



关于湖北恒安芙林药业股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询函的回复报告



保荐机构（主承销商）：天风证券股份有限公司
（湖北省武汉市东湖新技术开发区关东园路 2 号高科大厦四楼）

深圳证券交易所：

根据贵所于 2021 年 10 月 26 日下发的《关于湖北恒安芙林药业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第二轮审核问询函》（审核函〔2021〕011205 号）（以下简称“问询函”），天风证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“天风证券”）作为湖北恒安芙林药业股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”或“恒安药业”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，已会同发行人、发行人申报会计师大信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、发行人律师北京市君泽君律师事务所（以下简称“发行人律师”），本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函所提问题逐条进行了认真核查、讨论及回复，具体情况如下文，请予审核。

除另有说明外，本回复报告所用简称或名词释义与《湖北恒安芙林药业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）》中的释义相同。

本回复报告的字体代表以下含义：

字体	含义
黑体加粗	问询函所列问题
宋体	对问询函所列问题的回复
楷体加粗	对招股说明书内容的修改、补充

特别说明：在本审核问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目录

问题 1 关于营业收入.....	4
问题 2 关于销售费用.....	26
问题 3 关于销售模式.....	44
问题 4 关于主要客户.....	52
问题 5 关于供应商.....	61
问题 6 关于营业成本及原材料采购.....	70
问题 7 关于毛利率.....	82
问题 8 关于存货.....	84
问题 9 关于涉及虚开增值税发票案件事项.....	92
问题 10 关于行业政策.....	100
问题 11 关于核心产品集中风险.....	112
问题 12 关于历史沿革及实际控制人.....	119
问题 13 关于资金流水核查.....	130

问题 1 关于营业收入

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）2021 年 1-6 月，盐酸特比萘芬片单价下降主要系该品种被国家纳入带量采购范围从而使市场价格出现下降，石辛含片单价下降主要系公司该产品代理经销比重加大使价格下降。

（2）根据米内网数据，米内网具体销售数据与发行人披露的销售数据存在一定差异，米内网部分行业数据变化趋势与发行人存在差异，差异的原因包括统计方式、增值税率等。

（3）公司中药配方颗粒业务目前仅在湖北省内销售，截至 2021 年 6 月末，公司中药配方颗粒业务合计与 58 家医院签订了临床试用协议。2021 年上半年中药配方颗粒实现销售收入 1,482.98 万元。公司中药配方颗粒生产线产能利用率较低。

请发行人：

（1）结合代理经销的具体变化情况，说明石辛含片单价下降原因；结合盐酸特比萘芬片带量采购前后销售价格、中标价格等具体情况说明盐酸特比萘芬片销售价格变化合理性。

（2）说明米内网的简要情况，报告期内米内网相关数据的数据来源、统计方式，并结合前述情况说明其数据的准确性；量化分析增值税率等对米内网相关数据与发行人数据差异的影响情况；说明存在第三方数据的相关产品占发行人营业收入及毛利的比例情况。

（3）说明中药配方颗粒业务临床试用协议的主要合同条款，结合相关医院的排名情况、与相关医院的业务进展情况、是否存在终止或中止试用情况、相关方该业务合作的公司数量等进一步说明发行人该业务开展情况及前景。

（4）结合中药配方颗粒业务最近一期收入、成本情况，相关存货周转情况，该业务主要客户应收款及回款情况等说明该业务拓展情况，分析相关存货和固定资产金额较大的原因、发行人该业务的商业合理性，相关存货和固定资产减

值准备计提的充分性；说明发行人中药配方颗粒业务是否仅能在省内销售，并结合该业务省内竞争情况、主要竞争对手情况、医保政策变化情况等进行进一步分析发行人该业务的核心竞争力。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，请发行人律师对问题（3）发表明确意见。

回复：

一、结合代理经销的具体变化情况，说明石辛含片单价下降原因；结合盐酸特比萘芬片带量采购前后销售价格、中标价格等具体情况说明盐酸特比萘芬片销售价格变化合理性

（一）结合代理经销的具体变化情况，说明石辛含片单价下降原因；

最近一年及一期，公司石辛含片销售情况如下：

单位：万元、元/标准盒

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	金额	占比	单价	金额	占比	单价
配送经销	324.98	77.72%	22.82	646.56	90.58%	24.02
代理经销	84.62	20.24%	7.94	59.37	8.32%	7.53
直销	8.54	2.04%	17.10	7.87	1.10%	8.91
合计	418.14	100.00%	16.46	713.80	100.00%	20.00

注：2021 年 1-6 月石辛含片直销单价相比 2020 年较高，主要系直销收入中公司在京东开设的“芙林大药房旗舰店”的销售增长所致。公司于 2020 年 3 月开设该店铺，2020 年该店铺销售该产品 2.38 万元，占当期直销比例为 30.24%，均价为 27.42 元；2021 年 1-6 月该店铺销售 4.88 万元，占当期直销比例为 57.13%，均价为 29.10 元。因网上直销一般销售给最终消费者，公司根据最终端的市场价格进行定价，其售价相比公司直销给药店等的价格较高，因此造成 2021 年 1-6 月石辛含片的直销平均价格较高。

如上所示，公司石辛含片代理经销收入 2020 年度、2021 年 1-6 月分别为 59.37 万元、84.62 万元，占该产品当期收入的比例分别为 8.32%、20.24%。2021 年 1-6 月，受益于部分区域的代理经销商对所在区域的连锁药房及第三终端市场的开拓，石辛含片代理经销收入占当期收入的比重加大，而代理经销模式下销售价格较低，使石辛含片整体单价下降。

（二）结合盐酸特比萘芬片带量采购前后销售价格、中标价格等具体情况

说明盐酸特比萘芬片销售价格变化合理性

2021 年 1 月 15 日，国家组织药品集中采购和使用联合采购办公室关于发布《全国药品集中采购文件（GY-YD2021-1）》的公告（国联采字（2021）1 号），特比萘芬口服常释剂型纳入采购品种目录。2021 年 2 月 8 日，联合采购办公室公布中选结果，具体如下：

产品规格	包装	中选企业	中选价格	供应省（区）
盐酸特比萘芬片（0.125g）	14 片/盒	齐鲁制药有限公司（以下简称“齐鲁制药”）	6.44	北京、天津、河北、山西、辽宁、吉林、黑龙江、上海、江苏、浙江、江西、湖北、广西、甘肃、宁夏、新疆（含兵团）
盐酸特比萘芬片（0.25g）	14 片/板/盒	南京臣功制药股份有限公司（以下简称“臣功制药”）	12.05	内蒙古、安徽、福建、山东、河南、湖南、广东、海南、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、青海

公司未参与上述带量采购，但受上述带量采购影响，公司最近一期盐酸特比萘芬片销售情况发生了较大的变化，具体情况如下：

单位：万元、元/标准盒

项目	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	金额	占比	单价	金额	占比	单价
配送经销	185.46	28.52%	11.34	990.33	56.05%	12.30
代理经销	415.21	63.84%	4.26	684.27	38.73%	4.38
直销	49.69	7.64%	5.09	92.14	5.22%	5.80
合计	650.36	100.00%	5.26	1,766.73	100.00%	6.99

如上所示，公司盐酸特比萘芬片销售单价由 2020 年的 6.99 元/标准盒下降至 5.26 元/标准盒，主要系受盐酸特比萘芬片纳入带量采购影响：一方面，公司盐酸特比萘芬片配送经销模式收入比重下降较大，2020 年度盐酸特比萘芬片配送经销收入为 990.33 万元，占该产品当期收入的比例为 56.05%；受带量采购影响，2021 年 1-6 月该产品配送经销收入为 185.46 万元，占该产品当期收入的比例为 28.52%；另一方面，受带量采购影响，各种销售模式下的单价均有所下降，因此导致该产品整体单价下降较大。上述因素对价格变动的影响具有合理性：

- 1、公司配送经销收入比重下降导致整体单价下降较大具有合理性

受带量采购影响，大型公立医院向中选企业采购该品种，公司该产品不再销往公立医院，导致配送经销收入占比大幅下降，而配送经销模式下单价较高，收入结构变化最终导致整体单价下降较大。

2、公司各种销售模式下的单价下降幅度具有合理性

受带量采购影响，中选企业销往公立医院的产品价格下降幅度较大，根据2021年11月22日阿里健康大药房的销售价格，齐鲁制药该产品（0.125g*14片）价格为22元/盒，以此价格测算，中选价格下降了70.73%；巨功制药（0.25g*6片）价格为14.7元/盒，折算为14片的价格为34.30元/盒，以此价格测算，中选价格下降了64.87%。从上可见，中选企业该产品在公立医院的销售价格整体下降较大，但在其他渠道的售价相对较高。公司因未参与上述带量采购，所以各种销售模式下的单价虽有下降，但下降幅度并不大。

同时，从目前公司该药品的销售价格来看，下降幅度亦具有合理性。目前公司该药品的市场价格相较中选企业而言，本身市场定价相对不高，销售价格合理。以2021年11月22日阿里健康大药房的销售价格为例，公司该产品（0.125g*6片）价格为6.8元/盒，折算为14片的价格为15.87元/盒，而齐鲁制药有限公司该产品（0.125g*14片）价格为22元/盒。从上可见，公司该产品的售价与目前市场实际销售价格相符，且相对不高，销售价格较为合理，其单价下降幅度具有合理性。

综上，公司盐酸特比萘芬片销售价格变化主要受带量采购影响所致，公司配送经销单价较高，其收入比重下降导致整体单价下降较大，但因公司未直接参与带量采购，各种销售模式下的单价下降幅度相对不大，其销售价格变化具有合理性。

二、说明米内网的简要情况，报告期内米内网相关数据的数据来源、统计方式，并结合前述情况说明其数据的准确性；量化分析增值税率等对米内网相关数据与发行人数据差异的影响情况；说明存在第三方数据的相关产品占发行人营业收入及毛利的比例情况。

（一）说明米内网的简要情况，报告期内米内网相关数据的数据来源、统

计方式，并结合前述情况说明其数据的准确性；

1、米内网的简要情况

米内网是中国领先的医药健康信息平台，由国家药品监督管理局南方医药经济研究所下属企业广州标点医药信息股份有限公司主办。国家药品监督管理局南方医药经济研究所是国家药品监督管理局直属公益二类事业单位，主要从事医药产业经济研究、药品医疗器械安全形势评估、风险监测预警、医药政策研究、药品医疗器械网络监测、医药数据信息化建设和医药专业传媒出版等工作，编辑出版《医药经济报》《21 世纪药店》《中国处方药》《医师在线》等报纸期刊，是国家药品监督管理局重要的技术支撑力量之一。米内网提供全国医药市场数据为基础的全方位医药信息服务，目前拥有七项数据分析技术获国家专利，每月收集数据 3000 多万条，有 63 个专业数据库为医药健康行业服务，主要内容包括“中国城市公立医院化学药终端竞争格局数据库”“中国县级公立医院化学药终端竞争格局数据库”“中国城市社区化学药终端竞争格局数据库”“中国乡镇卫生院化学药终端竞争格局数据库”“MID 药品索引综合数据库”“药品目录数据库”“MED 中国药品审评数据库”等数据库。

2、报告期内米内网相关数据的数据来源、统计方式

米内网数据来源主要基于其独立调研和相关行业研究积累形成，相关数据按照统一的方式进行收集、整理、加工和分析。其具体数据来源和统计方式如下：

（1）抽样和放大方法：市场销售数据库按照分层、非等比、随机抽样原则，抽取全国 27 个省市，近 4 千家公立医院，超过 1.1 万家基层医疗机构，在此基础上进行分层放大至全国公立医疗机构。

（2）终端统计范围：包括中国公立医疗机构终端（全国所有地级及以上城市的公立医院、县（县级市）的公立医院、政府办的城市社区卫生服务中心及城市社区卫生服务中心站、政府办的乡镇卫生院），不含民营医院、村卫生室、私人诊所等民营医疗机构、县乡村实体药店、网上药店终端。

（3）市场销售额统计口径：因不同医药企业的产品特点、企业销售网络、企业资源条件等不同，各企业采取了不同的销售模式，相应也采取了不同的出厂

价格政策。即使在销售数量和终端实际零售价格相同的情况下，不同企业的销售收入也可能差距较大。为了使各企业各产品的市场数据能够在同一个平台下对比，更有利于准确描述企业市场地位，米内网统一以终端实际零售价格计算各企业和品种的市场销售额。

（4）化学药分类方法：以世界卫生组织药物统计方法整合中心的 ATC 编码（解剖学、治疗学及化学分类系统）为基础，以国家医保目录、国家基本药物目录的分类方法为辅，综合参考制定。

3、结合前述情况说明其数据的准确性

米内网由国家药品监督管理局南方医药经济研究所下属企业广州标点医药信息股份有限公司主办。国家药品监督管理局南方医药经济研究所是国家药品监督管理局直属公益二类事业单位，编辑出版《医药经济报》《21 世纪药店》《中国处方药》《医师在线》等多份报纸期刊。米内网目前拥有七项数据分析技术获国家专利，每月收集数据 3000 多万条，有 63 个专业数据库为医药健康行业服务，为医药行业普遍使用的数据库。

米内网的市场销售数据库按照分层、非等比、随机抽样原则，抽取全国 27 个省市，近 4 千家公立医院，超过 1.1 万家基层医疗机构，在此基础上进行分层放大至全国公立医疗机构。

根据产品特点、企业销售网络、企业资源条件等不同，不同医药企业采取了不同的销售模式，相应也采取了不同的出厂价格政策。即使在销售数量和终端实际零售价格相同的情况下，不同企业的销售收入也可能差距较大。为了使各企业各产品的市场数据能够在同一个平台下对比，更有利于准确描述企业市场地位，米内网统一以终端实际零售价格计算各企业和品种的市场销售额。

总体来看，米内网采用分层、非等比、随机抽样原则，抽取大量样本数据，并统一采用终端医疗机构的销售数量和终端实际零售价格来计算市场销售额，在此基础上进行放大，其数据具有相对的准确性和客观性。

（二）量化分析增值税率等对米内网相关数据与发行人数据差异的影响情况；

公司销售数据与发行人披露的销售数据存在一定差异,主要系米内网数据库是以分层抽样原则,抽取全国一定数量医疗机构作为样本,在分层抽样的基础上放大模拟得出全国所有公立医疗机构的销售数据,与实际销售数据存在一定差异。此外,该数据库按终端零售含税价进行统计,与公司实际出厂价格存在一定差异,因此相关公开数据与发行人实际销售数据相比相对较高。综合考虑增值税、终端销售价格以及终端销售流向等影响后,差异情况如下:

单位: 万元

年度	项目	公司销售收入(不含税)	米内网数据(含税)	差异率	公司销售收入按照米内网统计口径折算后的数据	折算后差异率
		A	B	(A-B)/B*100%	C	(C-B)/B*100%
2020年度	丙酸氟替卡松乳膏	11,952.17	17,988.00	-33.55%	16,007.01	-11.01%
	糠酸莫米松乳膏	8,642.23	11,764.00	-26.54%	12,720.12	8.13%
	盐酸特比萘芬片	1,766.73	3,773.00	-53.17%	3,819.28	1.23%
	丁酸氢化可的松乳膏	1,316.78	2,569.00	-48.74%	2,018.83	-21.42%
	盐酸特比萘芬乳膏	688.16	633.00	8.71%	1,218.77	92.54%
	小计	24,366.07	36,727.00	-33.66%	35,784.02	-2.57%
	皮肤科用药总收入	26,263.14	37,093.00	-29.20%	38,360.20	3.42%
2019年度	丙酸氟替卡松乳膏	10,530.30	15,196.00	-30.70%	14,214.06	-6.46%
	糠酸莫米松乳膏	8,465.17	12,630.00	-32.98%	12,727.09	0.77%
	盐酸特比萘芬片	1,873.51	2,659.00	-29.54%	3,868.52	45.49%
	丁酸氢化可的松乳膏	1,312.64	2,673.00	-50.89%	1,954.10	-26.89%
	盐酸特比萘芬乳膏	685.48	665.00	3.08%	1,216.81	82.98%
	小计	22,867.10	33,823.00	-32.39%	33,980.58	0.47%
	皮肤科用药总收入	23,984.53	34,169.00	-29.81%	35,529.46	3.98%

2018 年度	丙酸氟替卡松乳膏	7,481.34	12,398.00	-39.66%	11,306.49	-8.80%
	糠酸莫米松乳膏	6,900.53	11,353.00	-39.22%	11,321.49	-0.28%
	盐酸特比萘芬片	1,503.86	2,494.00	-39.70%	3,251.81	30.39%
	丁酸氢化可的松乳膏	1,336.41	2,824.00	-52.68%	2,174.18	-23.01%
	盐酸特比萘芬乳膏	667.59	641.00	4.15%	1,164.19	81.62%
	小计	17,889.73	29,710.00	-39.79%	29,218.16	-1.66%
	皮肤科用药总收入	18,816.20	30,008.00	-37.30%	30,608.80	2.00%

注：公司销售收入按照米内网统计口径折算的具体方法为：公司销售收入按照米内网统计口径折算后的数据=公司主要产品销售数量×医院终端占比×医院终端销售价格×（1+增值税税率）。

上表中，丙酸氟替卡松乳膏和糠酸莫米松乳膏的折算后差异率较小，盐酸特比萘芬片、丁酸氢化可的松乳膏和盐酸特比萘芬乳膏的折算后差异率较大，主要原因是：

米内网的市场销售数据库按照分层、非等比、随机抽样原则，抽取全国 27 个省市，近 4 千家公立医院，超过 1.1 万家基层医疗机构，在此基础上进行分层放大至全国公立医疗机构。根据国家卫生健康委发布的《2020 年我国卫生健康事业发展统计公报》，2020 年末，我国公立医院 11,870 个，基层医疗卫生机构 970,036 个。以此计算，米内网抽取的公立医院数量占比为 33.70%，抽取的基层医疗卫生机构数量占比为 1.13%，将抽样结果放大至全国，必然会产生偏差。一般而言，销量越大的产品，抽样结果放大后的偏差越小；销量越小的产品，则可能抽样结果放大后的偏差越大。公司产品中，丙酸氟替卡松乳膏和糠酸莫米松乳膏销售量较大，因此差异率相对较低；盐酸特比萘芬片、丁酸氢化可的松乳膏和盐酸特比萘芬乳膏的销量较小，因此差异率相对较大。

综合考虑增值税、终端销售价格以及终端销售流向等影响后，公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度主要产品小计差异率分别为 1.66%、-0.47%、2.57%，皮肤科用药总收入差异率分别为-2.00%、-3.98%、-3.42%，总体差异率不大。公司实际销售数据与米内网数据之间存在的差异，是由于统计口径、统计方法的不

同而导致，具有合理性。

（三）说明存在第三方数据的相关产品占发行人营业收入及毛利的比例情况。

公司产品中，除石辛含片及中药配方颗粒产品在米内网中不存在相关数据外，其他产品均在米内网中存在相关数据。公司存在第三方数据的相关产品占发行营业收入及毛利的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
皮肤科用药	13,296.10	12,021.42	26,263.14	23,610.93	23,984.53	21,471.95	18,816.20	16,658.40
心脑血管药物	256.93	192.09	675.07	480.30	636.29	480.89	668.27	461.75
其他	96.91	33.78	229.45	130.86	267.35	151.63	214.73	28.12
合计	13,649.94	12,247.29	27,167.66	24,222.09	24,888.17	22,104.47	19,699.20	17,148.27
占营业收入、毛利比例	87.77%	89.21%	95.65%	96.66%	97.17%	97.36%	96.98%	97.09%

公司产品中，存在第三方数据的相关产品占发行人营业收入及毛利的比例均较高。

三、说明中药配方颗粒业务临床试用协议的主要合同条款，结合相关医院的排名情况、与相关医院的业务进展情况、是否存在终止或中止试用情况、相关方该业务合作的公司数量等进一步说明发行人该业务开展情况及前景。

（一）中药配方颗粒业务临床试用协议的主要合同条款

公司中药配方颗粒业务临床试用协议的主要合同条款如下：

“一、协议内容与周期

1、甲方就乙方所生产的中药配方颗粒开展临床试用，双方开展中药配方颗粒的临床应用和安全性、有效性、一致性等方面的研究，为群众提供更安全、有效、便利的中药服务。

2、本协议周期为……

二、临床试用

1、产品质量。乙方对产品质量负全部责任，产品质量符合企业内控标准和国家标准。乙方向甲方提供每批次产品纸质或电子版检验报告书。

2、产品管理。临床试用中，双方按药品管理要求对中药配方颗粒进行管理，通过产品追溯，确保产品不流失到合法渠道外。

3、临床研究。双方定期开展临床应用观察和安全性等研究的总结分析，按法规做好不良反应事件的收集汇报，不断提升中药科研和患者服务水平。

4、沟通协调。双方建立日常沟通机制，加强临床试用工作的沟通协调，保障试用工作顺利开展。

三、责任和义务

1、甲方向乙方提供医疗机构执业许可证复印件、医疗机构等级等证明复印件并加盖公章，提供临床试用中场所等相关必备条件。

2、乙方向甲方提供合法资质证明文件，即《企业法人营业执照》《生产许可证》及其他批准性文件。乙方应及时、准确向甲方供应药品，确保甲方的临床用药。”

（二）结合相关医院的排名情况、与相关医院的业务进展情况、是否存在终止或中止试用情况、相关方该业务合作的公司数量等进一步说明发行人该业务开展情况及前景。

截至 2021 年 6 月末，公司累计与 58 家客户签订了临床试用协议，客户主要为湖北省内各大型医院，目前公司签订临床试用协议的客户中不存在终止或中止试用的情况。

最近一期，公司销售前十名的医院及业务情况如下：

排名	医院名称	销售金额（万元）	进展情况	医院合作公司数量（不包括发行人）	其他企业	发行人份额
1	宜昌市第一人民医院	213.31	2020 年 7 月签订协议，当月开始发货	1	广东一方制药有限公司	95%

2	宜昌市第二人民医院	177.54	2020年9月签订协议，2021年1月开始发货	1	北京康仁堂药业有限公司	33%
3	云梦县中医医院	122.99	2020年9月签订协议，2021年1月开始发货	1	劲牌持正堂药业有限公司	35%
4	襄阳市中西医结合医院	80.49	2021年2月签订协议，当月开始发货	3	劲牌持正堂药业有限公司、广东一方制药有限公司、四川新绿色药业科技发展有限公司	40%
5	湖北省第三人民医院	77.42	2021年1月签订协议，2021年3月开始发货	0	-	100%
6	洪湖市人民医院	58.23	2020年9月签订协议，当月开始发货	0	-	100%
7	宜昌市中医医院	48.20	2020年8月签订协议，2021年7月开始发货	2	华润三九医药股份有限公司、北京康仁堂药业有限公司	18%
8	荆州市荆州区中医医院	46.16	2021年1月签订协议，当月开始发货	1	劲牌持正堂药业有限公司	5%
9	宜昌市夷陵医院	46.07	2020年8月签订协议，2021年1月开始发货	1	四川新绿色药业科技发展有限公司	69%
10	咸宁市咸安区中医医院	41.92	2021年4月签订协议，当月开始发货	1	广东一方制药有限公司	49%
合计		912.33	-	-	-	-

注：医院的合作公司数量、发行人份额等情况来自相关医院等出具的说明。

从客户情况来看，目前公司中药配方颗粒业务已经开拓了数量较多的优质客户，具备了较好的客户基础。截至2021年6月末，公司累计与58家客户签订了临床试用协议，客户主要为湖北省内各大型医院，大部分为二级以上医院，其中三级医院达18家。公司最近一期销售前十名医院均为二级甲等以上医院，其中三级甲等医院4家。公司将持续维护和拓展客户，一方面，加深与大型医院的合作深度，提升公司市场份额占有率，另一方面，公司将拓宽销售渠道，与更多医院等展开合作，提高公司中药配方颗粒产品的覆盖广度。

公司现有客户中，目前各大医院中药配方颗粒业务合作公司数量较少，且目前湖北省内中药配方颗粒业务竞争企业数量相对较少，公司能够较快地提升市场份额。目前可在湖北省开展该业务的企业有 13 家，而纳入湖北省内医保目录且已形成规模销售的企业仅有劲牌持正堂药业有限公司和发行人 2 家，公司能够凭借自身的产品质量、营销能力等，快速提升公司中药配方颗粒产品市场占有率，并进一步提高公司产品品牌影响力。

从公司中药配方颗粒业务总体发展情况来看，销售收入增长较快，与客户合作情况良好，不存在终止或中止试用的情形。2020 年度，公司中药配方颗粒业务实现收入 392.57 万元；2021 年 1-6 月，公司该业务累计实现收入 1,482.98 万元；截至 2021 年 11 月末，公司该业务已对 61 家客户实现销售，1-11 月累计实现销售收入超过 5,000.00 万元（未经审计）。

从市场规模来看，随着国家持续推动中医药行业发展，湖北省大力推进中医药强省建设，湖北省中药配方颗粒市场规模将持续增长。根据前瞻产业研究院数据，2019 年我国中药配方颗粒市场规模为 502.59 亿元，根据人员数量按人均市场规模测算 2019 年湖北省中药配方颗粒市场规模为 21.13 亿元。目前纳入湖北省内医保目录且已形成规模销售的企业仅 2 家，公司业务空间较大。

综上，公司中药配方颗粒业务已经开拓了数量较多的优质客户，具备较好的客户基础；公司与客户合作情况良好，销售收入增长较快，客户不存在终止或中止试用的情形；客户合作的公司数量较少，公司较快地逐步占据了部分市场份额；同时，湖北省中药配方颗粒市场空间较大且仍将持续增长，而竞争企业数量相对较少，公司该业务发展前景广阔。

四、结合中药配方颗粒业务最近一期收入、成本情况，相关存货周转情况，该业务主要客户应收款及回款情况等说明该业务拓展情况，分析相关存货和固定资产金额较大的原因、发行人该业务的商业合理性，相关存货和固定资产减值准备计提的充分性；说明发行人中药配方颗粒业务是否仅能在省内销售，并结合该业务省内竞争情况、主要竞争对手情况、医保政策变化情况等进一步分析发行人该业务的核心竞争力。

（一）结合中药配方颗粒业务最近一期收入、成本情况，相关存货周转情

况，该业务主要客户应收款及回款情况等说明该业务拓展情况，分析相关存货和固定资产金额较大的原因、发行人该业务的商业合理性，相关存货和固定资产减值准备计提的充分性；

1、中药配方颗粒业务收入、成本、存货周转等情况

最近一期，中药配方颗粒业务收入、成本、存货周转等情况如下：

项目	2021 年 1-6 月金额
收入（万元）	1,482.98
成本（万元）	346.22
存货余额（万元）	6,010.58
存货周转率（次）	0.07

2、中药配方颗粒业务主要客户应收款及回款情况

截至最近一期末，中药配方颗粒业务前五名客户应收款及回款情况如下：

单位：万元

序号	客户	期末应收账款	截至 2021 年 10 月末 回款金额
1	人福医药宜昌有限公司	552.71	120.00
2	宜昌市第二人民医院	200.62	15.00
3	云梦县中医医院	53.96	53.96
4	重庆医药荆州有限公司	122.63	13.92
5	襄阳市中西医结合医院	90.95	0.00
合计		1,020.86	202.88

注：人福医药宜昌有限公司为宜昌市第一人民医院、宜昌市中医医院、宜昌市妇幼保健院的配送商，重庆医药荆州有限公司为洪湖市人民医院、荆州市荆州区中医院、荆州市第三人民医院、京山县人民医院的配送商。

3、业务拓展情况

公司中药配方颗粒业务整体拓展情况较好，业务整体收入增长较快，客户数量增长较多且单个客户销量快速上升。

（1）公司业务整体增长较快

最近一期，公司中药配方颗粒业务整体销售收入实现较快增长。公司中药配

方颗粒业务于 2020 年下半年开始销售，处于业务起步快速发展期，2020 年度、2021 年 1-6 月实现收入分别为 392.57 万元、1,482.98 万元，结转成本分别为 140.30 万元、346.22 万元，实现毛利分别为 252.27 万元、1,136.76 万元。

（2）公司拓展客户数量稳步增长且单个客户销量快速上升

公司拓展客户数量增长较快，截至 2021 年 6 月末，公司累计与 58 家客户签订了临床试用协议，客户主要为湖北省内各大型医院，具体包括宜昌市第一人民医院、宜昌市第二人民医院、云梦县中医医院、襄阳市中西医结合医院、湖北省第三人民医院、宜昌市中心医院等。其中对宜昌市第一人民医院、宜昌市第二人民医院、云梦县中医医院、洪湖市人民医院、襄阳市中西医结合医院等各大医院均已逐步开展业务、持续供应中药配方颗粒产品，且产品销售增长较快，2021 年 1-6 月公司前五大客户销售实现收入 756.21 万元，相比 2020 年度收入增长 496.63 万元。

4、分析相关存货和固定资产金额较大的原因、发行人该业务的商业合理性，相关存货和固定资产减值准备计提的充分性

（1）相关存货和固定资产金额较大的原因

2021 年 6 月末，公司中药配方颗粒业务存货具体情况如下：

单位：万元

存货类别	具体种类	金额
原材料	中药材	217.73
	中药材提取物	2,399.29
自制半成品及在产品	中药配方颗粒（未完成检验及包装）	346.59
产成品	中药配方颗粒	3,036.55
发出商品	中药配方颗粒	10.42
合计		6,010.58

如上所示，公司中药配方颗粒存货金额较大，主要为中药材提取物、中药配方颗粒产成品。公司相关存货金额较大的原因主要为：

①满足下游医院和患者的需求所致。公司中药配方颗粒产品品种较多，截至报告期末完成备案品种 488 个，每个产品均需有一定量的存货，才能满足医院和

患者的需求。公司中药配方颗粒产品按单个中药品种独立生产和包装，在具体使用时，由医生根据患者情况选择不同的中药方剂，再按中药方剂选取各颗粒品种进行调配。中药方剂数量很多，且每个中药方剂所需的中药品种各不相同，而医生在开具方剂时为保证质量可追溯性，选择的中药品种一般为同一厂家产品，因此，同一厂家的中药配方颗粒品种要足够齐全，医院才会选择该厂家产品。公司已备案的中药配方颗粒产品品种较多，每个产品均需保有一定的存货量，因此导致整体存货金额较大。

②满足公司目前的生产计划所致。一是需要平衡品种数量和产线数量。公司中药配方颗粒产品品种较多，公司目前拥有完整生产线 5 条，中药配方颗粒生产流程包括前处理、提取浓缩、干燥、混合、制粒等环节，一个中药配方颗粒品种的完整生产周期为 21 天左右，公司需合理安排各环节生产数量。二是需要平衡单个品种生产次数和资源耗用数量。为保证产品质量，公司中药配方颗粒的每一个生产环节结束后，需对该环节生产设备进行全面清洁，才能生产下一个品种，对生产设备进行清洁需要耗费时间、人力、水等资源，公司需要合理安排单个品种的生产次数以减少资源耗用。三是需要保证供货及时性。公司中药配方颗粒发货期一般 7 天左右，发货周期短，但生产耗时较长，因此公司需要提前储备，以保证及时满足下游医院需求。综合上述考虑，公司目前的生产计划为单个产品基本每年生产 1 次、生产量需考虑 1 年的销量，对于销量大的品种生产次数会相应增加。

③满足湖北省疫情防控常态化下重要医疗物资保供需求所致。根据省疫情防控指挥部办公室 2020 年 7 月 8 日发布的《关于印发湖北省新冠肺炎疫情防控常态化下重要医疗物资保供工作方案的通知》，公司的中药配方颗粒、中药饮片列入保供物资，公司需要保证足量的库存。

综上，中药配方颗粒产品品种数量多，每个产品基本每年只排产 1 次、生产量需考虑 1 年的销量，且生产耗时较长而发货期较短，导致公司存货提取物和产成品较多；此外，作为重要医疗物资保供企业，公司需要保证足量的库存。

2021 年 6 月末，公司中药配方颗粒业务相关固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	账面价值
房屋及建筑物	6,824.57	506.18	6,318.39
机器设备	6,167.16	935.94	5,231.22
运输设备	59.29	23.25	36.04
电子设备	139.74	25.81	113.93
其他	101.85	13.21	88.64
合计	13,292.60	1,504.39	11,788.22

如上所示，公司中药配方颗粒业务相关固定资产金额较大，且主要为房屋及建筑物、机器设备。公司相关固定资产金额较大的原因主要为：

①中药配方颗粒业务为公司战略性业务之一，开展该业务所需场地较大，公司原有厂房均有相关用途，为配合中药配方颗粒业务顺利开展，公司新建了相关厂房，投入金额较大。

②中药配方颗粒业务品种数量多、处理药材量较大，生产流程较为复杂，包括前处理、提取浓缩、干燥、混合、制粒等环节，整体业务规模较大，所需投入的生产设备较多。

（2）发行人该业务的商业合理性

中药配方颗粒业务为公司战略性业务之一，符合国家产业政策方向，产品市场空间广阔，公司具备该业务的研发、采购、生产、销售能力，最近一期业务进展情况良好，具有商业合理性。

