创业板风险提示

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

安徽华人健康医药股份有限公司

（Anhui Huaren Health Pharmaceutical Co., Ltd.）

（合肥市包河工业区上海路 18 号）

华人健康
HUAREN HEALTH

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（注册稿）

保荐机构（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO.,LTD.

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

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

声明

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

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

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

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

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

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

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

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行股票不超过 6,001 万股，占发行后总股本的比例不低于 15%。本次发行全部为新股发行，不涉及股东公开发售股份的情形。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 40,001 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）
保荐人（主承销商）	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期	2022 年 8 月 5 日

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下重要事项。

一、特别风险提示

报告期内，公司的资产规模、营业收入持续增长。然而，公司在经营中可能面临经营风险、行业及政策风险、财务风险、法律风险、募集资金投资项目风险、内控风险、疫情防控措施影响业务经营的风险等，具体情况详见本招股说明书“第四节 风险因素”。当上述因素同时发生或某几项风险因素出现重大不利的情况下，公司业务均会受到一定程度的影响，从而使公司无法实现预期的成长性，面临一定的成长性风险。

公司提醒投资者务必仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，关注由上述风险导致的公司成长性风险，并特别注意下列事项：

（一）长期资产减值的风险

2017 年至 2021 年 12 月 31 日，发行人为拓展零售业务，通过股权收购和资产收购的方式，收购 282 家零售门店。报告期内，发行人零售门店相关收购情况具体参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（一）股权收购情况与（二）经营性资产收购情况”。同时，为了更好地发挥和利用医药**零售业务、代理业务**所积累的业务资源和优势，发行人于 2019 年 7 月收购汇达药业，逐步开拓终端集采业务，具体参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（一）股权收购情况”。上述收购导致发行人长期资产大幅增长，其中：发行人股权收购形成的商誉确认金额为 19,005.56 万元；资产收购形成的长期待摊费用初始确认金额为 20,577.64 万元，按照 5 年摊销期摊销，报告期内发行人因资产收购事项产生的长期待摊费用摊销金额分别为 4,017.97 万元、4,092.19 万元和 4,096.81 万元，截至 2021 年 12 月 31 日，资产收购形成的长期待摊费用余额为 4,904.86 万元。报告期各期末，发行人因收购事项形成的长期资产余额分别为 28,225.65 万元、24,256.24 万元和 23,910.42 万元，占总资产的比例分别

为 26.47%、18.86%和 12.13%，上述长期资产金额及占比随着长期待摊费用的摊销而逐年下降。

报告期各期末，公司上述长期资产未出现减值情形。但如若被收购资产受到外部经营环境恶化、重大行政处罚导致无法继续经营以及新冠疫情局部反复导致零售业务开展受阻，上述长期资产可能出现经营状况下滑的情况，进而可能导致上述长期资产产生减值，从而对公司经营业绩造成重大不利影响。

（二）药品质量问题产生的风险

药品的生产、包装、流通、使用等各个环节均有可能导致药品质量问题的发生。发行人主要从事药品流通领域，**零售业务、代理业务**、终端集采业务均会受到药品质量问题影响，出现产品召回或退换货，甚至会因此受到行政处罚。同时报告期内发行人 95 笔行政处罚中有两笔因药品质量问题，被处以没收违法所得，合计金额为 14.20 万元，具体参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、报告期内发行人违法违规情况”。

公司已按照 GSP 相关条款建立了严格的质量管理体系，从采购、验收、养护、运输到销售等环节均具有全流程的质量管理措施。同时，公司在采购协议、质量保证协议中约定产品出现质量问题时，可以将有质量问题的产品全部退还给供应商；若因产品质量问题导致消费者投诉或相关行政处罚，公司有权向供应商追偿。尽管如此，药品质量受生产环节影响较大，发行人作为药品流通企业难以完全避免药品质量问题的出现。随着公司医药**零售业务、代理业务**以及终端集采业务的持续发展，所经营商品种类的不断丰富、直营门店数量及覆盖区域持续增长，若公司不能在供应商准入、商品采购、仓储运输、门店陈列、门店销售等方面严格实行各项规章制度、严控商品质量安全，将存在发生药品安全事故、药患纠纷以及面临赔偿责任、行政处罚和刑事责任的风险，可能对公司的声誉和社会形象造成不利影响，影响公司在医药流通行业的核心竞争力，进而经营业绩受到一定的不利影响。

（三）零售门店管理不善的风险

报告期各期末，发行人零售门店数量分别为 607 家、771 家和 880 家，呈现快速增长态势，发行人零售业务覆盖区域从合肥逐步拓展至芜湖、亳州、安

庆、六安、宣城、淮北等安徽省其他主要城市，同时在江苏等邻近省份也逐步新设门店开拓药品零售业务。随着覆盖区域的不断扩张，零售业务的管理半径和管理难度也不断增加。报告期内，发行人及其子公司、所属门店共受到 95 起行政处罚，合计处罚（含没收违法所得）金额为 23.20 万元，具体参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、报告期内发行人违法违规情况”。如若发行人对零售业务的管理能力未能有效提升，可能导致零售门店管理不善，零售门店可能出现被处罚或业务受限的情形，导致公司经营业绩未达预期甚至出现下滑。

（四）零售业务主要集中于安徽省的风险

截至本招股说明书签署日，发行人零售业务主要集中于安徽省。报告期各期末，发行人零售业务门店数量分别为 607 家、771 家和 880 家，其中分布在安徽省内的门店数量分别为 607 家、762 家和 850 家，门店数量占比分别为 100%、98.83%和 96.59%。同时报告期内，发行人零售业务主营收入分别为 103,354.66 万元、129,222.19 万元和 155,924.07 万元，安徽地区形成的零售业务主营收入分别为 103,354.66 万元、129,194.19 万元和 154,007.09 万元，占零售业务收入比重分别为 100%、99.98%和 98.77%。安徽属于国内人口数量较高的省份之一，经济发展水平良好，为发行人零售业务的良好发展提供基本保障。尽管如此，考虑到发行人零售业务区域集中度较高，如安徽地区在药店管理、医保结算、疫情防控要求等方面出现重大政策调整，则可能对发行人的零售业务产生较大的负面影响。

（五）零售业务拓展省外市场的风险

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

不同地区的医药零售市场在消费习惯、监管政策、市场竞争格局等方面存

在较大差异，在进入新市场前期，公司可能面临当地消费习惯了解不足、品牌认可度不高、因门店布局较少导致产品下沉不足、外地管理不便等客观情况，公司省外扩张门店可能遭到竞争对手挤压、医保定点资质审批耗时较长或者消费者认可需要长时间积累等困难与风险，且在筹备期通常为亏损。因此发行人零售业务向省外市场的拓展具有不确定性。新设门店前期存在房租、装修、员工工资等成本投入，如若新设门店无法达到预期，可能导致毛利率下降、省外门店经营不善甚至亏损、投资回本周期较长，或面临受到当地主管部门处罚的风险，进而可能导致发行人整体经营业绩下滑，提醒投资者关注。

（六）部分租赁物业产权不完善的风险

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人用于门店经营所承租的物业中，存在部分租赁房产无法证明出租方有权出租或涉及集体用地的房屋未取得房屋所有权证、建筑工程规划许可证、建筑工程施工许可证等情形。截至 2021 年 12 月 31 日，上述租赁物业产权不完善的租赁面积占发行人门店租赁总面积的比例为 13.64%， 2021 年度实现收入占发行人当期营业总收入比例为 13.27%。上述租赁的房屋替代性强，发行人可在合理时间内找到符合条件的替代场所开展业务，但若租赁瑕疵问题集中爆发，仍可能对公司经营造成不利影响。

（七）代理业务主要品种续签的风险

2019 年、2020 年和 2021 年，发行人医药代理业务产生的主营业务收入金额分别为 43,894.93 万元、52,175.87 万元和 58,831.05 万元，占主营业务收入比重分别为 29.66%、27.67%和 25.93%。其中，发行人医药代理业务前十大品种贡献的收入金额分别为 12,571.67 万元、13,839.61 万元、14,026.88 万元，占代理业务收入比重分别为 28.64%、26.52%和 23.84%，占比较高。发行人与代理产品授权厂商签订的框架合作协议通常为一年一签或三年一签，期满后需重新签订。尽管发行人与上述代理产品的生产厂商已建立长期、稳定的合作关系，但如若生产厂商的产品销售政策发生重大变化，发行人上述前十大代理产品可能出现代理关系中止或终止的情形，导致发行人的经营业绩受到一定的不利影响。

（八）代理业务贴牌合作的风险

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人正在合作的代理品规 502 个，其中贴牌产品 409 个，数量占比约 80%。从金额上来看，报告期内，发行人贴牌代理销售收入分别为 22,679.74 万元、29,005.21 万元和 35,490.88 万元，占各期代理主营收入的比例分别为 51.67%、55.59%和 60.33%，呈逐年上升趋势。

根据《中华人民共和国商标法》的规定，发行人作为商标许可人，有责任监督生产厂家使用其注册商标的药品质量。在我国，医药生产企业是药品安全的第一责任人，发行人不参与研发与制造环节，亦未派专员驻场检验，因此无法对于研制、生产全过程进行有效监督，对药品安全性、有效性、可靠性的管控力较弱。当发生药品安全与质量事件时，发行人作为销售方，通常是下游客户的第一追责对象，最终消费者也有权以发行人为商标持有人为由向发行人追责。

根据《民法典》、《产品质量法》、《药品管理法》、《药品管理法实施条例》、《刑法》等相关法律的规定，如下游客户从发行人处采购的药品存在质量问题，发行人将承担换货、退货和赔偿损失等民事责任；如发行人销售的药品存在质量问题被药品监管部门认定为劣药或假药等情形，发行人将受到罚款、没收违法所得、停业整顿、吊销业务经营资质等行政处罚；更严重时，如发行人明知是假药、劣药进行销售的，根据《中华人民共和国刑法》等相关规定，发行人还可能承担相应刑事责任。本公司提醒投资者特别关注上述风险。

（九）零售药店医保控费的风险

报告期内，发行人零售业务医保结算收入分别为 39,657.56 万元、50,296.36 万元及 59,668.52 万元，绝大部分为医保个人账户支付。

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
零售业务主营收入	155,924.07	129,222.19	103,354.66
全部门店医保结算的商品形成的收入	59,668.52	50,296.36	39,657.56
其中：统筹医保账户结算的商品形成的收入	3,317.54	2,793.27	2,498.49

注：各地医保局在结算时并不区分个人账户与统筹账户，此处将发行人报告期内慢病定点门店、DTP 药房两类门店所发生的全部医保结算收入归为统筹账户，实际统筹报销金额小于上表金额

为减少医保基金的不合理支出，提高医保基金的使用率，我国出台了一系列医保控费政策。医保控费系控制医保统筹账户不合理支出的费用，而非控制个人账户，因而该类政策主要针对公立医院。目前，广东、江苏、内蒙古等部分地区已率先开展零售药店“双通道”药品纳入医保总额控制范围试点，参保患者到定点零售药店购药，凭借医疗机构开具的有效外配处方即可按规定享受统筹基金报销，与定点医院执行相同统一的支付机制政策，纳入医疗机构医保基金预算总额。

现阶段，安徽省零售药店对“双通道”药品费用单列预算，不纳入医疗机构医保基金预算总额，不受医保控费政策的影响。因而报告期内，发行人不存在受医保控费政策影响导致超支自付的情形。不排除未来安徽省改变现有政策，将符合条件的零售药店纳入医保基金预算管理。如发生上述情形，发行人可能存在医保统筹账户超支部分无法结算的风险，对公司经营业绩产生一定负面影响。

为简化计算，假设未来发行人享受统筹账户报销的门店每年均有一定比例超支，如超支比例分别为 1%、5%、10%，则对发行人净利润影响的敏感性分析如下：

单位：万元

对净利润的影响	2021 年度	2020 年度	2019 年度
超支比例 1%	17.73	14.67	13.30
超支比例 5%	88.63	73.35	66.51
超支比例 10%	177.25	146.70	133.02

注：对净利润的影响=当年统筹医保账户结算的商品结转的成本*超支比例*（1-所得税率）

公司提请投资者关注上述风险。

（十）市场竞争加剧导致发行人未来可能被其他企业挤压安徽省内市场份额或失去省内门店数量第一位排名的风险

我国医药流通行业属于充分竞争市场。近年来在安徽省内，医药零售领域的收购兼并不断推进，除发行人外，上市公司老百姓收购了安徽百姓缘大药房

连锁有限公司，高瓴资本旗下的高济医药（安徽）有限公司相继收购滁州华巨百姓缘大药房连锁股份有限公司、安徽高济敬贤堂药业有限责任公司、安徽广济大药房连锁有限公司、芜湖中山大药房连锁有限公司等。此外，互联网企业亦积极在医药零售领域进行布局，京东集团下设京东健康，其业务涵盖医药零售、互联网医疗、健康服务等领域。在此背景下，发行人零售业务面临的竞争压力进一步提升，如若应对不善，未来可能被其他企业挤压安徽省内的市场份额或失去省内门店数量第一位排名。公司未来如若不能通过良好的经营管理持续拓展业务覆盖度、提升运营效率、扩大经营规模，则可能在未来的市场竞争中受到一定不利影响。

（十一）带量采购政策实施使得终端零售药品价格大幅下滑风险

2018 年 11 月，经国家医疗保障局同意，《4+7 城市药品集中采购文件》于上海阳光医药采购网正式发布，文件公布了第一批带量采购目录的 31 个品种，有 25 个集中采购拟中选，拟中选价平均降幅 52%。2019 年 9 月，“4+7”试点带量采购扩大至全国 25 个省份。2019 年 12 月，第二批国家组织药品集中采购工作正式启动，本轮带量采购涉及 33 个新品种，第二批药品集中采购中标价较原价格平均降幅 56.8%。2020 年 8 月，第三批国家组织药品集中采购工作启动，本轮带量采购涉及 56 个品种，55 个品种中标，平均降价幅度约为 53%。2021 年 1 月，第四批国家集采目录在采购品种数量上略微进行了收缩，涉及 45 种，但此次集中采购将重点聚焦在了基本医保药品目录内用量大、采购金额高的药品，在中选价格方面，此次拟中选价平均降幅 52%，最高降幅达到 96%。2021 年 6 月，第五批国家集采是历次国家组织药品集采品种数量最多的一次，共 61 种拟采购药品采购成功，拟中选药品平均降价 56%。带量采购使得终端药品零售价格也会出现调整，基本与中标价保持一致。2021 年 11 月，第六批国家组织药品集中带量采购工作正式开展。与前五次不同，本次带量采购为胰岛素专项采购，这标志着国家组织药品集中采购的范围从化学药扩展到生物药领域，将进一步降低患者用药负担。2022 年 1 月下旬，第七批国家集采相关通知发布，共涉及 58 个品种 208 个品规。2022 年 2 月下旬，联合采购办公室已开展第七批国家组织药品集中采购相关药品信息填报工作。

如若产品终端零售价格的下降，不仅会对公司零售业务产生影响，亦会传导至公司代理业务、终端集采业务，可能导致公司各类业务中涉及带量采购品种单价和毛利率出现一定程度的下滑，对公司的盈利能力产生不利的影响。

（十二）医保定点管理办法调整风险

近年来，国务院、人力资源和社会保障部、国家食药监总局等政府部门相继出台政策法规，取消了基本医疗保险定点零售药店资格审查，完善了基本医疗保险定点医药机构协议管理办法，修改了《药品经营质量管理规范》，取消原政府制定的药品价格（麻醉药品和第一类精神药品除外）。截至 2021 年 12 月末，发行人 880 家门店中，已取得医保定点资格的门店数量为 851 家，占比 96.70%。2019 年、2020 年和 2021 年，发行人医药零售业务中医保结算的金额（不含税）分别为 39,657.56 万元、50,296.36 万元和 59,668.52 万元，占零售业务收入的比重分别为 38.37%、38.92%和 38.27%。如若行业关于医保结算方面的监管政策发生大幅变化，有可能导致公司门店医保结算金额下降，对公司的经营产生不利的影响。

（十三）执行新租赁准则对经营业绩影响的风险

财政部于 2018 年 12 月 7 日颁布了《关于修订印发<企业会计准则第 21 号——租赁>的通知》（财会[2018]35 号）（以下简称“新租赁准则”），公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对所有租入资产按照剩余租赁付款额现值（选择简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外）确认使用权资产及租赁负债，并分别确认折旧及未确认融资费用，影响当期损益。新租赁准则不调整可比期间信息，不会影响公司 2021 年年初留存收益，亦不影响公司现金流总额，但会同时增加公司资产、负债总额，使得公司资产负债率上升。从单个租赁合同来看，新租赁准则下，公司在整个合同期内的租赁费用将呈现前高后低的趋势。截至 2021 年 12 月 31 日，公司 880 家门店全部以租赁方式从事零售业务，全面执行新租赁准则对公司 2021 年财务报表净利润产生一定的负面影响。

（十四）疫情防控措施影响业务经营的风险

2020 年以来，新型冠状病毒（2019-nCoV）对国内经济产生了较大影响，对医药流通行业的影响也较为复杂。一方面，疫情爆发初期，国内居民受疫情

影响产生囤货行为，对药品零售业务有一定的正面增长，但另一方面疫情之下居民出行受到限制较多，代理业务涉及的市场推广活动、零售业务的门店人流量都受到较大影响，发行人业务也受到较大的负面影响。尤其 2020 年底新冠疫情在全国多地先后出现局部反弹情形后，各省市迅速制定并出台了适应本地区的疫情防控方案，“一退两抗”（退烧类、抗病毒类、抗生素类）等药品销售受到一定影响。2021 年 7 月份以来，江苏省南京市、河南省郑州市等地爆发了较为严峻的境外输入性疫情，并迅速扩散至包括安徽省在内的多个省份，新一轮疫情防控再次面临一定挑战。尽管 2021 年疫情形势整体上好于去年，但疫情防控存在长期化趋势，阶段性、地区性防疫政策的实施可能会对发行人的业务经营产生一定的不利影响。

（十五）2021 年经营业绩下滑

经申报会计师审计，公司 2021 年度实现营业收入 233,870.22 万元，较上一年度增长了 21.12%。公司 2021 年度实现归属于母公司股东的净利润 6,972.66 万元、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 6,117.56 万元，较上一年度分别下降了 1,919.33 万元和 2,398.19 万元，下滑比例分别为 21.58%和 28.16%。造成净利润下滑的主要原因有：①2021 年起公司执行新租赁准则。②发行人零售业务省外开拓因新店筹备过渡期的因素形成亏损。③疫情原因导致 3 家门诊的诊疗业务受到较大影响，形成亏损。④2021 年 12 月，社保缴费基数提高，并要求按照最新基数标准重新测算全年应缴社保，并补缴差额部分。⑤其他非量化因素，如“一退两抗”药品销售低迷。

经分析，除社保政策外，其他影响公司 2021 年度经营业绩的负面因素不具有持续性。

单位：万元

影响因素	影响净利润金额	是否具有可持续性	持续性说明	是否影响未来持续经营能力
新租赁准则	970.67	否	经测算，针对现有租赁合同，预计在 2024 年之后新租赁准则的会计处理将对利润表起正向作用。	否
省外子公司亏损	582.43	否	截至本招股说明书签署日，省外 30 家门店中，江苏南京的 26 家已全部取得医保资质，河南郑州的 4 家门店中已有 3 家获得省医保资质，剩余 1 家已在办理中。同时，根据发行人标准化连锁门店的管理经验，结合省外子公司的近期经营情况判断，省外子公司亏损预计不具有可持续性。	否

社保基数提高	261.73	是	2021 年 12 月，发行人经营所在地各地社保基数提高并要求追溯至 2021 年全年，导致发行人净利润受到一定的不利影响。社保基数根据国家政策要求，可能会进一步提高。同时，随着发行人经营规模的扩大和员工人数的增加，未来社保基数提高对于发行人的影响亦会随之增加。对此发行人在风险因素之“租赁成本及人工成本上升风险”中进行了详细说明。	否
疫情导致的诊疗业务亏损	373.28	否	从长期来看，疫情影响最终会逐步减弱直至消除。但是该过程并非线性过程，中间仍有可能出现反复或者阶段性仍会产生不利影响。对此发行人在风险因素之“疫情防控措施影响业务经营的风险”中进行了详细说明。	否

发行人严格执行经营地人力资源与社会保障局制定的社保政策，随着业务规模的发展、员工人数的增加，公司人工成本可能上升，但发行人所处行业的国家政策及市场环境未出现重大不利变化，公司与上游供应商、下游客户的合作正常，各项业务发展良好，社保政策不会影响公司未来持续经营能力。

提醒投资者关注 2021 年经营业绩下滑。

二、本次发行后公司的利润分配政策

2021 年 3 月 25 日，公司召开了 2020 年年度股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行股票前滚存未分配利润分配方案的议案》，对于本次发行上市前滚存的未分配利润由公开发行股票后的新老股东按发行后的持股比例共享。

本公司提醒投资者关注公司发行上市后的利润分配政策、现金分红的最低比例、未来 3 年具体利润分配计划和长期回报规划，具体参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行人的股利分配政策”。

三、本次发行相关主体作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本次发行相关主体作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、重要承诺事项”。

四、财务报告审计截止日后主要财务信息和经营状况

（一）财务报告审计截止日后的主要财务信息

公司经审计财务报表的审计截止日为 2021 年 12 月 31 日。中天运会计师事

务所 （特殊普通合伙）对公司 2022 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2022 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（中天运[2022]阅字第 90022 号）。

公司董事、监事、高级管理人员已对公司 2022 年 6 月 30 日、2022 年 1-6 月的未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。公司法定代表人、主管会计工作负责人及会计机构负责人已对公司 2022 年 6 月 30 日、2022 年 1-6 月的未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表所载资料真实、准确、完整。

1、2022 年上半年主要财务信息

（1）2022 年 6 月末资产与负债情况，以及和上年末的变动情况

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	变动幅度
资产总计	221,073.92	197,105.07	12.16%
负债总计	138,213.47	118,600.45	16.54%
所有者权益合计	82,860.45	78,504.63	5.55%

截至 2022 年 6 月末，公司资产总额为 221,073.92 万元、负债总额为 138,213.47 万元，分别较上一年末上升 12.16%、16.54%。资产与负债规模增长较快的主要原因系各项业务规模上升所致。

（2）2022 年 1-6 月营业收入与净利润情况，以及和上年同期的变动情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动幅度
营业收入	140,962.65	102,964.39	36.90%
营业利润	5,621.09	3,587.74	56.67%
利润总额	5,852.57	3,803.22	53.88%
净利润	4,208.51	2,749.10	53.09%
归属于母公司股东的净利润	4,219.24	2,745.56	53.68%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,573.30	2,280.58	56.68%

得益于零售、代理与终端集采三大板块业务规模的持续增长，2022 年上半年，发行人实现营业收入 140,962.65 万元，较上年同期增长了 36.90%；发行人实现归属于母公司股东的净利润 4,219.24 万元，较上年同期增长了 53.68%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 3,573.30 万元，较上年同期增长了 56.68%。

（3）2022 年 1-6 月经营活动现金流情况，以及和上年同期的变动情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动幅度
经营活动产生的现金流净额	8,940.51	8,984.38	-0.49%

2022 年上半年，发行人经营活动产生的现金流净额为 8,940.51 万元，与上年同期相比基本持平。

2、2022 年第二季度的主要财务信息

2022 年第二季度（即 2022 年 4-6 月），公司营业收入、净利润、经营活动现金流情况，以及和上年同期（即 2021 年 4-6 月）的变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 4-6 月	2021 年 4-6 月	变动幅度
营业收入	73,264.76	52,922.06	38.44%
营业利润	3,219.61	1,854.65	73.60%
利润总额	3,486.90	2,009.17	73.55%
净利润	2,669.17	1,640.62	62.69%
归属于母公司股东的净利润	2,675.11	1,642.98	62.82%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2,268.94	1,284.49	76.64%
经营活动产生的现金流净额	2,064.43	5,799.68	-64.40%

2022 年 4-6 月，发行人实现营业收入 73,264.76 万元、净利润 2,669.17 万元、归属于母公司股东的净利润 2,675.11 万元、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 2,268.94 万元。与上年同期相比，得益于各项业务的发展，发行人 2022 年 4-6 月营业收入与净利润指标均有所上升。2022 年 4-6 月，发行人经营活动产生的现金流净额为 2,064.43 万元，较上年同期有所下降的主要原因系随着业务规模的上升，第二季度采购商品、员工薪酬支付的现

金增加较多所致。

3、2022 年 1-6 月非经常性损益的主要项目和金额

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动幅度
非流动资产处置损益	51.79	-2.41	N/A
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	1,040.72	629.81	65.24%
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	20.44	45.92	-55.49%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-48.49	-25.92	N/A
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-147.31	-16.92	N/A
税前非经常性损益合计	917.15	630.49	45.47%
减：非经常性损益的所得税影响数	271.00	165.43	63.81%
减：归属于少数股东的税后非经常性损益	0.21	0.08	156.32%
归属于母公司股东的税后非经常性损益	645.94	464.97	38.92%

2022 年 1-6 月，公司非经常性损益主要由政府补助构成，与报告期相比未发生重大变化。

（二）财务报告审计截止日后的经营状况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营状况整体良好，未发生会对公司经营状况和未来经营业绩造成重大不利影响的事项。公司经营模式、主要采购和销售情况以及公司执行的税收政策等均未发生重大变化。

（三）2022 年 1-9 月业绩预计情况

公司预计 2022 年 1-9 月可实现的营业收入区间为 210,000 万元至 220,000 万元，比上年同期相比变动幅度为 30.13%至 36.32%；预计 2022 年 1-9 月可实现的归属于母公司股东净利润为 6,800 万元至 7,200 万元，与上年同期相比变

动幅度为 **46.72%至 55.35%**；预计 **2022 年 1-9 月**可实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为 **6,000 万元至 6,400 万元**，与上年同期相比变动幅度为 **47.86%至 57.72%**。

上述业绩情况系发行人预计数据，未经审计，不构成发行人的盈利预测或业绩承诺。

目 录

声明 **1**
发行概况 **2**
重大事项提示 **3**
一、特别风险提示 3
二、本次发行后公司的利润分配政策 12
三、本次发行相关主体作出的重要承诺 12
四、财务报告审计截止日后主要财务信息和经营状况 12
目 录 **17**
第一节 释义 **21**
第二节 概览 **26**
一、发行人基本情况及本次发行的中介机构 26
二、本次发行的概况 26
三、发行人主要财务数据及财务指标 27
四、发行人的主营业务经营情况 28
五、发行人科技创新、模式创新、业态创新或新旧产业融合情况 29
六、发行人选择的具体上市标准 40
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 40
八、募集资金用途 41
第三节 本次发行概况 **42**
一、本次发行的基本情况 42
二、本次发行的有关当事人 43
三、发行人与本次发行有关的中介机构的关系 45
四、本次发行上市的重要日期 45
第四节 风险因素 **46**
一、经营风险 46
二、行业及政策风险 52
三、财务风险 54
四、法律风险 56
五、募集资金投资项目风险 58
六、内控风险 58
七、疫情防控措施影响业务经营的风险 59
第五节 发行人基本情况 **60**
一、发行人基本情况 60
二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况 61
三、发行人报告期内的重大资产重组情况 70
四、发行人在其他证券市场上市、挂牌情况 78

五、发行人的股权结构.....79
六、发行人控股及参股公司情况.....79
七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人情况.....103
八、持有发行人 5%以下股份或表决权的其他股东情况.....124
九、部分股东在投资发行人时约定的对赌协议及解除情况.....125
十、发行人股本情况.....126
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况.....141
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况.....145
十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系.148
十四、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况.....148
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近二年变动情况.....148
十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况.....150
十七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况.....151
十八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况.....152
十九、已经制定或实施的股权激励及相关安排.....154
二十、发行人员工情况.....157
第六节 业务和技术 165
一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况.....165
二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况.....208
三、销售情况和主要客户.....257
四、采购情况和主要供应商.....289
五、发行人的主要固定资产和无形资产.....319
六、发行人的核心技术情况.....369
七、发行人的境外经营及境外资产情况.....371
第七节 公司治理与独立性 372
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....372
二、特别表决权股份或类似安排的情况.....376
三、协议控制架构的情况.....376
四、发行人内部控制情况.....376
五、报告期内发行人违法违规情况.....388
六、发行人资金占用和对外担保情况.....392
七、发行人资金管理、对外投资、担保事项制度及执行情况.....392
八、发行人直接面向市场独立持续经营的能力.....394
九、同业竞争.....397
十、关联方及关联交易.....424
第八节 财务会计信息与管理层分析 465

一、财务报表.....465
二、审计意见和关键审计事项.....473
三、影响经营业绩的重要因素.....476
四、分部信息.....485
五、合并财务报表的编制基础、合并范围及变化情况.....485
六、主要会计政策和会计估计.....486
七、非经常性损益情况.....541
八、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率.....543
九、主要财务指标.....546
十、经营成果分析.....548
十一、资产质量分析.....626
十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....671
十三、现金流量分析.....687
十四、报告期的重大资本性支出与资产业务重组.....693
十五、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....693
十六、财务报告审计截止日后主要财务信息和经营状况.....694
第九节 募集资金运用与未来发展规划 697
一、募集资金运用的基本情况.....697
二、募集资金投资项目具体情况.....701
三、未来发展与规划.....722
第十节 投资者保护 729
一、发行人投资者关系的主要安排.....729
二、发行人的股利分配政策.....731
三、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序.....737
四、发行人股东投票机制的建立情况.....737
五、摊薄即期回报分析.....738
六、重要承诺事项.....744
第十一节 其他重要事项 767
一、重要合同.....767
二、对外担保情况.....773
三、对发行人、控股子公司产生较大影响的诉讼或仲裁事项.....774
四、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的重大刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项.....774
五、董事、监事、高级管理人员最近三年的合法合规情况.....775
六、控股股东、实际控制人报告期内合法合规情况.....775
第十二节 声明 776
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明.....776
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....777
三、保荐机构（主承销商）声明.....778

四、发行人律师声明.....780
五、会计师事务所声明.....781
六、验资及验资复核机构声明.....782
七、资产评估机构声明.....783
第十三节 附件 785
一、备查文件.....785
二、文件查阅地址和时间.....785

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文中另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

一般释义		
华人健康/公司/发行人/股份公司	指	安徽华人健康医药股份有限公司
安徽华仁	指	安徽省华仁医药经营有限公司（发行人前身）
上海玉安	指	上海玉安药业有限公司
新药研究院	指	安徽省新药研究院
华泰大健康一号/华泰大健康二号	指	南京华泰大健康一号股权投资合伙企业（有限合伙）、南京华泰大健康二号股权投资合伙企业（有限合伙）
道兴投资	指	南京道兴投资管理中心（普通合伙）
华泰大健康	指	南京华泰大健康一号股权投资合伙企业（有限合伙）、南京华泰大健康二号股权投资合伙企业（有限合伙）、南京道兴投资管理中心（普通合伙）的合称
阿里健康	指	阿里健康科技（中国）有限公司
苏州赛富	指	苏州赛富璞鑫医疗健康产业投资中心（有限合伙）
黄山赛富	指	黄山赛富旅游文化产业发展基金（有限合伙）
腾元投资	指	嘉兴腾元投资合伙企业（有限合伙）
长菁投资	指	北京道同长菁投资管理中心（有限合伙）
华西投资	指	华西银峰投资有限责任公司
天凯投资	指	苏州吴中区天凯汇达股权投资合伙企业（有限合伙）
胜凡投资	指	宁波梅山保税港区胜凡投资合伙企业（有限合伙）
福曼医投资	指	宁波梅山保税港区福曼医投资合伙企业（有限合伙）
康凡投资	指	合肥康凡股权投资合伙企业（有限合伙）
时达投资	指	合肥时达股权投资合伙企业（有限合伙）
国胜药房	指	发行人零售业务经营主体的合称，报告期内包括安徽国胜及其控股的芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜，江苏国胜，河南国胜，国胜医疗及其下属门诊。
安徽国胜	指	安徽国胜大药房连锁有限公司
芜湖国胜	指	芜湖国胜大药房连锁有限公司
安庆国胜	指	安庆国胜大药房连锁有限公司
亳州国胜	指	亳州国胜大药房连锁有限公司
江苏国胜	指	江苏国胜大药房连锁有限公司
南京同和堂	指	南京同和堂大药房有限公司

润心药房	指	南京润心药房有限公司
新声药房	指	南京新声大药房有限公司
舟济药房	指	南京市舟济大药房有限公司
尚和堂药房	指	南京尚和堂大药房有限公司
河南国胜	指	河南国胜大药房有限公司
汇达药业	指	安徽汇达药业有限公司
国胜科技	指	安徽国胜医药科技有限公司
捷助科技	指	合肥捷助医药科技有限公司
国胜医疗	指	合肥国胜医疗管理有限公司
安百苑门诊	指	合肥市安百苑综合门诊有限责任公司
元兴门诊	指	合肥元兴综合门诊有限责任公司
桂园门诊	指	合肥国胜医疗管理有限公司桂园中西医结合门诊部
克安舒医药	指	安徽克安舒医药科技有限公司
好之佳大药房	指	安徽好之佳大药房连锁有限公司
新安江大药房	指	黄山新安江大药房连锁有限公司
嘉山路门诊	指	合肥嘉山路综合门诊有限责任公司，已于 2020 年 5 月注销
胜凡管理	指	合肥胜凡企业管理有限公司，已于 2020 年 10 月注销
裕泰和投资	指	安徽裕泰和中医药产业投资有限公司
裕泰堂投资	指	合肥裕泰堂中医药产业投资合伙企业（有限合伙）
裕泰坊投资	指	合肥裕泰坊中医药产业投资合伙企业（有限合伙）
福又康投资	指	合肥福又康股权投资合伙企业（有限合伙）
好又康投资	指	合肥好又康股权投资合伙企业（有限合伙）
淮仁堂药业	指	安徽淮仁堂药业股份有限公司，前身为安徽淮仁堂药业有限公司
淮仁堂发展	指	安徽淮仁堂健康产业发展有限公司
人民健康	指	安徽人民健康大药房有限公司
淮仁堂生物	指	安徽淮仁堂生物科技有限公司
淮仁堂医院	指	安徽淮仁堂中医院有限公司（曾用名：合肥淮仁堂医院有限公司）
淮仁堂门诊	指	合肥淮仁堂中西医门诊有限公司
合肥门诊	指	合肥淮仁堂诊所有限公司
霍山门诊	指	霍山淮仁堂中西医门诊有限公司
安庆健康人	指	安庆市健康人医药咨询有限公司
安庆康安	指	安庆康安医药咨询有限公司
腾龙商贸	指	亳州市谯城区腾龙商贸合伙企业（普通合伙）

一品红	指	一品红药业股份有限公司（300723.SZ）
易明医药	指	西藏易明西雅医药科技股份有限公司（002826.SZ）
百洋医药	指	青岛百洋医药股份有限公司（301015.SZ）
漱玉平民	指	漱玉平民大药房连锁股份有限公司（301017.SZ）
健之佳	指	云南健之佳健康连锁店股份有限公司（605266.SH）
大参林	指	大参林医药集团股份有限公司（603233.SH）
老百姓	指	老百姓大药房连锁股份有限公司（603883.SH）
益丰药房	指	益丰大药房连锁股份有限公司（603939.SH）
一心堂	指	一心堂药业集团股份有限公司（002727.SZ）
药易购	指	四川合纵药易购医药股份有限公司（300937.SZ）
达嘉维康	指	湖南达嘉维康医药产业股份有限公司（301126.SZ）
IQVIA	指	IQVIA Holdings INC.，前身为Quintiles IMS Health INC.，一家制药和保健行业全球领先的市场数据提供商
国务院	指	中华人民共和国国务院
国家药品监督管理局	指	中华人民共和国国家药品监督管理局
国家食药监总局	指	中华人民共和国国家食品药品监督管理总局，原中华人民共和国国家食品药品监督管理局
国家市场监管总局	指	中华人民共和国国家市场监督管理总局
国家医疗保障局	指	中华人民共和国国家医疗保障局
国家卫健委	指	中华人民共和国国家卫生健康委员会，原中华人民共和国卫生和计划生育委员会（国家卫计委）
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
人社部	指	中华人民共和国人力资源和社会保障部
商务部	指	中华人民共和国商务部
财政部	指	中华人民共和国财政部
华泰联合证券/保荐机构/保荐人/主承销商	指	华泰联合证券有限责任公司
中天运/会计师	指	中天运会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师/国浩	指	国浩律师（上海）事务所
A 股	指	在境内上市的人民币普通股
新股	指	本次发行人首次公开发行时拟向社会公众发行的股份
股东大会	指	安徽华人健康医药股份有限公司股东大会
董事会	指	安徽华人健康医药股份有限公司董事会
监事会	指	安徽华人健康医药股份有限公司监事会
最近三年/报告期	指	2019 年、2020 年及 2021 年

报告期末	指	2021 年 12 月 31 日
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	本公司的《公司章程》，即《安徽华人健康医药股份有限公司章程》
《注册管理办法》	指	《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》
《21 世纪药店》	指	南方医药经济研究所的权威产业平台与专业研究机构
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
元/万元/亿元	指	人民币元、万元、亿元
专业释义		
OEM	指	贴牌生产
GSP	指	《药品经营质量管理规范》
GMP	指	《药品生产质量管理规范》
ERP	指	Enterprise Resource Planning 企业资源计划，它是针对物资资源管理（物流）、人力资源管理（人流）、财务资源管理（财流）、信息资源管理（信息流）集成一体化的企业管理软件
B2C	指	Business-to-Customer 企业通过互联网为消费者提供一个新型的购物环境
O2O	指	Online-to-Offline，将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台
品规	指	药品或器械等商品的品种规格，如剂量、剂型等
基本药物	指	能够满足基本医疗卫生需求，剂型适宜、保证供应、基层能够配备、国民能够公平获得的药品
处方药	指	必须凭执业医师或执业助理医师处方才可调配、购买和使用的药品
OTC、非处方药	指	Over The Counter、非处方药，由专家遴选的经过长期临床实践后认为患者可以自行购买、使用并能保证安全的药品，这类药品经国家批准消费者不需医生处方，按药品说明书即可自行判断、使用且安全有效
近效期药品	指	药品距离规定的有效期短于一定时间后（通常为6个月）即为近效期药品
两票制	指	药品从药厂卖到一级经销商开一次发票，经销商卖到医院再开一次发票，以“两票”替代目前常见的七票、八票，减少流通环节的层级，并且每个品种的一级经销商不得超过2个
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
处方外流	指	指医院把处方单对外开放，患者可以凭借处方单去院外的零售药店购买处方药
医药分开	指	医治和用药分开，在2009年3月17日《中共中央国务院关于深化医药卫生体制改革的意见》中被首次提出，患者可以自主选择在医疗机构或零售药店购药，医疗机构不得限制患者凭处方到零售药店购药，具备条件的可探索将门诊药房从医疗

		机构剥离
DTP 药房	指	DTP 起源于美国，是由阿斯利康和辉瑞创造的新的营销模式，制药企业将产品直接授权给药店进行销售，患者从医院取得医生处方，拿着处方直接到药店去购买的一种经营模式
首营品种	指	本企业首次采购的药品
首营企业	指	采购药品时，与本企业首次发生供需关系的药品生产或经营企业
连锁化率	指	行业内零售连锁企业下属门店总数/行业内零售门店总数

特别说明：

1、本招股说明书部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

2、本招股说明书中涉及的我国、我国经济以及行业的事实、预测和统计，包括本公司的市场份额等信息，来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道。本公司从上述来源转载或摘录信息时，已保持了合理的谨慎，但是由于编制方法可能存在潜在偏差，或市场管理存在差异，或基于其它原因，此等信息可能与国内或国外所编制的其他资料不一致。

第二节 概览

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

一、发行人基本情况及本次发行的中介机构

（一）发行人基本情况			
发行人名称	安徽华人健康医药股份有限公司	**成立日期**	2001 年 6 月 29 日
注册资本	34,000 万元	**法定代表人**	何家乐
注册地址	合肥市包河工业区上海路 18 号	**主要生产经营地址**	合肥市包河工业区上海路 18 号
控股股东	何家乐	**共同实际控制人**	何家乐、何家伦
行业分类	批发和零售业	**在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况**	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	华泰联合证券有限责任公司	**主承销商**	华泰联合证券有限责任公司
发行人律师	国浩律师（上海）事务所	**其他承销机构**	无
审计机构	中天运会计师事务所（特殊普通合伙）	**评估机构**	沃克森（北京）国际资产评估有限公司

二、本次发行的概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	不超过 6,001 万股	**占发行后总股本比例**	不低于 15%
其中：发行新股数量	不超过 6,001 万股	**占发行后总股本比例**	不低于 15%
股东公开发售股份数量	不适用	**占发行后总股本比例**	不适用
发行后总股本	不超过 40,001 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）		
发行前每股净资产	2.31 元	**发行前每股收益（扣除非经常性损益前后）**	0.18 元
发行后每股净资产	【】元	**发行后每股收益**	【】元

发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	本次发行采用向战略投资者定向配售（如有）、网下向符合条件的投资者询价配售和网上向持有深圳市场非限售 A 股股份或非限售存托凭证市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式进行。
发行对象	在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司开立证券账户的机构投资者和根据《深圳证券交易所创业板投资者适当性管理实施办法（2020 年修订）》等规定已开通创业板市场交易资格的自然人（国家法律、法规禁止购买者除外），并且符合《深圳市场首次公开发行股票网下发行实施细则》（深证上[2020]483 号）及《深圳市场首次公开发行股票网上发行实施细则》（深证上[2018]279 号）的规定。
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	无
发行费用的分摊原则	无
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	营销网络建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：承销及保荐费【】万元、审计及验资费【】万元、评估费【】万元、律师费【】万元、发行手续费【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、发行人主要财务数据及财务指标

根据经中天运会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报表（中天运[2022]审字第 90046 号），公司报告期主要财务数据及财务指标如下：

项目	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度
资产总额（万元）	197,105.07	128,623.83	106,631.77
归属于母公司所有者权益（万元）	78,480.11	71,482.93	53,621.46
资产负债率（母公司）	19.36%	16.27%	19.65%
资产负债率（合并口径）	60.17%	44.41%	49.21%

项目	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度
营业收入（万元）	233,870.22	193,091.04	152,236.29
息税折旧摊销前利润（万元）	33,466.86	19,034.86	13,785.23
净利润（万元）	6,973.25	8,885.91	5,334.70
归属于母公司所有者的净利润（万元）	6,972.66	8,891.99	5,194.81
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	6,117.56	8,515.75	5,317.13
扣非后基本每股收益（元）	0.18	0.25	0.17
扣非后稀释每股收益（元）	0.18	0.25	0.17
扣非后加权平均净资产收益率	8.16%	14.49%	10.99%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	14,082.12	2,933.49	9,209.97
现金分红（万元）	-	-	-
研发投入占营业收入的比例	**0.02%**	**0.01%**	**-**

四、发行人的主营业务经营情况

发行人专注于医药流通行业，报告期内主要从事医药**零售、代理**及终端集采三大块业务，其中：

1、发行人以全资子公司安徽国胜、江苏国胜、河南国胜、国胜医疗（以下合称“国胜药房”）为主体，以直营方式从事药品、保健食品、医疗器械等销售以及常见病诊疗业务。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人已拥有 880 家门店（877 家零售药店和 3 家门诊）。上述门店主要集中在安徽省（省内门店数量 850 家），遍布省内 13 个地市，发行人已经成为安徽省最大的药店连锁企业。在巩固省内优势地位的同时，发行人积极拓展周边省份，截至 2021 年 12 月 31 日，发行人已在江苏省、河南省分别拥有 26 家、4 家门店。

2、发行人**以母公司为主体**，主要从事医药代理业务，与上游医药生产厂商开展合作，取得其部分产品的代理权，主要向下游医药零售企业进行推广和销售。发行人代理业务上游合作厂家有上海医药集团、广州医药集团、丽珠医药集团、齐鲁制药集团、四川峨嵋山药业、辰欣药业等，截至 2021 年 12 月 31 日，发行人正在合作的代理品规为 502 个。发行人代理业务的主要客户为全国或者区域性的医药零售连锁企业。

3、发行人以全资子公司汇达药业为主体，依托**零售业务、代理业务**已形成的规模采购优势和经营能力，专业从事医药终端集采业务，主要为单体药店、小型连锁等零售终端提供一站式配送服务。

2019 年、2020 年、2021 年，发行人连续三年被安徽省工商业联合会、安徽省经济和信息化厅、安徽省市场监督管理局评为安徽省民营企业服务业百强企业。2018 至 2021 年，发行人连续荣登《21 世纪药店》评选的中国连锁药店百强系列榜单的“中国连锁药店综合实力百强企业”和“中国连锁药店直营力百强企业”（2018-2019 年度、2019-2020 年度及 2020-2021 年度“中国连锁药店综合实力百强企业”排名分别为第 39 位、第 29 位、第 24 位；2018-2019 年度、2019-2020 年度及 2020-2021 年度“中国连锁药店直营力百强企业”排名分别为第 37 位、第 27 位、第 25 位），排名逐年提升。

五、发行人科技创新、模式创新、业态创新或新旧产业融合情况

2021 年 3 月，第十三届全国人民代表大会第四次会议审议批准了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，“鼓励商贸流通业态与模式创新，推进数字化智能化改造和跨界融合，线上线下全渠道满足消费需求”。发行人所处行业以及业务模式符合国家经济发展战略和产业政策导向。

（一）发行人自身的创新、创造、创意特征

行业内各企业的创新能力主要体现在：业务模式、信息系统、仓储物流、互联网+、特色服务（慢病、DTP 等）、人才培养等方面，以及基于传统医药流通行业特性所融合与赋载的现代化信息技术、物流体系和互联网技术。

其中：业务模式是发行人有别于可比公司的最大特色和优势。除此之外，各家企业在其他方面的创新以及新旧产业融合上各有特色，行业内不存在显著差异。具体分析如下：

1、与同行业可比公司相比，发行人在创新方面的优势集中体现在“一体两翼”的业务架构

与同行业可比公司相比，发行人在创新方面的最大优势是“一体两翼”业务架构。公司专注于医药流通行业，形成以医药零售业务为核心，医药代理与终端集采业务为两翼，各业务板块均衡发展、良性协同、优势互补，围绕医药零售生态网络高度渗透的综合布局。

（1）发行人业务更加均衡、多样

大部分可比上市公司以某一种业务为主，如益丰药房、大参林等均以零售业务为主，零售收入占比一般都超过 90%。以批发业务为主的代表公司主要有百洋医药、药易购等，批发业务收入占比普遍高于 90%。

可比公司	业务架构	业务收入占比	业务毛利占比
发行人	零售为核心、代理与终端集采为两翼的均衡架构	**零售与代理**收入占比约 **70%：30%**，终端集采占比 5%左右	**零售与代理**毛利占比约 **70%：30%**
一品红	药品生产为主	药品生产收入占比超过 90%	药品生产毛利贡献超过 95%
易明医药	收入以批发为主，毛利以生产为主	批发类收入占比超 55%	药品生产毛利贡献超 75%
百洋医药	批发为主	批发类收入占比超 90%	批发类毛利贡献超 95%
老百姓	零售为主	零售类收入占比超 85%	零售类毛利贡献超 90%
一心堂	零售为主	零售类收入占比超 80%	零售类毛利贡献超 90%
益丰药房	零售为主	零售类收入占比超 90%	零售类毛利贡献超 90%
大参林	零售为主	零售类收入占比超 90%	零售类毛利贡献超 90%
健之佳	零售为主	零售类收入占比超 85%	零售类毛利贡献超 80%
漱玉平民	零售为主	零售类收入占比超 85%	零售类毛利贡献超 85%
达嘉维康	批发为主	批发类收入占比超 70%	批发类毛利贡献超 70%
药易购	批发为主	批发类收入占比超 95%	批发类毛利贡献 100%

注：业务收入与毛利占比以各上市公司 2021 年度数据为基础。

报告期各年度，发行人**零售业务与代理业务**的营业收入结构与毛利构成基本维持在 **70%：30%**左右的均衡比例。此外，2019 年末起步的终端集采业务从筹备到运营，两年半的时间里配送门店数量便发展到了超过 600 家，网络覆盖的广度和深度显著提升，收入占比升至 5%左右。因此，发行人业务架构更加均衡、多样。

（2）零售业务作为“核心板块”，已经形成了安徽省领先的既有优势

公司起步于安徽省合肥市，自成立至今，公司零售业务一直坚持深耕省内市场。截至 2021 年末，公司营销网络已经覆盖省内 13 个地区，省内合计拥有 850 家连锁门店，门店数量全省第一，已经形成了省内领先的既有优势。本次公开发行募集资金主要投向安徽省内，省内计划开店 518 家，进一步巩固公司省内排名优势。

（3）“两翼”板块均面向零售连锁直供，行业专注度更高

批发业务收入占比较高的同行业可比公司大部分以临床渠道为主。

可比公司	公开信息显示的批发业务领域
发行人	主要面向零售药房，专注于连锁直供
一品红	主要面向医院终端市场
易明医药	主要面向临床渠道
百洋医药	主要覆盖青岛、北京及周边地区的医院、社区门诊等
达嘉维康	主要销售客户为医疗机构，基本覆盖省内三级以上规模医院
药易购	商业分销业务主要面向基层医疗机构，终端纯销业务主要面向零售药店市场

发行人代理和终端集采作为“两翼”板块，具有鲜明的客户特点，客户主要为零售药店客户，直接面向连锁直供需求，减少流通过程中的各级经销商、配送商。在市场资源逐步向零售药店倾斜，连锁市场需求凸显的大环境下，发行人两翼板块与零售板块一起围绕零售生态网络高度渗透，行业专注度更高。

（4）代理业务多品规路线以及贴牌模式在行业中特色鲜明

可比公司	代理品种	贴牌情况
发行人	代理品规 502 个，合作厂家 220 家	贴牌品规 409 个
一品红	注射用丹参多酚酸盐、注射用炎琥宁、注射用单唾液酸四己糖神经节苷脂钠、苯磺酸氨氯地平分散片四类产品	苯磺酸氨氯地平分散片为贴牌合作
易明医药	瓜蒌皮注射液、盐酸纳美芬注射液和卡贝缩宫素注射液三类产品	盐酸纳美芬注射液为贴牌合作
百洋医药	迪巧系列、泌特系列、哈乐系列、武田系列等，其中仅迪巧一个系列贡献超过 50%的收入	-

一品红的主要代理产品为四款产品，易明医药代理产品集中在三款产品，百洋医药代理产品集中在迪巧、泌特等少数明星产品系列；相较而言，发行人代理业务走“多品规”路线。截至 2021 年 12 月 31 日，公司正在合作的代理品规

502 个，合作厂家 220 家，与同行业公司相比，公司代理品规数量较多，产品结构更加丰富，对单品的依赖度较低。

此外，根据公开披露信息，各家上市公司与上游药厂在贴牌领域的合作较少。相较而言，报告期末，发行人 502 个代理品规中贴牌合作了 409 个，数量占比约 80%。通过贴牌合作，发行人逐步推进了自主品牌建设，形成了以慢病类产品为主的“福曼医”品牌、以普药与抗生素产品为主的“正远”品牌，以阿胶与补益类产品为主的“国津”、“国胜”品牌，构建了具有自主品牌标识的系列产品，还拥有与之配套的具有自主知识产权的 6 项外观设计专利、10 项美术作品著作权。

（5）终端集采业务模式在行业中属于创新

从事医药零售的上市公司数量较多，老百姓、一心堂、益丰药房、大参林、健之佳、漱玉平民等，且单从业务规模上来看，发行人与上述企业相比，在成立时间、门店数量、行业地位等方面仍存在一定差距。

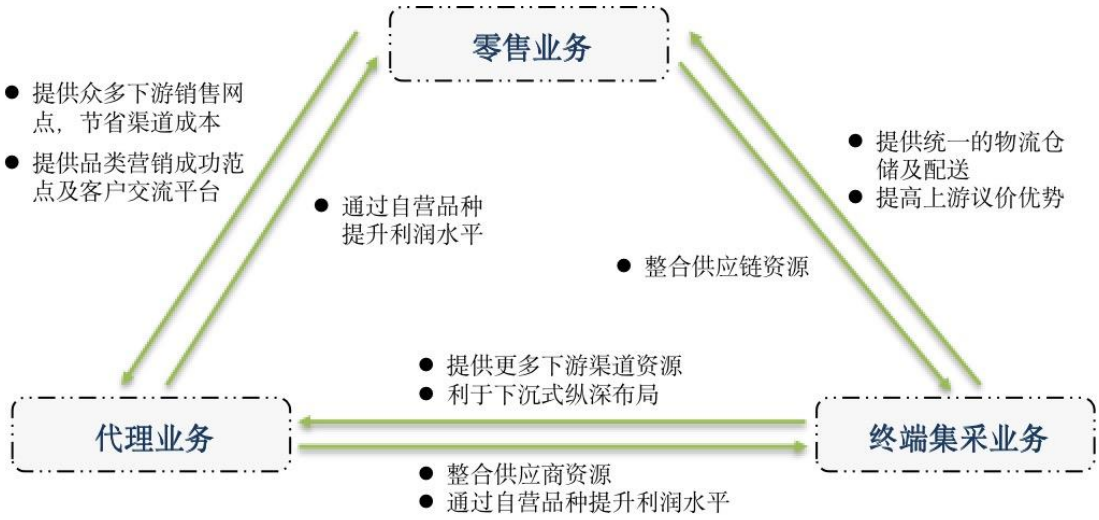
因此，这些行业标杆企业实际上较早的拥有了成熟的上游渠道资源、品类齐全的商品以及完善的配送网络，但在 2019 年 10 月发行人首次开展终端集采业务之前，从上市公司公开披露信息来看，同行业公司未大规模开展此类业务。

由于人口基数大、地域分布广，目前国内医药零售行业仍然存在连锁化率较低的现状，存在数量庞大的小微药店。上述小微药店由于自身体量小，常常面临着厂家控货、货源不稳定、采购成本高、物流与仓储费用高等经营难题。终端集采业务是发行人依托代理业务自营产品、国胜大药房省内领先等综合优势，为小微药店解决采购难题而发展起来的一项业务，在行业中属于创新尝试。

（6）发行人三项业务形成协同效应

截至报告期末，公司拥有直营门店 880 家，已发展为安徽省最大的药店连锁企业。零售业务规模和品牌影响力的扩大，为代理业务既提供了众多下游销售网点，节省了渠道成本，又提供了品类营销成功范点及客户交流平台；同时为终端集采业务整合供应链资源，形成紧密合作、协同发展的整体业务架构。

同时，代理业务凭借已形成的超过 200 家生产厂家、超过 500 个自营品种的渠道优势与长期合作形成的稳定供货关系，通过自营代理品种提升零售和终端集采业务的利润水平。终端集采业务由于面向群体主要为单体药店、小型连锁药店等零售终端，秉持“立足安徽，辐射周边”的纵深式布局，配送网络辐射安徽省、江苏省、河南省合计 20 个地市、发展了 448 家小微客户和 639 家门店，覆盖城区店的同时，超过 50%的配送门店位于乡镇地区，相较代理业务具有更下沉的终端优势，以反哺代理业务的销售深度；亦可为零售业务提供统一的物流仓储及配送服务，提高与上游的议价优势。



发行人**零售、代理**和终端集采业务相互之间彼此协同，形成“以点带面，横纵联合”的立体化战略布局，属于行业中相对特有的业务创新，是践行《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》“商贸流通业态与模式创新”的具体表现，是有别于其他可比公司的最大特点和优势。

2、其他方面创新，发行人与同行业可比上市公司各有特色，不存在显著差异

（1）在信息系统建设方面，发行人坚持外购+自研式开发，具有一定特色

绝大部分上市公司选择外购信息系统，例如，老百姓、一心堂、益丰药房、健之佳、漱玉平民等使用 SAP，一品红、百洋医药、大参林等使用 Oracle。发行人坚持外购+内部自研式开发，可以更及时、更精准地解决公司遇到的各种信息化需求，还节省了软件费用及昂贵的二次开发成本，在软件

的自主性、安全性等方面也更有保障。

报告期内，在信息系统方面，发行人较为有代表性的自研改进如下：

自研项目内容	成效
零售业务系统与医保系统打通	发行人大力倡导，成为安徽省合肥地区第一家实现了零售业务系统与医保系统打通端口的零售企业，从技术层面杜绝了盗刷医保的情形。
会员管理系统	与科大讯飞合作，可扫码办卡，自动获取顾客真实数据，可对会员进行打标，自定义规则定时推送相关营销和会员关怀信息。通过智能机器人对会员进行电话客服管理，提升了会员管理效率。
门店智能补货系统	可根据门店商品历史销量、往年同期销量、门店库存情况，系统自动请货。
国胜 O2O 商城平台	具备同类产品所具有的店铺管理、促销管理、商城管理、购物车管理、物流配送管理等功能，具有较低的维护成本，以及较高二次开发性。该成果已形成软件著作权 2022SR0009940。
OMS 中台	简化门店打开美团、京东、饿了么的操作流程，统一使用自研的 OMS 中台完成所有操作。该成果已申请软件著作权。
综合评价管理系统	手机端及电脑端 APP，将内部绩效考核电子化，提升考核效率。该成果形成软件著作权 2021SR2014617。
捷助云平台	应用于零售业务和终端集采业务，门店店员将传统手工抄盘改为微信小程序与手机端软件，可直接与业务系统对接传输，简化盘点流程。该成果已形成软件著作权 2020SR0618477。
客户流向数据分析平台	应用于代理业务，可智能分析公司代理品规在下游客户门店中的流向情况，为公司产品决策提供依据。该成果已形成软件著作权 2021SR1901082。
ERP 系统读写分离改造	通过数据层面 DG 方式部署，将数据进行了实时热备，同时将读写操作分别对应主库与备库，从根本层面解决了 ERP 卡顿的问题。
数据访问控制	通过技术手段限制数据库指定访问的网络、机器，从根本上杜绝外部非法访问，同时通过技术创新节省了堡垒机成本。

报告期内，随着公司业务规模的快速提升，信息中心根据业务发展和日常管理需要，持续地在核心系统基础上开发新的功能模块、通过改善流程进一步完善系统处理效率，以及业务系统、仓储系统、电商订单系统之间的对接效率，提高系统整体可靠性，协助公司利用信息技术不断提高公司的业务管理水平、专业化分析能力和科学决策能力。

基于发行人长期坚持的内部自研式的业务系统开发与完善，截至报告期末，公司在系统接口、会员管理、积分管理、流向管理、进销存管理等与零售业务密切相关的核心方面形成了 12 项计算机软件著作权。

（2）在仓储物流体系建设方面，发行人及同行业可比公司搭建适合自身的物流配送体系，并不断提高自动化水平，各企业之间不存在显著差异

发行人根据零售生态网络的布局情况，已建立了较为完善的物流配送体

系，在合肥、亳州等地区设立物流仓库。公司物流中心于 2015 年 7 月引进自动输送分拣系统，该设备主要由滚筒输送机、爬坡皮带机、复核打包台、转弯装置、低速移载装置、电控系统以及仓库控制系统混合组成，有效保证了公司商品配送效率。报告期内，公司对原有 ERP 系统进行优化升级，将拣货单、扫码复核、备货监控、架位管理与采购入库和配送出库等管理功能进行融合，提高收货验收、发货复核的正确率，保障仓库供应链管理系统化、自动化、信息化。

为适应电商业务快速发展的现状，发行人针对电商设置了单独仓库，投入了自动输送线、电商打包机、灯光拣选设备、电子标签播种等设备。现阶段，发行人 WMS 系统可智能分析一单一品、一单多品、爆款品种等订单结构，进行波次派单、并单拣选、大大提升订单拣选效率。在新设备投入之前，电商仓库日处理订单约 6,000 单，目前日均处理订单量约为 2 万单，双 11 峰值可达 5 万单以上，效率明显提升的同时也精简了人工成本。

在仓储物流体系建设方面，发行人及同行业可比公司依照旗下门店分布，搭建适合自身的物流配送体系，并通过购进自动化先进设备来提高商品周转效率，各企业之间不存在显著差异。

（3）在互联网+方面，B2C 与 O2O 业务已经成为发行人及同行业可比公司主营业务中的重要组成部分

随着移动互联网技术的发展，互联网已深度渗透到日常生活的各个方面。因此，近年来连锁企业探索互联网创新服务模式，大力发展 B2C、O2O 业务。

2014 年，公司组建了电商团队，并取得了《互联网药品信息服务资格证书》。2015 年起，公司先后在天猫、京东、拼多多等平台上开设 B2C 店铺。2016 年起，公司与美团、饿了么、京东到家等平台合作，开展 O2O 业务。2020 年 12 月，公司开发并推广“国胜商城”微信小程序，培育私域流量。

公司名称	公开披露信息中关于电商业务的表述
发行人	2021 年度，发行人 B2C 业务收入 21,256.60 万元，占比 13.63%。O2O 业务收入 7,838.61 万元，占比 5.03%，O2O 门店 832 家，占期末全部 880 家门店的比例为 94.55%。

公司名称	公开披露信息中关于电商业务的表述
一心堂	2021 年度，一心堂电商业务总销售额为 3.8 亿元，其中 O2O 占比 80.28%，B2C 占比 19.72%。O2O 门店 8,291 家、覆盖率 96.86%。
老百姓	2021 年度，老百姓线上渠道实现销售额近 7 亿元，O2O 门店 6,581 家。
益丰药房	2021 年度，益丰药房互联网业务实现销售收入 112,766.53 万元，其中，O2O 收入 78,082.33 万元，O2O 门店超过 6,600 家，B2C 收入 34,684.20 万元。
大参林	2021 年度，新零售业务（O2O+B2C）销售同比增长 87%，O2O 门店 7,240 家，覆盖率为 89%。
健之佳	2021 年度，健之佳线上渠道实现营业收入 8.78 亿元，占营业收入的比例为 16.78%。
漱玉平民	2021 年度，漱玉平民线上销售额超过 5.45 亿元，O2O 门店 2,434 家，O2O、B2C 业务收入占比分别为 1.82%、2.96%。
达嘉维康	2021 年度，达嘉维康通过第三方 B2C/O2O 渠道电商平台，实现药品线上销售不断增长。
药易购	2021 年度，药易购通过自有平台线上销售收入为 149,504.52 万元，占营业收入的 43.96%。

在互联网+方面，B2C 与 O2O 业务已经成为发行人及同行业可比公司主营业务中的重要组成部分。

（4）在慢病服务方面，发行人慢病门店占比与同行业可比公司基本处于平均水平

自 2016 年以来，公司基本上形成了独特的慢病管理体系。截至本招股说明书签署日，正式成立“慢病生活馆”的门店 67 家，还拥有 21 家与当地医保部门签约的医疗保险门诊慢性病定点服务门店，每家慢病门店均配备专业的慢病专员，且门店全体执业药师均需参与到慢病管理、服务与培训中。慢病专员通过专业的药学服务和健康管理吸引客流；通过对相关疾病用药的信息收集记录、建立会员档案，对会员顾客进行分类管理，通过消费数据，挖掘会员的购买潜力，最终通过合理的联合用药方案、健康解决方案和后台的持续跟踪服务增加会员粘度，形成一套相对完善的管理体系。

发行人在慢病门店占比与同行业可比公司基本处于平均水平，高于同行业的一心堂、健之佳和达嘉维康，具体如下：

可比公司	慢病门店数量	慢病门店占比
一心堂	831	9.71%
益丰药房	超过 1,000	超过 14.54%
大参林	1,250	17.22%
健之佳	270	9.83%

可比公司	慢病门店数量	慢病门店占比
漱玉平民	436	20.29%
达嘉维康	3	6.82%
平均值	632	13.07%
发行人	88	10.00%

注 1：老百姓未披露慢病门店数量；
注 2：达嘉维康慢病门店采用其特门服务药房；
注 3：漱玉平民与达嘉维康未披露截至 2021 年末慢病门店数量，采用其 2021 年半年数据；其余同行业可比公司采用其 2021 年年报数据。

发行人严格落实慢性病会员的档案建立、会员回访、开展药学服务工作。慢性病会员建档以纸质建档先行，系统建档同步进行，规范记录慢性病患者的各项体征和指标。截至本招股说明书签署日，发行人已为 19,000 余名慢病顾客建立了电子档案，根据相关疾病的疗程，通过电话、短信、现场等多种形式，准时向顾客提供用药咨询与健康管理服务。

同时，为提升慢病精细化管理，发行人将会员回访记录留存于业务管理系统内，截至本招股说明书签署日，可查询到的回访记录达 12 万余条。此外为进一步搭建患者与医生、专家沟通的桥梁，发行人零售业务按月度开展线上或线下的患者疾病知识与预防的宣传与讲座。

（5）在 DTP 特色药房方面，除达嘉维康专营 DTP 药房外，其他可比公司的 DTP 药房占比均较低，不存在显著差异

随着降低药占比、药品零加成等政策的实施，处方外流的趋势将利好连锁零售企业。在医药分开后，处方药流向将以 DTP 药房及现存的院边店为主。截至报告期末，发行人拥有 45 家院边店。

区别于以出售 OTC 药品为主的传统零售药店，DTP 药房经营品种以抗肿瘤、丙肝、自身免疫系统疾病方面的新特药为主，并配备执业药师提供专业指导意见及服务，专注领域更加集中。截至本招股说明书签署日，发行人已签约获批的 DTP 药房 10 家，已合作的厂家 72 家，涉及 122 个新特药品种。同行业内，除达嘉维康专营 DTP 药房外，其他可比公司的 DTP 药房占比均较低。发行人与同行业可比公司基本处于平均水平，具体如下：

可比公司	DTP 门店数量	DTP 门店占比
老百姓	145	2.37%
益丰药房	237	3.45%

可比公司	DTP 门店数量	DTP 门店占比
大参林	133	1.83%
健之佳	22	0.80%
漱玉平民	48	1.85%
达嘉维康	21	47.73%
平均值	101	9.67%
发行人	10	1.14%

注 1：一心堂未披露 DTP 门店数量；
注 2：漱玉平民 DTP 门店采用其大病定点特药药房；
注 3：达嘉维康未披露截至 2021 年末 DTP 门店数量，采用其半年报数据；其余同行业可比公司采用其 2021 年年报数据。

报告期内，安徽省未全面放开 DTP 门店的政策，导致发行人 DTP 门店数量较少。2022 年 3 月，合肥市出台了《“双通道”定点零售药店申报实施方案（草案）》，明确了以 DTP 门店为主要代表的双通道药房的申请条件，标志着合肥市 DTP 政策已逐渐松绑，成为发行人零售业务进一步升级的契机。公司已制定了未来大力发展 DTP 的战略规划，积极与医药厂商进行洽谈以引进相关药品，深度参与到医院处方共享平台的建设中，并通过配备优秀的人才队伍，持续为患者提供更专业的全方位健康服务。

（6）在人才培育方面，发行人与同行业可比公司在店长、执业药师、医师等人才的储备与培养上不存在显著差异

当前，零售药店的经营早已突破简单的药品销售，提供各类服务、进行多元化经营已成趋势，专业化的服务团队、为顾客提供全方位的健康服务才能凸显核心竞争力。

为充分发挥药学技术人员的作用，公司对内于 2014 年成立“执业药师俱乐部”，学习宣传药品监督管理相关法律法规、组织开展专业知识培训、药学技术服务等；公司对外先后与安徽省内多所高校合作开展“订单班”，并安排专业人员参与课程内容的制定和教学。2020 年，公司成立“药事服务中心”，为允许执业药师远程审方的区域提供远程审方。

截至本招股说明书签署日，发行人对于注册执业药师按照岗位职责，开展不同层级、不同内容的技能课程。从形式上分为线下的面授、贴柜培训、师带徒、技能大赛、专家讲座，以及线上的直播培训、课程任务推送、游戏化闯关、知识分享社区等，培训形式丰富多彩。从员工培训频次来看，线上培训和

碎片化知识学习平均 2-3 次/周，线下培训 1-2 次/月。每位员工全年需完成 160 次左右的线上、线下学习任务。

通过上述方式，发行人不仅建立了良好的零售药店人才培养模式，而且能够适应行业发展动态，提升人力资源的使用效率和专业化服务水平。发行人与同行业可比公司通过组织各式各样的技能课程，均较为重视店长、执业药师、医师等人才的储备与培养，各企业之间不存在显著差异。

（二）科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、主营业务与信息技术的融合

公司于 2011 年开始建立 IT 中心，根据企业发展阶段、业务板块扩张的需要，公司总体规划了信息系统的建设方案，在不同阶段进行分步实施。目前，公司已经建立了覆盖公司各个主要业务环节的信息系统。

公司的 ERP 信息系统由四大核心部分组成，即供应链管理系统、零售业务管理系统、仓库管理系统和财务管理系统，分别实现总部批发业务管理、零售总部管理、门店管理、仓库管理和财务管理功能，覆盖了公司的商品采购、物流配送、门店管理、总部运营、质量控制及财务管理等主要业务环节。除此之外，公司还整合了电子发票、税控系统、办公系统、会员管理系统等其他辅助管理系统，有效实现了信息技术在公司主要业务环节的覆盖，提升了公司的精细化管理水平。

以信息系统使用率最高的零售业务为例，发行人目前在售商品 SKU 约 11,200 个，仅零售一项业务，每年处理的订单数量便超过 2,500 万单，平均每天接近 7 万单。海量的门店销售数据、超过 500 万个注册会员信息管理（其中每年有消费记录的会员数量超过 260 万个）、超过 19,000 个慢病顾客电子档案等，都依赖于稳定的业务系统。

2、主营业务与现代物流体系的深度融合

物流基地是支撑医药流通企业发展的重要平台。发行人根据零售生态网络的布局情况，已建立了较为完善的物流配送体系，在合肥、亳州等地区设立物流仓库，负责对各自区域内的直营门店、终端集采客户等进行日常配送，配送半径规划合理，能快速响应门店的配送需求。高效、合理的物流配送体系能快

速响应所辖地区的商品采购及门店配送需求，提高了商品配送、周转等各环节的工作效率，是公司保持规模、效益持续领先的重要保障。

3、零售业务与互联网技术的融合

随着移动互联网技术的发展，互联网已深度渗透到日常生活的各个方面。国务院颁布多项支持医药产业与互联网融合的相关政策，逐步打造“互联网+医疗健康”的新兴生态模式。

报告期内，发行人 B2C 电商业务实现收入 5,257.75 万元、10,359.05 万元和 21,256.60 万元，各期同比增幅分别为 97.02%和 105.20%。发行人 O2O 业务形成收入 2,202.96 万元、4,718.18 万元和 7,838.61 万元，各期同比增幅分别为 114.18%和 66.14%；O2O 门店从 2018 年的 278 家快速上涨至报告期末的 832 家，占期末全部 880 家门店的比例高达 94.55%，O2O 门店渗透率较高。未来，随着网售处方药政策的放开，公司拟与第三方有资质的医院合作，为公司自有门店及合作客户提供远程问诊、远程开方等业务，增加公司盈利增长点。

六、发行人选择的具体上市标准

（一）财务指标

2020 年度和 2021 年度，公司归属于母公司所有者的净利润分别为 8,891.99 万元和 6,972.66 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 8,515.75 万元和 6,117.56 万元。

（二）标准适用判定

公司结合自身状况，选择适用《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的上市标准中的“（一）最近两年净利润均为正且累计净利润不低于 5,000 万元”。

根据上述分析，公司满足其所选择的上市标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在红筹架构或表决权差异等特殊安排。

八、募集资金用途

本次募集资金投资项目经 2020 年年度股东大会确定，由董事会负责实施，主要用于投资如下项目：

单位：万元

序号	募集资金投资项目	项目投资总额	拟用募集资金投入金额
1	营销网络建设项目	55,567.80	55,567.80
2	补充流动资金	5,000.00	5,000.00
合计		**60,567.80**	**60,567.80**

若公司首次公开发行新股实际募集资金净额不能满足上述募投项目的资金需求，董事会可以根据拟投资项目实际情况对上述单个或多个项目的拟投入募集资金金额进行调整，或者通过自筹资金解决。若实际募集资金净额超过上述项目拟投入募集资金总额，超出部分由公司根据中国证监会和深交所的相关规定用于与公司主营业务相关的营运资金。

公司首次公开发行新股募集资金到位前，若因生产经营或市场竞争等因素致使必须及时对上述全部或部分项目进行前期投入的，公司拟通过自筹资金进行先期投入，待募集资金到位后，将以募集资金置换前期投入资金。

本次募集资金运用具体情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	1.00 元
发行股数	本次公开发行股票不超过 6,001 万股，占发行后总股本的比例不低于 15%。本次发行全部为新股发行，不涉及股东公开发售股份的情形
占发行后总股本的比例	不低于15%
发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	无
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	无
每股发行价格	【】元
发行市盈率（如适用）	【】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）
预测净利润（如有）	【】元
预测发行后每股收益（如有）	【】元
发行前每股净资产	2.31 元（按 2021 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按本次发行价格除以发行后每股净资产确定）
发行方式	本次发行采用向战略投资者定向配售（如有）、网下向符合条件的投资者询价配售和网上向持有深圳市场非限售 A 股股份或非限售存托凭证市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式进行。
发行对象	在中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司开立证券账户的机构投资者和根据《深圳证券交易所创业板投资者适当性管理实施办法（2020 年修订）》等规定已开通创业板市场交易资格的自然人（国家法律、法规禁止购买者除外），并且符合《深圳市场首次公开发行股票网下发行实施细则》（深证上[2020]483 号）及《深圳市场首次公开发行股票网上发行实施细则》（深证上[2018]279 号）的规定。
承销方式	余额包销
发行费用概算	【】万元
其中：承销费用	【】万元
保荐费用	【】万元
审计费用	【】万元

评估费用	【】万元
律师费用	【】万元
发行手续费用	【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）

名称	华泰联合证券有限责任公司
法定代表人	江禹
住所	深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋 401
保荐代表人	范杰、刘鹭
项目协办人	陈睿
项目组成员	石丽、孟超、姜磊
联系电话	025-83389999
传真号码	025-83387711

（二）律师事务所

名称	国浩律师（上海）事务所
机构负责人	李强
住所	上海市北京西路 968 号嘉地中心 23-25 层
经办律师	李强、陈昱申
联系电话	021-52341668
传真号码	021-52341670

（三）会计师事务所

名称	中天运会计师事务所（特殊普通合伙）
机构负责人	刘红卫
住所	北京市西城区车公庄大街 9 号院 1 号楼 1 门 701-704
经办注册会计师	陈晓龙、刘鑫康、祁祥
联系电话	010-88395676
传真号码	010-88395200

（四）验资及验资复核机构

名称	中天运会计师事务所（特殊普通合伙）
机构负责人	刘红卫
住所	北京市西城区车公庄大街 9 号院 1 号楼 1 门 701-704
经办注册会计师	陈晓龙、刘鑫康、祁祥
联系电话	010-88395676
传真号码	010-88395200

（五）资产评估机构

名称	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
法定代表人	徐伟建
住所	北京市海淀区车公庄西路 19 号 37 幢三层 305-306
经办注册评估师	邓士丹、张宏刚
联系电话	010-52596085
传真号码	010-88019300

（六）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 层
联系电话	0755-25938000
传真号码	0755-25988122

（七）保荐人（主承销商）收款银行

名称	中国工商银行股份有限公司深圳分行振华支行
开户名称	华泰联合证券有限责任公司
账户号码	4000010209200006013

（八）申请上市证券交易所

名称	深圳证券交易所
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话	0755-82083333
传真号码	0755-82083164

三、发行人与本次发行有关的中介机构的关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间存在直接或间接的股权关系或其他权益关系的情况如下：

序号	股东名称	与中介机构关系	持股数（万股）	比例	持股方式
1	南京华泰大健康一号股权投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人华泰紫金投资有限责任公司是保荐机构华泰联合证券之控股股东华泰证券股份有限公司控股子公司	2,094.89	6.16%	直接持股
2	南京华泰大健康二号股权投资合伙企业（有限合伙）		143.55	0.42%	直接持股
3	南京道兴投资管理中心（普通合伙）	华泰大健康内部跟投平台	33.59	0.10%	直接持股
合计			**2,272.03**	**6.68%**	**-**

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

四、本次发行上市的重要日期

1、刊登发行公告的日期：【】年【】月【】日

2、开始询价推介日期：【】年【】月【】日

3、刊登定价公告的日期：【】年【】月【】日

4、申购日期和缴款日期：【】年【】月【】日

5、预计股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的各项资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，但并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）药品质量问题产生的风险

药品的生产、包装、流通、使用等各个环节均有可能导致药品质量问题的发生。发行人主要从事药品流通领域，**零售业务、代理业务**、终端集采业务均会受到药品质量问题影响，出现产品召回或退换货，甚至会因此受到行政处罚。同时报告期内发行人 95 笔行政处罚中有两笔因药品质量问题，被处以没收违法所得，合计金额为 14.20 万元，具体参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、报告期内发行人违法违规情况”。

公司已按照 GSP 相关条款建立了严格的质量管理体系，从采购、验收、养护、运输到销售等环节均具有全流程的质量管理措施。同时，公司在采购协议、质量保证协议中约定产品出现质量问题时，可以将有质量问题的产品全部退还给供应商；若因产品质量问题导致消费者投诉或相关行政处罚，公司有权向供应商追偿。尽管如此，药品质量受生产环节影响较大，发行人作为药品流通企业难以完全避免药品质量问题的出现。随着公司医药**零售业务、代理业务**以及终端集采业务的持续发展，所经营商品种类的不断丰富、直营门店数量及覆盖区域持续增长，若公司不能在供应商准入、商品采购、仓储运输、门店陈列、门店销售等方面严格实行各项规章制度、严控商品质量安全，将存在发生药品安全事故、药患纠纷以及面临赔偿责任、行政处罚和刑事责任的风险，可能对公司的声誉和社会形象造成不利影响，影响公司在医药流通行业的核心竞争力，进而经营业绩受到一定的不利影响。

（二）零售门店管理不善的风险

报告期各期末，发行人零售门店数量分别为 607 家、771 家和 880 家，呈现

快速增长态势，发行人零售业务覆盖区域从合肥逐步拓展至芜湖、亳州、安庆、六安、宣城、淮北等安徽省其他主要城市，同时在江苏等邻近省份也逐步新设门店开拓药品零售业务。随着覆盖区域的不断扩张，零售业务的管理半径和管理难度也不断增加。报告期内，发行人及其子公司、所属门店共受到 95 起行政处罚，合计处罚（含没收违法所得）金额为 23.20 万元，具体参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、报告期内发行人违法违规情况”。如若发行人对零售业务的管理能力未能有效提升，可能导致零售门店管理不善，零售门店可能出现被处罚或业务受限的情形，导致公司经营业绩未达预期甚至出现下滑。

（三）零售业务主要集中于安徽省的风险

截至本招股说明书签署日，发行人零售业务主要集中于安徽省。报告期各期末，发行人零售业务门店数量分别为 607 家、771 家和 880 家，其中分布在安徽省内的门店数量分别为 607 家、762 家和 850 家，门店数量占比分别为 100%、98.83%和 96.59%。同时报告期内，发行人零售业务主营收入分别为 103,354.66 万元、129,222.19 万元和 155,924.07 万元，安徽地区形成的零售业务主营收入分别为 103,354.66 万元、129,194.19 万元和 154,007.09 万元，占零售业务收入比重分别为 100%、99.98%和 98.77%。安徽属于国内人口数量较高的省份之一，经济发展水平良好，为发行人零售业务的良好发展提供基本保障。尽管如此，考虑到发行人零售业务区域集中度较高，如安徽地区在药店管理、医保结算、疫情防控要求等方面出现重大政策调整，则可能对发行人的零售业务产生较大的负面影响。

（四）零售业务拓展省外市场的风险

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

不同地区的医药零售市场在消费习惯、监管政策、市场竞争格局等方面存在较大差异，在进入新市场前期，公司可能面临当地消费习惯了解不足、品牌认可度不高、因门店布局较少导致产品下沉不足、外地管理不便等客观情况，公司省外扩张门店可能遭到竞争对手挤压、医保定点资质审批耗时较长或者消费者认可需要长时间积累等困难与风险，且在筹备期通常为亏损。因此发行人零售业务向省外市场的拓展具有不确定性。新设门店前期存在房租、装修、员工工资等成本投入，如若新设门店无法达到预期，可能导致毛利率下降、省外门店经营不善甚至亏损、投资回本周期较长，或面临受到当地主管部门处罚的风险，进而可能导致发行人整体经营业绩下滑，提醒投资者关注。

（五）代理业务主要品种续签的风险

2019 年、2020 年和 2021 年，发行人医药代理业务产生的主营业务收入金额分别为 43,894.93 万元、52,175.87 万元和 58,831.05 万元，占主营业务收入比重分别为 29.66%、27.67%和 25.93%。其中，发行人医药代理业务前十大品种贡献的收入金额分别为 12,571.67 万元、13,839.61 万元、14,026.88 万元，占代理业务收入比重分别为 28.64%、26.52%和 23.84%，占比较高。发行人与代理产品授权厂商签订的框架合作协议通常为一年一签或三年一签，期满后需重新签订。尽管发行人与上述代理产品的生产厂商已建立长期、稳定的合作关系，但如若生产厂商的产品销售政策发生重大变化，发行人上述前十大代理产品可能出现代理关系中止或终止的情形，导致发行人的经营业绩受到一定的不利影响。

（六）代理业务贴牌合作的风险

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人正在合作的代理品规 502 个，其中贴牌产品 409 个，数量占比约 80%。从金额上来看，报告期内，发行人贴牌代理销售收入分别为 22,679.74 万元、29,005.21 万元和 35,490.88 万元，占各期代理主营收入的比例分别为 51.67%、55.59%和 60.33%，呈逐年上升趋势。

根据《中华人民共和国商标法》的规定，发行人作为商标许可人，有责任监督生产厂家使用其注册商标的药品质量。在我国，医药生产企业是药品安全的第一责任人，发行人不参与研发与制造环节，亦未派专员驻场检验，因此无

法对于研制、生产全过程进行有效监督，对药品安全性、有效性、可靠性的管控力较弱。当发生药品安全与质量事件时，发行人作为销售方，通常是下游客户的第一追责对象，最终消费者也有权以发行人为商标持有人为由向发行人追责。

根据《民法典》、《产品质量法》、《药品管理法》、《药品管理法实施条例》、《刑法》等相关法律的规定，如下游客户从发行人处采购的药品存在质量问题，发行人将承担换货、退货和赔偿损失等民事责任；如发行人销售的药品存在质量问题被药品监管部门认定为劣药或假药等情形，发行人将受到罚款、没收违法所得、停业整顿、吊销业务经营资质等行政处罚；更严重时，如发行人明知是假药、劣药进行销售的，根据《中华人民共和国刑法》等相关规定，发行人还可能承担相应刑事责任。本公司提醒投资者特别关注上述风险。

（七）零售药店医保控费的风险

报告期内，发行人零售业务医保结算收入分别为 39,657.56 万元、50,296.36 万元及 59,668.52 万元，绝大部分为医保个人账户支付。

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
零售业务主营收入	155,924.07	129,222.19	103,354.66
全部门店医保结算的商品形成的收入	59,668.52	50,296.36	39,657.56
其中：统筹医保账户结算的商品形成的收入	3,317.54	2,793.27	2,498.49

注：各地医保局在结算时并不区分个人账户与统筹账户，此处将发行人报告期内慢病定点门店、DTP 药房两类门店所发生的全部医保结算收入归为统筹账户，实际统筹报销金额小于上表金额

为减少医保基金的不合理支出，提高医保基金的使用率，我国出台了一系列医保控费政策。医保控费系控制医保统筹账户不合理支出的费用，而非控制个人账户，因而该类政策主要针对公立医院。目前，广东、江苏、内蒙古等部分地区已率先开展零售药店“双通道”药品纳入医保总额控制范围试点，参保患者到定点零售药店购药，凭借医疗机构开具的有效外配处方即可按规定享受统筹基金报销，与定点医院执行相同统一的支付机制政策，纳入医疗机构医保基金预算总额。

现阶段，安徽省零售药店对“双通道”药品费用单列预算，不纳入医疗机构医保基金预算总额，不受医保控费政策的影响。因而报告期内，发行人不存在受医保控费政策影响导致超支自付的情形。不排除未来安徽省改变现有政策，将符合条件的零售药店纳入医保基金预算管理。如发生上述情形，发行人可能存在医保统筹账户超支部分无法结算的风险，对公司经营业绩产生一定负面影响。

为简化计算，假设未来发行人享受统筹账户报销的门店每年均有一定比例超支，如超支比例分别为 1%、5%、10%，则对发行人净利润影响的敏感性分析如下：

单位：万元

对净利润的影响	2021 年度	2020 年度	2019 年度
超支比例 1%	17.73	14.67	13.30
超支比例 5%	88.63	73.35	66.51
超支比例 10%	177.25	146.70	133.02

注：对净利润的影响=当年统筹医保账户结算的商品结转的成本*超支比例*（1-所得税率）

公司提请投资者关注上述风险。

（八）市场竞争加剧导致发行人未来可能被其他企业挤压安徽省内市场份额或失去省内门店数量第一位排名的风险

我国医药流通行业属于充分竞争市场。近年来在安徽省内，医药零售领域的收购兼并不断推进，除发行人外，上市公司老百姓收购了安徽百姓缘大药房连锁有限公司，高瓴资本旗下的高济医药（安徽）有限公司相继收购滁州华巨百姓缘大药房连锁股份有限公司、安徽高济敬贤堂药业有限责任公司、安徽广济大药房连锁有限公司、芜湖中山大药房连锁有限公司等。此外，互联网企业亦积极在医药零售领域进行布局，京东集团下设京东健康，其业务涵盖医药零售、互联网医疗、健康服务等领域。在此背景下，发行人零售业务面临的竞争压力进一步提升，如若应对不善，未来可能被其他企业挤压安徽省内的市场份额或失去省内门店数量第一位排名。公司未来如若不能通过良好的经营管理持续拓展业务覆盖度、提升运营效率、扩大经营规模，则可能在未来的市场竞争中受到一定不利影响。

（九）电子商务业务未达预期的风险

为应对市场竞争形势，发行人近年来积极探索 B2C、O2O 等模式开展电子商务业务。上述业务模式与发行人过往的线下零售业务存在较大的差异，对信息系统要求较高，并且需要对互联网运营模式有较为深刻的理解。如果公司无法向消费者提供具有吸引力的电子商务服务，或者无法适应电子商务竞争环境，可能导致公司电子商务业务未达预期，从而影响公司的竞争力。

（十）人才短缺及流失的风险

随着公司**零售、代理**及终端集采业务的持续发展，对人才的需求与日俱增。报告期各期末，公司员工人数分别为 3,748 人、4,526 人和 4,985 人，员工规模不断扩大。尽管公司已经采取一系列措施，比如对主要员工实施股权激励、内部强化培训与外部补充招聘并举，招聘并留住合适的人才。但是公司后续各项业务的发展都需要有合适的人员予以支撑。如果公司的人才培养、引进不能满足公司业务发展需要，或出现人才大量流失的情形，将对公司的经营发展带来不利影响。

（十一）2021 年经营业绩下滑

经申报会计师审计，公司 2021 年度实现营业收入 233,870.22 万元，较上一年度增长了 21.12%。公司 2021 年度实现归属于母公司股东的净利润 6,972.66 万元、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 6,117.56 万元，较上一年度分别下降了 1,919.33 万元和 2,398.19 万元，下滑比例分别为 21.58%和 28.16%。造成净利润下滑的主要原因有：①2021 年起公司执行新租赁准则。②发行人零售业务省外开拓因新店筹备过渡期的因素形成亏损。③疫情原因导致 3 家门诊的诊疗业务受到较大影响，形成亏损。④2021 年 12 月，社保缴费基数提高，并要求按照最新基数标准重新测算全年应缴社保，并补缴差额部分。⑤其他非量化因素，如“一退两抗”药品销售低迷。

经分析，除社保政策外，其他影响公司 2021 年度经营业绩的负面因素不具有持续性。

单位：万元

影响因素	影响净利润金额	是否具有可持续性	持续性说明	是否影响未来持续经营能力
新租赁准则	970.67	否	经测算，针对现有租赁合同，预计在 2024 年之后新租赁准则的会计处理将对利润表起正向作用。	否
省外子公司亏损	582.43	否	截至本招股说明书签署日，省外 30 家门店中，江苏南京的 26 家已全部取得医保资质，河南郑州的 4 家门店中已有 3 家获得省医保资质，剩余 1 家已在办理中。同时，根据发行人标准化连锁门店的管理经验，结合省外子公司的近期经营情况判断，省外子公司亏损预计不具有可持续性。	否
社保基数提高	261.73	是	2021 年 12 月，发行人经营所在地各地社保基数提高并要求追溯至 2021 年全年，导致发行人净利润受到一定的不利影响。社保基数根据国家政策要求，可能会进一步提高。同时，随着发行人经营规模的扩大和员工人数的增加，未来社保基数提高对于发行人的影响亦会随之增加。对此发行人在风险因素之“租赁成本及人工成本上升风险”中进行了详细说明。	否
疫情导致的诊疗业务亏损	373.28	否	从长期来看，疫情影响最终会逐步减弱直至消除。但是该过程并非线性过程，中间仍有可能出现反复或者阶段性仍会产生不利影响。对此发行人在风险因素之“疫情防控措施影响业务经营的风险”中进行了详细说明。	否

发行人严格执行经营地人力资源与社会保障局制定的社保政策，随着业务规模的发展、员工人数的增加，公司人工成本可能上升，但发行人所处行业的国家政策及市场环境未出现重大不利变化，公司与上游供应商、下游客户的合作正常，各项业务发展良好，社保政策不会影响公司未来持续经营能力。

提醒投资者关注 2021 年经营业绩下滑。

二、行业及政策风险

（一）带量采购政策实施使得终端零售药品价格大幅下滑风险

2018 年 11 月，经国家医疗保障局同意，《4+7 城市药品集中采购文件》于上海阳光医药采购网正式发布，文件公布了第一批带量采购目录的 31 个品种，有 25 个集中采购拟中选，拟中选价平均降幅 52%。2019 年 9 月，“4+7”试点带量采购扩大至全国 25 个省份。2019 年 12 月，第二批国家组织药品集中采购工作正式启动，本轮带量采购涉及 33 个新品种，第二批药品集中采购中标价较原价格平均降幅 56.8%。2020 年 8 月，第三批国家组织药品集中采购工作启动，本轮带量采购涉及 56 个品种，55 个品种中标，平均降价幅度约为 53%。2021 年 1 月，第四批国家集采目录在采购品种数量上略微进行了收缩，涉及 45 种，但此次集中采购将重点聚焦在了基本医保药品目录内用量大、采购金额高

的药品，在中选价格方面，此次拟中选价平均降幅 52%，最高降幅达到 96%。2021 年 6 月，第五批国家集采是历次国家组织药品集采品种数量最多的一次，共 61 种拟采购药品采购成功，拟中选药品平均降价 56%。带量采购使得终端药品零售价格也会出现调整，基本与中标价保持一致。2021 年 11 月，第六批国家组织药品集中带量采购工作正式开展。与前五次不同，本次带量采购为胰岛素专项采购，这标志着国家组织药品集中采购的范围从化学药扩展到生物药领域，将进一步降低患者用药负担。2022 年 1 月下旬，第七批国家集采相关通知发布，共涉及 58 个品种 208 个品规。2022 年 2 月下旬，联合采购办公室已开展第七批国家组织药品集中采购相关药品信息填报工作。

如若产品终端零售价格的下降，不仅会对公司零售业务产生影响，亦会传导至公司代理业务、终端集采业务，可能导致公司各类业务中涉及带量采购品种单价和毛利率出现一定程度的下滑，对公司的盈利能力产生不利的影响。

（二）医保定点管理办法调整风险

近年来，国务院、人力资源和社会保障部、国家食药监总局等政府部门相继出台政策法规，取消了基本医疗保险定点零售药店资格审查，完善了基本医疗保险定点医药机构协议管理办法，修改了《药品经营质量管理规范》，取消原政府制定的药品价格（麻醉药品和第一类精神药品除外）。截至 2021 年 12 月末，发行人 880 家门店中，已取得医保定点资格的门店数量为 851 家，占比 96.70%。2019 年、2020 年和 2021 年，发行人医药零售业务中医保结算的金额（不含税）分别为 39,657.56 万元、50,296.36 万元和 59,668.52 万元，占零售业务收入的比重分别为 38.37%、38.92%和 38.27%。如若行业关于医保结算方面的监管政策发生大幅变化，有可能导致公司门店医保结算金额下降，对公司的经营产生不利的影响。

（三）消费者购药习惯改变的风险

近年来，国内电子商务平台的普及和第三方配送服务的发展在一定程度上改变了消费者的购药习惯，网上药店呈现快速发展态势。如若行业政策进一步放开处方药的线上销售，网上药店将进一步冲击线下零售行业。截至本招股说明书签署日，公司已取得互联网药品交易的相关资格，并借助第三方电子商务

平台，以及第三方配送服务等，积极推动公司的线上零售业务。2019 年、2020 年和 2021 年，公司线上 B2C 平台收入分别为 5,257.75 万元、10,359.05 万元和 21,256.60 万元，占零售业务收入的比重分别为 5.09%、8.02%和 13.63%，线上平台收入占比仍然较低。若消费者未来网上购药的比例进一步增加，会对包括发行人在内的线下零售药店市场份额和销售规模产生一定冲击。

三、财务风险

（一）长期资产减值的风险

2017 年至 2021 年 12 月 31 日，发行人为拓展零售业务，通过股权收购和资产收购的方式，收购 282 家零售门店。报告期内，发行人零售门店相关收购情况具体参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（一）股权收购情况与（二）经营性资产收购情况”。同时，为了更好地发挥和利用医药**零售业务、代理业务**所积累的业务资源和优势，发行人于 2019 年 7 月收购汇达药业，逐步开拓终端集采业务，具体参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、（一）股权收购情况”。上述收购导致发行人长期资产大幅增长，其中：发行人股权收购形成的商誉确认金额为 19,005.56 万元；资产收购形成的长期待摊费用初始确认金额为 20,577.64 万元，按照 5 年摊销期摊销，报告期内发行人因资产收购事项产生的长期待摊费用摊销金额分别为 4,017.97 万元、4,092.19 万元和 4,096.81 万元，截至 2021 年 12 月 31 日，资产收购形成的长期待摊费用余额为 4,904.86 万元。报告期各期末，发行人因收购事项形成的长期资产余额分别为 28,225.65 万元、24,256.24 万元和 23,910.42 万元，占总资产的比例分别为 26.47%、18.86%和 12.13%，上述长期资产金额及占比随着长期待摊费用的摊销而逐年下降。

报告期各期末，公司上述长期资产未出现减值情形。但如若被收购资产受到外部经营环境恶化、重大行政处罚导致无法继续经营以及新冠疫情局部反复导致零售业务开展受阻，上述长期资产可能出现经营状况下滑的情况，进而可能导致上述长期资产产生减值，从而对公司经营业绩造成重大不利影响。

（二）执行新租赁准则对经营业绩影响的风险

财政部于 2018 年 12 月 7 日颁布了《关于修订印发<企业会计准则第 21 号

——租赁>的通知》（财会[2018]35 号）（以下简称“新租赁准则”），公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对所有租入资产按照剩余租赁付款额现值（选择简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外）确认使用权资产及租赁负债，并分别确认折旧及未确认融资费用，影响当期损益。新租赁准则不调整可比期间信息，不会影响公司 2021 年年初留存收益，亦不影响公司现金流总额，但会同时增加公司资产、负债总额，使得公司资产负债率上升。从单个租赁合同来看，新租赁准则下，公司在整个合同期内的租赁费用将呈现前高后低的趋势。截至 2021 年 12 月 31 日，公司 880 家门店全部以租赁方式从事零售业务，全面执行新租赁准则对公司 2021 年财务报表净利润产生一定的负面影响。

（三）租赁成本及人工成本上升风险

租赁支出及人工成本系公司期间费用的主要构成部分，对于公司盈利情况有重大影响。报告期内，公司人工成本总额分别为 23,746.51 万元、29,408.25 万元和 36,686.15 万元，房租及物业支出分别为 10,540.65 万元、13,150.58 万元和 16,445.38 万元，合计占同期营业收入的比例分别为 22.52%、22.04%和 22.72%。一方面，发行人严格执行经营地人力资源与社会保障局制定的社保政策，社保基数根据国家政策要求，可能会进一步提高；同时随着发行人经营规模的扩大和员工人数的增加，未来人工成本会随之增加。另一方面，公司零售业务直营门店全部以租赁形式开展，且优先选择地理位置较优、人流密集的地区，受经济发展、物价水平提高及新租赁准则所影响，未来几年租赁成本亦会随之增加。若未来人工成本和租金持续上涨，将会对公司的经营业绩构成不利影响。

（四）毛利率下降的风险

公司毛利率受行业政策、上游药品出厂价格、产品结构、业务板块收入结构等因素综合影响。剔除新收入准则运费影响后，2019 年、2020 年以及 2021 年，公司主营业务毛利率分别为 36.68%、36.08%和 34.43%，略有下降。如公司未来不能有效控制采购成本，或不能顺应市场需求变化，优化产品结构，则可能面临毛利率进一步下降的风险。

（五）应收账款无法收回的风险

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 16,028.66 万元、21,649.77 万元和 28,955.10 万元，占流动资产比例分别为 22.83%、23.41%和 26.01%。应收账款规模及占流动资产比例逐年增长。

若未来客户财务状况出现恶化或宏观经济环境发生变化，可能会导致应收账款回收困难，从而对公司的资金周转和经营业绩产生不利影响。

（六）存货跌价的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 22,935.14 万元、30,296.44 万元和 43,618.70 万元，占流动资产比例分别为 32.67%、32.76%和 39.18%。伴随公司各项业务的不断扩张，公司的存货规模可能会持续扩大。

公司对存货采用效期管理，根据有效期及近效期情况计提跌价准备。若出现部分商品滞销、临近效期等情况，则公司可能需对该部分商品计提存货跌价准备，从而影响盈利水平。

（七）现金管理的风险

由于零售行业特点，公司日常销售存在现金结算方式。2019 年、2020 年和 2021 年，公司通过现金结算的零售收入金额分别为 19,211.35 万元、16,760.26 万元和 14,667.13 万元，占零售收入的比重分别为 18.59%、12.97%和 9.41%。伴随公司零售业务规模的持续扩张，现金结算的规模可能持续增加。公司通过定期检查与不定期抽查相结合的方式对所属门店现金管理情况进行监督，但仍可能存在因门店在现金收取、归集、保管和支出等环节由于操作不当、个人疏忽等因素造成现金账实不符的情况，可能给公司的经营带来一定风险。

四、法律风险

（一）零售业务以租赁物业方式经营的风险

截至 2021 年 12 月 31 日，公司 880 家门店全部以租赁方式从事零售业务。租赁经营受租赁期限等因素制约，存在一定的不确定性，尽管公司已尽可能与出租方签署了较长期限的租赁合同，但仍存在到期无法续签、房屋拆迁或搬

迁、改建及周边规划或商业环境发生变化等原因而影响门店持续经营的风险。

（二）部分租赁物业产权不完善的风险

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人用于门店经营所承租的物业中，存在部分租赁房产无法证明出租方有权出租或涉及集体用地的房屋未取得房屋所有权证、建筑工程规划许可证、建筑工程施工许可证等情形。截至 2021 年 12 月 31 日，上述租赁物业产权不完善的租赁面积占发行人门店租赁总面积的比例为 13.64%，2021 年度实现收入占发行人当期营业总收入比例为 13.27%。上述租赁的房屋替代性强，发行人可在合理时间内找到符合条件的替代场所开展业务，但若租赁瑕疵问题集中爆发，仍可能对公司经营造成不利影响。

（三）部分租赁物业备案手续不完整的风险

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人用于门店经营所承租物业的产权及租赁备案情况如下：

类别	数量（处）	租赁面积（万 m^2）	面积占比	2021 年度线下收入占比
有房产证且已办理租赁备案登记	251	3.65	29.50%	33.30%
无房产证但已办理租赁备案登记	80	1.19	9.59%	11.14%
小计	**331**	**4.84**	**39.08%**	**44.45%**
有房产证但未办理租赁备案登记	326	4.73	38.15%	34.44%
无房产证且未办理租赁备案登记	223	2.82	22.77%	21.12%
小计	**549**	**7.55**	**60.92%**	**55.56%**
合计	**880**	**12.39**	**100.00%**	**100.00%**

尽管租赁合同未约定以办理备案登记为合同生效条件，不影响租赁合同的有效性，但对于暂未办理租赁备案登记手续的租赁物业，存在房屋主管部门对当事人进行处罚的风险。

（四）业务资质被取消或无法展期的风险

根据国家相关法律法规的规定，公司的经营活动需取得《药品经营许可证》、《医疗器械经营许可证》等业务资质，并需在相关资质证书到期前办理换证或展期。公司在日常经营管理中较为重视相关业务资质办理与展期工作，但

仍然存在相关业务资质被取消或无法展期的风险，可能对公司的正常经营造成不利影响。

五、募集资金投资项目风险

（一）募集资金项目效益不达预期的风险

本次发行募集资金在扣除发行费用后将用于公司营销网络建设项目及补充流动资金，公司将进一步开发省内地级市场，同时积极布局省外市场，提升区域覆盖的广度和深度。公司在决策过程中已对投资项目做了审慎研究，认为项目实施有利于拓展公司营销网络、提升运营效率，巩固并提升公司核心竞争力。但若整体宏观经济环境、国家产业政策、市场环境发生不可预见的负面变化，或者在项目实施过程中出现项目管理能力不足、项目进度拖延等问题，本次募集资金投资项目将面临投资预期效益不能完全实现的风险。

（二）募集资金投资项目实施后短期内净资产收益率下降的风险

报告期内，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为10.99%、14.49%和 8.16%。本次发行完成募集资金到位后，公司净资产预计将显著增加。鉴于募集资金投资项目的建设与运营需要一定周期，同时受本次募集资金投资项目新增固定资产与无形资产导致的折旧与摊销影响，公司短期内净利润增长难以与净资产增长保持同步，可能导致净资产收益率较以前年度有所下降，公司存在短期内净资产收益率下降的风险。

六、内控风险

（一）规模扩张导致的经营管理风险

报告期内，公司**零售**、**代理**、终端集采业务均保持良好发展势头，业务规模持续扩大，员工人数不断增加，管理半径也逐渐扩大，对公司经营管理的要求也随之提升。未来随着公司业务规模的进一步拓展，以及募集资金投资项目的陆续实施，公司资产规模、人员规模、管理机构等都将进一步扩大，与此对应的公司经营活动、组织架构和管理体系亦将趋于复杂。如果公司不能及时调

整、完善组织架构和管理体系，将面临一定的经营管理风险。

（二）实际控制人不当控制的风险

公司的**共同**实际控制人为何家乐、何家伦兄弟。本次发行前何家乐、何家伦直接或间接合计控制公司 25,083.73 万股，占发行前公司总股本的 73.78%。何家乐现任公司董事长、总经理，何家伦现任公司董事、副总经理，对公司的经营决策具有较大影响。公司已建立健全了规范的法人治理结构和决策机制，但如果控股股东、**共同**实际控制人利用其大股东地位，对公司的发展战略、生产经营、财务决策和人事管理等重大事项施加不当影响，可能会使公司的法人治理结构不能有效运行，存在损害公司及其他股东权益的可能性。

七、疫情防控措施影响业务经营的风险

2020 年以来，新型冠状病毒（2019-nCoV）对国内经济产生了较大影响，对医药流通行业的影响也较为复杂。一方面，疫情爆发初期，国内居民受疫情影响产生囤货行为，对药品零售业务有一定的正面增长，但另一方面疫情之下居民出行受到限制较多，代理业务涉及的市场推广活动、零售业务的门店人流量都受到较大影响，发行人业务也受到较大的负面影响。尤其 2020 年底新冠疫情在全国多地先后出现局部反弹情形后，各省市迅速制定并出台了适应本地区的疫情防控方案，“一退两抗”（退烧类、抗病毒类、抗生素类）等药品销售受到一定影响。2021 年 7 月份以来，江苏省南京市、河南省郑州市等地爆发了较为严峻的境外输入性疫情，并迅速扩散至包括安徽省在内的多个省份，新一轮疫情防控再次面临一定挑战。尽管 2021 年疫情形势整体上好于去年，但疫情防控存在长期化趋势，阶段性、地区性防疫政策的实施可能会对发行人的业务经营产生一定的不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

（一）中文名称：安徽华人健康医药股份有限公司

英文名称：Anhui Huaren Health Pharmaceutical Co., Ltd.

（二）注册资本：34,000 万元

（三）法定代表人：何家乐

（四）统一社会信用代码：91340100730002825G

（五）有限公司成立日期：2001 年 6 月 29 日

（六）股份公司成立日期：2014 年 1 月 20 日

（七）住所和邮政编码：合肥市包河工业区上海路 18 号（邮编：230051）

（八）经营范围：中成药、中药饮片、化学原料药、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品、医疗器械、计生用品、消毒用品销售；保健食品、预包装食品、散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、食用农产品销售；日用百货、化妆品、办公及文体用品、针纺织品、眼镜、家用电器销售；医药企业管理；医药信息咨询；药店管理咨询服务；企业营销策划；医药科技产品的技术开发、技术咨询、技术转让及技术服务；广告设计、制作、发布。（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）

（九）电话号码：0551-62862668；传真号码：0551-63677610

（十）互联网网址：http://www.hrjkjt.com

（十一）电子信箱：zqb@hrjkjt.com

（十二）负责信息披露和投资者关系的部门：证券部

负责人：李梅

联系电话：0551-62862668

二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况

（一）发行人设立情况

1、有限公司设立情况

公司前身为安徽华仁。2001 年 6 月 26 日，上海玉安、新药研究院、郑敏瑶、吴景平、胡旭、余国玉、郭继红签署《安徽省华仁医药经营有限公司章程》，约定共同出资设立安徽华仁，注册资本 505 万元。其中，上海玉安以货币出资 150 万元、非货币资产出资 100 万元，郑敏瑶以货币出资 120 万元，新药研究院以货币出资 27 万元、非货币资产出资 23 万元，胡旭以货币出资 25 万元，余国玉以货币出资 20 万元，吴景平以货币出资 20 万元，郭继红以货币出资 20 万元。

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

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

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例	出资方式
1	上海玉安	250.00	49.50%	货币、非货币资产
2	郑敏瑶	120.00	23.77%	货币
3	新药研究院	50.00	9.90%	货币、非货币资产
4	胡旭	25.00	4.95%	货币
5	余国玉	20.00	3.96%	货币
6	吴景平	20.00	3.96%	货币
7	郭继红	20.00	3.96%	货币
合计		**505.00**	**100.00%**	-

安徽华仁设立时，新药研究院及上海玉安以药品、医疗器械等非货币资产出资，但未履行相应的评估手续。根据发行人工商登记文件及本次出资验资报告，新药研究院及上海玉安以非货物资产对安徽华仁出资未评估作价的原因主

要为实际出资时间与购买时间间隔不长，实物价值未发生重大变化，安徽华仁各股东均同意按照相关药品、医疗器械购买价作价出资投入安徽华仁。根据相关资产购销单、发票及实物资产出资交接清单，各股东已就用作出资的实物资产的价值达成一致，本次出资的实物资产已移交安徽华仁。

因年代久远，已经较难核实安徽华仁设立时该等出资之非货币资产作价的公允性。为规范安徽华仁出资情况，公司控股股东、**共同**实际控制人**之一**何家乐于 2018 年 10 月 30 日以自有资金补缴了安徽华仁设立时的非货币资产出资。2021 年 3 月 5 日，中天运出具《验资复核报告》（中天运[2021]核字第 90185 号），对此事项进行了核验。

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

安徽华仁设立时的非货币资产出资未进行评估事项，已依法采取补救措施，由控股股东以货币形式进行足额补缴。公司及相关股东未因该事项受到行政处罚，不存在纠纷或潜在纠纷，也不构成本次发行上市的法律障碍。

（1）上海玉安、新药研究院不属于国有控股企业

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

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

（2）两家机构参与设立发行人又于 2005 年转让退出的原因

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

转让给马从华等人。

2、股份公司设立情况

公司是由安徽华仁整体变更设立的股份有限公司。

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

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

2014 年 1 月 18 日，公司创立大会审议通过安徽华仁整体变更为股份公司的议案，以截至 2013 年 12 月 31 日安徽华仁经审计的账面净资产 2,753.40 万元为基础，按 1:0.8717（四舍五入）的比例折为股份公司股本 2,400 万股，净资产超过股本部分计入资本公积，整体变更为股份有限公司。

2014 年 1 月 18 日，安徽大成会计师事务所出具《验资报告》（皖大成验字[2014]028 号），对公司股东缴纳注册资本情况予以验证。

2014 年 1 月 20 日，华人健康在合肥市工商行政管理局办理完成工商变更登记，并换领《营业执照》（注册号：340000000007649）。股份公司设立后，公司的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	出资方式
1	何家乐	11,575,200	48.23%	净资产折股
2	何家裕	11,121,600	46.34%	净资产折股
3	何家伦	1,303,200	5.43%	净资产折股
合计		**24,000,000**	**100.00%**	-

发行人在整体变更为股份公司时，其净资产价值未履行评估程序。为弥补和解决上述问题，2018 年 12 月 19 日，沃克森（北京）国际资产评估有限公司对公司截至 2013 年 12 月 31 日的账面净资产进行追溯评估，并出具《安徽省华

仁医药经营有限公司变更设立股份有限公司涉及其净资产价值追溯评估报告》（沃克森评报字[2018]第 1545 号）。经追溯评估，截至股改基准日 2013 年 12 月 31 日，安徽华仁净资产评估值为 2,981.96 万元，较经审计净资产账面价值 2,753.40 万元增值 228.56 万元，增值率 8.30%。2021 年 3 月 5 日，中天运出具《验资复核报告》（中天运[2021]核字第 90185 号），对公司设立时的注册资本认缴情况进行了验资复核。

发行人系依据安徽华仁经审计的账面净资产折股整体变更设立，公司设立的过程履行了必要的审计、验资程序，其未严格履行评估程序，存在瑕疵，后续已采取了补救措施。发行人在设立时未进行资产评估不会导致发起人出资不实，公司未因该事项受到行政处罚，不存在纠纷或潜在纠纷，不构成本次发行上市的法律障碍。

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

①发行人在整体变更时存在净资产价值未履行评估程序的发生背景

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

②补救措施

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

③追溯评估与当时认定净资产价值不存在较大差异

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

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

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

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

①整体变更时未履行评估程序的影响

A.安徽华仁整体变更为股份公司时履行了以下程序：

安徽华仁整体变更为股份公司时履行的程序参见本节之“二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况”之“（一）2、股份公司设立情况”。

B.公司设立时未履行评估程序，不影响公司设立的有效性

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

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

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

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

（二）报告期内的股本和股东变化情况

报告期初，公司股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	何家乐	74,764,779	62.90%
2	阿里健康	11,111,111	9.35%
3	何家伦	10,195,197	8.58%
4	华泰大健康一号	8,704,028	7.32%
5	苏州赛富	6,256,173	5.26%
6	胜凡投资	3,040,000	2.56%
7	福曼医投资	2,560,000	2.15%
8	康凡投资	1,500,000	1.26%
9	华泰大健康二号	596,419	0.50%
10	道兴投资	139,577	0.12%
合计		**118,867,284**	**100.00%**

公司在报告期内的股本和股东变化情况如下：

1、2019 年 12 月，增资（股本由 11,886.7284 万股增加至 12,018.7384 万股）

2019 年 12 月 12 日，华人健康 2019 年第三次临时股东大会作出决议，同意公司注册资本由人民币 11,886.7284 万元增加至 12,018.7384 万元，股本总额由 11,886.7284 万股增加至 12,018.7384 万股，本次增发的 132.01 万股股份由新股东时达投资以人民币 2,376.18 万元出资认购。本次增资价格为 18 元/股（对应投后整体估值为 216,337.29 万元）。

2019 年 12 月 25 日，华人健康就本次增资事项完成工商变更登记手续。本次增资完成后，华人健康的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	何家乐	74,764,779	62.21%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
2	阿里健康	11,111,111	9.24%
3	何家伦	10,195,197	8.48%
4	华泰大健康一号	8,704,028	7.24%
5	苏州赛富	6,256,173	5.21%
6	胜凡投资	3,040,000	2.53%
7	福曼医投资	2,560,000	2.13%
8	康凡投资	1,500,000	1.25%
9	时达投资	1,320,100	1.10%
10	华泰大健康二号	596,419	0.50%
11	道兴投资	139,577	0.12%
合计		**120,187,384**	**100.00%**

2019 年 12 月 25 日，中天运出具《验资报告》（中天运[2019]验字第 00022 号）。审验截至 2019 年 12 月 20 日，华人健康已收到股东时达投资货币出资人民币 2,376.18 万元，其中认购新增注册资本人民币 132.01 万元，剩余 2,244.17 万元计入资本公积。

2、2020 年 2 月，股权转让

2020 年 2 月，何家乐与苏州赛富签署《股权转让协议》，约定何家乐将其持有的华人健康 63 万股股份作价 995.95 万元转让给苏州赛富；华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资与天凯投资签署《股权转让协议》，约定华泰大健康一号将其持有的华人健康 95.7926 万股股份作价 1,514.35 万元转让给天凯投资；华泰大健康二号将其持有的华人健康 6.5639 万股股份作价 103.77 万元转让给天凯投资；道兴投资将其持有的华人健康 1.5361 万股股份作价 24.28 万元转让给天凯投资。本次股份转让价格为 15.81 元/股（对应整体估值为 190,000 万元）。

本次股权转让完成后，华人健康的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	何家乐	74,134,779	61.68%
2	阿里健康	11,111,111	9.24%
3	何家伦	10,195,197	8.48%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
4	华泰大健康一号	7,746,102	6.45%
5	苏州赛富	6,886,173	5.73%
6	胜凡投资	3,040,000	2.53%
7	福曼医投资	2,560,000	2.13%
8	康凡投资	1,500,000	1.25%
9	时达投资	1,320,100	1.10%
10	天凯投资	1,038,926	0.86%
11	华泰大健康二号	530,780	0.44%
12	道兴投资	124,216	0.10%
合计		**120,187,384**	**100.00%**

3、2020 年 9 月，增资（股本由 12,018.7384 万股增加至 12,571.9021 万股）

2020 年 9 月 16 日，华人健康 2020 年第二次临时股东大会作出决议，同意公司注册资本由人民币 12,018.738 万元增加至 12,571.9021 万元，股本总额由 12,018.738 万股增加至 12,571.9021 万股，本次增发的 553.1637 万股股份由新股东黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资出资认购。

2020 年 9 月 20 日，华人健康与黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资签署《增资协议》，约定：黄山赛富以人民币 6,000 万元认购公司新增股份 301.7257 万股；腾元投资以人民币 1,000 万元认购公司新增股份 50.2876 万股；长菁投资以人民币 1,000 万元认购公司新增股份 50.2876 万股；华西投资以人民币 3,000 万元认购公司新增股份 150.8628 万股。本次增资价格为 19.89 元/股（对应投后整体估值为 250,000 万元）。

2020 年 9 月 22 日，华人健康就本次增资事项完成工商变更登记手续。本次增资完成后，华人健康的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	何家乐	74,134,779	58.97%
2	阿里健康	11,111,111	8.84%
3	何家伦	10,195,197	8.11%
4	华泰大健康一号	7,746,102	6.16%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
5	苏州赛富	6,886,173	5.48%
6	胜凡投资	3,040,000	2.42%
7	黄山赛富	3,017,257	2.40%
8	福曼医投资	2,560,000	2.04%
9	华西投资	1,508,628	1.20%
10	康凡投资	1,500,000	1.19%
11	时达投资	1,320,100	1.05%
12	天凯投资	1,038,926	0.83%
13	华泰大健康二号	530,780	0.42%
14	腾元投资	502,876	0.40%
15	长菁投资	502,876	0.40%
16	道兴投资	124,216	0.10%
合计		**125,719,021**	**100.00%**

2020 年 10 月 12 日，中天运出具《验资报告》（中天运[2020]验字第 00026 号）。审验截至 2020 年 9 月 30 日，华人健康已收到股东黄山赛富出资人民币 6,000 万元，其中认购新增注册资本人民币 301.7257 万元，剩余 5,698.2743 万元计入资本公积；华人健康已收到股东华西投资出资人民币 3,000 万元，其中认购新增注册资本人民币 150.8628 万元，剩余 2,849.1372 万元计入资本公积；华人健康已收到股东长菁投资出资人民币 1,000 万元，其中认购新增注册资本人民币 50.2876 万元，剩余 949.7124 万元计入资本公积；华人健康已收到股东腾元投资出资人民币 1,000 万元，其中认购新增注册资本人民币 50.2876 万元，剩余 949.7124 万元计入资本公积。

4、2020 年 12 月，资本公积转增股本（股本由 12,571.9021 万股增加至 34,000 万股）

2020 年 11 月 29 日，华人健康 2020 年第三次临时股东大会作出决议，2020 年 11 月 29 日，公司召开 2020 年第三次临时股东大会作出决议，同意公司拟将注册资本由人民币 12,571.9021 万元增加至 34,000 万元，公司总股本由 12,571.9021 万股增加至 34,000 万股，本次新增股本 21,428.0979 万股由公司现有全体股东按照各自的出资比例同比例转增股本。

2020 年 12 月 8 日，华人健康就本次资本公积转增股本事项完成工商变更登记手续。本次资本公积转增股本完成后，华人健康的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	何家乐	200,493,326	58.97%
2	阿里健康	30,049,373	8.84%
3	何家伦	27,572,335	8.11%
4	华泰大健康一号	20,948,896	6.16%
5	苏州赛富	18,623,266	5.48%
6	胜凡投资	8,221,509	2.42%
7	黄山赛富	8,160,001	2.40%
8	福曼医投资	6,923,376	2.04%
9	华西投资	4,080,000	1.20%
10	康凡投资	4,056,665	1.19%
11	时达投资	3,570,136	1.05%
12	天凯投资	2,809,717	0.83%
13	华泰大健康二号	1,435,465	0.42%
14	腾元投资	1,360,000	0.40%
15	长菁投资	1,360,000	0.40%
16	道兴投资	335,935	0.10%
合计		**340,000,000**	**100.00%**

2020 年 12 月 8 日，中天运出具《验资报告》（中天运[2020]验字第 00041 号），审验截至 2020 年 12 月 8 日，华人健康已将资本公积 21,428.0979 万元转增股本，转增后公司注册资本为人民币 34,000 万元。

自本次变更后，公司的股权结构未发生变动。

三、发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司未发生重大资产重组情况。

为拓展医药零售业务以及业务整体布局需要，公司于报告期内进行了一系列股权收购和资产收购。

（一）股权收购情况

报告期内，发行人通过股权收购新增 2 家子公司，分别为汇达药业和南京

同和堂。上述股权收购事项基本情况如下：

单位：万元

序号	标的公司	标的概述	收购日期	转让方	主营业务	收购价款	是否评估	评估值
1	汇达药业	汇达药业100%股权	2019年7月	张子媛、王小妹	医药终端集采	410.00	否	-
2	南京同和堂	南京同和堂100%股权	2021年9月	莫朗医药	医药零售（南京地区14家门店）	4,076.15	是	4,443.56

根据当时有效的《公司章程》及公司《对外投资管理制度》所规定的权限，发行人收购上述资产已履行相应的审议程序。

截至本招股说明书签署日，上述交易已完成，所涉股权转让已完成工商备案登记，相关资产已完成权属变更。

1、收购汇达药业100%股权

为丰富并完善公司业务领域，发行人于报告期内收购从事医药终端集采业务的汇达药业100%股权，该公司依托华人健康与安徽国胜采购优势，为单体药店、小型连锁药店等零售终端提供全品供应、一站式配送及其他增值服务。该收购事项具体情况如下：

（1）收购交易过程

发行人为进一步发挥医药**零售业务、代理业务**积累的业务资源，针对单体药店、小型连锁药店等零售终端的经营痛点，拟开展医药终端集采业务。2019年4月29日，发行人与王小妹、张子媛等签订《收购协议》，收购汇达药业100%股权。汇达药业系从安徽世盛药业贸易有限公司（以下简称“安徽世盛”）中分立，分立后安徽世盛保留食品等相关业务，汇达药业保留药品等相关业务。经交易各方友好协商，汇达药业100%股权转让款为410.00万元。

2019年7月5日，汇达药业办理了工商变更登记，发行人持有汇达药业100%股权。

本次股权收购后，汇达药业相关情况参见本节“六、（一）7、汇达药业”。

（2）何家伦入股、退股安徽世盛的情况

2017年5月，任放鸣将其持有的安徽世盛40万元出资额以40万元价格转让给何家伦，股权转让完成后，何家伦入股安徽世盛并持有其4%股权；2019

年 10 月，何家伦将其持有的安徽世盛 40 万元出资额以入股价 40 万元转回给任放鸣，股权转让完成后，何家伦不再持有安徽世盛股权。

何家伦入股安徽世盛主要系任放鸣拟致力提升其医药批发业务主体安徽世盛的经营规模，邀请何家伦参股以更好的开展与安徽国胜的业务合作。2019 年，由于安徽世盛经营效益不及预期，并且华人健康完成对安徽世盛分立后的汇达药业股权收购，安徽世盛不再经营药品批发业务。因此，经双方友好协商，何家伦退股安徽世盛。

何家伦入股安徽世盛、后又退出涉及的股权变动行为均为相关方真实意愿的表达，不存在相互代持情况，与本次收购不存在利益安排。此外，何家伦当时所持安徽世盛比例较低，且从未担任过安徽世盛董事、监事或高级管理人员，对安徽世盛不构成重大影响。

2、收购南京同和堂 100%股权

出于进一步拓展江苏省医药零售布局的目的，江苏国胜于 2021 年 9 月收购南京同和堂 100%股权，取得南京同和堂的控股权。收购过程如下：

2021 年 4 月，江苏国胜与南京同和堂及其实际控制人陆其军签署《意向书》，拟收购陆其军控制的南京同和堂 100%股权。

2021 年 7 月至 10 月，江苏国胜与南京江宁莫朗医药商贸有限公司（以下简称“莫朗医药”）及其实际控制人陆其军、相关方签署《股权收购协议》及相关补充协议，收购莫朗医药持有的南京同和堂 100%股权，收购价款为 4,076.15 万元。

2021 年 11 月 12 日，南京同和堂办理了工商变更登记，江苏国胜持有南京同和堂 100%股权。

2022 年 2 月 28 日，深圳亿通资产评估房地产土地估价有限公司出具《江苏国胜大药房连锁有限公司收购股权涉及的南京同和堂大药房有限公司股东全部权益价值资产评估报告》（深亿通评报字[2022]第 1009 号），以收益法作为评估结果，截至 2021 年 8 月 31 日，南京同和堂 100%股权评估值为 4,443.56 万元。本次收购对价对应南京同和堂整体估值未高于评估值。

本次股权收购后，南京同和堂相关情况参见本节“六、（一）12、南京同和堂”。

（二）经营性资产收购情况

为拓展省内医药零售网络，发行人于报告期内收购了 8 家医药零售企业所属门店及相关资产，合计增加医药连锁门店 8 家。上述收购的基本情况如下表所示：

单位：万元

序号	收购标的	收购日期	转让方	药店类型	门店数量	转让价款	存货价款	合计价款	评估值	评估报告号
1	转让方所属 1 家医药门店及相关资产	2019 年 3 月	合肥昊康大药房有限公司	单体	1	199.56	18.20	217.76	未评估	金额较小，未做评估
2	转让方所属 1 家医药门店及相关资产	2019 年 4 月	合肥国范大药房有限公司	单体	1	28.00	9.30	37.30	未评估	金额较小，未做评估
3	转让方所属 1 家医药门店及相关资产	2019 年 5 月	芜湖春天大药房	单体	1	95.00	-	95.00	未评估	金额较小，未做评估
4	转让方所属 1 家医药门店及相关资产	2019 年 8 月	安徽老百姓大药房连锁有限公司	连锁	1	20.00	-	20.00	未评估	金额较小，未做评估
5	转让方所属 1 家医药门店及相关资产	2020 年 7 月	无为县国鑫大药房有限公司	单体	1	34.65	6.27	40.92	未评估	金额较小，未做评估
6	转让方所属 1 家医药门店及相关资产	2020 年 7 月	芜湖市同安大药房有限公司	单体	1	54.46	11.11	65.57	未评估	金额较小，未做评估
7	转让方所属 1 家医药门店及相关资产	2020 年 7 月	无为县新国盛大药房	单体	1	29.70	5.75	35.45	未评估	金额较小，未做评估
8	转让方所属 1 家医药门店及相关资产	2021 年 3 月	芜湖市宝芝林大药房	单体	1	56.00	-	56.00	未评估	金额较小，未做评估
合计		-	-	-	**8**	**517.37**	**50.63**	**568.00**	-	-

注 1：上述存货价格为含税价格；

注 2：发行人对报告期内交易转让价款为 1,000 万元以上的连锁药店收购聘请评估机构进行评估并出具评估报告，其余门店转让款系根据医药零售行业门店收购定价惯例，依据收购前一年或当年门店全年销售额的一定比例估算或协商确定的固定价格作为转让价格。

根据当时有效的《公司章程》及公司《对外投资管理制度》所规定的权限，发行人收购上述资产已履行相应的审议程序。

截至本招股说明书签署日，上述交易已完成，相关资产已完成权属变更。

（三）报告期内重组的影响

报告期内，发行人各年度股权收购以及资产收购的主体，收购前一年度资产总额、营业收入和利润总额占发行人相应项目的比例情况如下：

单位：万元

收购年度	项目	前一年末资产总额	前一年度营业收入	前一年度利润总额
2021 年	年度累计收购	4,132.15	2,746.11	174.93
	发行人	128,623.83	193,091.04	12,299.98
	占比	3.21%	1.42%	1.42%
2020 年	年度累计收购	3,116.01	9,835.73	498.86
	发行人	106,631.77	152,236.29	7,721.22
	占比	2.92%	6.46%	6.46%
2019 年	年度累计收购	3,601.80	6,113.19	304.35
	发行人	96,655.60	110,462.06	3,762.31
	占比	3.73%	5.53%	8.09%

注 1：资产总额为被收购主体的总资产与收购价格的孰高值；

注 2：因发行人 2019 年收购亳州国胜少数股权、2020 年收购亳州国胜及安庆国胜少数股权，因此上表 2019 年年度累计收购财务数据中包括亳州国胜相关数据，2020 年年度累计收购财务数据中包括亳州国胜、安庆国胜相关数据。

报告期内，发行人各年度股权收购以及资产收购的主体，收购前一年度上述指标的累计值均未超过发行人前一年度相应指标的 50%，不构成重大资产重组。

上述收购行为符合法律、法规和规范性文件的规定，且已履行必要的法律手续。上述收购均与公司主营业务高度相关，收购事项有利于公司零售业务快速增加门店数量，实施区域布局，拓展医药终端集采业务，实现跨越式发展，公司主营业务未因上述收购发生重大变化。在上述收购完成后，不会对公司管理层经营以及公司**共同**实际控制人控制权的稳定性构成重大不利影响。收购完成后，发行人与所收购的资产整合情况良好。除前述内容外，发行人报告期内未发生其他重大收购兼并行为。

（四）发行人收购门店过程涉及的对赌情况

报告期内，发行人通过股权收购及资产收购方式，合计收购门店 22 家，均不涉及对赌情况。

（五）历史收购的定价依据与公允性

1、医药零售收购

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

发行人收购价款在 1,000 万元以上且经评估的上述门店相关收购的定价情况如下：

单位：个、万元

收购类型	主要收购标的	收购日期	门店数量	转让价款	销售额	PS
股权收购	芜湖国胜 100%股权	2017 年 4 月	12	3,652.00	4,565.00	0.80
	安庆国胜 80%股权	2018 年 10 月	35	5,437.30	5,100.00	1.33
	安庆国胜 20%股权	2020 年 3 月		1,160.00	5,094.00	1.14
	亳州国胜 51%股权	2018 年 12 月	54	5,010.81	8,126.00	1.21
	亳州国胜 29%股权	2019 年 12 月		2,849.24	8,126.00	1.21
	亳州国胜 20%股权	2020 年 1 月		1,837.20	7,577.00	1.21
	南京同和堂 100%股权	2021 年 9 月	14	4,076.15	3,039.82	1.34
资产收购	宣城市言午氏 20 家门店	2017 年 6 月	20	2,026.80	2,995.00	0.68
	安徽天成大药房 18 家门店	2017 年 9 月	18	3,000.00	4,000.00	0.75
	淮北市金宝康 17 家门店	2017 年 12 月	17	2,276.00	2,687.00	0.85
	安徽知药堂大药房连锁有限公司 12 家门店	2018 年 6 月	12	1,226.99	1,529.00	0.80
	合肥格宁大药房连锁有限公司 25 家门店	2018 年 6 月	25	3,161.54	3,054.00	1.04
	芜湖千家惠大药房连锁有限公司 12 家门店	2018 年 7 月	12	1,567.92	1,847.00	0.85
	芜湖千方百剂大药房连锁有限公司 12 家	2018 年 10 月	12	2,556.37	2,905.00	0.88

	门店					

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

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

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

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

发行人上述主要收购的市销率值为 0.68-1.34，与可比上市公司同一时期公开披露的关于行业平均市销率的信息基本一致。

可比公司名称	公告时间	收购市销率（PS）相关描述
一心堂	2019 年 3 月	随着一心堂、益丰药房、老百姓、大参林等医药零售企业陆续上市，零售药店的投资估值逐步上升。PS 是行业内比较公认的估值手段，2017 年以后，零售药店收购估值普遍>1 倍。
大参林	2018 年 12 月	经统计 2017 年以来医药零售市场收购案例，平均市销率为 1.31 倍。
	2020 年 7 月	目前市场上收购零售药店标的市销率的市场估值水平（平均市销率为 1.37 倍）。
漱玉平民	招股说明书、反馈意见回复	根据对 2018 年至 2019 年同行业 PS 估值倍数统计，平均 PS 估值倍数为 1.18 倍，其中，老百姓收购 PS 平均值为 1.85 倍，益丰药房收购 PS 平均值为 1.58 倍，大参林收购 PS 平均值为 0.94，一心堂 2018 年至 2019 年收购较少，且总交易价格较低，可比性较弱，PS 平均值为

可比公司名称	公告时间	收购市销率（PS）相关描述
		0.69 倍。
		漱玉平民 2017 年至 2020 年实施的收购案例中，支付对价总额超过 2,000 万元的参股投资平均 PS 倍数为 1.25 倍，与同行业同等投资规模的 PS 倍数平均水平相接近，估值合理。

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

同时，发行人对收购门店进行作价时主要考虑以下措施，以确保支付对价公允合理：

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

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

2、终端集采收购

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

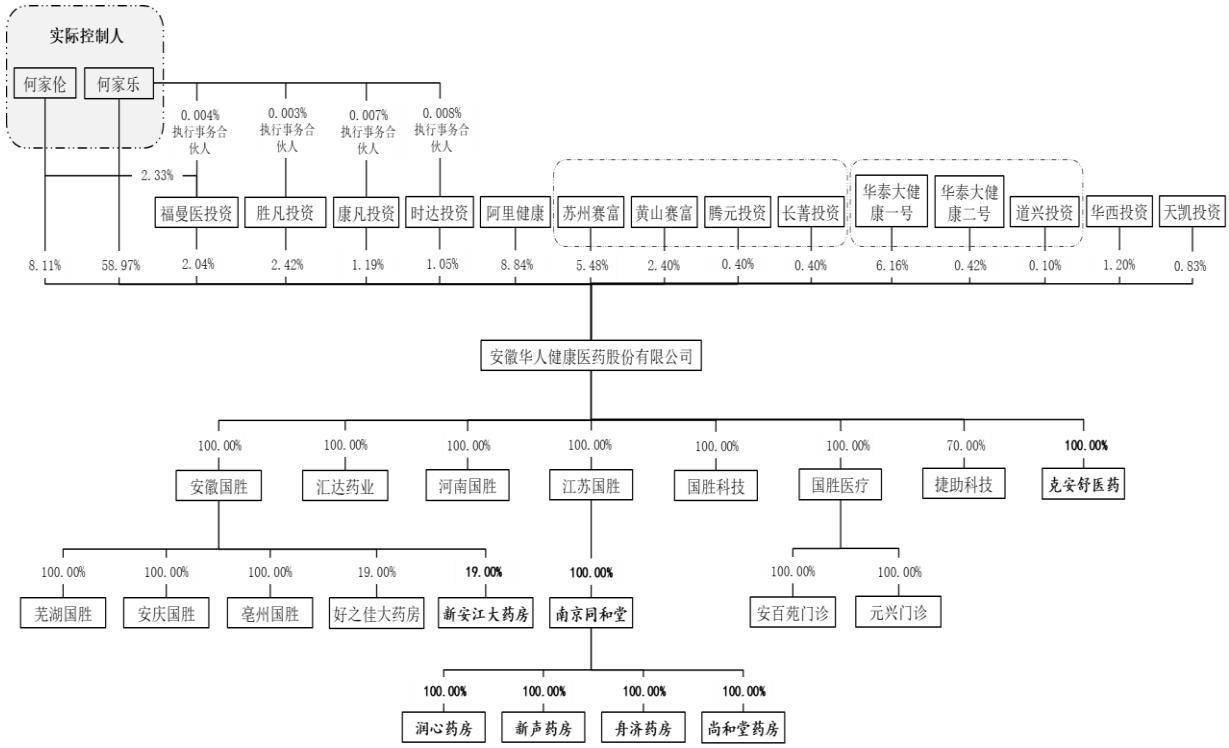
综上所述，发行人上述收购定价依据合理，交易定价公允。

四、发行人在其他证券市场上市、挂牌情况

发行人自成立至今，未在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人的股权结构

截至 2021 年 12 月 31 日，公司股权结构如下：



六、发行人控股及参股公司情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司共有 18 家控股子公司、2 家参股公司存续，具体情况如下：

序号	公司名称	持股比例	投资性质	经营状态
1	安徽国胜	100.00%	一级控股	存续
1-1	芜湖国胜	100.00%	二级控股	存续
1-2	安庆国胜	100.00%	二级控股	存续
1-3	亳州国胜	100.00%	二级控股	存续
2	江苏国胜	100.00%	一级控股	存续
2-1	南京同和堂	100.00%	二级控股	存续
2-1-1	润心药房	100.00%	三级控股	存续
2-1-2	新声药房	100.00%	三级控股	存续
2-1-3	舟济药房	100.00%	三级控股	存续
2-1-4	尚和堂药房	100.00%	三级控股	存续
3	河南国胜	100.00%	一级控股	存续

序号	公司名称	持股比例	投资性质	经营状态
4	汇达药业	100.00%	一级控股	存续
5	国胜科技	100.00%	一级控股	存续
6	国胜医疗	100.00%	一级控股	存续
6-1	安百苑门诊	100.00%	二级控股	存续
6-2	元兴门诊	100.00%	二级控股	存续
7	捷助科技	70.00%	一级控股	存续
8	克安舒医药	100.00%	一级控股	存续
9	好之佳大药房	19.00%	二级参股	存续
10	新安江大药房	19.00%	二级参股	存续

（一）控股公司情况

1、安徽国胜

（1）基本情况

公司名称	安徽国胜大药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91340100560672921Y
成立时间	2010 年 8 月 20 日
注册资本	16,000 万元
实收资本	16,000 万元
法定代表人	何家乐
住所	合肥市包河工业区上海路 18 号
经营范围	许可项目：药品零售；食品销售；第三类医疗器械经营；医疗器械互联网信息服务；食品互联网销售；药品互联网信息服务；医疗服务；道路货物运输（不含危险货物）；酒类经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：食品销售（仅销售预包装食品）；保健食品（预包装）销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；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；食用农产品零售；日用品销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；家用电器销售；化妆品零售；消毒剂销售（不含危险化学品）；办公用品销售；会议及展览服务；非居住房地产租赁；住房租赁；健康咨询服务（不含诊疗服务）；企业管理咨询；五金产品零售；农副产品销售；电子产品销售；电子烟雾化器（非烟草制品、不含烟草成分）销售；信息技术咨询服务；广告设计、代理；广告制作；广告发布；商务代理代办服务；中医诊所服务（须在中医主管部门备案后方可从事经营活动）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；母婴用品销售；钟表销售；针纺织品销售；日用百货销售；体育用品及器材零售；通讯设备销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，安徽国胜的股东构成情况如下：

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

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

安徽国胜主要从事医药零售业务，系发行人重要全资子公司。截至 2021 年 12 月 31 日，安徽国胜拥有 608 家（不含子公司）直营连锁药店。

（4）历史沿革情况

①设立安徽国胜（注册资本：500 万元）

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

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

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

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

②安徽国胜第一次增资（注册资本由 500 万元增至 1,000 万元）

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

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

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

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

③安徽国胜第二次增资（注册资本由 1,000 万元增至 2,000 万元）

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

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

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

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

④安徽国胜第三次增资（注册资本由 2,000 万元增至 2,600 万元）

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

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

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

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

⑤安徽国胜第四次增资（注册资本由 2,600 万元增至 4,000 万元）

2017 年 3 月 23 日，安徽国胜股东作出股东决定，同意安徽国胜注册资本由

2,600 万元增至 4,000 万元，新增注册资本人民币 1,400 万元由发行人出资认缴。

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

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

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

⑥安徽国胜第五次增资（注册资本由 4,000 万元增至 7,000 万元）

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

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

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

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

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

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

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

2019 年 8 月 8 日，中天运出具《验资报告》（中天运[2019]验字第 00032

号），对安徽国胜 2017 年 10 月及 2018 年 1 月两次增资股东出资情况予以验证，确认股东方已足额缴付上述两次增资的增资款项。

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

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

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

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

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

（5）最近一年的简要财务数据

最近一年，安徽国胜的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据（合并范围）	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	139,039.39
所有者权益	20,641.82
营业收入	161,284.47
净利润	1,782.85

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

因发行人旗下安徽国胜及其子公司芜湖国胜以资产收购形式扩张门店，报告期内，安徽国胜合并报表每期摊销金额合计分别为 4,017.97 万元、4,092.19 万元和 4,096.81 万元，对净利润产生较大影响。

2、芜湖国胜

（1）基本情况

公司名称	芜湖国胜大药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91340207099845221A

成立时间	2014 年 5 月 13 日
注册资本	3,600 万元
实收资本	3,600 万元
法定代表人	何家乐
住所	安徽省芜湖市弋江区南瑞街道芜湖商品交易博览城 H 区 09 幢三层 322-327、351-356 号
经营范围	处方药、非处方药、中药饮片、中成药、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品零售；预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、保健食品经营（零售）；一类、二类医疗器械销售、租赁；三类医疗器械销售；消毒产品（危化品、药品除外），食用农产品、日用百货、化妆品、家用电器销售；眼镜（隐形眼镜除外）销售；房屋租赁；药店管理咨询服务；会展服务；特殊医学用途配方食品销售；其他婴幼儿配方食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，芜湖国胜的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安徽国胜	3,600.00	100.00%
合计		**3,600.00**	**100.00%**

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

芜湖国胜系安徽国胜全资子公司，主要从事安徽省芜湖、马鞍山地区医药连锁零售业务。截至 2021 年 12 月 31 日，芜湖国胜拥有 118 家直营连锁药店。

（4）最近一年的简要财务数据

最近一年，芜湖国胜的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	16,626.02
所有者权益	1,514.59
营业收入	17,969.02
净利润	-525.03

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

因资产收购事项，报告期内，芜湖国胜单体报表每期摊销金额分别为 1,416.37 万元、1,444.05 万元和 1,466.31 万元，对净利润产生较大影响，因而净利润为负。

3、安庆国胜

（1）基本情况

公司名称	安庆国胜大药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91340800MA2T4H3126
成立时间	2018 年 10 月 9 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
法定代表人	何家乐
住所	安徽省安庆市开发区恒祥公寓 1 号二层办公楼
经营范围	许可项目：药品零售；食品销售；第三类医疗器械经营；医疗器械互联网信息服务；食品互联网销售；药品互联网信息服务；医疗服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：食品销售（仅销售预包装食品）；保健食品（预包装）销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；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；食用农产品零售；日用品销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；家用电器销售；化妆品零售；消毒剂销售（不含危险化学品）；办公用品销售；会议及展览服务；非居住房地产租赁；住房租赁；健康咨询服务（不含诊疗服务）；企业管理咨询（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，安庆国胜的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安徽国胜	1,000.00	100.00%
合计		**1,000.00**	**100.00%**

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

安庆国胜系安徽国胜全资子公司，主要从事安徽省安庆地区医药连锁零售业务。截至 2021 年 12 月 31 日，安庆国胜拥有 52 家直营连锁药店。

（4）最近一年的简要财务数据

最近一年，安庆国胜的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	3,570.83
所有者权益	1,628.22

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
营业收入	6,710.90
净利润	238.59

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计。

4、亳州国胜

（1）基本情况

公司名称	亳州国胜大药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91341600MA2T3GRY7K
成立时间	2018 年 9 月 25 日
注册资本	1,200 万元
实收资本	1,200 万元
法定代表人	杨云
住所	安徽省亳州市谯城区光明路光明小区综合楼 108 号
经营范围	药品经营，食品销售，医疗器械，食用农产品零售，日用品、化妆品、计生用品、眼镜、家用电器、消毒用品、办公用品、香烟零售，药店管理咨询服务，医疗服务，会展服务、房屋租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，亳州国胜的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	安徽国胜	1,200.00	100.00%
合计		**1,200.00**	**100.00%**

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

亳州国胜系安徽国胜全资子公司，主要从事安徽省亳州、阜阳地区医药连锁零售业务。截至 2021 年 12 月 31 日，亳州国胜拥有 69 家直营连锁药店。

（4）最近一年的简要财务数据

最近一年，亳州国胜的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	5,849.73
所有者权益	1,929.05
营业收入	8,475.34

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
净利润	219.00

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

5、江苏国胜

（1）基本情况

公司名称	江苏国胜大药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91320115MA22C6DG8W
成立时间	2020 年 9 月 3 日
注册资本	3,000 万元
实收资本	3,000 万元
法定代表人	韦能兵
住所	南京市江宁区东山街道鼓山路 179 号小里新寓 4 幢东 6 号商铺二层
经营范围	许可项目：药品零售；婴幼儿配方乳粉销售；第三类医疗器械经营；食品经营（销售散装食品）；食品经营；食品经营（销售预包装食品）；保健食品销售；特殊医学用途配方食品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用百货销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；化妆品零售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；办公用品销售；家用电器销售；食用农产品零售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；会议及展览服务；住房租赁；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，江苏国胜的股东构成情况如下：

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

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

江苏国胜主要从事江苏省南京地区医药零售业务。截至 2021 年 12 月 31 日，江苏国胜拥有 12 家（不含子公司）直营门店。

（4）最近一年的简要财务数据

最近一年，江苏国胜的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据（合并范围）	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	7,416.90
所有者权益	2,420.42
营业收入	1,796.96
净利润	-477.76

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

6、河南国胜

（1）基本情况

公司名称	河南国胜大药房有限公司
统一社会信用代码	91410105MA9GG9TM4N
成立时间	2021 年 3 月 15 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
法定代表人	王庆生
住所	河南省郑州市金水区丰产路街道姚砦路 133 号金成时代广场 8 号楼 120-121 室
经营范围	许可项目：药品零售；婴幼儿配方乳粉销售；第三类医疗器械经营；食品经营（销售预包装食品）；食品经营；食品经营（销售散装食品）；保健食品销售；特殊医学用途配方食品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；日用百货销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；化妆品零售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；办公用品销售；家用电器销售；食用农产品零售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；会议及展览服务；住房租赁；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，河南国胜的股东构成情况如下：

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

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

河南国胜系发行人于 2021 年 3 月 15 日成立的全资子公司，主要从事河南省地医药零售业务。截至 2021 年 12 月 31 日，河南国胜拥有 4 家直营门店。

（4）最近一年的简要财务数据

最近一年，河南国胜的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	1,696.29
所有者权益	895.34
营业收入	159.06
净利润	-104.66

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

7、汇达药业

（1）基本情况

公司名称	安徽汇达药业有限公司
统一社会信用代码	91340207MA2TWBR97F
成立时间	2019 年 7 月 3 日
注册资本	4,000 万元
实收资本	4,000 万元
法定代表人	何家伦
住所	合肥市包河区上海路 18 号
经营范围	许可项目：药品批发；药品互联网信息服务；药品进出口；第三类医疗器械经营；医疗器械互联网信息服务；食品销售；食品互联网销售；消毒器械销售；城市配送运输服务（不含危险货物）；酒类经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；保健食品（预包装）销售；农副产品销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；化妆品批发；医用口罩批发；日用口罩（非医用）销售；医护人员防护用品批发；特殊医学用途配方食品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；劳动保护用品销售；日用品批发；眼镜销售（不含隐形眼镜）；日用百货销售；文具用品批发；办公用品销售；包装材料及制品销售；家用电器销售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；会议及展览服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业管理咨询；装卸搬运；非居住房地产租赁；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；技术进出口；货物进出口；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；广告设计、代理；广告制作；广告发布（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，汇达药业的股东构成情况如下：

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

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

汇达药业系发行人从事终端集采业务的主体，依托**零售业务、代理业务**已形成的规模采购优势，主要为单体药店、小型连锁药店等零售终端提供一站式配送服务。

（4）最近一年的简要财务数据

最近一年，汇达药业的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	23,926.82
所有者权益	4,109.34
营业收入	97,883.53
净利润	75.93

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

8、国胜科技

（1）基本情况

公司名称	安徽国胜医药科技有限公司
统一社会信用代码	91340100325463337T
成立时间	2014 年 12 月 17 日
注册资本	1,138.2 万元
实收资本	1,138.2 万元
法定代表人	何家乐
住所	合肥市包河工业区上海路 18 号
经营范围	预包装食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、保健食品（以上经营范围在许可证有效期及核准范围内经营）、医疗器械（二类）销售（含网上）；药房管理咨询服务；从事医药科技产品领域内的技术开发、技术咨询、技术转让及技术服务、市场营销策划、商品信息咨询；日用品、化妆品、计生用品（除专项许可）、眼镜、家用电器、消毒用品、办公用品销售（含网上）；汽车、房屋租赁服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，国胜科技的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	1,138.20	100.00%
合计		**1,138.20**	**100.00%**

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

报告期内，除出租仓库给华人健康、安徽国胜、汇达药业外，国胜科技对外不从事经营性业务。

（4）最近一年的简要财务数据

最近一年，国胜科技的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	1,671.29
所有者权益	1,654.28
营业收入	360.64
净利润	258.85

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

9、国胜医疗

（1）基本情况

公司名称	合肥国胜医疗管理有限公司
统一社会信用代码	91340100336770017R
成立时间	2015 年 4 月 24 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
法定代表人	何家乐
住所	合肥市包河区上海路 18 号
经营范围	医疗机构管理；内科、儿科、外科、急诊科、中西医结合科、中医科、口腔科、放射科、妇科、检验科诊疗服务；中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品（除疫苗）、计生用品、消毒用品、医疗器械、牙科用贵重金属合金销售；健康管理咨询服务；健康体检服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，国胜医疗的股东构成情况如下：

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

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

报告期内，国胜医疗主要从事诊疗服务。截至 2021 年 12 月 31 日，国胜医疗全资持有 2 家门诊的股权（安百苑门诊和元兴门诊），并拥有 1 家门诊部（桂园门诊）。

（4）发行人开展门诊业务、提供诊疗服务的原因、合理性及必要性

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

因此，同行业可比公司在拓展门店的同时，也多有涉及诊疗业务，打造集合了“药店+门诊”的业态，积极构建多元化健康服务生态圈。2020 年度，在巩固优势地位的同时，发行人积极进行战略布局，开始涉足社区诊疗服务，陆续在合肥市开设了三家门诊——安百苑门诊、元兴门诊、桂园门诊，以完善多层次健康服务，充分满足消费者日益丰富的健康需求。

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

（5）最近一年的简要财务数据

①国胜医疗

最近一年，国胜医疗的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据（合并范围）	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	939.87
所有者权益	-80.22
营业收入	420.51

财务数据（合并范围）	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
净利润	-373.28

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

②各门诊的经营情况

最近一年，国胜医疗各门诊的主要经营情况如下：

单位：万元

项目	安百苑门诊	元兴门诊	桂园门诊
营业收入	179.98	102.51	124.90
占零售业务收入的比例	0.12%	0.07%	0.08%

（6）国胜医疗下属门诊的基本情况

①安百苑门诊

公司名称	合肥市安百苑综合门诊有限责任公司
统一社会信用代码	91340111MA2UDD1X0N
成立时间	2019 年 12 月 13 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
法定代表人	吴娟娟
住所	安徽省合肥市包河区北京路与歙县路交叉口安百苑 B 区 102、202、103、203、201 临街商铺
经营范围	门诊部（所），医疗服务，中医科医疗服务，健康体检服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	国胜医疗持股 100%

②元兴门诊

公司名称	合肥元兴综合门诊有限责任公司
统一社会信用代码	91340102MA2UGLX88H
成立时间	2020 年 1 月 20 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
法定代表人	吴娟娟
住所	安徽省合肥市瑶海区青龙路鸿兴苑小区 5 号楼 112、113、114、115 门面
经营范围	内科；外科；急诊科；中西医结合科；口腔科；放射科；妇科；检验科；诊疗服务；医疗器械、药品、电疗器械销售；健康管理咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

股权结构	国胜医疗持股 100%

③桂园门诊

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

（7）各门诊科室开设及诊疗服务情况

截至报告期末，发行人各门诊科室开设情况如下：

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

（8）发行人各门诊配备人员及医师的相应资质情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司拥有医师 25 名（包括临床科室、医技科室）、护士 16 名。报告期内，发行人不存在因医师、护士资质不合规受到处罚的情形。

10、捷助科技

（1）基本情况

公司名称	合肥捷助医药科技有限公司
统一社会信用代码	91340111MA2UGJJ243
成立时间	2020 年 1 月 19 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
法定代表人	殷俊
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准化厂房 B 幢 5 楼

经营范围	医药科技领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；从事计算机科技、信息科技、网络科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；计算机软件、网络游戏软件的开发、设计；计算机系统集成；计算机维修；计算机网络工程；电子商务信息咨询；计算机、软件及辅助设备、通信设备、通讯器材批发、零售；会展服务；医药信息咨询；药店管理及咨询服务；企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，捷助科技的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	发行人	70.00	70.00%
2	杨维康	10.00	10.00%
3	丁佳能	10.00	10.00%
4	王结胜	10.00	10.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

捷助科技系发行人于 2020 年 1 月 19 日设立的控股公司，拟为公司下游客户提供定制化信息系统服务。

（4）最近一年的简要财务数据

最近一年，捷助科技的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	109.89
所有者权益	81.72
营业收入	149.59
净利润	1.98

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

11、克安舒医药

（1）基本情况

公司名称	安徽克安舒医药科技有限公司
统一社会信用代码	91340111MA8NEHHR4N
成立时间	2021 年 11 月 22 日
注册资本	500 万元

实收资本	0 元
法定代表人	殷俊
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号华人健康大厦 5 层 529 室
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；保健食品（预包装）销售；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；个人卫生用品销售；日用品批发；母婴用品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；食品销售（仅销售预包装食品）；健康咨询服务（不含诊疗服务）；化妆品批发；办公用品销售；日用百货销售；特殊医学用途配方食品销售；医护人员防护用品批发；医用口罩批发；日用口罩（非医用）销售；劳动保护用品销售；日用品销售；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；日用化学产品销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）许可项目：药品生产；药品零售；药品批发；食品销售；食品互联网销售；互联网信息服务；药品互联网信息服务；医疗器械互联网信息服务；第三类医疗器械经营；酒类经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，克安舒医药的股东构成情况如下：

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

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

克安舒医药系发行人于 2021 年 11 月新设立的全资子公司，主要为优化公司内部管理结构，未来计划从事医疗器械类代理业务的贴牌销售。

（4）最近一年的简要财务数据

克安舒医药成立于 2021 年 11 月，尚无最近一年财务数据。

12、南京同和堂

（1）基本情况

公司名称	南京同和堂大药房有限公司
统一社会信用代码	91320115302577470Y
成立时间	2014 年 6 月 6 日
注册资本	2,000 万元
实收资本	2,000 万元

法定代表人	陆其军
住所	南京市江宁区秣陵街道文博路 14-108 号文鼎雅苑 14 幢 107 室（江宁高新园）
经营范围	药品零售（按许可证所列范围经营）；预包装食品兼散装食品，乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、保健食品零售；一、二类医疗器械（许可经营项目除外）；计生用品零售；医药咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目：第三类医疗器械经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：消毒剂销售（不含危险化学品）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，南京同和堂的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	江苏国胜	2,000.00	100.00%
合计		**2,000.00**	**100.00%**

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

南京同和堂系江苏国胜于 2021 年 9 月以股权收购形式新增的全资子公司，旨在进一步拓展江苏省医药零售布局。截至 2021 年 12 月 31 日，南京同和堂拥有 14 家直营门店。

（4）最近一年的简要财务数据

江苏国胜于 2021 年 9 月收购南京同和堂 100%股权并成为发行人控股公司，最近一年，南京同和堂的主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据（合并范围）	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	3,210.79
所有者权益	597.87
营业收入	1,109.09
净利润	76.81

注：上述 2021 年财务数据经中天运审计

（5）南京同和堂下属企业的基本情况

①润心药房

公司名称	南京润心药房有限公司

统一社会信用代码	91320115MA1WQXQC3P
成立时间	2018 年 6 月 22 日
注册资本	60 万元
实收资本	60 万元
法定代表人	陆其军
住所	南京市江宁区博观路 5 号津桥华府 101、108 室及 107 室东（江宁高新园）
经营范围	药品、食品、保健食品、医疗器械、计生用品零售；医药咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：消毒剂销售（不含危险化学品）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
股权结构	南京同和堂持股 100%

②新声药房

公司名称	南京新声大药房有限公司
统一社会信用代码	91320115339331343H
成立时间	2015 年 8 月 20 日
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
法定代表人	陆其军
住所	南京市江宁区科学园天元中路 68 号东渡国际青年城 02 幢 101 室
经营范围	药品零售（按许可证所列范围经营）；预包装食品兼散装食品；乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、保健食品零售；化妆品、医疗器械、计生用品零售；医药咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：消毒剂销售（不含危险化学品）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
股权结构	南京同和堂持股 100%

③舟济药房

公司名称	南京市舟济大药房有限公司
统一社会信用代码	91320191MA1Y4CL08M
成立时间	2019 年 3 月 25 日
注册资本	50 万元
实收资本	50 万元
法定代表人	陆其军
住所	南京市江北新区侨谊路 4 号 9 幢 4-3、4-4、4-5
经营范围	许可项目：药品零售；第三类医疗器械经营；食品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食

	品销售；食品销售（仅销售预包装食品）；保健食品（预包装）销售；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；日用百货销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；化妆品零售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；办公用品销售；家用电器销售；食用农产品零售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；会议及展览服务；住房租赁；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
股权结构	南京同和堂持股 100%

④尚和堂药房

公司名称	南京尚和堂大药房有限公司
统一社会信用代码	91320115302703203P
成立时间	2015 年 1 月 27 日
注册资本	101 万元
实收资本	101 万元
法定代表人	陆其军
住所	南京市江宁区东山街道万福路 99 号大里聚福城怡景园 28 幢 126、127 室
经营范围	药品零售（须取得许可或批准后方可经营）；食品、乳制品（含婴幼儿配方乳粉）、保健食品、医疗器械销售；计生用品零售；医药咨询服务；消毒用品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
股权结构	南京同和堂持股 100%

