

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 的第四轮审核问询函之回复报告



保荐机构（主承销商）



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 1 月 16 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四轮审核问询函》（审核函〔2022〕010058 号）（以下简称“问询函”）已收悉，中信证券股份有限公司作为保荐人（主承销商），与发行人、发行人律师、申报会计师对问询函所列问题认真进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与《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》（申报稿）中的含义相同。

本回复报告的字体：

黑体：	问询函所列问题
宋体：	对问询函所列问题的回复
楷体：	对招股说明书披露内容的引用
楷体加粗：	招股说明书补充披露或修改的内容

目 录

问题 1 关于创业板行业定位	4
问题 2 关于商标纠纷	20
问题 3 关于行业政策及医保目录调整	27
问题 4 关于资金流水核查	34
问题 5 关于营业收入	39
问题 6 关于销售费用	98

问题 1 关于创业板行业定位

申报文件显示，发行人未在招股说明书中充分说明符合创业板定位情况。

请发行人：

（1）结合报告期内经营业绩及复合增长情况、主要竞争优势等因素，进一步说明未来经营业绩是否具有可持续性 & 成长性。

（2）结合获得的技术奖项荣誉、报告期内研发费用及占比、研发费用复合增长情况、核心技术对应产品收入、研发人数及占比、发明专利、在研药品及技术等情况，进一步说明发行人的研发能力及能否支撑发行人持续经营。

（3）结合药品研发生产对应核心技术、研发平台情况、与主要竞争对手技术对比等因素，说明公司相关核心技术短期内是否存在被淘汰或替代风险。

（4）结合主要药品与竞品对比情况、市场竞争格局、行业政策影响等因素，进一步说明核心技术对应药品的市场空间和市场容量情况，主要药品市场份额及市场需求是否存在大幅下降风险。

请保荐人发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明

（一）结合报告期内经营业绩及复合增长情况、主要竞争优势等因素，进一步说明未来经营业绩是否具有可持续性 & 成长性

1、报告期内公司经营业绩稳步上升

报告期内，公司主营业务收入和扣非后归母净利润如下所示：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	最近三年复合增长率
	金额	变化率	金额	变化率	金额	
主营业务收入	67,578.65	7.10%	63,096.81	2.52%	61,548.05	4.78%
扣非后归母净利润	8,455.11	5.73%	7,996.77	13.72%	7,032.08	9.65%

报告期内，公司主营业务收入和扣非后归母净利润均保持持续、稳步增长，其中，2019 年至 2021 年公司主营业务收入的复合增长率为 4.78%，扣非后归母

净利润的复合增长率为 9.65%。

2、报告期内公司产品结构持续优化

自设立以来，公司始终专注于妇科产品、儿科用药和呼吸系统用药等领域，拟以自主研发、联合研发、购买品种等方式不断丰富妇科系列产品，并积极开发儿科用药和呼吸系统用药，逐步形成了覆盖生殖系统、消化系统、呼吸系统及补益类等领域的多元化产品群。

随着公司产品线的增加和市场推广力度的加强，报告期内，公司的产品结构和收入结构也在持续优化。其中，公司妇科产品收入实现小幅增长，呼吸系统用药受新冠肺炎疫情影响尚未完全恢复到期初水平，而儿科用药和其他产品的收入增速高于公司整体收入增速，导致公司儿科用药和其他产品的收入占比呈现上升趋势，进一步优化了公司产品结构和收入结构。报告期内，公司按照产品分类的收入结构如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
妇科产品	37,983.75	56.21%	37,479.80	59.40%	36,164.35	58.76%
儿科用药	10,475.98	15.50%	8,911.74	14.12%	9,409.74	15.29%
呼吸系统用药	9,921.24	14.68%	9,955.40	15.78%	10,163.65	16.51%
其他产品	9,197.69	13.61%	6,749.87	10.70%	5,810.32	9.44%
合计	67,578.65	100.00%	63,096.81	100.00%	61,548.05	100.00%

在妇科产品领域，公司独家品种洁尔阴洗液首创中成药领域妇科新品类，并陆续开发出洁尔阴泡腾片、洁尔阴软膏等独家品种以及草本抑菌洗液、女性护理液等新产品，便于消费人群的选择和使用。凭借公司深耕妇科领域多年塑造的品牌优势、渠道优势和质量优势，报告期内公司妇科产品收入仍在稳步增长，且其 2018 年至 2020 年的复合增速高于同期我国城市零售终端妇科炎症中成药的市场增速。

因此，公司在妇科产品、儿科用药和呼吸系统用药等领域已形成较为丰富的产品线，随着公司产品线的增加和市场推广力度的加强，公司的妇科产品、儿科用药和其他产品的收入均在稳步增长，且儿科用药和其他产品收入占比呈现上升趋势，公司的产品结构和收入结构得到进一步优化。

3、公司的主要竞争优势

公司在中成药及化学药的研发、生产和销售领域深耕多年，已具备以下优势：

（1）全国性营销网络、突出的零售终端覆盖及维护能力

公司通过多年来对市场的不断拓展和精耕细作，建立了覆盖 31 个省市自治区、约 6 万家零售药店的全国性营销网络体系。在商业渠道方面，公司与九州通、国药控股、华润医药等国内大中型优质商业公司建立长期稳定的合作关系，通过其商业配送体系共同构建全国性的终端配送销售网络；在连锁药店方面，公司与高济医疗、国大药房、大参林、益丰药房、老百姓、一心堂等全国百强连锁建立紧密的合作关系，实现对全国重点零售市场的深度覆盖；在单体药店及诊所方面，公司补充覆盖商业渠道和连锁药店覆盖不足的区域，通过自有销售团队，直接维护累计约 6 万家零售药店。

受益于公司突出的零售终端覆盖及维护能力，2015 年至 2020 年，公司的洁尔阴洗液产品在中国城市零售药店妇科炎症中成药领域的市场份额连续排名第一。

（2）消费者和行业信赖的品牌

公司始终以“忠实于科学，追求卓越品质，提升生命质量”为企业使命，赢得社会的广泛赞誉，核心产品“洁尔阴洗液”作为全国知名的独家品种在妇科炎症用药领域也积累较高知名度。公司一向重视对品牌形象的建设，多年来不断通过媒体、终端等形式进行推广，持续提升消费者的信赖度和品牌美誉度，培育出“恩威”、“力克舒”和“好娃友”等多个知名名牌，洁尔阴洗液和复方银翘氨敏胶囊等产品更是成为零售药店经营必备品牌产品之一。

公司产品及商标取得的荣誉称号如下：

序号	名称	荣誉称呼	颁奖单位
1	恩威牌洁尔阴洗液	四川名牌产品	四川省人民政府
2	力克舒商标	四川省著名商标	四川省工商行政管理局
3	好娃友商标	四川省著名商标	四川省工商行政管理局
4	金栀洁龈含漱液	2010 年成都市地方名优产品推荐目录	成都市扶持名优产品领导小组
5	洁尔阴洗液、洁尔阴泡腾片、复方氨酚烷胺片、	2012 年成都市地方名优产品推荐目录	成都市扶持名优产品领导小组

序号	名称	荣誉称呼	颁奖单位
	山麦健脾口服液等		
6	洁尔阴洗液	中国驰名商标	中国市场品牌监督管理委员会
7	洁尔阴洗液	2020-2021 年中国家庭常备药上榜品牌	家庭医生在线与新生代市场监测机构
8	洁尔阴洗液	2021 版药店经营必备 600 个品牌名单	中康 CMH
9	复方银翘氨敏胶囊	2021 版药店经营必备 600 个品牌名单	中康 CMH

（3）聚焦核心发展领域，不断丰富品种

公司打造了结构多元、梯次清晰的产品线，共持有妇科、儿科、呼吸、补益、口腔、心脑血管、肝胆、皮肤科等八大领域 50 个药品批准文号，其中公司洁尔阴洗液、洁尔阴泡腾片、山麦健脾口服液、金栀洁龈含漱液等 17 个产品系全国独家品种。

在妇科产品领域，公司拥有洁尔阴洗液、洁尔阴泡腾片、洁尔阴软膏、化瘀舒经胶囊、清经胶囊、益母草颗粒等 13 个妇科用药，形成较为完整的妇科产品体系，其中，洁尔阴洗液产品在中国城市零售药店妇科炎症中成药领域的市场份额连续多年排名第一；在儿科用药领域，公司拥有山麦健脾口服液、化积口服液、婴儿健脾口服液、小儿止咳糖浆、小儿咳喘灵颗粒、小儿氨酚黄那敏颗粒等多个儿科用药，根据米内网中国城市零售药店终端数据库显示，公司山麦健脾口服液、化积口服液在零售终端市场拥有较好的市场地位；在呼吸系统用药领域，公司还拥有藿香正气合剂、藿香正气胶囊、复方银翘氨敏胶囊、咳喘宁颗粒及复方氨酚烷胺片等 11 个呼吸系统用药。

公司可根据市场需求动态调整产品销售组合，发挥生产、销售及品牌推广的规模优势，以有效满足市场和消费者的多元化需求。

（4）先进的生产工艺、完备的质量管理体系

公司始终秉承“全员参与，坚持改进，持续创新，满足需求，造福人类”的质量方针，形成了完善的中药制造技术体系，建立了较为完善的质量管理体系。公司始终坚持持续创新、不断改进生产工艺及更新生产设备，逐步推进以真空带式干燥和干法制粒为代表的先进生产工艺，提高了生产效率及产品质量。

公司制定了高于国家或行业标准的内部质量标准，在供应商管理、原辅料采

购、到货验收、检测、合格放行、生产领用、使用、过程清洁、仪器仪表校验、人员操作、设备操作、中间产品质量控制、成品检测、成品放行、质量风险管控等方面制定了操作标准、管理标准和技术标准，确保产品生产的整个质量管控过程有据可依、有章可循。公司采用先进的设备对生产过程中的质量进行控制，在合剂生产线增加全自动灯检设备，漏检率较人工灯检的漏检率低；在颗粒剂、洗剂等生产线上增加了在线称重检测设备，确保了药品装量的精准。

（5）经验丰富、管理创新及凝聚力出色的管理团队

公司拥有一支经验丰富、管理创新和凝聚力出色的优秀管理团队。公司管理团队对医药产业政策、市场发展规律有深刻的理解力和敏锐的洞察力，具有丰富的医药行业管理经验，确保引领公司稳健、可持续性的发展。

综上，报告期内，公司经营业绩稳步上升，且收入结构和产品结构持续优化；公司还塑造和建立了销售优势、品牌优势、产品线优势、质量管理优势和管理团队优势，公司未来经营业绩具有可持续性和成长性。

（二）结合获得的技术奖项荣誉、报告期内研发费用及占比、研发费用复合增长情况、核心技术对应产品收入、研发人数及占比、发明专利、在研药品及技术等情况，进一步说明发行人的研发能力及能否支撑发行人持续经营

1、公司获得的技术奖项荣誉

公司及其产品获得的技术奖项荣誉如下：

序号	名称	荣誉称呼	颁奖单位
1	洁尔阴洗液	中医药科学技术进步奖二等奖	国家中医药管理局
2	益气解毒法抗呼吸道病毒研究与应用	四川省科学技术进步奖三等奖	四川省人民政府
3	恩威制药技术中心	四川省企业技术中心	四川省经济和信息化委员会、四川省科学技术厅等

2、报告期内发行人的研发情况

报告期内，发行人的研发费用及其占比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用	432.48	484.23	440.26
营业收入	67,969.68	63,416.14	62,067.02

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用占营业收入比	0.64%	0.76%	0.71%

报告期内，公司研发费用投入金额分别为 440.26 万元、484.23 万元和 432.48 万元，主要用于研发硝呋太尔制霉菌素阴道软胶囊、艾拉戈克钠片等新产品；除产品研发外，公司还持续进行现有产品的工艺升级和改造工作，部分生产技术人员亦参与工艺升级过程，以降低公司生产过程中的能耗，提高生产效率和产品质量。

公司设立了研发中心，负责开展新产品的研发以及现有产品的工艺、剂型、标准作用机理研究等工作；还设有恩威制药技术中心（四川省企业技术中心），并与成都中医药大学等合作展开中医药领域的技术研发工作。

截至报告期末，公司共有专职研发人员 13 人，占公司生产技术人员比例为 2.33%，其中 2 人拥有硕士及以上学历；鉴于公司紧密围绕现有产品进行工艺升级、生产技术改良等工作，生产技术人员亦为工艺升级提供一定的技术支持工作。

截至本回复报告出具日，公司主要在研项目情况如下：

序号	项目名称	研发目标	治疗领域
1	丹贞颗粒改干法制粒	工艺由沸腾制粒变更为干法制粒，以降低能耗、提高生产效率	适用于阴虚血热所致的月经提前，月经量多、色鲜红的辅助治疗
2	小儿咳喘灵颗粒改干法制粒	工艺由沸腾制粒变更为干法制粒，以降低能耗、提高生产效率	用于上呼吸道感染引起的咳嗽
3	硝呋太尔制霉菌素阴道软胶囊	获得该药品的上市许可持有人资格（即获得本品注册证书）	用于治疗细菌、滴虫、念珠菌引起的外阴、阴道感染和混合性阴道细菌感染
4	艾拉戈克钠片	获得该药品的上市许可持有人资格（即获得本品注册证书）	用于治疗与子宫内膜异位症相关的中度至重度疼痛（痛经）
5	洁尔阴软膏变更接触药物包材	直接采用阴道给药器进行灌装产品，方便患者用药	用于治疗湿热下注所致的阴痒，带下，症见阴部瘙痒，带下量多，色黄有味等；也适用于非特异性外阴炎、滴虫性阴道炎、念珠菌性阴道炎见上述症状者
6	以乾坤宁为基础的消毒产品开发	完成消毒产品备案	适用于皮肤、阴部粘膜、口腔粘膜的抑菌
7	硝酸益康唑栓变更辅料供应商工艺、质量对比研究	降低产品不良反应发生率	用于治疗念珠菌性外阴阴道病
8	乾坤宁片治疗湿热感冒研发	获得该药品的上市许可持有人资格（即获得本品注册证书）	用于治疗湿热壅滞证感冒，常见症状有：身热口渴，咳嗽、痰粘或黄痰、肢体倦怠、酸楚，头痛，胸闷、腹胀，脘痞呕恶，便溏不爽，舌红苔黄腻，脉濡数或滑数

公司在研项目既包括硝呋太尔制霉菌素阴道软胶囊、艾拉戈克钠片和乾坤宁片及衍生消毒产品等产品研发，未来可以有效扩充公司产品线，增强公司品牌效应，还包括干法制粒等生产工艺方面的改进和升级，以进一步降低能耗、提高生产效率。

3、发行人的核心技术及产业化成果

公司的核心技术主要包括独家产品制备技术和新生产工艺技术，具体情况如下：

类型	核心技术名称	应用产品	对应专利
独家产品制备技术	洁尔阴洗液生产工艺	洁尔阴洗液	发明专利：一种洁尔阴洗液成品质量的鉴别方法
	山麦健脾口服液生产工艺	山麦健脾口服液	发明专利：治疗小儿厌食症的中药
	丹芍通脉颗粒生产工艺	丹芍通脉颗粒	非专利技术
	芪苓益气片生产工艺	芪苓益气片	非专利技术
新生产工艺技术	真空带式干燥技术	六味地黄胶囊、复方银翘氨敏胶囊	非专利技术
	合剂外包装连线生产技术	山麦健脾口服液、藿香正气合剂	非专利技术
	颗粒剂连线生产技术	小儿氨酚黄那敏颗粒、小儿咳喘灵颗粒、丹芍通脉颗粒、丹贞颗粒、芪苓益气颗粒、丹莪颗粒、益母草颗粒、三七脂肝颗粒	非专利技术
	片剂、胶囊剂包装连线生产技术	复方银翘氨敏胶囊、复方氨酚烷胺片、六味地黄胶囊、化癥舒经胶囊、清经胶囊、藿香正气胶囊	非专利技术
	洗剂包装连线生产技术	洁尔阴洗液	非专利技术
	洗液袋装规格生产技术	洁尔阴洗液	非专利技术

报告期内，公司核心技术应用产品产生的销售收入分别为 49,309.03 万元、47,401.79 万元和 49,580.16 万元，占公司主营业务收入的比重分别 80.11%、75.13% 和 73.37%，占比下降的一方面原因系新冠肺炎疫情导致呼吸系统用药收入产生波动，另一方面原因系公司其他产品收入增加带动公司整体营业收入增加所致。

综上，公司研发紧密围绕妇科产品、儿科用药和呼吸系统用药领域，持续进行研发投入；公司设置了研发中心，并配备专职研发人员开展研发工作，生产技术人员亦为工艺升级改造提供一定的技术支持；公司掌握的核心技术应用产品产生的销售收入占比较高，并通过持续产品研发有效扩充公司产品线，借助工艺升级提升公司生产效率，未来公司产品线有望进一步丰富，公司研发能力可有效支

撑发行人持续经营。

(三) 结合药品研发生产对应核心技术、研发平台情况、与主要竞争对手技术对比等因素，说明公司相关核心技术短期内是否存在被淘汰或替代风险

1、公司药品研发生产对应的核心技术

公司药品研发生产过程中应用的核心技术及其先进性如下：

类型	核心技术名称	技术简介	技术先进性
独家产品制备技术	洁尔阴洗液生产工艺	处方药材提取（同时收集芳香水）收集提取液，经真空浓缩得清膏，与辅料乳化、混合配制而成	公司独家产品
	山麦健脾口服液生产工艺	处方药材提取（同时收集芳香水）收集提取液，经真空浓缩得清膏，经醇沉、水沉后与辅料混合配制而成	公司独家产品
	丹芍通脉颗粒生产工艺	处方药材提取（同时收集挥发油）收集提取液，经真空浓缩、干燥得清膏及浸膏粉，制粒而成	公司独家产品
	芪苓益气片生产工艺	处方药材提取收集提取液，经真空浓缩、干燥得浸膏粉，制粒、压片、包衣而成	公司独家产品
新生产工艺技术	真空带式干燥技术	采用一种连续进料、连续出料形式的接触式真空干燥设备，待干燥物料通过布料机构摊铺在若干条干燥带上，降压干燥后从另一端剥离，经过粉碎即得干膏粉	具有较高智能化、自控化水平，可连续进料、连续出料；真空度高、物料沸点低，提高效率、降低能耗，有效保护热敏性成分；操作简便，易于控制
	合剂外包装连线生产技术	实现自动灯检、贴签、制托入托、装盒连线生产	相较于传统手工或单机生产，提高产品生产效率，降低人工工作强度，产品质量得到进一步提升
	颗粒剂连线生产技术	实现颗粒分装（带自动称重检测、剔废）、装盒（带自动称重）、束带连线生产	
	片剂、胶囊剂包装连线生产技术	实现泡罩（带成像检测、剔废）、枕包、装盒（带自动称重）、束带连线生产	
	洗剂包装连线生产技术	实现灌装、旋盖、喷码（带成像检测、剔废）、装盒连线生产	
	洗液袋装规格生产技术	采用条带包装的形式快速生产洁尔阴洗液产品	相较于瓶装规格，条带包装的洁尔阴洗液方便携带、使用方便

2、研发平台情况

公司设立了研发中心并依托恩威制药技术中心（四川省企业技术中心），重点围绕妇科产品、儿科用药和呼吸系统用药等领域开展产品研发，主要研发目标是丰富公司现有产品线，增强销售过程中的协同效应和品牌效应。

与此同时，公司还注重对现有生产工艺进行升级和改造，计划将固体制剂生产的湿法制粒与一步制粒等传统制粒技术升级为干法制粒，将喷雾干燥技术全面升级为真空带式干燥技术，并在药品制造设备方面开展进一步智能化和现代化提升。为进行工艺升级改造，公司制定技措技改管理规程和设备变更管理规程等相关内控制度，工艺变更和升级通过立项、评审、批准、实施及验收后方可正式投入使用。

公司与同行业可比公司的研发策略对比如下：

主要竞争对手	研发方向	主要研发内容
葵花药业	贯彻“买、改、联、研、代”的研发战略，继续以儿科和妇科产品为中心，获得以适应症闭环的产品组合、以满足公司整体未来发展	（1）产品研发：开展化学仿制药一致性评价工作；研发新的化学药产品； （2）现有产品的提档升级工作，例如公司热销产品小葵花露储存条件变更、雪梨止咳糖浆由处方药变为非处方药等。
千金药业	以女性健康产品研发为主要方向	（1）研发方面：推进化学药产品的一致性评价工作，加大古典名方的基础研究和临床研究等工作； （2）生产方面：通过工艺升级、改进设备设施、优化生产组织方式等创新性措施，提高生产效率。
华润三九	创新运用中西医科学技术，专注高质量医药健康产品创新研发和智能制造	（1）新产品研发方面，在肿瘤、骨科、皮肤、呼吸等领域进行产品布局； （2）中医药传承创新方面，关注中药经典名方、配方颗粒标准及药材资源的研究； （3）产品力提升方面，围绕大品种加强药材资源、生产工艺、质量标准、临床循证医学等研究，从质量提升、工艺稳定、质量可控、智能化和精益化生产、安全有效等方面进行提升。
葫芦娃	坚持以中药现代化为目标，运用现代科技、设备和创新路径，推动公司核心中成药制剂的标准化	（1）产品研发：加大研发投入及优化研发体系，不断扩充各治疗领域的品种储备，包括儿科中药创新药、新品种项目的推进，以及对中药经典名方的立项开发等； （2）现有中药品种的二次开发、化学药品的质量和疗效一致性评价工作。

根据上表的对比分析，发行人与同行业可比公司的研发策略基本一致，一方面加强对新产品的研发工作，进一步扩充公司产品线；另一方面加强对现有产品质量、生产工艺的提升工作，以提高生产效率和产品质量。

3、公司与主要竞争对手技术对比

针对公司的独家产品制备技术，洁尔阴洗液、山麦健脾口服液、丹芍通脉颗粒和芪苓益气片均系公司独家产品。通过国家药监局网站检索查询，公司主要竞

争对手未取得上述产品的药品注册批件。

在新生产工艺技术方面，真空带式干燥技术、合剂外包装连线生产技术、颗粒剂连线生产技术、片剂、胶囊剂包装连线生产技术、洗剂包装连线生产技术和洗液袋装规格生产技术等系公司在生产经营过程中开发出的新生产工艺和技术。通过公开途径检索，公司主要竞争对手葵花药业、千金药业、华润三九和葫芦娃未披露其相应的核心技术；但是，真空带式干燥技术同时被亚宝药业（600351.SH）、红日药业（300026.SZ）列为自身中药产品的关键生产技术之一，属于行业普遍、较为先进的中药生产工艺和技术。

综上，公司设立研发中心并依托恩威制药技术中心（四川省企业技术中心），围绕妇科产品、儿科用药和呼吸系统用药等领域开展产品研发和新生产工艺升级，掌握了独家产品制备技术和行业普遍、较为先进的新生产工艺技术，短期内不存在被淘汰或替代风险。

（四）结合主要药品与竞品对比情况、市场竞争格局、行业政策影响等因素，进一步说明核心技术对应药品的市场空间和市场容量情况，主要药品市场份额及市场需求是否存在大幅下降风险