①符合国家产业政策方向

湖北省人民政府 2020 年 12 月发布《湖北省推进中医药强省建设三年行动计划（2020—2022 年）》指出：提升中药产业发展水平，支持省内中医药企业做大做强，支持劲牌集团、恒安药业等开展中药配方颗粒生产试点；国务院办公厅 2021 年 2 月发布《关于加快中医药特色发展的若干政策措施》指出：大力支持将疗效和成本有优势的中医医疗服务项目纳入基本医疗保险支付范围，综合考虑有效性、经济性等因素，按规定合理确定目录甲乙分类。以上政策将有利于公司中药配方颗粒业务的发展。

②产品市场空间广阔

根据前瞻产业研究院数据，2019 年我国中药配方颗粒市场规模为 502.59 亿元，根据国家统计局数据，2019 年末全国人口数量为 141,008 万人，湖北省常住人口数量为 5,927 万人，按人均市场规模折算 2019 年湖北省中药配方颗粒市场规模为 21.13 亿元。公司 2020 年中药配方颗粒销售收入为 392.57 万元，占湖北省中药配方颗粒市场份额为 0.19%，公司中药配方颗粒业务市场空间广阔。

③公司具备该业务的研发、采购、生产、销售能力

公司以原有产品石辛含片为基础，进入中药配方颗粒业务，具有相应的研发、采购、生产、销售经验和能力。公司目前已具备完善的研发检测体系，形成了较为成熟的中药材采购体系、成熟的生产技术和生产经验，同时依托原有营销网络对中药配方颗粒产品进行营销。

公司生产的中药配方颗粒产品各项指标均符合相关标准，截至 2021 年 6 月底已获得湖北省药监局共计 488 味品种中药配方颗粒的备案。目前公司已规模化生产中药配方颗粒产品，产品已正式向市场销售，公司产品质量稳定良好，整体销售快速增长。

④最近一期业务进展情况良好

最近一期，公司中药配方颗粒业务整体销售收入实现较快增长。2020 年度、2021 年 1-6 月实现收入分别为 392.57 万元、1,482.98 万元，结转成本分别为 140.30 万元、346.22 万元，实现毛利分别为 252.27 万元、1,136.76 万元。

截至 2021 年 6 月末，公司累计与 58 家客户签订了临床试用协议，客户主要为湖北省内各大型医院。最近一期，公司拓展客户数量稳步增长且单个客户销量快速上升。

综上，公司中药配方颗粒业务具有商业合理性，发展前景广阔。

(3) 相关存货和固定资产减值准备计提的充分性

最近一期，公司中药配方颗粒业务进展情况良好，业务整体销售收入实现较快增长。2021 年 1-6 月实现收入 1,482.98 万元，实现毛利 1,136.76 万元。截至 2021 年 6 月末，公司累计与 58 家客户签订了临床试用协议，客户主要为湖北省

内各大型医院，公司客户资质情况良好，回款风险较小。

针对相关存货，公司于报告期末对每个中药配方颗粒品种单独进行了存货跌价减值测试，对单个中药颗粒产品的最终成本高于其可变现净值的品种逐个计提减值，截至 2021 年 6 月末，公司相关存货计提的存货跌价准备余额为 352.31 万元。公司相关存货减值准备计提充分。

针对相关固定资产，公司于报告期末结合中药配方颗粒业务的进展情况、相关固定资产的使用情况等进行了判断，截至 2021 年 6 月末，公司中药配方颗粒业务进展情况良好，业务发展前景广阔，相关固定资产使用情况良好，不存在减值迹象，无需计提资产减值准备。

（二）说明发行人中药配方颗粒业务是否仅能在省内销售，并结合该业务省内竞争情况、主要竞争对手情况、医保政策变化情况等进一步分析发行人该业务的核心竞争力。

1、说明发行人中药配方颗粒业务是否仅能在省内销售

截至报告期末，公司中药配方颗粒产品仅能在湖北省内销售。具体政策情况如下：

时间	政策名称	发布机关	相关内容
2017 年 8 月	《关于开展湖北省中药配方颗粒研发、生产和临床使用试点的实施方案》	湖北省经信委、省卫生计生委、省食药监局	由省卫生计生委根据试点企业申请，在我省二级甲等以上医院遴选中药配方颗粒临床科研试用医院
2020 年 6 月	《湖北省中药配方颗粒研发、生产和临床使用试点的实施方案（修订版）》	湖北省经信厅、湖北省卫健委、湖北省药监局	中药配方颗粒临床科研试用医院范围扩大至省内各级医疗机构
2021 年 2 月	《关于结束中药配方颗粒试点工作的公告》	国家药监局、国家中医药局、国家卫生健康委、国家医保局	1、中药配方颗粒品种实施备案管理，不实施批准文号管理，在上市前由生产企业报所在地省级药品监督管理部门备案。 2、跨省销售使用中药配方颗粒的，生产企业应当报使用地省级药品监督管理部门备案。无国家药品标准的中药配方颗粒跨省使用的，应当符合使用地省级药品监督管理

			理部门制定的标准。
--	--	--	-----------

截至报告期末，公司 488 个中药配方颗粒品种仅在湖北省药监局完成备案，根据《关于结束中药配方颗粒试点工作的公告》，公司中药配方颗粒仅能在湖北省内销售。

2、结合该业务省内竞争情况、主要竞争对手情况、医保政策变化情况等进一步分析发行人该业务的核心竞争力

公司中药配方颗粒业务在省内的整体竞争情况如下：

序号	竞争对手	类别	纳入本省医保编码数量	基本情况	省内业务开展情况
1	江阴天江药业有限公司	省外企业	无	为中国中药（0570.HK）子公司，产品数量 700 余种	在湖北省市场份额较大，覆盖二级以上医院 40 家左右，集中在武汉、荆州等区域，重点客户包括湖北省中医院、武汉市中医院、武汉市一医院等
2	广东一方制药有限公司	省外企业	无	为中国中药（0570.HK）子公司，产品数量 500 余种	在湖北省市场份额较大，覆盖二级以上医院 90 家左右，集中在孝感、荆州、黄冈、黄石、鄂州、恩施区域
3	华润三九医药股份有限公司	省外企业	无	产品数量 600 余种	在湖北省市场份额较大，覆盖二级以上医院 30 家左右，集中在华中科技大学同济医院、武汉一医院、武汉市中医院、襄阳中医院、宜昌中医院等
4	培力（南宁）药业有限公司	省外企业	无	产品数量 600 余种	目前仅在湖北部分地区有销售，销售规模相对不大
5	四川新绿色药业科技发展有限公司	省外企业	无	产品数量 670 余种	在湖北省市场份额较大，覆盖二级以上医院 20 家左右，集中在荆州、鄂州、孝感，重点客户包括荆州中医院、鄂州中医院、黄冈中医院等
6	北京康仁堂药业有限公司	省外企业	无	为红日药业（300026.SZ）子公司，产品数量 500 余种	在湖北省市场份额较大，覆盖二级以上医院 30 家左右，集中在武汉、宜昌，重点客户包括华中科技大学同济医院、武汉市一医院、宜昌中医院等。
7	李时珍医药集团有限公司	省内企业	无	位于湖北黄冈蕲春县，为台湾舒	暂未形成规模销售

	司			佳康企业有限公司子公司	
8	劲牌持正堂药业有限公司	省内企业	641	位于湖北黄石，湖北省首批中药配方颗粒试点企业	逐步进入省内医院等市场，已具有一定的销售规模
9	湖北香连药业有限责任公司	省内企业	无	位于湖北恩施，为台湾天明制药股份有限公司子公司	暂未形成规模销售
10	马应龙药业集团股份有限公司	省内企业	无	位于湖北武汉，股票简称马应龙（600993.SH）	暂未形成规模销售
11	国药集团中联药业有限公司	省内企业	403	位于湖北武汉，为国药现代（600420.SH）控股子公司	暂未形成规模销售
12	湖北辰美中药有限公司	省内企业	396	位于湖北黄冈英山县，为北京康仁堂药业有限公司子公司	暂未形成规模销售
13	发行人	省内企业	624	位于湖北宜昌，湖北省首批中药配方颗粒试点企业	逐步进入省内医院等市场，已具有一定的销售规模

注：数据来源于湖北省医保药品（中药配方颗粒部分）编码数据库-20210908；中药配方颗粒医保参照中药饮片编码进行管理，部分品种因炮制方法、产地等不同可能存在多个编码。竞争对手的省内业务情况根据公司自身调研情况填写。

中药配方颗粒业务医保政策变化情况如下：

时间	政策名称	发布机关	相关内容
2020 年 7 月	《关于将省内试点企业生产的中药配方颗粒纳入基本医疗支付范围的通知》	湖北省医保局、省经信厅、省卫健委、省药监局	准予已经认定的省内试点企业生产的中药配方颗粒，纳入湖北省基本医疗保险基金支付范围。中药配方颗粒代码参照国家医保药品相关编码规则和方法确认。中药配方颗粒分批准入、医保部门会不定期更新医保目录。
2020 年 7 月	《基本医疗保险用药管理暂行办法》	国家医保局	各省（自治区、直辖市）以《国家目录》为基础，按国家规定的调整权限和程序将符合条件的民族药、医疗机构制剂、中药饮片纳入省级医保支付范围，按规定向国务院医疗保障行政部门备案后实施。国务院医疗保障行政部门建立完善动态调整机

			制，原则上每年调整一次。
2021 年 2 月	《关于结束中药 配方颗粒试点工 作的公告》	国家药监局、国 家中医药局、国 家卫生健康委、 国家医保局	中药饮片品种已纳入医保支付范围的，各 省级医保部门可综合考虑临床需要、基金 支付能力和价格等因素，经专家评审后将 与中药饮片对应的中药配方颗粒纳入支付 范围，并参照乙类管理。

如上表所示，2020 年 7 月，湖北省将省内试点企业生产的中药配方颗粒纳入湖北省医保，国家医疗保障局明确将符合条件的中药饮片纳入省级医保支付范围。2021 年 2 月，相关部门明确各省级医保部门可考虑将与中药饮片对应的中药配方颗粒纳入医保支付范围，并参照乙类管理。

目前，湖北省内的中药配方颗粒业务的主要竞争对手的销售金额、市场占有率等数据缺乏公开统计资料。从纳入医保产品编码数量以及目前业务进展情况来看，发行人纳入湖北省医保的编码数量为 624 个，同时，湖北省内的中药配方颗粒生产企业目前形成规模销售的仅有劲牌持正堂和发行人 2 家，发行人该业务收入规模呈快速上升趋势，恒安芙林具有一定的竞争优势。

五、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、获取了石辛含片、盐酸特比萘芬片销售明细表，核查了石辛含片、盐酸特比萘芬片各模式下销售收入情况，了解上述产品最近一期销售均价下降的原因；查询了与盐酸特比萘芬片有关的药品集中采购文件，查阅中标价格等信息。

2、查询米内网的相关信息，了解其简要情况；向米内网相关人员了解其相关数据的数据来源、统计方式，了解其统计数据的准确性；获取米内网数据，查询增值税税率变更情况，分析增值税率等对米内网相关数据与发行人数据差异的影响情况；获取存在第三方数据的相关产品占发行人营业收入及毛利的比例情况。

3、查阅中药配方颗粒业务临床试用协议的主要条款；获取公司中药配方颗粒销售明细表，分析相关医院的排名情况；获取相关医院出具的说明，分析与相关医院的业务进展情况、是否存在终止或中止试用情况、相关方该业务合作的公司数量，分析公司中药配方颗粒的开展情况及前景。

4、获取中药配方颗粒业务销售明细表，最近一期收入、成本情况，相关存货周转情况，主要客户应收款及回款情况，分析了该业务的拓展情况；获取了中药配方颗粒业务的存货明细和固定资产明细，了解了存货和固定资产金额较大的原因；了解分析了公司中药配方颗粒业务的商业合理性；获取了相关存货明细表和减值情况表，了解了存货减值的计提过程；获取了相关固定资产明细表，察看了固定资产的使用状况，了解了公司中药配方颗粒业务的进展情况，分析了相关固定资产是否存在减值迹象；查阅了相关法规、政策文件，确认发行人中药配方颗粒业务的销售范围；了解了中药配方颗粒业务省内竞争情况、主要竞争对手情况、医保政策变化情况，分析公司该业务的核心竞争力。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、石辛含片单价下降主要是由于代理经销收入占当期收入的比重加大，而代理经销模式下销售价格较低，使石辛含片整体单价下降；盐酸特比萘芬片销售单价下降主要系受带量采购影响，公司该产品配送经销收入比重下降，使整体单价下降，销售价格变化具有合理性。

2、米内网采用分层、非等比、随机抽样原则，抽取大量样本数据，并统一采用终端医疗机构的销售数量和终端实际零售价格来计算市场销售额，在此基础上进行放大，其数据具有相对的准确性和客观性；公司实际销售数据与米内网数据之间存在的差异，是由于统计口径、统计方法的不同而导致，具有合理性；除石辛含片及中药配方颗粒产品在米内网中不存在相关数据外，其他产品均在米内网中存在相关数据，存在第三方数据的相关产品占发行人营业收入及毛利的比例均较高。

3、截至 2021 年 6 月末，公司累计与 58 家客户签订了临床试用协议，条款主要包括协议内容与周期、临床试用要求、责任和义务等；公司客户主要为湖北省内各大型医院，目前公司与各大医院业务进展情况良好，不存在终止或中止试用情况，且各大医院合作的中药配方颗粒公司数量较少，发行人该业务前景广阔。

4、发行人中药配方颗粒业务处于起步发展期，最近一期收入增长较快，客

户主要为各大型医院，整体业务拓展较好；相关存货和固定资产金额较大与公司该业务实际情况一致，主要系该业务特点和模式造成；该业务中药配方颗粒业务为发行人战略性业务之一，符合国家产业政策方向，产品市场空间广阔，公司具备该业务的研发、采购、生产、销售能力，最近一期业务进展情况良好，具有商业合理性；公司相关存货计提减值准备充分，相关固定资产使用状况良好，市场情况良好，不存在减值迹象，无需计提减值准备；目前，公司中药配方颗粒产品仅能在湖北省内销售，其竞争对手包括部分省外企业和省内企业，但目前纳入湖北省基本医疗保险基金支付范围的中药配方颗粒生产企业数量较少，公司纳入医保的产品编码数量较多，具有一定的竞争优势。

经核查，发行人律师认为：

截至 2021 年 6 月末，公司累计与 58 家客户签订了临床试用协议，条款主要包括协议内容与周期、临床试用要求、责任和义务等；公司客户主要为湖北省内各大型医院，目前公司与各大医院业务进展情况良好，不存在终止或中止试用情况，且各大医院合作的中药配方颗粒公司数量较少，发行人该业务前景广阔。

问题 2 关于销售费用

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人的市场管理活动通过委托推广服务商进行，由其结合推广区域的特点及客户情况进行专业沟通与产品宣传。

（2）发行人将会务活动分为学术会、科室会、商业推荐会三大类，与可比公司相比在会议频次、参加人数、场均金额等存在差异。

（3）报告期内公司的销售费用率与同行业可比公司平均值较为接近，营销推广费与剔除代理经销收入后的营业收入占比与同行业可比公司平均值亦较为接近。

请发行人：

（1）说明主要推广服务商的基本情况，包括基本情况、成立时间、注册资

本、服务内容、合作历史、采购金额及占该服务商当期销售金额比例等；与主要推广服务商的定价方式及定价公允性；报告期内主要推广服务商变化的情况及原因；发行人相关入账票据合规性、相关票据是否真实完整。

（2）说明各类会议频次、参加人数、场均金额等的决定因素，结合前述因素量化分析同行业可比公司在频次、参加人数、场均金额等方面存在差异的原因；说明是否存在报销发票与会议地点不一致等情况。

（3）结合同行业可比公司销售费用率计算口径与发行人的一致性、发行人销售费用率与同行业可比公司的差异情况说明发行人销售费用的核算的完整性和准确性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人销售费用相关内部控制制度是否健全并得到有效执行，发行人销售费用相关的会计凭证和原始凭证是否规范完整、发行人销售费用相关的交易是否具有商业实质，发行人销售费用完整性所采取详细核查程序、核查证据和核查结论。

回复：

一、说明主要推广服务商的基本情况，包括基本情况、成立时间、注册资本、服务内容、合作历史、采购金额及占该服务商当期销售金额比例等；与主要推广服务商的定价方式及定价公允性；报告期内主要推广服务商变化的情况及原因；发行人相关入账票据合规性、相关票据是否真实完整

（一）报告期各期，公司主要推广服务商基本情况如下：

1、2021 年 1-6 月

序号	市场推广服务商	成立时间	注册资本	服务内容	合作历史	采购金额	占该服务商当期销售金额比例
1	上海沌鑫生物科技有限公司	2017-6-14	500 万元	开展产品糠酸莫米松乳膏、丙酸氟替卡松乳膏在上海区域的市场推广工作	2017 年起	80.40 万元	17%
2	上海荣盟生物科技有限公司	2019-11-29	100 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏在上海区域的市场	2020 年起	79.27 万元	32%

				推广工作			
3	上海慈赫医疗咨询中心	2017-4-6	200 万元	开展产品糠酸莫米松乳膏、盐酸阿莫罗芬搽剂在上海区域的市场推广工作	2020 年起	77.01 万元	20%
4	上海祥子医疗科技有限公司	2017-5-2	500 万元	开展产品丁酸氢化可的松乳膏、糠酸莫米松乳膏在上海区域的市场推广工作	2017 年起	73.97 万元	24%
5	邯郸市丛台区同进商务服务有限公司	2019-12-4	30 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、石辛含片在邯郸、衡水区域的市场推广工作	2020 年起	73.30 万元	32.15%

2、2020 年度

序号	市场推广服务商	成立时间	注册资本	服务内容	合作历史	采购金额	占该服务商当期销售金额比例
1	邯郸市丛台区同进商务服务有限公司	2019-12-4	30 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、盐酸特比萘芬片、盐酸阿莫罗芬搽剂在河北区域的市场推广工作	2020 年起	155.30 万元	28.56%
2	丽水卓能咨询有限公司	2017-12-19	100 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、喷昔洛韦乳膏、丁酸氢化可的松乳膏、苯磺酸氨氯地平片、罗红霉素胶囊、辛伐他汀片、石辛含片等产品在浙江区域的市场推广工作	2018 年起	154.21 万元	28.89%
3	大连迪安达商务服务有限公司	2017-8-14	20 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、丁酸氢化可的松乳膏、石辛含片等产品在营口、鞍山、大连区域的市场推广工作	2018 年起	135.22 万元	27%
4	上海荣盟生物科技有限公司	2019-11-29	100 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、盐酸特比萘芬片在上海区域的市场推广工作	2020 年起	127.53 万元	38%

5	上海沌鑫生物科技有限公司	2017-6-14	500 万元	开展产品糠酸莫米松乳膏、丙酸氟替卡松乳膏在上海区域的市场推广工作	2017 年起	119.68 万元	24%
---	--------------	-----------	--------	----------------------------------	---------	-----------	-----

3、2019 年度

序号	市场推广服务商	成立时间	注册资本	服务内容	合作历史	采购金额	占该服务商当期销售金额比例
1	邯郸市邯山区荣平医药科技咨询有限公司	2017-12-21	20 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、丁酸氢化可的松乳膏、盐酸特比萘芬片、盐酸特比萘芬乳膏、苯磺酸氨氯地平片、辛伐他汀片等产品在河北区域的市场推广工作	2018 年起	245.38 万元	26.53%
2	丽水卓能咨询有限公司	2017-12-19	100 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、喷昔洛韦乳膏、盐酸特比萘芬片、丁酸氢化可的松乳膏等产品在浙江省及周边区域的市场推广工作	2018 年起	226.53 万元	36.32%
3	广元市利州辛和信息咨询服务部	2017-9-5	0.0005 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、丁酸氢化可的松乳膏等产品在四川区域的市场推广工作	2018 年起	175.82 万元	未提供
4	临沂世翔商贸有限公司	2015-6-29	600 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、盐酸特比萘芬片在临沂、青岛、济南、菏泽、淄博等区域的市场推广工作	2019 年起	170.43 万元	18.86%
5	上海沌鑫生物科技有限公司	2017-6-14	500 万元	开展产品糠酸莫米松乳膏、丙酸氟替卡松乳膏在上海区域的市场推广工作	2017 年起	166.54 万元	31%

4、2018 年度

序	市场推广服务	成立时间	注册资本	服务内容	合作历史	采购金	占该服务
---	--------	------	------	------	------	-----	------

号	商				史	额	商当期销售金额比例
1	邯郸市邯山区荣平医药科技咨询有限公司	2017-12-21	20 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、丁酸氢化可的松乳膏、盐酸特比萘芬片、盐酸特比萘芬乳膏、苯磺酸氨氯地平片、辛伐他汀片等在河北区域的市场推广工作	2018 年起	323.84 万元	28.72%
2	昌乐县宇恒市场营销策划中心	2018-1-4	-	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏在山东区域的市场推广工作	2018 年起	316.03 万元	未提供
3	天津鸿康伟业医药信息咨询有限公司	2016-6-1	500 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、丁酸氢化可的松乳膏、盐酸特比萘芬片等在天津区域的市场推广工作	2017 年起	241.48 万元	25.24%
4	丽水卓能咨询有限公司	2017-12-19	100 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、喷昔洛韦乳膏、盐酸特比萘芬片等在浙江省及周边区域的市场推广工作	2018 年起	213.75 万元	34.53%
5	江西天林医疗信息推广有限公司	2017-2-28	200 万元	开展产品丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、丁酸氢化可的松乳膏、石辛含片等在江西区域的市场推广工作	2017 年起	190.78 万元	未提供

上述推广服务商中，存在成立时间不长即与公司展开合作的情况，主要原因系：

（1）“两票制”政策于 2017 年开始在全国范围内推行，大量推广服务商在 2017 年前后相继成立，因此存在较多推广服务商 2017 年成立后即与公司展开合作；

（2）公司在选取推广服务商进行合作时，会对推广服务商的相关情况进行审查。对于新成立不久的推广服务商，一般重点考量其业务人员是否具备相关的从业经验。邯郸市丛台区同进商务服务有限公司和上海荣盟生物科技有限公司成立于 2019 年，2020 年与公司展开合作，间隔时间较短。公司在与邯郸市丛台区同进商务服务有限公司和上海荣盟生物科技有限公司开展业务合作前，对其主要

从业人员的从业经历进行了核查,确认上述两家公司的从业人员具备相关从业经验,在此基础上展开了业务合作。此外,经保荐机构进一步核查,上述两家公司除与恒安药业合作外,还与其他知名药企、大型医药上市公司存在合作关系。

综上,上述推广服务商中存在成立时间不长即与公司展开合作的情况,具有合理性。

(二) 与主要推广服务商的定价方式及定价公允性

1、主要推广服务商的定价方式

公司采购推广服务由营销中心负责,每年年初营销中心会对公司上一年度的推广工作进行总结并制定当年的推广计划,同时各区域销售人员根据公司本年度的销售计划对销售目标进行预计,公司按照预计的销售目标合理分配各区域的推广预算。各区域销售人员根据公司当年制定的推广计划和预算与各推广服务商协商预计推广费用,按照活动具体内容进行协商定价。

2、定价公允性

推广服务属于定制化服务,推广服务商按照公司需求完成推广工作,根据公司推广要求和预算制定《市场推广服务规划和预算表》,公司审核通过后与推广服务商签订推广协议,并对推广服务实际开展的情况进行跟踪。公司推广服务主要为市场管理服务和会务服务,报告期内,主要推广服务商的推广活动开展情况如下:

(1) 2021 年 1-6 月

单位: 万元

主要推广服务商	市场管理服务			会务服务		
	活动频次	金额	单次平均	场次	金额	会议人均费用
上海沌鑫生物科技有限公司	1,810	45.30	0.03	20	35.10	0.05
上海荣盟生物科技有限公司	1,775	44.48	0.03	20	34.79	0.04
上海慈赫医疗咨询中心	1,755	43.30	0.02	19	33.71	0.05
上海祥子医疗科技有限公司	1,745	46.87	0.03	17	27.10	0.04
邯郸市丛台区同进商务服务有限公司	1,820	51.24	0.03	10	22.06	0.04

2021 年 1-6 月合计	175,768	3,989.12	0.02	1,143	2,397.13	0.04
----------------	---------	----------	------	-------	----------	------

(2) 2020 年度

单位：万元

主要推广服务商	市场管理服务			会务服务		
	活动频次	金额	单次平均	场次	金额	会议人均费用
邯郸市丛台区同进商务服务有限公司	3,290	98.69	0.03	31	56.61	0.03
丽水卓能咨询有限公司	3,850	72.37	0.02	44	81.83	0.03
大连迪安达商务服务有限公司	2,623	52.46	0.02	28	82.76	0.04
上海荣盟生物科技有限公司	2,870	68.48	0.02	34	59.05	0.05
上海沌鑫生物科技有限公司	2,730	67.08	0.02	31	52.60	0.05
2020 年度合计	313,940	7,091.37	0.02	2,784	5,232.30	0.04

(3) 2019 年度

单位：万元

主要推广服务商	市场管理服务			会务服务		
	活动频次	金额	单次平均	场次	金额	会议人均费用
邯郸市邯山区荣平医药科技咨询有限公司	3,605	82.19	0.02	100	163.19	0.03
丽水卓能咨询有限公司	5,644	127.28	0.02	74	99.25	0.02
广元市利州辛和信息咨询服务部	7,328	81.68	0.01	25	94.14	0.03
临沂世翔商贸有限公司	2,790	52.04	0.02	21	118.39	0.04
上海沌鑫生物科技有限公司	4,986	93.24	0.02	38	73.30	0.05
2019 年度合计	291,241	5,625.82	0.02	3,063	5,600.18	0.04

(4) 2018 年度

单位：万元

主要推广服务商	市场管理服务			会务服务		
	活动频次	金额	单次平均	场次	金额	会议人均费用
邯郸市邯山区荣平医药科技咨询有限公司	6,777	159.24	0.02	142	164.60	0.03
昌乐县宇恒市场营销策划中	4,513	116.95	0.03	68	199.08	0.04

心						
天津鸿康伟业医药信息咨询有限公司	4,279	95.45	0.02	38	130.50	0.05
丽水卓能咨询有限公司	6,557	136.38	0.02	57	77.38	0.03
江西天林医疗信息推广有限公司	4,921	76.75	0.02	51	112.50	0.04
2018 年度合计	229,590	4,145.56	0.02	2,788	4280.98	0.03

如上表所示，关于市场管理服务，公司各报告期的主要推广服务商之间提供的市场管理服务单次平均价格相近，与发行人各报告期单次平均价格不存在重大差异，主要推广服务商提供的市场管理服务价格相对公允。

关于会务服务，报告期内，会务服务人均费用平均金额保持稳定，主要推广服务商的会务服务人均费用也总体保持稳定。少量主要推广服务商提供的会务服务人均费用与当期平均金额存在一些差异，主要原因：一方面，由于会务服务的档次、会议复杂程度等不同，会议的费用也会有所不同；公司每年会根据自身经营情况制定推广计划和预算，按照推广活动具体内容、复杂程度不同与推广服务商执行差异化定价原则；另一方面，由于主要推广服务商所承接的推广地区不同，各地区经济发展水平不同，因此会务费用也会有所差异。

综上，报告期内公司主要推广服务商之间提供的推广服务价格不存在重大差异，公司与主要推广服务商之间定价公允。

（三）报告期内主要推广服务商变化的情况及原因

报告期内，发行人主要推广服务商变化情况如下：

序号	主要供应商名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	上海沌鑫生物科技有限公司	第一名	第五名	第五名	-
2	上海荣盟生物科技有限公司	第二名	第四名	-	-
3	上海慈赫医疗咨询中心	第三名	-	-	-
4	上海祥子医疗科技有限公司	第四名	-	-	-
5	邯郸市丛台区同进商务服务有限公司	第五名	第一名	-	-
6	丽水卓能咨询有限公司	-	第二名	第二名	第四名
7	大连迪安达商务服务有限公司	-	第三名	-	-

8	邯郸市邯山区荣平医药科技咨询有限公司	-	-	第一名	第一名
9	广元市利州辛和信息咨询服务部	-	-	第三名	-
10	临沂世翔商贸有限公司	-	-	第四名	-
11	昌乐县宇恒市场营销策划中心	-	-	-	第二名
12	天津鸿康伟业医药信息咨询有限公司	-	-	-	第三名
13	江西天林医疗信息推广有限公司	-	-	-	第五名

2019年、2020年和2021年1-6月主要推广服务商发生变化主要由于：一方面，发行人每年会根据自身经营情况，对每个销售区域的推广费用投入进行调整，制定各个销售区域的推广计划，有些区域的推广会加强，而有些地方的推广会减少，因此造成各个销售区域的推广服务商业务金额存在变化；另一方面，发行人每年会对推广服务商的业务能力、服务质量、渠道资源等因素进行综合考核，在此基础上对推广服务商进行调整和优化。

报告期内，发行人主要推广服务商的变化是正常调整，具有合理性。

（四）发行人相关入账票据合规性、相关票据是否真实完整

1、相关入账票据的合规性

报告期内，发行人委托推广服务商实施营销推广活动的，推广服务商根据服务协议完成相应的服务内容后，向发行人提供推广服务相关的成果文件和结算申请，区域负责人对活动执行情况、活动评价进行审批，5万以上的还须报营销中心审批。财务部对审批流程、活动预算、结算、活动报告、发票等相关资料进行审核确认合格后予以结算入账。

发行人自行组织营销推广活动发生的费用根据实际发生的费用凭合法票据据实列支。

2、相关票据的真实完整性

报告期内，公司制定了《推广费用管理制度》，规定了推广活动的申请、审批流程，及营销推广费等相关费用支出的申请、审批流程。在申请推广活动时，推广服务商需向公司提供市场推广服务规划与预算表，经公司审批同意后开展活

动，并在执行过程中对活动进行记录；活动完毕结算时，推广服务商应提交推广活动结算表及相关材料，包括推广活动结算表、活动方案、签到表、活动现场照片、明细清单等，对活动的过程、效果进行总结。公司在支付费用前，需审核推广活动原始资料及附件，对推广活动的实际开展情况进行审核评估。报告期内，公司均按照相关制度严格执行推广活动费用支付相关的审批程序，推广服务商均实际承担相应工作内容，相关票据具有真实完整性。

二、说明各类会议频次、参加人数、场均金额等的决定因素，结合前述因素量化分析同行业可比公司在频次、参加人数、场均金额等方面存在差异的原因；说明是否存在报销发票与会议地点不一致等情况

（一）各类会议频次、参加人数、场均金额等的决定因素

公司营销中心每年年初会制定当年的推广计划，推广计划中明确当年的推广工作目标、推广重点和各区域推广预算。各区域销售人员根据公司制定的推广计划安排各区域的具体推广服务需求，推广活动开展前各区域销售人员根据所推广的产品不同、医生对产品的认可度不同和医院的增长潜力情况与推广服务商制定具体的《市场推广服务规划与预算表》，规划中对市场管理服务、会务服务等服务项目的服务内容、计划频次、预算金额等内容进行量化，推广服务商根据制定的推广服务规划和预算开展推广活动。

《市场推广服务规划与预算表》中未对会务服务的参加人数进行约定，由区域销售人员与推广服务商根据所推广的产品种类、会议类别和需求并结合当地物价水平按照预算表中规划的预算预计参会人员人数，并对实际参会人员统计。

（二）同行业可比公司在频次、参加人数、场均金额等方面存在差异的原因

根据公开披露信息，同行业公司推广活动相关会议开展情况具体如下：

公司名称	各年频次区间 (次/年)	各年场均人数区间 (人次/场)	各年场均费用区间 (万元/场)
倍特药业	28,474-28,924	19.68-21.98	2.18-3.19
西藏多瑞	4,437-10,888	32.58-38.51	1.79-4.21

西点药业	617-890	22.28-44.56	10.03-11.54
粤万年青	375-720	81.22-114.38	4.20-7.15
恒安药业	2,784-3,063	47.71-53.49	1.54-1.88

注：倍特药业仅披露了2018年、2019年数据。

从会议频次来看：一般而言，公司销售规模越大，营销推广费投入越多，会议频次也会相应较多。同行业公司中，倍特药业2018年-2019年主营业务收入分别为25.22亿元、32.30亿元，当年的会议费用支出分别为6.30亿元、9.10亿元，主营业务收入和会议费用支出在同行业公司中处于最高水平，因此其会议频次也是最高的。其他同行业公司相对而言销售规模较小，会议费用支出也相对较少。恒安药业的会议频次与同行业公司相比，处于合理水平。

