

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

关于恩威医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板

上市申请文件的

第三轮审核问询函的回复

深圳证券交易所：

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为恩威医药股份有限公司（以下简称“公司”、“恩威医药”、“发行人”或“申请人”）首次公开发行股票并在创业板上市申请的财务审计机构，根据贵所 2021 年 5 月 31 日出具的《关于恩威医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“审核问询函”）要求，对审核问询函中需要会计师回复的问题进行了认真的核查和落实，现将核查情况和结果逐一说明如下，请予审核。

本问询函回复所述的词语或简称与《恩威医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》中“释义”所定义的词语或简称具有相同的涵义。

本问询函回复中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

问题 5 关于营业收入

申报文件及前期审核问询显示：

（1）米内网 2019 年中国城市零售药店妇科炎症类中成药销售排名中，排名前三的洗液类产品为洁尔阴洗液、红核妇洁洗液、复方黄松洗液。2017 年-2019 年，洁尔阴洗液以及同行业可比产品红核妇洁洗液、复方黄松洗液、妇科千金片、妇科千金胶囊销售额年化增速分别为-2.21%、-7.75%、-18.49%、-1.49%和-9.49%，洁尔阴洗液最近三年销售变化情况与同行业可比产品基本一致，均整体呈下降趋势。

（2）发行人洁尔阴洗液收入整体呈小幅下滑趋势，主要原因包括社会库存减少、经销商备货水平下降等。

（3）报告期内，发行人主要产品电商销售的价格较经销和直销的价格要高，主要系公司主要产品的电商销售的金额相对较低，其价格的可比性不强。但报告期内，发行人电商和经销销售毛利率差异不大。

请发行人：

（1）说明米内网相关情况，其数据具体来源及权威性、米内网相关洁尔阴洗液终端销售数据与发行人销售收入存在差异的原因，结合可比公司相关产品的销售收入和米内网数据的差异情况分析发行人数据差异是否合理。

（2）结合发行人洁尔阴洗液销售金额变化趋势与米内网洁尔阴洗液终端销售数据的变化趋势，说明发行人认定洁尔阴收入下滑主要源于社会库存减少、经销商备货水平下降等原因是否合理。

（3）说明发行人其他产品是否存在米内网数据，若有，请参照前述情况进行分析并披露。

（4）结合电商销售的主要客户情况，合作模式，进一步披露发行人主要产品电商销售价格高于经销和直销价格的原因，是否与同行业情况一致；并结合前述情况对发行人不同销售模式下的毛利率情况进行对比，分析销售价格的差异对不同销售模式下毛利率的影响。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并核实问询回复中贴牌药品占贴牌收入的比例数据是否正确，部分产品成本变动的原因与相关数据披露是否矛盾。请保荐人全文核实信息披露内容，保证披露内容的真实、准确、完整。

【回复】

一、发行人补充披露或说明

（一）说明米内网相关情况，其数据具体来源及权威性、米内网相关洁尔阴洗液终端销售数据与发行人销售收入存在差异的原因，结合可比公司相关产品的销售收入和米内网数据的差异情况分析发行人数据差异是否合理

1、米内网相关情况，其数据具体来源及权威性

米内网（www.menet.com.cn）是由国家药监局南方医药经济研究所（以下简称“南方所”）主办的中国医药资讯门户，是领先的集医药健康产业研究、医院市场研究、零售市场研究、商业渠道研究、互联网在线医药健康信息服务于一体的综合性专业信息服务平台。

米内网经营主体为广州标点医药信息股份有限公司（以下简称“标点医药信息”）。根据国家企业信用信息公示系统，南方所（www.smei.net.cn）持有标点医药信息 30.72%股权，系标点医药信息第一大股东；根据南方所官网介绍，南方所系国家药监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。

根据米内网官网介绍，米内网根据目前医药市场特征，将药品终端细分为三大终端六大市场，其中第一终端为公立医院终端，包括城市公立医院市场和县级公立医院市场；第二终端为零售药店终端，包括实体药店市场和网上药店市场；第三终端为公立基层医疗终端，包括城市社区卫生中心/站市场和乡镇卫生院市场。其中，针对公司产品实现终端销售的主要实体药店市场，米内网覆盖全国 138 个城市和 10,000 余家实体零售药店为样本，样本城市数量覆盖率 47%，样本药店销售额占比 13%，在分层抽样的基础上进行分层放大至全国地级及以上城市实体药店的销售数据。

目前，国内不少 A 股医药类上市公司在其招股说明书中均引用了自米内网的行业数据，包括步长制药（603858.SH）、苑东生物（688513.SH）、葫芦娃（605199.SH）、大理药业（603963.SH）、维康药业（300878.SZ）、凯因科技（688687.SH）和科兴制药（688136.SH）等。

因此，发行人在招股说明书中引用了米内网中国城市零售药店终端数据库中的行业数据，米内网统计的行业数据具有权威性，不存在米内网为公司提供定制化行业数据的情形。

2、米内网相关洁尔阴洗液终端销售数据与发行人销售收入存在差异的原因，结合可比公司相关产品的销售收入和米内网数据的差异情况分析发行人数据差异是否合理

（1）米内网相关洁尔阴洗液终端销售数据与发行人销售收入存在差异的原因

公司主要产品洁尔阴洗液的销售收入与米内网数据的对比如下：

单位：万元

公司产品	2020 年		2019 年		2018 年	数据来源
	销售收入	增速	销售收入	增速	销售收入	
洁尔阴洗液	32,124	2.21%	31,429	-2.75%	32,317	招股说明书
	21,407	-4.36%	22,384	2.74%	21,786	米内网
差异	10,717	-	9,045	-	10,531	-

注：米内网数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，统计口径为上述产品在中国城市零售药店的年度销售额。

根据上表，公司洁尔阴洗液的销售收入与米内网行业数据存在一定差异，主要系米内网统计范围差异和样本选取差异。第一，上述米内网数据仅包括中国城市零售药店终端销售数据，不包括中国城市公立医院、县级公立医院、城市社区卫生中心、乡镇卫生院等终端销售情况；第二，米内网主要通过抽取样本城市、样本药店、样本医院对全国销售情况进行估计测算，数据准确性上受到一定限制，因此，公司洁尔阴洗液的销售收入与上述米内网数据存在一定差异。

（2）结合可比公司相关产品的销售收入和米内网数据的差异情况分析发行

人数据差异是否合理

可比公司披露经营数据的相关产品包括葫芦娃（605199.SH）的小儿肺热咳嗽颗粒，千金药业（600479.SH）的妇科千金片、妇科千金胶囊等。上述产品的销售收入与米内网数据对比如下：

1) 葫芦娃（605199.SH）

葫芦娃主要产品小儿肺热咳嗽颗粒属于小儿呼吸系统用药，根据葫芦娃披露的招股意向书文件，小儿肺热咳嗽颗粒的销售收入与米内网数据的对比如下：

单位：万元

公司产品	2020 年		2019 年		2018 年	数据来源
	销售收入	增速	销售收入	增速	销售收入	
小儿肺热咳嗽颗粒	未披露	N/A	25,882	67.01%	15,497	招股意向书
	11,705	-29.03%	16,494	18.25%	13,948	米内网
差异	N/A	-	9,388	-	1,549	-

注：米内网数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，统计口径为上述产品在中国城市零售药店的年度销售额。

2) 千金药业（600479.SH）

千金药业的妇科千金片、妇科千金胶囊系公司主要产品洁尔阴洗液的竞品之一，根据千金药业披露的年度报告文件，千金药业仅披露妇科千金片、妇科千金胶囊的累计销售收入，上述产品累计销售收入与米内网数据对比如下：

单位：亿元

公司产品	2020 年		2019 年		2018 年	数据来源
	销售收入	增速	销售收入	增速	销售收入	
妇科千金片和妇科千金胶囊	未披露	N/A	6.19	1.64%	6.09	上市公司年报
	2.52	1.20%	2.49	-9.78%	2.76	米内网
差异	N/A	-	3.70	-	3.33	-

注 1：米内网数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，统计口径为上述产品在中国城市零售药店的年度销售额；

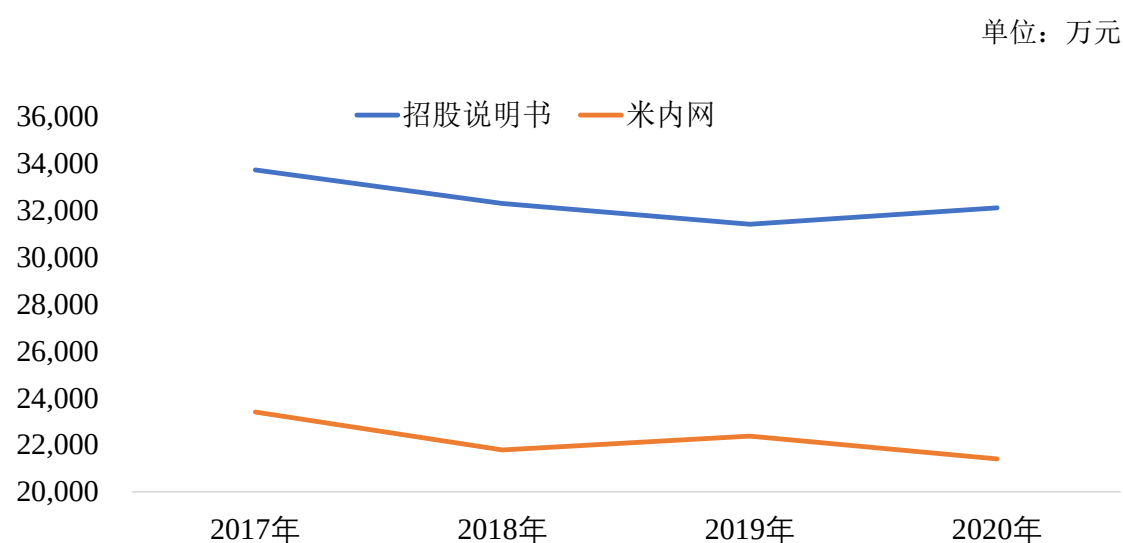
注 2：根据国家药监局公开信息查询，妇科千金片、妇科千金胶囊系千金药业独家品种。

根据上表对比，可比公司相关产品销售收入与米内网数据均存在一定差异，且产品销售收入均大于米内网数据。此外，葫芦娃产品收入差异金额占收入比为

10%-37%，千金药业产品收入差异金额占收入比为 50%-60%，而发行人产品收入差异金额占收入比为 25%-35%，差异情况基本合理。

（二）结合发行人洁尔阴洗液销售金额变化趋势与米内网洁尔阴洗液终端销售数据的变化趋势，说明发行人认定洁尔阴收入下滑主要源于社会库存减少、经销商备货水平下降等原因是否合理

2017 年至 2020 年，发行人洁尔阴洗液销售金额与米内网洁尔阴洗液终端销售数据的变化趋势如下：



一方面，因《药品经营质量管理规范》（2013 年修订）（2013 年 6 月 1 日实施）及《关于在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见（试行）的通知》（2016 年 12 月 26 日发布）等行业政策影响，导致部分实力不足的中小医药流通企业逐步出局，医药流通行业的集中度逐步提高；另一方面，药店连锁化率的提升导致终端药店的议价能力有所提高，医药流通企业账期相应变长，该等资金压力亦倒逼医药流通企业提高存货管理水平并适当减少了备货水平。因此，虽然公司产品主要系通过零售药店终端销售且零售药店不属于“两票制”规范的公立医疗机构范畴，但因公司经销客户通常除向零售药店销售公司产品（比如洁尔阴洗液）外，也向医疗机构销售其他公司的产品，受“两票制”政策影响该部分医药流通企业被迫出局或经营规模萎缩、降低备货水平；该部分医药流通企业的经营策略调整，一般情况下会针对其经销的包括公司产品（比如洁尔阴洗液）在内的所有品种，受该等综合因素及传导效应的影响，洁尔阴洗液 2017-2019 年销

售金额小幅下滑。

但受前述行业政策影响，医药流通行业普遍针对性地调整了经营策略，比如选择退出医药流通行业或主动提高库存管理水平、适当降低备货等，且该等经营策略调整已逐步在 2013-2019 年的几年内基本调整完毕；同时，从米内网统计数据来看，洁尔阴洗液在 2019 年的终端需求较 2018 年亦有所增长，总体而言，这一定程度上也提振了医药流通企业对洁尔阴洗液的市场信心，因此，公司洁尔阴洗液的销售收入于 2020 年企稳回升，由 2019 年 31,429.35 万元增长到 2020 年的 32,124.39 万元，同比增长 695.04 万元，同比小幅增长 2.21%。

（三）说明发行人其他产品是否存在米内网数据，若有，请参照前述情况进行分析并披露

公司其他主要产品销售收入与米内网对比如下：

单位：万元

公司产品	2020 年		2019 年		2018 年	数据来源
	销售收入	增速	销售收入	增速	销售收入	
化积口服液	4,936	28.81%	3,832	9.20%	3,509	招股说明书
	1,256	10.37%	1,138	4.79%	1,086	米内网
差异	3,680	-	2,694	-	2,423	-
复方氨酚烷胺片	1,970	-43.99%	3,517	0.26%	3,508	招股说明书
	2,938	-28.93%	4,134	-5.38%	4,369	米内网
差异	-968	-	-617	-	-861	-
复方银翘氨敏胶囊	2,289	-38.35%	3,713	-4.28%	3,879	招股说明书
	2,986	-26.76%	4,077	-7.66%	4,415	米内网
差异	-697	-	-364	-	-536	-
六味地黄胶囊	2,918	7.20%	2,722	28.15%	2,124	招股说明书
	2,954	27.55%	2,316	30.85%	1,770	米内网
差异	-36	-	406	-	354	-

注：米内网数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，统计口径为上述产品在中国城市零售药店的年度销售额。

经过上表对比，上述产品的销售收入亦与米内网数据存在一定差异，主要原因系米内网统计范围差异和样本选取差异。第一，上述米内网数据仅包括中国城市零售药店终端销售数据，不包括中国城市公立医院、县级公立医院、城市社区

卫生中心、乡镇卫生院等终端销售情况；第二，米内网主要通过抽取的样本城市、样本药店、样本医院对全国销售情况进行估计测算，数据准确性上受到一定限制。

除本题回复之“（一）说明米内网相关情况，其数据具体来源及权威性、米内网相关洁尔阴洗液终端销售数据与发行人销售收入存在差异的原因，结合可比公司相关产品的销售收入和米内网数据的差异情况分析发行人数据差异是否合理”之“2、米内网相关洁尔阴洗液终端销售数据与发行人销售收入存在差异的原因，结合可比公司相关产品的销售收入和米内网数据的差异情况分析发行人数据差异是否合理”中补充说明的可比公司相关产品销售收入与米内网数据差异情况外，可比公司通常根据年报格式准则进行信息披露，未单独披露上述产品或其竞品的销售数据，因此无法通过可比公司产品对比逐一说明上表产品差异的合理性。

由于公司化积口服液销售收入显著大于米内网数据，为进一步解释该差异合理性，发行人选取汉森制药（002412.SZ）的四磨汤口服液进行对比分析。根据汉森制药年报信息显示，四磨汤口服液系汉森制药独家生产品种，属于复合型肠胃动力中药品种，在米内网中国城市零售药店终端数据库行业分类中，四磨汤口服液与公司化积口服液均属于“儿科厌食症用药”。根据汉森制药披露的年报文件显示，四磨汤口服液的销售收入与米内网数据的对比如下：

单位：万元

公司产品	2020 年		2019 年		2018 年	数据来源
	销售收入	增速	销售收入	增速	销售收入	
四磨汤口服液	37,374	-26.98%	51,180	1.32%	50,515	上市公司年报
	12,743	-5.54%	13,491	4.08%	12,962	米内网
差异	24,631	-	37,689	-	37,553	-

注：米内网数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，统计口径为上述产品在中国城市零售药店的年度销售额。

四磨汤口服液的销售收入亦显著大于米内网数据，收入差异金额占销售收入比为 65%-75%，而发行人化积口服液收入差异金额占销售收入比为 69%-75%，差异情况基本合理。

公司复方氨酚烷胺片、复方银翘氨敏胶囊销售收入小于米内网数据，由于生

产上述产品的其他上市公司未在年度报告中单独披露经审计的产品销售收入，为了进一步验证收入差异的合理性，发行人选取香雪制药（300147.SZ）的抗病毒口服液进行分析说明。抗病毒口服液主要用于风热感冒，温病发热及上呼吸道感染，流感、腮腺炎病毒感染等疾患的治疗，在米内网中国城市零售药店终端数据库行业分类中，与复方银翘氨敏胶囊均属于“感冒用药”（中成药）。根据香雪制药披露的年报文件显示，抗病毒口服液的销售收入与米内网数据的对比如下：

单位：万元

公司产品	2020 年		2019 年		2018 年	数据来源
	销售收入	增速	销售收入	增速	销售收入	
抗病毒口服液	40,752	40.07%	29,094	18.98%	24,453	上市公司年报
	44,973	25.55%	35,821	4.76%	34,195	米内网
差异	-4,221	-	-6,727	-	-9,742	-

注：米内网数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，统计口径为上述产品在中国城市零售药店的年度销售额。

抗病毒口服液的销售收入亦小于米内网数据，收入差异金额占销售收入比为 10%-40%，而发行人复方氨酚烷胺片收入差异金额占销售收入比为 15%-50%，复方银翘氨敏胶囊收入差异金额占销售收入比为 10%-30%，差异情况基本合理。

（四）结合电商销售的主要客户情况，合作模式，进一步披露发行人主要产品电商销售价格高于经销和直销价格的原因，是否与同行业情况一致；并结合前述情况对发行人不同销售模式下的毛利率情况进行对比，分析销售价格的差异对不同销售模式下毛利率的影响

1、结合电商销售的主要客户情况，合作模式，进一步披露发行人主要产品电商销售价格高于经销和直销价格的原因，是否与同行业情况一致

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司销售情况和主要客户”之“（一）主要产品的销售情况”之“5、产品价格变动情况”中补充披露如下：

“

（6）公司主要产品电商销售价格高于经销和直销价格的原因，是否与同行业情况一致

1) 电商销售的主要客户情况，合作模式

报告期内，公司主要电商客户为阿里巴巴集团控股有限公司旗下的阿里健康大药房医药连锁有限公司、浙江天猫供应链管理有限公司、浙江天猫网络科技有限公司；京东集团股份有限公司旗下的北京京东世纪贸易有限公司、京东大药房（青岛）连锁有限公司及其子公司、北京京东弘健健康有限公司，公司与上述客户目前的合作模式如下：

客户	合作模式	
	销售模式	产品市场推广
阿里健康大药房医药连锁有限公司	与恩威医药采取买断式销售，与恩威科技采用寄售模式	节日促销坑位费、聚划算、钻展、直通车、超级推荐、淘宝客等站内投放
浙江天猫供应链管理有限公司	寄售模式	主要为天猫直通车站内投放
浙江天猫网络科技有限公司	寄售模式	
北京京东世纪贸易有限公司	寄售模式	主要为京准通旗下京东快车站内投放
京东大药房（青岛）连锁有限公司及其子公司	买断式销售	
北京京东弘健健康有限公司	寄售模式	

公司电商渠道销售模式主要是以买断式销售为主，报告期内，电商买断式销售收入占电商销售收入比例分别为 100%、73.52%、71.77%和 86.94%。

2) 公司主要产品电商销售价格高于经销和直销价格的原因

①主要产品电商销售价格与经销、直销价格对比情况

报告期内，公司主要产品的主要规格的电商渠道销售价格与经销、直销价格对比情况如下：

单位：元/盒（瓶）

项目		2021 年 1-6 月			2020 年			2019 年			2018 年		
		电商	经销	直销	电商	经销	直销	电商	经销	直销	电商	经销	直销
洁尔阴洗液	300ml/盒	19.12	13.86	12.10	20.11	13.76	12.60	19.85	14.26	12.73	15.76	14.58	12.68
	280ml/瓶	-	12.95	13.23	-	13.06	14.34	-	13.18	13.60	-	13.10	13.70
化积口服液	12 支/盒	13.45	9.56	9.16	12.58	9.44	9.12	11.02	9.65	9.84	10.66	9.41	10.40
	6 支/盒	-	6.92	7.10	-	7.17	-	8.41	6.42	6.20	8.18	6.41	7.13
复方银翘氨敏胶囊	24 粒/盒	9.14	7.97	7.15	7.53	8.14	7.85	8.30	8.49	7.15	8.34	7.70	7.34
	18 粒/盒	-	5.57	8.54	-	4.47	9.74	-	5.86	9.21	-	10.09	7.53
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	6.59	3.75	4.06	7.17	3.25	3.69	7.31	4.15	3.78	6.50	4.17	4.46

	24 片/盒	8.12	5.24	4.91	7.07	5.00	4.64	8.13	5.50	4.91	7.82	5.72	4.68
六味地黄胶囊	60 粒/盒	27.95	19.05	13.11	24.85	17.97	13.97	24.60	17.20	14.30	19.61	17.22	14.62
	72 粒/盒	-	20.41	14.90	-	19.63	14.66	-	17.86	13.09	-	15.66	11.94

注 1：部分规格产品未在电商渠道销售；

注 2：复方银翘氨敏胶囊（24 粒/盒）、复方氨酚烷胺片（18 片/盒）电商渠道销售收入较小，其中，复方银翘氨敏胶囊（24 粒/盒）电商渠道报告期收入分别为 2.55 万元、0.90 万元、1.84 万元和 0.99 万元，复方氨酚烷胺片（18 片/盒）电商渠道报告期收入分别为 0.62 万元、0.35 万元、1.94 万元和 0.89 万元。

②主要产品电商销售价格高于经销和直销价格的原因

报告期内，公司主要产品的主要规格的电商销售价格高于经销和直销价格，主要系公司考虑产品的电商终端销售价格以及电商模式下的推广成本等因素综合确定产品的电商销售价格，通常高于经销、直销价格。

报告期内，电商模式下公司推广费用情况如下：

单位：万元

对象	报告期合计	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
阿里巴巴集团控股有限公司	1,805.74	415.10	616.15	592.92	181.57
京东集团股份有限公司	424.39	147.91	140.48	104.91	31.09
合计	2,230.13	563.01	756.63	697.83	212.66

报告期内，公司电商模式下支付的推广费用合计为 2,230.13 万元，占公司电商模式下销售收入的比重为 14.35%，而报告期公司广告宣传费合计占公司主营业务收入的比重为 6.30%，公司电商模式下的推广费用率更高。

3) 是否与同行业情况一致

通过公开渠道未查询到同行业公司同一产品的电商销售价格与其他模式销售价格的相关数据，但拟上市公司张小泉股份有限公司（以下简称“张小泉”）存在线上经销毛利率高于线下经销、线下直销毛利率的情况，具体如下：

根据张小泉首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（注册稿），张小泉是一家集设计、研发、生产、销售和服务于一体的现代生活五金用品制造企业，主要产品包括剪具、刀具、套刀剪组合和其他生活家居用品；张小泉存在线上经销模式，线上经销模式下的重要客户代表为北京京东世纪贸易有限公司（京东自营），销售为买断式销售，产品交付经销商并签收时点为风险与报酬转移时点，因此，张小泉线上经销模式与公司主要产品的电商销售模式类似，

而张小泉线上经销模式下 2018 年-2020 年的毛利率分别为 36.26%、39.66%、40.03%，高于线下经销的同期毛利率(分别为 30.55%、33.32%、30.90%)；除 2019 年外，也高于线下直销的同期毛利率(分别为 34.02%、42.54%、36.26%)。综上，张小泉存在线上经销毛利率高于线下经销、线下直销毛利率的情况。

”