1、公司主要产品与竞品对比

公司的妇科产品和儿科用药与竞品相比存在一定的优势，且报告期内公司妇科产品和儿科用药收入合计占公司主营业务收入的比例在 70%以上。

（1）妇科产品

公司妇科产品主要为洁尔阴洗液，其与竞品比较情况如下：

产品名称	主要生产企业	功能主治	优劣势分析
红核妇洁洗液	山东步长神州制药有限公司	【功能】解毒祛湿，杀虫止痒。 【主治】用于湿毒下注之阴痒、带下；霉菌性阴道炎和非特异性阴道炎见上述证候者。	1、独家品种； 2、市场知名度较高。
复方黄松洗液	广西源安堂药业有限公司	【功能】清热燥湿，祛风止痒。 【主治】用于湿热下注所致的阴部瘙痒，或灼热痛，带下量多，色黄；霉菌性、滴虫性阴道炎及外阴炎见以上证候者。	1、独家品种； 2、品牌知名度较低。
洁尔阴洗液	恩威制药	【功能】清热燥湿、杀虫止痒。 【主治】1、主治妇女湿热带下。症见阴部瘙痒红肿，带下量多，色黄或如豆渣状，口苦口干，尿黄便结。适用于霉	1、独家品种； 2、市场知名度较高； 3、适应症更广

产品名称	主要生产企业	功能主治	优劣势分析
		菌性、滴虫性阴道炎见上述症状者。2、用于下述皮肤病：湿疹（湿热型）、接触性皮炎（热毒夹湿型）、体股癣（风湿热型）。	泛。

根据上表分析，公司洁尔阴洗液不仅可用于治疗多种外阴阴道炎症，还可用于治疗以瘙痒为主要表现的多种皮肤疾病，适应症更加广泛。

（2）儿科用药

公司儿科用药主要包括化积口服液和山麦健脾口服液，与竞品比较情况如下：

产品名称	主要生产企业	功能主治	优劣势分析
化积口服液	江西诚志永丰药业有限责任公司	【功能】健脾导滞，化积除痞。 【主治】用于脾胃虚弱所致的痞积，症见面黄肌瘦、腹胀腹痛、厌食或食欲不振、大便失调。	1、国家首批中药保护品种； 2、消导类，偏重于儿童厌食症并营养不良； 3、OTC 甲类，医保乙类。
小儿健脾化积口服液	贵州益佰制药股份有限公司	【功能】益气健脾，消食化积。 【主治】适用于脾虚夹滞所致的不思饮食，精神不振，形体消瘦，大便干结等症的辅助治疗。	1、独家品种； 2、偏重脾虚夹滞所致的不思饮食； 3、处方药，非医保。
小儿健脾丸	北京同仁堂股份有限公司同仁堂制药厂	【功能】健脾，和胃，化滞。 【主治】用于小儿脾胃虚弱引起的消化不良，不思饮食，大便溏泻，体弱无力。	1、多家企业生产； 2、丸剂作用较缓，儿童服用不方便； 3、OTC 甲类，非医保。
小儿厌食颗粒	内蒙古惠丰药业有限公司	【功能】健脾和胃，理气消食。 【主治】本品适用于小儿脾虚厌食、乳食停滞、面色少华、脘腹时痛等症。	1、独家品种； 2、处方药，非医保。
化积口服液	江西恩威	【功能】健脾导滞，化积除痞。 【主治】用于脾胃虚弱所致的痞积，症见面黄肌瘦、腹胀腹痛、厌食或食欲不振、大便失调。	1、国家首批中药保护品种； 2、好娃娃品牌知名度较高，系四川省知名品牌； 3、市场占有率高 4、OTC 甲类，医保乙类。
山麦健脾口服液	恩威制药	【功能】消食健脾，行气和胃。 【主治】用于饮食积滞所致的小儿厌食症。	1、公司独家品种； 2、好娃娃品牌知名度较高，系四川省知名品牌； 3、OTC 甲类，非医保。

根据上表分析，公司化积口服液和山麦健脾口服液与其他公司生产的化积口服液、小儿健脾化积口服液、小儿健脾丸及小儿厌食颗粒等，在功能主治方面各有偏重，口服液剂型较之丸剂、颗粒剂具有服用方便、作用直接的优势；与此同时，公司两个产品均使用“好娃友”商标，好娃友系四川省知名品牌，市场知名度较高，且山麦健脾口服液系公司独家品种，更具品牌优势。

2、公司主要产品市场竞争格局

根据米内网中国城市零售药店终端数据库，在妇科炎症中成药领域，公司洁尔阴洗液的市场占有率连续多年排名第一。我国城市零售药店终端妇科炎症中成药市场的竞争格局如下：

产品	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
洁尔阴洗液	9.11%	9.81%	10.20%	9.68%	10.48%	10.77%
保妇康栓	6.62%	7.22%	7.52%	7.33%	7.98%	7.98%
妇科千金片	6.03%	6.96%	6.93%	7.15%	7.22%	7.97%
妇炎康片	5.42%	5.61%	6.04%	6.83%	6.98%	6.80%
红核妇洁洗液	4.25%	5.57%	5.94%	6.18%	5.43%	5.26%

注：数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，2021 年数据尚未公布。

在儿科用药领域，公司产品化积口服液和山麦健脾口服液均属于儿科厌食症中成药领域。根据米内网中国城市零售药店终端数据库，化积口服液是常用儿科厌食症中成药之一，国内仅有发行人和江西诚志永丰药业有限责任公司两家生产；山麦健脾口服液亦是常用儿科厌食中药品牌，系公司独家产品。

根据米内网中国城市零售药店终端数据库，复方银翘氨敏胶囊是常用的感冒用药中成药之一，其中 2020 年公司复方银翘氨敏胶囊占整个复方银翘氨敏胶囊细分市场的 51.97%；复方氨酚烷胺片是最常用的感冒用化学药之一，占感冒药化学药的市场占有率为 13.67%，其中公司在复方氨酚烷胺片细分市场排名第四。

3、市场空间和市场容量

（1）妇科炎症中成药领域

根据米内网中国城市零售药店终端数据库，我国妇科炎症中成药行业市场规模及行业增速如下：

单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
妇科炎症中成药规模	229,501	225,099	213,663	198,857
增速	-	-1.92%	-5.08%	-6.93%

注：数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，统计口径为妇科炎症中成药在中国城市零售药店的年度销售额，2021 年数据尚未公布。

（2）儿科用药

根据米内网中国城市零售药店终端数据库，我国儿科厌食症中成药行业市场规模及行业增速如下：

单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
儿科厌食症中成药规模	65,300	71,929	76,733	78,293
增速	-	10.15%	6.68%	2.03%

注：数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，统计口径为儿科厌食症中成药在中国城市零售药店的年度销售额，2021 年数据尚未公布。

（3）呼吸系统用药

根据米内网中国城市零售药店终端数据库，我国感冒用药市场规模及行业增速如下：

单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年
咳嗽和感冒化学药规模	580,698	556,659	572,261	456,572
增速	-	-4.14%	2.80%	-20.22%
其中：复方氨酚烷胺片	66,672	66,933	75,742	62,422
感冒用药中成药规模	837,067	924,256	993,536	1,098,007
增速	-	10.42%	7.50%	10.52%
其中：复方银翘氨敏胶囊	8,320	9,979	9,598	5,746

注：数据来源于米内网中国城市零售药店终端数据库，统计口径为感冒药在中国城市零售药店的年度销售额，2021 年数据尚未公布。

4、行业政策影响

（1）“两票制”政策不对公司业务增长带来重大不利影响

“两票制”即药品从生产企业到药品流通企业开一次发票，药品流通企业到医疗机构再开一次发票，从而达到规范药品流通秩序、压缩流通环节的目的。2016 年 12 月，国务院医改办、国家卫生计生委等 8 个部委联合印发《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》，要求公立医疗机构药品采购中逐步推行“两票制”，鼓励其他医疗机构药品采购中推行“两票制”；2017年1月，国务院办公厅印发《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》，要求综合医改试点省（区、市）和公立医院改革试点城市要率先推行“两票制”，鼓励其他地区实行“两票制”，争取到2018年在全国推开。

由于“两票制”政策主要针对公立医院及其他医疗机构，而公司产品的主要销售终端为零售药店，因此不会对公司业绩增长带来重大不利影响。

（2）“带量采购”政策不对公司业务增长带来重大不利影响

“带量采购”指在药品集中采购过程中开展招投标或谈判议价时，通过约定采购数量来降低采购单价，从而降低患者药费负担。2018年11月，联合采购办公室发布《4+7城市药品集中采购文件》，在北京、天津、上海、重庆和沈阳、大连、厦门、广州、深圳、成都、西安11个城市（简称4+7城市）的公立医疗机构试点实施集中采购；2019年9月，联合采购办公室发布《联盟地区药品集中采购文件》，在联盟地区（包括山西、内蒙古、辽宁、吉林等，联盟地区4+7城市除外）公立医院机构、部分军队及社会办医疗机构等实施部分药品及相关服务的集中带量采购；2019年12月，联合采购办公室发布《全国药品集中采购文件（GY-YD2019-2）》，在各省（自治区、直辖市）、新疆生产建设兵团实施部分药品的集中带量采购。

由于上述“带量采购”政策主要针对公立医院、部分军队及社会举办医疗机构，而公司产品的主要销售终端为零售药店，且公司主要产品未被纳入带量采购品种目录，因此不会对公司业绩增长带来重大不利影响。

（3）医保目录调整不对公司业务增长带来重大不利影响

根据2021年12月3日国家医保局、人力资源社会保障部关于印发《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录（2021）》的通知（医保发〔2021〕50号），要求各省级医保部门要加快原自行增补品种的消化工作，确保2022年6月30日前完成全部消化任务。洁尔阴洗液未进入最新版国家医保目录，截至本问询回复报告签署之日，洁尔阴洗液不在任何省级医保目录。因此，上述医保

政策不会对公司业务增长带来重大不利影响。

综上，公司主要产品所属市场行业规模稳步增长，公司主要产品亦具有较好的竞争优势，且所在行业主要政策变动不会给公司业绩增长带来重大不利影响，公司市场份额及市场需求不存在因前述行业政策而大幅下降的风险。

二、中介机构核查事项

（一）核查过程

保荐机构进行了如下核查：

1、查阅会计师出具的审计报告，复核公司报告期内收入明细表，分析公司不同产品收入结构和占比；

2、访谈公司董事长，了解公司主要竞争优势，并查阅公司及产品、商标、研发技术取得的相关荣誉称号；

3、复核公司报告期内研发费用金额及其占营业收入比，取得发行人关于在研项目、核心技术及产业化成果的说明；

4、通过公开渠道检索同行业可比公司的研发策略、核心技术应用情况，公开检索公司主要产品的竞品信息，取得米内网中国城市零售药店终端数据；

5、查阅和了解近年来医药行业主要政策变动情况，分析其对发行人业绩影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，公司经营业绩稳步上升，且收入结构和产品结构持续优化；公司还塑造和建立了销售优势、品牌优势、产品线优势、质量管理优势和管理团队优势，公司未来经营业绩具有可持续性和成长性；

2、公司研发紧密围绕妇科产品、儿科用药和呼吸系统用药领域，持续进行研发投入；公司设置了研发中心，并配备专职研发人员开展研发工作，生产技术人员亦为工艺升级改造提供一定的技术支持；公司掌握的核心技术应用产品产生的销售收入占比较高，并通过持续产品研发有效扩充公司产品线，借助工艺升级

提升公司生产效率，未来公司产品线有望进一步丰富，公司研发能力可有效支撑发行人持续经营；

3、公司设立研发中心并依托恩威制药技术中心（四川省企业技术中心），围绕妇科产品、儿科用药和呼吸系统用药等领域开展产品研发和新生产工艺升级，掌握了独家产品制备技术和行业普遍、较为先进的新生产工艺技术，短期内不存在被淘汰或替代风险；

4、公司主要产品所属市场行业规模稳步增长，公司主要产品亦具有较好的竞争优势，且所在行业主要政策变动不会给公司业绩增长带来重大不利影响，公司市场份额及市场需求不存在因前述行业政策而大幅下降的风险；

5、综上，公司未来经营业绩具有可持续性和成长性，其研发能力可有效支撑公司持续经营，掌握的核心技术短期内亦不存在被淘汰或替代的风险，所处行业市场规模稳定增长，不存在因“两票制”、“带量采购”和医保目录调整等政策变动而导致市场需求和份额大幅下降的风险，公司主营业务符合创业板定位。

问题 2 关于商标纠纷

申请文件及问询回复显示，发行人控股股东与洁尔阴繁体商标争议方达成（2020）川 01 民初 6198 号《民事调解书》后补充签订了和解协议。

请发行人：

（1）结合和解协议主要内容，分析说明发行人是否存在再次被商标争议方提起诉讼、仲裁的风险，由控股股东支付和解费的原因及合理性、是否涉及发行人相关会计处理。

（2）结合《首发业务若干问题解答（2020 年 6 月修订）》问题 9 等相关规定要求、控股股东支付和解资金来源、控股股东及实际控制人资产负债情况等情况，说明控股股东、实际控制人是否存在股份质押、股份被司法冻结或强制执行等可能影响控制权稳定性的风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，请申报会计师对问题（1）发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明

（一）结合和解协议主要内容，分析说明发行人是否存在再次被商标争议方提起诉讼、仲裁的风险，由控股股东支付和解费的原因及合理性、是否涉及发行人相关会计处理

1、结合和解协议主要内容，发行人不存在再次被商标争议方提起诉讼、仲裁的风险

（1）（2020）川 01 民初 6198 号《民事调解书》的相关和解协议

2021 年 2 月 20 日，宣瑞林的特别授权代理人张林与恩威集团的特别授权代理人薛永江在四川省成都市签署《和解协议书》。根据《和解协议书》的约定，《和解协议书》经双方签署之日生效，并由四川省成都市中级人民法院以《民事调解书》的形式对协议内容加以确认。

2021 年 2 月 20 日，四川省成都市中级人民法院作出《民事调解书》，对《和

解协议书》内容予以确认。根据《送达回证》，宣瑞林的特别授权代理人张林与恩威集团的特别授权代理人薛永江均于 2021 年 2 月 20 日在四川省成都市签收《民事调解书》。

2021 年 9 月 18 日，宣瑞林因不服四川省成都市中级人民法院作出的（2020）川 01 民初 6198 号《民事调解书》而向四川省高级人民法院提出再审申请，四川省高级人民法院作出（2021）川民申 3668 号《民事裁定书》，四川省高级人民法院认为宣瑞林的再审申请不符合《民事诉讼法》第二百零一条规定的情形，经四川省高级人民法院审判委员会讨论决定，四川省高级人民法院裁定驳回宣瑞林的再审申请。

2021 年 12 月 22 日，因恩威集团根据四川省成都市中级人民法院（2020）川 01 民初 6198 号《民事调解书》向四川省都江堰市人民法院申请执行宣瑞林赔偿款（案号：（2021）川 0181 执 2501 号），宣瑞林与恩威集团签署《协议书》。该《协议书》约定，宣瑞林确认认可四川省成都市中级人民法院出具的（2020）川 01 民初 6198 号《民事调解书》并承诺放弃对该《民事调解书》及其涉及事项提起申请执行、上诉、申诉等一切救济途径和权利。

（2）（2021）粤 03 民初 6165 号民事诉讼的相关和解协议和了结

根据《民事起诉状》及深圳市中级人民法院于 2021 年 9 月 29 日作出的《应诉通知书》和《举证通知书》，宣瑞林向深圳市中级人民法院起诉林为群（被告一）、张东强（被告二）、北京市康达律师事务所（被告三）、恩威集团（被告四）、发行人（被告五）、张林（被告六）、张东瑜（被告七）、薛永江（被告八）、王业（被告九），诉讼请求为：1、判令被告一、被告二、被告三、被告四、被告五共同赔偿原告财产损失人民币 6,000 万元；2、判令被告一、被告二、被告三、被告四、被告五共同承担本案全部诉讼费用；3、判令被告六、被告七、被告八、被告九对以上债务承担连带赔偿责任。深圳市中级人民法院于 2021 年 9 月 17 日立案，案号为（2021）粤 03 民初 6165 号。

2021 年 12 月 22 日，宣瑞林和恩威集团签署《协议书》，双方就（2021）粤 03 民初 6165 号案件达成和解，宣瑞林同意向深圳市中级人民法院提起撤销（2021）粤 03 民初 6165 号民事诉讼案件的申请；根据《深圳市中级人民法院诉

讼材料收转清单》，宣瑞林已于 2021 年 12 月 23 日向深圳市中级人民法院提出撤诉申请。2021 年 12 月 29 日，深圳市中级人民法院作出（2021）粤 03 民初 6165 号《民事裁定书》，准许宣瑞林撤诉。截至本回复报告出具日，恩威集团已根据《协议书》向宣瑞林支付完毕相应款项。

（3）争议商标不存在再审诉讼风险，且发行人再次被商标争议方提起诉讼、仲裁的风险极低

张林作为宣瑞林的特别授权代理人已取得宣瑞林的特别授权，且不存在宣瑞林向法院书面告知变更或者解除张林代理权限的情形，相关特别授权在《和解协议书》《民事调解书》签署及签收前持续有效；《和解协议书》已经宣瑞林特别授权代理人张林签署，《民事调解书》已向宣瑞林特别授权代理人张林送达并由张林签收，《和解协议书》及《民事调解书》对宣瑞林具有法律约束力；截至本回复报告签署日，宣瑞林已在其与恩威集团签署的《协议书》中进一步明确了其认可上述《民事调解书》，并承诺放弃对《民事调解书》及其涉及事项提起申请执行、上诉、申诉等一切救济途径和权利，恩威集团已根据《协议书》向宣瑞林支付完毕相应款项；四川省高级人民法院已裁定驳回宣瑞林对《民事调解书》的再审申请，深圳市中级人民法院已裁定同意（2021）粤 03 民初 6165 号案件撤诉，该两项案件均已了结。综上，截至本回复报告签署日，争议商标不存在再审诉讼风险，且发行人再次被商标争议方提起诉讼、仲裁的风险极低。

2、控股股东支付和解费具有合理性，不涉及发行人相关会计处理

在（2021）粤 03 民初 6165 号案中，宣瑞林主张发行人及其他八名被告恶意串通，在其不知情且表示极力反对和解的情况下，擅自以极其低的金额进行和解，但是发行人非（2020）川 01 民初 6198 号《民事调解书》中的当事人，且根据发行人的说明，发行人不存在与其他八名被告恶意串通并损坏宣瑞林合法利益的情形，因此不应承担和支付恩威集团与宣瑞林之间和解相关费用。

根据《企业会计准则——基本准则》第一章第五条规定“企业应当对其本身发生的交易或者事项进行会计确认、计量和报告”，本次和解系控股股东恩威集团与宣瑞林商议达成，并签署和解协议，因此属于发行人控股股东与第三方之间发生的交易，其支付和解费具有合理性，不涉及发行人相关会计处理。

（二）结合《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题9等相关规定要求、控股股东支付和解资金来源、控股股东及实际控制人资产负债情况等情况，说明控股股东、实际控制人是否存在股份质押、股份被司法冻结或强制执行等可能影响控制权稳定性的风险

《首发业务若干问题解答（2020年6月修订）》问题9规定，“发行条件要求发行人的控制权应当保持稳定。对于控股股东、实际控制人支配的发行人股权出现质押、冻结或诉讼仲裁的，发行人应当按照招股说明书准则要求予以充分披露；保荐机构、发行人律师应当充分核查发生上述情形的原因，相关股权比例，质权人、申请人或其他利益相关方的基本情况，约定的质权实现情形，控股股东、实际控制人的财务状况和清偿能力，以及是否存在股份被强制处分的可能性、是否存在影响发行人控制权稳定的情形等。对于被冻结或诉讼纠纷的股权达到一定比例或被质押的股权达到一定比例且控股股东、实际控制人明显不具备清偿能力，导致发行人控制权存在不确定性的，保荐机构及发行人律师应充分论证，并就是否符合发行条件审慎发表意见。对于发行人的董事、监事及高级管理人员所持股份发生被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形的，发行人应当按照招股说明书准则的要求予以充分披露，并向投资者揭示风险”。

1、控股股东的财务状况，以及支付和解资金的来源

根据恩威集团的说明，恩威集团主要从事投资管理和房屋租赁业务，业务和经营正常开展。根据恩威集团2021年12月财务报表（单体），截至2021年12月末，恩威集团净资产为474,091.80万元，货币资金为2,026.73万元。

为了对宣瑞林支付和解款同时不影响恩威集团的正常业务开展，恩威集团收回了其之前向薛永江的部分借款。根据恩威集团的银行流水，恩威集团支付和解款的主要资金来源包括薛永江向恩威集团归还的部分借款、实际控制人家庭成员自有资金以及发行人分红款等。

2、关于薛永江向控股股东归还借款的进一步说明

鉴于薛永江向恩威集团归还部分借款用于恩威集团支付和解款，保荐人、发行人律师进一步核查了薛永江的还款资金来源。

根据薛永江出具的确认及相关借款协议，薛永江的还款主要来源于薛永江向

其亲属的借款及其个人自有资金。

根据薛永江的确认、银行流水、房屋权属证书、征信报告、发行人的财务报表，薛永江具有偿还上述借款的能力，还款来源包括发行人分红款、名下房产、现金等资产。

为了不对发行人股权产生不利影响，向薛永江借款的亲属承诺，即使未来薛永江未能及时还款，其本人亦自动放弃以司法冻结、强制执行或其他任何方式处置薛永江直接或间接持有的恩威集团股权及发行人股份；其本人与恩威集团、薛永江、恩威集团其他实际控制人、恩威医药及恩威医药其他股东之间，不存在因上述借款事项导致任何争议或纠纷的情形。

截至本回复报告签署日，控股股东、实际控制人持有的发行人股份不存在因上述借款事项被质押、司法冻结、强制执行的情形。

综上，截至本回复报告签署日，控股股东、实际控制人具有支付和解款的能力，控股股东、实际控制人不存在股份质押、股份被司法冻结或强制执行等可能影响发行人控制权稳定性的风险。

二、中介机构核查事项

（一）核查过程

就问题（1），保荐人、发行人律师和申报会计师进行了如下核查：

1、取得了《和解协议书》、四川省成都市中级人民法院出具的《民事调解书》、《送达回证》；查阅了《民事诉讼法》、《最高人民法院关于人民法院民事调解工作若干问题的规定（2020 修正）》、《民法总则》、《民法典》的相关规定；

2、取得了宣瑞林签署的《委托书》、四川省成都市国力公证处作出的（2020）川国公证字第 136304 号《公证书》；查阅了四川省高级人民法院作出的（2021）川民申 3668 号《民事裁定书》；查阅了宣瑞林与恩威集团签署的《协议书》、《深圳市中级人民法院诉讼材料收转清单》以及深圳市中级人民法院作出的（2021）粤 03 民初 6165 号《民事裁定书》。