从参加人数来看：会议参加人数的多少，主要与各个公司的推广策略相关。同行业公司中，粤万年青的场均人数较多，主要是其召开了较多的“产品教育会”，“产品教育会”主要是面向经销商前线、一线基层医疗机构、药店店员、患者等推广公司产品，会议参加的人员较多，造成其场均人数较多。倍特药业大部分采用召开科室会的形式，而科室会的参加人员较少，因此其场均人数较少。发行人的会议形式分为学术会、科室会和商业推荐会，各类会议形式相对比较均衡，因此场均人数与同行业公司相比，处于中等水平，较为合理。

从场均金额来看：场均金额的多少，主要与会议的规模、会议复杂程度、会议地点、会议档次等因素相关。发行人与同行业公司相比，场均费用处于较低的水平，主要是由于：一方面，发行人产品品种相对集中，且主要产品均是上市销售多年的产品，市场已有一定的认知度，推广会务活动相对比较简单；另一方面，公司对会议费用的控制较为严格。因此，公司会议场均金额处于同行业较低水平，具有合理性。

（三）报销发票与会议地点不一致等情况

报告期内，发行人会务活动部分由发行人自行组织，部分由发行人委托推广服务商开展。发行人自行组织的会务活动根据实际发生的费用凭合法票据报销，报销发票与会议地点一致。

发行人委托推广服务商组织的会务活动，存在少量发票开具地点与会议地点

不一致的情况，主要原因系由于：部分推广服务商承接的推广服务地区与其公司注册地不同，推广服务商根据合同约定的地点开展会务活动，但是开票地点为其公司注册地，因此导致该推广服务商开具的发票与会议地点不一致的情况。具体情况如下：

时间	推广服务商开具的发票与会议地点不一致的情况	发票金额合计 (万元)	占当期营销推广 费比例
2021 年 1-6 月	1 家	4.36	0.07%
2020 年度	1 家	9.88	0.08%
2019 年度	1 家	16.08	0.14%
2018 年度	16 家	41.83	0.49%

上表可见，2018 年，推广服务商的注册地与其提供推广服务地区不一致的情况相对较多，从 2019 年开始，发行人尽量在会务活动当地选择推广服务商进行合作，因此会议地址与发票地址不一致的情况已基本消除。

三、结合同行业可比公司销售费用率计算口径与发行人的一致性、发行人销售费用率与同行业可比公司的差异情况说明发行人销售费用的核算的完整性和准确性。

（一）与相同业务同行业可比公司销售费用率差异情况

1、以报表科目口径计算的销售费用率差异情况

发行人最主要收入来源为皮肤科用药，华邦健康、天药股份、仙琚制药、羚锐制药、华润三九业务中存在皮肤科用药或与公司存在同类型产品，因此其为公司的同行业可比公司。在计算销售费用率时，采用利润表中的销售费用除以公司营业收入来计算，其销售费用率具体如下：

公司简称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	计算口径
华邦健康	15.87%	14.43%	17.59%	14.35%	销售费用/营业收入
天药股份	32.02%	27.02%	23.68%	26.78%	销售费用/营业收入
仙琚制药	26.99%	27.26%	30.40%	32.99%	销售费用/营业收入
羚锐制药	48.88%	50.68%	50.85%	51.46%	销售费用/营业收入
华润三九	30.05%	36.78%	44.55%	48.17%	销售费用/营业收入
平均值	30.76%	31.23%	33.41%	34.75%	销售费用/营业收入

恒安药业	49.84%	49.41%	50.56%	47.75%	销售费用/营业收入
------	--------	--------	--------	--------	-----------

注：上述同行业可比公司数据来源于wind资讯、公开披露的定期报告等。

按照上述口径计算的销售费用率，公司销售费用率高于同行业可比公司的平均值，主要系华邦健康、天药股份、仙琚制药、华润三九与公司的具体业务结构存在差异，上述4家公司均存在其他业务板块。而羚锐制药因其收入基本来源于橡胶膏剂、片剂、胶囊剂、软膏剂等医药制造业务，与公司较为相似，因此其销售费用率与公司亦基本一致。以报表科目口径计算的销售费用率差异情况来看，公司销售费用率符合公司实际情况，与同行业可比公司相比合理。

2、以医药制造业务口径计算的销售费用率差异情况

考虑不同业务板块收入占比以及各类业务所耗费销售费用程度不同，为使华邦健康、天药股份、仙琚制药、华润三九销售费用率与公司实际更为可比，同时考虑上述4家公司产生销售费用较多的主要为医药业务，故剔除前述公司与药品制剂制造业务无关的营业收入，并以此重新计算销售费用率，具体如下：

公司简称	2021年 1-6月	2020年 度	2019年 度	2018年 度	计算口径	备注
华邦健康	60.48%	56.45%	69.44%	71.70%	销售费用/医药 行业收入	剔除农化新材料行业、旅游服务业收入
天药股份	67.18%	67.37%	46.43%	52.36%	销售费用/制剂 业务收入	剔除原料药、中间体 业务收入
仙琚制药	49.78%	52.17%	53.83%	64.07%	销售费用/制剂 业务收入	剔除原料药、中间体 及其他销售收入
羚锐制药	48.88%	50.68%	50.85%	51.46%	销售费用/营业 收入	基本为医药制造，未 剔除
华润三九	31.62%	38.53%	46.31%	50.29%	销售费用/医药 行业收入	剔除包装印刷、海外 贸易、零售行业、其 他行业收入
平均值	51.59%	53.04%	53.37%	57.98%	-	-
恒安药业	49.84%	49.41%	50.56%	47.75%	销售费用/营业 收入	基本为医药制造，未 剔除

如上所示，基于仅考虑医药制造业务的销售费用率情况来看，公司销售费用率略低于行业平均值，但与行业平均值相差不大，公司销售费用率处于合理水平。

（二）与其他医药制造公司的销售费用率差异情况

对比近期申请首次公开发行并上市的其他医药制造业企业倍特药业、西藏多瑞、华纳药厂、西点药业、粤万年青相关情况，根据其公开披露的招股说明书，销售费用率比较如下：

1、以报表科目口径计算的销售费用率差异情况

与其他医药制造公司的销售费用率对比情况如下：

公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	计算口径
倍特药业	59.68%	56.67%	54.79%	销售费用/营业收入
西藏多瑞	63.46%	65.59%	65.87%	销售费用/营业收入
华纳药厂	45.16%	45.07%	42.85%	销售费用/营业收入
西点药业	57.46%	54.65%	54.76%	销售费用/营业收入
粤万年青	37.49%	38.25%	36.12%	销售费用/营业收入
平均值	52.65%	55.50%	54.57%	销售费用/营业收入
恒安药业	49.41%	50.56%	47.75%	销售费用/营业收入

注：倍特药业 2020 年为 1-9 月数据。

如上所示，公司销售费用率与其他医药制造公司的销售费用率平均值基本一致，低于倍特药业、西藏多瑞、西点药业，但高于华纳药厂、粤万年青，处于中间水平，与各公司及平均值相比均无异常。

2、以剔除代理经销收入口径计算的销售费用率差异情况

鉴于在代理经销模式下，一般由经销商自行承担市场推广职能，公司该模式下收入对应的营销推广费相对较少。各公司剔除代理经销收入后的营业收入与营销推广费的匹配情况如下：

公司简称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	计算口径
倍特药业	61.30%	57.89%	55.29%	业务推广费/（营业收入-推广配送经销模式收入）
西藏多瑞	62.08%	63.74%	67.60%	推广服务费/（营业收入-传统经销模式收入）
华纳药厂	51.46%	51.35%	48.85%	市场推广费/（营业收入-总经销模式及招商代理模式收入）
西点药业	61.99%	55.63%	53.81%	市场推广费/（营业收入-推广经销模式收入）
平均值	59.21%	57.15%	56.39%	-

恒安药业	53.59%	52.88%	52.29%	营销推广费/（营业收入-代理经销模式收入）
------	--------	--------	--------	-----------------------

注：倍特药业 2020 年为 1-9 月数据，粤万年青未在招股说明书中披露各类经销模式收入，故此处无法就粤万年青相关数据进行比较。

如上所示，公司营销推广费与剔除代理经销收入后的营业收入的比率与近期申请首次公开发行并上市的其他医药制造业企业平均值较为接近，符合公司与行业实际情况。

综上，在采用一致口径的情况下，公司销售费用率与同行业可比公司、近期申请首次公开发行并上市的其他医药制造公司的销售费用率相比无异常，公司销售费用的核算完整、准确。

四、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、取得发行人营销推广费用明细。

2、获取营销推广费的具体分项构成和金额。

3、取得发行人制定的《推广费用管理制度》等关于推广服务商管理的内部控制制度，了解推广服务的主要内容，推广服务商的选取标准、选择程序、推广费的支付对象及付费标准。

4、查阅发行人报告期内营销推广费相关凭证及活动资料，包括但不限于：发行人与推广服务商签署的《市场推广服务协议》，记账凭证、发票、市场推广服务规划与预算表、市场推广服务结算表、签到表、现场照片、会议资料等，了解推广服务的主要内容，确认推广服务商是否实际承担相应工作内容，相关费用的结算是否经过适当的审批程序，付款凭证的对手方是否与服务协议签署方、发票开具方一致。

5、取得报告期内发行人主要推广服务商出具的说明。

6、对主要推广服务商进行访谈，了解其向发行人提供服务的主要内容、合作背景，了解推广服务商是否实际承担相应工作内容，是否仅为发行人提供推广服务，确认营销推广费的真实性、准确性、完整性，确认相关费用的支付方式。

7、对推广服务商实施函证程序，对销售费用的真实性进行验证。

8、对营销推广费的发生额进行测试，检查相应会计处理及原始凭证，确认相关会计处理是否符合《企业会计准则的规定》。

9、取得发行人营销推广费台账，核查报告期内的推广活动组织情况，包括活动组织方、活动内容、频次、人次、费用报销支出情况等，分析其合理性，主要推广服务商定价合理性和公允性。

10、查阅同行业可比公司公开披露的定期报告、招股说明书等文件，取得其销售费用率等数据，核查同行业可比公司销售费用率计算口径与发行人的一致性、发行人销售费用率与同行业可比公司的差异情况，分析发行人销售费用核算的完整性和准确性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、公司与主要推广服务商的定价方式由双方协商定价，定价公允；报告期内，发行人主要推广服务商变化主要是发行人根据自身经营情况，对各个销售区域的推广计划进行调整，对推广服务商进行调整优化，具有合理性；发行人推广费用的相关票据据实列支，发票入账履行了内部审核流程，具有真实完整性。

2、发行人推广会议相关的会议频次、参会人数、场均金额由公司每年制定的推广计划和预算决定，与同行业公司相比，发行人销售规模较小，投入推广服务的预算较低，所以会议频次和会议费用相比上述企业较少，从而导致会议的场均金额较低；报告期内，发行人存在相关推广费的发票与会议地点不一致主要原因系部分推广服务商承接的推广服务地区与其公司注册地不同导致，报告期内该情况已基本消除。

3、在采用一致口径的情况下，公司销售费用率与同行业可比公司、近期申请首次公开发行并上市的其他医药制造公司的销售费用率相比无异常，公司销售费用的核算完整、准确。

五、请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人销售费用相关内控制度是否健全并得到有效执行，发行人销售费用相关的会计凭证和原始凭

证是否规范完整、发行人销售费用相关的交易是否具有商业实质，发行人销售费用完整性所采取详细核查程序、核查证据和核查结论

（一）发行人销售费用相关内控制度是否健全并得到有效执行，发行人销售费用相关的会计凭证和原始凭证是否规范完整、发行人销售费用相关的交易是否具有商业实质

1、核查程序

（1）查阅了发行人制定的《市场规划与开发制度》《客户管理制度》《商务工作制度》《合同管理制度》《招投标与配送管理制度》《资金管理制度》《发票管理制度》《资金管理制度》《营销费用管理制度》《推广费用管理制度》等内控制度，核查相关内部控制制度设计的有效性，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行的有效性。

（2）抽查发行人报告期内营销推广费相关凭证及活动资料，包括但不限于：记账凭证、发票、合同、市场推广服务规划与预算表、市场推广服务结算表、签到表、现场照片、会议资料等，确认营销推广费的结算是否经过适当的审批程序，确认营销推广费相关的会计凭证和原始凭证是否规范完整，销售费用的相关交易的真实性，是否具有商业实质。

（3）对重要推广服务商进行访谈，了解其向发行人提供服务的主要内容、合作背景。

（4）对重要推广服务商实施函证程序，对报告期内的营销推广费的真实性进行验证。

（5）对发行人销售负责人进行访谈，了解公司业务推广活动的推广服务的主要内容，合同签订、获取发票情况，确认推广服务商是否实际承担相应工作内容。

2、核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人制定了健全的与销售费用相关的内控制度并有效执

行，同时根据公司业务的发展逐步完善相关制度条款。

(2) 发行人销售费用相关的会计凭证和原始凭证规范完整。

(3) 发行人销售费用的相关交易真实发生，具有商业实质。

(二) 发行人销售费用完整性所采取详细核查程序、核查证据和核查结论

1、销售费用完整性采取的详细核查程序、核查证据

(1) 通过查阅公司与销售费用确认相关的内部控制制度，评价相关内部控制制度设计的有效性，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行的有效性。

(2) 通过获取发行人销售费用总账，与销售费用明细账、销售费用（会议费、推广费）明细表相核对，确认入账金额的准确性、完整性；通过销售费用明细表查阅发行人报告期内营销推广费相关凭证及活动资料，包括但不限于：记账凭证、发票、合同、市场推广服务规划与预算表、市场推广服务结算表、签到表、现场照片、会议资料等，确认公司销售费用的真实性、准确性；从销售费用相关附件，查至入账记录，核实销售费用的完整性。

(3) 通过对重要推广服务商进行实地走访、视频访谈，制作访谈记录并获得对方签字盖章确认，取得推广服务商与发行人无关联关系的声明，通过访谈，确认营销推广费的真实性、准确性、完整性，确认相关费用的支付方式。

按照重要性原则，保荐人及申报会计师对报告期内推广服务商排序，进行访谈工作。保荐人及申报会计师访谈公司推广服务商共计 203 家，其中实地走访 26 家，视频访谈 177 家。访谈金额及覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
访谈金额	3,981.43	7,850.40	5,994.34	4,219.52
营销推广费总额	6,431.09	12,439.83	11,289.92	8,531.25
访谈金额比例	61.91%	63.11%	53.09%	49.46%

(4) 对推广服务商实施函证程序，对销售费用的真实性进行验证；保荐人及申报会计师对公司推广服务商发出函证 409 份，具体情况如下。

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发函金额	4,142.63	9,497.14	7,488.73	5,195.10
发函金额/营销推广费	64.42%	76.34%	66.33%	60.89%
回函金额	4,142.63	9,407.95	7,391.26	5,146.13
回函金额/营销推广费	64.42%	75.63%	65.47%	60.32%

(5) 通过对营销推广费的发生额进行测试, 检查相应凭证, 核查销售费用所对应的业务推广活动的相关活动资料是否齐备, 检查报销是否符合规定, 原始单据是否齐全, 是否经过适当的审批程序, 检查银行付款凭证与发票信息等原始凭证, 确认相关会计处理是否符合《企业会计准则的规定》。

(6) 通过对公司报告期各年度销售费用及其明细进行分析, 与可比公司进行比对, 分析公司销售费用变化趋势的合理性。

2、核查结论

经核查, 保荐人、申报会计师认为, 报告期内发行人制定了健全的与销售费用相关的内控制度并有效执行, 同时根据公司业务的发展逐步完善相关制度条款, 相关的会计凭证和原始凭证规范完整, 销售费用的相关交易真实发生, 具有商业实质。发行人销售费用真实、准确、完整。

问题 3 关于销售模式

申请文件及首轮问询回复显示:

(1) 发行人销售模式分为经销模式和直销模式, 其中经销模式客户群体主要为大型医药流通企业、医药经销商等。

(2) 发行人代理经销商一般具备一定的销售渠道、市场推广能力和终端客户资源, 代理经销模式一定程度上拓展了公司的销售渠道, 扩大了公司的销售规模。

请发行人:

(1) 按照《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求说明

发行人经销商终端销售及期末库存情况，经销商是否存在较多新增与退出情况，经销商回款是否存在大量现金和第三方回款等；相关销售存货信息系统是否互联，结合对经销商及终端销售数据的掌握情况说明发行人市场推广的具体模式。

(2) 结合代理经销商对发行人销售渠道、销售区域的具体拓展情况，分析说明代理经销商在发行人在销售中起到的作用、发行人与相关代理经销商开展合作的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、按照《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求说明发行人经销商终端销售及期末库存情况，经销商是否存在较多新增与退出情况，经销商回款是否存在大量现金和第三方回款等；相关销售存货信息系统是否互联，结合对经销商及终端销售数据的掌握情况说明发行人市场推广的具体模式。

(一) 按照《创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 29 的要求说明发行人经销商终端销售及期末库存情况，经销商是否存在较多新增与退出情况，经销商回款是否存在大量现金和第三方回款等

1、发行人经销商终端销售及期末库存情况

保荐人和申报会计师取得了公司主要经销商的期末库存数据的说明，获取了公司主要经销商报告期各期末的库存数据，2018 年、2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月核查比例占当期经销收入的比例分别为 46.25%、51.99%、55.28%、57.71%。报告期内，公司主要经销商的期末库存情况如下：

2021 年 1-6 月，前 10 大经销商客户的销售及期末库存情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	库存金额	期末库存占销售比例
1	江西惠世康医药有限公司	449.86	72.00	8.00%
2	人福医药宜昌有限公司	281.11	146.18	26.00%
3	国药控股河南股份有限公司	276.00	25.91	4.69%
4	国药控股分销中心有限公司	267.85	无法获取	-

5	北方国际集团天津康兴医药保健品进出口有限公司	257.92	31.66	6.14%
6	国药控股湖北有限公司	245.85	5.02	1.02%
7	广州医药股份有限公司	199.73	37.53	9.40%
8	邢台市万邦医药有限责任公司	195.37	29.10	7.45%
9	上药控股有限公司	167.53	19.04	5.68%
10	华东医药股份有限公司	166.11	23.82	7.17%
合计		2,507.33	390.26	8.71%

注：以上客户数据均为单体数据；本期期末库存占销售比例已折算为全年水平；截至2021年10月末，国药控股分销中心有限公司存货余额为26.30万元。

2020年，前10大经销商客户的销售及期末库存情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	库存金额	期末库存占销售比例
1	江西惠世康医药有限公司	820.97	78.00	9.50%
2	国药控股河南股份有限公司	522.12	71.83	13.76%
3	重庆医药上海药品销售有限责任公司	509.1	99.09	19.46%
4	国药控股湖北有限公司	444.04	87.31	19.66%
5	上药思富（上海）医药有限公司	347.91	80.24	23.06%
6	重药控股（大连）有限公司	347.21	80.58	23.21%
7	北方国际集团天津康兴医药保健品进出口有限公司	347.19	21.26	6.12%
8	广州医药股份有限公司	324.05	28.12	8.68%
9	华东医药股份有限公司	324	22.43	6.92%
10	邢台市万邦医药有限责任公司	311.47	20.60	6.61%
合计		4,298.06	589.46	13.71%

注：以上客户数据均为单体数据。

2019年，前10大经销商客户的销售及期末库存情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	库存金额	期末库存占销售比例
1	国药控股河南股份有限公司	465.21	43.30	9.31%
2	重庆医药上海药品销售有限责任公司	415.87	46.45	11.17%
3	重药控股（大连）有限公司	397.46	47.70	12.00%

4	北方国际集团天津康兴医药保健品进出口有限公司	389.98	30.83	7.91%
5	国药控股湖北有限公司	381.04	35.50	9.32%
6	国药控股无锡有限公司	336.16	无法获取	-
7	国药控股四川医药股份有限公司	321.77	11.40	3.54%
8	华东医药股份有限公司	317.08	37.48	11.82%
9	上药控股有限公司	296.76	26.60	8.96%
10	广州医药股份有限公司	259.85	34.96	13.45%
合计		3,581.18	314.22	9.68%

注：以上客户数据均为单体数据；截至 2021 年 6 月末，国药控股无锡有限公司存货为 27.47 万元。

2018 年，前 10 大经销商客户的销售及期末库存情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	库存金额	期末库存占销售比例
1	重庆医药上海药品销售有限责任公司	354.20	20.91	5.90%
2	北方国际集团天津康兴医药保健品进出口有限公司	348.56	10.22	2.93%
3	重药控股（大连）有限公司	330.64	23.52	7.11%
4	国药控股河南股份有限公司	315.36	41.96	13.31%
5	华东医药股份有限公司	314.10	15.98	5.09%
6	国药控股无锡有限公司	264.06	无法获取	-
7	国药控股四川医药股份有限公司	241.86	13.77	5.69%
8	上药控股有限公司	230.29	13.22	5.74%
9	国药控股湖北有限公司	223.24	15.64	7.01%
10	内蒙古北方药都医药药材有限公司	197.80	49.62	25.09%
合计		2,820.11	204.84	8.01%

注：以上客户数据均为单体数据；截至 2021 年 6 月末，国药控股无锡有限公司存货为 27.47 万元。

如上所示，报告期各期末，公司前 10 大经销商期末库存金额合计分别为 204.84 万元、314.22 万元、589.46 万元、390.26 万元，占其各期销售的比例分别为 8.01%、9.68%、13.71%、8.71%。公司经销商各期末库存水平总体保持稳定，库存基本维持在 1-2 个月的销售量，与医药制造行业实际情况相符。

公司产品在经销商处停留时间较短、库存较少、占比不高，公司经销模式下

的销售实现真实销售、最终销售。

2、经销商是否存在较多新增与退出情况

报告期内，公司经销商数量及变动情况如下：

单位：家

项目	2021 年 1-6 月			2020 年			2019 年			2018 年
	增加	减少	数量	增加	减少	数量	增加	减少	数量	数量
配送经销	73	167	781	158	142	875	198	108	859	769
代理经销	72	187	576	168	168	691	158	217	691	750
合计	145	354	1,357	326	310	1,566	356	325	1,550	1,519
增减数量占比	10.69%	26.09%		20.82%	19.80%	-	22.97%	20.97%	-	-
新增经销商销售金额（万元）	376.31			1,482.91			1,385.02			
新增金额占当期经销收入比	2.66%			5.54%			5.71%			

报告期内，公司经销商增减数量大致相当，经销商家数总体保持平稳，新增经销商的销售金额占当期经销收入的比例分别为 5.71%、5.54%、2.66%，占比较小。

报告期内，公司的经销商遍布全国，数量多且分布广，部分经销商销售金额并不大，仅在有需求的时候向公司采购少量产品，采购次数较少、金额较少，合作不固定，因此形成公司部分经销商增加和退出的情况，但整体经销商家数较为稳定，且新增经销商的销售金额占当期经销收入的比例较小。

报告期内，公司经销商总家数保持平稳，且公司主要的配送经销商国药控股股份有限公司、华润医药集团有限公司、上海医药集团股份有限公司、重药控股股份有限公司、瑞康医药集团股份有限公司等均保持稳定，主要的代理经销商江西惠世康医药有限公司、邢台市万邦医药有限责任公司、国药控股股份有限公司、浙江天力药业有限公司等亦较为稳定，公司经销体系稳定。

3、经销商回款是否存在大量现金和第三方回款等

报告期内，公司经销商不存在第三方回款的情形，存在少量现金回款情况，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经销商现金回款金额	-	-	3.09	1.82
经销商营业收入	14,149.76	26,768.57	24,246.86	19,132.66
现金回款金额占比	-	-	0.01%	0.01%

公司经销商回款不存在大量现金和第三方回款的情况。

（二）相关销售存货信息系统是否互联，结合对经销商及终端销售数据的掌握情况说明发行人市场推广的具体模式

公司与经销商相关销售存货信息系统未实现互联。公司采用的销售存货信息系统为用友 U8 软件，信息系统由公司独立拥有和使用，未与外部互联。

公司经销商数量众多，一般情况下，公司可以通过经销商查询销售数据，但也存在部分经销商基于其商业秘密的考虑以及配合意愿度的不同，导致部分终端销售信息获取难度较大。

配送经销模式下，公司终端客户主要为公立医疗机构终端，配送经销商不承担市场推广职能，由公司自行进行市场开拓和营销推广，此模式下，公司销售人员一般可以通过与经销商沟通，由经销商打印提供销售明细或由经销商提供账号登录其信息系统以查询了解终端销售情况，结合经销商整体销售情况和具体终端销售分布，进行相应的市场推广活动。此模式下，发行人市场推广主要通过推广服务商进行营销推广，重点在于更高效地进行公司产品信息传递和品牌形象宣传，从而使医生、药师等医务工作者能够深入了解公司产品的临床优势，提高公司产品临床认可度及整体市场竞争力。

代理经销模式下，公司终端客户包括零售药店、电商平台及医院等，代理经销商自行承担相应的市场推广职能。此模式下，代理经销商主要使用其自身的销售渠道、终端客户资源，其基于其商业秘密的考虑以及配合意愿度的不同，公司销售人员掌握终端销售数据的程度各不相同，部分代理经销商能够提供终端销售数据。代理经销模式下，公司的市场推广重点在于维护与代理经销商的关系以及拓展优质的代理经销商。公司销售人员通过对代理经销商进行定期协访，了解代理经销商销售动态、具体流向、终端客户类型等，协助代理经销商解决销售中的

具体问题，对代理经销商制定、实施促销方案给予指导和协助，对代理经销商下游渠道、销售价格给予指导建议，以促进销售目标达成和市场有序发展。

二、结合代理经销商对发行人销售渠道、销售区域的具体拓展情况，分析说明代理经销商在发行人在销售中起到的作用、发行人与相关代理经销商开展合作的合理性。

报告期内，公司各期前五名代理经销商销售收入、销售渠道、销售区域情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021年 1-6月	2020年 度	2019年 度	2018年 度	销售渠道、销售区域
1	江西惠世康医药有限公司	449.86	820.97	139.11	-	主要为阿里健康大药房等网上药店
2	邢台市万邦医药有限责任公司	195.37	311.47	185.89	91.41	主要为全国各类医药公司、连锁药店、卫生院等 750 余家客户
3	吉林省福康源药业有限公司	95.17	64.11	39.42	1.00	主要为京东大药房等网上药店
4	沈阳常新医药有限公司	77.65	110.55	90.48	72.45	主要为辽宁地区连锁药店、医药公司、诊所、卫生室等 750 余家客户
5	国药控股成都医药有限公司	67.26	100.92	0.30	0.30	主要为四川地区医药公司、连锁药店等 80 余家客户
6	浙江天力药业有限公司	41.32	132.93	113.49	102.00	主要为全国各地连锁药店、医药公司等 1800 余家客户
7	湖北瑞施医药有限公司	41.23	127.58	59.83	31.27	主要为全国各地药店、医药公司等 3000 余家客户
8	四川华仓药业有限公司	27.93	80.83	199.64	164.80	主要为四川地区医药公司、药店等 80 余家客户
9	广东丰顺健安医药有限公司	3.19	25.33	208.30	86.70	主要为阿里健康大药房等网上药店
10	安徽东方民生药业有限公司	-	-	49.36	100.92	主要供应给部队医院
合计		998.98	1,774.69	1,085.83	650.85	-

如上所示，公司代理经销商拓展了公司产品在网上药店、实体药店、各地区医药公司、诊所、卫生室、卫生院等渠道及相关区域的覆盖。

公司代理经销商具备自己的销售渠道、市场推广能力和终端客户资源，能够覆盖很多大医院之外的渠道和区域，包括网上药店、实体药店、各地区医药公司、诊所、卫生室、卫生院等，其在一定程度上拓展了公司的销售渠道，扩大了公司的销售规模，提升了公司产品的覆盖广度和知名度，在公司销售体系中发挥着重要的作用。

公司产品单价较低、数量较多的特点决定公司需要广泛的销售渠道，以尽可能覆盖基数较大且分布广泛的终端消费人群。公司配送经销商主要服务于医院等公立医疗终端，对网上药店、实体药店、各地区医药公司、诊所、卫生室、卫生院等覆盖不足，而代理经销商可以在一定程度上弥补覆盖不足的问题。公司与相关代理经销商合作具有合理性。

综上，代理经销商拓展了网上药店、实体药店等渠道及相关区域的销售，其在一定程度上有效弥补了配送经销商在渠道和区域上覆盖不足的问题，扩大了公司的销售规模，提升了公司产品的覆盖广度和知名度，在公司销售体系中发挥着重要的作用，公司与相关代理经销商合作具有合理性。

三、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、访谈公司销售部门负责人，了解公司的销售存货信息系统是否与外部互联，了解公司对经销商及终端销售数据的掌握情况及市场推广的具体模式，了解代理经销商在公司销售中起到的作用、公司与相关代理经销商开展合作的合理性。

2、获取了主要经销商的销售明细表、销售流向表及期末库存情况的说明，核查其期末库存占其当期销售金额的比重情况，分析经销商终端销售实现情况；获取报告期内公司经销商的销售明细，核实各期经销商增减情况，判断经销商是否存在较多新增与退出情况；梳理经销商的回款情况，核实经销商回款是否存在大量现金和第三方回款的情形。查看公司的销售存货信息系统，核实其是否独立

拥有和使用，是否和其他公司互联；结合获取的销售流向判断公司对经销商及终端销售数据的掌握情况，分析公司市场推广的具体模式。

3、获取公司各期主要代理经销商的销售明细表、销售流向表，查看其客户情况，分析代理经销商对销售渠道、销售区域的具体拓展情况，分析代理经销商在公司销售中起到的作用、公司与相关代理经销商开展合作的合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、公司主要经销商期末库存占其销售金额的比例相对较低，维持在合理水平，公司经销模式下的销售实现真实销售、最终销售；公司经销商存在较多新增与退出情况，但整体经销商家数较为稳定，且新增经销商的销售金额占当期经销收入的比例较小，公司主要经销商、经销体系保持稳定；公司经销商回款不存在大量现金和第三方回款的情况。公司与经销商相关销售存货信息系统未实现互联，配送经销模式下，公司一般可以通过经销商查询了解终端销售情况，结合经销商整体销售情况和具体终端销售分布，进行相应的市场推广活动，重点在于更高效地进行公司产品信息传递和品牌形象宣传，使医生、药师等医务工作者深入了解公司产品，提升产品认可度；代理经销模式下，代理经销商主要采其自身的销售渠道、终端客户资源，公司掌握终端销售数据的程度各不相同，部分代理经销商能够提供终端销售数据，公司市场推广重点在于维护与代理经销商的关系以及拓展优质的代理经销商。

2、公司代理经销商拓展了网上药店、实体药店、各地区医药公司、诊所、卫生室、卫生院等渠道及相关区域的销售，其在一定程度上有效弥补了配送经销商在渠道和区域上覆盖不足的问题，扩大了公司的销售规模，提升了公司产品的覆盖广度和知名度，在公司销售体系中发挥着重要的作用，公司与相关代理经销商合作具有合理性。

问题 4 关于主要客户

申请文件及首轮问询回复显示，江西惠世康医药有限公司成立于 2016 年 12

月，发行人 2019 年与其开始合作，2020 年即成为发行人第一大代理经销商。江西惠世康医药有限公司主要与下游的阿里健康大药房等电商平台合作。公司通过江西惠世康医药有限公司向电商平台供货是由于其具有多年药品互联网运营经验。

请发行人结合江西惠世康医药有限公司成立时间，在电商平台销售的主要形式、产品，发行人销售占其采购的比例，发行人向其销售的主要产品等情况，进一步说明发行人通过与江西惠世康医药有限公司合作拓展电商销售的合理性，发行人向其销售产品的定价公允性，若涉及处方药，请进一步说明其销售方式及合规性；说明发行人电商平台的销售策略，是否存在其他直营店等。

请保荐人发表明确意见，请发行人律师对销售合规性事项发表明确意见。

回复：

一、江西惠世康医药有限公司成立时间，在电商平台销售的主要形式、产品，发行人销售占其采购的比例，发行人向其销售的主要产品等情况

江西惠世康医药有限公司（以下简称“惠世康”）成立于 2016 年 12 月 27 日，其作为公司的代理经销商，采购公司产品后销往广东丰顺健安医药有限公司（以下简称“丰顺健安”），最终主要与下游的阿里健康大药房医药连锁有限公司（以下简称“阿里大药房”）等电商平台合作，通过互联网线上渠道进行销售。

公司与丰顺健安于 2016 年开始业务合作，一直延续至今。2019 年，丰顺健安与惠世康建立合作关系，由惠世康采购药品，再统一销售给丰顺健安。因此，从 2019 年开始，惠世康开始向公司采购药品，再销售给丰顺健安；丰顺健安直接向公司采购的药品逐步减少。

惠世康、丰顺健安基本情况如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	注册地址	合作历史
1	江西惠世康医药有限公司	2016.12.27	5,000.00	江西省宜春市袁州区医药工业园科伦大道 999 号	2019 年 8 月开始合作
2	广东丰顺健安医药有限公司	1995.03.06	100.00	广东省丰顺县丰良新大街 16 号	2016 年 11 月开始合作