（二）参股公司情况

1、好之佳大药房

（1）基本情况

公司名称	安徽好之佳大药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91341200054485031L
成立时间	2012 年 9 月 26 日
注册资本	500 万元
实收资本	500 万元
法定代表人	安明英
住所	安徽省阜阳市颍州区西湖大道 666 号(蓝色雅典 2#楼)2 幢 110\210 室二层
经营范围	中成药、中药饮片、生物制品、化学药制剂、抗生素、生化药品零售、医疗器械、食用农产品、化学试剂（不含危险化学品）、药品包装材料、日用品、化妆品、计生用品（除专项许可）、眼镜、家用电器、消毒用品、卫生用品、办公用品、食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

控股股东	李允（持有好之佳大药房 60%股权）
发行人入股时间	2020 年 4 月 27 日

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，好之佳大药房的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	李允	300.00	60.00%
2	安徽国胜	95.00	19.00%
3	阜阳三佳医药咨询有限公司	55.00	11.00%
4	安明英	50.00	10.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

好之佳大药房主要从事安徽省阜阳地区医药零售业务，在阜阳地区具有一定的市场影响力，同时系发行人医药终端集采业务的客户之一。

2、新安江大药房

（1）基本情况

公司名称	黄山新安江大药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91341002MA8MY0KJXW
成立时间	2021 年 6 月 29 日
注册资本	300 万元
实收资本	300 万元
法定代表人	方卫洁
住所	安徽省黄山市屯溪区阜上小区东苑 1 幢三楼
经营范围	许可项目：药品零售；第三类医疗器械经营；食品经营（销售散装食品）；婴幼儿配方乳粉销售；保健食品销售；特殊医学用途配方食品销售；消毒器械销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售；食品经营（仅销售预包装食品）；化妆品零售；日用百货销售；日用化学产品销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；眼镜销售（不含隐形眼镜）；家用电器销售；食用农产品零售；养生保健服务（非医疗）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）
控股股东	黄山石翼农医药科技有限公司（持有新安江大药房 81%股权）
发行人入股时间	2021 年 9 月 8 日

（2）股东构成情况

截至本招股说明书签署日，新安江大药房的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	黄山石翼农医药科技有限公司	243.00	81.00%
2	安徽国胜	57.00	19.00%
合计		**300.00**	**100.00%**

（3）主营业务及其与发行人主营业务的关系

新安江大药房主要从事安徽省黄山地区医药零售业务，在黄山地区具有一定的市场影响力，同时系发行人医药终端集采业务的客户之一。

（三）报告期内转让、注销子公司情况

报告期内，发行人注销嘉山路门诊 1 家子公司，无转让子公司情况。注销前嘉山路门诊的基本情况如下：

1、基本情况

公司名称	合肥嘉山路综合门诊有限责任公司
统一社会信用代码	91340102MA2UDF0H9X
成立时间	2019 年 12 月 13 日
注册资本	100 万元
法定代表人	吴娟娟
住所	安徽省合肥市瑶海区青龙路鸿兴苑小区 5 号楼 112、113、114 商铺
经营范围	中医科医疗服务，医疗服务，门诊部(所)，健康体检服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、股东构成情况

截至注销前，嘉山路门诊的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	国胜医疗	100.00	100.00%
合计		**100.00**	**100.00%**

3、注销情况

嘉山路门诊拟从事医疗门诊服务，自成立以来一直未开展经营性业务。由于在办理《医疗机构执业许可证》时存在与其他医疗机构名称相似的情况，经卫健部门要求新设主体重新申报，国胜医疗决定对嘉山路门诊注销，在该场所

设立元兴门诊，具体参见本节“六、发行人控股及参股公司情况”之“（一）9、（6）②元兴门诊”。

2020 年 4 月 3 日，国胜医疗签署《全体投资人承诺书》，全资子公司嘉山路门诊向登记机关申请简易注销登记。2020 年 3 月 30 日，国家税务总局合肥市瑶海区税务局出具《清税证明》（合瑶税税企清[2020]12924 号），证明嘉山路门诊所有税务事项已结清。2020 年 5 月 26 日，合肥市瑶海区市场监督管理局出具《准予简易注销登记通知书》（（合）登记内销字[2020]第 3246 号），核准了嘉山路门诊的注销登记。

经核查，嘉山路门诊依法成立，注销前合法存续；注销履行了必要的法律程序，注销行为合法有效。

七、持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东及实际控制人情况

（一）公司控股股东、实际控制人基本情况

公司控股股东为何家乐，公司**共同**实际控制人为何家乐、何家伦，二人系兄弟关系。

1、何家乐

何家乐，公司董事长、总经理，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 342427197601******。截至本招股说明书签署日，何家乐直接持有公司 200,493,326 股，占本次发行前公司股本总额的 58.97%，并通过所控制的胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资间接控制公司 22,771,686 股，占本次发行前公司股本总额的 6.70%，以直接及间接方式合计控制公司 65.67%的股权。何家乐的具体情况参见本节“十一、（一）董事会成员”的相关内容。

2、何家伦

何家伦，公司董事、副总经理，中国国籍，无永久境外居留权，身份证号码为 342427197309******。截至本招股说明书签署日，何家伦直接持有公司 27,572,335 股，占本次发行前公司股本总额的 8.11%。何家伦的具体情况参见本节“十一、（一）董事会成员”的相关内容。

为进一步明确共同实际控制人何家乐、何家伦在意见分歧时的处理机制等事项，保障公司控制权的稳定、持续，确保公司重大经营决策的一致性，提高决策效率，何家乐、何家伦经协商一致，于 2021 年 6 月 25 日签署《一致行动协议》，其中关于出现纠纷或不一致时的处理机制如下：

何家乐、何家伦在华人健康董事会/股东大会对会议议案表决之前，应就拟表决议案进行充分协商，形成统一意见并一致行使表决权，如双方就该等拟表决议案意见各不相同，无法形成统一意见，则应遵循以下原则最终形成统一意见：

（1）关于公司发展战略，以及与代理、终端集采业务相关事项应以何家乐的意见为准在股东大会及董事会上行使表决权；

（2）关于公司零售业务相关事项应以何家伦的意见为准在股东大会及董事会上行使表决权；

（3）除上述事项之外的其他事项或何家乐、何家伦职责均有覆盖的重大决策事项，应以何家乐的意见为准在股东大会及董事会上行使表决权。

3、持股平台

除直接持股外，发行人控股股东、**共同**实际控制人**之一**何家乐通过所控制的胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资四家持股平台间接控制公司 6.70%股权，四家持股平台具体情况如下：

（1）胜凡投资

①基本情况

企业名称	宁波梅山保税港区胜凡投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330206MA2AG4U09C
成立时间	2017 年 12 月 6 日
认缴出资额	1,520 万元
实缴出资额	1,520 万元
执行事务合伙人	何家乐
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 B 区 D0042

经营范围	实业投资、投资管理、投资咨询、项目投资、资产管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，胜凡投资的实际控制人为何家乐。胜凡投资的合伙人构成及在发行人任职情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
1	何家乐	董事长、总经理	0.05	0.003%	普通合伙人
2	邵光山	汇达药业副总经理	160.00	10.53%	有限合伙人
3	殷俊	董事、副总经理、商采中心总经理	150.00	9.87%	
4	赵春水	副总经理、营销中心总经理	150.00	9.87%	
5	蔡培	汇达药业常务副总经理	125.00	8.22%	
6	王庆生	汇达药业负责人	125.00	8.22%	
7	郑重	营销中心事业一部总经理	40.00	2.63%	
8	卢新	营销中心事业一部省区经理	40.00	2.63%	
9	彭正全	营销中心副总经理	35.00	2.30%	
10	徐红梅	商采中心副总经理	30.00	1.97%	
11	郑自成	商采中心采购总监	30.00	1.97%	
12	周兵	营销中心总监	30.00	1.97%	
13	李莉莉	监事会主席、行政副总经理	30.00	1.97%	
14	彭芳	质量负责人	25.00	1.64%	
15	许嘉	营销中心事业四部总经理	25.00	1.64%	
16	余秀兰	营销中心事业二部副总经理	25.00	1.64%	
17	袁伟侠	营销中心事业三部总经理	25.00	1.64%	
18	汪东方	营销中心事业一部副总经理	25.00	1.64%	
19	万磊	商采中心采购总监	20.00	1.32%	
20	章成军	财务部经理	20.00	1.32%	
21	唐连莲	营销中心办公室经理	20.00	1.32%	
22	储妙娟	安徽国胜营运部总监	20.00	1.32%	
23	秦庆雨	营销中心事业一部省区经理	20.00	1.32%	
24	黄春健	营销中心事业一部省区经理	20.00	1.32%	
25	韦能兵	江苏国胜总经理	20.00	1.32%	

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
26	谭洪君	营销中心事业一部省区经理	20.00	1.32%	
27	吴冬	商采中心采购总监	20.00	1.32%	
28	黄帅	汇达药业仓储部总监	15.00	0.99%	
29	汤雪青	财务部副经理	15.00	0.99%	
30	房雯雯	营销中心事业一部省区经理	15.00	0.99%	
31	方梅	营销中心事业一部销售经理	15.00	0.99%	
32	丁召龙	河南国胜副总经理	15.00	0.99%	
33	张洪根	营销中心事业一部销售总监	15.00	0.99%	
34	吴海军	营销中心事业二部省区经理	15.00	0.99%	
35	李应征	营销中心事业二部销售部经理	15.00	0.99%	
36	林李新	仓储部主任	10.00	0.66%	
37	孔维兵	商采中心采购经理	10.00	0.66%	
38	史宏燕	审计部副经理	10.00	0.66%	
39	王灿	营销中心事业三部销售经理	10.00	0.66%	
40	李朋辉	营销中心事业一部省区经理	10.00	0.66%	
41	谢雷	营销中心事业三部省区经理	10.00	0.66%	
42	杨爱龙	汇达药业销售经理	10.00	0.66%	
43	芮伟	营销中心事业一部省区经理	10.00	0.66%	
44	彭锦	营销中心事业二部地区经理	10.00	0.66%	
45	钟春燕	营销中心事业二部市场部培训经理	10.00	0.66%	
46	许令道	营销中心销售经理	10.00	0.66%	
47	冯强	营销中心事业二部省区经理	10.00	0.66%	
48	鄂玲玲	营销中心事业二部省区经理	10.00	0.66%	
49	张平	营销中心事业二部总经理	10.00	0.66%	
50	程立涛	安庆国胜负责人	9.95	0.65%	
合计			**1,520.00**	**100.00%**	**-**

③主营业务情况

胜凡投资系发行人员工持股平台，除持有发行人股份外，不存在其他经营业务，与发行人主营业务不相关。

报告期内，胜凡投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	1,520.48	1,520.06	1,521.37
所有者权益	1,515.48	1,516.07	1,517.19
营业收入	-	-	-
净利润	-0.59	-1.12	-1.09

注：上述数据未经审计

④基金备案情况

胜凡投资为公司员工持股平台，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，亦不存在委托其他任何管理机构受托管理资产的情形或行为，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所定义的私募投资基金，无需履行基金备案程序。

⑤主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，胜凡投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（2）福曼医投资

①基本情况

企业名称	宁波梅山保税港区福曼医投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330206MA2AG4U920
成立时间	2017 年 12 月 6 日
认缴出资额	1,280 万元
实缴出资额	1,280 万元
执行事务合伙人	何家乐
住所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 B 区 D0041
经营范围	实业投资、投资管理、投资咨询、项目投资、资产管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，福曼医投资的实际控制人为何家乐。福曼医投资的合伙人构成及在发行人任职情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
1	何家乐	董事长、总经理	0.05	0.004%	普通合伙人
2	程立涛	安庆国胜负责人	185.10	14.46%	有限合伙人
3	盛欣	芜湖国胜负责人	155.00	12.11%	
4	卢兴刚	安徽国胜常务副总经理	125.00	9.77%	
5	孙福安	监事、安徽国胜财务经理	50.00	3.91%	
6	杨云	亳州国胜负责人	50.00	3.91%	
7	周宏	安徽国胜质量副总经理	50.00	3.91%	
8	沈琴	安徽国胜行政总监	40.00	3.13%	
9	朱红艳	安徽国胜商采副总经理	40.00	3.13%	
10	陈旭玲	安徽国胜商采中心总监	40.00	3.13%	
11	王彬	安徽国胜拓展部总监	40.00	3.13%	
12	胡良臣	汇达药业营运部总监	40.00	3.13%	
13	林春	信息技术部总监	40.00	3.13%	
14	廖春雷	安徽国胜淮北区域经理	40.00	3.13%	
15	郑会梅	安庆国胜副总经理	30.00	2.34%	
16	何家伦	董事、副总经理	29.85	2.33%	
17	沈照君	汇达药业财务部经理	25.00	1.95%	
18	汪云	安徽国胜营运部片区经理	25.00	1.95%	
19	翁昌菊	芜湖国胜副总经理	25.00	1.95%	
20	滕士梅	安徽国胜合肥区域大区总监	25.00	1.95%	
21	李圣善	安徽国胜合肥区域大区总监	25.00	1.95%	
22	李平平	安徽国胜电商中心总监	25.00	1.95%	
23	黄莲莲	证券事务代表、行政部经理	20.00	1.56%	
24	刘见侠	安徽国胜培训部经理	20.00	1.56%	
25	吴娟娟	监事、安徽国胜行政经理	20.00	1.56%	
26	张伦琳	江苏国胜营运部经理	20.00	1.56%	
27	陈莉	安徽国胜六安区域负责人	20.00	1.56%	
28	朱彩侠	安徽国胜质量部经理	20.00	1.56%	
29	高立	汇达药业储运部主任	20.00	1.56%	
30	窦康	安徽国胜拓展部经理	20.00	1.56%	
31	陈仁东	安徽国胜合肥区域大区总监	15.00	1.17%	
合计			**1,280.00**	**100.00%**	-

③主营业务情况

福曼医投资系发行人员工持股平台，除持有发行人股份外，不存在其他经营业务，与发行人主营业务不相关。

报告期内，福曼医投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	1,309.44	1,280.22	1,281.25
所有者权益	1,305.90	1,276.45	1,277.25
营业收入	-	-	-
净利润	29.46	-0.80	-1.41

注：上述数据未经审计

④基金备案情况

福曼医投资为公司员工持股平台，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，亦不存在委托其他任何管理机构受托管理资产的情形或行为，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所定义的私募投资基金，无需履行基金备案程序。

⑤主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，福曼医投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（3）康凡投资

①基本情况

企业名称	合肥康凡股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340111MA2TBPRA9D
成立时间	2018 年 12 月 20 日
认缴出资额	975 万元
实缴出资额	975 万元
执行事务合伙人	何家乐
住所	合肥市包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 B 幢 6 楼

经营范围	股权投资；实业投资。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，康凡投资的实际控制人为何家乐。康凡投资的合伙人构成及在发行人任职情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
1	何家乐	董事长、总经理	0.07	0.01%	普通合伙人
2	李梅	董事会秘书、财务总监	84.50	8.67%	有限合伙人
3	盛欣	芜湖国胜负责人	52.00	5.33%	
4	沈琴	安徽国胜行政总监	39.00	4.00%	
5	邵光山	汇达药业副总经理	39.00	4.00%	
6	程立涛	安庆国胜负责人	38.94	3.99%	
7	赵琴	安徽国胜人事部经理	32.50	3.33%	
8	王祎枫	芜湖国胜拓展部经理	32.50	3.33%	
9	朱长云	安徽国胜片区经理	32.50	3.33%	
10	陈玉玲	安徽国胜人事部副总监	26.00	2.67%	
11	曹云萍	安徽国胜合肥区域大区经理	26.00	2.67%	
12	徐翔	安徽国胜信息部总监	26.00	2.67%	
13	徐跃华	汇达药业信息部副经理	26.00	2.67%	
14	刘先翠	安徽国胜片区经理	26.00	2.67%	
15	祖正华	商采中心采购总监	19.50	2.00%	
16	黄超	营销中心事业二部省区经理	19.50	2.00%	
17	孔晖	安徽国胜片区经理	19.50	2.00%	
18	姚新山	安徽国胜培训部经理	19.50	2.00%	
19	张玲	安徽国胜片区经理	19.50	2.00%	
20	产文品	安徽国胜储运部副主任	19.50	2.00%	
21	杨建	安徽国胜储运部副主任	19.50	2.00%	
22	麻译文	安徽国胜电商平台运营经理	19.50	2.00%	
23	王勇	安徽国胜电商平台运营经理	19.50	2.00%	
24	王冰岩	安徽国胜庐江区域大区经理	19.50	2.00%	
25	唐纪康	营销中心事业一部市场部培训经理	19.50	2.00%	
26	张平	营销中心事业二部总经理	19.50	2.00%	

序号	出资人名称	公司任职	出资额	出资比例	合伙人性质
27	祝康	设计部经理	13.00	1.33%	
28	王娟枝	汇达药业质量负责人	13.00	1.33%	
29	唐颖	营销中心事业二部省区经理	13.00	1.33%	
30	李彪	营销中心事业四部大区经理	13.00	1.33%	
31	司翠侠	营销中心办公室副经理	13.00	1.33%	
32	唐习明	营销中心事业一部省区经理	13.00	1.33%	
33	顾玉洁	营销中心事业一部销售部经理	13.00	1.33%	
34	王秀梅	营销中心事业一部市场部培训经理	13.00	1.33%	
35	徐文彬	营销中心事业一部市场部经理	13.00	1.33%	
36	陆涵	安徽国胜财务部副经理	13.00	1.33%	
37	汪丽	商采中心商管部副经理	13.00	1.33%	
38	陶兰兰	汇达药业客户经理	13.00	1.33%	
39	彭瑞	审计部经理	13.00	1.33%	
40	方荣挥	安徽国胜财务部经理	13.00	1.33%	
41	周婷婷	安徽国胜会员中心经理	13.00	1.33%	
42	李莉莉	监事会主席、行政副总经理	13.00	1.33%	
43	史宏燕	审计部副经理	13.00	1.33%	
44	王松	行政部主管	13.00	1.33%	
45	吴娟娟	监事、安徽国胜行政经理	13.00	1.33%	
46	汪东方	营销中心事业一部副总经理	6.50	0.67%	
47	徐红梅	商采中心副总经理	6.50	0.67%	
合计			**975.00**	**100.00%**	-

③主营业务情况

康凡投资系发行人员工持股平台，除持有发行人股份外，不存在其他经营业务，与发行人主营业务不相关。

报告期内，康凡投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	975.30	975.00	975.00
所有者权益	975.00	975.00	975.00

营业收入	-	-	-
净利润	-	-	-

注：上述数据未经审计

④基金备案情况

康凡投资为公司员工持股平台，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，亦不存在委托其他任何管理机构受托管理资产的情形或行为，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所定义的私募投资基金，无需履行基金备案程序。

⑤主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，康凡投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（4）时达投资

①基本情况

企业名称	合肥时达股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340111MA2UCH1L8B
成立时间	2019 年 12 月 5 日
认缴出资额	2,376.18 万元
实缴出资额	2,376.18 万元
执行事务合伙人	何家乐
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 B 幢 6 楼
经营范围	股权投资；实业投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，时达投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	何家乐	0.18	0.0076%	普通合伙人
2	亳州市高新区盛龙商贸合伙企业（普通合伙）	2,376.00	99.9924%	有限合伙人
合计		**2,376.18**	**100.00%**	-

截至 2021 年 12 月 31 日，亳州市高新区盛龙商贸合伙企业（普通合伙）的合伙人及出资情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	盖国峰	792.00	33.33%	普通合伙人
2	盖国盛	792.00	33.33%	普通合伙人
3	盖国鹏	792.00	33.33%	普通合伙人
合计		**2,376.00**	**100.00%**	**-**

③主营业务情况

时达投资系发行人为收购亳州国胜股权所设的持股平台，根据安徽国胜与交易对手方于 2019 年 12 月签订的《收购协议之补充协议》约定，腾龙商贸实际控制人通过持股平台方式以 18 元/股认购发行人新增股本 132 万股，折合持股平台出资额 2,376 万元。除持有发行人股份外，不存在其他经营业务，与发行人主营业务不相关。

报告期内，时达投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	2,376.39	2,376.25	2,376.18
所有者权益	2,376.09	2,376.25	2,376.18
营业收入	-	-	-
净利润	-0.05	-0.07	-

注：上述数据未经审计

④基金备案情况

时达投资为公司持股平台，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，亦不存在委托其他任何管理机构受托管理资产的情形或行为，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所定义的私募投资基金，无需履行基金备案程序。

⑤主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，时达投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采

购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（5）员工持股平台入股发行人定价依据及公允性，份额持有人资金来源的合规性及确认股份支付情况

①2017 年 12 月，胜凡投资、福曼医投资向发行人增资

2017 年 12 月，胜凡投资以人民币 1,520 万元认购发行人新增股份 304 万股；福曼医投资以人民币 1,280 万元认购发行人新增股份 256 万股，本次增资价格为 5 元/股。本次增资的定价依据系参考市场化公允价值，结合股权激励之目的，各方协商确定本次增资价格为 5 元/股，具有合理性。本次增资资金来源为各合伙企业合伙人缴纳的出资款，根据各合伙人出具的书面确认，资金来源均为其自有或自筹资金，出资来源合规。

②2018 年 12 月，康凡投资向发行人增资

2018 年 12 月，康凡投资以人民币 975 万元认购发行人新增股份 150 万股，增资价格为 6.5 元/股。本次增资的定价依据系参考市场化公允价值，结合股权激励之目的，各方协商确定本次增资价格为 6.5 元/股，具有合理性。本次增资资金来源为各合伙企业合伙人缴纳的出资款，根据各合伙人出具的书面确认，资金来源均为其自有或自筹资金，出资来源合规。

③股份支付情况

发行人员工持股平台胜凡投资、福曼医投资、康凡投资相关股份支付确认情况参见本招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（五）2、（2）②历次股份支付费用（含报告期外）分析”。

（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东情况

截至本招股说明书签署日，除**共同**实际控制人何家乐、何家伦外，持有公司 5%以上股份的主要股东有 3 个，均为外部机构投资者，分别为：阿里健康、华泰大健康（包括华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资）、赛富投资（包括苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资），具体情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	阿里健康	30,049,373	8.84%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
2	赛富投资	29,503,267	8.68%
3	华泰大健康	22,720,296	6.68%
合计		**82,272,936**	**24.20%**

1、阿里健康

（1）基本情况

企业名称	阿里健康科技（中国）有限公司
企业类型	有限责任公司（台湾港澳法人独资）
统一社会信用代码	91110105336420260L
成立时间	2015 年 8 月 3 日
注册资本	80,000 万元
实收资本	80,000 万元
法定代表人	朱顺炎
住所	北京市朝阳区望京东园四区 7 号楼 15 层 1506 室
经营范围	计算机技术转让、技术咨询、技术服务；企业管理咨询；市场营销策划；商务咨询；医院管理（不含诊疗服务）；批发医疗器械 I 类；计算机系统服；软件开发；软件技术咨询；开发网络及通讯产品技术；计算机系统集成；批发日用品百货、服装、玩具、文化用品、电子产品、通讯设备、计算机软件及辅助设备、家用电器、体育用品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）及以上物品的进出口业务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；设计、制作、代理、发布广告；出租办公用房。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

（2）股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，阿里健康的股东构成情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	阿里健康（香港）科技有限公司	80,000.00	100.00%
合计		**80,000.00**	**100.00%**

（3）主营业务情况

阿里健康的最终持有人为 Alibaba Health Information Technology Limited（阿里健康信息技术有限公司，以下简称“阿里健康信息”），其系香港联交所

上市公司，股票代码为 00241，阿里健康系其在境内的主要运营实体，该实体与其关联公司主要从事互联网医疗医药电商等业务的技术服务。

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

2、赛富投资

赛富投资包含苏州赛富、黄山赛富、腾元投资和长菁投资，上述四家投资机构系同一控制下企业。

（1）苏州赛富

①基本情况

企业名称	苏州赛富璞鑫医疗健康产业投资中心（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320500MA1N9CXD83
成立时间	2017 年 1 月 5 日
认缴出资额	58,135.6 万元
实缴出资额	58,135.6 万元
执行事务合伙人	苏州赛富璞鑫创业投资中心（有限合伙）
委派代表	徐航
住所	苏州吴中经济开发区越溪街道塔韵路 178 号 1 幢 2 层
经营范围	医疗健康产业投资、企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，苏州赛富的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	苏州赛富璞鑫创业投资中心（有限合伙）	575.60	0.99%	普通合伙人
2	泰康人寿保险有限责任公司	10,000.00	17.20%	有限合伙人
3	苏州市吴中金融控股有限公司	10,000.00	17.20%	
4	百年人寿保险股份有限公司	10,000.00	17.20%	
5	中英人寿保险有限公司	10,000.00	17.20%	
6	苏州吴中经济技术开发区创业投资引导基金有限公司	9,300.00	16.00%	

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
7	宁波坤元道华投资合伙企业（有限合伙）	5,060.00	8.70%	
8	宁波坤元道业投资合伙企业（有限合伙）	2,500.00	4.30%	
9	苏州吴中经济技术开发区创业投资引导基金管理中心	700.00	1.20%	
合计		**58,135.60**	**100.00%**	-

③主营业务情况

苏州赛富主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

苏州赛富已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：ST5855）。天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）作为基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：P1000661）。

（2）黄山赛富

黄山赛富具体情况参见本节“十、（五）1、（1）黄山赛富”的相关内容。

（3）腾元投资

腾元投资具体情况参见本节“十、（五）1、（2）腾元投资”的相关内容。

（4）长菁投资

长菁投资具体情况参见本节“十、（五）1、（3）长菁投资”的相关内容。

3、华泰大健康

华泰大健康包含华泰大健康一号、华泰大健康二号及道兴投资。其中，华泰大健康一号、华泰大健康二号执行事务合伙人均为华泰紫金投资有限责任公司，道兴投资属于跟投平台，三者具有关联关系。

（1）华泰大健康一号

①基本情况

企业名称	南京华泰大健康一号股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320100MA1N82J0XK

成立时间	2016 年 12 月 28 日
认缴出资额	145,950 万元
实缴出资额	145,950 万元
执行事务合伙人	华泰紫金投资有限责任公司
委派代表	曹群
住所	南京市鼓楼区汉中门大街 301 号 1501 室
经营范围	从事非证券股权投资活动及相关咨询业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，华泰大健康一号的合伙人构成情况如下：

单位：万元

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

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
21	江苏万川医疗健康产业集团有限公司	2,000.00	1.37%	
22	福建福泰集团有限公司	2,000.00	1.37%	
23	厦门昇毅投资有限公司	2,000.00	1.37%	
24	羊栋	1,000.00	0.69%	
25	吕仕铭	1,000.00	0.69%	
26	南京东大智能化系统有限公司	1,000.00	0.69%	
27	成都恒昊创新科技有限公司	1,000.00	0.69%	
合计		**145,950.00**	**100.00%**	**-**

③主营业务情况

华泰大健康一号主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

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

（2）华泰大健康二号

①基本情况

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

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，华泰大健康二号的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	华泰紫金投资有限责任公司	1,990.00	19.90%	普通合伙人
2	南京华泰瑞兴投资基金管理合伙企业（有限合伙）	10.00	0.10%	
3	四川省健康养老产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	8,000.00	80.00%	有限合伙人
合计		**10,000.00**	**100.00%**	-

③主营业务情况

华泰大健康二号主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

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

（3）道兴投资

①基本情况

企业名称	南京道兴投资管理中心（普通合伙）
企业类型	普通合伙企业
统一社会信用代码	91320106MA1NABLY6X
成立时间	2017 年 1 月 11 日
认缴出资额	2,497.107925 万元
实缴出资额	2,497.107925 万元
执行事务合伙人	陈淼
住所	南京市鼓楼区汉中门大街 301 号 1501 室-37 室
经营范围	非证券类股权投资。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，道兴投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	曹群	856.95	34.32%	普通合伙人
2	周明	524.21	20.99%	

序号	股东名称	出资额	出资比例	合伙人性质
3	陈淼	319.44	12.79%	
4	曾令武	171.34	6.86%	
5	陈凯	152.90	6.12%	
6	李玉标	145.05	5.81%	
7	赵迎	127.48	5.11%	
8	黄金	101.70	4.07%	
9	刘鹏	35.69	1.43%	
10	何晖	22.16	0.89%	
11	周毓	14.00	0.56%	
12	薛阳	6.70	0.27%	
13	樊欣	5.40	0.22%	
14	汪祺	4.10	0.16%	
15	张泉源	3.60	0.14%	
16	李素莹	0.90	0.04%	
17	张怡婷	0.90	0.04%	
18	范莹	0.90	0.04%	
19	陶军	0.90	0.04%	
20	高瑞	0.70	0.03%	
21	李晓希	0.70	0.03%	
22	桑淼	0.60	0.02%	
23	高娜	0.40	0.02%	
24	赵墨佳	0.40	0.02%	
合计		**2,497.11**	**100.00%**	**-**

③主营业务情况

道兴投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

④基金备案情况

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

金备案程序。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除发行人及其子公司外，公司控股股东、**共同**实际控制人在报告期内控制的其他企业情况如下：

序号	企业名称	控制关系	经营状态
1	胜凡投资	何家乐作为普通合伙人及执行事务合伙人，持有其0.003%份额	存续
2	福曼医投资	何家乐作为普通合伙人及执行事务合伙人，持有其0.004%份额；何家伦作为有限合伙人，持有其 2.33%份额	存续
3	康凡投资	何家乐作为普通合伙人及执行事务合伙人，持有其0.007%份额	存续
4	时达投资	何家乐作为普通合伙人及执行事务合伙人，持有其0.008%份额	存续
5	胜凡管理	何家伦作为执行董事兼总经理，持有其 70.00%股权	注销

1、胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资

截至本招股说明书签署日，何家乐控制胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资四家持股平台，上述持股平台基本情况详见本节“七、（一）3、持股平台”相关内容。

2、胜凡管理（已注销）

（1）基本情况

企业名称	合肥胜凡企业管理有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
统一社会信用代码	913401003280770529
成立时间	2015 年 2 月 13 日
注册资本	1,138.2 万元
法定代表人	何家伦
住所	合肥市包河区上海路 18 号
经营范围	企业管理；企业营销策划；商务咨询；物业管理；环保工程；建筑工程；会展服务；从事计算机、网络技术领域内的技术开发、技术服务、技术转让、技术咨询；建材、五金交电、电子产品、计算机、软件及辅助设备、家具、家居用品、日用百货的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

（2）股东构成情况

截至注销前，胜凡管理的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	何家伦	796.74	70.00%
2	朱莲如	341.46	30.00%
合计		**1,138.20**	**100.00%**

（3）注销情况

2020 年 10 月 10 日，胜凡管理在合肥市包河区市场监督管理局办理完成注销手续。

（4）主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

胜凡管理报告期内无实质经营。2020 年 10 月 10 日，胜凡管理在合肥市包河区市场监督管理局办理完成注销手续。

报告期初至注销前，胜凡管理主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2020 年 9 月 30 日/2020 年 1-9 月	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
资产总额	1,143.51	1,143.30
所有者权益	1,137.99	1,141.30
营业收入	-	-
净利润	-3.31	-0.76

注：上述数据未经审计

（5）主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，胜凡管理未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（四）公司控股股东和实际控制人直接或间接持有的公司股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、**共同**实际控制人直接或间接持有公司的股份不存在质押，也不存在被司法冻结及其他股权受限制的情形。

八、持有发行人 5%以下股份或表决权的其他股东情况

截至本招股说明书签署日，除上述股东外，公司其他股东为天凯投资、华西投资。

（一）天凯投资

天凯投资的具体情况如下：

1、基本情况

企业名称	苏州吴中区天凯汇达股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320506MA1XF24W34
成立时间	2018 年 11 月 9 日
认缴出资额	80,000 万元
执行事务合伙人	苏州市吴中创业投资有限公司
委派代表	杨冬琴
住所	苏州吴中经济开发区越溪街道吴中大道 1368 号 3 幢 12 层 1205
经营范围	股权投资，创业投资，企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，天凯投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	苏州市吴中创业投资有限公司	100.00	0.13%	普通合伙人
2	苏州吴中经济技术开发区创业投资引导基金有限公司	15,800.00	19.75%	有限合伙人
3	苏州市吴中金融控股有限公司	15,300.00	19.13%	
4	苏州市建筑科学研究院集团股份有限公司	12,000.00	15.00%	
5	袁永刚	12,000.00	15.00%	
6	苏州创慧投资有限公司	8,800.00	11.00%	
7	东吴创新资本管理有限责任公司	8,000.00	10.00%	
8	苏州电器科学研究院股份有限公司	8,000.00	10.00%	
合计		**80,000.00**	**100.00%**	-

3、主营业务情况

天凯投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

4、基金备案情况

天凯投资为已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：SEL656）。苏州吴中融玥投资管理有限公司作为基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：P1009219）。

（二）华西投资

华西投资具体情况参见本节“十、（五）1、（4）华西投资”的相关内容。

九、部分股东在投资发行人时约定的对赌协议及解除情况

（一）对赌协议的签署情况

发行人历史上涉及对赌协议的外部股东主要包括阿里健康、苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资、华西投资、天凯投资十家投资机构。发行人及其**共同**实际控制人何家乐、何家伦（以下简称“承诺人”）等与上述投资人签署了相关股东协议、补充协议等（以下简称“对赌协议”），约定了业绩承诺、优先认购权、注册资本的转让限制、优先购买权、售股权、领售权、反摊薄保护等特殊权利义务条款。

（二）对赌条款的触发情况

根据承诺人与华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资签署的对赌协议，因发行人完成承诺业绩，华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资向发行人支付相关估值奖励，均计入公司的资本公积。除以上完成承诺业绩的估值奖励实际触发并执行外，截至本招股说明书签署日，上述承诺人与各投资人签署的对赌协议中相关对赌条款均未触发并执行。

发行人及其**共同**实际控制人何家乐、何家伦与阿里健康、苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资、华西投资、天凯投资等相关股东于 2021 年 3 月 25 日签署《<关于安徽华人健康

医药股份有限公司股东协议>之终止协议》，约定“各方确认，自《股东协议》终止日起，任何基于公司、创始人与各股东达成的在先协议或约定触发业绩对赌或股东特别权利条款而导致公司及其他相关方承担的既有义务（如有）或责任（如有），均予以豁免，并不再追究相关义务人的责任”。

（三）对赌协议解除情况

根据《<关于安徽华人健康医药股份有限公司股东协议>之终止协议》约定：

“1、各方同意，自公司向证券发行监管机关提交的首次公开发行股票并上市申请获受理之日起终止《股东协议》。自《股东协议》终止之日起，《股东协议》在各方之间失去效力，各方无需继续履行《股东协议》项下任何权利义务。

2、各方确认，于《股东协议》终止日，除依法享有《公司法》等相关法律、法规及《安徽华人健康医药股份有限公司章程》中规定的股东权利外，各方不享有其他特殊的股东权利。”

2021 年 9 月，发行人及其**共同**实际控制人何家乐、何家伦与阿里健康、苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资、华西投资、天凯投资等相关股东签署《<关于安徽华人健康医药股份有限公司股东协议>之终止协议之补充协议》，各方确认原《股东协议》中关于回购或售股权的条款自始无效。

综上，发行人历史沿革中存在的与相关投资人的对赌协议，自公司向证券发行监管机关提交的首次公开发行股票并上市申请获受理之日起终止，且关于回购或售股权的条款自始无效，不存在保留效力恢复的条款。

十、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前，公司的股本总额为 340,000,000 股。本次拟公开发行新股不超过 60,010,000 股，公司股东不公开发售股份，公开发行的股份占发行后公司总股本的比例不低于 15%。按全部发行新股 60,010,000 股计算，本次发行前后公

司的股本结构如下：

项目	股东名称	发行前		发行后	
		持股数（股）	持股比例	持股数（股）	持股比例
有限售条件的股份	何家乐	200,493,326	58.97%	200,493,326	50.12%
	阿里健康	30,049,373	8.84%	30,049,373	7.51%
	何家伦	27,572,335	8.11%	27,572,335	6.89%
	华泰大健康一号	20,948,896	6.16%	20,948,896	5.24%
	苏州赛富	18,623,266	5.48%	18,623,266	4.66%
	胜凡投资	8,221,509	2.42%	8,221,509	2.06%
	黄山赛富	8,160,001	2.40%	8,160,001	2.04%
	福曼医投资	6,923,376	2.04%	6,923,376	1.73%
	华西投资	4,080,000	1.20%	4,080,000	1.02%
	康凡投资	4,056,665	1.19%	4,056,665	1.01%
	时达投资	3,570,136	1.05%	3,570,136	0.89%
	天凯投资	2,809,717	0.83%	2,809,717	0.70%
	华泰大健康二号	1,435,465	0.42%	1,435,465	0.36%
	腾元投资	1,360,000	0.40%	1,360,000	0.34%
	长菁投资	1,360,000	0.40%	1,360,000	0.34%
	道兴投资	335,935	0.10%	335,935	0.08%
社会公众股		-	-	60,010,000	15.00%
合计		**340,000,000**	**100.00%**	**400,010,000**	**100.00%**

（二）本次发行前的前十名股东情况

按全部发行新股 60,010,000 股计算，本次发行前后本公司前十名股东及持股情况如下：

序号	发行前			发行后		
	股东名称	持股数（股）	持股比例	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	何家乐	200,493,326	58.97%	何家乐	200,493,326	50.12%
2	阿里健康	30,049,373	8.84%	阿里健康	30,049,373	7.51%
3	何家伦	27,572,335	8.11%	何家伦	27,572,335	6.89%
4	华泰大健康一号	20,948,896	6.16%	华泰大健康一号	20,948,896	5.24%
5	苏州赛富	18,623,266	5.48%	苏州赛富	18,623,266	4.66%

序号	发行前			发行后		
	股东名称	持股数（股）	持股比例	股东名称	持股数（股）	持股比例
6	胜凡投资	8,221,509	2.42%	胜凡投资	8,221,509	2.06%
7	黄山赛富	8,160,001	2.40%	黄山赛富	8,160,001	2.04%
8	福曼医投资	6,923,376	2.04%	福曼医投资	6,923,376	1.73%
9	华西投资	4,080,000	1.20%	华西投资	4,080,000	1.02%
10	康凡投资	4,056,665	1.19%	康凡投资	4,056,665	1.01%
合计		**329,128,747**	**96.80%**	合计	**329,128,747**	**82.28%**

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处任职的情况

截至本招股说明书签署日，发行人共有 2 名自然人股东，其持股及其在公司担任的职务情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例	在公司任职
1	何家乐	200,493,326	58.97%	董事长、总经理
2	何家伦	27,572,335	8.11%	董事、副总经理
合计		**228,065,661**	**67.08%**	-

（四）发行人股本中国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中华西投资属于《上市公司国有股权监督管理办法》第七十四条规定的－“不符合本办法规定的国有股东标准，但政府部门、机构、事业单位和国有独资或全资企业通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配其行为的境内外企业”，其证券账户应标注－CS。2021 年 8 月 6 日，泸州市财政局出具《关于华西证券股份有限公司国有股权设置的批复》（泸市财金资[2021]10 号），确认华西投资在证券登记结算公司设立的证券账户应标注“CS”标识。除前述情况外，发行人其他股东均不属于国有股东。

截至本招股说明书签署日，公司不存在外资股份。

（五）申报前一年发行人新增股东的情况

申报前一年内，发行人通过增资方式新增 4 名股东，分别为黄山赛富、腾

元投资、长菁投资和华西投资。根据《审核问答》相关规定，发行人及中介机构已经针对申报前新增股东进行完整核查，具体如下：

1、新增股东基本情况

（1）黄山赛富

①基本情况

企业名称	黄山赛富旅游文化产业发展基金（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91341000MA2RF5U44N
成立时间	2018 年 1 月 5 日
认缴出资额	100,000 万元
实缴出资额	100,000 万元
执行事务合伙人	黄山赛富基金管理有限责任公司
委派代表	阎焱
住所	黄山市屯溪区迎宾大道 54 号
经营范围	股权投资；投资咨询及投资管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，黄山赛富的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	黄山赛富基金管理有限责任公司	1,000.00	1.00%	普通合伙人
2	深圳金晟硕恒创业投资中心（有限合伙）	40,000.00	40.00%	有限合伙人
3	中银资产管理有限公司	35,000.00	35.00%	
4	黄山旅游发展股份有限公司	24,000.00	24.00%	
合计		**100,000.00**	**100.00%**	-

黄山赛富的执行事务合伙人为黄山赛富基金管理有限责任公司，其基本情况如下：

企业名称	黄山赛富基金管理有限责任公司
企业类型	其他有限责任公司
统一社会信用代码	91341000MA2N3PFQ4L
成立时间	2016 年 11 月 21 日

注册资本	1,000 万元
法定代表人	阎安生
住所	安徽省黄山市屯溪区华山路 31 号
经营范围	股权投资，与股权相关的债权投资；投资顾问、投资管理，投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

黄山赛富已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：SCK482）。天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）作为其基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：P1000661）。黄山赛富实际控制人为阎焱。

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

黄山赛富主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

（2）腾元投资

①基本情况

企业名称	嘉兴腾元投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330402MA28AJ2T4U
成立时间	2016 年 7 月 25 日
认缴出资额	14,000 万元
实缴出资额	4,724.9344 万元
执行事务合伙人	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）
委派代表	阎焱
住所	浙江省嘉兴市南湖区南江路 1856 号基金小镇 2 号楼 102 室-46
经营范围	实业投资、投资管理。

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，腾元投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）	100.00	0.71%	普通合伙人
2	阎安生	13,900.00	99.29%	有限合伙人
合计		**14,000.00**	**100.00%**	-

腾元投资的执行事务合伙人为天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙），其

基本情况如下：

企业名称	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	911201166759810703
成立时间	2008 年 7 月 2 日
认缴出资额	10,000 万元
执行事务合伙人	天津喜玛拉雅投资咨询有限公司
委派代表	阎焱
住所	天津经济技术开发区第二大街 57 号泰达 MSD-G1 座 9 层 903 单元 C30
经营范围	投资咨询。国家有专营、专项规定的按专营专项规定办理。

腾元投资已在中国证券投资基金业协会备案（备案号：SR0274）。天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）作为其基金管理人，已在中国证券投资基金业协会登记（编号：P1000661）。腾元投资实际控制人为阎焱。

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

腾元投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

（3）长菁投资

①基本情况

企业名称	北京道同长菁投资管理中心（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	911101085790352790
成立时间	2011 年 7 月 15 日
认缴出资额	10,100 万元
实缴出资额	5,746.3 万元
执行事务合伙人	天津喜玛拉雅投资咨询有限公司
委派代表	赵钧
住所	北京市海淀区阜石路 69 号 1 号楼 4 层 7B125（非市场）
经营范围	投资管理；投资咨询。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；下期出资时间 2020 年 12 月 31 日；市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制

	类项目的经营活动。）

②合伙人构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，长菁投资的合伙人构成情况如下：

单位：万元

序号	出资人名称	出资额	出资比例	合伙人性质
1	天津喜玛拉雅投资咨询有限公司	100.00	0.99%	普通合伙人
2	赵钧	5,442.00	53.88%	有限合伙人
3	夏萌	4,558.00	45.13%	
合计		**10,100.00**	**100.00%**	-

长菁投资的执行事务合伙人为天津喜玛拉雅投资咨询有限公司，其基本情况如下：

企业名称	天津喜玛拉雅投资咨询有限公司
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91120116675958188X
成立时间	2008 年 6 月 6 日
注册资本	240 万元
法定代表人	阎焱
住所	天津经济技术开发区第二大街 57 号泰达 MSD-G1 座 9 层 903 单元 C12
经营范围	投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

长菁投资不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形、亦未担任任何私募投资基金的管理人，不符合《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条对于“私募股权投资基金”的规定，无需按照《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法规履行登记备案程序。长菁投资的实际控制人为阎焱。

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

长菁投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

（4）华西投资

①基本情况

企业名称	华西银峰投资有限责任公司

企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	91310000057678269E
成立时间	2012 年 11 月 30 日
认缴出资额	200,000 万元
实缴出资额	150,000 万元
法定代表人	杨炯洋
住所	上海市虹口区杨树浦路 138 号 6 楼 602 室 D
经营范围	金融产品投资，股权投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，华西投资的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	华西证券股份有限公司	200,000.00	100.00%
合计		**200,000.00**	**100.00%**

华西投资系华西证券股份有限公司的全资子公司，华西证券股份有限公司的基本情况如下：

企业名称	华西证券股份有限公司
企业类型	股份有限公司（上市、国有控股）
统一社会信用代码	91510000201811328M
成立时间	2000 年 7 月 13 日
注册资本	262,500 万元
法定代表人	杨炯洋
住所	成都市高新区天府二街 198 号
经营范围	许可经营项目：证券经纪；证券投资咨询；与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问；证券承销与保荐；证券自营；证券资产管理；证券投资基金代销；融资融券；代销金融产品；为期货公司提供中间介绍业务；中国证监会批准的其他业务。（以上项目及期限以许可证为准）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

华西证券股份有限公司是一家 A 股上市公司，其证券简称为“华西证券”，证券代码为“002926”；其实际控制人为泸州市人民政府国有资产监督管理委员会。2021 年 8 月 6 日，泸州市财政局出具《关于华西证券股份有限公司国有股权设置的批复》（泸市财金资[2021]10 号），确认华西投资在证券登记结算公司设立的证券账户应标注“CS”标识。

华西投资不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形、亦未担任任何私募投资基金的管理人，不符合《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条对于“私募股权投资基金”的规定，无需按照《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法规履行登记备案程序。

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

华西投资主要从事投资管理业务，与发行人主营业务不相关。

2、新增股东的入股原因、取得股份的时间、价格和定价依据

发行人有意通过引进投资者，进一步推动现有业务的发展，新股东亦有意对公司进行投资，系正常投资需求。本次以增资方式引入新股东系各方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

2020 年 9 月 16 日，华人健康 2020 年第二次临时股东大会作出决议，同意新股东黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资以货币方式对公司合计增资 11,000 万元。其中，553.1637 万元计入股本，其余 10,446.8363 万元计入资本公积。

2020 年 9 月 20 日，华人健康与黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资签署《增资协议》，约定黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资分别以货币方式对公司增资 6,000 万元、1,000 万元、1,000 万元和 3,000 万元，合计 11,000 万元。本次增资价格为 19.89 元/股（对应投后整体估值为 250,000 万元），系经 PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商确定。

本次增资于 2020 年 9 月 22 日完成工商变更登记。

3、新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员的关联关系

发行人申报前一年新增股东中，黄山赛富、腾元投资、长菁投资与苏州赛富为同一实际控制人控制的企业，存在关联关系，发行人董事鲁勋为苏州赛富提名董事。新增股东与发行人其他股东的关联关系如下：

股东名称	持股数（股）	持股比例	关联关系

股东名称	持股数（股）	持股比例	关联关系
苏州赛富	18,623,266	5.48%	苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资为同一实际控制人控制的企业
黄山赛富	8,160,001	2.40%	
腾元投资	1,360,000	0.40%	
长菁投资	1,360,000	0.40%	
合计	**29,503,267**	**8.68%**	

除前述关联关系，发行人申报前一年新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在其他亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。

4、新增股东与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员的关联关系

发行人申报前一年新增股东与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系或其他利益输送安排。

5、新增股东股份代持情形

发行人申报前一年新增股东不存在代他人持有或委托他人代持其拥有的发行人股权情况。

6、新增股东的股东资格

黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资均为根据中国法律注册并有效存续的有限责任公司或有限合伙企业，不存在法律、法规规定的不适合担任发行人股东的情形，发行人申报前一年内新增股东具备法律、法规规定的股东资格。

7、新增股东股份锁定情况

发行人申报前一年内新增股东黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资已承诺，就本次发行前所持发行人股份自取得之日起 36 个月内不得转让。

综上，发行人及中介机构已按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定针对申报前后新增股东进行完整核查并披露。

（六）本次发行前各股东之间的关联关系

截至本招股说明书签署日，本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例	关联关系
1	何家乐	200,493,326	58.97%	兄弟关系
	何家伦	27,572,335	8.11%	
	合计	**228,065,661**	**67.08%**	
2	何家乐	200,493,326	58.97%	何家乐任普通合伙人、执行事务合伙人，胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资，系受何家乐同一控制下的合伙企业；何家伦持有福曼医投资 2.33%出资份额
	何家伦	27,572,335	8.11%	
	胜凡投资	8,221,509	2.42%	
	福曼医投资	6,923,376	2.04%	
	康凡投资	4,056,665	1.19%	
	时达投资	3,570,136	1.05%	
	合计	**250,837,347**	**73.78%**	
3	华泰大健康一号	20,948,896	6.16%	华泰大健康一号、华泰大健康二号执行事务合伙人均为华泰紫金投资有限责任公司，道兴投资系跟投平台
	华泰大健康二号	1,435,465	0.42%	
	道兴投资	335,935	0.10%	
	合计	**22,720,296**	**6.68%**	
4	苏州赛富	18,623,266	5.48%	苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资为同一实际控制人控制的企业
	黄山赛富	8,160,001	2.40%	
	腾元投资	1,360,000	0.40%	
	长菁投资	1,360,000	0.40%	
	合计	**29,503,267**	**8.68%**	

上述主体之间以及与发行人、控股股东、**共同**实际控制人、董事、监事、高管人员之间存在的关联关系如下：

序号	股东名称	关联关系
1	阿里健康	发行人董事沈涤凡为阿里健康提名的董事，目前任阿里健康首席运营官
2	苏州赛富	苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资为同一实际控制人控制的企业； 发行人董事鲁勖为苏州赛富提名的董事
	黄山赛富	
	腾元投资	
	长菁投资	

序号	股东名称	关联关系
3	时达投资	时达投资系发行人控股股东、**共同**实际控制人**之一**何家乐任普通合伙人、执行事务合伙人的企业；与发行人其他股东胜凡投资、福曼医投资、康凡投资系受何家乐同一控制下的合伙企业

此外，发行人与阿里健康关联方支付宝、天猫、饿了么、阿里云等服务平台，以及阿里健康旗下批发企业杭州礼和存在日常经营交易。

除前述关联关系，阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资之间以及与发行人、控股股东、**共同**实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要客户、供应商之间不存在其他关联关系。

（七）申报时存在私募基金股东的情况

截至本招股说明书签署日，发行人股东中，华泰大健康一号和华泰大健康二号为证券公司直投基金，已在中国证券投资基金业协会备案，苏州赛富、黄山赛富、腾元投资及天凯投资为私募基金，已在中国证券投资基金业协会备案，上述股东的备案情况如下：

股东名称	证券公司直投基金/私募基金备案情况		管理机构/基金管理人登记情况		
	备案编号	备案日期	管理机构/基金管理人	登记编号	登记日期
苏州赛富	ST5855	2017.09.04	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）	P1000661	2014.03.25
黄山赛富	SCK482	2018.03.22			
腾元投资	SR0274	2017.01.25			
华泰大健康一号	S32514	2017.11.29	华泰紫金投资有限责任公司	PT2600011618	2015.10.27
华泰大健康二号	S32515	2017.11.29			
天凯投资	SEL656	2019.03.04	苏州吴中融玥投资管理有限公司	P1009219	2015.03.11

经核查，发行人现有股东中除上述私募投资基金需要履行备案手续外，其他非自然人股东阿里健康、福曼医投资、康凡投资、胜凡投资、时达投资、道兴投资、华西投资、长菁投资均不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形、亦未担任任何私募投资基金的管理人，不符合《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条对于“私募股权投资基金”的规定，无需按照《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试

行）》等相关法规履行登记备案程序。

（八）阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资入股定价依据及合理性

阿里健康、苏州赛富、时达投资、天凯投资、黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资入股定价依据及合理性如下：

序号	时间	入股股东	入股价格	定价依据	定价合理性
1	2018 年 5 月	阿里健康	12 元/股	PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商，确定公司投后估值 133,333 万元	经专业投资机构分析与决策，以及相关方友好协商基础上确定，并经相关方书面确认价格的合理性
2	2018 年 12 月	苏州赛富	15.98 元/股	PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商，确定公司投后估值 190,000 万元	经专业投资机构分析与决策，以及相关方友好协商基础上确定，并经相关方书面确认价格的合理性
3	2019 年 12 月	时达投资	18 元/股	参考同行业可比公司估值、前次 PE 机构投入入股价格，经相关方友好协商，确定每股价格 18 元/股，折合投后公司估值 21.63 亿元	参考同行业可比公司估值，并在前次 PE 机构投入入股价格基础上一定上浮，经相关方友好协商确定，并经相关方书面确认价格的合理性
4	2020 年 2 月	苏州赛富、天凯投资	15.81 元/股	PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商，确定公司投后估值 190,000 万元	经专业投资机构分析与决策，各股东出于自愿原则，经相关方友好协商基础上确定，并经相关方书面确认价格的合理性
5	2020 年 9 月	黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资	19.89 元/股	PE 投资机构尽职调查、估值分析以及内部决策程序，并经相关方友好协商，确定公司投后估值 250,000 万元	经专业投资机构分析与决策，以及相关方友好协商基础上确定，并经相关方书面确认价格的合理性

（九）关于《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》以及《监管规则适用指引——发行类第 2 号》的核查情况

保荐人及发行人律师已按照《监管指引》、《监管指引第 2 号》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，并分别于 2021 年 4 月 26 日、2021 年 7 月 12 日、2021 年 11 月 19 日出具专项核查报告，

主要内容如下：

1、关于股份代持

发行人股份权属清晰，历史沿革中不存在代持情形等未披露的股份安排，不存在权属纠纷及潜在纠纷，不存在影响和潜在影响发行人股权结构的事项或特殊安排。

发行人已在本招股说明书“第五节 发行人基本情况”相关内容中真实、准确、完整地披露了股东信息。

2、关于突击入股

发行人申报前 12 个月内存在通过增资扩股新增股东的情形，新增股东包括黄山赛富、腾元投资、长菁投资和华西投资。发行人已在本招股说明书中充分披露提交申请前 12 个月内新增股东的基本情况、入股原因、入股价格及定价依据。发行人新增股东中，黄山赛富、腾元投资、长菁投资与苏州赛富为同一实际控制人控制的企业，存在关联关系，发行人董事鲁勖为苏州赛富提名董事，除前述关联关系，发行人申报前一年新增股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员之间不存在其他关联关系。发行人新增股东与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系或其他利益输送安排。发行人新增股东不存在代他人持有或委托他人代持其拥有的发行人股权情况。

发行人新增股东已按照《监管指引》的要求，承诺所持新增股份自取得之日起 36 个月内不得转让。

3、关于入股价格异常

发行人历次股东入股具有合理的背景和原因，入股形式、资金来源、支付方式合法合规，入股价格及定价依据具有合理性。

发行人历史沿革中不存在股东入股价格明显异常的情况。

4、关于股东适格性

（1）关于股东资格及关联关系

根据各机构股东的营业执照、公司章程/合伙协议、股东核查表、股权结构

穿透表/图、各股东出具的关于股东适格、股权清晰等事项的承诺函等，以及国家企业信用信息公示系统、企查查等公开渠道，结合各发行人股东出具的书面确认文件，除在专项核查报告中已披露无法穿透核查的情形外，直接或间接持有发行人股份的主体具备法律、法规规定的股东资格。

发行人股东华泰大健康一号、华泰大健康二号的执行事务合伙人为华泰证券股份有限公司下设的直投子公司华泰紫金投资有限责任公司，其与本次保荐机构华泰联合证券均为华泰证券股份有限公司控制的公司。道兴投资系华泰大健康跟投平台。根据《证券发行上市保荐业务管理办法》的规定，保荐机构与发行人之间并未因上述关系而构成关联保荐；保荐机构与发行人之间存在的上述关系不影响保荐机构公正履行保荐职责。根据各发行人股东出具的书面确认文件，除上述之外，直接或间接持有发行人股份的主体与本次发行中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排；发行人股东不存在以发行人股权进行不当利益输送的情形。

（2）发行人出具的专项承诺及披露情况

发行人已根据《监管指引》第二条的规定出具专项承诺，并已在本招股说明书之“第十节 投资者保护”之“六、重要承诺事项”中进行了披露。

（3）私募投资基金等金融产品持有发行人股份情况及纳入监管情况

发行人股东中，华泰大健康一号和华泰大健康二号为证券公司直投基金，已在中国证券投资基金业协会备案，苏州赛富、黄山赛富、腾元投资及天凯投资为私募基金，已在中国证券投资基金业协会备案，其管理人均已登记为私募基金管理人。发行人私募投资基金股东纳入监管的情况已在本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、（七）申报时存在私募基金股东的情况”中进行了披露，符合《监管指引》第六条之规定。

5、关于证监会系统离职人员入股的核查

根据安徽证监局出具的关于对安徽华人健康医药股份有限公司股东信息查询申请的复函以及保荐机构、发行人律师对安徽证监局股东信息查询结果的现场见证、发行人自然人股东提供的简历、发行人非自然人股东出具的不存在离

职人员入股的确认函，并通过公开信息对发行人直接及间接自然人股东进行补充核查，发行人直接及间接自然人股东中不存在发行人申报时离开证监会系统未满十年的工作人员，具体包括从证监会会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司离职的工作人员，从证监会系统其他会管单位离职的会管干部，在发行部或公众公司部借调累计满 12 个月并在借调结束后三年内离职的证监会系统其他会管单位的非会管干部，从会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司调动到证监会系统其他会管单位并在调动后三年内离职的非会管干部。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

（一）董事会成员

公司董事会由 9 名董事组成。董事会设董事长 1 名，由全体董事的过半数选举产生；董事由股东大会选举或更换；董事每届任期三年，任期届满可连选连任。本届董事会成员的基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期限
1	何家乐	董事长、总经理	何家乐	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
2	何家伦	董事、副总经理	何家伦	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
3	殷俊	董事、副总经理	何家乐	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
4	陈凯	董事	华泰大健康一号	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
5	沈涤凡	董事	阿里健康	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
6	鲁勖	董事	苏州赛富	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
7	刘志迎	独立董事	何家乐	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
8	肖志飞	独立董事	何家乐	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
9	周学民	独立董事	何家乐	2021 年 3 月至 2024 年 3 月

公司现任董事简历如下：

何家乐：男，汉族，1976 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于暨南大学，EMBA 专业，硕士研究生学历，高级经济师。1997 年 8 月至 2003 年 4 月，**先后就职于合肥神鹿药业有限公司、**合肥神鹿双鹤药业有限公司，**担任普通职员、**销售主管、经理；2003 年 5 月至 2008 年 5 月，担任合肥立

方药业有限公司 OTC 部经理；2008 年 6 月至今任职于发行人，历任执行董事；现任华人健康董事长、总经理。

何家伦：男，汉族，1973 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于安徽师范大学，中文专业，本科学历。1992 年 7 月至 2008 年 6 月，担任霍山县白莲岩中学教师；2008 年 9 月至今任职于发行人，历任监事、监事会主席、销售总监；现任华人健康董事、副总经理。

殷俊：男，汉族，1980 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。2000 年 9 月至 2003 年 4 月，担任安徽先科四环消毒用品有限公司销售经理；2003 年 6 月至 2005 年 4 月，担任合肥康博医用电子设备有限公司销售经理；2005 年 4 月至 2008 年 5 月，担任合肥立方药业有限公司 OTC 部省区经理；2008 年 6 月至今任职于发行人，历任省区经理、采购总监、商采中心总监；现任华人健康董事、副总经理、商采中心总经理。

陈凯：男，汉族，1986 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于南京大学凝聚态物理专业，硕士研究生学历。2010 年 9 月至 2013 年 12 月，担任德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）高级审计员；2013 年 12 月至 2017 年 2 月担任安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）审计经理；2017 年 3 月至 2018 年 7 月，任职于南京华泰瑞兴投资基金管理合伙企业（有限合伙）；2018 年 7 月至今，任职于华泰紫金投资有限责任公司投资岗；2020 年 9 月至今，担任华人健康董事。陈凯目前其他任职情况参见本节“十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”的相关内容。

沈涤凡：男，汉族，1978 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于烟台大学计算机专业，本科学历。2012 年 4 月至今，在阿里巴巴体系历任全球速卖通总经理、阿里健康首席运营官等职务；2020 年 11 月至今，担任华人健康董事。沈涤凡目前其他任职情况参见本节“十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”的相关内容。

鲁勖：男，汉族，1978 年 3 月出生，中国国籍，拥有加拿大永久居留权，毕业于北京协和医院临床医学专业，博士研究生学历。2004 年 9 月至 2006 年 9 月，担任北京协和医院医生；2006 年 10 月至 2007 年 9 月，担任埃森哲（中

国）有限公司分析师；2007 年 8 月至今，在北京软银赛富投资顾问有限公司、天津赛富中元投资顾问有限公司担任投资总监；2018 年 12 月至今，担任华人健康董事。鲁勖目前其他任职情况参见本节“十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”的相关内容。

刘志迎：男，汉族，1964 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于南京农业大学农业经济管理专业，博士研究生学历。1986 年 6 月至 2009 年 12 月，先后担任合肥工业大学经济系助教、讲师、副教授、教授、系主任；2010 年 1 月至今，担任中国科学技术大学管理学院教授、EMBA 中心主任；2019 年 10 月至今，担任华人健康独立董事。刘志迎目前其他任职情况参见本节“十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”的相关内容。

肖志飞：男，汉族，1964 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于湖南师范大学中文系，本科学历。1986 年至 2001 年，担任湖南省双峰县文化局文化专干；2001 年至 2008 年，担任国家药品监督管理局南方医药经济研究所医药经济报编辑记者；2008 年至今，担任国家药品监督管理局南方医药经济研究所 21 世纪药店报执行总编、顾问；2019 年 10 月至今，担任华人健康独立董事。

周学民：男，汉族，1965 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于安徽财贸学院会计学专业，硕士研究生学历，注册会计师。1985 年 7 月至 1999 年 11 月，担任安徽财贸学院教师；1999 年 12 月至 2007 年 11 月，担任安徽永诚会计师事务所所长；2007 年 12 月至 2019 年 11 月，担任天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）安徽分所所长；2019 年 10 月至今，担任华人健康独立董事。周学民目前其他任职情况参见本节“十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况”的相关内容。

（二）监事会成员

公司监事会由 3 名监事组成，设监事会主席 1 名，监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会有股东代表监事 2 名，由股东大会选举产生；职工代表监事 1 名，由公司职工通过职工代表大会选举产生，职工代表监事的比例不

低于三分之一。监事每届任期三年，任期届满可连选连任。本届监事会成员的基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任职期限
1	李莉莉	监事会主席、职工监事	职工代表大会	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
2	孙福安	监事	何家乐	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
3	吴娟娟	监事	何家乐	2021 年 3 月至 2024 年 3 月

公司现任监事简历如下：

李莉莉：女，汉族，1985 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2008 年 8 月至 2009 年 11 月，担任合肥博建环保科技有限公司商务部长；2009 年 12 月至今任职于发行人，现任华人健康监事会主席、行政副总经理。

孙福安：男，汉族，1984 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于安徽大学，会计专业，本科学历。2006 年 8 月至 2011 年 4 月，担任安徽力源工程机械有限公司财务主管；2011 年 5 月至今任职于发行人，现任华人健康监事、安徽国胜财务经理。

吴娟娟：女，汉族，1987 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于南开大学，法律专业，本科学历。2012 年 3 月至 2014 年 2 月，担任淮南市鑫诚房地产开发有限公司总经理助理；2014 年 3 月至今任职于发行人，现任华人健康监事、安徽国胜行政经理。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员情况如下：

序号	姓名	职务	任职期限
1	何家乐	董事长、总经理	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
2	何家伦	董事、副总经理	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
3	殷俊	董事、副总经理	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
4	赵春水	副总经理	2021 年 3 月至 2024 年 3 月
5	李梅	董事会秘书、财务总监	2021 年 3 月至 2024 年 3 月

何家乐：公司董事长、总经理，简历详见本节“十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

何家伦：公司董事、副总经理，简历详见本节“十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

殷俊：公司董事、副总经理，简历详见本节“十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

赵春水：男，汉族，1981 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于安徽中医药大学，中西医结合专业，大专学历。2002 年 8 月至 2005 年 7 月，担任宣城市人民医院进修医生；2005 年 8 月至 2007 年 12 月，担任宁波立新友升医疗器械有限公司市场部经理；2008 年 1 月至 2012 年 4 月，担任北京吉润康生物科技有限公司市场总监；2012 年 5 月至今任职于发行人，历任董事；现任华人健康副总经理、营销中心总经理。

李梅：女，汉族，1977 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于吉林财经大学，注册会计师专业，本科学历。2000 年 7 月至 2005 年 4 月，担任安徽鑫诚会计师事务所审计员；2005 年 4 月至 2011 年 9 月，担任安徽三川会计师事务所审计部主任；2011 年 9 月至 2015 年 6 月，担任天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）安徽分所审计一部副主任；2015 年 6 月至 2018 年 5 月，担任北京欧鹏巴赫新能源科技股份有限公司董事会秘书、财务总监；2018 年 5 月至今，担任华人健康董事会秘书、财务总监。

（四）核心技术人员

发行人主要从事医药**零售、代理**及终端集采业务，属于医药流通行业，截至本招股说明书签署日，公司无核心技术人员。

十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至报告期末，公司现任董事、监事、高级管理人员在其他单位的任职情况如下表所示：

姓名	在公司任职	兼职（任职）单位	在兼职（任职）单位职务	兼职（任职）公司与发行人的关联关系
何家乐	董事长、总	胜凡投资	执行事务合	发行人股东、公司

姓名	在公司任职	兼职（任职）单位	在兼职（任职）单位职务	兼职（任职）公司与发行人的关联关系
	经理	福曼医投资	伙人	控股股东、**共同**实际控制人控制的其他企业
		康凡投资		
		时达投资		
陈凯	董事	瑞人堂医药集团股份有限公司	董事	公司董事控股或担任董事（独立董事除外）、高管的其他企业
		上海伯杰医疗科技有限公司		
		贵州一树连锁药业有限有限公司		
		凯瑞斯德生化（苏州）有限公司		
		江西隆莱生物制药有限公司		
		苏州鹏旭医药科技有限公司		
		广州玻思韬控释药业有限公司	监事	无关联关系
		华泰紫金投资有限责任公司	投资岗	
沈涤凡	董事	杭州礼和医药有限公司	执行董事、总经理/经理	公司董事控股或担任董事（独立董事除外）、高管的其他企业
		阿里健康科技（北京）有限公司		
		阿里健康信息技术（北京）有限公司		
		广州市医鹿健康医疗投资有限公司		
		上海清赟医药科技有限公司	董事	
		阿里健康科技（广州）有限公司	执行董事	
		阿里健康信息		
		阿里健康	首席运营官	发行人股东、公司董事控股或担任董事（独立董事除外）、高管的其他企业
鲁勖	董事	北京新视野国际旅行社股份有限公司	董事	公司董事控股或担任董事（独立董事除外）、高管的其他企业
		北京希望组生物科技有限公司		
		北京瑞德医疗投资股份有限公司		
		天津正丽科技有限公司		
		北京第乐科技有限公司		
		北京毅新博创生物科技有限公司		

姓名	在公司任职	兼职（任职）单位	在兼职（任职）单位职务	兼职（任职）公司与发行人的关联关系
		成都亚非牙科有限公司		
		广州奥翼电子科技股份有限公司		
		畿晋庆堂（北京）生物技术有限公司		
		北京展途科技有限公司		
		南京飞渡医疗器械有限公司		
		德润特数字影像科技（北京）有限公司		
		北京糖护科技有限公司		
		重庆普施康科技发展股份有限公司		
		广州雅敦医疗科技有限公司		
		深圳市巨鼎医疗股份有限公司		
		深圳诺博医疗科技有限公司		
		南京沃福曼医疗科技有限公司		
		厦门纳龙健康科技股份有限公司		
		苏州璞鑫创业投资管理有限公司	总经理	
		北京景珩佳业科技有限公司	监事	无关联关系
		天津赛富中元投资顾问有限公司	投资总监	
刘志迎	独立董事	中徽机电科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
		淮北矿业控股股份有限公司		
		安徽金种子酒业股份有限公司		
		国厚资产管理股份有限公司		
		发达控股集团股份有限公司		
		中国科学技术大学管理学院	教授、EMBA 中心主任	
周学民	独立董事	奇瑞徽银汽车金融股份有限公司	独立董事	无关联关系
		青矩技术股份有限公司	监事	
肖志飞	独立董事	国家药品监督管理局南方医药经济研究所 21 世纪药店报	执行总编、顾问	无关联关系

发行人独立董事肖志飞现任国家药品监督管理局南方医药经济研究所 21 世

纪药店报执行总编、顾问。《21 世纪药店》是一家权威的研究机构，同行业可比上市公司（老百姓、一心堂、益丰药房、大参林、漱玉平民等）在其公开披露文件中均引用了《21 世纪药店》主办的中国连锁药店百强系列榜单。肖志飞符合独立董事独立性要求，与发行人及主要股东不存在可能妨碍其进行独立客观判断的关系。

经核查，发行人的现任董事、监事及高级管理人员的兼职情况不存在违反中国法律和《公司章程》规定的情形；发行人的现任董事、监事及高级管理人员未在控股股东、**共同**实际控制人控制的其他企业兼任其他职务或者领取薪酬。发行人董事、监事、高级管理人员符合《公司法》等法律、法规及规范性文件规定的任职资格。

十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署日，发行人董事长兼总经理何家乐与发行人董事兼副总经理何家伦系兄弟关系，为发行人的共同实际控制人。除上述情形外，发行人的其他董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

十四、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况

在公司任职的董事、监事、高级管理人员均与公司签署了劳动合同（含保密与竞业限制条款）。上述协议履行情况正常，不存在违约情形。

除上述协议外，公司董事、监事、高级管理人员未与公司签订对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的其他协议。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近二年变动情况

（一）董事变动情况

最近二年，公司董事变动情况如下：

序号	时间	变动前	变动后	任免程序	变动原因
1	2020 年 3 月	何家乐、何家伦、殷俊、周明、杨春晓、鲁勖、刘志迎、肖志飞、周学民	何家乐、何家伦、殷俊、周明、汪强、鲁勖、刘志迎、肖志飞、周学民	2020 年第一次临时股东大会表决通过	原股东阿里健康委派董事变更
2	2020 年 9 月	何家乐、何家伦、殷俊、周明、汪强、鲁勖、刘志迎、肖志飞、周学民	何家乐、何家伦、殷俊、陈凯、汪强、鲁勖、刘志迎、肖志飞、周学民	2020 年第二次临时股东大会表决通过	原股东华泰大健康一号委派董事变更
3	2020 年 11 月	何家乐、何家伦、殷俊、陈凯、汪强、鲁勖、刘志迎、肖志飞、周学民	何家乐、何家伦、殷俊、陈凯、沈涤凡、鲁勖、刘志迎、肖志飞、周学民	2020 年第三次临时股东大会表决通过	原股东阿里健康委派董事变更

最近 2 年发行人董事、监事及高级管理人员的变化符合中国法律的规定，并履行了必要的法律程序；最近 2 年发行人董事变化系机构投资者委派董事的内部调整，不构成人员的重大不利变化，亦未对公司的经营造成重大不利影响。

（二）监事变动情况

最近二年，公司监事变动情况如下：

序号	时间	变动前	变动后	任免程序	变动原因
1	2020 年	李莉莉、朱红艳、吴娟娟	李莉莉、孙福安、吴娟娟	2020 年第二次临时股东大会表决通过	个人原因辞去监事职务

（三）高级管理人员变动情况

公司高级管理人员合计 5 名，分别为何家乐、何家伦、殷俊、赵春水和李梅。最近二年，公司高级管理人员未发生变动。

经核查，最近二年内发行人董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化。

十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况

董事、监事、高级管理人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶直接或间接持有公司股份的情况如下表所示：

序号	姓名	直接比例	间接比例	间接持股主体	合计持股比例	职务或关系
1	何家乐	58.9686%	0.0003%	胜凡投资、福曼医投资、康凡投资、时达投资	58.9689%	董事长、总经理
2	何家伦	8.1095%	0.0475%	福曼医投资	8.1570%	董事、副总经理
3	殷俊	-	0.2386%	胜凡投资	0.2386%	董事、副总经理
4	陈凯	-	0.0060%	道兴投资	0.0060%	董事
5	沈涤凡	-	0.0009%	阿里健康-阿里健康信息	0.0009%	董事
6	鲁勖	-	0.0081%	苏州赛富-苏州赛富璞鑫创业投资中心（有限合伙）	0.0081%	董事
7	周学民	-	-	-	-	独立董事
8	刘志迎	-	-	-	-	独立董事
9	肖志飞	-	-	-	-	独立董事
10	李莉莉	-	0.0636%	胜凡投资、康凡投资	0.0636%	监事会主席
11	孙福安	-	0.0795%	福曼医投资	0.0795%	监事
12	吴娟娟	-	0.0477%	福曼医投资、康凡投资	0.0477%	监事
13	赵春水	-	0.2386%	胜凡投资	0.2386%	副总经理
14	李梅	-	0.1034%	康凡投资	0.1034%	董事会秘书、财务总监

注：A 持 B 的持股比例为 X%，B 持 C 的持股比例为 Y%，C 持 D 的持股比例为 Z%，则 A 间接持有 C 的持股比例=X%*Y%，A 间接持有 D 的持股比例=X%*Y%*Z%。

除上述董事、监事、高级管理人员直接或间接持有本公司股份外，无其他董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有本公司股份的情况。

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有的本公司股份均不存在被质押，也不存在被司法冻结及其他股权受限制的情形。

十七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至报告期末，公司董事、监事、高级管理人员不存在与公司及其业务相关的其他对外投资情况。除持有公司股权外，公司董事、监事、高级管理人员的对外投资情况如下：

姓名	发行人职务	对外投资企业名称	主营业务	注册资本（万元）	出资比例
何家乐	董事长、总经理	胜凡投资	员工持股平台	1,520.00	0.003%
		福曼医投资	员工持股平台	1,280.00	0.004%
		康凡投资	员工持股平台	975.00	0.007%
		时达投资	持股平台	2,376.18	0.008%
何家伦	董事、副总经理	福曼医投资	员工持股平台	1,280.00	2.33%
殷俊	董事、副总经理	胜凡投资	员工持股平台	1,520.00	9.87%
陈凯	董事	道兴投资	投资管理	2,497.11	6.12%
		南京道宁投资管理中心（普通合伙）	投资管理	336.54	1.05%
鲁勖	董事	苏州璞鑫创业投资管理有限公司	投资管理	500.00	70.00%
		苏州璞鑫股权投资管理中心（有限合伙）	投资管理	500.00	69.30%
		苏州赛富璞鑫创业投资中心（有限合伙）	投资管理	10,000.00	15.00%
		广金赛富（深圳）股权投资管理合伙企业（有限合伙）	投资管理	1,000.00	13.00%
		南京赛富广泓股权投资合伙企业（有限合伙）	投资管理	1,000.00	99.00%
沈涤凡	董事	阿里健康信息	互联网医疗医药电商等	1,349,031.68	0.01%
刘志迎	独立董事	铜陵明上投资管理中心（有限合伙）	投资管理	600.00	1.67%
周学民	独立董事	青矩技术股份有限公司	工程咨询服务	5,528.04	0.90%
		共青城顺天仁达投资合伙企业（有限合伙）	投资管理	8,700.00	2.30%
李莉莉	监事会主席	胜凡投资	员工持股平台	1,520.00	1.97%
		康凡投资	员工持股平台	975.00	1.33%
孙福安	监事	福曼医投资	员工持股平台	1,280.00	3.91%
吴娟娟	监事	福曼医投资	员工持股平台	1,280.00	1.56%

姓名	发行人职务	对外投资企业名称	主营业务	注册资本（万元）	出资比例
		康凡投资	员工持股平台	975.00	1.33%
赵春水	副总经理	胜凡投资	员工持股平台	1,520.00	9.87%
李梅	董事会秘书、财务总监	康凡投资	员工持股平台	975.00	8.67%
		北京涵沣鸿润投资中心（有限合伙）	投资管理	375.00	13.89%

除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员无其他重大对外投资情况，上述人员的对外投资均未与发行人业务产生利益冲突。

十八、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及履行的程序

公司董事、监事、高级管理人员中，机构投资者委派的董事不在公司领取薪酬，其余公司董事、监事、高级管理人员从公司领取薪酬或津贴。其中，在公司任职的非独立董事、监事、高级管理人员的薪酬主要由基本薪资和绩效类薪资组成。公司独立董事每年领取固定津贴。

根据公司《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，公司董事会薪酬与考核委员会负责制定董事、高级管理人员考核标准，并进行考核；负责制定、审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案；薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准。

根据公司《独立董事工作制度》，公司给予独立董事适当的津贴。津贴的标准应当由董事会制订预案，股东大会审议通过。除上述津贴外，独立董事不应从本公司及其主要股东或有利害关系的机构和人员取得额外的、未予披露的其他利益。

公司总经理及其他高管的薪酬制度制定、管理、考核等都由董事会负责。总经理及其他高管的薪酬同公司绩效和个人业绩相联系，并参照业绩考核体系，根据业绩指标完成情况进行发放。

（二）报告期内薪酬总额占发行人利润总额的比重

报告期内，发行人董事、监事及高级管理人员薪酬总额占发行人各期利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
董事、监事、高级管理人员薪酬总额[注]	394.48	410.93	332.19
发行人利润总额	9,421.52	12,299.98	7,721.22
占发行人利润总额比例	4.19%	3.34%	4.30%

注：上述薪酬总额系根据董事、监事、高级管理人员（含截至目前已辞任）任职当年的全年薪酬汇总统计

（三）最近一年薪酬具体情况

公司董事、监事及高级管理人员（含当年辞任）近一年在发行人领取薪酬的情况如下：

单位：万元（含税）

姓名	在公司任职	2021 年薪酬/津贴	是否在公司专职领薪	备注
何家乐	董事长、总经理	70.00	是	-
何家伦	董事、副总经理	60.00	是	-
殷俊	董事、副总经理	66.79	是	-
鲁勖	董事	-	否	不在公司领薪
陈凯	董事	-	否	不在公司领薪
沈涤凡	董事	-	否	不在公司领薪
刘志迎	独立董事	7.50	否	独立董事津贴
周学民	独立董事	7.50	否	独立董事津贴
肖志飞	独立董事	7.50	否	独立董事津贴
李莉莉	监事会主席	20.50	是	-
孙福安	监事	17.85	是	-
吴娟娟	监事	17.31	是	-
赵春水	副总经理	69.52	是	-
李梅	董事会秘书、财务总监	50.00	是	-

注：上述薪酬/津贴系根据任职当年的全年薪酬汇总统计，不含发行人及子公司为其缴纳的社会保险和住房公积金

以上在公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员，公司按照国家和地方

的有关规定，依法为其办理养老、医疗、失业、工伤等保险，不存在其它特殊待遇和退休金计划。

十九、已经制定或实施的股权激励及相关安排

（一）人员构成

为进一步建立、健全发行人激励机制，公司通过胜凡投资、福曼医投资、康凡投资员工持股平台对公司员工实行股权激励。截至报告期末，上述员工持股平台均由发行人主要员工构成，详细情况参见本节之“七、（一）3、持股平台”相关内容。

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，公司不存在正在执行的对董事、监事、高级管理人员及其他员工实行的其他股权激励及其他制度安排。

（二）股份锁定期

胜凡投资、福曼医投资、康凡投资均已出具《关于股份流通限制及自愿锁定股份的承诺函》，承诺：“1、自华人健康首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在深圳证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业在华人健康首次公开发行前持有的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由华人健康回购该部分股份。2、本企业保证在限售期届满后减持所持华人健康首次公开发行前股份的，将严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定执行。3、本企业愿意承担违背上述承诺而产生的法律责任。”

根据发行人与激励对象签署的《激励股权授予协议》约定，自取得激励股权之日起至公司首次公开发行并上市之日起 3 年内，非经持股平台普通合伙人同意或发生离职等特殊情形，激励对象不得：“1、向任何第三方转让其直接拥有的持股平台权益份额或其间接拥有的公司股权；2、将其直接拥有的持股平台权益份额或其间接拥有的公司股权作为个人赠与行为的标的；3、将其直接拥有的持股平台权益份额或其间接拥有的公司股权设定抵押、质押或其它任何第三方权利，或用于偿还任何债务；4、代他人持有或委托他人代持其直接拥有的持

股平台权益份额或其间接拥有的公司股权。”

（三）持股平台管理、决策、损益分配等约定

执行事务合伙人对外代表合伙企业，其他合伙人不再执行合伙企业事务。以下事项经全体合伙人同意：①改变合伙企业的名称；②改变合伙企业的经营范围、主要经营场所；③处分合伙企业的不动产；④转让或者处分合伙企业的知识产权和其他财产权利；⑤以合伙企业的名义为他人提供担保；⑥聘任合伙人以外的人担任合伙企业的经营管理人员。合伙企业由全体合伙人按照实缴出资比例分配利润、承担亏损。

（四）离职后股份处理约定

1、激励对象主动辞去公司职务的情况

对于已经取得的激励股权，公司董事会或持股平台普通合伙人有权要求激励对象将其届时拥有的持股平台权益份额转让给持股平台普通合伙人或公司董事会指定的其他第三人，转让价格为该等激励股权的行权对价加上以 8%的年利率（单利）计算的利息（其中持股期限不足一年的按日计息，一年按照 365 日计算）、再减去激励对象于持有持股平台权益份额期间内获得的有关激励股权的全部收益。

2、激励对象因违规事项被公司解除职务的情况

对于激励对象已取得的激励股权，公司董事会或持股平台普通合伙人有权要求将其届时拥有的持股平台权益份额转让给持股平台普通合伙人或公司董事会指定的其他第三人，转让价格为该等激励股权所对应的行权对价加上以 5%的年利率（单利）计算的利息（其中持股期限不足一年的按日计息，一年按照 365 日计算）。激励对象于持有持股平台权益份额期间内获得的有关激励股权的全部收益（如果已经出售持股平台权益的，应包括其转让所得超出行权对价部分）应作为赔偿及违约金全部支付给公司，如该等款项尚不足以补偿公司因其行为而遭受的损失，公司保留继续追究其责任的权利以使其损失得到充分的弥补。

（五）规范运行及备案情况

根据激励对象出具的《承诺函》，并核查了持股平台全体合伙人履行出资义务的汇款凭证等，持股平台全体合伙人已真实足额缴纳出资，出资来源均为激励对象自有资金或自筹资金；激励对象均系以自己的名义真实持有合伙企业的出资份额，不存在任何股权代持、委托持股、信托持股或其他合伙份额的权益受他人限制或支配的情形；激励对象在合伙企业的收益和其他权益均按照合伙协议的约定享有，激励对象与合伙企业的其他合伙人或其他外部第三方之间不存在合伙协议之外的涉及收益分配、企业清算等方面的特殊约定；激励对象与合伙企业其他合伙人之间或与华人健康的其他股东之间不存在对赌协议、业绩承诺或其他特殊的利益安排。

持股平台已规范运营，其设立、出资、合伙人入伙、退伙以及份额转让均已签署了相关文件，履行了必要的程序，并已在市场监督管理局核准登记/备案。

（六）股权激励对公司的影响

1、对公司经营状况的影响

胜凡投资、福曼医投资、康凡投资员工持股平台中的合伙人主要为公司及子公司骨干员工。通过实施员工持股计划，有助于激励员工的积极性，主要员工可分享到公司经营、发展带来的利益，有利于保持公司管理与经营团队的稳定性。

2、对公司财务状况的影响

胜凡投资、福曼医投资、康凡投资相关的股权激励均为授予后立即可行权的股份支付。其中，2019 年、2020 年和 2021 年，由于胜凡投资、福曼医投资和康凡投资内部合伙人变更，根据《激励股权授予协议》，对于已经取得的激励股权，公司董事会或持股平台普通合伙人有权要求激励对象将其届时拥有的持股平台权益份额转让给持股平台普通合伙人或公司董事会指定的其他第三人，因此以合伙人出资份额转让最近时点的投资者入股价格为公允价值，确认股份支付，并分别计入管理费用 352.00 万元、261.84 万元和 24.52 万元。详见“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、（五）、2、管理费用”相关内容。

因此，上述股权激励未对公司财务状况造成重大影响。

3、对公司控制权的影响

截至本招股说明书签署日，胜凡投资、福曼医投资、康凡投资持有的发行人股份合计占公司总股本的 5.65%，占比较小，且上述持股平台均由公司控股股东、**共同**实际控制人**之一**何家乐控制。因此，上述股权激励未造成公司控制权变化。

经核查，截至报告期末，发行人员工持股平台均由发行人主要员工构成；各持股平台已履行必要的程序，并已在市场监督管理局核准登记/备案，运行合法且有效；各持股平台不存在以非公开或公开方式向投资者募集资金情形，不存在聘请基金管理人对持股平台进行日常管理、对外投资管理等情况；除持有发行人的股份外，各持股平台没有其他对外投资，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法规和规范性文件规定的私募投资基金，无需办理私募投资基金备案手续；发行人已针对上述股权激励所形成的股份支付计入管理费用，股份支付相关费用未对公司财务状况造成重大影响；不存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排的情形；各持股平台已出具关于上市锁定期的承诺。

二十、发行人员工情况

（一）员工人数及其变化情况

报告期各期末，发行人及其子公司在册正式员工总人数分别为 3,748 名、4,526 名及 4,985 名，随着公司经营规模的扩大，公司员工数量呈逐年上升趋势。

1、报告期内发行人员工人数变化与主营业务、净利润变动情况，与发行人经营发展情况具有匹配性

报告期内，发行人全体员工加权人数与主营业收入、净利润匹配情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
员工加权人数（人）	4,843.75	4,167.00	3,486.50
主营业务收入（万元）	226,924.62	188,566.86	147,972.41
人均收入（万元/人）	46.85	45.25	42.44
净利润（万元）	6,973.25	8,885.91	5,334.70
人均净利润（万元/人）	1.44	2.13	1.53

注：2019 年至 2021 年度员工加权人数=Σ全体人员出勤月数/12

2019 年度至 2020 年度，随着经营规模的持续扩大，发行人主营业务收入、净利润稳步增长，员工人数亦同步保持增长。2019 年度至 2020 年度，发行人人均收入、人均净利润均呈增长态势。2021 年度，发行人主营业务收入持续保持增长，但因执行新租赁准则、零售业务省外子公司及门诊诊疗业务亏损等原因，造成整体净利润较上年同期有所下滑，导致人均净利润指标下降。

报告期内，发行人员工人数与公司主营业务收入变动趋势一致，与发行人经营发展情况相匹配。

2、发行人员工的薪酬分布情况，结合同行业可比企业上述情况，披露发行人员工薪酬是否合理，是否存在刻意压低员工薪酬的情形

（1）发行人员工的薪酬分布情况

报告期内，发行人不同层级薪酬分布情况如下：

单位：万元

年度	员工级别	员工加权人数	薪酬总额	平均年薪酬
2021 年度	高层	60.75	1,592.31	26.21
	中层	242.58	3,183.38	13.12
	基层	4,540.42	25,908.91	5.71
	合计	**4,843.75**	**30,684.60**	**6.33**
2020 年度	高层	55.75	1,758.43	31.54
	中层	197.58	3,017.18	15.27
	基层	3,913.67	21,615.06	5.52
	合计	**4,167.00**	**26,390.66**	**6.33**
2019 年度	高层	46.83	1,164.25	24.86
	中层	143.25	2,374.20	16.57
	基层	3,296.42	16,951.24	5.14

年度	员工级别	员工加权人数	薪酬总额	平均年薪酬
	合计	**3,486.50**	**20,489.69**	**5.88**

注 1：职工薪酬根据员工各期应发工资统计；

注 2：2019 至 2021 年度员工加权人数=Σ全体人员出勤月数/12；

注 3：发行人高层包括总监及以上、子公司负责人等；中层包括各职能部门主管、代理业务省区经理、零售业务片区经理等；基层包括各职能部门其他人员、代理业务地区经理、零售业务门店人员等。

（2）结合同行业可比企业的员工薪酬情况，发行人员工薪酬合理，不存在刻意压低员工薪酬的情形

2019 至 2021 年度，同行业可比公司漱玉平民的员工薪酬分布与发行人对比情况如下：

单位：万元

年度	员工级别	人均年薪酬	
		发行人	漱玉平民
2021 年度	高层	26.21	-
	中层	13.12	-
	基层	5.71	-
	合计	**6.33**	-
2020 年度	高层	31.54	36.69
	中层	15.27	13.80
	基层	5.52	5.28
	合计	**6.33**	**5.92**
2019 年度	高层	24.86	25.38
	中层	16.57	9.91
	基层	5.14	4.34
	合计	**5.88**	**4.95**

注：漱玉平民 2019 年至 2020 年数据取自其公开披露的《招股说明书》，未披露其 2021 年度各级别员工薪酬情况。

除 2021 年度因经营业绩考核等因素导致中高层员工当期平均薪酬有所下降外，总体来看，报告期内，发行人员工人均薪酬基本呈上升趋势，与同行业可比公司漱玉平民保持一致，与同行业可比公司不存在显著差异。

综上所述，发行人报告期内的员工薪酬合理，不存在刻意压低员工薪酬的情形。

（二）员工结构情况

1、专业结构

截至 2021 年 12 月 31 日，公司在册正式员工专业结构情况如下：

单位：人

序号	专业结构	人数	占比
1	销售人员	4,221	84.67%
2	采购及仓储人员	321	6.44%
3	营运支持人员	279	5.60%
4	管理及行政人员	164	3.29%
合计		**4,985**	**100.00%**

2、学历结构

截至 2021 年 12 月 31 日，公司在册正式员工学历结构情况如下：

单位：人

序号	学历结构	人数	占比
1	本科及以上	727	14.58%
2	大专	2,690	53.96%
3	大专以下	1,568	31.45%
合计		**4,985**	**100.00%**

3、年龄结构

截至 2021 年 12 月 31 日，公司在册正式员工年龄结构情况如下：

单位：人

序号	年龄结构	人数	占比
1	30 岁及以下	1,840	36.91%
2	31-40 岁	2,079	41.71%
3	41-50 岁	866	17.37%
4	51 岁及以上	200	4.01%
合计		**4,985**	**100.00%**

报告期内，发行人与包括安保人员、基础装卸搬运等辅助性岗位人员在内的全体员工均为直接用工关系，不存在劳务外包或劳务派遣用工的情形。

（三）员工社保及公积金缴纳情况

1、公司社保及公积金缴纳情况

公司员工按照与公司签订的劳动合同或劳务合同享受权利和承担义务。目前公司已按照国家法律法规及当地规定，为符合条件的在册正式员工办理了基本养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险及住房公积金。

报告期内，公司为在册正式员工缴纳社会保险和住房公积金的统计情况如下：

单位：人

时间	在册正式员工总数	应缴人数	社保缴纳		公积金缴纳	
			已缴人数	应缴已缴比例	已缴人数	应缴已缴比例
2021 年末	4,985	4,801	4,351	90.63%	4,313	89.84%
2020 年末	4,526	4,377	3,825	87.39%	3,825	87.39%
2019 年末	3,748	3,617	2,883	79.71%	2,656	73.43%

注：应缴人数为在册正式员工总数扣除退休返聘的人数

2、部分人员未缴纳的原因情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司已为大部分应缴纳员工缴纳了社保和住房公积金，尚未缴纳的人员主要系：

①试用期员工尚未办理

发行人属于医药流通行业，行业内普遍存在员工流动性较强的情况。因此，对于试用期员工，发行人一般等到正式转正后再办理相应的社保、公积金手续。

②非城镇户籍已购买新农合医疗保险、拥有农村宅基地

发行人部分未缴纳人员系已在农村缴纳新型农村养老保险和新型农村医疗保险，且大部分在农村拥有住房，无意愿在公司缴纳社保、住房公积金。

③当月尚未办理完离职手续人员

部分员工因正在办理离职手续等原因，公司不再为其缴纳社会保险和住房公积金。

④员工自愿放弃缴纳

部分员工由于较为重视当期收入等原因，不愿在公司缴纳社会保险、住房公积金，已出具自愿放弃缴纳的声明文件。

⑤已自行缴纳

部分员工因工作地与最终居住地不一致等原因，选择自行缴纳社会保险、住房公积金。

截至 2021 年 12 月 31 日，上述各类未缴纳社保和住房公积金的人数统计如下：

单位：人

序号	未缴纳原因	社保		住房公积金	
		人数	占应缴未缴人数比	人数	占应缴未缴人数比
1	试用期员工尚未办理	252	56.00%	255	52.25%
2	非城镇户籍已购买新农合医疗保险、拥有农村宅基地	50	11.11%	46	9.43%
3	当月尚未办理完离职手续人员	63	14.00%	87	17.83%
4	员工自愿放弃缴纳	68	15.11%	84	17.21%
5	已自行缴纳	17	3.78%	16	3.28%
合计		**450**	**100.00%**	**488**	**100.00%**

公司因规范意识不强，在报告期前期为员工缴纳社会保险、住房公积金缴纳比例较低。公司已逐步规范社保及住房公积金的缴纳，报告期内缴纳比例逐年提升。同时，根据发行人及其子公司所在地社会保险、住房公积金主管部门就发行人及其子公司履行社会保险及住房公积金缴存义务出具的证明文件及中介机构网络公开信息检索以及对公司营业外支出明细等核查，确认报告期内公司及其子公司不存在因违反有关劳动保障及住房公积金相关法律法规规定而受到处罚的情形。

3、社保公积金补缴金额测算

发行人对报告期内补缴社保、公积金金额的测算具体过程及依据具体如下：

（1）员工社保及公积金缴纳基数及缴纳比例

根据《人力资源社会保障部对十二届全国人大五次会议第 5680 号建议的答复》（人社建字[2017]182 号）以及《安徽省人民政府办公厅关于进一步加强住房公积金管理工作的意见》（皖政办秘[2017]213 号），单位缴纳的养老保险、医疗保险、工伤保险等主要社保缴存基数不得低于当地上年度职工平均工资的60%，公积金缴存基数不得低于所在市的上一年度最低工资标准且缴存比例不得低于 5%。

因此，在补缴测算中，社保与公积金缴存基数、社保缴存比例（公司部分）参照各期末发行人母公司所在地合肥市的标准测算；公积金缴纳比例参照5%测算。

单位：元/（人·月）

报告期	社保基数	社保比例	公积金基数	公积金比例
2021 年度	3,429.11	23.50%	1,650	5.00%
2020 年度	3,017.01	23.00%	1,550	5.00%
2019 年度	3,017.01	24.60%	1,550	5.00%

（2）测算的社保及公积金补缴人数

本次测算的社保及公积金补缴人数按照发行人及其各子公司报告期末应缴未缴社保、公积金的员工人数进行测算。报告期各期，发行人及其子公司应补缴社保人数分别为 734 人、552 人和 450 人，应补缴公积金人数分别为 961 人、552 人和 488 人。

（3）测算社保及公积金补缴金额

根据上述统计的报告期各期发行人及其子公司应缴未缴社保、公积金的员工人数，以及所确定的缴纳基数与比例，发行人各期应缴未缴社保、公积金金额=报告期期末社保或公积金应缴未缴人数*报告期末社保或公积金缴存基数*报告期末社保或公积金单位缴存比例。经测算，报告期各期补缴社保及公积金的金额和对发行人报告期各期利润总额及扣除非经常性损益后归属母公司股东净利润的影响如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
社保涉及金额	435.15	459.65	653.72
住房公积金涉及金额	48.31	51.34	89.37

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合计	**483.47**	**510.98**	**743.09**
发行人利润总额	9,421.52	12,299.98	7,721.22
占比	**5.13%**	**4.15%**	**9.62%**
扣除所得税影响后社保、住房公积金补缴金额	362.60	383.24	557.32
扣非后归属于母公司股东净利润	6,117.56	8,515.75	5,317.13
占比	**5.93%**	**4.50%**	**10.48%**

经测算，若公司发生社保和住房公积金补缴情况，报告期各期，补缴金额占利润总额比例分别为 9.62%、4.15%和 5.13%，对应缴未缴员工的补缴金额占扣非后归属于母公司股东净利润比例分别为 10.48%、4.50%和 5.93%。扣除该影响金额后，发行人仍将符合发行条件，不会对本次发行构成重大不利影响。

4、公司控股股东、实际控制人出具的承诺

公司控股股东、**共同**实际控制人已出具《关于社会保险金与住房公积金缴纳事宜的承诺函》，承诺：“如公司及其子公司被社会保障管理部门或住房公积金管理中心要求或决定，华人健康需要为员工补缴社会保险金或住房公积金，或因华人健康因未为员工足额缴纳社会保险金或住房公积金而承担任何罚款或损失，本人愿承担应补缴的社会保险金、住房公积金和由此产生的滞纳金、罚款等费用，保证华人健康不会因此遭受损失。”

综上所述，报告期内发行人存在未为部分员工缴纳社会保险金和住房公积金的情形，主要包括退休返聘人员、试用期员工、已购买新农合、新农保的非城镇户籍员工、正在办理离职手续的员工、自愿放弃缴纳社保及住房公积金的员工、自行缴纳的员工等。根据发行人及其子公司所在地社会保险、住房公积金主管部门已就发行人及其子公司履行社会保险及住房公积金缴存义务出具了证明文件及中介机构网络公开信息检索以及对公司营业外支出明细等核查，报告期内发行人及其子公司未因社会保险和住房公积金缴纳问题受到过行政处罚；若公司对报告期内未缴纳社保和住房公积金进行补缴，发行人仍将符合发行条件，不会对本次发行构成重大不利影响；发行人的**共同**实际控制人已就该等情形可能导致的补缴、罚款等责任向发行人出具了书面承诺，发行人未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情形不会对本次发行造成实质障碍。

第六节 业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况

（一）发行人的主营业务

发行人专注于医药流通行业，报告期内主要从事医药**零售、代理**及终端集采三大块业务，其中：

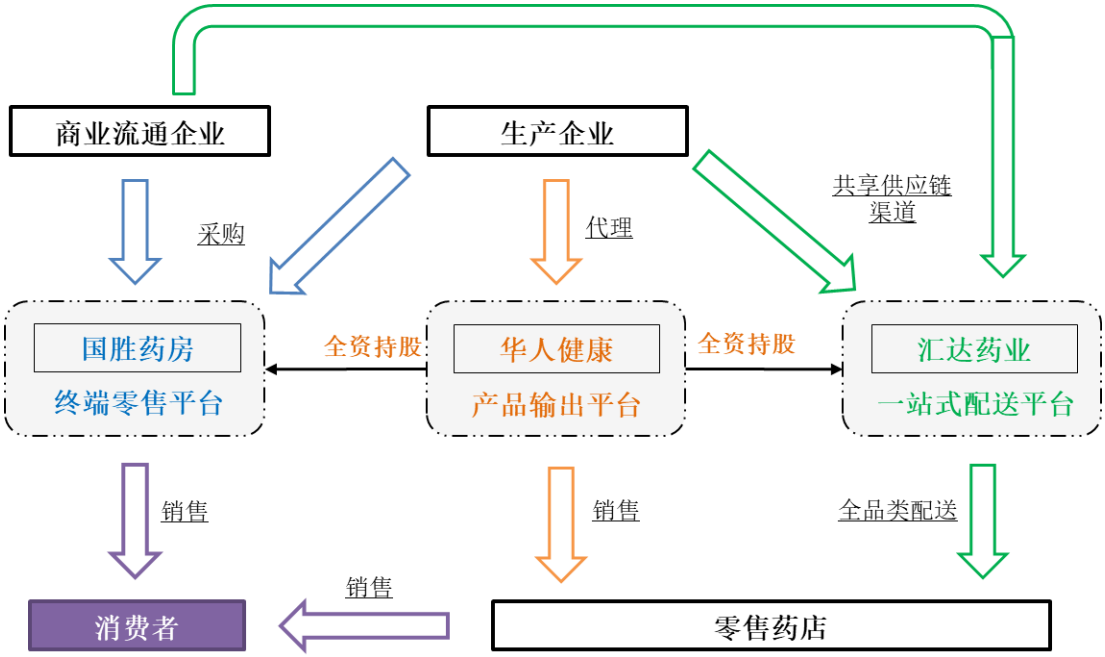
1、发行人以全资子公司安徽国胜、江苏国胜、河南国胜、国胜医疗（以下合称“国胜药房”）为主体，以直营方式从事药品、保健食品、医疗器械等销售以及常见病诊疗业务。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人已拥有 880 家门店（877 家零售药店和 3 家门诊）。上述门店主要集中在安徽省（省内门店数量 850 家），遍布省内 13 个地市，发行人已经成为安徽省最大的药店连锁企业。在巩固省内优势地位的同时，发行人积极拓展周边省份，截至 2021 年 12 月 31 日，发行人已在江苏省、河南省分别拥有 26 家、4 家门店。

2、发行人**以母公司为主体**，主要从事医药代理业务，与上游医药生产厂商开展合作，取得其部分产品的代理权，主要向下游医药零售企业进行推广和销售。发行人代理业务上游合作厂家有上海医药集团、广州医药集团、丽珠医药集团、齐鲁制药集团、四川峨嵋山药业、辰欣药业等，截至 2021 年 12 月 31 日，发行人正在合作的代理品规为 502 个。发行人代理业务的主要客户为全国或者区域性的医药零售连锁企业。

3、发行人以全资子公司汇达药业为主体，依托**零售业务、代理业务**已形成的规模采购优势和经营能力，专业从事医药终端集采业务，主要为单体药店、小型连锁等零售终端提供一站式配送服务。

2019 年、2020 年、2021 年，发行人连续三年被安徽省工商业联合会、安徽省经济和信息化厅、安徽省市场监督管理局评为安徽省民营企业服务业百强企业。2018 至 2021 年，发行人连续荣登《21 世纪药店》评选的中国连锁药店百强系列榜单的“中国连锁药店综合实力百强企业”和“中国连锁药店直营力百强企业”（2018-2019 年度、2019-2020 年度及 2020-2021 年度“中国连锁药店

综合实力百强企业”排名分别为第 39 位、第 29 位、第 24 位；2018-2019 年度、2019-2020 年度及 2020-2021 年度“中国连锁药店直营力百强企业”排名分别为第 37 位、第 27 位、第 25 位），排名逐年提升。



（二）发行人提供的主要产品或服务

1、医药代理业务

（1）基本情况

我国医药行业的上游研发与生产面临着巨额投入的资金压力，由于市场竞争的不断加剧，研发与生产支出的不断提升大幅压缩了传统生产厂商在产品推广及销售方面的支出。组建独立的销售团队，并进一步搭建全国范围内的销售网络需要巨大的资金投入及长期时间积累。即便销售网络搭建完成，仅仅运营自身生产的少量品种，难免造成了销售资源的浪费。对此众多中小型的医药生产企业，甚至很多大型医药生产企业都难以负担。因而许多医药生产企业选择将销售环节外包，将产品细分为不同品规，委托专业代理商，负责代理品规在一定区域范围内的销售。

发行人医药代理业务自 2008 年起步，抓住连锁直供需求增长的机遇，整合优质资源，不断发展壮大。公司坚持品牌与品质、营销与服务并重的策略，在上游产品选择上，公司关注品牌、文号、品规、质量、包装等因素；在下游营

销时，公司坚持做到价格有空间、渠道有保护、销量有保障。截至 2021 年 12 月 31 日，公司正在合作的代理品规 502 个，其中形成了以呼吸感冒、心脑血管、抗生素、补益、消化系统、妇儿六大系列为主的产品系列。

序号	系统类别	数量（个）
1	呼吸感冒类	83
2	心脑血管类	62
3	抗生素类	49
4	补益类	54
5	消化系统类	37
6	妇儿类	28
7	其他	189
合计		**502**

注：其他类包括皮肤、男科、器械等类别

公司代理业务目前上游合作厂家有上海医药集团、广州医药集团、丽珠医药集团、齐鲁制药集团、四川峨嵋山药业、辰欣药业等。下游客户为医药零售企业，既包括一心堂、益丰药房等全国性医药连锁企业，也包括数量众多的区域中小型医药连锁企业。近年来，公司在代理业务中逐步推进自主品牌建设，其中“福曼医”品牌以慢病类产品为主，“正远”品牌以普药与抗生素产品为主，“国津”、“国胜”品牌以阿胶与补益类产品为主，形成了具有自主品牌标识的系列产品。

公司代理业务具有以下特点：①贴牌与非贴牌两种合作方式，模式灵活；②产品面向零售终端，减少流通环节；③代理品规排他性高，客户合作基础稳固；④有效维护终端市场，实现多方共赢。

（2）代理的具体产品

2019 年、2020 年和 2021 年，公司代理业务分别实现主营业务收入 43,894.93 万元、52,175.87 万元和 58,831.05 万元，2019 年至 2021 年复合增长率为 15.77%。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司共代理 502 个品规，按照产品类型来看，具体情况如下：

序号	类别	产品数量	代表产品（仅为示例）		代理区域
			代表产品名称	代表生产厂家	
1	中西成药	379	格列齐特片	广州白云山光华制药股份有限公司	全国
			阿莫西林胶囊	四川峨嵋山药业有限公司	
			雷贝拉唑钠肠溶胶囊、缬沙坦胶囊	丽珠集团丽珠制药厂	
			缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	辰欣药业股份有限公司	
			口洁喷雾剂	广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	
			黄芪精	台州南峰药业有限公司	
			（国胜牌）阿胶、（国津牌）阿胶	山东济水阿胶有限公司	
		26	硝苯地平缓释片（II）、盐酸氨溴索胶囊等	上海信谊天平药业有限公司	部分区域
			玻璃酸钠滴眼液、氧氟沙星滴耳液、盐酸氨溴索口服溶液等	上海信谊金朱药业有限公司	
		3	荆肤止痒颗粒	四川光大制药有限公司	非独家
2	医疗器械及其他	91	蛋白粉	广东威士雅健康科技股份有限公司	全国
			医用护理垫	美丽岛（福建）生活用品有限公司	
		3	医用退热贴	山东德可新生物科技有限公司	非独家

发行人获得了代理品规在零售渠道的销售权。同一品规在合作期间具有排他性，公司通常具有唯一的全国（或特定区域）代理权，上游药厂不得自行组织销售或委托其他第三方销售。

为提高与上游供应商的合作灵活性同时扩大公司的品牌影响力，发行人代理业务分为贴牌与非贴牌两种模式，从数量来看，贴牌产品数量较多。按照合作模式来看，公司代理业务的具体情况如下：

序号	合作模式	数量	贴牌商标	商标号	代表产品（仅为示例）	
					产品名称	生产厂家
1	贴牌	409	福曼医 FUMANYI	11966360	苯磺酸氨氯地平片	江苏鹏鹞药业有限公司
				11966342	阿莫西林胶囊	四川峨嵋山药业有限公司

序号	合作模式	数量	贴牌商标	商标号	代表产品（仅为示例）	
					产品名称	生产厂家
			国胜	8368763	国胜牌阿胶	山东济水阿胶有限公司
			国津 GUOJIN	8855772	黄芪精	台州南峰药业有限公司
			正药	18632511	奥利司他胶囊	湖南明瑞制药有限公司
			欣同克 XINTONGKE	11966514	头孢丙烯片	湖南方盛制药股份有限公司
			全方	10869389	脑心舒口服液	江苏神华药业有限公司
			易克清	9443768	氧氟沙星凝胶	江苏万禾制药有限公司
			福赛福	9043776	辛伐他汀片	安徽永生堂药业有限责任公司
			福曼医	19872283	胰岛素注射笔针头	苏州施莱医疗器械有限公司
			福曼欣 FU MAN XIN	32237914	护脐贴	蚌埠崇迪生物科技有限公司
			克安舒 KEANSHU	32236343	医用护理垫	美丽岛（福建）生活用品有限公司
			暖宝贝	40230398	热疗熨灸敷袋（暖身贴）	山东德可新生物科技有限公司
			克安舒	9443803	碧迪牌碧迪茶	河南恒春堂药业有限公司
			克安舒 KEANSHU	55585445	卫生湿巾	山东鑫珂海洋生物技术股份有限公司
			福曼医	13625826	医用透明质酸钠修复贴	哈尔滨运美达生物科技有限公司
			康本健	9443761	维生素 C 咀嚼片（柠檬味）	广东威士雅健康科技股份有限公司
			泰西定	48666982	维生素 D 滴剂	华夏国药（菏泽）制药有限公司
			甄珍	50551290	海水鼻腔清洗液	长春市科新生化药械研究所
			克安舒 KEANSHU	50565512	天然橡胶胶乳男用避孕套	威乐士医疗卫生用品（湖北）有限公司
			克安舒 KEANSHU	59910037	口腔抑菌护理液	西安佳立佳生物医药有限公司
			甄珍	50575663A	医用透明质酸钠修复贴	哈尔滨运美达生物科技有限公司
2	非贴牌	93	—		雷贝拉唑钠肠溶胶囊、缬沙坦胶囊	丽珠集团丽珠制药厂

序号	合作模式	数量	贴牌商标	商标号	代表产品（仅为示例）	
					产品名称	生产厂家
					硝苯地平缓释片（II）	上海信谊天平药业有限公司
					格列齐特片	广州白云山光华制药股份有限公司
					口洁喷雾剂	广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂

（3）贴牌模式下发行人与生产厂家的约定情况及法律责任划分情况

A.贴牌方式下，发行人作为商标许可人，有责任监督被许可人使用其注册商标的商品质量

区别于非贴牌方式，在贴牌方式下，发行人将注册商标授权药品生产厂家使用，除《药品管理法》外，还需遵守《中华人民共和国商标法》的相关规定。根据《中华人民共和国商标法》第四十三条规定，商标注册人可以通过签订商标使用许可合同，许可他人使用其注册商标。许可人应当监督被许可人使用其注册商标的商品质量。被许可人应当保证使用该注册商标的商品质量。

在贴牌方式下，药品生产企业作为商标被许可人，需对药品质量等义务负责；发行人作为商标许可人，应当对生产厂家的贴牌产品质量负有监督义务。发行人作为销售方和商标持有人、上游生产企业作为供货者和商标被许可人，双方承担不真正连带责任，消费者可以任意选择其一承担产品责任。

如果消费者以发行人为商标持有人为由选择向发行人追责，事后发行人则有权依照《代理协议》与《质量保证协议》向上游追偿。

B.除负有监督责任外，贴牌与非贴牌方式下，发行人与生产厂家的责任划分均需依照法律法规、协议约定等具体确定，二者并不存在本质差异

a.药品生产企业必须对药品出厂安全与质量负责

《药品管理法》第六条规定，药品上市许可持有人依法对药品研制、生产、经营、使用全过程中药品的安全性、有效性和质量可控性负责；第三十一条规定，药品上市许可持有人应当建立药品质量保证体系，配备专门人员独立负责药品质量管理；第四十三条规定，从事药品生产活动，应当遵守药品生产质量管理规范，建立健全药品生产质量管理体系，保证药品生产全过程持续符

合法定要求；第四十七条规定，药品生产企业应当对药品进行质量检验，不符合国家药品标准的，不得出厂。

因此，医药生产企业作为产业链最上游，是药品安全的第一责任人，必须对药品出厂质量负责。

b.当发生药品安全与质量事件时，发行人作为销售方，通常是下游客户的第一追责对象

发行人作为医药批发企业，负责了药品的销售流通环节，当发生药品安全与质量事件时，作为销售方，发行人通常是下游客户的第一追责对象。

首先，根据《中华人民共和国民法典》、《中华人民共和国产品质量法》的规定以及发行人与下游客户所签订销售协议的具体约定，如下游客户从发行人处采购的药品存在质量问题（因下游客户保管不善等自身原因导致药品产生质量问题的情形除外），发行人将承担换货、退货和赔偿损失等民事责任；

其次，根据《药品管理法》、《药品管理法实施条例》等相关规定，如发行人销售的药品存在质量问题被药品监管部门认定为劣药或假药等情形，发行人将受到罚款、没收违法所得、停业整顿、吊销业务经营资质等行政处罚。如发行人未违反《药品管理法》和《药品管理法实施条例》的有关规定，并有充分证据证明其不知道所销售或者使用的药品是假药、劣药的，发行人将被没收其销售或者使用的假药、劣药和违法所得；但是，可以免除其他行政处罚。

更严重时，如发行人明知是假药、劣药进行销售的，根据《中华人民共和国刑法》等相关规定，发行人还可能承担相应刑事责任。

c.针对发行人与生产厂家两者的内部责任划分，根据双方签署的协议约定，依照谁过错谁承担的标准，由过错的一方承担终局责任

发行人代理业务与上游生产厂商签订的《代理协议》与《质量保证协议》对双方内部责任进行了约定，具体如下：

协议	发生药品安全、医疗安全等事故时责任划分约定
代理协议	1、生产厂家提供的产品质量应符合国家药品质量标准，如因药品质量引起的药品安全、医疗事故由生产厂家按有关规定承担责任。 2、由于发行人储存、养护不当造成的产品质量责任由发行人承担。
质量保证协议	1、在药品有效期内、在规定的储存条件下出现的质量问题由生产厂

协议	发生药品安全、医疗安全等事故时责任划分约定
	家负全部责任。 2、因发行人保管、养护、运输等操作不当而导致药品质量问题，由发行人负责。 3、如因生产厂家夸大产品功能与疗效，发布违法广告、商标侵权、价格违反有关政策或其他违法国家有关法律法规等引起发行人与用户的纠纷，或被药品监督管理部门、卫生局等国家相关部门查封、处罚，造成经济损失的，全部由生产厂家负责。 4、生产厂家所供药品应保证其内在质量稳定可靠，如果发生行政监督部门抽检不合格情形被停止销售或者没收违法所得以及罚款的，由生产厂家全额承担，造成的后果由生产厂家负责。 5、因经营生产厂家产品发生假、劣情形使得发行人遭到行政监督部门处罚或客户投诉时，生产厂家应承担发行人全部经济损失；并给予发行人相应的名誉及公共信誉损失补偿。

当出现安全质量事故或行政处罚时，若因药品出厂即存在假、劣情形，则由生产厂家承担相应终局责任，同时发行人受到行政处罚以及其他退换货、赔偿等民事责任后，均有权向上游追偿。若因发行人自身原因或过错，则发行人承担相应终局责任，无权向上追偿。

综上所述，药品作为特殊商品，在生产、流通的各个环节，受到《民法典》、《药品管理法》、《产品质量法》、《商标法》等多项法律法规及合同协议的共同约束。贴牌与非贴牌是发行人代理业务的具体合作形式，贴牌合作方式下发行人需额外负有质量监督义务，消费者可能以此为由选择向发行人追责。除此之外，贴牌与否，对于药品安全、医疗安全等事故责任划分不存在本质区别。

2、零售业务

公司全资子公司安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗、河南国胜系发行人从事医药零售业务的经营主体。其中，安徽国胜系安徽省药房门店数最多的医药零售连锁企业。根据《21 世纪药店》杂志统计的《2020-2021 年度中国连锁药店直营力百强企业》，安徽国胜排名为第 25 位（2018-2019 年度、2019-2020 年度排名分别为第 37 位、第 27 位），排名逐年提升。此外，江苏国胜、河南国胜系发行人开拓周边江苏、河南区域医药零售业务的主体；国胜医疗是公司涉足社区诊疗服务的积极尝试，以完善多元化健康服务，寻找新的利润增长点。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司共拥有 880 家直营零售门店（含门诊），其中安徽省内 850 家、江苏省 26 家、河南省 4 家。报告期内，公司零售业务实现

主营业务收入 103,354.66 万元、129,222.19 万元和 155,924.07 万元，2019 年至 2021 年复合增长率 22.83%。

报告期各期末，发行人旗下医药零售门店数量分别为 607 家、771 家和 880 家，全部为直营门店，具体分布区域及数量变化如下表所示：

单位：家

序号	区域	2021 年 12 月 31 日				2020 年 12 月 31 日				2019 年 12 月 31 日			
		自建	收购	关闭	期末	自建	收购	关闭	期末	自建	收购	关闭	期末
1	合肥	49	-	-	461	62	-	-	412	43	2	-	350
2	芜湖	8	1	3	112	39	3	-	106	1	2	-	64
3	亳州	7	-	-	65	4	-	-	58	1	-	-	54
4	安庆	4	-	-	52	10	-	-	48	3	-	-	38
5	六安	11	-	-	65	16	-	-	54	6	-	-	38
6	宣城	-	-	-	30	2	-	-	30	2	-	-	28
7	淮北	1	-	-	26	5	-	-	25	4	-	-	20
8	马鞍山	-	-	-	6	-	-	-	6	-	-	-	6
9	淮南	-	-	-	6	-	-	-	6	1	-	-	6
10	宿州	-	-	-	3	-	-	-	3	1	-	-	3
11	蚌埠	5	-	-	15	10	-	-	10	-	-	-	-
12	阜阳	-	-	-	4	4	-	-	4	-	-	-	-
13	滁州	5	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-
14	南京	3	14	-	26	9	-	-	9	-	-	-	-
15	郑州	4	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-
合计		**97**	**15**	**3**	**880**	**161**	**3**	**-**	**771**	**62**	**4**	**-**	**607**

注：期末数 = 期初数 + 自建 + 收购 — 关闭

报告期内，公司以自建门店和收购整合相结合的方式持续完善医药零售业务；同时根据战略布局建立了完整的门店开设和管理体系，在充分市场调研的基础上，根据商圈位置、面积、营业额、增长潜力等因素，综合规划门店类型和商品结构，实现旗舰店、区域中心店、中型店和小型店等门店业态的合理布局，以保证公司业务持续稳定发展。截至 2021 年 12 月 31 日，各种类型的门店数量和特点如下表所示：

单位：家

门店类型	特点	数量
旗舰店	在区域具有一定的特色、日均销售额在 10,000 元以上，面积在 200 平米以上，一般多为商圈较好的商业区内，并且具备一定的商业竞争力。	23
区域中心店	以某一特定区域为中心，具有一定的商业竞争力、交通较方便,面积在 150 平米以上，日均销售额一般在 7,000 元以上。	160
中型店	位于较好商圈，具备较大的增涨空间或销售预期，门店面积一般要求在 120 平米以上，日均销售额在 3,000 元以上。	451
小型店	位于普通商圈，具备一定的增涨空间或销售预期，门店面积一般在 120 平米以下，日均销售额在 3,000 元以下。	246
合计		**880**

3、终端集采业务

（1）基本情况

公司以全资子公司汇达药业为主体开展终端集采业务，主要客户为单体药店、小型连锁药店等零售终端。依托于发行人多年来积累的医药**零售与代理**业务上游供应链渠道资源，为客户提供一站式配送服务，引导和推行全品类供应。

2019 年度、2020 年度以及 2021 年，公司终端集采业务实现主营业务收入 722.81 万元、7,116.08 万元和 12,105.88 万元，合作门店数量从 2019 年末的 127 家增至 2021 年末的 639 家，发展迅猛，集采会员客户类型及分布情况如下：

年度	序号	地区	服务门店数量（个）	客户数量（家）	平均每位客户拥有的门店数量（个/家）	客户类型
2021 年	1	阜阳	87	47	1.85	43家单体药店 4 家连锁药店（分别拥有门店 19 家、10 家、4 家、11 家）
	2	合肥	74	54	1.37	52家单体药店 2 家连锁药店（分别拥有

年度	序号	地区	服务门店数量（个）	客户数量（家）	平均每位客户拥有的门店数量（个/家）	客户类型
						门店 12 家、10 家）
	3	淮南	68	38	1.79	35家单体药店 3 家连锁药店（分别拥有门店 16 家、11 家、6 家）
	4	蚌埠	62	62	1	62 家单体药店
	5	宣城	46	46	1	46 家单体药店
	6	池州	41	12	3.42	10家单体药店 2 家连锁药店（分别拥有门店 16 家、15 家）
	7	亳州	40	24	1.67	22家单体药店 2 家连锁药店（分别拥有门店 10 家、8 家）
	8	淮北	39	3	13	2家单体药店 1 家连锁药店（拥有门店 37 家）
	9	滁州	36	36	1	36 家单体药店
	10	六安	34	34	1	34 家单体药店
	11	芜湖	26	7	3.71	6家单体药店 1 家连锁药店（拥有门店 20 家）
	12	安庆	25	25	1	25 家单体药店
	13	宿州	25	24	1.04	23家单体药店 1 家连锁药店（拥有门店 2 家）
	14	黄山	13	13	1	13 家单体药店
	15	铜陵	8	8	1	8 家单体药店
	16	江苏东台	7	7	1	7 家单体药店
	17	马鞍山	3	3	1	3 家单体药店
	18	河南开封	2	2	1	2 家单体药店
	19	河南郑州	2	2	1	2 家单体药店
	20	河南信阳	1	1	1	1 家单体药店
	合 计		**639**	**448**	**1.43**	-
2020 年	1	淮南	61	41	1.49	39 家单体药店 2 家连锁药店（分别拥有门店 16 家、6 家）
	2	合肥	57	39	1.46	37 家单体药店 2 家连锁药店（分别拥有

年度	序号	地区	服务门店数量（个）	客户数量（家）	平均每位客户拥有的门店数量（个/家）	客户类型
						门店 15 家、5 家）
	3	阜阳	46	20	2.3	18 家单体药店 2 家连锁药店（分别拥有门店 17 家、11 家）
	4	池州	31	4	7.75	2 家单体药店 2 家连锁药店（分别拥有门店 16 家、13 家）
	5	安庆	27	17	1.59	16 家单体药店 1 家连锁药店（拥有门店数 11 家）
	6	蚌埠	25	25	1	25 家单体药店
	7	芜湖	24	24	1	24 家单体药店
	8	宣城	20	20	1	20 家单体药店
	9	六安	17	17	1	17 家单体药店
	10	亳州	11	4	2.75	3 家单体药店 1 家连锁药店（拥有门店 8 家）
	11	宿州	5	5	1	5 家单体药店
	12	滁州	3	3	1	3 家单体药店
	13	铜陵	1	1	1	1 家单体药店
	合 计		**328**	**220**	**1.49**	-
2019 年	1	合肥	41	20	2.05	18 家单体药店； 2 家连锁药店（分别拥有门店 5 家、18 家）
	2	阜阳	30	7	4.29	5 家单体药店； 2 家连锁药店（分别拥有门店 11 家、14 家）
	3	池州	17	1	17	1 家连锁药店
	4	安庆	11	2	5.5	1 家单体药店； 1 家连锁药店（10 家门店）
	5	蚌埠	10	10	1	10 家单体药店
	6	六安	10	10	1	10 家单体药店
	7	淮南	7	1	7	1 家连锁药店
	8	芜湖	1	1	1	1 家单体药店
	合 计		**127**	**52**	**2.44**	-

（2）单一客户、单一门店的平均销售情况

2019 年至 2021 年，发行人终端集采业务下游客户数量变化情况及单一客户、单一门店的平均销售金额具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年 10 月至 12 月（注）
营业收入	12,105.88	7,116.08	722.81
终端集采客户数量（个）	448	220	52
终端集采门店数量（家）	639	328	127
平均客户销售金额	27.02	32.35	13.90
平均门店销售金额	18.95	21.70	5.69

注 1：汇达药业 2019 年 10 月中旬首次实现销售后至 12 月的数据

发行人终端集采业务客户数量、配送门店数量、销售金额均处于快速发展中。

（3）终端集采客户数量增速较快的合理性

①发行人**零售业务和代理业务**为终端集采业务的起步和发展提供了坚实基础。

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

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

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

国家药品监督管理局发布的《药品监督管理统计报告（2021 年第二季度）》，截至 2021 年 6 月底，全国共有零售连锁企业门店 32.96 万家，单体零售药店 24.94 万家；具体到安徽省内，根据《药品监督管理统计报告（2021 年第二季度）》显示，截至 2021 年 6 月底，全省共有零售连锁企业门店 11,443 家、

零售药店 9,374 家。单体药店门店数量占比接近一半，是我国医药零售行业的重要组成部分。

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

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

终端集采业务系发行人报告期及未来大力发展的主营业务之一，提高配送门店数量和业务覆盖范围，借助业务规模提升上游议价能力。综上，报告期内，发行人终端集采客户数量增速较快具有合理原因，终端集采业务具有良好发展前景，与同行业可比企业不存在重大差异。

4、推广、陈列、促销等服务

随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大品牌销售、提升自身盈利能力，供应商通常希望下游流通企业，在渠道方面给予较强的技术、专业支持和营销配合，扩大特定品牌或品类药品销售规模，提升盈利能力。具体表现为上游供应商通过向具备市场影响力及销售规模的下游流通企业支付服务费，换取市场推广、展示陈列、促销活动、广告宣传等服务支持。

因此，除商品购销差价外，医药流通行业普遍的盈利模式还包括上游供应商的增值服务费。上游供应商可以及时把握市场走向、改进产品、增强对消费者的吸引力。下游医药流通企业在自身获益的同时，获取服务收入，增加新的盈利点，实现双方的共赢。

5、发行人营业收入及毛利的构成

报告期内，公司营业收入及毛利的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	营业收入	毛利	营业收入	毛利	营业收入	毛利
主营业务收入	**226,924.62**	**75,887.50**	**188,566.86**	**66,490.94**	**147,972.41**	**54,271.72**
其中：代理	58,831.05	21,252.26	52,175.87	19,579.62	43,894.93	16,262.62
零售	155,924.07	52,569.37	129,222.19	46,114.46	103,354.66	37,987.73
终端集采	12,105.88	2,039.31	7,116.08	763.80	722.81	21.37
信息服务	63.61	26.56	52.72	33.05	-	-
其他业务收入	**6,945.61**	**5,657.01**	**4,524.18**	**3,524.46**	**4,263.88**	**3,394.40**
其中：服务收入	5,598.72	5,598.72	3,519.00	3,519.00	3,384.90	3,384.90
转租收入	1,288.60	-	999.72	-	869.48	-
其他	58.29	58.29	5.47	5.47	9.51	9.51
合计	**233,870.22**	**81,544.51**	**193,091.04**	**70,015.40**	**152,236.29**	**57,666.12**

报告期内，公司其他业务收入主要系为上游供应商或合作商提供商品推广、陈列、促销等服务所获得的收入，以及房屋转租收入。

（三）公司主要经营模式

1、代理业务的主要运营模式

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

公司代理业务获得上游医药工业企业生产的药品或医疗器械代理权后自行直销，公司承担了代理品规在下游市场推广与客户维护的销售渠道成本，通过产品的进销差价和推广咨询服务获取利润。公司代理业务的主要客户为零售连锁企业，主要向各种类型的医药零售连锁企业进行推广和销售，另通过国胜药房体系下的零售终端网络进行销售。

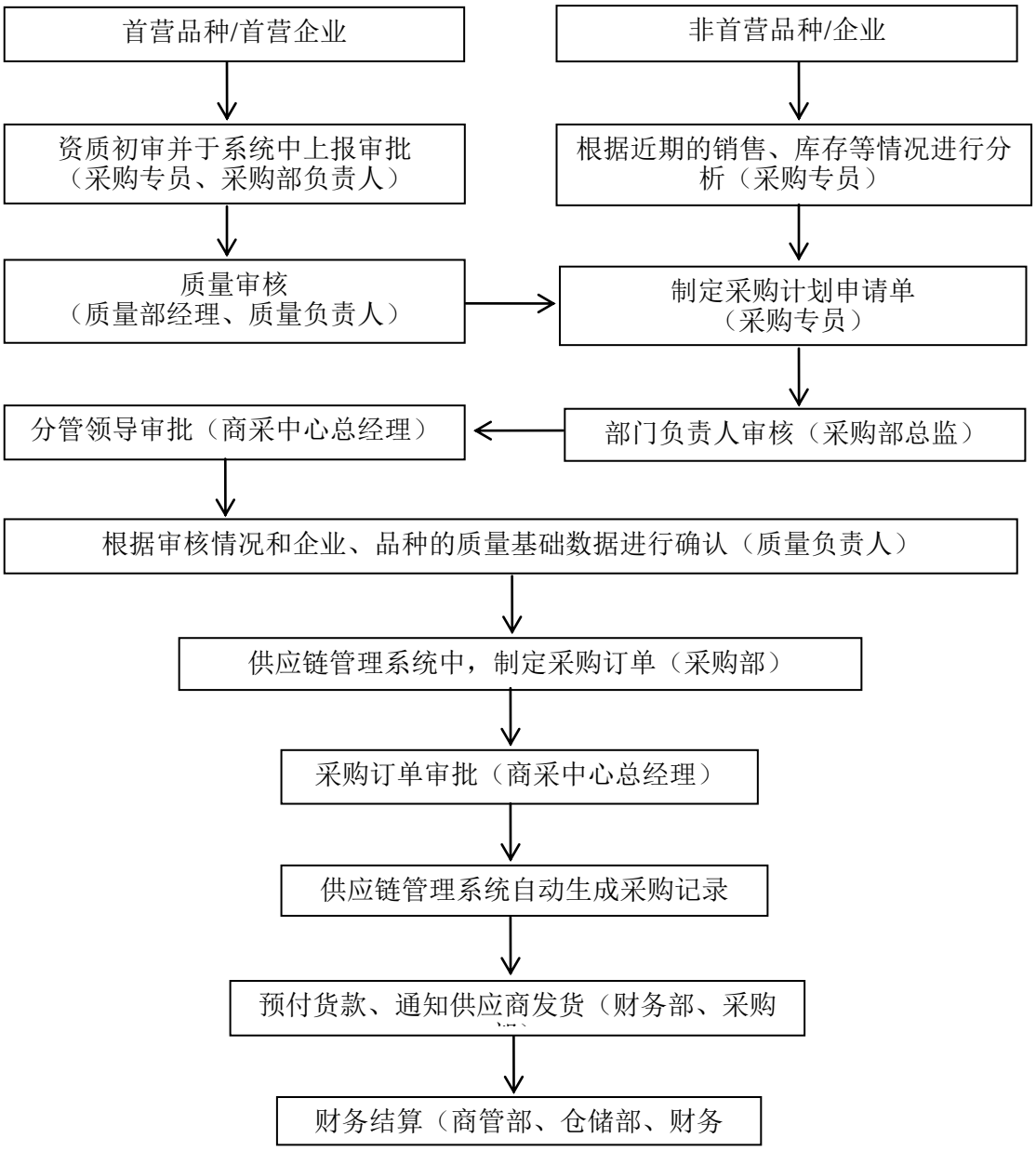
（1）代理业务的采购模式

公司根据发展规划和商品品类发展意向，结合市场调研，寻找接洽目标生

产厂商，经商业谈判、资质审核，双方签署合作框架协议，约定主要权利义务，确定合作关系。

公司设置商采中心，其下设有采购部和商管部。采购部主要负责供应商的评审及筛选产品（原料、包材、半成品、成品）的采购管理，并对采购产品的企业首营、产品首营、到货的及时性、价格等承担责任；商管部根据公司发展规划和销售需要，合理安排产品采购计划，保证产品的及时供应和合理的库存，做到票、账、货相符，以及符合 GSP 管理的要求。质量部负责采购过程中的各类质量控制工作。

公司采购流程的关键环节主要包括：确定合格供应商、编制采购进货计划、生成采购订单、签订采购合同、采购进货、付款结算。



① 供应商选择的一般流程

发行人作为全国总代理，一旦选择了供应商，公司即与之建立了相对牢固、相互依赖的合作关系。上游供应商的资质状况、经营状况、药品质量、文号稀缺性等都将成为影响公司代理业务发展的重要因素。作为采购流程中的关键环节，公司在上游供应商的选择上实施了以下内控措施：

A. 确定供货单位的合法资格，对方必须具有合法的《药品生产许可证》或者《药品经营许可证》；

B. 确定所购入药品的合法性，拟购入药品要均在发行人及其供应商的生产

或经营范围内，以及不属于国家药品监督管理部门要求停止或暂停生产、销售和使用的药品；

C. 核实供货单位销售人员的合法资格；

D. 与合格供货商签订产品质量保证协议、合作协议；

采购中涉及的首营企业、首营品种，采购部应索取资质资料，在系统中上报，需经过质量管理人员的审核批准。

② 首营供应商的选择流程

公司根据商品品类发展规划及市场需求情况，对于意向产品进行市场调研，寻找目标供应商范围，并分析各企业的招商价、连锁供价、代理价、原料价以及流通价等市场情况，通过审核目标供应商资质、分析目标供应商产品价格体系，结合产品质量以及企业知名度，确定目标供应商并进行实地考察的方式确定首营供应商。

③ 产品结构管理

对于存在质量问题、生产企业存在 GMP 问题、市场需求的减少，销量下降的产品，商管部根据销售部门提出的产品淘汰建议，对产品的品质，竞争优势，库存压力等的方面进行分析整理，经董事长批准后予以淘汰，以确保公司经营的合规性、健康性。此外，公司根据销售指标及时调整采购策略，以提升公司的竞争力。

公司根据商品销售变化趋势、消费习惯及认知度，不断优化商品结构，选择性淘汰销售贡献度较低、销售表现较差的商品，保证商品体系的正常运转。

④ 商品退换货管理

发行人依据《药品经营质量管理规范》及公司实际经营需求，制定了《药品退货管理制度》以规范退货管理，防止不合格药品流入市场，同时有效控制成本。购进退货范围包括：有质量问题的药品，包装差错、物流破损等原因造成的退货。

⑤代理合同的主要内容

代理合作框架协议的主要内容总结如下：

主要方面	具体内容
代理产品	双方明确代理产品品规，例如（仅作示例）：广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂生产的“口洁喷雾剂”20ml*20 盒*10 中盒。
代理期限	通常为一年一签或三年一签，有效期满后，发行人享有优先续约的权利。
代理区域	双方明确发行人代理销售区域，一般为全国（或全国 OTC），部分约定省份。
独家销售权	通常情况下，发行人为产品的“独家代理”，上游供应商不得向其它任何经销商直接供应协议产品，也不得以任何形式自行销售。
保证金	发行人需支付上游供应商市场保证金，协议期结束，上游供应商退还。
货物运输	运费一般由上游供应商承担，运输过程中出现破损，上游供应商安排补货。
退换货约定	质量问题可以退换货，因发行人保管不当或其他非质量问题不得退换货。
付款方式	一般为款到发货。

发行人代理协议通常为一年一签或三年一签，有效期满后，发行人通常享有优先续约的权利。经统计，截至 2021 年 12 月 31 日，发行人 502 个代理品规的续签周期如下：

续签周期	品规数量（个）	代表产品（仅作示例）
一年	115	辰欣药业：缬沙坦氢氯噻嗪胶囊 丽珠集团：雷贝拉唑钠肠溶胶囊 山东济水：阿胶
二年	53	台州南峰药业：黄芪精 齐鲁制药：单硝酸异山梨酯片 协和药业：布洛芬缓释胶囊
三年	308	白云山：口洁喷雾剂、格列齐特片 湖南方盛制药：头孢克肟片
四年	12	四川峨嵋山药业：阿莫西林胶囊
五年及以上	14	山东鲁抗医药集团：甲钴胺胶囊
合计	**502**	-

发行人代理业务起步于 2008 年，经过 10 余年发展，建立合作关系的上游合作厂家有上海医药集团、广州医药集团、丽珠医药集团、齐鲁制药集团、四川峨嵋山药业、辰欣药业等，双方合作时间较长，合作基础良好。

报告期内，发行人代理业务与主要合作厂家的合作历史如下：

序号	生产厂商	首次合作时间	合作时长
1	上海医药集团股份有限公司	2008 年	13 年
2	广州医药集团有限公司	2008 年	13 年

序号	生产厂商	首次合作时间	合作时长
3	丽珠医药集团股份有限公司	2015 年	6 年
4	齐鲁制药集团有限公司	2010 年	11 年
5	四川峨嵋山药业有限公司	2012 年	9 年
6	辰欣药业股份有限公司	2008 年	13 年
7	山东济水阿胶有限公司	2014 年	7 年

报告期内，发行人代理业务规模持续扩大，主要合作厂商的主要代理单品销售规模也逐年上升，双方实现了合作共赢。发行人与上游厂商的未来合作稳定性较好。

⑥主要权利义务

代理合作框架协议约定的主要权利义务总结如下：

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

⑦独家代理情况

报告期内，发行人独家代理分为两种类型：品规独家、包装独家。

A.品规独家

对于中西成药来说，品规是指商品的品种规格，如剂量、剂型等。目前，

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

报告期内，发行人前五大合作厂商中关于代理品规的区域约定如下：

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

B.包装独家

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

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

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人正在合作的 502 个代理品规中 496 个为独家代理，仅 6 个品规为非独家。报告期内，发行人代理业务主要为独家代理，其中又以品规独家为主，具体如下：

单位：万元

是否独家	独家类型	2021 年		2020 年		2019 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
独家	品规独家	52,488.45	89.22%	47,396.62	90.84%	39,620.49	90.26%
	包装独家	5,584.42	9.49%	4,515.49	8.65%	4,158.01	9.47%
非独家		758.18	1.29%	263.77	0.51%	116.43	0.27%
合计		**58,831.05**	**100.00%**	**52,175.87**	**100.00%**	**43,894.93**	**100.00%**

⑧贴牌代理情况

A. 发行人贴牌代理药品的采购与销售金额及占比

报告期内，按照贴牌与否，发行人代理业务的销售情况如下：

单位：万元

销售情况	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
贴牌	35,490.88	60.33%	29,005.21	55.59%	22,679.74	51.67%
非贴牌	23,340.17	39.67%	23,170.66	44.41%	21,215.19	48.33%
代理业务主营业务收入	**58,831.05**	**100.00%**	**52,175.87**	**100.00%**	**43,894.93**	**100.00%**

B.报告期内，发行人贴牌代理的主要药品情况

按照销售额，报告期内，发行人贴牌代理的主要药品情况如下：

a.2021 年度

单位：万元

序号	产品名称	贴牌品规	生产厂家	销售金额	占当年代理收入的比例	采购金额	占当年代理采购的比例
1	阿莫西林胶囊	0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司	1,576.89	2.68%	1,124.17	2.61%
2	黄芪精	10ml*30 支	台州南峰药业有限公司	1,355.07	2.30%	1,036.47	2.41%
3	（国胜牌）阿胶	250g	山东济水阿胶有限公司	1,240.26	2.11%	1,095.84	2.54%
4	医用外科口罩	平面-挂耳 17.5cm*9.5cm	安徽省康宁实业（集团）有限公司	673.50	1.14%	610.36	1.42%
5	硫酸氨基葡萄糖片	0.314g*120 片	新兴同仁药业有限公司	575.69	0.98%	407.24	0.95%

序号	产品名称	贴牌品规	生产厂家	销售金额	占当年代理收入的比例	采购金额	占当年代理采购的比例
合计				5,421.41	9.22%	4,274.08	9.93%

b.2020 年度

单位：万元

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

c.2019 年度

单位：万元

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

发行人代理业务采用“多品规”策略，对单品依赖较少，报告期内前五大贴牌代理单品的销售金额合计分别为 4,954.10 万元、5,303.23 万元和 5,421.41 万元，占全部代理业务主营业务收入的比例分别为 11.28%、10.16%和 9.22%；前五大贴牌代理单品的采购金额合计分别为 3,290.82 万元、3,321.29 万元和 4,274.08 万元，占全部代理业务采购总额的比例分别为 10.86%、9.21%和 9.93%。

C.报告期内，发行人贴牌代理的主要药品对应的主要销售客户

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

（2）代理业务的销售模式

针对代理业务，公司设置营销中心，下设多个事业部及销管部、客服部，负责公司各个区域具体营销工作。公司销售主要向各种类型的医药零售连锁企业进行推广销售，另通过国胜药房体系下的零售终端网络进行销售。行业内从事代理业务的可比上市公司，均存在连锁直供的合作模式。该模式下，代理企业通过其遍布全国的营销网络，采用直销的方式向医药连锁企业销售。发行人代理业务与客户的合作方式与其他同行业公司不存在重大差异，符合行业惯例。报告期内，发行人拥有从事代理业务所需的全部资质，与客户之间的合作不存在不合规的情形。

在总部营销中心的统一管理下，由各省区客户经理和地区客户经理，通过主动拜访、网络途径开发、参加行业会议活动、老客户介绍等多种方式与客户建立初步联系，通过市场化商务洽谈的方式确定合作关系并获取订单。

发行人与客户签订的销售合同的主要内容总结如下：

主要方面	具体内容
购买方	主要客户为零售连锁企业。
区域	销售区域仅限客户所属门店，不得跨区域销售。
合同期限	基本为 1 年。
双方主要约定	1、下游客户在自营终端内双方合作产品达到一定铺货率，并提供合作产品的库存、流向等信息； 2、发行人应积极保护双方合作产品的终端零售价格，并配合下游客户做好同城维价以及开展终端促销活动； 3、未经发行人书面委托，下游客户不得与发行人业务人员发生调货、借货、付现等行为。
市场保护	1、下游客户不得低于发行人规定的最低市场保护价格销售； 2、下游客户不允许在网络电商平台发布信息和销售。
结款方式	账期一般为 30-60 天。
交货约定	发行人承担从仓库到下游客户指定收货地点的运输费，提货费由下游客户承担。

主要方面	具体内容
退换货约定	若出现质量问题，需经过药品权威机构检验后发行人进行退换货。

公司在与零售终端签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货或收到客户签收发货单且无异议后，确认销售收入的实现。

对于公司零售业务的采购申请，公司自行配送至国胜药房总部仓库，再有国胜药房通过仓储部或子公司汇达药业配送或者通过第三方物流进行配送至各门店。

对于外部医药零售连锁企业等下游客户，公司质量部按照 GSP 的要求审核客户资质并建立客户档案。签订购销合同后，客户提报具体商品采购需求，公司营销中心通过 ERP 系统开票生成销售订单，销售订单生成《销售出库单》并进行仓储出库复核作业，并联系第三方物流进行配送。同时公司财务部根据出库明细开具增值税发票，客户收到货物和票据后，各个事业部负责跟踪相应的应收账款的回款。

代理业务销售协议通常为一年一签。报告期内，公司代理业务分别实现主营业务收入 43,894.93 万元、52,175.87 万元和 58,831.05 万元，2019 年至 2021 年复合增长率为 15.77%，代理业务收入增长态势良好，具有可持续性。

（3）代理业务的结算政策

① 采购结算模式

根据采购产品的不同，公司与供应商的结算政策分为两种：第一、公司先预付部分款项，出货后结清余额进行提货；第二、供应商授予公司货到票到后一定信用账期（如 30 天），公司在账期内结算货款。

② 销售结算模式

根据客户资质、信誉及合作历史的不同，公司与主要客户的结算政策分为两种：第一、公司通常授予客户一定信用账期（一般为 30-60 天），客户在账期内结算货款；第二、要求客户现款发货，客户支付相应的货款后，公司再安排发货。

2、零售业务的主要运营模式

公司零售采用直营经营模式。所有门店均由总部全资开设，在总部的直接管理下统一经营。直营门店利用连锁组织统一管理、集中采购、分散销售的特点，充分发挥了规模效应，而且对门店具有较强的约束控制力，有利于保证品牌形象和服务质量的一致性，能够实现营销网络的快速扩张和运营标准化。

公司零售业务的盈利主要来源于进销差价和陈列、促销等增值服务。

（1）直营门店的管理模式

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

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

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

序号	区域	管理主体	级别	门店数量（家）		
				2021 年末	2020 年末	2019 年末
1	合肥	安徽国胜	一级子公司	458	409	350
2	六安			65	54	38
3	宣城			30	30	28
4	淮北			26	25	20
5	淮南			6	6	6
6	宿州			3	3	3
7	蚌埠			15	10	-
8	滁州			5	-	-
9	芜湖	芜湖国胜	二级子公司	112	106	64
10	马鞍山			6	6	6
11	亳州	亳州国胜	二级子公司	65	58	54
12	阜阳			4	4	-
13	安庆	安庆国胜	二级子公司	52	48	38
14	南京	江苏国胜	一级子公司	12	9	-

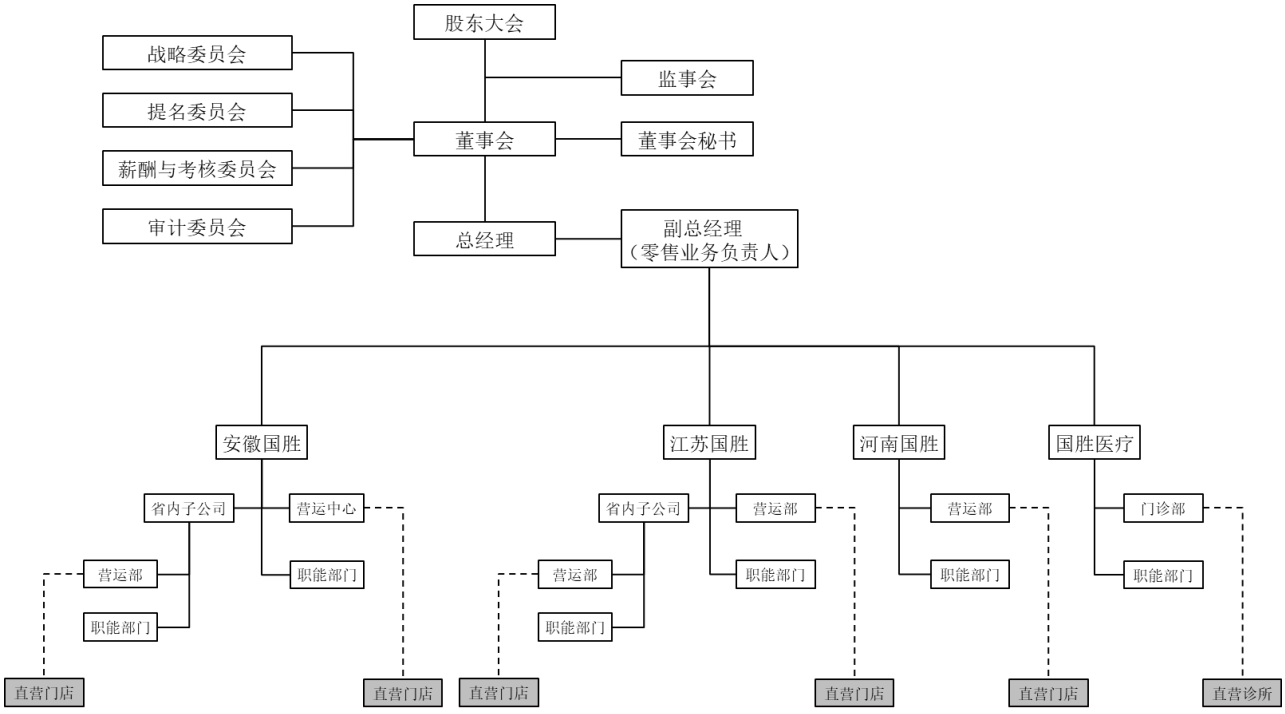
序号	区域	管理主体	级别	门店数量（家）		
				2021 年末	2020 年末	2019 年末
15		南京同和堂	二级子公司	14	-	-
16	郑州	河南国胜	一级子公司	4	-	-
17	合肥	国胜医疗	一级子公司	3	3	-
合计				**880**	**771**	**607**

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

②发行人通过子公司销售管理直营门店的模式

A.发行人直营门店的管理架构

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



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

B.发行人直营门店的标准化管理体系

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

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

公司门店管理的主要制度文件及规范内容参见本节之“六、发行人的核心技术情况”之“（二）连锁管理技术”。

③发行人经营直营门店、诊所时所用的各类门店品牌

为加强品牌形象建设、提升品牌效应，发行人各区域直营药店的店面装修设计、店内装潢等均进行统一设计，发行人各区域绝大部分直营药店均使用“国胜大药房”统一标识，2021 年 9 月，发行人股权收购南京同和堂，由于这些收购门店在当地社区已有一定消费者基础，且根据南京医保政策要求，药店更名需要重新申请医保资质，故同和堂收购门店依然保留原名；发行人直营诊所根据卫生主管部门要求，使用医疗机构名称作为门店品牌，具体如下：

类型	门店品牌	数量（截至报告期末）
直营药店	“国胜大药房”	863 家
	“同和堂大药房”	10 家
	“润心药房”	1 家
	“新声大药房”	1 家
	“舟济大药房”	1 家
	“尚和堂大药房”	1 家
直营门诊	“国胜医疗 元兴综合门诊部”	1 家
	“国胜医疗 桂园中西医结合门诊部”	1 家
	“国胜医疗 安百苑综合门诊部”	1 家

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

如上所述，截至报告期末，发行人 877 家直营药店中绝大部分使用“国胜大药房”作为店名品牌。“国胜大药房”系发行人自主打造的药店品牌，发行人子公司安徽国胜于 2010 年 8 月设立之初即使用“国胜大药房”作为企业商号，经过多年的市场耕耘，“国胜大药房”品牌在安徽省内具有一定影响力，属于发行人零售业务的核心品牌。

（2）各直营门店的员工管理模式

发行人各连锁门店岗位设置为店长、驻店药师、店助、组长及店员等岗位，其中店长属于门店的管理者。发行人零售门店一般设置 1 名店长，其余店员（含药剂师）2-3 名，平均每个门店配备 3-4 名左右员工。

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

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

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

（3）零售业务的采购模式

发行人零售业务由国胜药房商品中心根据品类规划与门店需求，由发行人采购部统一与供应商进行商务谈判及签订采购合同。

为控制商品质量，最大限度的降低存货过期风险，公司制定了严格的效期预警管理和效期管理制度，严格的控制效期风险和存货积压风险。当商品出现质量、包装、近效期等问题时，公司零售业务可无条件或协商退换货。

公司零售业务采购协议的主要内容总结如下：

项目	具体内容
上游供应商	主要为从事医药批发的商业公司，如国药控股、九州通等
采购产品	药品、保健食品、器械等

项目	具体内容
合同期限	1 年以内
货物运输	上游供应商负责将货物运输至发行人指定地点，运输费由上游供应商承担；发行人也可以选择自提产品。
返利约定	发行人采购产品达到一定金额后，上游供应商给予一定比例的返利
退换货约定	药品质量问题、包装破损、来货不符等可以退换货
质量条款	上游供应商承担所提供商品的质量责任
结算政策	双方定期对账，发行人享受一定账期（30-75 天为主），另有少部分供应商采用预付模式，结算方式为银行转账或承兑。
其他	部分合约由汇达药业、国胜药房与上游供应商签订三方协议

① 采购周期

发行人存货主要集中于零售业务。发行人根据销售预测、商品安全库存、运输时间、回款周期等因素确定采购周期。根据商品定位不同，采购周期具体如下：

核心商品，具有客流人次高、销售数量高、销售额高、毛利额高等特点，是发行人客流、销售及利润的保障商品，原则上不可脱销缺货，满足门店销售需求，采购周期 15-20 天。常规商品，是稳定需求的商品，采购周期一般为 15-30 天。冷僻商品，是购买频率低的商品，采购周期一般 20-30 天。首营商品是发行人首次经营的商品，根据铺货门店及数量评估按需进货。季节性商品是在正常年度其销售表现季节规律性变化的商品，设置为冬季商品、夏季商品。发行人根据这两类商品上一年同期的销售数据、本年公司新增门店数量、门店动销情况等因素制定采购计划，采购周期 7-15 天。针对重要战略性商品，发行人会根据采购市场变化和对商品销售情况进行预测分析，对不同商品制定特定的采购计划，一次性大批量采购，无固定采购周期。

②销售周期

发行人存货周转率较高，库存商品流转主要过程为自外部供应商采购库存商品，并由供应商送货至仓储物流中心，继而由仓储物物流中心配送至门店，并在门店进行销售。报告期内，发行人存货销售根据商品定位、功能不同，具有不同销售期，与采购周期基本保持一致。

③安全库存

基于发行人业务特点及经营管理的需要，仓储物流中心及零售门店均需配备一定储量的安全库存。安全库存政策具体说明如下：

发行人目前日常经营商品品规约一万个，发行人实行库存限额管理，保持合理的库存量，以确保商品不积压、不脱销。安全库存定额系根据不同商品的性能、库存条件、效期长短、市场销售情况、货源稳定程度，并结合市场需求预测和资金周转要求分品种制定。

（4）零售业务销售模式

发行人零售业务的主要客户为个人消费者。发行人拥有遍布多地的实体零售门店，服务于周边小区或商圈，一般情况下消费者根据购药需求，主动进店选购。同时，公司也会通过各式各样的促销活动吸引个人消费者。

零售业务的主要客户为个人消费者，顾客根据自身需求选购商品，不存在具体合作期限。零售门店覆盖周边小区或商圈，客流稳定。门店数量的多少是影响公司零售业务收入的最直接因素。报告期内，公司新增门店数量分别为 66 家、164 家和 109 家，零售业务实现主营业务收入 103,354.66 万元、129,222.19 万元和 155,924.07 万元，2019 年至 2021 年复合增长率 22.83%。未来，公司将继续保持稳健的门店扩张速度，同时着力提升已有门店的运营效率，预计未来零售收入具有良好持续性。

公司零售业务分为线下零售业务、线上 B2C 零售业务、及线上线下融合的 O2O 零售业务，具体业务的销售流程如下：

对于线下零售业务，国胜药房各门店在公司统一制定的价格策略和营销策略下向终端消费者销售商品。顾客选定商品后，店员通过供应链管理系统录入商品信息、商品数量后，自动生成收款金额。店员根据商品属性、支付方式选取相应的结算方式（医保、现金、第三方支付、银联），并打印销售单据。门店在收到现金、第三方支付平台付款或者办理完成银行卡、医保卡等刷卡手续后，打印收银单据；商品离开柜台，购买方取得商品控制权时确认收入。

对于线上的 B2C 零售业务，顾客通过第三方电商平台（如“天猫”、“京东”、“拼多多”等）完成线上订单并支付货款后，订单数据自动传输到供应链管理系统并生成要货计划。仓储部通过供应链管理系统打印发货单，进行商品

分拣、发货、复核、打包，并填制快递单，告知第三方物流取货托运，客户确认收货。

线上线下融合的 O2O 零售业务，顾客通过“美团”、“饿了么”、“京东到家”等平台选择商品，并确认线上订单，相应门店收到订单信息后，进行商品核对，并扫码出货，交付第三方配送，顾客确认收货。

门店交接班后，店员汇总不同结算方式收款金额，并与销售数据核对无误后，编制结算单。财务部定期审核门店收银情况，将其录入 ERP 系统，ERP 系统自动生成收款凭证，并自动确认销售收入并生成销售凭证，销售明细金额和结账单金额核对一致。

① 零售环节内控

零售环节主要分为商品条码扫描、收款金额确认、结算方式选择、营业款项收取。

A. 商品条码扫描环节的风险控制点

商品条码扫描环节的风险控制点为所有销售商品是否均进行条码扫描。国胜药房的内控措施为：门店不定期自行抽盘商品；公司每半年循环盘点所有门店商品一次，并与供应链管理系统商品库存核对。

B. 收款金额确认环节的风险控制点

收款金额确认环节的风险控制点为门店销售单价是否为公司审核的价格；销售数量是否与商品发出数量一致。国胜药房的内控措施为：零售价格为公司统一制定和维护，未经审批店员无法从供应链管理系统修改销售单价。

C. 结算方式选择环节的风险控制点

结算方式选择环节的风险控制点为店员选取的结算方式是否与顾客支付方式相同。国胜药房的内控措施为：门店每班次销售结束后，店员汇总不同结算方式收款金额，并与不同结算方式原始数据核对。

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

单位：万元

结算方式	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
医保卡	59,668.52	38.27%	50,296.36	38.92%	39,657.56	38.37%
第三方支付	80,329.31	51.52%	60,665.92	46.95%	42,306.98	40.93%
现金	14,667.13	9.41%	16,760.26	12.97%	19,211.35	18.59%
POS 银联支付	1,259.12	0.81%	1,499.64	1.16%	2,178.77	2.11%
合计	**155,924.07**	**100.00%**	**129,222.19**	**100.00%**	**103,354.66**	**100.00%**

