通用名称的药品，其出厂品规并非可以无限制扩张，例如四川峨嵋山药业有限公司生产的阿莫西林胶囊有 0.25g 和 0.5g 两种剂量，生产厂商再根据疗程、价格、竞品情况等因素，将产品包装成 0.25g*40 粒/60 粒、0.5g*10 粒/30 粒等品规。发行人独家代理了该合作品规意味着取得了该品规在指定区域或渠道的全部销售权，合作期间上游生产厂商不得自行组织销售或委托其他第三方销售。

报告期内，发行人前五大合作厂商中关于代理品规的区域约定如下：

序号	主要合作厂商	发行人独家代理区域	主要合作产品
1	上海信谊联合医药药材有限公司	除上海地区外，全国 OTC 零售渠道	硝苯地平缓释片（II）、玻璃酸钠滴眼液
2	上海新亚药业闵行有限公司	除上海地区外，全国 OTC 零售渠道	头孢克肟分散片
3	广州白云山光华制药股份有限公司	全国	格列齐特片、维生素 C 咀嚼片
4	广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	全国	口洁喷雾剂
5	丽珠医药集团股份有限公司	全国 OTC 零售渠道	雷贝拉唑钠肠溶胶囊、缬沙坦胶囊、盐酸伐昔洛韦片（丽珠威）
6	山东万润医药有限公司	全国 OTC 零售渠道	单硝酸异山梨酯片、卡维地洛片
7	四川峨嵋山药业有限公司	全国	阿莫西林胶囊
8	辰欣药业股份有限公司	全国	缬沙坦氢氯噻嗪胶囊、兰索拉唑片

（2）包装独家

中成药中的阿胶，以及保健品、医疗器械等非药品种，品规概念不强（例如口罩 50 只/袋、阿胶 250g/盒），一般采用贴牌合作模式。上游生产厂商会选择多个代理商或部分自销，各家分别代理自己的贴牌包装，提高辨识度及推广效率。

对于上述非药产品来说，发行人独家代理自己的贴牌包装，具有排他性，合作期间上游生产厂商不得使用发行人商标或包装进行销售，也不得将发行人商标或包装下的产品委托给其他任何第三方进行销售。

（3）报告期内，发行人代理业务独家代理产品形成的收入金额与占比

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人正在合作的 403 个代理品规中 394 个为独家代理，仅 9 个品规为非独家。报告期内，发行人代理业务主要为独家代理，其中又以品规独家为主，具体如下：

单位：万元

是否独家	独家类型	2020 年		2019 年		2018 年	
独家	品规独家	47,396.62	90.84%	39,620.49	90.26%	32,522.45	93.27%
	包装独家	4,515.49	8.65%	4,158.01	9.47%	2,322.63	6.66%
非独家		263.77	0.51%	116.43	0.27%	25.03	0.07%
合计		52,175.87	100.00%	43,894.93	100.00%	34,870.10	100.00%

3、主要药品生产厂商销售情况及发行人占比情况

①发行人采购金额占主要生产厂商同类产品的销售收入的比例情况

生产厂商	发行人主要代理产品	发行人代理品规（包装）	该产品其他品规（包装）	发行人代理品规占厂商同产品的比例		
				2020 年	2019 年	2018 年
上海信谊联合医药药材有限公司	硝苯地平缓释片（Ⅱ）	20mg*24 片、30 片、48 片、60 片	无	38.58%	46.68%	59.89%
	玻璃酸钠滴眼液	5ml*1 支	5ml*2 支	65.78%	66.54%	75.19%
	盐酸氨溴索口服溶液	10ml	100ml	16.05%	21.85%	31.18%
	妥布霉素地塞米松滴眼液	15mg	无	-	24.50%	25.90%
	厄贝沙坦胶囊	75mg*28 粒	75mg*14 粒、21 粒	-	-	29.98%
上海新亚药业闵行有限公司	头孢克肟分散片	50mg*24 片	50mg*10 片、12 片、20 片	21.50%	21.03%	9.35%
	普鲁卡因泛酸钙胶囊	0.1g+5mg*50 粒	无	71.26%	-	-
	氢溴酸右美沙芬片	15mg*24 片、36 片	无	61.60%	71.36%	66.00%
广州白云山光华制药股份有限公司（注 2）	格列齐特片	80mg*60 片	无	100.00%	100.00%	100.00%
	维生素 C 咀嚼片	30 片	无	100.00%	100.00%	100.00%
	头孢丙烯胶囊	0.25g*8 粒	0.25g*6 粒、12 粒	56.84%	68.78%	59.10%
	胶体果胶铋胶囊	50mg*24 粒	50mg*36 粒	68.74%	70.83%	72.84%
	茶碱缓释片	0.1g*24 片	0.1g*50 片（仅 2018-2019）	100.00%	98.32%	89.43%
广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	口洁喷雾剂	15ml、20ml、30ml	无	100.00%	88.72%	95.84%
丽珠医药集团股份有限公司	雷贝拉唑钠肠溶胶囊	20mg*7 粒	10mg*7 粒、10 粒、14 粒，20mg*14 粒	7.44%	6.75%	6.37%

生产厂商	发行人主要代理产品	发行人代理品规（包装）	该产品其他品规（包装）	发行人代理品规占厂商同产品的比例		
				2020 年	2019 年	2018 年
	缬沙坦胶囊	80mg*14 粒	80mg*7 粒、21 粒、28 粒	6.80%	5.47%	4.76%
	盐酸伐昔洛韦片（丽珠威）	0.3g*6 片	0.15g*6 片、8 片	12.04%	13.14%	10.08%
四川峨嵋山药业有限公司	阿莫西林胶囊	0.25g*40 粒、60 粒，0.5g*10 粒、30 粒	0.25g*20 粒、24 粒、30 粒、50 粒，0.5g*12 粒、16 粒、20 粒、24 粒、32 粒、36 粒、40 粒	33.83%	31.15%	37.31%
辰欣药业股份有限公司	缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	80mg+12.5mg*14 粒	80mg+12.5mg*7 粒、10 粒、12 粒、28 粒、48 粒	19.52%	21.00%	17.39%
	兰索拉唑片	30mg*8 片、14 片	30mg*7 片、16 片	-44.91%	56.35%	15.73%
	马来酸依那普利片	10mg*20 片	10mg*16 片	40.67%	21.33%	37.68%
	阿德福韦酯片	10mg*20 片	10mg*7 片、14 片、21 片、28 片	-	47.14%	78.05%
山东济水阿胶有限公司	阿胶	国胜牌、国津牌	济水牌	7.00%	13.22%	11.09%

注 1：上表统计报告期内代理业务前五大供应商中采购金额大于 100 万元的主要单品，收入数据来自各家供应商提供的说明；
注 2：广州白云山医药销售有限公司系广州白云山光华制药股份有限公司的销售公司，两者合并统计；
注 3：齐鲁制药集团有限公司出于商业保密原因未提供产品收入信息；
注 4：兰索拉唑片 2020 年度厂家召回，当年发行人退货 82.00 万元，导致比例为负。

上表中列示的主要厂商的各合作产品均为独家代理，发行人占上游厂商同产品的比例低于 100%，主要原因如下：

A.除发行人代理品规外，同一产品还有其他品规

对于同一产品，厂家从市场惯例、价格、疗程、竞品情况等多方面考虑，将产品设置成不同品规。除发行人代理品规外，还有其他品规，因此占比低于 100%。这种情形较为普遍，例如四川峨嵋山的阿莫西林，一共 15 个品规，发行人代理了其中 4 个品规；白云山何济公厂的口洁喷雾剂，一共 3 个品规，发行人 2019 年 7 月份之前代理了其中 2 个品规，7 月份之后合作加深，拓展为全部品规。

B.发行人独家区域并非全国

上海医药集团旗下的上海信谊联合、上海新亚药业自己负责上海地区以及临床渠道的销售，发行人负责除上海以外的 OTC 渠道；丽珠集团自己负责全国临床渠道的销售，发行人负责全国 OTC 渠道；因此占比低于 100%。

综上，同一产品来看，报告期内发行人占上游厂商同产品销售量的比例不存在异常。

②发行人采购金额占主要生产厂商总销售收入的比例情况

生产厂商	上游厂商对发行人的销售占其总收入的比例		
	2020 年	2019 年	2018 年
上海医药集团股份有限公司（注 2）	0.14%	0.13%	0.14%
广州白云山光华制药股份有限公司	3.30%	2.30%	0.00%
广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	2.26%	1.66%	1.35%
丽珠医药集团股份有限公司	0.24%	0.27%	0.23%
四川峨嵋山药业有限公司	14.03%	11.46%	8.85%
辰欣药业股份有限公司	0.40%	0.48%	0.42%
山东济水阿胶有限公司	4.86%	10.05%	7.62%
齐鲁制药集团有限公司（注 3）	低于 0.10%	低于 0.10%	低于 0.10%

注 1：上表数据来自各家供应商提供的财务报表或说明；

注 2：上海信谊联合医药药材有限公司出于商业保密原因未提供总营业收入信息，考虑到上海信谊联合与上海新亚药业均为 A 股上市公司上海医药（601607.SH）的控股孙公司，上表将两家企业合并统计，取上海医药年报披露的工业收入；

注 3：齐鲁制药集团有限公司出于商业保密原因未提供准确的总营业收入信息。根据其提供的大致数测算其对发行人的销售占其总收入的比例低于 0.10%。

报告期内，发行人代理业务主要上游合作厂家业务规模大，产品种类多，因此上游厂商对发行人的销售占其总收入的比例较低。

（二）补充披露发行人是否存在对公立医院进行销售的情况；若是，披露金额及占比，涉及药品种类，主要医院情况；报告期内医药代理模式下主要客户、供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员间是否存在关联关系；

发行人已在招股说明书“第六节/三/（一）/2、主要客户群体”中进行了补充披露。

1、发行人对公立医院销售的情况极少

发行人代理业务主要聚焦零售 OTC 渠道，客户主要面向全国范围内的零售连锁企业，此外还包括少量地区性批发企业、门诊（或社区卫生站）、医院零星销售的情形，具体如下：

单位：万元

类型	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
连锁药店	46,332.94	88.80%	38,486.72	87.68%	29,538.11	84.71%
批发企业	5,508.20	10.56%	5,118.98	11.66%	5,079.04	14.57%
门诊	285.06	0.55%	230.51	0.53%	216.78	0.62%
医院	49.67	0.10%	58.71	0.13%	36.17	0.10%
合计	52,175.87	100.00%	43,894.93	100.00%	34,870.10	100.00%

报告期内，发行人向医院销售的金额分别为 36.17 万元、58.71 万元和 49.67 万元，占全部代理业务收入的比例分别为 0.10%、0.13%和 0.10%，金额与占比均较小。其中，绝大部分医院客户为民营医院，对公立医院的销售仅为零星销售。报告期内，发行人向公立医院的销售情况如下：

单位：万元

年度	公立医院客户名称	省份	性质	销售收入	占代理业务收入的比例	主要药品种类	具体药品
2020 年度	无	无	无	无	无	无	无
2019 年度	钟祥市第二人民医院	湖北省	事业单位	1.44	0.0033%	中西成药	阿德福韦酯片
2018 年度	咸阳市第一人民医院	陕西省	事业单位	0.44	0.0013%	中西成药	盐酸左氧氟沙星片、盐酸氨溴索胶囊等

2、发行人代理业务的主要客户、供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员间的关联关系

（1）发行人代理业务主要客户的关联关系

发行人代理业务的主要客户为全国范围内的零售连锁药店客户。发行人股东华泰大健康作为证券公司直投子公司的投资基金，专注医药领域股权投资。除发行人外，华泰大健康还投资了发行人主要客户——湖南怀仁和瑞人堂医药；同时华泰大健康一号委派的发行人董事陈凯同时在瑞人堂医药担任董事，陈凯亦通过华泰大健康之跟投平台道兴投资间接持有湖南怀仁、瑞人堂医药股份，发行人原董事曹群曾任湖南怀仁董事。根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规的规定，湖南怀仁、瑞人堂医药是发行人的关联方。

报告期内，发行人代理业务向上述关联方销售金额及占代理业务收入的比例较低，具体如下：

单位：万元

关联方客户	2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
湖南怀仁	303.78	0.58%	269.47	0.61%	135.04	0.39%
瑞人堂医药	282.12	0.54%	204.97	0.47%	103.72	0.30%
合计	**585.90**	**1.12%**	**474.44**	**1.08%**	**238.76**	**0.68%**

除上述情况外，发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员与发行人代理业务主要客户不存在关联关系。

（2）发行人代理业务主要供应商的关联关系

报告期内，发行人代理业务主要供应商为上海医药集团、广州医药集团、丽珠医药集团、齐鲁制药集团、辰欣药业等大型企业，与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。

（三）以列表方式补充披露发行人贴牌许可对应主要药品生产供应商及合作背景，对应主要销售客户，各贴牌药品涉及采购、销售金额及占比情况；发行人与上游生产商间贴牌许可的具体内容，主要权利义务，药品包装是否保留原生产厂家标识、商标、商号、地址、批次等识别结合内容，是否所有贴牌许可药品均独家向发行人销售；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/1、代理业务的主要运营模式”、“第六节/五/（二）/2、商标情况”中进行了补充披露。

1、发行人贴牌代理药品的采购与销售金额及占比

报告期内，按照贴牌与否，发行人代理业务的销售情况如下：

单位：万元

销售情况	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
贴牌	29,005.21	55.59%	22,679.74	51.67%	16,477.47	47.25%
非贴牌	23,170.66	44.41%	21,215.19	48.33%	18,392.64	52.75%
代理业务主营业务收入	52,175.87	100.00%	43,894.93	100.00%	34,870.10	100.00%

报告期内，按照贴牌与否，发行人代理业务的采购情况如下：

单位：万元

采购情况	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
贴牌	19,642.10	54.47%	15,679.67	51.76%	11,497.10	49.40%
非贴牌	16,417.54	45.53%	14,616.12	48.24%	11,776.29	50.60%
代理业务采购总额	36,059.64	100.00%	30,295.79	100.00%	23,273.39	100.00%

综上，从金额角度来看，贴牌与非贴牌差别不大。贴牌有利于发行人培育自身品牌，因此同等条件下，发行人自身倾向于贴牌模式，报告期内，贴牌收入占比逐年上升。

2、发行人贴牌代理的主要药品情况、对应的主要药品生产供应商及合作背景、以及对应的主要销售客户

（1）报告期内，发行人贴牌代理的主要药品情况

按照销售额，报告期内，发行人贴牌代理的主要药品情况如下：

①2020 年度

单位：万元

序号	产品名称	贴牌品规	生产厂家	销售金额	占当年代理收入的比例	采购金额	占当年代理采购的比例
1	黄芪精	10ml*30 支	台州南峰药业有限公司	1,733.78	3.32%	982.85	2.73%
2	阿莫西林胶囊	0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司	1,574.37	3.02%	1,113.86	3.09%
3	（国胜牌）阿胶	250g	山东济水阿胶有限公司	895.88	1.72%	591.38	1.64%
4	奥美拉唑肠溶胶囊	20mg*28 粒	江苏鹏鹞药业有限公司	555.51	1.06%	343.52	0.95%
5	盐酸氨基葡萄糖片	0.24g*120 片	四川绿叶制药股份有限公司	543.69	1.04%	289.67	0.80%
合计				5,303.23	10.16%	3,321.29	9.21%

②2019 年度

单位：万元

序号	产品名称	贴牌品规	生产厂家	销售金额	占当年代理收入的比例	采购金额	占当年代理采购的比例
1	（国胜牌）阿胶	250g	山东济水阿胶有限公司	1,666.59	3.80%	871.82	2.88%
2	阿莫西林胶囊	0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司	1,450.62	3.30%	1,065.88	3.52%
3	（国津牌）阿胶	250g	山东济水阿胶有限公司	730.57	1.66%	564.71	1.86%
4	非那雄胺片	5mg*21 片	成都倍特药业股份有限公司	586.99	1.34%	454.55	1.50%
5	罗红霉素分散片	150mg*20 片	成都华神科技集团股份有限公司制药厂	519.33	1.18%	333.87	1.10%
合计				4,954.10	11.28%	3,290.82	10.86%

③2018 年度

单位：万元

序号	产品名称	贴牌品规	生产厂家	销售金额	占当年代理收入的比例	采购金额	占当年代理采购的比例
1	（国胜牌）阿胶	250g	山东济水阿胶有限公司	1,521.61	4.36%	1,125.16	4.83%
2	阿莫西林胶囊	0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司	992.34	2.85%	743.62	3.20%
3	非那雄胺片	5mg*21 片	成都倍特药业股份有限公司	486.08	1.39%	281.43	1.21%
4	银杏叶片	19.2mg*48 片	安徽圣鹰药业有限公司	429.91	1.23%	278.64	1.20%
5	奥美拉唑肠溶胶囊	20mg*28 粒	江苏鹏鹞药业有限公司	397.70	1.14%	233.42	1.00%
合计				3,827.64	10.97%	2,662.29	11.44%

发行人代理业务采用“多品规”策略，对单品依赖较少，报告期内前五大贴牌代理单品的销售金额合计分别为 3,827.64 万元、4,954.10 万元和 5,303.23 万元，占全部代理业务主营业务收入的比例分别为 10.97%、11.28%和 10.16%；前五大贴牌代理单品的采购金额合计分别为 2,662.29 万元、3,290.82 万元和 3,321.29 万元，占全部代理业务采购总额的比例分别为 11.44%、10.86%和 9.21%。

（2）报告期内，发行人贴牌合作的生产厂商的基本情况及合作背景

①主要贴牌厂商的基本情况

序号	主要贴牌厂商	简介（注）	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构
1	台州南峰药业有限公司	台州南峰药业有限公司是一家制造片剂、硬胶囊剂、颗粒剂等十余种剂型的中成药生产企业。	1997 年 9 月 19 日	1,006 万元人民币	仙居县福应街道南峰东路 8 号	黄旭炎持有 85.00%股权；仙居县国有资产投资集团有限公司持有 15.00%股权
2	四川峨嵋山药业有限公司	四川峨嵋山药业有限公司，集研发、生产、贸易于一体，主要业务涵盖柠檬烯原料药、青霉素类制剂等，是一家综合性现代化医药企业。	1993 年 10 月 19 日	5,100 万元人民币	乐山市高新技术产业开发区迎宾大道 6 号	成都隆迪阳光制药有限公司持有 100.00%股权
3	山东济水阿胶有限公司	山东济水阿胶有限公司是一家集生产、销售、研发、养殖和行业服务为一体的现代化制药企业，主要产品为阿胶、鹿角胶及龟甲胶，是中国阿胶领域首家通过国家新版 GMP 认证的企业。	2010 年 9 月 27 日	10,000 万元人民币	菏泽市经济开发区太湖路	李长征持有 90.00%股权；李博持有 10.00%股权
4	江苏鹏鹞	江苏鹏鹞药业有限公司拥有	2002 年 1 月	162 万美元	宜兴环科园	COMPETENTINV

序号	主要贴牌厂商	简介（注）	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构
	药业有限公司	抗生素类药、消化系统用药、循环系统用药等领域的产品群，多个产品进入国家新版基本药物目录。	21 日		茶泉路 10 号	ESTMENTSLIMITED（康贝投资有限公司）持有 90.00%股权；江苏鹏鹞集团有限公司持有 10.00%股权
5	四川绿叶制药股份有限公司	四川绿叶制药股份有限公司是以生产中成药、西药为主的国家重点高新技术企业，集科研、生产、营销于一体，产品剂型丰富，可生产的中成药及西药剂型有颗粒剂、胶囊剂、片剂、口服液、酒剂等品种。	2000 年 12 月 21 日	3,610 万元人民币	泸州市龙马潭区鱼塘镇望江路二段六号、八号	山东绿叶制药有限公司持有 99.70%股权；烟台绿叶药品贸易有限公司持有 0.30%股权
6	安徽圣鹰药业有限公司	安徽圣鹰药业有限公司是集研发、生产、销售为一体的高新技术企业，通过新 GMP 项目改造认证，获得片剂、胶囊、颗粒剂、凝胶剂以及乳膏剂五条生产线的认证证书。	2007 年 8 月 30 日	5,000 万元人民币	安徽省合肥市高新技术产业开发区红枫路 20 号	姚利萍持有 54.00%股权；刘欢欢持有 23.00%股权；李文贞持有 23.00%股权
7	成都华神科技集团股份有限公司制药厂	公司是一家集中西成药、生物制药、建筑钢结构为主营业务的高新技术企业，先后承担了多项国家“863”计划项目等国家、省市重大科技项目。	2001 年 9 月 17 日	61,636 万元人民币	成都市西南航空经济开发区锦华路二段 3 号	上市公司（华神科技 000790.SZ），控股股东四川华神集团股份有限公司持有 18.08%股权
8	成都倍特药业股份有限公司	成都倍特药业股份有限公司是一家专业从事高端仿制药、创新药、中成药和原料药研发、生产及销售的高新技术企业。	1995 年 10 月 10 日	45,000 万元人民币	成都高新区高朋大道 15 号	创业板 IPO 已通过审核，控股股东四川方向海瑞实业有限责任公司持有 77.72%股权

注：主要贴牌供应商简介来源于企业官网或百度百科

②双方合作背景

公司负责代理业务采购的部门为商采中心，每年会根据公司发展规划和商品品类发展意向，搜索行业协会权威数据和研究报告，了解下游连锁门店需求情况，对连锁供货前景广阔的品种层层筛选，汇总意向品种清单，经公司领导及各部门共同研讨，重点咨询营销中心反馈意见，最终形成公司本年度重点跟进目录。随

后，在国家药监局网站或权威渠道获取上述重点品规的上游生产厂商，由商采中心负责主动接洽，争取代理权。经商业谈判，双方确定合作关系、签订代理合同。

序号	主要贴牌生产厂商	首次合作时间	合作背景
1	台州南峰药业有限公司	2017 年 1 月	2017 年发行人与台州南峰药业首次合作的产品为复方猴头颗粒。现阶段合作的产品品规 3 个，包括：黄芪精 10ml*16 支、10ml*30 支，复方猴头颗粒 5g*10 袋。
2	四川峨嵋山药业有限公司	2012 年 9 月	2012 年发行人与峨嵋山药业首次合作的产品为阿莫西林胶囊。现阶段合作的产品品规 5 个，包括：阿莫西林胶囊 0.5g*30 粒、0.5g*10 粒、0.25g*40 粒、0.25g*60 粒，胶体果胶铋胶囊 50mg*36 粒。
3	山东济水阿胶有限公司	2014 年 12 月	2014 年发行人与济水阿胶首次合作的产品为阿胶。现阶段合作的产品品规 6 个，包括：阿胶 125g、国胜牌阿胶 500g、国胜牌阿胶 250g、国津牌阿胶 250g、龟甲胶 125g、鹿角胶 125g。
4	江苏鹏鹞药业有限公司	2009 年 1 月	2009 年发行人与江苏鹏鹞首次合作的产品为苯磺酸氨氯地平片。现阶段合作的产品品规 10 个，包括：苯磺酸氨氯地平片 5mg*7 片、5mg*14 片、5mg*21 片、5mg*28 片，盐酸左氧氟沙星片 0.1g*10 片、0.1g*16 片，阿奇霉素分散片 0.25g*12 片，奥美拉唑肠溶胶囊 20mg*28 粒，炉甘石洗剂 50ml，板蓝根分散片 0.58g*24 片。
5	四川绿叶制药股份有限公司	2018 年 3 月	2018 年发行人与绿叶制药首次合作的产品为盐酸氨基葡萄糖片。现阶段合作的产品品规 1 个，为盐酸氨基葡萄糖片 0.24g*120 片。
6	安徽圣鹰药业有限公司	2011 年 3 月	2011 年发行人与安徽圣鹰药业首次合作的产品为银杏叶片。现阶段合作的产品品规有 5 个，包括：银杏叶片 19.2mg*48 片、小儿氨酚黄那敏颗粒 9 袋、复方氨酚烷胺胶囊 11 粒、阿苯达唑片 0.2g*4 片、血塞通分散片 0.3g*12 片。
7	成都华神科技集团股份有限公司制药厂（原名成都泰合健康科技集团股份有限公司华神制药厂）	2015 年 5 月	2015 年发行人与华神制药厂首次合作品种为罗红霉素分散片。现阶段合作的产品品规有 1 个，为罗红霉素分散片 150mg*20 片。
8	成都倍特药业股份有限公司（原名成都倍特药业有限公司）	2013 年 2 月	2013 年发行人与成都倍特药业首次合作的产品为伊曲康唑胶囊。现阶段合作的产品品规有 6 个，包括：头孢克肟胶囊 0.1g*10 粒，头孢克肟颗粒 50mg*9 袋，盐酸头孢他美酯

序号	主要贴牌生产厂商	首次合作时间	合作背景
			片 181.3mg*8 片，非那雄胺片 5mg*21 片，伊曲康唑胶囊 0.1g*4 粒，兰索拉唑肠溶片 15mg*16 片。

（3）报告期内，发行人贴牌代理的主要药品对应的主要销售客户

贴牌是发行人代理业务的具体合作形式之一，对于产品而言，无论是否采用贴牌方式，其定价方式、销售模式、销售渠道、客户类型等均不存在实质性差异。发行人取得产品代理权，在下游零售渠道进行推广和销售，主要客户为全国范围内的零售连锁药店客户，具体如下：

①2020 年度前五大贴牌单品的销售情况

单位：万元

排名	前五大贴牌单品	生产厂商	当年该单品销售收入	序号	该单品前五大客户	销售金额	占该单品收入的比例
1	黄芪精 10ml*30 支	台州南峰药业有限公司	1,733.78	（1）	西昌东升大药房连锁有限责任公司	34.51	1.99%
				（2）	重庆捷利信医药有限责任公司	30.86	1.78%
				（3）	绵阳安康药业连锁有限公司	25.87	1.49%
				（4）	辽宁北吉大药房医药连锁有限公司	23.77	1.37%
				（5）	常州博禾药业有限公司	23.75	1.37%
				合计		138.75	8.00%
2	阿莫西林胶囊 0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司	1,574.37	（1）	湖南怀仁药业有限公司	54.78	3.48%
				（2）	山西百汇药业有限公司	31.35	1.99%
				（3）	淮安市济生医药连锁有限公司	29.15	1.85%
				（4）	重庆捷利信医药有限责任公司	28.66	1.82%
				（5）	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	28.58	1.82%
				合计		172.51	10.96%
3	（国胜牌）阿胶 250g	山东济水阿胶有限公司	895.88	（1）	西昌东升大药房连锁有限责任公司	63.36	7.07%
				（2）	梨树县汇丰大药房连锁有限公司	30.06	3.36%
				（3）	黄冈市仁何大药房有限公司	27.52	3.07%
				（4）	靖江心连心医药连锁有限公司	25.01	2.79%

排名	前五大贴牌单品	生产厂商	当年该单品销售收入	序号	该单品前五大客户	销售金额	占该单品收入的比例
				（5）	宜昌鸿泰大药房零售连锁有限公司	23.93	2.67%
				合计		169.89	18.96%
4	奥美拉唑肠溶胶囊 20mg*28 粒	江苏鹏鹞药业有限公司	555.51	（1）	黑龙江华辰大药房连锁有限公司	14.53	2.62%
				（2）	济宁广源医药有限公司	12.33	2.22%
				（3）	山西百汇药业有限公司	11.72	2.11%
				（4）	盱眙百草堂医药连锁有限公司	11.36	2.05%
				（5）	辽宁唐人医药有限公司	11.23	2.02%
				合计		61.17	11.01%
5	盐酸氨基葡萄糖片 0.24g*120 片	四川绿叶制药股份有限公司	543.69	（1）	辽宁北吉大药房医药连锁有限公司	30.66	5.64%
				（2）	辽宁襄元堂医药股份有限公司	16.02	2.95%
				（3）	陕西三秦济生堂医药连锁有限公司	14.08	2.59%
				（4）	盐城金源大药房连锁有限公司	14.07	2.59%
				（5）	白城市同泰药业有限公司	13.96	2.57%
				合计		88.79	16.33%

②2019 年度前五大贴牌单品的销售情况

单位：万元

排名	前五大贴牌单品	生产厂商	当年该单品销售收入	序号	该单品前五大客户	销售金额	占该单品收入的比例
1	（国胜牌）阿胶 250g	山东济水阿胶有限公司	1,666.59	（1）	乐山三好名典药业零售连锁有限公司	84.76	5.09%
				（2）	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	60.72	3.64%
				（3）	盐城金源大药房连锁有限公司	48.41	2.90%
				（4）	湖北康华大药房连锁有限公司	42.86	2.57%
				（5）	重庆捷利信医药有限责任公司	39.22	2.35%
				合计		275.96	16.56%
2	阿莫西林胶囊 0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司	1,450.62	（1）	湖南怀仁药业有限公司	77.41	5.34%
				（2）	福建新紫金医药有限公司	46.88	3.23%
				（3）	淮安市济生医药连锁有限公司	29.15	2.01%

排名	前五大贴牌单品	生产厂商	当年该单品销售收入	序号	该单品前五大客户	销售金额	占该单品收入的比例
				（4）	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	27.82	1.92%
				（5）	重庆捷利信医药有限责任公司	22.61	1.56%
				合计		203.87	14.05%
3	（国津牌）阿胶 250g	山东济水阿胶有限公司	730.57	（1）	重庆捷利信医药有限责任公司	63.93	8.75%
				（2）	重庆浮于嘉医药有限公司	36.89	5.05%
				（3）	安徽恒舟一家人药房连锁有限公司	30.97	4.24%
				（4）	黄山博宏医药销售有限公司	27.04	3.70%
				（5）	成都福瑞民心堂大药房连锁有限公司	26.37	3.61%
				合计		185.21	25.35%
4	非那雄胺片 5mg*21 片	成都倍特药业股份有限公司	586.99	（1）	福建新紫金医药有限公司	30.08	5.12%
				（2）	重庆鑫斛药房连锁有限公司	19.54	3.33%
				（3）	云南立之康药业有限公司	17.92	3.05%
				（4）	贵州正和祥药业有限公司	12.26	2.09%
				（5）	良药控股集团江苏有限公司	9.73	1.66%
				合计		89.53	15.25%
5	罗红霉素分散片 150mg*20 片	成都华神科技集团股份有限公司制药厂	519.33	（1）	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	96.32	18.55%
				（2）	黑龙江一辰医药连锁销售有限公司	37.56	7.23%
				（3）	松原市宁江区星火医药有限责任公司连锁分公司	19.70	3.79%
				（4）	辽宁格列安医药股份有限公司	18.65	3.59%
				（5）	吉林省同春和医药连锁有限公司	15.11	2.91%
				合计		187.36	36.08%

③2018 年度前五大贴牌单品的销售情况

单位：万元

排名	前五大贴牌单品	生产厂商	当年该单品销售收入	序号	该单品前五大客户	销售金额	占该单品收入的比例
1	（国胜牌）阿胶 250g	山东济水阿胶有限公司	1,521.61	（1）	乐山三好名典药业零售连锁有限公司	86.01	5.65%
				（2）	江苏健康人大药房连锁有限公	77.04	5.06%

排名	前五大贴牌单品	生产厂商	当年该单品销售收入	序号	该单品前五大客户	销售金额	占该单品收入的比例
					司		
				（3）	德阳大成家人健康连锁药房有限公司	69.29	4.55%
				（4）	安徽盛世百年大药房连锁有限公司	59.77	3.93%
				（5）	重庆鑫斛药房连锁有限公司	44.14	2.90%
				合计		336.25	22.10%
2	阿莫西林胶囊 0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司	992.34	（1）	湖南怀仁药业有限公司	35.81	3.61%
				（2）	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	19.55	1.97%
				（3）	湖南千金大药房连锁有限公司	18.23	1.84%
				（4）	昆明嘉康源药业有限公司	17.85	1.80%
				（5）	忻州守信前进药店连锁有限公司	17.65	1.78%
				合计		109.11	10.99%
3	非那雄胺片 5mg*21 片	成都倍特药业股份有限公司	486.08	（1）	福建新紫金医药有限公司	28.89	5.94%
				（2）	贵州正和祥药业有限公司	14.94	3.07%
				（3）	四川蜀南医药有限责任公司	11.36	2.34%
				（4）	重庆海斛医药有限公司	9.45	1.94%
				（5）	重庆鑫斛药房连锁有限公司	8.72	1.79%
				合计		73.37	15.10%
4	银杏叶片 19.2mg*48 片	安徽圣鹰药业有限公司	429.91	（1）	七台河市亿仁百信医药连锁有限责任公司	22.53	5.24%
				（2）	梨树县汇丰大药房连锁有限公司	15.79	3.67%
				（3）	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	12.41	2.89%
				（4）	唐山京东医药有限公司	10.31	2.40%
				（5）	延边保健大药房连锁有限公司	10.16	2.36%
				合计		71.20	16.56%
5	奥美拉唑肠溶胶囊 20mg*28 粒	江苏鹏鹞药业有限公司	397.70	（1）	黑龙江华辰大药房连锁有限公司	18.23	4.58%
				（2）	济宁广源医药有限公司	14.30	3.60%
				（3）	哈尔滨市建国医药连锁有限公司	8.57	2.16%

排名	前五大贴牌单品	生产厂商	当年该单品销售收入	序号	该单品前五大客户	销售金额	占该单品收入的比例
				（4）	忻州市吉达惠康药业连锁有限公司	8.56	2.15%
				（5）	山西同丰医药物流有限公司	7.59	1.91%
				合计		57.26	14.40%

综上，**发行人代理品规较多，下游客户较为分散，不存在异常情形。**

3、贴牌许可的具体内容以及发行人与上游生产商之间的主要权利义务

发行人贴牌代理通常签署两项协议，其一为代理合作协议，主要约定双方主要权利业务，其二为《商标使用授权书》，约定商标授权内容、指定产品包装、许可使用期限等。

（1）代理合作协议

贴牌代理与非贴牌代理的主要权利义务不存在实质区别。具体详见本题之第（一）问回复的具体内容。

（2）商标使用授权书

商标使用授权书示例如下：

协议	主要内容
商标使用授权书	1、授权内容：授权【生产厂商】使用发行人商标 2、指定产品：【产品通用名】 【品规】 【药品批文】 3、商标标识：【授权商标及注册号】 4、许可使用的期限：【授权期限】

4、贴牌代理模式下，药品包装全部保留了原生产厂家标识、商号、地址、批次等识别，但大部分包装不保留厂家商标

《中华人民共和国药品管理法》第四十九条明确规定，药品包装应当注明生产企业及其地址、批准文号、产品批号、生产日期、有效期等信息，且文字应当清晰，生产日期、有效期等事项应当显著标注，容易辨识。《药品说明书和标签管理规定（2020 年修订）》第二十五条明确规定，药品外标签应当注明药品通用名称、生产日期、产品批号、有效期、批准文号、生产企业等内容。因此，**贴牌**

代理模式下，药品包装全部保留了原生产厂家的标识与商号（即企业名称）、地址、批次等识别信息。

但在商标方面，一般情况下，贴牌包装上仅印有发行人商标，不再保留原生产厂家。部分药品的内包装铝箔或复合膜印有厂家商标，若公司单独定制，达不到包材厂起订量，为保证内外包材统一，外包装有时也会保留原生产厂家商标，但这种情形较少。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人正在合作的 403 个代理品规中，仅 7 个品规同时保留了“双商标”。

发行人贴牌包装的图例展示如下：

典型的贴牌包装



“双商标”贴牌包装



由上图可知，无论何种情形，生产厂家的信息必须全部标注在外包装上，以便消费者清晰易辨。

5、贴牌许可药品均独家向发行人销售

关于商标许可的内容、授权范围、产品销售等方面，发行人与上游生产厂商通过签署商标授权协议、代理合作协议的方式进行明确约定。根据双方签署的协议，授权商标仅能使用在发行人指定产品包装，上游厂商必须将贴牌生产的商品全部销售给发行人，不得销售给其他第三方。

（四）以列表形式披露报告期内贴牌许可生产的药品对应发行人自身商标、商号的情况，是否存在约定合作使用第三方商标、商号进行贴牌许可的情况；结合同行业可比企业相关商标许可销售模式，补充披露发行人作为药品批发零售企业，对所售药品贴自身品牌商标进行销售的必要性和合理性；所售药品贴医药流通商品牌是否影响药品生产厂家的公信力及品牌效应；

发行人已在招股说明书“第六节/五/（二）/2、商标情况”中进行了补充披露。

1、贴牌许可生产的药品对应发行人自身商标、商号的情况

为提高与上游供应商的合作灵活性同时扩大公司的品牌影响力，贴牌代理是报告期内发行人代理业务的合作方式之一。贴牌模式下，药品外包装盒上增加了公司商标，但发行人名称、商号不会显示。

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人正在对外授权使用的商标涉及 185 家上游生产厂商的 318 个品规。

序号	商标	注册号	许可类别	被许可使用厂家数量	贴牌产品数量
1		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	78	145
2	福曼欣	32237914	非药品第 10 类	8	31
3	正药	18632511	药品第 5 类	25	27
4	国津	8855772	药品第 5 类	19	25
5	克安舒	32236343	非药品第 10 类	11	25
6	 福曼医	11966360	药品第 5 类	14	22
7	全方	10869389	药品第 5 类	10	13
8	福曼医	19872283	非药品第 10 类	6	11
9		13625826	**药品第 5 类**	1	1
10	易克清	9443768	药品第 5 类	4	6
11	福赛福	9043776	药品第 5 类	4	4
12	暖宝贝	40230398	非药品第 10 类	2	4
13	国胜	**8368763**	药品第 5 类	1	2
14	欣同克	11966514	药品第 5 类	2	2
合计				**185**	**318**

注：当某品规存在多个商标组合许可的情形，统计数量时将其归集在排名第一的许可商

标内，下同。

贴牌药品对应发行人自身商标的详细情况参见本回复之《附表 1-贴牌商标与代理品规对应表（截至 2020 年 12 月 31 日）》。

2、报告期内，贴牌代理合作中不存在使用除发行人、上游生产厂商以外的其他第三方商标、商号的情况

报告期内，发行人贴牌代理合作中不存在使用除发行人、上游生产厂商以外的其他第三方商标、商号的情况。

3、贴牌的意义以及贴牌的必要性

报告期内发行人贴牌行为仅存在于代理业务，目前零售业务和终端集采业务并不涉及。发行人代理业务的外部客户为全国范围内的零售药店，也依托旗下国胜大药房门店进行少量内部销售。报告期内，发行人合并报表口径，代理业务的主营收入分别为 34,870.10 万元、43,894.93 万元、52,175.87 万元，全部为剔除内部交易后的外部客户收入。报告期内，发行人母公司报表口径向子公司国胜药房和汇达药业内部销售金额分别为 2,120.34 万元、1,843.64 万元和 2,894.01 万元，占比分别为 5.73%、4.03%和 5.26%，内部销售的金额与占比较小。

（1）对于代理商而言

代理产品流通的各环节均为市场化协商定价，贴牌与否，对于代理商采购成本、销售价格通常不存在实质差异。虽然对经营业绩不产生直接影响，但贴牌仍然具有一定意义和必要性。

首先，从社会专业化分工角度来看，医药代理商本质上是生产企业外包的“销售公司”。生产厂商的产品不止一个，具体品规数量则更多。除发行人代理的品规外，还可能同时存在其他代理商或厂家自销的其他不同品规。代理商取得代理权后，全权负责该品规下游的全部推广任务，设计属于自己销售团队的个性包装并贴自身商标，可以与其他品规有效区分，提高主观能动性，推广积极性更高。

其次，代理商拥有专业销售团队，直接面向客户，营销网络下沉终端，公

司对市场竞争情况、竞品情况掌握得更加充分，自主设计外包装，可以更好地迎合市场偏好。

第三，我国医药生产领域拥有“白云山”、“上药”、“哈药”、“三九”等众多知名品牌，对消费者购药时的吸引力较高。同时，我国医药流通行业发展至今，市场上也出现了诸如“迪巧”、“仁和”等较为成功的贴牌商标。这些品牌商标所有权或实际独占使用权属于代理商，而非生产企业，但经市场长期积累，已培育出较高的品牌知名度，普通消费者群体认可度较高，形成重要的销售推力。

虽然现阶段发行人尚未培育出市场知名品牌或驰名商标，但随着公司代理业务的不断壮大，不排除未来公司自有商标可能发展为具有行业影响力和较高经济价值的知识产权。现阶段公司以慢病类产品为主的“福曼医”、以普药与抗生素产品为主的“正远”、以阿胶与滋补类产品为主的“国津”、“国胜”，已初步形成一定特色。

第四，在下游客户销售过程中，代理商需要实施各式各样的促销推广活动，并对客户店员进行培训和引导。面对门店 SKU 数以千计的商品，客户门店的普通店员对每个产品的来源渠道并不完全知晓，代理商在开展促销时，以品牌商标为“抓手”进行统一活动、集中推广的效率和精准度更高，有利于与竞品进行有针对性的市场竞争与防御。

（2）对于上游生产厂商而言

除上药、广药白云山等大型厂商因其品牌本身就具有较高的市场价值和影响力外，其他大部分中小生产企业对贴牌代理模式持开放、接受态度。这主要是由于这些厂商与代理商平等合作、相互依存，需要依靠借助专业化销售团队实现最终铺货，提高销售率。允许使用代理商包装及商标，可以调动其积极性，有助于产品销量的增长，实现双方共赢。

（3）对于下游客户而言

首先，贴牌合作仅存在于医药代理业务。代理业务属于批发领域，其下游客户为分散在全国范围内的零售药店，从业务板块而言，代理商与下游客户不

存在直接竞争关系。零售药店对于采购贴有代理商商标的产品并不排斥。

其次，零售药店贴近消费者日常生活，需要尽可能丰富的品种类型，满足消费者日常购药需求。一般来说，单店销售药品 SKU 数约在 2,000-3,000 左右，考虑因区域用药习惯差异引起的品种结构差异，各区域、门店、店型会有不同的品类组合，一般连锁企业的全部商品 SKU 数量更多。

经过多年发展，我国医药连锁企业的采购渠道已经非常成熟，大致可分为三类：A.以国药控股、九州通等的全国性医药商业企业及其区域子公司，以及所在省内区域领先的批发企业，掌握了大量的工业渠道及品种资源，成为零售药店的最主要采购渠道。B.以发行人、一品红、易明医药、百洋医药等公司为代表的从事代理或品牌运营的企业，从上游生产企业处取得了部分产品或品规的销售权，拥有独家代理权，营销服务下沉至零售终端，进行连锁直供销售，成为零售药店采购渠道的重要补充。C.一些规模较大的医药连锁企业，通过其在当地较强的品牌影响力和产品消化能力，也存在直接向生产厂商进行部分采购的情形，但占比通常较小。

发行人取得的代理品规绝大部分为独家代理，某一区域内发行人是唯一的购货渠道。以台州南峰药业生产的黄芪精为例，黄芪精是调理脾胃、补血养气的非处方药，零售药店需求较大，市场上该药品通用名下的生产文号较少。发行人以贴牌方式独家代理了台州南峰药业出厂的 2 个品规(10ml*16 支、10ml*30 支)，分别授权厂家使用“全方”(注册号 10869389)、“国津”(注册号 8855772)。2020 年度，该产品销售收入 1,733.78 万元，涉及全国范围内零售药店客户 1,736 家。该产品具有一定的市场竞争力，在消费者认可度较高且单品利润空间合理的前提下，下游客户具有较高的采购意愿和需求。因此，下游客户采购贴有发行人商标的产品具有商业合理性。

综上，贴牌模式具有一定意义和必要性。

4、贴自身品牌商标进行销售是医药流通企业的普遍现象，发行人贴牌许可具有合理性

基于上述分析，贴自身品牌商标进行销售是医药代理行业的普遍现象，发

行人代理业务的可比上市公司均有类似情形，具体如下：

代理业务 可比公司名称	商标贴牌许可情况
一品红	一品红存在授权第三方使用商标的情形，许可黑龙江澳利达奈德无偿使用广东省著名商标“一品红”商标，贴牌生产苯磺酸氨氯地平分散片，该药品是一品红第四大代理单品，2017-2019 年收入占比超过 10%。此外，还许可江西海尔思和广州市康乃馨使用中国驰名商标“康乃馨”商标，贴牌产品为抗宫炎片和壳聚糖左旋肉碱荷叶片。
易明医药	易明医药存在授权第三方使用商标的情形，易明医药将“易美芬”商标授权西安利君无偿使用于盐酸纳美芬注射液，许可方式为“独占许可”，期限为 2012 年 7 月 1 日至 2022 年 4 月 19 日。盐酸纳美芬注射液是易明医药三大代理单品之一。
百洋医药	迪巧品牌注册商标由美国安士（生产厂商）和百洋医药共有。未经百洋医药允许，美国安士不向任何第三方做出迪巧品牌注册商标使用权的实施许可，以及以该商标使用权的抵押、质押、出典等行为，亦不会在非合作产品上使用该等商标。

一品红的主要代理产品包括注射用丹参多酚酸盐、注射用炎琥宁、注射用单唾液酸四己糖神经节苷脂钠、苯磺酸氨氯地平分散片四类产品，其中苯磺酸氨氯地平分散片为贴牌合作；易明医药代理产品集中在瓜蒌皮注射液、盐酸纳美芬注射液和卡贝缩宫素注射液三类产品，其中盐酸纳美芬注射液为贴牌合作；百洋医药代理产品集中在迪巧、泌特等少数明星产品系列，其中收入占比超过 50%的最大单品迪巧的商标所有权共有、实际独占使用权属于百洋医药；相较而言，发行人代理业务走“多品规”路线，产品数量多，收入相对分散，因此贴牌数量较多。

除上表列示的三家代理业务可比企业外，行业内的零售企业在主营连锁药店的同时，普遍经营着少量批发业务，具体从事药品代理与经销业务，这部分业务虽然收入占比较低，不属于其核心业务，但与发行人代理业务存在相似性，这部分业务也存在贴牌方式。

上市公司	业务板块	批发业务板块中贴牌情况
一心堂	一心堂的核心业务是医药零售连锁，此外还经营药品批发业务。	该公司对部分总代理品种进行贴牌，授权生产企业在该公司总代理的产品上使用该公司具有独立知识产权的商标。
益丰药房	益丰药房主营业务为连锁零售业务，此外还兼顾少量对外药品批发业务。	该公司代理品种中的自有品牌商品，生产企业使用了该公司注册的产品商标，该公司享有该等产品的全国独家经销权，负责其市场营销和推广工作，生产企业拥有该等产品的生产批文，负责其生产及质量控制工作。

大参林	大参林主营业务主要从事连锁零售业务，同时兼营批发业务。	该公司存在许可其他企业使用该公司的部分商标的情况。
健之佳	健之佳主营业务为连锁零售业务，此外还从事医药批发业务。	代理品种主要包括区域代理品种和全国代理品种。该种模式主要是该公司与供应商签订协议，约定该公司获得供应商特定产品的全国或部分区域的代理权，进行产品的销售。其中全国代理品种包含自有品牌品种。
漱玉平民	漱玉平民主营业务为医药零售连锁业务，同时兼营少量药品批发业务。	该公司存在许可药品生产企业使用其商标并生产商品的情形。随着批发业务规模扩大，该公司将完善产品品类，拓展代理品种、贴牌产品，产生新的效益增长点和盈利点，提升批发业务毛利率。

综上所述，**贴牌销售是医药流通企业的普遍现象，发行人与同行业可比公司不存在差异，发行人贴牌许可具有必要性和合理性。**

4、所售药品贴医药流通商品牌不影响药品生产厂家的公信力及品牌效应

发行人将商标授权上游生产厂商使用，不会影响药品生产厂家的公信力和品牌效应，原因主要有以下几点：

（1）贴牌代理是行业内的通行且成熟的合作模式，得到了流通企业和生产企业的广泛应用和普遍认可。

（2）对于药品而言，无论是否贴牌，发行人代理品规主要为独家代理。发行人独家代理了该合作品规，意味着取得了该品规在指定区域或渠道的全部销售权，合作期间上游生产厂商不得自行组织销售或委托其他第三方销售。对于贴牌品规而言，同一区域不存在其他包装、商标的情形，即不存在同一门店既销售发行人贴牌包装，又销售该品规其他品牌包装的情形，不会产生品牌混淆。

（3）根据《中华人民共和国药品管理法》、《药品说明书和标签管理规定（2020年修订）》等法律法规的规定，贴牌包装必须全部保留原生产厂家标识、商号、地址、批次等识别信息，不存在误导消费者的情形。

（4）报告期内，发行人未出现过因贴牌合作方式导致上游厂商公信力和品牌受影响的情形，不存在因损害合作方公信力和品牌导致的纠纷、诉讼等情形。

综上，发行人将商标授权上游生产厂商使用，不会影响药品生产厂家的公信力和品牌效应。

5、贴牌代理不违反药品批文的相关规定，不涉及药品上市批文的转移

我国对药品管理实行药品上市许可持有人制度，在中国境内上市的药品，应当经国务院药品监督管理部门批准，取得药品注册证书。在我国，研发企业或生产企业位于医药产业链上游，拥有药品上市批文、生产许可及生产能力。

根据《药品注册管理办法》第三十九条之规定，“药品注册证书载明药品批准文号、持有人、生产企业等信息”，典型的药品注册批文信息如下：

药品名称	药品通用名：XXXX
剂型	片剂（示例）
规格	XXmg
注册分类	化学药品（示例）
上市持有人	名称：XXXX；地址：XXXX
生产企业	名称：XXXX；地址：XXXX
药品批注文号	国药准字 XXXX
药品批注文号有效期	至 20XX-XX-XX

由此可见，药品注册证书并未限制药品出厂后的流通渠道。事实上，《药品管理法》第三十四条明确规定，“药品上市许可持有人可以自行销售其取得药品注册证书的药品，也可以委托药品经营企业销售。”我国药品生产领域竞争激烈，投入巨大，许多上游厂商将主要资源投向研发端，销售任务则交付给专业的医药流通企业，因此药品实际销售推广主体并非原生产企业是十分常见的情形，行业内衍生出百洋医药（301015.SZ）、易明医药（002826.SZ）、发行人等专业化从事药品代理业务的企业。

根据《药品管理法》，拥有药品经营许可证的企业可以经营药品，具体从事流通、销售等活动。发行人贴牌代理行为不违反生产企业药品批文的相关规定，不涉及药品上市批文的转移。除取得药品经营许可认证外，从事代理业务的流通企业在开展主营业务时，无需其他资质审批。

按照《药品说明书和标签管理规定》的要求，批文持有人根据委托销售的情况，设计、修改包装标签即可，通常无需药监局行政审批。报告期内，发行人不存在因贴牌合作模式被药监局等相关主管机构实施处罚的情形。

（五）补充披露发行人贴牌授权生产带有员工持股平台名称“福曼医”相关商标标识药品的背景及合理性，该商标是否由部分股东或员工授权或转让至发行人；若是，披露交易公允性；是否存在其他发行人贴牌生产带有股东或员工拥有的（包括授权及转让给发行人）商标、商号的药品的情况；上述事项是否存在利益输送或其他利益约定情形；

发行人已在招股说明书“第六节/五/（二）/2、商标情况”中进行了补充披露。

1、发行人贴牌授权生产带有员工持股平台名称“福曼医”相关商标标识药品的背景及合理性，该商标系发行人自主申请取得，不存在由部分股东或员工授权或转让至发行人的情况

注册号为“19872283”、“11966360”的“福曼医”字样、图形的贴牌商标均系员工持股平台福曼医投资设立前，由发行人自主申请取得，不存在由股东或员工授权或转让至发行人的情况。

发行人拥有注册号为“19872283”、“11966360”的“福曼医”商标的完整权利，其将该商标用于贴牌产品具有合理性。

2、不存在其他发行人贴牌生产带有股东或员工拥有的（包括授权及转让给发行人）商标、商号的药品的情况

发行人贴牌商标均为发行人自有商标或正在申请注册商标，不存在其他贴牌生产带有股东或员工拥有的商标、商号的药品的情况。

3、上述事项不存在利益输送或其他利益约定情形

福曼医投资作为发行人员工持股平台，其设立时使用发行人商标作为企业名称仅为习惯使然；持股平台自身并不使用上述商标进行产品、服务或业务宣传，不存在利益输送或其他利益约定情形。

（六）补充披露发行人开展终端集采模式的实质，与下游客户间主要权利义务，商标、商号授权情况；是否签订加盟合同并收取加盟费；是否约定下游单体药店、小型连锁等零售终端仅能从发行人处采购，是否实际属于买断式独家经销或加盟合作模式；报告期内终端集采模式下主要客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员是否存在关联关系；报告期内单体药店、小型连锁等零售终端客户数量变化情况，对单一客户平均销售金额；报告期各期该模式下客户数量增速较快的合理性，与同行业可比企业比较情况。

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/3、终端集采业务的主要运营模式”、“第六节/一/（二）/3、终端集采业务”中进行了补充披露。

1、发行人开展终端集采业务的实质

依靠代理业务、零售业务的快速发展，发行人已积累较好的上游供应链资源并形成较为完善的物流配送体系。以此为基础，针对普通小微药店的品种需求，发行人终端集采业务向单体药店、小型连锁客户提供点单式的全品类供应和一站式配送服务。**终端集采业务的实质是药品购销，发行人赚取药品购销差价，进一步扩大业务规模，提升对上游供应商的议价能力。**

2、终端集采业务中，发行人与下游客户之间的主要权利义务

终端集采业务中，发行人与下游客户之间的主要权利义务如下：

项目	主要内容
发行人主要权利	1、发行人有权对下游客户的基本情况、资质进行审查； 2、下游客户原则上需从发行人经营品种中选择商品，下游客户可保留原经营的具有少数地方特色的临床商品及地方广告商品，但原则上由发行人统一集采配送且为唯一供应商； 3、按照约定授信及结款方式，发行人收取商品货款； 4、下游客户不得违背商品管理约定，不得出现销售串货情形； 5、下游客户不得私自变相调整发行人自营品种零售价。
发行人主要义务	1、发行人确保配送的商品符合 GSP 要求，如商品出现质量问题，经双方确认后无条件退换货（下游客户人为损坏的除外）； 2、发行人保障下游客户采购价格优势。

3、发行人并非终端集采客户的唯一供应商

发行人与终端集采客户约定，终端集采客户原则上应当从发行人处采购商品并由发行人进行集采配送。终端集采客户普遍为单体药店等小微客户，数量多且

分散，规模普遍较小，实际经营中自主性和灵活性高。发行人不对客户实施管理，倡导客户将公司作为唯一供应商，主要依靠以下几个方面来吸引客户：（1）发行人拥有齐全的商品品类，完全可以满足小微药店日常经营最基本的采购需求；（2）随着发行人门店扩张，较为完善的物流配送网络也逐步延伸到省内主要地级市，可以有效保障客户对于送货及时性的要求；（3）针对品牌普药，发行人通常选择低毛利销售，让利客户，使其享受一定的采购价格优势。

根据主要终端集采客户提供的采购数据，发行人并非终端集采客户的唯一供应商，具体如下：

单位：万元

序号	终端集采业务客户名称	2020 年			2019 年 10 月至 12 月		
		向发行人采购	客户当年总采购额	发行人占比	向发行人采购	客户当年总采购额	发行人占比
1	安徽好之佳大药房连锁有限公司	861.34	945.57	91.09%	149.49	177.10	84.41%
2	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	717.15	767.92	93.39%	78.96	123.41	63.98%
3	金寨县百草堂大药房有限公司	561.29	576.29	97.40%	59.90	59.90	100.00%
4	安徽时珍堂大药房连锁有限公司	295.32	355.51	83.07%	20.03	20.03	100.00%
5	宿松县德胜医药有限责任公司	290.81	636.16	45.71%	86.68	151.00	57.40%
6	合肥市百福生大药房连锁有限公司	229.57	378.91	60.59%	93.11	97.27	95.72%

截至本回复出具日，发行人与终端集采客户之间不存在因采购渠道事宜导致的纠纷或诉讼。

4、发行人不存在收取加盟费、授权对方使用发行人商标、商号的情形，终端集采业务不属于买断式独家经销或加盟合作模式

自 2019 年 10 月终端集采业务开展以来，发行人未向客户收取加盟费，亦不存在授权对方使用发行人商标、商号的情形。

（1）发行人终端集采业务不属于买断式独家经销模式，主要原因如下：

发行人终端集采客户门店直接面向消费者，客户根据自身需求向发行人进行采购，发行人与客户之间未签署独家经销协议，不存在将某类商品在某地区和一

定期限内的经营权或销售权授予客户的情形，亦不存在约定某地区或区域发行人仅允许独家销售一家客户的情形，因而发行人终端集采业务不属于买断式独家经销模式。

（2）发行人终端集采业务不属于加盟合作模式，主要体现在以下几个方面：

①发行人与终端集采客户之间签订商品购销合同，未签署加盟或特许经营合同。发行人盈利模式为赚取产品购销差价，未收取加盟管理费。

②发行人终端集采的客户全部使用自己的品牌或字号，发行人品牌、商号、商标从未授权对方使用。

③发行人是终端集采业务客户的供应商，向其销售药品与器械，而不对其实施管理。发行人不对客户的资产、人员、财务、机构等方面负责。下游客户独立经营，自负盈亏，客户总部及各门店的资质许可证管理、人事管理（包括招聘、薪资发放、任免等）、日常运营（包括采购、仓储、销售等）均由客户独立决策、自行管理、自行负责。

综上，**发行人终端集采业务不存在收取加盟费、授权对方使用发行人商标、商号的情形，不属于买断式独家经销或加盟合作模式。**

5、报告期内终端集采主要客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员的关联关系

除安徽好之佳大药房连锁有限公司是发行人参股 19%的企业外，报告期内终端集采主要客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员不存在关联关系。

好之佳大药房主要从事安徽省阜阳地区医药零售业务，在阜阳地区具有一定的市场影响力，发行人通过“参股+一站式配送”的方式，为刚刚起步的终端集采业务提供了成功示范效应，更容易向单体药店、小型连锁等客户进行推广。

6、报告期内单体药店、小型连锁等客户数量变化情况，对单一客户平均销售金额

2019 年 10 月起，公司以全资子公司汇达药业为主体开展终端集采业务，主要客户为单体药店、小型连锁药店等零售终端。**2019 年至 2020 年，发行人终端集采业务下游客户数量变化情况及单一客户、单一门店的平均销售金额具体如下：**

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年 10 月至 12 月（注）
营业收入	7,116.08	722.81
期末终端集采客户数量（个）	220	52
期末终端集采门店数量（家）	328	127
平均客户销售金额	32.35	13.90
平均门店销售金额	21.70	5.69

注：汇达药业 2019 年 10 月中旬首次实现销售后至 12 月的数据

发行人终端集采业务客户数量、配送门店数量、销售金额均处于快速发展中。

7、终端集采客户数量增速较快的合理性，与同行业可比企业比较情况

（1）终端集采客户数量增速较快的合理性

发行人终端集采业务自 2019 年 10 月起步，经过前期模式推介与客户培育，其配送门店数量从 2019 年末的 127 家增至 2020 年末的 328 家，发展较快，主要原因如下：

①发行人代理业务和零售业务为终端集采业务的起步和发展提供了坚实基础。

代理业务和零售业务是报告期内发行人最主要业务，拥有较为成熟和完善的供应链资源。终端集采业务共享上游资源，一方面品类齐全的商品、完善的配送网络为终端集采模式提供了坚实基础，另一方面，终端集采业务享受集中采购带来的成本优势。

因此，自汇达药业成立以来，通过在全省多个地级市召开业务推介会、药店经验分享会等形式，积极宣传终端集采合作模式，客户数量增速较快，取得了良好效果。

②我国医药零售行业的连锁化率仍然偏低，数量庞大的小微药店面临诸多经营难题。发行人终端集采业务解决了众多小微客户的经营痛点，吸引了越来越多的客户。

国家药品监督管理局发布的《2020 年度药品监管统计年报》，截至 2020 年底，全国共有零售连锁企业门店 31.29 万家，单体零售药店 24.10 万家；具体到安徽省内，根据《2020 年第四季度安徽省药品监管统计报告》显示，截至 2020 年 12 月底，全省共有零售连锁企业门店 10,904 家、零售药店 9,215 家。单体药店门店数量占比接近一半，是我国医药零售行业的重要组成部分。

数量庞大的小微药店由于体量小，常常面临着厂家控货、货源不稳定、采购成本高、物流与仓储费用高、网上药店带来市场冲击等经营难题。自 2017 年以来，带量采购和药店分级分类管理等政策的陆续执行，导致数量庞大的小微药店的生存环境进一步恶化，很可能无法承受政策变化带来的影响，最终难以获利。

发行人拥有全省最多的自营门店，自身拥有齐全的商品品类，完全可以满足小微药店日常经营最基本的采购需求；随着发行人门店扩张，较为完善的物流配送网络也逐步延伸到省内主要地级市，可以有效保障客户对于送货及时性的要求；此外，针对品牌普药，发行人通常选择低毛利销售，让利给客户，使其享受一定的采购价格优势。发行人新颖的全品类、一站式、点单式采购模式解决了众多小微客户的经营痛点，吸引了越来越多的客户。

（2）同行业可比企业比较情况

同行业上市公司药易购（300937.SZ）于 2021 年 1 月 27 日在深交所创业板上市，其主营业务中收入占比最大的终端纯销业务，为向社区医药终端和基层医疗机构等院外市场提供医药配送服务，能有效满足院外终端常见病患用药的一站式采购需求。药易购以单体药店为主要目标进入终端领域，后逐步增加对各类基层医疗机构、零售连锁药店的覆盖。从客户类型、业务定位来看，药易购与发行人终端集采业务较为相近或类似。

根据药易购《招股说明书》、《2020 年年报》等公开披露文件，关于客户数量、增长驱动因素等表述如下：

项目	药易购相关公开披露信息：
终端纯销客户数量	2017 年至 2020 年 1-6 月，药易购终端纯销客户数量从 16,095 家增至 31,302 家，已覆盖四川省内 60%以上的单体药店和 40%以上的诊所。经计算，下游客户数量年均复合增长率高达 30.48%。
终端纯销营业收入	2017-2020 年度，药易购终端纯销营业收入从 65,568.38 万元增至 163,581.97 万元，年均复合增长率达 35.63%。
客户数量显著增长的原因	报告期内，公司在自身丰富的品类储备的基础上，充分发挥电子商务模式在信息传播、交易效率方面的优势，配合高效的物流服务，相对于传统模式极大的提高了中小客户的服务体验和交易效率，显著降低了客户在品种选择、库存备货等方面的运营成本，获得了客户的高度认可。公司高度重视医药电商业务的市场拓展，快速实现了对客户的“广域覆盖”。
市场空间与未来发展	1、结合我国医药零售行业普遍以个体工商户、个人独资企业形式存在的夫妻店、家族店等现状，预计我国单体药店仍将长期存在。这些单体药店连同诊所等基层医疗机构构成基数庞大的医药零售终端，形成院外市场流通行业巨大的市场空间。 2、针对众多单体药店、中小型医药连锁企业在连锁经营、品类管理、客户拓展等方面普遍存在经验匮乏、竞争力不足的市场现状，公司持续不断的提升、完善自身的终端赋能能力和服务体系，提升终端药店的竞争实力和经营能力，增强客户黏性，实现合作共赢。

综上，报告期内，发行人终端集采客户数量增速较快具有合理原因，终端集采业务具有良好发展前景，与同行业可比企业不存在重大差异。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、获取了发行人与上游医药生产厂商签署的代理合同与商标授权书，获取发行人与终端集采业务下游客户签署的销售合同，了解相关权利义务的具体安排；

2、获取了发行人销售收入明细表、采购明细表，统计不同类型客户的销售情况、不同代理类型的销售与采购情况、以及终端集采客户数量等情况；

3、实地走访并函证发行人主要客户及供应商；

4、通过企查查等公开信息网站查询发行人主要客户及供应商的股权结构等基本工商信息；

5、查阅发行人商标、域名、著作权、软件著作权证书，并在网络检索相关权属证书的状态；

6、查询同行业可比公司年报及招股说明书，了解同行业可比企业相关商标许可销售以及终端集采模式发展状况等情况；

7、获取主要终端集采客户的采购数据，了解从发行人处采购的占比情况；

8、针对贴牌代理合作背景、员工持股平台使用“福曼医”作为注册名称、终端集采发展较快等相关情况对发行人相关负责人员进行访谈确认。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、报告期内，医药代理模式下发行人与上游医药生产厂商间合作的主要权利义务情况、代理权的主要内容不存在异常；发行人代理权通常为独家代理，在双方约定的具体区域范围内具有排他性，合作期间上游生产厂商不得自行组织销售或委托其他第三方销售；报告期内独家代理的金额占比及对应客户自身同种药品总销售量比重情况不存在异常，发行人代理模式下主要药品生产厂商对发行人销售金额占其自身总收入比重情况较低，不存在异常；

2、报告期内，发行人对公立医院的销售仅为零星销售，销售金额及占比较低，涉及药品种类、主要医院情况不存在异常；除湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司和瑞人堂医药集团股份有限公司外，报告期内，发行人代理业务的主要客户、供应商与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系；

3、报告期内，发行人贴牌许可对应主要药品生产供应商及合作背景、对应主要销售客户，以及各贴牌药品涉及采购、销售金额及占比情况均不存在异常；发行人与上游生产商间贴牌许可的具体内容、主要权利义务不存在异常；贴牌代理模式下，药品包装全部保留了原生产厂家标识、商号、地址、批次等识别，但大部分包装不保留厂家商标。贴牌许可药品均独家向发行人销售；

4、报告期内，发行人贴牌代理合作中不存在使用除发行人、上游生产厂商以外的其他第三方商标、商号的情况；贴牌代理是行业的通行做法，发行人作为

药品批发零售企业，所售药品贴自身品牌商标进行销售具有必要性和合理性；所售药品贴医药流通商品牌不会影响药品生产厂家的公信力及品牌效应；

5、发行人贴牌授权生产带有员工持股平台名称“福曼医”相关商标标识药品具有合理性，该商标不是由部分股东或员工授权或转让至发行人，不存在其他发行人贴牌生产带有股东或员工拥有的（包括授权及转让给发行人）商标、商号的药品的情况，不存在利益输送或其他利益约定情形；

6、终端集采业务的实质是药品购销，发行人与下游客户间主要权利义务不存在异常；发行人不存在签订加盟合同并收取加盟费、授权对方使用发行人商标、商号的情形；发行人与终端集采客户约定原则上仅从发行人处采购，但实际经营中客户自主性和灵活性高，发行人不对客户实施管理，并非终端集采客户的唯一供应商，终端集采业务不属于买断式独家经销或加盟合作模式；除安徽好之佳大药房连锁有限公司是发行人参股 19%的企业外，报告期内终端集采主要客户与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员不存在关联关系；报告期内，发行人终端集采业务客户数量、配送门店数量、销售金额均处于快速发展中，具有合理原因，与同行业可比企业不存在重大差异。

问题二、关于门店管理

申报材料显示：（1）零售模式下，截至目前发行人已拥有 768 家零售药店和 3 家门诊，主要集中在安徽省内。（2）终端集采模式下，发行人合作门店数量从 2019 年 127 家增至 2020 年 328 家。请发行人：

（1）补充披露发行人零售模式下对众多直营店的管理控制模式，管理人员的聘任模式、领薪单位，单店平均管理人员、普通员工数量；报告期内的退货情况，网络销售下对退换货、消费者投诉、举报的处理措施及与电商平台间的约定；报告期内的消费诉讼纠纷情况，是否存在严重违反消费者保护法等重大违法违规情形；

（2）补充披露发行人开展门诊业务的原因及必要性；发行人各门诊店具体情况，年销售金额及占比，提供诊疗服务内容，提供诊疗服务的原因及合理性，配备人员及医师的相应资质情况；

（3）补充披露发行人终端集采模式下对众多合作门店的管理模式，合作门店管理人员的聘任模式、领薪单位，单店平均管理人员、普通员工数量；报告期内销售金额排名前十的直营店基本情况，销售金额与各期店均销售金额的对比，与行业一般直营店店均销售金额间的比较情况；报告期各期发行人直营店增速与同行业可比企业门店增速的比较情况；单店平均投入成本情况，一般回本周期，与同行业可比公司的比较情况。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露发行人零售模式下对众多直营店的管理控制模式，管理人员的聘任模式、领薪单位，单店平均管理人员、普通员工数量；报告期内的退货情况，网络销售下对退换货、消费者投诉、举报的处理措施及与电商平台间的约定；报告期内的消费诉讼纠纷情况，是否存在严重违反消费者保护法等重大违法违规情形；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/2、零售业务的主要运营模式”中进行了补充披露。

1、发行人零售模式下对众多直营店的管理控制模式

发行人在医药零售业务板块设置了集团化的管理架构，通过子公司管理直营门店。在总部设置各职能部门，其中营运中心或营运部是各直营门店的管理部门，下设各大区总监（或分公司负责人），片区经理、店长进行门店的管理。为有效管理连锁直营门店，保障直营门店管理的一致性，根据多年连锁药店经营管理经验，公司制定了标准化的门店管理体系，涵盖各项标准化管理制度。

具体详见本回复意见“问题五/一/（一）/1、发行人控股子、参股公司、孙公司与发行人直营门店的对应销售管理关系，每家子公司、孙公司对应的直营门店数量、地区”以及“问题五/一/（一）/2、发行人通过子公司销售管理直营门店的模式，区域分布情况”。

统一、标准化的管理模式是现代零售连锁企业的基本特征，发行人对于直营门店的管理模式与同行业类似。完备的组织架构搭建、门店标准管理体系的执行是公司众多门店稳健优良运营的基础。报告期内，发行人可以有效管理直营门店。

2、各直营门店的员工管理模式

（1）人员聘任模式、领薪单位

发行人各连锁门店岗位设置为店长、驻店药师、店助、组长及店员等岗位，其中店长属于门店的管理者。

门店店长岗位的选拔通过竞聘和在储备人才库中选拔产生，储备人才库的建立通过员工自荐、店长、片区经理推荐、人事岗位面试推荐产生。所有新上任店长在接任门店期间均需要经过 3 个月左右的代理观察期，在各项数据指标考核合格后方可转为正式店长。

门店店员的管理，由营运部协同人力资源部统一管理，日常事务的工作分配及安排由门店店长进行考评，与门店销售业绩挂钩。

发行人门店的所有员工薪资计算由总部人力资源部薪资组统一核算，再由所属管辖的子公司予以发放。

（2）单店平均管理人员、普通员工数量

报告期各期末，发行人零售业务门店管理人员（店长）、门店普通员工人数情况如下：

项目	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
零售门店数量（家）	771	607	541
店长人数（人）	766	599	471
普通员工人数（人）	2,586	2,163	1,755
单店平均管理人员（人）	0.99	0.99	0.87
单店平均普通人员（人）	3.35	3.56	3.24

发行人零售门店一般设置 1 名店长，其余店员（含药剂师）2-3 名，平均每个门店配备 3-4 名左右员工。报告期内，期末员工花名册中店长人数略少于期末发行人零售门店数量的主要原因是部分新开门店或收购门店尚未配备店长，由片区经理兼任所致。公司对店长的选拔、任用制定了较为严格的标准流程，考核合格后方可成为正式店长。

3、报告期内零售退货情况

基于医药连锁零售的行业特点，为提升顾客满意度，消费者购买的商品在符合 GSP 药品经营质量管理规范及公司制定的《连锁门店药品退货管理制度》的情况下，可以持购物小票到店申请退货。退货流程具体如下：

（1）药品一经售出，除质量原因，原则上不得退换。针对药品质量问题退回的，顾客提供相关的检测报告、购物单据，核实后由门店店长提交采购部审核，采购部出具商品退回单（通知单）后，由门店将该药品收回，统一上交总部，同时将款项退回顾客。另外，生产厂家发现产品批次质量问题，通知公司召回的，按照公司《药品追回管理制度》，由各连锁门店负责以电话或海报形式通知已购买顾客，主动追回已销售的涉事药品，做好相关追回记录。

（2）针对非药品类商品或无质量问题的药品要求退回的，除包装已打开且无法修复、内/外包装有损毁污染、顾客已使用/服用等影响二次销售的情形不

予退货外，顾客可持购物小票由店长审批后可以退换。

（3）退回的商品不影响二次销售的，可继续上架销售；不具备继续销售条件的，报总部报损，委托具有药品无害化处理资质的环保企业进行统一销毁。

（4）商品退货完成后，退货数据传输至系统。

报告期内，发行人零售退货金额及占比具体如下：

单位：万元

报告期	零售业务主营业务收入	退货金额	退货占比
2020 年度	129,222.19	367.79	0.28%
2019 年度	103,354.66	229.86	0.22%
2018 年度	71,779.16	151.66	0.21%

由上表可知，报告期内公司零售业务销售退货金额较小，退货金额占零售收入的比例较低，不存在因退货产生的重大销售跨期或其他异常情形。

4、网络销售下对退换货、消费者投诉、举报的处理措施及与电商平台间的约定

（1）网络销售下对退换货、消费者投诉、举报的处理措施

①退换货处理措施

根据《消费者权益保护法》、《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》等相关规定，发行人制定了《电子商务售后管理规定》，公司网络销售商品根据其不同的商品属性，适用不同的退换货规则。

公司网络销售的医疗器械、保健食品等非药品类商品，适用“七天无理由退换货”规定。满足商品包装完整、商品能够保持原有品质、功能条件的，公司售后客服应同意消费者自收到商品之日起七日内提出的退换货申请。

根据《药品经营质量管理规范》，除药品质量原因外，药品一经售出，不得退换，故公司网络销售的药品不适用“七天无理由退换货”规定。确因药品质量问题，消费者要求退换货的，在消费者提供检验机构的检验报告单等相关证据后，售后客服核实后应同意消费者的退换货申请。

②消费者投诉处理

根据发行人《电子商务售后管理规定》，消费者向平台投诉的，售后客服应第一时间与消费者确认具体原因：因产品质量问题投诉的，应及时向平台和消费者提供产品的进货凭证及质检报告；因延迟发货或缺货投诉的，应根据实际库存情况进行选择补发或者与消费者沟通补发替代性货品，并根据平台规则给予相应的赔付，消费者拒绝同意的，则应及时对消费者进行退款并与消费者协商给予相应的补偿。

③消费者举报处理

根据发行人《电子商务售后管理规定》，消费者向主管机关举报的，公司接到主管机关要求配合调查的文件后，应第一时间提供相应的材料，对相关情况进行解释说明。若消费者投诉情况属实，即平台销售的商品存在不规范的情形，则应立即整改，并与消费者协商给予赔偿；若消费者举报的情况不属实，则联系消费者进行解释，同时将有关情况汇报给举报受理机关。

（2）网络销售下与电商平台间关于退换货、消费者投诉、举报的约定

截至本回复意见出具日，发行人与天猫、京东、拼多多、美团、饿了么、京东到家存在合作关系，发行人与该等电商平台关于退换货、消费者投诉、举报的约定如下：

序号	电商名称	关于退换货、消费者投诉、举报的约定
1	天猫	①商户了解并同意商户是消费者保障的责任主体。 ②商户同意当天猫受理买家提出的消费者保障维权和赔付申请时，商户应积极配合，在天猫要求的时限内提供相关证据材料。商户同意天猫可以大众一般认知水平标准，根据相关证据材料判定商户是否应根据本协议约定履行退款或赔付义务。在判定商户应对消费者进行退款、支付违约金或赔偿款的情况下，商户同意天猫可在符合法律规定及本协议约定的情况下通知网商银行/支付宝公司自商户的保证金中直接划扣相应金额支付给消费者，天猫亦可使用自有资金代商户向消费者进行支付，同时天猫有权就代为赔付的金额向商户进行追偿。
2	京东	①京东健康有权要求商家提供与商家商品、售后服务等相关的信息，以便于客户直接向京东健康平台客服中心进行咨询时予以回复，对于京东健康无法回答或属商家掌握的情况，京东健康有权要求商家在指定的时限内予以回复或给出相应方案如商家未及时予以解决的客户咨询及投诉，京东健康有权对商家采取相应处理措施。 ②商家销售的产品引起任何投诉、举报、舆情事件、行政机关的处罚或诉讼等情况，商家应及时配合京东健康处理，提供监管部门、司法机关所需的全部资料信息，如因上述事项给京东健康造

序号	电商名称	关于退换货、消费者投诉、举报的约定
		成损失的，商家需予以赔偿，并应自担费用采取下列措施，以保障京东健康的利益不受损害。 ③退换货原则：若消费者因商品确实存在质量问题而提出的退换货申请的，商家应一律承担退换货的售后服务。商家售出的商品是否支持“7 天无理由退货”及退回商品完好的标准，应当在商品详情页对消费者做到显著提示。
3	拼多多	①不合格商品的退回。商家销售的商品不符合国家相关法律法规、规章、相关标准、本协议约定及平台规则规定的，视为不合格商品。商家销售不合格商品，消费者有权将该商品退回商家，运费由商家承担。 ②严重问题商品的认定及处理：若经消费者投诉、品牌方投诉、甲方（指拼多多，下同）调查、司法机关或者行政机关调查等途径，发现商家存在下列情形之一的，则涉及商品将被认定为“严重问题商品”：销售假冒伪劣商品或者过期商品；提供非法服务；违反本协议第 5 条规定的商品质量要求且情节较为严重；与上述行为性质类似、甲方认为不宜继续销售的其他情形。 商家销售“严重问题商品”的，甲方可对全店商品作即时下架处理，并通知商家提供相关证据，包括但不限于商品销售许可、进货凭证、授权销售证明、商品进口证明等，商家应立即提交。若商家不能及时提供有效证明文件，甲方有权采取下列一项或多项措施：立即解除本协议；限制商家店铺资金（包括但不限于店铺保证金、活动保证金及货款，下同）提现；要求商家支付通过拼多多平台销售的“严重问题商品”历史总销售额（以商品 ID 为准）的十倍作为消费者赔付金赔付消费者，且甲方有权以商家店铺资金抵扣消费者赔付金赔付消费者；扣除商家交纳的保证金；平台规则规定的其他违规处理措施。 ③售后责任。商家应根据相关法律法规、本协议约定以及平台规则之规定，负责为消费者提供商品的“修理、更换、退货”等售后服务，并承担因上述售后服务而产生的一切费用（包括但不限于往返运费、退换货费用等），保障消费者的合法权益，避免甲方承担因商品售后服务而产生的任何法律责任（包括但不限于任何赔偿、补偿或处罚）或声誉受损。
4	饿了么	①甲方（指商家，下同）了解并同意甲方是用户保障的责任主体。甲方承诺按照国家法律法规、本协议的约定提供商品以及服务、开展经营活动，并履行消费者保障义务。 ②甲方同意当饿了么受理用户提出的消费者保障维权和赔付申请时，甲方应积极配合，在饿了么要求的时限内提供有关证据材料。甲方同意饿了么可以大众一般认知水平标准，根据相关证据材料判定甲方是否应根据本协议约定履行退款或赔付义务。在判定甲方应对用户进行退款、支付违约金或赔偿款的情况下，甲方同意饿了么可在符合法律规定及本协议约定的情况下自甲方的保证金中直接划扣相应金额支付给消费者，饿了么亦可使用自有资金或应结算贷款代甲方向消费者进行支付，同时饿了么有权就代为赔付的金额向甲方进行追偿。
5	美团	①甲方（指商家，下同）应合法经营，且提供的商品/服务应符合国法律、法规、规章的规定。如因甲方行为或甲方提供的商品/服务造成用户损失的，由甲方承担相应的赔偿责任。甲方知悉、理解并同意，如乙方（指美团，下同）/乙方关联方/乙方合作方基于前述情况向消费者先行赔付的，乙方有权进行追偿，甲方授权乙

序号	电商名称	关于退换货、消费者投诉、举报的约定
		方对消费者先行赔付并同意乙方从甲方保证金或待结款项中直接扣划，不能扣划的甲方同意另行支付。 ②美团外卖用户下单后，乙方系统通知甲方，甲方应在系统设定的时间内处理订单。如甲方确认接单后因商品售罄等原因，不能提供的，甲方应立即电话通知下单的外卖用户和美团外卖实际经营者，做好合理的安抚和处理措施，并自美团外卖用户下单时起的系统设定的时间内对在线支付的外卖用户进行退款。如因此造成美团外卖用户投诉、经济损失等相关后果均由甲方承担。
6	京东到家	甲方（指京东到家，下同）有权作为平台方处理用户投诉事宜，若因乙方（指商家，下同）商品问题、服务问题或售后问题等原因导致甲方被用户投诉、起诉的，乙方应积极处理并独立承担相应的法律责任；如乙方怠于处理，甲方有权选择与用户和解、调解或诉讼，乙方应承担由此造成的一切费用。甲方有权从乙方待结算交易货款中扣除上述费用，如甲方的损失通过上述方式仍无法弥补，则甲方有权单方终止向乙方提供的一切服务，且有权继续向乙方追偿。

5、报告期内的消费诉讼纠纷情况，是否存在严重违反消费者保护法等重大违法违规情形

报告期内，发行人作为被告发生的消费诉讼纠纷共 8 起，均已结案，具体情况如下：

序号	原告	案号	受理法院	案件概述	案件结果
1	王丹阳	（2018）皖 0124 民初 1549 号	合肥市庐江县人民法院	原告认为被告门店销售的药酒不符合食品安全标准，要求被告退还货款并赔偿损失。	调解结案
2	曾燕红	（2019）渝 0104 民初 439 号	重庆市大渡口区人民法院	原告认为被告销售的中药饮片炮制项不符合国家标准，要求被告退还货款并赔偿损失。	原告撤诉
3	曾燕红	（2019）渝 0104 民初 483 号	重庆市大渡口区人民法院		原告撤诉
4	曾燕红	（2019）川 0522 民初 64 号	四川省泸州市合江县人民法院		原告撤诉
5	曾燕红	（2019）渝 0108 民初 1734 号	重庆市南岸区人民法院		原告撤诉
6	姚亭	（2019）赣 0323 民初 569 号	江西省泸溪县人民法院	原告认为被告销售的中药饮片炮制项不符合国家标准，要求被告退还货款并赔偿损失。	原告撤诉

序号	原告	案号	受理法院	案件概述	案件结果
7	叶刚	（2020）川 0104 民初 6129 号	四川省成都市锦江区人民法院	原告认为被告销售的中药饮片属于劣药，要求被告退还货款并赔偿损失。	原告撤诉
8	刘红秀	（2021）川 0191 民初 789 号	四川省成都市成都高新技术产业开发区人民法院	原告认为被告销售的中药饮片属于劣药，要求被告退还货款并赔偿损失。	原告撤诉

针对报告期内发行人与消费者发生的诉讼纠纷，相关法院均未认定发行人存在严重违反药品、食品安全、消费者权益保护等相关的法律法规的行为，发行人亦未因诉讼纠纷所涉行为被有关政府主管部门作出行政处罚。根据发行人及其子公司所在地市场监督管理局等相关主管部门出具的合规证明以及通过网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、执行信息公开网、信用中国、相关政府部门官方网站等，报告期内发行人不存在严重违反消费者保护法等重大违法违规情形。

（二）补充披露发行人开展门诊业务的原因及必要性；发行人各门诊店具体情况，年销售金额及占比，提供诊疗服务内容，提供诊疗服务的原因及合理性，配备人员及医师的相应资质情况；

发行人已在招股说明书“第五节/六/（一）/9、国胜医疗”中进行了补充披露。

1、发行人开展门诊业务、提供诊疗服务的原因、合理性及必要性

在迎接“处方外流”的过程中，医药零售行业出现了诸多有益的尝试，其中“药店+门诊”已被行业领先企业普遍接受。零售药店依托自身较好的专业药学服务基础、高覆盖率带来的便捷性以及良好的信息化建设基础等优势，能够有序承接从医疗机构分流出的患者对药品与药事诊疗服务的需求，成为“处方外流”政策的重要受益者。

因此，同行业可比公司在拓展门店的同时，也多有涉及诊疗业务，打造集合了“药店+门诊”的业态，积极构建多元化健康服务生态圈。

可比公司	信息披露来源	门诊相关的公开披露信息
一心堂	2020 年年报	随着该公司会员人数的逐年增加，国家对大健康产业不断的支持，大众对诊疗服务的需求日益递增。诊所业务将以会员资源为切入点，侧重专业化服务。会员在诊疗服务上的需求具有较大的潜在价值，该公司顺应市场需求，加强大健康产业链布局，提升消费需求的升级，积极探索布局“药店+诊所”业务模式，未来“药店+诊所”模式将会为该公司带来新的业绩增长点。2020 年该公司有 6 家诊所类型业务机构，较 2019 年新增 4 家，其中**专业诊所 3 家**、健康生活馆 1 家、**卫生服务中心及服务站 2 家**。
老百姓	2020 年年报	截至报告期末，该公司直营门店中**特殊门诊 396 家**。
大参林	2018 年年报、2020 年半年报	抓住国家鼓励“中医馆中医诊所开办”的时机，积极筹建坐堂医门店和**中西医结合门诊**，并在门店推行精品中药营销，为顾客提供更好的专业服务。**该公司全资子公司东莞莞城大参林中医门诊部有限公司从事诊疗服务。**
益丰药房	2020 年年报	通过开设中医馆、中医坐堂、**门诊部**、店内诊所以及互联网医疗等方式，向诊疗延伸。该公司从事诊疗服务的子公司包括：**无锡德慈门诊部、无锡九州诊所、南通益丰门诊部、五一诊所公司**等。
健之佳	2020 年报	截至 2020 年 12 月 31 日，该公司拥有 1,883 家直营社区专业便利药房、**4 家直营中医诊所、2 家直营社区诊所**、1 家直营体检中心、240 家直营便利店。
漱玉平民	招股说明书	截至 2020 年 12 月 31 日，该公司及子公司共拥有**中医诊所 34 家**。

2020 年度，在巩固优势地位的同时，发行人积极进行战略布局，开始涉足社区诊疗服务，陆续在合肥市开设了三家门诊——安百苑门诊、元兴门诊、桂园门诊，以完善多层次健康服务，充分满足消费者日益丰富的健康需求。

综上，发行人开展门诊业务符合公司战略发展和行业发展趋势，与同行业可比公司之间不存在差异，具有合理性、必要性。

2、发行人各门诊的具体情况，年销售金额及占比，提供诊疗服务内容

（1）各门诊的基本情况

①安百苑门诊

公司名称	合肥市安百苑综合门诊有限责任公司
统一社会信用代码	91340111MA2UDD1X0N
成立时间	2019 年 12 月 13 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
法定代表人	吴娟娟

住所	安徽省合肥市包河区北京路与歙县路交叉口安百苑 B 区 102、202、103、203、201 临街商铺
经营范围	门诊部（所），医疗服务，中医科医疗服务，健康体检服务（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	国胜医疗持股 100%

②元兴门诊

公司名称	合肥元兴综合门诊有限责任公司
统一社会信用代码	91340102MA2UGLX88H
成立时间	2020 年 1 月 20 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
法定代表人	吴娟娟
住所	安徽省合肥市瑶海区青龙路鸿兴苑小区 5 号楼 112、113、114、115 门面
经营范围	内科；外科；急诊科；中西医结合科；口腔科；放射科；妇科；检验科；诊疗服务；医疗器械、药品、电疗器械销售；健康管理咨询服务。（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）
股权结构	国胜医疗持股 100%

③桂园门诊

公司名称	合肥国胜医疗管理有限公司桂园中西医结合门诊部
统一社会信用代码	91340103MA2UH9BEX9
成立时间	2020 年 3 月 3 日
负责人	凌薇薇
住所	安徽省合肥市庐阳区大杨镇龙王店路与灯歌路交口东南角中铁国际城桂园 7 栋社区底商 105-106（上下）、204（上）
经营范围	内科、儿科、外科、急诊科、中西医结合科、中医科、口腔科、放射科、妇科、检验科诊疗服务。（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）各门诊的经营情况

单位：万元

2020 年度	安百苑门诊	元兴门诊	桂园门诊
营业收入	54.38	-	5.45
占零售业务收入的比例	0.042%	-	0.004%

发行人安百苑门诊、桂园门诊分别在 2020 年第三季度、第四季度开始营业，全年营业收入分别为 54.38 万元、5.45 万元，占公司零售业务收入的比例极低。

元兴门诊于 2021 年 1 月开业，因此报告期内无营业收入。

（3）各门诊科室开设及诊疗服务情况

截至本回复出具日，发行人各门诊科室开设情况如下：

门诊名称	类型	开设的科室
安百苑门诊	综合门诊	8 个科室，分别为内科、外科、妇科、口腔科、中医科、检验科、彩超科、放射科
元兴门诊	综合门诊	8 个科室，分别为内科、外科、妇科、口腔科、中医科、检验科、彩超科、放射科
桂园门诊	中西医结合门诊	7 个科室，分别为内科、外科、中医科、中西医结合科、检验科、彩超科、放射科

各科室提供的主要诊疗服务如下：

科室	提供的诊疗服务
内科	诊断、治疗感冒、发热、胃肠病、高血压等常见的非外伤和外力其他因素导致的内科系统疾病
外科	诊断、治疗跌打损伤、烧伤、痔疮、阑尾炎等常见外科病症并提供简单手术服务
妇科	诊断、治疗阴道炎、月经不调、乳腺疾病等常见妇科疾病
口腔科	提供龋齿充填、洗牙、牙列缺损修复、美白、正畸、拔牙等常见口腔诊疗服务
中医科	采用中药治疗男科病、脾胃病、糖尿病以及其他常见心身疾病；运用针灸、理疗等方法治疗中风、风湿性关节炎、哮喘等常见疾病
中西医结合科	采用常规西医学诊疗技术，结合中医的理法方药治疗如心脑血管病、胃肠性疾病、免疫系统性疾病等常见病、多发病、难治病
检验科	提供糖尿病检测，血脂检测，肝、肾、心、胃等功能检测诊断服务
彩超科	通过彩超机，提供患者全身性脏器三维成像服务，对心血管疾病、胃肠道疾病、实质性脏器疾病的诊断提供检测依据。
放射科	通过 X 线摄影系统，提供患者胸部、脊椎、腰椎等各部位成像服务，达到明确诊断和辅助诊断的目的

3、发行人各门诊配备人员及医师的相应资质情况

根据《医疗机构基本标准（试行）》（卫医发[1994]30 号）的要求，各类型门诊对医师、护士提出不同要求，具体如下：

门诊类型	对医师、护士资质的要求
综合门诊	1）至少有 5 名医师，其中有 1 名具有副主任医师以上职称的医师； 2）每临床科室至少有 1 名医师； 3）至少有 5 名护士，其中至少有 1 名具有护师以上职称的护士； 4）医技科室至少有 1 名相应专业的卫生技术人员。
中西医门诊	1）至少有 3 名从事中西医结合临床工作二年以上的医师，其中至少有 1 名具有副主任医师以上职称的中西医结合医师或中医师；

门诊类型	对医师、护士资质的要求
	2）至少有 5 名护士； 3）医技科室至少有 1 名具有相应专业的卫生技术人员。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有医师 21 名（包括临床科室、医技科室）、护士 16 名，医师、护士分配情况如下：

门诊名称	类型	人员情况
安百苑门诊	综合门诊	临床科室医生 6 人（其中副高职称 1 人）、检验士 1 人、彩超医生 1 人、放射医生 1 人，护士 5 人（其中护师 2 人）
元兴门诊	综合门诊	临床科室医生 6 人（其中副高职称 2 人）、检验师 1 人、彩超师 1 人、放射医生 1 人，护士 6 人（其中护师 1 人）
桂园门诊	中西医结合门诊	临床科室医生 5 人（其中中医生 2 名、中西医结合医生 1 人、副高职称 1 人）、检验师 1 人、彩超师 1 人、放射医生 1 人，护士 5 人（其中护师 3 人）

门诊作为医疗机构的一种，必须登记并领取《医疗机构执业许可证》，各地卫生健康委员会作为审批机构，对各门诊进行严格验收，确保符合各项要求。医师与护士数量作为取得证书的必备条件，已接受监管部门严格验收。**报告期内，发行人不存在因医师、护士资质不合规受到处罚的情形。**

（三）补充披露发行人终端集采模式下对众多合作门店的管理模式，合作门店管理人员的聘任模式、领薪单位，单店平均管理人员、普通员工数量；报告期内销售金额排名前十的直营店基本情况，销售金额与各期店均销售金额的对比，与行业一般直营店店均销售金额间的比较情况；报告期各期发行人直营店增速与同行业可比企业门店增速的比较情况；单店平均投入成本情况，一般回本周期，与同行业可比公司的比较情况。

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/3、终端集采业务的主要运营模式”、“第六节/三/（二）/2、零售业务”、“第九节/二/（一）9、募投项目经济效益分析”中进行了补充披露。

1、发行人不对终端集采合作门店进行管理，各合作门店人事独立运营

发行人是终端集采业务客户的供应商，业务实质是公司向下游客户销售药品，双方为购销关系。发行人不对客户的资产、人员、财务、机构等方面负责。

下游客户独立经营，自负盈亏，客户总部及各门店的人事管理（包括招聘、薪资发放、任免等）均由客户自行管理。发行人不掌握合作门店的管理人员、普通员工具体情况。

2、报告期内销售金额排名前十的直营店基本情况、销售金额

按照门店来看，报告期内，销售收入排名前十大的门店情况如下：

单位：万元

序号	收入前十大门店	销售金额	占零售业务收入比例
2020 年度			
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	1,662.49	1.29%
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	1,249.31	0.97%
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	1,230.40	0.95%
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	890.26	0.69%
5	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	766.64	0.59%
6	**安徽国胜大药房连锁有限公司包河花园店**	**627.08**	**0.49%**
7	**安徽国胜大药房连锁有限公司六安人民医院店**	**623.13**	**0.48%**
8	**安徽国胜大药房连锁有限公司翠庭园店**	**582.05**	**0.45%**
9	**芜湖国胜大药房连锁有限公司当涂一店**	**579.57**	**0.45%**
10	**芜湖国胜大药房连锁有限公司南瑞店**	**570.68**	**0.44%**
合计		**8,781.61**	**6.80%**
2019 年度			
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	1,836.45	1.78%
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	1,539.56	1.49%
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	1,107.62	1.07%
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	989.64	0.96%
5	亳州国胜大药房连锁有限公司盖福祥光明小区店	849.64	0.82%
6	**安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店**	**736.84**	**0.71%**
7	**安徽国胜大药房连锁有限公司安医店**	**646.93**	**0.63%**
8	**芜湖国胜大药房连锁有限公司繁昌一店**	**590.82**	**0.57%**
9	**芜湖国胜大药房连锁有限公司南瑞店**	**572.16**	**0.55%**
10	**芜湖国胜大药房连锁有限公司当涂一店**	**563.63**	**0.55%**
合计		**9,433.29**	**9.13%**
2018 年度			

序号	收入前十大门店	销售金额	占零售业务收入比例
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	1,857.58	2.59%
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	1,315.79	1.83%
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	973.94	1.36%
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	935.58	1.30%
5	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	684.28	0.95%
6	**安徽国胜大药房连锁有限公司安医店**	**664.83**	**0.93%**
7	**安徽国胜大药房连锁有限公司科大花园店**	**613.61**	**0.85%**
8	**芜湖国胜大药房连锁有限公司南瑞店**	**591.72**	**0.82%**
9	**安徽国胜大药房连锁有限公司包河花园店**	**568.36**	**0.79%**
10	**安徽国胜大药房连锁有限公司绩溪路店**	**560.03**	**0.78%**
合计		**8,765.73**	**12.21%**

报告期内，公司销售额前十大的门店共涉及 15 家，其开店时间与特点优势如下：

序号	收入前十大门店	开店时间	特点及优势
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	2014 年 5 月	位于芜湖市市区中心，毗邻商业步行街。门店面积 1,100 平米，药品品类齐全，人流量较大，拥有稳定的消费人群，是芜湖国胜体系内最大的旗舰店。
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	2012 年 3 月	位于合肥市中心，毗邻三级甲等综合性医院中国科学技术大学附属第一医院，承接医院处方外流的药品需求和外溢客流，药品品类齐全，消费人群较大。
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	2011 年 3 月	安徽国胜第一家自建门店，为 24 小时门店，全天候提供服务，位于主干道徽州大道与望江路交口，交通便利，面积 550 平米，周围社区密集，消费人群密集，常驻人口较多。该店通过 O2O 服务加速引流。
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	2015 年 8 月	位于合肥市庐江县中心区域，毗邻庐江县中医院，面积 1,200 平米。承接医院处方外流的药品需求和外溢客流，药品品类齐全，消费人群较大，是国胜药房在庐江县最大的旗舰店。
5	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	2011 年 3 月	位于合肥市区繁华地段三里庵商圈，周边有大型商场、超市和学校，住宅区密集，人流量较大，拥有稳定的消费人群。
6	亳州国胜大药房连锁有限公司盖福祥	2007 年 6 月	位于亳州市主干道，交通便利，周边拥有成熟的社区光明小区，人流密集，品种齐全，

序号	收入前十大门店	开店时间	特点及优势
	光明小区店		拥有稳定的消费人群。
7	安徽国胜大药房连锁有限公司安医店	2016 年 6 月	位于合肥市中心，毗邻三级甲等综合性医院安徽医科大学第一附属医院，承接医院处方外流的药品需求和外溢客流，药品品类齐全，消费人群较大。
8	安徽国胜大药房连锁有限公司包河花园店	2012 年 3 月	位于合肥市大型社区里面，交通便利，购药方便，固定消费人群多，药品品类齐全，且为 24 小时门店，全天候提供服务。
9	安徽国胜大药房连锁有限公司翠庭园店	2012 年 4 月	位于合肥市政务区，周边覆盖多个高档小区，药品品类齐全，固定消费人群较多，且为 24 小时门店，全天候提供服务。
10	安徽国胜大药房连锁有限公司绩溪路店	2015 年 1 月	位于合肥市中心，毗邻三级甲等综合性医院安徽医科大学第一附属医院，承接医院处方外流的药品需求和外溢客流，药品品类齐全，消费人群较大。
11	安徽国胜大药房连锁有限公司科大花园店	2018 年 8 月	位于合肥市中国科技大学西区旁，交通便利，周围覆盖多个小区，且毗邻大型商超，药品品类齐全，固定消费者和流动人群较多。
12	安徽国胜大药房连锁有限公司六安人民医院店	2016 年 9 月	位于安徽省六安市中心，毗邻三级综合性医院六安市人民医院，承接医院处方外流的药品需求和外溢客流，药品品类齐全，消费人群较大。
13	芜湖国胜大药房连锁有限公司当涂一店	2013 年 10 月	位于安徽省马鞍山市当涂县中心区域，属于慢性病定点药房，药品品类齐全，固定消费人群较多，且较为稳定。
14	芜湖国胜大药房连锁有限公司繁昌一店	2014 年 5 月	位于安徽省芜湖市繁昌县中心区域，药品品类齐全，覆盖消费人群较多，属于当地最大的连锁门店。
15	芜湖国胜大药房连锁有限公司南瑞店	2012 年 11 月	位于芜湖市市区中心，交通便利，属于慢性病定点药房，药品品类齐全，周围覆盖数个大型社区，固定消费者和流动人口较多。

报告期内，发行人零售业务平均门店收入分别为 161.04 万元、170.90 万元和 172.52 万元。发行人前十大门店的年销售收入均在 500 万元以上，这些门店普遍开店较早，地理位置优越，或位于成熟商圈与社区，拥有稳定的消费人群，因而销售金额较高。

3、各期店均销售金额的对比，与行业一般直营店店均销售金额间的比较情况

（1）报告期各期，发行人平均门店收入情况

报告期内，发行人平均门店收入情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
线下门店零售收入（万元）	118,863.14	98,096.92	68,441.09
期末门店数量（家）	771	607	541
平均门店收入（万元/家）注	172.52	170.90	161.04

注：平均门店收入=线下门店零售收入/期初、期末直营门店数量的平均值

报告期内，发行人零售业务通过自建及并购进行规模化扩张，门店数量增长较快。报告期内公司新增门店数量分别为 232 家、66 家和 164 家，从合肥逐渐拓展至省内其他地级市以及周边省份。随着门店数量的增长，发行人线下门店零售收入同步上升，平均门店收入基本稳定、逐年上涨。

（2）发行人与行业可比公司直营门店店均销售金额的比较情况

报告期各期，发行人与同行业可比公司门店平均门店收入的对比情况如下：

可比公司	期末直营药店数量（家）			平均门店收入（万元/家）		
	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31	2020 年	2019 年	2018 年
一心堂	7,205	6,266	5,758	174.39	165.24	160.75
老百姓	4,892	3,894	3,289	274.98	286.49	293.73
益丰药房	5,356	4,366	3,442	252.04	245.63	241.40
大参林	5,705	4,702	3,880	264.66	248.53	248.31
健之佳	1,890	1,546	1,308	199.55	197.12	179.82
漱玉平民	1,851	1,687	1,515	229.13	193.26	194.33
上述企业平均值	4,483	3,744	3,199	232.46	222.71	219.72
发行人	771	607	541	172.52	170.90	161.04
行业平均门店收入				79.92	78.68	76.39

注 1：健之佳门店数量不包含便利店；

注 2：近期上市的健之佳、漱玉平民在招股说明书中披露了线上、线下零售收入，平均门店收入=线下门店零售收入/期初、期末直营门店数量的平均值；

注 3：除健之佳、漱玉平民外，其他可比公司平均门店收入=可比公司全部零售收入/期初、期末直营门店数量的平均值；

注 4：行业平均门店收入=中康 CMH 公布的我国零售药店销售额/国家药品监督管理局公布的我国零售药店数量。

与可比上市公司相比，发行人零售业务平均门店收入低于可比公司。主要原因如下：

（1）发展阶段不同。发行人报告期内正处在快速发展期，注重规模化扩张以及市场占有率提升，管理重点放在开店、并购以及合规经营方面。报告期内，发行人新增门店数量较多，从 2018 年初的 309 家大幅增至 2020 年末的 771 家，增长了 149.51%，远高于可比公司。一般来说，新店获取医保资质需要一定时间且需经历促销引流、培育客户、优化商品结构等阶段，导致影响销售。可比公司起步早、发展快，现有规模远大于发行人，成熟门店数量多。尤其是一心堂、老百姓、益丰药房、大参林四家可比公司上市时间早，依托资本市场平台优势，在全国范围内布局，收购较为优质标的，平均门店收入较高。

（2）重点区域的消费能力有所差异。大参林的门店主要在经济较为发达的广东省，且参茸贵细等高客单价产品销售占比相对较高，因此平均门店收入较高；益丰药房在深耕医药大省湖南及周边地区的基础上，在并购市场上较为活跃，带动平均门店收入的提高；老百姓和漱玉平民多集中在中部和东部的主要城市，门店所处位置的消费能力较强，因此平均门店收入较高。

我国医药零售行业连锁化率仍有待提高，竞争力不足的单体药店或小型连锁企业长期存在，发行人是安徽省门店数量最多、区域领先的医药连锁企业，具有较为完善的采购、物流、销售体系，形成较强的规模优势和品牌影响力，虽然与上述 6 家可比上市公司，公司规模尚小，但与整个行业相比公司仍然具备一定的竞争优势，因而报告期内公司平均门店收入高于全国整个行业平均值。

综上，与可比上市公司相比，发行人零售门店数量较少，业务规模较小；平均门店收入指标高于行业平均值、低于可比公司，具有合理原因，不存在异常。

4、报告期各期发行人直营店增速与同行业可比企业门店增速的比较情况

报告期内，发行人与同行业可比公司直营门店增速的情况具体如下：

单位：家

可比公司	2020 年		2019 年		2018 年		2017 年	CAGR
	期末数量	增速	期末数量	增速	期末数量	增速	期末数量	
一心堂	7,205	14.99%	6,266	8.82%	5,758	13.66%	5,066	12.46%
老百姓	4,892	25.63%	3,894	18.39%	3,289	35.13%	2,434	26.20%
益丰药房	5,356	22.68%	4,366	26.84%	3,442	73.93%	1,979	39.36%
大参林	5,705	21.33%	4,702	21.19%	3,880	31.44%	2,952	24.56%
健之佳	1,890	22.25%	1,546	18.20%	1,308	18.48%	1,104	19.63%
漱玉平民	1,851	9.72%	1,687	11.35%	1,515	20.91%	1,253	13.89%
平均值	4,483	19.43%	3,744	17.47%	3,199	32.26%	2,465	22.68%
发行人	771	27.02%	607	12.20%	541	75.08%	309	35.63%

注：同行业可比公司中老百姓、益丰药房、大参林、漱玉平民有加盟店，上表门店数量不包含加盟店

由上表可知，得益于资本市场平台，同行业零售上市公司均保持了较高的门店扩张速度。报告期各期，行业可比企业平均每年新增门店 734 家、545 家、739 家，平均每年增速分别为 32.26%、17.47%、19.43%，三年复合增长率平均值达 22.68%。

报告期内，发行人持续扩大零售终端网络布局，门店数量增速较快，报告期复合增速 35.63%，高于行业平均水平。

5、单店平均投入成本与回本周期情况，以及与同行业可比公司的比较情况

（1）单店投入成本

新建一家零售药店，资金投入主要为门店租赁费、装修费、设备购置费和门店铺货款。公司根据租赁合同约定支付租赁费用，根据门店大小、房屋建筑情况设计改造和装修方案，统一装修风格和门头。设备购置费为门店经营所需的固定资产投入，如货架、空调、阴凉柜、电脑等。门店铺货款为公司按照门店位置及大小、预测收入等情况，在门店正式营业前将商品配送到位。

报告期内，发行人新开门店数量分别为 66 家、62 家和 161 家，单店投入从 20 万元/店-150 万元/店不等。

（2）回本周期

新门店开业后，约有 6-9 个月左右的时间为培育期，门店需要加大品牌宣传力度、吸引顾客办理会员卡、针对周边商业环境制定销售政策、培育固定消费群体、调整商品结构、优化门店人员结构等措施促进销售，并在满足当地医保申请条件后第一时间申请医保定点资质。门店在培育期通常表现为亏损或低毛利率。培育期后，门店销售会进入增长期，盈利能力开始提升；约 2-3 年后会进入销售稳定期，门店消费群体逐步稳定，销售稳步增长。就单店而言，现金流回本周期通常为 2 年左右。

（3）同行业募投项目的情况

最近 5 年，可比上市公司 IPO 或再融资涉及新建门店募投项目的情形如下：

序号	公司名称	融资事件	门店数量（家）	门店位置	建设期（年）	总投资金额（万元）	平均单店投资额（万元）	税后预期投资回收期（年）
1	老百姓	2021 年非公开发行	1,680	湖南、江苏等 15 个省市	3	134,400.00	80.00	6.82
2	一心堂	2017 年非公开发行	340	云南、贵州	1	16,492.76	48.51	7.07
3	益丰药房	2020 年可转债	1,500	湖南、上海、江苏、江西、湖北、广东、河北等省市	3	125,860.60	83.91	7.56
4	大参林	2017 年 IPO	1,311	广东、广西、河南、浙江、江西、福建六省	3	91,770.00	70.00	6.09
5	健之佳	2020 年 IPO	1,050	云南、四川、重庆、广西	3	100,421.68	95.64	7.07
6	漱玉平民	2021 年 IPO	600	山东	3	49,712.66	82.85	5.60
发行人 IPO			648	安徽、江苏、河南	3	55,567.80	85.75	5.25

虽然同行业可比公司未披露单个门店的回收期，但从募投项目来看，单店投资额多在 80 万元左右，建设期多为 3 年，包含建设期在内的投资回收期约 5-7 年。发行人本次发行募集资金投资项目的投入与回收期与同行业之间不存在重大差异。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、取得发行人直营门店信息统计表，了解发行人对直营门店的销售管理模式；查阅公司与门店经营管理相关的规章制度或操作手册；

2、获取了发行人直营门店销售明细表、门店员工花名册、零售退货明细表，统计并了解主要门店基本情况与特点、平均门店收入、店均人员、退货金额等情况；

3、查询同行业可比上市的门店布局、门店管理模式、销售情况等资料并与发行人对应情况进行比对分析；

4、查阅发行人关于电子商务售后管理的内部管理制度；

5、查阅发行人与天猫、京东、拼多多等第三方平台签署的合作协议，及相关第三方平台规则；

6、取得发行人及子公司的仲裁或诉讼案件清单，检索中国裁判文书网、中国执行信息公开网查询发行人及子公司的诉讼情况，核查有无因产品质量等问题侵犯消费者权益而导致的诉讼、仲裁情形；

7、检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、发行人及其子公司所在地市场监督管理局等主管部门官方网站等，核查发行人及其子公司是否存在严重违反消费者保护法等重大违法违规情形；

8、访谈发行人零售业务负责人，了解开展诊疗业务的原因，取得发行人对从业人员资质情况的说明；

9、获取发行人终端集采模式下的客户清单，查阅终端集采模式下的合作协议；

10、获取了终端集采主要客户关于独立运营、不存在加盟的说明。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人零售模式下对众多直营店的管理控制模式合理，管理人员的聘任模式、领薪单位、单店平均管理人员、普通员工数量情况不存在异常；报告期内退货情况不存在异常；网络销售下对退换货、消费者投诉、举报的处理措施及与

电商平台间的约定合理；报告期内发行人零售业务的消费诉讼纠纷情况不存在异常，报告期内发行人不存在严重违反消费者保护法等重大违法违规情形；

2、发行人开展门诊业务符合公司战略发展和行业发展趋势；发行人各门诊店具体情况、年销售金额及占比、提供诊疗服务内容情况均不存在异常；发行人提供诊疗服务的原因具有合理性；报告期内，发行人门诊配备人员及医师的相应资质情况不存在异常；

3、发行人终端集采模式下与众多合作门店之间为产品购销关系，合作门店管理人员由其自行聘任、自行发薪，发行人不参与合作门店的管理；报告期内发行人销售金额排名前十的直营店基本情况、销售金额与各期店均销售金额的对比情况不存在异常，与行业一般直营店店均销售金额间的差异原因具有合理性；报告期各期发行人直营店增速高于同行业可比企业门店增速；发行人单店平均投入成本情况、一般回本周期，以及与同行业可比公司的比较情况不存在异常。

问题三、关于行业竞争

审核问询回复显示：（1）2018 年 5 月阿里健康通过增资入股发行人并持有发行人股份 10.00%，2018 年起发行人即开始与向阿里健康关联服务平台及其关联方杭州礼和开展关联交易。（2）发行人为安徽省最大的药店连锁企业，在巩固省内优势地位的同时，发行人积极拓展周边省份，已在江苏省开设了 9 家门店，并正在筹划开拓河南市场。

请发行人：

（1）结合阿里健康自身对医药渠道销售、零售的战略布局，披露发行人是否面临对阿里健康及其关联方依赖程度不断增加的风险；

（2）结合阿里健康自身对医药零售、线上医药零售的战略布局、业务情况、销售规模、门店数量、覆盖地域等情况，补充披露阿里健康自身的医药零售业务对发行人的医药门店零售业务的影响；

（3）补充披露发行人在安徽省内医药零售行业市场份额占有情况，省内其他医药门店零售企业的发展情况，发行人与省内其他可比企业在业务规模、门店数量、区域覆盖、销售药品种类数量等方面的比较，结合上述事项进一步披露发行人称“发行人为安徽省最大的药店连锁企业”是否准确；

（4）结合发行人拓展安徽省外市场的计划及发展情况，在招股说明书中披露省外业务拓展的情况及相关风险。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）结合阿里健康自身对医药渠道销售、零售的战略布局，披露发行人是否面临对阿里健康及其关联方依赖程度不断增加的风险；

发行人已在招股说明书“第五节/七/（二）/1、阿里健康”中进行了补充披露。

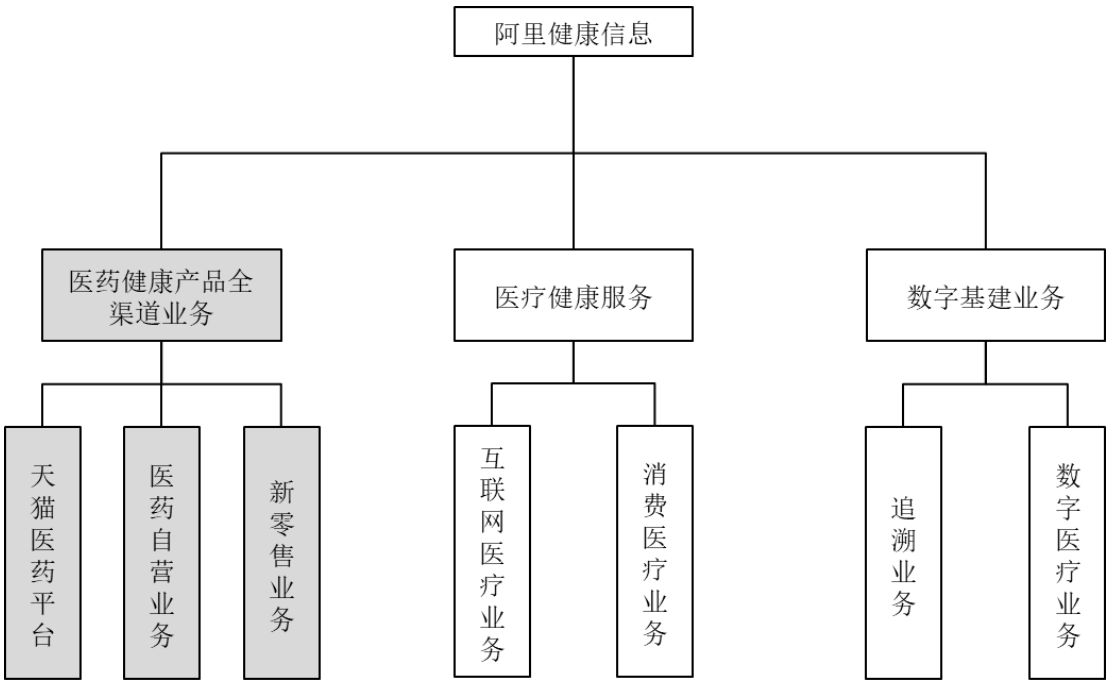
阿里健康的最终持有人为 Alibaba Health Information Technology Limited（**阿里健康信息技术有限公司，以下简称“阿里健康信息”**），其系香港联交所上市公司，股票代码为 00241，阿里健康系其在境内的主要运营实体，该实体与其关联公司主要从事互联网医疗医药电商等业务的技术服务。

1、阿里健康最终持有人对医药渠道销售、零售的战略布局

阿里健康信息系阿里巴巴集团在大健康领域的旗舰平台，凭借阿里巴巴集团在电子商务、互联网金融、物流、大数据和云计算等领域的优势，全渠道推进医药电商及新零售业务，并为大健康行业提供线上线下一体化的全面解决方案。

（1）阿里健康信息主营业务情况

阿里健康信息的业务主要集中在医药健康产品全渠道业务、医疗健康服务（含互联网医疗业务和消费医疗业务）及数字基建业务（含追溯业务和数字医疗业务）等领域。阿里健康信息主营业务板块情况如下：



阿里健康信息主营业务中，医药健康产品全渠道业务为其最重要的业务板块，旨在运用互联网技术，全渠道推进天猫医药平台、医药自营业务及新零售业务相结合运营模式，为有健康需求的用户建立线上线下一体化的综合医药服务平台。2021 财年（2020 年 4 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日），阿里健康信息运营的天猫医药平台商品所产生的商品交易总额超过 1,232 亿元人民币，医药电商线上平台佣

金收入为 19.7 亿元，阿里健康医药自营业务收入为 132.2 亿元。阿里健康信息医药健康产品全渠道业务的主要情况如下：

①天猫医药平台：天猫医药平台是天猫旗下品类齐全并且公开透明的一个医药购物频道，已经成长为国内医药健康产品最丰富、交易规模最大、流程安全可靠的医药健康品服务平台，产品种类涵盖药品、医疗器械、保健用品、成人计生、保健食品、医疗健康服务等。截至 2021 年 3 月 31 日，天猫医药平台的年度活跃消费者数量已超过 2.8 亿，服务逾 2.3 万个商家，包括同仁堂、东阿阿胶、善存、碧生源、拜耳等品牌商家；

②医药自营业务：阿里健康线上自营店（包括阿里健康大药房和阿里健康海外旗舰店）为消费者提供经严格质量把控的处方药和非处方药药品、保健滋补品、医疗器械等众多健康相关品类的商品，目前线上自营店的年度活跃消费者已超过 8,100 万。此外，阿里健康信息还同时拥有少量线下门店经营医药零售业务，目前有约 30 家全资线下医药零售门店，分布在广州、杭州、昆明，但线下零售门店所形成的收入占全年收入比重较低。

③新零售业务：阿里健康及其关联方以 O2O 模式开展新零售业务，利用其健全的网络和本地化的优势提升“最后一公里”的体验，目前“30 分钟送达”、“7*24 小时送药服务”等服务已经覆盖北京、上海、广州、深圳、杭州、武汉、济南、西安等约 30 个城市，同时在全国超过 300 个城市推出一小时达“急送药”服务，未来还将覆盖更多城市以满足用户急用药的需求。目前，阿里健康及其关联方合作参与的连锁药房包括发行人、漱玉平民、贵州一树等大型医药零售连锁企业。

（2）阿里健康信息关于医药渠道销售、零售的战略布局

阿里健康信息医药渠道销售的主要战略布局以线上电商平台为主，围绕现有的电商医药平台展开，同时致力于新用户和新品类的拓展，不断满足差异化和多样化的需求，不断以科技手段创新买药体验、努力打造天猫医药品牌，帮助平台商家做大做强。

阿里健康信息医药零售的主要战略布局为持续探索与线下联盟药店以及上游企业的创新合作，与线下联盟药店深度合作，打造线上线下购药闭环，同时通

过专业的数字化营销能力助力药企高效接触目前用户群体，发掘品牌增长的新机遇和方向，实现流量拓展，为医药企业带来新的发展机遇。

2、发行人不存在对阿里健康及其关联方依赖程度不断增加的风险

（1）发行人与阿里健康及其关联方的关联交易情况

报告期内，发行人与阿里健康及其关联方的关联交易情况如下：

①关联采购

单位：万元

关联方名称	主要交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占营业成本比	金额	占营业成本比	金额	占营业成本比
杭州礼和	采购商品	1,446.57	1.18%	1,614.67	1.71%	1,262.55	1.87%
阿里健康关联服务平台	接受劳务	450.33	0.37%	336.97	0.36%	148.15	0.22%
合计		**1,896.90**	**1.55%**	**1,951.64**	**2.07%**	**1,410.70**	**2.09%**

②关联销售

单位：万元

关联方名称	主要交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
阿里健康及其关联服务平台	提供劳务	21.73	0.01%	21.79	0.01%	20.35	0.02%

报告期内，发行人与阿里健康及其关联方的关联交易中，采购金额占营业成本的比重总体呈下降趋势，且维持在较低水平，对阿里健康及其关联方提供劳务金额及占比也较低，不会面临存在对阿里健康及其关联方依赖程度不断增加的风险。

（2）发行人与杭州礼和关联交易情况

发行人对阿里健康及其关联方的关联交易主要为向阿里健康全资子公司杭州礼和采购商品，交易价格公允且具有必要性，但不存在发行人对其依赖程度不断增加的风险。具体分析如下：

①阿里健康入股发行人与发行人向杭州礼和关联采购事项相互独立

根据阿里健康入股时与发行人签署的《增资协议》及《股东协议》，未就发行人向杭州礼和采购事项进行约定，因此阿里健康入股发行人与发行人向杭州礼和关联采购事项相互独立，不存在“入股捆绑销售”的情况。

②发行人向杭州礼和采购系基于日常真实的商业采购，具有必要性

发行人医药零售业务为满足终端消费者多样化产品需求以及门店全品类产品的供应，因此需从多个上游渠道供应商进行采购。杭州礼和作为阿里健康旗下的医药批发企业，拥有面向全国的配送与多品种的产品供应能力。

报告期内，发行人向杭州礼和采购的商品主要为阿胶类产品，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人向杭州礼和采购阿胶类产品金额	1,058.16	1,222.13	1,173.79
发行人向杭州礼和采购产品总金额	1,446.57	1,614.67	1,262.55
占比	**73.15%**	**75.69%**	**92.97%**

同时，发行人向杭州礼和采购的阿胶类产品均为“东阿阿胶”品牌。“东阿阿胶”系阿胶类知名品牌，杭州礼和自 2018 年开始为东阿阿胶股份有限公司的一级经销商，并且基于杭州礼和具有货源足、配送效率高的优势，公司于 2018 年起向杭州礼和采购其经销的“东阿阿胶”牌相关产品。因此，发行人向杭州礼和采购具有必要性及合理性。

③发行人对杭州礼和不存在重大依赖

报告期内，发行人向杭州礼和采购的商品主要为阿胶类产品，均为“东阿阿胶”品牌。除“东阿阿胶”品牌外，发行人报告期内还向其他供应商采购“福牌”、“齐灵”、“半边天”等品牌阿胶类产品。发行人根据阿胶类产品的市场销售情况，结合供应商的供货价、供货及时性等动态调整采购计划。

报告期内，发行人向杭州礼和采购阿胶类产品占发行人阿胶类产品总采购额对比情况如下：

单位：万元

年度	发行人向杭州礼和采购阿胶类产品金额	发行人阿胶类产品采购总额	占比
2020 年度	1,058.16	4,224.70	25.05%
2019 年度	1,222.13	5,328.41	22.94%
2018 年度	1,173.79	4,133.40	28.40%

在阿胶类产品的采购方面，发行人对杭州礼和不存在重大依赖。同时，报告期内发行人向杭州礼和各年采购金额占营业成本比例分别为 1.87%、1.71%和1.18%，占比较少，且呈现逐年下降趋势，不存在重大依赖。

④发行人向杭州礼和的关联采购价格公允

发行人向杭州礼和采购的商品定价依据主要是根据市场需求情况，经双方协商确定。上述定价依据与相同业务下的其他无关联第三方供应商基本一致，因此定价依据合理，交易价格公允。

报告期内，公司向杭州礼和采购的主要商品的价格与无关联第三方采购价格（不含税）对比情况如下：

商品名称及规格	期间	杭州礼和			无关联第三方			单价差异率
		金额（万元）	占营业成本比	单价（元）	金额（万元）	占营业成本比	单价（元）	
复方阿胶浆（无蔗糖，20ml*48 支）	2020 年	93.03	0.08%	193.81	573.43	0.47%	199.32	-2.77%
	2019 年	883.20	0.93%	215.90	432.23	0.46%	216.33	-0.20%
	2018 年	876.21	1.30%	208.62	438.10	0.65%	208.62	0.00%
东阿阿胶（250g 铁盒）	2020 年	790.71	0.64%	733.23	358.41	0.29%	716.81	2.29%
	2019 年	-	-	-	1,099.93	1.16%	757.16	-
	2018 年	297.59	0.44%	743.97	292.00	0.43%	730.00	1.91%

公司向杭州礼和采购的主要商品价格与无关联第三方采购价格不存在显著差异，交易价格具有公允性。

综上所述，发行人不存在面临对阿里健康及其关联方依赖程度不断增加的风险。

（二）结合阿里健康自身对医药零售、线上医药零售的战略布局、业务情况、销售规模、门店数量、覆盖地域等情况，补充披露阿里健康自身的医药零售业务对发行人的医药门店零售业务的影响；

发行人已在招股说明书“第五节/七/（二）/1、阿里健康”中进行了补充披露。

1、阿里健康信息对医药零售、线上医药零售的战略布局、业务情况、销售规模、门店数量、覆盖区域情况

阿里健康信息对医药零售、线上医药零售的战略布局、业务发展情况、销售规模、门店数量、覆盖区域等情况详见本回复意见“问题三/一/（一）/1、阿里健康最终持有人对医药渠道销售、零售的战略布局”。

2、阿里健康信息自身的医药零售业务对发行人的医药门店零售业务不构成重大不利的影响

（1）阿里健康信息与发行人的医药门店零售业务模式侧重不同

①阿里健康信息与发行人业务侧重不同，不会对发行人构成重大影响

发行人医药零售业务一直以线下直营门店方式为主。报告期内，发行人主营业务收入中，线下药店收入占零售业务主营业务收入比重分别为 95.35%、94.91%和 91.98%，具体如下：

单位：万元

销售模式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线下门店	118,863.14	91.98%	98,096.92	94.91%	68,441.09	95.35%
线上平台	10,359.05	8.02%	5,257.75	5.09%	3,338.07	4.65%
合计	**129,222.19**	**100.00%**	**103,354.66**	**100.00%**	**71,779.16**	**100.00%**

阿里健康医药渠道销售的主要战略布局以线上电商平台或线上自营店（阿里健康大药房和阿里健康海外旗舰店）为主。从双方业务侧重情况来看，阿里健康信息自身的医药零售业务对发行人不构成重大不利的影响。

②阿里健康信息线下业务占比较小，与发行人不存在直接的竞争关系

目前，阿里健康信息旗下拥有约 30 家全资线下零售门店，相较发行人报告期末的 771 家直营门店数量差距较大。同时，阿里健康信息旗下直营零售门店主要分布在广州、杭州、昆明，并未在安徽省内开设门店，与发行人不存在直接的竞争关系。

（2）阿里健康信息电商平台业务有助于发行人医药门店零售业务的发展

随着近几年信息技术的发展与线上 B2C 或线上线下 O2O 业务模式的兴起，发行人在以原有直营门店线下销售为主的零售业务模式下，开展了线上 B2C 第三方电商平台零售业务和线上线下融合的通过第三方配送的 O2O 零售业务。其中，鉴于阿里健康及其关联平台在 B2C 及 O2O 的服务优势与流通渠道，发行人已成为天猫医药平台的旗舰店商家，并且所属直营门店入驻了阿里健康送药上门、饿了么 O2O 服务平台。借助阿里健康的服务平台优势，发行人有效地拓展了医药电商业务发展，丰富了自身的销售渠道，提升了国胜药房的品牌知名度，双方通过市场化的商业合作，实现了共赢发展。因此，阿里健康信息电商平台业务有助于发行人医药门店零售业务的发展。

综上所述，**阿里健康信息自身的医药零售业务对发行人的医药门店零售业务不构成重大不利的影响。**

（三）补充披露发行人在安徽省内医药零售行业市场份额占有情况，省内其他医药门店零售企业的发展情况，发行人与省内其他可比企业在业务规模、门店数量、区域覆盖、销售药品种类数量等方面的比较，结合上述事项进一步披露发行人称“发行人为安徽省最大的药店连锁企业”是否准确；

发行人已在招股说明书“第六节/二/（八）3、公司在行业市场地位”中进行了补充披露。

1、发行人在安徽省内医药零售行业的市场份额情况

安徽省医药零售市场大、门店数量多，但较为分散。

首先，根据《2020 年第四季度安徽省药品监管统计报告》显示，截至 2020 年 12 月底，全省共有各类型零售门店数量为 20,119 家，其中连锁门店 10,904

家，剩余 9,215 家门店为单体药店、法人多店等。从整体来看，安徽省医药零售连锁化率为 54.20%，落后于全国平均值 56.50%。

其次，根据企查查公开数据、上市公司在安徽省内布局以及权威行业研究机构《21 世纪药店》等多种渠道查询，发行人、滁州华巨百姓缘、安徽丰原大药房、安徽百姓缘、安徽华佗国药大药房等 5 家企业是安徽省领先的医药连锁企业，各家门店数量大多在 500-1,000 家之间，具体数据见下。截至查询日（2021 年 6 月 25 日），上述前五大省内连锁企业门店数量合计为 2,722 家，约占全省 10,904 家连锁门店的 25%。

相比而言，云南作为医药大省，省内最大的两家连锁企业（一心堂和健之佳）均为 A 股上市公司，两者省内门店数量合计为 5,809 家，超过云南全省连锁门店数量的 50%；再如：广东省直营门店数量超过 1,000 家的连锁企业主要有三家（大参林、海王星辰、东莞国药集团），三者省内门店数量合计 6,238 家，占广东省连锁门店的比例接近 30%。

安徽省连锁药店的竞争格局仍较为分散，与山东省较为相似。山东作为人口大省，2020 年末省内连锁门店数量高达 30,295 家，几乎是安徽省 10,904 家的 3 倍。目前，山东省排名第一的连锁企业为漱玉平民（最新直营力全国排名 11，来自 21 世纪药店报，下同），拥有门店 1,851 家，省内排名 2-3 名的分别为山东立健药业（直营力全国排名 14）和山东燕喜堂（直营力全国排名 24），门店数量分别为 1,560 家和 787 家。

截至 2020 年末，公司拥有 771 家直营连锁门店，主要集中在安徽省内，安徽省内门店 762 家，占全省全部零售药店数量的比例为 3.8%、占全省连锁门店数量的比例为 6.99%。这一比例与山东的漱玉平民接近，低于云南的一心堂和广东的大参林。

单位：家

项目	云南省	广东省	山东省	安徽省
各省直营门店数量最多的企业	一心堂	大参林	漱玉平民	发行人
排名第一企业省内直营门店数量	4,284	3,514	1,851	762
各省连锁门店数量	10,463	21,824	30,295	10,904
排名第一的企业门店数量占比	40.94%	16.10%	6.11%	6.99%

注 1：数据截至 2020 年 12 月 31 日；

注 2：一心堂、漱玉平民直营门店数量来源于定期报告或招股说明书；大参林未直接披露广东省数量，采用其公开披露的华南（广东+广西）地区数量剔除企查查获取的广西门店数量；

注 3：各省连锁门店数量来源于国家药监局发布的《2020 年度药品监管统计年报》。

通过获取权威研究机构《21 世纪药店》2018-2019 年、2019-2020 年、2020-2021 年的公开行业数据，发行人自 2018 年起至今连续 3 年直营门店数量全省第一，但公司的市场占有率仍有较大提升空间。安徽省医药连锁竞争格局分散，发行人近年来加快扩张速度，积极应对发展机遇和挑战。

2、省内其他医药零售企业的发展情况及与发行人的比较情况

发行人与省内其他医药零售企业的差异主要集中在门店数量、覆盖区域等方面。而在销售药品种类方面，各企业门店均需要配备满足老百姓日常购药需求的商品，种类繁多，涵盖中西成药、中药饮片、保健品、医疗器械等，各方不存在重大差异。

（1）门店数量

截至查询日（2021 年 6 月 25 日），包括发行人在内，安徽省医药零售企业直营门店数量如下：

单位：家

企业名称	主要覆盖区域	截至查询日省内门店数量
安徽国胜大药房连锁有限公司	合肥、芜湖、亳州、安庆、六安、宣城、淮北等 12 个地区	849
滁州华巨百姓缘大药房连锁股份有限公司[注 1]	滁州、阜阳、宿州、蚌埠、安庆	691
安徽丰原大药房连锁有限公司（丰原药业 000153.SZ 全资子公司）	蚌埠、合肥、滁州等	490
安徽百姓缘大药房连锁有限公司（老百姓 603883.SH 全资子公司）[注 2]	合肥、芜湖、马鞍山、铜陵、淮南、池州	501
华佗国药大药房（安徽）连锁有限公司	亳州、宿州、商丘、合肥	191

注 1：滁州华巨百姓缘门店数量包含其控股的阜阳市第一大药房零售连锁有限公司；
注 2：安徽百姓缘门店数量包含其控股的芜湖百姓缘大药房有限公司；
注 3：数据为各企业在查询日期（2021 年 6 月 25 日）企查查统计的存续门店数量。

截至 2020 年末，发行人省内门店数量 762 家；截至查询日期，发行人省内门店数量为 849 家，覆盖区域更广。根据上述公开渠道查询结果，发行人是安徽省直营门店数量最多的零售药店连锁企业。

（2）权威研究机构公布的排名

《21 世纪药店》是一家权威的研究机构，同行业可比上市公司（老百姓、一心堂、益丰药房、大参林、漱玉平民等）在其公开披露文件中均引用了《21 世纪药店》主办的中国连锁药店百强系列榜单，具体如下：

序号	股票代码	股票简称	引用 21 世纪药店
1	603883.SH	老百姓	社会责任报告（2015-2019 年）
2	002727.SZ	一心堂	公开发行可转换公司债券募集说明书（2018 年）、年度报告（2017-2020 年）、半年度报告（2018-2020 年）
3	603939.SH	益丰药房	首次公开发行股票招股说明书（2015 年）、首次公开发行股票招股意向书（2015 年）、非公开发行 A 股股票预案（2015 年）、公开发行可转换公司债券募集说明书（2020 年）、公开发行可转换公司债券上市公告书（2020 年）、年度报告（2015-2020 年）、股东大会会议资料（2015-2019 年）
4	603233.SH	大参林	首次公开发行招股说明书（2017 年）、首次公开发行招股意向书（2017 年）、年度报告（2019-2020 年）
5	301017.SZ	漱玉平民	招股说明书（2020 年）、法律意见书（2020 年）、第三轮审核问询函的回复（2020 年）、第三轮审核问询的回复意见（2020 年）

根据《21 世纪药店》发布的《2019-2020 年度中国连锁药店直营力百强企业》、《2019-2020 年度中国连锁药店综合实力百强企业》，发行人全资子公司安徽国胜门店数量排名全国 27 位，综合实力排名全国 29 位，均为省内第一。

根据该百强榜单数据，安徽省医药零售企业排名如下：

内容	排名	企业名称
直营门店数量	27	安徽国胜大药房连锁有限公司
	37	安徽丰原大药房连锁有限公司
	61	华佗国药大药房（安徽）连锁有限公司
综合实力	29	安徽国胜大药房连锁有限公司
	58	安徽丰原大药房连锁有限公司
	85	华佗国药大药房（安徽）连锁有限公司

基于前述分析，截至本回复出具日，发行人是安徽省最大的药店连锁企业，具有合理、准确的依据。

（四）结合发行人拓展安徽省外市场的计划及发展情况，在招股说明书中披露省外业务拓展的情况及相关风险。

发行人已在招股说明书“第六节/三/（二）/2、零售业务”、“重大事项提示/一/（五）零售业务拓展省外市场的风险”、“第四节/一/（四）零售业务拓展省外市场的风险”中进行了补充披露。

1、发行人拓展安徽省外市场的计划及发展情况

发行人拓展安徽省外市场的计划主要包括两方面：

（1）采用新建门店的方式在江苏省、河南省等经济人口大省进行延伸。截至本回复出具日，发行人已在南京市开办 12 家门店，河南子公司已成立并在郑州市新建了 3 家门店。河南国胜和江苏国胜的经营情况如下：

公司名称	成立时间	实缴注册资本（万元）	门店数量	盈利门店数量	是否已回本
江苏国胜	2020 年 9 月	3,000.00	12	-	否
河南国胜	2021 年 3 月	1,000.00	3	-	否

发行人分别于 2020 年 9 月和 2021 年 3 月成立江苏国胜和河南国胜，旨在通过自建方式新设门店以开拓安徽省外药业零售市场。截至本回复出具日，上述新设主体所属门店均未实现盈利，主要系各门店成立时间或实际经营时间较短，目前均处于培育期。

新门店开业后，由于门店需要加大品牌宣传力度、吸引顾客办理会员卡、培育固定消费群体等措施促进销售，并在满足当地医保申请条件后第一时间申请医保定点资质，因此一般会有 6~9 个月左右的培育时间，门店在培育期通常表现为亏损或低毛利率。培育期后，门店销售会进入增长期，盈利能力开始提升，呈现盈利的经营状况，并开始陆续回本；约 2-3 年后会进入销售稳定期，门店消费群体逐步稳定，销售稳步增长，达到较高盈利水平。就单店而言，现金流回本周期通常为 2 年左右。

（2）积极开展电商 B2C 业务，借势“互联网+医疗健康”政策，将零售业务辐射全国。依托第三方电商平台，公司先后入驻“天猫”、“京东”、“拼

多多”。报告期内，发行人 B2C 电商业务实现收入 3,338.07 万元、5,257.75 万元、10,359.05 万元，每年增幅分别为 57.51%和 97.02%。

2、发行人具备省外业务拓展能力

发行人同行业可比上市公司均形成了以注册地及周边地区为核心经营地区、通过在其他地区增设或收购子公司和新开门店的方式不断向外扩张和发展的战略格局，例如云南省一心堂与健之佳、湖南省老百姓与益丰药房、广东省大参林、山东省漱玉平民等。发行人自设立以来立足于合肥市，向安徽省各地市乃至省外拓展，符合行业连锁门店的扩张战略。发行人深耕行业多年，具备省外业务拓展能力，具体体现在：

（1）标准化连锁药店管理经验

公司多年来的连锁扩张取得了较好的效果，市场占有率逐步攀升，核心在于公司丰富的行业经验以及一套适应于企业自身特点的标准化经营管理体系。经过多年的探索和发展，公司建立了从门店选址、门店装修、商品陈列、店员培训、运营评估、销售管理、顾客服务管理、财务管理、组织建设、市场分析、绩效督导等相关的标准化制度与流程。为有效管理连锁直营门店，保障直营门店管理的一致性，公司将多年的连锁经验和技术转化为标准化的形式，使之具有可复制性及可传达性，为连锁门店的扩张提供了重要支持。公司标准化的门店管理体系涵盖各项标准化管理制度。

标准化连锁药店管理经验已成为公司跨区域经营、快速高效复制门店的保障，也是发行人实现稳健扩张的核心竞争力之一。

（2）良好的信息化水平

发行人自成立以来，致力于不断提升信息管理系统的信息处理能力和智能化水平。目前发行人已经构建供应链管理系统、零售业务管理系统、仓库管理系统和财务管理系统，分别实现总部批发业务管理、零售总部管理、门店管理、仓库管理和财务管理功能，覆盖了公司的商品采购、物流配送、门店管理、总部运营、质量控制及财务管理等主要业务环节。除此之外，还整合了电子发票、税控系统、办公系统等其他辅助管理系统，有效实现了信息技术在公司主要业务环节的覆盖，

提升了公司的精细化管理水平。公司信息中心能根据公司业务发展和日常管理需要在核心系统基础上开发功能模块，协助公司利用信息技术不断提高公司的业务管理水平、专业化分析能力和科学决策能力。

发行人在实施连锁门店对外扩张时，可迅速将新门店纳入至现有信息系统中，实现新门店与现有门店统一管理和控制，提升新门店经营管理的效率和质量。

（3）较高的品牌知名度

发行人自成立至今，树立了良好的品牌形象，得到消费者的认可。2018 至 2020 年，公司连续荣登《21 世纪药店》评选的中国连锁药店百强系列榜单的“中国连锁药店综合实力百强企业”和“中国连锁药店直营力百强企业”，品牌影响力和企业知名度较高，且排名逐年提升。

发行人未来将注重在省外的品牌推广，以高质量产品树立品牌美誉度和品牌知名度，以品牌影响客户。同时，发行人拥有高素质的员工和完善的培训体系，可以保证员工具有良好的医药专业能力和营销服务技能，为顾客提供专业的健康服务。品牌化推广和专业化服务将为发行人打开医药零售行业的全国市场提供重要保障。

3、招股说明书补充披露了零售业务省外拓展的风险

发行人在《招股说明书》“重大事项提示之（一）特别风险提示”、“第四节 风险因素”中针对发行人零售业务省外拓展的风险进行了补充披露：“

（五）零售业务拓展省外市场的风险

发行人零售业务主要集中于安徽省内。同行业可比上市公司均形成了以注册地及周边地区为核心经营地区、通过在其他地区增设或收购子公司和新开门店的方式不断向外扩张和发展的战略格局。未来，发行人将以安徽市场为核心，继续夯实优势市场的网络布局及品牌优势，同时向江苏省、河南省等经济人口大省进行延伸，另外积极开展电商 B2C 业务，借势“互联网+医疗健康”政策，将零售业务辐射全国。

不同地区的医药零售市场在消费习惯、监管政策、市场竞争格局等方面存在较大差异，公司省外扩张门店可能遭到竞争对手挤压、医保定点资质审批耗

时较长或者消费者认可需要长时间积累等困难与风险。因此发行人零售业务向省外市场的拓展具有不确定性。新设门店前期存在房租、装修、员工工资等成本投入，如若新设门店无法达到预期，可能导致毛利率下降、省外门店经营不善甚至亏损、投资回本周期较长，或面临受到当地主管部门处罚的风险，进而可能导致发行人整体经营业绩下滑，提醒投资者关注。”

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅阿里健康信息年报等公开资料，并取得阿里健康出具的专项说明文件，了解其对医药渠道销售、零售的战略布局，业务情况、销售规模、门店数量、覆盖地域等情况；

2、访谈发行人控股股东、实际控制人，了解发行人及其子公司与阿里健康及其最终持有人间的业务合作情况，以及双方经营发展中存在的协同和竞争情况等；

3、结合发行人及其子公司报告期内的主营业务情况，分析发行人是否面临对阿里健康及其关联方依赖程度不断增加的风险、阿里健康的医药零售业务对发行人的医药门店零售业务的影响情况；

4、通过网络检索、访谈等方式获取了安徽省内医药零售企业门店数量、经营情况等公开资料；

5、检查相关行业数据的来源，查询相关机构的背景，分析相关数据来源的权威性；

6、就公司省外市场业务发展计划访谈了公司主要业务负责人。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、结合阿里健康信息自身对医药渠道销售、零售的战略布局，发行人不存在对阿里健康及其关联方依赖程度不断增加的风险；