报告期内，公司向惠世康、丰顺健安销售的产品包括：维 A 酸乳膏、盐酸阿莫罗芬搽剂、糠酸莫米松乳膏、丙酸氟替卡松乳膏、盐酸特比萘芬片、盐酸特比萘芬乳膏、丁酸氢化可的松乳膏。公司向惠世康、丰顺健安销售金额占丰顺健安采购总额比例情况如下：

单位：万元

产品名称	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
向惠世康销售金额	449.86	820.97	139.11	0.00
向丰顺健安销售金额	3.19	25.33	208.30	86.70
合计	453.05	846.29	347.41	86.70
占丰顺健安采购总额比例	32.71%	33.41%	17.51%	7.00%

二、发行人通过与江西惠世康医药有限公司合作拓展电商销售的合理性

公司通过惠世康、丰顺健安向电商平台供货的原因系丰顺健安具有药品互联网运营经验，具备完整配套的专业团队，熟悉药品互联网运营模式，熟悉阿里大药房等主流电商平台运营规则。公司与之合作，既可以拓展电商平台销售渠道，增加产品销量，又可以提升产品品牌知名度及影响力。

以公司产品维 A 酸乳膏为例：维 A 酸乳膏主要用于治疗痤疮，受疫情影响人们佩戴口罩频率增加，导致面部皮肤问题增加。同时，互联网平台对公司产品进行了较好的市场推广普及，使得公司维 A 酸乳膏在阿里大药房销售情况良好，在同类产品中销量排名靠前，导致公司在该渠道的销售金额大幅增长。

三、发行人向江西惠世康医药有限公司销售产品的定价公允性

报告期内，公司向惠世康、丰顺健安各品种具体销售金额、单价如下：

单位：万元、元/支（盒、瓶）

时间	序号	品种	折算规格	销售金额	向惠世康、丰顺健安销售均价①	向其他代理经销商销售均价②	差异率 (①-②) / ②
2021 年 1-6 月	1	维 A 酸乳膏	20g/支	273.74	3.89	6.45	-39.69%
	2	盐酸阿莫罗芬搽剂	2.5ml/瓶	83.36	88.50	174.23	-49.21%
	3	糠酸莫米松乳膏	10g/支	52.83	4.04	4.52	-10.62%
	4	丙酸氟替卡松乳膏	15g/支	39.93	10.62	12.01	-11.57%

	5	盐酸特比萘芬片	6 片/盒	2.65	4.42	4.56	-3.07%
	6	丁酸氢化可的松乳膏	20g/支	0.53	4.42	4.39	0.68%
	合计		-	453.05	-	-	-
2020 年	1	维 A 酸乳膏	20g/支	524.48	3.89	4.44	-12.39%
	2	盐酸阿莫罗芬搽剂	2.5ml/瓶	138.93	84.79	169.90	-50.09%
	3	糠酸莫米松乳膏	10g/支	94.49	4.02	4.46	-9.87%
	4	丙酸氟替卡松乳膏	15g/支	63.93	10.62	12.36	-14.08%
	5	盐酸特比萘芬片	6 片/盒	17.66	4.27	4.38	-2.51%
	6	盐酸特比萘芬乳膏	15g/支	4.24	3.36	3.14	7.01%
	7	丁酸氢化可的松乳膏	20g/支	2.57	4.42	4.68	-5.56%
	合计		-	846.29	-	-	-
2019 年	1	维 A 酸乳膏	20g/支	230.42	3.88	3.89	-0.26%
	2	糠酸莫米松乳膏	10g/支	44.16	3.96	4.52	-12.39%
	3	盐酸阿莫罗芬搽剂	2.5ml/瓶	32.92	88.50	165.47	-46.52%
	4	盐酸特比萘芬片	6 片/盒	27.44	4.38	4.65	-5.81%
	5	丙酸氟替卡松乳膏	15g/支	6.77	10.58	12.01	-11.91%
	6	盐酸特比萘芬乳膏	15g/支	4.21	3.34	3.19	4.70%
	7	丁酸氢化可的松乳膏	20g/支	1.49	4.37	4.68	-6.62%
	合计		-	347.41	-	-	-
2018 年	1	维 A 酸乳膏	20g/支	38.77	3.79	4.05	-6.42%
	2	糠酸莫米松乳膏	10g/支	21.36	4.05	4.47	-9.40%
	3	盐酸特比萘芬片	6 片/盒	11.21	4.31	4.60	-6.30%
	4	丙酸氟替卡松乳膏	15g/支	8.26	10.32	12.13	-14.92%
	5	盐酸特比萘芬乳膏	15g/支	4.44	3.29	3.10	6.13%
	6	丁酸氢化可的松乳膏	20g/支	2.66	4.29	4.74	-9.49%
	合计		-	86.70	-	-	-

注：由于同一种药品可能存在多种包装规格，为便于进行价格比较，此处将其折算为同一规格。

报告期内，公司向惠世康、丰顺健安销售维 A 酸乳膏、盐酸阿莫罗芬搽剂的均价与向其他代理经销商销售均价相比差异较大。

1、维 A 酸乳膏售价差异较大的原因

报告期内，公司向惠世康、丰顺健安销售维 A 酸乳膏的均价分别为 3.79 元/

支、3.88 元/支、3.89 元/支和 3.89 元/支，价格保持稳定；公司向其他代理经销商销售维 A 酸乳膏的均价分别为 4.05 元/支、3.89 元/支、4.44 元/支和 6.45 元/支，前两年相比价格差异不大，2020 年和 2021 年上半年价格差异较大，主要原因：

（1）2020 年产生差异的主要原因是，2020 年以来，受疫情影响人们佩戴口罩频率增加，导致面部皮肤问题增加，从而增加的对维 A 酸乳膏的需求，加之互联网平台对公司产品进行了较好的市场推广普及，使得公司维 A 酸乳膏在阿里大药房销售情况良好。公司为保持与惠世康、丰顺健安业务的稳定性，向其销售维 A 酸乳膏的均价基本保持稳定；与此同时，因市场对维 A 酸乳膏需求增加，2020 年公司适当上调了对其他代理经销商维 A 酸乳膏的销售价格。

（2）2021 年 1-6 月产生差异的主要原因是，公司当期向其他代理经销商销售数量较少，单个经销商采购数量较小，大多在 1,000 支以下，公司对其定价相对较高，导致价格差异进一步扩大。报告期内，公司代理经销模式下不同规格维 A 酸乳膏销售数量情况如下：

单位：万支

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
15g/支（向其他代理经销商销售）	9.21	68.79	14.30	27.10
25g/支（向其他代理经销商销售）	1.18	5.40	7.71	9.15
20g/支（向惠世康、丰顺健安销售）	70.30	134.92	59.45	10.23
代理经销整体销售数量（15g/支、20g/支、25g/支）	80.69	209.11	81.46	46.48
向惠世康、丰顺健安销售数量占比	87.12%	64.52%	72.98%	22.01%

2、盐酸阿莫罗芬搽剂售价差异较大的原因

公司从 2019 年起开始销售盐酸阿莫罗芬搽剂，2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月，公司向惠世康、丰顺健安销售盐酸阿莫罗芬搽剂的均价分别为 88.50 元/瓶、84.79 元/瓶和 88.50 元/瓶，价格保持稳定；公司向其他代理经销商销售盐酸阿莫罗芬搽剂的均价分别为 165.47 元/瓶、169.90 元/瓶和 174.23 元/瓶，价格差异较大主要原因：

（1）该产品为公司新产品，2019 年推出之际销售渠道有限，主要通过惠世

康、丰顺健安进行销售，从而给予其较大的价格优惠。公司主要销售规格为 2.5ml/瓶，向惠世康、丰顺健安销售数量及占比情况具体如下：

单位：瓶

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年
向惠世康、丰顺健安销售数量（2.5ml/瓶）	9,420.00	16,170.00	3,720.00
代理经销整体销售数量（2.5ml/瓶）	10,754.00	18,695.00	4,544.00
向惠世康、丰顺健安销售数量占比	87.60%	86.49%	81.87%

（2）代理经销模式下，公司综合考虑经销商渠道、销售能力、销售数量等因素给予不同的定价策略。公司向其他代理经销商销售盐酸阿莫罗芬搽剂数量及占比较小，且单个经销商年度销售数量大多在 200 瓶以下，公司参考零售价给予少量折扣，从而对其销售单价相对较高。

（3）由于惠世康、丰顺健安销售盐酸阿莫罗芬搽剂的金额较大、增长较快且销售数量占比逐年提高，公司对其销售数量远高于向其他代理经销商销售数量，公司为了加强与其合作，进一步拓展销售渠道，提升产品市场影响力，因此公司向其销售盐酸阿莫罗芬搽剂的均价低于向其他代理经销商的销售价格。

3、其他产品价格差异情况

公司惠世康、丰顺健安销售的其他产品为糠酸莫米松乳膏、丙酸氟替卡松乳膏、盐酸特比萘芬片、盐酸特比萘芬乳膏、丁酸氢化可的松乳膏，价格差异率大多在正负 10%以内，整体而言价格较其他经销商低。

4、价格差异的合理性分析

报告期内，公司向惠世康、丰顺健安销售产品的均价整体上要低于向其他代理经销商销售均价，主要原因有以下几个方面：

（1）报告期内，维 A 酸乳膏、盐酸阿莫罗芬搽剂通过惠世康、丰顺健安销售情况良好，大幅高于公司向其他代理经销商的销售数量。公司 2021 年 1-6 月，向惠世康销售维 A 酸乳膏数量突破 70 万支，而向其他代理经销商销售数量大多在 1,000 支以下；2020 年以来，每年向惠世康销售盐酸阿莫罗芬搽剂数量达到近万瓶，而向其他单个代理经销商年度销售数量大多在 200 瓶以下。在这种情况下，

公司给予惠世康、丰顺健安的价格优惠幅度较大。

(2) 报告期内，公司希望通过互联网拓展销售渠道。目前，国内互联网渠道基本被几大巨头占据，处于较为强势地位，要求供应商的供货价格较低。惠世康、丰顺健安拥有互联网渠道相关运作经验，可以帮助公司产品实现在互联网渠道的销售，但与此同时，公司也要接受其较低的采购价格。

(3) 报告期内，虽然公司对惠世康、丰顺健安销售产品的均价相对较低，但仍可以获得较高的毛利率，具体情况如下：

产品	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
维 A 酸乳膏	63.55%	70.55%	52.93%	64.70%
盐酸阿莫罗芬搽剂	67.20%	65.03%	69.94%	-
糠酸莫米松乳膏	82.35%	81.28%	78.56%	77.95%
丙酸氟替卡松乳膏	86.07%	84.91%	82.64%	81.89%
盐酸特比萘芬片	71.77%	68.48%	70.27%	68.02%
盐酸特比萘芬乳膏	-	69.35%	66.19%	66.65%
丁酸氢化可的松乳膏	73.12%	72.76%	70.93%	69.21%

总体而言，公司向惠世康、丰顺健安销售的相关产品均价低于向其他代理经销商销售均价，主要是由于其主要产品占比较高、增长较快，公司希望通过惠世康快速拓展电商平台销售渠道。此外，代理经销模式下，公司综合考虑经销商渠道、销售能力、采购数量等因素给予不同的定价策略，因此在供货价格上对其有所优惠，差异具备合理性。

四、江西惠世康医药有限公司销售发行人产品销售方式及合规性

惠世康作为公司的代理经销商，其采购公司产品后销往丰顺健安，最终主要与下游的阿里大药房等电商平台合作，通过互联网线上渠道进行销售。

惠世康、丰顺健安、阿里大药房药品经营资质如下：

公司名称	许可证编号	经营方式	经营范围	证书有效期
惠世康	赣 AA7950466	批发	中药饮片、中成药、化学原料药、化学药制剂、抗生素原料药、抗生素制剂、生化药品、生物制品	2023.09.18
丰顺健安	粤 AA7531152	批发	中成药、化学药制剂、抗生素原	2024.12.03

			料药、抗生素制剂、生化药品	
阿里大药房	粤 BA0200122	零售（连锁）	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（除疫苗）	2025.12.14

因此，惠世康、丰顺健安、阿里大药房销售公司产品具有相应资质。其销售公司的药品中，盐酸特比萘芬乳膏、糠酸莫米松乳膏、盐酸阿莫罗芬搽剂、维 A 酸乳膏（20g/支）、丁酸氢化可的松乳膏为非处方（OTC）药，盐酸特比萘芬片、丙酸氟替卡松乳膏为处方药。

根据《药品经营质量管理规范实施细则》第七十二条第（二）款的规定，销售药品时，应由执业药师或药师对处方进行审核并签字后，方可依据处方调配、销售药品。无医师开具的处方不得销售处方药。当购买人在阿里大药房购买的药品涉及处方药时，系统会提示“凭处方提交预定”，随后由购买人填写用药人姓名、身份证号、手机号、其他病史、确诊疾病等信息，医师根据购买人所填写的信息进行网络问诊并开具电子处方，药师审方通过后发货。

综上，惠世康、丰顺健安、阿里大药房具有药品经营资质，阿里大药房销售发行人处方药符合《药品经营质量管理规范实施细则》第七十二条的相关规定。

五、发行人电商平台的销售策略，是否存在其他直营店

目前公司自营互联网平台店铺为京东平台“芙林大药房旗舰店”，但因公司互联网运营团队搭建伊始、相关运营经验尚浅，目前该店铺销售规模较小，发行人主要通过经销商拓展互联网销售渠道。后续，公司将在充分积累互联网运营经验的基础上，积极推动与主流互联网平台的直营合作，包括对页面设计、患者教育、信息互通和服务响应等进行全面提升，将公司互联网旗舰店打造成为具有一定流量规模的直营店。

六、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、查询国家企业信用信息公示系统（<http://gsxt.gdgs.gov.cn/>）、企查查公开信息，查询惠世康、丰顺健安基本信息；获取惠世康、丰顺健安销售流向表、相关情况说明，了解其在电商平台销售的主要形式、产品，发行人销售占其采购的

比例。

2、访谈发行人管理层，了解发行人通过与惠世康、丰顺健安合作拓展电商销售的合理性，向惠世康、丰顺健安销售产品的价格与向其他代理经销商存在差异的原因。

3、获取发行人收入明细表、客户名录，核查发行人向惠世康、丰顺健安销售产品定价的公允性。

4、查询国家药品监督管理局网站，核查惠世康、丰顺健安、阿里大药房所取得的相关资质，获取阿里大药房网页截图，核查其处方药销售的合规性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、惠世康为发行人代理经销商，经丰顺健安最终销售渠道主要为阿里大药房等电商平台；发行人与其合作主要为拓展电商平台销售渠道、提升品牌知名度及影响力，销售具有合理性。

2、因惠世康、丰顺健安销售增长较快，发行人希望通过其快速拓展电商平台销售渠道，相对于其他代理经销商，发行人给予了其一定的价格优惠，但发行人对惠世康、丰顺健安销售的产品仍具有较高的毛利率。发行人向惠世康、丰顺健安销售产品的定价具有公允性。

3、惠世康、丰顺健安、阿里大药房具有药品经营资质，阿里大药房销售发行人处方药符合《药品经营质量管理规范实施细则》第七十二条的相关规定。

4、发行人自营互联网平台店铺为京东平台“芙林大药房旗舰店”，目前销售规模较小，发行人主要通过经销商拓展互联网销售渠道，后续将在充分积累互联网运营经验的基础上，积极推动与主流互联网平台的直营合作。

经核查，发行人律师认为：

惠世康、丰顺健安、阿里大药房具有药品经营资质，阿里大药房销售发行人处方药符合《药品经营质量管理规范实施细则》第七十二条的相关规定。

问题 5 关于供应商

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人中药材主要供应商中存在成立时间较短即成为发行人主要供应商和注册资本较低的情况。

（2）此外，发行人目前正在研制丁酸氢化可的松、卤米松、盐酸氨酮戊酸、卡泊三醇、克立硼罗等原料药并计划实现自产。

请发行人：

（1）结合发行人中药材采购模式，说明发行人中药材供应商较多，存在部分供应商成立时间较短即成为发行人主要供应商、部分供应商注册资本较低的商业合理性；分析与相关供应商采购价格的公允性；说明是否存在个人等非法人主体供应商情况。

（2）说明发行人其他原料药的研发进展，并分析可能对发行人原材料采购产生的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合发行人中药材采购模式，说明发行人中药材供应商较多，存在部分供应商成立时间较短即成为发行人主要供应商、部分供应商注册资本较低的商业合理性；分析与相关供应商采购价格的公允性；说明是否存在个人等非法人主体供应商情况

（一）发行人中药材采购模式

根据产品制造部门提交的采购需求，采购中心信息部与中药材产地供应商及市场主营商家取得联系，在规格、等级、生长年限、种植模式、采收时间、含税及运费等统一条件下进行报价，并提供大货图样。报价信息汇总后提交公司主管领导审核，审核无异议后转由采购中心合同部执行议价，组织完成采购计划。

（二）发行人中药材供应商较多的合理性

报告期内，公司采购中药材品种数量分别为 45 个、246 个、297 个、142 个，中药材供应商数量分别为 24 家、107 家、121 家、56 家，中药材采购品种、供应商数量均较多。

我国幅员辽阔，不同地域土壤、降水量、温度、空气湿度差异较大，而中药材品种丰富，种植条件差异较大，导致我国中药材栽培种植地域分布较为分散。

我国中药材资源分布情况如下：

序号	产区	品种
1	关药产区	关药指山海关以北或指“关外”东三省及内蒙古部分地区所产的道地药材。著名关药有人参、鹿茸、防风、细辛、五味子、关木通、刺五加、黄柏、知母、龙胆、哈蟆油等。
2	北药产区	北药通常指河北、山东、山西等省和内蒙古自治区中部和东部等地区所产的道地药材。著名北药有北沙参、山楂、党参、金银花、板蓝根、连翘、酸枣仁、远志、黄芩、赤芍、知母、枸杞子、阿胶、全蝎、五灵脂等。
3	怀药产区	怀药泛指河南境内所产的道地药材。著名怀药有地黄、山药、牛膝、菊花、天花粉、瓜蒌、白芷、辛夷、金银花、红花、山茱萸、全蝎、茯苓等。
4	淮药产区	淮药指淮河流域以及长江中下游地区（鄂苏皖三省）所产的道地药材，有三大产地：湖北、安徽、江苏三省。著名淮药有半夏、葛根、苍术、射干、续断、南沙参、太子参、明党参、天南星、牡丹皮、木瓜、银杏、艾叶、石斛、龟甲、鳖甲、蟾酥、斑蝥、蜈蚣、蕲蛇、石膏等。
5	浙药产区	浙药包括浙江及沿海大陆架生产的药材，狭义的浙药系指“浙八味”为代表的浙江道地药材。著名浙药有白术、杭白芍、玄参、延胡索、杭菊花、杭麦冬、山茱萸、浙贝母、温郁金、温厚朴、天台乌药、麦冬、白芷、莪术、僵蚕、乌梅等。
6	江南药产区	江南药指长江以南、南岭以北地区多产的道地药材。著名江南药有百部、白前、威灵仙、徐长卿、泽泻、蛇床子、枳实、枳壳、莲子、紫苏、车前、僵蚕、雄黄、太子参、香薷、鸡血藤、白术、玉竹等。
7	广药产区	广药系指南岭以南，即广东、广西南部及海南、台湾等地出产的道地药材。著名广药有砂仁、巴戟天、何首乌、益智仁、槟榔、广藿香、高良姜、广防己、化橘红、鸡血藤、山豆根、肉桂、石斛、广金钱草、桂莪术、穿山甲、穿心莲、罗汉果、肉桂、苏木、八角茴香、毕茛、胖大海、马钱子、粉防己、金钱白花蛇、地龙、海龙、海马等。
8	贵药产区	贵药指产于贵州的道地药材。著名贵药有天冬、天麻、太子参、黄精、白及、杜仲、薏苡仁、吴茱萸、五倍子、雄黄、朱砂等。
9	云药产区	云药指产于云南的道地药材。著名云药有三七、木香、重楼、茯苓、天麻、罗芙木、诃子、草果、金鸡纳、儿茶、砂仁、黄连、当归、龙胆、半夏、蛤蚧、木鳖子、骨碎补等。
10	川药产区	川药指四川、重庆所产道地药材。著名川药有麦冬、泽泻、白芍、白芷、

		牛膝、郁金、黄柏、川芎、附子、川木香、大黄、枳壳、杜仲、厚朴、巴豆、使君子、明党参、冬虫夏草、川贝母、麝香、补骨脂、花椒、丹参、干姜、姜黄、半夏、青蒿、玄参等。
11	蒙药产区	蒙药指内蒙古中西部地区所产的道地药材。著名蒙药有锁阳、黄芪、肉苁蓉、甘草、麻黄、赤芍、郁李仁、苦杏仁、蒺藜、金莲花、枸杞子等。
12	秦药产区	秦药指古秦国，现在陕西、甘肃、宁夏、青海等地所产的道地药材。著名秦药有当归、大黄、秦艽、羌活、银柴胡、枸杞子、党参、款冬花、板蓝根、茵陈、秦皮、猪苓、半夏、冬虫夏草、黄芪、麝香、独一味等。
13	维药产区	维药指新疆所产的道地药材。著名维药有雪莲花、伊贝母、阿魏、紫草、红花、罗布麻、孜然、甘草、锁阳、肉苁蓉、麻黄、大黄、马鹿茸等。
14	藏药产区	藏药指青藏高原所产道地药材。著名藏药有冬虫夏草、雪莲花、炉贝母、西红花、麝香、鹿茸、熊胆、牛黄、胡黄连、大黄、天麻、秦艽、羌活、雪上一枝蒿、甘松、桃儿七、硼砂等。其中，冬虫夏草、雪莲花、炉贝母、西红花习称“四大藏药”。
15	海药产区	海药指沿海大陆架、中国海岛及河湖水网所产的道地药材。著名海药有珍珠、珍珠母、石决明、牡蛎、海龙、海马、昆布等。

资料来源：世界传统医药网。

农业农村部、药监局、中医药局三部门发布《全国道地药材生产基地建设规划（2018-2025 年）》指出：道地药材是指经过中医临床长期应用优选出来的，产在特定地域，与其他地区所产同种中药材相比，品质和疗效更好，且质量稳定，具有较高知名度的药材。公司一般会选择直接向中药材原产地采购道地药材，一方面可以保障药材品质，另一方面可以降低流通环节的采购成本。因此，发行人中药材供应商较多具有合理性。

（三）存在部分供应商成立时间较短即成为发行人主要供应商、部分供应商注册资本较低的商业合理性

报告期内，成立时间较短即成为发行人主要中药材供应商、注册资本较低的主要中药材供应商基本情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	注册资本 (万元)	注册地址	合作历史
1	玉林诚实通中药材有限公司	2017.04.06	300.00	玉林市站前路 8 号	2017 年 12 月开始合作
2	吉林省北鳌参业有限公司	2019.05.21	500.00	吉林省白山市抚松县万良镇万福村一组	2019 年 9 月开始合作
3	安徽河清源药业有限公司	2020.07.31	500.00	安徽省亳州市高新区魏武大道神农谷中药材交易大厅 520110 号	2020 年 9 月开始合作

4	宜昌尽源药材专业合作社	2010.12.30	30.00	夷陵区黄花镇香龙山村一组	2019年9月开始合作
5	平邑县永兴中药材有限公司	2005.11.02	50.00	山东省临沂市平邑县流峪镇南蒲芦村,村南 1000 米	2019 年 10 月开始合作

注 1：成立时间较短即成为发行人主要中药材供应商指成立时间与公司与其开展合作时间间隔小于 12 个月的供应商。

注 2：注册资本较低的主要中药材供应商指注册资本小于或等于 50 万元的供应商。

上述中药材供应商中，玉林诚实通中药材有限公司、吉林省北鳌参业有限公司、安徽河清源药业有限公司成立时间较短即成为公司供应商，宜昌尽源药材专业合作社、平邑县永兴中药材有限公司注册资本较小。公司与上述供应商合作的原因及合理性如下：

1、公司一般优先采购道地药材，而部分道地药材供应商可供选择的范围有限。中药材属于广泛意义的农产品，公司在确定中药材供应商时，首先筛选药材的原产地、主产区，然后搜集产地供应商信息，如地龙、山豆根属于广药产区（广东、广西南部及海南、台湾等地）道地药材，公司选择向玉林诚实通中药材有限公司进行采购；人参、五味子属于关药产区（东三省及内蒙古部分地区）道地药材，公司选择向吉林省北鳌参业有限公司进行采购；金银花、全蝎属于北药产区（河北、山东、山西等省和内蒙古自治区中部和东部等地区）道地药材，公司选择向平邑县永兴中药材有限公司进行采购。

2、公司在确定中药材供应商前，会通过市场调研、实地调研等方式对供应商进行考察。公司通过在行业内进行调研，了解该供应商的市场信息、经营规模、行业内合作案例等情况，以及主要经营人员基本情况。公司采购过程中首要关注中药材本身的品质，其次会考虑供应商及其主要经营人员的种植或加工经验、从业年限、供货能力、市场口碑、个人信誉等，最后结合供应商成立时间、注册资本规模等因素综合考虑确定。如宜昌尽源药材专业合作社为宜昌本地中药材供应商，经公司实地考察，其药材质量、仓储规模、加工场地、供货能力等均符合公司的要求，公司最终确定向其采购。

3、公司通过采购前的小样检验、收货后的药材验收检验、验收开票后付款等措施防范药材质量风险、供应商资金风险。公司在确定供应商前，会收集药材

小样进行检验，核实药材质量是否符合公司要求；在收货后进行验收检验，进一步确定药材是否符合公司要求。且双方约定检验合格到票后付款，而从中药材到货、检验、开票到付款，整个周期约 2-3 个月，在付款前所购药材一般已投料生产，若在生产过程中发现药材质量问题，公司仍可以及时进行处理，因此公司药材质量风险及资金风险较低。

4、部分供应商为前期其他供应商的延续。如安徽河清源药业有限公司成立于 2020 年 7 月，公司于 2020 年 9 月与其开始合作。公司与其合作期间，该供应商主要由自然人何志强投资、经营管理。何志强从事中药材业务多年，公司于 2017 年 11 月与何志强开始合作，2020 年 7 月安徽河清源药业有限公司成立后，公司转由向该公司进行中药材采购。

综上，存在部分供应商成立时间较短即成为发行人主要供应商、部分供应商注册资本较低具备商业合理性。

（四）与相关供应商采购价格的公允性

报告期内公司向玉林诚实通中药材有限公司采购情况如下：

时间	序号	中药材品种	金额 (元)	数量 (kg)	采购均价 (元/kg)	市场价格 (元/kg)
2020 年	1	地龙	21,834.86	100.00	218.35	240.00
	合计		21,834.86	-	-	-
2019 年	1	山豆根	117,816.05	778.30	151.38	180.00
	2	其他	104,817.21	-	-	-
	合计		222,633.26	-	-	-

注 1：市场价格来源于中药材天地网（网址：<https://www.zyctd.com>）等公开信息，下同。

注 2：发行人采购均价为不含税价格，市场价格为含税价格，下同。

注 3：上表 2019 年仅单独列示年度采购金额超过 10 万元的中药材品种。

报告期内公司向吉林省北鳌参业有限公司采购情况如下：

时间	序号	中药材品种	金额 (元)	数量 (kg)	采购均价 (元/kg)	市场价格 (元/kg)
2020 年	1	人参	19,266.06	75.00	256.88	300.00
	合计		19,266.06	-	-	-

2019 年	1	五味子	143,929.82	1,162.10	123.85	110.00-130.00
	2	红参	93,530.28	463.40	201.83	210.00-220.00
	合计		237,460.10	-	-	-

报告期内公司向安徽河清源药业有限公司采购情况如下：

时间	序号	中药材品种	金额 (元)	数量 (kg)	采购均价 (元/kg)	市场价格 (元/kg)
2021 年 1-6 月	1	紫草	367,310.08	1,053.60	348.62	380.00-400.00
	2	重楼	260,894.49	455.00	573.39	650.00
	3	郁金	150,887.25	3,499.30	43.12	40.00-45.00
	4	白术	138,276.47	8,147.10	16.97	17.00-19.00
	5	牡丹皮	129,244.77	11,006.40	11.74	11.00-18.00
	6	桔梗	124,840.37	6,803.80	18.35	16.00-22.50
	7	其他	148,268.62	-	-	-
	合计		1,319,722.05	-	-	-
2020 年	1	拳参	298,623.85	3,100.00	96.33	110.00
	2	其他	125,657.11	-	-	-
	合计		424,280.96	-	-	-

注：上表仅单独列示年度采购金额超过 10 万元的中药材品种。

报告期内公司向宜昌尽源药材专业合作社采购情况如下：

时间	序号	中药材品种	金额 (元)	数量 (kg)	采购均价 (元/kg)	市场价格 (元/kg)
2021 年 1-6 月	1	天葵子	75,450.28	1,219.30	61.88	68.00
	合计		75,450.28	-	-	-
2020 年	1	蝉蜕	585,094.22	2,996.90	195.23	210.00-240.00
	2	其他	108,047.39	-	-	-
	合计		693,141.61	-	-	-
2019 年	1	五加皮	20,728.71	734.80	28.21	30.00
	2	青皮	13,843.83	1,762.20	7.86	8.00-9.00
	3	其他	20,333.49	-	-	-
	合计		54,906.03	-	--	-

注：上表 2020 年仅单独列示年度采购金额超过 10 万元的中药材品种；2019 年仅单独列示年度采购金额超过 1 万元的中药材品种。

报告期内公司向平邑县永兴中药材有限公司采购情况如下：

时间	序号	中药材品种	金额 (元)	数量 (kg)	采购均价 (元/kg)	市场价格 (元/kg)
2021 年 1-6 月	1	金银花	825,315.23	6,161.60	133.94	130.00-140.00
	2	全蝎	421,486.24	201.50	2,091.74	2,300.00
	3	丹参	208,404.88	18,468.40	11.28	11.50-14.00
	合计		1,455,206.35	-	-	-
2020 年	1	全蝎	216,243.12	100.30	2,155.96	2,300.00
	2	丹参	105,522.94	8,520.00	12.39	11.00-14.00
	3	金银花	58,978.35	363.20	162.39	180.00
	合计		380,744.41	-	-	-
2019 年	1	玫瑰花	18,990.83	450.00	42.20	44.00
	合计		18,990.83	-	-	-

因此，公司向平邑县永兴中药材有限公司、安徽河清源药业有限公司中药材采购价格与市场价格不存在重大差异，具备公允性。

（五）个人等非法人主体供应商情况

中药材属于广泛意义的农产品，部分农户经营规模较小、经营意识不强，未设立药材公司或专业合作社（法人）等经营主体，而是自主或者通过个体工商户的形式从事中药材业务。公司采购过程中首要关注中药材本身的品质，优先选择向当地的药材公司、专业合作社进行采购，但对于个别中药材品种，若农户供应的药材品质能符合公司要求且价格合适，公司也会考虑向个人、个体工商户进行采购。根据粤万年青、陇神戎发、盘龙药业等上市公司招股说明书公开披露信息，其均存在向个人等非法人主体采购中药材的情形，公司相关采购行为符合行业惯例、具备合理性。

报告期内，公司向个人等非法人主体供应商采购中药材金额如下：

单位：万元

类型	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
个人	103.72	231.32	128.87	5.85
个体工商户等	3.94	17.82	14.75	-

合计	107.66	249.14	143.62	5.85
采购总额	2,769.08	5,338.07	3,455.50	2,311.97
占采购总额比例	3.89%	4.67%	4.16%	0.25%

报告期内，公司对中药材前五名非法人主体供应商采购情况如下：

时间	序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额 (万元)	占采购总额 比例
2021 年 1-6 月	1	刘伯蔚	茯苓、夏枯草、茯神等	68.64	2.48%
	2	王亚军	刺猬皮、谷芽、雄蚕蛾等	28.97	1.05%
	3	岳凡芳	山楂	4.93	0.18%
	4	新平漠沙李华富药材 种植点	白扁豆	3.94	0.14%
	5	董保玉	南五味子	1.18	0.04%
	合计		-	107.66	3.89%
2020 年 度	1	何志强	白芍、白术、牡丹皮、沉香、桔梗等	88.93	1.67%
	2	刘伯蔚	茯苓、茯神、鱼腥草	45.16	0.85%
	3	王亚军	紫草、肉豆蔻、石斛等	19.93	0.37%
	4	甄东平	淫羊藿	16.51	0.31%
	5	五峰鑫增特色种植家 庭农场	天麻、独活	16.31	0.31%
	合计		-	186.83	3.50%
2019 年 度	1	何志强	降香、豆蔻、胖大海、桔梗等	47.27	1.37%
	2	王亚军	藁本、罗汉果、丁香等	21.56	0.62%
	3	卢正理	覆盆子、前胡、浙贝母	10.13	0.29%
	4	刘旭强	羌活	8.30	0.24%
	5	罗良河	防己、车前子	6.98	0.20%
	合计		-	94.23	2.73%
2018 年 度	1	何志强	白芍、白芷	2.58	0.11%
	2	田恒魁	杜仲	1.56	0.07%
	3	王建忠	红花	1.00	0.04%
	4	康祝红	土茯苓、狗脊	0.35	0.02%
	5	鲁克玉	徐长卿	0.20	0.01%
	合计		-	5.68	0.25%