随着移动互联网不断改变人们生活方式，第三方支付占比迅速提升，另一方面，现金与 POS 银联支付占比下降较快。

报告期内，发行人医保卡结算收入分别为 39,657.56 万元、50,296.36 万元和 59,668.52 万元，占零售业务收入比例为 38.37%、38.92%和 38.27%，占发行人全部主营业务收入的比例为 26.80%、26.67%和 26.29%，占比较高。

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
医保卡结算收入	59,668.52	50,296.36	39,657.56
零售业务主营收入	155,924.07	129,222.19	103,354.66
全部主营业务收入	226,924.62	188,566.86	147,972.41
医保结算占零售收入的比例	38.27%	38.92%	38.37%
医保结算占全部主营收入的比例	26.29%	26.67%	26.80%

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

报告期内，发行人医保结算的商品贡献净利润的情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
医保结算的商品形成的收入	59,668.52	50,296.36	39,657.56
医保结算的商品结转的成本	39,050.96	32,780.66	25,934.66
销售医保商品产生的各项税费（注）	19,093.61	15,208.77	12,340.96
医保结算的商品产生的利润总额	1,523.95	2,306.93	1,381.94
医保贡献的净利润	1,142.96	1,730.19	1,036.45
发行人净利润	6,973.25	8,885.91	5,334.70

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
医保贡献净利润的比例	16.39%	19.47%	19.43%

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

报告期内，发行人医保支付分别贡献净利润 1,036.45 万元、1,730.19 万元和 1,142.96 万元，比例分别为 19.43%、19.47%和 16.39%，占比较高。因此，从医保贡献净利润角度来看，零售门店的医保定点资格对发行人零售业务的经营情况具有重要影响。

D. 营业款项收取环节的风险控制点

营业款项收取环节的风险控制点为营业款项是否与销售金额相符；销售收款方式为现金时，是否定时和足额将营业款存入公司指定的银行账户；销售收款方式为银行卡时，是否要求顾客在刷卡单上签字确定；销售收款方式为医保卡时，是否符合当地医保结算政策。

发行人的内控措施为：门店每班次销售结束后，店员将销售收款与系统销售收入核对。对于现金收款金额，店员在班次交接时，在店长监督下，盘点现金，对盘点差异及时查找原因；对于医保卡收款，店员从系统导出刷卡汇总数，并与医保卡销售收入核对；除周末及法定节假日外，每班次销售结束后店员将现金营业款存入公司指定银行账户，国胜药房财务部负责对其存入时间的及时性和存入金额的准确性进行检查。

为确保门店营业款的安全，提高工作效率，规范门店营业款收取、缴款及核对，国胜药房制定了《营业款收缴管理办法》。门店交接班现金管理每班营业结束时，交接收银员在店长的监督下进行交接班交接工作。收银员需清点当班收取的现金金额，同时盘点收银备用金，确认当班所收现金营业款金额与系统相符。店长核对销售系统收银数据的所有收款方式与实际数据的一致性，同时保障现金业务的营业款在交班环节的准确无误，包括现金款、银联款、微信、支付宝和医保款等方式的金额。

对于现金缴存管理，门店收取的现金营业款，严格按照公司制度及财务管控流程缴存至公司指定账户，取得银行缴存凭证后交回门店保存，并在系统填

写门店存款登记单；门店每月须将银行存款回单上交财务部，财务人员根据系统收银数据、银行存款回单、银行流水等核对门店现金缴存情况。周末或节假日部分银行网点不办理对公存款业务，门店妥善保管现金营业款。

国胜药房财务人员定期导出系统数据，专人专职负责管理，专职负责管理营业款的出纳监督营业款收取和存款情况；财务部定期核对营收数据，根据系统数据与门店提交的银行存款回单、销售汇总统计表等收款交易资料进行核对，核实门店的现金营业款及时、全额地缴存至公司账户。同时，财务人员将核对的数据及时下发给门店，并对数据填写错误、未将营业款足额存入银行的门店进行通报并处罚。财务部在核对营业款时，如发现存在差异，各门店会积极配合财务部仔细核对，找出差异，以确保营业款的准确、真实。

② 销售会员管理

国胜药房建立了门店会员管理制度，通过组织会员积分返礼、会员价商品等多元化的会员营销活动，推动了会员数量及会员销售的持续增长。会员卡积分规则中明确会员积分奖励计划的具体实行。顾客成为会员后，凭会员卡到门店购物消费，国胜药房会根据购物金额取得相应的会员积分，顾客可利用累计消费奖励积分满足规定要求后兑换礼品。

会员积分奖励具体会计处理为，销售取得的款项在商品销售收入与会员奖励积分的公允价值间进行分配，取得的货款扣除对应的会员奖励积分的公允价值的部分确认为收入，会员奖励积分的公允价值确认为递延收益。会员消费者在使用会员奖励积分时，将原计入递延收益的与所使用的会员奖励积分公允价值确认为收入。

报告期各期末，发行人确认的会员奖励积分递延收益余额分别为 51.00 万元、50.01 万元及 83.75 万元。

④ 销售定价策略

我国药品价格分为政府定价和市场定价两类。政府定价是指国家对部分特殊药品实施法定国家限价政策。市场定价是指对于政府未制定法定零售价的，引入市场竞争机制定价。2015 年 5 月，国家发改委、国家卫生计生委、人力资源社会保障部、工业和信息化部、食品药品监管总局等部门联合发布《关于印

发推进药品价格改革意见的通知》（发改价格[2015]904 号），自 2015 年 6 月 1 日起，除麻醉药品和第一类精神药品外，取消原政府制定的药品价格。麻醉、第一类精神药品仍暂时由国家发展改革委实行最高出厂价格和最高零售价格管理。

但麻醉、第一类精神药品禁止在零售药店销售，因此报告期内，发行人零售业务通常为市场定价。公司建立了多层次的定价策略体系。公司依据价格策略、消费者调研、目标竞争对手零售价格制定线下商品零售价格；依据线上市场总体价格水平自主制定线上商品零售价格，体现了线上定价灵活化的特点；公司根据不同的季节、节日及事件，定期或不定期开展多样化营销活动，在特定品类方面给予顾客价格优惠，以提高公司品牌知名度、顾客服务满意度及忠诚度。

⑤零售退货情况

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

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

B.针对非药品类商品或无质量问题的药品要求退回的，除包装已打开且无法修复、内/外包装有损毁污染、顾客已使用/服用等影响二次销售的情形不予退货外，顾客可持购物小票由店长审批后可以退换。

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

D.商品退货完成后，退货数据传输至系统。

报告期内，发行人零售退货金额及占比具体如下：

单位：万元

报告期	零售业务主营业务收入	退货金额	退货占比
2021 年度	155,924.07	273.91	0.18%
2020 年度	129,222.19	367.79	0.28%
2019 年度	103,354.66	229.86	0.22%

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

⑥网络销售下对退换货、消费者投诉、举报的处理措施

A.退换货处理措施

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

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

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

B.消费者投诉处理

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

C.消费者举报处理

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

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

（5）零售业务的结算政策

公司零售业务采购通常享受一定账期（30-75 天为主），另有少部分供应商采用预付模式，结算方式为银行转账或承兑。

（6）发行人零售业务相关的信息系统

①发行人零售业务系统的总体情况

业务管理系统、WMS 系统、用友财务软件构成发行人零售业务的核心信息系统，主要功能模块包括基础资料管理、综合业务管理、采购业务管理、财务管理、配送及零售业务管理、门店管理六大模块。

业务模块	功能模块	零售系统应用
基础资料管理	客商资料管理、商品资料管理等	证照类型维护、单位资料维护、商品类别维护、商品资料属性、厂家资料维护等
综合业务管理	价格管理、会员管理、促销管理	零售价格调整及审核、会员卡资料维护、价格促销计划等
采购管理	采购入库管理	采购订单及审核、采购入库单及审核、采购验收单及审核等
	采购退货管理	采购退货出库复核、采购退出开票及审核
	采购退补货管理	采购退补开票、采购退补执行
财务管理	采购发票管理	采购发票登记、采购发票审核等
	采购付款管理	付款申请单、付款申请审核、付款执行单

业务模块	功能模块	零售系统应用
配送管理	配送出入库管理	门店请货及审核、配送出库、配送出库财务仓库审核等
	配送退货管理	门店退货申请单、采购部审核、门店退回单质量审核、门店退货单提货确认、配送退货入库等
门店管理	零售业务管理	零售优价申请单、零售优价业务审核、商品零售单、处方单审核等
	店长专用报表	门店库存报表、门店效期库存控制表、门店销售概况、门店营业对账表等

发行人按照内控设定的流程控制各业务流程，所有操作都能追溯操作人、操作时间及具体内容，同时每一个库存移动的环节在系统中均有相关系统记录产生，可以通过系统记录对每个业务环节进行监控。

②发行人零售系统控制流程

A.门店零售业务流程

顾客选定商品后，店员通过业务管理系统扫描商品条码，获取商品信息，录入商品数量后，自动生成收款金额。顾客完成款项支付后，店员根据顾客支付方式在业务管理系统中选取结算方式并完成营业款项收取，并打印收银单据及商品销售小票，将商品交付给顾客。

B.零售销售数据传输及收入确认

门店销售数据实时对接业务管理系统。门店商品销售成功后，数据上传到总部服务器。业务管理系统按照门店、时间、货号、批次等进行汇总，财务人员根据汇总数据在用友系统里生成凭证。

C.零售销售成本结转流程

业务管理系统根据汇总的销售数据自动匹配对应的成本金额，财务人员根据业务管理系统的汇总数据在用友系统里生产凭证，结转成本。

③零售业务相关的内控制度

发行人针对门店的日常零售业务，制定了一整套完善的标准化门店管理制度，建立了从门店选址、门店装修、商品陈列、店员培训、运营评估、销售管理、顾客服务管理、财务管理、组织建设、市场分析、绩效督导等标准化流程。为了确保内控制度的有效执行，公司采用定期检查与不定期抽查相结合的

方式，对门店层面的各个风险控制点进行测试，对于发现的执行薄弱环节实施改进措施。

综上，发行人建立了完善的信息系统对日常销售业务进行支持，同时发行人将业务流程及相关内控制度集成到信息系统内，以信息系统作为管控业务流程的核心工具，保持了业务的持续高效运作，并实现了信息系统、内控制度及财务系统的有效对接。相关内部控制及信息系统的有效运行，能够保证对发行人零售业务进行真实、准确、完整的会计核算。

3、终端集采业务的主要运营模式

公司终端集采业务为单体药店、小型连锁药店等零售终端提供全品委托配送的一站式配送服务，通过产品的进销差价获取利润。此外，通过共享上游供应渠道，终端集采业务与**零售业务、代理业务**形成协同效应，通过终端集采业务规模的提升，进一步降低整体采购成本，或为发行人增加陈列、推广等增值服务收入。终端集采业务的实质是药品购销，发行人赚取药品购销差价，进一步扩大业务规模，提升对上游供应商的议价能力。发行人终端集采业务不存在收取加盟费、授权对方使用发行人商标、商号的情形，不属于买断式独家经销或加盟合作模式。

针对销售模式，由于面向客户的类型相同，终端集采业务在销售流程、部门设置、内控管理等方面与代理业务基本类似，获取客户的方式与代理业务也基本类似，通过主动拜访、老客户介绍等多种方式与客户建立联系，不定期在线上、线下组织各式各样的推介会、宣讲会、分享会，积极宣传终端集采合作模式，最后经市场化谈判，与各地小微药店客户建立业务合作关系。

根据发行人与单体药店、小型连锁药店等零售客户签订的合作协议，双方实际执行的主要条款总结如下：

项目	实际执行的主要条款
销售产品	发行人提供全品类供应。自营品种原则上购进。
合同期限	3 年
质量管理	发行人需要确保向下游客户配送的商品符合 GSP 要求，如商品出现质量问题，经双方确认后发行人承诺无条件退换货。
价格管理	汇达药业实行寻价、比价采购，降低采购成本，保障客户享受集采成本优势；自营品种零售价在市场价格基础上由双方协商确定，约定后

项目	实际执行的主要条款
	无书面变更通知不得更改。
商品配送	发行人承担运费。
保证金	下游客户需支付一定金额的保证金。
结算方式	一般情况下，发行人给予客户 45-60 天账期，双方对账结算。

终端集采业务中，发行人与下游客户之间的主要权利义务如下：

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

发行人终端集采协议通常为三年一签。2019 年度、2020 年度和 2021 年度，公司终端集采业务实现主营业务收入 722.81 万元、7,116.08 万元和 12,105.88 万元，发展较快。可比公司药易购终端纯销业务收入也保持了每年 25%以上的较高速增长。公司终端集采营业收入增长趋势与同行业可比上市公司药易购（300937.SZ）保持一致，符合行业快速发展现状。预计未来终端集采业务收入具有良好持续性。

4、仓配模式（适用于公司各个业务板块）

目前，发行人在合肥、亳州分别建立了集中仓库，统一运营、统一调配。

（1）配送方式

根据不同的业务和客户类型，公司采取不同的配送方式：

① 代理业务与终端集采业务对于外部客户，主要委托第三方物流公司负责，以合肥仓库为物流中心，向全国范围内的终端客户进行直达配送。

② 对于发行人自有零售门店的配送需求，公司根据统一的物流规划安排，自行安排配送（通过仓储部或子公司汇达药业），或者通过第三方物流进行配送。所有门店的配送均在总部的统一管理下有序进行，仓库与各门店之间配送

半径规划合理，能够快速高效地响应门店需求。

公司制定了仓储配送相关管理制度和流程。随着业务的不断发展，未来公司将根据实际情况，有步骤、科学地建设分仓，提高仓储效率。

（2）商品效期管理

为加强对近效期药品的管理，优化库存结构，保证顾客需求，避免积压和过期失效，确保所经营药品质量，发行人依据《药品经营质量管理规范》和公司实际经营需求，制定了《效期管理制度》，对近效期商品的处理做了详细规定。公司根据药品的有效期和销售情况等，确定药品的近效期期限，以失效前6个月内的视为近效期，同时以失效前1年内的视为药品预警效期。

采购协议中大多未明确约定近效期商品的退换货条款，实际操作中通常可以协商处理。库存商品进入近效期后，对于可退商品，公司将与供应商协调退换。对于不可退商品，公司将加强该类商品的促销力度，在销售时会明确告知客户商品的效期情况。

药品在有效期内未能销售完毕且不能退货的，将根据公司《效期管理制度》进行下架封存，进行报损，委托具有药品无害化处理资质的环保企业进行销毁。

（四）公司设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

始终专注于医药流通领域，根据战略发展规划，业务板块逐步扩展，
现已发展成为一家集代理、零售、终端集采业务为一体的医药流通企业

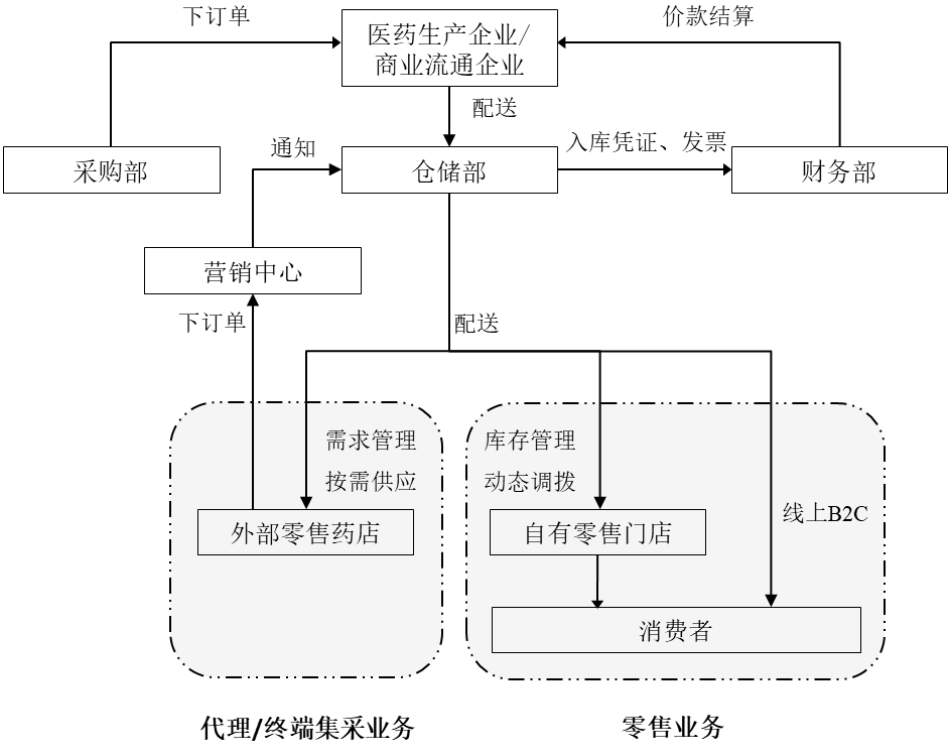


自设立以来，公司的主营业务未发生重大变化。

（五）公司主要产品的工艺流程图或服务的流程图

公司从事医药流通业务，采购部向医药生产企业或商业流通公司采购产

品，双方根据协议约定进行预付货款或结算。代理与终端集采业务的下游客户主要为零售药店，公司一般以客户订单为准进行按需供应；零售业务通过发行人直营门店或 B2C 电商平台销售给终端消费者。



（六）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

报告期内，公司主营业务为医药**零售**、**代理**及终端集采业务，不从事药品、器械的研发与生产，公司运营过程为商业流通环节，因而无环境污染物的产生，对周围环境基本无影响。

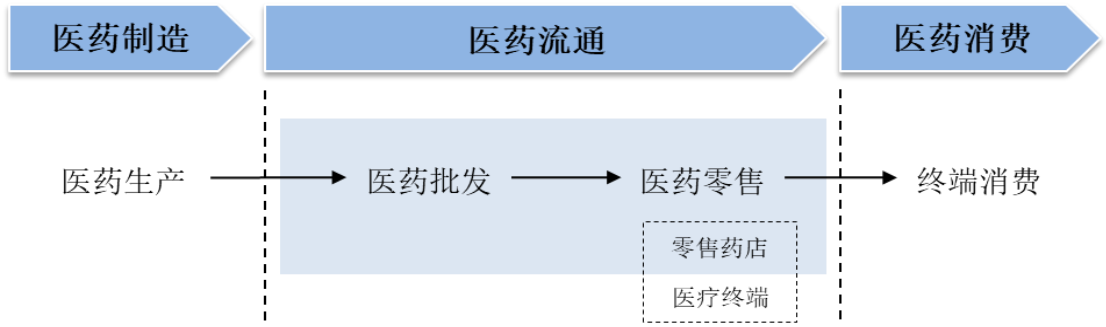
二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况

（一）发行人所属行业

我国医药产业链主要分为医药制造、医药流通和医药消费三个环节。其中，医药流通是连接上游医药生产企业和下游终端消费者的重要环节。医药流通行业又分为医药批发与医药零售两个细分行业，医药零售市场则主要分为医疗终端和零售药店两个市场。

发行人主要从事医药**零售**、**代理**及终端集采业务，属于医药流通行业。根

据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），公司所处行业属于 F 门类“批发和零售业”，其中，医药代理及终端集采业务板块属于 51 大类“批发业”下的 515 中类“医药及医疗器材批发”；医药零售业务板块属于 52 大类“零售业”下的 525 中类“医药及医疗器材专门零售”。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所处行业为“批发和零售业”（F），其中医药批发板块属于细分行业“批发业”（F51）；医药零售板块属于细分行业“零售业”（F52）。



（二）行业管理体制、主要法律法规及产业政策

1、行业管理体制

部门	性质	职能
国家卫健委	主管部门	拟订国民健康政策，协调推进深化医药卫生体制改革，组织制定国家基本药物制度，监督管理公共卫生、医疗服务、卫生应急，负责计划生育管理和服务工作，拟订应对人口老龄化、医养结合政策措施等
国家药品监督管理局	主管部门	制定药品安全监督管理政策，监督药品的研究、生产、流通和使用，监管药品质量安全，制定药品经营质量管理规范并监督实施
国家医疗保障局	主管部门	拟定医疗保险、生育保险、医疗救助等医疗保障基金，完善国家异地就医管理和费用结算平台，组织制定和调整药品、医疗服务价格和收费标准，制定药品和医用耗材的招标采购政策并监督实施，监督管理纳入医保范围内的医疗机构相关服务行业和医疗费用等；制定定点医药机构协议和支付管理办法并组织实施，负责药店的医疗保险定点服务管理，医保店的准入及审核；制定定点医药机构协议和支付管理办法并组织实施，负责药店的医疗保险定点服务管理，医保店的准入及审核
商务部	主管部门	拟定药品流通行业发展规划、政策和标准，推进药品流通行业结构调整，指导药品流通企业改革，推动现代药品流通方式的发展
国家发改委	主管部门	对医药行业的发展规划、项目立项备案及审批，对医药企业的经济运行状况进行宏观管理和指导，对药品价格进行监督管理

部门	性质	职能
中国医药商业协会	行业协会	推进医药流通行业自律，规范和完善行规行约，推进行业规范经营、诚信服务，维护和健全市场秩序，维护行业、企业、会员的合法权益

2、行业主要法律法规

医药流通企业的日常经营活动须遵循国家医药行业管理的相关法律、法规以及规范性文件，我国医药流通行业相关的法律法规、制度以及规范性文件主要有：

序号	类型	行业法规	颁布机构	实施时间
1	药品经营管理	《药品注册管理办法》	国家市场监督管理总局	2020年修订
2		《中华人民共和国药品管理法》	全国人民代表大会常务委员会	2019年修订
3		《中华人民共和国药品管理法实施条例》	国务院	2019年修订
4		《互联网药品信息服务管理办法》	原国家食品药品监督管理局	2017年修正
5		《药品经营质量管理规范》	原国家食品药品监督管理局	2016年修正
6		《药品进口管理办法》	原卫生部、海关总署	2012年修订
7		《药品流通监督管理办法》	原国家食品药品监督管理局	2007年
8		《药品说明书和标签管理规定》	原国家食品药品监督管理局	2006年
9		《处方药与非处方药分类管理办法（试行）》	原国家食品药品监督管理局	2000年
10	药品经营许可	《药品经营许可证管理办法》	原国家食品药品监督管理局	2017年修订
11		《安徽省药品经营许可证管理办法实施细则》	原安徽省食品药品监督管理局	2004年
12	食品经营管理	《中华人民共和国食品安全法》	全国人民代表大会常务委员会	2021年修正
13		《安徽省食品安全条例》	安徽省人民代表大会常务委员会	2020年修订
14	食品经营许可	《食品经营许可管理办法》	原国家食品药品监督管理局	2017年修正
15	医疗器械经营管理	《医疗器械监督管理条例》	国务院	2021年修订
16		《医疗器械网络销售监督管理办法》	原国家食品药品监督管理局	2018年
17		《医疗器械经营质量管理规范》	原国家食品药品监督管理局	2014年
18	医疗器械经营许可	《医疗器械经营监督管理办法》	原国家食品药品监督管理局	2017年修订
19		《安徽省医疗器械经营监督管理办法实施细则》	原安徽省食品药品监督管理局	2016年

序号	类型	行业法规	颁布机构	实施时间
20	零售药店管理	《全国零售药店分类分级管理指导意见（征求意见稿）》	商务部	2018年
21		《安徽省药品零售连锁企业许可现场验收标准》和《安徽省药品零售企业许可现场验收标准》	原安徽省食品药品监督管理局	2015年
22		《药品医疗器械飞行检查办法》	原国家食品药品监督管理局	2015年
23	药品定价管理	《推进药品价格改革的意见》	国家发改委、卫计委等七部委	2015年
24	医疗机构设置	《医疗机构管理条例》	国务院	2016年修订
25	中医诊所备案	《中医诊所备案管理暂行办法》	原国家卫计委	2017年

3、行业主要产业政策

为了细化和实现现代化医药管理措施，近年来国家各有关主管部门出台了一系列的产业政策以保障医药市场的有序、健康发展，相关产业政策如下：

（1）一般性政策

序号	行业政策名称	发文时间	发布机构	主要内容
1	《国家医疗保障局 国家中医药管理局关于医保支持中医药传承创新发展的指导意见》	2021年	国家医疗保障局国家中医药管理局	（一）及时将符合条件的中医（含中西医结合、少数民族医，下同）医疗机构、中药零售药店等纳入医保定点协议管理。 （三）开展互联网诊疗的定点中医医疗机构，按规定与统筹地区医保经办机构签订补充协议后，将其提供的“互联网+”中医药服务纳入医保支付范围。 （六）公立医疗机构从正规渠道采购中药饮片，严格按照实际购进价格顺加不超25%销售。非饮片的中药严格按照实际购进价格“零差率”销售。 （七）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。充分利用“双通道”药品管理机制，将参保患者用药的渠道拓展到定点零售药店，更好地保障参保群众用药需求。
2	《中共中央、国务院关于深化医疗保障制度改革的意见》	2020年	中共中央、国务院	全面部署医疗保障制度改革工作，提出“1+4+2”的总体改革框架；到2030年，全面建成以基本医疗保险为主体，医疗救助为托底，补充医疗保险、商业健康保险、慈善捐赠、医疗互助共同发

序号	行业政策名称	发文时间	发布机构	主要内容
				展的多层次医疗保障制度体系；健全待遇保障、筹资运行、医保支付、基金监管四个机制；网上医疗服务供给和医疗保障服务两个支持
3	《关于推进新冠肺炎疫情防控期间开展“互联网+”医保服务的指导意见》	2020年	国家医保局、国家卫健委	提出将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围，经卫生健康行政部门批准设置互联网医院或批准开展互联网诊疗活动的医疗保障定点医疗机构，按照自愿原则，与统筹地区医保经办机构签订补充协议后，其为参保人员提供的常见病、慢性病“互联网+”复诊服务可纳入医保基金支付范围;鼓励定点医药机构提供“不见面”购药服务，探索推进定点零售药店配药直接结算，按照统筹地区规定的医保政策和标准，分别由个人和医保基金进行结算，助力疫情防控
4	《药品网络销售监督管理办法（征求意见稿）》	2020年	国家药监局	具备网络销售处方药条件的药品零售企业，可以向公众展示处方药信息。药品零售企业通过网络销售处方药的，应当确保电子处方来源真实、可靠，并按照有关要求进行处方调剂审核，对已使用的处方进行电子标记。
5	《安徽省药品监督管理局关于印发促进药品零售（连锁）企业健康发展具体举措的通知》	2019年	安徽省药品监督管理局	1、药品零售连锁企业可统一将执业药师注册在零售连锁企业总部，建立执业药师管理档案，以方便统一调配使用，并加强培训管理。在连锁门店履职的执业药师，其《执业药师注册证》与连锁企业总部任职文件等信息应保持一致；2、药品零售连锁企业总部可利用信息系统，对所属门店执业药师临时不在岗时，由连锁总部执业药师通过处方扫描、视频传输等方式向购药者提供远程安全用药咨询服务，实现执业药师与购药者有效沟通
6	《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》	2018年	国务院	提出健全“互联网+医疗健康”服务体系，将互联网与医疗服务、公共卫生服务、药品供应保障服务、医疗保障结算服务、人工智能应用服务等领域相融合；加强行业监管和安全保障等发展目标
7	《全国零售药店分类分级管理指导意见（征求意见稿）》	2018年	商务部	到2020年，全国大部分省市零售药店分类分级管理制度基本建立；到2025年，在全国范围内统一的零售药店分类分级管理法规政策体系基本建立。明确主要任务有：确定分类类别，根据现行法律法规，按照经营条件和合规状况将零售药店划分为三个类别。制定分级标准，

序号	行业政策名称	发文时间	发布机构	主要内容
				由低到高划分为A、AA、AAA三个等级
8	《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	2017年	国务院	培育大型现代药品流通骨干企业；推行药品购销“两票制”；落实药品分类采购政策，降低药品虚高价格；加强药品购销合同管理
9	《全国药品流通行业发展规划（2016-2020年）》	2016年	商务部	到2020年，药品流通行业发展基本适应全面建成小康社会的总体目标和人民群众不断增长的健康需求，形成统一开放、竞争有序、网络布局优化、组织化程度和流通效率较高、安全便利、群众受益的现代药品流通体系
10	《“十三五”深化医药卫生体制改革规划》	2016年	国务院	推动医药分开，采取综合措施切断医院和医务人员与药品、耗材间的利益链。医疗机构应按照药品通用名开具处方，并主动向患者提供，不得限制处方外流。探索医院门诊患者多渠道购药模式，患者可凭处方到零售药店购药。推动企业充分竞争和兼并重组，提高市场集中度，实现规模化、集约化和现代化经营。调整市场格局，使零售药店逐步成为向患者售药和提供药学服务的重要渠道
11	《人力资源社会保障部关于完善基本医疗保险定点医药机构协议管理的指导意见》	2015年	人力资源和社会保障部	2015年底前，各地要按照《国务院关于第一批取消62项中央指定地方实施行政审批事项的决定》（国发[2015]57号）文件要求，全面取消社会保险行政部门实施的“基本医疗保险定点医疗机构资格审查”和“基本医疗保险定点零售药店资格审查”，并完善基本医疗保险定点医药机构协议管理办法
12	《推进药品价格改革的意见》	2015年	国家发改委、卫计委等七部委	按照使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用的要求，逐步建立以市场为主导的药品价格形成机制，最大限度减少政府对药品价格的直接干预。除麻醉药品和第一类精神药品外，取消药品政府定价，完善药品采购机制，发挥医保控费作用，药品实际交易价格主要由市场竞争形成
13	《安徽省药品零售连锁企业许可现场验收标准和安徽省药品零售企业许可现场验收标准》	2015年	原安徽省食品药品监督管理局	申请开办药品零售连锁企业须在已具有10家（含10家）以上零售药店（也可通过10家以上具有独立法人资格的药店联合重组形式）的基础上申报。药品零售连锁企业及其门店应为同一法定代表人。药品零售连锁企业质量管理负责人、质量管理部门负责人应是执业药师，且不得在其他企业兼职。药品零售连锁企业应由总部、仓库（配送中

序号	行业政策名称	发文时间	发布机构	主要内容
				心）、门店组成，采取统一企业标识、统一质量控制、统一采购配送、统一人员管理、统一财务管理、统一网络计算机管理。门店不得自行采购药品

（2）两票制、一票制

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

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
1	《深化医药卫生体制改革 2016 年重点工作任务》	国办发[2016]26 号	国务院办公厅	综合医改试点省份要在全省范围内推行“两票制”（生产企业到流通企业开一次发票，流通企业到医疗机构开一次发票）	综合医改试点省份公立医院	2016.04.21
2	《在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见（试行）》	国医改办发[2016]4 号	国务院医改办	公立医疗机构药品采购中逐步推行“两票制”鼓励其他医疗机构药品采购中推行“两票制”争取到 2018 年在全国全面推开	公立医疗机构	2016.12.26
3	《国务院办公厅关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	国办发[2017]13 号	国务院办公厅	综合医改试点省（区、市）和公立医院改革试点城市要率先推行“两票制”，鼓励其他地区实行“两票制”，争取到 2018 年在全国推开	公立医院	2017.01.24
4	《安徽省公立医疗机构药品采购推行“两票制”实施意见》	皖食药监药化流[2016]37 号	安徽省食药监、卫计委等 6 部门	全省各级公立医疗机构药品采购中全面推行“两票制”；鼓励药品生产企业与公立医疗机构之间直接结算药品货款，药品生产企业与药品经营企业只结算配送费用；为保障基层药品供应，对部分偏远交通不便的乡（镇）医疗机构根据实际情况可增加一票。对不执行“两票制”的药品生产经营企业、公立医疗机构，纳入不良记录。	安徽省各级公立医疗机构	2016.9.29

目前“一票制”仍属于探索阶段，安徽省尚未出台“一票制”的执行细则。

“一票制”是指医疗机构与生产企业直接结算货款、生产企业自行或委托配送，药品生产企业到医疗机构只开一次发票。2020 年 3 月 5 日，中共中央国务院发布《关于深化医疗保障制度改革的意见》，其中提到“推进医保基金与医药企业直接结算”，一票制正式被提出。根据相关文件，鼓励实施一票制的相关省份为：福建、湖北、陕西、山西、天津、广东、山东（部分城市）等省份。目前各省政策为鼓励一票制，并未强制执行。

（3）带量采购

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

序号	政策名称	出台部门	主要政策内容	涉及主体	颁布日期
1	“4+7”城市药品集中采购文件	联合采购办公室	在北京、天津、上海、重庆和沈阳、大连、厦门、广州、深圳、成都、西安 11 个试点城市，公立医疗机构实施集中采购，通过约定采购量来实现药品降价	试点城市公立医疗机构	2018-11-5
2	国家组织药品集中采购和使用试点方案	国务院办公厅	在前述 11 个试点城市组织集中采购和使用，实现药价降低，减轻患者药费负担	试点城市公立医疗机构	2019-1-1
3	联盟地区药品集中采购文件	联合采购办公室	扩大药品集中采购政策至全国 25 个省份，要求医疗机构优先使用本省（区）集中采购中选品种，并确保完成约定采购量	联盟地区公立医疗机构、部分军队及社会办医疗机构	2019-9-1
4	关于国家组织药品集中采购和使用试点扩大区域范围的实施意见	国家医疗保障局、财政部和卫生委等九部门	在全国范围内推广“4+7”试点集中带量采购模式	公立医疗机构、军队医疗机构和自愿参加的医保定点社会办医疗机构、医保定点零售药店	2019-9-25
5	关于做好当前药品价格管理工作的意见	国家医疗保障局	推进形成合理的药品差价比价关系，依法管理麻醉药品和第一类精神药品价格；建立健全药品价格常态	使用医保结算的机构	2019-11-26

序号	政策名称	出台部门	主要政策内容	涉及主体	颁布日期
			化监管机制，做好短缺药品保供稳价相关的价格招采工作		
6	2019 年安徽省省属公立医疗机构部分常用药品及第二批抗癌药集中带量采购谈判议价（试点）实施方案	安徽省医药集中采购服务中心	本次带量采购实施范围以省属公立医疗机构作为试点，逐步推广至全省县级以上人民政府、国有企业（含国有控股企业）等举办的非营利性医疗机构（以下统称公立医疗机构）。	公立医疗机构	2019-12-24
7	安徽省公立医疗机构临床常用药品集中带量采购谈判议价实施方案	安徽省医疗保障局	进一步完善未过评药品集中带量采购谈判议价机制，推动药品集中带量采购工作常态化、规范化	公立医疗机构	2020-7-17

（4）药品零加成

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

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

（5）“药店分级管理”

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

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
1	《零售药店经营服务规范》	-	商务部	零售药店实行分级管理，用 A 级表示，由高到低分为：AAA 级、AA 级、A 级。	零售药店	2012.12
2	《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	国办发[2017]13 号	国务院办公厅	推进零售药店分级分类管理，提升零售连锁率。	零售药店	2017.02
3	《关于印发深化医药卫生体制改革 2018 年下半年重点工作任务的通知》	国办发[2018]83 号	国务院办公厅	要求由商务部、国家卫健委、国家医保局以及国家药监局负责制定零售药店分级分类管理的指导性文件。	零售药店	2018.08
4	《关于<全国零售药店分类分级管理指导意见（征求意见稿）>公开征求意见的通知》	-	国家商务部市场秩序司	将零售药店由低到高分为一类、二类、三类三个等级，并在此基础上，对二、三类药店由低到高划分为 A、AA、AAA 三个等级，并对上述各类别零售药店需满足的条件以及可经营药品类型作出相应规定。	零售药店	2018.11

（6）“处方外流与医药分开”

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

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
1	《关于印发“十三五”深化医药卫生体制改革规划的通知》	国发〔2016〕78 号	国务院	推动医药分开，采取综合措施切断医院和医务人员与药品、耗材间的利益链。医疗机构应按照药品通用名开具处方，并主动向患者提供，不得限制处方外流。探索医院门诊患者多渠道购药模式，患者可凭处方到零售药店购药。	医疗机构、零售药店	2016.12
2	《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》	国办发〔2017〕13 号	国务院办公厅	进一步破除以药补医机制，推进医药分开。医疗机构应按药品通用名开具处方，并主动向患者提供处方。门诊患者可以自主选择在医疗机构或零售药店购药，医疗机构不得限制门诊患者凭处方到零售药店购药。具备条件的可探索将门诊药房从医疗机构剥离。	医疗机构、零售药店	2017.01

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
3	《关于建立完善国家医保谈判药品“双通道”管理机制的指导意见》	医保发〔2021〕28号	医保局、国家卫生健康委	明确临床价值高、患者急需、替代性不高的国家医保谈判药品药品可通过定点零售药店和定点医疗机构双渠道供应，患者可自行选择药物购买渠道。	定点医疗机构、定点零售药店	2021.04
4	《关于印发长期处方管理规范（试行）的通知》	国卫办医发〔2021〕17号	国家卫生健康委办公厅 国家医保局办公室	医师开具长期处方后，患者可以自主选择在医疗机构或者社会零售药店进行调剂取药。各地医保部门应当提高经办服务能力，方便各医疗机构、零售药店刷卡结算，为参保人提供长期处方医保报销咨询服务。加强智能监控、智能审核，确保药品合理使用。	医疗机构、零售药店	2021.08

（7）“互联网+药品流通”

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

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

序号	政策名称	文号	出台部门	主要政策内容	涉及主体	实施日期
4	《关于推进新冠肺炎疫情防控期间开展“互联网+”医保服务的指导意见》	-	国家医保局、国家卫生健康委	将符合条件的“互联网+”医疗服务费用纳入医保支付范围，参保人员凭定点医疗机构在线开具的处方，可以在本医疗机构或定点零售药店配药。探索推进定点零售药店配药直接结算。	定点零售药店	2020.02

（8）“医保控费”

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

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

序号	政策名称	发文机关	发布日期	政策的具体内容	涉及零售药店的内容
1	关于开展基本医疗保险付费总额控制的意见	人力资源社会保障部、财政部、卫生部	2012.11.14	深化医疗保险付费方式改革，结合基本医疗保险基金预算管理的全面施行，开展基本医疗保险付费总额控制	统筹地区要以基本医疗保险年度基金预算为基础，在扣除参保单位和个人一次性预缴保费、统筹区域外就医、离休人员就医和定点零售药店支出等费用，确定医疗保险基金向统筹区域内定点医疗机构支付的年度总额控制目标。
2	关于控制公立医院医疗费用不合理增长的若干意见	国家卫生计生委等5部门	2015.10.27	坚持总量控制、结构调整，控制医疗费用总量增长速度，合理调整医疗服务价格，降低药品和耗材费用占比，优化公立医院收支结构	—
3	关于尽快确定医疗费用增长幅度的通知	国家卫生和计划生育委员会、国家中医药管理局	2016.06.15	根据不同地区医疗费用水平、不同类别医院功能定位、医疗服务需求增长等因素，立足实际，认真分析，科学测算，确定本地区年度医疗费用增长幅度	—
4	关于进一步深化基本医疗保险支付方式改革的指导意见	国务院办公厅	2017.06.20	加强医保基金预算管理，全面推行以按病种付费为主的多元复合式医保支付方式，国家选择部分地区开展按疾病诊断相关分组（DRGs）付费试点，鼓励各地完善按人头、按床日等多种付费方式	鼓励定点零售药店做好慢性病用药供应保障，患者可凭处方自由选择在医疗机构或到医疗机构外购药
5	关于国家组织药品集中采购和使用试点扩大区域范围的实施意见	国家医保局、财政部、国家卫生健康委、国家中医药局	2019.05.21	健全DRG付费的信息系统；制定用于医保支付的DRG分组；统一DRG医保信息采集；完善医保支付政策和经办管理流程；加强对医保定点医疗机构的管理，进一步完善医保总额预算管理制度	医保定点零售药店参与此次采购的，可允许其在中选价格基础上适当加价，超出支付标准的部分由患者自付，支付标准以下

序号	政策名称	发文机关	发布日期	政策的具体内容	涉及零售药店的内容
					部分由医保按规定报销
6	深化医药卫生体制改革 2019 年重点工作任务	国务院办公厅	2019.05.23	加快推进医保支付方式改革，开展按疾病诊断相关分组付费试点，继续推进按病种为主的多元复合式医保支付方式改革	—
7	关于印发深化医药卫生体制改革 2020 年下半年重点工作任务的通知	国务院办公厅	2020.07.16	推进医保支付方式改革。推进按疾病诊断相关分组付费国家试点和按病种付费	—
8	关于印发区域点数法总额预算和按病种分值付费试点工作方案的通知	国家医保局	2020.10.14	将统筹地区医保总额预算与点数法相结合，实现住院以按病种分值付费为主的多元复合支付方式	—
9	关于推动药品集中带量采购工作常态化制度化开展的意见	国务院办公厅	2021.1.22	做好中选价格与医保支付标准协同。对医保目录内的集中带量采购药品，以中选价格为基准确定医保支付标准。对同通用名下的原研药、参比制剂、通过一致性评价的仿制药，实行同一医保支付标准。对未通过一致性评价的仿制药，医保支付标准不得高于同通用名下已通过一致性评价的药品。	所有公立医疗机构（含军队医疗机构）均应参加药品集中带量采购，医保定点社会办医疗机构和定点药店按照定点协议管理的要求参照执行。
10	安徽省关于推动药品集中带量采购工作常态化制度化开展的实施意见	省医疗保障局、省经济和信息化厅、省财政厅、省商务厅、省卫生健康委员会、省市场监督管理局、省药品监督管理局	2021.6.30	各统筹地区医保经办机构在年度医保基金清算时，对合规使用中选药品造成定点医疗机构医疗费用合理超支部分，医保基金可予以适度分担，在制定定点医疗机构年度住院付费总额控制方案时，对上一年度带量采购使用量，按一定比例增加预算额。对医疗机构采购周期内未按照合同约定完成中选药品采购量的，相应扣减其结余留用资金及下一年度医保费用额度。	医保定点社会办医疗机构等按照协议管理的要求参照执行。
11	关于建立完善国家医保谈判药品“双通道”管理机制的指导意见	国家医保局、国家卫健委	2021.4.22	将定点零售药店纳入谈判药品供应保障范围，与定点医疗机构一起，形成谈判药品报销的“双通道”，努力提升药品可及性。对纳入“双通道”管理的药品，在定点医疗机构和定点零售药店施行统一的支付政策。对使用周期较长、疗程费用较高的谈判药品，可探索建立单独的药品保障机制。各地医保部门将根据基金承受能力、住院补偿水平等情况，确定适宜的保障水平。	见左

（9）“重点监测药品目录”

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

的《通知》并在省医疗机构报送的前 20 位重点监控药品目录基础上，形成《安徽省第一批重点监控合理用药药品目录（化药及生物制品）》。

4、相关行业法律法规对发行人经营发展的影响

我国政府部门为了促进并规范医药流通行业的发展，先后制定了一系列产业政策。相关政策的出台，为发行人经营的健康、持续发展提供了有利环境。

（1）两票制

两票制政策针对公立医院，发行人代理业务客户主要为连锁药店，零售业务的客户面向个人消费者，终端集采业务面向单体店和小型连锁药店。

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

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

（2）带量采购

①代理业务

报告期内，发行人代理产品 500 余种，仅一款上海信谊天平药业生产的盐酸氨溴索胶囊（30mg*30 片）于 2020 年 8 月被纳入带量采购范畴，该产品报告期内形成的收入分别为 167.57 万元、141.80 万元和 128.98 万元，占全部代理业务收入的比例为 0.38%、0.27%和 0.22%，该产品报告期内形成的毛利分别为 75.93 万元、60.78 万元和 45.69 万元，占全部代理业务毛利的比例为 0.47%、0.31%和 0.20%，对发行人代理业务的影响较小。

单位：万元

品名	厂家	中标规格	中标时间	2021 年		2020 年		2019 年	
				收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
盐酸氨溴索胶囊	上海信谊天平	30mg*30 粒	2020-8	128.98	45.69	141.80	60.78	167.57	75.93

②零售业务、终端集采业务

从短期来看，零售业务与终端集采业务采购、销售的产品品规约万种、重叠相似度高。经统计，报告期内，零售业务中涉及带量采购的品种对应的收入分别为 380.03 万元、353.27 万元和 1,498.25 万元，占全部零售业务收入的比例为 0.37%、0.27%和 0.96%；对应的零售毛利分别为 19.57 万元、44.38 万元和 281.69 万元，占全部零售业务毛利的比例为 0.05%、0.10%和 0.54%；终端集采业务中涉及带量采购的品种对应的收入分别为 2.88 万元、13.21 万元和 117.22 万元，对应的终端集采毛利分别为 0 元、0.03 万元和 2.65 万元，对短期内零售、终端集采业务的影响较小。

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

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

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

（3）药品零加成

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

（4）药店分级管理

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

务产生积极有利影响。

（5）处方外流与医药分开

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

（6）互联网+药品流通

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

公司已于 2014 年成立电子商务中心，先后入驻“天猫”、“京东”等平台开展 B2C 业务，并打通线上线下渠道，依托线下门店布局，快速响应消费者的需求，实现 O2O 业务多渠道全覆盖。报告期内，发行人 B2C 电商业务实现收入 5,257.75 万元、10,359.05 万元和 21,256.60 万元，各期同比增幅分别为 97.02%和 105.20%；发行人 O2O 业务形成收入 2,202.96 万元、4,718.18 万元和 7,838.61 万元，各期同比增幅分别为 114.18%和 66.14%。

未来，公司将持续夯实现有电商基础，打通线上线下平台，挖掘营销渠道深度，探索远程问诊、远程开方等业务，增加公司盈利增长点。综上，“互联网

+药品流通”作为一种新兴的业务模式推动了公司的持续发展，对公司未来业务规划起到积极影响。

（7）医保控费政策

目前，国家已出台多项政策、采取多种形式推动“医保控费”改革，但从改革方向上看，仍主要针对医疗机构，对药品零售企业的影响较小。同时，“医保控费”改革将从根本上改变了医疗机构的收入和成本关系，药品、医用耗材等都转变为医疗成本，占用医保费用结余和医疗服务收费空间，将加快推动处方外流和医药分家、使得医院品种流向零售端。现阶段，安徽省零售药店对“双通道”药品费用单列预算，不纳入医疗机构医保基金预算总额，不受医保控费政策的影响。因此该政策短期内不会对公司业务产生重大不利影响。

（8）重点监测药品目录

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

报告期内，发行人销售“重点监测药品目录”列示药品的销售收入情况如下：

单位：万元

序号	药品通用名	2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	奥拉西坦	18.39	15.50	11.7
2	骨肽	2.62	2.83	2.65
3	小牛血去蛋白提取物	19.14	14.21	8.13
4	依达拉奉右莰醇注射用浓溶液	20.21	-	-
小计		**60.35**	**32.54**	**22.48**
发行人营业收入		**233,870.22**	**193,091.04**	**152,236.29**
重点监测药品销售收入占比		**0.03%**	**0.02%**	**0.01%**

销售上述药品对发行人业绩贡献情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
上述药品营业收入	60.35	32.54	22.48
上述药品营业成本	54.85	25.46	18.01
上述药品营业毛利	5.50	7.08	4.47
发行人营业毛利	81,544.51	70,015.40	57,666.12
重点监测药品毛利占比	0.007%	0.010%	0.008%

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

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

（三）行业发展概况

1、医药行业发展概况

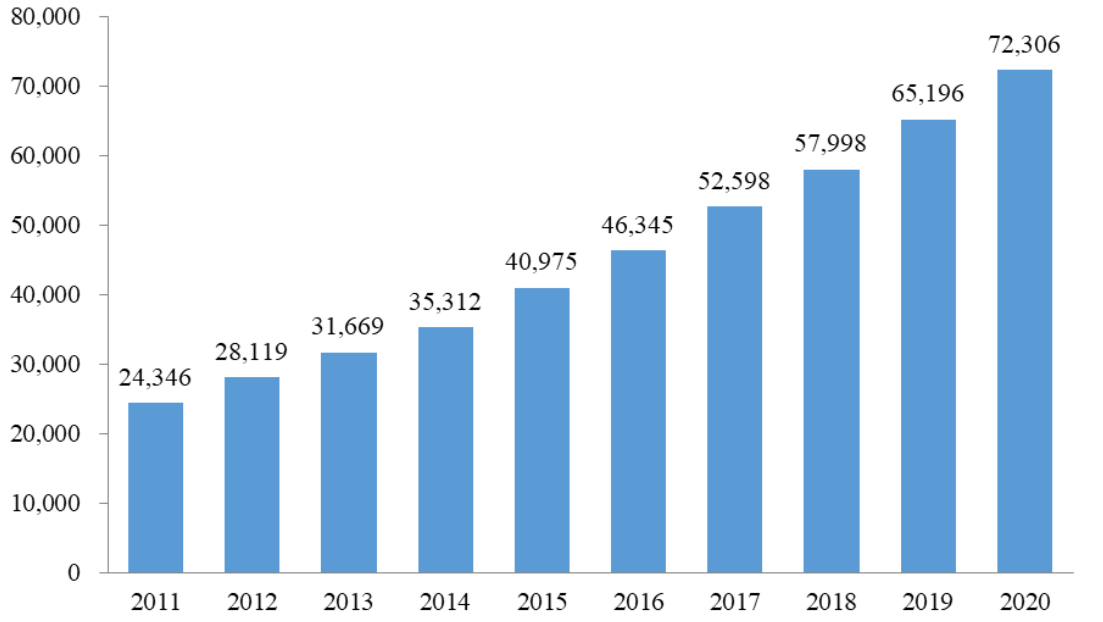
全球经济的发展、人口总量的增长和社会老龄化程度的提高，使得市场对药品需求与日俱增，全球药品市场保持持续较快增长。根据 IQVIA 发布的《The Global Use of Medicines 2022: Outlook to 2026》，2010 年至 2021 年期间，全球药品支出稳定增长，2021 年，基于发票价格的全球药品支出大约为 1.4 万亿美元。预计 2022-2026 年期间，全球药品市场将以 3%~6%的年复合增长率增长，到 2026 年全球药品支出预计将达到近 1.8 万亿美元（包括新冠肺炎疫苗支出）。其中，新兴医药市场未来 5 年药品支出年复合增长率为 5%-8%，略高于发达国家或地区市场的 2%-5%。到 2026 年，在全球主要发达国家或地区市场，新产品带来的支出增长将达到 1,960 亿美元（过去 5 年这一数字为 1,610 亿美元），增幅超过 20%。2021 年，中国药品支出达 1,690 亿美元，相比 2011 年的 680 亿美元，增长超 1,000 亿美元。受创新药上市数量和用量增加驱动，未来 5 年中国药品支出预计将以 3.8%的年复合增长率增长，5 年支出累计增加 350 亿美元，预计到 2026 年将达到 2,050 亿美元。

作为全球医药市场的重要组成部分，我国医药行业凭借不断增长的经济实

力以及逐渐完善的医疗体系，已成为全球医药消费大国。同时，我国社会医疗卫生费用支出的增加促进了全国医药行业发展。根据国家统计局数据显示，2011 年至 2020 年，我国卫生总费用已从 2.43 万亿元增长到 7.23 万亿元，保持了较高的增长水平。

图：2011-2020 年中国卫生总费用

单位：亿元



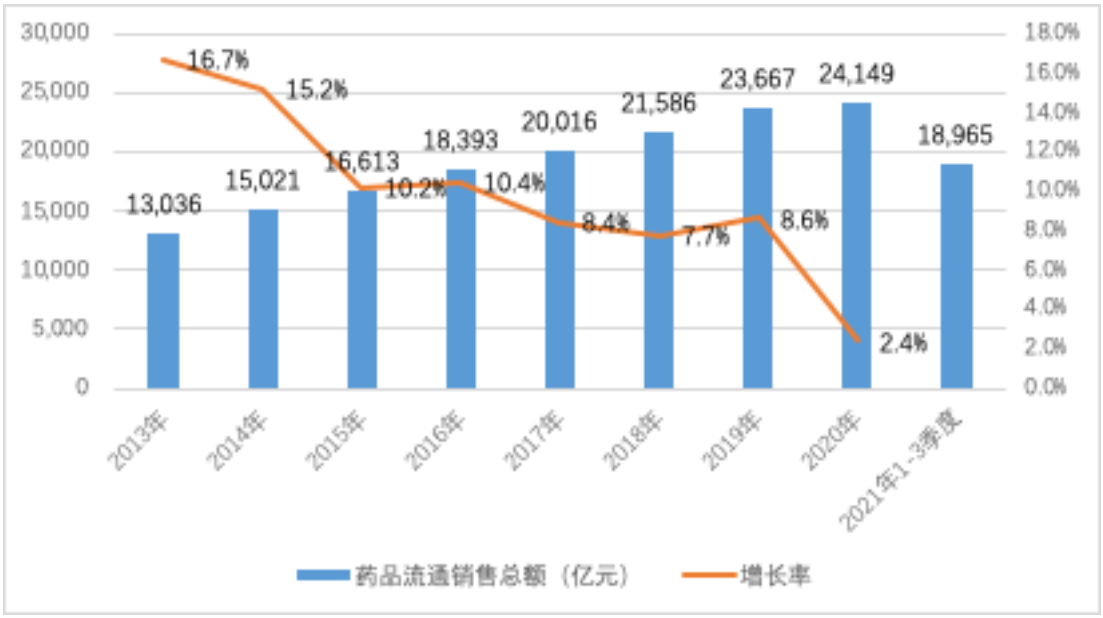
资料来源：国家统计局

2、医药流通行业发展概况

（1）医药流通市场保持稳定增长

近年来，随着我国经济增长，人们生活水平不断提高，全社会医药健康服务需求不断增长，医药消费端诉求推动医药流通端的市场扩容，为我国医药流通行业的发展奠定了市场基础。同时，国家按照现代化思路对医药流通行业的经营格局进行了深层次的变革，使得我国医药流通行业更加趋于成熟，为我国医药流通企业建立了良好的生长环境。根据商务部统计，2020 年，我国药品流通销售总额达 24,149 亿元，扣除不可比因素后相较 2019 年增长 2.40%；2021 年 1-3 季度全国七大类医药商品销售总额 18,965 亿元（含税），扣除不可比因素同比增长 10.60%，增速同比加快 10.91%，我国医药流通市场保持稳定增长。

图：2013-2020 年及 2021 年 1-3 季度我国药品流通行业销售规模



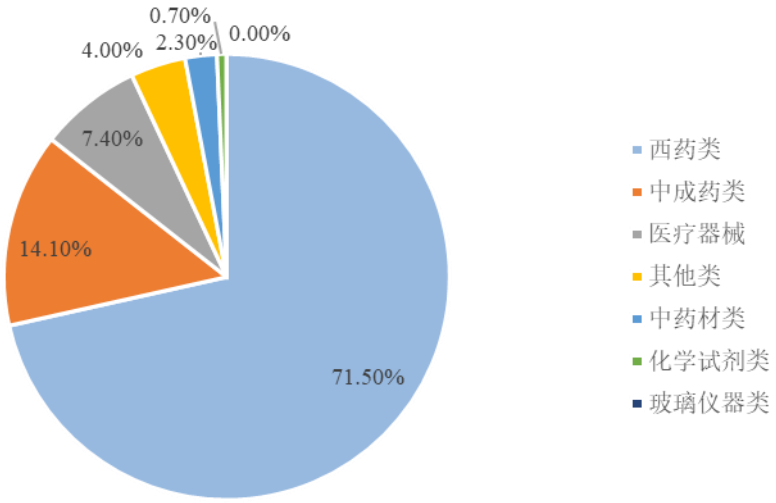
资料来源：《药品流通行业运行统计分析报告（2013-2020 年）》、商务部

近年来，我国 65 岁以上人口数量及占总人口比例持续上升。根据国家统计局数据，中国 65 岁以上人口由 2015 年的 1.44 亿人增长至 2021 年的 2.01 亿人，复合年增长率为 5.72%。2021 年 65 岁以上人口占总人口的比例为 14.2%，2021 年与 2020 年相比增加 992 万人，老龄化程度进一步加深。由于我国人口出生率仍保持在较低水平，未来人口结构中老年人所占比例将继续升高。老年人对于药品及保健用品的需求量较大，同时老年人口的增加以及工薪阶层群体受生活节奏、工作环境等因素的影响，我国慢性病患者的数量将呈上升趋势，医药流通行业需求将进一步增加。

（2）医药流通产品以西药为主

从产品结构来看，医药流通相关产品主要分为西药、中成药、医疗器材、中药材、化学试剂、玻璃仪器及其他七大类，其中西药类还包括化学药品制剂、化学原料药及其制剂、放射性药品、血清疫苗、血液制品和诊断药品等，医药流通相关药品种类繁多，但我国医药流通中相关产品主要以西药为主。根据商务部统计，2020 年我国西药类产品销售额占医药流通行业销售总额的 71.50%，在行业中占据主导地位。

图：2020 年我国医药流通行业产品结构



资料来源：《药品流通行业运行统计分析报告（2020 年）》

（3）经济发达地区仍为医药流通行业主要市场

从区域结构来看，经济发达地区仍为我国医药流通行业主要市场。根据《药品流通行业运行统计分析报告（2020 年）》，我国三大经济区药品销售额占全国销售总额的比重分别为：京津冀经济区 12.8%，长江三角洲经济区 26.5%，珠江三角洲经济区 10.8%，合计占全国销售总额的 49.9%。医药流通行业市场与当地经济发展规模呈正相关关系。2020 年销售额居前十位的省（区、市）依次为广东、北京、上海、江苏、浙江、山东、河南、安徽、四川及湖北。

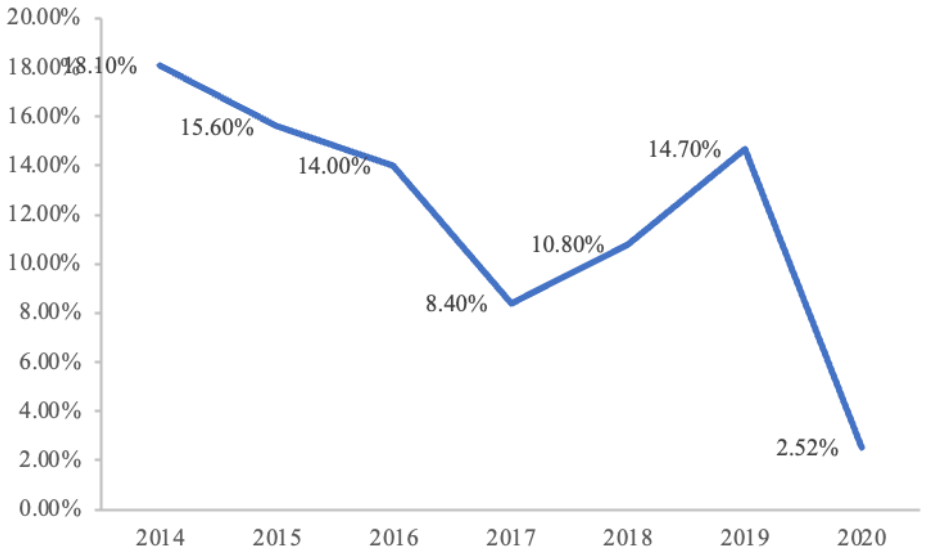
3、医药批发行业发展概况

（1）行业销售增速重新进入上升通道

近几年，随着一系列医药改革政策的陆续推行，我国医药批发行业规范化程度逐步提高，但同时也加大了行业的竞争压力。如“两票制”政策减少了医药批发流通层数，压缩了中间环节的利润空间，医药流通结构趋于扁平化；“医保控费”、取消“药占比限制”以及《4+7 城市药品集中采购文件》所涉及的“带量采购”等相关政策推动药品招标价格和用量持续下降。上述改革均在不同程度上造成了我国医药批发企业销售增速放缓。2014-2017 年期间，我国前百位药品批发企业主营业务收入增速已由 18.10%持续下降至 8.40%。

而随着对上述改革影响的逐步消化与业态结构调整，行业渠道逐步下沉，医药批发企业的零售端销售及服务收入的提升弥补了调拨收入的下降。我国大中型医药批发企业顺势借助政策改革契机，深入调整战略规划，通过内生转型和外延并购，实现整体运营质量与效益双提升。2018 年，行业前百位医药批发企业主营业务收入增速重新回升至 10%以上，我国医药批发行业销售增速已重新进入上升通道，2019 年增速上升至 14.70%。2020 年受疫情影响，行业前百位医药批发企业主营业务收入增速为 2.52%。

图：2014-2020 年我国前百位药品批发企业主营业务收入增速

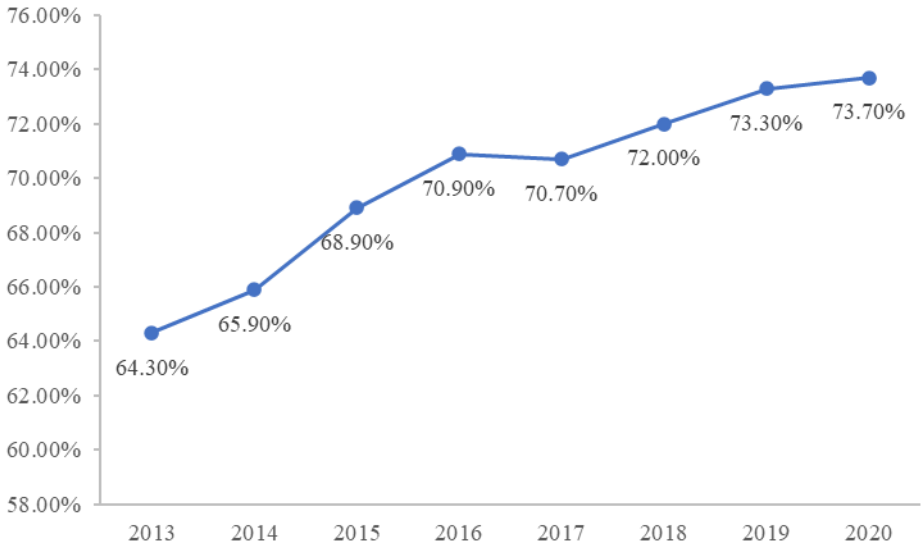


资料来源：《药品流通行业运行统计分析报告（2014-2020 年）》

（2）行业集中度逐年稳固提升

随着近几年我国医药流通市场结构、渠道布局及供应链关系的改变，减少了流通环节的层级，促进企业提升整体运营质量，行业规模效应逐渐凸显，全国性和区域性龙头企业收入增长普遍高于行业平均增速，行业集中度进一步提升。根据商务部统计，我国前百位药品批发企业主营业务收入占同期市场总规模的比重自 2013 年的 64.30%提高至 2020 年的 73.70%，行业集中度逐年稳固提升。

图：2013-2020 年主营业务收入前百药品批发企业市场份额



资料来源：《药品流通行业运行统计分析报告（2013-2020 年）》

（3）代理业务模式发展成熟

医药代理是医药产业专业化、精细化发展下的产物，本质上是通过营销组织架构的优化、执行力的提升，以及专业人才和技术的引进，充分发掘医药产品市场潜力，其核心竞争力在于专业推广优势以及成本优势。尤其是对众多初创型的中小医药生产厂商，其产品市场知名度较低，推广运营周期较长，代理方式能够以更短的市场开发时间，促进产品的销售增长，以占据更大的市场份额。因此，医药代理企业已成为医药生产厂商进行产品市场推广与销售时的重要选择。

（4）终端集采细分领域前景广阔

单体药店或小型连锁药店作为医药零售行业的重要组成部分，在一级城市较少，主要集中于二三级城市及以下地区，总体呈正三角形分布。单体药店或小型连锁药店由于体量小，与上游供应商的议价能力不足，往往采购成本较高、利润空间较低，甚至存在一些医药品种无法购进情况。终端集采业务主要是为提升该类药店市场竞争力的需求，提供一站式配送等服务，助力该类药店提升运营能力。

虽然近年来我国零售药店连锁化率逐步攀升，大中型医药零售连锁药店兼并重组步伐加快，但单体药店及小型连锁药店仍占较大比例。根据国家药品监

督管理局统计，截至 2021 年 6 月末，我国仅单体药店数量已达 24.94 万家，如若加上小型连锁药店总体数量较为庞大。该类药店通常已在当地建立彼此信任的熟人圈，长期的慢性病顾客是其稳定的客户源，具有一定的经营成本优势。同时，在医院处方外流的大趋势下，位于医院附近的单体药店及小型连锁药店能够承接部分外流处方产生的业务增量。因此，医药批发行业下的终端集采细分领域具有较为广阔的市场前景。

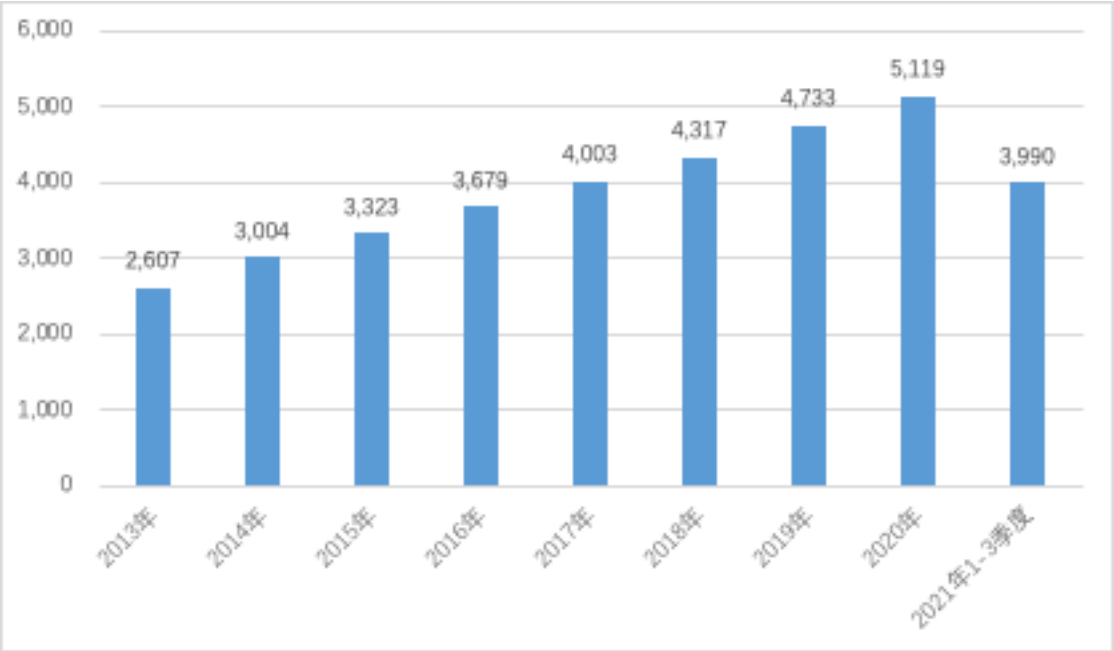
4、医药零售行业发展概况

（1）行业市场规模持续扩大

医药零售行业在满足群众用药需求和社区慢病管理等方面一直发挥着重要作用。随着我国居民消费水平提高、人口老龄化加深、新一轮医药改革等因素的推动下，我国医药市场持续扩容与消费端需求日益提升，进而带动医药零售行业的较快发展。根据商务部统计，2013-2020 年，我国医药零售市场销售额已从 2,607 亿元提高至 5,119 亿元，增幅达 96.35%。2021 年前三季度药品零售市场销售额 3,990 亿元，同比增长 8.33%，行业市场规模持续扩大。

图：2013-2020 年及 2021 年 1-3 季度中国医药零售市场销售额

单位：亿元



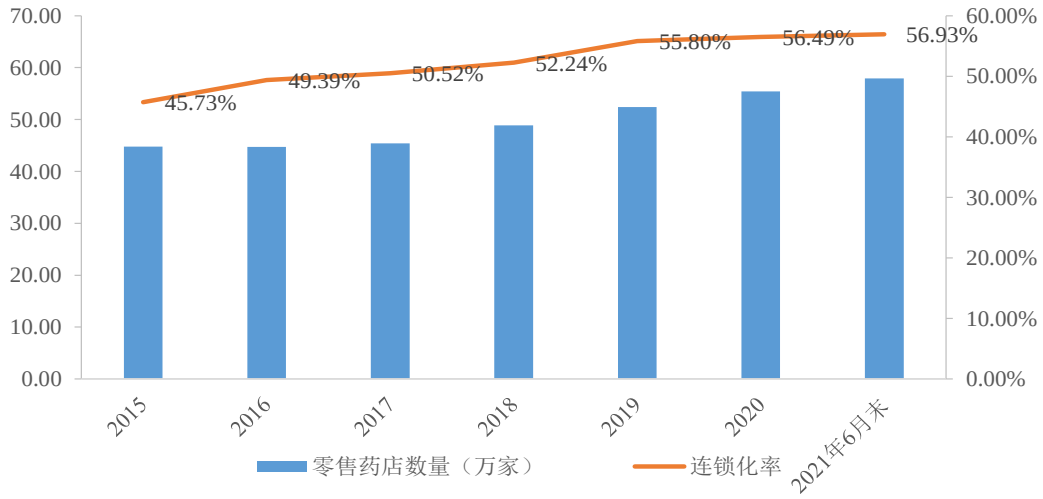
资料来源：《药品流通行业运行统计分析报告（2013-2020 年）》、商务部

（2）药店连锁化率逐年攀升但仍有待提高

零售药店的竞争能力与企业规模密切相关，随着新医改的推行及监管政策的日益严格，单体药店或小型连锁药店的设施投入、人力及租金成本上升，经营压力日益增加。而大型零售药店连锁企业依托完善的采购、物流、销售体系，有利于降低政府监管成本和企业经营成本，形成较强的规模优势和品牌影响力，竞争优势较为明显。

受益于我国医药行业近几年成熟度与规范度的不断提升，我国零售药店数量呈显著上升趋势的同时，全国性和区域性药品零售连锁企业的药店连锁率（零售连锁企业下辖门店数占全国零售门店总数的比例）亦稳步提升，进而有利于提高我国医药零售市场集中度和企业市场信誉度，降低政府的监管成本和企业的经营成本。根据国家药品监督管理总局统计，2017 年，我国零售药店连锁化率超过 50%，连锁药店数量首次超过单体药店数量。而截至 2021 年 6 月末，全国药品零售连锁企业已达 6,619 家、下辖门店 32.96 万家，零售单体药店 24.94 万家，零售药店门店总数达到 57.90 万家，连锁化率达 56.93%。

图：2015-2021 年 6 月末我国医药零售门店数量分布及连锁率变化情况



资料来源：《药品流通行业运行统计分析报告（2015-2021 年第二季度）》

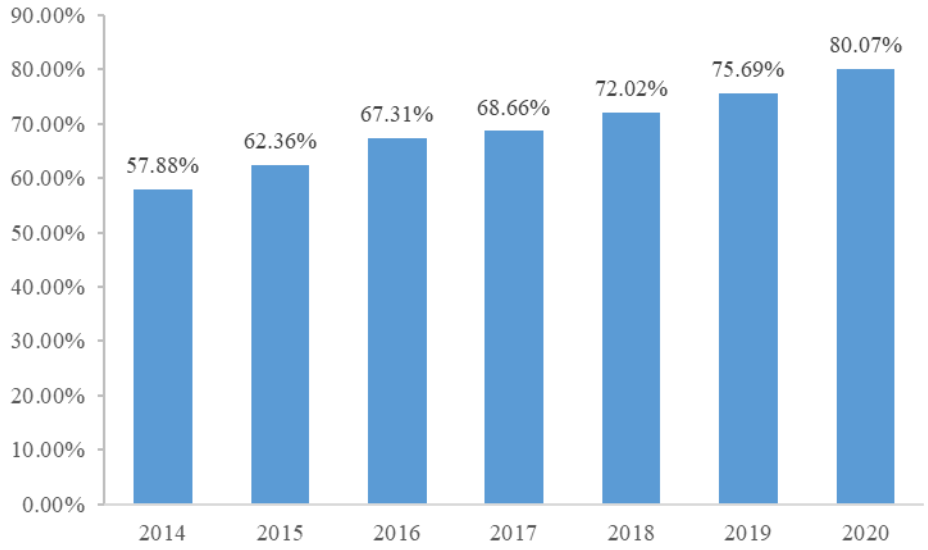
尽管近年来我国零售药店连锁化率已有较大幅度的提升，与发达国家相比，我国医药零售行业的连锁化率仍处于较低水平，行业整合与药店连锁化仍有待提高。同时，从地区分布来看，我国各省药店连锁率差异较大。根据《药品监督管理统计报告（2021 年第二季度）》，截至 2021 年 6 月末，上海地区零售药店连锁率属全国首位，高达 91.90%，与排名最低的省份差距率约 2 倍。其

中，安徽省零售药店连锁率仅为 54.97%，未来仍有较大提升空间。

（3）医保定点药店率稳固提高

医保定点零售药店是我国医保体系下的产物，系通过劳动保障行政部门资格审定，并经医疗保险经办机构确定，为参保人员提供处方外配和非处方药零售服务的药店。具有定点资格的药店一般具有稳定的客户流，因此医保定点药店资格是医药零售行业重要的竞争资源。尽管不同区域医保定点政策具有颇多差异，但从全国整体情况来看，合格即予准入的协议制成为趋势，医保定点药店的数量及占比持续提高。根据中国药店统计数据显示，2014-2020 年我国医保定点药店率已从 57.88%提高至 80.07%。

图：2014-2020 年医保定点药店率



资料来源：《中国药店价值榜“双百强”发展报告（2019-2021 年度）》

（4）行业兼并重组进程加快

我国医药零售行业竞争日趋激烈，而在充分竞争的市场环境下，规模效益是企业可持续发展的基础，完善的营销网络及采购渠道能够有效降低运营成本，提升经营效率。《全国药品流通行业发展规划（2016-2020 年）》提出目标：到 2020 年，药品零售百强企业年销售额占药品零售市场总额 40%以上，药品零售连锁率达 50%以上。

同时，随着我国医药零售行业一系列改革政策的落地与市场环境的逐步规范，行业市场前景日益看好，大量社会资本进入并助力行业兼并重组进程不断

加快。其中，大型零售连锁药店凭借其营销网络规模的优势，在行业整合中扮演主导者的角色，逐步呈现“单体-中小连锁-大连锁”的发展趋势。

（四）行业发展趋势

1、医药批发行业发展趋势

（1）行业规模将继续保持增长趋势

在我国居民收入水平不断提升、国家卫生投入逐年加大以及人口老龄化程度继续凸显的背景下，消费者健康意识不断增强，对医疗保健有较高需求的消费群体与日俱增，居民可支配收入中投入到医疗保健方面的占比将越来越大，进而带动医药批发行业的发展。同时，自 2018 年我国医药批发行业销售增速重新回到上升通道，并借助医药相关改革政策的全面推行以及市场消化调整完毕，预计在未来期间，我国医药批发行业规模仍将保持增长趋势。

（2）行业规范化与集中度将进一步提升

未来，受政策驱动下行业中间流通环节减少、渠道扁平化结构凸显的影响，医药批发行业竞争将愈加激烈，全国性与区域龙头性医药批发企业对同行业并购整合趋势更加显著，规模小、渠道单一、资金实力不足的中小型批发企业逐步退出市场，而配送能力强、覆盖范围广的大型批发企业将通过内生式发展和外延式收购，竞争优势得到进一步提升，行业集中度因此进一步提升。

（3）传统分销商逐步向供应链服务商转型

目前，医药批发企业的利润仍主要源于商品流通进销差价及品牌推广相关的增值服务，随着我国医药改革的逐步实施，医药批发行业正向扁平化结构调整，促使行业内企业渠道下沉，行业利润空间被逐步压缩。我国医药批发企业为保证持续经营能力，需要逐渐打破传统的盈利模式，探索新的利润增长点。近年来，行业内已有部分企业尝试通过打通供应链上下游渠道，逐步建立以优化供应链服务为核心的新型商业模式，例如向上游医药生产与研发企业提供临床试验、专业物流及市场咨询服务，向下游医药零售端提供一站式配送、药学交流、药品信息追溯等服务，逐步实现医药产业链各环节的无缝衔接。

未来，随着行业规范化与集中化程度的进一步提升，我国大型医药批发企

业的综合实力逐步增强，通过向上下游渗透，将从传统的药品分销商向高质量、全方位的医疗供应链服务商转型，为全产业链提供专业化及标准化服务，创造新的利润增长点与价值。

（4）终端集采迎来重大机遇期

我国地域广阔、人口众多，客观要求各种规模、类型的零售药店并存。大型连锁药店依托完善的采购、物流、销售体系，借助规模效应降低经营成本，行业中竞争优势较为明显。对比之下，单体药店及小型药店由于自身规模体量较小、运营规范度较低、品牌影响力较弱，与上游供应商议价能力不足，其在产业链中处于劣势地位，面对行业与日俱增的竞争压力，单体药店及小型连锁药店的市场空间愈加狭小。

但是，单体药店及小型连锁药店在满足一些城乡交界处、城镇乡村等地的群众用药需求方面具有不可替代的作用，对大型连锁药店经营网络的覆盖面做了充分的“补位”。虽然近年来我国医药零售连锁率逐年攀升，但单体药店与小型连锁药店仍占很大比例，属市场重要群体。

为了满足单体药店及小型连锁药店的业务需求，面向单体药店与小型连锁药店的一站式终端集采业务将逐步兴起，我国终端集采细分领域将迎来重大机遇期。

2、医药零售行业发展趋势

（1）医药零售市场逐步向零售药店倾斜

医药零售市场终端主要包括医疗机构和零售药店，在我国医疗卫生体系的发展历程中，医院作为提供医疗服务的场所，服务收费相对较低，主要的收入来源为药品销售，逐步形成了以“药”养“医”的局面。而由于长期受到医疗机构处方来源的限制，我国零售药店的市场规模一直处于绝对劣势地位，零售药店销售比重远低于欧美、日本等医药体系较为成熟的发达国家。

针对上述问题，我国近年来陆续出台了“处方外流”、“电子处方流转”等一系列政策，推动医药销售的主阵地从医院、门诊等医疗机构逐渐转向零售药店，而未来医疗机构的主要盈利来源将从医药销售向医疗服务转变，医药零售市场终端占比将面临调整，零售药店市场地位逐渐突显，其未来市场发展空间

巨大。

（2）专业化服务需求推动药店转型

零售药店的专业化服务水平是药店提升服务质量、增加消费者粘性、提升品牌差异化竞争优势以及专业化形象的重要手段。近年来，我国医药零售药店专业化服务需求已愈加凸显。一方面，随着零售药店同质化竞争的日趋激烈以及消费者健康意识不断增强，传统药店的服务范围与深度已限制其未来可持续发展水平，因此零售药店正逐步从以商品销售为中心向以消费者专业化服务为中心转型，以寻求新的利润增长点。另一方面，我国人口众多，人均医疗资源相对较低，并受分级诊疗政策快速落地、各级医院医疗费用不断提高等因素影响，我国消费者就医习惯已发生改变。在出现常见轻微病症等情况时，居民通常选择就近药店自行购药，零售药店的专业化服务能力因此显得尤为重要。

受上述原因影响，专业化服务需求将推动药店转型升级。在政策、科技与市场的合力影响下，随着零售药店行业对专业化医疗服务的深度探索，DTP 专业药房、慢病管理药房、“药店+诊所”、中医馆等专业特色药房将不断涌现，以满足日益增长的专业化服务需求。

（3）逐步打造“互联网+医疗健康”新兴生态模式

近年来，国务院颁布多项支持医药产业与互联网融合的相关政策，拟逐步打造“互联网+医疗健康”的新兴生态模式。2018 年颁布《关于促进“互联网+医疗健康”发展的意见》，明确将推动互联网与医疗健康（涵盖医疗、医药、医保）服务融合；2019 年颁布《深化医药卫生体制改革 2019 年重点工作任务》，将组织开展“互联网+医疗健康”省级示范区建设，继续推进全民健康信息国家平台和省统筹区域平台建设。

网络信息化技术的发展为医药零售领域与互联网领域的交叉结合并发挥协同效应创造了良好的技术环境。医药零售连锁企业将充分利用互联网平台信息化、数字化优势，全面整合医疗机构、网上药店、终端消费者等资源，探索开展互联网创新服务模式，提供线上远程审方、用药指导和物流配送以及为患者定制健康管理方案、医疗大数据查询等服务，完善药品供应保障和患者医疗服务体系。未来，将逐步形成以患者为中心、数据为纽带的开放共享的大健康生

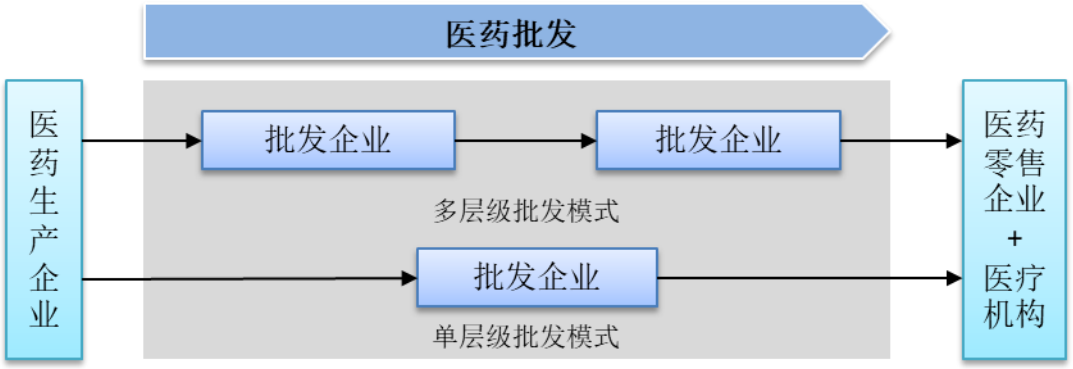
态圈，“互联网+医疗健康”模式将迎来重大机遇期。

（五）行业特有的经营与盈利模式

1、行业经营模式

（1）医药批发行业经营模式

根据药品从医药生产企业到医药零售终端中间流通环节涉及的批发企业层级数量，医药批发行业的经营模式主要分为单层级批发模式和多层级批发模式两种。具体如下：



①单层级批发模式

单层级批发模式是指药品由上游医药生产供应商供应产品至医药批发企业，然后由医药批发企业供应至各级门店或医疗机构等终端。其特点是对终端的掌控能力强，毛利率要高于多层级批发模式。但单层级批发模式下，医药批发企业要直接面对分散的终端客户，对服务的要求较高，尤其在非招标市场中，客户的分散性与多样性对批发配送能力和服务质量要求更高，因此该种模式的进入壁垒较高。发行人的医药代理业务，系直接与上游药品生产厂商开展合作，取得其部分产品的代理权，主要向下游医药零售企业进行推广和销售，因此属于单层级批发模式。

②多层级批发模式

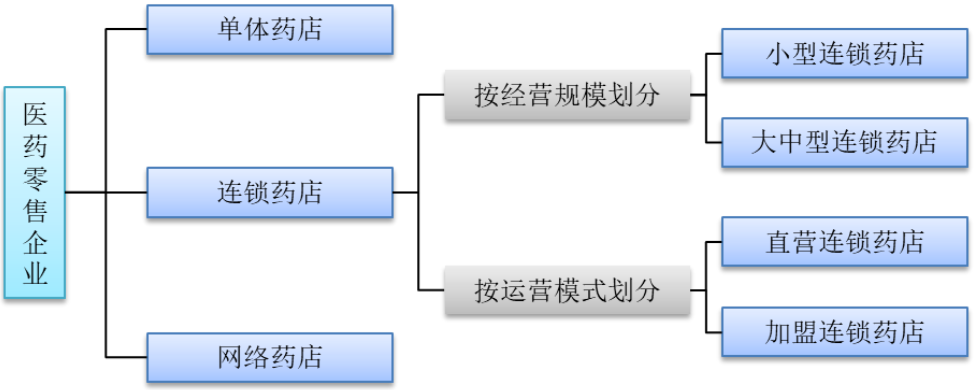
多层级批发模式是指医药批发端内由两层甚至多层批发企业组成，由上一层批发企业将产品逐层销售给下一层批发企业，而不直接销往零售终端客户的商业模式。发行人终端集采业务主要客户为单体药店、小型连锁药店等零售终端，下游群体与代理业务相同，均属于医药零售终端，但终端集采业务为保证

客户全品类产品需求，其上游供应商主要为全国范围内的医药批发企业，因此属于多层级批发模式。

批发企业不具有药品器械的批文及生产能力，为提高销售与推广效率，行业内部分企业通过贴牌许可上游工业企业使用自身商标进行生产，壮大批发企业的品牌影响力。批发企业与被许可人关于商标使用责任、权利一般通过授权协议等方式进行约定。贴牌许可是医药代理行业的普遍现象。

（2）医药零售行业经营模式

我国医药零售行业主要分为医疗终端和零售药店两个市场。医药零售药店分为单体药店、连锁药店及网络药店三种经营模式。其中，连锁药店根据经营规模的大小可分为小型连锁药店和大中型连锁药店，根据运营模式的不同可分为直营连锁药店和加盟连锁药店。具体如下：



①单体药店模式

单体药店模式是指由个人、企业或组织独立拥有并经营的单个药店，独立地进行采购、销售和管理，具有自主调节商品价格、服务内容、利润结构并及时应对市场竞争的特点，是构成我国零售药店行业的重要组成部分。

②连锁药店模式

连锁药店模式是指经营同类药品、使用统一商号的若干个门店，在同一总部的管理下，采取统一采购配送、统一质量标准、采购和销售分离、实行规模化管理经营的组织形式。连锁药店模式凭借统一管理、高效的运营效率等优势，已成为目前零售药店行业运用数量最多的经营模式。其中，连锁药店模式又可根据经营规模的大小与运营模式的不同进一步细分不同模式。

按经营规模划分可分为小型连锁药店和大中型连锁药店两种模式，具体如下：

A.小型连锁药店模式

小型连锁药店，其门店数量一般在 10-20 家，呈现出较强的区域性特征，在经营管理上往往以一家核心门店为中心，并在发展过程中逐步向周边区域渗透。小型连锁药店一般由单体药店发展而来，也是大中型连锁药店的雏形，在发展阶段上属于连锁企业发展初期，组织形式上易于管理，管理人员对各个门店具有较强的控制力。

B.大中型连锁药店模式

大中型连锁药店的门店数量需在 20 家（含）以上，整体规模较大，门店分布较为广泛，并且有着一定的消费者群体作为基础，在行业中已形成了一定的品牌竞争力，树立了良好的市场口碑。在组织管理上采取统一管理的模式，门店与门店之间能够发挥良好的协同效应，运营效率高，能够获得规模经济带来的成本下降的优势。同时，其可复制化的门店经营模式，也有助于规模的进一步扩张，但同时也面临着较大的资金需求与管理半径较大的压力。

按运营模式划分可分为直营连锁药店和加盟连锁药店两种模式，具体如下：

A.直营连锁药店模式

直营连锁经营的门店均是由总部全资或者控股设立，在资源上能够获得总部的直接支持，因其业绩与总部经营效益息息相关，故门店与总部的联系较为紧密。在日常经营活动中，一般采取集中管理、分散销售的模式，网络化的门店布局更加有利于其发挥规模效应。

B.加盟连锁药店模式

加盟连锁经营又被称为特许连锁经营，被特许者通过与特许者签订特许经营合同获得特许者的商标、产品和专利甚至经营模式等，在合同框架内按照特定的业务模式从事业务，并向特许者支付特定的费用。

③网上药店模式

网上药店模式是通过互联网进行网上药品交易的电子商务模式，是现代医药电子商务发展的产物。网上药店以互联网为载体，以线下门店为基础，打通线上线下渠道，丰富消费者购药途径。随着电商平台的兴起，越来越多的零售药店开始探索“O2O”的销售模式，消费者网上下订单，线下门店根据订单配送，极大化地满足消费者的需求并提升消费体验。

④不同模式对比情况

A.直营药店模式与加盟药店模式对比

项目	直营药店模式	加盟药店模式
管理模式	总部统一采购并运营，有利于总部集中管理与药品质量管控	独立采购并运营，不利于总部管理，可能存在采购药品质量风险
资产权属	总部可设定营业款资金归集制度，有利于门店资金快速回笼至总部	营业款资金一般归集为门店资产
营业款归集	资产均属于总部	资产一般独立于门店
会员消费与管理	会员可在不同门店之间跨店消费，积分规则由总部统一制定	一般各门店之间会员彼此独立，不得跨店消费，积分规则独立设定

B.线上模式与线下模式对比

项目	线下模式	线上模式
投入成本	成本相对较高	成本相对较低
商品直观感受	客户可直接看到实物，直观感受较好	客户直观感受较差
处方药销售	符合条件的门店可以销售	处方药网售政策尚处于征求意见稿阶段
消费便捷性	相对较低	相对较高

C.连锁药店模式与单体药店模式对比

项目	连锁药店模式	单体药店模式
管理模式	总部集中管理，统一采购，分散销售	自主调节商品价格、服务内容、利润结构，独立采购和销售
规模效应	平均采购单价与物流成本较低，具有规模效应	平均采购单价与物流成本较高，不具有规模效应
规范程度	较高	普遍较低
药品种类	较多	较少
质量管控	较高，一般具有质量管控体系与部门	较低

2、行业盈利模式

医药流通行业的盈利模式主要包括商品购销差价和上游供应商的增值服务

费。

商品购销差价是医药流通企业主要的盈利模式，购销差价由产品采购价格、采购返利、销售价格共同决定。其中上游返利通常以票面折扣（以下简称“票折”）的形式体现，直接降低医药流通企业采购成本与营业成本，是行业内惯用的激励机制。医药流通企业的盈利能力取决于其对上下游的议价能力。

此外，随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大品牌销售、提升自身盈利能力，药品供应商在市场销售过程中需要医药流通企业的营销配合，药品供应商通过向具备市场影响力及销售规模的医药流通企业支付服务费，换取陈列推广、广告宣传等方面营销服务支持。

（六）行业的周期性、区域性或季节性特征

1、周期性

医药产品属于社会居民日常刚性需求品，宏观经济水平的波动对药品销量影响不大。因此，医药流通行业周期性并不明显。

2、区域性

一般来说，医药消费水平及医药健康观念与经济发展水平呈正相关关系，根据《药品流通行业运行统计分析报告》（2020），2020 年经济较为发达的京津冀、长三角和珠三角三大经济地区医药销售额占比合计达 49.9%，医药流通行业区域性较为明显。

3、季节性

季节交替、温差变化较为剧烈时，特定产品需求会出现一定幅度的增长。因此，医药流通行业存在一定的季节性。

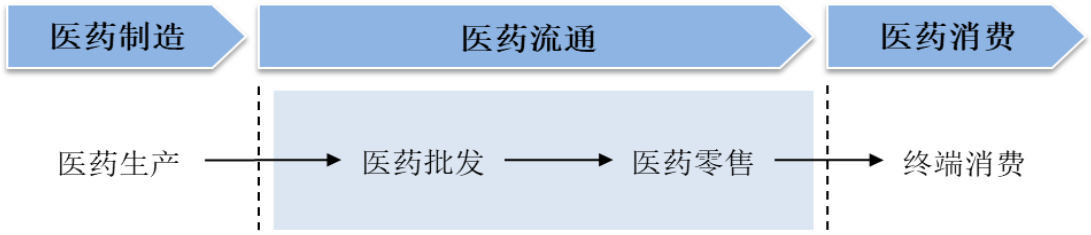
（七）行业上下游及对本行业的影响

1、医药流通行业产业结构

我国医药产业链主要分为医药制造、医药流通和医药消费三个环节。其中，医药流通是连接上游医药生产企业和下游终端消费者的重要环节。医药流通行业又可分为医药批发与医药零售两个细分行业，而医药零售市场则主要由

医疗机构和零售药店构成。

图：医药流通行业产业链



2、上游行业对本行业影响

我国医药生产企业数量众多，其行业内流通药品种类繁多。根据《药品监督管理统计年度报告（2021 年第二季度）》数据显示，截至 2021 年 6 月末，全国有效期内药品生产企业许可证 7,234 个（含中药饮片、医用气体等），对应的药品批文数量更加众多。单个医药制造企业难以满足下游医药零售行业对药品品种齐全度的需求。除发行人外，代理业务客户必定与同行业其他公司进行合作，以满足其丰富的品类要求。

经过多年发展，我国医药连锁企业的采购渠道已经非常成熟，产生了数量众多的医药流通企业。零售药店的供应商大致可分为三类：

（1）以国药控股、九州通等的全国性医药商业企业及其区域子公司，以及所在省内区域领先的批发企业，掌握了大量的工业渠道及品种资源，专业从事药品批发、分销、配送业务。这些批发企业成为零售药店的最主要采购渠道。

（2）以发行人、一品红、易明医药、百洋医药、药易购等公司为代表的从事代理或品牌运营的企业，从上游生产企业处取得了部分产品或品规的销售权，拥有部分产品或品规的独家代理权，营销服务下沉至零售终端，进行连锁直供销售。这些代理企业成为零售药店采购渠道的重要补充。

（3）一些规模较大的医药连锁企业，通过其在当地较强的品牌影响力和产品消化能力，也可以直接与部分生产厂商合作，而不通过分销企业、代理企业。虽然这种厂商直采的金额较小，但有利于提高零售药店采购议价能力和产品掌控力，享受一定的厂家价格体系优惠。

此外，医药制造市场同种类仿制药品较多，企业间竞争激烈，医药制造行业基本处于充分竞争状态。上游竞争充分的格局有利于医药流通企业在众多供

应商中进行充分比价、择优采购，降低对上游供应商的依赖度。同时，在我国人口结构老龄化、城镇化、人均收入水平提高等因素的影响下，居民对于用药需求在量与质上均提高，医药制造行业因此将迎来上升机遇，从而带动下游医药流通行业的发展。

3、下游行业对本行业影响

医药批发行业的下游是医药零售行业，而医药零售行业面向的是广大终端消费者，其对药品、医疗器械、保健食品等产品及服务的多样化、专业化需求是整个医药流通行业持续优化商品结构、创新管理和服务的驱动力。随着我国经济的发展、居民消费水平的提高与健康意识的增强，我国医药流通行业将保持稳固增长。

（八）发行人在行业中的竞争情况

1、行业竞争格局

医药批发方面，我国医药批发行业集中度正逐年提高。根据《2020 年药品流通行业运行统计分析报告》，截至 2020 年末，全国共有药品批发企业 1.31 万家，主营业务前 100 位的药品批发企业市场份额为 73.70%。医药批发行业内领先企业主要包括以国药控股股份有限公司、华润医药商业集团有限公司、上海医药集团股份有限公司、九州通医药集团股份有限公司等为代表的全国性企业集团。

医药零售方面，我国零售药店企业数量众多，行业集中度处于较低水平，市场竞争激烈。根据《药品监督管理统计报告（2021 年第二季度）》，截至 2021 年 6 月底，全国共有零售连锁企业门店 32.96 万家，单体零售药店 24.94 万家，合计零售药店门店总数达到 57.90 万家。同时，2020 年销售额前 100 位的药品零售企业销售总额 1,806 亿元，占零售市场总额的 35.30%，行业集中度较低。从区域性来看，受各地政策影响以及物流配送的限制，除少数全国范围内的大型零售药店企业外，零售药店企业绝大多数仍以区域性经营为主，其中部分企业在各区域内通过规模效应处于竞争优势地位，例如山东漱玉平民、云南健之佳、发行人等。此外，部分城市出台了对新设零售药店在距离、面积等方面的限制性规定，加强了区域内零售药店行业的监管约束，从而有利于传统优势企

业巩固市场地位。

2、行业主要竞争对手

公司及医药流通行业的主要竞争对手情况如下：

序号	公司名称	成立时间	基本概况	总部位置	主要竞争领域	主要市场	2021年营业收入	2020年市场占有率
1	一品红（300723.SZ）	2002年2月	一品红主要从事医药研发、生产，同时兼营部分医药代理业务。	广东省广州市	医药代理业务	华南、华东等地区	公司2021年实现营业收入21.99亿元，其中医药代理业务1.85亿元	0.07%
2	易明医药（002826.SZ）	2007年12月	易明医药主要从事医药研发、生产，同时兼营部分医药代理业务。	西藏自治区拉萨市	医药代理业务	西南、华东、东北、华北和西北	公司2021年实现营业收入7.25亿元，其中代理业务4.28亿元	0.02%
3	百洋医药（301015.SZ）	2005年3月	百洋医药主要从事医药批发及销售推广业务，同时兼营部分医药零售业务。	山东省青岛市	医药代理、终端集采及零售业务	华南、华东、华北、西南、西北、东北	公司2021年实现营业收入70.52亿元，其中批发配送业务37.06亿元，品牌运营业务29.05亿元，零售业务4.19亿元	0.24%
4	老百姓（603883.SH）	2005年12月	老百姓主要从事医药零售业务，同时兼营医药制造（主要为中成药及中药饮片制造）与少量医药批发业务。截至2021年12月31日，老百姓构建了覆盖全国20个省，共计8,352家门店的营销网络，其中直营门店6,129家、加盟门店2,223家。	湖南省长沙市	医药终端集采及零售业务	湖南、湖北、江西、河南、广东、广西、北京、天津、上海、山东陕西、安徽、甘肃等省及直辖市	公司2021年实现营业收入156.96亿元，其中医药零售收入137.91亿元，加盟、联盟及分销收入17.85亿元	0.58%
5	一心堂（002727.SZ）	2000年11月	一心堂主要从事医药零售业务，同时兼营少量医药批发业务。截至2021年末，	云南省昆明	医药终端集采及零售业务	云南、广西、贵州、四川、	公司2021年实现营业收入145.87亿	0.52%

序号	公司名称	成立时间	基本概况	总部位置	主要竞争领域	主要市场	2021年营业收入	2020年市场占有率
			一心堂拥有门店8,560家。			山西、重庆、上海、天津、海南、河南等省及直辖市	元，其中零售收入123.51亿元	
6	益丰药房（603939.SH）	2008年6月	益丰药房主要从事医药零售业务，并兼营少量医药批发业务。截至2021年末，益丰药房拥有门店7,809家。	湖南省长沙	医药代理、医药终端集采及零售业务	湖南、湖北、上海、江苏、江西、浙江、广东、河北、北京等省及直辖市	公司2021年实现营业收入153.26亿元，其中批发收入7.20亿元，零售收入140.87亿元	0.54%
7	大参林（603233.SH）	1999年2月	大参林主要从事医药零售业务，并兼营少量医药批发业务。截至2021年末，公司拥有门店8,193家，包含加盟店935家。	广东省广州市	医药代理、医药终端集采及零售业务	广东、广西、河南、河北、江西、福建、江苏、浙江、陕西、黑龙江等省份	公司2021年实现营业收入167.59亿元，其中零售收入152.85亿元，批发收入10.07亿元	0.60%
8	健之佳（605266.SH）	2004年9月	健之佳主要从事药品、保健食品、个人护理品、家庭健康用品、便利食品、日用消耗品等健康产品的连锁零售业务，并提供相关专业服务。截至2021年底，健之佳拥有2,740家直营社区专业便利药房、3家直营中医诊所、3家直营社区诊所、1家直营体检中心、297家直营便利店。	云南省昆明市	医药零售业务	云南	公司2021年实现营业收入52.35亿元	0.16%
9	漱玉平民（301017.SZ）	1999年1月	漱玉平民主营业务为医药零售连锁业务，同时兼营部分医药批发业务。截至2021年末，漱玉平民拥有门店数量2,592家。	山东省济南市	医药代理、医药终端集采及零售业务	山东	公司2021年实现营业收入53.22亿元，其中零售收入47.53亿元	0.19%

序号	公司名称	成立时间	基本概况	总部位置	主要竞争领域	主要市场	2021年营业收入	2020年市场占有率
10	达嘉维康（301126.SZ）	2002年10月	达嘉维康主要从事药品、生物制品、医疗器械等产品的分销及零售业务。截至2021年12月31日，公司开设直营门店总数达121家，形成了以长沙市为中心，覆盖湖南全省14个地市州及绝大部分县域的专业药房布局。	湖南省长沙市	分销及零售	湖南	公司2021实现营业收入25.92亿元，其中零售收入6.91亿元	0.10%
11	药易购（300937.SZ）	2007年4月	药易购以药品代理分销为主，业务涵盖医药电商、医药连锁、医药咨询、医药物流等领域。	四川省成都市	医药代理、医药终端集采业务	四川，河南	公司2021年实现营业收入34.01亿元	0.12%
12	发行人	2001年6月	公司主要从事医药**零售、代理**及终端集采三大块业务。截至2021年底，公司共拥有各类线下门店880家。	安徽省合肥市	医药批发、零售和终端集采业务	安徽、辽宁、湖南、云南、江苏等省份	公司2021年实现营业收入233,870.22万元，其中包含服务收入在内，代理业务总收入59,075.35万元，零售业务总收入162,118.06万元，终端集采业务12,554.91万元	0.08%

注：上表中同行业可比公司基本情况主要来源于历年年度报告或招股说明书、Wind资讯，市场占有率根据企业年度营业收入/2020年度我国药品流通销售总额计算得出，其中由《药品流通行业运行统计分析报告（2013-2020年）》披露，我国2020年度药品流通销售总额为24,149亿元。

3、公司在行业市场地位

我国医药流通企业整体众多，并且大部分企业的主营业务以批发及零售其中之一为主，同时经营并形成一定规模的企业较少。发行人持续专注于医药流通行业，系行业内为数不多的医药**零售、代理**、终端集采等流通领域全覆盖的企业，具备同时直接面向上游医药制造产业及下游终端消费者的经营能力。经过多年发展，发行人经营规模不断扩大，公司品牌影响力和企业知名度不断提高。

在医药零售业务方面，截至报告期末，发行人门店已覆盖安徽省、江苏省十余个地市，合计拥有 880 家直营连锁门店，其中省内门店数量 850 家，已经成为安徽省最大的零售药店连锁企业。安徽省医药零售市场大、门店数量多，但较为分散。

首先，根据《药品监督管理统计报告（2021 年第二季度）》显示，截至 2021 年 6 月底，全省共有各类型零售门店数量为 20,817 家，其中连锁门店 11,443 家，剩余 9,374 家门店为单体药店、法人多店等。从整体来看，安徽省医药零售连锁化率为 54.97%，落后于全国平均值 56.93%。

其次，根据企查查公开数据、上市公司在安徽省内布局以及权威行业研究机构《21 世纪药店》等多种渠道查询，发行人、滁州华巨百姓缘、安徽丰原大药房、安徽百姓缘、安徽华佗国药大药房等 5 家企业是安徽省领先的医药连锁企业，各家门店数量大多在 500-1,000 家之间。截至查询日（2021 年 9 月 30 日），上述前五大省内连锁企业门店数量合计为 2,769 家，约占全省 11,443 家连锁门店的 25%。

相比而言，云南作为医药大省，省内最大的两家连锁企业（一心堂和健之佳）均为 A 股上市公司，两者省内门店数量合计超过 6,300 家，超过云南全省连锁门店数量的 50%；再如：广东省直营门店数量超过 1,000 家的连锁企业主要有三家（大参林、海王星辰、东莞国药集团），三者省内门店数量合计超过 6,200 家，占广东省连锁门店的比例接近 30%。

安徽省连锁药店的竞争格局仍较为分散，与山东省较为相似。山东作为人

口大省，2021 年 6 月末省内连锁门店数量高达 32,446 家，几乎是安徽省 11,443 家的 3 倍。目前，山东省排名第一的连锁企业为漱玉平民（最新直营力全国排名 11，来自 21 世纪药店报，下同），拥有门店 1,851 家（为保持可比，此处为 2020 年度数据，摘自招股说明书），省内排名 2-3 名的分别为山东立健药业（直营力全国排名 14）和山东燕喜堂（直营力全国排名 24），门店数量分别为 1,560 家和 787 家（2020 年度数据，摘自 21 世纪药店报数据）。

截至 2021 年末，公司拥有 880 家直营连锁门店，主要集中在安徽省内，安徽省内门店 850 家，占全省全部零售药店数量的比例为 4.08%、占全省连锁门店数量的比例为 7.43%。这一比例与山东的漱玉平民接近，低于云南的一心堂、广东的大参林以及湖南的老百姓。

单位：家

项目	云南省	广东省	湖南省	山东省	安徽省
各省综合实力排名第一的企业	一心堂	大参林	老百姓	漱玉平民	发行人
综合实力排名第一企业省内直营门店数量	4,939	5,156	1,879	2,552	850
各省连锁门店数量	11,678	22,520	15,475	32,446	11,443
综合实力排名第一的企业门店数量占比	42.29%	22.90%	12.14%	7.87%	7.43%

注 1：一心堂、漱玉平民直营门店数量来源于定期报告或招股说明书；大参林未直接披露广东省数量，采用其公开披露的华南地区数量；老百姓未披露湖南省直营门店数量，采用其公开披露的华中地区数量；

注 2：各省连锁门店数量来源于国家药监局发布的《药品监督管理统计报告（2021 年第二季度）》，截至本招股说明书签署日，国家药监局尚未公布全年数据。

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

2018 至 2021 年，公司连续荣登《21 世纪药店》评选的中国连锁药店百强系列榜单的“中国连锁药店综合实力百强企业”和“中国连锁药店直营力百强企业”，其中，2020-2021 年度“中国连锁药店综合实力百强企业”排名为第 24 位（2018-2019 年度、2019-2020 年度排名分别为第 39 位、第 29 位）、“中

国连锁药店直营力百强企业”排名为第 25 位（2018-2019 年度、2019-2020 年度排名分别为第 37 位、第 27 位），排名逐年提升。

4、行业技术水平及特点

（1）医药品牌筛选与推广技术

医药代理业务具有较高的品牌筛选与推广门槛。首先，代理企业需要对国内外市场上已上市以及即将上市的医药产品进行系统研究，包括产品的治疗领域、使用方法、疗效、安全性等系列问题，否则难以全面了解代理药品的属性及优势；其次，医药代理厂商需要具备专业的销售推广技能，能够结合产品的医学属性，分析相关产品的市场需求，市场地位，从而进行品牌定位并制定相应的推广策略。

（2）医药物流相关技术

现代化医药物流是医药零售与终端集采业务的关键环节。自动分拣、冷链物流等专业技术的使用，加快了传统仓储、配送设施的改造升级，有效增强企业快速反应能力，降低物流配送成本。同时，信息技术是现代化医药物流水平提高的重要手段，企业通过积极采用先进信息技术与现代科技手段，例如物流管理系统（WMS）、ERP 系统、客户管理系统（CRM）和电子商务系统，实现信息流、物流、商流的集中控制管理，促进医药流通企业优化流程、及时服务、提高运营效率。

5、行业利润水平

对医药流通行业，行业竞争较为充分，利润水平基本平稳。医药批发及零售企业由于产品结构和发展战略的侧重不同，营业收入的规模和盈利水平存在一定差异，整体来看医药零售业务以及承担销售职责的代理批发业务毛利率水平高于配送批发业务。

6、公司竞争优势与劣势

（1）竞争优势

①“一体两翼”、均衡发展、相互协同的多业务架构与模式

发行人系行业内为数不多的集医药**零售、代理**及终端集采等流通领域全覆盖的企业，具备同时直接面向上游医药制造产业及下游终端消费者的经营能力。报告期各年度，发行人**零售业务与代理业务**的营业收入结构与毛利构成基本维持在 **70%：30%**左右的均衡比例。

同时，发行人**零售、代理**和终端集采业务相互之间彼此协同，属于行业中相对特有的业务创新，是践行《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》“商贸流通业态与模式创新”的具体表现，是有别于其他可比公司的最大特点和优势。

②零售业务已经形成区域领先的既有优势

公司起步于安徽省合肥市，一直坚持深耕省内市场，现阶段门店数量全省第一，已经形成了省内领先的既有优势。本次公开发行募集资金主要投向安徽省内，省内计划开店 518 家，进一步巩固发行人省内排名优势。

③代理业务多品规、贴牌的业务亮点

公司医药代理业务自 2008 年起步，专注连锁直供，坚持“多品规”路线，对单品依赖度较低。公司持续优化产品结构，围绕知名品牌产品或市场独家产品，形成了特色鲜明的代理品类，实现了差异化竞争。另外，通过贴牌与非贴牌两种模式，提高了与上游供应商的合作灵活性。

④终端集采业务属于行业创新

在 2019 年 10 月发行人首次开展终端集采业务之前，从上市公司公开披露信息来看，同行业公司未大规模开展此类业务。终端集采业务是发行人的创新尝试，报告期内发展良好，业务规模增长较快。

（2）竞争劣势

①批发业务的规模偏小

公司终端集采业务刚刚起步，代理业务虽然在品规选择上已形成一定的特色，但从营业收入来看，公司与国内大型批发企业相比，规模仍然偏小。未来，公司将加大与药厂的合作深度，增加代理商品种类；加大营销力度，拓展

新客户的同时深挖已有客户对新产品的需求；积极向单体药店或小型连锁药店推介全品类一站式配送的商业模式，在终端集采领域着重发力。

②零售业务的区域广度不足

公司零售业务立足安徽市场，报告期各期末，发行人零售业务门店数量分别为 607 家、771 家和 880 家，其中分布在安徽省内的门店数量分别为 607 家、762 家和 850 家，门店数量占比分别为 100%、98.83%和 96.59%。同时报告期内，发行人零售业务主营收入分别为 103,354.66 万元、129,222.19 万元和 155,924.07 万元，安徽地区形成的零售业务主营收入分别为 103,354.66 万元、129,194.19 万元和 154,007.09 万元，占零售业务收入比重分别为 100%、99.98%和 98.77%。截至本招股说明书签署日，旗下所有门店绝大部分在省内，具有明显的区域性特征。2020 年下半年起，公司在江苏省南京市、河南省郑州市着手零售网络布局，未来，公司继续择机加大临近省市拓展力度。

③仓储物流能力有待提高

近年来随着公司业务规模的扩大，药品销量以及门店数量也逐年攀升，对公司的仓储能力以及物流配送能力提出了更高的要求。公司原有的仓储空间、物流配送管理体系也遇到了一定的瓶颈，在一定程度上也增加了公司的运营成本。公司将择机建设物流基地，提高物流作业效率和精准度，进而降低运营成本，为公司业务快速发展提供支持。

④资金实力与资产规模亟待增强

目前，公司正处于快速发展时期。为了满足公司规模扩张带来的资金需求，公司需要不断加大营销网络延伸与物流仓储配送升级的投入，引进优秀人才队伍，这些都依赖于大量资金的支持。同时，随着近年来医药零售行业兼并重组步伐加快，行业集中度逐步提高。公司迎来了重要发展机遇，对外扩张活跃。为了满足公司规模扩大带来的资金需求，公司陆续引进华泰大健康、阿里健康、赛富投资等投资者，一定程度上补充了资金实力，但仍无法满足公司快速发展所需资金，融资渠道仍较单一。未来公司需要进一步拓宽融资渠道，增强资产规模，实现快速发展。

（九）行业壁垒

1、资质壁垒

医药产品是关系百姓健康安全的特殊商品，国家对医药行业实施严格的监管措施，在行业准入、生产经营等方面制定了一系列法律法规，并要求通过多项资质认证。因此，取得相关经营资质是进入医药流通行业的首要壁垒。

2019 年《药品管理法》第五十一条规定：从事药品批发活动，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。从事药品零售活动，应当经所在地县级以上地方人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。无药品经营许可证的，不得经营药品。药品经营许可证应当标明有效期和经营范围，到期重新审查发证。第五十三条规定：从事药品经营活动，应当遵守药品经营质量管理规范，建立健全药品经营质量管理体系，保证药品经营全过程持续符合法定要求。《药品经营许可证管理办法》、《药品经营质量管理规范》等对医药流通企业在场地、设施以及专业技术人员配备等方面提出了严格的要求。此外，医保定点资格对零售药店的经营有极大的促进作用，而根据相关规定，一般药品零售企业在正常经营一段时间后才可提出医保定点零售药店资格申请，通过评估、审核后方可获得医保定点资格。

2、资金壁垒

医药流通行业属于资金密集型行业。医药批发与零售行业下游所需求的药品规格均繁多，为了提高企业的运营效率与盈利能力，大型医药流通企业通常需要进行集约化管理，建立完善的采购体系、现代化的物流仓储及相应的设备、人员，对于资金需求较高。对医药零售连锁企业，近年来相关政策修订对新建门店的软硬件设施提出了更高的要求，门店的新设、装修、人员配备、药品备货等需投入大量资金。因此，较高的资金门槛是进入医药流通行业的主要壁垒之一。

3、规模壁垒

医药流通行业作为服务性行业，上游商品的稳定供给直接影响企业的可持

续发展。医药流通企业只有与供应商保持长期稳定的合作关系，才能获得商品的稳定供应，新进入的企业成立之初采购规模有限，难以在短时间内与供应商建立稳定的合作关系。同时，医药批发与零售企业的主要盈利来源是商品购销差价，因此与上游供应商的议价能力是影响盈利能力的因素之一。规模实力较强的企业往往拥有较强的采购议价能力，这些企业通过发挥规模优势，能降低成本、提高盈利能力，从而提升市场竞争力。因此，医药流通行业具有一定的规模壁垒。

4、人才壁垒

医药产品不同于普通商品，其不仅品种规格较多，且受国家多种法律法规的约束，在采购、仓储、验收、运输、销售等环节均存在一系列强制性要求。因此，医药流通企业需要配备大量具备专业技术资格的医药专业人员、经验丰富的管理人员、拥有实战经验的市场人员和具备现代化物流理念的供应链人员，目前行业内相关专业人才特别是复合型人才有限，对新进入的企业形成一定的人才壁垒。

5、品牌壁垒

医药流通企业的成功通常是通过积累和不懈努力形成下游消费者认可的品牌形象，从而形成客户吸引力。由于企业品牌培养需要长时间的持续投入和沉淀，新进入企业很难在短时间内树立品牌优势并获得客户的认可。同时，医药商品关系到消费者用药安全及生命健康，消费具有较强的惯性，品牌美誉度高的企业更容易拥有稳定客户源，从而形成持续发展的稳固根基，对新进入企业形成一定品牌壁垒。

（十）行业发展的有利因素与不利因素

1、有利因素

（1）产业政策持续支持

近年来，我国陆续出台相关产业政策，为医药流通行业提供了有利支持，推动行业持续健康发展。

2016 年，商务部发布《全国药品流通行业发展规划（2016-2020 年）》，提出“形成统一开放、竞争有序、网络布局优化、组织化程度和流通效率较高、安全便利、群众受益的现代药品流通体系”的总体目标，将“健全药品流通网络”、“提升行业开放水平”作为主要任务，鼓励“实行批零一体化、连锁化经营”、“支持药品流通企业与医疗机构、医保部门、电子商务企业合作开展医药电商服务”、“具备条件的零售药店承接医疗机构门诊药房服务和其他专业服务”等多项支持医药流通行业发展的政策。

2017 年，国务院办公厅发布《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》，明确提出“门诊患者可以自主选择在医疗机构或零售药店购药，医疗机构不得限制门诊患者凭处方到零售药店购药，具备条件的可探索将门诊药房从医疗机构剥离”，大力推进“医药分开”改革政策。

2018 年，商务部发布《全国零售药店分类分级管理指导意见（征求意见稿）》，明确到 2020 年全国大部分省市零售药店分类分级管理制度基本建立，到 2025 年在全国范围内统一的零售药店分类分级管理法规政策体系基本建立的总体目标。

2019 年，国务院发布《关于以药品集中采购和使用为突破口进一步深化医药卫生体制改革的若干政策措施》，提出构建全国药品公共采购市场和多方联动的采购格局，确保药品稳定供应，提升药品货款支付效率，推动构建全国统一开放的药品生产流通市场格局。

2020 年，中共中央、国务院发布《关于深化医疗保障制度改革的意见》，全面部署医疗保障制度改革工作，提出“1+4+2”的总体改革框架；到 2030 年，全面建成以基本医疗保险为主体，医疗救助为托底，补充医疗保险、商业健康保险、慈善捐赠、医疗互助共同发展的多层次医疗保障制度体系；健全待遇保障、筹资运行、医保支付、基金监管四个机制；网上医疗服务供给和医疗保障服务两个支持。

2021 年，国家医保局、国家卫生健康委发布《关于建立完善国家医保谈判药品“双通道”管理机制的指导意见》，明确临床价值高、患者急需、替代性不高的国家医保谈判药品药品可通过定点零售药店和定点医疗机构双渠道供应，

患者可自行选择药物购买渠道。

（2）居民收入水平稳步增长

随着我国经济改革成效的凸显，国民经济水平不断提升，人均 GDP 稳步增长。根据国家统计局初步核算数据，2021 年全年国内生产总值 114.37 万亿元，比上年增长 8.1%，人均可支配收入增至 3.51 万元。居民收入的增加促进了医疗支付能力的提升，为我国医药流通行业的发展奠定了消费基础。

（3）国家财政投入及医保参保人数的扩大

近年来，国家在医药方向的财政投入持续增加。根据国家统计局数据显示，2013 至 2020 年，我国财政医疗卫生支出已从 8,279.90 亿元增长至 19,216.19 亿元，占国家财政支出的比例由 5.91%提高到 7.82%。

此外，随着医疗卫生体制改革的逐步深入，基本医疗保险覆盖面的扩大，近年来我国城镇职工基本医疗保险、城镇居民基本医疗保险及新农合医疗保险参保人数得到明显提升。根据国家医疗保障局数据显示，2021 年 1-11 月，全国参加医疗保险的人数为 13.63 亿人，参保覆盖面稳定在 95%以上。参保人数的扩大为消费者购药提供了有力保障，从而带动医药流通行业需求的增长。

（4）人口老龄化加重及慢性病患者增多

近年来，我国 65 岁以上人口数量及占总人口比例持续上升。根据国家统计局数据，中国 65 岁以上人口由 2015 年的 1.44 亿人增长至 2021 年的 2.01 亿人，占总人口的比例为 14.2%，与 2020 年相比增加 992 万人。由于我国人口出生率仍保持在较低水平，未来人口结构中老年人所占比例将继续升高。

老年人对于药品及保健用品的需求量较大，同时老年人口的增加以及工薪阶层群体受生活节奏、工作环境等因素的影响，我国慢性病患者的数量将呈上升趋势。医药流通行业需求将进一步增加。

（5）消费者健康意识的提升

随着我国经济水平的发展及居民可支配收入的增加，居民的健康意识逐渐增强，更加重视疾病预防与治疗，用于医药相关产品的消费支出相应增加。同

时，随着互联网技术的发展，疾病预防、医疗保健知识的传播更加广泛和迅速，更多的亚健康人群主动关注自我健康状况，从而增加了健康医疗市场的需求，推动了医药流通行业市场规模的增长。根据国家统计局数据显示，2021 年我国城镇居民人均医疗保健消费支出达到 2,521 元，较上年名义增长 16.1%，相比 2013 年支出金额增长超一倍。

2、不利因素

（1）经营成本上升

自 2016 年对《药品经营质量管理规范》修订以来，国家市场监管总局对企业在药品采购、储存、销售、运输等环节的要求不断提高，虽然促进了医药流通企业标准化的发展，但短期内增加了医药流通企业的经营成本；同时，由于近年来房价、物价及人力成本的上涨，直接影响医药流通企业的盈利能力，在一定程度上压缩了行业盈利空间。

（2）行业竞争加剧

与美国、日本等医疗市场成熟的国家相比，我国医药流通行业中小企业较多，规模普遍较小。近年来，顺应产业政策，药品流通企业纷纷通过收购、兼并、重组等手段进行外延式扩张，行业集中度不断提高的同时中小企业的生存空间不断受到各地龙头企业的挤压，行业竞争愈发激烈。

三、销售情况和主要客户

（一）销售情况

1、主要产品或服务的规模

报告期内，公司主营业务收入及占比的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
主营业务收入						
其中：代理	58,831.05	25.93%	52,175.87	27.67%	43,894.93	29.66%
零售	155,924.07	68.71%	129,222.19	68.53%	103,354.66	69.85%

终端集采	12,105.88	5.33%	7,116.08	3.77%	722.81	0.49%
信息服务	63.61	0.03%	52.72	0.03%	-	-
合计	**226,924.62**	**100.00%**	**188,566.86**	**100.00%**	**147,972.41**	**100.00%**

2、主要客户群体

公司医药代理业务客户主要为零售连锁药店，客户范围面向全国，客户数量较多且较为分散；公司医药零售业务客户主要为个人消费者，较为分散，不存在主要客户的情形；公司终端集采业务客户主要为单体店、小型连锁药店等。

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

单位：万元

类型	2021 年		2020 年		2019 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
连锁药店	45,903.59	78.03%	46,332.94	88.80%	38,486.72	87.68%
批发企业	12,558.96	21.35%	5,508.20	10.56%	5,118.98	11.66%
门诊	350.98	0.60%	285.06	0.55%	230.51	0.53%
医院	17.53	0.03%	49.67	0.10%	58.71	0.13%
合计	**58,831.05**	**100.00%**	**52,175.87**	**100.00%**	**43,894.93**	**100.00%**

报告期内，发行人主营业务中各业务板块定位鲜明，主要客户群体稳定，未发生重大变化。

3、销售价格的总体变动情况

报告期内，公司专注于医药流通行业，主要从事医药**零售、代理**及终端集采三大块业务。公司主要经营和销售包括中西成药、中药饮片、保健食品、医疗器械等产品。代理业务总代品种超过 500 种，零售与终端集采涉及的品种约一万种，公司根据商品品类、市场竞争程度、采购价格、营销策略等多种综合因素，进行定价。

（二）前五大主要客户情况

1、全部业务合并口径

报告期内，发行人主营业务包括**零售、代理**与终端集采，全部业务合并口径，公司向前五名客户销售额和占公司主营业务收入的比例及其销售内容如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占公司主营收入比例	销售内容
2021 年度				
1	益丰大药房连锁股份有限公司	952.22	0.42%	药品与器械
2	安徽好之佳大药房连锁有限公司	932.40	0.41%	药品、保健食品、器械等
3	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	715.47	0.32%	药品、保健食品、器械等
4	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	660.78	0.29%	药品与器械
5	淮南市福之源大药房连锁有限公司	660.39	0.29%	药品、保健食品、器械等
合计		**3,921.26**	**1.73%**	-
2020 年度				
1	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	977.20	0.52%	药品与器械
2	安徽好之佳大药房连锁有限公司	861.34	0.46%	药品、保健食品、器械等
3	益丰大药房连锁股份有限公司	855.06	0.45%	药品与器械
4	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	717.15	0.38%	药品、保健食品、器械等
5	金寨县百草堂大药房有限公司	561.29	0.30%	药品、保健食品、器械等
合计		**3,972.04**	**2.11%**	-
2019 年度				
1	益丰大药房连锁股份有限公司	1,046.08	0.71%	药品与器械
2	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	938.12	0.63%	药品与器械
3	一心堂药业集团股份有限公司	272.19	0.18%	药品
4	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司	269.47	0.18%	药品与器械
5	重庆捷利信医药有限责任公司	257.52	0.17%	药品与器械
合计		**2,783.38**	**1.88%**	-

注：按照同一控制下客户合并统计，其中：（1）益丰大药房连锁股份有限公司包括湖南益丰医药有限公司、湖北益丰医药有限公司、江苏益丰大药房连锁有限公司、江苏益丰

医药有限公司、河北新兴医药有限公司、滨海正泰大药房连锁有限公司、淮安市济生医药连锁有限公司、江苏健康人大药房连锁有限公司、江苏市民大药房连锁有限公司、荆州普康大药房连锁有限公司、荆州普康大药房医药连锁有限公司、盱眙百草堂医药连锁有限公司、徐州恩奇医药连锁有限公司、江西益丰大药房连锁有限公司、江西益丰医药有限公司、江西省景德镇健民大药房连锁有限公司、湖北康华大药房连锁有限公司、黄冈益尔方大药房连锁有限公司、徐州恒大生源医药连锁有限公司、江苏伍伍利民医药连锁有限公司、东台市种善堂大药房有限公司。（2）一心堂药业集团股份有限公司系云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司于 2019 年 6 月 26 日更名而来，包括海南鸿翔一心堂医药连锁有限公司、山西鸿翔一心堂药业有限公司、四川鸿翔一心堂医药连锁有限公司。（3）湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司包括其控股子公司湖南怀仁大健康母婴生活馆有限公司、湖南怀仁药业有限公司。（4）上表已将同一控制下的单体药店进行了合并统计。

公司零售业务面向个人消费者，因此报告期内发行人前五大客户集中在代理与终端集采业务板块，客户类型为零售药店。从整体来看，发行人客户分散度较高，未形成对某一个客户的严重依赖。

2、代理业务

（1）前五大客户的销售情况

报告期内，在合并报表口径下，公司向代理业务前五名客户销售额和占代理业务主营收入的比例，及其销售内容如下：

单位：万元

序号	代理业务客户名称	销售金额	占代理业务收入比例	销售内容
2021 年度				
1	益丰大药房连锁股份有限公司	952.22	1.62%	药品与器械
2	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	660.78	1.12%	药品与器械
3	山东联众医药连锁有限公司	425.76	0.72%	药品与器械
4	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司	338.05	0.57%	药品与器械
5	瑞人堂医药集团股份有限公司	268.25	0.46%	药品与器械
合计		**2,645.05**	**4.50%**	-
2020 年度				
1	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	977.20	1.87%	药品与器械
2	益丰大药房连锁股份有限公司	855.06	1.64%	药品与器械
3	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司	303.78	0.58%	药品与器械
4	山东联众医药连锁有限公司	295.09	0.57%	药品与器械
5	瑞人堂医药集团股份有限公司	282.12	0.54%	药品与器械
合计		**2,713.24**	**5.20%**	-

序号	代理业务客户名称	销售金额	占代理业务收入比例	销售内容
2019 年度				
1	益丰大药房连锁股份有限公司	1,046.08	2.38%	药品与器械
2	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	938.12	2.14%	药品与器械
3	一心堂药业集团股份有限公司	272.19	0.62%	药品
4	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司	269.47	0.61%	药品与器械
5	重庆捷利信医药有限责任公司	257.52	0.59%	药品与器械
合计		**2,783.38**	**6.34%**	-

注：按照同一控制下客户合并统计，其中：（1）益丰大药房连锁股份有限公司包括湖南益丰医药有限公司、湖北益丰医药有限公司、江苏益丰大药房连锁有限公司、江苏益丰医药有限公司、河北新兴医药有限公司、滨海正泰大药房连锁有限公司、淮安市济生医药连锁有限公司、江苏健康人大药房连锁有限公司、江苏市民大药房连锁有限公司、荆州普康大药房连锁有限公司、荆州普康大药房医药连锁有限公司、盱眙百草堂医药连锁有限公司、徐州恩奇医药连锁有限公司、江西益丰大药房连锁有限公司、江西益丰医药有限公司、江西省景德镇健民大药房连锁有限公司、湖北康华大药房连锁有限公司、黄冈益尔方大药房连锁有限公司、徐州恒大生源医药连锁有限公司、江苏伍伍利民医药连锁有限公司、东台市种善堂大药房有限公司。（2）一心堂药业集团股份有限公司系云南鸿翔一心堂药业（集团）股份有限公司于 2019 年 6 月 26 日更名而来，包括海南鸿翔一心堂医药连锁有限公司、山西鸿翔一心堂药业有限公司、四川鸿翔一心堂医药连锁有限公司。（3）瑞人堂医药集团股份有限公司包括其控股子公司台州瑞人堂药业有限公司。（4）湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司包括其控股子公司湖南怀仁大健康母婴生活馆有限公司、湖南怀仁药业有限公司。

公司代理业务客户主要为零售连锁药店，客户主要为零售连锁药店，覆盖国内多数省份，客户数量众多，且较为分散，即使按照同一控制口径进行合并统计，公司对单一客户的销售占比均低于 3%，未形成对某一个客户的严重依赖。

（2）主要客户的基本情况

报告期内，代理业务前五大客户的基本情况如下：

序号	代理业务客户名称	成立时间	开始合作时间	注册资本（万元）	注册地址	股权结构	业务获取方式
1	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	2004-05-12	2008-12	3,000	辽宁省盘锦精细化工产业开发区中华北路888号	张振广（99%）、聂艳（1%）	自主开拓、商业谈判

序号	代理业务客户名称	成立时间	开始合作时间	注册资本（万元）	注册地址	股权结构	业务获取方式
2	益丰大药房连锁股份有限公司	2008-06-20	2009-12	53,106.8308	湖南省常德市武陵区人民路2638号	上市公司	自主开拓、商业谈判
3	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司	2002-08-08	2009-1	12,795	湖南省怀化市鹤城区鸭嘴岩高速连接线南侧、舞水河东侧（鸭嘴岩物流产业园内）	林承雄（57.67%）、陈毳萍（15.78%）、南京华泰大健康一号投资合伙企业（有限合伙）（7.38%）、怀化仁众健康服务中心（有限合伙）（4.88%）、怀化仁树健康管理中心（有限合伙）（4.88%）等	自主开拓、商业谈判
4	山东联众医药连锁有限公司	2010-08-19	2010-12	2,100	菏泽市开发区纬四路中段	李丹晴（33.33%）、李青峰（33.33%）、李艳霞（33.33%）	自主开拓、商业谈判
5	瑞人堂医药集团股份有限公司	2003-06-30	2017-5	36,000	浙江省台州市温岭市城东街道鸡鸣村横淋线西侧	台州泰茂医疗科技合伙企业（有限合伙）（75.73%）、陈军（7.54%）、南京华泰大健康一号股权投资合伙企业（有限合伙）（5.45%）、张波（4.06%）、张峰豪（4.06%）等	自主开拓、商业谈判
6	重庆捷利信医药有限责任公司	2015-08-05	2017-5	600	重庆市南岸区茶园新区玉马路18号内裙楼2-1号	周江（16.56%）、黄光友（14.72%）、蒋家文（14.72%）、高少峰（11.04%）、李忠信（9.20%）等	自主开拓、商业谈判
7	一心堂药业集团股份	2000-11-08	2011-6	59,531.2525	云南省昆明市经济技	上市公司	自主开拓、商业谈判

序号	代理业务客户名称	成立时间	开始合作时间	注册资本（万元）	注册地址	股权结构	业务获取方式
	有限公司				术开发区鸿翔路1号		

报告期内，发行人代理业务的客户为零售连锁企业，具备独立的采购业务体系与决策能力。主要客户的业务机会均为营销中心通过自主开发、商务谈判的方式获取，且保持了较长期的合作，订单业务具有较好的持续性，不存在专门为发行人服务的情形。

（3）报告期内新增或消失的前五大客户情况

2019-2021年，发行人代理业务新增或消失的前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	代理业务客户名称	变化情况	报告期内销售收入			变化原因	是否仍在合作
			2021年	2020年	2019年		
1	重庆捷利信医药有限责任公司	2020年消失前五大	231.22	238.62	257.52	2020年销售下降的主要原因系当地疫情管控政策对于部分品种销售有一定限制，导致收入略有下滑；2021年度基本持平	是
2	一心堂药业集团股份有限公司	2020年消失前五大	150.87	114.60	272.19	2020年主要单品（兰索拉唑片）因生产厂家召回影响当期销售；2021年度有所回升	是
3	山东联众医药连锁有限公司	2020年新增前五大	425.76	295.09	250.78	加大开拓力度，销售增长较快	是
4	瑞人堂医药集团股份有限公司	2020年新增前五大	268.25	282.12	204.97	加大开拓力度，销售增长较快	是

报告期内，发行人代理业务整体发展良好，主要客户销售保持较好的增长，体现了较好的持续性。报告期内，代理业务前五大客户发生变化的原因主要系不同客户业务拓展情况不同造成的，不存在异常。

（4）报告期内前五大客户的销售金额变动的原因

报告期内，发行人代理业务各年度前五大客户的销售金额变动情况如下：

单位：万元

序号	代理业务主要客户	报告期内销售收入			变化趋势	变化原因
		2021 年	2020 年	2019 年		
1	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	660.78	977.20	938.12	2020 年上升，2021 年有所下滑	2020 年加大开拓力度，销售逐年增长，2021 年下滑主要原因系东北地区一退两抗药品管控、带量采购等影响
2	益丰大药房连锁股份有限公司	952.22	855.06	1,046.08	2020 年收入有所下降，2021 年有所回升	2020 年销售下降的主要原因系主要单品（兰索拉唑片）因生产厂家召回影响当期销售
3	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司	338.05	303.78	269.47	逐年上升	加大开拓力度，销售逐年增长
4	山东联众医药连锁有限公司	425.76	295.09	250.78	逐年上升	加大开拓力度，销售逐年增长
5	瑞人堂医药集团股份有限公司	268.25	282.12	204.97	2020 年上升，2021 年略有下降	2020 年加大开拓力度，销售增长；2021 年受竞品竞争或促销减少的影响，主要单品（雷贝拉唑、缬沙坦氢氯噻嗪胶囊等）销售略有下降
6	重庆捷利信医药有限责任公司	231.22	238.62	257.52	2020 年略有下降，2021 年基本持平	2020 年销售下降的主要原因系当地疫情管控政策对于部分品种销售有一定限制，导致收入略有下滑；2021 年度基本持平
7	一心堂药业集团股份有限公司	150.87	114.60	272.19	2020 年下降，2021 年有所回升	2020 年主要单品（兰索拉唑片）因生产厂家召回影响当期销售；2021 年度有所回升

（5）报告期内，代理业务的前五大单品

①主要代理产品的销售情况

报告期内，发行人主要代理产品的销售情况如下：

单位：万元

产品通用名	品规	生产厂家	前五大年度	2021 年	2020 年	2019 年
缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	(80mg+12.5mg)*14 粒	辰欣药业股份有限公司	2019-2021	2,570.89	1,865.76	1,512.05
口洁喷雾剂	20ml	广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	2019-2021	1,901.66	1,799.43	1,666.36
黄芪精	10ml	台州南峰药业有限公司	2020-2021	1,355.07	1,733.78	32.35
雷贝拉唑钠肠溶胶囊	20mg*7 粒	丽珠集团丽珠制药厂	2019-2020	1,182.66	1,703.11	1,658.62

阿莫西林胶囊	0.5g*30 粒	四川峨嵋山药业有限公司	2019-2021	1,576.89	1,574.37	1,450.62
（国胜牌）阿胶	250g	山东济水阿胶有限公司	2019	1,240.26	895.88	1,666.59
硝苯地平缓释片（II）	20mg*60 片	上海信谊天平药业有限公司	2021	1,388.74	1,034.41	889.45
合计				**11,216.18**	**10,606.74**	**8,876.04**
发行人代理业务收入				**58,831.05**	**52,175.87**	**43,894.93**
主要代理产品的销售占比				**19.07%**	**20.33%**	**20.22%**

受消费者消费习惯的变化影响及疫情影响，2020 年阿胶产品市场需求降低，销售金额下降较多；受市场竞争、竞品进入集采等综合因素影响，2021 年黄芪精、雷贝拉唑销售较上一年度有所下降。除此之外，报告期内发行人代理的其他主要单品销售金额整体呈逐年上升趋势。

②主要代理产品销售单价的变化情况及公司销售调价机制

A.主要代理单品销售价格变化的原因

报告期内，发行人主要代理产品的平均销售单价如下：

单位：元/件

平均销售单价	2021 年	2020 年	2019 年
产品 1	11.63	11.64	11.85
产品 2	8.75	8.47	8.09
产品 3	48.97	55.19	54.99
产品 4	20.28	20.86	19.40
产品 5	6.24	6.21	6.08
产品 6	232.64	277.66	310.22
产品 7	8.20	8.43	8.51

注：平均销售单价=当期营业收入/总销售数量

从整体上来看，除报告期内的产品 6、2021 年的产品 3 外，其余产品报告期内售价相对稳定、变动幅度较小。报告期内，产品 6 售价整体下降的原因是采购价格下降以及加大促销力度等。2021 年度，产品 3 售价下降的主要由市场上竞品竞争导致的。

报告期内，发行人代理业务主要单品的销售价格变化符合行业趋势和发行人实际情况。

B.公司销售调价机制

报告期内，发行人代理业务销售价格通常为市场定价。公司综合考虑生产厂商知名度、文号稀缺性、产品竞争力、下游需求量、竞争产品定价、不同渠道定价等因素，分析代理品规价格体系，包括采购代理价、自身利润空间、生产厂商建议零售指导价等。在此基础上，发行人制定了代理品规的连锁供货基础价格。各省区经理、地区客户经理在公司总部批准和授权前提下，根据服务客户的资质、采购规模、合作历史等因素，可以给予不同客户一定的上下浮动空间。

发行人代理业务销售基础价格需经过市场询价与竞品调研，由总部营销部门研究制定，最终由发行人董事长批准生效，并根据市场行情动态调整。报告期内，发行人不存在大幅调整产品价格基准的异常情形。

③主要代理产品采购成本的变化情况

报告期内，发行人主要代理产品的平均单位成本如下：

单位：元/件

平均单位成本	2021 年	2020 年	2019 年
产品 1	8.39	8.17	8.40
产品 2	3.62	3.53	3.77
产品 3	28.90	29.33	29.38
产品 4	14.17	15.49	19.10
产品 5	3.85	3.97	4.08
产品 6	177.02	170.83	189.78
产品 7	4.85	4.85	4.81

注：平均单位成本=当期营业成本/总销售数量

报告期内，代理业务采购主要单品采购价格变化的原因如下：

A.产品 1、产品 2 2020 年、2021 年的出厂代理价基本没有变化，报告期内单位成本的细微变化主要是由于各年度与上游厂家争取的返利政策波动有关。

B.产品 4 的采购成本报告期内逐年下降：主要原因是由于上游厂家主动调整定价策略，2019 年 6 月起，代理价从含税 24 元/盒降至 17.52 元/盒。随着双方合作的持续深入，2020 年 12 月起，代理价继续降至含税 16.42 元/盒。

C.产品 6 的采购单价 2020 年下降较多：主要原因是原料价格下降及消费者消费习惯导致市场需求下滑，为了更好开拓市场，保持产品原有竞争力，上游厂家对代理价进行下调。

D.产品 5 报告期内采购成本逐年略有下降，主要原因系随着合作规模的增加，公司收到该商品返利金额有所增加所致。

E.产品 3 2021 年采购成本有所下降，主要系包材成本下降所致。

④主要代理产品毛利率的变化情况

报告期内，发行人主要代理产品的毛利率如下：

毛利率	2021 年	2020 年	2019 年
产品 1	27.92%	29.83%	29.14%
产品 2	58.67%	58.35%	53.36%
产品 3	40.98%	46.85%	46.57%
产品 4	30.10%	25.72%	1.56%
产品 5	38.27%	36.06%	32.79%
产品 6	23.91%	38.48%	38.72%
产品 7	40.88%	42.44%	43.49%

注：毛利率=（销售收入-营业成本）/销售收入

报告期内，发行人代理业务主要单品中除产品 4 因发行人与生产厂商合作培育期内的定价方式、合作考核方式导致发行人 2019 年产品购销差价形成微利外，其余单品的毛利率未出现异常波动。具体而言：

A.产品 2 2019 年因上游厂商调价，发行人考虑维护下游客户关系，未在当年将成本压力全部传导下游，2020 年起发行人与客户协商后逐步调整了销售价格调整了销售价格，毛利率有所回升。整体来看，毛利率维持正常水平。

B.产品 5 报告期内毛利率上升，主要是发行人视市场情况向上调整了售价，同时随着采购规模的扩大，议价能力提升，成本有所下降。整体来看，毛利率维持正常水平。

C.产品 6 2021 年毛利率下降较多，主要是供求关系导致发行人加大促销力度，售价持续下降。

D.产品 3 2021 年毛利率较上年有所下降，主要系市场竞争较为激烈，让利较多所致。

E.产品 1 2021 年平均售价基本稳定，其毛利率下降主要是由于当年收到的单位返利较上年较少所致。

F.产品 7 报告期内毛利率整体下降，主要系由于公司加大促销力度，平均销售价格逐年略有下降。

⑤针对丽珠集团雷贝拉唑产品代理价格变化的说明

丽珠集团的雷贝拉唑是发行人代理业务的主要单品之一，报告期初至 2019 年 5 月，发行人从丽珠集团采购的代理出厂价格为 24 元/盒（含税）；2019 年 6 月 1 日至 2020 年 11 月，雷贝拉唑代理出厂价格为 17.52 元/盒（含税）。随着双方合作的持续深入，2020 年 12 月起，丽珠雷贝拉唑的代理价继续降至含税 16.42 元/盒。

丽珠集团是国内知名的医药生产企业，同时在深交所主板（丽珠集团，000513.SZ）和香港联交所主板（丽珠医药，01513）两地上市，其中消化类药品是丽珠集团制剂类品种的最大产品分支，雷贝拉唑（俗名丽贝乐）是其第二大消化类产品。雷贝拉唑的销售渠道分为医院临床、零售连锁两类。其中临床渠道由丽珠自营，发行人代理零售连锁渠道中 20mg*7 粒品规。

在 2019 年上半年之前的合作初期，为避免零售价格恶性竞争导致整个价格体系受冲击，所以丽珠集团的出厂价设置较高；同时对合作初期发行人的各方面表现进行评定和考察，依照发行人在下游的实际推广效果支付推广服务费。2019 年 6 月之后，丽珠雷贝拉唑的客户前期拓展已经成型，销售渠道已经基本建立，并且客户对发行人渠道维护效果比较满意。丽珠集团主动调低出厂价，回归常规的代理模式。因此 2019 年采购成本最高、2021 年最低。

报告期内增值税率多次调整，综合来算，报告期内发行人雷贝拉唑不含税采购成本分别为 19.10 元/盒、15.49 元/盒和 14.17 元/盒。

3、零售业务

（1）区域分布

基于医药零售行业业务特点，公司医药零售业务的客户主要为个人消费者。报告期内，零售业务按区域划分的销售情况如下：

单位：万元

序号	地区	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
省内门店		**132,750.48**	**85.14%**	**118,835.13**	**91.96%**	**98,096.92**	**94.91%**
1	合肥	85,661.06	54.94%	78,033.49	60.39%	63,501.82	61.44%
2	芜湖	16,088.37	10.32%	14,213.46	11.00%	12,719.75	12.31%
3	亳州	7,992.88	5.13%	7,434.06	5.75%	6,451.47	6.24%
4	安庆	6,480.00	4.16%	5,286.08	4.09%	4,558.76	4.41%
5	六安	7,291.95	4.68%	5,777.59	4.47%	4,399.26	4.26%
6	宣城	3,261.67	2.09%	3,133.49	2.42%	2,732.76	2.64%
7	淮北	2,906.02	1.86%	2,681.38	2.08%	1,996.29	1.93%
8	马鞍山	1,154.55	0.74%	1,213.21	0.94%	1,081.14	1.05%
9	淮南	614.37	0.39%	562.81	0.44%	391.47	0.38%
10	宿州	279.89	0.18%	364.73	0.28%	264.19	0.26%
11	蚌埠	629.77	0.40%	116.26	0.09%	-	-
12	阜阳	201.05	0.13%	18.57	0.01%	-	-
13	滁州	188.90	0.12%	-	-	-	-
省外门店		**1,916.98**	**1.23%**	**28.00**	**0.02%**	-	-
14	江苏南京	1,757.92	1.13%	28.00	0.02%	-	-
15	河南郑州	159.06	0.10%	-	-	-	-
B2C 电子商务		**21,256.60**	**13.63%**	**10,359.05**	**8.02%**	**5,257.75**	**5.09%**
合计		**155,924.07**	**100.00%**	**129,222.19**	**100.00%**	**103,354.66**	**100.00%**

注：O2O 需依托线下门店出货，因而上表中各地区包含门店收入及 O2O 业务收入。

报告期内，公司通过自建与对外收购并行的方式扩张业务，快速抢占当地市场份额，零售门店数量 2019 年初的 541 家快速发展到 2021 年末的 880 家。公司零售业务销售区域从合肥、芜湖、六安等传统优势地域，扩展到省内的蚌埠、阜阳、滁州等地，以及省外的江苏南京、河南郑州等全新地域，公司第一大销售区域合肥的占比逐年下降。

（2）主要直营门店

按照门店来看，报告期内，销售收入排名前十大的门店情况如下：

单位：万元

序号	收入前十大门店	销售金额	占零售业务收入比例
2021 年度			
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	1,569.49	1.01%
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	1,489.52	0.96%
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	1,123.59	0.72%
4	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	898.94	0.58%
5	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	786.30	0.50%
6	安徽国胜大药房连锁有限公司包河花园店	598.16	0.38%
7	安徽国胜大药房连锁有限公司六安人民医院店	580.43	0.37%
8	安徽国胜大药房连锁有限公司永和家园店	572.00	0.37%
9	芜湖国胜大药房连锁有限公司当涂一店	557.63	0.36%
10	安徽国胜大药房连锁有限公司安医店	541.81	0.35%
合计		**8,717.88**	**5.59%**
2020 年度			
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	1,662.49	1.29%
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	1,249.31	0.97%
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	1,230.40	0.95%
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	890.26	0.69%
5	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	766.64	0.59%
6	安徽国胜大药房连锁有限公司包河花园店	627.08	0.49%
7	安徽国胜大药房连锁有限公司六安人民医院店	623.13	0.48%
8	安徽国胜大药房连锁有限公司翠庭园店	582.05	0.45%
9	芜湖国胜大药房连锁有限公司当涂一店	579.57	0.45%
10	芜湖国胜大药房连锁有限公司南瑞店	570.68	0.44%
合计		**8,781.61**	**6.80%**
2019 年度			
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	1,836.45	1.78%
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	1,539.56	1.49%
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	1,107.62	1.07%
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	989.64	0.96%

序号	收入前十大门店	销售金额	占零售业务收入比例
5	亳州国胜大药房连锁有限公司盖福祥光明小区店	849.64	0.82%
6	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	736.84	0.71%
7	安徽国胜大药房连锁有限公司安医店	646.93	0.63%
8	芜湖国胜大药房连锁有限公司繁昌一店	590.82	0.57%
9	芜湖国胜大药房连锁有限公司南瑞店	572.16	0.55%
10	芜湖国胜大药房连锁有限公司当涂一店	563.63	0.55%
合计		**9,433.29**	**9.13%**

报告期内，公司销售额前十大的门店共涉及 14 家，其开店时间与特点优势如下：

序号	收入前十大门店	开店时间	特点及优势
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	2014 年 5 月	位于芜湖市市区中心，毗邻商业步行街。门店面积 1,100 平米，药品品类齐全，人流量较大，拥有稳定的消费人群，是芜湖国胜体系内最大的旗舰店。
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	2012 年 3 月	位于合肥市中心，毗邻三级甲等综合性医院中国科学技术大学附属第一医院，承接医院处方外流的药品需求和外溢客流，药品品类齐全，消费人群较大。
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	2011 年 3 月	安徽国胜第一家自建门店，为 24 小时门店，全天候提供服务，位于主干道徽州大道与望江路交口，交通便利，面积 550 平米，周围社区密集，消费人群密集，常驻人口较多。该店通过 O2O 服务加速引流。
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	2015 年 8 月	位于合肥市庐江县中心区域，毗邻庐江县中医院，面积 1,200 平米。承接医院处方外流的药品需求和外溢客流，药品品类齐全，消费人群较大，是国胜药房在庐江县最大的旗舰店。
5	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	2011 年 3 月	位于合肥市区繁华地段三里庵商圈，周边有大型商场、超市和学校，住宅区密集，人流量较大，拥有稳定的消费人群。
6	亳州国胜大药房连锁有限公司盖福祥光明小区店	2007 年 6 月	位于亳州市主干道，交通便利，周边拥有成熟的社区光明小区，人流密集，品种齐全，拥有稳定的消费人群。2021 年在原址附近迁址，更名为希夷大道店。
7	安徽国胜大药房连锁有限公司安医店	2016 年 6 月	位于合肥市中心，毗邻三级甲等综合性医院安徽医科大学第一附属医院，承接医院处方外流的药品需求和外溢客流，药品品类齐全，消费人群较大。
8	安徽国胜大药房连锁有限公司包河花	2012 年 3 月	位于合肥市大型社区里面，交通便利，购药方便，固定消费人群多，药品品类齐

序号	收入前十大门店	开店时间	特点及优势
	园店		全，且为 24 小时门店，全天候提供服务。
9	安徽国胜大药房连锁有限公司翠庭园店	2012 年 4 月	位于合肥市政务区，周边覆盖多个高档小区，药品品类齐全，固定消费人群较多，且为 24 小时门店，全天候提供服务。
10	安徽国胜大药房连锁有限公司六安人民医院店	2016 年 9 月	位于安徽省六安市中心，毗邻三级综合性医院六安市人民医院，承接医院处方外流的药品需求和外溢客流，药品品类齐全，消费人群较大。
11	芜湖国胜大药房连锁有限公司当涂一店	2013 年 10 月	位于安徽省马鞍山市当涂县中心区域，属于慢性病定点药房，药品品类齐全，固定消费人群较多，且较为稳定。
12	芜湖国胜大药房连锁有限公司繁昌一店	2014 年 5 月	位于安徽省芜湖市繁昌县中心区域，药品品类齐全，覆盖消费人群较多，属于当地最大的连锁门店。
13	芜湖国胜大药房连锁有限公司南瑞店	2012 年 11 月	位于芜湖市市区中心，交通便利，属于慢性病定点药房，药品品类齐全，周围覆盖数个大型社区，固定消费者和流动人口较多。
14	安徽国胜大药房连锁有限公司永和家园店	2016 年 7 月	位于合肥市高新区，属于区域中心门店，周边小区较为集中，随着入住率不断提升，常驻人口较多。

报告期内，发行人零售业务平均门店收入分别为 170.90 万元、172.52 万元和 163.13 万元。发行人前十大门店的年销售收入均在 500 万元以上，这些门店普遍开店较早，地理位置优越，或位于成熟商圈与社区，拥有稳定的消费人群，因而销售金额较高。

（3）报告期内前五大门店的销售金额变动的原因

基于医药零售行业特点，公司零售业务以门店为服务载体，面向个人消费者。报告期内，发行人零售业务各年度前五大门店的销售金额变动情况如下：

单位：万元

序号	零售业务主要门店	报告期内销售收入			变化趋势	变化原因
		2021 年	2020 年	2019 年		
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	1,569.49	1,662.49	1,836.45	逐年略有下降	2020 年及 2021 年，该门店受所处区域城建改造及道路施工、“一退两抗”商品管控、医保系统切换等因素影响，收入有所下滑
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	1,489.52	1,249.31	1,539.56	2020 年下降；2021 年回升	院边店，2020 年受疫情影响较大，医院人流量

序号	零售业务主要门店	报告期内销售收入			变化趋势	变化原因
		2021 年	2020 年	2019 年		
						下降幅度较大，导致收入有所下降
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	1,123.59	1,230.40	1,107.62	2020 年上升；2021 年略有下降	成熟门店稳步增长，O2O 引流带动销售，受“一退两抗”商品管控、医保系统切换的影响，2021 年收入略有下降
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	786.30	890.26	989.64	逐年略有下降	院边店，2020 年受疫情影响较大，医院人流量下降幅度较大，导致收入有所下降，受“一退两抗”商品管控、医保系统切换等影响，2021 年收入下降
5	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	898.94	766.64	736.84	逐年上升	成熟门店稳步增长，O2O 引流带动销售
6	亳州国胜大药房连锁有限公司盖福祥光明小区店（2021 年迁址更名为希夷大道店）	335.62	519.72	849.64	逐年下降	2020 年，该门店受所处区域城建改造及道路施工等因素影响，收入有所下滑；2021 年上半年迁址更名，对销售影响较大

（4）报告期各期，发行人平均门店收入情况

报告期内，发行人平均门店收入情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
线下门店零售收入（万元）	134,667.47	118,863.14	98,096.92
期末门店数量（家）	880	771	607
平均门店收入（万元/家）注	163.13	172.52	170.90

注：平均门店收入=线下门店零售收入/期初、期末直营门店数量的平均值

报告期内，发行人零售业务通过自建及并购进行规模化扩张，门店数量增长较快。报告期内公司新增门店数量分别为 66 家、164 家和 109 家，从合肥逐渐拓展至省内其他地级市以及周边省份。随着门店数量的增长，发行人线下门

店零售收入同步上升，平均门店收入基本稳定。2021 年受积极开拓省外市场、一退两抗药品政府控销等因素的影响，平均门店收入指标受到一定影响。

（5）发行人与行业可比公司直营门店店均销售金额的比较情况

报告期各期，发行人与同行业可比公司门店平均门店收入的对比情况如下：

可比公司	期末直营药店数量（家）			平均门店收入（万元/家）		
	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31	2021 年	2020 年	2019 年
一心堂	8,560	7,205	6,266	156.69	174.39	165.24
老百姓	6,129	4,892	3,894	250.27	274.98	286.49
益丰药房	6,877	5,356	4,366	230.32	252.04	245.63
大参林	7,258	5,705	4,702	235.82	264.66	248.53
健之佳	2,747	1,890	1,546	194.30	199.55	197.12
漱玉平民	2,592	1,851	1,687	213.94	229.13	193.26
达嘉维康	121	36	23	880.34	1,988.70	1,461.34
上述企业平均值	4,898	3,848	3,212	308.81	483.35	399.66
发行人	880	771	607	163.13	172.52	170.90
行业平均门店收入-中康 CMH				未披露	77.26	78.68
行业平均门店收入-商务部				未披露	81.79	79.93

注 1：健之佳门店数量不包含便利店；

注 2：近期上市的健之佳、漱玉平民在招股说明书中披露了 2019 年和 2020 年线上、线下零售收入，平均门店收入=线下门店零售收入/期初、期末直营门店数量的平均值；

注 3：除健之佳、漱玉平民 2019 年和 2020 年数据外，其他可比公司平均门店收入=可比公司全部零售收入/期初、期末直营门店数量的平均值；

注 4：行业平均门店收入=中康 CMH 和商务部公布的我国零售药店销售额/国家药品监督管理局公布的我国零售药店数量，截至本招股说明书签署日，未有公开数据披露 2021 年我国零售药店销售额。

与可比上市公司相比，发行人零售业务平均门店收入低于可比公司。主要原因如下：

①发展阶段不同。发行人报告期内正处在快速发展期，注重规模化扩张以及市场占有率提升，管理重点放在开店、并购以及合规经营方面。报告期内，发行人新增门店数量较多，从 2019 年初的 541 家大幅增至 2021 年末的 880 家，增长了 62.66%。一般来说，新店获取医保资质需要一定时间且需经历促销引流、培育客户、优化商品结构等阶段，导致影响销售。可比公司起步早、发

展快，现有规模远大于发行人，成熟门店数量多。尤其是一心堂、老百姓、益丰药房、大参林四家可比公司上市时间早，依托资本市场平台优势，在全国范围内布局，收购较为优质标的，平均门店收入较高。

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

③专业药房与传统药房在门店定位、消费能力存在较大差异。DTP 药房经营品种主要为抗肿瘤、罕见病、自身免疫系统疾病等方面的新特药，此类药品单位售价较高，患者需长期服用，因而相较传统药房，DTP 药房的单店收入额更高。达嘉维康专注于经营专业药房，传统药房收入占比较小，其 DTP 药房平均单店收入约 2,000 万元/店/年。尽管发行人也制定了发展 DTP 药房的战略规划，积极与医药厂商进行洽谈以引进相关药品，但报告期内发行人零售业务仍然以传统药房为主，门店定位于老百姓日常购药需求，单店消费能力与 DTP 专业药房存在较大差异。