2、结合阿里健康自身对医药零售、线上医药零售的战略布局、业务情况、销售规模、门店数量、覆盖地域等情况，阿里健康信息自身的医药零售业务对发行人的医药门店零售业务不构成重大不利影响；

3、发行人在安徽省内医药零售行业市场份额占有情况较低，市场占有率仍有较大提升空间；根据公开渠道查询结果、权威研究机构公布的排名，发行人是安徽省最大的药店连锁企业，具有合理、准确的依据；

4、发行人拓展安徽省外市场的计划及发展情况合理，已在招股说明书中充分披露省外业务拓展的情况及相关风险。

问题四、关于行业政策影响

申报材料显示：（1）零售业务下的结算方式分为现金、银联刷卡、第三方支付（如微信支付、支付宝）、医保卡等；报告期各期发行人医保卡结算金额占零售业务收入比重均在 36%以上；近年来，为控制不合理的医疗费用的增长，减少不合理用药和诊疗项目等，我国推行医保控费相关政策；（2）我国政府部门为了促进并规范医药流通行业的发展，先后制定了“两票制”“带量采购”“药品零加成”“药店分级管理”“处方外流与医药分开”“互联网+药品流通”等一系列产业政策。

请发行人：

（1）补充披露发行人报告期内医保结算占主营业务收入比重、贡献净利润金额及占比情况；发行人拥有医保定点资质的直营店数量，对零售业务收入及主营业务收入的影响，未获得医保定点资质直营门店的获取计划；结合发行人报告期内主营业务收入、净利润、直营店、门诊店店均、人均医保结算等各方面的变化情况，补充披露我国近期推出的“医保控费政策”对发行人业务的具体影响；

（2）结合医疗行业“重点监测药品目录”规定的内容，补充披露该政策对发行人业务及业绩的影响；

（3）结合医疗行业“两票制”“带量采购”“药品零加成”“药店分级管理”“处方外流与医药分开”“互联网+药品流通”等行业政策的内容，补充披露上述政策对发行人销售、盈利能力的影响，是否将对发行人经营构成重大不利影响；

（4）历史上发行人是否被当地药监机构进行“飞行检查”，是否存在违反相关行业政策或受到过行政处罚情形。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露发行人报告期内医保结算占主营业务收入比重、贡献净利润金额及占比情况；发行人拥有医保定点资质的直营店数量，对零售业务收入及主营业务收入的影响，未获得医保定点资质直营门店的获取计划；结合发行人报告期内主营业务收入、净利润、直营店、门诊店店均、人均医保结算等各方面的变化情况，补充披露我国近期推出的“医保控费政策”对发行人业务的具体影响；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/2、零售业务的主要运营模式”、“第六节/五/（三）/2、直营药店业务许可资格情况”、“第六节/二/（二）/3、行业主要产业政策”、“第六节/二/（二）/4、相关行业法律法规对发行人经营发展的影响”中进行了补充披露。

1、医保结算收入金额及占比情况

公司零售业务的结算方式分为现金、银联刷卡、第三方支付（如微信支付、支付宝）、医保卡等。报告期内，各项结算方式金额及占比情况如下：

单位：万元

结算方式	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
医保卡	50,296.36	38.92%	39,657.56	38.37%	26,466.85	36.87%
第三方支付	60,665.92	46.95%	42,306.98	40.93%	23,662.86	32.97%
现金	16,760.26	12.97%	19,211.35	18.59%	18,807.32	26.20%
POS 银联刷卡	1,499.64	1.16%	2,178.77	2.11%	2,842.12	3.96%
合计	**129,222.19**	**100.00%**	**103,354.66**	**100.00%**	**71,779.16**	**100.00%**

报告期内，发行人医保卡结算收入分别为 26,466.85 万元、39,657.56 万元和 50,296.36 万元，占零售业务收入比例为 36.87%、38.37%和 38.92%，占发行人全部主营业务收入的比例为 24.82%、26.80%和 26.67%，占比较高。

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
医保卡结算收入	50,296.36	39,657.56	26,466.85
零售业务主营收入	129,222.19	103,354.66	71,779.16
全部主营业务收入	188,566.86	147,972.41	106,649.26

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
医保结算占零售收入的比例	38.92%	38.37%	36.87%
医保结算占全部主营收入的比例	26.67%	26.80%	24.82%

因此，从医保结算收入角度来看，零售门店的医保定点资格对发行人零售业务的经营情况具有重要影响。

2、医保结算贡献净利润金额及占比情况

报告期内，发行人医保结算的商品贡献净利润的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
医保结算的商品形成的收入	50,296.36	39,657.56	26,466.85
医保结算的商品结转的成本	32,780.66	25,934.66	17,505.98
销售医保商品产生的各项税费（注）	15,208.77	12,340.96	8,688.02
医保结算的商品产生的利润总额	2,306.93	1,381.94	272.85
医保贡献的净利润	1,730.19	1,036.45	204.64
发行人净利润	8,885.91	5,334.70	1,985.15
医保贡献净利润的比例	19.47%	19.43%	10.31%

注：发行人销售医保商品产生的管理费用（扣除资产收购长期待摊费用）、销售费用、财务费用以及支付的各项营业税金，按照医保结算收入占零售业务总收入的比例进行分摊

报告期内，发行人医保支付分别贡献净利润 204.64 万元、1,036.45 万元和 1,730.19 万元，比例分别为 10.31%、19.43%和 19.47%，占比较高。因此，从医保贡献净利润角度来看，零售门店的医保定点资格对发行人零售业务的经营情况具有重要影响。

3、医保门店数量、收入情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司合计拥有 771 家零售门店，其中 721 家拥有医保定点资格，医保定点资格的门店占总门店的比重为 93.51%，占比较高；医保定点门店当年实现营业收入 117,323.79 万元，占发行人零售收入的比例为 90.79%，占发行人主营业务收入的比例为 62.22%。

项目	数量/金额
发行人直营门店数量（家）	771

项目	数量/金额
其中：医保门店数量（家）	721
医保门店占比	93.51%
发行人主营业务收入（万元）	188,566.86
其中：零售业务主营收入（万元）	129,222.19
其中：医保门店收入（万元）	117,323.79
医保门店收入占主营业务收入的比例	62.22%
医保门店收入占零售业务收入的比例	90.79%

因此，从医保门店数量、贡献收入角度来看，医保门店对发行人经营业绩具有重大影响。

4、门店店均医保结算、人均医保结算情况

报告期内，发行人门店店均、人均医保结算情况如下：

科目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
平均门店收入（万元）	172.52	170.90	161.04
医保结算金额（万元）	50,296.36	39,657.56	26,466.85
期末医保门店数量（家）	721	568	494
店均医保结算金额（万元/店，注 1）	78.04	74.68	72.31
医保顾客人数（万人）	223.15	191.16	147.99
人均医保结算金额（元/人，注 2）	225.39	207.46	178.85

注 1：店均医保结算金额=医保结算金额/期初、期末拥有医保资质的门店数量的平均值；
注 2：人均医保结算金额=医保结算金额/医保顾客人数。

报告期内，发行人平均门店收入为 161.04 万元、170.90 万元和 172.52 万元，店均医保结算金额分别为 72.31 万元、74.68 万元和 78.04 万元，人均医保结算金额分别为 178.85 元、207.46 元和 225.39 元，均呈逐年上升趋势。

5、未获得医保定点资质直营门店的获取计划

根据《人力资源社会保障部关于完善基本医疗保险定点医药机构协议管理的指导意见》（人社部发[2015]98 号）的规定，自 2016 年 1 月 1 日起，全面取消由人力资源社会保障行政部门实施的“基本医疗保险定点医疗机构资格审查”和“基本医疗保险定点零售药店资格审查”。医疗机构和零售药店的基本医疗保险定点通过医药机构自愿申请、组织评估、协商签约等环节，实行协议管理。

社会保险经办机构定期集中受理零售药店、医疗机构医保定点申请。工作程序为：受理申请、组织评估、评估结果公示、公布定点、签订协议、备案。

截至2020年12月31日，公司771家零售门店中有50家暂未取得医保资质，具体分布如下：

序号	地区	截至2020年末 暂未取得医保资质的门店数量（家）
1	蚌埠市	9
2	南京市	9
3	六安市	7
4	芜湖市	5
5	亳州市	4
6	阜阳市	4
7	淮北市	4
8	合肥市	3
9	宿州市	3
10	安庆市	1
11	宣城市	1
合计		50

各地申报医保定点资质大多均有明确的申报条件、审批流程以及办理时限，报告期内，发行人及其子公司未获得医保定点资质的门店主要是报送申请时未满足经营期限要求的新开门店以及定期签约后的新开门店，该批门店将在满足条件后参与社会保险经办机构下一批次的集中申请，获取医药机构医保定点资格。同时，公司医保定点资格申请基本均顺利通过，预计未来将可以持续获取医保定点资格。

截至报告期末，未获取医保定点资质门店所在主要地区的医保申报条件及流程具体如下：

序号	医保定点资质	主管部门	办理时限	审批流程	申报条件
1	蚌埠市基本医疗保险定点零售药店	蚌埠市医疗保障局	1-3 个月	1、受理审核：（1）医疗机构、零售药店登录“蚌埠市医保网上办事”平台，通过“定点医药机构协议管理”模块进行网上申请、提交材料；（2）市、县医保经办机构受理医疗机构和零售药店定点申请；（3）对申请材料不全的，经办机构自网上收到材料之日起 5 个工作日内一次性告知医疗机构、零售药店予以补充； 2、定点评估：自受理申请材料之日起，评估时间不超过 3 个月。评估结果包括合格和不合格； 3、评估合格的，签订医保服务协议。	1、依法参加社会保险； 2、在注册地址正式经营至少 3 个月； 3、至少有 1 名取得执业药师资格证书或具有药学、临床药学、中药学专业技术资格证书的药师，且注册地在该零售药店所在地，药师须签订 1 年以上劳动合同且在合同期内； 4、至少有 2 名熟悉医疗保障法律法规和相关制度规定的专（兼）职医保管理人员负责管理医保费用，并签订 1 年以上劳动合同且在合同期内； 5、按药品经营质量管理规范要求，开展药品分类分区管理，并对所售药品设立明确的医保用药标识； 6、具有符合医保协议管理要求的医保药品管理制度、财务管理制度、医保人员管理制度、统计信息管理制度和医保费用结算制度； 7、具备符合医保协议管理要求的信息系统技术和接口标准，实现与医保信息系统有效对接，为参保人员提供直接联网结算，建立医保药品等基础数据库，按规定使用国家统一医保编码； 8、符合法律法规和省级及以上医疗保障行政部门规定的其他条件。
2	南京市基本医疗定点零售药店	南京市医疗保障局	1-3 个月	1、南京市人力资源社会保障局业务平台--医保协议管理系统网上申报（电子版扫描件上传）逢单月 1-10 号申报：（1）《南京市基本医疗保	1、依法设立，持有营业执照和药许证营业满三个月以上（以药许证发证日期为准），且实际营业面积在 80 平方以上； 2、保证营业时间内至少有一名执业药师在岗，并能提供社

序号	医保定点资质	主管部门	办理时限	审批流程	申报条件
				险定点零售药店申请表》；（2）药店全体员工花名册；（3）基本医疗保险药品目录内药品计划经营品种统计表；（4）《营业执照》和《药品经营许可证》副本；（5）执业药师注册证、资格证书、药学技术人才职称证明材料；（6）地理位置示意图；（7）所有工作人员健康体检表；（8）营业场所经营示意图，并标出店内拟开的医保区域；（9）产权和租赁合同；（10）其他需要上传的资料（非必须）； 2、网报初审通过，11-15 日通知现场验收。	保缴纳证明； 3、至少配备一名熟悉医疗保险法规的工作人员，并提供社保缴纳证明； 4、建立健全与医疗保险政策相适应的内部管理制度，包括医保管理、岗位职责、操作规程、档案凭证管理； 5、财务管理制度健全，会计账簿及财务报表符合国家相关规定实行药品、医疗器械等“进销存”系统管理，并按要求制作“进销存”台账； 6、设立医保专区、非医保专区，分开摆放，有明显标识。
3	六安市基本医疗定点零售药店	各县区医疗保障局	3-6 个月	1、向审批机构提交资料清单：（1）定点零售药店申请表；（2）药品经营许可证、营业执照和法定代表人、只要负责人或实际控制人身份证复印件；（3）执业药师资格证书或药学技术人员相关证书及其劳动合同复印件；（4）医保专（兼）职管理人员的劳动合同复印件；（5）与医疗保障政策对应的内部管理制度和财务制度文本；（6）与医保相关的信息系统相关材料；（7）纳入定点后使用医疗保障基金的预测性分析报告；（8）申请医保定点药房自评表；（9）在职人员花名册、劳动合同、社保证明；（10）开业近一年营业收入、在库西药、中成药、中药饮片品项数，门店购进、验收、销售截图；（11）租房合同、产权及平面图，医保	1、正式运营至少 3 个月； 2、零售药店：至少有 1 名取得执业药师资格证书或具有药学、临床药学、中药学专业技术资格证书的药师，且注册地在该零售药店所在地，药师须签订 1 年以上劳动合同且在合同期内； 3、至少有 2 名熟悉医疗保障法律法规和相关制度规定的专（兼）职医保管理人员负责管理医保费用，并签订 1 年以上劳动合同且在合同期内； 4、具有符合医保协议管理要求的医保管理制度、财务制度、统计信息管理制度、医疗质量安全核心制度、医保费用结算制度等； 5、零售药店按药品经营质量管理规范要求，开展药品分类分区管理，并对所售药品设立明确的医保用药标识； 6、具有符合医保协议管理要求的信息系统技术和接口标准，

序号	医保定点资质	主管部门	办理时限	审批流程	申报条件
				账号；（12）门店承诺书、营业期间未受到处罚证明（裕安区需要提供）； 2、审批机构组织评估小组或委托符合规定的第三方机构，以书面、现场等形式开展评估； 3、评估合格后在市医疗保障局官网公示 5 天；各审核机构与评估合格的零售药店签订医保协议。	实现与医保信息系统有效对接，按要求向医保信息系统传送全部就诊人员相关信息，为参保人员提供直接联网结算。根据开展的医药服务设立医保药品、诊疗项目、医疗服务设施、医用耗材、疾病病种等基础数据库，按规定使用国家统一的医保编码； 7、符合法律法规和省级及以上医疗保障行政部门规定的其他条件。
4	芜湖市基本医疗保险定点零售药店	芜湖市医疗保障局	3-5 个月（每年 3 月、9 月接收申报材料）	1、向审批机构提交材料清单：（1）《芜湖市职工医疗保险定点零售药店签约申请书》；（2）《药品经营许可证》正、副本复印件、《营业执照》正、副本复印件；（3）零售药店企业总部法定代表人复印件以及经营者身份证复印件、授权委托书、代理人身份证复印件；（4）单位银行账户信息证明材料；（5）经营场所房屋产权证书复印件；房屋产权系租赁的，应提供房屋租赁协议。无法提供房屋产权证书的，应由社区等相关部门出具的书面证明；（6）药店购进（配送）、验收、销售等三个环节信息系统录入、查询数据情况的数码截图打印件；（7）《药学技术人员情况登记表》（同时提供电子版本拷贝）；（8）执业药师资格证、注册证、身份证复印件；药师（含中药师）专业技术职称证书复印件；（9）药店现销售的安徽省基本医疗保险目录内药品清单（同时提供电子	1、取得《药品经营许可证》，主营业务为药品零售业务； 2、具备及时供应基本医疗保险服务的能力，配备与本单位签订劳动合同并在本单位缴纳社会保险的专职执业药师（执业中药师）、药师，执业地与注册地点一致，营业时间内保证有一名执业药师在岗； 3、配备独立的计算机管理系统且具备与基本医疗保险信息系统联网结算条件。

序号	医保定点资质	主管部门	办理时限	审批流程	申报条件
				版本拷贝）;（10）提供材料真实性承诺书;（11）提供药店参保人员花名册、已参保缴费证明（本地参保的医疗机构缴纳社会保险登记证书副本复印件、异地参保的医疗机构异地缴纳社会保险登记证书副本复印件、劳动合同、社会保险缴费凭证复印件），其中返聘退休人员的，提供退休证明材料及工资发放凭证； 2、审核机构对申请资料进行核查，并现场核验门店情况； 3、在芜湖市医保局网站公示 7 天； 4、与符合要求的门店签订医保协议。	
5	亳州市直定点零售药店	亳州市谯城区医疗保障综合服务管理中心	每年 4 次，每个季度 1 次	1、向审批机构提交资料清单：（1）《零售药店协议管理备案征集表》、《营业执照》、《药品经营许可证》;（2）执业药师的身份证、毕业证、药师证和执业药师注册证;（3）门店药师的医保电子缴费凭证;（4）医保诚信服务承诺书;（5）门店购买社保员工的劳动合同书;（6）门店药品明细要求在 700-900 个品种;（7）公司员工购买社保明细; 2、审核机构对申请资料进行核查，并现场核验门店情况; 3、与符合要求的门店签订协议。	1、《药品经营许可证》、营业执照等齐全; 2、最小面积要求：市区及乡镇门店 80 ㎡，且布置合理、整洁卫生；药品区界限明晰，分柜摆放；营业、办公和仓储实行区域划分或隔离; 3、电脑、打印机及其他软硬件设施满足营业需求，有完善的药品进销存信息管理系统，能提供药品发票明细; 4、至少 1 名专职执业药师，营业时间内药师须在岗; 5、内部规章制度健全，严格执行处方药管理规定，处方保存、登记制度健全; 6、药品、医疗耗材等购入渠道正规，质量有保证; 7、按规定为员工缴纳社会保险。
6	阜阳市直定点零售药店	阜阳市医疗保险事	3 个月	1、向审批机构提交资料清单：（1）定点零售药店申请表;（2）药品经营许可证、营业执照	1、在注册地址正式营业至少 3 个月（按照药品经营许可证下发时间算）;

序号	医保定点资质	主管部门	办理时限	审批流程	申报条件
		业中心		复印件。法定代表人、企业负责人身份证复印以及相关学历证书；（3）执业药师资格证书或药学技术人员相关证书及其劳动合同原件；（4）医保专（兼）职管理人员的劳动合同原件；（5）与医疗保障政策对应的医保药品管理制度、财务管理制度、医保人员管理制度、统计信息管理制度和医保费用结算制度；（6）纳入定点后使用医疗保障基金的预测性分析报告；（7）医保专（兼）职管理人员的人员名单花名册；（8）医保协议管理承诺书；（9）企业负责人以及医保专（兼）职管理人员的参保证明； 2、审批机构组织评估小组或委托符合规定的第三方机构，以书面、现场等形式开展评估； 3、审核机构与评估合格的零售药店签订医保协议。	2、至少有 1 名取得执业药师资格证书或具有药学、临床药学、中药学专业技术资格证书的药师，且注册地在该零售药店所在地； 3、至少有 2 名熟悉医疗保障法律法规和相关制度规定的专（兼）职医保管理人员负责管理医保费用； 4、按药品经营质量管理规范要求，开展药品分类分区管理，并对所售药品设立明确的医保用药标识； 5、具有符合医保协议管理要求的医保药品管理制度、财务管理制度、医保人员管理制度、统计信息管理制度和医保费用结算制度； 6、具备符合医保协议管理要求的信息系统技术和接口标准，实现与医保信息系统有效对接，为参保人员提供直接联网结算，建立医保药品等基础数据库，按规定使用国家统一医保编码； 7、五大医保制度必须做成标识标牌挂在门店墙上。
7	淮北市基本医疗保险定点零售药店	淮北市医疗保障局	3 个月内；每季度 1 次	1、向审批机构提交《淮北市城镇职工基本医疗保险零售药店协议管理申请表》及相关资料并对提交的资料进行初审； 2、审核机构对申请单位进行现场核查、评估、公示； 3、下发批准通知； 4、签订定点协议； 5、交取医保协议服务费，申请医保宽带及医	1、依法设立，开业满三个月以上，提交淮北市城镇职工基本医疗保险零售药店协议管理申请表； 2、药品经营许可证副本、营业执照副本的原件及复印件； 3、申请前一年业务收支情况（新成立的药店从成立之日起）； 4、所有员工需提供药学技术人员职称证或从事药品经营工作需提供的资格证书原件及复印件（执业药师注册证、执业证、资格证、上岗证、健康证、身份证、毕业证）； 5、药品购、销、存、陈列养护等质量管理制度；

序号	医保定点资质	主管部门	办理时限	审批流程	申报条件
				保监控后，装机使用。	6、参保证明（需提供基本医疗、基本养老及个人抬头证明原件），注册执业药师需提供近 3 个月参保证明、聘用退休人员需提供退休证（无退休证者需提供社保局退休证明原件）； 7、提供签订的劳动合同； 8、药店成立的医疗保险内部管理机构（架构图）及人员名单（花名册）； 9、基本医疗保险药品品种清单（药品总目录 2837 种、大于 70%（1985.9 种））； 10、药店购进（配送、采购）、验收、销售三个环节收费信息系统录入截图不得少于 6 张； 11、连锁店需加盖总部公章； 12、市场监督管理局证明（无违规违法行为证明）。
8	合肥市基本医疗保险定点零售药店	合肥市医疗保障局	1-3 个月	1、向审批机构提交资料清单：（1）定点零售药店申请表；（2）药品经营许可证、营业执照和法定代表人、只要负责人或实际控制人身份证复印件；（3）执业药师资格证书或药学技术人员相关证书及其劳动合同复印件；（4）医保专（兼）职管理人员的劳动合同复印件；（5）与医疗保障政策对应的内部管理制度和财务制度文本；（6）与医保相关的信息系统相关材料；（7）纳入定点后使用医疗保障基金的预测性分析报告；（8）省级医疗保障行政部门按相关规定要求提供的其他材料；	1、在注册地址正式营业至少 3 个月； 2、至少有 1 名取得执业药师资格证书或具有药学、临床药学、中药学专业技术资格证书的药师，且注册地在该零售药店所在地，药师须签订 1 年以上劳动合同且在合同期内； 3、至少有 2 名熟悉医疗保障法律法规和相关制度规定的专（兼）职医保管理人员负责管理医保费用，并签订 1 年以上劳动合同且在合同期内； 4、按药品经营质量管理规范要求，开展药品分类分区管理，并对所售药品设立明确的医保用药标识； 5、具有符合医保协议管理要求的医保药品管理制度、财务管理制度、医保人员管理制度、统计信息管理制度和医保费

序号	医保定点资质	主管部门	办理时限	审批流程	申报条件
				2、审批机构组织评估小组或委托符合规定的第三方机构，以书面、现场等形式开展评估； 3、审核机构与评估合格的零售药店签订医保协议。	用结算制度； 6、具备符合医保协议管理要求的信息系统技术和接口标准，实现与医保信息系统有效对接，为参保人员提供直接联网结算，建立医保药品等基础数据库，按规定使用国家统一医保编码； 7、符合法律法规和省级及以上医疗保障行政部门规定的其他条件。
9	安庆市基本医疗保险定点零售药店	安庆市医疗保障局	1-3 个月	1、向审批窗口提交材料清单：（1）《安庆市基本医疗保险零售药店协议管理备案登记表》；（2）《定点医药机构申请诚信承诺书》；（3）《营业执照》和《药品经营许可证正副本》；（4）营业场所产权或者租赁合同相关资料；（5）法定代表人、负责人身份证；（6）工作人员名册和劳动合同或聘用合同；（7）执业药师注册证；（8）计算机实时管理系统数码截图； 2、受理后 15 日内审核机构对申请资料进行核查，现场核验门店情况；核验不达标现场告知，核验通过的在同级医疗保障行政部门的网站予以公示，公示期 5 个工作日； 3、公示结束与符合要求的门店签订协议。	1、依法设立，开业满三个月以上，符合相关行政管理部门规定的执业条件，主营业务属于基本医疗保险范围，愿意承担医疗保险就医服务的各类医药机构； 2、申请之日前一年内（开业不足一年的，自开业以来）未发生重大医疗事故且未因违法违规受过有关部门行政处罚； 3、建立健全与医疗保险政策相适应的内部管理制度，包括医保管理、岗位职责、操作规程、档案凭证管理。承诺配备专职医疗保险管理人员； 4、医药机构从业人员依法签订劳动合同，实行医保药师管理； 5、财务管理制度健全，会计账簿及财务报表符合国家相关规定。实行药品、医疗器械等“进销存”系统管理，并按要求制作“销存”台账； 6、配备符合医疗保险联网结算和智能监控要求的计算机管理系统，有相应的操作和管理人员； 7、执业经营场所稳定，具有合法的房屋产权和使用权。
10	宣城市基本	宣城市医	1-3 个月	1、向审批机构提交资料清单：（1）《宣城市基	1、本市行政区域内经相关行政管理部门批准并取得《药品

序号	医保定点资质	主管部门	办理时限	审批流程	申报条件
	医疗保险定点零售药店	疗保障局		本医疗保险定点零售药店申请书》;（2）《药品经营许可证》和《营业执照》的副本（原件和复印件）;（3）执业药师证书及执业药师注册证（原件和复印件）;（4）工作人员花名册、劳动合同及员工参加并足额缴纳社会保险的证明;（5）经营地点地理位置示意图;（6）合法的经营场所证明材料（如：房产证、租房合同等）;（7）零售药店医保服务承诺书（依据服务协议）;（8）已是当地医保定点，需提供医保部门批准定点资格的文件（原件和复印件）; 2、审核机构对申请材料料进核查，并现场核验门店情况; 3、与符合要求的门店签订协议。	经营许可证》、《营业执照》; 2、遵守《中华人民共和国药品管理法》及有关法律法规，有健全完善的药品质量保证制度，能确保供药安全、有效和服务质量; 3、严格执行物价主管部门规定的药品价格政策及食品药品监督管理部门的有关要求; 4、具备及时供应基本医疗保险用药、24 小时提供服务的能力; 5、按规定配备专职（全日制用工）药学技术人员，能保证营业时间内至少有 1 名药师在岗; 6、严格执行基本医疗保险制度有关政策规定，有规范的内部管理制度，配备必要的管理人员和设备; 7、具备及时供应基本医疗保险用药的能力,《安徽省基本医疗保险药品目录》内药品的备药率不低于 75%，非处方药品备药率不低于 85%; 8、从业人员依法签订劳动合同，单位及其职工按规定参加社会保险，并按时足额缴纳社会保险费。

综上，各地申报医保定点资质大多均有明确的申报条件、审批流程以及办理时限，针对现阶段因未满足经营期限或等待定期签约的门店而言，发行人将在满足条件后集中申请，预计获取医保定点资格不存在实质障碍。

6、“医保控费政策”对发行人业务的具体影响

近年来，为减少医保基金的不合理支出，提高医保基金的使用率，我国出台了一系列医保控费政策，按照“总量控制、结构调整、有升有降、逐步到位”的原则，动态调整医疗服务价格，加快医保支付方式改革，开展按疾病诊断相关分组付费试点，继续推进按病种划分的多元复合医疗保险支付模式改革。

医保控费是基本医保管理和深化医改的重要环节，是调节医疗服务行为、引导医疗资源配置的重要杠杆。目前，关于医保控费政策的主要内容如下：

序号	政策名称	发文机关	发布日期	主要内容	涉及主体
1	关于开展基本医疗保险付费总额控制的意见	人力资源社会保障部、财政部、卫生部	2012.11.14	深化医疗保险付费方式改革，结合基本医疗保险基金预算管理的全面施行，开展基本医疗保险付费总额控制	医疗保险经办机构和定点医疗机构
2	关于控制公立医院医疗费用不合理增长的若干意见	国家卫生计生委等5部门	2015.10.27	坚持总量控制、结构调整，控制医疗费用总量增长速度，合理调整医疗服务价格，降低药品和耗材费用占比，优化公立医院收支结构	公立医院
3	关于尽快确定医疗费用增长幅度的通知	国家卫生和计划生育委员会、国家中医药管理局	2016.06.15	根据不同地区医疗费用水平、不同类别医院功能定位、医疗服务需求增长等因素，立足实际，认真分析，科学测算，确定本地区年度医疗费用增长幅度	公立医院
4	关于进一步深化基本医疗保险支付方式改革的指导意见	国务院办公厅	2017.06.20	加强医保基金预算管理，全面推行以按病种付费为主的多元复合式医保支付方式，国家选择部分地区开展按疾病诊断相关分组（DRGs）付费试点，鼓励各地完善按人头、按床日等多种付费方式	医保经办机构与医疗机构
5	关于国家组织药品集中采购和使	国家医保局、财政	2019.05.21	健全DRG付费的信息系统；制定用于医保支付	药品生产企业、公立

序号	政策名称	发文机关	发布日期	主要内容	涉及主体
	用试点扩大区域范围的实施意见	部、国家卫生健康委、国家中医药局		的DRG分组；统一DRG医保信息采集；完善医保支付政策和经办管理流程；加强对医保定点医疗机构的管理，进一步完善医保总额预算管理制度	医疗机构、社会办医疗机构、医保定点零售药店
6	深化医药卫生体制改革 2019 年重点工作任务	国务院办公厅	2019.05.23	加快推进医保支付方式改革，开展按疾病诊断相关分组付费试点，继续推进按病种为主的多元复合式医保支付方式改革	医保经办机构、医疗机构等
7	关于印发深化医药卫生体制改革 2020 年下半年重点工作任务的通知	国务院办公厅	2020.07.16	推进医保支付方式改革。推进按疾病诊断相关分组付费国家试点和按病种付费	医保经办机构、医疗机构等
8	关于印发区域点数法总额预算和按病种分值付费试点工作方案的通知	国家医保局	2020.10.14	将统筹地区医保总额预算与点数法相结合，实现住院以按病种分值付费为主的多元复合支付方式	医保经办机构、医疗机构等

目前，国家已出台多项政策、采取多种形式推动“医保控费”改革，但从改革方向上看，仍主要针对医疗机构，对药品零售企业的影响较小。同时，“医保控费”改革将从根本上改变了医疗机构的收入和成本关系，药品、医用耗材等都转变为医疗成本，占用医保费用结余和医疗服务收费空间，将加快推动处方外流和医药分家、使得医院品种流向零售端。因此该政策不会对公司业务产生重大不利影响。

（二）结合医疗行业“重点监测药品目录”规定的内容，补充披露该政策对发行人业务及业绩的影响；

发行人已在招股说明书“第六节/二/（二）/3、行业主要产业政策”、“第六节/二/（二）/4、相关行业法律法规对发行人经营发展的影响”中进行了补充披露。

1、“重点监测药品目录”政策情况

2019 年 6 月 11 日，为贯彻落实国务院办公厅《关于加强三级公立医院绩效考核工作的意见》和国家卫生健康委《关于做好辅助用药临床应用管理有关工作的通知》，国家卫生健康委发布《关于印发第一批国家重点监控合理用药药品目录（化药及生物制品）的通知》（国卫办医函[2019]558 号，以下简称《通知》），列出 20 个重点监控合理用药药品名单。安徽省执行国家卫生健康委发布的《通知》并在省医疗机构报送的前 20 位重点监控药品目录基础上，形成《安徽省第一批重点监控合理用药药品目录（化药及生物制品）》（以下简称《安徽省监控目录》）。

根据《安徽省监控目录》，第一批“重点监测药品目录”药品 22 个，具体情况如下：

序号	药品通用名	适应症	药物类型
1	神经节苷脂	营养脑神经	化药
2	脑苷肌肽	促进心、脑组织的新陈代谢，参与脑组织神经元的生长、分化和再生过程，改善脑血液和脑代谢功能，用于治疗心肌和脑部疾病引起的功能障碍	生物制品
3	奥拉西坦	用于脑损伤及引起的神经功能缺失、记忆与智能障碍的治疗	化药
4	磷酸肌酸钠	心脏手术时加入心脏停搏液中保护心肌缺血状态下的心肌代谢异常	化药
5	小牛血清去蛋白	改善由脑部血液循环障碍和营养障碍性疾病（缺血性损害、颅脑外伤）所引起的神经功能缺损	生物制品
6	前列地尔	治疗慢性动脉闭塞症引起的四肢溃疡及微小血管循环障碍引起的四肢静息疼痛，改善心脑血管微循环障碍	化药
7	曲克芦丁脑蛋白水解物	用于治疗脑血栓、脑出血、脑痉挛等急慢性脑血管疾病，以及颅脑外伤及脑血管疾病（脑供血不全、脑梗塞、脑出血）所引起的脑功能障碍等后遗症	生物制品
8	复合辅酶	用于急、慢性肝炎，原发性血小板减少性紫癜，化、放疗所引起的白细胞和血小板降低症；对冠状动脉硬化、慢性动脉炎、心肌梗死、肾功能不全引起的少尿、尿毒症等有一定的辅助治疗作用	生物制品
9	丹参川芎嗪	用于闭塞性脑血管疾病，如脑供血不全、脑血栓形成，脑栓塞及其他缺血性心血管疾病，如冠心病的胸闷、心绞痛、心肌梗塞、缺血性中风、血栓闭塞性脉管炎等症	化药
10	转化糖电解质	需要非口服途径补充水分或能源及电解质的患者的补液治疗	化药

序号	药品通用名	适应症	药物类型
11	鼠神经生长因子	神经保护剂、神经营养剂，主要用于伤口快速愈合	生物制品
12	胸腺五肽	改善恶性肿瘤病人因放化疗而致免疫功能低下	生物制品
13	核糖核酸Ⅱ	免疫调节药，适用于胰腺癌、肝癌、胃癌、肺癌、乳腺癌、软组织肉瘤及其它癌症的辅助治疗	生物制品
14	依达拉奉	改善急性脑梗塞所致的神经症状、日常生活活动能力和功能障碍	化药
15	骨肽	用于促进骨折愈合，也可用于增生性骨关节疾病及风湿、类风湿关节炎等症状改善	生物制品
16	脑蛋白水解物	一种大脑所特有的肽能神经营养药物，用于改善失眠、头痛、记忆力下降、头晕及烦躁等症状，可促进脑外伤后遗症、脑血管疾病后遗症、脑炎后遗症、急性脑梗塞和急性脑外伤康复	生物制品
17	核糖核酸	提高细胞免疫功能	生物制品
18	长春西汀	用于头昏、头痛、记忆障碍、行动障碍、失语症、高血压性脑病等，还用于大脑血液循环障碍而引起的精神性或神经性症状	化药
19	小牛血去蛋白提取物	脑功能改善药	生物制品
20	马来酸桂哌齐特	主要用于脑动脉硬化、脑外伤后遗症等脑血管疾病	化药
21	左卡尼汀	可缓解其因体内缺乏引起的脂肪代谢紊乱、骨骼肌和心肌等组织的功能障碍	生物制品
22	银杏达莫	适应症为适用于预防和治疗冠心病、血栓栓塞性疾病	化药

2021 年 3 月 31 日，安徽省卫生健康委员会印发《关于调整安徽省第一批重点监控合理用药药品目录（化药及生物制品）的通知》，结合安徽省重点监控合理用药药品使用管理实际情况，对安徽省第一批重点监控合理用药药品目录（化药及生物制品）进行动态调整。调整后的“重点监测药品目录”药品 20 个，剔除了上表第 21 项左卡尼汀、第 22 项银杏达莫。调整后的目录与国家卫生健康委发布的《通知》药品名单保持一致。

根据 2019 年 9 月 3 日国家卫生健康委员会的《对十三届全国人大二次会议第 5021 号建议的答复》，国家卫生健康委员会认为制定国家重点监控合理用药药品目录的根本目的在于规范医疗行为，提高这些药物在临床的合理用药水平。对于目录中的药品，要求在严格掌握用药指征的情况下按规定疗程、剂量合理使用。

2020 年 6 月 9 日，国家卫生健康委员会发布《关于采集二级和三级公立医院 2019 年度绩效考核数据有关工作的通知》（国卫办医函[2020]438 号），其中包含《国家二级公立医院绩效考核操作手册（2020 版）》，该文件要求全国二级医院应统计“重点监控药品收入占比”，重点监控药品的使用情况成为公立医院考核的重要指标。

国家出台“重点监测药品目录”政策的主要目的是为了落实深化医药卫生体制改革任务，加强医院合理用药管理，重点加强目录内药品临床应用的全程管理，开展公立医院绩效考核等，进一步规范医师处方行为，减轻患者看病就医负担、维护人民健康权益。因此，该政策主要针对公立医院为主的医疗机构，公司作为医药流通企业，该政策不会对发行人业务及业绩构成重大不利影响。

2、发行人“重点监测药品目录”药品的销售情况

报告期内，发行人销售“重点监测药品目录”列示药品的销售收入情况如下：

单位：万元

序号	药品通用名	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	奥拉西坦	15.50	11.7	8.72
2	胸腺五肽	-	-	0.40
3	骨肽	2.83	2.65	2.57
4	小牛血去蛋白提取物	14.21	8.13	5.37
小计		32.54	22.48	17.06
发行人营业收入		193,091.04	152,236.29	110,462.06
重点监测药品销售收入占比		0.02%	0.01%	0.02%

销售上述药品对发行人业绩贡献情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上述药品营业收入	32.54	22.48	17.06
上述药品营业成本	25.46	18.01	12.59
上述药品营业毛利	7.08	4.47	4.47
发行人营业毛利	70,015.40	57,666.12	42,970.77
重点监测药品毛利占比	0.010%	0.008%	0.010%

报告期内，发行人销售“重点监测药品目录”列示药品所产生的营业收入和营业毛利金额较低，占发行人整体收入与毛利的比例极低，该政策对发行人业务及业绩的影响较小。

（三）结合医疗行业“两票制”“带量采购”“药品零加成”“药店分级管理”“处方外流与医药分开”“互联网+药品流通”等行业政策的内容，补充披露上述政策对发行人销售、盈利能力的影响，是否将对发行人经营构成重大不利影响；

发行人已在招股说明书“第六节/二/（二）/3、行业主要产业政策”、“第六节/二/（二）/4、相关行业法律法规对发行人经营发展的影响”中进行了补充披露。

1、两票制

（1）政策内容

“两票制”即药品从生产企业到药品流通企业开一次发票，药品流通企业到医疗机构再开一次发票，从而达到规范药品流通秩序、压缩流通环节的目的。国家以及安徽省“两票制”的相关政策内容及涉及主体情况如下：

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
1	《深化医药卫生体制改革 2016 年重点工作任务》	国办发[2016]26 号	国务院办公厅	综合医改试点省份要在全省范围内推行“两票制”（生产企业到流通企业开一次发票，流通企业到医疗机构开一次发票）	综合医改试点省份公立医院	2016.04.21
2	《在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见（试行）》	国医改办发[2016]4 号	国务院医改办	公立医疗机构药品采购中逐步推行“两票制”鼓励其他医疗机构药品采购中推行“两票制”争取到 2018 年在全国全面推开	公立医疗机构	2016.12.26
3	《国务院办公厅关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	国办发[2017]13 号	国务院办公厅	综合医改试点省（区、市）和公立医院改革试点城市要率先推行“两票制”，鼓励其他地区实行“两票制”，争取到 2018 年在全国推开	公立医院	2017.01.24
4	《安徽省公立医疗机构药品采购推行“两票制”实施意见》	皖食药监药化流[2016]37 号	安徽省食药监、卫计委等 6 部门	全省各级公立医疗机构药品采购中全面推行“两票制”；鼓励药品生产企业与公立医疗机构之间直接结算药品货款，药品生产企业与药品经营企业只结算	安徽省各级公立医疗机构	2016.9.29

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
				配送费用；为保障基层药品供应，对部分偏远交通不便的乡（镇）医疗机构根据实际情况可增加一票。对不执行“两票制”的药品生产经营企业、公立医疗机构，纳入不良记录。		

（2）对发行人业务的影响

两票制政策针对公立医院，发行人代理业务客户主要为连锁药店、医药流通企业、民营医院等。报告期内，代理业务中向公立医院销售产生的收入分别为 0.44 万元、1.44 万元和 0 元，金额与占比极少。两票制对发行人代理业务的影响较小。发行人零售业务的客户面向个人消费者、终端集采业务面向小微药店，因而两票制对发行人上述两项业务不构成直接影响。

综上，两票制对发行人销售、盈利能力的影响有限，不会对发行人经营构成重大不利影响。

2、带量采购

（1）政策内容

“带量采购”指在药品集中采购过程中开展招投标或谈判议价时，通过约定采购数量来降低采购单价，从而降低患者药费负担。关于“带量采购”的相关政策内容及涉及主体包括如下：

序号	政策名称	出台部门	主要政策内容	涉及主体	颁布日期
1	“4+7”城市药品集中采购文件	联合采购办公室	在北京、天津、上海、重庆和沈阳、大连、厦门、广州、深圳、成都、西安 11 个试点城市，公立医疗机构实施集中采购，通过约定采购量来实现药品降价	试点城市公立医疗机构	2018-11-5
2	国家组织药品集中采购和使用试点方案	国务院办公厅	在前述 11 个试点城市组织集中采购和使用，实现药价降低，减轻患者药费负担	试点城市公立医疗机构	2019-1-1
3	联盟地区药品集中采购文件	联合采购办公室	扩大药品集中采购政策至全国 25 个省份，要求	联盟地区公立医疗机构、部分军	2019-9-1

序号	政策名称	出台部门	主要政策内容	涉及主体	颁布日期
			医疗机构优先使用本省（区）集中采购中选品种，并确保完成约定采购量	队及社会办医疗机构	
4	关于国家组织药品集中采购和使用试点扩大区域范围的实施意见	国家医疗保障局、财政部和卫生委等九部门	在全国范围内推广“4+7”试点集中带量采购模式	公立医疗机构、军队医疗机构和自愿参加的医保定点社会办医疗机构、医保定点零售药店	2019-9-25
5	关于做好当前药品价格管理工作的意见	国家医疗保障局	推进形成合理的药品差价比价关系，依法管理麻醉药品和第一类精神药品价格；建立健全药品价格常态化监管机制，做好短缺药品保供稳价相关的价格招采工作	使用医保结算的机构	2019-11-26
6	2019 年安徽省省属公立医疗机构部分常用药品及第二批抗癌药集中带量采购谈判议价（试点）实施方案	安徽省医药集中采购服务中心	本次带量采购实施范围以省属公立医疗机构作为试点，逐步推广至全省县级以上人民政府、国有企业（含国有控股企业）等举办的非营利性医疗机构（以下统称公立医疗机构）。	公立医疗机构	2019-12-24
7	安徽省公立医疗机构临床常用药品集中带量采购谈判议价实施方案	安徽省医疗保障局	进一步完善未过评药品集中带量采购谈判议价机制，推动药品集中带量采购工作常态化、规范化	公立医疗机构	2020-7-17

（2）对发行人业务的影响

①代理业务

报告期内，发行人代理产品 400 余种，仅一款上海信谊天平药业生产的盐酸氨溴索胶囊（30mg*30 片）于 2020 年 8 月被纳入带量采购范畴，该产品报告期内形成的收入分别为 121.71 万元、167.57 万元、141.80 万元，占全部代理业务收入的比例为 0.35%、0.38%和 0.27%，该产品报告期内形成的毛利分别为 55.63 万元、75.93 万元、60.78 万元，占全部代理业务毛利的比例为 0.40%、0.47%和 0.31%，对发行人代理业务的影响较小。

单位：万元

品名	厂家	中标规格	中标时间	2020 年		2019 年		2018 年	
				收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
盐酸氨溴索胶囊	上海信谊天平	30mg*30 粒	2020-8	141.80	60.78	167.57	75.93	121.71	55.63

②零售业务、终端集采业务

从短期来看，零售业务与终端集采业务采购、销售的产品品规约万种、重叠相似度高。经统计，报告期内，零售业务中涉及带量采购的品种对应的收入分别为 251.02 万元、380.03 万元、353.27 万元，占全部零售业务收入的比例为 0.35%、0.37%和 0.27%；对应的零售毛利分别为 17.79 万元、19.57 万元、44.38 万元，占全部零售业务毛利的比例为 0.07%、0.05%和 0.10%；终端集采业务中涉及带量采购的品种对应的收入分别为 0 元、2.88 万元和 13.21 万元，对应的终端集采毛利分别为 0 元、0 元和 0.03 万元，对短期内零售、终端集采业务的影响较小。

从长期来看，“带量采购”的范围将进一步扩大，有可能导致发行人各类业务中涉及带量采购品种单价和毛利率出现一定程度的下滑，对公司的盈利能力产生不利的影响。招股说明书中已将“带量采购政策实施使得终端零售药品价格大幅下滑风险”作为特别风险提示进行充分揭示。

过去多年，因药品加成等原因，药品销售曾经是公立医院收入的重要组成部分，因此公立医院主观上没有处方外流的动力，70%以上的处方长期留在医院内部。“带量采购”进一步推动了我国的院内处方外流，同时“带量采购”政策范围向医保定点零售药店扩展，将推动构建入选药品品种院内院外统一供价体系的构建，为“处方外流”趋势构筑价格基础。

综上，带量采购对发行人销售、盈利能力的短期影响较小，发行人已充分披露相关风险。

3、“药品零加成”

（1）政策内容

药品“零价差/零加成”政策是指医疗机构在销售药品的过程中，以购入价卖给患者，该政策的基本情况如下：

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
1	《关于全面推开公立医院综合改革工作的通知》	国卫体改发[2017]22 号	国家卫计委会同财政部、中央编办、国家发改委等部委	明确提出 2017 年 9 月 30 日前，全国所有公立医院全部取消药品加成（中药饮片除外）。	公立医院	2017.04
2	《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》	国卫体改发[2018]4 号	国家卫计委会同财政部、国家发改委、人力资源社会保障部	提出对公立医院取消药品加成减少的合理收入，要严格按照当地公立医院综合改革实施方案确定的补偿途径和比例执行，中央财政在 2018 年-2020 年继续安排资金支持县级和城市公立医院综合改革，以巩固破除以药补医成果。	公立医院	2018.03

（2）对发行人业务的影响

药品零加成政策对发行人业务不构成直接影响，但药品零加成使得“处方外流”趋势日益明显，处方药销售会成为零售企业的重要增长点，将对公司各项业务产生有利影响。

4、“药店分级管理”

（1）政策内容

“药店分级管理”政策是指将药店分级别进行管理，对于不同级别的零售药店，允许其经营的药品种类有所差异，该政策的基本情况如下：

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
1	《零售药店经营服务规范》	-	商务部	零售药店实行分级管理，用 A 级表示，由高到低分为：AAA 级、AA 级、A 级。	零售药店	2012.12
2	《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	国办发[2017]13 号	国务院办公厅	推进零售药店分级分类管理，提升零售连锁率。	零售药店	2017.02
3	《关于印发深化医药卫生体制改革 2018 年下半年重点工作任务的通知》	国办发[2018]83 号	国务院办公厅	要求由商务部、国家卫健委、国家医保局以及国家药监局负责制定零售药店分级分类管理的指导性文件。	零售药店	2018.08

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
4	《关于<全国零售药店分类分级管理指导意见（征求意见稿）>公开征求意见的通知》	-	国家商务部市场秩序司	将零售药店由低到高分为一类、二类、三类三个等级，并在此基础上，对二、三类药店由低到高划分为A、AA、AAA三个等级，并对上述各类别零售药店需满足的条件以及可经营药品类型作出相应规定。	零售药店	2018.11

（2）对发行人业务的影响

药店分级分类管理的政策，导致单体药店及小型连锁药店的竞争压力加大，具备与上游议价能力以及融资能力的大型连锁药房将拥有更强的竞争力和持续经营能力，促进了医药零售行业市场格局的调整，市场集中度进一步提升。**发行人目前为安徽省最大的连锁药店企业，“药店分级管理政策”对公司业务产生积极有利影响。**

5、“处方外流与医药分开”

（1）政策内容

“处方外流与医药分开”政策是指医院把处方单对外开放，患者可以自主选择在医疗机构或零售药店购药，医疗机构不得限制患者凭处方到零售药店购药，该政策的基本情况如下：

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
1	《关于印发“十三五”深化医药卫生体制改革规划的通知》	国发〔2016〕78号	国务院	推动医药分开，采取综合措施切断医院和医务人员与药品、耗材间的利益链。医疗机构应按照药品通用名开具处方，并主动向患者提供，不得限制处方外流。探索医院门诊患者多渠道购药模式，患者可凭处方到零售药店购药。	医疗机构、零售药店	2016.12

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
2	《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	国办发〔2017〕13号	国务院办公厅	进一步破除以药补医机制，推进医药分开。医疗机构应按药品通用名开具处方，并主动向患者提供处方。门诊患者可以自主选择在医疗机构或零售药店购药，医疗机构不得限制门诊患者凭处方到零售药店购药。具备条件的可探索将门诊药房从医疗机构剥离。	医疗机构、零售药店	2017.01
3	《关于建立完善国家医保谈判药品“双通道”管理机制的指导意见》	医保发〔2021〕28号	医保局、国家卫生健康委	明确临床价值高、患者急需、替代性不高的国家医保谈判药品药品可通过定点零售药店和定点医疗机构双渠道供应，患者可自行选择药物购买渠道。	定点医疗机构、定点零售药店	2021.04

（2）对发行人业务的影响

处方外流与医药分开等多项支持零售药店业发展政策的实施，使原在医院销售的处方药逐步流向院外市场，零售药店逐渐成为消费者购药和咨询药学服务的重要渠道，从而有助于持续扩大发行人零售药店的市场规模。同时，以院内渠道为主的心脑血管疾病、抗肿瘤及其他 DTP 相关慢病处方药销售将逐步向社会药店、网上药店等渠道流转，激励零售药店紧跟政策加大 DTP 药房建设，加大了慢病药品相关资源的投入。**一方面处方药销售会成为零售药店销售额的重要增长点，另一方面，根据现行法律法规规定，销售处方药需配备相应的执业药师或药学服务人员，这对零售药店专业服务能力提出了更高的要求，对公司各项业务产生有利影响的同时对公司专业服务能力提出更高要求。**

6、“互联网+药品流通”

（1）政策内容

“互联网+药品流通”是指通过将互联网与医药流通领域的深度融合，实现药品流通模式的转型升级。利用互联网和信息化技术，将外部需求信息与内部物流操作相结合，使企业在药品批发、物流配送、医药电商等方面实现高效率操作。该政策的基本情况如下：

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
1	《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	国办发〔2017〕13号	国务院办公厅	推进“互联网＋药品流通”；引导互联网＋药品流通”规范发展，支持药品流通企业与互联网企业加强合作，推进线上线下融合发展，培育新兴业态。规范零售药店互联网零售服务，推广，网订店取、“网订店送”等新型配送方式。	药品流通企业、零售药店	2017.01
2	《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》	国办发〔2018〕26号	国务院办公厅	提出需要完善“互联网+”药品供应保障服务，对线上开具的常见病、慢性病处方，经药师审核后，医疗机构、药品经营企业可委托符合条件的第三方机构配送。探索医疗卫生机构处方信息与药品零售消费信息互联互通、实时共享，促进药品网络销售和医疗物流配送等规范发展。	医疗机构、药品经营企业、第三方配送机构	2018.04
3	《促进健康产业高质量发展行动纲要（2019—2022 年）》	发改社会〔2019〕1427 号	国家发展改革委、国家卫生健康委、医疗保障局等 21 个部门	提出建立互联网诊疗处方信息与药品零售消费信息互联互通、实时共享的渠道，支持在线开具处方药品的第三方配送。	零售药店、第三方配送机构	2019.08
4	《关于推进新冠肺炎疫情防控期间开展“互联网+”医保服务的指导意见》	-	国家医保局、国家卫生健康委	将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围，参保人员凭定点医疗机构在线开具的处方，可以在本医疗机构或定点零售药店配药。探索推进定点零售药店配药直接结算。	定点零售药店	2020.02

（2）对发行人业务的影响

在“互联网+药品流通”政策的推动下，医药电商企业将利用自身信息化、数字化优势，全面整合互联网医疗机构、网上药店、患者等终端资源，探索开展创新服务。例如：B2C、O2O、远程审方、定制化健康管理方案等。**公司在确保实体门店销售增长的同时，坚持 B2C 与 O2O 模式共同发展，以移动终端和互联网发展为契机，大力推进电商业务的发展，充分依托第三方电商平台巨大的流量优势与开放的生态环境，打造领先的线上连锁药店，扩大线上业务规模。**

公司已于 2014 年成立电子商务中心，先后入驻“天猫”、“京东”等平台开展 B2C 业务，并打通线上线下渠道，依托线下门店布局，快速响应消费者的需求，实现 O2O 业务多渠道全覆盖。报告期内，发行人 B2C 电商业务实现收入 3,338.07 万元、5,257.75 万元、10,359.05 万元，每年增幅分别为 57.51%和 97.02%；发行人 O2O 业务形成收入 1,027.38 万元、2,202.96 万元、4,718.18 万元，每年增幅分别为 114.43%和 114.18%。

未来，公司将持续夯实现有电商基础，打通线上线下平台，挖掘营销渠道深度，探索远程问诊、远程开方等业务，增加公司盈利增长点。综上，“互联网+药品流通”作为一种新兴的业务模式推动了公司的持续发展，对公司未来业务规划起到积极影响。

综上所述，**上述各项政策中带量采购有可能对发行人业务构成不利影响，发行人已在招股说明书中充分披露相关风险。其他政策不会对公司业务产生重大不利影响。**

（四）历史上发行人是否被当地药监机构进行“飞行检查”，是否存在违反相关行业政策或受到过行政处罚情形。

发行人已在招股说明书“第七节/五/（二）报告期内“飞行检查”情况”中进行了补充披露。

1、关于药品医疗器械“飞行检查”的相关规定

国家食品药品监督管理总局《药品医疗器械飞行检查办法》（国家食品药品监督管理总局令第 14 号）规定：

“第二条本办法所称药品医疗器械飞行检查，是指食品药品监督管理部门针对药品和医疗器械研制、生产、经营、使用等环节开展的不预先告知的监督检查。第三条国家食品药品监督管理总局负责组织实施全国范围内的药品医疗器械飞行检查。地方各级食品药品监督管理部门负责组织实施本行政区域的药品医疗器械飞行检查。

第二十五条根据飞行检查结果，食品药品监督管理部门可以依法采取限期整改、发告诫信、约谈被检查单位、监督召回产品、收回或者撤销相关资格认证认

定证书，以及暂停研制、生产、销售、使用等风险控制措施。风险因素消除后，应当及时解除相关风险控制措施。”

2、发行人被当地药监机构进行“飞行检查”的情况

根据发行人的统计并经检索国家药品监督管理局、安徽省药品监督管理局、发行人所在地市场监督管理局等主管部门网站，报告期初至 2021 年 6 月 30 日，发行人及下属子公司、直营门店接受飞行检查的具体情况如下：

飞检执行部门级别	接受检查（次）	符合药品经营质量管理规范（次）	限期整改（次）
安徽省药品监督管理局	2	2	-
各地市市场监督管理局	50	11	39

3、不存在违反相关行业政策情形，未受到行政处罚

发行人及子公司、直营门店在上述检查中，对于要求限期整改的，发行人均已按照相关规定及主管部门要求完成整改并提交整改报告。发行人在上述飞行检查过程中不存在严重违反相关行业政策的情形。根据发行人及其子公司所在地市场监督管理局出具的证明，并经检索国家企业信用信息公示系统、信用中国及发行人及其子公司所在地市场监督管理局的官方网站等，发行人报告期内不存在因飞行检查发现的问题而受到行政处罚的情况。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人及其子公司、直营门店获得的资质证书；

2、获取报告期发行人及其子公司主营业务及经营的产品类型情况，了解发行人经营资质的获取过程和审批程序；

3、获取发行人医保结算收入、医保门店数量、医保客户数量等指标，测算并了解医保结算与医保资质对发行人业务的影响；

4、对公司管理层进行访谈，了解发行人直营门店获取医保定点资质的过程、未获得医保定点资质直营门店的获取计划；

5、查阅我国近几年医药流通行业出台的法律法规及发展政策，了解与发行人主营业务相关的医改政策的具体内容；

6、访谈了发行人总经理、副总经理，了解医药流通领域监管政策，分析行业监管政策对发行人经营的影响；

7、查阅发行人接受飞行检查情况统计表及主管部门飞行检查时提供给被检查单位的《检查记录》；

8、访谈发行人质管部负责人，了解发行人接受飞行检查的情况、存在缺陷项目情况、整改情况，是否受到行政处罚等；

9、查阅发行人及其子公司所在地市场监督管理局出具的合规证明；检索安徽省药品监督管理局、发行人及其子公司所在地市场监督管理局等主管部门网站的监督检查信息公告，核查报告期内发行人及子公司、直营门店接受飞行检查情况，及是否存在因飞行检查而受到行政处罚的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人报告期内医保结算占主营业务收入比重、贡献净利润金额及占比情况不存在异常；发行人拥有医保定点资质的直营店数量持续增加，对零售业务收入及主营业务收入的影响较大；针对现阶段因未满足经营期限或等待定期签约的门店而言，发行人将在满足条件后集中申请，预计获取医保定点资格不存在实质障碍；发行人报告期内主营业务收入、净利润、直营店、门诊店店均、人均医保结算等均呈良好增长态势，“医保控费政策”不会对发行人业务及业绩构成重大不利影响；

3、“重点监测药品目录”不会对发行人业务及业绩构成重大不利影响；

4、医疗行业“两票制”、“带量采购”、“药品零加成”、“药店分级管理”、“处方外流与医药分开”、“互联网+药品流通”等行业政策中，带量采购有可能对发

行人业务构成不利影响，发行人已在招股说明书中充分披露相关风险，其他政策不会对公司业务产生重大不利影响；

5、发行人存在被当地药监机构进行“飞行检查”的情况，发行人在上述飞行检查过程中不存在严重违反相关行业政策的情形，不存在因上述飞行检查发现的问题而受到行政处罚的情况。

问题五、关于子公司

申报材料显示：发行人共有 12 家控股子公司、1 家参股公司，注销了正远生物、嘉山路门诊两家子公司。报告期内，发行人通过股权收购新增三家子公司，分别为安庆国胜、亳州国胜及汇达药业。发行人以全资子公司安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗（以下合称“国胜药房”）为主体，以直营方式从事药品、保健食品、医疗器械等销售以及常见病诊疗业务。

请发行人：

（1）补充披露控股子、参股公司、孙公司与发行人直营门店的对应销售管理关系，每家子公司、孙公司对应的直营门店数量、地区；发行人通过子公司销售管理直营门店的模式，区域分布情况；以列表方式披露发行人经营直营门店、诊所时所用的各类门店品牌（使用相同店名品牌的集合为一栏）；使用“国胜药房”作为店名品牌的家数，该品牌的来源，是否属于发行人零售业务的核心品牌；收购门店过程是否涉及对赌等相关协议；

（2）结合发行人三类主营业务的来源背景、变革及整合情况，补充披露收购安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司对发行人主营业务影响；补充说明安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司的历史沿革及相关收购的定价公允性；

（3）补充披露收购安庆国胜、亳州国胜及汇达药业的背景、定价依据及公允性；注销正远生物、嘉山路门诊两家子公司的背景、必要性，注销程序是否完整有效，注销前是否存在行政处罚，是否存在诉讼纠纷；该 2 家公司存续期间的用途，对发行人业务及收入的贡献情况，承载相应业务是否已由其他主体承接，该两家企业的注销是否对发行人业绩及持续经营构成重大不利影响。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露控股子、参股公司、孙公司与发行人直营门店的对应销售管理关系，每家子公司、孙公司对应的直营门店数量、地区；发行人通过子公司销售管理直营门店的模式，区域分布情况；以列表方式披露发行人经营直营门店、诊所时所用的各类门店品牌（使用相同店名品牌的集合为一栏）；使用“国胜药房”作为店名品牌的家数，该品牌的来源，是否属于发行人零售业务的核心品牌；收购门店过程是否涉及对赌等相关协议；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/2、零售业务的主要运营模式”、“第五节/三/（四）发行人收购门店过程涉及的对赌情况”中进行了补充披露。

1、发行人控股子、参股公司、孙公司与发行人直营门店的对应销售管理关系，每家子公司、孙公司对应的直营门店数量、地区

当公司拟新开门店时，会根据行政归属与距离远近，选择一家子公司管理，以便于门店开设与拓展、门店证照办理申请、经营资质办理申请、管理团队的布局、人员招聘与人事管理、财务管理与核算等。

报告期各期末，发行人每家控股子公司、孙公司与公司直营门店数量和地区的对应关系如下：

序号	区域	管理主体	级别	门店数量（家）		
				2020 年末	2019 年末	2018 年末
1	合肥	安徽国胜	一级子公司	409	350	305
2	六安			54	38	32
3	宣城			30	28	26
4	淮北			25	20	16
5	淮南			6	6	5
6	宿州			3	3	2
7	蚌埠			10	-	-
8	芜湖	芜湖国胜	二级子公司	106	64	61
9	马鞍山			6	6	6
10	亳州	亳州国胜	二级子公司	58	54	53
11	阜阳			4	-	-
12	安庆	安庆国胜	二级子公司	48	38	35
13	南京	江苏国胜	一级子公司	9	-	-

序号	区域	管理主体	级别	门店数量（家）		
				2020 年末	2019 年末	2018 年末
14	合肥	国胜医疗	一级子公司	3	-	-
合计				771	607	541

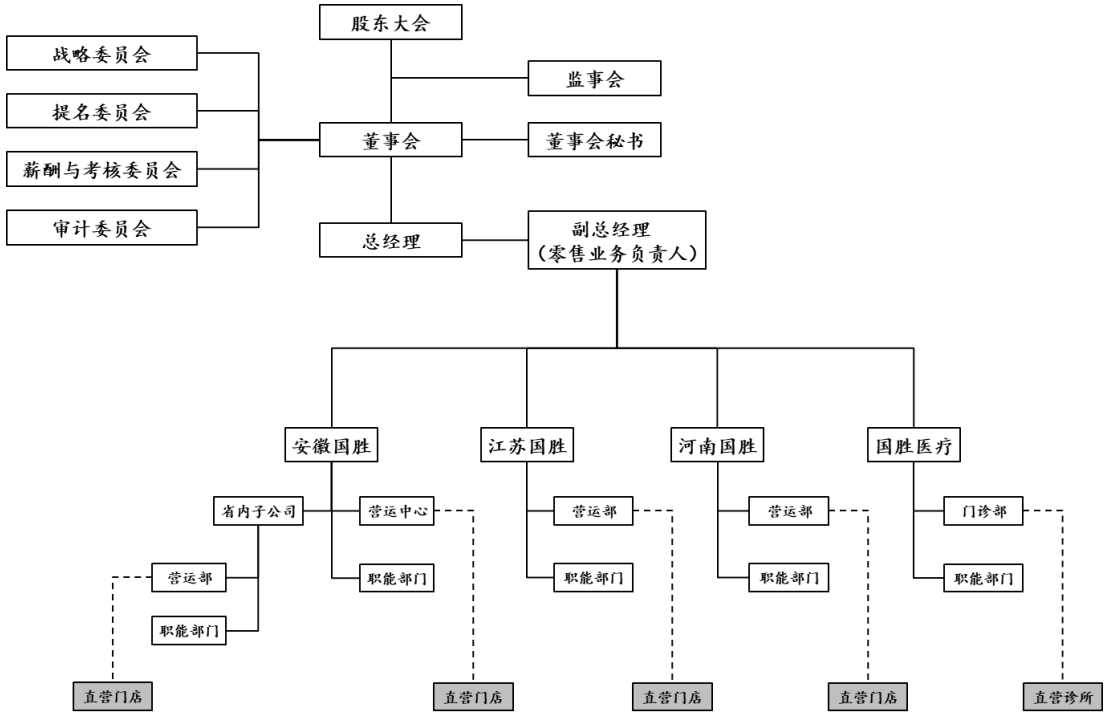
发行人参股公司所属门店不属于发行人直营门店，参股公司亦不参与发行人直营门店的销售管理。

2、发行人通过子公司销售管理直营门店的模式，区域分布情况

（1）发行人通过子公司销售管理直营门店的模式

①发行人直营门店的管理架构

发行人零售业务板块经营主体为全资子公司安徽国胜、江苏国胜、河南国胜、国胜医疗，具体架构如下：



注：河南国胜成立于 2021 年 3 月 15 日

发行人在医药零售业务板块设置了集团化的管理架构，通过子公司管理直营门店。在总部设置各职能部门，其中营运中心或营运部是各直营门店的管理部门，下设各大区总监（或分公司负责人），片区经理、店长进行门店的管理。

②发行人直营门店的标准化管理体系

发行人的门店营销网络已覆盖安徽省诸多地市，并逐步向省外周边城市拓展。为有效管理连锁直营门店，保障直营门店管理的一致性，根据多年连锁药店经营管理经验，公司制定了标准化的门店管理体系，涵盖各项标准化管理制度。

公司门店管理的主要制度文件及规范内容如下：

制度名称	规范内容
《行政部管理制度》	公司资产管理、车辆管理、公文管理、租赁合同管理、印章管理及经营资质管理
《人力资源中心管理制度》	员工入职、离职、档案管理、培训、考勤、晋升以及员工调岗、薪酬管理
《财务中心管理制度》	供应商对账结款流程、营业款收缴管理制度、费用报销及借款流程、固定资产对接管理办法、差旅费报销、电商业务对账
《商品中心管理制度》	商品采购及新品引进制度、商品线的管理、效期商品管理、商品退货流程、门店库存管理、营业外收入管理
《营运中心管理制度》	连锁门店日常管理、巡店管理、营业款收缴管理、商品管理、促销活动的执行标准、新店管理规范、医保刷卡规范
《拓展部管理制度》	新店选址、租赁合同签订要求、门店续签、扩租及返祖等
《市场部管理制度》	门店促销活动的策划、执行、活动物料的制作标准、广告发布要求及市场督查
《信息部管理制度》	门店的软硬件系统管理、系统账号权限管理、门店盘存制度、门店损益承担制度
《新零售部管理制度》	电商平台的客服管理、商品管理、价格管理、退货管理、物流配送管理、财务管理
《国胜医疗门诊部管理制度》	门诊医护人员工作职责及各科室工作管理制度
《连锁门店质量管理体系文件汇编》	连锁门店 GSP 规范、日常操作手册

统一、标准化的管理模式是现代零售连锁企业的基本特征，发行人对于直营门店的管理模式与同行业类似。完备的组织架构搭建、门店标准管理体系的执行是公司众多门店稳健优良运营的基础。报告期内，发行人可以有效管理直营门店。

（2）发行人通过子公司销售管理直营门店的区域分布情况

发行人通过子公司管理直营门店的区域分布情况详见本回复意见“问题五/一/（一）/1、发行人控股子、参股公司、孙公司与发行人直营门店的对应销售管理关系，每家子公司、孙公司对应的直营门店数量、地区”。

3、发行人经营直营门店、诊所时所用的各类门店品牌

为加强品牌形象建设、提升品牌效应，发行人各区域直营药店的店面装修设计、店内装潢等均进行统一设计，发行人各区域直营药店均使用“国胜大药房”统一标识；发行人直营诊所根据卫生主管部门要求，使用医疗机构名称作为门店品牌，具体如下：

类型	门店品牌	数量（截至报告期末）
直营药店	“国胜大药房”	768 家
直营门诊	“国胜医疗 元兴综合门诊部”	1 家
	“国胜医疗 桂园中西医结合门诊部”	1 家
	“国胜医疗 安百苑综合门诊部”	1 家

4、使用“国胜药房”作为店名品牌的家数，该品牌的来源，是否属于发行人零售业务的核心品牌

如上所述，截至报告期末，发行人全部 768 家直营药店均使用“国胜大药房”作为店名品牌。“国胜大药房”系发行人自主打造的药店品牌，发行人子公司安徽国胜于 2010 年 8 月设立之初即使用“国胜大药房”作为企业商号，经过多年的市场耕耘，“国胜大药房”品牌在安徽省内具有一定影响力，属于发行人零售业务的核心品牌。

5、发行人收购门店过程涉及的对赌情况

报告期内，发行人通过股权收购及资产收购方式，合计收购门店 174 家。其中，由于以股权方式收购的标的公司所属门店数量较多，因此发行人对股权收购的门店零售连锁企业设置了相关对赌条款，具体如下：

（1）收购亳州国胜 51%股权

相关业绩对赌条款：亳州国胜 2018 年度原有门店和新开门店（经年化）销售额（含税）合计未达到 7,500 万元，安徽国胜有权要求出让方以其所持有的亳州国胜之股权或支付现金的方式进行补偿。

实际完成：2018 年度，亳州国胜实际完成销售额（含税）7,698.34 万元，完成业绩对赌。

（2）收购安庆国胜 80%股权

相关业绩对赌条款：若安庆国胜 2019 年整体销售额（含税）未达到 5,285 万元，则安徽国胜有权要求出让方或承诺人以其所持有的安庆国胜之股权或支付现金的方式进行补偿。

实际完成：2019 年度，安庆国胜实际完成销售额（含税）5,134.93 万元，实际销售额（含税）占业绩对赌销售额（含税）的 97.16%。考虑到实际完成销售额（含税）与业绩对赌目标差异较小，并且安庆国胜原实际控制人在发行人完成安庆国胜收购事项后即入职安徽国胜，工作表现良好，经各方友好协商，对于实际业绩完成情况略低于业绩对赌的情况予以豁免，并签署《约定豁免确认函》进行确认。

（二）结合发行人三类主营业务的来源背景、变革及整合情况，补充披露收购安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司对发行人主营业务影响；补充说明安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司的历史沿革及相关收购的定价公允性；

发行人已在招股说明书“第五节/三/（五）历史收购的定价依据与公允性”中进行了补充披露。

1、发行人三类主营业务的来源背景、变革及整合情况

（1）发行人三类主营业务的来源背景情况

公司主要从事医药代理、零售及终端集采三类主营业务，上述业务的来源背景情况如下：

主营业务	来源背景	业务主体
医药代理	①我国连锁药店快速发展，2008 年以来，发行人抓住连锁直供的趋势，以连锁药店为主要对象，发展医药代理业务； ②公司控股股东、实际控制人何家乐在入股发行人之前已从事医药批发业务多年，具有丰富的相关工作经验，2008 年入股发行人后即推动公司医药代理业务的快速发展。	华人健康
医药零售	我国医药零售行业发展呈现专业化与连锁化趋势，行业进入发展机遇期，公司实际控制人看好该市场前景，在 2010 年设立全资子公司安徽国胜作为经营主体进入医药零售市场。	安徽国胜 江苏国胜 河南国胜 国胜医疗
医药终端集采	经过多年的发展，公司医药代理、零售业务规模保持稳定增	汇达药业

主营业务	来源背景	业务主体
	长趋势，在此基础下，为进一步发挥医药代理业务、零售业务积累的业务资源，公司抓住单体药店、小型连锁药店等零售终端集采业务的业务发展机遇，于 2019 年开展医药终端集采业务。	

（2）发行人三类主营业务的变革及整合情况

自设立以来，公司的主营业务未发生重大变化，始终专注于医药流通领域。

从市场区域来看，发行人秉持立足安徽省并面向全国市场的整体布局战略。其中，针对代理业务，公司自业务开展之初即已形成面向全国市场的定位，并经过多年发展，销售覆盖全国多个地区。针对零售业务，为拓展医药零售网络，提升公司零售门店数量与市场区域覆盖率，公司在巩固合肥作为医药零售业务中心地位的同时，通过新设或收购门店的方式，将公司零售业务拓展至安徽省内主要城市。经过多年发展，发行人已成为安徽省内门店数量最多的医药零售连锁企业，并在此基础上，发行人通过设立全资子公司江苏国胜及河南国胜，正逐步开拓安徽省周边医药零售市场。针对终端集采业务，公司系以立足安徽省并逐步向省外发展的市场定位，由于该业务于 2019 年刚刚开展，目前主要以安徽省内客户为主。

从业务模式来看，公司医药零售业务分为线下零售业务、线上 B2C 零售业务及线上线下融合的 O2O 零售业务。其中，线下零售业务是发行人医药零售业务的传统模式；随着近几年互联网技术的发展及线上销售模式的兴起，公司积极组建电商团队，分别于 2015 年和 2016 年开展 B2C 及 O2O 医药零售业务。

从业务协同角度来看，发行人三类主营业务均属于医药流通领域，经过多年的发展，公司形成以医药零售业务为核心，医药代理与终端集采业务为两翼，各业务板块均衡发展、良性协同、优势互补，围绕医药零售生态网络高度渗透的综合布局。截至报告期末，公司已发展为安徽省最大的药店连锁企业，随着公司零售业务规模和品牌影响力的扩大，为代理业务既提供了众多下游销售网点，节省了渠道成本，又提供了品类营销成功范点及客户交流平台；同时为终端集采业务整合供应链资源，形成紧密合作、协同发展的整体业务架构。因此，发行人三类主营业务具有协同效应。

2、设立安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司对发行人主营业务影响

截至报告期末，发行人通过安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司合计拥有 771 家门店（768 家零售药店和 3 家门诊）。

安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗对发行人主营业务的影响具体如下：

（1）安徽国胜系公司医药零售板块核心平台以及主要收入来源之一

作为国胜大药房的核心平台，安徽国胜通过收购芜湖国胜、安庆国胜及亳州国胜，拓展公司医药零售业务在安徽省内的市场区域；发行人亦参照安徽国胜对医药零售业务的管理运营体系，先后设立江苏国胜、河南国胜两家省外全资子公司，逐步延伸至周边省份。

报告期内，安徽国胜主营业务收入分别为 71,779.16 万元、103,354.66 万元和 129,134.53 万元，分别占公司主营业务收入的 67.30%、69.85%和 68.48%，占比较高，安徽国胜系发行人主要收入来源之一。

因此，安徽国胜系公司医药零售板块核心平台以及主要收入来源之一，对发行人主营业务具有重要影响。

（2）江苏国胜系公司医药零售板块拓展省外市场的重要布局

2020 年 9 月，发行人设立全资子公司江苏国胜，是江苏省零售业务的经营主体。截至 2020 年末，江苏国胜拥有 9 家直营门店，占当期公司直营门店总数的 1.17%，且 2020 年度全年主营业务收入为 28.00 万元，占发行人主营业务收入的 0.01%，占比较低。江苏国胜对发行人 2020 年的业绩影响较小。

虽然省外门店短期内可能存在因为新店投入较大、经营无法达到预期的风险，但作为公司零售业务板块拓展省外市场的重要布局，从长期来看，对于公司零售业务布局及拓展具有重要意义。

（3）国胜医疗系公司医药零售板块的业务补充

发行人全资子公司国胜医疗自 2020 年起通过旗下的 3 家门诊机构从事社区诊疗业务。2020 年度，国胜医疗主营业务收入为 59.83 万元，占发行人主营业务收入的 0.03%，占比较低。

虽然国胜医疗对发行人 2020 年的业绩影响较小，但诊疗业务是医药零售业务板块的补充，是公司构建多元化健康服务生态圈，承接“处方外流”的重要窗口，对公司战略布局具有一定的积极作用。

综上所述，安徽国胜系公司医药零售板块核心平台以及主要收入来源之一，对发行人主营业务具有重要影响，江苏国胜和国胜医疗对发行人报告期内经营业绩不构成重大影响。

3、安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司的历史沿革及相关收购的定价公允性

（1）安徽国胜的历史沿革

①设立安徽国胜（注册资本：500 万元）

2010 年 7 月 16 日，发行人签署《安徽国胜大药房有限公司章程》，约定以货币方式出资设立安徽国胜，注册资本 500 万元。

2010 年 8 月 17 日，安徽华洲会计师事务所出具《验资报告》（华洲验字[2010]第 0282 号），对股东出资情况予以验证，确定股东足额缴付出资。

2010 年 8 月 20 日，安徽国胜在合肥市工商行政管理局完成设立登记并领取了《企业法人营业执照》。安徽国胜成立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	500.00	100.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

②安徽国胜第一次增资（注册资本由 500 万元增至 1,000 万元）

2011 年 7 月 21 日，安徽国胜股东作出股东决定，同意安徽国胜注册资本由 500 万元增至 1,000 万元，新增注册资本人民币 500 万元由发行人出资认缴。

2011 年 7 月 25 日，安徽华洲会计师事务所出具《验资报告》（华洲验字[2011]第 0376 号），对本次出资情况予以验证，确认股东方已足额缴付本次增资金额。

2011 年 7 月 25 日，安徽国胜就本次增资事项完成工商变更登记手续。本次增资完成后，安徽国胜的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	1,000.00	100.00%
合计		**1,000.00**	**100.00%**

③安徽国胜第二次增资（注册资本由 1,000 万元增至 2,000 万元）

2012 年 7 月 23 日，安徽国胜股东作出股东决定，同意安徽国胜注册资本由 1,000 万元增至 2,000 万元，新增注册资本人民币 1,000 万元由发行人出资认缴。

2012 年 7 月 26 日，安徽中宸会计师事务所出具《验资报告》（皖中宸验字[2012]第 1-483 号），对本次出资情况予以验证，确认股东方已足额缴付本次增资金额。

2012 年 7 月 27 日，安徽国胜就本次增资事项完成工商变更登记手续。本次增资完成后，安徽国胜的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	2,000.00	100.00%
合计		**2,000.00**	**100.00%**

④安徽国胜第三次增资（注册资本由 2,000 万元增至 2,600 万元）

2013 年 9 月 26 日，安徽国胜股东作出股东决定，同意安徽国胜注册资本由 2,000 万元增至 2,600 万元，新增注册资本人民币 600 万元由发行人出资认缴。

2013 年 10 月 10 日，安徽安和会计师事务所出具《验资报告》（皖安和验[2013]3613 号），对本次出资情况予以验证，确认股东方已足额缴付本次增资金额。

2013 年 10 月 11 日，安徽国胜就本次增资事项完成工商变更登记手续。本次增资完成后，安徽国胜的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	2,600.00	100.00%
合计		**2,600.00**	**100.00%**

⑤安徽国胜第四次增资（注册资本由 2,600 万元增至 4,000 万元）

2017 年 3 月 23 日，安徽国胜股东作出股东决定，同意安徽国胜注册资本由 2,600 万元增至 4,000 万元，新增注册资本人民币 1,400 万元由发行人出资认缴。

2017 年 4 月 5 日，安徽国胜就本次增资事项完成工商变更登记手续。本次增资完成后，安徽国胜的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	4,000.00	100.00%
合计		**4,000.00**	**100.00%**

2019 年 8 月 7 日，中天运出具《验资报告》（中天运[2019]验字第 00031 号），审验截止 2017 年 3 月 24 日，确认股东方已足额缴付本次增资金额。

⑥安徽国胜第五次增资（注册资本由 4,000 万元增至 7,000 万元）

2017 年 9 月 26 日，安徽国胜股东作出股东决定，同意安徽国胜注册资本由 4,000 万元增至 7,000 万元，新增注册资本人民币 3,000 万元由发行人出资认缴。

2017 年 10 月 12 日，安徽国胜就本次增资事项完成工商变更登记手续。本次增资完成后，安徽国胜的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	7,000.00	100.00%
合计		**7,000.00**	**100.00%**

⑦安徽国胜第六次增资（注册资本由 7,000 万元增至 10,000 万元）

2017 年 12 月 29 日，安徽国胜股东作出股东决定，同意安徽国胜注册资本由 7,000 万元增至 10,000 万元，新增注册资本人民币 3,000 万元由发行人出资认缴。

2018 年 1 月 12 日，安徽国胜就本次增资事项完成工商变更登记手续。本次增资完成后，安徽国胜的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	10,000.00	100.00%
合计		**10,000.00**	**100.00%**

2019 年 8 月 8 日，中天运出具《验资报告》（中天运[2019]验字第 00032 号），对安徽国胜 2017 年 10 月及 2018 年 1 月两次增资股东出资情况予以验证，确认股东方已足额缴付上述两次增资的增资款项。

⑧安徽国胜第七次增资（注册资本由 10,000 万元增至 16,000 万元）

2018 年 5 月 21 日，安徽国胜股东作出股东决定，同意安徽国胜注册资本由 10,000 万元增至 16,000 万元，新增注册资本人民币 6,000 万元由发行人出资认缴。

2018 年 5 月 31 日，安徽国胜就本次增资事项完成工商变更登记手续。本次增资完成后，安徽国胜的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	16,000.00	100.00%
合计		**16,000.00**	**100.00%**

2019 年 8 月 9 日，中天运出具《验资报告》（中天运[2019]验字第 00033 号），对本次出资情况予以验证，确认股东方已足额缴付本次增资金额。

（2）江苏国胜的历史沿革

①设立江苏国胜（注册资本：500 万元）

2020 年 8 月 27 日，华人健康签署《南京国胜大药房有限公司章程》，约定以货币方式出资设立南京国胜大药房有限公司（后更名为江苏国胜），注册资本 500 万元。

2020 年 9 月 3 日，江苏国胜在南京市江宁区行政审批局完成设立登记并领取了《营业执照》。江苏国胜成立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	500.00	100.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

②江苏国胜第一次增资（注册资本由 500 万元增至 3,000 万元）

2020 年 11 月 18 日，江苏国胜股东华人健康作出决定，同意江苏国胜注册资本由 500 万元增至 3,000 万元，新增注册资本人民币 2,500 万元由华人健康出资认缴。

2020 年 11 月 20 日，江苏国胜就本次增资事项在南京市江宁区行政审批局办理完成工商变更登记，并换领《营业执照》。本次增资完成后，江苏国胜的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	3,000.00	100.00%
合计		**3,000.00**	**100.00%**

2020 年 11 月 23 日，中天运出具《验资报告》（中天运[2020]验字第 00044 号），对江苏国胜设立及本次增资的出资情况予以验证，确认股东方已足额缴付出资金额。

（3）国胜医疗的历史沿革

①设立国胜医疗（注册资本：10 万元）

2015 年 4 月 22 日，华人健康签署《合肥华人健康医药管理有限公司章程》，约定以货币方式出资设立合肥华人健康医药管理有限公司（后更名为国胜医疗），注册资本人民币 10 万元。

2015 年 4 月 25 日，国胜医疗在合肥市工商行政管理局完成设立登记并领取了《营业执照》。国胜医疗成立时股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	10.00	100.00%
合计		**10.00**	**100.00%**

②国胜医疗第一次增资（注册资本由 10 万元增至 500 万元）

2019 年 11 月 28 日，国胜医疗股东华人健康作出股东决定，同意以货币方式对国胜医疗增资 490 万元，将国胜医疗注册资本由 10 万元增至 500 万元。

2019 年 12 月 3 日，国胜医疗就本次增资事项在合肥市市场监督管理局办理完成工商变更登记，并换领《营业执照》。本次增资完成后，国胜医疗的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	500.00	100.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

（4）安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司相关收购的定价公允性

安徽国胜为进一步拓展零售业务，以股权收购形式收购了芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜，同时以资产收购形式收购了多家医药零售企业所属门店及相关资产。发行人上述收购价格的定价依据主要是参照行业惯例，以收购前一年或当年预计的标的资产或门店销售额为基础，按照双方协商确定的市销率（PS）来确定收购价格。发行人对于收购价款在 1,000 万元以上的重要收购履行了评估程序。

发行人收购价款在 1,000 万元以上的上述门店相关收购的定价情况如下：

单位：个、万元

收购类型	主要收购标的	收购日期	门店数量	转让价款	销售额	PS
股权收购	芜湖国胜 100%股权	2017 年 4 月	12	3,652.00	4,565.00	0.80
	安庆国胜 80%股权	2018 年 10 月	35	5,437.30	5,100.00	1.33
	安庆国胜 20%股权	2020 年 3 月		1,160.00	5,094.00	1.14
	亳州国胜 51%股权	2018 年 12 月	54	5,010.81	8,126.00	1.21
	亳州国胜 29%股权	2019 年 12 月		2,849.24	8,126.00	1.21
	亳州国胜 20%股权	2020 年 1 月		1,837.20	7,577.00	1.21
资产收购	宣城市言午氏 20 家门店	2017 年 6 月	20	2,026.80	2,995	0.68
	安徽天成大药房 18 门店	2017 年 9 月	18	3,000.00	4,000	0.75
	淮北市金宝康 17 门店	2017 年 12 月	17	2,276.00	2,687	0.85
	安徽知药堂大药房连锁有限公司 12 家门店	2018 年 6 月	12	1,226.99	1,529	0.80
	合肥格宁大药房连锁有限公司 25 家门店	2018 年 6 月	25	3,161.54	3,054	1.04
	芜湖千家惠大药房连锁有限公司 12 家门店	2018 年 7 月	12	1,567.92	1,847	0.85
	芜湖千方百剂大药房连	2018 年 10 月	12	2,556.37	2,905	0.88

收购类型	主要收购标的	收购日期	门店数量	转让价款	销售额	PS
	锁有限公司 12 家门店					

注 1：销售额为收购协议中 PS 算法中收购前一年或当年预计的销售额（含税）
注 2：根据协议约定，收购亳州国胜 29%股权参照前次收购的估值

市销率（PS）定价方式符合医药零售行业收购定价惯例。主要原因为：大型医药连锁企业具有集中采购议价能力、物流配送、整体经营效率的优势，因此在收购时，主要是看中被收购方在当地的市场占有率、成熟度，具体量化就是收入规模。对于被收购方的净利润指标，由于其受到经营规模、经营效率、成本费用控制能力等因素的影响，在被整合前波动较大，因此通过市销率（PS）进行定价更加合理。

连锁药店在零售行业拥有高盈利能力、稳定高成长、集中度低、政策支持力度大等优势，同时由于药店辐射区域限制决定了其稀缺性。发行人收购门店资产组时，由于被收购门店的经营规模、地理位置、议价能力以及当地市场影响力等因素的不同，市销率会有所差异。

通过查阅同行业可比公司的收购案例，不同时间点、不同区域、不同规模的收购市销率波动范围很大，跨度从 0.2 到 3 之间。一般而言标的资产规模越大，其连锁体系越完整、当地品牌影响力越强，收购价格对应的 PS 越高，通常大于 1；而单体店、夫妻店等小微药店，收购价格对应的 PS 较低，一般小于 1。此外，2018 年度因外部产业资本收购医药连锁企业的频率较高，导致当年度的收购价格会较其他年度略高。

发行人上述主要收购的市销率值为 0.68-1.33，与可比上市公司同一时期公开披露的关于行业平均市销率的信息基本一致。

可比公司名称	公告时间	收购市销率（PS）相关描述
一心堂	2019 年 3 月	随着一心堂、益丰药房、老百姓、大参林等医药零售企业陆续上市，零售药店的投资估值逐步上升。PS 是行业内比较公认的估值手段，2017 年以后，零售药店收购估值普遍>1 倍。
大参林	2018 年 12 月	经统计 2017 年以来医药零售市场收购案例，平均市销率为 1.31 倍。
	2020 年 7 月	目前市场上收购零售药店标的市销率的市场估值水平（平均市销率为 1.37 倍）。
漱玉平民	招股说明书、反馈意见回复	根据对 2018 年至 2019 年同行业 PS 估值倍数统计，平均 PS 估值倍数为 1.18 倍，其中，老百姓收购 PS 平均值为

可比公司名称	公告时间	收购市销率（PS）相关描述
		1.85 倍，益丰药房收购 PS 平均值为 1.58 倍，大参林收购 PS 平均值为 0.94，一心堂 2018 年至 2019 年收购较少，且总交易价格较低，可比性较弱，PS 平均值为 0.69 倍。
		漱玉平民 2017 年至 2020 年实施的收购案例中，支付对价总额超过 2,000 万元的参股投资平均 PS 倍数为 1.25 倍，与同行业同等投资规模的 PS 倍数平均水平相接近，估值合理。

由上表可知，发行人门店收购的市销率与同期同行业可比公司的收购市销率不存在较大差异。

同时，发行人对收购门店进行作价时主要考虑以下措施，以确保支付对价公允合理：

①收购前会对被收购门店资产组的总体估值进行分析。被收购门店资产组的主要价值并非来源于自身的固定资产、存货等可辨认有形资产，其价值主要是由其门店面积及数量、门店位置分布、经营时间及当地影响力和市场占有率、是否有医保资质等综合因素共同决定的，有形资产对收购门店资产组价值的影响小于其他因素。因此发行人收购部分优质门店资产组时会存在较高的溢价，形成商誉或长期待摊费用。

②发行人对门店数量多、规模大、收购价款较高（超过 1,000 万元）的标的资产进行收购时，均会聘请评估机构进行评估。评估机构会根据被收购标的门店的经营情况、历史数据和未来经营业绩预测等数据为基础进行评估。

综上所述，安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司相关收购定价依据合理，交易定价公允。

（5）发行人收购的门店经营与回本情况

自 2017 年以来，发行人通过收购芜湖国胜、安庆国胜和亳州国胜的 100%股权新增 101 家门店，并通过资产收购形式收购 164 家门店。各项股权和资产收购标的的经营情况如下：

单位：万元

序号	收购标的	收购日	收购价款（不含存货）	收购门店数量	盈利门店数量	是否回本（注 1）
1	芜湖国胜 100%股权	2017 年 4 月	3,652.00	12	11	否

序号	收购标的	收购日	收购价款（不含存货）	收购门店数量	盈利门店数量	是否回本（注 1）
2	安庆国胜 100%股权	2018 年 10 月	6,597.30	35	30	否
3	亳州国胜 100%股权	2018 年 12 月	9,697.25	53 注 2	49	否
4	六安健之大药房有限公司所属门店	2017 年 3 月	62.00	2	2	是
5	合肥市普生堂医药连锁有限公司所属门店	2017 年 5 月	28.00	1	1	是
6	宣城市言午氏药店连锁有限公司所属门店	2017 年 6 月	2,026.80	20	17	否
7	芜湖市宝芝林大药房所属门店	2017 年 8 月	102.00	1	1	是
8	安徽天成大药房连锁有限公司所属门店	2017 年 9 月	3,000.00	18	17	否
9	宣城市今安大药房有限公司所属门店	2017 年 10 月	105.00	2	2	是
10	合肥市养生大药房所属门店	2017 年 11 月	320.00	1	1	否
11	六安市兴美大药房有限公司所属门店	2017 年 11 月	80.00	1	1	否
12	霍邱照泽大药房连锁有限公司所属门店	2017 年 12 月	352.00	6	6	否
13	安徽国盛大药房有限公司所属门店	2017 年 12 月	1,219.00	9	9	否
14	淮北市金宝康药业有限公司所属门店	2017 年 12 月	2,276.00	17	17	否
15	宣城市长春堂大药房有限公司所属门店	2017 年 12 月	36.00	1	1	否
16	合肥阳春堂大药房有限公司所属门店	2018 年 1 月	19.00	1	1	否
17	安徽省庐江县百货大楼有限公司康元大药房所属门店	2018 年 3 月	66.00	1	1	是
18	芜湖市宇润大药房所属门店	2018 年 5 月	44.00	1	1	否
19	安徽知药堂大药房连锁有限公司所属门店	2018 年 6 月	1,226.99	12	11	否
20	当涂县康健大药房有限公司所属门店	2018 年 6 月	797.02	6	6	否
21	合肥格宁大药房连锁有限公司所属门店	2018 年 6 月	3,161.54	25	20	否
22	芜湖千家惠大药房连锁	2018 年 7 月	1,567.92	12	12	否

序号	收购标的	收购日	收购价款（不含存货）	收购门店数量	盈利门店数量	是否回本（注 1）
	有限公司所属门店					
23	六安市九州大药房有限公司所属门店	2018 年 8 月	130.00	1	1	是
24	芜湖市福祥大药房所属门店	2018 年 8 月	50.00	1	1	是
25	芜湖市中俊大药房连锁有限公司所属门店	2018 年 10 月	719.42	4	4	否
26	淮北市相山区一心大药房所属门店	2018 年 10 月	15.00	1	1	否
27	芜湖千方百剂大药房连锁有限公司所属门店	2018 年 10 月	2,556.37	12	10	否
28	庐江县潜川神草堂药房所属门店	2018 年 11 月	8.00	1	1	是
29	合肥昊康大药房有限公司所属门店	2019 年 3 月	199.56	1	0	否
30	合肥国范大药房有限公司所属门店	2019 年 4 月	28.00	1	1	是
31	芜湖春天大药房所属门店	2019 年 5 月	95.00	1	1	否
32	安徽老百姓大药房连锁有限公司所属门店	2019 年 8 月	20.00	1	0	否
33	无为县国鑫大药房有限公司所属门店	2020 年 7 月	34.65	1	0	否
34	芜湖市同安大药房有限公司所属门店	2020 年 7 月	54.46	1	1	否
35	无为县新国盛大药房所属门店	2020 年 7 月	29.70	1	0	否
合计		-	**40,375.98**	**264**	**238**	-

注 1：以收购日至今的现金流折现情况测算收购价款是否回本

注 2：因亳州国胜盖福祥广齐广场店经济效益较差，2018 年末亳州国胜主动关停该门店

根据统计，发行人上述收购中，已有 9 项实现现金流回本。在收购后，发行人通过品牌标识统一、业务系统统一、存货管理制度化、人员培训等方式对收购门店开展进行一系列整合。在完成相关整合工作后，相关收购门店重新进入运营稳定期，达到相对稳定的盈利状况，并开始陆续回本。而发行人上述收购事项发生日至今时间相对较短，部分门店尚处于整合期或虽已进入盈利期但尚未实现现金流回本，所以目前回本数量相对较低。

同时，以 2020 年度业绩来看，发行人通过股权和资产收购方式新增的门店，共有 238 家门店已实现盈利，占收购总数量的 90.15%，占比较高。其中，未盈利的门店主要为规模较小的门店，其 2020 年度收入占全部收购门店收入总额的 4.46%，占比较低。因此，上述门店在收购后的运营情况良好，预计回本周期在 5-8 年。

（三）补充披露收购安庆国胜、亳州国胜及汇达药业的背景、定价依据及公允性；注销正远生物、嘉山路门诊两家子公司的背景、必要性，注销程序是否完整有效，注销前是否存在行政处罚，是否存在诉讼纠纷；该 2 家公司存续期间的用途，对发行人业务及收入的贡献情况，承载相应业务是否已由其他主体承接，该两家企业的注销是否对发行人业绩及持续经营构成重大不利影响。

1、收购安庆国胜、亳州国胜及汇达药业的背景、定价依据及公允性

报告期内，为拓展医药零售业务市场覆盖区域，发行人先后收购安庆国胜和亳州国胜，并通过收购汇达药业，开展医药终端集采业务。

（1）收购的背景情况

上述股权收购的背景情况如下：

单位：万元

序号	标的公司	标的概述	收购日期	收购价款	收购背景
1	安庆国胜	安庆国胜 80%股权	2018 年 10 月	5,437.30	拓展安庆地区医药零售业务，提高公司营销网络的门店数量及市场区域覆盖率
		安庆国胜 20%股权	2020 年 3 月	1,160.00	收购少数股东权益，进一步提高对安庆国胜的经营控制
2	亳州国胜	亳州国胜 51%股权	2018 年 12 月	5,010.81	拓展亳州地区医药零售业务，提高公司营销网络的门店数量及市场区域覆盖率
		亳州国胜 29%股权	2019 年 12 月	2,849.24	收购少数股东权益，进一步提高对亳州国胜的经营控制
		亳州国胜 20%股权	2020 年 1 月	1,837.20	
3	汇达药业	汇达药业 100%股权	2019 年 7 月	410.00	发行人拟开展终端集采业务，收购具有一定行业与业务基础、资质合格的运营主体

（2）收购的定价依据及公允性

①收购安庆国胜、亳州国胜

发行人对安庆国胜和亳州国胜收购的定价依据及公允性情况参见本回复意见“问题五/（二）/3/（4）安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司相关收购的定价公允性”。

②收购汇达药业

发行人收购汇达药业的定价主要系根据前期对市场上相似业务企业调研比价，以及对汇达药业未来发展预期，经交易各方协商确定对价，因此收购定价依据合理，价格公允。此外，汇达药业 100%股权转让款金额较低，未对发行人构成重大影响。

综上所述，发行人上述收购定价依据合理，交易定价公允。

2、注销正远生物、嘉山路门诊两家子公司的背景、必要性

2015 年，发行人设立正远生物拟从事生物医药相关技术研究，自成立以来一直未开展经营性业务，公司出于优化资产结构、聚焦主业的目的，决定对正远生物注销。

2019 年，发行人设立嘉山路门诊开展医疗门诊业务，由于在工商注册手续完成后，办理《医疗机构执业许可证》时存在与其他医疗机构名称相似的情况，经卫健部门建议新设主体重新申报，决定对嘉山路门诊注销。其后，发行人在嘉山路门诊原址上设立元兴门诊。

因此，发行人注销正远生物、嘉山路门诊两家子公司具有合理的背景和必要性。

3、注销程序完整有效

针对正远生物的注销事项，发行人已作出股东决定，并已在《新安晚报》就注销事项进行公告。2018 年 8 月 16 日，国家税务总局合肥市包河区税务局出具《税务事项通知书》（包河税税通[2018]5705 号），同意正远生物注销税务登记。

2018 年 8 月 20 日，合肥市包河区市场监督管理局出具《准予注销登记通知书》（（合）登记企销字[2018]第 12736 号），核准了正远生物的注销登记。

根据《工商总局关于全面推进企业简易注销登记改革的指导意见》规定，对领取营业执照后未开业、无债权债务的有限责任公司，由其自主选择适用一般注销程序或简易注销程序。针对嘉山路门诊的注销事项，国胜医疗已向合肥市市场监督管理局出具《全体投资人承诺书》，承诺其申请简易注销登记前未发生债权债务，不存在未结清清算费用、职工工资、社会保险费用、法定补偿金和未交清应缴纳税款及其他未了结事务，清算工作已全面完结，并已在国家企业信用信息公示系统（安徽）（网址：http://ah.gsxt.gov.cn）上发布简易注销公告。2020 年 3 月 30 日，国家税务总局合肥市瑶海区税务局出具《清税证明》（合瑶税税企清[2020]12924 号），证明嘉山路门诊所有税务事项已结清。2020 年 5 月 26 日，合肥市瑶海区市场监督管理局出具《准予简易注销登记通知书》（（合）登记内销字[2020]第 3246 号），核准了嘉山路门诊的注销登记。

发行人子公司正远生物、嘉山路门诊注销已取得了主管税务部门和工商部门的核准，符合《公司法》等相关法律法规的规定。

4、注销前不存在行政处罚，不存在诉讼纠纷

根据合肥市包河区市场监督管理局、合肥市瑶海区市场监督管理局出具的证明，并经网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、相关政府部门官方网站等网站，正远生物、嘉山路门诊存续期间不存在行政处罚、诉讼纠纷情况。

5、该 2 家公司存续期间的用途，对发行人业务及收入的贡献情况，不存在承载业务由其他主体承接的情况，其注销不会对发行人业绩及持续经营构成重大不利影响

正远生物及嘉山路门诊自设立至完成注销期间，均未开展经营活动，未产生收入，不存在承载业务由其他主体承接的情况，该两家企业的注销不会对发行人业绩及持续经营构成重大不利影响。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、取得并查阅发行人截至报告期末零售门店信息统计表、公司与门店经营管理相关的规章制度或操作手册；

2、访谈发行人医药零售业务主要负责人，了解发行人对直营门店的销售管理模式，以及发行人直营门店使用的门店品牌情况及相关品牌的来源；

3、通过公开信息检索，查询同行业可比上市的门店布局、子公司设置、门店管理模式等资料，与发行人情况进行比对分析；

4、取得并查阅发行人及其子公司、参股公司的全套工商档案资料、审计报告或财务报表；

5、取得并查阅报告期内股权/资产收购协议、支付凭证、评估报告（如有）等，核查收购的定价依据和公允性；

6、访谈公司实际控制人，了解发行人主营业务来源背景、变更及整合情况；

7、取得发行人关于主要子公司对公司主营业务的影响以及报告期内股权和资产收购背景、定价依据与公允性的说明性文件；

8、查阅已注销子公司的全套工商档案资料；就已注销子公司的注销原因对发行人相关负责人员进行访谈确认；查阅已注销子公司所在地市场监督管理部门出具的合规证明，并网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国、相关政府部门官方网站等网站；

9、根据发行人报告期内注销的子公司存续期的实际经营情况，分析其对发行人业务及收入的贡献情况，承载相应业务是否已由其他主体承接，注销事项是否对发行人业绩及持续经营构成重大不利影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人零售业务板块设置了集团化的管理架构，并根据行政归属与距离远近，选择相应的子公司管理门店；发行人每家子公司对应的直营门店数量、地区情况不存在异常；发行人制定了标准化的门店管理体系，通过子公司销售管理直营门店的模式，以及直营门店区域分布情况均不存在异常；发行人各区域直营药店均使用“国胜大药房”统一标识，直营诊所根据卫生主管部门要求，使用医疗机构名称作为门店品牌；“国胜大药房”属于发行人零售业务的核心品牌，该品牌来源于发行人自主打造；收购门店过程涉及对赌协议，对赌协议内容及履约过程不存在异常；

2、发行人三类主营业务的来源背景、变革及整合情况不存在异常；安徽国胜系公司医药零售板块核心平台以及主要收入来源之一，对发行人主营业务具有重要影响，江苏国胜和国胜医疗处于培育期，各项财务数据占比较低，但对于发行人未来业务拓展具有较大影响；安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗三家子公司历史沿革情况不存在异常，相关收购定价依据合理，交易定价公允；

3、报告期内，发行人收购安庆国胜、亳州国胜和汇达药业背景及定价依据合理，价格公允；发行人注销正远生物、嘉山路门诊两家子公司具有合理的背景和必要性，注销程序完整有效；正远生物、嘉山路门诊注销前不存在行政处罚，不存在诉讼纠纷；正远生物及嘉山路门诊自设立至完成注销期间，均未开展经营活动，未产生收入，不存在承载业务由其他主体承接的情况，该两家企业的注销不会对发行人业绩及持续经营构成重大不利影响。

问题六、关于历史沿革

申报材料显示：（1）2001 年 6 月上海玉安、新药研究院、郑敏瑶、吴景平、胡旭、余国玉、郭继红共同出资设立发行人前身安徽华仁；其中，新药研究院及上海玉安存在以药品、医疗器械等非货币资产出资，但未履行相应的评估手续的情形；2005 年 4 月上海玉安、新药研究院以股权转让方式退出；2008 年 6 月后发行人实际控制人何家乐、何家伦及其胞兄何家裕开始依次入股并最终获得发行人的控制权，2015 年 3 月何家裕以股权转让方式退出。

（2）发行人在整体变更时存在净资产价值未履行评估程序的情形。

（3）2017 年 8 月华泰大健康一号、华泰大健康二号及其跟投平台道兴投资增资入股发行人，华泰大健康一号、二号与本次发行上市保荐人华泰联合证券有限责任公司同属华泰证券股份有限公司旗下企业。

（4）2017 年 12 月及 2018 年 12 月发行人员工持股平台胜凡投资、福曼医投资、康凡投资分别向发行人增资入股。

（5）2018 年 5 月阿里健康通过增资入股发行人；此后，苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资依次以增资或股权转让的方式入股发行人。

请发行人：

（1）补充披露上海玉安、新药研究院的基本情况，实际控制日，是否属于国有控股企业；该两家机构以非货币资产入股且未履行相应的评估手续的背景，两家机构参与设立发行人又于 2005 年转让退出的原因，相关程序的完整合规性，是否存在损害国有资产完整性的情形；

（2）补充披露郑敏瑶、吴景平、胡旭、余国玉、郭继红参与设立发行人后通过股权转让全部股权退出的原因，定价公允性；上述机构、人员与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、主要客户、供应商间是否存在关联关系；何家裕于 2008 年入股发行人并于 2015 年 3 月转让退出的原因，定价公允性；

（3）补充披露发行人在整体变更时存在净资产价值未履行评估程序的发生背景，补救措施，追溯评估与当时认定净资产价值是否存在较大差异；参照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称“《审核问答》”）的相关内容，补充披露该事项对本次发行上市是否构成实质性法律障碍；

（4）补充披露华泰大健康一号、华泰大健康二号及其跟投平台道兴投资的基本情况，道兴投资份额持有人情况，与本次发行上市的保荐人华泰联合证券有限责任公司以及本次发行上市为发行人提供中介服务相关人员间关系；结合券商直投及券商设立基金子公司等相关管理规定，补充披露该事项是否对保荐人、相关中介服务人员的独立、尽职履行义务构成实质性不利影响；

（5）补充披露员工持股平台胜凡投资、福曼医投资、康凡投资的历史沿革，实际控制人，份额持有人情况，在发行人处任职情况；上述机构入股发行人定价依据及公允性，份额持有人资金来源的合规性，确认股份支付情况；

（6）补充披露阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资的基本情况，上述主体之间以及与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、主要客户、供应商间是否存在关联关系，入股定价依据及合理性；

（7）参照《审核问答》的相关内容，补充披露发行人及中介机构是否已针对申报前新增股东进行完整核查、披露并按规定承诺锁定期安排；

（8）发行人历史上是否存在股权代持、对赌协议，是否存在利益输送或其他安排；私募基金股东是否均已完成备案；发行人历次股权变动、整体变更、利润分配过程中各股东纳税申报情况；

（9）请发行人按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》以及《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的相关规定，真实、准确、完整披露股东信息，出具专项说明或承诺；同时，请更新招股说明书，按要求增加披露信息并简要披露核查情况及结论。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露上海玉安、新药研究院的基本情况，实际控制人，是否属于国有控股企业；该两家机构以非货币资产入股且未履行相应的评估手续的背景，两家机构参与设立发行人又于 2005 年转让退出的原因，相关程序的完整合规性，是否存在损害国有资产完整性的情形；

发行人已在招股说明书“第五节/二/（一）/1、有限公司设立情况”中进行了补充披露。

1、上海玉安、新药研究院的基本情况及实际控制人

（1）上海玉安

企业名称	上海玉安药业有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人独资）
统一社会信用代码	913101151345001824
成立时间	1996 年 2 月 16 日
注册资本	7,000 万元人民币
法定代表人	张连珠
住所	上海市金山区山阳镇亭卫公路 1500 号二层 F228 室
经营范围	许可项目：药品批发；技术进出口。（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：国内贸易代理。（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）

截至本回复出具日，上海玉安的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	出资额	出资比例
1	张连珠	7,000.00	100.00%
合计		**7,000.00**	**100.00%**

根据国家企业信用信息公示系统的查询结果，截至本回复出具日，上海玉安的实际控制人为张连珠。

（2）新药研究院

企业名称	安徽省新药研究院

企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
统一社会信用代码	91340100148972658E
成立时间	1996 年 5 月 14 日
注册资本	100 万元人民币
法定代表人	高雪丽
住所	合肥市高新区红枫路 30 号 209 室
经营范围	药品（含兽用）、农药、食品配方、精细化工、医药设备、仪器研究、开发，医药信息服务；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家法律法规禁止或限定的除外）。（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）

截至本回复出具日，新药研究院的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东姓名	出资额	出资比例
1	高雪丽	60.00	60.00%
2	吉腾飞	40.00	40.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

根据国家企业信用信息公示系统的查询结果，截至本回复出具日，新药研究院的实际控制人为高雪丽。

2、上海玉安、新药研究院不属于国有控股企业，两家机构参与设立发行人又于 2005 年转让退出的原因，相关程序完整合规，不存在损害国有资产完整性的情形

（1）上海玉安、新药研究院不属于国有控股企业

根据上海玉安、新药研究院工商档案，2001 年 6 月设立安徽华仁时，新药研究院的控股股东安徽经草生物制品有限公司为根据《中华人民共和国中外合资经营企业法（1990 修正）》设立的中外合资企业，不属于国有控股企业。上海玉安的控股股东为新药研究院。

序号	历史股东名称	时间	历史股东当时股权情况	是否国有控股企业
1	新药研究院	2001 年 6 月设立安徽华仁	安徽经草生物制品有限公司 60%； 安徽金溢医药化学有限公司 40%	否
2	上海玉安		安徽省新药研究院 70%； 安徽金溢医药化学有限公司 20%； 上海浦东高南实业总公司 10%	否

根据上海玉安、新药研究院工商档案，以及对上海玉安、新药研究院历史上相关负责人员的访谈，2005 年 4 月马从华等人受让上海玉安、新药研究院持有的安徽华仁股权时，上海玉安、新药研究院实际控制人均为自然人，不属于国有控股企业。具体情况如下：

序号	历史股东名称	时间	历史股东当时股权情况	是否国有控股企业
1	上海玉安	2005 年 4 月安徽华仁第一次股权转让	沈魏持股 50%； 新药研究院持股 47.14%； 郑敏瑶持股 2.86%	否
2	新药研究院		郑敏瑶 40%； 吴昕 60%	否

（2）两家机构参与设立发行人又于 2005 年转让退出的原因

根据发行人工商登记文件并经访谈相关历史股东，2001 年，新药研究院、上海玉安及相关自然人设立安徽华仁，拟从事药品批发业务。因安徽华仁经营效益未达预期，连年亏损，而马从华等人看好医药流通行业市场前景，经各方协商一致，2005 年，新药研究院、上海玉安及相关自然人将所持安徽华仁股权转让给马从华等人。

（3）相关程序完整合规

①2001 年 6 月，安徽华仁设立履行的程序

2001 年 6 月 26 日，新药研究院、上海玉安、郑敏瑶、吴景平、胡旭、余国玉、郭继红签署《安徽省华仁医药经营有限公司章程》，约定共同出资设立安徽华仁，注册资本为人民币 505 万元。

2001 年 6 月 26 日，安徽新安会计师事务所出具《验资报告》（皖新验字[2001]0337 号），审验截至 2001 年 6 月 26 日，安徽华仁已收到全体股东实缴注册资本合计人民币 505 万元。

2001 年 6 月 29 日，安徽华仁获得了安徽省工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》（注册号：3400001003263）。

②2005 年 4 月，新药研究院、上海玉安股权转让退出履行的程序

2005 年 4 月 13 日，安徽华仁股东会作出决议，同意上海玉安、郑敏瑶、新药研究院、胡旭、余国玉、吴景平、郭继红将其持有的安徽华仁出资额转让给马从华、郑敏瑶、范吉平、吕焕军、范兴永。

2005 年 4 月 13 日，上海玉安、郑敏瑶、新药研究院、胡旭、余国玉、吴景平、郭继红与马从华、范吉平、吕焕军、范兴永签署股权转让协议书，就相关股权转让事项进行约定。

2005 年 4 月 29 日，安徽华仁就本次股权转让事宜完成了工商变更登记手续。

基于上述，上海玉安、新药研究院参与设立发行人又于 2005 年转让退出均已履行了相关程序，符合相关法律法规的规定。

（4）不存在损害国有资产完整性的情形

如上所述，**上海玉安、新药研究院于 2005 年向马从华等人转让所持安徽华仁股权时点，实际控制人均为自然人，不属于国有控股企业，相关退出程序完整合规，不存在损害国有资产完整性的情形。**

3、该两家机构以非货币资产入股且未履行相应的评估手续的背景

2001 年 6 月，安徽华仁设立之初，新药研究院及上海玉安以药品、医疗器械等非货币资产出资，其中上海玉安以非货币资产出资 100 万元，新药研究院以非货币资产出资 23 万元。

根据发行人工商登记文件及本次出资验资报告，新药研究院及上海玉安以非货物资产对安徽华仁出资未评估作价的原因主要为实际出资时间与购买时间间隔不长，实物价值未发生重大变化，安徽华仁各股东均同意按照相关药品、医疗器械购买价作价出资投入安徽华仁。根据相关资产购销单、发票及实物资产出资交接清单，各股东已就用作出资的实物资产的价值达成一致，本次出资的实物资产已移交安徽华仁。

本次出资已经安徽新安会计师事务所出具《验资报告》（皖新验字[2001]0337 号）验证。

为规范安徽华仁出资情况，公司控股股东、实际控制人何家乐于 2018 年 10

月30日以自有资金补缴了安徽华仁设立时的非货币资产出资。2021年3月5日，中天运出具《验资复核报告》（中天运[2021]核字第90185号），对此事项进行了核验。

根据合肥市市场监督管理局于2021年6月17日出具的《关于对安徽华人健康医药股份有限公司历史沿革有关事项的证明》，确认发行人及其前身设立及历史上出资已经验资机构确认出资到位，公司历史沿革存在的瑕疵事项已依法采取补救措施，该局不会就瑕疵事项对华人健康或其股东进行追溯处罚。

基于上述，上海玉安及新药研究院入股时的非货币资产出资未进行评估事项背景合理，已依法采取补救措施，由控股股东以货币形式进行足额补缴。公司及相关股东未因该事项受到行政处罚，不存在纠纷或潜在纠纷，不构成重大违法违规情形，亦不会对本次发行上市构成实质性影响。

（二）补充披露郑敏瑶、吴景平、胡旭、余国玉、郭继红参与设立发行人后通过股权转让全部股权退出的原因，定价公允性；上述机构、人员与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、主要客户、供应商间是否存在关联关系；何家裕于2008年入股发行人并于2015年3月转让退出的原因，定价公允性；

1、郑敏瑶、吴景平、胡旭、余国玉、郭继红参与设立发行人后通过股权转让全部股权退出的原因合理，定价公允

根据对郑敏瑶等人访谈确认，郑敏瑶等人系新药研究院职工，2001年，基于对药品流通业务市场前景良好预期，该等人员与新药研究院、上海玉安共同投资设立安徽华仁。因安徽华仁经营效益未达预期，连年亏损，而马从华等人看好医药流通行业市场前景，经各方协商一致，郑敏瑶等人将所持安徽华仁股权转让给马从华等人，股权转让价格以公司估值人民币100万元确定。由于公司连年亏损，股权转让价格系根据当时公司实际经营状况及相关资质，经各方协商一致确定，股权转让定价公允。

2、上海玉安、新药研究院、郑敏瑶、吴景平、胡旭、余国玉、郭继红与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、主要客户、供应商间不存在关联关系

根据对历史股东的访谈确认、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的调查表，并经通过国家企业信用信息公示系统等渠道查询公司报告期内主要客户、供应商信息，上海玉安、新药研究院、郑敏瑶、吴景平、胡旭、余国玉、郭继红与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、主要客户、供应商间不存在关联关系。

3、何家裕于 2008 年入股发行人并于 2015 年 3 月转让退出的原因合理，定价公允

何家裕系发行人实际控制人何家乐、何家伦的胞兄，2008 年，何家乐、何家伦、何家裕看好医药流通行业前景，经协商一致，受让马从华等人持有的安徽华仁股权，从事医药批发业务。

根据对发行人实际控制人何家乐、何家伦及历史股东何家裕访谈确认，因何家裕与何家乐、何家伦战略规划不同，何家裕看好中药饮片生产领域，拟退出医药流通行业，独立创业经营中药饮片的生产。2015 年 3 月，何家裕自愿转让所持华人健康全部股份，不再参与公司经营管理。本次股权转让的定价依据系在股权转让前一年公司每股净资产 1.2 元基础上进行一定上浮，并经各股东商议确定公司整体估值 4,000 万元（即 1.65 元/股），本次股权转让定价情况已经访谈相关方书面确认，股权转让定价公允。

（三）补充披露发行人在整体变更时存在净资产价值未履行评估程序的发生背景，补救措施，追溯评估与当时认定净资产价值是否存在较大差异；参照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》（以下简称“《审核问答》”）的相关内容，补充披露该事项对本次发行上市是否构成实质性法律障碍；

发行人已在招股说明书“第五节/二/（一）/2、股份公司设立情况”中进行了补充披露。

1、发行人在整体变更时存在净资产价值未履行评估程序的发生背景，补救措施，追溯评估与当时认定净资产价值不存在较大差异

（1）发行人在整体变更时存在净资产价值未履行评估程序的发生背景

发行人在整体变更时净资产价值未履行评估程序的原因主要系公司设立时规范意识不强，工商行政管理部门对整体变更设立为股份有限公司未要求公司提供评估报告，故公司未履行评估程序。

（2）补救措施

为核实发行人设立时发起人以安徽华仁全部净资产出资的财产价值情况，发行人聘请沃克森（北京）国际资产评估有限公司以及中天运会计师对安徽华仁设立时净资产出资情况进行了追溯评估和验资复核。

（3）追溯评估与当时认定净资产价值不存在较大差异

根据沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《安徽省华仁医药经营有限公司变更设立股份有限公司涉及其净资产价值追溯评估报告》（沃克森评报字[2018]第 1545 号），经追溯评估，截至股改基准日 2013 年 12 月 31 日，安徽华仁净资产评估值为 2,981.96 万元，较发行人设立时经审计净资产账面价值 2,753.40 万元增值 228.56 万元，增值率 8.30%。追溯评估与当时认定净资产价值不存在较大差异。

2、发行人整体变更时存在净资产价值未履行评估程序对本次发行上市不构成实质性法律障碍

根据《审核问答》规定，历史上存在出资瑕疵的，应当在申报前依法采取补救措施。保荐人和发行人律师应当对出资瑕疵事项的影响及发行人或相关股东是否因出资瑕疵受到过行政处罚、是否构成重大违法行为及本次发行的法律障碍，是否存在纠纷或潜在纠纷进行核查并发表明确意见。发行人应当充分披露存在的出资瑕疵事项、采取的补救措施，以及中介机构的核查意见。

参照《审核问答》上述规定，经核查，发行人整体变更时未履行评估程序对本次发行上市不构成实质性法律障碍，具体说明如下：

（1）整体变更时未履行评估程序的影响

①安徽华仁整体变更为股份公司时履行了以下程序：

2013 年 12 月 1 日，安徽华仁股东会作出决议，同意整体变更为股份有限公司。同日，安徽华仁全体股东共同签署了《发起人协议》，确定以安徽华仁截至 2013 年 12 月 31 日经审计可供折股的账面净资产折为股份有限公司股份 2,400 万股，安徽华仁原股东以其各自在股份公司的出资比例所对应的账面净资产认购股份公司的股份，并就股份公司的其他筹办事宜进行了约定。

2014 年 1 月 18 日，安徽大成会计师事务所出具《审计报告》（皖大成审字[2014]027 号），经审计确认，截至 2013 年 12 月 31 日，安徽华仁经审计的账面净资产为人民币 2,753.40 万元。

2014 年 1 月 18 日，发行人创立大会通过决议，同意将安徽华仁依法整体变更为股份有限公司，整体变更时安徽华仁按照经安徽大成会计师事务所审计的截至 2013 年 12 月 31 日的账面净资产人民币 2,753.40 万元折股，整体变更后公司注册资本为人民币 2,400 万元。

2014 年 1 月 18 日，安徽大成会计师事务所对发行人设立时的注册资本认缴情况进行了审验，出具《验资报告》（皖大成验字[2014]028 号），验证股份公司已经收到其发起人股东以安徽华仁截至 2013 年 12 月 31 日的净资产投入的资本人民币 2,753.40 万元，其中人民币 2,400 万元作为注册资本，剩余人民币 353.40 万元计入资本公积。

2014 年 1 月 20 日，发行人就整体变更事宜办理完成工商变更登记手续并取得了合肥市工商行政管理局核发的《营业执照》（注册号：340000000007649）。

②公司设立时未履行评估程序，不影响公司设立的有效性

公司于 2014 年 1 月 20 日经工商行政管理部门登记设立并取得变更为股份有限公司的营业执照，截至本回复出具日，公司合法存续。针对在整体变更为股份公司时，其净资产价值未履行评估程序事项，公司已在申报前依法采取补救措施，公司整体变更时没有评估不会导致整体变更设立无效，公司有效设立，合法存续。

（2）发行人或相关股东未因整体变更时未履行评估程序受到过行政处罚、不构成重大违法行为及本次发行的法律障碍，不存在纠纷或潜在纠纷

发行人系依据安徽华仁经审计的账面净资产折股整体变更设立，发行人设立的过程履行了必要的审计、验资程序。根据合肥市市场监督管理局于 2021 年 6 月 17 日出具的《关于对安徽华人健康医药股份有限公司历史沿革有关事项的证明》，确认发行人及其前身设立及历史上出资已经验资机构确认出资到位，公司历史沿革存在的瑕疵事项已依法采取补救措施，该局不会就瑕疵事项对华人健康或其股东进行追溯处罚。

综上，发行人在设立时未进行资产评估不会导致发起人出资不实，发行人或相关股东未因该事项受到行政处罚，不存在纠纷或潜在纠纷，不构成重大违法行为及本次发行上市的法律障碍。

（四）补充披露华泰大健康一号、华泰大健康二号及其跟投平台道兴投资的基本情况，道兴投资份额持有人情况，与本次发行上市的保荐人华泰联合证券有限责任公司以及本次发行上市为发行人提供中介服务相关人员间关系；结合券商直投及券商设立基金子公司等相关管理规定，补充披露该事项是否对保荐人、相关中介服务人员的独立、尽职履行义务构成实质性不利影响；

发行人已在招股说明书“第三节/三、发行人与本次发行有关的中介机构的关系”、“第五节/七/（二）/3、华泰大健康”中进行了补充披露。

1、华泰大健康一号、华泰大健康二号及其跟投平台道兴投资的基本情况

（1）华泰大健康一号

①基本情况

企业名称	南京华泰大健康一号股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320100MA1N82J0XK
成立时间	2016 年 12 月 28 日
认缴出资额	145,950 万元
实缴出资额	145,950 万元
执行事务合伙人	华泰紫金投资有限责任公司

委派代表	曹群
住所	南京市鼓楼区汉中门大街 301 号 1501 室
经营范围	从事非证券股权投资活动及相关咨询业务。（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合伙人构成情况

截至 **2021 年 6 月 30 日**，华泰大健康一号的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	华泰紫金投资有限责任公司	27,910.00	19.12%	普通合伙人
2	南京华泰瑞兴投资基金管理合伙企业（有限合伙）	40.00	0.03%	
3	南京市创新投资集团有限责任公司	20,000.00	13.70%	有限合伙人
4	江苏今世缘酒业股份有限公司	20,000.00	13.70%	
5	江苏金财投资有限公司	10,000.00	6.85%	
6	江苏汇鸿创业投资有限公司	10,000.00	6.85%	
7	福建国耀投资有限公司	7,000.00	4.80%	
8	常州高新技术产业开发区常能电器有限公司	6,000.00	4.11%	
9	福建盼盼投资有限公司	5,000.00	3.43%	
10	江苏康缘药业股份有限公司	5,000.00	3.43%	
11	傅和亮	3,000.00	2.06%	
12	江苏苏美达资本控股有限公司	3,000.00	2.06%	
13	南京高科新创投资有限公司	3,000.00	2.06%	
14	高力控股集团有限公司	3,000.00	2.06%	
15	江苏省农垦投资管理有限公司	3,000.00	2.06%	
16	商辉	2,000.00	1.37%	
17	严汉忠	2,000.00	1.37%	
18	王耀方	2,000.00	1.37%	
19	镇江市一花一树生态农业有限公司	2,000.00	1.37%	
20	成都贝多安企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	2,000.00	1.37%	
21	江苏万川医疗健康产业集团有限公司	2,000.00	1.37%	
22	福建福泰集团有限公司	2,000.00	1.37%	
23	厦门昇毅投资有限公司	2,000.00	1.37%	
24	羊栋	1,000.00	0.69%	

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
25	吕仕铭	1,000.00	0.69%	
26	南京东大智能化系统有限公司	1,000.00	0.69%	
27	成都恒昊投资有限公司	1,000.00	0.69%	
合计		**145,950.00**	**100.00%**	-

③主营业务情况

华泰大健康一号主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

华泰大健康一号已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：S32514）。华泰紫金投资有限责任公司作为基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：PT2600011618）。

（2）华泰大健康二号

①基本情况

公司名称	南京华泰大健康二号股权投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91320100MA1N82LA4U
成立时间	2016 年 12 月 28 日
认缴出资额	10,000 万元
实缴出资额	10,000 万元
执行事务合伙人	华泰紫金投资有限责任公司
委派代表	曹群
住所	南京市鼓楼区汉中门大街 301 号 1501 室
经营范围	从事非证券股权投资活动及相关咨询业务。（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合伙人构成情况

截至 **2021 年 6 月 30 日**，华泰大健康二号的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	华泰紫金投资有限责任公司	1,990.00	19.90%	普通合伙人
2	南京华泰瑞兴投资基金管理合伙企业（有限合伙）	10.00	0.10%	

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
3	四川省健康养老产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	8,000.00	80.00%	有限合伙人
合计		**10,000.00**	**100.00%**	**-**

③主营业务情况

华泰大健康二号主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

华泰大健康二号已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：S32515）。华泰紫金投资有限责任公司作为基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：PT2600011618）。

（3）道兴投资

①基本情况

企业名称	南京道兴投资管理中心（普通合伙）
企业类型	普通合伙企业
统一社会信用代码	91320106MA1NABLY6X
成立时间	2017 年 1 月 11 日
认缴出资额	2,432.107925 万元
实缴出资额	2,418.110125 万元
执行事务合伙人	陈淼
住所	南京市鼓楼区汉中门大街 301 号 1501 室-37 室
经营范围	非证券类股权投资。（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合伙人构成情况

截至 **2021 年 6 月 30 日**，道兴投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	曹群	841.75	34.61%	普通合伙人
2	周明	524.21	21.55%	
3	陈淼	313.44	12.89%	
4	曾令武	171.34	7.04%	

序号	股东名称	出资额	出资比例	合伙人性质
5	陈凯	150.60	6.19%	
6	李玉标	144.65	5.95%	
7	赵迎	126.58	5.20%	
8	黄金	101.70	4.18%	
9	刘鹏	35.69	1.47%	
10	何晖	22.16	0.91%	
合计		**2,432.11**	**100.00%**	**-**

③主营业务情况

道兴投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

道兴投资系华泰大健康相关基金对外投资时的跟投平台，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，亦不存在委托其他任何管理机构受托管理资产的情形或行为，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所定义的私募投资基金，无需履行基金备案程序。

2、道兴投资份额持有人情况

道兴投资合伙人均为华泰紫金投资有限责任公司（以下简称“华泰紫金”）员工（含离职员工），道兴投资系华泰紫金进行项目跟投的持股平台，其合伙人情况如下表所示：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	任职履历等个人情况
1	曹群	普通合伙人	1996 年加入华泰证券投资银行部，历任华泰证券投行业务部总经理、投行管理总部副总经理； 2010 年起担任华泰紫金投资有限责任公司副总经理（主持工作）、总经理、董事长。
2	周明	普通合伙人	2007 年 6 月至 2008 年 9 月，任华泰证券有限责任公司投资专员； 2008 年 9 月至 2020 年 5 月，历任华泰紫金投资有限责任公司投资经理、投资总监； 2020 年 5 月至今，任华西银峰投资有限责任公司董事、总经理。

序号	合伙人姓名	合伙人类型	任职履历等个人情况
3	陈淼	普通合伙人	2010 年 4 月至 2013 年 7 月任华泰紫金投资有限责任公司投资岗； 2013 年 7 月至 2016 年 3 月任华泰瑞通投资管理有限公司投资岗； 2016 年 4 月至 2016 年 11 月任南京华泰瑞泰投资管理中心（有限合伙）投资岗； 2016 年 11 月至 2016 年 12 月任华泰紫金投资有限责任公司投资岗； 2017 年 1 月至 2018 年 7 月任南京华泰瑞兴投资基金管理合伙企业（有限合伙）投资岗； 2018 年 7 月至今任华泰紫金投资有限责任公司投资岗。
4	曾令武	普通合伙人	2014 年 4 月至 2015 年 10 月任上海弈慧投资管理有限公司证券投资部研究员； 2016 年 4 月至 2016 年 12 月任上海复星高科技（集团）有限公司高级投资经理； 2017 年 1 月至 2020 年 6 月任华泰紫金投资有限责任公司投资岗； 2020 年 6 月至今任江苏集萃药康生物科技股份有限公司总经理助理； 2020 年 10 月至今任江苏集萃药康生物科技股份有限公司董事会秘书。
5	陈凯	普通合伙人	2010 年 9 月至 2013 年 12 月，担任德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）高级审计员； 2013 年 12 月至 2017 年 2 月担任安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）审计经理； 2017 年 3 月至 2018 年 7 月，任职于南京华泰瑞兴投资基金管理合伙企业（有限合伙）； 2018 年 7 月至今，任职于华泰紫金投资有限责任公司投资岗。
6	李玉标	普通合伙人	2014 年 6 月至 2016 年 9 月，任职于华泰证券有限责任公司场外业务部； 2016 年 9 月至今，任职于华泰紫金投资有限责任公司投资岗。
7	赵迎	普通合伙人	2009 年 7 月至 2016 年 8 月，任职于交通银行江苏省分行； 2016 年 8 月至今，任华泰紫金投资有限责任公司风险经理。
8	黄金	普通合伙人	2015 年 7 月至 2016 年 9 月，任华泰证券股份有限公司场外业务部项目经理； 2016 年 10 月至 2019 年 12 月，任华泰紫金投资有限责任公司高级投资经理； 2020 年 1 月至今，任南京诺唯赞生物科技股份有限公司董事会秘书。
9	刘鹏	普通合伙人	2010 年 7 月至 2013 年 5 月，任拜耳医药保健有限公司放

序号	合伙人姓名	合伙人类型	任职履历等个人情况
			射项目经理； 2013 年 6 月至 2018 年 4 月，任三胞集团有限公司生物医疗副总监； 2018 年 6 月至 2020 年 4 月，任华泰紫金投资有限责任公司投资经理； 2020 年 5 月至今，任阿斯利康（中国）有限公司生态伙伴负责人。
10	何晖	普通合伙人	2000 年 8 月至 2008 年 3 月，先后任职于华泰证券投资银行业务南京总部、华泰证券市场营销部、华泰证券零售客户服务总部； 2008 年 10 月至今，任华泰紫金投资有限责任公司合规与风险管理负责人。

3、华泰大健康一号、华泰大健康二号及道兴投资与本次发行上市的保荐人华泰联合证券有限责任公司以及本次发行上市为发行人提供中介服务相关人员间关系

发行人股东华泰大健康一号、华泰大健康二号均系华泰紫金管理的私募基金。道兴投资为华泰紫金的员工跟投平台，道兴投资份额持有人均为华泰紫金员工（含离职员工），华泰紫金为本次发行上市的保荐机构华泰联合证券之控股股东华泰证券股份有限公司的全资子公司。

除前述情况外，华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资、道兴投资份额持有人与本次发行上市的保荐人华泰联合证券有限责任公司以及本次发行上市为发行人提供中介服务相关人员间不存在关联关系。

4、上述事项不会对保荐人、相关中介服务人员的独立、尽职履行义务构成实质性不利影响

（1）华泰联合担任本次发行保荐机构符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》的规定

华泰紫金系华泰证券股份有限公司根据《证券公司私募投资基金子公司管理规范》设立的私募投资基金子公司。发行人股东华泰大健康一号、华泰大健康二号均系华泰紫金管理的私募基金。根据《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十六条第一款规定，“证券公司担任拟上市企业首次公开发行股票的辅导机构、

财务顾问、保荐机构、主承销商或担任拟挂牌企业股票挂牌并公开转让的主板券商的，应当按照签订有关协议或者实质开展相关业务两个时点孰早的原则，在该时点后私募基金子公司及其下设基金管理机构管理的私募基金不得对该企业进行投资。”

2017 年 8 月 16 日，华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资与发行人及其他相关方签署《增资协议》，对华人健康进行增资，并于 2017 年 12 月 14 日完成工商登记。保荐机构项目组于 2018 年 5 月开始对发行人开展尽职调查，于 2019 年 4 月完成评审立项。

综上，保荐机构签署协议或者实质开展相关业务的时间均晚于华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资投资时点，符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十六条的规定，亦不存在《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十七条规定的“以拟投资企业聘请母公司或母公司的承销保荐子公司担任保荐机构或主办券商作为对企业进行投资的前提”的情形。

（2）华泰联合担任本次发行保荐机构符合《证券发行上市保荐业务管理办法》的规定

根据《证券发行上市保荐业务管理办法（2017 年修正）》第四十三条规定，“保荐机构及其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人的股份合计超过 7%，或者发行人持有、控制保荐机构的股份超过 7%的，保荐机构在推荐发行人证券发行上市时，应联合 1 家无关联保荐机构共同履行保荐职责，且该无关联保荐机构为第一保荐机构。”首次申报时，保荐机构关联方华泰大健康一号、华泰大健康二号和道兴投资合计持有发行人 6.68%股份，未超过 7%，不存在《证券发行上市保荐业务管理办法（2017 年修正）》规定的需要联合保荐情况。

2020 年 6 月 1 日，中国证券监督管理委员会 2020 年第 5 次委务会议审议通过《证券发行上市保荐业务管理办法（2020 年）》，已取消关于“保荐机构及其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人的股份合计超过 7%，或者发行人持有、控制保荐机构的股份超过 7%”的规定，修改为“保荐机构及其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人股份的，或者发行人持有、控制保荐机构股份的，保荐机构在推荐发行人证券发行上市时，应当进行利益冲突审查，出

具合规审核意见，并按规定充分披露。通过披露仍不能消除影响的，保荐机构应联合 1 家无关联保荐机构共同履行保荐职责，且该无关联保荐机构为第一保荐机构”。

保荐机构及证券私募投资基金子公司已根据《证券发行上市保荐业务管理规定（2020）》等规定建立健全相关内部管理制度，有效保障保荐人保荐工作的独立性，具体如下：

①为进一步实现敏感信息的有效隔离，防范内幕交易风险，避免利益冲突，依据中国证券业协会《证券公司信息隔离墙制度指引》及相关法律法规要求，华泰证券股份有限公司已制定了《信息隔离墙管理制度》，公司及子公司的证券自营、研究咨询、证券经纪、资产管理、投资银行、私募基金管理、另类投资等主要业务实行单位分设，严格分离，在制度上确保各业务之间在部门设置、人员、办公场所、信息系统、资金账户、业务系统等方面严格分立；各主要业务之间设置信息隔离墙，以防止敏感信息的泄露和不当使用，防范内幕交易和利益冲突。为有效防范华泰紫金与华泰证券股份有限公司间的利益冲突，华泰紫金已制定了《防范利益冲突管理暂行办法》，华泰紫金在经营主体、法人结构、投资决策、办公设置、信息使用、业务发展、资金使用、信息技术等方面均保持独立性，华泰紫金已投资项目选择保荐和承销机构方面，遵循完全市场化原则，投资决策与项目保荐无关联。

②保荐机构华泰联合根据《证券发行上市保荐业务管理办法》等有关法律、法规和规范性文件的要求，已制定《华泰联合证券有限责任公司股权融资业务立项、内核管理办法》等相关规定，保荐机构项目组已经按照上述规定对发行人本次发行上市项目履行了项目立项审核和项目申报前内部核查程序。

③保荐机构华泰联合已根据《证券发行上市保荐业务管理办法》的相关规定进行利益冲突审查，并出具合规审核意见如下：“

鉴于本公司为安徽华人健康医药股份有限公司（以下简称“发行人”或“华人健康”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，发行人股东华泰大健康一号、华泰大健康二号的执行事务合伙人均为华泰紫金投资，道兴投资系跟投

平台，且本公司与华泰资金投资有限责任公司控股股东均为华泰证券，保荐机构对其中是否存在利益冲突履行了以下核查程序：

1、审阅发行人与华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资签署的《增资协议》；

2、审阅发行人与保荐机构签署的《关于股票发行上市整体服务及长期战略合作协议》；

3、利用公开资料及公司内部渠道了解华泰证券、华泰联合证券、华泰紫金投资有限责任公司及其下设的特殊目的机构和私募基金的人员、机构、资产、经营管理、业务运作、办公场所情况；

4、取得华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资出具的股东调查表；

5、研究《证券公司私募投资基金子公司管理规范》《证券公司信息隔离墙制度指引》《证券发行上市保荐业务管理办法》等制度规定；

6、审阅华人健康的招股说明书的信息披露情况。

经审查：

在投资行为方面，2017 年 8 月 16 日，华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资与发行人及其他相关方签署《增资协议》，对华人健康进行增资；保荐机构于 2019 年 5 月与发行人签署《关于股票发行上市整体服务及长期战略合作协议》，开展实质尽职调查工作。上述行为符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十六条的规定，亦不存在《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十七条规定的“以拟投资企业聘请母公司或母公司的承销保荐子公司担任保荐机构或主办券商作为对企业进行投资的前提”的情形。

在独立性方面，华泰紫金投资及华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资与保荐机构在人员、机构、资产、经营管理、业务运作、办公场所等方面均相互独立、有效隔离。保荐机构从业人员不存在在华泰紫金投资及其下设的特殊目的机构和私募基金兼任董事、监事、高级管理人员、投资决策机构成员或其他兼职的情形。华泰证券分管保荐机构与华泰紫金投资的高级管理人员不同。符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第二十四条及第二十五条的规定。保荐机

构根据《证券公司信息隔离墙制度指引》等相关规定，建立了严格的隔离墙制度体系。

综上，保荐机构认为，华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资增资入股发行人事项，以及保荐机构及其关联方与发行人及其关联方之间的利害关系均已在招股书中充分披露。通过对华泰紫金投资及华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资与保荐机构在人员、机构、资产、经营管理、业务运作、办公场所等方面的核查，亦不存在其他通过披露仍不能消除影响的利益冲突情形。上述投资行为符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》、《证券发行上市保荐业务管理办法》的相关规定。”

综上，相关事项不存在影响保荐人保荐工作的执业独立性的情形，保荐机构的保荐工作符合《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定。

综上所述，**华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资投资发行人的行为和华泰联合作为本次发行保荐机构开展保荐业务，符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》、《证券发行上市保荐业务管理办法》的相关规定。保荐机构已采取有效措施保障保荐工作的执业独立性，相关事项不会对保荐人、相关中介服务人员的独立、尽职履行义务构成实质性不利影响。**

（五）补充披露员工持股平台胜凡投资、福曼医投资、康凡投资的历史沿革，实际控制人，份额持有人情况，在发行人处任职情况；上述机构入股发行人定价依据及公允性，份额持有人资金来源的合规性，确认股份支付情况；

发行人已在招股说明书“第五节/七/（一）/3、持股平台”中进行了补充披露。

1、员工持股平台胜凡投资、福曼医投资、康凡投资的历史沿革，实际控制人，份额持有人情况，在发行人处任职情况

（1）胜凡投资的历史沿革

①2017 年 12 月，胜凡投资成立

2017 年 12 月 4 日，胜凡投资合伙人何家乐、刘明生共同签署了《合伙协议》，约定胜凡投资设立时的认缴出资份额为人民币 500 万元。其中普通合伙人何家乐认缴出资份额人民币 300 万元，有限合伙人刘明生认缴出资份额人民币 200 万元。

胜凡投资设立时的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	300.00	60.00%
2	刘明生	有限合伙人	200.00	40.00%
合计			**500.00**	**100.00%**

②2017 年 12 月，胜凡投资第一次合伙人及认缴出资份额变更

2017 年 12 月 8 日，胜凡投资的全体合伙人签署《全体合伙人变更决定书》，同意普通合伙人何家乐减少认缴出资份额，认缴出资份额由人民币 300 万元减少至人民币 5 万元；同意有限合伙人刘明生认缴新增出资份额人民币 50 万元，认缴出资份额由人民币 200 万元增加至人民币 250 万元；同意殷俊、赵春水等公司员工作为有限合伙人入伙，其中：殷俊、赵春水分别认缴新增出资份额人民币 150 万元；蔡培认缴新增出资份额人民币 125 万元；卢新认缴新增出资份额人民币 40 万元；彭正全认缴新增出资份额人民币 35 万元；徐红梅、郑自成、周兵、李莉莉、郑重、韦能兵分别认缴新增出资份额人民币 30 万元；彭芳、许嘉、房雯雯、余秀兰、丁召龙、袁伟侠、汪东方分别认缴新增出资份额人民币 25 万元；万磊、章成军、唐连莲、储妙娟、秦庆雨、黄春健、谭洪君、吴冬分别认缴新增出资份额人民币 20 万元；黄帅、汤雪青、方梅、鹿军、张洪根、盛勇、吴海军、刘辉分别认缴新增出资份额人民币 15 万元；林李新、孔维兵、史宏燕、王灿、李朋辉、谢雷、杨爱龙、芮伟、钟春燕、许令道、张锦、冯强、鄂玲玲分别认缴新增出资份额人民币 10 万元。