就问题（2），保荐人和发行人律师进行了如下核查：

- 1、取得了发行人向控股股东支付分红款的财务凭证、发行人财务报表；
- 2、取得了控股股东的银行流水、征信报告、财务报表；取得了实际控制人薛永江的银行流水、房屋产权证书、征信报告；
- 3、取得了薛永江与其亲属签署的借款协议、薛永江出具的书面确认、向薛永江借款的亲属出具的书面确认及承诺；
- 4、取得了发行人及恩威集团的说明；
- 5、通过天眼查、中国执行公开网等公开渠道对控股股东、实际控制人直接或间接持有的发行人股份是否存在股份质押、股份被司法冻结或强制执行情况进行网络核查。

（二）核查意见

就问题（1），经核查，保荐人、发行人律师和申报会计师认为：

张林作为宣瑞林的特别授权代理人已取得宣瑞林的特别授权，且不存在宣瑞林向法院书面告知变更或者解除张林代理权限的情形，相关特别授权在《和解协议书》《民事调解书》签署及签收前持续有效；《和解协议书》已经宣瑞林特别授权代理人张林签署，《民事调解书》已向宣瑞林特别授权代理人张林送达并由张林签收，《和解协议书》及《民事调解书》对宣瑞林具有法律约束力；截至本回复报告签署日，宣瑞林已在其与恩威集团签署的《协议书》中进一步明确了其认可上述《民事调解书》，并承诺放弃对《民事调解书》及其涉及事项提起申请执行、上诉、申诉等一切救济途径和权利，恩威集团已根据《协议书》向宣瑞林支付完毕相应款项；四川省高级人民法院已裁定驳回宣瑞林对《民事调解书》的再审申请，深圳市中级人民法院已裁定同意（2021）粤03民初6165号案件撤诉，该两项案件均已了结。综上，截至本回复报告签署日，争议商标不存在再审诉讼风险，且发行人再次被商标争议方提起诉讼、仲裁的风险极低；由控股股东恩威集团支付和解费具有合理性，不涉及发行人相关会计处理。

就问题（2），经核查，保荐人和发行人律师认为：

截至本回复报告签署日，控股股东、实际控制人具有支付和解款的能力，控股股东、实际控制人不存在股份质押、股份被司法冻结或强制执行等可能影响发

行人控制权稳定性的风险。

问题 3 关于行业政策及医保目录调整

公开信息显示，相关部门近期出台《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》等相关行业政策。申请文件及问询回复显示，2018 年 8 月洁尔阴洗液被调出四川省医保目录，2019 年度四川区域洁尔阴洗液销售金额下降 20.07%。洁尔阴洗液主要竞品红核妇洁洗液从 2017 年 9 月至 2018 年 3 月陆续调入湖北、青海、新疆、西藏、河南、山东的医保目录，2018 年 8 月调入四川省医保目录。洁尔阴洗液平均售价低于红核妇洁洗液。

请发行人：

（1）结合《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》等相关政策主要内容，说明上述政策对发行人持续经营的具体影响，竞争格局、市场需求、经营业绩是否存在重大不利变化。

（2）结合主要竞品调入调出医保目录情况、与主要竞品具体差异情况，进一步说明发行人产品调出医保目录情况下，售价更高的竞品调入地方医保目录的原因及合理性，发行人产品与竞品相比的竞争优势，相关产品收入是否存在大幅下降风险。

请保荐人发表明确意见，请发行人律师对问题（1）发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明

（一）结合《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》等相关政策主要内容，说明上述政策对发行人持续经营的具体影响，竞争格局、市场需求、经营业绩是否存在重大不利变化

1、《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》等相关政策主要内容

2021 年 12 月 30 日，国家医疗保障局、国家中医药管理局发布《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》，意见主要包括以下几点内容：

（1）传承创新发展中医药是新时代中国特色社会主义事业的重要内容，是中华民族伟大复兴的大事，也是打造中医药和西医药相互补充、协调发展的中国特色卫生健康发展模式的必然要求。中医药以其独特优势和作用在抗击新冠肺炎

疫情阻击战中发挥了重要作用。

(2) 加强中医药服务价格管理。建立健全灵敏有度的价格动态调整机制，及时开展调价评估，在医疗服务价格动态调整中重点考虑中医医疗服务项目。鼓励将公立医疗机构采购的中药配方颗粒纳入省级医药集中采购平台挂网交易，促进交易公开透明。

(3) 将适宜的中药和中医医疗服务项目纳入医保支付范围。按规定将符合条件的中药饮片、中成药、医疗机构中药制剂等纳入医保药品目录。将经国家谈判纳入医保目录的中成药配备、使用纳入监测评估。

(4) 完善适合中医药特点的支付政策等。中医医疗机构可暂不实行按疾病诊断相关分组（DRG）付费，对已经实行 DRG 和按病种分值付费的地区，适当提高中医医疗机构、中医病种的系数和分值，充分体现中医药服务特点和优势。鼓励定点中医医疗机构在其诊疗范围内承担医保门诊慢特病的诊疗，充分发挥中医药在慢特病防治中的作用。

综上，本次《指导意见》对传承创新发展中医药的重要性、中医药的独特优势进行了肯定，从支付端加大了中医药发展的保障和支持力度，满足人民群众对中医药服务的需求，有利于中医药行业持续良好发展。

2、《指导意见》对公司持续经营的影响

公司长期以来从事中成药的研发、生产及销售，专注妇科、儿科以及呼吸系统用药等领域。公司在妇科产品领域深耕多年，核心产品“洁尔阴洗液”在中国城市零售药店妇科炎症中成药领域的市场份额 2015-2020 年连续排名第一。公司主要产品洁尔阴洗液、化积口服液、六位地黄胶囊等均为中成药。

从市场竞争格局来看，根据米内网数据，洁尔阴洗液在 2020 年米内网中国城市零售药店中成药妇科炎症用药中占据 10.77% 的市场份额，排名第一，其次是保妇康栓和妇科千金片。在妇科洗液产品方面，“洁尔阴洗液”主要竞品“红核妇洁洗液”排名第五。洁尔阴洗液在妇科炎症用药领域知名度较高、消费者信赖度较高，终端市场以零售药店为主，红核妇洁洗液在 2020 年米内网中国城市公立医院中成药妇科炎症用药排名第二，市场份额高于洁尔阴洗液，其终端市场则主要面向医院。《指导意见》提到按规定将符合条件的中成药纳入医保药品目

录，考虑到公司核心产品洁尔阴洗液在妇科炎症领域的优势和消费者需求，若未来其被纳入国家医保，可能进一步提升产品竞争力，尤其是在医院市场的竞争力提升。

从市场需求来看，目前公司主要产品以零售药店的需求为主，若在《指导意见》对中药的医保支付政策支持下，公司主要产品未来被纳入国家医保目录，可能进一步提升医院市场对公司产品的需求。

从经营业绩来看，除前述提到的若在《指导意见》对中药的医保支付政策支持下，公司主要产品未来被纳入国家医保目录带来的市场竞争力提升和医院市场需求提升，从而有利于公司销售业绩外，《指导意见》还提到对中药产品价格的动态调整机制，有利于中药产品保持合理价格，从而有利于公司的经营业绩。

综上，《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》的相关政策有利于公司持续经营，不会对其产品的竞争格局、市场需求、经营业绩带来重大不利变化。

（二）结合主要竞品调入调出医保目录情况、与主要竞品具体差异情况，进一步说明发行人产品调出医保目录情况下，售价更高的竞品调入地方医保目录的原因及合理性，发行人产品与竞品相比的竞争优劣势，相关产品收入是否存在大幅下降风险

1、主要竞品调入调出医保目录情况、与主要竞品具体差异情况

2017 年以来，公司核心产品“洁尔阴洗液”与主要竞品“红核妇洁洗液”调入调出医保目录的情况如下：

药品名称	医保目录	医保类别	调入时间	调出时间
洁尔阴洗液	甘肃	乙类	2017 年以前	2021 年 6 月
	广西	乙类	2017 年以前	2017 年 7 月
	安徽	乙类	2017 年以前	2022 年 1 月
	青海	乙类	2017 年以前	2017 年 10 月（过渡期到 2017 年 12 月）
	四川	乙类	2017 年以前	2018 年 8 月
	海南	乙类	2017 年以前	2017 年 8 月
	浙江	乙类	2017 年以前	2017 年 9 月
	新疆	乙类	2017 年 11 月	2022 年 1 月

药品名称	医保目录	医保类别	调入时间	调出时间
红核妇洁洗液	甘肃	乙类	2017 年以前	2020 年 6 月
	海南	乙类	2017 年以前	2017 年 8 月
	河南	乙类	2018 年 1 月	2022 年 1 月
	湖北	乙类	2017 年 9 月	2021 年 3 月
	青海	乙类	2017 年 10 月	2022 年 1 月
	新疆	乙类	2017 年 11 月	2022 年 1 月
	西藏	乙类	2017 年 11 月	2022 年 1 月
	山东	乙类	2018 年 3 月	2022 年 1 月
	四川	乙类	2018 年 8 月	2022 年 1 月

根据 2021 年 12 月 3 日国家医保局、人力资源社会保障部关于印发《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录（2021）》的通知（医保发〔2021〕50 号），要求各省级医保部门要加快原自行增补品种的消化工作，确保 2022 年 6 月 30 日前完成全部消化任务。洁尔阴洗液与红核妇洁洗液均未进入最新版国家医保目录，截至本问询回复报告签署之日，洁尔阴洗液与红核妇洁洗液均不在任何省级医保目录，不存在因洁尔阴洗液不在医保目录但红核妇洁洗液在医保目录导致影响公司产品竞争格局的情形。

公司核心产品“洁尔阴洗液”与主要竞品“红核妇洁洗液”的主要差异如下：

药品名称	洁尔阴洗液	红核妇洁洗液
生产企业	四川恩威制药有限公司	山东步长神州制药有限公司
成份	蛇床子、艾叶、独活、石菖蒲、苍术等	山楂核干馏液
功能主治	清热燥湿，杀虫止痒。1.主治妇女湿热带下。症见阴部瘙痒红肿，带下量多，色黄或如豆渣状，口苦口干，尿黄便结。适用于霉菌性、滴虫性阴道炎见上述症状者；2.用于下述皮肤病：湿疹（湿热型）、接触性皮炎（热毒夹湿型）、体股癣（风湿热型）。	解毒祛湿，杀虫止痒。用于湿毒下注之阴痒、带下；霉菌性阴道炎和非特异性阴道炎见上述证候者。
副作用（不良反应）	个别患者皮损处出现皮肤潮红加重、刺痛等	尚不明确
药品类型	非处方药、中成药	处方药、中成药

2、进一步说明发行人产品调出医保目录情况下，售价更高的竞品调入地方医保目录的原因及合理性，发行人产品与竞品相比的竞争优劣势，相关产品收入是否存在大幅下降风险

（1）洁尔阴洗液调出医保目录，红核妇洁洗液调入地方医保目录主要集中在 2017-2018 年，自 2019 年国家医保目录政策以来，二者产品均未再调入地方医保目录，截至本问询回复报告签署之日，洁尔阴洗液与红核妇洁洗液均不在任何地方医保目录

根据前述洁尔阴洗液与红核妇洁洗液 2017 年调入调出医保目录的情况来看，洁尔阴洗液主要是在 2017 年以前进入地方医保目录，红核妇洁洗液主要在 2017-2018 年调入地方医保目录。国家医保局和人力资源社会保障部 2019 年发布《关于印发〈国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录〉的通知》（医保发【2019】46 号）规定：对于原省级药品目录内按规定调增的乙类药品，应在 3 年内逐步消化。

洁尔阴洗液被调出地方医保目录而竞品红核妇洁洗液被调入地方医保目录主要存在于 2017 年-2018 年各地根据 2017 年国家医保目录进行的调整和增补，其调整和增补的原因主要受各地对本地的临床用药实际发展变化、用药需求、经济水平等综合因素经本地人社部审核批注后决定。

（2）洁尔阴洗液与红核妇洁洗液在不同的终端市场各具优势，其调入调出地方医保目录与其终端市场需求、商业策略等因素相关

洁尔阴洗液为非处方药，其主要终端市场面向零售药店，其在城市零售药店的市场份额高于红核妇洁洗液，且公司产品线以非处方药为主，商业策略上更关注维护零售药店终端；红核妇洁洗液为处方药，其在城市公立医院终端的市场份额高于洁尔阴洗液，其厂商（步长药业（603858.SH）之下属公司）产品线以处方药为主，商业策略上相对更关注维护医院终端，相应地亦更关注维护医保目录相关事宜。综合以上因素，各地对二者药品的调入调出医保目录有所不同。

综上，因存在处方药、非处方药差异及公司与步长药业（603858.SH）商业策略重点不同，导致报告期内存在洁尔阴洗液调出地方医保、竞品红核妇洁洗液调入地方医保的情形，具有商业上的合理意愿及合理性。但自 2019 年以后，根

据相关医保政策，洁尔阴洗液、红核妇洁洗液都陆续被调出地方医保，截至本问询回复报告签署之日，洁尔阴洗液与红核妇洁洗液均不在任何省级医保目录。因此，不会存在因洁尔阴洗液不在医保目录但红核妇洁洗液在医保目录导致影响公司产品竞争格局的情形，不存在因公司核心产品洁尔阴洗液不在医保目录、但竞品红核妇洁洗液在医保目录导致公司核心产品洁尔阴洗液收入大幅下降的风险。

二、中介机构核查事项

（一）核查过程

就问题（1），保荐人与发行人律师进行了如下核查：

1、查阅《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》政策文件及相关政策解读文件；

2、查阅米内网关于公司核心产品洁尔阴洗液及竞品红核妇洁洗液的市场份额数据；

3、向发行人了解《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》对发行人经营业绩的影响。

就问题（2），保荐人进行了如下核查：

1、查阅国家医保目录、地方医保目录相关政策通知，并结合公开信息查阅、向发行人了解其主要产品及竞品所在医保目录调整情况；

2、查阅洁尔阴洗液、红核妇洁洗液说明书，并访谈发行人高管了解洁尔阴洗液与红核妇洁洗液的产品差异及竞争优势，了解其商业策略以及医保目录调整原因及合理性。

（二）核查意见

就问题（1），经核查，保荐人和发行人律师认为：

《关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》的相关政策有利于公司持续经营，不会对公司产品的竞争格局、市场需求、经营业绩带来重大不利变化。

就问题（2），经核查，保荐人认为：

洁尔阴洗液与红核妇洁洗液在不同的终端市场各具优势，其调入调出地方医

保目录与其终端市场需求、商业策略等因素相关。

截至本问询回复报告签署之日，洁尔阴洗液与红核妇洁洗液均已不在各地医保目录，因此，不会存在因洁尔阴洗液不在地方医保目录但红核妇洁洗液在地方医保目录导致影响公司产品竞争格局的情形，亦不会存在因洁尔阴洗液不在地方医保目录但红核妇洁洗液在地方医保目录导致公司核心产品洁尔阴洗液收入大幅下降的风险。

问题 4 关于资金流水核查

申请文件及问询回复显示：

（1）保荐人、申报会计师对发行人相关人员自然人流水核查的重要性水平为单笔 5 万元，前次问询回复中相关人员大额资金支出标准为单笔 50 万元。

（2）报告期内实际控制人、董事、高级管理人员、公司其他关键人员及其近亲属存在大额资金支出或大额取现情况。大额资金支出及大额取现主要用途为“购买理财”“归还贷款”“亲属转款”“个人消费”“朋友往来款”等。

（3）报告期内，发行人实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员直系亲属之间存在大额资金往来情况。

请保荐人、申报会计师：

（1）说明前次回复中大额资金往来及大额取现异常标准与所选取的自然人流水核查的重要性水平标准不一致的原因及合理性。

（2）结合截至目前上述人员对外大额支出尚未收回情况、中介机构具体核查过程及获取的外部客观证据，进一步说明报告期内上述人员资金是否存在最终流向报告期内发行人客户、供应商的情形。

（3）结合现有股东入股时间、入股资金来源等因素，说明报告期内实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员之间资金往来的具体原因及合理性，是否存股份代持或其他利益安排的情形。

【回复】

一、保荐人、申报会计师说明

（一）说明前次回复中大额资金往来及大额取现异常标准与所选取的自然人流水核查的重要性水平标准不一致的原因及合理性

前次回复中，对于发行人及其主要相关方中的自然人，保荐人、申报会计师确定其流水核查的重要性水平为单笔 5 万元。

保荐人、申报会计师在获取实际控制人、董事（不含独立董事及实际控制人担任的董事）、监事、高管、关键岗位人员及上述人员直系亲属（包括父母、配

偶、年满 18 周岁的子女）报告期内的全部银行账户的资金流水后，对报告期内各年度单笔 5 万元以上的银行流水均进行了逐笔核查。

经核查，上述核查对象报告期内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单笔超过 5 万元大额频繁异常资金往来及单笔超过 5 万元的异常大额取现、大额支付等情形。

因报告期内，自然人的收付及取现交易主要为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、工资奖金、个人及家庭支出等内容，保荐人及申报会计师根据上述银行流水核查的情况，在保证核查标准一致性和核查工作完整性的基础上，结合重要性原则，适当的提高了大额资金往来及大额取现情况的披露标准，具备合理性。

（二）结合截至目前上述人员对外大额支出尚未收回情况、中介机构具体核查过程及获取的外部客观证据，进一步说明报告期内上述人员资金是否存在最终流向报告期内发行人客户、供应商的情形

为避免信息披露标准与核查标准不一致可能引起的误解，保荐人及申报会计师将实际控制人、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、关键岗位人员及其直系亲属大额支出尚未收回的披露标准调整到 5 万元，与核查标准保持一致。截至本回复报告签署日，上述人员报告期内单笔 5 万元及以上支出尚未收回情况核查结果如下：

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	用于缴纳税款（400.43 万元）及日常运营
刘*玉（实际控制人薛永新的配偶）	2020 年 10 月 29 日	20.00	张*伟	朋友	购房借款（截至本回复签署日，张*伟已归还 5.00 万元）

保荐人、申报会计师对于涉及上述大额支出的人员进行了访谈，了解其资金流出的背景情况和合理性，了解资金流向，获取其确认的访谈记录、声明及相关客观证据，报告期内，资金流入方与发行人未发生交易或资金往来，未见异常情形。

保荐人、申报会计师将上述人员的个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。

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、关键岗位人员及其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）结合现有股东入股时间、入股资金来源等因素，说明报告期内实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员之间资金往来的具体原因及合理性，是否存股份代持或其他利益安排的情形

1、现有股东入股时间、入股资金来源

截至本回复报告签署日，公司现有股东如下：

股东名称	持股数量（万股）	持股比例
成都恩威投资（集团）有限公司	2,009.00	38.20%
成都杰威企业管理有限公司	870.55	16.55%
成都泽洪企业管理有限公司	870.55	16.55%
成都瑞进恒企业管理有限公司	870.55	16.55%
昌都市杰威特企业管理有限公司	94.90	1.80%
昌都市隆威企业管理合伙企业（有限合伙）	85.47	1.62%
中信证券投资有限公司	84.05	1.60%
昌都市祥威企业管理合伙企业（有限合伙）	76.62	1.46%
金石翊康股权投资（杭州）合伙企业（有限合伙）	73.74	1.40%
昌都市吉威企业管理合伙企业（有限合伙）	62.60	1.19%
昌都市昌威企业管理合伙企业（有限合伙）	59.76	1.14%
昌都市辉威企业管理合伙企业（有限合伙）	56.12	1.07%
昌都市圣威企业管理合伙企业（有限合伙）	45.92	0.87%
合计	5,259.84	100.00%

成都恩威投资（集团）有限公司、成都杰威企业管理有限公司、成都泽洪企业管理有限公司、成都瑞进恒企业管理有限公司、昌都市杰威特企业管理有限公司均为实际控制人薛永新、薛永江、薛刚、薛维洪控制之公司。

中信证券投资有限公司（以下简称“中证投资”）为中信证券的全资子公司，

金石翊康股权投资（杭州）合伙企业（有限合伙）（以下简称“金石翊康”）的执行事务合伙人金石沔沔投资管理（杭州）有限公司和基金管理人青岛金石灏沔投资有限公司亦为中信证券的全资子公司。2018 年 8 月，中证投资和金石翊康对发行人进行增资，保荐人及申报会计师获取了中证投资、金石翊康出具的确认函，以及查阅了中证投资、金石翊康的股东调查表，其中，中证投资的资金来源为中信证券，金石翊康的资金来源系其募集资金，不存在委托持股或其他利益输送安排。

昌都市隆威企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“昌都隆威”）、昌都市祥威企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“昌都祥威”）、昌都市吉威企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“昌都吉威”）、昌都市昌威企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“昌都昌威”）、昌都市辉威企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“昌都辉威”）、昌都市圣威企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“昌都圣威”）的合伙人是发行人及其子公司的中高层管理人员、技术骨干、市场骨干以及其他对恩威医药及其子公司历史上做出重要贡献的人员或该等人员持有 100%股权/财产份额的境内公司/合伙企业，合伙人的出资方式为货币出资，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，不存在其他利益安排。

保荐人及申报会计师查阅了昌都隆威、昌都祥威、昌都吉威、昌都昌威、昌都辉威、昌都圣威的工商查档资料、合伙协议、相关人员的劳动合同，并获取了昌都隆威、昌都祥威、昌都吉威、昌都昌威、昌都辉威、昌都圣威各合伙人提供的出资凭证、银行流水以及书面说明与承诺，上述持股平台各合伙人在持股平台的出资均为其自有资金，不存在股份代持、委托持股等或其他利益安排。

2、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员之间资金往来情况

报告期内，实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员之间资金往来情况如下：

姓名	时间	金额（万元）		往来方	说明
		支出	收入		
薛永江	2021 年 9 月 10 日	-	42.71	*磊	*磊归还用于向昌都杰威特出资的 42.71 万元款项

	2021 年 12 月 20 日	-	200.00	*业	*业归还用于对外投资的 200.00 万元款项
--	------------------	---	--------	----	-------------------------

保荐人和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。

3、是否存在股份代持或其他利益安排的情形

保荐人和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或其他利益安排情形；取得了发行人股东的调查问卷，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或其他利益安排情况；

经核查，保荐人和申报会计师认为，发行人不存在股份代持或其他利益安排的情况。

问题 5 关于营业收入

申请文件及问询回复显示：

（1）发行人主要产品销售数据与米内网披露数据均存在较大差异，主要原因系米内网统计范围差异和样本选取差异。发行人选取同行业可比公司部分产品销售数据与米内网披露数据同样存在一定差异。

（2）最近一期，发行人销售规模 500 万元以上经销商数量和销售金额占比均较报告期前三年有较大下降。

请发行人：

（1）说明存在米内网数据的产品的销售收入及毛利率占比情况，结合米内网统计方法分析数据差异的合理性，结合更长期限的米内网数据和发行人销售数据对比情况说明两者变动趋势是否一致。

（2）结合选取的同行业可比公司产品在销售模式上与发行人产品的差异情况说明相关同行业可比公司产品是否具有可比性，发行人主要产品销售数据与米内网数据存在较大差异是否为行业常见情形。

（3）结合前述差异情况及经销商备货周期、退换货情况、期末存货情况等说明各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，经销商最终销售的真实性；最近一期销售规模 500 万元以上的经销商数量和销售金额占比下降较快的原因及合理性。