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

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

（6）报告期各期发行人直营店增速与同行业可比企业门店增速的比较情况

报告期内，发行人与同行业可比公司直营门店增速的情况具体如下：

单位：家

可比公司	2021 年		2020 年		2019 年		2018 年	CAGR
	期末数量	增速	期末数量	增速	期末数量	增速	期末数量	
一心堂	8,560	18.81%	7,205	14.99%	6,266	8.82%	5,758	14.13%
老百姓	6,129	25.29%	4,892	25.63%	3,894	18.39%	3,289	23.06%
益丰药房	6,877	28.40%	5,356	22.68%	4,366	26.84%	3,442	25.95%
大参林	7,258	27.22%	5,705	21.33%	4,702	21.19%	3,880	23.21%
健之佳	2,747	45.34%	1,890	22.25%	1,546	18.20%	1,308	28.06%
漱玉平民	2,592	40.03%	1,851	9.72%	1,687	11.35%	1,515	19.60%
达嘉维康	121	236.11%	36	56.52%	23	-28.13%	32	55.79%
平均值	4,898	27.29%	3,848	24.73%	3,212	10.95%	2,746	21.28%
发行人	880	14.14%	771	27.02%	607	12.20%	541	17.61%

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

由上表可知，得益于资本市场平台，同行业零售上市公司均保持了较高的门店扩张速度。报告期各期，行业可比企业平均各期新增门店 466 家、636 家和 1,050 家，平均每年增速分别为 10.95%、24.73%和 27.29%，报告期复合增长率平均值达 21.28%。

报告期内，发行人持续扩大零售终端网络布局，门店数量增速较快，报告期复合增速 17.61%，不存在异常。

（7）客单量、客单价等指标

报告期内，发行人省内与省外门店数量、平均门店收入、平均门店客单量、客单价等指标情况如下：

项目	2021 年度/2021-12-31	2020 年度/2020-12-31	2019 年度/2019-12-31
直营门店数量（家）	880	771	607
其中：省内数量	850	762	607
省外数量	30	9	-
线下门店零售收入（万元）	134,667.47	118,863.14	98,096.92
线下门店客单量（单）	21,122,297	20,146,700	16,956,551
平均门店收入（万元/家）	163.13	172.52	170.90
平均门店客单量（万单/家）	2.56	2.92	2.95

客单价（元/单）	63.76	59.00	57.85

注 1：平均门店收入=线下门店零售收入（不含 B2C）/线下门店数量年初和年末的平均值；

注 2：平均门店客单量=线下门店客单量（不含 B2C）/线下门店数量年初和年末的平均值；

注 3：客单价=线下门店零售收入/线下门店客单量，为不含税数据。

报告期内，通过新设直营门店和并购两种方式，发行人不断提升市场占有率，公司直营门店数量由报告期期初的 541 家增长至 2021 年 12 月 31 日的 880 家。

2020 年公司新增门店 164 家，在芜湖、六安、安庆等合肥以外市场门店数量增加较多，此外还全新开拓了蚌埠、阜阳和江苏省南京市。由于安徽省其他城市的经济发展水平、人口密集度弱于合肥，并且南京新开门店 2020 年度尚未取得医保资质，综合导致当年公司零售业务客流量一定程度上受到影响，当年平均门店客单量较上一年度未有明显上涨。2021 年，公司新增门店 109 家，夯实省内领先地位的同时，积极开拓省外市场，受省外新店、疫情防控带来政府一退两抗药品管控等因素影响，2021 年平均门店客单量和平均门店收入略有下滑。除上述情形外，报告期内，发行人线下门店零售收入、客单量、客单价等指标均随着门店数量的增长保持同步上升，未发生较大异常变动。

除漱玉平民外，发行人零售业务板块的其他同行业可比上市公司未详细披露 2019 年以来的客单量、平均门店客单量、客单价等数据。

项目	2020 年		2019 年	
	漱玉平民	发行人	漱玉平民	发行人
平均门店客单量（万单/家）	3.17	2.92	2.85	2.95
不含税客单价（元/单）	72.34	59.00	67.93	57.85

注：漱玉平民平均门店客单量=客流量/期初、期末直营门店数量的平均值；
漱玉平民不含税客单价=线下门店零售收入/客流量；
截至本招股说明书签署日，漱玉平民未披露 2021 年客单量及客单价数据。

除 2019 年客单量外，其他指标均略低于同期漱玉平民。主要原因如下：

①漱玉平民门店多集中在经济与人口大省山东省的主要城市，消费能力较强。

②漱玉平民 DTP 药房的建设力度较大，DTP 高值引流导致客单量、客单价较高。相较而言，截至 2021 年末，发行人仅 5 家 DTP 药房。截至本招股说明书签署日，发行人已签约获批的 DTP 药房增至 10 家。公司已制定了大力发展 DTP 的未来战略规划，积极与医药厂商进行洽谈以引进相关药品，深度参与到医院处方共享平台的建设中，并通过配备优秀的人才队伍，持续为患者提供更专业的全方位健康服务。

（8）发行人拓展安徽省外市场的计划及发展情况

发行人拓展安徽省外市场的计划主要包括两方面：

①采用新建门店与并购相结合的方式在江苏省、河南省等经济人口大省进行延伸。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人已在南京市开办了 26 家门店，河南子公司已成立并在郑州市新建了 4 家门店。河南国胜和江苏国胜的经营情况如下：

公司名称	成立时间	实缴注册资本（万元）	门店数量	盈利门店数量	是否已回本
江苏国胜	2020 年 9 月	3,000.00	26	12	否
河南国胜	2021 年 3 月	1,000.00	4	0	否

发行人分别于 2020 年 9 月和 2021 年 3 月成立江苏国胜和河南国胜，旨在开拓安徽省外零售市场。截至本招股说明书签署日，上述主体所属门店 12 家已实现盈利，未盈利门店主要系成立时间或实际经营时间较短，目前均处于培育期。

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

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

报告期内，发行人 B2C 电商业务实现收入 5,257.75 万元、10,359.05 万元和 21,256.60 万元，各期同比增幅分别为 97.02%和 105.20%。

4、终端集采业务

（1）前五大客户的销售情况

2019 年 7 月，发行人设立子公司汇达药业，主要为单体药店、小型连锁药店等零售终端提供一站式配送服务，引导和推行全品类供应，商品种类齐全。由于客户体量普遍较小，公司对单一客户的销售占比较低，未形成对单一个客户的严重依赖。

单位：万元

序号	终端集采业务客户名称	销售金额	占终端集采业务收入比例	销售内容
2021 年				
1	安徽好之佳大药房连锁有限公司	932.40	7.70%	药品、保健食品、器械等
2	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	715.47	5.91%	药品、保健食品、器械等
3	淮南市福之源大药房连锁有限公司	660.39	5.46%	药品、保健食品、器械等
4	金寨县百草堂大药房有限公司	649.99	5.37%	药品、保健食品、器械等
5	安徽省秀水回春大药房连锁有限公司	502.97	4.15%	药品、保健食品、器械等
合计		**3,461.23**	**28.59%**	-
2020 年度				
1	安徽好之佳大药房连锁有限公司	861.34	12.10%	药品、保健食品、器械等
2	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	717.15	10.08%	药品、保健食品、器械等
3	金寨县百草堂大药房有限公司	561.29	7.89%	药品、保健食品、器械等
4	安徽时珍堂大药房连锁有限公司	295.32	4.15%	药品、保健食品、器械等
5	宿松县德胜医药有限责任公司宿松大药房总店	290.81	4.09%	药品、保健食品、器械等
合计		**2,725.91**	**38.31%**	-
2019 年度				
1	阜阳好之佳大药房零售连锁有限公司	149.49	20.68%	药品、保健食品、器械等
2	合肥市百福生大药房连锁有限公司	93.11	12.88%	药品、保健食

序号	终端集采业务客户名称	销售金额	占终端集采业务收入比例	销售内容
				品、器械等
3	宿松县德胜医药有限责任公司宿松大药房总店	86.68	11.99%	药品、保健食品、器械等
4	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	78.96	10.92%	药品、保健食品、器械等
5	金寨县百草堂大药房有限公司	59.90	8.29%	药品、保健食品、器械等
合计		**468.14**	**64.77%**	-

注 1：上表已将同一控制下的单体药店、小型连锁药店等零售终端进行了合并统计；

注 2：2020 年 7 月 24 日，阜阳好之佳大药房零售连锁有限公司更名为安徽好之佳大药房连锁有限公司；

注 3： 2019 年终端集采业务销售金额系 2019 年 10 月中旬首次实现销售后至 12 月的销售收入。

公司终端集采业务刚刚起步，报告期客户主要集中在安徽省内。随着业务的不断拓展，前五大客户的收入占比迅速下降。报告期内，发行人终端集采业务对单一客户的销售占比均低于 30%，未形成对单一个客户的严重依赖。

除好之佳大药房为发行人参股 19%的企业外，公司及董事、监事、高级管理人员未在其他主要客户中占有权益，与其他主要客户之间不存在关联关系。

（2）主要客户的基本情况

2019 年至 2021 年，终端集采业务前五大客户的基本情况如下：

序号	集采业务客户名称	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构	业务获取方式
1	安徽好之佳大药房连锁有限公司	2012-09-26	500 万元	安徽省阜阳市颍州区西湖大道 666 号(蓝色雅典 2# 楼)2 幢 110\210 室二层	李允（60%）、安徽国胜大药房连锁有限公司（19%）、阜阳三佳医药咨询有限公司（11%）、安明英（10%）	主动推介、商务谈判
2	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	2012-03-22	10 万元	安徽省阜阳市颍东区向阳街道幸福西路天润雅苑小区商住楼 436 号 103-104 复式楼二楼	张恒（100%）	主动推介、商务谈判
3	金寨县百草堂大药	2014-04-29	60 万元	金寨县梅山镇金叶路金竹苑 3 号	盛先凤（50%）、曹显	主动推介、商务

序号	集采业务客户名称	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构	业务获取方式
	房有限公司			119-120 号	华（50%）	谈判
4	安徽时珍堂大药房连锁有限公司	2015-08-06	500 万元	安徽省合肥市瑶海区龙岗开发区明达仓储中心 T1193A 号	姚猛强（55%）、笈保标（35%）、沈哲峰（10%）	主动推介、商务谈判
5	宿松县德胜医药有限责任公司	2004-11-12	300 万元	安徽宿松经济开发区小河路与振兴大道交叉口	安庆市经济开发区元景农林有限责任公司（99%）、张辉（1%）	主动推介、商务谈判
6	合肥市百福生大药房连锁有限公司	2015-08-25	120 万元	长丰县水湖镇桥西村民组	王向明（50%）、陈君（50%）	主动推介、商务谈判
7	淮南市福之源大药房连锁有限公司	2013-04-26	20 万元	淮南市田家庵区国庆西路上品印象小区 15 号楼 101、102 室	郁树建（53%）、郁树久（37%）、丁秋娥（10%）	主动推介、商务谈判
8	安徽省秀水回春大药房连锁有限公司	2021-01-14（注）	500 万元	安徽省芜湖市无为市无城镇融城绿景小区 D09 栋商 3-b、4-b 营业房	黄正喜（100%）	主动推介、商务谈判

注：秀水回春药房原为法人多店，无为县环宇回春药房最早于 2019 年 12 月成为公司会员客户，即在汇达药业终端集采业务起步时双方便开始合作。2021 年初其实际控制人黄正喜成立连锁公司，将旗下单体门店整合。

报告期内，发行人终端集采业务的客户为安徽省内的单体药店、小型连锁药店等零售终端，具备独立的采购业务体系与决策能力。主要客户的业务机会系通过主动推介、商务谈判的方式获取，不存在专门为发行人服务的情形。

（3）报告期内新增或消失的前五大客户情况

2019 年度至 2021 年度，发行人终端集采业务新增或消失的前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	集采业务客户名称	变化情况	报告期内销售收入			变化原因	是否仍在合作
			2021 年	2020 年	2019 年		
1	安徽时珍堂大药房连锁有限公司	2020 年新增前五大、2021 年消失前五大	218.75	295.32	20.03	2020 年度加大开拓力度，销售增长较快；2021 年度因公司架构调整及股东变更导致收入略有	是

序号	集采业务客户名称	变化情况	报告期内销售收入			变化原因	是否仍在合作
			2021 年	2020 年	2019 年		
						下降	
2	合肥市百福生大药房连锁有限公司	2020 年消失前五大	44.74	229.57	93.11	2020 年该客户销售保持增长，但其他客户增长更快，2021 年由于该客户经营不善或信誉较低，公司主动减少合作，并将收款方式改为现款发货	是
3	安徽省秀水回春大药房连锁有限公司	2021 年新增前五大	502.97	-	-	新增客户，早在 2019 年旗下门店已是发行人终端集采客户，2021 年成立连锁	是
4	淮南市福之源大药房连锁有限公司	2021 年新增前五大	660.39	261.77	-	加大开拓力度，销售增长较快	是
5	宿松县德胜医药有限责任公司宿松大药房总店	2021 年消失前五大	-	290.81	86.68	2021 年由于该客户经营不善或信誉较低，公司主动减少并终止合作	否

2019 年为汇达业务起步阶段，销售从当年 10 月中旬开始。报告期内，终端集采业务前五大客户发生变化的原因系不同客户业务拓展情况不同造成的，不存在异常。

（4）报告期内终端集采前五大客户销售金额变动的原因

报告期内，发行人终端集采业务各年度前五大客户的销售金额变动情况如下：

单位：万元

序号	终端集采主要客户	报告期内销售收入			变化趋势	变化原因
		2021 年	2020 年	2019 年		
1	安徽好之佳大药房连锁有限公司	932.40	861.34	149.49	逐年上升	终端集采业务于 2019 年第四季度起步，首年收入基数小。随着业务推进，对主要客户的收入增长较快；除安徽时珍堂大药房因公司架构调整及股东变更导致收入略有下降外，其他客户 2021 年收入整体保持
2	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	715.47	717.15	78.96	2020 年上升，2021 年持平	
3	金寨县百草堂大药房有限公司	649.99	561.29	59.90	逐年上升	
4	安徽时珍堂大药房连锁有限公司	218.75	295.32	20.03	2020 年上升，2021 年略有下降	
5	淮南市福之源大药房连锁有限公司	660.39	261.77	-	逐年上升	
6	安徽省秀水回春大药房连锁有限公司	502.97	-	-	新增客户	

序号	终端集采主要客户	报告期内销售收入			变化趋势	变化原因
						增长
7	宿松县德胜医药有限责任公司宿松大药房总店	-	290.81	86.68	2020年上升，2021年减少或终止合作	由于客户自身经营不善或信誉较低等问题，2021年起合作减少
8	合肥市百福生大药房连锁有限公司	44.74	229.57	93.11		

发行人上述主要客户均为注册于中国境内的企业法人，均依法存续并正常经营；发行人具有稳定的客户基础，未形成对某一个客户的严重依赖。

发行人股东华泰大健康在发行人主要客户中的湖南怀仁、瑞人堂医药均持有股份，同时华泰大健康一号委派的公司董事陈凯同时在瑞人堂医药担任董事，陈凯亦通过华泰大健康之跟投平台道兴投资间接持有湖南怀仁、瑞人堂医药股份。除上述情况外，发行人控股股东、**共同**实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述主要客户不存在关联关系，亦不存在上述主要客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人**共同**实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。发行人对报告期各期相对上一年新增的前五大客户的订单具有连续性和持续性。

5、客户与供应商、客户与竞争对手的重叠情况

（1）客户与供应商的重叠情况

发行人客户与供应商重叠主要涉及以下两个方面：

①收取或支付推广、陈列、促销服务费造成的重叠

随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大品牌销售、提升自身盈利能力，供应商通常希望下游流通企业，在渠道方面给予较强的技术、专业支持和营销配合，扩大特定品牌或品类药品销售规模，提升盈利能力。具体表现为上游供应商通过向具备市场影响力及销售规模的下游流通企业支付服务费，换取市场推广、展示陈列、促销活动、广告宣传等服务支持。因收取服务收入造成的客户与供应商重叠情形统计如下：

单位：万元、家

项目	2021年度	2020年度	2019年度
向重叠供应商收取的服务收入	1,740.66	2,359.09	1,737.18

收取服务收入的重叠供应商家数	186	188	193

注：发行人零售业务的直接供应商主要为医药流通企业，收取零售业务服务收入的对方单位通常为最上游的生产企业，因此，报告期内合并报表其他业务收入-服务费收入金额略高于上表统计的重叠金额。

类似地，发行人代理业务也存在向下游药店客户支付陈列促销服务费的情形。

除商品购销差价外，服务收入是医药流通行业普遍的盈利模式。同行业可比公司在增值服务模式上相似度较高。因收取或支付服务费产生的客户与供应商重叠、客户与竞争对手重叠具有合理性。

对标发行人业务	同行业可比公司	服务收入
代理业务	易明医药	为药品生产企业提供产品推广、销售、客户开发等服务，并按推广服务成果收取推广服务费。2018 年-2021 年，市场推广费收入分别为 26,561.63 万元、35,967.59 万元、27,422.19 万元和 36,305.93 万元。
	百洋医药	为药品生产企业提供消费者教育、产品学术推广、营销策划、商务接洽、产品分销、流向跟踪、供应链管理等服务。2018 年-2020 年，服务收入分别为 400.37 万元、276.66 万元以及 307.22 万元，该公司未披露 2021 年服务费收入。
零售业务	老百姓	为供应商提供商品宣传、推广等服务、劳务。2018 年-2021 年，服务收入分别为 25,611.84 万元、8,406.34 万元、10,180.92 万元和 11,936.48 万元。
	一心堂	为供应商提供商品宣传、推广等服务。2018 年-2021 年，服务收入分别为 23,071.16 万元、25,139.65 万元、25,501.06 万元和 31,220.90 万元。
	益丰药房	为产品制造商提供终端陈列、广告、促销、收集顾客对产品建议等服务。2018 年-2021 年，服务收入分别为 23,850.12 万元、29,935.35 万元、33,115.37 万元和 51,899.71 万元。
	大参林	针对开展的特定营销活动或者根据商品陈列方式或位置等促销因素，供应商将给予一定促销服务费。2018 年-2021 年，促销服务费分别为 23,078.54 万元、25,906.03 万元、32,064.16 万元和 46,777.26 万元。
	健之佳	供应商与该公司在主题促销、单品营销推广、专项活动促销、会员日促销活动及日常经营中协作开展对顾客的药事服务、促销推广等活动，该公司向供应商收取的服务收入，为促销活动费、市场推广费等收入。2018 年-2019 年，促销服务费分别为 12,267.16 万元和 15,753.85 万元，市场推广费分别为 2,327.29 万元和 3,336.87 万元。2020 年度及 2021 年度，其他业务收入金额分别为 24,155.75 万元、37,179.47 万元。
	漱玉平民	为供应商提供柜台展示、促销活动、广告宣传、市场推广等服务，供应商向药店支付服务费。2018 年-2021 年，服务收入分别为 8,947.31 万元、11,572.94 万元、11,587.62

对标发行人业务	同行业可比公司	服务收入
		万元和 11,901.99 万元。

注：一心堂、益丰药房和大参林服务收入取自其他业务收入，老百姓服务收入取自主营业务收入-其他。达嘉维康无服务收入。

②代理业务向少数批发企业销售，与零售、终端集采业务板块向批发企业采购造成的重叠

发行人代理业务的客户主要面向连锁终端，由省区经理、地区经理在全国范围内 26 个省市地区向客户营销。虽然公司目标客户聚焦连锁终端，但在业务实际开展过程中，本着经济效益最大化的原则，也存在向医药批发企业销售药品或器械的情形。另一方面，发行人零售业务、终端集采业务板块的商品涉及约一万种商品，供应商主要为从事医药批发的商业公司，可能会与代理业务客户存在重叠。

发行人专注于医药流通行业，形成以医药零售业务为核心，医药代理与终端集采业务为两翼，各业务板块均衡发展、良性协同、优势互补，围绕医药零售生态网络高度渗透的综合布局。因业务多样性产生的客户与供应商重叠具有合理性。

报告期内上述重叠的情形比较普遍，重叠企业均为发行人非关联方，具体如下：

单位：万元

年度	客户供应商重叠家数	重叠销售		重叠采购	
		金额	占发行人营业收入的比例	金额	占发行人采购总额的比例
2021 年	122 家	4,681.87	2.00%	57,613.25	34.70%
2020 年	40 家	1,337.42	0.69%	21,310.47	16.14%
2019 年	36 家	1,183.79	0.78%	10,821.09	10.75%

针对不同业务板块的购销行为导致的重叠情形，以每年重叠采购额排序，报告期内主要重叠企业的情况如下：

A.2021 年

单位：万元

单位名称	重合类型	销售/采购金额	占同类交易的比例

单位名称	重合类型	销售/采购金额	占同类交易的比例
安徽立方药业有限公司	代理销售	4.99	0.01%
	零售采购	1,930.01	10.49%
	终端集采采购	12,417.15	11.87%
安徽九州通医药有限公司	代理销售	0.57	0.00%
	零售采购	1,222.65	6.65%
	终端集采采购	11,220.15	10.73%
国药控股安徽华宁医药有限公司	代理销售	11.47	0.02%
	零售采购	1,733.83	9.43%
	终端集采采购	9,434.76	9.02%
合肥曼迪新药业有限责任公司	代理销售	0.71	0.00%
	终端集采销售	39.04	0.32%
	零售采购	1,498.09	8.14%
	终端集采采购	9,100.53	8.70%
安徽省宣城市医药有限公司	代理销售	13.00	0.02%
	终端集采销售	11.95	0.10%
	零售采购	182.32	0.99%
	终端集采采购	1,608.89	1.54%

B.2020 年度

单位：万元

单位名称	重合类型	销售/采购金额	占同类交易的比例
国药控股安徽华宁医药有限公司	代理销售	46.29	0.09%
	终端集采销售	0.95	0.01%
	零售采购	6,661.55	9.97%
	终端集采采购	2,387.58	8.19%
合肥曼迪新药业有限责任公司	终端集采销售	8.68	0.12%
	零售采购	6,143.50	9.19%
	终端集采采购	2,275.46	7.81%
安徽省宣城市医药有限公司	代理销售	11.85	0.02%
	零售采购	975.29	1.46%
	终端集采采购	596.86	2.05%
安徽省东华医药科技有限公司	代理销售	0.47	0.00%
	零售采购	423.42	0.63%

单位名称	重合类型	销售/采购金额	占同类交易的比例
	终端集采采购	69.95	0.24%
安徽度安药业有限公司	代理销售	0.38	0.00%
	零售采购	157.95	0.24%
	终端集采采购	30.61	0.11%

C.2019 年度

单位：万元

单位名称	重合类型	销售/采购金额	占同类交易的比例
国药控股安徽华宁医药有限公司	代理销售	74.63	0.17%
	零售采购	6,181.07	9.34%
	终端集采采购	434.24	10.43%
安徽省宣城市医药有限公司	代理销售	16.29	0.04%
	零售采购	1,260.09	1.90%
	终端集采采购	111.38	2.68%
安徽省东华医药科技有限公司	代理销售	0.78	0.00%
	零售采购	367.87	0.56%
	终端集采采购	19.23	0.46%
安徽华源医药集团股份有限公司	代理销售	31.39	0.07%
	零售采购	326.62	0.49%
	终端集采采购	6.97	0.17%
华润亳州中药有限公司	代理销售	15.90	0.04%
	零售采购	264.38	0.40%
	终端集采采购	37.17	0.89%

以上表国药控股华宁、合肥曼迪新、安徽立方药业、九州通等重叠企业为例，上述公司作为大型医药批发配送企业，通常以发行人供应商的身份出现，每年发行人零售与终端集采业务的采购金额均在 3,000 万元以上。同时这些企业也存在向发行人购买药品的零星情形，虽然涉及的销售金额较小（大多在 50 万元以内），但由于同时存在销售和采购两种行为，致使上述金额均为重叠金额。

批发和零售是医药流通行业相对传统的两大业务板块，同行业可比公司大多会选择同时开展零售和批发业务，具体如下：

名称	零售业务外，从事批发业务的基本情况
一心堂	主要为地方性医疗机构、医药批发公司和药品零售企业批发销售药品等，2018 年至 2021 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 2.68%、2.80%、5.18%和 13.19%
老百姓	主要为加盟商及中小连锁企业批发销售药品等，2018 年至 2021 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 10.19%、11.06%、12.78%和 11.38%
益丰药房	主要为医院、社区卫生站、其他医药流通企业批发销售药品等，2018 年至 2021 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 1.89%、3.77%、4.27%和 4.70%
大参林	主要为医药商业公司和医药零售门店批发销售药品等，2018 年至 2021 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 1.65%、1.96%、3.36%和 6.01%
漱玉平民	主要为中小型医药批发企业、区域连锁医药龙头、中小型连锁药店、单体药店批发销售药品等，2018 年至 2020 年，批发业务收入占营业收入比重分别为 1.97%、4.76%和 6.83%，2021 年未披露批发业务收入
达嘉维康	主要从事药品、生物制品、医疗器械等产品的分销及零售业务，其中分销业务主要面向医疗机构，基本覆盖全省三级以上规模医院，2018 年至 2021 年，分销业务收入占主营业务收入比重分别为 87.34%、83.53%、74.69%和 72.53%。

由上表可知，同行业企业普遍涉足医药流通产业链的多个环节，由此引起的客户供应商重叠属于正常情况。

基于上述论述，医药零售公司为供应商或产品制造商提供促销陈列服务属于行业惯例，同行业企业普遍涉足医药流通产业链的多个环节；因而同行业可比企业也存在客户和供应商重叠情形。综上，发行人报告期内存在客户供应商重叠的情况具有合理性。

③重叠客户供应商的定价公允

A.服务收入导致重叠的定价公允性

发行人向供应商提供的促销、陈列与咨询服务通常单独签订合同、单独开具发票，收取服务款项。服务收入与商品购销不构成一揽子交易，其业务实质是上游供应商作为客户向发行人单独购买的营销服务。在定价方面，双方定期（按月、按季度、按活动等）就公司提供服务的结果和结算金额进行对账确认，经供应商审核后，双方达成共识，发行人开具发票，供应商按照确认无误后的金额支付服务费。每年或半年结束后，双方签署市场推广项目结算清单或

品牌共建确认函，对上一报告期内双方已经实际发生的服务费用再次进行整体确认，定价公允。

B.不同业务板块商品购销重叠的定价公允性

发行人各业务板块独立运营，代理业务单独签订购销合同，不存在与零售业务主体和终端集采业务主体之间签订销售与采购一揽子协议的情形。另外，报告期内重叠企业均为发行人非关联方，各方依照市场化原则独立定价，定价公允。

（2）客户与竞争对手的重叠情况

发行人客户与竞争对手重叠主要是由于代理业务、终端集采业务的客户为零售连锁企业或单体店等药店，与发行人零售业务板块的运营主体国胜药房在安徽省内形成一定的竞争关系。

综上所述，同行业可比公司普遍涉足医药流通产业链的多个环节且盈利模式具有相似性，由此引起的客户与供应商重叠、客户与竞争对手重叠现象符合行业实际情况。

四、采购情况和主要供应商

（一）采购情况

报告期各期，公司主要采购情况如下：

单位：万件（万盒）、万元、元/件（盒）

项目	2021 年度			2020 年度			2019 年度		
	采购数量	采购金额	平均单价	采购数量	采购金额	平均单价	采购数量	采购金额	平均单价
中西成药	15,071.83	141,191.01	9.37	11,646.38	106,264.21	9.12	10,260.52	85,966.77	8.38
中药饮片	1,458.01	5,092.05	3.49	1,109.71	7,895.01	7.11	1,577.76	3,833.86	2.43
保健食品	231.21	6,196.94	26.80	166.44	4,965.91	29.84	84.78	3,338.00	39.37
医疗器械	2,326.85	11,419.39	4.91	2,125.90	8,930.50	4.20	747.33	5,262.75	7.04
其他	1,161.05	2,131.24	1.84	2,188.88	3,977.72	1.82	1,098.43	2,268.45	2.07
合计	**20,248.93**	**166,030.64**	**8.20**	**17,237.31**	**132,033.34**	**7.66**	**13,768.82**	**100,669.84**	**7.31**

注：由于公司产品品类较多，且其单位、规格及型号差异较大，无法按照统一标准折

标，因此数量仅为简单相加

随着公司业务规模的不断扩大，公司商品采购数量逐渐增加，报告期内，公 司商品采购结构基本稳定，中西成药是发行人采购的最主要商品，每年采购金额占比超过 80%。2020 年度，公司医疗器械采购数量、金额大幅增加，主要系受疫情影响，口罩的采购数量、金额大幅增加所致。从整体来看，报告期内，发行人药品采购价格呈上升趋势。

目前，上述商品尚不存在公开、权威的市场价格信息，公司采购部门根据同类产品采购均价以及市场调研分析，制定采购商品价格区间，再对商品进行询价、比价并严格履行内部采购审批流程，确定商品采购价格。公司向主要供应商的采购价格系商务谈判的结果，其定价合理且公允。

报告期内，发行人代理业务主要供应商为上药集团、广药集团、丽珠集团等医药生产企业，零售和终端集采业务主要供应商为国药控股、九州通、天星医药集团等医药批发企业，与发行人均不存在关联关系。经访谈，主要供应商向发行人销售药品、器械等产品的销售价格与向其他公司销售同类产品的销售价格之间不存在有失公允的重大差异，双方定价公允。

（二）前五大主要供应商情况

1、全部业务合并口径

报告期内，发行人主营业务包括**零售、代理**与终端集采，全部业务合并口径，公司向前五名供应商采购额和占公司采购总额的比例及其采购内容如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占公司采购总额比例	采购内容
2021 年度				
1	国药控股股份有限公司	19,781.92	11.91%	药品、保健食品、器械等
2	安徽天星医药集团有限公司	19,265.33	11.60%	药品、保健食品、器械等
3	合肥立方制药股份有限公司	14,460.02	8.71%	药品、保健食品、器械等
4	九州通医药集团股份有限公司	14,102.71	8.49%	药品、保健食品、器械等
5	合肥曼迪新药业有限责任公司	10,598.63	6.38%	药品、保健食品、器械等

序号	供应商名称	采购金额	占公司采购总额比例	采购内容
合计		**78,208.61**	**47.10%**	-
2020 年度				
1	国药控股股份有限公司	15,990.00	12.11%	药品、保健食品、器械等
2	安徽天星医药集团有限公司	12,830.56	9.72%	药品、保健食品、器械等
3	九州通医药集团股份有限公司	10,545.55	7.99%	药品、保健食品、器械等
4	合肥曼迪新药业有限责任公司	8,418.96	6.38%	药品、保健食品、器械等
5	合肥立方制药股份有限公司	8,191.50	6.20%	药品、保健食品、器械等
合计		**55,976.57**	**42.40%**	-
2019 年度				
1	国药控股股份有限公司	13,194.97	13.11%	药品、保健食品、器械等
2	九州通医药集团股份有限公司	8,533.85	8.48%	药品、保健食品、器械等
3	安徽天星医药集团有限公司	8,243.60	8.19%	药品、保健食品、器械等
4	合肥立方制药股份有限公司	7,067.99	7.02%	药品、保健食品、器械等
5	合肥曼迪新药业有限责任公司	6,291.15	6.25%	药品、保健食品、器械等
合计		**43,331.56**	**43.04%**	-

注：按照同一控制下供应商合并统计，其中：（1）国药控股股份有限公司包括安徽省医药（集团）股份有限公司（2019 年 5 月 24 日更名为国药控股安徽省医药有限公司）、国药控股安徽华宁医药有限公司、国药控股安徽有限公司、国药控股湖北有限公司、国药集团安徽省医疗器械有限公司、国药集团药业股份有限公司、国药控股芜湖有限公司、国药控股鑫烨（湖北）医药有限公司、国药控股长沙有限公司、国药控股德州有限公司、国药控股阜阳有限公司、国药控股安庆有限公司、国药控股常州有限公司、国药控股分销中心有限公司、国药控股江苏有限公司、国药控股江苏有限公司南京分公司；（2）九州通医药集团股份有限公司包括安徽九州通医药有限公司、安徽九州通医疗器械有限公司、亳州九州通医药有限公司、江苏九州通医药有限公司、江苏九州通医疗器械有限公司、河南九州通医药有限公司；（3）合肥立方制药股份有限公司包括安徽立方药业有限公司；（4）安徽天星医药集团有限公司包括安徽天星生物制品有限公司、南京医药六安天星有限公司和阜阳天星医药有限公司。

从整体来看，发行人前五大供应商集中在零售与终端集采业务板块，主要为国药控股、九州通、安徽天星医药等全国性或省内区域领先的医药商业集团，报告期内未发生重大变化。这些批发企业掌握了大量品类资源，专业从事药品分销，是零售药店主要的采购渠道，公司每年向其采购金额较大。

2、代理业务

报告期各期，公司代理业务向前五名供应商采购额占采购总额的比例及其采购内容信息，如下表所示：

单位：万元

序号	同一控制	代理业务供应商名称	代理品规	采购金额	占代理采购总额比例
2021 年					
1	上海医药集团股份有限公司	上海信谊联合医药药材有限公司	硝苯地平缓释片（Ⅱ）	1,857.50	4.31%
			玻璃酸钠滴眼液	527.15	1.22%
			盐酸氨溴索胶囊	115.75	0.27%
			盐酸氨溴索口服溶液	78.02	0.18%
			氧氟沙星滴耳液	45.50	0.11%
			左炔诺孕酮片	15.20	0.04%
			羟丙甲纤维素滴眼液	9.52	0.02%
			利巴韦林滴眼液	5.35	0.01%
			合计	**2,653.97**	**6.16%**
		上海新亚药业闵行有限公司	头孢克肟分散片	628.62	1.46%
			氢溴酸右美沙芬片	329.86	0.77%
			普鲁卡因泛酸钙胶囊	104.22	0.24%
			单硝酸异山梨酯缓释片	90.12	0.21%
			复方酮康唑软膏	33.56	0.08%
			阿莫西林胶囊	8.50	0.02%
			合计	**1,194.88**	**2.77%**
		同一控制下合并统计金额		**3,848.84**	**8.94%**
2	广州医药集团有限公司	广州白云山光华制药股份有限公司	格列齐特片	798.43	1.85%
			维生素 C 咀嚼片	393.50	0.91%
			胶体果胶铋胶囊	355.62	0.83%
			头孢丙烯胶囊	276.18	0.64%
			茶碱缓释片	237.72	0.55%
			合计	**2,061.45**	**4.79%**
		广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	口洁喷雾剂	1,134.91	2.64%
			合计	**1,134.91**	**2.64%**

序号	同一控制	代理业务供应商名称	代理品规	采购金额	占代理采购总额比例
		广州白云山和黄医药有限公司	蒲地蓝消炎胶囊	25.27	0.06%
			合计	**25.27**	**0.06%**
		广州白云山星群（药业）股份有限公司	对乙酰氨基酚口服溶液	14.30	0.03%
			合计	**14.30**	**0.03%**
		同一控制下合并统计金额		**3,235.94**	**7.51%**
3	辰欣药业股份有限公司	辰欣药业股份有限公司	缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	2,027.33	4.71%
			马来酸依那普利片	233.35	0.54%
			兰索拉唑片	76.26	0.18%
			兰索拉唑肠溶片	36.10	0.08%
			泮托拉唑钠肠溶片	20.81	0.05%
			合计	**2,393.85**	**5.56%**
		同一控制下合并统计金额		**2,393.85**	**5.56%**
4	四川峨嵋山药业有限公司	四川峨嵋山药业有限公司	阿莫西林胶囊	1,663.86	3.86%
			葡萄糖粉剂	24.30	0.06%
			口服补液盐散（III）	20.25	0.05%
			胶体果胶铋胶囊	11.26	0.03%
			合计	**1,719.68**	**3.99%**
		同一控制下合并统计金额		**1,719.68**	**3.99%**
5	山东济水阿胶有限公司	山东济水阿胶有限公司	（国胜牌）阿胶	1,095.84	2.54%
			（国津）阿胶	422.65	0.98%
			阿胶	66.16	0.15%
			鹿角胶	48.29	0.11%
			龟甲胶	42.62	0.10%
			合计	**1,675.56**	**3.89%**
		同一控制下合并统计金额		**1,675.56**	**3.89%**
2021 年度前五大供应商总计				**12,873.86**	**29.90%**
2020 年度					
1	上海医药集团股份有限公司	上海信谊联合医药药材有限公司	硝苯地平缓释片（II）	1,463.21	4.06%
			玻璃酸钠滴眼液	666.19	1.85%
			盐酸氨溴索胶囊	78.13	0.22%
			氧氟沙星滴耳液	50.80	0.14%
			盐酸氨溴索口服溶液	49.57	0.14%

序号	同一控制	代理业务供应商名称	代理品规	采购金额	占代理采购总额比例
			左炔诺孕酮片	38.00	0.11%
			羟丙甲纤维素滴眼液	11.45	0.03%
			利巴韦林滴眼液	7.46	0.02%
			合计	**2,364.81**	**6.56%**
		上海新亚药业闵行有限公司	头孢克肟分散片	469.93	1.30%
			普鲁卡因泛酸钙胶囊	298.27	0.83%
			氢溴酸右美沙芬片	177.63	0.49%
			单硝酸异山梨酯缓释片	83.14	0.23%
			复方酮康唑软膏	21.62	0.06%
			合计	**1,050.58**	**2.91%**
		同一控制下合并统计金额		**3,415.39**	**9.47%**
2	广州医药集团有限公司	广州白云山光华制药股份有限公司	格列齐特片	757.04	2.10%
			维生素 C 咀嚼片	441.82	1.23%
			头孢丙烯胶囊	352.43	0.98%
			胶体果胶铋胶囊	316.21	0.88%
			茶碱缓释片	304.14	0.84%
			合计	**2,171.63**	**6.02%**
		广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	口洁喷雾剂	1,159.51	3.22%
			合计	**1,159.51**	**3.22%**
		广州白云山星群（药业）股份有限公司	对乙酰氨基酚口服溶液	20.77	0.06%
			合计	**20.77**	**0.06%**
		同一控制下合并统计金额		**3,351.91**	**9.30%**
3	丽珠医药集团股份有限公司	丽珠医药集团股份有限公司	雷贝拉唑钠肠溶胶囊	1,475.51	4.09%
			缬沙坦胶囊	813.97	2.26%
			盐酸伐昔洛韦片（丽珠威）	268.01	0.74%
			合计	**2,557.48**	**7.09%**
		四川光大制药有限公司	荆肤止痒颗粒	44.87	0.12%
			合计	**44.87**	**0.12%**
		同一控制下合并统计金额		**2,602.35**	**7.22%**
4	齐鲁制药集团有限公司	山东万润医药有限公司	单硝酸异山梨酯片	512.41	1.42%
			卡维地洛片	282.08	0.78%

序号	同一控制	代理业务供应商名称	代理品规	采购金额	占代理采购总额比例
			盐酸特比萘芬片	208.16	0.58%
			妥布霉素地塞米松滴眼液	126.24	0.35%
			头孢丙烯胶囊	112.70	0.31%
			头孢克肟胶囊	88.24	0.24%
			盐酸特比萘芬乳膏	87.21	0.24%
			玻璃酸钠滴眼液	55.61	0.15%
			头孢丙烯颗粒	37.77	0.10%
			氟康唑胶囊	34.93	0.10%
			尼莫地平缓释片	29.74	0.08%
			合计	**1,575.08**	**4.37%**
		齐鲁制药（海南）有限公司	阿托伐他汀钙片	162.80	0.45%
			他达拉非片	145.53	0.40%
			合计	**308.33**	**0.86%**
		同一控制下合并统计金额		**1,883.41**	**5.22%**
5	四川峨嵋山药业有限公司	四川峨嵋山药业有限公司	阿莫西林胶囊	1,484.95	4.12%
			胶体果胶铋胶囊	6.88	0.02%
			合计	**1,491.83**	**4.14%**
		同一控制下合并统计金额		**1,491.83**	**4.14%**
2020 年前五大供应商总计				**12,744.89**	**35.34%**
2019 年度					
1	上海医药集团股份有限公司	上海信谊联合医药药材有限公司	硝苯地平缓释片（II）	1,259.95	4.16%
			玻璃酸钠滴眼液	547.89	1.81%
			盐酸氨溴索口服溶液	96.69	0.32%
			盐酸氨溴索胶囊	87.03	0.29%
			左炔诺孕酮片	76.00	0.25%
			氧氟沙星滴耳液	42.72	0.14%
			炔雌醇环丙孕酮片	39.04	0.13%
			妥布霉素地塞米松滴眼液	34.48	0.11%
			羟丙甲纤维素滴眼液	11.55	0.04%
			氧氟沙星滴眼液	10.81	0.04%
			布洛芬缓释片	10.43	0.03%

序号	同一控制	代理业务供应商名称	代理品规	采购金额	占代理采购总额比例
			利巴韦林滴眼液	5.48	0.02%
			合计	**2,222.07**	**7.33%**
		上海新亚药业闵行有限公司	头孢克肟分散片	434.27	1.43%
			氢溴酸右美沙芬片	298.14	0.98%
			头孢克洛片	75.85	0.25%
			单硝酸异山梨酯缓释片	67.01	0.22%
			合计	**875.27**	**2.89%**
		同一控制下合并统计金额		**3,097.34**	**10.22%**
2	广州医药集团有限公司	广州白云山光华制药股份有限公司	格列齐特片	618.05	2.04%
			头孢丙烯胶囊	365.09	1.21%
			胶体果胶铋胶囊	295.67	0.98%
			茶碱缓释片	210.68	0.70%
			维生素 C 咀嚼片	208.54	0.69%
			合计	**1,698.02**	**5.60%**
		广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	口洁喷雾剂	817.96	2.70%
			苦参碱栓	36.99	0.12%
			外用跌打止痛膏	18.28	0.06%
			合计	**873.23**	**2.88%**
		广州白云山医药销售有限公司	格列齐特片	162.05	0.53%
			头孢丙烯胶囊	74.41	0.25%
			茶碱缓释片	61.68	0.20%
			胶体果胶铋胶囊	57.78	0.19%
			维生素 C 咀嚼片	34.72	0.11%
			合计	**390.64**	**1.29%**
		广州白云山星群（药业）股份有限公司	对乙酰氨基酚口服溶液	37.97	0.13%
			合计	**37.97**	**0.13%**
		广州白云山和黄医药有限公司	鼻渊片	6.64	0.02%
			阿昔洛韦片	6.52	0.02%
			合计	**13.16**	**0.04%**
		同一控制下合并统计金额		**3,013.03**	**9.95%**
3	丽珠医药集团股份有限公司	丽珠医药集团股份有限公司	雷贝拉唑钠肠溶胶囊	1,683.12	5.56%
			缬沙坦胶囊	593.06	1.96%

序号	同一控制	代理业务供应商名称	代理品规	采购金额	占代理采购总额比例
			盐酸伐昔洛韦片(丽珠威)	283.52	0.94%
			合计	**2,559.69**	**8.45%**
		同一控制下合并统计金额		**2,559.69**	**8.45%**
4	辰欣药业股份有限公司	辰欣药业股份有限公司	缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	1,193.30	3.94%
			兰索拉唑片	370.71	1.22%
			马来酸依那普利片	255.10	0.84%
			阿德福韦酯片	116.64	0.39%
			伏格列波糖胶囊	31.08	0.10%
			合计	**1,966.84**	**6.49%**
		同一控制下合并统计金额		**1,966.84**	**6.49%**
5	山东济水阿胶有限公司	山东济水阿胶有限公司	（国胜牌）阿胶	971.68	3.21%
			（国津）阿胶	564.71	1.86%
			龟甲胶	53.20	0.18%
			鹿角胶	42.74	0.14%
			合计	**1,632.34**	**5.39%**
		同一控制下合并统计金额		**1,632.34**	**5.39%**
2019 年前五大供应商总计				**12,269.24**	**40.50%**

注：按照同一控制下供应商合并统计，其中：（1）上海医药集团股份有限公司包括上海新亚药业闵行有限公司、上海信谊联合医药药材有限公司、上海信谊医药有限公司。（2）广州医药集团有限公司包括广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂、广州白云山医药销售有限公司、广州白云山星群（药业）股份有限公司、广州白云山光华制药股份有限公司、广州白云山和黄医药有限公司。（3）丽珠医药集团股份有限公司包括丽珠医药集团股份有限公司、四川光大制药有限公司。（4）齐鲁制药集团有限公司包括山东万润医药有限公司、齐鲁制药（海南）有限公司。

公司代理业务的上游供应商主要为药品或医疗器械生产企业或其销售平台公司，包括白云山、上药集团、辰欣药业、丽珠集团等诸多上市公司，报告期内主要供应商相对稳定，前五大供应商占比逐年下降。

上述主要供应商中，齐鲁制药集团有限公司、四川峨嵋山药业有限公司系报告期内新增前五大供应商，与发行人之间的合作具有连续性和持续性，其基本情况如下：

序号	名称	成立时间	开始合作时间	注册资本（万元）	简介	结算政策

序号	名称	成立时间	开始合作时间	注册资本（万元）	简介	结算政策
1	齐鲁制药集团	2017-01-10	2010 年 6 月（注）	60,000	前身为齐鲁制药厂，是中国大型综合性现代制药企业，主要从事治疗肿瘤、心脑血管、感染、精神神经系统、呼吸系统、消化系统、眼科疾病的制剂及其原料药的研制、生产与销售。	预付货款（电汇）、备货期一般为 60 天
2	四川峨嵋山药业	1993-10-19	2012 年 10 月	5,100	隶属于成都蓉药实业集团有限公司，国家级高新技术企业，从事中西成药、原料药、中药饮片等研发与生产。	预付货款（承兑或电汇）、备货期一般为 10 天

注：发行人首次开票供应商为山东齐鲁万和医药营销有限公司（成立于 2004 年 7 月），2017 年 1 月齐鲁制药集团有限公司成立，山东齐鲁万和成为齐鲁制药集团之全资孙公司。

（1）合作背景和合作历史

发行人代理业务系取得产品的代理权并在下游推广和销售，因而主要供应商为医药生产厂商。报告期内，发行人代理业务主要供应商的合作背景和合作历史如下：

序号	生产厂商	首次合作时间	合作背景
1	上海医药集团股份有限公司	2008 年	2008 年发行人与上海医药集团子公司上海华氏制药有限公司首次合作产品为硝苯地平缓释片（II）。现阶段公司与上海医药集团旗下上海信谊联合医药药材有限公司、上海新亚药业闵行有限公司合作产品品规 18 个，主要包括：硝苯地平缓释片（II）、玻璃酸钠滴眼液 5ml、头孢克肟分散片 50mg*24 片等
2	广州医药集团有限公司	2008 年	2008 年发行人与广州医药集团有限公司旗下的广州白云山光华制药股份有限公司首次合作，产品为格列齐特片。现阶段公司与广州医药集团有限公司旗下的广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂、广西白云山盈康药业有限公司、广州白云山星群（药业）股份有限公司、广州白云山医药集团股份有限公司白云山制药总厂、广州白云山和黄医药有限公司合作产品品规 12 个，主要包括：格列齐特片 80mg*60 片、口洁喷雾剂 15ml/20ml/30ml、胶体果胶铋胶囊 50mg*24 粒、维生素 C 咀嚼片 30 片/100 片等
3	丽珠医药集团	2015 年	2015 年发行人与丽珠医药集团首次合作产品为

序号	生产厂商	首次合作时间	合作背景
	股份有限公司		雷贝拉唑钠肠溶胶囊。现阶段公司与丽珠医药集团合作产品品规 4 个，主要包括：雷贝拉唑钠肠溶胶囊 20mg*7 粒、缬沙坦胶囊 80mg*14 粒、盐酸伐昔洛韦片 0.3g*6 片等
4	齐鲁制药集团有限公司	2010 年	2010 年发行人与齐鲁制药集团有限公司首次合作产品为单硝酸异山梨酯片。现阶段公司于齐鲁制药集团合作产品品规共 7 个，包括：单硝酸异山梨酯片 20mg*48 片、尼莫地平缓释片 60mg*24 片等
5	四川峨嵋山药业有限公司	2012 年	2012 年发行人与峨嵋山药业首次合作的产品为阿莫西林胶囊。现阶段合作的产品品规 8 个，包括：阿莫西林胶囊 0.5g*30 粒、0.5g*10 粒、0.25g*40 粒、0.25g*60 粒，胶体果胶铋胶囊 50mg*36 粒等
6	辰欣药业股份有限公司	2008 年	2008 年发行人与辰欣药业股份有限公司首次合作马来酸依那普利片。现阶段公司与辰欣药业合作产品品规共 7 个，包括马来酸依那普利片 10mg*20 片、缬沙坦氢氯噻嗪胶囊 80mg：12.5mg*14 粒、兰索拉唑片 30mg*8 片/14 片、伏格列波糖胶囊 0.1mg*60 粒等
7	山东济水阿胶有限公司	2014 年	2014 年发行人与济水阿胶首次合作的产品为阿胶。现阶段合作的产品品规 6 个，包括：阿胶 125g、国胜牌阿胶 500g、国胜牌阿胶 250g、国津牌阿胶 250g、龟甲胶 125g、鹿角胶 125g

（2）签订合作协议的主要内容及主要供货方式

在代理业务中，发行人根据下游销售情况和自身库存情况，按需提出采购申请，上游供应商安排物流配送，一般由上游承担运费。发行人代理合作框架协议的主要内容参见本招股说明书“第六节之一之（三）之 1、代理业务的主要运营模式之（1）代理业务的采购模式之⑤代理合同的主要内容”。

3、零售业务

报告期各期，公司零售业务向前五名供应商采购额占采购总额的比例及其采购内容信息，如下表所示：

单位：万元

序号	零售业务供应商名称	采购金额	占零售采购总额的比例	采购内容
2021 年				
1	国药控股股份有限公司	3,160.14	17.18%	药品、保健食品、器械等
2	安徽天星医药集团有限公司	3,100.74	16.86%	药品、保健食品、器械等

序号	零售业务供应商名称	采购金额	占零售采购总额的比例	采购内容
3	合肥立方制药股份有限公司	1,948.44	10.59%	药品、保健食品、器械等
4	九州通医药集团股份有限公司	1,903.96	10.35%	药品、保健食品、器械等
5	合肥曼迪新药业有限责任公司	1,498.09	8.14%	药品、保健食品、器械等
合计		**11,611.37**	**63.12%**	-
2020 年度				
1	国药控股股份有限公司	11,767.68	17.61%	药品、保健食品、器械等
2	安徽天星医药集团有限公司	8,992.62	13.46%	药品、保健食品、器械等
3	九州通医药集团股份有限公司	6,759.89	10.11%	药品、保健食品、器械等
4	合肥曼迪新药业有限责任公司	6,143.50	9.19%	药品、保健食品、器械等
5	合肥立方制药股份有限公司	6,005.09	8.99%	药品、保健食品、器械等
合计		**39,668.78**	**59.35%**	-
2019 年度				
1	国药控股股份有限公司	12,563.62	18.97%	药品、保健食品、器械等
2	九州通医药集团股份有限公司	8,217.78	12.41%	药品、保健食品、器械等
3	安徽天星医药集团有限公司	7,901.46	11.93%	药品、保健食品、器械等
4	合肥立方制药股份有限公司	6,636.70	10.02%	药品、保健食品、器械等
5	合肥曼迪新药业有限责任公司	5,848.60	8.83%	药品、保健食品、器械等
合计		**41,168.16**	**62.18%**	-

注：按照同一控制下供应商合并统计，其中：（1）国药控股股份有限公司包括安徽省医药（集团）股份有限公司（2019 年 5 月 24 日更名为国药控股安徽省医药有限公司）、国药控股安徽华宁医药有限公司、国药控股安徽有限公司、国药控股湖北有限公司、国药集团安徽省医疗器械有限公司、国药集团药业股份有限公司、国药控股芜湖有限公司、国药控股长沙有限公司、国药控股德州有限公司、国药控股阜阳有限公司、国药控股安庆有限公司、国药控股常州有限公司、国药控股分销中心有限公司、国药控股江苏有限公司、国药控股江苏有限公司南京分公司、国药控股鑫烨（湖北）医药有限公司；（2）九州通医药集团股份有限公司包括安徽九州通医药有限公司、安徽九州通医疗器械有限公司、亳州九州通医药有限公司、江苏九州通医药有限公司、江苏九州通医疗器械有限公司、河南九州通医药有限公司；（3）安徽天星医药集团有限公司包括安徽天星生物制品有限公司、南京医药六安天星有限公司；（4）合肥立方制药股份有限公司包括安徽立方药业有限公司。

国胜药房零售业务涉及约一万种商品，供应商主要为从事医药批发的商业

公司，如九州通、国药控股等，报告期内主要供应商相对稳定。为发挥集采成本优势，2021 年下半年起，公司零售业务的大部分采购职责由集团终端集采业务主体汇达药业承接，因此国胜药房对外采购金额有所下降。

（1）合作背景和合作历史

报告期内，发行人零售业务主要供应商的合作背景和合作历史如下：

序号	零售供应商	首次合作时间	合作背景
1	国药控股股份有限公司	2011 年	国药控股（01099.HK）是国内领先的大型医药批发企业，2011 年 6 月，公司首次与国药控股旗下国药控股安徽有限公司开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 10 年。
2	安徽天星医药集团有限公司	2016 年	安徽天星医药是上市公司南京医药（600713.SH）之控股子公司，从事药品批发业务。2016 年 1 月，公司首次与安徽天星医药（当时名称为南京医药合肥天星有限公司）开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 5 年。
3	九州通医药集团股份有限公司	2011 年	九州通（600998.SH）是国内领先的大型医药批发企业，2011 年 11 月，公司首次与九州通旗下江苏九州通医药有限公司开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 10 年。
4	合肥曼迪新药业有限责任公司	2010 年	合肥曼迪新成立于 1995 年，注册资本 10,000 万元，主要从事药品配送、商业调拨、商业分销等医药批发业务。2010 年 8 月，公司首次与合肥曼迪新开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 11 年。
5	合肥立方制药股份有限公司	2010 年	立方制药（003020.SZ）是一家集药品制剂及原料药生产、药品及器械批发于一体的上市公司。2010 年 9 月，公司首次与立方制药旗下安徽立方药业有限公司开展业务合作，向其采购药品。至今双方合作已超过 11 年。

（2）签订合作协议的主要内容及主要供货方式

在零售业务中，发行人根据门店销售预测、商品安全库存、运输时间等因素，按需提出采购申请，上游供应商安排物流配送，一般由上游承担运费。公司零售业务采购协议的主要内容参见本招股说明书“第六节之一之（三）之 2、零售业务的主要运营模式之（3）零售业务的采购模式”的具体内容。

（3）发行人零售业务存在独家销售供应商产品情形

发行人零售业务面向个人消费者，为满足居民日常健康需求，在售的商品约万种，绝大部分产品不是独家销售。但由于发行人是安徽省直营门店数量最多的医药连锁企业，营销网络覆盖 13 个地区，在安徽省内尤其是总部所在的合肥市，“国胜大药房”拥有较高品牌知名度，上游生产企业针对个别产品也会在合肥或安徽省独家销售给发行人。

经统计，发行人零售业务涉及独家销售的品规 100 余个，2021 年实现收入 4,705.24 万元、毛利 1,759.29 万元，占零售业务收入的 3.02%、毛利总额的 3.35%，占比较低。

发行人零售业务独家销售上游供应商产品时，双方签署的采购协议中明确约定“供货方承诺发行人专供的品种或品规，供货方必须保证在分布有发行人门店的城市和地区是独家经营，否则发行人有权扣除少量货款或拒付货款。”，除上述约定外，其他主要条款与一般采购协议不存在重大差异。

4、终端集采业务

报告期各期，公司终端集采业务向前五名供应商采购额占采购总额（不含税）的比例及其采购内容信息，如下表所示：

单位：万元

序号	终端集采业务供应商名称	采购金额	占终端集采采购总额的比例	采购内容
2021 年				
1	国药控股股份有限公司	16,621.78	15.89%	药品、保健食品、器械等
2	安徽天星医药集团有限公司	16,164.59	15.46%	药品、保健食品、器械等
3	合肥立方制药股份有限公司	12,511.57	11.96%	药品、保健食品、器械等
4	九州通医药集团股份有限公司	12,198.75	11.67%	药品、保健食品、器械等
5	合肥曼迪新药业有限责任公司	9,100.53	8.70%	药品、保健食品、器械等
合计		**66,597.23**	**63.68%**	**-**
2020 年度				
1	国药控股股份有限公司	4,222.32	14.49%	药品、保健食品、器械等
2	安徽天星医药集团有限公司	3,837.94	13.17%	药品、保健食品、器械等

序号	终端集采业务供应商名称	采购金额	占终端集采采购总额的比例	采购内容
3	九州通医药集团股份有限公司	3,785.66	12.99%	药品、保健食品、器械等
4	合肥曼迪新药业有限责任公司	2,275.46	7.81%	药品、保健食品、器械等
5	合肥立方制药股份有限公司	2,186.41	7.50%	药品、保健食品、器械等
合计		**16,307.79**	**55.96%**	-
2019 年度				
1	国药控股股份有限公司	631.35	15.17%	药品、保健食品、器械等
2	合肥曼迪新药业有限责任公司	442.55	10.63%	药品、保健食品、器械等
3	合肥立方制药股份有限公司	431.29	10.36%	药品、保健食品、器械等
4	安徽天星医药集团有限公司	342.14	8.22%	药品、保健食品、器械等
5	九州通医药集团股份有限公司	316.07	7.59%	药品、保健食品、器械等
合计		**2,163.40**	**51.98%**	-

注：按照同一控制下供应商合并统计，其中：（1）国药控股股份有限公司包括国药控股安徽华宁医药有限公司、国药控股安徽省医药有限公司、国药控股安徽有限公司、国药集团药业股份有限公司、国药控股芜湖有限公司、国药控股鑫烨（湖北）医药有限公司、国药控股分销中心有限公司；（2）九州通医药集团股份有限公司包括安徽九州通医药有限公司、安徽九州通医疗器械有限公司、阜阳九州通医药有限公司；（3）合肥立方制药股份有限公司包括安徽立方药业有限公司；（4）安徽天星医药集团有限公司包括安徽天星生物制品有限公司和阜阳天星医药有限公司、南京医药六安天星有限公司。

汇达药业终端集采业务，是在代理业务产品优势与零售业务渠道优势基础上发展起来的，汇达药业共享华人健康、国胜药房的采购渠道资源。

报告期内，终端集采供应商主要为从事医药批发的商业公司。报告期内，发行人终端集采业务主要供应商的合作背景和合作历史如下：

序号	零售供应商	首次合作时间	合作背景
1	国药控股股份有限公司	2019 年 10 月	上述供应商从事医药批发业务，与发行人零售业务合作多年。2019 年 10 月，公司开展终端集采业务，采购的药品与零售业务重叠度高，基于多年良好合作基础，公司主动接洽。
2	安徽天星医药集团有限公司	2019 年 10 月	
3	九州通医药集团股份有限公司	2019 年 10 月	
4	合肥曼迪新药业有限责任公司	2019 年 10 月	
5	合肥立方制药股份有限公司	2019 年 10 月	

发行人终端集采签订合作协议的主要内容及主要供货方式与零售业务类似，一般不存在独家对外销售供应商产品情形。

发行人的主要供应商均为注册于中国境内的企业法人，依法存续并正常经营；发行人具有稳定的供应商基础，未形成对某一个供应商的严重依赖。

发行人控股股东、**共同**实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述主要供应商不存在关联关系，亦不存在上述主要供应商及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人**共同**实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。发行人对报告期各期相对上一年新增的前五大供应商的订单具有连续性和持续性。

5、各项业务供应商的区别和联系

（1）零售业务和终端集采业务的供应商相同

发行人开展终端集采依托并共享零售业务采购渠道和产品种类。两项业务的供应商重叠、采购的产品相同。为充分发挥集采成本优势，发行人制定了集团内部统一采购政策。

（2）代理业务的供应商是生产企业，零售与终端集采供应商主要为商业批发企业，两者是上下游关系；但也存在部分重叠

通常来说，代理业务的供应商是产业链最上游的生产企业，零售和终端集采业务的主要供应商是产业链中游的商业批发企业，两者是上下游关系。另一方面，由于发行人零售业务在安徽省内具有一定规模优势，亦存在直接向生产企业采购商品的情形，因此各项业务供应商也有少量重叠。

目前，我国一家制药企业平均拥有 20 个品种左右。发行人独家代理了厂家的某款产品，但该厂家的其他产品仍然可能是零售业务需要的产品，造成不同业务之间的供应商重叠。报告期内，因上述情形造成代理业务与零售、终端集采供应商重叠情况较少，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
供应商重叠家数	35	23	16

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
项目	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理业务重叠采购额	10,544.86	24.49%	5,547.15	15.38%	4,515.39	14.90%
零售与终端集采采购额	1,703.96	1.39%	1,524.75	1.59%	481.39	0.68%

（1）代理业务单独与供应商签订供货协议，产品与零售、终端集采不重叠

虽然供应商存在少量重叠，但是从产品角度来看，发行人代理业务采购的产品与零售、终端集采对外采购的产品不重叠。

发行人代理业务单独与供应商签订供货协议，并且代理权通常为独家代理，具有排他性。对于独家代理品规，华人健康取得了品规的出厂代理权，生产厂商只能卖给华人健康。发行人零售与终端集采业务如涉及发行人代理产品，从发行人内部采购，不直接向厂商采购。

（2）零售与终端集采业务存在集中对外采购的情形

发行人零售业务门店日常销售的药品约一万种，其上游供应链资源以及较为完善的物流配送体系，基本能够满足普通小微药店的品种需求。从采购渠道角度来看，零售业务和终端集采业务的供应商相同。

为充分发挥集采成本优势，发行人对于零售业务、终端集采业务通常集中对外采购，同一产品的采购价格不存在实质性差异。

6、主要供应商关于退换货的约定

报告期内，发行人各业务模式下与供应商退换货的约定类似，质量问题、物流破损等通常无条件退换，其他情形需双方协商。采购协议中大多未明确约定近效期商品的退换货条款，实际操作中通常可以协商处理。报告期内，发行人与供应商发生退换货金额如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
退换货金额	4,388.67	4,533.62	2,369.05
总采购额	166,030.64	132,033.34	100,669.84

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
占比	2.64%	3.43%	2.35%

2020 年公司采购退换货率较往年略高，主要是因为 2020 年疫情爆发之后安徽省对“一退二抗”品种管制甚至部分区域禁销，此规定的影响延续至 2020 年 4 月份，从而导致相关品种库存周转过慢甚至积压，在疫情结束之后，公司为维持健康的库存，与上游厂家、商业公司协商后退回了较多商品。

（三）前十大主要产品的采购情况

1、代理业务

截至报告期末，发行人拥有代理品规 502 个。按照采购金额排序，报告期内代理业务采购前十大单品情况如下：

单位：万件、万元、元/件

产品名称	前十大年度	2021 年				2020 年度				2019 年度			
		采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价
产品 1	2021/2020/2019	55.11	779.56	1.81%	14.15	95.69	1,475.51	4.09%	15.42	88.16	1,683.12	5.56%	19.09
产品 2	2021/2020/2019	241.40	2,027.33	4.71%	8.40	147.67	1,267.64	3.52%	8.58	139.76	1,193.30	3.94%	8.54
产品 3	2021/2020/2019	288.47	1,124.17	2.61%	3.90	270.68	1,113.86	3.09%	4.12	260.76	1,065.88	3.52%	4.09
产品 4	2021/2020	35.79	1,036.47	2.41%	28.96	33.45	982.85	2.73%	29.38	0.65	19.21	0.06%	29.38
产品 5	2021/2020/2019	215.42	780.24	1.81%	3.62	213.19	905.59	2.51%	4.25	205.52	864.32	2.85%	4.21
产品 6	2020/2019	62.34	541.72	1.26%	8.69	93.66	813.97	2.26%	8.69	70.94	593.06	1.96%	8.36
产品 7	2021/2020/2019	109.44	798.43	1.85%	7.30	104.19	757.04	2.10%	7.27	104.98	780.10	2.57%	7.43
产品 8	2020	116.56	527.15	1.22%	4.52	136.88	666.19	1.85%	4.87	113.24	547.89	1.81%	4.84
产品 9	2021/2020	183.96	892.21	2.07%	4.85	128.19	621.72	1.72%	4.85	104.88	504.98	1.67%	4.81
产品 10	2021/2020/2019	6.19	1,095.84	2.54%	176.99	3.30	591.38	1.64%	179.42	4.54	871.82	2.88%	192.03
产品 11	2019	30.91	136.76	0.32%	4.42	19.63	105.35	0.29%	5.37	154.41	794.98	2.62%	5.15
产品 12	2019	101.04	256.37	0.60%	2.54	147.61	382.86	1.06%	2.59	205.11	596.88	1.97%	2.91
产品 13	2019	2.39	422.65	0.98%	176.99	0.60	106.19	0.29%	176.99	2.93	564.71	1.86%	192.60
产品 14	2021	156.03	662.82	1.54%	4.25	123.09	522.89	1.45%	4.25	101.31	427.38	1.41%	4.22
产品 15	2021	136.05	628.62	1.46%	4.62	101.21	469.93	1.30%	4.64	92.17	434.27	1.43%	4.71

报告期内，代理业务采购单价变化较大的单品原因如下：

①产品 11 2021 年采购价格有所下滑，主要原因系该商品其他品规进入带量采购名录，经协商，厂家适当下调了发行人品规的代理价格。

②产品 1 的采购单价逐年下降：主要原因是由于上游厂家主动调整定价策略，2019 年 6 月起，代理价从含税 24 元/盒降至 17.52 元/盒；随着双方合作的持续深入，2020 年 12 月起，代理价继续降至含税 16.42 元/盒。

③产品 12 的采购单价 2020 年略有下降：主要原因是厂家将原有的返利政策直接体现在采购单价中。

④产品 10、产品 13 的采购单价 2020 年下降较多：主要原因是原料价格下降及消费者消费习惯导致市场需求下滑，为了更好开拓市场，保持产品原有竞争力，上游厂家对代理价进行下调。

2、零售业务

按照采购金额排序，报告期内，零售业务采购前十大单品情况如下：

单位：万件、万元、元/件

产品名称	前十大年度	2021 年度				2020 年度				2019 年度			
		采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价
产品 1	2021/ 2020	13.00	216.32	1.18%	16.64	56.76	960.65	1.44%	16.92	4.76	88.29	0.13%	18.54
产品 2	2020/2019	-0.02	-20.25	-0.11%	836.90	1.12	815.41	1.22%	730.13	1.36	1,028.40	1.55%	758.02
产品 3	2021/2020/2019	6.62	149.30	0.81%	22.54	25.98	584.27	0.87%	22.49	30.54	680.50	1.03%	22.28
产品 4	2020/2019	0.13	87.21	0.47%	661.70	0.92	581.52	0.87%	634.02	0.69	447.37	0.68%	650.62
产品 5	2020/2019	0.06	32.42	0.18%	540.34	1.00	552.61	0.83%	552.83	0.88	489.34	0.74%	554.31
产品 6	2021/2020/2019	3.35	157.11	0.85%	46.93	11.20	525.22	0.79%	46.90	8.23	383.69	0.58%	46.62
产品 7	2021/2020/2019	4.09	161.09	0.88%	39.43	11.52	453.60	0.68%	39.38	10.07	394.82	0.60%	39.21
产品 8	2021/2020	25.87	265.61	1.44%	10.27	45.09	446.40	0.67%	9.90	33.04	299.78	0.45%	9.07
产品 9	2020/2019	0.73	139.83	0.76%	190.92	1.96	379.25	0.57%	193.77	5.31	1,147.27	1.73%	216.06
产品 10	2021/2020	5.89	152.37	0.83%	25.89	11.88	347.05	0.52%	29.20	-	-	-	-
产品 11	2019	-	-	-	-	0.74	10.91	0.02%	14.80	27.41	398.81	0.60%	14.55
产品 12	2019	1.00	55.75	0.30%	55.75	1.82	124.90	0.19%	68.78	4.24	388.17	0.59%	91.62
产品 13	2019	7.95	87.93	0.48%	11.05	29.94	332.22	0.50%	11.10	34.30	375.89	0.57%	10.96
产品 14	2021	4.46	205.47	1.12%	46.02	6.94	319.56	0.48%	46.02	2.10	95.96	0.14%	45.60
产品 15	2021	7.40	147.35	0.80%	19.91	3.62	72.08	0.11%	19.91	-	-	-	-
产品 16	2021	0.62	145.09	0.79%	233.72	1.38	318.39	0.48%	231.13	0.89	187.96	0.28%	211.55
产品 17	2021	0.54	162.93	0.89%	299.01	-	-	-	-	-	-	-	-

报告期内，零售业务采购单价变化较大的单品原因如下：

①产品 1 采购价格逐年下降：主要原因是随着采购规模的增长，公司议价能力增强，与厂商争取了更优惠的采购价格。

②产品 12 采购价格 2020 年下降较多：主要原因是 2019 年该产品主要从医药商业渠道购进，2020 年公司部分从生产厂家直供，减少了流通环节，采购价格下降。2021 年采购价格继续下降，主要原因系 2020 年仍从医药商业渠道部分购进该产品，2021 年该产品全部从生产厂家直供，导致采购价格进一步下滑。

③产品 10 2021 年采购价格有所下降，主要原因系随着和厂商合作的进一步推进，与厂商争取了更大的优惠政策。

④产品 9 2020 年采购价格有所下降，主要原因是原材料成本下降，厂家调整定价所致。

⑤产品 16 2020 年采购价格有所上升，主要原因是厂家提高出厂价格，后期以公司采购量给予返利。

3、终端集采业务

发行人终端集采是服务于单体药店或小型连锁药店，因而从商品角度来看，发行人零售业务与终端集采业务的采购均为药店日常需求的药品和器械，相似度、重叠度较高。按照采购金额排序，报告期内终端集采业务采购前十大单品情况如下：

单位：万件、万元、元/件

产品名称	前十大年度	2021 年				2020 年度				2019 年度			
		采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价
产品 1	2020	-	-	-	-	8.35	675.20	2.32%	80.89	-	-	-	-
产品 2	2020	6.53	551.54	0.53%	84.50	3.05	339.71	1.17%	111.38	0.03	2.85	0.07%	111.38
产品 3	2021、2020、2019	2.02	1,367.34	1.31%	678.41	0.46	333.71	1.15%	722.95	0.10	71.53	1.72%	745.13
产品 4	2021、2020、2019	5.86	1,138.14	1.09%	194.17	1.40	287.21	0.99%	205.19	0.78	168.17	4.04%	215.93
产品 5	2021、2020	34.44	777.03	0.74%	22.56	12.58	283.85	0.97%	22.56	0.86	19.41	0.47%	22.57
产品 6	2021、2020、2019	79.56	839.32	0.80%	10.55	19.74	194.50	0.67%	9.85	6.06	57.22	1.37%	9.44
产品 7	2020	13.56	337.36	0.32%	24.88	6.81	172.11	0.59%	25.27	-	-	-	-
产品 8	2020	3.80	24.74	0.02%	6.51	32.48	169.10	0.58%	5.21	-	-	-	-
产品 9	2020	3.40	24.07	0.02%	7.08	16.38	157.82	0.54%	9.63	0.12	0.51	0.01%	4.25
产品 10	2020、2019	17.85	544.23	0.52%	30.49	4.75	155.08	0.53%	32.67	0.67	21.83	0.52%	32.48
产品 11	2019	0.61	14.46	0.01%	23.85	2.25	91.89	0.32%	40.91	1.06	43.13	1.04%	40.51
产品 12	2019	1.48	204.90	0.20%	138.44	0.68	95.76	0.33%	141.66	0.20	28.50	0.68%	142.48
产品 13	2019	28.51	315.40	0.30%	11.06	7.39	81.76	0.28%	11.06	2.56	28.32	0.68%	11.06
产品 14	2019	0.79	513.71	0.49%	653.91	0.16	106.45	0.37%	669.47	0.04	26.78	0.64%	669.47
产品 15	2019	0.76	68.71	0.07%	90.93	0.65	64.62	0.22%	99.08	0.25	24.77	0.60%	99.08
产品 16	2019	0.58	204.80	0.20%	353.10	0.12	42.37	0.15%	353.10	0.06	22.30	0.54%	371.68
产品 17	2021	15.17	619.21	0.59%	40.82	0.99	31.31	0.11%	31.64	-	-	-	-

产品名称	前十大年度	2021 年				2020 年度				2019 年度			
		采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价	采购数量	采购金额	金额占比	采购单价
产品 18	2021	64.07	1,065.94	1.02%	16.64	2.00	34.96	0.12%	17.47	-	-	-	-
产品 19	2021	16.18	631.84	0.60%	39.05	2.43	95.77	0.03%	39.38	0.16	6.30	0.15%	39.38
产品 20	2021	4.68	665.43	0.64%	142.07	0.94	151.42	0.52%	161.95	0.02	3.11	0.00%	161.95
产品 21	2021	13.26	621.79	0.59%	46.90	2.26	106.00	0.04%	46.90	0.11	5.16	0.12%	46.90
产品 22	2021	1.07	596.56	0.57%	558.05	0.13	72.80	0.02%	575.06	0.03	16.86	0.40%	585.25

报告期内，终端集采业务采购单价变化较大的单品原因如下：

①报告期内的产品 3、产品 4、2020 年的产品 16 采购价格有所下降：主要原因是生产厂家原材料成本下降调整定价所致。产品 17 2021 年采购价格上升较多，主要是由于厂家根据市场供需行情略微上调了出厂价格。

②产品 6 2020 年、2021 年采购价格逐年略有上升：主要原因是厂家生产成本增加，调高了出厂价格。

③产品 9 2020 年采购价格上升较多：主要原因是新冠疫情带来的短时间内需求大幅上升，全国范围内供货紧张，采购价格上升明显。2021 年以来，产品供应量相对充足，故大部分产品的采购价格有所下调；其中产品 8 由于厂家提高出厂价格，后期根据采购量给予返利，采购价格有所上升。

④产品 2 2021 年采购价格有所下降，主要原因是该产品已中标集采，价格下降。

⑤产品 11 采购价格 2021 年有较大幅度的下降，主要原因系疫情期间一退两抗药品产生一定滞销，厂家加大优惠力度。

综上所述，发行人各项业务中主要采购产品价格均为市场化定价，采购单价公允，符合行业实际情况与趋势。

（四）采购返利情况

1、返利政策

返利是医药流通行业惯例，上游供应商通常在购销合同外，以补充协议的形式签订返利协议，约定返利奖励措施。一般根据公司在一定期限内（通常为年度）完成采购合同规定的采购额（数量或金额）或回款额（金额）等指标，给予公司一定比例的返利。经双方确认无误后，供应商以票面折扣（以下简称“票折”）的形式给予兑付。

返利涉及的商品数量较多，计算规则多样，但总体来看具有同质性，与采购数量、金额、回款挂钩的常规返利是发行人获取返利的最主要形式。发行人各项业务供应商的返利政策没有显著的区别

返利类型	返利内容	返利规则
常规返利	在一定时间段内（既包括年度、半年度等定期周期，也包括临时的营销促销活动周期），针对全部或特定药品，在完成一定采购金额/数量/回款金额（一般具有阶梯型）的前提下进行奖励	返利金额=采购额*返利百分比，或采购数量*单位返利金额，或回款额*返利百分比，或综合上述指标组合计算
其他返利	由于药品限价或调价、支付方式（承兑或电汇）变化、组织促销节庆活动等特殊原因，供应商给予的补偿或让利	返利金额=双方协商的计算金额或固定金额

2、返利的会计处理

发行人各业务板块对于返利的会计政策一致，均为在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后冲减营业成本。供应商按照双方确定的返利金额（在票面以负数列示）向公司开具增值税发票。对于发行人而言，收取的供应商返利实际减少总体采购价款，最终影响了采购成本。

（1）实际收到

发行人在实际收到返利时将返利金额冲减收到返利当期的营业成本，同时减少应付供应商采购款和当期增值税进项税金。公司收取供应商返利的具体会计处理为：

借：应付账款

贷：主营业务成本

应交税金-应交增值税额（进项税额）

（2）年末计提

在返利周期结束后，若发行人尚未收到返利但与供应商之间可以相对准确地计算出应收返利金额且基本确定可以收到，则在每年末，发行人根据本年采购量及年初约定的返利政策，按照“权责发生制”计提本年应收返利，冲减本年营业成本，同时增加其他应收款（或减少应付账款）。次年年初，发行人实际收到上游返利时，差额部分调整收到返利当月的“营业成本”，同时按照实际返利调减本批次商品采购价款后的金额开票结算。具体会计处理为：

① 年末计提返利 X

借：预付账款（或应付账款） X/（1+增值税率）

贷：主营业务成本 X/（1+增值税率）

② 次年收到返利 Y

首先冲减上年末计提分录：

借：预付账款（或应付账款） -X/（1+增值税率）

贷：主营业务成本 -X/（1+增值税率）

然后按照实际返利 Y 冲减本批次商品采购价款后的金额 Z 开具发票：

借：库存商品 Z/（1+增值税率）

借：应交税金-应交增值税额（进项税额） Z*增值税额

贷：预付账款（或应付账款） Z*（1+增值税率）

报告期内，发行人不存在提前确认返利的情形，符合谨慎性。发行人已按照权责发生制计提返利，不存在跨期调节利润的情形。

综上所述，发行人代理业务返利与零售、终端集采业务返利处理不存在差异。从总体来看，发行人各业务板块对于返利的会计政策一致，均是在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后冲减营业成本。公司返利会计处理符合《企业会计准则》的规定。

3、报告期内的返利情况

报告期内，发行人返利按业务类型分类，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	返利	占比	返利	占比	返利	占比
代理	677.24	11.87%	663.73	16.75%	544.58	23.29%
零售	4,467.54	78.31%	3,116.74	78.63%	1,793.05	76.70%
终端集采	560.42	9.82%	183.15	4.62%	0.25	0.01%
合计	**5,705.20**	**100.00%**	**3,963.62**	**100.00%**	**2,337.88**	**100.00%**

报告期内，发行人返利占成本的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
返利金额	5,705.20	3,963.62	2,337.88
当期营业成本	152,325.71	123,075.64	94,570.17
返利占成本的比例	3.75%	3.22%	2.47%

报告期内，发行人返利增长主要为零售业务。随着公司业务的不断扩大，公司的采购金额也逐年增加。由于返利金额的计算一般具有阶梯型，故在采购基数增加较多的情况下，奖励比率会有一定程度的递增，故各期返利金额与占比也逐年上升。

4、与同行业的对比情况

（1）会计处理

发行人对采购返利会计处理方法与同行业可比上市公司之间不存在重大差异，均是在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后冲减营业成本。同行业可比公司关于返利确认及会计处理的具体情况如下：

对标发行人业务	同行业可比公司	股票代码	返利会计政策
代理业务	百洋医药	301015.SZ	为按照购销合同、协议或以购销双方认可的方式约定的利益条款、促销政策等，在与供应商对账确认的基础上确认返利，并以票折的形式取得返利，会计处理方式为冲减主营业务成本或存货采购成本并转出进项税额。
零售业务	老百姓	603883.SH	由供应商在出具的增值税专用发票上进行金额折扣或出具专门的负数增值税专用发票，该公司按照确定的返利金额扣减应付供应商的采购款，并将返利入账。依照零售行业惯例，该公司在收到返利时，根据确认的返利金额，相应冲减主营业务成本和对应的增值税进项税金。
	一心堂	002727.SZ	因该公司采购数量较大，依据行业惯例，供应商会按照采购合同进行返利，对这部分返利，该公司冲减主营业务成本。
	益丰药房	603939.SH	根据该公司与供应商签署的采购合同，返利收入一般以季度和年度为主，由于在签署合同时无法预计采购量是否达到标准，故均在满足条件收到供应商返利后再确认、进行会计处理。该公司收到供应商返利后，由于该公司产品的存货周转率较高，目前均是在收到供应商返利的当月冲减相应的销售成本。
	大参林	603233.SH	该公司收到供应商返利或基本确定可以收到供应商返利后，由于该公司存货周转率较高，均是在收到供应商返利当月冲减相应销售成本，

对标发行人业务	同行业可比公司	股票代码	返利会计政策
			同时减少当期增值税进项税金。
	健之佳	605266.SH	该公司在满足合作约定条件且收到供应商的返利或者基本确定可以收到供应商返利额当期进行会计处理。
	漱玉平民	301017.SZ	考虑到最终与供应商共同对账结算确认前，该公司无法确定实际应收取的返利金额，出于谨慎性考虑，该公司在实际收取返利时进行会计处理。对于该公司而言，收取的供应商返利实际降低了采购批次商品的采购价款，最终影响了采购成本。同时由于返利收取时间具有滞后性，而该公司存货周转率较高，因此该公司在实际收取返利时，其所对应的商品绝大部分均已完成销售。因此，该公司在实际收到返利时将返利金额冲减当期“营业成本”，同时减少应付供应商采购款。
	达嘉维康	301126.SZ	（1）与采购任务或回款情况挂钩的返利，系供应商根据其对公司销售情况、销售规模及公司付款及时性等综合情况给予公司的返利，这部分返利是否取得及取得的返利金额存在较大不确定性，基于谨慎性原则，该公司在实际收到供应商返利时才进行确认并进行会计处理。（2）价格补差返利系供应商根据需要补差的药品的销售流向，综合考虑配送商整体配送毛利情况分货品确定补差单价并计算需支付给公司的补差金额，该部分返利是否取得及取得的返利金额存在较大不确定性，基于谨慎性原则，该公司在实际收到供应商返利时才进行确认并进行会计处理。
终端集采业务	药易购	300937.SZ	购销双方通常在协议中明确约定返利的具体结算方式，报告期内，该公司主要通过商业折扣的方式（即“票折”）收取来自上游供应商的返利，此外也包括部分现金。（1）计提应记返利时，根据返利规则和实际完成情况计算应计返利金额；（2）返利到账时，冲减应付账款或增加货币资金；（3）实现销售，确认收入并结转成本的同时，结转采购返利至当期营业成本，期末未实现销售的，采购返利保留在库存商品余额中。

综上，发行人依照行业惯例，在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后冲减营业成本，真实反映了公司财务状况及经营成果，与同行业可比公司之间不存在重大差异，返利会计处理方法符合《企业会计准则》的规定。

（2）返利金额及占比

报告期内，发行人收取供应商返利金额及与同行业上市公司对比情况如下表：

单位：万元

公司	期间	返利金额	营业成本	占比
发行人	2021 年度	5,705.20	152,325.71	3.75%
	2020 年度	3,963.62	123,075.64	3.22%
	2019 年度	2,337.88	94,570.17	2.47%
百洋医药	2020 年度	18,489.73	440,600.33	4.20%
	2019 年度	8,941.94	349,767.65	2.56%
	2018 年度	7,967.23	245,362.18	3.25%
老百姓	2018 年 1-6 月	10,817.66	284,615.68	3.80%
	2017 年度	12,642.93	485,287.37	2.61%
	2016 年度	9,950.44	389,652.99	2.55%
	2015 年度	8,092.32	286,790.10	2.82%
益丰药房	2019 年 1-9 月	16,833.38	446,087.25	3.77%
	2018 年度	15,067.10	416,608.19	3.62%
	2017 年度	7,200.18	288,258.34	2.50%
	2016 年度	4,871.72	225,542.59	2.16%
大参林	2016 年度	2,535.42	375,057.57	0.68%
	2015 年度	2,991.93	310,514.02	0.96%
	2014 年度	3,004.32	271,406.36	1.11%
漱玉平民	2020 年 1-6 月	7,397.99	157,520.20	4.70%
	2019 年度	6,413.24	231,333.58	2.77%
	2018 年度	5,807.40	184,096.26	3.15%
	2017 年度	3,635.68	157,343.60	2.31%
健之佳	2017 年 1-6 月	1,531.55	68,330.75	2.24%
	2016 年	3,287.51	126,472.28	2.60%
	2015 年	2,510.06	115,178.09	2.18%
	2014 年	1,439.63	104,662.90	1.38%
达嘉维康	2021 年 1-6 月	5,742.62	110,856.03	5.18%
	2020 年	8,662.28	207,087.40	4.18%
	2019 年	8,202.81	216,636.63	3.78%
	2018 年	6,759.83	192,293.30	3.51%

公司	期间	返利金额	营业成本	占比
药易购	2020 年 1-6 月	5,319.94	121,837.68	4.37%
	2019 年度	11,375.59	208,086.65	5.47%
	2018 年度	8,085.84	185,078.53	4.37%
	2017 年度	5,827.76	144,310.66	4.04%

注 1：由于同期返利相关数据同行业上市公司未在年报中进行披露，因此获取同行业上市公司最近一次披露的返利相关数据进行对比；

注 2：返利相关数据摘自各上市公司公开披露的招股说明书、募集说明书或反馈意见回复；

注 3：一品红、易明医药、一心堂未公开披露返利相关数据。

由上表可知，同行业上市公司每年返利金额占成本的比例大多逐年上升趋势，且占比在 2%-4%之间居多。发行人返利占营业成本比例与同行业上市公司不存在重大差异，不存在异常情形。

五、发行人的主要固定资产和无形资产

（一）固定资产情况

1、自有房产情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 3 项自有房产，具体情况如下表所示：

序号	所有权人	坐落	建筑面积（㎡）	权证号	规划用途	终止日期	权利限制
1	华人健康	包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 B 幢	13,853.72	房地权证合产字第 8110221544 号	工业用房	2061-12-26	抵押
2	国胜科技	包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 C 幢	13,862.23	房地权证合产字第 8110271870 号	工业用房	2061-12-26	抵押
3	华人健康	高新区黄山路 629 号绿城桂花园云栖苑 1 幢 1001	99.21	房产权证合产字第 8110151021 号	成套住宅	2084-5-27	无

公司位于合肥市包河区上海路 18 号的 B 幢（上表第 1 项）、C 幢（上表第 2 项）房产为总部办公大楼与仓库。截至本招股说明书签署日，B 幢房屋所有权为华人健康与交通银行安徽省分行在 2019 年 9 月 9 日至 2022 年 9 月 9 日期间签署的全部借款、授信合同提供抵押担保。C 幢房屋所有权为安徽国胜与中信银行在 2019 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 21 日期间签署的全部主合同提供抵押担保。

2、租赁房产情况

（1）发行人及控股子公司租赁仓库、办公场所的情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司及控股子公司租赁仓库、办公的情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁地址	作用	租赁面积（m^2）	租赁期	租赁备案情况
1	华人健康	合肥锦华食品有限责任公司	合肥市经开区龙蟠路与卧云路交叉口园区内 1 号厂房第 2/3/4 层及 1 层部分区域	华人仓库	15,300	2020-12-1 至 2022-11-30	备案证书号 2101280BB001
2	芜湖国胜	安徽瑞丰商品交易博览城投资开发有限公司	芜湖商品交易博览城 H 区 9 幢三层 322-27、351-356 号	芜湖国胜办公	471.33	2021-11-1 至 2022-10-31	-
3	亳州国胜	亳州青年电商产业园运营管理有限公司	亳州市谯城区十八里工业区西外环路西站前西路南	亳州仓库	1,000	2019-10-1 至 2022-9-30	-

①上述 3 项租赁仓库、办公场所的产证情况

序号	仓库	所有权人	房产证号	用途
1	龙蟠路-卧云路华人仓库	合肥锦华食品有限责任公司	-	-
2	芜湖国胜办公场所	安徽瑞丰商品交易博览城投资开发有限公司	-	-
3	亳州谯城区亳州仓库	亳州市双力建材有限公司	房地权证亳字第 201202738 号	工业用房

上表中第 1 项，由于代理业务发展较快，华人健康于 2020 年 12 月向合肥锦华食品有限责任公司租赁了 15,300 平米的厂房用作代理业务专用仓库。该租赁涉及的园区 1 号厂房于 2004 年 9 月取得了土地证（肥西国用[2004]第 25920 号），于 2018 年 10 月取得《建设工程规划许可证》，于 2020 年 11 月取得合肥市经开区建筑工程竣工验收备案。

上表中 2 项，芜湖国胜向安徽瑞丰商品交易博览城投资开发有限公司租赁的位于芜湖商品交易博览城物业，产权所有权人与出租人一致。2009 年 3 月，芜湖商品交易博览城取得《建设用地规划许可证》；2011 年 3 月，芜湖弋江区政府出具证明，芜湖商品交易博览城系市政府招商引资项目，产权属安徽瑞丰商

品交易博览城投资开发有限公司，待全部开发完毕，办理相关产权证书。

上表中 3 项，亳州国胜向亳州青年电商产业园运营管理有限公司租赁的位于亳州市谯城区十八里工业区西外环路西站前西路南仓库的产权证照齐备，出租人有权将相关物业转租给亳州国胜。

②上述 3 项租赁仓库的租金情况

序号	仓库	出租方	楼层	租金价格
1	龙蟠路-卧云路华人仓库	合肥锦华食品有限责任公司	第 2/3/4 层及 1 层部分	16.00 元/平米*月
2	芜湖国胜办公场所	安徽瑞丰商品交易博览城投资开发有限公司	3 层 322-27、351-356 号	年租金 56,560 元，折合 10.00 元/平米*月
3	亳州谯城区亳州仓库	亳州青年电商产业园运营管理有限公司	1 层	年租金 14.00 万元，折合 11.67 元/平米*月

上述仓库出租人与发行人不存在关联关系，租赁双方以同地区、相似条件的工业厂房市场租金为基础，市场化协商确定，价格公允。

（2）零售门店租赁房产的情况概述

为了实现医药零售业务扩张以面对行业内竞争日益激烈的态势，发行人借助租赁方式进行轻资产运营。截至 2021 年 12 月 31 日，国胜药房拥有 880 家门店，全部采用租赁方式，租赁总面积 12.39 万平方米，租赁房产对发行人现阶段的经营及业务扩张具有重要意义。

①零售门店关联租赁的情形

截至 2021 年 12 月 31 日，国胜药房 880 处门店租赁物业中，向关联方租赁 1 处，涉及 1 家门店，具体情况如下：

承租方	关联出租方	关联关系	门店	租赁地址	租赁面积（m^2）	租赁到期
安徽国胜	裕泰和投资	何家乐、何家伦之胞兄何家裕控制的企业	安徽国胜大药房连锁有限公司金寨路店	合肥市金寨路 213 号	2,100	2023-10-15

2017 年 7 月 15 日，安徽国胜与裕泰和投资签署《房屋租赁合同》，约定以每年 106.55 万元价格（第四年开始在第三年基础上递增 10%），折合 1.39 元/平米*日。

关于关联租赁价格公允性，请参见本招股说明书之“十、关联方及关联交易之（二）关联交易之 2、经常性关联交易之（3）向关联方租赁房屋”的相关内容。通过网络公开查询公司与裕泰和投资关联租赁房屋相近地段同类用途的房租价格并进行比对，发行人关联租赁房屋定价与网络公开查询价格不存在重大差异。发行人关联租赁房屋租金定价公允。

②零售门店租赁租金定价及公允性

发行人零售门店遍布安徽省 13 个地级市以及江苏省南京市、河南省郑州市，除一家门店涉及关联方裕泰和投资外，其他门店的出租人均为非关联方，租赁价格系发行人与出租方在自愿协商的基础上达成的，定价公允。报告期内，发行人房租及物业费分别为 10,540.65 万元、13,150.58 万元和 16,445.38 万元，占同期营业收入的比例分别为 6.92%、6.81%和 7.03%。若未来租金呈上涨态势，将会对发行人的经营业绩造成不利影响。

③零售门店租赁合同期限

发行人用于零售门店租赁的 880 处物业中，378 家门店租期在 2025 年及以后，长租期门店面积占比超过 40%，房屋租赁合同的签订期限如下：

租赁期限	数量	租赁面积（万 m^2）	面积占比	2021 年线下收入占比
2022 年末之前到期	158	2.12	17.12%	20.58%
2023 年末之前到期	144	1.96	15.84%	19.04%
2024 年末之前到期	200	2.82	22.76%	22.15%
2025 年及以后到期	378	5.49	44.29%	38.23%
合计	**880**	**12.39**	**100.00%**	**100.00%**

租赁经营受租赁期限等因素制约，存在一定的不确定性，存在到期无法续签、房屋拆迁、改建及周边规划或商业环境发生变化等原因而影响门店的持续经营。为此，发行人尽可能地与所租赁房产业主沟通，签署了较长期限的租赁合同，以降低因业主违约、到期无法续签导致门店无法持续经营的风险。此外，发行人较容易找到替代性房产，并且搬迁成本不高。综上，发行人的租赁行为不会对其资产的完整性产生重大不利影响。

发行人截至 2021 年末的 880 处租赁物业，租赁期限相对较长，5 年及 5 年

以上租赁期限的物业 641 处，数量占比为 72.84%、面积占比为 73.31%、收入占比为 75.46%，具体如下：

租赁期限	数量（处）	数量占比	面积占比	2021 年线下收入占比
2 年（含）以内	61	6.93%	6.30%	6.20%
3 年（含）-5 年	178	20.23%	20.39%	18.34%
5 年（含）-8 年	545	61.93%	60.10%	60.65%
8 年（含）-10 年	48	5.45%	7.61%	8.89%
10 年（含）以上	48	5.45%	5.60%	5.92%
合计	**880**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

发行人截至 2021 年末的 880 处租赁物业中，有 158 处租赁物业已经到期或将于 2022 年 12 月 31 前到期。具体情况如下：

类别	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2021 年线下收入占比
已到期门店	21	0.28	2.30%	3.14%
已到期正在办理续租手续①	21	0.28	2.30%	3.14%
将于 2022 年 6 月 30 日前到期门店	58	0.72	5.80%	7.09%
到期后不再续租准备迁址②	1	0.01	0.10%	0.02%
预计到期后可正常续租③	57	0.71	5.69%	7.08%
2022 年 7 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间到期门店	79	1.12	9.02%	10.35%

如上表所述，截至 2022 年 2 月 28 日，已经到期尚未续期的或将于 2022 年 6 月 30 日到期尚未续期的租赁物业（①+②+③）合计 79 处，占发行人门店总经营面积的 8.10%，线下门店收入占比 10.23%，其中预计 78 处租赁物业均能够与原出租方或房东续租，1 处租赁物业将于 2022 年 6 月 30 日前到期正在寻找新物业。因此，除 1 处已有明确迁址计划的门店外，发行人已经到期尚未续期的或将于 2022 年 6 月 30 日到期尚未续期的租赁物业预计不存在无法续期的实质性障碍，对发行人零售业务经营不构成重大影响。

对于租赁期限届满时间介于 2022 年 7 月至 2022 年 12 月期间的 79 处租赁物业，根据发行人《拓展部管理制度》，相关负责人员一般在租赁期限届满前 3-6 个月内与出租方沟通续租安排。

发行人作为在安徽省具备品牌影响力的连锁药店，具备持续稳定的盈利能

力和较强的客流吸引能力，且在消防安全、环境卫生等方面管理严格，有能力承担并按期支付租金，不存在因经营不善拖欠租金或出现重大安全事故等情形。出租方在出租物业过程中，亦更青睐于向经营稳定、安全性高、低污染、强品牌影响力和高盈利能力的承租方合作。在租赁物业的过程中，发行人能够与绝大部分出租方保持良好的租赁关系。因此，发行人承租物业到期后续期不存在可合理预见的实质性障碍。且发行人门店租赁房屋的可替代性强、搬迁成本与难度较低，如相关租赁期限届满后少量门店无法续租，亦不会对发行人的长期可持续性造成重大影响。

④零售门店租赁的合法合规性

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人控股子公司、下属门店租赁 880 处物业用于开展零售业务。具体情况统计如下：

类别		标记	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2021 年线下收入占比
出租方为房屋所有权人的租赁物业	出租方已提供房屋所有权证	A1	468	6.86	55.36%	56.62%
	出租方已提供商品房预售合同、房屋买卖合同、搬迁安置协议等	B1	105	1.35	10.89%	9.80%
	出租方已提供土地使用权证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建设工程施工许可证等相关权属证明文件	C1	26	0.41	3.30%	3.46%
	地方政府部门、村（居）委会、街道办事处等出具的房产权属证明文件或法院裁定书等	D1	34	0.44	3.57%	3.13%
	出租方未能提供相关产权证明文件	E1	15	0.20	1.63%	2.33%
小计			**648**	**9.26**	**74.75%**	**75.34%**
出租方不是房屋所有权人但已取得房屋所有权人同意转租证明的租赁	出租方已提供房屋所有权证	A2	70	0.83	6.73%	7.01%
	出租方已提供商品房预售合同、房屋买卖合同、搬迁安置协议等	B2	10	0.14	1.16%	0.65%
	出租方已提供土地使用权证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可证、建设工程施工许可证等相关权属证明文件	C2	29	0.37	2.95%	4.28%

类别		标记	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2021 年线下收入占比
物业	地方政府部门、村（居）委会、街道办事处等出具的房产权属证明文件或法院裁定书等	D2	21	0.30	2.40%	1.77%
	出租方未能提供相关产权证明文件	E2	2	0.05	0.38%	0.12%
小计			**132**	**1.69**	**13.62%**	**13.84%**
出租方不是房屋所有权人且未取得房屋所有权人同意转租证明的租赁物业		F	100	1.44	11.63%	10.82%
合计			**880**	**12.39**	**100.00%**	**100.00%**

注：E1、E2、F 均存在可能被认定为无权出租的风险。

对于 648 处出租方为房屋所有权人的租赁物业，468 处已取得房屋所有权证，165 处虽未取得房屋所有权证，但已提供商品房预售合同、土地使用权证、村（居）委会出具的权属证明等替代性权属证明，剩余 15 处出租人未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权，上述物业存在因出租方无权处分而被认定为无权出租的风险。

对于 132 处出租方不是房屋所有权人但已取得房屋所有权人同意转租证明的租赁物业，70 处已取得房屋所有权证，60 处虽未取得房屋所有权证，但出租人已提供商品房预售合同、土地使用权证、村（居）委会出具的权属证明等替代性权属证明，剩余 2 处物业虽已取得了房屋所有权人的同意转租证明，但出租人未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权，上述物业存在因出租方无权处分而被认定为无权出租的风险。

对于 100 处出租方不是房屋所有权人且未取得房屋所有权人同意转租证明的租赁物业，存在出租方被认定为无权出租的风险。

A.未取得房屋所有权证情况

对于发行人承租的 648 处出租方为房屋所有权人及 132 处出租方不是房屋所有权人但已取得房屋所有权人同意转租证明的房产，合计 242 处房产（B1+C1+D1+E1+B2+C2+D2+E2）未取得房屋所有权证，主要原因包括：①部分房产房东自购房屋仅取得房屋买卖合同等，房产证正在办理中，暂未提供；②部分回迁房,仅提供拆迁安置协议,房产证正在办理中，暂未提供；③部分房产开发商仅向房东提供土地使用权证、建设用地规划许可证、建设工程规划许可

证、建设工程施工许可证等证明文件，房产证正在办理中，暂未提供；④部分房产已由出租方已提供居（村）委员等出具的房产权属证明文件，暂未提供房产证。

该等未取得房屋所有权证的 242 处房屋，合计面积 3.26 万㎡，占发行人门店经营面积的 26.29%，线下门店收入占比 25.56%。

B.未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权情况

前述合计未取得房屋所有权证的 242 处房屋中，225 处房产（B1+C1+D1+B2+C2+D2）出租方已提供商品房预售合同、土地使用权证、村（居）委会出具的权属证明等替代性权属证明。尚余 17 处房产（E1+E2）出租方无法提供有效的替代性权属证明,主要原因系房东不愿意配合提供相关产权证明材料。

该等未取得提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权的 17 处房产，合计面积 0.25 万㎡，占发行人门店经营面积的 2.02%，线下门店收入占比 2.45%。

C.出租方不是房屋所有权人情况

剩余 100 处房产（F），因原房东不愿意配合出具同意转租的证明，出租方无法向发行人提供证明文件，证明其作为二房东，有权将承租房屋转租予发行人。

该等出租方不是房屋所有权人且未取得房屋所有权人同意转租证明的 100 处房产，合计面积 1.44 万㎡，占发行人门店经营面积的 11.63%，线下门店收入占比 10.82%。

如上所述，发行人门店瑕疵类型主要包括两类，其一是未向发行人提供有效的材料证明其对所出租房屋享有所有权或处分权；其二是针对转租的房屋，出租方未能取得原房东同意其将承租房屋转租予发行人的证明文件。该等可能存在被认定为无权出租的风险的物业合计 117 处（E1+E2+F），租赁面积总计 1.69 万平方米，占发行人门店租赁总面积的比例为 13.64%，线下门店收入占比 13.27%。在出租方能够提供出租房产的房屋所有权证或该房产所有权人同意出

租方转租该房产的证明文件前，出租人是否有权出租该等物业的权利未得到有效确认，发行人各下属门店依据相关租赁协议取得其对租赁物业的使用权的合法性也无法得到有效确认，该等租赁可能不会受到法律保护及可能不具有强制执行效力，但各下属门店仍可依据租赁合同向出租方进行索赔。

若上述物业被认定为出租方无权出租而要求发行人搬迁，发行人寻找替代性物业的成本和难度较低。报告期内发行人及其控股公司在过往经营中并未出现过因租赁物业被有权第三方主张无效并被有权机关认定无效的情形。因此，承租的上述物业被宣告无效不会对其生产经营造成重大不利影响，不构成本次发行上市的实质性法律障碍。

⑤零售门店租赁备案情况

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人承租的 331 处用于门店经营的物业已办理租赁备案登记，尚有 549 处用于门店经营的物业尚未办理租赁备案登记，占发行人门店租赁总面积的比例为 60.92%，线下门店收入占比 55.56%，具体情况统计如下：

类别	数量（处）	租赁面积（万 m^2）	面积占比	2021 年线下收入占比
有房产证且已办理租赁备案登记	251	3.65	29.50%	33.30%
无房产证但已办理租赁备案登记	80	1.19	9.59%	11.14%
小计	**331**	**4.84**	**39.08%**	**44.45%**
有房产证但未办理租赁备案登记	326	4.73	38.15%	34.44%
无房产证且未办理租赁备案登记	223	2.82	22.77%	21.12%
小计	**549**	**7.55**	**60.92%**	**55.56%**
合计	**880**	**12.39**	**100.00%**	**100.00%**

根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条规定，“当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。”

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人用于门店经营所租赁的 880 处物业的租赁备案情况及未办理租赁备案的具体原因如下：

类别	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2021 年线下收入占比

类别	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2021 年线下收入占比
已办理租赁备案登记	331	4.84	39.08%	44.45%
小计	331	4.84	39.08%	44.45%
房屋主管部门虽开展备案业务，但不对转租房产、非整租房产等进行备案	70	0.97	7.82%	5.52%
缺少房产证等备案所需资料而无法办理	162	2.08	16.81%	15.28%
房东暂居外地或不愿配合导致无法办理	224	3.22	25.96%	24.04%
房屋租赁备案证明到期正在续期	70	0.97	7.81%	9.52%
房屋租赁备案手续正在办理中	23	0.31	2.52%	1.20%
小计	**549**	**7.55**	**60.92%**	**55.55%**
合计	**880**	**12.39**	**100.00%**	**100.00%**

租赁房产未办理租赁备案登记，不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，房屋租赁当事人存在被房屋主管部门要求限期改正、逾期不改正被处以一千元以上一万元以下罚款的风险。但根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条规定，未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力，发行人及其子公司有权根据相关租赁合同使用租赁房屋。因此，租赁房产未办理租赁备案登记的瑕疵事项不会对发行人的持续经营造成重大不利影响，不会对本次发行上市构成实质性法律障碍。

⑥发行人零售门店租赁房产对应的用地情况

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人自有房产对应的土地使用权不涉及集体建设用地、划拨地、农用地、耕地、基本农田等情形。已取得土地性质证明文件的房产中，发行人承租的 64 处房产对应的土地使用权涉及划拨地、集体建设用地等情况，具体如下：

租赁房产占地类别	数量（处）	租赁面积（万㎡）	面积占比	2021 年线下收入占比
国有建设用地（出让）	611	8.68	70.07%	72.15%
国有建设用地（划拨）	57	0.80	6.43%	6.79%
集体土地	7	0.07	0.59%	0.66%
未提供土地性质证明文件	205	2.84	22.91%	20.40%
合计	**880**	**12.39**	**100.00%**	**100.00%**

根据《中华人民共和国城市房地产法》的规定，以营利为目的，房屋所有权人将以划拨方式取得使用权的国有土地上建成的房屋出租的，应当将租金中

所含土地收益上缴国家。根据《中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》的规定，符合条件并经市、县人民政府土地管理部门和房产管理部门批准，划拨土地使用权和地上建筑物，其他附着物所有权可以转让、出租、抵押；对未经批准擅自转让、出租、抵押划拨土地使用权的单位和个人，市、县人民政府土地管理部门应当没收其非法收入，并根据情节处以罚款。法律法规并未禁止划拨地上的房产对外租赁，但是，租赁房产的出租人应当符合一定条件并取得批准，同时，租金中所含土地收益应当上缴国家。

发行人目前租赁的部分房产涉及国有划拨用地上房产，法律法规并未禁止划拨地上房产对外租赁，且发行人不属于有关租赁合同中的应当取得租赁批准及向国家上缴土地收益的出租方，发行人租赁使用上述划拨地上建造的房产在报告期内正常使用且未因此而被土地管理、规划管理部门、城市管理部门予以行政处罚。但该等房产出租方并未提供就该等房产对外租赁已补交土地收益（如土地出让金）及获得土地管理部门和房产管理部门批准的证明文件，该等租赁国有划拨用地上房产的行为存在一定的法律瑕疵，可能被相关主管部门认定为不符合《城市房地产管理法》、《城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例》关于国有划拨地上房屋租赁的相关规定从而导致租赁关系的终止。

根据《中华人民共和国土地管理法》的相关规定，土地利用总体规划、城乡规划确定为工业、商业等经营性用途，并经依法登记的集体经营性建设用地，土地所有权人可以通过出让、出租等方式交由单位或者个人使用，并应当签订书面合同，载明土地界址、面积、动工期限、使用期限、土地用途、规划条件和双方其他权利义务。

根据《中华人民共和国城乡规划法》的相关规定，未取得建设工程规划许可证或者未按照建设工程规划许可证的规定进行建设的，由县级以上地方人民政府城乡规划主管部门责令停止建设；尚可采取改正措施消除对规划实施的影响的，限期改正，处建设工程造价百分之五以上百分之十以下的罚款；无法采取改正措施消除影响的，限期拆除，不能拆除的，没收实物或者违法收入，可以并处建设工程造价百分之十以下的罚款。

报告期内，发行人不直接租赁集体土地使用，租赁的部分房产涉及集体土地上所建房产，并未涉及《土地管理法》所禁止的对相关集体所有土地的租赁

行为。发行人租赁的前述房产存在被拆除的风险，可能会对发行人的正常运营产生一定的影响。但由于发行人为相关瑕疵房产的承租方而非建设方，依法不存在受到行政处罚的风险，也不构成重大违法行为。

针对发行人及其子公司上述租赁房产存在的瑕疵情况及其可能对发行人造成的不利影响，发行人**共同**实际控制人何家乐、何家伦已出具承诺，具体详见本节之“五、（一）2、⑦**共同**实际控制人关于租赁物业瑕疵的兜底承诺”。

综上所述，发行人承租的部分房产对应的土地使用权涉及划拨地、集体建设用地等情况，存在不规范的情形。由于发行人及其子公司均为相关瑕疵房产的承租方而非建设方，如因租赁房产的土地问题被政府主管部门依法处罚，责任承担主体是出租方，发行人依法不存在受到行政处罚的风险，也不构成重大违法行为。发行人控股股东、**共同**实际控制人已出具了相关承诺，如出现因土地问题被要求搬迁等情形，相关费用或损失由控股股东、**共同**实际控制人承担，保证发行人的持续经营不会因此受到影响。因此，发行人部分租赁房屋存在的前述不规范情形，对发行人的持续经营不会造成重大不利影响，对发行人本次发行并上市不会构成重大法律障碍。

⑦**共同**实际控制人关于租赁物业瑕疵的兜底承诺

就发行人各下属门店租赁物业可能面临的风险，发行人**共同**实际控制人何家乐和何家伦已向发行人出具《承诺函》，承诺：“华人健康及其子公司、分支机构已按相关法律规定与出租方签订了房屋租赁合同并按合同约定支付租金，该等租赁房产权属清晰、合法合规。若上述租赁房产在租赁期内因权属问题无法继续使用，或因租赁合同未按照规定进行备案登记而受到行政处罚，本人将承担由上述原因对华人健康造成的全部损失。如本人违反上述承诺，则华人健康有权依据本承诺函扣留本人从华人健康获取的工资、奖金、补贴、股票分红等收入，用以承担本人承诺承担的上述租赁相关责任和义务，并用以补偿华人健康因此而遭受的损失。”

综上，上述租赁瑕疵情形对发行人的持续经营不构成实质性障碍，对本次发行上市不构成重大不利影响。

3、其他固定资产情况

公司固定资产主要为房屋建筑物和办公设备。截至 2021 年 12 月 31 日，公司固定资产总体成新率 57.72%，使用情况良好，不存在大量闲置，不存在减值迹象。

（二）无形资产情况

公司所拥有的无形资产主要为土地使用权、商标权、专利、软件著作权和办公软件，均与公司生产经营密切相关。其中，公司账面无形资产为土地使用权、商标权和软件产品。截至 2021 年 12 月 31 日，公司无形资产账面原值 1,097.33 万元，账面价值 825.88 万元。

1、土地使用权情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司土地使用权情况如下表所示：

序号	权利人	土地证/不动产权证	土地坐落	用途	面积（m^2）	使用年限至	权利限制
1	华人健康	合包河国用（2015）第009号	河南路西兰州路北	工业	3,665.415	2061-12-26	抵押
2	国胜科技	合包河国用（2015）第051号	河南路东兰州路北	工业	3,843.99	2061-12-26	抵押
3	华人健康	合国用（2014）第高新0659号	高新区黄山路629号绿城桂花园云栖苑1幢1001	住宅	8.59	2071-8-10	无

公司位于合肥市包河区河南路西兰州路北及河南路东兰州路北的土地是发行人目前总部办公大楼及国胜与汇达仓库所在地块，截至本招股说明书签署日，华人健康以其名下国有土地使用权（土地证号：合包河国用（2015）第009号）为华人健康与交通银行安徽省分行在 2019 年 9 月 9 日至 2022 年 9 月 9 日期间签署的全部借款、授信合同提供抵押担保，最高抵押金额人民币 3,600 万元。国胜科技以其名下国有土地使用权（土地证号：合包河国用（2015）第051号）为安徽国胜与中信银行合肥分行在 2019 年 6 月 21 日至 2022 年 6 月 21 日期间签署的全部主合同提供抵押担保，最高抵押金额人民币 5,000 万元。

发行人于 2020 年 6 月取得的位于包河区沈阳路以南、河南路以西的国有建

设用地使用权（不动产权证号：皖（2020）合肥市不动产权第 1186033 号）系发行人通过招拍挂取得。2020 年 4 月，发行人与安徽省合肥市自然资源和规划局签订《国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：合地包河工业[2020]046 号），发行人以 1,676.76 万元受让坐落于包河区沈阳路以南、河南路以西的面积为 43,665.59 平方米的土地使用权。2020 年 6 月 9 日，发行人取得不动产权证。因政府规划变更，合肥市包河区人民政府、合肥市自然资源和规划局与发行人已于 2021 年 6 月协调解除原土地使用权出让合同、注销土地使用权证、退回土地出让金。因此，截至 2021 年 12 月 31 日，发行人拥有的土地使用权为上表所列示的 3 项。

2、商标情况

（1）注册情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司有效商标共 160 项，具体情况如下：

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
1	发行人	甄珍	45604918A	第 3 类	2020.12.28-2030.12.27	原始取得
2	发行人	甄珍	45593058A	第 5 类	2020.12.21-2030.12.20	原始取得
3	发行人		45428063	第 5 类	2020.12.07-2030.12.06	原始取得
4	发行人		45422345	第 10 类	2020.12.07-2030.12.06	原始取得
5	发行人		45413640	第 35 类	2020.12.07-2030.12.06	原始取得
6	发行人		45411186	第 5 类	2020.12.07-2030.12.06	原始取得
7	发行人	猫小萌	43848646A	第 10 类	2020.12.14-2030.12.13	原始取得
8	发行人	医贝	41931592A	第 3 类	2020.07.21-2030.07.20	原始取得

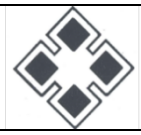
序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
9	发行人	医贝	41930339A	第 10 类	2020.07.21-2030.07.20	原始取得
10	发行人	医贝	41921361A	第 5 类	2020.07.21-2030.07.20	原始取得
11	发行人	甄珍	41910161	第 10 类	2020.07.14-2030.07.13	原始取得
12	发行人	药小兔	39906741	第 5 类	2020.04.07-2030.04.06	原始取得
13	发行人	药小树	39894761	第 5 类	2020.03.28-2030.03.27	原始取得
14	发行人	克安舒 KEANSHU	38037382	第 5 类	2019.12.28-2029.12.27	原始取得
15	发行人	药小正	32546284	第 35 类	2019.06.07-2029.06.06	原始取得
16	发行人	药小正	32540951	第 5 类	2019.06.07-2029.06.06	原始取得
17	发行人	药小正	32535831	第 42 类	2019.06.14-2029.06.13	原始取得
18	发行人	药小白	32528668	第 42 类	2019.06.14-2029.06.13	原始取得
19	发行人	药小白	32526156	第 35 类	2019.06.07-2029.06.06	原始取得
20	发行人	克安舒 KEANSHU	32236343	第 10 类	2019.04.14-2029.04.13	原始取得
21	发行人	克安舒 KEANSHU	32228093	第 5 类	2019.04.14-2029.04.13	原始取得
22	发行人		31921913	第 35 类	2019.06.14-2029.06.13	原始取得
23	发行人	正远	23427890	第 35 类	2018.06.14-2028.06.13	原始取得

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
24	发行人	太姒夫人	22289399	第 30 类	2018.01.28-2028.01.27	原始取得
25	发行人	太姒夫人	22289287	第 5 类	2018.01.28-2028.01.27	原始取得
26	发行人	正远	21909776	第 10 类	2017.12.28-2027.12.27	原始取得
27	发行人	正远	21909700	第 30 类	2018.02.07-2028.02.06	原始取得
28	发行人	正远	21909693	第 5 类	2018.02.07-2028.02.06	原始取得
29	发行人	洁	21909486	第 5 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得
30	发行人	正远药业	19872555	第 10 类	2017.06.28-2027.06.27	原始取得
31	发行人	正远	19872467	第 10 类	2017.06.28-2027.06.27	原始取得
32	发行人	福曼医	19872283	第 10 类	2017.06.21-2027.06.20	原始取得
33	发行人		19871824	第 5 类	2017.06.21-2027.06.20	原始取得
34	发行人		19870798	第 5 类	2017.06.28-2027.06.27	原始取得
35	发行人		18632646	第 5 类	2017.04.14-2027.04.13	原始取得
36	发行人	正 药	18632511	第 5 类	2017.01.28-2027.01.27	原始取得
37	发行人	正 远	16996597	第 5 类	2016.09.28-2026.09.27	原始取得
38	发行人		16995315	第 30 类	2016.08.14-2026.08.13	原始取得

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
39	发行人		16994987	第 5 类	2016.09.07-2026.09.06	原始取得
40	发行人	正 药	16993632	第 10 类	2016.07.21-2026.07.20	原始取得
41	发行人	正 药	16812942	第 5 类	2016.06.21-2026.06.20	原始取得
42	发行人	乐贤堂	14187264	第 35 类	2015.07.14-2025.07.13	原始取得
43	发行人	乐贤堂	14187232	第 33 类	2015.04.28-2025.04.27	原始取得
44	发行人	乐贤堂	14187218	第 32 类	2015.04.28-2025.04.27	原始取得
45	发行人	乐贤堂	14187202	第 5 类	2015.04.28-2025.04.27	原始取得
46	发行人	赛奇特	13839630	第 5 类	2015.08.07-2025.08.06	原始取得
47	发行人	易时通	13625911	第 5 类	2015.01.28-2025.01.27	原始取得
48	发行人	易时达	13625884	第 5 类	2015.01.28-2025.01.27	原始取得
49	发行人	福曼医	13625826	第 5 类	2015.07.14-2025.07.13	原始取得
50	发行人	华健人康	13060584	第 5 类	2015.04.07-2025.04.06	原始取得
51	发行人	人健民康	13060572	第 5 类	2015.01.28-2025.01.27	原始取得
52	发行人		13060518	第 5 类	2015.01.07-2025.01.06	原始取得
53	发行人		13060504	第 35 类	2015.01.07-2025.01.06	原始取得

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
54	发行人		13060478	第 35 类	2015.03.14-2025.03.13	原始取得
55	发行人		13060157	第 5 类	2015.03.28-2025.03.27	继受取得[注2]
56	发行人	全 方	12294586	第 32 类	2014.08.28-2024.08.27	原始取得
57	发行人	全 方	12294531	第 29 类	2015.03.28-2025.03.27	原始取得
58	发行人		11966514	第 5 类	2014.06.14-2024.06.13	原始取得
59	发行人		11966466	第 5 类	2014.06.14-2024.06.13	原始取得
60	发行人		11966391	第 5 类	2014.06.14-2024.06.13	原始取得
61	发行人		11966360	第 5 类	2014.06.14-2024.06.13	原始取得
62	发行人		11966342	第 5 类	2014.06.14-2024.06.13	原始取得
63	发行人	FUMANYI	11966316	第 5 类	2014.08.28-2024.08.27	原始取得
64	发行人	軒寶雅	11958404	第 30 类	2014.06.28-2024.06.27	原始取得
65	发行人	福曼医	10982288	第 35 类	2013.09.14-2023.09.13	原始取得
66	发行人	全 方	10869389	第 5 类	2014.03.07-2024.03.06	原始取得
67	发行人		9937700	第 5 类	2013.08.28-2023.08.27	原始取得
68	发行人		9838472	第 5 类	2012.10.14-2022.10.13	原始取得

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
69	发行人	玉之缘	9790590	第 14 类	2012.12.14-2022.12.13	原始取得
70	发行人	双河口	9747340	第 35 类	2012.09.14-2022.09.13	原始取得
71	发行人	欣同克	9443811	第 5 类	2022.05.28-2032.05.27	原始取得
72	发行人	克安舒	9443803	第 5 类	2022.05.28-2032.05.27	原始取得
73	发行人	力美舒	9443781	第 5 类	2014.05.07-2024.05.06	原始取得
74	发行人	福曼欣	9443777	第 5 类	2022.05.28-2032.05.27	原始取得
75	发行人	易克清	9443768	第 5 类	2012.07.28-2022.07.27	原始取得
76	发行人	亦必灵	9443764	第 5 类	2012.07.28-2022.07.27	原始取得
77	发行人	康本健	9443761	第 5 类	2012.07.28-2022.07.27	原始取得
78	发行人	德贤堂	9443753	第 5 类	2012.06.21-2022.06.20	原始取得
79	发行人	正　远	9043696	第 5 类	2022.01.28-2032.01.27	继受取得[注2]
80	发行人		8894159	第 5 类	2012.03.14-2022.03.13	原始取得
81	发行人		8368882	第 5 类	2021.07.14-2031.07.13	原始取得
82	发行人		8368861	第 42 类	2021.09.07-2031.09.06	原始取得
83	发行人		8368808	第 30 类	2013.03.28-2023.03.27	原始取得
84	发行人		8368790	第 10 类	2021.06.21-2031.06.20	原始取得

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
85	发行人	福医曼	7501992	第 5 类	2020.10.28-2030.10.27	原始取得
86	发行人	福曼医	7501976	第 5 类	2020.10.28-2030.10.27	原始取得
87	发行人	医福曼	7501925	第 5 类	2020.10.28-2030.10.27	原始取得
88	发行人		3603789	第 5 类	2015.09.14-2025.09.13	继受取得[注3]
89	安徽国胜	GUOSHENG PHARMACY	30558162	第 44 类	2019.03.07-2029.03.06	原始取得
90	安徽国胜	GUOSHENG PHARMACY	27314793	第 5 类	2018.10.14-2028.10.13	原始取得
91	安徽国胜	GUOSHENG PHARMACY	27307397	第 10 类	2018.10.21-2028.10.20	原始取得
92	安徽国胜	GUOSHENG PHARMACY	27307390	第 10 类	2018.10.14-2028.10.13	原始取得
93	安徽国胜	GUOSHENG PHARMACY	27299740	第 35 类	2018.10.21-2028.10.20	原始取得
94	安徽国胜	GUOSHENG PHARMACY	27299722	第 35 类	2018.10.14-2028.10.13	原始取得
95	安徽国胜	国津药业	23455605	第 35 类	2018.06.14-2028.06.13	原始取得
96	安徽国胜	国胜	23455318	第 35 类	2018.06.14-2028.06.13	原始取得
97	安徽国胜	国津药业	23426080	第 10 类	2018.03.21-2028.03.20	原始取得
98	安徽国胜	国胜	23421537	第 5 类	2018.06.14-2028.06.13	原始取得
99	发行人	国津药业	23420179	第 5 类	2018.03.21-2028.03.20	继受取得[注2]
100	安徽国胜		22685312	第 44 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得
101	安徽国胜		22685153	第 44 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得
102	安徽国胜	国胜大药房	22684963	第 35 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
103	安徽国胜		22684693	第 35 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得
104	安徽国胜		22684542	第 35 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得
105	安徽国胜	国胜大药房	22684460	第 35 类	2018.04.07-2028.04.06	原始取得
106	安徽国胜		22684225	第 10 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得
107	安徽国胜		22684044	第 10 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得
108	安徽国胜		22683785	第 5 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得
109	安徽国胜		22683778	第 5 类	2018.02.21-2028.02.20	原始取得
110	安徽国胜	国胜大药房	22683599	第 5 类	2018.04.07-2028.04.06	原始取得
111	安徽国胜	正远药业 ZHENGYUAN PHARMACEUTICAL	13060439	第 35 类	2015.04.07-2025.04.06	原始取得
112	安徽国胜	全方药业	13060425	第 35 类	2015.01.07-2025.01.06	原始取得
113	安徽国胜	国胜药业	13060393	第 35 类	2015.01.07-2025.01.06	原始取得
114	安徽国胜	国胜药业	13060337	第 35 类	2015.04.07-2025.04.06	原始取得
115	安徽国胜	全方药业	13060148	第 5 类	2016.03.14-2026.03.13	原始取得
116	安徽国胜	国胜药业	13060124	第 5 类	2015.04.07-2025.04.06	原始取得

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
117	安徽国胜	全方	11399285	第 5 类	2014.02.14-2024.02.13	原始取得
118	安徽国胜	养一养	11397141	第 5 类	2014.01.28-2024.01.27	原始取得
119	安徽国胜	国胜	10481875	第 32 类	2013.04.07-2023.04.06	原始取得
120	安徽国胜		9358969	第 5 类	2012.05.07-2022.05.06	原始取得
121	安徽国胜	全方	9043845	第 30 类	2012.02.21-2022.02.20	原始取得
122	安徽国胜	佳　誉	9043821	第 5 类	2012.09.14-2022.09.13	原始取得
123	安徽国胜	福赛福	9043776	第 5 类	2022.01.21-2032.01.20	原始取得
124	安徽国胜	合　福	9043702	第 5 类	2022.03.28-2032.03.27	原始取得
125	安徽国胜	全方	9043687	第 5 类	2012.09.14-2022.09.13	原始取得
126	发行人	国津 GUOJIN	8855773	第 30 类	2021.12.07-2031.12.06	继受取得[注4]
127	发行人	国津 GUOJIN	8855772	第 5 类	2021.12.21-2031.12.20	继受取得[注4]
128	安徽国胜	国胜堂	8788973	第 35 类	2012.03.14-2022.03.13	原始取得
129	安徽国胜	国胜堂	8788925	第 5 类	2014.05.14-2024.05.13	原始取得
130	安徽国胜	国胜	8368838	第 35 类	2012.02.14-2022.02.13	原始取得[注5]

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
131	安徽国胜		8368763	第 5 类	2021.12.14-2031.12.13	原始取得[注5]
132	安徽国胜		1540475	第 5 类	2021.03.21-2031.03.20	继受取得[注6]
133	汇达药业	圣康	20099289A	第 35 类	2017.08.14-2027.08.13	继受取得[注7]
134	发行人	滄滄	50579253	第 5 类	2021.06.28-2031.06.27	原始取得
135	发行人		48725575A	第 10 类	2021.04.14-2031.04.13	原始取得
136	发行人	泰西定	48722785	第 10 类	2021.03.21-2031.03.20	原始取得
137	发行人	泰西定	48713942	第 35 类	2021.03.21-2031.03.20	原始取得
138	发行人	泰西定	48666982	第 5 类	2021.03.21-2031.03.20	原始取得
139	发行人	正畅	48668126A	第 5 类	2021.04.07-2031.04.06	原始取得
140	发行人	甄珍	47425501A	第 5 类	2021.04.07-2031.04.06	原始取得
141	发行人		45433146A	第 10 类	2021.01.07-2031.01.06	原始取得
142	发行人		45411966A	第 35 类	2021.01.07-2031.01.06	原始取得
143	安徽国胜		47636643A	第 5 类	2021.04.07-2031.04.06	原始取得
144	安徽国胜	全方	47629075A	第 5 类	2021.05.21-2031.05.20	原始取得
145	安徽国胜	全方	47628016	第 10 类	2021.03.07-2031.03.06	原始取得
146	发行人	皓爽清新	55284119	第 10 类	2021.10.28-2031.10.27	原始取得
147	发行人	CARE COMFORT	54921581A	第 5 类	2021.11.21-2031.11.20	原始取得

序号	申请人	商标图形	注册号	类型	专用权期限	取得方式
148	发行人	克安舒 CARE COMFORT	54930188A	第 5 类	2021.11.28-2031.11.27	原始取得
149	发行人	CARE COMFORT	53375209	第 10 类	2021.09.28-2031.09.27	原始取得
150	发行人	药汇达	53363149	第 35 类	2021.09.28-2031.09.27	原始取得
151	发行人	克安舒 CARE COMFORT	53389603A	第 10 类	2021.11.21-2031.11.20	原始取得
152	发行人	克安舒	53370136A	第 10 类	2021.11.14-2031.11.13	原始取得
153	发行人	克安舒 KEANSHU	50565512	第 10 类	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
154	发行人	甄珍	50551290	第 10 类	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
155	发行人	甄珍	50580321A	第 5 类	2021.08.28-2031.08.27	原始取得
156	发行人	甄珍	50551105A	第 3 类	2021.08.21-2031.08.20	原始取得
157	发行人	克安舒 KEANSHU	50571748A	第 3 类	2021.08.21-2031.08.20	原始取得
158	发行人	甄珍	50575663A	第 5 类	2021.08.21-2031.08.20	原始取得
159	发行人	清浏	50573015A	第 5 类	2021.08.21-2031.08.20	原始取得
160	安徽国胜	全方	47639429	第 5 类	2021.08.28-2031.08.27	原始取得

注 1：发行人原拥有的第 22347084 号第 10 类“乐普生 LORPOESEN”商标，因连续三年不使用，经乐普（北京）医疗器械股份有限公司提出申请，由国家知识产权局依法撤销；

注 2：注册号为“13060157”、“9043696”、“23420179”的商标系发行人自子公司安徽国胜处受让取得，已在国家工商行政管理总局商标局完成商标注册人变更核准手续；

注 3：注册号为“3603789”的商标系发行人自原商标权人侯湘华处受让取得，已在国家工商行政管理总局商标局完成商标注册人变更核准手续；

注 4：注册号为“8855773”“8855772”的商标系安徽国胜自原商标权人广州市洋智广告设计有限公司处受让取得，之后安徽国胜将该项商标转让给发行人，前述转让事项已在国家工商行政管理总局商标局完成商标注册人变更核准手续；

注 5：注册号为“8368838”“8368763”的商标系安徽国胜通过与原商标申请人签署协议受让该等商标申请权后，由安徽国胜自行申请取得；

注 6：注册号为“1540475”的商标系发行人自原商标权人张世宏处受让取得，之后发行人将该项商标转让给安徽国胜，前述转让事项已在国家工商行政管理总局商标局完成商标注册人变更核准手续；

注 7：注册号为“20099289A”的商标系汇达药业自原商标权人朱伟处受让取得，已在国家工商行政管理总局商标局完成商标注册人变更核准手续。

上述商标主要为发行人经营所需。受让取得商标中，自发行人子公司处受

让取得的注册号“9043696”正远商标及自第三方处受让取得的注册号“8855772”国津商标系发行人贴牌商标，属于发行人生产经营核心资产。发行人自第三方处受让取得的注册号“3603789”的图形商标不属于发行人贴牌商标，但作为发行人贴牌产品包装的设计元素，具有区分公司贴牌产品的标识意义，属于发行人生产经营核心资产。其余受让商标主要为防御商标或经营储备商标，不属于发行人生产经营核心资产。

截至报告期末，上述商标不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在权属纠纷或法律风险。

（2）贴牌许可情况

① 贴牌许可的基本情况

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人存在通过贴牌许可药品生产企业使用其商标并生产商品的情形，其贴牌许可具体情况如下：

序号	商标	注册号	许可类别	被许可使用厂家的家次	贴牌产品数量
1		11966342	药品第 5 类	99	175
2	福曼欣 FU MAN XIN	32237914	非药品第 10 类	1	1
3	正 药	18632511	药品第 5 类	43	48
4	国津 GUOJIN	8855772	药品第 5 类	29	37
5	克安舒 KEANSHU	32236343	非药品第 10 类	23	55
6	福曼医 FUMANYI	11966360	药品第 5 类	22	29
7	全 方	10869389	药品第 5 类	15	18
8	福曼医	19872283	非药品第 10 类	4	7
9	福曼医	13625826	药品第 5 类	1	1
10	易克清	9443768	药品第 5 类	6	8
11	福赛福	9043776	药品第 5 类	3	3
12	暖宝贝	40230398	非药品第 10 类	1	3
13	国胜	8368763	药品第 5 类	1	2

序号	商标	注册号	许可类别	被许可使用厂家的家次	贴牌产品数量
14	欣同克 XINTONGKE	11966514	药品第 5 类	2	2
15	克安舒	9443803	药品第 5 类	2	3
16	克安舒 KEANSHU	55585445	非药品第 3 类	1	3
17	康本健	9443761	药品第 5 类	1	6
18	泰西定	48666982	药品第 5 类	1	1
19	甄珍	50551290	非药品第 10 类	3	3
20	克安舒 KEANSHU	50565512	非药品第 10 类	1	1
21	克安舒 KEANSHU	59910037	药品第 5 类	2	2
22	甄珍	50575663A	药品第 5 类	1	1
合计				**262**	**409**

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

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

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

贴牌代理模式下，药品包装全部保留了原生产厂家的标识与商号（即企业名称）、地址、批次等识别信息。报告期内，发行人贴牌代理合作中不存在使用除发行人、上游生产厂商以外的其他第三方商标、商号的情况。发行人将商标授权上游生产厂商使用，不会影响药品生产厂家的公信力和品牌效应。

②贴牌的意义以及贴牌的必要性

报告期内发行人贴牌行为仅存在于代理业务，目前零售业务和终端集采业务并不涉及。发行人代理业务的外部客户为全国范围内的零售药店，也依托旗下国胜大药房门店进行少量内部销售。报告期内，发行人合并报表口径，代理业务的主营收入分别为 43,894.93 万元、52,175.87 万元以及 58,831.05 万元，全

部为剔除内部交易后的外部客户收入。报告期内，发行人母公司报表口径向子公司国胜药房和汇达药业内部销售的主营业务收入金额分别为 1,297.09 万元、2,700.99 万元和 3,192.97 万元，占比分别为 2.87%、4.92%和 5.15%，内部销售的金额与占比较小。

A.对于代理商而言

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

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

其次，代理商拥有专业销售团队，直接面向客户，营销网络下沉终端，公司对市场竞争情况、竞品情况掌握得更加充分，自主设计外包装，可以更好地迎合市场偏好。

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

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

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

B.对于上游生产厂商而言

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

C.对于下游客户而言

首先，贴牌合作仅存在于医药代理业务。代理业务属于批发领域，其下游客户为分散在全国范围内的零售药店，从业务板块而言，代理商与下游客户不存在直接竞争关系。零售药店对于采购贴有代理商商标的产品并不排斥。

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

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

发行人取得的代理品规绝大部分为独家代理，某一区域内发行人是唯一的购货渠道。以台州南峰药业生产的黄芪精为例，黄芪精是调理脾胃、补血养气的非处方药，零售药店需求较大，市场上该药品通用名下的生产文号较少。发行人以贴牌方式独家代理了台州南峰药业出厂的 2 个品规（10ml*16 支、10ml*30 支），分别授权厂家使用“全方”（注册号 10869389）、“国津”（注册号 8855772）。2021 年度，该产品销售收入 1,474.58 万元，涉及全国范围内零售药店客户 2,127 家。该产品具有一定的市场竞争力，在消费者认可度较高且单品利润空间合理的前提下，下游客户具有较高的采购意愿和需求。因此，下游客户采购贴有发行人商标的产品具有商业合理性。

综上，贴牌模式具有一定意义和必要性。

③贴牌许可的合理性

基于上述分析，贴自身品牌商标进行销售是医药代理行业的普遍现象，发行人代理业务的可比上市公司均有类似情形，具体如下：

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

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

因此贴牌数量较多。

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

上市公司	业务板块	批发业务板块中贴牌情况
一心堂	一心堂的核心业务是医药零售连锁，此外还经营药品批发业务。	该公司对部分总代理品种进行贴牌，授权生产企业在该公司总代理的产品上使用该公司具有独立知识产权的商标。
益丰药房	益丰药房主营业务为连锁零售业务，此外还兼顾少量对外药品批发业务。	该公司代理品种中的自有品牌商品，生产企业使用了该公司注册的产品商标，该公司享有该等产品的全国独家经销权，负责其市场营销和推广工作，生产企业拥有该等产品的生产批文，负责其生产及质量控制工作。
大参林	大参林主营业务主要从事连锁零售业务，同时兼营批发业务。	该公司存在许可其他企业使用该公司的部分商标的情况。
健之佳	健之佳主营业务为连锁零售业务，此外还从事医药批发业务。	代理品种主要包括区域代理品种和全国代理品种。该种模式主要是该公司与供应商签订协议，约定该公司获得供应商特定产品的全国或部分区域的代理权，进行产品的销售。其中全国代理品种包含自有品牌品种。
漱玉平民	漱玉平民主营业务为医药零售连锁业务，同时兼营少量药品批发业务。	该公司存在许可药品生产企业使用其商标并生产商品的情形。随着批发业务规模扩大，该公司将完善产品品类，拓展代理品种、贴牌产品，产生新的效益增长点和盈利点，提升批发业务毛利率。

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

④贴牌代理不违反药品批文的相关规定，不涉及药品上市批文的转移

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

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

药品名称	药品通用名：XXXX
剂型	片剂（示例）

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

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

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

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

3、专利情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司拥有 6 项外观设计专利，专利权人均为华人健康，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称		申请号/专利号	类型	专利权期限	取得方式
1	华人健康	药品包装盒		202030269485.0	外观设计	2030.06.01	原始取得

序号	专利权人	专利名称		申请号/专利号	类型	专利权期限	取得方式
2	华人健康	药品包装盒		202030269486.5	外观设计	2030.06.01	原始取得
3	华人健康	药品包装盒		202030651498.4	外观设计	2030.10.29	原始取得
4	华人健康	药品包装盒		202030549859.4	外观设计	2030.09.15	原始取得
5	华人健康	药品包装盒		202130487154.9	外观设计	2031.07.28	原始取得
6	安徽国胜	店铺门头（国胜大药房）		202030436069.5	外观设计	2030.08.03	原始取得

上述专利主要为发行人经营所需。截至报告期末，上述专利不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在权属纠纷或法律风险。

4、计算机软件著作权情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司拥有 12 项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	软件名称	著作权人	登记号	登记日期	取得方式
1	国胜大药房接口系统 V1.0	安徽国胜	2018SR322659	2018.5.10	原始取得
2	捷助会员营销管理系统 V1.0	捷助科技	2020SR0690561	2020.6.29	原始取得
3	捷助云平台小程序 V1.1	捷助科技	2020SR0618477	2020.6.12	受让取得
4	供应商流向查询系统 V1.0	捷助科技	2020SR0618493	2020.6.12	受让取得
5	捷助进销存管理系统 V5.0	捷助科技	2020SR0618485	2020.6.12	受让取得
6	捷助 O2O 商城平台 V2.0	捷助科技	2021SR0473399	2021.3.30	原始取得
7	捷助 O2O 积分商城系统 V2.0	捷助科技	2021SR0909244	2021.6.17	原始取得

序号	软件名称	著作权人	登记号	登记日期	取得方式
8	捷助进销存器械版系统 V3.0	捷助科技	2021SR1256514	2021.8.24	原始取得
9	客户流向数据分析平台 V1.0	捷助科技	2021SR1901082	2021.11.25	原始取得
10	华人综合评价管理系统 V1.0	捷助科技	2021SR2014617	2021.12.7	原始取得
11	华人健康 B2B 商城平台 V2.0	捷助科技	2021SR2107200	2021.12.22	原始取得
12	国胜流向管理平台 V1.0	捷助科技	2021SR2201294	2021.12.28	原始取得

上述第 3-5 项计算机软件著作权系捷助科技自原著作权人合肥捷助信息技术有限公司处受让取得。2020 年 1 月 1 日，捷助科技与合肥捷助信息技术有限公司、杨维康、丁佳能、王结胜签署《关于合肥捷助医药科技有限公司之合作协议》，约定合肥捷助信息技术有限公司将其享有的 3 项软件著作权转让予捷助科技，转让价格经各方协商一致确定为 100 万元。捷助科技已支付全部转让价款，并已在国家版权局完成登记，取得相应的《计算机软件著作权登记证书》。

上述计算机软件著作权主要为发行人经营所需。截至报告期末，上述计算机软件著作权不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在权属纠纷或法律风险。

5、美术作品著作权情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司拥有 10 项美术作品著作权，具体情况如下：

序号	作品名称	权利人	登记号	首次发表日期
1	包装要素（F 类）	华人健康	国作登字-2016-F-00340445	2015 年 10 月 1 日
2	包装要素（绿叶）	华人健康	国作登字-2016-F-00340448	2015 年 4 月 1 日
3	包装要素（双绿叶）	华人健康	国作登字-2016-F-00340444	2015 年 4 月 5 日
4	包装要素（爱心）	华人健康	国作登字-2016-F-00340446	2015 年 10 月 15 日
5	包装要素（标志）	华人健康	国作登字-2016-F-00340447	2015 年 4 月 1 日
6	包装元素	华人健康	国作登字-2017-F-00483728	2016 年 10 月 15 日
7	正正吉祥物	华人健康	国作登字-2021-F-00171465	2020 年 6 月 1 日

序号	作品名称	权利人	登记号	首次发表日期
8	蜂鸟植物图形	华人健康	国作登字-2021-F-00191767	2021 年 6 月 1 日
9	健康家庭图形	华人健康	国作登字-2021-F-00191768	2021 年 6 月 1 日
10	旭日流水人物图形	华人健康	国作登字-2021-F-00191766	2021 年 6 月 1 日

上述美术作品著作权主要为发行人经营所需。截至报告期末，上述美术作品著作权不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在权属纠纷或法律风险。发行人商标、专利、著作权等知识产权及核心技术均不存在来源于发行人董事、监事、高级管理人员曾任职的其他单位或其他关联方的情形。

（三）发行人拥有的业务许可资格或资质情况

1、法人主体的业务许可资格情况

公司从事医药**零售、代理**与终端集采业务，根据相关法律法规要求，发行人各法人主体如经营批发业务，或在零售端实际销售药品、器械等，需要事前审批。

序号	业务类型	审批事项	法律法规名称	法律法规内容
1	药品零售及批发活动	药品经营许可证	《中华人民共和国药品管理法》（2019 年）	第五十一条：从事药品批发活动，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。从事药品零售活动，应当经所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门批准，取得药品经营许可证。无药品经营许可证的，不得经营药品
2	食品销售	食品经营许可证/备案	《中华人民共和国食品安全法》（2021）	第三十五条：国家对食品生产经营实行许可制度。从事食品生产、食品销售、餐饮服务，应当依法取得许可。但是，销售食用农产品和仅销售预包装食品的，不需要取得许可。仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方人民政府食品安全监督管理部门备案
3	第二类医疗器械的销售	第二类医疗器械经营备案	《医疗器械监督管理条例》（2017）	第三十五条：从事第二类医疗器械经营的，由经营企业向所在地设区的市级人民政府食品药品监督管理部门备案并提交其符合本条例第二十九条规定条件的证明资料

序号	业务类型	审批事项	法律法规名称	法律法规内容
4	第三类医疗器械的销售	医疗器械经营许可证	《医疗器械监督管理条例》（2017）	第三十一条：从事第三类医疗器械经营的，经营企业应当向所在地设区的市级人民政府食品药品监督管理部门申请经营许可并提交其符合本条例第二十九条规定条件的证明资料
5	互联网药品的销售	互联网药品信息服务资格证书	《互联网药品信息服务管理办法》（2017）	第五条：拟提供互联网药品信息服务的网站，应当在向国务院信息产业主管部门或者省级电信管理机构申请办理经营许可证或者办理备案手续之前，按照属地监督管理的原则，向该网站主办单位所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请，经审核同意后取得提供互联网药品信息服务的资格
6	开设门诊	医疗机构执业许可证	《医疗机构管理条例》（2016）	第十五条：医疗机构执业，必须进行登记，领取《医疗机构执业许可证》
7	门诊开展放射诊疗服务	放射诊疗许可证	《放射诊疗管理规定》（2016）	第四条：医疗机构开展放射诊疗工作，应当具备与其开展的放射诊疗工作相适应的条件，经所在地县级以上地方卫生行政部门的放射诊疗技术和医用辐射机构许可

发行人从事的业务不属于公用事业特许经营行业，生产经营模式不属于商业特许经营。截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司相关法人主体已取得的药品经营许可证、食品经营许可证、第二类医疗器械经营备案、第三类医疗器械经营许可证、互联网药品信息服务资格证书等许可资格的具体情况如下：

（1）药品经营许可证

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	证书编号	有效期限至
1	发行人	安徽省药品监督管理局	批发	中成药、中药饮片、化学药制剂、化学原料药、抗生素、生化药品、生物制品	皖 AA5510353（GSP：A-AH19-081）	2024.06.03
2	安徽国胜	合肥市市场监督管理局	零售连锁企业	中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品（除疫苗）	皖 BA01I0001	2025.08.16
3	芜湖国胜	芜湖市市场监督管	零售连锁企业	处方药、非处方药：中成药、中药饮片、化学	皖 BA5530015	2025.08.27

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	证书编号	有效期限至
		理局		药制剂、抗生素、生化药品、生物制品		
4	安庆国胜	安庆市市场监督管理局	零售连锁企业	中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品	皖 BA5560299	2026.10.12
5	亳州国胜	亳州市市场监督管理局	零售连锁企业	处方药、非处方药：中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品（除疫苗）、中药饮片（限定型包装）	皖 BA5586371	2023.12.17
6	汇达药业	安徽省药品监督管理局	批发	中成药、中药饮片、化学药制剂、化学原料药、抗生素、生化药品、生物制品、蛋白同化制剂、肽类激素	皖 AA5510514	2025.12.07
7	江苏国胜	南京市市场监督管理局	零售（连锁）	处方药、非处方药：中药饮片、中成药、化学药制剂、抗生素制剂、生化药品、生物制品	苏 BA0250021	2026.04.25
8	河南国胜	郑州市金水区市场监督管理局	单体零售企业	处方药、非处方药；中成药、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生化药品、生物制品（除疫苗）	豫 DA3719193	2026.05.06
9	南京同和堂	南京市市场监督管理局	药品零售（连锁）	处方药与非处方药：中药饮片、中成药、化学药制剂、抗生素制剂、生化药品、生物制品	苏 BA0250024	2026.10.31
10	尚和堂药房	南京市市场监督管理局	药品零售	处方药与非处方药：中药饮片、中成药、化学药制剂、抗生素制剂、生化药品、生物制品	苏 BA0250742	2025.12.22
11	润心药房	南京市市场监督管理局	药品零售	处方药与非处方药：中药饮片、中成药、化学药制剂、抗生素制剂、生化药品、生物制品	苏 DA0250166	2023.09.19
12	新声药房	南京市市场监督管理局	药品零售	处方药与非处方药：中药饮片、中成药、化学药制剂、抗生素制剂、生化药品、生物制品	苏 DA0250637	2026.02.08
13	舟济药房	南京市市场监督管理局	药品零售	中药饮片（仅限单包装销售），中成药，化学药制剂，抗生素制剂，生化药品，生物制品，以上需冷藏冷冻保管药品除外	苏 DB0250247	2024.03.27

根据《国家药监局关于贯彻实施<中华人民共和国药品管理法>有关事项的

公告（2019 年第 103 号）》，自 2019 年 12 月 1 日起，取消药品 GMP、GSP 认证，不再受理 GMP、GSP 认证申请，不再发放药品 GMP、GSP 证书。

（2）食品经营许可证

序号	持有人	颁发部门	许可范围	许可证编号	有效期限至
1	发行人	合肥市包河区市场监督管理局	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售	JY13401110028182	2026.11.07
2	安徽国胜	合肥市包河区市场监督管理局	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（不含冷藏冷冻食品）销售（不含散装熟食销售），保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	JY13401110018943	2026.08.12
3	安庆国胜	安庆经济技术开发区市场监督管理局	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品、不含散装熟食）销售，保健食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	JY13408920011645	2023.10.21
4	亳州国胜	亳州市谯城区食品药品监督管理局	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	JY13416020096762	2024.01.13
5	汇达药业	合肥市包河区市场监督管理局	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（不含冷藏冷冻食品、不含散装熟食）销售，保健食品销售，特殊医学用途配方食品销售，婴幼儿配方乳粉销售	JY13401110162549	2024.09.04
6	芜湖国胜	芜湖市弋江区市场监督管理局	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售	JY13402030072955	2026.04.27
7	江苏国胜	南京市江宁区市场监督管理局	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售	JY13201150440564	2026.05.17
8	河南国胜	郑州市金水区市场监督管理局	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），散装食品销售（不含冷藏冷冻食品、不含散装熟食销售），特殊食品销售（保健食品，婴幼儿配方乳粉）	JY14101050369718	2026.04.21
9	尚和堂药房	南京市江宁区食品药品监督管理局	保健食品销售	JY13201150227288	2023.09.24
10	润心药房	南京市江宁区食品药品监督管理局	保健食品销售	JY13201150232804	2023.10.14
11	新声药房	南京市江宁区食品药品监督	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），散装食品（不含冷	JY13201150016399	2026.03.24

序号	持有人	颁发部门	许可范围	许可证编号	有效期限至
		管理局	藏冷冻食品）销售，保健食品销售，婴幼儿配方乳粉销售		
12	舟济药房	南京市江北新区管理委员会食品药品监督管理局	预包装食品（不含冷藏冷冻食品）销售，保健食品销售	JY13201910069870	2024.05.09

根据《中华人民共和国食品安全法》第三十五条规定，仅销售预包装食品的，应当报所在地县级以上地方人民政府食品安全监督管理部门备案。南京同和堂仅销售预包装食品，已于 2021 年 10 月 12 日于南京市江宁区市场监督管理局完成备案。

（3）第二类医疗器械经营备案凭证

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	备案日期
1.	发行人	合肥市市场监督管理局	批零兼营	2002 年分类目录：6801，6804，6815，6820，6826，6827，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6845，6854，6855，6856，6864，6865，6866 2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，14，15，16，17，18，19，20，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖合食药监械经营备20181393号	2021.01.08
2.	安徽国胜	合肥市市场监督管理局	批零兼营	2002 版目录：6801，6802，6803，6804，6805，6806，6807，6808，6809，6810，6812，6815，6820，6821，6822，6823，6824，6825，6826，6827，6828，6830，6831，6833，6834，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6845，6846，6854，6855，6856，6857，6858，6863，6864，6865，6866，6870 2017 版目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，12，14，15，16，17，18，19，20，21，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖合食药监械经营备20203230号	2021.08.11

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	备案日期
3.	芜湖国胜	芜湖市市场监督管理局	零售	2002 版分类目录：6801，6815，6820，6821，6823，6826，6827，6840，6841，6846，6854，6856，6864，6866 2017 版分类目录：01，04，06，07，08，09，12，14，15，16，18，19，20，22，6840	皖芜食药监械经营备20160203号	2021.05.08
4.	安庆国胜	安庆市市场监督管理局	零售	2002 年分类目录：6801，6803，6804，6805，6806，6807，6808，6809，6810，6812，6813，6815，6816，6820，6821，6823，6826，6827，6834，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6846，6854，6855，6856，6857，6858，6863，6864，6865，6866 2017 年分类目录：01，02，03，04，06，07，08，09，10，11，12，13，14，15，16，17，18，19，20，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖庆食药监械经营备20160530号	2019.11.26
5.	亳州国胜	亳州市市场监督管理局	批零兼营	2002 年分类目录：6815，6820，6821，6823，6826，6827，6840（诊断试剂除外），6841，6854，6856，6863，6864，6866 2017 年分类目录：07，08，09，14，15，18，19，20，22	皖亳食药监械经营备20190005号	2021.05.17
6.	汇达药业	合肥市市场监督管理局	批零兼营	2002 年分类目录：6801，6802，6803，6804，6805，6806，6807，6808，6809，6810，6812，6813，6815，6816，6820，6821，6822，6823，6824，6825，6826，6827，6828，6830，6831，6832，6833，6834，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6845，6846，6854，6855，6856，6857，6858，6863，6864，6865，6866，6870，6877 2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，12，13，14，15，16，17，18，19，20，	皖合食药监械经营备20191355号	2021.01.07

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	备案日期
				21，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）		
7	江苏国胜	南京市市场监督管理局	批零兼营	2002 版批零兼营：6815，6820，6823，6826，6854，6856，6864，6866 2017 版批零兼营：07，08，09，14，18	苏宁食药监械经营备20210454号	2021.06.29
8	河南国胜	郑州市金水区市场监督管理局	零售	2002 版分类目录:6815，6820，6821，6823，6826，6827，6841，6854，6856，6863，6864，6866，6840 2017 版分类目录：14，07，08，09，15，17，18，19，20，22	豫郑食药监械经营备20210007号	2021.04.27
9	南京同和堂	南京市市场监督管理局	批零兼营	2002 版批零兼营：6815，6820，6823，6826，6854，6856，6864，6866 2017 版批零兼营：07，08，09，14，15，18，19（不含助听器），20	苏宁食药监械经营备20211117号	2021.11.26
10	尚和堂药房	南京市市场监督管理局	零售	2002 版零售：6815，6820，6821，6823，6824，6826，6827，6840，6841，6846，6854，6856，6858，6863，6864，6866 2017 版零售：01，02，03，04，06，07，08，09，10，11，14，15，16，17，18，19（不含助听器），20，22，6840 体外诊断试剂不需低温冷藏运输贮存	苏宁食药监械经营备20160121号	2020.06.29
11	润心药房	南京市市场监督管理局	零售	2002 版零售：6815，6820，6821，6823，6824，6826，6827，6840，6841，6854，6856，6858，6863，6864，6866 2017 版零售：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，14，15，16，17，18，19（不含助听器），20，22，6840 体外诊断试剂不需低温冷藏运输贮存	苏宁食药监械经营备20180549号	2021.10.12
12	新声药房	南京市市场监督管理局	零售	2002 版零售：6820，6821，6823，6824，6826，6827，6840，6841，6854，6856，6858，6863，6864，6866 2017 版零售：01，02，03，04，06，07，08，09，10，	苏宁食药监械经营备20151631号	2020.06.29

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	备案日期
				11，14，15，16，17，18，19（不含助听器），20，22，6840 体外诊断试剂不需低温冷藏运输贮存		
13	舟济药房	南京市市场监督管理局	零售	2002 版零售：6815，6820，6821，6823，6824，6826，6827，6840，6841，6854，6856，6863，6864，6866 2017 版零售：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，14，15，16，17，18，19（不含助听器），20，21，22，6840 体外诊断试剂不需低温冷藏运输贮存	苏宁食药监械经营备 20190189 号	2022.01.10

注：二类医疗器械经营备案长期有效

（4）第三类医疗器械经营许可证

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	有效期限至
1	发行人	合肥市市场监督管理局	批发	2002 年分类目录：6801，6804，6805，6806，6812，6813，6815，6820，6821，6826，6827，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6854，6855，6856，6857，6863，6864，6865，6866，6870 2017 年分类目录：01，02，03，04，05，06，07，08，09，10，11，14，15，16，17，18，19，20，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）	皖合食药监械经营许 20180487 号	2023.10.08
2	安徽国胜	合肥市市场监督管理局	批零兼营	2002 年分类目录：6815，6822，6864 2017 年分类目录：14，16	皖合食药监械经营许 20201113 号	2025.12.30
3	安庆国胜	安庆市市场监督管理局	零售	2002 年分类目录：6815 2017 年分类目录：14	皖庆食药监械经营许 20170026 号	2022.04.26
4	汇达药业	合肥市市场监督管理局	批发	2002 年分类目录：6801，6804，6805，6806，6812，6813，6815，6816，6820，6821，6822，6823，6826，6827，6834，6840（诊断试剂不需低温冷藏运输贮存），6841，6845，6854，6855，6856，6857，6858，6863，6864，6865，6866，	皖合食药监械经营许 20190599 号	2024.11.12

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	有效期限至
				6870 2017 年分类目录：02，04，06，07，08，09，10，11，13，14，15，16，17，18，19，20，21，22，6840 体外诊断试剂（不需冷链运输、贮存）		
5	江苏国胜	南京市市场监督管理局	批零兼营	2002 版批零兼营：6815 注射笔专用针，6815 一次性使用无菌注射器，6864 卫生材料及辅料 2017 版批零兼营：140102 一次性使用无菌注射器、一次性使用无菌自毁式注射器、一次性使用无菌胰岛素注射器，140104 笔式注射器，140106 一次性使用无菌注射针、一次性使用无菌牙科注射针、一次性使用胰岛素笔配套用针，160602 接触镜护理产品	苏宁食药监械经营许 20210451 号	2026.07.21
6	南京同和堂	南京市市场监督管理局	批零兼营	2002 版批零兼营：6815 注射笔专用针，6815 一次性使用无菌注射器，6864 卫生材料及辅料 2017 版批零兼营：140102 一次性使用无菌注射器、一次性使用无菌自毁式注射器、一次性使用无菌胰岛素注射器，140104 笔式注射器，140106 一次性使用无菌注射针、一次性使用无菌牙科注射针、一次性使用胰岛素笔配套用针，160602 接触镜护理产品	苏宁食药监械经营许 20210743 号	2026.12.27
7	尚和堂药房	南京市市场监督管理局	零售	2002 版零售：6815 一次性使用无菌注射器，615 胰岛素注射笔专用针，6821 家用葡萄糖监测系统，6840 体外诊断试剂（用于消费者自测），6854 家用呼吸机，6863 口腔含漱液，6864 卫生材料及辅料，6866 避孕套（含药） 2017 版零售：070403 动态血糖/葡萄糖监测设备，080104 家用呼吸机（生命支持），090102 直流电治疗	苏宁食药监械经营许 20200281 号	2025.07.05