2017 年 12 月 8 日，胜凡投资全体合伙人签署反映上述合伙企业变更事宜的《合伙协议》。

2017 年 12 月 18 日，胜凡投资就本次新合伙人入伙、出资份额变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，胜凡投资的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	5.00	0.33%
2	刘明生	有限合伙人	250.00	16.45%
3	殷俊	有限合伙人	150.00	9.87%
4	赵春水	有限合伙人	150.00	9.87%
5	蔡培	有限合伙人	125.00	8.22%
6	卢新	有限合伙人	40.00	2.63%
7	彭正全	有限合伙人	35.00	2.30%
8	徐红梅	有限合伙人	30.00	1.97%
9	郑自成	有限合伙人	30.00	1.97%
10	周兵	有限合伙人	30.00	1.97%
11	李莉莉	有限合伙人	30.00	1.97%
12	郑重	有限合伙人	30.00	1.97%
13	韦能兵	有限合伙人	30.00	1.97%
14	彭芳	有限合伙人	25.00	1.64%
15	许嘉	有限合伙人	25.00	1.64%
16	房雯雯	有限合伙人	25.00	1.64%
17	余秀兰	有限合伙人	25.00	1.64%
18	丁召龙	有限合伙人	25.00	1.64%
19	袁伟侠	有限合伙人	25.00	1.64%
20	汪东方	有限合伙人	25.00	1.64%
21	万磊	有限合伙人	20.00	1.32%
22	章成军	有限合伙人	20.00	1.32%
23	唐连莲	有限合伙人	20.00	1.32%
24	储妙娟	有限合伙人	20.00	1.32%
25	秦庆雨	有限合伙人	20.00	1.32%
26	黄春健	有限合伙人	20.00	1.32%
27	谭洪君	有限合伙人	20.00	1.32%
28	吴冬	有限合伙人	20.00	1.32%
29	黄帅	有限合伙人	15.00	0.99%
30	汤雪青	有限合伙人	15.00	0.99%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
31	方梅	有限合伙人	15.00	0.99%
32	鹿军	有限合伙人	15.00	0.99%
33	张洪根	有限合伙人	15.00	0.99%
34	盛勇	有限合伙人	15.00	0.99%
35	吴海军	有限合伙人	15.00	0.99%
36	刘辉	有限合伙人	15.00	0.99%
37	林李新	有限合伙人	10.00	0.66%
38	孔维兵	有限合伙人	10.00	0.66%
39	史宏燕	有限合伙人	10.00	0.66%
40	王灿	有限合伙人	10.00	0.66%
41	李朋辉	有限合伙人	10.00	0.66%
42	谢雷	有限合伙人	10.00	0.66%
43	杨爱龙	有限合伙人	10.00	0.66%
44	芮伟	有限合伙人	10.00	0.66%
45	钟春燕	有限合伙人	10.00	0.66%
46	许令道	有限合伙人	10.00	0.66%
47	张锦	有限合伙人	10.00	0.66%
48	冯强	有限合伙人	10.00	0.66%
49	鄂玲玲	有限合伙人	10.00	0.66%
合计			**1,520.00**	**100.00%**

③2018 年 3 月，胜凡投资第二次合伙人及认缴出资份额变更

2018 年 2 月 28 日，胜凡投资的全体合伙人签署《全体合伙人变更决定书》，同意鹿军、盛勇、刘辉三人退伙；同意房雯雯、丁召龙、韦能兵三人各减少认缴出资份额人民币 10 万元；同意李应征、彭锦二人入伙，其中李应征认缴出资份额人民币 15 万元，彭锦认缴出资份额人民币 10 万元；同意何家乐、郑重二人认缴出资份额，其中何家乐认缴出资份额人民币 40 万元，郑重认缴出资份额人民币 10 万元。

2018 年 2 月 28 日，胜凡投资全体合伙人签署反映上述合伙企业变更事宜的《合伙协议》。

2018 年 3 月 30 日，胜凡投资就本次新合伙人入伙、出资份额变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，胜凡投资全体合伙人已经按照本次变更完成后的出资比例完成全部出资份额 1,520 万元的出资实缴。

本次变更完成后，胜凡投资的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	45.00	2.95%
2	刘明生	有限合伙人	250.00	16.45%
3	殷俊	有限合伙人	150.00	9.87%
4	赵春水	有限合伙人	150.00	9.87%
5	蔡培	有限合伙人	125.00	8.22%
6	郑重	有限合伙人	40.00	2.63%
7	卢新	有限合伙人	40.00	2.63%
8	彭正全	有限合伙人	35.00	2.30%
9	徐红梅	有限合伙人	30.00	1.97%
10	郑自成	有限合伙人	30.00	1.97%
11	周兵	有限合伙人	30.00	1.97%
12	李莉莉	有限合伙人	30.00	1.97%
13	彭芳	有限合伙人	25.00	1.64%
14	许嘉	有限合伙人	25.00	1.64%
15	余秀兰	有限合伙人	25.00	1.64%
16	袁伟侠	有限合伙人	25.00	1.64%
17	汪东方	有限合伙人	25.00	1.64%
18	万磊	有限合伙人	20.00	1.32%
19	章成军	有限合伙人	20.00	1.32%
20	唐连莲	有限合伙人	20.00	1.32%
21	储妙娟	有限合伙人	20.00	1.32%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
22	秦庆雨	有限合伙人	20.00	1.32%
23	黄春健	有限合伙人	20.00	1.32%
24	韦能兵	有限合伙人	20.00	1.32%
25	谭洪君	有限合伙人	20.00	1.32%
26	吴冬	有限合伙人	20.00	1.32%
27	黄帅	有限合伙人	15.00	0.99%
28	汤雪青	有限合伙人	15.00	0.99%
29	房雯雯	有限合伙人	15.00	0.99%
30	方梅	有限合伙人	15.00	0.99%
31	丁召龙	有限合伙人	15.00	0.99%
32	张洪根	有限合伙人	15.00	0.99%
33	吴海军	有限合伙人	15.00	0.99%
34	李应征	有限合伙人	15.00	0.99%
35	林李新	有限合伙人	10.00	0.66%
36	孔维兵	有限合伙人	10.00	0.66%
37	史宏燕	有限合伙人	10.00	0.66%
38	王灿	有限合伙人	10.00	0.66%
39	李朋辉	有限合伙人	10.00	0.66%
40	谢雷	有限合伙人	10.00	0.66%
41	杨爱龙	有限合伙人	10.00	0.66%
42	芮伟	有限合伙人	10.00	0.66%
43	彭锦	有限合伙人	10.00	0.66%
44	钟春燕	有限合伙人	10.00	0.66%
45	许令道	有限合伙人	10.00	0.66%
46	张锦	有限合伙人	10.00	0.66%
47	冯强	有限合伙人	10.00	0.66%
48	鄂玲玲	有限合伙人	10.00	0.66%
合计			**1,520.00**	**100.00%**

④2018 年 6 月，胜凡投资第三次合伙人变更

2018 年 5 月 7 日，刘明生与何家乐签订《财产份额转让协议书》，约定刘明生将其持有的胜凡投资人民币 250 万元的出资份额转让给何家乐后退出。

2018 年 5 月 7 日，胜凡投资全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2018 年 6 月 19 日，胜凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，胜凡投资的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	295.00	19.40%
2	殷俊	有限合伙人	150.00	9.87%
3	赵春水	有限合伙人	150.00	9.87%
4	蔡培	有限合伙人	125.00	8.22%
5	郑重	有限合伙人	40.00	2.63%
6	卢新	有限合伙人	40.00	2.63%
7	彭正全	有限合伙人	35.00	2.30%
8	徐红梅	有限合伙人	30.00	1.97%
9	郑自成	有限合伙人	30.00	1.97%
10	周兵	有限合伙人	30.00	1.97%
11	李莉莉	有限合伙人	30.00	1.97%
12	彭芳	有限合伙人	25.00	1.64%
13	许嘉	有限合伙人	25.00	1.64%
14	余秀兰	有限合伙人	25.00	1.64%
15	袁伟侠	有限合伙人	25.00	1.64%
16	汪东方	有限合伙人	25.00	1.64%
17	万磊	有限合伙人	20.00	1.32%
18	章成军	有限合伙人	20.00	1.32%
19	唐连莲	有限合伙人	20.00	1.32%
20	储妙娟	有限合伙人	20.00	1.32%
21	秦庆雨	有限合伙人	20.00	1.32%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
22	黄春健	有限合伙人	20.00	1.32%
23	韦能兵	有限合伙人	20.00	1.32%
24	谭洪君	有限合伙人	20.00	1.32%
25	吴冬	有限合伙人	20.00	1.32%
26	黄帅	有限合伙人	15.00	0.99%
27	汤雪青	有限合伙人	15.00	0.99%
28	房雯雯	有限合伙人	15.00	0.99%
29	方梅	有限合伙人	15.00	0.99%
30	丁召龙	有限合伙人	15.00	0.99%
31	张洪根	有限合伙人	15.00	0.99%
32	吴海军	有限合伙人	15.00	0.99%
33	李应征	有限合伙人	15.00	0.99%
34	林李新	有限合伙人	10.00	0.66%
35	孔维兵	有限合伙人	10.00	0.66%
36	史宏燕	有限合伙人	10.00	0.66%
37	王灿	有限合伙人	10.00	0.66%
38	李朋辉	有限合伙人	10.00	0.66%
39	谢雷	有限合伙人	10.00	0.66%
40	杨爱龙	有限合伙人	10.00	0.66%
41	芮伟	有限合伙人	10.00	0.66%
42	彭锦	有限合伙人	10.00	0.66%
43	钟春燕	有限合伙人	10.00	0.66%
44	许令道	有限合伙人	10.00	0.66%
45	张锦	有限合伙人	10.00	0.66%
46	冯强	有限合伙人	10.00	0.66%
47	鄂玲玲	有限合伙人	10.00	0.66%
合计			**1,520.00**	**100.00%**

⑤2019 年 1 月，胜凡投资第四次合伙人变更

2018 年 7 月 12 日，何家乐与邵光山签订《财产份额转让协议书》，约定何家乐将其持有的胜凡投资人民币 160 万元的出资份额转让给邵光山。

2018 年 7 月 12 日，胜凡投资全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2019 年 1 月 2 日，胜凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，胜凡投资的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	135.00	8.87%
2	邵光山	有限合伙人	160.00	10.53%
3	殷俊	有限合伙人	150.00	9.87%
4	赵春水	有限合伙人	150.00	9.87%
5	蔡培	有限合伙人	125.00	8.22%
6	郑重	有限合伙人	40.00	2.63%
7	卢新	有限合伙人	40.00	2.63%
8	彭正全	有限合伙人	35.00	2.30%
9	徐红梅	有限合伙人	30.00	1.97%
10	郑自成	有限合伙人	30.00	1.97%
11	周兵	有限合伙人	30.00	1.97%
12	李莉莉	有限合伙人	30.00	1.97%
13	彭芳	有限合伙人	25.00	1.64%
14	许嘉	有限合伙人	25.00	1.64%
15	余秀兰	有限合伙人	25.00	1.64%
16	袁伟侠	有限合伙人	25.00	1.64%
17	汪东方	有限合伙人	25.00	1.64%
18	万磊	有限合伙人	20.00	1.32%
19	章成军	有限合伙人	20.00	1.32%
20	唐连莲	有限合伙人	20.00	1.32%
21	储妙娟	有限合伙人	20.00	1.32%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
22	秦庆雨	有限合伙人	20.00	1.32%
23	黄春健	有限合伙人	20.00	1.32%
24	韦能兵	有限合伙人	20.00	1.32%
25	谭洪君	有限合伙人	20.00	1.32%
26	吴冬	有限合伙人	20.00	1.32%
27	黄帅	有限合伙人	15.00	0.99%
28	汤雪青	有限合伙人	15.00	0.99%
29	房雯雯	有限合伙人	15.00	0.99%
30	方梅	有限合伙人	15.00	0.99%
31	丁召龙	有限合伙人	15.00	0.99%
32	张洪根	有限合伙人	15.00	0.99%
33	吴海军	有限合伙人	15.00	0.99%
34	李应征	有限合伙人	15.00	0.99%
35	林李新	有限合伙人	10.00	0.66%
36	孔维兵	有限合伙人	10.00	0.66%
37	史宏燕	有限合伙人	10.00	0.66%
38	王灿	有限合伙人	10.00	0.66%
39	李朋辉	有限合伙人	10.00	0.66%
40	谢雷	有限合伙人	10.00	0.66%
41	杨爱龙	有限合伙人	10.00	0.66%
42	芮伟	有限合伙人	10.00	0.66%
43	彭锦	有限合伙人	10.00	0.66%
44	钟春燕	有限合伙人	10.00	0.66%
45	许令道	有限合伙人	10.00	0.66%
46	张锦	有限合伙人	10.00	0.66%
47	冯强	有限合伙人	10.00	0.66%
48	鄂玲玲	有限合伙人	10.00	0.66%
合计			**1,520.00**	**100.00%**

⑥2019 年 9 月，胜凡投资第五次合伙人变更

2019 年 9 月 25 日，王庆生与何家乐签署《财产份额转让协议书》，何家乐将其持有的胜凡投资人民币 125 万元的出资份额转让给王庆生。

2019 年 9 月 25 日，胜凡投资全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2019 年 9 月 29 日，胜凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，胜凡投资的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	10.00	0.66%
2	邵光山	有限合伙人	160.00	10.53%
3	殷俊	有限合伙人	150.00	9.87%
4	赵春水	有限合伙人	150.00	9.87%
5	蔡培	有限合伙人	125.00	8.22%
6	王庆生	有限合伙人	125.00	8.22%
7	郑重	有限合伙人	40.00	2.63%
8	卢新	有限合伙人	40.00	2.63%
9	彭正全	有限合伙人	35.00	2.30%
10	徐红梅	有限合伙人	30.00	1.97%
11	郑自成	有限合伙人	30.00	1.97%
12	周兵	有限合伙人	30.00	1.97%
13	李莉莉	有限合伙人	30.00	1.97%
14	彭芳	有限合伙人	25.00	1.64%
15	许嘉	有限合伙人	25.00	1.64%
16	余秀兰	有限合伙人	25.00	1.64%
17	袁伟侠	有限合伙人	25.00	1.64%
18	汪东方	有限合伙人	25.00	1.64%
19	万磊	有限合伙人	20.00	1.32%
20	章成军	有限合伙人	20.00	1.32%
21	唐连莲	有限合伙人	20.00	1.32%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
22	储妙娟	有限合伙人	20.00	1.32%
23	秦庆雨	有限合伙人	20.00	1.32%
24	黄春健	有限合伙人	20.00	1.32%
25	韦能兵	有限合伙人	20.00	1.32%
26	谭洪君	有限合伙人	20.00	1.32%
27	吴冬	有限合伙人	20.00	1.32%
28	黄帅	有限合伙人	15.00	0.99%
29	汤雪青	有限合伙人	15.00	0.99%
30	房雯雯	有限合伙人	15.00	0.99%
31	方梅	有限合伙人	15.00	0.99%
32	丁召龙	有限合伙人	15.00	0.99%
33	张洪根	有限合伙人	15.00	0.99%
34	吴海军	有限合伙人	15.00	0.99%
35	李应征	有限合伙人	15.00	0.99%
36	林李新	有限合伙人	10.00	0.66%
37	孔维兵	有限合伙人	10.00	0.66%
38	史宏燕	有限合伙人	10.00	0.66%
39	王灿	有限合伙人	10.00	0.66%
40	李朋辉	有限合伙人	10.00	0.66%
41	谢雷	有限合伙人	10.00	0.66%
42	杨爱龙	有限合伙人	10.00	0.66%
43	芮伟	有限合伙人	10.00	0.66%
44	彭锦	有限合伙人	10.00	0.66%
45	钟春燕	有限合伙人	10.00	0.66%
46	许令道	有限合伙人	10.00	0.66%
47	张锦	有限合伙人	10.00	0.66%
48	冯强	有限合伙人	10.00	0.66%
49	鄂玲玲	有限合伙人	10.00	0.66%
合计			**1,520.00**	**100.00%**

⑦2020 年 5 月，胜凡投资第六次合伙人变更

2020 年 5 月 14 日，张锦与张平签署《财产份额转让协议书》，约定张锦将其持有的胜凡投资人民币 100,000 元的出资份额转让给张平。

2020 年 5 月 14 日，胜凡投资全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2020 年 5 月 27 日，胜凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，胜凡投资的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	10.00	0.66%
2	邵光山	有限合伙人	160.00	10.53%
3	殷俊	有限合伙人	150.00	9.87%
4	赵春水	有限合伙人	150.00	9.87%
5	蔡培	有限合伙人	125.00	8.22%
6	王庆生	有限合伙人	125.00	8.22%
7	郑重	有限合伙人	40.00	2.63%
8	卢新	有限合伙人	40.00	2.63%
9	彭正全	有限合伙人	35.00	2.30%
10	徐红梅	有限合伙人	30.00	1.97%
11	郑自成	有限合伙人	30.00	1.97%
12	周兵	有限合伙人	30.00	1.97%
13	李莉莉	有限合伙人	30.00	1.97%
14	彭芳	有限合伙人	25.00	1.64%
15	许嘉	有限合伙人	25.00	1.64%
16	余秀兰	有限合伙人	25.00	1.64%
17	袁伟侠	有限合伙人	25.00	1.64%
18	汪东方	有限合伙人	25.00	1.64%
19	万磊	有限合伙人	20.00	1.32%
20	章成军	有限合伙人	20.00	1.32%
21	唐连莲	有限合伙人	20.00	1.32%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
22	储妙娟	有限合伙人	20.00	1.32%
23	秦庆雨	有限合伙人	20.00	1.32%
24	黄春健	有限合伙人	20.00	1.32%
25	韦能兵	有限合伙人	20.00	1.32%
26	谭洪君	有限合伙人	20.00	1.32%
27	吴冬	有限合伙人	20.00	1.32%
28	黄帅	有限合伙人	15.00	0.99%
29	汤雪青	有限合伙人	15.00	0.99%
30	房雯雯	有限合伙人	15.00	0.99%
31	方梅	有限合伙人	15.00	0.99%
32	丁召龙	有限合伙人	15.00	0.99%
33	张洪根	有限合伙人	15.00	0.99%
34	吴海军	有限合伙人	15.00	0.99%
35	李应征	有限合伙人	15.00	0.99%
36	林李新	有限合伙人	10.00	0.66%
37	孔维兵	有限合伙人	10.00	0.66%
38	史宏燕	有限合伙人	10.00	0.66%
39	王灿	有限合伙人	10.00	0.66%
40	李朋辉	有限合伙人	10.00	0.66%
41	谢雷	有限合伙人	10.00	0.66%
42	杨爱龙	有限合伙人	10.00	0.66%
43	芮伟	有限合伙人	10.00	0.66%
44	彭锦	有限合伙人	10.00	0.66%
45	钟春燕	有限合伙人	10.00	0.66%
46	许令道	有限合伙人	10.00	0.66%
47	张平	有限合伙人	10.00	0.66%
48	冯强	有限合伙人	10.00	0.66%
49	鄂玲玲	有限合伙人	10.00	0.66%
合计			**1,520.00**	**100.00%**

⑧2020 年 11 月，胜凡投资第七次合伙人变更

2020 年 11 月 10 日，何家乐与程立涛签署《财产份额转让协议书》，约定何家乐将其持有的胜凡投资人民币 99,500 元的出资份额转让给程立涛。

2020 年 11 月 10 日，胜凡投资全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2020 年 11 月 13 日，胜凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，胜凡投资的合伙人及出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	0.05	0.003%
2	邵光山	有限合伙人	160.00	10.53%
3	殷俊	有限合伙人	150.00	9.87%
4	赵春水	有限合伙人	150.00	9.87%
5	王庆生	有限合伙人	125.00	8.22%
6	蔡培	有限合伙人	125.00	8.22%
7	卢新	有限合伙人	40.00	2.63%
8	郑重	有限合伙人	40.00	2.63%
9	彭正全	有限合伙人	35.00	2.30%
10	徐红梅	有限合伙人	30.00	1.97%
11	郑自成	有限合伙人	30.00	1.97%
12	周兵	有限合伙人	30.00	1.97%
13	李莉莉	有限合伙人	30.00	1.97%
14	彭芳	有限合伙人	25.00	1.64%
15	袁伟侠	有限合伙人	25.00	1.64%
16	许嘉	有限合伙人	25.00	1.64%
17	汪东方	有限合伙人	25.00	1.64%
18	余秀兰	有限合伙人	25.00	1.64%
19	章成军	有限合伙人	20.00	1.32%
20	谭洪君	有限合伙人	20.00	1.32%
21	秦庆雨	有限合伙人	20.00	1.32%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
22	储妙娟	有限合伙人	20.00	1.32%
23	唐连莲	有限合伙人	20.00	1.32%
24	黄春健	有限合伙人	20.00	1.32%
25	吴冬	有限合伙人	20.00	1.32%
26	韦能兵	有限合伙人	20.00	1.32%
27	万磊	有限合伙人	20.00	1.32%
28	方梅	有限合伙人	15.00	0.99%
29	丁召龙	有限合伙人	15.00	0.99%
30	房雯雯	有限合伙人	15.00	0.99%
31	黄帅	有限合伙人	15.00	0.99%
32	李应征	有限合伙人	15.00	0.99%
33	吴海军	有限合伙人	15.00	0.99%
34	张洪根	有限合伙人	15.00	0.99%
35	汤雪青	有限合伙人	15.00	0.99%
36	孔维兵	有限合伙人	10.00	0.66%
37	张平	有限合伙人	10.00	0.66%
38	鄂玲玲	有限合伙人	10.00	0.66%
39	许令道	有限合伙人	10.00	0.66%
40	史宏燕	有限合伙人	10.00	0.66%
41	林李新	有限合伙人	10.00	0.66%
42	谢雷	有限合伙人	10.00	0.66%
43	杨爱龙	有限合伙人	10.00	0.66%
44	彭锦	有限合伙人	10.00	0.66%
45	李朋辉	有限合伙人	10.00	0.66%
46	芮伟	有限合伙人	10.00	0.66%
47	冯强	有限合伙人	10.00	0.66%
48	钟春燕	有限合伙人	10.00	0.66%
49	王灿	有限合伙人	10.00	0.66%
50	程立涛	有限合伙人	9.95	0.65%
合计			**1,520.00**	**100.00%**

（2）福曼医投资的历史沿革

① 2017 年 12 月，福曼医投资设立

2017 年 12 月 4 日，福曼医投资合伙人何家乐、孙福安共同签署了《合伙协议》，约定福曼医投资设立时的认缴出资份额为人民币 500 万元，其中普通合伙人何家乐认缴出资份额人民币 450 万元，有限合伙人孙福安认缴出资份额人民币 50 万元。

福曼医投资设立时的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	450.00	90.00%
2	孙福安	有限合伙人	50.00	10.00%
合计			**500.00**	**100.00%**

② 2017 年 12 月，福曼医投资第一次合伙人及认缴出资份额变更

2017 年 12 月 8 日，福曼医投资全体合伙人签署了《全体合伙人变更决定书》，同意普通合伙人何家乐减少认缴出资份额，认缴出资份额由人民币 450 万元减少至人民币 5 万元；同意何家伦、黄莲莲等公司员工作为有限合伙人入伙，其中：何家伦认缴新增出资份额人民币 290 万元；卢兴刚认缴新增出资份额人民币 125 万元；朱红艳、杨云、周宏、林春分别认缴新增出资份额人民币 50 万元；樊晓蓉、沈琴、陈旭玲、王彬、胡良臣分别认缴新增出资份额人民币 40 万元；朱彩侠、郑会梅、陈仁东分别认缴新增出资份额人民币 30 万元；刘见侠、沈照君、汪云、翁昌菊、滕士梅、缪玲俐、李圣善、李平平分别认缴新增出资份额人民币 25 万元；黄莲莲、吴娟娟、张伦琳、陈莉、王苗苗、高立分别认缴新增出资份额人民币 20 万元。

2017 年 12 月 8 日，福曼医投资全体合伙人签署反应上述合伙企业变更事宜的《合伙协议》。

2017 年 12 月 18 日，福曼医投资就本次新合伙人入伙、出资份额变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，福曼医投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	5.00	0.39%
2	何家伦	有限合伙人	290.00	22.66%
3	卢兴刚	有限合伙人	125.00	9.77%
4	孙福安	有限合伙人	50.00	3.91%
5	朱红艳	有限合伙人	50.00	3.91%
6	杨云	有限合伙人	50.00	3.91%
7	周宏	有限合伙人	50.00	3.91%
8	林春	有限合伙人	50.00	3.91%
9	樊晓蓉	有限合伙人	40.00	3.13%
10	沈琴	有限合伙人	40.00	3.13%
11	陈旭玲	有限合伙人	40.00	3.13%
12	王彬	有限合伙人	40.00	3.13%
13	胡良臣	有限合伙人	40.00	3.13%
14	郑会梅	有限合伙人	30.00	2.34%
15	陈仁东	有限合伙人	30.00	2.34%
16	朱彩侠	有限合伙人	30.00	2.34%
17	刘见侠	有限合伙人	25.00	1.95%
18	沈照君	有限合伙人	25.00	1.95%
19	汪云	有限合伙人	25.00	1.95%
20	翁昌菊	有限合伙人	25.00	1.95%
21	滕士梅	有限合伙人	25.00	1.95%
22	缪玲俐	有限合伙人	25.00	1.95%
23	李圣善	有限合伙人	25.00	1.95%
24	李平平	有限合伙人	25.00	1.95%
25	黄莲莲	有限合伙人	20.00	1.56%
26	吴娟娟	有限合伙人	20.00	1.56%
27	张伦琳	有限合伙人	20.00	1.56%
28	陈莉	有限合伙人	20.00	1.56%
29	王苗苗	有限合伙人	20.00	1.56%
30	高立	有限合伙人	20.00	1.56%
合计			**1,280.00**	**100.00%**

③ 2018 年 4 月，福曼医投资的第二次合伙人变更

2018 年 2 月 28 日，朱红艳、朱彩侠、王苗苗、刘见侠、林春、樊晓蓉、陈仁东分别与何家伦签署《财产份额转让协议书》，其中：朱红艳将其持有的福曼医投资人民币 10 万元的认缴出资份额转让给何家伦；朱彩侠将其持有的福曼医投资人民币 10 万元的认缴出资份额转让给何家伦；王苗苗将其持有的福曼医投资人民币 5 万元的认缴出资份额转让给何家伦；刘见侠将其持有的福曼医投资人民币 5 万元的认缴出资份额转让给何家伦；林春将其持有的福曼医投资人民币 10 万元的认缴出资份额转让给何家伦；樊晓蓉将其持有的福曼医投资人民币 15 万元的认缴出资份额转让给何家伦；陈仁东将其持有的福曼医投资人民币 15 万元的认缴出资份额转让给何家伦。

2018 年 2 月 28 日，福曼医投资的全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2018 年 4 月 11 日，福曼医投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次出资份额转让完成后，福曼医投资全体合伙人已经按照本次变更完成后的出资比例完成全部出资份额人民币 1,280 万元的出资实缴。

本次变更完成后，福曼医投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	5.00	0.39%
2	何家伦	有限合伙人	360.00	28.13%
3	卢兴刚	有限合伙人	125.00	9.77%
4	孙福安	有限合伙人	50.00	3.91%
5	杨云	有限合伙人	50.00	3.91%
6	周宏	有限合伙人	50.00	3.91%
7	沈琴	有限合伙人	40.00	3.13%
8	朱红艳	有限合伙人	40.00	3.13%
9	陈旭玲	有限合伙人	40.00	3.13%
10	王彬	有限合伙人	40.00	3.13%
11	胡良臣	有限合伙人	40.00	3.13%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
12	林春	有限合伙人	40.00	3.13%
13	郑会梅	有限合伙人	30.00	2.34%
14	樊晓蓉	有限合伙人	25.00	1.95%
15	沈照君	有限合伙人	25.00	1.95%
16	汪云	有限合伙人	25.00	1.95%
17	翁昌菊	有限合伙人	25.00	1.95%
18	滕士梅	有限合伙人	25.00	1.95%
19	缪玲俐	有限合伙人	25.00	1.95%
20	李圣善	有限合伙人	25.00	1.95%
21	李平平	有限合伙人	25.00	1.95%
22	黄莲莲	有限合伙人	20.00	1.56%
23	刘见侠	有限合伙人	20.00	1.56%
24	吴娟娟	有限合伙人	20.00	1.56%
25	张伦琳	有限合伙人	20.00	1.56%
26	陈莉	有限合伙人	20.00	1.56%
27	朱彩侠	有限合伙人	20.00	1.56%
28	高立	有限合伙人	20.00	1.56%
29	陈仁东	有限合伙人	15.00	1.17%
30	王苗苗	有限合伙人	15.00	1.17%
合计			**1,280.00**	**100.00%**

④ 2018 年 12 月，福曼医投资第三次合伙人变更

2018 年 7 月 12 日，何家伦与盛欣签署《财产份额转让协议书》，何家伦将其持有的福曼医投资人民币 155 万元的出资份额转让给盛欣。

2018 年 7 月 12 日，福曼医投资的全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2018 年 12 月 4 日，福曼医投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，福曼医投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	5.00	0.39%
2	何家伦	有限合伙人	205.00	16.02%
3	盛欣	有限合伙人	155.00	12.11%
4	卢兴刚	有限合伙人	125.00	9.77%
5	孙福安	有限合伙人	50.00	3.91%
6	杨云	有限合伙人	50.00	3.91%
7	周宏	有限合伙人	50.00	3.91%
8	沈琴	有限合伙人	40.00	3.13%
9	朱红艳	有限合伙人	40.00	3.13%
10	陈旭玲	有限合伙人	40.00	3.13%
11	王彬	有限合伙人	40.00	3.13%
12	胡良臣	有限合伙人	40.00	3.13%
13	林春	有限合伙人	40.00	3.13%
14	郑会梅	有限合伙人	30.00	2.34%
15	樊晓蓉	有限合伙人	25.00	1.95%
16	沈照君	有限合伙人	25.00	1.95%
17	汪云	有限合伙人	25.00	1.95%
18	翁昌菊	有限合伙人	25.00	1.95%
19	滕士梅	有限合伙人	25.00	1.95%
20	缪玲俐	有限合伙人	25.00	1.95%
21	李圣善	有限合伙人	25.00	1.95%
22	李平平	有限合伙人	25.00	1.95%
23	黄莲莲	有限合伙人	20.00	1.56%
24	刘见侠	有限合伙人	20.00	1.56%
25	吴娟娟	有限合伙人	20.00	1.56%
26	张伦琳	有限合伙人	20.00	1.56%
27	陈莉	有限合伙人	20.00	1.56%
28	朱彩侠	有限合伙人	20.00	1.56%
29	高立	有限合伙人	20.00	1.56%
30	陈仁东	有限合伙人	15.00	1.17%
31	王苗苗	有限合伙人	15.00	1.17%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
合计			**1,280.00**	**100.00%**

⑤ 2019 年 9 月，福曼医投资第四次合伙人变更

2019 年 9 月 2 日，樊晓蓉、缪玲俐分别与何家伦签署《财产份额转让协议书》，樊晓蓉将其持有的福曼医投资人民币 25 万元的出资份额转让给何家伦；缪玲俐将其持有的福曼医投资人民币 25 万元的出资份额转让给何家伦。

2019 年 9 月 2 日，何家伦分别与廖春雷、窦康签署《财产份额转让协议书》，何家伦将其持有的福曼医投资人民币 40 万元的出资份额转让给廖春雷；何家伦将其持有的福曼医投资人民币 20 万元的出资份额转让给窦康。

2019 年 9 月 2 日，福曼医投资的全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2019 年 9 月 3 日，福曼医投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，福曼医投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	5.00	0.39%
2	何家伦	有限合伙人	195.00	15.23%
3	盛欣	有限合伙人	155.00	12.11%
4	卢兴刚	有限合伙人	125.00	9.77%
5	孙福安	有限合伙人	50.00	3.91%
6	杨云	有限合伙人	50.00	3.91%
7	周宏	有限合伙人	50.00	3.91%
8	沈琴	有限合伙人	40.00	3.13%
9	朱红艳	有限合伙人	40.00	3.13%
10	陈旭玲	有限合伙人	40.00	3.13%
11	王彬	有限合伙人	40.00	3.13%
12	胡良臣	有限合伙人	40.00	3.13%
13	林春	有限合伙人	40.00	3.13%
14	廖春雷	有限合伙人	40.00	3.13%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
15	郑会梅	有限合伙人	30.00	2.34%
16	沈照君	有限合伙人	25.00	1.95%
17	汪云	有限合伙人	25.00	1.95%
18	翁昌菊	有限合伙人	25.00	1.95%
19	滕士梅	有限合伙人	25.00	1.95%
20	李圣善	有限合伙人	25.00	1.95%
21	李平平	有限合伙人	25.00	1.95%
22	黄莲莲	有限合伙人	20.00	1.56%
23	刘见侠	有限合伙人	20.00	1.56%
24	吴娟娟	有限合伙人	20.00	1.56%
25	张伦琳	有限合伙人	20.00	1.56%
26	陈莉	有限合伙人	20.00	1.56%
27	朱彩侠	有限合伙人	20.00	1.56%
28	高立	有限合伙人	20.00	1.56%
29	窦康	有限合伙人	20.00	1.56%
30	陈仁东	有限合伙人	15.00	1.17%
31	王苗苗	有限合伙人	15.00	1.17%
合计			**1,280.00**	**100.00%**

⑥ 2019 年 12 月，福曼医投资第五次合伙人变更

2019 年 12 月 17 日，王苗苗与何家乐签署《财产份额转让协议书》，王苗苗将其持有的福曼医投资人民币 15 万元的出资份额转让给何家乐。

2019 年 12 月 17 日，福曼医投资的全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2019 年 12 月 18 日，福曼医投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，福曼医投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	20.00	1.56%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
2	何家伦	有限合伙人	195.00	15.23%
3	盛欣	有限合伙人	155.00	12.11%
4	卢兴刚	有限合伙人	125.00	9.77%
5	孙福安	有限合伙人	50.00	3.91%
6	杨云	有限合伙人	50.00	3.91%
7	周宏	有限合伙人	50.00	3.91%
8	沈琴	有限合伙人	40.00	3.13%
9	朱红艳	有限合伙人	40.00	3.13%
10	陈旭玲	有限合伙人	40.00	3.13%
11	王彬	有限合伙人	40.00	3.13%
12	胡良臣	有限合伙人	40.00	3.13%
13	林春	有限合伙人	40.00	3.13%
14	廖春雷	有限合伙人	40.00	3.13%
15	郑会梅	有限合伙人	30.00	2.34%
16	沈照君	有限合伙人	25.00	1.95%
17	汪云	有限合伙人	25.00	1.95%
18	翁昌菊	有限合伙人	25.00	1.95%
19	滕士梅	有限合伙人	25.00	1.95%
20	李圣善	有限合伙人	25.00	1.95%
21	李平平	有限合伙人	25.00	1.95%
22	黄莲莲	有限合伙人	20.00	1.56%
23	刘见侠	有限合伙人	20.00	1.56%
24	吴娟娟	有限合伙人	20.00	1.56%
25	张伦琳	有限合伙人	20.00	1.56%
26	陈莉	有限合伙人	20.00	1.56%
27	朱彩侠	有限合伙人	20.00	1.56%
28	高立	有限合伙人	20.00	1.56%
29	窦康	有限合伙人	20.00	1.56%
30	陈仁东	有限合伙人	15.00	1.17%
合计			**1,280.00**	**100.00%**

⑦ 2020 年 11 月，福曼医投资第六次合伙人变更

2020 年 11 月 10 日，何家乐、何家伦分别与程立涛签署《财产份额转让协议书》，约定：何家乐将其持有的福曼医投资人民币 19.95 万元的出资份额转让给程立涛；何家伦将其持有的福曼医投资人民币 165.15 元的出资份额转让给程立涛。

2020 年 11 月 10 日，福曼医投资的全体合伙人签署反映上述合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2020 年 11 月 10 日，福曼医投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，福曼医投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	0.05	0.004%
2	程立涛	有限合伙人	185.10	14.46%
3	盛欣	有限合伙人	155.00	12.11%
4	卢兴刚	有限合伙人	125.00	9.77%
5	孙福安	有限合伙人	50.00	3.91%
6	杨云	有限合伙人	50.00	3.91%
7	周宏	有限合伙人	50.00	3.91%
8	沈琴	有限合伙人	40.00	3.13%
9	朱红艳	有限合伙人	40.00	3.13%
10	陈旭玲	有限合伙人	40.00	3.13%
11	王彬	有限合伙人	40.00	3.13%
12	胡良臣	有限合伙人	40.00	3.13%
13	林春	有限合伙人	40.00	3.13%
14	廖春雷	有限合伙人	40.00	3.13%
15	郑会梅	有限合伙人	30.00	2.34%
16	何家伦	有限合伙人	29.85	2.33%
17	沈照君	有限合伙人	25.00	1.95%
18	汪云	有限合伙人	25.00	1.95%
19	翁昌菊	有限合伙人	25.00	1.95%
20	滕士梅	有限合伙人	25.00	1.95%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
21	李圣善	有限合伙人	25.00	1.95%
22	李平平	有限合伙人	25.00	1.95%
23	黄莲莲	有限合伙人	20.00	1.56%
24	刘见侠	有限合伙人	20.00	1.56%
25	吴娟娟	有限合伙人	20.00	1.56%
26	张伦琳	有限合伙人	20.00	1.56%
27	陈莉	有限合伙人	20.00	1.56%
28	朱彩侠	有限合伙人	20.00	1.56%
29	高立	有限合伙人	20.00	1.56%
30	窦康	有限合伙人	20.00	1.56%
31	陈仁东	有限合伙人	15.00	1.17%
合计			**1,280.00**	**100.00%**

（3）康凡投资的历史沿革

①2018 年 12 月，康凡投资设立

2018 年 12 月 18 日，康凡投资合伙人何家乐、黄莲莲签署了《合伙协议》，约定康凡投资设立时的认缴出资份额为人民币 100 万元，其中普通合伙人何家乐认缴出资份额人民币 95 万元，有限合伙人黄莲莲认缴出资份额人民币 5 万元。

康凡投资设立时的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	95.00	95.00%
2	黄莲莲	有限合伙人	5.00	5.00%
合计			**100.00**	**100.00%**

②2019 年 4 月，康凡投资第一次合伙人及认缴出资份额变更

2019 年 3 月 28 日，康凡投资全体合伙人签署了《全体合伙人变更决定书》，同意盛欣等公司员工作为有限合伙人入伙，认缴康凡投资新增出资份额，康凡投资的认缴出资份额由人民币 100 万元变更为人民币 975 万元，其中：盛欣认缴新增出资份额人民币 52 万元；邵光山认缴新增出资份额人民币 39 万元；赵琴、王祎枫、朱长云、刘江淮分别认缴新增出资份额人民币 32.50 万元；沈琴、陈玉玲、

孙山、曹云萍、徐翔、徐跃华、吴佳分别认缴新增出资份额人民币 26 万元；黄超、孔晖、姚新山、张玲、产文品、杨建、麻译文、王勇、王冰岩、唐纪康分别认缴新增出资份额人民币 19.50 万元；孙文可、祝康、王娟枝、唐颖、田小娟、吴瑞、李彪、司翠侠、唐习明、凌林、顾玉洁、王秀梅、徐文彬、陆涵、汪丽、苏惠洁、陶兰兰、彭瑞、方荣挥、周婷婷分别认缴新增出资份额人民币 13 万元；张锦认缴新增出资份额人民币 6.50 万元；祖正华认缴新增出资份额人民币 10.50 万元。同意普通合伙人何家乐将其持有的康凡投资人民币 84.50 万元的认缴出资份额转让给新有限合伙人李梅；同意普通合伙人何家乐将其持有的康凡投资人民币 4 万元的认缴出资份额转让给新有限合伙人祖正华；同意原有限合伙人黄莲莲将其持有的康凡投资人民币 5 万元的认缴出资份额转让给新有限合伙人祖正华。

2019 年 3 月 28 日，康凡投资全体合伙人签署反映本次合伙企业变更事宜的《合伙协议》。

2019 年 4 月 4 日，康凡投资就本次新合伙人入伙、出资份额变更、合伙份额转让等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，康凡投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	6.50	0.67%
2	李梅	有限合伙人	84.50	8.67%
3	盛欣	有限合伙人	52.00	5.33%
4	邵光山	有限合伙人	39.00	4.00%
5	赵琴	有限合伙人	32.50	3.33%
6	王祎枫	有限合伙人	32.50	3.33%
7	朱长云	有限合伙人	32.50	3.33%
8	刘江淮	有限合伙人	32.50	3.33%
9	沈琴	有限合伙人	26.00	2.67%
10	陈玉玲	有限合伙人	26.00	2.67%
11	孙山	有限合伙人	26.00	2.67%
12	曹云萍	有限合伙人	26.00	2.67%
13	徐翔	有限合伙人	26.00	2.67%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
14	徐跃华	有限合伙人	26.00	2.67%
15	吴佳	有限合伙人	26.00	2.67%
16	祖正华	有限合伙人	19.50	2.00%
17	黄超	有限合伙人	19.50	2.00%
18	孔晖	有限合伙人	19.50	2.00%
19	姚新山	有限合伙人	19.50	2.00%
20	张玲	有限合伙人	19.50	2.00%
21	产文品	有限合伙人	19.50	2.00%
22	杨建	有限合伙人	19.50	2.00%
23	麻译文	有限合伙人	19.50	2.00%
24	王勇	有限合伙人	19.50	2.00%
25	王冰岩	有限合伙人	19.50	2.00%
26	唐纪康	有限合伙人	19.50	2.00%
27	孙文可	有限合伙人	13.00	1.33%
28	祝康	有限合伙人	13.00	1.33%
29	王娟枝	有限合伙人	13.00	1.33%
30	唐颖	有限合伙人	13.00	1.33%
31	田小娟	有限合伙人	13.00	1.33%
32	吴瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
33	李彪	有限合伙人	13.00	1.33%
34	司翠侠	有限合伙人	13.00	1.33%
35	唐习明	有限合伙人	13.00	1.33%
36	凌林	有限合伙人	13.00	1.33%
37	顾玉洁	有限合伙人	13.00	1.33%
38	王秀梅	有限合伙人	13.00	1.33%
39	徐文彬	有限合伙人	13.00	1.33%
40	陆涵	有限合伙人	13.00	1.33%
41	汪丽	有限合伙人	13.00	1.33%
42	苏惠洁	有限合伙人	13.00	1.33%
43	陶兰兰	有限合伙人	13.00	1.33%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
44	彭瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
45	方荣挥	有限合伙人	13.00	1.33%
46	周婷婷	有限合伙人	13.00	1.33%
47	张锦	有限合伙人	6.50	0.67%
合计			**975.00**	**100.00%**

本次变更完成后，康凡投资全体合伙人已经按照本次变更完成后的出资比例完成全部出资份额 975 万元的出资实缴。

③2019 年 8 月，康凡投资第二次合伙人变更

2019 年 8 月 27 日，康凡投资全体合伙人签署了《全体合伙人变更决定书》，同意孙山将其持有的康凡投资人民币 26 万元的出资份额转让给何家乐。

2019 年 8 月 27 日，康凡投资全体合伙人签署反映本次合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2019 年 8 月 29 日，康凡投资就本次就合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，康凡投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	32.50	3.33%
2	李梅	有限合伙人	84.50	8.67%
3	盛欣	有限合伙人	52.00	5.33%
4	邵光山	有限合伙人	39.00	4.00%
5	赵琴	有限合伙人	32.50	3.33%
6	王祎枫	有限合伙人	32.50	3.33%
7	朱长云	有限合伙人	32.50	3.33%
8	刘江淮	有限合伙人	32.50	3.33%
9	沈琴	有限合伙人	26.00	2.67%
10	陈玉玲	有限合伙人	26.00	2.67%
11	曹云萍	有限合伙人	26.00	2.67%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
12	徐翔	有限合伙人	26.00	2.67%
13	徐跃华	有限合伙人	26.00	2.67%
14	吴佳	有限合伙人	26.00	2.67%
15	祖正华	有限合伙人	19.50	2.00%
16	黄超	有限合伙人	19.50	2.00%
17	孔晖	有限合伙人	19.50	2.00%
18	姚新山	有限合伙人	19.50	2.00%
19	张玲	有限合伙人	19.50	2.00%
20	产文品	有限合伙人	19.50	2.00%
21	杨建	有限合伙人	19.50	2.00%
22	麻译文	有限合伙人	19.50	2.00%
23	王勇	有限合伙人	19.50	2.00%
24	王冰岩	有限合伙人	19.50	2.00%
25	唐纪康	有限合伙人	19.50	2.00%
26	孙文可	有限合伙人	13.00	1.33%
27	祝康	有限合伙人	13.00	1.33%
28	王娟枝	有限合伙人	13.00	1.33%
29	唐颖	有限合伙人	13.00	1.33%
30	田小娟	有限合伙人	13.00	1.33%
31	吴瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
32	李彪	有限合伙人	13.00	1.33%
33	司翠侠	有限合伙人	13.00	1.33%
34	唐习明	有限合伙人	13.00	1.33%
35	凌林	有限合伙人	13.00	1.33%
36	顾玉洁	有限合伙人	13.00	1.33%
37	王秀梅	有限合伙人	13.00	1.33%
38	徐文彬	有限合伙人	13.00	1.33%
39	陆涵	有限合伙人	13.00	1.33%
40	汪丽	有限合伙人	13.00	1.33%
41	苏惠洁	有限合伙人	13.00	1.33%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
42	陶兰兰	有限合伙人	13.00	1.33%
43	彭瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
44	方荣挥	有限合伙人	13.00	1.33%
45	周婷婷	有限合伙人	13.00	1.33%
46	张锦	有限合伙人	6.50	0.67%
合计			**975.00**	**100.00%**

④2019 年 10 月，康凡投资第三次合伙人变更

2019 年 10 月 11 日，康凡投资全体合伙人签署了《全体合伙人变更决定书》，同意何家乐将其持有的康凡投资人民币 26 万元的出资份额转让给刘先翠。

2019 年 10 月 11 日，康凡投资全体合伙人签署反映本次合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2019 年 10 月 24 日，康凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，康凡投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	6.50	0.67%
2	李梅	有限合伙人	84.50	8.67%
3	盛欣	有限合伙人	52.00	5.33%
4	邵光山	有限合伙人	39.00	4.00%
5	赵琴	有限合伙人	32.50	3.33%
6	王祎枫	有限合伙人	32.50	3.33%
7	朱长云	有限合伙人	32.50	3.33%
8	刘江淮	有限合伙人	32.50	3.33%
9	沈琴	有限合伙人	26.00	2.67%
10	陈玉玲	有限合伙人	26.00	2.67%
11	曹云萍	有限合伙人	26.00	2.67%
12	徐翔	有限合伙人	26.00	2.67%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
13	徐跃华	有限合伙人	26.00	2.67%
14	吴佳	有限合伙人	26.00	2.67%
15	刘先翠	有限合伙人	26.00	2.67%
16	祖正华	有限合伙人	19.50	2.00%
17	黄超	有限合伙人	19.50	2.00%
18	孔晖	有限合伙人	19.50	2.00%
19	姚新山	有限合伙人	19.50	2.00%
20	张玲	有限合伙人	19.50	2.00%
21	产文品	有限合伙人	19.50	2.00%
22	杨建	有限合伙人	19.50	2.00%
23	麻译文	有限合伙人	19.50	2.00%
24	王勇	有限合伙人	19.50	2.00%
25	王冰岩	有限合伙人	19.50	2.00%
26	唐纪康	有限合伙人	19.50	2.00%
27	孙文可	有限合伙人	13.00	1.33%
28	祝康	有限合伙人	13.00	1.33%
29	王娟枝	有限合伙人	13.00	1.33%
30	唐颖	有限合伙人	13.00	1.33%
31	田小娟	有限合伙人	13.00	1.33%
32	吴瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
33	李彪	有限合伙人	13.00	1.33%
34	司翠侠	有限合伙人	13.00	1.33%
35	唐习明	有限合伙人	13.00	1.33%
36	凌林	有限合伙人	13.00	1.33%
37	顾玉洁	有限合伙人	13.00	1.33%
38	王秀梅	有限合伙人	13.00	1.33%
39	徐文彬	有限合伙人	13.00	1.33%
40	陆涵	有限合伙人	13.00	1.33%
41	汪丽	有限合伙人	13.00	1.33%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
42	苏惠洁	有限合伙人	13.00	1.33%
43	陶兰兰	有限合伙人	13.00	1.33%
44	彭瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
45	方荣挥	有限合伙人	13.00	1.33%
46	周婷婷	有限合伙人	13.00	1.33%
47	张锦	有限合伙人	6.50	0.67%
合计			**975.00**	**100.00%**

⑤2019 年 12 月，康凡投资第四次合伙人变更

2019 年 12 月 26 日，康凡投资全体合伙人签署了《全体合伙人变更决定书》，同意田小娟、刘江淮退伙，其中：田小娟将其持有的康凡投资人民币 13 万元的出资份额转让给何家乐；刘江淮将其持有的康凡投资人民币 32.5 万元的出资份额转让给何家乐。

2019 年 12 月 26 日，康凡投资全体合伙人签署反映本次合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2019 年 12 月 31 日，康凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，康凡投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	52.00	5.35%
2	李梅	有限合伙人	84.50	8.67%
3	盛欣	有限合伙人	52.00	5.33%
4	邵光山	有限合伙人	39.00	4.00%
5	赵琴	有限合伙人	32.50	3.33%
6	王祎枫	有限合伙人	32.50	3.33%
7	朱长云	有限合伙人	32.50	3.33%
8	沈琴	有限合伙人	26.00	2.67%
9	陈玉玲	有限合伙人	26.00	2.67%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
10	曹云萍	有限合伙人	26.00	2.67%
11	徐翔	有限合伙人	26.00	2.67%
12	徐跃华	有限合伙人	26.00	2.67%
13	吴佳	有限合伙人	26.00	2.67%
14	刘先翠	有限合伙人	26.00	2.67%
15	祖正华	有限合伙人	19.50	2.00%
16	黄超	有限合伙人	19.50	2.00%
17	孔晖	有限合伙人	19.50	2.00%
18	姚新山	有限合伙人	19.50	2.00%
19	张玲	有限合伙人	19.50	2.00%
20	产文品	有限合伙人	19.50	2.00%
21	杨建	有限合伙人	19.50	2.00%
22	麻译文	有限合伙人	19.50	2.00%
23	王勇	有限合伙人	19.50	2.00%
24	王冰岩	有限合伙人	19.50	2.00%
25	唐纪康	有限合伙人	19.50	2.00%
26	孙文可	有限合伙人	13.00	1.33%
27	祝康	有限合伙人	13.00	1.33%
28	王娟枝	有限合伙人	13.00	1.33%
29	唐颖	有限合伙人	13.00	1.33%
30	吴瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
31	李彪	有限合伙人	13.00	1.33%
32	司翠侠	有限合伙人	13.00	1.33%
33	唐习明	有限合伙人	13.00	1.33%
34	凌林	有限合伙人	13.00	1.33%
35	顾玉洁	有限合伙人	13.00	1.33%
36	王秀梅	有限合伙人	13.00	1.33%
37	徐文彬	有限合伙人	13.00	1.33%
38	陆涵	有限合伙人	13.00	1.33%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
39	汪丽	有限合伙人	13.00	1.33%
40	苏惠洁	有限合伙人	13.00	1.33%
41	陶兰兰	有限合伙人	13.00	1.33%
42	彭瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
43	方荣挥	有限合伙人	13.00	1.33%
44	周婷婷	有限合伙人	13.00	1.33%
45	张锦	有限合伙人	6.50	0.67%
合计			**975.00**	**100.00%**

⑥2020 年 4 月，康凡投资第五次合伙人变更

2020 年 4 月 10 日，康凡投资全体合伙人签署了《全体合伙人变更决定书》，同意孙文可、张锦、凌林、苏惠洁退伙，同意王松、张平、汪东方、史宏燕、李莉莉、徐红梅入伙，其中：孙文可将其持有的康凡投资人民币 13 万元的出资份额转让给王松；张锦将其持有的康凡投资人民币 6.5 万元的出资份额转让给张平；凌林将其持有的康凡投资人民币 6.5 万元的出资份额转让给徐红梅；凌林将其持有的康凡投资人民币 6.5 万元的出资份额转让给汪东方；苏惠洁将其持有的康凡投资人民币 13 万元的出资份额转让给史宏燕；何家乐将其持有的康凡投资人民币 13 万元的出资份额转让给李莉莉。

2020 年 4 月 10 日，康凡投资全体合伙人签署反映本次合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2020 年 4 月 17 日，康凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，康凡投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	39.00	4.00%
2	李梅	有限合伙人	84.50	8.67%
3	盛欣	有限合伙人	52.00	5.33%
4	邵光山	有限合伙人	39.00	4.00%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
5	赵琴	有限合伙人	32.50	3.33%
6	王祎枫	有限合伙人	32.50	3.33%
7	朱长云	有限合伙人	32.50	3.33%
8	沈琴	有限合伙人	26.00	2.67%
9	陈玉玲	有限合伙人	26.00	2.67%
10	曹云萍	有限合伙人	26.00	2.67%
11	徐翔	有限合伙人	26.00	2.67%
12	徐跃华	有限合伙人	26.00	2.67%
13	吴佳	有限合伙人	26.00	2.67%
14	刘先翠	有限合伙人	26.00	2.67%
15	祖正华	有限合伙人	19.50	2.00%
16	黄超	有限合伙人	19.50	2.00%
17	孔晖	有限合伙人	19.50	2.00%
18	姚新山	有限合伙人	19.50	2.00%
19	张玲	有限合伙人	19.50	2.00%
20	产文品	有限合伙人	19.50	2.00%
21	杨建	有限合伙人	19.50	2.00%
22	麻译文	有限合伙人	19.50	2.00%
23	王勇	有限合伙人	19.50	2.00%
24	王冰岩	有限合伙人	19.50	2.00%
25	唐纪康	有限合伙人	19.50	2.00%
26	王松	有限合伙人	13.00	1.33%
27	祝康	有限合伙人	13.00	1.33%
28	王娟枝	有限合伙人	13.00	1.33%
29	唐颖	有限合伙人	13.00	1.33%
30	吴瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
31	李彪	有限合伙人	13.00	1.33%
32	司翠侠	有限合伙人	13.00	1.33%
33	唐习明	有限合伙人	13.00	1.33%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
34	顾玉洁	有限合伙人	13.00	1.33%
35	王秀梅	有限合伙人	13.00	1.33%
36	徐文彬	有限合伙人	13.00	1.33%
37	陆涵	有限合伙人	13.00	1.33%
38	汪丽	有限合伙人	13.00	1.33%
39	史宏燕	有限合伙人	13.00	1.33%
40	陶兰兰	有限合伙人	13.00	1.33%
41	彭瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
42	方荣挥	有限合伙人	13.00	1.33%
43	周婷婷	有限合伙人	13.00	1.33%
44	李莉莉	有限合伙人	13.00	1.33%
45	张平	有限合伙人	6.50	0.67%
46	徐红梅	有限合伙人	6.50	0.67%
47	汪东方	有限合伙人	6.50	0.67%
合计			**975.00**	**100.00%**

⑦ 2020 年 10 月，康凡投资第六次合伙人变更

2020 年 10 月 13 日，康凡投资全体合伙人签署了《全体合伙人变更决定书》，同意程立涛入伙，同意何家乐将其持有的康凡投资人民币 38.94 万元的出资份额转让给程立涛。

2020 年 10 月 13 日，康凡投资全体合伙人签署反映本次合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2020 年 10 月 29 日，康凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，康凡投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	0.07	0.01%
2	李梅	有限合伙人	84.50	8.67%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
3	盛欣	有限合伙人	52.00	5.33%
4	邵光山	有限合伙人	39.00	4.00%
5	程立涛	有限合伙人	38.94	3.99%
6	赵琴	有限合伙人	32.50	3.33%
7	王祎枫	有限合伙人	32.50	3.33%
8	朱长云	有限合伙人	32.50	3.33%
9	沈琴	有限合伙人	26.00	2.67%
10	陈玉玲	有限合伙人	26.00	2.67%
11	曹云萍	有限合伙人	26.00	2.67%
12	徐翔	有限合伙人	26.00	2.67%
13	徐跃华	有限合伙人	26.00	2.67%
14	吴佳	有限合伙人	26.00	2.67%
15	刘先翠	有限合伙人	26.00	2.67%
16	祖正华	有限合伙人	19.50	2.00%
17	黄超	有限合伙人	19.50	2.00%
18	孔晖	有限合伙人	19.50	2.00%
19	姚新山	有限合伙人	19.50	2.00%
20	张玲	有限合伙人	19.50	2.00%
21	产文品	有限合伙人	19.50	2.00%
22	杨建	有限合伙人	19.50	2.00%
23	麻译文	有限合伙人	19.50	2.00%
24	王勇	有限合伙人	19.50	2.00%
25	王冰岩	有限合伙人	19.50	2.00%
26	唐纪康	有限合伙人	19.50	2.00%
27	王松	有限合伙人	13.00	1.33%
28	祝康	有限合伙人	13.00	1.33%
29	王娟枝	有限合伙人	13.00	1.33%
30	唐颖	有限合伙人	13.00	1.33%
31	吴瑞	有限合伙人	13.00	1.33%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
32	李彪	有限合伙人	13.00	1.33%
33	司翠侠	有限合伙人	13.00	1.33%
34	唐习明	有限合伙人	13.00	1.33%
35	顾玉洁	有限合伙人	13.00	1.33%
36	王秀梅	有限合伙人	13.00	1.33%
37	徐文彬	有限合伙人	13.00	1.33%
38	陆涵	有限合伙人	13.00	1.33%
39	汪丽	有限合伙人	13.00	1.33%
40	史宏燕	有限合伙人	13.00	1.33%
41	陶兰兰	有限合伙人	13.00	1.33%
42	彭瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
43	方荣挥	有限合伙人	13.00	1.33%
44	周婷婷	有限合伙人	13.00	1.33%
45	李莉莉	有限合伙人	13.00	1.33%
46	张平	有限合伙人	6.50	0.67%
47	徐红梅	有限合伙人	6.50	0.67%
48	汪东方	有限合伙人	6.50	0.67%
合计			**975.00**	**100.00%**

⑧ 2020 年 12 月，康凡投资第七次合伙人变更

2020 年 12 月 18 日，康凡投资全体合伙人签署了《全体合伙人变更决定书》，同意吴佳将其持有的康凡投资人民币 13 万元的出资份额转让给沈琴；同意吴佳将其持有的康凡投资人民币 13 万元的出资份额转让给吴娟娟。

2020 年 12 月 18 日，康凡投资全体合伙人签署反映本次合伙企业出资份额转让事宜的《合伙协议》。

2020 年 12 月 29 日，康凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，康凡投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	0.07	0.01%
2	李梅	有限合伙人	84.50	8.67%
3	盛欣	有限合伙人	52.00	5.33%
4	沈琴	有限合伙人	39.00	4.00%
5	邵光山	有限合伙人	39.00	4.00%
6	程立涛	有限合伙人	38.94	3.99%
7	赵琴	有限合伙人	32.50	3.33%
8	王祎枫	有限合伙人	32.50	3.33%
9	朱长云	有限合伙人	32.50	3.33%
10	陈玉玲	有限合伙人	26.00	2.67%
11	曹云萍	有限合伙人	26.00	2.67%
12	徐翔	有限合伙人	26.00	2.67%
13	徐跃华	有限合伙人	26.00	2.67%
14	刘先翠	有限合伙人	26.00	2.67%
15	祖正华	有限合伙人	19.50	2.00%
16	黄超	有限合伙人	19.50	2.00%
17	孔晖	有限合伙人	19.50	2.00%
18	姚新山	有限合伙人	19.50	2.00%
19	张玲	有限合伙人	19.50	2.00%
20	产文品	有限合伙人	19.50	2.00%
21	杨建	有限合伙人	19.50	2.00%
22	麻译文	有限合伙人	19.50	2.00%
23	王勇	有限合伙人	19.50	2.00%
24	王冰岩	有限合伙人	19.50	2.00%
25	唐纪康	有限合伙人	19.50	2.00%
26	王松	有限合伙人	13.00	1.33%
27	祝康	有限合伙人	13.00	1.33%
28	王娟枝	有限合伙人	13.00	1.33%
29	唐颖	有限合伙人	13.00	1.33%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
30	吴瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
31	李彪	有限合伙人	13.00	1.33%
32	司翠侠	有限合伙人	13.00	1.33%
33	唐习明	有限合伙人	13.00	1.33%
34	顾玉洁	有限合伙人	13.00	1.33%
35	王秀梅	有限合伙人	13.00	1.33%
36	徐文彬	有限合伙人	13.00	1.33%
37	陆涵	有限合伙人	13.00	1.33%
38	汪丽	有限合伙人	13.00	1.33%
39	史宏燕	有限合伙人	13.00	1.33%
40	陶兰兰	有限合伙人	13.00	1.33%
41	彭瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
42	方荣挥	有限合伙人	13.00	1.33%
43	周婷婷	有限合伙人	13.00	1.33%
44	李莉莉	有限合伙人	13.00	1.33%
45	吴娟娟	有限合伙人	13.00	1.33%
46	张平	有限合伙人	6.50	0.67%
47	徐红梅	有限合伙人	6.50	0.67%
48	汪东方	有限合伙人	6.50	0.67%
合计			**975.00**	**100.00%**

⑨2021 年 3 月，康凡投资第八次合伙人变更

2021 年 3 月 8 日，康凡投资全体合伙人签署了《全体合伙人变更决定书》，同意吴瑞将其持有的康凡投资人民币 13 万元的出资份额转让给张平。

2021 年 3 月 8 日，康凡投资全体合伙人就本次合伙企业出资份额转让事宜对合伙协议进行修改，并签署了合伙协议修正案。

2021 年 3 月 17 日，康凡投资就本次合伙份额转让及合伙人变更等事宜完成工商变更登记备案手续。

本次变更完成后，康凡投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	何家乐	普通合伙人	0.07	0.01%
2	李梅	有限合伙人	84.50	8.67%
3	盛欣	有限合伙人	52.00	5.33%
4	沈琴	有限合伙人	39.00	4.00%
5	邵光山	有限合伙人	39.00	4.00%
6	程立涛	有限合伙人	38.94	3.99%
7	赵琴	有限合伙人	32.50	3.33%
8	王祎枫	有限合伙人	32.50	3.33%
9	朱长云	有限合伙人	32.50	3.33%
10	陈玉玲	有限合伙人	26.00	2.67%
11	曹云萍	有限合伙人	26.00	2.67%
12	徐翔	有限合伙人	26.00	2.67%
13	徐跃华	有限合伙人	26.00	2.67%
14	刘先翠	有限合伙人	26.00	2.67%
15	祖正华	有限合伙人	19.50	2.00%
16	黄超	有限合伙人	19.50	2.00%
17	孔晖	有限合伙人	19.50	2.00%
18	姚新山	有限合伙人	19.50	2.00%
19	张玲	有限合伙人	19.50	2.00%
20	产文品	有限合伙人	19.50	2.00%
21	杨建	有限合伙人	19.50	2.00%
22	麻译文	有限合伙人	19.50	2.00%
23	王勇	有限合伙人	19.50	2.00%
24	王冰岩	有限合伙人	19.50	2.00%
25	唐纪康	有限合伙人	19.50	2.00%
26	张平	有限合伙人	19.50	2.00%
27	王松	有限合伙人	13.00	1.33%
28	祝康	有限合伙人	13.00	1.33%
29	王娟枝	有限合伙人	13.00	1.33%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
30	唐颖	有限合伙人	13.00	1.33%
31	李彪	有限合伙人	13.00	1.33%
32	司翠侠	有限合伙人	13.00	1.33%
33	唐习明	有限合伙人	13.00	1.33%
34	顾玉洁	有限合伙人	13.00	1.33%
35	王秀梅	有限合伙人	13.00	1.33%
36	徐文彬	有限合伙人	13.00	1.33%
37	陆涵	有限合伙人	13.00	1.33%
38	汪丽	有限合伙人	13.00	1.33%
39	史宏燕	有限合伙人	13.00	1.33%
40	陶兰兰	有限合伙人	13.00	1.33%
41	彭瑞	有限合伙人	13.00	1.33%
42	方荣挥	有限合伙人	13.00	1.33%
43	周婷婷	有限合伙人	13.00	1.33%
44	李莉莉	有限合伙人	13.00	1.33%
45	吴娟娟	有限合伙人	13.00	1.33%
46	徐红梅	有限合伙人	6.50	0.67%
47	汪东方	有限合伙人	6.50	0.67%
合计			**975.00**	**100.00%**

（4）员工持股平台实际控制人、份额持有人情况及在发行人处任职情况

①胜凡投资的实际控制人、份额持有人情况及在发行人处任职情况

截至 **2021 年 6 月 30 日，胜凡投资的实际控制人为何家乐**。胜凡投资的合伙人构成**及在发行人任职**情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
1	何家乐	董事长、总经理	0.05	0.003%	普通合伙人
2	邵光山	汇达药业副总经理	160.00	10.53%	有限合伙人
3	殷俊	董事、副总经理、商采中心总经理	150.00	9.87%	

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
4	赵春水	副总经理、营销中心总经理	150.00	9.87%	
5	蔡培	汇达药业常务副总经理	125.00	8.22%	
6	王庆生	汇达药业负责人	125.00	8.22%	
7	郑重	营销中心事业一部总经理	40.00	2.63%	
8	卢新	营销中心事业一部省区经理	40.00	2.63%	
9	彭正全	营销中心副总经理	35.00	2.30%	
10	徐红梅	商采中心副总经理	30.00	1.97%	
11	郑自成	商采中心采购总监	30.00	1.97%	
12	周兵	营销中心总监	30.00	1.97%	
13	李莉莉	监事会主席、行政副总经理	30.00	1.97%	
14	彭芳	质量负责人	25.00	1.64%	
15	许嘉	营销中心事业四部总经理	25.00	1.64%	
16	余秀兰	营销中心事业二部副总经理	25.00	1.64%	
17	袁伟侠	营销中心事业三部总经理	25.00	1.64%	
18	汪东方	营销中心事业一部副总经理	25.00	1.64%	
19	万磊	商采中心采购总监	20.00	1.32%	
20	章成军	财务部经理	20.00	1.32%	
21	唐连莲	营销中心办公室经理	20.00	1.32%	
22	储妙娟	安徽国胜营运部总监	20.00	1.32%	
23	秦庆雨	营销中心事业一部省区经理	20.00	1.32%	
24	黄春健	营销中心事业一部省区经理	20.00	1.32%	
25	韦能兵	江苏国胜总经理	20.00	1.32%	
26	谭洪君	营销中心事业一部省区经理	20.00	1.32%	
27	吴冬	商采中心采购总监	20.00	1.32%	
28	黄帅	汇达药业仓储部总监	15.00	0.99%	
29	汤雪青	财务部副经理	15.00	0.99%	
30	房雯雯	营销中心事业一部省区经理	15.00	0.99%	
31	方梅	营销中心事业一部销售经理	15.00	0.99%	
32	丁召龙	河南国胜副总经理	15.00	0.99%	
33	张洪根	营销中心事业一部销售总监	15.00	0.99%	
34	吴海军	营销中心事业二部省区经理	15.00	0.99%	
35	李应征	营销中心事业二部销售部经理	15.00	0.99%	
36	林李新	仓储部主任	10.00	0.66%	

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
37	孔维兵	商采中心采购经理	10.00	0.66%	
38	史宏燕	审计部副经理	10.00	0.66%	
39	王灿	营销中心事业三部销售经理	10.00	0.66%	
40	李朋辉	营销中心事业一部省区经理	10.00	0.66%	
41	谢雷	营销中心事业三部省区经理	10.00	0.66%	
42	杨爱龙	汇达药业销售经理	10.00	0.66%	
43	芮伟	营销中心事业一部省区经理	10.00	0.66%	
44	彭锦	营销中心事业二部地区经理	10.00	0.66%	
45	钟春燕	营销中心事业二部市场部培训经理	10.00	0.66%	
46	许令道	营销中心销售经理	10.00	0.66%	
47	冯强	营销中心事业二部省区经理	10.00	0.66%	
48	鄂玲玲	营销中心事业二部省区经理	10.00	0.66%	
49	张平	营销中心事业二部总经理	10.00	0.66%	
50	程立涛	安庆国胜负责人	9.95	0.65%	
合计			**1,520.00**	**100.00%**	-

②福曼医投资的实际控制人、份额持有人情况及在发行人处任职情况

截至 **2021 年 6 月 30 日，福曼医投资的实际控制人为何家乐。**福曼医投资的合伙人构成**及在发行人任职**情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
1	何家乐	董事长、总经理	0.05	0.004%	普通合伙人
2	程立涛	安庆国胜负责人	185.10	14.46%	有限合伙人
3	盛欣	芜湖国胜负责人	155.00	12.11%	
4	卢兴刚	安徽国胜常务副总经理	125.00	9.77%	
5	孙福安	监事、安徽国胜财务经理	50.00	3.91%	
6	杨云	亳州国胜负责人	50.00	3.91%	
7	周宏	安徽国胜质量副总经理	50.00	3.91%	
8	沈琴	安徽国胜行政总监	40.00	3.13%	
9	朱红艳	安徽国胜商采副总经理	40.00	3.13%	
10	陈旭玲	安徽国胜商采中心总监	40.00	3.13%	
11	王彬	安徽国胜拓展部总监	40.00	3.13%	

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
12	胡良臣	汇达药业营运部总监	40.00	3.13%	
13	林春	信息技术部总监	40.00	3.13%	
14	廖春雷	安徽国胜淮北区域经理	40.00	3.13%	
15	郑会梅	安庆国胜副总经理	30.00	2.34%	
16	何家伦	董事、副总经理	29.85	2.33%	
17	沈照君	汇达药业财务部经理	25.00	1.95%	
18	汪云	安徽国胜营运部片区经理	25.00	1.95%	
19	翁昌菊	芜湖国胜副总经理	25.00	1.95%	
20	滕士梅	安徽国胜合肥区域大区总监	25.00	1.95%	
21	李圣善	安徽国胜合肥区域大区总监	25.00	1.95%	
22	李平平	安徽国胜电商中心总监	25.00	1.95%	
23	黄莲莲	证券事务代表、行政部经理	20.00	1.56%	
24	刘见侠	安徽国胜培训部经理	20.00	1.56%	
25	吴娟娟	监事、安徽国胜行政经理	20.00	1.56%	
26	张伦琳	江苏国胜营运部经理	20.00	1.56%	
27	陈莉	安徽国胜六安区域负责人	20.00	1.56%	
28	朱彩侠	安徽国胜质量部经理	20.00	1.56%	
29	高立	汇达药业储运部主任	20.00	1.56%	
30	窦康	安徽国胜拓展部经理	20.00	1.56%	
31	陈仁东	安徽国胜合肥区域大区总监	15.00	1.17%	
合计			**1,280.00**	**100.00%**	-

③康凡投资的实际控制人、份额持有人情况及在发行人处任职情况

截至 **2021 年 6 月 30 日，康凡投资的实际控制人为何家乐。**康凡投资的合伙人构成**及在发行人任职**情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
1	何家乐	董事长、总经理	0.07	0.01%	普通合伙人
2	李梅	董事会秘书、财务总监	84.50	8.67%	有限合伙人
3	盛欣	芜湖国胜负责人	52.00	5.33%	
4	沈琴	安徽国胜行政总监	39.00	4.00%	
5	邵光山	汇达药业副总经理	39.00	4.00%	
6	程立涛	安庆国胜负责人	38.94	3.99%	

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
7	赵琴	安徽国胜人事部经理	32.50	3.33%	
8	王祎枫	芜湖国胜拓展部经理	32.50	3.33%	
9	朱长云	安徽国胜片区经理	32.50	3.33%	
10	陈玉玲	安徽国胜人事部副总监	26.00	2.67%	
11	曹云萍	安徽国胜合肥区域大区经理	26.00	2.67%	
12	徐翔	安徽国胜信息部总监	26.00	2.67%	
13	徐跃华	汇达药业信息部副经理	26.00	2.67%	
14	刘先翠	安徽国胜片区经理	26.00	2.67%	
15	祖正华	商采中心采购总监	19.50	2.00%	
16	黄超	营销中心事业二部省区经理	19.50	2.00%	
17	孔晖	安徽国胜片区经理	19.50	2.00%	
18	姚新山	安徽国胜培训部经理	19.50	2.00%	
19	张玲	安徽国胜片区经理	19.50	2.00%	
20	产文品	安徽国胜储运部副主任	19.50	2.00%	
21	杨建	安徽国胜储运部副主任	19.50	2.00%	
22	麻译文	安徽国胜电商平台运营经理	19.50	2.00%	
23	王勇	安徽国胜电商平台运营经理	19.50	2.00%	
24	王冰岩	安徽国胜庐江区域大区经理	19.50	2.00%	
25	唐纪康	营销中心事业一部市场部培训经理	19.50	2.00%	
26	张平	营销中心事业二部总经理	**19.50**	**2.00%**	
27	祝康	设计部经理	13.00	1.33%	
28	王娟枝	汇达药业质量负责人	13.00	1.33%	
29	唐颖	营销中心事业二部省区经理	13.00	1.33%	
30	李彪	营销中心事业四部大区经理	13.00	1.33%	
31	司翠侠	营销中心办公室副经理	13.00	1.33%	
32	唐习明	营销中心事业一部省区经理	13.00	1.33%	
33	顾玉洁	营销中心事业一部销售部经理	13.00	1.33%	
34	王秀梅	营销中心事业一部市场部培训经理	13.00	1.33%	
35	徐文彬	营销中心事业一部市场部经理	13.00	1.33%	
36	陆涵	安徽国胜财务部副经理	13.00	1.33%	
37	汪丽	商采中心商管部副经理	13.00	1.33%	

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
38	陶兰兰	汇达药业客户经理	13.00	1.33%	
39	彭瑞	审计部经理	13.00	1.33%	
40	方荣挥	安徽国胜财务部经理	13.00	1.33%	
41	周婷婷	安徽国胜会员中心经理	13.00	1.33%	
42	李莉莉	监事会主席、行政副总经理	13.00	1.33%	
43	史宏燕	审计部副经理	13.00	1.33%	
44	王松	行政部主管	13.00	1.33%	
45	吴娟娟	监事、安徽国胜行政经理	13.00	1.33%	
46	汪东方	营销中心事业一部副总经理	6.50	0.67%	
47	徐红梅	商采中心副总经理	6.50	0.67%	
合计			**975.00**	**100.00%**	-

2、员工持股平台入股发行人定价依据及公允性，份额持有人资金来源的合规性及确认股份支付情况

（1）2017 年 12 月，胜凡投资、福曼医投资向发行人增资

2017 年 12 月，胜凡投资以人民币 1,520 万元认购发行人新增股份 304 万股；福曼医投资以人民币 1,280 万元认购发行人新增股份 256 万股，本次增资价格为 5 元/股。本次增资的定价依据系参考市场化公允价值，结合股权激励之目的，各方协商确定本次增资价格为 5 元/股，具有合理性。本次增资资金来源为各合伙企业合伙人缴纳的出资款，根据各合伙人出具的书面确认，资金来源均为其自有或自筹资金，出资来源合规。

（2）2018 年 12 月，康凡投资向发行人增资

2018 年 12 月，康凡投资以人民币 975 万元认购发行人新增股份 150 万股，增资价格为 6.5 元/股。本次增资的定价依据系参考市场化公允价值，结合股权激励之目的，各方协商确定本次增资价格为 6.5 元/股，具有合理性。本次增资资金来源为各合伙企业合伙人缴纳的出资款，根据各合伙人出具的书面确认，资金来源均为其自有或自筹资金，出资来源合规。

（3）股份支付情况

发行人员工持股平台胜凡投资、福曼医投资、康凡投资相关股份支付确认情况如下：

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，“企业授予职工期权、认股权证等衍生工具或其他权益工具，对职工进行激励或补偿，以换取职工提供的服务”的要求及实施要件。《企业会计准则第 11 号—股份支付》所规范的以权益结算的股份支付，确认和计量原则为：按股份在授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关的资产成本或当期费用，同时计入资本公积。

2017 年度至 2020 年度分别形成 1,407.71 万元、1,412.52 万元、352.00 万元和 261.84 万元股份支付费用。

①2017 年 12 月，发行人增资行为部分构成股份支付

2017 年 12 月，公司资本公积转增股本完成后，同步进行增资，股本总额由 9,440.00 万股增加至 10,000.00 万股，其中：胜凡投资认购新增股份 304.00 万股；福曼医投资认购新增股份 256.00 万股。本次增资的认购单价均为 5 元/股，参照 2017 年 10 月华泰大健康的入股价格 7.9450 元/股作为公允价值，进行股份支付处理。相应计入公司当期管理费用并调整资本公积的金额如下：

单位：万股、元/股、万元

增资方	增加股本	单价	增资金额	实控人份额		激励份额	计提管理费用及调整资本公积金数额
胜凡投资	304.00	5.00	1,520.00	何家乐	9.00	295.00	868.78
福曼医投资	256.00	5.00	1,280.00	何家乐	1.00	183.00	538.94
				何家伦	72.00		
合计	**560.00**	**5.00**	**2,800.00**		**82.00**	**478.00**	**1,407.71**

由于总股本的增加，实际控制人未取得超过其原持股比例的新增股份，因此实际控制人所持平台份额不构成股份支付。

②2018 年 12 月，发行人增资行为部分构成股份支付

2018 年 12 月，公司增资，股本总额由 11,111.1111 万股增加至 11,886.7284 万股，其中：康凡投资认购新增股份 150.00 万股，认购单价 6.50 元/股；苏州赛富认购新股 625.6173 万股，认购单价 15.98 元/股。参照苏州赛富入股价格作为

公允价值，对康凡投资低价入股进行股份支付处理。相应计入公司当期管理费用并调整资本公积的金额如下：

单位：万股、元/股、万元

增资方	增加股本	单价	增资金额	实控人份额		激励份额	计提管理费用及调整资本公积金数额
康凡投资	150.00	6.50	975.00	何家乐	1.00	149.00	1,412.52
合计	**150.00**	**6.50**	**975.00**		**1.00**	**149.00**	**1,412.52**

由于总股本的增加，实际控制人未取得超过其原持股比例的新增股份，因此实际控制人所持平台份额不构成股份支付。

③发行人持股平台股份授予或离职员工将所持股份转让给实际控制人指定的其他员工，构成股份支付

报告期内，员工持股平台份额变化有两方面原因：（1）实际控制人将所持部分份额转让给员工；（2）离职员工根据《激励股权授予协议》将已经取得的激励股权，公司董事会或持股平台普通合伙人有权要求激励对象将其届时拥有的持股平台权益份额转让给持股平台普通合伙人或公司董事会指定的其他第三人，转让价格为该等激励股权的行权对价加上以 8%的年利率（单利）计算的利息。

上述持股平台份额转让价格与转让时点外部投资者入股价格存在差异，符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》所规范的以权益结算的股份支付。报告期内，员工持股平台内部转让情况如下：

单位：万股、元/股、万元

年度	持股平台	时间	转让方	受让方	股份数量	转让单价	公允价值	原因	计提管理费用及调整资本公积金数额
2018 年度	**胜凡**	**2018 年 7 月**	**何家乐**	**邵光山**	**32.00**	**12**	**2018 年 5 月阿里入股 12 元/股**	**实控人激励员工**	**0.00**
	福曼医	2018 年 7 月	何家伦	盛欣	31.00	12	2018 年 5 月阿里入股 12 元/股	实控人激励员工	0.00
2019 年度	胜凡	2019 年 9 月	何家乐	王庆生	25.00	12	2019 年 12 月时达入股 18 元/股	实控人激励员工	150.00
	福曼医	2019 年 9 月	何家伦	廖春雷	8.00	5	2019 年 12 月时达入股 18 元/股	实控人激励员工	104.00
			何家伦	窦康	4.00	5		实控人激励员工	52.00
	康凡	2019 年 10 月	何家乐	刘先翠	4.00	6.5	2019 年 12 月时达入股 18 元/股	离职员工转让（经实控人）	46.00

年度	持股平台	时间	转让方	受让方	股份数量	转让单价	公允价值	原因	计提管理费用及调整资本公积金数额
2020 年度	胜凡	2020 年 5 月	张锦	张平	2.00	5.89	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	离职员工转让	27.98
		2020 年 11 月	何家乐	程立涛	1.99	18	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	实控人激励员工	3.75
	福曼医	2020 年 11 月	何家乐	程立涛	3.99	18	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	实控人激励员工	7.52
			何家伦	程立涛	33.03	18		实控人激励员工	62.28
	康凡	2020 年 4 月	孙文可	王松	2.00	7.15	2019 年 12 月时达入股 18 元/股	离职员工转让	21.71
			张锦	张平	1.00	7.12		离职员工转让	10.88
			凌林	徐红梅	1.00	7.11		离职员工转让	10.89
			凌林	汪东方	1.00	7.11		离职员工转让	10.89
			苏惠洁	史宏燕	2.00	7.13		离职员工转让	21.75
			何家乐	李莉莉	2.00	6.50		离职员工转让（经实控人）	23.00
		2020 年 10 月	何家乐	程立涛	5.99	18	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	实控人激励员工	11.29
		2020 年 10 月	吴佳	沈琴	2.00	7.41	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	离职员工转让	24.94
			吴佳	吴娟娟	2.00	7.41		离职员工转让	24.94

综上，报告期内，公司股份支付费用汇总如下：

单位：万股、元/股、万元

年度	事件	激励数量	公允价值	激励单价	股份支付费用
2017 年	胜凡增资	295.00	7.9450	5.00	868.78
	福曼医增资	183.00	7.9450	5.00	538.94
	小计	**478.00**	-	-	**1,407.71**
2018 年	康凡增资	149.00	15.98	6.50	1,412.52
	小计	**149.00**	-	-	**1,412.52**
2019 年	实际控制人授予与离职员工转让	41.00	18.00	5.00、6.50、12.00	352.00
	小计	**41.00**	**18.00**	5.00、6.50、12.00	**352.00**
2020 年	实际控制人授予与离职员工转让	60.00	18.00、19.89	5.89 至 18.00	261.84
	小计	**60.00**	**18.00、19.89**	5.89 至 18.00	**261.84**
合计					**3,434.07**

因此，报告期内，发行人已就员工持股平台入股及内部份额变动足额计提了股份支付费用，符合《企业会计准则》相关规定。

（六）补充披露阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资的基本情况，上述主体之间以及与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、主要客户、供应商间是否存在关联关系，入股定价依据及合理性；

发行人已在招股说明书“第五节/七/（一）/3、持股平台”、“第五节/七/（二）/1、阿里健康”、“第五节/七/（二）/2、赛富投资”、“第五节/十/（五）/1、新增股东基本情况”、“第五节/十/（八）阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资入股定价依据及合理性”中进行了补充披露。

1、阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资的基本情况

（1）阿里健康

①基本情况

企业名称	阿里健康科技（中国）有限公司
企业类型	有限责任公司（台湾港澳法人独资）
统一社会信用代码	91110105336420260L
成立时间	2015 年 8 月 3 日
注册资本	80,000 万元
实收资本	58,000 万元
法定代表人	朱顺炎
住所	北京市朝阳区望京东园四区 7 号楼 15 层 1506 室
经营范围	计算机技术转让、技术咨询、技术服务；企业管理咨询；市场营销策划；商务咨询；医院管理（不含诊疗服务）；批发医疗器械 I 类；计算机系统服；软件开发；软件技术咨询；开发网络及通讯产品技术；计算机系统集成；批发日用品百货、服装、玩具、文化用品、电子产品、通讯设备、计算机软件及辅助设备、家用电器、体育用品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）及以上物品的进出口业务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；设计、制作、代理、发布广告；出租办公用房。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市

	产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

②股东构成情况

截至 **2021 年 6 月 30 日**，阿里健康的股东构成情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	阿里健康（香港）科技有限公司	80,000.00	100.00%
合计		**80,000.00**	**100.00%**

③主营业务情况

阿里健康的最终持有人为 Alibaba Health Information Technology Limited（阿里健康信息技术有限公司，以下简称“阿里健康信息”），其系香港联交所上市公司，股票代码为 00241，阿里健康系其在境内的主要运营实体，该实体与其关联公司主要从事互联网医疗医药电商等业务的技术服务。

（2）苏州赛富

①基本情况

企业名称	苏州赛富璞鑫医疗健康产业投资中心（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320500MA1N9CXD83
成立时间	2017 年 1 月 5 日
认缴出资额	58,135.6 万元
实缴出资额	58,135.6 万元
执行事务合伙人	苏州赛富璞鑫创业投资中心（有限合伙）
委派代表	徐航
住所	苏州吴中经济开发区越溪街道塔韵路 178 号 1 幢 2 层
经营范围	医疗健康产业投资、企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②合伙人构成情况

截至 **2021 年 6 月 30 日**，苏州赛富的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	苏州赛富璞鑫创业投资中心（有限合伙）	575.60	0.99%	普通合伙人
2	泰康人寿保险有限责任公司	10,000.00	17.20%	有限合伙人
3	苏州市吴中金融控股有限公司	10,000.00	17.20%	
4	百年人寿保险股份有限公司	10,000.00	17.20%	
5	中英人寿保险有限公司	10,000.00	17.20%	
6	苏州吴中经济技术开发区创业投资引导基金有限公司	9,300.00	16.00%	
7	宁波坤元道华投资合伙企业（有限合伙）	5,060.00	8.70%	
8	宁波坤元道业投资合伙企业（有限合伙）	2,500.00	4.30%	
9	苏州吴中经济技术开发区创业投资引导基金管理中心	700.00	1.20%	
合计		**58,135.60**	**100.00%**	-

③主营业务情况

苏州赛富主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

苏州赛富已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：ST5855）。天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）作为基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：P1000661）。

（3）时达投资

①基本情况

企业名称	合肥时达股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340111MA2UCH1L8B
成立时间	2019 年 12 月 5 日
认缴出资额	2,376.18 万元
实缴出资额	2,376.18 万元
执行事务合伙人	何家乐
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 B 幢 6 楼
经营范围	股权投资；实业投资。（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合伙人构成情况

截至 2021 年 6 月 30 日，时达投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	何家乐	0.18	0.0076%	普通合伙人
2	亳州市高新区盛龙商贸合伙企业（普通合伙）	2,376.00	99.9924%	有限合伙人
合计		**2,376.18**	**100.00%**	-

截至 2021 年 6 月 30 日，亳州市高新区盛龙商贸合伙企业（普通合伙）的合伙人及出资情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	盖国峰	792.00	33.33%	普通合伙人
2	盖国盛	792.00	33.33%	普通合伙人
3	盖国鹏	792.00	33.33%	普通合伙人
合计		**2,376.00**	**100.00%**	-

③主营业务情况

时达投资系发行人为收购亳州国胜股权所设的持股平台，根据安徽国胜与交易对手方于 2019 年 12 月签订的《收购协议之补充协议》约定，腾龙商贸实际控制人通过持股平台方式以 18 元/股认购发行人新增股本 132 万股，折合持股平台出资额 2,376 万元。除持有发行人股份外，不存在其他经营业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

时达投资不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，亦不存在委托其他任何管理机构受托管理资产的情形或行为，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所定义的私募投资基金，无需履行基金备案程序。

（4）天凯投资

①基本情况

企业名称	苏州吴中区天凯汇达股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320506MA1XF24W34
成立时间	2018 年 11 月 9 日
认缴出资额	80,000 万元
执行事务合伙人	苏州市吴中创业投资有限公司
委派代表	杨冬琴
住所	苏州吴中经济开发区越溪街道吴中大道 1368 号 3 幢 12 层 1205
经营范围	股权投资，创业投资，企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②合伙人构成情况

截至 **2021 年 6 月 30 日**，天凯投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	苏州市吴中创业投资有限公司	100.00	0.13%	普通合伙人
2	苏州吴中经济技术开发区创业投资引导基金有限公司	15,800.00	19.75%	有限合伙人
3	苏州市吴中金融控股有限公司	15,300.00	19.13%	
4	苏州市建筑科学研究院集团股份有限公司	12,000.00	15.00%	
5	袁永刚	12,000.00	15.00%	
6	苏州创慧投资有限公司	8,800.00	11.00%	
7	东吴创新资本管理有限责任公司	8,000.00	10.00%	
8	苏州电器科学研究院股份有限公司	8,000.00	10.00%	
合计		**80,000.00**	**100.00%**	-

③主营业务情况

天凯投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

天凯投资为已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：SEL656）。苏州吴中融玥投资管理有限公司作为基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：P1009219）。

（5）黄山赛富

①基本情况

企业名称	黄山赛富旅游文化产业发展基金（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91341000MA2RF5U44N
成立时间	2018 年 1 月 5 日
认缴出资额	100,000 万元
实缴出资额	100,000 万元
执行事务合伙人	黄山赛富基金管理有限责任公司
委派代表	阎焱
住所	黄山市屯溪区迎宾大道 54 号
经营范围	股权投资；投资咨询及投资管理服务。（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）

②合伙人构成情况

截至 **2021 年 6 月 30 日**，黄山赛富的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	**出资人名称**	**出资额**	**出资比例**	**合伙人性质**
1	黄山赛富基金管理有限责任公司	1,000.00	1.00%	普通合伙人
2	深圳金晟硕恒创业投资中心（有限合伙）	40,000.00	40.00%	有限合伙人
3	中银资产管理有限公司	35,000.00	35.00%	
4	黄山旅游发展股份有限公司	24,000.00	24.00%	
合计		**100,000.00**	**100.00%**	-

黄山赛富的执行事务合伙人为黄山赛富基金管理有限责任公司，其基本情况如下：

企业名称	黄山赛富基金管理有限责任公司
企业类型	其他有限责任公司
统一社会信用代码	91341000MA2N3PFQ4L
成立时间	2016 年 11 月 21 日
注册资本	1,000 万元
法定代表人	阎安生
住所	安徽省黄山市屯溪区华山路 31 号
经营范围	股权投资，与股权相关的债权投资；投资顾问、投资管理，投资咨询。（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）

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

黄山赛富主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

黄山赛富已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：SCK482）。天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）作为其基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：P1000661）。黄山赛富实际控制人为阎焱。

（6）腾元投资

①基本情况

企业名称	嘉兴腾元投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330402MA28AJ2T4U
成立时间	2016 年 7 月 25 日
认缴出资额	14,000 万元
实缴出资额	4,724.9344 万元
执行事务合伙人	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）
委派代表	阎焱
住所	浙江省嘉兴市南湖区南江路 1856 号基金小镇 2 号楼 102 室-46
经营范围	实业投资、投资管理。

②合伙人构成情况

截至 **2021 年 6 月 30 日**，腾元投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	**出资人名称**	**出资额**	**出资比例**	**合伙人性质**
1	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）	100.00	0.71%	普通合伙人
2	阎安生	13,900.00	99.29%	有限合伙人
合计		**14,000.00**	**100.00%**	-

腾元投资的执行事务合伙人为天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙），其基本情况如下：

企业名称	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	911201166759810703

成立时间	2008 年 7 月 2 日
认缴出资额	10,000 万元
执行事务合伙人	天津喜玛拉雅投资咨询有限公司
委派代表	阎焱
住所	天津经济技术开发区第二大街 57 号泰达 MSD-G1 座 9 层 903 单元 C30
经营范围	投资咨询。国家有专营、专项规定的按专营专项规定办理。

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

腾元投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

腾元投资已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：SR0274）。天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）作为其基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：P1000661）。腾元投资实际控制人为阎焱。

（7）长菁投资

①基本情况

企业名称	北京道同长菁投资管理中心（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	911101085790352790
成立时间	2011 年 7 月 15 日
认缴出资额	10,100 万元
实缴出资额	5,746.3 万元
执行事务合伙人	天津喜玛拉雅投资咨询有限公司
委派代表	赵钧
住所	北京市海淀区阜石路 69 号 1 号楼 4 层 7B125（非市场）
经营范围	投资管理；投资咨询。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；下期出资时间 2020 年 12 月 31 日；市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 6 月 30 日，长菁投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	天津喜玛拉雅投资咨询有限公司	100.00	0.99%	普通合伙人
2	赵钧	5,442.00	53.88%	有限合伙人
3	夏萌	4,558.00	45.13%	
合计		**10,100.00**	**100.00%**	-

长菁投资的执行事务合伙人为天津喜玛拉雅投资咨询有限公司，其基本情况如下：

企业名称	天津喜玛拉雅投资咨询有限公司
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91120116675958188X
成立时间	2008 年 6 月 6 日
注册资本	240 万元
法定代表人	阎焱
住所	天津经济技术开发区第二大街 57 号泰达 MSD-G1 座 9 层 903 单元 C12
经营范围	投资咨询。（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）

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

长菁投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

长菁投资不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形、亦未担任任何私募投资基金的管理人，不符合《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条对于“私募股权投资基金”的规定，无需按照《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法规履行登记备案程序。长菁投资的实际控制人为阎焱。

（8）华西投资

①基本情况

企业名称	华西银峰投资有限责任公司

企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	91310000057678269E
成立时间	2012 年 11 月 30 日
认缴出资额	**200,000** 万元
实缴出资额	**150,000** 万元
法定代表人	杨炯洋
住所	**上海市虹口区杨树浦路 138 号 6 楼 602 室 D**
经营范围	金融产品投资，股权投资。（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股东构成情况

截至 **2021 年 6 月 30 日**，华西投资的股东构成情况如下：

序号	**股东名称**	**出资额（万元）**	**出资比例**
1	华西证券股份有限公司	**200,000.00**	100.00%
合计		**200,000.00**	**100.00%**

华西投资系华西证券股份有限公司的全资子公司，华西证券股份有限公司的基本情况如下：

企业名称	华西证券股份有限公司
企业类型	股份有限公司（上市、国有控股）
统一社会信用代码	91510000201811328M
成立时间	2000 年 7 月 13 日
注册资本	262,500 万元
法定代表人	杨炯洋
住所	成都市高新区天府二街 198 号
经营范围	许可经营项目：证券经纪；证券投资咨询；与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问；证券承销与保荐；证券自营；证券资产管理；证券投资基金代销；融资融券；代销金融产品；为期货公司提供中间介绍业务；中国证监会批准的其他业务。（以上项目及期限以许可证为准）。（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）

华西证券股份有限公司是一家 A 股上市公司，其证券简称为“华西证券”，证券代码为“002926”；其实际控制人为泸州市人民政府国有资产监督管理委员会。

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

华西投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

华西投资不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形、亦未担任任何私募投资基金的管理人，不符合《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条对于“私募股权投资基金”的规定，无需按照《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法规履行登记备案程序。

2、上述主体之间以及与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、主要客户、供应商间存在的关联关系情况

上述主体之间以及与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员之间存在的关联关系如下：

序号	股东名称	关联关系
1	阿里健康	发行人董事沈涤凡为阿里健康提名的董事，目前任阿里健康首席运营官
2	苏州赛富	苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资为同一实际控制人控制的企业； 发行人董事鲁勖为苏州赛富提名的董事
	黄山赛富	
	腾元投资	
	长菁投资	
3	时达投资	时达投资系发行人控股股东、实际控制人何家乐任普通合伙人、执行事务合伙人的企业；与发行人其他股东胜凡投资、福曼医投资、康凡投资系受何家乐同一控制下的合伙企业

此外，发行人与阿里健康关联方支付宝、天猫、饿了么、阿里云等服务平台，以及阿里健康旗下批发企业杭州礼和存在日常经营交易。具体详见招股说明书第七节/十/（二）关联交易/2、经常性关联交易。

除前述关联关系，阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资之间以及与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要客户、供应商之间不存在其他关联关系。

3、阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资入股定价依据及合理性

阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资入股定价依据及合理性如下：

序号	时间	入股股东	入股价格	定价依据	定价合理性
1	2018 年 5 月	阿里健康	12 元/股	PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商，确定公司投后估值 133,333 万元	经专业投资机构分析与决策，以及相关方友好协商基础上确定，并经相关方书面确认价格的合理性
2	2018 年 12 月	苏州赛富	15.98 元/股	PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商，确定公司投后估值 190,000 万元	经专业投资机构分析与决策，以及相关方友好协商基础上确定，并经相关方书面确认价格的合理性
3	2019 年 12 月	时达投资	18 元/股	参考同行业可比公司估值、前次 PE 机构投入入股价格，经相关方友好协商，确定每股价格 18 元/股，折合投后公司估值 21.63 亿元	参考同行业可比公司估值，并在前次 PE 机构投入入股价格基础上一定上浮，经相关方友好协商确定，并经相关方书面确认价格的合理性
4	2020 年 2 月	苏州赛富、天凯投资	15.81 元/股	PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商，确定公司投后估值 190,000 万元	经专业投资机构分析与决策，各股东出于自愿原则，经相关方友好协商基础上确定，并经相关方书面确认价格的合理性
5	2020 年 9 月	黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资	19.89 元/股	PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商，确定公司投后估值 250,000 万元	经专业投资机构分析与决策，以及相关方友好协商基础上确定，并经相关方书面确认价格的合理性

（七）参照《审核问答》的相关内容，补充披露发行人及中介机构是否已针对申报前新增股东进行完整核查、披露并按规定承诺锁定期安排；

发行人已在招股说明书“第五节/七/（一）/3、持股平台”、“第五节/七/（二）/1、阿里健康”、“第五节/七/（二）/2、赛富投资”、“第五节/十/（五）/1、新增股东基本情况”、“第五节/十/（八）阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资入股定价依据及合理性”中进行了补充披露

申报前一年内，发行人通过增资方式新增 4 名股东，分别为黄山赛富、腾元投资、长菁投资和华西投资。**根据《审核问答》相关规定，发行人及中介机构已经针对申报前新增股东进行完整核查**，具体如下：

1、新增股东基本情况

新增股东黄山赛富、腾元投资、长菁投资和华西投资具体情况参见本回复意见问题六“一、（六）、1、阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资的基本情况”的相关内容。

2、新增股东的入股原因、取得股份的价格和定价依据

发行人有意通过引进投资者，进一步推动现有业务的发展，新股东亦有意对公司进行投资，系正常投资需求。

2020 年 9 月 20 日，华人健康与黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资签署《增资协议》，约定黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资分别以货币方式对公司增资 6,000 万元、1,000 万元、1,000 万元和 3,000 万元，合计 11,000 万元。本次增资价格为 19.89 元/股（对应投后整体估值为 250,000 万元），**系经 PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商确定。**

3、股权变动真实性

本次以增资方式引入新股东系各方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

4、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、经办人员的关联关系

发行人申报前一年新增股东中，黄山赛富、腾元投资、长菁投资与苏州赛富为同一实际控制人控制的企业，存在关联关系，发行人董事鲁勖为苏州赛富提名董事。新增股东与发行人其他股东的关联关系如下：

股东名称	持股数（股）	持股比例	关联关系
苏州赛富	18,623,266	5.48%	苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资为同一实际控制人控制的企业
黄山赛富	8,160,001	2.40%	
腾元投资	1,360,000	0.40%	
长菁投资	1,360,000	0.40%	

股东名称	持股数（股）	持股比例	关联关系
合计	**29,503,267**	**8.68%**	

除前述关联关系，发行人申报前一年新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、**本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员**之间不存在其他**亲属关系**、关联关系、**委托持股、信托持股或其他利益输送安排**。

5、新增股东的股东资格

黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资均为根据中国法律注册并有效存续的有限责任公司或有限合伙企业，不存在法律、法规规定的不适合担任发行人股东的情形，发行人申报前一年内新增股东具备法律、法规规定的股东资格。

6、新增股东股份锁定情况

发行人申报前一年内新增股东黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资已承诺，就本次发行前所持发行人股份自取得之日起 36 个月内不得转让。具体如下：

“（1）自华人健康首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在深圳证券交易所上市交易之日起 12 个月内（“限售期”），不转让本企业在华人健康首次公开发行前持有的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等，下同）。

（2）除上述限售安排外，本企业于 2020 年 9 月 22 日通过增资方式获得的华人健康股份，该等股份自取得之日起 36 个月内不得转让。

（3）本企业保证在限售期届满后减持本企业在华人健康首次公开发行前持有的股份的，将严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定执行。

（4）本企业愿意承担违背上述承诺而产生的法律责任。”

综上，发行人及中介机构已按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定针对申报前后新增股东进行完整核查并披露。

（八）发行人历史上是否存在股权代持、对赌协议，是否存在利益输送或其他安排；私募基金股东是否均已完成备案；发行人历次股权变动、整体变更、利润分配过程中各股东纳税申报情况；

1、发行人历史上不存在股权代持，涉及的对赌条款已终止，不存在利益输送或其他安排

根据发行人工商登记文件及发行人股东书面确认，发行人股权权属清晰，历史沿革中不存在股权代持情形。

发行人历次股权变动中，阿里健康、赛富投资、华泰大健康、华西投资、天凯投资五家投资机构（华泰大健康包括华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资，赛富投资包括苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资）投资入股发行人的相关协议中曾存在股份回购等特殊条款，截至本回复意见出具日，上述股份回购等特殊条款已解除，具体情况如下：

（1）对赌协议的签署情况

2017 年 8 月 16 日，华人健康及其股东与华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资签署《增资协议》（以下简称“增资协议 1”）。2017 年 8 月 16 日，华人健康及其股东与华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资签署《增资协议之补充协议》（以下简称“股东协议 1”），股东协议 1 中约定了回购等特殊条款。

2018 年 5 月 17 日，华人健康及其股东与阿里健康签署《增资协议》（以下简称“增资协议 2”）。2018 年 5 月 17 日，华人健康及其股东与阿里健康签署《股东协议》（以下简称“股东协议 2”），股东协议 2 中约定了回购等特殊条款。

2018 年 12 月 25 日，华人健康及其股东与苏州赛富签署《增资协议》（以下简称“增资协议 3”）。2018 年 12 月 25 日，华人健康及其股东与苏州赛富签署《股东协议》（以下简称“股东协议 3”），股东协议 3 中约定了回购等特殊条款。

2020 年 2 月，何家乐与苏州赛富签署《股权转让协议》（以下简称“股权转让协议 1”），约定何家乐将其持有的华人健康 63 万股股份转让给苏州赛富，并且受让方享有增资协议 3 及股东协议 3 项下所负担的权利义务，即包含相关对赌事项的权利义务；2020 年 2 月，华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资

与天凯投资签署《股权转让协议》（以下简称“股权转让协议 2”），约定华泰大健康将其合计持有的华人健康 103.8926 万股股份转让给天凯投资，同时，约定了受让方享有增资协议 1 及股东协议 1 项下所负担的权利义务，即包含相关对赌事项的权利义务。

2020 年 9 月 20 日，华人健康及其股东与黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资签署《增资协议》（以下简称“增资协议 4”）。2020 年 9 月 20 日，华人健康及其股东与黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资签署《股东协议》（以下简称“股东协议 4”），股东协议 4 中约定了回购等特殊条款。根据股东协议 4 约定，除股东协议 1 继续适用外，股东协议 4 取代各方在先的全部股东权利相关的约定，即股东协议 4 已经取代股东协议 2 和股东协议 3。

（2）对赌协议的解除情况

2021 年 3 月 25 日，公司与各股东签署《<关于安徽华人健康医药股份有限公司股东协议>之终止协议》，约定：

“①各方同意，自公司向证券发行监管机关提交的首次公开发行股票并上市申请获受理之日起终止《股东协议》（含当时生效的股东协议 1、股东协议 4），《股东协议》终止之日起，《股东协议》在各方之间失去效力，各方无需继续履行《股东协议》项下任何权利义务。

②各方确认，自《股东协议》终止日起，任何基于公司、创始人与各股东达成的在先协议或约定触发业绩对赌或股东特别权利条款而导致公司及其他相关方承担的既有义务（如有）或责任（如有），均予以豁免，并不再追究相关义务人的责任

③各方确认，于《股东协议》终止日，除依法享有《公司法》等相关法律、法规及《安徽华人健康医药股份有限公司章程》中规定的股东权利外，各方不享有其他特殊的股东权利。”

截至本回复意见出具日，发行人股东与发行人间不存在对赌协议，曾存在的股份回购等特殊条款约定已解除完毕，已终止了相关条款的法律效力。

综上，发行人股权权属清晰，历史沿革中不存在股权代持情形。发行人历史沿革中存在的与相关投资人的对赌协议已经终止，不存在保留效力恢复的条款。公司与相关方之间不存在利益输送或其他安排。

2、私募基金股东均已完成备案

截至本回复意见出具日，发行人股东中，华泰大健康一号和华泰大健康二号为证券公司直投基金，已在中国证券投资基金业协会备案，苏州赛富、黄山赛富、腾元投资及天凯投资为私募基金，已在中国证券投资基金业协会备案，上述股东的备案情况如下：

股东名称	证券公司直投基金/私募基金备案情况		管理机构/基金管理人登记情况		
	备案编号	备案日期	管理机构/基金管理人	登记编号	登记日期
苏州赛富	ST5855	2017.09.04	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）	P1000661	2014.03.25
黄山赛富	SCK482	2018.03.22			
腾元投资	SR0274	2017.01.25			
华泰大健康一号	S32514	2017.11.29	华泰紫金投资有限责任公司	PT2600011618	2015.10.27
华泰大健康二号	S32515	2017.11.29			
天凯投资	SEL656	2019.03.04	苏州吴中融玥投资管理有限公司	P1009219	2015.03.11

经核查，发行人现有股东中除上述私募基金股东需要履行备案手续外，其他非自然人股东阿里健康、福曼医投资、康凡投资、胜凡投资、时达投资、道兴投资、华西投资、长菁投资均不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形、亦未担任任何私募投资基金的管理人，不符合《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条对于“私募股权投资基金”的规定，无需按照《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法规履行登记备案程序。

3、发行人历次股权变动、整体变更、利润分配过程中各股东纳税申报情况

（1）发行人历次股权变动中各股东纳税申报情况

截至本回复意见出具之日，发行人历次股权变动过程中各股东纳税申报情况如下：

事项	具体情况	转让价格/增资价格	纳税申报情况
2005 年 4 月，安徽华仁第一次股权转让	上海玉安、郑敏瑶、新药研究院、胡旭、余国玉、吴景平、郭继红将持有的安徽华仁出资额转让给马从华、范吉平、吕焕军、范兴永	0.198 元/注册资本（对应整体估值 100 万元）	不涉及所得税缴纳
2006 年 10 月，安徽华人第二次股权转让	郑敏瑶、范吉平、吕焕军将持有的安徽华仁出资额转让给马从华	0.198 元/注册资本（对应整体估值 100 万元）	不涉及个人所得税缴纳
2008 年 7 月，安徽华仁第三次股权转让	马从华将持有的安徽华仁出资额转让给何家乐、何家裕	0.158 元/注册资本（对应整体估值 80 万元）	不涉及个人所得税缴纳
2008 年 10 月，安徽华仁第四次股权转让	马从华、何家乐、范兴永将持有的安徽华仁出资额转让给何家伦、何家裕、任放鸣	0.158 元/注册资本（对应整体估值 80 万元）	不涉及个人所得税缴纳
2009 年 10 月，安徽华仁第一次增资	何家乐、何家裕、何家伦、任放鸣认缴安徽华仁新增注册资本 500 万元	1 元/注册资本	增资事项不涉及个人所得税缴纳
2010 年 4 月，安徽华仁第二次增资	何家乐、何家裕、何家伦、任放鸣认缴安徽华仁新增注册资本 795 万元	1 元/注册资本	增资事项不涉及个人所得税缴纳
2011 年 4 月，安徽华仁第五次股权转让	任放鸣将持有的安徽华仁出资额转让给何家乐	1 元/注册资本	按照注册资本平价转让，未办理纳税申报
2011 年 7 月，安徽华仁第三次增资	何家乐、何家裕、何家伦认缴安徽华仁新增注册资本 600 万元	1 元/注册资本	增资事项不涉及个人所得税缴纳
2015 年 3 月，华人健康设立后第一次股份转让	何家裕将持有的华人健康股份转让给何家乐、何家伦	1.65 元/股（对应整体估值 4,000 万元）	已缴纳个人所得税
2017 年 3 月，华人健康设立后第一次增资	何家乐、何家伦认购华人健康新增注册资本 1,100 万元	1 元/股	增资事项不涉及个人所得税缴纳
2017 年 10 月，华人健康设立后第二次增资	华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资认购华人健康新增注册资本 7,500 万元	19.29 元/股（对应投后整体估值 75,000 万元）	增资事项不涉及所得税缴纳
2017 年 12 月，华人健康设立	全体股东以资本公积金转增的方式同比例认购新增	1 元/股	资本公积转增股本中的资本公积全部由股份公

事项	具体情况	转让价格/增资价格	纳税申报情况
后第三次增资	注册资本 5,551.11 万元		司股票发行溢价形成，发行人股东不需要就本次资本公积转增股本缴纳所得税
	胜凡投资、福曼医投资认购华人健康新增注册资本 560 万元	5 元/股	增资事项不涉及所得税缴纳
2018 年 5 月，华人健康设立后第四次增资	阿里健康认购华人健康新增注册资本 1,111.1111 万元	12 元/股（对应投后整体估值 133,333 万元）	增资事项不涉及所得税缴纳
2018 年 12 月，华人健康设立后第五次增资	苏州赛富认购华人健康新增注册资本 625.6173 万元	15.98 元/股（对应投后整体估值 190,000 万元）	增资事项不涉及所得税缴纳
	康凡投资认购华人健康新增注册资本 150 万元	6.5 元/股	增资事项不涉及所得税缴纳
2019 年 12 月，华人健康设立后第六次增资	时达投资认购公司新增注册资本 132.01 万元	18 元/股	增资事项不涉及所得税缴纳
2020 年 2 月，华人健康设立后第二次股份转让	华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资将持有的华人健康股份转让给天凯投资；何家乐将持有的华人健康股份转让给苏州赛富	15.81 元/股（对应整体估值 190,000 万元）	已缴纳所得税
2020 年 9 月，华人健康设立后第七次增资	黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资认购公司新增注册资本 553.1637 万元	19.89 元/股（对应投后整体估值 250,000 万元）	增资事项不涉及所得税缴纳
2020 年 12 月，华人健康设立后第八次增资	全体股东以资本公积金转增的方式同比例认购新增注册资本 21,428.0979 万元	1 元/股	资本公积转增股本中的资本公积全部由股份公司股票发行溢价形成，发行人股东不需要就本次资本公积转增股本缴纳所得税

（2）发行人整体变更时各股东纳税申报情况

2014 年 1 月 18 日，安徽华人健康医药股份有限公司创立大会暨第一次股东大会审议通过安徽华仁整体变更为股份公司的议案，以截至 2013 年 12 月 31 日安徽华仁经审计的账面净资产 27,533,982.41 元为基础，按 1:0.8717（四舍五入）

的比例折为股份公司股本 24,000,000 股，净资产超过股本部分计入资本公积，整体变更为股份有限公司。

发行人整体变更为股份有限公司过程中，公司的注册资本没有发生变化，各股东的持股数额及持股比例亦未发生变化，不涉及以盈余公积或未分配利润转增股本，不涉及纳税义务。

（3）发行人利润分配过程中各股东的纳税申报情况

截至本回复意见出具日，发行人历史上未进行过利润分配，不涉及纳税申报情况。

（九）请发行人按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》以及《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的相关规定，真实、准确、完整披露股东信息，出具专项说明或承诺；同时，请更新招股说明书，按要求增加披露信息并简要披露核查情况及结论。

发行人已在招股说明书“第五节/十/（九）关于《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》以及《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的核查情况”中进行了补充披露。

根据《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》（以下简称“《监管指引》”）及《监管规则适用指引——发行类第 2 号》（以下简称“《监管指引第 2 号》”）的要求，发行人已真实、准确、完整披露股东信息，并出具了《关于安徽华人健康医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市股东信息披露专项承诺》、《安徽华人健康医药股份有限公司关于证监会系统离职人员入股情况的专项说明》，同时就《监管指引》、《监管指引第 2 号》要求增加披露信息并简要披露核查情况及结论等相关信息，发行人已在招股说明书相关章节进行了补充披露。

保荐人及发行人律师已按照《监管指引》、《监管指引第 2 号》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，并分别于 2021 年 4 月 26 日、2021 年 7 月 12 日出具专项核查报告，主要内容如下：

1、关于股份代持

发行人股份权属清晰，历史沿革中不存在代持情形等未披露的股份安排，不存在权属纠纷及潜在纠纷，不存在影响和潜在影响发行人股权结构的事项或特殊安排。

发行人已在《招股说明书》“第五节发行人基本情况”相关内容中真实、准确、完整地披露了股东信息。

2、关于突击入股

发行人申报前 12 个月内存在通过增资扩股新增股东的情形，新增股东包括黄山赛富、腾元投资、长菁投资和华西投资。发行人已在招股说明书中充分披露提交申请前 12 个月内新增股东的基本情况、入股原因、入股价格及定价依据。发行人新增股东中，黄山赛富、腾元投资、长菁投资与苏州赛富为同一实际控制人控制的企业，存在关联关系，发行人董事鲁勖为苏州赛富提名董事，除前述关联关系，发行人申报前一年新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员之间不存在其他关联关系。发行人新增股东与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系或其他利益输送安排。发行人新增股东不存在代他人持有或委托他人代持其拥有的发行人股权情况。

发行人新增股东已按照《监管指引》的要求，承诺所持新增股份自取得之日起 36 个月内不得转让。

3、关于入股价格异常

发行人历次股东入股具有合理的背景和原因，入股形式、资金来源、支付方式合法合规，入股价格及定价依据具有合理性。

发行人历史沿革中不存在股东入股价格明显异常的情况。

4、关于股东适格性

（1）关于股东资格及关联关系

根据各机构股东的营业执照、公司章程/合伙协议、股东核查表、股权结构穿透表/图、各股东出具的关于股东适格、股权清晰等事项的承诺函等，以及国

家企业信用信息公示系统、企查查等公开渠道，结合各发行人股东出具的书面确认文件，除在专项核查报告中已披露无法穿透核查的情形外，直接或间接持有发行人股份的主体具备法律、法规规定的股东资格。

发行人股东华泰大健康一号、华泰大健康二号的执行事务合伙人为华泰证券股份有限公司下设的直投子公司华泰紫金投资有限责任公司，其与本次保荐机构华泰联合证券均为华泰证券股份有限公司控制的公司。道兴投资系华泰大健康跟投平台。根据《证券发行上市保荐业务管理办法》的规定，保荐机构与发行人之间并未因上述关系而构成关联保荐；保荐机构与发行人之间存在的上述关系不影响保荐机构公正履行保荐职责。根据各发行人股东出具的书面确认文件，除上述之外，直接或间接持有发行人股份的主体与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排；发行人股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形。

（2）发行人出具的专项承诺及披露情况

发行人已根据《监管指引》第二条的规定出具专项承诺，并已在《招股说明书》“第十节投资者保护”之“六、重要承诺事项”中进行了披露。

（3）私募投资基金等金融产品持有发行人股份情况及纳入监管情况

发行人股东中，华泰大健康一号和华泰大健康二号为证券公司直投基金，已在中国证券投资基金业协会备案，苏州赛富、黄山赛富、腾元投资及天凯投资为私募基金，已在中国证券投资基金业协会备案，其管理人均已登记为私募基金管理人。发行人私募投资基金股东纳入监管的情况已在《招股说明书》“第五节发行人基本情况”之“十、（七）申报时存在私募基金股东的情况”中进行了披露，符合《监管指引》第六条之规定。

5、关于证监会系统离职人员入股的核查

根据安徽证监局出具的关于对安徽华人健康医药股份有限公司股东信息查询申请的复函、发行人自然人股东提供的简历、发行人非自然人股东出具的不存在离职人员入股的确认函，并通过公开信息对发行人直接及间接自然人股东

进行补充核查，发行人直接及间接自然人股东中不存在发行人申报时离开证监会系统未满十年的工作人员，具体包括从证监会会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司离职的工作人员，从证监会系统其他会管单位离职的会管干部，在发行部或公众公司部借调累计满 12 个月并在借调结束后三年内离职的证监会系统其他会管单位的非会管干部，从会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司调动到证监会系统其他会管单位并在调动后三年内离职的非会管干部。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人自设立以来的全套工商档案资料、历次股权（份）转让协议、银行回单、验资报告、完税证明等；

2、查阅发行人历史股东上海玉安、新药研究院工商档案资料，并通过国家企业信用信息公示系统进行核查；

3、对发行人实际控制人、历史股东进行访谈，了解其入股/退出的背景及原因，定价依据等；

4、查阅发行人及其前身设立及历次出资的验资报告、中天运出具的验资复核报告，整体变更时评估机构出具的追溯性资产评估报告，合肥市市场监督管理局出具的关于对安徽华人健康医药股份有限公司历史沿革有关事项的证明文件；

5、取得并核查华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资签署的股东核查表及关于股东适格、股权清晰等事项的承诺函；查阅华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资工商档案，并通过国家企业信用信息公示系统进行核查；查阅道兴投资合伙份额持有人简历；查阅华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资入股相关的增资协议、股东大会决议；取得并查阅《华泰证券股份有限公司信息隔离墙管理制度》、《华泰联合证券有限责任公司股权融资业务立项、内核管理办法》、《华泰紫金投资有限责任公司防范利益冲突管理暂行办法》等相关内部管理制度；查阅保荐机构与发行人签署的关于本次发行上市的服务协议；查阅保

荐机构关于发行人本次发行上市项目履行的项目立项相关资料；查阅保荐机构关于利益冲突审查的合规审核意见；

6、查阅员工持股平台胜凡投资、福曼医投资、康凡投资的全套工商档案资料、合伙协议；取得员工持股平台全体合伙人出具的关于适格性、出资来源、不存在纠纷等事项的承诺函；查阅发行人及其子公司员工花名册，抽查员工持股平台全体合伙人的身份证明文件及与发行人签署的劳动合同；取得并核查员工持股平台全体合伙人签署的激励股权授予协议、合伙份额转让协议、出资凭证、转款凭证、完税凭证等；

7、查阅发行人相关股东的全套工商档案资料，并通过国家企业信用信息公示系统进行核查；取得发行人股东签署的股东核查表、股东穿透核查表/股权结构图、关于股东适格、股权清晰等事项的承诺函；核查发行人相关股东的营业执照、公司章程/合伙协议、私募基金备案证明、私募基金管理人登记证明等文件；

8、对发行人申报前一年新增股东相关代表进行访谈，了解入股背景、定价依据、资金来源等情况；查阅发行人申报前一年新增股东出具的股份流通限制及自愿锁定股份的承诺函；

9、查阅发行人股东增资时涉及的增资协议、股东协议等；查阅发行人全体股东签署的《<关于安徽华人健康医药股份有限公司股东协议>之终止协议》；

10、通过公开渠道根据发行人直接股东信息穿透核查间接股东，查阅发行人间接股东的相关工商公示信息；

11、查阅发行人出具的关于股东信息披露的专项承诺、证监会系统离职人员入股情况的专项说明；

12、通过获取安徽证监局出具的关于对股东信息查询申请的复函、发行人非自然人股东出具的不存在证监会系统离职人员入股的确认函等方式，核查发行人直接及间接自然人股东中是否存在申报时离开证监会系统未满十年的工作人员；

13、核查发行人《招股说明书》关于股东信息、离职人员入股等事项的披露情况；

14、查阅员工持股平台的工商资料、合伙协议、内部转让协议以及平台员工调查表等资料；

15、查阅发行人外部投资机构相关入股协议了解各次估值与入股价格，并与员工持股平台历次入股及出资份额转让价格比对，测算并分析所形成的股份支付。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人历史股东上海玉安、新药研究院目前以及向马从华等人转让所持安徽华仁股权时点实际控制人均为自然人，不属于国有控股企业；上述两家机构参与设立发行人又于 2005 年转让退出的原因合理，相关程序完整合规，不存在损害国有资产完整性的情形；两家机构入股时的非货币资产出资未进行评估事项背景合理，已依法采取补救措施，公司及相关股东未因该事项受到行政处罚，不存在纠纷或潜在纠纷，不构成重大违法违规情形，亦不会对本次发行上市构成实质性影响；

2、郑敏瑶等人参与设立发行人后通过股权转让全部股权退出的原因合理，定价公允；上海玉安、新药研究院及郑敏瑶等人与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、主要客户、供应商间不存在关联关系；何家裕退出公司的原因合理，定价公允；

3、发行人在整体变更时由于规范意识不强，当时未对公司净资产价值履行评估程序，后续发行人已聘请评估机构进行追溯评估，追溯评估结果与当时认定净资产价值不存在较大差异；发行人在设立时未进行资产评估不会导致发起人出资不实，发行人或相关股东未因该事项受到行政处罚，不存在纠纷或潜在纠纷，不构成重大违法行为及本次发行上市的实质性法律障碍；

4、华泰大健康一号、华泰大健康二号均系华泰紫金管理的私募基金，道兴投资为华泰紫金的员工跟投平台，其份额持有人均为华泰紫金员工（含离职员工），华泰紫金为本次发行上市的保荐机构华泰联合证券之控股股东华泰证券股份有限公司的全资子公司，除前述情况外，华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资、道兴投资份额持有人与本次发行上市的保荐人华泰联合证券有限责任公司

以及本次发行上市为发行人提供中介服务相关人员间不存在关联关系。上述事项不会对保荐人、相关中介服务人员的独立、尽职履行义务构成实质性不利影响；

5、员工持股平台胜凡投资、福曼医投资、康凡投资的设立及历史沿革不存在异常，实际控制人均为何家乐，份额持有人均为发行人员工；员工持股平台入股定价合理，出资来源合规；报告期内，发行人已就员工持股平台入股及内部份额变动足额计提了股份支付费用，符合《企业会计准则》相关规定；

6、发行人董事沈涤凡为阿里健康提名的董事，目前任阿里健康首席运营官；苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资为同一实际控制人控制的企业，发行人董事鲁勖为苏州赛富提名的董事；时达投资系发行人控股股东、实际控制人何家乐任普通合伙人、执行事务合伙人的企业，与发行人其他股东胜凡投资、福曼医投资、康凡投资系受何家乐同一控制下的合伙企业；发行人与阿里健康关联方支付宝、天猫、饿了么、阿里云等服务平台，以及阿里健康旗下批发企业杭州礼和存在日常经营交易。除前述情形外，阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资之间以及与发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管人员、主要客户、供应商间不存在其他关联关系。该等机构入股价格均系根据市场化原则协商定价，具有合理性；

7、发行人及中介机构已按照《审核问答》的相关规定针对申报前后新增股东进行完整核查并披露，相关股东已经按规定就本次发行前所持发行人股份作出锁定承诺；

8、发行人股权权属清晰，历史沿革中不存在股权代持情形；发行人历史沿革中存在的与相关投资人的对赌协议已经终止。公司与相关方之间不存在利益输送或其他安排；发行人私募基金股东均已完成备案；发行人历次股权变动、整体变更、利润分配过程中各股东纳税申报情况不存在异常；

9、发行人已真实、准确、完整披露股东信息，并出具了《关于安徽华人健康医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市股东信息披露专项承诺》、《安徽华人健康医药股份有限公司关于证监会系统离职人员入股情况的专项说明》，同时就《监管指引》、《监管指引第 2 号》要求增加披露信息并简要披露核查情况及结论等相关信息，发行人已在招股说明书相关章节进行了补充披露。

问题七、关于控股股东、实际控制人及同业竞争

申报材料显示：（1）发行人控股股东、实际控制人为何家乐、何家伦，二人系兄弟关系，同时何家乐控制了胜凡投资、福曼医投资、康凡投资三家员工持股平台。（2）保荐工作报告称，发行人实际控制人之一的何家伦曾于 2016 年 3 月因涉嫌单位行贿被合肥市庐阳区人民检察院立案侦查，后被合肥市庐阳区人民检察院认定犯罪情节轻微，不予起诉。（3）发行人控股股东、实际控制人胞兄何家裕直接或间接控制的企业包括：裕泰和投资、裕泰堂投资、裕泰坊投资、福又康投资、好又康投资、淮仁堂药业、淮仁堂发展、人民健康、淮仁堂生物、淮仁堂医院。

请发行人：

（1）补充披露胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、何家乐、何家伦间是否签订了一致行动协议，一致行动协议的主要内容，各方出现纠纷或不一致时的处理模式，如何有效保证发行人控制权的稳定性；

（2）补充披露何家伦被刑事立案侦查事项的背景，涉及内容及相关主体，是否与发行人主营业务相关，是否导致发行人、子公司、下属直营门店、合作门店被行政处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质；结合《审核问答》的相关内容，以及刑事违法量刑相关规定，补充披露该刑事案件处理结果是否属于重大违法违规；

（3）补充披露上述 2 名实际控制人、其胞兄何家裕及其近亲属、上述 3 家持股平台所控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）的基本情况，主营业务及产品，报告期主要经营情况及财务数据，主要客户、供应商与发行人是否存在重合；参照《审核问答》的相关内容，披露是否存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况；

（4）参照《审核问答》相关内容，从业务、资产、人员、财务、机构各方面逐一核查，披露上述所有企业在上述各方面与发行人是否存在混同，发行人是否满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，是否存在影响发行人独立性的情况，是否构成本次发行的法律障碍。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、何家乐、何家伦间是否签订了一致行动协议，一致行动协议的主要内容，各方出现纠纷或不一致时的处理模式，如何有效保证发行人控制权的稳定性；

发行人已在招股说明书“第五节/七/（一）公司控股股东、实际控制人基本情况”中进行了补充披露。

1、何家乐、何家伦为发行人实际控制人，首次申报时二人未签署一致行动协议

发行人实际控制人为何家乐及何家伦二人。最近两年内，何家乐、何家伦在公司日常经营及其他重大事宜决策相关事项上均保持一致行动。基于何家乐、何家伦的兄弟关系，依照《上市公司收购管理办法》第八十三条第二款的规定，何家乐、何家伦属于法定一致行动关系，首次申报时二人之间未将一致行动关系通过书面形式予以明确。

最近两年，何家乐、何家伦实际上一直共同控制公司，其未签署书面的一致行动协议不影响一致行动关系，亦不影响何家乐、何家伦共同控制发行人的实际情况。认定何家乐、何家伦为发行人共同实际控制人的依据如下：

（1）何家乐、何家伦二人均直接持有公司股份，共同控制发行人 73.78%股份的表决权

自 2019 年 1 月 1 日至本回复出具日，何家乐、何家伦均直接持有发行人股份，具体持股如下：

股东姓名/名称	本回复出具日	2020 年 9 月	2020 年 2 月	2019 年 12 月	2019 年 1 月
何家乐	58.97%	58.97%	61.68%	62.21%	62.90%
何家伦	8.11%	8.11%	8.48%	8.48%	8.58%

股东姓名/名称	本回复出具日	2020 年 9 月	2020 年 2 月	2019 年 12 月	2019 年 1 月
胜凡投资	2.42%	2.42%	2.53%	2.53%	2.56%
福曼医投资	2.04%	2.04%	2.13%	2.13%	2.15%
康凡投资	1.19%	1.19%	1.25%	1.25%	1.26%
时达投资	1.05%	1.05%	1.10%	1.10%	—
合计	73.78%	73.78%	77.17%	77.70%	77.45%

何家乐担任持股平台胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资执行事务合伙人，能够实际控制该等持股平台。因此，自 2019 年 1 月 1 日至本回复出具日，何家乐、何家伦均直接持有发行人股份，且二人共同控制发行人股份的表决权的比例均未低于 73.78%，能够对发行人股东大会的决策能够产生重大影响，具备实际支配发行人行为的权力。

（2）发行人公司治理结构健全、运行良好，何家乐、何家伦共同拥有公司控制权的情况不影响发行人的规范运作

发行人已按照《公司法》、《证券法》、《注册管理办法》、《上市规则》等法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，建立健全了股东大会、董事会、监事会及相应的管理制度。发行人的股权及控制结构不影响公司治理有效性；发行人公司治理结构健全、运行良好，何家乐和何家伦共同控制发行人的情况不影响发行人的规范运作。

（3）何家乐、何家伦系法定一致行动关系，二人共同控制发行人的情况在最近两年内且在首发后的可预期期限内是稳定、有效存在的，共同拥有公司控制权的情况没有出现重大变更

何家乐、何家伦为兄弟关系，系法定一致行动人。最近两年内，何家乐一直担任发行人董事长、总经理，负责发行人的整体战略规划并直接负责药品代理及终端集采业务；何家伦一直担任发行人董事、副总经理，负责发行人药品零售业务，何家乐、何家伦二人均对发行人经营管理和重大决策产生重大影响。

最近两年内，何家乐、何家伦二人合计控制发行人股份表决权的比例均未低于 73.78%，且二人及提名的董事超过董事会半数席位，对公司股东大会、董事会重大决策的作出以及董事、高级管理人员的提名、任免和公司的经营管理等均起到重大决定性作用，具备实际支配公司行为的权力。自何家乐、何家伦持有发行人股份或担任董事至今，二人在发行人历次股东大会、董事会投票中均保持一致意见，未出现过意见分歧的情形，何家乐、何家伦共同控制发行人的情况在最近两年内没有出现变更。

何家乐、何家伦均已出具股份锁定的承诺函，同意就其持有的首发前公司股份自公司上市之日起锁定 36 个月。何家乐、何家伦共同控制发行人的情况在本次发行后的可预期期限内也是稳定、有效存在的。

基于前述，在未签署一致行动协议的情况下，认定何家乐、何家伦为发行人共同实际控制人的依据充分，最近两年发行人控制权未发生变化。

2、何家乐、何家伦与胜凡投资、福曼医投资、康凡投资间未签署一致行动协议

胜凡投资、福曼医投资、康凡投资为发行人员工持股平台，其企业性质为有限合伙企业，其合伙目的均为持有发行人股份并获得投资收益。何家乐、何家伦与该等员工持股平台间未签署一致行动协议，何家乐作为该等员工持股平台的执行事务合伙人，根据合伙协议的相关约定，何家乐能够实际控制该等员工持股平台。员工持股平台相关约定如下：

项目	合伙协议约定情况
普通合伙人/执行事务合伙人	何家乐
合伙企业事务执行、执行事务合伙人职权	执行事务合伙人对外代表企业，其他合伙人不再执行合伙企业事务。 执行事务合伙人负责企业日常运营，对外代表合伙企业签署相关文件。
执行事务合伙人除名和更换程序	执行事务合伙人有下列情形之一的，经其他合伙人一致同意，可以决定将其除名，并委托新的执行事务合伙人： ①未按期履行出资义务； ②因故意或重大过失给合伙企业造成特别重大损失； ③执行合伙事务时严重违背合伙协议，有不正当行为。

项目	合伙协议约定情况
全体合伙人一致决议事项	下列事项经全体合伙人同意： ①改变合伙企业的名称； ②改变合伙企业的经营范围、主要经营场所的地点； ③处分合伙企业的不动产； ④转让或者处分合伙企业的知识产权和其他财产权利； ⑤以合伙企业名义为他人提供担保； ⑥聘任合伙人以外的人担任合伙企业的经营管理人员。

胜凡投资、福曼医投资、康凡投资作为发行人员工持股平台，除持有发行人股份外，未开展其他业务。何家乐作为普通合伙人/执行事务合伙人，对该等员工持股平台日常经营管理具有决定权和执行权，且该等员工持股平台有限合伙人均不执行合伙事务，在发行人历次股东大会表决过程中，均由执行事务合伙人何家乐决定该等员工持股平台表决意见。同时，根据该等员工持股平台合伙协议约定，对于执行事务合伙人的除名仅针对特定情形并需要全体合伙人同意，单一合伙人无法对普通合伙人/执行事务合伙人的变更产生重大影响。

基于上述，何家乐能够实际控制胜凡投资、福曼医投资和康凡投资。

3、出现纠纷或不一致时的处理模式

何家乐、何家伦属于法定一致行动关系，胜凡投资、福曼医投资、康凡投资由实际控制人之一何家乐控制，各方在发行人历次股东大会或董事会投票中均保持一致意见，何家乐、何家伦共同控制发行人的情况在最近两年内没有出现变更。首次申报时各方之间未签署一致行动协议，未就出现纠纷或不一致时的处理模式作出约定。**为进一步明确共同实际控制人何家乐、何家伦在意见分歧时的处理机制等事项，保障公司控制权的稳定、持续，确保公司重大经营决策的一致性，提高决策效率，何家乐、何家伦经协商一致，于 2021 年 6 月 25 日签署《一致行动协议》，其中关于出现纠纷或不一致时的处理机制如下：**

何家乐、何家伦在华人健康董事会/股东大会对会议议案表决之前，应就拟表决议案进行充分协商，形成统一意见并一致行使表决权，如双方就该等拟表决议案意见各不相同，无法形成统一意见，则应遵循以下原则最终形成统一意见：

（1）关于公司发展战略，以及与代理、终端集采业务相关事项应以何家乐的意见为准在股东大会及董事会上行使表决权；

（2）关于公司零售业务相关事项应以何家伦的意见为准在股东大会及董事会上行使表决权；

（3）除上述事项之外的其他事项或何家乐、何家伦职责均有覆盖的重大决策事项，应以何家乐的意见为准在股东大会及董事会上行使表决权。

前述纠纷处理机制系根据何家乐、何家伦在公司经营管理方面的职责分工进行的约定，符合公司实际情况。根据前述意见分歧解决机制，如何家乐、何家伦就公司生产经营及其他重大决策在内的某一事项无法达成一致意见时，能够依据签署分歧解决机制就拟审议事项达成一致意见，并按照该一致意见在有关会议投票表决，该等纠纷解决机制有效且具有可操作性。

综上，何家乐、何家伦均持有公司股权，胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资由何家乐控制，何家乐、何家伦二人合计控制发行人 73.78%股份的表决权，对公司股东大会的决策产生重大影响。同时，何家乐、何家伦二人分别担任发行人董事长兼总经理、董事兼副总经理，分管公司不同业务板块，在发行人业务开展及日常经营管理等各个方面具有重大影响，二人对公司股东大会、董事会重大决策的作出以及董事、高级管理人员的提名、任免和公司的经营管理等均起到重大决定性作用，具备实际支配公司行为的权力。在何家乐、何家伦的共同控制下，公司治理结构健全、运行良好，多人共同拥有公司控制权的情况不影响正常规范运作。何家乐、何家伦系法定一致行动关系，在发行人历次股东大会、董事会表决过程中，何家乐、何家伦、胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资均保持一致意见，何家乐、何家伦对公司的实际控制权在最近两年且在本次发行后可预期期限保持稳定。因此，在首次申报前未签署一致行动协议的情况下，将何家乐、何家伦认定共同控制的依据充分，最近两年发行人实际控制权未发生变化。为进一步明确共同实际控制人何家乐、何家伦在意见分歧时的处理机制等事项，保障公司控制权的稳定、持续，确保公司重大经营决策的一致性，提高决策效率，何家乐、何家伦经协商一致已签署《一致行动协议》，《一致行动协议》

的相关安排已经明确了发生意见分歧或纠纷时的解决机制，该等纠纷解决机制有效且具有可操作性。

（二）补充披露何家伦被刑事立案侦查事项的背景，涉及内容及相关主体，是否与发行人主营业务相关，是否导致发行人、子公司、下属直营门店、合作门店被行政处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质；结合《审核问答》的相关内容，以及刑事违法量刑相关规定，补充披露该刑事案件处理结果是否属于重大违法违规；

发行人已在招股说明书“第十一节/四、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的重大刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项”中进行了补充披露。

1、何家伦被刑事立案侦查事项的背景、涉及内容及相关主体，与发行人主营业务的关系

根据核查安徽省合肥市庐阳区人民币检察院出具的《不起诉决定书》（庐阳检刑不诉[2018]8 号），确认何家伦被刑事立案系 2012 年至 2016 年节日期间，何家伦送给时任合肥市人力资源和社会保障局、合肥市食药监局等部门工作人员现金、购物卡、香烟等，期望使公司在日常经营方面得到关照。

何家伦涉嫌行贿事项与发行人零售业务存在一定关联。

庐阳区人民币检察院认为，何家伦虽然实施了《刑法》第三百九十三条规定的行为，但犯罪情节轻微，具有认罪、坦白、主动退赃等情节，根据《刑法》第三十七的规定，可以免除刑事处罚，依据《刑事诉讼法》第一百七十三条第二款的规定，决定对何家伦不起诉。

2、不存在导致发行人、子公司、下属直营门店、合作门店被行政处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质的情况

何家伦被刑事立案的相关事项不涉及药品销售环节，未产生危及食品、药品安全、公众健康安全等领域的事项。根据网络检索国家企业信用信息公示系统、信用中国、发行人及其子公司所在地市场监督管理局、医疗保障局等主管部门官方网站等网站，相关事项未导致发行人、子公司被行政处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质。

根据核查截至 2015 年末发行人零售门店情况，截至 2015 年 12 月 31 日，发行人共有 135 家药品零售门店，其中 8 家门店因发行人根据经营情况自主闭店，不存在因行政处罚、吊销营业执照或资质而注销的情况。其余 127 家门店均正常经营，相关经营许可、医保资格的取得与延续均为正常，不存在因相关事项而被行政处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质的情况。相关事项发生期间，发行人尚未开展终端集采业务，所涉事项与发行人合作门店不存在关联。

根据合肥市包河区市场监督管理局于 2021 年 6 月 22 日出具的证明文件，确认发行人及其子公司安徽国胜历史上不存在因其主体或主要经营负责人的行贿、单位行贿或不正当竞争等违反市场秩序的重大违法行为被市场监督部门处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质的情形。

根据合肥市医疗保障基金管理中心于 2021 年 6 月 16 日出具的证明文件，确认安徽国胜及其下属分支机构医保资质均系按照法定程序经申请、审批取得，历史上不存在因其主体或主要经营负责人的违法行为被医保主管部门处罚、取消医保资质的情形。

3、该刑事案件不属于《审核问答》所述之重大违法违规

（1）何家伦的犯罪情节轻微，根据刑事量刑等相关规定，检察机关决定不予起诉，未被认定为有罪

根据《刑事诉讼法》第一百七十三条第二款的规定，“对于犯罪情节轻微，依照刑法规定不需要判处刑罚或者免除刑罚的，人民检察院可以作出不起诉决定”。根据《最高人民法院 最高人民检察院关于办理行贿刑事案件具体应用法律若干问题的解释》第七条第二款的规定，“单位行贿的，在被追诉前，单位集体决定或者单位负责人决定主动交待单位行贿行为的，依照刑法第三百九十条第二款的规定，对单位及相关责任人员可以减轻处罚或者免除处罚”。

鉴于何家伦犯罪情节轻微，具有法定的可以免予刑事处罚情节，根据前述刑事量刑等相关规定，庐阳区人民检察院决定不予起诉。因此有关何家伦的该刑事案件未进入到提起公诉和法院审判的环节，根据《刑事诉讼法》的相关规定，“未经人民法院依法判决，对任何人都不得确定有罪”，因此何家伦该刑事案件因犯罪情节轻微，根据刑事诉讼的相关规定未被认定为有罪。

合肥市公安局包河分局滨湖派出所于 2021 年 1 月 26 日出具《无犯罪记录证明》，确认经审查相关系统及档案资料，未发现何家伦有刑事犯罪记录。

（2）该刑事案件不属于《审核问答》所述之重大违法行为

根据《审核问答》的相关规定，对发行条件中最近 3 年内，发行人及其控股股东、实际控制人在国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域，存在以下违法行为之一的，原则上视为重大违法行为：被处以罚款等处罚且情节严重；严重污染环境、重大人身伤亡、社会影响恶劣等。

①何家伦的该刑事案件未发生在最近 36 个月内

何家伦的该刑事案件涉及的事实主要发生在 2012 年至 2016 年期间，根据庐阳区检察院于 2018 年 1 月 8 日出具的《不起诉决定书》（庐阳检刑不诉[2018]8 号），该事项经人民检察院作出不起诉决定，发行人和何家伦亦亦不存在因该等事项受到处罚的情形，且因**上述事项未发生在最近 36 个月内，不属于审核问答所述之最近 3 年内的重大违法行为。**

②何家伦的该刑事案件不属于不涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域或造成污染环境、重大人身伤亡和社会影响恶劣的情形

经核查后确认，何家伦该刑事案件因单位行贿罪被调查，因犯罪情节轻微，后被检察院出具不起诉决定，该事项不涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域，且未因该事项被主管机关除以行政处罚，不属于情节严重的情形，亦不构成污染环境、重大人身伤亡和社会影响恶劣的情形，因此何家伦该刑事案件不属于《审核问答》所述之重大违法行为。

③报告期内发行人不存在重大违法违规的情况

根据发行人及各子公司所在地市场监督管理部门、医疗保障管理部门、税务部门、劳动与社会保障管理部门、卫生监督管理部门等主管部门出具的证明，报告期内发行人不存在重大违法违规的情况。

综上所述，报告期前，何家伦因涉嫌单位行贿被刑事立案侦查，因犯罪情节轻微，检察机关不予起诉，**所涉事项与发行人药品零售业务存在关联，但未导致**

发行人、子公司、下属直营门店、合作门店被行政处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质；该事项不涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域，且发行人未因该事项被主管机关处以行政处罚，不属于情节严重的情形，亦不构成污染环境、重大人身伤亡和社会影响恶劣的情形，因此何家伦该刑事案件不属于《审核问答》所述之重大违法行为。

（三）补充披露上述 2 名实际控制人、其胞兄何家裕及其近亲属、上述 3 家持股平台所控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）的基本情况，主营业务及产品，报告期主要经营情况及财务数据，主要客户、供应商与发行人是否存在重合；参照《审核问答》的相关内容，披露是否存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况；

发行人已在招股说明书“第五节/七/（一）/3、持股平台”、“第五节/七/（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业”、“第七节/九、同业竞争”中进行了补充披露。