（4）结合发行人行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况，说明发行人经销商模式的分类和定义，不同类别、不同层级经销商划分标准，以及采用经销商模式的必要性和商业合理性。

（5）说明发行人经销商模式的相关内控制度（如有），包括但不限于对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、新增及退出管理方法、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）、退换货机制、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）、信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度建立及执行情况以及与经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况，说明相关内控制度设计的合理性及运行的有效性。

(6) 说明发行人经销商客户构成情况及稳定性，是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况及合理性；主要经销商销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性；是否存在经销商持股发行人或发行人通过关联经销商实现销售的情形。

(7) 说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与发行人合作历史等；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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用发行人名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等。

(8) 说明发行人对不同销售模式（直销、经销等）、不同区域（境内、境外等）和不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、毛利率情况；对不同模式、不同区域、不同类别经销商销售价格、毛利率存在显著差异的情况，说明产生差异的原因及合理性。

(9) 说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理；经销商回款方式、应收账款规模合理性。

(10) 说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况；是否存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，如是，请说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并：

(1) 说明对非法人实体经销商采取的核查措施，相关收入的真实性。

(2) 说明针对经销商核查计划制定情况及样本选取标准、选取方法及选取过程（统计抽样、非统计抽样），不同类别的核查数量、金额及占比等，并说明核查中如何针对发行人行业属性和特点，可比公司情况，发行人商业模式，经销

商分层级管理方式，财务核算基础，信息管理系统，发行人产品结构、经销商结构、终端销售结构及其特点等情况完善核查计划。

(3) 说明针对经销商所采取的核查程序、核查方法、核查比例、核查证据及核查结论，包括但不限于内部控制测试、实地走访、分析性复核、函证、抽查监盘、资金流水核查等方法；如未采取前述核查方法，请充分说明原因及采取的替代程序。

(4) 对经销商最终销售的真实性发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明

(一) 说明存在米内网数据的产品的销售收入及毛利率占比情况，结合米内网统计方法分析数据差异的合理性，结合更长期限的米内网数据和发行人销售数据对比情况说明两者变动趋势是否一致

1、存在米内网数据的产品的销售收入及毛利占比情况

报告期内，存在米内网数据的主要产品收入及其占公司主营业务收入比如下：

单位：万元

产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
洁尔阴洗液	32,328.48	47.84%	32,124.39	50.91%	31,429.35	51.06%
化积口服液	5,471.76	8.10%	4,936.20	7.82%	3,832.15	6.23%
六味地黄胶囊	3,376.72	5.00%	2,917.55	4.62%	2,721.81	4.42%
复方银翘氨敏胶囊	2,488.78	3.68%	2,288.61	3.63%	3,712.73	6.03%
复方氨酚烷胺片	2,294.72	3.40%	1,969.58	3.12%	3,517.18	5.71%
合计	45,960.47	68.01%	44,236.33	70.11%	45,213.22	73.45%

报告期内，存在米内网数据的主要产品毛利及其占公司主营业务毛利（不考虑运输费对营业成本的影响）比如下：

单位：万元

产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比

产品	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
洁尔阴洗液	23,600.13	57.92%	24,136.98	61.76%	24,033.36	59.65%
化积口服液	3,172.14	7.79%	3,019.93	7.73%	2,330.28	5.78%
六味地黄胶囊	1,230.42	3.02%	1,126.46	2.88%	1,278.93	3.17%
复方银翘氨敏胶囊	1,413.28	3.47%	1,274.77	3.26%	2,288.73	5.68%
复方氨酚烷胺片	1,012.60	2.49%	788.27	2.02%	1,924.17	4.78%
合计	30,428.57	74.68%	30,346.42	77.65%	31,855.48	79.07%

注：根据新收入准则及财政部《收入准则应用案例——运输服务》等规定，对于与履行合同相关的运输活动，发生在商品的控制转移之前的，不构成单项履约义务，相关支出应作为商品销售成本核算。公司根据上述准则要求对 2020 年涉及项目进行了追溯调整，对合并财务报表中的营业成本和销售费用科目造成一定影响，公司 2020 年、2021 年合并财务报表中营业成本金额将增加，销售费用减少，同时导致综合毛利率和销售费用率有一定程度下降。为保持报告期内各期毛利率分析的可比性，除综合毛利率分析外，其余毛利率分析（分产品、分区域、分销售渠道等）均未考虑运输费调整，下同。

2、米内网统计方法导致数据差异的分析

根据米内网介绍，米内网中国城市实体药店中成药终端数据库的样本城市数量为 166 个，占全国城市数量的 56%，抽取的样本药店销售额占全国总销售额的 16%；然后在分层抽样的基础上进行分层放大至全国所有地级及以上城市实体药店的销售数据，得到全国版零售药店销售数据。

由于米内网中国城市实体药店中成药终端数据库仅包括中国城市实体药店的销售数据，未包括中国城市公立医院、基层社区卫生服务中心的数据，但是由于发行人产品特性、适用人群特征、推广区域差异，导致米内网中国城市实体药店的统计数据与发行人收入存在差异，例如由于妇科疾病在城市和乡镇、农村的发病率不同¹，妇科疾病在农村和基层社区对炎症用药的需求更大，导致米内网中国城市实体药店数据库对洁尔阴洗液整体市场预估偏低，与发行人的产品销售收入存在差异。

3、结合更长期限的米内网数据和发行人销售数据对比情况说明两者变动趋势是否一致

为了降低发行人销售价格（发行人向经销商客户、连锁药店的销售价格）与零售终端销售价格（零售药店向消费者的销售价格）差异带来的误差，改用发行

¹ 城市女职工与农村妇女妇科疾病比较，姚玉萍，《中外医学研究》第 12 卷 第 12 期，2014 年 4 月

人的产品销量与零售终端指导价格的乘积模拟测算发行人“销售收入”，再与米内网统计收入进行比较：

单位：万元

公司产品	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	数据说明
洁尔阴洗液	72,727	65,493	67,005	67,650	产品销量×零售终端指导价格（A）
	21,407	22,384	21,786	23,408	米内网中国城市零售药店终端数据库（B）
差异倍数	3.4	2.9	3.1	2.9	A/B
化积口服液	11,833	11,824	10,750	2,305	产品销量×零售终端指导价格（A）
	1,256	1,138	1,086	254	米内网中国城市零售药店终端数据库（B）
差异倍数	9.4	10.4	9.9	9.1	A/B
复方氨酚烷胺片	8,963	12,988	12,685	11,311	产品销量×零售终端指导价格（A）
	2,938	4,134	4,369	5,487	米内网中国城市零售药店终端数据库（B）
差异倍数	3.1	3.1	2.9	2.1	A/B
复方银翘氨敏胶囊	8,085	9,785	10,307	9,451	产品销量×零售终端指导价格（A）
	2,986	4,077	4,415	3,676	米内网中国城市零售药店终端数据库（B）
差异倍数	2.7	2.4	2.3	2.6	A/B
六味地黄胶囊	10,105	8,319	6,971	3,927	产品销量×零售终端指导价格（A）
	2,954	2,316	1,770	1,943	米内网中国城市零售药店终端数据库（B）
差异倍数	3.4	3.6	3.9	2.0	A/B

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：截至本回复报告出具日，米内网尚未发布 2021 年中国城市零售药店终端数据。

根据上表分析，通过对比模拟测算的发行人“销售收入”与米内网统计收入，已剔除发行人销售价格和零售终端销售价格差异带来的影响，发行人销售数据与米内网统计数据的差异基本稳定，变动趋势基本一致。

(二) 结合选取的同行业可比公司产品在销售模式上与发行人产品的差异情况说明相关同行业可比公司产品是否具有可比性，发行人主要产品销售数据与米内网数据存在较大差异是否为行业常见情形

1、同行业可比公司产品的销售模式

发行人同行业可比公司包括葵花药业、千金药业、华润三九和葫芦娃，其产品的销售模式分别如下：

序号	可比公司	销售模式
1	葵花药业	公司在全国建立超过 400 支省级销售团队，零售市场方面覆盖了除西藏外所有省、市和地区，与全国最优质的经销商和连锁终端广泛合作，通过 KA、直控、商控、电商四大平台的建设，不断扩大终端的覆盖；医院市场方面，向下延伸至县级医院和基层医疗机构，积极拓展基层医疗市场，同时不断开发上量三级以上重点医院。
2	千金药业	千金药业公司的药品生产销售主要采用经销方式中的买断模式。公司目前有合作商业 1,500 余家；与 4,000 多家连锁、40 万多家药店建立了合作关系，与万余家县级以上医院、3 万家基层医疗机构、800 余家三甲医院建立了合作关系。
3	华润三九	公司 OTC 业务采用三级经销商体系，终端覆盖了全国超过 40 多万家药店，其中包含直控药店、连锁药店以及商业覆盖药店。
4	葫芦娃	公司所属销售企业依据国家 GSP 要求，按照产品销售渠道终端、市场推广主体等差异，公司产品销售模式主要分为直销模式、传统经销模式、配送商模式、电商模式。公司通过专业的药品流通渠道，将公司产品覆盖到全国大部分区域的各级医院、基层医疗机构及零售药店等。

根据上表，同行业可比公司未披露针对单个产品的销售模式，但是公司整体均采用经销、直销等销售模式，直接客户包括商业、连锁药店等，终端客户包括零售药店和医疗机构，发行人的销售模式与同行业可比公司具有可比性。

2、发行人主要产品销售数据与米内网数据存在较大差异是否为行业常见情形

根据《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之回复报告》之“问题 5 关于营业收入”的回复说明，发行人主要产品的销售数据与米内网数据存在差异，具体对比情况如下：

单位：万元

产品	2020 年	2019 年	2018 年	数据来源	差异
洁尔阴洗液	32,124	31,429	32,317	招股说明书	公司产品收入偏大
	21,407	22,384	21,786	米内网	
化积口服液	4,936	3,832	3,509	招股说明书	公司产品收

	1,256	1,138	1,086	米内网	入偏大
复方氨酚烷胺片	1,970	3,517	3,508	招股说明书	米内网数据偏大
	2,938	4,134	4,369	米内网	
复方银翘氨敏胶囊	2,289	3,713	3,879	招股说明书	米内网数据偏大
	2,986	4,077	4,415	米内网	
六味地黄丸	2,918	2,722	2,124	招股说明书	公司产品收入偏大
	2,954	2,316	1,770	米内网	

注：米内网数据来源为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，2021 年数据暂未披露。

通过上表可以看出，发行人洁尔阴洗液、化积口服液和六味地黄丸的销售收入大于米内网统计数据，而复方氨酚烷胺片和复方银翘氨敏胶囊的销售收入小于米内网统计数据。

同行业其他公司葫芦娃（605199.SH）和维康药业（300878.SZ）的主要产品亦存在上述差异情形，具体情况如下：

单位：万元

同行业公司	产品	2019 年	2018 年	2017 年	数据来源	差异
葫芦娃 (605199.SH)	小儿肺热咳喘颗粒	25,882	15,497	12,321	招股说明书	2017 年米内网数据偏大，2018-2019 年公司收入偏大
		16,494	13,948	13,435	米内网	
	注射用盐酸溴己新	13,259	10,742	5,125	招股说明书	2017 年米内网数据偏大，2018-2019 年公司收入偏大
		9,629	10,617	7,550	米内网	
	注射用二氯醋酸二异丙胺葡萄糖酸钠	3,688	2,651	855	招股说明书	2017-2018 年米内网数据偏大，2019 年两者基本持平
		3,683	3,631	3,488	米内网	
维康药业 (300878.SZ)	银黄滴丸	10,654	8,593	7,615	招股说明书	公司收入偏大
		9,888	7,236	7,573	米内网	
	益母草	9,279	10,431	4,468	招股说明书	2018 年公司收入偏大，2017 年和 2019 年米内网数据偏大
		9,912	10,045	11,246	米内网	
	人参健脾片	3,274	2,494	2,101	招股说明书	2018 年米内网数据偏大，2017 年和 2019 年公司收入偏大
		2,682	3,272	1,727	米内网	

注 1：葫芦娃小儿肺热咳喘颗粒的米内网数据来源为米内网中国城市零售药店终端数据库，其他产品数据来源为米内网中国城市公立医院数据库；维康药业益母草的米内网数据来源为米内网中国城市公立医院数据库，其他产品数据来源为米内网中国城市零售药店终端数据库；注 2：葫芦娃和维康药业 2020 年年度报告中未披露上述产品的收入；注 3：米内网 2021 年数据尚未公布。

结合上表葫芦娃和维康药业的产品收入与米内网数据对比,可以发现不同产品、不同年度的差异趋势不同,公司产品销售收入不必然大于或小于米内网数据,属于行业常见情况。

此外,针对公司洁尔阴洗液、化积口服液等产品销售数据与米内网数据差异较大的情形,在同行业其他公司中也较为常见。

单位: 万元、亿元 (针对千金药业)

同行业公司	产品	2020 年	2019 年	2018 年	数据来源
发行人	洁尔阴洗液	32,124	31,429	32,317	招股说明书 (A)
		21,407	22,384	21,786	米内网 (B)
		1.50	1.40	1.48	差异倍数 (A/B)
	化积口服液	4,936	3,832	3,509	招股说明书 (A)
		1,256	1,138	1,086	米内网 (B)
		3.93	3.37	3.23	差异倍数 (A/B)
千金药业 (600479.SH)	妇科千金片和妇科千金胶囊	未披露	6.19	6.09	招股说明书 (A)
		2.52	2.49	2.76	米内网 (B)
		不适用	2.49	2.21	差异倍数 (A/B)
粤万年青 (301111.SZ)	消炎利胆片	4,992	5,548	4,915	招股说明书 (A)
		1,448	1,278	1,645	米内网 (B)
		3.45	4.34	2.99	差异倍数 (A/B)
	胆石通胶囊	1,231	1,301	1,197	招股说明书 (A)
		296	401	407	米内网 (B)
		4.16	3.24	2.94	差异倍数 (A/B)

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: 千金药业和粤万年青 2021 年年度报告尚未披露;注 3: 米内网 2021 年数据尚未公布。

根据上表对比发现,同行业其他公司千金药业、粤万年青等的产品销售收入与米内网数据亦存在较大差异。其中,发行人洁尔阴洗液和化积口服液的差异倍数分别为 1.5 和 3.5 左右,且差异倍数在 2018 年-2020 年期间基本稳定,千金药业的产品收入差异倍数在 2.3 左右,而粤万年青的产品收入差异倍数较大,处于 3-4 倍之间。因此,发行人主要产品销售数据与米内网存在较大差异也属于行业常见情形。

综上,针对发行人不同产品,其销售数据与米内网统计数据差异趋势不同,

且同行业其他公司也存在类似情形；此外，同行业公司的产品销售数据与米内网数据差异也较大，属于行业常见情形。

（三）结合前述差异情况及经销商备货周期、退换货情况、期末存货情况等说明各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，经销商最终销售的真实性；最近一期销售规模 500 万元以上的经销商数量和销售金额占比下降较快的原因及合理性

1、结合前述差异情况及经销商备货周期、退换货情况、期末存货情况等说明各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，经销商最终销售的真实性；

根据本题“（一）说明存在米内网数据的产品的销售收入及毛利率占比情况，结合米内网统计方法分析数据差异的合理性，结合更长期限的米内网数据和发行人销售数据对比情况说明两者变动趋势是否一致”之“3、结合更长期限的米内网数据和发行人销售数据对比情况说明两者变动趋势是否一致”分析回复，公司主要产品的销售收入与米内网统计收入的差异基本稳定，不存在经销商不合理压货的情形。

保荐机构、申报会计师通过函证向发行人主要一级经销商（共 90 家）及向其采购的部分二级经销商（共 136 家）确认了其库存数据，上述主要一级经销商采购发行人产品的金额占发行人各期经销收入的比例分别为 68.52%、73.03%和 74.71%。

（1）报告期内，上述主要一级经销商（共 90 家）的采购、销售及结存发行人产品的情况

1) 上述 90 家主要一级经销商采购、销售及结存发行人产品情况

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
当期采购金额（A）	38,446.23	37,429.44	35,784.85
当期对外销售金额 （C=期初 B+本期 A-本期 B）	38,983.98	37,759.60	36,849.52
期末库存金额（B）	5,445.00	5,982.74	6,312.90
当期月平均销售金额 （C÷12）	3,248.66	3,146.63	3,070.79

期末库存金额÷当期月平均销售金额（月）	1.68	1.90	2.06
期末库存金额÷下期月平均销售金额（月）	不适用	1.85	2.01

注：经销商期末库存金额（B）=函证的经销商期末库存数量×公司同期出厂销售均价

报告期内，上述主要一级经销商的库存备货周期（期末库存金额与其下期月平均销售金额之比）基本保持稳定，经销商结合其当期销售情况及未来销售预测进行备货，备货水平基本保持在其两个月的销售金额左右。

2) 上述 90 家主要一级经销商期末库存分布情况

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日			
	经销商家数	经销商数量占比	期末库存金额	库存金额占比
期末库存金额小于 100 万元	75	83.33%	2,674.65	49.12%
期末库存金额为 100 万-200 万	8	8.89%	1,179.80	21.67%
期末库存金额为 200 万-500 万	7	7.78%	1,590.54	29.21%
期末库存金额为 500 万以上	-	-	-	-
合计	90	100.00%	5,445.00	100.00%
项目	2020 年 12 月 31 日			
	经销商家数	经销商数量占比	期末库存金额	库存金额占比
期末库存金额小于 100 万元	73	81.11%	2,416.91	40.40%
期末库存金额为 100 万-200 万	9	10.00%	1,265.04	21.14%
期末库存金额为 200 万-500 万	8	8.89%	2,300.79	38.46%
期末库存金额为 500 万以上	-	-	-	-
合计	90	100.00%	5,982.74	100.00%
项目	2019 年 12 月 31 日			
	经销商家数	经销商数量占比	期末库存金额	库存金额占比
期末库存金额小于 100 万元	69	76.67%	2,315.50	36.68%
期末库存金额为 100 万-200 万	13	14.44%	1,781.60	28.22%
期末库存金额为 200 万-500 万	8	8.89%	2,215.80	35.10%
期末库存金额为 500 万以上	-	-	-	-
合计	90	100.00%	6,312.90	100.00%

注：经销商期末库存金额=函证的经销商期末库存数量×公司同期出厂销售均价

报告期内，公司上述 90 家一级经销商中，期末库存小于 100 万元的经销商

数量占比约 80%，期末库存小于 200 万元的经销商数量占比约 90%，且各期末库存分布相对稳定，无期末库存超过 500 万元的一级经销商。

(2) 报告期各期末，上述主要二级经销商（共 136 家）库存情况如下：

1) 库存金额整体情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期末库存金额（136 家二级经销商累计）	916.76	965.22	936.65
占公司向其对应一级经销商销售额的比例	2.39%	2.58%	2.48%
期末库存金额（136 家二级经销商平均）	6.74	7.10	6.89

注：经销商期末库存金额=函证的经销商期末库存数量×公司同期出厂销售均价

报告期各期末，公司上述 136 家二级经销商期末库存金额不大且保持相对稳定。

2) 库存金额分布情况

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日			
	经销商家数	经销商数量占比	期末库存金额	库存金额占比
期末库存金额小于 5 万	81	59.56%	143.43	15.65%
期末库存金额为 5 万至 10 万	33	24.26%	233.85	25.51%
期末库存金额为 10 万至 20 万	10	7.35%	145.23	15.84%
期末库存金额为 20 万至 50 万	10	7.35%	262.82	28.67%
期末库存金额大于 50 万	2	1.47%	131.44	14.34%
合计	136	100.00%	916.76	100.00%
项目	2020 年 12 月 31 日			
	经销商家数	经销商数量占比	期末库存金额	库存金额占比
期末库存金额小于 5 万	84	61.76%	154.70	16.03%
期末库存金额为 5 万至 10 万	25	18.38%	192.76	19.97%
期末库存金额为 10 万至 20 万	16	11.76%	220.59	22.85%
期末库存金额为 20 万至 50 万	10	7.35%	335.75	34.78%
期末库存金额大于 50 万	1	0.74%	61.42	6.36%
合计	136	100.00%	965.22	100.00%
项目	2019 年 12 月 31 日			

	经销商家数	经销商数量占比	期末库存金额	库存金额占比
期末库存金额小于 5 万	89	65.44%	118.92	12.70%
期末库存金额为 5 万至 10 万	26	19.12%	184.83	19.73%
期末库存金额为 10 万至 20 万	12	8.82%	183.90	19.63%
期末库存金额为 20 万至 50 万	6	4.41%	148.18	15.82%
期末库存金额大于 50 万	3	2.21%	300.83	32.12%
合计	136	100.00%	936.65	100.00%

注：经销商期末库存金额=函证的经销商期末库存数量×公司同期出厂销售均价

如上表所述，报告期内，公司上述 136 家二级经销商中，各期末库存金额小于 5 万元的经销商数量占比约 60%，期末库存金额小于 10 万元的经销商数量占比均为 80%左右，且报告期内各期末的库存分布情况相对稳定。

（3）报告期内，公司经销商客户的退换货情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销商当期退货金额	183.69	314.07	114.03
经销商当期退货率	0.36%	0.61%	0.22%
经销商当期换货金额	307.36	512.42	130.85
经销商当期换货率	0.60%	1.00%	0.25%

如上表所述，报告期内，公司所有经销商客户合计的退换货金额和退换货率均较小。

综上，基于上述对公司主要一级和二级经销商的核查，公司主要一级经销商的库存备货周期基本保持稳定，备货水平维持在其两个月的销售金额左右；二级经销商的期末库存金额较小且保持相对稳定；此外，公司所有经销商客户合计的退换货金额较小。因此，基于上述核查，报告期内，发行人各层级主要经销商不存在不合理压货及大额异常退换货的情况，亦不存在因主要经销商不合理压货及大额异常退换货等因素导致其终端销售不真实的情形。

2、最近一期销售规模 500 万元以上的经销商数量和销售金额占比下降较快的原因及合理性

报告期内销售金额超过 500 万元的经销商数量及金额占比列示如下：

项目	500 万元以上经销商
----	-------------

	经销商数量	销售金额（万元）	金额占比（%）
2021 年度	28	25,370.96	49.30
2020 年度	29	25,798.04	50.34
2019 年度	28	26,377.26	50.51

经统计，公司 2021 年度销售收入 500 万元以上的经销商数量为 28 家、销售金额为 25,370.96 万元，占经销收入的比例为 49.30%，与各期可比。

（四）结合发行人行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况，说明发行人经销商模式的分类和定义，不同类别、不同层级经销商划分标准，以及采用经销商模式的必要性和商业合理性

1、发行人行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司采用经销商模式的情况

（1）医药行业特点

从医药行业特点来看，大多数医院和零售药店为保证药品供应的齐全性和及时性，一般会选择大型医药流通企业作为其配送商，较少直接向医药制药企业直接采购产品。因此，采取经销模式能够充分利用经销商的配送渠道和终端客户覆盖能力，保证其产品供应的齐全性和及时性，符合行业惯例。

（2）公司产品特性

从产品特性来看，医药产品具有种类多、包装、运输及存储条件要求较高等特点，专业的医药流通企业在药品的配送方面更加专业。此外，公司的产品以 OTC 药品为主，其终端市场主要面向零售药店。采取经销模式能够充分利用医药流通企业的配送渠道以及专业配送能力，更好地实现对零售药店的销售覆盖。