2、结合前述情况对发行人不同销售模式下的毛利率情况进行对比，分析销售价格的差异对不同销售模式下毛利率的影响

报告期内，公司主要产品的主要规格不同销售模式下的毛利率及收入情况如下：

项目		毛利率															
		2021 年 1-6 月				2020 年				2019 年				2018 年			
		电商	经销	直销	整体	电商	经销	直销	整体	电商	经销	直销	整体	电商	经销	直销	整体
洁 尔 阴 洗液	300ml/盒	78.06%	69.43%	64.87%	69.47%	80.56%	71.54%	68.90%	72.16%	80.36%	72.55%	69.20%	72.90%	75.02%	72.95%	68.81%	72.67%
	280ml/瓶	-	78.01%	78.48%	78.02%	-	78.05%	80.02%	78.09%	-	79.73%	80.36%	79.74%	-	78.93%	79.87%	78.94%
化 积 口 服液	12 支/盒	66.38%	52.37%	50.26%	52.96%	65.14%	53.51%	51.90%	53.98%	62.59%	57.23%	58.06%	57.45%	55.85%	50.21%	54.73%	50.58%
	6 支/盒	-	69.17%	69.97%	69.18%	-	69.61%	-	69.61%	72.19%	63.46%	62.16%	63.46%	74.22%	67.27%	71.71%	67.28%
复 方 银 翘 氨 敏 胶囊	24 粒/盒	63.75%	58.27%	53.43%	57.88%	54.20%	57.63%	56.07%	57.47%	61.83%	62.69%	55.68%	62.06%	60.18%	60.10%	54.86%	59.74%
	18 粒/盒	-	53.23%	69.76%	54.72%	-	36.27%	70.81%	39.94%	-	51.41%	69.20%	53.39%	-	69.84%	67.29%	69.75%
复 方 氨 酚 烷 胺 片	18 片/盒	71.28%	48.94%	52.85%	49.76%	71.13%	36.13%	43.81%	37.67%	74.11%	54.22%	49.68%	53.76%	75.84%	62.03%	64.40%	62.32%
	24 片/盒	70.85%	54.35%	51.30%	53.30%	61.44%	45.45%	41.15%	43.76%	70.85%	56.75%	51.52%	54.87%	76.62%	67.80%	60.55%	65.45%
六 味 地 黄胶囊	60 粒/盒	65.27%	48.67%	25.08%	50.59%	59.56%	44.03%	28.01%	42.97%	66.04%	51.31%	41.35%	54.42%	58.25%	52.34%	43.86%	52.61%
	72 粒/盒	-	43.19%	21.88%	38.38%	-	43.88%	24.77%	40.04%	-	43.18%	22.38%	33.60%	-	37.49%	17.89%	30.77%
项目		收入（万元）															
		2021 年 1-6 月				2020 年				2019 年				2018 年			
		电商	经销	直销	合计	电商	经销	直销	合计	电商	经销	直销	合计	电商	经销	直销	合计
洁 尔 阴	300ml/盒	385.86	3,476.66	695.50	4,558.02	1,019.41	5,943.96	1,486.57	8,449.94	847.47	5,726.13	1,165.89	7,739.48	609.00	5,822.85	789.74	7,221.59

洗液	280ml/瓶	-	3,126.82	65.31	3,192.13	-	6,829.29	133.37	6,962.66	-	6,785.75	114.13	6,899.88	-	7,257.80	92.16	7,349.96
化 积 口 服液	12 支/盒	77.41	1,371.22	84.76	1,533.39	107.88	2,079.48	112.86	2,300.21	48.35	1,375.94	75.43	1,499.73	16.05	1,004.26	68.69	1,089.00
	6 支/盒	-	919.69	5.70	925.39	-	2,469.31	-	2,469.31	0.19	2,268.71	2.75	2,271.65	0.20	2,373.68	0.26	2,374.13
复 方 银 翘 氨 敏 胶囊	24 粒/盒	0.99	825.67	73.25	899.90	1.84	1,523.53	177.96	1,703.33	0.90	2,388.90	232.38	2,622.18	2.55	2,492.34	182.54	2,677.43
	18 粒/盒	-	224.96	22.30	247.26	-	313.02	37.17	350.19	-	560.51	70.11	630.62	-	943.24	32.11	975.35
复 方 氨 酚 烷 胺 片	18 片/盒	0.89	552.88	140.21	693.98	1.94	897.60	213.93	1,113.48	0.35	1,856.83	210.96	2,068.14	0.62	2,075.22	283.17	2,359.01
	24 片/盒	0.69	253.70	140.44	394.83	0.28	391.06	256.21	647.55	2.73	734.48	426.80	1,164.01	2.81	549.27	270.93	823.01
六 味 地 黄胶囊	60 粒/盒	261.37	408.44	119.76	789.57	240.44	938.46	333.35	1,512.24	500.47	1,128.41	176.52	1,805.41	256.45	932.43	136.87	1,325.75
	72 粒/盒	-	545.05	159.16	704.21	-	941.98	236.88	1,178.86	-	427.08	364.85	791.93	-	462.93	241.22	704.15

发行人同一产品的同一规格在不同销售模式下的毛利率存在差异，主要系受不同销售模式下销售价格差异影响，具体分析如下：

(1) 电商和经销模式下的毛利率对比情况

上述主要产品中，报告期电商渠道销售金额排名前三的产品的电商毛利率与经销毛利率的差异影响分析如下：

单位：元

产品	规格	年度	毛利率			电商渠道		经销渠道		销售均价差异影响	单位成本变动影响
			电商	经销	差异	均价	单位成本	均价	单位成本		
			A	B	C=A-B	D	E	F	G	$H=[(D-G)/D-(F-G)/F]$	I=C-H
洁尔阴洗液	300ml/盒	2021年1-6月	78.06%	69.43%	8.62%	19.12	4.20	13.86	4.24	8.42%	0.21%
		2020年	80.56%	71.54%	9.02%	20.11	3.91	13.76	3.92	8.99%	0.03%
		2019年	80.36%	72.55%	7.81%	19.85	3.90	14.26	3.91	7.73%	0.08%
		2018年	75.02%	72.95%	2.07%	15.76	3.94	14.58	3.94	2.03%	0.04%
化积口服液	12支/盒	2021年1-6月	66.38%	52.37%	14.01%	13.45	4.52	9.56	4.55	13.78%	0.24%
		2020年	65.14%	53.51%	11.63%	12.58	4.38	9.44	4.39	11.60%	0.03%
		2019年	62.59%	57.23%	5.36%	11.02	4.12	9.65	4.13	5.32%	0.03%
		2018年	55.85%	50.21%	5.64%	10.66	4.71	9.41	4.68	5.84%	-0.20%
六味地黄胶囊	60粒/盒	2021年1-6月	65.27%	48.67%	16.60%	27.95	9.70	19.05	9.78	16.34%	0.26%
		2020年	59.56%	44.03%	15.53%	24.85	10.05	17.97	10.06	15.51%	0.03%
		2019年	66.04%	51.31%	14.73%	24.60	8.35	17.20	8.38	14.65%	0.08%
		2018年	58.25%	52.34%	5.91%	19.61	8.19	17.22	8.21	5.81%	0.10%

如上表所示，单位成本变动对电商毛利率和经销毛利率差异的影响较小，而销售价格的差异对毛利率差异的影响十分显著。以洁尔阴洗液（300ml/盒）为例，其2020年电商模式、经销模式下的毛利率分别为80.56%、71.54%，差异为9.02%，其中，销售均价差异影响8.99%，而单位成本差异仅影响0.03%。

(2) 直销和经销模式下的毛利率对比情况

上述主要产品中，报告期直销渠道销售金额排名前三的产品的直销毛利率与经销毛利率的差异影响分析如下：

单位：元

产品	规格	年度	毛利率	直销渠道	经销渠道	销售均	单位成
----	----	----	-----	------	------	-----	-----

			直销	经销	差异	均价	单位成本	均价	单位成本	价差异影响	本变动影响
			A	B	C=A-B	D	E	F	G	$H=[(D-G)/D-(F-G)/F]$	I=C-H
洁尔阴洗液	300ml/盒	2021年1-6月	64.87%	69.43%	-4.57%	12.10	4.25	13.86	4.24	-4.44%	-0.13%
		2020年	68.90%	71.54%	-2.63%	12.60	3.92	13.76	3.92	-2.62%	-0.01%
		2019年	69.20%	72.55%	-3.35%	12.73	3.92	14.26	3.91	-3.32%	-0.03%
		2018年	68.81%	72.95%	-4.15%	12.68	3.95	14.58	3.94	-4.06%	-0.09%
复方氨酚烷胺片	24片/盒	2021年1-6月	51.30%	54.35%	-3.05%	4.91	2.39	5.24	2.39	-3.00%	-0.05%
		2020年	41.15%	45.45%	-4.30%	4.64	2.73	5.00	2.73	-4.29%	-0.01%
		2019年	51.52%	56.75%	-5.23%	4.91	2.38	5.50	2.38	-5.19%	-0.04%
		2018年	60.55%	67.80%	-7.25%	4.68	1.84	5.72	1.84	-7.19%	-0.06%
六味地黄胶囊	72粒/盒	2021年1-6月	21.88%	43.19%	-21.31%	14.90	11.64	20.41	11.60	-21.01%	-0.30%
		2020年	24.77%	43.88%	-19.10%	14.66	11.02	19.63	11.02	-19.07%	-0.04%
		2019年	22.38%	43.18%	-20.80%	13.09	10.16	17.86	10.15	-20.70%	-0.11%
		2018年	17.89%	37.49%	-19.60%	11.94	9.80	15.66	9.79	-19.51%	-0.08%

如上表所示，单位成本变动对直销毛利率和经销毛利率差异的影响较小，而销售价格的差异对毛利率差异的影响十分显著。

综上，不同销售模式的销售价格差异是影响不同销售模式下毛利率水平的主要因素。

二、中介机构核查事项

（一）核查过程

申报会计师进行了如下核查：

1、查阅了米内网官网介绍、数据统计来源、样本情况，在国家企业信用信息公示系统查询米内网经营主体的股权结构，检索南方所的官方网站和介绍；查阅同行业可比上市公司公告；取得发行人主要产品在米内网中国城市零售药店终端的统计数据；

2、查阅《药品经营质量管理规范》（2013年修订）、《关于在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见（试行）的通知》等文件，向发行人销售负责人访谈了解洁尔阴收入下滑的合理性；

3、取得发行人除洁尔阴洗液外的其他主要产品的米内网数据；查阅汉森制药（002412.SZ）、香雪制药（300147.SZ）公告；

4、取得发行人销售明细表，统计电商销售的主要客户情况；通过向发行人业务人员访谈、抽取合同的方式了解发行人与电商销售主要客户的合作模式、主要产品电商销售定价策略；通过公开渠道查询同行业是否存在电商销售价格高于经销和直销价格的类似情况，查阅张小泉招股说明书；根据发行人销售明细表，量化分析发行人主要产品的主要规格不同模式下销售价格的差异对不同销售模式下毛利率差异的影响。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已说明米内网相关情况数据来源，米内网统计的行业数据具有权威性，发行人主要产品洁尔阴洗液的销售收入和米内网数据的差异合理；

2、发行人认定洁尔阴洗液收入下滑主要源于社会库存减少、经销商备货水平下降等原因合理；

3、发行人已说明除洁尔阴洗液外的其他主要产品的米内网统计数据，上述产品的销售收入和米内网数据的差异亦合理；

4、报告期内，发行人主要产品的主要规格的电商销售价格高于经销和直销价格，主要系发行人考虑产品的电商终端销售价格以及电商模式下的推广成本等因素综合确定产品的电商销售价格，通常高于经销、直销价格；通过公开渠道未查询到同行业公司同一产品的电商销售价格与其他模式销售价格的相关数据，但是拟上市公司张小泉存在线上经销毛利率高于线下经销、线下直销毛利率的情况；发行人主要产品不同销售模式的销售价格差异是影响不同销售模式下毛利率水平的主要因素；

5、经核实，因更新报告期时漏删除已不符合实际情况的描述，首轮问询回复（2020 年财务数据更新）中关于报告期内复方银翘氨敏胶囊平均单位成本变动与原材料采购价格变动情况的相关描述有误；因笔误，第二轮问询回复中贴牌药品占贴牌收入的比例数据有误。

问题 6 关于毛利率

申报文件及前期问询回复显示，公司呼吸系统用药 2019 年、2020 年毛利率同比下降幅度较大，主要是由于藿香正气合剂 2019 年、2020 年收入增幅较大，但该产品毛利率相对于其他呼吸系统用药的毛利率较低。

请发行人披露呼吸系统用药的主要产品结构情况，结合藿香正气合剂的毛利率及销售占比进一步量化分析藿香正气合剂销量上升对呼吸系统用药毛利率的影响情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人补充披露或说明

（一）披露呼吸系统用药的主要产品结构情况，结合藿香正气合剂的毛利率及销售占比进一步量化分析藿香正气合剂销量上升对呼吸系统用药毛利率的影响情况

1、披露呼吸系统用药的主要产品结构情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入按产品构成分析”中补充披露如下：

“

（3）呼吸系统用药构成情况

公司呼吸系统用药主要包括复方银翘氨敏胶囊、复方氨酚烷胺片、藿香正气合剂等产品。报告期内，公司呼吸系统用药销售收入分别为 8,912.46 万元、10,163.65 万元、9,955.40 万元和 5,802.75 万元，占公司主营业务收入的比重分别为 15.20%、16.51%、15.78%和 17.52%。公司最近三年呼吸系统用药收入规模整体呈上升趋势，受新冠肺炎疫情影响，公司 2020 年呼吸系统用药收入出现一定程度下滑。

报告期内，公司呼吸系统用药主要产品结构如下：

单位：万盒、万元

呼吸系统用药	2021 年 1-6 月			2020 年			2019 年			2018 年		
	销量	收入金额	占比	销量	收入金额	占比	销量	收入金额	占比	销量	收入金额	占比
藿香正气合剂	518.81	2,461.17	42.41%	888.77	3,919.09	39.37%	442.71	2,137.51	21.03%	392.50	1,525.18	17.11%
复方银翘氨敏胶囊	165.94	1,293.26	22.29%	299.45	2,288.61	22.99%	451.82	3,712.73	36.53%	476.33	3,879.24	43.53%
复方氨酚烷胺片	297.47	1,177.89	20.30%	548.40	1,969.58	19.78%	811.41	3,517.18	34.61%	817.62	3,508.04	39.36%
复方板蓝根颗粒	30.71	203.35	3.50%	95.16	642.66	6.46%	39.75	271.35	2.67%	-	-	-
感冒清热颗粒	70.10	435.01	7.50%	76.27	571.46	5.74%	42.22	313.70	3.09%	-	-	-
主要产品合计	-	5,570.67	96.00%	-	9,391.40	94.33%	-	9,952.47	97.92%	-	8,912.46	100%
其他产品	-	232.08	4.00%	-	564.00	5.67%	-	211.18	2.08%	-	-	-
合计	-	5,802.75	100%	-	9,955.40	100%	-	10,163.65	100%	-	8,912.46	100%

”

2、结合藿香正气合剂的毛利率及销售占比进一步量化分析藿香正气合剂销量上升对呼吸系统用药毛利率的影响情况

（1）2019 年较 2018 年变动分析

2018 年、2019 年，藿香正气合剂及其他呼吸系统用药产品销量、收入、成本、毛利率情况如下：

单位：万盒、万元

呼吸系统用药	2019 年				2018 年			
	销量	收入	成本	毛利率	销量	收入	成本	毛利率
藿香正气合剂	442.71	2,137.51	1,483.24	30.61%	392.50	1,525.18	1,258.87	17.46%
其他产品	1,379.80	8,026.13	3,457.81	56.92%	1,293.95	7,387.28	2,767.66	62.53%
合计	-	10,163.65	4,941.05	51.39%	-	8,912.46	4,026.53	54.82%

2019 年，公司呼吸系统用药毛利率为 51.39%，较 2018 年呼吸系统用药毛利率 54.82%下降 3.44 个百分点，其中，藿香正气合剂销量上升对呼吸系统用药毛利率的影响分析如下：

1) 藿香正气合剂 2019 年销量、收入、成本较 2018 年保持不变的情况下，呼吸系统用药 2019 年毛利率情况

假设藿香正气合剂 2019 年销量、收入、成本较 2018 年均保持不变，则呼吸系统用药 2019 年的毛利率为 50.62%，具体分析过程如下：

单位：万盒、万元

呼吸系统用药	2019 年（模拟 1）				2018 年			
	销量	收入	成本	毛利率	销量	收入	成本	毛利率
藿香正气合剂	392.50	1,525.18	1,258.87	17.46%	392.50	1,525.18	1,258.87	17.46%
其他产品	1,379.80	8,026.13	3,457.81	56.92%	1,293.95	7,387.28	2,767.66	62.53%
合计	-	9,551.31	4,716.68	50.62%	-	8,912.46	4,026.53	54.82%

注：2019 年（模拟 1）的销量、收入、成本、毛利率数据系假设藿香正气合剂 2019 年销量、收入、成本较 2018 年均保持不变的情况下，藿香正气合剂、呼吸系统用药其他产品以及呼吸系统用药整体 2019 年的销量、收入、成本、毛利率情况，下同。

藿香正气合剂 2019 年销量、收入、成本较 2018 年保持不变的情况下，呼吸系统用药 2019 年的毛利率=1-（2018 年藿香正气成本+2019 年其他产品成本）÷（2018 年藿香正气合剂收入+2019 年其他产品收入）=50.62%

2）藿香正气合剂销量上升对 2019 年呼吸系统用药毛利率的影响的分析

藿香正气合剂销量的上升及毛利率的变化对 2019 年呼吸系统用药毛利率造成了影响，合计影响 0.77%（即呼吸系统用药 2019 年的毛利率 51.39%-假设藿香正气合剂 2019 年销量、收入、成本较 2018 年均保持不变情况下呼吸系统用药 2019 年的毛利率 50.62%），其中，藿香正气合剂 2019 年销量上升影响-0.66%，藿香正气合剂 2019 年毛利率上升影响 1.43%，具体分析过程如下：

单位：万盒、万元

呼吸系统用药	2019 年（模拟 2）				2019 年（模拟 1）			
	销量	收入	成本	毛利率	销量	收入	成本	毛利率
藿香正气合剂	442.71	1,720.24	1,419.88	17.46%	392.50	1,525.18	1,258.87	17.46%
其他产品	1,379.80	8,026.13	3,457.81	56.92%	1,379.80	8,026.13	3,457.81	56.92%
合计	-	9,746.38	4,877.69	49.95%	-	9,551.31	4,716.68	50.62%

注：2019 年（模拟 2）下藿香正气合剂的收入、成本数据系在 2019 年（模拟 1）基础上，假设藿香正气合剂 2019 年的销售均价、单位成本较 2018 年均保持不变的情况下，根据藿香正气合剂 2019 年实际销量计算得出藿香正气合剂的收入、成本。

藿香正气合剂 2019 年销量上升对 2019 年呼吸系统用药毛利率的影响=1-

$(2019 \text{ 年藿香正气合剂销量} \times 2018 \text{ 年藿香正气合剂单位成本} + 2019 \text{ 年其他产品成本}) \div (2019 \text{ 年藿香正气合剂销量} \times 2018 \text{ 年藿香正气合剂销售均价} + 2019 \text{ 年其他产品收入}) - \text{藿香正气合剂 2019 年销量、收入、成本较 2018 年均保持不变的情况下呼吸系统用药 2019 年的毛利率} = 49.95 - 50.62\% = -0.66\%$ 。

藿香正气合剂 2019 年毛利率上升对 2019 年呼吸系统用药毛利率的影响 = 藿香正气合剂销量的上升及毛利率的变化对 2019 年呼吸系统用药毛利率的合计影响 - 藿香正气合剂 2019 年销量上升对 2019 年呼吸系统用药毛利率的影响 = $0.77\% - (-0.66\%) = 1.43\%$ 。

综上所述，2019 年呼吸系统用药毛利率同比下降 3.44 个百分点，其中，0.66 个百分点是由藿香正气合剂 2019 年销量上升导致的。

(2) 2020 年较 2019 年变动分析

2019 年、2020 年，藿香正气合剂及其他呼吸系统用药产品销量、收入、成本、毛利率情况如下：

单位：万盒、万元

呼吸系统用药	2020 年				2019 年			
	销量	收入	成本	毛利率	销量	收入	成本	毛利率
藿香正气合剂	888.77	3,919.09	2,821.93	28.00%	442.71	2,137.51	1,483.24	30.61%
其他产品	1,089.76	6,036.31	3,141.34	47.96%	1,379.80	8,026.13	3,457.81	56.92%
合计	-	9,955.40	5,963.27	40.10%	-	10,163.65	4,941.05	51.39%

2020 年，公司呼吸系统用药毛利率为 40.10%，较 2019 年呼吸系统用药毛利率 51.39% 下降 11.28 个百分点，其中，藿香正气合剂销量上升对呼吸系统用药毛利率的影响分析如下：

1) 藿香正气合剂 2020 年销量、收入、成本较 2019 年保持不变的情况下，呼吸系统用药 2020 年毛利率情况

假设藿香正气合剂 2020 年销量、收入、成本较 2019 年均保持不变，则呼吸系统用药 2020 年的毛利率为 43.42%，具体分析过程如下：

单位：万盒、万元

呼吸系统用药	2020 年（模拟 1）	2019 年
--------	--------------	--------

	销量	收入	成本	毛利率	销量	收入	成本	毛利率
藿香正气合剂	442.71	2,137.51	1,483.24	30.61%	442.71	2,137.51	1,483.24	30.61%
其他产品	1,089.76	6,036.31	3,141.34	47.96%	1,379.80	8,026.13	3,457.81	56.92%
合计	-	8,173.82	4,624.58	43.42%	-	10,163.65	4,941.05	51.39%

注：2020 年（模拟 1）的销量、收入、成本、毛利率数据系假设藿香正气合剂 2020 年销量、收入、成本较 2019 年均保持不变的情况下，藿香正气合剂、呼吸系统用药其他产品以及呼吸系统用药整体 2020 年的销量、收入、成本、毛利率情况，下同。

藿香正气合剂 2020 年销量、收入、成本较 2019 年保持不变的情况下，呼吸系统用药 2020 年的毛利率=1-（2019 年藿香正气成本+2020 年其他产品成本）÷（2019 年藿香正气合剂收入+2020 年其他产品收入）=43.42%

2）藿香正气合剂销量上升对 2020 年呼吸系统用药毛利率的影响的分析

藿香正气合剂销量的上升及毛利率的变化对 2020 年呼吸系统用药毛利率造成了影响，合计影响-3.32%（即呼吸系统用药 2020 年的毛利率 40.10%-假设藿香正气合剂 2020 年销量、收入、成本较 2019 年均保持不变情况下呼吸系统用药 2020 年的毛利率 43.42%），其中，藿香正气合剂 2020 年销量上升影响-2.67%，藿香正气合剂 2020 年毛利率下降影响-0.65%，具体分析过程如下：

单位：万盒、万元

呼吸系统用药	2020 年（模拟 2）				2020 年（模拟 1）			
	销量	收入	成本	毛利率	销量	收入	成本	毛利率
藿香正气合剂	888.77	4,291.24	2,977.73	30.61%	442.71	2,137.51	1,483.24	30.61%
其他产品	1,089.76	6,036.31	3,141.34	47.96%	1,089.76	6,036.31	3,141.34	47.96%
合计	-	10,327.55	6,119.07	40.75%	-	8,173.82	4,624.58	43.42%

注：2020 年（模拟 2）下藿香正气合剂的收入、成本数据系在 2020 年（模拟 1）基础上，假设藿香正气合剂 2020 年的销售均价、单位成本较 2019 年均保持不变的情况下，根据藿香正气合剂 2020 年实际销量计算得出藿香正气合剂的收入、成本。