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	有效期限至
				设备，140102 一次性使用无菌注射器、一次性使用无菌自毁式注射器、一次性使用无菌胰岛素注射器，140103 无针注射器，140104 笔式注射器，140106 一次性使用无菌注射针、一次性使用无菌牙科注射针、一次性使用胰岛素笔配套用针，6840 体外诊断试剂不需低温冷藏运输贮存		
8	润心药房	南京市市场监督管理局	零售	2002 版零售：6815 一次性使用无菌注射器，6815 胰岛素注射笔专用针，6821 家用葡萄糖监测系统，6840 体外诊断试剂（用于消费者自测），6854 家用呼吸机，6863 口腔含漱液，6864 卫生材料及辅料，6866 避孕套（含药） 2017 版零售：070403 动态血糖/葡萄糖监测设备，080104 家用呼吸机（生命支持），090102 直流电治疗设备，140102 一次性使用无菌注射器、一次性使用无菌自毁式注射器、一次性使用无菌胰岛素注射器，140103 无针注射器，140104 笔式注射器，140106 一次性使用无菌注射针、一次性使用无菌牙科注射针、一次性使用胰岛素笔配套用针，6840 体外诊断试剂不需低温冷藏运输贮存	苏宁食药监械经营许20200435 号	2025.09.15
9	新声药房	南京市市场监督管理局	零售	2002 版零售：6815 胰岛素注射笔专用针，6815 一次性使用无菌注射器，6821 家用葡萄糖监测系统，6840 体外诊断试剂（用于消费者自测），6854 家用呼吸机，6863 口腔含漱液，6864 卫生材料及辅料，6866 避孕套（含药） 2017 版零售：070403 动态血糖/葡萄糖监测设备，	苏宁食药监械经营许20200472 号	2025.10.08

序号	持有人	颁发部门	经营方式	许可范围	许可证编号	有效期限至
				080104 家用呼吸机（生命支持），090102 直流电治疗设备，140102 一次性使用无菌注射器、一次性使用无菌自毁式注射器、一次性使用无菌胰岛素注射器，140103 无针注射器，140104 笔式注射器，140106 一次性使用无菌注射针、一次性使用无菌牙科注射针、一次性使用胰岛素笔配套用针，6840 体外诊断试剂不需低温冷藏运输贮存		

（5）互联网药品信息服务资格证书

序号	持有人	颁发部门	网站域名	许可证编号	有效截止日
1	发行人	安徽省药品监督管理局	www.hrjkjt.com 39.106.53.120 （安徽华人健康医药股份有限公司网站）	（皖）-非经营性-2019-0039	2024-7-2
2	安徽国胜	安徽省食品药品监督管理局	www.gsdyf.com 112.29.171.136 （国胜大药房网）	（皖）-经营性-2018-0008	2023-12-5
3	汇达药业	安徽省药品监督管理局	www.ahhdyy.net 60.205.203.30 （药汇达）	（皖）-非经营性-2019-0055	2024-11-4
4	江苏国胜	江苏省药品监督管理局	jsgsdyf.com 1.116.131.7 （江苏国胜大药房连锁有限公司）	（苏）-非经营性-2021-0145	2026-9-21

2、直营药店业务许可资格情况

（1）直营药店开展经营业务所需的资质情况

依照《药品管理法》、《药品经营许可证管理办法》、《食品经营许可管理办法》、《医疗器械经营监督管理办法》等相关法律的规定，截至 2021 年 12 月 31 日，公司 877 家直营药店（不含 3 家门诊），全部办理了药品经营许可证、食品经营许可证、二类医疗器械备案。

对于经营具体较高风险，需要采取特别措施严格控制管理以保证其安全、有效的三类医疗器械的 381 家门店全部办理了《医疗器械经营许可证》；剩余 496 家门店因暂不销售相关器械，无需办理。

（2）直营药店的医保定点资质

①医保定点门店数量

发行人医保定点资质是以门店为主体取得的，一般由公司统一向所在地医保部门提交医保定点资质申请材料，经医保部门审批后，相关门店与医保部门签订医保协议，并取得医保定点资质。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司合计拥有 880 家零售门店，其中 851 家拥有医保定点资格，医保定点资格的门店占总门店的比重为 96.70%，占比较高；2021 年度，医保定点门店实现营业收入 132,144.73 万元，占发行人零售收入的比例为 84.75%，占发行人主营业务收入的比例为 58.23%。

项目	数量/金额
发行人直营门店数量（家）	880
其中：医保门店数量（家）	851
医保门店占比	96.70%
项目	**2021 年度**
发行人主营业务收入（万元）	226,924.62
其中：零售业务主营收入（万元）	155,924.07
其中：医保门店收入（万元）	132,144.73
医保门店收入占主营业务收入的比例	58.23%
医保门店收入占零售业务收入的比例	84.75%

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

②门店店均医保结算、人均医保结算情况

报告期内，发行人门店店均、人均医保结算情况如下：

科目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
平均门店收入（万元）	163.13	172.52	170.90
医保结算金额（万元）	59,668.52	50,296.36	39,657.56
期末医保门店数量（家）	851	721	568
店均医保结算金额（万元/店，注 1）	75.91	78.04	74.68
医保顾客人数（万人）	283.70	223.15	191.16

科目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人均医保结算金额（元/人，注 2）	210.32	225.39	207.46

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

注 2：人均医保结算金额=医保结算金额/医保顾客人数。

报告期内，发行人平均门店收入为 170.90 万元、172.52 万元和 163.13 万元，店均医保结算金额分别为 74.68 万元、78.04 万元和 75.91 万元，人均医保结算金额分别为 207.46 元、225.39 元和 210.32 元，2019 年至 2020 年呈上升趋势；受一退两抗药品政府控销等因素影响，2021 年店均与人均医保结算金额略有下降。

③未获得医保定点资质直营门店的获取计划

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

（3）慢性病定点门店

发行人基本上形成了完善的慢病管理体系，截至 2021 年 12 月 31 日，公司有 21 家门店与当地医保部门签订服务协议书，成为医疗保险门诊慢性病定点服务单位，具体清单如下：

序号	隶属主体	门店名称
1	安徽国胜	安徽国胜大药房连锁有限公司六安健康路店
2	安徽国胜	安徽国胜大药房连锁有限公司六安九墩塘店
3	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店
4	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司银湖路店
5	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司中山路店
6	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司新时代店
7	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司南瑞店
8	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司南陵新华街店
9	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司南陵金都花园店

序号	隶属主体	门店名称
10	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司南陵银杏花园店
11	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司当涂一店
12	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司繁昌安定路店
13	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司南瑞新城店
14	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司清水一店
15	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司三山兴隆街店
16	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司沈巷店
17	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司双城广场店
18	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司小康花园店
19	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司学府路店
20	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司弋江嘉园二店
21	芜湖国胜	芜湖国胜大药房连锁有限公司长江长店

除此之外，公司建立了慢病管理体系，慢病专员通过专业的药学服务和健康管理吸引客流；通过对相关疾病用药的信息收集记录、建立会员档案，对会员顾客进行分类管理，通过消费数据，挖掘会员的购买潜力，最终通过合理的联合用药方案、健康解决方案和后台的持续跟踪服务增加会员粘度。目前公司拥有“慢病生活馆”的门店 67 家，均配备专业的慢病专员。

（4）DTP 门店

DTP（Direct To Patient）门店是指药店获得制药企业产品经销权，患者在医院获得处方后从药店直接购买药品并获得专业指导与服务的模式。DTP 药房完整串联了药品供给端（制药企业），处方端（医院）以及需求端（患者），并结合药品配送物流职能，成为药品流通过程中的核心角色。DTP 药房不仅是简单的渠道终端，更是连接制药企业、医院及患者的平台化存在，其强调的是满足药企（创新药推广与数据回收需求）、医院（接纳处方流出及承担用药管理需求）和患者（便捷的获得专业药同时获取专业用药指导服务的需求）。

随着降低药占比、药品零加成等政策的实施，处方外流的趋势将利好连锁零售企业。在医药分开后，处方药流向将以 DTP 药房及现存的院边店为主。区别于以出售 OTC 药品为主的传统零售药店，DTP 药房经营品种主要以抗肿瘤、丙肝、自身免疫系统疾病方面的新特药为主，并配备执业药师提供专业指导意

见及服务，专注领域集中，强调通过专业化服务产生与患者的长期合作粘性。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司已开设 5 家 DTP 专业药房，分别为安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店、安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店、安徽国胜大药房连锁有限公司肥西翡翠蓝湾店、安徽国胜大药房连锁有限公司宣城大坝塘店、芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店。截至本招股说明书签署日，发行人已签约获批的 DTP 药房增至 10 家。此外，目前公司还拥有 45 家院边店。

3、门诊业务许可资格情况

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人 3 家直营门诊已取得了医疗机构执业许可证、放射诊疗许可证，3 家直营门诊均已具有医保定点资质。具体情况如下：

（1）医疗机构执业许可证

根据《医疗机构管理条例》第十五条之规定，“医疗机构执业，必须进行登记，领取《医疗机构执业许可证》。”截至 2021 年 12 月 31 日，公司 3 家门诊均办理了医疗机构执业许可证。

序号	持有人	发证机关	诊疗科目	登记号	有效期限至
1	安百苑门诊	合肥市包河区卫生健康委员会	内科/外科/妇科专业/口腔科/医学检验科；临床体液、血液专业/医学影像科；X 线诊断专业；超声诊断专业；心电诊断专业/中医科	MA2UDD1X034011190D1102	2023.07.19
2	元兴门诊	合肥市瑶海区卫生健康委员会	内科/外科/妇科专业/口腔科/急诊医学科/临床体液、血液专业/X 线诊断专业；超声诊断专业；心电诊断专业/中医科	MA2UGLX8834010217D1102	2025.12.15
3	桂园中西医结合门诊部	合肥市庐阳区卫生健康委员会	内科/外科/急诊医学科/医学检验科；临床体液、血液专业/医学影像科；X 线诊断专业；超声诊断专业；心电诊断专业/中医科/中西医结合科	MA2UH9BEX34010317D1302	2025.11.09

（2）放射诊疗许可证

公司 3 家门诊范围内均包括 X 线诊断，根据《放射诊疗管理规定》第四条之规定，“医疗机构开展放射诊疗工作，应当具备与其开展的放射诊疗工作相适应的条件，经所在地县级以上地方卫生行政部门的放射诊疗技术和医用辐射机构许可（以下简称放射诊疗许可）。”截至 2021 年 12 月 31 日，公司 3 家门诊均办理了放射诊疗许可证。

序号	持有人	发证机关	诊疗科目	登记号	核发时间
1	安百苑门诊	合肥市包河区卫生健康委员会	X 射线影像诊断：CR、DR 影像诊断	皖合包卫放证字（2020）第 0013 号	2020.06.30
2	元兴门诊	合肥市瑶海区卫生健康委员会	X 射线影像诊断：CR、DR 影像诊断	皖合瑶卫放证字（2020）第 0007 号	2020.11.12
3	桂园中西医结合门诊部	合肥市庐阳区卫生健康委员会	X 射线影像诊断：CR、DR 影像诊断	皖合庐阳区卫放证字（2020）第 013 号	2020.08.18

4、公司业务资质经营的合规性

报告期内，发行人曾存在 1 起无资质经营或超越范围经营的情况且受到了主管部门的处罚，具体情况如下：

序号	处罚事由	处罚情况	不构成重大违法违规行为原因分析
1	2019 年 1 月，芜湖国胜大药房连锁有限公司南陵阳光小区店因未取得食品经营许可证从事食品经营活动，违反《食品安全法》第三十五条规定，根据《食品安全法》第一百二十二条规定，南陵县食品药品监督管理局对其作出《行政处罚决定书》（（南）食药监食罚（2018）322 号）。	没收违法经营的保健食品及罚款 0.80 万元。	①根据《食品安全法》第一百二十二条规定，“违反本法规定，未取得食品生产经营许可从事食品生产经营活动，或者未取得食品添加剂生产许可从事食品添加剂生产活动的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门没收违法所得和违法生产经营的食品、食品添加剂以及用于违法生产经营的工具、设备、原料等物品；违法生产经营的食品、食品添加剂货值金额不足一万元的，并处五万元以上十万元以下罚款；货值金额一万元以上的，并处货值金额十倍以上二十倍以下罚款。”本次处罚金额 8,000 元，为主管部门根据《行政处罚法》第二十七条规定，对其减轻处罚，不属于违法情节严重的情形。 ②2021 年 1 月 7 日，南陵县市场监督管理局出具证明，证明芜湖国胜大药房连锁有限公司南陵阳光小区店前述违法行为属于一般性行政处罚，不构成重大违法违规行为。

基于上述，报告期内，发行人直营门店曾存在 1 起因无资质或超越资质范围经营的情况且受到了主管部门行政处罚，相关违法行为未造成严重食品药品安全事故，且取得了专项合规证明。上述行为不构成重大违法违规行为，未对发行人造成重大不利影响。公司已经采取了管理措施，纠正了相应的违法违规行为，在全公司范围内加强员工教育培训，杜绝类似情况的再次发生。

除上述情况外，根据发行人及其子公司所在地市场监督管理局、医疗保障局、卫生主管部门等相关主管部门出具的合规证明以及通过网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、信用中国、相关政府部门官方网站等，报告期内发行人、直营门店及其主要终端集采客户不存在其他无资质经营或超越资质范围经营导致行政处罚的情况。

截至本招股说明书签署日，发行人已依照《药品管理法》、《药品经营许可证管理办法》、《医疗器械经营监督管理办法》等相关法律的规定，取得了开展经营业务所需的必要资质；预计不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大风险或到期无法延续的风险，不会对公司持续经营造成重大不利影响。

就发行人及下属门店经营资质相关的风险，发行人**共同**实际控制人何家乐和何家伦已向发行人出具《承诺函》，承诺：“除已披露情形外，华人健康及其子公司已按相关法律规定取得了华人健康、子公司及下属门店从事目前业务所需的经营资质，且该等经营资质均在有效期限内。若华人健康、子公司及下属门店因上述经营资质的权属、期限、效力等原因无法继续经营，或受到市场监督管理局等主管部门的行政处罚，本人将承担由上述原因对华人健康造成的全部损失。如本人违反上述承诺，则华人健康有权依据本约束措施扣留本人从华人健康获取的工资、奖金、补贴、股票分红等收入，用以承担本人承诺承担的上述经营资质相关责任和义务，并用以补偿华人健康因此而遭受的损失。”

报告期内发行人及其主要终端集采客户不存在发生药品、医疗器械安全事故的情况。

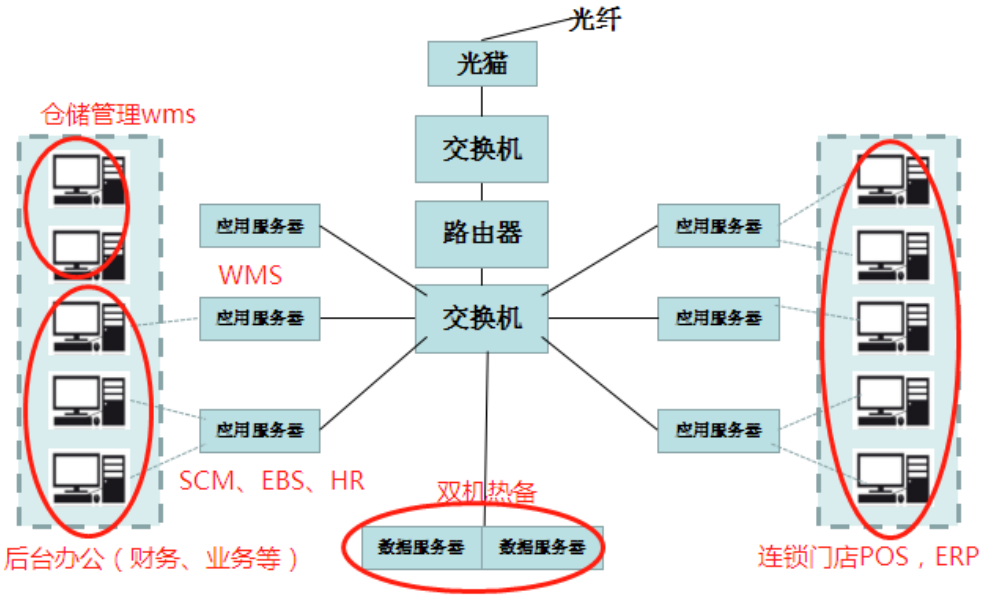
六、发行人的核心技术及研发情况

（一）核心技术

公司主要从事医药**零售、代理**和终端集采业务，报告期内未从事产业链上游的医药研发与生产，发行人主要技术主要表现在：（1）模块化开发、全流程覆盖及精细化管理的先进信息系统技术；（2）连锁管理技术。

1、信息系统技术

公司 2011 年开始建立 IT 中心，根据企业发展阶段、业务板块扩张的需要，公司总体规划了信息系统的建设方案，在不同阶段进行分布实施。目前，公司已经建立了覆盖公司各个主要业务环节的信息系统。



公司的 ERP 信息系统由四大核心部分组成，即供应链管理系统、零售业务管理系统、仓库管理系统和财务管理系统，分别实现总部批发业务管理、零售总部管理、门店管理、仓库管理和财务管理功能，覆盖了公司的商品采购、物流配送、门店管理、总部运营、质量控制及财务管理等主要业务环节。除此之外，还整合了电子发票、税控系统、办公系统等其他辅助管理系统，有效实现了信息技术在公司主要业务环节的覆盖，提升了公司的精细化管理水平。

目前在运行信息系统列表如下：

系统名称	主要功能
供应链管理系统	具有批发总部及连锁总部的基础数据管理、采购管理、销售管理、配

系统名称	主要功能
	送管理、质量管理、库存管理等功能
零售业务管理系统	具有门店零售、请货、收货、退货、内调及库存管理、GSP 管理、价格管理、促销管理、会员管理等功能
仓储管理系统	结合电子标签管理、解决仓储商品收货入库、库内管理、出库管理等功能
财务管理系统	具有总账管理、应收应付款管理、现金管理、报表管理、现金结算管理等功能
办公系统	HR 系统：人员档案管理、培训管理、在职生命周期管理 OA 系统：及时通讯管理、内部流程审批管理 视频会议系统：解决各分公司子公司视频会议需求

公司于 2019 年 5 月，开始通过人才引进及外包合作模式自主研发 ERP 系统、会员管理系统及 B2C 和 O2O 的网上商城；2020 年 12 月，公司成立并推广“国胜商城”微信小程序，逐渐培育私域流量，通过各种内外部资源不断提升信息技术应用水平，目前已拥有一支专业性较强的信息技术及开发团队。公司信息中心能根据公司业务发展和日常管理需要在核心系统基础上开发功能模块，协助公司利用信息技术不断提高公司的业务管理水平、专业化分析能力和科学决策能力。

2、连锁管理技术

公司多年来的连锁扩张取得了较好的效果，市场占有率逐步攀升，核心在于公司丰富的行业经验以及一套适应于企业自身特点的标准化经营管理体系。经过多年的探索和发展，公司建立了从门店选址、门店装修、商品陈列、店员培训、运营评估、销售管理、顾客服务管理、财务管理、组织建设、市场分析、绩效督导等相关的标准化制度与流程。

为有效管理连锁直营门店，保障直营门店管理的一致性，公司将多年的连锁经验和技术转化为标准化的形式，使之具有可复制性及可传达性，为连锁门店的扩张提供了重要支持。公司标准化的门店管理体系涵盖各项标准化管理制度。门店管理的主要制度文件及规范内容如下：

制度名称	规范内容
《行政部管理制度》	公司资产管理、车辆管理、公文管理、租赁合同管理、印章管理及经营资质管理
《人力资源中心管理制度》	员工入职、离职、档案管理、培训、考勤、晋升以及员工调岗、薪酬管理
《财务中心管理制度》	供应商对账结款流程、营业款收缴管理制度、费用报销及借款流程、固定资产对接管理办法、差旅费报销、电商业

制度名称	规范内容
	务对账
《商品中心管理制度》	商品采购及新品引进制度、商品线的管理、效期商品管理、商品退货流程、门店库存管理、营业外收入管理
《营运中心管理制度》	连锁门店日常管理、巡店管理、营业款收缴管理、商品管理、促销活动的执行标准、新店管理规范、医保刷卡规范
《拓展部管理制度》	新店选址、租赁合同签订要求、门店续签、扩租及返祖等
《市场部管理制度》	门店促销活动的策划、执行、活动物料的制作标准、广告发布要求及市场督查
《信息部管理制度》	门店的软硬件系统管理、系统账号权限管理、门店盘存制度、门店损益承担制度
《新零售部管理制度》	电商平台的客服管理、商品管理、价格管理、退货管理、物流配送管理、财务管理
《国胜医疗门诊部管理制度》	门诊医护人员工作职责及各科室工作管理制度
《连锁门店质量管理体系文件汇编》	连锁门店 GSP 规范、日常操作手册

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

（二）研发情况

基于所处行业与主营业务的特性，发行人不从事医药研发活动。2020 年初，公司设立子公司捷助科技，开发、完善定制化信息系统，产生了少量研发费用。报告期内，公司研发费用的金额分别为 0 元、20.19 万元及 49.88 万元，占营业收入的比例分别为 0%、0.01%和 0.02%，金额与占比较低。

报告期内，公司不存在研发资本化的情形，亦不存在与其他单位合作研发的情形。

报告期内，公司不存在核心技术人员。截至报告期各期末，公司研发人员的数量分别为 0 人、3 人和 5 人，占全部员工总数的比例分别为 0%、0.07%和 0.10%。

七、发行人的境外经营及境外资产情况

截至本招股说明书签署日，公司没有在中国境外开展生产经营活动，也未在境外拥有资产。

第七节 公司治理与独立性

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

报告期内，公司已依照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》及其他有关上市公司治理的法律法规及规范性文件，结合公司实际情况制定了《公司章程》，逐步建立并完善了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《独立董事工作制度》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会战略委员会工作细则》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理制度》、《内部审计制度》等制度，确立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理架构。

报告期内，公司股东大会、董事会、监事会均能依照《公司法》等相关法律法规及《公司章程》等公司规章制度，独立、有效运作，没有违法、违规情况的发生。

（一）股东大会运行情况

2014 年 1 月 18 日，公司创立大会暨第一次股东大会审议并通过了《公司章程》，2019 年 12 月 12 日，公司 2019 年第三次临时股东大会审议并通过了《股东大会议事规则》，对股东大会的职权、召开方式、表决方式等做出了明确规定。此后，公司根据相关法律法规，对《公司章程》和《股东大会议事规则》进行了修订完善。公司《公司章程》和《股东大会议事规则》符合《公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司股东大会规则》等有关法律法规的要求。

自发行人相关三会制度制定并生效至本招股说明书签署日，公司股东大会一直根据《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定规范运行。报告期初至本招股说明书签署日，公司累计召开 9 次股东大会，出席股东大会的股东及其所持表决权符合相关规定，会议的召集方式、议事程序、表决方式、决议内容合法有效，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权

的情形。

（二）董事会运行情况

根据《公司法》、《公司章程》等规定，公司设立了董事会，对股东大会负责。董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名。2019 年 12 月 12 日，公司 2019 年第三次临时股东大会审议并通过了《董事会议事规则》，对董事会的职权、召开方式、表决方式等做出了明确规定。此后，公司根据相关法律法规，对《董事会议事规则》进行了修订完善。公司《董事会议事规则》符合《公司法》、《上市公司治理准则》等有关法律法规的要求。

自发行人相关三会制度制定并生效至本招股说明书签署日，董事会一直根据《公司章程》和《董事会议事规则》的规定规范运作。报告期初至本招股说明书签署日，公司累计召开 11 次董事会，出席董事会的人员符合相关规定，会议的召集方式、议事程序、表决方式、决议内容合法有效，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（三）监事会运行情况

根据《公司法》、《公司章程》等规定，公司设立了监事会，对股东大会负责。监事会由 3 名监事组成，设主席 1 人。其中，职工代表 1 人，监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。2019 年 12 月 12 日，公司 2019 年第三次临时股东大会审议并通过了《监事会议事规则》，对监事会的职权、召开方式、表决方式等做出了明确规定。此后，公司根据相关法律法规，对《监事会议事规则》进行了修订完善。公司《监事会议事规则》符合《公司法》、《上市公司治理准则》等有关法律法规的要求。

自发行人相关三会制度制定并生效至本招股说明书签署日，监事会一直根据《公司章程》和《监事会议事规则》的规定规范运作。报告期初至本招股说明书签署日，公司累计召开 11 次监事会，出席监事会的人员符合相关规定，会议的召集方式、议事程序、表决方式、决议内容合法有效，不存在监事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（四）独立董事制度的运行情况

公司现有独立董事 3 名，独立董事占公司董事总人数的三分之一以上，其中包括 1 名会计专业人士。独立董事自聘任以来，依据《独立董事工作制度》等要求积极参与公司决策，发挥了在战略规划、审计、提名、薪酬与考核等方面的优势。独立董事的履职维护了全体股东权益，完善了公司治理结构。

截至本招股说明书签署日，独立董事未曾对董事会的历次决议或有关决策事项提出异议。

（五）董事会秘书制度的运行情况

公司董事会设董事会秘书 1 名。董事会秘书是公司高级管理人员，对董事会和公司负责。董事会秘书自聘任以来，依据《董事会秘书工作细则》等要求依法筹备了历次董事会会议及股东大会会议，确保了公司董事会和股东大会的依法召开，及时向公司股东、董事通报公司相关信息，不存在违反相关规章制度的行为。

（六）审计委员会及其他专门委员会的人员构成及运行情况

发行人董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会及薪酬与考核委员会，并建立了董事会专门委员会制度。

1、审计委员会

根据《董事会审计委员会工作细则》，审计委员会成员由三名董事组成，其中独立董事委员应占多数，且至少包括一名会计专业人士担任的独立董事。审计委员会设主任委员（召集人）一名，由会计专业的独立董事委员担任，负责主持委员会工作。公司董事会审计委员会委员由独立董事周学民、独立董事肖志飞、董事殷俊担任委员，其中周学民担任主任委员和召集人。

公司审计委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和《公司章程》赋予的职权，运行正常。

2、战略委员会

根据《董事会战略委员会工作细则》，战略委员会成员由三名董事组成，战

略委员会设主任委员（召集人）一名，由公司董事长担任。公司董事会战略委员会委员由董事长何家乐、独立董事肖志飞、独立董事刘志迎组成，其中何家乐担任主任委员和召集人。

公司战略委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和《公司章程》赋予的职权，运行正常。

3、提名委员会

根据《董事会提名委员会工作细则》，提名委员会成员由三名董事组成，独立董事占多数。提名委员会设主任委员（召集人）一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作。公司董事会提名委员会委员由独立董事肖志飞、董事长何家乐、独立董事刘志迎组成，其中肖志飞担任主任委员和召集人。

公司提名委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和《公司章程》赋予的职权，运行正常。

4、薪酬与考核委员会

根据《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，薪酬与考核委员会成员由三名董事组成，独立董事占多数。薪酬与考核委员会设主任委员（召集人）一名，由独立董事委员担任，负责主持委员会工作。公司董事会薪酬与考核委员会委员由独立董事周学民、董事何家伦、独立董事刘志迎组成，其中周学民担任主任委员和召集人。

公司薪酬与考核委员会自设立以来，能够有效履行法律法规和《公司章程》赋予的职权，运行正常。

（七）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

发行人根据《公司法》等相关法律法规，建立和健全了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的，符合上市公司规范运作要求的公司法人治理结构。同时公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会共四个专门委员会，分别在战略发展、审计、提名、薪酬与考核等方面协助董事会履行职能。为提高公司治理的效率及效果，发行人建立并完善了各项相关制度，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事

规则》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》等一系列公司治理制度。公司治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会依法规范运作，履行职责，公司治理结构不断健全和完善。

报告期内，发行人根据《公司法》、中国证监会关于公司治理的有关规定及《公司章程》的规定进行决策，公司法人治理不存在缺陷。

二、特别表决权股份或类似安排的情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排。

三、协议控制架构的情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在协议控制架构情形。

四、发行人内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评价

1、医药代理业务相关内部控制的关键环节具体情况如下：

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
客户开发管理	加强客户维护，拓展市场，健全客户档案、合理资信评估，款项收回，保证资金流转和正常经营	质量部应当审核购货单位的生产范围、经营范围或者诊疗范围，并按照相应的范围销售其药品。人事部建立本企业药品商采人员档案，并将药品购销人员的签字或印章进行备案。发行人对购货单位的质量管理体系进行审核和实地考察。
发货	规范药品出库管理工作，杜绝差错和不合格药品流出	药品销售按销售合同或日常订货的，客服专员及时开出药品销售清单，传至财务审核后及时与仓储部对接，并按《药品出库复核管理制度》执行。企业销售药品，必须开具合法税票，做到票、账、货、款一致。
销售收款	款项回收及时、严格职责分工交叉核对，避免舞弊	财务部门负责发票开具、应收账款跟踪和信息反馈，营销部门负责联系客户、资料收集、发票提交和款项催收；财务部门应对应收账款实行全程跟踪管理，督促营销部门及时催收货款。

2、零售业务相关内部控制的关键环节具体情况如下：

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
创建销售订单	销售商品进行条码扫描，销售单价为	发行人销售商品均需要进行条码扫描，同时门店不定期自行抽盘商品；公司每半年循环盘点一次所有

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
	审核后价格	门店商品，并与供应链管理系统商品库存核对。公司零售价格统一制定和维护。
销售收款及货物发出	1、零售业务必须将供应链系统和结算方式进行核对,打印单据并确保信息无误。2、确保收款金额和销售数据核对无误	1、对于线下业务，顾客选定商品后，店员通过供应链管理系统扫码自动录入商品信息，系统自动生成收款金额。店员根据支付方式选取相应的结算方式，并打印销售单据。门店在收款后，打印收银单据。 2、对于 B2C 业务，订单数据自动传输到供应链管理系统并生成要货计划。仓储部通过供应链管理系统打印发货单，并填制快递单，告知第三方物流取货托运。 3、对于 O2O 业务，相应门店收到订单信息后，进行商品核对，并扫码出货，交付第三方配送。 4、门店交接班后，店员汇总不同结算方式收款金额，与不同结算方式原始数据核对。
营业款项缴存	1、门店收取营业款及时缴存登记核对并对单据妥善保管。2、财务人员定期导出数据核对保证营业款真实准确	1、对于现金收款金额，店员在班次交接时，在店长监督下，盘点现金；对于医保卡收款，店员从系统导出刷卡汇总数，并与医保卡销售收入核对； 2、店长核对销售系统收银数据的所有收款方式与实际数据的一致性，同时保障现金业务的营业款在交班环节的准确无误，包括现金款、银联款、微信、支付宝和医保款等方式的金额。 3、对于现金缴存管理，门店收取的现金营业款缴存至公司指定账户，并在系统填写门店存款登记单；门店每月须将银行存款回单上交财务部，财务人员根据系统收银数据、银行存款回单、银行流水等核对门店现金缴存情况。 4、公司财务人员定期导出系统数据，专人专职负责管理，专职负责管理营业款的出纳监督营业款收取和存款情况。

3、终端集采业务相关内部控制的关键环节具体情况如下：

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
客户开发管理	加强客户维护，拓展市场，健全客户档案、合理资信评估，款项收回，保证资金流转和正常经营	业务部门负责索取购货单位的有效资质文件及对购货单位采购人员的身份确认，索取相关证明文件；质量部负责审核资质文件的合法性，并建立档案，质量负责人负责审批。经质量负责人审批同意后，方可开展销售业务。
发货	规范药品出库管理工作，确保本企业销售的药品符合质量标准，杜绝差错和不合格药品流出	药品出库必须经储运保管发货员操作发货、储运复核员复核手续方可配送出库。发货必须保证药品在有效期内以及可追踪性，便于药品的质量追踪。
销售收款	加强客户信用管理，加快资金周转，提高资金的使用效率，减少坏账损失，防范经营风险	财务部门负责发票开具、应收账款跟踪和信息反馈，业务部门负责联系客户、资料收集和款项催收；财务部门应对应收账款实行全程跟踪管理，督促业务部门及时催收货款。

4、推广、陈列与促销服务业务相关内部控制的关键环节具体情况如下：

主要业务活动	内部控制关键环节	内部控制措施
供应商协议管理	在授权范围内订立销售合同，对销售合同内容严格审核，符合销售政策，避免重大疏漏或欺诈	公司向供应商提供的促销、陈列与咨询服务均单独签订合同。结算时经双方对账、供应商审核确认无误后，发行人单独开具发票。
结算确认函管理	及时与客户外部确认服务效果，防范经营风险	每年或半年结束后，发行人与上游厂家以推广结算清单、品牌共建确认函的方式，对上一报告期内双方已经实际发生的服务费用再次进行整体确认。其中： 1、代理板块的服务业务：生产厂商对发行人上一年度或半年度推广工作成果进行汇总确认，包括开发客户数量、推广产品数量、单价、推广费金额。 2、零售板块的服务业务：生产厂商对上一年度或半年度向国胜药房支付活动奖励的每一笔金额、时间、支付主体进行逐项确认。
销售收款	款项回收及时、严格职责分工交叉核对，避免舞弊	财务部门应对应收款项实行全程跟踪管理，督促业务部门及时催收货款。

公司董事会认为：公司现有内部控制制度已基本建立健全，能够适应公司管理的要求和发展的需要，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司的各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部管理制度的贯彻执行提供保证。

公司内部控制制度制定以来，各项制度得到了有效实施，有效控制了公司经营风险和财务风险，保证了公司资产的安全完整，财务数据的真实、完整和准确。随着国家法律法规的逐步深化完善和公司不断发展，公司将对公司内部控制制度给予持续完善，使之不断适应公司发展的需要，为公司的持续健康发展提供强有力的保证。

（二）注册会计师对内部控制制度的鉴证意见

中天运于 2021 年 3 月 5 日、于 2021 年 10 月 26 日、于 2022 年 3 月 27 日分别出具了《安徽华人健康医药股份有限公司内部控制鉴证报告》（中天运[2021]核字第 90184 号、中天运[2021]核字第 90445 号、中天运[2022]核字第 90038 号），认为发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 12 月 31 日、于 2021 年 6 月 30 日、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。

（三）报告期内公司内部控制存在的瑕疵及整改情况

1、第三方回款

报告期内，发行人存在因行业经营特性导致的少量第三方回款情况，对发行人业务经营不具有重要影响。具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
第三方回款金额	**6,239.33**	**5,759.04**	**3,839.76**
其中：①委托物流公司代收	47.68	139.29	244.42
②客户（含个体工商户）法人、实际控制人代付	2,478.28	2,144.78	1,499.51
③客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付	3,713.37	3,474.97	2,095.83
主营业务收入	**226,924.62**	**188,566.86**	**147,972.41**
占比	**2.75%**	**3.05%**	**2.59%**

报告期内，公司第三方回款金额分别为 3,839.76 万元、5,759.04 万元和 6,239.33 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 2.59%、3.05%和 2.75%，占比较小。不同类型第三方回款情况如下：

（1）委托物流公司代收

报告期内，公司通过委托物流公司代收货款形式的第三方回款，主要系公司医药代理业务针对部分规模较小、分布较分散的零售药店客户，由于单笔交易金额较小而交易较为频繁，为提高回款效率，发行人与德邦物流、顺丰速运等物流公司合作，由其向发行人的客户配送药品的同时代收货款，符合医药批发行业经营特点。同时，上述物流公司均为国内知名、体量较大的物流企业或其下属公司，与发行人不存在关联关系，相关交易具有真实性。报告期内，发行人通过委托物流公司代收货款方式的第三方回款金额极小，不会对公司产生重大影响。

（2）客户（含个体工商户）法人、实际控制人代付

报告期内，公司销售回款存在客户通过其法人、实际控制人代付情形，主要系公司医药代理、终端集采业务，针对部分规模较小、分布较分散的单体药店、小型连锁药店或个体工商户形态的药店，出于采购与付款效率的原因，通

过其法人、实际控制人或个体工商户经营者个人银行账户进行支付，该情况符合医药批发行业经营特点。同时，该类客户付款方与发行人不存在关联关系，相关交易具有真实性。报告期内，发行人通过客户（含个体工商户）法人、实际控制人代付货款方式的第三方回款金额较小，不会对公司产生重大影响。

（3）客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付

报告期内，公司销售回款存在客户（含个体工商户）通过其员工或法人、实际控制人的关联方代付情形，主要系：①公司医药代理、终端集采业务，针对部分规模较小、分布较分散的单体药店、小型连锁药店或个体工商户形态的药店，出于采购与付款效率的原因，由客户的法人或实际控制人（个体工商户的经营者）的关联方、员工通过其个人银行账户转账，符合医药批发行业经营特点；②公司医药零售业务，为供应商或工业企业提供商品陈列、宣传促销等服务所收取的服务费，由于部分供应商或工业企业所需陈列促销商品种类较多且单笔金额较小，供应商或工业企业为提高合作效率与灵活性，偶发性委托其业务人员支付相关服务费，符合医药零售行业经营特点。该类客户付款方与发行人不存在关联关系，相关交易具有真实性。报告期内，发行人通过客户员工或法人、实际控制人的关联方代付的第三方回款金额较小，不会对公司产生重大影响。

综上所述，报告期内，公司第三方回款涉及的付款方与发行人不存在关联关系；第三方回款系客户客观情况或正常经营活动所致，符合客户群体与行业经营特点，第三方回款销售具有真实性和商业合理性；相关资金流、实物流与商业实质一致；报告期内，第三方回款涉及金额较小，不会对公司产生重大影响，相关金额及比例处于合理可控范围。

（4）2020 年第三方回款金额增长的原因及合理性，发行人关于第三方回款的具体整改措施及有效性

①2020 年第三方回款金额增长的原因

A.从业务板块看，主要系医药代理业务第三方回款增加

2019 年和 2020 年，发行人第三方回款按不同业务板块分布及变动情况如下：

单位：万元

业务板块	2020 年度			2019 年度	
	金额	占比	增长比例	金额	占比
医药代理	5,280.43	91.69%	39.85%	3,775.80	98.33%
医药零售	78.20	1.36%	22.26%	63.96	1.67%
医药终端集采	400.41	6.95%	-	-	-
合计	**5,759.04**	**100.00%**	**49.98%**	**3,839.76**	**100.00%**

从业务板块看，发行人 2020 年第三方回款金额增长主要系医药代理业务第三方回款增加所致。

B.从回款类型看，主要系客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付占比较高且增长较快

2019 年和 2020 年，发行人第三方回款按不同回款类型分布及变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度	
	金额	占比	增长比例	金额	占比
委托物流公司代收	139.29	2.42%	-43.01%	244.42	6.37%
客户（含个体工商户）法人、实际控制人代付	2,144.78	37.24%	43.03%	1,499.51	39.05%
客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付	3,474.97	60.34%	65.80%	2,095.83	54.58%
合计	**5,759.04**	**100.00%**	**49.98%**	**3,839.76**	**100.00%**

从回款类型看，发行人第三方回款中通过客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付的占比最高，且 2020 年该类型第三方回款增速最快，系发行人 2020 年第三方回款增长的主要推动因素。

②2020 年第三方回款金额增长的合理性

A.代理业务收入中经济欠发达地区客户增速较快，客户规范度较低

发行人 2020 年第三方回款金额增长的原因主要是医药代理业务中通过客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付金额增长较快所致，具体原因如下：

公司主营业务中的代理业务面向全国，主要客户是医药零售企业，客户数量逾万家。2020 年，公司代理业务主营业务收入相较前一年度增长 18.87%，其中西北、西南等经济相对欠发达地区客户收入增长较快，增速分别达 28.12%和 21.47%，超过总体平均增速。该地区经济发展水平相对低于华东、华中等地区，客户多处于较为偏远地区，且存在较多规模较小、区位分散的个体工商户、自然人独资企业性质的单体药店、小型连锁药店，出于采购与付款效率的原因，客户的法人或实际控制人（个体工商户的经营者）的关联方、员工通过其个人银行账户转账的情形较多。

B.受疫情影响，客户支付与发行人业务人员出行条件进一步受限

2020 年度，受新冠疫情影响，下游客户通过公对公银行转账的支付方式便利程度降低，代理业务中第三方回款的情形也有所增加。

C.公司医药代理业务第三方回款客户分散，不存在单笔采购金额较大的情况

公司医药代理业务属于医药批发领域，客户群体主要面向全国市场医药零售企业，具有客户分散、采购频次高、单笔采购金额小的特性。2019 年至 2020 年，公司医药代理业务的客户数量、交易笔数及单笔交易金额的具体情况如下：

业务板块	年度	客户数量（家）	交易笔数（笔）	单笔平均交易金额（元）
医药代理	2020 年度	13,702	771,191	676.43
	2019 年度	11,377	651,210	674.00

注：以上数据不包括发行人与子公司之间的内部交易

针对医药代理业务的第三方回款，发行人同样存在客户分散、采购频次高、单笔采购金额小的特性。2019 年至 2020 年，发行人医药代理业务各笔回款金额区间分布情况如下：

单位：笔

回款金额区间	2020 年度		2019 年度	
	笔数	占比	笔数	占比
10-20 万元（含 10 万元）	2	0.01%	-	0.00%
5-10 万元（含 5 万元）	16	0.05%	11	0.05%
1-5 万元（含 1 万元）	584	1.89%	400	1.91%

回款金额区间	2020 年度		2019 年度	
	笔数	占比	笔数	占比
1 万元以下	30,252	98.05%	20,525	98.04%
合计	**30,854**	**100.00%**	**20,936**	**100.00%**

报告期内，发行人医药代理业务第三方回款单笔金额较小，主要在 1 万元以下，且不存在单笔金额高于 20 万元的情况。因此，公司医药代理业务第三方回款客户分散，不存在单笔采购金额较大的情况，对发行人不构成重大影响。

D.第三方回款未损害公司与客户的利益

报告期内，发行人客户采取第三方回款方式向发行人支付货款，具有一定的合理性，付款方与发行人不存在关联关系，未产生重大纠纷或争议，报告期内第三方回款方式未对发行人及客户的利益造成损害。

综上所述，发行人 2020 年第三方回款金额增长主要原因系代理业收入整体规模增长以及其中在经济欠发达地区的收入增速较快以及当年疫情影响导致的医药代理业务中通过客户（含个体工商户）员工或法人、实际控制人的关联方代付金额增长较快，具有一定的合理性，同时第三方回款较为分散且单笔金额较小，不构成重大影响。

③发行人关于第三方回款的具体整改措施及有效性

A.第三方回款的具体整改措施

a.公司业务部门人员与客户充分沟通，采取积极引导方式，尽量避免采取第三方回款的支付方式；

b.对于金额较大的回款，严禁采用第三方付款方式，必须通过公户进行货款的支付；

c.针对客户通过其员工或法人、实际控制人的关联方代付的，要求客户提供付款委托书，书面通知公司其委托第三方付款的有关事项；

d.针对物流公司代收产生的第三方回款，发行人与物流公司签定物流代收协议，物流公司在收到代收的货款后于 3 个工作日内转账到发行人账户，保证货款安全及时回到公司；

e.公司在收到货款时，由客服人员及时向出纳认款并登记，填列第三方回款统计明细，公司财务总监每月定期对第三方回款的金额、回款比例、代付款类型等进行分析，并及时反馈给业务部门，以降低第三方回款比例。

B.第三方回款整改措施的有效性情况

报告期内，发行人第三方回款金额占收入比重维持在较低水平，未超过5%，第三方回款整改措施具有有效性。

2、现金交易

报告期内，除属于医药零售行业普遍存在的医药零售业务现金收付款情况外，发行人医药代理和终端集采业务存在少量偶发性现金收款情况，对发行人业务经营不具有重要影响。具体情况如下：

（1）医药代理业务现金交易情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
医药代理业务现金收款金额	20.81	6.15	51.39
医药代理业务收入	58,831.05	52,175.87	43,894.93
占比	**0.04%**	**0.01%**	**0.12%**

公司医药代理业务的现金交易主要系个别客户因规模较小，为提高向供应商付款的效率，客户采取现金或银行柜台存现支付公司货款。报告期内，发行人医药代理业务现金交易金额占各期医药代理业务收入比例极低，不会对发行人产生较大影响。

（2）医药零售业务现金交易情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
医药零售业务现金收款金额	14,667.13	16,760.26	19,211.35
医药零售业务收入	155,924.07	129,222.19	103,354.66
占比	**9.41%**	**12.97%**	**18.59%**

报告期内，发行人医药零售业务发生现金回款金额分别为 19,211.35 万元、16,760.26 万元和 14,667.13 万元，占医药零售业务收入的相对比例呈逐年下降趋势。由于医药零售门店销售直接面向终端消费者，以现金方式进行结算属于

零售行业普遍情况，交易真实且具有合理性。近年来，随着支付宝、微信等移动支付技术的成熟与应用的普及，以及公司不断加强内控管理并积极引导顾客使用移动支付方式，报告期内现金收款比例呈现逐年下降趋势。

此外，为加强门店资金管理，确保门店营业款的安全，防范资金风险，发行人已制定了《营业款收缴管理办法》，对门店营业款收取、缴款及核对等方面作出规范和指导。报告期内，公司均严格按照上述现金管理内控制度进行管理。

（3）医药终端集采业务现金交易情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
医药终端集采业务现金收款金额	1.04	2.27	-
医药终端集采业务收入	12,105.88	7,116.08	722.81
占比	**0.01%**	**0.03%**	**-**

2020 年和 2021 年，公司医药终端集采业务发生少量偶发性现金收款情况，当期发生额分别为 2.27 万元和 1.04 万元，占当期营业收入比例较低，不会对公司造成重大不利影响。2019 年度，公司医药终端集采业务未出现现金收款情况。

综上所述，发行人医药代理业务的现金交易金额较低，医药终端集采业务的现金交易为偶发性行为，因此对发行人业务经营均不具有重要影响；发行人医药零售业务的现金交易属于零售行业普遍情况，公司已制定相关内控措施，报告期内占比呈现下降趋势；上述现金交易对方与发行人均不存在关联关系；上述涉及的现金款项已及时纳入公司账户。报告期内，发行人现金交易真实、合理。

除已披露情形外，发行人报告期内不存在其他财务不规范的情形。

（4）报告期内发行人现金交易的客户不属于发行人关联方

报告期内，发行人现金交易主要系：①发行人医药代理业务的现金交易主要系个别小型药店为提高向供应商付款的效率，采取现金或银行柜台存现方式支付公司货款，该类现金交易金额占发行人医药代理业务收入比例较低；②终端集采业务的现金交易主要系 2020 和 2021 年度偶发性的交易，交易金额仅分

别为 2.27 万元和 1.04 万元；③发行人医药零售业务的现金交易主要系医药零售门店销售直接面向终端个人消费者，以现金方式进行结算属于行业内零售行业普遍情况，公司均为被动接受。

经核查，发行人上述现金交易的客户均不存在关联方的情况。

（5）发行人现金交易的比例与同行业可比公司不存在较大差异

报告期内，发行人现金交易金额占各期主营业务收入比例情况如下：

单位：万元

业务板块	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
医药代理	医药代理业务现金收款金额	20.81	6.15	51.39
	医药代理业务营业收入	58,831.05	52,175.87	43,894.93
	占比	0.04%	0.01%	0.12%
终端集采	医药终端集采业务现金收款金额	1.04	2.27	-
	医药终端集采业务营业收入	12,105.88	7,116.08	722.81
	占比	0.01%	0.03%	-
医药零售	医药零售业务现金收款金额	14,667.13	16,760.26	19,211.35
	医药零售业务营业收入	155,924.07	129,222.19	103,354.66
	占比	9.41%	12.97%	18.59%
现金交易总额		**14,688.97**	**16,768.69**	**19,262.74**
发行人主营业务收入		**226,924.62**	**188,566.86**	**147,972.41**
现金交易总额占主营业务收入比		**6.47%**	**8.89%**	**13.02%**

报告期内，发行人现金交易主要集中于医药零售业务板块，医药代理与终端集采业务现金交易主要为偶发性情况，交易金额与占比较低。

由于行业特性，现金结算是零售行业的普遍情况，近期上市的漱玉平民、健之佳情况如下：

公司	期间	现金交易占比
漱玉平民	2020 年度	12.35%
	2019 年度	17.54%
	2018 年度	23.41%
	2017 年度	30.99%
健之佳	2020 年 1-6 月	16.69%

公司	期间	现金交易占比
	2019 年度	20.54%
	2018 年度	27.90%
	2017 年度	38.28%

注：漱玉平民和健之佳未披露 2021 年度现金结算数据,健之佳未披露 2020 年度现金结算数据。

如上表可知，发行人医药零售业务现金交易金额占零售业务收入的比重与同期同行业可比公司平均水平基本一致，不存在显著差异。

（6）现金交易具有可验证性，发行人现金管理制度及内部控制制度，相关制度健全并有效执行

由于医药零售门店销售直接面向终端消费者，以现金方式进行结算属于零售行业普遍情况，交易真实且具有合理性。近年来，随着支付宝、微信等移动支付技术的成熟与应用的普及，以及公司不断加强内控管理并积极引导顾客使用移动支付方式，报告期内现金收款比例呈现逐年下降趋势。报告期内发行人通过业务管理系统控制现金交易，门店销售由销售人员在业务系统中选择客户的支付方式（现金、医保、支付宝微信等第三方支付），每天营业结束将现金交易营业额与业务管理系统进行核对，门店营业员每天将现金存入指定的银行，同时财务人员将存入银行的现金金额与业务数据进行核对。

此外，为加强门店资金管理，确保门店营业款的安全，防范资金风险，发行人已制定了《营业款收缴管理办法》，对门店营业款收取、缴款及核对等方面作出规范和指导，具体涵盖了现金交易日常管理、门店交接班现金管理、现金缴存的管理、现金的财务稽核管理等方面。

因此，公司已经建立了健全的现金管理相关的内部控制，并通过对上述内部控制有效的执行，可以实现现金交易的可验证性。

综上所述，报告期内，发行人现金交易的客户不属于发行人关联方；现金交易具有可验证性；发行人现金交易的比例与同行业可比公司不存在较大差异；发行人已制定健全的现金管理制度及内部控制制度，相关制度健全并有效执行。

五、报告期内发行人违法违规情况

（一）报告期内的行政处罚情况

报告期内，公司及其子公司不存在重大违法违规行为，也不存在被任何国家机关及行业主管部门等予以重大处罚的情形。报告期内，发行人及其子公司、所属门店涉及行政处罚 95 起。其中单笔处罚金额 1 万元以上的共计 5 起，合计处罚金额（含没收非法所得）18.20 万元；不涉及罚款或单笔处罚金额 1 万元以下的共计 90 起，合计处罚金额 5.00 万元。具体如下：

1、单笔处罚金额 1 万元以上的行政处罚

序号	处罚事由	处罚情况	不构成重大违法违规行为原因分析
1	2019 年 1 月，华人健康因销售劣药通窍鼻炎片，违反《药品管理法》第四十九条的规定，根据《药品管理法》第七十四条、《药品管理法实施条例》第七十五条的规定，合肥市食品药品监督管理局对华人健康作出《行政处罚决定书》（（合）食药监药罚[2019]1 号）。	没收销售劣药违法所得 8.43 万元，除他其行政处罚	①根据当时适用的《药品管理法》第七十四条规定，“生产、销售劣药的，没收违法生产、销售的药品和违法所得，并处违法生产、销售药品货值金额一倍以上三倍以下的罚款；情节严重的，责令停产、停业整顿或者撤销药品批准证明文件、吊销《药品生产许可证》《药品经营许可证》或者《医疗机构制剂许可证》；构成犯罪的，依法追究刑事责任。”根据当时适用的《药品管理法实施条例》第七十五条规定，“药品经营企业、医疗机构未违反《药品管理法》和本条例的有关规定，并有充分证据证明其不知道所销售或者使用的药品是假药、劣药的，应当没收其销售或者使用的假药、劣药和违法所得；但是，可以免除其他行政处罚。”华人健康并不知晓所销售药品为劣药，无主观过错，主管部门仅没收本次销售劣药违法所得，免除其他行政处罚，不属于《药品管理法》第七十四条情节严重的情形。 ②2021 年 1 月 5 日，合肥市市场监督管理局出具证明，证明华人健康受到的（合）食药监药罚[2019]1 号行政处罚所涉行为不属于重大违法违规行为。
2	2019 年 10 月，华人健康因销售劣药阿胶补血口服液，违反《药品管理法》第四十九条的规定，根据《药品管理法》第七十四条、《药品管理法实施条例》第七十五条的规定，合肥市市场监督管理局对华人健康作出《行政处罚决定书》（合市	没收销售劣药违法所得 5.77 万元，除他其行政处罚	①根据当时适用的《药品管理法》第七十四条规定，“生产、销售劣药的，没收违法生产、销售的药品和违法所得，并处违法生产、销售药品货值金额一倍以上三倍以下的罚款；情节严重的，责令停产、停业整顿或者撤销药品批准证明文件、吊销《药品生产许可证》《药品经营许可证》或者《医疗机构制剂许可证》；构成犯罪的，依法追究刑事责任。”根据当时适用的《药品管理法实施条例》第七十五条规定，“药品经营企业、医疗机构未违反《药品管理法》和本条例的有关规定，并有充分证据证明其不知道所销售或者使用的药品是假药、劣药的，应当没收其销售或者使用的假药、劣药和违法所得；但是，可以免除其他行政处罚。”华人健康并不知晓所销售药品为劣药，

序号	处罚事由	处罚情况	不构成重大违法违规行为原因分析
	监（原食药监）食罚[2019]20 号）。		无主观过错，主管部门仅没收本次销售劣药违法所得，免除其他行政处罚，不属于《药品管理法》第七十四条情节严重的情形。 ②2021 年 1 月 5 日，合肥市市场监督管理局出具证明，证明华人健康受到的合市监（原食药监）食罚[2019]20 号行政处罚所涉行为不属于重大违法违规行为。
3	2020 年 5 月，芜湖国胜繁昌孙村店因营业场所内宣传海报内容不符合《广告法》第四条、第二十八条的规定，构成发布虚假广告的违法行为，根据《广告法》第五十五条规定，繁昌县市场监督管理局对其作出《行政处罚决定书》（繁市监罚字（2020）87 号）。	罚款 2 万元	①根据行政处罚决定书，芜湖国胜繁昌孙村店违法广告仅在其营业场所内展示发布，持续时间短，影响范围小，广告发布期间，销售金额较少。且案发后已立即整改，对涉嫌广告进行撤除，并在经营场所内进行澄清公示。繁昌县市场监督管理局依此根据《行政处罚法》第二十七条规定，对其减轻处罚。 ②根据《广告法》第五十五条第一款规定，“第五十五条违反本法规定，发布虚假广告的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款；两年内有三次以上违法行为或者有其他严重情节的，处广告费用五倍以上十倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请。”本次处罚金额为 2 万元，不属于上述规定中情节严重的情形。 ③2021 年 1 月 21 日，芜湖市繁昌县市场监督管理局出具证明，证明芜湖国胜繁昌孙村店能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，未导致社会影响恶劣后果，不构成重大违法违规行为。
4	2019 年 3 月，安徽国胜霍邱双湖东路店、安徽国胜霍邱新蓼大道店因经营的食用油未能提供查验供货者的许可证和食品合格的证明文件，违反了《食品安全法》第五十三条第一款的规定，构成经营者采购食品未履行进货查验义务的行为，根据《食品安全法》第一百二十六条第一款第（三）项的规定，霍邱县市场监督管理局分别对其作出	分别罚款 1 万元	①根据《食品安全法》第一百二十六条规定，“违反本法规定，有下列情形之一的，由县级以上人民政府食品安全监督管理部门责令改正，给予警告；拒不改正的，处五千元以上五万元以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至吊销许可证：……（三）食品、食品添加剂生产经营者进货时未查验许可证和相关证明文件，或者未按规定建立并遵守进货查验记录、出厂检验记录和销售记录制度；……”本次处罚金额为 1 万元，不属于上述规定中情节严重的情形。 ②2021 年 4 月 12 日，霍邱县市场监督管理局出具证明，证明安徽国胜霍邱双湖东路店、安徽国胜霍邱新蓼大道店能够认真履行行政处罚决定，按期缴纳罚款，并积极落实整改措施，相关违法行为情节轻微，未导致重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果，不构成重大违法违规行为。

序号	处罚事由	处罚情况	不构成重大违法违规行为原因分析
	《行政处罚决定书》（霍市监罚字（2019）3号、霍市监罚字（2019）4号）。		

2、单笔处罚金额1万元以下的行政处罚

序号	处罚部门	处罚事由	处罚情况	处罚数量	不构成重大违法违规行为原因分析
1	市场监督管理部门、卫生管理部门	无资质经营或超越范围经营	没收违法经营的保健食品及罚款0.8万元	1	①所涉违法违规行为情节较轻，不构成相关处罚依据的情节严重情形。 ②处罚主管部门已出具证明，所涉行为不构成重大违法违规行为。
2		执业药师不在岗销售处方药；未凭处方销售处方药；执业药师不在岗未挂牌告知	警告；责令改正；罚款合计1.57万元	49	违法情节轻微，罚款数额较小或未予以罚款，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。
3		销售药品未明码标价	罚款合计0.57万元，没收违法所得0.03万元	2	①所涉违法违规行为情节较轻，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。 ②处罚主管部门已出具证明，所涉行为不构成重大违法违规行为。
4		以邮售、互联网交易等方式向公众销售处方药	警告；罚款0.75万元	1	①根据行政处罚决定书，案发后安徽国胜庐江路店能够积极配合调查、整改，且其采用互联网交易方式直接向公众销售处方药的违法行为未发现造成严重危害后果。 ②处罚主管部门已出具证明，所涉行为不构成重大违法违规行为。
5		销售的处方药有买药赠药的行为	警告	3	违法情节轻微，未予以罚款，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果。
6		未按药品储存条件储存药品；未按照要求陈列药品	警告	12	
7		特殊食品与普通食品、药品混放销售	警告	10	
8		销售药品专利标注不规范	责令改正	1	
9		销售侵犯注册商标专用权的商品	责令改正	1	
10		未落实疫情防控要求	警告、责	2	

序号	处罚部门	处罚事由	处罚情况	处罚数量	不构成重大违法违规行为原因分析
			令改正		
11		使用未定期检定的计量器具	警告；罚款合计0.08万元	2	违法情节轻微，罚款数额较小，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。
12	税务部门	未按规定办理纳税申报和报送纳税资料	罚款 0.08万元	2	所涉违法违规行为情节较轻，不构成相关处罚依据的情节严重情形。
13	城管、消防、治安管理部门	责任区堆放赠品、帐篷和条幅等物品	罚款 0.05万元	1	违法情节轻微，罚款数额较小，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。
14		未履行市容环卫责任，逾期未改	罚款 0.02万元	1	违法情节轻微，罚款数额较小，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。
15		门店清洁污水排入雨水管道	罚款 0.10万元	1	①违法情节轻微，未导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等后果。 ②处罚主管部门已出具证明，所涉行为不构成重大违法违规行为。
16		消防设施未设置有效	罚款 0.95万元	1	所涉违法违规行为情节较轻，不构成相关处罚依据的情节严重情形。

综上所述，报告期内，发行人及其子公司涉及的上述违法违规行为，违法情节轻微，相关处罚依据未认定该等行为属于情节严重，相关主管部门已出具证明文件，发行人及其子公司的上述行政处罚事项不属于重大违法行为，上述处罚未对发行人及子公司的经营造成重大不利影响，不会对本次发行构成实质性法律障碍。报告期内，发行人及其子公司不存在重大违法违规的情况。

（二）报告期内“飞行检查”情况

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

飞检执行部门级别	接受检查（次）	符合药品经营质量管理规范（次）	限期整改（次）
安徽省药品监督管理局	1	1	0

飞检执行部门级别	接受检查（次）	符合药品经营质量管理规范（次）	限期整改（次）
各地市市场监督管理局	36	10	26

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

六、发行人资金占用和对外担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、**共同**实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式非经营性占用的情形，也不存在为控股股东、**共同**实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形。

七、发行人资金管理、对外投资、担保事项制度及执行情况

（一）公司资金管理、对外投资、担保事项的政策及制度安排

公司建立并完善了有关资金管理、对外投资、担保事项的政策及相关制度，对涉及资金收付、对外投资、担保事项的决策程序及权限进行了明确规定，保障了公司资金管理、对外投资、担保事项的规范运作。

1、资金管理制度安排

在募集资金的使用方面，公司制定了《募集资金管理制度》，对募集资金的管理使用进行了规范。

在日常资金的使用方面，公司依据自身具体情况，制定了《货币资金管理制度》，明确了库存现金管理、银行存款管理等方面的日常运作和经营的决策权限。

2、对外投资制度安排

2018 年 5 月 10 日，公司 2017 年年度股东大会审议通过了《对外投资管理制度》；2021 年 3 月 25 日，公司 2020 年年度股东大会审议通过了《关于进一步完善公司治理制度的议案》，对公司《对外投资管理制度》进行了完善。

根据现行有效的公司《对外投资管理制度》规定，股东大会对公司对外投资事宜的决策权限为：1、交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；2、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50％以上，且绝对金额超过 5,000 万元；3、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50％以上，且绝对金额超过 500 万元；4、交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50％以上，且绝对金额超过 5,000 万元；5、交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50％以上，且绝对金额超过 500 万元。

董事会对公司对外投资事宜的决策权限为：1、交易涉及的资产总额（同时存在账面值和评估值的，以较高者为准）占公司最近一期经审计总资产 10%以上；2、交易的成交金额（包括承担的债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 10%以上，且绝对金额超过 1,000 万元；3、交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上，且绝对金额超过 100 万元；4、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10%以上，且绝对金额超过 1,000 万元；5、交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上，且绝对金额超过 100 万元。上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

除上述须由股东大会或者董事会审议批准之外的对外投资事项，由总经理审批。

3、对外担保制度安排

公司《对外担保管理制度》第四条规定，公司对外担保事项须经公司董事

会或股东大会审议批准。

公司《对外担保管理制度》第六条规定，下列对外担保行为应当在董事会审议通过后提交股东大会审议：1、单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产10%的担保；2、公司及其控股子公司的提供担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；3、为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；4、连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元；5、连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；6、对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；7、深圳证券交易所或《公司章程》规定的其他担保情形。

除上述情形外的其他对外担保，均由董事会审议通过。

（二）近三年的执行情况

公司已建立健全了资金管理、对外投资、担保事项的相关制度。报告期内，公司资金管理制度执行情况良好、不存在对外担保事项。公司对外投资事项严格按照公司相关制度执行，并未存在违规情况。

八、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司在业务、资产、人员、机构、财务方面均独立于控股股东、**共同**实际控制人及其控制的其他企业。公司拥有独立且完整的业务流程和业务体系，具备直接面向市场独立经营的能力。

（一）发行人业务、资产、人员、财务、机构独立性情况

1、发行人的业务独立

发行人的业务独立于控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），与控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

因此，发行人在业务方面独立于控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及

所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在业务混同，满足业务独立性要求。

2、发行人的资产独立完整

发行人合法拥有与经营相关的土地、房产、设备以及商标、专利的所有权或者使用权，具有独立的商品采购、配送和销售系统；发行人不存在资产被控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）控制和占用的情况。

因此，发行人在资产方面独立于控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在资产混同，满足资产完整性要求，不存在影响发行人独立性的情况。

3、发行人的人员独立

发行人的总经理、副总经理、财务总监等高级管理人员不在控股股东、**共同**实际控制人及其亲属所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、**共同**实际控制人及其亲属所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）领薪；发行人的财务人员不在控股股东、**共同**实际控制人及其亲属所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）中兼职。

因此，发行人在人员方面独立于控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在人员混同，满足人员独立性要求。

4、发行人的机构独立

发行人已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）间不存在机构混同的情形。

因此，发行人在机构方面独立于控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在机构混同，满足机构独立性要求。

5、发行人的财务独立

发行人已建立独立的财务核算体系、能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；发行人未与控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）共用银行账户。

因此，发行人在财务方面独立于控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让），不存在财务混同，满足财务独立性要求。

6、何家乐、何家伦已出具关于保持发行人独立性的相关承诺

发行人**共同**实际控制人何家乐、何家伦就保证发行人独立性情况，出具了《安徽华人健康医药股份有限公司控股股东、实际控制人关于保持公司独立性的承诺》。

综上所述，发行人符合《审核问答》关于业务、资产、人员、财务、机构独立性的规定，发行人控股股东、**共同**实际控制人及其亲属以及所控制、投资及施加重大影响的其他企业（含已注销及对外转让）在上述各方面与发行人不存在混同，发行人满足资产完整性、业务及人员、财务、机构独立性的要求，不存在影响发行人独立性的情况，不构成本次发行的法律障碍。

（二）发行人最近二年主营业务、控制权、管理团队稳定

最近二年内，发行人主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、**共同**实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近二年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（三）发行人不存在对持续经营有重大影响的事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

经核查，发行人的资产完整，人员、财务、机构及业务独立，具有完整的

业务体系和直接面向市场独立持续经营的能力，最近二年主营业务、控制权、管理团队稳定且不存在对持续经营有重大影响的事项。发行人对于公司独立性的前述披露真实、准确、完整。

九、同业竞争

除发行人及其子公司外，报告期内发行人控股股东、**共同**实际控制人及其亲属所控制、投资及施加重大影响的企业（含已注销及对外转让）如下：

序号	主要关联关系	主体
1	何家乐控制的企业	胜凡投资
2		福曼医投资
3		康凡投资
4		时达投资
5	何家伦及其配偶控制的企业	胜凡管理（已于 2020 年 10 月注销）
6	何家裕控制的企业	裕泰和投资
7		裕泰堂投资
8		裕泰坊投资
9		福又康投资（已于 2021 年 5 月注销）
10		好又康投资
11		淮仁堂发展
12		人民健康
13		淮仁堂医院
14		淮仁堂药业
15		淮仁堂生物
16		淮仁堂门诊
17		合肥门诊
18		霍山门诊
19	何家裕配偶王芳控制的企业	霍山百年涯石斛农民专业合作社（以下简称“霍山石斛合作社”）

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争关系

报告期内发行人主要从事医药**零售**、**代理**及终端集采三大块业务。截至本招股说明书签署日，除作为执行事务合伙人控制持股平台胜凡投资、福曼医投

资、康凡投资和时达投资，以及报告期内已注销的胜凡管理以外，公司控股股东、**共同**实际控制人不存在控制其他企业的情形。

经核查，发行人与控股股东、**共同**实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人为避免同业竞争出具的承诺

为了更好地维护公司及其他股东的利益，避免同业竞争，公司控股股东、**共同**实际控制人签署了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、本人及本人直接或间接控制的其他企业不会直接或间接从事任何与华人健康及其下属公司经营业务构成竞争或潜在竞争关系的业务与经营活动，亦不会投资任何与华人健康及其下属公司经营业务构成竞争或潜在竞争关系的其他企业；

2、在本人作为华人健康控股股东/实际控制人期间，如本人及控制的其他企业获得的商业机会与华人健康及其下属公司主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的，本人将立即通知华人健康，并尽力将该商业机会给予华人健康，避免与华人健康及下属公司形成同业竞争或潜在同业竞争，以确保华人健康及华人健康其他股东利益不受损害；

3、本人保证有权签署本承诺函，且本承诺函一经本人签署即对本人构成有效的、合法的、具有约束力的责任，且在本人作为华人健康控股股东/实际控制人期间持续有效，不可撤销；

4、本人保证严格履行本承诺函中的各项承诺，如本人或本人直接或间接控制的其他企业因违反相关承诺并因此给华人健康或其他股东造成损失的，本人将承担相应的法律责任，并承担相应的损失赔偿责任。”

发行人控股股东、**共同**实际控制人作出的上述承诺对其具有法律约束力，发行人控股股东、**共同**实际控制人已经采取了措施避免同业竞争。

（三）控股股东、实际控制人亲属控制或施加重大影响的企业亦不存在重大不利影响的同业竞争关系

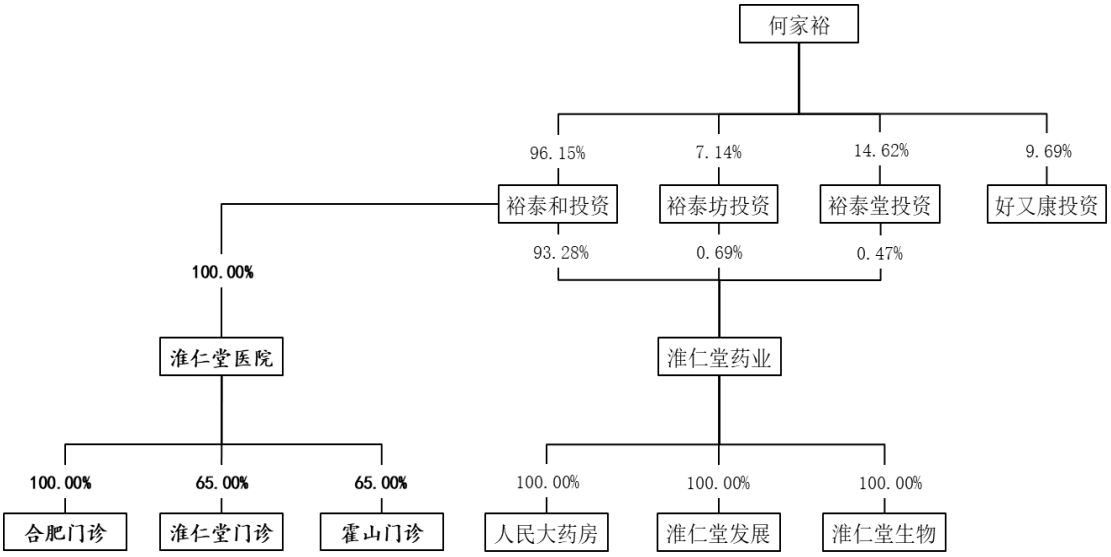
1、控股股东、实际控制人的直系亲属控制或施加重大影响的企业

公司控股股东为何家乐，**共同**实际控制人为何家乐、何家伦，二者为兄弟关系。截至本招股说明书签署日，公司控股股东、**共同**实际控制人的直系亲属（包括配偶、父母、子女）不存在其他控制或施加重大影响的企业。

2、控股股东、实际控制人的其他近亲属控制或施加重大影响的企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、**共同**实际控制人的其他近亲属控制或施加重大影响的企业均为公司控股股东、**共同**实际控制人胞兄何家裕直接或间接控制的企业，具体包括：裕泰和投资、裕泰堂投资、裕泰坊投资、好又康投资、淮仁堂药业、淮仁堂发展、人民健康、淮仁堂生物、淮仁堂医院、淮仁堂门诊、合肥门诊、霍山门诊。

上述企业股权结构情况如下：



此外，何家裕配偶王芳还控制霍山石斛合作社。

上述企业均不属于发行人经营业务范畴，或无实质经营，与发行人不构成重大不利影响的同业竞争。同时，何家裕就避免直接或间接与发行人发生同业竞争情况已于 2020 年 1 月 6 日出具《关于避免同业竞争的承诺函》。

何家裕及其配偶王芳控制的上述企业基本情况如下：

（1）裕泰和投资

①基本情况

企业名称	安徽裕泰和中医药产业投资有限公司
企业类型	其他有限责任公司
统一社会信用代码	9134010032804391XP
成立时间	2015 年 1 月 28 日
注册资本	6,000 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河工业区上海路 18 号
经营范围	建设项目投资；商业贸易投资；健康产业投资；投资开发医药、农业、环保领域的高新技术产业项目；房屋租赁及管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，裕泰和投资的股东构成情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	何家裕	5,769.23	96.15%
2	王芳	230.77	3.85%
合计		**6,000.00**	**100.00%**

注：王芳系何家裕配偶，下同

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

裕泰和投资主要从事投资管理业务，除投资淮仁堂医院和淮仁堂药业 2 家企业外，无实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，裕泰和投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	2,911.07	2,850.44	3,117.22
所有者权益	2,757.72	2,765.68	2,772.43
营业收入	-	-	-
净利润	-8.89	-6.75	-6.34

注：上述数据未经审计

④主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，裕泰和投资未开展经营业务，不涉及其他经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（2）裕泰堂投资

①基本情况

企业名称	合肥裕泰堂中医药产业投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340122MA2TEF5X6H
成立时间	2019 年 1 月 21 日
认缴出资额	236 万元
执行事务合伙人	何家裕
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢 6 楼
经营范围	中医药产业、健康产业项目投资及开发；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，裕泰堂投资的合伙人构成情况如下：

序号	出资人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	何家裕	34.50	14.62%	普通合伙人
2	王芳	25.00	10.59%	有限合伙人
3	夏莉娟	12.00	5.08%	
4	赵阳	9.00	3.81%	
5	何炳玉	8.00	3.39%	
6	梁建容	6.00	2.54%	
7	许书燕	6.00	2.54%	
8	张怀芳	6.00	2.54%	
9	夏刚成	6.00	2.54%	
10	金绍奇	6.00	2.54%	
11	丁文茜	5.00	2.12%	
12	刘昌银	4.00	1.69%	
13	方园	3.50	1.48%	
14	刘玲	3.00	1.27%	

15	代汉红	3.00	1.27%	
16	沙启菊	3.00	1.27%	
17	阚东波	3.00	1.27%	
18	陈安顺	3.00	1.27%	
19	施彩虹	3.00	1.27%	
20	张玉慧	3.00	1.27%	
21	吴娜	3.00	1.27%	
22	路恒	3.00	1.27%	
23	蔡文清	3.00	1.27%	
24	聂荣根	3.00	1.27%	
25	匡龙	3.00	1.27%	
26	金际宝	3.00	1.27%	
27	王庆勋	3.00	1.27%	
28	刘梦琪	3.00	1.27%	
29	吕影	3.00	1.27%	
30	陆磊	3.00	1.27%	
31	王涛	3.00	1.27%	
32	陈玲	3.00	1.27%	
33	徐国奎	3.00	1.27%	
34	周德炯	3.00	1.27%	
35	殷德伟	3.00	1.27%	
36	唐照焕	3.00	1.27%	
37	张井涛	3.00	1.27%	
38	凌冰	3.00	1.27%	
39	汪春生	3.00	1.27%	
40	张倩	3.00	1.27%	
41	孙卫华	3.00	1.27%	
42	孙光周	3.00	1.27%	
43	李连生	3.00	1.27%	
44	秦仁友	3.00	1.27%	
45	程小鹏	3.00	1.27%	
46	韩庆华	3.00	1.27%	
47	王慧明	3.00	1.27%	

48	冯侠	3.00	1.27%	
合计		**236.00**	**100.00%**	**-**

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

裕泰堂投资主要从事投资管理业务，除投资淮仁堂药业外，无实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，裕泰堂投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	238.85	235.93	236.04
所有者权益	235.85	235.93	236.04
营业收入	-	-	-
净利润	-0.08	-0.11	0.04

注：上述数据未经审计

④主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，裕泰堂投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（3）裕泰坊投资

①基本情况

企业名称	合肥裕泰坊中医药产业投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340122MA2TEF6Q5Y
成立时间	2019 年 1 月 21 日
认缴出资额	350 万元
执行事务合伙人	何家裕
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢 6 楼
经营范围	中医药产业、健康产业项目投资及开发；企业管理咨询。依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，裕泰坊投资的合伙人构成情况如下：

序号	出资人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	何家裕	25.00	7.14%	普通合伙人
2	叶良胜	60.00	17.14%	有限合伙人
3	王芳	25.00	7.14%	
4	金绍奇	24.00	6.86%	
5	蔡丹竹	21.00	6.00%	
6	廖竹红	12.00	3.43%	
7	王光辉	9.00	2.57%	
8	程皓南	9.00	2.57%	
9	唐海燕	9.00	2.57%	
10	郭忠江	6.00	1.71%	
11	李伟	6.00	1.71%	
12	何云飞	6.00	1.71%	
13	庞传文	6.00	1.71%	
14	韩贻春	6.00	1.71%	
15	张维松	6.00	1.71%	
16	卢仕洋	6.00	1.71%	
17	李燕	6.00	1.71%	
18	徐立东	6.00	1.71%	
19	杨伟健	6.00	1.71%	
20	霍绍齐	6.00	1.71%	
21	刘璐	6.00	1.71%	
22	姚斌	3.00	0.86%	
23	唐征成	3.00	0.86%	
24	马恒国	3.00	0.86%	
25	盛勇	3.00	0.86%	
26	张静	3.00	0.86%	
27	杨庆翠	3.00	0.86%	
28	吴永春	3.00	0.86%	
29	胡存君	3.00	0.86%	
30	江霞珍	3.00	0.86%	
31	徐梅	3.00	0.86%	
32	赵鹍鹍	3.00	0.86%	

序号	出资人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
33	管厚华	3.00	0.86%	
34	沙启明	3.00	0.86%	
35	张家军	3.00	0.86%	
36	贾相彬	3.00	0.86%	
37	张飞	3.00	0.86%	
38	杨俊峰	3.00	0.86%	
39	李超芳	3.00	0.86%	
40	廖梅玉	3.00	0.86%	
41	王晓兵	3.00	0.86%	
42	阮丽勤	3.00	0.86%	
43	李昕	3.00	0.86%	
44	江丽	3.00	0.86%	
45	袁绪敏	3.00	0.86%	
46	肖翠	3.00	0.86%	
47	卫鹏燚	3.00	0.86%	
48	韩建伟	3.00	0.86%	
49	潘士武	3.00	0.86%	
合计		**350.00**	**100.00%**	-

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

裕泰坊投资主要从事投资管理业务，除投资淮仁堂药业外，无实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，裕泰坊投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	350.11	350.09	350.01
所有者权益	349.81	349.89	350.01
营业收入		-	-
净利润	-0.08	-0.12	0.01

注：上述数据未经审计

④主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，裕泰坊投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（4）福又康投资（已注销）

①基本情况

企业名称	合肥福又康股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340104MA2TTEU47B
成立时间	2019 年 6 月 13 日
认缴出资额	132.02 万元
执行事务合伙人	何家裕
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢 6 楼
经营范围	股权投资、创业投资(未经金融监管部门批准,不得从事吸收存款、融资担保、代客理财等金融业务)；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

注：福又康已于 2021 年 5 月 18 日注销。

②股东构成情况

截至注销前，福又康投资的合伙人构成及认缴合伙份额的情况如下：

序号	出资人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	何家裕	10.00	7.57%	普通合伙人
2	孟凡标	18.82	14.26%	有限合伙人
3	周蓉蓉	18.39	13.93%	
4	李本鹏	17.61	13.34%	
5	尤安军	15.68	11.88%	
6	徐宝	14.48	10.97%	
7	王强	13.32	10.09%	
8	朱雪梅	12.50	9.47%	
9	孙明	6.77	5.13%	
10	张惠琴	4.45	3.37%	
合计		**132.02**	**100.00%**	-

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

福又康投资设立目的为投资淮仁堂药业，自设立至注销以来，合伙人均未履行实缴义务，未开展实际经营活动，不属于发行人主营业务范畴。2021 年 5

月 18 日，福又康投资在合肥市包河区市场监督管理局办理完成注销手续。

2019 年至 2020 年，福又康投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
资产总额	0.05	0.01
所有者权益	-0.01	-0.00
营业收入	-	-
净利润	-0.01	-0.00

注：上述数据未经审计

④主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，福又康投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（5）好又康投资

①基本情况

企业名称	合肥好又康股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91340104MA2TEDW37U
成立时间	2019 年 1 月 18 日
认缴出资额	320 万元
执行事务合伙人	何家裕
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢 6 楼
经营范围	股权投资、创业投资(未经金融监管部门批准,不得从事吸收存款、融资担保、代客理财等金融业务)；企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，好又康投资的合伙人构成情况如下：

序号	出资人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
1	何家裕	34.00	10.63%	普通合伙人
2	周俊	66.00	20.63%	有限合伙人
3	王芳	25.00	7.81%	
4	刘威	15.00	4.69%	

序号	出资人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
5	付小翠	15.00	4.69%	
6	王祥	12.00	3.75%	
7	邾孟桂	9.00	2.81%	
8	胡存君	9.00	2.81%	
9	吴成军	9.00	2.81%	
10	池金文	9.00	2.81%	
11	高斌	6.00	1.88%	
12	章荣胜	6.00	1.88%	
13	吴琼	6.00	1.88%	
14	陈善霞	6.00	1.88%	
15	马金扬	6.00	1.88%	
16	王硕超	6.00	1.88%	
17	黎运周	6.00	1.88%	
18	尚菊	3.00	0.94%	
19	琚晓萌	3.00	0.94%	
20	陆发春	3.00	0.94%	
21	熊雄	3.00	0.94%	
22	王学芹	3.00	0.94%	
23	郑引	3.00	0.94%	
24	何丽娟	3.00	0.94%	
25	张爱琴	3.00	0.94%	
26	魏新生	3.00	0.94%	
27	徐岚	3.00	0.94%	
28	王祥云	3.00	0.94%	
29	刘泉	3.00	0.94%	
30	杨勇	3.00	0.94%	
31	姚华芳	3.00	0.94%	
32	赵荣芳	3.00	0.94%	
33	石新春	3.00	0.94%	
34	陈俊雅	3.00	0.94%	
35	方斌	3.00	0.94%	
36	周永军	3.00	0.94%	

序号	出资人名称	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人性质
37	李超芳	3.00	0.94%	
38	田继林	3.00	0.94%	
39	李竹青	3.00	0.94%	
40	乔娟红	3.00	0.94%	
41	何小飞	3.00	0.94%	
42	王霞	3.00	0.94%	
合计		**320.00**	**100.00%**	**-**

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

好又康投资主要从事投资管理业务，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，好又康投资主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	324.67	320.03	320.05
所有者权益	319.85	319.88	320.00
营业收入	-	-	-
净利润	-0.02	-0.12	-0.00

注：上述数据未经审计

④主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，好又康投资未开展经营业务，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（6）淮仁堂医院

①基本情况

企业名称	安徽淮仁堂中医院有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人独资）
统一社会信用代码	91340100MA2UXEKC1K
成立时间	2020 年 6 月 18 日
注册资本	3,001 万元
法定代表人	何家裕
住所	安徽省合肥市包河经济开发区上海路 18 号

经营范围	医疗服务（凭许可证在有效期内经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

注：淮仁堂医院已于 2021 年 6 月 17 日更名为安徽淮仁堂中医院有限公司

淮仁堂医院下设淮仁堂门诊、合肥门诊、霍山门诊，其基本情况如下：

A.淮仁堂门诊

企业名称	合肥淮仁堂中西医门诊有限公司
企业类型	其他有限责任公司
统一社会信用代码	91340111MA8N0G9T0A
成立时间	2021 年 7 月 14 日
注册资本	100 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号 A 幢 3 楼
经营范围	许可项目：药物临床试验服务；中药饮片代煎服务；医疗美容服务；医疗服务；诊所服务；依托实体医院的互联网医院服务；原料血浆的采集与供应；盲人医疗按摩服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：病媒生物防治服务；中医诊所服务（须在中医主管部门备案后方可从事经营活动）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

B.合肥门诊

企业名称	合肥淮仁堂诊所有限公司
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	91340111MA8N9UFQ1J
成立时间	2021 年 10 月 13 日
注册资本	56 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河区太湖路 111 号新里海顿公馆商业 A-3 幢 101 号
经营范围	许可项目：药物临床试验服务；中药饮片代煎服务；医疗美容服务；医疗服务；依托实体医院的互联网医院服务；原料血浆的采集与供应；盲人医疗按摩服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：诊所服务；中医诊所服务（须在中医主管部门备案后方可从事经营活动）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

C.霍山门诊

企业名称	霍山淮仁堂中西医门诊有限公司
企业类型	其他有限责任公司
统一社会信用代码	91341525MA8NADQG93

成立时间	2021 年 10 月 18 日
注册资本	10 万元
法定代表人	金绍奇
住所	安徽省六安市霍山县衡山镇迎驾大道西路 32 号附 1 号、2 号门面
经营范围	许可项目：医疗服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：中医诊所服务（须在中医主管部门备案后方可从事经营活动）（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，淮仁堂医院的股东构成情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	裕泰和投资	3,001.00	100.00%
合计		**3,001.00**	**100.00%**

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

淮仁堂医院及其下属企业淮仁堂门诊、合肥门诊、霍山门诊主要从事中医相关医疗服务业务，但自设立以来至今，上述主体均未办理医疗机构许可证，未开展实质经营业务。其中，淮仁堂门诊、合肥门诊系何家裕探索式的开展“前店后厂”经营模式，通过在淮仁堂药业办公楼展厅及周边开设中医门诊方式，以更好的推广淮仁堂药业中药饮片产品，并不会大规模布局医疗门诊；霍山门诊自设立以来未开展实质经营，拟于近期注销。

报告期内，淮仁堂医院主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
资产总额	94.42
所有者权益	-4.03
营业收入	-
净利润	-4.03

注：上述数据未经审计

④主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，淮仁堂医院及淮仁堂门诊、合肥门诊、霍山门诊未开展实质经营，不涉及经营业务相关的销售及采购，不涉及客户及供应商，亦不存在主要

客户、供应商与发行人重合的情况。

（7）淮仁堂生物

①基本情况

企业名称	安徽淮仁堂生物科技有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	91340100394459411P
成立时间	2014 年 10 月 29 日
注册资本	500 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河区上海路 18 号
经营范围	许可项目：保健食品销售；婴幼儿配方乳粉销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：生物基材料技术研发；生物基材料聚合技术研发；生物化工产品技术研发；生物质液体燃料生产工艺研发；软件开发；信息技术咨询服务；旅游开发项目策划咨询；与农业生产经营有关的技术、信息、设施建设运营等服务；中草药收购；农副产品销售；日用百货销售；日用化学产品销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；电子产品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，淮仁堂生物的股东构成情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	淮仁堂药业	500.00	100.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

淮仁堂生物主要从事食品销售，或为淮仁堂药业客户配套提供少量食品级产品，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，淮仁堂生物主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	198.62	316.43	249.98
所有者权益	-81.44	123.56	87.53

财务数据	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
营业收入	43.64	397.87	75.04
净利润	-32.17	36.04	-225.17

注：上述数据未经审计

④主要客户、供应商与发行人重合情况

A.客户重合情况

报告期内，淮仁堂生物前五大主要客户中存在与发行人重合的情况，具体情况如下：

单位：万元

年度	主要重叠客户	淮仁堂生物		发行人		
		主要销售内容	销售金额	主要销售内容	销售金额	占营业收入比
2021 年度	四川太极大药房连锁有限公司	食品	10.52	中西成药	14.35	0.01%
2020 年度	安徽华源大药房连锁有限公司	食品	20.15	中西成药	16.97	0.01%
2019 年度	宿松县德胜医药有限责任公司	食品	15.98	中成西药	1.99	0.00%
	西安怡康医药连锁有限责任公司	食品	9.12	中成西药	14.08	0.01%
	安吉县百姓缘大药房连锁有限公司	食品	4.76	中成西药	3.61	0.00%

报告期内，淮仁堂生物前五大主要客户中存在与发行人代理、终端集采业务客户重合情况，主要系发行人代理业务面向全国医药零售市场销售，覆盖国内多数省份，客户数量众多，难以避免地与淮仁堂生物客户存在重叠。但是，发行人主要向上述重合客户销售所代理的中西成药等药品，淮仁堂生物向重合客户销售的产品主要为食品等，不存在发行人与淮仁堂生物向主要重叠客户销售同一类产品情况，两者在产品类型上存在较大差异。此外，发行人对上述重合客户各期销售金额占比较小，不会对发行人构成重大影响。

B.供应商重合情况

报告期内，淮仁堂生物前五大主要供应商中不存在与发行人重合的情况。

综上所述，报告期内，淮仁堂生物主要客户与发行人因各自正常业务经营所需存在的部分重合情况，具有合理性，对发行人不构成重大影响；淮仁堂生

物主要供应商与发行人不存在重合情况。

报告期内发行人与淮仁堂生物存在少量交易，具体情况参见本节之“十、（二）2、（2）②向淮仁堂生物采购商品”相关内容。

（8）淮仁堂药业

①基本情况

企业名称	安徽淮仁堂药业股份有限公司
企业类型	其他股份有限公司（非上市）
统一社会信用代码	91340100MA2MQQE538
成立时间	2015 年 11 月 11 日
注册资本	5,065 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河经济开发区上海路 18 号
经营范围	许可项目：卫生用品和一次性使用医疗用品生产；药品生产；药品委托生产；药品进出口；食品用纸包装、容器制品生产；餐饮服务；食品销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：中药提取物生产；中草药种植；农副产品销售；医学研究和试验发展；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；农产品的生产、销售、加工、运输、贮藏及其他相关服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；食品销售（仅销售预包装食品）；保健食品（预包装）销售；包装材料及制品销售；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；地产中草药(不含中药饮片）购销；中草药收购（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，淮仁堂药业的股东构成情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	出资比例
1	裕泰和投资	4,724.40	93.28%
2	合肥懋瑞健康产业投资有限公司	250.00	4.94%
3	裕泰坊投资	35.00	0.69%
4	好又康投资	32.00	0.63%
5	裕泰堂投资	23.60	0.47%
合计		**5,065.00**	**100.00%**

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

作为何家裕控制的企业中的核心实质经营主体，淮仁堂药业属于医药生产

企业，主要从事中药饮片的生产与销售，采购中药材并加工生产中药饮片。

报告期内，淮仁堂药业主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	11,533.93	6,922.81	5,542.87
所有者权益	6,444.34	4,118.64	3,260.93
营业收入	8,560.35	7,011.50	3,109.32
净利润	861.85	488.45	40.37

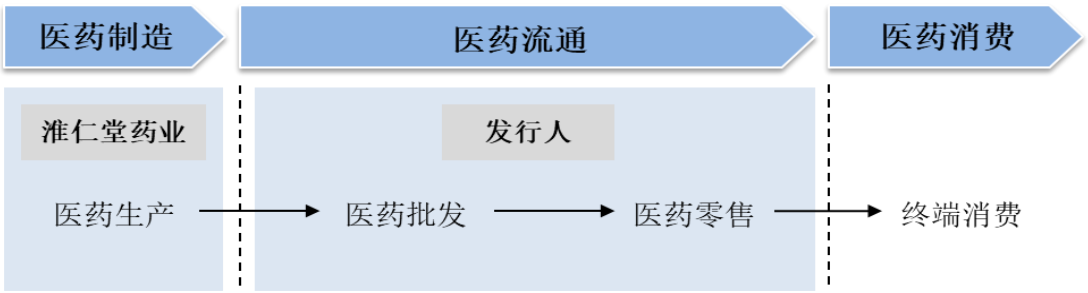
注：上述数据未经审计

淮仁堂药业主要从事中药饮片的生产与销售，属于医药制造领域，不属于发行人主营业务范畴，且与发行人之间相互独立，不存在重大不利影响的同业竞争情形。具体如下：

A.从业务领域及所属行业来看，发行人与淮仁堂药业之间不存在相同或相似业务

a.发行人与淮仁堂药业处于医药产业链不同业务领域

我国医药产业链主要包括医药制造、医药流通和医药消费三个环节，其中，医药流通市场可分为医药批发市场和医药零售市场。发行人主要从事**医药零售、医药代理**及医药终端集采（医药代理和医药终端集采本质上均属于医药批发）业务，处于我国医药产业链的医药流通环节；淮仁堂药业主要从事中药饮片的生产与销售，处于我国医药产业链的医药制造环节。因此，双方在医药产业链所属业务领域存在显著差异。



b.发行人与淮仁堂药业所属不同行业

发行人主要从事医药批发与零售业务，淮仁堂药业主要从事中药饮片的生

产加工与销售。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2017），发行人所处行业属于 F 门类“批发和零售业”，其中，医药批发板块属于 51 大类“批发业”下的 515 中类“医药及医疗器材批发”，医药零售板块属于 52 大类“零售业”下的 525 中类“医药及医疗器材专门零售”，而淮仁堂药业所处行业为 C 门类“制造业”中 27 大类“医药制造业”下的 2730 类“中药饮片加工”；根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），发行人所处行业为“批发和零售业”（F），其中医药批发板块属于细分行业“批发业”（F51），医药零售板块属于细分行业“零售业”（F52），而淮仁堂药业所处行业为“制造业”（C）细分下的“医药制造业”（C27）。因此，双方所属行业存在显著差异。

B.发行人与淮仁堂药业在资产、人员、财务、机构、业务等方面相互独立

a.发行人与淮仁堂药业资产相互独立

发行人全部资产均由股东投入及经营滚存累积形成，相关资产的权属完全由发行人独立享有，不存在与淮仁堂药业共用或混同的情形。报告期内，发行人与淮仁堂药业之间不存在非经营性资金往来，亦不存在相互提供担保的情形。

b.发行人与淮仁堂药业人员相互独立

发行人的董事、监事、高级管理人员不存在在淮仁堂药业任职、领薪等情形，亦不存在淮仁堂药业的在册人员在发行人任职、领薪等情形，双方在册员工不存在互相兼职。

c.发行人与淮仁堂药业财务相互独立

发行人设置了独立的财务部门，配备了专门的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立作出财务决策，不存在与淮仁堂药业共用财务人员、银行账户的情形。

d.发行人与淮仁堂药业机构相互独立

发行人各职能机构在人员、办公场所、经营场所等方面与淮仁堂药业完全分开；发行人建立了独立的管理制度，依照《公司法》和《公司章程》设置了

股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，建立了独立完整的法人治理结构和内部组织架构，各机构依照《公司章程》和各项规章制度运行，与淮仁堂药业不存在机构混同的情形。

e.发行人与淮仁堂药业业务相互独立

发行人拥有独立的采购、销售团队，与淮仁堂药业在采购、销售等环节相互独立，在供应商、客户等方面均自主发展、互不依赖，发行人和淮仁堂药业不存在共同采购、共同销售等情形，发行人具有独立、完整的资产和业务体系以及独立面向市场自主经营的能力。报告期内，淮仁堂药业与发行人存在部分重叠客户及少量重叠供应商，主要系：①淮仁堂药业的客户主要面向零售药店，与发行人代理业务的目标客户一致。根据《药品监督管理统计报告（2021年第二季度）》统计，截至 2021 年 6 月末，全国共有药品零售连锁企业 6,619 家，通过多年的营销网络布局，发行人已将全国超过 3,000 家的连锁企业发展成为自己的客户，在较高的连锁客户覆盖率情况下，公司与淮仁堂药业存在客户重合具有合理性；②因淮仁堂药业与发行人所属医药产业链不同环节，且发行人代理产品中不包含中药饮片，与淮仁堂药业主要产品/商品存在较大差异。同时，淮仁堂药业与发行人重叠客户/供应商的销售/采购金额占公司营业收入/营业成本比例较低，不会对发行人产生重大影响。

报告期内，发行人与淮仁堂重叠客户及供应商情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
客户			
重叠客户数量	572	376	308
重叠客户的销售金额	9,352.90	6,767.43	4,541.77
发行人当期营业收入	233,870.22	193,091.04	152,236.29
重叠金额占比	4.00%	3.50%	2.98%
供应商			
重叠供应商数量	1	1	1
重叠供应商的采购金额	-11.63	1.47	0.74
发行人当期营业成本	152,325.71	123,075.64	94,570.17
重叠金额占比	-	0.00%	0.00%

注：上述销售金额、采购金额均为不含税金额；2021 年度发行人重叠供应商的采购金

额为负，主要系当期退货金额大于采购金额

f.发行人与淮仁堂药业在报告期内存在少量的关联交易，但交易事项必要且交易价格公允

具体情况参见本节之“十、（二）2、（1）①向淮仁堂药业提供劳务”及“十、（二）2、（2）①向淮仁堂药业采购商品”。

综上所述，淮仁堂药业不属于发行人业务范畴，不存在同业情况，与发行人之间相互独立，不存在重大不利影响的同业竞争情形。

④主要客户、供应商与发行人重合情况

A.客户重合情况

报告期内，淮仁堂药业前五大主要客户中存在与发行人重合的情况，具体情况如下：

单位：万元

年度	淮仁堂药业主要重合客户	淮仁堂药业		发行人		
		主要销售内容	销售金额	主要销售内容	销售金额	占营业收入比
2021 年度	威海市天福医药有限公司	中药饮片	489.65	中成西药	91.14	0.04%
	合肥曼迪新药业有限责任公司	中药饮片	315.21	中成西药	39.75	0.02%
	赣州天宝医药零售连锁有限公司	中药饮片	157.95	中成西药	10.03	0.00%
	沈阳万家康大药房连锁有限公司	中药饮片	152.28	中成西药	136.79	0.06%
2020 年度	威海市天福医药有限公司	中药饮片	258.23	中成西药	75.15	0.04%
	陕西佛慈医药有限公司	中药饮片	224.90	中成西药	30.05	0.02%
	淮北养生堂大药房连锁有限公司	中药饮片	170.03	中成西药	15.98	0.01%
2019 年度	威海市天福医药有限公司	中药饮片	68.56	中成西药	79.02	0.05%
	陕西佛慈医药有限公司	中药饮片	64.80	中成西药	21.12	0.01%
	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	中药饮片	62.31	中成西药、医疗器械	938.12	0.62%

报告期内，淮仁堂药业前五大主要客户中存在与发行人代理和终端集采业务客户重合情况，主要系发行人代理和终端集采业务面向全国医药零售市场销

售，覆盖国内多数省份，客户数量众多，难以避免的与淮仁堂药业客户存在重叠。但是，发行人未为中药饮片进行代理，其向上述重合客户销售的产品为中西成药、医疗器械等，淮仁堂药业向重合客户销售的产品主要为自主生产的中药饮片，不存在发行人与淮仁堂药业向主要重叠客户销售同一类产品情况，两者在产品类型、业务模式上均存在较大差异。此外，发行人报告期内对上述重合客户的销售金额及占比均较小，不会对发行人构成重大影响。

B.供应商重合情况

报告期内，淮仁堂药业供应商与发行人存在少量重合的情况，具体如下：

单位：万元

年度	淮仁堂药业重合供应商	淮仁堂药业		发行人		
		主要采购内容	采购金额	主要采购内容	采购金额	占营业成本比例
2021 年度	南京胜拓健康产业发展有限公司	中药材等	55.74	燕窝产品	-11.63	-
2020 年度	安徽省塑通包装科技有限公司	塑料包装瓶、易拉罐	355.38	塑料包装瓶	1.47	0.00%
2019 年度	安徽省塑通包装科技有限公司	塑料包装瓶、易拉罐	52.56	塑料包装瓶	0.74	0.00%

注：2021 年度发行人向南京胜拓健康产业发展有限公司的采购金额为负，主要系当期退货金额大于采购金额

上述供应商重合情况，主要系 2019 年至 2020 年度，淮仁堂药业向其采购自身中药饮片生产包装过程中所需的塑料包装瓶、易拉罐等，发行人亦根据日常经营所需向其采购少量塑料包装瓶，以及 2021 年度，淮仁堂药业向重叠供应商采购中药饮片原材料，发行人向其采购燕窝相关产品，同时当期存在较多的退货，均系双方因日常经营所需而进行的独立采购。此外，发行人重合供应商的各期采购金额占营业成本比例较小，不会对发行人构成重大影响。

综上所述，报告期内，淮仁堂药业主要客户、供应商与发行人因各自正常业务经营所需存在的部分重合情况，具有合理性，对发行人不构成重大影响。

（9）人民健康

①基本情况

企业名称	安徽人民健康大药房有限公司
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）

统一社会信用代码	913401005675391700
成立时间	2011 年 1 月 7 日
注册资本	1,000 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河区上海路 18 号 3 号标准厂房 A 幢
经营范围	中成药、中药饮片销售；房屋租赁及管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，人民健康的股东构成情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	淮仁堂药业	1,000.00	100.00%
合计		**1,000.00**	**100.00%**

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

根据人民健康经营范围显示，其主要从事中成药、中药饮片的销售，但自 2011 年设立以来至今，人民健康尚未办理药品经营许可证，未开展经营业务，且何家裕已出具《避免同业竞争的承诺函》，与发行人不构成重大不利影响的同业竞争。

报告期内，人民健康主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	954.42	957.13	996.65
所有者权益	1,022.98	1,027.75	93.44
营业收入	-	-	-
净利润	-3.72	34.31	72.79

注：上述数据未经审计

④主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，人民健康未开展经营业务，不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（10）淮仁堂发展

①基本情况

企业名称	安徽淮仁堂健康产业发展有限公司
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	913401005592456078
成立时间	2010 年 7 月 29 日
注册资本	500 万元
法定代表人	何家裕
住所	合肥市包河工业区上海路 18 号
经营范围	健康产业及中医药产业投资；商务信息咨询；企业营销策划；企业形象策划；会务活动策划及咨询服务；房屋租赁及管理服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

②股东构成情况

截至 2021 年 12 月 31 日，淮仁堂发展的股东构成情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	淮仁堂药业	500.00	100.00%
合计		**500.00**	**100.00%**

③主营业务及其与发行人主营业务的关系

根据淮仁堂发展经营范围显示，其主要从事投资管理、咨询等服务，未开展实质经营活动，不属于发行人主营业务范畴。

报告期内，淮仁堂发展主要财务数据如下：

单位：万元

财务数据	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
资产总额	328.81	352.48	372.62
所有者权益	411.75	384.74	355.30
营业收入	-	-	-
净利润	27.01	29.44	-25.41

注：上述数据未经审计

④主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，淮仁堂发展未开展实质经营活动，不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（11）霍山石斛合作社

①基本情况

企业名称	霍山百年涯石斛农民专业合作社
企业类型	农民专业合作社
统一社会信用代码	93341525394636334F
成立时间	2014 年 11 月 14 日
注册资本	600 万元
法定代表人	王晶晶
住所	霍山高桥湾现代产业园
经营范围	组织收购、销售成员种植的石斛等中药材（国家限制品种除外）；组织采购、供应本社成员所需的生产资料；引进新品种、新技术；开展与中药材经营有关的技术培训、技术交流和信息服务。

②主营业务及产品、主要经营情况及财务数据情况

霍山石斛合作社属于农民专业合作社类经济组织，主要在当地农村家庭承包经营基础上，组织收购、销售社内成员种植的石斛等中药材。自成立至今，霍山石斛合作社一直未开展实质经营业务，无财务数据。

③主要客户、供应商与发行人重合情况

报告期内，霍山石斛合作社自设立至今未开展实质经营，不存在主要客户、供应商与发行人重合的情况。

（四）参照《审核问答》的相关内容，上述企业不存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况

1、上述企业均未与发行人构成重大不利影响同业竞争

（1）淮仁堂药业

何家裕控制的企业中，淮仁堂药业为实质核心经营主体，其他所控制的且具有实质经营业务的企业系围绕淮仁堂药业开展辅助性业务。报告期内，淮仁堂药业主要从事中药饮片的生产与销售，属于医药制造领域，不属于发行人主营业务范畴，且与发行人之间相互独立，不存在重大不利影响的同业竞争情形。具体分析参见本节之“九、同业竞争”之“（三）2、（8）③主营业务及其与发行人主营业务的关系”。

（2）其他企业

上述其他企业从事业务不涉及药品，或未开展实质性经营或已注销，不存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况，具体情况如下：

序号	公司名称	是否构成重大不利影响的同业竞争	原因分析
1	淮仁堂生物	否	主要从事食品销售业务，不涉及药品，不构成重大不利影响的同业竞争
2	胜凡投资	否	未开展经营业务或已注销，与发行人不存在相同或相似的业务情况
3	福曼医投资	否	
4	康凡投资	否	
5	时达投资	否	
6	胜凡管理（已注销）	否	
7	裕泰和投资	否	
8	裕泰堂投资	否	
9	裕泰坊投资	否	
10	福又康投资（已注销）	否	
11	好又康投资	否	
12	淮仁堂发展	否	
13	人民健康	否	
14	淮仁堂医院	否	
15	霍山石斛合作社	否	
16	淮仁堂门诊	否	
17	合肥门诊	否	
18	霍山门诊	否	

2、何家乐、何家伦、何家裕已出具避免同业竞争的相关承诺

为了更好地维护公司及其他股东的利益，避免同业竞争，公司控股股东、**共同**实际控制人签署了《关于避免同业竞争的承诺函》；何家裕就避免直接或间接与发行人发生同业竞争情况已于 2020 年 1 月 6 日出具《关于避免同业竞争的承诺函》。

发行人控股股东、**共同**实际控制人及何家裕作出的上述承诺对其具有法律约束力，发行人控股股东、**共同**实际控制人及何家裕已经采取了措施避免同业竞争。

综上所述，上述企业不存在对发行人构成重大不利影响同业竞争的情况。

十、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规的规定，截至报告期末，公司的主要关联方包括：

1、控制股东和实际控制人

公司控股股东为何家乐，**共同**实际控制人为何家乐、何家伦。

2、持有发行人 5%以上股份的其他股东

序号	关联方名称	关联关系
1	阿里健康	持有公司 8.84%的股份
2	华泰大健康（华泰大健康一号、华泰大健康二号及道兴投资）	持有公司 6.68%的股份
3	赛富投资（苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资）	持有公司 8.68%的股份

有关持有发行人 5%以上股份的其他股东具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东情况”。

3、控股及参股公司

截至报告期末，公司控股及参股公司情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	安徽国胜	发行人一级全资子公司
2	芜湖国胜	发行人二级全资子公司
3	安庆国胜	发行人二级全资子公司
4	亳州国胜	发行人二级全资子公司
5	江苏国胜	发行人一级全资子公司
6	河南国胜	发行人一级全资子公司
7	汇达药业	发行人一级全资子公司
8	国胜科技	发行人一级全资子公司
9	国胜医疗	发行人一级全资子公司
10	安百苑门诊	发行人二级全资子公司

序号	关联方名称	关联关系
11	元兴门诊	发行人二级全资子公司
12	捷助科技	发行人一级控股子公司
13	好之佳大药房	发行人二级参股公司
14	克安舒医药	发行人一级全资子公司
15	南京同和堂	发行人二级全资子公司
16	润心药房	发行人三级全资子公司
17	新声药房	发行人三级全资子公司
18	舟济药房	发行人三级全资子公司
19	尚和堂药房	发行人三级全资子公司
20	新安江大药房	发行人二级参股公司

有关发行人控股及参股子公司的具体信息，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股及参股公司情况”。

4、控股股东、实际控制人控制的，除发行人及其子公司以外的法人或者其他组织

截至报告期末，除发行人及其子公司外，公司控股股东、**共同**实际控制人控制的其他企业情况如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	胜凡投资	控股股东、**共同**实际控制人**之一**何家乐控制的企业
2	福曼医投资	控股股东、**共同**实际控制人**之一**何家乐控制的企业
3	康凡投资	控股股东、**共同**实际控制人**之一**何家乐控制的企业
4	时达投资	控股股东、**共同**实际控制人**之一**何家乐控制的企业

有关发行人控股股东、**共同**实际控制人控制的其他企业的具体情况，详见“第五节 发行人基本情况”之“七、（一）3、持股平台”。

5、发行人董事、监事及高级管理人员

截至报告期末，发行人董事、监事及高级管理人员情况如下：

序号	关联方姓名	关联关系
1	何家乐	发行人董事长、总经理
2	何家伦	发行人董事、副总经理
3	殷俊	发行人董事、副总经理

序号	关联方姓名	关联关系
4	鲁勖	发行人董事
5	沈涤凡	发行人董事
6	陈凯	发行人董事
7	刘志迎	发行人独立董事
8	周学民	发行人独立董事
9	肖志飞	发行人独立董事
10	李莉莉	发行人监事会主席、职工代表监事
11	孙福安	发行人监事
12	吴娟娟	发行人监事
13	赵春水	发行人副总经理
14	李梅	发行人董事会秘书、财务总监

有关发行人董事、监事及高级管理人员的具体情况，详见“第五节 发行人基本情况”之“十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”。

6、董事、监事、高级管理人员直接、间接控制的或担任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，除发行人及其子公司以外的法人或者其他组织

董事、监事、高级管理人员直接、间接控制的或担任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的其他法人或组织情况如下：

序号	企业名称	关联关系
1	瑞人堂医药集团股份有限公司（以下简称“瑞人堂医药”）	陈凯担任董事
2	上海伯杰医疗科技有限公司	陈凯担任董事
3	贵州一树药业股份有限公司（以下简称“贵州一树”）	陈凯担任董事
4	凯瑞斯德生化（苏州）有限公司	陈凯担任董事
5	江西隆莱生物制药有限公司	陈凯担任董事
6	苏州鹏旭医药科技有限公司	陈凯担任董事
7	杭州礼和医药有限公司（以下简称“杭州礼和”）	沈涤凡担任执行董事、总经理
8	阿里健康科技（广州）有限公司	沈涤凡担任执行董事
9	阿里健康科技（北京）有限公司	沈涤凡担任执行董事、经理
10	阿里健康信息技术（北京）有限公司	沈涤凡担任执行董事、经理
11	广州市医鹿健康医疗投资有限公司	沈涤凡担任执行董事、总经理

序号	企业名称	关联关系
12	上海清赟医药科技有限公司	沈涤凡担任董事
13	甘肃德生堂医药科技集团有限公司	沈涤凡担任董事
14	阿里健康信息	沈涤凡担任执行董事
15	苏州璞鑫创业投资管理有限公司	鲁勖持有 70%股份，并担任总经理
16	苏州璞鑫股权投资管理中心（有限合伙）	鲁勖持有 69.3%的出资份额，苏州璞鑫创业投资管理有限公司为其执行事务合伙人
17	北京希望组生物科技有限公司	鲁勖担任董事
18	北京新视野国际旅行社股份有限公司	鲁勖担任董事
19	北京瑞德医疗投资股份有限公司	鲁勖担任董事
20	深圳市巨鼎医疗股份有限公司	鲁勖担任董事
21	北京第乐科技有限公司	鲁勖担任董事
22	天津正丽科技有限公司	鲁勖担任董事
23	成都亚非牙科有限公司	鲁勖担任董事
24	北京毅新博创生物科技有限公司	鲁勖担任董事
25	广州奥翼电子科技股份有限公司	鲁勖担任董事
26	畿晋庆堂（北京）生物技术有限公司	鲁勖担任董事
27	北京展途科技有限公司	鲁勖担任董事
28	南京飞渡医疗器械有限公司	鲁勖担任董事
29	德润特数字影像科技（北京）有限公司	鲁勖担任董事
30	北京糖护科技有限公司	鲁勖担任董事
31	重庆普施康科技发展股份有限公司	鲁勖担任董事
32	广州雅敦医疗科技有限公司	鲁勖担任董事
33	南京沃福曼医疗科技有限公司	鲁勖担任董事
34	深圳诺博医疗科技有限公司	鲁勖担任董事
35	厦门纳龙健康科技股份有限公司	鲁勖担任董事

7、其他关联自然人

与发行人控股股东、**共同**实际控制人、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母。

8、其他关联自然人直接、间接控制的或担任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，除发行人及其子公司以外的法人或者其他组织

上款其他关联自然人，直接、间接控制的或担任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，除发行人及其子公司以外的法人或者其他组织。

9、报告期内曾经的关联方

报告期内，发行人曾经的控股及参股公司、控股股东、**共同**实际控制人曾经控制的其他企业、曾经的董事、监事及高级管理人员以及发行人董事、监事、高级管理人员曾经直接、间接控制的或担任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的其他法人或组织，为发行人报告期内曾经的主要关联方，具体如下：

序号	企业名称	关联关系
1	嘉山路门诊	发行人控股子公司，已于 2020 年 5 月注销
2	胜凡管理	何家伦及其配偶控制的企业，已于 2020 年 10 月注销
3	曹群	曾任公司董事，已于 2019 年 10 月变更
4	周明	曾任公司董事，已于 2020 年 9 月变更
5	杨春晓	曾任公司董事，已于 2020 年 2 月变更
6	汪强	曾任公司董事，已于 2020 年 11 月变更
7	朱红艳	曾任公司监事，已于 2020 年 9 月变更
8	嘉和美康（北京）科技股份有限公司	沈涤凡曾任董事，已于 2020 年 3 月变更
9	阿里健康医药（云南）有限公司	沈涤凡曾任执行董事，已于 2021 年 1 月变更
10	熙牛医疗科技（浙江）有限公司	沈涤凡曾任董事，已于 2020 年 10 月变更
11	上海康淘医疗健康科技有限公司	沈涤凡曾任董事，已于 2020 年 5 月变更
12	北京嘉美在线科技有限公司	沈涤凡曾任董事，已于 2019 年 8 月变更，该公司已于 2020 年 3 月注销

除上述发行人报告期内曾经的主要关联方外，报告期内，发行人曾经的其他关联自然人及曾经的其他关联自然人直接、间接控制的或担任董事（不包括独立董事）、高级管理人员或曾经直接、间接控制的或担任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，除发行人及其子公司以外的法人或者其他组织，也属于发行人报告期内曾经的关联方。

10、其他关联方

根据实质重于形式原则认定的其他与发行人有特殊关系，可能导致发行人利益对其倾斜的自然人、法人或其他组织也构成发行人关联方。报告期内，发行人与该类关联方发生的关联交易，参见本节之“十、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”的相关内容。

除前述已披露发行人主要关联方外，任何在交易发生之日前 12 个月内，或相关交易协议生效或安排实施后 12 个月内，具有《公司法》、《企业会计准则》、《上市规则》等相关法律、法规、规范性文件规定的关于关联方认定标准情形之一的相关方也构成发行人关联方。

公司已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会、深圳证券交易所的有关规定披露关联方及关联交易，不存在应披露未披露的情形。

（二）关联交易

1、关联交易简要汇总情况

单位：万元

关联交易性质	关联交易内容	关联交易金额		
		2021 年度	2020 年度	2019 年度
经常性关联交易	向关联方销售商品或提供劳务	1,797.31	1,559.30	811.38
	向关联方采购商品或接受劳务	1,884.85	2,766.67	2,611.19
	向关联方租赁房屋	119.69	79.85	101.47
	支付关键管理人员薪酬	394.48	388.93	332.19
偶发性关联交易	关联方资金拆借	参见本节“十、（二）、3、（1）关联方资金拆借”		
	接受关联方担保	参见本节“十、（二）、3、（2）接受关联方担保”		

2、经常性关联交易

报告期内，公司的经常性关联交易主要包括向关联方销售商品或提供劳务、向关联方采购、向关联方租赁等。具体情况如下：

（1）向关联方销售商品或提供劳务

单位：万元

关联方名称	主要交易内容	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占营业收入比	金额	占营业收入比	金额	占营业收入比
淮仁堂药业	提供劳务	5.21	0.00%	2.33	0.00%	11.91	0.01%
好之佳大药房	销售商品	932.40	0.40%	861.34	0.45%	177.40	0.12%
瑞人堂医药关联单位	销售商品	268.25	0.11%	282.12	0.15%	204.97	0.13%
贵州一树关联单位	销售商品	38.30	0.02%	27.63	0.01%	47.38	0.03%
新兴药房关联单位	销售商品	41.34	0.02%	60.37	0.03%	78.45	0.05%
湖南怀仁关联单位	销售商品	338.05	0.14%	303.78	0.16%	269.47	0.18%
新安江大药房	销售商品	113.59	0.05%	-	-	-	-
阿里健康及其关联服务平台	提供劳务	60.17	0.03%	21.73	0.01%	21.79	0.01%

注：公司原董事周明曾任石家庄新兴药房连锁有限公司（以下简称“新兴药房”）董事，已于 2020 年 9 月辞任；公司原董事曹群曾任湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司（以下简称“湖南怀仁”）董事，已于 2020 年 8 月辞任；阿里健康及其关联服务平台主要系支付宝、天猫、阿里健康 O2O 平台、饿了么等平台公司。基于实质重于形式原则，对发行人与上述报告期内原关联方的下属企业等关联单位之间的交易认定为关联交易（下同）。

①向淮仁堂药业提供劳务

报告期内，公司与淮仁堂药业之间的关联销售金额分别为 11.91 万元、2.33 万元和 5.21 万元，主要系发行人零售业务为推广淮仁堂药业产品收取的推广、陈列、促销服务费用，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。同时，该项交易双方系以市场价格为基础协商确定价格，交易价格公允，并且该项交易占公司各期营业收入比例极低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

A.关联交易单位基本情况

淮仁堂药业基本情况参见本节之“九、同业竞争”之“（三）2、（8）①基本情况”。

B.关联交易的背景及必要性

随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大自有产品的销售规模与品牌影响力，上游供应商通常希望下游流通企业，在市场推广方面给予支持与配合，进而提升盈利能力。提供陈列、促销等增值服务是零售企业的盈利模式之一，是行业通行做法。因此，发行人向淮仁堂药业提供劳务的关联交易具有必要

性。

②向好之佳大药房销售商品

报告期内，公司与好之佳大药房之间的关联销售金额分别为 177.40 万元、861.34 万元和 932.40 万元，主要系发行人终端集采业务为好之佳大药房提供医用外科口罩、复方感冒灵颗粒、氨糖软骨素钙片等中成西药、保健品、医疗器械类共计 3,000 多种商品的终端集采业务，种类繁多且单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。同时，对比其他无关联第三方主要终端集采客户的购销合同，公司供货价均实行寻价、比价采购，定价方面不存在显著差异，交易价格公允。报告期内，公司与好之佳大药房发生的交易逐年提升，主要系发行人 2019 年开展终端集采业务后与好之佳大药房开展战略合作。此外，公司与好之佳大药房的交易占公司各期营业收入比例极低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

A.关联交易单位基本情况

好之佳大药房为发行人参股公司，基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、（二）参股公司情况”。

B.关联交易的背景及必要性

好之佳大药房主要从事安徽省阜阳地区医药零售业务，在阜阳地区具有一定的市场影响力。2014 年起，发行人将好之佳大药房开拓为代理业务客户。由于发行人代理业务品规种类有限，2019 年起发行人开展终端集采业务时，基于过往长期良好的合作历史，好之佳大药房成为终端集采业务首批合作客户。公司于 2020 年参股好之佳大药房并与之成为关联方，通过“参股+一站式配送”的方式与好之佳大药房进一步加深合作。因此，发行人向好之佳大药房销售商品的关联交易具有必要性。

③向瑞人堂医药、贵州一树、新兴药房、湖南怀仁关联单位销售商品

A.关联交易单位基本情况

瑞人堂医药、贵州一树、新兴药房、湖南怀仁均系发行人外部股东华泰大健康委派的董事或曾经委派的董事，所担任或曾担任董事的关联企业。报告期

内，发行人主要与上述企业控股子公司发生交易。

截至报告期末，瑞人堂医药、贵州一树、新兴药房、湖南怀仁基本情况如下：

a.瑞人堂医药

公司名称	瑞人堂医药集团股份有限公司
统一社会信用代码	913310817360302964
成立时间	2003 年 6 月 30 日
注册资本	36,000 万元
法定代表人	张冬明
住所	浙江省台州市温岭市城西街道五洋路 313 号（6-11 楼南面第三间）
经营范围	许可项目：药品零售；食品销售；诊所服务；第二类增值电信业务；中药饮片代煎服务；药品互联网信息服务；第三类医疗器械经营；医疗器械互联网信息服务；道路货物运输（不含危险货物）；城市配送运输服务（不含危险货物）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；办公用品销售；日用品销售；体育用品及器材零售；针纺织品销售；五金产品零售；家用电器销售；照相机及器材销售；服装服饰零售；化妆品零售；塑料制品销售；皮革制品销售；玩具销售；成人情趣用品销售（不含药品、医疗器械）；计算机软硬件及辅助设备零售；金属包装容器及材料销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；日用口罩（非医用）销售；广告制作；互联网销售（除销售需要许可的商品）；农副产品销售；日用百货销售；食用农产品零售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；广告设计、代理；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；会议及展览服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；市场营销策划；企业管理咨询；社会经济咨询服务；企业形象策划；远程健康管理服务；日用化学产品销售；鞋帽零售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；保健用品（非食品）销售；个人互联网直播服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

b.贵州一树

公司名称	贵州一树药业股份有限公司
统一社会信用代码	91520000709670773J
成立时间	1999 年 3 月 11 日
注册资本	36,000 万元
法定代表人	王春雷
住所	贵州省贵阳市双龙航空港经济区机场路建筑科技产业园 2 号楼
经营范围	法律、法规、国务院决定规定禁止的不得经营；法律、法规、国务

	院决定规定应当许可（审批）的，经审批机关批准后凭许可（审批）文件经营;法律、法规、国务院决定规定无需许可（审批）的，市场主体自主选择经营。（药品的研究与开发；中成药、中药材、中药饮片、化学药制剂、抗生素、生物制品（除疫苗）的零售；预包装食品（含冷藏冷冻食品、含酒类）、保健食品、婴幼儿配方乳粉、特殊医学用途配方食品、其他婴幼儿配方食品、其他类食品、I、II、III 类医疗器械、基础电信业务、第一类增值电信业务、第二类增值电信业务、药品互联网信息服务、木制品、纸质品、厨房用品、洗涤用品、卫生洁具、健身器材、五金交电、文体用品、日用百货、消毒用品、玻璃仪器、小家电、文艺品（除文物、象牙及象牙制品）、眼镜、床上用品、汽车用品、钟表、服装鞋帽、照明电器、不锈钢制品、化妆用品及其他日化产品的批发、零售和信息咨询。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营））

c.新兴药房

公司名称	石家庄新兴药房连锁有限公司
统一社会信用代码	91130100741546641A
成立时间	2002 年 9 月 6 日
注册资本	14,506.234 万元
法定代表人	陈时良
住所	河北省石家庄市鹿泉区龙泉东路 259 号
经营范围	药品零售；医疗器械零售；预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（特殊医学用途配方食品销售、婴幼儿配方乳粉销售、其他婴幼儿配方食品销售、保健食品销售）、生物制品零售；医疗服务（仅限分支机构经营）。日用百货、化妆品，消毒液（不含有毒危险易燃易爆及国家专控产品）、日化用品、办公用品、计生用品、消杀用品的销售、展览展示服务。食盐零售；书报刊零售、食品添加剂、保健用品、洗涤化妆品、消毒剂、健身器材、五金交电、纺织品及针织品、文具用品、花卉、通信设备、农副产品的零售；票务服务；普通货物道路运输及代理；仓储服务；互联网药品信息服务；互联网药品交易服务；增值电信业务；企业管理咨询服务；会议及展览服务；广告设计、制作、代理、发布业务；人才中介服务；保健服务；物业服务；柜台租赁，软件测试、软件信息服务、软件信息咨询，药品、医疗器械信息咨询；房屋出租。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

d.湖南怀仁

公司名称	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司
统一社会信用代码	914312007431862998
成立时间	2002 年 8 月 8 日
注册资本	12,700 万元
法定代表人	林承雄
住所	湖南省怀化市鹤城区鸭嘴岩高速公路连接线南侧、舞水河东侧（鸭

	嘴岩物流产业园）
经营范围	中成药、中药饮片、化学药制剂、中药材、抗生素制剂、生化药品、生物制品、胰岛素的零售；Ⅰ类医疗器械的销售；II 类、III 类医疗器械的销售（具体范围按《医疗器械经营企业许可证》核定的经营）；预包装食品（含冷冻冷藏食品）销售；预包装食品（含酒类）销售；特殊医学用途配方食品销售；婴幼儿配方乳粉销售；其他婴幼儿配方食品销售；农副产品；消毒产品、日用化学品、百货、健身器材、一次性卫生用品、保健食品、化妆品的批发；美容美发服务；房屋出租；后勤服务；互联网药品信息服务；医疗健康管理服务；医疗设备的技术咨询；物流代理服务；仓储代理服务；仓储管理服务；物流信息服务；供应链管理与服务；商品信息咨询服务；软件服务；软件技术服务；信息系统软件的开发；房屋租赁；互联网信息服务（含药品和医疗器械信息，不含信息搜索查询和信息即时交互服务）；中医科服务（仅限分支机构经营）；推拿理疗、康复保健服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

B.关联交易主要内容

a.向瑞人堂医药关联单位销售商品

报告期内，公司与瑞人堂医药关联单位之间的关联销售金额分别为 204.97 万元、282.12 万元和 268.25 万元，主要系发行人代理业务为瑞人堂医药下属企业提供缬沙坦氢氯噻嗪胶囊、雷贝拉唑钠肠溶胶囊、玻璃酸钠滴眼液等中西成药、保健食品，共计数十种商品，种类繁多且单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性，且交易价格公允。此外，公司与瑞人堂医药关联单位的交易占公司各期营业收入比例极低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

b.向贵州一树关联单位销售商品

报告期内，公司与贵州一树关联单位之间的关联销售金额分别为 47.38 万元、27.63 万元和 38.30 万元，主要系发行人代理业务为贵州一树下属企业提供硝苯地平缓释片、头孢克肟片、格列齐特片等中西成药，共计数十种商品，单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性，且交易价格公允。报告期内，发行人与贵州一树关联单位各期交易金额占公司营业收入比例极低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

c.向新兴药房关联单位销售商品

报告期内，公司与新兴药房关联单位之间的关联销售金额分别为 78.45 万

元、60.37 万元和 41.34 万元，主要系发行人代理业务为新兴药房下属企业提供布洛芬缓释胶囊、盐酸二甲双胍缓释片、复方鱼腥草软胶囊等多种中西成药，单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性，且交易价格公允。报告期内，发行人与新兴药房关联单位各期交易金额占公司营业收入比例极低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

d.向湖南怀仁关联单位销售商品

报告期内，公司与湖南怀仁关联单位之间的关联销售金额分别为 269.47 万元、303.78 万元和 338.05 万元，主要系发行人代理业务为湖南怀仁下属企业提供医用外科口罩、阿莫西林胶囊、格列齐特片、阿胶补血口服液等中西成药、医疗器械，共计数十种商品，种类繁多且单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性，且交易价格公允。2019 年度、 2020 年度和 2021 年度，湖南怀仁均为发行人代理业务前五大客户，但由于发行人所属医药流通行业的特性，其代理业务客户数量众多，且较为分散，报告期内，发行人与湖南怀仁关联单位各期交易金额占公司营业收入分别为 0.18%、0.16%和 0.14%，比例仍较低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

C.关联交易的背景及必要性

报告期内，上述关联单位系均为各地区规模较大、知名度较高的大型医药零售连锁企业，属于公司代理业务优质目标客户。因此，发行人向瑞人堂医药、贵州一树、新兴药房、湖南怀仁关联单位销售商品的关联交易具有必要性。

⑦向阿里健康及其关联服务平台提供劳务

报告期内，发行人向阿里健康及其关联服务平台关联交易金额分别为 21.79 万元、21.73 万元和 60.17 万元，主要系发行人零售业务中，国胜药房作为入驻阿里健康 O2O 平台的商户，参加平台组织的促销活动并提供相关推广支持服务，以及配合支付宝推广医保电子凭证药店场景的支付业务，而获得的推广活动补贴或奖励，相关交易具有合理性。同时，发行人所获得的销售活动奖励金额系依据平台规则执行定价，交易价格公允。报告期内，发行人与阿里健康及其关联服务平台各期交易金额占公司营业收入比例极低，未对公司经营业绩和

财务状况产生重大影响。

报告期内，公司与上述企业合作基本稳定，未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系。

A.关联交易单位基本情况

阿里健康为发行人股东，基本情况参见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“七、（二）1、（1）基本情况”。

B.关联交易的背景及必要性

近年来，随着互联网技术的发展以及线上线下融合的销售模式的兴起，公司在报告期内亦积极发展医药零售 O2O 业务，以作为线下零售业务模式的补充。目前国内优质的医药零售 O2O 平台主要为“阿里健康 O2O 平台”、“饿了么”、“美团”、“京东到家”等少数几家，公司与上述平台均存在 O2O 业务合作。同时，为促进平台和各商户的发展，提升双方品牌知名度，阿里健康 O2O 平台不定期推出平台促销活动，并根据每次促销活动政策给予参与促销活动的商户一定推广活动补贴或奖励。出于提升品牌知名度的考虑，国胜药房与其他商户均积极参与上述平台促销活动。此外，为推广医保电子凭证药店场景的支付宝支付业务，支付宝（中国）网络技术有限公司向相关医药门店提供激励支持。因此，发行人与阿里健康及其关联服务平台所发生的上述关联交易具有必要性。

⑧向新安江大药房销售商品

公司与新安江大药房之间的交易发生在 2021 年度，当期关联销售金额为 113.59 万元，主要系发行人终端集采业务为新安江大药房提供布洛芬缓释胶囊、盐酸二甲双胍缓释片、单硝酸异山梨酯片等中成西药、保健品类共计 20 余种商品，种类繁多且单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。同时，对比其他无关联第三方主要终端集采客户的购销合同，公司供货价均实行寻价、比价采购，定价方面不存在显著差异，交易价格公允。报告期内，公司与新安江大药房的交易占公司当期营业收入比例极低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

A.关联交易单位基本情况

新安江大药房为发行人参股公司，基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、（二）参股公司情况”。

B.关联交易的背景及必要性

新安江大药房主要从事安徽省黄山地区医药零售业务，在黄山地区具有一定的市场影响力。公司为开拓黄山地区的终端集采业务，于 2021 年 9 月参股新安江大药房并与之成为关联方，主要通过“参股+一站式配送”的方式与新安江大药房开展合作，同时提供部分华人代理业务产品。因此，发行人向新安江大药房销售商品的关联交易具有必要性。

（2）向关联方采购商品或接受劳务

单位：万元

关联方名称	主要交易内容	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占营业成本比	金额	占营业成本比	金额	占营业成本比
淮仁堂药业	采购商品	469.49	0.31%	262.28	0.21%	209.88	0.22%
淮仁堂生物	采购商品	4.88	0.00%	8.96	0.01%	15.11	0.02%
杭州礼和	采购商品	227.92	0.15%	1,446.57	1.18%	1,614.67	1.71%
湖南怀仁关联单位	采购商品	239.96	0.16%	321.16	0.26%	209.82	0.22%
瑞人堂医药关联单位	采购商品	0.20	0.00%	-	-	-	-
阿里健康关联服务平台	接受劳务	648.11	0.43%	450.33	0.37%	336.97	0.36%
福赛福餐饮	接受劳务	293.00	0.19%	270.41	0.22%	213.00	0.23%
瑞人堂医药关联单位	接受劳务	1.29	0.00%	6.05	0.00%	8.64	0.01%
贵州一树关联单位	接受劳务	-	-	0.92	0.00%	1.70	0.00%
湖南怀仁关联单位	接受劳务	-	-	-	-	1.42	0.00%

①向淮仁堂药业采购商品

报告期内，公司与淮仁堂药业之间的关联采购金额分别为 209.88 万元、262.28 万元和 469.49 万元，主要系发行人向淮仁堂药业采购西洋参、枸杞子、金银花、大枣、龙眼肉等共计数十种中药饮片，种类繁多且单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。该项交易双方系以市场价格为基础协商确定价格，交易价格公允，并且交易金额占公司各期营业成本比例较低，

未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

针对发行人与淮仁堂药业之间交易的必要性、合理性及定价性分析如下：

A.交易的背景、必要性及合理性

发行人医药零售业务主要以直营方式从事各类药品、保健食品、医疗器械等销售，为尽可能满足各类终端消费者的需求，各门店不断丰富铺货的品种。其中，中药饮片作为天然植物药的代表，近年来逐渐受到消费者的青睐，零售门店已将其作为常备商品。发行人近年起步的医药终端集采业务，旨在为单体药店、小型连锁药店等客户提供一站式、全品类产品配送服务，中药饮片为其必不可缺的一类产品。淮仁堂药业为合肥市经营多年的中药饮片生产商，与发行人上述需求相契合，因此在报告期内为发行人提供部分中药饮片等产品的供应，交易存在必要性，具体如下：

a.淮仁堂药业系合格供应商

淮仁堂药业主营业务为中药饮片等产品的生产和销售，具备生产经营所需的药品生产许可证、GMP 认证证书等全部资质及厂房、设备等生产经营条件，并拥有十余项专利技术，系合格供应商；同时，淮仁堂药业具有多年中药饮片等产品的生产、管理经验，产品品质符合要求，能满足发行人业务经营所需，系合格供应商。

b.淮仁堂药业系合作稳定的供应商

公司与淮仁堂药业已合作多年，对其经营能力、生产经验、产品质量等情况较为了解，依托良好且深入的合作基础，有利于保证提供给公司的产品质量与供货及时性，系合作稳定的供应商。

c.发行人系省内药品销售的重要渠道

公司零售业务起步于安徽省合肥市，自成立至今一直坚持深耕省内市场，树立了良好的品牌形象，得到消费者的广泛认可。近年来，公司连续荣登中国连锁药店百强榜单，截至报告期末，发行人拥有直营门店 880 家，是安徽省门店数量最多的医药连锁企业，系省内药品销售的重要渠道。

d.区域半径优势有利双方互赢合作

公司与淮仁堂药业主要经营场所均位于合肥市包河区，双方距离较近，配送半径小，物流成本低，双方合作具备地理区域优势，有利于双方互赢合作。

鉴于上述双方交易的必要性与合理性，双方报告期内合作关系稳定，预计未来仍将根据双方自身经营需要继续保持合理的业务往来关系。

B.交易的公允性

该项交易占公司各期营业成本比例较低，对公司经营未产生重大影响，并且采购价格是交易双方在市场价格的基础上协商而定，具有公允性。

报告期内，公司向淮仁堂药业采购的主要商品的价格与无关联第三方采购价格（不含税）对比情况如下：

商品名称及规格	期间	淮仁堂药业			无关联第三方			单价差异率
		金额（万元）	占营业成本比例	单价（元）	金额（万元）	占营业成本比例	单价（元）	
枸杞子（150g）	2021 年	8.27	0.01%	16.11	48.88	0.03%	14.42	11.72%
	2020 年	13.19	0.01%	16.11	46.44	0.04%	14.11	14.20%
	2019 年	12.25	0.01%	16.07	71.81	0.08%	14.37	11.89%
西洋参（60g）	2021 年	7.73	0.01%	61.65	303.85	0.20%	79.92	-22.86%
	2020 年	15.67	0.01%	61.65	210.66	0.17%	78.55	-21.52%
	2019 年	18.68	0.02%	61.52	57.32	0.06%	76.69	-19.79%
金银花（30g）	2021 年	10.52	0.01%	13.12	46.45	0.03%	12.16	7.89%
	2020 年	19.12	0.02%	13.07	40.59	0.03%	13.81	-5.39%
	2019 年	10.54	0.01%	12.97	17.48	0.02%	12.88	0.67%

注：由于公司向淮仁堂药业药业采购的中药饮片达 70 多种，而每种商品均有多类品规，且单类商品采购金额较小，因此选取 2019 至 2021 年度交易金额较大且具有可比无关联第三方采购的规格产品进行对比分析

公司向淮仁堂药业采购的主要商品价格与无关联第三方采购价格存在一定差异，主要系中药饮片不同于一般医药产品，其作为中药材产品的药用价值因产地、生产年限、品质、大小、加工处理方式的不同而存在价格差异，市场难以形成统一价格。同时，发行人向淮仁堂药业采购的药品定价主要以市场需求情况和产品成本为基础确定，定价依据合理。此外，公司向淮仁堂药业各期采购金额占营业成本分别为 0.22%、0.21%和 0.31%，占比极低，不存在重大依赖性，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

综上所述，本关联交易具有必要性和合理性，且交易价格公允。报告期内，公司与上述供应商合作稳定，预计未来仍将根据双方自身经营需要继续保持合理的业务往来关系。

②向淮仁堂生物采购商品

A.关联交易单位基本情况

淮仁堂生物基本情况参见本节之“九、同业竞争”之“（三）2、（7）①基本情况”。

B.关联交易主要内容

报告期内，公司与淮仁堂生物之间的关联采购金额分别为 15.11 万元、8.96 万元和 4.88 万元，主要系发行人向淮仁堂生物采购红豆薏米茶、黑枸杞、阿胶辅料包等数十种食品，种类繁多且单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。淮仁堂药业与淮仁堂生物同属何家裕控制的企业，其中淮仁堂生物主要从事食品销售，主要围绕淮仁堂药业开展业务，与发行人之间交易金额极低且呈逐年下降趋势。

C.关联交易的背景及必要性

淮仁堂生物与淮仁堂药业同属于公司**共同**实际控制人之胞兄何家裕控制的企业，主要根据客户需求，提供食品、保健品或部分淮仁堂药业生产的中药饮片的销售。因此，发行人向淮仁堂生物产生少量采购，具有必要性。

③向杭州礼和采购商品

报告期内，公司与杭州礼和之间的关联采购金额分别为 1,614.67 万元、1,446.57 万元和 227.92 万元，主要系公司向杭州礼和采购奥利司他胶囊、复方阿胶浆、东阿阿胶等数十种非处方药品所支付的采购货款，种类繁多且单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。同时，该项交易双方系以市场价格为基础协商确定价格，交易价格公允。2019 年度至 2021 年度，该项交易占公司各期营业成本分别为 1.71%、1.18%和 0.15%，占比较低，且呈逐年下降趋势，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

A.关联交易单位基本情况

截至报告期末，杭州礼和的基本情况如下：

公司名称	杭州礼和医药有限公司
统一社会信用代码	91330110322877470N
成立时间	2014 年 12 月 18 日
注册资本	2,000 万元
法定代表人	沈涤凡
住所	浙江省杭州市临平区塘栖镇智启街 3 号 B1 配套服务楼二楼 208 室
经营范围	许可项目：药品批发；药品零售；第三类医疗器械经营；食品销售；药品进出口（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；进出口代理；食品进出口；货物进出口；日用电器修理；食用农产品批发；食用农产品零售；消毒剂销售（不含危险化学品）；化妆品零售；化妆品批发；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；照相器材及望远镜零售；家用电器销售；日用百货销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；礼品花卉销售；针纺织品销售；皮革制品销售；服装服饰批发；服装服饰零售；玩具销售；成人情趣用品销售（不含药品、医疗器械）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；信息技术咨询服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；企业管理咨询；社会经济咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场营销策划；物业管理；会议及展览服务；数据处理和存储支持服务；数据处理服务；广告设计、代理；广告制作；广告发布；计算机系统服务；软件开发；网络技术服务；信息系统集成服务；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；粮油仓储服务；仓储设备租赁服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

B.关联交易的背景及必要性

发行人医药零售业务为满足终端消费者多样化产品需求以及门店全品类产品的供应，因此需从多个上游渠道供应商进行采购。杭州礼和作为阿里健康旗下的医药批发企业，拥有面向全国的配送与多品种的产品供应能力。发行人向杭州礼和的采购是基于日常真实的商业采购目的，报告期内的关联交易具有必要性。

C.关联交易的公允性

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

商品名称及规格	期间	杭州礼和			无关联第三方			单价差异率
		金额（万元）	占营业成本比例	单价（元）	金额（万元）	占营业成本比例	单价（元）	
复方阿胶浆（无蔗糖，20ml*48 支）	2021 年	0.02	0.00%	226.55	1,277.90	0.84%	193.80	16.90%
	2020 年	93.03	0.08%	193.81	573.43	0.47%	199.32	-2.77%
	2019 年	883.20	0.93%	215.90	432.23	0.46%	216.33	-0.20%
东阿阿胶（250g 铁盒）	2021 年	-	-	-	1,347.09	0.88%	676.49	-
	2020 年	790.71	0.64%	733.23	358.41	0.29%	716.81	2.29%
	2019 年	-	-	-	1,099.93	1.16%	757.16	-
奥利司他胶囊（120mg*21s）	2021 年	137.17	0.09%	86.82	287.08	0.19%	61.34	41.54%
	2020 年	66.04	0.05%	91.22	51.87	0.04%	75.39	21.00%
	2019 年	-	-	-	44.70	0.05%	77.33	-

注：因公司所采购商品种类、规格繁多，选取 2019 至 2021 年度杭州礼和采购金额从大到小排序并覆盖各期 50%商品，与无关联第三方采购单价对比分析

公司向杭州礼和采购的主要商品价格基于市场化原则定价，部分商品单价存在差异主要由于采购量、采购时点、采购供应商合作时间长短等客观原因所致，均处于合理范围之内，因此交易价格公允。2021 年度，公司仅向杭州礼和采购 1 盒复方阿胶浆（无蔗糖，20ml*48 支），金额较小，未对发行人构成重大影响。2020 和 2021 年度，公司向杭州礼和采购的奥利司他胶囊（120mg*21s）与向无关联第三方采购的单价存在一定差异，主要是由于不同生产厂家生产的同一品规产品价格差异、供应商的定价策略、产品不同时期的市场价格波动等影响所致。

2021 年度，由于杭州礼和不再作为东阿阿胶股份有限公司的一级分销商，因此发行人与杭州礼和当年的交易金额有所下降，除该情况，报告期各期，公司与杭州礼和之间的交易基本保持稳定。杭州礼和作为阿里健康旗下医药批发企业，依托阿里健康医药电商服务平台优势，具备面向全国的渠道销售与配送能力，报告期内公司与杭州礼和合作良好，预计未来仍将根据双方自身经营需要继续保持合理的业务往来关系。

④向湖南怀仁关联单位采购商品

报告期内，公司与湖南怀仁关联单位之间的关联采购金额分别为 209.82 万元、321.16 万元和 239.96 万元，主要系发行人零售和终端集采业务向湖南怀仁

下属企业采购枸杞子、金银花、西洋参、贡菊等多种中药饮片，单笔金额较低，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。该项交易双方系以市场价格为基础协商确定，交易价格公允，并且各年采购金额占公司营业成本分别为0.22%、0.26%和 0.16%，占比较低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

发行人医药零售业务为满足终端消费者多样化产品需求以及门店全品类产品的供应，因此需从多个上游渠道供应商进行采购。湖南怀仁全资子公司湖南省博世康中医药有限公司（以下简称“湖南博世康”）作为湖南怀仁医药流通产业链向上游延伸的重要部分，主要从事中药饮片的研发、生产及销售。发行人向湖南怀仁的采购是基于日常真实的商业采购目的，报告期内的关联交易具有必要性。

⑤接受阿里健康关联服务平台提供的劳务

报告期内，阿里健康关联服务平台为发行人提供劳务的金额分别为 336.97 万元、450.33 万元和 648.11 万元，发行人与阿里健康关联服务平台之间的交易主要系：①使用支付宝平台提供的第三方支付相关服务而支付的手续费；②在天猫电商平台开设“国胜大药房旗舰店”支付的相关服务费，包括平台运营、推广等相关服务，以及平台配套软件或服务；③入驻阿里健康、饿了么 O2O 平台而支付的相关服务费，包括平台运营、配送、推广等相关服务；④使用阿里云相关服务器、云计算产品及服务，而支付的相关服务费。

平台	主要交易内容
支付宝	第三方支付相关服务
天猫平台	平台运营、推广等相关服务
	平台配套软件及服务
阿里健康、饿了么 O2O 平台	平台运营、配送、推广等相关服务
阿里云	云计算产品及服务

网络信息化技术的发展为医药零售领域与互联网领域的交叉结合并发挥协同效应创造了良好的技术环境，具体表现为以支付宝和微信为代表的的第三方支付平台，以“天猫”、“京东”、“拼多多”和“饿了么”为代表的 B2C 平台，以“美团”、“京东到家”、“阿里健康”为代表的 O2O 平台，以及相关云计算、

服务器租用、配套工具等相关服务企业。随着网上药店模式的兴起，包括发行人在内的越来越多的零售药店积极开展 B2C 和 O2O 的销售模式，以作为线下零售业务模式的补充，并满足消费者的需求与消费体验的提升。报告期内，公司与上述平台均有所合作，属于正常的商业行为。通过与阿里健康关联服务平台在电商运营、结算等方面的合作，公司打通线上线下渠道，能够快速响应消费者的需求，升级顾客的消费体验，提升品牌宣传力度，获得不断增长的客户流量。因此，公司与上述平台的交易具有必要性及合理性。

报告期内，随着信息技术的发展及 B2C 和 O2O 模式的不断深入，公司与上述电商服务平台的交易金额逐年上升，但占公司当年的营业成本比例较低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

通过与阿里健康关联服务平台在电商运营、结算等方面的合作，公司打通线上线下渠道，能够快速响应消费者的需求，升级顾客的消费体验，提升品牌宣传力度，获得不断增长的客户流量。因此，公司与上述平台的交易具有必要性及合理性。同时，上述平台均属于阿里旗下，系国内领先的服务平台，所制定的合作规则均为统一化标准，相关交易定价具有公允性。公司将继续深化 B2C 与 O2O 的运营模式，与上述平台的合作仍将持续。

⑥接受福赛福餐饮提供的劳务

报告期内，公司与福赛福餐饮之间的关联交易金额分别为 213.00 万元、270.41 万元和 293.00 万元，主要系为解决公司员工工作期间就餐问题，公司将员工餐厅服务委托给公司董事殷俊之配偶之胞弟俞波所控制的餐饮公司福赛福餐饮，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。

根据福赛福餐饮与发行人签订的《餐饮服务合同》，由福赛福餐饮为发行人提供食堂餐饮服务，员工工作餐费由合同双方根据员工就餐打卡次数结算，报告期内，员工餐费标准为 12 元/餐人次。该交易价格与发行人当地的物价水平相当，交易定价公允。报告期内发行人与福赛福餐饮的交易金额占公司各期营业成本分别为 0.23%、0.22%和 0.19%，占比较低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

A.关联交易单位基本情况

截至报告期末，福赛福餐饮基本情况如下：

公司名称	合肥福赛福餐饮服务有限公司
统一社会信用代码	91340111MA2RMMT26X
成立时间	2018 年 4 月 20 日
注册资本	5 万元
法定代表人	俞波
住所	合肥市包河区上海路 18 号一层
经营范围	许可项目：餐饮服务；食品销售；酒类经营（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：餐饮管理；会议及展览服务（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

B.关联交易的背景及必要性

随着发行人经营规模的不断扩大，员工人数逐年增加，为解决员工工作期间就餐问题，公司将员工食堂餐饮供应委托给第三方餐饮机构福赛福餐饮进行专门管理，为公司员工提供必要的工作就餐便利。因此，报告期内，发行人与福赛福餐饮之间的关联交易具有必要性。

⑦接受瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位提供的劳务

报告期内，发行人接受瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位劳务所发生的关联交易，主要系瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁下属企业作为华人健康代理业务的下游零售客户，凭借其门店品牌在当地的影响力与销售规模优势，为发行人代理产品提供门店陈列推广服务所收取的促销及市场推广费用，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。同时，上述交易均以市场价格为基础协商确定，每年根据当年所实际提供服务的效果和效能确定结算金额，交易价格公允。报告期内，发行人与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位的合计交易金额分别为 11.75 万元、6.97 万元和 1.29 万元，占各期营业成本比例极低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大自有产品的销售规模与品牌影响力，上游供应商通常希望下游流通企业，在市场推广方面给予支持与配合，进而提升盈利能力。提供陈列、促销等增值服务是零售企业的盈利模式之一，是行业通行做法。因此，发行人报告期内与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位的关联交易具有必要性。

报告期内，公司与上述企业合作基本稳定，未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系。

⑧向瑞人堂医药关联单位采购商品

报告期内，公司仅 2021 年与瑞人堂医药关联单位发生关联采购，当期金额为 0.20 万元，主要系发行人零售业务向瑞人堂下属企业台州瑞人堂药业有限公司（以下简称“台州瑞人堂”）采购少量中西成药产品，属于日常真实的商业交易行为，具有合理性。该项交易双方系以市场价格为基础协商确定，交易价格公允，并且采购金额占公司当期营业成本为 0.00%，占比极低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

发行人医药零售业务为满足终端消费者多样化产品需求以及门店全品类产品的供应，因此需从多个上游渠道供应商进行采购。台州瑞人堂作为瑞人堂医药零售业务向上游延伸的重要部分，主要从事药品批发业务。发行人向瑞人堂医药关联单位的采购是基于日常真实的商业采购目的，报告期内的关联交易具有必要性。

（3）向关联方租赁房屋

单位：万元

关联方名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
裕泰和投资	119.69	79.85	101.47

注：根据中共合肥市包河区委办公室合肥市包河区人民政府办公室印发《关于应对新型冠状病毒感染的肺炎疫情扶持中小微企业持续发展的若干政策》的通知（包河办发[2020]7 号），对承租区属国企所属的国有资产类经营用房的中小微企业及个体经营户，经认定，2020 年度，疫情防控期间给予 2 个月房租免收、2 个月房租减半的房租减负优惠

报告期内，公司向裕泰和投资租赁房屋系为安徽国胜租赁裕泰和投资位于金寨路 213 号的房产，以为所属金寨路门店提供经营场地。2017 年 7 月 15 日，安徽国胜与裕泰和投资签署《房屋租赁合同》，约定以每年 106.55 万元含税价格（第四年开始在第三年基础上递增 10%）租赁总面积约 2,100 平米，位于金寨路 213 号的房产，用于商业服务，租赁期限自 2017 年 7 月 16 日至 2023 年 10 月 15 日。

裕泰和投资的基本情况参见本节之“九、同业竞争”之“（三）2、（1）①基本情况”。

①交易的必要性及合理性

上述所租赁房屋位于合肥市核心商业区，毗邻安徽医科大学第一附属医院，具有稳定的消费者，符合医药零售门店的选址要求，对发行人现阶段的经营及业务扩张具有重要意义。因此，公司向裕泰和投资租赁房屋系出于该房屋地理位置优势利于门店经营所需的正常交易目的，交易必要且合理。

②交易的公允性

本交易价格定价公允，不存在损害任何一方利益的情形。截至 2021 年 9 月 30 日，发行人与裕泰和投资的关联租赁房屋在附近或相近地段的同类用途（商铺）房屋的单位面积租金情况如下：

序号	商铺位置	租金（元/㎡/天）
1	安徽饭店	1.59
2	安徽农业大学	0.80
3	安徽医科大学第一附属医院 A	1.04
4	安徽医科大学第一附属医院 B	1.57
5	国购广场 A	2.39
6	国购广场 B	0.91
7	环球金融广场	0.80
8	黄山路	0.83
9	绩溪路 A	1.78
10	绩溪路 B	1.83
11	绩溪路 C	2.17
12	绩溪路 D	1.04
平均		**1.40**
发行人向裕泰和投资租赁房产		**1.39**

注：上述商铺租金数据来自 58 同城公开信息

通过发行人与裕泰和投资关联租赁房屋相近地段同类用途的房租价格并进行比对，发行人关联租赁房屋定价与市场可比价格不存在重大差异。

因此，本关联交易具有必要性和合理性，且交易价格公允。此外，根据租赁协议约定，公司与裕泰和投资的关联租赁将持续至 2023 年 10 月，届时将根据公司需求及双方协商情况确定续租事宜。

③发行人向裕泰和投资租赁的房产面积及占发行人总生产面积比重较低，该房产不属于发行人核心生产经营场所

发行人向裕泰和投资租赁其位于合肥市金寨路 213 号的房产面积为 2,100m^2，其中 1,930m^2 进行转租，实际经营使用的面积为 170m^2，占报告期末发行人零售门店租赁房产总面积的 0.14%，占比较小，不属于发行人核心生产经营场所，不会对发行人正常经营产生重大影响。

综上所述，发行人向裕泰和投资关联租赁房产具有必要性，所租赁房产面积占发行人零售门店租赁房产总面积较小，不属于发行人核心生产经营场所。

（4）支付关键管理人员薪酬

报告期内，公司支付关键管理人员薪酬的情况如下：

单位：万元

关联方名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
支付关键管理人员薪酬	394.48	388.93	332.19

报告期内，公司关键管理人员薪酬为支付董事、监事、高级管理人员所支付的薪酬或津贴，未来将持续进行。

3、偶发性关联交易

报告期内，公司的偶发性关联交易主要包括关联方拆借、关联方担保。具体情况如下：

（1）关联方资金拆借

①关联方资金拆借情况

A.2021 年度关联方资金拆借情况

2021 年度，公司不存在关联方资金拆借情况。

B.2020 年度关联方资金拆借情况

2020 年度，公司不存在关联方资金拆借情况。

C.2019 年度关联方资金拆借情况

单位：万元

拆出方	拆入方	科目	期初金额	本期增加额	本期减少额	期末金额
胜凡管理	安徽国胜	其他应付款	-	300.00	300.00	-
华泰大健康一号	发行人	其他应付款	38.98	-	38.98	-
华泰大健康二号	发行人	其他应付款	2.67	-	2.67	-

报告期内，发行人及其子公司与胜凡管理、华泰大健康一号及华泰大健康二号发生的关联资金拆借行为，主要系为满足临时资金周转需要所发生的资金拆借，以解决经营发展过程中遇到的资金缺口问题。截至 2019 年末，上述已全部清偿完毕，发行人及其子公司未再发生关联方资金拆借行为。

截至报告期末，发行人不存在关联方占用公司资金或公司占用关联方资金的情况。

②关联交易的主要内容、背景及必要性

上述关联方与发行人之间的资金拆借行为均具有商业合理性，具体情况如下：

A.向胜凡管理拆入资金

2019 年，发行人向胜凡管理拆入资金 300 万元，系由于安徽国胜作为医药零售业务运营主体，零售业务快速增长，对营运资金需求较大，因此向胜凡管理拆入资金用于公司正常业务经营，具有必要性、合理性。

B.向华泰大健康一号、华泰大健康二号拆入资金

2018 年，华泰大健康一号、华泰大健康二号与发行人签署《可转股债权投资协议》，拟通过债转股形式进一步对发行人投资，投资金额为 5,000 万元。发行人经过多轮协商，最终确定的估值为 19 亿元，苏州赛富以增资方式入股。华泰大健康一号、华泰大健康二号经过内部论证，最终放弃参与本次投资。发行人向华泰大健康一号、华泰大健康二号退还 5,000 万元拟投资款，并按照协议约定分别于 2019 年度支付利息 38.98 万元和 2.67 万元。该事项具有必要性、合理性。

综上所述，发行人报告期内资金拆借具有商业合理性。

③报告期内其他资金拆借及相关内控制度情况

A.报告期内不存在其他资金拆借

除前述已披露的资金拆借外，发行人报告期内不存在其他资金拆借情况。

B.发行人已建立完善的内控制度

发行人报告期内资金拆借具有商业合理性且主要集中在报告期前期，2020年度及以后，发行人未发生任何非经营性资金拆借事项，发行人已针对资金拆借事项建立起较为健全的内控制度并有效执行，资金拆借方面不存在异常情形。

（2）接受关联方担保

报告期内，关联自然人何家乐及其配偶陈金梅、何家伦及其配偶朱莲如为公司部分银行融资提供了担保，具体情况如下：

单位：万元

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	是否履行完毕
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	850.00	2018/6/28	2019/5/6	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	4,500.00	2018/12/26	2019/12/24	是
何家乐，陈金梅、何家伦、朱莲如	2,000.00	2018/3/9	2019/2/25	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	800.00	2018/7/23	2019/5/6	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	1,000.00	2018/12/13	2019/12/9	是
陈金梅	413.36	2018/12/14	2019/12/9	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	500.00	2018/6/27	2019/6/25	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	2,000.00	2018/12/30	2019/9/3	是
何家乐、陈金梅	1,000.00	2018/12/27	2019/8/2	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	3,000.00	2018/12/29	2019/12/18	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	550.00	2018/12/26	2020/1/7	是
陈金梅、何家乐	9,500.00	2019/6/26	2020/6/2	是
何家伦、何家乐、陈金梅、朱莲如	2,000.00	2019/5/20	2020/3/20	是
何家乐，陈金梅	3,000.00	2019/9/27	2020/9/7	是
何家伦、朱莲如	3,000.00	2019/11/28	2020/8/7	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	1,150.00	2019/3/4	2020/3/4	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	450.00	2019/3/21	2020/3/18	是
何家乐、陈金梅	3,000.00	2019/9/3	2020/10/15	是