（3）公司经营模式发展历程

从发展历程来看，公司目前采用的经营模式是结合公司产品特性在长期经营中不断完善形成的。公司长期以来与九州通、国药、华润医药等大型医药流通企业（一级经销商）进行合作，充分利用一级经销商在物流配送、仓储上的优势进行产品销售，有效降低公司销售的成本。

（4）公司下游客户分布情况

从下游客户分布来看，公司终端客户主要为 OTC 零售药店，具备数量众多、区域分布广泛、规模大小不一、采购产品种类较多等特点，由于公司自身终端配送能力有限，直接销售难度较大，采用经销模式有助于公司扩大公司产品的销售范围，符合行业特点。

(5) 同行业可比公司采用经销模式的情况

根据相关上市公司年报及招股说明书等公开资料，报告期内，公司同行业可比上市公司采用经销商模式的情况如下：

证券代码	证券简称	销售模式
002737.SZ	葵花药业	零售市场方面覆盖了除西藏外所有省、市和地区，与全国最优质的经销商和连锁终端广泛合作，通过 KA、直控、商控、电商四大平台的建设，不断扩大终端的覆盖
600479.SH	千金药业	千金药业公司的药品生产销售主要采用经销方式中的买断模式
000999.SZ	华润三九	通过遍布全国的经销商、零售药店网络以及医药电商平台等进行销售
605199.SH	葫芦娃	销售模式分类根据产品销售渠道终端、市场推广主体等差异，公司产品销售模式主要分为直销模式、传统经销模式及配送商模式

资料来源：相关上市公司年报及招股说明书等公开资料。

通过以上对比可知，经销模式为同行业可比公司的主要销售模式之一，公司主要销售模式与同行业可比公司一致。

2、说明发行人经销商模式的分类和定义，不同类别、不同层级经销商划分标准，以及采用经销商模式的必要性和商业合理性

(1) 经销商模式的分类和定义

公司目前对经销商模式的定义为公司将产品销售给经销商，再由经销商分销到各销售渠道（下一级经销商）或终端市场（药店、医疗机构等）。经销商区别与终端零售商的特点在于经销商不直接面向最终的消费者，医院、药店等终端零售商直接将产品销售给最终消费者。

目前市场上对于经销商模式的分类主要分为配送经销模式和推广配送经销模式。配送经销模式下，经销商只承担药品配送职能，不负责市场推广；推广配送经销模式下，经销商既承担药品配送职能，也承担市场推广、营销宣传和客户维护等职能。

(2) 公司对经销商的划分标准

公司自建了销售队伍主要负责产品推广，其中，广告宣传由公司开展；零售药店覆盖及推广主要包括 OTC 终端走访、OTC 终端店员培训、药品宣传、药品介绍培训、开展各类促销活动（季节性促销、节庆活动、定点咨询）等，公司牵头负责同时经销商进行支持和配合。综上所述，公司负责产品推广，经销商负责产品配送和销售，但公司会根据需求情况要求经销商对公司产品的推广活动提供必要的支持和配合，公司未区分推广配送经销商和配送经销商。

公司对经销商按销售层级进行分类，即直接从公司采购产品的经销商为一级经销商，从一级经销商采购产品的为二级经销商，从二级经销商采购产品的为三级经销商，不同层级划分的具体标准以及主要负责内容如下：

经销商层级	划分标准及主要负责内容
一级经销商	直接从公司购进商品，主要负责该区域仓储、物流配送、资金回笼等
二级经销商	公司选择各地区优质的二级经销商，其从公司指定的一级经销商购进商品，主要负责协助公司覆盖该局部地区的终端门店、连锁、诊所等终端
三级经销商	对二级经销商覆盖力度不可及的区域，公司允许少数三级经销商（从二级经销商购进）存在，从而形成覆盖面较广的商业销售及配送网络

综上分析，结合医药行业特点以及公司产品特性、公司下游客户和同行业可比公司情况，公司采用经销模式具备必要性。此外，公司已建立了较为成熟稳定的多层级经销体系，利用经销商的销售渠道优势、配送优势，实现对产品销售范围的扩大，因此采用经销模式具有商业合理性。

（五）说明发行人经销商模式的相关内控制度（如有），包括但不限于对不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、新增及退出管理方法、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）、退换货机制、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）、信用及收款管理、结算机制、库存管理机制、对账制度等制度建立及执行情况以及与经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况，说明相关内控制度设计的合理性及运行的有效性

公司终端客户主要为 OTC 零售药店，具备数量众多、区域分布广泛、规模大小不一等特点，直接销售难度较大，因此主要采用经销模式进行销售。公司制定了《销售客户信用管理制度》、《销售结算管理制度及流程》、《销售订单发货处理流程》、《经销商协议管理制度》、《药品退货操作规程》等一系列内控

制度保证公司销售活动的稳定运行，具体情况如下：

1、对不同类别经销商、多层级经销商管理制度

1) 经销商的日常管理

公司对各级经销商的日常管理主要体现在如下方面：

经销商	日常管理主要内容
一级经销商	①对经销商名称、地址、证照、联系方式等基本信息定期维护； ②销售人员对经销商进行定期或不定期拜访，跟踪及协助各项业务的开展，了解经销商的销售和库存大致情况等； ③销售人员将公司建议零售价等信息传递给经销商，便于经销商准确理解，积极配合； ④督促经销商严格履行与公司签订的经销协议，关注经销商是否存在窜货等扰乱市场销售的行为等。
二级经销商	①对经销商名称、地址、证照、联系方式等基本信息定期维护； ②销售人员对经销商进行定期或不定期拜访，跟踪及协助各项业务的开展，了解经销商的销售和库存大致情况、区域市场情况、竞品情况等； ③销售人员将公司销售政策、促销方案、建议零售价等信息传递给经销商，便于经销商准确理解，积极配合； ④督促经销商严格履行与公司签订的经销协议，关注经销商是否存在窜货等扰乱市场销售的行为等。
三级经销商	①对经销商名称、地址、证照、联系方式等基本信息定期维护； ②销售人员对经销商进行不定期拜访，跟踪及协助各项业务的开展； ③销售人员将建议零售价等信息传递给经销商，便于经销商准确理解，积极配合； ④关注经销商是否存在窜货等扰乱市场销售的行为等。

公司对不同层级经销商的日常管理不同之处主要表现为：

对一级经销商的管理，公司更多关注其资金实力、仓储与配送能力；与对一级经销商管理不同，在二级经销商的日常管理中，公司会关注其区域市场情况、竞品情况，同时公司会将销售政策、促销方案与二级经销商沟通，便于其开展终端推广活动并配合；在二级经销商覆盖力度不可及的区域，会存在少数三级经销商，其数量及贡献的收入均较小。

2、终端销售管理

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，公司要求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搜集整理区域内零售药店的信息、向零售药店推广公司产品、定期拜访零售药店、联合药店开展促销活动以及整理货架等活动。

3、经销商新增及退出管理方法

因公司所处医药行业监管要求较高，公司对于经销商准入有比较严格的要求，公司要求经销商必须具有相应产品的经营资质，包括《营业执照》、《药品经营许可证》、《药品 GSP 证书》、经销商单位人员资格资料等合法资质，同时公司业务人员需要结合经销商的经济实力、信誉度、调货能力、配送能力以及与公司发生业务关系的历史记录等因素对经销商进行综合评估。针对新进入的经销商，公司要求其提供上述资料并通过公司评估后才允许其与公司开展业务，同时，公司要求业务人员于每年初按照上述要求对现有经销商进行复核，调出不满足要求的经销商。

4、定价考核机制（包括营销、运输费用承担和补贴、折扣和返利等）

公司产品定价机制如下：（1）财务部会同销售行政部、市场部及相关部门人员收集成本费用数据，计算产品生产的各种成本和费用；（2）市场部对市场上的同类产品的价格进行调研，主要包括生产厂家、产品类型、规格、市场价格、销售情况、客户心理价位等方面，尤其是公司竞争对手的情况；（3）市场部会同销售行政部对新产品的销量进行分析预测，综合考虑各种定价因素，并结合公司营销策略，提出产品的若干定价方案；（4）由市场部组织，销售行政部、财务部等部门参加，会同公司管理层最终确定产品价格；（5）公司会在与经销商的销售协议中约定运输费的承担方式以及折扣比例，并在各期按照约定的折扣比例计提，通过票折的方式结算给经销商。

5、退换货机制

经销模式下，对于尚在有效期内的产品，如果质量不符合标准，由药监部门召回或公司召回的产品，根据公司召回通知办理退货；对于在客户收货之前，产品在运输过程中出现破损或污染而导致无法销售的产品，由客户在收货时予以拒收，公司收到拒收的退货后向客户补发货；客户收货之前的路途丢货，需提供运输部门证明可予补货或冲账。

6、物流管理模式（是否直接发货给终端客户）

经销模式下的物流配送主要有两种方式：1）对于子公司恩威制药或江西恩威直接对外销售的产品，直接交由物流企业承运；2）由于公司（母公司）注册

地在西藏昌都，考虑到物流配送的经济性并同时满足药品/医疗器械经营管理质量规范的要求，对于由公司（母公司）对外销售的药品及医疗器械产品，委托四川九州通医药有限公司进行第三方物流仓储与配送。经销模式下，公司不存在直接发货给终端客户的情形。

7、信用及收款管理、结算机制、对账制度等制度建立及执行情况

1) 信用及收款管理

针对经销客户，公司通常给与的信用期为货物验收入库后 90 天以内，一般不超过 180 天，针对欠款超过 180 天的客户采用一事一议，财务部对应收账款实行报告制度，每季度向董事长汇报超过 1 年或余额超过 50 万的客户，以便责令销售部门及时进行清收。

2) 结算机制

报告期内，公司按照与经销商约定的信用期，不定期进行结算，经销商通过银行转账、支付承兑汇票等方式进行结算。

3) 对账制度

公司建立了比较完善的对账制度，公司财务部定期以发送对账函的形式与客户进行往来账款的核对，分别于每年度 7 月中旬与客户核对截止当年度 6 月 30 日的往来、销售情况，于次年 1 月中下旬与客户核对截止上年度 12 月 31 日的往来、销售情况。

报告期内，公司建立了相对比较完善的信用及收款、结算机制以及对账相关的内控制度，并依照执行。

8、库存管理机制

年初，销售行政部在往年销售情况、预估当年增长率的基础上对当年销售数据进行预测，再根据销售任务将销售计划按月度、产品规格进行分解，形成月度需求计划，同时考虑部分产品的季节性特征；年中根据实际销售情况以及销售政策的变化对需求进行调整；公司根据上述销售计划结合不同品规生产周期及销售的季节性情况设置不同的安全库存，一般安全库存周期在 1-2 个月。

公司生产部门结合上述情况安排生产，原则上按连续不间断进行，规格调换

频率尽量减少，一次性生产量基本维持在 3 个月需求左右，同时根据生产计划及材料需求安排原材料的采购和备货。

公司仓库负责存货的实物管理，根据采购订单、生产入库单以及销售订单进行存货的收、发管理，并定期对存货进行盘点，关注存货数量是否与账面一致，是否存在变质、过期以及长期闲置的情况。

9、与经销商相关的信息管理系统的设计与执行情况

公司通过浪潮 ERP 系统对公司存货进行管理，为合同签订、订单处理、销售发货等业务流程的可靠运行提供有力保障。公司无专门针对经销商存货的信息管理系统，主要通过定期或不定期拜访，了解经销商的销售和库存大致情况。

综上，报告期内，公司建立并完善与经销商模式相关的内部控制制度，内部控制健全并有效执行，不存在财务报告或非财务报告重大缺陷。申报会计师对发行人的内部控制制度进行了审核，并出具了 XYZH/2022CDAA30036《内部控制鉴证报告》，其鉴证结论为：“恩威医药公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2021 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制”。

（六）说明发行人经销商客户构成情况及稳定性，是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况及合理性；主要经销商销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性；是否存在经销商持股发行人或发行人通过关联经销商实现销售的情形

1、说明发行人经销商客户构成情况及稳定性

报告期内，发行人经销商分布情况如下：

单位：万元

项目	2021 年				
	经销商数量	平均销售金额	销售金额	金额占比（%）	中位数
500 万元以上经销商	28	906.11	25,370.96	49.30	718.19
200-500 万元经销商	38	302.83	11,507.61	22.36	280.65
200 万元以下经销商	765	19.06	14,582.18	28.34	4.79
合计	831	61.93	51,460.75	100.00	5.40
项目	2020 年度				

	经销商数量	平均销售金额	销售金额	金额占比(%)	中位数
500 万元以上经销商	29	889.59	25,798.04	50.34	727.83
200-500 万元经销商	35	323.21	11,312.19	22.07	305.97
200 万元以下经销商	828	17.08	14,138.90	27.59	4.26
合计	892	57.45	51,249.14	100.00	5.12
项目	2019 年度				
	经销商数量	平均销售金额	销售金额	金额占比(%)	中位数
500 万元以上经销商	28	942.04	26,377.26	50.51	876.81
200-500 万元经销商	36	328.85	11,838.64	22.67	322.73
200 万元以下经销商	925	15.14	14,007.01	26.82	4.38
合计	989	52.80	52,222.90	100.00	5.08

报告期内，公司销售金额在 500 万元以上经销商分别为 28 家、29 家和 28 家，平均销售金额分别为 942.04 万元、889.59 万元和 906.11 万元；销售金额中位数分别为 876.81 万元、727.83 万元和 718.19 万元。报告期内，公司销售金额在 500 万元以上经销商的数量、平均销售金额保持相对稳定，销售金额中位数呈小幅下滑趋势。

报告期内，公司销售金额在 200-500 万元的经销商分别为 36 家、35 家和 38 家，平均销售金额分别为 328.85 万元、323.21 万元和 302.83 万元；销售金额中位数分别为 322.73 万元、305.97 万元和 280.65 万元。报告期内，公司销售金额在 200-500 万元的经销商的数量，平均销售金额、销售金额中位数呈小幅下滑趋势。

报告期内，公司销售金额在 200 万元以下经销商分别为 925 家、828 家和 765 家，平均销售金额分别为 15.14 万元、17.08 万元和 19.06 万元；销售金额中位数分别为 4.38 万元、4.26 万元和 4.79 万元。报告期内，公司销售金额在 200 万元以下的经销商的数量呈小幅下滑趋势，平均销售金额呈小幅上涨趋势，销售金额中位数保持相对稳定。

报告期内，年销售金额 200 万元以上的经销商与发行人合作基本稳定，其在报告期内的三年中任何 1 年销售金额超过 200 万元的次数情况如下：

单位：万元

合作年度次数	家数	占比	三年累计经销收入	金额占比
三次	47	55.95%	93,040.70	82.92%
两次	16	19.05%	11,320.66	10.09%
一次	21	25.00%	7,843.33	6.99%
合计	84	100.00%	112,204.69	100.00%

报告期内，公司经销商的新增和退出情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经销商期初数量（家）	892	989	918
经销商当期新增数量（家）	140	191	322
经销商上期合作当期未合作数量（家）	201	288	251
经销商期末数量（家）	831	892	989
当年退出经销商上年销售收入（万元）	1,682.79	2,376.89	2,400.62
退出经销商上年销售收入占上年主营业务收入的比例	2.67%	3.86%	4.10%
当年新增经销商当年销售收入（万元）	3,363.21	3,553.02	3,444.10
新增经销商占主营业务收入的比例	4.98%	5.63%	5.60%

注：上表中的经销商指直接与公司发生购销业务关系的一级经销商

报告期内，公司新增经销商的当期收入分别为 3,444.10 万元、3,553.02 万元和 3,363.21 万元，占当期主营业务收入的比重分别为 5.60%、5.63%和 4.98%，占比较低，公司的经销收入主要来源于合作关系稳定的老客户；公司退出经销商的前一年收入分别为 2,400.62 万元、2,376.89 万元和 1,682.79 万元，占公司前一年主营业务收入的比重分别为 4.10%、3.86%和 2.67%，退出经销商对公司经销收入的影响较小。

综上，报告期内，发行人与主要经销商的合作关系较为稳定。

2、是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况及合理性

报告期内，任何一年销售超过 200 万元的经销商共 84 家，主要为九州通医药集团股份有限公司、上海医药集团股份有限公司、国药控股股份有限公司等大型医药流通企业；报告期内，该 84 家经销商累计销售金额 112,204.69 万元，占报告期内累计经销收入的 72.42%。在该 84 家经销商中，注册时间在 2000 年以前的 19 家、在 2000-2018 年的 63 家，仅 2 家注册时间在报告期内，分别为四川江中粤通医药有限公司、湖南医药集团有限公司（省属医药企业），其基本情况

如下：

单位：万元

经销商	注册时间	注册资本	初始合作时间	最近3年累计销售金额	最近3年累计销售金额占累计经销收入比
四川江中粤通医药有限公司	2020年11月17日	10,000.00	2021年3月	293.12	0.19%
湖南医药集团有限公司	2019年11月6日	100,000.00	2020年3月	242.01	0.16%
合计				535.13	0.35%

注：四川粤通医药有限公司于2010年9月成立，从2014年起开始与发行人合作；2020年11月，四川粤通医药有限公司股东陈丽蓉与江西江中医药商业运营有限责任公司合作成立四川江中粤通医药有限公司，由四川江中粤通医药有限公司承接了发行人与四川粤通医药有限公司的合作。

综上，除四川江中粤通医药有限公司、湖南医药集团有限公司外，公司其余主要经销商客户均成立时间较长，不存在新设即成为发行人主要经销商的情形。

3、主要经销商销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性

报告期内，公司前十大经销商客户销售收入及毛利占比如下：

单位：万元

经销商名称	2021年度		
	销售收入	占经销收入的比例	占公司经销毛利比
九州通医药集团股份有限公司	7,514.31	14.60%	14.77%
国药控股股份有限公司	4,782.58	9.29%	10.14%
广州医药股份有限公司	3,056.14	5.94%	6.38%
南京医药集团有限责任公司	2,413.94	4.69%	5.00%
华润医药集团有限公司	2,110.12	4.10%	4.66%
上海医药集团股份有限公司	1,890.43	3.67%	3.84%
云南省久泰药业有限公司	1,639.68	3.19%	3.47%
云南省医药有限公司	1,260.49	2.45%	2.97%
浙江博康医药投资有限公司	1,171.95	2.28%	2.43%
浙江震元股份有限公司	1,124.72	2.19%	2.05%
合计	26,964.35	52.40%	55.74%

(续)

经销商名称	2020年度		
	销售收入	占经销收入的比例	占公司经销毛利比
九州通医药集团股份有限公司	7,294.15	14.23%	14.90%

经销商名称	2020 年度		
	销售收入	占经销收入的比例	占公司经销毛利比
国药控股股份有限公司	4,309.76	8.41%	8.86%
广州医药股份有限公司	2,631.01	5.13%	5.57%
南京医药集团有限责任公司	2,589.25	5.05%	5.70%
华润医药集团有限公司	2,122.13	4.14%	4.68%
云南省久泰药业有限公司	1,638.52	3.20%	3.48%
上海医药集团股份有限公司	1,622.33	3.17%	3.42%
创美药业股份有限公司	1,458.49	2.85%	3.23%
浙江震元股份有限公司	1,260.32	2.46%	2.37%
四川科伦医药贸易有限公司	1,113.74	2.17%	2.49%
合计	26,039.72	50.81%	54.70%

(续)

经销商名称	2019 年度		
	销售收入	占经销收入的比例	占公司经销毛利比
九州通医药集团股份有限公司	8,400.66	16.09%	16.49%
国药控股股份有限公司	5,288.20	10.13%	10.39%
华润医药集团有限公司	2,769.63	5.30%	5.78%
南京医药集团有限责任公司	2,422.09	4.64%	4.99%
上海医药集团股份有限公司	1,967.23	3.77%	3.99%
云南省久泰药业有限公司	2,052.73	3.93%	4.22%
广州医药股份有限公司	1,779.24	3.41%	3.55%
河北中健医药贸易集团有限公司	1,704.55	3.26%	3.70%
创美药业股份有限公司	1,416.90	2.71%	2.80%
成都西部医药经营有限公司	1,307.76	2.50%	2.69%
合计	29,108.99	55.74%	58.60%

如上表所述，报告期内，公司前十大主要经销商占经销收入的比例分别为 55.74%、50.81%和 52.40%，毛利占比分别为 58.60%、54.70%和 55.74%，公司各期主要经销商收入占比和毛利占比基本稳定。

4、是否存在经销商持股发行人或发行人通过关联经销商实现销售的情形

根据发行人工商档案，历次股权变动相关协议、交易凭证和验资报告及历史股东（或其实际控制人）出具的确认文件，发行人直接股东填写的股东调查表或

出具的确认函，发行人部分间接股东填写的股东调查表，发行人董事、监事、高级管理人员及控股股东的董事、监事和高级管理人员填写的调查表，对经销商的访谈及经销商出具的无关联关系承诺函，发行人股东持有的发行人股份中不存在经销商持股的情形。

报告期内，发行人通过关联经销商成都恩威道源电子商务有限公司、成都道之源科技有限公司、成都恩威和尔生贸易有限公司、吉林恩威锐邦药业有限公司实现销售。报告期内，公司向上述存在关联关系的经销商实现的收入合计占公司经销收入的比例均低于 1%，占比较小，上述存在关联关系的经销商不属于公司的主要经销商。

（七）说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与发行人合作历史等；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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用发行人名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等

1、说明主要经销商基本情况，包括但不限于注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与发行人合作历史等

报告期内，公司主要经销商销售金额及占经销模式收入的比例如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售金额	占经销收入的比例
2021 年	1	九州通医药集团股份有限公司	7,514.31	14.60%
	2	国药控股股份有限公司	4,782.58	9.29%
	3	广州医药股份有限公司	3,056.14	5.94%
	4	南京医药集团有限责任公司	2,413.94	4.69%
	5	华润医药集团有限公司	2,110.12	4.10%
	6	上海医药集团股份有限公司	1,890.43	3.67%
	7	云南省久泰药业有限公司	1,639.68	3.19%
	8	云南省医药有限公司	1,260.49	2.45%
	9	浙江博康医药投资有限公司	1,171.95	2.28%

年份	序号	客户名称	销售金额	占经销收入的比例
	10	浙江震元股份有限公司	1,124.72	2.19%
	合计		26,964.35	52.40%
2020 年	1	九州通医药集团股份有限公司	7,294.15	14.23%
	2	国药控股股份有限公司	4,309.76	8.41%
	3	广州医药股份有限公司	2,631.01	5.13%
	4	南京医药集团有限责任公司	2,589.25	5.05%
	5	华润医药集团有限公司	2,122.13	4.14%
	6	云南省久泰药业有限公司	1,638.52	3.20%
	7	上海医药集团股份有限公司	1,622.33	3.17%
	8	创美药业股份有限公司	1,458.49	2.85%
	9	浙江震元股份有限公司	1,260.32	2.46%
	10	四川科伦医药贸易集团有限公司	1,113.74	2.17%
	合计		26,039.72	50.81%
2019 年	1	九州通医药集团股份有限公司	8,400.66	16.09%
	2	国药控股股份有限公司	5,288.20	10.13%
	3	华润医药集团有限公司	2,769.63	5.30%
	4	南京医药集团有限责任公司	2,422.09	4.64%
	5	云南省久泰药业有限公司	2,052.73	3.93%
	6	上海医药集团股份有限公司	1,967.23	3.77%
	7	广州医药股份有限公司	1,779.24	3.41%
	8	河北中健医药贸易集团有限公司	1,704.55	3.26%
	9	创美药业股份有限公司	1,416.90	2.71%
	10	成都西部医药经营有限公司	1,307.76	2.50%
	合计		29,108.99	55.74%