藿香正气合剂 2020 年销量上升对 2020 年呼吸系统用药毛利率的影响=1-（2020 年藿香正气合剂销量*2019 年藿香正气合剂单位成本+2020 年其他产品成本）÷（2020 年藿香正气合剂销量*2019 年藿香正气合剂销售均价+2020 年其他产品收入）-藿香正气合剂 2020 年销量、收入、成本较 2019 年均保持不变的情况下呼吸系统用药 2020 年的毛利率=40.75%-43.42%=-2.67%。

藿香正气合剂 2020 年毛利率下降对 2020 年呼吸系统用药毛利率的影响=藿香正气合剂销量的上升及毛利率的变化对 2020 年呼吸系统用药毛利率的合计影响-藿香正气合剂 2020 年销量上升对 2020 年呼吸系统用药毛利率的影响=-3.32%-(-2.67%)=-0.65%。

综上所述,2020 年呼吸系统用药毛利率同比下降 11.28 个百分点,其中,2.67 个百分点是由藿香正气合剂 2020 年销量上升导致的。

经核查,呼吸系统用药 2019 年毛利率较 2018 年下降 3.44 个百分点,其中,0.66 个百分点是由藿香正气合剂 2019 年销量上升导致的,除受毛利率较低的藿香正气合剂销量上升的影响外,原材料人工牛黄和马来酸氯苯那敏采购价格上涨等原因导致复方氨酚烷胺片 2019 年毛利率同比下降 8.19%,也导致了 2019 年呼吸系统用药毛利率的下降;呼吸系统用药 2020 年毛利率较 2019 年下降 11.28 个百分点,其中,2.67 个百分点是由藿香正气合剂 2020 年销量上升导致的,除受毛利率较低的藿香正气合剂销量上升的影响外,新冠肺炎疫情导致的呼吸系统用药销售受限,使得毛利率较高的复方银翘氨敏胶囊、复方氨酚烷胺片 2020 年收入同比下降 38.36%、44.00%,以及原材料马来酸氯苯那敏采购价格上涨,因产量减少导致单位产品制造费用较高,销售均价减少等原因使得复方银翘氨敏胶囊、复方氨酚烷胺片 2020 年毛利率同比下降 5.95%、14.69%,也导致了 2020 年呼吸系统用药毛利率的下降。

《恩威医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函之回复报告》(2020 年财务数据更新)中披露的复方银翘氨敏胶囊、复方氨酚烷胺片的收入占比变动的原因表述不完整,本次回复中已予以完善,详见本回复函“问题 5 关于营业收入 二、(二)5”。

二、中介机构核查事项

(一) 核查过程

申报会计师进行了如下核查:

取得发行人销售明细表,分析呼吸系统用药产品结构;根据销售明细表量化分析藿香正气合剂销量上升对呼吸系统用药毛利率的影响;

向发行人销售负责人、财务负责人了解呼吸系统用药毛利率下滑的原因，通过公开渠道查询同行业公司呼吸系统用药销售变化情况是否一致；取得发行人报告期采购明细表，分析呼吸系统用药主要原材料采购价格变动情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人已在招股说明书中披露了报告期内呼吸系统用药的主要产品结构；藿香正气合剂、复方银翘氨敏胶囊、复方氨酚烷胺片、复方板蓝根颗粒和感冒清热颗粒报告期各期收入占呼吸系统用药收入的比重均超过 90%；

2019 年呼吸系统用药毛利率同比下降 3.44 个百分点，其中，0.66 个百分点是由藿香正气合剂 2019 年销量上升导致的，除受毛利率较低的藿香正气合剂销量上升的影响外，原材料人工牛黄和马来酸氯苯那敏采购价格上涨等原因导致复方氨酚烷胺片 2019 年毛利率同比下降 8.19%，也导致了 2019 年呼吸系统用药毛利率的下降；

2020 年呼吸系统用药毛利率同比下降 11.28 个百分点，其中，2.67 个百分点是由藿香正气合剂 2020 年销量上升导致的，除受毛利率较低的藿香正气合剂销量上升的影响外，新冠肺炎疫情导致的呼吸系统用药销售受限，使得毛利率较高的复方银翘氨敏胶囊、复方氨酚烷胺片 2020 年收入同比下降 38.36%、44.00%，以及原材料马来酸氯苯那敏采购价格上涨，因产量减少导致单位产品制造费用较高，销售均价减少等原因使得复方银翘氨敏胶囊、复方氨酚烷胺片 2020 年毛利率分别同比下降 5.95%、14.69%，也导致了呼吸系统用药毛利率的下降。

问题 7 关于销售模式

申报文件及前期问询回复显示,公司建立了完善的销售网络体系,分别与一、二级经销商及少数大型终端供应商(连锁)直接签订供销协议。同时,公司产品报告期内被调出医保目录。

请发行人:

(1) 分销售规模对发行人经销商进行分类,说明同类产品向经销商的销售价格区间分布情况,是否存在同类药品向不同经销商销售毛利率差异较大的情形,对于报告期内销售收入增长明显快于平均值的主要经销商,说明对其的销售占比、合作时长及增长较快的原因。

(2) 说明相关主要产品被剔除医保前后的主要经销商情况,相关经销商是否发生重大变化,如是,请说明原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见,并参照同行业公司信息披露情况,说明中介机构能否获取发行人主要经销商购销数据及产品流向信息、相关核查程序是否充分、相关中介机构是否勤勉尽责。

【回复】

一、发行人补充披露或说明

(一) 分销售规模对发行人经销商进行分类,说明同类产品向经销商的销售价格区间分布情况,是否存在同类药品向不同经销商销售毛利率差异较大的情形,对于报告期内销售收入增长明显快于平均值的主要经销商,说明对其的销售占比、合作时长及增长较快的原因

1、分销售规模对发行人经销商进行分类

报告期内,分销售规模对发行人经销商的分类具体如下:

单位:万元

项目	2021年1-6月			
	经销商数量	平均销售金额	销售金额	金额占比
500万元以上经销商	10	697.00	6,970.00	26.53%

200-500 万元经销商	25	318.34	7,958.52	30.30%
200 万元以下经销商	723	15.68	11,338.73	43.17%
合计	758	34.65	26,267.24	100.00%
项目	2020 年			
	经销商数量	平均销售金额	销售金额	金额占比
500 万元以上经销商	29	889.59	25,798.04	50.34%
200-500 万元经销商	35	323.21	11,312.19	22.07%
200 万元以下经销商	828	17.08	14,138.90	27.59%
合计	892	57.45	51,249.14	100.00%
项目	2019 年			
	经销商数量	平均销售金额	销售金额	金额占比
500 万元以上经销商	28	942.04	26,377.26	50.51%
200-500 万元经销商	36	328.85	11,838.64	22.67%
200 万元以下经销商	925	15.14	14,007.01	26.82%
合计	989	52.80	52,222.90	100.00%
项目	2018 年			
	经销商数量	平均销售金额	销售金额	金额占比
500 万元以上经销商	29	989.45	28,694.15	54.38%
200-500 万元经销商	36	310.34	11,172.10	21.17%
200 万元以下经销商	853	15.12	12,895.08	24.44%
合计	918	57.47	52,761.34	100.00%

2、同类产品向经销商的销售价格区间分布情况，是否存在同类药品向不同经销商销售毛利率差异较大的情形

报告期内，公司妇科产品及儿科用药的收入占比达到 70%以上，以妇科产品代表性产品“洁尔阴洗液”及儿科用药代表性产品“化积口服液”为例，将报告期内各期按向经销商的销售金额分为 200 万元以下、200-500 万元和 500 万元以上三类经销商，各类经销商的同类产品销售均价及其平均毛利率差异不大，具体情况如下：

产 品 名 称	经销商类别	主要规格	2021 年 1-6 月			2020 年			2019 年			2018 年		
			销售均价 (元)	收入占比	平均毛 利率	销售均价 (元)	收入占比	平均毛 利率	销售均价 (元)	收入占比	平均毛 利率	销售均价 (元)	收入占比	平均毛 利率
洁 尔 阴 洗 液	500 万元以上经 销商	280ml/瓶	13.32	23.46%	78.64%	13.02	28.68%	77.98%	13.35	29.38%	79.99%	13.37	28.19%	79.36%
		300ml/盒	15.01	31.86%	71.84%	14.06	23.57%	72.15%	14.54	23.29%	73.09%	15.14	22.35%	73.98%
		160ml/瓶	8.73	13.91%	78.32%	9.64	14.13%	80.47%	9.40	11.90%	79.89%	9.92	13.59%	82.45%
		180ml/瓶	10.84	5.46%	81.76%	10.65	10.66%	80.55%	10.84	12.65%	80.99%	10.59	11.31%	81.54%
		350ml/盒	13.96	1.33%	65.93%	14.37	1.20%	65.07%	15.44	1.48%	71.69%	13.53	1.27%	67.96%
		350ml/瓶	16.47	2.78%	80.02%	14.57	3.98%	75.48%	15.35	4.52%	78.86%	14.64	3.84%	77.39%
		140ml/瓶	10.51	1.95%	83.98%	9.54	2.83%	79.91%	9.27	1.91%	80.10%	9.50	4.04%	82.84%
		240ml/瓶	12.47	6.45%	79.61%	12.18	7.13%	78.80%	12.08	6.52%	78.91%	12.55	9.27%	81.17%
		260ml/瓶	10.49	5.69%	74.83%	11.01	4.65%	74.75%	11.35	4.39%	75.01%	11.18	3.33%	75.96%
		小计	-	92.87%	-	-	96.83%	-	-	96.04%	-	-	97.19%	-
	200-500 万元经 销商	280ml/瓶	12.85	28.41%	77.83%	13.50	24.62%	78.78%	13.13	26.35%	79.65%	12.40	25.15%	77.72%
		300ml/盒	13.97	25.19%	69.66%	13.80	20.73%	71.62%	14.33	20.88%	72.69%	13.83	17.58%	71.43%
		160ml/瓶	9.37	15.94%	79.84%	9.93	16.00%	81.05%	9.95	8.89%	81.01%	9.25	14.33%	81.14%
		180ml/瓶	9.84	8.30%	79.82%	10.21	3.01%	79.70%	10.08	1.56%	79.53%	10.37	2.08%	81.14%
		350ml/盒	13.60	2.70%	65.01%	13.71	10.83%	63.37%	13.80	12.19%	68.29%	14.70	14.41%	70.38%
		350ml/瓶	13.59	4.43%	75.63%	13.25	3.68%	73.02%	14.69	6.21%	77.90%	13.88	5.93%	76.05%
		140ml/瓶	9.72	1.13%	82.60%	9.65	6.52%	80.14%	9.87	9.48%	81.34%	9.24	6.27%	82.33%
		240ml/瓶	12.55	9.25%	79.74%	10.75	9.04%	75.98%	11.70	9.13%	78.22%	10.70	7.52%	77.84%
		260ml/瓶	11.17	2.33%	76.41%	10.86	0.93%	74.40%	11.30	1.79%	74.89%	9.95	1.58%	72.93%
		小计	-	97.67%	-	-	95.36%	-	-	96.48%	-	-	94.85%	-
	200 万元以下经	280ml/瓶	12.78	18.34%	77.69%	12.55	14.71%	77.16%	12.36	10.23%	78.36%	13.02	11.91%	78.79%

化 积 口 服 液	销商	300ml/盒	12.86	20.96%	66.98%	12.87	16.49%	69.55%	13.19	13.28%	70.30%	13.26	12.96%	70.21%
		160ml/瓶	9.78	7.82%	80.73%	10.06	5.29%	81.30%	9.88	5.17%	80.87%	9.52	4.98%	81.69%
		180ml/瓶	9.42	1.49%	78.89%	11.09	0.99%	81.32%	9.98	0.34%	79.32%	10.81	0.73%	81.92%
		350ml/盒	14.32	15.86%	66.81%	14.42	20.00%	65.20%	15.36	24.01%	71.53%	15.19	22.67%	71.38%
		350ml/瓶	13.58	14.34%	75.60%	13.74	23.88%	73.99%	14.01	24.34%	76.81%	14.10	20.96%	76.42%
		140ml/瓶	9.33	4.55%	81.85%	10.39	1.93%	81.55%	9.53	4.53%	80.66%	9.20	4.96%	82.26%
		240ml/瓶	9.75	7.64%	73.69%	9.80	6.44%	73.64%	10.21	7.42%	74.99%	10.08	9.85%	76.46%
		260ml/瓶	11.55	2.43%	77.23%	11.22	2.96%	75.23%	10.52	1.28%	73.01%	11.48	1.83%	76.57%
		小计	-	93.43%	-	-	92.70%	-	-	90.61%	-	-	90.85%	-
	500 万元以上经 销商	6 支/盒	6.97	39.95%	69.44%	7.01	48.07%	68.90%	6.56	49.22%	64.26%	6.46	62.83%	67.22%
		12 支/盒	10.83	59.95%	58.06%	10.14	50.04%	56.72%	10.32	49.61%	60.03%	9.61	36.11%	51.05%
		小计		99.89%		-	98.11%	-	-	98.83%	-	-	98.94%	-
	200-500 万元经 销商	6 支/盒	6.90	31.89%	69.10%	7.14	65.97%	69.50%	6.56	83.27%	64.26%	6.33	80.19%	67.09%
		12 支/盒	9.07	65.76%	49.78%	10.22	32.02%	57.07%	10.98	16.30%	62.46%	10.84	18.71%	57.39%
		小计		97.65%		-	97.99%	-	-	99.57%	-	-	98.90%	-
	200 万元以下经 销商	6 支/盒	6.90	42.22%	69.09%	7.44	46.84%	70.71%	6.07	53.25%	61.54%	6.36	67.96%	67.45%
		12 支/盒	9.38	51.05%	51.44%	8.25	46.15%	46.79%	8.62	43.51%	52.11%	8.76	30.30%	46.50%
		小计		93.27%		-	92.99%	-	-	96.76%	-	-	98.26%	-

3、报告期内销售收入增长明显快于平均值的主要经销商，说明对其的销售占比、合作时长及增长较快的原因

最近三年，销售规模 500 万元以上的经销商收入占总经销收入的 50%以上，占比较高且系公司的主要经销商；最近三年，收入增长明显快于平均值（收入同比增长 30%以上）的主要原因包括：经销商渠道整合，二级分销覆盖渠道增加，销售的品规增加，具体如下：

(1) 2020 年较 2019 年增长情况

单位：万元

售达方名称	2020 金额	2019 金额	变动率	2020 年收入占当年主营业务收入比例	2020 年收入占当年经销收入比例	主要增长的产品	合作时间	主要增长原因
广州医药股份有限公司	2,631.01	1,778.66	47.92%	4.17%	5.13%	洁尔阴洗液、藿香正气合剂、化积口服液	10 年以上	新增合作品种及二级分销覆盖渠道
浙江震元股份有限公司	1,227.06	940.70	30.44%	1.94%	2.39%	复方银翘氨敏胶囊、六味地黄胶囊	10 年以上	增加销售网络，客户以前主要是在绍兴本地销售，陆续在其他地区设立办事处
安徽天星医药集团有限公司	1,021.13	709.00	44.02%	1.62%	1.99%	洁尔阴洗液、化积口服液、恩威草本抑菌洗液	10 年以上	主要是业务从安徽华源医药转到安徽天星医药
福建同春药业股份有限公司	988.11	436.42	126.42%	1.57%	1.93%	洁尔阴洗液、藿香正气合剂	10 年以上	渠道整合，福建同春药业股份有限公司收购了福建省新特药业有限公司并承接其业务
陕西医药控股集团兴庆医药有限公司	608.23	278.55	118.35%	0.96%	1.19%	洁尔阴洗液	10 年以上	终端连锁药店销售的增长，2019 年收入下滑后正常回调
广州创美药业有限公司	590.85	253.94	132.67%	0.94%	1.15%	洁尔阴洗液、化积口服液	5 年以上	承接广东创美药业有限公司（兄弟公司）部分业务
北京九州通医药有限公司	557.82	358.20	55.73%	0.88%	1.09%	洁尔阴洗液	5 年以上	市场渠道扩展，终端连锁药店需求增长

(2) 2019 年较 2018 年增长情况

单位：万元

客户名称	2019 年	2018 年	变动率	2019 年收 入占当年主 营业务收入 比例	2019 年收 入占当年 经销收入 比例	主要增长的产品	合作时间	主要增长原因
江苏九州通医药有限公司	1,384.65	825.18	67.80%	2.25%	2.65%	洁尔阴洗液、硝呋太尔制霉菌素阴道软胶囊、 复方银翘氨敏胶囊、化积口服液、感冒清热 颗粒、山麦健脾口服液、藿香正气合剂	5 年以上	市场渠道扩展，终端连锁药店 需求增长
山东诺吉雅力医药有限公 司	900.52	122.94	632.51%	1.46%	1.72%	洁尔阴洗液、藿香正气合剂、感冒清热颗粒、 复方氨酚烷胺片、小儿氨酚黄那敏颗粒	3 年以上	山东康惠医药有限公司经营 策略调整，由山东诺吉雅力医 药有限公司承接其业务
上药控股安庆有限公司	758.30	538.40	40.84%	1.23%	1.45%	化积口服液、洁尔阴草本抑菌洗液、洁尔阴 洗液	10 年以上	业务自然增长及销售渠道扩 展带来终端需求增加
华润湖南双舟医药有限公 司	630.33	415.72	51.62%	1.02%	1.21%	洁尔阴洗液	5 年以上	终端连锁药店需求增长
上药控股南通有限公司	580.86	263.68	120.29%	0.94%	1.11%	洁尔阴洗液、复方银翘氨敏胶囊、六味地黄 胶囊、硝呋太尔制霉菌素阴道软胶囊	5 年以上	业务自然增长及销售渠道扩 展带来终端需求增加

(二) 说明相关主要产品被剔除医保前后的主要经销商情况，相关经销商是否发生重大变化，如是，请说明原因

报告期内，公司主要产品被调出医保目录的情况如下所示：

药品名称	医保目录	调入时间	调出时间
洁尔阴洗液	四川	2017 年以前	2018 年 8 月
	甘肃	2017 年以前	2021 年 6 月
复方银翘氨敏胶囊	国家	2017 年以前	2020 年 1 月
复方氨酚烷胺片	国家	2017 年以前	2020 年 1 月

1、洁尔阴洗液于 2018 年 8 月从四川地方医保目录调出，公司 2018 年及 2019 年洁尔阴洗液在四川区域销售的前五大经销商及销售金额如下：

年份	序号	经销商名称	四川区域销售金额（万元）
2018 年	1	四川科伦医药贸易集团有限公司	810.97
	2	成都西部医药经营有限公司	625.09
	3	四川九州通医药有限公司	337.27
	4	四川粤通医药有限公司	47.67
	5	国药控股股份有限公司	45.90
2019 年	1	四川科伦医药贸易集团有限公司	498.22
	2	成都西部医药经营有限公司	490.73
	3	四川九州通医药有限公司	197.03
	4	国药控股股份有限公司	123.30
	5	四川粤通医药有限公司	104.23

2、复方银翘氨敏胶囊于 2020 年 1 月从国家医保目录调出，公司 2019 年及 2020 年复方银翘氨敏胶囊的前五大经销商及销售金额如下：

年份	序号	经销商名称	销售金额（万元）
2019 年	1	九州通医药集团股份有限公司	652.09
	2	国药控股股份有限公司	461.58
	3	成都西部医药经营有限公司	323.12
	4	南京医药集团有限责任公司	233.50
	5	浙江珍诚医药在线股份有限公司	182.06
2020 年	1	九州通医药集团股份有限公司	298.77
	2	国药控股股份有限公司	242.16

	3	浙江震元股份有限公司	182.73
	4	南京医药集团有限责任公司	159.21
	5	浙江嘉信医药股份有限公司	91.83

3、复方氨酚烷胺片于 2020 年 1 月从国家医保目录调出,公司 2019 年及 2020 年复方氨酚烷胺片的前五大经销商及销售金额如下:

年份	序号	经销商名称	销售金额(万元)
2019 年	1	九州通医药集团股份有限公司	672.00
	2	国药控股股份有限公司	522.07
	3	山东诺吉雅力医药有限公司	155.50
	4	成都西部医药经营有限公司	155.23
	5	南京医药集团有限责任公司	125.34
2020 年	1	九州通医药集团股份有限公司	253.90
	2	国药控股股份有限公司	141.40
	3	山东诺吉雅力医药有限公司	112.30
	4	南京医药集团有限责任公司	70.04
	5	安徽省宣城市医药有限公司	63.46

综上,公司上述产品被剔除医保前后的前五大经销商未发生重大变化。

二、中介机构核查事项

(一) 核查过程

申报会计师进行了如下核查:

1、取得发行人报告期销售明细表,统计并分析报告期各期发行人经销商数量、销售金额等;分析同类产品向报告期内各期销售金额分别为 200 万元以下、200-500 万元和 500 万元以上的三类经销商的销售均价及平均毛利率情况;统计报告期内主要经销商销售收入增长情况,向各销售区域负责人了解报告期内销售收入增长明显快于平均值的主要经销商的合作时长及销售增长较快的原因,统计该些经销商销售占比情况;

2、统计并分析发行人相关产品调出医保目录前后的前五大经销商销售情况。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已分销售规模对发行人经销商进行分类；报告期内，各类经销商的同类产品销售均价及其平均毛利率差异不大；发行人已说明报告期内收入增长明显快于平均值（收入同比增长 30%以上）的主要经销商的收入占比、合作时长及增长较快的原因（主要包括：经销商渠道整合，二级分销覆盖渠道增加，销售的品规增加）；

2、报告期内，发行人相关主要产品被剔除医保前后的主要经销商未发生重大变化。

三、申报会计师说明

（一）参照同行业公司信息披露情况，说明中介机构能否获取发行人主要经销商购销数据及产品流向信息、相关核查程序是否充分、相关中介机构是否勤勉尽责

1、同行业公司披露的关于获取经销商产品流向的信息

根据证监会行业分类的医药制造行业公司披露的招股说明书、问询函回复等公开披露的文件，部分同行业公司获取产品流向信息的方式如下：

同行业公司	主要产品及销售模式	获取产品流向信息方式
亨迪药业 (在审中)	主要从事化学原料药及制剂产品的研发、生产和销售，产品分为原料药和制剂产品。原料药以直销为主、经销为辅；制剂产品以经销模式为主 “两票制”出台后，自 2017 年起，亨迪药业逐步通过委托第三方推广服务商进行市场推广（包括信息收集、客户拜访、学术推广、市场调研），而经销商仅承担产品的配送功能	要求经销商定期更新经销产品的库存数量、产品流向、库存大致消化周期等信息；推广服务商对服务区域内商业配送公司的库存、流向、竞争产品分销状况、终端医院的用药情况以及应收款回款情况进行信息收集等
华纳药厂	主营业务为化学原料药、化学药制	为便于制剂产品终端销售信息的管

同行业公司	主要产品及销售模式	获取产品流向信息方式
(688799.SH)	剂和中药制剂的研发、生产与销售 为顺应国家“两票制”政策的推行，华纳药厂根据政策要求对销售模式进行了调整和转变。华纳药厂目前采用“主渠道配送模式+终端推广服务模式”为主、“招商代理模式”为辅的销售结构	理，华纳药厂商务部与各省政府药品集中采购信息平台、各合作经销商协商，开立了独立的查询账号，用于华纳药厂产品流向信息的查询、统计。商务部内勤负责通过登录各省政府药品集中采购信息平台、或通过于经销商开立的查询账号按月抓取华纳药厂产品流向信息，并及时对政府药品集中采购信息数据、经销商配送医疗机构终端的流向数据进行统计、分析、管理 由于国家药品流通领域的改革还在进行之中，不同经销商的信息化水平参差不齐，导致华纳药厂抓取的流向数据的完整度有限、基层医疗机构的流向分布信息不够准确、完整，产品实际销量与总体流向分布数据无法完全匹配
莱美药业 (300006.SZ)	莱美药业主要从事药品的研发、生产与销售，以医药制造为主，医药流通及药品销售服务为辅。医药制造主要产品涵盖抗感染类、特色专科类（主要包括抗肿瘤药、消化系统药、肠外营养药）、大输液类、中成药及饮片类等 为贯彻落实国家政策，莱美药业产品销售主要采取两票制销售模式：即产品经生产出厂后，通过与大型医药商业公司合作，采取两票制形式销往医院及各级销售终端。莱美药业主要通过聘请市场推广服务商进行营销推广和市场咨询等	销售人员从事产品流向信息收集、终端调查、市场调研等活动。此外，莱美药业还聘请市场推广服务商进行营销推广和市场咨询，其中市场咨询服务包括产品流向信息收集分析
恩威医药	公司主要从事中成药及化学药的研发、生产及销售，主要产品为 OTC 药品，终端客户主要为零售药店。 公司主要采用经销模式，将产品销售给经销商，再由经销商分销到各销售渠道及各类终端。公司自建了	公司无针对经销商存货的信息系统，主要通过销售人员定期或不定期拜访，了解经销商的销售和库存大致情况。