报告期内，公司向非法人主体供应商采购中药材金额及占公司采购总额比例

较小。

二、发行人其他原料药的研发进展，可能对发行人原材料采购产生的影响

截至目前，公司其他原料药的研发进展情况如下：

序号	项目名称	研发进展
1	丁酸氢化可的松原料药合成的研制	药审中心资料审评中
2	卤米松原料药合成的研制	实验室中试放大和原料药车间放大工作已经完成，质量方法验证开展中，车间工艺验证计划中
3	盐酸氨酮戊酸原料药合成的研发	工艺优化基本完成
4	卡泊三醇原料药合成的研制	小试重复研究已经完成，中试放大正在计划中
5	克立硼罗原料药的研究开发	工艺优化基本完成

报告期内，公司对外采购丁酸氢化可的松原料药情况如下：

单位：万元、kg

原料药名称	年度	采购金额	采购数量
丁酸氢化可的松	2021 年 1-6 月	38.05	20.00
	2020 年	119.87	63.00
	2019 年	38.05	20.00
	2018 年	64.55	35.00

丁酸氢化可的松原料药正式投产后，公司将减少其对外采购金额和数量。

除丁酸氢化可的松原料药外，公司未对外采购卤米松、盐酸氨酮戊酸、卡泊三醇、克立硼罗等原料药用作生产，采购少量卤米松原料药用于研发。

三、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、获取发行人入库单列表，了解发行人向平邑县永兴中药材有限公司、安徽河清源药业有限公司、非法人主体等供应商中药材采购情况及相关原料药采购情况；查询国家企业信用信息公示系统（<http://gsxt.gdgs.gov.cn/>）、企查查公开信息，查询相关供应商的基本信息；获取发行人财务凭证，核查与相关供应商的合作历史；与相关供应商进行访谈，核查采购业务的真实性。

2、访谈发行人管理层及核心技术人员，了解发行人中药材采购模式、存在部分供应商成立时间较短即成为发行人主要供应商、部分供应商注册资本较低的商业合理性、原料药的研发进展及可能对发行人原材料采购产生的影响。

3、查询中药材天地网（网址：<https://www.zyctd.com>）、世界传统医药网（<http://tmbos.com/index/article/view/id/10065.html>），了解相关中药材的市场价格、地域分布特点，核查发行人采购价格的公允性、供应商较多的合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、因我国中药材栽培种植地域分布较为分散，发行人一般会选择直接向中药材原产地采购道地药材，导致中药材供应商较多。

2、报告期内，发行人存在部分供应商成立时间较短即成为发行人主要供应商、部分供应商注册资本较低具备商业合理性，相关中药材采购价格与市场价格不存在重大差异，具备公允性。

3、报告期内，发行人中药材非法人主体供应商主要为个人、个体工商户等，向非法人主体供应商采购金额占发行人采购总额比例较小且具备合理性。

4、报告期内，发行人未对外采购卤米松、盐酸氨酮戊酸、卡泊三醇、克立硼罗等原料药用作生产，丁酸氢化可的松原料药正式投产后，公司将减少其对外采购金额和数量。

问题 6 关于营业成本及原材料采购

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）报告期内，公司主营业务成本以直接材料为主，直接材料占主营业务成本的比例为 60%左右。

（2）盐酸特比萘芬片、石辛含片单位成本变动与原材料采购价格变动有所差异，主要系生产时间与采购时间的差异所致。

请发行人：

(1) 说明直接原材料涉及的主要品种、金额及占比，结合原材料市场价格说明采购价格的公允性，发行人包装材料采购量与销售量的匹配关系。

(2) 进一步量化分析生产时间与采购时间的差异，对盐酸特比萘芬片、石辛含片单位成本的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明直接原材料涉及的主要品种、金额及占比，结合原材料市场价格说明采购价格的公允性，发行人包装材料采购量与销售量的匹配关系。

(一) 直接原材料涉及的主要品种、金额及占比

报告期内，直接原材料中各期金额前 5 名的品种涉及丙酸氟替卡松、糠酸莫米松、丁酸氢化可的松、盐酸特比萘芬、氟米松、维 A 酸、铝管、彩盒，具体情况如下：

单位：万元

序号	品种	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	丙酸氟替卡松	-	-	92.23	4.60%	378.01	19.12%	281.75	17.20%
2	糠酸莫米松	-	-	55.68	2.78%	226.61	11.46%	192.14	11.73%
3	丁酸氢化可的松	37.63	3.21%	68.53	3.42%	65.25	3.30%	65.12	3.97%
4	盐酸特比萘芬	119.72	10.22%	246.62	12.29%	245.33	12.41%	186.02	11.35%
5	氟米松	54.94	4.69%	89.64	6.07%	-	-	-	-
6	维 A 酸	37.16	3.17%	100.45	4.47%	65.81	3.33%	11.15	0.68%
7	铝管	224.13	19.14%	451.16	22.49%	386.65	19.55%	341.55	20.85%
8	彩盒	116.56	9.95%	202.82	10.11%	170.86	8.64%	163.28	9.97%
合计		590.14	50.38%	1,307.13	66.22%	1,538.52	77.81%	1,241.01	75.75%

如上所示，2018 年度、2019 年度、2020 年度、2021 年 1-6 月公司主要品种成本合计金额分别为 1,241.01 万元、1,538.52 万元、1,307.13 万元、590.14 万元，占直接材料的比例分别为 75.75%、77.81%、66.22%、50.38%。2018 年度、2019

年度，公司主要品种占比较高，主要系公司使用外购的丙酸氟替卡松、糠酸莫米松原料药所致；2020 年度占比有所下降，主要系当期使用的糠酸莫米松全部为自产，丙酸氟替卡松部分为自产所致；2021 年 1-6 月占比进一步下降，主要系当期使用的丙酸氟替卡松全部为自产以及公司中药配方颗粒成本占比上升所致。

（二）结合原材料市场价格说明采购价格的公允性

报告期内，公司直接原材料主要品种包括丙酸氟替卡松、糠酸莫米松、丁酸氢化可的松、盐酸特比萘芬、氟米松、维 A 酸、铝管、彩盒，上述品种的具体采购价格和市场价格情况如下：

序号	品种	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年 度	2018 年度	可查询到的市场参考价格
1	丙酸氟替卡松 (元/g)	-	132.74	132.35	128.96	144.83、169.41、109.61
2	糠酸莫米松 (元/g)	-	-	26.55	25.86	23.00、25.00、28.00
3	丁酸氢化可的 松 (元/g)	19.03	19.03	19.03	18.44	21.50-23.88
4	盐酸特比萘芬 (元/g)	1.11	1.11	1.17	1.04	浙江东亚：0.80、0.87、0.86； 阿里巴巴：0.90、1.00、1.10、 1.50
5	氟米松 (元/g)	21.06	21.16	22.12	21.55	20.00
6	维 A 酸 (元/g)	65.49	70.10	126.39	41.95	-
7	铝管 (元/支)	0.22	0.23	0.23	0.22	0.18-0.25
8	彩盒 (元/支)	0.11	0.09	0.08	0.08	0.08-0.50

注 1：丙酸氟替卡松市场价格来源于奥锐特招股说明书 2017 年度、2018 年度、2019 年度各期平均价格；

注 2：糠酸莫米松市场价格来源于阿里巴巴同一商家不同采购量的价格；

注 3：丁酸氢化可的松市场价格来源于阿里巴巴不同商家的价格；

注 4：盐酸特比萘芬市场价格来源于浙江东亚招股说明书 2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月各期平均价格，以及阿里巴巴不同商家价格；

注 5：氟米松市场价格来源于阿里巴巴；

注 6：铝管、彩盒市场价格来源于阿里巴巴不同商家不同规格的价格。

如上所示，除维 A 酸外，报告期内公司原材料各主要品种采购价格均保持稳定，不存在重大波动情况。

对于维 A 酸，公司报告期内采购价格波动较大，未能获得报告期内该原料药公开市场价格。报告期内，公司向山东良福制药有限公司、东北制药集团股份有限公司、重庆华邦制药有限公司、重庆华邦胜凯制药有限公司、广东中正国健药业有限公司、重庆方舟医药有限公司等公司采购维 A 酸原料药，各期采购价格存在较大波动。2018 年公司向重庆方舟医药有限公司采购维 A 酸价格较低，后因 2018 年下半年开展环保治理导致维 A 酸市场供应减少，公司向重庆华邦胜凯制药有限公司（重庆华邦制药有限公司子公司）以较高价格采购。2019 年市场出现垄断，全国维 A 酸供应商只有少数几家，导致当年采购价格较高且出现较大波动。2020 年随着垄断情况有所改善，价格也有所降低。

经查询公司报告期内维 A 酸的具体采购价格的波动情况，公司采购价格符合市场实际情况；经查询其他各主要品种市场公开价格信息，公司采购价格与市场价格相比，不存在重大差异。综合来看，公司各主要品种采购价格符合市场实际情况，相关产品采购价格公允。

（三）发行人包装材料采购量与销售量的匹配关系

报告期内，公司主要包装材料采购量与销售量的匹配情况如下：

项目		2021年1-6月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	合计
乳膏说明书	采购量（万张）	1,351.27	2,190.12	1,641.70	1,514.21	6,697.30
	销售量（万支）	979.72	1,910.02	1,680.98	1,506.85	6,077.57
	生产领用量（万张）	1,063.46	2,273.73	1,598.20	1,447.86	6,383.26
	库存量（万张）	487.98	245.77	333.75	291.05	487.98
	生产领用量/采购量	78.70%	103.82%	97.35%	95.62%	95.31%
	销售量/采购量	72.50%	87.21%	102.39%	99.51%	90.75%
乳膏铝管	采购量（万支）	1,039.53	2,175.47	1,939.94	1,581.81	6,736.75
	销售量（万支）	979.72	1,910.02	1,680.98	1,506.85	6,077.57
	生产领用量（万支）	1,065.65	2,282.52	1,609.84	1,455.47	6,413.48
	库存量（万支）	542.65	569.62	678.38	380.90	542.65
	生产领用量/采购量	102.51%	104.92%	82.98%	92.01%	95.20%
	销售量/采购量	94.25%	87.80%	86.65%	95.26%	90.22%
乳膏	采购量（万个）	993.86	2,494.86	1,655.92	1,529.20	6,673.84
	销售量（万支）	979.72	1,910.02	1,680.98	1,506.85	6,077.57

项目		2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	合计
彩盒	生产领用量（万个）	1,062.32	2,269.76	1,599.38	1,449.00	6,380.47
	库存量（万个）	505.87	576.03	361.60	306.76	505.87
	生产领用量/采购量	106.89%	90.98%	96.59%	94.76%	95.60%
	销售量/采购量	98.58%	76.56%	101.51%	98.54%	91.07%
片剂说明书	采购量（万张）	220.19	338.84	305.36	585.83	1,450.22
	销售量（万盒）	160.02	399.59	422.47	417.52	1,399.60
	生产领用量（万张）	175.12	406.78	367.90	483.56	1,433.36
	库存量（万张）	73.86	40.84	127.18	189.90	73.86
	生产领用量/采购量	79.53%	120.05%	120.48%	82.54%	98.84%
	销售量/采购量	72.67%	117.93%	138.35%	71.27%	96.51%
片剂彩盒	采购量（万张）	146.30	382.39	349.84	589.89	1,468.42
	销售量（万盒）	160.02	399.59	422.47	417.52	1,399.60
	生产领用量（万张）	174.52	406.96	368.39	484.34	1,434.20
	库存量（万张）	92.54	127.72	158.08	177.00	92.54
	生产领用量/采购量	119.29%	106.43%	105.30%	82.11%	97.67%
	销售量/采购量	109.38%	104.50%	120.76%	70.78%	95.31%
胶囊彩盒	采购量（万个）	46.88	16.59	89.66	94.04	247.17
	销售量（万盒）	30.25	54.43	71.62	71.94	228.24
	生产领用量（万个）	36.84	53.17	68.20	81.83	240.03
	库存量（万个）	14.04	11.09	49.92	28.62	14.04
	生产领用量/采购量	78.57%	320.47%	76.06%	87.02%	97.11%
	销售量/采购量	64.53%	328.09%	79.88%	76.50%	92.34%

注：上期结存+本期采购-本期生产领用与本期结存的差异为其他领用出库；其他领用出库主要为质量检验出库、改版等报废出库、宣传样品出库及调试包装设备发生的损耗等。

发行人包装材料的采购系根据期初结存和当年生产销售计划综合考虑并安排采购。

1、乳膏说明书

2018年、2019年、2020年，乳膏说明书的生产领用量/采购量比例均保持在95%以上，销售量/采购量比例在90%左右波动。2020年，考虑疫情因素公司提高了产品备货量，使当期生产领用量/采购量比例上升，而销售量/采购量比例有所下降。2021年1-6月，生产领用量/采购量比例和销售量/采购量的比例均有所

下降，主要系 2020 年版《中华人民共和国药典》正式实施，公司本期采购了较多新版的药品说明书，使当期采购量较大所致。

2、乳膏铝管

报告期内，乳膏铝管的销售量/采购量比例相对稳定，均在 90%左右波动；2020 年、2021 年 1-6 月生产领用量/采购量比例超过 100%，主要系各期消化了部分前期库存所致。

3、乳膏彩盒

报告期内，乳膏彩盒的销售量/采购量比例在 2020 年相对较低，主要系考虑疫情因素公司提高了产品备货量，当期采购量、生产领用量较多，但产品未全部销售所致；其他各期均在 90%以上。报告期内，乳膏彩盒的生产领用量/采购量比例均保持在 95%左右。

4、片剂说明书

2019 年、2020 年，片剂说明书的生产领用量/采购量和销售量/采购量比例均超过 100%，主要系该类包装材料 2018 年采购数量较多且在当期末结存数量较多，在后续年度相应减少采购量，维持存货的合理库存量。2021 年 1-6 月，生产领用量/采购量比例和销售量/采购量的比例均有所下降，主要系 2020 年版《中华人民共和国药典》正式实施，公司本期采购了较多新版的药品说明书，使当期采购量较大所致。

5、片剂彩盒

2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，片剂彩盒的生产领用量/采购量和销售量/采购量比例均超过 100%，主要系该类包装材料 2018 年结存数量较多，在后续年度相应减少采购量，维持存货的合理库存量。

6、胶囊彩盒

2018 年、2019 年，胶囊彩盒的生产领用量/采购量比例和销售量/采购量比例保持在 80%左右，导致该类包装材料期末库存量逐步增加，故 2020 年大幅减少了该类包装材料的采购量，使期末库存量下降至合理水平。

综上，报告期内，公司主要包装材料采购量与销售量各年之间的差异主要系公司根据期初结存和当年生产销售计划综合考虑并安排采购造成；公司主要包装材料的合计生产领用量占合计采购量的比例均在 95%以上，合计销售量占合计采购量的比例均在 90%以上，包装材料采购量与销售量相匹配。

二、进一步量化分析生产时间与采购时间的差异，对盐酸特比萘芬片、石辛含片单位成本的影响。

（一）生产时间与采购时间差异对盐酸特比萘芬片单位成本的影响

报告期内，公司盐酸特比萘芬片原料药单位成本变动与原料药采购价格变动情况如下：

单位：元/标准盒、元/kg

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
原料药单位成本	0.8453	-2.40%	0.8659	5.77%	0.8186	6.85%	0.7661
原料药采购价格	1,106.19	0.00%	1,106.19	-5.60%	1,171.85	12.64%	1,040.36

如上，单位成本与采购价格变动差异具体表现为：2019 年采购价格同比上升幅度较大，但营业成本中原料药单位成本上升幅度相对较小；2020 年采购价格同比下降，但营业成本中原料药单位成本却上升。

以上差异主要系原材料从采购到领用生产、从完工入库再到完成销售结转成本，均存在时间的滞后性，公司 2019 年原料药采购价格较高，但最终分别体现为 2019 年、2020 年营业成本中，且对 2020 年的营业成本影响较大。

1、从采购到领用生产的时间差异情况

原材料采购与领用生产的时间差异情况如下：

单位：kg、元/kg、万元

项目	采购入库			生产领用			期末结存		
	数量	单价	金额	数量	单价	金额	数量	单价	金额
2017 年度	-	-	-	-	-	-	330.30	982.91	32.47
2018 年度	2,917.16	1,040.36	303.49	2,516.40	1,025.14	257.97	710.70	1,068.30	75.92

2019 年度	1,816.30	1,171.87	212.85	1,843.40	1,123.03	207.02	457.30	1,205.24	55.12
其中：1-6 月	1,115.70	1,090.76	121.70	1,242.00	1,077.37	133.81	476.40	1,096.64	52.24
7-12 月	700.60	1,301.03	91.15	601.40	1,217.31	73.21	457.30	1,205.24	55.12
2020 年度	3,000.00	1,106.19	331.86	2,239.30	1,123.25	251.53	1,216.50	1,112.02	135.28
2021 年 1-6 月	630.00	1,106.19	69.69	1,011.00	1,111.12	112.33	835.50	1,108.71	92.63

注：上期结存+本期入库-本期出库与本期结存的差异为上表中出库数量未包含其他出库领用量，其他出库领用主要为盐酸特比萘芬片开展一致性评价领用。

从采购和领用生产单价变动情况来看，2019 年 7-12 月，公司以 1,301.03 元/kg 的价格采购了该原材料，采购单价较高，同比上升幅度较大，使生产领用单价上升，最终影响 2019 年度、2020 年度的营业成本；2020 年，公司以 1,106.19 元/kg 的价格大量采购了该原材料 3,000.00 kg，采购单价相对较低，使生产领用单价有所下降，最终影响 2020 年度、2021 年 1-6 月的营业成本。

2、从完工入库再到完成销售结转成本时间差异情况

产品完工至实现销售、结转成本的时间差异如下：

单位：万标准盒、元/盒、万元

项目	当期生产			当期销售			差异说明
	数量	单位成本	总金额	数量	单位成本	总金额	
2018 年度	270.73	1.38	373.61	213.63	1.38	294.81	-
2019 年度	229.37	1.32	302.06	266.82	1.30	346.86	当期高成本产品产量较小，且大部分未在本期实现销售，未结转至本期营业成本
2020 年度	280.41	1.27	356.27	252.67	1.35	341.11	前期及当期高成本产品数量较大，且大部分均在本期实现销售，均结转至本期营业成本
2021 年 1-6 月	132.6	1.2	159.12	123.68	1.25	154.6	-

2019 年度，公司盐酸特比萘芬片全年产量 229.37 万标准盒。其中上半年产量相对较多，1-6 月产量为 189.05 万标准盒，该部分生产领用的原料药单价相对较低；下半年产量相对较少，7-12 月产量为 40.32 万标准盒，该部分产品生产领用的原料药单价相对较高，但该部分产品在当年实现销售较少，因此 2019 年该类产品的营业成本增幅相对较小。

2020 年度，前期生产的成本较高的产品均在本期完成销售，同时当期生产的产品成本也相对较高且在本期完成销售，导致本期产品单位营业成本相对较高。

综上，2019 年度、2020 年度原材料采购价格与产品单位成本变动之间的差异主要系采购、生产、销售之间的时间差异所致，符合公司实际情况。

（二）生产时间与采购时间差异对石辛含片单位成本的影响

报告期内，石辛含片原材料单位成本变动与原材料采购价格变动情况如下：

单位：元/标准盒、元/kg

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
细辛单位成本	0.1404	-14.63%	0.1645	-22.37%	0.2119	14.56%	0.1849
细辛采购价格	72.80	8.66%	67.00	9.89%	60.97	-	-

单位成本与采购价格两者差异具体表现为：2019 年至 2021 年 6 月，细辛采购价格持续上升，但原材料细辛的单位成本却持续下降。

以上差异主要系石辛含片从采购原材料到销售产成品流程较长，存在时间上的差异所致。石辛含片从原材料采购至产品销售的成本结转流程如下：

序号	流程	相关材料/产品	成本结转方法
1	细辛等原材料采购入库	细辛等中药材	按实际价格入库
2	细辛等原材料出库	细辛等中药材	采用加权平均价格出库
3	生产为含片混合提取物入库	混合提取物	按实际成本入库
4	混合提取物出库	混合提取物	采用加权平均价格出库
5	生产为石辛含片入库	石辛含片	按实际成本入库
6	石辛含片出库销售结转成本	石辛含片	采用加权平均价格出库

上述流程较长，导致 2018 年之前高价采购的细辛，最终体现在 2019 年的成本，2019 年细辛采购价格大幅下降，使 2020 年、2021 年的成本持续下降。具体为：（1）报告期期初，公司细辛的结存价格 104.81 元/kg；2019 年，公司以 60.97 元/kg 的价格采购细辛，相较报告期初细辛价格大幅下降。上述采购价格变化，

使公司生产含片混合提取物领用的细辛单价从 2019 年开始大幅下降，领用单价由上年的 104.81 元/kg 下降为 64.81 元/kg。（2）混合提取物从入库到领用存在时间差异，导致价格反应有所滞后，具体表现为提取物中细辛的入库价格 2018 年最高、之后相对较低，而其领用价格 2019 年最高、之后相对较低。以上差异最终反应在完成销售的石辛含片中细辛的成本上。

报告期内，公司石辛含片中细辛的采购、生产及销售情况如下：

1、细辛的采购、领用及库存情况

单位：kg、元/kg、万元

项目	采购入库			领用生产			期末结存		
	数量	单价	金额	数量	单价	金额	数量	单价	金额
2017 年度	-	-	-	-	-	-	1,988.10	104.81	20.84
2018 年度	-	-	-	1,900.30	104.81	19.92	80.00	104.82	0.84
2019 年度	900.00	60.97	5.49	816.00	60.97	4.98	65.70	60.97	0.40
2020 年度	987.40	67.00	6.62	296	66.62	1.97	755.50	66.63	5.03
2021 年 1-6 月	1,982.70	72.80	14.43	1,161.1	69.76	8.10	1,501.40	72.92	10.95

注：2019 年度细辛领用数量 816.00 kg，其中生产细辛中药配方颗粒提取物领用 614.00 kg，生产石辛含片提取物领用 202.00 kg；上期结存+本期入库-本期出库与本期结存的差异为上表中出库数量未包含其他出库领用量。

2018 年，公司领用报告期外采购的细辛进行提取物的生产，领用单价为 104.81 元/kg，单价相对较高；2019 年，公司以 60.97 元/kg 的单价采购了细辛入库，单价相对较低；2020 年，公司以 67.00 元/kg 的单价采购了细辛入库，单价相对较低。采购价格的变化，使报告期内细辛的出库单价自 2019 年大幅下降，而后略有回升。报告期各期，细辛的领用生产单价分别为 104.81 元/kg、60.97 元/kg、66.62 元/kg、69.76 元/kg。

2、混合提取物中细辛的采购、领用及库存情况

单位：kg、元/kg、万元

项目	入库			生产领用			期末结存		
	数量	单位成本	金额	数量	单位成本	金额	数量	单位成本	金额

2017 年度	-	-	-	-	-	-	214.32	57.42	1.23
2018 年度	1,900.30	104.81	19.92	513.84	89.34	4.59	1,600.31	103.50	16.56
2019 年度	202.00	60.97	1.23	859.49	102.85	8.84	919.32	94.86	8.72
2020 年度	296.00	66.62	1.97	861.55	91.66	7.90	341.98	78.48	2.68
2021 年 1-6 月	1,161.10	69.76	8.10	732.36	72.19	5.29	770.72	71.32	5.50

注：上期结存+本期入库-本期出库与本期结存的差异为上表中出库数量未包含其他出库领用量。

混合提取物从入库到领用存在时间差异，导致价格反应有所滞后，具体表现为提取物中细辛的入库价格 2018 年最高、之后相对较低，而其领用价格 2019 年最高、之后相对较低。

3、石辛含片的产销情况

报告期内，石辛含片的产销情况如下：

单位：万标准盒、元/标准盒、万元

项目	当期生产			当期销售		
	产量	单位成本	总金额	销量	产品成本	总金额
2018 年度	16.08	3.87	62.28	30.22	3.12	94.15
2019 年度	52.13	3.76	195.79	34.08	3.34	113.86
2020 年度	36.67	3.27	120.02	35.68	3.61	128.98
2021 年 1-6 月	42.60	2.65	112.90	25.40	2.88	73.27

如上，公司石辛含片从生产完成入库到完成销售结转成本，亦存在一定的时间差异。2019 年较多销售当年生产的品种，当年提取物中细辛的领用价格相对较高，最终反应在当年销售的石辛含片中细辛的成本相对较高，而之后呈下降趋势。

综上，公司石辛含片生产流程较为复杂，周期较长，从采购中药材到领用生产提取物、从领用提取物到生产石辛含片、从石辛含片入库到完成销售结转成本，均存在时间差异，以上差异导致 2018 年之前高价采购的细辛，最终体现在 2019 年的成本，2019 年细辛采购价格大幅下降，使 2020 年、2021 年的成本持续下降。

三、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、访谈发行人财务总监，了解发行人营业成本构成、成本归集方法及相关内控制度设计和运行情况，并对相关内控运行的有效性进行测试。

2、获取报告期内发行人营业成本构成明细表、直接原材料耗用明细表，通过市场查询采购价格的变动情况，分析直接原材料的主要品种成本结构变动的原因及合理性。

3、获取报告期内发行人包装材料采购及成品销售数据，分析其匹配关系。

4、获取报告期内发行人盐酸特比萘芬片、石辛含片的主要材料采购及耗用明细、生产情况数据、销售情况表，分析生产时间与采购时间的差异，对盐酸特比萘芬片、石辛含片单位成本的影响。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人直接原材料涉及的主要品种、金额及占比变动情况符合公司实际情况；发行人原材料涉及的主要品种与市场价格不存在重大差异，采购价格的公允；报告期内，公司主要包装材料采购量与销售量各年之间的差异主要系公司根据期初结存和当年生产销售计划综合考虑并安排采购造成；公司主要包装材料的合计生产领用量占合计采购量的比例均在 95%以上，合计销售量占合计采购量的比例均在 90%以上，包装材料采购量与销售量相匹配。

2、报告期内，发行人盐酸特比萘芬片原料药 2019 年采购价格同比上升幅度较大，但营业成本中原料药单位成本上升幅度相比较小，2020 年采购价格同比下降，但营业成本中原料药单位成本却上升，以上差异主要系原材料从采购到领用生产，再到销售结转成本，存在时间的滞后性所致；石辛含片 2019 年至 2021 年 6 月，细辛采购价格持续上升，但原材料细辛的单位成本却持续下降，主要系采购时间和生产时间差异所致，公司石辛含片生产流程较为复杂，周期较长，从采购中药材到领用生产提取物、从领用提取物到生产石辛含片、从石辛含片入库到完成销售结转成本，均存在时间差异，由此导致石辛含片中的细辛 2019 年较高，之后则持续下降。

问题 7 关于毛利率

申请文件及首轮问询回复显示，报告期内，发行人各类产品的毛利率均维持在较高水平，皮肤科用药对公司主营业务毛利率贡献率最大。

请发行人分主要产品类别与可同行业可比产品或业务进行对比，说明高毛利率的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、请发行人分主要产品类别与同行业可比产品或业务进行对比，说明高毛利率的合理性

发行人分主要产品类别与同行业可比产品或业务对比情况如下：

产品类别	可比公司	具体产品或业务	2021 年 1-6 月	2020 年 度	2019 年 度	2018 年 度
皮肤科 用药	华邦健康	医药产品（医药制剂、原料药、代理产品）	80.55%	79.42%	80.77%	79.49%
	天药股份	皮肤科（丁酸氢化可的松乳膏）	未披露	65.16%	77.77%	74.31%
	仙琚制药	麻醉及肌松用药（基本为制剂）	76.51%	77.62%	88.73%	82.88%
	羚锐制药	软膏剂（糠酸莫米松乳膏）	82.54%	83.52%	87.60%	83.43%
	华润三九	处方药	68.06%	74.51%	80.07%	82.80%
	平均值	-	76.92%	76.05%	82.99%	80.58%
	发行人	-	90.41%	89.90%	89.52%	88.53%
口腔药 物	桂林三金	中成药	75.39%	74.98%	76.28%	75.85%
	平均值	-	75.39%	74.98%	76.28%	75.85%
	发行人	-	82.48%	81.93%	84.04%	84.51%
心脑血管 药物	海思科	心血管类	72.62%	77.48%	91.13%	91.26%
	华海药业	心血管类（制剂）	未披露	80.10%	81.64%	76.44%
	吉贝尔	高血压药（尼群洛尔片）	未披露	89.13%	88.85%	88.69%
	神奇制药	心脑血管类	未披露	81.70%	78.98%	81.67%
	平均值	-	72.62%	82.10%	85.15%	84.52%

	发行人	-	74.76%	71.15%	75.58%	69.10%
中药配方颗粒	红日药业	中药配方颗粒及饮片	68.41%	76.00%	77.28%	80.25%
	中国中药	中药配方颗粒	70.60%	70.50%	67.20%	59.80%
	平均值	-	69.51%	73.25%	72.24%	70.03%
	发行人	-	76.65%	64.26%	-	-

如上表所示，公司与同行业可比产品或业务的毛利率均维持在较高水平。医药行业属于技术密集型行业，存在较高的准入门槛，药品从研发到后期生产需要投入大量的人力和资金成本，具有高风险、高投入、周期长等特点，故医药产品的毛利率普遍处于较高水平，具有合理性。

从具体产品类别对比来看，公司不同类别产品相比同行业有高有低，但整体差异不大，不同类别产品的毛利率均具有合理性：

（一）公司皮肤科用药毛利率相比同行业略高，主要系该类别产品为公司的优势产品，在市场上形成了良好品牌效应，同时公司形成了规模化优势，在这一细分市场公司具备较强的竞争实力，并且专注于皮肤药生产的企业并不多，因此，公司产品在价格保持稳定的前提下，又能实现成本优势，维持毛利率水平；

（二）公司口腔药物石辛含片为公司专利新药，不存在完全相同的产品，且公司该新药产品上市时间较短，因此毛利率相对略高；

（三）公司心脑血管药物相比同行业较低，主要系心脑血管药物不是公司的最主要产品，且销售金额较少，未能形成规模化优势，因此毛利率相对较低；

（四）公司中药配方颗粒与同行业基本一致，均维持在较高水平。

综上，医药行业属于技术密集型行业，具有高风险、高投入、周期长等特点，因此产品研发成功上市后，毛利率普遍维持在较高水平。从分主要产品类别与同行业可比产品或业务对比情况来看，公司与同行业可比产品或业务的毛利率均维持在较高水平，公司高毛利率具有合理性。

二、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、获取了报告期各期发行人的销售成本明细表，访谈了发行人的销售部门

负责人、财务总监，了解公司的市场竞争情况、主要产品毛利率较高的原因。

2、分主要产品类别查询了同行业可比公司的年度报告等公开披露的资料，了解分主要产品类别的同行业可比产品或业务的毛利率数据，分析医药产品普遍较高毛利率的原因。

3、了解发行人产品类别的特点，分析各类产品与同行业可比产品或业务存在差异的原因。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

公司与同行业可比产品或业务的毛利率均维持在较高水平，公司高毛利率具有合理性。公司皮肤科用药为公司优势产品、公司口腔药物石辛含片为专利新药，毛利率相比同行业略高，公司心脑血管药物相比同行业略低，公司中药配方颗粒与同行业基本一致。公司及同行业以上产品类别毛利率均较高，主要系医药产品高风险、高投入、周期长等特点，产品研发成功上市后，毛利率普遍维持在较高水平。

问题 8 关于存货

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）为进一步提高监盘质量，验证存货的真实性、可使用性以及存货的质量状况，在对发行人 2021 年 6 月末的存货进行监盘时聘请了外部专家共同参与中药材的监盘工作。

（2）报告期内，发行人存货增长主要系公司中药配方颗粒项目采购生产规模进一步增长所致，且该类产品于当年才开始实现销售，且销售规模较小。

请发行人：

（1）分别说明中药配方业务和非中药配方业务存货的明细构成情况，并分别分析相关存货周转率、库龄等数据，说明其变动的合理性及减值准备计提的

充分性；结合中药配方业务的销售情况、存货金额、保质期等进一步分析该业务存货水平的合理性。

(2) 说明 2021 年 6 月末存货进行监盘时聘请了外部专家参与监盘工作的具体情况，外部专家的从业经历、专业领域，是否具备中药材等原材料的鉴别能力。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人存货真实性、完整性、是否存在霉变情况，发行人存货规模合理性及与相关业务规模的匹配性等所采取的详细核查程序、核查过程、核查证据和核查结论。

回复：

一、分别说明中药配方业务和非中药配方业务存货的明细构成情况，并分别分析相关存货周转率、库龄等数据，说明其变动的合理性及减值准备计提的充分性；结合中药配方业务的销售情况、存货金额、保质期等进一步分析该业务存货水平的合理性。