1、报告期内发行人实际控制人、何家裕及其近亲属、三家持股平台所控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）基本情况，主营业务及产品，报告期主要经营情况及财务数据，主要客户、供应商与发行人重合情况

除发行人及其子公司外，报告期内发行人控股股东、实际控制人及其亲属所控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）如下：

序号	主要关联关系	主体
1	何家乐控制的企业	胜凡投资
2		福曼医投资
3		康凡投资
4		时达投资
5		康本健餐厅（已于 2018 年 6 月注销）
6	何家伦及其配偶控制的企业	胜凡管理（已于 2020 年 10 月注销）
7	何家裕控制的企业	裕泰和投资
8		裕泰堂投资
9		裕泰坊投资
10		福又康投资（已于 2021 年 5 月注销）

序号	主要关联关系	主体
11		好又康投资
12		淮仁堂发展
13		人民健康
14		淮仁堂医院
15		淮仁堂药业
16		淮仁堂生物
17	何家裕配偶王芳控制的企业	霍山百年涯石斛农民专业合作社（以下简称“霍山石斛合作社”）

报告期内，上述企业的基本情况、主营业务及产品、主要经营情况及财务数据，以及主要客户、供应商与发行人重合情况如下：

（1）胜凡投资

①基本情况

企业名称	宁波梅山保税港区胜凡投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330206MA2AG4U09C
成立时间	2017 年 12 月 6 日
认缴出资额	1,520 万元
实缴出资额	1,520 万元
执行事务合伙人	何家乐
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 B 区 D0042
经营范围	实业投资、投资管理、投资咨询、项目投资、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）

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

胜凡投资系发行人员工持股平台，除持有发行人股份外，不存在其他经营业务，与发行人主营业务不相关。

报告期内，胜凡投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	1,520.06	1,521.37	1,522.27
所有者权益	1,516.07	1,517.19	1,518.27
营业收入	-	-	-
净利润	-1.12	-1.09	-1.74

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，胜凡投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（2）福曼医投资

①基本情况

企业名称	宁波梅山保税港区福曼医投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330206MA2AG4U920
成立时间	2017 年 12 月 6 日
认缴出资额	1,280 万元
实缴出资额	1,280 万元
执行事务合伙人	何家乐
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 B 区 D0041
经营范围	实业投资、投资管理、投资咨询、项目投资、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）

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

福曼医投资系发行人员工持股平台，除持有发行人股份外，不存在其他经营业务，与发行人主营业务不相关。

报告期内，福曼医投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	1,280.22	1,281.25	1,282.95
所有者权益	1,276.45	1,277.25	1,278.66
营业收入	-	-	-
净利润	-0.80	-1.41	-1.35

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，福曼医投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（3）康凡投资

①基本情况

企业名称	合肥康凡股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340111MA2TBPRA9D
成立时间	2018 年 12 月 20 日
认缴出资额	975 万元
实缴出资额	975 万元
执行事务合伙人	何家乐
住所	合肥市包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 B 幢 6 楼
经营范围	股权投资；实业投资。（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主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

康凡投资系发行人员工持股平台，除持有发行人股份外，不存在其他经营业务，与发行人主营业务不相关。

报告期内，康凡投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2019 年度
资产总额	975.00	975.00	975.00

财务数据	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2019 年度
所有者权益	975.00	975.00	975.00
营业收入	-	-	-
净利润	-	-	-

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，康凡投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（4）时达投资

①基本情况

企业名称	合肥时达股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340111MA2UCH1L8B
成立时间	2019 年 12 月 5 日
认缴出资额	2,376.18 万元
实缴出资额	2,376.18 万元
执行事务合伙人	何家乐
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 B 幢 6 楼
经营范围	股权投资；实业投资。（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主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

时达投资除持有发行人股份外，不存在其他经营业务，与发行人主营业务不相关。

报告期内，时达投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	2,376.25	2,376.18	-
所有者权益	2,376.25	2,376.18	-
营业收入	-	-	-

财务数据	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
净利润	-0.07	-	-

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，时达投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（5）康本健餐厅（已注销）

①基本情况

企业名称	合肥市包河区康本健餐厅
企业类型	个体工商户
统一社会信用代码	92340111MA2NA31C9H
成立时间	2014 年 10 月 15 日
注册资本	10.00 万元
经营者	何家乐
住所	合肥市包河区包河工业区上海路 18 号一层
经营范围	餐饮服务

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

康本健餐厅主要从事餐饮服务类业务，不存在其他经营业务。2018 年 6 月 26 日，康本健餐厅在合肥市包河区市场监督管理局办理完成注销手续。

报告期初至注销前，康本健餐厅主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2018 年 5 月 31 日/2018 年 1-5 月
资产总额	17.72
所有者权益	-4.67
营业收入	31.91
净利润	-6.97

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，康本健餐厅主要从事餐饮服务类业务，不涉及主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（6）胜凡管理（已注销）

①基本情况

企业名称	合肥胜凡企业管理有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
统一社会信用代码	913401003280770529
成立时间	2015 年 2 月 13 日
注册资本	1,138.2 万元
法定代表人	何家伦
住所	合肥市包河区上海路 18 号
经营范围	企业管理；企业营销策划；商务咨询；物业管理；环保工程；建筑工程；会展服务；从事计算机、网络技术领域内的技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；建材、五金交电、电子产品、计算机、软件及辅助设备、家具、家居用品、日用百货的销售。（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）

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

胜凡管理报告期内无实质经营。2020 年 10 月 10 日，胜凡管理在合肥市包河区市场监督管理局办理完成注销手续。

报告期初至注销前，胜凡管理主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2020 年 9 月 30 日 /2020 年 1-9 月	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度
资产总额	1,143.51	1,143.30	1,142.06
所有者权益	1,137.99	1,141.30	1,142.06
营业收入	-	-	-
净利润	-3.31	-0.76	3.86

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，胜凡管理未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（7）裕泰和投资

①基本情况

企业名称	安徽裕泰和中医药产业投资有限公司
企业类型	其他有限责任公司
统一社会信用代码	9134010032804391XP
成立时间	2015 年 1 月 28 日
注册资本	6,000 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河工业区上海路 18 号
经营范围	建设项目投资；商业贸易投资；健康产业投资；投资开发医药、农业、环保领域的高新技术产业项目；房屋租赁及管理服务。（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）

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

裕泰和投资主要从事投资管理业务，除投资淮仁堂生物和淮仁堂药业 2 家企业外，无实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，裕泰和投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	2,850.44	3,117.22	3,183.29
所有者权益	2,765.68	2,772.43	2,778.77
营业收入	-	-	-
净利润	-6.75	-6.34	-7.42

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，裕泰和投资未开展经营业务，不涉及其他经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（8）裕泰堂投资

①基本情况

企业名称	合肥裕泰堂中医药产业投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340122MA2TEF5X6H
成立时间	2019 年 1 月 21 日
认缴出资额	236 万元
执行事务合伙人	何家裕
住所	**合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢 6 楼**
经营范围	中医药产业、健康产业项目投资及开发；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）（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主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

裕泰堂投资主要从事投资管理业务，除投资淮仁堂药业外，无实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，裕泰堂投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	235.93	236.04	-
所有者权益	235.93	236.04	-
营业收入	-	-	-
净利润	-0.11	0.04	-

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，裕泰堂投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（9）裕泰坊投资

①基本情况

企业名称	合肥裕泰坊中医药产业投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340122MA2TEF6Q5Y
成立时间	2019 年 1 月 21 日

认缴出资额	350 万元
执行事务合伙人	何家裕
住所	**合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢 6 楼**
经营范围	中医药产业、健康产业项目投资及开发；企业管理咨询。依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)(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主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

裕泰坊投资主要从事投资管理业务，除投资淮仁堂药业外，无实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，裕泰坊投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	**350.09**	**350.01**	**-**
所有者权益	**349.89**	**350.01**	**-**
营业收入	**-**	**-**	**-**
净利润	**-0.12**	**0.01**	**-**

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，裕泰坊投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（10）福又康投资**（已注销）**

①基本情况

企业名称	合肥福又康股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340104MA2TTEU47B
成立时间	2019 年 6 月 13 日
认缴出资额	132.02 万元
执行事务合伙人	何家裕
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢 6 楼
经营范围	股权投资、创业投资(未经金融监管部门批准,不得从事吸收存款、融

	资担保、代客理财等金融业务)；企业管理咨询。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)

注：福又康已于 2021 年 5 月 18 日注销

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

福又康投资主要从事投资管理业务，除投资淮仁堂药业外，无实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。**2021 年 5 月 18 日，福又康投资在合肥市包河区市场监督管理局办理完成注销手续。**

报告期内，福又康投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	0.05	0.01	-
所有者权益	-0.01	-0.00	-
营业收入	-	-	-
净利润	-0.01	-0.00	-

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，福又康投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（11）好又康投资

①基本情况

企业名称	合肥好又康股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340104MA2TEDW37U
成立时间	2019 年 1 月 18 日
认缴出资额	320 万元
执行事务合伙人	何家裕
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢 6 楼
经营范围	股权投资、创业投资(未经金融监管部门批准,不得从事吸收存款、融资担保、代客理财等金融业务)；企业管理咨询。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

好又康投资主要从事投资管理业务，除投资淮仁堂药业外，无实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，好又康投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	320.03	320.05	-
所有者权益	319.88	320.00	-
营业收入	-	-	-
净利润	-0.12	-0.00	-

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，好又康投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（12）淮仁堂发展

①基本情况

企业名称	安徽淮仁堂健康产业发展有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	913401005592456078
成立时间	2010 年 7 月 29 日
注册资本	500 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河工业区上海路 18 号
经营范围	健康产业及中医药产业投资；商务信息咨询；企业营销策划；企业形象策划；会务活动策划及咨询服务；房屋租赁及管理服务。（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）

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

根据淮仁堂发展经营范围显示，其主要从事投资管理、咨询等服务，未开展实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，淮仁堂发展主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	352.48	372.62	393.74
所有者权益	384.74	355.30	380.71
营业收入	-	-	-
净利润	29.44	-25.41	-20.77

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，淮仁堂发展未开展实质经营活动，不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（13）人民健康

①基本情况

企业名称	安徽人民健康大药房有限公司
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	913401005675391700
成立时间	2011 年 1 月 7 日
注册资本	1,000 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢
经营范围	中成药、中药饮片销售；房屋租赁及管理服务。（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）

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

根据人民健康经营范围显示，其主要从事中成药、中药饮片的销售，但自 2011 年设立以来至今，人民健康尚未办理药品经营许可证，**未开展经营业务**。

报告期内，人民健康主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	957.13	996.65	1,057.72

财务数据	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
所有者权益	1,027.75	93.44	20.64
营业收入	-	-	-
净利润	34.31	72.79	10.04

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，人民健康未开展经营业务，不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（14）淮仁堂医院

①基本情况

企业名称	**安徽淮仁堂中医院有限公司**
企业类型	有限责任公司（自然人独资）
统一社会信用代码	91340100MA2UXEKC1K
成立时间	2020 年 6 月 18 日
注册资本	3,001 万元
法定代表人	何家裕
住所	安徽省合肥市包河经济开发区上海路 18 号
经营范围	医疗服务（凭许可证在有效期内经营）。（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）

注：淮仁堂医院已于 2021 年 6 月 17 日更名为安徽淮仁堂中医院有限公司

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

淮仁堂医院主要从事中医医疗服务业务，但自 2020 年 6 月设立以来至今，淮仁堂医院未办理医疗机构许可证，未开展实质经营业务，报告期内亦无相关财务数据。

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，淮仁堂医院未开展实质经营，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（15）淮仁堂药业

①基本情况

企业名称	安徽淮仁堂药业股份有限公司
企业类型	其他股份有限公司（非上市）
统一社会信用代码	91340100MA2MQQE538
成立时间	2015 年 11 月 11 日
注册资本	5,065 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号
经营范围	中药饮片（直接服用饮片，净制、切制、炒制、炙制、煅制、蒸制、煨制、粉碎）生产及销售；调味品（固态）、代用茶、农副产品收购、销售；中药材种植，中药材饮片质量标准技术、中药饮片加工技术研发、咨询及服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务；中医药生物技术研发及技术转让。（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主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

作为何家裕控制的企业中的核心实质经营主体，淮仁堂药业属于医药生产企业，主要从事中药饮片的生产与销售，采购中药材并加工生产中药饮片。

报告期内，淮仁堂药业主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	6,922.81	5,542.87	4,178.44
所有者权益	4,118.64	3,260.93	2,214.73
营业收入	7,011.50	3,109.32	3,094.76
净利润	488.45	40.37	198.65

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

A. 客户重合情况

报告期内，淮仁堂药业前五大主要客户中存在与发行人重合的情况，具体情况如下：

单位：万元

年度	淮仁堂药业主要重合客户	淮仁堂药业		发行人		
		主要销售内容	销售金额	主要销售内容	销售金额	占营业收入比
2020 年度	威海市天福医药有限公司	中药饮片	258.23	中成西药	75.15	0.04%
	陕西佛慈医药有限公司	中药饮片	224.90	中成西药	30.05	0.02%
	淮北养生堂大药房连锁有限公司	中药饮片	170.03	中成西药	15.98	0.01%
2019 年度	威海市天福医药有限公司	中药饮片	68.56	中成西药	79.02	0.05%
	陕西佛慈医药有限公司	中药饮片	64.80	中成西药	21.12	0.01%
	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	中药饮片	62.31	中成西药、医疗器械	938.12	0.62%
2018 年度	株洲人民药店连锁经营有限公司	中药饮片	39.08	中成西药	0.77	0.00%

报告期内，淮仁堂药业前五大主要客户中存在与发行人代理业务客户重合情况，主要系发行人代理业务面向全国医药零售市场销售，覆盖国内多数省份，客户数量众多，难以避免的与淮仁堂药业客户存在重叠。但是，发行人未为中药饮片进行代理，其向上述重合客户销售的产品为所代理的中西成药、医疗器械等，淮仁堂药业向重合客户销售的产品主要为自主生产的中药饮片，不存在发行人与淮仁堂药业向主要重叠客户销售同一类产品情况，两者在产品类型、业务模式上均存在较大差异。此外，发行人报告期内对上述重合客户的销售金额及占比均较小，不会对发行人构成重大影响。

B. 供应商重合情况

报告期内，淮仁堂药业前五大主要供应商中存在 1 家与发行人重合的情况，具体情况如下：

单位：万元

年度	淮仁堂药业主要重合供应商	淮仁堂药业		发行人		
		主要采购内容	采购金额	主要采购内容	采购金额	占营业成本比例
2020 年度	安徽省塑通包装科技有限公司	塑料包装瓶、易拉罐	355.38	塑料包装瓶	1.47	0.00%

年度	淮仁堂药业主要重合供应商	淮仁堂药业		发行人		
		主要采购内容	采购金额	主要采购内容	采购金额	占营业成本比例
2019 年度	安徽省塑通包装科技有限公司	塑料包装瓶、易拉罐	52.56	塑料包装瓶	0.74	0.00%
2018 年度	安徽省塑通包装科技有限公司	塑料包装瓶、易拉罐	87.71	塑料包装瓶	1.45	0.00%

上述供应商重合情况，主要系淮仁堂药业向其采购自身中药饮片生产包装过程中所需的塑料包装瓶、易拉罐等，发行人亦根据日常经营所需向其采购少量塑料包装瓶，均系双方因日常经营所需而进行的独立采购。此外，发行人重合供应商的各期采购金额占营业成本比例较小，不会对发行人构成重大影响。

综上所述，报告期内，淮仁堂药业主要客户、供应商与发行人因各自正常业务经营所需存在的部分重合情况，具有合理性，对发行人不构成重大影响。

（16）淮仁堂生物

①基本情况

企业名称	安徽淮仁堂生物科技有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	91340100394459411P
成立时间	2014 年 10 月 29 日
注册资本	500 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河区上海路 18 号
经营范围	许可项目：保健食品销售；婴幼儿配方乳粉销售（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）一般项目：生物基材料技术研发；生物基材料聚合技术研发；生物化工产品技术研发；生物质液体燃料生产工艺研发；软件开发；信息技术咨询服务；旅游开发项目策划咨询；与农业生产经营有关的技术、信息、设施建设运营等服务；中草药收购；农副产品销售；日用百货销售；日用化学产品销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；电子产品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（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）

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

淮仁堂生物主要从事食品销售，或为淮仁堂药业客户配套提供少量食品级产品，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，淮仁堂生物主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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	316.43	249.98	411.03
所有者权益	123.56	87.53	312.70
营业收入	397.87	75.04	239.75
净利润	36.04	-225.17	42.90

注：上述数据未经审计

③主要客户、供应商与发行人重合情况

A.客户重合情况

报告期内，淮仁堂生物前五大主要客户中存在与发行人重合的情况，具体情况如下：

单位：万元

年度	主要重叠客户	淮仁堂生物		发行人		
		主要销售内容	销售金额	主要销售内容	销售金额	占营业收入比
2020 年度	安徽华源大药房连锁有限公司	食品	20.15	中西成药	16.97	0.01%
2019 年度	宿松县德胜医药有限责任公司	食品	15.98	中成西药	1.99	0.00%
	西安怡康医药连锁有限责任公司	食品	9.12	中成西药	14.08	0.01%
	安吉县百姓缘大药房连锁有限公司	食品	4.76	中成西药	3.61	0.00%
2018 年度	温州市布衣大药房连锁有限公司	食品	5.64	中成西药	20.17	0.02%
	重庆市万州区中兴医药有限责任公司	食品	4.80	中成西药	79.02	0.07%
	黄山市新安医药零售连锁有限公司	食品	3.43	中成西药	9.36	0.01%

报告期内，淮仁堂生物前五大主要客户中存在与发行人代理、终端集采业务客户重合情况，主要系发行人代理业务面向全国医药零售市场销售，覆盖国

内多数省份，客户数量众多，难以避免地与淮仁堂生物客户存在重叠。但是，发行人主要向上述重合客户销售所代理的中西成药等药品，淮仁堂生物向重合客户销售的产品主要为食品等，不存在发行人与淮仁堂生物向主要重叠客户销售同一类产品情况，两者在产品类型上存在较大差异。此外，发行人对上述重合客户各期销售金额占比较小，不会对发行人构成重大影响。

B. 供应商重合情况

报告期内，淮仁堂生物前五大主要供应商中不存在与发行人重合的情况。

综上所述，报告期内，淮仁堂生物主要客户与发行人因各自正常业务经营所需存在的部分重合情况，具有合理性，对发行人不构成重大影响；淮仁堂生物主要供应商与发行人不存在重合情况。

（17）霍山石斛合作社

①基本情况

企业名称	霍山百年涯石斛农民专业合作社
企业类型	农民专业合作社
统一社会信用代码	93341525394636334F
成立时间	2014 年 11 月 14 日
注册资本	600 万元
法定代表人	王晶晶
住所	霍山高桥湾现代产业园
经营范围	组织收购、销售成员种植的石斛等中药材（国家限制品种除外）；组织采购、供应本社成员所需的生产资料；引进新品种、新技术；开展与中药材经营有关的技术培训、技术交流和信息服务。

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

霍山石斛合作社属于农民专业合作社类经济组织，主要在当地农村家庭承包经营基础上，组织收购、销售社内成员种植的石斛等中药材。自成立至今，霍山石斛合作社一直未开展实质经营业务，无财务数据。

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，霍山石斛合作社自设立至今未开展实质经营，不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

2、参照《审核问答》的相关内容，上述企业不存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况

（1）上述企业均未与发行人构成重大不利影响同业竞争

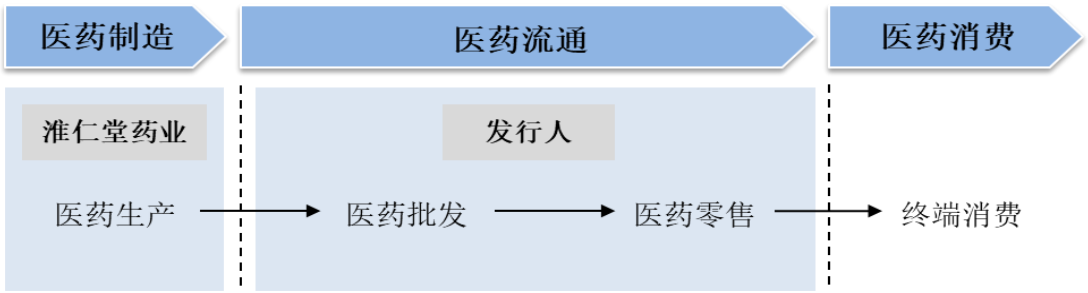
①淮仁堂药业

何家裕控制的企业中，淮仁堂药业为实质核心经营主体，其他所控制的且具有实质经营业务的企业系围绕淮仁堂药业开展辅助性业务。报告期内，淮仁堂药业主要从事中药饮片的生产与销售，属于医药制造领域，不属于发行人主营业务范畴，且与发行人之间相互独立，不存在重大不利影响的同业竞争情形。具体分析如下：

A.从业务领域及所属行业来看，发行人与淮仁堂药业之间不存在相同或相似业务

a.发行人与淮仁堂药业处于医药产业链不同业务领域

我国医药产业链主要包括医药制造、医药流通和医药消费三个环节，其中，医药流通市场可分为医药批发市场和医药零售市场。发行人主要从事医药代理、医药零售及医药终端集采（医药代理和医药终端集采本质上均属于医药批发）业务，处于我国医药产业链的医药流通环节；淮仁堂药业主要从事中药饮片的生产与销售，处于我国医药产业链的医药制造环节。因此，双方在医药产业链所属业务领域存在显著差异。



b.发行人与淮仁堂药业所属不同行业

发行人主要从事医药批发与零售业务，淮仁堂药业主要从事中药饮片的生产加工与销售。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人所处行业属于 F 门类“批发和零售业”，其中，医药批发板块属于 51 大类“批发业”下的 515 中类“医药及医疗器材批发”，医药零售板块属于 52 大类“零售业”下的 525 中类“医药及医疗器材专门零售”，而淮仁堂药业所处行业为 C 门类“制造业”中 27 大类“医药制造业”下的 2730 类“中药饮片加工”；根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），发行人所处行业为“批发和零售业”（F），其中医药批发板块属于细分行业“批发业”（F51），医药零售板块属于细分行业“零售业”（F52），而淮仁堂药业所处行业为“制造业”（C）细分下的“医药制造业”（C27）。因此，双方所属行业存在显著差异。

B.发行人与淮仁堂药业在资产、人员、财务、机构、业务等方面相互独立

a.发行人与淮仁堂药业资产相互独立

发行人全部资产均由股东投入及经营滚存累积形成，相关资产的权属完全由发行人独立享有，不存在与淮仁堂药业共用或混同的情形。报告期内，发行人与淮仁堂药业之间不存在非经营性资金往来，亦不存在相互提供担保的情形。

b.发行人与淮仁堂药业人员相互独立

发行人的董事、监事、高级管理人员不存在在淮仁堂药业任职、领薪等情形，亦不存在淮仁堂药业的在册人员在发行人任职、领薪等情形，双方在册员工不存在互相兼职。

c.发行人与淮仁堂药业财务相互独立

发行人设置了独立的财务部门，配备了专门的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立作出财务决策，不存在与淮仁堂药业共用财务人员、银行账户的情形。

d.发行人与淮仁堂药业机构相互独立

发行人各职能机构在人员、办公场所、经营场所等方面与淮仁堂药业完全分开；发行人建立了独立的管理制度，依照《公司法》和《公司章程》设置了股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，建立了独立完整的法人治理结构和内

部组织架构，各机构依照《公司章程》和各项规章制度运行，与淮仁堂药业不存在机构混同的情形。

e.发行人与淮仁堂药业业务相互独立

发行人拥有独立的采购、销售团队，与淮仁堂药业在采购、销售等环节相互独立，在供应商、客户等方面均自主发展、互不依赖，发行人和淮仁堂药业不存在共同采购、共同销售等情形，发行人具有独立、完整的资产和业务体系以及独立面向市场自主经营的能力。报告期内，淮仁堂药业与发行人存在部分重叠客户及少量重叠供应商，**主要系：①淮仁堂药业的客户主要面向零售药店，与发行人代理业务的目标客户一致。根据《药品流通行业运行统计分析报告（2020）》统计，截至 2020 年末，全国共有药品零售连锁企业 6,298 家，通过多年的营销网络布局，发行人已将全国超过 3,000 家的连锁企业发展成为自己的客户，在较高的连锁客户覆盖率情况下，公司与淮仁堂药业存在客户重合具有合理性；②因淮仁堂药业与发行人所属医药产业链不同环节，且发行人代理产品中不包含中药饮片，与淮仁堂药业主要产品/商品存在较大差异。同时，淮仁堂药业与发行人重叠客户/供应商的销售/采购**金额占公司营业收入/营业成本比例较低，**且在报告期内呈现逐年下降趋势，**不会对发行人产生重大影响。

报告期内，发行人与淮仁堂重叠客户及供应商情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
客户			
重叠客户数量	376	308	295
发行人客户数量	**14,583**	**11,477**	**10,004**
重叠客户数量占比	**2.58%**	**2.68%**	**2.95%**
重叠客户的销售金额	6,767.43	4,541.77	2,425.51
发行人当期营业收入	193,091.04	152,236.29	110,462.06
重叠金额占比	3.50%	2.98%	2.20%
供应商			
重叠供应商数量	1	1	1
发行人供应商数量	**699**	**612**	**489**
重叠供应商数量占比	**0.14%**	**0.16%**	**0.20%**

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
重叠供应商的采购金额	1.47	0.74	1.45
发行人当期营业成本	123,075.64	94,570.17	67,491.29
重叠金额占比	0.00%	0.00%	0.00%

注：上述销售金额、采购金额均为不含税金额

综上所述，淮仁堂药业不属于医药流通产业，不存在与发行人从事相同、相似业务的情况，因此与发行人不构成**重大不利影响的**同业竞争。

②其他企业

上述其他企业从事业务不涉及药品，或未开展实质性经营或已注销，不存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况，具体情况如下：

序号	公司名称	是否构成重大不利影响的同业竞争	原因分析
1	淮仁堂生物	否	主要从事食品销售业务，不涉及药品，不构成重大不利影响的同业竞争
2	胜凡投资	否	未开展经营业务或已注销，与发行人不存在相同或相似的业务情况
3	福曼医投资	否	
4	康凡投资	否	
5	时达投资	否	
6	康本健餐厅（已注销）	否	
7	胜凡管理（已注销）	否	
8	裕泰和投资	否	
9	裕泰堂投资	否	
10	裕泰坊投资	否	
11	福又康投资（已注销）	否	
12	好又康投资	否	
13	淮仁堂发展	否	
14	人民健康	否	
15	淮仁堂医院	否	
16	霍山石斛合作社	否	

（2）何家乐、何家伦、何家裕已出具避免同业竞争的相关承诺

为了更好地维护公司及其他股东的利益，避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人签署了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“①本人及本人直接或间接控制的其他企业不会直接或间接从事任何与华人健康及其下属公司经营业务构成竞争或潜在竞争关系的业务与经营活动，亦不会投资任何与华人健康及其下属公司经营业务构成竞争或潜在竞争关系的其他企业；

②在本人作为华人健康控股股东/实际控制人期间，如本人及控制的其他企业获得的商业机会与华人健康及其下属公司主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的，本人将立即通知华人健康，并尽力将该商业机会给予华人健康，避免与华人健康及下属公司形成同业竞争或潜在同业竞争，以确保华人健康及华人健康其他股东利益不受损害；

③本人保证有权签署本承诺函，且本承诺函一经本人签署即对本人构成有效的、合法的、具有约束力的责任，且在本人作为华人健康控股股东/实际控制人期间持续有效，不可撤销；

④本人保证严格履行本承诺函中的各项承诺，如本人或本人直接或间接控制的其他企业因违反相关承诺并因此给华人健康或其他股东造成损失的，本人将承担相应的法律责任，并承担相应的损失赔偿责任。”

何家裕就避免直接或间接与发行人发生同业竞争情况已于 2020 年 1 月 6 日出具《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“①本人及本人直接或间接控制的企业不会直接或间接从事任何与安徽华人及其下属公司的主营业务（暨药品的批发和零售）构成竞争或潜在竞争关系的业务与经营活动，亦不会投资任何与安徽华人及其下属公司主营业务构成竞争或潜在竞争关系的其他企业；

②在本人作为安徽华人的关联方，如本人及控制的其他企业获得的商业机会与安徽华人及其下属公司主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的，本人将立即通知安徽华人，并尽力将该商业机会给予安徽华人，避免与安徽华人及下属

公司形成同业竞争或潜在同业竞争，以确保安徽华人及安徽华人股东利益不受损害；

③本人保证有权签署本承诺函，且本承诺函一经本人签署即对本人构成有效的、合法的、具有约束力的责任，且在本人作为安徽华人关联方期间持续有效，不可撤销；

④本人保证严格履行本承诺函中的各项承诺，如本人或本人直接或间接控制的其他企业因违反相关承诺并因此给安徽华人或安徽华人股东造成损失的，本人将承担相应的法律责任，并承担相应的损失赔偿责任。”

发行人控股股东、实际控制人及何家裕作出的上述承诺对其具有法律约束力，发行人控股股东、实际控制人及何家裕已经采取了措施避免同业竞争。

综上所述，上述企业不存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况。

（四）参照《审核问答》相关内容，从业务、资产、人员、财务、机构各方面逐一核查，披露上述所有企业在上述各方面与发行人是否存在混同，发行人是否满足资产完整，业务及人员、财务、机构独立的要求，是否存在影响发行人独立性的情况，是否构成本次发行的法律障碍。

发行人已在招股说明书“第七节/八/（一）发行人业务、资产、人员、财务、机构独立性情况”、“第十节/六/（八）其他承诺事项/9、保持公司独立性的承诺”中进行了补充披露。

发行人符合《审核问答》关于业务、资产、人员、财务、机构独立性的规定，发行人控股股东、实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）在上述各方面与发行人不存在混同，发行人满足资产完整性、业务及人员、财务、机构独立性的要求，不存在影响发行人独立性的情况，不构成本次发行的法律障碍，具体分析如下：

1、发行人的业务独立

发行人的业务独立于控股股东、实际控制人及其**亲属以及所**控制、**投资及施加重大影响**的其他企业**（含已注销及对外转让）**，与控股股东、实际控制人及其**亲属以及所**控制、**投资及施加重大影响**的其他企业**（含已注销及对外转让）**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。

因此，发行人在业务方面独立于控股股东、实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在业务混同，满足业务独立性要求。

2、发行人的资产独立完整

发行人合法拥有与经营相关的土地、房产、设备以及商标、专利的所有权或者使用权，具有独立的商品采购、配送和销售系统；发行人不存在资产被控股股东、实际控制人及其**亲属以及所**控制、**投资及施加重大影响**的其他企业**（含已注销及对外转让）**控制和占用的情况。

因此，发行人在资产方面独立于控股股东、实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在资产混同，满足资产完整性要求，不存在影响发行人独立性的情况。

3、发行人的人员独立

发行人的总经理、副总经理、财务总监等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其**亲属所**控制、**投资及施加重大影响**的其他企业**（含已注销及对外转让）**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**亲属所**控制、**投资及施加重大影响**的其他企业**（含已注销及对外转让）**领薪；发行人的财务人员不在控股股东、实际控制人及其**亲属所**控制、**投资及施加重大影响**的其他企业**（含已注销及对外转让）**中兼职。

因此，发行人在人员方面独立于控股股东、实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在人员混同，满足人员独立性要求。

4、发行人的机构独立

发行人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、实际控制人及其**亲属以及所**控制、**投资及施加重大影响**的其他企业**（含已注销及对外转让）**间不存在机构混同的情形。

因此，发行人在机构方面独立于控股股东、实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在机构混同，满足机构独立性要求。

5、发行人的财务独立

发行人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**亲属以及所**控制、**投资及施加重大影响**的其他企业**（含已注销及对外转让）**共用银行账户。

因此，发行人在财务方面独立于控股股东、实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在财务混同，满足财务独立性要求。

6、何家乐、何家伦已出具关于保持发行人独立性的相关承诺

发行人实际控制人何家乐、何家伦就保证发行人独立性情况，出具了《安徽华人健康医药股份有限公司控股股东、实际控制人关于保持公司独立性的承诺》，内容如下：

“为了确保安徽华人健康医药股份有限公司及其子公司（以下统称“公司”、“华人健康”）的独立性，确保华人健康的资产完整，确保华人健康的人员、财务、机构、业务等独立，本人作为华人健康的控股股东或实际控制人，现郑重承诺如下：

一、保证华人健康资产独立完整

保证本人的资产或本人控制的公司、企业或其他组织、机构（以下简称“本人控制的其他企业”）与华人健康的资产严格分开，确保华人健康完全独立经营；严格遵守有关法律、法规和规范性文件以及华人健康章程关于华人健康与关联方资金往来及对外担保等规定，保证本人或本人控制的其他企业不发生违规占用华人健康资金等情形。

二、保证华人健康的人员独立

保证华人健康的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均不在本人控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务，不在本人控制的其他企业领薪；保证华人健康的财务人员不在本人控制的其他企业中兼职或/及领薪；保证华人健康的劳动、人事及工资管理与本人或本人控制的其他企业之间完全独立。

三、保证华人健康的财务独立

保证华人健康保持独立的财务部门和独立的财务核算体系，财务独立核算，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；保证华人健康具有独立的银行基本账户和其他结算帐户，不存在与本人或本人控制的其他企业共用银行账户的情形；保证不干预华人健康的资金使用。

四、保证华人健康机构独立

保证华人健康具有健全、独立和完整的内部经营管理机构，并独立行使经营管理职权；保证本人或本人控制的其他企业与华人健康的机构完全分开，不存在机构混同的情形。

五、保证华人健康业务独立

保证华人健康的业务独立于本人或本人控制的其他企业，并拥有独立开展经营活动的资产、人员、资质和能力，具有面向市场独立自主经营的能力；保证本人或本人控制的其他企业与华人健康不存在同业竞争或显失公平的关联交易；本人或本人控制的其他企业不会对华人健康的正常经营活动进行干预。

六、保证公司及本人与本人近亲属及其控制的的企业相互独立

保证除公司与本人近亲属控制的企业正常业务往来外，本人近亲属控制的企业的资产、人员、业务、财务、客户、供应商及配送渠道等资源均不来源于华人健康或本人，公司或本人从未对本人近亲属控制的的企业提供资产、人员、业务、财务、采购、销售及配送渠道等任何方面的资助或协助，不存在相互分担成本费用的情形。公司自行开发客户、供应商及配送渠道，不存在与本人近亲属及其控制的企业共用客户、供应商及配送渠道的情形；

保证公司与本人近亲属及其控制的的企业及其股东不存在任何形式的股权、期权、债权、资金、收益权等利益安排或输送；公司日后亦不会与本人近亲属及其控制的的企业及其股东发生或进行任何形式的利益安排或输送；

保证除公司与本人近亲属控制的企业正常业务往来外，公司与本人近亲属及其控制的的企业没有任何其他资金往来，不存在业务、机构、人员、资产及采购、销售、配送渠道等混同的情形，公司不以任何形式对本人近亲属控制的任何企业（以下简称“特定企业”）进行投资、提供资助、担保或发生其他经济业务往来；不以任何形式参与特定企业的经营；本公司与特定企业保持资产、人员、财务、机构、业务、采购、销售及配送渠道等方面的相互独立，不与特定企业发生任何形式的捆绑采购或联合议价，不与特定企业发生任何形式的利益输送。

七、保证关于公司独立性的信息披露真实、准确、完整

公司严格按照《公司法》、《证券法》等法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，公司及本人关于独立性的信息披露真实、准确、完整。”

综上所述，发行人符合《审核问答》关于业务、资产、人员、财务、机构独立性的规定，发行人控股股东、实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）在上述各方面与发行人不存在混同，发行人满足资产完整性、业务及人员、财务、机构独立性的要求，不存在影响发行人独立性的情况，不构成本次发行的法律障碍。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人全套工商档案资料、最近两年发行人董事会、股东大会会议资料，核查发行人最近两年董事、监事、高级管理人员提名及任选情况；

2、查阅胜凡投资、福曼医投资、康凡投资的合伙协议、自设立以来的工商档案资料、合伙企业决议文件，核查合伙协议中有关执行事务合伙人权限的约定、

有关执行事务合伙人变更机制的约定等内容，以及最近两年相关合伙企业的实际运行情况；

3、查阅发行人《公司章程》以及《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《总经理工作细则》等制度文件；

4、对发行人实际控制人何家乐、何家伦进行访谈确认；

5、取得发行人实际控制人何家乐、何家伦于 2021 年 6 月签署的《一致行动协议》；

6、查阅安徽省合肥市庐阳区人民检察院于 2018 年 1 月出具的《不起诉决定书》（庐阳检刑不诉[2018]8 号）；

7、取得发行人及其子公司安徽国胜所在地市场监督管理部门、医疗保障管理部门出具的证明文件；

8、取得合肥市公安局包河分局滨湖派出所于 2021 年 1 月出具的关于何家伦不存在刑事犯罪记录的《无犯罪记录证明》；

9、通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站对发行人、安徽国胜、何家伦进行检索；

10、访谈发行人相关负责人员，了解发行人及其子公司、零售门店是否因相关事项而被行政处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质；

11、取得发行人实际控制人及其胞兄何家裕以及发行人员工持股平台的调查表，了解发行人实际控制人及近亲属所控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）情况；通过公开网络查询，了解上述企业基本情况；

12、取得并查阅公司实际控制人及其亲属控制、投资、施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）的工商档案、报告期内财务报表以及主要客户和供应商明细等资料，分析是否与发行人存在重合；

13、取得并查阅公司实际控制人出具的《关于本人及本人配偶所控制的其他企业的业务说明》及何家裕出具的《关于本人及本人配偶控制企业的业务说明》，

了解公司实际控制人、何家裕及其配偶所控制企业的主营业务及相关经营情况，分析是否存在与发行人及其子公司主营业务相同或相似的情况；

14、取得公司实际控制人及何家裕出具的关于避免同业竞争的承诺函以及公司实际控制人出具的关于保持发行人独立性的相关承诺；

15、参照《审核问答》的相关内容，分析上述企业是否存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况；

16、参照《审核问答》相关内容，从业务、资产、人员、财务、机构方面对发行人独立性进行核查，分析上述企业是否存在构成本次发行的法律障碍。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、首次申报时何家乐、何家伦未签署一致行动协议，但不影响发行人控制权的稳定性；何家乐、何家伦已于 2021 年 6 月签署《一致行动协议》，协议内容合理明确，能够有效保证发行人控制权的稳定性；

2、报告期前，何家伦因涉嫌单位行贿被刑事立案侦查，因犯罪情节轻微，检察机关不予起诉，所涉事项与发行人药品零售业务存在关联，但未导致发行人、子公司、下属直营门店、合作门店被行政处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质；该事项不涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域，且发行人未因该事项被主管机关处以行政处罚，不属于情节严重的情形，亦不构成污染环境、重大人身伤亡和社会影响恶劣的情形，因此何家伦该刑事案件不属于《审核问答》所述之重大违法行为；

3、报告期内发行人实际控制人、何家裕及其近亲属、三家员工持股平台所控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）基本情况、主营业务及产品、报告期主要经营情况及财务数据不存在异常，其中淮仁堂药业、淮仁堂生物的客户、供应商与发行人客户、供应商存在重叠的情形，重叠原因具有合理性；参照《审核问答》的相关内容，不存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况；

4、发行人符合《审核问答》关于业务、资产、人员、财务、机构独立性的规定，上述所有企业在上述各方面与发行人不存在混同，发行人满足资产完整性、业务及人员、财务、机构独立性的要求，不存在影响发行人独立性的情况，不构成本次发行的法律障碍。

问题八、关于关联交易

申报材料显示：（1）报告期内发行人与控股股东、实际控制人胞兄、原董事持有、曾任职的多家企业存在关联交易情况。（2）报告期内发行人与阿里健康及其关联服务平台，以及其关联方杭州礼和存在关联交易的情况。（3）报告期内发行人与股东华泰大健康一号、华泰大健康二号存在较大金额资金拆借的情况。

请发行人：

（1）补充披露报告期内与发行人发生关联交易的单位基本情况、交易内容、产生交易的背景及必要性；与部分关联方同时存在关联销售及采购的合理性，定价依据及公允性，否将长期持续存在；是否存在股份代持、利益输送或其他利益安排；裕泰和投资的基本情况，发行人向其关联租赁房产的背景及必要性，房产面积及占发行人总生产面积比重情况，是否属于发行人核心生产经营场所；

（2）补充披露发行人与阿里健康及其关联服务平台，以及其关联方杭州礼和发生关联交易的背景及必要性，交易内容，定价依据及公允性；

（3）补充披露报告期内发行人与股东华泰大健康一号、华泰大健康二号产生较大金额资金拆借的背景，是否支付拆借使用金，是否已完整归还，拆借资金的使用情况；该 2 名股东入股发行人时是否约定资金支持条款，是否存在利益输送的情形；

（4）结合《企业会计准则》及《审核问答》相关内容，披露发行人是否已完整认定并披露关联方，若否，请补充披露关联方及关联交易。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露报告期内与发行人发生关联交易的单位基本情况、交易内容、产生交易的背景及必要性；与部分关联方同时存在关联销售及采购的合理性，定价依据及公允性，是否将长期持续存在；是否存在股份代持、利益输送

或其他利益安排；裕泰和投资的基本情况，发行人向其关联租赁房产的背景及必要性，房产面积及占发行人总生产面积比重情况，是否属于发行人核心生产经营场所；

发行人已在招股说明书“第七节/十/（二）关联交易”中进行了补充披露。

1、报告期内与发行人发生关联交易的单位基本情况、交易内容、产生交易的背景及必要性

（1）向关联方销售商品或提供劳务

报告期内，发行人向关联方销售商品或提供劳务的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	主要交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
淮仁堂药业	提供劳务	2.33	0.00%	11.91	0.01%	2.83	0.00%
好之佳大药房	销售商品	861.34	0.45%	177.40	0.12%	23.06	0.02%
瑞人堂医药关联单位	销售商品	282.12	0.15%	204.97	0.13%	103.72	0.09%
贵州一树关联单位	销售商品	27.63	0.01%	47.38	0.03%	119.38	0.11%
新兴药房关联单位	销售商品	60.37	0.03%	78.45	0.05%	55.98	0.05%
湖南怀仁关联单位	销售商品	303.78	0.16%	269.47	0.18%	135.04	0.12%
阿里健康及其关联服务平台	提供劳务	21.73	0.01%	21.79	0.01%	20.35	0.02%

注：公司原董事汪强任贵州一树连锁药业有限公司（以下简称“贵州一树”）董事，公司原董事杨春晓曾任贵州一树董事，已于 2020 年 5 月辞任；公司原董事周明曾任石家庄新兴药房连锁有限公司（以下简称“新兴药房”）董事，已于 2020 年 9 月辞任；公司原董事曹群曾任湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司（以下简称“湖南怀仁”）董事，已于 2020 年 8 月辞任；阿里健康及其关联服务平台主要系支付宝、天猫、阿里健康 O2O 平台、饿了么等平台公司。基于实质重于形式原则，对发行人与上述报告期内原关联方的下属企业等关联单位之间的交易认定为关联交易（下同）。

①向淮仁堂药业提供劳务

A. 关联交易单位基本情况

淮仁堂药业基本情况参见本回复意见“问题七/一/（三）/1/（15）/①基本情况”。

B.关联交易主要内容

报告期内，公司与淮仁堂药业之间的关联销售金额分别为 2.83 万元、11.91 万元和 2.33 万元，主要系发行人零售业务为推广淮仁堂药业产品收取的**推广、陈列、促销**服务费用，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

C.关联交易的背景及必要性

随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大自有产品的销售规模与品牌影响力，上游供应商通常希望下游流通企业，在市场推广方面给予支持与配合，进而提升盈利能力。提供陈列、促销等增值服务是零售企业的盈利模式之一，是行业通行做法。因此，发行人向淮仁堂药业提供劳务的关联交易具有必要性。

②向好之佳大药房销售商品

A.关联交易单位基本情况

好之佳大药房为发行人参股公司，截至本回复意见出具日，基本情况如下：

公司名称	安徽好之佳大药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91341200054485031L
成立时间	2012 年 9 月 26 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
法定代表人	安明英
住所	安徽省阜阳市颍泉区胜利北路东侧环球外滩国际新城黄金水岸 A2＃楼东 M17-18 二层
经营范围	中成药、中药饮片、生物制品、化学药制剂、抗生素、生化药品零售、医疗器械、食用农产品、化学试剂（不含危险化学品）、药品包装材料、日用品、化妆品、计生用品（除专项许可）、眼镜、家用电器、消毒用品、卫生用品、办公用品、食品销售。（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）
控股股东	李允（持有好之佳大药房 60%股权）
发行人入股时间	2020 年 4 月 27 日

B.关联交易主要内容

报告期内，公司与好之佳大药房之间的关联销售金额分别为 23.06 万元、177.40 万元和 861.34 万元，主要系发行人终端集采业务为好之佳大药房提供**医用外科口罩、复方感冒灵颗粒、氨糖软骨素钙片等中成西药、保健品、医疗器**

械类共计 3,000 多种商品的终端集采业务，**种类繁多且单笔金额较低**，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

报告期各期，发行人向好之佳大药房销售的商品种类具体情况如下：

年度	商品大类	金额（万元）	占比
2020 年度	中成西药	670.78	77.88%
	保健品	96.16	11.16%
	医疗器械	67.57	7.85%
	其他	26.83	3.11%
	总计	861.34	100.00%
2019 年度	中成西药	138.94	78.32%
	保健品	15.16	8.55%
	医疗器械	11.11	6.26%
	中药材	9.63	5.43%
	其他	2.55	1.44%
	总计	177.40	100.00%
2018 年度	中成西药	22.59	97.99%
	医疗器械	0.46	2.01%
	总计	23.06	100.00%

C. 关联交易的背景及必要性

好之佳大药房主要从事安徽省阜阳地区医药零售业务，在阜阳地区具有一定的市场影响力。2014 年起，发行人将好之佳大药房开拓为代理业务客户。由于发行人代理业务品规种类有限，2019 年起发行人开展终端集采业务时，基于过往长期良好的合作历史，好之佳大药房成为终端集采业务首批合作客户。公司于 2020 年参股好之佳大药房并与之成为关联方，通过“参股+一站式配送”的方式与好之佳大药房进一步加深合作。因此，发行人向好之佳大药房销售商品的关联交易具有必要性。

③向瑞人堂医药、贵州一树、新兴药房、湖南怀仁关联单位销售商品

A. 关联交易单位基本情况

瑞人堂医药、贵州一树、新兴药房、湖南怀仁均系发行人外部股东阿里健康或华泰大健康委派的董事或曾经委派的董事，所担任或曾担任董事的关联企业。报告期内，发行人主要与上述企业控股子公司发生交易。

截至本回复意见出具日，瑞人堂医药、贵州一树、新兴药房、湖南怀仁基本情况如下：

a. 瑞人堂医药

公司名称	瑞人堂医药集团股份有限公司
统一社会信用代码	913310817360302964
成立时间	2003 年 6 月 30 日
注册资本	36,000 万元
法定代表人	张冬明
住所	浙江省台州市温岭市城东街道鸡鸣村横淋线西侧
经营范围	许可项目：药品零售；食品经营；诊所服务；第二类增值电信业务；中药饮片代煎服务；互联网直播服务（不含新闻信息服务、网络表演、网络视听节目）；药品互联网信息服务；第三类医疗器械经营；医疗器械互联网信息服务；道路货物运输（不含危险货物）；城市配送运输服务（不含危险货物）（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）。一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；办公用品销售；日用品销售；体育用品及器材零售；针纺织品销售；五金产品零售；家用电器销售；照相机及器材销售；服装服饰零售；化妆品零售；塑料制品销售；皮革制品销售；玩具销售；计算机软硬件及辅助设备零售；金属包装容器及材料销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；成人情趣用品销售（不含药品、医疗器械）；日用口罩（非医用）销售；广告制作；非居住房地产租赁；住房租赁；互联网销售（除销售需要许可的商品）；农副产品销售；日用百货销售；食用农产品零售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；广告设计、代理；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；会议及展览服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；市场营销策划；企业管理咨询；社会经济咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业形象策划；远程健康管理服务；日用化学产品销售；鞋帽零售；眼镜销售（不含隐形眼镜）（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）。

b. 贵州一树

公司名称	贵州一树连锁药业有限公司
统一社会信用代码	91520000709670773J

成立时间	1999 年 3 月 11 日
注册资本	2,065.6647 万元
法定代表人	王春雷
住所	贵州省贵阳市双龙航空港经济区机场路建筑科技产业园 5 号楼
经营范围	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。（药品的研究与开发；中成药、中药材、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生物制品（除疫苗）的零售；预包装食品（含冷藏冷冻食品、含酒类）、保健食品、婴幼儿配方乳粉、特殊医学用途配方食品、其他婴幼儿配方食品、其他类食品、I、II、III 类医疗器械、木制品、纸质品、厨房用品、洗涤用品、卫生洁具、健身器材、五金交电、文体用品、日用百货、消毒用品、玻璃仪器、小家电、文艺品（除文物）、眼镜、床上用品、汽车用品、钟表、服装鞋帽、照明电器、不锈钢制品、化妆用品及其他日化产品的批发、零售和信息咨询。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营））

c. 新兴药房

公司名称	石家庄新兴药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91130100741546641A
成立时间	2002 年 9 月 6 日
注册资本	14,506.234 万元
法定代表人	陈时良
住所	河北省石家庄市鹿泉区龙泉东路 259 号
经营范围	药品零售；医疗器械零售；预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（特殊医学用途配方食品销售、婴幼儿配方乳粉销售、其他婴幼儿配方食品销售、保健食品销售）、生物制品零售；医疗服务（仅限分支机构经营）。日用百货、化妆品，消毒液（不含有毒危险易燃易爆及国家专控产品）、日化用品、办公用品、计生用品、消杀用品的销售、展览展示服务。食盐零售；书报刊零售、食品添加剂、保健用品、洗涤化妆品、消毒剂、健身器材、五金交电、纺织品及针织品、文具用品、花卉、通信设备、农副产品的零售；票务服务；普通货物道路运输及代理；仓储服务；互联网药品信息服务；互联网药品交易服务；增值电信业务；企业管理咨询服务；会议及展览服务；广告设计、制作、代理、发布业务；人才中介服务；保健服务；物业服务；柜台租赁，软件测试、软件信息服务、软件信息咨询，药品、医疗器械信息咨询；房屋出租。（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）

d. 湖南怀仁

公司名称	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司
统一社会信用代码	914312007431862998
成立时间	2002 年 8 月 8 日
注册资本	12,795 万元
法定代表人	林承雄
住所	湖南省怀化市鹤城区鸭嘴岩高速公路连接线南侧、舞水河东侧（鸭嘴岩物流产业园）
经营范围	中成药、中药饮片、化学药制剂、中药材、抗生素制剂、生化药品、生物制品、胰岛素的零售；Ⅰ类医疗器械的销售；Ⅱ类、Ⅲ类医疗器械的销售（具体范围按《医疗器械经营企业许可证》核定的经营）；预包装食品（含冷冻冷藏食品）销售；预包装食品（含酒类）销售；特殊医学用途配方食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；其他婴幼儿配方食品销售；农副产品；消毒产品、日用化学品、百货、健身器材、一次性卫生用品、保健食品、化妆品的批发；美容美发服务；房屋出租；后勤服务；互联网药品信息服务；医疗健康管理服务；医疗设备的技术咨询；物流代理服务；仓储代理服务；仓储管理服务；物流信息服务；供应链管理与服务；商品信息咨询服务；软件服务；软件技术服务；信息系统软件的开发；房屋租赁；互联网信息服务（含药品和医疗器械信息，不含信息搜索查询和信息即时交互服务）；中医科服务（仅限分支机构经营）。（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）

B. 关联交易主要内容

a. 向瑞人堂医药关联单位销售商品

报告期内，公司与瑞人堂医药关联单位之间的关联销售金额分别为 103.72 万元、204.97 万元和 282.12 万元，主要系发行人代理业务为瑞人堂医药下属企业提供**缬沙坦氢氯噻嗪胶囊、雷贝拉唑钠肠溶胶囊、玻璃酸钠滴眼液等**中西成药、保健食品，共计数十种商品，**种类繁多且单笔金额较低，**属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

报告期各期，发行人向瑞人堂医药关联单位销售的商品种类具体情况如下：

年度	商品大类	金额（万元）	占比
2020 年度	中成西药	272.12	96.46%
	保健品	9.77	3.46%
	医疗器械	0.23	0.08%
	合计	282.12	100.00%

2019 年度	中成西药	203.42	99.24%
	其他	1.55	0.76%
	总计	204.97	100.00%
2018 年度	中成西药	103.72	100.00%
	合计	103.72	100.00%

b. 向贵州一树关联单位销售商品

报告期内，公司与贵州一树关联单位之间的关联销售金额分别为 119.38 万元、47.38 万元和 27.63 万元，主要系发行人代理业务为贵州一树下属企业提供**硝苯地平缓释片、头孢克肟片、格列齐特片等**中西成药，共计数十种商品，**单笔金额较低，**属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

报告期各期，发行人向贵州一树关联单位销售的商品种类具体情况如下：

年度	商品大类	金额（万元）	占比
2020 年度	中成西药	26.38	95.47%
	医疗器械	0.72	2.61%
	其他	0.53	1.91%
	总计	**27.63**	**100.00%**
2019 年度	中成西药	47.34	99.91%
	医疗器械	0.04	0.09%
	合计	**47.38**	**100.00%**
2018 年度	中成西药	119.38	100.00%
	合计	**119.38**	**100.00%**

c. 向新兴药房关联单位销售商品

报告期内，公司与新兴药房关联单位之间的关联销售金额分别为 55.98 万元、78.45 万元和 60.37 万元，主要系发行人代理业务为新兴药房下属企业提供**布洛芬缓释胶囊、盐酸二甲双胍缓释片、复方鱼腥草软胶囊等**多种中西成药，**单笔金额较低，**属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

报告期各期，发行人向新兴药房关联单位销售的商品种类具体情况如下：

年度	**商品大类**	**金额（万元）**	**占比**
2020 年度	中成西药	60.37	100.00%

年度	商品大类	金额（万元）	占比
	合计	**60.37**	**100.00%**
2019 年度	中成西药	78.45	100.00%
	合计	**78.45**	**100.00%**
2018 年度	中成西药	55.98	100.00%
	合计	**55.98**	**100.00%**

d. 向湖南怀仁关联单位销售商品

报告期内，公司与湖南怀仁关联单位之间的关联销售金额分别为 135.04 万元、269.47 万元和 303.78 万元，主要系发行人代理业务为湖南怀仁下属企业提供**医用外科口罩、阿莫西林胶囊、格列齐特片等**中西成药、医疗器械，共计数十种商品，**种类繁多且单笔金额较低，**属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

报告期各期，发行人向湖南怀仁关联单位销售的商品种类具体情况如下：

年度	商品大类	金额（万元）	占比
2020 年度	中成西药	226.28	74.49%
	医疗器械	77.50	25.51%
	总计	**303.78**	**100.00%**
2019 年度	中成西药	251.26	93.24%
	医疗器械	11.82	4.39%
	其他	6.39	2.37%
	总计	**269.47**	**100.00%**
2018 年度	中成西药	131.83	97.62%
	医疗器械	3.21	2.38%
	总计	**135.04**	**100.00%**

C. 关联交易的背景及必要性

报告期内，上述关联单位系均为各地区规模较大、知名度较高的大型医药零售连锁企业，属于公司代理业务优质目标客户。因此，发行人向瑞人堂医药、贵州一树、新兴药房、湖南怀仁关联单位销售商品的关联交易具有必要性。

④向阿里健康及其关联服务平台提供劳务

A. 关联交易单位基本情况

阿里健康为发行人股东，截至本回复意见出具日，阿里健康基本情况如下：

企业名称	阿里健康科技（中国）有限公司
企业类型	有限责任公司（台湾港澳法人独资）
统一社会信用代码	91110105336420260L
成立时间	2015 年 8 月 3 日
注册资本	80,000 万元
实收资本	58,000 万元
法定代表人	朱顺炎
住所	北京市朝阳区望京东园四区 7 号楼 15 层 1506 室
经营范围	计算机技术转让、技术咨询、技术服务；企业管理咨询；市场营销策划；商务咨询；医院管理（不含诊疗服务）；批发医疗器械 I 类；计算机系统服；软件开发；软件技术咨询；开发网络及通讯产品技术；计算机系统集成；批发日用品百货、服装、玩具、文化用品、电子产品、通讯设备、计算机软件及辅助设备、家用电器、体育用品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）及以上物品的进出口业务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；设计、制作、代理、发布广告；出租办公用房。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

B.关联交易主要内容

报告期内，发行人向阿里健康及其关联服务平台关联交易金额分别为 20.35 万元、21.79 万元和 21.73 万元，主要系**发行人零售业务中，国胜药房作为入驻阿里健康 O2O 平台的商户，参加平台组织的促销活动并提供相关推广支持服务，而获得的推广活动补贴或奖励，**相关交易具有合理性。

C. 关联交易的背景及必要性

近年来，随着互联网技术的发展以及线上线下融合的销售模式的兴起，公司在报告期内亦积极发展医药零售 O2O 业务，以作为线下零售业务模式的补充。目前国内优质的医药零售 O2O 平台主要为“阿里健康 O2O 平台”、“饿了么”、“美团”、“京东到家”等少数几家，公司与上述平台均存在 O2O 业务合作。同时，为促进平台和各商户的发展，提升双方品牌知名度，阿里健康 O2O 平台不定期推出平台促销活动，并根据每次促销活动政策给予参与促销活动的商户一定推广活动补贴或奖励。出于提升品牌知名度的考虑，国胜药房与其他商户均积极

参与上述平台促销活动。因此，发行人与阿里健康及其关联服务平台所发生的上述关联交易具有必要性。

（2）向关联方采购商品或接受劳务

报告期内，发行人向关联方采购商品或接受劳务的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	主要交易内容	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占营业成本比	金额	占营业成本比	金额	占营业成本比
淮仁堂药业	采购商品	262.28	0.21%	209.88	0.22%	319.01	0.47%
淮仁堂生物	采购商品	8.96	0.01%	15.11	0.02%	202.74	0.30%
杭州礼和	采购商品	1,446.57	1.18%	1,614.67	1.71%	1,262.55	1.87%
湖南怀仁关联单位	采购商品	321.16	0.26%	209.82	0.22%	133.21	0.20%
阿里健康关联服务平台	接受劳务	450.33	0.37%	336.97	0.36%	148.15	0.22%
福赛福餐饮	接受劳务	270.41	0.22%	213.00	0.23%	61.17	0.09%
瑞人堂医药关联单位	接受劳务	6.05	0.00%	8.64	0.01%	3.60	0.01%
贵州一树关联单位	接受劳务	0.92	0.00%	1.70	0.00%	0.47	0.00%
湖南怀仁关联单位	接受劳务	-	0.00%	1.42	0.00%	-	0.00%

①向淮仁堂药业采购商品

A.关联交易单位基本情况

淮仁堂药业的基本情况参见本回复意见“问题七/一/（三）/1/（15）/①基本情况”。

B.关联交易主要内容

报告期内，公司与淮仁堂药业**之间的关联采购金额分别为 319.01 万元、209.88 万元和 262.28 万元**，主要系发行人**向淮仁堂药业采购西洋参、枸杞子、金银花等共计数十种中药饮片，种类繁多且单笔金额较低，**属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

报告期各期，发行人向淮仁堂药业采购的商品种类具体情况如下：

年度	商品大类	金额（万元）	占比
2020 年度	中药饮片	262.27	100.00%
	其他	0.01	0.00%
	总计	**262.28**	**100.00%**
2019 年度	中药饮片	209.00	99.58%
	其他	0.88	0.42%
	总计	**209.88**	**100.00%**
2018 年度	中药饮片	317.98	99.68%
	其他	1.03	0.32%
	总计	**319.01**	**100.00%**

C. 交易的背景、必要性及合理性

发行人医药零售业务主要以直营方式从事各类药品、保健食品、医疗器械等销售，为尽可能满足各类终端消费者的需求，各门店不断丰富铺货的品种。其中，中药饮片作为天然植物药的代表，近年来逐渐受到消费者的青睐，零售门店已将其作为常备商品。发行人近年起步的医药终端集采业务，旨在为单体药店、小型连锁药店等客户提供一站式、全品类产品配送服务，中药饮片为其必不可缺的一类产品。淮仁堂药业为合肥市经营多年的中药饮片生产商，与发行人上述需求相契合，因此在报告期内为发行人提供部分中药饮片等产品的供应，交易存在必要性，具体如下：

a.淮仁堂药业系合格供应商

淮仁堂药业主营业务为中药饮片等产品的生产和销售，具备生产经营所需的药品生产许可证、GMP 认证证书等全部资质及厂房、设备等生产经营条件，并拥有十余项专利技术，系合格供应商；同时，淮仁堂药业具有多年中药饮片等产品的生产、管理经验，产品品质符合要求，能满足发行人业务经营所需，系合格供应商。

b.淮仁堂药业系合作稳定的供应商

公司与淮仁堂药业已合作多年，对其经营能力、生产经验、产品质量等情况较为了解，依托良好且深入的合作基础，有利于保证提供给公司的产品质量与供货及时性，系合作稳定的供应商。

c.发行人系省内药品销售的重要渠道

公司零售业务起步于安徽省合肥市，自成立至今一直坚持深耕省内市场，树立了良好的品牌形象，得到消费者的广泛认可。近年来，公司连续荣登中国连锁药店百强榜单，截至报告期末，发行人拥有直营门店 771 家，是安徽省门店数量最多的医药连锁企业，系省内药品销售的重要渠道。

d.区域半径优势有利双方互赢合作

公司与淮仁堂药业主要经营场所均位于合肥市包河区，双方距离较近，配送半径小，物流成本低，双方合作具备地理区域优势，有利于双方互赢合作。

因此，发行人与淮仁堂药业所发生的上述关联交易具有必要性。

②向淮仁堂生物采购商品

A. 关联交易单位基本情况

淮仁堂生物基本情况参见本回复意见“问题七/一/（三）/1/（16）/①基本情况”。

B. 关联交易主要内容

报告期内，公司与淮仁堂生物之间的关联采购金额分别为 202.74 万元、15.11 万元和 8.96 万元，主要系发行人向淮仁堂生物采购红豆薏米茶、黑枸杞、阿胶辅料包等数十种食品，种类繁多且单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。淮仁堂药业与淮仁堂生物同属何家裕控制的企业，其中淮仁堂生物主要从事食品销售，主要围绕淮仁堂药业开展业务，与发行人之间交易金额极低且呈逐年下降趋势。

报告期各期，发行人向淮仁堂生物采购的商品种类具体情况如下：

年度	商品大类	金额（万元）	占比
2020 年度	其他（主要为食品）	7.57	84.49%
	保健品	0.75	8.40%
	中药饮片	0.64	7.11%
	总计	**8.96**	**100.00%**
2019 年度	其他（主要为食品）	14.63	96.76%

年度	商品大类	金额（万元）	占比
	中药饮片	0.38	2.53%
	保健品	0.11	0.71%
	总计	**15.11**	**100.00%**
2018 年度	其他（主要为食品）	202.74	100.00%
	总计	**202.74**	**100.00%**

C. 关联交易的背景及必要性

淮仁堂生物与淮仁堂药业同属于公司实际控制人之胞兄何家裕控制的企业，主要根据客户需求，提供食品、保健品或部分淮仁堂药业生产的中药饮片的销售。因此，发行人向淮仁堂生物产生少量采购，具有必要性。

③向杭州礼和采购商品

A. 关联交易单位基本情况

截至本回复意见出具日，杭州礼和的基本情况如下：

公司名称	杭州礼和医药有限公司
统一社会信用代码	91330110322877470N
成立时间	2014 年 12 月 18 日
注册资本	2,000 万元
法定代表人	沈涤凡
住所	浙江省杭州市余杭区南苑街道南大街 326 号 1 幢 01 室时代广场 1 号楼 13 层 1301 室
经营范围	药品经营；批发、零售：第一、二、三类医疗器械；食品经营；技术咨询服务，经营进出口业务；家电维修；销售：初级食用农产品（除食品、药品）、消毒用品、计生用品、化妆品、体育用品、数码产品、家用电器、日用百货、工艺品、五金交电、花卉、纺织品、皮革制品、服装、玩具、文化用品、电子产品（除电子出版物）、通讯设备、计算机软件及辅助设备、化工产品（不含危险化学品）；网上销售：初级食用农产品（除食品、药品）、第一、二、三类医疗器械、消毒用品、计生用品、化妆品、体育用品、数码产品、家用电器、日用百货、工艺品、五金交电、花卉、纺织品、皮革制品、服装、玩具、文化用品、电子产品（除电子出版物）、通讯设备、计算机软件及辅助设备、化工产品（不含危险化学品）；计算机系统服务，软件开发、软件技术咨询、开发网络及通讯产品技术、计算机系统集成；计算机技术转让、技术咨询、技术服务；非医疗性健康咨询；企业管理咨询、市场营销策划、商务咨询（除证券、期货）、物业管理；展览服务；数据

	处理；设计、制作、代理、发布广告（除新闻媒体及网络广告）。（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）

B.关联交易主要内容

报告期内，公司与杭州礼和之间的关联销售金额分别为 1,262.55 万元、1,614.67 万元和 1,446.57 万元，主要系公司向杭州礼和采购复方阿胶浆、东阿阿胶等**数十种**非处方药品所支付的采购货款，**种类繁多且单笔金额较低**，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

报告期各期，发行人向杭州礼和采购的商品种类具体情况如下：

年度	商品大类	金额（万元）	占比
2020 年度	中西成药	1,446.02	99.96%
	中药饮片	0.46	0.03%
	其他	0.10	0.01%
	总计	**1,446.57**	**100.00%**
2019 年度	中西成药	1,614.54	99.99%
	其他	0.13	0.01%
	总计	**1,614.67**	**100.00%**
2018 年度	中西成药	1,260.09	99.80%
	中药饮片	2.44	0.19%
	其他	0.03	0.00%
	总计	**1,262.55**	**100.00%**

C. 关联交易的背景及必要性

发行人医药零售业务为满足终端消费者多样化产品需求以及门店全品类产品的供应，因此需从多个上游渠道供应商进行采购。杭州礼和作为阿里健康旗下的医药批发企业，拥有面向全国的配送与多品种的产品供应能力。发行人向杭州礼和的采购是基于日常真实的商业采购目的，报告期内的关联交易具有必要性。

④向湖南怀仁关联单位采购商品

A.关联交易单位基本情况

截至本回复意见出具日，湖南怀仁的基本情况参见本回复意见“问题八/一/（一）/1/（1）/③/A/d.湖南怀仁”。

B.关联交易主要内容

报告期内，公司与湖南怀仁关联单位之间的关联采购金额分别为 133.21 万元、209.82 万元和 321.16 万元，主要系发行人零售和终端集采业务向湖南怀仁下属企业采购**枸杞子、金银花、西洋参等**多种中药饮片，**单笔金额较低，**属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

报告期各期，发行人向湖南怀仁关联单位采购的商品种类具体情况如下：

年度	商品大类	金额（万元）	占比
2020 年度	中药饮片	321.16	100.00%
	合计	**321.16**	**100.00%**
2019 年度	中药饮片	209.82	100.00%
	合计	**209.82**	**100.00%**
2018 年度	中药饮片	133.21	100.00%
	合计	**133.21**	**100.00%**

C.关联交易的背景及必要性

发行人医药零售业务为满足终端消费者多样化产品需求以及门店全品类产品的供应，因此需从多个上游渠道供应商进行采购。湖南怀仁全资子公司湖南省博世康中医药有限公司（以下简称“湖南博世康”）作为湖南怀仁医药流通产业链向上游延伸的重要部分，主要从事中药饮片的研发、生产及销售。发行人向湖南怀仁的采购是基于日常真实的商业采购目的，报告期内的关联交易具有必要性。

⑤接受阿里健康及其关联服务平台提供的劳务

A.关联交易单位基本情况

截至本回复意见出具日，阿里健康的基本情况参见本回复意见“问题八/一/（一）/1/（1）/④/A.关联交易单位基本情况”。

B.关联交易主要内容

报告期内，阿里健康关联服务平台为发行人提供劳务的金额分别为 148.15 万元、336.97 万元和 450.33 万元，**发行人与阿里健康关联服务平台之间的交易主要系：①使用支付宝平台提供的第三方支付相关服务而支付的手续费；②在天猫电商平台开设“国胜大药房旗舰店”支付的相关服务费，包括平台运营、推广等相关服务，以及平台配套软件或服务；③入驻阿里健康、饿了么 020 平台而支付的相关服务费，包括平台运营、配送、推广等相关服务；④使用阿里云相关服务器、云计算产品及服务，而支付的相关服务费。**

平台	主要交易内容
支付宝	第三方支付相关服务
天猫平台	平台运营、推广等相关服务
	平台配套软件及服务
阿里健康、饿了么 020 平台	平台运营、配送、推广等相关服务
阿里云	云计算产品及服务

C.关联交易的背景及必要性

网络信息化技术的发展为医药零售领域与互联网领域的交叉结合并发挥协同效应创造了良好的技术环境，具体表现为以支付宝和微信为代表的的第三方支付平台，以“天猫”、“京东”、“拼多多”和“饿了么”为代表的 B2C 平台，以“美团”、“京东到家”、“阿里健康”为代表的 O2O 平台，以及相关云计算、服务器租用、配套工具等相关服务企业。随着网上药店模式的兴起，包括发行人在内的越来越多的零售药店积极开展 B2C 和 O2O 的销售模式，以作为线下零售业务模式的补充，并满足消费者的需求与消费体验的提升。报告期内，公司与上述平台均有所合作，属于正常的商业行为。通过与阿里健康关联服务平台在电商运营、结算等方面的合作，公司打通线上线下渠道，能够快速响应消费者的需求，升级顾客的消费体验，提升品牌宣传力度，获得不断增长的客户流量。因此，公司与上述平台的交易具有必要性及合理性。

⑥接受福赛福餐饮提供的劳务

A.关联交易单位基本情况

截至本回复意见出具日，福赛福餐饮基本情况如下：

公司名称	合肥福赛福餐饮服务有限公司
统一社会信用代码	91340111MA2RMMT26X
成立时间	2018 年 4 月 20 日
注册资本	5 万元
法定代表人	俞波
住所	合肥市包河区上海路 18 号一层
经营范围	餐饮服务；餐饮管理；会议服务。（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）

B.关联交易的主要内容

报告期内，公司与福赛福餐饮之间的关联交易金额分别为 61.17 万元、213.00 万元和 270.41 万元，主要系为解决公司员工工作期间就餐问题，公司将员工餐厅服务委托给公司董事殷俊之配偶之胞弟俞波所控制的餐饮公司福赛福餐饮，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

C. 关联交易的背景及必要性

随着发行人经营规模的不断扩大，员工人数逐年增加，为解决员工工作期间就餐问题，公司将员工食堂餐饮供应委托给第三方餐饮机构福赛福餐饮进行专门管理，为公司员工提供必要的工作就餐便利。因此，报告期内，发行人与福赛福餐饮之间的关联交易具有必要性。

⑦接受瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位提供的劳务

A.关联交易单位基本情况

截至本回复意见出具日，瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁的基本情况参见本回复意见“问题八/一/（一）/1/（1）/③/A.关联交易单位基本情况”相关内容。

B.关联交易的主要内容

报告期内，发行人接受瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位劳务所发生的关联交易，主要系瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁下属企业作为华人健康代理业务的下游零售客户，**凭借其门店品牌在当地的影响力与销售规模优势**，为发行人代理产品提供门店陈列推广服务所收取的促销及市场推广费用，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

C.关联交易的背景及必要性

随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大自有产品的销售规模与品牌影响力，上游供应商通常希望下游流通企业，在市场推广方面给予支持与配合，进而提升盈利能力。提供陈列、促销等增值服务是零售企业的盈利模式之一，是行业通行做法。因此，发行人报告期内与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位的关联交易具有必要性。

（3）向关联方租赁房屋

报告期内，发行人向关联方租赁房屋的关联交易情况如下：

单位：万元

关联方名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度
裕泰和投资	79.85	101.47	98.65

注：根据中共合肥市包河区委办公室合肥市包河区人民政府办公室印发《关于应对新型冠状病毒感染的肺炎疫情扶持中小微企业持续发展的若干政策》的通知（包河办发[2020]7号），对承租区属国企所属的国有资产类经营用房的中小微企业及个体经营户，经认定，2020年度，疫情防控期间给予 2 个月房租免收、2 个月房租减半的房租减负优惠

①关联交易单位基本情况

裕泰和投资基本情况参见本回复意见“问题七/一/（三）/1/（7）/①基本情况”。

②关联交易的主要内容

报告期内，公司与裕泰和投资的关联交易系安徽国胜**租赁裕泰和投资位于金寨路 213 号的房产，以为**所属金寨路门店提供经营场地。

③关联交易的背景及必要性

上述所租赁房屋位于合肥市核心商业区，毗邻安徽医科大学第一附属医院，具有稳定的消费者，**符合医药零售门店的选址要求，对发行人现阶段的经营及业务扩张具有重要意义**。因此，公司向裕泰和投资租赁房屋系出于该房屋地理位置优势利于门店经营所需的正常交易目的，交易必要且合理。

（4）关联方资金拆借

①关联方资金拆借情况

A. 2020 年度关联方资金拆借情况

2020 年度，公司不存在关联方资金拆借情况。

B. 2019 年度关联方资金拆借情况

单位：万元

拆出方	拆入方	科目	期初金额	本期增加额	本期减少额	期末金额
胜凡管理	安徽国胜	其他应付款	-	300.00	300.00	-
华泰大健康一号	发行人	其他应付款	38.98	-	38.98	-
华泰大健康二号	发行人	其他应付款	2.67	-	2.67	-

C. 2018 年度关联方资金拆借情况

单位：万元

拆出方	拆入方	科目	期初金额	本期增加额	本期减少额	期末金额
胜凡管理	安徽国胜	其他应付款	-	800.00	800.00	-
胜凡管理	发行人	其他应付款	650.00	-	650.00	-
何家乐	安徽国胜	其他应付款	-	380.00	380.00	-
何家伦	安徽国胜	其他应付款	-	372.00	372.00	-
安徽国胜	何家伦	其他应收款	-	22.00	22.00	-
华泰大健康一号	发行人	其他应付款	-	4,718.98	4,680.00	38.98
华泰大健康二号	发行人	其他应付款	-	322.67	320.00	2.67

注 1：何家伦作为拆入方，安徽国胜作为拆出方的款项性质为备用金

注 2：华泰大健康一号和华泰大健康二号拆出给发行人的其他应付款期末金额为相关拆借利息

②关联交易单位基本情况

A.胜凡管理

胜凡管理，实际控制人何家伦曾经控制的企业，现已注销。基本情况参见本回复意见“问题七/一/（三）/1/（6）/①基本情况”。

B.华泰大健康一号

企业名称	南京华泰大健康一号股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320100MA1N82J0XK
成立时间	2016 年 12 月 28 日

认缴出资额	145,950 万元
实缴出资额	145,950 万元
执行事务合伙人	华泰紫金投资有限责任公司
委派代表	曹群
住所	南京市鼓楼区汉中门大街 301 号 1501 室
经营范围	从事非证券股权投资活动及相关咨询业务。（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）

C.华泰大健康二号

公司名称	南京华泰大健康二号股权投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91320100MA1N82LA4U
成立时间	2016 年 12 月 28 日
认缴出资额	10,000 万元
实缴出资额	10,000 万元
执行事务合伙人	华泰紫金投资有限责任公司
委派代表	曹群
住所	南京市鼓楼区汉中门大街 301 号 1501 室
经营范围	从事非证券股权投资活动及相关咨询业务。（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）

D.何家乐

何家乐系公司，担任公司董事长、总经理职务，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 342427197601******。截至本回复意见出具日，何家乐直接持有公司 200,493,326 股，占本次发行前公司股本总额的 58.97%，并通过所控制的胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资间接控制公司 22,771,686 股，占本次发行前公司股本总额的 6.70%，以直接及间接方式合计控制公司 65.67%的股权。

E.何家伦

何家伦系公司实际控制人，担任公司董事、副总经理职务，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 342427197309******。截至本回复意见出具日，何家伦直接持有公司 27,572,335 股，占本次发行前公司股本总额的 8.11%。

③关联交易的主要内容、背景及必要性

A.向胜凡管理、何家乐、何家伦拆入资金

2018 年和 2019 年，发行人向胜凡管理、何家乐、何家伦合计拆入资金 1,552 万元和 300 万元，均系由于安徽国胜作为医药零售业务运营主体，零售业务快速增长，对营运资金需求较大，因此向胜凡管理、何家乐、何家伦拆入资金用于公司正常业务经营，具有必要性、合理性。

B.向华泰大健康一号、华泰大健康二号拆入资金

2018 年，华泰大健康一号、华泰大健康二号与发行人签署《可转股债权投资协议》，拟通过债转股形式进一步对发行人投资，投资金额为 5,000 万元。发行人经过多轮协商，最终确定的估值为 19 亿元，苏州赛富以增资方式入股。华泰大健康一号、华泰大健康二号经过内部论证，最终放弃参与本次投资。发行人向华泰大健康一号、华泰大健康二号退还 5,000 万元拟投资款，并按照协议约定分别支付利息 38.98 万元和 2.67 万元。该事项具有必要性、合理性。

C.向何家伦拆出资金

2018 年度，何家伦因备用金事项，与安徽国胜之间形成资金拆借，合计发生金额为 22 万元。上述备用金均用于正常业务，具有合理性。

综上所述，报告期内，发行人关联交易内容真实，具有合理性和必要性。

2、与部分关联方同时存在关联销售及采购具有合理性，定价依据合理，交易价格公允，未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系

报告期内，发行人与淮仁堂药业、瑞人堂医药关联单位、贵州一树关联单位、湖南怀仁关联单位、阿里健康及其关联单位同时存在关联销售与采购，具体情况如下：

关联方名称	关联销售主要内容	关联采购主要内容
淮仁堂药业	提供推广、陈列、促销等服务	采购中药饮片
瑞人堂医药关联单位	销售药品等	接受推广、陈列、促销等服务
贵州一树关联单位	销售药品等	接受推广、陈列、促销等服务
湖南怀仁关联单位	销售药品等	接受推广、陈列、促销等服务；采购中药饮片
阿里健康及其关联单	提供阿里健康020平台促销推	采购中成西药等；

关联方名称	关联销售主要内容	关联采购主要内容
位	广服务	接受天猫、阿里健康、饿了么、阿里云 B2C 和 O2O 平台相关运营、推广、第三方支付结算、配送、云计算、服务器租赁等相关产品或服务

（1）同时与淮仁堂药业发生关联销售与采购

①同时存在关联销售及采购的合理性

报告期内，发行人同时与淮仁堂药业发生关联销售与采购，主要系发行人向淮仁堂药业采购中药饮片，同时淮仁堂药业通过向发行人支付服务费，换取市场推广、展示陈列、促销活动、广告宣传等服务支持，符合行业惯例，与发行人与其他代理业务上游厂商的合作模式基本一致，具有合理性。

②交易定价依据合理，且价格公允

发行人为淮仁堂药业提供产品推广、陈列、促销服务的定价依据主要根据公司为其产品促销活动所提供场地、人员、道具及其他成本，同时结合促销活动期间的推广效果为基础确定，符合行业惯例。上述定价依据与相同业务下的其他第三方情况基本一致，定价依据合理，交易价格公允。

报告期内，公司向淮仁堂药业采购的主要商品的价格与无关联第三方采购价格（不含税）对比情况如下：

商品名称及规格	期间	淮仁堂药业			无关联第三方			单价差异率
		金额（万元）	占营业成本比例	单价（元）	金额（万元）	占营业成本比例	单价（元）	
枸杞子（150g）	2020 年	13.19	0.01%	16.11	46.44	0.04%	14.11	14.20%
	2019 年	12.25	0.01%	16.07	71.81	0.08%	14.37	11.89%
	2018 年	15.51	0.02%	15.84	59.63	0.09%	15.26	3.77%
西洋参（60g）	2020 年	15.67	0.01%	61.65	210.66	0.17%	78.55	-21.52%
	2019 年	18.68	0.02%	61.52	57.32	0.06%	76.69	-19.79%
	2018 年	29.17	0.04%	60.83	97.08	0.14%	86.39	-29.58%
金银花（30g）	2020 年	19.12	0.02%	13.07	40.59	0.03%	13.81	-5.39%
	2019 年	10.54	0.01%	12.97	17.48	0.02%	12.88	0.67%
	2018 年	18.61	0.03%	10.96	9.98	0.01%	10.59	3.49%

注：由于公司向淮仁堂药业药业采购的中药饮片达 70 多种，而每种商品均有多类品规，且单类商品采购金额较小，因此选取报告期内交易金额较大且具有可比无关联第三方采购的规格产品进行对比分析

公司向淮仁堂药业采购的主要商品价格与无关联第三方采购价格存在一定差异，主要系中药饮片不同于一般医药产品，其作为中药材产品的药用价值因产地、生产年限、品质、大小、加工处理方式**的不同而存在价格差异**，市场难以形成统一价格。**同时，发行人向淮仁堂药业采购的药品定价主要以市场需求情况和产品成本未基础确定，定价依据合理。此外，**公司向淮仁堂药业各期采购金额占营业成本分别为 0.47%、0.22%和 0.21%，占比极低，且呈逐年下降趋势，不存在重大依赖性，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

③未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系

发行人与淮仁堂药业上述关联销售与采购属于正常商业行为，相关交易具有必要性，且发行人零售业务品类目前仍以中西成药为主，中药饮片占比不高，双方未来将根据自身经营需要保持合理的业务往来关系。

（2）同时与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位发生关联销售与采购

①同时存在关联销售及采购的合理性

报告期内，发行人与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位同时发生关联销售及采购，主要系发行人代理业务向其销售所代理产品等，同时向其支付服务费，委托其为代理产品提供市场推广、展示陈列、促销活动、广告宣传等服务支持，符合行业惯例，与发行人与其他下游医药连锁企业客户的合作模式基本一致，具有合理性。

此外，为满足终端消费者多样化产品需求以及门店全品类产品的供应，发行人还向湖南怀仁主要从事中药饮片研发、生产及销售的全资子公司湖南省博世康中采购中药饮片产品，属于正常商业行为。

因此，发行人同时与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位存在关联销售和采购符合行业惯例，属于正常商业行为，具有合理性。

②交易定价依据合理，且价格公允

A.接受瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位提供的产品推广、陈列、促销服务

上述关联方为发行人提供产品推广、陈列、促销服务的定价依据主要根据公司为其产品促销活动所提供场地、人员、道具及其他成本，同时结合促销活动期间的推广效果为基础确定，符合行业惯例。上述定价依据与相同业务下的其他第三方情况基本一致，定价依据合理，交易价格公允。

B.向瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位销售中西成药、保健品、医疗器械等产品

发行人向上述关联方销售中西成药、保健品、医疗器械等产品的定价依据系综合考虑生产厂商知名度、文号稀缺性、产品竞争力、下游需求量、竞争产品定价等因素，分析代理品规价格体系（发行人采购代理价、自身利润空间、生产厂商建议零售指导价），发行人制定了代理品规的连锁供货基础价格，在此基础上，各省区经理、地区客户经理在公司总部批准和授权前提下，根据服务客户的资质、采购规模、合作历史等因素，可以给予不同客户一定程度的上下浮动空间。上述定价依据与相同业务下的其他第三方基本相同，定价依据合理。

报告期内，发行人向上述关联方销售的主要商品的价格与无关联第三方销售价格（不含税）对比情况如下：

商品名称及规格	期间	瑞人堂、贵州一树、湖南怀仁关联单位			无关联第三方			单价差异率
		金额（万元）	占营业收入比例	单价（元）	金额（万元）	占营业收入比例	单价（元）	
缬沙坦氨氯噻嗪胶囊（80mg+12.5mg*14粒*400盒）	2020年	86.83	0.04%	10.94	1,778.92	0.92%	11.35	-3.65%
	2019年	52.99	0.03%	11.28	1,459.00	0.96%	11.49	-1.83%
	2018年	16.26	0.01%	10.34	1,065.68	0.96%	10.24	0.90%
阿莫西林胶囊（0.5g*30粒*400盒）	2020年	54.78	0.03%	5.93	1,519.59	0.79%	5.68	4.37%
	2019年	77.45	0.05%	5.88	1,371.71	0.90%	5.45	7.97%
	2018年	35.81	0.03%	4.96	955.60	0.87%	5.22	-5.04%
格列齐特片（80mg*60片*200盒）	2020年	25.09	0.01%	9.09	1,011.25	0.52%	9.72	-6.50%
	2019年	31.99	0.02%	8.94	949.01	0.62%	9.52	-6.09%
	2018年	24.16	0.02%	7.42	1,010.39	0.91%	8.10	-8.43%

注：因公司所销售商品种类、规格繁多，选取报告期各期与瑞人堂、贵州一树、湖南怀仁关联单位合计销售金额达 10 万元以上，且存在向无关联第三方销售的中西成药进行对比分析

报告期内，发行人向瑞人堂、贵州一树、湖南怀仁关联单位销售的主要商品价格与无关联第三方采购价格不存在显著差异，部分商品单价存在小幅度差异主要由于客户合作时间长短、销售量、销售时点以及当时商品的紧俏度等客观原因所致，均处于合理范围之内，除去上述因素影响，交易价格公允。此外，发行人与瑞人堂、贵州一树、湖南怀仁关联单位的交易占公司各期营业收入比例较低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

C.向湖南怀仁关联单位采购商品

发行人向湖南怀仁全资子公司湖南省博世康中医药有限公司采购的商品主要为中药饮片，中药饮片不同于一般医药产品，作为中药材产品的药用价值因产地、生产年限、品质、大小、加工处理方式的不同而存在价格差异。同时，发行人向湖南怀仁关联单位采购的药品定价主要以市场需求情况和产品成本为基础，经双方协商确定。上述定价依据与相同业务下的其他第三方供应商基本相同，定价依据合理。此外，公司向湖南怀仁关联单位各期采购金额占营业成本分别为 0.20%、0.22%和 0.26%，占比较低，对公司经营业绩和财务状况不构成重大影响。

③未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系

发行人与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位上述关联销售与采购属于正常商业行为，相关交易具有必要性和合理性，且报告期内合作基本稳定，发行人与上述各方未来将根据各身经营需要保持合理的业务往来关系。

（3）同时与阿里健康及其关联单位发生关联销售与采购

①同时存在关联销售及采购的合理性

报告期内，发行人与阿里健康及其关联单位同时存在销售与采购，均系基于正常商业背景，关联销售和采购的内容、业务板块等存在不同，具体情况如下：

关联方	关联销售主要内容	关联采购主要内容	业务板块
杭州礼和	-	采购中西成药等	医药零售、终端集采
阿里健康及其关联服务平台	提供阿里健康 O2O 平台促销推广服务	接受天猫、阿里健康、饿了么、阿里云 B2C 和 O2O 平台相关运营、推广、第三方支付结算、配送、云计算、服务器租赁等相关产品或服务	医药零售

报告期内，发行人同时与阿里健康及其关联单位发生关联销售与采购，主要系：

A. 发行人与杭州礼和发生关联采购，主要是由于公司医药零售和终端集采日常采购商品具有种类和数量较多、批次频繁的特点，需从多个上游渠道供应商进行采购，而杭州礼和作为阿里健康全资子公司，主要从事医药批发业务，拥有面向全国的渠道配送能力，发行人与杭州礼和综合考虑双方的业务发展需要而进行业务合作，属于正常商业行为；

B. 发行人与阿里健康及其关联服务平台发生的关联采购，系基于天猫 B2C 平台和阿里健康、饿了么 O2O 平台，为安徽国胜的医药零售电商业务提供支付宝第三方支付相关服务、B2C 和 O2O 平台运营、推广、配送及相关配套软件与服务，以及相关阿里云计算产品及相关服务，属于正常商业行为；

C. 发行人与阿里健康及其关联服务平台发生的关联销售，系安徽国胜作为入驻阿里健康 O2O 平台的商户，参加平台组织的促销活动并提供相关推广支持服务。上述交易符合医药零售行业 O2O 模式特征，属于正常商业行为。

报告期内，发行人与上述同时发生关联销售与采购的关联方，在具体发生业务往来的关联单位、关联销售和采购内容、业务板块等存在不同，是综合考虑双方的业务发展需求而产生的业务合作，属于正常商业行为，具有合理性。

②交易定价依据合理，且价格公允

A. 向杭州礼和采购商品

发行人向杭州礼和采购的商品定价依据主要是根据市场需求情况和产品成本为基础，经双方协商确定。上述定价依据与相同业务下的其他无关联第三方供应商基本一致，因此定价依据合理，交易价格公允。

报告期内，公司向杭州礼和采购的主要商品的价格与无关联第三方采购价格（不含税）对比情况如下：

商品名称及规格	期间	杭州礼和			无关联第三方			单价差异率
		金额（万元）	占营业成本比	单价（元）	金额（万元）	占营业成本比	单价（元）	
复方阿胶浆（无蔗糖，20ml*48 支）	2020 年	93.03	0.08%	193.81	573.43	0.47%	199.32	-2.77%
	2019 年	883.20	0.93%	215.90	432.23	0.46%	216.33	-0.20%
	2018 年	876.21	1.30%	208.62	438.10	0.65%	208.62	0.00%
东阿阿胶（250g 铁盒）	2020 年	790.71	0.64%	733.23	358.41	0.29%	716.81	2.29%
	2019 年	-	-	-	1,099.93	1.16%	757.16	-
	2018 年	297.59	0.44%	743.97	292.00	0.43%	730.00	1.91%

公司向杭州礼和采购的主要商品价格与无关联第三方采购价格不存在显著差异，部分商品单价存在小幅度差异主要由于采购量、采购时点、采购供应商合作时间长短等客观原因所致，均处于合理范围之内。因此交易价格公允。

B. 接受阿里健康及其关联服务平台提供的 B2C 和 O2O 业务相关服务

发行人与阿里健康及其关联服务平台发生的关联采购，均系支付宝、天猫、阿里健康、饿了么 O2O 平台以及阿里云服务平台上的相关服务，上述平台均为国内领先的 B2C 和 O2O 电商相关服务平台，发行人系依据平台制定的通用规则对相关交易定价，因此定价依据合理，交易价格公允。各平台主要定价依据如下：

平台	主要交易内容	定价依据
支付宝	第三方支付相关服务	支付宝平台按照单笔交易流量*约定费率进行手续费实时划扣（在单笔封顶限下）
天猫平台	平台运营、推广等相关服务	按照交易流量（交易额）*约定费率进行服务费实时划扣，部分服务还将收取一定金额的固定费用（如年费等）
	平台配套软件及服务	按需以年费形式一次性购买使用
阿里健康、饿了么 O2O 平台	平台运营、推广、配送等相关服务	按照系统记录的订单交易额为基数*约定费率在订单送达后划扣（如自配送还需固定服务费）

平台	主要交易内容	定价依据
阿里云	云计算产品及服务	采购的云服务器 ECS、智能接入网关等产品及服务根据规格配置参照阿里云网站列明服务价格并协商优惠，发行人按照阿里云网站展示的应付费用进行支付

C.向阿里健康及其关联服务平台提供相关推广支持服务

国胜药房作为入驻阿里健康 O2O 平台的商户，参加平台组织的促销活动并提供相关推广支持服务，而获得推广活动相关补贴或奖励，系依据平台通用规则执行定价，交易价格公允。

③未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系

发行人与杭州礼和、阿里健康及其关联服务平台的上述关联销售与采购属于正常商业行为，相关交易具有必要性，且报告期内合作基本稳定，发行人与上述各方未来将根据自身经营需要保持合理的业务往来关系。

综上所述，报告期内，发行人与部分关联方同时存在关联销售及采购具有合理性，定价依据合理，交易价格公允，发行人与上述各方未来将根据自身经营需要保持合理的业务往来关系。

3、上述关联方不存在股份代持、利益输送或其他利益安排

报告期内，发行人与上述关联方不存在股份代持、利益输送或其他利益安排。

4、裕泰和投资的基本情况，发行人向其关联租赁房产的背景及必要性，房产面积及占发行人总生产面积比重情况，不属于发行人核心生产经营场所

（1）裕泰和投资的基本情况，发行人向其关联租赁房产的背景及必要性

截至本回复意见出具日，裕泰和投资的基本情况及发行人在报告期内向其关联租赁房产的背景及必要性详见本回复意见“问题八/一/（一）/1/（3）向关联方租赁房屋”相关内容。

（2）发行人向裕泰和投资租赁的房产面积及占发行人总生产面积比重较低，该房产不属于发行人核心生产经营场所

发行人向裕泰和投资租赁其位于合肥市金寨路 213 号的房产面积为 2,100㎡，其中 1,930㎡进行转租，实际经营使用的面积为 170㎡，占报告期末发行人零售门店租赁房产总面积的 0.15%，占比较小，不属于发行人核心生产经营场所，不会对发行人正常经营产生重大影响。

综上所述，发行人向裕泰和投资关联租赁房产具有必要性，所租赁房产面积占发行人零售门店租赁房产总面积较小，不属于发行人核心生产经营场所。

（二）补充披露发行人与阿里健康及其关联服务平台，以及其关联方杭州礼和发生关联交易的背景及必要性，交易内容，定价依据及公允性；

发行人已在招股说明书“第七节/十/（二）关联交易”中进行了补充披露。

报告期内，发行人与阿里健康及其关联服务平台发生关联交易的背景及必要性、交易内容详见本回复意见“问题八/一/（一）/1/（1）/④向阿里健康及其关联服务平台提供劳务”及“问题八/一/（一）/1/（2）/⑤接受阿里健康及其关联服务平台提供的劳务”相关内容，发行人与杭州礼和发生关联交易的背景及必要性、交易内容详见本回复意见“问题八/一/（一）/1/（2）/③向杭州礼和采购商品”相关内容，发行人与阿里健康及其关联服务平台、杭州礼和发生关联交易的定价依据及公允性详见本回复意见“问题八/一/（一）/2/（3）/②交易定价依据合理，且价格公允”相关内容。

综上所述，报告期内，发行人与阿里健康及其关联服务平台、杭州礼和发生的关联交易内容真实，具有必要性，定价依据合理，交易价格公允。

（三）补充披露报告期内发行人与股东华泰大健康一号、华泰大健康二号产生较大金额资金拆借的背景，是否支付拆借使用金，是否已完整归还，拆借资金的使用情况；该 2 名股东入股发行人时是否约定资金支持条款，是否存在利益输送的情形；

1、报告期内发行人与股东华泰大健康一号、华泰大健康二号产生较大金额资金拆借的背景

报告期内发行人与股东华泰大健康一号、华泰大健康二号产生较大金额资金拆借的背景参见本回复意见“问题八/一/（一）/1/（4）/③/B.向华泰大健康一号、华泰大健康二号拆入资金”。

2、该项资金拆借已支付拆借使用金，已完整归还，拆借资金均用于日常经营

根据华泰大健康一号、华泰大健康二号与发行人及相关方签署的《可转股债权投资协议》约定，如若华泰大健康一号、华泰大健康二号决定放弃参与本次增资，发行人需按拆借本金的 8%的年利率（单利）支付利息作为拆借使用金。华泰大健康一号、华泰大健康二号经过内部论证，最终放弃参与本次投资，发行人已经按照协议约定还本付息。上述拆借资金均用于发行人日常经营所需。具体情况如下：

单位：万元

借款人	借款金额	合同利率	借款日期	到期日期	利息	资金用途
南京华泰大健康一号股权投资合伙企业（有限合伙）	4,680.00	8%	2018/11/22	2018/12/29	38.98	日常经营
南京华泰大健康二号股权投资合伙企业（有限合伙）	320.00	8%	2018/11/22	2018/12/29	2.67	日常经营
合计	**5,000.00**	-	-	-	**41.64**	-

3、该 2 名股东入股发行人时未约定资金支持条款，不存在利益输送的情形

2017 年 8 月，发行人与华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资及其他相关方签署《增资协议》，约定华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资按公司投后整体估值 75,000 万元，出资认购公司新增股份 7,500 万股。根据当时相关协议条款，华泰大健康一号、华泰大健康二号在入股发行人时，未约定资金支持条款。

2018 年华泰大健康一号、华泰大健康二号以债转股形式投资发行人，系基于追加投资考虑，拟根据公司发展及市场估值情况确定是否行使转股权利，且该项债转股投资已通过华泰资金投资有限责任公司内部决策程序。发行人经过多轮协商，最终确定该轮次投资估值为 19 亿元，苏州赛富以增资方式入股。华泰大

健康一号、华泰大健康二号经过内部论证，最终放弃参与本次投资。上述过程不存在异常，不存在利益输送的情形。

综上所述，报告期内，发行人与股东华泰大健康一号、华泰大健康二号产生较大金额的资金拆借具有合理的商业背景，已按照协议约定还本付息，资金均用于日常经营；该 2 名股东入股发行人时未约定资金支持条款，不存在利益输送的情形。

（四）结合《企业会计准则》及《审核问答》相关内容，披露发行人是否已完整认定并披露关联方，若否，请补充披露关联方及关联交易。

发行人已在招股说明书“第七节/十/（一）关联方及关联关系”中进行了补充披露。

公司已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会、深圳证券交易所的有关规定披露关联方及关联交易，不存在应披露未披露的情形。

二、保荐机构、发行人律师、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅《公司法》、《企业会计准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及《审核问答》，了解关联方的认定与关联交易披露的相关规定；

2、通过获取发行人主要股东、董事、监事、高级管理人员及何家裕填写的《调查表》以及网络检索等方式，确定报告期内发行人的关联方；

3、通过公开网络查询、查阅工商档案、走访等形式，了解发行人报告期内关联方基本情况；

4、获取报告期内主要关联交易相关的合同文件、财务明细等资料，了解发行人报告期内关联交易的主要交易内容；

5、访谈发行人实际控制人，了解并分析报告期内关联交易的产生背景、必要性、合理性以及同时存在关联销售及采购的合理性与定价公允性等情况；

6、查阅关联交易涉及的相关合同，与主要无关联第三方的合同文件就定价依据进行对比分析，并通过核查报告期内的采购、销售明细，分析定价公允性；

7、通过对报告期内主要关联客户、供应商的走访，核查其基本情况、与发行人交易情况以及是否存在股份代持及其他利益安排等情况；

8、取得公司控股股东、实际控制人出具的《关于规范关联交易的承诺函》；

9、核查了华泰大健康一号、华泰大健康二号资金拆入的协议文件、内部决策文件以及涉及上述资金往来的相关凭证等。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1、报告期内与发行人发生关联交易的单位基本情况、交易内容不存在异常，产生交易的背景合理，关联交易具有必要性；与部分关联方同时存在关联销售及采购具有合理性，定价依据合理，交易价格公允，发行人与上述各方在未来将根据自身经营需要保持合理的业务往来关系；发行人与关联方不存在股份代持、利益输送或其他利益安排；发行人向裕泰和投资租赁房产的背景合理，交易具有必要性，所租赁房产面积占发行人零售门店租赁房产总面积较低，不属于发行人核心生产经营场所；

2、报告期内，发行人与阿里健康及其关联服务平台、杭州礼和发生的关联交易背景合理，具有必要性，定价依据合理，交易价格公允；

3、报告期内，发行人与股东华泰健康一号、华泰大健康二号产生较大金额资金拆借的具有合理的商业背景，已支付利息作为拆借使用金，发行人已按协议约定还本付息，拆借资金均用于日常经营所需；该 2 名股东入股发行人时未约定资金支持条款，不存在利益输送的情形；

4、公司已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会、深圳证券交易所的有关规定披露关联方及关联交易，不存在应披露未披露的情形。

问题九、关于资产及技术

申报材料显示：（1）发行人自有 3 处房产及 4 处土地使用权，其中 2 处房产及 2 处土地使用权已被抵押；发行人租赁 771 处房产用于开展零售业务，其中存在部分房屋未取得房屋所有权证、出租方不是房屋所有权人、未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权的情况；发行人开展零售业务用租赁房屋中 31.48%的房产将于 2022 年末之前到期，且存在占发行人门店租赁总面积的比例为 56.13%的租赁房产未办理备案手续。（2）公司拥有 134 项注册商标权，其中 7 项为受让取得；发行人董事、监事、高管人员中部分曾任职于药品生产企业、医疗设备生产企业及生物科技公司。

请发行人：

（1）补充披露自有房产及土地使用权的获取背景，是否已完整完成产权转移手续；发行人 2 处房产、土地使用权被抵押的背景，是否属于发行人核心生产场所，是否存在无法偿还债权的风险；该事项对发行人持续生产经营是否构成重大不利影响；

（2）补充披露租赁房产中部分房屋未取得房屋所有权证、出租方不是房屋所有权人、未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权等权属瑕疵事项的产生背景，占总门店经营面积的比重；发行人对于 2022 年末前到期的租赁房产是否均已安排续租，无法续租门店的情况，经营面积占比及收入利润贡献情况；发行人存在较多租赁门店房产未履行备案手续的背景，对发行人长期持续使用相关房产的影响；

（3）补充披露发行人 7 项受让取得商标权的情况，受让过程，交易对手方，是否属于关联交易，定价依据及公允性，是否属于发行人核心技术资产；发行人技术资产的产生背景，核心技术形成过程，是否来源于董事、监事、高管人员、核心技术人员在曾任职单位职务成果或其他关联方；上述人员是否存在违反竞业禁止协议的情况；是否存在知识产权纠纷或潜在纠纷。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露自有房产及土地使用权的获取背景，是否已完整完成产权转移手续；发行人 2 处房产、土地使用权被抵押的背景，是否属于发行人核心生产场所，是否存在无法偿还债权的风险；该事项对发行人持续生产经营是否构成重大不利影响；

发行人已在招股说明书“第六节/五/（二）/1、土地使用权情况”中进行了补充披露。

1、自有房产及土地使用权的获取背景

（1）发行人及其子公司名下房产和土地使用权情况

①自有房产情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司共有 3 项自有房产，具体情况如下表所示：

序号	所有权人	坐落	建筑面积（㎡）	权证号	规划用途	终止日期	权利限制
1	华人健康	包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 B 幢	13,853.72	房地权证合产字第 8110221544 号	工业用房	2061-12-26	抵押
2	国胜科技	包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 C 幢	13,862.23	房地权证合产字第 8110271870 号	工业用房	2061-12-26	抵押
3	华人健康	高新区黄山路 629 号绿城桂花园云栖苑 1 幢 1001	99.21	房产权证合产字第 8110151021 号	成套住宅	2084-5-27	无

②土地使用权情况

截至 2020 年 12 月 31 日，公司土地使用权情况如下表所示：

序号	权利人	土地证/不动产权证	土地坐落	用途	面积（m^2）	使用年限至	权利限制
1	华人健康	皖（2020）合肥市不动产权第 1186033 号	包河区沈阳路以南、河南路以西	工业	43,665.59	2070-5-11	无
2	华人健康	合包河国用（2015）第 009 号	河南路西兰州路北	工业	3,665.415	2061-12-26	抵押
3	国胜科技	合包河国用（2015）第 051 号	河南路东兰州路北	工业	3,843.99	2061-12-26	抵押
4	华人健	合国用（2014）	高新区黄山	住宅	8.59	2071-8-10	无

序号	权利人	土地证/不动产权证	土地坐落	用途	面积（m^2）	使用年限至	权利限制
	康	第高新 0659 号	路 629 号绿城桂花园云栖苑 1 幢 1001				

发行人于 2020 年 6 月取得的位于包河区沈阳路以南、河南路以西的国有建设用地使用权（不动产权证号：皖（2020）合肥市不动产权第 1186033 号）系发行人通过招拍挂取得。2020 年 4 月，发行人与安徽省合肥市自然资源和规划局签订《国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：合地包河工业[2020]046 号），发行人以 1,676.76 万元受让坐落于包河区沈阳路以南、河南路以西的面积为 43,665.59 平方米的土地使用权。2020 年 6 月 9 日，发行人取得不动产权证。因政府规划变更，合肥市包河区人民政府、合肥市自然资源和规划局与发行人**已于 2021 年 6 月协调解除原土地使用权出让合同、注销土地使用权证、退回土地出让金**。

（2）自有房产及土地使用权的获取背景及产权转移手续情况

第一，发行人名下位于包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 B 幢、C 幢两项房产及对应的土地使用权的获取背景如下：

2012 年 1 月，发行人与合肥市包河工业区管理委员会签署投资协议书，由包河工业区管理委员会办理工业用地招拍挂手续并提供给发行人用于建设厂房。2012 年 2 月，包河工业区管理委员会下属包河区城市建设投资有限公司取得相关地块国有土地使用权证。2014 年 12 月，发行人与合肥市包河工业区管理委员会及包河区城市建设投资有限公司签署转让协议，约定包河区城市建设投资有限公司将该等地块国有建设用地使用权以评估价为基准转让予发行人。2015 年 3 月，标准化厂房 B 幢、C 幢完成竣工验收备案登记。2015 年 3 月，发行人取得标准化厂房 B 幢房产对应的《国有土地使用权证》（合包河国用（2015）第 009 号）。2015 年 6 月，发行人办理完成标准化厂房 B 幢的房产权属登记手续，取得《房地产权证》（房地权证合产字第 8110221544 号）。2015 年 12 月，发行人子公司国胜科技取得标准化厂房 C 幢房产对应的《国有土地使用权证》（合包河国用（2015）第 051 号）。2016 年 1 月，国胜科技办理完成标准化厂房 C 幢的房产权属登记手续，取得《房地产权证》（房地权证合产字第 8110271870 号）。

第二，发行人名下高新区黄山路 629 号绿城桂花园云栖苑 1 幢 1001 房产及对应的土地使用权的获取背景如下：

2014 年 5 月，发行人与自然人黄姗姗签署存量房买卖合同，购买其所有的位于合肥市高新区黄山路 629 号绿城桂花园云栖苑 1 幢 1001 的房产及对应的国有建设用地使用权。2014 年 5 月，发行人办理完成云栖苑房产权属变更登记手续，取得《房地产权证》（房产权证合产字第 8110151021 号）。

基于上述，就发行人及其子公司名下房产及土地使用权，发行人及子公司与房屋出售方等签署了房屋买卖合同、转让协议，已支付购房款、土地出让金并交纳相关税费，并已办理完成权属变更登记手续，取得相关产权证书。发行人及其子公司合法取得并拥有上述房产及土地使用权，不存在权利瑕疵、权属争议纠纷或权属不明的情形。

2、发行人 2 处房产、土地使用权被抵押的背景，属于发行人核心生产场所，不存在无法偿还债权的风险；该事项不会对发行人持续生产经营构成重大不利影响

（1）发行人 2 处房产、土地使用权被抵押的背景

根据合肥市不动产登记信息查询结果，发行人 2 处房产及对应的土地使用权存在抵押情况，均系为发行人及其子公司银行贷款提供抵押担保，具体情况如下：

发行人以坐落于包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 B 幢的房产（权证号：房地权证合产字第 8110221544 号）及对应的土地使用权（土地证号：合包河国用（2015）第 009 号）为发行人子公司安徽国胜与交通银行安徽省分行在 2019 年 9 月 9 日至 2022 年 9 月 9 日期间签署的全部借款、授信合同提供抵押担保。

国胜科技以坐落于包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 C 幢的房产（权证号：房地权证合产字第 8110271870 号）及对应的土地使用权（土地证号：合包河国用（2015）第 051 号）为发行人子公司安徽国胜与中信银行合肥分行在 2019 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 21 日期间签署的全部主合同提供抵押担保。

抵押物	抵押银行	授信金额（万元）	授信期间
3#标准化厂房 B 栋房产、土地	交通银行	3,600	2019/9/9—2022/9/9

抵押物	抵押银行	授信金额（万元）	授信期间
3#标准化厂房 C 栋房产、土地	中信银行	5,000	2019/6/21—2022/6/21

（2）该 2 处房产属于发行人核心生产场所，不存在无法偿债的风险，该事项不会对发行人持续生产经营构成重大不利影响

上述坐落于包河区上海路 18 号标准厂房 B 幢、C 幢为发行人总部办公大楼及仓库，属于发行人主要经营场所。

交通银行、中信银行两家抵押总授信额度为 8,600 万元，既包含借款授信，也包含日常支付采购货款所需的承兑敞口授信（敞口率 50%）。

报告期内，上述抵押房产及土地使用权系发行人为自身银行贷款提供担保，发行人严格按照合同约定履行合同义务，不存在到期未清偿银行借款的情形。截至 2021 年 8 月 20 日，上述抵押房产及土地使用权对应的借款已偿还完毕，不存在抵押借款余额。截至 2021 年 8 月 20 日，发行人已使用中信银行 2,000 万元的承兑保证金敞口额度。

单位：万元

银行	总授信金额	截至 2021 年 8 月 20 日，已使用承兑敞口	敞口到期时间
中信银行	5,000	500	2021/9/8
		500	2021/9/30
		1,000	2022/1/21

截至 2020 年末，发行人账面货币资金为 20,602.30 万元、流动比率和速动比率分别为 1.62 和 1.09，均维持较高水平；资产负债率为 44.41%，保持较低水平。报告期内公司主营业务持续向好，盈利能力显著提升，息税折旧摊销前利润分别为 8,583.71 万元、13,785.23 万元和 19,034.86 万元。总体来看，发行人具有较强的偿债能力。

综上所述，公司资产流动性较好，资产负债率及负债结构较为合理，回款情况良好。公司与多家金融机构保持了长期良好的合作关系，可以根据经营需要，合理利用银行融资。发行人不存在流动性风险，亦不存在无法还款导致该部分房产、土地被强制执行的风险，不会对发行人资产完整性及持续经营能力构成重大不利影响。

（二）补充披露租赁房产中部分房屋未取得房屋所有权证、出租方不是房屋所有权人、未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权等权属瑕疵事项的产生背景，占总门店经营面积的比重；发行人对于 2022 年末前到期的租赁房产是否均已安排续租，无法续租门店的情况，经营面积占比及收入利润贡献情况；发行人存在较多租赁门店房产未履行备案手续的背景，对发行人长期持续使用相关房产的影响；

发行人已在招股说明书“第六节/五/（一）/2、租赁房产情况”中进行了补充披露。

1、租赁房产中部分房屋未取得房屋所有权证、出租方不是房屋所有权人、未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权等权属瑕疵事项的产生背景，占总门店经营面积的比重

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人控股子公司、下属门店租赁 771 处物业用于开展零售业务。具体情况统计如下：

类别		标记	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2020 年线下收入占比
出租方为房屋所有权人的租赁物业	出租方已提供房屋所有权证	A1	437	6.67	59.06%	60.20%
	出租方已提供商品房预售合同、房屋买卖合同、搬迁安置协议等	B1	83	1.14	10.12%	7.28%
	出租方已提供土地使用权证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建设工程施工许可证等相关权属证明文件	C1	21	0.35	3.08%	3.89%
	地方政府部门、村（居）委会、街道办事处等出具的房产权属证明文件或法院裁定书等	D1	30	0.40	3.58%	3.05%
	出租方未能提供相关产权证明文件	E1	16	0.23	2.06%	3.03%
小计			587	8.80	77.89%	77.45%
出租方不是房屋所有权人但已取得房屋所有权	出租方已提供房屋所有权证	A2	53	0.62	5.48%	6.06%
	出租方已提供商品房预售合同、房屋买卖合同、搬迁安置协议等	B2	6	0.08	0.73%	0.28%

类别		标记	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2020 年线下收入占比
人同意转租证明的租赁物业	出租方已提供土地使用权证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建设工程施工许可证等相关权属证明文件	C2	24	0.30	2.70%	3.55%
	地方政府部门、村（居）委会、街道办事处等出具的房产权属证明文件或法院裁定书等	D2	17	0.27	2.38%	1.64%
	出租方未能提供相关产权证明文件	E2	2	0.05	0.42%	0.21%
小计			102	1.32	11.70%	11.74%
出租方不是房屋所有权人且未取得房屋所有权人同意转租证明的租赁物业		F	82	1.17	10.40%	10.81%
合计			771	11.29	100.00%	100.00%

（1）未取得房屋所有权证情况

对于发行人承租的587处出租方为房屋所有权人及102处出租方不是房屋所有权人但已取得房屋所有权人同意转租证明的房产，合计199处房产（B1+C1+D1+E1+B2+C2+D2+E2）未取得房屋所有权证，主要原因包括：①部分房产房东自购房屋仅取得房屋买卖合同等，房产证正在办理中，暂未提供；②部分回迁房,仅提供拆迁安置协议,房产证正在办理中，暂未提供；③部分房产开发商仅向房东提供土地使用权证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建设工程施工许可证等证明文件，房产证正在办理中，暂未提供；④部分房产已由出租方已提供居（村）委员等出具的房产权属证明文件，暂未提供房产证。

该等未取得房屋所有权证的199处房屋，合计面积2.83万㎡，占发行人门店经营面积的25.07%，线下门店收入占比22.93%。

（2）未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权情况

前述合计未取得房屋所有权证的199处房屋中，181处房产（B1+C1+D1+B2+C2+D2）出租方已提供商品房预售合同、土地使用权证、村（居）委会出具的权属证明等替代性权属证明。尚余18处房产（E1+E2）出租方无法提供有效的替代性权属证明,主要原因系房东不愿意配合提供相关产权证明材料。

该等未取得提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权的 18 处房产，合计面积 0.28 万㎡，占发行人门店经营面积的 2.48%，线下门店收入占比 3.24%。

（3）出租方不是房屋所有权人情况

剩余 82 处房产（F），因原房东不愿意配合出具同意转租的证明，出租方无法向发行人提供证明文件，证明其作为二房东，有权将承租房屋转租予发行人。

该等出租方不是房屋所有权人且未取得房屋所有权人同意转租证明的 82 处房产，合计面积 1.17 万㎡，占发行人门店经营面积的 10.40%，线下门店收入占比 10.81%。

如上所述，发行人门店瑕疵类型主要包括两类，其一是未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权；其二是针对转租的房屋，出租方未能取得原房东同意其将承租房屋转租予发行人的证明文件。该等可能存在被认定为无权出租的风险的物业合计 100 处（E1+E2+F），租赁面积总计 1.44 万平方米，占发行人门店租赁总面积的比例为 12.88%，**线下门店收入占比 14.05%**。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转租该房产的证明文件前，出租人是否有权出租该等物业的权利未得到有效确认，发行人各下属门店依据相关租赁协议取得其对租赁物业的使用权的合法性也无法得到有效确认，该等租赁可能不会受到法律保护及可能不具有强制执行效力，但各下属门店仍可依据租赁合同向出租方进行索赔。

若上述物业被认定为出租方无权出租而要求发行人搬迁，发行人寻找替代性物业的成本和难度较低。报告期内发行人及其控股公司在过往经营中并未出现过因租赁物业被有权第三方主张无效并被有权机关认定无效的情形。因此，承租的上述物业被宣告无效不会对其生产经营造成重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性法律障碍。

发行人已在招股说明书特别风险提示和风险因素章节充分披露了“部分租赁物业产权不完善的风险”。

2、发行人零售门店的租赁期限

发行人于首次申报时披露的 771 处租赁物业，租赁期限相对较长，5 年及 5 年以上租赁期限的物业 552 处，数量占比为 71.60%、面积占比为 73.96%、收入占比为 73.84%，具体如下：

租赁期限	数量（处）	数量占比	面积占比	2020 年线下收入占比
2 年（含）以内	65	8.43%	7.71%	7.91%
3 年（含）-5 年	154	19.97%	18.33%	18.25%
5 年（含）-8 年	452	58.63%	58.99%	56.21%
8 年（含）-10 年	53	6.87%	8.86%	11.62%
10 年（含）以上	47	6.10%	6.11%	6.01%
合计	771	100.00%	100.00%	100.00%

3、发行人对于 2022 年末前到期的租赁房产的续期安排

发行人于首次申报时披露的 771 处租赁物业中，有 258 处租赁物业已经到期或将于 2022 年 12 月 31 前到期。具体情况如下：

类别	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2020 年线下收入占比
已到期门店	73	1.06	9.38%	11.37%
其中：已完成续期	53	0.78	6.89%	8.87%
已完成迁址	2	0.04	0.37%	0.21%
已到期正在办理续租手续①	17	0.23	2.00%	2.14%
已到期未续租准备迁址②	1	0.01	0.11%	0.15%
将于 2021 年 12 月 31 日前到期门店	67	0.92	8.13%	10.19%
其中：尚未到期但已延长租期	1	0.02	0.19%	0.06%
预计到期后可正常续租③	66	0.90	7.94%	10.13%
2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间到期门店	118	1.58	13.97%	18.95%

如上表所述，截至 2021 年 6 月 30 日，已经到期尚未续期的或将于 2021 年 12 月 31 日到期尚未续期的租赁物业（①+②+③）合计 84 处，占发行人门店总经营面积的 10.05%，线下门店收入占比 12.42%，其中：预计 83 处租赁物业均

能够与原出租方或房东续租，1 处租赁物业已到期未续租正在寻找新物业。因此，除 1 处已有明确迁址计划的门店外，其余已经到期尚未续期的或将于 2021 年 12 月 31 日到期尚未续期的租赁物业预计不存在无法续期的实质性障碍，对发行人零售业务经营不构成重大影响。

对于租赁期限届满时间介于 2022 年 1 月至 2022 年 12 月期间的 118 处租赁物业，根据发行人《拓展部管理制度》，相关负责人员一般在租赁期限届满前 3-6 个月内与出租方沟通续租安排，因该等租赁物业租赁期限届满时间均超过 6 个月，发行人尚未安排续租。

发行人作为在安徽省具备品牌影响力的连锁药店，具备持续稳定的盈利能力和较强的客流吸引能力，且在消防安全、环境卫生等方面管理严格，有能力承担并按期支付租金，不存在因经营不善拖欠租金或出现重大安全事故等情形。出租方在出租物业过程中，亦更青睐于向经营稳定、安全性高、低污染、强品牌影响力和高盈利能力的承租方合作。在租赁物业的过程中，发行人能够与绝大部分出租方保持良好的租赁关系。因此，发行人承租物业到期后续期不存在可合理预见的实质性障碍。且发行人门店租赁房屋的可替代性强、搬迁成本与难度较低，如相关租赁期限届满后少量门店无法续租，亦不会对发行人的长期可持续性造成重大影响。

4、发行人存在较多租赁门店房产未履行备案手续的背景，对发行人长期持续使用相关房产的影响

截至首次申报日，发行人用于门店经营所租赁的 771 处物业的租赁备案情况及未办理租赁备案的具体原因如下：

类别	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2020 年线下收入占比
已办理租赁备案登记	333	4.95	43.97%	50.84%
小计	333	4.95	43.97%	50.84%
房屋主管部门虽开展备案业务，但不对转租房产、非整租房产等进行备案	39	0.71	6.30%	4.64%
缺少房产证等备案所需资料而无法办理	148	2.00	17.72%	13.25%
房东暂居外地或不愿配合导致无法办理	200	2.91	25.80%	23.78%

类别	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2020 年线下收入占比
房屋租赁备案手续正在办理中	51	0.71	6.30%	7.49%
小计	438	6.34	56.13%	49.16%
合计	771	11.29	100.00%	100.00%

租赁房产未办理租赁备案登记，不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，房屋租赁当事人存在被房屋主管部门要求限期改正、逾期不改正被处以一千元以上一万元以下罚款的风险。但根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条规定，未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力，发行人及其子公司有权根据相关租赁合同使用租赁房屋。因此，租赁房产未办理租赁备案登记的瑕疵事项不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

（三）补充披露发行人 7 项受让取得商标权的情况，受让过程，交易对手方，是否属于关联交易，定价依据及公允性，是否属于发行人核心技术资产；发行人技术资产的产生背景，核心技术形成过程，是否来源于董事、监事、高管人员、核心技术人员在曾任职单位职务成果或其他关联方；上述人员是否存在违反竞业禁止协议的情况；是否存在知识产权纠纷或潜在纠纷。

发行人已在招股说明书“第六节/五/（二）无形资产情况”中进行了补充披露。

1、发行人 7 项受让取得商标权的情况

截至报告期末，发行人及子公司拥有 134 项注册商标中，其中 7 项商标取得方式系继受取得。7 项继受取得的商标中，注册号为“9043696”正远商标系发行人子公司安徽国胜自主申请取得，基于内部管理需要，安徽国胜将该项商标转让给华人健康；2012 年 6 月，该项商标转让完成登记手续。该项商标系发行人内部转让，故华人健康受让该项商标时未支付转让对价。

其余 6 项继受取得的商标均为发行人自无关联的第三方处受让取得，具体出让方、受让过程、定价依据及公允性情况如下：

序号	商标图形	注册号	出让方	受让过程、定价依据及公允性
1	乐普生 Lorpoesen	22347084	胡欢欢	2019 年 4 月，发行人委托合肥正道企智知识产权代理有限公司代理该项商标受让事宜；2019 年 4 月，原商标权人胡欢欢出具同意商标转让的书面声明书；2019 年 9 月，该项商标转让完成登记手续。 该项商标受让费用合计 2.7 万元（含代理费用），系经发行人委托商标代理机构向转让方询价后，在综合办理商标转让变更登记手续费、公证费、代理费的基础上，根据市场化交易原则协商一致定价，且发行人与原商标权人及商标代理机构均不存在关联关系等可能导致利益输送的关系，转让价格具有公允性。
2		3603789	侯湘华	2016 年 6 月，发行人委托合肥道正企智知识产权代理有限公司代办该项商标受让事宜；2016 年 6 月，原商标权人侯湘华出具同意商标转让的书面声明书；2017 年 2 月，该项商标转让完成登记手续。 该项商标受让费用合计 3 万元（含代理费用），系经发行人委托商标代理机构向转让方询价后，在综合办理商标转让变更登记手续费、公证费、代理费的基础上，根据市场化交易原则协商一致定价，且发行人与原商标权人及商标代理机构均不存在关联关系等可能导致利益输送的关系，转让价格具有公允性。
3	国津 GUOJIN	8855773	广州市洋智广告设计有限公司	2014 年 12 月，发行人委托合肥市尚德商标事务有限公司代理该两项商标受让事宜；2015 年 11 月、2015 年 12 月，该两项商标转让完成登记手续。 该项商标受让费用合计 5.95 万元(含代理费用)，系经发行人委托商标代理机构向转让方询价后，在综合办理商标转让变更登记手续费、代理费的基础上，根据市场化交易原则协商一致定价，且发行人与原商标权人及商标代理机构均不存在关联关系等可能导致利益输送的关系，转让价格具有公允性。
4	国津 GUOJIN	8855772		
5	国胜	1540475	张世宏	根据安徽华仁与合肥市尚德商标事务有限公司签署的商标转让委托合同，安徽华仁委托商标代理机构代办该项商标受让事宜；2010 年 12 月，该项商标转让完成登记手续。 该项商标受让费用合计 6.2 万元（含代理费用），系经发行人委托商标代理机构向转让方询价后，在综合办理商标转让变更登记手续费、代理费的基础上，根据市场化交易原则协商一致定价，且发行人与原商标权人及商标代理机构均不存在关联关系等可能导致利益输送的关系，转让价格具有公允性。

序号	商标图形	注册号	出让方	受让过程、定价依据及公允性
6	圣康	20099289A	朱伟	2020 年 1 月，汇达药业委托合肥正道企智知识产权代理有限公司代理该项商标受让事宜；2020 年 1 月，原商标权人朱伟出具同意商标转让的书面声明书；2020 年 9 月，该项商标转让完成登记手续。 该项商标受让费用合计 6.4 万元（含代理费用），系经发行人与商标代理机构协商一致定价，且发行人与原商标权人及商标代理机构均不存在关联关系等可能导致利益输送的关系，转让价格具有公允性。

自发行人子公司处受让取得的注册号“9043696”正远商标及自第三方处受让取得的注册号“8855772”国津商标系发行人贴牌商标，属于发行人生产经营核心资产。发行人自第三方处受让取得的注册号“3603789”的图形商标不属于发行人贴牌商标，但作为发行人贴牌产品包装的设计元素，具有区分公司贴牌产品的标识意义，属于发行人生产经营核心资产。其余 4 项商标主要为防御商标或经营储备商标，不属于发行人生产经营核心资产。

2、发行人技术资产的产生背景，核心技术形成过程，是否来源于董事、监事、高管人员、核心技术人员在曾任职单位职务成果或其他关联方

（1）发行人商标、专利、著作权、软件著作权等知识产权的产生背景

截至报告期末，发行人及子公司拥有 134 项注册商标、7 项外观设计专利、6 项美术作品著作权、5 项计算机软件著作权，该等商标、专利、著作权、软件著作权的产生背景具体如下：

序号	知识产权	取得方式	产生背景
1	商标	除 7 项商标系受让取得外，其余 127 项商标均系自主取得	针对自主取得的商标，系为加强对发行人品牌声誉和形象的保护，防止商标假冒、恶意抢注等商标侵权行为的发生，同时扩大发行人品牌的知名度和影响力，发行人以公司及其子公司在生产经营中已使用和拟使用的标志为基础，相应申请注册商标。 针对受让取得的商标，主要系发行人基于业务经营需要，从第三方处购买取得相关商标权利。
2	专利	均为自主取得	发行人 7 项外观设计专利为发行人为贴牌产品设计的药品包装盒，为促进相关贴牌产品的商业推广、维护品牌形象，提高品牌知名度和辨识度，防止产品包装外观被模仿假冒，发行人将相关产品外观设计申请专利保护。

序号	知识产权	取得方式	产生背景
3	美术作品著作权	均为自主取得	发行人 6 项美术作品著作权为发行人为贴牌产品包装创作的相关包装元素，为促进相关贴牌产品的商业推广、维护品牌形象，发行人将相关具有辨识度的包装元素申请著作权保护。
4	软件著作权	3 项软件著作权系受让取得，2 项软件著作权系自主取得	发行人 3 项受让取得的软件著作权系基于业务经营需要自第三方处购买取得。“捷助云平台小程序 V1.1”设计功能是给业务系统增加移动端操作，发行人购买该项软件后可将在线盘点、库存查询、销售日报查询、订单审核、云考勤等功能集成到公司业务系统，便于手机端操作。“供应商流向系统 V1.0”是基于现有业务系统数据为源，提供给供应商药品流向查询系统，从药品的采购、配送、销售、库存，跟踪药品的整个流向，发行人购买该项软件后由人工的打印流向变为供应商企业自主上网查询和订阅，节省人力，提高效率。“捷助进销存管理系统 V5.0”支持门店分级管理，系统无缝对接了小程序，实现了在线盘点、查询库存、报表分析、单据审批、等便捷功能，可针对现有的监管需要进行接口对接，如医保接口、智慧药监接口等对接，发行人购买该项软件后可以解决企业业务系统进销存的问题。 发行人 2 项自主取得的软件著作权系基于发行人业务经营，自主开发取得。

发行人 7 项受让取得商标的具体情况参见本回复意见“问题九/一/（三）/1、发行人 7 项受让取得商标权的情况”部分所述。

发行人登记号为“2020SR0618477”的捷助云平台小程序 V1.1、登记号为“2020SR0618493”的供应商流向查询系统 V1.0、登记号为“2020SR0618485”的捷助进销存管理系统 V5.0 三项计算机软件著作权系发行人子公司捷助科技自原著作权人合肥捷助信息技术有限公司处受让取得。2020 年 1 月 1 日，捷助科技与合肥捷助信息技术有限公司、杨维康、丁佳能、王结胜签署《关于合肥捷助医药科技有限公司之合作协议》，约定合肥捷助信息技术有限公司将其享有的 3 项软件著作权转让予捷助科技，转让价格经各方协商一致确定为 100 万元。捷助科技已支付全部转让价款，并已在国家版权局完成登记，取得相应的《计算机软件著作权登记证书》。

（2）发行人核心技术的形成过程

公司主要从事医药代理、零售和终端集采业务，发行人主要技术主要表现在：模块化开发、全流程覆盖及精细化管理的信息系统技术；连锁管理技术。

①信息系统技术形成过程

公司的 ERP 信息系统由四大核心部分组成，即供应链管理系统、零售业务管理系统、仓库管理系统和财务管理系统。发行人各项信息系统中，发行人的供应链管理系统、零售业务管理系统均由发行人基于在行业多年的经验积累以及对相关监管政策的深刻理解，在整合外部通用软件系统的基础上，自主开发形成。发行人不断对已有系统进行持续更新、优化，确保信息系统的先进性。发行人仓库管理系统、财务管理系统系委托第三方开发或向第三方采购。

发行人目前已拥有一支专业性较强的信息技术及开发团队。公司信息中心能根据公司业务发展和日常管理需要在核心系统基础上开发功能模块，协助公司利用信息技术不断提高公司的业务管理水平、专业化分析能力和科学决策能力。

②连锁管理技术形成过程

发行人连锁管理技术系基于发行人在药品流通领域多年的经验积累并结合企业自身特点，逐步探索、发展形成的。为有效管理连锁直营门店，保障直营门店管理的一致性，公司将多年的连锁经验和技术转化为标准化的形式，使之具有可复制性及可传达性，为连锁门店的扩张提供了重要支持。发行人标准化的门店管理体系涵盖门店选址、门店装修、商品陈列、店员培训、运营评估、销售管理、顾客服务管理、财务管理、组织建设、市场分析、绩效督导等相关的标准化制度与流程。

（3）发行人核心技术不存在来源于董事、监事、高管人员、核心技术人员在曾任职单位职务成果或其他关联方的情况

截至本回复意见出具日，发行人不存在核心技术人员。

根据发行人董事（发行人外部董事、独立董事未与发行人建立劳动关系，不适用，下同）、监事、高级管理人员提供的简历及签署的确认函，截至本回复意见出具日，**发行人商标、专利、著作权等知识产权及核心技术均不存在来源于发行人董事、监事、高级管理人员曾任职的其他单位或其他关联方的情形。**

3、董事、监事、高管人员、核心技术人员是否存在违反竞业禁止协议的情况；是否存在知识产权纠纷或潜在纠纷

（1）董事、监事、高级管理人员不存在违反竞业禁止协议的情况

根据发行人董事（发行人外部董事、独立董事未与发行人建立劳动关系，不适用，下同）、监事、高级管理人员提供的简历及书面确认，发行人董事长、总经理何家乐、董事、副总经理殷俊于 2008 年入职公司前曾任职于合肥立方药业有限公司，发行人副总经理赵春水于 2012 年入职公司前曾任职于北京吉润康生物科技有限公司，该等人员入职公司前与曾任职单位未签署竞业禁止协议，或虽签署竞业禁止协议但曾任职单位未支付竞业禁止补偿金且履行期限已届满。

发行人董事、副总经理何家伦于 2008 年入职公司前曾任职于霍山县白莲岩中学，发行人监事李莉莉于 2009 年入职公司前曾任职于合肥博建环保科技有限公司，发行人监事孙福安于 2011 年入职公司前曾任职于安徽力源工程机械有限公司，发行人监事吴娟娟于 2014 年入职公司前曾任职于淮南市鑫诚房地产开发有限公司，发行人董事会秘书、财务总监李梅于 2018 年入职公司前曾任职于北京欧鹏巴赫新能源科技股份有限公司，该等人员曾任职单位与发行人主营业务不存在关联。

基于上述，发行人董事、监事、高级管理人员入职发行人时不存在违反竞业禁止协议的情况。

（2）知识产权纠纷情况

2020 年 9 月，乐普（北京）医疗器械股份有限公司就发行人注册号为“22347084”的商标向商标局提起注册商标无效宣告申请；2021 年 2 月，发行人已向商标局提出答辩意见；截至本回复意见出具日，前述撤销、无效宣告申请正在审查程序中，该项商标目前仍处于有效的状态。

经网络检索中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，除上述情况外，截至本回复意见出具日，发行人不存在其他知识产权纠纷。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人及其子公司名下房产、土地使用权对应的房屋产权证和国有土地使用权证；

2、查阅安徽华仁与合肥市包河工业区管理委员会签署的投资协议书；查阅发行人与合肥市包河工业区管理委员会及包河区城市建设投资有限公司签署的转让协议及发行人支付的土地出让金等付款凭证；查阅发行人与原房屋所有权人签署的存量房买卖合同及购房款支付凭证；

3、取得合肥市不动产登记中心出具的不动产登记信息查询结果及不动产登记档案资料；

4、查阅发行人与银行签署的借款协议/授信协议、抵押协议；查阅发行人《企业信用报告》；

5、获取发行人门店租赁信息统计表，核查发行人所有直营门店房产租赁情况；取得用于门店经营所租赁物业的相关文件资料，包括房屋租赁合同、转租合同、转租证明、授权委托书、房产证等房产权属证明文件、租赁备案登记证明等文件，核对门店租赁信息统计表并进行统计分析；

6、就发行人租赁物业存在的权属瑕疵及针对瑕疵事项所采取的措施、租赁物业的续租安排等事项对发行人相关负责人进行访谈确认；

7、取得发行人实际控制人出具的关于租赁房产瑕疵导致的赔偿责任的兜底承诺；

8、查阅发行人的商标、专利、著作权、软件著作权等权属证书，取得国家知识产权局出具的商标档案、专利法律状态证明、中国版权保护中心出具的作品著作权、软件著作权登记查询证明，并通过国家知识产权局、中国版权保护中心网站进行检索核查；

9、查阅发行人受让取得商标对应的商标转让证明、原商标权人商标转让声明及公证书、商标转让协议、支付凭证、发票等；查阅发行人商标代理机构就商标转让定价公允性及是否存在纠纷出具的情况说明；

10、就发行人核心技术及相关资产的取得背景对发行人相关负责人进行访谈确认；

11、查阅发行人董事、监事、高级管理人员简历及签署的调查表；取得发行人董事、监事、高级管理人就不存在违反竞业限制协议等情况出具的确认函；

12、查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等政府部门网站。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人自有房产及土地使用权的获取背景合理，已完整办理完成权属变更登记手续；发行人 2 处房产、土地使用权被抵押的背景合理，属于发行人核心生产场所，不存在无法偿债的风险，该事项不会对发行人持续生产经营构成重大不利影响；

2、发行人报告期内租赁房产中部分房屋未取得房屋所有权证、出租方不是房屋所有权人、未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权等权属瑕疵事项的产生背景及占比情况不存在重大异常，不会对公司生产经营造成重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性法律障碍；发行人承租物业到期后续期不存在可合理预见的实质性障碍，且发行人门店租赁房屋的可替代性强、搬迁成本与难度较低，如相关租赁期限届满后少量门店无法续租，亦不会对发行人的长期可持续性造成重大影响；租赁房产未办理租赁备案登记的瑕疵事项不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，不会对本次发行上市构成实质性法律障碍；

3、发行人受让商标均系委托专业商标代理机构进行，相关商标受让价格系经发行人委托的商标代理机构向转让方询价后，在综合办理商标转让变更登记手续费、公证费、代理费的基础上，根据市场化交易原则协商一致定价，且发行人与原商标权人及商标代理机构均不存在关联关系等可能导致利益输送的关系，转让价格具有公允性。受让取得的注册号“9043696”正远商标、注册号“8855772”国津商标、注册号“3603789”的图形商标属于发行人生产经营核心资产。发行人技术资产均系发行人在经营过程中自主开发形成、自主申请取得或受让其第三人，不存在来源于董事、监事、高管人员、核心技术人员在曾任职单位职务成果或其他关联方的情况。发行人董事、监事、高级管理人员入职发行人时不存在违

反竞业禁止协议的情况。除已披露的一项商标无效宣告纠纷外，发行人不存在其他知识产权纠纷。

问题十、关于诉讼及行政处罚

申报材料显示：（1）发行人不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁事项（2）报告期内，发行人及其子公司、所属门店共涉及行政处罚 40 起，其中存在原因如下的行政处罚：2 起为销售劣质药品，1 起为虚假宣传，2 起为销售未能提供供货者许可证和食品合格证的食用油，2 起为无资质经营或超越范围经营，2 起为销售药品未明码标价，20 起为开具处方药违规。（3）报告期内发行人存在共计 166.5 万元的诉讼赔偿款以及共计 351.72 万元的罚款、违约金等营业外支出。

请发行人：

（1）补充披露上述处罚的具体产生背景、处理过程及整改情况，对发行人生产经营的影响；

（2）补充披露报告期内是否存在过度医疗、骗取医保结算、药师、诊所医师无证执业、违规销售食品等情形，若是，补充披露背景及处罚情况，是否构成重大违法违规；

（3）补充披露共计 166.5 万元的诉讼赔偿款的产生背景；共计 351.72 万元的罚款、违约金等营业外支出的产生背景。

请保荐人、发行人律师核查发行人是否已完整披露报告期内存在的诉讼仲裁、行政处罚情况；若否，请补充披露其是否构成重大不利影响，是否构成重大违法违规。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露上述处罚的具体产生背景、处理过程及整改情况，对发行人生产经营的影响；

报告期内，发行人及其子公司、所属门店共涉及行政处罚 40 起，其中存在原因如下的行政处罚：2 起为销售劣质药品，1 起为虚假宣传，2 起为销售未能提供供货者许可证和食品合格证的食用油，2 起为无资质经营或超越范围经营，

2 起为销售药品未明码标价，20 起为执业药师不在岗销售处方药等。该等行政处罚的产生背景、处理过程及整改情况，对发行人生产经营的影响具体如下：

违法类型	处罚产生背景、处理过程	整改情况	对发行人生产经营的影响
2 起销售劣质药品	发行人自云南铭鼎药业有限公司处采购的通窍鼻炎片，经检验“重量差异”项不符合规定，违反了《药品管理法》第四十九条第一款“禁止生产、销售劣药”之规定。 2019 年 1 月，合肥市食品药品监督管理局对华人健康作出《行政处罚决定书》（（合）食药监药罚[2019]1 号），对华人健康处没收销售劣药违法所得 8.43 万元的行政处罚。 发行人自福寿堂制药有限公司处采购的阿胶补血口服液，经检验药品的牛皮源成分不符合规定，违反了《药品管理法》第四十九条第一款“禁止生产、销售劣药”之规定。 2019 年 10 月，合肥市市场监督管理局对华人健康作出《行政处罚决定书》（合市监（原食药监）食罚[2019]20 号），对华人健康处没收销售劣药违法所得 5.77 万元的行政处罚。	发行人已及时足额上缴违法所得。 发行人知晓销售产品系劣药后，已立即启动召回程序，陆续将召回药品退给供应商，同时加强对质管部与商采中心的员工培训，加大供应商资料审查和现场审核，严格把关供应商资质管理。处罚事件后，针对福寿堂制药有限公司，发行人未再继续与之合作；针对云南铭鼎药业有限公司，发行人对其进行重新评估，并加强审核。	发行人能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，2 起销售劣药的行为未造成重大社会影响或人员伤亡，根据合肥市市场监督管理局出具的证明，相关违法行为不属于重大违法行为。 该等处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。
1 起虚假宣传	发行人直营门店芜湖国胜繁昌孙村店营业场所内中药品宣传海报内容无相关证明材料，涉嫌发布虚假广告，违反了《广告法》第四条、第二十八条的规定，构成发布虚假广告的违法行为。 2020 年 5 月，繁昌县市场监督管理局对芜湖国胜繁昌孙村店作出《行政处罚决定书》（繁	被处罚门店已及时足额缴纳罚款。 案发后被处罚门店已立即整改，对涉嫌广告进行撤除，并在经营场所内进行澄清公示。 发行人已加强对员工广告相关法律法规知识的培训与考核。对后期发布的广告内容，需严格审核，严格按广告审核批准的内容或产品说明书宣传，做到宣传内容真实、合法。	芜湖国胜繁昌孙村店能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，未导致社会影响恶劣后果。根据芜湖市繁昌县市场监督管理局出具的证明，相关违法行为不构成重大违法违规行为。 该项处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。