同行业公司	主要产品及销售模式	获取产品流向信息方式
	完善的销售队伍，并聘请非全日制销售人员协助进行终端覆盖及产品推广。	

综上，发行人与上述同行业企业披露的获取产品流向的方式存在差异，主要在于亨迪药业、华纳药厂、莱美药业均有面向医院销售的部分产品，受两票制的影响，均聘请了第三方推广服务商进行产品推广，且通过推广服务商获取产品流向信息。而发行人主要产品为非处方药，终端客户以零售药店为主，受两票制影响相对较小，主要通过自建销售团队对终端药店进行覆盖，由销售人员获取产品流向信息。同时，与同行业公司类似，发行人也存在因经销商信息化水平参差不齐、流向分布信息不够完整等客观的现实原因导致获取流向数据受到客观限制、数据不够完整的情形。

2、中介机构通过走访、函证获取经销商购销数据及产品流向信息

报告期内，申报会计师走访了发行人主要经销商，在走访过程中，取得了发行人主要经销商提供的购销数据及产品流向信息。

此外，为更准确了解发行人主要经销商库存情况，申报会计师对发行人获取的主要经销商库存数据进行了函证确认。

3、相关核查程序是否充分、相关中介机构是否勤勉尽责

为充分了解发行人经销模式下购销情况及产品流向，以及经销模式收入的真实性，申报会计师按照《审核问答》问题 29 的要求对经销商模式下的收入确认及经销商模式相关情况进行核查，相关核查程序主要如下：

（1）获取发行人报告期销售明细以及经销商明细并抽查部分经销商协议；

（2）向发行人主要经销商进行走访，报告期走访经销客户收入占经销收入的比例分别为 76.26%、76.63%、76.56%和 74.38%，了解其对发行人产品的采购、销售情况，取得主要经销商的购销数据及产品流向信息，函证其期末库存情况；

（3）向发行人销售负责人了解经销商日常管理、物流、销售存货信息系统等方面的内控制度及执行情况；

综上，申报会计师已严格按照现行有效的业务规则和行业自律规范，审慎履行职责，勤勉尽责。

问题 8 关于销售费用

申报文件及前期问询回复显示：

（1）报告期内各期销售费用率分别为 38.49%、38.38%和 34.31%。公司销售费用主要包括职工薪酬、广告宣传费、运输及仓储费、市场调研及咨询费和差旅费等。

（2）报告期内，公司单店维护费用分别为 2,865 元、2,811 元和 2,871 元，整体基本稳定，未发生重大变化。

（3）华中地区单店维护费用呈下降趋势，部分原因为公司对连锁药店总部统一维护。

（4）报告期内，公司聘请非全日制员工协助进行终端覆盖及产品推广。

（5）报告期内公司运输费占比较同行业平均水平偏高，主要系公司主要的生产及制造基地（公司子公司恩威制药）位于四川省成都市，对于公司母公司恩威医药（注册在西藏昌都市）对外销售的产品，为提高物流及配送效率，报告期内委托四川九州通医药有限公司开展第三方药品和器械储存与运输所致。

请发行人：

（1）说明单店维护费用的计算方式，结合同行业可比公司单店维护费用说明其合理性。

（2）分区域说明单店维护费用和区域销售收入的匹配情况。说明华中地区单店维护费用下降较快的合理性，该区域受连锁药店统一维护影响较大的原因。

（3）披露销售人员中非全日制和全日制员工的薪酬体系、考核方式及其差异情况，测算并分析非全日制和全日制员工的平均薪酬差异情况及其合理性。

（4）进一步量化分析公司运输费占比较同行业平均水平偏高的原因及合理性。

（5）结合报告期其他应付款中应付市场费用的主要对象、金额，销售费用发生金额，销售费用支付的方式、周期等说明两者的匹配关系，相关金额是否准

确。

(6) 选择销售模式接近的可比公司进行销售费用率比较,说明发行人销售费用率的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见,并说明针对发行人非全日制员工、广告宣传费、市场调研及咨询费等销售费用明细项的核查方式,相关费用对应票据凭证是否合规、相关费用核算是否真实、准确、完整。

【回复】

一、发行人补充披露或说明

(一) 说明单店维护费用的计算方式,结合同行业可比公司单店维护费用说明其合理性

1、单店维护费用的计算方式

公司销售终端主要为零售药店,分布较为分散,为有效维护客户、提升公司市场覆盖能力及服务水平、提升产品市场推广能力,覆盖零售药店的销售人员及协助工作的非全日制销售人员需要搜集整理区域内零售药店的信息、向零售药店推销公司产品、定期拜访零售药店、联合药店开展促销活动、整理货架等。

报告期内,以各期覆盖零售药店的销售人员、非全日制销售人员(协助覆盖零售药店)的工资总额,除以各期内月均拜访零售药店的数量,即为单店维护费用。

2、结合同行业可比公司单店维护费用说明其合理性

根据见微数据(<https://www.jianweidata.com>)官网介绍,见微数据是一家专注于资本市场的信息服务提供商,为广大从业人员提供公告、法规、财务数据等方面的检索、筛选等信息服务。经公开查询,拟上市公司西点药业、菲菱科思、凌玮科技等在审核问询函回复中披露利用了见微数据进行检索。通过见微数据搜索关键字“单店维护费用”、“药店维护费用”、“店均维护费用”,除发行人外,搜索结果仅有国芳集团的招股说明书/招股意向书中出现“单店维护费用”。

经查询国芳集团招股说明书/招股意向书,其披露的“单店维护费用”仅一

处，其内容为“.....零售企业将营业数据集中化意味着企业所需的数据仓库及相关服务器可以集中部署，使零售企业的单店维护费用降低。.....”。

综上，同行业可比公司未公开披露与单店维护费用相关的信息，无法进行相关对比分析。

（二）分区域说明单店维护费用和区域销售收入的匹配情况。说明华中地区单店维护费用下降较快的合理性，该区域受连锁药店统一维护影响较大的原因

1、分区域说明单店维护费用和区域销售收入的匹配情况

报告期内，公司单店维护费用与区域销售收入情况如下：

地区	2021年1-6月			2020年度			2019年度			2018年度		
	营业收入 (万元)	单店 维护 费用 (元)	区域维 护总费 用占营 业收入 比重	营业收入 (万元)	单店维 护费用 (元)	区域维 护总费 用占营 业收入 比重	营业收入 (万元)	单店维 护费用 (元)	区域维 护总费 用占营 业收入 比重	营业收入 (万元)	单店 维护 费用 (元)	区域维 护总费 用占营 业收入 比重
华东地区	10,843.11	1,254	16.97%	21,849.46	3,689	19.00%	21,594.15	3,523	20.42%	20,161.13	3,527	21.41%
西南地区	6,249.70	985	11.35%	10,873.02	3,877	18.57%	12,067.57	3,178	15.78%	11,760.37	3,155	16.85%
华南地区	6,018.08	832	3.18%	9,684.64	3,317	4.69%	7,959.50	2,709	5.20%	6,793.74	4,002	7.76%
华中地区	3,266.36	470	5.65%	7,374.43	1,621	6.28%	6,591.71	2,025	12.62%	6,929.33	2,578	14.23%
华北地区	2,841.82	1,045	11.76%	5,707.79	2,734	11.71%	5,721.21	2,239	11.01%	5,559.24	1,810	9.91%
东北地区	2,138.93	760	15.52%	3,595.54	2,424	21.44%	3,911.80	2,206	20.98%	3,515.72	2,157	22.69%
西北地区	1,744.23	563	6.10%	3,872.05	2,438	7.09%	3,082.74	3,795	14.89%	3,602.62	2,826	9.72%
线上销售	21.19	-		139.89	-	-	558.47	-	-	281.63	-	-
出口		-		-	-	-	60.9	-	-	18.37	-	-
合计	33,123.42	-		63,096.81	-	-	61,548.05	-	-	58,622.16	-	-

最近三年，华东、西南地区为公司年销售收入过亿的重点区域，公司在该地区的终端维护力度相对较大，一来其单店维护费用相对较高，二来该地区参与终

端维护的人数较多，药店维护总费用占比亦较高；对于华南地区，其收入中包含对阿里巴巴的电商渠道收入，公司在维护线下终端的同时，不断加大电商推广及投入力度，其药店维护总费用占比相对低于华东、西南；对于华中地区，因其连锁化率相对较高且拥有 2 家全国连锁零售药店龙头企业（益丰大药房总部、老百姓大药房总部等均位于华中，且 2020 年湖南省和湖北省的连锁化率分别为 69.7% 和 57.0%，均高于全国平均水平），该地区的药店维护总费用占比亦相对较低，且随着连锁化率提升及华中地区 2020 年受疫情影响较大，最近三年，华中地区单店维护费用、药店维护总费用占比均逐年下降。2021 年 1-6 月随着疫情好转以及加强部分新产品的推广，公司加大了对终端药店的拜访力度，各地区月平均拜访药店数量较 2020 年均有所增加。此外，用于计算单店维护费用的工资为当期工资总额，故半年的单店维护费用较全年的维护费用下降。

综上，最近三年，公司各区域的药店维护费用与该区域的销售收入具有匹配关系。

2、说明华中地区单店维护费用下降较快的合理性，该区域受连锁药店统一维护影响较大的原因

报告期内，公司在华中地区的不同渠道的销售收入及变化情况如下：

单位：万元

销售渠道	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电商	17.25	0.53%	13.64	0.18%	-	-	-	-
经销	2,592.18	79.36%	5,850.20	79.33%	5,497.87	83.41%	6,029.75	87.02%
直销	656.93	20.11%	1,510.59	20.48%	1,093.84	16.59%	899.58	12.98%
合计	3,266.36	100.00%	7,374.43	100%	6,591.71	100%	6,929.33	100.00%

近年来，我国零售药店的连锁化率不断提高，根据国家药品监督管理局《药品监督管理统计年度报告》及相关监管年报，2018-2020 年，我国零售药店的连锁化率分别为 52.15%、55.34%、56.98%。一定程度上受药店连锁化率提升的影响，华中地区直销收入占比由 2018 年的 12.98% 提升到 2020 年的 20.48%。

随着药店连锁化率的提升，公司加强了与连锁药店总部的合作力度，益丰大

药房连锁股份有限公司、老百姓大药房连锁股份有限公司等企业总部均位于华中地区，与连锁药店总部开展的推广活动可以更高效地覆盖其旗下药店，公司可以适当减少覆盖单个零售药店的人数及频次，单店维护费用相应有所下降。2020年华中地区单店平均维护费用继续下滑，主要系2020年湖北受新冠肺炎疫情严重影响，一线销售人员外勤受限，单店拜访数量下降，维护费用相应下降。

综上，华中地区单店维护费用下降较快，主要系华中地区连锁化率较高且2020年受疫情影响所致，具有合理性。

（三）披露销售人员中非全日制和全日制员工的薪酬体系、考核方式及其差异情况，测算并分析非全日制和全日制员工的平均薪酬差异情况及其合理性

发行人已在招股说明书“第五节 公司基本情况”之“十六、公司员工情况”之“（三）公司非全日制用工情况”中补充披露如下：

“

6、销售人员中非全日制和全日制员工的薪酬体系、考核方式及其差异情况，非全日制和全日制员工的平均薪酬差异情况及其合理性

报告期内，公司职工薪酬中，非全日制用工和全日制用工占比情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年		2019年		2018年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	8,514.48	100.00%	17,750.89	100.00%	16,972.86	100.00%	16,019.48	100.00%
其中：全日制人员	7,177.59	84.30%	13,206.35	74.40%	10,276.08	60.54%	8,627.97	53.86%
非全日制人员	1,336.89	15.70%	4,544.54	25.60%	6,696.78	39.46%	7,391.51	46.14%

报告期内，公司全日制和非全日制销售人员的相关情况如下：

项目	全日制销售人员	非全日制销售人员
薪酬体系	主要依据工作综合表现核算，工资包括月固定基本工资、综合考核绩效	主要依据工作时间核算，并适当参考工作内容、工作情况等。工资包括计时工资、管理津贴、综合考核绩效等
考核方式	经理及以上，季度+年度考核；经理以下，月度+季度考核；主要考核内容包括考勤情况、工作质量、销售目标是否达成、拜访客户及终端的数量及效	每两周定期考核，主要考核内容包括其工作时间、工作内容、工作情况等以及是否有效辅助了全日制销售人员工作

	果	
--	---	--

公司销售人员中，全日制员工按照月度、季度、年度考核，工资包括正常的月基本固定工资以及综合考核绩效（分月度、季度及年度）等；而非全日制员工每两周考核一次，工资薪酬主要依据工作时间长短，同时适当参考其工作内容、工作情况等以及是否有效地辅助了全日制销售人员的工作。

报告期内，公司销售人员中全日制及非全日制人员的平均薪酬如下：

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	平均人数(人)	月平均工资(元)	平均人数(人)	月平均工资(元)	平均人数(人)	月平均工资(元)	平均人数(人)	月平均工资(元)
全日制销售人员	852	9,447.53	853	8,455.40	848	5,851.80	816	4,669.82
非全日制销售人员	698	3,190.60	1,100	3,441.82	1,462	3,816.67	1,618	3,805.74

注：平均人数为每年各月发工资人数的平均数。

公司非全日制员工薪酬水平基本稳定，但因人均月工作时间减少，其2020年、2021年1-6月平均薪酬略有下降；报告期内，公司适当减少了非全日制员工数量并加强了对全日制销售人员的管理及考核力度，全日制销售人员的平均薪酬相应地逐年提升。报告期内，销售人员中全日制员工的平均薪酬高于非全日制员工，主要系非全日制销售人员协助全日制员工工作，其工作每周一般不超过24小时，且工资主要依据其工作时间，并适当参考其工作内容、工作情况而定。公司非全日制销售人员的平均薪酬低于全日制销售人员的平均薪酬，具有合理性。

”

（四）进一步量化分析公司运输费占比较同行业平均水平偏高的原因及合理性

报告期内，公司的运输费占主营业务收入的比重稳定，分别为4.06%、4.03%、4.36%和4.15%。公司向客户销售产品时，运输费由公司承担。报告期内，公司与同行业可比上市公司的运输费占其主营业务收入的比重情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
葵花药业				
运输费	177.05	4,705.99	6,811.71	7,481.49

主营业务收入	209,693.53	345,705.55	436,891.46	446,916.50
运输费占主营业务收入比重	0.08%	1.36%	1.56%	1.67%
千金药业				
运输费	未披露	6,523.10	5,663.58	5,568.78
主营业务收入	172,108.00	358,626.79	347,040.15	328,518.32
运输费占主营业务收入比重	-	1.82%	1.63%	1.70%
华润三九				
运输费	1,889.00	3,350.26	5,685.65	4,995.98
主营业务收入	740,929.48	1,309,297.45	1,432,017.07	1,304,242.02
运输费占主营业务收入比重	0.25%	0.26%	0.40%	0.38%
葫芦娃				
运输费	未披露	1,468.18	1,635.69	1,317.25
主营业务收入	63,120.48	116,170.58	130,591.81	98,377.26
运输费占主营业务收入比重	-	1.26%	1.25%	1.34%
恩威医药				
运输费	1,373.26	2,751.35	2,481.44	2,377.22
主营业务收入	33,123.42	63,096.81	61,548.05	58,622.16
运输费占主营业务收入比重	4.15%	4.36%	4.03%	4.06%

注：1、同行业可比上市公司的数据来源其公开披露的年报（由于葫芦娃是 2020 年 7 月才上市，因此其 2018 年和 2019 年的数据来源于招股说明书）；2、2020 年葵花药业和千金药业执行新收入准则后，将产品交付之前的承担的运输费由“销售费用”调整至“营业成本”列示，为了可比性，上表中的运输费包括了调整至“营业成本”核算的运输费。

公司运输费率高于同行业的主要原因包括：

1、单件产品货值不同

物流公司通常按照运输物品的重量或者件数同时考虑运输距离后确定收费标准，对于同距离、单位重量或单件物品的运输费一般相同，但是不同产品单位重量或单位件数的货值差异可能较大，导致不同产品的运输费率存在差异。

报告期内，同行业可比上市公司中，葫芦娃在招股说明书中披露了 2018 和 2019 年的运输件数及单件产品的运输费，其和公司一样主要按照运输产品的件数结算运输费，且在同行业可比上市公司中，公司与葫芦娃的销售规模最为接近，公司的单件产品运输费与葫芦娃的单件产品运输费比较如下：

单位：元/件

公司	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
----	--------------	--------	--------	--------

葫芦娃	未披露	未披露	16.44	14.29
恩威医药	14.09	15.04	14.53	14.34

注：同行业公司千金药业、葵花药业、华润三九未披露其运输费用的构成及计算方式。

由上表可以看出，公司与葫芦娃单件产品的运输费接近，不存在重大差异。

由于运输费率受单件产品的货值影响较大，单件产品货值越低，其运输费率相对越高，葫芦娃单件产品的货值与公司单件产品的货值对比如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
葫芦娃				
主营业务收入（万元）	63,120.48	116,170.58	130,591.81	98,377.26
数量（万件）	未披露	未披露	99.49	92.15
单件产品货值（元）	-	-	1,312.61	1,067.58
恩威医药				
主营业务收入（万元）	33,123.42	63,096.81	61,548.05	58,622.16
数量（万件） ^注	54.06	106.04	96.21	93.74
单件产品货值（元）	612.75	595.03	639.73	625.37

注：上表中的件数是根据公司报告期内销售的具体产品规格折算的数量，由于实际运输时存在非整件运输的情况（收费时非整件的还是需要按整件收费），因此实际通过物流公司运输的件数比上表中使用的数量略多。

从上表可知，葫芦娃单件产品货值在 1,000 元以上，而公司单件产品货值约为 600 元，因此公司单件产品货值低于葫芦娃单件产品货值，导致公司运输费率高于葫芦娃。报告期内，对于公司单件产品货值 1,000 元以上的产品，其运输费率分别为 1.74%、1.54%、1.55%和 1.51%，与葫芦娃销售产品最近三年的运输费率 1.34%、1.25%和 1.26%不存在重大差异。因此，公司运输费率较高具有商业合理性。

2、物流方式不同

公司的主要生产基地在四川成都双流和江西吉安永丰，而销售主要由注册地在西藏昌都的恩威医药负责，根据药品 GSP 相关要求，公司委托物流公司将产品从两个生产基地运输至成都温江第三方物流仓库，销售过程中再由第三方物流公司将销售产品运输至客户指定地点，一定程度上增加了公司的运输成本。

报告期内，发行人运输费占其主营业务收入的比重分别为 4.06%、4.03%、

4.36%和 4.15%，如果剔除生产基地与仓库之间的内部转运费用，则运输费占其主营业务收入比重分别下降至 3.68%、3.65%、3.98%和 3.78%。具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
主营业务收入	33,123.42	63,096.81	61,548.05	58,622.16
运输费	1,373.26	2,751.35	2,481.44	2,377.22
其中：内部转运	120.77	242.91	235.07	220.57
外部运输	1,252.49	2,508.44	2,246.37	2,156.65
外部运输费占主营业务收入比	3.78%	3.98%	3.65%	3.68%

3、与同行业可比上市公司销售规模不同

同行业可比上市公司（葵花药业、千金药业、华润三九、葫芦娃）的销售规模均显著大于公司的销售规模，销售规模大的通常具有规模效应，导致运输费率偏低；报告期内，公司与同行业可比上市公司的主营业务收入对比如下：

单位：亿元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
葵花药业	20.97	34.57	43.69	44.69
千金药业	17.21	35.86	34.70	32.85
华润三九	74.09	130.93	143.20	130.42
葫芦娃	6.31	11.62	13.06	9.84
恩威医药	3.31	6.31	6.15	5.86

注：同行业可比上市公司的数据来源其公开披露的年报（由于葫芦娃是 2020 年 7 月才上市，因此其 2018 年和 2019 年的数据来源于招股说明书）。

综上所述，报告期内，公司运输费率高于同行业可比上市公司，主要是由单件产品货值差异、物流方式差异、销售规模差异等原因导致的，公司的运输费率高于同行业可比上市公司的运输费率是合理的、真实的。

（五）结合报告期其他应付款中应付市场费用的主要对象、金额，销售费用发生金额，销售费用支付的方式、周期等说明两者的匹配关系，相关金额是否准确

1、报告期其他应付款中应付市场费用的主要对象、金额

报告期各期末，公司其他应付款前五大对象情况如下：

(1) 2021 年 1-6 月

序号	公司名称	款项性质	金额(万元)	占比
1	四川天锲文化传播有限公司	广告宣传费	600.00	7.09%
2	魔匠数字传媒(浙江)有限公司	广告宣传费	542.23	6.40%
3	成都金色阳光广告有限公司	广告宣传费	400.00	4.72%
4	四川九州通医药有限公司	运输及仓储费	484.97	5.73%
5	山东诺吉雅力医药有限公司	市场推广返利及年终返利	399.20	4.72%
合计	-	-	2,426.40	28.66%

(2) 2020 年度

序号	公司名称	款项性质	金额(万元)	占比
1	魔匠数字传媒(浙江)有限公司	广告宣传费	542.23	5.87%
2	山东诺吉雅力医药有限公司	市场推广返利及年终返利	539.85	5.85%
3	四川九州通医药有限公司	运输及仓储费	449.10	4.86%
4	阿里健康大药房医药连锁有限公司	市场推广返利	342.10	3.70%
5	四川天锲文化传播有限公司	广告宣传费	315.60	3.42%
合计	-	-	2,188.88	23.70%

(3) 2019 年度

序号	公司名称	款项性质	金额(万元)	占比
1	浙江魔匠影视制作有限公司	广告宣传费	1,220.07	12.03%
2	云南省久泰药业有限公司	市场推广返利及年终返利	393.90	3.88%
3	四川九州通医药有限公司	运输及仓储费	378.48	3.73%
4	成都西部医药经营有限公司	市场推广返利及年终返利	366.17	3.61%
5	山东诺吉雅力医药有限公司	市场推广返利及年终返利	346.84	3.42%
合计	-	-	2,705.46	26.67%

(4) 2018 年度

序号	公司名称	款项性质	金额(万元)	占比
1	浙江魔匠影视制作有限公司	广告宣传费	1,268.90	12.29%
2	四川九州通医药有限公司	运输及仓储费	384.79	3.73%
3	成都西部医药经营有限公司	市场推广返利	360.50	3.49%

序号	公司名称	款项性质	金额(万元)	占比
		及年终返利		
4	河北中健医药贸易集团有限公司	年终返利	280.57	2.72%
5	国药控股徐州有限公司	市场推广返利及年终返利	259.52	2.51%
合计	-	-	2,554.28	24.74%