报告期内，经销模式下，公司主要经销商基本情况如下：

(1) 九州通医药集团股份有限公司

客户名称	九州通医药集团股份有限公司
成立时间	1999 年 3 月 9 日
注册资本	187,379.9380 万元人民币
注册地址	湖北省武汉市汉阳区龙阳大道特 8 号
经营范围	一般项目：批发中药饮片、中成药、中药材、化学药制剂、抗生素制剂、抗生素原料药、生化药品、生物制品、化学原料药、医疗用毒性药品（中西药）、精神药品（一类、二类）、体外诊断

	试剂、麻醉药品、蛋白同化剂、肽类激素批发危险化学品消毒品销售一、二、三类医疗器械（含体外诊断试剂）药品的包装材料和容器医药中间体化学试剂中药材种植、中药研究、中药产业投资咨询（不含证券投资咨询）.....信息咨询与服务租赁一、二、三类医疗器械（含体外）医疗器械咨询、安装、检测、维修服务自有房屋租赁.....农药销售药用辅料和化工产品（不含危化品）热食类食品制售互联网药品和医疗器械信息服务.....
股东	上海弘康实业投资有限公司：21.58% 狮龙国际集团（香港）有限公司：11.41% 中山广银投资有限公司：6.65% 北京点金投资有限公司：5.48% 楚昌投资集团有限公司：5.45% 中国信达资产管理股份有限公司：5.34% 楚昌投资-海通证券-19 楚昌 EB01 担保及信托财产专户：3.39% 楚昌投资-海通证券-19 楚昌 EB02 担保及信托财产专户：3.20% 香港中央结算有限公司：2.64% 北京博润银泰投资管理有限公司-博润银泰多策略7号私募证券投资基金：1.78%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：刘长云、刘登攀、龚翼华、刘兆年、刘义常、王琦、吴雪松、曾湘泉、陆银娣、艾华、汤谷良、温旭民、刘志峰、肖亚、贺威、林新扬、王启兵、郭磊、杨菊美、全铭、张青松、于靖韬、柳景汉、曹炜、杨聂、许应政
员工人数	1,000-1,999 人
合作历史	10 年以上

（2）国药控股股份有限公司

客户名称	国药控股股份有限公司
成立时间	2003 年 1 月 8 日
注册资本	312,065.6191 万元人民币
注册地址	上海市黄浦区龙华东路 385 号一层
经营范围	一般项目：.....中成药、中药饮片、化学药制剂、化学原料药、抗生素、生化药品、生物制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品（与经营范围相适应）、药品类体外诊断试剂、疫苗、蛋白同化制剂、肽类激素批发，医疗器械经营，食品销售管理（非实物方式），医疗科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务.....消毒产品.....医护人员防护用品批发.....
股东	国药产业投资有限公司：50.36% 中国医药集团有限公司：6.64% Citigroup Inc.：0.27%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：刘勇、李培育、马平、冯蓉丽、文德镛、吴德龙、胡建伟、于清明、陈方若、邓金栋、俞卫锋、卓福民、李东久、金艺、连万勇、李晓娟、陶武平、张宏余、姚方、陈启宇、吴壹建、庐军、李杨、王洁、周旭东、沈立年、吴爱民、施金明、龚家申、姜修昌、陈战宇、许双军
员工人数	400-499 人
合作历史	10 年以上

(3) 广州医药股份有限公司

客户名称	广州医药股份有限公司
成立时间	1951 年 1 月 1 日
注册资本	244,930.5500 万元人民币
注册地址	广州市荔湾区大同路 97-103 号
经营范围	技术玻璃制品销售；医用口罩批发；医护人员防护用品批发.....第一类医疗器械销售.....第二类医疗器械销售.....卫生用品和一次性使用医疗用品销售.....医疗设备租赁；医用口罩零售.....药品批发.....药品进出口.....第三类医疗器械经营.....特殊医学用途配方食品销售；药品互联网信息服务；药品类易制毒化学品销售；药品零售；医疗器械互联网信息服务.....
股东	广州白云山医药集团股份有限公司：72.7390% Alliance BMP Limited：18.1847%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：郑坚雄、陈光焰、邱伟年、郑浩珊、黄龙德、许林锋、Marcello Manlio Mondini de Focatiis、米琪、李楚源、何毅、Wolfgang Mag. Pharm. Mahr、周敏华
员工人数	1,000-1,999 人
合作历史	10 年以上

(4) 南京医药集团有限责任公司

客户名称	南京医药集团有限责任公司
成立时间	1991 年 4 月 30 日
注册资本	12,100 万元人民币
注册地址	南京市秦淮区中山东路 486 号
经营范围	集团内资产的运作投资经营管理；承担资产的增值、保值；玻璃仪器、化工产品研制、生产、销售；卫生材料、百货、五金交电、劳保用品（不含特种劳保用品）销售；房屋租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股东	南京医药产业（集团）有限责任公司：100%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：刘启连、桂友祥
员工人数	2,000 人以上
合作历史	10 年以上

(5) 华润医药集团有限公司

客户名称	华润医药集团有限公司
成立时间	2007 年 5 月 10 日
注册资本	-
注册地址	香港湾仔港湾道 26 号华润大厦 41 楼 4104-05 室
经营范围	-

股东	华润集团(医药)有限公司：53.05% 北京医药投资有限公司：17.43% Beijing Equity Investment Development Fund (Cayman II) L.P.：3.20%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：郭键勋、谈英、陶然、盛慕娴、韩跃伟、林国龙、焦瑞芳、翁菁雯、白晓松、侯博、张克坚、傅廷美、罗志力、吴峻、殷惠军、冯毅、陈宏、李向明、邬建军、孟庆胜、方明、赵炳祥、靳松
员工人数	2,000 人以上
合作历史	10 年以上

(6) 云南省久泰药业有限公司

客户名称	云南省久泰药业有限公司
成立时间	2000 年 7 月 6 日
注册资本	3,000 万元人民币
注册地址	昆明市高新区海源中路 1666 号汇金城市商业广场 A 座 23、24 楼
经营范围	中药材、中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品、计划生育用品、蛋白同化制剂及肽类激素、麻醉药品、第一类精神药品和第二类精神药品的批发；医疗器械.....的销售.....
股东	云南大盛魁投资有限公司：100%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：朱少林、肖明静
员工人数	50-99 人
合作历史	10 年以上

(7) 上海医药集团股份有限公司

客户名称	上海医药集团股份有限公司
成立时间	1994 年 1 月 18 日
注册资本	284,208.9322 万元人民币
注册地址	中国(上海)自由贸易试验区张江路 92 号
经营范围	原料药和各种剂型（包括但不限于片剂、胶囊剂、气雾剂、免疫制剂、颗粒剂、软膏剂、丸剂、口服液、吸入剂、注射剂、搽剂、酊剂、栓剂）的医药产品（包括但不限于化学原料药、化学药制剂、中药材、中成药、中药饮片、生化药品、生物制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品【与经营范围相适应】、疫苗）、保健品、医疗器械及相关产品的研发、制造和销售，医药装备制造、销售和工程安装、维修.....自营和代理各类药品及相关商品和技术的进出口业务.....
股东	HKSCC NOMINEES LIMITED：26.87% 上药集团：25.21% 上海实业（集团）有限公司及其全资附属子公司及上海上实（集团）有限公司：12.43% 中国证券金融股份有限公司：3.00%

	香港中央结算有限公司：2.12% 上海国盛（集团）有限公司及上海盛睿投资有限公司及上海国盛集团资产管理有限公司：1.57% 全国社保基金六零四组合：0.67% 银华基金-农业银行-银华中证金融资产管理计划：0.42% 阿布达比投资局：0.37% 嘉实基金-农业银行-嘉实中证金融资产管理计划：0.35%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：周军、葛大维、左敏、李永忠、沈波、李安、蔡江南、霍文逊、洪亮、顾朝阳、徐有利、忻铨、环建春、陈津竹、张耀华、茅建医、顾浩亮、赵勇
员工人数	100-199 人
合作历史	10 年以上

（8）创美药业股份有限公司

客户名称	创美药业股份有限公司
成立时间	1984 年 2 月 18 日
注册资本	10,800 万元人民币
注册地址	汕头市龙湖区嵩山北路 235 号
经营范围	药品经营；医疗器械经营……第三方药品、医疗器械物流业务……
股东	姚创龙，游泽燕：54.63% 广药白云山香港有限公司：7.32% RAYS Capital Partners Limited：5.12% 吴滨华：5.00% 刘吉贵：5.00% Asian Equity Special Opportunities Portfolio Master Fund Limited：4.75% 王永辉：3.23% 金活医药健康管理有限公司：2.13%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：周涛、林志雄、姚创龙、关键、尹智伟、郑玉燕、李伟生、林志杰、张玲、郑禧玥
员工人数	300-399 人
合作历史	10 年以上

注 1：上表股东数据来源于 Wind 该公司 2021 年中期报告

（9）浙江震元股份有限公司

客户名称	浙江震元股份有限公司
成立时间	1993 年 4 月 2 日
注册资本	33,412.3286 万元人民币
注册地址	浙江省绍兴市稽山街道延安东路 558 号
经营范围	许可项目：药品批发……药品生产；第三类医疗器械经营；消毒器械销售……兽药经营；中药饮片代煎服务……一般项目：特殊医学用途配方食品销售……第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；医护人员防护用品批发；医护人员防护用品零售……

股东	绍兴震元健康产业集团有限公司：24.93% 王申：2.53% 秋植炜：1.92% 王美花：1.80% 深圳市南方鑫泰私募证券基金管理有限公司-南方鑫泰-私募学院 菁英 145 号基金：1.54% 蒋仕波：1.46% 钟依阳：0.98% 罗鑫尧：0.80% 季爱琴：0.68% 尹国芳：0.68%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：吴海明、陈富根、阮建昌、吴越迅、周越梅、赵银丽、程幸福、邢小玲、宣乐信、董金标、郑鑫炎、傅建军、张燕娜、周黔莉、何溢强
员工人数	100-199 人
合作历史	10 年以上

(10) 四川科伦医药贸易集团有限公司

客户名称	四川科伦医药贸易集团有限公司
成立时间	1998 年 11 月 26 日
注册资本	20,000 万元人民币
注册地址	成都市新都区大丰蓉北路一段一号
经营范围	批发及零售：中药材、中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素制剂、生物制品（不含预防性生物制品）、蛋白同化制剂、肽类激素、生化药品、医疗器械.....批发：化学原料药、抗生素原料药、麻醉药品和第一类精神药品、第二类精神药品.....销售：化工原料（不含危险化学品）、医用包装材料.....
股东	四川惠丰投资发展有限责任公司：68.20% 四川科伦实业集团有限公司：29.80% 刘思川：2%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：何文飞、曾小霞、王雪芬、石磊、马明、林愿、李成林、邓小燕
员工人数	700-799 人
合作历史	10 年以上

(11) 河北中健医药贸易集团有限公司

客户名称	河北中健医药贸易集团有限公司
成立时间	2008 年 5 月 15 日
注册资本	5,000 万元人民币
注册地址	石家庄经济技术开发区扬子路 29 号
经营范围	中成药、中药饮片、化学原料药及其制剂、抗生素原料药及其制剂、生化药品、生物制品的销售；医疗器械销售.....
股东	李泽友：41% 石花敏：35%

	秦丽珍：24%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：李泽友、秦丽珍、李泽远、康英田、张彩玉、耿超
员工人数	少于 50 人
合作历史	10 年以上

(12) 成都西部医药经营有限公司

客户名称	成都西部医药经营有限公司
成立时间	2000 年 7 月 11 日
注册资本	25,000 万元人民币
注册地址	成都市金牛区五块石蓉北商贸大道二段 228 号
经营范围	批发第二类精神药品、生化药品、中药材、中药饮片、生物制品（不含预防性生物制品）、化学原料药、中成药、化学药制剂、抗生素制剂.....销售医疗器械三类及二类、一类.....
股东	重庆桐君阁股份有限公司：95% 重庆桐君阁大药房连锁有限责任公司：5%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：郭宏、高勇杰
员工人数	200-299 人
合作历史	10 年以上

(13) 云南省医药有限公司

客户名称	云南省医药有限公司
成立时间	2002 年 2 月 7 日
注册资本	100,000 万元人民币
注册地址	云南省昆明市呈贡区月华街 1819 号
经营范围	中药材、中药饮片、中成药，生化药品，化学药制剂，化学原料药，抗生素，生物制品（含血液制品），体外诊断试剂，蛋白同化制剂及肽类激素，麻醉药品，第一类精神药品，第二类精神药品制剂，医疗用毒性药品，医疗器械，预包装兼散装食品、特殊食品（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉及配方食品）.....化学试剂、生物试剂、计量器具的销售.....药库管理服务.....
股东	云南白药集团股份有限公司：100%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：杨勇、唐华翠
员工人数	1,000-1,999 人
合作历史	10 年以上

(14) 浙江博康医药投资有限公司

客户名称	浙江博康医药投资有限公司
成立时间	2000 年 1 月 27 日

注册资本	13,100 万元人民币
注册地址	浙江省杭州市滨江区滨康路 568 号 3 幢 1 层 101 室
经营范围	批发、零售.....化工原料及产品（除化学危险品及易制毒化学品）.....
股东	胡季强：92.3664% 蔡芍英：7.6336%
核心管理人员	董事、监事、高级管理人员：胡季强、蔡芍英
员工人数	少于 50 人
合作历史	5 年以上

2、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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用发行人名称或商标），是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等

（1）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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在关联关系或其他利益安排

根据发行人董事、监事、高级管理人员及控股股东的董事、监事和高级管理人员填写的调查表，以及通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等公开渠道对发行人关联方情况进行网络核查，除成都道之源科技有限公司和吉林恩威锐邦药业有限公司外，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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户不存在关联关系或其他利益安排。

公司上述经销商的合作情况请详见本题“（六）说明发行人经销商客户构成情况及稳定性，是否存在新设即成为发行人主要经销商的情况及合理性；主要经销商销售收入及毛利占比，发生变动的原因及合理性；是否存在经销商持股发行人或发行人通过关联经销商实现销售的情形”之“4、是否存在经销商持股发行人或发行人通过关联经销商实现销售的情形”。

（2）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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在其他特殊关系或业务合作（如是否存在前员工、近亲属设立的经销商、是否存在经销商使用发行人名

称或商标)

报告期内，发行人前员工张彬设立的成都若思私密健康管理有限责任公司（以下简称“成都若思”）与发行人存在业务合作。张彬于 2018 年加入成都若思，担任招商事业部总经理，于 2019 年 10 月离职。成都若思成立于 2019 年 11 月，2020 年和 2021 年公司向成都若思实现的销售收入占公司经销收入的比例分别为 0.38%和 0.20%，占比较小。

2021 年公司对成都若思的产品售价与同类产品同期其他客户售价对比情况如下：

	成都若思		其他同类经销客户		差异率
	销售金额 (万元)	销售单价 (元)	销售金额 (万元)	销售单价 (元)	
泡泡·恩威女性护理液 150ml/瓶*1 瓶/盒	101.02	7.43	-	-	-
恩威草本女性护理湿巾 16 片/盒	0.54	2.49	10.29	2.89	-13.87%
恩威妇洁养护抑菌凝胶	0.52	4.10	0.86	4.09	0.05%
恩威湿厕巾 60 片/包	0.04	5.94	1.63	6.54	-9.20%

注：泡泡·恩威女性护理液 150ml/瓶*1 瓶/盒在 2021 年只销售给成都若思，该产品销售金额为 101.02 万元，毛利率为 32.04%，定价相对合理。

2020 年公司对成都若思的产品售价与同类产品同期其他客户售价对比情况如下：

	成都若思		其他同类经销客户		差异率
	销售金额 (万元)	销售单价 (元)	销售金额 (万元)	销售单价 (元)	
泡泡·恩威女性护理液 150ml/瓶*1 瓶/盒	142.30	7.28	1.79	9.95	-26.82%
医用护理垫	31.75	2.18	1.74	3.48	-37.27%
泡泡洁尔阴女性护理液 70ml*96 瓶	19.49	4.84	0.14	7.35	-34.12%
洁尔阴·妇洁养护抑菌凝 胶 3g/管*3/盒	1.48	4.76	5.94	5.05	-5.73%
洁尔阴草本女性护理湿 巾 1 片/袋*16/盒	1.07	3.11	11.16	2.92	6.76%
洁尔阴金银花男士护理 湿巾 1 片/袋*16/盒	0.26	2.92	2.11	2.71	7.87%
洁尔阴湿厕巾 60 抽*24 袋	0.09	6.14	3.64	6.51	-5.61%

从上表对比可以看出，2021 年公司销售给成都若思的产品价格与同类产品同期其他经销客户销售均价差异较小，定价公允。2020 年，公司销售给成都若

思的产品价格与同类产品同期其他经销客户销售均价差异较大的产品主要为泡泡·恩威女性护理液 150ml/瓶*1 瓶/盒、医用护理垫、泡泡洁尔阴女性护理液 70ml*96 瓶，上述三者产品在 2020 年主要向成都若思销售，销售金额和数量较其他经销客户更多，其他经销客户采购金额较小（累计不足 5 万元）故其采购单价相对较高。除此之外，其他产品销售单价差异不大。

报告期内，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，恩威制药许可参股公司（经销商）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。

（3）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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户是否存在非经营性资金往来，包括对经销商或客户提供的借款、担保等资金支持等

通过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 513 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	33	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	82	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	137	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	261	报告期内银行流水、关于银行账户完整的声明
合计	-	-	513	-

报告期内，发行人董事、监事、高级管理人员及控股股东的董事、监事和高

级管理人员填写的调查表，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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户不存在非经营性资金往来。

（八）说明发行人对不同销售模式（直销、经销等）、不同区域（境内、境外等）和不同类别经销商销售的产品数量、销售价格、毛利率情况；对不同模式、不同区域、不同类别经销商销售价格、毛利率存在显著差异的情况，说明产生差异的原因及合理性

1、不同销售模式

报告期内，发行人不同销售模式下主要产品销售数量如下：

单位：万盒/万瓶

项目		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		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	37.40	522.29	134.66	50.68	431.87	117.96	42.69	401.46	91.62
	280ml/瓶	-	485.93	11.51	-	523.08	9.30	-	514.74	8.39
化积口服液	12 支/盒	15.35	294.06	21.42	8.58	220.31	12.37	4.39	142.62	7.67
	6 支/盒	-	287.78	2.59	-	344.38	-	0.02	352.20	0.44
复方银翘氨敏胶囊	24 粒/盒	0.39	203.89	21.45	0.24	187.10	22.66	0.11	281.50	32.49
	18 粒/盒	-	77.83	4.03	-	70.03	3.82	-	95.71	7.61
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	0.60	292.12	65.52	0.27	276.33	57.96	0.05	447.16	55.82
	24 片/盒	0.60	95.02	68.91	0.04	78.14	55.22	0.34	133.65	86.98
六味地黄胶囊	60 粒/盒	15.41	44.67	21.14	9.68	52.23	23.85	20.34	65.60	12.35
	72 粒/盒	-	55.83	27.06	-	47.98	16.16	-	23.92	27.87

报告期内，发行人不同销售模式下主要产品销售单价如下：

单位：元

项目		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		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	20.31	13.82	12.26	20.11	13.76	12.60	19.85	14.26	12.73
	280ml/瓶	-	13.30	13.98	-	13.06	14.34	-	13.18	13.60
化积口服液	12 支/盒	13.75	9.68	8.71	12.58	9.44	9.12	11.02	9.65	9.84
	6 支/盒	-	7.26	8.02	-	7.17	-	8.41	6.42	6.20
复方银翘氨敏胶囊	24 粒/盒	9.07	8.36	7.93	7.53	8.14	7.85	8.30	8.49	7.15
	18 粒/盒	-	4.49	8.93	-	4.47	9.74	-	5.86	9.21
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	7.54	3.24	3.71	7.17	3.25	3.69	7.31	4.15	3.78
	24 片/盒	8.37	5.64	5.05	7.07	5.00	4.64	8.13	5.50	4.91
六味地黄胶囊	60 粒/盒	28.91	19.09	13.38	24.85	17.97	13.97	24.6	17.2	14.30
	72 粒/盒	-	19.30	14.77	-	19.63	14.66	-	17.86	13.09

报告期内，发行人不同销售模式下主要产品毛利率如下：

项目		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		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	77.91%	67.57%	63.29%	80.56%	71.54%	68.90%	80.36%	72.55%	69.20%
	280ml/瓶	-	76.89%	77.75%	-	78.05%	80.02%	-	79.73%	80.36%
化积口服液	12 支/盒	65.50%	51.60%	46.17%	65.14%	53.51%	51.90%	62.59%	57.23%	58.06%

项目		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		电商	经销	直销	电商	经销	直销	电商	经销	直销
	6 支/盒	-	68.09%	70.35%	-	69.61%	-	72.19%	63.46%	62.16%
复方银翘氨敏胶囊	24 粒/盒	60.89%	58.44%	56.01%	54.20%	57.63%	56.07%	61.83%	62.69%	55.68%
	18 粒/盒	-	40.46%	70.10%	-	36.27%	70.81%	-	51.41%	69.20%
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	71.26%	37.02%	45.00%	71.13%	36.13%	43.81%	74.11%	54.22%	49.68%
	24 片/盒	68.58%	55.47%	49.91%	61.44%	45.45%	41.15%	70.85%	56.75%	51.52%
六味地黄胶囊	60 粒/盒	65.06%	46.70%	23.87%	59.56%	44.03%	28.01%	66.04%	51.31%	41.35%
	72 粒/盒	-	36.51%	16.39%	-	43.88%	24.77%	-	43.18%	22.38%

发行人已于《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之回复报告》中“问题5 关于营业收入”之“（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”中说明公司不同销售模式下主要产品的收入金额、销售单价、单位成本以及毛利率等情况并分析差异情况，公司不同销售模式下销售价格存在一定差异导致毛利率存在一定差异，差异原因合理。

2、不同区域

报告期内，发行人不同销售区域下主要产品销售数量如下：

单位：万盒/万瓶

项目		2021 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
洁尔阴洗液	300ml/盒	38.74	61.94	271.50	130.07	99.96	26.92	65.22
	280ml/瓶	33.75	47.40	178.42	52.55	64.98	30.55	89.79
化积口服液	12 支/盒	9.82	51.01	61.56	34.42	75.67	35.50	62.86
	6 支/盒	8.69	27.00	40.70	41.82	45.62	47.27	79.27
复方银翘氨敏胶囊	24 粒/盒	11.36	26.87	82.74	8.99	7.07	5.89	82.81
	18 粒/盒	15.71	11.52	13.59	11.03	4.46	-	25.54
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	67.70	40.87	121.64	10.43	27.46	9.46	80.68
	24 片/盒	32.06	2.84	52.77	2.75	3.58	12.77	57.75
六味地黄胶囊	60 粒/盒	7.61	12.42	23.72	14.86	5.27	2.32	15.00
	72 粒/盒	1.70	1.57	58.38	0.02	16.58	-	4.63