(一) 分别说明中药配方业务和非中药配方业务存货的明细构成情况，并分别分析相关存货周转率、库龄等数据，说明其变动的合理性及减值准备计提的充分性

1、中药配方颗粒业务

中药配方颗粒业务存货的明细构成情况如下表：

单位：万元

项目	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
原材料	2,617.02	2,001.30	126.42	49.05
自制半成品及在产品	346.59	1,193.71	921.28	17.28
产成品	3,036.55	1,208.69	315.25	-
发出商品	10.42	-	-	-
合计	6,010.58	4,403.71	1,362.95	66.32

中药配方颗粒业务存货跌价准备及存货周转率如下表：

单位：万元

项目	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
存货跌价准备	352.31	229	51.12	-
存货周转率	0.07	0.05	-	-

中药配方颗粒业务存货的库龄情况如下表：

单位：万元

项目	账面余额	库龄			
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
2021-6-30	6,010.58	5,858.82	151.75	-	0.02
2020-12-31	4,403.71	4,394.51	8.70	0.36	0.14
2019-12-31	1,362.95	1,361.08	1.22	-	0.65
2018-12-31	66.32	48.07	10.19	8.07	-

报告期各期末中药配方颗粒业务存货金额分别为 66.32 万元、1,362.95 万元、4,403.71 万元、6,010.58 万元，随着中药配方颗粒业务的发展，存货规模增长较快。从存货周转情况来看，中药配方颗粒业务存货周转率整体较低，2020 年和 2021 年分别为 0.05 和 0.07，主要是由于：一方面，中药配方颗粒业务于 2019 年开始生产，2020 年获得湖北药监局备案，2020 年下半年才开始销售，目前业务处于发展上升期，销售时间较短，销量较小；另一方面，公司中药配方颗粒的生产涉及 400 多个品种，大多数品种一年只排产 1 次，一个生产周期要备齐至少 1 年的库存，且为保证生产的连续性，还需要保持一定的中药材提取物库存来满足排产的需求，故中药配方业务整体库存量较大；另外公司作为当地抗疫中药保供企业，根据政府的相关要求，需要保证一定量的库存。因此，公司中药配方颗粒业务存货周转率整体较低。

从库龄来看，中药配方颗粒业务存货库龄主要在一年内，报告期各期末一年内存货占比为 72.49%、99.86%、99.79%、97.48%。目前公司中药配方颗粒业务处于发展上升期，相关中药材及中药配方颗粒不存在滞销情况，库龄主要在 1 年内，不存在滞销积压，且已根据跌价计提政策充分计提存货跌价准备。

2、非中药配方颗粒业务

非中药配方颗粒业务存货的明细构成情况如下表：

单位：万元

项目	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
原材料	1,604.31	1,609.14	1,115.79	874.43
自制半成品及在产品	1,013.09	560.24	507.77	331.34
产成品	547.01	683.66	290.38	379.15
发出商品	22.21	12.63	33.55	17.39
合计	3,186.63	2,865.67	1,947.49	1,602.30

非中药配方颗粒业务存货跌价准备及存货周转率如下表：

单位：万元

项目	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
存货跌价准备	35.87	29.64	54.93	84.25
存货周转率	0.50	1.30	1.70	1.93

非中药配方颗粒业务存货的库龄情况如下表：

单位：万元

日期	账面余额	库龄			
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
2021-6-30	3,186.63	3,001.65	148.38	18.45	18.15
2020-12-31	2,865.67	2,531.66	283.74	31.54	18.74
2019-12-31	1,947.49	1,823.35	95.44	12.90	15.80
2018-12-31	1,602.30	1,527.92	33.76	6.40	34.23

报告期各期末非中药配方业务存货金额分别为 1,602.30 万元、1,947.49 万元、2,865.67 万元、3,186.63 万元，随着公司业务的发展，存货规模随之增长。从存货周转情况来看，非中药配方颗粒业务各期存货周转率为 1.93、1.70、1.30、0.50，存货周转率逐步下降，主要是由于：2020 年上半年公司所在地湖北省受新冠疫情影响较大，公司为应对新冠疫情影响，自 2020 年起提高存货备货量，导致当年存货周转率下降；2021 年上半年折算全年后较 2020 年进一步下降，主要是因为秋季为皮肤用药需求高峰期，公司增加了主要皮肤类产品的排产，导致 2021 年 6 月末在产品及半成品增加。

从库龄上看，非中药配方颗粒业务库龄主要在一年内，报告期各期末一年内

存货占比为 95.36%、93.63%、88.34%、94.2%，未见大额库龄较长的存货，库存变动合理，存货不存在滞销积压，且已根据跌价计提政策充分计提存货跌价准备。

综上所述，公司存货变动合理，减值准备计提充分。

（二）结合中药配方业务的销售情况、存货金额、保质期等进一步分析该业务存货水平的合理性

中药配方颗粒业务 2021 年 1-6 月销售收入 1,482.98 万元，存货金额 6,010.58 万元；2020 年销售收入 392.57 万元，存货金额 4,403.71 万元。相比中药配方颗粒业务销售额而言，存货规模较大，主要包括以下三点原因：

其一，公司销售规模逐步扩大，需要一定存货储备。公司中药配方颗粒业务处于初期阶段，2020 年下半年开始对外销售，销售时间较短，销量较小，但该业务正处于发展上升阶段，销售规模逐步扩大，2021 年 1-6 月实现收入 1,482.98 万元，实现毛利 1,136.76 万元。截止 2021 年 6 月 30 日发行人与 58 家医院签订中药配方颗粒临床试用协议，客户主要为湖北省内各大型医院，具体包括宜昌市第一人民医院、宜昌市第二人民医院、云梦县中医医院、襄阳市中西医结合医院、湖北省第三人民医院、宜昌市中心医院等，公司该业务未来前景较好；

其二，中药配方颗粒排产周期较长，库存储备为 1 年销量。根据中医药特性，医生的方剂需要多个品种配合才能满足治疗需求，故公司中药配方颗粒的生产涉及 400 多个品种，而公司配方颗粒生产线仅 5 条，每次更换生产品种时均需对全套生产设备、车间洁净区域进行清洗，大多数品种一年只排产 1 次，一个生产周期要备齐至少 1 年的库存，且为保证生产的连续性，需要保持一定的中药材提取物库存来满足排产的需求，故中药配方项目的总体存货金额较高；

其三，为配合抗疫，需要保证一定量的库存。公司作为抗疫中药保供企业，根据政府的相关要求，为满足品种的供货需求，需储备一定量中药配方颗粒。

中药配方颗粒业务相关存货中中药配方颗粒提取物的保质期为 2 年，中药配方颗粒成品保质期为 3 年，且中药配方颗粒的库龄主要在 1 年内，预期期末存货均可在有效期内完成销售，不存在超期风险。

综上所述，公司中药配方颗粒存货水平合理。

二、说明 2021 年 6 月末存货进行监盘时聘请了外部专家参与监盘工作的具体情况，外部专家的从业经历、专业领域，是否具备中药材等原材料的鉴别能力。

在对截止 2021 年 6 月 30 日的存货进行监盘时，聘请了外部专家共同参与存货的监盘工作。外部专家的工作包括两方面：一是提供现场中药材辨别咨询服务。在监盘现场，外部专家通过观察抽取的中药材样本的形状、色泽、气味等来辨别中药材的真伪及品质，观察存放环境来确定中药材的储存条件是否符合要求。二是对药品样本进行真伪鉴别实验。对监盘过程中抽取的中药配方颗粒的提取物、中药配方颗粒、原辅料以及其他产品的原料药、制剂、辅料的样本进行真伪鉴别实验，并出具药品检验报告书。

此次监盘聘请的外部专家为三峡大学生物与制药学院教授、三峡大学天然产物研究与利用湖北省重点实验室常务副主任。该教授为医学博士，三级教授，博士生导师，中药学执业药师。1996 年起至今在三峡大学工作，主要研究方向为三峡地区特色中药民族药质量控制、作用机制研究与开发利用。还担任中国民族医药学会理事、中国民族医药学会土家族医药分会副会长、世界中医药学会联合会药膳食疗研究专业委员会常务理事、湖北省毒理学会常务理事、湖北省土家族医药研究所所长、湖北省生物酵素工程技术研究中心主任。

此次监盘负责样本真伪鉴别实验并出具药品检验报告书的机构为三峡大学天然产物研究与利用湖北省重点实验室，该实验室是依托三峡区域，特别是神农架林区丰富的植物和微生物资源优势、凝聚三峡大学生物学、化学、药学、医学、生物化工等多学科高级专门人才而组建的研究与技术开发平台。

综上所述，外部专家和检验机构均具备中药材等原材料的鉴别能力。

三、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、了解公司生产与仓储相关的内部控制设计，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性。

2、获取公司各类存货库龄明细表并与总账明细账核对，了解各类存货库龄

情况，分析其合理性；获取存货跌价准备计提明细表，测试对存货可变现净值的计算是否合理、准确，评价存货跌价准备计提是否充分。

3、获取公司中药配方颗粒业务相关资料，了解业务发展状况。

4、获取各期存货余额明细，分析与公司业务规模是否匹配、是否具有合理性。

5、获取外部专家工作证、执业资格证，前往公共网站查询专家及检验报告出具机构的简介，了解专家从业经历及专业领域，是否具备专业胜任能力。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、中药配方业务和非中药配方业务相关存货周转率、库龄变动具有合理性，存货跌价准备计提充分；中药配方业务存货水平具有合理性。

2、2021年6月末存货进行监盘时聘请的外部专家具备中药材等原材料的鉴别能力。

（三）说明对发行人存货真实性、完整性、是否存在霉变情况，发行人存货规模合理性及与相关业务规模的匹配性等所采取的详细核查程序、核查过程、核查证据和核查结论

1、核查程序、核查过程

（1）对发行人存货相关内部控制情况进行了解、评价和测试，对期末存货管理（包括盘点和核对）等关键内部控制进行了解和评价。

（2）对期末存货执行了监盘程序，实地检查了存货的数量和状况，以核查存货期末余额是否真实、完整以及存货状态。

①监盘前：获取发行人盘点计划，编制存货盘点计划问卷，了解发行人盘点范围、仓库分布情况、盘点时间及人员安排等情况，判断监盘难度，制定监盘计划，确保所有存货均纳入监盘范围，并派遣具有相应胜任能力的人员组成监盘小组，对报告期各期末的存货实施监盘程序。

②监盘中：监盘小组在监盘过程中随机抽取存货进行拆箱、拆盒检验，确认实物是否与外包装信息一致，并检查相关存货的有效期信息和近期的出入库记录，关注是否存在呆滞、残次、过期情形的存货。

③监盘后：监盘小组观察盘点现场，关注是否存在未纳入监盘范围的大额存货；监盘小组成员、发行人盘点人一起在监盘记录表上签字确认；监盘小组检查盘点表与财务账面数据是否一致，如存在不一致则查找差异，获取支持文件；监盘负责人撰写监盘小结，形成监盘底稿。

（3）抽查大额入库、出库明细追查至合同、入库单、出库单、签收单等关键单据。

（4）执行出入库截止测试程序，确认存货出入库是否存在跨期现象。

（5）结合发行人经营规模、生产周期，核查并分析存货规模及波动是否合理，各期的存货周转率是否正常。查阅其在手订单和历史销售情况，评估管理层对其使用或销售可能性的预测的适当性。

（6）对主要供应商进行了访谈，函证了报告期内的采购数量和金额，确认存货采购业务是否真实、存货单价和余额是否准确。

2、核查证据

（1）生产指令和领料单、材料出库单；生产成本计算单；成品入库单、检验报告书；销售出库单；盘点清单。

（2）盘点计划、盘点表单、盘点结果汇总表、盘点报告、出入库单、盘点现场照片。

（3）存货收发存明细表、采购合同、销售合同、出入库单、签收单。

3、核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为，发行人报告内存货真实、完整、不存在霉变情况，存货规模合理，与相关业务规模具有匹配性。

问题 9 关于涉及虚开增值税发票案件事项

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）沈某以仪陇蕊蕾名义为发行人提供市场推广服务，发行人向仪陇蕊蕾账户支付市场推广服务费共计 77,737 元，后收到仪陇蕊蕾提供的 3 张、共计 77,737 元增值税普通发票。

（2）宜昌市夷陵区税务局等机关对发行人涉及虚开增值税发票案件事项出具合规性说明文件。

（3）发行人认为“报告期内公司对销售及市场推广活动建立的相关内控制度健全并有效执行”。

（4）“取得虚开的增值税发票（善意取得虚开的增值税专用发票除外）”属于《医药价格和招采失信事项目录清单》中规定的医药价格和招采失信事项。

请发行人：

（1）说明上述虚开发票用于税费抵扣情况，发行人在税费抵扣前对虚开增值税发票事项是否知悉，是否存在配合他人虚开增值税发票、为自己虚开、让他人为自己虚开或介绍他人虚开增值税发票的情形，报告期内是否存在其他虚开票据等税务违规情形。

（2）说明是否存在被涉及虚开增值税发票案件所在地相关机关给予行政处罚或追究刑事责任的风险。

（3）说明在“报告期内公司对销售及市场推广活动建立的相关内控制度健全并有效执行”的情况下，发行人仍存在购买虚开增值税发票情形的原因，防范再次发生类似违规行为采取的具体内控整改措施。

（4）结合《医药价格和招采失信事项目录清单》等相关行业政策规定，进一步披露上述涉及虚开增值税发票案件行为对经营业绩可能产生的不利影响并充分提示风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、说明上述虚开发票用于税费抵扣情况，发行人在税费抵扣前对虚开增值税发票事项是否知悉，是否存在配合他人虚开增值税发票、为自己虚开、让他人为自己虚开或介绍他人虚开增值税发票的情形，报告期内是否存在其他虚开票据等税务违规情形

（一）发行人上述取得的发票用于税费抵扣情况

发行人取得的上述发票为增值税普通发票，未进行增值税进项税额抵扣。发行人在 2018 年企业所得税年度申报时，将上述发票涉及的推广费 77,737 元作为销售费用在该年度企业所得税应纳税所得额中，按照高新技术企业 15%税率予以扣除，涉及的企业所得税金额为 11,660.55 元。

恒安药业已于 2021 年 6 月 28 日补缴了上述发票涉及的企业所得税 11,660.55 元及滞纳金 4,425.18 元。

2021 年 7 月 19 日，夷陵区税务局出具《关于湖北恒安芙林药业股份有限公司税务相关事项说明》（以下简称“《税务事项说明》”）：“……2、案号为（2021）川 1324 刑初 11 号《刑事判决书》提及了恒安药业存在取得虚开的增值税普通发票的情形，我单位经核查后认为，未发现恒安药业取得的上述发票对应的商业业务活动存在虚构或不真实的情形，恒安药业系善意取得前述虚开的增值税普通发票，此外，恒安药业亦及时补缴相关税款、滞纳金等，恒安药业前述行为不存在行政处罚风险，不属于重大违法违规情形……。”

发行人上述取得的发票在其 2018 年企业所得税年度申报时已抵扣，发行人已补缴了相关企业所得税税款及滞纳金。

（二）发行人在税费抵扣前对虚开增值税发票事项是否知悉，是否存在配合他人虚开增值税发票、为自己虚开、让他人为自己虚开或介绍他人虚开增值税发票的情形

根据夷陵区税务局出具的《税务事项说明》，发行人系善意取得前述虚开的增值税普通发票，发行人在取得前述虚开的增值税普通发票进行税费抵扣时，并不知晓该推广业务实际不是由仪陇蕊蕾提供，不知悉仪陇蕊蕾虚开增值税发票事

项；发行人不存在配合他人虚开增值税发票、为自己虚开、让他人为自己虚开或介绍他人虚开增值税发票的情形。

（三）报告期内是否存在其他虚开票据等税务违规情形

对发行人报告期内是否存在其他虚开票据等税务违规情形，保荐机构履行了以下核查程序：

1、抽查发行人报告期内营销推广费相关凭证及活动资料，包括但不限于：发行人与主要推广服务商签订的《市场推广服务协议》、记账凭证、发票、市场推广服务规划与预算表、市场推广服务结算表、签到表、现场照片、会议资料等，了解推广服务的主要内容，确认推广服务商是否实际承担相应工作内容，确认营销推广费的真实性。

2、对发行人销售负责人进行访谈，了解公司业务推广活动中推广服务的主要内容，合同签订、获取发票情况，确认推广服务商是否实际承担相应工作内容，确认发行人是否存在配合他人虚开增值税发票、为自己虚开、让他人为自己虚开或介绍他人虚开增值税发票等税务违规情形。

3、对主要推广服务商进行访谈，了解其向发行人提供服务的主要内容、合作背景，核查营销推广活动的真实性。

4、对主要推广服务商实施函证程序，对报告期内的营销推广费的真实性进行验证。

5、查阅夷陵区税务局出具的《税务事项说明》，确认发行人是否存在虚开增值税发票的情形，是否因虚开增值税发票受到过税务主管机关的处罚。

6、查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网、国家税务总局宜昌市税务局、国家税务总局湖北省税务局、国家税务总局、国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站公示信息，核查发行人是否存在配合他人虚开增值税发票、为自己虚开、让他人为自己虚开或介绍他人虚开增值税发票等税务违规情形，及是否因该等情形被行政主管部门处罚或存在民事/刑事判决。

经核查，保荐机构认为：报告期内发行人不存在其他配合他人虚开增值税发票、为自己虚开、让他人为自己虚开或介绍他人虚开增值税发票等税务违规情形。

二、说明是否存在被涉及虚开增值税发票案件所在地相关机关给予行政处罚或追究刑事责任的风险

前述仪陇蕊蕾涉及的虚开增值税发票案件所在地为四川省仪陇县。

2021年11月1日，国家税务总局仪陇县税务局向国家税务总局宜昌市夷陵区税务局出具《说明函》：“我局管辖企业仪陇蕊蕾科技管理有限公司曾为湖北恒安芙林药业股份有限公司（以下简称“恒安药业”）开具增值税普通发票。该案（案号为（2021）川1324刑初11号《刑事判决书》）恒安药业及其相关人员是否存在相关违法行为，是否存在被处罚的风险，因恒安药业为贵局管辖企业，我局对该事项无管辖权及处罚权，应当由贵局作出决定。恒安药业及其相关人员未曾因前述虚开增值税发票案件受到本单位行政处罚，不存在被本单位处罚的风险。”

2021年11月1日，仪陇县公安局向宜昌市公安局夷陵区分局出具《说明函》：“根据贵局来函，案号为（2021）川1324刑初11号《刑事判决书》涉及相关案件已办理完结，涉案人员已承担相应刑事责任。我局未发现湖北恒安芙林药业股份有限公司及其相关人员因上述案件被立案侦查、移送起诉，不存在被我局追究刑事责任的风险。”

2021年11月1日，仪陇县人民检察院向宜昌市夷陵区人民检察院出具《说明函》：“根据贵院来函，文号为（2021）川1324刑初11号《刑事判决书》涉及相关案件已经办结，涉案人员已经承担相应的刑事责任。我院未发现湖北恒安芙林药业股份有限公司及其相关人员因上述案件被审查逮捕或审查起诉，在该案中不存在被我院追究刑事责任的风险。”

三、说明在“报告期内公司对销售及市场推广活动建立的相关内控制度健全并有效执行”的情况下，发行人仍存在购买虚开增值税发票情形的原因，防范再次发生类似违规行为采取的具体内控整改措施

（一）“报告期内公司对销售及市场推广活动建立的相关内控制度健全并有效执行”的情况下，发行人仍存在购买虚开增值税发票情形的原因

由于报告期初，发行人市场推广相关的内控制度及其执行有待加强，在此期

间公司销售人员存在疏忽、对实际履行推广服务的推广服务商了解不够深入，导致发行人存在取得上述虚开的增值税发票的情形。

为加强市场推广业务内控，报告期内，发行人逐步完善了市场推广相关内控制度，逐步对公司市场推广活动进行规范。报告期内，发行人制定了销售及市场推广活动内控制度并执行，具体如下：

1、销售环节财务内控制度

发行人针对市场规划与开发、客户管理、商务工作开展、合同和价格管理、招投标与配送管理、资金及发票管理、客户资信与应收货款管理等销售环节制定了一系列内控制度并予以执行，包括：《市场规划与开发制度》《客户管理制度》《商务工作制度》《合同管理制度》《招投标与配送管理制度》《资金管理制度》《发票管理制度》《营销人员行为考核责任处罚与经济处罚制度》等。

2、市场推广环节财务内控制度

发行人对市场推广等营销活动及相关费用支出的申请、审批流程制定了相关的内控制度并予以执行，包括：《资金管理制度》《营销费用管理制度》《推广费用管理制度》等。

上述制度从市场规划、市场开发、储备客户分类管理、新客户合作管理、商务工作及考核等方面，对营销人员、商务人员的日常工作进行规范管理，并实施考核奖惩。该等制度亦对销售货款、资金预算、营销费用、推广费用等费用规划与预算、申报与审批、审核与报销等事项进行了规定，规范约束业务人员、财务人员的工作行为。

（二）防范再次发生类似违规行为采取的具体内控整改措施

案号为（2021）川 1324 刑初 11 号《刑事判决书》公开披露后，发行人对相关事项进行了调查，为防范再次发生类似情形，发行人主要采取了以下整改措施：

1、对《推广费用管理制度》进行修订

（1）营销人员根据市场需要，向公司申请开展推广活动，未经审批同意的推广活动公司一律不予报销费用。各部门提交申请后，逐级审批至营销中心总经

理同意后方可执行。

(2) 推广活动申报时，应至少包括以下内容：活动目的、内容、时间、费用，委托第三方开展的，应签订相应合同。

(3) 对第三方推广服务商通过网络查询、现场调查等方式进行审核，审核的具体内容包括但不限于以下几个方面：核查推广服务商的经营范围及业务资质：对推广服务商的营业执照及其他相关资质进行初步核查；核查推广服务商的违法违规记录：对推广服务商是否正常经营，有无行政处罚等违法违规记录进行核查；核查推广服务商的业务能力、人员配置：对推广服务商的专业能力、行业经验、业界口碑、公司规模、业务人员配置等进行核查；核查推广服务商的关联关系：核查推广服务商与公司及公司管理人员、销售人员是否存在关联关系。

(4) 对第三方推广服务商审核的标准为：拟与公司开展合作的第三方推广服务商，应具有推广服务相关经营范围，无重大违法违规的不良记录，具有医药行业推广服务的专业能力、行业经验及良好的业界口碑；同时，与公司股东、董事、监事、高级管理人员及员工存在关联关系的公司，不得开展合作。

2、对《营销人员行为考核责任处罚与经济处罚制度》进行修订，增加相关营销人员的处罚机制

(1) 推广服务商选择、推广服务质量与相关协议约定不符或违反公司制度要求的，经济处罚方面：承担全部责任，行政处罚方面：主观故意或情节严重的予以辞退。

(2) 推广活动不真实、取得推广服务商提供的虚开的发票的，经济处罚方面：承担全部责任，行政处罚方面：主观故意或情节严重的予以辞退。

3、发行人组织召开专题培训会议

针对前述情形，发行人组织公司销售部门、财务部门等相关人员进行内控制度学习，加强销售人员、财务人员等风控合规意识与责任，严格强调责任追究制度，避免同类事件再次发生。

报告期内，通过对相关内控制度的逐步完善，发行人逐步对公司市场推广活动进行规范，发行人已建立健全对销售及市场推广活动相关内控制度并有效执

行。此外，根据大信会计师出具的《内控鉴证报告》，大信会计师认为发行人按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

四、结合《医药价格和招采失信事项目录清单》等相关行业政策规定，进一步披露上述涉及虚开增值税发票案件行为对经营业绩可能产生的不利影响并充分提示风险

根据国家医疗保障局于 2020 年 8 月发布的《国家医疗保障局关于建立医药价格和招采信用评价制度的指导意见》（医保发【2020】34 号），国家医疗保障局建立医药价格和招采失信事项目录清单，实行动态调整，列入目录清单的失信事项主要包括在医药购销中给予回扣或其他不正当利益、涉税违法、实施垄断行为、不正当价格行为、扰乱集中采购秩序、恶意违反合同约定等有悖诚实信用的行为。其中，《医药价格和招采失信事项目录清单（2020 版）》具体内容如下：

序号	主要情节	事实来源
1	医药购销中，给予各级各类医疗机构、集中采购机构及其工作人员回扣或其他不正当利益	法院判决或相关执法部门行政处罚认定的案件事实为主
2	取得虚开的增值税发票（善意取得虚开的增值税专用发票除外）	法院判决或税务部门查处认定的案件事实为主
3	因自身或相关企业实施垄断协议、滥用市场支配地位等被依法处罚，不主动纠正涉案产品的不公平高价	法院判决或相关执法部门行政处罚认定的案件事实为主
4	捏造、散布涨价信息，哄抬价格，推动价格过高上涨等违反《价格法》的行为	法院判决或相关执法部门行政处罚认定的案件事实为主
5	医药企业因不正当价格行为，被医药价格主管部门函询、调查、约谈、告诫、检查，推诿、拒绝、不能充分说明原因或作出虚假承诺的	-
6	以低于成本的报价竞标，以欺诈、串通投标、滥用市场支配地位等方式竞标，扰乱集中采购秩序	-
7	无正当理由拒绝履行承诺事项、拒绝履行购销或配送合同	-

如上表所述，发行人上述涉及虚开增值税发票案件中取得虚开的增值税普通发票系善意取得，且金额较小，不属于《医药价格和招采失信事项目录清单（2020 版）》规定的失信行为，不会对发行人经营业绩产生重大不利影响。

发行人已在《招股说明书》“第四节 风险因素/三、经营风险/（十）《医药价格和招采失信事项目录清单》政策相关风险”部分补充披露相关风险提示，具体如下：

根据国家医疗保障局于 2020 年 8 月发布的《国家医疗保障局关于建立医药价格和招采信用评价制度的指导意见》（医保发【2020】34 号），国家医疗保障局建立医药价格和招采失信事项目录清单，实行动态调整，列入目录清单的失信事项主要包括在医药购销中给予回扣或其他不正当利益（以下简称“医药商业贿赂”）、涉税违法、实施垄断行为、不正当价格行为、扰乱集中采购秩序、恶意违反合同约定等有悖诚实信用的行为。

报告期内，发行人不存在医药商业贿赂、涉税违法、实施垄断行为、不正当价格行为、扰乱集中采购秩序、恶意违反合同约定等有悖诚实信用的行为，不存在被列入医药价格和招采失信事项目录清单的情形。未来，若发行人出现医药商业贿赂、涉税违法、实施垄断行为、不正当价格行为、扰乱集中采购秩序、恶意违反合同约定等有悖诚实信用的行为，发行人将面临被列入医药价格和招采失信事项目录清单的风险，进而对公司的经营产生不利影响。

五、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、查阅夷陵区税务局出具的《关于湖北恒安芙林药业股份有限公司税务相关事项说明》；查阅案号为（2021）川 1324 刑初 11 号《刑事判决书》；国家税务总局仪陇县税务局、仪陇县公安局、仪陇县人民检察院出具的《说明函》。

2、查阅发行人 2018 年度企业所得税纳税申报表、补缴税款/滞纳金完税凭证；取得发行人说明；访谈发行人副总经理兼营销中心总经理张阳化、发行人销售人员张某及业务推广人员沈某；查阅发行人的《推广费用管理制度》《营销人员行为考核责任处罚与经济处罚制度》等销售及市场推广相关管理制度、员工培训文件。

3、访谈发行人报告期内主要推广服务商；抽查发行人报告期内营销推广费相关凭证及活动资料；对报告期内主要推广服务商实施函证程序。

4、查阅发行人的《推广费用管理制度》《营销人员行为考核责任处罚与经济处罚制度》等销售及市场推广相关管理制度、员工培训文件；查阅大信会计师出具的《内控鉴证报告》。

5、查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网、12309 中国检察网、国家税务总局宜昌市税务局、国家税务总局湖北省税务局、国家税务总局、国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站公示信息。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、发行人取得的发票在 2018 年企业所得税年度申报时已抵扣，截至本报告出具之日，发行人已补缴了相关企业所得税税款及滞纳金；发行人在税费抵扣前不知悉虚开增值税发票事项，不存在配合他人虚开增值税发票、为自己虚开、让他人为自己虚开或介绍他人虚开增值税发票的情形。报告期内，不存在其他虚开票据等税务违规情形。

2、发行人不存在被涉及虚开增值税发票案件所在地相关机关给予行政处罚或追究刑事责任的风险。

3、发行人存在取得虚开的增值税发票情形的原因系报告期初在发行人市场推广相关内控制度及其执行逐步规范的过程中，销售人员存在疏忽、对实际履行推广服务的推广服务商了解不深入导致。发行人为了防范再次发生类似违规行为已采取相应的内控整改措施。

4、涉及虚开增值税发票案件行为对发行人经营业绩不存在重大不利影响，发行人已在《招股说明书》中补充披露了相关风险提示。

问题 10 关于行业政策

申请文件及首轮问询回复显示：

（1）发行人现有产品中部分药品已有其他厂家通过了一致性评价，但公司尚未通过一致性评价。

(2) 发行人认为“各省定期或不定期调整所属省份的医保增补目录”，该结论与 2021 年 1 月实施的《关于建立医疗保障待遇清单制度的意见（医保发〔2021〕5 号）》（以下简称《医保清单意见》）中“国家统一制定国家基本医疗保险药品目录，各地严格按照国家基本医疗保险药品目录执行，除国家有明确规定外，不得自行制定目录或用变通的方法增加目录内药品”“各地原则上不得再出台超出清单授权范围的政策”“对以往出台的与清单不相符的政策措施，由政策出台部门具体牵头，原则上 3 年内完成清理规范，同国家政策衔接”等规定不一致。

(3) 发行人现有产品中，仅中药配方颗粒纳入湖北省地方医保，2020 年、2021 年 1-6 月销售收入分别为 392.57 万元、1,482.98 万元，若公司中药配方颗粒不再纳入湖北省地方医保，将对公司中药配方颗粒收入造成一定影响。

(4) 发行人认为“若带量采购品种不断扩充并覆盖至公司其他主要皮肤科用药，公司也将积极按照带量采购的要求参与投标，以保障公司持续获取订单”。

请发行人：

(1) 说明其他企业已通过一致性评价对应发行人药品未申请一致性评价评审的具体原因，相关药品集中采购情况，超过申报评审截止时间对发行人相关仿制药批文及经营业绩的具体影响，发行人对上述药品未来经营计划，相关药品销售收入是否存在大幅下降风险。

(2) 说明认为“各省定期或不定期调整所属省份的医保增补目录”的具体规则依据，与《医保清单意见》等相关规定不一致的原因。

(3) 结合《医保清单意见》等近期出台的行业政策主要内容、地方医保及国家医保目录调整情况，进一步分析相关政策可能对发行人持续经营产生的不利影响，并对申请文件相应部分进行修改完善。

(4) 说明目前经营的主要皮肤科用药是否具备参与带量采购投标的资格，如否，请删除或修改“保障公司持续获取订单”等表述并充分提示相关市场竞争风险。

(5) 结合发行人药品和市场同类竞品参与一致性评价、带量采购情况及进展等，发行人中药配方颗粒业务开展情况及该业务对发行人存货、资金流、应收账款等方面的影响，在招股说明书“重大事项提示”章节对发行人未来业绩下滑风险予以充分提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、其他企业已通过一致性评价对应发行人药品未申请一致性评价评审的具体原因，相关药品集中采购情况，超过申报评审截止时间对发行人相关仿制药批文及经营业绩的具体影响，发行人对上述药品未来经营计划，相关药品销售收入是否存在大幅下降风险

(一) 其他企业已通过一致性评价对应发行人药品未申请一致性评价评审的具体原因

截至目前，苯磺酸氨氯地平片、辛伐他汀片、氟康唑胶囊、阿奇霉素分散片、盐酸左氧氟沙星片等药品其他企业已通过一致性评价，但公司未申请一致性评价评审。

上述药品若开展一致性评价研究，需要较多的资金投入，包含原辅料及检验用色谱柱、对照品等色谱耗材、临床试验以及注册等费用，预计单个品种的研发支出为 900 万元左右。而上述药品并非公司的核心产品，报告期内上述五种产品销售金额合计分别为 757.45 万元、702.81 万元、719.65 万元、273.31 万元，对公司营业收入和利润的贡献较少，经综合考虑决定不开展上述药品的一致性评价研究工作。

(二) 相关药品集中采购情况

上述相关药品纳入国家组织药品集中采购目录的情况如下：

药品名称	纳入集中带量采购目录时间	范围	申报品种资格
苯磺酸氨氯地平片	2018 年 11 月	4+7 城市	属于采购品种目录范围并获得国内有效注册批件的上市药品，且满足以下要求之一：