违法类型	处罚产生背景、处理过程	整改情况	对发行人生产经营的影响
	市监罚字（2020）87 号），对其处罚款 2 万元。		
2 起销售未能提供供货者许可证和食品合格证	发行人直营门店安徽国胜霍邱双湖东路店、安徽国胜霍邱新蓼大道店经营的食用油未能提供供货者的许可证和食品合格的证明文件，违反了《食品安全法》第五十三条第一款的规定，构成经营者采购食品未履行进货查验义务的行为。 2019 年 3 月，霍邱县市场监督管理局分别对该等门店作出《行政处罚决定书》（霍市监罚字（2019）3 号、霍市监罚字（2019）4 号），分别处罚款 1 万元。	被处罚门店已及时足额缴纳罚款。 发行人属药品零售连锁企业，各门店采购的食品统一由连锁总部统一采购、统一配送，对首营资质的审核由总部质量管理部负责审核，后期要求质管部审核的资质及时上传至计算机系统第三方平台，供门店及时查询，包括上游供应商资质与产品资质等。	安徽国胜霍邱双湖东路店、安徽国胜霍邱新蓼大道店能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，相关违法行为情节轻微，未导致重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果。根据霍邱县市场监督管理局出具的证明，相关违法行为不构成重大违法违规行为。该等处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。
2 起为无资质经营或超越范围经营	发行人直营门店安徽国胜六安万达店在销售药品过程中，向到店顾客提供诊疗咨询服务，违反《医疗机构管理条例》第二十四条“任何单位或者个人，未取得《医疗机构执业许可证》，不得开展诊疗活动”之规定。 2018 年 12 月，六安市金安区卫生和计划生育委员会对该门店作出《行政处罚决定书》（六金卫医罚决（2018）13 号），处罚款 0.71 万元，并处没收违法所得 0.22 万元。	被处罚门店已及时足额缴纳罚款，并不再提供诊疗咨询服务。 加强门店管理和员工培训，提高员工规范意识。	安徽国胜六安万达店能够积极履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，该单位前述违法行为情节轻微，未导致重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果。根据六安市金安区卫生健康委员会出具的证明，相关违法行为不构成重大违法违规行为。 该项处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。
	发行人直营门店芜湖国胜南陵阳光小区店为收购门店，在食品经营许可证变更办理过程中，未及时将食品下架，违反《食品安全法》第三十五条“从事食品生产、食品销售、餐饮	被处罚门店已及时足额缴纳罚款。 发行人逐步完善内部控制系统和各项操作指引，质量部门负责将门店各项经营资质统一录入管理系统，并定期进行更新，门店的请货权	芜湖国胜南陵阳光小区店能够积极履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，该单位前述违法行为情节轻微，未导致重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果。根据南陵

违法类型	处罚产生背景、处理过程	整改情况	对发行人生产经营的影响
	服务，应当依法取得许可”之规定。 2019 年 1 月，南陵县食品药品监督管理局对其作出《行政处罚决定书》（（南）食药监食罚（2018）322 号）。处没收违法经营的保健食品 13 罐/瓶，并处罚款 0.8 万元。	限与其生效资质的经营范围、许可内容相挂钩。同时，定期加强员工培训，以防止无资质经营或超越资质经营行为的发生。	县市场监督管理局出具的证明，相关违法行为属于一般性行政处罚，不构成重大违法违规行为。 该项处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。
2 起为销售药品未明码标价	发行人直营门店安庆国胜为人民火车站分店销售的药品未明码标价，违反《价格法》第十三条第一款“经营者销售、收购商品和提供服务，应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况”之规定。 2020 年 2 月，安庆市市场监督管理局对其作出《行政处罚决定书》（庆开市监罚字（2020）14 号），处罚款 0.47 万元，并处没收违法所得 0.03 万元。	被处罚门店已及时足额缴纳罚款。 责令各片区立即开展自查自纠，对不规范或未明码标价情况立即整改，要求各门店做到：严格按价格法相关规定，做到明码标价、一品一价。	安庆国胜为人民火车站分店能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，违法行为情节轻微，未导致社会影响等恶劣后果。根据安庆市市场监督管理局出具的证明，相关违法行为不构成重大违法违规行为。 该项处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。
	发行人直营门店安徽国胜淮北矿工医院店销售的药品未明码标价，违反《价格法》第十三条第一款“经营者销售、收购商品和提供服务，应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况”之规定。 2020 年 1 月，淮北市相山区市场监督管理局对其作出《当场行政处罚决定书》（编号：		安徽国胜淮北矿工医院店在收到处罚决定后，能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，前述违法行为情节轻微，未导致重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果。根据淮北市相山区市场监督管理局出具的证明，相关违法行为不构成重大违法违规行为。 该项处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。

违法类型	处罚产生背景、处理过程	整改情况	对发行人生产经营的影响
	20200130-2），处罚款 0.1 万元。		
20 起为执业药师不在岗销售处方药等	安徽国胜濉溪百草轩店等发行人直营门店执业药师不在岗销售处方药；未凭处方销售处方药；执业药师不在岗未挂牌告知，违反《药品流通监督管理办法》第十八条第一款“药品零售企业应当按照国家食品药品监督管理局药品分类管理规定的要求，凭处方销售处方药”及第十八条第二款“经营处方药和甲类非处方药的药品零售企业，执业药师或者其他依法经资格认定的药学技术人员不在岗时，应当挂牌告知，并停止销售处方药和甲类非处方药”之规定。 相关市场监督管理局对该等门店作出行政处罚（合计 17 起），分别处警告、责令改正、罚款，罚款金额合计 0.94 万元。	被处罚门店已及时足额缴纳罚款。 加强门店管理和员工培训，提高员工规范意识。	针对 10 起处罚金以上的行政处罚，发行人相关被处罚门店能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，违法行为情节轻微，未导致社会影响等恶劣后果。根据主管政府部门出具的证明，相关违法行为不构成重大违法违规行为。 针对 7 起未处罚金的行政处罚，相关违法情节轻微，未予以罚款，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等，不构成重大违法违规行为。 该等处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。
	发行人直营门店安徽国胜庐江路店通过在阿里健康、美团网、饿了么等网络外卖平台开设店铺销售处方药，违反了《药品流通监督管理办法》第二十一条“药品生产、经营企业不得采用邮售、互联网交易等方式直接向公众销售处方药”之规定。 2020 年 4 月，庐阳区市场监督管理局对其作出《行政处罚决定书》（合庐市监罚字（2020)41 号），处警告，并处罚款 0.75 万元。		安徽国胜庐江路店能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，违法行为情节轻微，未导致社会影响等恶劣后果。根据庐阳区市场监督管理局出具的情况说明，相关违法行为不构成重大违法违规行为。 该项处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。

违法类型	处罚产生背景、处理过程	整改情况	对发行人生产经营的影响
	发行人直营门店安徽国胜濉溪百草轩店、安徽国胜庐江汤池路店，销售处方药有买药赠药行为，违反了《药品流通监督管理办法》第二十条“药品生产、经营企业不得以搭售、买药品赠药品、买商品赠药品等方式向公众赠送处方药或者甲类非处方药。”之规定。 相关市场监督管理局对该等门店作出警告的行政处罚。		相关违法情节轻微，未予以罚款，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等，不构成重大违法违规行为。 该等处罚事项不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响。

综上所述，报告期内发行人相关行政处罚所涉行为未造成重大社会影响或人员伤亡，不属于重大违法行为，不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响，对发行人本次发行上市不构成重大法律障碍。

（二）补充披露报告期内是否存在过度医疗、骗取医保结算、药师、诊所医师无证执业、违规销售食品等情形，若是，补充披露背景及处罚情况，是否构成重大违法违规；

报告期内发行人违规销售食品被行政处罚的情况，具体如下：

背景	处罚情况	不构成重大违法违规的原因分析
2018 年 12 月，霍邱县市场监督管理局对安徽国胜霍邱双湖东路店、安徽国胜霍邱新蓼大道店进行检查时，发现该等门店经营的食用油未能查验供货者的许可证和食品合格证明文件，违反了《食品安全法》第五十三条第一款的规定，构成经营者采购食品未履行进货查验义务的行为。	2019 年 3 月，霍邱县市场监督管理局分别对该等门店作出《行政处罚决定书》（霍市监罚字（2019）3 号、霍市监罚字（2019）4 号），分别处罚款 1 万元。	①根据《食品安全法》第一百二十六条规定，“违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证：……（三）食品、食品添加剂生产经营者进货时未查验许可证和相关证明文件，或者未按规定建立并遵守进货查验记录、出厂检验记录和销售记录制度；……”本次处罚金额为 1 万元，不属于上述规定中情节严重的情形。 ②2021 年 4 月 12 日，霍邱县市场监督管理局出具证明，证明安徽国胜霍邱双湖东路店、安徽国胜霍邱新蓼大道店能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，相关违法行为情节轻微，未导致重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果，不构成重大违法违规行为。
2018 年 12 月，南陵县食品药品监督管理局在对芜湖国胜南陵阳光小区店进行现场检查时，发现其在经营场所设置保健品专柜，销售保健食品，现场未发现《食品经营许可证》，违反《食品安全法》第三十五条“从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可”之规定。	2019 年 1 月，南陵县食品药品监督管理局对其作出《行政处罚决定书》（（南）食药监食罚（2018）322 号）。处没收违法经营的保健食品 13 罐/瓶，并处罚款 0.8 万元。	①根据《食品安全法》第一百二十二条规定，“违反本法规定，未取得食品生产经营许可从事食品生产经营活动，或者未取得食品添加剂生产许可从事食品添加剂生产活动的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂以及用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款。”本次处罚金额 8,000 元，为主管部门根据《行政处罚法》第二十七条规定，对其减轻处罚，不属于违法情节严重的情形。 ②2021 年 1 月 7 日，南陵县市场监督管理局出具证明，证明芜湖国胜南陵阳光小区

背景	处罚情况	不构成重大违法违规的原因分析
		店前述违法行为属于一般性行政处罚，不构成重大违法违规行为。

根据发行人及其子公司所在地市场监督管理局、医疗保障局等相关主管部门出具的合规证明以及通过网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、信用中国、相关政府部门官方网站等，除上述情形外，报告期内发行人不存在因过度医疗、骗取医保结算、药师、诊所医师无证执业、违规销售食品被行政处罚的情况。报告期内，发行人及其子公司不存在重大违法违规的情况。

（三）补充披露共计 166.5 万元的诉讼赔偿款的产生背景；共计 351.72 万元的罚款、违约金等营业外支出的产生背景。

1、共计 166.50 万元诉讼赔偿款的产生背景

项目			金额（万元）	发生背景
诉讼赔偿款（含诉讼赔偿、罚金、滞纳金等）	2020 年度	罚款	12.39	安徽国胜等下属直营门店因行政处罚缴纳罚款； 公司办公用车交通违章缴纳罚款
		赔偿款	42.27	员工交通事故诊疗费、意外事故诉讼赔偿金； 员工劳动仲裁赔偿款； 消费者投诉赔偿款； 房屋租赁合同纠纷支付赔偿款等
		预计赔偿款	38.00	员工劳动争议预计诉讼赔偿款
		滞纳金	7.67	缴纳税务滞纳金
	小计		**100.32** 注	-
	2019 年度	罚款	7.66	安徽国胜、芜湖国胜等下属直营门店因行政处罚缴纳罚款
		赔偿款	7.48	消费者投诉赔偿款等； 房屋租赁合同纠纷支付赔偿款等
		预计赔偿款	58.50	员工交通事故、房屋租赁合同纠纷预计诉讼赔偿款
		滞纳金	0.91	缴纳税务滞纳金
	小计		**74.57**	-
	2018 年度	滞纳金	1.45	缴纳税务滞纳金
	小计		**1.45**	-

注：原计提的预计负债差额部分 9.84 万元冲减 2020 年度营业外支出后，2020 年度诉讼赔偿款总额为 90.48 万元。

其中单笔诉讼赔偿金额超过 10 万元的情况如下：

（1）2019 年 7 月，发行人仓储中心员工赵某在工作期间交通肇事致人死亡，赵某承担此次事故的全部责任。由于肇事车辆所有权人为发行人，死者家属向法院起诉保险公司与发行人，要求赔偿死亡赔偿金、被扶养人生活费、精神抚慰金。发行人于 2019 年计提了 40.00 万元预计负债。2020 年 3 月，法院一审判决发行人赔偿原告 47.99 万元，公司已按期支付完毕。

（2）2019 年 8 月，发行人与吴某、许某因房屋租赁合同纠纷分别向法院提起诉讼，两案件合并审理。发行人向法院请求解除支付租赁合同，吴某、许某向法院请求安徽国胜支付拖欠的租金、违约金。发行人于 2019 年计提了 18.50 万元预计负债。2020 年 1 月，法院一审判决双方解除租赁合同，公司支付吴某、许某欠付租金、违约金、物业费等合计 16.11 万元，前期支付的押金 2 万元不予退还，公司已按期支付完毕。

（3）2020 年 7 月，公司员工万某因离职经济补偿金等劳动纠纷事宜提起诉讼。发行人于 2020 年计提了 38.00 万元预计负债。该案已经于 2021 年 4 月 23 日经合肥市中级人民法院二审判决生效，判决发行人支付 19.69 万元，公司已按期支付完毕。

2、共计 351.72 万元营业外支出的产生背景

除上述合计 166.50 万元的诉讼赔偿款等营业外支出外，发行人报告期内其余 185.22 万元的营业外支出主要为对外捐赠支出、赞助款、存货毁损、提前退租不能收回的房租押金、前期不可抵扣进项税等，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	产生背景
1、诉讼赔偿款	90.48	74.57	1.45	诉讼相关支出、罚金、滞纳金等
2、捐赠	24.90	0.30	-	新冠疫情对外捐赠等
3、非流动资产毁损报废损失	-	0.23	1.85	固定资产报废损失
4、其他	57.05	81.88	19.01	——
4.1 违约金等	9.07	12.00	5.55	提前退租不能收回的房租押金、违

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度	产生背景
				约金等
4.2 赞助款、公益支出等	5.07	2.94	7.28	社会活动赞助费、公益活动支出
4.3 存货毁损	40.70	9.83	4.48	存货盘亏、水灾毁损损失
4.4 预付账款坏账损失	-	-	1.50	公司与供应商已终止合作，预计相关预付款项无法收回，予以核销
4.5 固定资产处置损失	2.20	-	-	固定资产处置损失
4.6 前期不可抵扣进项税	-	56.65	-	报告期以前期间的增值税等税费，不能在本期抵扣
4.7 其他零星支出	0.01	0.46	0.19	——
合计	**172.43**	**156.98**	**22.31**	——

报告期内，发行人营业外支出主要为直营门店行政处罚罚金、劳动仲裁、租赁合同纠纷或交通事故等支付的诉讼赔偿金、房屋租赁合同提前退租而产生的违约金、税务滞纳金、对外捐赠支出、存货毁损等。相关行政处罚支出不涉及重大违法违规，相关诉讼赔偿支出不涉及重大诉讼仲裁，对发行人的生产经营不构成重大不利影响。

（四）请保荐人、发行人律师核查发行人是否已完整披露报告期内存在的诉讼仲裁、行政处罚情况；若否，请补充披露其是否构成重大不利影响，是否构成重大违法违规。

1、发行人已根据相关规定完整披露报告期内的行政处罚情况

根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 修订）》等规定，发行人应披露报告期内存在的违法违规行为及受到处罚的情况，并说明对发行人的影响。

经核查发行人营业外支出明细，查阅发行人及其下属企业所在地各主管机关出具的合规证明，查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、相关政府主管部门官网等网站，发行人已完整披露报告期内存在的行政处罚情况。发行人报告期内受到的行政处罚不构成重大违法违规，不会对发行人持续经营产生重大不利影响。

2、发行人不存在应披露未披露的重大诉讼、仲裁事项

根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书（2020 修订）》等规定，发行人应披露对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

根据查询中国执行信息公开网、中国裁判文书网等网站，发行人报告期内所涉及的诉讼或仲裁事项，报告期内发行人已经了结的诉讼仲裁主要为与门店出租人租赁合同纠纷、与终端集采客户合同纠纷、机动车交通事故责任纠纷、产品责任纠纷及与员工劳动纠纷等。对于已结案的诉讼、仲裁事项，其造成的影响已在发行人报告期内的财务状况和经营成果中予以体现，未对发行人的资产状况产生重大影响，亦不会对发行人未来财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等产生持续性影响。

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人作为被告的尚未了结的诉讼共 2 起，具体情况如下：

序号	原告	被告	诉讼标的金额	案由	案件进展情况
1	刘荣华	安徽国胜	24 万元及利息	居间合同纠纷	2021 年 2 月 26 日，包河区人民法院作出（2021）皖 0111 民初 1317 号民事判决书，一审判决结果如下：判决被告安徽国胜支付原告居间费用 24 万元，驳回原告其他诉讼请求。安徽国胜对上述判决结果不予认可，现已提起上诉，该案目前正在二审中。
2	天津景图网络科技有限公司	华人健康	1 万元	侵害作品信息网络传播权纠纷	一审审理中，尚未开庭

发行人尚未了结的诉讼、仲裁案件均为发行人作为原告或涉案金额较小，不会对发行人财务状况产生较大影响。除该等案件外，发行人不存在其他尚未了结的诉讼或仲裁事项，故发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的尚未了结的诉讼或仲裁事项。因此，发行人不存在应披露未披露的重大诉讼或仲裁事项。

综上，发行人不存在应披露未披露的诉讼或仲裁、行政处罚情况。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、取得发行人报告期内营业外支出明细；

2、查阅发行人及其子公司、下属门店受处罚情况，查阅相关处罚文书、缴款凭证、处罚主管行政机关所出具的证明文件等资料；并就相关处罚的产生背景、整改措施等情况对发行人相关负责人员进行访谈确认；

3、取得发行人及子公司的仲裁或诉讼案件清单，检索中国裁判文书网、中国执行信息公开网查询发行人及子公司的诉讼情况，核查有无因违法违规行为而导致诉讼或纠纷的情形；

4、取得报告期内发行人营业外支出明细，抽查相关记账凭证、银行回单等文件；就报告期内发行人营业外支出的产生背景对发行人相关负责人员进行访谈确认；

5、查阅发行人及其子公司所在地市场监督管理局、医疗保障局、税务局等政府主管部门出具的合规证明文件；

6、通过国家企业信用信息公示系统、信用中国、企查查、发行人及子公司所在地市场监督管理局、医疗保障局、税务局等主管部门网站，核查发行人及其子公司行政处罚情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人报告期内收到行政处罚决定后，均已及时足额缴纳罚款并落实整改措施，所涉行为未造成重大社会影响或人员伤亡，不属于重大违法行为，不会对发行人的经营和财务状况产生重大不利影响，对发行人本次发行上市不构成重大法律障碍；

2、除已披露的行政处罚外，报告期内发行人不存在因过度医疗、骗取医保结算、药师、诊所医师无证执业、违规销售食品被行政处罚的情况。报告期内，发行人及其子公司不存在重大违法违规的情况；

3、报告期内，发行人营业外支出主要为行政处罚罚款、劳动仲裁、租赁合同纠纷或交通事故等支付的诉讼赔偿金、违约金、税务滞纳金、对外捐赠支出、存货毁损等。相关行政处罚支出不涉及重大违法违规，相关诉讼赔偿支出不涉及重大诉讼仲裁，对发行人的生产经营不构成重大不利影响；

4、发行人已根据相关规定完整披露报告期内存在的行政处罚情况，报告期内发行人不存在应披露未披露的重大诉讼仲裁情况。

问题十一、关于药品安全及法律责任

申报材料显示：（1）发行人主要从事医药代理、零售及终端集采三大块业务，其中医药代理业务下涉及药品种类 403 个，涵盖了呼吸感冒、心脑血管、抗生素、补益、消化系统、妇儿等方面，零售业务模式下开展直营药店 771 家，终端集采业务下开展合作门店 328 家。（2）发行人许可上游药品生产商使用发行人商标进行生产，并向发行人独家销售。

请发行人：

（1）补充披露发行人及其子公司、众多直营门店获得的资质、许可证情况；发行人开展药品代理、开设直营门店是否需要事前审批程序，是否需要特许经营；发行人众多终端集采合作门店客户的资质、许可证情况；报告期内发行人、直营门店及其主要终端集采客户是否存在无资质经营或超越资质范围经营的情况，是否导致行政处罚；

（2）按照发行人销售贴自身商标品牌以及不贴牌药品、医疗器械，补充披露发生药品安全、医疗安全等事故时，发行人与生产厂家的约定情况，法律责任划分情况；

（3）补充披露发行人与终端集采模式下客户间法律责任约定情况，产生退换货、消费者投诉时的责任划分及处理措施；出现药品、医疗器械安全事故、行政处罚、刑事诉讼时，发行人面临的法律责任；

（4）补充披露发行人及其主要终端集采客户报告期内是否发生药品、医疗器械安全事故，若是，请详细披露背景及解决过程、结果及对发行人的影响；发行人对自身销售药品、器械在安全方面的管控措施；发行人对终端集采客户在安全方面的管控措施。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露发行人及其子公司、众多直营门店获得的资质、许可证情况；发行人开展药品代理、开设直营门店是否需要事前审批程序，是否需要特许经营；发行人众多终端集采合作门店客户的资质、许可证情况；报告期内发行人、直营门店及其主要终端集采客户是否存在无资质经营或超越资质范围经营的情况，是否导致行政处罚；

发行人已在招股说明书“第六节/五/（三）发行人拥有的业务许可资格或资质情况”中进行了补充披露。

1、发行人及其子公司、直营门店获得的资质、许可证情况

（1）发行人及其子公司获得的资质、许可证情况

截至本回复意见出具日，发行人及其子公司相关法人主体已取得的药品经营许可证、食品经营许可证、第二类医疗器械经营备案、第三类医疗器械经营许可证、互联网药品信息服务资格证书等许可资格的具体情况如下：

①药品经营许可证

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	证书编号	有效期限至
1	发行人	安徽省药品监督管理局	批发	中成药、中药饮片、化学药制剂、化学原料药、抗生素、生化药品、生物制品	皖 AA5510353（GSP：A-AH19-081）	2024.06.03
2	安徽国胜	合肥市市场监督管理局	零售连锁企业	中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品（除疫苗）	皖 BA01I0001	2025.08.16
3	芜湖国胜	芜湖市市场监督管理局	零售连锁企业	处方药、非处方药：中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品	皖 BA5530015	2025.08.27
4	安庆国胜	安庆市市场监督管理局	零售（连锁）	中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品	皖 BA5560299	2021.12.04
5	亳州国胜	亳州市市场监督管理局	零售连锁企业	处方药、非处方药：中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品（除疫苗）、中药饮片（限定型包装）	皖 BA5586371	2023.12.17
6	汇达药业	安徽省药品监督管理局	批发	中成药、中药饮片、化学药制剂、化学原料药、抗生素、生化药品、生物制品、蛋白同化制剂、肽类	皖 AA5510514	2025.12.07

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	证书编号	有效期限至
				激素		
7	江苏国胜	南京市市场监督管理局	零售（连锁）	处方药、非处方药：中药饮片、中成药、化学药制剂、抗生素制剂、生化药品、生物制品	苏 BA0250021	2026.04.25
8	河南国胜	郑州市金水区市场监督管理局	单体零售企业	处方药、非处方药；中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品（除疫苗）	豫 DA3719193	2026.05.06

②食品经营许可证

序号	持有人	颁发部门	许可范围	许可证编号	有效期限至
1	发行人	合肥市包河区食品药品监督管理局	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售	JY13401110028182	2021.12.19
2	安徽国胜	合肥市包河区食品药品监督管理局	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（不含冷藏冷冻食品、不含散装熟食）销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	JY13401110018943	2021.09.04
3	安庆国胜	安庆经济技术开发区市场监督管理局	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品、不含散装熟食）销售，保健食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	JY13408920011645	2023.10.21
4	亳州国胜	亳州市谯城区食品药品监督管理局	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	JY13416020096762	2024.01.13
5	汇达药业	合肥市包河区市场监督管理局	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（不含冷藏冷冻食品、不含散装熟食）销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	JY13401110162549	2024.09.04
6	芜湖国胜	芜湖市弋江区市场监督管理局	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售	JY13402030072955	2026.04.27
7	江苏国胜	南京市江宁区市场监督管理局	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售	JY13201150440564	2026.05.17
8	河南国胜	郑州市金水区市场监督管理局	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），散装食品销售（不含冷藏冷冻食品、不含散装熟食销售），特殊食品销售（保健食	JY14101050369718	2026.04.21

序号	持有人	颁发部门	许可范围	许可证编号	有效期限至
			品，婴幼儿配方乳粉）		

③第二类医疗器械经营备案凭证

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	备案日期
1	发行人	合肥市市场监督管理局	批零兼营	2002 年分类目录：6801，6804，6815，6820，6826，6827，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6845，6854，6855，6856，6864，6865，6866 2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，14，15，16，17，18，19，20，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖合食药监械经营备 20181393 号	2021.01.08
2	安徽国胜	合肥市市场监督管理局	批零兼营	2002 年分类目录：6801，6802，6803，6804，6805，6806，6807，6808，6809，6810，6812，6813，6815，6816，6820，6821，6822，6823，6824，6825，6826，6827，6828，6830，6831，6832，6833，6834，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6845，6846，6854，6855，6856，6857，6858，6863，6864，6865，6866，6870，6877 2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，12，13，14，15，16，17，18，19，20，21，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖合食药监械经营备 20203230 号	2020.12.31
3	芜湖国胜	芜湖市市场监督管理局	零售	2002 年分类目录：6801，6803，6807，6809，6810，6815，6820，6821，6822，6823，6824，6825，6826，6827，6830，6831，6833，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6845，6846，6854，6855，6856，6857，6858，6863，6864，6865，6866，6870	皖芜食药监械经营备 20160203 号	2019.12.31
4	安庆国胜	安庆市市场监督管理局	零售	2002 年分类目录：6801，6803，6804，6805，6806，6807，6808，6809，6810，6812，6813，6815，6816，6820，6821，6823，6826，6827，6834，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6846，6854，6855，6856，6857，	皖庆食药监械经营备 20160530 号	2019.11.26

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	备案日期
				6858，6863，6864，6865，6866 2017 年分类目录：01，02，03，04，06，07，08，09，10，11，12，13，14，15，16，17，18，19，20，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）		
5	亳州国胜	亳州市市场监督管理局	批零兼营	2002 年分类目录：6820，6826，6827，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6846，6854，6856，6864，6866 2017 年分类目录：07，10，12，13，14，15，18，20，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖亳食药监械经营备 20190005 号	2020.03.17
6	汇达药业	合肥市市场监督管理局	批零兼营	2002 年分类目录：6801，6802，6803，6804，6805，6806，6807，6808，6809，6810，6812，6813，6815，6816，6820，6821，6822，6823，6824，6825，6826，6827，6828，6830，6831，6832，6833，6834，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6845，6846，6854，6855，6856，6857，6858，6863，6864，6865，6866，6870，6877 2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，12，13，14，15，16，17，18，19，20，21，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖合食药监械经营备 20191355 号	2021.01.07
7	**江苏国胜**	**南京市市场监督管理局**	**批零兼营**	**2002 版批零兼营：6815, 6820, 6823, 6826, 6854, 6856, 6864, 6866** **2017 版批零兼营：07, 08, 09, 14, 18**	**苏宁食药监械经营备 20210454 号**	**2021.06.29**
8	**河南国胜**	**郑州市金水区市场监督管理局**	**零售**	**2002 版分类目录:6815, 6820，6821，6823，6826，6827, 6841, 6854, 6856, 6863, 6864, 6866, 6840** **2017 版分类目录：14, 07, 08, 09, 15, 17, 18, 19, 20, 22**	**豫郑食药监械经营备 20210007 号**	**2021.04.27**

④第三类医疗器械经营许可证

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	有效期限至
1.	发行人	合肥市市场监督管理局	批发	2002 年分类目录：6801，6804，6805，6806，6812，6813，6815，6820，6821，6826，6827，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6854，6855，6856，6857，6863，6864，6865，6866，6870 2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，14，15，16，17，18，19，20，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖合食药监械经营许 20180487 号	2023.10.08
2.	安徽国胜	合肥市市场监督管理局	批零兼营	2002 年分类目录：6815，6822，6864 2017 年分类目录：14，16	皖合食药监械经营许 20201113 号	2025.12.30
3.	安庆国胜	安庆市市场监督管理局	零售	2002 年分类目录：6815 2017 年分类目录：14	皖庆食药监械经营许 20170026 号	2022.04.26
4.	汇达药业	合肥市市场监督管理局	批发	2002 年分类目录：6801，6804，6805，6806，6812，6813，6815，6816，6820，6821，6822，6823，6826，6827，6834，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6845，6854，6855，6856，6857，6858，6863，6864，6865，6866，6870 2017 年分类目录：02，04，06，07，08，09，10，11，13，14，15，16，17，18，19，20，21，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖合食药监械经营许 20190599 号	2024.11.12

⑤互联网药品信息服务资格证书

序号	持有人	颁发部门	网站域名	许可证编号	有效截止日
1	发行人	安徽省药品监督管理局	www.hrjkjt.com 121.42.112.168 （华人健康医药网）	（皖）-非经营性-2019-0039	2024-7-2
2	安徽国胜	安徽省食品药品监督管理局	www.gsdyf.com 112.29.171.136 （国胜大药房网）	（皖）-经营性-2018-0008	2023-12-5
3	汇达药业	安徽省药品监督管	www.ahhdyy.net 223.240.80.11 （安徽汇达医药网）	（皖）-非经营性-2019-0055	2024-11-4

序号	持有人	颁发部门	网站域名	许可证编号	有效截止日
		理局			

（2）直营药店获得的资质、许可证情况

依照《药品管理法》、《药品经营许可证管理办法》、《食品经营许可管理办法》、《医疗器械经营监督管理办法》等相关法律的规定，截至 2020 年 12 月 31 日，公司 768 家直营药店（不含 3 家门诊），全部办理了药品经营许可证、食品经营许可证、二类医疗器械备案；对于经营具体较高风险，需要采取特别措施严格控制管理以保证其安全、有效的三类医疗器械的 289 家门店全部办理了《医疗器械经营许可证》；剩余 479 家门店因暂不销售相关器械，无需办理。截至 2020 年 12 月 31 日，公司拥有 768 家直营药店中有 718 家具有医保定点资质。截至 2020 年 12 月 31 日，公司有 12 家门店与当地医保部门签订服务协议书，成为医疗保险门诊慢性病定点服务单位。截至 2020 年 12 月 31 日，公司已开设 2 家 DTP 专业药房。

（3）直营门诊获得的资质、许可证情况

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人 3 家直营门诊已取得了医疗机构执业许可证、放射诊疗许可证，3 家直营门诊均已具有医保定点资质。具体情况如下：

①医疗机构执业许可证

序号	持有人	发证机关	诊疗科目	登记号	有效期限至
1	安百苑门诊	合肥市包河区卫生健康委员会	内科/外科/妇科专业/口腔科/医学检验科；临床体液、血液专业/医学影像科；X 线诊断专业；超声诊断专业；心电诊断专业/中医科	MA2UDD1X034011190D1102	2023.07.19
2	元兴门诊	合肥市瑶海区卫生健康委员会	内科/外科/妇科专业/口腔科/急诊医学科/临床体液、血液专业/X 线诊断专业；超声诊断专业；心电诊断专业/中医科	MA2UGLX8834010217D1102	2025.12.15
3	桂园中西医结合门诊部	合肥市庐阳区卫生健康委员会	内科/外科/急诊医学科/医学检验科；临床体液、血液专业/医学影像科；X 线诊断专业；超声诊断专业；心电诊断	MA2UH9BEX34010317D1302	2025.11.09

序号	持有人	发证机关	诊疗科目	登记号	有效期限至
			专业/中医科/中西医结合科		

②放射诊疗许可证

序号	持有人	发证机关	诊疗科目	登记号	核发时间
1	安百苑门诊	合肥市包河区卫生健康委员会	X 射线影像诊断：CR、DR 影像诊断	皖合包卫放证字（2020）第 0013 号	2020.06.30
2	元兴门诊	合肥市瑶海区卫生健康委员会	X 射线影像诊断：CR、DR 影像诊断	皖合瑶卫放证字（2020）第 0007 号	2020.11.12
3	桂园中西医结合门诊部	合肥市庐阳区卫生健康委员会	X 射线影像诊断：CR、DR 影像诊断	皖合庐阳区卫放证字（2020）第 013 号	2020.08.18

2、发行人开展药品代理、开设直营门店相关事前审批程序、特许经营情况

（1）发行人生产经营需要事前审批

根据《药品管理法》、《药品经营许可证管理办法》、《医疗器械经营监督管理办法》、《食品经营许可管理办法》等相关法律规定，发行人开展药品代理、开设直营门店从事药品、医疗器械、食品零售、开展门诊诊疗服务需要如下事前审批：

序号	业务类型	审批事项	法律法规名称	法律法规内容
1	药品零售及批发活动	药品经营许可证	《中华人民共和国药品管理法》（2019 年）	第五十一条：从事药品批发活动，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。从事药品零售活动，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。无药品经营许可证的，不得经营药品
2	食品销售	食品经营许可证	《中华人民共和国食品安全法》（2018）	第三十五条：国家对食品生产经营实行许可制度。从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可
3	第二类医疗器械的销售	第二类医疗器械经营备案	《医疗器械监督管理条例》（2017）	第三十五条：从事第二类医疗器械经营的，由经营企业向所在地设区的市级人民政府食品药品监督管理部门备案并提交其符合本条例第二十九条规定条件的证明资料
4	第三类医疗	医疗器械	《医疗器械监督	第三十一条：从事第三类医疗器械

序号	业务类型	审批事项	法律法规名称	法律法规内容
	器械的销售	经营许可证	管理条例》（2017）	经营的，经营企业应当向所在地设区的市级人民政府食品药品监督管理部门申请经营许可并提交其符合本条例第二十九条规定条件的证明资料
5	互联网药品的销售	互联网药品信息服务资格证书	《互联网药品信息服务管理办法》（2017）	第五条：拟提供互联网药品信息服务的网站，应当在向国务院信息产业主管部门或者省级电信管理机构申请办理经营许可证或者办理备案手续之前，按照属地监督管理的原则，向该网站主办单位所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请，经审核同意后取得提供互联网药品信息服务的资格。
6	**开设门诊**	**医疗机构执业许可证**	**《医疗机构管理条例》（2016）**	**第十五条：医疗机构执业，必须进行登记，领取《医疗机构执业许可证》**
7	**门诊开展放射诊疗服务**	**放射诊疗许可证**	**《放射诊疗管理规定》（2016）**	**第四条：医疗机构开展放射诊疗工作，应当具备与其开展的放射诊疗工作相适应的条件，经所在地县级以上地方卫生行政部门的放射诊疗技术和医用辐射机构许可**

（2）发行人生产经营不需要特许经营

特许经营权一般分为公用事业特许经营权和商业特许经营权两类。根据《基础设施和公用事业特许经营管理办法》第三条规定：“本办法所称基础设施和公用事业特许经营，是指政府采用竞争方式依法授权中华人民共和国境内外的法人或者其他组织，通过协议明确权利义务和风险分担，约定其在一定期限和范围内投资建设运营基础设施和公用事业并获得收益，提供公共产品或者公共服务。”根据《商业特许经营管理条例》第三条规定：“本条例所称商业特许经营（以下简称“特许经营”），是指拥有注册商标、企业标志、专利、专有技术等经营资源的企业（以下称“特许人”），以合同形式将其拥有的经营资源许可其他经营者（以下称“被特许人”）使用，被特许人按照合同约定在统一的经营模式下开展经营，并向特许人支付特许经营费用的经营活动。”

发行人主营业务为医药代理、零售及终端集采，不属于公用事业特许经营行业。同时，发行人合法拥有与经营相关的土地、房产、设备以及商标、专利的所

有权或者使用权，具有独立的商品采购、配送和销售系统，公司的生产经营模式不属于商业特许经营。

据此，**发行人从事的业务不属于公用事业特许经营行业，生产经营模式不属于商业特许经营。**

3、发行人终端集采合作门店客户的资质、许可证情况

发行人与终端集采客户系购销合作关系，在销售前必须对购货单位资格进行严格审查。对于资质证明文件不齐全或经营范围不全或资质过期的，禁止销售。

4、报告期内发行人、直营门店及其主要终端集采客户是否存在无资质经营或超越资质范围经营的情况，是否导致行政处罚

报告期内，发行人直营门店曾存在 2 起因无资质经营或超越范围经营的情况且受到了主管部门的行政处罚，具体情况如下：

序号	处罚事由	处罚情况	不构成重大违法违规行为原因分析
1	2018 年 12 月，安徽国胜大药房连锁有限公司六安万达店因未取得《医疗机构执业许可证》开展诊疗活动，违反《医疗机构管理条例》第二十四条规定，根据《医疗机构管理条例》第四十四条、《医疗机构管理条例实施细则》第七十五条的规定，六安市金安区卫生和计划生育委员会对其作出《行政处罚决定书》（六金卫医罚决（2018）13 号）。	罚款 0.71 万元，没收违法所得 0.22 万元	①安徽国胜大药房连锁有限公司六安万达店所涉行为未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果，其已改正上述违法行为。 ②2021 年 1 月 8 日，六安市金安区卫生健康委员会出具证明，证明安徽国胜大药房连锁有限公司六安万达店能够积极履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，该单位前述违法行为情节轻微，未导致重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果，不构成重大违法违规行为。
2	2019 年 1 月，芜湖国胜大药房连锁有限公司南陵阳光小区店因未取得食品经营许可证从事食品经营活动，违反《食品安全法》第三十五条规定，根据《食品安全法》第一百二十二条规定，南陵县食品药品监督管理局对其作出《行政处罚决定书》（（南）食药监食罚（2018）322 号）。	没收违法经营的保健食品及罚款 0.80 万元。	①根据《食品安全法》第一百二十二条规定，“违反本法规定，未取得食品生产经营许可从事食品生产经营活动，或者未取得食品添加剂生产许可从事食品添加剂生产活动的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂以及用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款。”本次处罚金额 8,000 元，为主管部门根据《行政处罚

序号	处罚事由	处罚情况	不构成重大违法违规行为原因分析
			法》第二十七条规定，对其减轻处罚，不属于违法情节严重的情形。 ②2021 年 1 月 7 日，南陵县市场监督管理局出具证明，证明芜湖国胜大药房连锁有限公司南陵阳光小区店前述违法行为属于一般性行政处罚，不构成重大违法违规行为。

基于上述，报告期内，发行人直营门店曾存在 2 起因无资质或超越资质范围经营的情况且受到了主管部门行政处罚，相关违法行为未造成严重食品药品安全事故，且均取得了专项合规证明。上述行为均不构成重大违法违规行为，**未对发行人造成重大不利影响。**公司已经采取了管理措施，纠正了相应的违法违规行为，在全公司范围内加强员工教育培训，杜绝类似情况的再次发生。

除上述情况外，根据发行人及其子公司所在地市场监督管理局、医疗保障局、卫生主管部门等相关主管部门出具的合规证明以及通过网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、信用中国、相关政府部门官方网站等，报告期内发行人、直营门店及其主要终端集采客户不存在其他无资质经营或超越资质范围经营导致行政处罚的情况。

（二）按照发行人销售贴自身商标品牌以及不贴牌药品、医疗器械，补充披露发生药品安全、医疗安全等事故时，发行人与生产厂家的约定情况，法律责任划分情况；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/1、医药代理业务”中进行了补充披露。

1、贴牌方式下，发行人作为商标许可人，有责任监督被许可人使用其注册商标的商品质量

区别于非贴牌方式，在贴牌方式下，发行人将注册商标授权药品生产厂家使用，除《药品管理法》外，还需遵守《中华人民共和国商标法》的相关规定。根据《中华人民共和国商标法》第四十三条规定，商标注册人可以通过签订商标使用许可合同，许可他人使用其注册商标。许可人应当监督被许可人使用其注册商标的商品质量。被许可人应当保证使用该注册商标的商品质量。

在贴牌方式下，药品生产企业作为商标被许可人，需对药品质量等义务负责；发行人作为商标许可人，应当对生产厂家的贴牌产品质量负有监督义务。发行人作为销售方和商标持有人、上游生产企业作为供货者和商标被许可人，双方承担不真正连带责任，消费者可以任意选择其一承担产品责任。

如果消费者以发行人为商标持有人为由选择向发行人追责，事后发行人则有权依照《代理协议》与《质量保证协议》向上游追偿。

2、除负有监督责任外，贴牌与非贴牌方式下，发行人与生产厂家的责任划分均需依照法律法规、协议约定等具体确定，二者并不存在本质差异

（1）药品生产企业必须对药品出厂安全与质量负责

《药品管理法》第六条规定，药品上市许可持有人依法对药品研制、生产、经营、使用全过程中药品的安全性、有效性和质量可控性负责；第三十一条规定，药品上市许可持有人应当建立药品质量保证体系，配备专门人员独立负责药品质量管理；第四十三条规定，从事药品生产活动，应当遵守药品生产质量管理规范，建立健全药品生产质量管理体系，保证药品生产全过程持续符合法定要求；第四十七条规定，药品生产企业应当对药品进行质量检验，不符合国家药品标准的，不得出厂。

因此，医药生产企业作为产业链最上游，是药品安全的第一责任人，必须对药品出厂质量负责。

（2）当发生药品安全与质量事件时，发行人作为销售方，通常是下游客户的第一追责对象

发行人作为医药批发企业，负责了药品的销售流通环节，当发生药品安全与质量事件时，作为销售方，发行人通常是下游客户的第一追责对象。

首先，根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国产品质量法》的规定以及发行人与下游客户所签订销售协议的具体约定，如下游客户从发行人处采购的药品存在质量问题（因下游客户保管不善等自身原因导致药品产生质量问题的情形除外），发行人将承担换货、退货和赔偿损失等民事责任；

其次，根据《药品管理法》、《药品管理法实施条例》等相关规定，如发行人销售的药品存在质量问题被药品监管部门认定为劣药或假药等情形，发行人将受到罚款、没收违法所得、停业整顿、吊销业务经营资质等行政处罚。如发行人未违反《药品管理法》和《药品管理法实施条例》的有关规定，并有充分证据证明其不知道所销售或者使用的药品是假药、劣药的，发行人将被没收其销售或者使用的假药、劣药和违法所得；但是，可以免除其他行政处罚。

更严重时，如发行人明知是假药、劣药进行销售的，根据《中华人民共和国刑法》等相关规定，发行人还可能承担相应刑事责任。

（3）针对发行人与生产厂家两者的内部责任划分，根据双方签署的协议约定，依照谁过错谁承担的标准，由过错的一方承担终局责任

发行人代理业务与上游生产厂商签订的《代理协议》与《质量保证协议》对双方内部责任进行了约定，具体如下：

协议	发生药品安全、医疗安全等事故时责任划分约定
代理协议	1、生产厂家提供的产品质量应符合国家药品质量标准，如因药品质量引起的药品安全、医疗事故由生产厂家按有关规定承担责任。 2、由于发行人储存、养护不当造成的产品质量责任由发行人承担。
质量保证协议	1、在药品有效期内、在规定的储存条件下出现的质量问题由生产厂家负全部责任。 2、因发行人保管、养护、运输等操作不当而导致药品质量问题，由发行人负责。 3、如因生产厂家夸大产品功能与疗效，发布违法广告、商标侵权、价格违反有关政策或其他违法国家有关法律法规等引起发行人与用户的纠纷，或被药品监督管理部门、卫生局等国家相关部门查封、处罚，造成经济损失的，全部由生产厂家负责。 4、生产厂家所供药品应保证其内在质量稳定可靠，如果发生行政监督部门抽检不合格情形被停止销售或者没收违法所得以及罚款的，由生产厂家全额承担，造成的后果由生产厂家负责。 5、因经营生产厂家产品发生假、劣情形使得发行人遭到行政监督部门处罚或客户投诉时，生产厂家应承担发行人全部经济损失；并给予发行人相应的名誉及公共信誉损失补偿。

当出现安全质量事故或行政处罚时，若因药品出厂即存在假、劣情形，则由生产厂家承担相应终局责任，同时发行人受到行政处罚以及其他退换货、赔偿等民事责任后，均有权向上游追偿。若因发行人自身原因或过错，则发行人承担相应终局责任，无权向上追偿。

综上所述，药品作为特殊商品，在生产、流通的各个环节，受到《民法典》、《药品管理法》、《产品质量法》、《商标法》等多项法律法规及合同协议的共同约束。贴牌与非贴牌是发行人代理业务的具体合作形式，贴牌合作方式下发行人需额外负有质量监督义务，消费者可能以此为由选择向发行人追责。除此之外，贴牌与否，对于药品安全、医疗安全等事故责任划分不存在本质区别。

（三）补充披露发行人与终端集采模式下客户间法律责任约定情况，产生退换货、消费者投诉时的责任划分及处理措施；出现药品、医疗器械安全事故、行政处罚、刑事诉讼时，发行人面临的法律责任；

1、发行人与终端集采模式下客户间法律责任约定情况，产生退换货、消费者投诉时的责任划分及处理措施

（1）发行人子公司汇达药业与终端集采客户间的法律责任约定情况

根据汇达药业与终端集采模式下客户签署的合作协议，汇达药业与终端集采客户间关于法律责任的约定情况如下：

合作期间，终端集采客户应承诺经营行为严格遵守国家与行业法律法规，如因客户自身经营原因出现违法违规、处罚、诉讼、仲裁等情形，后果自行承担，与汇达药业无关。

（2）产生退换货、消费者投诉时的责任划分及处理措施

①产生退换货时的责任划分及处理措施

根据汇达药业与终端集采客户签署的合作协议，产生退换货时的责任划分及处理措施情况如下：

汇达药业确保向终端集采客户配送的商品符合 GSP 要求，如商品出现质量问题，经双方确认后汇达药业承诺无条件退换货，但商品属终端集采客户人为损坏或保管不当的，汇达药业不允许退换且由终端集采客户自行承担全部经济损失；汇达药业通过物流运输的，客户需在收货时先验货再签收，若发现破损、丢货等情况需在 24 小时内与汇达药业联系，客户超过 24 小时未提异议，则视为所有销售商品符合客户要求。

汇达药业根据实际情况，及时告知客户需要退回的商品，如客户在汇达药业发出通知后规定时间内未向汇达药业提交退回申请，则视为客户默许商品不需退回，汇达药业不再承担任何损失。汇达药业为客户调剂退货商品运费由客户自行承担。

客户应遵循先进先出的销售原则，若因客户管理不善出现产品过期、近效期等情况，相应损失由客户自行承担，但经双方协商一致，可另行处理。

②消费者投诉时的责任划分及处理措施

汇达药业与终端集采客户签署的合作协议未直接就消费者投诉的责任划分及处理措施作出约定。汇达药业为药品批发企业，如确因药品质量问题引发消费者投诉的，汇达药业有义务配合处理消费者投诉，并承担相应责任。除药品质量相关责任外，终端集采客户具有独立的法律主体资格，应就其经营行为独立承担相应的责任。

根据汇达药业《质量事故、质量投诉管理制度》，合作门店质量投诉处理的处理措施如下：

A.从汇达药业购进的产品，合作门店在销售中如遇产品本身质量问题，遇到消费者投诉的，应第一时间反馈给汇达药业质量部，由质量部查明原因，向供货厂商协商解决问题。

B.如合作门店由于储存保管不当产生的质量问题或效期药品遇到消费者投诉的，由合作门店自行负责处理。

C.汇达药业销售的产品，消费者在购买中产生不良反应的，合作门店及时通知汇达药业质量部，由质量部配合处理。确认药品质量不合格的，由质量部发出药品召回措施。同时，质量部负责向供货单位进行药品质量查询。

2、出现药品、医疗器械安全事故、行政处罚、刑事诉讼时，发行人面临的法律责任

终端集采模式下，发行人作为流通企业为下游客户供应药品、医疗器械等，发行人与终端集采客户之间系基于平等主体所形成的购销法律关系。当客户出现药品、医疗器械安全事故、行政处罚、刑事诉讼时，根据相关法律法规规定及合

作协议约定，发行人是否需要承担相应的法律责任需要具体分析发行人对相关违法违规行为是否存在过错。具体如下：

（1）因终端集采客户自身违反药品、医疗器械管理方面的法律法规规定，应由客户自行承担法律责任。

（2）因客户自发行人之外的第三方采购的药品、医疗器械存在质量问题等导致药品、医疗器械安全事故的，则相关法律责任由客户或第三方等相关责任主体承担，发行人对此不存在过错的，则不承担相关法律责任。

（3）因客户自身行为导致向发行人采购的药品、医疗器械存在质量问题等导致药品、医疗器械安全事故的，应由客户自行承担责任。如客户储存不当导致药品、医疗器械质量问题，进而销售给消费者，发行人对此不存在过错，则由客户自身独立承担相关法律责任。

（4）因发行人将存在质量问题或超过保质期的药品、医疗器械销售给客户，客户进一步销售给消费者等可归责于发行人原因导致药品、医疗器械安全事故，发行人作为供货方，应对自己的过错行为承担法律责任。同时若因上游厂家或商家向发行人销售存在质量问题的药品、医疗器械，发行人有权按照合同约定向上游厂家或商家追责。

基于上述，终端集采模式下，发行人作为医药流通中的一环，当下游客户因发行人所经营药品、医疗器械引致的安全事故、行政处罚、刑事诉讼，发行人是否必须对下游客户销售存在质量问题或超过保质期药品承担相关法律责任，需要视具体情节、是否存在过错，依据责任自负的原则来处理。

若确因可归责于发行人的事由导致终端集采客户发生药品、医疗器械安全事故、行政处罚、刑事诉讼等，发行人主要面临的法律责任如下：

（1）民事赔偿责任

根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国产品质量法》的规定，如下游客户从发行人处采购的药品存在质量问题（因下游客户保管不善等自身原因导致药品产生质量问题的情形除外）导致发生安全事故等，发行人将依据法律法

规的规定，以及发行人与下游客户所签订协议的具体约定对下游客户承担换货、退货和赔偿损失等民事责任。

（2）行政责任

根据《药品管理法》、《药品管理法实施条例》等相关规定，如发行人销售的药品存在质量问题被药品监管部门认定为劣药或假药等情形，发行人将受到罚款、没收违法所得、停业整顿、吊销业务经营资质等行政处罚。如发行人未违反《药品管理法》和《药品管理法实施条例》的有关规定，并有充分证据证明其不知道所销售或者使用的药品是假药、劣药的，发行人将被没收其销售或者使用的假药、劣药和违法所得；但是，可以免除其他行政处罚。

根据《中华人民共和国产品质量法》和发行人同供货方签订的质量保证协议的约定，发行人销售的药品存在质量问题被认定为劣药或假药而受到药品监管部门的行政处罚，以及发行人向下游客户承担换货、退货和赔偿损失等民事责任后，发行人有权向供货方追偿。

（3）刑事责任

根据《中华人民共和国刑法》等相关规定，如发行人明知是假药、劣药进行销售的，根据具体情节发行人将承担刑事责任。

报告期内，发行人不存在因为终端集采客户出现药品、医疗器械安全事故、行政处罚、刑事诉讼，导致承担民事赔偿、行政处罚或刑事责任的情况。

发行人已在《招股说明书》中对“药品质量问题产生的风险”进行了特别提示。

（四）补充披露发行人及其主要终端集采客户报告期内是否发生药品、医疗器械安全事故，若是，请详细披露背景及解决过程、结果及对发行人的影响；发行人对自身销售药品、器械在安全方面的管控措施；发行人对终端集采客户在安全方面的管控措施。

发行人已在招股说明书“第六节/五/（三）/4、公司业务资质经营的合规性”中进行了补充披露。

1、发行人及其主要终端集采客户报告期内药品、医疗器械安全事故情况

根据发行人及其子公司所在地市场监督管理局出具的合规证明，发行人主要终端集采客户出具的书面声明，以及通过网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、信用中国、发行人及其子公司、主要终端集采客户所在地相关政府部门官方网站等，**报告期内发行人及其主要终端集采客户不存在发生药品、医疗器械安全事故的情况。**

2、发行人对自身销售药品、器械在安全方面的管控措施

为加强药品、器械质量管控，发行人根据 GSP 相关要求，设置商采中心和质量部。商采中心下设有采购部，采购部主要负责供应商的评审及筛选产品的采购管理，并对采购产品的企业首营、产品首营、到货的及时性、价格等承担责任；质量部全面负责包括但不限于采购等环节的各类质量控制工作。

发行人对自身销售药品、器械在安全方面实施同等管控措施，药品、器械质量控制的关键环节主要包括：供应商资质审核、首营品种审核、采购入库验收、在库期间养护、出库质量复核、药品召回、追回管理等。

（1）供应商资质审核

为确认供应商合法身份，确保企业经营合法性，保证药品购进质量，发行人制定了《供货单位及其销售人员管理制度》，采购中涉及的首营企业、供货单位销售人员，采购部和商管部应当核实其合法资格，必要时应当实地考察，对供货单位质量管理体系进行评价。考察供货单位的质量管理体系是否健全，假设发生质量问题后，是否有能力及时查找的原因，是否能够采取纠正措施，纠正措施是否真实有效实施。

首营企业审批资料包括《药品生产许可证》、《医疗器械生产许可证》或者《药品经营许可证》、《医疗器械经营许可证》、第二类医疗器械经营备案凭证等。同时商采中心和质量部应对供货单位销售人员资格进行审核。确定合格供应商后，商采中心应负责与供应商签署符合要求的采购协议和质量保证协议。

（2）首营品种审核

根据公司《药品采购管理制度》要求，采购首营品种由采购部和质量部审核药品的合法性，首营品种审核资料包括：①法定的药品生产批件或药品注册证以及与药品相关的补充申请批件；②法定的药品质量标准；③提供该药品有关权威部门的检验报告单；④提供药品近期批号的出厂检验报告单；⑤提供药品相关的物价单；⑥样盒、标签、说明书；⑦生产企业相关证照等。

首营品种资料建立之后，质量部负责定期动态更新企业和品种信息，商采中心协同采购品种责任人进行动态跟踪。

（3）药品收货、验收管理

①药品收货管理

公司药品收货由仓储部负责。药品到货时，收货人员核实运输方式、承运单位、启运时间和运输状况是否符合要求。收货人员对照随货同行单和采购记录核对药品，做到票、账、货相符。

收货人员对符合收货要求的药品，拆除药品的运输防护包装，检查药品外包装是否完好。对出现破损、污染、标识不清等情况的药品，予以拒收。收货员按照规定的程序和要求对到货药品逐批进行收货，并有相应的收货记录，防止不合格药品入库。之后按品种特性要求放于相应待验区域，或者设置状态标志，通知验收。

②药品验收管理

验收员负责购进药品及销售退回药品的质量验收。验收员一般在一个工作日内完成验收，对于有温度储存要求的药品，必须随到随验。不能在规定时限内完成验收的应及时查明原因，报质量部处理，确保待验药品质量。验收合格药品应当及时入库，验收中出现的问题要尽快处理，防止对药品质量造成影响。

验收药品应当按照批号逐批检查药品的合格证明文件，对于证明文件不全或内容与到货药品不符的，不得入库，并交质量管理人员或者质量部领导处理。验收员应对购进药品进行逐批抽样验收。药品验收时，验收员应按随货同行联对照实物进行清点，并做好验收记录。

对验收发现质量不合格的药品，验收员应报质量部门复查，质量部复查确认后，合格的药品正常验收入库，不合格的药品按《不合格药品管理制度》执行。对验收质量合格的药品，但包装破损或污染，不能正常入库销售的，由验收员上报经质量部确认后，商采人员联系上游客户办理退货。

（4）药品储存保管、养护管理

①药品储存保管

A.药品验收后入库。所有药品必须经过验收合格后才能入库。仓库理货人员必须核对有验收员签字的“药品质量验收入库通知单”上的内容与入库药品符合，只有相符才能入库。

B.药品的储存与堆垛。储存药品应按其不同的储存要求，分类存放。内用药与外用药、处方药与非处方药、药品与非药品之间要分区存放，中药饮片必须分库存放。

C.在库记录。遵循按批号发货的原则，除客户指定批号或有特殊要求外，储存药品应做到“先产先出，近效期先出”。养护员每月做好近效期药品的报表工作，失效药品应及时移入不合格药品库（区）。

②药品养护管理

养护人员应当根据库房条件、外部环境、药品质量特性等对药品进行养护。养护员应检查并改善储存条件、防护措施、卫生环境；按各储存仓库的温湿度要求，做好仓库温湿度的监测和管理；按照养护计划对库存药品的外观、包装等质量状况进行检查，并建立养护记录；对储存条件有特殊要求的或者有效期较短的品种应当进行重点养护；药品因破损而导致液体、气体、粉末泄漏时，应当迅速采取安全处理措施，防止对储存环境和其他药品造成污染。

（5）药品出库复核管理

公司出库复核员负责出库药品的复核和检查。复核内容包括购货单位、销售日期、药品名称、剂型、规格、单位、数量、生产批号、有效期、生产企业、上市许可持有人等。复核员除了对药品进行复核外，同时要复核每批次药品的出库检验报告单，复核检验报告单的名称和批次的准确性和对应性。

复核员负责对出库药品进行质量检查，包括：药品外包装及封口不得有破损或封口不牢等现象；药品包装内不得有异常响动或液体渗漏；药品包装标识不得模糊不清或脱落；药品不得超出有效期；进口药品不得缺少盖有本公司质量部原印章的《进口药品注册证》和《进口药品检验报告书》或注明“已抽样”字样的《进口药品通关单》等；外用药品不得缺少警示或专用标识。当出库质量检查发现有不符合上述要求时，应停止发货，并报质量部处理。

（6）药品安全运输管理

①自行运输

公司运输员负责运输过程中药品质量保证，文明装卸药品，避免产生损坏。在运输途中发生质量或数量问题由运输员负责，并上报部门领导和质量部。

②委托运输

委托运输药品应当与承运方签订运输协议，明确药品质量责任、遵守运输操作规程和在途时限等内容。

委托运输药品时，仓储部应不定期对承运单位的运输车辆和责任人进行检查，并核对信息是否与质量部审核备案的信息一致。当出现不一致的情况时，立即停止委托，并将情况核实和上报。质量部和质量负责人对其进行审核备案符合要求后，方可重新委托运输药品。

（7）效期药品管理

①公司购进药品效期的内控标准：有效期少于两年的药品，到货时，其生产期不超过三个月；有效期大于两年（含两年）的药品，到货时，其生产期不超过六个月。

②药品近效期的确定：质量部会同市场部根据药品的有效期和销售情况等，确定药品的近效期期限，以失效前 6 个月内的视为近效期。同时以失效前 1 年内的视为药品预警效期。

③近效期药品管理：A.商采中心采购药品时，应在采购合同中明确提出是近期生产的批号；B.理货员必须按效期分批号堆垛，严格执行近效期先出和按批号

发货的原则；C.近效期药品储存保管时有明显标志，以起到提示作用；D.质量管理人员对近效期药品按月整理《近效期预警表》，并每月跟踪，加强与销售部门和仓储部对接；E.对在库药品有效期不足三个月的药品一般情况下不允许销售，特殊情况：如遇客户急需，并且客户已知该药品的有效期时，经质量部和事业部同意后方可销售；F.超过有效期药品的报损，按照《不合格药品管理制度》处理。

（8）药品追溯管理

公司建立以计算机系统药品追溯为管理系统，以计算机系统（供应链管理系统）追溯系统为基础，索证索票、进货收货验收、销售拣货复核、台账记录为核心的药品追溯管理体系。确保药品在采购、储存、销售、运输等环节中质量安全和可追、可查，以保证药品经营过程中的安全和质量。

（9）药品召回、追回管理

①药品召回管理

A.召回药品条件：国家药品监督管理局已公布责令召回的品种；药品上市许可持有人、药品生产商、供应商主动召回的品种；药品经营或使用过程中发现存在安全隐患已停止销售使用的药品，经过通知生产商、供应商并向药品监督管理部门报告需要召回的品种。

B.协助义务：公司质量部、销售部门应积极执行药品监督管理部门的指令，主动协助生产商、供应商、药品上市许可持有人履行药品召回义务。积极协助生产商、供应商、药品上市许可持有人按其召回计划的要求及时传达、反馈药品召回信息。

C.报告义务：经营过程中发现存在安全隐患的药品，由质量负责人批准质量部应立即通知相关部门或单位停售或停用该药品，通知药品上市许可持有人、供应商或生产商，并向药品监督管理部门报告，等待处理意见。

D.召回后跟踪及改进措施：对过往发生过召回的品种，质量部应跟踪药品上市许可持有人，对其发生召回的具体原因进行分析，并跟进其改进措施和结果。对下一次继续合作进行加强监管。

②药品追回管理

A.追回的范围：国家各级药品监督管理部门公告、通知的不合格药品，本企业有售的；药品上市许可持有人及生产企业在药品上市销售后的产品留样检查或其他回顾性检查中，发现药品储存期间有不合格项目出现，或者回顾性检查中发现生产过程存在偏差与缺陷，药品生产企业或药品上市许可持有人通知停止销售的；各级药品检验部门在本企业监督检验、抽查中发现的不合格药品；药品售出后，因储存、养护不当，库存药品有变质情况的；药品售出后，客户有事实根据提出质量有问题，经确认属实的。

B.追回工作的组织、实施：根据质量部对事态的调查确认结果，由企业质量负责人组织、布署药品追回工作；各销售部门、客服部和各事业部配合质量部具体实施。

C.追回药品的处理：追回的问题药品如退回药品上市许可持有人、药品生产企业或供应商，商采中心必须及时与供货方联系，确定安全、可控的退货方式，按购进药品采购退回办理退货手续，建立完整的购进退出记录。

综上所述，发行人已经制定且严格执行对供应商和首营品种资质、药品入库验收、在库管理、效期管理、药品出库以及运输风险、药品召回、追回等各项管控制度，对药品、器械安全风险的管控措施有效。

3、发行人对终端集采客户在安全方面的管控措施

发行人与终端集采客户系购销合作关系，终端集采客户作为独立经营实体，发行人不会也无权干涉终端集采客户的经营行为。作为药品、器械销售单位，为保证用药安全，发行人对终端集采客户在安全方面的管控措施主要体现在发行人内部对销售工作的规范上，包括购货单位资格审查和质量体系评价。

（1）购货单位资格审查。为加强药品销售质量管理，规范销售工作，确保将合格药品销售给具有合法资质的购货单位，发行人制定了《药品销售与购货单位评定管理制度》、《购货单位及购货单位采购人员资格审核管理制度》，对于首次合作客户，应提供其经营相关资质、证照的复印件并加盖公章后，提交质量部人员审核确认其经营范围和证照的有效期限，对其资质、证照上的单位名称、法人代表、地址是否一致，经营方式是否符合审批范围等进行核对，并留存备案。

对于已合作客户，销售部门应按客户证照的有效期限及时索取新的加盖企业公章原印章的证照复印件并上报质量部审核留存备案。

有以下情形的不予通过审核：①资质证明文件不齐的；②资质证明文件中有任何一份过期没有延期证明的，因特殊情况无法第一时间提供新的一年度的采购委托书等情况的，应由业务部门申请，质量部核实并查询同意后，进行相关合作和处理；③资质材料中单位名称、地址、法人代表等不相符没有变更说明的；④药品经营许可证的经营范围，不涵盖拟采购品种类别。

（2）购货单位质量体系评价。为确认购货单位质量保证能力及质量信誉，确保药品在流通过程中的质量安全，发行人制定了《往来单位质量体系评价管理制度》，质量部制订往来单位质量体系评价计划，定期组织相关人员按照计划规定的时间对评价的内容逐一评审，并在往来单位质量体系评价记录表上签署评价意见。评价合格的予以开展业务，评价不合格的在计算机系统中锁定，停止与该单位发生业务往来。最后根据评审的内容作出年度往来单位质量体系评价报告。对已评审不合格的单位如需再次开展业务，需要更新补充相关资质材料，由质量管理员审核合格后对计算机系统进行维护更新并予以开展业务。

评价内容主要包括：①购货方的基本情况：资质更新情况、人员配备情况、基本设施设备情况、质量查询配合等；②年度销售情况：全年退货占比；③销售对账回款配合度；④年度经营过程中是否出现过违法违规情况。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人及其子公司、直营门店经营许可资质证书；

2、根据发行人报告期内主营业务情况，核查发行人经营所需的事前审批程序；

3、核查发行人报告期内存在的因无资质经营或超越资质范围经营而受到行政处罚的处罚决定书、缴款凭证、主管行政机关所出具的证明文件等资料；

4、取得并核查终端集采客户经营资质证书；取得主要终端集采客户出具的关于是否因无资质经营或超越资质范围经营而受到行政处罚的确认函；

5、通过检索国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、发行人及其子公司、主要终端集采客户所在地市场监督管理局等政府主管部门网站，核查发行人及其子公司、主要终端集采客户是否存在因无资质经营或超越资质范围经营而受到行政处罚的情形，报告期内是否曾发生药品、医疗器械安全事故；

6、查阅发行人与报告期内上游主要生产厂家签署的代理协议、药品质量保证协议，核查发行人与主要供应商之间责任划分约定情况；

7、查阅发行人与报告期内主要终端集采客户签署的合作协议，核查发行人与主要终端集采客户之间责任划分的约定情况；

8、查阅发行人质量管理制度汇编。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人及其子公司、直营门店经营所需的资质、许可证情况不存在异常；发行人开展药品代理、开设直营门店已履行事前审批并取得相关资质；发行人生产经营不需要特许经营；发行人终端集采业务开展过程中，已对合作门店客户的资质、许可证情况进行审核，不存在异常；报告期内，发行人直营门店曾存在 2 起因无资质或超越资质范围经营的情况且受到了主管部门行政处罚，相关违法行为未造成严重食品药品安全事故，且均取得了专项合规证明，前述违法行为均不构成重大违法违规行为，未对发行人造成重大不利影响，除前述情形外，报告期内发行人、直营门店及其主要终端集采客户不存在无资质经营或超越资质范围经营而导致行政处罚的情况；

2、发行人与生产厂家关于发生药品安全、医疗安全等事故的责任划分具有同质性，即非因发行人自身原因导致的产品质量责任由生产厂家承担相关风险和法律责任，不存在因代理形式不同而导致关于产品质量问题责任划分存在重大差异的情况；

3、终端集采模式下，当下游客户因发行人所经营药品、医疗器械引致的安全事故、行政处罚、刑事诉讼，根据具体情节，依据责任自负的原则来处理。若确因可归责于发行人的事由导致终端集采客户发生药品、医疗器械安全事故、行政处罚、刑事诉讼等，发行人存在承担行政责任、民事责任、刑事责任的风险。发行人已对此项风险在招股说明书中进行风险提示；

4、报告期内发行人及其主要终端集采客户不存在发生药品、医疗器械安全事故的情形。发行人自身销售药品、器械在安全方面已针对较为健全的管控措施并有效执行；发行人与终端集采客户系购销合作关系，不会也无权干涉终端集采客户的经营行为，主要通过加强自身内部销售工作规范，控制终端集采客户在安全方面可能造成的风险。

问题十二、关于员工

申报材料显示：（1）报告期内发行人员工人数分别为 3,038 名、3,748 名及 4,526 名。（2）报告期内发行人存在未按规定缴纳员工社保、公积金的情形。

请发行人：

（1）补充披露员工人数变化与发行人主营业务、净利润变动情况，与发行人经营发展情况的匹配性；发行人员工的薪酬分布情况，结合同行业可比企业上述情况，披露发行人员工薪酬是否合理，是否存在刻意压低员工薪酬的情形；

（2）补充披露报告期内存在部分员工未按规定缴纳社保、公积金的原因；测算补缴应缴未缴员工的社会保险和住房公积金金额及占当期净利润比重；

（3）补充披露是否存在劳务外包或劳务派遣，若是，补充披露人数及占比，用途及管理情况，是否涉及核心岗位，是否违反劳务派遣相关规定。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露员工人数变化与发行人主营业务、净利润变动情况，与发行人经营发展情况的匹配性；发行人员工的薪酬分布情况，结合同行业可比企业上述情况，披露发行人员工薪酬是否合理，是否存在刻意压低员工薪酬的情形；

发行人已在招股说明书“第五节/二十/（一）员工人数及其变化情况”中进行了补充披露。

1、报告期内发行人员工人数变化与主营业务、净利润变动情况，与发行人经营发展情况具有匹配性

报告期各期末，发行人及其子公司在册正式员工总人数分别为 3,038 名、3,748 名及 4,526 名，随着公司经营规模的扩大，公司员工数量呈逐年上升趋势。

报告期内，发行人全体员工加权人数与主营业收入、净利润匹配情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
员工加权人数（人）	4,167.00	3,486.50	2,663.67
主营业务收入（万元）	188,566.86	147,972.41	106,649.26
人均收入（万元/人）	45.25	42.44	40.04
净利润（万元）	8,885.91	5,334.70	1,985.15
人均净利润（万元/人）	2.13	1.53	0.75

注：员工加权人数=Σ 全体人员出勤月数/12

报告期内，随着经营规模的持续扩大，发行人主营业务收入、净利润稳步增长，员工人数亦同步保持增长。报告期内，发行人人均收入、人均净利润均呈增长态势，其中人均净利润增速更高，主要系随着发行人业务规模的扩大，规模经济效应显现，盈利能力不断提升所致。

报告期内，发行人员工人数与公司主营业务收入、净利润变动趋势一致，与发行人经营发展情况相匹配。

2、发行人员工的薪酬分布情况，结合同行业可比企业上述情况，披露发行人员工薪酬是否合理，是否存在刻意压低员工薪酬的情形

（1）发行人员工的薪酬分布情况

报告期内，发行人不同层级薪酬分布情况如下：

单位：万元

年度	员工级别	员工加权人数	薪酬总额	平均年薪酬
2020 年度	高层	55.75	1,758.43	31.54
	中层	197.58	3,017.18	15.27
	基层	3,913.67	21,615.06	5.52
	合计	4,167.00	26,390.66	6.33
2019 年度	高层	46.83	1,164.25	24.86
	中层	143.25	2,374.20	16.57
	基层	3,296.42	16,951.24	5.14
	合计	3,486.50	20,489.69	5.88
2018 年度	高层	41.50	846.44	20.40
	中层	116.75	1,807.34	15.48
	基层	2,505.42	12,458.37	4.97

年度	员工级别	员工加权人数	薪酬总额	平均年薪酬
	合计	2,663.67	15,112.15	5.67

注 1：职工薪酬根据员工各期应发工资统计；

注 2：员工加权人数=Σ 全体人员出勤月数/12；

注 3：发行人高层包括总监及以上、子公司负责人等；中层包括各职能部门主管、代理业务省区经理、零售业务片区经理等；基层包括各职能部门其他人员、代理业务地区经理、零售业务门店人员等。

（2）结合同行业可比企业的员工薪酬情况，发行人员工薪酬合理，不存在刻意压低员工薪酬的情形

2018 至 2020 年度，同行业可比公司漱玉平民的员工薪酬分布与发行人对比情况如下：

单位：万元

年度	员工级别	人均年薪酬	
		发行人	漱玉平民
2020 年度	高层	31.54	36.69
	中层	15.27	13.80
	基层	5.52	5.28
	合计	6.33	5.92
2019 年度	高层	24.86	25.38
	中层	16.57	9.91
	基层	5.14	4.34
	合计	5.88	4.95
2018 年度	高层	20.40	22.86
	中层	15.48	8.64
	基层	4.97	3.97
	合计	5.67	4.61

注：漱玉平民上述数据取自其公开披露的《招股说明书》

总体来看，报告期内，发行人员工人均薪酬基本呈逐年上升趋势，与同行业可比公司漱玉平民保持一致，与同行业可比公司不存在显著差异。

综上所述，发行人报告期内的员工薪酬合理，不存在刻意压低员工薪酬的情形。

（二）补充披露报告期内存在部分员工未按规定缴纳社保、公积金的原因；测算补缴应缴未缴员工的社会保险和住房公积金金额及占当期净利润比重；

发行人已在招股说明书“第五节/二十/（三）/2、部分人员未缴纳的原因情况”、“第五节/二十/（三）/3、社保公积金补缴金额测算”中进行了补充披露。

1、报告期内存在部分员工未按规定缴纳社保、公积金的原因

报告期内，公司为在册正式员工缴纳社会保险和住房公积金的统计情况如下：

单位：人

时间	在册正式员工总数	应缴人数	社保缴纳		公积金缴纳	
			已缴人数	应缴已缴比例	已缴人数	应缴已缴比例
2020 年末	4,526	4,377	3,825	87.39%	3,825	87.39%
2019 年末	3,748	3,617	2,883	79.71%	2,656	73.43%
2018 年末	3,038	2,944	2,293	77.89%	-	-

注：应缴人数为在册正式员工总数扣除退休返聘的人数

（1）2018 年发行人未为员工缴纳公积金的原因与影响

2018 年，发行人未为正式员工缴纳公积金，系公司尚未进入辅导期，规范意识较低，尚未为员工开设公积金账户。自 2019 年进入辅导期后，发行人不断加强规范意识，并为大部分员工缴纳了社保及公积金。公司 2018 年度未及时开设账户并为员工缴纳公积金事项存在法律瑕疵，但不构成重大违法违规行为，不会对本次发行构成重大障碍，具体分析如下：

①发行人已积极规范并整改

随着 2019 年发行人进入辅导期，发行人规范意识提升，积极开展整改措施并开设公积金账户，员工公积金缴纳比例逐年提升。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人员工公积金应缴已缴比例已经达到 87.39%。

②发行人已取得不构成重大违法违规的专项证明

2021 年 8 月至 9 月，涉及 2018 年度未按规定为员工缴纳公积金的发行人及其子公司所在地（合肥、芜湖、安庆、亳州）的住房公积金主管部门已全部出具专项证明，确认报告期内公司不存在重大违法违规行为。

③报告期初至今发行人未因该事项受到相关行政处罚与诉讼仲裁

经网络公开信息检索以及对公司营业外支出明细等核查，并获取住房公积金主管部门说明，报告期初至今，发行人及其子公司未因该事项受到住房公积金主管部门行政处罚、责令整改、法院强制执行等追缴处罚情况，也不存在相关员工因该事项向发行人及其子公司提起诉讼或仲裁的情况。

④如发行人进行补缴仍将满足上市条件，不会对发行人构成重大不利影响

经测算，如发行人需补缴 2018 年度未缴纳的住房公积金，对发行人净利润将造成一定影响，但当年仍保持盈利，不会对发行人构成重大不利影响，发行人仍符合上市条件。具体测算参见本回复意见“问题十二/一/（二）/2、补缴应缴未缴员工的社会保险和住房公积金金额及占当期净利润比重情况”。

⑤公司实际控制人已出具相关承诺

公司控股股东、实际控制人已出具《关于社会保险金与住房公积金缴纳事宜的承诺函》，承诺：“如公司及其子公司被社会保障管理部门或住房公积金管理中心要求或决定，华人健康需要为员工补缴社会保险金或住房公积金，或因华人健康因未为员工足额缴纳社会保险金或住房公积金而承担任何罚款或损失，本人愿承担应补缴的社会保险金、住房公积金和由此产生的滞纳金、罚款等费用，保证华人健康不会因此遭受损失。”

综上所述，公司 2018 年度未为员工缴纳公积金事项存在法律瑕疵，但不构成重大违法违规行为，不会对本次发行构成重大障碍，不会对公司产生重大不利影响。

（2）报告期末发行人未全员缴纳社保、公积金的原因

截至 2020 年 12 月 31 日，公司已为大部分应缴纳员工缴纳了社保和住房公积金，尚未缴纳的人员主要系：

①试用期员工尚未办理

发行人属于医药流通行业，行业内普遍存在员工流动性较强的情况。因此，对于试用期员工，发行人一般等到正式转正后再办理相应的社保、公积金手续。

②非城镇户籍已购买新农合医疗保险、拥有农村宅基地

发行人部分未缴纳人员系已在农村缴纳新型农村养老保险和新型农村医疗保险，且大部分在农村拥有住房，无意愿在公司缴纳社保、住房公积金。

③当月尚未办理完离职手续人员

部分员工因正在办理离职手续等原因，公司不再为其缴纳社会保险和住房公积金。

④员工自愿放弃缴纳

部分员工由于较为重视当期收入等原因，不愿在公司缴纳社会保险、住房公积金，已出具自愿放弃缴纳的声明文件。

⑤已自行缴纳

部分员工因工作地与最终居住地不一致等原因，选择自行缴纳社会保险、住房公积金。

截至报告期末，上述各类未缴纳社保和住房公积金的人数统计如下：

单位：人

序号	未缴纳原因	社保		住房公积金	
		人数	占应缴未缴人数比	人数	占应缴未缴人数比
1	试用期员工尚未办理	431	78.08%	431	78.08%
2	非城镇户籍已购买新农合医疗保险、拥有农村宅基地	31	5.62%	31	5.62%
3	当月尚未办理完离职手续人员	15	2.72%	15	2.72%
4	员工自愿放弃缴纳	46	8.33%	46	8.33%
5	已自行缴纳	29	5.25%	29	5.25%
合计		**552**	**100.00%**	**552**	**100.00%**

公司因规范意识不强，在报告期前期为员工缴纳社会保险、住房公积金缴纳比例较低。公司已逐步规范社保及住房公积金的缴纳，报告期内缴纳比例逐年提升。同时，**根据发行人及其子公司所在地社会保险、住房公积金主管部门就发行人及其子公司履行社会保险及住房公积金缴存义务出具的证明文件及中介机构网络公开信息检索以及对公司营业外支出明细等核查，确认报告期内公司**

及其子公司不存在因违反有关劳动保障及住房公积金相关法律法规规定而受到处罚的情形。

2、补缴应缴未缴员工的社会保险和住房公积金金额及占当期净利润比重情况

若公司需补缴以前年度未缴纳社保及住房公积金，相关金额测算如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
社保涉及金额	491.62	653.72	579.79
住房公积金涉及金额	51.34	89.37	273.79
合计	**542.96**	**743.09**	**853.59**
发行人利润总额	12,299.98	7,721.22	3,762.31
占比	**4.41%**	**9.62%**	**22.69%**
扣除所得税影响后社保、住房公积金补缴金额	**407.22**	**557.32**	**640.19**
扣非后归属于母公司股东净利润	**8,515.75**	**5,317.13**	**3,102.63**
占比	**4.78%**	**10.48%**	**20.63%**

注：根据《人力资源社会保障部对十二届全国人大五次会议第 5680 号建议的答复》（人社建字[2017]182 号）以及《安徽省人民政府办公厅关于进一步加强住房公积金管理工作的意见》（皖政办秘[2017]213 号），单位缴纳的养老保险、医疗保险、工伤保险等主要社保缴存基数不得低于当地上年度职工平均工资的 60%，公积金缴存基数不得低于所在市的上一年度最低工资标准且缴存比例不得低于 5%，上表系以上述标准进行测算。

经测算，若公司发生社保和住房公积金补缴情况，报告期各期，**对应缴未缴员工的补缴金额占扣非后归属于母公司股东净利润比例分别为 20.63%、10.48%和 4.78%，**呈逐年下降趋势。扣除该影响金额后，发行人仍将符合发行条件，不会对本次发行构成重大不利影响。

此外，公司控股股东、实际控制人已出具《关于社会保险金与住房公积金缴纳事宜的承诺函》，承诺：“如公司及其子公司被社会保障管理部门或住房公积金管理中心要求或决定，华人健康需要为员工补缴社会保险金或住房公积金，或因华人健康因未为员工足额缴纳社会保险金或住房公积金而承担任何罚款或损失，本人愿承担应补缴的社会保险金、住房公积金和由此产生的滞纳金、罚款等费用，保证华人健康不会因此遭受损失。”

综上所述，**报告期内发行人存在未为部分员工缴纳社会保险金和住房公积金的情形，主要包括退休返聘人员、试用期员工、已购买新农合、新农保的非城镇户籍员工、正在办理离职手续的员工、自愿放弃缴纳社保及住房公积金的员工、自行缴纳的员工等。根据发行人及其子公司所在地社会保险、住房公积金主管部门已就发行人及其子公司履行社会保险及住房公积金缴存义务出具了证明文件及中介机构网络公开信息检索以及对公司营业外支出明细等核查，**报告期内发行人及其子公司未因社会保险和住房公积金缴纳问题受到过行政处罚；**若公司对报告期内未缴纳社保和住房公积金进行补缴，发行人仍将符合发行条件，不会对本次发行构成重大不利影响；**发行人的实际控制人已就该等情形可能导致的补缴、罚款等责任向发行人出具了书面承诺，发行人未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情形不会对本次发行造成实质障碍。

（三）补充披露是否存在劳务外包或劳务派遣，若是，补充披露人数及占比，用途及管理情况，是否涉及核心岗位，是否违反劳务派遣相关规定。

发行人已在招股说明书“第五节/二十/（二）员工结构情况”中进行了补充披露。

报告期内，发行人与包括安保人员、基础装卸搬运等辅助性岗位人员在内的全体员工均为直接用工关系，不存在劳务外包或劳务派遣用工的情形。

二、保荐机构、发行人律师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人员工花名册、工资明细表、审计报告，计算报告期各期员工加权人数、人均收入、人均净利润等指标，分析变动原因，并就变动情况访谈公司相关负责人；

2、计算发行人员工薪酬的分布情况，并与同行业可比公司进行对比，分析发行人员工薪酬的合理性；

3、抽查发行人及其子公司社保、公积金缴纳证明、缴费凭证、未缴纳员工提供的放弃申请或其他证明等资料，就报告期内员工的社保和公积金的缴纳情况进行核查；

4、对公司相关负责人进行访谈，统计发行人各期未缴社保、住房公积金的人数，并分析员工未缴纳的原因及合理性；

5、测算并分析发行人未足额缴纳社会保险和公积金及对经营业绩的影响；

6、获取并查阅相关主管部门出具的无重大违法违规证明文件；

7、取得发行人控股股东、实际控制人出具的《关于社会保险金与住房公积金缴纳事宜的承诺函》。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、报告期内发行人员工人数与公司主营业务收入、净利润变动趋势一致，与发行人经营发展情况相匹配；发行人员工的薪酬分布情况合理，与同行业可比企业对比不存在重大异常；发行人员工薪酬合理，不存在刻意压低员工薪酬的情形；

2、报告期内发行人部分员工未按规定缴纳社保、公积金的原因具有合理性，不存在重大异常，并且发行人已逐步规范整改；经测算，应缴未缴员工的社会保险和住房公积金对净利润的影响逐年降低，对本次发行不会构成实质性障碍；

3、报告期内，发行人不存在劳务外包或劳务派遣用工的情形。

问题十三、关于收入确认政策

申报材料显示，公司主营业务以医药代理、零售、终端集采三大块业务为主。其他业务收入主要系为上游供应商提供商品宣传、推广、陈列等服务所获得的收入，以及少量房屋转租收入。

请发行人：

（1）按照医药代理业务、零售业务、终端集采业务和推广、陈列与促销服务，分别补充披露不同业务的定价方式、结算方式、收入确认相关的会计核算过程以及相关内部控制的关键环节；

（2）补充披露各项业务的退换货流程、相关条款、退换货会计处理，报告期各期的退换货率、退换货金额，退换货运费的承担主体，是否存在纠纷和潜在纠纷；收入确认时点与退换货期限是否存在明显差异，收入确认时点是否谨慎；

（3）补充披露推广、陈列与促销服务是否单独签订合同及合同的主要条款，客户与公司进行结算的依据；与推广、陈列与促销服务客户确认收入的具体方法，如按次或按服务时间期间等；不同客户推广、陈列与促销服务收入是否存在较大差异及原因、合理性；

（4）补充披露会员积分的具体方案，会员积分的具体会计处理方式，报告期内递延收益余额变动是否与积分变动相匹配。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）按照医药代理业务、零售业务、终端集采业务和推广、陈列与促销服务，分别补充披露不同业务的定价方式、结算方式、收入确认相关的会计核算过程以及相关内部控制的关键环节；

发行人已在招股说明书“第七节/四/（一）公司管理层对内部控制的自我评价”、“第八节/六/（二十）收入”中进行了补充披露。

1、按照医药代理业务、零售业务、终端集采业务和推广、陈列与促销服务，分别补充披露不同业务的定价方式、结算方式、收入确认相关的会计核算过程

（1）医药代理业务

①定价方式

报告期内，发行人代理业务通常为市场定价。公司综合考虑生产厂商知名度、文号稀缺性、产品竞争力、下游需求量、竞争产品定价、不同渠道定价等因素，分析代理品规价格体系（发行人采购代理价、自身利润空间、生产厂商建议零售指导价），发行人制定了代理品规的连锁供货基础价格，在此基础上，各省区、地区客户经理在公司总部批准和授权前提下，可根据服务客户的资质、采购规模、合作历史等因素给予不同客户一定的上下浮动空间。

②结算方式

根据客户资质、信誉及合作历史的不同，公司与主要客户的结算政策分为两种：第一、公司通常授予客户一定信用账期（一般为 30-60 天），客户在账期内结算货款；第二、要求客户现款发货，客户支付相应的货款后，公司再安排发货。

③收入确认相关的会计核算过程

公司代理业务客户主要为医药连锁企业，公司在与零售终端签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货或收到客户签收发货单且无异议后，购买方取得商品控制权时确认收入。

具体会计分录如下：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费-增值税-销项税；同时结转成本：借：主营业务成本，贷：库存商品。

（2）零售业务

①定价方式

报告期内，发行人零售业务通常为市场定价。公司建立了多层次的定价策略体系。公司基于采购价及合理利润水平，结合目标竞争对手定价、市场总体价格水平等因素，制定线下或线上商品零售价格，并根据市场情况进行调整。

同时，公司也会定期或不定期开展多样化营销活动，在特定品类方面给予顾客价格优惠，以提高公司品牌知名度、顾客服务满意度及忠诚度。

②结算方式

发行人经营模式为医药连锁零售，客户主要面对个人消费者，结算的方式为现金、医保卡、银联卡及第三方支付平台。结算对象分别为个人消费者、各地医保机构、银联公司及第三方支付平台公司。

③收入确认相关的会计核算过程

线下门店的收入确认：零售业务系公司通过所属的各零售门店进行现款销售（含银行卡、第三方支付）或医保刷卡销售，以将商品销售给零售客户。公司在收到现金、第三方支付平台付款或者办理完成银行卡、医保卡等刷卡手续后，打印收银单据；商品离开柜台，购买方取得商品控制权时确认收入。

电商平台的收入确认：公司通过天猫、京东、拼多多等电商平台开设线上旗舰店向消费者销售商品。终端消费者直接通过电商平台下达订单、向第三方支付平台或电商平台支付货款，公司发货给购买方，购买方取得商品控制权时确认收入。

具体会计分录如下：借：应收账款/库存现金/银行存款，贷：主营业务收入、应交税费-增值税-销项税；同时结转成本：借：主营业务成本，贷：库存商品。

（3）终端集采业务

①定价方式

报告期内，发行人终端集采业务通常为市场定价。发行人采用随行就市与成本加成相结合的定价策略，根据不同采购渠道确定相应的定价策略，以保证公司的业务竞争力。

②结算方式

根据客户资质、信誉及合作历史的不同，公司通常授予主要客户一定信用账期（一般为 45-60 天），客户在账期内结算货款。

③收入确认相关的会计核算过程

终端集采业务客户主要为单体药店、小型连锁等零售终端，公司在与购买方签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货且无异议后，购买方取得商品控制权时确认收入。

具体会计分录如下：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费-增值税-销项税；同时结转成本：借：主营业务成本，贷：库存商品。

（4）推广、陈列与促销服务

①定价方式

医药零售连锁企业收取促销、陈列与咨询服务费属于行业惯例。公司根据为其产品促销活动所提供场地、人员、道具及其他成本，同时结合推广促销活动效果，经双方确认无误后，发行人向供应商收取相应的服务费。

②结算方式

双方定期（按月、按季度、按活动等）就公司提供服务的结果和结算金额进行对账确认，经供应商审核后，双方达成共识，发行人开具发票，供应商按照确认无误后的金额支付服务费。每年或半年结束后，双方签署市场推广项目结算清单或品牌共建确认函，对上一报告期内双方已经实际发生的服务费用再次进行整体确认，定价公允。

③收入确认相关的会计核算过程

公司所提供劳务主要系为供应商提供商品推广、陈列、促销等服务，公司服务收入确认方法为：发行人向供应商提供的增值服务经双方结算确认无误后，公司服务收入于已实际收到款项时或基本能够确定款项可以收到时确认收入。

具体会计分录如下：借：应收账款，贷：其他业务收入、应交税费-增值税-销项税。根据财务核算重要性原则，公司不单独核算宣传推广陈列等服务成本。

2、相关内部控制的关键环节

（1）医药代理业务相关内部控制的关键环节具体情况如下：

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
客户开发管理	加强客户维护，拓展市场，健全客户档案、合理资信评估，款项收回，保证资金流转和正常经营	质量部应当审核购货单位的生产范围、经营范围或者诊疗范围，并按照相应的范围销售其药品。人事部建立本企业药品商采人员档案，并将药品购销人员的签字或印章进行备案。发行人对购货单位的质量管理体系进行审核和实地考察。
发货	规范药品出库管理工作，杜绝差错和不合格药品流出	药品销售按销售合同或日常订货的，客服专员及时开出药品销售清单，传至财务审核后及时与仓储部对接，并按《药品出库复核管理制度》执行。企业销售药品，必须开具合法税票，做到票、账、货、款一致。
销售收款	款项回收及时、严格职责分工交叉核对，避免舞弊	财务部门负责发票开具、应收账款跟踪和信息反馈，营销部门负责联系客户、资料收集、发票提交和款项催收；财务部门应对应收账款实行全程跟踪管理，督促营销部门及时催收货款。

（2）零售业务相关内部控制的关键环节具体情况如下：

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
创建销售订单	销售商品进行条码扫描，销售单价为审核后价格	发行人销售商品均需要进行条码扫描，同时门店不定期自行抽盘商品；公司每半年循环盘点一次所有门店商品，并与供应链管理系统商品库存核对。公司零售价格统一制定和维护。
销售收款及货物发出	1、零售业务必须将供应链系统和结算方式进行核对，打印单据并确保信息无误。2、确保收款金额和销售数据核对无误	1、对于线下业务，顾客选定商品后，店员通过供应链管理系统扫码自动录入商品信息，系统自动生成收款金额。店员根据支付方式选取相应的结算方式，并打印销售单据。门店在收款后，打印收银单据。 2、对于 B2C 业务，订单数据自动传输到供应链管理系统并生成要货计划。仓储部通过供应链管理系统打印发货单，并填制快递单，告知第三方物流取货托运。 3、对于 O2O 业务，相应门店收到订单信息后，进行商品核对，并扫码出货，交付第三方配送。 4、门店交接班后，店员汇总不同结算方式收款金额，与不同结算方式原始数据核对。
营业款项缴存	1、门店收取营业款及时缴存登记核对并对单据妥善保管。2、财务人员定期导出数据核对保证营业款真实准确	1、对于现金收款金额，店员在班次交接时，在店长监督下，盘点现金；对于医保卡收款，店员从系统导出刷卡汇总数，并与医保卡销售收入核对； 2、店长核对销售系统收银数据的所有收款方式与实际数据的一致性，同时保障现金业务的营业款在交班环节的准确无误，包括现金款、银联款、微信、支付宝和医保款等方式的金额。 3、对于现金缴存管理，门店收取的现金营业款缴存至公司指定账户，并在系统填写门店存款登记单；

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
		门店每月须将银行存款回单上交财务部，财务人员根据系统收银数据、银行存款回单、银行流水等核对门店现金缴存情况。 4、公司财务人员定期导出系统数据，专人专职负责管理，专职负责管理营业款的出纳监督营业款收取和存款情况。

（3）终端集采业务相关内部控制的关键环节具体情况如下：

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
客户开发管理	加强客户维护，拓展市场，健全客户档案、合理资信评估，款项收回，保证资金流转和正常经营	业务部门负责索取购货单位的有效资质文件及对购货单位采购人员的身份确认，索取相关证明文件；质量部负责审核资质文件的合法性，并建立档案，质量负责人负责审批。经质量负责人审批同意后，方可开展销售业务。
发货	规范药品出库管理工作，确保本企业销售的药品符合质量标准，杜绝差错和不合格药品流出	药品出库必须经储运保管发货员操作发货、储运复核员复核手续方可配送出库。发货必须保证药品在有效期内以及可追踪性，便于药品的质量追踪。
销售收款	加强客户信用管理，加快资金周转，提高资金的使用效率，减少坏账损失，防范经营风险	财务部门负责发票开具、应收账款跟踪和信息反馈，业务部门负责联系客户、资料收集和款项催收；财务部门应对应收账款实行全程跟踪管理，督促业务部门及时催收货款。

（4）推广、陈列与促销服务业务相关内部控制的关键环节具体情况如下：

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
供应商协议管理	在授权范围内订立销售合同，对销售合同内容严格审核，符合销售政策，避免重大疏漏或欺诈	公司向供应商提供的促销、陈列与咨询服务均单独签订合同。结算时经双方对账、供应商审核确认无误后，发行人单独开具发票。
结算确认函管理	及时与客户外部确认服务效果，防范经营风险	每年或半年结束后，发行人与上游厂家以推广结算清单、品牌共建确认函的方式，对上一报告期内双方已经实际发生的服务费用再次进行整体确认。其中： 1、代理板块的服务业务：生产厂商对发行人上一年度或半年度推广工作成果进行汇总确认，包括开发客户数量、推广产品数量、单价、推广费金额。 2、零售板块的服务业务：生产厂商对上一年度或半年度向国胜药房支付活动奖励的每一笔金额、时间、支付主体进行逐项确认。

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
销售收款	款项回收及时、严格职责分工交叉核对，避免舞弊	财务部门应对应收款项实行全程跟踪管理，督促业务部门及时催收货款。

（二）补充披露各项业务的退换货流程、相关条款、退换货会计处理，报告期各期的退换货率、退换货金额，退换货运费的承担主体，是否存在纠纷和潜在纠纷；收入确认时点与退换货期限是否存在明显差异，收入确认时点是否谨慎；

发行人已在招股说明书“第八节/六/（二十）收入”中进行了补充披露。

1、各项业务的退换货流程、相关条款、退换货会计处理，退换货运费的承担主体，是否存在纠纷和潜在纠纷

（1）医药代理业务

①退换货流程

在允许范围内，客户有要求退货时，由片区经理提出退货申请，经总部初步审查后客服人员负责跟踪药品，仓库收到退货商品后，经质量验收后方可入库并进行相应财务结算。

②退换货相关条款

公司医药代理业务退换货相关条款通常为：A.如产品出现质量问题，需经过药品权威机构检验。B.因产品破损要求退、换货，需在货物从发货之日起 15 个工作日内提出申请。C.由客户或其他方面管理不善导致的损失由客户自行承担。

③退换货会计处理

发生退换货时，公司收到客户退换货之后，根据产品对应的销售金额开具红字发票，冲减当期营业收入；同时根据产品对应的销售成本，冲减当期营业成本，并按冲减的营业成本金额转入库存商品。公司退换货会计处理符合《企业会计准则》要求，相关会计分录如下：

公司退货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。

公司换货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。后实现换货后，再做入当期营业收入并结转成本，分录为：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额）；借：主营业务成本，贷：库存商品。

④退换货运费承担主体、是否存在纠纷和潜在纠纷

退换货运费通常由公司承担。截至本回复出具日，发行人与主要客户之间不存在因退换货问题产生的纠纷和潜在纠纷。

（2）零售业务

①退换货流程

门店退换货：门店收到顾客退换的商品，在系统里查询到原出账单据，进行单据退账处理。

线上退换货：顾客提起售后申请，提起退换货申请，公司审核后同意退换货的，顾客将原商品寄回。公司收到商品核验无误后，对原出账单据进行冲销，退回顾客商品款。

②退换货相关条款

根据《药品经营质量管理规范》第一百七十三条规定：除药品质量原因外，药品一经售出，不得退换。故公司零售业务原则上不同意退换货，但基于医药连锁零售的行业特点，为提升顾客满意度，消费者购买的商品在符合 GSP 药品经营质量管理规范及公司制定的《连锁门店药品退货管理制度》的情况下，也可申请退货，目前公司一般允许的退货情况包括质量问题、顾客拍错商品且不影响二次销售、快递运输途中包装破损等。

③退换货会计处理

发生退换货时，公司编制红字零售单，根据产品对应的销售金额冲减当期营业收入；同时根据产品对应的销售成本，冲减当期营业成本，并按冲减的营业成本金额转入库存商品。公司退换货会计处理符合《企业会计准则》要求，相关会计分录如下：

公司退货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。

公司换货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。后实现换货后，再做入当期营业收入并结转成本，分录为：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额）；借：主营业务成本，贷：库存商品。

④退换货运费承担主体、是否存在纠纷和潜在纠纷

零售业务退换货的运费，根据“谁过错，谁承担”的原则处理，但公司与消费者协商一致的除外；若商品存在质量问题，则运费由公司承担。截至本回复出具日，发行人与客户之间不存在因退换货问题产生的重大纠纷和潜在纠纷。

（3）终端集采业务

①退换货流程

在允许范围内，客户有要求退货时，由客户在系统上提出退货申请，经营运部和采购部审批后方能办理；仓库收到退货商品后，经质量验收后方可入库并进行相应财务结算。

②退换货相关条款

公司终端集采业务退换货相关条款通常为：如商品出现质量问题，经双方确认后公司承诺无条件退换货并承担由此造成的损失，但商品属客户人为损坏的，则由损坏方负责自行承担全部经济损失。

③退换货会计处理

发生退换货时，公司收到客户退换货之后，根据产品对应的销售金额开具红字发票，冲减当期营业收入；同时根据产品对应的销售成本，冲减当期营业成本，并按冲减的营业成本金额转入库存商品。公司退换货会计处理符合《企业会计准则》要求，相关会计分录如下：

公司退货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费——应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。

公司换货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费——应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。后实现换货后，再做入当期营业收入并结转成本，分录为：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费——应交增值税（销项税额）；借：主营业务成本，贷：库存商品。

④退换货运费承担主体、是否存在纠纷和潜在纠纷

退换货运费通常由公司承担。截至本回复出具日，发行人与主要客户之间不存在因退换货问题产生的纠纷和潜在纠纷。

2、报告期各期的退换货率、退换货金额

各项业务报告期各期的退换货情况如下表所示：

单位：万元

年度	项目	业务模式		
		代理业务	零售业务	终端集采业务
2020 年度	退换货金额	1,353.31	367.79	220.78
	营业收入	52,175.87	129,222.19	7,116.08
	退换货率	2.59%	0.28%	3.10%
2019 年度	退换货金额	652.26	229.86	2.88
	营业收入	43,894.93	103,354.66	722.81
	退换货率	1.49%	0.22%	0.40%
2018 年度	退换货金额	330.07	151.66	/
	营业收入	34,870.10	71,779.16	/

年度	项目	业务模式		
		代理业务	零售业务	终端集采业务
	退换货率	0.95%	0.21%	/

代理与终端集采业务 2020 年度退换货比例有所上升，主要原因是元旦前后销售旺季，客户备货较多，但因疫情原因，安徽省对涉及“一退二抗”商品的销售进行管制，客户在与公司协商的基础上退回了较多药品。

报告期内，发行人各业务退换货不存在异常情形。

3、收入确认时点与退换货期限不存在明显差异，收入确认时点谨慎

各项业务报告期各期的跨期退换货（即当年销售次年退货）情况如下表所示：

单位：万元

年度	项目	业务模式		
		医药代理业务	零售业务	终端集采业务
2020 年度	跨期退换货金额	289.52	20.54	69.02
	营业收入	52,175.87	129,222.19	7,116.08
	跨期退换货率	0.55%	0.02%	0.97%
2019 年度	跨期退换货金额	419.50	13.02	64.35
	营业收入	43,894.93	103,354.66	722.81
	跨期退换货率	0.96%	0.01%	8.90%
2018 年度	跨期退换货金额	240.85	7.93	/
	营业收入	34,870.10	71,779.16	/
	跨期退换货率	0.69%	0.01%	/

报告期内公司跨期退换货金额较小，跨期退换货金额占终端集采收入的比例相对较低，收入确认时点与退换货期限不存在明显差异，收入确认时点谨慎。

（三）补充披露推广、陈列与促销服务是否单独签订合同及合同的主要条款，客户与公司进行结算的依据；与推广、陈列与促销服务客户确认收入的具体方法，如按次或按服务时间期间等；不同客户推广、陈列与促销服务收入是否存在较大差异及原因、合理性；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（一）/9、服务收入的基本情况及会计处理”中进行了补充披露。

1、推广、陈列与促销服务单独签订合同及合同的主要条款

发行人向供应商提供的推广、陈列与促销服务均单独签订合同，其中代理板块的服务业务通常签署《市场推广协议》，零售板块的服务业务通常签署《品牌共建协议》。发行人服务收入以零售业务的品牌共建收入为主，代理业务的市场推广收入相对较少。各协议签订主体一般为发行人与生产厂商。

服务协议的主要内容如下：

协议	内容	主要条款
《市场推广协议》	协议正文	1、协议签订方：代理业务的供应商，即药品生产厂商。 2、推广目的为加强双方战略合作，提升乙方产品在发行人终端市场的竞争力与口碑营销。 3、双方约定销售支持政策，如品种推广支持费单价、客户推广促销费单价等。具体销售明细以发行人销售流向为准，乙方按照确认后的流向予以兑付。 4、推广期间：20XX 年度，以对公支付的方式结算，发行人提供正规的发票。
	推广项目结算清单	生产厂商对发行人上一年度或半年度推广工作成果进行汇总确认，包括开发客户数量、推广产品数量、单价、推广费金额。
《品牌共建协议》	协议正文	1、协议签订方：通常为品牌方，即产业链最上游的药品生产厂商。 2、合作内容 （1）为进一步提升乙方产品及品牌知名度，实行品牌共建。品牌共建活动由发行人负责组织与实施，并有权根据市场情况自主安排活动内容、调整活动方案。乙方自愿参加发行人组织的门店促销、培训等活动，并给予相应奖励或补贴； （2）乙方根据具体活动规则支付品牌共建费，与实际投入成本无直接关系； （3）合作类型为：培训、陈列、促销、上柜、会员推广、其他，合作期限：20XX 年度； （4）发行人及时提供合规发票，乙方或指定付款方以对公支付的方式结算。 3、协议金额 协议期间总金额不超过 XXXX 元。本协议为合作框架协议，双方定期（如每年）对当期奖励金额及支付主体进行确认。
	品牌共建结算确认函	生产厂商对上一年度或半年度向国胜药房支付活动奖励的每一笔金额、时间、支付主体进行逐项确认。

2、结算依据及服务收入确认的具体方法

发行人与厂家签署的服务协议通常为框架合同，一年一签，对双方基本权利与义务、本年计划实施的服务内容、活动规则、销售支持政策或奖励原则、金额上限（如有）等进行整体约定。

由于服务活动数量多、规则多样，在实际结算时，各家的结算支付周期各异，例如按月、按季度、按活动等。报告期内，发行人前十大服务收入客户的每年结算次数大多在 5 次以上，其中东阿阿胶、华润三九、石药集团果维康、扬子江药业等主要客户的结算次数均超过 12 次/年。

在支付前，双方需对结算金额进行对账确认，经供应商审核、双方协商一致且确认无误后，由发行人开具增值税发票，厂家对公支付。

公司服务收入于已实际收到款项时或基本能够确定款项可以收到时确认收入。其中：

A、公司已实际收到款项：作为供应商对服务提供情况的补充认定，等同于服务收入确认的金额获得了客观的外部确认。

B、基本能够确定款项可以收到：指在财务报表截止日前尚未收回，但在资产负债表日前，公司已提供的服务获得双方确认。

基于加强财务内部控制和财务审计的要求，每年或半年结束后，发行人与上游厂家以推广结算清单、品牌共建确认函的方式，对上一报告期内双方已经实际发生的服务费用再次进行整体确认。

发行人增值服务收入的会计处理符合《企业会计准则》，与同行业可比公司之间不存在重大差异。

3、不同客户推广、陈列与促销服务收入存在差异的原因、合理性

不同客户推广、陈列与促销服务收入存在差异，主要原因系不同厂商对于推广促销产品的需求不同。

报告期内，发行人服务收入前十大客户明细列示如下：

单位：万元

期间	排名	服务收入的前十大客户	服务金额	推广、促销的具体产品
2020 年	1	石药集团泰州果维康保健品有限公司	293.37	果维康保健品系列产品

期间	排名	服务收入的前十大客户	服务金额	推广、促销的具体产品
度	2	陶一堂药业集团有限公司	164.12	碳酸钙 D3 片、碳酸钙 D3 颗粒
	3	深圳华润三九医药贸易有限公司	150.77	抗病毒口服液、曲安奈德益康唑乳膏
	4	上海信谊联合医药药材有限公司	126.24	头孢克肟分散片、氢溴酸右美沙芬片
	5	云南白药集团股份有限公司	123.65	气血康口服液、蒲地蓝消炎片、丹溪玉屏风
	6	扬子江药业集团有限公司	105.46	蓝芩口服液、苏黄止咳胶囊
	7	济川药业集团有限公司	98.07	蒲地蓝消炎口服液、小儿豉翘颗粒
	8	东阿阿胶股份有限公司	92.03	东阿阿胶块、复方阿胶浆
	9	安徽安科余良卿药业有限公司	83.83	贴膏系列
	10	安徽省华嘉医药有限公司	80.94	维生素 D 滴剂
	合计		1,318.49	
2019 年度	1	丽珠医药集团股份有限公司	322.83	雷贝拉唑钠肠溶胶囊
	2	扬子江药业集团有限公司	181.67	蓝芩口服液、苏黄止咳胶囊
	3	深圳华润三九医药贸易有限公司	127.96	抗病毒口服液、曲安奈德益康唑乳膏
	4	东阿阿胶股份有限公司	113.28	东阿阿胶块、复方阿胶浆
	5	湖南方盛制药股份有限公司	93.52	蒲地蓝消炎片
	6	云南白药集团股份有限公司	85.32	气血康口服液、蒲地蓝消炎片、丹溪玉屏风
	7	广州市美澳健生物科技有限公司	78.86	美澳健系列
	8	安徽立方药业有限公司	75.50	1,093 个品种
	9	云南三七科技药业有限公司	74.11	三七粉
	10	合肥曼迪新药业有限责任公司	66.59	1,041 个品种
	合计		1,219.64	
2018 年度	1	丽珠医药集团股份有限公司	644.27	雷贝拉唑钠肠溶胶囊
	2	上海信谊联合医药药材有限公司	292.16	硝苯地平缓释片
	3	湖南方盛制药股份有限公司	145.56	蒲地蓝消炎片
	4	东阿阿胶股份有限公司	141.17	东阿阿胶块、复方阿胶浆
	5	上海新亚闵行药业有限公司	120.32	头孢克肟分散片、氢溴酸右美沙芬片
	6	扬子江药业集团有限公司	90.12	蓝芩口服液、苏黄止咳胶囊
	7	合肥宇铂工贸有限责任公司	68.90	汤臣倍健系列
	8	山东达因海洋生物制药股份有限公司	66.20	维生素 AD 滴剂
	9	安徽惠隆中药饮片有限公司	56.60	中药饮片系列
	10	深圳华润三九医药贸易有限公司	56.54	抗病毒口服液、曲安奈德益康唑乳膏
	合计		1,681.84	

注：丽珠集团雷贝拉唑 2018 年至 2019 年服务收入较大，主要是代理模式的变化，请参见“本回复之问题十四之一之（三）之 6、针对丽珠集团雷贝拉唑产品代理价格变化的说明”的相关内容。

发行人陈列与促销服务收入对应厂家促销的具体产品主要以补益类药品、保健品及非处方药为主，该部分药品同质性及可替代性较强，一般需要持续在门店进行陈列推广、举行促销活动或服务投入，以提高消费者对该类产品的认可度和知名度。

（四）补充披露会员积分的具体方案，会员积分的具体会计处理方式，报告期内递延收益余额变动是否与积分变动相匹配。

发行人已在招股说明书“第八节/六/（二十）收入”中进行了补充披露。

1、会员积分的具体方案

公司制定了积分管理制度，以明确会员积分奖励计划的实行。顾客成为会员后，凭会员卡到门店购物消费，公司根据顾客的消费金额按设定，顾客每在连锁药店购物 10 元就可以积分 1 分比率换算为会员积分，顾客可利用累计会员奖励积分在下次消费时抵用。积分兑换券从兑换当日起计算，当月内即可使用，年底清零，当月办理的会员卡积分不清零。公司通过业务管理系统对客户会员积分进行管理，客户在门店等渠道下单并完成交易，订单系统自动将订单信息传送至积分系统，积分系统根据订单信息和积分规则生成或减少积分。

积分可参与兑换现金使用券及赠品，兑换标准会随着市场的发展和客户需求的变化做不定期的调整和优化。

2、会员积分的具体会计处理方式

顾客消费时销售取得的货款在商品销售产生的收入与奖励积分之间进行分配，与奖励积分相关的部分首先作为递延收益（或合同负债），待顾客兑换奖励积分或失效时，结转计入当期损益。计入递延收益（或合同负债）期末余额的会员积分金额主要根据积分的公允价值及预期兑换率计算。其中积分公允价值参考年度平均兑换商品价值确定，预期兑换率乃根据历史经验及对未来的预测而估计。

具体会计处理为：

（1）顾客购买商品时

将销售取得的货款或应收货款在商品销售产生的收入与奖励积分之间进行分配

借：应收账款/库存现金/银行存款等科目

贷：主营业务收入等科目

递延收益（或合同负债）-未兑换销售积分

（2）顾客兑换销售积分时或积分失效时

借：递延收益（或合同负债）-未兑换销售收入

贷：主营业务收入

3、报告期内递延收益余额变动与积分变动相匹配

计入递延收益或合同负债的会员积分金额主要根据积分的公允价值及预期兑换率计算。其中积分公允价值参考年度平均兑换商品价值确定，预期兑换率乃根据历史经验及对未来的预测而估计。报告期各期末积分与递延收益余额的勾稽关系如下：

单位：万分、万元

年度	期末积分 A	兑换市值率 B	预期兑换率 C	积分公允价值 D=A*B*C	扣除税额 D/(1+税率)	递延收益余额
2020 年度	1,366.98	5.18%	79.77%	56.51	50.01	50.01
2019 年度	1,390.74	4.01%	85.46%	47.66	41.10	51.00
2018 年度	186.53	15.52%	92.49%	26.77	23.08	23.08

2019 年度期末积分计算出来的积分公允价值与递延收益余额相差 9.9 万元，原因系收购药房积分兑换并入导致，具有合理性。综上，报告期内，发行人各期递延收益变动与积分变动具有匹配性。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解、评价和测试与收入确认相关的业务流程、关键内部控制的设计和运行有效性；

2、通过与管理层访谈、了解业务模式特点及行业会计处理惯例，以评价发行人收入确认政策是否符合相关会计准则的要求；

3、访谈发行人管理层及相关业务主要人员，询问各业务模式退换货方案的制定、执行及结果检查过程，获取并检查相关记录文件；

4、获取发行人与主要客户的销售合同，了解合同中规定的业务流程、销售模式、结算方式、退换货政策等内容；

5、检查公司各种销售模式下退换货的实施方式、相关条款、收入确认时点，退换货期限以及退换货的相关会计处理；

6、获取发行人供应链系统中退换货的记录并进行检查，确认是否存在影响收入确认的重大异常退换货情况；

7、取得发行人与主要促销、陈列与咨询服务委托方签署的服务协议，了解服务内容；

8、对报告期内的交易情况使用积极式函证方式对发行人主要客户实施函证程序，核对回函数据与发函数据是否存在差异，若存在差异则进一步追查差异形成原因；

9、取得主要促销、陈列与咨询服务委托方签署的服务费结算单，将其列示的金额与记账金额核对，检查是否存在不一致性情况，是否存在多记或少记促销、陈列与咨询服务收入的情形。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人各业务模式定价方式、结算方式合理，收入确认相关的会计核算过程符合《企业会计准则》规定；相关内部控制的关键环节设计合理并得到有效执行；

2、发行人各项业务的退换货流程、相关条款合理，退换货会计处理符合《企业会计准则》规定；退换货率及退换货金额较低，不构成重大影响；退换货运费承担主体通常为发行人，不存在由退换货引起的未决纠纷和潜在纠纷；收入确认时点与退换货期限不存在明显差异，收入确认时点较为谨慎；

3、推广、陈列与促销服务合同签订以及合同主要条款不存在异常，客户与公司进行结算的依据合理；推广、陈列与促销服务客户确认收入的具体方法合理；不同客户推广、陈列与促销服务收入之间的差异具有合理性，不存在重大异常；

4、发行人会员积分的具体方案制定合理，会员积分的具体会计处理方式符合行业惯例、符合《企业会计准则》规定，报告期内递延收益余额变动与积分变动相匹配。

问题十四、关于营业收入

申报材料显示：（1）报告期内，公司营业收入金额分别为 110,462.06 万元、152,236.29 万元和 193,091.04 万元，其中零售业务总收入分别为 74,273.61 万元、106,991.72 万元和 133,483.87 万元，占营业收入的比例分别为 67.24%、70.28%和 69.13%，是公司收入占比最高的业务类型；代理业务总收入分别为 36,187.37 万元、44,437.09 万元和 52,368.88 万元，占营业收入的比例分别为 32.76%、29.19%和 27.12%。报告期内，代理业务与零售业务发展相对均衡。2019 年度、2020 年度，汇达药业终端集采业务收入分别为 797.97 万元、7,180.10 万元。（2）报告期内，发行人医药零售业务发生现金回款金额分别为 18,807.32 万元、19,211.35 万元和 16,760.26 万元。（3）报告期内，公司第三方回款金额分别为 3,322.94 万元、3,839.76 万元和 5,759.04 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 3.12%、2.59%和 3.05%。

请发行人：

（1）补充披露报告期内各项业务收入增长的具体原因，与同行业可比公司是否存在较大差异；影响收入增长的主要因素，发行人未来营业收入是否能保持持续增长；报告期内收入与净利润变动是否一致；

（2）补充披露在全国开展代理业务是否符合行业惯例，是否具有商业逻辑；与主要代理客户签订合同的主要内容及主要代理品牌、代理产品，是否具有独家代理权；代理权的具体期限，与主要代理客户的合作是否具有可持续性，若丧失代理权对发行人业绩的具体影响；

（3）补充披露报告期内代理收入中贴牌代理与非贴牌代理的收入构成情况，主要代理产品的销售金额及占比、销售单价变化的原因及合理性，报告期内是否存在调整产品价格基准情形；报告期内主要代理产品采购价格的变化情况，主要代理产品毛利率变动原因及合理性；

（4）补充披露报告期内安徽省内、省外各地区零售门店数量、平均门店收入、平均门店客单量、客单价等指标，上述指标报告期内是否发生较大变化，与同行业可比公司是否存在较大差异；

（5）补充披露针对零售业务的信息系统和内部控制制度，相关信息系统及内部控制能否支持零售业务进行真实、准确、完整的会计核算；

（6）补充披露线上销售各电商平台的店铺名称、销售收入及占比，不同电商平台销售产品是否存在差异；线上销售的具体收入确认政策及退换货政策；

（7）补充披露服务收入的业务实质，是否存在市场推广费用等相关成本；服务收入是否单独签订协议，与代理业务是否构成一揽子交易，是否对产品销售价格及毛利率产生影响；

（8）补充披露现金交易的客户是否为发行人关联方，现金交易是否具有可验证性，现金交易的比例与同行业可比公司是否存在较大差异；发行人现金管理制度及内部控制制度，相关制度是否健全并有效执行；

（9）补充披露 2020 年第三方回款金额增长的原因及合理性，发行人关于第三方回款的具体整改措施及有效性。

请保荐人、申报会计师说明：（1）是否针对发行人执行 IT 审计，IT 审计的具体核查内容，相关核查程序能否支持发行人收入真实、准确、完整的结论；（2）针对收入真实性的核查程序、核查比例、核查结论。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露报告期内各项业务收入增长的具体原因，与同行业可比公司是否存在较大差异；影响收入增长的主要因素，发行人未来营业收入是否能保持持续增长；报告期内收入与净利润变动是否一致；

发行人已在招股说明书“第八节/三/（一）/1、影响收入的主要因素”、“第八节/三/（一）/4、报告期内收入与净利润变动的匹配性”、“第八节/十/（一）/8、主营业务收入增长与同行业可比公司的比较情况”中进行了补充披露。

1、报告期内各项业务收入增长的原因以及与同行业可比公司的比较情况

报告期内，发行人各业务板块收入增长与同行业可比公司相比情况如下：

单位：万元

业务板块	可比公司	2020 年		2019 年		2018 年
		收入	增长率	收入	增长率	收入
代理	一品红	27,604.43	-24.37%	36,498.22	-23.36%	47,623.46
	易明医药	37,902.35	2.30%	37,051.75	7.08%	34,602.09
	百洋医药	216,634.19	8.64%	199,404.24	19.31%	167,126.31
	平均值	94,046.99	-4.48%	90,984.74	1.01%	83,117.29
	发行人	52,175.87	18.87%	43,894.93	25.88%	34,870.10
零售	老百姓	1,207,974.12	17.40%	1,028,914.96	22.41%	840,518.55
	一心堂	1,174,600.60	18.24%	993,436.16	14.19%	869,960.36
	益丰药房	1,225,186.06	27.77%	958,927.99	46.55%	654,316.30
	大参林	1,377,168.24	29.14%	1,066,423.28	62.98%	654,316.30
	健之佳	388,930.11	29.13%	301,193.58	29.74%	232,160.43
	漱玉平民	419,096.28	32.07%	317,325.91	16.17%	273,165.03
	平均值	965,492.57	25.62%	777,703.65	32.01%	587,406.16
	发行人	129,222.19	25.03%	103,354.66	43.99%	71,779.16
终端集采	药易购	163,581.97	25.12%	130,744.46	30.70%	100,033.70
	发行人	7,116.08	884.50%	722.81	-	-

（1）代理业务

报告期内，发行人报告期内代理业务收入增长率分别为 25.88%、18.87%，高于同行业代理业务可比公司平均水平。主要原因是：

①发行人加大了上游供应商合作深度与下游营销力度，代理商品品规数量从 2018 年度的 229 个增加至 2020 年度的 403 个，合作供应商从 97 家增加至 169 家；下游客户数量从 9,808 家增加至 13,702 家。各项指标逐年均有较大幅度上升。

②代理业务同行业可比公司中，一品红将业务重心转向儿科专用药为主导的自有产品研发生产，导致其代理第三方品牌产品的业务量下滑。除一品红外，易明医药、百洋医药收入保持逐年增长趋势。易明医药代理产品集中在瓜蒌皮注射液、盐酸纳美芬注射液和卡贝缩宫素注射液三类；百洋医药代理产品集中在迪巧、泌特、迈蓝、武田、哈乐少数产品系列等；相较而言，发行人代理业务走“多品规”路线，通过优化产品结构、加大营销力度，报告期内随着代理

品规数量的不断增加以及主要单品收入的增长，整体收入增速高于行业平均值，符合公司实际业务发展情况，不存在异常情形。

（2）零售业务

门店数量是影响零售业务收入最重要的因素。报告期内，发行人通过自建及并购的方式，新增门店数量分别为 232 家、66 家和 164 家，零售门店网络从合肥逐渐拓展至省内其他地级市以及江苏省，并通过发展电商业务，着力提升零售业务区域覆盖率和市场占有率。报告期内，发行人零售业务收入增长率为 43.99%、25.03%。

同时，行业内上市公司持续开展并购重组和门店扩张，收入增长速度也保持在较高水平，报告期内平均增速分别为 32.01%、25.62%。总体上来看，公司零售营业收入增长与同行业可比上市公司基本一致，符合行业快速发展、连锁化率和集中度不断提高的发展现状。

（3）终端集采业务

2019 年度，发行人终端集采业务收入为 722.81 万元；2020 年度，终端集采业务收入增至 7,116.08 万元，增长率高达 884.50%，主要原因是：

①终端集采业务于 2019 年 10 月起步，2019 年规模基数较低。

②发行人代理业务和零售业务为终端集采业务的起步和发展提供了坚实基础。代理业务和零售业务是报告期内发行人最主要业务，拥有较为成熟和完善的供应链资源。终端集采业务共享上游资源，一方面品类齐全的商品、完善的配送网络为终端集采模式提供了坚实基础，另一方面，终端集采业务享受集中采购带来的成本优势。

③我国医药零售行业的连锁化率仍然偏低，数量庞大的小微药店面临诸多经营难题。发行人终端集采业务解决了众多小微客户的经营痛点，吸引了越来越多的客户。

可比公司药易购终端纯销业务收入也保持了每年 25%以上的较高速增长。总体上来看，公司终端集采营业收入增长趋势与同行业可比上市公司保持一致，符合行业快速发展现状，不存在异常情形。

2、影响收入增长的主要因素及未来持续性

（1）影响公司收入增长的主要因素

影响公司收入的主要因素包括：行业政策、下游市场需求、上游合作广度与深度、零售门店规模、以及公司开拓客户获取订单的能力等。具体来说：

①我国医药行业受国家政策影响较大，我国正在进行深化医药卫生体制改革，相关政策法规体系正在进一步修订和完善，“两票制”、“带量采购”、“药品零加成”、“药店分级管理”、“处方外流与医药分开”、“互联网+药品流通”等政策会对行业内参与企业的收入造成一定的直接或间接影响。

②在居民消费水平提高、人口老龄化加深等因素的推动下，我国整个医药市场持续扩容，医药市场扩容决定了药品流通产业规模的扩大，医药零售行业也得到较快发展。根据《药品流通行业运行统计分析报告（2013-2019 年）》显示，2019 年，我国医药零售市场销售额为 4,733 亿元；根据中康 CMH 数据显示，2020 年，我国医药零售市场销售额为 4,820 亿元。

公司代理与终端集采业务主要面向零售连锁终端，零售业务面向最终消费者。下游零售市场需求是影响公司各个业务板块收入的外部因素。

③我国医药工业企业数量众多，根据国家统计局数据显示，截至 2020 年底，我国医药制造业企业共 7,665 家。根据国家药品监督管理局数据显示，截至 2020 年底，全国共有国产药品批准文号数量 156,355 件，进口药品注册证 4,269 件。医药制造市场同种类仿制药品较多，企业间竞争激烈，医药制造行业基本处于充分竞争状态。近年来，药物一致性评价是行业核心政策之一，旨在提高药品质量、减少同质化竞争、淘汰僵尸文号、鼓励新药开发等。一致性评价将继续淘汰一批资金、研发和营销实力弱的中小医药企业。

华人健康主营医药代理，合作的上游厂商数量与经营状况、代理商品的品规种类数量、代理商品的批文稀缺性、代理商品的竞争力等都成为影响公司代理业务收入的重要因素。

④2017 年，国内零售连锁药店数量首次超过单体药店数量，零售药店连锁化率超过 50.00%；截至 2020 年末，全国药品零售连锁企业已达 6,298 家、下辖

门店 312,929 家，零售单体药店 240,963 家，零售药店门店总数达到 553,892 家，连锁化率达 56.50%。尽管相比 2013 年 36.01%的连锁化率有较大幅度的提升，但与发达国家的医药零售市场相比，我国医药零售行业的连锁化率仍处于较低水平，行业整合与药店连锁化仍有待提高。一方面，同行业上市公司运用资本市场优势展开并购重组和规模扩张，呈现强者愈强的行业态势；另一方面，随着新零售得到资本的青睐，跨界资本开始收购连锁药店并进行规模整合，行业内竞争日趋激烈。

报告期内公司新增门店数量分别为 232 家、66 家和 164 家，零售门店覆盖省内 12 个地级市以及江苏省南京市，公司已成为安徽省门店数量最多的零售连锁企业。门店数量的多少是影响公司零售业务收入的最直接因素。

⑤公司开拓客户获取订单的能力是影响收入水平的重要因素。公司代理业务与终端集采业务的客户主要为零售药店，客户数量多、分布散，全国各地区均有销售覆盖，单一客户销售占比低。这一定程度上对公司开拓市场并获取订单的能力提出更高要求。

（2）未来公司收入增长具有较好的持续性

在政策方面，随着我国医药领域各项政策的落实，药品批发流通环节将发生重大调整与整合，医药流通行业渠道将逐步下沉，向终端客户聚焦，拥有终端资源的大型医药零售连锁企业将更具竞争优势，医药生产企业的销售资源投入将向医药零售终端倾斜，推动医药零售终端销售及服务收入的提升。

在市场需求方面，随着国内经济增长和结构调整，人们生活水平不断提高，大健康理念持续增强，全社会医药健康服务需求将不断增长，特别是人口老龄化程度日益加深，将促使药品流通市场规模进一步扩大。因此，预计未来行业总体发展仍将呈现稳步增长的态势。

在代理产品方面，发行人与代理生产厂商已建立长期、稳定的合作关系，公司持续加大上游合作深度与广度，不断增加代理品规数量与质量，持续根据商品销售变化趋势、消费习惯及认知度，优化商品结构，保证商品体系的正常运转。

在零售门店扩张方面，发行人本着“深耕合肥、布局全省、辐射周边”的发展策略，继续推动门店扩张计划。本次公开发行计划运用募集资金在安徽省、江苏省、河南省等新设门店 648 家。在保持稳健门店扩张的同时，发行人未来将通过精细化管理着力提升已有门店的运营效率和经营质量。

在客户营销方面，公司发展多年，目前拥有涵盖 26 个省市地区的全国性营销网络，覆盖了超过 3,000 家连锁企业，形成了“总部管理+省区经理+地区经理”的营销体系。未来公司将继续打造高素质营销团队，提升下游营销力度，增强获取订单能力，并积极向单体药店或小型连锁药店推介全品类一站式配送的商业模式，重点在终端集采领域着重发力。

综上所述，我国医药政策支持和下游市场旺盛需求为发行人未来收入持续增长提供了良好的外部环境，公司通过加大上游生产厂商合作的深度与广度，继续保持零售门店稳健扩张步伐并注重提升运营效率；打造高素质营销团队，提升下游营销力度和增强获取订单能力并重点在终端集采领域发力等措施，不断增强公司收入增长的可持续性。

3、报告期内收入与净利润变动的匹配性

报告期内，发行人收入与净利润的变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额/数额	增幅	金额/数额	增幅	金额/数额
营业收入	193,091.04	26.84%	152,236.29	37.82%	110,462.06
净利润	8,885.91	66.57%	5,334.70	168.73%	1,985.15
净利润率	4.60%	1.10%	3.50%	1.70%	1.80%

报告期内，得益于各项业务的发展，发行人营业收入分别为 110,462.06 万元、152,236.29 万元和 193,091.04 万元，增速分别为 37.82%、26.84%，增长较快。同时，发行人各期净利润分别为 1,985.15 万元、5,334.70 万元和 8,885.91 万元，随着发行人收入规模快速增长，规模经济效应逐步体现，费用率呈下降趋势，推动净利润快速增长，报告期内的净利润增长率分别为 168.73%、66.57%。

从净利润率来看，报告期各期发行人净利润率分别为 1.80%、3.50%和 4.60%，呈逐年上升趋势。报告期内，影响发行人营业收入与净利润匹配性的主要因素为综合毛利率和期间费用率的波动。具体分析如下：

（1）综合毛利率逐年略有下降

报告期内，发行人综合毛利率分别为 38.90%、37.88%以及 36.26%，每年降幅分别为 1.02%、1.62%。近年来，因仿制药质量与疗效一致性评价逐步落地、药品审评审批制度持续改革相继实施等原因，国内医药工业企业普遍上调出厂价格，以及发行人低毛利率终端集采业务板块收入占比上升、2020 年实施新收入准则将运输费用计入成本等多种因素，导致公司综合毛利率逐年略有下降。

除一品红、易明医药两家公司因同时经营着药品研发和生产业务且工业板块毛利率上升带动其综合毛利率上升外，其他流通行业上市公司的毛利率均呈现下降趋势，具体如下：

证券简称	证券代码	主要服务类别	综合毛利率		
			2020 年度	2019 年度	2018 年度
一品红	300723.SZ	制造、代理	82.37%	77.58%	72.48%
易明医药	002826.SZ	制造、代理	**35.96%**	32.96%	31.94%
百洋医药	**301015.SZ**	销售推广、批发配送、零售	**25.06%**	27.86%	32.82%
老百姓	603883.SH	零售、制造、批发	**32.06%**	33.59%	35.21%
一心堂	002727.SZ	零售、批发	35.82%	38.70%	40.53%
益丰药房	603939.SH	零售、批发	**37.98%**	39.01%	39.73%
大参林	603233.SH	零售、批发	38.47%	39.48%	41.65%
健之佳	605266.SH	医药门店零售、体检服务、便利门店零售、网络平台	33.69%	35.15%	37.78%
漱玉平民	**301017.SZ**	零售、批发	**30.11%**	33.27%	36.25%
药易购	300937.SZ	院外市场医药配送服务	7.11%	9.11%	8.56%
平均值			**35.86%**	**36.67%**	**37.69%**
本公司		**医药批发（代理、终端集采）、零售**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
			36.26%	**37.88%**	**38.90%**

综上，发行人报告期内综合毛利率逐年略有下降，与同行业可比公司趋势基本一致。

（2）期间费用率逐年下降，且下降幅度大于综合毛利率下降幅度

报告期内，公司的期间费用占营业收入比例的变化情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	43,963.42	22.77%	37,660.15	24.74%	28,299.04	25.62%
管理费用	12,093.03	6.26%	10,484.42	6.89%	9,240.54	8.37%
研发费用	20.19	0.01%	-	-	-	-
财务费用	726.29	0.38%	782.61	0.51%	973.85	0.88%
合计	56,802.93	29.42%	48,927.18	32.14%	38,513.43	34.87%

2018 年、2019 年和 2020 年，公司期间费用占营业收入的比例分别为 34.87%、32.14%和 29.42%，每年降幅分别为 2.73%、2.72%，费用率下降幅度大于综合毛利率下降幅度，主要由于销售费用率和管理费用率下降引起，具体分析如下：

①销售费用率

公司销售费用主要包括工资薪酬、房租及物业费、促销及市场推广费等。

报告期内，销售人员工资薪酬金额分别为 14,373.67 万元、19,740.73 万元以及 23,888.16 万元，房租及物业费金额分别为 7,602.11 万元、10,377.07 万元以及 12,929.99 万元；员工人数、门店数量的增加使得上述金额随之逐年上升，但占收入的比例分别从 2018 年度的 13.01%、6.88%降至 2020 年度 12.37%、6.70%。主要原因包括：A.2020 年因新冠疫情原因，政府对员工缴纳社保和承租国有资产类经营用房实施减免政策；B.公司整体规模经济效应使得占比下降。

另一方面，在发行人全国性营销网络基本成型后，下游客户的合作逐渐稳定，新品推广更具效率和成本性，使得销售费用中促销及市场推广费金额维持在 2,000 万元左右且略有下降，该部分占收入的比例从 2018 年度的 2.03%降至 1.00%。

此外，2020 年度，因执行新收入准则，发行人将销售活动相关的运输费用计入主营业务成本，涉及金额 1,539.68 万元，影响当年销售费用率 0.80%。

上述因素综合影响，使得报告期内发行人销售费用率下降较快。

②管理费用率

公司管理费用主要为工资薪酬、门店资产收购形成的长期待摊费用摊销以及股份支付费用。报告期内，公司管理费用中的工资薪酬分别为 3,130.17 万元、4,005.78 万元、5,399.92 万元，金额逐年上升，和收入增幅基本匹配，使得工资薪酬占比基本稳定。

2017 年起，公司通过并购的方式快速扩张零售网络。对于资产收购门店转让费计入长期待摊费用，按 5 年摊销。历史上发行人采用资产收购形式收购了 166 家门店，导致每年摊销金额较大。报告期内，因零售业务门店资产收购产生的长期待摊费用分别为 2,930.95 万元、4,017.97 万元、4,092.19 万元。由于发行人整体收入上升较快，规模效应使得管理费用中长期待摊费用占收入的比例从 2018 年度的 2.67%略微下降至 2020 年度的 2.15%。

为吸引留住优秀人才，激发员工工作热情，在本次公开发行申报前，公司先后引入胜凡投资、福曼医投资、康凡投资三个员工持股平台，实施员工股权激励。报告期内，分别形成 1,412.52 万元、352.00 万元和 261.84 万元股份支付费用。股权激励主要集中在 2018 年，报告期后两年金额较小，使得该部分占收入的比例从 2018 年度的 1.28%降至 0.14%，下降较多。

上述因素综合影响，使得报告期内发行人管理费用率下降较快。

综上所述，影响发行人营业收入与净利润匹配性的主要因素为综合毛利率和期间费用率的波动。报告期内，发行人销售费用率和管理费用率下降较多，且下降幅度大于综合毛利率下降幅度，导致发行人净利润率呈上升趋势，造成营业收入与净利润增幅不匹配，符合发行人实际情况，不存在异常情形。

（二）补充披露在全国开展代理业务是否符合行业惯例，是否具有商业逻辑；与主要代理客户签订合同的主要内容及主要代理品牌、代理产品，是否具有独家代理权；代理权的具体期限，与主要代理客户的合作是否具有可持续性，若丧失代理权对发行人业绩的具体影响；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（二）/1、医药代理业务”、“第六节/一/（三）/1、代理业务的主要运营模式”、“第八节/十/（一）/2、主营业务收入按区域分析”中进行了补充披露。

1、在全国开展代理业务具有商业合理性，符合行业惯例

（1）同行业代理可比公司均在全国范围内开展营销活动，符合行业惯例

许多医药生产企业选择将销售环节外包，将产品细分为不同品规，委托专业代理商，负责代理品规在一定区域范围内的销售。出于管理效率等方面的考虑，代理商数量不宜过多，否则医药生产厂商需要投入管理资源，对每个代理商的运营区域、价格体系进行监督管理，管理压力相对较大，因而独家代理模式较为常见。

同行业代理业务可比公司一品红、易明医药、百洋医药在其《招股说明书》或其年度报告中，均披露了营业收入区域分布情况，在全国范围开展营销活动是行业惯例。

（2）发行人代理业务通常为独家代理，取得了该品规在全国范围的销售权

发行人代理业务通常为独家代理。截至 2020 年 12 月 31 日，发行人正在合作的 403 个代理品规中 394 个为独家代理。从上游生产厂商角度来说，既然选择发行人作为其全国总代理，发行人便有义务在全国范围内积极推广产品、提高产品在全国市场的市场占有率，提升上游生产厂商的品牌知名度，最终带动上游产品销售收入的增长，也实现了供应商与发行人的合作共赢。

（3）我国医药连锁企业众多，零售门店分散，且单一药店对于单品的消化能力有限

根据国家药品监督管理局发布的《2020 年度药品监管统计年报》，截至 2020 年末，全国药品零售连锁企业已达 6,298 家、下辖门店 312,929 家，零售单体药店 240,963 家，零售药店门店总数达到 553,892 家，分布全国各地的医药连锁企业数量众多，下辖门店更是分散。

零售药店贴近老百姓日常生活，因而对药品的种类要求较高，需要尽可能丰富的品种类型，满足消费者日常购药需求。一般来说，单店销售药品 SKU 数约

在 2,000-3,000 左右，考虑因区域用药习惯差异引起的品种结构差异，各区域、门店、店型会有不同的品类组合，一般连锁企业的全部商品 SKU 数量更多。以发行人旗下国胜大药房为例，旗下 771 家门店，报告期内在售的商品约 10,000 种。

因此，单一客户或单一药店对于单品的消化能力是十分有限的。截至 2020 年末，发行人代理业务正在合作的品规数量有 403 种，代理业务的发展需要瞄准全国市场，通过覆盖、营销更多的连锁药店客户，方能实现业务规模的增长。

综上，**发行人在全国开展代理业务具有商业合理性，符合行业惯例。**

2、代理合同的主要内容

代理合作框架协议的主要内容总结如下：

主要方面	具体内容
代理产品	双方明确代理产品品规，例如（仅作示例）：广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂生产的“口洁喷雾剂”20ml*20 盒*10 中盒。
代理期限	通常为一年一签或三年一签，有效期满后，发行人享有优先续约的权利。
代理区域	双方明确发行人代理销售区域，一般为全国（或全国 OTC），部分约定省份。
独家销售权	通常情况下，发行人为产品的“独家代理”，上游供应商不得向其它任何经销商直接供应协议产品，也不得以任何形式自行销售。
保证金	发行人需支付上游供应商市场保证金，协议期结束，上游供应商退还。
货物运输	运费一般由上游供应商承担，运输过程中出现破损，上游供应商安排补货。
退换货约定	质量问题可以退换货，因发行人保管不当或其他非质量问题不得退换货。
付款方式	一般为款到发货。

3、主要代理品牌及产品

公司代理业务目前上游合作厂家有上海医药集团、广州医药集团、丽珠医药集团、齐鲁制药集团、四川峨嵋山药业、辰欣药业等，合作产品呼吸感冒、心脑血管、抗生素、补益、消化系统、妇儿等系列共 403 个品规。

以报告期各年销售收入前五大统计，报告期内，发行人主要代理产品如下：

序号	产品通用名	品规	生产厂家
1	缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	(80mg+12.5mg)*14 粒	辰欣药业股份有限公司

序号	产品通用名	品规	生产厂家
2	口洁喷雾剂	20ml	广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂
3	黄芪精	10ml	台州南峰药业有限公司
4	雷贝拉唑钠肠溶胶囊	20mg*7 粒	丽珠集团丽珠制药厂
5	阿莫西林胶囊	0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司
6	格列齐特片	80mg*60 片	广州白云山光华制药股份有限公司
7	（国胜牌）阿胶	250g	山东济水阿胶有限公司

上述主要单品属于市场上充分竞争的仿制药，包括补益类、口腔类、肠道类、抗生素、心脑血管等多个功能系列，是老百姓前往零售药房进行日常选购的主要品类，产品优势主要有厂商品牌认知度较高、相较竞品价格优惠等。

4、发行人产品主要为独家代理

发行人代理权通常为独家代理，在双方约定的具体区域范围内具有排他性，合作期间上游生产厂商不得自行组织销售或委托其他第三方销售。**报告期内，发行人独家代理分为两种类型：品规独家、包装独家。**

（1）品规独家

对于中西成药来说，品规是指商品的品种规格，如剂量、剂型等。目前，我国平均每家制药企业仅 20 个品种左右。对上游生产厂商来说，同一通用名称的药品，其出厂品规并非可以无限制扩张，例如四川峨嵋山药业有限公司生产的阿莫西林胶囊有 0.25g 和 0.5g 两种剂量，生产厂商再根据疗程、价格、竞品情况等因素，将产品包装成 0.25g*40 粒/60 粒、0.5g*10 粒/30 粒等品规。发行人独家代理了该合作品规意味着取得了该品规在指定区域或渠道的全部销售权，合作期间上游生产厂商不得自行组织销售或委托其他第三方销售。

报告期内，发行人前五大合作厂商中关于代理品规的区域约定如下：

序号	主要合作厂商	发行人独家代理区域	主要合作产品
1	上海信谊联合医药药材有限公司	除上海地区外，全国 OTC 零售渠道	硝苯地平缓释片（II）、玻璃酸钠滴眼液
2	上海新亚药业闵行有限公司	除上海地区外，全国 OTC 零售渠道	头孢克肟分散片
3	广州白云山光华制药股份有限公司	全国	格列齐特片、维生素 C 咀嚼片

序号	主要合作厂商	发行人独家代理区域	主要合作产品
4	广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	全国	口洁喷雾剂
5	丽珠医药集团股份有限公司	全国 OTC 零售渠道	雷贝拉唑钠肠溶胶囊、缬沙坦胶囊、盐酸伐昔洛韦片（丽珠威）
6	山东万润医药有限公司	全国 OTC 零售渠道	单硝酸异山梨酯片、卡维地洛片
7	四川峨嵋山药业有限公司	全国	阿莫西林胶囊
8	辰欣药业股份有限公司	全国	缬沙坦氢氯噻嗪胶囊、兰索拉唑片

（2）包装独家

中成药中的阿胶，以及保健品、医疗器械等非药品种，品规概念不强（例如口罩 50 只/袋、阿胶 250g/盒），一般采用贴牌合作模式。上游生产厂商会选择多个代理商或部分自销，各家分别代理自己的贴牌包装，提高辨识度及推广效率。

对于上述非药产品来说，发行人独家代理自己的贴牌包装，具有排他性，合作期间上游生产厂商不得使用发行人商标或包装进行销售，也不得将发行人商标或包装下的产品委托给其他任何第三方进行销售。

（3）报告期内，发行人代理业务独家代理产品形成的收入金额与占比

报告期内，发行人代理业务主要为独家代理，其中又以品规独家为主，具体如下：

单位：万元

是否独家	独家类型	2020 年		2019 年		2018 年	
独家	品规独家	47,396.62	90.84%	39,620.49	90.26%	32,522.45	93.27%
	包装独家	4,515.49	8.65%	4,158.01	9.47%	2,322.63	6.66%
非独家		263.77	0.51%	116.43	0.27%	25.03	0.07%
合计		52,175.87	100.00%	43,894.93	100.00%	34,870.10	100.00%

5、代理协议的期限及未来合作持续性

发行人代理协议通常为一年一签或三年一签，有效期满后，发行人通常享有优先续约的权利。经统计，截至 2020 年末，发行人 403 个代理品规的续签周期如下：

续签周期	品规数量（家）	代表产品（仅作示例）
一年	109	辰欣药业：缬沙坦氢氯噻嗪胶囊 丽珠集团：雷贝拉唑钠肠溶胶囊 山东济水：阿胶
二年	77	台州南峰药业：黄芪精 齐鲁制药：单硝酸异山梨酯片 协和药业：布洛芬缓释胶囊
三年	199	白云山：口洁喷雾剂、格列齐特片 湖南方盛制药：头孢克肟片
四年	10	四川峨嵋山药业：阿莫西林胶囊
五年	8	山东鲁抗医药集团：甲钴胺胶囊
合计	403	-

发行人代理业务起步于 2008 年，经过 10 余年发展，建立合作关系的上游合作厂家有上海医药集团、广州医药集团、丽珠医药集团、齐鲁制药集团、四川峨嵋山药业、辰欣药业等，双方合作时间较长，合作基础良好。