2、销售费用发生金额，销售费用支付的方式、周期

报告期内，公司各类销售费用的发生额及支付方式、支付周期情况如下：

项目	支付周期	支付方式	金额（万元）			
			2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
职工薪酬	1 个月以内	银行转账	6,838.47	13,486.38	13,613.56	12,961.73
广告宣传费	3-5 个月	银行转账、银行承兑汇票	1,967.72	3,091.78	4,481.64	4,084.06
运输及仓储费	1 个月以内	银行转账、银行承兑汇票	1,373.26	2,751.35	2,481.44	2,377.22
市场调研及咨询费	3-5 个月	银行转账、银行承兑汇票	435.27	697.89	1,042.13	1,013.82
差旅费	1 个月以内	银行转账、现金	140.57	283.82	675.10	720.32
市场推广费	1 个月以内	银行转账、银行承兑汇票	216.00	398.81	564.57	187.05
业务招待费	1 个月以内	银行转账、现金	87.22	230.07	207.41	215.53
会务费	1 个月以内	银行转账	45.48	89.94	196.74	597.79
办公费	1 个月以内	银行转账、现金	122.90	131.16	178.02	185.21
租赁费	1 个月以内	银行转账	88.05	150.99	114.89	153.11
折旧费	按月计提	-	2.32	6.84	12.67	13.69
其他（仓储费和低值易耗品摊销等）	1 个月以内	银行转账、银行承兑汇票	157.55	441.64	255.58	297.92

3、其他应付款中应付市场费用与销售费用的匹配性、相关金额的准确性

报告期各期末，应付市场费用金额分别为 10,321.04 万元、10,145.26 万元、9,235.39 万元和 8,465.90 万元。公司各期末应付市场费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年末	2019 年末	2018 年末
应付广告费宣传费	1,830.09	1,524.57	1,578.05	1,663.73
应付运输及仓储费	596.91	515.03	496.47	454.13
应付市场调研及咨询费	443.17	187.00	431.82	226.54
应付市场推广返利	3,825.75	4,707.36	5,766.32	5,134.59
应付年终返利	1,769.99	2,301.43	1,872.60	2,842.04
合计	8,465.90	9,235.39	10,145.26	10,321.04

注：市场推广返利和年终返利在次年通过折扣形式兑现给客户，跟销售费用无匹配关系。

公司报告期内，上述市场费用与销售费用的匹配关系具体如下：

（1）广告宣传费

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
期初余额	1,524.57	1,578.05	1,663.73	2,134.05
本年发生	1,967.72	3,091.78	4,481.64	4,084.06
本年支付	1,662.20	3,145.26	4,567.32	4,554.38
期末余额	1,830.09	1,524.57	1,578.05	1,663.73

（2）运输及仓储费

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
期初余额	515.03	496.47	454.13	488.18
本年发生	1,373.26	2,751.35	2,481.44	2,377.22
本年支付	1,291.38	2,732.79	2,439.10	2,411.27
期末余额	596.91	515.03	496.47	454.13

（3）市场调研及咨询费

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
期初余额	187.00	431.82	226.54	45.00
本年发生	435.27	697.89	1,042.13	1,013.82
本年支付	179.10	942.71	836.85	832.28
期末余额	443.17	187.00	431.82	226.54

综上，其他应付款中应付市场费用与销售费用匹配，相关金额准确。

（六）选择销售模式接近的可比公司进行销售费用率比较，说明发行人销售费用率的合理性

报告期内，公司主要采用经销模式，将产品销售给经销商，再由经销商分销到各销售渠道及各类终端。公司终端客户主要以零售药店为主，客户分布分散。为有效维护客户、提升公司服务水平和产品推广能力，公司自建了完善的销售队

伍，并聘请非全日制销售人员协助进行终端覆盖及产品推广，故销售费用以职工薪酬为主，报告期内职工薪酬占销售费用的比重分别为 56.83%、57.14%、61.98% 和 59.60%。

证监会医药制造行业上市公司中销售费用以职工薪酬为主、其主营业务与发行人接近的其他公司情况如下：

公司名称	销售费用率				销售费用中职工薪酬占比			
	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
启迪药业	13.73%	13.92%	18.60%	26.32%	52.47%	52.28%	37.33%	42.27%
仁和药业	13.60%	14.06%	17.21%	17.67%	47.52%	51.34%	46.53%	39.70%
同仁堂	19.33%	19.28%	19.75%	20.78%	43.49%	49.15%	49.01%	41.48%
微芯生物	54.78%	44.21%	42.32%	34.62%	51.72%	56.33%	59.12%	60.96%
恩威医药	34.44%	34.31%	38.38%	38.49%	59.60%	61.98%	57.14%	56.83%

报告期内，恩威医药与启迪药业、仁和药业、同仁堂、微芯生物的销售费用结构类似，即销售费用均以职工薪酬为主。启迪药业销售费用率较低，主要系启迪药业经销商负责终端维护；仁和药业销售费用率较低，公开信息暂未披露其销售费用率偏低的原因；同仁堂销售费用率较低，主要系其最近三年营业收入中医药商业占比超过 50%；微芯生物销售费用率较高，主要系其主要产品西达本胺片为国家 1 类新药，属于原创新药，需要对医生临床用药和患者安全管理进行学术教育，因此拥有专业团队负责学术推广，对销售团队人员要求较高，随着其生产经营规模扩大，学术推广人员数量相应增加，导致薪酬金额较高。

上述可比公司的销售模式如下所示：

公司名称	销售模式
启迪药业	启迪药业主要采取了以下两种销售模式： （1）经销模式：通过选择当地有较强资金实力和营销网络覆盖能力的经销商作为指定合作伙伴，再由经销商覆盖终端。同时选择素质较为突出、对企业忠诚度高、善于策划组织的业务员，进行终端维护工作，提高产品的知名度和消费者对产品的忠诚度。（2）直供、控销模式：对大、中型连锁机构采取直供销售，连锁只对其自有系统终端供货，不得对任何商业公司及系统外终端供货销售。对未直供的中小连锁及单体药店，进货渠道归拢到指定的经销商进行管理，严控货物进出流向。
仁和药业	仁和药业以销售 OTC 产品为主，主营产品包括仁和可立克、优卡丹系列、妇炎洁

公司名称	销售模式
	系列、大活络胶囊、闪亮滴眼液、清火胶囊、正胃胶囊等。仁和药业建立和巩固了遍布全国 30 个省市自治区的销售网络。
同仁堂	同仁堂销售团队 2020 年启动营销改革，通过探索“4+2”经营模式，找准各事业部发力点，合理投入营销资源，整体稳步推进经销商、自有零售终端、医疗等渠道销售。同仁堂产品主要通过经销商销往市场，部分通过自有零售药店及线上销售到达终端。
微芯生物	微芯生物采用“经销商负责物流配送、肿瘤产品事业部负责专业化学术推广”的销售模式。微芯生物拥有专业团队负责学术推广，与临床医生交流西达本胺药品特点、最新基础理论、临床疗效研究成果、安全性等信息。经销商则负责微芯生物产品向终端医院、药店的配送。 微芯生物每年与多家具有 GSP 资质的经销商签订《产品经销协议》，将产品销售给经销商，再由经销商将药品在授权区域内调拨、配送至医院或者药店，并最终销售给患者。微芯生物产品通过经销商配送进入医院或零售药店，由经销商各自与医院或者药店签署合同。

二、中介机构核查事项

（一）核查过程

申报会计师进行了如下核查：

1、向发行人销售负责人了解单店维护费用的计算方式，通过见微数据（<https://www.jianweidata.com>）进行检索；

2、向发行人销售负责人了解不同区域零售药店维护差异情况，华中地区受连锁药店统一维护影响较大的原因；取得《药品监督管理统计年度报告》及相关监管年报，分析全国药店连锁化率各年变化情况；

3、获取了发行人与工资薪金有关的内控制度，查阅了发行人报告期内的员工花名册、非全日制员工名单、工资发放记录、职工薪酬明细表、薪酬发放的银行回单等，查阅了发行人非全日制员工日常管理信息；抽查了发行人报告期内的 1,500 名非全日制员工的劳动合同及其签署的反商业贿赂承诺书，发行人报告期内共 4,671 名非全日制员工，抽查比例为 32.11%；核对了非全日制员工名单、劳动合同记载的员工姓名及工资发放记录的非全日制员工工资账户信息；取得了发行人所有非全日制用工管理人员出具的说明，取得了发行人截至 2021 年 5 月 31 日的所有非全日制员工填写的调查表；统计并分析发行人销售人员中非全日制和

全日制员工的平均薪酬及其差异情况；

4、获取发行人运输费结算明细表并复核其运输费合理性；抽查运输费付款凭证，并实地走访主要物流供应商；向主要物流供应商获取报告期内与发行人交易金额及交易类型等的确认函；了解主要物流供应商基本情况，并与发行人关联方清单进行比对；查阅可比公司信息披露文件；获取了发行人7家物流供应商与发行人的交易确认函，并获取了其中3家主要物流供应商的结算明细表、实地走访了其中1家主要物流供应商，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
各期运输费金额	1,373.26	2,751.35	2,481.44	2,377.22
其中：复核运输费结算金额	1,277.01	2,526.19	2,220.75	2,188.21
复核运输费结算金额的比例	92.99%	91.82%	89.49%	92.05%
其中：实地走访覆盖金额	1,008.03	1,944.46	1,685.29	1,557.75
实地走访覆盖金额的比例	73.40%	70.67%	67.92%	65.53%
其中：获取交易确认函覆盖金额	1,363.41	2,727.37	2,350.66	2,315.58
获取交易确认函覆盖金额的比例	99.28%	99.13%	94.73%	97.41%

5、取得公司销售费用明细，分析报告期内各项销售费用波动情况，并与同行业公司销售费用结构进行比对；检查发行人报告期各期市场费用计提的支付凭证，复核完整性；结合销售费用的发生额、年终返利兑现情况、查看期后付款记录等方式检查市场费的支付情况；将其他应付款中应付市场费用期初期末余额与相关销售费用发生额、支付金额进行匹配；抽查广告合同、供应商发票、广告费付款凭证、广告排期表及服务成果资料，对主要广告商进行走访、抽查广告发布情况并获取交易确认函（获取14家广告商的交易确认函并走访其中6家），具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
获取的确认函对应的金额	1,658.03	2,536.24	3,527.61	3,448.36
走访金额	1,658.03	2,437.84	3,456.56	3,226.42
各期广告费金额	1,967.72	3,091.78	4,481.64	4,084.06

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
获取确认函占广告费的比例	84.26%	82.03%	78.71%	84.43%
走访占广告费的比例	84.26%	78.85%	77.13%	79.00%

6、查询并分析证监会医药制造行业上市公司报告期销售费用明细，通过公开资料查询启迪药业等公司销售模式。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，以各期覆盖零售药店的销售人员、非全日制销售人员（协助覆盖零售药店）的工资总额，除以各期内月均拜访零售药店的数量，即为单店维护费用；同行业可比公司未公开披露与单店维护费用相关的信息；

2、报告期内，发行人各区域的药店维护费用与区域销售收入具有匹配关系；华中地区单店维护费用下降较快，主要系华中地区连锁化率较高且 2020 年受疫情影响所致，具有合理性；

3、发行人已在招股说明书中披露销售人员中非全日制和全日制员工的薪酬体系、考核方式及其差异情况；报告期内，发行人销售人员中全日制员工的平均薪酬高于非全日制员工，主要系非全日制销售人员协助全日制员工工作，其工作每周一般不超过 24 小时，且工资主要依据其工作时间，并适当参考其工作内容、工作情况而定；发行人非全日制销售人员的平均薪酬低于全日制销售人员的平均薪酬，具有合理性；

4、报告期内，发行人运输费率高于同行业可比上市公司，主要是由单件产品货值差异、物流方式差异、销售规模差异等原因导致的，发行人的运输费率高于同行业可比上市公司的运输费率是合理的、真实的；

5、报告期内，发行人每年末的应付市场费用余额主要为已经发生但还未支付的广告宣传费、运输及仓储费、市场调研及咨询费、市场推广返利和年终返利，各期末上述预提费用基本在次年五个月内完成支付；其他应付款中应付市场费用与相关销售费用发生额匹配，相关金额准确；

6、报告期内，发行人自建了完善的销售队伍，并聘请非全日制销售人员协

助进行终端覆盖及产品推广，故销售费用以职工薪酬为主。发行人与启迪药业、仁和药业、同仁堂、微芯生物的销售费用结构类似，即销售费用均以职工薪酬为主。启迪药业销售费用率较低，主要系启迪药业经销商负责终端维护；仁和药业销售费用率较低，公开信息暂未披露其销售费用率偏低的原因；同仁堂销售费用率较低，主要系其最近三年营业收入中医药商业占比超过 50%；微芯生物销售费用率较高，主要系其主要产品西达本胺片为国家 1 类新药，属于原创新药，需要对医生临床用药和患者安全性管理进行学术教育，因此拥有专业团队负责学术推广，对销售团队人员要求较高，随着其生产经营规模扩大，学术推广人员数量相应增加，导致薪酬金额较高。

三、申报会计师说明

（一）说明针对发行人非全日制员工、广告宣传费、市场调研及咨询费等销售费用明细项的核查方式，相关费用对应票据凭证是否合规、相关费用核算是否真实、准确、完整

1、针对非全日制员工，申报会计师做了如下核查：

（1）查阅了发行人非全日制员工日常管理信息，分析其合理性；

（2）取得了发行人相关内控制度，查阅了发行人报告期内的非全日制员工名单、工资发放记录，抽查了非全日制员工的劳动合同及其签署的反商业贿赂承诺书；

（3）取得了发行人所有非全日制用工管理人员出具的说明，取得了发行人截至 2021 年 5 月 31 日的所有非全日制员工填写的调查表；

（4）就报告期内非全日制员工是否存在涉及发行人的违法违规情况，通过登录国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网、人民法院公告网、12309 中国检察网、中国市场监管行政处罚文书网等网站进行了查询；

（5）取得了相关政府部门的书面证明材料；

（6）抽查非全日制员工薪酬发放的银行回单检查金额的合理性和真实性，加计复核非全日制人员薪酬的准确性，检查非全日制员工薪酬各期波动情况。

2、针对广告宣传费，申报会计师做了如下核查：

（1）通过获取并查阅与报告期内广告商签订的服务合同、广告发布展示图，走访报告期内主要广告商及询问发行人等方式了解与主要广告服务商合作历史、合作内容，是否专为发行人服务等情况，分析广告费用支出会计处理是否合理；

（2）向主要广告商获取报告期内与发行人交易金额及交易类型等的确认函或平台扣费记录；

（3）通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等网站查询主要广告供应商的基本资料，包括成立时间、股权结构等；

（4）在国家药品监督管理局官方网站查询主要广告发布的备案情况；

（5）抽查相关广告合同、供应商发票、广告费付款凭证、广告排期表及服务成果等相关资料，对主要广告商进行走访并抽查广告发布情况，获取交易确认函。

3、针对市场调研费及咨询费，申报会计师做了如下核查：

（1）通过获取并查阅与报告期内主要市场调研及咨询供应商签订的服务合同、调研报告，走访报告期内主要市场调研及咨询供应商等方式了解与市场调研及咨询主要供应商合作历史、合作内容，是否专为发行人服务等情况，分析市场调研及咨询费支出会计处理是否合理；

（2）通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等网站查询主要市场调研及咨询费的基本资料，包括成立时间、股权结构等；

（3）获取主要市场调研及咨询费供应商对于报告期的交易内容、交易金额、定价方式、交易金额占其收入金额的比重等的确认函；

（4）抽查了报告期内与调研费、咨询费主要供应商相关的发票、凭证、合同等资料。

通过以上核查，申报会计师认为发行人广告宣传费、市场调研及咨询费相关费用对应票据凭证合规、相关费用核算真实、准确、完整。

问题 9 关于关联交易

申报文件及前期问询回复显示：

（1）发行人向关联方道源电商销售产品单价远低于市场同类产品价格。

（2）更新后的招股说明书及第二轮问询回复显示“报告期内，公司销售给道源电商的产品的主要流向为个人消费者。报告期内，不存在公司或公司控股股东员工购买上述产品的情形”，与发行人及中介机构首轮问询回复及首次更新招股说明书内容不一致。

（3）发行人及中介机构在第二轮问询回复中未按题目要求，说明发行人或控股股东员工购买道源电商销售产品资金来源，同时未进一步说明其他经销商终端客户为发行人或控股股东员工的具体情况。

（4）发行人预计后续与恩威锐邦关联交易有较大幅度增长，但占发行人营业收入的比例较低，与恩威锐邦的关联交易情况不会对发行人的持续经营产生重大不利影响。

（5）报告期内发行人有 20 项商标专用权无偿授权给第三方使用，被授权方主要为公司外购贴牌产品的供应商，公司授权的原因主要是增加公司产品类型，提升公司品牌认知度，无偿授权被许可人贴牌生产产品，并由公司或参股子公司恩威锐邦对外销售。

请发行人：

（1）结合报告期内发行人关联交易价格与第三方交易、市场公开价格对比情况，进一步逐项说明发行人报告期内关联交易的必要性和公允性，是否存在向关联方进行利益输送的情形。

（2）说明两次问询回复及招股说明书披露内容不一致的原因，发行人通过道源电商销售产品终端客户是否为发行人或发行人控股股东的员工，如是，请说明发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工购买道源电商销售产品资金来源，报告期内发行人终端客户为发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工的具体情况，包括但不限于交易背景、交易金额、交易对象、是否具有商业实质，是否

需调整相关财务数据。

（3）量化分析并披露预计发行人与恩威锐邦后续关联交易的增长情况及交易金额，说明“与恩威锐邦的关联交易情况不会对发行人的持续经营产生重大不利影响”结论的依据，进一步提示关联交易对发行人独立性及持续经营能力的影响。

（4）披露第三方无偿使用发行人商标专用权所涉及产品的具体生产销售情况，是否存在使用发行人商标生产相关产品后直接向第三方进行销售的情况。

（5）结合与第三方采购价格、市场公开价格，分析说明报告期内向上述无偿授权使用商标供应商采购价格的公允性，是否涉及利益输送。

（6）说明控股股东、实际控制人控制的其他公司报告期内是否存在业绩亏损情况，是否存在为发行人垫付成本费用情况。

（7）按照《公司法》《企业会计准则》《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》等规定，说明关联方及关联关系认定及相关信息披露是否完整、全面、充分。

请保荐人发表明确意见，并针对首轮及第二轮问询回复内容不一致等事项说明内核和质控部门前期履行的质量把关工作及结论。

请发行人律师对问题（7）发表明确意见。

请申报会计师对问题（1）-（3）、（5）、（6）发表明确意见，并说明发行人及控股股东员工购买发行人产品事项是否具有经济实质，发行人相关收入确认是否合理合规。

【回复】

一、发行人补充披露或说明

（一）结合报告期内发行人关联交易价格与第三方交易、市场公开价格对比情况，进一步逐项说明发行人报告期内关联交易的必要性和公允性，是否存在向关联方进行利益输送的情形

报告期内，发行人与关联方之间存在如下关联交易：

1、关联采购

报告期内，发行人向关联方采购商品的情况如下：

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
攀枝花蜀红商贸有限公司	采购商品	-	10.64	-	-
合计	-	-	10.64	-	-

2020 年，发行人因业务招待需要向攀枝花蜀红商贸有限公司采购攀西阳光五星干红葡萄酒 1,086 瓶用于日常接待，具有必要性。

上述红酒的采购含税单价为 98 元/瓶，根据攀枝花蜀红商贸有限公司提供的商品购销订单合同，其向某第三方销售的上述红酒的含税单价为 116 元/瓶，与发行人采购价格相比略高，主要是因为发行人一次性采购数量较多，有一定的价格折扣；上述红酒在攀枝花沃尔玛购物广场（炳草岗店）的价格为 318 元/瓶¹，与发行人价格的差异主要体现为零售环节利润。综上，发行人采购上述红酒的价格公允。

综上所述，发行人与攀枝花蜀红商贸有限公司的关联交易具有必要性、定价公允，不存在向关联方攀枝花蜀红商贸有限公司进行利益输送的情形。

2、关联销售

报告期内，公司向关联方销售商品或提供劳务情况：

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
-------	--------	-----------	--------	--------	--------

¹ 2021 年 7 月 2 日查询。

关联方名称	关联交易内容	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
道源电商	销售商品	-	-	-	213.45
成都道之源科技有限公司	销售商品	-	-	-13.05	51.22
成都恩威和尔生贸易有限公司	销售商品	-	-	-	16.08
国药天江	提供劳务	-	-	-	2.69
恩威锐邦	销售商品	228.79	186.99	52.41	-
合计	-	228.79	186.99	39.36	283.43

(1) 与道源电商的关联销售

为了拓宽经营渠道、增加经营产品类别、扩展经营产品线，发行人购进了破壁灵芝孢子粉胶囊等保健食品并利用道源电商已有的销售渠道进行销售，具有合理性。2018 年，发行人向道源电商销售金额为 213.45 万元，占发行人主营业务收入的比例较小，2018 年以后，出于规范和减少关联交易的需要，发行人未再与成都恩威道源电子商务有限公司发生交易。

2018 年，发行人向道源电商的产品销售单价与第三方交易、市场公开价格对比情况如下：

单位：元/瓶

项目	发行人向道源电商的销售价格	发行人向第三方销售价格	市场公开价格
破壁灵芝孢子粉胶囊	10.76	未向第三方销售	56-130.80
葡萄籽提取物胶囊	8.15	未向第三方销售	42.67

注：市场公开价格为通过“历史价格查询网（<http://p.zwjhl.com/>）”查询的同类产品在天猫等电商平台的市场终端零售价，该网站收录的价格信息时间不同，破壁灵芝孢子粉胶囊、葡萄籽提取物胶囊的市场公开价格查询时间段分别为 2019.01.22-2021.02.21、2020.05.08-2021.02.21。

上述产品未向除道源电商之外的其他客户销售，发行人采用成本加成方法确认销售价格，成本加成率为 20%左右，2018 年毛利金额为 36.25 万元，占当年主营毛利的比例为 0.09%，占比均较小。发行人向关联方道源电商销售上述产品的单价远低于市场同类产品的市场公开价格，主要是因为上述市场公开价格是天猫

等电商平台的市场终端零售价，而保健品行业零售环节普遍具有高毛利率的特点，根据大参林（股票代码：603233）的招股说明书，大参林是一家专注于中西成药、参茸滋补药材及中药饮片、保健品、医疗器械及其他商品的直营连锁零售业务的企业，其保健品业务 2014 年、2015 年、2016 年的毛利率分别为 69.34%、70.39%、68.88%。发行人向关联方道源电商销售上述产品的单价与市场同类产品的市场公开价格的差异反映的是该些产品零售环节的利润。综上，报告期内公司向道源电商销售产品的成本加成率为 20%左右，销售毛利占比较小，销售价格远低于市场同类产品的市场公开价格主要的原因是市场公开价格是零售价，而保健品行业零售环节普遍具有高毛利率的特点。

综上所述，报告期内发行人与道源电商的关联交易具有合理性，成本加成率为 20%左右，销售毛利占比较小，不存在向关联方道源电商进行利益输送的情形。

（2）与恩威锐邦的关联销售

报告期内，发行人对恩威锐邦关联销售产品种类、数量情况如下：

单位：万盒、万元

产品名称及规格	2021 年 1-6 月			2020 年			2019 年		
	数量	金额	单价 (元)	数量	金额	单价 (元)	数量	金额	单价 (元)
化积口服液（10 支/盒）	-	-	-	10.58	58.04	5.49	-	-	-
婴儿健脾口服液（6 支/盒）	-0.09	-0.31	3.36	26.21	84.41	3.22	15.58	52.41	3.36
丹芍通脉颗粒（5g/袋*12 袋/盒）	3.61	37.37	10.35	1.73	17.89	10.35	-	-	-
芪苓益气颗粒（3g*12 袋*40 盒）	4.82	52.41	10.88	2.45	26.65	10.88	-	-	-
清经胶囊（48 粒/盒）	10.51	84.65	8.05						
化瘀舒经胶囊（48 粒/盒）	4.51	35.54	7.88						
婴儿健脾口服液（12 支/盒）	2.92	19.14	6.55						
合计	26.28	228.79		40.96	186.99	-	15.58	52.41	-