担保方	担保金额	担保起始日	担保到期日	是否履行完毕
何家乐、陈金梅	1,000.00	2019/8/5	2020/8/5	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	1,000.00	2019/6/26	2020/6/26	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	3,000.00	2019/12/20	2020/10/15	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	850.00	2019/11/13	2020/11/13	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	1,000.00	2019/12/3	2020/10/14	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	500.00	2019/12/16	2020/10/14	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	500.00	2019/12/16	2020/10/14	是
何家乐、陈金梅	500.00	2020/3/12	2020/12/30	是
何家乐、陈金梅	1,000.00	2020/8/5	2024/8/5	否
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	2,000.00	2020/4/17	2021/6/1	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	5,000.00	2020/2/28	2023/8/20	否
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	1,500.00	2020/3/13	2021/3/2	是
何家乐、陈金梅	1,000.00	2020/12/30	2021/12/30	是
何家乐、陈金梅	1,740.00	2020/3/25	2021/3/24	是
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	800.00	2020/4/30	2021/4/30	是
何家乐、陈金梅	1,000.00	2021/3/26	2025/3/25	否
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	2,000.00	2021/5/25	2025/5/25	否
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	3,000.00	2021/2/23	2025/2/23	否
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	3,000.00	2021/2/23	2025/6/10	否
何家乐、陈金梅	1,000.00	2021/1/4	2024/1/4	否
何家乐、陈金梅	3,000.00	2021/3/26	2024/3/25	否
何家乐、陈金梅	500.00	2021/1/22	2024/1/22	否
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	2,000.00	2021/9/2	2025/11/22	否
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	1,000.00	2021/7/20	2022/8/1	否
何家乐、陈金梅、何家伦、朱莲如	4,000.00	2021/5/28	2022/10/15	否
何家乐、陈金梅	2,000.00	2021/9/9	2022/9/2	否

注：主债权已到期的，担保到期日为实际还款日；主债权未到期的，担保到期日为合同约定到期日

4、关联方应收应付款项余额

报告期内，公司与关联方的往来主要是因前述关联交易产生的往来余额，具体情况如下：

（1）应收关联方款项

单位：万元

项目	关联方	主要内容	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应收账款	阿里健康关联服务平台	应收消费者电商平台销售款	116.42	120.44	167.49
应收账款	淮仁堂药业	应收商品款	-	-	3.03
应收账款	好之佳大药房	应收商品款	376.29	400.37	168.12
应收账款	新安江大药房	应收商品款	22.15	-	-
应收账款	瑞人堂医药关联单位	应收商品款	49.61	55.40	50.77
应收账款	贵州一树关联单位	应收商品款	5.29	4.19	18.04
应收账款	新兴药房关联单位	应收商品款	23.53	48.83	50.58
应收账款	湖南怀仁关联单位	应收商品款	134.45	71.79	29.82
其他应收款	裕泰和投资	房租保证金	50.00	50.00	50.00
其他流动资产	裕泰和投资	预付一年以内房租	-	33.86	30.78

（2）应付关联方款项

单位：万元

项目	关联方	主要内容	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应付票据	杭州礼和	应付商品款	-	-	405.49
应付账款	淮仁堂药业	应付商品款	196.07	48.53	25.68
应付账款	杭州礼和	应付商品款	37.30	714.13	45.89
应付账款	淮仁堂生物	应付商品款	5.99	1.69	9.96
应付账款	湖南怀仁关联单位	应付商品款	50.17	51.78	3.03
合同负债/预收账款	好之佳大药房	预收商品款	0.01	0.01	0.01
合同负债/预收账款	贵州一树关联单位	预收商品款	0.14	1.13	6.93
其他应付款	瑞人堂医药关联单位	陈列促销费	-	5.48	6.69
租赁负债	裕泰和投资	租赁付款额	117.21	-	-
一年内到期的非流动负债	裕泰和投资	租赁付款额	112.23	-	-

5、与部分关联方同时存在关联销售及采购具有合理性，定价依据合理，交易价格公允，未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系

报告期内，发行人与淮仁堂药业、瑞人堂医药关联单位、贵州一树关联单位、湖南怀仁关联单位、阿里健康及其关联单位同时存在关联销售与采购，具体情况如下：

关联方名称	关联销售主要内容	关联采购主要内容
淮仁堂药业	提供推广、陈列、促销等服务	采购中药饮片
瑞人堂医药关联单位	销售药品等	接受推广、陈列、促销等服务； 采购中西成药
贵州一树关联单位	销售药品等	接受推广、陈列、促销等服务
湖南怀仁关联单位	销售药品等	接受推广、陈列、促销等服务； 采购中药饮片
阿里健康及其关联单位	提供阿里健康 O2O 平台促销以及支付宝支付业务的推广服务	采购中成西药等； 接受天猫、阿里健康、饿了么、阿里云 B2C 和 O2O 平台相关运营、推广、第三方支付结算、配送、云计算、服务器租赁等相关产品或服务

（1）同时与淮仁堂药业发生关联销售与采购

①同时存在关联销售及采购的合理性

报告期内，发行人同时与淮仁堂药业发生关联销售与采购，主要系发行人向淮仁堂药业采购中药饮片，同时淮仁堂药业通过向发行人支付服务费，换取市场推广、展示陈列、促销活动、广告宣传等服务支持，符合行业惯例，与发行人与其他代理业务上游厂商的合作模式基本一致，具有合理性。

②交易定价依据合理，且价格公允

发行人为淮仁堂药业提供产品推广、陈列、促销服务的定价依据主要根据公司为其产品促销活动所提供场地、人员、道具及其他成本，同时结合促销活动期间的推广效果为基础确定，符合行业惯例。上述定价依据与相同业务下的其他第三方情况基本一致，定价依据合理，交易价格公允。

报告期内，公司向淮仁堂药业采购的主要商品的价格与无关联第三方采购价格（不含税）对比情况参见本节之“十、关联方及关联交易”之“（二）2、（2）①B.交易的公允性”。

③未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系

发行人与淮仁堂药业上述关联销售与采购属于正常商业行为，相关交易具有必要性，且发行人零售业务品类目前仍以中西成药为主，中药饮片占比不高，双方未来将根据自身经营需要保持合理的业务往来关系。

（2）同时与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位发生关联销售与采购

①同时存在关联销售及采购的合理性

报告期内，发行人与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位同时发生关联销售及采购，主要系发行人代理业务向其销售所代理产品等，同时向其支付服务费，委托其为代理产品提供市场推广、展示陈列、促销活动、广告宣传等服务支持，符合行业惯例，与发行人与其他下游医药连锁企业客户的合作模式基本一致，具有合理性。

此外，为满足终端消费者多样化产品需求以及门店全品类产品的供应，发行人还向湖南怀仁主要从事中药饮片研发、生产及销售的全资子公司湖南省博世康中采购中药饮片产品，向瑞人堂医药主要从事药品批发的全资子公司台州瑞人堂采购中西成药，属于正常商业行为。

因此，发行人同时与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位存在关联销售和采购符合行业惯例，属于正常商业行为，具有合理性。

②交易定价依据合理，且价格公允

A.接受瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位提供的产品推广、陈列、促销服务

上述关联方为发行人提供产品推广、陈列、促销服务的定价依据主要根据公司为其产品促销活动所提供场地、人员、道具及其他成本，同时结合促销活动期间的推广效果为基础确定，符合行业惯例。上述定价依据与相同业务下的其他第三方情况基本一致，定价依据合理，交易价格公允。

B.向瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位销售中西成药、保健品、医疗器械等产品

发行人向上述关联方销售中西成药、保健品、医疗器械等产品的定价依据系综合考虑生产厂商知名度、文号稀缺性、产品竞争力、下游需求量、竞争产品定价等因素，分析代理品规价格体系（发行人采购代理价、自身利润空间、生产厂商建议零售指导价），发行人制定了代理品规的连锁供货基础价格，在此基础上，各省区经理、地区客户经理在公司总部批准和授权前提下，根据服务客户的资质、采购规模、合作历史等因素，可以给予不同客户一定程度的上下浮动空间。上述定价依据与相同业务下的其他第三方基本相同，定价依据合理。

报告期内，发行人向上述关联方销售的主要商品的价格与无关联第三方销售价格（不含税）对比情况如下：

商品名称及规格	期间	瑞人堂、贵州一树、湖南怀仁关联单位			无关联第三方			单价差异率
		金额（万元）	占营业收入比例	单价（元）	金额（万元）	占营业收入比例	单价（元）	
缬沙坦氢氯噻嗪胶囊（80mg+12.5mg*14 粒*400 盒）	2021 年	81.77	0.03%	11.45	2,489.13	1.06%	11.24	1.90%
	2020 年	86.83	0.04%	10.94	1,778.92	0.92%	11.35	-3.65%
	2019 年	52.99	0.03%	11.28	1,459.00	0.96%	11.49	-1.83%
阿莫西林胶囊（0.5g*30 粒*400 盒）	2021 年	59.10	0.03%	5.34	1,517.79	0.65%	5.88	-9.13%
	2020 年	54.78	0.03%	5.93	1,519.59	0.79%	5.68	4.37%
	2019 年	77.45	0.05%	5.88	1,371.71	0.90%	5.45	7.97%
格列齐特片（80mg*60 片*200 盒）	2021 年	21.29	0.01%	9.09	958.45	0.41%	9.58	-5.18%
	2020 年	25.09	0.01%	9.09	1,011.25	0.52%	9.72	-6.50%
	2019 年	31.99	0.02%	8.94	949.01	0.62%	9.52	-6.09%
玻璃酸钠滴眼液（5ml：5mg*5 盒*80 中盒）	2021 年	21.02	0.01%	8.97	925.49	0.40%	8.29	8.27%
	2020 年	24.70	0.01%	9.29	1,127.57	0.58%	8.47	9.69%
	2019 年	16.86	0.01%	9.05	856.83	0.56%	8.55	5.92%
氢溴酸右美沙芬片（15mg*24 片*10 盒*48 中盒）	2021 年	14.65	0.01%	4.61	345.13	0.15%	4.09	12.81%
	2020 年	10.57	0.01%	4.87	295.89	0.15%	4.20	15.99%
	2019 年	11.89	0.01%	4.77	257.38	0.17%	4.40	8.51%

注：因公司所销售商品种类、规格繁多，选取 2019 至 2021 年度与瑞人堂、贵州一树、湖南怀仁关联单位合计销售金额达 10 万元以上，且存在向无关联第三方销售的中西成药进行对比分析。

报告期内，发行人向瑞人堂、贵州一树、湖南怀仁关联单位销售的主要商品价格与无关联第三方采购价格不存在显著差异，部分商品单价存在小幅度差异主要由于客户合作时间长短、销售量、销售时点以及当时商品的紧俏度等客观原因所致，均处于合理范围之内，除去上述因素影响，交易价格公允。此外，发行人与瑞人堂、贵州一树、湖南怀仁关联单位的交易占公司各期营业收入比例较低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

C.向湖南怀仁、瑞人堂关联单位采购商品

发行人向湖南怀仁全资子公司湖南省博世康中医药有限公司采购的商品主要为中药饮片，中药饮片不同于一般医药产品，作为中药材产品的药用价值因产地、生产年限、品质、大小、加工处理方式的不同而存在价格差异。同时，发行人向湖南怀仁关联单位采购的药品定价主要以市场需求情况和产品成本为基础，经双方协商确定。上述定价依据与相同业务下的其他第三方供应商基本相同，定价依据合理。此外，公司向湖南怀仁关联单位各期采购金额占营业成本分别为 0.22%、0.26%和 0.16%，占比较低，对公司经营业绩和财务状况不构成重大影响。

发行人向瑞人堂医药全资子公司台州瑞人堂药业有限公司主要为中西成药，产品定价主要以市场需求情况和产品成本为基础，经双方协商确定。上述定价依据与相同业务下的其他第三方供应商基本相同，定价依据合理。此外，公司向瑞人堂医药关联单位的关联采购仅发生于报告期的 2021 年度，且采购金额仅 0.20 万元，占比极低，未对公司经营业绩和财务状况产生重大影响。

③未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系

发行人与瑞人堂医药、贵州一树、湖南怀仁关联单位上述关联销售与采购属于正常商业行为，相关交易具有必要性和合理性，且报告期内合作基本稳定，发行人与上述各方未来将根据各身经营需要保持合理的业务往来关系。

（3）同时与阿里健康及其关联单位发生关联销售与采购

①同时存在关联销售及采购的合理性

报告期内，发行人与阿里健康及其关联单位同时存在销售与采购，均系基于正常商业背景，关联销售和采购的内容、业务板块等存在不同，具体情况如下：

关联方	关联销售主要内容	关联采购主要内容	业务板块
杭州礼和	-	采购中西成药等	医药零售、终端集采
阿里健康及其关联服务平台	提供阿里健康 O2O 平台促销以及支付宝支付业务的推广服务	接受天猫、阿里健康、饿了么、阿里云 B2C 和 O2O 平台相关运营、推广、第三方支付结算、配送、云计算、服务器租赁等相关产品或服务	医药零售

报告期内，发行人同时与阿里健康及其关联单位发生关联销售与采购，主要系：

A.发行人与杭州礼和发生关联采购，主要是由于公司医药零售和终端集采日常采购商品具有种类和数量较多、批次频繁的特点，需从多个上游渠道供应商进行采购，而杭州礼和作为阿里健康全资子公司，主要从事医药批发业务，拥有面向全国的渠道配送能力，发行人与杭州礼和综合考虑双方的业务发展需要而进行业务合作，属于正常商业行为；

B.发行人与阿里健康及其关联服务平台发生的关联采购，系基于天猫 B2C 平台和阿里健康、饿了么 O2O 平台，为安徽国胜的医药零售电商业务提供支付宝第三方支付相关服务、B2C 和 O2O 平台运营、推广、配送及相关配套软件与服务，以及相关阿里云计算产品及相关服务，属于正常商业行为；

C.发行人与阿里健康及其关联服务平台发生的关联销售，系安徽国胜作为入驻阿里健康 O2O 平台的商户，参加平台组织的促销活动并提供相关推广支持服务。此外，为推广医保电子凭证药店场景的支付宝支付业务，支付宝（中国）网络技术有限公司向相关医药门店提供激励支持。上述交易符合医药零售行业 O2O 模式和支付宝支付业务的特征，属于正常商业行为。

报告期内，发行人与上述同时发生关联销售与采购的关联方，在具体发生业务往来的关联单位、关联销售和采购内容、业务板块等存在不同，是综合考虑双方的业务发展需求而产生的业务合作，属于正常商业行为，具有合理性。

②交易定价依据合理，且价格公允

A.向杭州礼和采购商品

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

报告期内，公司向杭州礼和采购的主要商品的价格与无关联第三方采购价格（不含税）对比情况参见本节之“十、关联方及关联交易”之“（二）2、（2）③C.关联交易的公允性”。

B.接受阿里健康及其关联服务平台提供的 B2C 和 O2O 业务相关服务

发行人与阿里健康及其关联服务平台发生的关联采购，均系支付宝、天猫、阿里健康、饿了么 O2O 平台以及阿里云服务平台上的相关服务，上述平台均为国内领先的 B2C 和 O2O 电商相关服务平台，发行人系依据平台制定的通用规则对相关交易定价，因此定价依据合理，交易价格公允。各平台主要定价依据如下：

平台	主要交易内容	定价依据
支付宝	第三方支付相关服务	支付宝平台按照单笔交易流量*约定费率进行手续费实时划扣（在单笔封顶限下）
天猫平台	平台运营、推广等相关服务	按照交易流量（交易额）*约定费率进行服务费实时划扣，部分服务还将收取一定金额的固定费用（如年费等）
	平台配套软件及服务	按需以年费形式一次性购买使用
阿里健康、饿了么 O2O 平台	平台运营、推广、配送等相关服务	按照系统记录的订单交易额为基数*约定费率在订单送达后划扣（如自配送还需固定服务费）
阿里云	云计算产品及服务	采购的云服务器 ECS、智能接入网关等产品及服务根据规格配置参照阿里云网站列明服务价格并协商优惠，发行人按照阿里云网站展示的应付费用进行支付

C.向阿里健康及其关联服务平台提供相关推广支持服务

国胜药房作为入驻阿里健康 O2O 平台的商户，参加平台组织的促销活动并提供相关推广支持服务，而获得推广活动相关补贴或奖励，以及配合支付宝推广医保电子凭证药店场景的支付业务获得的奖励，系依据平台通用规则执行定价，交易价格公允。

③未来将根据双方自身经营需要保持合理的业务往来关系

发行人与杭州礼和、阿里健康及其关联服务平台的上述关联销售与采购属于正常商业行为，相关交易具有必要性，且报告期内合作基本稳定，发行人与上述各方未来将根据自身经营需要保持合理的业务往来关系。

综上所述，报告期内，发行人与部分关联方同时存在关联销售及采购具有合理性，定价依据合理，交易价格公允，发行人与上述各方未来将根据自身经营需要保持合理的业务往来关系。

（三）关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响

公司具有独立的采购、运营和销售系统，日常经营不依赖关联方。报告期内，公司与关联方之间发生关联交易均为满足公司正常经营发展所需，所确定的交易价格均为公允定价。如前所述，报告期内的关联交易不存在损害公司及股东利益的情况，不存在利用关联交易进行利益输送的情形，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。报告期内，发行人与上述关联方不存在股份代持、利益输送或其他利益安排。

（四）规范、减少关联交易的措施

公司将进一步采取措施，减少关联交易的发生；对于正常的、有利于公司发展的关联交易，公司将遵循“公开、公平、公正以及等价有偿”的一般商业原则，并以协议方式予以规定。公司将严格按照《公司法》、《公司章程》、《关联交易管理制度》以及《独立董事工作制度》等规定，认真履行关联交易决策程序，确保交易的公允，并对关联交易予以及时充分披露。

公司控股股东、**共同**实际控制人出具《关于规范关联交易的承诺函》，承诺：

“1、本人及本人控制的其他企业与华人健康之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、对于正常经营范围内、或存在其他合理原因确有必要的关联交易，本人及本人控制的其他企业与华人健康将根据公平、公允、等价有偿等原则，依法签署合法有效的协议文件，并将按照有关法律、法规和规范性文件以及华人健康章程之规定，履行关联交易审批决策程序，并保证该等关联交易均将基于交

易公允的原则定价及开展。

3、本人及本人控制的其他企业将严格按照相关规定，在审议涉及与华人健康之间的关联交易时，履行必要的关联董事/关联股东回避表决程序，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务。

4、保证不利用关联交易非法转移华人健康的资金、利润，不利用关联交易损害华人健康及其他股东的利益。

5、本人愿意承担由于违反上述承诺给华人健康造成的经济损失及产生的法律责任。

6、本承诺函自签署之日即行生效并不可撤销，并在华人健康存续且依照中国证监会、深圳证券交易所相关规定认定本人为华人健康关联人期间内有效。”

公司主要股东阿里健康、华泰大健康一号、华泰大健康二号、道兴投资、苏州赛富、黄山赛富、腾元投资、长菁投资出具《关于规范关联交易的承诺函》，承诺：

“1、对于正常经营范围内、或存在其他合理原因确有必要的关联交易，本企业及本企业控制的企业与华人健康将根据公平、公允、等价有偿等原则，依法签署合法有效的协议文件，并将按照有关法律、法规和规范性文件以及华人健康章程之规定，履行关联交易审批决策程序，并保证该等关联交易均将基于交易公允的原则定价及开展。

2、本企业将严格按照相关规定，在审议涉及与华人健康之间的关联交易时，履行必要的关联董事/关联股东回避表决程序，遵守批准关联交易的法定程序。

3、保证不利用关联交易损害华人健康及其他股东的利益。”

公司董事、监事及高级管理人员出具《关于规范关联交易的承诺函》，承诺：

“1、本人及本人控制的其他企业与华人健康之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、对于正常经营范围内、或存在其他合理原因确有必要的关联交易，本人

及本人控制的企业与华人健康将根据公平、公允、等价有偿等原则，依法签署合法有效的协议文件，并将按照有关法律、法规和规范性文件以及华人健康章程之规定，履行关联交易审批决策程序，并保证该等关联交易均将基于交易公允的原则定价及开展。

3、本人将严格按照相关规定，在审议涉及与华人健康之间的关联交易时，履行必要的关联董事/关联股东回避表决程序，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务。

4、保证不利用关联交易非法转移华人健康的资金、利润，不利用关联交易损害华人健康及其他股东的利益。

5、本人愿意承担由于违反上述承诺给华人健康造成的经济损失及产生的法律责任。”

（五）发行人报告期关联交易履行程序的合法合规情况

1、发行人关联交易相关制度规定

（1）《公司章程》对关联交易事项的规定

发行人现行有效的《公司章程》中已经明确了关联交易公允决策的程序，主要规定如下：

①第三十六条规定：“股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：……（十六）审议公司单笔关联交易金额或者同类关联交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）的连续十二个月累计交易金额在 1,000 万元以上且占最近一期经审计净资产 5%以上的关联交易……”；

②第三十七条规定：“公司下列对外担保事项，须经公司股东大会审议通过：……（六）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保”；

③第七十四条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会对有关关联交易事项作出决议时，视普通决议和特别决议不同，分别由出席股东大会的非关联股东所持表决权的过半数或者三分之二以上通过。有关关联交易事项的表决投票，应当有一至二名非关联股东代表参加计票和监票”；

④第一百〇二条规定：“董事会行使下列职权：……（八）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；……”；

⑤第一百一十五条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议”；

⑥第一百一十六条规定：“董事会就重大关联交易作出决议时，须经二分之一以上的独立董事书面认可，独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据”。

（2）《关联交易管理制度》对关联交易事项的规定

2018 年 5 月 10 日，公司召开 2017 年年度股东大会，全体股东一致审议通过了《关联交易管理制度》，对公司审议关联交易的决策程序及相关权限作出了明确规定。2021 年 3 月 25 日，公司召开 2020 年年度股东大会，全体股东一致审议通过了修订后的《关联交易管理制度》，进一步完善公司治理制度。现行有效的《关联交易管理制度》主要规定如下：

①第十条规定：“股东大会决策权限：（一）公司与关联人发生的交易（提供担保除外）金额超过 3,000 万元且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易；（二）为关联人提供担保的。公司为关联人提供担保的，不论数额大小，应当由董事会审议通过后及时披露，并提交股东大会审议。公司为控股股东、实际控制人及其关联方提供担保的，控股股东、实际控制人及其关联方应当提供反担保。”

②第十一条规定：“董事会决策权限：董事会审议批准股东大会审议事项之外且满足以下条件的交易项目（提供除外）：（一）公司与关联自然人发生的交易金额超过 30 万元的关联交易；（二）公司与关联法人发生的交易金额超过 300 万元，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上的关联交易。”

③第十二条规定：“总经理决定权限：总经理有权决定除股东大会和董事会

决策事项以外的其他关联交易。”

③第十三条规定：“公司与关联人发生的交易（提供担除外）金额在 3,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5%以上的关联交易，应当按照以下的规定聘请符合《证券法》规定的证券服务机构，对交易标的进行评估或审计：（一）若交易标的为公司股权，应当披露交易标的最近一年又一期的审计报告，审计截止日距审议该交易事项的股东大会召开日不得超过六个月；（二）若交易标的为股权以外的非现金资产的，应当提供评估报告，评估基准日距审议该交易事项的股东大会召开日不得超过一年。与日常经营相关的关联交易可免于审计或评估。”

④第十四条规定：“公司在连续十二个月内发生的以下关联交易，应当按照累计计算的原则适用第十条和第十一条规定：（一）与同一关联人进行的交易；（二）与不同关联人进行的与同一交易标的相关的交易。上述同一关联人，包括与该关联人受同一主体控制或相互存在股权控制关系的其他关联人。已按照第十条或第十一条规定履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。”

2、关联交易履行的程序

报告期内，公司严格按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等相关规定，履行了关联交易相关程序，主要如下：

（1）报告期内，公司就其各年度预计之日常性关联交易、预计关联担保等事项，分别召开董事会、监事会、股东大会进行审议。

（2）公司第三届董事会第十四次会议、2020 年年度股东大会审议并通过了《关于确认公司最近三年关联交易情况的议案》、《关于公司 2020 年度日常关联交易执行情况及 2021 年度日常关联交易预计的议案》、《关于公司 2021 年度日常关联交易执行情况及 2022 年度日常关联交易预计的议案》，就发行人报告期内发生的关联交易进行进一步追溯确认，确认发行人报告期内的关联交易为经营需要，价格公允，不存在损害发行人及全体股东利益的情况；关联董事及关联股东回避表决。

3、独立董事意见

独立董事已对公司报告期内关联交易的决策程序及合理性、公允性等事项

进行了核查，并发表如下独立意见：

“公司 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间的关联交易事项均系公司正常经营需要而发生；该等交易遵循了平等、自愿、公允、合理的原则，并且作价公允或合理，不存在损害公司及全体股东特别是中小股东利益的情况，不会对公司当期以及未来的财务状况、经营成果产生较大的影响，不影响公司的独立性。”

“公司 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间的关联交易事项均系公司正常经营需要而发生；该等交易遵循了平等、自愿、公允、合理的原则，并且作价公允或合理，不存在损害公司及全体股东特别是中小股东利益的情况，不会对公司当期以及未来的财务状况、经营成果产生较大的影响，不影响公司的独立性。**”**

报告期内，公司发生的关联交易履行了相关程序，符合《公司章程》、《关联交易管理制度》等相关规定。

（六）关联方变化情况

报告期内，发行人关联方变化情况参见本节“十、（一）9、报告期内曾经的关联方”。

报告期内，公司不存在关联方成为非关联方后为发行人承担成本、费用或输送利益的情形。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据和相关的分析说明反映了公司报告期内经审计的财务状况、经营成果和现金流量。引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报告。

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项标准为税前利润的 5%，或金额虽未达到上述标准但公司认为较为重要的相关事项。

公司提醒投资者关注公司披露的财务报告和审计报告全文，以获取详细的财务资料。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动资产：			
货币资金	284,505,404.36	206,023,048.30	133,747,542.77
交易性金融资产	500,000.00	5,000,000.00	46,102,180.82
应收账款	289,550,961.27	216,497,690.57	160,286,600.80
应收款项融资	4,769,549.64	4,330,298.81	2,726,027.45
预付款项	52,192,352.34	75,836,113.39	60,299,083.30
其他应收款	30,821,471.81	27,067,595.26	21,666,145.71
存货	436,187,019.13	302,964,358.84	229,351,396.93
其他流动资产	14,761,855.91	86,963,385.97	47,819,754.56
流动资产合计	**1,113,288,614.46**	**924,682,491.14**	**701,998,732.34**
非流动资产：			
其他权益工具投资	8,921,291.00	1,900,000.00	1,900,000.00
固定资产	51,304,677.92	48,752,053.42	41,947,148.98
在建工程	249,763.66	870,397.06	536,507.67
使用权资产	490,980,365.55	-	-
无形资产	8,258,803.37	7,344,667.04	5,920,690.37
商誉	190,055,569.76	153,105,712.17	153,105,712.17

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
长期待摊费用	92,322,396.97	126,042,569.50	156,932,495.88
递延所得税资产	15,166,212.84	5,661,576.02	3,526,369.00
其他非流动资产	503,027.61	17,878,794.61	450,000.00
非流动资产合计	**857,762,108.68**	**361,555,769.82**	**364,318,924.07**
资产总计	**1,971,050,723.14**	**1,286,238,260.96**	**1,066,317,656.41**
流动负债：			
短期借款	150,767,019.99	111,121,922.92	159,728,037.19
应付票据	302,708,982.58	222,364,352.30	179,645,566.96
应付账款	165,523,225.34	148,577,889.87	106,008,257.30
预收款项	-	-	9,466,610.28
合同负债	11,252,511.75	9,939,799.28	-
应付职工薪酬	30,987,294.28	30,895,300.31	24,610,420.83
应交税费	36,769,783.31	15,035,067.88	14,817,326.78
其他应付款	39,440,411.78	31,643,555.84	29,349,950.22
一年内到期的非流动负债	144,002,611.47	-	-
其他流动负债	1,184,200.78	1,211,850.33	-
流动负债合计	**882,636,041.28**	**570,789,738.73**	**523,626,169.56**
非流动负债：			
租赁负债	303,033,792.92	-	-
预计负债	334,632.00	380,000.00	585,000.00
递延收益	-	-	510,045.91
非流动负债合计	**303,368,424.92**	**380,000.00**	**1,095,045.91**
负债合计	**1,186,004,466.20**	**571,169,738.73**	**524,721,215.47**
所有者权益：			
股本	340,000,000.00	340,000,000.00	120,187,384.00
资本公积	192,993,769.37	192,748,564.44	322,866,373.61
盈余公积	18,725,602.81	12,983,601.25	7,906,327.04
未分配利润	233,081,734.92	169,097,147.32	85,254,540.59
归属于母公司所有者权益合计	**784,801,107.10**	**714,829,313.01**	**536,214,625.24**
少数股东权益	245,149.84	239,209.22	5,381,815.70
所有者权益（或股东权益）合计	**785,046,256.94**	**715,068,522.23**	**541,596,440.94**

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
负债和所有者权益（或股东权益）总计	**1,971,050,723.14**	**1,286,238,260.96**	**1,066,317,656.41**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业总收入	**2,338,702,240.55**	**1,930,910,426.63**	**1,522,362,890.95**
其中：营业收入	2,338,702,240.55	1,930,910,426.63	1,522,362,890.95
二、营业总成本	**2,249,134,111.21**	**1,810,243,891.25**	**1,444,112,710.52**
其中：营业成本	1,523,257,091.12	1,230,756,384.56	945,701,700.41
税金及附加	13,123,627.00	11,458,228.08	9,139,193.75
销售费用	556,639,763.31	439,634,183.41	376,601,498.45
管理费用	131,448,750.01	120,930,293.36	104,844,192.05
研发费用	498,751.23	201,917.09	-
财务费用	24,166,128.54	7,262,884.75	7,826,125.86
其中：利息费用	4,799,442.45	6,804,550.84	6,891,428.87
利息收入	1,936,459.55	2,595,453.92	1,304,795.72
加：其他收益	9,252,656.35	3,844,290.90	1,391,983.97
投资收益	830,679.74	589,556.46	1,192,753.69
信用减值损失	-5,038,281.14	-4,568,252.20	-2,666,175.63
资产减值损失	-2,257,253.95	-1,619,258.55	-1,418,822.47
资产处置收益	189,153.98	173,970.72	-
三、营业利润	**92,545,084.32**	**119,086,842.71**	**76,749,919.99**
加：营业外收入	2,979,175.53	5,637,283.26	2,032,037.54
减：营业外支出	1,309,084.97	1,724,307.42	1,569,765.59
四、利润总额	**94,215,174.88**	**122,999,818.55**	**77,212,191.94**
减：所得税费用	24,482,645.10	34,140,728.39	23,865,188.42
五、净利润	**69,732,529.78**	**88,859,090.16**	**53,347,003.52**
（一）按经营持续性分类：	69,732,529.78	88,859,090.16	53,347,003.52
1.持续经营净利润	69,732,529.78	88,859,090.16	53,347,003.52
2.终止经营净利润	-	-	-
（二）按所有权归属分类：	69,732,529.78	88,859,090.16	53,347,003.52
1.少数股东损益	5,940.62	-60,790.78	1,398,929.73

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
2.归属于母公司股东的净利润	69,726,589.16	88,919,880.94	51,948,073.79
六、综合收益总额	**69,732,529.78**	**88,859,090.16**	**53,347,003.52**
归属于母公司所有者的综合收益总额	69,726,589.16	88,919,880.94	51,948,073.79
归属于少数股东的综合收益总额	5,940.62	-60,790.78	1,398,929.73
七、每股收益			
（一）基本每股收益	0.21	0.26	0.16
（二）稀释每股收益	0.21	0.26	0.16

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	2,134,150,226.69	2,038,794,578.46	1,604,075,119.26
收到的税费返还	-	-	7,028.75
收到其他与经营活动有关的现金	33,437,939.74	27,876,055.74	19,923,103.08
经营活动现金流入小计	**2,167,588,166.43**	**2,066,670,634.20**	**1,624,005,251.09**
购买商品、接受劳务支付的现金	1,414,962,117.18	1,374,845,461.10	993,979,609.22
支付给职工以及为职工支付的现金	366,679,750.85	288,264,235.12	227,550,778.29
支付的各项税费	106,530,421.15	118,104,033.39	95,025,755.10
支付其他与经营活动有关的现金	138,594,701.14	256,122,041.42	215,349,455.02
经营活动现金流出小计	**2,026,766,990.32**	**2,037,335,771.03**	**1,531,905,597.63**
经营活动产生的现金流量净额	**140,821,176.11**	**29,334,863.17**	**92,099,653.46**
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	325,900,000.00	205,142,180.82	84,000,000.00
取得投资收益收到的现金	659,679.74	589,556.46	1,192,753.69
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	835.60	2,799,661.88	95,720.09
收到其他与投资活动	16,767,587.00	-	-

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
有关的现金			
投资活动现金流入小计	**343,328,102.34**	**208,531,399.16**	**85,288,473.78**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	33,909,338.74	55,320,660.64	44,127,328.77
投资支付的现金	308,793,291.00	184,040,000.00	108,002,180.82
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	37,536,213.89	232,400.00	67,161,024.00
支付其他与投资活动有关的现金	3,176,935.84	4,190,515.92	6,729,323.36
投资活动现金流出小计	**383,415,779.47**	**243,783,576.56**	**226,019,856.95**
投资活动产生的现金流量净额	**-40,087,677.13**	**-35,252,177.40**	**-140,731,383.17**
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	111,966,600.00	23,761,800.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	300,000.00	-
取得借款收到的现金	160,759,717.65	153,000,000.00	159,500,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	19,000,000.00	-	-
筹资活动现金流入小计	**179,759,717.65**	**264,966,600.00**	**183,261,800.00**
偿还债务支付的现金	121,000,000.00	201,500,000.00	123,500,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	4,342,563.03	6,910,665.11	7,175,807.74
支付其他与筹资活动有关的现金	158,039,454.14	29,937,416.30	1,720,950.83
筹资活动现金流出小计	**283,382,017.17**	**238,348,081.41**	**132,396,758.57**
筹资活动产生的现金流量净额	**-103,622,299.52**	**26,618,518.59**	**50,865,041.43**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-2,888,800.54**	**20,701,204.36**	**2,233,311.72**
加：期初现金及现金等价物余额	58,658,696.00	37,957,491.64	35,724,179.92
六、期末现金及现金等价物余额	**55,769,895.46**	**58,658,696.00**	**37,957,491.64**

（四）母公司资产负债表

单位：元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动资产：			
货币资金	50,831,889.25	72,934,037.66	37,363,402.56
交易性金融资产	-	-	4,000,000.00
应收账款	141,101,733.43	102,806,996.79	79,587,012.75
应收款项融资	4,716,202.75	4,330,298.81	2,726,027.45
预付款项	44,307,155.74	62,677,505.61	51,384,887.34
其他应收款	307,570,217.26	238,946,389.91	225,200,574.76
存货	84,927,404.29	52,014,248.91	46,828,407.69
其他流动资产	3,883,018.85	-	-
流动资产合计	**637,337,621.57**	**533,709,477.69**	**447,090,312.55**
非流动资产：			
长期股权投资	260,182,000.00	250,182,000.00	184,482,000.00
固定资产	14,185,262.34	13,645,133.00	13,369,244.95
使用权资产	2,407,184.43	-	-
无形资产	4,786,321.81	3,540,719.31	2,910,665.08
长期待摊费用	1,406,077.52	387,800.02	250,400.04
递延所得税资产	2,851,686.17	1,982,788.82	1,259,713.07
其他非流动资产	503,027.61	17,270,614.61	450,000.00
非流动资产合计	**286,321,559.88**	**287,009,055.76**	**202,722,023.14**
资产总计	**923,659,181.45**	**820,718,533.45**	**649,812,335.69**
流动负债：			
短期借款	38,055,131.11	20,023,722.22	69,096,636.46
应付票据	42,022,187.70	43,701,000.00	22,480,940.00
应付账款	3,227,850.20	2,115,115.27	421,819.98
合同负债	4,716,642.70	4,284,459.07	-
预收款项	-	-	6,778,106.12
应付职工薪酬	8,127,217.87	11,620,068.29	9,868,051.31
应交税费	14,285,234.76	5,237,382.11	6,107,669.40
其他应付款	65,263,985.65	45,625,045.57	12,942,084.43
一年内到期的非流动负债	2,507,786.17	-	-

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
其他流动负债	613,163.55	556,979.67	-
流动负债合计	**178,819,199.71**	**133,163,772.20**	**127,695,307.70**
非流动负债：			
预计负债	-	380,000.00	-
非流动负债合计	-	**380,000.00**	-
负债合计	**178,819,199.71**	**133,543,772.20**	**127,695,307.70**
所有者权益（或股东权益）：			
股本	340,000,000.00	340,000,000.00	120,187,384.00
资本公积	217,583,953.67	217,338,748.74	322,866,373.61
盈余公积	18,725,602.81	12,983,601.25	7,906,327.04
未分配利润	168,530,425.26	116,852,411.26	71,156,943.34
所有者权益（或股东权益）合计	**744,839,981.74**	**687,174,761.25**	**522,117,027.99**
负债和所有者权益（或股东权益）总计	**923,659,181.45**	**820,718,533.45**	**649,812,335.69**

（五）母公司利润表

单位：元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	**622,683,159.93**	**550,698,751.55**	**457,385,669.67**
减：营业成本	408,380,591.78	351,802,213.14	284,488,495.15
税金及附加	3,542,741.31	4,367,396.22	3,343,949.29
销售费用	95,812,290.63	87,635,804.53	91,607,462.62
管理费用	38,596,335.15	33,196,963.94	27,490,849.00
财务费用	1,045,314.39	3,397,222.05	3,840,584.60
其中：利息费用	1,295,464.26	2,889,381.89	3,275,161.23
利息收入	494,683.28	495,101.32	424,355.88
加：其他收益	6,415,332.38	543,024.08	165,483.00
投资收益（损失以“-”号填列）	167,309.34	183,180.35	90,633.07
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-4,272,609.67	-3,357,575.27	-1,978,708.38
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-175,199.40	-20,385.29	-17,714.95
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	**77,440,719.32**	**67,647,395.54**	**44,874,021.75**

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
加：营业外收入	287,609.64	1,969,606.08	1,414,819.84
减：营业外支出	139,727.48	469,349.97	287,535.60
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**77,588,601.48**	**69,147,651.65**	**46,001,305.99**
减：所得税费用	20,168,585.92	18,374,909.52	13,134,769.34
四、净利润	**57,420,015.56**	**50,772,742.13**	**32,866,536.65**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	57,420,015.56	50,772,742.13	32,866,536.65
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-
五、综合收益总额	**57,420,015.56**	**50,772,742.13**	**32,866,536.65**

（六）母公司现金流量表

单位：元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	596,384,345.90	538,535,344.03	446,264,778.38
收到其他与经营活动有关的现金	27,916,634.71	35,962,000.22	2,712,528.71
经营活动现金流入小计	**624,300,980.61**	**574,497,344.25**	**448,977,307.09**
购买商品、接受劳务支付的现金	395,278,665.55	354,008,889.68	274,664,116.92
支付给职工以及为职工支付的现金	91,104,500.43	80,982,630.24	61,443,945.41
支付的各项税费	38,281,398.59	51,087,035.77	41,545,474.13
支付其他与经营活动有关的现金	123,077,907.27	57,089,826.13	74,634,302.89
经营活动现金流出小计	**647,742,471.84**	**543,168,381.82**	**452,287,839.35**
经营活动产生的现金流量净额	**-23,441,491.23**	**31,328,962.43**	**-3,310,532.26**
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	**177,400,000.00**	99,030,000.00	-
取得投资收益收到的现金	167,309.34	183,180.35	90,633.07
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	835.60	82,305.61	1,760.00
收到其他与投资活动有关的	16,767,587.00	-	-

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
现金			
投资活动现金流入小计	**194,335,731.94**	**99,295,485.96**	**92,393.07**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,709,530.87	19,473,131.13	2,844,618.89
投资支付的现金	187,400,000.00	160,730,000.00	17,100,000.00
投资活动现金流出小计	**193,109,530.87**	**180,203,131.13**	**19,944,618.89**
投资活动产生的现金流量净额	**1,226,201.07**	**-80,907,645.17**	**-19,852,225.82**
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	111,666,600.00	23,761,800.00
取得借款收到的现金	38,066,467.66	30,000,000.00	69,000,000.00
筹资活动现金流入小计	**38,066,467.66**	**141,666,600.00**	**92,761,800.00**
偿还债务支付的现金	20,000,000.00	79,000,000.00	60,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,330,523.03	2,962,296.13	3,594,963.12
支付其他与筹资活动有关的现金	2,310,677.96	130,566.03	1,511,768.26
筹资活动现金流出小计	**23,641,200.99**	**82,092,862.16**	**65,106,731.38**
筹资活动产生的现金流量净额	**14,425,266.67**	**59,573,737.84**	**27,655,068.62**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**-7,790,023.49**	**9,995,055.10**	**4,492,310.54**
加：期初现金及现金等价物余额	31,733,037.66	21,737,982.56	17,245,672.02
六、期末现金及现金等价物余额	**23,943,014.17**	**31,733,037.66**	**21,737,982.56**

二、审计意见和关键审计事项

（一）审计意见

中天运审计了公司财务报表，包括 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日和 2021 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2019 年度、2020 年度和 2021 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注。中天运认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日和 2021 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2019 年

度、2020 年度及 2021 年度的合并及母公司经营成果和合并及母公司现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项是中天运根据职业判断，认为对本期财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，中天运不对这些事项单独发表意见。中天运在审计中识别出的关键审计事项如下：

1、收入确认

（1）事项描述

公司主要从事医药**零售、代理**与终端集采业务。2019 年度、2020 年度及 2021 年度，公司实现销售收入分别为 152,236.29 万元、193,091.04 万元和 233,870.22 万元。鉴于营业收入是公司的关键业绩指标之一，且收入规模增长较快，同时医药零售业务客户分散及零星、客单量大，产生错报的固有风险较高，因此中天运将收入确认确定为关键审计事项。

（2）审计应对

与评价收入确认相关的审计程序中包括以下程序：

①对销售与收款内部控制循环进行了解并执行穿行测试，并对重要的控制点执行了控制测试；

②利用中天运内部信息技术专家的工作，测试信息系统一般控制、与收入确认流程相关的应用控制；

③对收入和成本执行分析程序，包括：报告期各月收入、成本、毛利率等进行比较分析；对报告期收入、成本、毛利率与上期进行比较分析；检查增值税纳税申报表，与报表收入进行比较；

④对于医药代理与终端集采业务，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、订单、销售发票、出库单、物流或客户签收单等。对于零售业务，抽取并检查与零售收入相关的支持性证据，包括对现金缴款单、结算单、资金流水等进行核对，对信息系统数据与财务系统数据进行核对；

⑤检查银行交易流水、银行对账单及未达账项调节表，并与销售收入进行核对；

⑥对营业收入执行截止测试，确认收入是否记录在正确的会计期间；

⑦结合应收账款函证程序，并抽查收入确认的相关单据，检查已确认收入的真实性。

2、商誉减值

（1）事项描述

截至 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日及 2021 年 12 月 31 日，公司合并财务报表中商誉的账面价值分别为 15,310.57 万元、15,310.57 万元和 19,005.56 万元。根据企业会计准则的规定，管理层需要每年对商誉进行减值测试。减值测试以包含商誉的资产组的可收回金额为基础，资产组的可收回金额按照资产组的预计未来现金流量的现值与资产的公允价值减去处置费用后的净额两者之间较高者确定，其预计的未来现金流量以 5 年期财务预算为基础来确定。由于商誉金额重大，且管理层需要作出重大判断，中天运将商誉的减值确定为关键审计事项。

（2）审计应对

中天运对公司商誉减值关键审计事项执行的主要程序包括：

①对于非同一控制下企业合并形成的商誉，了解被收购公司业绩预测的完成情况；

②与管理层讨论商誉减值测试的方法，包括与商誉相关的资产组或者资产组组合，每个资产组或者资产组组合的未来收益预测、现金流预测、折现率等重大假设的合理性及每个资产组或者资产组组合盈利状况的判断和评估；

③评价管理层聘请的外部评估专家的胜任能力、专业素质和客观性；

④与管理层聘请的外部评估专家讨论，了解减值测试时所使用的关键假设是否合理等；

⑤评价外部评估专家所出具的资产评估报告的价值类型和评估方法的合理性，以及基础假设、折现率等关键评估参数的合理性；

⑥结合管理层减值测试结果，评价公司商誉减值会计处理的准确性及财务报表附注披露是否恰当。

三、影响经营业绩的重要因素

（一）影响收入、成本、费用的主要因素

1、影响收入的主要因素

报告期内，公司主要从事医药**零售、代理**与终端集采业务。2019 年、2020 年以及 2021 年，公司代理业务收入金额分别为 43,894.93 万元、52,175.87 万元以及 58,831.05 万元，占营业收入比例分别为 28.83%、27.02%以及 25.16%；公司零售业务收入金额分别为 103,354.66 万元、129,222.19 万元以及 155,924.07 万元，占营业收入比例分别为 67.89%、66.92%以及 66.67%；公司终端集采业务 2019 年起步，2019 年、2020 年以及 2021 年收入 722.81 万元、7,116.08 万元以及 12,105.88 万元，占营业收入比例分别为 0.47%、3.69%以及 5.18%。

此外，发行人在开展主营业务期间，不可避免地为上游医药工业企业或商业流通企业提供终端市场推广服务和产品陈列推广、宣传促销服务，报告期内分别取得增值服务收入 3,384.90 万元、3,519.00 万元以及 5,598.72 万元，占营业收入的比例分别为 2.22%、1.82%以及 2.39%，是发行人乃至整个医药流通行业普遍存在的盈利模式之一。

总体来看，最近三年**零售业务与代理业务**发展均衡，形成良好的协同效应，是构成报告期内公司营业收入的最主要来源。

（1）影响公司收入增长的主要因素

影响公司收入的主要因素包括：行业政策、下游市场需求、上游合作广度与深度、零售门店规模、以及公司开拓客户获取订单的能力等。具体来说：

①我国医药行业受国家政策影响较大，我国正在进行深化医药卫生体制改革，相关政策法规体系正在进一步修订和完善，“两票制”、“带量采购”、“药品零加成”、“药店分级管理”、“处方外流与医药分开”、“互联网+药品流通”等政策会对行业内参与企业的收入造成一定的直接或间接影响。

②在居民消费水平提高、人口老龄化加深等因素的推动下，我国整个医药市场持续扩容，医药市场扩容决定了药品流通产业规模的扩大，医药零售行业也得到较快发展。根据《药品流通行业运行统计分析报告（2013-2020 年）》显示，2020 年，我国医药零售市场销售额为 5,119 亿元。

公司代理与终端集采业务主要面向零售连锁终端，零售业务面向最终消费者。下游零售市场需求是影响公司各个业务板块收入的外部因素。

③我国医药工业企业数量众多，根据国家统计局数据显示，截至 2020 年底，我国医药制造业企业共 7,665 家。根据国家药品监督管理局数据显示，截至 2020 年底，全国共有国产药品批准文号数量 156,355 件，进口药品注册证 4,269 件。医药制造市场同种类仿制药品较多，企业间竞争激烈，医药制造行业基本处于充分竞争状态。近年来，药物一致性评价是行业核心政策之一，旨在提高药品质量、减少同质化竞争、淘汰僵尸文号、鼓励新药开发等。一致性评价将继续淘汰一批资金、研发和营销实力弱的中小医药企业。

华人健康主营医药代理，合作的上游厂商数量与经营状况、代理商品的品规种类数量、代理商品的批文稀缺性、代理商品的竞争力等都成为影响公司代理业务收入的重要因素。

④2017 年，国内零售连锁药店数量首次超过单体药店数量，零售药店连锁化率超过 50.00%；截至 2021 年 6 月末，全国药品零售连锁企业已达 6,619 家、下辖门店 329,646 家，零售单体药店 249,364 家，零售药店门店总数达到 579,010 家，连锁化率达 56.93%。尽管相比 2013 年 36.01%的连锁化率有较大幅度的提升，但与发达国家的医药零售市场相比，我国医药零售行业的连锁化率仍处于较低水平，行业整合与药店连锁化仍有待提高。一方面，同行业上市公司运用资本市场优势展开并购重组和规模扩张，呈现强者愈强的行业态势；另一方面，随着新零售得到资本的青睐，跨界资本开始收购连锁药店并进行规模整合，行业内竞争日趋激烈。

报告期内公司新增门店数量分别为 66 家、164 家和 109 家，零售门店覆盖省内 13 个地级市以及江苏省南京市、河南省郑州市，公司已成为安徽省门店数

量最多的零售连锁企业。门店数量的多少是影响公司零售业务收入的最直接因素。

⑤公司开拓客户获取订单的能力是影响收入水平的重要因素。公司代理业务与终端集采业务的客户主要为零售药店，客户数量多、分布散，全国各地区均有销售覆盖，单一客户销售占比低。这一定程度上对公司开拓市场并获取订单的能力提出更高要求。

（2）未来公司收入增长具有较好的持续性

在政策方面，随着我国医药领域各项政策的落实，药品批发流通环节将发生重大调整与整合，医药流通行业渠道将逐步下沉，向终端客户聚焦，拥有终端资源的大型医药零售连锁企业将更具竞争优势，医药生产企业的销售资源投入将向医药零售终端倾斜，推动医药零售终端销售及服务收入的提升。

在市场需求方面，随着国内经济增长和结构调整，人们生活水平不断提高，大健康理念持续增强，全社会医药健康服务需求将不断增长，特别是人口老龄化程度日益加深，将促使药品流通市场规模进一步扩大。因此，预计未来行业总体发展仍将呈现稳步增长的态势。

在代理产品方面，发行人与代理生产厂商已建立长期、稳定的合作关系，公司持续加大上游合作深度与广度，不断增加代理品规数量与质量，持续根据商品销售变化趋势、消费习惯及认知度，优化商品结构，保证商品体系的正常运转。

在零售门店扩张方面，发行人本着“深耕合肥、布局全省、辐射周边”的发展策略，继续推动门店扩张计划。本次公开发行计划运用募集资金在安徽省、江苏省、河南省等新设门店 648 家。在保持稳健门店扩张的同时，发行人未来将通过精细化管理着力提升已有门店的运营效率和经营质量。

在客户营销方面，公司发展多年，目前拥有涵盖 26 个省市地区的全国性营销网络，覆盖了超过 3,000 家连锁企业，形成了“总部管理+省区经理+地区经理”的营销体系。未来公司将继续打造高素质营销团队，提升下游营销力度，增强获取订单能力，并积极向单体药店或小型连锁药店推介全品类一站式配送的商业模式，重点在终端集采领域着重发力。

综上所述，我国医药政策支持和下游市场旺盛需求为发行人未来收入持续增长提供了良好的外部环境，公司通过加大上游生产厂商合作的深度与广度，继续保持零售门店稳健扩张步伐并注重提升运营效率；打造高素质营销团队，提升下游营销力度和增强获取订单能力并重点在终端集采领域发力等措施，不断增强公司收入增长的可持续性。

2、影响成本的主要因素

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司营业成本分别为 94,570.17 万元、123,075.64 万元以及 152,325.71 万元，公司主营业务成本的变动趋势与主营业务收入相匹配。

报告期内，公司营业成本主要为商品采购成本。产业链上游的中药材、原料药、辅料、包装材料等原材料一直受到诸如宏观经济、货币政策、环保管理、自然灾害等多种因素影响，可能出现供给受限或价格大幅波动。随着仿制药质量与疗效一致性评价逐步落地、药品审评审批制度持续改革等一系列政策和法规相继全面实施，国内医药工业企业面临着严峻的成本上涨压力，进而传导给公司。

3、影响期间费用的主要因素

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司期间费用占营业收入的比例分别为 32.14%、29.42%和 30.48%。报告期内，公司期间费用金额较大的包括员工薪酬、长期待摊费用摊销、零售门店房租及物业费、市场推广费等。

报告期内，公司销售、管理人员人数与人均薪酬均呈增长趋势，各期薪酬总额不断增加。为进一步提升市场占有率，积极向外扩张门店导致房租及物业费上涨较快，尤其是 2021 年起执行新租赁准则，造成当年房租及物业费金额增长较多；此外每年还产生金额较大的门店收购转让费摊销金额。另一方面，公司着力提升营销中心市场覆盖力度，加大市场开拓力度，市场推广费维持在一定水平。

随着代理业务新产品、新市场的开拓、零售门店的持续增加、终端集采业务的发展壮大，公司整体业务规模预计保持稳步增长，对未来期间费用的整体规模带来一定影响。

4、报告期内收入与净利润变动的匹配性

报告期内，发行人收入与净利润的变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额/数额	增幅	金额/数额	增幅	金额/数额
营业收入	233,870.22	21.12%	193,091.04	26.84%	152,236.29
净利润	6,973.25	-21.52%	8,885.91	66.57%	5,334.70
净利润率	2.98%	-1.62%	4.60%	1.10%	3.50%

报告期内，得益于各项业务的发展，发行人营业收入分别为 152,236.29 万元、193,091.04 万元和 233,870.22 万元，同比增速分别为 26.84%和 21.12%，增长较快。同时，发行人各期净利润分别为 5,334.70 万元、8,885.91 万元和 6,973.25 万元，同比增长率分别为 66.57%、-21.52%。

2021 年度，受新租赁准则、省外子公司亏损等多种因素影响，净利润较去年同期有所下降，具体如下：

①2021 年度公司执行新租赁准则，从单个租赁合同来看，公司在整个合同期内的租赁费用将呈现前高后低的趋势。因执行新租赁准则，公司 2021 年度利润表中房租及物业费以及租赁利息增长较多，影响净利润 970.67 万元。

②发行人以安徽市场为核心，同时向江苏省、河南省等经济人口大省进行延伸。2021 年度，江苏国胜、河南国胜因新店筹备过渡期的因素，形成亏损 582.43 万元。

③为积极构建多元化健康服务生态圈、承接医院分流出的药事诊疗服务需求，报告期内发行人设立了 3 家门诊。2021 年全国多地疫情反复，防疫政策常态化，应合肥当地疫情防控要求，门诊的诊疗业务受到较大影响，导致门诊业务当年亏损 373.28 万元。

④按照以往惯例，每年 7 月左右，各地调整社保缴费基数并于当月开始适用新基数。2021 年 12 月，合肥医保局提高社保缴费基数，并要求按照最新基数标准补缴全年，此项影响税后净利润 261.73 万元。

⑤其他非量化因素，如全国疫情防控期间，“一退两抗”药品销售低迷，对公司业务产生一定负面影响。

从净利润率来看，报告期各期发行人净利润率分别为 3.50%、4.60%和 2.98%，2020 年上升、2021 年下滑。报告期内，影响发行人营业收入与净利润匹配性的主要因素为综合毛利率和期间费用率的波动。具体分析如下：

（1）综合毛利率逐年略有下降

报告期内，发行人综合毛利率分别为 37.88%、36.26%以及 34.87%，2019 年至 2021 年降幅分别为 1.62%和 1.39%。近年来，因仿制药质量与疗效一致性评价逐步落地、药品审评审批制度持续改革相继实施等原因，国内医药工业企业普遍上调出厂价格，以及发行人低毛利率终端集采业务板块收入占比上升、2020 年起实施新收入准则将运输费用计入成本、加大促销力度、线上业务发展较快等多种因素，导致公司综合毛利率逐年略有下降。

（2）2019 年至 2020 年期间费用率下降，且下降幅度大于综合毛利率下降幅度；2021 年，因新租赁准则及电商佣金服务费的影响，期间费用率上升较多

报告期内，公司的期间费用占营业收入比例的变化情况如下表：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	55,663.98	23.80%	43,963.42	22.77%	37,660.15	24.74%
管理费用	13,144.88	5.62%	12,093.03	6.26%	10,484.42	6.89%
研发费用	49.88	0.02%	20.19	0.01%	-	-
财务费用	2,416.61	1.03%	726.29	0.38%	782.61	0.51%
合计	**71,275.34**	**30.48%**	**56,802.93**	**29.42%**	**48,927.18**	**32.14%**

2019 年、2020 年和 2021 年，公司期间费用占营业收入的比例分别为 32.14%、29.42%和 30.48%，变动幅度分别为-2.72%、1.06%。

2020 年，费用率下降幅度大于当年综合毛利率下降幅度，主要由于销售费用率和管理费用率下降引起；2021 年，由于执行新租赁准则，销售费用中的房租费用以及财务费用中的租赁利息增长较快，导致期间费用率上升较多。具体分析如下：

①销售费用率

公司销售费用主要包括工资薪酬、房租及物业费、促销及市场推广费等。

A.2020 年度较 2019 年度

报告期内，销售人员工资薪酬金额分别为 19,740.73 万元、23,888.16 万元以及 29,569.20 万元，房租及物业费金额分别为 10,377.07 万元、12,929.99 万元以及 16,096.78 万元；员工人数、门店数量的增加使得上述金额随之逐年上升。上述费用占收入的比例分别从 2019 年度的 12.97%、6.82%降至 2020 年度 12.37%、6.70%。主要原因包括：a.2020 年因新冠疫情原因，政府对员工缴纳社保和承租国有资产类经营用房实施减免政策；b.公司整体规模经济效应使得占比下降。

另一方面，在发行人全国性营销网络基本成型后，下游客户的合作逐渐稳定，新品推广更具效率和成本性，使得销售费用中促销及市场推广费金额维持在 2,000 万元左右且略有下降，该部分占收入的比例从 2019 年度的 1.39%降至 2020 年度的 1.00%。

此外，因执行新收入准则，发行人将销售活动相关的运输费用计入主营业务成本，涉及金额 1,539.68 万元，影响当年销售费用率 0.80%。

B.2021 年度较 2020 年度

2021 年，销售人员薪酬的金额增长较快，另外受新租赁准则的影响，房租及物业费上升亦较快，此外，因公司零售业务 O2O、B2C 电商业务发展迅速，相应的平台服务费用（即佣金扣点费）大幅上升，共同导致 2021 年度销售费用率较上一年度上升。

上述因素综合影响，使得 2019 年至 2020 年发行人销售费用率下降较快，2021 年销售费用率有所上升。

②管理费用率

公司管理费用主要为工资薪酬以及门店资产收购形成的长期待摊费用摊销。报告期内，公司管理费用中的工资薪酬分别为 4,005.78 万元、5,399.92 万元以及 6,273.48 万元，金额逐年上升，和收入增幅基本匹配，使得工资薪酬占比基本稳定。

2017 年起，公司通过并购的方式快速扩张零售网络。对于资产收购门店转让费计入长期待摊费用，按 5 年摊销。历史上发行人采用资产收购形式收购了 165 家门店，导致每年摊销金额较大。报告期内，因零售业务门店资产收购产生的长期待摊费用分别为 4,017.97 万元、4,092.19 万元以及 4,096.81 万元。由于发行人整体收入上升较快，规模效应使得管理费用中长期待摊费用占收入的比例从 2019 年度的 2.66%逐年下降至 2021 年度的 1.82%。

上述因素综合影响，使得报告期内发行人管理费用率下降较快。

③财务费用率

报告期内，发行人财务费用分别为 782.61 万元、726.29 万元以及 2,416.61 万元，财务费用率分别为 0.51%、0.38%和 1.03%。2019 年至 2020 年，公司财务费用主要为利息支出、担保费、手续费，2021 年执行新租赁准则形成 1,922.74 万元租赁利息在财务费用中核算，导致 2021 年财务费用率上升较快。

综上所述，影响发行人营业收入与净利润匹配性的主要因素为综合毛利率和期间费用率的波动。2019 年至 2020 年期间发行人销售费用率和管理费用率下降较多，且下降幅度大于综合毛利率下降幅度，导致发行人净利润率上升；2021 年，发行人综合毛利率仍然下降，但同时受电商佣金服务费、新租赁准则房租费用及租赁利息等综合影响，导致期间费用率上升，致使发行人净利润率有所下降；上述因素造成发行人报告期内营业收入与净利润增幅不匹配，符合发行人实际情况，不存在异常情形。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、营业收入反映公司业务规模的发展情况

作为医药流通企业，营业收入是衡量公司市场地位的最重要财务指标。2019 年、2020 年以及 2021 年，公司营业收入分别为 152,236.29 万元、193,091.04 万元以及 233,870.22 万元，复合增长率为 23.94%。报告期内，得益于代理业务上游合作与下游开拓的深入加强，以及自建与收购带来零售门店数量的增加，公司营业收入逐年快速增长，市场覆盖度增强，反映了各年度业务规模的发展情况。

2、剔除非经常性损益、门店收购转让费摊销金额及新租赁准则影响后的经营税后净利润反映公司主营业务的盈利情况

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润分别为 5,317.13 万元、8,515.75 万元以及 6,117.56 万元。2017 年至 2021 年末公司以资产收购的形式并购了 165 家门店，对于资产收购门店转让费，全部计入长期待摊费用，按 5 年摊销。与同行业可比上市公司相比，发行人将全部资产收购计入长期待摊费用的会计政策更加谨慎。历史上资产收购门店转让费绝大部分将在 2023 年摊销完毕。

2019 年至 2021 年，因零售业务门店资产收购产生的长期待摊费用分别为 4,017.97 万元、4,092.19 万元以及 4,096.81 万元。2021 年起，执行新租赁准则对零售企业财务报表的影响较大，若剔除上述摊销及租赁费用并考虑所得税的影响，最近三年发行人因开展主营业务形成的扣非后经营净利润分别为 8,667.09 万元、11,922.57 万元以及 10,327.69 万元，虽然 2021 年省外拓展及疫情管控一定程度上影响了公司经营业绩，但从整体来看公司主营业务运营及盈利能力较强。

3、门店数量反映公司零售业务的市场占有率和品牌知名度

公司零售业务板块贡献了 60%以上的营业收入，是影响公司业务规模的关键。同时，由于零售门店贴近老百姓生活，是公司品牌建设的重中之重。报告期内，公司坚持自建与收购并行的扩张策略，零售门店数量从报告期初的 541 家增至 2021 年 12 月 31 日的 880 家，成为安徽省内门店数量最多的连锁零售企业，市场占有率领先。目前“国胜大药房”在安徽省内拥有较高的品牌知名度，为下一阶段集团化战略发展提供了良好的市场环境。

4、业务多样性反映公司产业链渗透能力

围绕医药大健康行业，公司从医药代理业务起步，逐步进入连锁零售、终端集采领域。报告期内**零售业务与代理业务**发展相对均衡、业务协同，已经成为未来战略发展的基石，在此基础上发展而来的终端集采业务势头良好。

产业链上游的研发与生产、下游的医疗门诊、以及延伸出的医药科技等领域，都有广阔的发展前景。公司坚持主业不动摇，深耕医药产业链，稳健拓展

多元化业务，着力提升股东回报，增强抗风险能力。

四、分部信息

报告期内，营业收入的分部信息参见本节之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”的有关内容。

五、合并财务报表的编制基础、合并范围及变化情况

（一）财务报表编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则-基本准则》及具体会计准则、应用指南、解释以及其他相关规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

（二）持续经营

公司董事会相信公司拥有充足的营运资金，将能自财务报表批准日后不短于 12 个月的可预见未来期间内持续经营。因此，董事会继续以持续经营为基础编制公司截至 2021 年 12 月 31 日止的 2019 年度至 2021 年度报表。

（三）合并财务报表范围及变化

公司合并财务报表的合并范围包括本公司（母公司）及全部子公司。报告期内，纳入公司合并报表范围的子公司简要情况如下表所示：

序号	子（孙）公司名称	主要经营地	注册地	状态	持股比例	合并报表期间
1	安徽国胜	安徽省	安徽合肥	存续	100%	报告期
1-1	芜湖国胜	安徽芜湖、马鞍山	安徽芜湖	存续	100%	报告期
1-2	安庆国胜	安徽安庆	安徽安庆	存续	80%	2019 年 1 月至 2019 年 12 月
					100%	2020 年 1 月至 2021 年 12 月
1-3	亳州国胜	安徽亳州、阜阳	安徽亳州	存续	51%	2019 年 1 月至 2019 年 11 月
					80%	2019 年 12 月
					100%	2020 年 1 月至 2021 年 12 月
2	江苏国胜	江苏南京	江苏南京	存续	100%	2020 年 9 月至 2021 年 12 月

序号	子（孙）公司名称	主要经营地	注册地	状态	持股比例	合并报表期间
2-1	南京同和堂	江苏南京	江苏南京	存续	100%	2021 年 9 月至 2021 年 12 月
2-1-1	润心药房	江苏南京	江苏南京	存续	100%	2021 年 9 月至 2021 年 12 月
2-1-2	新声药房	江苏南京	江苏南京	存续	100%	2021 年 9 月至 2021 年 12 月
2-1-3	舟济药房	江苏南京	江苏南京	存续	100%	2021 年 9 月至 2021 年 12 月
2-1-4	尚和堂药房	江苏南京	江苏南京	存续	100%	2021 年 9 月至 2021 年 12 月
3	河南国胜	河南郑州	河南郑州	存续	100%	2021 年 3 月至 2021 年 12 月
4	汇达药业	安徽合肥	安徽合肥	存续	100%	2019 年 7 月至 2021 年 12 月
5	国胜科技	安徽合肥	安徽合肥	存续	100%	报告期
6	国胜医疗	安徽合肥	安徽合肥	存续	100%	报告期
6-1	安百苑门诊	安徽合肥	安徽合肥	存续	100%	2019 年 12 月至 2021 年 12 月
6-2	元兴门诊	安徽合肥	安徽合肥	存续	100%	2020 年 1 月至 2021 年 12 月
7	捷助科技	安徽合肥	安徽合肥	存续	70%	2020 年 1 月至 2021 年 12 月
8	克安舒医药	安徽合肥	安徽合肥	存续	100%	2021 年 11 月至 2021 年 12 月

六、主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日以及 2021 年 12 月 31 日的财务状况，以及 2019 年度、2020 年度以及 2021 年度的经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

以公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止作为一个会计年度。

（三）营业周期

本公司以 12 个月作为一个营业周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

以人民币为记账本位币。

（五）企业合并的会计处理方法

本公司将两个或者两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项确定为企业合并。

企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并两种类型。其会计处理如下：

1、同一控制下企业合并

（1）一次交易实现同一控制下企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方按照合并日在被合并方所有者权益在最终控制方合并报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本计量。合并方长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并方为进行企业合并发生的直接相关费用计入当期损益。

（2）多次交易分步实现同一控制下企业合并

通过多次交易分步实现同一控制下企业合并的，在母公司财务报表中，合并日时点按照新增后的持股比例计算被合并方所有者权益在最终控制方合并报表中的账面价值的份额作为该项投资的初始投资成本，初始投资成本与其原长期股权投资账面价值加上合并日取得进一步股权新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

在合并财务报表中，应视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时作为比较数据追溯调整的最早期间进行合并报表编制。对被合并方的有关资产、负债并入合并财务报表增加的净资产调整所有者权益项下“资本公积”项目。同时对合并方在取得被合并方控制权之前持有的股权投资与合并方和被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日起至合并日之间已经确认损益、其他综合收益部分冲减合并报表期初留存收益或当期损益，但被合并方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

2、非同一控制下企业合并

（1）一次交易实现非同一控制下企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。购买方为进行企业合并发生的各项直接相关费用计入当期损益。在合并合同中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，也计入合并成本。

非同一控制下企业合并中所取得的被购买方符合确认条件的可辨认资产、负债及或有负债，在购买日以公允价值计量。购买方对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。购买方对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

发行人对芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜、南京同和堂以及汇达药业实现了 100%控股，对上述公司均形成控制。根据企业会计准则要求，发行人在母公司报表层面对上述子公司按长期股权投资进行会计核算，在合并报表层面按照合并报表的要求进行合并抵销。

公司持有被收购对象多数股份，有效控制股东会，并通过委派董事或关键管理人员，对日常经营实施控制。公司自收购后至目前可以控制被收购对象。

（2）多次交易分步实现非同一控制下企业合并

通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，在母公司财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，应当在处置该项投资时将与其相关的其他综合收益转入当期投资收益，但被购买方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投

资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益的，与其相关的其他综合收益应当转为购买日所属当期投资收益。同时，购买日之前所持被购买方的股权于购买日的公允价值与购买日新购入股权所支付对价之和作为合并成本，合并成本与购买日中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉或合并当期损益。

（3）购买日的确定

名称	收购比例	购买日	购买日确定依据
芜湖国胜	100%	2017 年 4 月	已签定股权转让协议；已支付收购价款的主要部分并具备支付剩余价款的能力；重组被收购方董事会、管理层，控制被收购方的经营决策和财务管理
安庆国胜	80%	2018 年 10 月	已签定股权转让协议；已支付收购价款的主要部分并具备支付剩余价款的能力；重组被收购方董事会、管理层，控制被收购方的经营决策和财务管理
亳州国胜	51%	2018 年 12 月	已签定股权转让协议；已支付收购价款的主要部分并具备支付剩余价款的能力；重组被收购方董事会、管理层，控制被收购方的经营决策和财务管理
	29%	2019 年 12 月	2018 年 12 月双方签署一揽子收购协议，分步实施收购；已支付相应的转让价款
汇达药业	100%	2019 年 7 月	已签定股权转让协议；已支付收购价款的主要部分并具备支付剩余价款的能力；重组被收购方董事会、管理层，控制被收购方的经营决策和财务管理
南京同和堂	100%	2021 年 9 月	已签定股权转让协议；已支付收购价款的主要部分并具备支付剩余价款的能力；重组被收购方董事会、管理层，控制被收购方的经营决策和财务管理

发行人购买日的确定符合《企业会计准则》规定。

（4）购买日各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值及其确定依据

发行人收购芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜、汇达药业以及南京同和堂时，上述标的公司资产均为易于辨认及确认的资产，且无房产、土地等公允价值变动较大的资产，因此直接以资产账面价值作为可辨认净资产公允价值。芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜、汇达药业以及南京同和堂购买日的资产负债表如下：

①芜湖国胜 100%股权

单位：万元

项目	芜湖国胜大药房连锁有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
货币资金	183.25	183.25
应收账款	630.39	630.39
其他应收款	154.05	154.05
存货	411.14	411.14
其他流动资产	124.73	124.73
递延所得税资产	3.14	3.14
负债：		
短期借款	420.00	420.00
应付票据	177.00	177.00
应付账款	762.63	762.63
应付职工薪酬	0.08	0.08
应交税费	34.98	34.98
净资产	112.01	112.01
减：少数股东权益	-	-
取得的净资产	112.01	112.01

②安庆国胜 80%股权

单位：万元

项目	安庆国胜大药房连锁有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
其他应收款	1,000.00	1,000.00
净资产	1,000.00	1,000.00
减：少数股东权益	200.00	200.00
取得的净资产	800.00	800.00

③亳州国胜 80%股权

A. 2018 年 12 月收购 51%股权

单位：万元

项目	亳州国胜大药房连锁有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
货币资金	1,200.00	1,200.00
净资产	1,200.00	1,200.00
减：少数股东权益	588.00	588.00

项目	亳州国胜大药房连锁有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
取得的净资产	612.00	612.00

B. 2019 年 12 月收购 29%股权

2019 年 12 月，收购亳州国胜 29%股权，与 2018 年收购亳州国胜 51%股权为一揽子交易。公司以亳州国胜截至 2019 年 12 月 31 日经审计净资产账面价值的 29%作为第二次收购可辨认净资产的公允价值。

④汇达药业 100%股权

单位：万元

项目	安徽汇达药业有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
货币资金	100.00	100.00
净资产	100.00	100.00
减：少数股东权益	-	-
取得的净资产	100.00	100.00

⑤南京同和堂 100%股权

单位：万元

项目	南京同和堂大药房有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
货币资金	20.14	20.14
应收账款	170.53	170.53
预付账款	17.03	17.03
其他应收款	2,224.28	2,224.28
存货	236.55	236.55
其他流动资产	23.07	23.07
使用权资产	1,351.96	1,351.96
递延所得税资产	136.83	136.83
负债：		
应付账款	67.48	67.48
合同负债	8.00	8.00
应付职工薪酬	365.97	365.97
应交税费	9.41	9.41
其他应付款	2,130.83	2,130.83

项目	南京同和堂大药房有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
一年内到期的非流动负债	244.72	244.72
租赁负债	972.83	972.83
净资产	381.16	381.16
取得的净资产	381.16	381.16

（5）相关合并成本的分配情况、确认的商誉的依据

相关合并成本的分配情况、确认的商誉的依据如下：

单位：万元

项目	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜		汇达药业	南京同和堂
购买日合并成本 A	3,652.00	5,437.30	5,010.81	2,849.24	410.00	4,076.15
可辨认资产、负债的公允价值 B	112.01	1,000.00	1,200.00	1,464.70	100.00	381.16
收购比例 C	100%	80%	51%	29%	100%	100%
商誉 D=A-B*C	3,539.99	4,637.30	4,398.81	2,424.48	310.00	3,694.99

（六）合并财务报表的编制方法

本公司以控制为基础确定合并范围。将拥有实质性控制权的子公司、结构化主体以及可分割主体纳入合并财务报表范围。

本公司合并财务报表按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》及相关规定的要求编制，合并时抵销合并范围内的所有重大内部交易和往来。子公司的股东权益中不属于母公司所拥有的部分作为少数股东权益在合并财务报表中单独列示。

子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，在编制合并财务报表时，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并财务报表时，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其个别财务报表进行调整；对于同一控制下企业合并取得的子公司，视同该企业合并于合并当期的年初已经发生，从合并当期的年初起将其资产、负债、经营成果和现金流量纳入合并财务报表。

（七）现金及现金等价物的确定标准

本公司在编制现金流量表时所确定的现金，是指本公司库存现金以及可以

随时用于支付的存款。

本公司在编制现金流量表时所确定的现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（八）金融工具

金融工具，是指形成一个企业的金融资产，并形成其他单位的金融负债或权益工具的合同。

本公司的金融工具包括货币资金、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、除长期股权投资以外的股权投资、应收款项、应付款项、借款、应付债券及股本等。

（1）金融资产及金融负债的确认和初始计量

金融资产和金融负债在本公司成为相关金融工具合同条款的一方时，在资产负债表内确认。

除不具有重大融资成分的应收账款外，在初始确认时，金融资产及金融负债均以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。对于不具有重大融资成分的应收账款，本公司根据“收入”的会计政策确定的交易价格进行初始计量。

（2）金融资产的分类和后续计量

①金融资产的分类

本公司在初始确认时，根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分为三类：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

除非本公司改变管理金融资产的业务模式，在此情形下，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

A.本公司将同时符合下列条件金融资产，分类为以摊余成本计量的金融资产：

a.本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；

b.该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

B.本公司将同时符合下列条件的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：

a.本公司管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标；

b.该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

对于非交易性权益工具投资，本公司可在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

在初始确认时，如果能够消除或显著减少会计错配，本公司可以将本应以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

C.管理金融资产业务模式的评价依据

管理金融资产的业务模式，是指本公司如何管理金融资产以产生现金流量。

业务模式决定本公司所管理金融资产现金流量的来源是收取合同现金流量、出售金融资产还是两者兼有。本公司以客观事实为依据、以关键管理人员决定的对金融资产进行管理的特定业务目标为基础，确定管理金融资产的业务模式。

D.合同现金流量特征的评估

本公司对金融资产的合同现金流量特征进行评估，以确定相关金融资产在特定日期产生的合同现金流量是否仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。其中，本金是指金融资产在初始确认时的公允价值；利息包括对货币时间价值、与特定时期未偿付本金金额相关的信用风险、以及其他基本借贷风险、成本和利润的对价。此外，本公司对可能导致金融资产合同现金流量的时间分布或金额发生变更的合同条款进行评估，以确定其是否满足上述合同现金流量特征的要求。

②金融资产的后续计量

本公司对各类金融资产的后续计量为：

A.以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

B.以摊余成本计量的金融资产

初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

C.以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

a.以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资其公允价值与实际利率下账面价值形成的其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

b.以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。股利收入计入

损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（3）金融负债的分类和后续计量

本公司将金融负债分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、财务担保合同负债及以摊余成本计量的金融负债。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

该类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

初始确认后，对于该类金融负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，产生的利得或损失（包括利息费用）计入当期损益

②财务担保合同负债

财务担保合同指当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求本公司向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。

财务担保合同负债以按照依据金融工具的减值原则（参见金融资产减值）所确定的损失准备金额以及初始确认金额扣除累计摊销额后的余额孰高进行后续计量。

③以摊余成本计量的金融负债

初始确认后，采用实际利率法以摊余成本计量。

（4）金融资产及金融负债的指定

本公司为了消除或显著减少会计错配，将金融资产或金融负债指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益金融资产或金融负债。

（5）金融资产及金融负债的列报抵消

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

①本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

②本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

（6）金融资产和金融负债的终止确认

①满足下列条件之一时，本公司终止确认该金融资产：

A.收取该金融资产现金流量的合同权利终止；

B.该金融资产已转移，且本公司将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；

C.该金融资产已转移，本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未保留对该金融资产的控制。

②金融资产转移整体满足终止确认条件的，本公司将下列两项金额的差额计入当期损益：

A.被转移金融资产在终止确认日的账面价值；

B.因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

③金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，本公司终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（7）金融工具减值

①本公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：

A.以摊余成本计量的金融资产；

B.以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资；

C.非以公允价值计量且其变动计入当期损益的财务担保合同。

本公司持有的其他以公允价值计量的金融资产不适用预期信用损失模型，包括以公允价值计量且其变动计入当期损益的债券投资或权益工具投资、指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资、以及衍生金融资产。

②预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

A.对于应收款项：本公司对应收款项减值详见“应收款项”部分

B.除应收款项外，本公司对满足下列情形之一的金融工具按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备，对其他金融工具按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备：

a.该金融工具在资产负债表日只具有较低的信用风险；

b.该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

具有较低的信用风险：指金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

信用风险显著增加：指本公司通过比较单项金融工具或金融工具组合在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，据以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。本公司考虑的违约风险信息包括：

- 债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；如逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。
- 已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级（如有）的严重恶化；
- 已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；
- 现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，并将对债务人对本公司的还款能力产生重大不利影响。

上述违约风险的界定标准，与本公司内部针对相关金融工具的信用风险管理目标保持一致，同时考虑财务限制条款等其他定性指标。

C. 已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具的投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的迹象包括：

a.发行方或债务人发生重大财务困难；

b.债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；

c.本公司出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；

d.债务人很可能破产或进行其他财务重组；

e.发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失。

D. 预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资，在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

（8）金融资产的核销

本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。金融资产的核销通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

（9）金融负债和权益工具的区分及相关处理

① 金融负债和权益工具的区分

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质，结合金融负债和权益工具定义及相关条件，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。

权益工具，是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。在同时满足下列条件的情况下，本公司将发行的金融工具分类为权益工具：

A.该金融工具应当不包括交付现金或其他金融资产给其他方，或在潜在不利条件下与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务；

B.将来须用或可用企业自身权益工具结算该金融工具。如为非衍生工具，该金融工具应当不包括交付可变数量的自身权益工具进行结算的合同义务；如为衍生工具，企业只能通过以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产结算该金融工具。

本公司将符合金融负债定义，但同时具备规定特征的可回售工具，或仅在清算时才有义务向另一方按比例交付其净资产的金融工具划分为权益工具。

除上述之外的金融工具或其组成部分，分类为金融负债。

② 相关处理

本公司金融负债的确认和计量根据“金融资产及金融负债的确认和初始计量”和“金融负债的分类和后续计量”处理。本公司发行权益工具收到的对价扣除交易费用后，计入股东权益。回购本公司权益工具支付的对价和交易费用，减少股东权益。

本公司发行复合金融工具，包含金融负债和权益工具成分，初始计量时先确定金融负债成分的公允价值（包含非权益性嵌入衍生工具的公允价值），复合金融工具公允价值中扣除负债成分的公允价值差额部分，确认为权益工具的账面价值。

（九）应收款项

（1）单项金额重大并单项计提信用减值损失的应收款项

单独计提信用减值损失的理由	如有证据表明某单项应收款项的信用风险较大，则对该

	应收款项单独计提信用减值损失
信用减值损失的计提方法	单独进行减值测试，按照其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提信用减值损失

（2）按信用风险特征组合计提信用减值损失的应收款项

除单项计提信用减值损失的应收款项外，按信用风险特征的相似性和相关性对应收款项进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。各组合确定依据及信用减值损失计提方法如下：

确定组合的依据	
余额百分比法组合	用于正常经营的各类押金、备用金、保证金
账龄分析法组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征
内部款项组合	合并报表范围内的内部款项
按组合计提坏账准备的计提方法	
余额百分比法组合	按照余额的 5%计提坏账准备
账龄分析法组合	账龄分析法
内部款项组合	对于合并报表范围内的内部款项，没有证据表明其存在收回风险的，不计提信用减值损失

组合中，采用账龄分析法计提信用减值损失的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内（医保款）	0.50	N/A
1年以内（其他）	5.00	5.00
1-2年	10.00	10.00
2-3年	30.00	30.00
3-4年	50.00	50.00
4-5年	80.00	80.00
5年以上	100.00	100.00

（十）存货

1、存货的分类

存货分类为：库存商品、发出商品、周转材料等。

2、发出存货的计价方法

按移动加权平均法计价。商品采购成本的核算方法是按照移动加权平均的

计价方法对购入及发出的存货进行核算。发行人依赖信息系统进行存货的进、销、存进行日常管理，并由信息系统自动对存货成本核算及主营成本的结转。发行人以信息系统为核心，实现了信息系统、内控制度及财务系统的有效对接，能够保证对发行人零售业务成本进行真实、准确、完整的会计核算。

发行人成本核算方法及依据、存货的发出计价方式与同行业可比公司不存在重大差异，同行业可比公司具体情况如下：

同行业上市公司	会计政策
一品红	领用或者发出的存货，按加权平均法或个别计价法计价。
易明医药	存货发出时按加权平均法计价。
百洋医药	该公司存货管理系统 ECP 成本核算模块自动按照各产品每个规格每一批次的加权平均单位成本计算当月发出产品的成本，该公司财务部按照 ECP 计算的当月发出产品的成本按照权责发生制结转当月主营业务成本。
老百姓	该公司发出商品计价方法是先进先出法。
一心堂	该公司主营业务成本为商品采购成本，该公司发出商品计价方式是移动加权平均法，成本结转工作主要是由 SAP 系统自动完成。
益丰药房	该公司主营业务成本为商品采购成本，该公司发出商品计价方式是移动加权平均法，成本结转工作主要是由 SAP 系统自动完成。
大参林	存货发出计价方式是移动加权平均法。成本结转工作主要是由 Oracle 系统或者时空系统自动完成。
健之佳	该公司发出商品计价方式是移动加权平均法，JBI 系统中成本核算通过“月结”模块功能实现，按商品进销存数据计算移动加权平均成本，生成“成本月结表”。
漱玉平民	该公司发出商品计价方式是移动加权平均法，成本核算及结转是由 SAP 系统根据该公司各项成本管理制度及流程的设置自动完成，系统中对商品成本进行单品成本核算。
达嘉维康	该公司发出存货采用月末一次加权平均法。
药易购	（1）存货发出时按加权平均法计价。 （2）运输装卸费在销售费用中进行核算。执行新收入准则后，该公司将运杂费从销售费用调整至主营业务成本。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备计提方法

（1）一般原则

以库存商品的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

对于数量繁多、单价较低的库存商品，按照库存商品类别计提存货跌价准备；与在同一地区销售的其他库存商品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，则合并计提存货跌价准备。

（2）具体原则

针对公司库存商品种类繁多、单价相对较低及周转较快的特点，公司依据期末库存商品有效期及其近效期情况，计提存货跌价准备，其中近效商品按期末价值计提 70%，过期商品按期末价值计提 100%。近效商品与过期商品划分的标准具体如下：

①距失效期 6 个月为近效商品；

②超过有效期的商品为过期商品；

③距失效期 30 天内的商品，按过期商品处理。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、周转材料的摊销方法

采用一次转销法进行摊销。

（十一）长期股权投资

1、初始投资成本确定

（1）对于企业合并取得的长期股权投资，如为同一控制下的企业合并，应当按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确认为初始成本；非同一控制下的企业合并，应当按购买日确定的合并成本确认为初始成本；

（2）以支付现金取得的长期股权投资，初始投资成本为实际支付的购买价款；

（3）以发行权益性证券取得的长期股权投资，初始投资成本为发行权益性证券的公允价值；

（4）非货币性资产交换取得或债务重组取得的，初始投资成本根据准则相关规定确定。

2、后续计量及损益确认方法

长期股权投资后续计量分别采用权益法或成本法。采用权益法核算的长期股权投资，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，并调整长期股权投资。当宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，应当调整长期股权投资及所有者权益项目。

采用成本法核算的长期股权投资，除追加或收回投资外，账面价值一般不变。当宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，确认投资收益。

长期股权投资具有共同控制、重大影响的采用权益法核算，具有控制的采用成本法核算。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的判断标准

（1）确定对被投资单位具有共同控制的判断标准：两个或多个合营方按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。

（2）确定对被投资单位具有重大影响的判断标准：当持有被投资单位 20%以上至 50%的表决权股份时，具有重大影响。或虽不足 20%，但符合下列条件之一时，具有重大影响：

① 在被投资单位的董事会或类似的权力机构中派有代表；

② 参与被投资单位的政策制定过程；

③ 向被投资单位派出管理人员；

④ 被投资单位依赖投资公司的技术或技术资料；

⑤ 其他能足以证明对被投资单位具有重大影响的情形。

（十二）固定资产

1、固定资产确认条件

（1）本公司固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有

的、使用寿命超过一个会计年度的有形资产。在同时满足下列条件时才能确认固定资产：

① 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业。

② 该固定资产的成本能够可靠地计量。

（2）固定资产的初始计量固定资产按照成本进行初始计量。

① 外购固定资产的成本，包括购买价款、相关税费、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除按照《企业会计准则第 17 号——借款费用》可予以资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

② 自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

③ 投资者投入固定资产的成本，按照投资合同或协议约定的价值确定，但合同或协议约定价值不公允的除外。

④ 非货币性资产交换、债务重组、企业合并和融资租赁取得的固定资产的成本，分别按照《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》、《企业会计准则第 12 号——债务重组》、《企业会计准则第 20 号——企业合并》、《企业会计准则第 21 号——租赁》的有关规定确定。

2、折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率	年折旧率
房屋建筑物	年限平均法	30	5.00%	3.17%
机器设备	年限平均法	10	5.00%	9.50%
运输设备	年限平均法	5	5.00%	19.00%
电子设备	年限平均法	3	5.00%	31.67%
办公设备及其他	年限平均法	5	5.00%	19.00%

（1）折旧方法及使用寿命、预计净残值率和年折旧率的确定：本公司固定资产采用平均年限法按分类折旧率计提固定资产折旧，有关固定资产分类及其

估计的折旧年限和年折旧率如下（预计净残值率为固定资产原价的 5%）：已计提减值准备的固定资产折旧计提方法：已计提减值准备的固定资产，按该项固定资产的原价扣除预计净残值、已提折旧及减值准备后的金额和剩余使用寿命，计提折旧。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工决算的固定资产，按照估计价值确定其成本，并计提折旧；待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不需要调整原已计提的折旧额。

（2）对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法的复核：本公司至少于每年年度终了时，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如果发现固定资产使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值的预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值；与固定资产有关的经济利益预期实现方式有重大改变的，改变固定资产折旧方法。固定资产使用寿命、预计净残值和折旧方法的改变作为会计估计变更处理。

（十三）在建工程

1、在建工程的类别

本公司在建工程分为自营方式建造和出包方式建造两种。

2、在建工程结转固定资产的标准和时点

本公司在建工程在工程完工达到预定可使用状态时，结转固定资产。预定可使用状态的判断标准，应符合下列情况之一：

① 固定资产的实体建造（包括安装）工作已经全部完成或实质上已经全部完成；

② 已经试生产或试运行，并且其结果表明资产能够正常运行或能够稳定地生产出合格产品，或者试运行结果表明其能够正常运转或营业；

③ 该项建造的固定资产上的支出金额很少或者几乎不再发生；

④ 所购建的固定资产已经达到设计或合同要求，或与设计或合同要求基本相符。

（十四）无形资产

1、无形资产的计价方法、使用寿命及摊销方法

无形资产包括土地使用权、软件、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项目	预计使用寿命（年）	依据
土地使用权	40-50	按土地证记载使用年限
软件	5-10	按使用年限
商标	5-10	按估计使用年限

2、内部研究开发支出的会计政策

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：(1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；(2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；(3) 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；(4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（十五）长期资产减值

本公司长期资产主要指长期股权投资、固定资产、在建工程、无形资产、商誉等资产。

1、长期资产减值测试方法

资产负债表日，本公司对长期资产检查是否存在可能发生减值的迹象，当存在减值迹象时应进行减值测试确认其可收回金额，按账面价值与可收回金额孰低计提减值准备。

可收回金额按照长期资产的公允价值减去处置费用后的净额与长期资产预计未来现金流量的现值之间孰高确定。长期资产的公允价值净额是根据公平交易中销售协议价格减去可直接归属于该长期资产处置费用的金额确定。

本公司在确定公允价值时优先考虑销售协议价格，其次如不存在销售协议价格但存在资产活跃市场或同行业类似资产交易价格，按照市场价格确定；如按照上述规定仍然无法可靠估计长期资产的公允价值，以长期资产预计未来现金流量的现值作为其可收回金额。

本公司在确定长期资产预计未来现金流量现值时：① 其现金流量分别根据资产持续使用过程中以及最终处置时预计未来现金流量进行测算，主要依据公司管理层批准的财务预算或预测数据，以及预测期之后年份的合理增长率为基础进行最佳估计确定。预计未来现金流量充分考虑历史经验数据及外部环境因素的变化等确定。② 其折现率根据资产负债日与预测期间相同的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定。

2、长期资产减值的会计处理方法

本公司对长期资产可收回金额低于其账面价值的，应当将长期资产账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应长期资产的减值准备。相应减值资产折旧或摊销费用在未来期间作相应调整。减值损失一经计提，在以后会计期间不再转回。

3、商誉的减值测试方法及会计处理方法

（1）商誉的减值测试方法及会计处理方法

本公司每年年末对商誉进行减值测试，具体测试方法如下：

① 先对不包含商誉的资产组或资产组组合进行减值测试，确认可收回金额，按资产组或资产组组合账面价值与可收回金额孰低计提减值损失；

② 再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，确认其可收回金额，按包括分摊商誉的资产组或资产组组合账面价值与可收回金额孰低部分，首先抵减分摊至资产组或资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各

项资产的账面价值。

商誉减值会计处理方法：根据商誉减值测试结果，对各项资产账面价值的抵减，应当作为各单项资产包括商誉的减值损失处理，计入当期损益。抵减后各项资产账面价值不得低于该资产公允价值净额、该资产预计未来现金流量现值和零三者之中最高者。未能分摊的减值损失在资产组或资产组组合中其他各项资产的账面价值所占比重进行分配。

（2）报告期内，发行人商誉减值测试的具体过程

①报告期内，资产组经营情况良好，无明显减值迹象

大型医药连锁企业具有集中采购议价能力、物流配送、整体经营效率的优势，因此在收购时，主要是看中被收购方在当地的市场占有率、成熟度，具体量化就是收入规模。因此按照行业惯例，医药连锁企业作为标的资产时，通常以市销率（PS）作为定价方式，营业收入为衡量医药连锁企业经营情况最重要的指标。

报告期内，从收入角度来看，发行人收购的门店资产组经营情况良好，无明显减值迹象。

②公司每年对资产组进行减值测试，各假设参数具有合理性

公司对于企业合并所形成的商誉，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。公司对于商誉减值测试的方法为将包含全部商誉在内的资产组或者资产组组合账面价值与可收回金额进行比较，以确定资产组（包括商誉）是否发生了减值。可收回金额是运用收益法测算的预计未来现金流量的现值。

公司管理层在评估资产组可收回金额时涉及的关键假设包括收入增长率、毛利率、税金及费用以及折现率，具体如下：

A.收入增长率的预测

针对芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜，营业收入主要来源于各门店的药品及医疗器械等销售收入和服务费收入。考虑过门店覆盖人数、地理位置等因素后，销售增长率根据店均年坪效历史数据、店面面积及店均年坪效增长率确定。

针对汇达药业，主营业务收入考虑宏观环境、行业分析以及汇达药业自身的优劣势的分析，并结合各终端客户的发展规划确定。

基于上述预测逻辑，报告期内，各被收购资产组预测期内收入增长率情况符合行业发展现状，不存在异常，具体如下：

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
芜湖国胜	2021-12-31	/	/	4.44%	4.49%	3.12%	2.30%	1.39%
	2020-12-31	/	16.15%	9.03%	5.24%	3.25%	1.76%	/
	2019-12-31	20.81%	10.25%	7.55%	5.05%	3.28%	/	/
安庆国胜	2021-12-31	/	/	12.21%	9.24%	6.48%	3.65%	1.64%
	2020-12-31	/	21.61%	13.95%	9.17%	5.61%	3.30%	/
	2019-12-31	25.76%	18.97%	10.88%	6.35%	4.17%	/	/
亳州国胜	2021-12-31	/	/	19.84%	15.87%	10.74%	5.98%	2.87%
	2020-12-31	/	25.20%	15.36%	10.06%	5.70%	2.40%	/
	2019-12-31	30.19%	15.81%	9.64%	5.97%	3.21%	/	/
汇达药业	2021-12-31	/	/	8.48%	6.51%	4.51%	2.27%	1.15%
	2020-12-31	/	5.18%	3.70%	2.83%	2.77%	0.93%	/

注：南京同和堂于 2021 年 9 月被收购，截至 2021 年 12 月 31 日，未出现减值迹象，下同。

B.毛利率的预测

未来五年毛利率的测算主要根据以前年度平均毛利率进行测算。基于上述预测逻辑，报告期内，各被收购资产组预测期内毛利率基本稳定，不存在异常，具体如下：

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
芜湖国胜	2021-12-31	/	/	35.44%	35.39%	35.34%	35.31%	35.29%
	2020-12-31	/	34.08%	34.02%	33.99%	33.99%	34.00%	/
	2019-12-31	31.05%	31.09%	31.11%	31.12%	31.12%	/	/
安庆国胜	2021-12-31	/	/	35.48%	35.50%	34.81%	34.40%	34.12%
	2020-12-31	/	34.47%	34.50%	34.51%	34.52%	34.53%	/
	2019-12-31	33.98%	34.01%	34.02%	34.03%	34.04%	/	/
亳州国胜	2021-12-31	/	/	34.53%	34.42%	34.35%	34.33%	34.32%
	2020-12-31	/	33.64%	35.21%	35.12%	35.08%	35.07%	/
	2019-12-31	35.52%	35.63%	35.70%	35.73%	35.75%	/	/

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
汇达药业	2021-12-31	/	/	2.85%	2.88%	2.92%	2.94%	2.95%
	2020-12-31	/	5.03%	5.24%	5.29%	5.29%	5.32%	/

C.税金及附加和期间费用的预测

在假设国家税收政策不变的情况下，公司进行了包括城建税、教育费附加、印花税、水利基金等的税金及附加预测，按照现行实际执行的税率对税费进行测算。发行人对历史年度各项费用进行了分析，剔除偶然性项目，根据历史年度各项费用占营业收入的比例、增长规律等进行预测。

基于上述预测逻辑，报告期内，各被收购资产组预测期内税金及费用率基本稳定，不存在异常，具体如下：

a.税费

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
芜湖国胜	2021-12-31	/	/	0.31%	0.26%	0.25%	0.25%	0.24%
	2020-12-31	/	0.38%	0.38%	0.38%	0.38%	0.38%	/
	2019-12-31	0.36%	0.36%	0.36%	0.36%	0.36%	/	/
安庆国胜	2021-12-31	/	/	0.28%	0.23%	0.23%	0.22%	0.20%
	2020-12-31	/	0.44%	0.44%	0.44%	0.44%	0.44%	/
	2019-12-31	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%	/	/
亳州国胜	2021-12-31	/	/	0.29%	0.24%	0.24%	0.24%	0.23%
	2020-12-31	/	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%	0.46%	/
	2019-12-31	0.35%	0.35%	0.35%	0.35%	0.35%	/	/
汇达药业	2021-12-31	/	/	0.13%	0.13%	0.13%	0.13%	0.13%
	2020-12-31	/	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%	0.12%	/

b.期间费率

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
芜湖国胜	2021-12-31	/	/	28.94%	28.18%	27.77%	27.64%	27.57%
	2020-12-31	/	28.09%	26.94%	26.08%	25.75%	25.86%	/
	2019-12-31	23.63%	22.07%	21.07%	20.53%	20.35%	/	/
安庆国胜	2021-12-31	/	/	27.53%	25.98%	24.82%	24.22%	24.02%
	2020-12-31	/	27.10%	24.30%	22.73%	21.97%	21.70%	/

标的公司	评估时点	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
	2019-12-31	25.12%	21.69%	20.10%	19.41%	19.11%	/	/
亳州国胜	2021-12-31	/	/	28.86%	25.58%	23.57%	22.54%	22.21%
	2020-12-31	/	27.95%	25.09%	23.45%	22.67%	22.57%	/
	2019-12-31	27.48%	24.38%	22.83%	22.12%	21.94%	/	/
汇达药业	2021-12-31	/	/	2.25%	2.18%	2.15%	2.14%	2.14%
	2020-12-31	/	3.36%	3.31%	3.28%	3.26%	3.28%	/

D.折现率的选取

折现率采用 WACC 模型确定。报告期内，各被收购资产组减值测试的折现率不存在异常，具体如下：

评估时点	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜	汇达药业
2021-12-31	12.69%	12.69%	12.69%	11.27%
2020-12-31	13.53%	13.53%	13.53%	12.56%
2019-12-31	14.16%	14.16%	14.16%	/

③商誉减值计算过程

A．2021 年度商誉减值计算过程

单位：万元

项目	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜	汇达药业
商誉账面余额①	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
商誉减值准备余额②	-	-	-	-
商誉的账面价值③=①-②	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	-	1,159.32	1,705.82	-
包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值⑤=④+③	3,539.99	5,796.62	8,529.10	310.00
资产组的账面价值⑥	6,019.87	1,098.94	1,351.21	3,901.17
包含整体商誉的资产组账面价值⑦=⑤+⑥	9,559.86	6,895.56	9,880.31	4,211.17
资产组预计未来现金流量的现金⑧	11,900.00	7,680.00	11,100.00	5,960.00

B．2020 年度商誉减值计算过程

单位：万元

项目	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜	汇达药业

项目	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜	汇达药业
商誉账面余额①	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
商誉减值准备余额②	-	-	-	-
商誉的账面价值③=①-②	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	-	1,159.32	1,705.82	-
包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值⑤=④+③	3,539.99	5,796.62	8,529.10	310.00
资产组的账面价值⑥	6,862.79	1,046.94	1,267.55	1,673.15
包含整体商誉的资产组账面价值⑦=⑤+⑥	10,402.78	6,843.56	9,796.65	1,983.15
资产组预计未来现金流量的现金⑧	11,300.00	7,100.00	10,100.00	4,840.00

C.2019 年度商誉减值计算过程：

单位：万元

项目	芜湖国胜	安庆国胜	亳州国胜	汇达药业
商誉账面余额①	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
商誉减值准备余额②	-	-	-	-
商誉的账面价值③=①-②	3,539.99	4,637.30	6,823.28	310.00
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	-	1,159.32	1,705.82	-
包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值⑤=④+③	3,539.99	5,796.62	8,529.10	310.00
资产组的账面价值⑥	8,125.41	879.70	1,060.91	1,428.98
包含整体商誉的资产组账面价值⑦=⑤+⑥	11,665.40	6,676.32	9,590.01	1,738.98
资产组预计未来现金流量的现金⑧	13,524.00	7,478.00	10,206.00	2,180.00

报告期各期末，相关资产组在评估基准日的预计未来现金流量现值高于包含整体商誉的资产组账面价值，无需计提商誉减值准备。

综上所述，报告期内，形成商誉的资产组经营情况良好，无明显减值迹象。报告期各期末，发行人进行了减值测试，各假设参数合理，经测算，芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜、汇达药业以及南京同和堂均无需计提商誉减值准备，不存在商誉应计提减值未计提的情形。

（十六）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

1、租入营业用房装修费用，按 5 年平均摊销，摊销期内平均摊销，如摊销期内不再租赁，剩余金额一次性计入当期损益。

2、租入营业用房发生的承租转让费，按 5 年平均摊销，如 5 年内不能续租，剩余金额一次性计入当期损益。

3、对于资产收购形式进行的门店转让费，按 5 年平均摊销，如 5 年内出售或关停该部分收购的门店，剩余金额一次性计入当期损益。

同行业上市公司关于长期待摊费用的会计处理具体如下：

公司	摊销内容	摊销期限
一品红	经营租入固定资产改良支出等	实际受益期限内
百洋医药	包括已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费用	费用项目的受益期限内
老百姓	包括经营租入固定资产改良、承租费用及其他等。股权收购与资产收购均未计入长期待摊费用	预计受益期间内
一心堂	长期待摊费用包括房租、装修费及收购同一主体的转让价款总额（不含商品款）小于 1,000 万元且收购门店数量小于等于 10 家的资产收购所产生的门店铺面转让费等	项目受益期内，其中租入营业用房装修费用，按 5 年平均摊销，租入营业用房发生的铺面转让费，按 10 年平均摊销
益丰药房	包括装修费及少部分不构成业务的资产收购产生的门店转让费等	受益期或规定的期限内
大参林	包括装修费及少部分不构成业务的资产收购产生的门店转让费等	受益期或规定的期限内
健之佳	包括装修费、货架、门店使用权转让费、非重大或重要的资产收购（除商品外预期收购交易额可能低于 300 万元的收购项）产生的收购门店及经营性资产的转让费	受益期内，其中装修费摊销年限为 5 年；货架摊销年限为 10 年；门店使用转让费摊销年限为 5 年；收购门店及经营性资产的转让费摊销年限为 5 年
漱玉平民	长期待摊费用包括预付长期租赁费用、装修费及转让价款总额（不含商品款）不高于 1,000 万元，或收购门店数量不超过 20 家的，或年销售额不高于 5,000 万元且综合规模在当地（地级市）市场排名三名以外的资产收购产生的门店转让费等	受益期或规定的期限内，其中不满足商誉条件的门店收购转让费，按照 5 年期限摊销

公司	摊销内容	摊销期限
达嘉维康	长期待摊费用主要为门店、医院装修费用	在受益期或规定的期限内分期平均摊销
药易购	包括办公楼装修费用、仓库装修费用、其他长期待摊费用	在受益期内平均摊销，装修费摊销年限为 5 年

注：易明医药基本不存在长期待摊费用，仅 2018 年末为 11.24 万元。

公司将资产收购形成的门店转让费全部计入长期待摊费用，长期待摊费用的会计政策与同行业上市公司相比更为谨慎。发行人会计处理时，铺面转让费、装修费、门店转让费均通过长期待摊费用核算。长期待摊费用开始摊销的时点系门店装修完成投入使用时，或者资产收购门店形成的门店转让费在完成交割时。发行人根据长期待摊费用的受益期，并参照同行业上市公司，将长期摊销费用在 5 年内进行平均摊销，摊销金额按照受益对象计入销售费用和管理费用。

报告期内发行人长期待摊费用占营业收入的比重明显高于同行业可比公司，具体如下表所示：

单位：万元

名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	长期待摊费用-摊销	占营业收入比例	长期待摊费用-摊销	占营业收入比例	长期待摊费用-摊销	占营业收入比例
一品红	1,094.76	0.50%	84.33	0.05%	4.72	0.00%
百洋医药	1,201.27	0.17%	321.13	0.05%	395.26	0.08%
老百姓	11,488.06	0.73%	13,367.25	0.96%	10,229.09	0.88%
一心堂	12,940.54	0.89%	15,964.92	1.26%	17,347.86	1.66%
益丰药房	11,718.77	0.76%	9,731.59	0.74%	9,576.29	0.93%
大参林	20,120.16	1.20%	16,903.19	1.16%	14,979.48	1.34%
健之佳	6,364.73	1.22%	4,148.57	0.93%	3,633.23	1.03%
漱玉平民	3,943.63	0.74%	3,889.52	0.84%	4,371.68	1.26%
达嘉维康	332.51	0.13%	151.06	0.06%	104.54	0.04%
药易购	217.83	0.06%	139.72	0.05%	109.39	0.05%
平均值	6,942.23	0.64%	6,470.13	0.61%	6,075.15	0.73%
发行人	5,567.86	2.38%	5,027.95	2.60%	4,579.32	3.01%

注：同行业可比公司的数据来源于其披露的招股说明书、年度报告等公开资料。

综上，公司长期待摊费用的会计处理符合《企业会计准则》的规定，摊销时点准确、摊销期限合理，与同行业可比公司相比更为谨慎。

（十七）职工薪酬

1、职工薪酬分类

本公司将为获取职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿确定为职工薪酬。

本公司对职工薪酬按照性质或支付期间分类为短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、职工薪酬会计处理方法

（1）短期薪酬会计处理：在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）离职后福利会计处理：根据本公司与职工就离职后福利达成的协议、制定章程或办法等，将是否承担进一步支付义务的离职福利计划分类为设定提存计划或设定受益计划两种类型。

① 设定提存计划按照向独立的基金缴存固定费用确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本；

② 设定受益计划采用预期累计福利单位法进行会计处理。具体为：本公司将根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务折合为离职时点的终值；之后归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

（3）辞退福利会计处理：满足辞退福利义务时将解除劳动关系给予的补偿一次计入当期损益。

（4）其他长期职工福利会计处理：根据职工薪酬的性质参照上述会计处理原则进行处理。

（十八）预计负债

1、预计负债的确认标准

当与或有事项相关的义务是公司承担的现时义务，且履行该义务很可能导致经济利益流出，同时其金额能够可靠地计量时确认该义务为预计负债。

2、预计负债的计量方法

按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，如所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；如涉及多个项目，按照各种可能结果及相关概率计算确定最佳估计数。

资产负债表日应当对预计负债账面价值进行复核，有确凿证据表明该账面价值不能真实反映当前最佳估计数，应当按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

（十九）股份支付

公司的股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。公司的股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

1、以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。公司以限制性股票进行股份支付的，职工出资认购股票，股票在达到解锁条件并解锁前不得上市流通或转让；如果最终股权激励计划规定的解锁条件未能达到，则公司按照事先约定的价格回购股票。公司取得职工认购限制性股票支付的款项时，按照取得的认股款确认股本和资本公积（股本溢价），同时就回购义务全额确认一项负债并确认库存股。在等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的可行权职工人数变动、 是否达到规定业绩条件等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。但授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

对于最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用，除非行权条件是市场条件或非可行权条件，此时无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有可行权条件中的非市场条件，即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。 职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

2、以现金结算的股份支付及权益工具

以授予后立即可行权的，在授予日以承担负债的公允价值计入成本或费用，相应增加负债；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内以对可行权情况的最佳估计为基础，按照承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，增加相应负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（二十）收入

1、适用于 2020 年度及以后

（1）收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；

②客户能够控制公司履约过程中在建商品或服务；

③公司履约过程中所产出的商品或服务具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：

①公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；

②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；

③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；

④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；

⑤客户已接受该商品；

⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

（2）收入的计量

①公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

②合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

③合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

④合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义

务。

（3）收入确认的具体方法

①医药代理业务

A.定价方式

报告期内，发行人代理业务通常为市场定价。公司综合考虑生产厂商知名度、文号稀缺性、产品竞争力、下游需求量、竞争产品定价、不同渠道定价等因素，分析代理品规价格体系（发行人采购代理价、自身利润空间、生产厂商建议零售指导价），发行人制定了代理品规的连锁供货基础价格，在此基础上，各省区、地区客户经理在公司总部批准和授权前提下，可根据服务客户的资质、采购规模、合作历史等因素给予不同客户一定的上下浮动空间。

B.结算方式

根据客户资质、信誉及合作历史的不同，公司与主要客户的结算政策分为两种：第一、公司通常授予客户一定信用账期（一般为 30-60 天），客户在账期内结算货款；第二、要求客户现款发货，客户支付相应的货款后，公司再安排发货。

C.收入确认相关的会计核算过程

公司代理业务客户主要为医药连锁企业，公司在与零售终端签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货或收到客户签收发货单且无异议后，购买方取得商品控制权时确认收入。

具体会计分录如下：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费-增值税-销项税；同时结转成本：借：主营业务成本，贷：库存商品。

D.退换货

a.退换货流程

在允许范围内，客户有要求退货时，由片区经理提出退货申请，经总部初步审查后客服人员负责跟踪药品，仓库收到退货商品后，经质量验收后方可入库并进行相应财务结算。

b.退换货相关条款

公司医药代理业务退换货相关条款通常为：A.如产品出现质量问题，需经过药品权威机构检验。B.因产品破损要求退、换货，需在货物从发货之日起 15 个工作日内提出申请。C.由客户或其他方面管理不善导致的损失由客户自行承担。

c.退换货会计处理

发生退换货时，公司收到客户退换货之后，根据产品对应的销售金额开具红字发票，冲减当期营业收入；同时根据产品对应的销售成本，冲减当期营业成本，并按冲减的营业成本金额转入库存商品。公司退换货会计处理符合《企业会计准则》要求，相关会计分录如下：

公司退货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。

公司换货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。后实现换货后，再做入当期营业收入并结转成本，分录为：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额）；借：主营业务成本，贷：库存商品。

d.退换货运费承担主体、是否存在纠纷和潜在纠纷

退换货运费通常由公司承担。截至本招股说明书签署日，发行人与主要客户之间不存在因退换货问题产生的纠纷和潜在纠纷。

②零售业务

A.定价方式

报告期内，发行人零售业务通常为市场定价。公司建立了多层次的定价策略体系。公司基于采购价及合理利润水平，结合目标竞争对手定价、市场总体价格水平等因素，制定线下或线上商品零售价格，并根据市场情况进行调整。同时，公司也会定期或不定期开展多样化营销活动，在特定品类方面给予顾客

价格优惠，以提高公司品牌知名度、顾客服务满意度及忠诚度。

B.结算方式

发行人经营模式为医药连锁零售，客户主要面对个人消费者，结算的方式为现金、医保卡、银联卡及第三方支付平台。结算对象分别为个人消费者、各地医保机构、银联公司及第三方支付平台公司。

C.收入确认相关的会计核算过程

a、线下门店的收入确认：零售业务系公司通过所属的各零售门店进行现款销售（含银行卡、第三方支付）或医保刷卡销售，以将商品销售给零售客户。公司在收到现金、第三方支付平台付款或者办理完成银行卡、医保卡等刷卡手续后，打印收银单据；商品离开柜台，购买方取得商品控制权时确认收入。

b、电商平台的收入确认：公司通过天猫、京东、拼多多等电商平台开设线上旗舰店向消费者销售商品。终端消费者直接通过电商平台下达订单、向第三方支付平台或电商平台支付货款，公司发货给购买方，购买方取得商品控制权时确认收入。

具体会计分录如下：借：应收账款/库存现金/银行存款，贷：主营业务收入、应交税费-增值税-销项税；同时结转成本：借：主营业务成本，贷：库存商品。

D.退换货

a.退换货流程

门店退换货：门店收到顾客退换的商品，在系统里查询到原出账单据，进行单据退账处理。

线上退换货：顾客提起售后申请，提起退换货申请，公司审核后同意退换货的，顾客将原商品寄回。公司收到商品核验无误后，对原出账单据进行冲销，退回顾客商品款。

b.退换货相关条款

根据《药品经营质量管理规范》第一百七十三条规定：除药品质量原因外，药品一经售出，不得退换。故公司零售业务原则上不同意退换货，但基于

医药连锁零售的行业特点，为提升顾客满意度，消费者购买的商品在符合 GSP 药品经营质量管理规范及公司制定的《连锁门店药品退货管理制度》的情况下，也可申请退货，目前公司一般允许的退货情况包括质量问题、顾客拍错商品且不影响二次销售、快递运输途中包装破损等。

c.退换货会计处理

发生退换货时，公司编制红字零售单，根据产品对应的销售金额冲减当期营业收入；同时根据产品对应的销售成本，冲减当期营业成本，并按冲减的营业成本金额转入库存商品。公司退换货会计处理符合《企业会计准则》要求，相关会计分录如下：

公司退货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。

公司换货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。后实现换货后，再做入当期营业收入并结转成本，分录为：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费—应交增值税（销项税额）；借：主营业务成本，贷：库存商品。

d.退换货运费承担主体、是否存在纠纷和潜在纠纷

零售业务退换货的运费，根据“谁过错，谁承担”的原则处理，但公司与消费者协商一致的除外；若商品存在质量问题，则运费由公司承担。截至本招股说明书签署日，发行人与客户之间不存在因退换货问题产生的重大纠纷和潜在纠纷。

③终端集采业务

A.定价方式

报告期内，发行人终端集采业务通常为市场定价。发行人采用随行就市与成本加成相结合的定价策略，根据不同采购渠道确定相应的定价策略，以保证公司的业务竞争力。

B.结算方式

根据客户资质、信誉及合作历史的不同，公司通常授予主要客户一定信用账期（一般为 45-60 天），客户在账期内结算货款。

C.收入确认相关的会计核算过程

终端集采业务客户主要为单体药店、小型连锁等零售终端，公司在与购买方签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货且无异议后，购买方取得商品控制权时确认收入。

具体会计分录如下：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费-增值税-销项税；同时结转成本：借：主营业务成本，贷：库存商品。

D.退换货

a.退换货流程

在允许范围内，客户有要求退货时，由客户在系统上提出退货申请，经营运部和采购部审批后方能办理；仓库收到退货商品后，经质量验收后方可入库并进行相应财务结算。

b.退换货相关条款

公司终端集采业务退换货相关条款通常为：如商品出现质量问题，经双方确认后公司承诺无条件退换货并承担由此造成的损失，但商品属客户人为损坏的，则由损坏方负责自行承担全部经济损失。

c.退换货会计处理

发生退换货时，公司收到客户退换货之后，根据产品对应的销售金额开具红字发票，冲减当期营业收入；同时根据产品对应的销售成本，冲减当期营业成本，并按冲减的营业成本金额转入库存商品。公司退换货会计处理符合《企业会计准则》要求，相关会计分录如下：

公司退货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费——应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。

公司换货会计处理：

借：主营业务收入、应交税费——应交增值税（销项税额），贷：应收账款；借：库存商品，贷：主营业务成本。后实现换货后，再做入当期营业收入并结转成本，分录为：借：应收账款，贷：主营业务收入、应交税费——应交增值税（销项税额）；借：主营业务成本，贷：库存商品。

d.退换货运费承担主体、是否存在纠纷和潜在纠纷

退换货运费通常由公司承担。截至本招股说明书签署日，发行人与主要客户之间不存在因退换货问题产生的纠纷和潜在纠纷。

④推广、陈列与促销服务收入

A.定价方式

医药零售连锁企业收取促销、陈列与咨询服务费属于行业惯例。公司根据为其产品促销活动所提供场地、人员、道具及其他成本，同时结合推广促销活动效果，经双方确认无误后，发行人向供应商收取相应的服务费。

B.结算方式

双方定期（按月、按季度、按活动等）就公司提供服务的结果和结算金额进行对账确认，经供应商审核后，双方达成共识，发行人开具发票，供应商按照确认无误后的金额支付服务费。每年或半年结束后，双方签署市场推广项目结算清单或品牌共建确认函，对上一报告期内双方已经实际发生的服务费用再次进行整体确认，定价公允。

C.收入确认相关的会计核算过程

公司所提供劳务主要系为供应商提供商品推广、陈列、促销等服务，公司服务收入确认方法为：发行人向供应商提供的增值服务经双方结算确认无误后，公司服务收入于已实际收到款项时或基本能够确定款项可以收到时确认收入。

具体会计分录如下：借：应收账款，贷：其他业务收入、应交税费-增值税

-销项税。根据财务核算重要性原则，公司不单独核算宣传推广陈列等服务成本。

⑤信息服务

公司提供的医药科技领域内的计算机科技服务、技术服务、信息服务、技术开发等服务的收入确认方法为：与购买方签订相关技术服务或开发协议后，根据购买方服务需求，完成相应服务，经购买方验收确认后确认收入。

⑥积分计划

A.会员积分的具体方案

公司制定了积分管理制度，以明确会员积分奖励计划的实行。顾客成为会员后，凭会员卡到门店购物消费，公司根据顾客的消费金额按设定，顾客每在连锁药店购物 10 元就可以积分 1 分比率换算为会员积分，顾客可利用累计会员奖励积分在下次消费时抵用。积分兑换券从兑换当日起计算，当月内即可使用，年底清零，当月办理的会员卡积分不清零。公司通过业务管理系统对客户会员积分进行管理，客户在门店等渠道下单并完成交易，订单系统自动将订单信息传送至积分系统，积分系统根据订单信息和积分规则生成或减少积分。

积分可参与兑换现金使用券及赠品，兑换标准会随着市场的发展和客户需求的变化做不定期的调整和优化。

B. 会计处理方式

本公司实施会员积分奖励计划，顾客成为会员后，凭会员卡到门店购物消费，公司会根据购物金额取得相应的会员积分，顾客可利用累计消费奖励积分满足规定要求后兑换礼品。授予顾客的积分奖励作为销售交易的一部分。销售取得的货款或应收货款在商品销售的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分后确认为收入，奖励积分的公允价值确认为合同负债。奖励积分确认的合同负债以授予顾客的积分为基准，并根据本公司已公布的积分使用方法和积分的预期兑付率后，按公允价值确认。

在顾客兑换奖励积分时，将原计入合同负债的与所使用的会员奖励积分公

允价值确认为收入。

具体会计处理为：

a.顾客购买商品时

将销售取得的货款或应收货款在商品销售产生的收入与奖励积分之间进行分配

借：应收账款/库存现金/银行存款等科目

贷：主营业务收入等科目

递延收益（或合同负债）-未兑换销售积分

b.顾客兑换销售积分时或积分失效时

借：递延收益（或合同负债）-未兑换销售收入

贷：主营业务收入

C.报告期内递延收益余额变动与积分变动相匹配

计入递延收益或合同负债的会员积分金额主要根据积分的公允价值及预期兑换率计算。其中积分公允价值参考年度平均兑换商品价值确定，预期兑换率乃根据历史经验及对未来的预测而估计。

报告期各期末积分与递延收益余额的勾稽关系如下：

单位：万分、万元

年度	期末积分 A	兑换市值率 B	预期兑换率 C	积分公允价值 D=A*B*C	扣除税额 D/(1+税率)	递延收益余额
2021 年度	1,429.83	9.62%	68.83%	94.64	83.75	83.75
2020 年度	1,366.98	5.18%	79.77%	56.51	50.01	50.01
2019 年度	1,390.74	4.01%	85.46%	47.66	41.10	51.00

2019 年度期末积分计算出来的积分公允价值与递延收益余额相差 9.9 万元，原因系收购药房积分兑换并入导致，具有合理性。综上，报告期内，发行人各期递延收益变动与积分变动具有匹配性。

⑦收入确认时点与退换货期限不存在明显差异，收入确认时点谨慎

各项业务报告期各期的退换货与跨期退换货情况如下表所示：

单位：万元

年度	项目	业务模式		
		代理业务	零售业务	终端集采业务
2021 年度	退换货金额	1,825.37	273.91	311.65
	跨期退换货金额	126.39	36.90	13.99
	营业收入	58,831.05	155,924.07	12,105.88
	退换货率	3.10%	0.18%	2.57%
	跨期退换货率	0.21%	0.02%	0.12%
2020 年度	退换货金额	1,353.31	367.79	220.78
	跨期退换货金额	289.52	20.54	69.02
	营业收入	52,175.87	129,222.19	7,116.08
	退换货率	2.59%	0.28%	3.10%
	跨期退换货率	0.55%	0.02%	0.97%
2019 年度	退换货金额	652.26	229.86	2.88
	跨期退换货金额	419.50	13.02	64.35
	营业收入	43,894.93	103,354.66	722.81
	退换货率	1.49%	0.22%	0.40%
	跨期退换货率	0.96%	0.01%	8.90%

代理与终端集采业务 2020 年度、2021 年度退换货比例有所上升，主要原因是因疫情原因，安徽省等多个省份对涉及“一退二抗”商品的销售进行管制，客户在与公司协商的基础上退回了较多药品。报告期内，发行人各业务退换货不存在异常情形。

报告期内公司跨期退换货金额较小，跨期退换货金额占收入的比例相对较低，收入确认时点与退换货期限不存在明显差异，收入确认时点谨慎。

2、适用于 2019 年度

（1）收入确认原则

①销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：A、将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；B、公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；C、收入的金额能够可靠地计量；D、相关的经济利益很可能流入；E、相关的已发生或将发生的成本能够可

靠地计量。

②提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。

提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

③让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

（2）收入确认的具体方法

①医药代理业务

公司代理业务客户主要为医药连锁企业，公司在与零售终端签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货或收到客户签收发货单且无异议后，确认药品所有权上的主要风险和报酬转移，确认销售收入的实现。

②零售业务

A、线下门店的收入确认：零售业务系公司通过所属的各零售门店进行现款销售（含银行卡、第三方支付）或医保刷卡销售，以将商品销售给零售客户。公司在收到现金、第三方支付平台付款或者办理完成银行卡、医保卡等刷卡手续后，打印收银单据；商品离开柜台，购买方取得商品控制权，确认药品

所有权上的主要风险和报酬转移，确认销售收入的实现。

B、电商平台的收入确认：公司通过天猫、京东、拼多多等电商平台开设线上旗舰店向消费者销售商品。终端消费者直接通过电商平台下达订单、向第三方支付平台或电商平台支付货款，公司发货给购买方，购买方取得商品控制权，确认药品所有权上的主要风险和报酬转移，确认销售收入的实现。

③终端集采业务

终端集采业务客户主要为单体药店、小型连锁等零售终端，公司在与购买方签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货且无异议后，确认药品所有权上的主要风险和报酬转移，确认销售收入的实现。

④推广、陈列与促销服务收入

公司所提供劳务主要系为供应商提供商品推广、陈列、促销等服务，公司服务收入确认方法为：发行人向供应商提供的增值服务经双方结算确认无误后，公司服务收入于已实际收到款项时或基本能够确定款项可以收到时确认收入。

⑤积分计划

本公司实施会员积分奖励计划，顾客成为会员后，凭会员卡到门店购物消费，公司会根据购物金额取得相应的会员积分，顾客可利用累计消费奖励积分满足规定要求后兑换礼品。授予顾客的积分奖励作为销售交易的一部分。销售取得的货款或应收货款在商品销售的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分后确认为收入，奖励积分的公允价值确认为递延收益。奖励积分确认的递延收益以授予顾客的积分为基准，并根据本公司已公布的积分使用方法和积分的预期兑付率后，按公允价值确认。

在顾客兑换奖励积分时，将原计入递延收益的与所使用的会员奖励积分公允价值确认为收入。

（二十一）政府补助

1、政府补助类型

政府补助为本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，包括税费返还、财政补贴等。

政府补助主要包括与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助两种类型。

2、政府补助的会计处理方法

政府补助在本公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

（1）与资产相关的政府补助的会计处理方法

本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，确认为与资产相关的政府补助。除与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。

对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，应当区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，应当整体归类为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，应当确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，应当在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

（2）与收益相关的政府补助的会计处理方法

与收益相关的政府补助，应当分情况按照以下规定进行会计处理：

① 用于补偿企业以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益；

② 用于补偿企业已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

（3）与本公司日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其

他收益。与本公司日常活动无关的政府补助，应当计入营业外收支。

（二十二）递延所得税资产和递延所得税负债

本公司递延所得税资产和递延所得税负债的确认：

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，确定该计税基础为其差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。如未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的，则减记递延所得税资产的账面价值。

3、对与子公司及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非本公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

（二十三）租赁

1、适用于 2021 年度及以后

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

（1）租赁合同的识别

在合同开始日，本公司评估合同是否为租赁或者包含租赁。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则该合同为租赁或者包含租赁。除非合同条款和条件发生变化，本公司不重新评估合同是否为租赁或者包含租赁。

为确定合同是否让渡了在一定期间内控制已识别资产使用的权利，本公司

进行如下评估：

①合同是否涉及已识别资产的使用。已识别资产可能由合同明确指定或在资产可供客户使用时隐性指定，并且该资产在物理上可区分，或者如果资产的某部分产能或其他部分在物理上不可区分但实质上代表了该资产的全部产能，从而使客户获得因使用该资产所产生的几乎全部经济利益。如果资产的供应方在整个使用期间拥有对该资产的实质性替换权，则该资产不属于已识别资产；

②承租人是否有权获得在使用期间内因使用已识别资产所产生的几乎全部经济利益；

③承租人是否有权在该使用期间主导已识别资产的使用。

（2）本公司作为承租人的会计处理

在租赁期开始日，除应用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，本公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

①短期租赁和低价值资产租赁

短期租赁是指不包含购买选择权且租赁期不超过 12 个月的租赁。低价值资产租赁是指单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁。

本公司对除上述以外的短期租赁和低价值资产租赁确认使用权资产和租赁负债。

②使用权资产

本公司对使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：

A.租赁负债的初始计量金额；

B.在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；

C.本公司发生的初始直接费用；

D.本公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本（不包括为生产存货而发生的成本）。

在租赁期开始日后，本公司采用成本模式对使用权资产进行后续计量。

能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，本公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，本公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。对计提了减值准备的使用权资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值参照上述原则计提折旧。

③租赁负债

本公司对租赁负债按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。在计算租赁付款额的现值时，本公司采用租赁内含利率作为折现率；无法确定租赁内含利率的，采用本公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额包括：

A.扣除租赁激励相关金额后的固定付款额及实质固定付款额；

B.取决于指数或比率的可变租赁付款额；

C.在本公司合理确定将行使该选择权的情况下，租赁付款额包括购买选择权的行权价格；

D.在租赁期反映出本公司将行使终止租赁选择权的情况下，租赁付款额包括行使终止租赁选择权需支付的款项；

E.根据本公司提供的担保余值预计应支付的款项。

本公司按照固定的折现率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益或相关资产成本。

未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额应当在实际发生时计入当期损益或相关资产成本。

④租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，承租人应当将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：

（1）该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；

（2）增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，承租人应当按照本准则第九条至第十二条的规定分摊变更后合同的对价，按照本准则第十五条的规定重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，承租人应当相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，承租人应当相应调整使用权资产的账面价值的现值重新计量租赁负债。

（3）本公司作为出租人的会计处理

①租赁的分类

本公司在租赁开始日将租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁是指实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。经营租赁是指除融资租赁以外的其他租赁。

发行人租赁为经营租赁。

本公司在租赁期内各个期间采用直线法或其他系统合理的方法，将经营租赁的租赁收款额确认为租金收入；发生的与经营租赁有关的初始直接费用资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益；取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。

②租赁变更

经营租赁发生变更的，出租人应当自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理，与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额应当视为新租赁的收款额。

2、适用于 2019 年度、2020 年度

发行人租赁为经营租赁。

（1）租入资产

经营租赁租入资产的租金费用在租赁期内按直线法确认为相关资产成本或费用。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（2）租出资产

经营租赁租出资产所产生的租金收入在租赁期内按直线法确认为收入。经营租赁租出资产发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十四）门店收购的会计处理

1、会计处理

公司根据收购方式、收购目的以及收购后的管理情况，并参考同行业案例，将门店收购类型归纳划分为两类：（1）股权收购；（2）资产收购。其中资产收购是以有偿方式取得收购标的全部或部分经营性资产的收购业务。

门店收购采用第一类股权收购的，按照非同一控制下企业合并进行会计处理，公司对转让价款大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。

门店收购采用第二类资产收购的，公司支付的门店转让价款，确认为长期待摊费用，并按照 5 年期限摊销。

2、会计处理的合理性

（1）被收购资产组的特点和目的

①股权收购的门店，在当地有相对完善的营运管理团队，门店数量较多，在区域市场中形成了一定的业务规模，有较大的品牌效应和影响力。同时，该部分门店资产组药品销售品类、人员素质、业务运营管理等方面相对完整，具备独立开展业务的能力。发行人主要是看重被收购方自身的业务规模、业务体系的完整性，其目的是为了获得被收购方原有的业务，并通过收购在短期内实现业务规模的快速扩张。

②资产收购的门店，普遍存在业务规模较小、品牌影响力较低，或者没有完善的管理团队，同时药品销售品类、人员素质、业务运营管理等方面与发行人差距较大，独立运营能力较差的情况。收购后发行人需要重新规划药品销售

品类、配备员工队伍、搭建运营管理体系。发行人的目的主要是看中被收购资产组中核心门店的地理位置或会员资源。发行人支付的交易对价主要是向原经营者购买其核心门店位置及经营权所支付的转让费用，上述资产不满足无形资产可辨认性的条件，不能确认为无形资产，因此将其确认为长期待摊费用。发行人同时参考同行业上市公司门店转让费摊销的年限，将长期待摊费用摊销期限确定为 5 年。

（2）收购后的管理

①股权收购是直接购买标的企业的股权，原来的管理团队基本上都保留，以子公司运营的方式负责原来的经营业务，原来的营业执照、经营许可证、租赁合同继续有效。各子公司作为独立法人，执行总部关于分子公司的各项管理制度和考核制度。

②资产收购是购买企业的资产，原来的管理团队基本退出标的资产的经营管理，发行人在原址开店、办理各项证照。发行人需要按照自己的标准重新建立运营管理体系和人力资源架构配置，资产收购整合过渡期后，发行人对收购门店的管理和考核与自身新设门店一致。

结合企业合并会计准则的规定，发行人的股权收购及资产收购从交易的形式上看，都是资产组的收购。但就业务实质而言，两类标准下的收购业务存在差异：

①股权收购构成业务

股权收购目的主要为收购原有的业务及其带来的预期收益，该类标准下的门店资产组构成业务，应按照企业合并会计准则处理，确认收购相关商誉；

②资产收购不构成业务

资产收购目的主要是核心门店的地理位置或医保定点资格，为快速进入区域市场而进行的战略性准备或对公司营销网络的完善和补充。交易对价主要是向原经营者购买其核心门店位置及经营权所支付的转让费用。因此，从业务实质上来讲，资产收购在初始确认时，将转让费用确认为长期待摊费用符合企业会计准则，并且更具谨慎性。

3、同行业可比上市公司的情况

公司名称	门店收购的会计政策
老百姓	未明确披露会计政策，从定期报告附注商誉、长期待摊明细表中看出，股权收购与资产收购均计入商誉。
一心堂	**计商誉：**股权收购，以及收购同一主体的转让价款总额（不含商品款）大于 1,000 万元或收购门店数量大于 10 家的资产收购。 **计长期待摊费用：**收购同一主体的转让价款总额（不含商品款）小于 1,000 万元且收购门店数量小于等于 10 家的资产收购。
益丰药房	未明确披露会计政策，从定期报告附注商誉、长期待摊明细表中看出，股权收购计商誉，大部分构成业务的资产收购计入商誉，其他少部分不构成业务的资产收购计入长期待摊费用。
大参林	未明确披露会计政策，从定期报告附注商誉、长期待摊明细表中看出，股权收购与大部分构成业务的资产收购均计入商誉，其他少部分不构成业务的资产收购计入长期待摊费用。
漱玉平民	**计商誉：**股权收购，以及转让价款总额（不含商品款）大于 1,000 万元且收购门店数量大于 20 家的，且年销售额大于 5,000 万元或者综合规模在当地（地级市）市场排名前三名的资产收购。 **计长期待摊费用：**不满足上述标准的资产收购。
健之佳	**计商誉：**股权收购，以及对重大或重要的资产收购（除商品外预期收购交易额可能超过 300 万元的收购项目）。 **计长期待摊费用：**非重大或重要的资产收购（除商品外预期收购交易额可能低于 300 万元的收购项）。

注：根据公开披露文件，达嘉维康未收购零售门店

综上，针对股权收购，行业内普遍确认为商誉。针对资产收购，行业内上市公司都会根据自身特点设置相应的标准，对于满足标准的门店资产组收购会计处理时确认为商誉；对于不满足标准的门店资产组收购，支付的门店转让费计入长期待摊费用。

发行人股权收购计商誉、资产收购全部计长期待摊的会计处理与同行业不存在重大差异，且与将全部或达到某标准的资产收购计入商誉的做法相比，发行人将全部资产收购计入长期待摊费用的会计政策更加谨慎。

4、收购门店形成的商誉或长期待摊费用情况

单位：万元

收购方式	科目	2021-12-31/ 2021 年度	2020-12-31 /2020 年度	2019-12-31 /2019 年度
股权收购	商誉期末余额	19,005.56	15,310.57	15,310.57
	商誉减值	-	-	-
资产收购	长期待摊费用余额	4,904.86	8,945.67	12,915.08
	每期摊销费用	4,096.81	4,092.19	4,017.97

关于商誉与长期待摊费用的具体构成，请参见本招股说明书本节之“十一、资产质量分析之（二）非流动资产的构成及变化情况分析”之“6、商誉”或“7、长期待摊费用”。

（二十五）重要会计政策和会计估计变更

1、重要会计政策变更

（1）执行新收入准则

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称新收入准则）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整 2020 年度期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

①执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：元

项目	资产负债表		
	2019 年 12 月 31 日	新收入准则调整影响	2020 年 1 月 1 日
预收款项	9,466,610.28	-9,466,610.28	-
合同负债	-	8,887,577.13	8,887,577.13
其他流动负债	-	1,089,079.06	1,089,079.06
递延收益	510,045.91	-510,045.91	-

②实施新收入准则对首次执行日前各年合并财务报表主要财务指标的影响

对 2020 年 1 月 1 日之前发生的合同变更，公司采用简化处理方法，对所有合同根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。采用该简化方法对公司财务报表无重大影响。

假定自申报财务报表期初（即 2019 年 1 月 1 日）开始全面执行新收入准则，对首次执行日前 2019 年度营业收入、归属于公司普通股股东的净利润，截至 2019 年末资产总额、归属于公司普通股股东的净资产均不产生影响。

（2）执行新租赁准则

①发行人主营业务涉及的租赁事项

财政部于 2018 年 12 月 7 日颁布了《关于修订印发<企业会计准则第 21 号——租赁>的通知》（财会[2018]35 号）（以下简称“新租赁准则”），公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对所有租入资产按照剩余租赁付款额现值（选择简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外）确认使用权资产及租赁负债，并分别确认折旧及未确认融资费用，影响当期损益。新租赁准则不调整可比期间信息，不会影响公司 2021 年年初留存收益，亦不影响公司现金流总额，但会同时增加公司资产、负债总额，使得公司资产负债率上升。从单个租赁合同来看，新租赁准则下，公司在整个合同期内的租赁费用将呈现前高后低的趋势。

公司全资子公司安徽国胜、江苏国胜、国胜医疗、河南国胜系发行人从事医药零售业务的经营主体，零售业务的经营门店、芜湖国胜使用的办公楼以及亳州国胜的仓库均为租赁房产。发行人使用的仓库用房为租赁房产。以上租赁房产自 2021 年 1 月 1 日期均适用新租赁准则。

全面执行新租赁准则对公司 2021 年财务报表净利润产生一定的负面影响，对此公司已在招股说明书“重大事项提示”进行风险提示。

②模拟测算

公司按照未来适用法执行新租赁准则。公司执行新租赁准则预计对公司 2021 年 1 月 1 日主要财务报表科目产生的影响具体如下：

单位：万元

影响情况	资产负债表科目	影响金额
新旧准则转换对于公司截至 2021 年 1 月 1 日资产负债表的影响额	使用权资产	47,825.08
	其他流动资产	-5,206.91
	一年内到期的非流动负债	11,463.34
	租赁负债	31,154.82

以截至 2021 年 12 月 31 日发行人全部 880 处租赁物业测算，公司执行新租赁准则预计对公司 2021 年度及未来年度净利润表产生的影响具体如下：

单位：万元

影响情况	所属年度	影响净利润金额
新旧准则转换对	2021 年度	-970.67

影响情况	所属年度	影响净利润金额
于公司相关年度净利润的影响额	2022 年度	-633.54
	2023 年度	-4.96
	2024 年度	402.56
	2025 年度	510.85
	2026 年度	366.64
	2027 年度	185.10
	2028 年度	92.34
	2029 年度	49.79
	2030 年度	1.88

根据模拟测算结果，2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则后，对于资产负债表，公司将确认使用权资产和租赁负债，资产总额和负债总额将有所增加，资产负债率有所增加；对于利润表，公司 2021 年、2022 年、2023 年租赁费用增加，净利润减少，2024 年-2030 年租赁费用减少，净利润增加。

除上述情形外，本期公司无重要的会计政策发生变更。

2、会计估计变更

报告期内公司无重大会计估计变更。

综上所述，发行人报告期内未发生会计估计变更，相关会计政策变更是根据当时财政部的通知或准则变更要求，符合企业会计准则及相关法规的规定，调整后的政策能够合理反映发行人的财务状况、经营成果，符合发行人经营实际，与同行业可比公司不存在重大差异。

七、非经常性损益情况

根据中天运出具的“中天运[2022]核字第 90037 号”《安徽华人健康医药股份有限公司非经常性损益审核报告》，报告期内，公司非经常性损益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益	16.52	17.83	2.42
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的	1,183.33	890.56	288.08

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助除外）			
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	65.97	58.96	119.28
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-99.16	-119.58	-106.43
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-14.02	-257.53	-350.65
税前非经常性损益合计	**1,152.64**	**590.24**	**-47.30**
减：非经常性损益的所得税影响数	297.42	213.76	76.09
税后非经常性损益	855.22	376.48	-123.39
减：归属于少数股东的税后非经常性损益	0.12	0.25	-1.07
归属于母公司股东的税后非经常性损益	**855.09**	**376.23**	**-122.33**
归属于母公司股东的净利润	**6,972.66**	**8,891.99**	**5,194.81**
扣除非经常损益后归属于母公司股东的净利润	**6,117.56**	**8,515.75**	**5,317.13**
归属于母公司股东的税后非经常性损益占比	**12.26%**	**4.23%**	**-2.35%**

2019 年度、2020 年度以及 2021 年度，公司扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润分别为 5,317.13 万元、8,515.75 万元和 6,117.56 万元；公司扣除所得税和少数股东损益影响额后的非经常性损益占当期归属于母公司所有者净利润的比重分别为-2.35%、4.23%和 12.26%。

报告期内，公司非经常性损益主要由政府补助、投资收益以及股份支付费用等构成。2021 年，发行人收到的政府补助金额较多，且受新租赁准则、省外新开门店亏损等因素综合影响，发行人当期净利润同比有所下滑；受此影响，公司 2021 年非经常性损益占净利润的比重略高于其他年度。

总体来看，报告期内，公司对非经常性损益不存在重大依赖。

八、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	一般纳税人：13%、9%、6%、3%、0%（2019 年 4 月 1 日至今）；16%、10%、6%、3%、0%（2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日）
城市维护建设税	实缴流转税税额	7%、5%
教育费附加	实缴流转税税额	3%
地方教育费附加	实缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%

不同纳税主体执行不同的企业所得税税率，具体情况如下：

纳税主体名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
安徽华人健康医药股份有限公司	25%	25%	25%
合肥国胜医疗管理有限公司	20%	20%	20%
安徽国胜医药科技有限公司	20%	20%	20%
安徽国胜大药房连锁有限公司	25%	25%	25%
安徽汇达药业有限公司	25%	25%	20%
合肥捷助医药科技有限公司	20%	20%	N/A
江苏国胜大药房连锁有限公司（原南京国胜大药房有限公司，2021 年 3 月 18 日更名，下同）	20%	20%	N/A
芜湖国胜大药房连锁有限公司	25%	25%	25%
安庆国胜大药房连锁有限公司	20%	20%	20%
亳州国胜大药房连锁有限公司	20%	20%	20%
合肥元兴综合门诊有限责任公司	20%	20%	N/A
合肥市安百苑综合门诊有限责任公司	20%	20%	N/A
河南国胜大药房有限公司	20%	N/A	N/A
安徽克安舒医药科技有限公司	25%	N/A	N/A
南京同和堂大药房有限公司	20%	N/A	N/A
南京润心药房有限公司	20%	N/A	N/A
南京新声大药房有限公司	20%	N/A	N/A
南京市舟济大药房有限公司	20%	N/A	N/A
南京尚和堂大药房有限公司	20%	N/A	N/A

（二）税收优惠政策及依据

1、所得税优惠

根据《财政部、国家税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2018〕77 号）自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，将小型微利企业的年应纳税所得额上限由 50 万元提高至 100 万元，对年应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据《财政部、税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

根据《财政部、税务总局关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部、税务总局公告 2021 年第 12 号）对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在《财政部、税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。即对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 12.5%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

2019 年度子公司合肥国胜医疗管理有限公司、安徽国胜医药科技有限公司、安庆国胜大药房连锁有限公司、亳州国胜大药房连锁有限公司、安徽汇达药业有限公司，2020 年度子公司合肥国胜医疗管理有限公司、安徽国胜医药科技有限公司、合肥捷助医药科技有限公司、南京国胜大药房有限公司、安庆国胜大药房连锁有限公司、亳州国胜大药房连锁有限公司、合肥元兴综合门诊有限责任公司、合肥市安百苑综合门诊有限责任公司，2021 年度子公司合肥国胜医疗管理有限公司、安徽国胜医药科技有限公司、合肥捷助医药科技有限公司、江苏国胜大药房连锁有限公司、安庆国胜大药房连锁有限公司、亳州国胜

大药房连锁有限公司、合肥元兴综合门诊有限责任公司、合肥市安百苑综合门诊有限责任公司、河南国胜大药房有限公司、南京同和堂大药房有限公司、南京尚和堂大药房有限公司、南京润心大药房有限公司、南京新声大药房有限公司、南京市舟济大药房有限公司，属于小微企业所得税优惠政策范围，享受相应的所得税优惠政策。

2、增值税优惠

根据《财政部、税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号），对月销售额 10 万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税。根据《财政部、税务总局关于明确增值税小规模纳税人免征增值税政策的公告》（财政部、税务总局公告 2021 年第 11 号），自 2021 年 4 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对月销售额 15 万元以下（含本数）的增值税小规模纳税人，免征增值税。报告期内，子公司安徽国胜医药科技有限公司、合肥捷助医药科技有限公司、河南国胜大药房连锁有限公司、南京同和堂大药房有限公司以及发行人部分门店在符合通知相关规定时，免征增值税。

根据财政部和国家税务总局《关于暂免征收部分小微企业增值税和营业税的通知》（财税〔2013〕52 号文）、《关于进一步支持小微企业增值税和营业税政策的通知》（财税〔2014〕71 号文）、《关于小微企业免征增值税和营业税有关问题的公告》（国家税务总局公告第 57 号）、《财政部税务总局关于支持个体工商户复工复业增值税政策的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 13 号）、《关于延长小规模纳税人减免增值税政策执行期限的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 24 号）规定，2020 年度，公司子公司安徽国胜医药科技有限公司、合肥捷助医药科技有限公司、子公司芜湖国胜大药房连锁有限公司部分门店为小规模纳税人，增值税减按 1%征收。

根据《财政部、税务总局关于延续实施应对疫情部分税费优惠政策的公告》（财政部、税务总局公告 2021 年第 7 号）规定，除湖北省外的增值税小规模纳税人，适用 3%征收率的应税销售收入，减按 1%征收率征收增值税。2021 年度，公司子公司安徽国胜医药科技有限公司、合肥捷助医药科技有限公司、河南国胜大药房连锁有限公司、江苏国胜大药房连锁有限公司、南京润心大药房有限公司、南京市舟济大药房有限公司、安徽国胜大药房连锁有限公司部分门

店、芜湖国胜大药房连锁有限公司部分门店、安庆国胜大药房连锁有限公司部分门店、亳州国胜大药房连锁有限公司部分门店、南京同和堂大药房有限公司部分门店为小规模纳税人，增值税减按 1%征收。

3、税收优惠对经营业绩的影响

报告期内，公司享受的税收优惠金额及占利润总额的比重如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
小微企业所得税优惠	163.11	125.74	86.45
小规模纳税人免征增值税	128.96	32.29	40.43
税收优惠合计金额	**292.07**	**158.03**	**126.88**
利润总额	**9,421.52**	**12,299.98**	**7,721.22**
税收优惠占利润总额的比重	**3.10%**	**1.28%**	**1.64%**

报告期内，公司享受的税收优惠金额分别为 126.88 万元、158.03 万元和 292.07 万元，占利润总额的比重分别为 1.64%、1.28%和 3.10%，占比较低，对发行人经营成果不构成重大影响，发行人对税收优惠不存在严重依赖。

九、主要财务指标

（一）主要财务指标

主要财务指标	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	1.26	1.62	1.34
速动比率（倍）	0.77	1.09	0.90
资产负债率（母公司）	19.36%	16.27%	19.65%
资产负债率（合并口径）	60.17%	44.41%	49.21%
主要财务指标	**2021 年度**	**2020 年度**	**2019 年度**
应收账款周转率（次）	8.85	9.85	10.56
存货周转率（次）	4.10	4.60	4.58
息税折旧摊销前利润（万元）	33,466.86	19,034.86	13,785.23
归属于发行人股东的净利润（万元）	6,972.66	8,891.99	5,194.81
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	6,117.56	8,515.75	5,317.13
利息保障倍数（倍）	4.92	19.08	12.20
研发投入占营业收入的比例	**0.02%**	**0.01%**	**-**

每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.41	0.09	0.77
每股净现金流量（元）	-0.01	0.06	0.02

注：指标计算公式如下：
流动比率=流动资产/流动负债；
速动比率=速动资产/流动负债=（流动资产-存货）/流动负债；
资产负债率=总负债/总资产；
应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额；
存货周转率=营业成本/存货平均余额；
息税折旧摊销前利润＝利润总额＋利息支出+担保费用+租赁利息＋固定资产折旧+使用权资产折旧＋无形资产摊销+长期待摊费用摊销；
归属于发行人股东的净利润＝归属于母公司股东的净利润；
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润＝归属于母公司股东的净利润－归属于母公司股东的税后非经常性损益；
利息保障倍数（倍）=（利润总额+利息支出+租赁利息）/（利息支出+租赁利息）；
每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额；
每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额。

（二）净资产收益率及每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，本公司加权平均净资产收益率及每股收益计算如下：

1、加权平均净资产收益率

报告期利润	加权平均净资产收益率		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于公司普通股股东的净利润	9.30%	15.13%	10.74%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	8.16%	14.49%	10.99%

2、每股收益

单位：元/股

报告期利润	基本每股收益			稀释每股收益		
	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于公司普通股股东的净利润	0.21	0.26	0.16	0.21	0.26	0.16
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.18	0.25	0.17	0.18	0.25	0.17

注：（1）加权平均净资产收益率=P0/(E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0－Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）基本每股收益=P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0－Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益=P1/(S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0－Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对 P1 和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。由于公司不存在稀释性潜在普通股，故稀释性每股收益的计算与基本每股收益的计算结果相同。

十、经营成果分析

（一）营业收入分析

1、营业收入的构成分析

报告期内，公司营业收入的构成情况如下表所示：

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
主营业务收入	**226,924.62**	**97.03%**	**188,566.86**	**97.66%**	**147,972.41**	**97.20%**
其中：代理	58,831.05	25.16%	52,175.87	27.02%	43,894.93	28.83%
零售	155,924.07	66.67%	129,222.19	66.92%	103,354.66	67.89%
终端集采	12,105.88	5.18%	7,116.08	3.69%	722.81	0.47%
信息服务	63.61	0.03%	52.72	0.03%	-	-
其他业务收入	**6,945.61**	**2.97%**	**4,524.18**	**2.34%**	**4,263.88**	**2.80%**
服务收入	5,598.72	2.39%	3,519.00	1.82%	3,384.90	2.22%
其中：代理	244.30	0.10%	193.01	0.10%	542.16	0.36%
零售	4,905.39	2.10%	3,261.97	1.69%	2,767.58	1.82%
终端集采	449.03	0.19%	64.02	0.03%	75.16	0.05%

转租收入	1,288.60	0.55%	999.72	0.52%	869.48	0.57%
其他	58.29	0.02%	5.47	0.00%	9.51	0.01%
合计	**233,870.22**	**100.00%**	**193,091.04**	**100.00%**	**152,236.29**	**100.00%**

报告期内，公司营业收入主要来源于主营业务，各期主营业务收入占营业收入的比重均超过 97%，公司主营业务突出，且持续增长。公司主营业务以医药**零售**、**代理**、终端集采三大块业务为主。报告期内，公司其他业务收入主要系为上游供应商提供商品宣传、推广、陈列等服务所获得的收入，以及少量房屋转租收入。

报告期内，公司营业收入金额分别为 152,236.29 万元、193,091.04 万元以及 233,870.22 万元，其中零售业务总收入（包括主营收入、服务收入与转租收入）分别为 106,991.72 万元、133,483.87 万元以及 162,118.06 万元，占营业收入的比例分别为 70.28%、69.13%以及 69.32%，是公司收入占比最高的业务类型；代理业务总收入（包括主营收入、服务收入）分别为 44,437.09 万元、52,368.88 万元以及 59,075.35 万元，占营业收入的比例分别为 29.19%、27.12%以及 25.26%。报告期内，**零售业务与代理业务**发展相对均衡。

2019 年下半年，公司成立全资子公司汇达药业，依托代理业务全国总代理的 502 个优势产品以及 880 家零售门店建立起的集中采购优势，专注于单体药店或小型连锁药店一站式配送。2019 年度、2020 年度以及 2021 年度，汇达药业终端集采业务收入（包括主营收入、服务收入）797.97 万元、7,180.10 万元以及 12,554.91 万元，占营业收入的比例从 2019 年度的 0.52%快速升至 2021 年度的 5.37%。

2、主营业务收入按区域分析

报告期内，公司主营业务收入分区域构成情况如下表所示：

单位：万元

主营业务收入	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、代理						
华东地区	16,023.83	27.24%	14,237.71	27.29%	12,039.60	27.43%
其中：安徽省	1,542.51	2.62%	2,341.56	4.49%	2,649.03	6.03%

主营业务收入	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
华南地区	3,933.52	6.69%	3,527.86	6.76%	2,761.36	6.29%
华中地区	8,693.62	14.78%	7,777.20	14.91%	6,569.11	14.97%
华北地区	6,661.12	11.32%	6,116.43	11.72%	5,330.55	12.14%
东北地区	10,443.46	17.75%	9,214.08	17.66%	8,051.37	18.34%
西北地区	4,448.85	7.56%	3,795.58	7.27%	2,962.60	6.75%
西南地区	8,626.64	14.66%	7,507.00	14.39%	6,180.33	14.08%
小计	**58,831.05**	**100.00%**	**52,175.87**	**100.00%**	**43,894.93**	**100.00%**
二、零售						
省内门店	**132,750.48**	**85.14%**	**118,835.13**	**91.96%**	**98,096.92**	**94.91%**
其中：合肥	85,661.06	54.94%	78,033.49	60.39%	63,501.82	61.44%
芜湖	16,088.37	10.32%	14,213.46	11.00%	12,719.75	12.31%
亳州	7,992.88	5.13%	7,434.06	5.75%	6,451.47	6.24%
安庆	6,480.00	4.16%	5,286.08	4.09%	4,558.76	4.41%
六安	7,291.95	4.68%	5,777.59	4.47%	4,399.26	4.26%
淮南	614.37	0.39%	562.81	0.44%	391.47	0.38%
宿州	279.89	0.18%	364.73	0.28%	264.19	0.26%
宣城	3,261.67	2.09%	3,133.49	2.42%	2,732.76	2.64%
淮北	2,906.02	1.86%	2,681.38	2.08%	1,996.29	1.93%
马鞍山	1,154.55	0.74%	1,213.21	0.94%	1,081.14	1.05%
蚌埠	629.77	0.40%	116.26	0.09%	-	-
阜阳	201.05	0.13%	18.57	0.01%	-	-
滁州	188.90	0.12%				
省外门店	1,916.98	1.23%	28.00	0.02%	-	-
其中：江苏南京	1,757.92	1.13%	28.00	0.02%	-	-
河南郑州	159.06	0.10%				
电商 B2C 平台	**21,256.60**	**13.63%**	**10,359.05**	**8.02%**	**5,257.75**	**5.09%**
小计	**155,924.07**	**100.00%**	**129,222.19**	**100.00%**	**103,354.66**	**100.00%**
三、终端集采						
安徽省	11,665.67	96.36%	6,991.91	98.26%	722.81	100.00%
其他地区	440.21	3.64%	124.17	1.74%	-	-
小计	**12,105.88**	**100.00%**	**7,116.08**	**100.00%**	**722.81**	**100.00%**
四、信息服务						

主营业务收入	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
安徽省	28.82	45.30%	28.66	54.36%	-	-
其他地区	34.79	54.70%	24.06	45.64%	-	-
小计	**63.61**	**100.00%**	**52.72**	**100.00%**	-	-

公司主营业务中的代理业务面向全国，主要客户是医药零售企业，客户数量逾万家。相对而言，代理业务客户分散，各地区均有销售覆盖。江苏、安徽、辽宁、湖南、四川等省份客户较多，因此华东、东北、华中、西南等地区代理业务收入占比略高。发行人在全国开展代理业务具有商业合理性，符合行业惯例。

报告期内，公司 880 家零售门店中 850 家分布在安徽省内，因此零售业务收入主要集中在省内，其中合肥门店数量最多（461 家），相应的合肥地区零售业务收入贡献最大。

公司终端集采业务面向全国，目前正处于起步阶段，报告期内主要在安徽省内。

3、主营业务收入按产品类别分析

报告期内，公司主营业务收入按业务类别分类情况如下：

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
代理	中西成药	55,551.95	94.43%	48,806.50	93.54%	42,257.61	96.27%
	医疗器械	2,752.18	4.68%	2,918.01	5.59%	1,307.47	2.98%
	其他	526.92	0.90%	451.37	0.87%	329.86	0.75%
	小计	**58,831.05**	**100.00%**	**52,175.87**	**100.00%**	**43,894.93**	**100.00%**
零售	中西成药	123,623.75	79.28%	95,877.40	74.20%	79,839.45	77.25%
	中药饮片	7,877.61	5.05%	7,532.32	5.83%	6,740.32	6.52%
	保健食品	8,345.64	5.35%	7,167.61	5.55%	6,008.24	5.81%
	医疗器械	10,154.31	6.51%	11,215.84	8.68%	5,499.13	5.32%
	其他	5,922.76	3.80%	7,429.02	5.75%	5,267.52	5.10%
	小计	**155,924.07**	**100.00%**	**129,222.19**	**100.00%**	**103,354.66**	**100.00%**
终端集采	中西成药	10,193.80	84.21%	5,896.51	82.86%	591.91	81.89%
	中药饮片	385.26	3.18%	0.79	0.01%	28.10	3.89%

	保健食品	884.12	7.30%	570.25	8.01%	53.73	7.43%
	医疗器械	491.21	4.06%	455.10	6.40%	40.27	5.57%
	其他	151.50	1.25%	193.43	2.72%	8.81	1.22%
	小计	**12,105.88**	**100.00%**	**7,116.08**	**100.00%**	**722.81**	**100.00%**
信息服务	软件服务	63.61	100.00%	52.72	100.00%	-	-
	小计	**63.61**	**100.00%**	**52.72**	**100.00%**	**-**	**-**

报告期内，公司代理业务主要为中西成药。通过加深与上游药厂的合作范围，着力提升营销中心市场覆盖力度，报告期内销售规模从 2019 年的 43,894.93 万元增长到 2021 年的 58,831.05 万元。公司合作供应商数量从 2019 年初的 97 家增长到 2021 年末的 220 家，代理的商品品规从 2019 年初的 229 个增加到 2021 年末的 502 个，并逐步向医疗器械、其他（保健食品、消毒品等）非药品种延伸，非药占比有所上升。

报告期内，公司零售业务通过直营门店开展，店内销售中西成药、中药饮片、保健食品、医疗器械及其他，收入结构相对稳定，其中以药品为主，占比超过 70%。随着零售门店的扩张及管理效率的提升，公司零售业务规模增长较快。