辛伐他汀片	2019 年 12 月	全国	1、原研药及国家药品监督管理局发布的仿制药质量和疗效一致性评价参比制剂。 2、通过国家药品监督管理局仿制药质量和疗效一致性评价的仿制药。 3、根据《国家食品药品监督管理总局关于发布化学药品注册分类改革工作方案的公告》（2016 年第 51 号），按化学药品新注册分类批准的仿制药。 4、纳入《中国上市药品目录集》的药品。（2019 年 12 月后发布的全国药品集中采购文件新增）
氟康唑胶囊	2019 年 12 月	全国	
阿奇霉素分散片	2019 年 12 月	全国	
盐酸左氧氟沙星片	2021 年 1 月	全国	

因公司相关药品不符合上述申报品种资格，因此未参与国家组织的集中带量采购。

2018 年 12 月，国家药监局发布《关于仿制药质量和疗效一致性评价有关事项的公告》，提出对同品种药品通过一致性评价的药品生产企业达到 3 家以上的，在药品集中采购等方面，原则上不再选用未通过一致性评价的品种。

公司上述产品，除了未参与国家组织的集中带量采购之外，自 2018 年 12 月之后，亦未在省级集中采购平台中标。

（三）超过申报评审截止时间对发行人相关仿制药批文及经营业绩的具体影响，发行人对上述药品未来经营计划，相关药品销售收入是否存在大幅下降风险

2016 年 2 月，国务院办公厅发布《关于开展仿制药质量和疗效一致性评价的意见》，提出开展仿制药质量和疗效一致性评价工作。根据要求，化学药品新注册分类实施前批准上市的仿制药，凡未按照与原研药品质量和疗效一致原则审批的，均须开展一致性评价。其中关于较早批准上市的化学仿制药口服固体制剂提出明确的一致性评价时间节点要求。而针对其他仿制药，自首家品种通过一致性评价后，其他药品生产企业的相同品种原则上应在 3 年内完成一致性评价。

2018 年 12 月，国家药监局发布《关于仿制药质量和疗效一致性评价有关事项的公告》，提出化学药品新注册分类实施前批准上市的含基本药物品种在内的仿制药，自首家品种通过一致性评价后，其他药品生产企业的相同品种原则上应在 3 年内完成一致性评价。逾期未完成的，企业经评估认为属于临床必需、市场短缺品种的，可向所在地省级药品监管部门提出延期评价申请，经省级药品监管

部门会同卫生行政部门组织研究认定后，可予适当延期。逾期再未完成的，不予再注册。

根据前述一致性评价相关政策规定，在公司药品未开展一致性评价的情况下，若同类药品或竞品通过了一致性评价，可能使公司相关药品注册批件到期后不予再注册从而丧失相关仿制药批文，对公司盈利能力造成不利影响。截至目前，公司相关药品评审截止时间、药品注册批件到期日情况如下：

序号	药品名称	发行人一致性评价进展	同类产品竞品首家通过时间	评审截止时间	公司药品注册批件到期日
1	苯磺酸氨氯地平片	未开展	2018 年 2 月	2021 年 2 月	2023.08.29
2	辛伐他汀片	未开展	2019 年 5 月	2022 年 5 月	2023.01.22
3	氟康唑胶囊	未开展	2019 年 2 月	2022 年 2 月	2024.04.09
4	阿奇霉素分散片	未开展	2018 年 4 月	2021 年 4 月	2025.05.18
5	盐酸左氧氟沙星片	未开展	2018 年 12 月	2021 年 12 月	2025.05.18

注：表中评审截止时间为相同品种首家通过一致性评价后 3 年。

报告期内，上述产品销售金额、成本、毛利及对发行人利润贡献等情况如下：

单位：万元

时间	序号	产品名称	销售金额	成本	毛利	毛利贡献率
2021 年 1-6 月	1	苯磺酸氨氯地平片	227.46	53.62	173.84	1.27%
	2	辛伐他汀片	29.47	9.81	19.66	0.14%
	3	氟康唑胶囊	2.56	2.04	0.51	0.00%
	4	阿奇霉素分散片	9.39	0.19	9.21	0.07%
	5	盐酸左氧氟沙星片	4.43	3.85	0.57	0.00%
	合计		273.31	69.51	203.79	1.48%
2020 年	1	苯磺酸氨氯地平片	587.01	149.71	437.30	1.75%
	2	辛伐他汀片	88.07	40.77	47.30	0.19%
	3	氟康唑胶囊	6.39	2.53	3.86	0.02%
	4	阿奇霉素分散片	25.44	11.71	13.73	0.05%
	5	盐酸左氧氟沙星片	12.74	5.82	6.92	0.03%
	合计		719.65	210.54	509.12	2.03%
2019 年	1	苯磺酸氨氯地平片	521.70	119.60	402.10	1.77%
	2	辛伐他汀片	114.59	35.80	78.79	0.35%
	3	氟康唑胶囊	5.67	2.42	3.25	0.01%

	4	阿奇霉素分散片	39.82	22.95	16.87	0.07%
	5	盐酸左氧氟沙星片	21.03	7.14	13.89	0.06%
	合计		702.81	187.90	514.91	2.27%
2018 年	1	苯磺酸氨氯地平片	525.40	149.74	375.66	2.13%
	2	辛伐他汀片	142.87	56.78	86.09	0.49%
	3	氟康唑胶囊	6.23	4.73	1.50	0.01%
	4	阿奇霉素分散片	53.40	38.85	14.55	0.08%
	5	盐酸左氧氟沙星片	29.55	19.44	10.11	0.06%
	合计		757.45	269.54	487.90	2.76%

注 1：毛利贡献率为该产品毛利占发行人当期主营业务毛利的百分比。

注 2：2020 年起公司执行新收入准则，运输成本计入产品成本，为具有可比性，上表中 2020 年、2021 年 1-6 月各产品成本已剔除运费。

由上表可知，上述产品停产后对公司业绩的影响较小。因报告期内相关产品销售金额及对公司利润贡献较小，非公司的核心产品，而一致性评价研发支出较大，预计单个品种的研发支出为 900 万元左右，经公司综合考虑决定不开展上述药品的一致性评价研究工作。

二、“各省定期或不定期调整所属省份的医保增补目录”的具体规则依据，与《医保清单意见》等相关规定不一致的原因

2020 年 7 月，国家医保局发布《基本医疗保险用药管理暂行办法》，指出各省（自治区、直辖市）以国家《药品目录》为基础，按照国家规定的调整权限和程序将符合条件的民族药、医疗机构制剂、中药饮片纳入省级医保支付范围，按规定向国务院医疗保障行政部门备案后实施。各省级医疗保障部门按国家规定纳入《药品目录》的民族药、医疗机构制剂纳入“乙类药品”管理。中药饮片的“甲乙分类”由省级医疗保障行政部门确定。

2021 年 1 月，国家医保局、财政部发布《关于建立医疗保障待遇清单制度的意见》，提出按照杜绝增量、规范存量的要求，各地原则上不得再出台超出清单授权范围的政策。对以往出台的与清单不相符的政策措施，由政策出台部门具体牵头，原则上 3 年内完成清理规范，同国家政策衔接。同时指出，为应对突发性重大情况等确有必要突破国家清单限定的，要及时向国务院医疗保障行政部门和财政部门报告。国家规定的民族药纳入医保药品目录等特殊政策措施，以及基

本医保省级统筹等重大政策调整，要在向国务院医疗保障行政部门和财政部门报告后，按规定推进并备案。

2021 年 2 月，国家药监局、国家中医药局、国家卫健委、国家医保局四部门发布《关于结束中药配方颗粒试点工作的公告》，提出中药饮片品种已纳入医保支付范围的，各省级医保部门可综合考虑临床需要、基金支付能力和价格等因素，经专家评审后将与中药饮片对应的中药配方颗粒纳入支付范围，并参照乙类管理。

因此，针对民族药、医疗机构制剂、中药饮片，各省级医疗保障部门具有一定的自主权。中药配方颗粒纳入中药饮片管理范畴，目前公司中药配方颗粒已纳入湖北省地方医保。

三、结合《医保清单意见》等近期出台的产业政策主要内容、地方医保及国家医保目录调整情况，进一步分析相关政策可能对发行人持续经营产生的不利影响，并对申请文件相应部分进行修改完善

公司已在招股说明书“第六节 业务和技术/二、发行人所处行业基本情况及竞争状况/（二）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规及政策/2、行业监管体制/（12）医疗保险制度”中补充披露如下：

医疗保险制度由城镇职工医疗保险、城镇居民医疗保险、新型农村合作医疗制度构成，以保障参保人的基本医疗需求为目的。《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录》由国家医保局、人社部制定，基本医疗、工伤和生育保险的报销范围限于该目录中药品，其中甲类药品全额报销，乙类药品部分报销。现行的国家基本医疗保险药品目录为《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录》（2020 年版），各地要严格执行《2020 年药品目录》，不得自行制定目录或用变通的方法增加目录内药品，也不得自行调整目录内药品的限定支付范围。

2020 年 7 月，国家医保局发布《基本医疗保险用药管理暂行办法》，指出各省（自治区、直辖市）以国家《药品目录》为基础，按照国家规定的调整权限和程序将符合条件的民族药、医疗机构制剂、中药饮片纳入省级医保支付范

国，按规定向国务院医疗保障行政部门备案后实施。各省级医疗保障部门按国家规定纳入《药品目录》的民族药、医疗机构制剂纳入“乙类药品”管理。中药饮片的“甲乙分类”由省级医疗保障行政部门确定。国务院医疗保障行政部门建立完善动态调整机制，原则上每年调整一次。

2021 年 1 月，国家医保局、财政部发布《关于建立医疗保障待遇清单制度的意见》，提出按照杜绝增量、规范存量的要求，各地原则上不得再出台超出清单授权范围的政策。对以往出台的与清单不相符的政策措施，由政策出台部门具体牵头，原则上 3 年内完成清理规范，同国家政策衔接。同时指出，为应对突发性重大情况等确有必要突破国家清单限定的，要及时向国务院医疗保障行政部门和财政部门报告。国家规定的民族药纳入医保药品目录等特殊政策措施，以及基本医保省级统筹等重大政策调整，要在向国务院医疗保障行政部门和财政部门报告后，按规定推进并备案。

发行人已在招股说明书“重大事项提示/四、特别风险提示/（三）国家基本药物和国家基本医疗保险药品目录等调整的风险”及“第四节 风险因素/三、经营风险/（二）国家基本药物和国家基本医疗保险药品目录等调整的风险”中补充披露如下：

公司现有产品中部分产品属于国家基本药物目录或国家基本医疗保险药品目录，**中药配方颗粒已纳入湖北省地方医保**。目前现行的国家基本药物目录为《国家基本药物目录》（2018 年版），现行的国家基本医疗保险药品目录为《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录》（2020 年版），**各省（自治区、直辖市）以国家《药品目录》为基础，按照国家规定的调整权限和程序将符合条件的民族药、医疗机构制剂、中药饮片纳入省级医保支付范围，按规定向国务院医疗保障行政部门备案后实施**。2020 年 7 月发布的《基本医疗保险用药管理暂行办法》明确提出国家基本医疗保险药品目录由国务院医疗保障行政部门建立完善动态调整机制，原则上每年调整一次。若上述两个国家目录或者地方目录调整后的新目录中不再包含公司现有产品，则可能对公司的生产经营造成不利影响。公司现有产品中，**中药配方颗粒纳入湖北省地方医保，且仅在湖北省内销售**，2018 年、2019 年未实现销售收入，2020 年、2021 年 1-6 月销售收入分别为 392.57

万元、1,482.98 万元，若公司中药配方颗粒不再纳入湖北省地方医保，将对公司中药配方颗粒收入造成一定影响。

四、目前经营的主要皮肤科用药是否具备参与带量采购投标的资格，如否，请删除或修改“保障公司持续获取订单”等表述并充分提示相关市场竞争风险

根据联合采购办公室发布的各批次药品集中采购文件，对申报品种资格提出如下要求：属于采购品种目录范围并获得国内有效注册批件的上市药品，且满足以下要求之一：1、原研药及国家药品监督管理局发布的仿制药质量和疗效一致性评价参比制剂；2、通过国家药品监督管理局仿制药质量和疗效一致性评价的仿制药品；3、根据《国家食品药品监督管理总局关于发布化学药品注册分类改革工作方案的公告》（2016 年第 51 号），按化学药品新注册分类批准的仿制药品；4、纳入《中国上市药品目录集》的药品（2019 年 12 月后发布的全国药品集中采购文件新增）。

公司主要皮肤科用药中盐酸特比萘芬片已纳入带量采购目录，但因公司盐酸特比萘芬片一致性评价正处于审评中，暂不符合上述申报品种资格，因此未参与带量采购。从同行业公司一致性评价工作推进进度来看，涉及公司的药品中，目前主要针对片剂、胶囊剂等口服固体制剂开展一致性评价工作。截止目前，国家药监局暂未发布乳膏剂等外用制剂一致性评价工作的相关部署和通告，乳膏等外用制剂整体推进进度相对较慢，公司主要产品中丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、丁酸氢化可的松乳膏、盐酸特比萘芬乳膏均为仿制药，公司及同行业公司均未完成相关一致性评价工作，因此上述药品目前暂未纳入带量采购范围。

公司已在招股说明书“第六节 业务和技术/二、发行人所处行业基本情况及竞争状况/（二）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规及政策/4、与发行人生产经营密切相关的法律法规、行业政策，对发行人经营资质、准入门槛、运营模式、所在行业竞争格局等方面的具体影响/（3）药品集中采购政策的影响”中补充披露如下：

国家组织药品集中采购的主要目标为降低药品采购价格，降低交易成本，引导医疗机构合理用药。从药品带量采购政策落地情况看，入选制剂品种价格大幅下降，同时中标企业将获得相关地区临床药品用量的保证，相关产品由少数中标

企业供应。虽然目前带量采购对公司总体影响较小，但若带量采购品种不断扩充并覆盖至公司其他主要皮肤科用药，将可能会对公司的生产经营产生较大影响。未来，若公司产品不符合参与集中采购的资格或虽符合参与集中采购的资格但未能在药品集中采购招标中中标，可能将降低相关产品市场占有率、导致公司盈利能力受到不利影响。公司也将按照相关要求积极推进一致性评价，使公司相关药品符合带量采购申报品种资格并积极按照带量采购的要求参与投标。

五、结合发行人药品和市场同类竞品参与一致性评价、带量采购情况及进展等，发行人中药配方颗粒业务开展情况及该业务对发行人存货、资金流、应收账款等方面的影响，在招股说明书“重大事项提示”章节对发行人未来业绩下滑风险予以充分提示

发行人已在招股说明书“重大事项提示/四、特别风险提示/（五）发行人未来业绩下滑风险”及“第四节 风险因素/三、经营风险/（十一）发行人未来业绩下滑风险”中补充披露如下：

根据药品一致性评价相关要求，自首家品种通过一致性评价后，其他药品生产企业的相同品种原则上应在 3 年内完成一致性评价，在符合一定条件下可予适当延期，逾期再未完成的，不予再注册。公司现有产品中，盐酸特比萘芬片、苯磺酸氨氯地平片、辛伐他汀片、氟康唑胶囊、阿奇霉素分散片、盐酸左氧氟沙星片等六种药品已有其他厂家通过了一致性评价，而公司相关产品均未通过一致性评价。因此相关药品注册批件到期后，可能将不予再注册从而丧失相关批文。此外，药品一致性评价研发投入金额较大，若公司后续对其他产品开展一致性评价研究，公司研发支出将大幅上升，从而对公司业绩产生不利影响。

随着我国药品集中采购政策的实施，目前集中采购已开始扩展到全国。公司主要产品中盐酸特比萘芬片已纳入集中采购目录，但因公司盐酸特比萘芬片暂不符合申报品种资格，因此未参与集中采购。随着集中采购品种不断扩充，公司其他主要产品未来也有可能被纳入药品集中采购范围。若公司产品不符合参与集中采购资格或虽符合参与资格但未能在药品集中采购招标中中标，可能将降低相关产品市场占有率，导致公司盈利能力受到不利影响。此外，如果公

司未来在药品集中采购招标中中标，有可能降低公司产品销售单价，可能导致公司盈利能力受到不利影响。

近年来，随着公司中药配方颗粒业务的发展，2020年、2021年1-6月实现销售收入392.57万元、1,482.98万元。报告期各期末，中药配方颗粒业务对应存货余额分别为66.32万元、1,362.95万元、4,403.71万元、6,010.58万元，存货金额较大且增长较快。最近一年及一期末，中药配方颗粒业务应收账款余额分别为260.75万元、1,719.70万元。未来随着中药配方颗粒业务的发展，存货和应收账款规模可能会进一步增长，带来资产减值损失风险，从而影响公司盈利能力。2020年、2021年1-6月，中药配方颗粒业务经营活动产生的现金流量净额分别为-1,822.88万元、-1,267.54万元。随着中药配方颗粒业务的发展，对资金需求也可能会进一步增加，公司的资金压力增加，从而给公司经营带来不利影响。

因此，药品一致性评价、带量采购政策的实施、中药配方颗粒业务的开展，将会对发行人的经营情况产生较大影响，发行人存在未来业绩下滑风险。

六、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、查阅了《关于开展仿制药质量和疗效一致性评价的意见》《关于仿制药质量和疗效一致性评价有关事项的公告》《基本医疗保险用药管理暂行办法》《关于建立医疗保障待遇清单制度的意见》《关于将省内试点企业生产的中药配方颗粒纳入基本医保支付范围的通知》《国家组织药品集中采购试点方案》《关于国家组织药品集中采购和使用试点扩大区域范围实施意见》、各批次药品集中采购文件等相关规定，了解国家相关政策规定及对发行人的影响，核查发行人药品纳入集中采购情况以及是否具备参与集中采购的资格。

2、登录国家药品监督管理局药品审评中心（CDE）官方网站（<http://list.cde.org.cn/index/lists>）、第三方数据平台“米内网”，查阅发行人相关药品一致性评价的进展情况；查阅发行人药品注册批件，核查相关药品注册批件到期时间。

3、访谈发行人管理层，了解《医保清单意见》等近期出台的行业政策主要内容，地方医保及国家医保目录调整情况及可能对发行人持续经营产生的不利影响，相关药品集中采购情况，其他企业已通过一致性评价对应发行人药品一致性评价进展情况，未申请一致性评价评审的具体原因以及相关药品未来经营计划，发行人中药配方颗粒业务开展情况及该业务对发行人存货、资金流、应收账款等方面的影响等。

4、获取发行人中药材采购清单、采购合同，中药配方颗粒销售合同，核查发行人中药材采购情况、中药配方颗粒销售情况以及相关结算条款。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人苯磺酸氨氯地平片、辛伐他汀片、氟康唑胶囊、阿奇霉素分散片、盐酸左氧氟沙星片等药品其他企业已通过一致性评价，但公司未申请一致性评价评审，主要原因系一致性评价评审研发投入较高，但其对公司利润贡献较少，公司决定不开展上述药品的一致性评价研究工作。

2、因发行人相关药品不符合相关申报品种资格，因此未参与国家组织的集中带量采购。

3、根据一致性评价相关政策规定，发行人苯磺酸氨氯地平片、辛伐他汀片、氟康唑胶囊、阿奇霉素分散片、盐酸左氧氟沙星片可能在注册批件到期后不予再注册从而丧失相关仿制药批文，上述产品停产后对发行人业绩的影响较小。

4、各省可以按照国家规定的调整权限和程序将符合条件的民族药、医疗机构制剂、中药饮片纳入省级医保支付范围，按规定向国务院医疗保障行政部门备案后实施，各省具有一定的自主权；公司已结合《医保清单意见》等近期出台的行业政策主要内容、地方医保及国家医保目录调整情况，对招股说明书相应部分进行了修改完善。

5、盐酸特比萘芬片已纳入集中采购，发行人因暂不符合申报品种资格，未参与集中采购；丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏、丁酸氢化可的松乳膏、盐酸特比萘芬乳膏暂未纳入集中采购范围；发行人已在招股说明书修改“保障公司

持续获取订单”等表述。

6、发行人已结合一致性评价、带量采购情况及进展等，中药配方颗粒业务开展情况及该业务对发行人存货、资金流、应收账款等方面的影响，在招股说明书“重大事项提示”章节进行了风险提示。

问题 11 关于核心产品集中风险

申请文件及首轮问询回复显示，发行人将通过“拓展石辛含片销售渠道、布局中药配方颗粒，提升公司中药产品销售收入及占比”以及“通过研制他克莫司软膏、卤米松乳膏、盐酸氨酮戊酸外用散、卡泊三醇软膏、氢醌乳膏等产品”应对核心产品集中风险。

请发行人：

（1）说明石辛含片、中药配方颗粒竞品信息以及市场竞争情况，在中药配方颗粒仅纳入湖北地方医保目录且后续存在被调出可能情况下如何提升相关中药产品销售收入。

（2）结合他克莫司软膏、卤米松乳膏等产品的研发进展情况、同类产品及竞品信息、相关药品竞争格局等因素，说明相关在研皮肤药品预计上市时间、是否具有研发商业价值，并提示相关产品未来可能面临的市场竞争风险。

请保荐人发表明确意见。

回复：

一、说明石辛含片、中药配方颗粒竞品信息以及市场竞争情况，在中药配方颗粒仅纳入湖北地方医保目录且后续存在被调出可能情况下如何提升相关中药产品销售收入

（一）石辛含片、中药配方颗粒竞品信息以及市场竞争情况

1、石辛含片竞品信息以及市场竞争情况

公司主要产品石辛含片为公司独家产品，于 2007 年 3 月获得发明专利授权，

并于 2010 年 2 月获得注册批件和新药证书，主治牙痛、牙龈红肿、疼痛等，后对增加新的功能主治“复发性口疮”进行了补充申请，该新的用途于 2015 年 3 月获国家发明专利。石辛含片为公司专利新药，仅公司生产，石辛含片及市场上与具有类似功效的主要竞品信息如下：

产品名称	厂家	上市时间	适应症状	主要成分
口腔溃疡含片	西安迪赛生物药业有限责任公司	2005 年	消炎止痛。用于复发性口腔溃疡。	青黛、白矾、冰片
冰硼散	河北金钟制药有限公司	2005 年	清热解毒，消肿止痛。用于热毒蕴结所致的咽喉疼痛，牙龈肿痛，口舌生疮。	冰片、硼砂（煅）、朱砂、玄明粉
桂林西瓜霜含片	桂林三金药业股份有限公司	2002 年	清热解毒，消肿止痛。用于咽喉肿痛，口舌生疮，牙龈肿痛或出血，口疮；急、慢性咽炎，扁桃体炎，口腔溃疡见上述证候者	西瓜霜、硼砂（煅）、黄柏、黄连、山豆根、射干、浙贝母、青黛、冰片、无患子果（炭）、大黄、黄芩、甘草、薄荷脑
牛黄解毒片	北京同仁堂科技发展股份有限公司制药厂	-	咽喉肿痛、牙龈肿痛、口舌生疮、眼睛红肿	人工牛黄、雄黄、石膏、大黄、黄芩、桔梗、冰片、甘草
石辛含片	发行人	2010 年	清胃泻火、消肿止痛。用于急性智齿冠周炎胃火上炎证出现的牙痛、牙龈红肿、疼痛等症状；用于轻型复发性阿弗他溃疡（复发性口疮）胃火上炎出现的口腔黏膜溃烂、局部红肿、灼热疼痛等症状。	石膏、黄芩、黄柏、栀子、细辛、麻黄、姜黄、大黄

根据市场公开信息，国内口腔溃疡药物市场（中药+化药）整体规模约达 12 亿元，公司 2020 年石辛含片收入为 713.80 万元，市场占有率为 0.59%，占比较小。

2、中药配方颗粒竞品信息以及市场竞争情况

截至报告期末，可以在湖北省从事中药配方颗粒业务的企业共 13 家，其中省外企业为 6 家，省内企业为 7 家，分别是：

类别	序号	企业名称
省外企业	1	江阴天江药业有限公司
	2	广东一方制药有限公司

	3	华润三九医药股份有限公司
	4	培力（南宁）药业有限公司
	5	四川新绿色药业科技发展有限公司
	6	北京康仁堂药业有限公司
省内企业	7	李时珍医药集团有限公司
	8	劲牌持正堂药业有限公司
	9	湖北香连药业有限责任公司
	10	马应龙药业集团股份有限公司
	11	国药集团中联药业有限公司
	12	湖北辰美中药有限公司
	13	发行人

上述公司具体情况参见“问题 1 关于营业收入/四/（二）/2”之回复。

（二）在中药配方颗粒仅纳入湖北地方医保目录且后续存在被调出可能情况下如何提升相关中药产品销售收入

根据前瞻产业研究院数据，2019 年我国中药配方颗粒市场规模为 502.59 亿元，根据国家统计局数据，2019 年末全国人口数量为 141,008 万人，湖北省常住人口数量为 5,927 万人，按人均市场规模折算 2019 年湖北省中药配方颗粒市场规模为 21.13 亿元。公司 2020 年中药配方颗粒销售收入为 392.57 万元，占湖北省中药配方颗粒市场份额为 0.19%，公司中药配方颗粒业务市场空间广阔。

根据《关于将省内试点企业生产的中药配方颗粒纳入基本医保支付范围的通知》（鄂医保发[2020]38 号）：“省内试点企业生产的中药配方颗粒，经准入后，纳入我省基本医疗保险基金支付范围，在全省二级以上定点医疗机构使用。中药配方颗粒按照医保乙类药品管理。”公司中药配方颗粒已纳入湖北省地方医保，产品品种较多，具有较强的竞争优势。截至 2021 年 6 月末，公司累计与 58 家客户签订了临床试用协议，主要为湖北省内各大型医院，具体包括宜昌市第一人民医院、宜昌市第二人民医院、云梦县中医医院、襄阳市中西医结合医院、湖北省第三人民医院、宜昌市中心人民医院等。

湖北省人民政府 2020 年 12 月发布《湖北省推进中医药强省建设三年行动计划（2020—2022 年）》，提出提升中药产业发展水平，支持省内中医药企业做

大做强，支持劲牌集团、恒安药业等开展中药配方颗粒生产试点。若后续公司中药配方颗粒从湖北地方医保目录调出，其他湖北省省级试点企业同样存在被调出的可能。公司将通过丰富中药配方颗粒品种、积极拓展省内销售渠道等方式提升相关中药产品销售收入。

二、结合他克莫司软膏、卤米松乳膏等产品的研发进展情况、同类产品及竞品信息、相关药品竞争格局等因素，说明相关在研皮肤药品预计上市时间、是否具有研发商业价值，并提示相关产品未来可能面临的市场竞争风险

1、他克莫司软膏、卤米松乳膏等产品的研发进展情况

公司他克莫司软膏、氢醌乳膏、卤米松乳膏等产品研发进展情况如下：

序号	项目名称	应用领域	研发阶段及进展
1	他克莫司软膏的研制	皮肤科	审评中
2	氢醌乳膏的研制	皮肤科	审评中
3	卤米松乳膏的研发	皮肤科	项目调研
4	盐酸氨酮戊酸外用散的研发	皮肤科	项目调研
5	卡泊三醇软膏的研发	皮肤科	项目调研

2、同类产品及竞品信息、相关药品竞争格局

公司重点在研化学制剂产品包括他克莫司软膏、氢醌乳膏、卤米松乳膏、盐酸氨酮戊酸外用散、卡泊三醇软膏等，上述产品均存在已上市竞品，相关竞品信息如下：

序号	在研制剂	已上市竞品情况		
		生产厂家	上市时间	适应症
1	他克莫司软膏	LEO Laboratories Ltd.	2014 年	适用于因潜在危险而不宜使用传统疗法、或对传统疗法反应不充分、或无法耐受传统疗法的中到重度特应性皮炎患者，作为短期或间歇性长期治疗。0.03%和0.1%浓度的本品均可用于成人，但只有 0.03%浓度的本品可用于2岁及以上的儿童。
		四川明欣药业有限责任公司	2012 年	
		浙江万晟药业有限公司	2013 年	
		湖北人福成田药业有限公司	2018 年	
		齐鲁制药有限公司	2019 年	

2	氢醌乳膏	广东人人康药业有限公司	2004 年	黄褐斑、雀斑、炎症及手术后色素沉着斑的治疗。
3	卤米松乳膏	重庆华邦制药有限公司	2015 年	对皮质类固醇治疗有效的非感染性炎症性皮肤病，如脂溢性皮炎、接触性皮炎、异位性皮炎、局限性神经性皮炎、钱币状皮炎和寻常型银屑病。
		天津金耀药业有限公司	2017 年	
		澳美制药厂	2018 年	
		湖南明瑞制药有限公司	2019 年	
4	盐酸氨酮戊酸外用散	上海复旦张江生物医药股份有限公司	2007 年	本品用于治疗尖锐湿疣，尤其适用于发生在尿道口的尖锐湿疣。
5	卡泊三醇软膏	重庆华邦制药有限公司	2011 年	用于寻常型银屑病的局部治疗。
		LEO Pharma A/S	2016 年	
		澳美制药厂	2017 年	
		江苏知原药业有限公司	2020 年	

相关药品竞争格局如下：

序号	在研制剂	生产厂家	市场份额	排名
1	他克莫司软膏	企业 1	71.77%	1
		企业 2	15.07%	2
		企业 3	13.05%	3
2	氢醌乳膏	企业 1	100.00%	1
3	卤米松乳膏	企业 1	86.88%	1
		企业 2	12.52%	2
4	盐酸氨酮戊酸外用散	企业 1	100.00%	1
5	卡泊三醇软膏	企业 1	54.11%	1
		企业 2	32.17%	2
		企业 3	13.71%	3

数据来源：米内网；市场份额、排名情况统计口径为中国公立医疗终端销售数据，包括中国城市公立医院、县级公立医院、社区卫生服务中心/站、乡镇卫生院终端，不含零售药店终端。

3、相关在研皮肤药品预计上市时间、是否具有研发商业价值

截至目前，公司他克莫司软膏、氢醌乳膏正处于审评阶段，预计将于 2022 年上市，卤米松乳膏、盐酸氨酮戊酸外用散、卡泊三醇软膏等尚处于前期项目调研阶段，暂无法预计上市时间。

公司在研产品主要为他克莫司软膏、氢醌乳膏、卤米松乳膏、盐酸氨酮戊酸

外用散、卡泊三醇软膏及相关配套原料药。公司在选择在研药品时，主要考虑相关药品市场规模、竞争情况等因素，同时与公司现有产品形成互补，不断丰富产品条线，提升公司在皮肤科用药领域的市场地位及综合竞争力。

他克莫司软膏是一种通过调节人体免疫机制来治疗特应性皮炎的外用药物，其作用机理与一般治疗特应性皮炎的外用糖皮质激素不同，对特定发病的特应性皮炎有较好的疗效，公司目前还没有此类外用药物；氢醌是国际上公认的医疗用皮肤“漂白剂”，其外用制剂通常用来治疗色斑、黄褐斑等色素沉着类疾病，此类色素沉着类疾病发病率高，该药品未来需求量较大；卤米松乳膏按照国际糖皮质激素能效分级高于公司现有的丙酸氟替卡松乳膏、糠酸莫米松乳膏以及丁酸氢化可的松乳膏，不同能效的糖皮质激素在应用时针对的人群及适应症略有不同；盐酸氨酮戊酸外用散是一种光敏剂，用于光动力疗法，联合特定波长的光照射，可治疗尖锐湿疣、痤疮等疾病，公司目前还没有针对此病症的品种，随着光动力治疗以及能量设备在皮肤科中的应用日渐广泛，该药品市场需求也将增加；卡泊三醇属于维生素 D2 的衍生物，而外用维生素 D2 衍生物来治疗银屑病是国际上公认的一线疗法，卡泊三醇外用制剂更是其中的代表性药物，银屑病是皮肤科中的重点病症，公司目前无相关维生素 D2 衍生物外用药物。

公司主要在研产品他克莫司软膏、氢醌乳膏、卤米松乳膏、盐酸氨酮戊酸外用散、卡泊三醇软膏最近三年市场规模如下：

单位：万元

序号	产品名称	2020 年	2019 年	2018 年
1	他克莫司软膏	32,723	35,559	31,259
2	氢醌乳膏	4,904	3,086	2,403
3	卤米松乳膏	35,417	37,339	33,725
4	盐酸氨酮戊酸外用散	13,662	21,180	24,127
5	卡泊三醇软膏	18,382	19,493	18,214
	合计	105,088	116,657	109,728

数据来源：米内网；年度数据为中国公立医疗终端销售数据，包括中国城市公立医院、县级公立医院、社区卫生中心/站、乡镇卫生院终端，不含零售药店终端。

由上表可知，上述药品 2019 年合计市场规模较 2018 年增长 6.31%，受疫情影响，2020 年合计市场规模较 2019 年减少 9.92%，最近三年市场规模均在 10

亿元以上。从单品来看，他克莫司软膏、卤米松乳膏、卡泊三醇软膏生产厂家较多，竞争较激烈，但整体市场规模也相对较大；氢醌乳膏生产厂家较少，竞争程度较低，虽然目前整体市场规模相对较小，但增速较快，具有较好的市场前景；盐酸氨酮戊酸外用散生产厂家较少，竞争程度较低，公司产品投放市场后将有望占据一定的市场份额。公司将通过自身销售渠道、营销策略实现其商业价值。