注：2018 年，公司与恩威锐邦无关联交易。

发行人向恩威锐邦进行销售，主要是为了通过其布局基层诊疗机构，开拓乡镇卫生院等第三终端市场，具有必要性。

发行人对恩威锐邦产品售价与第三方交易、市场公开价格对比情况如下：

单位：元/盒

产品名称及规格	2021年1-6月				2020年				2019年			
	恩威锐邦销售单价	发行人向第三方销售均价	市场公开价格	差异率（与他同类客户交易价格相比）	恩威锐邦销售单价	发行人向第三方销售均价	市场公开价格	差异率（与他同类客户交易价格相比）	恩威锐邦销售单价	发行人向第三方销售均价	市场公开价格	差异率（与他同类客户交易价格相比）
化积口服液（10支/盒）	-	-	-	-	5.49	5.70	22.8-31.4	-3.81%	-	-	-	-
婴儿健脾口服液（6支/盒）	3.36	3.88	-	-13.40%	3.22	3.27	32-38	-1.63%	3.36	3.79	40.95-56.60	-11.43%
丹芍通脉颗粒（5g/袋*12袋/盒）	10.35	10.41	33.71	-0.51%	10.35	9.84	37.14	5.21%	-	-	-	-
芪苓益气颗粒（3g*12袋*40盒）	10.88	10.07	-	8.06%	10.88	11.27	-	-3.42%	-	-	-	-
清经胶囊（48粒/盒）	8.05	-	-	-								
化瘀舒经胶囊（48粒/盒）	7.88	7.88	52.00	0.00%								
婴儿健脾口服液（12支/盒）	6.55	7.77	-	-15.68%								

注1：由于发行人2019、2021年1-6月向第三方同类客户销售的婴儿健脾口服液的规格为10支/盒、2020、2021年1-6月向第三方同类客户销售的丹芍通脉颗粒的规格为21袋/盒和9袋/盒、2020年、2021年1-6月向第三方同类客户销售的芪苓益气颗粒的规格为21袋/盒，上表中列示的相关发行人向第三方销售均价为经折算后的价格；

注2：丹芍通脉颗粒（12袋/盒）未查询到市场价格，上表中列示的丹芍通脉颗粒（12袋/盒）市场价格是根据丹芍通脉颗粒（21袋/盒）市场价格经折算后的价格，化瘀舒经胶囊（48粒/盒）未查询到市场价格，上表列示的化瘀舒经胶囊（48粒/盒）的市场价格是根据化瘀舒经胶囊（24粒/盒）市场价格经折算后的价格。

发行人销售给恩威锐邦的产品价格与发行人向第三方销售价格差异较小，定价公允。发行人向恩威锐邦销售产品的单价与市场公开价格存在一定差异，主要是零售环节的利润所致。

综上所述，发行人与恩威锐邦的关联交易具有必要性、定价公允，不存在向关联方恩威锐邦进行利益输送的情形。

（3）与成都道之源科技有限公司的关联销售

报告期内，为拓展销售渠道，发行人存在向成都道之源科技有限公司销售产品的情形，具有合理性。2018年以后，出于规范和减少关联交易的需要，发行人未再与成都道之源科技有限公司发生交易。

报告期内，发行人向成都道之源科技有限公司销售的主要产品单价与发行人当年向其他无关联第三方销售相同产品的单价、市场公开价格对比情况如下：

单位：元

产品	与第三方销售价格对比	2018 年	市场公开价格
草本抑菌洗液 300ml*48 瓶	成都道之源科技有限公司	9.49	-
	国药控股海南有限公司	11.10	
	上海九州通医药有限公司	9.63	
	青海联志医药连锁有限公司	10.30	
草本抑菌洗液 200ml*48 瓶	成都道之源科技有限公司	6.91	-
	南阳市万德隆商贸有限责任公司	8.52	
	郑州彩妮商贸有限公司	7.62	
	北京京东世纪贸易有限公司	6.96	
草本抑菌洗液 280ml*48 瓶	成都道之源科技有限公司	9.07	10.40-23.80
	宁波医药股份有限公司	9.07	
	廊坊市百和一笑堂医药零售连锁有限公司	9.13	
	上海九州通医药有限公司	9.12	
女性护理液 200ml*24 套	成都道之源科技有限公司	16.56	28.00
	辽宁九州通医药有限公司	16.80	
	河北中健医药贸易集团有限公司	16.32	
	上海华氏大药房配送中心有限公司	16.56	
医用阴道冲洗器 200ml*80 支	成都道之源科技有限公司	1.50	4.50
	贵州鸿翔一心堂医药连锁有限公司	1.56	
	国药集团新疆新特药业有限公司	1.52	
	新疆九州通医药有限公司	1.44	
医用阴道冲洗器 100ml*80 支	成都道之源科技有限公司	0.87	2.61-3.00
	福建中源医药有限公司	1.04	
	国药控股扬州有限公司	1.15	
	湖南康恩特医药有限公司	0.99	
草本抑菌洗液 360ml*36 瓶	成都道之源科技有限公司	10.49	10.35-29.99
	国药控股国大复美药业（上海）有限公司	10.47	
	上海益丰大药房连锁有限公司	10.90	
	上海九州通医药有限公司	10.55	

注：市场公开价格经由“历史价格查询网（<http://p.zwjhl.com/>）”查询，该网站收

录的价格信息时间不同，草本抑菌洗液 280ml*48 瓶、女性护理液 200ml*24 套、医用阴道冲洗器 200ml*80 支、医用阴道冲洗器 100ml*80 支、草本抑菌洗液 360ml*36 瓶的市场公开价格查询时间段分别为 2019.5.30-2021.6.30、2020.5.19-2021.6.30、2020.5.12-2021.6.30、2019.5.31-2021.6.30、2020.5.30-2021.6.30；通过“历史价格查询网（<http://p.zwjhl.com/>）”，未查询到草本抑菌洗液 300ml*48 瓶、草本抑菌洗液 200ml*48 瓶的市场公开价格。

由上表可知，发行人向成都道之源科技有限公司销售产品的单价与向无关联第三方销售相同产品的单价相比差异较小，定价公允；发行人向成都道之源科技有限公司销售产品的单价与市场公开价格存在一定差异，主要是零售环节的合理利润所致。

综上所述，发行人与成都道之源科技有限公司的关联交易具有必要性、定价公允，不存在向关联方成都道之源科技有限公司进行利益输送的情形。

（4）与成都恩威和尔生贸易有限公司的关联销售

报告期内，为拓展销售渠道，发行人存在向成都恩威和尔生贸易有限公司销售产品的情形，具有必要性。2018 年以后，出于规范和减少关联交易的需要，发行人未再与成都恩威和尔生贸易有限公司发生交易。

2018 年，发行人向成都恩威和尔生贸易有限公司销售的主要产品单价与发行人向其他无关联第三方销售相同产品的均价对比情况如下：

单位：元

产品	客户	2018 年	市场公开价格
草本女性护理湿巾 16 片*80 盒	成都恩威和尔生贸易有限公司	2.45	2.90-19.80
	阿里健康大药房医药连锁有限公司	2.93	
	温州欣网网络科技有限公司	2.36	
	黑龙江省九元医药有限公司	3.10	
金银花男性护理湿巾 16 片*80 盒	成都恩威和尔生贸易有限公司	2.30	6.60-16.33
	阿里健康大药房医药连锁有限公司	3.13	
	温州欣网网络科技有限公司	3.48	
	黑龙江省九元医药有限公司	3.10	

注：市场公开价格经由“历史价格查询网（<http://p.zwjhl.com/>）”查询，该网站收录的价格信息时间不同，草本女性护理湿巾（16 片/盒）、金银花男性护理湿巾（16 片/盒）的市场公开价格查询时间段分别为 2019.5.31-2021.6.30、2020.4.2-2021.6.30。

由上表可知，发行人向成都恩威和尔生贸易有限公司销售产品的单价与向无关联第三方销售相同产品的单价相比略微偏低，报告期（仅 2018 年）关联交易发生额仅 16.08 万元，对发行人收入、利润影响很小；发行人向成都恩威和尔生贸易有限公司销售产品的单价与市场公开价格存在一定差异，主要是零售环节的合理利润所致。

综上所述，发行人与成都恩威和尔生贸易有限公司的关联交易具有必要性，且对发行人报告期收入、利润影响很小，不存在向关联方成都恩威和尔生贸易有限公司进行利益输送的情形。

（5）与国药天江的关联销售

2018 年，由于参股公司国药天江质量分析人员无微生物检测及验证的相关经验，且国药天江暂无场地开展微生物检测及验证工作，委托发行人子公司恩威制药提供中药配方颗粒微生物检测服务，作为国药天江股东，恩威制药本着支持其业务发展的原则，向其提供上述检测服务，具有必要性。

恩威制药根据检测工作所需的成本预算，并经双方友好协商确定，按 1,500 元/品种向其收费，19 个品种共收取服务费 2.85 万元（含税），对发行人报告期收入、利润影响很小。

综上所述，发行人与国药天江的关联交易具有必要性，且对发行人报告期收入、利润影响很小，发行人不存在向关联方国药天江进行利益输送的情形。

3、关联租赁

（1）与国药天江的关联租赁

作为国药天江股东，本着支持其业务发展的原则，发行人向其提供实验室和仪器设备租赁服务，供其中药配方颗粒标准研究使用，具有必要性。根据双方签订的租赁合同，租赁日期自 2017 年 2 月 20 日至 2018 年 2 月 19 日止，租赁实验室面积 350 平方米（另提供停车场），报告期（仅在 2018 年）发生租赁费 1.95 万元，对发行人收入、利润影响很小。

综上所述，发行人与国药天江的关联租赁具有必要性，且对发行人报告期收

入、利润影响很小，不存在向关联方国药天江进行利益输送的情形。

(2) 与恩威集团的关联租赁

作为发行人股东，为满足发行人子公司成都恩威医贸符合药品经营质量管理规范的要求，恩威集团将其位于成都高新区高棚东路 18 号 1 栋二楼的 220 m² 办公室无偿租赁给成都恩威医贸，具有必要性；本着支持发行人业务发展的原则，上述租赁为无偿租赁；发行人不存在向关联方恩威集团进行利益输送的情形。

4、其他关联交易

(1) 关联担保

报告期内，公司与关联方之间发生的担保情况如下：

单位：万元

担保方名称	被担保方名称	担保金额	起始日	到期日	担保是否已经履行完毕
恩威集团、薛永新	恩威制药	2,000.00	2017-2-15	2018-2-15	是
刘朝玉	恩威制药	15,000.00	2017-9-18	2020-2-3	是
恩威医药、恩威制药	恩威集团	6,000.00	2016-9-28	2019-9-28	是
恩威制药、四川置都房地产开发有限公司、阿坝太子岭投资有限公司、四川正隆置业有限责任公司	恩威集团	3,360.00	2016-10-17	2019-10-17	是
联新投资、美国同源、薛刚、薛永江、薛维洪、恩威集团、薛永新、恩威医药	恩威制药	32,500.00	2015-7-27	2018-7-26	是

为满足各自融资的需求，报告期内，存在发行人与恩威集团等关联方相互提供担保的情形，具有必要性。上述对外担保于报告期前已发生，截至 2020 年 2 月已全部解除，发行人不存在通过关联担保向恩威集团等关联方进行利益输送的情形。

(2) 与关联方的股权交易

1) 旷达药业股权转让

为避免控股股东控制的其他企业与公司存在同业竞争，恩威集团于 2018 年 7 月将其持有的旷达药业 100% 股权转让给恩威制药，具有必要性；因旷达药业自成立以来未开展实际业务、股东未实际出资，上述股权转让的对价为零，具有

公允性。旷达药业未开展实际业务，不存在为发行人承担成本、费用或输送利益的情况。

2) 联新投资转让恩威制药 26.03%的股份

为优化发行人股权及治理架构，实际控制人控制的联新投资将其持有的恩威制药 26.03%股权转让给发行人，具有必要性；本着支持发行人业务发展的原则，上述交易价格为 349.56 万元，定价依据为本次股权转让联新投资需承担的相关税费；发行人不存在向关联方联新投资进行利益输送的情形。

3) 关联方专利权、商标转让及许可使用

①关联方专利权

为规范公司资产的独立性，以及避免公司与控股股东之间存在重大不利影响的同业竞争，报告期内，恩威集团及实际控制人薛永新将名下与药品研制相关的专利权转让给公司及其子公司，具有必要性。为支持公司发展，上述转让为无偿转让，公司不存在向恩威集团及实际控制人进行利益输送的情形。

②关联方商标转让

为规范公司资产的独立性，以及避免公司与控股股东之间存在重大不利影响的同业竞争，报告期内，公司将名下与主营业务无关的商标转让给恩威集团，恩威集团将名下与公司主营业务有关的商标转让给公司及其子公司，具有必要性，上述关联方商标转让是公司与恩威集团之间厘清业务边界、避免潜在同业竞争而进行的无偿转让，公司不存在向恩威集团进行利益输送的情形。

③关联方商标许可使用

为加快布局基层诊疗机构，开拓乡镇卫生院等第三终端市场，报告期内，恩威制药许可参股子公司恩威锐邦无偿使用注册商标专用权，具有必要性。上述授权系公司为开拓第三终端市场进行的无偿授权，公司不存在向恩威锐邦进行利益输送的情形。

4) 其他关联交易

为满足公司融资需求，报告期内，公司子公司恩威制药与关联方之间存在转

贷及开具无真实交易背景票据的情形（报告期前发生但持续至报告期内），具体情况参加招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联交易情况”之“（二）关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“（4）其他关联交易”。

针对上述转贷及开具无真实交易背景票据的情形，恩威制药已归还并整改完毕，公司不存在通过转贷及开具无真实交易背景票据向关联方进行利益输送的情形。

（二）说明两次问询回复及招股说明书披露内容不一致的原因，发行人通过道源电商销售产品终端客户是否为发行人或发行人控股股东的员工，如是，请说明发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工购买道源电商销售产品资金来源，报告期内发行人终端客户为发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工的具体情况，包括但不限于交易背景、交易金额、交易对象、是否具有商业实质，是否需调整相关财务数据

1、说明两次问询回复及招股说明书披露内容不一致的原因，发行人通过道源电商销售产品终端客户是否为发行人或发行人控股股东的员工，如是，请说明发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工购买道源电商销售产品资金来源

（1）两次问询回复及招股说明书披露内容不一致的原因

1）首轮问询回复/首次更新招股说明书与首轮问询回复（更新 2020 年财务数据）/第二次更新招股说明书不一致的原因

文件	内容	不一致的原因
首轮问询回复/首次更新招股说明书	报告期内，公司销售给道源电商的产品的主要流向为个人消费者。 报告期内，存在公司、公司控股股东及其控制的其他企业的个别员工购买部分上述产品的情形，但购买数量占公司向道源电商销售的上述各产品的比例均不到 1%；该等员工与公司及公司控股股东不存在关联关系。 综上，道源电商并非公司产品的终端客户，其在报告期内向公司采购产品的主要流向为个人消费者，部分消费者系公司、公司控股股东或其控制的其他企业的员工；终端流向与公司及公司控股股东不存在关联关	2017 年以来，发行人与关联方道源电商仅于 2017 年、2018 年发生业务往来，其中，2018 年仅销售了破壁灵芝孢子粉胶囊、葡萄籽提取物胶囊两种产品，而 2017 年除销售破壁灵芝孢子粉胶囊、葡萄籽提取物胶囊外，还包括多种维生素加矿物质片等其余产品。 首轮问询回复/首次更新招股说明书时，报告期为 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月。在 2017 年、2018 年，存在发行人、发行人控股股东及其控制的其他企业的个别员工零星购买发行人向道源电商销售的产品的情形，且大部分购买行为发生在 2017 年，

	系。	而 2018 年的购买行为对应的产品不包括 2018 年销售的破壁灵芝孢子粉胶囊、葡萄籽提取物胶囊，而在第二轮问询回复时（报告期为 2018 年、2019 年及 2020 年），报告期内向道源电商销售产品为破壁灵芝孢子粉胶囊、葡萄籽提取物胶囊，故第二轮问询回复及招股说明书披露内容相应修改
首轮问询回复（更新 2020 年财务数据）/第二次更新招股说明书	报告期内，公司销售给道源电商的产品的主要流向为个人消费者。 报告期内，不存在公司或公司控股股东员工通过道源电商购买上述产品的情形，上述产品的主要流向与公司或公司控股股东不存在关联关系	

2) 首轮问询回复（更新 2020 年财务数据）/第二次更新招股说明书与第二轮问询回复不一致的原因

文件	内容	不一致的原因
首轮问询回复（更新 2020 年财务数据）/第二次更新招股说明书	报告期内，公司销售给道源电商的产品的主要流向为个人消费者。 报告期内，不存在公司或公司控股股东员工通过道源电商购买上述产品的情形，上述产品的主要流向与公司或公司控股股东不存在关联关系	第二轮问询回复遗漏了“通过道源电商”
第二轮问询回复	报告期内，公司销售给道源电商的产品的主要流向为个人消费者。 报告期内，不存在公司或公司控股股东员工购买上述产品的情形，上述产品的主要流向与公司或公司控股股东不存在关联关系	

（2）发行人通过道源电商销售产品终端客户是否为发行人或发行人控股股东的员工，如是，请说明发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工购买道源电商销售产品资金来源

2017 年、2018 年，发行人通过道源电商销售的产品少部分终端客户为发行人、发行人控股股东及其控制的其他企业的员工，上述发行人、发行人控股股东及其控制的其他企业的员工从道源电商购买发行人产品系出于个人或家庭自用需求进行的零星购买行为，零星购买金额合计 1.05 万元，资金来源为自有资金。

为保证历次问询回复信息披露内容的一致性、避免引起投资者的误导，发行人已对招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联交易情况”之“（二）关联交易”之“1、经常性关联交易”之“（1）关联销售”中披露内容修改如下：

“

1) 对道源电商关联销售情况

2017 年、2018 年，公司存在向关联方道源电商销售破壁灵芝孢子粉胶囊、

葡萄籽提取物胶囊等保健品（非药品）的情形，该等产品均系贴牌销售，产品主要使用公司第 8309353 号“恩威”商标，为了规范关联交易，公司于 2018 年以来逐步停止了与道源电商的合作，2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月与道源电商未发生交易。2017 年及 2018 年，公司向道源电商销售产品的金额分别为 698.53 万元、213.45 万元，具体产品种类、数量情况如下：

单位：瓶、包

产品名称	2018 年销售数量	2018 年销售单价（元）	2017 年销售数量	2017 年销售单价（元）	供应商
破壁灵芝孢子粉胶囊	198,144	10.76	102,048	12.59	威海紫光金奥力生物技术有限公司
葡萄籽提取物胶囊	288	8.15	29,712	9.46	威海紫光科技园有限公司
多种维生素加矿物质片	-	-	46,944	9.08	威海紫光金奥力生物技术有限公司
甲壳素胶囊	-	-	60,096	9.09	
绿茶肉碱胶囊	-	-	29,664	16.86	
玛咖压片糖果	-	-	29,856	12.06	
氨基葡萄糖碳酸钙胶囊	-	-	30,000	9.81	威海紫光科技园有限公司
大豆卵磷脂胶囊	-	-	29,856	10.44	
番茄红素软胶囊	-	-	39,552	12.95	
蜂胶胶囊	-	-	62,544	16.04	
钙软胶囊	-	-	30,000	4.97	
芦荟软胶囊	-	-	59,112	10.83	
鱼油软胶囊	-	-	29,856	9.01	
恩威牌达舒咀嚼片	-	-	10,691	10.99	四川宝兴制药有限公司
恩威牌壮韵片	-	-	10,603	23.53	
卫生巾	-	-	9,600	4.17	东莞市恩情贸易有限公司

上述供应商与公司及公司主要客户不存在关联关系。公司采用成本加成方法确认销售价格，成本加成率为 20%左右，与市场同类产品相比，差异不大，该类销售 2017 年毛利金额为 200.30 万元，占当年主营毛利的比例为 0.53%，2018 年毛利金额为 36.25 万元，占当年主营毛利的比例为 0.09%，占比较小。

上述产品未向除道源电商之外的其他客户销售。通过“历史价格查询网 (<http://p.zwjhl.com/>)”查询上述同类产品在天猫等电商平台的市场终端零售价, 该网站收录的价格信息时间不同, 最长可查询时间为 2 年。上述报告期内销售金额在 10 万元以上的产品在可查询时间段的同类产品市场终端零售价情况如下:

产品名称	销售平台	终端零售价 格区间 (元)	时间段
破壁灵芝孢子粉胶囊	天猫金奥力旗舰店	56-130.8	2019.01.22-2021.02.21
葡萄籽提取物胶囊	天猫益兴赢保健食品专营店	42.67	2020.05.08-2021.02.21
多种维生素加矿物质片	天猫金奥力旗舰店	45-88	2019.01.21-2021.02.21
甲壳素胶囊	天猫栢年健体旗舰店	78	2020.04.30-2021.02.21
绿茶肉碱胶囊	天猫同堂保健品专营店	61	2019.01.21-2021.02.21
玛咖压片糖果	天猫同堂保健品专营店	68	2020.05.08-2021.02.21
氨基葡萄糖碳酸钙胶囊	天猫金动力保健品旗舰店	31.6-37.6	2020.04.13-2021.02.21
大豆卵磷脂胶囊	天猫金动力保健品旗舰店	84-89	2020.04.13-2021.02.21
番茄红素软胶囊	天猫金动力保健品旗舰店	29.3-32.7	2019.12.03-2021.02.21
蜂胶胶囊	天猫国大药房旗舰店	176-198	2019.01.21-2021.02.21
钙软胶囊	天猫金动力保健品旗舰店	28	2020.12.09-2021.02.21
芦荟软胶囊	乐健保健品专营店	38.7-49.9	2019.12.03-2021.02.21
鱼油软胶囊	天猫金动力保健品旗舰店	39-58	2020.03.26-2021.02.21
恩威牌达舒咀嚼片	暂未查询相关产品的市场终端零售价		
恩威牌壮韵片			

由上表可知, 2017 年、2018 年, 公司向道源电商销售的上述产品的销售价格低于同类产品市场终端零售价, 道源电商具有一定的利润空间。

2017 年、2018 年, 公司销售给道源电商的产品的的主要流向为个人消费者。

2017 年、2018 年, 存在公司、公司控股股东及其控制的其他企业的个别员工通过道源电商购买部分上述产品的情形, 该等员工与公司及公司控股股东不存在关联关系。

2017 年、2018 年, 上述公司、公司控股股东及其控制的其他企业的员工从道源电商购买公司产品系出于个人或家庭自用需求进行的零星购买行为, 零星购买金额合计 1.05 万元, 资金来源为自有资金, 不存在公司或控股股东强制要

求上述公司、公司控股股东及其控制的其他企业的员工购买公司产品的情形。

.....