报告期内，公司终端集采业务的服务对象为单体药店或小型连锁药店，提供一般药房日常药品的一站式配送服务，因此收入结构与公司直营药店基本类似。但由于服务对象单体规模较小，品种相对单一，中西成药占比高于国胜药房，符合实际情况。

公司于 2020 年 1 月成立了捷助科技，旨在为下游连锁药店搭建定制化信息系统，提升客户的信息化、数字化水平。2020 年度以及 2021 年度分别形成业务收入 52.72 万元、63.61 万元。

4、主营业务收入的季节性变动

报告期内，公司各季度主营业务收入情况如下：

单位：万元

年度	项目	1 季度	2 季度	3 季度	4 季度	合计
2021 年度	主营业务收入	49,795.83	50,363.05	58,615.79	68,149.95	226,924.62
	比重	21.94%	22.19%	25.83%	30.03%	100.00%

年度	项目	1 季度	2 季度	3 季度	4 季度	合计
2020 年度	主营业务收入	42,416.04	43,531.78	48,817.68	53,801.37	188,566.86
	比重	22.49%	23.09%	25.89%	28.53%	100.00%
2019 年度	主营业务收入	33,855.31	35,176.01	37,877.98	41,063.11	147,972.41
	比重	22.88%	23.77%	25.60%	27.75%	100.00%

公司从事的医药**零售、代理**、终端集采业务，按季度来看，四季度营业收入占比最高。一方面是因为发行人零售门店数量持续增加，另一方面是由于季节交替、温差变化较为剧烈时，特定产品需求会出现一定幅度的增长，一般来说零售药店四季度的销售情况略好。公司代理与终端集采业务的下游客户主要为各地连锁或单体药店，与公司零售业务本质相似。同行业可比零售企业普遍存在类似情形，公司主营业务收入季节性变动与同行业一致。

5、电商平台销售分析

（1）各电商平台的线上销售情况

发行人入驻京东、天猫等电商平台并开设旗舰店，消费者线上选购并完成支付，快递公司线下配送。报告期内，发行人各主要电商平台具体如下：

平台	平台旗舰店名称	网址
京东	国胜大药房旗舰店	https://mall.jd.com/index-126745.html
天猫	国胜大药房旗舰店	https://guoshengdyf.tmall.com
拼多多	国胜大药房旗舰店	手机 APP
美团中心店	国胜大药房安徽店	手机 APP
阿里健康中心	国胜大药房旗舰店	2020 年底该平台已并入天猫

报告期内，京东、天猫、拼多多是发行人最主要的电商平台，其销售收入的具体情况如下：

单位：万元

平台	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
京东	8,515.40	40.06%	4,198.68	40.53%	1,569.17	29.84%
天猫	6,047.10	28.45%	2,976.55	28.73%	2,058.62	39.15%
拼多多	5,497.00	25.86%	2,344.54	22.63%	768.97	14.63%
美团中心店	1,128.81	5.31%	-	-	-	-

平台	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
阿里健康中心	4.63	0.02%	839.28	8.10%	860.98	16.38%
其他	63.65	0.30%	-	-	-	-
线上零售合计	**21,256.60**	**100.00%**	**10,359.05**	**100.00%**	**5,257.75**	**100.00%**

注：其他平台主要有国胜商城、饿百平台等

（2）不同电商平台销售产品的差异

公司线上零售业务通过天猫、京东、拼多多等电商平台进行商品销售，其中以药品为主。各平台销售的产品不存在重大差异。

单位：万元

平台	产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
京东	中西成药	8,169.01	95.93%	3,844.92	91.57%	1,431.02	91.20%
	医疗器械	274.47	3.22%	283.33	6.75%	108.47	6.91%
	保健食品	24.42	0.29%	32.22	0.77%	4.41	0.28%
	中药饮片	5.80	0.07%	3.56	0.08%	2.87	0.18%
	其他	41.70	0.49%	34.65	0.83%	22.41	1.43%
	合计	**8,515.40**	**100.00%**	**4,198.68**	**100.00%**	**1,569.17**	**100.00%**
天猫	中西成药	5,859.98	96.91%	2,547.66	85.59%	1,715.47	83.33%
	医疗器械	87.80	1.45%	368.00	12.36%	301.31	14.64%
	保健食品	59.54	0.98%	27.52	0.92%	7.92	0.38%
	中药饮片	5.22	0.09%	12.00	0.40%	4.46	0.22%
	其他	34.57	0.57%	21.37	0.72%	29.45	1.43%
	合计	**6,047.10**	**100.00%**	**2,976.55**	**100.00%**	**2,058.62**	**100.00%**
拼多多	中西成药	5,301.04	96.43%	2,186.43	93.26%	715.74	93.08%
	医疗器械	97.74	1.78%	92.34	3.94%	14.72	1.91%
	保健食品	72.09	1.31%	48.90	2.09%	8.95	1.16%
	中药饮片	14.06	0.26%	8.43	0.36%	0.47	0.07%
	其他	12.08	0.22%	8.44	0.36%	29.09	3.78%
	合计	**5,497.00**	**100.00%**	**2,344.54**	**100.00%**	**768.97**	**100.00%**
美团中心店	中西成药	1,065.45	94.39%	-	-	-	-
	医疗器械	45.53	4.03%	-	-	-	-
	保健食品	6.75	0.60%	-	-	-	-
	中药饮片	1.26	0.11%	-	-	-	-

平台	产品类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
	其他	9.82	0.87%	-	-	-	-
	合计	**1,128.81**	**100.00%**	-	-	-	-
阿里健康中心	中西成药	4.45	96.11%	725.77	86.48%	804.83	93.48%
	医疗器械	0.14	2.93%	88.32	10.52%	42.19	4.90%
	保健食品	0.02	0.36%	9.54	1.14%	8.35	0.97%
	中药饮片	0.01	0.26%	2.36	0.28%	1.81	0.21%
	其他	0.02	0.33%	13.28	1.58%	3.81	0.44%
	合计	**4.63**	**100.00%**	**839.28**	**100.00%**	**860.98**	**100.00%**
其他	中西成药	38.34	60.24%	-	-	-	-
	医疗器械	20.23	31.78%	-	-	-	-
	保健食品	1.46	2.30%	-	-	-	-
	中药饮片	2.22	3.49%	-	-	-	-
	其他	1.40	2.19%	-	-	-	-
	合计	**63.65**	**100.00%**	-	-	-	-

（3）线上销售的具体收入确认政策及退换货政策

公司通过天猫、京东、拼多多等电商平台开设线上旗舰店向消费者销售商品。终端消费者直接通过电商平台下达订单、向第三方支付平台或电商平台支付货款，公司发货给购买方，购买方取得商品控制权时确认收入。

由于公司销售商品为药品，根据药品管理条例，公司在电商平台上都规定，除药品质量原因外，药品一经售出，不得退换；目前公司一般允许的退货情况为质量问题、顾客拍错商品且不影响二次销售、快递运输途中包装破损等。

报告期电商业务退货率逐年下降，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
电商销售金额	21,256.60	10,359.05	5,257.75
退货金额	125.00	145.75	79.36
退货率	0.59%	1.41%	1.51%

6、零售业务消费金额分布与客户数量变动分析

（1）零售业务消费金额分布以 500 元以下为主

报告期内，发行人零售业务消费金额分布情况如下：

单位：万单、万元

销售分层		2021 年度			2020 年度			2019 年度		
		订单数量	收入	占总收入的比例	订单数量	收入	占总收入的比例	订单数量	收入	占总收入的比例
线下门店	500 元及以下	1,830.80	109,559.89	70.26%	1,861.53	96,448.18	74.64%	1,613.62	80,085.55	77.49%
	500-1,000 元（含）	14.98	9,959.12	6.39%	16.55	9,913.27	7.67%	14.52	8,874.81	8.59%
	1,000-5,000 元（含）	3.98	6,465.65	4.15%	4.77	6,761.69	5.23%	4.13	6,058.65	5.86%
	5,000 元以上	0.11	844.20	0.54%	0.12	1,021.80	0.79%	0.09	874.94	0.85%
	合计	**1,849.86**	**126,828.86**	**81.34%**	**1,882.96**	**114,144.95**	**88.33%**	**1,632.36**	**95,893.96**	**92.78%**
线下门店 O2O	500 元及以下	262.25	7,744.51	4.97%	131.50	4,552.39	3.52%	63.13	2,079.58	2.01%
	500-1,000 元（含）	0.10	68.26	0.04%	0.18	113.24	0.09%	0.15	105.76	0.10%
	1,000-5,000 元（含）	0.02	24.30	0.02%	0.03	44.32	0.03%	0.01	17.61	0.02%
	5,000 元以上	0.00	1.54	0.00%	0.00	8.24	0.01%	-	-	-
	合计	**262.36**	**7,838.61**	**5.03%**	**131.71**	**4,718.18**	**3.65%**	**63.30**	**2,202.96**	**2.13%**
线下门店总计		**2,112.23**	**134,667.47**	**86.37%**	**2,014.67**	**118,863.14**	**91.98%**	**1,695.66**	**98,096.92**	**94.91%**
线上 B2C	500 元及以下	405.00	18,953.92	12.16%	166.78	8,696.28	6.73%	80.17	4,246.73	4.11%
	500-1,000 元（含）	1.78	1,167.52	0.75%	1.00	606.36	0.47%	0.69	427.22	0.41%
	1,000-5,000 元（含）	0.52	890.16	0.57%	0.34	576.08	0.45%	0.24	407.22	0.39%
	5,000 元以上	0.03	245.01	0.16%	0.06	480.33	0.37%	0.03	176.58	0.17%
	合计	**407.34**	**21,256.60**	**13.63%**	**168.18**	**10,359.05**	**8.02%**	**81.14**	**5,257.75**	**5.09%**
零售业务总计		**2,519.57**	**155,924.07**	**100.00%**	**2,182.85**	**129,222.19**	**100.00%**	**1,776.79**	**103,354.66**	**100.00%**

报告期内，公司销售金额分层在 500 元以下（含 500 元）的销售金额合计分别为 86,411.86 万元、109,696.85 万元和 136,258.31 万元，占发行人全部零售业务收入比例为 83.61%、84.89%和 87.39%，符合医药零售行业特征。

（2）零售业务客户数量变动的情况

报告期内，发行人零售业务会员客户数量如下：

年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
有消费记录的会员客户数量（万人）	262.62	242.55	210.10

报告期内，随着发行人零售门店数量的增加、覆盖地区的扩张、“国胜大药房”品牌影响力的提升，会员客户数量逐年增加，从 2019 年度的 210.10 万人增至 2021 年度的 262.62 万人。

（3）发行人不存在单一客户消费金额畸大的情况

报告期内，发行人不存在单一客户消费金额畸大的情况。发行人各年度累计消费金额前 10 的会员顾客的具体情况如下：

单位：万元

期间	排名	会员号	姓名	消费金额（含税）	主要购买产品类别	具体产品品名
2021 年度	1	5043074	孙*（注）	31.57	祛暑提神类	水仙风油精、藿香正气口服液等
	2	6738423	黄**	16.09	综合	复方阿胶浆、冬虫夏草、缬沙坦胶囊(代文)、六神喷雾止痒花露水等
	3	6060090	郭**	13.22	免疫类	人造血蛋白等
	4	1327637	李**	13.19	防疫类	医用外科口罩等
	5	7176900	张**	10.95	补益类	复方阿胶浆、东阿阿胶等
	6	6266084	鸿*	7.90	补益类	舒筋健腰丸、东阿阿胶、燕窝等
	7	782799	田**	7.86	中药饮片	片仔癀、片仔癀胶囊等
	8	776064	孙**	7.80	综合	奥拉西坦胶囊(健朗星)、利伐沙班片、苯磺酸左氨氯地平片(施慧达)等
	9	6869404	毕**	7.71	综合	复方阿胶浆、缬沙坦胶囊(代文)、氨糖软骨素钙片（健力多）等
	10	4683969	杨*	6.50	综合	复方葡萄糖酸钙口服溶液、肾宝片等
2020 年度	1	2764831	柳**	16.15	皮肤类	复方肝素钠尿囊素凝胶等
	2	463130	郭*	10.92	综合	三七超细粉、东阿阿胶等
	3	4774339	胡**	9.43	婴儿用品	合生元奶粉等
	4	1652329	鞠**	9.30	中药饮片	饮片醋山甲、饮片炮山甲等

期间	排名	会员号	姓名	消费金额（含税）	主要购买产品类别	具体产品品名
	5	1412306	张*	7.61	综合	医用外科口罩、藿香正气水、复方阿胶浆等
	6	1327637	宋**	6.87	防疫类	医用防护口罩、医用外科口罩、蓝芩口服液、健康抑菌洗手液套装等
	7	383796	朱**	6.59	中药饮片	饮片炮山甲、熊去氧胆酸胶囊（优思弗）、饮片炒酸枣仁
	8	1960020	李**	6.52	抗癌类	注射用卡瑞利珠单抗
	9	5238903	孙**	6.33	祛暑提神类	水仙风油精、龙虎人丹
	10	1332820	李*	6.30	防疫类	医用外科口罩、连花清瘟颗粒、防护口罩等
2019年度	1	4930717	包*	14.25	清洁类	超能天然皂粉等
	2	2554237	王**	9.74	综合	云南七草蚊香液、妮维雅防晒润肤露、藿香正气口服液、邦迪创可贴等
	3	4918638	杨*	9.08	祛暑提神类	六神特效花露水、风油精、龙虎清凉油、龙虎人丹等
	4	1053310	刘**	7.90	婴儿用品	合生元奶粉
	5	3663053	杨**	7.83	综合	季德胜蛇药片、云南白药气雾剂等
	6	2694730	蒋**	7.39	综合	胰岛素注射液、卡维地洛片等
	7	4552365	吴**	7.02	免疫类	静注人免疫球蛋白、人血白蛋白等
	8	3856982	梁**	6.72	抗癌类	盐酸安罗替尼胶囊等
	9	2558896	茆**	6.21	综合	厄贝沙坦氢氯噻嗪片、苯磺酸氨氯地平片、格列美脲片等
	10	383796	朱**	6.14	中药饮片	饮片炮山甲、饮片醋山甲等

如上表所示，发行人各年度累计消费金额前 10 大的会员人均消费金额高于正常顾客消费习惯，通过对其消费明细数据的进行分析及部分前十大会员客户的访谈结果，主要原因如下：

①部分会员客户消费购买商品种类较为单一且数量较多主要系其所在单位由于特殊需要（慰问、劳保、福利、防疫）通过门店进行集中团购商品所致。

②阿胶类补益用药及冬虫夏草等名贵中药，售价较高，客户基于自身需求进行大量采购，亦导致会员年度消费较高。

③部分会员客户订单数量较多，购买的商品种类与数量较多且商品平均单价较低，主要系该类会员客户多为私人诊所医师，所购买产品多以中药、医用耗材及低价药品为主，通过会员优惠价格低价采购商品加工制备汤剂、膏剂等中药方剂后进行销售。

④部分会员客户基于自身或亲属长期用药需求，对抗肿瘤、白血病、肠炎用药进行持续购买，而该部分药品单位售价较高，根据病情按疗程持续服用，而导致该部分会员年度购药消费金额较高。

⑤由于新冠疫情爆发，2020 年、2021 年度部分会员客户为家人或单位购买了大量口罩、洗手液、连花清瘟、体温计等防疫物资。

综上，发行人各年度累计消费金额前 10 的会员顾客消费金额高于正常顾客消费习惯具有合理性，不存在单一客户消费金额畸大的情况。

（4）同一客户同时在多地门店进行消费的情况

选取同一会员同一天在 2 个及以上地级市的门店进行消费将其视为同一客户同时在多地门店进行消费的情况，对其消费数据进行分析，具体情况如下：

单位：万单、万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
同一天多处消费累计客单量	0.57	1.06	0.83
发行人线下零售总客单量	2,112.23	2,014.67	1,695.66
同一天多处消费客单量占比	0.03%	0.05%	0.05%
同一天多处消费订单累计金额（不含税）	43.48	81.66	49.38
发行人零售业务线下门店营业收入	134,667.47	118,863.14	98,096.92
同一天多处消费订单金额占比	0.03%	0.07%	0.05%
平均客单价（不含税，元/单）	75.77	76.70	59.78

如上表所示，同一客户同时在多地门店进行消费的订单数量分别为 0.83 万单、1.06 万单和 0.57 万单，占比分别为 0.05%、0.05%和 0.03%；订单消费金额分别 49.38 万元、81.66 万元和 43.48 万元，占比分别为 0.05%、0.07%和 0.03%；金额与占比均较低，且平均客单价不存在异常。通过对同一客户当日在

不同地区多个门店进行消费的明细数据进行分析及部分会员的访谈结果，主要原因如下：

①顾客部分需求的品种在当地门店暂无库存，从其他临近城市门店邮寄的方式销售给顾客，主要涉及 2020 年防疫物资。

②顾客在门店消费时报告会员卡关联的手机号即可享受会员价与积分，在不同地市的亲戚好友在进行消费时共同使用此卡，导致每年出现多次同一天在多地消费的情况。

③发行人在省内各地市拥有的门店数量众多且分布较广，顾客当日在省内出差、旅游或回家，经过不同地市期间临时在发行人门店进行消费。

综上，公司存在同一客户同时在多地门店进行消费的情况具备合理性。

（5）线上重复购买情况

①同一买家在多个线上平台或店铺重复购买情况

部分顾客在天猫、京东等平台同时拥有账号，比价择优购买商品，因此存在在多个平台购买产品的情况。因同一买家在不同平台创建的会员名不同，故公司以电话号码作为唯一标识统计同一买家跨平台重复购买情况，统计结果如下：

A.2021 年度

a.天猫与京东

单位：万元

平台名称	账号数量（个）A	跨平台购买数量（个）B	占比 C=B/A	跨平台购买客户订单金额
天猫旗舰店	680,906	5,862	0.86%	98.96
京东旗舰店	847,591	5,862	0.69%	86.53

天猫、京东于 2021 年 12 月进行加密改造，无法获得客户的相关信息，上述数据为天猫、京东平台 2021 年 1-11 月数据分析对比结果。如无特别说明，下同。

b.天猫与美团

单位：万元

平台名称	账号数量（个）A	跨平台购买数量（个）B	占比 C=B/A	跨平台购买客户订单金额
天猫旗舰店	680,906	1,654	0.24%	18.37
美团中心店	355,333	1,654	0.47%	8.36

c.京东与美团

单位：万元

平台名称	账号数量（个）A	跨平台购买数量（个）B	占比 C=B/A	跨平台购买客户订单金额
京东旗舰店	847,591	1,723	0.20%	17.24
美团中心店	355,333	1,723	0.48%	8.73

B.2020 年度

单位：万元

平台名称	账号数量（个）A	跨平台购买数量（个）B	占比 C=B/A	跨平台购买客户订单金额
天猫旗舰店	300,354	1,748	0.58%	29.91
京东旗舰店	412,071	1,748	0.42%	31.58

C.2019 年度

单位：万元

平台名称	账号数量（个）A	跨平台购买数量（个）B	占比 C=B/A	跨平台购买客户订单金额
天猫旗舰店	176,685	737	0.42%	16.01
京东旗舰店	176,121	737	0.42%	14.24

从上表可知，2019-2021 年分别有 737 个、1,748 个以及 5,862 个客户同时在天猫旗舰店和京东旗舰店消费，2019-2021 年跨平台购买客户数量占天猫旗舰店账号数量的比重分别为 0.42%、0.58%以及 0.86%；2019-2021 年跨平台购买客户数量占京东旗舰店账号数量的比重分别为 0.42%、0.42%以及 0.69%；占比较低。2019-2021 年同时在两个平台消费的客户的各年合计金额较小。

此外，2021 年度美团中心店的销售收入增长较快，当年度分别有 1,654 个、1,723 个客户同时在天猫旗舰店与美团中心店、京东旗舰店与美团中心店消费，跨平台交易金额较小。

由于拼多多平台于 2020 年开始进行密文改造，目前已无法从拼多多平台上取得客户的账号和收件人的相关信息，本次无法结合拼多多平台数据做以上分析。

②购买公司每款产品的重合买家及重叠率情况

A.用户购买频次

报告期内，天猫旗舰店客户购买情况如下：

单位：人、笔、万元

年度	类别	客户数	交易笔数	订单金额	金额占比
2021 年度	单次购买	662,514	662,514	3,694.44	61.09%
	2 次购买用户	84,519	169,038	1,180.27	19.52%
	3 次购买用户	20,413	61,239	485.55	8.03%
	4 次购买用户	6,771	27,084	224.35	3.71%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	4,960	28,365	268.33	4.44%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	881	15,693	194.16	3.21%
	合计	**780,058**	**963,933**	**6,047.10**	**100.00%**
2020 年度	单次购买	265,308	265,308	1,968.47	66.13%
	2 次购买用户	26,028	52,056	518.69	17.43%
	3 次购买用户	5,578	16,734	207.19	6.96%
	4 次购买用户	1,833	7,332	107.55	3.61%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	1,367	7,875	101.91	3.42%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	240	3,108	72.75	2.44%
	合计	**300,354**	**352,413**	**2,976.55**	**100.00%**
2019 年度	单次购买	153,061	153,061	1,270.33	61.71%
	2 次购买用户	16,707	33,414	377.49	18.34%
	3 次购买用户	4,050	12,150	166.38	8.08%
	4 次购买用户	1,420	5,680	81.12	3.94%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	1,221	7,063	110.64	5.37%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	226	2,970	52.65	2.56%
	合计	**176,685**	**214,338**	**2,058.62**	**100.00%**

报告期内，京东旗舰店客户购买情况如下：

单位：人、笔、万元

年度	类别	客户数	交易笔数	订单金额	金额占比
2021 年度	单次购买	816,522	816,522	5,700.88	66.95%
	2 次购买用户	97,728	195,456	1,658.95	19.48%

年度	类别	客户数	交易笔数	订单金额	金额占比
	3 次购买用户	20,703	62,109	573.64	6.74%
	4 次购买用户	6,210	24,840	239.29	2.81%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	4,081	23,095	253.67	2.98%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	476	6,285	88.97	1.04%
	合计	**945,720**	**1,128,307**	**8,515.40**	**100.00%**
2020 年度	单次购买	366,079	366,079	2,998.69	71.42%
	2 次购买用户	34,581	69,162	683.45	16.28%
	3 次购买用户	7,266	21,798	230.35	5.49%
	4 次购买用户	2,265	9,060	102.70	2.45%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	1,625	9,338	113.34	2.70%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	255	3,452	70.15	1.67%
	合计	**412,071**	**478,889**	**4,198.68**	**100.00%**
2019 年度	单次购买	156,670	156,670	1,112.28	70.88%
	2 次购买用户	14,602	29,204	257.48	16.41%
	3 次购买用户	3,081	9,243	89.20	5.68%
	4 次购买用户	1,005	4,020	44.51	2.84%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	669	3,801	47.90	3.05%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	94	1,144	17.80	1.13%
	合计	**176,121**	**204,082**	**1,569.17**	**100.00%**

报告期内，美团中心店客户购买情况如下：

单位：人、笔、万元

年度	类别	客户数	交易笔数	订单金额	金额占比
2021 年度	单次购买	309,320	309,320	812.22	71.95%
	2 次购买用户	31,642	63,284	181.57	16.09%
	3 次购买用户	7,943	23,829	65.98	5.84%
	4 次购买用户	3,200	12,800	29.50	2.61%
	5-8 次（含 5 次和 8 次）购买用户	2,454	14,328	30.34	2.69%
	9 次（含 9 次）以上购买用户	774	17,513	9.21	0.82%
	合计	**355,333**	**441,074**	**1,128.81**	**100.00%**

2019-2021 年天猫旗舰店客户购买情况在 4 次以内的占比分别为 92.07%、94.13%以及 92.35%，2019-2021 年京东旗舰店客户购买情况在 4 次以内的占比分别为 95.81%、95.64%以及 95.98%，2021 年美团中心店客户购买情况在 4 次以内的占比为 96.50%，都在 90%以上。从购买次数分布来看，不存在客户异常重复购买的情形。

B.主要产品重合买家及重叠率情况

发行人报告期线上销售模式下的订单按照商品 ID、客户 ID，客户购买的交易订单数维度的主要产品购买人数、订单数及买家重叠率（买家重叠率=（订单数-购买人数）/购买人数）如下：

a.天猫平台

aa.2021 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	1031904	维生素 D 滴剂 400 单位*30s	35,931	42,655	18.71%
2	173142	复方阿胶浆（无蔗糖）20ml*12 支	7225	8619	19.29%
3	2539798	补肺丸 9g*40s	3,889	4,619	18.77%
4	6229629	维生素 D 滴剂 400 单位*36s	18,041	20,554	13.93%
5	967603	复方阿胶浆（无蔗糖）20ml*48 支	3,857	4,381	13.59%
6	136044	京都念慈菴蜜炼川贝枇杷膏 300ml	20,142	22,371	11.07%
7	1404102	益安宁丸 112s*3 瓶	641	806	25.74%
8	172961	东阿阿胶（铁盒）250g	903	1,102	22.04%
9	145923	克霉唑阴道片(凯妮汀)0.5g*1s	11,231	13,822	23.07%
10	2140271	安神补脑液 10ml*40 支	11,357	13,025	14.69%

bb.2020 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	1031904	维生素 D 滴剂	16,973	18,165	7.02%
2	1404102	益安宁丸	707	978	38.33%
3	810888	舒筋健腰丸	1,014	1,186	16.96%
4	2275408	排毒养颜胶囊	3,587	4,769	32.95%

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
5	2140271	安神补脑液	9,569	10,733	12.16%
6	188648	屈螺酮炔雌醇片	3,206	3,952	23.27%
7	145923	克霉唑阴道片	6,526	7,978	22.25%
8	137073	连花清瘟胶囊	2,504	2,873	14.74%
9	1085400	黄芪精	4,653	5,609	20.55%
10	887401	奥利司他胶囊	2,802	3,569	27.37%

cc.2019 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	1404102	益安宁丸	1,050	1,620	54.29%
2	887401	奥利司他胶囊	5,122	7,716	50.64%
3	810888	舒筋健腰丸	867	1,106	27.57%
4	188648	屈螺酮炔雌醇片	2,565	3,408	32.87%
5	2277920	葡萄糖酸钙锌口服溶液	4,975	5,793	16.44%
6	2275408	排毒养颜胶囊	2,809	3,595	27.98%
7	1956648	云南白药膏	5,574	6,348	13.89%
8	316360	藿香正气口服液	437	788	80.32%
9	1956661	开塞露	9,515	12,263	28.88%
10	145923	克霉唑阴道片	2,519	3,074	22.03%

b.京东平台

aa.2021 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	1031904	维生素 D 滴剂 400 单位*30s	103,930	115,639	11.27%
2	173142	复方阿胶浆（无蔗糖）20ml*12 支	18413	20605	11.90%
3	6229629	维生素 D 滴剂 400 单位*36s	33,866	37,217	9.89%
4	5069295	*益气养血口服液 10ml*12 支	17,755	20,381	14.79%
5	145923	克霉唑阴道片(凯妮汀)0.5g*1s	17,964	22,054	22.77%
6	316360	藿香正气口服液 10ml*10 支	4,996	6,090	21.90%
7	2140271	安神补脑液 10ml*40 支	22,405	24,683	10.17%

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
8	2159485	复合维生素片(爱乐维)100s	6,678	6,992	4.70%
9	1404102	益安宁丸 112s*3 瓶	745	919	23.36%
10	2272394	奥利司他胶囊 120mg*21s	8,423	10,124	20.19%

bb.2020 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	145923	克霉唑阴道片(凯妮汀)	11,395	14,291	25.41%
2	1404102	益安宁丸	568	699	23.06%
3	2275408	排毒养颜胶囊	7,570	9,620	27.08%
4	188648	屈螺酮炔雌醇片(优思明)	3,212	3,898	17.60%
5	810888	舒筋健腰丸	888	1,037	16.78%
6	826570	气血康口服液	2,587	3,297	27.44%
7	135956	去氧孕烯炔雌醇片(妈富隆)	4,121	5,276	28.03%
8	887401	奥利司他胶囊	3,435	4,313	25.56%
9	316360	藿香正气口服液	3,065	3,294	7.47%
10	2140271	安神补脑液	4,346	4,877	12.22%

cc.2019 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	887401	奥利司他胶囊	5,146	7,177	39.47%
2	2275408	排毒养颜胶囊	7,709	9,203	19.38%
3	188648	屈螺酮炔雌醇片(优思明)	2,590	3,084	19.07%
4	316360	藿香正气口服液	1,834	2,094	14.18%
5	145923	克霉唑阴道片(凯妮汀)	3,944	4,482	13.64%
6	810888	舒筋健腰丸	427	481	12.65%
7	1404102	益安宁丸	239	276	15.48%
8	1319201	颈复康颗粒	2,835	3,287	15.94%
9	2277920	葡萄糖酸钙锌口服溶液	2,728	3,090	13.27%
10	1872299	摩罗丹	1,974	2,379	20.52%

c.美团中心店平台

aa.2021 年度

序号	产品 ID	产品名称	购买人数（人）	订单数（个）	买家重叠率
1	135713	感冒灵颗粒 10g*9d	98,569	109,639	11.23%
2	145923	克霉唑阴道片(凯妮汀)0.5g*1s	5762	7406	28.53%
3	4934180	复方氨酚烷胺胶囊 16s	29,244	30,905	5.68%
4	136044	京都念慈菴蜜炼川贝枇杷膏 300ml	7,816	8,606	10.11%
5	5004687	缬沙坦氨氯地平片（Ⅰ）(倍博特)80mg:5mg*28p	1,349	1,966	45.74%
6	2275408	排毒养颜胶囊 0.4g*100s	2,093	2,765	32.11%
7	174393	枸橼酸西地那非片 100mg*5p	601	815	35.61%
8	2159485	复合维生素片(爱乐维)100s	851	884	3.88%
9	137057	京都念慈菴蜜炼川贝枇杷膏 150ml	8,826	9,249	4.79%
10	1031918	复方酮康唑发用洗剂(康王)100ml	4,575	4,883	6.73%

天猫、京东、美团中心店平台报告期的前 10 大产品的复购率买家重叠率根据产品类型基本在 10%-40%波动；由于部分药品是慢性病用药或保健品，对于客户存在一定粘性，客户存在定期购买的情况；部分客户在大促活动期间，由于优惠分开下单购买。

由于拼多多平台于 2020 年开始进行密文改造，目前已无法从拼多多平台上取得客户的账号和收件人的相关信息，本次无法结合拼多多平台数据做以上分析。

③单个买家大额采购情况

A.报告期内，天猫前 10 大的客户明细如下：

a.2021 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	朱***	23	8.96	连花清瘟胶囊
2	zq***	12	7.39	东阿阿胶
3	me***	8	6.98	门冬维甘滴眼液、藿香正气口服液
4	王***	115	5.20	达格列净片、瑞舒伐他汀钙片
5	tb***	2	4.35	龙虎人丹、藿香正气口服液

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
6	阮***	22	4.21	乌洛托品溶液
7	开***	64	3.15	面膜、排毒养颜胶囊
8	sh***	2	3.08	龙虎人丹
9	康***	5	2.53	益安宁丸
10	阿***	3	2.47	藿香正气口服液

b.2020 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	Mr***	11	16.10	莲花清瘟胶囊
2	tl***	4	13.39	丁腈检查手套
3	面***	1	6.73	蛋白粉营养粉
4	海***	6	5.94	灰指甲药水
5	Wj***	38	5.18	太极藿香正气液、连花清瘟胶囊
6	sh***	10	4.98	感冒灵颗粒
7	Xr***	3	4.83	连花清瘟胶囊
8	奇***	5	3.52	医用口罩
9	Fa***	1	3.31	丁腈检查手套
10	开***	25	3.01	排毒养颜胶囊

c.2019 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	温***	78	9.87	舒筋健腰丸、益安宁丸、藿香正气滴丸、太极藿香正气水
2	t_***	8	3.47	益安宁丸
3	巨***	6	3.03	益安宁丸
4	sj***	31	2.36	太极藿香正气口服液
5	t_***	3	1.98	益安宁丸
6	tb***	4	1.72	益安宁丸
7	hy***	3	1.71	益安宁丸
8	il***	13	1.59	益安宁丸
9	nd***	4	1.58	益安宁丸、舒筋健腰丸
10	ll***	3	1.54	益安宁丸

B.报告期内，京东前 10 大的客户明细如下：

a.2021 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	cj***	7	8.63	藿香正气口服液、云南白药气雾剂
2	138***	4	4.46	消糜栓
3	gs***	2	4.05	风油精
4	wj***	6	2.89	云南白药粉、风油精、仁丹
5	悠***	2	2.56	东阿阿胶
6	小米***	7	2.43	藿香正气口服液
7	jd_75***	9	2.33	羔羊胃提取物维 B12 颗粒
8	jd_6e***	10	2.13	羔羊胃提取物维 B12 颗粒
9	jd_6a***	2	2.10	藿香正气口服液
10	448***	1	1.98	藿香正气口服液

b.2020 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	jd_77***	12	14.84	连花清瘟胶囊
2	jd_4a***	12	9.81	益安宁丸
3	jd_73***	6	5.53	六味地黄丸
4	jd_53***	89	4.17	连花清瘟胶囊
5	jd_5d***	5	3.06	连花清瘟胶囊
6	jd_47***	17	2.40	连花清瘟胶囊
7	jd_78***	3	2.31	连花清瘟胶囊
8	苏***	1	2.14	藿香正气口服液
9	sw***	1	1.92	维生素 C 泡腾片
10	wd***	2	1.86	藿香正气口服液

c.2019 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	13***	8	2.80	消糜栓
2	ls***	10	2.06	益安宁丸、特一止咳宝片
3	玲***	2	1.91	藿香正气口服液
4	薇***	9	1.65	益安宁丸、特一止咳宝片

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
5	钰***	7	1.50	风油精、藿香正气口服液、板蓝根颗粒
6	无***	3	1.27	星鲨维生素 d3
7	jd_67***	2	1.25	藿香正气口服液
8	22***	5	1.24	益安宁丸、奥利司他胶囊
9	jd_4e***	2	1.22	藿香正气口服液
10	wa***	2	1.11	藿香正气口服液

C.报告期内，美团中心店前 10 大的客户明细如下：

a.2021 年度

单位：笔、万元

排名	平台会员名	订单数	交易金额	主要产品
1	134***	7	0.68	东阿阿胶
2	132***	18	0.47	羔羊胃提取物维 B12 颗粒
3	182***	14	0.38	骨化三醇软胶囊、枸橼酸西地那非片
4	172***	14	0.37	复方酮康唑发用洗剂
5	155***	3	0.37	复合维生素片
6	130***	7	0.33	羔羊胃提取物维 B12 颗粒
7	136***	6	0.31	枸橼酸西地那非片
8	138***	5	0.30	安立生坦片
9	136***	7	0.28	复方酮康唑发用洗剂
10	159***	11	0.28	排毒养颜胶囊、面膜

天猫、京东平台 2020 年前 10 大客户主要为抗疫物资，在天猫和京东购买系价格便宜和购买方便。

2019 年及 2021 年度天猫、京东平台以及 2021 年度美团中心店前 10 大客户主要购买与慢性病相关药品、保健品、防暑药品、感冒相关药品等，主要有如下原因：（1）慢性病、保健品用药需定期购买，需求量较大；（2）公司为提升电商旗舰店知名度，通过开展促销活动，该类商品有一定的价格优惠，客户购买量较大；（3）部分客户订单数量较多主要为享受优惠价进行拆单购买。

④公司不存在“刷单”情形

A.公司针对电商业务建立了异常交易审批机制，对所有电商业务订单进行统一管理，线上消费者在公司运营的网店下单后，订单统一通过接口传输至业务管理系统，并由电商部进行审核，如遇同一用户短期内大量下单购买商品或其他异常订单时，电商部与下单用户进行确认，最终只有经过客户确认后电商部审核后的销售订单才会推送至仓库，由仓库联系第三方物流服务商直接发货给最终消费者，不存在消费者下单后不发货的情况。此外，发行人在报告期内会定期对电商仓库进行存货盘点、并在系统内检查相应的商品出库记录与请货记录，确保仓库内存货数量以及实际出库数量的真实性。

B.天猫、京东等电商平台针对在其平台开设的店铺的刷单行为制定了严格的监管规则及实施了严格的监控措施，通过分析订单的 IP 地址、购买周期、浏览时长等指标识别异常交易，并对异常交易账号采取封号等措施达到预防线上刷单的目的。若店铺被识别存在刷单行为，可能面临删除虚假交易记录、支付违约金甚至下架所有商品的处罚。报告期内，公司线上平台店铺不存在因刷单而被电商平台判定为违规的情况。

C.对于线上销售的情况，申报会计师亲自从电商系统里导出业务数据与企业的业务管理系统业务数据进行真实性、完整性核对。同时针对主要的电商平台（天猫、京东、拼多多、美团中心店）的销售订单情况，对 2019-2021 年的四大平台的订单信息进行整理、统计并从多个维度分析，以验证是否存在线上刷单的情况。包含大额订单分析、销售频次分析、复购率分析、多次消费人群合理性分析、交易时间分布合理性分析、消费人群地理位置分析等维度。

以上数据分析均不存在异常交易的情况。

综上，报告期内，发行人线上销售真实，不存在刷单的情形。

7、主营业务收入变动趋势及原因

报告期内，公司主营业务收入稳步增长，主要原因有：（1）公司针对代理业务加大上游供应商合作深度与下游营销力度，代理商品品规数量及客户数量逐年增加；（2）通过自建及并购的方式，报告期内公司新增门店数量分别为 66 家、164 家以及 109 家，从合肥逐渐拓展至省内其他地级市以及江苏省、河南省；（3）在保持稳健扩张的前提下，通过加大培训力度、提升运营管理水平、

发展 O2O 业务等措施，努力提升门店的坪效与人效；2020 年度，发行人加快了自建门店的速度，当年自建 161 家门店，远高于 2019 年度的 62 家，坪效与人效基本持平；2021 年度，受省外新开门店、安徽省一退两抗药品销售疫情管控等影响，坪效与人效较上一年度略有下滑；（4）2019 年下半年成立的全资子公司汇达药业专注为单体药店或小型连锁药店提供一站式配送服务，引导和推行全品类供应，发展迅速。

① 代理业务药品及客户拓展的情况

代理业务	2021 年度	2020 年度	2019 年度
代理品规数量（个）	502	403	336
代理供应商数量（家）	220	169	135
下游客户数量（家）	15,070	13,702	11,377

② 零售业务新增门店情况

单位：家

零售门店数量	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初数量	771	607	541
本期新增	112	164	66
其中：自建门店	97	161	62
并购门店	15	3	4
本期关闭	3	0	0
期末数量	**880**	**771**	**607**

③ 零售业务效率的情况

单位：万元、m^2、人

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
门店收入（不含总部 B2C）	实体店线下	126,828.86	114,144.95	95,893.96
	实体店 O2O	7,838.61	4,718.18	2,202.96
	合计（A）	**134,667.47**	**118,863.14**	**98,096.92**
面积	期初面积	112,924.30	84,182.51	77,762.72
	期末面积	123,891.12	112,924.30	84,182.51
	平均面积（B）	**118,407.71**	**98,553.41**	**80,972.62**
店员人数	期初人数	3,352	2,762	2,226
	期末人数	3,582	3,352	2,762
	平均人数	**3,467**	**3,057**	**2,494**

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
（C）				
坪效（A/B，元/m^2/天）		31.16	33.04	33.19
人效（A/C，元/人/天）		1,064.18	1,065.27	1,077.62

④ 终端集采业务的情况

单位：万元

主营业务收入	2021 年度	2020 年度	2019 年度
终端集采业务	12,105.88	7,116.08	722.81

随着经济的持续发展、居民消费能力的提升和健康意识的增强，我国医药市场整体规模持续扩大，保持了较高的增长速度，为公司主营业务收入持续增长提供了外部环境基础。

未来，公司通过（1）加大上游合作深度与广度，增加代理品规数量与质量；（2）提升下游营销力度、增强获取订单能力；（3）保持稳健门店扩张的同时着力提升已有门店的运营效率；（4）积极推介全品类商品销售业务模式等措施，不断增强公司主营业务收入增长的可持续性。

8、主营业务收入增长与同行业可比公司的比较情况

报告期内，发行人各业务板块收入增长与同行业可比公司相比情况如下：

单位：万元

业务板块	可比公司	2021 年		2020 年		2019 年
		收入	增长率	收入	增长率	收入
代理	一品红	18,456.01	-33.14%	27,604.43	-24.37%	36,498.22
	易明医药	42,804.04	12.93%	37,902.35	2.30%	37,051.75
	百洋医药	290,523.55	34.11%	216,634.19	8.64%	199,404.24
	平均值	117,261.20	4.63%	94,046.99	-4.48%	90,984.74
	发行人	58,831.05	12.76%	52,175.87	18.87%	43,894.93
零售	老百姓	1,379,087.86	14.17%	1,207,974.12	17.40%	1,028,914.96
	一心堂	1,235,080.75	5.15%	1,174,600.60	18.24%	993,436.16
	益丰药房	1,408,736.48	14.98%	1,225,186.06	27.77%	958,927.99
	大参林	1,528,453.81	10.99%	1,377,168.24	29.14%	1,066,423.28
	健之佳	450,477.20	15.82%	388,930.11	29.13%	301,193.58
	漱玉平民	475,258.95	13.40%	419,096.28	32.07%	317,325.91

业务板块	可比公司	2021 年		2020 年		2019 年
	达嘉维康	69,106.62	17.80%	58,666.71	45.98%	40,186.83
	平均值	935,171.67	13.19%	835,946.02	28.53%	672,344.10
	发行人	155,924.07	20.66%	129,222.19	25.03%	103,354.66
终端集采	药易购	211,129.39	29.07%	163,581.97	25.12%	130,744.46
	发行人	12,105.88	70.12%	7,116.08	884.50%	722.81

（1）代理业务

报告期内，发行人代理业务收入同比增长率分别为 18.87%、12.76%，增长较快。主要原因是：

①发行人加大了上游供应商合作深度与下游营销力度，代理商品品规数量从 2019 年 1 月 1 日的 229 个增加至 2021 年 12 月 31 日的 502 个，合作供应商从报告期期初的 97 家增加至 220 家；下游客户数量从 2019 年度的 11,377 家增加至 2021 年度的 15,070 家。各项指标逐年均有较大幅度上升。

②代理业务同行业可比公司中，一品红将业务重心转向儿科专用药为主导的自有产品研发生产，导致其代理第三方品牌产品的业务量下滑。除一品红外，易明医药、百洋医药收入保持逐年增长趋势。易明医药代理产品集中在瓜蒌皮注射液、盐酸纳美芬注射液和卡贝缩宫素注射液三类；百洋医药代理产品集中在迪巧、泌特、迈蓝、武田、哈乐少数产品系列等；相较而言，发行人代理业务走“多品规”路线，通过优化产品结构、加大营销力度，2019 年至 2020 年随着代理品规数量的不断增加以及主要单品收入的增长，整体收入增速高于行业平均值，符合公司实际业务发展情况，不存在异常情形。

2021 年度，百洋医药核心品牌迪巧通过引入新品规、开展大量线下推广活动，并通过抖音、小红书等网络营销手段，因此收入增长较快。易明医药为顺应药品招标政策的调整，加大了业务员薪酬激励、学术和渠道投入、让利下游推广商，用销量的增长换取市场份额的提升，因此瓜蒌皮注射液等核心代理产品的推广收入增长较快。从整体来看，2021 年度行业普遍保持着较高速增长，公司代理业务发展情况与行业情况相符。

（2）零售业务

门店数量是影响零售业务收入最重要的因素。报告期内，发行人通过自建及并购的方式，新增门店数量分别为 66 家、164 家和 109 家，零售门店网络从合肥逐渐拓展至省内其他地级市以及江苏省、河南省，并通过发展电商业务，着力提升零售业务区域覆盖率和市场占有率。2019-2021 年，发行人零售业务收入增长率分别为 25.03%、20.66%。

同时，行业内上市公司持续开展并购重组和门店扩张，收入增长速度也保持在较高水平，2019-2021 年增速分别为 28.53%、13.19%。总体上来看，公司零售营业收入增长与同行业可比上市公司基本一致，符合行业快速发展、连锁化率和集中度不断提高的发展现状。

（3）终端集采业务

2019 年度，发行人终端集采业务收入为 722.81 万元；2020 年度，终端集采业务收入增至 7,116.08 万元，增长率高达 884.50%；2021 年，终端集采业务收入为 12,105.88 万元，较上年增长 70.12%。报告期内增长较快的主要原因是：

①终端集采业务于 2019 年 10 月起步，2019 年规模基数较低。

②发行人**零售业务和代理业务**为终端集采业务的起步和发展提供了坚实基础。**零售业务和代理业务**是报告期内发行人最主要业务，拥有较为成熟和完善的供应链资源。终端集采业务共享上游资源，一方面品类齐全的商品、完善的配送网络为终端集采模式提供了坚实基础，另一方面，终端集采业务享受集中采购带来的成本优势。

③我国医药零售行业的连锁化率仍然偏低，数量庞大的小微药店面临诸多经营难题。发行人终端集采业务解决了众多小微客户的经营痛点，吸引了越来越多的客户。

可比公司药易购终端纯销业务收入也保持了每年 25%以上的较高速增长。总体上来看，公司终端集采营业收入增长趋势与同行业可比上市公司保持一致，符合行业快速发展现状，不存在异常情形。

9、服务收入的基本情况及会计处理

（1）服务收入的基本情况及增长驱动因素

随着医药产品同质化竞争日趋激烈，为扩大品牌销售、提升自身盈利能力，供应商通常希望下游流通企业，在渠道方面给予较强的技术、专业支持和营销配合，扩大特定品牌或品类药品销售规模，提升盈利能力。具体表现为上游供应商通过向具备市场影响力及销售规模的下游流通企业支付服务费，换取市场推广、展示陈列、促销活动、广告宣传等服务支持。

因此，除商品购销差价外，医药流通行业普遍的盈利来源还包括上游供应商支付的增值服务费。同行业可比公司在增值服务模式上相似度较高。上游供应商可以及时把握市场走向、改进产品、增强对消费者的吸引力。下游医药流通企业在自身获益的同时，获取服务收入，增加新的盈利点，实现双方的共赢。发行人服务收入业务的实质是上游供应商向发行人单独购买的营销服务。发行人服务收入与代理业务不构成一揽子交易，与发行人购销行为亦不构成一揽子交易，与同行业可比公司不存在重大差异。

报告期内，发行人其他业务收入中的服务收入分别为 3,384.90 万元、3,519.00 万元和 5,598.72 万元，服务收入的驱动因素主要有两方面：

第一，随着医改各项政策措施及市场竞争加剧的综合影响，上游医药生产企业不再仅仅关注传统的医院渠道，对零售连锁终端的院外渠道愈发重视，资源投入持续增长。此外，在药品广告审查趋严环境下，所有处方药不得在大众传播媒介发布广告或者以其他方式进行以公众为对象的广告宣传，并且所有药品广告的发布需经省级主管部门批准。受此影响，医药生产厂商将逐渐加大对零售渠道的重视，为公司带来持续的促销服务收入。

第二，随着发行人代理业务全国营销网络的扩张，以及零售直营门店与集采配送门店数量的增加，公司整体经营规模、经营面积持续扩大，公司品牌影响力、区域领先地位及渠道营销掌控能力愈发明显，更便捷地为上游供应商提供推广、陈列、促销、宣传等增值服务，使得供应商对公司依赖度进一步加强。

（2）增值服务的具体内容

根据业务板块和提供服务的不同，发行人服务收入大致可分为——（1）代理业务提供的终端市场推广服务，（2）零售业务依托线下门店提供的产品陈列

推广、宣传促销服务，其中以零售业务的服务收入为主。

①终端市场推广服务的具体内容

我国医药销售市场的终端包括数十万家零售终端。相比于数量相对有限、区域相对集中的大型医院，零售终端更加分散；相比于专业的医生，零售药店店员的专业水平较低，所以零售终端的药品推广和医院渠道存在明显差异。因此，很多医药生产厂商的产品销售重视面向大型城市的大型医院，不深入零售药店。但是随着医药分开、带量采购政策的全面推行，药品销售流向院外市场，因此需要专业的销售人员对零售终端进行产品的营销运营。

发行人代理业务上游连接医药生产企业，下游连接零售连锁终端。全国总代理上游工业企业出厂的药品或医疗器械，自行直销，承担了上游医药生产企业在下游市场推广与客户维护的销售渠道成本。发行人目前拥有涵盖 26 个省市地区的全国性营销网络，覆盖了超过 3,000 家连锁企业，形成了“总部管理+省区经理+地区经理”的营销体系。发行人代理业务在下游营销过程中开展的市场推广活动主要包括客户店员培训、客户门店促销活动或宣传、市场调研咨询等，具体内容包括：

A、通过高频次地拜访全国范围内的零售连锁终端，积极宣传代理产品，提高下游客户门店覆盖率并开拓新区域市场，进而带动整体销量的提升。

B、通过市场调研等方式，及时了解代理产品的销售动态和消费者群体的反馈意见，为生产厂商提供有针对性的服务，完善定位和营销策略。

C、产品推广活动，主要包括：a.终端连锁客户的店员培训，通过向零售药店店员讲解产品特点，促进零售药店人员对产品的认知，提高店员对产品的推介效果；b.零售药店陈列及促销，通过张贴宣传海报等方式，吸引消费者；c.参与零售行业大型会议，对产品进行全方位的营销传播。

D、客户维护服务，借助发行人现有的渠道管理体系和对连锁终端的覆盖能力，在产品持续销售过程中，全程提供代理产品的售后服务工作，满足客户的合理需求。

②线下门店陈列推广、宣传促销服务的具体内容

发行人旗下国胜药房是安徽省拥有门店数量最多的医药连锁企业。此外，还通过汇达药业的终端集采业务，向下游超过 600 家的单体药店或小型连锁药店进行一站式配送。

线下门店陈列服务是指门店提供端头、专柜、促销台、收银台货架等醒目位置对供应商产品进行日常陈列，发布指定商品促销信息，以及顾客选购同类药品时对供应商产品优先推荐。陈列或宣传方式包括：货架、端头、收银台及收银台小型端头、背柜、柜台、花车、堆头、POP 海报、横幅、吊旗等。

线下门店促销服务是指公司营运部门结合季节和重要节日策划的主题促销活动，邀请供应商参加；或者供应商为了更好地宣传自身的产品，会在特定时间段根据自身需求向公司申请开展促销活动，以提高产品销售及品牌影响。公司根据为其产品促销活动所提供场地、人员、道具及其他成本，同时结合促销活动期间销量向供应商收取相应的活动费。

国胜药房合肥、亳州等片区每月“逢 5、逢 6”为会员日（即每月 5/6/15/16/25/26 日），芜湖、安庆等片区每月“逢 2、逢 8”（即每月 2/8/12/18/22/28 日）为会员日。会员日内，会员凭会员卡可享受一定的商品折扣。除固定的会员促销活动外，发行人根据各个月份的时令、节气、节日等特征，安排主题体促销活动，代表性活动包括：

月份	节气/节日	活动	活动内容
1 月	春节	年货节	春节来临，一系列防冻防裂、滋补养生类、参茸贵细类、阿胶、礼品礼盒、贴膏、疗程等健康商品促销活动
2 月	元宵节	元宵佳节	元宵节礼盒，美容保健类、养颜花茶类、滋补养身类等商品促销活动
3 月	妇女节及 315 消费者权益保护日	积分兑换及魅力女人节	本月积分兑换月，美容养颜、补气益血、妇科用药，减肥、流感、疗程、花茶组合、备孕登商品促销
4 月	清明节	清明踏青趣	以春季皮肤、健康出行等商品促销
5 月	劳动节、母亲节、高血压日	劳动节、母亲节	口罩、感冒、呼吸道、防过敏类、小药箱、晕车药等外出类、心脑血管类
6 月	儿童节、爱眼日、父亲节、端午节	年中大促	以男性滋补、儿童营养保健等为主题开展一系列商品促销
7 月	世界过敏性疾病日、司庆第一波	清凉一夏	以提高免疫为主题，开展蛋白粉、牛初乳等免疫商品及夏季商品等促销活动
8 月	8.28 司庆	周年庆	以公司周年司庆为主题，开展一系列全品类活动营销

月份	节气/节日	活动	活动内容
9 月	积分兑换、教师节、中秋节	情满中秋	本月积分兑换月，同时结合节日打造一系列护咽利嗓、养颜花茶及中秋送健康礼活动营销
10 月	国庆节、重阳节	浓浓敬老情	以关爱老人为主题打造健康器械节，慢病品类及健康出行品类营销
11 月	双 11、世界糖尿病日、感恩节	双 11 线下购	双 11 线下购物也疯狂，带动一系列阿胶类、参茸贵细、广告商品、氨糖、三七粉、西洋参等单品特惠
12 月	双 12、圣诞节	年终大促	积分兑换及圣诞节活动为主题开展一系列冬季滋补、健康养生等全品类营销

（3）增值服务收入的会计处理

发行人向供应商提供的推广、陈列与促销服务均单独签订合同，其中代理板块的服务业务通常签署《市场推广协议》，零售板块的服务业务通常签署《品牌共建协议》。

发行人与厂家签署的服务协议通常为框架合同，一年一签，对双方基本权利与义务、本年计划实施的服务内容、活动规则、销售支持政策或奖励原则、金额上限（如有）等进行整体约定。

由于服务活动数量多、规则多样，在实际结算时，各家的结算支付周期各异，例如按月、按季度、按活动等。报告期内，发行人前十大服务收入客户的每年结算次数大多在 5 次以上，其中东阿阿胶、华润三九、石药集团果维康、扬子江药业等主要客户的结算次数均超过 12 次/年。

在支付前，双方需对结算金额进行对账确认，经供应商审核、双方协商一致且确认无误后，由发行人开具增值税发票，厂家对公支付。

公司服务收入于已实际收到款项时或基本能够确定款项可以收到时确认收入。其中：

A、公司已实际收到款项：作为供应商对服务提供情况的补充认定，等同于服务收入确认的金额获得了客观的外部确认。

B、基本能够确定款项可以收到：指在年末及中期报表截止日前尚未收回，但在资产负债表日前，公司已提供的服务获得双方确认。

基于加强财务内部控制和财务审计的要求，每年或半年结束后，发行人与上游厂家以推广结算清单、品牌共建确认函的方式，对上一报告期内双方已经

实际发生的服务费用再次进行整体确认。

公司印制海报、柜台展示、灯箱广告制作、开展促销活动、广告宣传、市场推广等，这些促销手段属于门店销售的必要组成部分，即使不向供应商收费，这些促销手段也会实施，公司不会配置专门人员从事对供应商的促销陈列服务，而是与正常营销活动统一筹备和开展。为上游供应商或合作商提供商品宣传、推广、陈列等服务必须依托于主营业务，是公司开展主营业务的同时天然提供的增值服务，无法剥离于主营业务而单独存在。此外，由于相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，公司在实际财务核算中将所有促销陈列成本统一在销售费用中核算。

发行人增值服务业务的会计处理符合《企业会计准则》，与同行业可比公司之间不存在重大差异。

（4）不同客户推广、陈列与促销服务收入存在差异的原因、合理性

不同客户推广、陈列与促销服务收入存在差异，主要原因系不同厂商对于推广促销产品的需求不同。

报告期内，发行人服务收入前十大客户明细列示如下：

单位：万元

期间	排名	服务收入的前十大客户	服务金额	推广、促销的具体产品
2021 年度	1	石药集团泰州果维康保健品有限公司	322.63	果维康保健品系列产品
	2	安徽山水医药经营有限公司	282.03	蓝芩口服液、苏黄止咳颗粒、依帕司他，氯雷他定
	3	陶一堂药业集团有限公司	252.96	碳酸钙 D3 片、碳酸钙 D3 颗粒
	4	东阿阿胶股份有限公司	213.60	东阿阿胶块、复方阿胶浆
	5	上海信谊联合医药药材有限公司	206.76	硝苯地平缓释片、布洛芬缓释片、盐酸氨溴索胶囊、氧氟沙星滴眼液
	6	合肥迅达南山药业有限公司	154.95	口罩
	7	深圳华润三九医药贸易有限公司	154.00	抗病毒口服液、曲安奈德益康唑乳膏
	8	拜耳医药保健有限公司	139.82	爱乐维系列
	9	苏州达瑞医药科技有限公司	131.31	口罩
	10	安徽省华嘉医药有限公司	128.79	维生素 D 滴剂
	合计		**1,986.85**	-
2020 年	1	石药集团泰州果维康保健品有限公司	293.37	果维康保健品系列产品

期间	排名	服务收入的前十大客户	服务金额	推广、促销的具体产品
度	2	陶一堂药业集团有限公司	164.12	碳酸钙 D3 片、碳酸钙 D3 颗粒
	3	深圳华润三九医药贸易有限公司	150.77	抗病毒口服液、曲安奈德益康唑乳膏
	4	上海信谊联合医药药材有限公司	126.24	头孢克肟分散片、氢溴酸右美沙芬片
	5	云南白药集团股份有限公司	123.65	气血康口服液、蒲地蓝消炎片、丹溪玉屏风
	6	扬子江药业集团有限公司	105.46	蓝芩口服液、苏黄止咳胶囊
	7	济川药业集团有限公司	98.07	蒲地蓝消炎口服液、小儿豉翘颗粒
	8	东阿阿胶股份有限公司	92.03	东阿阿胶块、复方阿胶浆
	9	安徽安科余良卿药业有限公司	83.83	贴膏系列
	10	安徽省华嘉医药有限公司	80.94	维生素 D 滴剂
	合计		**1,318.49**	-
2019 年度	1	丽珠医药集团股份有限公司	322.83	雷贝拉唑钠肠溶胶囊
	2	扬子江药业集团有限公司	181.67	蓝芩口服液、苏黄止咳胶囊
	3	深圳华润三九医药贸易有限公司	127.96	抗病毒口服液、曲安奈德益康唑乳膏
	4	东阿阿胶股份有限公司	113.28	东阿阿胶块、复方阿胶浆
	5	湖南方盛制药股份有限公司	93.52	蒲地蓝消炎片
	6	云南白药集团股份有限公司	85.32	气血康口服液、蒲地蓝消炎片、丹溪玉屏风
	7	广州市美澳健生物科技有限公司	78.86	美澳健系列
	8	安徽立方药业有限公司	75.50	1,093 个品种
	9	云南三七科技药业有限公司	74.11	三七粉
	10	合肥曼迪新药业有限责任公司	66.59	1,041 个品种
	合计		**1,219.64**	-

注：丽珠集团雷贝拉唑 2019 年服务收入较大，主要是代理模式的变化，请参见“本招股说明书之第六节之三之（二）之 1、代理业务之⑤针对丽珠集团雷贝拉唑产品代理价格变化的说明”的相关内容。

发行人陈列与促销服务收入对应厂家促销的具体产品主要以补益类药品、保健品及非处方药为主，该部分药品同质性及可替代性较强，一般需要持续在门店进行陈列推广、举行促销活动或服务投入，以提高消费者对该类产品的认可度和知名度。

（4）同行业可比公司关于服务业务的会计处理

①服务收入确认

发行人推广、陈列、促销等服务收入确认会计政策与同行业上市公司保持

一致，具体情况如下：

对标发行人业务	同行业可比公司	股票代码	服务收入会计政策
代理业务	易明医药	002826.SZ	该公司为药品生产企业提供产品推广、销售、客户开发等服务，并按推广服务成果收取推广服务费。收入确认原则为：该公司已完成客户要求的推广服务，与客户就推广服务事项完成情况达成一致。
	百洋医药	301015.SZ	该公司根据与上游供应商的合作协议，按月与上游核对当月服务完成量，按照约定的收费标准确认服务费金额，该公司据此与上游结算服务费并开具服务发票，于当月按照权责发生制确认主营业务收入。
零售业务	老百姓	603883.SH	该公司为供应商提供商品宣传、推广等服务。按实际提供的服务确认收入。
	一心堂	002727.SZ	该公司在提供促销服务且收到款项或基本确定款项能够收到的情况下确认收入，同时开具服务费发票。
	益丰药房	603939.SH	该公司在提供促销服务且收到款项或基本确定款项能够收到的情况下确认收入，同时开具服务费发票。该公司在实际操作中，出于谨慎性考量，并不以合同约定的时间和金额作为收入确认依据，而是在实际收到款项时或基本确定能收到时确认收入。
	大参林	603233.SH	该公司在提供促销服务且收到或很可能收到款项的情况下确认收入，同时开具服务费发票。该公司在实际操作中，出于谨慎性考量，并不以合同约定的时间和金额作为收入确认依据，而是在实际收到款项时或基本确定能收到时确认收入。
	健之佳	605266.SH	对供应商的服务费在协议已签署、服务已提供且双方对该公司提供服务的进展、质量和结算达成共识，该公司已实际收到款项时或能够确定款项可以收到时确认收入。
	漱玉平民	301017.SZ	在服务提供后双方签署《促销陈列服务费用结算单》确认结算金额并及时收取服务款项，该公司以实际收到的服务款项确认促销、陈列与咨询服务收入，同时向供应商开具发票。

注：根据公开披露文件，达嘉维康无服务收入，下同。

②服务成本在销售费用中核算

与发行人类似，同行业零售可比公司都同时开展零售和批发业务。零售可比企业中除健之佳区分“与服务密切相关的投入”或“与服务不明确相关的投入”两种情形外，其他可比公司均将推广、促销、陈列与咨询业务相关的成本

计入当期销售费用，均未在成本科目列报，与发行人处理方式相同，具体如下：

可比公司名称	主营业务	服务成本的表述
老百姓	老百姓主营业务为通过构建营销网络从事药品及其他健康相关商品的销售，经营品类包括中西成药、中药饮片、养生中药、健康器材、健康食品、普通食品、个人护理品和生活用品。除药品零售外，老百姓兼营药品批发与制造（主要为中成药及中药饮片制造）。	2018 至 2020 年度年报披露的主营业务成本中不包含咨询费成本。
一心堂	一心堂主营业务为药品零售连锁和药品批发业务，其中医药零售连锁是一心堂的核心业务。	根据年报及再融资反馈意见分析，基本不存在其他业务成本。
益丰药房	益丰药房主营业务为从事药品、保健食品、医疗器械以及与健康相关的日用便利品等的连锁零售业务，子公司益丰医药作为益丰药房内部集中采购平台，兼顾少量对外药品批发业务。	由于相关成本、销售人员工资等均为统一核算，无法准确区分，该公司在实际财务核算中将促销成本统一在销售费用中核算。
大参林	大参林主营业务主要从事药品、中药饮片、参茸滋补品、保健品、医疗器械、个人护理品、家居用品等连锁零售业务，同时兼营批发和生产业务。	由于相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，该公司在实际财务核算中将所有促销成本统一在销售费用中核算。
健之佳	健之佳主营业务为从事药品、保健食品、个人护理品、家庭健康用品、便利食品、日用消耗品等健康产品的连锁零售业务，并提供相关专业服务。子公司四川勤康健之佳医药有限责任公司、云南健之佳重庆勤康药业有限公司还从事医药批发业务。	向供应商提供市场推广、促销服务等服务时发生的与提供服务密切相关的宣传物料制作费、广告费、促销奖金等，在发生时确认，计入当期损益，在“其他业务成本”归集、列报。与该公司向供应商提供市场推广、促销服务和物流配送等服务不明确相关，不产生直接经济利益的宣传、推广投入，以及仅与该公司单独开展的促销活动相关的投入，在发生时确认，计入当期“销售费用”。
漱玉平民	漱玉平民主营业务为医药零售连锁业务。同时，公司兼营少量药品批发业务。	该公司为供应商提供印制海报、柜台展示、灯箱广告制作、开展促销活动、广告宣传、市场推广等，这些促销手段属于门店销售的必要组成部分，即使不向供应商收费，这些促销手段也会实施，该公司不会配置专门人员从事对供应商的促销陈列服务，而是与正常营销活动统一筹备和开展。由于相关材料成本、销售人员工资等

可比公司名称	主营业务	服务成本的表述
		费用均为统一核算，无法准确区分，该公司在实际财务核算中将所有促销陈列成本统一在销售费用中核算。

公司代理业务面向零售渠道，以赚取产品购销差价为主要盈利方式，服务收入为辅；开展推广服务是日常营销活动的一部分，统一筹备、统一核算，市场推广成本计入销售费用符合业务实质。

可比公司易明医药和百洋医药经营的部分临床代理产品在两票制之前，其产品购销方式与发行人保持一致，市场推广成本均计入销售费用；后受两票制影响，临床产品从产品购销方式转变为仅收取服务费收入，并单独核算了市场推广成本。

可比公司名称	主营业务	服务成本的表述
易明医药	易明医药主营业务是可分为自主生产药品和第三方合作药品两大类，根据不同产品品种特性，结合该公司所具有的资源及优势，形成不同的业务模式，具体可分为：（一）自主生产药品业务，（二）第三方合作药品销售业务，（三）原料药业务，（四）药品原材料销售业务，（五）药品推广服务业务。	1、“两票制”实施前，第三方药品生产合作商将产品全部销售给该公司，由该公司销往下游经销商或流通企业。合作产品毛利为该公司合作产品销售收入扣减合作产品的采购成本，各地区市场推广服务主要由代理商承担，由该公司承担部分列示为销售费用。 2、“两票制”实施后，根据两票制的规定，该公司进行会计核算调整，该公司仅通过向合作生产方收取推广服务费，报表列示为推广服务收入，同时该公司需承担该部分合作产品覆盖至终端的市场推广费，报表列示为推广服务成本。
百洋医药	百洋医药主营业务是为医药产品生产企业提供营销综合服务，包括提供医药产品的品牌运营、批发配送及零售，致力于成为连接医药产品和下游消费者的纽带，为品牌医药生产企业提供产品营销的综合解决方案。医药产品的品牌运营是该公司的核心业务。	1、“两票制”前，品牌生产厂商将产品销售给该公司，该公司将产品销售给下游经销商或终端客户。在这种方式下，该公司盈利通过产品买卖差价的方式，品牌运营的相关市场宣传推广费用计入销售费用。 2、该公司的品牌运营业务（两票制实施之前主要为迪巧系列及泌特系列），受“两票制”政策的影响，部分产品的销售模式从医药生产厂商销售至该公司、再由该公司销售至配送商、配送商销售至医院的方式，变更为药品厂商直接销售至配送商、再由配送商销售至医院，同时医药生产厂商向该公司支付服务费。这种方式下，该公司形成品牌服务费收入，品牌运营的相关市场宣传推广费用计入服务费成本。

注：一品红未明确披露服务成本

发行人代理业务不受两票制的直接影响，收到的上游服务收入对应的市场推广费用计入销售费用，符合发行人实际业务情况，与可比企业——易明医药、百洋医药在两票制之前的核算方式保持一致。

综上，报告期内，发行人关于服务成本的处理符合公司实际情况，亦符合大多数同行业可比公司的通行做法。

（5）推广、陈列及咨询服务对产品销售价格及毛利率的影响分析

产品销售价格为市场化定价，是发行人在分析市场供需关系、竞品定价、厂家建议零售价等多种因素基础上，与下游客户市场化协商确定。发行人向上游供应商提供的服务，对下游销售价格通常不产生影响。但会对毛利率产生间接影响，具体分析如下：

①流通企业的“综合收益”

流通企业“综合收益”普遍包括商品进销差价的“前台毛利”和服务收入的“后台收入”两部分：

A.商品进销差价，俗称“前台毛利”。前台毛利主要由采购价格、采购折扣（票折返利）决定，取决于零售企业对上游企业的议价能力，主要由采购规模、合作历史、商业谈判等决定。前台毛利率即为主营业务毛利率。

B.后台服务收入，俗称“后台毛利”，为向上游厂家或供应商提供商品市场推广及促销服务的收入，主要取决于促销推广服务的强度和效能。

在实际会计处理中，发行人需要根据发票类型、合同签订等情况，并参照同行业可比公司普遍做法，对各类收益做出相应的会计处理。收到的前台返利冲减营业成本，直接影响销售毛利率；收到的后台收入，计入其他业务收入。

②对于上游厂家或供应商来说，前后台毛利均属于支付给下游的成本

发行人获得的前台毛利、后台毛利，来源均是上游生产厂家或医药批发商业企业。无论是以票折形式给予的返利奖励，还是直接支付的现金收入，站在上游供应商角度，都是激励发行人更好地宣传推广和销售自己的产品而支付给发行人的“成本”，最终的目的是为了产品销量和品牌知名度的提升。

因此，当某个供应商支付了发行人较多的推广、陈列及咨询服务，那么可能在采购价格、票折奖励谈判中更加严格，进而可能对发行人产品毛利率产生间接影响，反之亦然。

（二）营业成本分析

1、营业成本的归集和核算

报告期内，随着营业收入的逐年增长，公司各年营业成本金额也相应上升，具体情况如下：

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
主营业务成本	**151,037.11**	**99.15%**	**122,075.92**	**99.19%**	**93,700.69**	**99.08%**
其中：代理	37,578.78	24.67%	32,596.25	26.48%	27,632.32	29.22%
零售	103,354.70	67.85%	83,107.72	67.53%	65,366.93	69.12%
终端集采	10,066.58	6.61%	6,352.28	5.16%	701.44	0.74%
信息服务	37.05	0.02%	19.67	0.02%	-	-
其他业务成本	**1,288.60**	**0.85%**	**999.72**	**0.81%**	**869.48**	**0.92%**
其中：转租成本	1,288.60	0.85%	999.72	0.81%	869.48	0.92%
合计	**152,325.71**	**100.00%**	**123,075.64**	**100.00%**	**94,570.17**	**100.00%**

发行人各项业务，利润主要来源于商品购销差价，无需对购入商品进行进一步加工。因此 2020 年之前，成本全部为商品采购成本。商品采购成本的核算方法是按照移动加权平均的计价方法对购入及发出的存货进行核算。发行人依赖信息系统进行存货的进、销、存进行日常管理，并由信息系统自动对存货成本核算及主营成本的结转。2020 年度之后因执行新收入准则，将相关运输费用归集入成本，执行新收入准则前计入销售费用。

此外，公司零售业务中诊所开展诊疗服务所发生的医师人工成本、耗材及固定资产折旧等计入营业成本。信息服务业务为向客户提供软件服务，归集的成本主要为直接提供软件服务的人工成本、通信物料成本等。公司其他业务系为上游供应商提供商品宣传、推广、陈列等服务，这些必须依托于主营业务，是公司开展主营业务的同时提供的增值服务，难以剥离于主营业务而单独存在。另外，其他业务中转租业务系个别零售门店将部分闲置面积转租而取得的

收入。根据财务核算重要性原则，公司不单独核算宣传推广陈列等服务成本，转租成本按照转租收入计量。

发行人各项业务成本归集和核算方法符合《企业会计准则》规定。

2、主营业务成本按产品分类

报告期内，公司主营业务成本按产品分类情况如下：

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
代理	中西成药	34,184.63	90.97%	29,487.98	90.46%	26,579.21	96.19%
	医疗器械	1,724.20	4.59%	1,766.11	5.42%	693.77	2.51%
	其他	424.16	1.13%	453.66	1.39%	359.33	1.30%
	运输成本	1,245.79	3.32%	888.50	2.73%	-	-
	小计	**37,578.78**	**100.00%**	**32,596.25**	**100.00%**	**27,632.32**	**100.00%**
零售	中西成药	84,250.08	81.52%	63,114.30	75.94%	53,215.62	81.41%
	中药饮片	4,109.96	3.98%	3,959.98	4.76%	3,393.99	5.19%
	保健食品	4,336.90	4.20%	3,680.71	4.43%	2,993.02	4.58%
	医疗器械	5,805.24	5.62%	6,911.77	8.32%	2,806.32	4.29%
	其他	3,897.74	3.77%	4,842.85	5.83%	2,957.99	4.53%
	运输成本	954.77	0.92%	598.10	0.72%	-	-
	小计	**103,354.70**	**100.00%**	**83,107.72**	**100.00%**	**65,366.93**	**100.00%**
终端集采	中西成药	8,367.36	83.12%	5,232.08	82.37%	586.09	83.56%
	中药饮片	335.70	3.33%	0.72	0.01%	24.25	3.46%
	保健食品	753.98	7.49%	485.71	7.65%	46.28	6.60%
	医疗器械	430.22	4.27%	410.80	6.47%	37.03	5.28%
	其他	139.77	1.39%	169.89	2.67%	7.78	1.11%
	运输成本	39.54	0.39%	53.07	0.84%	-	-
	小计	**10,066.58**	**100.00%**	**6,352.28**	**100.00%**	**701.44**	**100.00%**
信息服务	人工及其他	37.05	100.00%	19.67	100.00%		
	小计	**37.05**	**100.00%**	**19.67**	**100.00%**		

报告期内，公司主营业务成本的变动趋势与主营业务收入基本匹配。2020 年度及 2021 年度，公司主营业务收入较上年同期分别增长 27.43%、20.34%，

主营业务成本较上年同期增长 30.28%、23.72%，主营业务收入增长幅度略低于主营业务成本，报告期内主营业务毛利率略微下降。

3、主营业务成本的构成变动

报告期内，公司主营业务成本结构如下表所示：

单位：万元

主营业务成本构成	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、代理	**37,578.78**	**100.00%**	**32,596.25**	**100.00%**	**27,632.32**	**100.00%**
商品采购成本	36,332.99	96.68%	31,707.75	97.27%	27,632.32	100.00%
运输成本	1,245.79	3.32%	888.50	2.73%	-	-
二、零售	**103,354.70**	**100.00%**	**83,107.72**	**100.00%**	**65,366.93**	**100.00%**
商品采购成本	101,965.15	98.66%	82,420.39	99.17%	65,366.93	100.00%
运输成本	954.77	0.92%	598.10	0.72%	-	-
人工及其他	434.78	0.42%	89.23	0.11%	-	-
三、终端集采	**10,066.58**	**100.00%**	**6,352.28**	**100.00%**	**701.44**	**100.00%**
商品采购成本	10,027.03	99.61%	6,299.20	99.16%	701.44	100.00%
运输成本	39.54	0.39%	53.07	0.84%	-	-
四、信息服务	**37.05**	**100.00%**	**19.67**	**100.00%**	**-**	**-**
人工及其他	37.05	100.00%	19.67	100.00%	-	-

公司主营业务属于医药流通行业。除 2020 年度起因执行新收入准则，发行人将销售活动相关的运输费用计入主营业务成本外，2019 年度公司主营业务成本全部为商品采购成本，与公司实际业务相符合。2020 年度及 2021 年度，公司零售业务板块主营业务成本中人工及其他为 3 家直营诊所门店开展诊疗服务所发生的医师人工成本、耗材及固定资产折旧等；信息服务业务成本为技术服务人员成本及通信物料成本。各项主营业务成本构成的变动合理。报告期内其他业务成本均为转租成本，未发生变化。

4、主营业务成本与采购、存货的勾稽关系

主营业务成本与采购、存货的勾稽关系如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
期初存货余额	**30,458.36**	**23,077.02**	**18,229.81**

项目	2021 年	2020 年	2019 年
加：本期采购金额	166,030.64	132,033.34	100,669.84
加：其他增加	1,585.99	311.55	426.36
减：主营业务成本	151,037.11	122,075.92	93,700.69
加：新收入准则影响（运费）	2,240.11	1,539.68	-
加：非采购成本（人工及折旧）	471.83	108.90	-
减：票面折让	5,705.20	3,963.62	2,337.88
减：其他减少	219.15	572.58	210.42
期末存货余额	**43,825.45**	**30,458.36**	**23,077.02**

报告期内，发行人存货增加主要来自外部采购，其他增加主要为收购门店并入的存货及小规模纳税人不可抵扣进项税的影响，存货减少原因主要为销售产品后结转存货至营业成本，其他减少主要包括存货盘盈盘亏、赠品及促销品出库等。

5、主营业务成本与收入的变动关系

报告期内，公司**零售、代理**及终端集采业务收入与成本的变动情况如下：

项目	2021 年 vs 2020 年			2020 年 vs 2019 年		
	收入增长率	成本增长率	毛利率变动	收入增长率	成本增长率	毛利率变动
代理	12.76%	15.29%	-1.40%	18.87%	17.96%	0.48%
零售	20.66%	24.36%	-1.97%	25.03%	27.14%	-1.07%
终端集采	70.12%	58.47%	6.11%	884.50%	805.61%	7.78%
主营业务	20.34%	23.72%	-1.82%	27.43%	30.28%	-1.42%

2020 年度及 2021 年度，公司主营业务收入较上年同期分别增长 27.43%及 20.34%，主营业务成本较上年同期增长 30.28%及 23.72%，主营业务收入增长幅度略低于主营业务成本，主营业务毛利率略微下降。从整体来看，报告期内，公司主营业务成本的变动与主营业务收入的变动基本匹配。

报告期内，各项业务收入与成本的变动幅度差异，体现为各项业务毛利率的变动。具体分析见本节之（四）毛利率分析。

（三）利润主要来源分析

2019 年、2020 年以及 2021 年度，公司实现的营业利润分别为 7,674.99 万元、11,908.68 万元和 9,254.51 万元，占公司利润总额的比重分别为 99.40%、

96.82%和 98.23%，各年营业利润占利润总额的比重均超过 96%，为公司利润的主要来源，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业利润	9,254.51	11,908.68	7,674.99
利润总额	9,421.52	12,299.98	7,721.22
营业利润/利润总额	98.23%	96.82%	99.40%

报告期内，公司营业利润主要来源于主营业务毛利，公司各类业务的毛利及其占比情况如下：

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
主营业务毛利	**75,887.50**	**93.06%**	**66,490.94**	**94.97%**	**54,271.72**	**94.11%**
其中：代理	21,252.26	26.06%	19,579.62	27.96%	16,262.62	28.20%
零售	52,569.37	64.47%	46,114.46	65.86%	37,987.73	65.88%
终端集采	2,039.31	2.50%	763.80	1.09%	21.37	0.04%
信息服务	26.56	0.03%	33.05	0.05%	-	-
其他业务毛利	**5,657.01**	**6.94%**	**3,524.46**	**5.03%**	**3,394.40**	**5.89%**
服务毛利	5,598.72	6.87%	3,519.00	5.03%	3,384.90	5.87%
其中：代理	244.30	0.30%	193.01	0.28%	542.16	0.94%
零售	4,905.39	6.02%	3,261.97	4.66%	2,767.58	4.80%
终端集采	449.03	0.55%	64.02	0.09%	75.16	0.13%
其他毛利	58.29	0.07%	5.47	0.01%	9.51	0.02%
合计	**81,544.51**	**100.00%**	**70,015.40**	**100.00%**	**57,666.12**	**100.00%**

除商品购销差价外，医药流通行业普遍的盈利模式还包括上游供应商的增值服务收入。包含推广、陈列、促销等服务毛利在内，2019 年、2020 年以及 2021 年，公司零售业务总毛利分别为 40,755.31 万元、49,376.43 万元和 57,474.77 万元，是公司毛利的主要来源，毛利贡献率分别为 70.67%、70.52%和 70.48%；代理业务总毛利分别为 16,804.78 万元、19,772.63 万元和 21,496.56 万元，毛利贡献率分别为 29.14%、28.24%和 26.36%。报告期内，**零售与代理**毛利合计占比超过 96%，是构成发行人毛利的最主要两项业务。公司终端集采业务处于起步阶段，2019 年微利，2020 年度、2021 年度总毛利分别为 827.82 万

元、2,488.33 万元，上升较快。

（四）毛利率分析

1、综合毛利构成及毛利率分析

2019 年度、2020 年度以及 2021 年度，公司综合毛利率分别为 37.88%、36.26%以及 34.87%，综合毛利率逐年略有下降。具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	数额	占比	数额	占比	数额	占比
营业收入	**233,870.22**	**100.00%**	**193,091.04**	**100.00%**	**152,236.29**	**100.00%**
其中：主营业务	226,924.62	97.03%	188,566.86	97.66%	147,972.41	97.20%
其他业务	6,945.61	2.97%	4,524.18	2.34%	4,263.88	2.80%
营业成本	**152,325.71**	**100.00%**	**123,075.64**	**100.00%**	**94,570.17**	**100.00%**
其中：主营业务	151,037.11	99.15%	122,075.92	99.19%	93,700.69	99.08%
其他业务	1,288.60	0.85%	999.72	0.81%	869.48	0.92%
营业毛利	**81,544.51**	**100.00%**	**70,015.40**	**100.00%**	**57,666.12**	**100.00%**
其中：主营业务	75,887.50	93.06%	66,490.94	94.97%	54,271.72	94.11%
其他业务	5,657.01	6.94%	3,524.46	5.03%	3,394.40	5.89%
综合毛利率	**34.87%**	-	**36.26%**	-	**37.88%**	-
其中：主营业务	33.44%	-	35.26%	-	36.68%	-
其他业务	81.45%	-	77.90%	-	79.61%	-

综合毛利率呈下降趋势的主要原因有：

（1）发行人各项主营业务的毛利率水平存在一定差异。报告期内，代理毛利率一般在 40%左右；零售毛利率一般在 35%。2019 年下半年起步的终端集采业务，不承担产品的市场动销与推广职责，毛利率一般维持在 10%-20%左右，显著低于其他两项主营业务。随着终端集采业务规模的扩大，收入占比快速上升，收入结构变化是导致发行人综合毛利率下降的重要原因。

（2）2020 年度以及 2021 年度，因执行新收入准则，发行人将销售活动相关的运输费用计入主营业务成本，分别增加主营业务成本 1,539.68 万元以及 2,240.11 万元，其中代理业务增加成本 888.50 万元以及 1,245.79 万元、零售业务增加成本 598.10 万元以及 954.77 万元、终端集采业务增加成本 53.07 万元以

及 39.54 万元。而 2019 年度，上述运输费在销售费用中核算。运输费用计入成本，进一步导致了发行人综合毛利率的下降。

（3）因仿制药质量与疗效一致性评价逐步落地、药品审评审批制度持续改革相继实施等原因，国内医药工业企业普遍上调出厂价格；以及加大促销力度、线上业务发展较快等多种因素，导致发行人主营业务毛利率出现下降，具体分析见下。

2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司的主营业务突出，营业毛利基本由主营业务毛利构成，公司主营业务毛利率逐年略降，其变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务收入	226,924.62	188,566.86	147,972.41
主营业务成本	151,037.11	122,075.92	93,700.69
主营业务毛利	75,887.50	66,490.94	54,271.72
主营业务毛利率	33.44%	35.26%	36.68%

分业务类型来看，各业务毛利率情况如下表所示：

单位：万元

业务类别	2021 年				2020 年				2019 年		
	主营业务收入	收入占比	毛利率	剔除运费毛利率	主营业务收入	收入占比	毛利率	剔除运费毛利率	主营业务收入	收入占比	毛利率
代理	58,831.05	25.93%	36.12%	38.24%	52,175.87	27.67%	37.53%	39.23%	43,894.93	29.66%	37.05%
零售	155,924.07	68.71%	33.71%	34.33%	129,222.19	68.53%	35.69%	36.15%	103,354.66	69.85%	36.75%
终端集采	12,105.88	5.33%	16.85%	17.17%	7,116.08	3.77%	10.73%	11.48%	722.81	0.49%	2.96%
信息服务	63.61	0.03%	41.75%	41.75%	52.72	0.03%	62.69%	62.69%	-	-	-
合计	**226,924.62**	**100.00%**	**33.44%**	**34.43%**	**188,566.86**	**100.00%**	**35.26%**	**36.08%**	**147,972.41**	**100.00%**	**36.68%**

报告期内，公司主营业务毛利率呈下降趋势，2019 年、2020 年以及 2021 年，公司主营业务毛利率分别为 36.68%、35.26%以及 33.44%。2020 年度，因执行新收入准则，与销售活动相关的运输费调整至主营业务成本；而历史年度运输费仍在销售费用中核算，不予追溯调整。为增加可比性，剔除运输费用影响后，2020 年度以及 2021 年度，公司主营业务毛利率为 36.08%以及 34.43%。

报告期内，发行人代理业务板块的毛利率在 37%-40%左右，零售业务板块的毛利率在 34%-36%左右，终端集采业务板块的毛利率在 10%-20%左右（不考虑 2019 年筹备期）。

各期主营业务毛利率的变化分析如下：

（1）2020 年度较 2019 年度变动影响分析

剔除运输费用影响后，2020 年度，公司主营业务毛利率为 36.08%，较 2019 年度的 36.68%下降了 0.60 个百分点，主要原因系：相对低毛利率的终端集采业务板块增长较快所致。

2020 年度，虽然公司代理收入、零售收入较上一年度均有增长，其中代理增加 8,280.94 万元（增幅 18.87%）、零售增加 25,867.53 万元（增幅 25.03%），但是汇达药业自设立以来经过前期模式推介与客户培育，其核心的一站式终端集采配送门店数量从 2019 年末的 127 家增至 2020 年末的 328 家，发展迅猛。汇达药业 2020 年度对发行人体系外的主营业务收入从上一年度的 722.81 万元大幅攀升至 7,116.08 万元，占主营业务收入的比例从 0.49%升至 3.77%。

与**零售、代理**业务平均毛利率（35%-40%区间）相比，汇达药业经营的终端集采业务板块毛利率相对较低，其收入占比上升较快，拉低了当年公司整体主营业务毛利率水平。

（2）2021 年较 2020 年度变动影响分析

2021 年度，剔除运输费用影响后，公司主营业务毛利率为 34.43%，较 2020 年度下降了 1.65%个百分点。与上一年度类似，终端集采业务收入占比上升是造成整体主营业务毛利率下降的主要原因之一。2021 年，终端集采业务延续了较高的发展速度，合作门店数量增至 639 家，形成主营业务收入 12,105.88 万元，较上年同期大幅增长了 70.12%，占发行人全部主营业务收入的比例从 3.77%升至 5.33%。

除上述原因外，2021 年，发行人**零售业务和代理业务**的毛利率也出现小浮下滑，具体分析见下。

3、各业务板块毛利率分析

（1）代理业务

①2020 年代理业务毛利率上升的原因

2019 年度、2020 年度，发行人代理业务主营业务毛利率分别为 37.05%、39.23%（剔除运费影响），2020 年度代理业务毛利率增长 2.18 个百分点。

因一致性评价等改革举措的实施，2019 年度发行人代理业务药品采购价格普遍上调，为维系客户关系，公司根据市场形势在 2020 年逐步提高相应产品的销售价格。另外，随着公司代理业务规模的扩大，发行人与上游厂家的合作更加紧密，公司对上游议价能力也逐渐增强，在 2019 年采购价格的基础上，发行人争取了部分让利优惠。

2020 年度前五大单品中的 4 个品规平均售价在上升、5 个品规平均采购成本下降，具体如下：

单位：元/件

产品通用名	采购成本			销售价格		
	2020 年	2019 年	涨幅	2020 年	2019 年	涨幅
产品 1	8.17	8.40	-2.74%	11.64	11.85	-1.77%
产品 2	3.53	3.77	-6.37%	8.47	8.09	4.70%
产品 3	29.33	29.38	-0.17%	55.19	54.99	0.36%
产品 4	15.49	19.10	-18.90%	20.86	19.40	7.53%
产品 5	3.97	4.08	-2.70%	6.21	6.08	2.14%

注：产品 4 采购成本下降主要是代理模式的变化，请参见“本招股说明书之第六节之三之（二）之 1、代理业务之⑤针对丽珠集团雷贝拉唑产品代理价格变化的说明”的相关内容。

②2021 年代理业务毛利率下降的原因

2021 年，发行人代理业务主营业务毛利率为 36.12%，剔除运费后为 38.24%，较 2020 年度剔除运费后的 39.23%略微下降了 0.99 个百分点，主要原因系促销力度较大，产品平均售价较往年有所下降。具体而言：

单位：万元、万件

年份	营业收入	营业成本	销量	当年赠品金额	当年赠品数量	剔除赠品后毛利率
2020 年度	52,175.87	32,596.25	7,572.60	1,047.43	410.63	41.24%
2021 年度	58,831.05	37,578.78	8,445.39	1,627.87	798.17	41.01%

年份	营业收入	营业成本	销量	当年赠品金额	当年赠品数量	剔除赠品后毛利率
增幅	12.76%	15.29%	11.53%	55.42%	94.38%	-0.23%

2021 年度，发行人代理业务收入较上一年度增长了 12.76%，销量增长了 11.53%。为进一步夯实营销成果，公司加大了下游促销活动力度，当年“满赠”活动的赠品数量分别为 798.17 万件、金额为 1,627.87 万元，较 2020 年度的 410.63 万件、1,047.43 万元分别上升了 94.38%和 55.42%。满赠活动相当于发行人对下游客户实施的促销返利政策，降低了相应产品的平均售价。若剔除赠品影响，2021 年度发行人代理业务毛利率与上一年度基本持平。

③贴牌、非贴牌毛利率分析

贴牌代理与非贴牌，仅是发行人代理业务的两种具体的合作模式。两种模式下，发行人与上游生产厂商的协商定价方式不存在实质性差异。

报告期内，发行人代理业务的销售收入及毛利率（2020 年之后剔除运费影响）情况如下：

单位：万元

销售情况	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
贴牌	35,490.88	37.32%	29,005.21	40.36%	22,679.74	38.28%
非贴牌	23,340.17	39.64%	23,170.66	37.80%	21,215.19	35.74%
代理业务	58,831.05	38.24%	52,175.87	39.23%	43,894.93	37.05%

贴牌产品与非贴牌产品的毛利率差异不大，不同年度间的毛利率差异主要受具体产品的购销差价情况影响。

（2）零售业务

①2020 年零售业务毛利率下降的原因

2019 年度、2020 年度，发行人零售业务主营业务毛利率分别为 36.75%、36.15%（剔除运费影响），基本稳定，2020 年仅微降 0.60 个百分点。

分产品来看，2019 年至 2020 年，零售业务收入结构和毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2020 年度			2019 年度		
	收入	比例	毛利率	收入	比例	毛利率

项目		2020 年度			2019 年度		
		收入	比例	毛利率	收入	比例	毛利率
零售	中西成药	95,877.40	74.20%	34.17%	79,839.45	77.25%	33.35%
	中药饮片	7,532.32	5.83%	47.43%	6,740.32	6.52%	49.65%
	保健品	7,167.61	5.55%	48.65%	6,008.24	5.81%	50.18%
	医疗器械	11,215.84	8.68%	38.37%	5,499.13	5.32%	48.97%
	其他	7,429.02	5.75%	34.81%	5,267.52	5.10%	43.84%
	小计	**129,222.19**	**100.00%**	**36.15%**	**103,354.66**	**100.00%**	**36.75%**

各类别产品毛利率、收入占比对零售业务毛利率的影响分析如下：

产品类别	毛利率变动的影响	销售收入比重变动的影响	对毛利率的影响合计
中西成药	0.61%	-1.02%	-0.41%
中药饮片	-0.13%	-0.34%	-0.47%
保健品	-0.09%	-0.13%	-0.22%
医疗器械	-0.92%	1.64%	0.73%
其他	-0.52%	0.29%	-0.23%
合计	**-1.04%**	**0.44%**	**-0.60%**

由上表分析可知，2020 年度零售业务毛利率下降主要因疫情原因，医疗器械需求增长，同时该类产品毛利率有所下降，具体分析如下：

新冠疫情前后，发行人零售业务防疫物资类产品的销售数量、平均销售单价、平均采购成本情况如下：

单位：万元、万件、元/件

年份	营业收入	营业成本	销量	平均销售单价	平均单位成本	毛利率
2019 年度	1,115.19	588.43	98.38	11.34	5.98	47.23%
2020 年度	8,594.26	6,800.42	1,094.51	7.85	6.21	20.87%
变化比例	670.65%	1055.68%	1012.56%	-30.73%	3.88%	-26.36%

因新型冠状肺炎疫情的影响，消费者对口罩、额温枪、消毒酒精等重点疫情物资的需求大幅增长，2020 年度，防疫物资销售收入 8,594.26 万元，较 2019 年度大幅上涨 670.65%。市场需求量短期内大幅增加，供应短缺导致采购价格上涨，2020 年度上述产品的平均成本从 5.98 元/件上升至 6.21 元/件。

为确保新冠肺炎疫情防控期间口罩等相关医疗器械市场价格秩序稳定，强化和规范各级市场监管部门查处哄抬价格违法行为，2020 年 2 月 1 日，国家市

场监督管理总局发布《关于疫情防控期间查处哄抬价格违法行为的指导意见》，防疫物资不得超过 1 月 19 日前最后一次实际交易的进销差价率；2020 年 2 月 9 日，安徽省政府发布《应对疫情若干政策措施的通知》，对于 1 月 19 日之前没有销售过的防疫物资，进销差价率不能超过成本价的 30%。因此，限价销售政策导致该类产品 2020 年度的平均销售单价从 11.34 元/件降至 7.85 元/件，降幅为 30.73%。

上述因素综合影响，防疫物资收入大幅增长的同时，毛利率从 2019 年度的 47.23%高毛率水平，大幅下降至 2020 年度 20.87%，下降了 26.36 个百分点，拉低了发行人当年零售业务整体毛利率。同行业可比公司 2019 年至 2020 年毛利率普遍下降，与发行人变动趋势一致。

②2021 年度零售业务毛利率下降的原因

2021 年，发行人零售业务主营业务毛利率为 34.33%，与上年相比下降 1.82 个百分点。2021 年度发行人线下门店毛利率与上年相比基本持平，分别为 37.28%、37.22%，导致 2021 年度零售业务毛利率下降较多的主要原因系电商 B2C 业务收入占比上升较多所致，线上产品毛利率普遍低于线下门店。

单位：万元

项目		2021 年度		2020 年度	
		金额	占比	金额	占比
收入	线下门店零售	134,667.47	86.37%	118,863.14	91.98%
	B2C 电商零售	21,256.60	13.63%	10,359.05	8.02%
	合计	**155,924.07**	**100.00%**	**129,222.19**	**100.00%**
成本（不含运费）	线下门店零售	84,549.84	82.57%	74,553.18	90.36%
	B2C 电商零售	17,850.09	17.43%	7,956.45	9.64%
	合计	**102,399.93**	**100.00%**	**82,509.63**	**100.00%**
毛利率	线下门店零售		37.22%		37.28%
	B2C 电商零售		16.03%		23.19%
	合计		**34.33%**		**36.15%**

2020 年和 2021 年，公司线上 B2C 平台收入分别为 10,359.05 万元和 21,256.60 万元，占零售业务收入的比重分别为 8.02%和 13.63%。电商业务收入增长了 105.20%，实现翻倍，收入占比上升了 5.61 个百分点；与此同时，受电商促销活动较多、竞争激烈的影响，电商毛利率从 23.19%下降到 16.03%。

③线上、线下毛利率分析

A.公司零售业务由总部统一采购，线上、线下产品的采购价格不存在重大差异

发行人零售业务由国胜药房商品中心根据品类规划，汇集各个区域门店、电商部的需求信息，由总部采购部统一与供应商进行商务谈判及签订采购合同。该采购模式可以充分利用公司规模优势降低采购成本。

因此，公司产品均统一采购，除遇到“618”、“双 11”等大型平台活动或针对个别线上热销爆品，厂家或供应商给予一定的线上折扣政策外，其余绝大部分情况下，线上与线下产品的采购价格不存在差异。

B.线上销售促销引流活动较多，销售价格与毛利率较低

一方面，随着“互联网+药品流通”模式的兴起，越来越多的医药零售企业布局线上平台业务。与线下实体门店相比，电商平台开放性、包容性的生态环境使得线上商品零售价格体系更加灵活，竞争也更加激烈。各商家需要通过不断加大品牌宣传力度、升级顾客的消费体验，获得不断增长的客户流量。另外，随着各类电商平台的不断发展，行业内已逐步形成“618”、“双 11”、“双 12”等具有显著特色的电商节日，加大促销力度。公司通过参与平台举办的促销活动，吸引顾客，提升销售业绩。因此，一般来说线上商品价格较线下更加优惠，毛利率较低。

另一方面，线上消费更加直接，销售的大部分产品都是品牌商品，价格透明、竞争激烈；公司代理的自营商品销售占比较低，也是导致线上毛利率较低的原因之一。

报告期内，发行人零售业务线上与线下毛利率（剔除运费影响）情况如下：

单位：万元

项目	2021 年		2020 年		2019 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
线下门店	134,667.47	37.22%	118,863.14	37.28%	98,096.92	37.50%
线上零售	21,256.60	16.03%	10,359.05	23.19%	5,257.75	22.80%
零售合计	**155,924.07**	**34.33%**	**129,222.19**	**36.15%**	**103,354.66**	**36.75%**

报告期内，发行人线下毛利率在 37%-38%之间，未发生重大变动；受公司加大线上促销活动力度，电商竞争激烈等影响，报告期内公司线上毛利率从报告期前两年的 23%左右下降至 2021 年度的 16%左右，总体来看，线上毛利率低于线下毛利率。

（3）终端集采业务

2019 年第四季度，发行人终端集采业务刚刚起步，业务仍处于培育期，毛利率较低。该业务规模增长较快，同时发行人代理业务自营品种销售规模增加，该部分产品按照代理业务采购价进行结算，从而推动毛利率有所增加。2021 年，发行人终端集采业务毛利率较 2020 年度有所上升，主要原因系持续改善商品结构，自身代理产品的收入占比上升所致。

针对感冒灵颗粒、施慧达等市场流通量大、价格较为透明的商品，发行人终端集采业务通常选择平价或低价销售，以提升采购规模。针对硝苯地平缓释片（II）等发行人自营代理产品，内部结算价格基本按照代理业务的采购价格，因此在自营代理产品上具有较好的毛利率水平。随着集采业务的发展，发行人逐步引导客户品类选择，自营代理产品收入占比提升，使得终端集采业务毛利率上升较多。

综上所述，报告期内，发行人各项业务毛利率变动符合实际情况，具有合理原因。

4、报告期内公司毛利率与同行业公司的比较分析

报告期内，公司主营业务有医药**零售**、**代理**和终端集采业务，选取以下企业作为同行业可比公司进行分析。可比公司的相关信息均来自公开披露资料，公司不对其准确性、真实性做出判断。

序号	对标发行人业务	可比性说明	可比公司
1	代理业务	主营业务以医药工业为核心，但同时经营着一部分医药商业业务，且该等业务与发行人代理业务相近或类似	一品红（300723.SZ）、易明医药（002826.SZ）
		主营业务为医药批发，其中毛利占比最高的“品牌运营业务”与发行人代理业务相近或类似	百洋医药（301015.SZ）
2	零售业务	主营业务收入与毛利以医药零售为主，或其零售业务具有较高市场知名度，收	老百姓（603883.SH）、一心堂（002727.SZ）、益丰药房

序号	对标发行人业务	可比性说明	可比公司
		入与毛利占比较高，且与发行人零售业务相近或类似	（603939.SH）、大参林（603233.SH）、健之佳（605266.SH）、漱玉平民（301017.SZ）、达嘉维康（301126.SZ）
3	终端集采业务	主营业务为向社区医药终端和基层医疗机构等院外市场提供医药配送服务，能有效满足院外终端常见病患用药的一站式采购需求，与发行人终端集采业务相近或类似	药易购（300937.SZ）

批发和零售是医药流通行业相对传统的两大业务板块，绝大多数同行业可比公司均有涉及，但是商业模式略有不同，收入构成则各有侧重、经营产品的具体类别千差万别。例如一品红、易明医药、百洋医药的批发业务主要采用代理模式，药易购的批发业务主要以院外终端的一站式采购配送模式开展。

（1）综合毛利率比较分析

公司综合毛利率与同行业可比公司综合毛利率对比情况如下：

证券简称	证券代码	主要服务类别	综合毛利率		
			2021 年度	2020 年度	2019 年度
一品红	300723.SZ	制造、代理	85.52%	82.37%	77.58%
易明医药	002826.SZ	制造、代理	35.91%	35.96%	32.96%
百洋医药	301015.SZ	销售推广、批发配送、零售	25.13%	25.06%	27.86%
老百姓	603883.SH	零售、制造、批发	32.13%	32.06%	33.59%
一心堂	002727.SZ	零售、批发	36.96%	35.82%	38.70%
益丰药房	603939.SH	零售、批发	40.35%	37.98%	39.01%
大参林	603233.SH	零售、批发	38.15%	38.47%	39.48%
健之佳	605266.SH	医药门店零售、体检服务、便利门店零售、网络平台	35.83%	33.69%	35.15%
漱玉平民	301017.SZ	零售、批发	28.51%	30.11%	33.27%
达嘉维康	301126.SZ	分销、零售	11.79%	11.49%	11.81%
药易购	300937.SZ	院外市场医药配送服务	5.46%	7.11%	9.11%
平均值			**34.16%**	**33.65%**	**34.16%**
本公司		医药批发（代	34.87%	36.26%	37.88%

证券简称	证券代码	主要服务类别	综合毛利率		
			2021 年度	2020 年度	2019 年度
		理、终端集采）、零售			

报告期内，公司综合毛利率水平略高于同行业可比公司平均水平，主要原因是由于各公司所经营的业务结构、产品结构不同造成的。以各业务类型来看，公司毛利率与同行业可比公司不存在重大差异，具体分析如下。

（2）相关业务类别毛利率比较分析

① 代理业务

一品红、易明医药、百洋医药的批发业务主要采用代理模式，与华人健康代理业务类似。易明医药代理产品集中在瓜蒌皮注射液、盐酸纳美芬注射液和卡贝缩宫素注射液三类，百洋医药代理产品集中在迪巧、泌特、迈蓝、武田、哈乐少数产品系列等。

证券简称	证券代码	代理业务毛利率		
		2021 年度	2020 年度	2019 年度
一品红	300723.SZ	34.52%	40.93%	38.28%
易明医药	002826.SZ	8.15%	11.32%	11.60%
百洋医药	301015.SZ	48.28%	49.16%	51.89%
同行业代理业务平均值		30.31%	33.80%	33.92%
本公司代理业务毛利率		38.24%	39.23%	37.05%

注 1：易明医药选取与发行人代理业务相似的第三方合作产品、百洋医药选取与发行人代理业务相似的“品牌运营业务”；

注 2：发行人 2020 年及以后毛利率剔除因新收入准则导致的运输成本因素。

易明医药最重要的代理品种为瓜蒌皮注射液、盐酸纳美芬注射液和卡贝缩宫素注射液三款产品主要面向临床，受两票制影响较大，毛利率较低。发行人、一品红、百洋医药等代理业务主要面向零售药店，不受两票制影响，因此与易明医药毛利率差异较大。

同时，代理业务毛利率受不同品规的影响亦较大。报告期内百洋医药代理业务的平均毛利率在 50%左右，但内部品牌系列的毛利率差异较大，如迪巧系列毛利率在 65%左右、泌特、迈蓝、武田系列毛利率相对较低，约在 20%左右。

公司代理品种超过 500 种，毛利率与同行业的差异主要为具体药品种类与品规不同所致，符合行业实际情况。

② 零售业务

以零售为主的可比公司的商业模式与发行人零售业务经营主体国胜药房类似，比较成熟且单一。

证券简称	证券代码	零售业务毛利率		
		2021 年度	2020 年度	2019 年度
老百姓	603883.SH	34.73%	35.15%	36.32%
一心堂	002727.SZ	40.32%	36.43%	38.02%
益丰药房	603939.SH	39.90%	37.73%	38.55%
大参林	603233.SH	38.21%	37.89%	38.59%
健之佳	605266.SH	33.69%	32.30%	33.89%
漱玉平民	301017.SZ	28.52%	30.14%	32.28%
达嘉维康	301126.SZ	11.69%	11.44%	13.07%
同行业零售业务平均值		32.44%	31.58%	32.96%
本公司零售业务毛利率		34.33%	36.15%	36.75%

注：发行人 2020 年及以后毛利率剔除因新收入准则导致的运输成本因素。

达嘉维康从事 DTP 专业药房，与传统药房相比，DTP 药房毛利率较低。从整体来看，报告期公司零售业务的毛利率水平处于同行业可比公司的平均水平。

③ 终端集采业务

公司代理业务和终端集采业务，是医药批发业务的两种具体模式。同行业公司药易购为院外市场医药终端提供一站式采购与配送服务，与汇达药业类似。

证券简称	证券代码	终端集采业务毛利率		
		2021 年度	2020 年度	2019 年度
药易购	300937.SZ	5.86%	7.11%	9.11%
本公司终端集采业务毛利率		17.17%	11.48%	2.96%

注：发行人 2020 年及以后毛利率剔除因新收入准则导致的运输成本因素。

在医药流通行业内，配送批发商承担较少的营销、品牌运营等任务与职责，毛利率一般在 10%左右。2019 年第四季度，汇达药业正积极开拓新客户提

高市场影响力，向下游让渡部分利润，导致毛利率较低。2020 年度及 2021 年度，发行人终端集采业务改善品规结构，自身代理产品占比上升，毛利率增长较快，符合行业特性与业务定位。

综合来看，行业内终端集采式的批发业务毛利率低于代理批发业务，主要原因有：（1）代理业务一般为区域或全国总代理，与上游工业企业的合作更深入，对终端市场的掌控力更强。（2）在采购端，代理商一般采用预付款方式结算，先款后货，几乎无账期，上游工业企业获得了较为稳定的现金流；而在销售端代理商通常会承担一定的账期压力。（3）选择代理销售的上游工业企业，将全品规或某一品规委托代理商进行市场推广与客户维护，节省了销售费用。因此，医药代理商的进货价格较低，行业内毛利率普遍在 30%以上。而终端集采业务以赚取配送进销差价为主要利润来源，一般不承担市场动销与推广职责，毛利率一般在 10%-20%左右。公司两项业务的毛利率水平符合行业实际情况。

5、同一产品不同客户之间的毛利率分析

（1）代理业务

报告期内，发行人代理业务产品与客户相对分散，单个品规对单一客户的销售收入规模较小。单个品规由于统一采购，不同客户之间的成本不存在重大差异。单个品规不同客户之间的毛利率差异，主要系发行人根据合作历史、业务规模、结算条件、产品效期等因素，基于市场化商业谈判，在不同客户之间销售价格存在一定的差异所致。

（2）零售业务

公司零售业务采用直营经营模式。所有门店均由总部全资开设，在总部的直接管理下统一经营。药房各门店在公司统一制定的价格策略和营销策略下向终端消费者销售商品。不同顾客购买同一产品的价格与毛利率不存在实质性差异。

（3）终端集采业务

发行人终端集采业务面向单体药店和小型连锁药店。发行人该业务起步于2019 年，根据终端集采业务的行业惯例，以及考虑培育业务快速成长等因素，发行人在终端集采业务上采取低毛利销售策略。

针对感冒灵颗粒、施慧达等市场流通量大、价格较为透明的商品，发行人通常选择平价或低价销售，以提升采购规模。

针对硝苯地平缓释片（II）等发行人自营代理产品，发行人内部为培育终端集采业务，内部结算价格基本按照代理业务的采购价格定价，因此终端集采业务在自营代理产品上具有较好的毛利率水平。

综上，公司终端集采业务采用统一的销售定价策略，不同客户购买同一产品的价格与毛利率不存在重大差异。

6、同一客户不同年度毛利率变动情况分析

（1）代理业务

发行人代理业务主要客户不同年度毛利率变动情况如下：

序号	代理业务主要客户	报告期内毛利率			变化趋势	变化原因
		2021 年	2020 年	2019 年		
1	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	32.65%	36.52%	37.62%	逐年下降	重要客户，随着收入规模的逐年上升，给予的价格优惠力度有所提升
2	益丰大药房连锁股份有限公司	31.10%	32.60%	34.88%	逐年下降	主要受产品结构影响，2020 年毛利率较高的单品兰索拉唑片收入下降；2021 年益丰药房采购的品种增加了 100 余个，产品收入结构发生较大变化。
3	湖南怀仁大健康产业发展股份有限公司	27.32%	31.94%	31.83%	2020 年持平，2021 年下降	重要客户，随着收入规模的逐年上升，2021 年给予的价格优惠力度有所提升
4	山东联众医药连锁有限公司	40.99%	47.79%	45.88%	2020 年上升，2021 年下降	2020 年引入维生素 E 等新产品，持续优化产品结构，2021 年毛利率下降主要系维生素 E 毛利下滑所致
5	瑞人堂医药集团股份有限公司	27.52%	29.79%	32.37%	逐年下降	主要受产品结构影响，部分低毛利率产品（如雷贝拉唑）收入增速较快；同时该客户为重要客户，随着收入规模的逐年上升，给予的价格优惠力度有所提升
6	重庆捷利信医药有限责任公司	32.22%	37.10%	32.67%	2020 年上升，2021 年下降	主要受产品结构影响，2020 年毛利率上升主要是毛利率较低的阿胶产品收入下降，毛利率

序号	代理业务主要客户	报告期内毛利率			变化趋势	变化原因
		2021 年	2020 年	2019 年		
						较高的黄芪精、阿胶口服液等产品收入上升明显。2021 年高毛利的补益类产品销量有所下滑导致整体毛利率有所下滑
7	一心堂药业集团股份有限公司	51.66%	40.49%	52.84%	2020 年下降，2021 年回升	主要受产品结构影响，2020 年毛利率较高的单品兰索拉唑片收入下降，2021 年兰索拉唑片收入有所回升

（2）零售业务

报告期内，发行人零售业务主要门店不同年度毛利率变动情况如下：

序号	零售业务主要门店	报告期内毛利率			变化趋势	变化原因
		2021 年	2020 年	2019 年		
1	芜湖国胜大药房连锁有限公司黄山西路店	28.15%	29.40%	29.81%	基本稳定	年度间变动主要受产品结构影响，略有差异。此外，促销较多的 O2O 业务发展较快的门店，平均毛利率下降较多。
2	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江路店	21.09%	24.17%	25.13%	基本稳定，2021 年毛利率下降较多	
3	安徽国胜大药房连锁有限公司连锁总店	27.91%	29.33%	31.09%	基本稳定	
4	安徽国胜大药房连锁有限公司庐江总店	34.95%	34.63%	35.15%	基本稳定	
5	安徽国胜大药房连锁有限公司三里庵店	27.07%	31.87%	32.96%	基本稳定，2021 年毛利率下降较多	
6	亳州国胜大药房连锁有限公司盖福祥光明小区店（2021 年迁址至希夷大道店）	26.34%	27.59%	27.22%	基本稳定	

（3）终端集采业务

发行人终端集采业务主要客户不同年度毛利率变动情况如下：

序号	终端集采主要客户	报告期内毛利率			变化趋势	变化原因
		2021 年	2020 年	2019 年		
1	安徽好之佳大药房连锁有限公司	7.56%	7.55%	6.73%	上升	随着业务规模的扩大、采购端议价能力的增强，以及代理业务自营品种销售规模的扩大，终端集采业务对各主要客户的毛利率均
2	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	8.45%	7.89%	4.99%	上升	
3	金寨县百草堂大药房有限公司	9.65%	8.91%	5.70%	上升	
4	安徽时珍堂大药房连锁有限公司	7.11%	7.44%	5.65%	整体上升	

序号	终端集采主要客户	报告期内毛利率			变化趋势	变化原因
		2021 年	2020 年	2019 年		
5	宿松县德胜医药有限责任公司宿松大药房总店	-	3.52%	1.48%	上升	呈现上升态势
6	安徽省秀水回春大药房连锁有限公司	8.62%	-	-	新增	新增客户
7	合肥市百福生大药房连锁有限公司	5.19%	5.38%	5.55%	下降	客户对发行人自营代理品种的需求量较低，采购的大多为低毛利普药产品
8	淮南市福之源大药房连锁有限公司	6.06%	7.40%	-	下降	

7、影响毛利率变动的因素及未来变动趋势

（1）对于单品而言，影响单品毛利率的因素主要是上游采购成本和下游销售价格

我国医药市场以仿制药为主，发展成熟且市场竞争充分。对于单品而言，影响其毛利率的因素主要是上游采购成本和下游销售价格。

在成本端，上游生产厂商的生产成本、研发成本以及发行人与供应商的议价能力将直接影响供货价格，进而对毛利率产生影响。

在销售端，药品零加成、两票制、以及全国陆续落地的带量采购等医药政策的实施，导致医院药品价格整体下降，间接对零售终端的价格体系产生影响，可能导致相关产品的销售单价和毛利率出现一定程度的下降。此外，我国近年来电子商务平台的普及和第三方配送服务的发展一定程度上改变了部分消费者的消费习惯，网上药店快速发展。线上比价、消费更加直接，导致商家竞争激烈，各平台为吸引客流，促销让利活动较多，网上销售价格优惠力度较大，毛利率较低。

（2）对于各项业务板块而言，影响业务毛利率的因素主要为产品结构

不同单品的毛利率存在较大差异。一般来说，中药饮片、保健品、医疗器械的毛利率较高。报告期内，发行人上述产品的毛利率基本在 50%左右。

相比而言，中西成药的毛利率一般比中药饮片、保健品、器械低，部分 DTP 慢病处方药的毛利率仅 10%左右，其主要原因是：①我国药品以仿制药为主，消费者可选择范围多，市场竞争激烈，尤其是品牌商品，价格透明，毛利

率较低；②在我国，处方类药物的销售主要集中在临床端，近年来医保目录药品由国家医保集中谈判，针对公立医院开展的带量采购等政策的陆续实施，市场价格公开透明，临床药品毛利空间被压缩，间接影响零售端毛利率。

因此，产品结构将影响各项业务的主营毛利率。发行人未来将根据行业政策变化、商品下游销售趋势、消费者习惯及认知度，不断优化商品结构，保证商品体系的健康运转。

（3）对于发行人而言，影响综合毛利率的因素主要为业务板块收入结构

医药流通行业是一个充分竞争的成熟市场，各环节参与企业的毛利空间基本透明，例如承担药品在下游推广销售成本的独家代理商（对照发行人代理业务）一般呈现高毛利、高费用率的特点，毛利率普遍在 30%以上；承担配送环节的批发商（对照发行人终端集采业务）呈现低毛利、低费用率特点，一般毛利率在 10%左右；产业链下游的传统零售企业（对照发行人零售业务）的毛利率近年来稳定在 35%-40%左右，DTP 药房零售毛利率一般在 10%-15%左右。

各项业务的毛利率水平存在一定差异，因此，业务板块收入结构比重的不同，将导致发行人综合毛利率发生变化。

（4）随着终端集采业务的快速发展，发行人各业务板块收入结构的变化可能导致综合毛利率有所下降

报告期内，公司零售业务总收入占营业收入的比例分别为 70.28%、69.13%和 69.32%，是公司收入占比最高的业务类型；代理业务总收入占比分别为 29.19%、27.12%和 25.26%。报告期内，**零售与代理**两项业务毛利率水平较高，其中，代理毛利率分别为 37.05%、39.23%和 38.24%；零售毛利率分别为 36.75%、36.15%和 34.33%。

2019 年下半年起步的终端集采业务，不承担产品的市场动销与推广职责，2020 年度、2021 年度终端集采业务总收入占比分别为 3.72%、5.37%，毛利率分别为 11.48%、17.17%，显著低于**零售与代理**业务。

我国医药零售行业的连锁化率仍然偏低，数量庞大的小微药店面临诸多经营难题。发行人新颖的全品类、一站式、点单式采购模式解决了众多小微客户的经营痛点，吸引了越来越多的客户。终端集采是发行人构建医药零售生态网

络的重要一环，得到了发行人重点发展。未来预计该业务板块将保持较高速增长，低毛利率的终端集采占比上升将可能导致发行人综合毛利率有所下降。

基于上述分析，上游生产企业面临着日趋严峻的成本压力，国家带量采购、药品零加成、两票制等政策的实施，对行业内企业都产生一定的直接或间接影响。加之电商平台的兴起，行业价格竞争日益激烈。受成本与销售端的综合影响，未来发行人各项业务存在毛利率继续下降的风险。

发行人在招股说明书“重大事项提示”、“第四节 风险因素”中披露了“带量采购政策实施使得终端零售药品价格大幅下滑风险”、“毛利率下降的风险”等风险因素。截至招股说明书签署日，发行人不存在未披露的、可能导致各项业务毛利率持续下降的重大因素。

（五）期间费用分析

报告期内，公司的期间费用占营业收入比例的变化情况如下表：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	55,663.98	23.80%	43,963.42	22.77%	37,660.15	24.74%
管理费用	13,144.88	5.62%	12,093.03	6.26%	10,484.42	6.89%
研发费用	49.88	0.02%	20.19	0.01%	-	-
财务费用	2,416.61	1.03%	726.29	0.38%	782.61	0.51%
合计	**71,275.34**	**30.48%**	**56,802.93**	**29.42%**	**48,927.18**	**32.14%**

2019 年、2020 年和 2021 年，公司期间费用占营业收入的比例分别为 32.14%、29.42%和 30.48%。

1、销售费用

（1）销售费用明细情况

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
工资薪酬	29,569.20	12.64%	23,888.16	12.37%	19,740.73	12.97%
房租及物业费	16,096.78	6.88%	12,929.99	6.70%	10,377.07	6.82%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
促销及市场推广费	2,386.83	1.02%	1,927.21	1.00%	2,117.94	1.39%
运输费	-	-	-	-	1,045.54	0.69%
电商平台服务费	2,214.28	0.95%	1,100.13	0.57%	608.64	0.40%
长期待摊费用摊销	1,300.73	0.56%	868.73	0.45%	523.81	0.34%
水电费	727.09	0.31%	643.96	0.33%	583.25	0.38%
折旧及摊销费	704.12	0.30%	535.50	0.28%	408.41	0.27%
交通差旅费	665.78	0.28%	501.24	0.26%	560.68	0.37%
办公费	430.04	0.18%	266.40	0.14%	283.78	0.19%
广告宣传费	527.02	0.23%	392.51	0.20%	369.18	0.24%
会议费	320.33	0.14%	287.12	0.15%	294.13	0.19%
通讯费	247.17	0.11%	231.00	0.12%	147.95	0.10%
业务招待费	158.95	0.07%	119.31	0.06%	315.57	0.21%
修理费	78.71	0.03%	100.22	0.05%	109.75	0.07%
其他	236.96	0.10%	171.94	0.09%	173.73	0.11%
合计	**55,663.98**	**23.80%**	**43,963.42**	**22.77%**	**37,660.15**	**24.74%**

（2）销售费用变动分析

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司销售费用金额分别为 37,660.15 万元、43,963.42 万元和 55,663.98 万元，占营业收入的比重分别为 24.74%、22.77%和 23.80%。报告期内，公司销售费用主要包括工资薪酬、房租及物业费等。

①工资薪酬

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司销售费用中的工资薪酬金额分别为 19,740.73 万元、23,888.16 万元以及 29,569.20 万元，占营业收入比例分别为 12.97%、12.37%以及 12.64%。销售人员工资薪酬金额逐年上升。

报告期各期，发行人销售人员的职工薪酬、人员数量及人均工资的变动情况如下：

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
销售人员薪酬（万元）	29,569.20	23.78%	23,888.16	21.01%	19,740.73

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
销售人员加权人数（人）	4,245.67	14.38%	3,711.92	19.30%	3,111.50
平均薪酬（万元/人）	6.96	8.15%	6.44	1.44%	6.34

注 1：销售人员薪酬为各期销售费用中的工资薪酬总额，2019 年至 2021 年度销售人员加权人数=Σ计入销售费用全体人员出勤月数/12

报告期内发行人销售人员职工薪酬与销售人员变动、人均工资的变动相吻合。

②房租及物业费

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司销售费用中的房租及物业费金额分别为 10,377.07 万元、12,929.99 万元以及 16,096.78 万元，占营业收入比例分别为 6.82%、6.70%以及 6.88%。报告期内，公司零售门店累计新增 339 家，房租物业费金额逐年上涨，2020 年占营业收入的比例略有下降；2021 年因新租赁准则影响，房租物业费金额及占比均有所上升。

A.报告期内门店数量、租赁门店面积与租赁费的配比关系

报告期内，发行人门店数量、租赁门店面积及房屋物业费的具体情况如下：

单位：万元

项目		2021 年	2020 年	2019 年
零售业务房租及物业费		17,249.58	12,914.83	10,358.86
门店数量（家）	期初	771	607	541
	期末	880	771	607
平均门店租金（万元/家/年）		20.90	18.74	18.05
门店面积（平方米）	期初	112,924.30	84,182.51	77,762.72
	期末	123,891.12	112,924.30	84,182.51
平均单位租金（元/平方米/日）		3.99	3.59	3.50

注 1：平均门店租金=房租及物业费/（期初门店数量+期末门店数量）/2；
平均单位租金=房租及物业费/（期初门店面积+期末门店面积）/2/365。

报告期内，发行人平均门店租金分别为 18.05 万元/家/年、18.74 万元/家/年和 20.90 万元/家/年，逐年增长。同时从平均单位租金来看，报告期内发行人零

售门店平均单位租金从 3.50 元/平米/日逐年上升至 3.99 元/平米/日。租金的上涨主要受经济发展、物价水平提高及新租赁准则所影响。

B.与当地租金水平的比较

报告期末，发行人门店数量最多的前五位城市为合肥市、芜湖市、亳州市、六安市、安庆市，以上述地区为例，发行人及子公司门店租金的单位租赁费用与同地区商铺的平均租金水平比较情况如下：

单位：元/平米/日

地区	发行人平均单位租金	当地商铺平均单位租金
合肥	4.96	2.61
芜湖	2.65	1.77
亳州	2.27	1.34
六安	3.14	1.68
安庆	2.50	1.27

注：2021 年当地商铺平均租金水平的数据来源为中国房价行情平台网站（http://www.creprice.cn）。

报告期内，发行人零售门店平均单位租金高于中国房价行情平台网站统计的当地商铺平均单位租金，主要是由于发行人零售门店对租赁位置的要求更高，优先选择地理位置较优、人流密集的地区，上述物业的租赁价格亦更高，具有合理性。

③促销及市场推广费

报告期内，发行人促销及市场推广费主要集中于代理业务，系代理业务开展过程中，为推动代理业务发展、提高下游客户积极性所产生的费用，包括支付给下游医药连锁企业客户的陈列促销服务费或宣传费，以及支付给广告公司、咨询公司的用于制作促销宣传活动物料等费用。

报告期内，发行人促销及市场推广费的具体内容及支付对象情况如下：

单位：万元

支付对象	具体内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
广告公司、咨询公司	促销宣传活动物料制作、市场调研咨询	850.82	759.42	1,477.52
下游医药连锁企业	陈列促销服务费或宣传费、赠品等	1,536.01	1,167.79	640.42
合计		**2,386.83**	**1,927.21**	**2,117.94**

报告期内，发行人促销及市场推广费主要由代理业务中支付给广告公司促销宣传活动物料制作、市场调研咨询费用，以及支付给下游客户的陈列促销服务费组成。报告期内，发行人促销及市场推广费的变动具有合理性，费用确认真实、准确、完整。

④广告宣传费

广告宣传费主要为零售业务中门店广告印刷费、喷绘费、条幅海报费、物料费等门店宣传费用，上述费用主要支付给广告公司。报告期内，发行人广告宣传费与零售业务主营收入的对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
广告宣传费	527.02	392.51	369.18
零售业务主营收入	155,924.07	129,222.19	103,354.66
占比	0.34%	0.30%	0.36%

报告期内，随着零售业务的扩张，发行人上述广告宣传费逐年上升，占零售业务主营收入的比例较低。

报告期内，发行人广告宣传费的变动具有合理性，费用确认真实、准确、完整。

⑤交通差旅费、业务招待费

报告期内，发行人交通差旅费、业务招待费占营业收入比例较低。随着差旅费、业务招待费等费用管控的加强，同时，2020 年受疫情影响，销售人员出差频次以及商务宴请等有所减少。报告期内，发行人交通差旅费及业务招待费变动具有合理性。

（3）同行业公司销售费用比较

证券代码	证券简称	销售费用率		
		2021 年度	2020 年度	2019 年度
一品红	300723.SZ	58.28%	55.77%	51.98%
易明医药	002826.SZ	23.79%	23.71%	20.15%
百洋医药	301015.SZ	14.01%	14.84%	17.18%
老百姓	603883.SH	20.81%	20.31%	21.56%

证券代码	证券简称	销售费用率		
		2021 年度	2020 年度	2019 年度
一心堂	002727.SZ	25.37%	24.11%	27.05%
益丰药房	603939.SH	26.49%	24.57%	26.09%
大参林	603233.SH	25.46%	23.80%	26.02%
健之佳	605266.SH	25.59%	23.30%	25.18%
漱玉平民	301017.SZ	22.02%	20.07%	25.06%
达嘉维康	301126.SZ	4.02%	3.88%	3.12%
药易购	300937.SZ	3.79%	3.65%	4.77%
行业平均值		22.69%	21.64%	22.56%
本公司		23.80%	22.77%	24.74%

报告期内，公司销售费用率总体上与同行业公司平均水平差异较小。2020 年度因新冠疫情对差旅与业务推广造成一定影响，绝大部分可比上市公司的销售费用率均出现一定程度的下降。此外，发行人 2020 年度因实施新收入准则，将原销售费用-运输费用计入主营业务成本，销售费用率进一步下降。

2021 年，公司零售业务 O2O、B2C 电商业务增长较快，相应的平台服务费用（即佣金扣点费）大幅上升，此外销售人员工资薪酬也有所增长，导致 2021 年度销售费用率较上一年度略微上升。

2、管理费用

（1）管理费用明细情况

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
工资薪酬	6,273.48	2.68%	5,399.92	2.80%	4,005.78	2.63%
长期待摊费用摊销	4,267.13	1.82%	4,159.22	2.15%	4,055.52	2.66%
折旧及摊销	423.32	0.18%	310.89	0.16%	241.96	0.16%
办公费	567.81	0.24%	419.23	0.22%	259.30	0.17%
股份支付	24.52	0.01%	261.84	0.14%	352.00	0.23%
房租及物业费	348.60	0.15%	220.60	0.11%	163.58	0.11%
交通差旅费	205.17	0.09%	216.08	0.11%	224.85	0.15%
业务招待费	193.17	0.08%	200.88	0.10%	256.41	0.17%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
水电费	207.47	0.09%	168.23	0.09%	176.24	0.12%
咨询费	108.53	0.05%	185.87	0.10%	262.01	0.17%
运输费	31.22	0.01%	53.39	0.03%	83.70	0.05%
通讯费	50.55	0.02%	28.49	0.01%	37.37	0.02%
其他	443.89	0.19%	468.39	0.24%	365.71	0.24%
合计	**13,144.88**	**5.62%**	**12,093.03**	**6.26%**	**10,484.42**	**6.89%**

（2）管理费用变动分析

①整体变动分析

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司管理费用金额分别为 10,484.42 万元、12,093.03 万元以及 13,144.88 万元，占营业收入的比重分别为 6.89%、6.26%以及 5.62%，管理费用主要为工资薪酬、门店资产收购形成的长期待摊费用摊销。

报告期内，公司管理费用中的工资薪酬金额逐年上升，工资薪酬占比基本稳定。2017 年起，公司通过并购的方式快速扩张零售网络。对于资产收购门店转让费计入长期待摊费用，按 5 年摊销。历史上发行人采用资产收购形式收购了 165 家门店，导致每年摊销金额较大。

②历次股份支付费用（含报告期外）分析

为吸引留住优秀人才，激发员工工作热情，在本次公开发行申报前，公司先后引入胜凡投资、福曼医投资、康凡投资三个员工持股平台，实施员工股权激励。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，“企业授予职工期权、认股权证等衍生工具或其他权益工具，对职工进行激励或补偿，以换取职工提供的服务”的要求及实施要件。《企业会计准则第 11 号—股份支付》所规范的以权益结算的股份支付，确认和计量原则为：按股份在授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关的资产成本或当期费用，同时计入资本公积。

2017 年度至 2021 年度分别形成 1,407.71 万元、1,412.52 万元、352.00 万

元、261.84 万元以及 24.52 万元股份支付费用。

A. 2017 年 12 月，发行人增资行为部分构成股份支付

2017 年 12 月，公司资本公积转增股本完成后，同步进行增资，股本总额由 9,440.00 万股增加至 10,000.00 万股，其中：胜凡投资认购新增股份 304.00 万股；福曼医投资认购新增股份 256.00 万股。本次增资的认购单价均为 5 元/股，参照 2017 年 10 月华泰大健康的入股价格 7.9450 元/股作为公允价值，进行股份支付处理。相应计入公司当期管理费用并调整资本公积的金额如下：

单位：万股、元/股、万元

增资方	增加股本	单价	增资金额	实控人份额		激励份额	计提管理费用及调整资本公积金数额
胜凡投资	304.00	5.00	1,520.00	何家乐	9.00	295.00	868.78
福曼医投资	256.00	5.00	1,280.00	何家乐	1.00	183.00	538.94
				何家伦	72.00		
合计	**560.00**	**5.00**	**2,800.00**		**82.00**	**478.00**	**1,407.71**

虽然**共同**实际控制人何家乐、何家伦在持股平台中享有少量份额，但由于引入员工持股平台后公司总股本增加，**共同**实际控制人未取得超过其原持股比例的新增股份，因此**共同**实际控制人所持平台份额不构成股份支付，应予以扣除。

B. 2018 年 12 月，发行人增资行为部分构成股份支付

2018 年 12 月，公司增资，股本总额由 11,111.1111 万股增加至 11,886.7284 万股，其中：康凡投资认购新增股份 150.00 万股，认购单价 6.50 元/股；苏州赛富认购新股 625.6173 万股，认购单价 15.98 元/股。参照苏州赛富入股价格作为公允价值，对康凡投资低价入股进行股份支付处理。相应计入公司当期管理费用并调整资本公积的金额如下：

单位：万股、元/股、万元

增资方	增加股本	单价	增资金额	实控人及份额		激励份额	计提管理费用及调整资本公积金数额
康凡投资	150.00	6.50	975.00	何家乐	1.00	149.00	1,412.52
合计	**150.00**	**6.50**	**975.00**		**1.00**	**149.00**	**1,412.52**

同理，由于总股本的增加，**共同**实际控制人未取得超过其原持股比例的新

增股份，因此**共同**实际控制人所持平台份额不构成股份支付，应予以扣除。

C.发行人持股平台股份授予或离职员工将所持股份转让给**共同**实际控制人指定的其他员工，构成股份支付

报告期内，员工持股平台份额变化有两方面原因：（1）**共同**实际控制人将所持部分份额转让给员工；（2）离职员工根据《激励股权授予协议》将已经取得的激励股权，公司董事会或持股平台普通合伙人有权要求激励对象将其届时拥有的持股平台权益份额转让给持股平台普通合伙人或公司董事会指定的其他第三人，转让价格为该等激励股权的行权对价加上以 8%的年利率（单利）计算的利息。

上述持股平台份额转让价格与转让时点外部投资者入股价格存在差异，符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》所规范的以权益结算的股份支付。报告期内，员工持股平台内部转让情况如下：

单位：万股、元/股、万元

年度	持股平台	时间	转让方	受让方	股份数量	转让单价	公允价值	原因	计提管理费用及调整资本公积金数额
2018 年度	胜凡	2018 年 7 月	何家乐	邵光山	32.00	12	2018 年 5 月阿里入股 12 元/股	实控人激励员工	0.00
	福曼医	2018 年 7 月	何家伦	盛欣	31.00	12	2018 年 5 月阿里入股 12 元/股	实控人激励员工	0.00
2019 年度	胜凡	2019 年 9 月	何家乐	王庆生	25.00	12	2019 年 12 月时达入股 18 元/股	实控人激励员工	150.00
	福曼医	2019 年 9 月	何家伦	廖春雷	8.00	5	2019 年 12 月时达入股 18 元/股	实控人激励员工	104.00
			何家伦	窦康	4.00	5		实控人激励员工	52.00
	康凡	2019 年 10 月	何家乐	刘先翠	4.00	6.5	2019 年 12 月时达入股 18 元/股	离职员工转让（经实控人）	46.00
2020 年度	胜凡	2020 年 5 月	张锦	张平	2.00	5.89	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	离职员工转让	27.98
		2020 年 11 月	何家乐	程立涛	1.99	18	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	实控人激励员工	3.75
	福曼医	2020 年 11 月	何家乐	程立涛	3.99	18	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	实控人激励员工	7.52
			何家伦	程立涛	33.03	18		实控人激励员工	62.28

年度	持股平台	时间	转让方	受让方	股份数量	转让单价	公允价值	原因	计提管理费用及调整资本公积金数额
	康凡	2020 年 4 月	孙文可	王松	2.00	7.15	2019 年 12 月时达入股 18 元/股	离职员工转让	21.71
			张锦	张平	1.00	7.12		离职员工转让	10.88
			凌林	徐红梅	1.00	7.11		离职员工转让	10.89
			凌林	汪东方	1.00	7.11		离职员工转让	10.89
			苏惠洁	史宏燕	2.00	7.13		离职员工转让	21.75
			何家乐	李莉莉	2.00	6.50		离职员工转让（经实控人）	23.00
		2020 年 10 月	何家乐	程立涛	5.99	18	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	实控人激励员工	11.29
		2020 年 10 月	吴佳	沈琴	2.00	7.41	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	离职员工转让	24.94
			吴佳	吴娟娟	2.00	7.41		离职员工转让	24.94
2021 年度	康凡	2021 年 3 月	吴瑞	张平	2.00	7.63	2020 年 9 月黄山赛富入股 19.89 元/股	离职员工转让	24.52

综上，公司股份支付费用汇总如下：

单位：万股、元/股、万元

年度	事件	激励数量	公允价值	激励单价	股份支付费用
2017 年	胜凡增资	295.00	7.9450	5.00	868.78
	福曼医增资	183.00	7.9450	5.00	538.94
	小计	**478.00**	-	-	**1,407.71**
2018 年	康凡增资	149.00	15.98	6.50	1,412.52
	小计	**149.00**	-	-	**1,412.52**
2019 年	实际控制人授予与离职员工转让	41.00	18.00	5.00、6.50、12.00	352.00
	小计	**41.00**	**18.00**	5.00、6.50、12.00	**352.00**
2020 年	实际控制人授予与离职员工转让	60.00	18.00、19.89	5.89 至 18.00	261.84
	小计	**60.00**	**18.00、19.89**	5.89 至 18.00	**261.84**
2021 年	离职员工转让	2.00	19.89	7.63	24.52
	小计	**2.00**	**19.89**	**7.63**	**24.52**

年度	事件	激励数量	公允价值	激励单价	股份支付费用
合计					**3,458.59**

（3）同行业公司管理费用比较

证券代码	证券简称	管理费用率		
		2021 年度	**2020 年度**	**2019 年度**
一品红	300723.SZ	7.69%	6.05%	5.25%
易明医药	002826.SZ	6.33%	5.87%	6.60%
百洋医药	301015.SZ	1.08%	2.39%	3.11%
老百姓	603883.SH	4.61%	4.71%	4.76%
一心堂	002727.SZ	2.74%	4.00%	4.09%
益丰药房	603939.SH	4.29%	4.16%	4.27%
大参林	603233.SH	5.49%	4.81%	4.67%
健之佳	605266.SH	2.64%	3.29%	3.01%
漱玉平民	301017.SZ	2.98%	2.65%	3.00%
达嘉维康	301126.SZ	1.90%	1.90%	1.70%
药易购	300937.SZ	1.04%	0.83%	0.95%
行业平均值		3.71%	3.70%	3.76%
本公司		5.62%	6.26%	6.89%
本公司（剔除股份支付、资产收购摊销费用）		3.79%	3.97%	3.99%

报告期内，公司管理费用率总体高于同行业公司平均水平。主要原因有：（1）公司报告期内产生的股份支付费用。（2）报告期内因资产收购门店形成的长期待摊费用的每年摊销额较大。行业内针对零售门店的资产收购行为，上市公司都会根据自身特点设置相应的标准，对于满足标准的门店资产组收购确认为商誉；对于不满足标准的，则将门店转让费计入长期待摊费用，按 5 年摊销。与可比公司将全部或达到某标准的资产收购计入商誉的做法相比，发行人将全部资产收购计入长期待摊费用的会计政策更加谨慎。若剔除上述会计处理带来的影响，报告期内，发行人管理费用率分别为 3.99%、3.97%以及 3.79%，与同行业无重大差异。

报告期内，发行人管理费用真实、准确、完整，不存在关联方为公司分担费用的情况。

3、研发费用

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
工资薪酬	49.83	0.02%	19.58	0.01%
其他	0.04	0.00%	0.61	0.00%
合计	**49.88**	**0.02%**	**20.19**	**0.01%**

报告期内，公司主营医药**零售、代理**和终端集采业务，不从事上游医药研发活动，属于医药流通行业。2020 年初成立子公司捷助科技，开发定制化业务信息系统，产生了少量研发费用，占发行人营业收入的比例极低。

4、财务费用

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
利息支出	479.94	0.21%	680.46	0.35%	689.14	0.45%
减：利息收入	193.65	0.08%	259.55	0.13%	130.48	0.09%
手续费支出	198.65	0.08%	179.13	0.09%	129.87	0.09%
担保费	8.92	0.00%	126.25	0.07%	94.08	0.06%
租赁利息	1,922.74	0.82%	-	-	-	-
合计	**2,416.61**	**1.03%**	**726.29**	**0.38%**	**782.61**	**0.51%**

报告期内，公司财务费用分别为 782.61 万元、726.29 万元和 2,416.61 万元，2019 年至 2020 年主要系利息支出与利息收入的差额、手续费与担保费，占营业收入的比例较低。2021 年起执行新租赁准则，形成金额较大的租赁利息，财务费用占营业收入的比例有所提高。

（六）其他重要项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
城建税	554.53	485.25	396.51

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
教育费附加	405.11	354.35	289.84
地方基金	192.76	163.72	147.37
印花税	107.47	76.21	55.22
房产税	43.00	44.99	18.87
土地使用税	8.35	20.15	5.60
车船使用税	1.14	1.15	0.52
合计	**1,312.36**	**1,145.82**	**913.92**

报告期内，发行人税金及附加分别为 913.92 万元、1,145.82 万元和 1,312.36 万元，主要系城建税、教育费附加、地方基金等。

2、其他收益

报告期内，公司其他收益如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助	914.77	380.12	137.85
个人所得税手续费返还	10.50	4.31	1.35
合计	**925.27**	**384.43**	**139.20**

报告期内，发行人其他收益分别为 139.20 万元、384.43 万元和 925.27 万元，为与日常经营活动有关的政府补助以及少量个人所得税手续费返还。与日常经营活动有关的计入其他收益的政府补助如下：

单位：万元

补助项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	与资产相关/与收益相关
小规模纳税人免征增值税	128.96	32.29	40.43	与收益相关
就业生创业证、退役士兵增值税扣减	19.22	26.48	12.03	与收益相关
附加税返还	-	-	0.70	与收益相关
稳岗补贴、培训补贴、就业补贴	130.13	295.99	74.69	与收益相关
失业保险费返还	-	17.15	4.48	与收益相关
芜湖市医疗保障局疫情期间药店销售口罩补贴	-	5.32	-	与收益相关
工会经费补助	8.91	-	5.18	与收益相关
残疾人就业保障金减免	-	2.50	-	与收益相关

补助项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	与资产相关/与收益相关
门店上报不良反应的补贴	0.40	0.35	-	与收益相关
合肥市光伏发电产权补贴	-	-	0.34	与收益相关
生育保险返还	-	0.03	-	与收益相关
项目投资纳税奖励	308.64	-	-	与收益相关
个私房产税扶持政策补助	18.52	-	-	与收益相关
融资费用补助	300.00	-	-	与收益相关
合计	**914.77**	**380.12**	**137.85**	-

3、投资收益

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司投资收益金额合计分别为 119.28 万元、58.96 万元以及 83.07 万元。

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
理财产品取得的投资收益	65.97	58.96	119.28
可供出售金融资产在持有期间的投资收益	17.10	-	-
合计	**83.07**	**58.96**	**119.28**

报告期内，为充分提高流动资金使用效率与收益，在确保日常运营和资金安全前提下，公司在兴业银行、浦发银行、中信银行等银行购买了理财产品或结构性存款。2021 年度，参股子公司黄山新安江大药房股东会决定现金分红 90 万元，公司持股比例为 19%，投资收益为 17.10 万元。

4、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
信用减值损失	-503.83	-456.83	-266.62
合计	**-503.83**	**-456.83**	**-266.62**

公司将应收账款与其他应收款信用减值损失列报于信用减值损失。

5、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货跌价准备	-225.73	-161.93	-141.88
合计	**-225.73**	**-161.93**	**-141.88**

报告期内，公司资产减值损失由存货跌价准备构成。

6、资产处置收益

报告期内，公司资产处置收益情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
固定资产处置收益	18.92	17.40	-
合计	**18.92**	**17.40**	**-**

7、营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
与日常经常活动无关的政府补助	268.56	510.45	150.24
非流动资产毁损报废利得	1.30	0.43	2.65
其他	28.06	52.85	50.32
合计	**297.92**	**563.73**	**203.20**

公司营业外收入主要由与日常经常活动无关的政府补助构成。报告期内计入营业外收入的各项政府补助具体确认如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	与资产/收益相关
产业转型升级、产业政策兑现奖励	103.00	440.00	150.00	与收益相关
南瑞街道社会贡献奖励	69.51	39.60	-	与收益相关
强化疫情防控重点保障企业资金支持	-	20.40	-	与收益相关
现代服务业（商务部分）扶持项目资金	-	5.00	-	与收益相关
合肥市商务局高质量发展政策资金兑现	10.00	5.00	-	与收益相关
包河经开区优秀基层党组织奖补	-	0.20	-	与收益相关
庐江县劳动就业服务中心小微	-	0.20	-	与收益相关

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	与资产/收益相关
企业补贴				
兴园小区保健品示范基地的奖金	-	0.05	-	与收益相关
安庆市省级流通业发展资金	30.00	-	0.15	与收益相关
庐江县市场监督检验所检验所不良反应经费补贴	-	-	0.09	与收益相关
合肥市包河区促进金融产业发展政策	21.50	-	-	与收益相关
电子商务发展专项及政策资金	34.50	-	-	与收益相关
宣城市市场监督管理局奖励款	0.05	-	-	与收益相关
合计	**268.56**	**510.45**	**150.24**	-

8、营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
诉讼赔偿款	111.72	90.48	74.57
捐赠	0.39	24.90	0.30
非流动资产毁损报废损失	3.69	-	0.23
其他	15.10	57.05	81.88
合计	**130.91**	**172.43**	**156.98**

诉讼赔偿款、捐赠、罚款以及违约金等系构成营业外支出的主要内容。其中，诉讼赔偿款主要因公司员工工作期间交通肇事、劳动仲裁等原因产生的赔偿款。

9、所得税费用

报告期内，所得税费用的组成如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
本期所得税费用	3,261.89	3,627.59	2,543.65
递延所得税费用	-813.63	-213.52	-157.14
合计	**2,448.26**	**3,414.07**	**2,386.52**

（七）非经常性损益和税收优惠对经营成果的影响

1、非经常性损益对经营成果的影响

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于母公司所有者的非经常性损益净额	855.09	376.23	-122.33
归属于母公司所有者的净利润	6,972.66	8,891.99	5,194.81
归属于母公司所有者的非经常性损益净额占比	**12.26%**	**4.23%**	**-2.35%**

公司非经常性损益主要为政府补助；2019 年至 2020 年，非经常性损益对净利润的影响较小；2021 年，发行人收到的政府补助金额较多，且受新租赁准则、省外新开门店亏损等因素综合影响，发行人净利润同比有所下滑，非经常性损益占比有所提高。

2、税收优惠对经营成果的影响

报告期内，公司享受的税收优惠金额以及占利润总额的比重均较低，对发行人经营成果不构成重大影响，发行人对税收优惠不存在严重依赖。具体参见本招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率”之“（二）税收优惠政策及依据”的相关内容。

（八）纳税情况

1、应交税费

报告期各期末，公司应交税费主要由应交企业所得税、增值税构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
企业所得税	1,314.66	487.14	438.56
增值税	2,036.76	797.46	793.37
个人所得税	61.55	52.58	99.23
城建税	120.67	56.30	55.30
教育费附加	58.40	41.11	40.73
房产税	8.32	13.83	8.97

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
土地使用税	1.40	13.71	2.80
印花税	35.65	9.38	6.69
地方基金及其他	39.58	31.99	36.08
合计	**3,676.98**	**1,503.51**	**1,481.73**

2、所得税费用与会计利润的关系

报告期内，所得税费用与会计利润的关系如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	9,421.52	12,299.98	7,721.22
按法定/适用税率计算的所得税费用	2,355.38	3,075.00	1,930.30
子公司适用不同税率的影响	-57.37	-68.10	-36.54
小微企业税收优惠	-105.75	-57.64	-49.91
调整以前期间所得税的影响	-	-	-
非应税收入的影响	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	256.00	464.82	544.62
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-	-	-1.96
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-	-	-
所得税费用	2,448.26	3,414.07	2,386.52

（九）对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素

发行人主要从事医药**零售、代理**与终端集采相关业务，公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”中对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素进行了分析与披露。

经核查，公司的经营模式、服务的品种结构未发生重大变化，公司的行业地位未发生重大变化，公司在用的房屋、土地、商标等重要资产的取得及使用未发生重大不利变化，公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户不存在重大依赖，公司不存在最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情形，公司不存在其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。综合来看，报告期内发行人财务状况良好，具有一定的行业竞争优势，并体现了较强的盈利能力，下游行业具有广阔的发展

空间，根据行业现状及发行人当前的经营业绩判断，发行人具有良好的发展前景和持续盈利能力。

十一、资产质量分析

报告期内，公司各类资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	111,328.86	56.48%	92,468.25	71.89%	70,199.87	65.83%
非流动资产	85,776.21	43.52%	36,155.58	28.11%	36,431.89	34.17%
合计	**197,105.07**	**100.00%**	**128,623.83**	**100.00%**	**106,631.77**	**100.00%**

随着公司业务规模的不断扩张，报告期各期末，公司资产总额增长迅速。2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司资产总额分别为 106,631.77 万元、128,623.83 万元和 197,105.07 万元，各期末同比增长率分别为 20.62%、53.24%。

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司流动资产占总资产的比重分别为 65.83%、71.89%和 56.48%，非流动资产占总资产的比重分别为 34.17%、28.11%和 43.52%。

2021 年末，由于执行新租赁准则，发行人合并报表增加非流动资产-使用权资产 49,098.04 万元，是导致当年资产总额、非流动资产较上一年末增长较快的主要原因。

除因新租赁准则导致的报表变化外，从资产结构来看，报告期内公司流动资产占总资产的比重较高，形成该种资产结构主要原因系公司从事医药流通业务，除总部大楼外，所有零售门店均以租赁方式开展，属于轻资产运营，主要资产为货币资金、应收账款、存货等营运资产以及并购扩张形成的商誉和长期待摊费用。

总体来看，报告期内公司资产构成及变动情况与公司行业经营特点及自身经营情况相适应，资产结构合理。

（一）流动资产的构成及变化情况分析

报告期内，公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货等构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	28,450.54	25.56%	20,602.30	22.28%	13,374.75	19.05%
交易性金融资产	50.00	0.04%	500.00	0.54%	4,610.22	6.57%
应收账款	28,955.10	26.01%	21,649.77	23.41%	16,028.66	22.83%
应收款项融资	476.95	0.43%	433.03	0.47%	272.60	0.39%
预付款项	5,219.24	4.69%	7,583.61	8.20%	6,029.91	8.59%
其他应收款	3,082.15	2.77%	2,706.76	2.93%	2,166.61	3.09%
存货	43,618.70	39.18%	30,296.44	32.76%	22,935.14	32.67%
其他流动资产	1,476.19	1.33%	8,696.34	9.40%	4,781.98	6.81%
流动资产合计	**111,328.86**	**100.00%**	**92,468.25**	**100.00%**	**70,199.87**	**100.00%**

与公司经营规模以及总资产规模的增长趋势相匹配，报告期各期末，公司流动资产规模总体呈增长态势。公司流动资产主要由货币资金、应收账款、存货构成，报告期各期末，上述主要项目占公司流动资产的比重合计分别为74.56%、78.46%以及90.74%。

报告期内公司流动资产项目分析如下：

1、货币资金

2019年末、2020年末以及2021年末，公司货币资金余额分别为13,374.75万元、20,602.30万元以及28,450.54万元，占流动资产的比重分别为19.05%、22.28%以及25.56%。

2020年末相对于2019年末货币资金余额上升的主要原因是由于2020年9月公司收到来自黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资四家PE股东的投资款11,000万元。2021年末相对2020年末货币资金余额上升的主要原因系随着公司采购规模的上升，公司使用了较多的票据支付，相应的保证金增多所致。

公司报告期内货币资金主要由其他货币资金构成，包括银行承兑汇票或借

款保证金及暂未提现的支付宝等平台余额，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
现金	2.30	0.01%	12.64	0.06%	4.84	0.04%
银行存款	4,921.34	17.30%	5,437.87	26.39%	3,450.22	25.80%
其他货币资金	23,526.90	82.69%	15,151.80	73.54%	9,919.70	74.17%
其中：银行承兑汇票、借款保证金	22,873.55	80.40%	14,736.44	71.53%	9,579.01	71.62%
支付宝等平台余额	653.35	2.30%	415.37	2.02%	340.69	2.55%
货币资金合计	**28,450.54**	**100.00%**	**20,602.30**	**100.00%**	**13,374.75**	**100.00%**

报告期各期末，公司使用有限制的货币资金为银行承兑汇票或借款保证金。除上述保证金外，公司无其他抵押、冻结、存放在境外等对使用有限制或存在潜在回收风险的款项。

2、交易性金融资产

报告期内，为充分提高流动资金使用效率与收益，在确保日常运营和资金安全前提下，公司在银行购买了理财产品。浮动收益类理财产品确认为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，列报于交易性金融资产科目。

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司交易性金融资产分别为 4,610.22 万元、500 万元以及 50 万元，占当年末流动资产的比重分别为 6.57%、0.54%和 0.04%，全部为公司一年内到期的浮动收益类理财产品。

3、应收款项融资

单位：万元

科目	具体内容	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收款项融资	银行承兑汇票	476.95	433.03	272.60

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司应收票据账面价值分别为 272.60 万元、433.03 万元以及 476.95 万元，占各期末流动资产的比重分别为 0.39%、0.47%和 0.43%。

报告期各期末，公司应收票据为银行承兑汇票，收到的票据均来自客户，

具有真实的交易背景，不存在违规票据融资行为，亦不存在质押、不存在因出票人未履约而将应收票据转应收账款的情形。

报告期各期末，银行承兑汇票回收风险小，公司未计提坏账或预期信用损失。报告期内，公司应收票据变动情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
期初余额	433.03	272.60	79.27
当期收到	6,643.93	5,679.48	5,424.33
当期背书转让	6,580.00	5,499.05	5,202.14
当期承兑或贴现	20.00	20.00	28.85
期末余额	**476.95**	**433.03**	**272.60**
预计信用损失	-	-	-
账面价值	**476.95**	**433.03**	**272.60**

公司收到的票据，绝大部分背书转让给供应商，用于支付货款。截至 2021 年 12 月 31 日，公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的银行承兑汇票金额为 2,888.96 万元，全部终止确认应收票据。

4、应收账款

①基本情况

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司应收账款账面价值分别为 16,028.66 万元、21,649.77 万元以及 28,955.10 万元，占各期末流动资产的比重分别为 22.83%、23.41%以及 26.01%。

报告期内，公司应收账款占营业收入比例变动趋势如下：

单位：万元

项目	2021 年度/2021-12-31	2020 年度/2020-12-31	2019 年度/2019-12-31
期末应收账款余额	30,268.12	22,585.53	16,629.64
期末预计信用损失余额	1,313.02	935.76	600.98
期末账面价值	28,955.10	21,649.77	16,028.66
营业收入	233,870.22	193,091.04	152,236.29
应收账款余额占当期营业收入比例	12.94%	11.70%	10.92%
应收账款余额增长率	34.02%	35.81%	-

项目	2021 年度/2021-12-31	2020 年度/2020-12-31	2019 年度/2019-12-31
营业收入增长率	21.12%	26.84%	-
应收账款周转率（次）	8.85	9.85	10.56

报告期内，公司应收账款余额占营业收入比例基本维持稳定。报告期内，应收账款的增速高于营业收入增速。

②报告期内应收账款余额增长较快的原因及合理性

按不同业务类型分类，报告期各期末发行人应收账款的构成以及变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021-12-31			2020-12-31			2019-12-31	
	余额	比例	同比增长	余额	比例	同比增长	余额	比例
代理业务	15,108.16	49.91%	39.47%	10,832.88	47.96%	30.89%	8,276.04	49.77%
零售业务	13,166.83	43.50%	34.40%	9,797.04	43.38%	30.98%	7,479.83	44.98%
终端集采业务	1,988.12	6.57%	2.15%	1,946.23	8.62%	122.74%	873.76	5.25%
其他	5.00	0.02%	-46.74%	9.38	0.04%	-	-	-
合计	**30,268.12**	**100.00%**	**34.02%**	**22,585.53**	**100.00%**	**35.81%**	**16,629.64**	**100.00%**

发行人应收账款主要由医药代理业务、零售业务以及终端集采业务所产生。

A.发行人代理业务客户数量增加导致应收账款余额增速快于收入增速

2020 年度，发行人代理业务收入为 52,175.87 万元，较 2019 年度 43,894.93 万元增长 18.87%，2020 年末代理业务产生的应收账款余额为 10,832.88 万元，较 2019 年末 8,276.04 万元增长 30.89%。2021 年度，发行人代理业务收入为 58,831.05 万元，较 2020 年度 52,175.87 万元增长 12.76%，2021 年末代理业务产生的应收账款余额为 15,108.16 万元，较 2020 年末 10,832.88 万元增长 39.47%。代理业务产生的应收账款余额增速较快，主要系代理业务客户数量增加所致。

项目	2021 年末	变动率	2020 年末	变动率	2019 年末
代理业务下游客户数量（个）	15,070	9.98%	13,702	20.44%	11,377

项目	2021 年末	变动率	2020 年末	变动率	2019 年末
应收账款余额（万元）	15,108.16	39.47%	10,832.88	30.89%	8,276.04
应收账款对应的客户数量（个）	8,997	24.49%	7,227	33.36%	5,419
单个客户平均应收账款余额（万元/个）	1.46	-2.44%	1.50	-1.96%	1.53

报告期内，发行人加大上游供应商合作深度与下游营销力度，代理商品品规数量及客户数量进一步增加。2020 年末，发行人应收账款余额对应的客户数量为 7,227 个，较 2019 年末应收账款对应的客户数量 5,419 个增长 33.36%；2021 年末，发行人应收账款余额对应的客户数量为 8,997 个，较 2020 年末应收账款对应的客户数量 7,227 个增长 24.49%，与应收账款余额增长率基本一致，发行人期末单个客户平均应收账款余额基本保持一致。

同时，发行人报告期内代理业务产生的应收账款对应的客户数量以及应收账款余额区间分布情况如下：

单位：个

应收金额区间	2021-12-31			2020-12-31			2019-12-31	
	家数	占比	同比增加	家数	占比	同比增加	家数	占比
60-100 万元（含 60 万元）	17	0.19%	12	5	0.07%	1	4	0.07%
25-60 万元（含 25 万元）	93	1.03%	38	55	0.76%	11	44	0.81%
15-25 万元（含 15 万元）	90	1.00%	7	83	1.15%	31	52	0.96%
10-15 万元（含 10 万元）	135	1.50%	34	101	1.40%	15	86	1.59%
5-10 万元（含 5 万元）	316	3.51%	47	269	3.72%	73	196	3.62%
1-5 万元（含 1 万元）	1,351	15.02%	222	1,129	15.62%	253	876	16.17%
1 万元以下	6,995	77.75%	1,410	5,585	77.28%	1,424	4,161	76.79%
合计	**8,997**	**100.00%**	**1,770**	**7,227**	**100.00%**	**1,808**	**5,419**	**100.00%**