4、提示相关产品未来可能面临的市场竞争风险

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素/三、经营风险/（十二）新产品上市不及预期的风险”中补充披露如下：

公司在研制剂产品主要为他克莫司软膏、氢醌乳膏、卤米松乳膏、盐酸氨酮戊酸外用散、卡泊三醇软膏等。公司在选择在研药品时，主要考虑相关药品市场规模、竞争情况、与公司现有产品的互补性等因素，但若相关产品因自身销售渠道、营销策略、市场竞争、品牌知名度等导致未来销售不及预期，将会影响公司前期研发投入、营销推广等支出的收回，对公司经营产生不利影响。

三、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、查询了石辛含片、中药配方颗粒竞品信息，了解其市场竞争情况；获取了《关于将省内试点企业生产的中药配方颗粒纳入基本医保支付范围的通知》，核查了公司中药配方颗粒纳入湖北省地方医保情况。

2、登录第三方数据平台“米内网”，查阅他克莫司软膏、卤米松乳膏等产品同类产品及竞品信息、竞争格局、市场规模等情况；访谈发行人管理层，了解公司他克莫司软膏、卤米松乳膏等产品预计上市时间、研发商业价值、未来可能面临的市场竞争风险。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、发行人石辛含片、中药配方颗粒等产品市场占有率较低；若后续发行人中药配方颗粒从湖北地方医保目录调出，将通过丰富中药配方颗粒品种、积极拓

展省内销售渠道等方式提升相关中药产品销售收入。

2、发行人他克莫司软膏、氢醌乳膏正处于审评阶段，预计将于 2022 年上市，卤米松乳膏、盐酸氨酮戊酸外用散、卡泊三醇软膏等尚处于前期项目调研阶段，暂无法预计上市时间；上述产品将与发行人现有产品形成互补，投产后将有利于丰富产品条线、提升市场地位及综合竞争力，具有一定的研发商业价值；发行人已在招股说明书中提示了相关产品未来可能面临的市场竞争风险。

问题 12 关于历史沿革及实际控制人

申请文件及首轮问询回复显示：

(1) 2020 年 6 月，发行人子公司神农恒安已逐步开始对外销售，德智实业和城发产业基金已完成初始投资目的，发挥了产业基金的投资引导作用。2020 年 12 月，城发产业基金将其持有的神农恒安 2,400 万股作价 2,725.60 万元、德智实业将其持有的神农恒安 600 万股作价 681.40 万元转让给恒安药业。

(2) 发行人实际控制人徐卫国担任法定代表人的企业深圳市网银投资发展有限公司（以下简称网银投资）曾于 2016 年 7 月因未依法进行年报公示被吊销。发行人子公司深圳市恒安生物工程有限公司（以下简称恒安生物）曾于 2016 年 7 月被吊销营业执照，徐卫国曾担任恒安生物法定代表人。上述企业吊销原因为未在规定的期间内依法参加企业年度检验。2001 年至今，发行人实际控制人徐卫国历任发行人总经理、董事长。

请发行人：

(1) 结合德智实业和城发产业基金投资入股及转让神农恒安股权的具体背景及原因，说明德智实业和城发产业基金是否为国有控股主体，其投资入股及转让股权是否履行相应的审批程序，是否存在国有资产流失的情形，是否涉及名股实债，相关股权是否存在争议纠纷。

(2) 说明网银投资及恒安生物吊销前主要经营内容、合规情况以及实际控制人徐卫国持股比例，控股股东、实际控制人财务状况及清偿能力，是否存在

大额负债或预计大额债务，控股股东、实际控制人所持发行人股份是否存在被质押、被冻结或诉讼纠纷风险，是否存在影响发行人控制权稳定的情形。

(3) 说明徐卫国在担任网银投资法定代表人、董事长兼总经理及恒安生物法定代表人、执行董事兼总经理情况下，是否对网银投资及恒安生物存在未在规定的期间内依法参加企业年度检验负有个人责任，如否，请详细说明判断依据。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、结合德智实业和城发产业基金投资入股及转让神农恒安股权的具体背景及原因，说明德智实业和城发产业基金是否为国有控股主体，其投资入股及转让股权是否履行相应的审批程序，是否存在国有资产流失的情形，是否涉及名股实债，相关股权是否存在争议纠纷

(一) 德智实业和城发产业基金投资入股及转让神农恒安股权的具体背景及原因

1、入股神农恒安股权的具体背景及原因

神农恒安设立后，计划从事中药配方颗粒的研发、生产和销售业务，资金需求量较大，恒安药业拟引入外部投资者，共同投资神农恒安；同时，宜昌市夷陵区政府将神农恒安作为辖区内重点项目，积极扶持企业发展。在宜昌市夷陵区政府协助下，德智实业和城发产业基金投资入股神农恒安。

此外，德智实业作为宜昌市夷陵区的地方国有投资公司，落实宜昌市夷陵区委、区政府指定的产业政策是其职责任务，其中生物医药产业是重点支持战略新兴产业之一，投资神农恒安符合宜昌市夷陵区的产业政策，也是为宜昌市夷陵区中医药产业发展培育新的经济增长点；城发产业基金系湖北省省级股权投资引导基金的子基金、宜昌市三峡产业引导股权投资基金子基金，主要投资于宜昌市夷陵区中小企业，主要投资方向为医药化工，投资神农恒安系其为支持夷陵区重点项目建设，发挥产业基金引导作用投资，在政府部门的协助下，2018年、2019年，城发产业基金以增资扩股的方式对神农恒安进行投资，加快项目的建设。

2、转让神农恒安股权的具体背景及原因

(1) 城发产业基金《合伙协议》约定，2021 年 5 月该基金将进入投资回收期。为顺利实现基金投资项目的逐步退出，2020 年底，城发产业基金就投资项目退出事宜与其投资的公司进行洽谈磋商。

(2) 就恒安药业而言，中药配方颗粒业务于 2020 年下半年已经开始形成销售，神农恒安的经营已经逐步走向正轨，其他股东退出后，神农恒安将成为恒安药业全资子公司，可以根据医药市场及国家政策变化更加快速有效的作出决策，创造有利的市场竞争条件，充分发挥自身能动性和自主决策权。因此，恒安药业愿意接受其他股东退出神农恒安，在此基础上各方进行了沟通。

(3) 鉴于恒安药业计划于 2021 年上半年申报 IPO，为避免神农恒安的股权变动对恒安药业 IPO 进程造成影响，恒安药业希望能够在 2020 年底前完成神农恒安的股权转让事宜，并且希望德智实业能够一并退出。

(4) 由于德智实业完成了投资神农恒安的初始投资目的，其投资得到了增值，为支持神农恒安发展，在友好协商的基础上，德智实业决定与城发产业基金同时退出神农恒安。

(5) 2020 年 12 月 8 日，神农恒安召开股东会，同意德智实业、城发产业基金将其持有的神农恒安全部股权转让给恒安药业。2020 年底，完成了神农恒安股权转让相关事宜。

(二) 德智实业和城发产业基金是否为国有控股主体，其投资入股及转让股权是否履行相应的审批程序，是否存在国有资产流失的情形，是否涉及名股实债，相关股权是否存在争议纠纷

1、德智实业和城发产业基金是否为国有控股主体，其投资入股及转让股权是否履行相应的审批程序

(1) 德智实业

德智实业为国有控股主体，最终实际控制人为宜昌市夷陵区政府国有资产监督管理局。其投资入股及转让神农恒安股权已履行相应的审批程序，具体如下：

投资入股：2018 年 9 月 3 日，德智实业股东宜昌夷陵城市发展集团有限公司作出《股东决定》，同意德智实业增资入股神农恒安，投资金额 600 万元，认缴其增加的 600 万元出资额（占其增资扩股后 10%的股权）。2018 年 9 月 11 日，宜昌市夷陵区政府国有资产监督管理局出具《宜昌市夷陵区国资局关于城发集团投资入股恒安药业中药配方颗粒项目的批复》，同意宜昌夷陵城市发展集团有限公司投资 600 万元用于恒安药业中药配方颗粒项目，占股 10%。

转让股权：2020 年 12 月 5 日，德智实业股东宜昌夷陵城市发展有限公司作出《股东决定》，同意德智实业以 681.40 万元的价格将持有的神农恒安 600 万元出资额（占出资总额的 7.5%）转让给恒安药业。转让价格以中水致远资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（编号：中水致远评报字【2020】第 020571 号）为定价依据。2020 年 12 月 23 日，宜昌市夷陵区政府国有资产监督管理局出具夷国资发【2020】16 号《宜昌市夷陵区国资局关于宜昌德智实业有限公司退出神农恒安制药有限公司股权的批复》，批复神农恒安于评估基准日 2020 年 9 月 30 日的股东全部权益评估价值为 9,085.33 万元；同意德智实业按股权比例和股东全部权益评估价值，以 681.40 万元的价格将神农恒安 7.5%股权出让给恒安药业。

（2）城发产业基金

城发产业基金系湖北省省级股权投资引导基金及宜昌市三峡产业引导股权投资基金子基金，其普通合伙人/基金管理人为太一（宜昌）股权投资基金管理有限公司（以下简称“太一投资”），太一投资根据城发产业基金《合伙协议》执行其合伙事务，且能够根据合伙人的推荐决定基金投资决策委员会成员，太一投资能够实际控制城发产业基金，由于太一投资非国有企业，因此，城发产业基金为非国有控股企业。其投资入股及转让神农恒安股权已履行相应的审批程序，具体如下：

投资入股：2018 年 10 月 17 日，城发产业基金召开投资决策委员会 2018 年第 1 次会议，同意城发产业基金对神农恒安进行投资，投资金额 1,800 万元，投资完成占增资扩股后神农恒安 30%的股权。2019 年 12 月 19 日，城发产业基金召开投资决策委员会 2019 年第 2 次会议，同意城发产业基金对神农恒安进行投

资，投资金额 600 万元，投资完成占增资扩股后神农恒安 30%的股权。

转让股权：2020 年 12 月 7 日，城发产业基金召开投资决策委员会 2020 年第 4 次会议，同意城发产业基金按以下条件退出神农恒安，1.退出方式为股权转让，受让主体为恒安药业；2.受让标的为基金持有的神农恒安 30%股权；3.交易价格不低于 2,725.60 万元（含 2,725.60 万元）；4.受让方在 2020 年 12 月 31 日之前完成股权转让款的支付。

2、是否存在国有资产流失的情形

德智实业和城发产业基金投资入股及转让神农恒安股权不存在国有资产流失的情形，具体如下：

（1）投资入股

2018 年 11 月，神农恒安的注册资本由 3,600 万元增加至 6,000 万元，新增的 2,400 万元注册资本由城发产业基金认缴 1,800 万元，由德智实业认缴 600 万元，增资价格均为 1 元/注册资本。

2019 年 12 月，神农恒安的注册资本由 6,000 万元增加至 8,000 万元，新增的 2,000 万元注册资本由恒安药业认缴 1,400 万元，由城发产业基金认缴 600 万元，增资价格均为 1 元/注册资本。

2018 年、2019 年，神农恒安处于建设投入阶段，未产生营业收入。因此前述增资价格均为 1 元/注册资本，增资价格公允，不存在国有资产流失的情形。

（2）转让股权

2020 年 12 月 8 日，城发产业基金将其持有的神农恒安 30%股权作价 2,725.60 万元、德智实业将其持有的神农恒安 7.5%股权作价 681.40 万元转让给恒安药业。

前述股权转让价格以中水致远资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（编号：中水致远评报字【2020】第 020571 号）的评估值为依据，经其评估，截至 2020 年 9 月 30 日，神农恒安股东全部权益评估价值为 9,085.33 万元。此外，该评估价格业经宜昌市夷陵区政府国有资产监督管理局出具的《宜昌市夷陵区国资局关于宜昌德智实业有限公司退出神农恒安制药有限公司股权的批复》确认。因

此，德智实业与城发产业基金前述交易价格公允，不存在国有资产流失的情形。

3、是否涉及名股实债、相关股权是否存在争议纠纷

德智实业及城发产业投资神农恒安的投资方式均为股权投资，各方按持股比例共同享有投资收益，承担投资风险，不涉及名股实债；相关股权不存在争议纠纷。

二、说明网银投资及恒安生物吊销前主要经营内容、合规情况以及实际控制人徐卫国持股比例，控股股东、实际控制人财务状况及清偿能力，是否存在大额负债或预计大额债务，控股股东、实际控制人所持发行人股份是否存在被质押、被冻结或诉讼纠纷风险，是否存在影响发行人控制权稳定的情形

（一）网银投资及恒安生物吊销前主要经营内容、合规情况以及实际控制人徐卫国持股比例

1、网银投资

网银投资被吊销营业执照前，其经营范围为：投资兴办实业（具体项目另行申报）；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）。网银投资吊销前未实际开展业务，徐卫国未直接或间接持有网银投资股权。

2021年11月3日，深圳市市场监督管理局向宜昌市市场监督管理局出具（以下简称“深圳市场监管局”）《深圳市市场监督管理局关于深圳市网银投资发展有限公司和深圳市恒安生物工程有限公司2家公司有关情况的复函》（以下简称“《深圳市场监管局复函》”）：“你单位发来的《关于支持出具相关说明的函》收悉，现将相关情况函复如下：深圳市网银投资发展有限公司因未年检，于2005年2月1日在《深圳晚报》上被依法公告吊销，但目前尚未办理注销手续；深圳市恒安生物工程有限公司于2006年6月6日在《深圳晚报》公告吊销，并已于2019年12月27日注销。对于徐卫国在2家公司任职期间，对企业未按规定参加年检行为是否应承担个人责任的甄别和认定，属于企业内部经营管理问题，不属于我局的职责范围。上述2家公司，除因在规定的期限内未依法参加企业年度检验被吊销营业执照外，未发现其在存续期间有其他违反市场监督管理有关法律法规的记录。”

2、恒安生物

恒安生物已被吊销营业执照前，其经营范围为：生物科技开发(不含限制项目)。恒安生物吊销前未实际开展业务，徐卫国持有其 40%的股权，发行人持有其 60%的股权。

根据深圳市场监管局出具的《深圳市场监管局复函》，除因在规定的期限内未依法参加企业年度检验被吊销营业执照外，未发现恒安生物在存续期间有其他违反市场监督管理有关法律法规的记录。

(二) 控股股东、实际控制人财务状况及清偿能力，是否存在大额负债或预计大额债务，控股股东、实际控制人所持发行人股份是否存在被质押、被冻结或诉讼纠纷风险，是否存在影响发行人控制权稳定的情形

发行人控股股东、实际控制人徐卫国持有发行人 70%股权，且能够从发行人处获得稳定的薪资收入。此外，徐卫国拥有银行存款、房屋、车辆等资产。徐卫国所负债务情况如下：

1、商业贷款：中国农业银行股份有限公司三峡分行发放的 175 万元个人住房商业贷款，2024 年 10 月 7 日到期，截至 2021 年 10 月，余额为 67.93 万元。

2、对外担保：截至报告期末，徐卫国的对外担保系其为发行人及其控股子公司借款融资提供保证担保，具体如下：

被担保方	授信/借款银行	担保金额 (万元)	担保方式	担保内容
恒安药业	汉口银行股份有限公司宜昌分行	1,100.00	最高额保证	汉口银行股份有限公司宜昌分行自 2020 年 12 月 21 日至 2021 年 12 月 21 日期间对恒安药业最高额 1,100 万元内的债权
神农恒安	中国工商银行股份有限公司三峡夷陵支行	4,000.00	最高额保证	中国工商银行股份有限公司三峡夷陵支行自 2020 年 4 月 17 日至 2025 年 12 月 31 日期间对神农恒安最高额 4,000 万元内的债权
恒安药业	招商银行股份有限公司宜昌分行	3,000.00	最高额保证	编号 127XY2020020554 号《授信协议》项下最高额 3,000 万元内的债权
恒安药业	中国农业银行股份有限公司三峡宜昌支行	3,000.00	最高额保证	中国农业银行股份有限公司三峡宜昌支行自 2021 年 1 月 15 日至 2023 年 1 月 14 日期间对恒安药业最高额 3,000 万元内的债权
恒安	中国工商银行	2,000.00	最高额	中国工商银行股份有限公司三峡夷陵支行

药业	股份有限公司 三峡夷陵支行		保证	自 2021 年 4 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日期 间对恒安药业最高额 2,000 万元内的债权
恒安 药业	中国农业发展 银行宜昌市夷 陵区支行	2,000.00	保证	编号 42050601-2021 年（夷）字 0003 号《流 动资金借款合同》项下的债权，借款期限自 2021 年 5 月 27 日至 2022 年 5 月 26 日

除上述债务及担保外，徐卫国不存在其他大额负债或预计大额债务。

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人净资产为 28,378.27 万元，期末现金及现金等价物余额为 2,191.76 万元，发行人经营状态良好，徐卫国提供的担保所对应主债权偿付金额占发行人净资产比例较小，发行人具有充足的清偿能力，发行人及其子公司将如期还款，徐卫国需承担担保责任的风险较小。

徐卫国财务状况良好，具有较强的偿债能力，其对外担保均系为发行人及其控股子公司借款融资提供担保，发行人具有充足的清偿能力，徐卫国需承担担保责任的风险较小。因此，徐卫国所持发行人股份被质押、被冻结或诉讼纠纷风险较小，不存在影响发行人控制权稳定的情形。

三、说明徐卫国在担任网银投资法定代表人、董事长兼总经理及恒安生物法定代表人、执行董事兼总经理情况下，是否对网银投资及恒安生物存在未在规定的期间内依法参加企业年度检验负有个人责任，如否，请详细说明判断依据

网银投资及恒安生物因未按规定办理年检，分别于 2005 年 2 月 1 日及 2006 年 6 月 6 日被深圳市场监管局吊销营业执照（原《招股说明书》披露网银投资及恒安生物被吊销营业执照的时间为 2016 年 7 月，系根据国家企业信用信息公示系统及企查查网站公示信息，后经深圳市场监管局出具《深圳市场监管局复函》确认：“深圳市网银投资发展有限公司因未年检，于 2005 年 2 月 1 日在《深圳晚报》上被依法公告吊销，但目前尚未办理注销手续；深圳市恒安生物工程有限公司于 2006 年 6 月 6 日在《深圳晚报》公告吊销，并已于 2019 年 12 月 27 日注销”，因此，其被吊销营业执照的时间分别为 2005 年 2 月 1 日及 2006 年 6 月 6 日）。

国家工商行政管理总局《关于企业法定代表人是否负有个人责任问题的答复》（工商企字【2002】第 123 号）规定：“企业逾期不接受年度检验，被工商

行政管理机关依法吊销营业执照，该企业的法定代表人作为代表企业行使职权的负责人，未履行法定的职责，应负个人责任，但年检期间法定代表人无法正常履行职权的除外”，但上述规定已于 2014 年 7 月废止。2021 年 11 月 3 日，深圳市场监管局出具《深圳市场监管局复函》，认为徐卫国在网银投资及恒安生物任职期间，对企业未按规定参加年检行为是否应承担个人责任的甄别和认定，属于企业内部经营管理问题，不属于该局的职责范围。

2001 年恒安有限设立后，徐卫国担任恒安有限总经理职务，其主要精力放在了恒安有限的经营管理上。恒安有限地处湖北省宜昌市，徐卫国长期在宜昌市居住。由于网银投资及恒安生物地处深圳市，且当时未实际经营，徐卫国未能及时到企业所在地办理年检，导致企业被吊销营业执照。虽然国家工商行政管理总局发布的《关于企业法定代表人是否负个人责任问题的答复》（工商企字【2002】第 123 号）规定已经废止，且深圳市场监管局也未认定徐卫国对于营业执照被吊销事项负个人责任，但基于审慎原则，徐卫国作为企业法定代表人未能在规定时间办理企业年检，应负个人责任。

《公司法》第一百四十六条规定：“有下列情形之一的，不得担任公司的董事、监事、高级管理人员：……（四）担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年……”。因网银投资及恒安生物系 2005 年 2 月及 2006 年 6 月被吊销营业执照，距报告期初已逾三年。此外，根据宜昌市夷陵区市场监督管理局出具《证明》，经其核查，未发现徐卫国存在《公司法》第一百四十六条规定的不得担任公司的董事、监事、高级管理人员的情形。

此外，根据《公司法》第一百四十六条规定：“有下列情形之一的，不得担任公司的董事、监事、高级管理人员：…（三）担任破产清算的公司、企业的董事或者厂长、经理，对该公司、企业的破产负有个人责任的，自该公司、企业破产清算完结之日起未逾三年…。”

《中华人民共和国企业破产法》第二条：“企业法人不能清偿到期债务，并且资产不足以清偿全部债务或者明显缺乏清偿能力的，依照本法规定清理债务。企业法人有前款规定情形，或者有明显丧失清偿能力可能的，可以依照本法规定

进行重整。”第七条：“债务人有本法第二条规定的情形，可以向人民法院提出重整、和解或者破产清算申请。债务人不能清偿到期债务，债权人可以向人民法院提出对债务人进行重整或者破产清算的申请。企业法人已解散但未清算或者未清算完毕，资产不足以清偿债务的，依法负有清算责任的人应当向人民法院申请破产清算。”

网银投资被吊销营业执照后，由于时间久远且相关公章及其他工商登记材料已遗失，因此未能办理公司注销手续。根据徐卫国出具的说明，并经保荐机构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等网站公示信息，网银投资设立后未实际开展经营活动，不存在到期未清偿债务的情形，不属于可申请破产清算情形，截至目前，网银投资未进入破产清算程序。因此，网银投资未办理注销手续，不会对徐卫国担任发行人董事长、总经理的资格构成法律障碍。

综上，网银投资及恒安生物分别于 2005 年及 2006 年因未参加年检被吊销营业执照，徐卫国虽负有个人责任，但不涉及其个人的违法违规行为，且自网银投资及恒安生物被吊销营业执照之日起至报告期期初已逾三年，同时，网银投资不存在破产清算情形，不会对徐卫国担任发行人董事长、总经理的资格构成法律障碍。

四、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、查阅神农恒安的《公司章程》、工商档案资料、德智实业《公司章程》、城发产业基金《合伙协议》；德智实业和城发产业基金投资担任神农恒安股东期间的股东会/董事会文件；德智实业和城发产业基金投资入股神农恒安时的《增资协议》、其入股及转让神农恒安股权的审批文件；宜昌市夷陵区政府国有资产监督管理局出具的《宜昌市夷陵区国资局关于城发集团投资入股恒安药业中药配方颗粒项目的批复》、《宜昌市夷陵区国资局关于宜昌德智实业有限公司退出神农恒安制药有限公司股权的批复》。

2、查阅中水致远资产评估有限公司出具《资产评估报告》（编号：中水致远评报字【2020】第 020571 号）。

3、查阅恒安生物、网银投资的工商档案资料；深圳市场监管局出具的《深圳市市场监督管理局关于深圳市网银投资发展有限公司和深圳市恒安生物工程有限公司 2 家公司有关情况的复函》；宜昌市夷陵区市场监督管理局出具《证明》。

4、查阅发行人控股股东、实际控制人徐卫国的《个人信用报告》、资产证明文件、徐卫国为发行人及其子公司提供担保涉及的担保合同。

5、查询国家企业信用信息公示系统、深圳信用网、国家税务总局深圳市税务局、信用中国、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站公示信息。

6、访谈德智实业执行董事兼总经理、城发产业基金管理人太一（宜昌）股权投资基金管理有限公司总经理。

7、取得发行人、徐卫国、德智实业、城发产业基金的说明。

（二）核查结论

经核查，保荐人、发行人律师认为：

1、德智实业和城发产业基金投资入股及转让神农恒安股权具有合理的背景及原因；德智实业为国有控股主体、城发产业基金为非国有控股主体，其投资入股及转让股权均已履行相应的审批程序，不存在国有资产流失的情形，不涉及名股实债，相关股权不存在争议纠纷。

2、网银投资及恒安生物吊销前未实际开展业务，除因在规定的期限内未依法参加企业年度检验被吊销营业执照外，其吊销前存续期间不存在其他违法违规行为；网银投资及恒安生物吊销前，徐卫国未直接或间接持有网银投资股权，徐卫国持有恒安生物 40%的股权，发行人持有恒安生物 60%的股权。发行人控股股东、实际控制人徐卫国财务状况良好，具有较强的债务清偿能力，其所持发行人股份不存在被质押、被冻结或诉讼纠纷的情形且被质押、被冻结或诉讼纠纷风险较小，不存在影响发行人控制权稳定的情形。

3、徐卫国曾担任网银投资/恒安生物法定代表人、董事长/执行董事兼总经理，对网银投资及恒安生物未在规定的期间内依法参加企业年度检验负有个人责任，但不涉及徐卫国个人的违法违规行为，且自网银投资及恒安生物被吊销营业执照之日起至报告期期初已逾三年，同时，网银投资不存在破产清算情形，不会对徐卫

国担任发行人董事长、总经理的资格构成法律障碍。

问题 13 关于资金流水核查

申请文件及首轮问询回复显示，报告期内发行人实际控制人徐卫国存在大额取现，董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、主要销售人员、主要采购人员的大额资金往来。

请发行人进一步说明报告期内发行人控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、主要销售人员、主要采购人员尚未收回的大额借款、大额投资或其他大额资金支出最终流向情况，上述资金是否存在流入报告期内客户、供应商的情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明报告期内发行人控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、主要销售人员、主要采购人员尚未收回的大额借款、大额投资或其他大额资金支出最终流向情况，上述资金是否存在流入报告期内客户、供应商的情形。

报告期内发行人控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、主要销售人员、主要采购人员的大额资金往来的性质主要为亲朋好友资金周转、理财产品申购赎回、购房、个人其他业务资金往来等个人性质的资金往来。截止 2021 年 6 月 30 日尚未收回的大额借款、大额投资或其他大额资金支出最终流向情况如下：

名称	与公司关系	具体事项	对方名称	金额（万元）	最终流向	检查情况/获取资料
徐卫国	实际控制人	个人自有资金往来	习祚成	43.65	17 万用于购置汽车相关消费； 26.65 万元偿还个人债务	核对银行流水、对习祚成进行访谈、获取书面承诺函、借款单据、消费发票及付款单

		亲属、朋友间资金往来	徐悦欣（徐卫国的女儿）	105.00	用于瑞麦科技经营	核对银行流水、对徐悦欣进行访谈、获取书面承诺函、核对瑞麦科技银行流水、检查瑞麦科技相关工商信息、主要客户和供应商名单及投资付款单
徐国忠	董事	个人自有资金往来	陈*（习祚成的配偶）	30.00	用于房屋装修	核对银行流水、对陈*进行访谈、获取借款单据、消费合同、收款收据及付款单
		亲属、朋友间资金往来	徐卫国（徐国忠的哥哥）	139.00	59 万元用于房屋装修；27 万借款给习祚成；53 万偿还个人债务	核对银行流水、对徐卫国进行访谈、获取书面承诺函、借款单据、消费合同及付款单
		亲属、朋友间资金往来	徐*东（徐国忠的哥哥）	34.74	用于购房	核对银行流水、对徐*东进行访谈、获取购房合同、发票及付款单
		亲属、朋友间资金往来	苏*（徐国忠的配偶）	497.20	用于购房	核对银行流水、对苏*进行访谈、获取购房合同及付款单
		亲属、朋友间资金往来	柳玲（徐卫国的配偶）	20.00	购买理财	核对银行流水、获取理财电子回单
		亲属、朋友间资金往来	徐悦欣（徐卫国的女儿）	340.80	用于瑞麦科技经营	核对银行流水、对徐悦欣进行访谈、获取书面承诺函、核对瑞麦科技银行流水、检查瑞麦科技相关工商信息、主要客户和供应商名单及投资付款单
		亲属、朋友间资金往来	徐悦欣（徐卫国的女儿）	340.80	用于瑞麦科技经营	核对银行流水、对徐悦欣进行访谈、获取书面承诺函、核对瑞麦科技银行流水、检查瑞麦科技相关工商信息、主要客户和供应商名单及投资付款单
习祚成	董事兼副总经理、采购中心负责人	亲属、朋友间资金往来	李*兰	32.50	偿还个人债务	核对银行流水、对李*兰进行访谈、获取借款单据
		亲属、朋友间资金往来	李*尚	90.00	偿还个人债务	核对银行流水、对李*尚进行访谈、获取借款单据
		亲属、朋友间资金往来	习*桦（习祚成的儿子）	60.85	偿还个人按揭贷款	核对银行流水、对习*桦进行访谈、获取银行按揭还款记录
		理财	申万宏源证券有限公司	20.00	用于股票投资	核对银行流水

林华清	董事兼副总经理	亲属、朋友间资金往来	李*伯(林华清的配偶)	34.00	用于股票投资	核对银行流水
		亲属、朋友间资金往来	林*(林华清的女儿)	114.30	用于购房	核对银行流水、对林*进行访谈、获取购房合同、发票及付款单
徐悦欣	董事	亲属、朋友间资金往来	丁*(徐悦欣的姨父)	24.00	用于购买理财产品	核对银行流水、获取理财电子回单
		投资	瑞麦科技(徐悦欣投资的公司)	589.03	投资瑞麦科技的经营款项	核对银行流水、对徐悦欣进行访谈、获取书面承诺函、核对瑞麦科技银行流水、检查瑞麦科技相关工商信息、主要客户和供应商名单及投资付款单
刘翔	董事会秘书	亲属、朋友间资金往来	柳玲(刘翔的岳母)	276.00	用于购买理财产品	核对银行流水、获取理财电子回单
		亲属、朋友间资金往来	徐悦欣(刘翔的配偶)	147.27	用于瑞麦科技经营	核对银行流水、对徐悦欣进行访谈、获取书面承诺函、核对瑞麦科技银行流水、检查瑞麦科技相关工商信息、主要客户和供应商名单及投资付款单
		房屋买卖款	周*云	453.00	用于购房	核对银行流水、获取购房合同及付款单
朱邦富	监事	亲属、朋友间资金往来	张*菊(朱邦富的配偶)	93.55	用于购买理财产品	核对银行流水、获取理财电子回单
谢涛	财务总监	亲属、朋友间资金往来	谢*芸(谢涛的女儿)	10.00	结婚礼金	核对银行流水、对谢*芸进行访谈
			贺*(谢涛的配偶)	17.80	借款给亲戚用于经营烟酒零售生意	核对银行流水、对贺*及余*进行访谈、获取借款单据
			余*(谢涛的侄子)	12.00		
		理财	交通银行宜昌夷陵支行	20.00	存定期	核对银行流水、获取银行存单
鄢荣榜	副总经理, 2020年5	亲属、朋友间资金往来	覃*忠	10.00	2019年4月入职, 2020年5月离职, 该笔资金发生于2018	核对银行流水

	月 14 日离 职				年，该笔资金未 发生在其任职 期间。	
--	-----------------	--	--	--	--------------------------	--

截止 2021 年 6 月 30 日，报告期内除上述情形外不存在其他尚未收回的大额借款、大额投资或其他大额资金支出，上述资金不存在流入报告期内客户、供应商的情形。

二、中介机构核查程序与核查意见

（一）核查过程

1、获取发行人控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、主要销售人员、主要采购人员报告期内的银行流水，按照确定的核查标准对大额资金往来及现金存取进行交叉核对；针对未达到重要性水平的交易，重点关注发行人与关联方的资金往来，通过获取完整的关联方清单，核查发行人是否与关联方有异常往来。

2、获取发行人控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、主要销售人员、主要采购人员出具的报告期内关于名下银行卡及银行流水情况自查结果声明确认函。

3、通过查阅相关人员银行流水的交易内容，对相关资金最终流向涉及的相关人员进行访谈，确定大额资金往来的金额及相关用途，并与流水中交易摘要、对方账户进行比对；对于尚未收回的大额借款检查借款单据；对于大额投资检查被投资单位的银行流水、工商信息及股东投资信息；对于大额资金支出检查交易合同，消费记录及发票等资料，确定相关交易的真实性。

4、获取相关资金最终流向涉及的相关人员名单、被投资单位的主要客户和供应商清单，与发行人的客户、供应商进行比对，确定相关资金不存在流入报告期内发行人客户、供应商的情形。

（二）核查结论

经核查，保荐人、申报会计师认为：

发行人控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高级管理

人员、关键岗位人员、主要销售人员、主要采购人员尚未收回的大额借款、大额投资或其他大额资金支出未用于发行人生产经营活动，不存在与发行人供应商、客户往来的情况。

（本页无正文，为《关于湖北恒安芙林药业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第二轮审核问询函的回复报告》之签章页）

湖北恒安芙林药业股份有限公司

2021年12月16日



（本页无正文，为《关于湖北恒安芙林药业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第二轮审核问询函的回复报告》之签章页）

保荐代表人： 戴洛飞
戴洛飞

易 斌
易 斌



保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读湖北恒安芙林药业股份有限公司本次反馈意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，反馈意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐人（主承销商）董事长签名：


余 磊