”

2、报告期内发行人终端客户为发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工的具体情况，包括但不限于交易背景、交易金额、交易对象、是否具有商业实质，是否需调整相关财务数据

根据发行人、控股股东及其控制的其他企业员工填写的专项调查问卷，报告期内发行人终端客户为发行人、发行人控股股东及其控制的其他企业的员工的具体情况如下：

交易对象	交易背景	交易金额（万元）				购买行为是否受公司、公司董监高、恩威集团、公司实际控制人任何形式的直接或间接的强制要求
		2021年 1-6月	2020年	2019年	2018年	
发行人员工	家庭或个人自用	6.27	17.65	9.20	6.10	否
发行人控股股东员工	家庭或个人自用	0.00	0.10	0.09	0.08	否
控股股东控制的其他企业员工	家庭或个人自用	2.48	5.18	4.66	3.86	否

注：交易金额不包括从道源电商购买公司产品的金额，从道源电商购买公司产品的金额见上文回复。

公司产品主要为非处方中成药及化学药，产品最终用户为个人消费者，报告期内，存在发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工出于家庭或个人自用需求通过各零售药店或线上平台等渠道购买公司产品的情形，即存在除道源电商外的其他经销商的终端客户为公司、公司控股股东及其控制的其他企业的员工的情形。不存在公司、公司董监高、恩威集团、公司实际控制人以任何形式的直接或间接的强制要求发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工购买的情形，上述购买情形具有商业实质，无需调整相关财务数据。

(三) 量化分析并披露预计发行人与恩威锐邦后续关联交易的增长情况及交易金额，说明“与恩威锐邦的关联交易情况不会对发行人的持续经营产生重大不利影响”结论的依据，进一步提示关联交易对发行人独立性及其持续经营能力的影响

1、量化分析并披露预计发行人与恩威锐邦后续关联交易的增长情况及交易金额

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联交易情况”之“(二) 关联交易”之“1、经常性关联交易”之“(1) 关联销售”之“(2) 对恩威锐邦关联销售情况”中补充披露如下：

“

⑤后续预计与恩威锐邦关联交易情况及对公司持续经营的具体影响

为加快布局基层诊疗机构,开拓乡镇卫生院等第三终端市场,在 2021 年初,公司预计 2021 年与恩威锐邦发生的关联交易金额约为 1,500 万元,较 2020 年有较大幅度增长,但占公司 2020 年营业收入的比例低于 3%,与恩威锐邦的关联交易情况不会对公司的持续经营产生重大不利影响。

公司 2021 年初预计的与恩威锐邦后续关联交易的增长金额情况如下：

产品名称及规格	2020 年			2021 年 (E)		
	数量 (万盒)	金额 (万元)	单价 (元)	数量 (万盒)	金额 (万元)	单价 (元)
芪苓益气颗粒 (3g*12 袋*40 盒)	2.45	26.65	10.88	27.00	293.89	10.88
化痰舒经胶囊 (0.35g*48 粒/盒)	-	-	-	30.00	236.28	7.88
丹芍通脉颗粒 (5g/袋*12 袋/盒)	1.73	17.89	10.35	27.00	279.56	10.35
清经胶囊 (0.35g/粒*48 粒/盒)	-	-	-	36.00	289.91	8.05
婴儿健脾口服液 (12 支/盒)	-	-	-	36.00	235.75	6.55
婴儿健脾口服液 (6 支/盒)	26.21	84.41	3.22	48.00	157.17	3.27
化积口服液 (10 支/盒)	10.58	58.04	5.49	-	-	-
合计	40.96	186.99	-	204.00	1,492.57	-

由上表可知,公司在 2021 年初预计 2021 年与恩威锐邦发生的关联交易金额约为 1,500 万元,较 2020 年实际收入预计增长 1,300 万元左右,其中,婴儿

健脾口服液、清经胶囊(0.35g/粒*48粒/盒)、芪苓益气颗粒(3g*12袋*40盒)、丹芍通脉颗粒(5g/袋*12袋/盒)、化瘀舒经胶囊(0.35g*48粒/盒)分别预计贡献增长308.51万元、289.91万元、267.24万元、261.67万元、236.28万元。

截至2021年6月末,因市场培育期较预期更长等原因导致恩威锐邦开拓第三终端市场的效果不达预期,公司2021年1-6月向其实现的收入为228.79万元,截至2021年6月30日,预计2021年全年与恩威锐邦发生的关联交易金额约为570万元。

”

2、说明“与恩威锐邦的关联交易情况不会对发行人的持续经营产生重大不利影响”结论的依据,进一步提示关联交易对发行人独立性及持续经营能力的影响

(1)说明“与恩威锐邦的关联交易情况不会对发行人的持续经营产生重大不利影响”结论的依据

1)与恩威锐邦的合作是正常的商业行为

公司与恩威锐邦进行合作,主要是为了通过其布局基层诊疗机构,开拓乡镇卫生院等第三终端市场,是正常的商业行为。

2)公司与恩威锐邦的关联交易定价公允

公司对恩威锐邦的产品销售价格与公司向其他无关联第三方的销售价格差异较小,定价公允,不存在公司通过与恩威锐邦的关联交易虚增收入、利润的情形。

3)报告期内,发行人与恩威锐邦的关联交易金额占比较小

报告期内,向恩威锐邦的销售收入占公司主营业务收入的比例分别仅为0.00%、0.09%、0.30%、0.69%,对公司报告期经营成果影响较小。

4)预计2021年与恩威锐邦的关联交易金额占比仍然较小

2021年1-6月,公司对恩威锐邦的收入金额为228.79万元,金额较小。截

至 2021 年 6 月 30 日,预计 2021 年全年与恩威锐邦发生的关联交易金额约为 570 万元,虽然金额较 2020 年增长较多,但是占比仍然较小。若公司 2021 年主营业务收入较 2020 年保持不变,则预计 2021 年与恩威锐邦的关联交易金额占比为 0.90%,仍然较小。

综上所述,发行人和恩威锐邦的合作是正常的商业行为,相关交易的定价公允,报告期内、2021 年(预计)与恩威锐邦的关联销售金额占比较小,发行人对恩威锐邦不构成重大依赖,收入贡献主要来自于无关联关系的客户,因此,与恩威锐邦的关联交易情况不会对发行人的持续经营产生重大不利影响。

(2) 进一步提示关联交易对发行人独立性及持续经营能力的影响

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、内控风险”中补充披露提示相关风险如下:

“

(四) 关联交易风险

报告期内,公司与关联方存在关联销售、采购、租赁等关联交易情形,其中,公司对恩威锐邦的销售金额预计 2021 年有较大幅度增长,公司报告期内向恩威锐邦的关联销售金额分别为 0.00 万元、52.41 万元、186.99 万元及 228.79 万元,占公司主营业务收入的比例分别为 0.00%、0.09%、0.30%和 0.69%,截至 2021 年 6 月 30 日,预计 2021 年全年与恩威锐邦发生的关联交易金额约为 570 万元。若公司未来不能有效执行与关联交易相关的内部控制制度、关联交易占比持续提升,可能存在相关关联交易对公司独立性及持续经营能力产生不利影响。

”

(四) 结合与第三方采购价格、市场公开价格,分析说明报告期内向上述无偿授权使用商标供应商采购价格的公允性,是否涉及利益输送

除向上述无偿授权使用商标供应商采购上述产品外,公司不存在向其他第三方供应商采购上述产品的情况。上述无偿使用发行人商标专用权所涉及产品在报

告期内的采购价格和市场公开价格对比情况如下：

单位：元/盒、元/瓶、元/袋

序号	产品名称	向被许可人采购价格				终端市场公开价格	
		2021年 1-6月	2020年	2019年	2018年	价格区间	查询时间段
1	感冒清热颗粒	4.06	4.04	3.99	-	22.4-25.8	2019.12.3-2021.6.30
2	抗宫炎胶囊	-	4.27	3.74	-	28.3-29.8	2020.3.11-2021.6.30
3	复方酚咖伪麻胶囊	4.37	4.18	-	-	未查询到终端价格	-
4	复方板蓝根颗粒	4.73	4.08	3.87	-	19.8-19.9	2020.6.11-2021.6.30
5	小柴胡颗粒	3.83	3.54	3.49	-	29.7	2021.6.30
6	小儿化痰止咳颗粒	3.18	-	3.14	-	未查询到终端价格	-
7	小儿止咳糖浆	-	2.65	2.64	-	34.5	2021.6.30
8	左炔诺孕酮片	-	1.85	-	-	28.9-34.8	2020.5.30-2021.6.30
9	恩威高锰酸钾溶液	4.49	5.12	-	-	45-59	2020.11.18-2021.6.30
10	普通医药口罩	-	9.73	8.64	-	未查询到终端价格	-
11	硝酸咪康唑阴道软胶囊	4.87	-	-	-	34.5	2021.6.25-2021.6.30
12	雅润护理液男士专用	5.72	5.93	5.89	5.78	33-39	2020.5.30-2021.6.30
13	康林草本抑菌凝胶	3.54	-	-	-	21.5-48	2020.9.29-2021.6.30
14	雪莲私密养元贴	8.60	-	-	-	未查询到终端价格	-

注：终端市场价格查询为通过阿里健康大药房或京东大药房等电商平台查询的上述产品对应的终端销售价格。

上述产品采购价格与市场公开价格的差异主要是市场公开价格系终端零售价格。上述产品采购价格系公司与供应商在参考生产成本、各自合理利润率等基础上协商确定，定价公允，不存在利益输送情况。

（五）说明控股股东、实际控制人控制的其他公司报告期内是否存在业绩亏损情况，是否存在为发行人垫付成本费用情况

1、说明控股股东、实际控制人控制的其他公司报告期内是否存在业绩亏损情况

截至本回复报告签署日，除本公司及合并报表范围内的企业外，公司控股股东、实际控制人控制的境内其他企业共有 55 家，其中报告期内存在业绩亏损的企业共有 9 家，具体明细如下：

序号	公司名称	关联关系	成立时间	主营业务
1	成都恩威道源圣城旅游开发有限公司	恩威集团持股 55%的昌都市恩威健康产业有限公司全资子公司	2005-10-31	旅游度假项目开发、经营
2	成都恩威道源电子商务有限公司	薛永新持股 100%并担任执行董事兼总经理	2015-07-03	电子商务
3	成都成华城东医院有限公司	薛永江持股 51%并担任执行董事的成都康杰尔医院管理有限公司全资子公司	2015-08-28	医疗服务、养老服务
4	成都页游科技股份有限公司	薛维洪持股 98%并担任执行董事的成都泽洪品牌营销策划有限公司控股子公司	2010-07-29	网页游戏自主研发、运营
5	四川邑度酒庄有限公司	成都泽洪品牌营销策划有限公司持股 50%，恩威集团持股 50%的攀枝花蜀红商贸有限公司全资子公司	2010-10-08	食品、酒类销售
6	攀枝花攀西阳光酒业有限公司	成都泽洪品牌营销策划有限公司持股 50%，薛刚持股 100%的四川正隆置业有限责任公司持股 50%的公司	1999-01-22	酒的制造、销售
7	昌都市正隆投资有限责任公司	恩威集团持股 40%，成都瑞进恒持股 20%，成都泽洪持股 20%，成都杰威持股 20%	2014-05-15	项目投资及咨询
8	永仁太谷农业发展有限公司	四川正隆置业有限责任公司持股 90%的公司	2012-11-30	橄榄油加工、销售
9	康定恩威高原药材野生抚育基地有限责任公司	成都杰威持股 100%	2001-08-16	高原药材种植、销售

注：此处定义的亏损企业为报告期内累计净利润为负且每年亏损超过 50 万元的企业。

上述亏损企业的主营业务广泛涉及旅游度假项目开发、经营，电子商务，医疗服务，网页游戏自主研发、运营，酒的制造、销售等，报告期内出现亏损主要系自身经营导致的。

2、是否存在为发行人垫付成本费用情况

公司控股股东、实际控制人控制的境内其他企业均独立核算、自负盈亏，不存在为公司垫付成本费用的情况。

中介机构取得了报告期内控股股东、实际控制人控制的境内其他企业的财务报表，对实际控制人进行了访谈，了解实际控制人控制的境内其他企业的主营业务和经营情况，并取得了实际控制人出具的关于其控制的境内其他企业是否存在代垫成本费用款项的说明。

中介机构取得并查阅了控股股东、实际控制人控制的主要亏损企业及境内其

他主要企业的银行开户清单及银行流水，针对部分大额支付检查交易对方是否为公司供应商及其实际控制人或客户及其实际控制人；中介机构将上述银行流水与公司及子公司、实际控制人、公司董监高（不含独立董事）、关键岗位人员（财务经理、销售经理、采购经理）银行流水进行了交叉核查，检查是否存在异常的大额资金往来。

同时，中介机构对公司主要客户、供应商进行了走访，了解其与公司的业务情况，以及是否存在公司实际控制人控制的境内其他企业为公司代垫成本费用的情形。

经中介机构通过获取发行人在册及离职员工名单并将其与通过企查查查询的主要客户、供应商的实控人、董监高及股东信息进行匹配，对存在重名情形的相关人员进行电话访谈等方式核查，报告期内，不存在发行人员工或前员工为发行人主要客户或供应商的股东或担任发行人主要客户或供应商董监高的情形，亦不存在发行人主要客户或供应商由发行人员工或前员工控制的情形。

二、中介机构核查事项

（一）核查过程

申报会计师进行了如下核查

1、获取报告期内发行人关联交易明细，通过向发行人业务负责人访谈、抽取合同及发票、获取第三方交易价格、通过公开渠道查询市场公开价格等方式了解关联交易的必要性和合理性，分析是否存在向关联方进行利益输送的情形；

2、比对两次问询回复及招股说明书披露内容差异，复核工作底稿；取得了调查问卷等资料，并对存在购买恩威医药产品行为的部分人员进行了访谈；查阅发行人招股说明书修改情况；

3、取得发行人报告期向恩威锐邦的销售明细、2021年初预计的向恩威锐邦全年销售的明细、截至2021年6月末的实际销售情况及全年销售预计；结合报告期对恩威锐邦的销售占比及未来销售预计，分析与恩威锐邦的关联交易对发行人的持续经营的影响；

4、取得报告期内发行人的采购明细，计算报告期内向无偿授权使用商标供应商的采购价格，并通过阿里健康大药房或京东大药房等电商平台查询相关产品对应的终端销售价格；向相关供应商了解采购价格是否公允，是否存在利益输送的情况；

5、取得报告期内控股股东、实际控制人控制的境内其他企业的财务报表，对实际控制人进行访谈，了解实际控制人控制的境内其他企业的主营业务和经营情况，并取得实际控制人出具的关于其控制的境内其他企业是否存在代垫成本费用款项的说明；取得并查阅了控股股东、实际控制人控制的主要亏损企业及境内其他主要企业的银行开户清单及银行流水，针对部分大额支付检查交易对方是否为发行人供应商及其实际控制人或客户及其实际控制人；并将上述银行流水与发行人及子公司、实际控制人、发行人董监高（不含独立董事）、关键岗位人员（财务经理、销售经理、采购经理）银行流水进行了交叉核查，检查是否存在异常的大额资金往来；对发行人主要客户、供应商进行走访，了解其与发行人的业务情况，以及是否存在实际控制人控制的境内其他企业为发行人代垫成本费用的情形；获取发行人在册及离职员工名单并将其与通过企查查查询的主要客户、供应商的实控人、董监高及股东信息进行匹配，对存在重名情形的相关人员进行电话访谈等方式核查；

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人关联交易均系发行人开展业务需要所发生；报告期内，发行人向攀枝花蜀红商贸有限公司采购以及销售给恩威锐邦、成都道之源科技有限公司的商品价格与第三方交易价格、市场价格对比，定价公允；报告期内，发行人向道源电商销售产品的销售毛利占比较小，向成都恩威和尔生贸易有限公司销售商品、向国药天江提供检测、租赁服务对发行人报告期收入、利润影响很小，且不存在向上述关联方进行利益输送的情形；

报告期内，成都恩威医贸为满足药品经营质量管理规范的要求，无偿租赁恩威集团房屋；发行人与恩威集团等关联方为满足各自融资的需求相互提供担保；为优化发行人股权及治理架构，实际控制人控制的联新投资将其持有的恩威制药

26.03%股权转让给发行人；为规范资产的独立性，以及避免发行人与控股股东之间存在重大不利影响的同业竞争，恩威集团及实际控制人薛永新将名下与药品研制相关的专利权转让给发行人及其子公司，发行人将名下与主营业务无关的商标转让给恩威集团，恩威集团将名下与发行人主营业务有关的商标转让给发行人及其子公司；为加快布局基层诊疗机构，开拓乡镇卫生院等第三终端市场，恩威制药许可参股子公司恩威锐邦无偿使用注册商标专用权；为满足融资需求，发行人子公司恩威制药与关联方之间存在转贷及开具无真实交易背景票据的情形，上述关联交易均未侵害发行人利益；

报告期内，发行人不存在向关联方进行利益输送的情形；

2、首轮问询回复/首次更新招股说明书与首轮问询回复（更新 2020 年财务数据）/第二次更新招股说明书不一致的原因在于第二轮问询回复暨第一轮回复问询回复（更新 2020 年年报）时的报告期已不包括 2017 年及发行人 2017 年、2018 年向道源电商销售的产品种类不同导致的；首轮问询回复（更新 2020 年财务数据）/第二次更新招股说明书与第二轮问询回复不一致的原因系第二轮问询回复遗漏了“通过道源电商”；

2017 年、2018 年，发行人通过道源电商销售的产品少部分终端客户为发行人、发行人控股股东及其控制的其他企业的员工，上述发行人、发行人控股股东及其控制的其他企业的员工从道源电商购买发行人产品系出于个人或家庭自用需求进行的零星购买行为，零星购买金额合计 1.05 万元，资金来源为自有资金；

为保证历次问询回复信息披露内容的一致性、避免引起投资者的误导，发行人已对招股说明书披露内容进行修改；

发行人产品主要为非处方中成药及化学药，产品最终用户为个人消费者，报告期内，存在发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工出于家庭或个人自用需求通过各零售药店或线上平台等渠道购买公司产品的情形，即存在除道源电商外的其他经销商的终端客户为公司或公司控股股东及其控制的其他企业的员工的情形。不存在公司、公司董监高、恩威集团、公司实际控制人以任何形式的直接或间接的强制要求发行人、控股股东及其控制的其他企业的员工购买的情形，相关购买情形具有商业实质，无需调整相关财务数据；

3、发行人已在招股说明书中披露预计发行人与恩威锐邦后续关联交易的增长情况及交易金额，截至 2021 年 6 月 30 日，预计 2021 年全年与恩威锐邦发生的关联交易金额约为 570 万元；发行人和恩威锐邦的合作是正常的商业行为，相关交易的定价公允，报告期内、2021 年（预计）与恩威锐邦的关联销售金额占比较小，发行人对恩威锐邦不构成重大依赖，收入贡献主要来自于无关联关系的客户，因此，与恩威锐邦的关联交易情况不会对发行人的持续经营产生重大不利影响；发行人已就关联交易对发行人独立性持续经营能力的影响在招股说明书中进行风险提示；

4、报告期内，发行人向无偿授权使用商标供应商的相关产品采购价格系发行人与供应商在参考生产成本、各自合理利润率等基础上协商确定，定价公允，不存在利益输送情形；

5、部分控股股东、实际控制人控制的其他公司报告期内存在业绩亏损情况；报告期内，不存在控股股东、实际控制人控制的其他公司为发行人垫付成本费用情况；报告期内，不存在发行人员工或前员工为发行人主要客户或供应商的股东或担任发行人主要客户或供应商董监高的情形，亦不存在发行人主要客户或供应商由发行人员工或前员工控制的情形；

三、申报会计师说明

（一）说明发行人及控股股东员工购买发行人产品事项是否具有经济实质，发行人相关收入确认是否合理合规

发行人产品主要为非处方中成药及化学药，产品最终用户为个人消费者，根据发行人、发行人控股股东及其控制的其他企业员工填写的专项调查问卷，部分发行人、发行人控股股东及其控制的其他企业的员工出于家庭或个人自用需求通过各零售药店或线上平台等渠道购买发行人产品，涉及金额合理，具有商业实质；发行人上述产品的销售收入在相关商品的控制权转移给客户时（2020 年 1 月 1 日之前为相关商品的风险报酬已转移给客户）实现确认，收入确认合理合规。

问题 11 关于资金核查

申报文件及前期问询回复显示，存在发行人、发行人控股股东员工通过各零售药店或线上平台等渠道购买发行人产品的情形。

请保荐人、申报会计师按照《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 54 的要求说明：

（1）对发行人及其控股股东、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、主要采购人员等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况，包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量及占比、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等。

（2）核查中是否存在异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关账户与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实。

（3）结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，并就发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见。

【回复】

一、申报会计师说明

(一) 对发行人及其控股股东、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、主要采购人员等开立或控制的银行账户流水的具体核查情况,包括但不限于资金流水核查的范围、核查账户数量及占比、取得资金流水的方法、核查完整性、核查金额重要性水平、核查程序、异常标准及确定程序、受限情况及替代措施等

1、资金流水核查的范围、核查账户数量及占比

结合发行人所处经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据水平及变动趋势、所处经营环境等因素,申报会计师对资金流水核查范围进行了慎重考量。申报会计师对发行人及其子公司、包括持股 5%以上股东在内的发行人主要关联方以及发行人实际控制人、董事(不含独立董事)、监事、高管、关键岗位人员及上述人员直系亲属(包括父母、配偶、年满 18 周岁的子女,下同)报告期内的全部共计 462 个银行账户的资金流水并进行了核查。具体核查情况如下:

序号	与发行人关系/职务	核查主体	核查账户数量	资料获取情况
1	发行人及其子公司	恩威医药及恩威制药、江西恩威等 7 家公司	32	报告期内银行流水、银行开户清单、企业信用报告
2	发行人主要关联方	包括持股 5%以上股东恩威集团、成都瑞进恒、成都泽洪、成都杰威在内的 26 家公司	88	报告期内银行流水、银行开户清单、企业信用报告
3	实际控制人及其直系亲属	薛永新、薛永江、薛刚、薛维洪 4 人及其直系亲属	128	报告期内银行流水、关于银行账户完整的声明
4	发行人其他董事(不含独立董事及实际控制人担任的董事)、监事、高管、关键岗位人员及其直系亲属	董事:庄严; 监事:曾凡祥、杜长宏、刘利; 高管:周爱群、陈磊、胡大伟; 财务经理、出纳、电商财务、销售经理、销售总监、市场经理、电商采购及采购经理合计 9 位关键岗位人员; 上述人员直系亲属	214	报告期内银行流水、关于银行账户完整的声明
合计	-	-	462	-

2、取得资金流水的方法和核查完整性

（1）取得资金流水的方法

对于发行人及其子公司的资金流水，申报会计师陪同相关企业人员到银行打印获取；对于其他相关方提供的资金流水，由各方分别去银行打印后交给申报会计师。

（2）核查完整性

对于法人或合伙企业的银行账户，通过取得银行账户开户清单、企业信用报告等文件核对账户的完整性；对于自然人的银行账户，申报会计师通过获取自然人出具的关于银行账户完整的声明、利用云闪付 APP 复核已开立账户情况，与报告期内自然人的银行转账记录和个人账户之间互转记录进行交叉核对等方式，确认银行账户的完整性。

3、核查金额的重要性水平

（1）发行人及其子公司：选取单笔 5 万元作为大额资金流水的核查标准；

（2）包括持股 5%以上股东在内的发行人主要关联方：选取单笔 5 万元作为大额资金流水的核查标准；

（3）自然人：报告期内对于发行人及其主要相关方中的自然人，确定其流水核查的重要性水平为单笔 5 万元。

4、核查程序

（1）对发行人资金管理相关内控制度进行测试，分析制度的设计和执行是否存在重大缺陷；

（2）获取发行人及其子公司、包括持股 5%以上股东在内的发行人主要关联方的已开立银行账户清单，并与公司账面记录的银行账户进行核对，以确认账户信息的完整性；

（3）对发行人及其子公司报告期内各期末的银行账户余额进行函证；

（4）获取发行人及其子公司报告期内银行流水、现金日记账、银行日记账、

包括持股 5%以上股东在内的发行人主要关联方报告期内银行流水、对报告期内的各银行账户流水超过重要性水平的收支进行双向核对,关注相关关联方在报告期内是否与发行人及其子公司有异常资金往来,是否存在体外资金循环的情形;