（续）

项目		2020 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
洁尔阴洗液	300ml/盒	34.50	44.81	245.82	120.23	76.66	27.91	50.58
	280ml/瓶	31.51	45.90	193.99	55.77	70.98	35.53	98.70
化积口服液	12 支/盒	7.89	42.00	51.80	26.52	51.15	26.02	35.89
	6 支/盒	5.84	42.79	41.78	69.35	92.52	40.21	51.88
复方银翘	24 粒/盒	16.06	28.19	75.23	12.20	10.19	9.95	58.19

项目		2020 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
氨敏胶囊	18 粒/盒	15.89	9.09	16.16	7.40	4.81	-	20.50
复方氨酚 烷胺片	18 片/盒	53.66	47.09	107.04	13.83	37.80	8.06	67.08
	24 片/盒	26.35	2.97	42.02	2.13	2.74	18.46	38.74
六味地黄 胶囊	60 粒/盒	10.98	9.72	25.10	11.20	9.62	1.32	17.81
	72 粒/盒	1.68	2.26	50.72	0.01	7.19	-	2.28

(续)

项目		2019 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
洁尔阴洗液	300ml/盒	31.24	38.30	243.67	93.74	64.10	17.96	46.76
	280ml/瓶	34.47	47.20	191.32	54.18	73.88	27.53	94.55
化积口服液	12 支/盒	4.84	32.20	38.88	12.18	25.14	21.76	19.69
	6 支/盒	4.26	34.62	47.35	72.35	88.08	28.45	77.56
复方银翘氨 敏胶囊	24 粒/盒	18.45	29.48	120.04	22.68	11.83	11.11	100.51
	18 粒/盒	19.96	5.60	20.12	21.79	6.23	-	29.63
复方氨酚烷 胺片	18 片/盒	115.90	63.67	147.00	44.25	23.71	9.79	98.71
	24 片/盒	36.31	5.81	87.24	1.18	1.87	33.67	54.88
六味地黄胶 囊	60 粒/盒	6.35	13.79	27.68	24.27	13.82	1.78	10.61
	72 粒/盒	1.75	1.25	23.37	0.11	22.51	-	2.80

报告期内，发行人不同销售区域下主要产品销售单价如下：

单位：元

项目		2021 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
洁尔阴 洗液	300ml/盒	14.11	13.78	13.63	15.94	12.06	13.04	13.80
	280ml/瓶	13.36	12.88	13.11	12.74	13.69	14.10	13.74
化积口 服液	12 支/盒	10.77	10.64	9.18	11.89	8.64	10.61	9.41
	6 支/盒	6.92	7.93	6.63	7.55	7.22	7.62	7.09
复方银 翘氨敏 胶囊	24 粒/盒	8.72	7.03	8.73	5.76	5.54	7.30	8.87
	18 粒/盒	5.83	9.42	4.61	3.70	4.26	-	2.45
复方氨 酚烷 胺片	18 片/盒	5.10	3.37	2.34	3.04	3.55	4.71	3.13
	24 片/盒	4.90	5.01	4.96	6.20	4.66	5.16	6.16
六味地	60 粒/盒	14.58	14.10	22.77	27.97	14.32	14.04	15.39

项目		2021 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
黄胶囊	72 粒/盒	14.76	16.01	19.22	15.55	13.59	-	17.05

(续)

项目		2020 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
洁尔阴洗液	300ml/盒	14.75	14.69	13.06	16.79	12.85	13.71	13.59
	280ml/瓶	13.63	12.84	13.03	13.11	13.34	13.43	12.77
化积口服液	12 支/盒	11.40	8.99	9.89	10.56	7.71	10.69	10.25
	6 支/盒	7.40	7.16	6.70	7.84	7.05	7.28	6.77
复方银翘氨敏胶囊	24 粒/盒	8.54	6.21	8.99	5.65	5.54	6.25	9.06
	18 粒/盒	4.92	8.99	3.22	2.22	5.02	-	4.77
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	3.81	3.76	3.35	2.27	3.59	4.01	2.58
	24 片/盒	4.85	4.18	4.63	5.26	4.29	3.56	5.79
六味地黄胶囊	60 粒/盒	14.37	14.72	20.17	23.60	14.75	16.10	15.58
	72 粒/盒	15.52	25.97	18.90	11.08	13.72	-	16.15

(续)

项目		2019 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
洁尔阴洗液	300ml/盒	13.96	14.81	14.05	17.16	12.67	12.21	14.39
	280ml/瓶	12.25	13.43	13.41	13.54	12.35	12.52	13.61
化积口服液	12 支/盒	11.45	9.62	9.60	9.83	7.93	11.22	10.07
	6 支/盒	7.29	6.34	5.72	6.61	6.35	6.62	6.68
复方银翘氨敏胶囊	24 粒/盒	8.32	6.92	8.49	5.28	5.15	6.28	9.89
	18 粒/盒	9.75	8.45	4.84	3.66	3.59	-	6.39
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	5.63	3.27	3.37	2.46	4.79	4.12	4.56
	24 片/盒	4.91	3.44	5.35	5.37	4.78	4.57	6.01
六味地黄胶囊	60 粒/盒	16.29	14.05	18.89	21.94	16.13	15.88	19.03
	72 粒/盒	15.65	16.28	17.73	15.71	12.55	-	16.28

报告期内，发行人不同销售区域下主要产品毛利率如下：

项目		2021 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
洁尔阴洗液	300ml/盒	68.43%	67.28%	67.03%	72.08%	62.58%	65.51%	67.49%
	280ml/瓶	77.41%	76.31%	76.49%	76.11%	77.49%	78.17%	77.41%
化积口服液	12 支/盒	56.39%	55.73%	49.02%	60.28%	45.47%	55.65%	50.83%
	6 支/盒	65.16%	70.44%	64.90%	69.25%	67.47%	69.62%	67.86%
复方银翘氨敏胶囊	24 粒/盒	60.65%	50.84%	60.12%	40.01%	37.11%	52.47%	60.69%
	18 粒/盒	54.07%	71.17%	42.45%	27.61%	37.44%	-	-8.38%
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	59.67%	39.41%	12.79%	35.00%	42.44%	56.31%	35.13%
	24 片/盒	48.29%	50.47%	49.66%	59.23%	45.91%	50.36%	59.08%
六味地黄胶囊	60 粒/盒	30.29%	27.71%	55.35%	63.98%	29.29%	28.23%	33.41%
	72 粒/盒	18.51%	23.77%	36.08%	17.55%	9.71%	-	27.17%

(续)

项目		2020 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
洁尔阴洗液	300ml/盒	73.44%	73.34%	69.99%	76.68%	69.51%	71.42%	71.17%
	280ml/瓶	78.97%	77.68%	78.01%	78.13%	78.52%	78.67%	77.55%
化积口服液	12 支/盒	61.52%	51.20%	55.65%	58.44%	43.08%	58.95%	57.19%
	6 支/盒	70.56%	69.55%	67.45%	72.22%	69.08%	70.07%	67.82%
复方银翘氨敏胶囊	24 粒/盒	59.61%	44.38%	61.65%	38.93%	37.72%	44.80%	61.93%
	18 粒/盒	42.05%	68.38%	11.50%	-28.52%	43.21%	-	40.28%
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	45.61%	44.88%	38.14%	8.61%	42.30%	48.27%	19.60%
	24 片/盒	43.67%	34.63%	40.98%	48.07%	36.29%	23.28%	52.89%
六味地黄胶囊	60 粒/盒	30.00%	31.65%	50.15%	57.42%	31.80%	37.53%	35.42%
	72 粒/盒	28.97%	57.60%	41.69%	0.51%	19.65%	-	31.76%

(续)

项目		2019 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
洁 尔 阴 洗液	300ml/盒	71.94%	73.58%	72.13%	77.24%	69.07%	67.90%	72.80%
	280ml/瓶	78.17%	80.11%	80.09%	80.27%	78.35%	78.64%	80.38%
化 积 口 服液	12 支/盒	64.01%	57.09%	57.01%	58.02%	47.94%	63.26%	59.04%
	6 支/盒	67.85%	63.00%	59.01%	64.56%	63.06%	64.61%	64.93%
复 方 银	24 粒/盒	61.96%	54.20%	62.72%	39.91%	38.35%	49.47%	68.03%

项目		2019 年度						
		东北	华北	华东	华南	华中	西北	西南
翹 氨 敏 胶囊	18 粒/盒	70.91%	66.40%	41.15%	22.07%	20.64%	-	55.48%
复 方 氨 酚 烷 胺 片	18 片/盒	66.29%	41.72%	43.45%	22.65%	60.38%	53.83%	58.36%
	24 片/盒	51.59%	30.66%	55.60%	55.71%	50.26%	47.88%	60.44%
六 味 地 黄胶囊	60 粒/盒	48.57%	40.31%	55.69%	61.89%	48.04%	47.23%	56.01%
	72 粒/盒	35.14%	37.65%	42.79%	35.35%	19.01%	-	37.63%

注：因公司出口业务占公司总销售额远低于 1%，故上述数据未列示出口销售数据

发行人不同销售区域下主要产品销售金额、销售均价、毛利率等情况存在差异，主要原因为不同区域的主要销售模式不同所致，不同区域经销商的同类产品、同类销售模式下的销售均价及其平均毛利率差异不大。

3、不同类别经销商

报告期内，发行人向不同类别经销商销售的主要产品数量如下：

单位：万盒/万瓶

项目		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商
洁尔阴洗液	300ml/盒	283.74	98.81	139.74	247.12	97.75	87.00	233.68	100.10	67.68
	280ml/瓶	281.01	125.47	79.46	324.81	118.66	79.61	321.13	137.95	55.66
化积口服液	12 支/盒	125.60	46.79	121.66	98.47	38.63	83.21	62.28	17.20	63.14
	6 支/盒	119.00	106.87	61.91	136.85	113.89	93.64	97.24	147.12	107.84
复方银翘氨敏 胶囊	24 粒/盒	104.30	40.39	59.20	90.94	42.16	54.01	136.93	75.26	69.32
	18 粒/盒	65.68	4.12	8.03	55.30	7.33	7.40	84.12	4.73	6.86
复方氨酚烷胺 片	18 片/盒	188.99	45.24	57.89	160.51	63.50	52.32	273.29	101.13	72.74
	24 片/盒	36.31	10.03	48.67	27.82	8.54	41.78	37.25	45.62	50.77
六味地黄胶囊	60 粒/盒	15.96	9.19	19.52	19.61	13.30	19.33	30.00	18.38	17.22
	72 粒/盒	32.17	10.28	13.38	27.29	5.71	14.98	17.26	2.66	4.00

报告期内，发行人向不同类别经销商销售的主要产品单价如下：

单位：元

项目		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商
洁尔阴洗液	300ml/盒	14.46	13.22	12.96	14.06	13.80	12.87	14.54	14.33	13.19
	280ml/瓶	13.47	13.18	12.92	13.02	13.50	12.55	13.35	13.13	12.36

项目		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商
化积口服液	12 支/盒	10.26	9.52	9.15	10.14	10.22	8.25	10.32	10.98	8.62
	6 支/盒	7.09	7.12	7.84	7.01	7.14	7.44	6.56	6.56	6.12
复方银翘氨敏 胶囊	24 粒/盒	9.58	7.52	6.79	9.18	8.22	6.34	9.77	8.31	6.15
	18 粒/盒	3.78	8.86	8.01	3.97	6.81	5.87	5.64	6.22	8.20
复方氨酚烷胺 片	18 片/盒	2.78	3.22	4.75	2.67	3.85	4.30	4.33	3.73	4.06
	24 片/盒	5.94	6.76	5.18	5.97	4.71	4.42	6.52	5.50	4.74
六味地黄胶囊	60 粒/盒	19.44	20.63	18.07	19.52	18.73	15.86	18.21	17.58	15.04
	72 粒/盒	19.73	20.68	17.21	18.67	26.03	18.95	17.69	17.63	18.73

报告期内，发行人向不同类别经销商销售的主要产品毛利率如下：

项目		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商
洁尔阴洗液	300ml/盒	69.09%	65.85%	65.37%	72.15%	71.62%	69.55%	73.09%	72.69%	70.30%
	280ml/瓶	77.10%	76.77%	76.34%	77.98%	78.78%	77.16%	79.99%	79.65%	78.36%
化积口服液	12 支/盒	54.44%	50.66%	48.68%	56.72%	57.07%	46.79%	60.03%	62.46%	52.11%
	6 支/盒	67.55%	67.70%	69.65%	68.90%	69.50%	70.71%	64.26%	64.26%	61.69%
复方银翘氨敏 胶囊	24 粒/盒	63.65%	53.77%	49.04%	62.43%	58.02%	45.55%	67.63%	61.87%	48.37%
	18 粒/盒	29.33%	69.48%	66.96%	28.28%	58.21%	51.49%	49.58%	54.27%	65.36%

项目		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商	500 万元以上 经销商	200-500 万元 经销商	200 万元以下 经销商
复方氨酚烷胺片	18 片/盒	26.62%	37.56%	56.61%	22.14%	46.20%	51.78%	56.12%	49.06%	53.22%
	24 片/盒	57.51%	62.88%	51.73%	54.30%	42.05%	38.23%	63.58%	56.79%	49.84%
六味地黄胶囊	60 粒/盒	47.76%	50.53%	43.70%	48.49%	46.32%	36.59%	54.01%	52.36%	44.28%
	72 粒/盒	38.05%	40.14%	28.90%	40.99%	57.69%	41.83%	42.65%	42.43%	45.84%

发行人已于《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之回复报告》中“问题 7 关于销售模式”之“（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”中说明不同类别经销商主要产品销售金额、销售均价、毛利率等情况并分析差异情况，不同类别经销商的同类产品、同类销售模式销售均价及其平均毛利率差异不大。

（九）说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配；经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理；经销商回款方式、应收账款规模合理性

1、说明经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配

如本题“（三）结合前述差异情况及经销商备货周期、退换货情况、期末存货情况等说明各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，经销商最终销售的真实性；最近一期销售规模 500 万元以上的经销商数量和销售金额占比下降较快的原因及合理性”之分析回复，保荐机构、申报会计师通过函证向发行人主要一级经销商（共 90 家）确认了其库存数据，上述主要一级经销商采购发行人产品的金额占发行人各期经销收入的比例分别为 68.52%、73.03%和 74.45%。

由于公司产品具有种类多、周转快的特征，经销商根据自身销售需求，按需进行采购和备货，报告期内公司主要一级经销商（共 90 家）的采购频率、平均单次订单采购金额分布情况如下：

单位：万元

平均采购频率	2021 年 12 月 31 日 / 2021 年度					
	经销商数量	收入金额	占比	期末库存金额	次年销售金额	平均备货周期（月）
1 年 4 次以内	4	118.78	0.31%	16.10	N/A	N/A
1 年 4-12 次	8	771.55	2.01%	99.15	N/A	N/A
1 年 12-24 次	22	4,661.39	12.12%	1,218.98	N/A	N/A
1 年 24-36 次	20	8,057.92	20.96%	1,309.67	N/A	N/A
1 年 36 次以上	36	24,836.59	64.60%	2,801.09	N/A	N/A
合计	90	38,446.23	100.00%	5,445.00	N/A	N/A
累计订单数量	3,104					
单次采购金额	12.39					

(续)

平均采购频率	2020 年 12 月 31 日 / 2020 年度					
	经销商数量	收入金额	占比	期末库存金额	次年销售金额	平均备货周期 (月)
1 年 4 次以内	9	82.72	0.22%	84.60	689.05	0.74
1 年 4-12 次	5	495.84	1.32%	137.18	265.80	3.10
1 年 12-24 次	21	3,930.99	10.50%	889.67	2,102.53	2.54
1 年 24-36 次	19	6,459.54	17.26%	865.39	3,736.58	1.39
1 年 36 次以上	36	26,460.35	70.69%	4,005.90	14,313.70	1.68
合计	90	37,429.44	100.00%	5,982.74	21,107.66	1.70
累计订单数量	2,927					
单次采购金额	12.79					

(续)

平均采购频率	2019 年 12 月 31 日/2019 年度					
	经销商数量	收入金额	占比	期末库存金额	次年销售金额	平均备货周期 (月)
1 年 4 次以内	16	538.23	1.50%	560.41	4,055.06	1.66
1 年 4-12 次	7	723.08	2.02%	299.47	1,135.10	3.17
1 年 12-24 次	17	3,052.19	8.53%	768.09	3,370.29	2.73
1 年 24-36 次	20	8,740.62	24.43%	1,407.11	8,216.56	2.06
1 年 36 次以上	30	22,730.72	63.52%	3,277.83	20,982.59	1.87
合计	90	35,784.85	100.00%	6,312.90	37,759.60	2.01
累计订单数量	2,349					
单次采购金额	15.23					

注：平均备货周期=期末库存金额÷下期月均销售金额；期末库存金额=函证的经销商期末库存数量×公司同期出厂销售均价

报告期内，公司上述主要一级经销商的年平均采购次数普遍超过 12 次，单次平均采购金额分别为 15.23 万元、12.79 万元和 12.39 万元，结合其各期末库存水平看，采购频率及单次采购量分布基本合理，与期后销售相匹配。

2、经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期是否与经销商进销存情况相匹配，是否存在经销商压货情形，退换货率是否合理

根据本题“（三）结合前述差异情况及经销商备货周期、退换货情况、期末存货情况等说明各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，经销商最终销售的真实性；最近一期销售规模 500 万元以上的经销商数量和销售金额占比

下降较快的原因及合理性”之“1、结合前述差异情况及经销商备货周期、退换货情况、期末存货情况等说明各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，经销商最终销售的真实性”分析回复，经销商一般备货周期为两个月左右，与经销商的进销存匹配；报告期内，公司经销商的退、换货率均在 1%（含）以内，退换货金额及占比均较小，退换货率合理；根据向主要一二级经销商函证、分析其期末库存金额，报告期内，公司主要经销商不存在不合理压货的情况。

3、经销商回款方式、应收账款规模合理性

报告期内，公司经销商的回款方式为对公账户银行转账或银行承兑汇票。

报告期各期末，公司经销商应收账款期末余额与经销收入金额及应收账款周转率如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
期末经销商应收账款账面余额	4,244.65	4,810.88	6,877.39
当期经销收入	51,460.75	51,249.14	52,222.90
经销客户应收账款周转率	11.37	8.77	9.13
可比公司情况：			
葵花药业	27.51	13.41	13.42
千金药业	12.65	15.58	16.98
华润三九	5.11	4.76	5.80
葫芦娃	4.07	5.55	10.70
可比公司平均应收账款周转率	12.33	9.83	11.73

注：同行业可比上市公司 2021 年年报尚未披露，上表可比公司应收账款周转率取自其 2021 年三季报数据，已做年化处理。

报告期内，公司经销商应收账款规模与营业收入变动趋势一致，应收账款规模合理，公司经销客户应收账款周转率与同行业可比公司平均水平的变动趋势基本一致。

（十）说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况；是否存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，如是，请说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性

1、说明经销商的终端客户构成情况，各层级经销商的定价政策，期末库存及期后销售情况，各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，各层级经销商回款情况

报告期内，公司经销商的终端客户主要为零售药店，最终为个人消费者。各层级经销商在保证一定利润水平的基础上结合市场竞争情况确定销售价格，经销商库存及期后销售情况详见本题“（三）结合前述差异情况及经销商备货周期、退换货情况、期末存货情况等说明各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，经销商最终销售的真实性；最近一期销售规模 500 万元以上的经销商数量和销售金额占比下降较快的原因及合理性”之“1、结合前述差异情况及经销商备货周期、退换货情况、期末存货情况等说明各层级经销商是否存在压货以及大额异常退换货情况，经销商最终销售的真实性”分析回复；通过向主要一二级经销商访谈、分析其期末库存以及分析报告期内公司经销商退换货情况，公司各层级经销商不存在不合理压货及大额异常退换货情况。

报告期内，公司经销商客户的回款情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
期末经销商应收账款账面余额	4,244.65	4,810.88	6,877.39
当期经销收入	51,460.75	51,249.14	52,222.90
期后经销商应收账款回款金额	2,263.01	4,550.38	6,559.13
期后回款比例 (截止至 2022 年 2 月 28 日)	53.31%	94.59%	95.37%

根据上表分析以及通过对主要一级经销商的函证确认，公司主要一级经销商和二级经销商的期后回款情况良好。

2、是否存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，如是，请说明同时对终端客户采用两种销售模式的原因及合理性。

报告期内，公司存在少量直销客户与经销商终端客户重合的情况，报告期内公司直销客户从其他经销商处采购本公司产品数量及本期公司对外销售数量如下：

单位：万盒/万瓶

项目	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	直销客户从其他经销商处采购数量	发行人本期销售数量	占比	直销客户从其他经销商处采购数量	发行人本年销售数量	占比	直销客户从其他经销商处采购数量	发行人本年销售数量	占比
洁尔阴洗液	29.98	2,601.38	1.15%	36.43	2,608.16	1.40%	19.56	2,506.42	0.78%
化积口服液	8.72	637.80	1.37%	2.85	610.36	0.47%	3.85	515.83	0.75%
复方银翘氨敏胶囊	5.07	322.10	1.57%	8.46	171.05	4.94%	4.95	451.82	1.10%
复方氨酚烷胺片	4.78	612.87	0.78%	7.22	299.45	2.41%	1.52	811.41	0.19%
六味地黄胶囊	3.39	192.65	1.76%	3.03	548.40	0.55%	0.80	159.37	0.50%
其他产品	29.99	3,048.25	0.98%	25.03	3,058.50	0.82%	8.78	2,479.59	0.35%
合计	81.92	7,415.05	1.10%	83.01	7,295.92	1.14%	39.46	6,924.44	0.57%

上述客户重合的主要原因为因发行人部分产品缺货，为满足市场销售需求，直销客户选择临时性从该区域经销商调货；其中，2020年，复方银翘氨敏胶囊和复方氨酚烷胺片的重合占比较高，主要原因系受新冠肺炎疫情影响，公司基于市场预期情况降低上述产品产量，导致部分直销客户从其他经销商处临时调货。

二、保荐人、申报会计师说明

（一）说明对非法人实体经销商采取的核查措施，相关收入的真实性

报告期内，公司不存在个人经销商的情形，但是极少数经销商属于全民所有制及其分支机构，合计销售金额及占比极小，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
全民所有制及其分支机构	25.71	3.98	22.06
国有非法人单位	-	-	-
合计	25.71	3.98	22.06
占当年度经销收入的比例	0.05%	0.01%	0.04%

报告期内，公司非法人实体经销商销售金额占当期经销收入的比例分别为 0.04%、0.01%和 0.05%，保荐人和申报会计师通过分析公司非法人实体经销商类别、向发行人了解向其销售产品的合规性以及了解其回款情况等方式进行核查。