报告期内，发行人代理业务与主要合作厂家的合作历史如下：

序号	生产厂商	首次合作时间	合作时长
1	上海医药集团股份有限公司	2008 年	13 年
2	广州医药集团有限公司	2008 年	13 年
3	丽珠医药集团股份有限公司	2015 年	6 年
4	齐鲁制药集团有限公司	2011 年	10 年
5	四川峨嵋山药业有限公司	2012 年	9 年
6	辰欣药业股份有限公司	2008 年	13 年
7	山东济水阿胶有限公司	2014 年	7 年

报告期内，发行人代理业务规模持续扩大，主要合作厂商的主要代理单品销售规模也逐年上升，双方实现了合作共赢。发行人与上游厂商的未来合作稳定性较好。

6、针对代理业务主要品种续签的风险提示

针对代理业务主要品种续签风险，发行人已在《招股说明书》之“重大事项提示之一、特别风险提示之（七）代理业务主要品种续签的风险”、“第四节 风

险因素之一、经营风险之（五）代理业务主要品种续签的风险”充分提示，提醒投资者特别注意。

“2018 年、2019 年和 2020 年，发行人医药代理业务产生的主营业务收入金额分别为 34,870.10 万元、43,894.93 万元、52,175.87 万元，占主营业务收入比重分别为 32.70%、29.66%、27.67%。其中，发行人医药代理业务前十大品种贡献的收入金额于 2018 年、2019 年和 2020 年分别为 10,417.39 万元、12,571.67 万元、13,839.61 万元，占代理业务收入比重分别为 29.87%、28.64%、26.52%，占比较高。发行人与代理产品授权厂商签订的框架合作协议通常为一年一签**或三年一签**，期满后需重新签订。尽管发行人与上述代理产品的生产厂商已建立长期、稳定的合作关系，但如若生产厂商的产品销售政策发生重大变化，发行人上述前十大代理产品可能出现代理关系中止或终止的情形，导致发行人的经营业绩受到一定的不利影响。”

（三）补充披露报告期内代理收入中贴牌代理与非贴牌代理的收入构成情况，主要代理产品的销售金额及占比、销售单价变化的原因及合理性，报告期内是否存在调整产品价格基准情形；报告期内主要代理产品采购价格的变化情况，主要代理产品毛利率变动原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第六节/三/（二）/1、代理业务”、“第六节/一/（三）/1、代理业务的主要运营模式”中进行了补充披露。

1、贴牌代理与非贴牌代理的收入构成

截至 2020 年 12 月 31 日，发行人正在合作的代理品规 403 个，其中采用贴牌代理的数量为 318 个，数量占大多数。从金额上来看，报告期内，发行人贴牌代理与非贴牌代理的销售收入情况如下：

单位：万元

销售情况	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
贴牌	29,005.21	55.59%	22,679.74	51.67%	16,477.47	47.25%
非贴牌	23,170.66	44.41%	21,215.19	48.33%	18,392.64	52.75%
代理业务主营业务收入	52,175.87	100.00%	43,894.93	100.00%	34,870.10	100.00%

报告期末贴牌数量占绝大多数，但报告期主要代理供应商——上药集团、广药集团、丽珠集团均采用非贴牌方式合作，因而从金额角度来看，贴牌与非贴牌差别不大。贴牌有利于发行人培育自身品牌，因此同等条件下，发行人自身倾向于贴牌模式，报告期内，贴牌收入占比逐年上升。

2、主要代理产品的销售情况

报告期内，发行人主要代理产品的销售情况如下：

单位：万元

产品通用名	品规	生产厂家	前五大年度	2020 年	2019 年	2018 年
缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	(80mg+12.5mg)*14 粒	辰欣药业股份有限公司	2018-2020	1,865.76	1,512.05	1,081.98
口洁喷雾剂	20ml	广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	2018-2020	1,799.43	1,666.36	1,447.89
黄芪精	10ml	台州南峰药业有限公司	2020	1,733.78	32.35	-
雷贝拉唑钠肠溶胶囊	20mg*7 粒	丽珠集团丽珠制药厂	2018-2020	1,703.11	1,658.62	1,268.63
阿莫西林胶囊	0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司	2019-2020	1,574.37	1,450.62	992.34
格列齐特片	80mg*60 片	广州白云山光华制药股份有限公司	2018	1,036.77	981.76	1,035.44
（国胜牌）阿胶	250g	山东济水阿胶有限公司	2018-2019	895.88	1,666.59	1,521.61
合计				10,609.10	8,968.35	7,347.89
发行人代理业务收入				52,175.87	43,894.93	34,870.10
主要代理产品的销售占比				20.33%	20.43%	21.07%

受消费者消费习惯的变化影响及疫情影响，阿胶等补益类产品市场需求降低，2020 年销售金额下降较多。除此之外，报告期内发行人代理的其他主要单品销售金额整体呈逐年上升趋势。

3、主要代理产品销售单价的变化情况及公司销售调价机制

（1）主要代理单品销售价格变化的原因

报告期内，发行人主要代理产品的平均销售单价如下：

单位：元/件

平均销售单价	2020 年	2019 年	2018 年
产品 1	11.64	11.85	10.57
产品 2	8.47	8.09	7.85
产品 3	55.19	54.99	-
产品 4	20.86	19.40	18.40
产品 5	6.21	6.08	5.88
产品 6	9.77	9.91	8.27
产品 7	277.66	310.22	329.21

注：平均销售单价=当年度营业收入/总销售数量

从整体上来看，报告期内，除产品 7 单价下降外，其余产品售价均有不同程度上升，但增幅较小。单品销售平均单价变化的主要原因系发行人基于产品销售情况，或因上游生产企业成本上涨，采购价格上调，发行人视具体情形在与客户协商同意的前提下向上微调了售价。报告期内，产品 7 售价整体下降的原因是采购价格下降以及消费者消费习惯的改变导致市场需求有所减少。

报告期内，发行人代理业务主要单品的销售价格变化符合行业趋势和发行人实际情况。

（2）公司销售调价机制

报告期内，发行人代理业务销售价格通常为市场定价。公司综合考虑生产厂商知名度、文号稀缺性、产品竞争力、下游需求量、竞争产品定价、不同渠道定价等因素，分析代理品规价格体系，包括采购代理价、自身利润空间、生产厂商建议零售指导价等。在此基础上，发行人制定了代理品规的连锁供货基础价格。各省区经理、地区客户经理在公司总部批准和授权前提下，根据服务客户的资质、采购规模、合作历史等因素，可以给予不同客户一定的上下浮动空间。

发行人代理业务销售基础价格需经过市场询价与竞品调研，由总部营销部门研究制定，最终由发行人董事长批准生效，并根据市场行情动态调整。报告期内，发行人不存在大幅调整产品价格基准的异常情形。

4、主要代理产品采购成本的变化情况

报告期内，发行人主要代理产品的平均单位成本如下：

单位：元/件

平均单位成本	2020 年	2019 年	2018 年
产品 1	8.17	8.40	6.83
产品 2	3.53	3.77	3.22
产品 3	29.33	29.38	-
产品 4	15.49	19.10	20.62
产品 5	3.97	4.08	3.97
产品 6	7.08	7.36	5.28
产品 7	170.83	189.78	191.91

注：平均单位单价=当年度营业成本/总销售数量

报告期内，代理业务采购主要单品采购价格变化的原因如下：

（1）产品 1、产品 2、产品 6 等产品 2019 年采购成本较上一年度有较大幅度上升，主要原因是厂家考虑成本上涨压力，上调出厂代理价。

2020 年，上述产品的出厂代理价基本没有变化，但发行人业务规模进一步提升，议价能力提升，票折返利有所增多，使得 2020 年平均采购成本较上一年度有所下降。

（2）产品 4 的采购成本报告期内逐年下降：主要原因是由于上游厂家主动调整定价策略，2019 年 6 月起，代理价从含税 24 元/盒降至 17.52 元/盒。

（3）产品 7 的采购单价 2020 年下降较多：主要原因是原料价格下降及消费者消费习惯导致市场需求下滑，为了更好开拓市场，保持产品原有竞争力，上游厂家对代理价进行下调。

5、主要代理产品毛利率的变化情况

报告期内，发行人主要代理产品的毛利率如下：

毛利率	2020 年	2019 年	2018 年
产品 1	29.83%	29.14%	35.42%
产品 2	58.35%	53.36%	58.67%
产品 3	46.85%	46.57%	-
产品 4	25.72%	1.56%	-12.08%
产品 5	36.06%	32.79%	32.54%
产品 6	27.56%	25.72%	36.08%
产品 7	38.48%	38.72%	41.71%

注：毛利率=（销售收入-营业成本）/销售收入

报告期内，发行人代理业务主要单品中除产品 4 因发行人与生产厂商合作培育期内的定价方式、合作考核方式导致发行人 2018 年、2019 年产品购销差价形成的毛利率为负或微利外，其余单品的毛利率未出现异常波动。具体而言：

（1）产品 1 2019 年毛利率下降较多，主要系因上游厂商成本上升，产品出厂价均有较大提高，压缩了发行人利润空间。

（2）产品 2 2019 年因上游厂商调价，发行人考虑维护下游客户关系，未在当年将成本压力全部传导下游，导致当年毛利率下降；2020 年起发行人与客户协商后逐步调整了销售价格调整了销售价格，毛利率有所回升。整体来看，毛利率维持正常水平。

（3）产品 5 2020 年毛利率上升，主要是发行人视市场情况向上调整了售价。整体来看，毛利率维持正常水平。

（4）产品 6 2019 年主要系因上游厂商成本上升，产品出厂价均有较大提高，压缩了发行人利润空间。2020 年度，由于发行人与生产厂商多款产品合作规模的上升，公司议价能力有所提高，与 2019 年相比，该产品全年平均单位采购成本略有下降，毛利率回升。整体来看，毛利率维持正常水平。

（5）产品 7 报告期内毛利率呈下降趋势，主要是消费者习惯导致的市场需求减少，供求关系导致发行人售价持续下降。

6、针对丽珠集团雷贝拉唑产品代理价格变化的说明

丽珠集团的雷贝拉唑是发行人代理业务的主要单品之一，报告期初至 2019 年 5 月，发行人从丽珠集团采购的代理出厂价格为 24 元/盒（含税）；2019 年 6 月 1 日至今，雷贝拉唑代理出厂价格为 17.52 元/盒（含税）。

丽珠集团是国内知名的医药生产企业，同时在深交所主板（丽珠集团，000513.SZ）和香港联交所主板（丽珠医药，01513）两地上市，其中消化类药品是丽珠集团制剂类品种的最大产品分支，雷贝拉唑（俗名丽贝乐）是其第二大消化类产品。雷贝拉唑的销售渠道分为医院临床、零售连锁两类。其中临床渠道由丽珠自营，发行人代理零售连锁渠道中 20mg*7 粒品规。

在 2019 年上半年之前的合作初期，为避免零售价格恶性竞争导致整个价格体系受冲击，所以丽珠集团的出厂价设置较高；同时对合作初期发行人的各方面表现进行评定和考察，依照发行人在下游的实际推广效果支付推广服务费。2019 年 6 月之后，丽珠雷贝拉唑的客户前期拓展已经成型，销售渠道已经基本建立，并且客户对发行人渠道维护效果比较满意。丽珠集团主动调低出厂价，回归常规的代理模式。因此 2018 年采购成本最高、2020 年最低，2019 年因存在两种合作方式的重叠，价格次之。

报告期内增值税率多次调整，综合来算，2018 年至 2020 年发行人雷贝拉唑不含税采购成本分别为 20.62 元/盒、19.10 元/盒、15.49 元/盒。

（四）补充披露报告期内安徽省内、省外各地区零售门店数量、平均门店收入、平均门店客单量、客单价等指标，上述指标报告期内是否发生较大变化，与同行业可比公司是否存在较大差异；

发行人已在招股说明书“第六节/三/（二）/2、零售业务”中进行了补充披露。

1、报告期内发行人门店数量增长较多，其他零售业务各项指标整体呈上升趋势，未发生较大异常变化

报告期内，发行人省内与省外门店数量、平均门店收入、平均门店客单量、客单价等指标情况如下：

项目	2020 年度 /2020-12-31	2019 年度 /2019-12-31	2018 年度 /2018-12-31
直营门店数量（家）	771	607	541
其中：省内数量	762	607	541
省外数量	9	-	-
线下门店零售收入（万元）	118,863.14	98,096.92	68,441.09
线下门店客单量（单）	20,146,700	16,956,551	11,885,057
平均门店收入（万元/家）	172.52	170.90	161.04
平均门店客单量（万单/家）	2.92	2.95	2.80
客单价（元/单）	59.00	57.85	57.59

注 1：平均门店收入=线下门店零售收入（不含 B2C）/线下门店数量年初和年末的平均值；

注 2：平均门店客单量=线下门店客单量（不含 B2C）/线下门店数量年初和年末的平均值；

注 3：客单价=线下门店零售收入/线下门店客单量，为不含税数据。

报告期内，通过新设直营门店和并购两种方式，发行人不断提升市场占有率，公司直营门店数量由报告期期初的 309 家增长至 2020 年末的 771 家。

2020 年公司新增门店 164 家，在芜湖、六安、安庆等合肥以外市场门店数量增加较多，此外还全新开拓了蚌埠、阜阳和江苏省南京市。由于安徽省其他城市的经济发展水平、人口密集度弱于合肥，并且南京新开门店 2020 年度尚未取得医保资质，综合导致当年公司零售业务客流量一定程度上受到影响，当年平均门店客单量较上一年度未有明显上涨。除上述情形外，报告期内，发行人线下门店零售收入、客单量、平均门店收入、客单价等指标均随着门店数量的增长保持同步上升，未发生较大异常变动。

2、发行人零售业务各项指标与同行业可比公司的比较情况

（1）零售门店数量、平均门店收入指标与同行业可比公司的比较

报告期各期，发行人与同行业可比公司门店数量、平均门店收入的对比情况如下：

可比公司	期末直营药店数量（家）			平均门店收入（万元/家）		
	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31	2020 年	2019 年	2018 年
一心堂	7,205	6,266	5,758	174.39	165.24	160.75
老百姓	4,892	3,894	3,289	274.98	286.49	293.73

可比公司	期末直营药店数量（家）			平均门店收入（万元/家）		
	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31	2020 年	2019 年	2018 年
益丰药房	5,356	4,366	3,442	252.04	245.63	241.40
大参林	5,705	4,702	3,880	264.66	248.53	248.31
健之佳	1,890	1,546	1,308	199.55	197.12	179.82
漱玉平民	1,851	1,687	1,515	229.13	193.26	194.33
上述企业平均值	4,483	3,744	3,199	232.46	222.71	219.72
发行人	771	607	541	172.52	170.90	161.04
行业平均门店收入				79.92	78.68	76.39

注 1：健之佳门店数量不包含便利店；

注 2：近期上市的健之佳、漱玉平民在招股说明书中披露了线上、线下零售收入，平均门店收入=线下门店零售收入/期初、期末直营门店数量的平均值；

注 3：除健之佳、漱玉平民外，其他可比公司平均门店收入=可比公司全部零售收入/期初、期末直营门店数量的平均值；

注 4：行业平均门店收入=中康 CMH 公布的我国零售药店销售额/国家药品监督管理局公布的我国零售药店数量。

与可比上市公司相比，发行人零售业务平均门店收入低于可比公司。主要原因如下：

①发展阶段不同。发行人报告期内正处在快速发展期，注重规模化扩张以及市场占有率提升，管理重点放在开店、并购以及合规经营方面。报告期内，发行人新增门店数量较多，从 2018 年初的 309 家大幅增至 2020 年末的 771 家，增长了 149.51%，远高于可比公司。一般来说，新店获取医保资质需要一定时间且需经历促销引流、培育客户、优化商品结构等阶段，导致影响销售。可比公司起步早、发展快，现有规模远大于发行人，成熟门店数量多。尤其是一心堂、老百姓、益丰药房、大参林四家可比公司上市时间早，依托资本市场平台优势，在全国范围内布局，收购较为优质标的，平均门店收入较高。

②重点区域的消费能力有所差异。大参林的门店主要在经济较为发达的广东省，且参茸贵细等高客单价产品销售占比相对较高，因此平均门店收入较高；益丰药房在深耕医药大省湖南及周边地区的基础上，在并购市场上较为活跃，带动平均门店收入的提高；老百姓和漱玉平民多集中在中部和东部的主要城市，门店所处位置的消费能力较强，因此平均门店收入较高。

我国医药零售行业连锁化率仍有待提高，竞争力不足的单体药店或小型连锁企业长期存在，发行人是安徽省门店数量最多、区域领先的医药连锁企业，具有较为完善的采购、物流、销售体系，形成较强的规模优势和品牌影响力，虽然与上述 6 家可比上市公司，公司规模尚小，但与整个行业相比公司仍然具备一定的竞争优势，因而报告期内公司平均门店收入高于全国整个行业平均值。

综上，与可比上市公司相比，发行人零售门店数量较少，业务规模较小；平均门店收入指标高于行业平均值、低于可比公司，具有合理原因，不存在异常。

（2）平均门店客单量、客单价指标与同行业可比公司的比较

除漱玉平民外，发行人零售业务板块的其他同行业可比上市公司未详细披露 2018 年以来的客单量、平均门店客单量、客单价等数据。

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	漱玉平民	发行人	漱玉平民	发行人	漱玉平民	发行人
平均门店客单量（万单/家）	3.17	2.92	2.85	2.95	3.02	2.80
不含税客单价（元/单）	72.34	59.00	67.93	57.85	64.29	57.59

注：漱玉平民平均门店客单量=客流量/期初、期末直营门店数量的平均值
漱玉平民不含税客单价=线下门店零售收入/客流量

除 2019 年客单量外，其他指标均略低于同期漱玉平民。主要原因如下：

①漱玉平民门店多集中在经济与人口大省山东省的主要城市，消费能力较强。

②漱玉平民 DTP 药房的建设力度较大，DTP 高值引流导致客单量、客单价较高。相较而言，截至 2020 年末，发行人仅 2 家 DTP 药房。公司已制定了大力发展 DTP 的未来战略规划，积极与医药厂商进行洽谈以引进相关药品，深度参与到医院处方共享平台的建设中，并通过配备优秀的人才队伍，持续为患者提供更专业的全方位健康服务。

（五）补充披露针对零售业务的信息系统和内部控制制度，相关信息系统及内部控制能否支持零售业务进行真实、准确、完整的会计核算；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/2、零售业务的主要运营模式”中进行了补充披露。

1、发行人零售业务相关的信息系统

（1）发行人零售业务系统的总体情况

业务管理系统、WMS 系统、用友财务软件构成发行人零售业务的核心信息系统，主要功能模块包括基础资料管理、综合业务管理、采购业务管理、财务管理、配送及零售业务管理、门店管理六大模块。

业务模块	功能模块	零售系统应用
基础资料管理	客商资料管理、商品资料管理等	证照类型维护、单位资料维护、商品类别维护、商品资料属性、厂家资料维护等
综合业务管理	价格管理、会员管理、促销管理	零售价格调整及审核、会员卡资料维护、价格促销计划等
采购管理	采购入库管理	采购订单及审核、采购入库单及审核、采购验收单及审核等
	采购退货管理	采购退货出库复核、采购退出开票及审核
	采购退补货管理	采购退补开票、采购退补执行
财务管理	采购发票管理	采购发票登记、采购发票审核等
	采购付款管理	付款申请单、付款申请审核、付款执行单
配送管理	配送出入库管理	门店请货及审核、配送出库、配送出库财务仓库审核等
	配送退货管理	门店退货申请单、采购部审核、门店退回单质量审核、门店退货单提货确认、配送退货入库等
门店管理	零售业务管理	零售优价申请单、零售优价业务审核、商品零售单、处方单审核等
	店长专用报表	门店库存报表、门店效期库存控制表、门店销售概况、门店营业对账表等

发行人按照内控设定的流程控制各业务流程，所有操作都能追溯操作人、操作时间及具体内容，同时每一个库存移动的环节在系统中均有相关系统记录产生，可以通过系统记录对每个业务环节进行监控。

（2）发行人零售系统控制流程

①门店零售业务流程

顾客选定商品后，店员通过业务管理系统扫描商品条码，获取商品信息，录入商品数量后，自动生成收款金额。顾客完成款项支付后，店员根据顾客支

付方式在业务管理系统中选取结算方式并完成营业款项收取，并打印收银单据及商品销售小票，将商品交付给顾客。

②零售销售数据传输及收入确认

门店销售数据实时对接业务管理系统。门店商品销售成功后，数据上传到总部服务器。业务管理系统按照门店、时间、货号、批次等进行汇总，财务人员根据汇总数据在用友系统里生成凭证。

③零售销售成本结转流程

业务管理系统根据汇总的销售数据自动匹配对应的成本金额，财务人员根据业务管理系统的汇总数据在用友系统里生产凭证，结转成本。

2、零售业务相关的内控制度

发行人针对门店的日常零售业务，制定了一整套完善的标准化门店管理制度，建立了从门店选址、门店装修、商品陈列、店员培训、运营评估、销售管理、顾客服务管理、财务管理、组织建设、市场分析、绩效督导等标准化流程。门店管理的主要制度文件及规范内容如下：

制度名称	规范内容
《行政部管理制度》	公司资产管理、车辆管理、公文管理、租赁合同管理、印章管理及经营资质管理
《人力资源中心管理制度》	员工入职、离职、档案管理、培训、考勤、晋升以及员工调岗、薪酬管理
《财务中心管理制度》	供应商对账结款流程、营业款收缴管理制度、费用报销及借款流程、固定资产对接管理办法、差旅费报销、电商业务对账
《商品中心管理制度》	商品采购及新品引进制度、商品线的管理、效期商品管理、商品退货流程、门店库存管理、营业外收入管理
《营运中心管理制度》	连锁门店日常管理、巡店管理、营业款收缴管理、商品管理、促销活动的执行标准、新店管理规范、医保刷卡规范
《拓展部管理制度》	新店选址、租赁合同签订要求、门店续签、扩租及返祖等
《市场部管理制度》	门店促销活动的策划、执行、活动物料的制作标准、广告发布要求及市场督查
《信息部管理制度》	门店的软硬件系统管理、系统账号权限管理、门店盘存制度、门店损益承担制度
《新零售部管理制度》	电商平台的客服管理、商品管理、价格管理、退货管理、物流配送管理、财务管理
《国胜医疗门诊部管理制度》	门诊医护人员工作职责及各科室工作管理制度

《连锁门店质量管理体系文件汇编》	连锁门店 GSP 规范、日常操作手册

为了确保内控制度的有效执行，公司采用定期检查与不定期抽查相结合的方式，对门店层面的各个风险控制点进行测试，对于发现的执行薄弱环节实施改进措施。

综上，发行人建立了完善的信息系统对日常销售业务进行支持，同时发行人将业务流程及相关内控制度集成到信息系统内，以信息系统作为管控业务流程的核心工具，保持了业务的持续高效运作，并实现了信息系统、内控制度及财务系统的有效对接。相关内部控制及信息系统的有效运行，能够保证对发行人零售业务进行真实、准确、完整的会计核算。

（六）补充披露线上销售各电商平台的店铺名称、销售收入及占比，不同电商平台销售产品是否存在差异；线上销售的具体收入确认政策及退换货政策；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（一）/5、电商平台销售分析”中进行了补充披露。

1、各电商平台的线上销售情况

发行人入驻京东、天猫等电商平台并开设旗舰店，消费者线上选购并完成支付，快递公司线下配送。报告期内，发行人各电商平台具体如下：

平台	平台旗舰店名称	网址
京东	国胜大药房旗舰店	https://mall.jd.com/index-126745.html
天猫	国胜大药房旗舰店	https://guoshengdyf.tmall.com
拼多多	国胜大药房旗舰店	手机 APP
阿里健康中心	国胜大药房旗舰店	2020 年底该平台已并入天猫

报告期内，京东、天猫、拼多多是发行人最主要的电商平台，其销售收入的具体情况如下：

单位：万元

平台	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
京东	4,198.68	40.53%	1,569.17	29.84%	989.72	29.65%
天猫	2,976.55	28.73%	2,058.62	39.15%	1,993.73	59.73%

平台	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
拼多多	2,344.54	22.63%	768.97	14.63%	-	-
阿里健康中心	839.28	8.10%	860.98	16.38%	354.63	10.62%
线上零售合计	10,359.05	100.00%	5,257.75	100.00%	3,338.07	100.00%

2、不同电商平台销售产品的差异

公司线上零售业务通过天猫、京东、拼多多等电商平台进行商品销售，其中以药品为主。各平台销售的产品不存在重大差异。

单位：万元

平台	产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
京东	中西成药	3,844.92	91.57%	1,431.02	91.20%	958.24	96.82%
	医疗器械	283.33	6.75%	108.47	6.91%	23.58	2.38%
	保健食品	32.22	0.77%	4.41	0.28%	0.82	0.08%
	中药饮片	3.56	0.08%	2.87	0.18%	2.11	0.21%
	其他	34.65	0.83%	22.41	1.43%	4.97	0.50%
	合计	4,198.68	100.00%	1,569.17	100.00%	989.72	100.00%
天猫	中西成药	2,547.66	85.59%	1,715.47	83.33%	1,735.94	87.07%
	医疗器械	368.00	12.36%	301.31	14.64%	234.79	11.78%
	保健食品	27.52	0.92%	7.92	0.38%	14.32	0.72%
	中药饮片	12.00	0.40%	4.46	0.22%	3.19	0.16%
	其他	21.37	0.72%	29.45	1.43%	5.48	0.27%
	合计	2,976.55	100.00%	2,058.62	100.00%	1,993.73	100.00%
拼多多	中西成药	2,186.43	93.26%	715.74	93.08%	-	-
	医疗器械	92.34	3.94%	14.72	1.91%	-	-
	保健食品	48.90	2.09%	8.95	1.16%	-	-
	中药饮片	8.43	0.36%	0.47	0.07%	-	-
	其他	8.44	0.36%	29.09	3.78%	-	-
	合计	2,344.54	100.00%	768.97	100.00%	-	-
阿里健康中心	中西成药	725.77	86.48%	804.83	93.48%	338.17	95.36%
	医疗器械	88.32	10.52%	42.19	4.90%	14.12	3.98%
	保健食品	9.54	1.14%	8.35	0.97%	1.19	0.34%

平台	产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
	中药饮片	2.36	0.28%	1.81	0.21%	0.42	0.12%
	其他	13.28	1.58%	3.81	0.44%	0.73	0.20%
	合计	839.28	100.00%	860.98	100.00%	354.63	100.00%

3、线上销售的具体收入确认政策及退换货政策

公司通过天猫、京东、拼多多等电商平台开设线上旗舰店向消费者销售商品。终端消费者直接通过电商平台下达订单、向第三方支付平台或电商平台支付货款，公司发货给购买方，购买方取得商品控制权时确认收入。

由于公司销售商品为药品，根据药品管理条例，公司在电商平台上都规定，除药品质量原因外，药品一经售出，不得退换；目前公司一般允许的退货情况为质量问题、顾客拍错商品且不影响二次销售、快递运输途中包装破损等。

报告期电商业务退货率逐年下降，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电商销售金额	10,359.05	5,257.75	3,338.07
退货金额	145.75	79.36	63.69
退货率	1.41%	1.51%	1.91%

（七）补充披露服务收入的业务实质，是否存在市场推广费用等相关成本；服务收入是否单独签订协议，与代理业务是否构成一揽子交易，是否对产品销售价格及毛利率产生影响；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（一）/9、服务收入的基本情况及会计处理”中进行了补充披露。

1、服务收入的业务实质是供应商单独购买的营销服务

随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大品牌销售、提升自身盈利能力，供应商通常希望下游流通企业在渠道方面给予较强的技术、专业支持和营销配合，扩大特定品牌或品类药品销售规模，提升盈利能力。具体表现为上游供应商通过向具备市场影响力及销售规模的下游流通企业支付服务费，换取市场推广、展示

陈列、促销活动、广告宣传等服务支持。因此，除商品购销差价外，医药流通行业普遍的盈利模式还包括上游供应商的增值服务费。上游供应商可以及时把握市场走向、改进产品、增强对消费者的吸引力。下游医药流通企业在自身获益的同时，获取服务收入，增加新的盈利点，实现双方共赢。

由于发行人服务业务难以具体量化，加之供应商最终目的是为了提高产品在全国（代理业务面向连锁客户的市场推广服务）、安徽省（零售业务面向终端消费者的陈列、促销服务）的市场占有率、企业品牌知名度，因此供应商在对发行人服务效果进行考核时，会根据服务种类及内容、客户覆盖数量、门店覆盖数量、产品销售量或销售金额、活动投入成本等情况进行综合考核，以确认服务业务的最终效果。产品销售情况仅是确认服务效果的依据之一，其他因素仍是供应商确认服务效果的重要依据。

双方就提供服务的结果和结算金额达成共识后，发行人据此向供应商开具服务费发票，收取服务款项。每年或半年结束后，双方签署市场推广项目结算清单或品牌共建确认函，对上一报告期内双方已经实际发生的服务费用再次进行整体确认。

综上，**发行人服务收入业务的实质是上游供应商向发行人单独购买的营销服务。**

2、服务收入的成本为零具有合理性，与同行业可比公司不存在重大差异

（1）发行人服务收入对应的成本为零的合理性

公司印制海报、柜台展示、灯箱广告制作、开展促销活动、广告宣传、市场推广等，这些促销手段属于门店销售的必要组成部分，即使不向供应商收费，这些促销手段也会实施，公司不会配置专门人员从事对供应商的促销陈列服务，而是与正常营销活动统一筹备和开展。为上游供应商或合作商提供商品宣传、推广、陈列等服务必须依托于主营业务，是公司开展主营业务的同时天然提供的增值服务，无法剥离于主营业务而单独存在。此外，由于相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，公司在实际财务核算中将所有促销陈列成本统一在销售费用中核算。

（2）以零售业务为主的可比公司，绝大部分将服务成本在销售费用中核算

发行人主营业务包括代理、零售、终端集采三个业务板块，其中代理和终端集采属于批发业务大类。报告期内，发行人服务收入以零售业务陈列、促销服务为主。

与发行人类似，同行业零售可比公司都同时开展零售和批发业务。零售可比企业中除健之佳区分“与服务密切相关的投入”或“与服务不明确相关的投入”两种情形外，其他可比公司均将推广、促销、陈列与咨询业务相关的成本计入当期销售费用，均未在成本科目列报，与发行人处理方式相同，具体如下：

可比公司名称	主营业务	服务成本的表述
老百姓	老百姓主营业务为通过构建营销网络从事药品及其他健康相关商品的销售，经营品类包括中西成药、中药饮片、养生中药、健康器材、健康食品、普通食品、个人护理品和生活用品。除药品零售外，老百姓兼营药品批发与制造（主要为中成药及中药饮片制造）。	2018 至 2020 年度年报披露的主营业务成本中不包含咨询费成本。
一心堂	一心堂主营业务为药品零售连锁和药品批发业务，其中医药零售连锁是一心堂的核心业务。	根据年报及再融资反馈意见分析，基本不存在其他业务成本。
益丰药房	益丰药房主营业务为从事药品、保健食品、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益丰药房内部集中采购平台，兼顾少量对外药品批发业务。	由于相关成本、销售人员工资等均为统一核算，无法准确区分，该公司在实际财务核算中将促销成本统一在销售费用中核算。
大参林	大参林主营业务主要从事药品、中药饮片、参茸滋补品、保健品、医疗器械、个人护理品、家居用品等连锁零售业务，同时兼营批发和生产业务。	由于相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，该公司在实际财务核算中将所有促销成本统一在销售费用中核算。
健之佳	健之佳主营业务为从事药品、保健食品、个人护理品、家庭健康用品、便利食品、	向供应商提供市场推广、促销服务等服务时发生的与提供服务密切相关的宣传物料制作费、广告费、促销奖金等，在发生时确认，

可比公司名称	主营业务	服务成本的表述
	日用消耗品等健康产品的连锁零售业务，并提供相关专业服务。子公司四川勤康健之佳医药有限责任公司、云南健之佳重庆勤康药业有限公司还从事医药批发业务。	计入当期损益，在“其他业务成本”归集、列报。与该公司向供应商提供市场推广、促销服务和物流配送等服务不明确相关，不产生直接经济利益的宣传、推广投入，以及仅与该公司单独开展的促销活动相关的投入，在发生时确认，计入当期“销售费用”。
漱玉平民	漱玉平民主营业务为医药零售连锁业务。同时，公司兼营少量药品批发业务。	该公司为供应商提供印制海报、柜台展示、灯箱广告制作、开展促销活动、广告宣传、市场推广等，这些促销手段属于门店销售的必要组成部分，即使不向供应商收费，这些促销手段也会实施，该公司不会配置专门人员从事对供应商的促销陈列服务，而是与正常营销活动统一筹备和开展。由于相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，该公司在实际财务核算中将所有促销陈列成本统一在销售费用中核算。

（3）代理业务可比公司，在两票制之前，市场推广成本计入销售费用；两票制后改变结算方式，市场推广费用计入成本

公司代理业务面向零售渠道，以赚取产品购销差价为主要盈利方式，服务收入为辅；开展推广服务是日常营销活动的一部分，统一筹备、统一核算，市场推广成本计入销售费用符合业务实质。

可比公司易明医药和百洋医药经营的部分临床代理产品在两票制之前，其产品购销方式与发行人保持一致，市场推广成本均计入销售费用；后受两票制影响，临床产品从产品购销方式转变为仅收取服务费收入，并单独核算了市场推广成本。

可比公司名称	主营业务	服务成本的表述
易明医药	易明医药主营业务是可分为自主生产药品和第三方合作药品两大类，根据不同产品品种特性，结合该公司所具有的资源及优势，形成不同的业务模式，具体可分为：（一）自主生产药品业务，（二）第三方合作药品销售业务，（三）原料药业务，（四）药品原材料销售业务，（五）药品推广	1、“两票制”实施前，第三方药品生产合作商将产品全部销售给该公司，由该公司销往下游经销商或流通企业。合作产品毛利为该公司合作产品销售收入扣减合作产品的采购成本，各地区市场推广服务主要由代理商承担，由该公司承担部分列示为销售费用。 2、“两票制”实施后，根据两票制的规定，该公司进行会计核算调整，该公司仅通过向合作生产方收取推广服务费，报表列示

可比公司名称	主营业务	服务成本的表述
	服务业务。	为推广服务收入，同时该公司需承担该部分合作产品覆盖至终端的市场推广费，报表列示为推广服务成本。
百洋医药	百洋医药主营业务是为医药产品生产企业提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，致力于成为连接医药产品和下游消费者的纽带，为品牌医药生产企业提供产品营销的综合解决方案。医药产品的品牌运营是该公司的核心业务。	1、“两票制”前，品牌生产厂商将产品销售给该公司，该公司将产品销售给下游经销商或终端客户。在这种方式下，该公司盈利通过产品买卖差价的方式，品牌运营的相关市场宣传推广费用计入销售费用。2、该公司的品牌运营业务（两票制实施之前主要为迪巧系列及泌特系列），受“两票制”政策的影响，部分产品的销售模式从医药生产厂商销售至该公司、再由该公司销售至配送商、配送商销售至医院的方式，变更为药品厂商直接销售至配送商、再由配送商销售至医院，同时医药生产厂商向该公司支付服务费。这种方式下，该公司形成品牌服务费收入，品牌运营的相关市场宣传推广费用计入服务费成本。

注：一品红未明确披露服务成本

发行人代理业务不受两票制的直接影响，收到的上游服务收入对应的市场推广费用计入销售费用，符合发行人实际业务情况，与可比企业——易明医药、百洋医药在两票制之前的核算方式保持一致。

综上，报告期内，发行人关于服务成本的处理符合公司实际情况，亦符合大多数同行业可比公司的通行做法。

3、服务业务单独签订合同，单独开具发票

发行人向供应商提供的推广、陈列与促销服务均单独签订合同，其中代理板块的服务业务通常签署《市场推广协议》，零售板块的服务业务通常签署《品牌共建协议》。结算时经双方对账、供应商审核确认无误后，发行人单独开具发票。

服务协议的主要内容参见“本回复之问题十三之一之（三）之 1、推广、陈列与促销服务单独签订合同及合同的主要条款”的具体内容。

4、服务收入与代理业务不构成一揽子交易

根据业务板块和提供服务的不同，发行人服务收入大致可分为——（1）代理业务提供的终端市场推广服务，（2）零售业务依托线下门店提供的产品陈列推广、宣传促销服务。

首先，报告期内，发行人服务收入以零售门店提供的陈列、促销服务为主，主要来源于零售板块的上游供应商或生产厂商，与代理业务的供应商重叠度较低，与代理业务不存在一揽子交易。

其次，由于发行人服务业务难以具体量化，供应商在对发行人服务效果进行考核时，产品销售情况仅是确认服务效果的依据之一，其他诸多因素仍是供应商评估服务效果的重要依据。双方单独签订合同，就服务的结果和结算金额进行对账确认，发行人据此开具服务费发票，收取服务款项。发行人上述业务的实质是上游供应商向发行人单独购买的营销服务，与发行人购销行为不构成一揽子交易。

再次，服务收入不是供应商返利，发行人对陈列、促销、推广服务业务收入的会计处理与同行业可比公司不存在重大差异，具体情况如下：

对标发行人业务	同行业可比公司	股票代码	服务收入会计政策
代理业务	易明医药	002826.SZ	该公司为药品生产企业提供产品推广、销售、客户开发等服务，并按推广服务成果收取推广服务费。收入确认原则为：该公司已完成客户要求的推广服务，与客户就推广服务事项完成情况达成一致。
	百洋医药	301015.SZ	该公司根据与上游供应商的合作协议，按月与上游核对当月服务完成量，按照约定的收费标准确认服务费金额，该公司据此与上游结算服务费并开具服务发票，于当月按照权责发生制确认主营业务收入。
零售业务	老百姓	603883.SH	该公司为供应商提供商品宣传、推广等服务。按实际提供的服务确认收入。
	一心堂	002727.SZ	该公司在提供促销服务且收到款项或基本确定款项能够收到的情况下确认收入，同时开具服务费发票。
	益丰药房	603939.SH	该公司在提供促销服务且收到款项或基本确定款项能够收到的情况下确认收入，同时开具服务费发票。该公司在实际操作中，出于谨慎性考量，并不以合同约定的时间和金额作为收入确认依据，而是在实际收到款项时或基本确定能收到时确认收入。

对标发行人业务	同行业可比公司	股票代码	服务收入会计政策
	大参林	603233.SH	该公司在提供促销服务且收到或很可能收到款项的情况下确认收入，同时开具服务费发票。该公司在实际操作中，出于谨慎性考量，并不以合同约定的时间和金额作为收入确认依据，而是在实际收到款项时或基本确定能收到时确认收入。
	健之佳	605266.SH	对供应商的服务费在协议已签署、服务已提供且双方对该公司提供服务的进展、质量和结算达成共识，该公司已实际收到款项时或能够确定款项可以收到时确认收入。
	漱玉平民	301017.SZ	在服务提供后双方签署《促销陈列服务费用结算单》确认结算金额并及时收取服务款项，该公司以实际收到的服务款项确认促销、陈列与咨询服务收入，同时向供应商开具发票。

综上，**发行人服务收入与代理业务不构成一揽子交易，与发行人购销行为亦不构成一揽子交易，与同行业可比公司不存在重大差异。**

5、推广、陈列及咨询服务对产品销售价格及毛利率的影响分析

产品销售价格为市场化定价，是发行人在分析市场供需关系、竞品定价、厂家建议零售价等多种因素基础上，与下游客户市场化协商确定。发行人向上游供应商提供的服务，对下游销售价格通常不产生影响。但会对毛利率产生间接影响，具体分析如下：

（1）流通企业的“综合收益”

流通企业“综合收益”普遍包括商品进销差价的“前台毛利”和服务收入的“后台收入”两部分：

①商品进销差价，俗称“前台毛利”。前台毛利主要由采购价格、采购折扣（票折返利）决定，取决于零售企业对上游企业的议价能力，主要由采购规模、合作历史、商业谈判等决定。前台毛利率即为主营业务毛利率。

②后台服务收入，俗称“后台毛利”，为向上游厂家或供应商提供商品市场推广及促销服务的收入，主要取决于促销推广服务的强度和效能。

在实际会计处理中，发行人需要根据发票类型、合同签订等情况，并参照同行业可比公司普遍做法，对各类收益做出相应的会计处理。收到的前台返利冲减营业成本，直接影响销售毛利率；收到的后台收入，计入其他业务收入。

（2）对于上游厂家或供应商来说，前后台毛利均属于支付给下游的成本

发行人获得的前台毛利、后台毛利，来源均是上游生产厂家或医药批发商业企业。无论是以票折形式给予的返利奖励，还是直接支付的现金收入，站在上游供应商角度，都是激励发行人更好地宣传推广和销售自己的产品而支付给发行人的“成本”，最终的目的是为了产品销量和品牌知名度的提升。

因此，当某个供应商支付了发行人较多的推广、陈列及咨询服务，那么可能在采购价格、票折奖励谈判中更加严格，进而可能对发行人产品毛利率产生间接影响，反之亦然。

（八）补充披露现金交易的客户是否为发行人关联方，现金交易是否具有可验证性，现金交易的比例与同行业可比公司是否存在较大差异；发行人现金管理制度及内部控制制度，相关制度是否健全并有效执行；

发行人已在招股说明书“第七节/四/（三）/3、现金交易”中进行了补充披露。

1、报告期内发行人现金交易的客户不属于发行人关联方

报告期内，发行人现金交易主要系：（1）发行人医药代理业务的现金交易主要系个别小型药店为提高向供应商付款的效率，采取现金或银行柜台存现方式支付公司货款，该类现金交易金额占发行人医药代理业务收入比例较低；（2）终端集采业务的现金交易主要系 2020 年度偶发性的交易，交易金额仅为 2.27 万元；（3）发行人医药零售业务的现金交易主要系医药零售门店销售直接面向终端个人消费者，以现金方式进行结算属于行业内零售行业普遍情况，公司均为被动接受。

经核查，发行人上述现金交易的客户均不存在关联方的情况。

2、发行人现金交易的比例与同行业可比公司不存在较大差异

报告期内，发行人现金交易金额占各期主营业务收入比例情况如下：

单位：万元

业务板块	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
医药代理	医药代理业务现金收款金额	6.15	51.39	97.50
	医药代理业务营业收入	52,175.87	43,894.93	34,870.10
	占比	0.01%	0.12%	0.28%
终端集采	医药终端集采业务现金收款金额	2.27	-	-
	医药终端集采业务营业收入	7,116.08	722.81	-
	占比	0.03%	-	-
医药零售	医药零售业务现金收款金额	16,760.26	19,211.35	18,807.32
	医药零售业务营业收入	129,222.19	103,354.66	71,779.16
	占比	12.97%	18.59%	26.20%
现金交易总额		16,768.69	19,262.74	18,904.82
发行人主营业务收入		188,566.86	147,972.41	106,649.26
现金交易总额占主营业务收入比		8.89%	13.02%	17.73%

报告期内，发行人现金交易主要集中于医药零售业务板块，医药代理与终端集采业务现金交易主要为偶发性情况，交易金额与占比较低。

由于行业特性，现金结算是零售行业的普遍情况，近期上市的漱玉平民、健之佳情况如下：

公司	期间	现金交易占比
漱玉平民	2020 年度	12.35%
	2019 年度	17.54%
	2018 年度	23.41%
	2017 年度	30.99%
健之佳	2020 年 1-6 月	16.69%
	2019 年度	20.54%
	2018 年度	27.90%
	2017 年度	38.28%

如上表可知，发行人医药零售业务现金交易金额占零售业务收入的比重与同期同行业可比公司平均水平基本一致，不存在显著差异。

3、现金交易具有可验证性，发行人现金管理制度及内部控制制度，相关制度健全并有效执行

由于医药零售门店销售直接面向终端消费者，以现金方式进行结算属于零售行业普遍情况，交易真实且具有合理性。近年来，随着支付宝、微信等移动支付技术的成熟与应用的普及，以及公司不断加强内控管理并积极引导顾客使用移动支付方式，报告期内现金收款比例呈现逐年下降趋势。报告期内发行人通过业务管理系统控制现金交易，门店销售由销售人员在业务系统中选择客户的支付方式（现金、医保、支付宝微信等第三方支付），每天营业结束将现金交易营业额与业务管理系统进行核对，门店营业员每天将现金存入指定的银行，同时财务人员将存入银行的现金金额与业务数据进行核对。

此外，为加强门店资金管理，确保门店营业款的安全，防范资金风险，发行人已制定了《营业款收缴管理办法》，对门店营业款收取、缴款及核对等方面作出规范和指导，具体涵盖了现金交易日常管理、门店交接班现金管理、现金缴存的管理、现金的财务稽核管理等方面。具体参见本回复问题十三之一之（一）之 2 之（2）零售业务相关内部控制的关键环节具体情况如下：”中关于营业款项缴存的相关内容。

申报会计师对发行人现金交易的日常管理、门店交接班现金管理、现金缴存管理、现金财务稽核管理进行了控制测试，未见异常；发行人上述的内控措施执行有效。

除上述内控及现金管理制度外，中介机构还对发行人现金交易进行了如下核查：

（1）业务系统订单、现金日记账、银行流水三者核对

中介机构获取了报告期内发行人现金日记账，随机抽取了部分月份及大额现金收款记录，分别与业务系统订单数据、银行流水进行核对，报告期各期分别核对金额为 10,835.98 万元、8,099.80 万元、6,945.97 万元，占各期现金收款比重分别为 58.00%、41.00%、42.00%。经核对，报告期内发行人业务系统订单、现金日记账、银行流水三者相符，不存在差异。

（2）现金交易的细节测试

中介机构获取了报告期内的包括现金支付方式在内的零售业务收入进行了细节测试，通过采用随机抽样方法，将门店销售的药品名称、数量、规格、销单价等信息与公司销售出库信息进行核对。经核对，报告期内发行人现金收入真实。

（3）实地走访主要门店

按照销售额排序，中介机构实地走访了发行人 174 家主要的线下门店，在营业高峰时期观察门店店员销售录入系统、收银的整个过程，核查收银凭证与业务管理系统数据是否一致，核查门店自前一日交接班以来的全部现金交易订单，与该门店现金余额、备用金是否匹配。经核查，发行人零售门店现金销售记录与系统数据不存在差异，现金交易真实发生，门店现金的缴存管理严格按照公司相关制度执行。

因此，公司已经建立了健全的现金管理相关的内部控制，并通过对上述内部控制有效的执行，可以实现现金交易的可验证性。

综上所述，报告期内，发行人现金交易的客户不属于发行人关联方；现金交易具有可验证性；发行人现金交易的比例与同行业可比公司不存在较大差异；发行人已制定健全的现金管理制度及内部控制制度，相关制度健全并有效执行。

（九）补充披露 2020 年第三方回款金额增长的原因及合理性，发行人关于第三方回款的具体整改措施及有效性。

发行人已在招股说明书“第七节/四/（三）/2、第三方回款”中进行了补充披露。

1、2020 年第三方回款金额增长的原因

（1）从业务板块看，主要系医药代理业务第三方回款增加

2019 年和 2020 年，发行人第三方回款按不同业务板块分布及变动情况如下：

单位：万元

业务板块	2020 年度			2019 年度	
	金额	占比	增长比例	金额	占比

业务板块	2020 年度			2019 年度	
	金额	占比	增长比例	金额	占比
医药代理	5,280.43	91.69%	39.85%	3,775.80	98.33%
医药零售	78.20	1.36%	22.26%	63.96	1.67%
医药终端集采	400.41	6.95%	-	-	-
合计	5,759.04	100.00%	49.98%	3,839.76	100.00%

从业务板块看，发行人 2020 年第三方回款金额增长主要系医药代理业务第三方回款增加所致。

（2）从回款类型看，主要系客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付占比较高且增长较快

2019 年和 2020 年，发行人第三方回款按不同回款类型分布及变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度	
	金额	占比	增长比例	金额	占比
委托物流公司代收	139.29	2.42%	-43.01%	244.42	6.37%
客户（含个体工商户）法人、实际控制人代付	2,144.78	37.24%	43.03%	1,499.51	39.05%
客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付	3,474.97	60.34%	65.80%	2,095.83	54.58%
合计	5,759.04	100.00%	49.98%	3,839.76	100.00%

从回款类型看，发行人第三方回款中通过客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付的占比最高，且 2020 年该类型第三方回款增速最快，系发行人 2020 年第三方回款增长的主要推动因素。

2、2020 年第三方回款金额增长的合理性

（1）代理业务收入中经济欠发达地区客户增速较快，客户规范度较低

发行人 2020 年第三方回款金额增长的原因主要是医药代理业务中通过客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付金额增长较快所致，具体原因如下：

公司主营业务中的代理业务面向全国，主要客户是医药零售企业，客户数量逾万家。2020 年，公司代理业务主营业务收入相较前一年度增长 18.87%，其中西北、西南等经济相对欠发达地区客户收入增长较快，增速分别达 28.12%和 21.47%，超过总体平均增速。该地区经济发展水平相对低于华东、华中等地区，客户多处于较为偏远地区，且存在较多规模较小、区位分散的个体工商户、自然人独资企业性质的单体药店、小型连锁药店，出于采购与付款效率的原因，客户的法人或实际控制人（个体工商户的经营者）的关联方、员工通过其个人银行账户转账的情形较多。

（2）受疫情影响，客户支付与发行人业务人员出行条件进一步受限

2020 年度，受新冠疫情影响，下游客户通过公对公银行转账的支付方式便利程度降低，代理业务中第三方回款的情形也有所增加。

（3）公司医药代理业务第三方回款客户分散，不存在单笔采购金额较大的情况

公司医药代理业务属于医药批发领域，客户群体主要面向全国市场医药零售企业，具有客户分散、采购频次高、单笔采购金额小的特性。报告期内，公司医药代理业务的客户数量、交易笔数及单笔交易金额的具体情况如下：

业务板块	年度	客户数量（家）	交易笔数（笔）	单笔平均交易金额（元）
医药代理	2020 年度	13,702	771,191	676.43
	2019 年度	11,377	651,210	674.00
	2018 年度	9,808	488,325	714.07

注：以上数据不包括发行人与子公司之间的内部交易

针对医药代理业务的第三方回款，发行人同样存在客户分散、采购频次高、单笔采购金额小的特性。报告期各期，发行人医药代理业务各笔回款金额区间分布情况如下：

单位：笔

回款金额区间	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	笔数	占比	笔数	占比	笔数	占比
10-20 万元（含 10 万元）	2	0.01%	-	0.00%	2	0.01%

回款金额区间	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	笔数	占比	笔数	占比	笔数	占比
5-10 万元（含 5 万元）	16	0.05%	11	0.05%	9	0.06%
1-5 万元（含 1 万元）	584	1.89%	400	1.91%	415	2.63%
1 万元以下	30,252	98.05%	20,525	98.04%	15,327	97.30%
合计	30,854	100.00%	20,936	100.00%	15,753	100.00%

报告期内，发行人医药代理业务第三方回款单笔金额较小，主要在 1 万元以下，且不存在单笔金额高于 20 万元的情况。因此，公司医药代理业务第三方回款客户分散，不存在单笔采购金额较大的情况，对发行人不构成重大影响。

（4）第三方回款未损害公司与客户的利益

报告期内，发行人客户采取第三方回款方式向发行人支付货款，具有一定的合理性，付款方与发行人不存在关联关系，未产生重大纠纷或争议，报告期内第三方回款方式未对发行人及客户的利益造成损害。

综上所述，发行人 2020 年第三方回款金额增长主要原因系代理业收入整体规模增长以及其中在经济欠发达地区的收入增速较快以及当年疫情影响导致的医药代理业务中通过客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付金额增长较快，具有一定的合理性，同时第三方回款较为分散且单笔金额较小，不构成重大影响。

3、发行人关于第三方回款的具体整改措施及有效性

（1）第三方回款的具体整改措施

①公司业务部门人员与客户充分沟通，采取积极引导方式，尽量避免采取第三方回款的支付方式；

②对于金额较大的回款，严禁采用第三方付款方式，必须通过公户进行货款的支付；

③针对客户通过其员工或法人、实际控制人的关联方代付的，要求客户提供付款委托书，书面通知公司其委托第三方付款的有关事项；

④针对物流公司代收产生的第三方回款，发行人与物流公司签定物流代收协议，物流公司在收到代收的货款后于 3 个工作日内转账到发行人账户，保证货款安全及时回到公司；

⑤公司在收到货款时，由客服人员及时向出纳认款并登记，填列第三方回款统计明细，公司财务总监每月定期对第三方回款的金额、回款比例、代付款类型等进行分析，并及时反馈给业务部门，以降低第三方回款比例。

（2）第三方回款整改措施的有效性情况

报告期内，发行人第三方回款金额占收入比重维持在较低水平，未超过 5%，第三方回款整改措施具有有效性。

（十）是否针对发行人执行 IT 审计，IT 审计的具体核查内容，相关核查程序能否支持发行人收入真实、准确、完整的结论

申报会计师对发行人的信息系统进行了审计，测试范围内的信息系统是可靠的。

发行人销售采购业务相关的主要信息系统为业务管理系统、WMS 系统、用友财务系统，申报会计师将这三个系统纳入核查范围，并对信息系统进行了一般控制测试、应用控制测试、数据验证及零售业务消费行为分析测试。

具体测核查内容如下：

1、信息系统一般测试

评价信息系统基本情况及总体控制，选取样本对信息系统的一般控制进行穿行测试及控制测试，包括：1、企业 IT 治理：公司的 IT 战略与年度规划、IT 组织架构与岗位职责、信息管理制度建设；2、信息系统的开发及变更管理：信息系统开发、测试及变更的流程；3、信息安全：包括系统用户管理、密码管理、数据库安全和操作系统安全、网络安全和机房物理安全等；4、信息系统运维：包括灾备计划、恢复、备份、网络状况监控、故障解决、及 IT 外包的安排等。

2、信息系统控制测试

针对信息系统主要业务应用控制执行审计程序，选取样本进行了穿行测试及控制测试来测试采购销售业务的控制的有效性。具体核查程序如下：

（1）销售业务

发行人与系统相关的销售业务主要分为代理业务、零售业务、终端集采业务，主要涉及业务管理系统、WMS 系统、用友财务软件，并对以下关键流程进行了测试：

项目	主要流程或控制
代理业务及终端集采	1、系统中客户信息、结算方式、信用政策建立与维护流程。 2、业务管理系统中客户销售订单维护流程。 3、发货管理控制：业务管理系统将订单推送给 WMS 系统拣货配送，WMS 系统发货信息通过数据接口发送至业务管理系统。 4、代理业务和终端集采业务的退货流程。
零售业务	1、门店零售单价控制：门店零售价格统一在业务管理系统中维护。 2、门店促销方案：促销活动价格统一在业务管理系统中维护。 3、销售出库控制：销售出库的流程、系统单独计价法单价的计算以及成本自动结转流程。 4、门店收款：门店收款通过业务管理系统进行，收款后在业务管理系统中记录。 5、门店销售退货：门店销售退货在业务管理系统中的流程。 6、销售数据传输完整性准确性：门店销售数据每天通过业务管理系统进行汇总整理，由财务人员根据业务管理系统生成的业务数据在用友财务系统中生成凭证。
会员管理	会员积分活动基础配置、积分变动、会员积分消费返送及抵现逻辑的验证。

（2）采购业务

发行人采购业务主要涉及业务管理系统、WMS 系统和用友财务系统。申报会计师了解并识别了采购业务各流程在系统中的主要控制点，并对以下关键流程进行了测试：

①供应商信息管理。发行人在业务管理系统录入供应商详细信息，主要包括供应商名称、相关证照（如药品经营许可证等）等，后续在业务管理系统维护供应商相关信息。

②采购订单及价格管理。采购人员根据采购计划在业务管理系统中创建具体的采购订单，并维护订单采购价格。

③采购收货管理。到货后仓库及质检人员根据业务管理系统采购订单验收，验收后，业务管理系统将入库指令发送给 WMS 系统，WMS 系统人员操作入库后，WMS 系统根据分拣入库信息回传至业务管理系统后台数据库，业务管理系统生产入库单据同时增加相应的库存，财务人员根据业务管理系统数据在用友系统中进行账务处理。

④供应商对账及结算管理。仓库人员收到发票后在业务管理系统中进行登记，经审核后，财务人员根据业务管理系统数据在用友系统中生成凭证；采购人员根据采购付款计划在业务管理系统中提交付款申请，经审批后，财务进行付款，财务人员根据业务管理系统数据在用友系统中生成凭证。

⑤采购退货管理。采购人员在业务管理系统中发起采购退出开票申请，经审核后，仓库根据经审核后的采购退出开票申请进行退库处理，经过审核后进行退库。财务人员根据业务管理系统数据生成凭证。

3、数据验证

（1）业务管理系统数据与用友系统数据校验

发行人的账务处理采用用友财务系统，所有交易业务数据依靠业务管理系统，财务人员根据业务管理系统数据进行账务处理，并经财务经理进行审核，申报会计师将业务管理系统数据与财务数据进行核对，核对无异常。具体如下：

①申报会计师按月随机抽取发行人 2018-2020 年部分月份的系统收入、成本数据，核对业务系统数据与财务数据是否一致。各年核对收入金额分别为 79,754.49 万元、112,772.10 万元和 140,005.64 万元，占各年营业收入比例分别为 72.20%、74.08%和 72.51%；各年核对成本金额分别为 50,973.25 万元、72,481.08 万元和 92,064.16 万元，占各年营业成本比例分别为 75.53%、76.64%和 74.80%。

②申报会计师核对发行人 2018 年-2020 年各年末系统存货数据与财务数据是否一致，并结合财务审计盘点等措施，核查系统显示的存货是否真实存在，系统数量与实物是否一致。

③申报会计师通过实地走访主要线下门店等方式，核查门店系统与总部服务器是否实时上传、数据是否一致；同时通过观察走访期间消费者进店购买情况，

核对订单录入是否与实际销售完全一致；另外，还申报会计师还以神秘顾客身份随机进店消费，随后在总部服务器核对该笔订单是否真实、准确记录。

（2）业务管理系统与电商业务数据校验

业务管理系统与电商业务系统通过接口进行链接，电商业务数据通过接口传输至业务管理系统。业务管理系统设置了对电商业务数据接收的时效，满足公司电商业务的要求，同时申报会计师对电商业务系统数据与业务管理系统数据进行核对，核对无异常。具体而言：申报会计师按月随机抽取发行人 2018-2020 年天猫、京东、拼多多三大电商平台部分月份的系统收入数据，核对业务系统数据与财务数据是否一致。各年核对收入金额分别为 2,983.45 万元、4,396.76 万元、9,519.77 万元，占发行人 B2C 电商业务收入比例分别为 89.38%、83.62%、91.90%。

4、零售业务消费行为分析

（1）零售业务整体分析

通过分析发行人 2018 年至 2020 年期间，零售直营门店数量、零售业务总收入、零售业务毛利率等核心指标是否发生重大变化，是否与同行业可比公司存在重大差异；经核查判断，发行人零售业务总体情况不存在异常。

直营门店数量分析请参见本回复之“问题十四之（四）之 2、发行人零售业务各项指标与同行业可比公司的比较情况”；零售业务总收入分析请参见本回复之“问题十四之（一）之 1、报告期内各项业务收入增长的原因以及与同行业可比公司的比较情况”；零售业务毛利率分析请参见本回复之“问题十八之（一）之 3、报告期内各项业务毛利率变动与同行业可比公司不存在重大差异”以及“问题十八之（二）之 2、零售业务毛利率变动分析”。

（2）线下门店消费行为分析

对于线下实体门店，申报会计师通过对 2018 年至 2020 年所有线下门店销售数据进行整理、统计并从多个维度分析线下销售的真实性，主要包括以下分析：

①平均门店收入、客单量、客单价等核心零售指标，分析是否存在较大变动及重大异常，是否与同行业可比公司存在重大差异及差异原因；具体参见本回复之“问题十四之（四）之 1、报告期内发行人门店数量增长较多，其他零售业务

各项指标整体呈上升趋势，未发生较大异常变化，以及 2、发行人零售业务各项指标与同行业可比公司的比较情况”。

②按照销售额排序，统计销售额较大的主要门店在 2018 年-2020 年期间营业收入、毛利率情况，分析是否存在重大异常及每年变化趋势和原因；收入具体参见本回复之“问题十五之（二）之 1 之（2）零售业务”，毛利率参见“问题十五之（二）之 3 之（2）零售业务”。

③线下门店销售金额分布及订单数量分布，分析是否存在较大变动及重大异常；具体参见本回复之“问题十五之（四）之 1、零售业务消费金额分布与客户数量变动的情况”。

④线下门店会员客户数量变动情况，分析变化原因以及是否存在重大异常；具体参见本回复之“问题十五之（四）之 1、零售业务消费金额分布与客户数量变动的情况”。

⑤获取每年门店消费金额前十大的会员客户消费明细，分析是否存在异常采购；同时对上述部分会员客户进行电话访谈并录音，了解其消费金额较大的原因及合理性。具体参见本回复之“问题十五之（四）之 2、发行人不存在单一客户消费金额畸大的情况”。

⑥统计同一会员同一天在 2 个及以上地级市的门店消费情况，对上述部分会员客户进行电话访谈并录音，了解其异地消费的原因及合理性。具体参见本回复之“问题十五之（四）之 3、同一客户同时在多地门店进行消费的情况”。

（3）电商消费行为分析

通过对发行人在报告期内线上 B2C 主要电商平台（天猫、京东、拼多多）产生的全量销售数据进行整理、统计并从多个维度分析电商收入的真实性，主要包括以下分析：

①各平台销售收入、产品类型等总体情况，分析平台收入变动是否存在重大异常，不同平台销售的产品是否存在重大差异；具体参见本回复之“问题十四之（六）之 1、各电商平台的线上销售情况，以及 2、不同电商平台销售产品的差异”。

②同一买家在多个线上平台或店铺重复购买情况、用户购买频次、主要产品重合买家情况，分析是否存在刷单情况；具体参见本回复之“问题十五之（六）之 1、同一买家在多个线上平台或店铺重复购买情况，以及 2、购买公司每款产品的重合买家及重叠率情况”。

③获取每年各平台消费金额前十大的线上客户消费明细，分析是否存在异常大额采购；同时对上述部分会员客户进行电话访谈并录音，了解其消费金额较大的原因及合理性。具体参见本回复之“问题十五之（六）之 3、单个买家大额采购情况”。

④线上销售金额分布及订单数量分布，分析是否存在较大变动及重大异常；具体参见本回复之“问题十五之（四）之 1、零售业务消费金额分布与客户数量变动的情况”。

⑤电商毛利率情况，分析是否存在较大变动及重大异常，是否与同行业可比公司存在重大差异；具体参见本回复之“问题十八之（四）之 2、线上销售促销引流活动较多，销售价格与毛利率较低”。

⑥线上各电商平台的平均客单价情况，分析是否存在较大变动及重大异常，具体如下：

单位：元/单

线上平台	2020 年度	2019 年度	2018 年度
天猫	84.48	96.02	83.44
京东	87.71	76.79	92.62
拼多多	41.94	56.42	-

天猫和京东平台客单价在 75-100 元/单之间波动，由于平台定位的差异，拼多多主打三四线城市，客单价与天猫和京东相比较低，不存在异常。

⑦线上各电商平台月度销售金额情况，分析是否存在异常波动，具体如下：

A.天猫平台

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
全年平均月收入	248.05			171.55			166.14		
收入最高的三个月份	9 月	11 月	12 月	11 月	8 月	4 月	7 月	6 月	8 月

收入	367.11	365.50	337.64	196.63	187.12	184.46	250.53	230.41	196.86
收入最低的三个月份	1 月	2 月	7 月	2 月	1 月	9 月	2 月	4 月	1 月
收入	113.80	117.39	155.72	118.13	140.06	167.91	63.42	124.99	134.74

B.京东平台

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
全年平均月收入	349.89			130.76			82.48		
收入最高的三个月份	3 月	6 月	7 月	12 月	11 月	10 月	12 月	11 月	10 月
收入	480.36	431.00	420.10	157.52	153.56	148.78	234.49	103.31	89.41
收入最低的三个月份	1 月	9 月	12 月	2 月	1 月	3 月	2 月	1 月	3 月
收入	134.60	297.32	319.95	70.34	100.75	111.22	23.62	36.19	46.78

C.拼多多平台

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度		
全年平均月收入	195.38			76.90		
收入最高的三个月份	12 月	11 月	10 月	11 月	12 月	10 月
收入	261.73	253.47	248.53	93.62	91.89	84.72
收入最低的三个月份	1 月	2 月	4 月	3 月	6 月	4 月
收入	72.97	161.95	181.03	53.46	69.39	69.92

注：发行人于 2019 年 3 月在拼多多平台开设旗舰店

报告期内发行人大力发展 B2C 业务，整体收入增长较快，全年月平均收入逐年上升。各平台月度销售金额波动主要与促销活动有关，一般而言大型电商节日集中的 6-7 月、11-12 月收入较高，1-2 月收入较低，具有合理原因，不存在重大异常情形。

⑧线上各电商平台主要销售发货区域情况，分析是否存在异常，具体如下：

2018 年至 2020 年，各平台前十大发货省份如下：

A.天猫

单位：万元

序号	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	省份	金额	占比	省份	金额	占比	省份	金额	占比
1	广东	311.41	10.46%	江苏	195.44	9.49%	江苏	200.74	10.07%

序号	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	省份	金额	占比	省份	金额	占比	省份	金额	占比
2	安徽	304.33	10.22%	广东	190.65	9.26%	广东	200.01	10.03%
3	浙江	292.01	9.81%	安徽	184.7	8.97%	浙江	157.56	7.90%
4	江苏	267.90	9.00%	浙江	163.62	7.95%	安徽	154.67	7.76%
5	山东	176.65	5.93%	上海	132.21	6.42%	上海	143.03	7.17%
6	上海	175.54	5.90%	山东	122.05	5.93%	山东	117.22	5.88%
7	湖北	139.74	4.69%	四川	93.18	4.53%	四川	96.37	4.83%
8	河南	130.08	4.37%	河南	89.37	4.34%	河南	79.45	3.98%
9	四川	119.08	4.00%	湖北	80.62	3.92%	湖北	77.33	3.88%
10	福建	102.85	3.46%	河北	76.96	3.74%	河北	71.65	3.59%
合计		**2,019.59**	**67.84%**	**-**	**1,328.80**	**64.55%**	**-**	**1,298.03**	**65.09%**

B.京东

单位：万元

序号	2020 年度			2019 年度			2018 年度		
	省份	金额	占比	省份	金额	占比	省份	金额	占比
1	广东	723.44	17.23%	广东	238.33	15.19%	广东	142.99	14.45%
2	江苏	321.98	7.67%	北京	141.16	9.00%	北京	85.95	8.68%
3	北京	306.79	7.31%	上海	116.01	7.39%	四川	77.79	7.86%
4	上海	248.79	5.93%	江苏	110.09	7.02%	江苏	69.94	7.07%
5	山东	241.92	5.76%	四川	100.03	6.37%	上海	64.08	6.47%
6	四川	203.01	4.84%	山东	91.41	5.83%	山东	57.53	5.81%
7	湖北	194.94	4.64%	河北	72.01	4.59%	河北	57.14	5.77%
8	河北	186.34	4.44%	浙江	62.83	4.00%	安徽	43.69	4.41%
9	浙江	180.06	4.29%	河南	57.98	3.69%	河南	42.22	4.27%
10	河南	161.15	3.84%	湖北	52.34	3.34%	浙江	35.20	3.56%
合计		**2,768.42**	**65.95%**	**-**	**1,042.19**	**66.42%**	**-**	**676.53**	**68.35%**

C.拼多多

单位：万元

序号	2020 年度			2019 年度		
	省份	金额	占比	省份	金额	占比
1	广东	261.47	11.15%	广东	90.84	11.81%
2	浙江	168.07	7.17%	江苏	58.00	7.54%

序号	2020 年度			2019 年度		
	省份	金额	占比	省份	金额	占比
3	山东	160.57	6.85%	山东	55.54	7.22%
4	江苏	150.43	6.42%	浙江	51.42	6.69%
5	四川	127.66	5.44%	四川	47.00	6.11%
6	河南	104.62	4.46%	河北	34.87	4.53%
7	河北	100.33	4.28%	河南	32.93	4.28%
8	安徽	94.57	4.03%	安徽	29.55	3.84%
9	湖北	89.16	3.80%	湖南	28.33	3.68%
10	湖南	85.72	3.66%	上海	26.02	3.38%
合计		**1,342.60**	**57.26%**	**-**	**454.50**	**59.08%**

2018 年至 2020 年，天猫、京东、拼多多前 10 大销售地区较为稳定，主要集中在经济发达或周边省份，不存在异常。

综上，申报会计师针对发行人业务管理系统、WMS 系统、用友财务系统一般控制、应用控制、数据校验等重要控制及节点进行了测试，能涵盖覆盖发行人各业务关键环节，同时并通过数据验证的方式进一步核对了业务数据和财务数据一致性，通过数据分析验证了发行人收入的真实性、准确性、完整性。保荐机构复核 IT 审计相关程序及结果，不存在异常。

经执行以上核查程序，保荐机构、申报会计师认为，发行人已经建立了与自身经营活动相适应的信息系统，并覆盖了各业务关键环节，发行人在 IT 治理与管理、系统运维、信息安全、系统开发及程序变更管理等信息系统一般控制领域的关键控制活动设计、执行有效；发行人与销售、采购相关的系统关键应用控制活动设计、执行有效，各业务系统能够准确记录业务数据，系统之间对数据传输真实、准确、完整。发行人信息系统是可以依赖的，能够支持发行人收入真实性、准确性及完整性的结论。

（十一）针对收入真实性的核查程序、核查比例、核查结论

1、执行内控测试

了解和评价与收入确认相关的内部控制设计的有效性，并进行了穿行测试，测试了关键控制设计的有效性及内控控制的实施情况；针对穿行测试确认的内控制度，选取样本进行了控制测试，测试了内控控制实施的有效性，具体流程如下：

（1）核查新增客户的相关资料，对销售人员及销售负责人进行访谈，测试公司的新增客户的管理办法执行情况；经过测试，新增客户满足发行人制定的《销售管理制度》；

（2）检查与收入确认相关的合同、签收单、发票、物流单据，访谈发行人管理层，测试收入确认的金额和时间点是否正确，收入是否真实，是否满足企业会计准则的要求；经过测试，销售合同、签收单、发票、物流单据核对无异常，销售收入真实完整；

（3）检查客户的回款单据，访谈发行人管理层，测试回款是否直接来源于客户，是否存在第三方代付款的情况；经过测试，报告期存在部分第三方代付款情况，具体统计数据如下：

类型	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方回款金额（万元）	5,759.04	3,839.76	3,322.94
主营业务收入金额（万元）	188,566.86	147,972.41	106,649.26
第三方回款金额占比	3.05%	2.59%	3.12%

2、执行走访程序

中介机构对报告期内发行人主要客户进行了实地走访，统计如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合并报表应收账款	21,649.77	16,028.66	11,751.85
应收走访金额	8,293.93	4,166.10	2,291.26
占比	38.31%	25.99%	19.50%
合并报表营业收入	193,091.04	152,236.29	110,462.06
走访收入金额	85,608.10	74,622.34	59,491.15
占比	44.34%	49.02%	53.86%

按照业务板块划分，走访核查的具体情况如下：

（1）针对公司的医药代理业务，对报告期内主要客户进行了走访，对客户的基本情况、客户与公司之间是否存在关联关系、公司销售金额与其经营规模的匹配性、购销数据的真实准确性等进行了走访核查。

报告期内，共计走访了 220 家代理业务主营业务收入客户、5 家服务收入客户，具体走访核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款	10,832.88	8,276.04	6,405.75
应收走访金额	7,317.94	3,576.61	2,291.26
占比	67.55%	43.22%	35.77%
代理业务总收入（含服务收入）	52,368.88	44,437.09	36,187.37
走访收入金额	20,764.63	16,479.99	12,965.03
占比	39.65%	37.09%	35.83%

（2）针对零售业务，通过走访企业的门店，核查门店营业资质、药师资质、分区陈列等，在营业高峰时期观察门店销售收银的过程，销售完成后录入系统，核查收银凭证与业务管理系统数据，并实地抽盘门店中的部分药品与系统中的数量对比，比对系统出货与医保系统，核查门店现金余额、现金收款及备用金的匹配性。

报告期内，共计走访了 174 家门店以及 36 家服务收入客户，零售业务的走访收入情况占比如下：

单位：万元

项目	2020 年度 /2020 年 12 月 31 日	2019 年度 /2019 年 12 月 31 日	2018 年度 /2018 年 12 月 31 日
零售业务总收入（含服务收入）	133,483.87	106,991.72	74,273.61
走访门店及服务收入金额	61,547.91	57,620.66	46,526.12
占比	46.11%	53.86%	62.64%

（3）针对终端集采业务，对报告期内主要客户进行了走访与确认，对客户的基本情况、客户与公司之间是否存在关联关系、公司销售金额与其经营规模的匹配性、购销数据的真实准确性等进行了走访核查。

报告期内，共计走访了 18 家终端集采主营业务收入客户及 3 家服务收入客户，具体走访核查情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
应收账款	1,946.23	873.76
走访金额	975.99	589.51
占比	50.15%	67.47%
终端集采业务总收入（含服务收入）	7,180.10	797.97
走访收入金额	3,295.56	521.69
占比	45.90%	65.38%

通过以上走访，上述走访客户与公司不存在关联关系，公司销售金额与客户经营规模对比不存在异常，销售数据经客户确认无异常。

3、执行函证

中介机构对报告期内发行人主要客户进行了函证，统计如下：

单位：万元

函证科目	项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收入	合并报表营业收入	193,091.04	152,236.29	110,462.06
	发函金额	86,814.11	65,741.06	46,994.17
	发函比率	44.96%	43.18%	42.54%
	回函金额	66,278.04	49,795.37	35,502.30
	回函比率	76.34%	75.74%	75.55%
应收账款	合并报表应收账款	21,649.77	16,028.66	11,751.85
	发函金额	13,826.12	9,839.41	6,763.44
	发函比率	63.86%	61.39%	57.55%
	回函金额	9,900.63	7,181.23	4,668.91
	回函比率	71.61%	72.98%	69.03%

按照业务板块划分，函证核查的具体情况如下：

（1）代理业务

公司代理业务客户众多，本次函证抽取的客户主要从以下方面来确定客户的发函样本：客户的销售金额、客户的期末应收余额、报告期的收入变动、是否新

增客户等维度一共抽取了414家代理业务主营业务收入客户及5家服务收入客户对其报告期内的收入和各年期末余额进行发函。具体明细如下：

①收入

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
代理业务总收入	52,368.88	44,437.09	36,187.37
发函金额	25,211.78	21,376.46	16,813.65
发函比率	48.14%	48.10%	46.46%
回函金额	20,523.15	17,116.87	13,167.07
回函比率	81.40%	80.07%	78.31%

②应收账款

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
应收账款	10,832.88	8,276.04	6,405.75
发函金额	5,519.50	4,002.99	2,942.07
发函比率	50.95%	48.37%	45.93%
回函金额	4,458.65	3,142.79	2,191.16
回函比率	80.78%	78.51%	74.48%

（2）零售业务

零售业务主要为连锁药店门店销售，本次对主要地区医保中心、135家服务收入客户进行发函，具体明细如下：

①收入

单位：万元

项目	2020年度	2019年度	2018年度
零售业务总收入	133,483.87	106,991.72	74,273.61
发函金额	57,778.44	43,787.48	30,180.52
发函比率	43.28%	40.93%	40.63%
回函金额	41,931.00	32,101.38	22,335.23
回函比率	72.57%	73.31%	74.01%

②应收账款

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款	9,797.04	7,479.83	5,783.83
发函金额	7,123.64	5,180.28	3,821.37
发函比率	72.71%	69.26%	66.07%
回函金额	4,259.00	3,382.30	2,477.75
回函比率	59.79%	65.29%	64.84%

（3）终端集采

公司终端集采业务基本从 2019 年开始开展，目前业务规模较小，本次抽取报告期发生额较大的客户进行函证。

①收入

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
终端集采业务总收入	7,180.10	797.97
发函金额	3,823.89	577.12
发函比率	53.26%	72.32%
回函金额	3,823.89	577.12
回函比率	100.00%	100.00%

②应收账款

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
应收账款	1,946.23	873.76
发函金额	1,182.98	656.14
发函比率	60.78%	75.09%
回函金额	1,182.98	656.14
回函比率	100.00%	100.00%

通过以上函证核实，客户收入真实完整，无异常。

4、执行实质性分析程序

（1）将报告期内营业收入进行比较，分析营业收入的波动是否存在异常。对营业收入出现较大幅度波动的，分析原因并判断合理性，获取证据核实公司解

释的原因是否属实；

（2）分析报告期内营业毛利或净利润的增长变动与营业收入的增长变动是否存在异常；

（3）分析主要客户是否存在异常变化，主要客户收入在报告期内波动情况、不同月份销售收入的波动情况是否异常，检查是否存在集中销售的情况；

（4）计算报告期内主要产品的各期毛利率，分析波动原因；

（5）计算报告期内重要客户的销售毛利率，分析波动原因；

（6）分析营业收入与销售费用（销售人员薪酬、差旅费、运费等）之间的关系是否存在异常，并查明原因。

5、执行细节测试

（1）对销售过程中的单据进行核查

①针对医药代理业务：获取了报告期内医药代理的销售明细表、应收账款明细账，通过采用大额抽查及随机抽查两种抽样方法，获取了销售合同、销售发货记录、客户签收记录、销售发票及客户回款单据等，并销售合同、发货记录、物流信息进行核对，分析是否存在异常；

②针对零售业务：获取了报告期内零售业务的销售明细表，通过采用随机抽样方法，查阅购药患者档案信息、医院开具的购药处方/疾病诊断证明文件、客户签收记录、销售发票、医保系统结算信息等，将购药患者姓名、药品名称、数量、规格、销售单价等信息与公司销售出库信息、医保系统结算信息进行核对；

（2）核查公司与客户之间是否存在关联关系：在国家企业信用信息网站、企查查、天眼查等网站查询了主要客户的工商信息，检查公司与主要客户之间是否存在关联关系；

（3）对客户回款执行双向核对：对公司基本账户及主要银行账户执行银行流水核查程序，对单笔金额较大银行交易记录，从银行流水到财务记录和从财务记录到银行流水实行双向核对，对大额回款记录中的回款单位名称、回款金额、回款时间与入账信息予以重点关注及核对；

（4）对主要客户往来余额账龄进行检查，分析应收账款余额是否合理：结合公司对主要客户的销售额、回款进度、信用期等对比分析主要客户往来余额在各期末的变化情况，了解实际回款进度与合同约定信用期的差异情况以及是否符合正常的商业习惯。

6、核查董监高的银行流水

获取了发行人及实际控制人、董监高及其他关联方于报告期内的银行流水核查了金额 5 万元以上的大额资金往来对方信息及交易背景，发行人及其实际控制人、董监高及其他关联方与报告期各期重要客户、供应商或其实际控制人、实际控制人控制的企业不存在异常的资金往来。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人收入真实。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）除 IT 审计、收入外，针对其他项目的核查程序

1、查阅发行人关于报告期内销售明细及现金收款统计表，抽查涉及现金收款的销售所对应的销售合同、发票、物流单据、记账凭证等相关单据，了解公司现金交易相关收入确认及成本核算的原则与依据，核查发行人现金收款的真实性；

2、抽查发行人现金交易的对手方名单，核查现金交易客户是否与发行人存在关联关系；

3、通过查阅同行业可比公司公开信息，对比了解该情况是否符合行业惯例，发行人现金交易比例与同行业可比公司是否存在较大差异；

4、取得并查阅发行人关于现金管理制度及内部控制制度，并核查相关制度执行的有效性；

5、取得发行人第三方回款统计表，核查第三方回款相关方是否与发行人存在关联关系，分析报告期内第三方回款变动的原因；

6、抽查第三方回款所对应的销售合同、客户授权收款书、发票、银行回单、物流单据等相关凭证，核查发行人第三方回款的真实性；

7、访谈公司财务总监，了解第三方回款及其变动的原因、具体整改措施，并核查有效性情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内各项业务收入增长原因合理，与同行业可比公司相比不存在重大差异；影响收入增长的主要因素合理，发行人未来营业收入能保持持续增长；报告期内收入与净利润变动差异具有合理原因；

2、发行人在全国开展代理业务具有商业合理性，符合行业惯例；发行人与主要代理客户签订合同主要内容及主要代理品牌、代理产品不存在异常，发行人对独家代理权情况进行了充分披露，代理权具体期限情况合理，与主要代理客户的合作具有可持续性；发行人对丧失代理权的风险也进行了充分的风险提示；

3、报告期内，发行人代理收入中贴牌代理与非贴牌代理的收入构成情况不存在异常，主要代理产品的销售金额及占比情况正常，销售单价变化的原因具有合理性，报告期内不存在大幅调整产品价格基准的异常情形；报告期内主要代理产品的采购价格变化情况正常，主要代理产品毛利率变动原因具有合理性；

4、报告期内，发行人在安徽省内、省外各地区零售门店数量、平均门店收入、平均门店客单量、客单价等指标均不存在异常，上述指标报告期内未发生较大异常变动，上述指标与同行业可比公司之间的差异原因具有合理性；

5、针对零售业务的信息系统和内部控制制度健全，相关信息系统及内部控制能够支持零售业务进行真实、准确、完整的会计核算；

6、报告期内，发行人线上销售各电商平台的店铺名称、销售收入及占比情况正常，不同电商平台销售产品不存在重大差异；线上销售的具体收入确认政策符合企业会计准则的规定，退换货政策不存在异常；

7、发行人服务收入的业务实质是供应商单独购买的营销服务，市场推广费用等确认为销售费用符合企业会计准则规定；服务收入单独签订协议，与代理业务不构成一揽子交易，对下游销售价格通常不产生影响，可能会对产品购销毛利率产生一定的间接影响；

8、报告期内，发行人现金交易的客户不属于发行人关联方；现金交易具有可验证性；发行人现金交易的比例与同行业可比公司不存在较大差异；发行人已制定较为健全的现金管理制度及内部控制制度，并有效执行；

9、发行人 2020 年第三方回款金额增长的原因具有合理性；发行人已制定关于第三方回款的具体整改措施，相关措施具有有效性；

10、发行人已经建立了与自身经营活动相适应的信息系统，并覆盖了各业务关键环节，发行人在 IT 治理与管理、系统运维、信息安全、系统开发及程序变更管理等信息系统一般控制领域的关键控制活动设计、执行有效；发行人与销售、采购相关的系统关键应用控制活动设计、执行有效，各业务系统能够准确记录业务数据，系统之间对数据传输真实、准确、完整。发行人信息系统可以依赖，能够支持发行人收入真实性、准确性及完整性的结论；

11、发行人收入具有真实性。

问题十五、关于客户

申报材料显示：（1）公司代理业务客户主要为零售连锁药店，客户主要为零售连锁药店，覆盖国内多数省份，客户数量众多，且较为分散，即使按照同一控制口径进行合并统计，公司对单一客户的销售占比均低于 3%，未形成对某一个客户的严重依赖。（2）基于医药零售行业业务特点，公司医药零售业务的客户主要为个人消费者。（3）公司终端集采业务刚刚起步，报告期客户主要集中在安徽省内。随着业务的不断拓展，前五大客户的收入占比迅速下降。除好之佳大药房为发行人参股 19%的企业外，公司及董事、监事、高级管理人员未在其他主要客户中占有权益，与其他主要客户之间不存在关联关系。

请发行人：

（1）补充披露各项业务获取客户的主要方式，与客户签订销售合同的主要条款；与客户的合作期限，各项业务收入是否具有可持续性；

（2）补充披露报告期内各项业务前五大客户的销售金额变动情况及原因、合理性；同一产品不同客户之间毛利率的差异原因，同一客户不同年度收入、毛利率变动的原因；

（3）补充披露代理业务客户是否与其他同行业公司进行合作，合作方式是否存在差异及差异原因；发行人与代理业务客户的合作方式是否符合行业惯例，是否存在不合规情形；

（4）补充披露零售业务客户消费金额的分布情况，报告期内零售业务客户数量的变动情况，是否存在单一客户消费金额较大情形，是否存在同一客户同时在多地门店进行消费等异常情况；

（5）补充披露报告期各期客户与供应商重叠情形下全部销售金额及占比、采购金额及占比、定价是否公允、涉及的客户或供应商数量，与同行业可比公司比较情况；

（6）补充披露报告期各期线上销售模式下，同一买家在多个线上平台或店铺购买公司产品的重复购买情况，购买公司每款产品的重合买家及重叠率情况，单个买家大额采购情况，报告期内公司是否存在“刷单”情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露各项业务获取客户的主要方式，与客户签订销售合同的主要条款；与客户的合作期限，各项业务收入是否具有可持续性；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/1、代理业务的主要运营模式”、“第六节/一/（三）/2、零售业务的主要运营模式”、“第六节/一/（三）/3、终端集采业务的主要运营模式”中进行了补充披露。

1、各项业务获取客户的主要方式

（1）代理业务

发行人代理业务的主要客户为零售连锁药店。**在总部营销中心的统一管理下，由各省区客户经理和地区客户经理，通过主动拜访、网络途径开发、参加行业会议活动、老客户介绍等多种方式与客户建立初步联系，通过市场化商务洽谈的方式确定合作关系并获取订单。**

（2）零售业务

发行人零售业务的主要客户为个人消费者。发行人拥有遍布多地的实体零售门店，服务于周边小区或商圈，一般情况下消费者根据购药需求，主动进店选购。同时，公司也会通过各式各样的促销活动吸引个人消费者。

（3）终端集采业务

发行人终端集采业务的主要客户为单体药店或小型连锁药店。**获取客户的方式与代理业务也基本类似，通过主动拜访、老客户介绍等多种方式与客户建立联系，不定期在线上、线下组织各式各样的推介会、宣讲会、分享会，积极宣**

传终端集采合作模式，最后经市场化谈判，与各地小微药店客户建立业务合作关系。

2、各项业务销售合同的主要内容

（1）代理业务

发行人与客户签订的销售合同的主要内容总结如下：

主要方面	具体内容
购买方	主要客户为零售连锁企业。
区域	销售区域仅限客户所属门店，不得跨区域销售。
合同期限	基本为 1 年。
双方主要约定	1、下游客户在自营终端内双方合作产品达到一定铺货率，并提供合作产品的库存、流向等信息； 2、发行人应积极保护双方合作产品的终端零售价格，并配合下游客户做好同城维价以及开展终端促销活动； 3、未经发行人书面委托，下游客户不得与发行人业务人员发生调货、借货、付现等行为。
市场保护	1、下游客户不得低于发行人规定的最低市场保护价格销售； 2、下游客户不允许在网络电商平台发布信息和销售。
结款方式	账期一般为 30-60 天。
交货约定	发行人承担从仓库到下游客户指定收货地点的运输费，提货费由下游客户承担。
退换货约定	若出现质量问题，需经过药品权威机构检验后发行人进行退换货。

（2）零售业务

零售业务的主要客户为个人消费者，顾客进店选购，支付商品款并取得购物凭据，不签订销售合同。

（3）终端集采业务

根据发行人与单体药店、小型连锁药店等零售客户签订的合作协议，双方实际执行的主要条款总结如下：

项目	实际执行的主要条款
销售产品	发行人提供全品类供应。自营品种原则上购进。
合同期限	3 年
质量管理	发行人需要确保向下游客户配送的商品符合 GSP 要求，如商品出现质量问题，经双方确认后发行人承诺无条件退换货。
价格管理	汇达药业实行寻价、比价采购，降低采购成本，保障客户享受集采成

项目	实际执行的主要条款
	本优势；自营品种零售价在市场价格基础上由双方协商确定，约定后无书面变更通知不得更改。
商品配送	发行人承担运费。
保证金	下游客户需支付一定金额的保证金。
结算方式	一般情况下，发行人给予客户 45-60 天账期，双方对账结算。

3、各项业务与客户的合作期限以及收入可持续性

（1）代理业务销售协议通常为一年一签，预计未来代理收入具有良好可持续性

代理业务销售协议通常为一年一签。报告期内，发行人代理的品规数量超过 400 个，从药品逐步向器械、保健品等种类延伸，形成了以呼吸感冒、心脑血管、抗生素、补益、消化系统、妇儿六大系列为主的产品系列。另一方面，发行人目前拥有涵盖 26 个省市地区的全国性营销网络，形成了“总部管理+省区经理+地区经理”的营销团队，未来公司通过加大营销力度，拓展新客户的同时深挖已有客户对新产品的需求，通过良好的产品市场竞争力和服务口碑，持续获得业务机会。

报告期内，公司代理业务分别实现主营业务收入 34,870.10 万元、43,894.93 万元和 52,175.87 万元，年均复合增长率为 22.32%，代理业务收入增长态势良好，具有可持续性。

（2）零售业务与个人消费者之间不存在具体合作期限，预计未来零售收入具有良好可持续性

零售业务的主要客户为个人消费者，顾客根据自身需求选购商品，不存在具体合作期限。零售门店覆盖周边小区或商圈，客流稳定。门店数量的多少是影响公司零售业务收入的最直接因素。报告期内，公司新增门店数量分别为 232 家、66 家和 164 家，零售业务实现主营业务收入 71,779.16 万元、103,354.66 万元和 129,222.19 万元，年均复合增长率 34.17%。未来，公司将继续保持稳健的门店扩张速度，同时着力提升已有门店的运营效率，预计未来零售收入具有良好持续性。

（3）终端集采业务销售协议通常为三年一签，预计未来终端集采收入具有良好可持续性

发行人终端集采协议通常为三年一签。截至 2020 年底，我国医药零售行业的连锁化率仅 56.50%，仍然偏低，单体零售药店达 24.10 万家，数量占比接近一半。数量庞大的小微药店由于体量小，常常面临着厂家控货、货源不稳定、采购成本高、物流与仓储费用高、网上药店带来市场冲击等经营难题。发行人拥有全省最多的自营门店，是全国前 30 强零售药店，日常销售的药品约一万种，丰富的上游供应链资源以及较为完善的物流配送体系，完全可以满足普通小微药店的品种需求。

2019 年度、2020 年度，公司终端集采业务实现主营业务收入 722.81 万元、7,116.08 万元，发展较快。可比公司药易购终端纯销业务收入也保持了每年 25%以上的较高速增长。公司终端集采营业收入增长趋势与同行业可比上市公司药易购（300937.SZ）保持一致，符合行业快速发展现状。预计未来终端集采业务收入具有良好持续性。

（二）补充披露报告期内各项业务前五大客户的销售金额变动情况及原因、合理性；同一产品不同客户之间毛利率的差异原因，同一客户不同年度收入、毛利率变动的原因；

发行人已在招股说明书“第六节/三/（二）前五大主要客户情况”、“第八节/十/（四）/2、主营业务毛利率分析”、“第八节/十/（四）/5、同一产品不同客户之间的毛利率分析”、“第八节/十/（四）/6、同一客户不同年度毛利率变动情况分析”中进行了补充披露。

1、各项业务前五大客户的销售情况

（1）代理业务

报告期内，发行人代理业务各年度前五大客户的销售金额变动情况如下：

单位：万元

序号	代理业务主要客户	报告期内销售收入			变化趋势	变化原因
		2020 年	2019 年	2018 年		
1	辽宁天益	977.20	938.12	689.10	逐年上升	加大开拓力度，销售逐

序号	代理业务主要客户	报告期内销售收入			变化趋势	变化原因
		2020 年	2019 年	2018 年		
	堂大药房医药连锁有限公司					年增长
2	益丰大药房连锁股份有限公司	855.06	1,046.08	922.89	2018-2019 收入上升，2020 年收入有所下降	2020 年销售下降的主要原因系主要单品（兰索拉唑片）因生产厂家召回影响当期销售
3	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司	303.78	269.47	135.04	逐年上升	加大开拓力度，销售逐年增长
4	山东联众医药连锁有限公司	295.09	250.78	135.11	逐年上升	加大开拓力度，销售逐年增长
5	瑞人堂医药集团股份有限公司	282.12	204.97	103.72	逐年上升	加大开拓力度，销售逐年增长
6	重庆捷利信医药有限责任公司	238.62	257.52	66.46	2018-2019 收入上升，2020 年收入略有下降	2020 年销售下降的主要原因系当地疫情管控政策对于部分品种销售有一定限制，导致收入略有下滑
7	成大方圆医药集团有限公司	181.25	255.48	223.99	2018-2019 收入上升，2020 年收入有所下降	2020 年销售下降的主要原因是 2020 年 7 月被国药控股全资收购，原采购体系被逐步整合，业务合作量受到一定影响
8	一心堂药业集团股份有限公司	114.60	272.19	331.76	逐年下降	2020 年主要单品（兰索拉唑片）因生产厂家召回影响当期销售
9	重庆澳洲玛集团有限公司	73.89	125.89	292.70	逐年下降	该客户采购的主要为阿胶类补益类产品，2019 年起受宏观经济和消费者消费习惯变化的影响，阿胶类产品的消费群体和需求被压缩，造成销售逐年下降

（2）零售业务

基于医药零售行业特点，公司零售业务以门店为服务载体，面向个人消费者。报告期内，发行人零售业务各年度前五大门店的销售金额变动情况如下：

单位：万元

序号	零售业务主要门店	报告期内销售收入			变化趋势	变化原因
		2020 年	2019 年	2018 年		
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	1,662.49	1,836.45	1,857.58	2018-2019 年收入基本稳定，2020 年收入略有下降	2020 年，该门店受所处区域城建改造及道路施工等因素影响，收入有所下滑
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	1,249.31	1,539.56	1,315.79	2018-2019 年收入上升，2020 年收入下降	院边店，2020 年受疫情影响较大，医院人流量下降幅度较大，导致收入有所下降
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	1,230.40	1,107.62	973.94	逐年上升	成熟门店稳步增长，020 引流带动销售
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	890.26	989.64	935.58	2018-2019 年收入基本稳定，2020 年收入有所下降	院边店，2020 年受疫情影响较大，医院人流量下降幅度较大，导致收入有所下降
5	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	766.64	736.84	684.28	逐年上升	成熟门店稳步增长，020 引流带动销售
6	亳州国胜大药房连锁有限公司盖福祥光明小区店	519.72	849.64	92.75	2018-2019 年收入上升，2020 年收入下降	2018 年 12 月收购门店，当年仅有 1 个月销售；2020 年，该门店受所处区域城建改造及道路施工等因素影响，收入有所下滑

（3）终端集采业务

报告期内，发行人终端集采业务各年度前五大客户的销售金额变动情况如下：

单位：万元

序号	终端集采主要客户	报告期内销售收入		变化趋势	变化原因
		2020 年	2019 年		
1	安徽好之佳大药房连锁有限公司	861.34	149.49	上升	终端集采业务于 2019 年第四

序号	终端集采主要客户	报告期内销售收入		变化趋势	变化原因
2	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	717.15	78.96	上升	季度起步，首年收入基数小。随着业务推进，对主要客户的收入增长较快
3	金寨县百草堂大药房有限公司	561.29	59.90	上升	
4	安徽时珍堂大药房连锁有限公司	295.32	20.03	上升	
5	宿松县德胜医药有限责任公司宿松大药房总店	290.81	86.68	上升	
6	合肥市百福生大药房连锁有限公司	229.57	93.11	上升	

2、同一产品不同客户之间的毛利率分析

（1）代理业务

报告期内，发行人代理业务产品与客户相对分散，单个品规对单一客户的销售收入规模较小。单个品规由于统一采购，不同客户之间的成本不存在重大差异。单个品规不同客户之间的毛利率差异，主要系发行人根据合作历史、业务规模、结算条件、产品效期等因素，基于市场化商业谈判，在不同客户之间销售价格存在一定的差异所致。

①2020 年度

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	29.83%	第 1 位	83.05	27.54%
		第 2 位	66.77	28.33%
		第 3 位	58.63	21.42%
		第 4 位	46.09	30.09%
		第 5 位	39.57	27.97%
口洁喷雾剂	58.35%	第 1 位	183.25	37.03%
		第 2 位	51.05	51.70%
		第 3 位	39.66	51.83%
		第 4 位	39.31	53.60%
		第 5 位	36.03	51.34%
黄芪精	46.85%	第 1 位	34.51	48.92%
		第 2 位	30.86	52.73%
		第 3 位	25.87	51.88%

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
		第 4 位	23.77	51.37%
		第 5 位	23.75	22.79%
雷贝拉唑钠肠溶胶囊	25.72%	第 1 位	63.25	15.40%
		第 2 位	47.83	15.40%
		第 3 位	24.55	15.77%
		第 4 位	22.68	20.02%
		第 5 位	20.71	15.77%
阿莫西林胶囊	36.06%	第 1 位	54.78	32.94%
		第 2 位	31.35	39.61%
		第 3 位	29.15	34.08%
		第 4 位	28.66	33.42%
		第 5 位	28.58	32.61%

②2019 年度

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
（国胜牌）阿胶	38.72%	第 1 位	84.76	28.74%
		第 2 位	60.72	39.79%
		第 3 位	48.41	44.81%
		第 4 位	42.86	44.77%
		第 5 位	39.22	31.64%
口洁喷雾剂	53.36%	第 1 位	185.20	31.91%
		第 2 位	35.87	47.14%
		第 3 位	32.18	45.10%
		第 4 位	22.31	45.18%
		第 5 位	21.57	40.75%
雷贝拉唑钠肠溶胶囊	1.56%	第 1 位	25.66	-30.65%
		第 2 位	22.14	-13.52%
		第 3 位	18.32	6.01%
		第 4 位	16.69	-9.34%
		第 5 位	15.99	12.80%
缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	29.14%	第 1 位	51.75	27.30%
		第 2 位	49.87	24.06%

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
		第 3 位	44.96	27.64%
		第 4 位	42.58	30.19%
		第 5 位	42.31	24.99%
阿莫西林胶囊	32.79%	第 1 位	77.41	30.60%
		第 2 位	46.88	18.34%
		第 3 位	29.15	32.65%
		第 4 位	27.82	11.71%
		第 5 位	22.61	34.00%

③2018 年度

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
（国胜牌）阿胶	41.71%	第 1 位	86.01	33.90%
		第 2 位	77.04	25.27%
		第 3 位	69.29	47.74%
		第 4 位	59.77	34.55%
		第 5 位	44.14	30.31%
口洁喷雾剂	58.67%	第 1 位	169.92	34.32%
		第 2 位	32.72	46.27%
		第 3 位	26.21	43.23%
		第 4 位	26.12	47.82%
		第 5 位	19.19	52.65%
雷贝拉唑钠肠溶胶囊	-12.08%	第 1 位	35.85	-24.28%
		第 2 位	20.80	-24.06%
		第 3 位	20.77	-32.37%
		第 4 位	15.33	-16.92%
		第 5 位	14.11	-20.88%
缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	35.42%	第 1 位	62.86	34.93%
		第 2 位	42.44	34.94%
		第 3 位	32.31	30.74%
		第 4 位	31.00	34.95%
		第 5 位	26.65	35.42%
格列齐特片	36.08%	第 1 位	35.41	13.83%

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
		第 2 位	31.80	25.98%
		第 3 位	22.17	35.93%
		第 4 位	18.51	35.71%
		第 5 位	17.01	36.40%

（2）零售业务

公司零售业务采用直营经营模式。所有门店均由总部全资开设，在总部的直接管理下统一经营。药房各门店在公司统一制定的价格策略和营销策略下向终端消费者销售商品。不同顾客购买同一产品的价格与毛利率不存在实质性差异。

（3）终端集采业务

发行人终端集采业务面向单体药店和小型连锁药店。发行人该业务起步于 2019 年，根据终端集采业务的行业惯例，以及考虑培育业务快速成长等因素，发行人在终端集采业务上采取低毛利销售策略。

针对感冒灵颗粒、施慧达等市场流通量大、价格较为透明的商品，发行人通常选择平价或低价销售，以提升采购规模。

针对硝苯地平缓释片（II）等发行人自营代理产品，发行人内部为培育终端集采业务，内部结算价格基本按照代理业务的采购价格定价，因此终端集采业务在自营代理产品上具有较好的毛利率水平。

综上，公司终端集采业务采用统一的销售定价策略，不同客户购买同一产品的价格与毛利率不存在重大差异。

①2020 年度

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
复方阿胶浆（无蔗糖）	2.99%	金寨县百草堂大药房有限公司	15.12	5.08%
		安徽好之佳大药房连锁有限公司	5.30	5.20%
		宿松县治贺医药有限公司	4.78	-1.70%

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
		阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	3.51	3.49%
		宿松县德胜医药有限责任公司	2.18	-4.06%
感冒灵颗粒	-0.22%	安徽好之佳大药房连锁有限公司	8.32	0.00%
		寿县华仁堂大药房连锁有限公司	6.51	0.00%
		阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	5.23	0.00%
		安徽时珍堂大药房连锁有限公司	4.04	-0.02%
		合肥市百福生大药房连锁有限公司	3.84	0.00%
苯磺酸左氨氯地平片（施慧达）	-0.28%	宿松县德胜医药有限责任公司	7.67	0.00%
		安徽时珍堂大药房连锁有限公司	3.86	0.00%
		安徽好之佳大药房连锁有限公司	3.04	0.00%
		合肥市百福生大药房连锁有限公司	2.88	0.00%
		金寨县百草堂大药房有限公司	2.52	0.00%
东阿阿胶（铁盒）	0.26%	宿松县德胜医药有限责任公司	7.75	0.00%
		淮南市福之源大药房有限公司	6.45	0.00%
		安徽好之佳大药房连锁有限公司	4.17	0.00%
		安徽时珍堂大药房连锁有限公司	3.45	0.77%
		宿松县治贺医药有限公司	3.20	0.00%
硝苯地平缓释片（II）	36.40%	安徽华源医药集团股份有限公司	8.50	40.00%
		安徽延生药业有限公司	4.35	35.47%
		淮南市恒康医药有限公司	2.55	32.50%
		安徽省鸿福堂大药房零售连锁有限公司	2.55	38.96%
		安徽瑞合医药有限公司	2.34	27.12%

②2019 年度

2019 年四季度，终端集采业务刚刚起步，销售规模较小，普遍平价让利销售。

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
复方阿胶浆（无蔗糖）	0.00%	金寨县百草堂大药房有限公司	7.64	0.00%
		宿松县德胜医药有限责任公司	6.48	0.00%
		宿松县治贺医药有限公司	2.63	0.00%
		阜阳好之佳大药房零售连锁有限公司	1.30	0.00%
		合肥市百福生大药房连锁有限公司	1.25	0.00%
磷酸奥司他韦颗粒（可威）	0.00%	阜阳好之佳大药房零售连锁有限公司	6.02	0.00%
		阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	3.28	0.00%
		合肥市百福生大药房连锁有限公司	1.30	0.00%
		安徽时珍堂大药房连锁有限公司	0.91	0.00%
		合肥国思大药房有限公司	0.84	0.00%
东阿阿胶（铁盒）	0.00%	宿松县德胜医药有限责任公司	4.77	0.00%
		阜阳好之佳大药房零售连锁有限公司	1.71	0.00%
		阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	0.67	0.00%
		合肥市百福生大药房连锁有限公司	0.60	0.00%
		宿松县治贺医药有限公司	0.52	0.00%
复方感冒灵颗粒	0.23%	阜阳好之佳大药房零售连锁有限公司	1.50	0.97%
		合肥市百福生大药房连锁有限公司	0.99	0.00%
		阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	0.45	0.00%
		合肥荣芝大药房有限公司	0.37	0.00%
		宿松县德胜医药有限责任公司	0.35	0.00%
舒筋健腰丸	0.00%	合肥市百福生大药房连锁有限公司	1.27	0.00%
		阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	1.27	0.00%

产品	当年平均毛利率	前五大客户	收入（万元）	毛利率
		阜阳好之佳大药房零售连锁有限公司	1.21	0.00%
		金寨县百草堂大药房有限公司	0.60	0.00%
		安徽省尚好大药房有限公司	0.33	0.00%

3、同一客户不同年度收入、毛利率变动情况

（1）代理业务

报告期内，发行人代理业务主要客户不同年度收入的变动与原因请参见本题之（二）之 1、各项业务前五大客户的销售情况之（1）代理业务。

发行人代理业务主要客户不同年度毛利率变动情况如下：

序号	代理业务主要客户	报告期内毛利率			变化趋势	变化原因
		2020 年	2019 年	2018 年		
1	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	36.52%	37.62%	42.83%	逐年下降	重要客户，随着收入规模的逐年上升，给予的价格优惠力度有所提升
2	益丰大药房连锁股份有限公司	32.60%	34.88%	34.55%	2020 年下降	主要受产品结构影响，2020 年毛利率较高的单品兰索拉唑片收入下降
3	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司	31.94%	31.83%	33.39%	2019 年下降	重要客户，随着收入规模的逐年上升，给予的价格优惠力度有所提升
4	山东联众医药连锁有限公司	47.79%	45.88%	44.45%	逐年上升	引入维生素 E 等新产品，持续优化产品结构
5	瑞人堂医药集团股份有限公司	29.79%	32.37%	42.93%	逐年下降	主要受产品结构影响，部分低毛利率产品（如雷贝拉唑）收入增速较快；同时该客户为重要客户，随着收入规模的逐年上升，给予的价格优惠力度有所提升
6	重庆捷利信医药有限责任公司	37.10%	32.67%	35.64%	2019 年下降，2020 年上升	主要受产品结构影响，2018 年合作规模较小，2019 年起品规种类增加较多，产品结构趋于丰富。2020 年毛利率上升主要是毛利率较低的阿胶产品收

序号	代理业务主要客户	报告期内毛利率			变化趋势	变化原因
						入下降，毛利率较高的黄芪精、阿胶口服液等产品收入上升明显
7	成大方圆医药集团有限公司	31.14%	33.78%	39.00%	逐年下降	该客户被收购，合作减少，产品结构变化较大
8	一心堂药业集团股份有限公司	40.49%	52.84%	51.45%	2020 年下降	主要受产品结构影响，2020 年毛利率较高的单品兰索拉唑片收入下降
9	重庆澳洲玛集团有限公司	39.38%	27.06%	19.37%	逐年上升	主要受产品结构影响，毛利率较低的阿胶产品合作减少

（2）零售业务

报告期内，发行人零售业务主要门店不同年度收入的变动与原因请参见本题之（二）之 1、各项业务前五大客户的销售情况之（2）零售业务。

报告期内，发行人零售业务主要门店不同年度毛利率变动情况如下：

序号	零售业务主要门店	报告期内毛利率			变化趋势	变化原因
		2020 年	2019 年	2018 年		
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	29.40%	29.81%	28.99%	基本稳定	年度间变动主要受产品结构影响，略有差异
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	24.17%	25.13%	23.32%	基本稳定	
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	29.33%	31.09%	30.85%	基本稳定	
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	34.63%	35.15%	34.61%	基本稳定	
5	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	31.87%	32.96%	33.01%	基本稳定	
6	亳州国胜大药房连锁有限公司盖福祥光明小区店	27.59%	27.22%	24.21%	2019 年上升较多，2020 年基本稳定	2018 年末收购门店，商品品类调整优化，加大员工培训，毛利率上升

（3）终端集采业务

报告期内，发行人终端集采业务主要客户不同年度收入的变动与原因请参见本题之（二）之 1、各项业务前五大客户的销售情况之（3）终端集采业务。

发行人终端集采业务主要客户不同年度毛利率变动情况如下：

序号	终端集采主要客户	报告期内毛利率		变化趋势	变化原因
		2020 年	2019 年		
1	安徽好之佳大药房连锁有限公司	7.55%	6.73%	上升	随着业务规模的扩大、采购端议价能力的增强，以及代理业务自营品种销售规模的扩大，终端集采业务对各主要客户的毛利率均呈现上升态势
2	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	7.89%	4.99%	上升	
3	金寨县百草堂大药房有限公司	8.91%	5.70%	上升	
4	安徽时珍堂大药房连锁有限公司	7.44%	5.65%	上升	
5	宿松县德胜医药有限责任公司宿松大药房总店	3.52%	1.48%	上升	
6	合肥市百福生大药房连锁有限公司	5.38%	5.55%	持平	-

（三）补充披露代理业务客户是否与其他同行业公司进行合作，合作方式是否存在差异及差异原因；发行人与代理业务客户的合作方式是否符合行业惯例，是否存在不合规情形；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/1、代理业务的主要运营模式”、“第六节/二/（七）/2、上游行业对本行业影响”中进行了补充披露。

1、除发行人外，代理业务客户与其他同行业公司进行合作

我国医药制造企业数量众多，但每家企业仅拥有为数不多的优势品种，上游总体较为分散。目前，我国医药制造企业数量已达 7,797 家，通过审核的药品注册批件数为 16.69 万个。与此同时，下游销售终端更为分散，根据国家药品监督管理局发布的《2020 年度药品监管统计年报》，截至 2020 年末，全国药品零售连锁企业已达 6,298 家、下辖门店 312,929 家，零售单体药店 240,963 家，零售药店门店总数达到 553,892 家。单个主体对药品品种数量的需求很大，最少也需要配备 2,000 至 3,000 个品种。

在上述产业链格局下，任何单一的医药制造企业都无法仅凭自有的优势品种就能满足下游医药终端对品种齐全度的需求，下游医药终端也无法直接向上千家

制药企业分别采购。因此，**除发行人外，代理业务客户必定与同行业其他公司进行合作，以满足其丰富的品类要求。**

经过多年发展，我国医药连锁企业的采购渠道已经非常成熟，产生了数量众多的医药流通企业。零售药店的供应商大致可分为三类：

（1）以国药控股、九州通等的全国性医药商业企业及其区域子公司，以及所在省内区域领先的批发企业，掌握了大量的工业渠道及品种资源，专业从事药品批发、分销、配送业务。这些批发企业成为零售药店的最主要采购渠道。

（2）以发行人、一品红、易明医药、百洋医药、药易购等公司为代表的从事代理或品牌运营的企业，从上游生产企业处取得了部分产品或品规的销售权，拥有部分产品或品规的独家代理权，营销服务下沉至零售终端，进行连锁直供销售。这些代理企业成为零售药店采购渠道的重要补充。

（3）一些规模较大的医药连锁企业，通过其在当地较强的品牌影响力和产品消化能力，也可以直接与部分生产厂商合作，而不通过分销企业、代理企业。虽然这种厂商直采的金额较小，但有利于提高零售药店采购议价能力和产品掌控力，享受一定的厂家价格体系优惠。

2、代理业务与客户的合作方式与其他同行业公司不存在重大差异，符合行业惯例

发行人代理业务与客户的合作模式为零售连锁直供。在美国等发达国家，药品终端销售渠道以连锁药店为主，医院仅占较小的比例；而在我国，现阶段药品终端销售渠道大部分以医院为主，公立医院在医药产业链中地位强势。随着药品加成取消，国家鼓励医药分开，零售药房的销售比例也会逐步向发达国家靠拢。我国医药零售终端十分分散，更需要专业的销售团队对零售终端进行产品的营销运营，因此未来，营销下沉至零售终端的连锁直供将有较大发展空间。

可比公司	合作模式
一品红	该公司在广东设立了专门的 OTC 销售部门负责连锁药店销售渠道的推广和销售。
易明医药	该公司通过自建的营销团队和营销网络，不断加大对终端市场的产品推广投入，专业化、精细化的经销商代理模式下的销售收入增长显著，直接面向终端市场（区域配送商）和终端客户（医院或药店）的比重不断上升。

可比公司	合作模式
百洋医药	该公司品牌运营业务分为直销和经销两种销售模式。其中直销模式的主要客户为自建配送体系区域的终端客户及全国范围内的零售终端。经过十余年的投入与积累，该公司直接及间接覆盖了 30 余万家零售药店，覆盖范围处于行业领先水平。
药易购	该公司在行业中较早实施“终端为王”的战略，即服务下沉，直接服务社区医药终端和基层医疗机构，提升流通效率。经过多年的坚持，公司逐步实现了客户的转型和优化，截至 2020 年 6 月末，公司已经直接覆盖了四川省内 80%以上的医药连锁企业、60%以上的单体药店和 40%以上的诊所，2019 年度向终端客户直接销售的收入达到 13.07 亿元，占公司收入比例接近 60%。

由上表可知，**行业内从事代理业务的可比上市公司，均存在连锁直供的合作模式。该模式下，代理企业通过其遍布全国的营销网络，采用直销的方式向医药连锁企业销售。发行人代理业务与客户的合作方式与其他同行业公司不存在重大差异，符合行业惯例。**

根据《中华人民共和国药品管理法》等相关法律法规要求，从事经营药品批发业务的经营主体，需要事前审批并取得药品经营许可证、医疗器械经营备案或许可证等资质。**报告期内，发行人拥有从事代理业务所需的全部资质，与客户之间的合作不存在不合规的情形。**

（四）补充披露零售业务客户消费金额的分布情况，报告期内零售业务客户数量的变动情况，是否存在单一客户消费金额较大情形，是否存在同一客户同时在多地门店进行消费等异常情况；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（一）/6、零售业务消费金额分布与客户数量变动分析”中进行了补充披露。

1、零售业务消费金额分布与客户数量变动的情况

（1）零售业务消费金额分布以 500 元以下为主

报告期内，发行人零售业务消费金额分布情况如下：

单位：万单、万元

销售分层		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		订单数量	收入	占总收入的比例	订单数量	收入	占总收入的比例	订单数量	收入	占总收入的比例
线下门	500 元及以下	1,861.53	96,448.18	74.64%	1,613.62	80,085.55	77.49%	1,159.66	55,489.18	77.31%

销售分层		2020 年度			2019 年度			2018 年度		
		订单数量	收入	占总收入的比例	订单数量	收入	占总收入的比例	订单数量	收入	占总收入的比例
店	500-1,000 元（含）	16.55	9,913.27	7.67%	14.52	8,874.81	8.59%	10.78	6,513.87	9.07%
	1,000-5,000 元（含）	4.77	6,761.69	5.23%	4.13	6,058.65	5.86%	3.19	4,662.00	6.49%
	5,000 元以上	0.12	1,021.80	0.79%	0.09	874.94	0.85%	0.09	748.66	1.04%
	合计	1,882.96	114,144.95	88.33%	1,632.36	95,893.96	92.78%	1,173.73	67,413.71	93.92%
线下门店 020	500 元及以下	131.50	4,552.39	3.52%	63.13	2,079.58	2.01%	14.76	1,016.72	1.42%
	500-1,000 元（含）	0.18	113.24	0.09%	0.15	105.76	0.10%	0.01	8.17	0.01%
	1,000-5,000 元（含）	0.03	44.32	0.03%	0.01	17.61	0.02%	0.00	2.48	0.00%
	5,000 元以上	0.00	8.24	0.01%	-	-	-	-	-	-
	合计	131.71	4,718.18	3.65%	63.30	2,202.96	2.13%	14.78	1,027.38	1.43%
线下门店总计		2,014.67	118,863.14	91.98%	1,695.66	98,096.92	94.91%	1,188.51	68,441.09	95.35%
线上 B2C	500 元及以下	166.78	8,696.28	6.73%	80.17	4,246.73	4.11%	48.06	2,265.30	3.16%
	500-1,000 元（含）	1.00	606.36	0.47%	0.69	427.22	0.41%	0.44	259.32	0.36%
	1,000-5,000 元（含）	0.34	576.08	0.45%	0.24	407.22	0.39%	0.17	272.92	0.38%
	5,000 元以上	0.06	480.33	0.37%	0.03	176.58	0.17%	0.01	540.52	0.75%
	合计	168.18	10,359.05	8.02%	81.14	5,257.75	5.09%	48.69	3,338.07	4.65%
零售业务总计		2,182.85	129,222.19	100.00%	1,776.79	103,354.66	100.00%	1,237.19	71,779.16	100.00%

报告期内，公司销售金额分层在 500 元以下（含 500 元）的销售金额合计分别为 58,771.20 万元、86,411.86 万元和 109,696.85 万元，占发行人全部零售业务收入比例为 81.88%、83.61%、84.89%，符合医药零售行业特征。

（2）零售业务客户数量变动的情况

报告期内，发行人零售业务会员客户数量如下：

年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
会员客户数量（万人）	242.55	210.10	162.65

报告期内，随着发行人零售门店数量的增加、覆盖地区的扩张、“国胜大药房”品牌影响力的提升，会员客户数量逐年增加，从 2018 年度的 162.65 万人增至 2020 年度的 242.55 万人。

2、发行人不存在单一客户消费金额畸大的情况

报告期内，发行人不存在单一客户消费金额畸大的情况。发行人各年度累计消费金额前 10 的会员顾客的具体情况如下：

单位：万元

期间	排名	会员号	姓名	消费金额（含税）	主要购买产品类别	具体产品品名
2020 年度	1	2764831	柳**	16.15	皮肤类	复方肝素钠尿囊素凝胶等
	2	463130	郭*	10.92	综合	三七超细粉、东阿阿胶等
	3	4774339	胡**	9.43	婴儿用品	合生元奶粉等
	4	1652329	鞠**	9.30	中药饮片	饮片醋山甲、饮片炮山甲等
	5	1412306	张*	7.61	综合	医用外科口罩、藿香正气水、复方阿胶浆等
	6	1327637	宋**	6.87	防疫类	医用防护口罩、医用外科口罩、蓝芩口服液、健康抑菌洗手液套装等
	7	383796	朱**	6.59	中药饮片	饮片炮山甲、熊去氧胆酸胶囊(优思弗)、饮片炒酸枣仁
	8	1960020	李**	6.52	抗癌类	注射用卡瑞利珠单抗
	9	5238903	孙**	6.33	祛暑提神类	水仙风油精、龙虎人丹
	10	1332820	李*	6.30	防疫类	医用外科口罩、连花清瘟颗粒、防护口罩等
2019 年度	1	4930717	包*	14.25	清洁类	超能天然皂粉等
	2	2554237	王**	9.74	综合	云南七草蚊香液、妮维雅防晒润肤露、藿香正气口服液、邦迪创可贴等
	3	4918638	杨*	9.08	祛暑提神类	六神特效花露水、风

期间	排名	会员号	姓名	消费金额（含税）	主要购买产品类别	具体产品品名
						油精、龙虎清凉油、龙虎人丹等
	4	1053310	刘**	7.90	婴儿用品	合生元奶粉
	5	3663053	杨**	7.83	综合	季德胜蛇药片、云南白药气雾剂等
	6	2694730	蒋**	7.39	综合	胰岛素注射液、卡维地洛片等
	7	4552365	吴**	7.02	免疫类	静注人免疫球蛋白、人血白蛋白等
	8	3856982	梁**	6.72	抗癌类	盐酸安罗替尼胶囊等
	9	2558896	茆**	6.21	综合	厄贝沙坦氢氯噻嗪片、苯磺酸氨氯地平片、格列美脲片等
	10	383796	朱**	6.14	中药饮片	饮片炮山甲、饮片醋山甲等
2018 年度	1	3452328	窦*	20.27	清洁消毒类	超能天然皂粉、六神喷雾驱蚊花露水等
	2	3144734	张*	13.14	祛暑提神类	藿香正气滴丸、云南白药创可贴、水仙风油精等
	3	2332714	王**	9.40	感冒、补益类	复方感冒灵颗粒、复方阿胶浆、东阿阿胶等
	4	463130	郭*	8.02	补益类	复方阿胶浆、储值卡、东阿阿胶、三七粉等
	5	2544869	郑*	7.65	补益类	复方阿胶浆、东阿阿胶等
	6	545549	朱**	5.78	肠胃类	美沙拉嗪灌肠液、美沙拉秦栓等
	7	2276704	朱**	5.47	免疫、抗生素	人血白蛋白、头孢克肟颗粒等
	8	2269302	闫*	5.28	补益、免疫类	东阿阿胶、人血白蛋白、鸿茅药酒等
	9	240296	钟**	4.75	补益类	饮片冬虫夏草、东阿阿胶等
	10	2535110	刘**	4.74	综合	三七粉、东阿阿胶、复方阿胶浆、护肝片等

如上表所示，发行人各年度累计消费金额前 10 大的会员人均消费金额高于正常顾客消费习惯，通过对其消费明细数据的进行分析及部分前十大会员客户的访谈结果，主要原因如下：

①部分会员客户消费购买商品种类较为单一且数量较多主要系其所在单位由于特殊需要（慰问、劳保、福利、防疫）通过门店进行集中团购商品所致。

②阿胶类补益用药及冬虫夏草等名贵中药，售价较高，客户基于自身需求进行大量采购，亦导致会员年度消费较高。

③部分会员客户订单数量较多，购买的商品种类与数量较多且商品平均单价较低，主要系该类会员客户多为私人诊所医师，所购买产品多以中药、医用耗材及低价药品为主，通过会员优惠价格低价采购商品加工制备汤剂、膏剂等中药方剂后进行销售。

④部分会员客户基于自身或亲属长期用药需求，对抗肿瘤、白血病、肠炎用药进行持续购买，而该部分药品单位售价较高，根据病情按疗程持续服用，而导致该部分会员年度购药消费金额较高。

⑤由于新冠疫情爆发，2020 年部分会员客户为家人或单位购买了大量口罩、洗手液、连花清瘟等防疫物资。

综上，发行人各年度累计消费金额前 10 的会员顾客消费金额高于正常顾客消费习惯具有合理性，不存在单一客户消费金额畸大的情况。

3、同一客户同时在多地门店进行消费的情况

选取同一会员同一天在 2 个及以上地级市的门店进行消费将其视为同一客户同时在多地门店进行消费的情况，对其消费数据进行分析，具体情况如下：

单位：万单、万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
同一天多处消费累计客单量	1.06	0.83	0.30
发行人零售总客单量	2,014.67	1,695.66	1,188.51
同一天多处消费客单量占比	0.05%	0.05%	0.02%
同一天多处消费订单累计金额（不含税）	81.66	49.38	16.50

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发行人零售业务线下门店营业收入	118,863.14	98,096.92	68,441.09
同一天多处消费订单金额占比	0.07%	0.05%	0.02%
平均客单价（不含税，元/单）	76.70	59.78	55.86

如上表所示，同一客户同时在多地门店进行消费的订单数量分别为 0.30 万单、0.83 万单、1.06 万单，占比分别为 0.02%、0.05%和 0.05%；订单消费金额分别 16.50 万元、49.38 万元和 81.66 万元，占比分别为 0.02%、0.05%和 0.07%；金额与占比均较低，且平均客单价不存在异常。通过对同一客户当日在不同地区多个门店进行消费的明细数据进行分析及部分会员的访谈结果，主要原因如下：

（1）顾客部分需求的品种在当地门店暂无库存，从其他临近城市门店邮寄的方式销售给顾客，主要涉及 2020 年防疫物资。

（2）顾客在门店消费时报告会员卡关联的手机号即可享受会员价与积分，在不同地市的亲戚好友在进行消费时共同使用此卡，导致每年出现多次同一天在多地消费的情况。

（3）发行人在省内各地市拥有的门店数量众多且分布较广，顾客当日在省内出差、旅游或回家，经过不同地市期间临时在发行人门店进行消费。

综上，公司存在同一客户同时在多地门店进行消费的情况具备合理性。

（五）补充披露报告期各期客户与供应商重叠情形下全部销售金额及占比、采购金额及占比、定价是否公允、涉及的客户或供应商数量，与同行业可比公司比较情况；

发行人已在招股说明书“第六节/三/（二）/4、客户与供应商、客户与竞争对手的重叠情况”中进行了补充披露。

报告期内，发行人客户与供应商重叠主要涉及以下两个方面：

1、收取或支付推广、陈列、促销服务费造成的重叠

随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大品牌销售、提升自身盈利能力，供应商通常希望下游流通企业，在渠道方面给予较强的技术、专业支持和营销配

合，扩大特定品牌或品类药品销售规模，提升盈利能力。具体表现为上游供应商通过向具备市场影响力及销售规模的下游流通企业支付服务费，换取市场推广、展示陈列、促销活动、广告宣传等服务支持。**因收取服务收入造成的客户与供应商重叠情形统计如下：**

单位：万元、家

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
向重叠供应商收取的服务收入	2,359.09	1,737.18	2,300.67
收取服务收入的重叠供应商家数	188	193	165

注：发行人零售业务的直接供应商主要为医药流通企业，收取零售业务服务收入的对方单位通常为最上游的生产企业，因此，报告期内合并报表其他业务收入-服务费收入金额略高于上表统计的重叠金额。

类似地，发行人代理业务也存在向下游药店客户支付陈列促销服务费的情形。

服务收入是医药流通行业常见的盈利模式，同行业可比公司在增值服务模式上相似度较高。因收取或支付服务费产生的客户与供应商重叠、客户与竞争对手重叠具有合理性和行业普遍性。

对标发行人业务	同行业可比公司	服务收入
代理业务	易明医药	为药品生产企业提供产品推广、销售、客户开发等服务，并按推广服务成果收取推广服务费。2018 年-2020 年，市场推广费收入分别为 26,561.63 万元、35,967.59 万元以及 27,422.19 万元。
	百洋医药	为药品生产企业提供消费者教育、产品学术推广、营销策划、商务接洽、产品分销、流向跟踪、供应链管理等服务。2018 年-2020 年，服务收入分别为 400.37 万元、276.66 万元以及 307.22 万元。
零售业务	老百姓	为供应商提供商品宣传、推广等服务、劳务。2018 年-2020 年，服务收入分别为 25,611.84 万元、8,406.34 万元和 10,180.92 万元。
	一心堂	为供应商提供商品宣传、推广等服务。2018 年-2020 年，服务收入分别为 23,071.16 万元、25,139.65 万元和 25,501.06 万元。
	益丰药房	为产品制造商提供终端陈列、广告、促销、收集顾客对产品建议等服务。2018 年-2020 年，服务收入分别为 23,850.12 万元、29,935.35 万元和 33,115.37 万元。
	大参林	针对开展的特定营销活动或者根据商品陈列方式或位置等促销因素，供应商将给予一定促销服务费。2018 年-2020 年，促销服务费分别为 23,078.54 万元、25,906.03 万元和 32,064.16 万元。

对标发行人业务	同行业可比公司	服务收入
	健之佳	供应商与该公司在主题促销、单品营销推广、专项活动促销、会员日促销活动及日常经营中协作开展对顾客的药事服务、促销推广等活动，该公司向供应商收取的服务收入，为促销活动费、市场推广费等收入。2018 年-2019 年，促销服务费分别为 12,267.16 万元和 15,753.85 万元，市场推广费分别为 2,327.29 万元和 3,336.87 万元。
	漱玉平民	为供应商提供柜台展示、促销活动、广告宣传、市场推广等服务，供应商向药店支付服务费。2018 年-2020 年，服务收入分别为 8,947.31 万元、11,572.94 万元和 11,587.62 万元。

注：一心堂、益丰药房和大参林服务收入取自其他业务收入，老百姓服务收入取自主营业务收入-其他

2、代理业务向少数批发企业销售，与零售、终端集采业务板块向批发企业采购造成的重叠

发行人代理业务的客户主要面向连锁终端，除此之外也存在少量医药批发企业。另一方面，发行人零售业务、终端集采业务板块的供应商主要为从事医药批发的商业公司，可能会与代理业务客户存在重叠。因业务多样性产生的客户与供应商重叠具有合理性。

报告期内上述重叠的情形比较普遍，重叠企业均为发行人非关联方，具体如下：

单位：万元

年度	客户供应商重叠家数	重叠销售		重叠采购	
		金额	占发行人营业收入的比例	金额	占发行人采购总额的比例
2020	40 家	1,337.42	0.69%	21,310.47	16.14%
2019	36 家	1,183.79	0.78%	10,821.09	10.75%
2018	29 家	954.52	0.86%	5,952.96	8.61%

针对不同业务板块的购销行为导致的重叠情形，以每年重叠收入排序，报告期内主要重叠企业的情况如下：

单位：万元

公司名称	重合类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售/采购金额	占同类交易的比例	销售/采购金额	占同类交易的比例	销售/采购金额	占同类交易的比例
湖南益丰医药有限公司	代理销售	523.68	1.00%	650.23	1.48%	563.99	1.62%
	零售采购	26.88	0.04%	50.66	0.08%	35.44	0.08%
	终端集采采购	12.84	0.04%	3.28	0.08%	-	-
安徽省肥西县医药公司	代理销售	144.01	0.28%	200.63	0.46%	180.49	0.52%
	零售采购	38.08	0.06%	124.87	0.19%	104.55	0.23%
	终端集采采购	43.19	0.15%	4.85	0.12%	-	-
合肥珀尔达医药有限公司	代理销售	85.76	0.16%	0.82	0.00%	-	-
	零售采购	117.42	0.18%	48.67	0.07%	-	-
	终端集采采购	35.88	0.12%	8.21	0.20%	-	-
安徽华源医药集团股份有限公司	代理销售	79.29	0.15%	31.39	0.07%	-	-
	终端集采销售	10.80	0.15%	-	-	-	-
	代理采购	2.11	0.01%	-	-	-	-
	零售采购	93.64	0.14%	326.62	0.49%	-	-
	终端集采采购	71.35	0.24%	6.97	0.17%	-	-
安徽朗诺医药有限公司	代理销售	69.87	0.13%	-	-	-	-
	终端集采采购	13.06	0.04%	-	-	-	-
国药控股安徽华宁医药有限公司	代理销售	46.29	0.09%	74.63	0.17%	-	-
	终端集采销售	0.95	0.01%	-	-	-	
	零售采购	6,661.55	9.97%	6,181.07	9.34%	-	-
	终端集采采购	2,387.58	8.19%	434.24	10.43%	-	
湖南和盛医药有限公司	代理销售	49.72	0.10%	49.96	0.11%	54.73	0.16%
	零售采购	30.10	0.05%	34.52	0.05%	25.11	0.05%
	终端集采采购	18.16	0.06%	3.88	0.09%	-	
佳木斯金天爱心医药有限公司	代理销售	50.78	0.10%	44.98	0.10%	40.16	0.12%
	零售采购	1.93	0.00%	2.42	0.00%	1.71	0.00%
	终端集采采购	1.39	0.00%	0.56	0.01%	-	-
华润亳州中药有限公司	代理销售	39.93	0.08%	15.90	0.04%	22.68	0.07%
	代理采购	-	-	-	-	4.05	0.02%
	零售采购	130.10	0.19%	264.38	0.40%	-	-

公司名称	重合类型	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		销售/采购金额	占同类交易的比例	销售/采购金额	占同类交易的比例	销售/采购金额	占同类交易的比例
	终端集采采购	16.01	0.05%	37.17	0.89%	-	-

批发和零售是医药流通行业相对传统的两大业务板块，同行业可比公司大多会选择同时开展零售和批发业务，具体如下：

名称	零售业务外，从事批发业务的基本情况
一心堂	主要为地方性医疗机构、医药批发公司和药品零售企业批发销售药品等，2018 年至 2020 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 2.68%、2.80%和 5.18%
老百姓	主要为加盟商及中小连锁企业批发销售药品等，2018 年至 2020 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 10.19%、11.06%和 12.78%
益丰药房	主要为医院、社区卫生站、其他医药流通企业批发销售药品等，2018 年至 2020 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 1.89%、3.77%和 4.27%
大参林	主要为医药商业公司和医药零售门店批发销售药品等，2018 年至 2020 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 1.65%、1.96%和 3.36%
漱玉平民	主要为中小型医药批发企业、区域连锁医药龙头、中小型连锁药店、单体药店批发销售药品等，2018 年至 2020 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 1.97%、4.76%和 6.83%

由上表可知，同行业企业普遍涉足医药流通产业链的多个环节，由此引起的客户供应商重叠属于正常情况。

综上，发行人报告期内存在客户供应商重叠的情况具有合理性。

3、重叠客户供应商的定价公允

（1）服务收入导致重叠的定价公允性

发行人向供应商提供的促销、陈列与咨询服务通常单独签订合同、单独开具发票，收取服务款项。服务收入与商品购销不构成一揽子交易，其业务实质是上游供应商作为客户向发行人单独购买的营销服务。在定价方面，双方定期（按月、按季度、按活动等）就公司提供服务的结果和结算金额进行对账确认，经供应商审核后，双方达成共识，发行人开具发票，供应商按照确认无误后的金额支付服务费。每年或半年结束后，双方签署市场推广项目结算清单或品牌共建确认函，对上一报告期内双方已经实际发生的服务费用再次进行整体确认，定价公允。

（2）不同业务板块商品购销重叠的定价公允性

发行人各业务板块独立运营，代理业务单独签订购销合同，不存在与零售业务主体和终端集采业务主体之间签订销售与采购一揽子协议的情形。另外，报告期内重叠企业均为发行人非关联方，各方依照市场化原则独立定价，定价公允。

4、与同行业可比公司比较情况

基于上述论述，医药零售公司为供应商或产品制造商提供促销陈列服务属于行业惯例，同行业企业普遍涉足医药流通产业链的多个环节；因而同行业可比企业也存在客户和供应商重叠情形。

近期在深交所创业板上市的漱玉平民（301017.SZ），在客户供应商重叠方面披露较为详细，具体如下：

“（一）批发业务涉及的客户、供应商或竞争对手重叠的情况

报告期内，发行人批发业务涉及主要的客户、供应商或竞争对手重叠的情况如下：……为充分利用现有医药物流配送平台及发挥商品优势，提升公司对上游供应商的议价能力，公司于 2017 年逐步尝试拓展对外医药批发业务。公司批发业务主要客户包括中小型医药批发企业、区域连锁医药龙头、中小型连锁药店、单体药店等。

公司向中小型医药批发配送企业和医药连锁相关企业开展批发业务，属于行业惯例，同行业上市公司批发业务情况如下：……

（二）促销、陈列与咨询服务业务涉及的客户、供应商重叠的情况

报告期内，公司促销、陈列与咨询服务收入分别为 8,570.29 万元、8,947.31 万元、11,572.94 万元和 4,738.52 万元，占主营业务收入比例分别为 3.45%、3.10%和 3.34%和 2.11%。公司主要通过柜台展示、开展促销活动、广告宣传、市场推广等方式为供应商提供促销、陈列与咨询服务，是公司零售业务发展的补充。

同时，医药零售公司为供应商或产品制造商提供促销陈列服务，属于行业惯例。同行业上市公司促销服务内容及会计政策及发生金额如下：……

因此，上述客户、供应商或竞争对手重叠的交易情况属于行业惯例，具有合理性。”

（六）补充披露报告期各期线上销售模式下，同一买家在多个线上平台或店铺购买公司产品的重复购买情况，购买公司每款产品的重合买家及重叠率情况，单个买家大额采购情况，报告期内公司是否存在“刷单”情形。

发行人已在招股说明书“第八节/十/（一）/6、零售业务消费金额分布与客户数量变动分析”中进行了补充披露。

1、同一买家在多个线上平台或店铺重复购买情况

部分顾客在天猫、京东等平台同时拥有账号，比价择优购买商品，因此存在在多个平台购买产品的情况。因同一买家在不同平台创建的会员名不同，故公司以电话号码作为唯一标识统计同一买家跨平台重复购买情况，统计结果如下：

（1）2020 年度

单位：万元

平台名称	账号数量（个）A	跨平台购买数量（个）B	占比 C=B/A	跨平台购买客户订单金额
天猫旗舰店	300,354	1,748	0.58%	29.91
京东旗舰店	412,071	1,748	0.42%	31.58

（2）2019 年度

单位：万元

平台名称	账号数量（个）A	跨平台购买数量（个）B	占比 C=B/A	跨平台购买客户订单金额
天猫旗舰店	176,685	737	0.42%	16.01
京东旗舰店	176,121	737	0.42%	14.24

（3）2018 年度

单位：万元

平台名称	账号数量（个）A	跨平台购买数量（个）B	占比 C=B/A	跨平台购买客户订单金额
天猫旗舰店	202,142	628	0.31%	10.49
京东旗舰店	92,354	628	0.68%	10.43

从上表可知，2018-2020 年，分别有 628、737、1,748 个客户同时在天猫旗舰店和京东旗舰店消费，2018 年-2020 年跨平台购买客户数量占天猫旗舰店账号数量的比重分别为 0.31%、0.42%、0.58%；2018 年-2020 年跨平台购买客户数量占京东旗舰店账号数量的比重分别为 0.68%、0.42%、0.42%；占比较低。2018 年-2020 年同时在两个平台消费的客户的各年合计金额较小。

由于拼多多平台于 2020 年开始进行密文改造，目前已无法从拼多多平台上取得客户的账号和收件人的相关信息，本次无法结合拼多多平台数据做以上分析。

2、购买公司每款产品的重合买家及重叠率情况

（1）用户购买频次

报告期内，天猫旗舰店客户购买情况如下：

单位：人、笔、万元

年度	类别	客户数	交易笔数	订单金额	金额占比
2020 年度	单次购买	265,308	265,308	1,968.47	66.13%
	2 次购买用户	26,028	52,056	518.69	17.43%
	3 次购买用户	5,578	16,734	207.19	6.96%
	4 次购买用户	1,833	7,332	107.55	3.61%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	1,367	7,875	101.91	3.42%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	240	3,108	72.75	2.44%
	合计	300,354	352,413	2,976.55	100.00%
2019 年度	单次购买	153,061	153,061	1,270.33	61.71%
	2 次购买用户	16,707	33,414	377.49	18.34%
	3 次购买用户	4,050	12,150	166.38	8.08%
	4 次购买用户	1,420	5,680	81.12	3.94%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	1,221	7,063	110.64	5.37%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	226	2,970	52.65	2.56%
	合计	176,685	214,338	2,058.62	100.00%
2018 年度	单次购买	177,380	177,380	1,320.60	66.24%

年度	类别	客户数	交易笔数	订单金额	金额占比
	2 次购买用户	18,218	36,436	356.83	17.90%
	3 次购买用户	4,079	12,237	146.57	7.35%
	4 次购买用户	1,326	5,304	62.12	3.12%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	995	5,729	76.63	3.84%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	144	1,881	30.98	1.55%
	合计	202,142	238,967	1,993.73	100.00%

报告期内，京东旗舰店客户购买情况如下：

单位：人、笔、万元

年度	类别	客户数	交易笔数	订单金额	金额占比
2020 年度	单次购买	366,079	366,079	2,998.69	71.42%
	2 次购买用户	34,581	69,162	683.45	16.28%
	3 次购买用户	7,266	21,798	230.35	5.49%
	4 次购买用户	2,265	9,060	102.70	2.45%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	1,625	9,338	113.34	2.70%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	255	3,452	70.15	1.67%
	合计	412,071	478,889	4,198.68	100.00%
2019 年度	单次购买	156,670	156,670	1,112.28	70.88%
	2 次购买用户	14,602	29,204	257.48	16.41%
	3 次购买用户	3,081	9,243	89.20	5.68%
	4 次购买用户	1,005	4,020	44.51	2.84%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	669	3,801	47.90	3.05%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	94	1,144	17.80	1.13%
	合计	176,121	204,082	1,569.17	100.00%
2018 年度	单次购买	81,794	81,794	652.23	65.90%
	2 次购买用户	8,077	16,154	233.68	23.61%
	3 次购买用户	1,671	5,013	64.47	6.51%
	4 次购买用户	463	1,852	16.42	1.66%

年度	类别	客户数	交易笔数	订单金额	金额占比
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	324	1,861	18.91	1.91%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	25	304	4.01	0.40%
	合计	92,354	106,978	989.72	100.00%

2018 年-2020 年内天猫旗舰店客户购买情况在 4 次以内的占比分别为 94.61%、92.07%、94.13%，2018 年-2020 年内京东旗舰店客户购买情况在 4 次以内的占比分别为 97.68%、95.81%、95.64%，都在 90%以上。从购买次数分布来看，不存在客户异常重复购买的情形。

（2）主要产品重合买家及重叠率情况

发行人报告期线上销售模式下的订单按照商品 ID、客户 ID，客户购买的交易订单数维度的主要产品购买人数、订单数及买家重叠率(买家重叠率=(订单数-购买人数)/购买人数)如下：

①天猫平台

A. 2020 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	1031904	维生素 D 滴剂	16,973	18,165	7.02%
2	1404102	益安宁丸	707	978	38.33%
3	810888	舒筋健腰丸	1,014	1,186	16.96%
4	2275408	排毒养颜胶囊	3,587	4,769	32.95%
5	2140271	安神补脑液	9,569	10,733	12.16%
6	188648	屈螺酮炔雌醇片	3,206	3,952	23.27%
7	145923	克霉唑阴道片	6,526	7,978	22.25%
8	137073	连花清瘟胶囊	2,504	2,873	14.74%
9	1085400	黄芪精	4,653	5,609	20.55%
10	887401	奥利司他胶囊	2,802	3,569	27.37%