(5) 根据银行流水中显示的交易对方的名称与发行人报告期内的全部客户与供应商的名称及主要客户和供应商的实际控制人、股东、董事、监事、高管的名称进行了交叉核对。检查记账凭证、银行转账凭证、银行对账单三者金额、交易对方的名称是否一致。若为销售收款,检查交易对方是否为发行人真实客户;若为采购付款,检查交易对方是否为发行人真实供应商。若交易对方为个人,检查该个人是否为关联方或主要客户、供应商的实际控制人、股东、董事、监事、高管,检查交易性质是否具备合理性。关注发行人与股东、董事、监事、高管等相关重要人员是否存在异常往来;

(6) 针对未达到重要性水平的交易,重点关注发行人与关联方进行的资金往来,通过获取完整的关联方清单,在序时账中进行检索核查公司是否与关联方有异常往来;

(7) 访谈发行人及主要相关方,确认是否存在体外资金循环形成销售回款等异常资金往来情形;

(8) 通过获取实际控制人、董事(不含独立董事)、监事、高管、关键岗位人员及其直系亲属出具的关于银行账户完整的声明、利用云闪付 APP 复核已开立账户情况,与报告期内自然人的银行转账记录和个人账户之间互转记录进行交叉核对等方式,确认银行账户的完整性;

(9) 获取报告期内实际控制人、董事(不含独立董事)、监事、高管、关键岗位人员及其直系亲属的资金流水,检查是否存在大额异常取现、大额异常收支的情况,检查是否存在代替发行人承担成本费用的情况,并获取其不存在为恩威医药股份有限公司及其子公司虚构收入和代垫成本费用的承诺;

(10) 获取报告期内实际控制人、董事(不含独立董事)、监事、高管、关键岗位人员及其直系亲属的资金流水,确认是否存在大额异常情况,是否存在与发行人股东的往来情况,并结合资金流水的汇款用途等情况,核查是否存在股份

代持情形。

5、异常标准及确定程序

（1）查看相关人员是否存在大额取现、大额支付等异常情形；

（2）比对其是否与发行人全部客户、供应商，主要客户和供应商的实际控制人、股东、董监高存在大额频繁资金往来；

（3）比对其是否与发行人股东、发行人员工或其他关联自然人存在大额频繁资金往来；

若存在上述情形，逐笔进行核查，核查其个人账户的实际归属、资金来源及其合理性，并取得相应支撑性材料。

6、受限情况及替代措施

（1）受限情况

发行人独立董事冯建、漆小川、闫雯因不参与公司实际经营以及流水涉及个人隐私，未提供银行流水。

（2）替代措施

1）通过对发行人及其子公司报告期内银行流水、现金日记账、银行日记账等的核查，关注独立董事及其控制或任董事、监事、高级管理人员的关联法人在报告期内与发行人及其子公司是否存在大额异常资金往来；

2）通过对发行人主要相关方报告期内的银行资金流水的核查，关注独立董事及其控制的或任董事、监事、高级管理人员的关联法人在报告期内与发行人的主要相关方是否存在大额异常资金往来。

(二) 核查中是否存在异常情形，包括但不限于是否存在大额取现、大额收付等情形，是否存在相关账户与发行人客户及其实际控制人、供应商及其实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来；若存在，请说明对手方情况，相关个人账户的实际归属、资金实际来源、资金往来的性质及合理性，是否存在客观证据予以核实

申报会计师获得上述 462 个银行账户的银行流水，并将上述银行流水中的交易对方名称与发行人报告期内的全部客户和供应商的名称及主要客户和供应商的实际控制人、股东、董事、监事、高管的名称进行了交叉核查，并对银行流水中的大额取现、大额收付情况进行了逐笔核查，核查结果如下：

1、发行人及子公司资金流水核查情况

申报会计师获得了发行人及其子公司报告期内合计 32 个银行账户的银行流水，对报告期内各年度单笔 5 万元以上的银行流水进行了重点核查，具体核查情况如下：

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	资金收入	资金支出	资金收入	资金支出	资金收入	资金支出	资金收入	资金支出
核查笔数（笔）	1,277	975	1,935	1,536	1,138	1,349	1,157	1,178
核查金额（万元）	105,513.93	106,658.33	111,081.56	113,603.45	136,165.95	134,240.39	130,565.34	127,190.03
银行流水总额（万元）	109,164.64	108,379.90	118,413.50	116,850.45	136,627.51	137,166.88	132,085.00	129,636.01
核查比例	96.66%	98.41%	93.81%	97.22%	99.66%	97.87%	98.85%	98.11%

经核查，发行人及子公司不存在异常交易的情形；除日常经营收取/支付的销售/采购款外，发行人及子公司大额资金流水主要为银行贷款及还款、支付工资、缴纳税款、政府补助等与日常经营活动相关的事项，与发行人及子公司生产经营活动、资产购置等相匹配。

2、包括持股 5%以上股东在内的发行人主要关联方资金流水核查情况

申报会计师获得了包括持股 5%以上股东恩威集团、成都瑞进恒、成都泽洪、成都杰威在内的 26 家发行人主要关联方报告期内合计 88 个银行账户的银行流水，对报告期内各年度单笔 5 万元以上的银行流水进行了重点核查，具体核查情况如下：

类别	核查标准	重点核查笔数（笔）
包括持股 5%以上股东在内的发行人主要关联方	全部流水逐笔核查，重点核查其中 5 万元以上交易	9,152

经核查，发行人主要关联方不存在异常交易的情形。

3、实际控制人资金流水核查情况

申报会计师获得了薛永新、薛永江、薛刚、薛维洪 4 位实际控制人共计 76 个银行账户的资金流水并进行了核查，剔除上述人员各自内部账户资金往来的具体核查情况如下：

单位：万元

核查主体	核查账户数量	大额资金流入		大额资金流出		备注
		笔数	合计金额	笔数	合计金额	
薛永新	10	29	247.19	19	265.86	流入：工资 224.64 万元、提取公积金 9.03 万元、养老金退费 7.64 万元、报销款 5.88 万元 流出：亲属转款 258.00 万元、购房款 7.86 万元
薛永江	12	108	6,040.02	31	5,753.84	流入：与关联公司的资金往来 4,832.78 万元（其中 3,630.65 万元用于昌都杰威特出资）、理财赎回 500.00 万元、工资 348.31 万元、朋友往来款 250.00 万元、出资款退回 42.71 万元、存现 40.00 万元、分红 16.22 万元、亲属转款 10.00 万元 流出：昌都杰威特出资 3,630.65 万元、与关联公司的资金往来 1,243.40 万元、公司员工借款 242.71 万元、取现 230.00 万元、家庭及个人支出款 212.00 万元、购买离职员工合伙企业份额款 189.08 万元、朋友往来款 6.00 万元
薛刚	33	42	759.86	36	780.32	流入：亲属转款 530.00 万元、与关联公司的资金往来 132.00 万元、工资 63.86 万元、存现 34.00 万元 流出：保险理财 420.01 万元、还房贷 192.61 万元、亲属转款 141.70 万元、朋友往来款 10.00 万元、与关联公司的资金往来 16.00 万元
薛维洪	21	83	6,059.12	60	5,923.49	流入：个人贷款 2,000.00 万元、与关联公司的资金往来 1,836.34 万元、理财赎回 1,539.08 万元、亲属转款 666.70 万元、购房定金 10.00 万元、朋友往来款 7.00 万元 流出：与关联公司的资金往来 2,290.26 万元、购买理财保险 1,772.46 万元、归还贷款 1,500.00 万元、亲属转款 281.90 万元、个人消费 42.50 万元、朋友往来款 14.96 万元、房租 11.40 万元、退购房定金 10.00 万元
合计	76	262	13,106.19	146	12,723.51	-

（1）大额收付情况

报告期内实际控制人的大额资金收付主要包含个人账户和家庭内部互转、亲戚朋友间往来款、对投资的除发行人外的其他企业的往来款、保险投保、理财、股权投资和分红、个人贷款、个人及家庭支出等内容。申报会计师查阅了交易内容，通过对实际控制人的访谈确认、款项比对和消费记录资料等多种方式，查验了相关交易的真实性，未发现异常的大额收付情形。

截至本回复报告签署日，实际控制人报告期内发生的大额资金支出（单笔50万元以上）未收回的具体情况如下：

单位：万元

姓名	时间	金额	往来方	往来方身份	往来原因
薛永江	2018年6月04日	300.00	成都成华城东医院有限公司	实际控制的其他企业	资金拆借
	2018年6月13日	200.00			
薛维洪	2019年11月7日	500.00	成都泽洪创意广告传媒有限公司	实际控制的其他企业	资金拆借

经核查，不存在发行人实际控制人报告期内大额资金支出流向供应商、客户的情形。

（2）大额取现情况

报告期内，实际控制人的大额取现情况如下：

单位：万元

姓名	支出类型	时间	金额	说明
薛永江	大额取现	2020 年 5 月 9 日	90.00	薛永江于 2020 年 5 月至 6 月合计取现 230 万元，其中 190 万元用于房屋装修改造、40 万元用于婚礼支出及家庭日常开支等，申报会计师对薛永江进行了访谈，确认了上述取现资金的用途及资金去向，并取得了房产证、装修改造合同、装修款收据及施工现场照片等。
		2020 年 6 月 24 日	70.00	
		2020 年 6 月 26 日	70.00	
合计			230.00	

（3）与客户及供应商的大额往来情况

申报会计师就薛永新、薛永江、薛刚、薛维洪4位实际控制人银行流水中的交易对方名称与发行人报告期内的全部客户和供应商名称及主要客户和供应商

的实际控制人、股东、董事、监事、高管名称进行了交叉核查，并对实际控制人进行了访谈，未发现与客户、供应商存在大额资金往来情况。

(4) 与董事、监事、高管及其他员工间的大额往来情况

报告期内，实际控制人与发行人董事、监事、高管及其他员工的大额往来情况如下：

姓名	时间	金额（万元）		往来方	说明
		支出	收入		
薛永江	2018年2月8日		30.00	谢*琼	系薛永江将个人现金交由员工代为存入银行卡
	2018年7月9日	42.71		*磊	借款给*磊用于向昌都杰威特出资，截至本回复报告签署日*磊已还清
	2018年7月12日	200.00		*业	借款给*业用于归还对外投资借款，截至本回复报告签署日*业已还清

申报会计师就上述资金往来，对往来双方进行了访谈，核查资金往来的背景情况和合理性，了解资金流向，未见异常情形，并获取了员工借款的借条、出资的支付凭证、对外投资合同、对外投资借款及还款的银行凭证以及资金往来双方出具的与发行人生产经营无关，不存在为发行人垫付费用、承担成本和其他利益输送等情形的承诺。

除上述所列情形外，实际控制人不存在其他与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人董事、监事、高管及其他员工或其他关联自然人的大额频繁资金往来的情形。

4、发行人其他董事、监事、高管、关键岗位人员资金流水核查情况

申报会计师获得了报告期内其他董事（不包括独立董事及实际控制人担任的董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员的 104 个银行账户的银行流水并进行核查。获取了本人出具的相关银行账户完整的声明。剔除上述人员各自内部账户资金往来的具体核查情况如下：

单位：万元

核查主体	与发行人关系/职务	核查账户数量	大额资金流入		大额资金流出		备注
			笔数	合计金额	笔数	合计金额	
庄严	董事、副总裁	7	5	72.40	2	88.00	流入：亲属转款 46.40 万元、存现 26.00 万元 流出：亲属转款 88.00 万元
曾凡祥	监事会主席	5	1	8.52	1	10.00	流入：亲属转款 8.52 万元 流出：亲属转款 10.00 万元
杜长宏	监事	3	0	-	0	-	-
刘利	职工代表监事	3	1	6.05	3	32.00	流入：预支工会采购款 6.05 万元 流出：亲属转款 25.00 万元、归还备用金 7.00 万元
周爱群	副总裁、董事会秘书	9	6	195.10	7	247.00	流入：理财赎回 195.10 万元 流出：购买理财 247.00 万元
陈磊	副总裁	7	45	1,051.41	43	1,054.71	流入：亲属转款 390.00 万元、理财赎回 340.00 万元、朋友往来款 120.78 万元、存现 74.03 万元、合伙企业分红 83.89 万元、向薛永江借款 42.71 万元用于合伙企业出资（截至本回复报告签署日已还清） 流出：购买理财 360.00 万元、朋友往来款 340.00 万元、亲属转款 312.00 万元、合伙企业出资款 42.71 万元
胡大伟	财务总监	12	4	21.50	1	5.00	流入：理财赎回 10.00 万元、车位处置 6.50 万元、亲属转款 5.00 万元 流出：购买理财 5.00 万元
*英	财务经理	6	40	710.02	49	676.83	流入：理财赎回 535.54 万元、朋友往来款 125.75 万元、亲属转款 43.73 万元、住院费退回 5.00 万元 流出：购买理财 523.08 万元、朋友往来款 124.75 万元、亲属转款 21.00 万元、预交住院费 8.00 万元
林*梅	电商财务	7	23	142.01	27	187.40	流入：理财赎回 126.01 万元、亲属转款 16.00 万元 流出：购买理财 187.40 万元
谢*琼	财务出纳（2021 年 3 月已离职）	7	5	85.54	4	50.50	流入：存现 45.45 万元（代配偶存款）、理财赎回 40.10 元 流出：取现 40.00 万元（代配偶取款）、购买理财 10.50 万元
*辉	销售经理	7	13	289.05	12	329.24	流入：亲属转款 166.88 万元、理财赎回 42.15 万元、房产处置 27.00 万元 流出：购买房产 139.10 万元、购买理财 96.80 万元、归还个人贷款 47.00 万元、亲属转款 30.00 万元、购车款 16.34 万元
*红	销售总监	13	64	1,950.99	50	1,860.96	流入：理财赎回 1,069.51 万元、亲属转款 379.33 万元、合伙企业退伙款 287.22 万元、朋友往来款 204.00 万元、合伙企业分红 5.91 万元、存现 5.00 万元

							流出：购买理财 1,411.60 万元、亲属转款 399.36 万元、朋友往来款 50.00 万元
赵*男	市场经理	7	14	109.50	10	129.00	流入：亲属转款 77.50 万元、预支备用金 20.00 万元、收回投资款 12.00 万元 流出：购房款 57.00 万元、亲属转账 42.00 万元、受让合伙企业份额款 30.00 万元
杨*涵	电商采购	4	1	8.90	3	15.39	流入：亲属转款 8.90 万元 流出：购房款 10.00 万元、购车款 5.39 万元
刘*华	采购经理	5	4	22.26	3	69.49	流入：报销款 12.26 万元、存现 10.00 万元 流出：取现 10.00 万元、亲属转款 59.49 万元
*雯	财务出纳	2	1	20.00	0	-	流入：亲属转款 20.00 万元 流出：无
合计		104	227	4,693.25	215	4,755.52	-

截至本回复报告签署日，不存在发行人其他董事（不包括独立董事及实际控制人担任的董事）、监事、高管、关键岗位人员报告期内发生的大额资金支出（单笔 50 万元以上）未收回的情况。

报告期内，发行人其他董事（不包括独立董事及实际控制人担任的董事）、监事、高管以及关键岗位人员的大额收付及取现交易主要为个人账户和家庭内部互转、工资奖金、理财、股权投资和分红等内容，不存在异常大额取现、大额支付等情形，不存在与发行人客户及实际控制人、供应商及实际控制人、发行人股东、发行人其他员工或其他关联自然人的大额频繁异常资金往来。

5、发行人实际控制人、其他董事、监事、高管、关键岗位人员直系亲属资金流水核查情况

对于发行人实际控制人、其他董事（不包括独立董事及实际控制人担任的董事）、监事、高管、关键岗位人员直系亲属个人银行流水，选取单笔 5 万元作为大额资金流水核查的标准，剔除上述人员各自内部账户资金往来的核查情况如下：

单位：万元

关联关系	核查主体	大额资金流入			大额资金流出		
		笔数	合计金额	流入概况	笔数	合计金额	流出概况
实际控制人薛永新的直系亲属	配偶刘*玉、父亲薛*成	181	11,733.98	理财赎回及保费退回（7,545.63 万元）、亲属转款、房产处置、与关联公司	190	12,718.50	购买保险理财（8,041.99 万元）、亲属转款、与关联公司的资金往来、取现

				的资金往来、朋友往来款、租金、提取公积金、存现（6.00 万元）			（131.00 万元）、朋友往来款、购房款、个人消费
实际控制人薛永江的直系亲属	配偶* SOPHIA	3	31.00	亲属转款、工资奖金、存现	0	0.00	-
实际控制人薛刚的直系亲属	配偶*静	23	741.97	亲属转款、理财赎回、与关联公司的资金往来、存现（64.00 万元）	13	534.71	亲属转款、购买保险理财、取现（36.50 万元）
实际控制人薛维洪的直系亲属	配偶*薇	47	1,178.59	理财赎回、亲属转款、朋友往来款、房产处置、租金、存现（20.00 万元）	31	1,346.30	购买理财、亲属转款、朋友往来款
董事、副总裁庄严的直系亲属	配偶*静、儿子庄*丁、母亲邓*玉	8	290.64	亲属转款、存现（40.00 万元）、公积金提取	3	241.11	购房、亲属转款
监事会主席曾凡祥的直系亲属	配偶刘*萍、儿子*悦、母亲宋*华	2	21.00	亲属转款	1	20.30	归还贷款本息
监事杜长宏的直系亲属	配偶*静、女儿*恒、母亲杨*华	1	5.03	保险理赔	1	5.00	取现
职工代表监事刘利的直系亲属	配偶王*实、儿子王*恒、母亲刘*珍	3	31.00	亲属转款、存现（5.00 万元）	3	49.43	购房款、取现（10.00 万元）
副总裁、董事会秘书周爱群的直系亲属	配偶牛*龄、女儿牛*菲	1	6.54	养老金	1	6.00	个人消费
副总裁陈磊的直系亲属	配偶何*兰、父亲陈*琪、母亲*萍	59	1,467.29	理财赎回、亲属转款、朋友往来款、存现（37.98 万元）	43	1,236.36	购买理财、亲属转款、朋友往来款、取现（13.00 万元）
财务总监胡大伟的直系亲属	配偶郝*俊、父亲胡*超、母亲刘*英	2	10.35	工资	3	20.50	亲属转款
财务经理*英的直系亲属	配偶陈*庆、母亲蔡*桂	71	1,426.30	理财赎回、亲属转款、朋友往来款	83	1,514.12	购买理财、亲属转款
电商财务林*梅的直系亲属	配偶*商、父亲林*祥、母亲钟*芳	5	35.47	贷款发放、理财赎回	5	35.12	归还贷款本息、购买理财
财务出纳谢*琼的直系亲属	配偶*华、母亲苏*华	11	134.81	朋友往来款、工资、预支备用金、亲属转款	7	63.49	购买理财、购车款、朋友往来款、取现（5.00 万元）
销售经理*辉的直系亲属	配偶廖*兰、女儿吴*玲	39	440.43	朋友往来款、亲属转款、工资奖金、公积金提取、理财	42	389.15	朋友往来款、购房款、亲属转款、归还贷款、购买

				赎回、贷款发放、存现 (13.14 万元)			理财
销售总监*红的 直系亲属	配偶吴*忠、 父亲刘*波、 母亲张*娥、 儿子吴*阔	3	36.00	亲属转款	1	10.00	亲属转款
市场经理赵*男的直系亲属	配偶唐*丹、 母亲苑*霞、 父亲*明	16	345.77	贷款发放、存现(32.17 万元)、亲属转款、房产处置	23	337.43	购房款、亲属转款、个人消费
电商采购杨*涵的直系亲属	父亲*宏、母亲李*莉	0	0	-	1	5.00	取现
采购经理刘*华的直系亲属	配偶左*蓉、 女儿刘*邑、 父亲刘*平	17	560.50	亲属转款、朋友往来款、与关联公司的资金往来、存现(71.00 万元)	16	419.09	朋友往来款、亲属转款、取现(105.00 万元)、个人及家庭消费
财务出纳*雯的直系亲属	配偶*寅、父亲钟*民	2	31.60	房产处置、亲属转款	2	39.56	亲属转款、归还贷款

截至本回复报告签署日，发行人实际控制人、其他董事（不包括独立董事及实际控制人担任的董事）、监事、高管、关键岗位人员直系亲属报告期内发生的大额资金支出（单笔 50 万元以上）未收回的具体情况如下：

单位：万元

姓名	时间	金额	往来方	往来方身份	往来原因
*薇（实际控制人薛维洪的配偶）	2018 年 6 月 5 日	100.00	何*兰	副总裁陈磊的配偶	用于陈磊归还 2017 年出资昌都圣威时的对外借款，截至本回复报告签署日，何*兰已归还 10.00 万元

报告期内，发行人实际控制人、其他董事（不包括独立董事及实际控制人担任的董事）、监事、高管、关键岗位人员直系亲属大额取现（单笔 50 万元以上）的具体情况如下：

单位：万元

姓名	时间	金额	用途
刘*玉（实际控制人薛永新的配偶）	2019 年 10 月 17 日	70.00	用于家庭开支
左*蓉（采购经理刘*华的配偶）	2018 年 7 月 16 日	100.00	用于房屋装修支出

经核查，不存在发行人实际控制人、其他董事（不包括独立董事及实际控制

人担任的董事）、监事、高管、关键岗位人员直系亲属报告期内大额资金支出流向供应商、客户的情形。

（三）结合上述情况，进一步说明针对发行人是否存在资金闭环回流、是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用、是否存在股份代持等情形所采取的具体核查程序、各项核查措施的覆盖比例和确认比例、获取的核查证据和核查结论，并就发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险发表明确意见

1、发行人是否存在资金闭环回流

申报会计师根据银行流水中显示的交易对方的名称与发行人报告期内的全部客户与供应商的名称及主要客户和供应商的实际控制人、股东、董事、监事和高管的名称进行了交叉核对。若为销售收款，检查交易对方是否为发行人真实客户；若为采购付款，检查交易对方是否为发行人真实供应商。若交易对方为个人，检查该个人是否为关联方或主要客户、供应商的实际控制人，检查交易性质是否具备合理性。

经核查，申报会计师认为，发行人不存在资金闭环回流的情况。

2、发行人是否存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用

申报会计师查阅了实际控制人、发行人主要关联方、董事（不含独立董事）、监事、高管及关键岗位人员的银行账户清单及银行流水，针对部分大额支付检查交易对方是否为供应商及其实际控制人或客户及其实际控制人。关注发行人与股东、董事、监事、高管等相关重要人员是否存在异常往来。我们取得了发行人董事、监事和高管出具的是否存在代收客户款项或支付供应商款项的说明。

经核查，申报会计师认为，发行人不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用。

3、发行人是否存在股份代持

申报会计师检查了报告期内实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高管、关键岗位人员的资金流水，确认是否存在大额异常情况，是否存在与发行人

股东的往来情况，并结合资金流水的汇款用途等情况，核查是否存在股份代持情形；获取了发行人股东历年的增资入股资料，包括增资协议、股权转让协议、银行回单、公司章程、验资报告等，核查发行人报告期内是否存在股份代持情况；

经核查，申报会计师认为，发行人不存在股份代持的情况。

4、发行人内部控制是否健全有效、发行人财务报表是否存在重大错报风险

根据《中华人民共和国会计法》和《上市公司内部控制指引》结合公司实际情况，发行人制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作制度》、《关联交易管理制度》、《投资管理制度》、《全面预算管理制度》、《管理费用报销制度》、《销售费用报销制度》、《长期资产管理制度》、《采购管理规程》、《销售结算管理制度及流程》等制度用于规范公司管理，申报会计师已经出具《内部控制鉴证报告》（XYZH/2021CDAA30268），申报会计师认为公司于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制。发行人财务报表不存在重大错报风险。

经核查，申报会计师认为，发行人内部控制健全有效，发行人财务报表不存在重大错报风险。

（以下无正文）

（本页无正文，为《信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）关于恩威医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第三轮审核问询函的回复》之签字盖章页。

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

谢宇春



中国注册会计师：

张小容



中国 北京

2021 年 12 月 24 日