（二）说明针对经销商核查计划制定情况及样本选取标准、选取方法及选取过程（统计抽样、非统计抽样），不同类别的核查数量、金额及占比等，并说明核查中如何针对发行人行业属性和特点，可比公司情况，发行人商业模式，经销商分层级管理方式，财务核算基础，信息管理系统，发行人产品结构、经销商结构、终端销售结构及其特点等情况完善核查计划

保荐人、申报会计师制定核查计划时考虑的因素如下：

考虑因素	发行人具体情况	完善核查计划的方式
样本选取标准	发行人经销商数量较多	按照经销商重要性和交易金额确定核查样本，走访比例和函证比例占经销收入 70%以上
发行人行业属性和特点	发行人采取经销模式为主、直销和电商模式为辅的销售模式，经销商客户不属于发行人终端客户	进行穿透核查，并对主要一级经销商和部分二级经销商客户的期末库存情况进行核查
可比公司情况	经销模式为同行业可比公司的主要销售模式之一	进行穿透核查，并对主要经销商客户的库存情况进行核查
发行人商业模式	经销模式	进行穿透核查，并对主要经销商客户的库存情况进行核查
经销商分层级管理方式	发行人存在一级经销商、二级经销商和少量三级经销商	通过走访、函证等方式核查一级经销商的交易情况，通过函证方式取得主要一级经销商和部分二级经销商的期末库存情况

考虑因素	发行人具体情况	完善核查计划的方式
财务核算基础	发行人财务核算基础相对健全，可以及时、准确获得报告期内与经销商客户的交易情况信息	不适用
信息管理系统	发行人通过浪潮 ERP 系统针对所有客户进行管理，无专门针对经销客户管理的信息管理系统	不适用
发行人产品结构	发行人产品以 OTC 药品为主，主要客户为零售药店	进行穿透核查，并对主要经销商客户的期末库存情况进行核查
经销商结构	发行人存在一级经销商、二级经销商和三级经销商	通过走访、函证等方式核查一级经销商的交易情况，通过函证方式取得主要一级经销商和部分二级经销商的期末库存情况
终端销售结构	发行人产品以 OTC 药品为主，主要客户为零售药店	进行穿透核查，并对主要经销商客户的期末库存情况进行核查

保荐人、申报会计师已结合发行人具体特点制定了核查计划，具体核查数量、金额、比例和程序参见本题之“（三）说明针对经销商所采取的核查程序、核查方法、核查比例、核查证据及核查结论，包括但不限于内部控制测试、实地走访、分析性复核、函证、抽查监盘、资金流水核查等方法；如未采取前述核查方法，请充分说明原因及采取的替代程序”的回复。

（三）说明针对经销商所采取的核查程序、核查方法、核查比例、核查证据及核查结论，包括但不限于内部控制测试、实地走访、分析性复核、函证、抽查监盘、资金流水核查等方法；如未采取前述核查方法，请充分说明原因及采取的替代程序

保荐人、申报会计师对经销商的核查程序主要包括内部控制测试、实地走访、分析性复核、函证核查和资金流水核查等方式，具体包括：

1、内部控制测试：了解公司与经销商相关内控制度并评价合理性；针对重要经销商客户进行穿行测试，抽查订单、出库单、运单/签收单、对账单、收款凭证、发票等凭证复印件，并针对报告期末确认收入的客户开展截止性测试；

2、实地走访：实地走访主要经销商客户并抽查走访其终端客户，对主要经销商客户进行访谈、查看其经营场所，了解其经营情况、与发行人的合作背景及其购买的发行人产品的期末库存情况，并取得主要经销商客户经营资质资料、无关联关系确认函、与发行人的交易明细，并抽取部分交易的订单、运单、发票和

付款凭证等资料；

3、分析性复核：查阅报告期内发行人收入明细表，分析复核主要经销商客户的变动情况，分析交易金额变动的合理性以及与应收账款的匹配情况，了解发行人是否放宽经销商客户的信用期，分析销量与运输费用的匹配性等；

4、函证：对主要经销商客户开展函证核查工作，确认发行人与经销商客户的交易金额和往来款余额，并函证主要一级经销商和部分二级经销商采购的发行人产品期末库存情况；

5、资金流水核查：核查报告期内发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他关键人员及其近亲属的资金流水是否存在异常，核查结果参见本次问询“问题 4 关于资金流水核查”之回复。

由于经销商客户出于保密性考虑未予向保荐人、申报会计师提供采购的发行人产品存货盘点表，保荐人、申报会计师已通过函证方式取得主要一级经销商和部分二级经销商客户的期末库存情况，并取得与主要一级经销商客户的交易明细、抽查发行人与主要经销商客户的收付款凭证等作为替代核查程序。

其中，保荐机构的函证具体情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
发函金额（万元）	53,192.82	52,960.65	46,928.14
其中：经销商客户发函金额	39,733.73	43,520.69	41,418.36
回函金额（万元）	51,053.30	45,087.61	34,356.70
其中：经销商客户回函金额	38,856.06	40,539.55	31,132.26
发函金额占主营业务收入的比例	78.71%	83.94%	76.25%
经销商客户发函金额占经销收入的比例	77.21%	84.92%	79.31%
回函金额占发函金额的比例	95.98%	85.13%	73.21%
经销商客户回函金额占发函金额的比例	97.79%	93.15%	75.17%

其中，申报会计师的函证具体情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
发函金额（万元）	53,192.82	52,960.65	46,928.14
其中：经销商客户发函金额	39,733.73	43,520.69	41,418.36
回函金额（万元）	48,304.06	51,440.06	40,915.16

项目	2021 年	2020 年	2019 年
其中：经销商客户回函金额	36,075.61	42,333.94	37,596.09
发函金额占主营业务收入的比例	78.71%	83.94%	76.25%
经销商客户发函金额占经销收入的比例	77.21%	84.92%	79.31%
回函金额占发函金额的比例	90.81%	97.13%	87.19%
经销商客户回函金额占发函金额的比例	90.79%	97.27%	90.77%

其中，保荐机构、申报会计师共走访 123 家客户，其中经销客户 97 家，走访客户报告期的收入占比情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
走访客户收入占主营业务收入的比例	75.25%	75.32%	75.26%
其中：走访经销客户收入占经销收入比例	74.40%	76.62%	76.63%

经上述核查，保荐人、申报会计师认为，发行人的经销收入真实。

（四）对经销商最终销售的真实性发表明确意见

保荐人、申报会计师进行了如下核查：

1、通过向主要一级经销商和部分二级经销商函证的方式，取得主要经销商客户采购的发行人产品期末库存情况，分析是否存在不合理备货的情形；

2、抽查走访主要经销商客户下游的零售终端药店，取得走访药店的采购发行人产品的明细；

3、分析米内网数据与发行人收入差异的稳定性；

4、查阅发行人、控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其他重要人员的银行流水等。

基于上述核查，保荐人、申报会计师认为，发行人不存在因主要经销商不合理压货及大额异常退换货等因素导致其终端销售不真实的情形。

三、中介机构核查事项

（一）核查过程

保荐人、申报会计师进行了如下核查：

1、通过米内网中国城市实体药店终端数据库查询存在统计数据的公司主要

产品，统计上述产品的销售收入和毛利情况；

2、在米内网网站查询米内网中国城市实体药店终端的抽样和统计方法；

3、模拟测算公司主要产品的“销售收入”并与米内网统计数据进行比较；

4、查阅同行业可比公司的销售模式，并检索同行业公司披露的产品收入与米内网统计收入进行比较；

5、向公司主要一级经销商和部分二级经销商函证其采购的发行人产品期末库存情况；

6、通过发行人本期对主要经销商销售以及主要经销商库存金额测算经销商对外销售金额，复核期末库存金额与月平均销售金额比例，获取发行人 2021 年全年销售明细，分析其 500 万元以上经销商数量和销售金额下降较快的原因及合理性；获取发行人报告期内退换货明细并抽查部分入库单据；复核发行人主要经销商是否存在不合理压货以及大额异常退换货情况；

7、查阅公开资料并访谈发行人高管了解医药行业特点、发行人产品特性、发展历程、下游客户分布情况；查阅同行业可比公年报了解其采用经销商模式的情况；访谈发行人负责销售的高管了解经销商模式的分类和定义，不同类别、不同层级经销商划分标准，以及采用经销商模式的必要性和商业合理性；

8、获取并询问发行人经销商管理相关内控制度，如：《销售客户信用管理制度》《销售结算管理制度及流程》《销售订单发货处理流程》《经销商协议管理制度》和《药品退货操作规程》等；向发行人销售负责人、财务负责人了解销售价格、信用期及收款管理、不同类别经销商、多层级经销商管理制度、终端销售管理、经销商新增及退出管理、定价考核机制、退换货政策、物流管理模式、库存管理机制等相关内控制度建立情况，执行内控穿行测试，并使用随机数表随机抽取样本检查相关内控制度建立并执行的情况；

9、获取发行人报告期内销售明细，统计各期经销商新增、退出的数量；查阅了发行人工商档案，历次股权变动相关协议、交易凭证和验资报告，以及历史股东（或其实际控制人）出具的确认文件、发行人直接股东填写的股东调查表或出具的确认函，发行人部分间接股东填写的股东调查表，发行人董事、监事、高级管理人员及控股股东的董事、监事和高级管理人员填写的调查表，对经销商的

访谈及经销商出具的无关联关系承诺函；

10、通过全国企业信用信息公示系统、企查查等公开渠道查询了发行人主要经销商的工商信息、主要人员及股权结构等情况；获取了发行人董事、监事、高级管理人员及控股股东的董事、监事和高级管理人员填写的调查表；通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等公开渠道对发行人关联方情况进行网络核查；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，及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；

11、取得发行人分销售模式的销售明细，分析不同销售模式下产品销售数量、价格及毛利率差异原因；取得发行人分销售区域的销售明细，分析不同销售地区下产品销售数量、价格及毛利率差异原因；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产品销售数量、价格及毛利率情况；

12、统计发行人主要经销商客户的采购频次、订单数量和采购金额，复核不同采购频次的经销商占比、期末库存金额、次年销售金额及平均备货周期；获取发行人经销商回款明细，复核应收账款周转率并与同行业可比公司进行比较；

13、复核报告期内经销商客户的期后回款情况，统计发行人直销客户和经销商终端客户重合的情况，访谈公司销售负责人了解其原因和背景。

（二）核查意见

经核查，保荐人、申报会计师认为：

1、通过模拟测算的公司主要产品销售收入与米内网数据的差异和变动趋势基本一致；

2、同行业可比公司的销售模式与发行人基本相同，且发行人主要产品销售数据与米内网数据存在较大差异属于行业常见情形；

3、发行人各层级经销商不存在不合理压货以及大额异常退换货的情况，亦

不存在因主要经销商不合理压货及大额异常退换货等因素导致其终端销售不真实的情形；最近一期销售规模 500 万元以上的经销商数量和销售金额占比下降具有合理性；

4、公司采用经销模式具备必要性和商业合理性；

5、发行人对经销商管理相关内部控制制度制定合理且执行有效；

6、报告期内发行人经销商客户构成基本稳定；除四川江中粤通医药有限公司、湖南医药集团有限公司外，公司其余主要经销商客户均成立时间较长，不存在新设即成为发行人主要经销商的情形；不存在经销商持股发行人的情形，报告期内除成都道之源科技有限公司、吉林恩威锐邦药业有限公司以外，发行人亦未通过其他关联经销商实现销售；

7、除成都道之源科技有限公司、吉林恩威锐邦药业有限公司外，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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户不存在关联关系或其他利益安排；发行人前员工张彬设立的成都若思私密健康管理有限责任公司在报告期内与发行人存在业务合作，但合作金额占比较小；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，恩威制药许可参股公司（经销商）恩威锐邦无偿使用注册商标专用权；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、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端客户不存在非经营性资金往来；

8、按照不同销售模式分类，电商模式下的主要产品价格和毛利率高于经销和直销模式，主要原因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，发行人已在招股说明书披露该内容；按照不同销售区域分类，不同区域的主要产品价格和毛利率存在差异，主要原因系不同区域的主要销售模式不同所致；按照不同类别经销商分类，各类经销商的同类产品价格和毛利率差异不大；

9、发行人经销商采购频率及单次采购量分布合理，与期后销售周期匹配，发行人经销商一般备货周期，经销商进销存、退换货情况，备货周期与经销商进销存情况相匹配，不存在经销商不合理压货的情形，经销商的退、换货率，经销商回款方式以及公司应收账款规模合理；

10、报告期内，公司经销商的终端客户主要为零售药店；各层级经销商在保证一定利润水平的基础上结合市场竞争情况确定销售价格；基于对主要一级经销商和部分二级经销商的函证分析，公司各层级经销商不存在不合理压货及大额异常退换货情况，经销商回款情况良好；报告期内，公司存在少量直销客户与经销商终端客户重合的情况，主要系为满足市场销售需求而进行的临时调货。

问题 6 关于销售费用

申请文件及问询回复显示：

（1）报告期内，发行人运输及仓储费发生额分别为 2,377.22 万元、2,481.44 万元、2,751.35 万元和 1,373.26 万元，发行人运输费在销售费用中列示。

（2）发行人销售费用率较可比公司偏高，主要是收入结构、销售模式等存在差异。

请发行人：

（1）说明运输费的计入销售费用是否符合《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定，并按照新准则要求，模拟测算并说明运费列入成本对财务报表和相关指标的影响。

（2）结合同行业可比公司可比业务的具体情况进行同口径销售费用占比比较，说明发行人销售费用占比与同行业的差异情况及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、发行人说明

（一）说明运输费的计入销售费用是否符合《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定，并按照新准则要求，模拟测算并说明运费列入成本对财务报表和相关指标的影响

1、说明运输费的计入销售费用是否符合《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定

根据《企业会计准则应用指南——会计科目和主要账务处理》的规定，“销售费用核算企业销售商品和材料、提供劳务的过程中发生的各种费用，包括保险费、包装费、展览费和广告费、商品维修费、预计产品质量保证损失、运输费、装卸费以及为销售本企业商品而专设的销售机构（含销售网点、售后服务网点等）的职工薪酬、业务费、折旧费等经营费用”。发行人销售过程中发生的物流运输费属于前述规定中描述的范围，且首次申报的报告期系 2017-2019 年及 2020

年 1-3 月，因此，公司在 2017-2019 年财务报告中均将其计入销售费用。

2017 年最新修订的《企业会计准则第 14 号——收入》系于 2020 年 1 月 1 日起执行，且考虑到会计科目在报告期各期的可比性，首次申报时对 2020 年 1-3 月的申报财务数据仍将运输费用计入销售费用，在审核期间，对补充更新后的 2020 年及 2021 年财务数据沿用了将运输费用计入销售费用。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南 2018（财政部会计司编写组编著）之相关规定：“在企业向客户销售商品的同时，约定企业需要将商品运送至客户指定的地点的情况下，企业需要根据相关商品的控制权转移时点判断该运输活动是否构成单项履约义务。通常情况下，控制权转移给客户之前发生的运输活动不构成单项履约义务，而只是企业为了履行合同而从事的活动，相关成本应当作为合同履约成本；相反，控制权转移给客户之后发生的运输活动则可能表明企业向客户提供了一项运输服务，企业应当考虑该项服务是否构成单项履约义务。”鉴于公司的物流运输费用主要系为履行销售合同而从事的活动，属于合同履约成本，应当计入营业成本核算，公司 2021 年度审计中已将运输费调整至在营业成本中列报并同步对 2020 年财务数据进行追溯调整，且该追溯调整不影响公司营业收入、净利润和净资产等指标，对 2020 年营业成本、销售费用的调整比例仅为 11.36%、-12.64%，不会影响公司日常经营活动，不属于《首发业务若干问题解答》之“问题 44”和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》中列示的重大会计差错更正。

2、按照新准则要求，模拟测算并说明运费列入成本对财务报表和相关指标的影响

按照新准则要求，发行人的物流运输费用系为履行销售合同而从事的活动，属于合同履约成本应调整至营业成本列报，模拟运费列入成本后对合并财务报表及相关指标影响如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日/2021 年度				2020 年 12 月 31 日/2020 年度				2019 年 12 月 31 日/2019 年度		
	调整前 金额	调整金额	调整后 金额	变动 比例	调整前金额	调整金额	调整后 金额	变动 比例	调整前金额	调整金额	调整后 金额
资产总额	86,908.97		86,908.97	-	84,885.63	-	84,885.63	-	74,848.77	-	74,848.77
归属于母公司股东权益	64,233.44		64,233.44	-	58,651.69	-	58,651.69	-	48,482.97	-	48,482.97
营业成本	29,674.29	2,655.89	32,330.18	8.95%	24,224.87	2,751.35	26,976.22	11.36%	21,460.32	2,481.44	23,941.75
销售费用	20,984.05	-2,655.89	18,328.16	-12.66%	21,760.67	-2,751.35	19,009.33	-12.64%	23,823.74	-2,481.44	21,342.30
营业利润	11,918.09		11,918.09	-	12,435.67	-	12,435.67	-	11,278.14	-	11,278.14
利润总额	11,912.92		11,912.92	-	12,447.29	-	12,447.29	-	10,980.92	-	10,980.92
归属于母公司净利润	10,181.76		10,181.76	-	9,874.32	-	9,874.32	-	8,259.20	-	8,259.20
毛利率(%)	56.34		56.34	-	61.80	-	57.46	-	65.42	-	61.43
销售费用率(%)	30.87		30.87	-	34.31	-	29.98	-	38.38	-	34.39

如上表所述，模拟运费列入成本后会对发行人合并财务报表中的营业成本和销售费用科目造成一定影响，公司报告期内各期营业成本金额将增加，销售费用减少，同时导致毛利率和销售费用率有一定程度下降，但趋势与模拟调整前一致，除此之外不会对其他财务报表项目及指标产生影响。

（二）结合同行业可比公司可比业务的具体情况同口径销售费用占比比较，说明发行人销售费用占比与同行业的差异情况及合理性

公司综合考虑主营业务模式、主要销售产品及营业收入构成等因素，选取葵花药业、千金药业、华润三九和葫芦娃等四家医药制造上市公司进行同行业可比公司可比业务同口径销售费用占比的比较。

以上四家上市公司中营业收入构成、可比业务范畴及可比业务收入占比等具体情况如下：

序号	公司名称	营业收入构成	可比业务范畴	可比业务收入占比		
				2021 年	2020 年	2019 年
1	葵花药业	中成药、化学制剂、营养保健、其他业务等	中成药、化学制剂	97.00%	99.86%	99.23%
2	千金药业	药品批发零售、中药生产、西药生产、卫生用品、其他业务、中药材、中药饮片、娱乐经营、其他等	中药生产、西药生产	43.97%	43.54%	44.35%
3	华润三九	非处方药、处方药、包装印刷、零售行业、海外贸易、其他收入等	非处方药、处方药	95.03%	95.44%	96.22%
4	葫芦娃	呼吸系统药物、消化系统药物、全身用抗感染药物、其它药物等	呼吸系统药物、消化系统药物、全身用抗感染药物、其它药物等	100.00%	100.00%	100.00%
恩威医药		妇科产品、儿科用药、呼吸系统用药、其他产品和其他收入等	妇科产品、儿科用药、呼吸系统用药、其他产品	99.42%	99.50%	99.16%

注：同行业可比上市公司 2021 年年报尚未披露，上表可比公司可比业务收入占比取自其 2021 年半年报数据。

根据公开披露信息显示，报告期内，葵花药业、华润三九与葫芦娃等可比公

司营业收入中医药制造业收入占比均超过 95%，与公司相接近；千金药业收入结构中来源于药品批发零售的占比相对较高，与公司的可比性相对较低。

剔除千金药业后，报告期内，葵花药业、华润三九与葫芦娃等可比公司可比业务的销售费用率的对比情况如下表所示：

序号	可比公司	销售费用率（可比业务）		
		2021 年	2020 年度	2019 年度
1	葵花药业	27.83%	25.25%	29.23%
2	华润三九	31.49%	37.43%	46.13%
3	葫芦娃	37.90%	40.91%	42.09%
可比公司平均		32.41%	34.53%	39.15%
恩威医药		30.87%	29.98%	38.38%

注 1：同行业可比上市公司的数据来源其公开披露的年报及半年报（葫芦娃于 2020 年 7 月上市发行，其 2019 年的数据来源于其招股说明书）；

注 2：同行业可比上市公司可比业务计算口径为营业收入*医药制造业收入占比；

注 3：根据新收入准则及财政部《收入准则应用案例——运输服务》等规定，对于与履行合同相关的运输活动，发生在商品的控制转移之前的，不构成单项履约义务，相关支出应作为商品销售成本核算。公司根据上述准则要求对 2020 年涉及项目进行了追溯调整；同行业可比上市公司 2021 年年报尚未披露，上表可比公司销售费用率（可比业务）取自其 2021 年半年报数据。

综上，报告期内，公司销售费用率变化趋势与同行业可比公司相比基本一致；公司销售费用率与同行业可比公司可比业务同口径的销售费用率基本一致，不存在较大差异，具有商业合理性。

二、中介机构核查事项

（一）核查过程

保荐机构和申报会计师进行了如下核查：

1、查阅《企业会计准则应用指南——会计科目和主要账务处理》、《企业会计准则第 14 号——收入》及应用指南等相关规定；

2、复核发行人模拟测算数据的准确性以及对财务报表指标的影响；

3、通过年报、招股说明书等公开资料获取同行业可比公司销售费用明细构成，分析与发行人是否存在差异。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、首次申报的报告期系 2017-2019 年及 2020 年 1-3 月，虽然 2017 年最新修订的《企业会计准则第 14 号——收入》系于 2020 年 1 月 1 日起执行，但考虑到会计科目在报告期各期的可比性，首次申报时对 2020 年 1-3 月的申报财务数据仍将运输费用计入销售费用，在审核期间，对补充更新后的 2020 年及 2021 年 1-6 月财务数据沿用了将运输费用计入销售费用。根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订），公司的物流运输费用主要系为履行销售合同而从事的活动，属于合同履约成本，应当计入营业成本核算，公司 2021 年度审计中已将运输费调整至在营业成本中列报并同步对 2020 年财务数据进行追溯调整，且该追溯调整不影响公司营业收入、净利润和净资产等指标，对 2020 年营业成本、销售费用的调整比例仅为 11.36%、-12.64%，不会影响公司日常经营活动，不属于《首发业务若干问题解答》之“问题 44”和《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》中列示的重大会计差错更正。公司已模拟测算并说明了运输费列入成本对财务报表和相关指标的影响。

2、报告期内，公司销售费用率变化趋势与同行业可比公司相比基本一致；公司销售费用率与同行业可比公司可比业务同口径的销售费用率基本一致，不存在较大差异，具有商业合理性。

（本页无正文，为《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四轮审核问询函之回复报告》之盖章页）

恩威医药股份有限公司



2022年3月18日

（本页无正文，为《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四轮审核问询函之回复报告》之盖章页）

保荐代表人： 

石 坡



叶建中



保荐机构董事长声明

本人已认真阅读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四轮审核问询函之回复报告的全部内容，了解回复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，审核问询函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、完整性承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：


张佑君