B. 2019 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	1404102	益安宁丸	1,050	1,620	54.29%
2	887401	奥利司他胶囊	5,122	7,716	50.64%
3	810888	舒筋健腰丸	867	1,106	27.57%
4	188648	屈螺酮炔雌醇片	2,565	3,408	32.87%
5	2277920	葡萄糖酸钙锌口服溶液	4,975	5,793	16.44%
6	2275408	排毒养颜胶囊	2,809	3,595	27.98%
7	1956648	云南白药膏	5,574	6,348	13.89%
8	316360	藿香正气口服液	437	788	80.32%
9	1956661	开塞露	9,515	12,263	28.88%
10	145923	克霉唑阴道片	2,519	3,074	22.03%

C.2018 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	887401	奥利司他胶囊	3,090	4,087	32.27%
2	1404102	益安宁丸	1,419	1,952	37.56%
3	973002	葡萄糖酸钙锌口服溶液	6,211	7,657	23.28%
4	135444	水仙风油精	14,142	15,138	7.04%
5	145923	克霉唑阴道片	6,723	8,536	26.97%
6	2275408	排毒养颜胶囊	4,398	5,350	21.65%
7	2140271	安神补脑液	6,043	6,751	11.72%
8	135956	去氧孕烯炔雌醇片	2,264	2,820	24.56%
9	810888	舒筋健腰丸	371	445	19.95%
10	1663052	一次性使用注射笔用针头	1,463	1,934	32.19%

②京东平台

A.2020 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	145923	克霉唑阴道片(凯妮汀)	11,395	14,291	25.41%
2	1404102	益安宁丸	568	699	23.06%
3	2275408	排毒养颜胶囊	7,570	9,620	27.08%
4	188648	屈螺酮炔雌醇片(优思明)	3,212	3,898	17.60%

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
5	810888	舒筋健腰丸	888	1,037	16.78%
6	826570	气血康口服液	2,587	3,297	27.44%
7	135956	去氧孕烯炔雌醇片（妈富隆）	4,121	5,276	28.03%
8	887401	奥利司他胶囊	3,435	4,313	25.56%
9	316360	藿香正气口服液	3,065	3,294	7.47%
10	2140271	安神补脑液	4,346	4,877	12.22%

B. 2019 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	887401	奥利司他胶囊	5,146	7,177	39.47%
2	2275408	排毒养颜胶囊	7,709	9,203	19.38%
3	188648	屈螺酮炔雌醇片（优思明）	2,590	3,084	19.07%
4	316360	藿香正气口服液	1,834	2,094	14.18%
5	145923	克霉唑阴道片（凯妮汀）	3,944	4,482	13.64%
6	810888	舒筋健腰丸	427	481	12.65%
7	1404102	益安宁丸	239	276	15.48%
8	1319201	颈复康颗粒	2,835	3,287	15.94%
9	2277920	葡萄糖酸钙锌口服溶液	2,728	3,090	13.27%
10	1872299	摩罗丹	1,974	2,379	20.52%

C. 2018 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	2275408	排毒养颜胶囊	5,717	6,607	15.57%
2	973002	葡萄糖酸钙锌口服溶液	4,399	4,904	11.48%
3	1872299	摩罗丹	2,473	2,956	19.53%
4	145923	克霉唑阴道片	3,338	3,846	15.22%
5	1319201	颈复康颗粒	1,014	1,095	7.99%
6	1031904	维生素 D 滴剂	2,084	2,295	10.12%
7	770838	乳酸菌素片	3,063	3,586	17.07%
8	2277920	葡萄糖酸钙锌口服溶液	867	918	5.88%
9	574510	甲硝唑氯已定洗剂	2,613	3,187	21.97%
10	887401	奥利司他胶囊	803	999	24.41%

天猫、京东平台报告期的前 10 大产品的复购率买家重叠率根据产品类型基本在 10%-40%波动；由于部分药品是慢性病用药或保健品，对于客户存在一定粘性，客户存在定期购买的情况；部分客户在大促活动期间，由于优惠分开下单购买。

由于拼多多平台于 2020 年开始进行密文改造，目前已无法从拼多多平台上取得客户的账号和收件人的相关信息，本次无法结合拼多多平台数据做以上分析。

3、单个买家大额采购情况

（1）报告期内，天猫前 10 大的客户明细如下：

①2020 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	Mr***	11	16.10	莲花清瘟胶囊
2	tl***	4	13.39	丁腈检查手套
3	面***	1	6.73	蛋白粉营养粉
4	海***	6	5.94	灰指甲药水
5	Wj***	38	5.18	太极藿香正气液、连花清瘟胶囊
6	sh***	10	4.98	感冒灵颗粒
7	Xr***	3	4.83	连花清瘟胶囊
8	奇***	5	3.52	医用口罩
9	Fa***	1	3.31	丁腈检查手套
10	开***	25	3.01	排毒养颜胶囊

②2019 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	温***	78	9.87	舒筋健腰丸、益安宁丸、藿香正气滴丸、太极藿香正气水
2	t_***	8	3.47	益安宁丸
3	巨***	6	3.03	益安宁丸
4	sj***	31	2.36	太极藿香正气口服液
5	t_***	3	1.98	益安宁丸

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
6	tb***	4	1.72	益安宁丸
7	hy***	3	1.71	益安宁丸
8	il***	13	1.59	益安宁丸
9	nd***	4	1.58	益安宁丸、舒筋健腰丸
10	ll***	3	1.54	益安宁丸

③2018 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	慧***	3	8.64	气血康口服液
2	一***	25	4.38	仁丹、十滴水
3	张***	3	2.73	胰岛素注射笔针头
4	翠***	6	2.32	硅酮凝胶疤克硅胶软膏
5	半***	4	2.03	太极藿香正气口服液
6	薇***	11	1.53	小柴胡颗粒
7	华***	3	1.50	仁丹
8	li***	25	1.39	六味地地黄丸
9	大***	2	1.34	益安宁丸
10	义***	10	1.20	硅酮凝胶疤克硅胶软膏

（2）报告期内，京东前 10 大的客户明细如下：

①2020 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	jd_77***	12	14.84	连花清瘟胶囊
2	jd_4a***	12	9.81	益安宁丸
3	jd_73***	6	5.53	六味地黄丸
4	jd_53***	89	4.17	连花清瘟胶囊
5	jd_5d***	5	3.06	连花清瘟胶囊
6	jd_47***	17	2.40	连花清瘟胶囊
7	jd_78***	3	2.31	连花清瘟胶囊
8	苏***	1	2.14	藿香正气口服液
9	sw***	1	1.92	维生素 C 泡腾片

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
10	wd***	2	1.86	藿香正气口服液

②2019 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	13***	8	2.80	消糜栓
2	ls***	10	2.06	益安宁丸、特一止咳宝片
3	玲***	2	1.91	藿香正气口服液
4	薇***	9	1.65	益安宁丸、特一止咳宝片
5	钲***	7	1.50	风油精、藿香正气口服液、板蓝根颗粒
6	无***	3	1.27	星鲨维生素 d3
7	jd_67***	2	1.25	藿香正气口服液
8	22***	5	1.24	益安宁丸、奥利司他胶囊
9	jd_4e***	2	1.22	藿香正气口服液
10	wa***	2	1.11	藿香正气口服液

③2018 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	zh***	3	17.46	特一止咳宝片
2	jd_78***	2	16.86	葡萄糖酸钙锌口服溶液
3	jd_67***	1	11.67	云南白药气雾剂喷雾剂
4	jd_4d***	2	11.61	摩罗丹
5	ty***	2	10.25	颈复康颗粒
6	jd_69***	2	10.15	颈复康颗粒
7	15***	2	10.13	鼻窦炎口服液
8	jd_7e***	2	10.12	参苓白术散
9	ha***	2	9.32	加味逍遥丸
10	13***	2	8.38	清喉利咽颗粒

天猫、京东平台 2020 年前 10 大客户主要为抗疫物资，在天猫和京东购买系价格便宜和购买方便。

天猫、京东平台 2018、2019 年前 10 大客户主要购买与慢性病相关药品、保健品、防暑药品、感冒相关药品等，主要有如下原因：（1）慢性病、保健品

用药需定期购买，需求量较大；（2）公司为提升电商旗舰店知名度，通过开展促销活动，该类商品有一定的价格优惠，客户购买量较大；（3）部分客户订单数量较多主要为享受优惠价进行拆单购买。

4、公司不存在“刷单”情形

（1）公司针对电商业务建立了异常交易审批机制，对所有电商业务订单进行统一管理，线上消费者在公司运营的网店下单后，订单统一通过接口传输至业务管理系统，并由电商部进行审核，如遇同一用户短期内大量下单购买商品或其他异常订单时，电商部与下单用户进行确认，最终只有经过客户确认后电商部审核后的销售订单才会推送至仓库，由仓库联系第三方物流服务商直接发货给最终消费者，不存在消费者下单后不发货的情况。此外，发行人在报告期内会定期对电商仓库进行存货盘点、并在系统内检查相应的商品出库记录与请货记录，确保仓库内存货数量以及实际出库数量的真实性。

（2）天猫、京东等电商平台针对在其平台开设的店铺的刷单行为制定了严格的监管规则及实施了严格的监控措施，通过分析订单的 IP 地址、购买周期、浏览时长等指标识别异常交易，并对异常交易账号采取封号等措施达到预防线上刷单的目的。若店铺被识别存在刷单行为，可能面临删除虚假交易记录、支付违约金甚至下架所有商品的处罚。报告期内，公司线上平台店铺不存在因刷单而被电商平台判定为违规的情况。

（3）对于线上销售的情况，申报会计师亲自从电商系统里导出业务数据与企业的业务管理系统业务数据进行真实性、完整性核对。同时针对主要的电商平台（天猫、京东、拼多多）的销售订单情况，对 2018-2020 年的三大平台的订单信息进行整理、统计并从多个维度分析，以验证是否存在线上刷单的情况。包含大额订单分析、销售频次分析、复购率分析、多次消费人群合理性分析、交易时间分布合理性分析、消费人群地理位置分析等维度。

以上数据分析均不存在异常交易的情况。

综上，报告期内，发行人线上销售真实，不存在刷单的情形。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取并核查报告期内发行人主要销售客户情况，包括客户名称、销售收入、销售成本、毛利率、所属业务模式，按照业务模式对销售结构进行了统计分析；

2、查阅同行业上市公司的招股说明书、年度报告，了解其与客户的合作方式及重叠客户供应商有关情况；

3、获取发行人各年度累计消费金额前 10 的会员名单及消费明细，检查是否为发行人关联方，是否存在异常会员或异常消费情况；

4、对累计消费金额前 10 的部分会员进行电话访谈，了解其消费的原因；

5、获取发行人各年度同一天在 2 个及以上地区的门店进行消费会员名单及消费明细，检查是否存在异常；

6、随机选取同一天在 2 个及以上地区的门店进行消费的会员进行电话访谈，了解其同一天在多地消费的原因；

7、获取并核对了公司存货明细账、销售明细账、重大合同、记账凭证；

8、通过企查查查询重叠供应商或客户的工商信息；

9、取得并查阅了发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业、内部董事、监事、高管及其他关键人员的银行流水，查阅是否有大额、频繁且异常的银行流水；

10、检查各电商平台的运营规则以及报告期内各电商平台对发行人在各平台店铺的管控情况；

11、获取公司线上自营电商业务相关的内部控制制度；

12、发行人聘请了申报会计师针对电商系统在内的信息系统进行了审计，并出具了《信息系统审计报告》；

13、获取同一买家在公司主要线上自营平台跨平台重复购买情况，查看是否

存在同一买家在公司主要线上自营平台大额异常重复购买情况；取得主要平台销售清单，按照消费者购买次数分析平台客户的复购情况；获取报告期各期主要平台前十大买家销售情况，分析单笔销售金额较大的原因及合理性；

14、对在天猫、京东电商平台上累计消费金额前 10 的部分会员进行电话访谈，了解其消费的原因；

15、获取公司的费用明细账，核查是否存在为刷单等行为支付费用的情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人各项业务获取客户的方式、合同主要条款与合作期限不存在异常，各项业务收入具有可持续性；

2、报告期内各项业务前五大客户的销售金额变动具有合理原因，同一产品不同客户之间毛利率不存在重大差异，同一客户不同年度收入、毛利率变动具有合理原因；

3、代理业务与客户的合作方式与其他同行业公司不存在重大差异，符合行业惯例，不存在不合规情形；

4、零售业务客户消费金额的分布情况、客户数量的变动情况不存在异常。单一客户消费金额较大以及同一客户同时在多地门店进行消费具有合理原因；

5、报告期各期，发行人客户与供应商情形下销售金额及占比、采购金额及占比不存在异常，定价公允，涉及的客户或供应商数量不存在异常，与同行业可比公司比较不存在重大差异；

6、线上销售模式下，报告期内同一买家在多个线上平台或店铺购买公司产品的重复购买情况在合理范围；不存在客户异常重复购买的情形，报告期内公司不存在“刷单”情形。

问题十六、关于采购和供应商

申报材料显示：（1）公司代理业务的上游供应商主要为药品或医疗器械生产企业或其销售平台公司，包括白云山、上药集团、辰欣药业、丽珠集团等诸多上市公司，报告期内主要供应商相对稳定，前五大供应商占比逐年下降。（2）报告期各期，公司零售业务向前五名供应商采购额占采购总额的比例分别为55.56%、62.18%和59.35%，采购内容主要为药品、保健食品、器械等。（3）2019年和2020年，公司终端集采业务向前五名供应商采购额占采购总额的比例分别为51.98%和55.96%，采购内容主要为药品、保健食品、器械等。

请发行人：

（1）补充披露代理业务、零售业务和终端集采业务供应商的区别及联系；是否存在不同业务供应商重合情形；若是，是否单独签订供货协议；同一产品不同业务采购价格是否存在差异及差异原因；

（2）补充披露与各项业务前五大供应商的合作背景、合作历史、签订合作协议的主要内容及主要供货方式，是否存在独家销售供应商产品情形及具体约定；

（3）补充披露报告期内供应商向发行人销售药品、器械等产品的销售价格与向其他公司销售同类产品的销售价格之间是否存在差异及差异原因、合理性；

（4）补充披露报告期内各项业务采购金额前十大产品的名称、单价、采购金额及占比，各类产品采购价格是否存在较大变化及其原因、合理性；主要采购产品价格与市场价格的差异，采购单价是否公允，是否符合行业趋势；

（5）补充披露与供应商关于退换货的约定及报告期各期的退换货比例，对近效期药品处理的相关约定。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露代理业务、零售业务和终端集采业务供应商的区别及联系；是否存在不同业务供应商重合情形；若是，是否单独签订供货协议；同一产品不同业务采购价格是否存在差异及差异原因；

发行人已在招股说明书“第六节/四/（二）/4、各项业务供应商的区别和联系”中进行了补充披露。

1、代理业务的供应商为上游生产企业，零售业务和终端集采业务的供应商主要为商业批发企业，也有少量生产企业

（1）发行人代理业务的供应商为上游生产企业

发行人代理业务属于批发环节，供应商为产业链最上游的生产企业，直接向生产企业采购，独家代理其出厂产品的部分品规。

（2）零售业务和终端集采业务的供应商主要为商业批发企业，也有少量生产企业

我国医药制造企业数量众多，但每家企业仅拥有为数不多的优势品种，上游总体较为分散，因此行业内产生了数量众多的医药流通企业，专业从事药品批发、分销、配送业务。这些医药批发企业成为发行人零售业务和终端集采业务的主要供应商。

除此之外，针对个别的品种，发行人依靠旗下国胜大药房拥有安徽省数量最多的直营门店和较高品牌知名度等优势，也存在直接向生产企业采购的情形。同行业可比公司也存在这种情形，具体如下：

可比零售企业	关于采购渠道的公开披露信息
老百姓	该公司的采购体系涵盖了近 800 家生产企业和近 1,300 家批发企业。该公司与销售额全国排名前二十位的药品生产和批发企业中的大多数企业均建立了业务往来关系。
一心堂	目前该公司已和大量知名的药品生产企业及批发企业建立了长期稳定的战略合作伙伴关系。该公司直接向生产厂家采购，生产企业将渠道费用、广告费用、营销费用等转化为商品毛利让渡给该公司，该公司可以获得较低的采购价格、较长的账期及优惠的退换货政策等。
益丰药房	该公司主要从事医药零售业务，供应商主要为医药生产商或医药批发商。
大参林	该公司的合作供应商覆盖了全国排名前 100 的制药企业和全国排名前 5 的医药流通企业。
健之佳	随着门店扩张，销售渠道越来越广，企业规模越来越大，采购的规模也会越来越大，对上游药品生产企业和药品批发企业的议价能力越发明显，

可比零售企业	关于采购渠道的公开披露信息
	有利于降低企业的采购成本。
漱玉平民	报告期各期前五大供应商均为国内知名的医药流通企业及制药企业。

2、各项供应商的区别及联系以及各项业务之间供应商重合情况

（1）零售业务和终端集采业务的供应商相同

发行人开展终端集采依托并共享零售业务采购渠道和产品种类。两项业务的供应商重叠、采购的产品相同。为充分发挥集采成本优势，两项业务有时会统一采购。

（2）代理业务的供应商是生产企业，零售与终端集采供应商主要为商业批发企业，两者是上下游关系；但也存在部分重叠。

通常来说，代理业务的供应商是产业链最上游的生产企业，零售和终端集采业务的主要供应商是产业链中游的商业批发企业，两者是上下游关系。另一方面，由于发行人零售业务在安徽省内具有一定规模优势，亦存在直接向生产企业采购商品的情形，因此各项业务供应商也有少量重叠。

目前，我国一家制药企业平均拥有 20 个品种左右。发行人独家代理了厂家的某款产品，但该厂家的其他产品仍然可能是零售业务需要的产品，造成不同业务之间的供应商重叠。报告期内，因上述情形造成代理业务与零售、终端集采供应商重叠情况较少，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
供应商重叠家数	23		16		10	
项目	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理业务重叠采购额	5,547.15	15.38%	4,515.39	14.90%	2,013.02	8.65%
零售与终端集采采购额	1,524.75	1.59%	481.39	0.68%	205.36	0.45%

以代理业务采购额排序，主要重叠供应商的情况如下：

单位：万元

厂家名称	重叠采购额						代理业务采购的主要品规	零售与终端集采业务采购的主要品规
	2020 年度		2019 年度		2018 年度			
	代理采购	零售与终端集采采购	代理采购	零售与终端集采采购	代理采购	零售与终端集采采购		
辰欣药业股份有限公司	1,481.31	4.14	1,966.84	2.76	-	-	兰索拉唑片、马来酸依那普利片、伏格列波糖胶囊 0.1g 等	伏格列波糖胶囊 0.2g
台州南峰药业有限公司	1,001.44	18.73	37.75	19.79	18.14	11.76	黄芪精	枣仁安神颗粒
湖南方盛制药股份有限公司	788.75	26.83	985.58	24.21	925.51	14.11	头孢克肟片	人工牛黄甲硝唑胶囊，赖氨酸维 B12 颗粒
成都倍特药业股份有限公司	549.16	77.54	41.55	60.91	-	-	头孢克肟胶囊、头孢克肟颗粒等	甲硝唑芬布芬胶囊、口炎清胶囊等
上海迪冉郸城制药有限公司	334.75	8.69	360.31	5.66	313.13	3.33	辛伐他汀片、胶体果胶铋胶囊等	安乐片、康乐鼻炎片、感冒解毒颗粒
安徽汇之都源健康产业有限公司	-	-	346.63	33.76	263.32	12.37	口洁喷雾剂、盐酸二甲双胍缓释片	硝苯地平缓释片 III、复方氨酚烷胺胶囊、肾石通颗粒
上海海虹实业（集团）巢湖今辰药业有限公司	156.35	6.50	264.76	4.58	264.73	2.36	盐酸氨溴索口服溶液	羟苯磺酸钙胶囊、氯化钾缓释片
合肥新安医药营销有限公司	319.17	165.52	193.48	158.33	90.17	99.64	维生素 E 软胶囊	丹参酮胶囊、琥珀酸亚铁片、脑安胶囊、缬沙坦氢氯噻嗪片、大株红景天胶囊等
合计	**4,630.93**	**307.95**	**4,196.91**	**309.99**	**1,875.01**	**143.57**		

3、代理业务单独与供应商签订供货协议；零售业务和终端集采业务存在集中采购情形

（1）代理业务单独与供应商签订供货协议，产品与零售、终端集采不重叠

由上表可知，**虽然供应商存在少量重叠，但是从产品角度来看，发行人代理业务采购的产品与零售、终端集采对外采购的产品不重叠。**

发行人代理业务单独与供应商签订供货协议，并且代理权通常为独家代理，具有排他性。对于独家代理品规，华人健康取得了品规的出厂代理权，生产厂商只能卖给华人健康。发行人零售与终端集采业务如涉及发行人代理产品，从发行人内部采购，不直接向厂商采购。

（2）零售与终端集采业务存在集中对外采购的情形

发行人零售业务门店日常销售的药品约一万种，其上游供应链资源以及较为完善的物流配送体系，基本能够满足普通小微药店的品种需求。从采购渠道角度来看，零售业务和终端集采业务的供应商相同。

为充分发挥集采成本优势，发行人对于零售业务、终端集采业务通常集中对外采购，同一产品的采购价格不存在实质性差异。

（二）补充披露与各项业务前五大供应商的合作背景、合作历史、签订合作协议的主要内容及主要供货方式，是否存在独家销售供应商产品情形及具体约定；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/1、代理业务的主要运营模式”、“第六节/四/（二）前五大主要供应商情况”中进行了补充披露。

1、代理业务

报告期各期，公司代理业务向前五名供应商采购情况如下表所示：

单位：万元

序号	代理业务供应商名称	采购金额	占代理采购总额的比例
2020 年度			
1	上海医药集团股份有限公司	3,415.39	9.47%

序号	代理业务供应商名称	采购金额	占代理采购总额的比例
2	广州医药集团有限公司	3,351.91	9.30%
3	丽珠医药集团股份有限公司	2,602.35	7.22%
4	齐鲁制药集团有限公司	1,883.41	5.22%
5	四川峨嵋山药业有限公司	1,491.83	4.14%
合计		**12,744.89**	**35.34%**
2019 年度			
1	上海医药集团股份有限公司	3,097.34	10.22%
2	广州医药集团有限公司	3,013.03	9.95%
3	丽珠医药集团股份有限公司	2,559.69	8.45%
4	辰欣药业股份有限公司	1,966.84	6.49%
5	山东济水阿胶有限公司	1,632.34	5.39%
合计		**12,269.24**	**40.50%**
2018 年度			
1	上海医药集团股份有限公司	2,681.23	11.52%
2	广州医药集团有限公司	2,595.49	11.15%
3	丽珠医药集团股份有限公司	2,018.02	8.67%
4	辰欣药业股份有限公司	1,597.67	6.86%
5	山东济水阿胶有限公司	1,524.02	6.55%
合计		**10,416.43**	**44.76%**

注：按照同一控制下供应商合并统计，其中：（1）上海医药集团股份有限公司包括上海新亚药业闵行有限公司、上海信谊联合医药药材有限公司、上海信谊医药有限公司。（2）广州医药集团有限公司包括广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂、广州白云山医药销售有限公司、广州白云山星群（药业）股份有限公司、广州白云山光华制药股份有限公司、广州白云山和黄医药有限公司。（3）丽珠医药集团股份有限公司包括丽珠医药集团股份有限公司、四川光大制药有限公司。（4）齐鲁制药集团有限公司包括山东万润医药有限公司、齐鲁制药（海南）有限公司。

（1）合作背景和合作历史

发行人代理业务系取得产品的代理权并在下游推广和销售，因而主要供应商为医药生产厂商。报告期内，发行人代理业务主要供应商的合作背景和合作历史如下：

序号	生产厂商	首次合作时间	合作背景
1	上海医药集团股份有限公司	2008 年	2008 年发行人与上海医药集团子公司上海华氏制药有限公司首次合作产品为硝苯地平缓释片

序号	生产厂商	首次合作时间	合作背景
			（II）。现阶段公司与上海医药集团旗下上海信谊联合医药药材有限公司、上海新亚药业闵行有限公司合作产品品规 16 个，主要包括：硝苯地平缓释片（II），玻璃酸钠滴眼液 5ml，头孢克肟分散片 50mg*24 片等
2	广州医药集团有限公司	2008 年	2008 年发行人与广州医药集团有限公司旗下的广州白云山光华制药股份有限公司首次合作，产品为格列齐特片。现阶段公司与广州医药集团有限公司旗下的广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂、广西白云山盈康药业有限公司、广州白云山星群（药业）股份有限公司、广州白云山医药集团股份有限公司白云山制药总厂、广州白云山和黄医药有限公司合作产品品规 13 个，主要包括：格列齐特片 80mg*60 片，口洁喷雾剂 15ml/20ml/30ml，胶体果胶铋胶囊 50mg*24 粒，维生素 C 咀嚼片 30 片/100 片等
3	丽珠医药集团股份有限公司	2015 年	2015 年发行人与丽珠医药集团首次合作产品为雷贝拉唑钠肠溶胶囊。现阶段公司与丽珠医药集团合作产品品规 6 个，主要包括：雷贝拉唑钠肠溶胶囊 20mg*7 粒，缬沙坦胶囊 80mg*14 粒，盐酸伐昔洛韦片 0.3g*6 片等
4	齐鲁制药集团有限公司	2011 年	2011 年发行人与齐鲁制药集团有限公司首次合作产品为单硝酸异山梨酯片。现阶段公司于齐鲁制药集团合作产品品规共 9 个，包括：单硝酸异山梨酯片 20mg*48 片，胞磷胆碱钠胶囊 0.1g*28 粒等
5	四川峨嵋山药业有限公司	2012 年	2012 年发行人与峨嵋山药业首次合作的产品为阿莫西林胶囊。现阶段合作的产品品规 5 个，包括：阿莫西林胶囊 0.5g*30 粒、0.5g*10 粒、0.25g*40 粒、0.25g*60 粒，胶体果胶铋胶囊 50mg*36 粒
6	辰欣药业股份有限公司	2008 年	2008 年发行人与辰欣药业股份有限公司首次合作马来酸依那普利片。现阶段公司与辰欣药业合作产品品规共 5 个，包括马来酸依那普利片 10mg*20 片，缬沙坦氢氯噻嗪胶囊 80mg：12.5mg*14 粒，兰索拉唑片 30mg*8 片/14 片，伏格列波糖胶囊 0.1mg*60 粒
7	山东济水阿胶有限公司	2014 年	2014 年发行人与济水阿胶首次合作的产品为阿胶。现阶段合作的产品品规 6 个，包括：阿胶 125g、国胜牌阿胶 500g、国胜牌阿胶 250g、国津牌阿胶 250g、龟甲胶 125g、鹿角胶 125g

（2）签订合作协议的主要内容及主要供货方式

在代理业务中，发行人根据下游销售情况和自身库存情况，按需提出采购申请，上游供应商安排物流配送，一般由上游承担运费。发行人代理合作框架协议的主要内容参见本回复之“问题十四之一之（二）之2、代理合同的主要内容”。

（3）发行人代理业务通常为独家代理

发行人代理权通常为独家代理，具有排他性，合作期间上游生产厂商不得自行组织销售或委托其他第三方销售；不得使用发行人商标或包装进行销售，也不得将发行人商标或包装下的产品委托给其他任何第三方进行销售。

2、零售业务

报告期各期，公司零售业务向前五名供应商采购情况如下表所示：

单位：万元

序号	零售业务供应商名称	采购金额	占零售采购总额的比例
2020 年度			
1	国药控股股份有限公司	11,767.68	17.61%
2	安徽天星医药集团有限公司	8,992.62	13.46%
3	九州通医药集团股份有限公司	6,759.89	10.11%
4	合肥曼迪新药业有限责任公司	6,143.50	9.19%
5	合肥立方制药股份有限公司	6,005.09	8.99%
合计		**39,668.78**	**59.35%**
2019 年度			
1	国药控股股份有限公司	12,563.62	18.97%
2	九州通医药集团股份有限公司	8,217.78	12.41%
3	安徽天星医药集团有限公司	7,901.46	11.93%
4	合肥立方制药股份有限公司	6,636.70	10.02%
5	合肥曼迪新药业有限责任公司	5,848.60	8.83%
合计		**41,168.16**	**62.18%**
2018 年度			
1	国药控股股份有限公司	6,045.62	13.18%
2	合肥曼迪新药业有限责任公司	5,308.69	11.57%
3	合肥立方制药股份有限公司	5,198.96	11.33%

序号	零售业务供应商名称	采购金额	占零售采购总额的比例
4	九州通医药集团股份有限公司	5,030.11	10.96%
5	安徽华宁医药物流有限公司	3,912.84	8.53%
合计		**25,496.22**	**55.56%**

注：按照同一控制下供应商合并统计，其中：①国药控股股份有限公司包括安徽省医药（集团）股份有限公司（2019 年 5 月 24 日更名为国药控股安徽省医药有限公司）、国药控股安徽华宁医药有限公司、国药控股安徽有限公司、国药控股湖北有限公司、国药集团安徽省医疗器械有限公司、国药集团药业股份有限公司、国药控股芜湖有限公司、国药控股长沙有限公司、国药控股德州有限公司、国药控股阜阳有限公司、国药控股安庆有限公司；②九州通医药集团股份有限公司包括安徽九州通医药有限公司、安徽九州通医疗器械有限公司；③安徽天星医药集团有限公司包括安徽天星生物制品有限公司、南京医药六安天星有限公司；④合肥立方制药股份有限公司包括安徽立方药业有限公司。

（1）合作背景和合作历史

发行人零售业务涉及约一万种商品，供应商主要为从事医药批发的商业公司。报告期内，发行人零售业务主要供应商的合作背景和合作历史如下：

序号	零售供应商	首次合作时间	合作背景
1	国药控股股份有限公司	2011 年	国药控股（01099.HK）是国内领先的大型医药批发企业，2011 年 6 月，公司首次与国药控股旗下国药控股安徽有限公司开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 10 年。
2	安徽天星医药集团有限公司	2016 年	安徽天星医药是上市公司南京医药（600713.SH）之控股子公司，从事药品批发业务。2016 年 1 月，公司首次与安徽天星医药（当时名称为南京医药合肥天星有限公司）开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 5 年。
3	九州通医药集团股份有限公司	2011 年	九州通（600998.SH）是国内领先的大型医药批发企业，2011 年 11 月，公司首次与九州通旗下江苏九州通医药有限公司开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 9 年。
4	合肥曼迪新药业有限责任公司	2010 年	合肥曼迪新成立于 1995 年，注册资本 10,000 万元，主要从事药品配送、商业调拨、商业分销等医药批发业务。2010 年 8 月，公司首次与合肥曼迪新开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 10 年。
5	合肥立方制药股份有限公司	2010 年	立方制药（003020.SZ）是一家集药品制剂及原料药生产、药品及器械批发于一体的上市公司。2010 年 9 月，公司首次与立方制药旗下安徽立

序号	零售供应商	首次合作时间	合作背景
			方药业有限公司开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 10 年。
6	安徽华宁医药物流有限公司	2011 年	安徽华宁医药物流成立于 2006 年，注册资本 5,000 万元，主要从事医药批发业务。2011 年 7 月，公司首次与安徽华宁医药物流开展业务合作，向其采购药品。2018 年底，安徽华宁医药物流与国药控股（01099.HK）合作，成立国药控股安徽华宁医药有限公司。双方持续合作，至今已超过 10 年。

（2）签订合作协议的主要内容及主要供货方式

在零售业务中，发行人根据门店销售预测、商品安全库存、运输时间等因素，按需提出采购申请，上游供应商安排物流配送，一般由上游承担运费。公司零售业务采购协议的主要内容总结如下：

项目	具体内容
上游供应商	主要为从事医药批发的商业公司，如国药控股、九州通等
采购产品	药品、保健食品、器械等
合同期限	1 年以内
货物运输	上游供应商负责将货物运输至发行人指定地点，运输费由上游供应商承担；发行人也可以选择自提产品。
返利约定	发行人采购产品达到一定金额后，上游供应商给予一定比例的返利
退换货约定	药品质量问题、包装破损、来货不符等可以退换货
质量条款	上游供应商承担所提供商品的质量责任
结算政策	双方定期对账，发行人享受一定账期（30-75 天为主），另有少部分供应商采用预付模式，结算方式为银行转账或承兑。
其他	部分合约由汇达药业、国胜药房与上游供应商签订三方协议

（3）发行人零售业务存在独家销售供应商产品情形

发行人零售业务面向个人消费者，为满足居民日常健康需求，在售的商品约万种，绝大部分产品不是独家销售。但由于发行人是安徽省直营门店数量最多的医药连锁企业，营销网络覆盖 12 个地区，在安徽省内尤其是总部所在的合肥市，“国胜大药房”拥有较高品牌知名度，上游生产企业针对个别产品也会在合肥或安徽省独家销售给发行人。

经统计，发行人零售业务涉及独家销售的品规 110 个，2020 年度实现收入 2,038.70 万元、毛利 863.32 万元，占零售业务收入的 1.58%，毛利总额的 1.87%，占比较低。

发行人零售业务独家销售上游供应商产品时，双方签署的采购协议中明确约定“供货方承诺发行人专供的品种或品规，供货方必须保证在分布有发行人门店的城市和地区是独家经营，否则发行人有权扣除少量货款或拒付货款”，除上述约定外，其他主要条款与一般采购协议不存在重大差异。

3、终端集采业务

报告期各期，公司终端集采业务向前五名供应商采购情况如下表所示：

单位：万元

序号	终端集采业务供应商名称	采购金额	占终端集采采购总额的比例
2020 年度			
1	国药控股股份有限公司	4,222.32	14.49%
2	安徽天星医药集团有限公司	3,837.94	13.17%
3	九州通医药集团股份有限公司	3,785.66	12.99%
4	合肥曼迪新药业有限责任公司	2,275.46	7.81%
5	合肥立方制药股份有限公司	2,186.41	7.50%
合计		**16,307.79**	**55.96%**
2019 年度			
1	国药控股股份有限公司	631.35	15.17%
2	合肥曼迪新药业有限责任公司	442.55	10.63%
3	合肥立方制药股份有限公司	431.29	10.36%
4	安徽天星医药集团有限公司	342.14	8.22%
5	九州通医药集团股份有限公司	316.07	7.59%
合计		**2,163.40**	**51.98%**

注：按照同一控制下供应商合并统计，其中：（1）国药控股股份有限公司包括国药控股安徽华宁医药有限公司、国药控股安徽省医药有限公司、国药控股安徽有限公司、国药集团药业股份有限公司、国药控股芜湖有限公司、国药控股鑫烨（湖北）医药有限公司；（2）九州通医药集团股份有限公司包括安徽九州通医药有限公司、安徽九州通医疗器械有限公司；（3）合肥立方制药股份有限公司包括安徽立方药业有限公司；（4）安徽天星医药集团有限公司包括安徽天星生物制品有限公司。

发行人终端集采是服务于单体药店或小型连锁药店，因而从商品角度来看，发行人零售业务与终端集采业务的采购均为药店日常需求的药品和器械，重叠度较高。

报告期内，终端集采供应商主要为从事医药批发的商业公司。报告期内，发行人终端集采业务主要供应商的合作背景和合作历史如下：

序号	零售供应商	首次合作时间	合作背景
1	国药控股股份有限公司	2019 年 10 月	上述供应商从事医药批发业务，与发行人零售业务合作多年。2019 年 10 月，公司开展终端集采业务，采购的药品与零售业务重叠度高，基于多年良好合作基础，公司主动接洽。
2	安徽天星医药集团有限公司	2019 年 10 月	
3	九州通医药集团股份有限公司	2019 年 10 月	
4	合肥曼迪新药业有限责任公司	2019 年 10 月	
5	合肥立方制药股份有限公司	2019 年 10 月	

（2）签订合作协议的主要内容及主要供货方式、独家销售等情形

发行人终端集采签订合作协议的主要内容及主要供货方式与零售业务类似，一般不存在独家对外销售供应商产品情形。

（三）补充披露报告期内供应商向发行人销售药品、器械等产品的销售价格与向其他公司销售同类产品的销售价格之间是否存在差异及差异原因、合理性；

发行人已在招股说明书“第六节/四/（一）采购情况”中进行了补充披露。

报告期内，发行人采购环节通常为市场定价。公司建立了多层次的定价策略体系，采购部门根据同类产品采购均价以及市场调研分析，制定采购商品价格区间，再对商品进行询价、比价并严格履行内部采购审批流程，确定商品采购价格。公司向主要供应商的采购价格系商务谈判的结果，其定价合理且公允。

报告期内，发行人代理业务主要供应商为上药集团、广药集团、丽珠集团等医药生产企业，零售和终端集采业务主要供应商为国药控股、九州通、天星医药集团等医药批发企业，与发行人均不存在关联关系。经访谈，主要供应商向发行人销售药品、器械等产品的销售价格与向其他公司销售同类产品的销售价格之间不存在有失公允的重大差异，双方定价公允。

（四）补充披露报告期内各项业务采购金额前十大产品的名称、单价、采购金额及占比，各类产品采购价格是否存在较大变化及其原因、合理性；主要采购产品价格与市场价格的差异，采购单价是否公允，是否符合行业趋势；

发行人已在招股说明书“第六节/四/之（三）前十大主要产品的采购情况”中进行了补充披露。

报告期内，各业务板块采购金额前十大产品的具体情况如下：

1、代理业务

截至报告期末，发行人拥有代理品规 403 个。按照采购金额排序，报告期内代理业务采购前十大单品情况如下：

单位：万件、万元、元/件

产品名称	前十大年度	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价
产品 1	2020/2019/2018	95.69	1,475.51	4.09%	15.42	88.16	1,683.12	5.56%	19.09	70.53	1,453.45	6.25%	20.61
产品 2	2020/2019/2018	147.67	1,267.64	3.52%	8.58	139.76	1,193.30	3.94%	8.54	112.36	767.60	3.30%	6.83
产品 3	2020/2019/2018	270.68	1,113.86	3.09%	4.12	260.76	1,065.88	3.52%	4.09	186.00	743.62	3.20%	4.00
产品 4	2020	33.45	982.85	2.73%	29.38	0.65	19.21	0.06%	29.38	-	-	-	-
产品 5	2020/2019/2018	213.19	905.59	2.51%	4.25	205.52	864.32	2.85%	4.21	182.98	715.11	3.07%	3.91
产品 6	2020/2019/2018	93.66	813.97	2.26%	8.69	70.94	593.06	1.96%	8.36	55.64	426.38	1.83%	7.66
产品 7	2020/2019/2018	104.19	757.04	2.10%	7.27	104.98	780.10	2.57%	7.43	129.32	705.31	3.03%	5.45
产品 8	2020/2018	136.88	666.19	1.85%	4.87	113.24	547.89	1.81%	4.84	85.75	405.22	1.74%	4.73
产品 9	2020	128.19	621.72	1.72%	4.85	104.88	504.98	1.67%	4.81	86.48	401.29	1.72%	4.64
产品 10	2020/2019/2018	3.30	591.38	1.64%	179.42	4.54	871.82	2.88%	192.03	5.86	1,125.16	4.83%	191.97
产品 11	2019	19.63	105.35	0.29%	5.37	154.41	794.98	2.62%	5.15	110.74	474.48	2.04%	4.28
产品 12	2019/2018	147.61	382.86	1.06%	2.59	205.11	596.88	1.97%	2.91	189.69	538.22	2.31%	2.84
产品 13	2019	0.60	106.19	0.29%	176.99	2.93	564.71	1.86%	192.60	0.48	92.28	0.40%	192.24
产品 14	2018	90.39	319.96	0.89%	3.54	143.18	505.39	1.67%	3.53	126.43	435.07	1.87%	3.44

报告期内，代理业务采购单价变化较大的单品原因如下：

①产品 2、产品 5、产品 6、产品 7、产品 11 等药品的采购单价 2019 年上升较快：主要原因是厂家生产成本增加，上调代理价。

②产品 1 的采购单价逐年下降：主要原因是由于上游厂家主动调整定价策略，2019 年 6 月起，代理价从含税 24 元/盒降至 17.52 元/盒。

③产品 12 的采购单价 2020 年略有下降：主要原因是厂家将原有的返利政策直接体现在采购单价中。

④产品 10、产品 13 的采购单价 2020 年下降较多：主要原因是原料价格下降及消费者消费习惯导致市场需求下滑，为了更好开拓市场，保持产品原有竞争力，上游厂家对代理价进行下调。

2、零售业务

按照采购金额排序，报告期内，零售业务采购前十大单品情况如下：

单位：万件、万元、元/件

产品名称	前十大年度	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价
产品 1	2020	56.76	960.65	1.44%	16.92	4.76	88.29	0.13%	18.54	2.91	56.20	0.12%	19.34
产品 2	2020/2019/2018	1.12	815.41	1.22%	730.13	1.36	1,028.40	1.55%	758.02	0.80	589.59	1.28%	736.98
产品 3	2020/2019/2018	25.98	584.27	0.87%	22.49	30.54	680.50	1.03%	22.28	21.52	472.04	1.03%	21.93
产品 4	2020/2019/2018	0.92	581.52	0.87%	634.02	0.69	447.37	0.68%	650.62	0.41	265.03	0.58%	649.75
产品 5	2020/2019/2018	1.00	552.61	0.83%	552.83	0.88	489.34	0.74%	554.31	0.76	420.04	0.92%	550.79
产品 6	2020/2019	11.20	525.22	0.79%	46.90	8.23	383.69	0.58%	46.62	4.53	206.57	0.45%	45.57
产品 7	2020/2019	11.52	453.60	0.68%	39.38	10.07	394.82	0.60%	39.21	6.01	229.86	0.50%	38.26
产品 8	2020	45.09	446.40	0.67%	9.90	33.04	299.78	0.45%	9.07	23.30	204.96	0.45%	8.80
产品 9	2020/2019/2018	1.96	379.25	0.57%	193.77	5.31	1,147.27	1.73%	216.06	6.30	1,314.31	2.86%	208.62
产品 10	2020	11.88	347.05	0.52%	29.20	-	-	-	-	-	-	-	-
产品 11	2019/2018	0.74	10.91	0.02%	14.80	27.41	398.81	0.60%	14.55	17.52	260.68	0.57%	14.88
产品 12	2019	1.82	124.90	0.19%	68.78	4.24	388.17	0.59%	91.62	0.99	89.20	0.19%	90.28
产品 13	2019	29.94	332.22	0.50%	11.10	34.30	375.89	0.57%	10.96	20.32	218.57	0.48%	10.76
产品 14	2018	10.63	335.07	0.50%	31.52	10.15	327.42	0.49%	32.24	12.76	402.49	0.88%	31.55
产品 15	2018	4.98	121.29	0.18%	24.34	12.72	307.93	0.47%	24.21	14.39	327.80	0.71%	22.78
产品 16	2018	0.83	117.40	0.18%	141.45	2.33	251.02	0.38%	107.68	2.28	309.28	0.67%	135.80

产品名称	前十大年度	2020 年度				2019 年度				2018 年度			
		采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价
产品 17	2018	0.51	171.48	0.26%	339.23	0.86	291.66	0.44%	339.92	0.78	264.40	0.58%	338.11

报告期内，零售业务采购单价变化较大的单品原因如下：

①产品 1 采购价格逐年下降：主要原因是随着采购规模的增长，公司议价能力增强，与厂商争取了更优惠的采购价格。

②产品 12 采购价格 2020 年下降较多：主要原因是 2018 年、2019 年该产品主要从医药商业渠道购进，2020 年公司直接从生产厂家直供，减少了流通环节，采购价格下降。

③产品 16 采购价格 2019 年下降较多、2020 年上升较多：主要原因是 2019 年该产品作为上游厂商在零售渠道的重点推广产品，多次开展了购二送一的优惠活动，导致当年平均采购单价较 2018 年下降较多；2020 年度，发行人视市场行情主动调整了产品结构，不再将其作为重点培育品种，并增补了同厂家同规格其他产品，导致采购量下降较多，享受的厂家优惠政策随之减少，公司采购价格基本回升至原价水平。

3、终端集采业务

发行人终端集采是服务于单体药店或小型连锁药店，因而从商品角度来看，发行人零售业务与终端集采业务的采购均为药店日常需求的药品和器械，相似度、重叠度较高。按照采购金额排序，报告期内终端集采业务采购前十大单品情况如下：

单位：万件、万元、元/件

产品名称	前十大年度	2020 年度				2019 年度			
		采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价
产品 1	2020	8.35	675.20	2.32%	80.89	-	-	-	-
产品 2	2020	3.05	339.71	1.17%	111.38	0.03	2.85	0.07%	111.38
产品 3	2020、2019	0.46	333.71	1.15%	722.95	0.10	71.53	1.72%	745.13
产品 4	2020、2019	1.40	287.21	0.99%	205.19	0.78	168.17	4.04%	215.93
产品 5	2020	12.58	283.85	0.97%	22.56	0.86	19.41	0.47%	22.57
产品 6	2020、2019	19.74	194.50	0.67%	9.85	6.06	57.22	1.37%	9.44
产品 7	2020	6.81	172.11	0.59%	25.27	-	-	-	-
产品 8	2020	32.48	169.10	0.58%	5.21	-	-	-	-
产品 9	2020	16.38	157.82	0.54%	9.63	0.12	0.51	0.01%	4.25
产品 10	2020、2019	4.75	155.08	0.53%	32.67	0.67	21.83	0.52%	32.48
产品 11	2019	2.25	91.89	0.32%	40.91	1.06	43.13	1.04%	40.51
产品 12	2019	0.68	95.76	0.33%	141.66	0.20	28.50	0.68%	142.48
产品 13	2019	7.39	81.76	0.28%	11.06	2.56	28.32	0.68%	11.06
产品 14	2019	0.16	106.45	0.37%	669.47	0.04	26.78	0.64%	669.47
产品 15	2019	0.65	64.62	0.22%	99.08	0.25	24.77	0.60%	99.08
产品 16	2019	0.12	42.37	0.15%	353.10	0.06	22.30	0.54%	371.68

报告期内，终端集采业务采购单价变化较大的单品原因如下：

①产品 3、产品 4、产品 16 2020 年采购价格有所下降：主要原因是生产厂家原材料成本下降，以及根据消费者市场需求变化调整定价所致。

②产品 6 2020 年采购价格略有上升：主要原因是厂家生产成本增加，调高了出厂价格。

③产品 1、产品 8、产品 9 2020 年采购价格上升较多：主要原因是新冠疫情带来的短时间内需求大幅上升，全国范围内供货紧张，采购价格上升明显。

综上所述，发行人各项业务中主要采购产品价格均为市场化定价，采购单价公允，符合行业实际情况与趋势。

（五）补充披露与供应商关于退换货的约定及报告期各期的退换货比例，对近效期药品处理的相关约定。

发行人已在招股说明书“第六节/四/（二）/5、主要供应商关于退换货的约定”中进行了补充披露。

1、主要供应商关于退换货的约定

报告期内，发行人各业务模式下与供应商退换货的约定类似，质量问题、物流破损等通常无条件退换，其他情形需双方协商。采购协议中大多未明确约定近效期商品的退换货条款，实际操作中通常可以协商处理。报告期内，发行人与供应商发生退换货金额如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
退换货金额	4,533.62	2,369.05	619.35
总采购额	132,033.34	100,669.84	69,160.44
占比	3.43%	2.35%	0.90%

报告期内，采购退换货率逐年上升，主要是零售业务退换货增长较大所致。主要原因是：春节前后是零售终端销售旺季，加之供应商放假暂停发货，所以在每年 1 月左右发行人会加量备货，但是因为 2020 年疫情爆发之后安徽省对“一退二抗”品种管制甚至部分区域禁销，此规定的影响延续至 2020 年 4 月份，

从而导致相关品种库存周转过慢甚至积压，在疫情结束之后，公司为维持健康的库存，与上游厂家、商业公司协商后退回了较多商品。

百洋医药、大参林、漱玉平民三家可比公司公开披露了采购退换货数据，其平均退换货率在 2%-5%之间，发行人与之相比不存在重大差异，不存在异常情形。

可比公司	公开披露文件	披露的各期采购退换货比例	平均值
百洋医药	青岛百洋审核问询函的回复	2018 年-2020 年 1-6 月退换货率分别为 3.03%、1.97%、2.46%	2.49%
大参林	大参林招股说明书	2014 年-2016 年退换货率分别为 2.41%、2.17%、1.87%	2.15%
漱玉平民	漱玉平民审核问询函的回复	2018 年-2020 年退换货率分别为 3.80%、6.54%、3.57%	4.64%

2、对近效期药品处理的相关约定

采购协议中大多未明确约定近效期商品的退换货条款，实际操作中通常可以协商处理。库存商品进入近效期后，对于可退商品，公司将与供应商协调退换。对于不可退商品，公司将加强该类商品的促销力度，在销售时会明确告知客户商品的效期情况。

药品在有效期内未能销售完毕且不能退货的，将根据公司《效期管理制度》进行下架封存，进行报损，委托具有药品无害化处理资质的环保企业进行销毁。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈发行人财务总监及采购业务负责人，了解发行人与各项业务主要供应商合作背景、合作历史、供货方式、各业务之间的合同签订方式、同产品不同业务之间的采购价格差异等；

2、了解发行人的采购模式，核查主要供应商的采购合同，核对独家代理权或独家销售、采购价格等主要合同条款；

3、获取不同业务供应商采购清单，统计供应商重叠情况；选取主要供应商进行走访、函证，了解采购真实性与价格公允性；

4、获取发行人采购明细表，统计发行人各项业务采购金额前十大产品对应的采购数据及占比，分析变动的原因、合理性；

5、获取并查阅报告期内主要供应商采购合同以及退换货统计表，了解合同对于退换货、近效期药品处理的具体约定以及实际退换货、近效期药品处理情况；

6、了解、评价和测试与退换货、近效期药品处理相关的业务流程、关键内部控制的设计和运行有效性；

7、查阅同行业可比公司退换货相关政策，并与发行人退换货率进行对比，分析发行人退换货数据的合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人代理业务、零售业务和终端集采业务供应商之间的区别及联系具有合理性，不同业务供应商存在重合的情形，该情形具有合理性。代理业务单独与供应商签订供货协议，零售与终端集采业务存在共同与供应商签订供货协议的情形，上述情形不存在异常。代理业务与其他业务产品不重叠，零售与终端集采业务同一产品采购价格不存在重大差异；

2、发行人各项业务前五大供应商的合作背景、合作历史、协议的主要内容及主要供货方式等方面不存在异常；发行人存在独家销售供应商产品的情形，上述情形及具体约定不存在异常；

3、报告期内，主要供应商向发行人销售药品、器械等产品的销售价格与向其他公司销售同类产品的销售价格之间不存在重大差异；

4、报告期内，发行人各项业务采购金额前十大产品的名称、单价、采购金额及占比情况正常，各类产品采购价格变化具有合理原因，主要采购产品价格均为市场化定价，采购单价公允，符合行业实际情况与趋势；

5、发行人与供应商关于退换货的约定，以及报告期各期的退换货比例不存在异常；对近效期药品处理的相关约定和处理不存在异常。

问题十七、关于营业成本

申报材料显示，报告期内，随着营业收入的逐年增长，公司各年营业成本金额也相应上升。报告期各期，公司营业成本分别为 67,491.29 万元、94,570.17 万元和 123,075.64 万元。

请发行人：

（1）补充披露报告期内各项业务营业收入与营业成本的变动关系，各项业务营业成本构成变动的原因及合理性；

（2）补充披露各项业务成本归集和核算方法，是否符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司是否存在较大差异及其原因、合理性；

（3）补充披露主营业务成本与采购、存货的勾稽关系，成本核算过程和控制的关键环节，发行人成本核算是否规范、准确；

（4）补充披露报告期内各项业务供应商的返利政策、返利金额及占比，报告期各期返利金额变动的原因及合理性，返利确认是否存在跨期情形；针对上述返利的会计处理，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；返利政策是否符合行业惯例，与同行业的会计处理方式是否存在差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露报告期内各项业务营业收入与营业成本的变动关系，各项业务营业成本构成变动的原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（二）/3、主营业务成本的构成变动”、“第八节/十/（二）/5、主营业务成本与收入的变动关系”中进行了补充披露。

1、各项业务营业收入与营业成本的变动关系

发行人报告期内各项业务营业收入与营业成本如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
主营业务	**188,566.86**	**122,075.92**	**147,972.41**	**93,700.69**	**106,649.26**	**67,052.87**
其中：代理业务	52,175.87	32,596.25	43,894.93	27,632.32	34,870.10	20,825.14
零售业务	129,222.19	83,107.72	103,354.66	65,366.93	71,779.16	46,227.73
终端集采	7,116.08	6,352.28	722.81	701.44	-	-
信息服务	52.72	19.67	-	-	-	-
其他业务	**4,524.18**	**999.72**	**4,263.88**	**869.48**	**3,812.80**	**438.42**
其中：服务	3,519.00	-	3,384.90	-	3,373.31	-
转租	999.72	999.72	869.48	869.48	438.42	438.42
其他	5.47	-	9.51	-	1.08	-
合计	**193,091.04**	**123,075.64**	**152,236.29**	**94,570.17**	**110,462.06**	**67,491.29**

公司其他业务中转租成本按照转租收入计量，服务成本不单独核算。

报告期内，公司代理、零售及终端集采业务收入与成本的变动情况如下：

项目	2020 年 vs 2019 年			2019 年 vs 2018 年		
	收入增长率	成本增长率	毛利率变动	收入增长率	成本增长率	毛利率变动
代理	18.87%	17.96%	0.48%	25.88%	32.69%	-3.23%
零售	25.03%	27.14%	-1.07%	43.99%	41.40%	1.16%
终端集采	884.50%	805.61%	7.78%	-	-	-
主营业务	27.43%	30.28%	-1.42%	38.75%	39.74%	-0.45%

2019 年度、2020 年度，公司主营业务收入较上年分别增长 38.75%、27.43%，主营业务成本较上年增长 39.74%、30.28%，主营业务收入增长幅度略低于主营业务成本，报告期内主营业务毛利率略微下降。从整体来看，报告期内，公司主营业务成本的变动与主营业务收入的变动基本匹配。

报告期内，各项业务收入与成本的变动幅度差异，体现为各项业务毛利率的变动。具体原因参见本回复之问题十八之一之（一）和（二）相关内容。

2、各项业务营业成本构成变动的原因及合理性

报告期内，公司主营业务成本结构如下表所示：

单位：万元

主营业务成本构成	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、代理	**32,596.25**	**100.00%**	**27,632.32**	**100.00%**	**20,825.14**	**100.00%**
商品采购成本	31,707.75	97.27%	27,632.32	100.00%	20,825.14	100.00%
运输成本	888.50	2.73%	-	-	-	-
二、零售	**83,107.72**	**100.00%**	**65,366.93**	**100.00%**	**46,227.73**	**100.00%**
商品采购成本	82,420.39	99.17%	65,366.93	100.00%	46,227.73	100.00%
运输成本	598.10	0.72%	-	-	-	-
诊疗人工及其他	89.23	0.11%	-	-	-	-
三、终端集采	**6,352.28**	**100.00%**	**701.44**	**100.00%**	-	-
商品采购成本	6,299.20	99.16%	701.44	100.00%	-	-
运输成本	53.07	0.84%	-	-	-	-
四、信息服务	**19.67**	**100.00%**	-	-	-	-
人工及其他	19.67	100.00%	-	-	-	-
主营业务成本合计	**122,075.92**	-	**93,700.69**	-	**67,052.87**	-

公司主营业务属于医药流通行业。除 2020 年度因执行新收入准则，发行人将销售活动相关的运输费用计入主营业务成本外，2018 年度、2019 年度公司主营业务成本全部为商品采购成本，与公司实际业务相符合。2020 年度，公司零售业务板块主营业务成本中人工及其他为 3 家直营诊所门店开展诊疗服务所发生的医师人工成本、耗材及固定资产折旧等；信息服务业务成本为技术人员成本及通信物料成本。**各项主营业务成本构成的变动合理。报告期内其他业务成本均为转租成本，未发生变化。**

（二）补充披露各项业务成本归集和核算方法，是否符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司是否存在较大差异及其原因、合理性；

发行人已在招股说明书“第八节/六/（十）/2、发出存货的计价方法”、“第八节/十/（二）/1、营业成本的归集和核算”中进行了补充披露。

1、各项业务成本归集和核算方法符合《企业会计准则》的规定

发行人各项业务，利润主要来源于商品购销差价，无需对购入商品进行进一步加工。因此 2020 年之前，成本全部为商品采购成本。商品采购成本的核算

方法是按照移动加权平均的计价方法对购入及发出的存货进行核算。发行人依赖信息系统进行存货的进、销、存进行日常管理，并由信息系统自动对存货成本核算及主营成本的结转。2020 年度因执行新收入准则，将相关运输费用归集入成本，执行新收入准则前计入销售费用。

此外，公司零售业务中诊所开展诊疗服务所发生的医师人工成本、耗材及固定资产折旧等计入营业成本。信息服务业务为向客户提供软件服务，归集的成本主要为直接提供软件服务的人工成本、通信物料成本等。公司其他业务系为上游供应商提供商品宣传、推广、陈列等服务，这些必须依托于主营业务，是公司开展主营业务的同时提供的增值服务，难以剥离于主营业务而单独存在。另外，其他业务中转租业务系个别零售门店将部分闲置面积转租而取得的收入。根据财务核算重要性原则，公司不单独核算宣传推广陈列等服务成本，转租成本按照转租收入计量。

发行人各项业务成本归集和核算方法符合《企业会计准则》规定。

2、与同行业可比公司不存在较大差异

发行人成本核算方法及依据、存货的发出计价方式与同行业可比公司不存在重大差异，同行业可比公司具体情况如下：

同行业上市公司	会计政策
一品红	领用或者发出的存货，按加权平均法或个别计价法计价。
易明医药	存货发出时按加权平均法计价。
百洋医药	该公司存货管理系统 ECP 成本核算模块自动按照各产品每个规格每一批次的加权平均单位成本计算当月发出产品的成本，该公司财务部按照 ECP 计算的当月发出产品的成本按照权责发生制结转当月主营业务成本。
老百姓	该公司发出商品计价方法是先进先出法。
一心堂	该公司主营业务成本为商品采购成本，该公司发出商品计价方式是移动加权平均法，成本结转工作主要是由 SAP 系统自动完成。
益丰药房	该公司主营业务成本为商品采购成本，该公司发出商品计价方式是移动加权平均法，成本结转工作主要是由 SAP 系统自动完成。
大参林	存货发出计价方式是移动加权平均法。成本结转工作主要是由 Oracle 系统或者时空系统自动完成。
健之佳	该公司发出商品计价方式是移动加权平均法，JBI 系统中成本核算通过“月结”模块功能实现，按商品进销存数据计算移动加权平均成本，生成“成本月结表”。

同行业上市公司	会计政策
漱玉平民	该公司发出商品计价方式是移动加权平均法，成本核算及结转是由 SAP 系统根据该公司各项成本管理制度及流程的设置自动完成，系统中对商品成本进行单品成本核算。
药易购	（1）存货发出时按加权平均法计价。 （2）运输装卸费在销售费用中进行核算。执行新收入准则后，该公司将运杂费从销售费用调整至主营业务成本。

（三）补充披露主营业务成本与采购、存货的勾稽关系，成本核算过程和控制的关键环节，发行人成本核算是否规范、准确；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（二）/4、主营业务成本与采购、存货的勾稽关系”中进行了补充披露。

1、主营业务成本与采购、存货的勾稽关系

主营业务成本与采购、存货的勾稽关系如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
期初存货余额	23,077.02	18,229.81	14,207.59
加：本期采购金额	132,033.34	100,669.84	69,160.44
加：其他增加	311.55	426.36	3,690.14
减：主营业务成本	122,075.92	93,700.69	67,052.87
加：新收入准则影响（运费）	1,539.68	-	-
加：非采购成本（人工及折旧）	108.90	-	-
减：票面折让	3,963.62	2,337.88	1,499.74
减：其他减少	572.58	210.42	275.75
期末存货余额	30,458.36	23,077.02	18,229.81

报告期内，发行人存货增加主要来自外部采购，其他增加主要为收购门店并入的存货及小规模纳税人不可抵扣进项税的影响，存货减少原因主要为销售产品后结转存货至营业成本，其他减少主要包括存货盘盈盘亏、赠品及促销品出库等。

2、成本核算过程和控制的关键环节

发行人主营业务成本主要为商品采购成本，公司依靠信息系统管理商品采购成本。公司发出商品计价方式是移动加权平均法，成本结转工作主要是由信息系统自动完成。

①存货成本的计量

采购订单在系统中生成，货物到达仓库后，发行人对货物与采购订单进行核对，确认无误后将商品的规格型号、批号、数量、价格等详细信息输入业务管理系统。

系统根据商品采购成本及现有库存成本自动计算移动平均价格，作为该商品后续发出的单价。

②主营业务成本的结算

门店销售时，店员通过业务管理系统扫描商品条码，自动生成销售订单。门店系统端口与总部服务器及数据库实时连接并自动上传数据。代理及终端集采业务客户销售时，按照订单拣货，经复核员扫码核对无误后将商品、随货同行联、税票等资料一起装箱，交付物流发货。系统成本核算模块自动按照各产品的加权平均单位成本结转成本，财务部根据系统数据进行会计处理。

③存货盘点

对于仓库，发行人每月末组织存货抽盘，每年年末全部存货盘点。对于门店，发行人不定期自行抽盘商品，同时每半年循环盘点所有门店商品一次，并与供应链管理系统商品库存核对。盘点结束后如有差异，将差异录入系统，由财务部进行盘盈盘亏的财务处理。

综上，**发行人以信息系统为核心，实现了信息系统、内控制度及财务系统的有效对接，能够保证对发行人零售业务成本进行真实、准确、完整的会计核算。**

（四）补充披露报告期内各项业务供应商的返利政策、返利金额及占比，报告期各期返利金额变动的原因及合理性，返利确认是否存在跨期情形；针对上述返利的会计处理，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；返利政策是否符合行业惯例，与同行业的会计处理方式是否存在差异。

发行人已在招股说明书“第六节/四/（四）采购返利情况”中进行了补充披露。

1、补充披露报告期内各项业务供应商的返利政策、返利金额及占比

返利是医药流通行业惯例。返利涉及的商品数量较多，计算规则多样。**发行人各项业务供应商的返利政策没有显著的区别。**

返利类型	返利内容	返利规则
常规返利	在一定时间段内（既包括年度、半年度等定期周期，也包括临时的营销促销活动周期），针对全部或特定药品，在完成一定采购金额/数量/回款金额（一般具有阶梯型）的前提下进行奖励	返利金额=采购额*返利百分比，或采购数量*单位返利金额，或回款额*返利百分比，或综合上述指标组合计算
其他返利	由于药品限价或调价、支付方式（承兑或电汇）变化、组织促销节庆活动等特殊原因，供应商给予的补偿或让利	返利金额=双方协商的计算金额或固定金额

报告期内，发行人返利按业务类型分类，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	返利	占比	返利	占比	返利	占比
代理	663.73	16.75%	544.58	23.29%	766.05	51.08%
零售	3,116.74	78.63%	1,793.05	76.70%	733.69	48.92%
终端集采	183.15	4.62%	0.25	0.01%	-	-
合计	3,963.62	100.00%	2,337.88	100.00%	1,499.74	100.00%

2、报告期各期返利金额变动的原因及合理性

报告期内，发行人返利增长主要为零售业务。随着公司业务的不断扩大，公司的采购金额也逐年增加。由于返利金额的计算一般具有阶梯型，故在采购基数增加较多的情况下，奖励比率会有一定程度的递增，故各期返利金额与占比也逐年上升。

报告期内，发行人收取供应商返利金额及与同行业上市公司对比情况如下表：

单位：万元

公司	期间	返利金额	营业成本	占比
发行人	2020 年度	3,963.62	123,075.64	3.22%

公司	期间	返利金额	营业成本	占比
	2019 年度	2,337.88	94,570.17	2.47%
	2018 年度	1,499.74	67,491.29	2.22%
百洋医药	2020 年度	18,489.73	440,600.33	4.20%
	2019 年度	8,941.94	349,767.65	2.56%
	2018 年度	7,967.23	245,362.18	3.25%
老百姓	2018 年 1-6 月	10,817.66	284,615.68	3.80%
	2017 年度	12,642.93	485,287.37	2.61%
	2016 年度	9,950.44	389,652.99	2.55%
	2015 年度	8,092.32	286,790.10	2.82%
益丰药房	2019 年 1-9 月	16,833.38	446,087.25	3.77%
	2018 年度	15,067.10	416,608.19	3.62%
	2017 年度	7,200.18	288,258.34	2.50%
	2016 年度	4,871.72	225,542.59	2.16%
大参林	2016 年度	2,535.42	375,057.57	0.68%
	2015 年度	2,991.93	310,514.02	0.96%
	2014 年度	3,004.32	271,406.36	1.11%
漱玉平民	2020 年 1-6 月	7,397.99	157,520.20	4.70%
	2019 年度	6,413.24	231,333.58	2.77%
	2018 年度	5,807.40	184,096.26	3.15%
	2017 年度	3,635.68	157,343.60	2.31%
健之佳	2017 年 1-6 月	1,531.55	68,330.75	2.24%
	2016 年	3,287.51	126,472.28	2.60%
	2015 年	2,510.06	115,178.09	2.18%
	2014 年	1,439.63	104,662.90	1.38%
药易购	2020 年 1-6 月	5,319.94	121,837.68	4.37%
	2019 年度	11,375.59	208,086.65	5.47%
	2018 年度	8,085.84	185,078.53	4.37%
	2017 年度	5,827.76	144,310.66	4.04%

注 1：由于同期返利相关数据同行业上市公司未在年报中进行披露，因此获取同行业上市公司最近一次披露的返利相关数据进行对比；

注 2：返利相关数据摘自各上市公司公开披露的招股说明书、募集说明书或反馈意见回复；

注 3：一品红、易明医药、一心堂未公开披露返利相关数据。

由上表可知，同行业上市公司每年返利金额占成本的比例大多逐年上升趋势，且占比在2%-4%之间居多。发行人返利占营业成本比例与同行业上市公司不存在重大差异，不存在异常情形。

3、返利确认不存在跨期情形

在返利周期结束后，若发行人尚未收到返利但与供应商之间可以相对准确地计算出应收返利金额且基本确定可以收到；则在每年末，发行人根据本年采购量及年初约定的返利政策，按照“权责发生制”梳理并计算出应收返利金额，经由与供应商共同对账后计提本年应收返利，冲减本年营业成本。同行业可比公司药易购（300937.SZ）也存在根据返利规则和实际完成情况计提返利的情形。

报告期内，发行人不存在提前确认返利的情形，符合谨慎性。发行人已按照权责发生制计提返利，不存在跨期调节利润的情形。

4、上述返利的会计处理符合《企业会计准则》的规定

发行人对于返利的会计处理如下：

发行人各业务板块对于返利的会计政策一致，均为在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后冲减营业成本。供应商按照双方确定的返利金额（在票面以负数列示）向公司开具增值税发票。对于发行人而言，收取的供应商返利实际减少总体采购价款，最终影响了采购成本。

综上所述，发行人代理业务返利与零售、终端集采业务返利处理不存在差异。从总体来看，发行人各业务板块对于返利的会计政策一致，均是在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后冲减营业成本。**公司返利会计处理符合《企业会计准则》的规定。**

5、返利政策是否符合行业惯例，与同行业的会计处理方式是否存在差异

同行业可比公司关于返利确认及会计处理的具体情况如下：

对标发行人业务	同行业可比公司	股票代码	返利会计政策
代理业务	百洋医药	301015.SZ	为按照购销合同、协议或以购销双方认可的方式约定的利益条款、促销政策等，在与供应商对账确认的基础上确认返利，并以票折的形式取得返

对标发行人业务	同行业可比公司	股票代码	返利会计政策
			利，会计处理方式为冲减主营业务成本或存货采购成本并转出进项税额。
零售业务	老百姓	603883.SH	由供应商在出具的增值税专用发票上进行金额折扣或出具专门的负数增值税专用发票，该公司按照确定的返利金额扣减应付供应商的采购款，并将返利入账。依照零售行业惯例，该公司在收到返利时，根据确认的返利金额，相应冲减主营业务成本和对应的增值税进项税金。
	一心堂	002727.SZ	因该公司采购数量较大，依据行业惯例，供应商会按照采购合同进行返利，对这部分返利，该公司冲减主营业务成本。
	益丰药房	603939.SH	根据该公司与供应商签署的采购合同，返利收入一般以季度和年度为主，由于在签署合同时无法预计采购量是否达到标准，故均在满足条件收到供应商返利后再确认、进行会计处理。该公司收到供应商返利后，由于该公司产品的存货周转率较高，目前均是在收到供应商返利的当月冲减相应的销售成本。
	大参林	603233.SH	该公司收到供应商返利或基本确定可以收到供应商返利后，由于该公司存货周转率较高，均是在收到供应商返利当月冲减相应销售成本，同时减少当期增值税进项税金。
	健之佳	605266.SH	该公司在满足合作约定条件且收到供应商的返利或者基本确定可以收到供应商返利额当期进行会计处理。
	漱玉平民	301017.SZ	考虑到最终与供应商共同对账结算确认前，该公司无法确定实际应收取的返利金额，出于谨慎性考虑，该公司在实际收取返利时进行会计处理。对于该公司而言，收取的供应商返利实际降低了采购批次商品的采购价款，最终影响了采购成本。同时由于返利收取时间具有滞后性，而该公司存货周转率较高，因此该公司在实际收取返利时，其所对应的商品绝大部分均已完成销售。因此，该公司在实际收到返利时将返利金额冲减当期“营业成本”，同时减少应付供应商采购款。
终端集采业务	药易购	300937.SZ	购销双方通常在协议中明确约定返利的具体结算方式，报告期内，该公司主要通过商业折扣的方式（即“票折”）收取来自上游供应商的返利，此外也包括部分现金。（1）计提应记返利时，根据返利规则和实际完成情况计算应计返利金额；（2）返利到账时，冲减应付账款或增加货币资金；（3）实现销售，确认收入并结转成本的同时，

对标发行人业务	同行业可比公司	股票代码	返利会计政策
			结转采购返利至当期营业成本，期末未实现销售的，采购返利保留在库存商品余额中。

综上，发行人依照行业惯例，在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后冲减营业成本，真实反映了公司财务状况及经营成果，与同行业可比公司之间不存在重大差异，返利会计处理方法符合《企业会计准则》的规定。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、根据各业务的收入、成本、毛利率数据，分析了收入、成本的变动关系，根据成本的组成数据，对成本构成变动进行了分析；

2、访谈了仓储部门、财务部门、信息部门，了解其分工、信息传递流程、成本核算方式，了解了成本核算和控制关键环节，检查了发行人各项业务成本归集和核算方法是否符合《企业会计准则》；

3、查阅同行业可比上市公司的招股说明书等公开资料，将发行人成本归集核算方式与同行业可比上市公司进行了对比；

4、复核主营业务成本与采购、存货的勾稽关系。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人报告期内各项业务营业收入与营业成本的变动关系不存在异常，各项业务营业成本构成变动原因合理；

2、发行人各项业务成本归集和核算方法，符合《企业会计准则》的规定；与同行业可比公司不存在重大差异；

3、报告期内发行人主营业务成本与采购、存货的勾稽关系不存在异常，成本核算过程和控制的关键环节清晰，成本核算规范、准确；

4、发行人报告期内各项业务供应商的返利政策、返利金额及占比情况不存在异常，报告期各期返利金额变动的原因具有合理性，返利确认不存在跨期调节利润的情形；返利的会计处理符合《企业会计准则》的规定；返利政策符合行业惯例，与同行业的会计处理方式不存在重大差异。

问题十八、关于毛利率

申报材料显示，2018 年度、2019 年度以及 2020 年度，公司综合毛利率分别为 38.90%、37.88%和 36.26%，综合毛利率逐年略有下降。报告期内，发行人代理业务板块的毛利率在 37%-40%左右，零售业务板块的毛利率在 35%-36%左右，终端集采业务板块的毛利率在 10%左右（不考虑 2019 年筹备期）。

请发行人：

（1）补充披露 2020 年代理业务毛利率增长、零售业务毛利率下降的原因；报告期内各项业务毛利率变动与同行业可比公司变动存在差异的原因及合理性；

（2）结合报告期内各项业务主要产品销售价格、采购成本的变动情况，量化分析并补充披露报告期内各项业务毛利率变动的具体原因及合理性；

（3）结合毛利率变动的影响因素，补充披露发行人未来毛利率的变动趋势，综合毛利率及各项业务毛利率是否会持续下降；

（4）补充披露线上、线下不同销售渠道零售业务毛利率的变动情况及原因，线上、线下销售价格、采购价格及毛利率是否存在差异及原因、合理性；

（5）补充披露报告期内代理业务贴牌和非贴牌模式毛利率的差异及原因、合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露 2020 年代理业务毛利率增长、零售业务毛利率下降的原因；报告期内各项业务毛利率变动与同行业可比公司变动存在差异的原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（四）/3、各业务板块毛利率分析”中进行了补充披露。

1、2020 年代理业务毛利率上升的原因

2019 年度、2020 年度，发行人代理业务主营业务毛利率分别为 37.05%、39.23%（剔除运费影响），2020 年度代理业务毛利率增长 2.18%个百分点。

因一致性评价等改革举措的实施，2019 年度发行人代理业务药品采购价格普遍上调，为维系客户关系，公司根据市场形势在 2020 年逐步提高相应产品的销售价格。另外，随着公司代理业务规模的扩大，发行人与上游厂家的合作更加紧密，公司对上游议价能力也逐渐增强，在 2019 年采购价格的基础上，发行人争取了部分让利优惠。

2020 年度前五大单品中的 4 个品规平均售价在上升、5 个品规平均采购成本下降，具体如下：

单位：元/件

产品通用名	采购成本			销售价格		
	2020 年	2019 年	涨幅	2020 年	2019 年	涨幅
产品 1	8.17	8.40	-2.74%	11.64	11.85	-1.77%
产品 2	3.53	3.77	-6.37%	8.47	8.09	4.70%
产品 3	29.33	29.38	-0.17%	55.19	54.99	0.36%
产品 4	15.49	19.10	-18.90%	20.86	19.40	7.53%
产品 5	3.97	4.08	-2.70%	6.21	6.08	2.14%

注：产品 4 采购成本下降主要是代理模式的变化，请参见“本回复之问题十四之一之（三）之 6、针对丽珠集团雷贝拉唑产品代理价格变化的说明”的相关内容。

2、2020 年零售业务毛利率下降的原因

发行人零售业务涉及的产品品规约万种，分为中西成药、中药饮片、保健品、医疗器械和其他几大类。2019 年度、2020 年度，发行人零售业务主营业务毛利率分别为 36.75%、36.15%（剔除运费影响），基本稳定，2020 年仅微降 0.60 个百分点。

分产品来看，2019 年至 2020 年，零售业务收入结构和毛利率情况如下：

单位：万元

项目		2020 年度			2019 年度		
		收入	比例	毛利率	收入	比例	毛利率
零售	中西成药	95,877.40	74.20%	34.17%	79,839.45	77.25%	33.35%
	中药饮片	7,532.32	5.83%	47.43%	6,740.32	6.52%	49.65%
	保健品	7,167.61	5.55%	48.65%	6,008.24	5.81%	50.18%

项目		2020 年度			2019 年度		
		收入	比例	毛利率	收入	比例	毛利率
	医疗器械	11,215.84	8.68%	38.37%	5,499.13	5.32%	48.97%
	其他	7,429.02	5.75%	34.81%	5,267.52	5.10%	43.84%
	小计	129,222.19	100.00%	36.15%	103,354.66	100.00%	36.75%

各类别产品毛利率、收入占比对零售业务毛利率的影响分析如下：

产品类别	毛利率变动的影响	销售收入比重变动的影响	对毛利率的影响合计
中西成药	0.61%	-1.02%	-0.41%
中药饮片	-0.13%	-0.34%	-0.47%
保健品	-0.09%	-0.13%	-0.22%
医疗器械	-0.92%	1.64%	0.73%
其他	-0.52%	0.29%	-0.23%
合计	-1.04%	0.44%	-0.60%

由上表分析可知，2020 年度零售业务毛利率下降主要因疫情原因，医疗器械需求增长，同时该类产品毛利率有所下降，具体分析如下：

新冠疫情前后，发行人零售业务防疫物资类产品的销售数量、平均销售单价、平均采购成本情况如下：

单位：万元、万件、元/件

年份	营业收入	营业成本	销量	平均销售单价	平均单位成本	毛利率
2019 年度	1,115.19	588.43	98.38	11.34	5.98	47.23%
2020 年度	8,594.26	6,800.42	1,094.51	7.85	6.21	20.87%
变化比例	670.65%	1055.68%	1012.56%	-30.73%	3.88%	-26.36%

因新型冠状肺炎疫情的影响，消费者对口罩、额温枪、消毒酒精等重点疫情物资的需求大幅增长，2020 年度，防疫物资销售收入 8,594.26 万元，较 2019 年度大幅上涨 670.65%。市场需求量短期内大幅增加，供应短缺导致采购价格上涨，2020 年度上述产品的平均成本从 5.98 元/件上升至 6.21 元/件。

为确保新冠肺炎疫情防控期间口罩等相关医疗器械市场价格秩序稳定，强化和规范各级市场监管部门查处哄抬价格违法行为，2020 年 2 月 1 日，国家市场监督管理总局发布《关于疫情防控期间查处哄抬价格违法行为的指导意见》，防疫物资不得超过 1 月 19 日前最后一次实际交易的进销差价率；2020 年 2 月 9

日，安徽省政府发布《应对疫情若干政策措施的通知》，对于 1 月 19 日之前没有销售过的防疫物资，进销差价率不能超过成本价的 30%。因此，限价销售政策导致该类产品 2020 年度的平均销售单价从 11.34 元/件降至 7.85 元/件，降幅为 30.73%。

上述因素综合影响，防疫物资收入大幅增长的同时，毛利率从 2019 年度的 47.23%高毛率水平，大幅下降至 2020 年度 20.87%，下降了 26.36 个百分点，拉低了发行人当年零售业务整体毛利率。同行业可比公司 2019 年至 2020 年毛利率普遍下降，与发行人变动趋势一致。

3、报告期内各项业务毛利率变动与同行业可比公司不存在重大差异

报告期内，发行人各项业务的毛利率情况如下：

业务	2020 年度	2019 年度	2018 年度
代理	39.23%	37.05%	40.28%
零售	36.15%	36.75%	35.60%
终端集采	11.48%	2.96%	-
主营业务	**36.08%**	**36.68%**	**37.13%**

注：2020 年度剔除运费影响

报告期内，发行人代理业务板块的毛利率在 37%-40%左右，零售业务板块的毛利率在 35%-36%左右，终端集采业务板块的毛利率在 10%左右（不考虑 2019 年筹备期）。整体来看，报告期内各项业务毛利率相对稳定。

（1）代理业务毛利率 2019 年下降，2020 年回升

证券简称	证券代码	代理业务毛利率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
一品红	300723.SZ	40.93%	38.28%	43.75%
易明医药	002826.SZ	11.32%	11.60%	14.96%
百洋医药	301015.SZ	49.16%	51.89%	57.10%
同行业代理业务平均值		**33.80%**	**33.92%**	**38.60%**
本公司代理业务毛利率		**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
		39.23%	**37.05%**	**40.28%**

注 1：易明医药选取与发行人代理业务相似的第三方合作产品、百洋医药选取与发行人代理业务相似的“品牌运营业务”；

注 2：发行人 2020 年毛利率剔除因新收入准则导致的运输成本因素；

受上游成本压力的传导，同行业可比公司 2019 年度毛利率均出现一定程度下滑，与发行人变动趋势保持一致。

2020 年度，发行人因代理规模的扩大，与上游议价能力有所提升，且在销售端传导了部分成本压力，同时优化产品结构，使得当年代理业务毛利率有所上升。同行业中一品红毛利率上升、易明医药基本持平、百洋医药有所下滑。

从整体上来看，各家代理业务毛利率的变动与合作的具体产品密切相关，发行人代理业务毛利率变动符合自身实际情况，与同行业可比公司不存在重大差异。

（2）零售业务 2019 年毛利率上升，2020 年毛利率下降

证券简称	证券代码	零售业务毛利率		
		2020 年度	2019 年度	2018 年度
老百姓	603883.SH	35.15%	36.32%	37.97%
一心堂	002727.SZ	36.43%	38.02%	39.76%
益丰药房	603939.SH	37.73%	38.55%	38.24%
大参林	603233.SH	37.89%	38.59%	40.54%
健之佳	605266.SH	32.30%	33.89%	37.28%
漱玉平民	301017.SZ	30.14%	32.28%	34.65%
同行业零售业务平均值		**34.94%**	**36.27%**	**38.07%**
本公司零售业务毛利率		**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
		36.15%	**36.75%**	**35.60%**

2018 年度，一方面，发行人自建门店与收购门店较多，当年自建门店 66 家、收购门店 167 家，直营门店数量从年初的 309 家大幅增至年末的 541 家。新店筹备过渡期大力促销吸引客源、改善商品结构等措施一定程度上影响了当年毛利率。另一方面，与同行业企业相比，发行人整体规模偏小，议价能力、获取票折返利等厂家支持的能力偏弱，综合导致 2018 年发行人零售毛利率低于同行业平均水平。2019 年起，公司通过加大培训力度、提升运营管理水平等措施，优化商品结构，毛利率水平逐步回升至行业平均水平。

2020 年度，受新冠疫情影响，口罩等防疫物资政府限价使得当年毛利率有所下滑。同行业可比公司报告期内毛利率普遍逐年下降，与发行人 2019 年至 2020 年变动趋势一致。

（3）终端集采 2020 年毛利率上升

证券简称	证券代码	终端集采业务毛利率	
		2020 年度	2019 年度
药易购	300937.SZ	7.11%	9.11%
本公司终端集采业务毛利率		**11.48%**	**2.96%**

在医药流通行业内，配送批发商较少承担营销、品牌运营等任务与职责，毛利率一般在 10%左右。2019 年第四季度，终端集采业务正积极开拓新客户提高市场影响力，向下游让渡部分利润，导致毛利率较低。2020 年度，发行人终端集采业务毛利率上升，与药易购不存在显著差异，符合行业特性与业务定位。

综上，报告期内，发行人各项业务毛利率变动具有合理原因，与同行业相比，毛利率水平、整体变动趋势不存在重大差异。

（二）结合报告期内各项业务主要产品销售价格、采购成本的变动情况，量化分析并补充披露报告期内各项业务毛利率变动的具体原因及合理性；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（四）/2、主营业务毛利率分析及 3、各业务板块毛利率分析”中进行了补充披露。

1、代理业务毛利率变动分析

（1）2019 年代理业务毛利率下降

2019 年度，发行人代理业务主营业务毛利率 37.05%，较上一年度的 40.28%，下降了 3.23 个百分点。

2019 年，随着仿制药质量与疗效一致性评价逐步落地、药品审评审批制度持续改革等一系列政策和法规相继全面实施，国内医药工业企业面临着严峻成本上涨压力，药品出厂价格普遍上调。2019 年度，公司代理业务平均销售单价为 6.95 元/件（盒），较 2018 年度的 6.38 元/件（盒）上调 8.93%，但平均单位成本 2018 年度的 3.81 元/件（盒）提高至 4.38 元/件（盒），涨幅为 14.96%。**公司对产品销售价格的调整节奏缓于采购端上调节奏，**具体如下表所示：

单位：万元、万件或盒、元/件或盒

年份	营业收入	营业成本	销量	平均销售单价	平均单位成本
2019 年度	43,894.93	27,632.32	6,315.46	6.95	4.38

年份	营业收入	营业成本	销量	平均销售单价	平均单位成本
2018 年度	34,870.10	20,825.14	5,467.87	6.38	3.81

由于行业原因，上游供应商上调出厂价导致公司代理业务营业成本上升，是构成 2019 年代理业务毛利率下降的最主要原因。同行业可比公司类似业务平均毛利率由 2018 年的 38.60%降至 2019 年的 33.92%，也出现一定程度下滑，符合行业实际情况。

（2）2020 年代理业务毛利率上升

请参见“本题之（一）之 1、2020 年代理业务毛利率上升的原因”的具体内容内容。

2、零售业务毛利率变动分析

（1）2019 年零售业务毛利率上升的原因

2019 年度，公司零售业务毛利率为 36.75%，较 2018 年度的 35.60%上升了 1.15 个百分点。分产品来看，2018 年至 2019 年，零售业务产品收入结构和毛利率情况如下：

单位：万元

项目		2019 年度			2018 年度		
		收入	比例	毛利率	收入	比例	毛利率
零售	中西成药	79,839.45	77.25%	33.35%	55,626.26	77.50%	32.25%
	中药饮片	6,740.32	6.52%	49.65%	5,045.16	7.03%	46.28%
	保健品	6,008.24	5.81%	50.18%	4,119.18	5.74%	51.11%
	医疗器械	5,499.13	5.32%	48.97%	3,621.26	5.04%	46.41%
	其他	5,267.52	5.10%	43.84%	3,367.29	4.69%	44.36%
	小计	103,354.66	100.00%	36.75%	71,779.16	100.00%	35.60%

各产品对零售业务毛利率的影响分析如下：

产品类别	毛利率变动的影响	销售收入比重变动的影响	对毛利率的影响合计
中西成药	0.85%	-0.08%	0.77%
中药饮片	0.22%	-0.23%	-0.02%
保健品	-0.05%	0.04%	-0.02%
医疗器械	0.14%	0.13%	0.26%

产品类别	毛利率变动的影响	销售收入比重变动的影响	对毛利率的影响合计
其他	-0.03%	0.18%	0.15%
合计	1.13%	0.03%	1.15%

由上表可知，收入超过75%的中西成药毛利率上升是导致零售业务毛利率回升的主要因素。

2019 年，为应对成本上涨压力，一方面，发行人根据市场形势调整了部分产品的零售价格，保障自身利润空间；另一方面注重提升经营效率，通过加强员工培训等措施，不断优化产品结构。另外，随着规模效应的提升，公司加强与上游厂商的议价力度，争取更加优惠的采购政策，积极降低成本。

2019 年度，发行人零售业务中西成药的平均销售单价为 21.14 元/件、平均单位成本为 14.09 元/件，毛利率为 33.35%；2018 年度，中西成药的平均销售单价为 21.49 元/件、平均单位成本为 14.56 元/件，毛利率为 32.25%，具体如下表所示：

单位：万元、万件、元/件

年份	营业收入	营业成本	销量	平均销售单价	平均单位成本	毛利率
2019 年度	79,839.45	53,215.62	3,776.04	21.14	14.09	33.35%
2018 年度	55,626.26	37,689.49	2,588.44	21.49	14.56	32.25%

具体到前十大单品，2019 年度零售前十大单品中，5 款产品毛利率上升，2 款产品毛利率基本稳定，仅 3 款产品出现毛利率下降。具体如下所示：

主要单品	2019 年度					2018 年度					单品毛利率变动及对整体毛利率的影响
	收入（万元）	收入占比	销售单价（元/件）	采购单价（元/件）	毛利率	收入（万元）	收入占比	销售单价（元/件）	采购单价（元/件）	毛利率	
产品 1	1,580.30	1.53%	279.02	210.12	24.69%	1,184.10	1.65%	267.81	203.98	23.83%	成本上升，同步调整售价，单品毛利率上升
产品 2	1,355.37	1.31%	919.65	749.82	18.47%	848.72	1.18%	883.27	733.41	16.97%	成本上升，同步调整售价，单品毛利率上升
产品 3	798.89	0.77%	22.45	10.98	51.09%	432.87	0.60%	22.31	10.69	52.09%	成本上升，单品毛利率略有下降；收入增长较快，对整体毛利率提升有正向作用
产品 4	790.70	0.77%	87.44	39.12	55.26%	504.82	0.70%	85.59	38.25	55.31%	单品毛利率基本稳定，收入增长较快，对整体毛利率提升有正向作用
产品 5	707.76	0.68%	21.96	22.20	-1.10%	484.33	0.67%	21.95	21.86	0.45%	成本上升，售价基本稳定，单品毛利率下降
产品 6	652.65	0.63%	30.17	5.12	83.02%	447.18	0.62%	29.72	5.56	81.30%	发行人代理业务自营品规，收入增长较快，对整体毛利率提升有正向作用；内部按代理业务采购价结算，采购成本下降，单品毛利率上升
产品 7	594.50	0.58%	72.46	46.58	35.72%	323.10	0.45%	70.97	45.46	35.94%	单品毛利率基本稳定
产品 8	539.93	0.52%	579.95	548.09	5.49%	376.05	0.52%	577.64	550.98	4.62%	提高上游议价能力，成本略有下降，促销力度减小，售价略有上升，单品毛利率上升
产品 9	535.50	0.52%	40.69	24.19	40.54%	487.36	0.68%	34.08	22.49	34.00%	成本上升，同步调整售价，单品毛利率上升
产品 10	460.83	0.45%	677.36	647.56	4.40%	292.12	0.41%	678.17	637.97	5.93%	成本上升，售价基本稳定，单品毛利率下降

（2）2020 年零售业务毛利率下降的原因

请参见“本题之（一）之 2、2020 年零售业务毛利率下降的原因”的具体内容内容。

3、终端集采业务毛利率变动分析

2019 年第四季度，发行人终端集采业务刚刚起步，业务仍处于培育期，毛利率较低。2020 年，该业务规模增长较快，同时发行人代理业务自营品种销售规模增加，该部分产品按照代理业务采购价进行结算，从而推动毛利率有所增加。

综上所述，报告期内，发行人各项业务毛利率变动符合实际情况，具有合理原因。

（三）结合毛利率变动的影响因素，补充披露发行人未来毛利率的变动趋势，综合毛利率及各项业务毛利率是否会持续下降；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（四）/7、影响毛利率变动的因素及未来变动趋势”中进行了补充披露。

1、毛利率变动的影响因素

（1）对于单品而言，影响单品毛利率的因素主要是上游采购成本和下游销售价格

我国医药市场以仿制药为主，发展成熟且市场竞争充分。对于单品而言，影响其毛利率的因素主要是上游采购成本和下游销售价格。

在成本端，上游生产厂商的生产成本、研发成本以及发行人与供应商的议价能力将直接影响供货价格，进而对毛利率产生影响。

在销售端，药品零加成、两票制、以及全国陆续落地的带量采购等医药政策的实施，导致医院药品价格整体下降，间接对零售终端的价格体系产生影响，可能导致相关产品的销售单价和毛利率出现一定程度的下降。此外，我国近年来电子商务平台的普及和第三方配送服务的发展一定程度上改变了部分消费者的消费习惯，网上药店快速发展。线上比价、消费更加直接，导致商家竞争激

烈，各平台为吸引客流，促销让利活动较多，网上销售价格优惠力度较大，毛利率较低。

（2）对于各项业务板块而言，影响业务毛利率的因素主要为产品结构

不同单品的毛利率存在较大差异。一般来说，中药饮片、保健品、医疗器械的毛利率较高。报告期内，发行人上述产品的毛利率基本在 50%左右。

相比而言，中西成药的毛利率一般比中药饮片、保健品、器械低，部分 DTP 慢病处方药的毛利率仅 10%左右，其主要原因是：①我国药品以仿制药为主，消费者可选择范围多，市场竞争激烈，尤其是品牌商品，价格透明，毛利率较低；②在我国，处方类药物的销售主要集中在临床端，近年来医保目录药品由国家医保集中谈判，针对公立医院开展的带量采购等政策的陆续实施，市场价格公开透明，临床药品毛利空间被压缩，间接影响零售端毛利率。

因此，产品结构将影响各项业务的主营毛利率。发行人未来将根据行业政策变化、商品下游销售趋势、消费者习惯及认知度，不断优化商品结构，保证商品体系的健康运转。

（3）对于发行人而言，影响综合毛利率的因素主要为业务板块收入结构

医药流通行业是一个充分竞争的成熟市场，各环节参与企业的毛利空间基本透明，例如承担药品在下游推广销售成本的独家代理商（对照发行人代理业务）一般呈现高毛利、高费用率的特点，毛利率普遍在 30%以上；承担配送环节的批发商（对照发行人终端集采业务）呈现低毛利、低费用率特点，一般毛利率在 10%左右；产业链下游的零售企业（对照发行人零售业务）的毛利率近年来稳定在 35%-40%左右。

各项业务的毛利率水平存在一定差异，因此，业务板块收入结构比重的不同，将导致发行人综合毛利率发生变化。

2、随着终端集采业务的快速发展，发行人各业务板块收入结构的变化可能导致综合毛利率有所下降

报告期内，公司零售业务总收入占营业收入的比例分别为 67.24%、70.28%和 69.13%,是公司收入占比最高的业务类型;代理业务总收入占比分别为 32.76%、

29.19%和 27.12%。报告期内，代理与零售两项业务毛利率水平较高，其中，代理毛利率分别为 40.28%、37.05%和 39.23%；零售毛利率分别为 35.60%、36.75%和 36.15%。

2019 年下半年起步的终端集采业务，不承担产品的市场动销与推广职责，2020 年度收入占比为 3.72%、毛利率为 11.48%，显著低于代理与零售业务。

我国医药零售行业的连锁化率仍然偏低，数量庞大的小微药店面临诸多经营难题。发行人新颖的全品类、一站式、点单式采购模式解决了众多小微客户的经营痛点，吸引了越来越多的客户。终端集采是发行人构建医药零售生态网络的重要一环，得到了发行人重点发展。未来预计该业务板块将保持较高速增长，低毛利率的终端集采占比上升将可能导致发行人综合毛利率有所下降。

3、各项业务存在毛利率持续下降的风险，并在招股说明书中提示了相关风险

基于上述分析，上游生产企业面临着日趋严峻的成本压力，国家带量采购、药品零加成、两票制等政策的实施，对行业内企业都产生一定的直接或间接影响。加之电商平台的兴起，行业价格竞争日益激烈。受成本与销售端的综合影响，未来发行人各项业务存在毛利率继续下降的风险。

发行人在招股说明书“重大事项提示”、“第四节 风险因素”中披露了“带量采购政策实施使得终端零售药品价格大幅下滑风险”、“毛利率下降的风险”等风险因素。截至本回复出具日，发行人不存在未披露的、可能导致各项业务毛利率持续下降的重大因素。

4、毛利率下降不会对发行人未来持续经营产生重大不利影响

首先，带量采购、药品零加成等政策虽然会对零售终端的销售价格和毛利率产生间接不利影响，但也进一步促进了处方外流，从长远来看，零售药店逐渐成为消费者购药和咨询药学服务的重要渠道，承接医院外溢客流。尤其是心脑血管疾病、抗肿瘤及其他 DTP 相关慢病处方药销售将逐步向社会药店、网上药店等渠道流转，不但有利于发行人提升相关慢病处方药的销售规模，还为滋补类产品、保健品销售提供了更多客源机会，最终将增加发行人整体收入规模和毛利额，提

升公司综合效益。因此，毛利率下降不会对发行人未来持续经营产生重大不利影响。

其次，针对可能出现的毛利率下滑风险，发行人制定了相关应对措施。例如：发行人紧跟市场需求，建立并完善商品的引进与淘汰机制，进一步发展壮大代理品规、独家品规的销售规模，持续挖掘具有市场竞争力的产品，优化商品结构。另外，通过规模化扩张，增加与上游供应商的议价能力，获取更优惠的厂家支持力度。通过上述措施，发行人能够有效应对毛利率下降的风险。

（四）补充披露线上、线下不同销售渠道零售业务毛利率的变动情况及原因，线上、线下销售价格、采购价格及毛利率是否存在差异及原因、合理性；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（四）/3、各业务板块毛利率分析”中进行了补充披露。

1、公司零售业务由总部统一采购，线上、线下产品的采购价格不存在重大差异

发行人零售业务由国胜药房商品中心根据品类规划，汇集各个区域门店、电商部的需求信息，由总部采购部统一与供应商进行商务谈判及签订采购合同。该采购模式可以充分利用公司规模优势降低采购成本。

因此，公司产品均统一采购，除遇到“618”、“双 11”等大型平台活动或针对个别线上热销爆品，厂家或供应商给予一定的线上折扣政策外，其余绝大部分情况下，线上与线下产品的采购价格不存在差异。

2、线上销售促销引流活动较多，销售价格与毛利率较低

一方面，随着“互联网+药品流通”模式的兴起，越来越多的医药零售企业布局线上平台业务。与线下实体门店相比，电商平台开放性、包容性的生态环境使得线上商品零售价格体系更加灵活，竞争也更加激烈。各商家需要通过不断品牌宣传力度、升级顾客的消费体验，获得不断增长的客户流量。另外，随着各类电商平台的不断发展，行业内已逐步形成“618”、“双 11”、“双 12”等具有显著特色的电商节日，加大促销力度。公司通过参与平台举办的促销活

动，吸引顾客，提升销售业绩。因此，一般来说线上商品价格较线下更加优惠，毛利率较低。

另一方面，线上消费更加直接，销售的大部分产品都是品牌商品，价格透明、竞争激烈；公司代理的自营商品销售占比较低，也是导致线上毛利率较低的原因之一。

报告期内，发行人零售业务线上与线下毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年		2019 年		2018 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
线下门店	118,863.14	37.28%	98,096.92	37.50%	68,441.09	36.21%
线上零售	10,359.05	23.19%	5,257.75	22.80%	3,338.07	22.94%
零售合计	129,222.19	36.15%	103,354.66	36.75%	71,779.16	35.60%

报告期内，发行人线下毛利率在 36%-38%之间，线上毛利率在 23%左右，未发生重大变动，线上毛利率低于线下毛利率。

同行业可比公司中有部分披露了线上零售毛利率的相关表述，具体如下：

可比企业	公开披露文件	线上毛利率表述
老百姓	2019 年 3 月《公开发行可转换公司债券募集说明书》	老百姓电商 2017 年度净利润为-62.56 万元，持续亏损主要是由于老百姓电商的年度销售毛利率过低，以及其推广经费产出比率较低，进而导致老百姓电商持续亏损。
一心堂	2018 年 6 月《关于对深圳证券交易所 2017 年年报问询函回复的公告》	电商业务总体毛利不高，平均毛利率 13.39%。
大参林	2017 年 7 月《招股说明书》	医药电商行业竞争激烈，毛利率低。
药易购	2021 年 1 月《招股说明书》	根据招股说明书披露的数据，2017 年度至 2020 年 1-6 月，电商模式的毛利率始终低于传统模式。传统销售模式下，发行人需与客户进行议价，产品报价略高于线上电商模式；电商模式下的促销活动频率更高，公司给予的销售折让更大，而传统模式则较少；传统模式下，发行人会主动向客户推荐代理的毛利略高的品种，线上电商模式以客户自主选择为主。

（五）补充披露报告期内代理业务贴牌和非贴牌模式毛利率的差异及原因、合理性。

发行人已在招股说明书“第八节/十/（四）/3、各业务板块毛利率分析”中进行了补充披露。

1、贴牌与非贴牌两种模式下，产品定价方式不存在差异

发行人代理业务的采购定价模式：公司根据商品品类发展意向及下游连锁门店需求情况，对于产品进行市场调研，寻找目标供应商范围，并分析目标供应商产品价格体系（原料价、代理价、连锁供价以及零售价等市场情况），结合上游生产厂商知名度、文号稀缺度、利润空间、产品竞争力、下游需求量、竞争产品的定价情况等多种因素，与供应商进行协商定价，根据市场行情调整价格。

贴牌代理与非贴牌，仅是发行人代理业务的两种具体的合作模式。两种模式下，发行人与上游生产厂商的协商定价方式不存在实质性差异。

2、贴牌与非贴牌的选择

一般而言，若上游生产厂商对两种模式均同意的情况下，公司自身更倾向于贴牌代理，主要原因是在贴牌模式下，随着公司代理品种的增加、产品销量的提升、营销网络的扩张，有助于培育一批特色品牌，逐步提高自有品牌的影响力，最终提升产品在终端推广的效率，形成良性循环。

根据多年合作经验，上药集团（旗下上海信谊、上海新亚等）、广药集团（旗下广州白云山光华、广州白云山何济公等）、丽珠集团为代表的少数厂商不接受贴牌模式；大部分药企（诸如江苏鹏鹞、四川峨眉山、湖南方盛等）接受贴牌模式。

3、发行人贴牌代理药品的销售金额及毛利率情况

报告期内，发行人代理业务的销售收入及毛利率情况如下：

单位：万元

销售情况	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
贴牌	29,005.21	38.66%	22,679.74	38.28%	16,477.47	39.15%
非贴牌	23,170.66	36.10%	21,215.19	35.74%	18,392.64	41.29%
代理业务主营业务收入	52,175.87	37.53%	43,894.93	37.05%	34,870.10	40.28%

贴牌产品与非贴牌产品的毛利率差异不大，不同年度间的毛利率差异主要受具体产品的购销差价情况影响。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取发行人代理业务、零售业务的销售、成本明细，访谈了发行人相关负责人，对代理业务、零售业务毛利率变动的原因进行分析；

2、查阅同行业可比公司公开披露信息，获取可比公司的毛利率变化情况，与发行人毛利率变化情况进行对比分析；

3、访谈发行人业务人员，核查线上和线下销售定价的差异，对线上和线下销售模式主要产品的收入、销售单价、毛利率进行比较分析；

4、访谈发行人代理业务负责人，了解贴牌和非贴牌模式毛利率差异原因及合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人 2020 年代理业务毛利率增长、零售业务毛利率下降具有合理原因。报告期内各项业务毛利率变动与同行业可比公司不存在重大差异；

2、报告期内，发行人各项业务主要产品销售价格、采购成本的变动情况不存在异常，报告期内各项业务毛利率变动的原因具有合理性；

3、发行人对毛利率变动的影响因素、未来毛利率的变动趋势进行充分披露，对于毛利率下降的风险也已在招股说明书中提示了相关风险；发行人不存在未披露的、可能导致各项业务毛利率持续下降的重大因素；随着终端集采业务的快速发展和业务比重提升，发行人综合毛利率可能会有所下降，但不会对发行人未来持续经营产生重大不利影响；

4、报告期内，发行人线上、线下不同销售渠道零售业务毛利率的变动原因具有合理性，线上、线下销售价格、采购价格及毛利率之间差异的原因具有合理性；

5、报告期内，发行人代理业务贴牌和非贴牌模式之间毛利率差异的原因具有合理性。

问题十九、关于销售费用

申报材料显示，2018 年、2019 年以及 2020 年，公司销售费用金额分别为 28,299.04 万元、37,660.15 万元和 43,963.42 万元，占营业收入的比重分别为 25.62%、24.74%和 22.77%，占比逐年下降。报告期内，公司销售费用主要包括工资薪酬、房租及物业费等。

请发行人：

（1）补充披露销售部门设置情况，包括销售人员数量、地区分布、职能分工等情况，销售人员职工薪酬与销售人员变动、人均工资的变动是否吻合；与当地平均薪酬水平的对比情况；

（2）补充披露报告期内门店数量、租赁门店面积与租赁费的配比关系，并结合当地的租金水平，进一步补充披露报告期内房租及物业费变动是否合理；

（3）补充披露促销及市场推广费与广告宣传费的具体内容及支付对象，报告期内促销及市场推广费下降的原因及合理性，上述费用是否真实、准确、完整；

（4）补充披露报告期内交通差旅费及业务招待费下降的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并说明发行人销售费用是否真实、准确、完整。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露销售部门设置情况，包括销售人员数量、地区分布、职能分工等情况，销售人员职工薪酬与销售人员变动、人均工资的变动是否吻合；与当地平均薪酬水平的对比情况；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（五）/1、销售费用”中进行了补充披露。

1、销售部门设置情况

报告期末，公司各业务板块销售部门按职能分工、地区分布的设置情况如下：

（1）医药代理业务

报告期末，发行人医药代理业务销售人员按不同职能分工、地区分布的情况如下：

职位	职能分工	地区分布	人数（人）
营销中心管理人员	负责营销中心战略规划、重要客户对接、人力资源调配、指标设置及进度分解等日常管理工作	合肥市	17
省/地区经理	负责所管辖省/市内客户关系管理与市场开发、地区经理管理等工作	安徽省	18
		河南省	41
		江苏省	33
		山东省	32
		湖南省	29
		河北省	27
		四川省	26
		广东省	25
		辽宁省	23
		山西省	23
		黑龙江省	22
		陕西省	21
		吉林省	19
		湖北省	18
		浙江省	18
		广西省	16
		重庆市	14
		江西省	13
		贵州省	10
		福建省	5
		内蒙古	5
		云南省	5
营销支持人员	负责为营销业务人员提供相关营销支持	合肥市	108
合计		-	**568**

由于发行人医药代理业务客户面向全国，为更好的开拓市场、维系客户，发行人在全国大部分省份均设置了省/地区经理。

（2）医药零售业务

报告期末，发行人医药零售业务销售人员按不同职能分工、地区分布的情况如下：

职位	职能分工	地区分布	人数（人）
门店负责人	负责所辖门店的日常经营管理工作	合肥	378
		芜湖	99
		亳州	61
		六安	58
		安庆	44
		庐江	36
		淮北	28
		宣城	28
		蚌埠	11
		马鞍山	8
		淮南	6
		南京	6
		阜阳	3
门店店员	协助店长开展门店的各项日常经营活动	合肥	1,409
		芜湖	335
		亳州	176
		安庆	152
		六安	145
		庐江	109
		淮北	82
		宣城	80
		蚌埠	27
		南京	27
		马鞍山	20
		淮南	16
		阜阳	8

职位	职能分工	地区分布	人数（人）
合计		-	3,352

（3）医药终端集采业务

报告期末，发行人终端集采业务销售人员按不同职能分工、地区分布的情况如下：

职位	职能分工	地区分布	人数（人）
销售经理	负责所管辖区域的客户开发及维护及业务管理等工作	合肥	6
		阜阳	2
		安庆	1
		亳州	1
		池州	1
		滁州	1
		淮北	1
		淮南	1
		黄山	1
		利辛	1
		六安	1
		马鞍山	1
		全椒	1
		宿州	1
		宣城	1
营销支持人员	提供各项业务支持、售后服务等	合肥	3
合计		-	24

2、销售人员职工薪酬与销售人员变动、人均工资的变动相吻合

报告期各期，发行人销售人员的职工薪酬、人员数量及人均工资的变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
销售人员薪酬（万元）	23,888.16	21.01%	19,740.73	37.34%	14,373.67

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
销售人员加权人数（人）	3,711.92	19.30%	3,111.50	30.84%	2,378.08
平均薪酬（万元/人）	6.44	1.44%	6.34	4.97%	6.04

注：销售人员薪酬为各期销售费用中的工资薪酬总额，销售人员加权人数=Σ 计入销售费用全体人员出勤月数/12

报告期内，随着发行人业务规模不断扩大，销售人员数量逐年增加，销售人员薪酬总额也随之提升。同时，为更好地吸引和保留人才，公司销售人员平均薪酬水平也呈逐年增长趋势。因此，**报告期内发行人销售人员职工薪酬与销售人员变动、人均工资的变动相吻合。**

3、与当地平均薪酬水平的对比情况

报告期各期，发行人销售相关人员的平均薪酬与当地平均薪酬水平对比情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员年平均薪酬（万元/人）	6.44	6.34	6.04
安徽省批发和零售业城镇私营单位全年平均工资（万元/人）	-	4.02	3.56

注：数据来源为国家统计局，截至本回复意见出具日，国家统计局尚未公布 2020 年度安徽省批发和零售业城镇私营单位全年平均工资

报告期内，发行人销售相关人员平均薪酬较高于当地平均薪酬水平，且变动趋势基本一致。

（二）补充披露报告期内门店数量、租赁门店面积与租赁费的配比关系，并结合当地的租金水平，进一步补充披露报告期内房租及物业费变动是否合理；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（五）/1、销售费用”中进行了补充披露。

1、报告期内门店数量、租赁门店面积与租赁费的配比关系

报告期内，发行人门店数量、租赁门店面积及房屋物业费的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年	2019 年	2018 年
房租及物业费	12,914.83	10,358.86	7,588.50

项目		2020 年	2019 年	2018 年
门店数量（家）	期初	607	541	309
	期末	771	607	541
平均门店租金（万元/家/年）		18.74	18.05	17.86
门店面积（平方米）	期初	84,182.51	77,762.72	47,595.32
	期末	112,924.30	84,182.51	77,762.72
平均门店面积（平方米）		143.04	141.07	147.48
平均单位租金（元/平方米/日）		3.59	3.50	3.32

注：平均门店租金=房租及物业费/（期初门店数量+期末门店数量）/2；
平均单位租金=房租及物业费/（期初门店面积+期末门店面积）/2/365。

报告期内，发行人平均门店租金分别为 17.86 万元/家/年、18.05 万元/家/年和 18.74 万元/家/年，逐年增长。同时从平均单位租金来看，报告期内发行人零售门店平均单位租金从 3.32 元/平米/日逐年上升至 3.59 元/平米/日。租金的上涨主要受经济发展、物价水平提高所影响。

2、与当地租金水平的比较

报告期末，发行人门店数量最多的前五位城市为合肥市、芜湖市、亳州市、六安市、安庆市，以上述地区为例，发行人及子公司门店租金的单位租赁费用与同地区商铺的平均租金水平比较情况如下：

单位：元/平米/日

地区	发行人平均单位租金	当地商铺平均单位租金
合肥	4.32	2.76
芜湖	2.93	1.99
亳州	2.33	1.44
六安	2.58	1.61
安庆	2.67	1.55

注：2020 年度当地商铺平均租金水平的数据来源为中国房价行情平台网站（http://www.creprice.cn）

报告期内，发行人零售门店平均单位租金高于中国房价行情平台网站统计的当地商铺平均单位租金，主要是由于发行人零售门店对租赁位置的要求更高，优先选择地理位置较优、人流密集的地区，上述物业的租赁价格亦更高，具有合理性。

（三）补充披露促销及市场推广费与广告宣传费的具体内容及支付对象，报告期内促销及市场推广费下降的原因及合理性，上述费用是否真实、准确、完整；

发行人已在招股说明书“第八节/十/（五）/1、销售费用”中进行了补充披露。

1、促销及市场推广费

报告期内，发行人促销及市场推广费主要集中于代理业务，系代理业务开展过程中，为推动代理业务发展、提高下游客户积极性所产生的费用，包括支付给下游医药连锁企业客户的陈列促销服务费或宣传费，以及支付给广告公司、咨询公司的用于制作促销宣传活动物料等费用。

报告期内，发行人促销及市场推广费的具体内容及支付对象情况如下：

单位：万元

支付对象	具体内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
广告公司、咨询公司	促销宣传活动物料制作、市场调研咨询	759.42	1,477.52	1,564.70
下游医药连锁企业	陈列促销服务费或宣传费、赠品等	1,167.79	640.42	673.40
合计		1,927.21	2,117.94	2,238.10

报告期内，发行人促销及市场推广费下降主要系代理业务中支付给广告公司促销宣传活动物料制作、市场调研咨询下降所致。主要原因是：第一、公司适当调整了促销与推广策略，逐渐降低了广告宣传，选择直接投向客户，给予他们更多的促销力度；第二，经过多年的代理业务发展积累，发行人全国性营销网络基本成型，下游客户的合作逐步稳定，新品推广更具效率和成本性，规模效应凸显，上述费用比例有所下降。

报告期内，发行人促销及市场推广费的变动具有合理性，费用确认真实、准确、完整。

2、广告宣传费

广告宣传费主要为零售业务中门店广告印刷费、喷绘费、条幅海报费、物料费等门店宣传费用，上述费用主要支付给广告公司。报告期内，发行人广告宣传费与零售业务收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
广告宣传费	392.51	369.18	311.99
零售业务收入	129,222.19	103,354.66	71,779.16
占比	0.30%	0.36%	0.43%

报告期内，随着零售业务的扩张，发行人上述广告宣传费逐年上升。同时由于规模效应的体现，上述广告宣传费的占比逐年下降。报告期内，发行人广告宣传费的变动具有合理性，费用确认真实、准确、完整。

（四）补充披露报告期内交通差旅费及业务招待费下降的原因及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节/十/（五）/1、销售费用”中进行了补充披露。

报告期内，发行人交通差旅费、业务招待费情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
交通差旅费	501.24	560.68	603.23
业务招待费	119.31	315.57	327.92
小计	**620.55**	**876.25**	**931.15**
主营业务收入	188,566.86	147,972.41	106,649.26
占比	**0.33%**	**0.59%**	**0.87%**

报告期内，发行人交通差旅费、业务招待费占营业收入比例较低。随着差旅费、业务招待费等费用管控的加强，发行人上述费用呈下降趋势。同时，2020 年度，发行人差旅费、业务招待费下降幅度较大，主要系受疫情影响，销售人员出差频次以及商务宴请等大幅减少所致。报告期内，发行人交通差旅费及业务招待费下降具有合理性。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、取得报告期各期公司员工花名册、销售人员工资明细表以及各业务板块销售部门设置情况的说明，分析销售人员职工薪酬与销售人员变动、人均工资变动是否吻合，并与当地平均薪酬水平进行对比，对发行人主要负责人进行访谈；

2、结合发行人报告期内门店数量变化、租赁面积、租金平均水平、当地租金水平，分析租赁费金额合理性；

3、获取了销售费用中促销及市场推广费、广告宣传费明细，对发行人相关负责人进行访谈，分析上述费用变动的合理性；

4、抽查促销及市场推广费、广告宣传费费用凭证，检查其相关支持性文件，核查费用的真实性、准确性；

5、对促销及市场推广费、广告宣传费进行截止性测试，检查其相关支持性文件，以确定期间费用被记录在正确的会计期间；

6、获取销售费用中交通差旅费及业务招待费明细，抽查费用凭证，检查其相关支持性文件，对发行人相关负责人进行访谈，分析交通差旅费与业务招待费下降的合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，发行人已设置符合公司业务结构的销售部门架构与销售管理体系；销售人员职工薪酬与销售人员变动、人均工资的变动相吻合；发行人销售相关人员平均薪酬较高于当地平均薪酬水平，且变动趋势基本一致；

2、报告期内，发行人门店数量、租赁门店面积、租赁费具有配比性，与当地租金水平相比，发行人报告期内房租及物业费变动合理；

3、报告期内，发行人促销及市场推广费、广告宣传费的变动原因合理，上述费用真实、正确、完整；

4、报告期内，发行人交通差旅费及业务招待费下降原因合理。

问题二十、关于管理费用

申报材料显示，2018 年、2019 年以及 2020 年，公司管理费用金额分别为 9,240.54 万元、10,484.42 万元和 12,093.03 万元，占营业收入的比重分别为 8.37%、6.89%和 6.26%，管理费用主要为工资薪酬、门店资产收购形成的长期待摊费用摊销以及股份支付费用。

请发行人：

（1）补充披露报告期内管理人员平均薪酬情况，与同行业可比公司薪酬变动比较情况；

（2）结合同行业可比公司长期待摊费用的摊销期限，补充披露发行人长期待摊费用的摊销时点是否准确、摊销期限是否合理，各期摊销金额与主要会计科目的勾稽关系；

（3）补充披露报告期内管理费用是否真实、准确、完整，是否存在关联方为公司分担费用的情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见，并说明发行人管理费用是否真实、准确、完整。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露报告期内管理人员平均薪酬情况，与同行业可比公司薪酬变动比较情况；

报告期各期，发行人管理人员的平均薪及与同行业可比公司薪酬变动比较情况如下：

单位：万元

公司名称	管理人员平均薪酬		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
一品红（300723.SZ）	18.32	25.77	33.09
易明医药（002826.SZ）	11.25	14.33	16.24

公司名称	管理人员平均薪酬		
	2020 年度	2019 年度	2018 年度
百洋医药（301015.SZ)	16.16	16.33	17.53
老百姓（603883.SH）	9.14	9.31	8.20
一心堂（002727.SZ）	8.73	7.87	7.72
益丰药房（603939.SH）	12.06	11.47	9.64
大参林（603233.SH）	8.61	7.26	6.46
健之佳（605266.SH）	8.35	8.24	7.54
漱玉平民（301017.SZ）	10.83	8.00	7.77
药易购（300937.SZ）	11.16	11.78	10.35
平均值	11.46	12.04	12.45
剔除异常值后平均值	**10.70**	**10.51**	**10.16**
发行人	**11.87**	**10.68**	**10.96**

注 1：同行业可比公司的数据来源于其披露的招股说明书、年度报告等公开资料；
注 2：发行人、百洋医药、漱玉平民的管理人员平均薪酬=管理费用-职工薪酬÷管理/员工加权人数（员工加权人数=∑全体人员出勤月数/12），其余同行业可比公司的管理人员平均薪酬=管理费用-职工薪酬÷管理员工年初年末平均人数；
注 3：一品红由于管理人员增加较快，管理人员平均薪酬下降幅度较大，对平均值影响较大，作为异常值予以剔除。

报告期各期，发行人管理人员平均薪酬分别为 10.96 万元、10.68 万元和 11.87 万元，整体呈上升趋势。剔除异常值后，同行业可比公司管理人员薪酬平均水平亦呈逐年上升趋势，且发行人管理人员平均薪酬水平略高于行业平均，不存在异常。

（二）结合同行业可比公司长期待摊费用的摊销期限，补充披露发行人长期待摊费用的摊销时点是否准确、摊销期限是否合理，各期摊销金额与主要会计科目的勾稽关系；

发行人已在招股说明书“第八节/六/（十六）长期待摊费用”、“第八节/十一/（二）/6、长期待摊费用”中进行了补充披露。

1、公司长摊待摊费用摊销政策

发行人与同行业可比上市公司关于长期待摊费用的摊销内容、摊销期限如下表：

公司	摊销内容	摊销期限
一品红	经营租入固定资产改良支出等。	实际受益期限内
百洋医药	包括已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用。	费用项目的受益期限内
老百姓	包括营租入固定资产改良、承租费用及其他等。股权收购与资产收购均未计入长期待摊费用。	预计受益期间内
一心堂	长期待摊费用包括房租、装修费及收购同一主体的转让价款总额（不含商品款）小于1,000万元且收购门店数量小于等于10家的资产收购所产生的门店铺面转让费等。	项目受益期内，其中租入营业用房装修费用，按5年平均摊销，租入营业用房发生的铺面转让费，按10年平均摊销
益丰药房	包括装修费及少部分不构成业务的资产收购产生的门店转让费等。	受益期或规定的期限内
大参林	包括装修费及少部分不构成业务的资产收购产生的门店转让费等。	受益期或规定的期限内
健之佳	包括装修费、货架、门店使用权转让费、非重大或重要的资产收购（除商品外预期收购交易额可能低于300万元的收购项）产生的收购门店及经营性资产的转让费。	受益期内，其中装修费摊销年限为5年；货架摊销年限为10年；门店使用转让费摊销年限为5年；收购门店及经营性资产的转让费摊销年限为5年
漱玉平民	长期待摊费用包括预付长期租赁费用、装修费及转让价款总额（不含商品款）不高于1,000万元,或收购门店数量不超过20家的,或年销售额不高于5,000万元且综合规模在当地（地级市）市场排名三名以外的资产收购产生的门店转让费等。	受益期或规定的期限内，其中不满足商誉条件的门店收购转让费，按照5年期限摊销
药易购	包括办公楼装修费用、仓库装修费用、其他长期待摊费用。	在受益期内平均摊销，装修费摊销年限为5年

注：易明医药基本不存在长期待摊费用，仅2018年末为11.24万元

公司将资产收购形成的门店转让费全部计入长期待摊费用，长期待摊费用的会计政策与同行业上市公司相比更为谨慎。发行人会计处理时，铺面转让费、装修费、门店转让费均通过长期待摊费用核算。长期待摊费用开始摊销的时点系门店装修完成投入使用时，或者资产收购门店形成的门店转让费在完成交割时。发行人根据长期待摊费用的受益期，并参照同行业上市公司，将长期摊销费用在5年内进行平均摊销,摊销金额按照受益对象计入销售费用和管理费用。

报告期内发行人长期待摊费用占营业收入的比重明显高于同行业可比公司，具体如下表所示：

单位：万元

名称	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	长期待摊费用-摊销	占营业收入比例	长期待摊费用-摊销	占营业收入比例	长期待摊费用-摊销	占营业收入比例
一品红	84.33	0.05%	4.72	0.00%	0.00	0.00%
百洋医药	321.13	0.05%	395.26	0.08%	326.57	0.09%
老百姓	13,367.25	0.96%	10,229.09	0.88%	9,230.54	0.97%
一心堂	15,964.92	1.26%	17,347.86	1.66%	10,633.73	1.16%
益丰药房	9,731.59	0.74%	9,576.29	0.93%	7,756.68	1.12%
大参林	16,903.19	1.16%	14,979.48	1.34%	12,065.20	1.36%
健之佳	4,148.57	0.93%	3,633.23	1.03%	3,016.94	1.09%
漱玉平民	3,889.52	0.84%	4,371.68	1.26%	3,562.24	1.23%
药易购	139.72	0.05%	109.39	0.05%	133.27	0.07%
平均值	7,172.25	0.67%	6,738.56	0.80%	5,191.69	0.79%
发行人	5,027.95	2.60%	4,579.32	3.01%	3,244.06	2.94%

注：同行业可比公司的数据来源于其披露的招股说明书、年度报告等公开资料。

2、各期摊销金额与主要会计科目的勾稽关系

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
长期待摊费用-摊销（A）	5,027.95	4,579.32	3,244.06
销售费用-长期待摊费用摊销（B）	868.73	523.81	297.61
管理费用-长期待摊费用摊销（C）	4,159.22	4,055.52	2,946.45
差异（D=A-B-C）	-	-	-

发行人各期摊销金额与销售费用、管理费用的勾稽关系合理。

综上所述，公司长期待摊费用的会计处理符合《企业会计准则》的规定，摊销时点准确、摊销期限合理，与同行业可比公司相比更为谨慎。

（三）报告期内管理费用真实、准确、完整，不存在关联方为公司分担费用的情况

发行人已在招股说明书“第八节/十/（五）/2、管理费用”中进行了补充披露。

发行人已制定了财务管理制度，对费用实施预算管理，并制定费用审批权限和费用标准等配套实施方法。报告期内，发行人严格根据《企业会计准则》和公司业务情况，对管理费用进行确认和计量，发行人管理费用真实、准确、完整。同时，公司严格按照《公司法》、《公司章程》、《关联交易管理制度》以及《独立董事工作制度》等规定，认真履行关联交易决策程序，确保交易的公允，并对关联交易予以及时充分披露。

报告期内，发行人管理费用真实、准确、完整，不存在关联方为公司分担费用的情况。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、取得报告期各期公司员工花名册、管理人员工资明细表，计算管理人员平均薪酬，与同行业可比公司管理人员平均薪酬水平进行对比，并与财务负责人进行访谈；

2、访谈发行人财务总监以及相关业务人员，了解发行人长期待摊费用各项目的具体情况以及摊销期限，了解公司长期待摊费用归集与核算的相关内容；

3、获取发行人长期待摊费用台账，通过抽查相关合同、发票、付款单据等资料，确认其入账时间、入账价值是否准确，会计处理是否正确；

4、查阅同行业可比公司长期待摊费用摊销政策，并与发行人摊销政策进行对比，确认本公司摊销政策是否谨慎；

5、评价发行人长期待摊费用摊销方法是否合理，复核发行人摊销计算的准确性，并与相关科目进行勾稽；

6、取得发行人管理费用明细账，抽查主要费用的相关合同、审批单、发票及付款单据，核查费用的真实性、准确性；

7、了解发行人费用管理制度，评估其是否得到有效执行；

8、对管理费用进行截止性测试，抽查资产负债负债表日前后的费用凭证，检查其相关支持性文件，以确定期间费用被记录在正确的会计期间；

9、对关联方的交易进行检查，复核其关联交易的公允价值，检查其定价是否公允，检查是否存在不合理的资金往来。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，发行人管理人员平均薪酬整体呈上升趋势。剔除异常值后，同行业可比公司管理人员薪酬平均水平亦呈逐年上升趋势，且发行人管理人员平均薪酬水平略高于行业平均，不存在异常；

2、发行人门店转让费、装修费摊销时点、摊销年限确认原则与同行业可比上市公司不存在差异，门店转让费的摊销年限与同行业可比上市公司相比而言更加谨慎；公司按照长期待摊费用项目的受益对象，将摊销金额分别结转入管理费用-长期待摊费用摊销和销售费用-长期待摊费用摊销，勾稽关系合理；

3、发行人报告期内管理费用真实、准确、完整，不存在关联方为公司分担费用的情况。

问题二十一、关于应收账款

申报材料显示，2018 年末、2019 年末以及 2020 年末，公司应收账款账面价值分别为 11,751.85 万元、16,028.66 万元和 21,649.77 万元。报告期各期末，公司应收账款账龄主要集中在一年以内，2018 年末、2019 年末以及 2020 年末，公司一年以内应收账款余额占各期末应收账款余额的比重分别为 96.86%、97.14%和 97.14%。

请发行人：

（1）补充披露报告期内应收账款余额增长率与营业收入增长率变动不一致的原因及合理性；2020 年应收账款余额增长较快的原因及合理性，发行人是否存在放宽信用政策扩大销售收入情形；

（2）补充披露报告期内各项业务给予不同客户的信用政策情况，是否存在差异及原因、合理性；

（3）补充披露报告期各期账龄在 1 年以上应收账款形成的原因，报告期各期逾期支付情况，包括收入金额、信用期、实际支付时间、逾期原因、逾期金额占比，是否存在利用放宽信用政策扩大销售情形；

（4）补充披露报告期各期末应收账款金额至反馈意见回复日的回款金额及比例，是否存在回款障碍；

（5）补充披露应收账款坏账计提准备比例与同行业可比公司存在差异的原因及合理性，应收账款坏账计提政策是否谨慎，应收账款坏账计提金额是否充分。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露报告期内应收账款余额增长率与营业收入增长率变动不一致的原因及合理性；2020 年应收账款余额增长较快的原因及合理性，发行人是否存在放宽信用政策扩大销售收入情形；

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/4、应收账款”中进行了补充披露。

1、报告期内应收账款余额增长率与营业收入增长率变动不一致的原因及合理性

报告期内，公司应收账款余额与营业收入的变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年末/2020 年度	变动率	2019 年末/2019 年度	变动率	2018 年末/2018 年度
应收账款余额	22,585.53	35.81%	16,629.64	36.43%	12,189.58
营业收入	193,091.04	26.84%	152,236.29	37.82%	110,462.06

与 2018 年度相比，发行人 2019 年度营业收入的增长率与应收账款余额增长率基本一致。

与 2019 年度相比，发行人 2020 年度应收账款余额增长率略高于营业收入增长率，原因见下。

2、2020 年应收账款余额增长较快的原因及合理性

按不同业务类型分类，2019-2020 年末发行人应收账款的构成以及变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020-12-31			2019-12-31	
	余额	比例	同比增长	余额	比例
代理业务	10,832.88	47.96%	30.89%	8,276.04	49.77%
零售业务	9,797.04	43.38%	30.98%	7,479.83	44.98%
终端集采业务	1,946.23	8.62%	122.74%	873.76	5.25%
其他	9.38	0.04%	-	-	-
合计	22,585.53	100.00%	35.81%	16,629.64	100.00%

发行人应收账款主要由医药代理业务、零售业务以及终端集采业务所产生。

（1）发行人 2020 年度代理业务客户数量增加导致应收账款余额增速快于收入增速

2020 年度，发行人代理业务收入为 52,175.87 万元，较 2019 年度 43,894.93 万元增长 18.87%，2020 年末代理业务产生的应收账款余额为 10,832.88 万元，较 2019 年末 8,276.04 万元增长 30.89%。代理业务产生的应收账款余额增速较快，主要系代理业务客户数量增加所致。

项目	2020 年末	2019 年末	变动率
代理业务下游客户数量（个）	13,702	11,377	20.44%
应收账款余额（万元）	10,832.88	8,276.04	30.89%
应收账款对应的客户数量（个）	7,227	5,419	33.36%
单个客户平均应收账款余额（万元/个）	1.50	1.53	-1.96%

2020 年度，发行人加大上游供应商合作深度与下游营销力度，代理商品品规数量及客户数量进一步增加。2020 年末，发行人应收账款余额对应的客户数量为 7,227 个，较 2019 年末应收账款对应的客户数量 5,419 个增长 33.36%，与应收账款余额增长率基本一致，发行人期末单个客户平均应收账款余额基本保持一致。

同时，发行人 2019 年末、2020 年末代理业务产生的应收账款对应的客户数量以及应收账款余额区间分布情况如下：

单位：个

应收金额区间	2020-12-31			2019-12-31	
	家数	占比	同比增加	家数	占比
60-100 万元（含 60 万元）	5	0.07%	1	4	0.07%
25-60 万元（含 25 万元）	55	0.76%	11	44	0.81%
15-25 万元（含 15 万元）	83	1.15%	31	52	0.96%
10-15 万元（含 10 万元）	101	1.40%	15	86	1.59%
5-10 万元（含 5 万元）	269	3.72%	73	196	3.62%
1-5 万元（含 1 万元）	1,129	15.62%	253	876	16.17%
1 万元以下	5,585	77.28%	1,424	4,161	76.79%
合计	7,227	100.00%	1,808	5,419	100.00%

由上表可见，发行人代理业务产生的应收账款余额单笔金额较小，主要集中在 1 万元以下，且不存在单笔金额高于 100 万元的情况，较为分散。与 2019

年末相比，发行人代理业务产生的应收账款余额增加主要系客户数量增长所致，不存在对单个客户放宽信用政策导致应收账款余额快速增加的情形。

（2）发行人 2020 年度零售业务医保结算增加导致应收账款余额增速快于收入增速

单位：万元、家

项目	2020 年末/2020 年度	2019 年末/2019 年度	变动率
零售业务应收账款余额	9,797.04	7,479.83	30.98%
零售业务收入	129,222.19	103,354.66	25.03%
期末医保门店数量	721	568	26.94%

报告期内，发行人零售业务产生的应收账款主要由医保结算款构成，各地医保政策稳定，不存在放宽信用期扩大销售收入的情形。公司零售业务 2020 年末应收账款余额增长较快，主要系当年门店区域扩张，芜湖市新增门店 42 家，六安市新增门店 16 家，当地的医保回款政策分别为 4 个月与 3 个月，较其他地区医保回款较慢。

（3）发行人 2020 年度终端集采业务快速增长推动应收账款余额也有一定的增长

单位：万元

项目	2020 年末/2020 年度	2019 年末/2019 年度	变动率
终端集采业务应收账款余额	1,946.23	873.76	122.74%
终端集采业务收入	7,116.08	722.81	884.50%

2020 年度，发行人终端集采业务快速发展，终端集采业务收入较 2019 年度增长 884.50%。受此影响，发行人终端集采业务应收账款余额增长 122.74%，应收账款增长原因合理，发行人不存在对终端集采客户放宽信用政策导致应收账款余额快速增加的情形。

综上所述，发行人报告期内应收账款余额增长率与营业收入增长率变动情况对比具有合理性，发行人 2020 年应收账款余额增长较快具有合理性，不存在放宽信用政策扩大销售收入情形。

（二）补充披露报告期内各项业务给予不同客户的信用政策情况，是否存在差异及原因、合理性；

根据不同业务类型，公司对代理、终端集采不同客户制定了相应的信用政策；零售业务的应收账款主要为医保结算款，受各地医保政策影响。总体来说，代理业务的信用结算政策一般为30-60天，终端集采业务的信用结算政策一般为45-60天，零售业务各地医保结算周期以1.5个月至3个月为主。

报告期内，发行人各业务类型前五大客户的信用期，或者各地医保中心医保回款周期情况如下：

业务方式	序号	客户名称	2020年	2019年	2018年
代理业务	1	第1位	预付	预付	预付
	2	第2位	账期60天	账期60天	账期60天
	3	第3位	账期60天	账期60天	账期60天
	4	第4位	账期60天	账期60天	账期60天
	5	第5位	账期45天	账期60天	账期60天
	6	第6位	账期60天	账期60天	账期60天
	7	第7位	账期90天	账期90天	账期90天
	8	第8位	账期30天	账期30天	账期30天
	9	第9位	账期45天	账期45天	账期45天
零售业务	1	合肥市医疗保险管理中心	账期45天	账期45天	账期45天
	2	六安市医疗保险基金管理中心	账期3个月	账期3个月	账期3个月
	3	宣城市医疗保险管理中心	账期2个月	账期2个月	账期2个月
	4	亳州市谯城区医疗保险管理中心	账期3个月	账期3个月	账期3个月
	5	安庆市医疗保险管理中心	账期50天	账期50天	账期50天
	6	亳州市社会保险事业管理局	账期45天	账期45天	账期45天
	7	庐江县城镇职工医疗保险基金管理中心	账期75天	账期75天	账期75天
	8	芜湖市医疗保险管理中心	账期4个月	账期4个月	账期4个月
终端集采业务	1	第1位	账期60天	账期60天	/
	2	第2位	账期60天	账期60天	/
	3	第3位	账期45天	账期45天	/

业务方式	序号	客户名称	2020 年	2019 年	2018 年
	4	第 4 位	账期 45 天	账期 45 天	/
	5	第 5 位	账期 60 天	账期 60 天	/
	6	第 6 位	账期 60 天	账期 60 天	/

针对代理业务和终端集采业务，公司综合考虑客户的行业地位、资信状况、合作历史、合作品种、催收难度等因素，制定相应的信用政策。报告期内，发行人主要客户信用政策均未发生重大变化。针对零售业务，报告期内各地医保回款周期未发生变化。

综上，报告期内发行人各项业务不同客户信用政策之间的差异具有合理性，且报告期内基本保持一贯执行。

（三）补充披露报告期各期账龄在 1 年以上应收账款形成的原因，报告期各期逾期支付情况，包括收入金额、信用期、实际支付时间、逾期原因、逾期金额占比，是否存在利用放宽信用政策扩大销售情形；

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/4、应收账款”中进行了补充披露。

1、报告期各期账龄在 1 年以上应收账款形成的原因

报告期各期末，发行人账龄在 1 年以上应收账款基本均由代理业务产生，主要系代理业务开展过程中，部分客户因经营不善、资金周转困难等原因，形成 1 年以上应收账款。

报告期各期末，发行人账龄在 1 年以上应收账款的具体情况如下所示：

项 目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款余额（万元）	22,585.53	16,629.64	12,189.58
其中：账龄一年以上余额（万元）	567.85	475.21	382.76
账龄一年以上占比	2.51%	2.86%	3.14%
账龄一年以上的客户数量（个）	1,103	667	434
单个客户账龄一年以上的平均余额（万元/个）	0.51	0.71	0.88

2020 年末，受疫情对下游客户以及对催收的影响，发行人账龄一年以上的客户数量增长较快，但对应单个客户的平均余额金额较低，不存在重大风险。

2、报告期各期逾期支付情况，包括收入金额、信用期、实际支付时间、逾期原因、逾期金额占比

（1）发行人应收账款逾期金额及占比，对应收入情况以及逾期原因

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额及占比，以及对应收入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应收账款余额	22,585.53	16,629.64	12,189.58
逾期应收账款余额	5,282.79	2,869.85	2,082.67
逾期应收账款占比	23.39%	17.26%	17.09%
逾期款项对应收入金额	28,091.19	17,186.52	17,012.20
逾期款项占对应收入比例	18.81%	16.70%	12.24%
截至 2021 年 6 月 25 日剩余逾期款项	1,359.61	423.03	220.47
剩余逾期款项占对应收入比例	4.84%	2.46%	1.30%

2018 年末及 2019 年末，发行人应收账款逾期率相对稳定。2020 年末，发行人应收账款逾期率大幅增加，主要系受疫情影响，部分客户资金周转困难导致尾款回款滞后，导致逾期率较 2019 年末增加较多。

报告期各期末，发行人逾期款项占对应收入的比例均未超过 20%，主要系代理业务客户的尾款回收滞后所致，并且经催收后，剩余逾期款项占对应收入比例均在 5%以下，占比较低，不构成重大影响。

（2）发行人应收账款逾期金额对应的信用期情况

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额的信用期构成情况如下：

年度	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额（万元）
		金额（万元）	占比（%）	
2020 年	30 天-45 天（含）	951.79	18.02	4,791.45
	45 天-60 天（含）	3,454.11	65.38	20,983.93
	60 天以上	872.98	16.52	2,307.12
	其他	3.92	0.07	8.69
	小计	5,282.79	100.00	28,091.19
2019 年	30 天-45 天（含）	343.38	11.97	1,819.84

	45 天-60 天（含）	1,459.48	50.86	8,859.01
	60 天以上	961.31	33.50	4,863.31
	其他	105.68	3.68	1,644.37
	小计	2,869.85	100.00	17,186.52
2018 年	30 天-45 天（含）	413.93	19.87	2,927.25
	45 天-60 天（含）	982.03	47.15	6,222.83
	60 天以上	642.17	30.83	2,282.64
	其他	44.53	2.14	5,579.47
	小计	2,082.67	100.00	17,012.20

报告期内，发行人应收账款逾期金额主要集中在信用期为 45 天-60 天的客户，主要受该部分客户对应的收入较高所影响，不存在异常。

（3）发行人应收账款逾期金额对应的实际支付情况

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额的实际支付情况如下：

单位：万元

期间	逾期金额	2019 年回款	2020 年回款	2021 年 1 月至 6 月 25 日回款	累计回款	剩余逾期款项
2020 年末	5,282.79	-	-	3,923.18	3,923.18	1,359.61
2019 年末	2,869.85	-	2,348.14	98.68	2,446.82	423.03
2018 年末	2,082.67	1,740.21	115.22	6.77	1,862.20	220.47

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额主要在次年回款，长期拖欠的部分较低，不存在异常。

综上所述，发行人账龄 1 年以上应收账款，以及逾期应收账款主要均由代理业务客户尾款回收滞后所致，结合逾期款项对应的收入金额、信用期分布、期后支付情况分析，不存在异常，发行人不存在利用放宽信用政策扩大销售情形。

（四）补充披露报告期各期末应收账款金额至反馈意见回复日的回款金额及比例，是否存在回款障碍；

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/4、应收账款”中进行了补充披露。

报告期各期末，发行人应收账款余额截至 2021 年 6 月 25 日的期后回款情况如下表所示：

单位：万元

报告期末	应收账款余额	期后回款	回款比例
2020 年末	22,585.53	19,966.15	88.40%
2019 年末	16,629.64	15,991.87	96.16%
2018 年末	12,189.58	11,871.66	97.39%

公司应收账款期后回款情况良好，不存在重大的回款障碍。

（五）补充披露应收账款坏账计提准备比例与同行业可比公司存在差异的原因及合理性，应收账款坏账计提政策是否谨慎，应收账款坏账计提金额是否充分。

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/4、应收账款”中进行了补充披露。

同行业可比公司账龄计提政策情况如下：

可比公司	应收账款账龄						
	1 年以内（医保）	1 年以内（其他）	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
一品红	5%	5%	15%	30%	50%	80%	100%
易明医药	5%	5%	10%	30%	100%	100%	100%
百洋医药	0.5%	0.5%	10%	50%	100%	100%	100%
一心堂	0.05%	5%	10%	30%	50%	50%	100%
益丰药房	5%	5%	10%	20%	30%	50%	100%
大参林	5%	5%	10%	20%	50%	80%	100%
健之佳	6 个月内：0% 6 个月-1 年：5%	6 个月内：0% 6 个月-1 年：5%	20%	50%	100%	100%	100%
漱玉平民	0%	5%	10%	20%	30%	50%	100%
药易购	5%	5%	30%	50%	100%	100%	100%
发行人	0.50%	5.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%

发行人应收账款坏账计提比例与同行业不存在实质差异。个别差异主要体现在医保款的计提比例。

同行业可比公司针对 1 年以内医保款坏账计提比例差异较大（从 0%到 5%），比如：发行人和百洋医药计提 0.5%，一心堂仅计提 0.05%，而漱玉平民不计提

坏账。漱玉平民与百洋医药分别于 2020 年 12 月 15 日、2020 年 12 月 17 日通过深交所上市委审核，发行人医保坏账计提政策与百洋医药保持一致，与漱玉平民相比，发行人医保坏账计提政策更加谨慎。

公司应收账款坏账平均计提比例与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

可比公司	2020-12-31			2019-12-31			2018-12-31		
	金额	信用减值损失	比例(%)	金额	信用减值损失	比例(%)	金额	信用减值损失	比例(%)
一品红	22,891.32	6,525.82	28.51	23,163.25	6,452.66	27.86	27,989.18	1,423.91	5.09
易明医药	6,103.08	313.92	5.14	7,292.99	449.66	6.17	8,788.74	530.56	6.04
百洋医药	158,311.12	2,553.85	1.61	119,534.17	1,552.51	1.30	89,054.75	907.38	1.02
一心堂	81,858.92	655.61	0.80	52,580.77	289.37	0.55	61,186.33	149.48	0.24
益丰药房	83,812.61	782.87	0.93	75,608.54	585.01	0.77	60,900.84	430.22	0.71
大参林	46,123.35	2,892.55	6.27	37,694.65	2,135.37	5.66	29,291.33	1,595.59	5.45
健之佳	16,888.38	218.40	1.29	13,416.44	160.91	1.20	16,852.13	157.09	0.93
漱玉平民	27,070.10	1,297.98	4.79	22,357.30	1,207.16	5.40	17,935.57	868.92	4.84
药易购	3,171.95	484.32	15.27	3,310.10	322.94	9.76	2,222.26	128.38	5.78
平均值	49,581.20	1,747.26	7.18	39,439.80	1,461.73	6.52	34,913.46	687.95	3.34
剔除一品红与药易购平均值	60,023.94	1,245.03	2.98	46,926.41	911.43	3.01	40,572.81	662.75	2.75
本公司	22,585.53	935.76	4.14	16,629.64	600.98	3.61	12,189.58	437.73	3.59

发行人报告期内应收账款坏账准备计提比例分别为 3.59%、3.61%和 4.14%，同行业可比公司分别为 3.34%、6.52%和 7.18%，报告期最后两年计提比例平均值高于发行人，其差异主要为一品红为 2019 年末、2020 年末因应收款项回收存在重大不确定性分别单项计提 6,009.37 万元和 5,879.08 万元，导致当年坏账计提较多；以及药易购因 2019 年末、2020 年末一年以上应收账款占比较大，分别为 17.66%和 30.42%（发行人为 96%以上），相应的坏账比例较高所致。若剔除一品红及药易购，发行人报告期内应收账款坏账准备计提比例均高于同行业平均值，计提较为谨慎。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取报告期各期末应收账款明细表，分析应收账款款项性质以及余额变动的合理性；

2、对发行人报告期各期末应收账款余额进行函证；对应收账款相关的销售合同、发货单、回款凭证等支持性文件进行检查；

3、对发行人客户合同进行检查，重点分析信用政策变化的具体情形、原因及合理性，分析信用政策变化前后发行人与客户的交易金额是否发生较大变化，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形；

4、获取并复核了发行人报告期各期末应收账款账龄明细表，测试账龄或逾期信息的划分是否正确，验证其合理性；获取可比公司应收账款账龄分布情况，并与公司账龄分布进行比较，分析是否存在重大差异；

5、获取并复核了发行人报告期各期末应收账款逾期情况明细表，结合逾期款项对应的收入金额、信用期、期后实际支付时间等，分析逾期原因以及影响；

6、统计、分析主要客户的期后回款情况，并抽样检查期后回款的银行回单、票据、记账凭证等，核查回款是否真实；

7、获取发行人可比公司应收账款坏账准备计提政策，并与发行人坏账准备计提政策进行比较，分析是否存在重大差异；

8、复核发行人报告期内是否按照坏账准备计提政策计提坏账准备，核查坏账准备的计提是否充分，尤其关注主要逾期客户的逾期金额、原因，检查逾期客户的期后回款情况，分析逾期客户坏账准备计提是否充分合理。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期各期，发行人应收账款余额增长率与营业收入增长率变动原因合理，2020 年应收账款余额增长较快的原因合理，不存在放宽信用期扩大销售收入的情形；

2、报告期内发行人各项业务不同客户信用政策之间的差异具有合理性，且报告期内基本保持一贯执行，不存在异常；

3、发行人账龄 1 年以上应收账款，以及逾期应收账款主要均由代理业务客户尾款回收滞后所致，结合逾期款项对应的收入金额、信用期分布、期后支付情况分析，不存在异常，发行人不存在利用放宽信用政策扩大销售情形；

4、发行人应收账款期后回款情况良好，不存在重大的回款障碍；

5、发行人应收账款坏账计提政策谨慎，应收账款坏账计提金额充分。

问题二十二、关于存货

申报材料显示：（1）2018 年末、2019 年末以及 2020 年末，公司存货账面价值分别为 18,114.59 万元、22,935.14 万元和 30,296.44 万元，占各期末流动资产的比重分别为 29.79%、32.67%和 32.76%。（2）公司依据期末库存商品有效期及其近效期情况，计提存货跌价准备，其中近效商品按期末价值计提 70%，过期商品按期末价值计提 100%。近效商品与过期商品划分的标准具体如下：①距失效期 6 个月为近效商品；②超过有效期的商品为过期商品；③距失效期 30 天内的商品，按过期商品处理。

请发行人：

（1）补充披露报告期内库存商品的构成情况，库存商品的存放地点及保管、发货等管理方式，与存货管理相关的内部控制制度，近效期商品及过期商品的具体处理方式；

（2）结合采购周期、销售周期、安全库存等，补充披露报告期内存货账面价值变动的原因及合理性；报告期各期末库存商品的期后结转情况；

（3）补充披露库存商品的库龄结构，报告期各期末库龄超过 1 年的存货的主要构成，与同行业可比公司是否存在差异及原因、合理性；

（4）补充披露报告期内存货跌价准备的计提依据，报告期各期计提比例变动的原因及合理性，报告期内存货跌价准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露报告期内库存商品的构成情况，库存商品的存放地点及保管、发货等管理方式，与存货管理相关的内部控制制度，近效期商品及过期商品的具体处理方式；

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/7、存货”中进行了补充披露。

1、库存商品构成

2018 年末、2019 年末以及 2020 年末，公司库存商品账面价值分别为 17,696.18 万元、22,373.00 万元和 29,715.86 万元，占各期末流动资产的比重分别为 29.10%、31.87%和 32.14%。

报告期各期末，公司库存商品明细如下：

单位：万元

库存商品类型	2020 年末	2019 年末	2018 年末
中西成药	21,777.04	16,899.31	13,053.91
中药饮片	2,248.78	2,007.04	1,729.28
保健食品	1,664.48	1,196.32	952.23
医疗器械	2,982.77	1,597.10	943.71
其他商品	1,042.79	673.23	1,017.05
合计	29,715.86	22,373.00	17,696.18

报告期各期末，公司库存商品持续增长，主要原因是公司业务规模扩大，零售门店数量增加，公司相应地增加了库存商品。

2、库存商品的存放地点及保管、发货等管理方式，与存货管理相关的内部控制制度

发行人库存商品存放地点为各主体仓库及各直营门店，包括安徽华人健康医药股份有限公司仓库、安徽汇达药业有限公司仓库、安徽国胜大药房连锁有限公司仓库、亳州国胜大药房连锁有限公司仓库、各直营门店。

报告期内各仓库、门店各年末库存商品金额如下表所示：

单位：万元

仓库名称	2020 年末	2019 年末	2018 年末
安徽华人健康医药股份有限公司仓库	5,201.42	4,682.84	3,355.97
安徽汇达药业有限公司仓库	2,756.55	1,916.49	-
安徽国胜大药房连锁有限公司仓库	5,305.60	4,787.16	3,944.45
亳州国胜大药房连锁有限公司仓库	410.12	427.05	283.66
各直营门店	16,042.17	10,559.46	10,112.10
合计	29,715.86	22,373.00	17,696.18

2020 年度直营门店的期末库存金额相较 2019 年度大幅增加，主要原因是门店数量增加。报告期各期末，发行人零售门店数量分别为 541 家、607 家、771 家，各年门店的平均库存余额分别为 18.69 万/家、17.40 万/家、20.81 万/家。2020 年末单门店平均库存余额较大的原因主要是当年下半年新开门店较多，新开门店药品备货较多且培育期内存货周转略慢所致。

发行人制定了《存货管理制度》、《资产盘点管理制度》、《药品出库复核管理制度》等相关制度（存货采购入库、盘点、销售出库及成本结转参见本回复之“问题十七之（三）之 2、成本核算过程和控制的关键环节”的相关内容），**并且已建立了较为完善的物流配送体系，在合肥、亳州等地区设立物流仓库，负责对各自区域内的直营门店、终端集采客户等进行日常配送，配送半径规划合理，能快速响应门店的配送需求。报告期内，公司对系统进行持续优化升级，将拣货单、扫码复核、备货监控、架位管理与采购入库和配送出库等管理功能进行融合，提高收货验收、发货复核的正确率，保障仓库供应链管理系统化、自动化、信息化。**

3、近效期商品及过期商品的具体处理方式

为加强对近效期药品的管理，优化库存结构，保证顾客需求，避免积压和过期失效，确保所经营药品质量，发行人依据《药品经营质量管理规范》和公司实际经营需求，制定了《效期管理制度》，对近效期商品的处理做了详细规定。公司根据药品的有效期和销售情况等，确定药品的近效期期限，以失效前 6 个月内的视为近效期，同时以失效前 1 年内的视为药品预警效期。库存商品进入近效期后，对于可退商品，公司将与供应商协调退换。对于不可退商品，公司将加强该类商品的促销力度，在销售时会明确告知客户商品的效期情况。药品在有效期内未能销售完毕且不能退货的，将根据公司《效期管理制度》进行下架封存，进行报损，委托具有药品无害化处理资质的环保企业进行销毁。

（二）结合采购周期、销售周期、安全库存等，补充披露报告期内存货账面价值变动的原因及合理性；报告期各期末库存商品的期后结转情况；

发行人已在招股说明书“第六节/一/（三）/2、零售业务的主要运营模式”、“第八节/十一/（一）/7、存货”中进行了补充披露。

1、采购周期、销售周期、安全库存政策

（1）采购周期

发行人存货主要集中于零售业务。发行人根据销售预测、商品安全库存、运输时间、回款周期等因素确定采购周期。根据商品定位不同，采购周期具体如下：

核心商品，具有客流人次高、销售数量高、销售额高、毛利额高等特点，是发行人客流、销售及利润的保障商品，原则上不可脱销缺货，满足门店销售需求，采购周期 15-20 天。常规商品，是稳定需求的商品，采购周期一般为 15-30 天。冷僻商品，是购买频率低的商品，采购周期一般 20-30 天。首营商品是发行人首次经营的商品，根据铺货门店及数量评估按需进货。季节性商品是在正常年度其销售表现季节规律性变化的商品，设置为冬季商品、夏季商品。发行人根据这两类商品上一年同期的销售数据、本年公司新增门店数量、门店动销情况等因素制定采购计划，采购周期 7-15 天。针对重要战略性商品，发行人会根据采购市场变化和对商品销售情况进行预测分析，对不同商品制定特定的采购计划，一次性大批量采购，无固定采购周期。

（2）销售周期

发行人存货周转率较高，库存商品流转主要过程为自外部供应商采购库存商品，并由供应商送货至仓储物流中心，继而由仓储物物流中心配送至门店，并在门店进行销售。报告期内，发行人存货销售根据商品定位、功能不同，具有不同销售期，与采购周期基本保持一致。

（3）安全库存

基于发行人业务特点及经营管理的需要，仓储物流中心及零售门店均需配备一定储量的安全库存。安全库存政策具体说明如下：

发行人目前日常经营商品品规约一万个，发行人实行库存限额管理，保持合理的库存量，以确保商品不积压、不脱销。安全库存定额系根据不同商品的性能、库存条件、效期长短、市场销售情况、货源稳定程度，并结合市场需求预测和资金周转要求分品种制定。

2、存货账面价值变动的原因及合理性

2018 年末、2019 年末以及 2020 年末，公司存货账面价值分别为 18,114.59 万元、22,935.14 万元和 30,296.44 万元。**报告期各期末，公司存货账面价值与公司营业收入、门店数量等指标的变动关系如下：**

单位：万元

项目	2020 年度/2020 年末	增幅	2019 年度/2019 年末	增幅	2018 年度/2018 年末
营业收入	193,091.04	26.84%	152,236.29	37.82%	110,462.06
门店数量	771	27.02%	607	12.20%	541
存货账面价值	30,296.44	32.10%	22,935.14	26.61%	18,114.59

由上表可知，报告期内，因公司整体营业收入规模扩大、门店数量的增多而备货增加，发行人存货账面金额逐年上升，具有合理性。

3、报告期各期末库存商品的期后结转情况；

截至 2021 年 6 月 25 日，公司各期末库存商品的期后结转情况如下：

单位：万元

年度	项目	期末库存商品金额	期后结转金额	期后结转占比	期后未结转金额	期后未结转占比
2020 年	中西成药	21,777.04	19,047.57	87.47%	2,729.47	12.53%
	中药饮片	2,248.78	1,567.40	69.70%	681.38	30.30%
	保健品	1,664.48	1,300.03	78.10%	364.45	21.90%
	医疗器械	2,982.77	2,396.35	80.34%	586.42	19.66%
	其他	1,042.79	777.53	74.56%	265.26	25.44%
	合计	29,715.86	25,088.88	84.43%	4,626.98	15.57%
2019 年	中西成药	16,899.31	16,780.55	99.30%	118.76	0.70%
	中药饮片	2,007.04	1,926.32	95.98%	80.72	4.02%
	保健品	1,196.32	1,195.80	99.96%	0.52	0.04%
	医疗器械	1,597.10	1,570.01	98.30%	27.09	1.70%
	其他	673.23	634.99	94.32%	38.24	5.68%
	合计	22,373.00	22,107.67	98.81%	265.33	1.19%
2018 年	中西成药	13,053.91	13,033.00	99.84%	20.91	0.16%
	中药饮片	1,729.28	1,713.43	99.08%	15.85	0.92%
	保健品	952.23	952.03	99.98%	0.20	0.02%
	医疗器械	943.71	941.55	99.77%	2.16	0.23%
	其他	1,017.05	1,001.90	98.51%	15.15	1.49%
	合计	17,696.18	17,641.91	99.69%	54.27	0.31%

报告期内中药饮片、医疗器械期后结转比例相对较低。原因是中药材无效期规定，同时名贵药材类产品价值高，购买频率相对较低，属于冷备商品；医疗器械保存期限长。这类产品后续实现销售的可能性较大，发生减值的风险较低。其余库存商品期后销售状况良好，周转速度较快，积压或滞销的风险较小，符合公司的实际情况与所处行业的特点。

（三）补充披露库存商品的库龄结构，报告期各期末库龄超过 1 年的存货的主要构成，与同行业可比公司是否存在差异及原因、合理性；

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/7、存货”中进行了补充披露。

1、库存商品的库龄结构

报告期各期末，发行人库存商品库龄结构如下：

单位：万元

年度	分类	库龄		
		1 年以内	1 年以上	1 年以上占比
2020 年末	中西成药	21,054.82	722.22	3.32%
	中药饮片	1,874.26	374.52	16.65%
	保健品	1,611.55	52.93	3.18%
	医疗器械	2,794.24	188.53	6.32%
	其他	947.71	95.08	9.12%
	合计	28,282.58	1,433.28	4.82%
2019 年末	中西成药	16,425.09	474.22	2.81%
	中药饮片	1,765.20	241.84	12.05%
	保健品	1,147.53	48.79	4.08%
	医疗器械	1,491.67	105.43	6.60%
	其他	528.90	144.33	21.44%
	合计	21,358.39	1,014.61	4.53%
2018 年末	中西成药	12,659.08	394.83	3.02%
	中药饮片	1,518.77	210.51	12.17%
	保健品	892.14	60.09	6.31%
	医疗器械	866.99	76.72	8.13%
	其他	880.95	136.10	13.38%
	合计	16,817.93	878.25	4.96%

报告期内，发行人库存商品库龄结构保持相对稳定，较为合理。

2、库龄超过 1 年的存货的主要构成

发行人库龄超过 1 年的主要商品主要系中成西药、中药饮片及医疗器械类商品。中成西药中库龄 1 年以上存货主要系价值高、效期长商品，如阿胶/阿胶浆、西洋参粉、龟龄集、冬虫夏草等，与同行业可比公司不存在重大差异。其中阿胶类产品属于零售门店销售的核心产品，保质期在 4-5 年，门店需保持一定基础陈列以备销售；名贵中药材无效期规定，同时价值高，购买频率相对较低，属于冷备商品。这类产品后续实现销售的可能性较大，发生减值的风险较低。

百洋医药、漱玉平民、药易购 3 家近期上市的可比公司公开披露了存货库龄 1 年以上的原因，公司库龄超过一年的存货主要构成与同行业上市公司基本一致，具体如下：

可比公司	1 年以上库龄的存货类型	原因
百洋医药	主要为医疗器械类存货	主要是保存期限较长的医疗器械。
漱玉平民	主要为阿胶类产品	阿胶类产品保存期限长，该公司进行了战略储备；中药饮片类商品无效期规定，同时购买频率相对较低，属于冷备商品；健康器械类商品具有价值高、采购周期相对长、周转慢及无效期规定等特点，需进行一定量的提前备货。
药易购	主要是中药材、中成药、医疗器械等	主要是保存期限较长的药品和器械。

（四）补充披露报告期内存货跌价准备的计提依据，报告期各期计提比例变动的原因及合理性，报告期内存货跌价准备计提是否充分。

发行人已在招股说明书“第八节/十一/（一）/7、存货”中进行了补充披露。

1、存货跌价准备的计提依据

针对公司库存商品种类繁多、单价相对较低及周转较快的特点，公司依据期末库存商品有效期及其近效期情况，计提存货跌价准备，其中近效商品按期末价值计提 70%，过期商品按期末价值计提 100%。近效商品与过期商品划分的标准具体如下：

①距失效期 6 个月为近效商品；

②超过有效期的商品为过期商品；

③距失效期 30 天内的商品，按过期商品处理。

2、报告期各期计提比例变动的原因及合理性，报告期内存货跌价准备计提充分

报告期各期末，存货余额、跌价准备余额的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 末	2019 年末	2018 年末
存货余额	30,458.36	23,077.02	18,229.81
存货跌价准备金额	161.93	141.88	115.22
计提比例	0.53%	0.61%	0.63%

报告期各期，发行人存货跌价计提比例较低，不存在异常，且随着公司精细化效期管理能力的提升，跌价计提比例逐年下降。同行业可比上市公司存货跌价准备计提比例情况如下：

证券代码	证券简称	存货跌价准备计提比例		
		2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
一品红	300723.SZ	0.00%	0.00%	0.00%
易明医药	002826.SZ	**0.59%**	0.00%	0.02%
百洋医药	**301015.SZ**	**2.23%**	0.94%	1.20%
老百姓	603883.SH	**0.06%**	0.09%	0.06%
一心堂	002727.SZ	1.46%	0.82%	0.64%
益丰药房	603939.SH	**0.43%**	0.30%	0.30%
大参林	603233.SH	0.53%	0.25%	0.20%
健之佳	605266.SH	2.00%	1.96%	1.76%
漱玉平民	**301017.SZ**	**0.19%**	0.31%	0.27%
药易购	300937.SZ	1.13%	1.39%	0.90%
平均值		**0.86%**	**0.61%**	**0.53%**
本公司		**2020.12.31**	**2019.12.31**	**2018.12.31**
		0.53%	**0.61%**	**0.63%**

一般来说，医药流通企业非常注重存货周转与运营效率，当遇到商品市场滞销、临近效期等减值迹象时，通常会采用促销手段或与上游供应商协商退回等办法解决，总体来说，行业内存货跌价准备计提比例普遍较低。

报告期内，发行人存货跌价准备计提情况与同行业相比无重大差异，**存货跌价准备计提合理且充分**。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈了仓储部门管理层，了解了库存商品的存放地点及保管、发货等管理方式，以及存货管理相关的内部控制；

2、根据发行人报告期内库存商品数据，补充披露了报告期内库存商品的构成情况；

3、访谈了采购部门、销售部门管理层，了解了存货的采购周期、销售周期、安全库存政策；

4、检查了发行人报告期各期末库存商品的期后结转数据，分析了结转数据的合理性；

5、检查了发行人报告期内库存商品的库龄结构数据，调查了同行业可比上市公司的招股说明书等公开资料，将发行人库存商品库龄结构与同行业可比上市公司进行了对比；

6、调查了同行业可比上市公司的招股说明书等公开资料，将发行人存货跌价准备计提政策、存货跌价准备计提比例与同行业可比上市公司进行了对比。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人库存商品构成情况正常，库存商品的管理方式、近期期商品及过期商品的处理方式合理，存货管理相关的内部控制制度有效运行；

2、发行人报告期内存货账面价值变动的原因合理，报告期各期末库存商品的期后结转情况正常；

3、发行人库存商品的库龄结构合理，报告期各期末库龄超过 1 年的存货的主要为中药饮片，与同行业可比公司相比不存在重大差异；

4、发行人报告期内存货跌价准备的计提依据合计，各期计提比例变动的原因合理，报告期内存货跌价准备计提充分。

问题二十三、关于长期股权投资和商誉

申报材料显示，2017 年 4 月起，发行人为实现规模化扩张，收购了 3 家连锁药店控股权；此外发行人收购汇达药业，搭建终端集采业务的运营平台，上述非同一控制下企业合并形成了金额较大的商誉。2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司商誉账面价值分别为 12,576.10 万元、15,310.57 万元和 15,310.57 万元，占非流动资产的比例分别为 35.08%、42.03%和 42.35%，占归母净资产的比例分别为 27.52%、28.55%和 21.42%。

请发行人补充披露：

（1）报告期内一系列股权收购与资产收购是否构成重大资产重组；

（2）对上述公司是否构成重大影响，按长期股权投资进行会计核算是否符合规定；购买日及其确定是否符合《企业会计准则》的相关要求，收购价格定价依据及其合理性；

（3）购买日各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值及其确定依据、相关合并成本的分配情况、确认商誉的依据；对上述收购涉及的商誉进行减值测试涉及的相关假设、参数及其合理性、减值测试的具体过程，是否存在商誉应计提减值未计提的情形；

（4）收购后至目前是否可以控制被收购对象，形成控制的具体依据。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）报告期内一系列股权收购与资产收购是否构成重大资产重组；

发行人已在招股说明书“第五节/三/（三）报告期内重组的影响”中进行了补充披露。

报告期内，发行人各年度股权收购以及资产收购的主体，收购前一年度资产总额、营业收入和利润总额占发行人相应项目的比例情况如下：

单位：万元

收购年度	项目	前一年末资产总额	前一年度营业收入	前一年度利润总额
2020 年	年度累计收购	3,116.01	9,835.73	498.86
	发行人	106,631.77	152,236.29	7,721.22
	占比	2.92%	6.46%	6.46%
2019 年	年度累计收购	3,601.80	6,113.19	304.35
	发行人	96,655.60	110,462.06	3,762.31
	占比	3.73%	5.53%	8.09%
2018 年	年度累计收购	20,809.37	21,693.54	1,485.86
	发行人	66,247.37	74,899.95	5,130.12
	占比	31.41%	28.96%	28.96%

注 1：资产总额为被收购主体的总资产与收购价格的孰高值；
注 2：若收购取得控制权，上述指标按 100%计算；收购少数股权时，按比例计算。

报告期内，发行人各年度股权收购以及资产收购的主体，收购前一年度上述指标的累计值均未超过发行人前一年度相应指标的 50%，不构成重大资产重组。

（二）对上述公司是否构成重大影响，按长期股权投资进行会计核算是否符合规定；购买日及其确定是否符合《企业会计准则》的相关要求，收购价格定价依据及其合理性；

发行人已在招股说明书“第五节/三、发行人报告期内的重大资产重组情况”、“第八节/六/（五）/2、非同一控制下企业合并”中进行了补充披露。

1、发行人控制上述公司，按照企业会计准则要求进行相应的会计核算

2017 年 4 月起，发行人通过股权收购新增四家子公司，分别为芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜及汇达药业。上述股权收购事项基本情况如下：

发行人对芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜以及汇达药业实现了 100%控股，对上述公司均形成控制。根据企业会计准则要求，发行人在母公司报表层面对上述子公司按长期股权投资进行会计核算，在合并报表层面按照合并报表的要求进行合并抵销。

2、购买日及其确定是否符合《企业会计准则》的相关要求

发行人收购上述子公司的购买日情况如下：

名称	收购比例	购买日	购买日确定依据
芜湖国胜	100%	2017 年 4 月	已签定股权转让协议；已支付收购价款的主要部分并具备支付剩余价款的能力；重组被收购方董事会、管理层，控制被收购方的经营决策和财务管理
安庆国胜	80%	2018 年 10 月	已签定股权转让协议；已支付收购价款的主要部分并具备支付剩余价款的能力；重组被收购方董事会、管理层，控制被收购方的经营决策和财务管理
亳州国胜	51%	2018 年 12 月	已签定股权转让协议；已支付收购价款的主要部分并具备支付剩余价款的能力；重组被收购方董事会、管理层，控制被收购方的经营决策和财务管理
	29%	2019 年 12 月	2018 年 12 月双方签署一揽子收购协议，分步实施收购；已支付相应的转让价款
汇达药业	100%	2019 年 7 月	已签定股权转让协议；已支付收购价款的主要部分并具备支付剩余价款的能力；重组被收购方董事会、管理层，控制被收购方的经营决策和财务管理

发行人购买日的确定符合《企业会计准则》规定。

3、收购价格的定价依据及其合理性

为拓展医药零售业务市场覆盖区域，发行人先后收购芜湖国胜、安庆国胜和亳州国胜，并通过收购汇达药业，开展医药终端集采业务。上述股权收购的定价依据及合理性情况如下：

（1）收购芜湖国胜、安庆国胜和亳州国胜

发行人对芜湖国胜、安庆国胜和亳州国胜的收购事项属于门店类收购，其定价依据及合理性情况参见本回复意见“问题二十四/一/（二）/1、门店转让费的定价依据”。

（2）收购汇达药业

发行人收购汇达药业的定价主要系根据前期对市场上相似业务企业调研比价，以及对汇达药业未来发展预期，经交易各方协商确定对价，因此收购定价依据合理，价格公允。此外，汇达药业 100%股权转让款金额较低，未对发行人构成重大影响。

综上所述，发行人上述收购定价依据合理，交易定价公允。

（三）购买日各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值及其确定依据、相关合并成本的分配情况、确认商誉的依据；对上述收购涉及的商誉进行减值测试涉及的相关假设、参数及其合理性、减值测试的具体过程，是否存在商誉应计提减值未计提的情形；

发行人已在招股说明书“第八节/六/（五）/2、非同一控制下企业合并”、“第八节/六/（十五）/3、商誉的减值测试方法及会计处理方法”中进行了补充披露。

1、购买日各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值及其确定依据、相关合并成本的分配情况、确认商誉的依据

（1）购买日各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值及其确定依据

发行人收购芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜、汇达药业时，上述标的公司资产均为易于辨认及确认的资产，且无房产、土地等公允价值变动较大的资产，因此直接以资产账面价值作为可辨认净资产公允价值。芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜、汇达药业购买日的资产负债表如下：

①芜湖国胜 100%股权

单位：万元

项目	芜湖国胜大药房连锁有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
货币资金	183.25	183.25
应收账款	630.39	630.39
其他应收款	154.05	154.05
存货	411.14	411.14
其他流动资产	124.73	124.73
递延所得税	3.14	3.14
负债：		
短期借款	420.00	420.00
应付票据	177.00	177.00
应付账款	762.63	762.63
应付职工薪酬	0.08	0.08
应交税费	34.98	34.98
净资产	112.01	112.01

项目	芜湖国胜大药房连锁有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
减：少数股东权益	-	-
取得的净资产	112.01	112.01

②安庆国胜 80%股权

单位：万元

项目	安庆国胜大药房连锁有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
其他应收款	1,000.00	1,000.00
净资产	1,000.00	1,000.00
减：少数股东权益	200.00	200.00
取得的净资产	800.00	800.00

③亳州国胜 80%股权

A. 2018 年 12 月收购 51%股权

单位：万元

项目	亳州国胜大药房连锁有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
货币资金	1,200.00	1,200.00
净资产	1,200.00	1,200.00
减：少数股东权益	588.00	588.00
取得的净资产	612.00	612.00

B. 2019 年 12 月收购 29%股权

2019 年 12 月，收购亳州国胜 29%股权，与 2018 年收购亳州国胜 51%股权为一揽子交易。公司以亳州国胜截至 2019 年 12 月 31 日经审计净资产账面价值的 29%作为第二次收购可辨认净资产的公允价值。

④汇达药业 100%股权

单位：万元

项目	安徽汇达药业有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
货币资金	100.00	100.00

项目	安徽汇达药业有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
净资产	100.00	100.00
减：少数股东权益	-	-
取得的净资产	100.00	100.00

（2）相关合并成本的分配情况、确认的商誉的依据

相关合并成本的分配情况、确认的商誉的依据如下：

单位：万元

项目	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜		汇达药业
购买日合并成本 A	3,652.00	5,437.30	5,010.81	2,849.24	410.00
可辨认资产、负债的公允价值 B	112.01	1,000.00	1,200.00	1,464.70	100.00
收购比例 C	100%	80%	51%	29%	100%
商誉 D=A-B*C	3,539.99	4,637.30	4,398.81	2,424.48	310.00

2、对上述收购涉及的商誉进行减值测试涉及的相关假设、参数及其合理性、减值测试的具体过程，是否存在商誉应计提减值未计提的情形。

（1）报告期内，资产组经营情况良好，无明显减值迹象

大型医药连锁企业具有集中采购议价能力、物流配送、整体经营效率的优势，因此在收购时，主要是看中被收购方在当地的市场占有率、成熟度，具体量化就是收入规模。因此按照行业惯例，医药连锁企业作为标的资产时，通常以市销率（PS）作为定价方式，营业收入为衡量医药连锁企业经营情况最重要的指标。

报告期内，从收入角度来看，发行人收购的门店资产组经营情况良好，无明显减值迹象，具体如下：

①芜湖国胜

芜湖国胜报告期内实际收入与初始收购时评估报告的预测数对比情况如下：

单位：万元

年度	实际实现数	收购预测数	实际实现数与收购预测数差额
2020 年	15,887.51	6,085.47	9,802.04
2019 年	13,052.55	5,780.64	7,271.91
2018 年	8,002.16	5,344.68	2,657.48

如上表所示，2018 年至 2020 年芜湖国胜的营业收入实际实现情况均高于收购时预测数，无减值迹象。同时根据公司聘请的中铭国际资产评估（北京）有限责任公司出具的中铭评报字[2020]第 16166 号、中铭评报字[2021]第 16091 号《评估报告》，截至 2019 年末、2020 年末，芜湖国胜均无需计提商誉减值。

②安庆国胜

安庆国胜报告期内实际收入与初始收购时评估报告的预测数对比情况如下：

单位：万元

年度	实际实现数	收购预测数	实际实现数与收购预测数差额
2020 年	5,425.11	5,445.00	-19.89
2019 年	4,577.70	4,432.79	144.91
2018 年	1,087.46	689.86	397.60

注：2018 年 10 月收购安庆国胜，2018 年度实际实现数及预测数为 2018 年 11 至 12 月金额。

如上表所示，2018 年至 2020 年安庆国胜的营业收入实际实现情况与收购时预测数基本一致，无明显减值迹象。同时根据公司聘请的中铭国际资产评估（北京）有限责任公司出具的中铭评报字[2020]第 16164 号、中铭评报字[2021]第 16089 号《评估报告》，截至 2019 年末、2020 年末，安庆国胜均无需计提商誉减值。

③亳州国胜

亳州国胜报告期内实际收入与初始收购时评估报告的预测数对比情况如下：

单位：万元

年度	实际实现数	收购预测数	实际实现数与收购预测数差额
2020 年	7,515.10	7,876.00	-360.90
2019 年	6,693.93	6,496.37	197.56
2018 年	679.30	666.60	12.70

注：2018 年 12 月收购亳州国胜，2018 年度实际实现数及预测数为 2018 年 12 月当月金额。

如上表所示，2018 年至 2019 年亳州国胜的营业收入均高于预测数，2020 年亳州国胜的营业收入低于预测数，主要原因系部分门店受道路施工等因素影响，

导致营业收入短期内有所下降，较收购时预测数低 4.58%，但该等因素不具备持续性，且低于预测数的比例不足 5%，不存在明显减值迹象。

同时根据公司聘请的中铭国际资产评估（北京）有限责任公司出具的中铭评报字[2020]第 16165 号、中铭评报字[2021]第 16090 号《评估报告》，截至 2019 年末、2020 年末，亳州国胜均无需计提商誉减值。

④汇达药业

报告期内，汇达药业的客户数量、合作门店数量、收入、净利润等各项指标均快速增长，经营情况良好，无减值迹象。

（2）公司每年对资产组进行减值测试，各假设参数具有合理性

公司对于企业合并所形成的商誉，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。公司对于商誉减值测试的方法为将包含全部商誉在内的资产组或者资产组组合账面价值与可收回金额进行比较，以确定资产组（包括商誉）是否发生了减值。可收回金额是运用收益法测算的预计未来现金流量的现值。

公司管理层在评估资产组可收回金额时涉及的关键假设包括收入增长率、毛利率、税金及费用以及折现率，具体如下：

①收入增长率的预测

针对芜湖国胜、安庆国胜和亳州国胜，营业收入主要来源于各门店的药品及医疗器械等销售收入和服务费收入。考虑过门店覆盖人数、地理位置等因素后，销售增长率根据店均年坪效历史数据、店面面积及店均年坪效增长率确定。

针对汇达药业，主营业务收入考虑宏观环境、行业分析以及汇达药业自身的优劣势的分析，并结合各终端客户的发展规划确定。

基于上述预测逻辑，报告期内，各被收购资产组预测期内收入增长率情况符合行业发展现状，不存在异常，具体如下：

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
芜湖国胜	2020-12-31	/	16.15%	9.03%	5.24%	3.25%	1.76%
	2019-12-31	20.81%	10.25%	7.55%	5.05%	3.28%	/

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
安庆国胜	2020-12-31	/	21.61%	13.95%	9.17%	5.61%	3.30%
	2019-12-31	25.76%	18.97%	10.88%	6.35%	4.17%	/
亳州国胜	2020-12-31	/	25.20%	15.36%	10.06%	5.70%	2.40%
	2019-12-31	30.19%	15.81%	9.64%	5.97%	3.21%	/
汇达药业	2020-12-31	/	5.18%	3.70%	2.83%	2.77%	0.93%

②毛利率的预测

未来五年毛利率的测算主要根据以前年度平均毛利率进行测算。基于上述预测逻辑，报告期内，各被收购资产组预测期内毛利率基本稳定，不存在异常，具体如下：

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
芜湖国胜	2020-12-31	/	34.08%	34.02%	33.99%	33.99%	34.00%
	2019-12-31	31.05%	31.09%	31.11%	31.12%	31.12%	/
安庆国胜	2020-12-31	/	34.47%	34.50%	34.51%	34.52%	34.53%
	2019-12-31	33.98%	34.01%	34.02%	34.03%	34.04%	/
亳州国胜	2020-12-31	/	33.64%	35.21%	35.12%	35.08%	35.07%
	2019-12-31	35.52%	35.63%	35.70%	35.73%	35.75%	/
汇达药业	2020-12-31	/	5.03%	5.24%	5.29%	5.29%	5.32%

③税金及附加和期间费用的预测

在假设国家税收政策不变的情况下，公司进行了包括城建税、教育费附加、印花税、水利基金等的税金及附加预测，按照现行实际执行的税率对税费进行测算。发行人对历史年度各项费用进行了分析，剔除偶然性项目，根据历史年度各项费用占营业收入的比例、增长规律等进行预测。

基于上述预测逻辑，报告期内，各被收购资产组预测期内税金及费用率基本稳定，不存在异常，具体如下：

A. 税费

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
芜湖国胜	2020-12-31	/	0.38%	0.38%	0.38%	0.38%	0.38%
	2019-12-31	0.36%	0.36%	0.36%	0.36%	0.00%	/

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
安庆国胜	2020-12-31	/	0.44%	0.44%	0.44%	0.44%	0.44%
	2019-12-31	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%	/
亳州国胜	2020-12-31	/	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%
	2019-12-31	0.35%	0.35%	0.35%	0.35%	0.35%	/
汇达药业	2020-12-31	/	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%

B.期间费率

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
芜湖国胜	2020-12-31	/	28.09%	26.94%	26.08%	25.75%	25.86%
	2019-12-31	23.63%	22.07%	21.07%	20.53%	20.35%	/
安庆国胜	2020-12-31	/	27.10%	24.30%	22.73%	21.97%	21.70%
	2019-12-31	25.12%	21.69%	20.10%	19.41%	19.11%	/
亳州国胜	2020-12-31	/	27.95%	25.09%	23.45%	22.67%	22.57%
	2019-12-31	27.48%	24.38%	22.83%	22.12%	21.94%	/
汇达药业	2020-12-31	/	3.36%	3.31%	3.28%	3.26%	3.28%

④折现率的选取

折现率采用 WACC 模型确定。报告期内，各被收购资产组减值测试的折现率不存在异常，具体如下：

评估时点	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜	汇达药业
2020-12-31	13.53%	13.53%	13.53%	12.56%
2019-12-31	14.16%	14.16%	14.16%	/

（3）商誉减值计算过程

A. 2020 年度商誉减值计算过程

单位：万元

项目	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜	汇达药业
商誉账面余额①	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
商誉减值准备余额②	-	-	-	-
商誉的账面价值③=①-②	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	-	1,159.32	1,705.82	-
包含未确认归属于少数	3,539.99	5,796.62	8,529.10	310.00

项目	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜	汇达药业
股东权益的商誉价值⑤=④+③				
资产组的账面价值⑥	6,862.79	1,046.94	1,267.55	1,673.15
包含整体商誉的资产组账面价值⑦=⑤+⑥	10,402.78	6,843.56	9,796.65	1,983.15
资产组预计未来现金流量的现金⑧	11,300.00	7,100.00	10,100.00	4,840.00

B. 2019 年度商誉减值计算过程：

单位：万元

项目	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜	汇达药业
商誉账面余额①	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
商誉减值准备余额②	-	-	-	-
商誉的账面价值③=①-②	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	-	1,159.32	1,705.82	-
包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值⑤=④+③	3,539.99	5,796.62	8,529.10	310.00
资产组的账面价值⑥	8,125.41	879.70	1,060.91	1,428.98
包含整体商誉的资产组账面价值⑦=⑤+⑥	11,665.40	6,676.32	9,590.01	1,738.98
资产组预计未来现金流量的现金⑧	13,524.00	7,478.00	10,206.00	2,180.00

C. 2018 年度商誉减值计算过程：

单位：万元

项目	芜湖国胜
商誉账面余额①	3,539.99
商誉减值准备余额②	-
商誉的账面价值③=①-②	3,539.99
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	-
包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值⑤=④+③	3,539.99
资产组的账面价值⑥	7,911.88
包含整体商誉的资产组账面价值⑦=⑤+⑥	11,451.87
资产组预计未来现金流量的现金⑧	12,470.00

报告期各期末，相关资产组在评估基准日的预计未来现金流量现值高于包含整体商誉的资产组账面价值，无需计提商誉减值准备。

综上所述，报告期内，形成商誉的资产组经营情况良好，无明显减值迹象。报告期各期末，发行人进行了减值测试，各假设参数合理，经测算，芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜、汇达药业均无需计提商誉减值准备，不存在商誉应计提减值未计提的情形。

（四）收购后至目前是否可以控制被收购对象，形成控制的具体依据

发行人已在招股说明书“第八节/六/（五）/2、非同一控制下企业合并”中进行了补充披露。

上述收购完成后，发行人通过单次或多次收购均已取得被收购对象 100%，重新委派董事或关键管理人员，被收购对象的业务管理系统、财务管理系统根据发行人情况进行统一，按照统一的直营门店管理标准或业务管理标准进行考核管理，执行统一的内部控制制度，并对商品的采购、配送等进行集中管控。

根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第七条所述，合并财务报表的合并范围应当以控制为基础予以确定。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。投资方要实现控制，必须具备两项基本要素，一是因涉入被投资方而享有可变回报；二是拥有对被投资方的权力，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。投资方只有同时具备上述两个要素时，才能控制被投资方。

综上所述，**公司持有被收购对象多数股份，有效控制股东会，并通过委派董事或关键管理人员，对日常经营实施控制。公司自收购后至目前可以控制被收购对象。**

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、根据被收购对象收购前的主要财务数据以及收购价款情况，分析发行人报告期内的股权收购和资产收购是否构成重大资产重组，是否对发行人主营业务构成重大影响；

2、查阅形成商誉相关交易的收购协议、收购时的资产评估报告、收购标的审计报告等资料，了解发行人收购时主要资产评估情况，核查收购价格的确认依据是否充分、定价是否公允；

3、查阅被收购对象于购买日的资产负债情况，复核发行人收购时商誉确认的计算过程及准确性；

4、了解并测试了与商誉减值测试相关的关键内部控制设计及执行的有效性；

5、获取被收购门店资产组报告期内收入数据，与收购时的预测数据进行比对，分析是否存在减值迹象；

6、查阅外部评估师出具的评估报告，复核管理层商誉减值测试的方法是否恰当，分析商誉减值测试所采用的评估方法的适当性、关键假设及折现率等关键参数的合理性；

7、复核预计可收回金额的计算过程是否准确，检查发行人对商誉减值测试结果的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人报告期内一系列股权收购与资产收购不构成重大资产重组；

2、发行人对芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜以及汇达药业实现了 100%控股，发行人对上述公司实现了控制，按照企业会计准则相关要求确定购买日；收购价格定价依据符合行业惯例，具有合理性；

3、发行人商誉的初始确认、报告期各期末商誉减值测试均符合《企业会计准则》的规定，商誉进行减值测试涉及的相关假设、参数具有合理性，不存在商誉应计提减值未计提的情形；

4、发行人收购后至目前控制被收购对象。

问题二十四、关于长期待摊费用

申报材料显示，2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司长期待摊费用账面价值分别为 18,559.37 万元、15,693.25 万元和 12,604.26 万元，占非流动资产的比例分别为 51.77%、43.08%和 34.86%，金额较大，主要为报告期内发行人门店收购转让费。

请发行人补充披露：

（1）对门店收购采用资产收购的依据，采用资产收购和股权收购的依据划分，是否符合《企业会计准则》的规定；《企业会计准则第 21 号——租赁》（新租赁准则）对发行人的影响并进行模拟测算；

（2）门店转让费的定价依据，门店转让费减值准备计提是否充分及会计处理方式；

（3）长期待摊费用摊销过程及会计处理方式，与同行业可比公司是否存在差异，是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计核查师发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）对门店收购采用资产收购的依据，采用资产收购和股权收购的依据划分，是否符合《企业会计准则》的规定；《企业会计准则第 21 号——租赁》（新租赁准则）对发行人的影响并进行模拟测算；

发行人已在招股说明书“第八节/六/（二十四）/2、会计处理的合理性”、“第八节/六/（二十五）/1、重要会计政策变更”中进行了补充披露。

1、对门店收购采用资产收购的依据，以及资产收购和股权收购的依据划分

资产收购是以有偿方式取得收购标的全部或部分经营性资产的收购业务。

公司根据收购方式、收购目的以及收购后的管理情况，并参考同行业案例，将门店收购类型归纳划分为两类：（1）股权收购；（2）资产收购。其中资产收购

是以有偿方式取得收购标的全部或部分经营性资产的收购业务。

门店收购采用第一类股权收购的，按照非同一控制下企业合并进行会计处理，公司对转让价款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。

门店收购采用第二类资产收购的，公司支付的门店转让价款，确认为长期待摊费用，并按照 5 年期限摊销。

（1）股权收购

①股权收购被收购资产组的特点和目的

股权收购是指公司通过获取目标公司股权，取得目标公司的控制权的收购业务。股权收购的门店，在当地有相对完善的营运管理团队，门店数量较多，在区域市场中形成了一定的业务规模，有较大的品牌效应和影响力。同时，该部分门店资产组药品销售品类、人员素质、业务运营管理等方面相对完整，具备独立开展业务的能力。发行人主要是看重被收购方自身的业务规模、业务体系的完整性，其目的是为了获得被收购方原有的业务，并通过收购在短期内实现业务规模的快速扩张。

②股权收购后的管理

股权收购是直接购买标的企业的股权，原来的管理团队基本上都保留，以子公司运营的方式负责原来的经营业务，原来的营业执照、经营许可证、租赁合同继续有效。各子公司作为独立法人，执行总部关于分子公司的各项管理制度和考核制度。

（2）资产收购

①资产收购被收购资产组的特点和目的

资产收购的门店，普遍存在业务规模较小、品牌影响力较低，或者没有完善的管理团队，同时药品销售品类、人员素质、业务运营管理等方面与发行人差距较大，独立运营能力较差的情况。收购后发行人需要重新规划药品销售品类、配备员工队伍、搭建运营管理体系。发行人的目的主要是看中被收购资产组中核心门店的地理位置或会员资源。发行人支付的交易对价主要是向原经营者购买其核

心门店位置及经营权所支付的转让费用，因此将其确认为长期待摊费用。发行人同时参考同行业上市公司门店转让费摊销的年限，将长期待摊费用摊销期限确定为 5 年。

②资产收购后的管理

资产收购是购买企业的资产，原来的管理团队基本退出标的资产的经营管理，发行人在原址开店、办理各项证照。发行人需要按照自己的标准重新建立运营管理体系和人力资源架构配置，资产收购整合过渡期后，发行人对收购门店的管理和考核与自身新设门店一致。

2、门店收购会计处理符合《企业会计准则》，具有谨慎性

（1）企业合并会计准则的规定

企业合并会计准则及其应用指南规定：业务是指企业内部某些生产经营活动或资产的组合，该组合一般具有投入、加工处理过程和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入。

结合企业合并会计准则的规定，发行人的股权收购及资产收购从交易的形式上看，都是资产组的收购。但就业务实质而言，两类标准下的收购业务存在差异：

①股权收购构成业务

股权收购目的主要为收购原有的业务及其带来的预期收益，该类标准下的门店资产组构成业务，应按照企业合并会计准则处理，确认收购相关商誉；

②资产收购不构成业务

资产收购目的主要是核心门店的地理位置或医保定点资格，为快速进入区域市场而进行的战略性准备或对公司营销网络的完善和补充。交易对价主要是向原经营者购买其核心门店位置及经营权所支付的转让费用。因此，从业务实质上来讲，资产收购在初始确认时，将转让费用确认为长期待摊费用符合企业会计准则，并且更具谨慎性。

4、《企业会计准则第 21 号——租赁》（新租赁准则）对发行人的影响并进行模拟测算

（1）发行人主营业务涉及的租赁事项

财政部于 2018 年 12 月 7 日颁布了《关于修订印发<企业会计准则第 21 号——租赁>的通知》(财会[2018]35 号)(以下简称“新租赁准则”),公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对所有租入资产按照剩余租赁付款额现值（选择简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外）确认使用权资产及租赁负债，并分别确认折旧及未确认融资费用，影响当期损益。新租赁准则不调整可比期间信息，不会影响公司 2021 年年初留存收益，亦不影响公司现金流总额，但会同时增加公司资产、负债总额，使得公司资产负债率上升。从单个租赁合同来看，新租赁准则下，公司在整个合同期内的租赁费用将呈现前高后低的趋势。

截至 2020 年末，公司全资子公司安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗、河南国胜系发行人从事医药零售业务的经营主体，零售业务的经营门店、芜湖国胜使用的办公楼以及亳州国胜的仓库均为租赁房产。发行人从事代理业务，发行人使用的仓库用房为租赁房产。以上租赁房产自 2021 年 1 月 1 日期均适用新租赁准则。

全面执行新租赁准则将对公司 2021 年财务报表净利润产生一定的负面影响，对此公司已在招股说明书“重大事项提示”进行风险提示。

（2）模拟测算

公司按照未来适用法执行新租赁准则。经模拟测算，公司执行新租赁准则预计对公司 2021 年 1 月 1 日主要财务报表科目产生的影响具体如下：

单位：万元

影响情况	资产负债表科目	影响金额
新旧准则转换对于公司截至 2021 年 1 月 1 日资产负债表的影响额	使用权资产	47,825.08
	其他流动资产	-5,206.91
	一年内到期的非流动负债	11,463.34
	租赁负债	31,154.82

以截至 2020 年 12 月 31 日发行人全部 771 处租赁物业测算，公司执行新租赁准则预计对公司 2021 年度及未来年度净利润表产生的影响具体如下：

单位：万元

影响情况	所属年度	影响净利润金额
新旧准则转换对于公司相关年度净利润的影响额	2021 年度	-938.52
	2022 年度	-484.84
	2023 年度	16.12
	2024 年度	358.20
	2025 年度	462.97
	2026 年度	303.67
	2027 年度	145.25
	2028 年度	85.20
	2029 年度	48.02
	2030 年度	3.92

根据模拟测算结果，2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则后，对于资产负债表，公司将确认使用权资产和租赁负债，资产总额和负债总额将有所增加，资产负债率有所增加；对于利润表，公司 2021 年、2022 年租赁费用增加，净利润减少，2023 年-2030 年租赁费用减少，净利润增加。

（二）门店转让费的定价依据，门店转让费减值准备计提是否充分及会计处理方式；

发行人已在招股说明书“第五节/三/（五）/1、医药零售收购”、“第八节/十一/（二）/6、长期待摊费用”中进行了补充披露。

1、门店转让费的定价依据

安徽国胜为进一步拓展零售业务，以股权收购形式收购了芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜，同时以资产收购形式收购了多家医药零售企业所属门店及相关资产。发行人上述收购价格的定价依据主要是参照行业惯例，以收购前一年或当年预计的标的资产或门店销售额为基础，按照双方协商确定的市销率（PS）来确定收购价格。发行人对于收购价款在 1,000 万元以上的重要收购履行了评估程序。

发行人收购价款在1,000万元以上的上述门店相关收购的定价情况如下：

单位：个、万元

收购类型	主要收购标的	收购日期	门店数量	转让价款	销售额	PS
股权收购	芜湖国胜100%股权	2017年4月	12	3,652.00	4,565.00	0.80
	安庆国胜80%股权	2018年10月	35	5,437.30	5,100.00	1.33
	安庆国胜20%股权	2020年3月		1,160.00	5,094.00	1.14
	亳州国胜51%股权	2018年12月	54	5,010.81	8,126.00	1.21
	亳州国胜29%股权	2019年12月		2,849.24	8,126.00	1.21
	亳州国胜20%股权	2020年1月		1,837.20	7,577.00	1.21
资产收购	宣城市言午氏20家门店	2017年6月	20	2,026.80	2,995.00	0.68
	安徽天成大药房18门店	2017年9月	18	3,000.00	4,000.00	0.75
	淮北市金宝康17门店	2017年12月	17	2,276.00	2,687.00	0.85
	安徽知药堂大药房连锁有限公司12家门店	2018年6月	12	1,226.99	1,529.00	0.80
	合肥格宁大药房连锁有限公司25家门店	2018年6月	25	3,161.54	3,054.00	1.04
	芜湖千家惠大药房连锁有限公司12家门店	2018年7月	12	1,567.92	1,847.00	0.85
	芜湖千方百剂大药房连锁有限公司12家门店	2018年10月	12	2,556.37	2,905.00	0.88

注1：销售额为收购协议中PS算法中收购前一年或当年预计的销售额（含税）；

注2：根据协议约定，收购亳州国胜29%股权参照前次收购的估值

市销率（PS）定价方式符合医药零售行业收购定价惯例。主要原因为：大型医药连锁企业具有集中采购议价能力、物流配送、整体经营效率的优势，因此在收购时，主要是看中被收购方在当地的市场占有率、成熟度，具体量化就是收入规模。对于被收购方的净利润指标，由于其受到经营规模、经营效率、成本费用控制能力等因素的影响，在被整合前波动较大，因此通过市销率（PS）进行定价更加合理。

连锁药店在零售行业拥有高盈利能力、稳定高成长、集中度低、政策支持力度大等优势，同时由于药店辐射区域限制决定了其稀缺性。发行人收购门店资产组时，由于被收购门店的经营规模、地理位置、议价能力以及当地市场影响力等因素的不同，市销率会有所差异。

通过查阅同行业可比公司的收购案例，不同时间点、不同区域、不同规模的收购市销率波动范围很大，跨度从 0.2 到 3 之间。一般而言标的资产规模越大，其连锁体系越完整、当地品牌影响力越强，收购价格对应的 PS 越高，通常大于 1；而单体店、夫妻店等小微药店，收购价格对应的 PS 较低，一般小于 1。此外，2018 年度因外部产业资本收购医药连锁企业的频率较高，导致当年度的收购价格会较其他年度略高。

发行人上述主要收购的市销率值为 0.68-1.33，与可比上市公司同一时期公开披露的关于行业平均市销率的信息基本一致。

可比公司名称	公告时间	收购市销率（PS）相关描述
一心堂	2019 年 3 月	随着一心堂、益丰药房、老百姓、大参林等医药零售企业陆续上市，零售药店的投资估值逐步上升。PS 是行业内比较公认的估值手段，2017 年以后，零售药店收购估值普遍>1 倍。
大参林	2018 年 12 月	经统计 2017 年以来医药零售市场收购案例，平均市销率为 1.31 倍。
	2020 年 7 月	目前市场上收购零售药店标的市销率的市场估值水平（平均市销率为 1.37 倍）。
漱玉平民	招股说明书、反馈意见回复	根据对 2018 年至 2019 年同行业 PS 估值倍数统计，平均 PS 估值倍数为 1.18 倍，其中，老百姓收购 PS 平均值为 1.85 倍，益丰药房收购 PS 平均值为 1.58 倍，大参林收购 PS 平均值为 0.94，一心堂 2018 年至 2019 年收购较少，且总交易价格较低，可比性较弱，PS 平均值为 0.69 倍。
		漱玉平民 2017 年至 2020 年实施的收购案例中，支付对价总额超过 2,000 万元的参股投资平均 PS 倍数为 1.25 倍，与同行业同等投资规模的 PS 倍数平均水平相接近，估值合理。

由上表可知，发行人门店收购的市销率与同期同行业可比公司的收购市销率不存在较大差异。

同时，发行人对收购门店进行作价时主要考虑以下措施，以确保支付对价公允合理：

（1）收购前会对被收购门店资产组的总体估值进行分析。被收购门店资产组的主要价值并非来源于自身的固定资产、存货等可辨认有形资产，其价值主要是由其门店面积及数量、门店位置分布、经营时间及当地影响力和市场占有率、是否有医保资质等综合因素共同决定的，有形资产对收购门店资产组价值

的影响小于其他因素。因此发行人收购部分优质门店资产组时会存在较高的溢价，形成商誉或长期待摊费用。

（2）发行人对门店数量多、规模大、收购价款较高（超过 1,000 万元）的标的资产进行收购时，均会聘请评估机构进行评估。评估机构会根据被收购标的门店的经营情况、历史数据和未来经营业绩预测等数据为基础进行评估。

综上所述，发行人上述收购定价依据合理，交易定价公允。

2、门店转让费减值准备计提充分

报告期内，发行人重大资产收购门店后续经营良好，收入整体呈逐年上升趋势，不存在减值迹象。

单位：万元

序号	主要收购标的 （收购价款 1,000 万元以上）	2018 年度	2019 年度	2020 年度
1	宣城市言午氏 20 家门店	2,544.44	2,414.12	2,552.39
2	安徽天成大药房 18 门店	3,531.07	3,816.51	3,968.31
3	淮北市金宝康 17 门店	2,037.07	2,348.20	2,636.74
4	安徽知药堂 12 家门店	1,354.62	1,802.36	2,296.30
5	合肥格宁大药房 25 家门店	2,552.93	3,910.38	4,568.30
6	芜湖千家惠大药房 12 家门店	1,570.14	1,800.86	2,001.64
7	芜湖千方百剂 12 家门店	1,700.78	2,150.17	2,201.09

注：上表第 4-7 项，2018 年收购后经营未满一年的，数据为年化数据；上述数据均为含税收入数据

发行人对于资产收购溢价计入长期待摊费用按五年均匀摊销，2018 年至 2020 年度，每年因摊销费用分别为 2,930.95 万元、4,017.97 万元、4,092.19 万元，长期待摊费用余额持续下降，不存在减值风险。

综上所述，报告期内，发行人重大资产收购门店后续经营良好，收入整体呈逐年上升趋势，不存在减值迹象；发行人对于计入长期待摊费用的门店转让费按五年均匀摊销，长期待摊费用余额持续下降，不存在减值风险。

3、门店转让费会计处理方式

对于资产收购形式进行的门店转让费，发行人按照转让价格（不含存货）计入长期待摊费用，按 5 年平均摊销，如 5 年内出售或关停该部分收购的门店，剩余金额一次性计入当期损益。

（三）长期待摊费用摊销过程及会计处理方式，与同行业可比公司是否存在差异，是否符合《企业会计准则》的规定。

发行人已在招股说明书“第八节/六/（十六）长期待摊费用”中进行了补充披露。

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

发行人长期待摊费用摊销会计处理如下：

1、租入营业用房装修费用，按 5 年平均摊销，摊销期内平均摊销，如摊销期内不再租赁，剩余金额一次性计入当期损益。

2、租入营业用房发生的承租转让费，按 5 年平均摊销，如 5 年内不能续租，剩余金额一次性计入当期损益。

3、对于资产收购形式进行的门店转让费，按 5 年平均摊销，如 5 年内出售或关停该部分收购的门店，剩余金额一次性计入当期损益。

同行业上市公司关于长期待摊费用的会计处理具体如下：

公司	摊销内容	摊销期限
一品红	经营租入固定资产改良支出等	实际受益期限内
百洋医药	包括已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用	费用项目的受益期限内
老百姓	包括营租入固定资产改良、承租费用及其他等。股权收购与资产收购均未计入长期待摊费用	预计受益期间内
一心堂	长期待摊费用包括房租、装修费及收购同一主体的转让价款总额（不含商品款）小于 1,000 万元且收购门店数量小于等于 10 家的资产收购所产生的门店铺面转让费等	项目受益期内，其中租入营业用房装修费用，按 5 年平均摊销，租入营业用房发生的铺面转让费，按 10 年平均摊销
益丰药房	包括装修费及少部分不构成业务的资产收购产生的门店转让费等	受益期或规定的期限内
大参林	包括装修费及少部分不构成业务的资产收购产生的门店转让费等	受益期或规定的期限内

健之佳	包括装修费、货架、门店使用权转让费、非重大或重要的资产收购（除商品外预期收购交易额可能低于 300 万元的收购项）产生的收购门店及经营性资产的转让费	受益期内，其中装修费摊销年限为 5 年；货架摊销年限为 10 年；门店使用转让费摊销年限为 5 年；收购门店及经营性资产的转让费摊销年限为 5 年
漱玉平民	长期待摊费用包括预付长期租赁费用、装修费及转让价款总额（不含商品款）不高于 1,000 万元,或收购门店数量不超过 20 家的,或年销售额不高于 5,000 万元且综合规模在当地（地级市）市场排名三名以外的资产收购产生的门店转让费等	受益期或规定的期限内，其中不满足商誉条件的门店收购转让费，按照 5 年期限摊销
药易购	包括办公楼装修费用、仓库装修费用、其他长期待摊费用	在受益期内平均摊销，装修费摊销年限为 5 年

注：易明医药基本不存在长期待摊费用，仅 2018 年末为 11.24 万元

公司将资产收购形成的门店转让费全部计入长期待摊费用，长期待摊费用的会计政策与同行业上市公司相比更为谨慎。发行人会计处理时，铺面转让费、装修费、门店转让费均通过长期待摊费用核算。长期待摊费用开始摊销的时点系门店装修完成投入使用时，或者资产收购门店形成的门店转让费在完成交割时。发行人根据长期待摊费用的受益期，并参照同行业上市公司，将长期摊销费用在 5 年内进行平均摊销,摊销金额按照受益对象计入销售费用和管理费用。

综上，公司长期待摊费用的会计处理符合《企业会计准则》的规定，摊销时点准确、摊销期限合理，与同行业可比公司相比更为谨慎。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人报告期内股权收购及资产收购的收购协议、评估报告等资料，对发行人主要负责人进行访谈，了解股权收购与资产收购的差异性，对照企业会计准则分析会计处理是否合理；

2、获取了发行人报告期各期门店转让费、装修费的增加、摊销明细表及其相关协议或合同，复核门店转让费初始确认及各期摊销金额计算的准确性，并与相关科目进行勾稽；

3、查阅了同行业上市公司的招股说明书、年度报告等公开披露信息，检查发行人长期待摊费用的会计政策、对门店转让费、装修费的摊销年限及会计处理是否与同行业上市公司存在重大差异；

4、检查了发行人门店转让费、装修费的会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定，检查了相关信息的披露情况；

5、查阅门店资产组报告期内收入变动情况，结合评估报告，分析是否存在减值迹象。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、对门店收购采用资产收购依据合理，以资产收购和股权收购为依据进行划分符合《企业会计准则》的规定，具有谨慎性；

2、执行《企业会计准则第 21 号——租赁》（新租赁准则）短期内会导致资产负债率增加、净利润减少，发行人对此已进行充分的风险提示，长期看不会对发行人的持续经营能力构成实质性影响；

3、门店转让费的定价依据合理，符合行业惯例，门店转让费减值准备计提充分；

4、公司长期待摊费用的会计处理符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比上市公司相比更为谨慎。

问题二十五、关于应付票据及应付账款

申报材料显示，2018 年末、2019 年末和 2020 年末，应付票据余额分别为 16,191.96 万元、17,964.56 万元和 22,236.44 万元，主要为银行承兑汇票。2018 年末、2019 年末和 2020 年末，公司应付账款余额分别为 8,701.79 万元、10,600.83 万元和 14,857.79 万元，占流动负债的比例分别为 17.37%、20.25%和 26.03%。

请发行人补充披露：

（1）报告期内应付票据涉及的主要业务情况，是否存在利用应付票据进行融资情形，针对应付票据的内控制度建立健全情况和执行情况；

（2）报告期各期采购额与应付账款金额是否匹配，应付账款账龄以及账龄 1 年以上未付的原因；

（3）报告期内预收账款增长较快的原因，预收账款明细、预收账款相关收入确认的时间、后续预收账款结转进度以及是否符合相关收付款政策；

（4）短期借款、应付账款、应付票据余额较高、流动负债占比较高是否符合行业惯例，发行人是否存在流动性风险。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）报告期内应付票据涉及的主要业务情况，是否存在利用应付票据进行融资情形，针对应付票据的内控制度建立健全情况和执行情况；

发行人已在招股说明书“第八节/十二/（一）/1、流动负债的构成及变化情况分析/（2）应付票据”中进行了补充披露。

1、报告期内应付票据涉及的主要业务情况

报告期内，发行人应付票据的构成情况如下：

单位：万元

业务类型	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
代理业务	4,370.10	2,248.10	3,470.70
零售业务	14,958.67	15,116.46	12,721.26
终端集采业务	2,907.66	600.00	-
合计	22,236.44	17,964.56	16,191.96

报告期内，发行人应付票据涉及各业务板块，其中以零售业务为主，主要用于向零售业务上游供应商支付货款。

2、发行人不存在利用应付票据进行融资情形

报告期内，发行人应付票据发生额与采购金额情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期末应付票据余额	22,236.44	17,964.56	16,191.96
应付票据发生额	36,936.97	29,879.48	32,150.42
采购金额	132,033.34	100,669.84	69,160.44

发行人供应商结算方式主要为承兑与电汇相结合，报告期内发生的应付票据均为支付供应商药品或器械采购款，具有真实贸易背景。报告期内，发行人开具的应付票据金额均小于采购金额，票据金额与采购交易金额相比不存在异常。公司不存在开具无真实交易背景承兑汇票的情形，不存在利用应付票据进行融资的情形。

3、针对应付票据的内控制度建立健全情况和执行情况

发行人制定了《财务管理制度》制度，其中对应付票据的内部控制作出了详细规定，包括对票据审批、开具、登记、核对。应付票据的具体内控措施为：

（1）应付票据的申请：开具票据前，由相关采购人员提报采购付款流程，填写付款申请单，采购副总审批后转至财务部，由财务部核对入库单据、发票和采购合同等附件进行审批；财务总监审批后，报总经理审批；总经理审批后，由出纳办理承兑汇票。

（2）应付票据的办理：出纳根据当月经审批的汇总后的票据金额，向银行提交采购合同、发票复印件等真实交易背景核查资料，经银行核查无误后，签订《银行承兑汇票开具协议》，约定承兑总金额、明细、保证金金额并开具电子银行承兑汇票。

（3）应付票据的登记及核对：出纳编制应付票据台账，财务部会计按月核对应付票据台账和账载金额。

综上，**公司制定了与应付票据相关的内控制度，应付票据办理经过适当的复核及审批，票据的盖章、经办、登记等职责分离，并由专人负责定期对账。公司针对应付票据已建立较为健全的内控制度并有效执行。**

（二）报告期各期采购额与应付账款金额是否匹配，应付账款账龄以及账龄 1 年以上未付的原因；

发行人已在招股说明书“第八节/十二/（一）/1、流动负债的构成及变化情况分析/（3）应付账款”中进行了补充披露。

1、报告期各期采购额与应付账款金额匹配

公司应付账款主要核算应付商品采购款、应付经营费用款等。公司综合考虑自身的资金安排和供应商给予的信用期情况，对各类款项进行结算。报告期各期末，公司应付账款与当年商品采购额如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期末应付账款余额	14,857.79	10,600.83	8,701.79
商品采购金额	132,033.34	100,669.84	69,160.44
应付账款与采购额的比例	11.25%	10.53%	12.58%

随着销售规模的增长，公司采购金额逐年上升，公司应付账款余额也随之整体呈增长趋势，具有匹配性，不存在异常。

2、应付账款账龄

报告期各期末，公司应付账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	14,455.59	97.29%	10,305.24	97.22%	8,438.36	96.97%
1-2 年	225.19	1.52%	125.26	1.18%	185.56	2.13%
2-3 年	41.21	0.28%	99.04	0.93%	57.25	0.66%
3 年以上	135.80	0.91%	71.28	0.67%	20.62	0.24%
合计	14,857.79	100.00%	10,600.83	100.00%	8,701.79	100.00%

报告期各期末，公司应付账款主要为 1 年内，1 年以上账龄比例分别为 3.03%、2.78%、2.71%，占比较低。

3、账龄 1 年以上未付的原因

报告期内，公司 1 年以上长账龄的应付账款较为分散，具体如下。

金额分布	客户数量（个）	合计金额（万元）	金额占比
2020 年 12 月 31 日			
小于 1 万元	157	59.24	14.73%
1-10 万元	85	251.02	62.41%
10 万元以上	5	91.94	22.86%
合计	**247**	**402.20**	**100.00%**
2019 年 12 月 31 日			
小于 1 万元	107	38.52	13.03%
1-10 万元	66	189.95	64.26%
10 万元以上	3	67.12	22.71%
合计	**176**	**295.59**	**100.00%**
2018 年 12 月 31 日			
小于 1 万元	87	32.24	12.24%
1-10 万元	61	173.38	65.82%
10 万元以上	4	57.81	21.94%
合计	**152**	**263.43**	**100.00%**

报告期各期末，公司存在 1 年以上应付账款的主要原因为供应商未及时与发行人对账或双方终止合作，尾款部分待供应商开具发票后进行支付等。综上，1 年以上的应付账款金额及占比均较低，不存在异常。

（三）报告期内预收账款增长较快的原因，预收账款明细、预收账款相关收入确认的时间、后续预收账款结转进度以及是否符合相关收付款政策；

发行人已在招股说明书“第八节/十二/（一）/1、流动负债的构成及变化情况分析/（4）预收款项”中进行了补充披露。

1、报告期内预收账款明细及增长较快的原因

报告期各期末，公司预收账款的构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日
	金额	变动率	金额	变动率	金额
返租租金	376.87	15.58%	326.07	60.74%	202.85
货款	555.77	18.97%	467.15	-14.78%	548.19
会员充值款	132.51	-13.64%	153.44	106.21%	74.41
合计	1,065.15	12.52%	946.66	14.68%	825.45

注：自 2020 年 1 月 1 日起，公司执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号-收入》（财会〔2017〕22 号）相关规定，将原计入预收款项的金额根据公司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，合同资产或合同负债对应的暂估增值税，一年以内部分列示为“其他流动负债”，为了更为直观的披露预收账款的变动情况，保证报告期内信息具有可比性，上表“2020 年末预收款项”余额为合同负债中的预收款项+其他流动负债（待转销项税额）。

报告期内，预收款项余额逐年增长主要系零售业务返租租金、会员充值款增长所致，与公司零售业务规模扩张趋势基本一致。

2、预收账款相关收入确认的时间及政策

发行人不同销售模式下，预收账款相关收入确认和收款政策如下：

销售模式	预收款项相关收入确认的时点	收款政策	是否符合相关收付款政策
代理业务	公司代理业务客户主要为医药连锁企业，公司在与零售终端签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货或收到客户签收发货单且无异议后，购买方取得商品控制权时确认收入。	公司对于业务规模较小的客户，采用先款后货的政策	符合
零售业务	A、返租租金的收入确认：企业收到返租租金时确认预收账款，根据双方房租合同确认其他业务收入。	对于会员卡，顾客先充值后消费；返租租	符合

销售模式	预收款项相关收入确认的时点	收款政策	是否符合相关收付款政策
	B、会员卡收入的确认：发行人各门店收到顾客给会员卡充值时，确认预收账款。在顾客实际消费，使用会员卡的充值款购买药品后，打印收银单据，商品离开柜台，购买方取得商品控制权时从预收账款结转确认收入。	金普遍采取预收租金收款政策	
终端集采业务	终端集采业务客户主要为单体药店、小型连锁等零售终端，公司在与购买方签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货且无异议后，购买方取得商品控制权时确认收入。	公司对于业务规模较小的客户，采用先款后货的政策。	符合

3、后续预收账款结转进度情况

报告期各期末，发行人预收账款的期后结转情况如下：

单位：万元

日期	内容	预收款项余额	期后结转		尚未结转	
			结转金额	比例	结转金额	比例
2020 年末	返租租金	376.87	345.92	91.79%	30.95	8.21%
	货款	555.77	402.82	72.48%	152.95	27.52%
	会员充值款	132.51	59.26	44.72%	73.25	55.28%
	合计	1,065.15	808.00	75.86%	257.15	24.14%
2019 年末	返租租金	326.07	326.07	100.00%	-	-
	货款	467.15	416.72	89.20%	50.43	10.80%
	会员充值款	153.44	139.7	91.05%	13.74	8.95%
	合计	946.66	882.49	93.22%	64.17	6.78%
2018 年末	返租租金	202.85	202.85	100.00%	-	-
	货款	548.19	508.43	92.75%	39.76	7.25%
	会员充值款	74.41	74.41	100.00%	-	-
	合计	825.45	785.69	95.18%	39.76	4.82%

由上表可知，2018 年末、2019 年末预收账款期后结转率分别为 95.18%、93.22%，结转率较高。截至 2021 年 6 月 25 日，2020 年末预收账款结转率为 75.86%，不存在异常。

（四）短期借款、应付账款、应付票据余额较高、流动负债占比较高是否符合行业惯例，发行人是否存在流动性风险。

发行人已在招股说明书“第八节/十二/（一）/1、流动负债的构成及变化情况分析”、“第八节/十二/（二）/3、可预见未来偿债安排及分析”中进行了补充披露。

1、短期借款、应付账款、应付票据余额较高、流动负债占比较高符合行业惯例。

2018 年末、2019 年末及 2020 年末，公司负债总额分别为 50,134.07 万元、52,472.12 万元和 57,116.97 万元，具体明细如下：

单位：万元

项目	2020 月 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	57,078.97	99.93%	52,362.62	99.79%	50,110.99	99.95%
其中：短期借款	11,112.19	19.46%	15,972.80	30.44%	12,350.00	24.63%
应付票据	22,236.44	38.93%	17,964.56	34.24%	16,191.96	32.30%
应付账款	14,857.79	26.01%	10,600.83	20.20%	8,701.79	17.36%
小计	**48,206.42**	**84.40%**	**44,538.19**	**84.88%**	**37,243.75**	**74.29%**
非流动负债	38.00	0.07%	109.50	0.21%	23.08	0.05%
负债合计	**57,116.97**	**100.00%**	**52,472.12**	**100.00%**	**50,134.07**	**100.00%**

报告期各期末，同行业各家公司流动负债金额和占比如下：

单位：万元

序号	名称	短期借款	应付票据	应付账款	短期借款、应付票据、应付账款小计	流动负债金额	流动负债占比
2020 年 12 月 31 日							
1	一品红	29,003.93	-	5,606.98	34,610.91	55,680.49	85.64%
2	易明医药	4,000.00	2,236.00	1,683.55	7,919.55	21,827.07	99.11%
3	百洋医药	134,995.93	13,284.37	71,004.43	219,284.73	249,719.69	99.80%
4	老百姓	115,832.64	257,468.21	153,416.87	526,717.72	629,128.21	97.11%
5	一心堂	6,005.59	107,686.98	179,892.71	293,585.28	353,202.48	99.56%

序号	名称	短期借款	应付票据	应付账款	短期借款、应付票据、应付账款小计	流动负债金额	流动负债占比
6	益丰药房	38,031.88	273,862.04	108,337.77	420,231.69	513,754.27	71.67%
7	大参林	19,085.93	256,426.82	165,055.90	440,568.65	546,846.98	80.91%
8	健之佳	7,048.06	57,040.38	89,863.44	153,951.88	171,876.93	97.28%
9	漱玉平民	10,810.63	63,704.85	59,230.28	133,745.76	152,705.92	98.82%
10	药易购	4,004.83	9,000.30	11,842.35	24,847.48	29,814.59	94.91%
平均值		**36,881.94**	**104,071.00**	**84,593.43**	**225,546.37**	**272,455.66**	**92.48%**
2019 年 12 月 31 日							
1	一品红	19,759.79	-	2,044.38	21,804.17	38,433.12	84.62%
2	易明医药	7,000.00	2,159.37	537.07	9,696.44	18,030.47	98.40%
3	百洋医药	116,274.75	18,522.24	57,116.02	191,913.01	212,043.27	99.80%
4	老百姓	107,782.83	197,994.36	128,586.00	434,363.19	534,794.60	88.40%
5	一心堂	-	90,559.89	141,048.78	231,608.67	282,647.32	83.96%
6	益丰药房	2,930.00	221,099.00	80,788.24	304,817.24	372,502.49	83.40%
7	大参林	6,347.08	188,769.97	131,191.98	326,309.03	400,284.10	92.23%
8	健之佳	2,000.00	44,045.81	73,430.20	119,476.01	136,239.00	96.09%
9	漱玉平民	12,000.00	32,132.97	48,658.42	92,791.39	110,052.28	98.64%
10	药易购	4,000.10	7,911.40	8,798.69	20,710.19	23,827.77	92.88%
平均值		**27,809.46**	**80,319.50**	**67,219.98**	**175,348.93**	**212,885.44**	**91.84%**
2018 年 12 月 31 日							
1	一品红	14,050.00	-	1,944.94	15,994.94	42,292.13	87.80%
2	易明医药	4,000.00	-	1,122.46	5,122.46	13,766.11	98.66%
3	百洋医药	59,434.44	11,031.64	46,268.35	116,734.43	153,735.28	99.69%
4	老百姓	81,636.00	138,856.52	109,715.74	330,208.26	494,586.91	96.69%
5	一心堂	-	72,965.53	130,228.27	203,193.80	328,915.75	99.48%
6	益丰药房	500.00	155,388.18	64,621.22	220,509.40	289,846.12	78.37%
7	大参林	32,601.96	166,511.45	88,446.89	287,560.30	341,411.44	98.95%
8	健之佳	5,000.00	-	97,313.97	102,313.97	118,337.16	95.35%
9	漱玉平民	-	40,349.89	54,965.61	95,315.50	116,126.50	98.49%
10	药易购	4,000.00	6,266.55	7,807.02	18,073.57	20,921.01	94.49%
平均值		**20,122.24**	**59,136.98**	**60,243.45**	**139,502.66**	**191,993.84**	**94.80%**

同行业可比公司短期借款、应付账款、应付票据余额均保持较高水平，平均流动负债占比分别为 94.80%、91.84%、92.48%，**占比均较高。发行人的负债结构与同行业可比公司基本一致。**

2、发行人不存在流动性风险

报告期内，发行人偿债指标如下：

单位：万元

主要财务指标	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
流动比率（倍）	1.62	1.34	1.21
速动比率（倍）	1.09	0.90	0.85
资产负债率（母公司）	16.27%	19.65%	21.88%
资产负债率（合并口径）	44.41%	49.21%	51.87%
主要财务指标	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
经营活动产生的现金流量净额	2,933.49	9,209.97	-8,467.52
利息保障倍数（倍）	19.08	12.2	5.56
息税折旧摊销前利润（万元）	19,034.86	13,785.23	8,583.71

报告期内，公司资产负债率较低，流动比率、速动比率逐年提高。公司业务发展持续向好，息税折旧摊销前利润逐年大幅增加，利息保障倍数亦保持较高水平，最近两年经营活动现金流较高。总体来看，具有较强的偿债能力，公司偿债风险较小。

在可预见的未来期间，公司根据自身的生产经营情况及现金流量状况，合理利用银行的授信额度进行融资。**截至 2021 年 6 月 25 日，发行人银行授信额度合计 25,000 万元，已使用 10,750 万元，占总授信额度的 43.00%，尚未使用授信额度为 14,250 万元。**近年来，随着业务规模的扩大，公司盈利能力已显著提升，未来期间的短期融资及偿债安排不会对公司生产经营活动造成重大影响。

综上所述，公司资产流动性较好，资产负债率及负债结构较为合理，回款情况良好，偿债能力较强。公司近年来未发生贷款逾期的情况，在贷款银行中授信额度较高，与多家金融机构保持了长期良好的合作关系，可以根据经营需要适当增减银行贷款金额。**发行人不存在流动性风险。**

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、了解及评价发行人与应付票据、应付账款相关的内部控制设计的有效性，并测试相关内部控制执行的有效性；

2、获取并查阅了发行人应付票据备查簿，核对是否与账面情况一致；关注应付票据对象是否均为发行人供应商，并将发行人应付票据余额、交易额情况与采购金额进行比对；

3、获取公司采购合同和采购明细表，分析公司应付账款余额的变动情况；获取公司应付账款的账龄情况表，分析公司应付账款超过 1 年以上未结算的原因及合理性；

4、获取公司预收款项余额及账龄明细表，结合公司收付款政策，分析预收款项形成及其增长较快的原因；结合公司收入确认政策，了解预收款项结转至收入的时点是否与收入确认政策相符；

5、结合同行业数据，分析公司流动负债占比的合理性；

6、计算公司偿债能力的各项指标，分析报告期内是否存在异常波动；

7、获取发行人银行授信额度清单及使用情况，分析发行人流动性风险。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人针对应付票据已建立较为健全的内控制度并有效执行，不存在利用应付票据进行融资情形；

2、报告期各期，发行人采购额与应付账款金额相匹配，应付账款账龄情况合理，账龄 1 年以上的应付账款不存在异常；

3、报告期内预收账款增长较快的原因合理，预收账款明细、预收账款相关收入确认的时间不存在异常，后续预收账款结转进度符合相关收付款政策；

4、短期借款、应付账款、应付票据余额较高、流动负债占比较高与同行业可比公司相比不存在异常，发行人不存在流动性风险。

问题二十六、关于财务内控有效性

申报材料显示，2018 年度，为满足贷款银行受托支付要求，公司存在通过供应商取得银行贷款，公司再根据实际付款需要将款项用于公司的日常经营情况，自 2018 年 8 月以来未再发生该类情况。2018 年及 2019 年，发行人存在资金拆借行为。

请发行人：

（1）补充披露转贷行为是否有真实的商业交易背景及最终用途；转贷行为涉及的贷款本息是否按期全额归还，是否存在纠纷或潜在的纠纷；转贷行为是否构成重大违法违规行为，是否存在被行政处罚的风险；

（2）补充披露报告期内资金拆借是否具有商业合理性，报告期内是否存在其他资金拆借；结合报告期内资金拆借情况，说明发行人是否已建立完善的内控制度；

（3）发行人财务内控是否设计及执行是否健全有效，是否存在其他财务不规范情形及整改措施。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）补充披露转贷行为是否有真实的商业交易背景及最终用途；转贷行为涉及的贷款本息是否按期全额归还，是否存在纠纷或潜在的纠纷；转贷行为是否构成重大违法违规行为，是否存在被行政处罚的风险；

发行人已在招股说明书“第七节/四/（三）/1、银行转贷”中进行了补充披露。

1、发行人与转贷相关的供应商间具有真实的商业交易背景及最终用途

受到采购交易频繁、供应商较多等因素影响，发行人以受托支付形式取得银行流动资金贷款时，难以完全根据贷款协议的约定一一与相应的采购协议相匹配。

因此 2018 年度，为满足贷款银行受托支付要求，公司存在通过供应商取得银行贷款，公司再根据实际付款需要将款项用于采购款支付等日常经营。2019 年以来，经过与银行沟通协商，公司以自主支付形式取得银行流动资金贷款，未再发生过转贷行为。

尽管 2018 年度发行人存在银行转贷行为，**转贷对象均为与发行人存在真实贸易往来的供应商，通过转贷方式取得的资金最终仍然用于采购款支付等日常经营活动**。

2、转贷行为涉及的贷款本息已按期全额归还，不存在纠纷或潜在的纠纷

报告期内，发行人转贷行为所涉及的贷款本息均已按期全额归还，具体情况如下：

单位：万元

贷款主体	贷款银行	涉及转贷金额	受托支付对象	转贷汇出时间	还贷时间
华人健康	合肥科技农村商业银行股份有限公司七里塘支行	428.09	安徽圣鹰药业有限公司	2018 年 1 月	2018 年 12 月
	中信银行股份有限公司合肥分行	650.00	安徽圣鹰药业有限公司、山东济水阿胶有限公司	2018 年 2 月	2018 年 12 月
	华夏银行股份有限公司合肥黄山路支行	400.00	江苏鹏鹞药业有限公司	2018 年 2 月	2018 年 12 月
	交通银行股份有限公司安徽省分行	1,831.00	江苏鹏鹞药业有限公司、安徽圣鹰药业有限公司、山东济水阿胶有限公司	2018 年 5 月、2018 年 6 月	2018 年 12 月
安徽国胜	徽商银行合肥南七支行	1,000.00	安徽省医药（集团）股份有限公司	2018 年 1 月	2018 年 12 月
	中国建设银行股份有限公司合肥滨湖支行	600.00	安徽华宁医药物流有限公司	2018 年 1 月	2018 年 12 月
	杭州银行股份有限公司合肥包河支行	1,000.00	安徽华宁医药物流有限公司	2018 年 2 月、2018 年 3 月	2018 年 12 月
	兴业银行股份有限公司合肥分行	1,000.00	合肥曼迪新药业有限责任公司	2018 年 1 月	2018 年 12 月

上述转贷事项涉及的相关贷款银行均已出具《确认函》，确认转贷行为涉及的贷款本息已按期全额归还，基于相关贷款合同的义务已经履行完毕，发行人

及其子公司在相应贷款银行无重大违约事项，无不良信用记录，不存在任何法律纠纷或潜在法律纠纷。

3、转贷行为不构成重大违法违规行为，不存在被行政处罚的风险

发行人及其子公司上述转贷行为主要系为满足相关贷款银行受托支付要求，将受托转回的款项用于支付日常经营性支出。发行人及其子公司已根据相关借款合同的约定，按期且足额向贷款银行归还借款，未给相关贷款银行造成任何损失，与贷款银行不存在纠纷或潜在纠纷。发行人已取得上述转贷涉及的贷款银行出具的相关证明文件，确认上述转贷行为涉及的贷款均按期全额归还，在贷款合同约定期限内无拖欠本息情况，无不良信用记录，发行人及其子公司与上述贷款银行不存在纠纷或潜在的纠纷。

同时，**上述贷款银行未因发行人及其子公司转贷事项而被中国人民银行合肥中心支行、中国银行保险监督管理委员会安徽监管局给予行政处罚，报告期内发行人及其子公司亦未因上述转贷事项受到任何行政处罚。**

（二）补充披露报告期内资金拆借是否具有商业合理性，报告期内是否存在其他资金拆借；结合报告期内资金拆借情况，说明发行人是否已建立完善的内控制度；

发行人已在招股说明书“第七节/十/（二）/3、偶发性关联交易”中进行了补充披露。

1、发行人报告期内资金拆借具有商业合理性

（1）关联方资金拆借基本情况

报告期内，发行人在 2018 年和 2019 年存在偶发性的关联方资金拆借行为，具体情况如下：

①2019 年度关联方资金拆借

单位：万元

拆出方	拆入方	科目	期初金额	本期增加额	本期减少额	期末金额
胜凡管理	安徽国胜	其他应付款	-	300.00	300.00	-

拆出方	拆入方	科目	期初金额	本期增加额	本期减少额	期末金额
华泰大健康一号	发行人	其他应付款	38.98	-	38.98	-
华泰大健康二号	发行人	其他应付款	2.67	-	2.67	-

②2018 年度关联方资金拆借情况

单位：万元

拆出方	拆入方	科目	期初金额	本期增加额	本期减少额	期末金额
胜凡管理	安徽国胜	其他应付款	-	800.00	800.00	-
胜凡管理	发行人	其他应付款	650.00	-	650.00	-
何家乐	安徽国胜	其他应付款	-	380.00	380.00	-
何家伦	安徽国胜	其他应付款	-	372.00	372.00	-
安徽国胜	何家伦	其他应收款	-	22.00	22.00	-
华泰大健康一号	发行人	其他应付款	-	4,718.98	4,680.00	38.98
华泰大健康二号	发行人	其他应付款	-	322.67	320.00	2.67

（2）资金拆借的商业合理性

上述关联方与发行人之间的资金拆借行为均具有商业合理性，具体情况如下：

①向胜凡管理、何家乐、何家伦拆入资金

2018 年和 2019 年，发行人向胜凡管理、何家乐、何家伦合计拆入资金 1,552 万元和 300 万元，均系由于安徽国胜作为医药零售业务运营主体，零售业务快速增长，对营运资金需求较大，因此向胜凡管理、何家乐、何家伦拆入资金用于公司正常业务经营，具有必要性、合理性。

②向华泰大健康一号、华泰大健康二号拆入资金

2018 年，华泰大健康一号、华泰大健康二号与发行人签署《可转股债权投资协议》，拟通过债转股形式进一步对发行人投资，投资金额为 5,000 万元。发行人经过多轮协商，最终确定的估值为 19 亿元，苏州赛富以增资方式入股。华泰大健康一号、华泰大健康二号经过内部论证，最终放弃参与本次投资。发行人向华泰大健康一号、华泰大健康二号退还 5,000 万元拟投资款，并按照协议约定分别支付利息 38.98 万元和 2.67 万元。该事项具有必要性、合理性。

③向何家伦拆出资金

2018 年度，何家伦因备用金事项，与安徽国胜之间形成资金拆借，合计发生金额为 22 万元。上述备用金均用于正常业务，具有合理性。

综上所述，发行人报告期内资金拆借具有商业合理性。

2、报告期内不存在其他资金拆借

除前述已披露的资金拆借外，发行人报告期内不存在其他资金拆借情况。

3、发行人已建立完善的内控制度

发行人报告期内资金拆借具有商业合理性且主要集中在报告期前期，2020 年度发行人未发生任何非经营性资金拆借事项，发行人已针对资金拆借事项建立起较为健全的内控制度并有效执行，资金拆借方面不存在异常情形。

（三）发行人财务内控是否设计及执行是否健全有效，是否存在其他财务不规范情形及整改措施。

发行人已在招股说明书“第七节/四 /（三）报告期内公司内部控制存在的瑕疵及整改情况”中进行了补充披露。

1、发行人财务内控设计及执行健全有效

公司按照《企业内部控制基本规范》要求，对于合并财务报表、预算管理、销售与收款、采购与付款、存货与成本、财务关账、固定资产、薪资福利、货币资金管理等经济业务的建立了内部控制，其中包括《会计报告制度（财务报告管理办法）》、《固定资产管理制度》、《财务管理制度》、《关联交易管理制度》、《银行融资管理制度》等，遵循了《企业内部控制基本规范》中的五项原则。

申报会计师出具了《安徽华人健康医药股份有限公司内部控制鉴证报告》（中天运[2021]核字第 90184 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表相关的有效的内部控制。

2、不存在其他财务不规范情形

发行人参照《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 41-财务内控的相关内容，逐条评估财务不规范的情形，评估结果如下：

序号	财务内控不规范情况	评估情况
1	为满足贷款银行受托支付要求，在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道	仅 2018 年度存在，详见问题二十六之（一）
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资	不存在此类情况
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	存在，详见问题二十六之（二）
4	通过关联方或第三方代收货款	不存在此类情况
5	利用个人账户对外收付款项	不存在此类情况
6	出借公司账户为他人收付款项	不存在此类情况
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形	不存在此类情况

除已披露情形外，发行人报告期内不存在其他财务不规范的情形。

二、保荐机构、申报会计师的核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人报告期内与转贷事项相关的借款合同、记账凭证、银行回单、还款单据等材料；对发行人主要负责人进行访谈，了解关于转贷事项的背景、资金用途、归还情况及整改情况；

2、查阅发行人报告期内的采购明细，核查转贷对象是否系发行人供应商，与发行人供应商之间的采购交易往来情况是否存在异常；

3、查阅转贷事项涉及商业银行出具的说明函，并通过网络检索方式，核查上述银行是否存在因上述转贷事项而受到行业监管部门行政处罚的情况；

4、查阅资金拆借凭证、可转债投资协议、华泰大健康一号及华泰大健康二号的内部决策文件等，访谈发行人主要负责人，分析报告期内发行人资金拆借的合理性；

5、查阅发行人财务内控制度文件，以及《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《资金管理制度》等关于资金管理、资金拆借的内部控制文件，检查上述制度或文件是否有效执行情况；

6、核查报告期内，发行人银行账户流水文件，以及应收账款、预收账款、应付账款、预付账款、其他应收款和其他应付款明细资料，关注是否存在未披露的大额非经营资金往来；

7、查阅申报会计师出具的内控鉴证报告，并参照《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》逐条核查发行人是否存在其他不规范情形以及具体的整改情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、报告期内，发行人转贷对象均为与发行人存在真实贸易往来的供应商，通过转贷方式取得的资金最终仍然用于采购款支付等日常经营活动；转贷行为涉及的贷款本息已按期全额归还，不存在纠纷或潜在的纠纷；

2、上述贷款银行未因发行人及其子公司转贷事项而被中国人民银行合肥中心支行、中国银行保险监督管理委员会安徽监管局给予行政处罚，报告期内发行人及其子公司亦未因上述转贷事项受到任何行政处罚，上述转贷行为不构成重大违法违规行为，不存在被行政处罚的风险；

3、发行人报告期内资金拆借具有商业合理性且主要集中在报告期前期，2020 年度发行人未发生任何非经营性资金拆借事项，发行人已针对资金拆借事项建立起较为健全的内控制度并有效执行；

4、除已披露的资金拆借外，发行人报告期内不存在其他大额非经营性资金拆借情况；

5、发行人针对财务内控已建立较为健全的内控制度并有效执行，报告期内涉及的财务不规范情形均已得到有效整改。

问题二十七、关于资金流水核查

请保荐人、申报会计师按照中国证监会《首发业务若干问题解答》相关内容，重点核查发行人及其实际控制人、董事、监事、高管等相关方的银行账户、银行流水的资金流向及用途，是否与发行人的客户、供应商有业务往来、业务往来是否合理、是否存在利益输送，是否存在为发行人承担成本费用或通过直接或间接的方法向客户输送经济利益的情形。

请保荐人、申报会计师说明具体的核查方法、程序、范围并发表明确意见。

回复：

（一）核查范围

1、发行人及子公司

对于发行人和子公司，获取截至 2020 年 12 月 31 日，所有公司的已开立银行账户清单（含 2018 年 1 月以来已销户银行账户），其中包括所有公司的基本银行账户、一般银行账户、保证金户等。

2、实际控制人、董事、监事、高管、财务人员等

公司实际控制人为何家乐、何家伦，获取实际控制人所有借记卡（含 2018 年 1 月以来已销户）在报告期内的银行流水。

获取董事（在发行人处任职并领薪）、监事、高级管理人员、主要财务人员所有借记卡（含 2018 年 1 月以来已销户）在报告期内的银行流水。

核查期间为 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

（二）核查方法和程序

1、访谈发行人及其子公司的财务人员，了解与资金相关的内部控制，获得关联交易管理制度、对外投资制度、财务管理制度等与资金相关的内部控制制度，对资金管理、销售与收款、采购与付款，费用报销等业务严格管理，确保所有业务均按内部控制制度执行。

申报会计师就发行人内部控制设计及执行情况出具《内部控制鉴证报告》（中天运[2021]核字第 90184 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表相关的有效的内部控制。

2、获得发行人及其子公司已开立银行账户清单和企业征信报告，与企业账面数据核对，确保所有账户都在企业账面上如实反映，未发生任何遗漏，保证银行账户数量的完整性。

对报告期内所有银行账户执行银行函证程序，收到所有函证的回函，证明银行账户的准确性和完整性。

3、采用双向勾稽的方法，根据发行人及其子公司实际发生的业务规模，核对银行存款科目单笔记账 50 万以上发生额与银行流水金额是否一致，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资相匹配，收付款是否经过恰当的审批流程，识别发行人及其子公司是否存在转移资金或者出借银行账户的情况；同时抽取银行账户对账单单笔金额 50 万以上的流水，与企业账面记录进行核对是否一致，交易对手方是否一致，是否存在未入账、多入账、记账错误的大额银行账户流水；核查金额和比例如下。

单位：万元

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	借方	贷方	借方	贷方	借方	贷方
流水发生额	589,771.65	587,784.01	489,742.30	489,599.40	385,916.32	384,133.42
流水核对金额	462,216.30	495,522.12	356,552.70	396,498.04	274,953.99	292,923.52
核对比例	78.37%	84.30%	72.80%	80.98%	71.25%	76.26%

4、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、发行人及其子公司主要财务人员银行流水核查方法和程序：

（1）要求实际控制人、董事（在发行人处任职并领薪）、监事、高级管理人员、主要财务人员提供其持有的借记卡于报告期内的全部流水。同时，上述人员均已签署书面承诺函，承诺：已完整提供银行账户信息，不存在代发行人进行收取销售货款、支付采购款项或其他与公司业务相关的款项往来等情形；不存在代发行人支付成本、费用或者采用无偿或不公允的交易价格向发行人提供经济资源

情形；不存与发行人客户或供应商及其股东、董监高进行交易及资金往来情形；不存在通过其他方式与发行人的客户或供应商发生异常交易往来或输送商业利益的情形；本人对提供资料的真实、准确、完整性承担责任；本人已提供报告期内所发生交易的全部银行账户及资金流水；

（2）查阅实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要财务人员个人信用报告；

（3）查阅关联方清单、员工花名册、主要客户、供应商名录；

（4）逐笔核查实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要财务人员银行流水，重点关注金额大于 5 万元的流水，关注是否与发行人主要客户、供应商、关联方等存在交易行为；是否存在账外支付成本、费用或收取货款的情形；是否存在异常大额往来交易，针对交易金额较大的项目或性质无法识别的大额交易，与持卡人逐项落实确认交易内容；

（5）重点关注实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要财务人员银行流水中的现金存取，核查是否存在大额、频繁、异常的现金存取行为，是否与客户、供应商存在资金往来，是否存在为发行人承担成本费用或通过直接或间接的方法向客户输送经济利益的情形。相关自然人的银行账户资金流水核查范围如下：

序号	姓名	职位	银行卡张数（张）	银行	账号
1	何家乐	董事长、总经理	6	光大银行	62266330****9966
				交通银行	62226202500****8367
				交通银行	62226002500****1225
				徽商银行	62177510100****7703
				建设银行	62170016300****5407
				招商银行	62148554****7473
2	何家伦	董事、副总经理	8	建设银行	62170016300****9367
				建设银行	62170016300****5588
				中信银行	62269823****4264
				徽商银行	62177510100****0945
				杭州银行	6230615510****9731
				招商银行	62148554****0927
				工商银行	62220313020****7118
				招商银行	62127601****6712

序号	姓名	职位	银行卡张数（张）	银行	账号
3	殷俊	董事、副总经理	11	光大银行	62149230****0637
				中国银行	62178563000****3927
				工商银行	62220213020****1340
				交通银行	62226002500****3846
				建设银行	62270016320****7070
				科农行	62177883701****2344
				中信银行	62177323****0032
				招商银行	62148354****5015
				招商银行	10208010110****3481
				建设银行	62170016300****2156
				农业银行	95599806604****6616
4	李莉莉	监事会主席	5	工商银行	62220213020****1761
				交通银行	62226002500****1142
				工商银行	62220213020****8515
				邮储银行	62179936100****0482
				中国银行	62178563000****0814
5	吴娟娟	监事	7	徽商银行	62177510100****8897
				农业银行	62284125645****5478
				建设银行	62170016300****6021
				工商银行	62122613020****4658
				交通银行	62226202500****4099
				中信银行	62269023****2636
				浦发银行	6225133****1643
6	孙福安	监事、国胜财务经理	5	工商银行	62220213020****6131
				农业银行	62283006****4001
				光大银行	62266630****9548
				建设银行	6217001630****9110
				中信银行	62177323****7036
7	李梅	董秘、财务总监	5	交通银行	62226002800****9328
				交通银行	62226202800****8901
				建设银行	62170016300****4042
				招商银行	62148655****9191
				工商银行	62220813020****8070
8	赵春水	副总经理	7	农业银行	62284806613****9018
				中信银行	62176823****3816
				建设银行	62170016300****5472
				交通银行	622262025000****4957
				工商银行	62220213020****6501
				中信银行	62177323****9968
				光大银行	62266330****2145
9	章成军	华人财务经	8	交通银行	62226202500****9368

序号	姓名	职位	银行卡张数（张）	银行	账号
		理		中国银行	60138215000****2594
				中信银行	62176823****5411
				农业银行	62284800317****8713
				工商银行	62220010011****8879
				建设银行	621700163****5795
				中国银行	45635108000****9508
				中国银行	60138208****4306
10	沈照君	汇达财务经理	9	建设银行	62170016300****9185
				浦发银行	62179333****2233
				徽商银行	62177510100****2852
				光大银行	62266330****4047
				招商银行	62148554****6218
				农业银行	62284806605****5212
				农业银行	62284806683****3273
				邮储银行	62179736100****2343
				交通银行	62226002500****4182
11	金竹丽	华人出纳	7	交通银行	62226002500****4313
				中信银行	62176823****5478
				建设银行	62170016300****2268
				中信银行	62177323****0339
				建设银行	62270016330****3075
				工商银行	62220213020****2172
				招商银行	62258855****4196
12	张楠（离职）	华人出纳	1	交通银行	62226202500****0878
13	周颖	国胜出纳	5	建设银行	62170016300****3358
				徽商银行	62177510100****0296
				招商银行	62148354****2228
				中信银行	62177323****4578
				平安银行	62305800001****8818
14	李明雪（离职）	国胜出纳	4	农业银行	62282306656****5069
				光大银行	62266630****3995
				工商银行	62122613020****5588
				建设银行	62170016300****1977
15	吴小英	国胜出纳	4	工商银行	62122613020****2894
				建设银行	62170016300****5307
				光大银行	62149230****4868
				中国银行	60138215000****6535
16	叶青	汇达出纳	8	农业银行	62284800522****6112
				南京银行	62177762****0829
				工商银行	62128113100****2504

序号	姓名	职位	银行卡张数（张）	银行	账号
				浦发银行	62179333****2019
				招商银行	62148355****1228
				招商银行	62258827****1305
				光大银行	62266330****1894
				工商银行	62122612020****0644

（6）查阅发行人及其子公司报告期内现金日记账，结合银行流水，核查是否存在大额或频繁取现的情形，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；

（7）对主要客户、供应商进行走访，询问发行人实际控制人、董事、监事、高管是否与主要客户、供应商存在业务往来，是否存在利益输送，是否存在为发行人承担成本费用的情形；

（8）核查发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务的情形，是否具有商业合理性。

（三）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、发行人资金管理相关内部控制制度完善，不存在重大缺陷；

2、发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况；

3、发行人大额资金往来不存在重大异常，与公司经营活动、资产购置、对外投资相匹配；

4、发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来；

5、发行人不存在大额或频繁取现的情形，发行人同一账户或不同账户之间，不存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形；

6、发行人购买无实物形态资产或服务均具有商业合理性，不存在异常情形；

7、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、主要财务人员不存在无合理解释的大额资金往来，主要资金流向或用途无重大异常；

8、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、主要财务人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常资金往来；

9、不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形；

10、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、主要财务人员不存在为发行人承担成本费用，或通过直接或间接的方法向客户输送经济利益的情形。

保荐机构在充分核查基础上的总体核查意见

对本回复材料中的发行人回复（包括补充披露事项和说明的事项），本保荐机构均已进行核查，确认并保证其真实、准确、完整。

（本页无正文，为《关于安徽华人健康医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

安徽华人健康医药股份有限公司

2021 年 9 月 9 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于华人健康医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》的全部内容，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长：

何家乐

安徽华人健康医药股份有限公司

2021 年 9 月 9 日

（本页无正文，为华泰联合证券有限责任公司《关于安徽华人健康医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：

范 杰

刘 鹭

华泰联合证券有限责任公司

2021 年 9 月 9 日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读安徽华人健康医药股份有限公司本次问询函回复的全部内容，了解问询函回复涉及问题的核查过程，本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

马 骁

华泰联合证券有限责任公司

2021 年 7 月 9 日

附表 1-贴牌商标与代理品规对应表（截至 2020 年 12 月 31 日）

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
1	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽国正药业股份有限公司	开塞露	20ml*3 支*5 盒*40 中盒
	正远	正 远	9043696				
2	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽可赛克医疗器械有限公司	创可贴	(2 大片+6 小片）*10 盒*40 中盒
	正远	正 远	9043696				
3	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽可赛克医疗器械有限公司	退热贴	3 贴*10 盒*24 中盒
	正远	正 远	9043696				
4	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽联谊药业股份有限公司	格列齐特缓释片	30mg*60 片*10 盒*24 中盒
	正远	正 远	9043696				
5	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽圣鹰药业有限公司	阿苯达唑片	0.2g*4 片*10 盒*50 中盒
	正远	正 远	9043696				
6	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽圣鹰药业有限公司	复方氨酚烷胺胶囊	11 粒*10 盒*40 中盒
	正远	正 远	9043696				
7	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽圣鹰药业有限公司	小儿氨酚黄那敏颗粒	9 袋*5 小盒*60 中盒
	正远	正 远	9043696				
8	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽圣鹰药业有限公司	血塞通分散片	0.3g*12 片*10 盒*30 中盒
	正远	正 远	9043696				
9	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽威尔曼制药有限公司	复方鱼腥草软胶囊	0.5g*20 粒*5 盒*60 中盒
	正远	正 远	9043696				
10	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	安徽永生堂药业有限责任公司	罗红霉素胶囊	150mg*18 粒*10 小盒*30 中盒
	正远	正 远	9043696				
11	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	蚌埠丰原涂山制药有限公司	奥美拉唑肠溶胶囊	20mg*30 粒*10 小盒*40 中盒
	正远	正 远	9043696				
12	LOGO		11966342	药品第 5 类、非药品第 10 类	北京康而福药业有限责任公司	牛黄解毒软胶囊	0.4g*40 粒*5 盒*60 中盒
	正远	正 远	9043696				

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
13	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	成都倍特药业股份有限公司	非那雄胺片	5mg*21片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
14	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	成都倍特药业股份有限公司	兰索拉唑肠溶片	15mg*16片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
15	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	成都倍特药业股份有限公司	盐酸头孢他美酯片	181.3mg*8片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
16	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	大连盛泓药业集团股份有限公司	克拉霉素胶囊	0.25g*12粒*300盒
	正远	正 远	9043696				
17	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	东芝堂药业（安徽）有限公司	替米沙坦片	40mg*20片*10小盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
18	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	佛山手心制药有限公司	多潘立酮片	10mg*45片*300盒
	正远	正 远	9043696				
19	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	佛山手心制药有限公司	麻仁软胶囊	0.6g*24s*8盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
20	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	佛山手心制药有限公司	硝酸咪康唑搽剂	30ml*100瓶
	正远	正 远	9043696				
21	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广东国源国药制药有限公司	妇炎康分散片	0.35g*54片*5盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
22	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广东国源国药制药有限公司	热淋清片	0.5g*36片*5盒*48中盒
	正远	正 远	9043696				
23	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广东国源国药制药有限公司	盐酸西替利嗪片	10mg*14片*10小盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
24	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广东恒诚制药股份有限公司	风寒感冒颗粒	8克*15袋*90盒
	正远	正 远	9043696				
25	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10	广东恒诚制药股份有限公司	风热感冒颗粒	10克*15袋*90盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
	正远	正 远	9043696	类			
26	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广东佳泰药业股份有限公司	维C银翘软胶囊	0.6g*18粒*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
27	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广东同德药业有限公司	骨增生镇痛膏	7cm*10cm*4贴*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
28	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广东同德药业有限公司	麝香祛风湿膏	7cm*10cm*4贴*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
29	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广东新峰药业股份有限公司	复方穿心莲片	36片*5小盒*72中盒
	正远	正 远	9043696				
30	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广东新峰药业股份有限公司	感冒退热颗粒	4.5g*9袋*200盒
	正远	正 远	9043696				
31	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广西鸿博原生制药有限公司	六味地黄胶囊	0.3g*50粒*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
32	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广西药用植物园制药厂	复方板蓝根颗粒	15g*24袋*1包*50包
	正远	正 远	9043696				
33	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广西药用植物园制药厂	复方丹参片	0.32g*150片*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
34	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广西药用植物园制药厂	咳特灵片	36片*10小盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
35	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广西药用植物园制药厂	清火栀麦片	20片*10小盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
36	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广西药用植物园制药厂	小儿咳喘灵颗粒	2g*9袋*5盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
37	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广西药用植物园制药厂	小儿咳喘灵颗粒	2g*16袋*5盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
38	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	广西药用植物园制药厂	元胡止痛胶囊	0.25g*36粒*10小盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
37	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	贵州泛德制药有限公司	曲安奈德益康唑乳膏	15g*1支*10盒*36中盒
	正远	正 远	9043696				
40	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	桂林红会药业有限公司	银杏叶片	20片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
41	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	海南慧谷药业有限公司	枫蓼肠胃康分散片	0.5g*24片*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
42	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	海南慧谷药业有限公司	蒙脱石散	3g*12袋*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
43	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	海南万州绿色制药有限公司	枫蓼肠胃康片	0.2g*36片*10小盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
44	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	黑龙江福和制药集团股份有限公司	痔疮胶囊	0.3g*48s*3盒*60中盒
	正远	正 远	9043696				
45	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	黑龙江瑞格制药有限公司	双黄连口服液	10ml*8支*90盒
	正远	正 远	9043696				
46	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	黑龙江省地纳制药有限公司	乳酸菌素颗粒	0.5g*16袋*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
47	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	恒拓集团广西圣康制药有限公司	独一味分散片	0.5g*20片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
48	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	恒拓集团广西圣康制药有限公司	妇炎舒片	0.51g*40片*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
49	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	恒拓集团广西圣康制药有限公司	感冒康胶囊	0.25g*30粒*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
50	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10	恒拓集团广西圣康制药有限	抗宫炎分散片	0.5g*30片*10盒*30中盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
	正远	正 远	9043696	类	公司		
51	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	恒拓集团广西圣康制药有限公司	玉叶清火胶囊	0.3g*15粒*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
52	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	恒拓集团南宁仁盛制药有限公司	富马酸亚铁颗粒	2g*10袋*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
53	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	恒拓集团南宁仁盛制药有限公司	橘红颗粒	11g*14袋*5盒*18中盒
	正远	正 远	9043696				
54	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	恒拓集团南宁仁盛制药有限公司	小儿感冒颗粒	6g*9袋*10盒*16中盒
	正远	正 远	9043696				
55	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖北济安堂药业股份有限公司	金银花露	350ml*35瓶
	正远	正 远	9043696				
56	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖北济安堂药业股份有限公司	蛇胆川贝液	10ml*12支*90盒
	正远	正 远	9043696				
57	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖北康源药业有限公司	风油精	5ml*360瓶
	正远	正 远	9043696				
58	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖北康源药业有限公司	氯雷他定糖浆	55ml*100瓶
	正远	正 远	9043696				
59	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖北神农制药股份有限公司	复方止咳片	0.3g*30片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
60	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖北炎黄本草药业有限公司	强力枇杷露	225ml*80盒
	正远	正 远	9043696				
61	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖南爱敬堂制药有限公司	阿胶	125g*1盒*40盒
	正远	正 远	9043696				
62	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖南方盛制药股份有限公司	奥硝唑阴道栓	0.5g*5粒*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
63	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖南方盛制药股份有限公司	复方苦木消炎分散片	0.28g*36s*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
64	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖南方盛制药股份有限公司	金刚藤咀嚼片	0.5g*36s*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
65	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	湖南亚大制药有限公司	赖氨葡锌颗粒	5g/袋*8袋/盒*5盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
66	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	吉林佳泰制药有限公司	普乐安片	0.57g*100片*200盒
	正远	正 远	9043696				
67	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	吉林显锋科技制药有限公司	布洛芬颗粒	0.2g*16袋*10小盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
68	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江苏晨牌邦德药业有限公司	盐酸特比萘芬喷雾剂	15ml：0.15g*25ml*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
69	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江苏联环药业股份有限公司	非洛地平缓释胶囊	2.5mg*20粒*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
70	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江苏鹏鹞药业有限公司	阿奇霉素分散片	0.25g*12片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
71	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江苏鹏鹞药业有限公司	奥美拉唑肠溶胶囊	20mg*28粒*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
72	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江苏鹏鹞药业有限公司	板蓝根分散片	0.58g*24片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
73	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江苏鹏鹞药业有限公司	苯磺酸氨氯地平片	5mg*21片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
74	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江苏鹏鹞药业有限公司	炉甘石洗剂	50ml*5盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
75	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10	江苏鹏鹞药业有限公司	盐酸左氧氟沙星片	0.1g*8片*2板*10盒*40中盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
	正远	正 远	9043696	类			
76	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江苏鹏鹞药业有限公司	盐酸左氧氟沙星片	0.1g*10片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
77	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江西省芙蓉堂药业股份有限公司	阿胶补血口服液	10ml*16支*40盒
	正远	正 远	9043696				
78	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	江西新远健药业有限公司	穿王消炎胶囊	0.4g*40粒*5盒*60中盒
	正远	正 远	9043696				
79	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	晋城海斯制药有限公司	雷贝拉唑钠肠溶片	20mg*8片*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
80	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	洛阳君山制药有限公司	复方金银花颗粒	10g*10袋*10盒*12中盒
	正远	正 远	9043696				
81	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	洛阳君山制药有限公司	舒筋活血片	0.37g*75片*10盒*24中盒
	正远	正 远	9043696				
82	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	洛阳君山制药有限公司	消食健胃片	0.5g*45片*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
83	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	宁波大红鹰药业股份有限公司	头孢克肟颗粒	50mg*8袋*5小盒*60中盒
	正远	正 远	9043696				
84	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	秦皇岛市山海关药业有限责任公司	肺宁片	0.61g*18片*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
85	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	青海鲁抗大地药业有限公司	参鹿扶正胶囊	0.35g*48粒*2小盒*120中盒/件
	正远	正 远	9043696				
86	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	青海鲁抗大地药业有限公司	排毒清脂胶囊	0.35g*24粒*5盒*48中盒
	正远	正 远	9043696				
87	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	青海鲁抗大地药业有限公司	润肺止咳胶囊	0.35g*18粒*5盒*48中盒
	正远	正 远	9043696				

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
88	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	青海鲁抗大地药业有限公司	小儿利湿止泻颗粒	5g*5袋*5盒*48中盒
	正远	正 远	9043696				
89	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	仁和堂药业有限公司	非那雄胺片	5mg*21片*300盒
	正远	正 远	9043696				
90	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	仁和堂药业有限公司	猴头菌片	15mg*36片*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
91	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山东济水阿胶有限公司	阿胶	125g*40盒
	正远	正 远	9043696				
92	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	奥硝唑片	0.25g*36片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
93	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	甲钴胺胶囊	0.5mg*36粒*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
94	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	克霉唑阴道片	0.5g*2板*10小盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
95	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	诺氟沙星胶囊	0.1g*36粒*10小盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
96	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	辛伐他汀片	20mg*20片*10小盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
97	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	盐酸左氧氟沙星片	0.2g*16片*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
98	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山东鑫惠药业有限公司.	左炔诺孕酮片	1.5mg*1片*2小盒*300盒
	正远	正 远	9043696				
99	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西澳迩药业有限公司	二甲双胍格列本脲片II	40片*10小盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
100	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10	山西澳迩药业有限公司	排石利胆颗粒	10g*12袋*5小盒*24中盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
	正远	正 远	9043696	类			
101	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西澳迩药业有限公司	小儿咽扁颗粒	8g*8袋*10盒*16中盒
	正远	正 远	9043696				
102	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西澳迩药业有限公司	小儿咽扁颗粒	4g*12袋*10小盒*16中盒
	正远	正 远	9043696				
103	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西澳迩药业有限公司	新生化颗粒	6g*18袋*5小盒*24中盒
	正远	正 远	9043696				
104	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西澳迩药业有限公司	一清颗粒	7.5g*10袋*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
105	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西汾河制药有限公司	人工牛黄甲硝唑胶囊	20粒*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
106	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西汾河制药有限公司	人工牛黄甲硝唑胶囊	48粒*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
107	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西汾河制药有限公司	维U颠茄铝胶囊III	28粒*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
108	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西汾河制药有限公司	小儿化痰止咳颗粒	5g*10袋*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
109	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西亨瑞达制药有限公司	复方熊胆薄荷含片	20片*10盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
110	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西迈迪制药有限公司	复方金银花颗粒	10g*12袋*10盒*12中盒
	正远	正 远	9043696				
111	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	山西迈迪制药有限公司	甲硝唑口腔粘贴片	5mg*16片*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
112	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	陕西紫光辰济药业有限公司	小儿麦枣咀嚼片	0.45g*60片*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
113	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	商丘市金马药业有限公司	清热解毒口服液	10ml*7支*1盒*90盒
	正远	正 远	9043696				
114	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	商丘市金马药业有限公司	益母草口服液	10ml*15支*1盒*48盒
	正远	正 远	9043696				
115	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	上海迪冉郸城制药有限公司	胶体果胶铋胶囊	50mg*30粒*10盒*36中盒
	正远	正 远	9043696				
116	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	上海迪冉郸城制药有限公司	西地碘含片	1.5mg*30片*9盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
117	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	上海迪冉郸城制药有限公司	盐酸丙卡特罗片	25μg*18片*9盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
118	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	上海迪冉郸城制药有限公司	吲达帕胺片	2.5mg*60片*10小盒*24中盒
	正远	正 远	9043696				
119	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	上海海虹实业（集团）巢湖今辰药业有限公司	阿奇霉素胶囊	0.25g*8粒
	正远	正 远	9043696				
120	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	上海海虹实业（集团）巢湖今辰药业有限公司	阿奇霉素颗粒	0.1g*12袋*10盒*16中盒
	正远	正 远	9043696				
121	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	上海海虹实业（集团）巢湖今辰药业有限公司	盐酸氨溴索口服溶液	100ml:0.6g（无糖型）*120ml*1盒*50盒
	正远	正 远	9043696				
122	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	上海现代哈森（商丘）药业有限公司	小儿氨酚黄那敏颗粒	2g*16袋*5盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
123	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	沈阳东星医药科技有限公司	小儿氨酚烷胺颗粒	6g*11袋*5盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
124	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	石家庄北方药业集团有限公司	益气养血口服液	10ml*12支*60盒
	正远	正 远	9043696				

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
125	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	四川百草堂龙人药业有限公司	抗感解毒颗粒	10g*1 盒*15 袋
	正远	正 远	9043696				
126	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	四川峨嵋山药业有限公司	阿莫西林胶囊	0.25g*60 粒*10 小盒*30 中盒
	正远	正 远	9043696				
	欣同克	欣同克 XINTONGKE	11966514				
127	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	四川峨嵋山药业有限公司	阿莫西林胶囊	0.5g*10 粒*10 盒*40 中盒
	正远	正 远	9043696				
128	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	四川峨嵋山药业有限公司	阿莫西林胶囊	0.5g*30 粒*10 盒*40 中盒
	正远	正 远	9043696				
129	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	四川绿叶制药股份有限公司	盐酸氨基葡萄糖片	0.24g*120 片*10 盒*10 中盒
	正远	正 远	9043696				
130	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	四川泰华堂制药有限公司	藿香正气水	10ml*12 支*120 盒
	正远	正 远	9043696				
131	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	台州南峰药业有限公司	复方猴头颗粒	5g*10 袋*5 盒*40 中盒
	正远	正 远	9043696				
132	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	天津中新药业集团股份有限公司新新制药厂	双氯芬酸钠缓释片（V）	50mg*18 片*10 盒*30 中盒
	正远	正 远	9043696				
133	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	通化颐生药业股份有限公司	炎立消胶囊	0.25g*48 粒*5 盒*48 中盒
	正远	正 远	9043696				
134	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	武汉贝参药业股份有限公司	金银花露	260ml*60 瓶
	正远	正 远	9043696				
135	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	翔宇药业股份有限公司	布洛芬混悬液	20ml*5 盒*40 中盒
	正远	正 远	9043696				
136	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	协和药业有限公司	布洛芬缓释胶囊	0.3g*24 粒*16 盒*25 中盒
	正远	正 远	9043696				

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
137	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	永信药品工业（昆山）股份有限公司	缬沙坦胶囊	80mg*10粒*10小盒*40中盒
	正远	正 远	9043696				
138	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	云南昊邦制药有限公司	头孢克肟胶囊	0.1g*14粒*20小盒*15中盒
	正远	正 远	9043696				
139	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	云南铭鼎药业有限公司	通窍鼻炎片	0.33g*48片*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
140	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	云南铭鼎药业有限公司	头孢克肟干混悬剂	0.1g*12袋*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
141	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	云南铭鼎药业有限公司	胃康灵胶囊	0.4g*20粒*10盒*20中盒
	正远	正 远	9043696				
142	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	浙江巨泰药业有限公司	头孢地尼胶囊	0.1g*8粒*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
143	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	浙江巨泰药业有限公司	头孢克肟片	0.1g*10片*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
144	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	浙江舟山科成制药有限公司	三七透骨黄酊	30ml*1盒*200瓶
	正远	正 远	9043696				
145	LOGO		11966342	药品第5类、非药品第10类	郑州瑞龙制药股份有限公司	速效止泻胶囊	0.3g*18粒*10盒*30中盒
	正远	正 远	9043696				
146	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第10类	安徽可赛克医疗器械有限公司	医用退热贴	50mm*120mm*4贴*10盒*20中盒
147	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第10类	蚌埠崇迪生物科技有限公司	护脐贴	6*7cm*1盒*10片
148	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第10类	广东威士雅保健品有限公司	安康堂钙维生素D维生素K软胶囊	1g*100粒/盒*96盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
149	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	广东威士雅保健品有限公司	威士雅氨基葡萄糖硫酸软骨素钙片	1.0g*180 片*72 盒
150	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	广东威士雅保健品有限公司	威士雅多种 B 族维生素片	0.6g*100 片/盒*96 盒
151	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	广东威士雅保健品有限公司	威士雅钙维生素 D 软胶囊	1g*100 粒/盒*96 盒
152	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	广东威士雅保健品有限公司	威士雅牌蛋白粉	450g*18 罐
153	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	广东威士雅保健品有限公司	威士雅牌维生素 C 咀嚼片（香橙味）	1.0g*90 片/盒*96 盒/件
154	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	江苏晨牌邦德药业有限公司	抗菌肽抑菌漱口水（迅必诺）	16ml*14 条*60 盒
155	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	江苏卓见医疗用品有限公司	创口贴（超薄舒适）	10 片*12 盒*12 中盒
156	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	江苏卓见医疗用品有限公司	创口贴（卡通）	10 片*12 盒*12 中盒
157	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	江苏卓见医疗用品有限公司	创口贴（隐形弹力）	10 片*30 袋*12 中盒
158	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	江苏卓见医疗用品有限公司	创口贴（足部）	7 片*12 盒*12 中盒
159	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	江苏卓见医疗用品有限公司	创口贴（组合型）	6 片*12 盒*12 中盒
160	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	冷敷凝胶（D 经络穴位型）	I 型：25ml*5 小盒*40 中盒
161	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（A 型颈椎冷敷贴）	7cm*10cm*3 贴/袋*2 袋/盒*10 盒*24 中盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
162	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（B 型肩周冷敷贴）	7cm*10cm*3 贴/袋*2 袋/盒*10 盒*24 中盒
163	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（C 型腰椎冷敷贴）	7cm*10cm*3 贴/袋*2 袋/盒*10 盒*24 中盒
164	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（E 型腰腿冷敷贴）	7cm*10cm*3 贴/袋*2 袋/盒*10 盒*24 中盒
165	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（F 型关节冷敷贴）	7cm*10cm*3 贴/袋*2 袋/盒*10 盒*24 中盒
166	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（HST1 风寒感冒穴位型)	7cm*7cm*4 袋/盒*10 盒*30 中盒
167	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（HST2 风热感冒穴位型）	7cm*7cm*4 袋/盒*10 盒*30 中盒
168	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（HST3 咽扁穴位型）	7cm*7cm*4 袋/盒*10 盒*30 中盒
169	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（HST4 止咳穴位型）	7cm*7cm*4 袋/盒*10 盒*30 中盒
170	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（HST5 腹泻穴位型）	7cm*7cm*4 袋/盒*10 盒*30 中盒
171	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（HST6 消食穴位型）	7cm*7cm*4 袋/盒*10 盒*30 中盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
172	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（HST7 痛经舒缓型）	9cm*12cm*1 贴*4 袋/盒*10 盒*20 中盒
173	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	山东回寿堂药业有限公司	医用冷敷贴（HST9 晕车舒缓型）	2cm*2cm*6 贴/袋*10 盒*40 中盒
174	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	潍坊德朗姆生物医疗产品有限公司	医用液体敷料（花露水）	185ml*60 瓶
175	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	潍坊德朗姆生物医疗产品有限公司	医用液体敷料（蚊不叮）	100ml*100 盒
176	福曼欣	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	岳阳今华医疗器械有限公司	医用冷敷凝胶（小儿皮肤冷敷型）	15g*480 盒
177	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	安徽威尔曼制药有限公司	复方鱼腥草软胶囊	0.5g*18 粒*5 盒*60 中盒
178	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	安徽永生堂药业有限责任公司	复方氨酚烷胺胶囊	24 粒*10 小盒*30 中盒
179	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	北京天衡药物研究院南阳天衡制药厂	盐酸左西替利嗪片	5mg*15 片*20 盒*20 中盒
180	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	成都明日制药有限公司	地氯雷他定片	2.5mg*36 片*20 盒*15 中盒
181	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	广西药用植物园制药厂	通达滴鼻剂	10ml*10 小盒*30 中盒
182	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	广西药用植物园制药厂	维 C 银翘片	20 片*10 盒*40 中盒
183	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	哈尔滨市龙生北药生物工程股份有限公司	盐酸氨溴索口服溶液	10ml*14 支*60 盒
184	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	黑龙江省地纳制药有限公司	乳酸菌素片	0.4g*45 片*10 盒*30 中盒
185	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	湖南明瑞制药有限公司	奥利司他胶囊	60mg*36 粒*90 盒
186	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	吉林省罗邦药业有限公司	肺宁颗粒	5g*12 袋*10 盒*20 中盒（无蔗糖）

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
187	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	吉林显锋科技制药有限公司	消炎退热颗粒	10g*12 袋*10 小盒*12 中盒
188	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	江苏神华药业有限公司	甲硝唑芬布芬胶囊	48 粒*5 盒*60 中盒
189	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	江苏正大清江制药有限公司	头孢克洛干混悬剂	0.125g*10 袋*5 盒*60 中盒
190	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	诺氟沙星胶囊	0.1g*48 粒*5 小盒*40 中盒
191	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	山东鑫惠药业有限公司.	左炔诺孕酮片	0.75mg*2 片*2 小盒*5 盒*60 中盒/件
192	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	山东益康药业股份有限公司	头孢克洛干混悬剂	0.125g*12 袋*10 盒*30 中盒
193	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	山东淄博新达制药有限公司	阿奇霉素干混悬剂	0.1g*12 袋*10 盒*20 中盒
194	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	石家庄北方药业集团有限公司	抗病毒口服液	10ml*15 支*60 盒
195	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	四川成都同道堂制药有限责任公司	兰索拉唑肠溶片	30mg*20 片*10 盒*30 中盒
196	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	四川成都同道堂制药有限责任公司	兰索拉唑肠溶片	30mg*8 片*10 盒*30 中盒
197	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	四川峨嵋山药业有限公司	阿莫西林胶囊	0.25g*40 粒*10 小盒*40 中盒
198	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	长春迪瑞制药有限公司	盐酸左氧氟沙星滴眼液	10ml*2 支*10 盒*20 中盒
199	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	浙江巨泰药业有限公司	阿莫西林克拉维酸钾胶囊（4：1）	0.3125g*10 粒*10 盒*30 中盒
200	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	浙江普洛康裕制药有限公司	富马酸亚铁咀嚼片	0.1g*60 片*5 盒*40 中盒
201	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	浙江优胜美特中药有限公司	阿昔洛韦胶囊	0.2g*20 粒*10 盒*30 中盒
202	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	中孚药业股份有限公司	伏格列波糖胶囊	0.2mg*36 粒*5 盒*36 中盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
203	正药	正 药	18632511	药品第 5 类	佐今明制药股份有限公司	四季感冒片	15 片/板*2 板/盒*15 盒*20 中盒
204	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	安徽威尔曼制药有限公司	复方鱼腥草软胶囊	0.5g*24 粒*10 盒*30 中盒
205	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	包头中药有限责任公司	安宫牛黄丸	3g/丸*4 盒*20 中盒
206	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	包头中药有限责任公司	清开灵滴丸	0.35g*160 丸*5 盒*48 中盒
207	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	广东恒诚制药股份有限公司	感冒清热颗粒	12g*9 袋*120 盒
208	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	广东新峰药业股份有限公司	复方鱼腥草片	36 片*5*小盒*72 中盒
209	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	合肥今越制药有限公司	活血止痛片	0.4g*32 片
210	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	河北医科大学制药厂	复方门冬维甘滴眼液	15ml**10 小盒*40 中盒
211	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	黑龙江瑞格制药有限公司	双黄连口服液	20ml*6 支*60 盒
212	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	湖北济安堂药业股份有限公司	复方丹参片	0.32g*240 片*10 小盒*24 中盒
213	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	湖南康尔佳制药股份有限公司	五味安神颗粒	9g*8 袋*5 盒*36 中盒
214	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	湖南众益泰制药有限公司	风油精	5.8 毫升*10 小盒*45 中盒
215	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	湖南众益泰制药有限公司	硝酸益康唑溶液	55 毫升*5 小盒*36 中盒
216	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	江西省芙蓉堂药业股份有限公司	阿胶补血口服液	10ml*48 支*12 盒
217	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	江西省芙蓉堂药业股份有限公司	阿胶补血口服液	20ml*9 支*48 盒
218	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	洛阳君山制药有限公司	六味地黄丸	380 丸*5 小盒*30 中盒
219	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	南京瑞年百思特制药有限公司	妥布霉素滴眼液	0.4ml:1.2mg*15 支*200 盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
220	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	南京瑞年百思特制药有限公司	氧氟沙星滴眼液	0.4ml:1.2mg*15 支*200 盒
221	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	山东济水阿胶有限公司	（国津）阿胶	250g*40 盒
222	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	山东济水阿胶有限公司	龟甲胶	125g*40 盒
223	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	山东济水阿胶有限公司	鹿角胶	125g*40 盒
224	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	台州南峰药业有限公司	黄芪精	10ml*30 支*20 盒
225	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	天津和治药业集团有限公司	清喉咽合剂	10ml*12 支*60 盒
226	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	天圣制药集团山西有限公司	橘红颗粒	11g*12 袋*5 盒*20 中盒
227	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	通化颐生药业股份有限公司	化痰平喘片	12 片*4 板*300 盒
228	国津	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	浙江优胜美特中药有限公司	银黄颗粒	4g*20 袋*120 盒
229	克安舒	克安舒 KEANSHU	32236343	非药品第 10 类	杭州慕尚护理用品有限公司	医用护理垫(看护垫)	290mm*6 片*1 包*60 包
230	克安舒	克安舒 KEANSHU	32236343	非药品第 10 类	杭州慕尚护理用品有限公司	医用护理垫(看护垫)	350mm*4 片*1 包*60 包
231	克安舒	克安舒 KEANSHU	32236343	非药品第 10 类	杭州慕尚护理用品有限公司	医用护理垫（看护垫）	180mm*12 片*100 包
232	克安舒	克安舒 KEANSHU	32236343	非药品第 10 类	杭州慕尚护理用品有限公司	医用护理垫（看护垫）	245mm*8 片*1 包*60 包
233	克安舒	克安舒 KEANSHU	32236343	非药品第 10 类	合肥贝壳派创新科技有限公司	冷敷凝胶(唇部型）	4.8g*120 盒
234	克安舒	克安舒 KEANSHU	32236343	非药品第 10 类	合肥贝壳派创新科技有限公司	冷敷凝胶（甘油）	100g*80 盒
235	克安舒	克安舒 KEANSHU	32236343	非药品第 10 类	合肥贝壳派创新科技有限公司	冷敷凝胶（手部型）	50g（牛奶香 TM)*120 支

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
236	克安舒		32236343	非药品第 10 类	合肥贝壳派创新科技有限公司	冷敷凝胶（手部型）	50g（樱花香 TM)*120 支
237	克安舒		32236343	非药品第 10 类	合肥迅达南山药业有限公司	一次性使用医用口罩	17.5*9.5cm*10 只*200 包
238	克安舒		32236343	非药品第 10 类	河南齐云卫材有限公司	医用外科口罩	平面挂耳式 10 只/包*400 包/件
239	克安舒		32236343	非药品第 10 类	美丽岛（福建）生活用品有限公司	医用护理垫（看护垫）	180mm*12 片*100 包
240	克安舒		32236343	非药品第 10 类	美丽岛（福建）生活用品有限公司	医用护理垫（看护垫）	245mm*8 片*60 包
241	克安舒		32236343	非药品第 10 类	美丽岛（福建）生活用品有限公司	医用护理垫（看护垫）	290mm*6 片*60 包
242	克安舒		32236343	非药品第 10 类	美丽岛（福建）生活用品有限公司	医用护理垫（看护垫）	420mm*3 片*60 包
243	克安舒		32236343	非药品第 10 类	南京苏草堂药业有限公司	冷敷凝胶（维生素 E 乳 TM)	120g（YT 型）*80 盒
244	克安舒		32236343	非药品第 10 类	南京苏草堂药业有限公司	维生素 E 抑菌乳(克安舒）	120ml*80 盒
245	克安舒		32236343	非药品第 10 类	南京苏草堂药业有限公司	医用冷敷贴(面膜)	1 片/袋*10 袋*1 小盒*64 盒/件
246	克安舒		32236343	非药品第 10 类	南通伊仕生物技术股份有限公司	人绒毛膜促性腺激素规则分子和 β 核心片段检测试剂盒（胶体金法）	1 人份/盒（笔型）*10 小盒*40 中盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
247	克安舒		32236343	非药品第 10 类	南通伊仕生物技术股份有限公司	人绒毛膜促性腺激素检测试纸（胶体金法）	笔 I 型（1 人份/盒）*10 小盒*40 中盒
248	克安舒		32236343	非药品第 10 类	天津市山佳医药科技有限公司	热敷贴（蒸汽眼罩 TM)	5 片/盒*44 盒
249	克安舒		32236343	非药品第 10 类	天津新湾生物科技有限公司	人绒毛膜促性腺激素检测试剂盒（胶体金法）（早早孕验孕笔）	TNG-25C（1 人份/盒）*1 盒*200 盒
250	克安舒		32236343	非药品第 10 类	潍坊德朗姆生物医疗产品有限公司	冷敷凝胶（华芦荟）	45g*400 盒
251	克安舒		32236343	非药品第 10 类	郑州天蓬实业有限公司	医用外科口罩	175mm*95mm*10 只/包*200 包
252	克安舒		32236343	非药品第 10 类	郑州天蓬实业有限公司	医用外科口罩（独立装）	10 只*120 包/件
253	克安舒		32236343	非药品第 10 类	郑州天蓬实业有限公司	医用外科口罩（小号款）	14.5cm*9.5cm*10 只/包*200 包/件
254	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	安徽环球药业股份有限公司	厄贝沙坦片	0.075g*48 片*10 小盒*20 中盒
255	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	安徽圣鹰药业有限公司	银杏叶片	19.2mg*48 片*10 盒*30 中盒
256	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	安徽威尔曼制药有限公司	维生素 AD 滴剂(一岁以上)	VA2000：VD3700*30 粒*5 盒*60 中盒
257	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	安徽威尔曼制药有限公司	维生素 AD 滴剂（一岁以上）	VA2000：VD3700*50 粒*120 盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
258	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	安徽威尔曼制药有限公司	维生素 AD 滴剂(一岁以下)	VA1500：VD3500*30 粒*5 盒*60 中盒
259	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	安徽威尔曼制药有限公司	维生素 AD 滴剂（一岁以下）	VA1500：VD3500*50 粒*120 盒
260	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	成都华神科技集团股份有限公司制药厂	罗红霉素分散片	150mg*20 片*400 盒
261	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	大连盛泓药业集团股份有限公司	血塞通分散片	0.3g*20 片*10 盒*30 中盒
262	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	广东华南药业集团有限公司	非诺贝特胶囊（II）	0.1g*16 粒*10 盒*40 中盒
263	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	桂林红会药业有限公司	橘红枇杷片	0.28g*30 片*10 盒*40 中盒
264	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	桂林红会药业有限公司	银杏叶胶囊	9.6mg:2.4mg*30 粒*10 盒*40 中盒
265	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	海南林恒制药股份有限公司.	羟苯磺酸钙分散片	0.25g*30 片*10 盒*20 中盒
266	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	江苏鹏鹞药业有限公司	苯磺酸氨氯地平片	5mg*14 片*10 盒*40 中盒
267	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	江苏鹏鹞药业有限公司	苯磺酸氨氯地平片	5mg*28 片*5 盒*80 中盒
268	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	江苏鹏鹞药业有限公司	苯磺酸氨氯地平片	5mg*7S*10 盒*40 中盒
269	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	洛阳君山制药有限公司	感冒软胶囊	0.425g*45 粒*10 盒*20 中盒
270	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	洛阳君山制药有限公司	银杏叶软胶囊	0.5g*27 粒*10 盒*30 中盒
271	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	南昌弘益药业有限公司	苯磺酸左氨氯地平片	2.5mg*21 片*10 盒*20 中盒
272	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	青海鲁抗大地药业有限公司	降糖通脉胶囊	0.35g*24 粒*5 盒*48 中盒
273	LOGO 福曼医		11966360	药品第 5 类	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	单硝酸异山梨酯缓释片	40mg*12 片*10 小盒*20 中盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
274	LOGO 福曼医	福曼医 FUMANYI	11966360	药品第 5 类	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	格列齐特缓释片	30mg*50 片*10 盒*20 中盒
275	LOGO 福曼医	福曼医 FUMANYI	11966360	药品第 5 类	上海迪冉郸城制药有限公司	辛伐他汀片	10mg*30 片*10 盒*36 中盒
276	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	合肥今越制药有限公司	罗红霉素胶囊	0.15g*18 粒*10 盒*40 中盒
277	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	合肥今越制药有限公司	强力枇杷露	200ml*60 盒
278	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	河北国金药业有限责任公司	复方金银花颗粒	10g*8 袋*5 盒*30 中盒
279	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	吉林九鑫制药股份有限公司	咽炎片	0.25g*80 片*240 盒
280	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	江苏神华药业有限公司	脑心舒口服液	10ml*24 支*45 盒
281	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	山西汾河制药有限公司	维生素 C 咀嚼片	50mg*100 片*10 盒*10 中盒
282	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	山西振东制药股份有限公司	诺氟沙星胶囊	0.1g*36 粒*10 盒*30 中盒
283	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	四川峨嵋山药业有限公司	胶体果胶铋胶囊	50mg*36 粒*10 盒*40 中盒
284	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	四川省迪威药业有限责任公司	复方板蓝根颗粒	15g*24 袋*60 包
285	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	四川省迪威药业有限责任公司	夏桑菊颗粒	10g*24 袋*60 包
286	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	四川泰华堂制药有限公司	健儿消食口服液	10ml*12 支*120 盒
287	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	四川泰华堂制药有限公司	生脉饮（党参方）	10ml*24 支*60 盒
288	全方	全 方	10869389	药品第 5 类	浙江普洛康裕制药有限公司	富马酸亚铁咀嚼片	0.1g*36 片*5 盒*40 中盒
289	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	安徽省康宁实业（集团）有限公司	医用外科口罩	平面-挂耳 17.5cm*9.5cm*20 包*10 中包
290	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	济宁市丰泰医疗器械有限公司	医用碘伏消毒棉球	0.2g*25 粒*200 瓶

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
291	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	济宁市丰泰医疗器械有限公司	医用酒精消毒棉球	0.2g*25 粒*200 瓶
292	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	深圳市爱立康医疗股份有限公司	臂式电子血压计	AES-U241*30 盒
293	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	深圳市爱立康医疗股份有限公司	臂式电子血压计	AES-U271*1 盒*30 盒
294	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	深圳市爱立康医疗股份有限公司	耳腔式红外体温计	AET-R1C1*1*60 台
295	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	苏州施莱医疗器械有限公司	胰岛素注射笔针头	31G*5mm(0.25mm*5mm）*400 盒
296	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	苏州施莱医疗器械有限公司	胰岛素注射笔针头	32G*4mm(0.23mm*4mm）*400 盒
297	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	潍坊德朗姆生物医疗产品有限公司	喷剂敷料（面部型）	98ml*80 盒
298	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	西安中天生物医药有限公司	口咽冷敷凝胶（去火止血 TM)	100g*100 盒
299	福曼医	福曼医	19872283	非药品第 10 类	西安中天生物医药有限公司	口咽冷敷凝胶（去渍美白 TM)	100g*100 盒
300	福曼医	福曼医	13625826	药品第 5 类	哈尔滨运美达生物科技有限公司	医用透明质酸钠修复贴	5 片*30 盒
301	易克清	易克清	9443768	药品第 5 类	江苏万禾制药有限公司	盐酸特比萘芬凝胶	20g*10 盒*40 中盒
302	易克清	易克清	9443768	药品第 5 类	江苏万禾制药有限公司	氧氟沙星凝胶	25g*10 盒*30 中盒
303	易克清	易克清	9443768	药品第 5 类	唐山红星药业有限责任公司	丙酸氯倍他索乳膏	20g*10 盒*40 中盒
304	易克清	易克清	9443768	药品第 5 类	唐山集川药业利康制药有限公司	复方醋酸地塞米松乳膏	20g*10 盒*40 中盒

序号	贴牌商标	商标图片	注册号	被许可商品类别	生产厂家	商品名称	商品规格
305	易克清	易克清	9443768	药品第 5 类	唐山集川药业利康制药有限公司	硝酸咪康唑乳膏	20g*10 盒*40 中盒
306	易克清	易克清	9443768	药品第 5 类	永信药品工业（昆山）股份有限公司	曲安奈德益康唑乳膏	30g/支*40 盒*6 中盒
307	福赛福	福赛福	9043776	药品第 5 类	安徽永生堂药业有限责任公司	辛伐他汀片	10mg*32 片*10 盒*30 中盒
308	福赛福	福赛福	9043776	药品第 5 类	广西鸿博原生制药有限公司	复方丹参片	0.32g*180 片*200 盒
309	福赛福	福赛福	9043776	药品第 5 类	青海鲁抗大地药业有限公司	参蛤平喘胶囊	0.3g*18 粒*5 小盒*48 中盒
310	福赛福	福赛福	9043776	药品第 5 类	武汉贝参药业股份有限公司	午时茶颗粒	6g*18 袋/包*100 包
311	暖宝贝	暖宝贝	40230398	非药品第 10 类	山东德可新生物科技有限公司	热疗熨灸敷袋（暖身贴）	40g/袋*10 袋/盒*40 盒
312	暖宝贝	暖宝贝	40230398	非药品第 10 类	山东德可新生物科技有限公司	热疗熨灸敷袋（暖足贴）	5 对装*40 盒
313	暖宝贝	暖宝贝	40230398	非药品第 10 类	潍坊德朗姆生物医疗产品有限公司	热疗熨灸敷袋（暖宫贴）	3 贴*96 盒
314	暖宝贝	暖宝贝	40230398	非药品第 10 类	潍坊德朗姆生物医疗产品有限公司	热疗熨灸敷袋（暖足贴）	5 对装*40 盒
315	国胜	国胜	5368763	药品第 5 类	山东济水阿胶有限公司	（国胜牌）阿胶	250g*1 盒*40 盒
316	国胜	国胜	5368763	药品第 5 类	山东济水阿胶有限公司	（国胜牌）阿胶	500g*1 盒*30 盒
317	欣同克	欣同克	11966514	药品第 5 类	湖南方盛制药股份有限公司	头孢丙烯片	0.25g*12 片*10 盒*20 中盒
318	欣同克	欣同克	11966514	药品第 5 类	重庆通和药业有限公司	阿昔洛韦分散片	0.2g*24 片*10 盒*40 中盒