由上表可见，发行人代理业务产生的应收账款余额单笔金额较小，主要集中在 1 万元以下，且不存在单笔金额高于 100 万元的情况，较为分散。报告期内，发行人代理业务产生的应收账款余额增加主要系客户数量增长所致，不存在对单个客户放宽信用政策导致应收账款余额快速增加的情形。

B.发行人报告期内零售业务医保结算增加导致应收账款余额增速快于收入增速

单位：万元、家

项目	2021 年末/2021 年度	变动率	2020 年末/2020 年度	变动率	2019 年末/2019 年度
零售业务应收账款余额	13,166.83	34.40%	9,797.04	30.98%	7,479.83
零售业务收入	155,924.07	20.66%	129,222.19	25.03%	103,354.66
期末医保门店数量	851	18.03%	721	26.94%	568

报告期内，发行人零售业务产生的应收账款主要由医保结算款构成，各地医保政策稳定，不存在放宽信用期扩大销售收入的情形。公司零售业务 2020 年末应收账款余额增长较快，主要系当年门店区域扩张，芜湖市新增门店 42 家，六安市新增门店 16 家，当地的医保回款政策分别为 4 个月与 3 个月，较其他地区医保回款较慢。2021 年末，公司零售业务应收账款余额增长较快，主要系安徽省医保系统切换，未按往常结算周期回款所致。

C.发行人报告期内终端集采业务快速增长推动应收账款余额也有一定的增长

单位：万元

项目	2021 年末/2021 年度	变动率	2020 年末/2020 年度	变动率	2019 年末/2019 年度
终端集采业务应收账款余额	1,988.12	2.15%	1,946.23	122.74%	873.76
终端集采业务收入	12,105.88	70.12%	7,116.08	884.50%	722.81

报告期内，发行人终端集采业务快速发展，终端集采业务收入增速分别为 884.50%、70.12%。受此影响，发行人终端集采业务应收账款余额保持增长，发行人不存在对终端集采客户放宽信用政策导致应收账款余额快速增加的情形。

综上所述，发行人报告期内应收账款余额增长率与营业收入增长率变动情况对比具有合理性，发行人报告期内应收账款余额增长较快具有合理性，不存在放宽信用政策扩大销售收入情形。

③具体构成

报告期各期末，公司应收账款余额的构成情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
应收客户销售款	19,388.06	64.05%	13,953.40	61.78%	9,792.65	58.89%

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
应收医保款	10,044.67	33.19%	8,118.99	35.95%	6,407.11	38.53%
应收电商平台销售款	489.28	1.62%	272.78	1.21%	223.99	1.35%
应收零售门店款	346.10	1.14%	240.36	1.06%	205.89	1.24%
合计	**30,268.12**	**100.00%**	**22,585.53**	**100.00%**	**16,629.64**	**100.00%**

报告期各期末，应收客户销售款主要是代理与终端集采业务应收下游连锁药房及单体药店等客户的销售款，还包括了应收上游供应商宣传、推广、陈列等服务款。

应收医保款主要是公司绝大部分零售门店为医保定点门店，顾客持医保卡来门店消费时，其消费金额先从医保卡中扣除，医保中心定期审核确认后再与公司结算，由于结算支付存在一定周期，形成期末应收账款。

应收电商平台销售款主要是由于支付宝、京东等电商平台结算存在一定周期，在尚未划转至公司平台账户之前而形成的应收款。

应收零售门店款的形成主要由于以下两个时间差：A.公司建立了健全的现金管理制度，旗下各门店在每日交接班后，统一将前日交接班至今产生的现金营业款扣除门店备用金外的全部金额，存入发行人对公账户，存款时间与确认销售时点存在时间差。B.个人消费者采用 POS 机刷卡、第三方支付时，一般在 T+1 日到账，银行到账时间与确认销售时点存在时间差。

④前五大应收账款客户

报告期内，公司零售业务收入占比较高（超过 60%），主要面对广大个人消费者，消费者以微信、支付宝、现金、银行卡等方式进行消费的金额占 60%以上，其余以医保卡进行消费。根据各地相关规定，公司与医保机构签订医保合作协议，定期对医保消费金额进行结算，因此存在一定账期。除医保款外，其他 1 年以内应收款主要为代理及终端集采业务应收客户款，主要客户为零售连锁药店。

报告期各期末，公司应收账款余额前五名单位情况如下：

单位：万元

时间	客户名称	应收账款期末余额	占应收账款总额的比例	预期信用损失期末余额
2021 年末	合肥市医疗保险管理中心	3,241.78	10.71%	16.21
	芜湖市医疗保险管理中心	1,675.15	5.53%	8.38
	六安市医疗保险基金管理中心	934.76	3.09%	4.67
	亳州市谯城区医疗保险管理中心	667.78	2.21%	3.34
	亳州市社会保险事业管理局	608.25	2.01%	3.04
	合计	**7,127.73**	**23.55%**	**35.64**
2020 年末	合肥市医疗保险管理中心	3,187.95	14.16%	15.94
	六安市医疗保险基金管理中心	678.00	3.01%	3.39
	宣城市医疗保险管理中心	521.59	2.32%	2.61
	安徽好之佳大药房连锁有限公司	400.37	1.78%	20.02
	亳州市谯城区医疗保险管理中心	332.37	1.48%	1.66
	合计	**5,120.28**	**22.75%**	**43.62**
2019 年末	合肥市医疗保险管理中心	2,673.98	16.08%	13.37
	宣城市医疗保险管理中心	332.94	2.00%	1.66
	六安市医疗保险基金管理中心	290.93	1.75%	1.45
	芜湖市医疗保险管理中心	266.73	1.60%	1.33
	亳州市谯城区医疗保险管理中心	237.10	1.43%	1.19
	合计	**3,801.69**	**22.86%**	**19.01**

除应收医保款外，公司单一客户的应收账款占比较小。

⑤坏账计提金额

2019 年末，公司不存在信用风险较大且应单独计提坏账准备的应收账款；2020 年末、2021 年末，公司将预计难以收回且账龄较长的应收账款单独计提预期信用损失。报告期各期末，公司应收账款余额、账龄及坏账准备情况如下：

单位：万元

时间	账龄	应收账款余额	比例	坏账准备	计提比例/预期损失率	应收账款账面价值
2021-12-31	**单项计提预期信用损失的应收账款**					
	-	135.86	0.45%	135.86	100.00%	-
	按组合计提预期信用损失的应收账款					
	其中：账龄分析法组合					

时间	账龄	应收账款余额	比例	坏账准备	计提比例/预期损失率	应收账款账面价值
	1年以内（医保款）	10,044.67	33.19%	50.22	0.50%	9,994.45
	1年以内（其他）	19,210.05	63.47%	960.50	5.00%	18,249.55
	1至2年	623.18	2.06%	62.32	10.00%	560.86
	2至3年	175.04	0.58%	52.51	30.00%	122.52
	3至4年	41.82	0.14%	20.91	50.00%	20.91
	4至5年	34.00	0.11%	27.20	80.00%	6.80
	5年以上	3.49	0.01%	3.49	100.00%	-
	合计	**30,268.12**	**100.00%**	**1,313.02**	**4.34%**	**28,955.10**
2020-12-31	**单项计提预期信用损失的应收账款**					
	-	79.01	0.35%	79.01	100.00%	-
	按组合计提预期信用损失的应收账款					
	其中：账龄分析法组合					
	1年以内（医保款）	8,118.99	35.95%	40.59	0.50%	8,078.39
	1年以内（其他）	13,819.69	61.19%	690.98	5.00%	13,128.71
	1至2年	321.13	1.42%	32.11	10.00%	289.01
	2至3年	161.34	0.71%	48.40	30.00%	112.94
	3至4年	80.46	0.36%	40.23	50.00%	40.23
	4至5年	2.45	0.01%	1.96	80.00%	0.49
	5年以上	2.47	0.01%	2.47	100.00%	-
	合计	**22,585.53**	**100.00%**	**935.76**	**4.14%**	**21,649.77**
2019-12-31	**按组合计提预期信用损失的应收账款**					
	其中：账龄分析法组合					
	1年以内（医保款）	6,407.11	38.53%	32.04	0.50%	6,375.07
	1年以内（其他）	9,747.32	58.61%	487.37	5.00%	9,259.96
	1至2年	316.24	1.90%	31.62	10.00%	284.62
	2至3年	151.37	0.91%	45.41	30.00%	105.96
	3至4年	5.13	0.03%	2.57	50.00%	2.57
	4至5年	2.47	0.01%	1.98	80.00%	0.49
	5年以上	-	-	-	-	-

时间	账龄	应收账款余额	比例	坏账准备	计提比例/预期损失率	应收账款账面价值
	合计	16,629.64	100.00%	600.98	3.61%	16,028.66

报告期各期末，公司应收账款账龄主要集中在一年以内， 2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司一年以内应收账款余额占各期末应收账款余额的比重分别为 97.14%、97.14%以及 96.65%。

此外，报告期内，公司实际核销的应收账款金额分别为 80.34 万元、58.52 万元以及 63.02 万元，主要系部分账龄较长的小额尾款或其他偶发因素导致无法回收的小额款项进行核销处理。总体来看，公司报告期内应收账款质量较好，实际核销的应收账款金额较小，应收账款整体账龄合理。

⑥坏账计提政策与同行业比较情况

A.发行人账龄组合计提坏账的政策

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内（医保款）	0.50	N/A
1年以内（其他）	5.00	5.00
1-2年	10.00	10.00
2-3年	30.00	30.00
3-4年	50.00	50.00
4-5年	80.00	80.00
5年以上	100.00	100.00

B.账龄法计提政策的比较情况

同行业可比公司中，基本都采用了账龄法计提坏账准备。

发行人医保款账龄组合中坏账准备计提政策与同行业可比公司对比情况如下：

账龄	发行人	一心堂	老百姓	益丰药房	大参林	健之佳	漱玉平民
1 年以内	0.50%	按照应收医保款预期信用损失计提。（1）2019 年实际计提比例为 0.07%；（2）2020 年	（1）2019 年末，实际计提比例为 0.78%。（2）2020 年末，实际计提比例为	不计提坏账准备	5%	账龄 0-6 个月计提 0.50%，账龄 7-12 个月计提 2.00%	不计提
1-2 年	10%				10%	20%	10%

账龄	发行人	一心堂	老百姓	益丰药房	大参林	健之佳	漱玉平民
2-3 年	30%	实际计提比例 0.08%；（3）2021 年末实际计提比例 0.05%。	0.63%。（3）2021 年末，实际计提比例为 0.66%。		20%	50%	20%
3-4 年	50%				50%	100%	30%
4-5 年	80%				80%	100%	50%
5 年以上	100%				100%	100%	100%

注：达嘉维康应收账款主要为应收医院等终端的结算款，未披露医保款坏账计提政策。

其中，同行业可比公司中，针对 1 年以内医保款坏账计提比例差异较大（从 0%到 5%），比如：大参林 5%的计提比例为行业最高；老百姓实际计提比例略高于 0.50%；发行人与健之佳 6 个月以内的计提比例相当，但健之佳 7-12 个月计提比例相对较高，为 2%；一心堂计提比例低于 0.10%，益丰药房、漱玉平民不计提坏账。

“应收账款-医保款”为财政支付款项，各地医保机构信用基础较为优良，发生坏账的风险较低。公司医保款坏账计提比例客观反映了公司现阶段财务状况。

除医保款之外的应收款项账龄组合中坏账准备计提政策与同行业可比公司对比情况如下：

可比公司	应收账款账龄					
	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
易明医药	5%	10%	30%	100%	100%	100%
百洋医药	0.50%	10%	50%	100%	100%	100%
老百姓	按照应收账款预期信用损失计提，除医保款外的应收账款坏账准备实际计提比例为分别为 0.87%、1.07%、1.52%。					
一心堂	按照应收账款预期信用损失计提，除医保款外的应收账款坏账准备实际计提比例为分别为 1.94%、1.58%、2.44%。					
益丰药房	5%	10%	20%	30%	50%	100%
大参林	5%	10%	20%	50%	80%	100%
健之佳	6 个月内：3% 6 个月-1 年：5%	20%	50%	100%	100%	100%
漱玉平民	5%	10%	20%	30%	50%	100%
达嘉维康	6 个月内：0.25% 6 个月-1 年：5%	10%	20%	40%	70%	100%
药易购	5%	30%	50%	100%	100%	100%
本公司	5%	10%	30%	50%	80%	100%

针对除医保款外的应收账款，发行人一年以内坏账计提政策与绝大部分同

行业可比公司保持一致，均为 5%；百洋医药仅计提 0.50%，健之佳与达嘉维康区分 6 个月以内与 6 个月至 1 年两档，相对而言发行人更加谨慎。

针对一年以上的应收账款，同行业各家企业的计提政策存在略微不同，体现在 1-2 年、2-3 年、3-4 年和 4-5 年区间内的比例各异，但从整体上来看不存在重大差异。报告期内，发行人一年以上应收账款占比分别为 2.86%、2.51%及 2.90%，对应的坏账准备、信用减值损失差异对发行人经营成果影响较小。

公司应收账款坏账平均计提比例与同行业可比公司对比如下：

单位：万元

可比公司	2021-12-31			2020-12-31			2019-12-31		
	金额	信用减值损失	比例（%）	金额	信用减值损失	比例（%）	金额	信用减值损失	比例（%）
一品红	21,034.16	739.63	3.52	22,891.32	6,525.82	28.51	23,163.25	6,452.66	27.86
易明医药	3,860.21	197.91	5.14	6,103.08	313.92	5.14	7,292.99	449.66	6.17
百洋医药	188,100.41	2,360.68	1.26	158,311.12	2,553.85	1.61	119,534.17	1,552.51	1.30
老百姓	138,971.88	1,355.51	0.98	115,910.49	912.31	0.79	108,163.64	877.33	0.81
一心堂	137,108.09	2,091.60	1.53	81,858.92	655.61	0.80	52,580.77	289.37	0.55
益丰药房	108,592.26	900.01	0.83	83,812.61	782.87	0.93	75,608.54	585.01	0.77
大参林	78,444.16	4,521.80	5.76	46,123.35	2,892.55	6.27	37,694.65	2,135.37	5.66
健之佳	23,068.03	280.87	1.22	16,888.38	218.40	1.29	13,416.44	160.91	1.20
漱玉平民	32,261.29	1,192.85	3.70	27,070.10	1,297.98	4.79	22,357.30	1,207.16	5.40
达嘉维康	134,360.10	3,517.38	2.62	112,799.77	2,823.52	2.50	114,847.54	2,969.83	2.59
药易购	2,979.39	225.78	7.58	3,171.95	484.32	15.27	3,310.10	322.94	9.76
平均值	78,980.00	1,580.37	3.10	61,358.28	1,769.20	6.17	52,542.67	1,545.70	5.64
剔除一品红与药易购平均值	93,862.94	1,824.29	2.56	72,097.54	1,383.45	2.68	61,277.34	1,136.35	2.72
本公司	30,268.12	1,313.02	4.34	22,585.53	935.76	4.14	16,629.64	600.98	3.61

发行人报告期内应收账款坏账准备计提比例分别为 3.61%、4.14%和 4.34%，同行业可比公司分别为 5.64%、6.17%和 3.10%，2019-2020 年计提比例平均值高于发行人，其差异主要为一品红为 2019 年末、2020 年末因应收款项回收存在重大不确定性分别单项计提 6,009.37 万元和 5,879.08 万元，导致当年坏账计提较多，在 2021 年度一品红对坏账进行了核销处理；以及药易购因 2019 年末、2020 年末一年以上应收账款占比较大，分别为 17.66%、30.42%

（相应年度的发行人一年以上应收账款占比均低于 3%），相应的坏账比例较高所致。若剔除一品红及药易购，发行人报告期内应收账款坏账准备计提比例均高于同行业平均值，计提较为谨慎。

⑦一年以上应收账款分析

报告期各期末，发行人账龄在 1 年以上应收账款基本均由代理业务产生，主要系代理业务开展过程中，部分客户因经营不善、资金周转困难等原因，形成 1 年以上应收账款。

报告期各期末，发行人账龄在 1 年以上应收账款的具体情况如下所示：

项 目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应收账款余额（万元）	30,268.12	22,585.53	16,629.64
其中：账龄一年以上余额（万元）	877.53	567.85	475.21
账龄一年以上占比	2.90%	2.51%	2.86%
账龄一年以上的客户数量（个）	1,832	1,103	667
单个客户账龄一年以上的平均余额（万元/个）	0.48	0.51	0.71

2020 年末及 2021 年末，受疫情对下游客户以及对催收的影响，发行人账龄一年以上的客户数量增长较快，但对应单个客户的平均余额金额较低，不存在重大风险。

⑧逾期应收账款分析

A.发行人应收账款逾期金额及占比，对应收入情况以及逾期原因

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额及占比，以及对应收入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
应收账款余额	30,268.12	22,585.53	16,629.64
逾期应收账款余额	7,945.95	5,282.79	2,869.85
逾期应收账款占比	26.25%	23.39%	17.26%
逾期客户在当年形成的收入金额	28,839.86	28,091.19	17,186.52
逾期款项占对应收入比例	27.55%	18.81%	16.70%
截至 2022 年 2 月 20 日剩余逾期款项	4,833.36	676.20	322.93

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
剩余逾期款项占对应收入比例	16.76%	2.41%	1.88%

2020 年末及 2021 年末，发行人应收账款逾期率增加较多，主要系受疫情影响，部分客户资金周转困难导致尾款回款滞后，导致逾期率增加较多。此外，2021 年末安徽省医保更换系统，致使医保款结算有所延迟，也是导致当年逾期应收账款较多的主要原因之一。

报告期各期末，发行人逾期款项主要系代理业务客户的尾款回收滞后或安徽医保系统切换导致的支付延迟所致，并且经催收后，截至 2019 年末、2020 年末的剩余逾期款项占对应收入比例较低，不构成重大影响；截至 2022 年 2 月 20 日， 2021 年末的逾期款项催收亦取得一定进展。

B.发行人应收账款逾期金额对应的信用期情况

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额的信用期构成情况如下：

年度	信用期	逾期情况		逾期客户对应收入金额（万元）
		金额（万元）	占比（%）	
2021 年	30 天-45 天（含）	1,096.03	13.79	3,898.14
	45 天-60 天（含）	3,886.37	48.91	16,300.70
	60 天以上	1,222.84	15.39	2,583.73
	其他	1,740.71	21.91	6,057.28
	小计	**7,945.95**	**100.00**	**28,839.86**
2020 年	30 天-45 天（含）	951.79	18.02	4,791.45
	45 天-60 天（含）	3,454.11	65.38	20,983.93
	60 天以上	872.98	16.52	2,307.12
	其他	3.92	0.07	8.69
	小计	**5,282.79**	**100.00**	**28,091.19**
2019 年	30 天-45 天（含）	343.38	11.97	1,819.84
	45 天-60 天（含）	1,459.48	50.86	8,859.01
	60 天以上	961.31	33.50	4,863.31
	其他	105.68	3.68	1,644.37
	小计	**2,869.85**	**100.00**	**17,186.52**

报告期内，发行人应收账款逾期金额主要集中在信用期为 45 天-60 天的客户，主要受该部分客户对应的收入较高所影响，不存在异常。2021 年末应收账

款逾期中的其他，系安徽省医保系统于当年末更换系统，医保结算延迟造成的，不存在异常。

C.发行人应收账款逾期金额对应的实际支付情况

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额的实际支付情况如下：

单位：万元

期间	逾期金额	2020 年回款	2021 年回款	2022 年 1-2 月回款	累计回款	剩余逾期款项
2021 年末	7,945.95	-	-	3,112.59	3,112.59	4,833.36
2020 年末	5,282.79	-	4,577.50	29.09	4,606.59	676.20
2019 年末	2,869.85	2,348.14	198.78	-	2,546.92	322.93

报告期各期末，发行人应收账款逾期金额主要在次年回款，长期拖欠的部分较低，不存在异常。

综上所述，发行人账龄 1 年以上应收账款，以及逾期应收账款主要均由代理业务客户尾款回收滞后或安徽医保系统切换导致的支付延迟所致，结合逾期款项对应的收入金额、信用期分布、期后支付情况分析，不存在异常，发行人不存在利用放宽信用政策扩大销售情形。

⑨应收账款期后回款情况

报告期各期末，发行人应收账款余额截至 2022 年 2 月 20 日的期后回款情况如下表所示：

单位：万元

报告期末	应收账款余额	期后回款	回款比例
2021 年末	30,268.12	10,967.37	36.23%
2020 年末	22,585.53	21,397.16	94.74%
2019 年末	16,629.64	16,183.96	97.32%

公司应收账款期后回款情况良好，不存在重大的回款障碍。

5、预付款项

报告期各期末，公司预付款项期末余额分别为 6,029.91 万元、7,583.61 万元以及 5,219.24 万元，占各期末流动资产的比例分别为 8.59%、8.20%以及 4.69%，主要系代理业务中根据代理合同约定预付的上游药厂货款。

报告期各期末，公司预付款项账龄主要集中在 1 年以内，具体构成情况如下：

单位：万元

账龄	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	5,131.70	98.32%	7,323.15	96.57%	5,740.77	95.20%
1-2 年	50.12	0.96%	163.72	2.16%	265.43	4.40%
2-3 年	9.07	0.17%	81.23	1.07%	23.71	0.39%
3 年以上	28.34	0.54%	15.51	0.20%	0.00	0.00%
合计	**5,219.24**	**100.00%**	**7,583.61**	**100.00%**	**6,029.91**	**100.00%**

截至报告期各期末，公司预付款项前 5 名情况如下：

单位：万元

报告期	单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占比
2021 年末	辰欣药业股份有限公司	药品货款	773.76	1 年以内	14.83%
	广州白云山光华制药股份有限公司	药品货款	475.92	1 年以内	9.12%
	山东鲁抗医药集团赛特有限责任公司	药品货款	261.48	1 年以内	5.01%
	四川峨嵋山药业有限公司	药品货款	131.13	1 年以内	2.51%
	江西汇仁药品销售有限公司	药品货款	100.24	1 年以内	1.92%
	合计		**1,742.54**	**-**	**33.39%**
2020 年末	辰欣药业股份有限公司	药品货款	446.43	1 年以内	5.89%
	丽珠医药集团股份有限公司	药品货款	362.39	1 年以内	4.78%
	广州白云山光华制药股份有限公司	药品货款	277.14	1 年以内	3.65%
	上海新亚药业闵行有限公司	药品货款	247.95	1 年以内	3.27%
	大连盛泓药业集团股份有限公司[注]	药品货款	230.29	1 年以内	3.04%
	合计		**1,564.21**	**-**	**20.63%**
2019 年末	丽珠医药集团股份有限公司	药品货款	639.21	1 年以内	10.60%
	广州白云山光华制药股份有限公司	药品货款	509.75	1 年以内	8.45%
	山东济水阿胶有限公司	药品货款	493.57	1 年以内	8.19%
	成都倍特药业有限公司	药品货款	365.50	1 年以内、1-2 年	6.06%
	上海信谊联合医药药材有限公司	药品货款	310.80	1 年以内	5.15%

报告期	单位名称	款项性质	账面余额	账龄	占比
	合计		2,318.83	-	38.46%

注：大连盛泓药业集团股份有限公司现更名为大连胜光药业集团股份有限公司。

6、其他应收款

①基本情况及具体构成

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司其他应收款账面价值分别为 2,166.61 万元、2,706.76 万元以及 3,082.15 万元，占各期末流动资产的比重分别为 3.09%、2.93%以及 2.77%。

报告期各期末，公司其他应收款余额主要由保证金与押金、往来款、备用金等构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一、应收利息余额	**10.34**	**10.85**	**3.00**
保证金利息	10.34	10.85	3.00
二、应收股利余额	**17.10**	-	-
应收黄山新安江大药房连锁有限公司分红	17.10	-	-
二、其他应收款余额	**3,290.74**	**2,850.13**	**2,280.59**
保证金、押金	2,363.19	2,073.07	1,630.56
往来款	566.60	337.07	415.31
备用金	144.33	152.92	70.90
其他	216.62	287.07	163.81
其他应收款余额合计	**3,318.18**	**2,860.98**	**2,283.58**

2020 年末、2021 年末，其他应收款余额较上一年末分别增长了 577.39 万元、457.20 万元，主要原因系代理业务合作供应商数量及代理产品数量增多导致缴纳的保证金相应增加所致。

②前五大其他应收账款单位

截至报告期各期末，公司其他应收款余额前五名单位情况具体如下：

单位：万元

报告期末	单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款总额的比例	预计信用损失
2021年末	国网安徽省电力公司合肥供电公司	往来款	52.26	1年以内	1.59%	2.61
	齐鲁制药有限公司	保证金、押金	50.00	1-2年	1.52%	2.50
	安徽裕泰和中医药产业投资有限公司	保证金、押金	50.00	4-5年	1.52%	2.50
	辰欣药业股份有限公司	保证金、押金	42.60	1年以内、5年以上	1.29%	2.13
	广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	保证金、押金	33.00	2-3年、4-5年、5年以上	1.00%	1.65
	合计		**227.86**	—	**6.92%**	**11.39**
2020年末	合肥锦华食品有限责任公司	往来款及保证金、押金	71.20	1年以内	2.50%	3.56
	安徽裕泰和中医药产业投资有限公司	保证金、押金	50.00	3-4年	1.75%	2.50
	齐鲁制药有限公司	保证金、押金	50.00	1年以内	1.75%	2.50
	北京市远东医药发展公司	保证金、押金	50.00	2-3年	1.75%	2.50
	国网安徽省电力公司合肥供电公司	往来款	36.23	1年以内	1.27%	1.81
	合计		**257.43**	—	**9.03%**	**12.87**
2019年末	安徽裕泰和中医药产业投资有限公司	保证金、押金	50.00	2-3年	2.19%	2.50
	北京市远东医药发展公司	保证金、押金	50.00	1-2年	2.19%	2.50
	国网安徽省电力公司合肥供电公司	往来款	39.81	1年以内	1.75%	1.99
	安徽省源润置业投资有限公司	往来款及保证金、押金	38.03	1年以内	1.67%	1.90
	广州白云山医药集团股份有限公司白云山何济公制药厂	保证金、押金	33.50	主要为1年以内	1.47%	4.65
	合计		**211.34**	—	**9.27%**	**13.54**

③坏账计提金额

公司主要按照信用风险特征组合计提预期信用损失。其中用于正常经营的各类保证金、备用金、押金按照余额的5%计提，往来款及其他按照账龄组合计提，具体情况如下：

单位：万元

类别	2021 年度				
	账面余额		预计信用损失		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	金额
单项计提预期信用损失	**47.19**	**1.43%**	**47.19**	**100.00%**	**-**
按组合计提预期信用损失	**3,243.55**	**98.57%**	**188.84**	**5.82%**	**3,054.71**
组合一：按账龄组合计提	736.03	22.37%	63.47	8.62%	672.56
其中：1 年以内	551.57	16.76%	27.58	5.00%	523.99
1 至 2 年	114.00	3.46%	11.40	10.00%	102.60
2 至 3 年	53.70	1.63%	16.11	30.00%	37.59
3 至 4 年	16.75	0.51%	8.37	50.00%	8.37
4 至 5 年	0.01	0.00%	0.01	80.00%	0.00
5 年以上	-	-	-	-	-
组合二：按余额百分比组合计提	2,507.52	76.20%	125.38	5.00%	2,382.14
合计	**3,290.74**	**100.00%**	**236.03**	**7.17%**	**3,054.71**
类别	**2020 年度**				
	账面余额		预计信用损失		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	金额
按组合计提预期信用损失					
组合一：按账龄组合计提	624.15	21.90%	42.92	6.88%	581.23
其中：1 年以内	502.11	17.62%	25.11	5.00%	477.00
1 至 2 年	94.01	3.30%	9.40	10.00%	84.61
2 至 3 年	28.03	0.98%	8.41	30.00%	19.62
3 至 4 年	0.01	0.00%	0.00	50.00%	0.00
4 至 5 年	-	-	-	-	-
组合二：按余额百分比组合计提	2,225.97	78.10%	111.30	5.00%	2,114.67
合计	**2,850.13**	**100.00%**	**154.22**	**5.41%**	**2,695.91**
类别	**2019 年度**				
	账面余额		预计信用损失		账面价值
	金额	占比	金额	计提比例	金额
按信用风险特征组合计提					
组合一：按账龄组合计提	579.12	25.39%	31.89	5.51%	547.23
其中：1 年以内	520.39	22.82%	26.02	5.00%	494.37

1至2年	58.73	2.58%	5.87	10.00%	52.86
2至3年	0.01	0.00%	0.00	30.00%	0.00
3至4年	-	-	-	-	-
4至5年	-	-	-	-	-
5年以上	-	-	-	-	-
组合二：按余额百分比组合计提	1,701.46	74.61%	85.07	5.00%	1,616.39
合计	**2,280.59**	**100.00%**	**116.97**	**5.13%**	**2,163.62**

④坏账计提政策与同行业比较情况

同行业可比公司中，老百姓、益丰药房、大参林、健之佳、达嘉维康 5 家公司部分应收款项采用了余额百分比法计提坏账准备。与同行业可比公司相比，公司余额百分比法计提坏账准备的计提比例相对谨慎。

证券简称	证券代码	余额百分比法计提比例	
		应收账款	其他应收款
老百姓	603883.SH	3%	5%
益丰药房	603939.SH	5%	5%
大参林	603233.SH	5%	5%
健之佳	605266.SH	5%	5%
达嘉维康	301126.SZ	N/A	5%
平均值		**4.50%**	**5.00%**
本公司		**5.00%**	**5.00%**

同行业可比公司的其他应收款坏账计提政策通常与应收账款一致。公司其他应收款账龄法坏账计提政策与同行业不存在重大差异，具体参见本招股说明书之本节之“十一、资产质量分析之（一）流动资产的构成及变化情况分析之4、应收账款”的具体内容。

7、存货

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司存货账面价值分别为 22,935.14 万元、30,296.44 万元以及 43,618.70 万元，占各期末流动资产的比重分别为 32.67%、32.76%以及 39.18%。

报告期各期末，公司存货账面价值明细情况如下：

单位：万元

存货类别	2021 年末		2020 年末		2019 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	42,898.40	98.35%	29,715.86	98.08%	22,373.00	97.55%
发出商品	711.89	1.63%	572.49	1.89%	562.14	2.45%
周转材料	8.41	0.02%	8.09	0.03%	-	-
存货合计	**43,618.70**	**100.00%**	**30,296.44**	**100.00%**	**22,935.14**	**100.00%**

报告期各期末，公司存货账面价值与公司营业收入、门店数量等指标的变动关系如下：

单位：万元

项目	2021 年度/2021 年末	增幅	2020 年度/2020 年末	增幅	2019 年度/2019 年末
营业收入	233,870.22	21.12%	193,091.04	26.84%	152,236.29
门店数量	880	14.14%	771	27.02%	607
存货账面价值	43,618.70	43.97%	30,296.44	32.10%	22,935.14

由上表可知，报告期内，因公司整体营业收入规模扩大、门店数量的增多而备货增加，发行人存货账面金额逐年上升，具有合理性。

（1）库存商品构成

公司存货主要为库存商品。报告期各期末，公司库存商品明细如下：

单位：万元

库存商品类型	2021 年末	2020 年末	2019 年末
中西成药	32,978.47	21,777.04	16,899.31
中药饮片	2,763.33	2,248.78	2,007.04
保健食品	2,393.43	1,664.48	1,196.32
医疗器械	3,923.23	2,982.77	1,597.10
其他商品	839.94	1,042.79	673.23
合计	**42,898.40**	**29,715.86**	**22,373.00**

报告期各期末，公司库存商品持续增长，主要原因是公司业务规模扩大，零售门店数量增加，公司相应地增加了库存商品。

（2）库存商品的存放地点及保管、发货等管理方式，与存货管理相关的内部控制制度

发行人库存商品存放地点为各主体仓库及各直营门店，包括安徽华人健康医药股份有限公司仓库、安徽汇达药业有限公司仓库、安徽国胜大药房连锁有限公司仓库、亳州国胜大药房连锁有限公司仓库、各直营门店。

报告期内各仓库、门店各年末库存商品金额如下表所示：

单位：万元

仓库名称	2021 年末	2020 年末	2019 年末
安徽华人健康医药股份有限公司仓库	7,833.84	5,201.42	4,682.84
安徽汇达药业有限公司仓库	9,816.09	2,756.55	1,916.49
安徽国胜大药房连锁有限公司仓库	209.39	5,305.60	4,787.16
亳州国胜大药房连锁有限公司仓库	361.09	410.12	427.05
各直营门店	24,677.98	16,042.17	10,559.46
合计	**42,898.40**	**29,715.86**	**22,373.00**

报告期内，直营门店的期末库存金额增加较快，主要原因是门店数量增加。报告期各期末，发行人零售门店数量分别为 607 家、771 家以及 880 家，各年门店的平均库存余额分别为 17.40 万/家、20.81 万/家以及 28.04 万/家。

发行人制定了《存货管理制度》、《资产盘点管理制度》、《药品出库复核管理制度》等相关制度，并且已建立了较为完善的物流配送体系，在合肥、亳州等地区设立物流仓库，负责对各自区域内的直营门店、终端集采客户等进行日常配送，配送半径规划合理，能快速响应门店的配送需求。报告期内，公司对系统进行持续优化升级，将拣货单、扫码复核、备货监控、架位管理与采购入库和配送出库等管理功能进行融合，提高收货验收、发货复核的正确率，保障仓库供应链管理系统化、自动化、信息化。

（3）库存商品的期后结转情况

截至 2022 年 2 月 20 日，公司各期末库存商品的期后结转情况如下：

单位：万元

年度	项目	期末库存商品金额	期后结转金额	期后结转占比	期后未结转金额	期后未结转占比
2021 年	中西成药	32,978.47	18,978.41	57.55%	14,000.06	42.45%
	中药饮片	2,763.33	982.82	35.57%	1,780.50	64.43%
	保健品	2,393.43	1,140.92	47.67%	1,252.51	52.33%
	医疗器械	3,923.23	1,333.13	33.98%	2,590.10	66.02%

年度	项目	期末库存商品金额	期后结转金额	期后结转占比	期后未结转金额	期后未结转占比
	其他	839.94	701.57	83.53%	138.37	16.47%
	合计	**42,898.40**	**23,136.85**	**53.93%**	**19,761.54**	**46.07%**
2020 年	中西成药	21,777.04	21,659.71	99.46%	117.33	0.54%
	中药饮片	2,248.78	1,904.63	84.70%	344.15	15.30%
	保健品	1,664.48	1,499.22	90.07%	165.26	9.93%
	医疗器械	2,982.77	2,640.89	88.54%	341.88	11.46%
	其他	1,042.79	1,000.01	95.90%	42.78	4.10%
	合计	**29,715.86**	**28,704.46**	**96.60%**	**1,011.40**	**3.40%**
2019 年	中西成药	16,899.31	16,826.19	99.57%	73.12	0.43%
	中药饮片	2,007.04	1,958.99	97.61%	48.05	2.39%
	保健品	1,196.32	1,195.80	99.96%	0.52	0.04%
	医疗器械	1,597.10	1,578.24	98.82%	18.86	1.18%
	其他	673.23	645.02	95.81%	28.21	4.19%
	合计	**22,373.00**	**22,204.24**	**99.25%**	**168.76**	**0.75%**

报告期内中药饮片、医疗器械期后结转比例相对较低。原因是中药材无效期规定，同时名贵药材类产品价值高，购买频率相对较低，属于冷备商品；医疗器械保存期限长。这类产品后续实现销售的可能性较大，发生减值的风险较低。其余库存商品期后销售状况良好，周转速度较快，积压或滞销的风险较小，符合公司的实际情况与所处行业的特点。

（4）库存商品的库龄结构

①库存商品的库龄结构

报告期各期末，发行人库存商品库龄结构如下：

单位：万元

年度	分类	库龄		
		1 年以内	**1 年以上**	**1 年以上占比**
2021 年末	中西成药	32,071.98	906.49	2.75%
	中药饮片	2,425.74	337.59	12.22%
	保健品	2,233.80	159.63	6.67%
	医疗器械	3,587.56	335.67	8.56%
	其他	777.10	62.83	7.48%

年度	分类	库龄		
		1 年以内	1 年以上	1 年以上占比
	合计	**41,096.18**	**1,802.22**	**4.20%**
2020 年末	中西成药	21,054.82	722.22	3.32%
	中药饮片	1,874.26	374.52	16.65%
	保健品	1,611.55	52.93	3.18%
	医疗器械	2,794.24	188.53	6.32%
	其他	947.71	95.08	9.12%
	合计	**28,282.58**	**1,433.28**	**4.82%**
2019 年末	中西成药	16,425.09	474.22	2.81%
	中药饮片	1,765.20	241.84	12.05%
	保健品	1,147.53	48.79	4.08%
	医疗器械	1,491.67	105.43	6.60%
	其他	528.90	144.33	21.44%
	合计	**21,358.39**	**1,014.61**	**4.53%**

报告期内，发行人库存商品库龄结构保持相对稳定，较为合理。

②库龄超过 1 年的存货的主要构成

发行人库龄超过 1 年的主要商品主要系中西成药、中药饮片及医疗器械类商品。中西成药中库龄 1 年以上存货主要系价值高、效期长商品，如阿胶/阿胶浆、西洋参粉、龟龄集、冬虫夏草等，与同行业可比公司不存在重大差异。其中阿胶类产品属于零售门店销售的核心产品，保质期在 4-5 年，门店需保持一定基础陈列以备销售；名贵中药材无效期规定，同时价值高，购买频率相对较低，属于冷备商品。这类产品后续实现销售的可能性较大，发生减值的风险较低。

（5）商品的效期管理及存货跌价

发行人可以对库存商品的库龄及效期进行实时监控，通过加强存货管理提高商品的流转效率。

公司依据期末库存商品有效期及其近效期情况，计提存货跌价准备，其中近效商品按期末价值计提 70%，过期商品按期末价值计提 100%。近效商品与过期商品划分的标准具体如下：（1）距失效期 6 个月为近效商品；（2）超过有

效期的商品为过期商品；（3）距失效期 30 天内的商品，按过期商品处理。

同行业可比公司针对近效期计提存货跌价准备的具体原则如下：

可比公司	证券代码	近效期商品存货跌价准备计提政策
一品红	300723.SZ	对库存商品有效期进行管理，对于已过有效期或处于近效期报损期限内且经销售部门确认无法实现销售的存货，由存货保管部门提请该公司管理层审批后直接报损。
易明医药	002826.SZ	该公司在 GMP 制度中制定了《不合格品管理规程》和《不合格品处理操作规程》，对于仓库发现的超过有效期的物料、成品和超过贮存期的中间产品、待包装产品，应填写《不合格品销毁记录》，经相关人员审批后填写《不合格品销毁单》，由质量部现场监督，进行销毁，上述单据由生产技术部或物控部转给财务中心进行账务处理。
百洋医药	301015.SZ	对于有效期小于 180 天的库存商品全额计提减值准备。过期药品由质检部确认后，该公司及时将过期药品状态调整为不合格状态，按照《不合格药品确认和处理管理制度》及时办理报损和集中销毁手续。
老百姓	603883.SH	如果因个别商品滞销而出现近效期的情况，或者部分商品价格由于政府管制或经济下滑等因素出现下降，则该公司有可能需对该部分商品计提存货跌价准备。
一心堂	002727.SZ	对效期 8 个月内商品进行预警，效期 6 个月内商品进行效期商品清理操作。
益丰药房	603939.SH	针对药品且有效期的特点，该公司制定了《效期商品管理制度》、《门店商品退货管理规范》等，对距失效期 9 个月的商品发出效期预警，对距失效期 6 个月的商品进行近效期管理。该公司按照成本与可变现净值孰低的方法计提存货跌价准备。该公司对近效期 6 个月内且无退换货协议的存货计提了存货跌价准备。
大参林	603233.SH	仅对效期商品计提跌价准备，其效期政策为除中药饮片、参茸之外的商品，保质期一年以上的商品，效期时间为商品过期前六个月以内，保质期一年以内的商品，效期时间为商品过期前三个月以内。
健之佳	605266.SH	该公司制定了近效期预警制度，在商品近效期时，对于与供应商有退换货约定的，按合同约定将商品退回原供应商；对于无退换货约定的商品，通过以销定进、加强商品合理调配、分不同效期阶段制定有针对性的营销推荐措施等持续控制、减少近效期风险。
漱玉平民	301017.SZ	依据期末库存商品有效期、近效期及过期情况，计提存货跌价准备，其中近效商品按期末价值计提 10%，过期商品按期末价值计提 100%。近效期商品与过期商品划分标准如下： a、有效期为 1 年内的（含 1 年），距失效期 1/3 为近效期商品；b、有效期为 1 年以上至 1 年半的（含 1 年半），距失效期 6 个月为近效期商品；c、有效期 1 年半以上的，距失效期 10 个月为近期效商品；d、超过有效期的商品为过期商品；e、距效期 30 天内的商品，按过期商品处理。
达嘉维康	301126.SZ	公司通过计算机系统管理药品效期，计算机系统自动将近效期 365 天以内的货品纳入“查询近效期货品”报表，推送给采购、销售部门退货或催销处理。距失效期≤30 天的

可比公司	证券代码	近效期商品存货跌价准备计提政策
		药品状态自动调整为“停售”，无法销售开票；系统自动控制超过有效期货品无法销售开票；保管员发现超过药品有效期的药品不得发货；养护员及时通知仓库将超过效期的药品移至不合格药品区。
药易购	300937.SZ	有效期不足 8 个月按近效期药品管理。对于剩余有效期在三个月内的商品，视同异常存货，全额计提存货跌价准备。对于剩余有效期在三个月以上的正常存货，不存在因有效期导致的特别减值风险，均按照“成本与可变现净值孰低法”计算。

如上表所示，同行业上市公司均对近效期商品进行了界定并进行管理，一品红、易明医药、百洋医药、老百姓等公司未披露近效期的具体界定标准，其他已披露的可比公司的界定标准各有不同，但总体来说基本原则保持一致，不存在重大差异。除近期上市或通过审核的百洋医药、漱玉平民、药易购外，其余公司均未披露对近效期商品具体的存货跌价计提比例。与漱玉平民相比，发行人对近效期商品的存货跌价计提政策相对严格、谨慎。根据达嘉维康招股说明书公开信息，达嘉维康未计提存货跌价准备，相对而言，发行人更加严格、谨慎。

报告期各期末，存货余额、跌价准备余额的具体情况如下：

单位：万元

类别	2021 年末			2020 年末			2019 年末		
	余额	跌价准备	账面	余额	跌价准备	账面	余额	跌价准备	账面
库存商品	43,105.15	206.75	42,898.40	29,877.79	161.93	29,715.86	22,514.88	141.88	22,373.00
发出商品	711.89	-	711.89	572.49	-	572.49	562.14	-	562.14
周转材料	8.41	-	8.41	8.09	-	8.09	-	-	-
合计	**43,825.45**	**206.75**	**43,618.70**	**30,458.36**	**161.93**	**30,296.44**	**23,077.02**	**141.88**	**22,935.14**

报告期各期末，存货余额、跌价准备余额的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年末	2020 年末	2019 年末
存货余额	43,825.45	30,458.36	23,077.02
存货跌价准备金额	206.75	161.93	141.88
计提比例	0.47%	0.53%	0.61%

报告期各期，发行人存货跌价计提比例较低，不存在异常。同行业可比上市公司存货跌价准备计提比例情况如下：

证券代码	证券简称	存货跌价准备计提比例		
		2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一品红	300723.SZ	0.00%	0.00%	0.00%
易明医药	002826.SZ	0.00%	0.59%	0.00%
百洋医药	301015.SZ	1.78%	2.23%	0.94%
老百姓	603883.SH	0.14%	0.06%	0.09%
一心堂	002727.SZ	1.28%	1.46%	0.82%
益丰药房	603939.SH	0.40%	0.43%	0.30%
大参林	603233.SH	0.45%	0.53%	0.25%
健之佳	605266.SH	1.24%	2.00%	1.96%
漱玉平民	301017.SZ	0.08%	0.19%	0.31%
达嘉维康	301126.SZ	0.01%	0.00%	0.00%
药易购	300937.SZ	0.91%	1.13%	1.39%
平均值		0.57%	0.78%	0.55%
中位数		0.40%	0.53%	0.30%
本公司		0.47%	0.53%	0.61%

一般来说，医药流通企业非常注重存货周转与运营效率，当遇到商品市场滞销、临近效期等减值迹象时，通常会采用促销手段或与上游供应商协商退回等办法解决，总体来说，行业内存货跌价准备计提比例普遍较低。报告期内，公司存货跌价准备计提情况与同行业相比无重大差异，存货跌价准备计提合理且充分。

8、其他流动资产

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司其他流动资产余额分别为 4,781.98 万元、8,696.34 万元以及 1,476.19 万元，占各期末流动资产的比例分别为 6.81%、9.40%以及 1.33%。

报告期各期末，公司其他流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
预付一年以内的房租	421.62	6,348.46	4,447.42
待抵扣税金	659.45	333.50	297.56
理财产品	-	2,000.00	-

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
预付申报 IPO 中介机构服务费	388.30	-	-
其他	6.81	14.38	37.00
合计	**1,476.19**	**8,696.34**	**4,781.98**

报告期各期末，公司其他流动资产主要由预付一年以内的房租及理财产品构成。截至 2020 年末，公司尚未赎回的结构性存款本金为 2,000 万元。

2021 年起，除少部分租赁金额较小、租赁期限较短的租赁合同按简易处理外，发行人绝大部分租赁合同均确认了使用权资产。因此，截至 2021 年末，其他流动资产-预付一年以内的房租金额下降较多。

（二）非流动资产的构成及变化情况分析

报告期内，公司非流动资产主要由固定资产、商誉、长期待摊费用、使用权资产等项目构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其他权益工具投资	892.13	1.04%	190.00	0.53%	190.00	0.52%
固定资产	5,130.47	5.98%	4,875.21	13.48%	4,194.71	11.51%
在建工程	24.98	0.03%	87.04	0.24%	53.65	0.15%
使用权资产	49,098.04	57.24%	-	-	-	-
无形资产	825.88	0.96%	734.47	2.03%	592.07	1.63%
商誉	19,005.56	22.16%	15,310.57	42.35%	15,310.57	42.03%
长期待摊费用	9,232.24	10.76%	12,604.26	34.86%	15,693.25	43.08%
递延所得税资产	1,516.62	1.77%	566.16	1.57%	352.64	0.97%
其他非流动资产	50.30	0.06%	1,787.88	4.94%	45.00	0.12%
非流动资产合计	**85,776.21**	**100.00%**	**36,155.58**	**100.00%**	**36,431.89**	**100.00%**

报告期内公司长期资产项目分析如下：

1、其他权益工具投资

2019 年 10 月，安徽国胜出资 190 万元对阜阳好之佳大药房进行股权投资，占其注册资本 19%；2021 年 9 月，安徽国胜出资 702.13 万元对黄山新安江大药房进行股权投资，占其注册资本 19%。按照新金融工具准则，确认为以公允价

值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，列报于其他权益工具投资。

2、固定资产

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司固定资产账面价值分别为 4,194.71 万元、4,875.21 万元和 5,130.47 万元，占各期末非流动资产的比重分别为 11.51%、13.48%和 5.98%。报告期内，公司固定资产原值、累计折旧及账面价值及变动情况如下：

单位：万元

期间	类别	固定资产原值	累计折旧	账面价值	比例
2021 年末	房屋建筑物	2,314.73	414.97	1,899.76	37.03%
	机器设备	283.15	84.30	198.85	3.88%
	运输设备	785.73	454.28	331.45	6.46%
	电子设备	1,219.59	608.42	611.17	11.91%
	办公设备及其他	4,285.54	2,196.30	2,089.24	40.72%
	合计	**8,888.74**	**3,758.27**	**5,130.47**	**100.00%**
2020 年末	房屋建筑物	2,314.73	341.67	1,973.06	40.47%
	机器设备	180.96	61.76	119.20	2.44%
	运输设备	706.37	338.20	368.17	7.55%
	电子设备	806.29	378.92	427.37	8.77%
	办公设备及其他	3,558.69	1,571.29	1,987.40	40.77%
	合计	**7,567.05**	**2,691.84**	**4,875.21**	**100.00%**
2019 年末	房屋建筑物	2,314.73	268.37	2,046.36	48.78%
	机器设备	127.96	47.51	80.45	1.92%
	运输设备	645.10	337.88	307.22	7.32%
	电子设备	515.95	251.36	264.59	6.31%
	办公设备及其他	2,570.50	1,074.42	1,496.08	35.67%
	合计	**6,174.25**	**1,979.53**	**4,194.71**	**100.00%**

报告期内，公司固定资产主要为房屋建筑物以及办公设备，均为自建或购入，不存在融资租赁租入的情形；公司主要固定资产使用状况良好，无闲置固定资产，不存在需计提减值准备的情形。

3、在建工程

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司在建工程为零售门店装修工

程，账面价值分别为 53.65 万元、87.04 万元以及 24.98 万元，占各期末非流动资产的比重分别为 0.15%、0.24%和 0.03%，金额及占比均较小。

报告期各期末，公司在建工程不存在利息资本化情况，也不存在需计提减值准备的情况。

4、使用权资产

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对租入物业按照剩余租赁付款额现值确认使用权资产及租赁负债，并分别确认折旧及未确认融资费用。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人使用权资产余额为 63,849.48 万元，累计折旧 14,751.45 万元，使用权资产账面价值为 49,098.04 万元，占非流动资产的比例为 57.24%，金额与占比较高。

5、无形资产

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司无形资产账面价值分别为 592.07 万元、734.47 万元以及 825.88 万元，占非流动资产的比例分别为 1.63%、2.03%以及 0.96%。报告期各期末末无形资产主要系总部仓库及办公大楼所在地块的土地使用权（土地证：合包河国用[2015]第 009 号、第 051 号），此外还有办公软件与商标。

报告期内，发行人无形资产的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
资产原值			
土地使用权	426.24	426.24	426.24
软件	633.02	449.60	245.55
商标	38.07	38.07	29.82
合计	**1,097.33**	**913.91**	**701.60**
累计摊销			
土地使用权	59.21	50.03	40.86
软件	195.72	116.54	59.27
商标	16.52	12.87	9.41
合计	**271.45**	**179.44**	**109.53**
账面价值			

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
土地使用权	367.03	376.21	385.39
软件	437.30	333.06	186.28
商标	21.54	25.20	20.40
合计	**825.88**	**734.47**	**592.07**

报告期内，公司无形资产不存在需计提减值准备的情形。

6、商誉

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司商誉账面价值分别为 15,310.57 万元、15,310.57 万元和 19,005.56 万元，占非流动资产的比例分别为 42.03%、42.35%和 22.16%，占归母净资产的比例分别为 28.55%、21.42%和 24.22%。

2017 年 4 月起，发行人为实现规模化扩张，收购了 4 家连锁药店控股权；此外发行人收购汇达药业，搭建终端集采业务的运营平台。上述非同一控制下企业合并形成了金额较大的商誉，具体情况如下：

单位：万元

被合并单位名称	形成商誉的收购门店数量	商誉账面价值		
		2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
芜湖国胜	12	3,539.99	3,539.99	3,539.99
安庆国胜	35	4,637.30	4,637.30	4,637.30
亳州国胜	54	6,823.28	6,823.28	6,823.28
南京同和堂	14	3,694.99	-	-
汇达药业	-	310.00	310.00	310.00
合计	**115**	**19,005.56**	**15,310.57**	**15,310.57**

截至 2021 年 12 月 31 日，以上述五个子公司各自认定为资产组，对该资产组估计可收回金额及账面价值进行分析，未发现商誉发生减值迹象。

收购前，芜湖国胜、安庆国胜、亳州国胜、南京同和堂在各自地级市区域内分别拥有门店数量 12 家、35 家、54 家、14 家，具有一定的消费群体和区域优势，为加快扩张合肥市以外市场，实现规模化快速发展，发行人对上述公司实施了股权收购。股权收购价格一般根据标的公司收购前销售额为基础协商确定，存货（如有）另计。

①收购芜湖国胜的基本情况

单位：万元

标的公司	收购股权比例	收购日期	转让方	股权转让款	100%股权评估值	评估报告号
芜湖国胜	100%	2017 年 4 月	张子媛、王小妹	3,652.00	3,730.00	中铭评报字[2017]第 9059 号

A.会计处理

在单体报表中，股权收购价款 3,652.00 万元在长期股权投资核算。截至收购日，芜湖国胜净资产的账面价值为 112.01 万元。公司以芜湖国胜账面净资产作为可辨认净资产的公允价值，收购日股权收购价款与可辨认净资产的公允价值的差额 3,539.99 万元计入合并报表商誉列报。

B. 资产负债表日对该商誉进行减值测试的过程及结果

芜湖国胜被收购后各年度的实际经营情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
门店数量	118	112	70	67
营业收入	17,969.02	15,887.51	13,052.55	8,002.16

2021 年，芜湖国胜主动选择关闭 3 家门店，具体情况如下：

关停时间	关停门店	关停原因
2021-1-7	芜湖国胜大药房连锁有限公司天门山东路店	该门店位于芜湖市镜湖区信达星悦汇商业街室外步行街 3-102 商铺，因周边商业街发展不及预期，房租成本较高，该门店自 2019 年 5 月开设以来，经营效益较差，芜湖国胜主动关停。
2021-8-26	芜湖国胜大药房连锁有限公司赤铸山路店	为提升经营效率，发行人将芜湖国胜大药房连锁有限公司赤铸山路店、弋矶山店进行整合，整合后将赤铸山路店关停。
2021-9-8	芜湖国胜大药房连锁有限公司镜湖世纪城店	为提升经营效率，发行人将芜湖国胜大药房连锁有限公司镜湖世纪城店、东部星城二店进行整合，整合后将镜湖世纪城店关停。

上述门店关停具有合理理由和商业逻辑，关闭门店在注销当年的营业收入金额与占比均极低，关店事项不会对芜湖国胜经营业绩造成重大不利影响。

报告期内，芜湖国胜门店数量及营业额逐年增长，业绩良好。2020 年 5 月、2021 年 3 月、2022 年 2 月，中铭国际资产评估（北京）有限责任公司分别对截至 2019 年末、2020 年末、2021 年末的芜湖国胜含商誉资产组的可收回金额进行了评估。经收益法评估，芜湖国胜资产组（含 100%商誉）的可回收金额

分别为 13,524.00 万元、11,300.00 万元和 11,900.00 万元，不存在减值迹象。

单位：万元

芜湖国胜商誉减值测试时点	不包含商誉资产组价值 A	100%商誉金额 B	包含商誉的资产组价值 C=A+B	包含商誉的资产组可收回金额 D	商誉减值金额 E=C-D	评估报告号
2021-12-31	6,019.87	3,539.99	9,559.86	11,900.00	-	中铭评报字[2022]第16047号
2020-12-31	6,862.79	3,539.99	10,402.78	11,300.00	-	中铭评报字[2021]第16091号
2019-12-31	8,125.41	3,539.99	11,665.40	13,524.00	-	中铭评报字[2020]第16166号
2018-12-31	7,911.88	3,539.99	11,451.87	12,470.00	-	发行人减值测试

综上，收购芜湖国胜形成的商誉不存在减值迹象。

②安庆国胜的基本情况

单位：万元

标的公司	收购股权比例	收购日期	转让方	股权转让款	100%股权评估值	评估报告号
安庆国胜	80%	2018 年 10 月	安庆健康人	5,437.30	6,803.00	万隆评咨字[2020]第60040号

A.会计处理

在单体报表中，收购价款 5,437.30 万元在长期股权投资核算，截至收购日，安庆国胜净资产的账面价值为 1,000.00 万元。公司以安庆国胜账面净资产的 80%作为本次收购可辨认净资产的公允价值，股权收购价款与可辨认净资产的公允价值的差额 4,637.30 万元计入合并报表商誉列报。

B.资产负债表日对该商誉进行减值测试的过程及结果

安庆国胜被收购后各年度的实际经营情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
门店数量	52	48	38	35
营业收入	6,710.90	5,425.11	4,577.70	1,087.46

注：安庆国胜 2018 年营业收入为当年纳入合并范围后 10 月份至 12 月份数据

报告期内，安庆国胜不存在门店关闭的情形，门店数量、营业额逐年增

长，业绩良好。2020 年 5 月、2021 年 3 月、2022 年 2 月，中铭国际资产评估（北京）有限责任公司分别对截至 2019 年末、2020 年末、2021 年末的安庆国胜含商誉资产组的可收回金额进行了评估。经收益法评估，安庆国胜资产组（含 100%商誉）的可回收金额分别为 7,478.00 万元、7,100.00 万元和 7,680.00 万元，不存在减值迹象。

单位：万元

安庆国胜 商誉减值测试时点	不包含商誉资产组价值 A	100%商誉金额 B	包含商誉的资产组价值 C=A+B	包含商誉的资产组可收回金额 D	商誉减值金额 E=C-D	评估报告号
2021 年 12 月 31 日	1,098.94	5,796.62	6,895.56	7,680.00	-	中铭评报字[2022]第 16046 号
2020 年 12 月 31 日	1,046.94	5,796.62	6,843.56	7,100.00	-	中铭评报字[2021]第 16089 号
2019 年 12 月 31 日	879.70	5,796.62	6,676.32	7,478.00	-	中铭评报字[2020]第 16164 号
2018 年 12 月 31 日	2018 年 10 月收购，截至 2018 年 12 月 31 日，未出现减值迹象					

综上，收购安庆国胜形成的商誉不存在减值迹象。

③亳州国胜的基本情况

单位：万元

标的公司	收购股权比例	收购日期	转让方	股权转让款	100%股权评估值	评估报告号
亳州国胜	51%	2018 年 12 月	腾龙商贸	5,010.81	10,029.00	万隆评咨字[2020]第 60038 号
亳州国胜	29%	2019 年 12 月	腾龙商贸	2,849.24		

A.会计处理

a.第一步：2018 年收购 51%股权

在单体报表中，收购价款 5,010.81 万元在长期股权投资核算，截至收购日，亳州国胜净资产的账面价值为 1,200.00 万元。公司以亳州国胜账面净资产的 51%作为本次收购可辨认净资产的公允价值，股权收购价款与可辨认净资产的公允价值的差额 4,398.81 万元计入合并报表商誉列报。

b.第二步：2019 年收购 29%股权，合计控股 80%

收购亳州国胜 51%股权与收购 29%股权为一揽子交易，第一次收购日后发行人已控股亳州国胜，公司以亳州国胜截至 2019 年 12 月 31 日经审计账面净资产（1,464.70 万元）的 29%作为第二次收购可辨认净资产的公允价值，从而确认本次 29%股权收购新增商誉 2,424.48 万元。

在单体报表中，两次股权收购价款合计 7,860.05 万元在长期股权投资核算，首次 51%股权收购形成商誉 4,398.81 万元与本次 29%股权收购形成商誉 2,424.48 万元，合计 6,823.28 万元，计入合并报表商誉列报。

B. 资产负债表日对该商誉进行减值测试的过程及结果

亳州国胜被收购后各年度的实际经营情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
门店数量	69	62	54	53
营业收入	8,475.34	7,515.10	6,693.93	679.30

注：亳州国胜 2018 年营业收入为当年纳入合并范围后 12 月份数据

报告期内，亳州国胜门店数量、营业额逐年增长，业绩良好。2020 年 5 月、2021 年 3 月、2022 年 2 月，中铭国际资产评估（北京）有限责任公司分别对截至 2019 年末、2020 年末、2021 年末的亳州国胜含商誉资产组的可收回金额进行了评估。经收益法评估，亳州国胜资产组（含 100%商誉）的可回收金额分别为 10,206.00 万元、10,100.00 万元和 11,100.00 万元，不存在减值迹象。

单位：万元

亳州国胜 商誉减值测试时点	不包含商誉资产组价值 A	100%商誉金额 B	包含商誉的资产组价值 C=A+B	包含商誉的资产组可收回金额 D	商誉减值金额 E=C-D	评估报告号
2021 年 12 月 31 日	1,351.21	8,529.10	9,880.31	11,100.00	-	中铭评报字[2022]第 16048 号
2020 年 12 月 31 日	1,267.55	8,529.10	9,796.66	10,100.00	-	中铭评报字[2021]第 16090 号
2019 年 12 月 31 日	1,060.91	8,529.10	9,590.01	10,206.00	-	中铭评报字[2020]第 16165 号
2018 年 12 月 31 日	2018 年 12 月收购，截至 2018 年 12 月 31 日，未出现减值迹象					

综上，收购亳州国胜形成的商誉不存在减值迹象。

④ 收购汇达药业的基本情况

单位：万元

标的公司	收购股权比例	收购日期	转让方	股权转让款	是否评估
汇达药业	100%	2019 年 7 月	张子媛、王小妹	410.00	否

A. 会计处理

在单体报表中，股权收购价款 410.00 万元在长期股权投资核算。截至收购日，汇达药业净资产的账面价值为 100.00 万元。公司以汇达药业账面净资产作为可辨认净资产的公允价值，收购日股权收购价款与可辨认净资产的公允价值的差额 310.00 万元计入合并报表商誉列报。

B. 资产负债表日对该商誉进行减值测试的过程及结果

2021 年 3 月、2022 年 2 月，中铭国际资产评估（北京）有限责任公司对截至 2020 年末、2021 年末的汇达药业含商誉资产组的可收回金额进行了评估。经收益法评估，汇达药业资产组（含 100%商誉）的可回收金额为 4,840.00 万元和 5,960.00 万元，不存在减值迹象。

单位：万元

汇达药业 商誉减值测试时点	不包含商誉资产组价值 A	商誉金额 B	包含商誉的资产组价值 C=A+B	包含商誉的资产组可收回金额 D	商誉减值金额 E=C-D	评估报告号
2021 年 12 月 31 日	3,901.17	310.00	4,211.17	5,960.00	-	中铭评报字[2022]第 16049 号
2020 年 12 月 31 日	1,673.15	310.00	1,983.15	4,840.00	-	中铭评报字[2021]第 16092 号
2019 年 12 月 31 日	1,428.98	310.00	1,738.98	2,180.00	-	发行人减值测试

汇达药业作为公司终端集采业务板块的经营主体，具有广阔发展前景，仅 2019 年最后一个季度就已拓展了 127 家配送门店，实现对外营业收入 722.81 万元；2020 年度、2021 年度配送门店数量增至 328 家、639 家，实现对外营业收入 7,116.08 万元、12,105.88 万元。

综上，汇达药业发展情况良好，收购汇达药业形成的商誉不存在减值迹象。

⑤南京同和堂的基本情况

单位：万元

标的公司	收购股权比例	收购日期	转让方	股权转让款	100%股权评估值	评估报告号
南京同和堂	100%	2021 年 9 月	南京江宁莫朗医药商贸	4,076.15	4,443.56	深亿通评报字（2022）第 1009 号

A.会计处理

在单体报表中，收购价款 4,076.15 万元在长期股权投资核算，截至收购日，南京同和堂净资产的账面价值为 381.16 万元。公司以南京同和堂账面净资产作为本次收购可辨认净资产的公允价值，股权收购价款与可辨认净资产的公允价值的差额 3,694.99 万元计入合并报表商誉列报。

B.资产负债表日，该商誉未出现减值迹象

南京同和堂于 2021 年 9 月被收购，截至 2021 年 12 月 31 日，未出现减值迹象，收购当年的实际经营情况具体如下：

单位：万元

项目	2021 年 9-12 月
门店数量	14
营业收入	1,109.09

7、长期待摊费用

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司长期待摊费用账面价值分别为 15,693.25 万元、12,604.26 万元和 9,232.24 万元，占非流动资产的比例分别为 43.08%、34.86%和 10.76%，金额较大，主要为报告期内发行人门店收购转让费，具体情况如下：

单位：万元

期间	类别	期初余额	本期增加	本期摊销	期末余额
2021 年	门店收购转让费	8,945.67	56.00	4,096.81	4,904.86
	装修费	2,533.81	1,740.35	983.30	3,290.85
	承租转让费	1,124.78	399.50	487.75	1,036.53
	合计	**12,604.26**	**2,195.85**	**5,567.86**	**9,232.24**
2020 年	门店收购转让费	12,915.08	122.78	4,092.19	8,945.67
	装修费	2,034.58	1,160.08	660.86	2,533.81

期间	类别	期初余额	本期增加	本期摊销	期末余额
	承租转让费	743.59	656.10	274.91	1,124.78
	合计	**15,693.25**	**1,938.96**	**5,027.95**	**12,604.26**
2019 年	门店收购转让费	16,903.43	29.62	4,017.97	12,915.08
	装修费	1,073.25	1,364.28	402.96	2,034.58
	承租转让费	582.69	319.30	158.40	743.59
	合计	**18,559.37**	**1,713.21**	**4,579.32**	**15,693.25**

报告期内，零售门店新建时发生的装修费用在 5 年内均匀摊销。零售门店租赁时发生的承租转让费按照 5 年均匀摊销。

报告期内，参考同行业可比上市公司资产收购的摊销年限，对于资产收购形成的门店转让费部分，公司按照 5 年均匀摊销。

2017 年起，发行人资产收购的基本情况如下：

单位：家、万元

被收购资产的单位名称	形成长期待摊费用的门店数量	摊销起始时间	长期待摊费用账面价值		
			2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
六安健之大药房有限公司	2	2017 年 3 月	2.07	14.47	26.87
合肥市普生堂医药连锁有限公司	1	2017 年 5 月	1.87	7.47	13.07
宣城市言午氏药店连锁有限公司	20	2017 年 6 月	191.57	596.93	1,002.29
芜湖市宝芝林大药房	1	2017 年 8 月	11.90	32.30	52.70
安徽天成大药房连锁有限公司	18	2017 年 9 月	401.75	1,004.37	1,607.00
宣城市今安大药房有限公司	2	2017 年 10 月	15.75	36.75	57.75
合肥市养生大药房	1	2017 年 11 月	53.33	117.33	181.33
六安市兴美大药房有限公司	1	2017 年 11 月	12.92	28.42	45.33
霍邱照泽大药房连锁有限公司	6	2017 年 12 月	64.90	135.70	202.47
安徽国盛大药房有限公司	9	2017 年 12 月	245.15	488.95	732.75
淮北市金宝康药业有限公司	17	2017 年 12 月	417.27	872.47	1,327.67

被收购资产的单位名称	形成长期待摊费用的门店数量	摊销起始时间	长期待摊费用账面价值		
			2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
宣城市长春堂大药房有限公司	1	2017 年 12 月	6.60	13.80	21.00
合肥阳春堂大药房有限公司	1	2018 年 2 月	4.12	7.92	11.72
安徽省庐江县百货大楼有限公司康元大药房	1	2018 年 4 月	16.50	29.70	42.90
芜湖市宇润大药房	1	2018 年 5 月	11.73	20.53	29.33
安徽知药堂大药房连锁有限公司	12	2018 年 6 月	347.65	593.05	838.44
当涂县康健大药房有限公司	6	2018 年 6 月	225.82	385.23	544.63
合肥格宁大药房连锁有限公司	25	2018 年 6 月	901.10	1,533.41	2,165.72
芜湖千家惠大药房连锁有限公司	12	2018 年 7 月	470.38	783.96	1,097.55
六安市九州大药房有限公司	1	2018 年 9 月	43.33	69.33	95.33
芜湖市福祥大药房	1	2018 年 10 月	17.50	27.50	37.50
芜湖市中俊大药房连锁有限公司	4	2018 年 10 月	251.80	395.68	539.56
淮北市相山区一心大药房	1	2018 年 10 月	5.25	8.25	11.25
芜湖千方百剂大药房连锁有限公司	12	2018 年 10 月	894.73	1,406.01	1,917.28
庐江县潜川神草堂药房	1	2018 年 11 月	2.93	4.53	6.13
六安华氏大药房	2	2018 年 1 月	-	-	15.92
合肥昊康大药房有限公司	1	2019 年 3 月	86.48	126.39	166.67
合肥国范大药房有限公司	1	2019 年 5 月	13.07	18.67	24.27
芜湖春天大药房	1	2019 年 5 月	44.33	63.33	82.33
安徽老百姓大药房连锁有限公司	1	2019 年 8 月	10.33	14.33	18.33

被收购资产的单位名称	形成长期待摊费用的门店数量	摊销起始时间	长期待摊费用账面价值		
			2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
无为县国鑫大药房有限公司	1	2020 年 8 月	24.83	31.77	-
芜湖市同安大药房有限公司	1	2020 年 8 月	39.03	49.92	-
无为县新国盛大药房	1	2020 年 8 月	21.29	27.23	-
芜湖市宝芝林大药房	1	2021 年 4 月	47.60	-	-
合计	**167**	**-**	**4,904.86**	**8,945.67**	**12,915.08**

报告期内，发行人重大资产收购门店后续经营良好，不存在减值迹象。

单位：万元

序号	主要收购标的（收购价款 1,000 万元以上且经评估）	2019 年度	2020 年度	2021 年度
1	宣城市言午氏 20 家门店	2,414.12	2,552.39	2,486.37
2	安徽天成大药房 18 家门店	3,816.51	3,968.31	3,501.65
3	淮北市金宝康 17 家门店	2,348.20	2,636.74	2,304.45
4	安徽知药堂 12 家门店	1,802.36	2,296.30	2,151.66
5	合肥格宁大药房 25 家门店	3,910.38	4,568.30	4,679.12
6	芜湖千家惠大药房 12 家门店	1,800.86	2,001.64	1,874.56
7	芜湖千方百剂 12 家门店	2,150.17	2,201.09	2,271.79

注：上述数据均为含税收入数据

发行人对于资产收购溢价计入长期待摊费用按五年均匀摊销，2019 年至 2021 年，每年摊销费用分别为 4,017.97 万元、4,092.19 万元以及 4,096.81 万元，长期待摊费用余额持续下降，不存在减值风险。

报告期内，发行人重大资产收购门店后续经营良好，收入整体呈逐年上升趋势，不存在减值迹象；发行人对于计入长期待摊费用的门店转让费按五年均匀摊销，长期待摊费用余额持续下降，不存在减值风险。

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
长期待摊费用-摊销（A）	5,567.86	5,027.95	4,579.32
销售费用-长期待摊费用摊销（B）	1,300.73	868.73	523.81
管理费用-长期待摊费用摊销（C）	4,267.13	4,159.22	4,055.52
差异（D=A-B-C）	-	-	-

发行人各期摊销金额与销售费用、管理费用的勾稽关系合理。

8、递延所得税资产

报告期内，公司递延所得税资产主要源于计提资产减值准备、子公司亏损、内部交易未实现利润、积分兑换产生的递延收益、预估诉讼赔偿费产生的预计负债、新租赁准则形成的租赁负债等可抵扣暂时性差异。2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司递延所得税资产分别为 352.64 万元、566.16 万元和 1,516.62 万元，占非流动资产的比例分别为 0.97%、1.57%和 1.77%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
资产减值准备	434.35	312.98	214.96
可抵扣亏损	714.24	210.78	88.19
内部交易未实现利润	3.83	20.40	22.11
递延收益	20.94	12.50	12.75
预计负债	8.37	9.50	14.63
使用权资产租赁负债	334.90	-	-
合计	**1,516.62**	**566.16**	**352.64**

9、其他非流动资产

公司其他非流动资产为待退回土地使用权与预付软件系统款，2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司其他非流动资产资产分别为 45.00 万元、1,787.88 万元和 50.30 万元，占非流动资产的比例分别为 0.12%、4.94%和 0.06%。

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
待退回土地使用权	-	1,727.06	-
预付长期资产款	50.30	60.82	45.00
合计	**50.30**	**1,787.88**	**45.00**

2020 年 4 月，发行人与安徽省合肥市自然资源和规划局签订《国有建设用地使用权出让合同》（合同编号：合地包河工业[2020]046 号），发行人受让坐落于包河区沈阳路以南、河南路以西的面积为 43,665.59 平方米的土地使用权，计划以自有资金建设现代化物流基地项目。2020 年 6 月 9 日，发行人取得不动产权证（皖[2020]合肥市不动产权第 1186033 号）。

因政府规划变更，合肥市包河区人民政府、合肥市自然资源和规划局与发

行人已于 2021 年 6 月协调解除原土地使用权出让合同、注销土地使用权证、退回土地出让金。因此，2020 年末，发行人将 BH12-10-01 宗地计入其他非流动资产-待退回土地使用权。

（三）所有者权益构成及变动分析

报告期内，公司所有者权益构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	归属于母公司的所有者权益				少数股东权益	所有者权益合计
	股本	资本公积	盈余公积	未分配利润		
2019.01.01 余额	**11,886.73**	**29,690.47**	**461.97**	**3,659.31**	**823.05**	**46,521.53**
2019 年增加	132.01	2,596.17	328.67	5,194.81	139.89	8,391.55
2019 年减少	-	-	-	328.67	424.76	753.43
2019.12.31 余额	**12,018.74**	**32,286.64**	**790.63**	**8,525.45**	**538.18**	**54,159.64**
2020 年增加	22,148.15	10,875.34	507.73	8,891.99	-	42,423.21
2020 年减少	166.89	23,887.12	-	507.73	514.26	25,076.00
2020.12.31 余额	**34,000.00**	**19,274.86**	**1,298.36**	**16,909.71**	**23.92**	**71,506.85**
2021 年增加	-	24.52	574.20	6,972.66	0.59	7,571.97
2021 年减少	-	-	-	574.20	-	574.20
2021.12.31 余额	**34,000.00**	**19,299.38**	**1,872.56**	**23,308.17**	**24.51**	**78,504.63**

1、实收资本（股本）

（1）报告期各期末股本情况

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
股本	34,000.00	34,000.00	12,018.74

（2）报告期内股本增减变动情况

报告期初，华人健康总股本 11,886.73 万股，股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	何家乐	74,764,779	62.90%
2	阿里健康	11,111,111	9.35%
3	何家伦	10,195,197	8.58%
4	华泰大健康一号	8,704,028	7.32%
5	苏州赛富	6,256,173	5.26%

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
6	胜凡投资	3,040,000	2.56%
7	福曼医投资	2,560,000	2.15%
8	康凡投资	1,500,000	1.26%
9	华泰大健康二号	596,419	0.50%
10	道兴投资	139,577	0.12%
合计		**118,867,284**	**100.00%**

报告期内，发行人股本增减变动情况如下：

时间	事项	具体内容	对股本的影响
2019 年 12 月	增资	时达投资认购增发的 132.01 万股股份	总股本从 11,886.73 万股增至 12,018.74 万股，各股东比例相应变化
2020 年 2 月	股权转让	华泰大健康将合计所持有的 103.89 万股份转让给天凯投资、何家乐将所持有的 63 万股股份转让给苏州赛富	总股本无变化，转让方与受让方股东比例相应变化
2020 年 9 月	增资	黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资等四家机构股东认购增发的 553.16 万股股份	总股本从 12,018.74 万股增至 12,571.90 万股，各股东比例相应变化
2020 年 12 月	资本公积转增股本	资本公积转增股本至 3.4 亿股	总股本从 12,571.90 万股增至 34,000.00 万股，各股东比例无变化

除上述增减变动外，报告期内公司股本总额、股东及所持股份、比例未发生变动。截至报告期末，华人健康总股本 34,000.00 万股，股权结构如下：

序号	股东名称		持股数（股）	持股比例
1	何家乐		200,493,326	58.97%
2	阿里健康		30,049,373	8.84%
3	赛富投资	苏州赛富	18,623,266	5.48%
4		黄山赛富	8,160,001	2.40%
5		腾元投资	1,360,000	0.40%
6		长菁投资	1,360,000	0.40%
7	何家伦		27,572,335	8.11%
8	华泰大健康	华泰大健康一号	20,948,896	6.16%
9		华泰大健康二号	1,435,465	0.42%
10		道兴投资	335,935	0.10%
11	胜凡投资		8,221,509	2.42%

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
12	福曼医投资	6,923,376	2.04%
13	华西投资	4,080,000	1.20%
14	康凡投资	4,056,665	1.19%
15	时达投资	3,570,136	1.05%
16	天凯投资	2,809,717	0.83%
合计		**340,000,000**	**100.00%**

2、资本公积

（1）报告期各期末资本公积情况

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
资本公积（股本溢价）	19,299.38	19,274.86	32,286.64

（2）报告期内资本公积增减变动情况

资本公积的增加产生于公司引入外部机构投资者与持股平台、报告期内因股权激励按照股份支付处理而产生股本溢价。资本公积减少的原因为报告期内发行人资本公积转增股本以及购买子公司少数股权。

3、盈余公积

（1）报告期各期末盈余公积情况

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
盈余公积（法定盈余公积）	1,872.56	1,298.36	790.63

（2）报告期内盈余公积增减变动情况

报告期内，盈余公积的增长来自各年度提取法定盈余公积的积累。

4、未分配利润

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
年初未分配利润	**16,909.71**	**8,525.45**	**3,659.31**
加：本年归属于母公司所有者的净利润	6,972.66	8,891.99	5,194.81
减：提取法定盈余公积	574.20	507.73	328.67
年末未分配利润	**23,308.17**	**16,909.71**	**8,525.45**

十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债构成及变动分析

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司负债总额分别为 52,472.12 万元、57,116.97 万元以及 118,600.45 万元。

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	88,263.60	74.42%	57,078.97	99.93%	52,362.62	99.79%
非流动负债	30,336.84	25.58%	38.00	0.07%	109.50	0.21%
合计	**118,600.45**	**100.00%**	**57,116.97**	**100.00%**	**52,472.12**	**100.00%**

2021 年末，由于执行新租赁准则，发行人合并报表增加非流动负债-租赁负债 30,303.38 万元，是导致当年负债总额、非流动负债较上一年末增长较快的主要原因。

除因新租赁准则导致的报表变化外，报告期各期末，公司负债主要为流动负债，符合药品流通行业的特点。

1、流动负债的构成及变化情况分析

报告期各期末，公司流动负债主要有应付票据及应付账款、短期借款、其他应付款等构成，具体如下：

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	15,076.70	17.08%	11,112.19	19.47%	15,972.80	30.50%
应付票据	30,270.90	34.30%	22,236.44	38.96%	17,964.56	34.31%
应付账款	16,552.32	18.75%	14,857.79	26.03%	10,600.83	20.25%
预收款项	-	-	-	-	946.66	1.81%
合同负债	1,125.25	1.27%	993.98	1.74%	-	-
应付职工薪酬	3,098.73	3.51%	3,089.53	5.41%	2,461.04	4.70%
应交税费	3,676.98	4.17%	1,503.51	2.63%	1,481.73	2.83%
其他应付款	3,944.04	4.47%	3,164.36	5.54%	2,935.00	5.61%
一年内到期的非流动负债	14,400.26	16.32%	-	-	-	-

其他流动负债	118.42	0.13%	121.19	0.21%	-	-
合计	**88,263.60**	**100.00%**	**57,078.97**	**100.00%**	**52,362.62**	**100.00%**

同行业可比公司短期借款、应付账款、应付票据余额均保持较高水平，平均流动负债占比均较高。发行人的负债结构与同行业可比公司基本一致。

（1）短期借款

当日常经营面临暂时性资金缺口时，公司通过向银行借款的方式满足资金需求。报告期各期末，公司短期借款情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
信用借款	-	2,001.86	-
抵押借款	975.80	500.73	3,605.50
保证借款	12,143.03	8,609.60	12,367.30
质押借款	1,957.87	-	-
合计	**15,076.70**	**11,112.19**	**15,972.80**

（2）应付票据

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，应付票据余额分别为 17,964.56 万元、22,236.44 万元和 30,270.90 万元，主要为银行承兑汇票，占流动负债的比例分别为 34.31%、38.96%和 34.30%。

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
银行承兑汇票	30,270.90	100.00%	21,736.44	97.75%	17,964.56	100.00%
信用证	-	-	500.00	2.25%	-	-
合计	**30,270.90**	**100.00%**	**22,236.44**	**100.00%**	**17,964.56**	**100.00%**

报告期内，公司销售规模带动采购金额逐年上升，且公司信誉良好，公司开具银行承兑汇票支付供应商货款的金额总体呈上升趋势，导致应付票据金额逐年增加。公司应付票据不存在到期未支付的情形。

报告期内，发行人应付票据的构成情况如下：

单位：万元

业务类型	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
代理业务	4,202.22	4,370.10	2,248.10
零售业务	25,568.68	14,958.67	15,116.46
终端集采业务	500.00	2,907.66	600.00
合计	**30,270.90**	**22,236.44**	**17,964.56**

报告期内，发行人应付票据涉及各业务板块，其中以零售业务为主，主要用于向零售业务上游供应商支付货款。

发行人供应商结算方式主要为承兑与电汇相结合，报告期内发生的应付票据均为支付供应商药品或器械采购款，具有真实贸易背景。报告期内，发行人开具的应付票据金额均小于采购金额，票据金额与采购交易金额相比不存在异常。公司不存在开具无真实交易背景承兑汇票的情形，不存在利用应付票据进行融资的情形。

公司制定了与应付票据相关的内控制度，应付票据办理经过适当的复核及审批，票据的盖章、经办、登记等职责分离，并由专人负责定期对账。公司针对应付票据已建立较为健全的内控制度并有效执行。

（3）应付账款

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司应付账款余额分别为 10,600.83 万元、14,857.79 万元和 16,552.32 万元，占流动负债的比例分别为 20.25%、26.03%和 18.75%。

公司应付账款主要核算应付商品采购款、应付经营费用款等。公司综合考虑自身的资金安排和供应商给予的信用期情况，对各类款项进行结算。报告期各期末，公司应付账款与当年商品采购额如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期末应付账款余额	16,552.32	14,857.79	10,600.83
商品采购金额	166,030.64	132,033.34	100,669.84
应付账款与采购额的比例	9.97%	11.25%	10.53%

随着销售规模的增长，公司采购金额逐年上升，公司应付账款余额也随之整体呈增长趋势，具有匹配性，不存在异常。

报告期各期末，公司应付账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	15,600.49	94.25%	14,455.59	97.29%	10,305.24	97.22%
1-2 年	736.07	4.45%	225.19	1.52%	125.26	1.18%
2-3 年	70.35	0.43%	41.21	0.28%	99.04	0.93%
3 年以上	145.42	0.88%	135.80	0.91%	71.28	0.67%
合计	**16,552.32**	**100.00%**	**14,857.79**	**100.00%**	**10,600.83**	**100.00%**

报告期各期末，公司应付账款主要为 1 年内，1 年以上账龄比例分别为 2.78%、2.71%和 5.75%，占比较低。报告期各期末，公司存在 1 年以上应付账款的主要原因为供应商未及时与发行人对账或双方终止合作，尾款部分待供应商开具发票后进行支付等。综上，1 年以上的应付账款金额及占比均较低，不存在异常。

2019 年末、2020 年末以及 2021 年末，公司前五大应付账款情况具体如下：

单位：万元

时间	名称	应付账款期末余额	占应付账款总额的比例	款项内容
2021 年末	安徽立方药业有限公司	1,008.73	6.09%	商品采购款
	国药控股安徽华宁医药有限公司	561.26	3.39%	商品采购款
	安徽天星医药集团有限公司	527.88	3.19%	商品采购款
	合肥曼迪新药业有限责任公司	479.69	2.90%	商品采购款
	安徽九州通医药有限公司	423.46	2.56%	商品采购款
	合计	**3,001.02**	**18.13%**	—
2020 年末	安徽立方药业有限公司	740.90	4.99%	商品采购款
	杭州礼和医药有限公司	714.13	4.81%	商品采购款
	安徽天星医药集团有限公司	613.59	4.13%	商品采购款
	国药控股安徽华宁医药有限公司	595.26	4.01%	商品采购款
	安徽九州通医药有限公司	529.76	3.57%	商品采购款

时间	名称	应付账款期末余额	占应付账款总额的比例	款项内容
	合计	**3,193.64**	**21.49%**	—
2019 年末	安徽九州通医药有限公司	873.83	8.24%	商品采购款
	安徽立方药业有限公司	838.51	7.91%	商品采购款
	国药控股安徽华宁医药有限公司	718.25	6.78%	商品采购款
	合肥曼迪新药业有限责任公司	526.04	4.96%	商品采购款
	安徽天星医药集团有限公司	497.08	4.69%	商品采购款
	合计	**3,453.72**	**32.58%**	—

（4）预收款项

报告期各期末，公司预收账款的构成如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日
	金额	变动率	金额	变动率	金额
返租租金	461.86	22.55%	376.87	15.58%	326.07
货款	579.57	4.28%	555.77	18.97%	467.15
会员充值款	118.49	-10.58%	132.51	-13.64%	153.44
合计	**1,159.92**	**8.90%**	**1,065.15**	**12.52%**	**946.66**

注：自 2020 年 1 月 1 日起，公司执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号-收入》（财会〔2017〕22 号）相关规定，将原计入预收款项的金额根据公司履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债，合同资产或合同负债对应的暂估增值税，一年以内部分列示为“其他流动负债”，为了更为直观的披露预收账款的变动情况，保证报告期内信息具有可比性，上表“2020 年末、2021 年末预收款项”余额为合同负债中的预收款项+其他流动负债（待转销项税额）。下同。

公司零售业务的预收款项主要为会员储值卡，此外还有部分预收门店转租租金；公司代理及终端集采业务的客户是全国范围内的连锁药店或单体药店，根据客户重要程度、合作历史、资信等综合因素，按照协议约定，大部分客户享受一定账期，少部分客户采用预收款模式。报告期内，预收款项余额逐年增长主要系返租租金、会员充值款、预收货款增长所致，与公司业务规模扩张趋势基本一致。

2019 年末，预收款项余额前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

时间	客户名称	预收款项期末余额	占预收款项总额的比例
2019 年末	会员储值卡	153.30	16.19%
	国胜大药房铜陵路店-预收转租租金	88.55	9.35%
	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	29.49	3.11%
	国胜大药房金寨路店-预收转租租金	23.74	2.51%
	国胜大药房安居苑店-预收转租租金	12.49	1.32%
	合计	**307.57**	**32.49%**

发行人不同销售模式下，预收账款相关收入确认和收款政策如下：

销售模式	预收款项相关收入确认的时点	收款政策	是否符合相关收付款政策
代理业务	公司代理业务客户主要为医药连锁企业，公司在与零售终端签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货或收到客户签收发货单且无异议后，购买方取得商品控制权时确认收入。	公司对于业务规模较小的客户，采用先款后货的政策	符合
零售业务	A、返租租金的收入确认：企业收到返租租金时确认预收账款，根据双方房租合同确认其他业务收入。 B、会员卡收入的确认：发行人各门店收到顾客给会员卡充值时，确认预收账款。在顾客实际消费，使用会员卡的充值款购买药品后，打印收银单据，商品离开柜台，购买方取得商品控制权时从预收账款结转确认收入。	对于会员卡，顾客先充值后消费；返租租金普遍采取预收租金收款政策	符合
终端集采业务	终端集采业务客户主要为单体药店、小型连锁等零售终端，公司在与购买方签订购销合同后，根据购买方提出的采购需求，将商品发送给购买方，在物流信息显示客户签收确认收货且无异议后，购买方取得商品控制权时确认收入。	公司对于业务规模较小的客户，采用先款后货的政策。	符合

截至 2022 年 2 月 20 日，报告期各期末，发行人预收账款的期后结转情况如下：

单位：万元

日期	内容	预收款项余额	期后结转		尚未结转	
			结转金额	比例	结转金额	比例
2021 年末	返租租金	461.86	124.32	26.92%	337.54	73.08%
	货款	579.57	325.07	56.09%	254.51	43.91%

日期	内容	预收款项余额	期后结转		尚未结转	
			结转金额	比例	结转金额	比例
	会员充值款	118.49	18.88	15.93%	99.61	84.07%
	合计	**1,159.92**	**468.27**	**40.37%**	**691.65**	**59.63%**
2020 年末	返租租金	376.87	376.87	100.00%	-	-
	货款	555.77	449.78	80.93%	105.99	19.07%
	会员充值款	132.51	132.51	100.00%	-	-
	合计	**1,065.15**	**959.16**	**90.05%**	**105.99**	**9.95%**
2019 年末	返租租金	326.07	326.07	100.00%	-	-
	货款	467.15	421.97	90.33%	45.18	9.67%
	会员充值款	153.44	153.44	100.00%	-	-
	合计	**946.66**	**901.48**	**95.23%**	**45.18**	**4.77%**

由上表可知，截至 2022 年 2 月 20 日，2019 年末、2020 年末预收账款期后结转率分别为 95.23%、90.05%，结转率较高。2021 年末预收账款结转率为 40.37%，不存在异常。

（5）合同负债

单位：万元

科目	具体内容	2021.12.31		2020.12.31	
		金额	占比	金额	占比
合同负债	预收商品款（不含税）	1,041.50	92.56%	943.97	94.97%
	递延收益（会员积分）	83.75	7.44%	50.01	5.03%
	合计	**1,125.25**	**100.00%**	**993.98**	**100.00%**

2020 年起执行新收入会计准则，将预收商品款不含税部分与递延收益均列报于合同负债科目。2020 年末、2021 年末，公司合同负债的余额分别为 993.98 万元、1,125.25 万元，占流动负债的比例为 1.74%、1.27%，其中以预售商品款（不含税）为主。

2020 年末、2021 年末，合同负债中预收商品款余额前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

时间	客户名称	期末余额	占合同负债总额的比例
2021 年末	会员储值卡	118.49	10.53%
	国胜大药房铜陵路店-预收转租租金	106.77	9.49%
	国胜大药房金寨路店-预收转租租金	25.38	2.26%
	安徽华源医药集团股份有限公司	21.91	1.95%
	苏州健生源医药连锁有限公司	17.98	1.60%
	合计	**290.53**	**25.82%**
2020 年末	会员储值卡	132.33	13.31%
	国胜大药房铜陵路店-预收转租租金	124.05	12.48%
	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	36.66	3.69%
	国胜大药房金寨路店-预收转租租金	19.51	1.96%
	国胜大药房安居苑店-预收转租租金	12.49	1.26%
	合计	**325.03**	**32.70%**

递延收益（会员积分）的形成过程与会计处理请参见本招股说明书本节之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析之（一）负债构成及变动分析之 2、非流动负债的构成及变化情况分析”。

（6）应付职工薪酬

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司应付职工薪酬余额分别为 2,461.04 万元、3,089.53 万元和 3,098.73 万元，占各期末流动负债的比例分别为 4.70%、5.41%和 3.51%。公司报告期各期末，应付职工薪酬主要由工资、奖金、津贴和补贴等短期薪酬构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一、短期薪酬	**3,098.73**	**3,089.53**	**2,461.04**
1、工资、奖金、津贴和补贴	3,068.71	3,072.73	2,442.18
2、职工福利费	0.35	0.00	0.07
3、社会保险费	-	-	-
其中：医疗保险费	-	-	-
工伤保险费	-	-	-
生育保险费	-	-	-
4、住房公积金	3.76	-	2.02

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
5、工会经费和职工教育经费	25.91	16.80	16.77
6、短期带薪缺勤	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-
二、离职后福利—设定提存计划	-	-	-
1、基本养老保险费	-	-	-
2、失业保险费	-	-	-
3、企业年金缴费	-	-	-
三、辞退福利	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-
合计	**3,098.73**	**3,089.53**	**2,461.04**

公司报告期各期末的工资、奖金、津贴和补贴主要是尚未发放的工资和奖金。随着公司业务规模的扩大、员工人数的增加，各期末应付职工薪酬整体呈上升趋势。

（7）应交税费

报告期各期末，公司应交税费主要由应交企业所得税、增值税构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
企业所得税	1,314.66	487.14	438.56
增值税	2,036.76	797.46	793.37
个人所得税	61.55	52.58	99.23
城建税	120.67	56.30	55.30
教育费附加	58.40	41.11	40.73
房产税	8.32	13.83	8.97
土地使用税	1.40	13.71	2.80
印花税	35.65	9.38	6.69
地方基金及其他	39.58	31.99	36.08
合计	**3,676.98**	**1,503.51**	**1,481.73**

（8）其他应付款

2019 年末、2020 年末和 2021 年末，公司其他应付款余额分别为 2,935.00

万元、3,164.36 万元和 3,944.04 万元，占各期末流动负债的比重分别为 5.61%、5.54%和 4.47%。报告期各期末，公司其他应付款余额的账龄主要在一年以内，由应付资产收购款、收取的押金保证金、费用往来及代扣款其他等构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应付资产收购等往来款	376.81	218.67	427.63
收取的押金及保证金	968.50	866.91	781.99
费用往来及代扣款其他	2,598.73	2,078.77	1,725.37
其他应付款合计	**3,944.04**	**3,164.36**	**2,935.00**

（9）一年以内到期的其他非流动负债

2021 年起发行人执行新租赁准则，将租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值计入租赁负债。截至 2021 年 12 月 31 日，一年以内到期的其他非流动负债全部为未来一年以内待支付租赁款形成的租赁负债，余额为 14,400.26 万元，占流动负债的比例为 16.32%。

（10）其他流动负债

2020 年起发行人执行新收入会计准则，将预收商品款增值税部分列报于其他流动负债科目。截至 2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日，其他流动负债-待转销项税余额分别为 121.19 万元、118.42 万元，占流动负债的比例为 0.21%、0.13%。

2、非流动负债的构成及变化情况分析

报告期各期末，公司非流动负债由零售业务线下会员尚未兑换的积分形成的递延收益（2019 年）、计提诉讼款形成的预计负债，以及执行新租赁准则形成的租赁负债（2021 年及以后）构成，余额分别为 109.50 万元、38.00 万元和 30,336.84 万元。

单位：万元

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁负债	30,303.38	99.89%				
预计负债	33.46	0.11%	38.00	100.00%	58.50	53.42%

项目	2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
递延收益	-	-	-	-	51.00	46.58%
非流动负债合计	**30,336.84**	**100.00%**	**38.00**	**100.00%**	**109.50**	**100.00%**

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对租入物业按照剩余租赁付款额现值确认租赁负债，并确认未确认融资费用。截至 2021 年末，租赁负债金额为 30,303.38 万元，金额较大。

发行人建立了门店会员管理制度，通过组织会员积分返礼、会员价商品等多元化的会员营销活动，推动了会员数量及会员销售的持续增长。顾客成为会员后，凭会员卡到门店购物消费，发行人会根据购物金额取得相应的会员积分，顾客可利用累计消费奖励积分满足规定要求后兑换礼品。

会员积分奖励具体会计处理为：销售取得的货款或应收货款在商品销售的收入与奖励积分的公允价值之间进行分配，取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的部分后确认为收入，奖励积分的公允价值确认为递延收益。奖励积分确认的递延收益以授予顾客的积分为基准，并根据公司已公布的积分使用方法和积分的预期兑付率后，按公允价值确认。在顾客兑换奖励积分时，将原计入递延收益的与所使用的会员奖励积分公允价值确认为收入。

（二）偿债能力分析

1、主要财务指标

报告期内反映公司偿债能力的主要财务指标如下：

主要财务指标	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	1.26	1.62	1.34
速动比率（倍）	0.77	1.09	0.90
资产负债率（母公司）	19.36%	16.27%	19.65%
资产负债率（合并口径）	60.17%	44.41%	49.21%
主要财务指标	**2021 年度**	**2020 年度**	**2019 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	33,466.86	19,034.86	13,785.23
利息保障倍数（倍）	4.92	19.08	12.20

由上表可见，公司具有较强的偿债能力。

2020 年末，公司资产负债率下降，主要是由于：（1）2020 年，外部投资者及员工持股平台等股东投入的增资款合计为 11,196.66 万元，较大的改善了公司资产负债结构；（2）报告期内，公司经营良好，持续盈利使得留存收益逐年上涨。

2020 年末，公司流动比率、速动比率提高，主要是由于：（1）股东增资投入；（2）公司销售收入增长使得应收款项上升；（3）业务规模扩大及并购门店导致存货增加较多。

2021 年，受新租赁准则的影响，发行人资产总额和负债总额增加较多，资产负债率有所上升，同时受省外子公司亏损、疫情防控等综合影响，发行人各项偿债指标略有下滑。

总体来看，报告期内，公司业务发展持续向好，息税折旧摊销前利润分别为 13,785.23 万元、19,034.86 万元和 33,466.86 万元，2019 年至 2021 年复合增长率为 55.81%。公司偿债风险较小。

2、与同行业公司比较

（1）短期偿债能力分析

证券简称	证券代码	流动比率（倍）		
		2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一品红	300723.SZ	1.30	2.17	3.07
易明医药	002826.SZ	3.65	2.06	2.22
百洋医药	301015.SZ	1.71	1.42	1.41
老百姓	603883.SH	0.72	0.90	0.95
一心堂	002727.SZ	1.31	1.90	1.98
益丰药房	603939.SH	1.17	1.57	1.34
大参林	603233.SH	1.10	1.52	1.37
健之佳	605266.SH	1.03	1.63	1.03
漱玉平民	301017.SZ	1.04	1.31	1.38
达嘉维康	301126.SZ	2.27	1.82	1.92
药易购	300937.SZ	2.20	2.04	2.28
行业平均值		1.59	1.67	1.72
本公司		1.26	1.62	1.34

证券简称	证券代码	速动比率（倍）		
		2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一品红	300723.SZ	1.20	1.97	2.85
易明医药	002826.SZ	3.31	1.97	2.06
百洋医药	301015.SZ	1.45	1.17	1.18
老百姓	603883.SH	0.41	0.52	0.58
一心堂	002727.SZ	0.74	1.28	1.27
益丰药房	603939.SH	0.72	1.15	0.85
大参林	603233.SH	0.59	1.03	0.85
健之佳	605266.SH	0.57	1.20	0.58
漱玉平民	301017.SZ	0.57	0.71	0.83
达嘉维康	301126.SZ	2.06	1.55	1.72
药易购	300937.SZ	0.96	0.91	1.05
行业平均值		1.14	1.22	1.26
本公司		0.77	1.09	0.90

注：速动比率=（流动资产-存货）/流动负债。

从整体上来看，公司报告期内流动比率、速动比率均低于行业平均水平。这主要是由于可比公司大部分都是上市公司，偿债能力随着首次公开发行和上市后定增等资本运作行为得以加强。随着公司在 2020 年下半年引入赛富投资等外部股东以及过去三年持续盈利较强，短期偿债能力已明显提升。2021 年起，受新租赁准则影响，形成金额较大的非流动负债-租赁负债，导致公司流动比率与速动比率较上一年度有所下降。

发行人正处于快速发展阶段，因业务发展需要，公司流动资产大多以存货形式存在，速动资产较少导致速动比率低于可比公司。这种情形是同行业企业 IPO 前的普遍状况，经统计，老百姓（2015 年 4 月上市）、一心堂（2014 年 7 月上市）、益丰药房（2015 年 2 月上市）、大参林（2017 年 7 月上市）企业 IPO 前速动比率平均值仅为 0.77，略低于公司报告期平均水平。

（2）长期偿债能力分析

证券代码	证券简称	资产负债率（合并口径）		
		2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一品红	300723.SZ	45.51%	30.31%	25.31%

易明医药	002826.SZ	12.66%	24.33%	21.93%
百洋医药	301015.SZ	52.72%	62.54%	61.94%
老百姓	603883.SH	71.82%	57.41%	60.96%
一心堂	002727.SZ	53.46%	38.03%	42.28%
益丰药房	603939.SH	53.88%	55.35%	48.68%
大参林	603233.SH	65.76%	54.81%	50.05%
健之佳	605266.SH	63.69%	50.94%	71.05%
漱玉平民	301017.SZ	61.74%	50.25%	45.69%
达嘉维康	301126.SZ	43.92%	52.03%	51.50%
药易购	300937.SZ	33.62%	37.43%	34.50%
平均值		50.80%	46.68%	46.72%
本公司		60.17%	44.41%	49.21%

同行业可比公司资产负债率基本稳定在 50%左右。2019 年至 2020 年，公司整体资产负债率有所下降，2020 年末已优于同行业。受新租赁准则的影响，2021 年末资产负债率上升较多，零售业务同行业公司均有类似情形。

报告期内，由于公司负债主要为经营性短期负债且盈利规模保持增长趋势，除租赁负债外，非流动负债为计提诉讼款形成的预计负债和会员积分形成的递延收益，金额均较小。综合来看，公司不存在长期债务风险。

3、可预见未来偿债安排及分析

截至 2021 年 12 月 31 日，公司短期借款 15,076.70 万元，涉及银行如下：

单位：万元

贷款人	贷款行	贷款时间	借款本金	利率	每月利息	到期时间	结息方式
华人健康	浦发银行	2021/1/4	1,000.00	4.00%	3.33	2022/1/4	季付
	兴业银行	2021/3/26	800.00	4.35%	2.90	2022/3/25	月付
	交通银行	2021/8/26	1,000.00	4.05%	3.38	2022/8/25	季付
	招商银行	2021/11/23	1,000.00	3.45%	2.88	2022/11/23	季付
国胜药房	招商银行	2021/2/23	1,000.00	3.85%	3.21	2022/2/22	季付
	兴业银行	2021/3/26	1,000.00	4.35%	3.63	2022/3/25	季付
	科农行	2021/5/28	1,000.00	4.10%	3.42	2022/5/28	季付
	招商银行	2021/6/10	1,900.00	3.89%	6.16	2022/6/10	季付
	招商银行	2021/8/20	980.00	3.89%	3.18	2022/8/20	季付

贷款人	贷款行	贷款时间	借款本金	利率	每月利息	到期时间	结息方式
汇达药业	浦发银行	2021/1/22	500	4.00%	1.67	2022/1/22	季付
	光大银行	2021/9/9	2,000.00	3.20%	5.33	2022/9/2	一次性
	交通银行	2021/10/21	1,000.00	3.20%	2.67	2022/10/19	一次性
	科农行	2021/11/6	2,000.00	2.50%	4.17	2022/11/6	一次性
合计			**15,180.00**	**-**	**45.93**	**-**	**-**

注：合并报表短期借款科目余额与上表中借款本金之和的差额 103.30 万元为利息。

根据借款合同的测算，公司未来需每月归还 45.93 万元利息，全部借款本金将于 2022 年底前偿还完毕。在可预见的未来期间，公司根据自身的生产经营情况及现金流量状况，合理利用银行的授信额度进行融资。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人银行授信额度合计 32,000 万元，已使用 18,468.12 万元，占总授信额度的 57.71%，尚未使用授信额度为 13,532 万元。近年来，随着业务规模的扩大，公司盈利能力已显著提升，未来期间的短期融资及偿债安排不会对公司生产经营活动造成重大影响。

综上所述，公司资产流动性较好，资产负债率及负债结构较为合理，回款情况良好，偿债能力较强。公司近年来未发生贷款逾期的情况，在贷款银行中授信额度较高，与多家金融机构保持了长期良好的合作关系，可以根据经营需要适当增减银行贷款金额。此外，公司不存在对正常生产、经营活动有重大影响的需特别披露的或有负债，亦不存在表外融资的情况。发行人不存在流动性风险。

（三）资产周转能力分析

1、主要财务指标

报告期反映公司资产周转能力的主要财务指标如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次/年）	8.85	9.85	10.56
存货周转率（次/年）	4.10	4.60	4.58

2019 年、2020 年和 2021 年，公司应收账款周转率分别为 10.56、9.85 和 8.85。2019 年、2020 年和 2021 年，公司存货周转率分别为 4.58、4.60 和 4.10。报告期内公司各板块业务规模快速增长，应收账款余额逐年上升；扩张门店的

速度较快，备货也持续增加，使得存货增长较快，但公司仍然保持了基本稳定的应收账款周转率与存货周转率，体现了公司较为稳健的营运管理水平。报告期内，公司应收账款周转率以及存货周转率变动情况与公司实际经营情况相符。

2、与同行业公司比较

证券代码	证券简称	应收账款周转率（次/年）		
		2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一品红	300723.SZ	10.01	7.28	6.40
易明医药	002826.SZ	14.56	9.00	6.88
百洋医药	301015.SZ	4.07	4.23	4.65
老百姓	603883.SH	12.32	12.47	11.49
一心堂	002727.SZ	13.32	18.83	18.67
益丰药房	603939.SH	15.93	16.49	24.42
大参林	603233.SH	26.91	34.80	33.28
健之佳	605266.SH	26.20	29.48	23.31
漱玉平民	301017.SZ	17.94	18.77	17.21
达嘉维康	301126.SZ	2.10	2.06	2.10
全部平均值		14.34	15.34	14.84
可比代理平均值		9.55	6.83	5.98
可比零售平均值		16.39	18.99	18.64
本公司		**2021.12.31**	**2020.12.31**	**2019.12.31**
合并报表		8.85	9.85	10.56
代理业务		4.77	5.68	6.16
零售业务		14.25	15.45	16.13
证券代码	**证券简称**	**存货周转率（次/年）**		
		2021.12.31	**2020.12.31**	**2019.12.31**
一品红	300723.SZ	2.83	3.08	4.59
易明医药	002826.SZ	17.08	15.31	12.73
百洋医药	301015.SZ	8.38	7.90	8.45
老百姓	603883.SH	4.16	4.33	4.18
一心堂	002727.SZ	3.29	3.80	3.28
益丰药房	603939.SH	3.49	4.07	3.83

大参林	603233.SH	3.27	3.77	3.41
健之佳	605266.SH	3.57	4.33	3.95
漱玉平民	301017.SZ	3.55	4.25	3.43
达嘉维康	301126.SZ	8.52	8.81	10.58
药易购	300937.SZ	7.90	8.13	7.99
全部平均值		6.00	6.16	6.04
可比代理平均值		9.43	8.76	8.59
可比零售平均值		4.26	4.77	4.67
可比终端集采平均值		7.90	8.13	7.99
本公司		**2021.12.31**	**2020.12.31**	**2019.12.31**
合并报表		4.10	4.60	4.58
代理业务		5.96	7.12	7.08
零售业务		4.40	4.33	4.25
终端集采业务		15.05	12.48	-

报告期内，公司应收账款周转率、存货周转率低于同行业平均值。由于经营模式的不同，零售业务以现金、第三方支付（微信、支付宝等）、医保卡等结算，应收款基本全部为医保款，医保通常按月结算，故应收账款周转率很高，绝大部分在 10 以上；而同期代理业务可比公司因下游客户存在账期，应收账款周转率平均值大多在 5-10 次/年左右。

存货周转方面，以批发业务为主的可比公司存货周转速度相对更快，报告期内代理业务、终端集采业务平均值在 8-9 左右；而同期以零售为主的可比公司平均值则为 3-4 左右。

报告期各期末，公司代理应收款和零售应收款基本为 1:1，存货 50%以上为零售业务的门店存货，周转率介于上述可比公司平均值之间，符合实际情况。分板块来看，发行人各业务板块周转率与同行业不存在重大差异。

报告期内，公司资产周转能力与自身经营及业务发展情况相匹配。

十三、现金流量分析

（一）现金流量基本情况

报告期内，公司的现金流量基本情况如下所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动现金流入小计	216,758.82	206,667.06	162,400.53
经营活动现金流出小计	202,676.70	203,733.58	153,190.56
经营活动产生的现金流量净额	**14,082.12**	**2,933.49**	**9,209.97**
投资活动现金流入小计	34,332.81	20,853.14	8,528.85
投资活动现金流出小计	38,341.58	24,378.36	22,601.99
投资活动产生的现金流量净额	**-4,008.77**	**-3,525.22**	**-14,073.14**
筹资活动现金流入小计	17,975.97	26,496.66	18,326.18
筹资活动现金流出小计	28,338.20	23,834.81	13,239.68
筹资活动产生的现金流量净额	**-10,362.23**	**2,661.85**	**5,086.50**
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	**-288.88**	**2,070.12**	**223.33**
期末现金及现金等价物余额	**5,576.99**	**5,865.87**	**3,795.75**

（二）经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量主要项目情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	213,415.02	203,879.46	160,407.51
收到的税费返还	-	-	0.70
收到的其他与经营活动有关的现金	3,343.79	2,787.61	1,992.31
经营活动现金流入小计	**216,758.82**	**206,667.06**	**162,400.53**
购买商品、接受劳务支付的现金	141,496.21	137,484.55	99,397.96
支付给职工以及为职工支付的现金	36,667.98	28,826.42	22,755.08
支付的各项税费	10,653.04	11,810.40	9,502.58
支付的其他与经营活动有关的现金	13,859.47	25,612.20	21,534.95
经营活动现金流出小计	**202,676.70**	**203,733.58**	**153,190.56**
经营活动产生的现金流量净额	**14,082.12**	**2,933.49**	**9,209.97**

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 9,209.97 万元、2,933.49 万元和 14,082.12 万元。主要现金流情况变动原因如下：

（1）公司销售商品、提供劳务收到的现金金额随着经营规模的不断扩大逐

年增长；相应的，购买商品、接受劳务支付的现金也呈逐年增加趋势。

（2）随着员工人数的增多、平均薪资的整体提升，支付给职工以及为职工支付的现金也持续增长。

（3）2019 年至 2020 年，随着门店数量的扩张，房租及物业费导致支付的其他与经营活动有关的现金增长较快。2021 年起，因执行新租赁准则，房租计入其他与筹资活动有关的现金中。

综上，报告期内各项经营活动现金流情况与公司业务实际情况相吻合。

1、经营活动产生的现金流量净额与净利润的匹配分析

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	14,082.12	2,933.49	9,209.97
净利润	6,973.25	8,885.91	5,334.70
经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例	201.94%	33.01%	172.64%

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例分别为 172.64%、33.01%和 201.94%，报告期内经营活动净现金流占当年净利润的比例较高，总体盈利质量良好。报告期内，公司净利润与经营活动现金流量净额差异具体情况如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
净利润	**6,973.25**	**8,885.91**	**5,334.70**
加：资产减值准备/信用减值损失	455.26	392.08	212.94
固定资产折旧、使用权资产折旧	15,973.86	830.32	662.39
无形资产摊销	92.01	69.91	39.08
长期待摊费用摊销	5,567.86	5,027.95	4,579.32
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-18.92	-17.40	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	2.39	-0.43	-2.42
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-	-	-
财务费用（收益以“-”号填列）	2,354.45	732.80	904.01
投资损失（收益以“-”号填列）	-83.07	-58.96	-119.28

项目	2021年度	2020年度	2019年度
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-813.63	-213.52	-157.14
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	-	-	-
存货的减少（增加以“-”号填列）	-13,100.54	-7,381.34	-4,847.21
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-13,386.36	-15,343.39	-2,488.78
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	10,041.01	9,747.72	4,740.36
其他	24.52	261.84	352.00
经营活动产生的现金流量净额	**14,082.12**	**2,933.49**	**9,209.97**

2020 年度，公司净利润高于经营活动产生的现金流量净额，主要原因有：（1）因零售业务增长引起应收医保款增加、代理业务增长因应收客户销售款增加、票据保证金增加较多，导致期末整体经营性应收项目增加；（2）随着各版块业务规模扩大，期末库存商品增加。

2019 年度、2021 年，公司经营活动产生的现金流量净额高于净利润，主要原因有：（1）门店收购带来的每年长期待摊费用较大；（2）2019 年，各版块业务规模的扩大，经营性应付项目增加较多；（3）2021 年，因租赁事项产生的使用权资产折旧金额较大。

总体来看，报告期内，公司经营活动现金流量规模及变动情况与公司实际的经营情况相符，具有合理性。

2、收到及支付的其他与经营活动有关的现金项目分析

报告期内，公司收到及支付的其他与经营活动有关的现金项目情况如下：

（1）收到的其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息收入	193.65	251.69	137.52
转租租金收入	1,649.23	1,360.36	1,023.37
政府补助	1,075.98	846.98	252.45
往来款	200.66	153.79	425.70
保证金、押金及备用金	195.13	121.93	102.95
其他	29.15	52.85	50.32

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合计	**3,343.79**	**2,787.61**	**1,992.31**

（2）支付的其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
费用支出	11,877.97	24,622.16	20,357.37
保证金、押金及备用金	339.30	457.73	410.32
往来款	1,514.99	359.89	610.50
其他	127.22	172.43	156.75
合计	**13,859.47**	**25,612.20**	**21,534.95**

报告期内，公司收到的其他与经营活动有关的现金主要系租金收入、政府补贴、利息收入等；公司支付的其他与经营活动有关的现金主要系房屋及物业费（2021 年之前）、市场推广费、运输费等费用支出。2021 年开始，执行新租赁准则的物业所发生的房租计入筹资活动现金流，导致经营活动中的费用支出下降较多。

（三）投资活动产生的现金流量净额分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量主要项目情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资收到的现金	32,590.00	20,514.22	8,400.00
取得投资收益收到的现金	65.97	58.96	119.28
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.08	279.97	9.57
收到其他与投资活动有关的现金	1,676.76	-	-
投资活动现金流入小计	**34,332.81**	**20,853.14**	**8,528.85**
购置固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	3,390.93	5,532.07	4,412.73
投资支付的现金	30,879.33	18,404.00	10,800.22
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	3,753.62	23.24	6,716.10
支付其他与投资活动有关的现金	317.69	419.05	672.93
投资活动现金流出小计	**38,341.58**	**24,378.36**	**22,601.99**
投资活动产生的现金流量净额	**-4,008.77**	**-3,525.22**	**-14,073.14**

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-14,073.14 万元、-3,525.22 万元以及-4,008.77 万元。报告期内，公司一方面为扩大安徽省及周边省份零售药店市场占有率，通过股权收购和资产收购门店；另一方面为提高资金使用效率，公司购买短期理财产品，投资活动现金流出金额较大，符合报告期公司战略发展需要与实际情况。

报告期内，公司支付的其他与投资活动有关的现金为门店资产收购款，具体金额如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
门店收购款	317.69	419.05	672.93
合计	**317.69**	**419.05**	**672.93**

2021 年度，公司收到的其他与投资活动有关的现金 1,676.76 万元，为因政府规划变更而退回的 BH12-10-01 宗地土地出让金。

（四）筹资活动产生的现金流量净额分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量主要项目情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	-	11,196.66	2,376.18
取得借款收到的现金	16,075.97	15,300.00	15,950.00
收到其他与筹资活动有关的现金	**1,900.00**	-	-
筹资活动现金流入小计	**17,975.97**	**26,496.66**	**18,326.18**
偿还债务支付的现金	12,100.00	20,150.00	12,350.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	434.26	691.07	717.58
支付其他与筹资活动有关的现金	15,803.95	2,993.74	172.10
筹资活动现金流出小计	28,338.20	23,834.81	13,239.68
筹资活动产生的现金流量净额	**-10,362.23**	**2,661.85**	**5,086.50**

2019 年、2020 年以及 2021 年，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 5,086.50 万元、2,661.85 万元以及-10,362.23 万元。2019 年与 2020 年，公司先后引入持股平台时达投资和外部机构投资者黄山赛富等股东，收到的股东投资款金额较高。2021 年起，房租计入支付其他与筹资活动有关的现金金额较高，导

致当年筹资活动现金流净额为负。

报告期内，公司支付的其他与筹资活动有关的现金项目情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收购子公司少数股东股权	-	2,960.00	-
支付的担保费	-	33.74	172.10
支付的租赁负债款	15,803.95		
合计	**15,803.95**	**2,993.74**	**172.10**

2021 年度，公司收到的其他与筹资活动有关的现金 1,900 万元，为收购南京同和堂时原股东补缴的注册资本实缴款。

十四、报告期的重大资本性支出与资产业务重组

报告期内，发行人重大资本性支出与资产业务重组主要是以股权收购、资产收购方式扩张零售门店，具体参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”中相关内容。

十五、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，公司无其他需披露的资产负债表日后事项。

（二）承诺及或有事项

截至本招股说明书签署日，公司无需披露的重大承诺事项和重大或有事项。

（三）其他重要事项

1、首次公开发行股票

2021 年 3 月 5 日，公司召开第三届董事会第十四次会议，审议通过《关于公司申请首次公开发行人民币普通股（A 股）并在创业板上市的议案》，决定公开发行新股不超过 6,001 万股并在创业板上市。

2、滚存利润分配

根据公司 2020 年年度股东大会决议，公司本次发行前滚存的未分配利润在公司首次公开发行股票并在创业板上市后由公司新老股东按上市后的持股比例共享。

十六、财务报告审计截止日后主要财务信息和经营状况

（一）财务报告审计截止日后的主要财务信息

公司经审计财务报表的审计截止日为 2021 年 12 月 31 日。中天运会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 **2022 年 6 月 30 日**的合并及母公司资产负债表、**2022 年 1-6 月**的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（**中天运[2022]阅字第 90022 号**）。

1、2022 年上半年主要财务信息

（1）2022 年 6 月末资产与负债情况，以及和上年末的变动情况

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	变动幅度
资产总计	221,073.92	197,105.07	12.16%
负债总计	138,213.47	118,600.45	16.54%
所有者权益合计	82,860.45	78,504.63	5.55%

截至 2022 年 6 月末，公司资产总额为 221,073.92 万元、负债总额为 138,213.47 万元，分别较上一年末上升 12.16%、16.54%。资产与负债规模增长较快的主要原因系各项业务规模上升所致。

（2）2022 年 1-6 月营业收入与净利润情况，以及和上年同期的变动情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动幅度
营业收入	140,962.65	102,964.39	36.90%
营业利润	5,621.09	3,587.74	56.67%
利润总额	5,852.57	3,803.22	53.88%
净利润	4,208.51	2,749.10	53.09%

归属于母公司股东的净利润	4,219.24	2,745.56	53.68%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,573.30	2,280.58	56.68%

得益于零售、代理与终端集采三大板块业务规模的持续增长，2022 年上半年，发行人实现营业收入 140,962.65 万元，较上年同期增长了 36.90%；发行人实现归属于母公司股东的净利润 4,219.24 万元，较上年同期增长了 53.68%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 3,573.30 万元，较上年同期增长了 56.68%。

（3）2022 年 1-6 月经营活动现金流情况，以及和上年同期的变动情况

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动幅度
经营活动产生的现金流净额	8,940.51	8,984.38	-0.49%

2022 年上半年，发行人经营活动产生的现金流净额为 8,940.51 万元，与上年同期相比基本持平。

2、2022 年第二季度的主要财务信息

2022 年第二季度（即 2022 年 4-6 月），公司营业收入、净利润、经营活动现金流情况，以及和上年同期（即 2021 年 4-6 月）的变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 4-6 月	2021 年 4-6 月	变动幅度
营业收入	73,264.76	52,922.06	38.44%
营业利润	3,219.61	1,854.65	73.60%
利润总额	3,486.90	2,009.17	73.55%
净利润	2,669.17	1,640.62	62.69%
归属于母公司股东的净利润	2,675.11	1,642.98	62.82%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2,268.94	1,284.49	76.64%
经营活动产生的现金流净额	2,064.43	5,799.68	-64.40%

2022 年 4-6 月，发行人实现营业收入 73,264.76 万元、净利润 2,669.17 万元、归属于母公司股东的净利润 2,675.11 万元、扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 2,268.94 万元。与上年同期相比，得益于各项业务的发展，发行人 2022 年 4-6 月营业收入与净利润指标均有所上升。2022 年 4-6

月，发行人经营活动产生的现金流净额为 2,064.43 万元，较上年同期有所下降的主要原因系随着业务规模的上升，第二季度采购商品、员工薪酬支付的现金增加较多所致。

3、2022 年 1-6 月非经常性损益的主要项目和金额

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动幅度
非流动资产处置损益	51.79	-2.41	N/A
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	1,040.72	629.81	65.24%
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	20.44	45.92	-55.49%
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-48.49	-25.92	N/A
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-147.31	-16.92	N/A
税前非经常性损益合计	917.15	630.49	45.47%
减：非经常性损益的所得税影响数	271.00	165.43	63.81%
减：归属于少数股东的税后非经常性损益	0.21	0.08	156.32%
归属于母公司股东的税后非经常性损益	645.94	464.97	38.92%

2022 年 1-6 月，公司非经常性损益主要由政府补助构成，与报告期相比未发生重大变化。

（二）财务报告审计截止日后的经营状况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日，公司经营状况整体良好，未发生会对公司经营状况和未来经营业绩造成重大不利影响的事项。公司经营模式、主要采购和销售情况以及公司执行的税收政策等均未发生重大变化。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用的基本情况

（一）募集资金投资项目概况

经公司 2020 年年度股东大会，公司本次拟向社会公众公开发行不超过 6,001.00 万股人民币普通股（A 股），扣除发行费用后的实际募集资金将全部用于主营业务的发展。募集资金净额计划按轻重缓急顺序全部投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投资额	项目实施周期	项目实施主体
1	营销网络建设项目	55,567.80	55,567.80	36 个月	安徽国胜等子公司
2	补充流动资金	5,000.00	5,000.00	-	华人健康
合计		**60,567.80**	**60,567.80**	-	-

（二）募集资金投资项目备案情况

序号	项目名称	备案项目代码	环评备案号
1	营销网络建设项目	2102-340111-04-01-140385	202134011100000038
2	补充流动资金	不适用	不适用

（三）实际募集资金与项目资金需求存在差异的安排

公司将严格按照相关管理制度合理使用募集资金，如本次发行募集资金到位后，若实际募集资金净额少于上述项目拟投入募集资金总额，不足部分由公司自筹解决；若实际募集资金净额超过上述项目拟投入募集资金总额，超出部分由公司根据中国证监会和深交所的相关规定用于与公司主营业务相关的营运资金。在本次发行募集资金到位之前，公司股东大会授权董事会根据实际情况决定是否使用自筹资金进行项目前期投入，项目前期投入资金将在本次募集资金到位后予以置换。

（四）募集资金专项存储制度的建立及执行情况

公司已制定《募集资金管理制度》，该制度对募集资金专户存储、募集资金使用、募集资金用途变更、募集资金管理与监督等方面做出明确规定。根据

《募集资金管理制度》的规定，本次募集资金将存放于董事会决定的募集资金专项账户集中管理。公司将严格按照募集资金使用计划确保专款专用，并接受保荐人、开户银行、证券交易所和其他有权部门的监督。

（五）本次募集资金投资项目对公司独立性影响

本次募集资金投资项目的实施主体为公司及其控股子公司，在本次募集资金投资项目实施后，发行人不会与控股股东、**共同**实际控制人及其控制的其他企业产生同业竞争，本次募集资金投资项目的实施不会对发行人的独立性产生不利影响。

（六）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、未来经营战略的影响和业务创新创造创意性的支持作用

1、对公司主营业务发展的贡献

（1）对经营成果的影响

①提高公司核心竞争力

募集资金到位后，公司资金实力将得到较大提高。本次募集资金投资项目紧紧围绕公司现有主营业务，其中营销网络建设项目将使公司业务规模进一步扩大，补充流动资金将满足公司经营规模扩大带来的营运资金需求。本次募集资金投资项目完成后将进一步提升本公司的核心竞争力和市场影响力，为公司的长期持续发展营造有利环境。

②巩固和提升公司行业地位

本次募集资金投资项目的实施能够大幅提高公司的业务承接能力，有效促进公司营业收入和利润的大幅增长。同时，本次募集资金投资项目具备良好的盈利前景，根据测算，营销网络建设项目计划 3 年内在安徽省、江苏省及河南省重点城市开设 648 家直营门店，投资回收期（所得税后且含建设期）为 5.25 年，运营期每年平均可增加营业收入 138,385.34 万元，运营期每年平均可增加净利润 5,663.87 万元；补充流动资金系为公司稳步发展提供重要保障。本次募集资金投资项目通过业务渠道的扩展与管理效率的提高，将扩大公司市场份额，从而巩固和提高公司行业地位。

（2）对财务状况的影响

①提升盈利能力

本次募集资金到位后，公司的净资产将大幅增加。由于募集项目有一定的建设期，难以在短期内取得效益，因此短期内公司的净资产收益率将因摊薄效应可能出现下降。但随着项目的建成运营，公司的经营规模和营业收入将大幅增长，公司盈利能力有较大提升。

②优化资产负债率和资本结构

本次募集资金到位后，募集资金投资项目所需资金将基本得到解决，公司短期内货币资金将大规模增加，股东权益和资产总额将大幅度增加，资产负债率显著下降，公司偿债能力提高，财务抗风险能力进一步增强，资本结构进一步优化。

华人健康专注于医药流通行业，报告期内主要从事医药**零售、代理**及终端集采业务，系综合性医药流通企业。公司计划利用募集资金投入“营销网络建设项目”和补充流动资金，均围绕公司主营业务开展。其中，营销网络建设项目是现有医药零售渠道的拓展延伸，公司将通过直营连锁门店的数量提升与优化，增强公司零售业务的销售能力，进一步加大对安徽省核心市场的渗透力度，并向周边省份开拓，巩固现有市场竞争地位，提升公司盈利能力。

综上所述，本次募集资金投资项目均属于公司主营业务范围，通过本次募集资金投资项目实施，可进一步提升公司的综合竞争力。

2、对公司未来经营战略的影响

公司专注于医药流通行业，报告期内主要从事医药**零售、代理**及终端集采业务，业务网络布局全国医药市场。本次募集资金投资项目有利于公司主营业务营销渠道的优化升级与拓展延伸，能够提升公司的品牌形象，增强公司产品的销售能力，从而直接提高公司的盈利能力，加强核心竞争力，使公司的主营业务进一步得到稳固和拓展，推动现有业务向更高层次的发展，对公司长远发展产生深远的积极影响。

3、对公司业务创新创造创意性的支持作用

本次募集资金到位后，公司投资项目所需的资金实力将得到进一步加强，从长远看，随着项目的投产，主营业务收入和利润水平将随之大幅增长，随着项目效益的逐步实现，公司经营性现金流入将进一步增加，为公司经营发展和战略布局提供了稳定的资金支持，为公司业务的不断改进和创新提供了有利条件。

（七）公司董事会对募投项目可行性的分析意见

公司于 2021 年 3 月 5 日召开第三届董事会第十四次会议，对本次募集资金投资项目的可行性进行了充分的论证和分析，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票募集资金投资项目及其可行性研究报告的议案》。

公司董事会认为：本次募集资金投资项目及募集资金数额与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应；投资项目具有较好的市场前景和盈利能力，能有效防范投资风险，提高募集资金使用效益，具有可行性。

（八）保荐机构及律师对于募集资金投资项目的意见

保荐机构和发行人律师经核查后认为：发行人本次募集资金有明确的使用方向，并且系用于主营业务；本次募集资金不存在进行财务性投资（包括为持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等）或者直接、间接投资于以买卖有价证券为主要业务公司的情况；本次募集资金投资项目符合国家产业政策、投资管理、环境保护等方面的中国法律的规定；在本次募集资金投资项目实施后，发行人不会与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业产生同业竞争，本次募集资金投资项目的实施不会对发行人的独立性产生不利影响；发行人本次募集资金投资项目相关事项已通过公司董事会、股东大会的审议；发行人已制定《募集资金管理制度》，并通过内部审议程序，授权发行人董事会在本次发行上市前确定募集资金专用帐户。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）营销网络建设项目

1、项目概况

本项目计划 3 年内在安徽省、江苏省及河南省等开设 648 家直营门店，类型分为小型社区店、中型社区店以及区域中心店（含旗舰店，下同）三大类。具体建设如下：

序号	门店类型	门店数量			
		第一年	第二年	第三年	合计
1	小型社区店	115	132	138	385
2	中型社区店	59	70	75	204
3	区域中心店（含旗舰店）	21	18	20	59
合计		**195**	**220**	**233**	**648**

通过营销网络建设项目的实施，公司将继续巩固现有市场竞争地位，进一步加大对安徽省核心市场、江苏及河南地区市场的渗透力度，增加直营店数量和提升影响力，实现对主要商圈的全覆盖，增强公司盈利能力和综合竞争力。

2、项目建设的必要性

（1）有利于深入拓展安徽及周边市场，提高市场占有率

截至 2021 年末，公司在安徽省内及周边省份拥有 880 家门店，已覆盖安徽省合肥、芜湖、亳州、安庆、六安、宣城、淮北等 13 个地市以及江苏省南京市、河南省郑州市。公司现阶段门店主要集中在安徽省内，但安徽省医药零售市场大、门店数量多，根据《药品监督管理统计报告（2021 年第二季度）》显示，截至 2021 年 6 月底，全省共有零售连锁企业门店 11,443 家、零售药店 9,374 家，合计 20,817 家门店。截至 2021 年末，公司拥有门店 880 家，其中省内门店 850 家，发行人占全省全部零售药店数量的比例为 4.08%、占全省连锁门店数量的比例为 7.43%。从行业规模来看，2020 年我国医药零售市场规模为 5,119 亿元，其中安徽省 2019 年零售药店销售额约为 170 亿元（暂无 2020 年度数据），公司零售业务市场占有率仍有很大提升的空间。

从同行业上市公司来看，零售药店呈现较强的区域性，得益于资本市场平

台，老百姓、一心堂、益丰药房、大参林、健之佳、漱玉平民等上市公司门店扩张速度较快。报告期各期，行业可比企业平均每年新增门店 466 家、636 家和 1,050 家，平均每年增速分别为 10.95%、24.73%和 27.29%，报告期复合增长率平均值达 21.28%。

可比公司	2021 年		2020 年		2019 年		2018 年	CAGR
	期末数量	增速	期末数量	增速	期末数量	增速	期末数量	
一心堂	8,560	18.81%	7,205	14.99%	6,266	8.82%	5,758	14.13%
老百姓	6,129	25.29%	4,892	25.63%	3,894	18.39%	3,289	23.06%
益丰药房	6,877	28.40%	5,356	22.68%	4,366	26.84%	3,442	25.95%
大参林	7,258	27.22%	5,705	21.33%	4,702	21.19%	3,880	23.21%
健之佳	2,747	45.34%	1,890	22.25%	1,546	18.20%	1,308	28.06%
漱玉平民	2,592	40.03%	1,851	9.72%	1,687	11.35%	1,515	19.60%
达嘉维康	121	236.11%	36	56.52%	23	-28.13%	32	55.79%
平均值	4,898	27.29%	3,848	24.73%	3,212	10.95%	2,746	21.28%
发行人	880	14.14%	771	27.02%	607	12.20%	541	17.61%

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

公司亟需深度拓展安徽省、江苏省及河南省市场，扩大业务覆盖规模，进一步提升公司盈利能力，从而提高公司的市场竞争力。

随着本项目的实施，公司将进一步开发省内地级市场，同时积极布局省外市场，提升区域覆盖的广度和深度。项目在省内合肥、芜湖、淮南、滁州，省外南京、苏州、徐州、河南省等重点城市开设 648 家直营店，不但能够延伸公司的营销网络，还能进一步提升终端服务水平，进一步巩固公司市场地位。

（2）扩大品牌影响力，提高公司市场占有率

零售药店行业广阔的市场潜力吸引了大量的企业进入，市场竞争也日益激烈。在政策和资本双重助力下，行业集中度将会进一步提高。要想保持行业领先地位，公司继续扩大整体终端布局以及进一步深入开发已有市场是必不可少的。截至 2021 年底，公司一共拥有门店 880 家，主要分布在安徽省内多个城市及江苏省南京市、河南省郑州市，区域品牌知名度和影响力显著。

本项目将继续深耕安徽市场，不断扩大并完善营销网络，提升营销网络的

渗透力，从而为公司市场规模的增加、市场占有率的提升和市场竞争力的增强提供保障。此外，零售药店行业具有较强的规模效应，公司通过本项目的建设，还有利于进一步降低经营成本，提升规模效应，显著增强公司的盈利能力。

（3）巩固提高公司的品牌地位，落实公司战略发展

在医保控费、处方外流加速趋势不变的市场环境下，医药分开、深化药品供应和流通改革、改革完善药品生产流通使用、零售药店分级管理等一系列政策深入实施，以及医保目录调整、谈判目录的出台，都将对医药流通行业的发展产生深远影响，给医药流通行业带来新的挑战。公司面对新的挑战，必须扩大营销网络的深度和广度，提升公司盈利能力，从而在新一轮的市场竞争中占据有利条件，促进公司稳定长远发展。

本项目的建设是落实公司布局医院零售市场战略的需要，利用品牌区域性优势，进一步增加公司在安徽地区的门店数量，提升区域覆盖的广度和深度，巩固提高公司品牌地位，进一步增强在该地区的市场竞争优势。

（4）提升专业服务水平，为客户创造价值

经过多年的深耕细作，公司已经在安徽省拥有了较高的品牌知名度和影响力。未来，随着“医药分开”政策的逐步落地，处方将逐步从医院流向药店，有望扩大零售药店终端市场规模，而这对药店的专业服务能力也提出了更高的要求，将一定程度上倒逼零售药店行业向专业化发展，具有专业化服务能力的零售药店将越来越有竞争力。

本项目的建设将有利于公司加强品牌宣传能力、市场开拓能力、专业化服务能力，使公司能够更精准地了解顾客的需求，提供及时高效的专业化服务，增强客户粘性，进一步增强公司的核心竞争力。

3、项目建设的可行性

（1）国家产业政策支持

2017 年国务院发布《关于进一步改革完善药品生产流通使用政策的若干意见》，明确指出推进“互联网+药品流通”，规范零售药店互联网服务，推广“网

订店取”等新型配送方式，与此同时鼓励有条件的地区依托原有信息系统，开展药师网上处方审核、合理用药指导等药事服务。2018 年 11 月 23 日，商务部发布《全国零售药店分类分级管理指导意见（征求意见稿）》，明确全国药店分类分级实施细则：分类由二类变三类，医保定点向高等级药店倾斜，鼓励门诊特殊病和慢病服务；监管趋严，动态核查每年至少 1 次。2020 年《关于深化医疗保障制度改革的意见》，全面部署医疗保障制度改革工作，提出“1+4+2”的总体改革框架；到 2030 年，全面建成以基本医疗保险为主体，医疗救助为托底，补充医疗保险、商业健康保险、慈善捐赠、医疗互助共同发展的多层次医疗保障制度体系；健全待遇保障、筹资运行、医保支付、基金监管四个机制；网上医疗服务供给和医疗保障服务两个支持。

国家出台的一系列政策保障了医药流通行业的健康发展，行业逐步趋于规范，良好的政策环境保证了项目的顺利实施。

（2）下游市场空间广阔

在居民消费水平提高、人口老龄化、新一轮医药改革等因素的推动下，我国整个医药市场持续扩容，医药市场扩容决定了药品流通产业规模的扩大，医药零售行业也得到较快发展。根据《药品流通行业运行统计分析报告（2013-2020 年）》显示，2020 年，我国医药零售市场销售额为 5,119 亿元。随着国际国内医药产业链合作的逐步深入、“互联网+医疗健康”体系不断完善、供应链服务持续创新、人工智能快速发展，医药零售行业将迎来新的更大发展空间。同时，在我国医药零售行业相关产业政策的进一步推进作用下，预计未来一段时期内我国医药零售行业市场规模将继续扩大，并保持稳步增长。

（3）拥有卓越的品牌影响力和客户群体基础

华人健康专注于医药流通行业，覆盖医药**零售、代理**及终端集采业务。经过多年的品牌宣传和市场培育，“国胜大药房”以其产品质量和优质的售后服务获得消费者的认可，具有较高的知名度，具有市场先发优势。2018 至 2021 年，发行人连续荣登《21 世纪药店》评选的中国连锁药店百强系列榜单的“中国连锁药店综合实力百强企业”和“中国连锁药店直营力百强企业”（2020-2021 年度“中国连锁药店综合实力百强企业”排名为第 24 位、“中国连锁药店

直营力百强企业”排名为第 25 位）。

卓越的品牌影响力和庞大的客户群体基础有利于公司获取核心商圈的优质店面资源，为公司营销网络扩张奠定了坚实的基础。

（4）丰富的门店拓展和运营管理经验为本项目提供支持

药店经营实现商业扩张和规模化运营的核心在于模式的可复制性，经过多年的发展，公司形成了覆盖安徽重点核心城市的营销网络，并在经营发展过程中积累了丰富的门店拓展和运营经验，形成了一套完善规范的门店拓展和运营体系，在店铺选址、门店装修、仓储物流、店员培训、营运管理、效益评估等方面积累了丰富的经验，相应流程标准化程度较高、可复制性较强。截至 2021 年 12 月末，公司在安徽省内、南京市及郑州市共开设了 880 家直营门店。

完善的营销管理体系和丰富的运营经验将为本项目的实施提供强有力的支持。

4、项目建设规划

（1）门店定位及功能

为进一步深入开发和巩固安徽省市场以及积极向周边省份拓展，本项目计划 3 年内在安徽省、江苏省内及河南省：合肥、芜湖、宣城、马鞍山、六安、阜阳、淮北、亳州、蚌埠、安庆、铜陵、宿州、淮南、滁州、南京、徐州、苏州等重点城市开设 648 家直营店。药店主要分为三种类型：小型社区店、中型社区店、区域中心店（含旗舰店），具体定位及功能介绍如下：

序号	店型	小型社区店	中型社区店	区域中心店
1	辐射商圈范围（半径）	小型住宅区、生活主干道区	中型住宅区、生活主干道区	大型社区店、大型商业区、城镇中心区、医院区
2	辐射区域	500 米以内	1500 米以内	3000 米以内
3	顾客来源	以住户为主要客户	以住户为主要客户	以住户、病患者、购物、休闲、居民为主要客户

（2）门店选址及建设

本项目选址及建设规划如下：

序号	城市	店铺类型	店铺介绍	数量				面积（m^2）	租赁
				T+1	T+2	T+3	合计		
1	合肥	小型社区店	小型社区	35	30	30	95	120	租赁
2		中型社区店	社区商贸区或中型社区	20	15	15	50	160	租赁
3		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	5	5	5	15	250	租赁
4	芜湖	小型社区店	小型社区	11	11	6	28	100	租赁
5		中型社区店	社区商贸区或中型社区	7	7	2	16	150	租赁
6		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	2	2	2	6	220	租赁
7	宣城	小型社区店	小型社区	3	3	3	9	100	租赁
8		中型社区店	社区商贸区或中型社区	2	2	2	6	150	租赁
9	马鞍山	小型社区店	小型社区	3	3	3	9	100	租赁
10		中型社区店	社区商贸区或中型社区	1	1	1	3	150	租赁
11		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	1	1	1	3	200	租赁
12	六安	小型社区店	小型社区	6	6	6	18	100	租赁
13		中型社区店	社区商贸区或中型社区	3	3	3	9	150	租赁
14		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	1	1	1	3	200	租赁
15	阜阳	小型社区店	小型社区	6	8	8	22	100	租赁
16		中型社区店	社区商贸区或中型社区	2	6	6	14	150	租赁
17		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	2	1	1	4	200	租赁
18	淮北	小型社区店	小型社区	4	4	4	12	100	租赁
19		中型社区店	社区商贸区或中型社区	1	1	1	3	150	租赁
20	亳州	小型社区店	小型社区	3	3	3	9	100	租赁
21		中型社区店	社区商贸区或中型社区	2	2	2	6	150	租赁
22	蚌埠	小型社区店	小型社区	6	6	9	21	100	租赁
23		中型社区店	社区商贸区或中型社区	3	3	4	10	150	租赁

序号	城市	店铺类型	店铺介绍	数量				面积（m^2）	租赁
				T+1	T+2	T+3	合计		
24		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	1	1	2	4	200	租赁
25	安庆	小型社区店	小型社区	6	6	6	18	100	租赁
26		中型社区店	社区商贸区或中型社区	3	3	3	9	150	租赁
27		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	1	1	1	3	200	租赁
28	池州	小型社区店	小型社区	2	4	5	11	100	租赁
29		中型社区店	社区商贸区或中型社区	2	1	3	6	150	租赁
30		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	1	0	0	1	200	租赁
31	铜陵	小型社区店	小型社区	3	6	6	15	100	租赁
32		中型社区店	社区商贸区或中型社区	1	4	4	9	150	租赁
33		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	1	0	0	1	200	租赁
34	宿州	小型社区店	小型社区	3	3	3	9	100	租赁
35		中型社区店	社区商贸区或中型社区	1	2	2	5	150	租赁
36		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	1	0	0	1	200	租赁
37	淮南	小型社区店	小型社区	4	4	4	12	100	租赁
38		中型社区店	社区商贸区或中型社区	1	1	1	3	150	租赁
39	滁州	小型社区店	小型社区	7	10	10	27	100	租赁
40		中型社区店	社区商贸区或中型社区	2	4	4	10	150	租赁
41		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	1	1	1	3	200	租赁
42	江苏南京	小型社区店	小型社区	8	8	10	26	120	租赁
43		中型社区店	社区商贸区或中型社区	5	5	8	18	160	租赁
44		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	2	2	2	6	250	租赁
45	江苏	小型社区店	小型社区		5	5	10	100	租赁

序号	城市	店铺类型	店铺介绍	数量				面积（m^2）	租赁
				T+1	T+2	T+3	合计		
46	徐州	中型社区店	社区商贸区或中型社区		4	4	8	150	租赁
47		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区		1	1	2	200	租赁
48	江苏苏州	小型社区店	小型社区			5	5	100	租赁
49		中型社区店	社区商贸区或中型社区			4	4	150	租赁
50		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区			1	1	200	租赁
51	河南	小型社区店	小型社区	5	12	12	29	120	租赁
52		中型社区店	社区商贸区或中型社区	3	6	6	15	160	租赁
53		区域中心店（含旗舰店）	区域商业中心或大型社区	2	2	2	6	250	租赁
合计				**195**	**220**	**233**	**648**	**8,010**	**-**

5、项目投资概算

营销网络建设项目计划投资 55,567.80 万元。本项目的建设内容主要包括相关场地租赁、场地装修、设备购置、存货投资及铺底流动资金。其中，场地租赁费 21,060.74 万元，占总投资 37.90%；场地装修费 9,211.30 万元，占总投资 16.58%；设备购置费 8,593.69 万元，占总投资 15.47%，存货投资 16,115.00 万元，占总投资 29.00%；铺底流动资金 587.08 万元，占总投资 1.06%。

该项目建设期为 3 年，第一年计划投入 13,639.21 万元，占计划总投入的 24.55%；第二年计划投入 18,368.03 万元，占比 33.06%；第三年计划投入 23,560.57 万元，占比 42.40%。项目投资概算如下表所示：

单位：万元

序号	工程或费用名称	T+1	T+2	T+3	项目投资总额	募集资金金额
1	场地租赁费	3,117.53	6,787.52	11,155.69	21,060.74	21,060.74
2	场地装修费	2,808.27	3,104.27	3,298.76	9,211.30	9,211.30
3	设备购置费	2,620.71	2,893.76	3,079.22	8,593.69	8,593.69
4	存货投资	5,005.00	5,357.00	5,753.00	16,115.00	16,115.00
5	铺底流动资金	87.70	225.47	273.91	587.08	587.08

序号	工程或费用名称	T+1	T+2	T+3	项目投资总额	募集资金金额
合计		13,639.21	18,368.03	23,560.57	55,567.80	55,567.80

（1）场地租赁

本项目的线下新店开设采取租赁形式进行网点铺设，新店开设当年 12 个月租金为本项目投资额，第 2 年开始租金每年增加 5%，建设期场地租赁费共计 21,060.74 万元。建设期 3 年的具体投资明细如下表所示：

单位：万元/年/m^2、万元

序号	城市	数量				面积（m^2）	年租金	建设期租金		
		T+1	T+2	T+3	合计			T+1	T+2	T+3
1	合肥	35	30	30	95	120	0.15	630.00	1,228.50	1,885.28
2		20	15	15	50	160	0.15	480.00	882.00	1,323.00
3		5	5	5	15	250	0.15	187.50	393.75	620.16
4	芜湖	11	11	6	28	100	0.08	93.06	195.43	261.16
5		7	7	2	16	150	0.08	88.83	186.54	223.85
6		2	2	2	6	220	0.08	37.22	78.17	123.12
7	宣城	3	3	3	9	100	0.14	40.65	85.37	134.45
8		2	2	2	6	150	0.14	40.65	85.37	134.45
9	马鞍山	3	3	3	9	100	0.08	25.20	52.92	83.35
10		1	1	1	3	150	0.08	12.60	26.46	41.67
11		1	1	1	3	200	0.08	16.80	35.28	55.57
12	六安	6	6	6	18	100	0.09	55.26	116.05	182.77
13		3	3	3	9	150	0.09	41.45	87.03	137.08
14		1	1	1	3	200	0.09	18.42	38.68	60.92
15	阜阳	6	8	8	22	100	0.09	54.00	132.30	218.30
16		2	6	6	14	150	0.09	27.00	113.40	208.37
17		2	1	1	4	200	0.09	36.00	56.70	79.38
18	淮北	4	4	4	12	100	0.07	29.92	62.83	98.96
19		1	1	1	3	150	0.07	11.22	23.56	37.11
20	亳州	3	3	3	9	100	0.09	27.45	57.65	90.79
21		2	2	2	6	150	0.09	27.45	57.65	90.79
22	蚌埠	6	6	9	21	100	0.08	48.00	100.80	185.22
23		3	3	4	10	150	0.08	36.00	75.60	132.30

序号	城市	数量				面积（m^2）	年租金	建设期租金		
		T+1	T+2	T+3	合计			T+1	T+2	T+3
24		1	1	2	4	200	0.08	16.00	33.60	70.56
25	安庆	6	6	6	18	100	0.10	57.12	119.95	188.92
26		3	3	3	9	150	0.10	42.84	89.96	141.69
27		1	1	1	3	200	0.10	19.04	39.98	62.97
28	池州	2	4	5	11	100	0.10	19.00	59.85	115.21
29		2	1	3	6	150	0.10	28.50	44.89	94.26
30		1	0	0	1	200	0.10	19.00	19.95	20.95
31	铜陵	3	6	6	15	100	0.08	24.00	75.60	132.30
32		1	4	4	9	150	0.08	12.00	63.00	119.07
33		1	0	0	1	200	0.08	16.00	16.80	17.64
34	宿州	3	3	3	9	100	0.08	24.00	50.40	79.38
35		1	2	2	5	150	0.08	12.00	37.80	66.15
36		1	0	0	1	200	0.08	16.00	16.80	17.64
37	淮南	4	4	4	12	100	0.09	34.00	71.40	112.46
38		1	1	1	3	150	0.09	12.75	26.78	42.17
39	滁州	7	10	10	27	100	0.09	59.50	151.73	253.02
40		2	4	4	10	150	0.09	25.50	80.33	140.57
41		1	1	1	3	200	0.09	17.00	35.70	56.23
42	江苏南京	8	8	10	26	120	0.16	153.60	322.56	550.37
43		5	5	8	18	160	0.16	128.00	268.80	508.03
44		2	2	2	6	250	0.16	80.00	168.00	264.60
45	江苏徐州	0	5	5	10	100	0.09	-	44.63	93.71
46		0	4	4	8	150	0.09	-	53.55	112.46
47		0	1	1	2	200	0.09	-	17.85	37.49
48	江苏苏州	0	0	5	5	100	0.16	-	-	88.20
49		0	0	4	4	150	0.16	-	-	105.84
50		0	0	1	1	200	0.16	-	-	35.28
51	河南	5	12	12	29	120	0.15	90.00	321.30	575.51
52		3	6	6	15	160	0.15	72.00	226.80	396.90
53		2	2	2	6	250	0.15	75.00	157.50	248.06
合计		**195**	**220**	**233**	**648**	**8,010**	**-**	**3,117.53**	**6,787.52**	**11,155.69**

（2）场地装修

本项目场地装修投资 9,211.30 万元。参考历史开店数据，结合公司不同门店类型的装修投入，综合考虑装修材料价格上涨等因素确定，本项目建设期 3 年的场地装修投资明细如下表所示：

单位：万元/m^2、万元

序号	城市	店铺类型	数量				面积（m^2）	装修单位成本	装修费用（万元）			
			T+1	T+2	T+3	合计			T+1	T+2	T+3	合计
1	合肥	小型社区店	35	30	30	95	120	0.11	448.81	384.69	384.69	1,218.20
2		中型社区店	20	15	15	50	160	0.11	341.95	256.46	256.46	854.88
3		区域中心店（含旗舰店）	5	5	5	15	250	0.11	133.57	133.57	133.57	400.72
4	芜湖	小型社区店	11	11	6	28	100	0.11	117.55	117.55	64.12	299.21
5		中型社区店	7	7	2	16	150	0.11	112.20	112.20	32.06	256.46
6		区域中心店（含旗舰店）	2	2	2	6	220	0.11	47.02	47.02	47.02	141.05
7	宣城	小型社区店	3	3	3	9	100	0.11	32.06	32.06	32.06	96.17
8		中型社区店	2	2	2	6	150	0.11	32.06	32.06	32.06	96.17
9	马鞍山	小型社区店	3	3	3	9	100	0.11	32.06	32.06	32.06	96.17
10		中型社区店	1	1	1	3	150	0.11	16.03	16.03	16.03	48.09
11		区域中心店（含旗舰店）	1	1	1	3	200	0.11	21.37	21.37	21.37	64.12
12	六安	小型社区店	6	6	6	18	100	0.11	64.12	64.12	64.12	192.35
13		中型社区店	3	3	3	9	150	0.11	48.09	48.09	48.09	144.26
14		区域中心店（含旗舰店）	1	1	1	3	200	0.11	21.37	21.37	21.37	64.12
15	阜阳	小型社区店	6	8	8	22	100	0.11	64.12	85.49	85.49	235.09
16		中型社区店	2	6	6	14	150	0.11	32.06	96.17	96.17	224.41
17		区域中心店（含旗舰店）	2	1	1	4	200	0.11	42.74	21.37	21.37	85.49
18	淮北	小型社区店	4	4	4	12	100	0.11	42.74	42.74	42.74	128.23
19		中型社区店	1	1	1	3	150	0.11	16.03	16.03	16.03	48.09
20	亳州	小型社区店	3	3	3	9	100	0.11	32.06	32.06	32.06	96.17
21		中型社区店	2	2	2	6	150	0.11	32.06	32.06	32.06	96.17
22	蚌埠	小型社区店	6	6	9	21	100	0.11	64.12	64.12	96.17	224.41
23		中型社区店	3	3	4	10	150	0.11	48.09	48.09	64.12	160.29
24		区域中心店（含旗舰	1	1	2	4	200	0.11	21.37	21.37	42.74	85.49

序号	城市	店铺类型	数量				面积（m^2）	装修单位成本	装修费用（万元）			
			T+1	T+2	T+3	合计			T+1	T+2	T+3	合计
		店）										
25	安庆	小型社区店	6	6	6	18	100	0.11	64.12	64.12	64.12	192.35
26		中型社区店	3	3	3	9	150	0.11	48.09	48.09	48.09	144.26
27		区域中心店（含旗舰店）	1	1	1	3	200	0.11	21.37	21.37	21.37	64.12
28	池州	小型社区店	2	4	5	11	100	0.11	21.37	42.74	53.43	117.55
29		中型社区店	2	1	3	6	150	0.11	32.06	16.03	48.09	96.17
30		区域中心店（含旗舰店）	1	0	0	1	200	0.11	21.37	-	-	21.37
31	铜陵	小型社区店	3	6	6	15	100	0.11	32.06	64.12	64.12	160.29
32		中型社区店	1	4	4	9	150	0.11	16.03	64.12	64.12	144.26
33		区域中心店（含旗舰店）	1	0	0	1	200	0.11	21.37	-	-	21.37
34	宿州	小型社区店	3	3	3	9	100	0.11	32.06	32.06	32.06	96.17
35		中型社区店	1	2	2	5	150	0.11	16.03	32.06	32.06	80.14
36		区域中心店（含旗舰店）	1	0	0	1	200	0.11	21.37	-	-	21.37
37	淮南	小型社区店	4	4	4	12	100	0.11	42.74	42.74	42.74	128.23
38		中型社区店	1	1	1	3	150	0.11	16.03	16.03	16.03	48.09
39	滁州	小型社区店	7	10	10	27	100	0.11	74.80	106.86	106.86	288.52
40		中型社区店	2	4	4	10	150	0.11	32.06	64.12	64.12	160.29
41		区域中心店（含旗舰店）	1	1	1	3	200	0.11	21.37	21.37	21.37	64.12
42	江苏南京	小型社区店	8	8	10	26	120	0.11	102.59	102.59	128.23	333.40
43		中型社区店	5	5	8	18	160	0.11	85.49	85.49	136.78	307.76
44		区域中心店（含旗舰店）	2	2	2	6	250	0.11	53.43	53.43	53.43	160.29
45	江苏徐州	小型社区店	0	5	5	10	100	0.11	-	53.43	53.43	106.86
46		中型社区店	0	4	4	8	150	0.11	-	64.12	64.12	128.23
47		区域中心店（含旗舰店）	0	1	1	2	200	0.11	-	21.37	21.37	42.74
48	江苏苏	小型社区店	0	0	5	5	100	0.11	-	-	53.43	53.43
49		中型社区店	0	0	4	4	150	0.11	-	-	64.12	64.12

序号	城市	店铺类型	数量				面积（m^2）	装修单位成本	装修费用（万元）			
			T+1	T+2	T+3	合计			T+1	T+2	T+3	合计
50	州	区域中心店（含旗舰店）	0	0	1	1	200	0.11	-	-	21.37	21.37
51	河南	小型社区店	5	12	12	29	120	0.11	64.12	153.88	153.88	371.87
52		中型社区店	3	6	6	15	160	0.11	51.29	102.59	102.59	256.46
53		区域中心店（含旗舰店）	2	2	2	6	250	0.11	53.43	53.43	53.43	160.29
合计			**195**	**220**	**233**	**648**	**8,010**	**-**	**2,808.27**	**3,104.27**	**3,298.76**	**9,211.30**

（3）设备购置

本项目设备投资 8,593.69 万元，包括电子设备、电器、其他设备投入。参考历史开店数据，结合公司不同门店类型的平均单店设备投入，综合考虑物料上涨、设备功能更新等因素确定。建设期内具体投资明细如下表所示：

单位：万元/店、万元

序号	店铺类型	铺店数量				店均固定资产投入	设备购置金额			
		T+1	T+2	T+3	合计		T+1	T+2	T+3	合计
1	**小型社区店**	115	132	138	385	**11.19**	**1,287.08**	**1,477.34**	**1,544.50**	**4,308.92**
1.1	电子设备					1.87	215.51	247.37	258.61	721.49
1.2	电器					3.61	415.04	476.39	498.04	1,389.47
1.3	其他设备					5.71	656.54	753.59	787.84	2,197.97
2	**中型社区店**	59	70	75	204	**14.07**	**829.98**	**984.73**	**1,055.06**	**2,869.77**
2.1	电子设备					2.90	171.34	203.28	217.80	592.42
2.2	电器					3.95	232.87	276.29	296.03	805.19
2.3	其他设备					7.22	425.77	505.16	541.24	1,472.17
3	**区域中心店（含旗舰店）**	21	18	20	59	**23.98**	**503.64**	**431.69**	**479.66**	**1,415.00**
3.1	电子设备					4.51	94.71	81.18	90.20	266.09
3.2	电器					5.29	110.99	95.13	105.70	311.82
3.3	其他设备					14.19	297.95	255.38	283.76	837.09
合计		**195**	**220**	**233**	**648**	**-**	**2,620.71**	**2,893.76**	**3,079.22**	**8,593.69**

（4）存货投资

本项目存货投资合计投入 16,115.00 万元，参考历史开店数据，根据公司各

地区不同门店类型的平均单店存货来计算。具体明细如下：

单位：万元

序号	城市	店铺类型	单店存货金额	第 1 年开店数量对应存货	第 2 年开店数量对应存货	第 3 年开店数量对应存货	合计
1	合肥	小型社区店	20	700.00	600.00	600.00	1,900.00
		中型社区店	30	600.00	450.00	450.00	1,500.00
		区域中心店（含旗舰店）	70	350.00	350.00	350.00	1,050.00
2	芜湖	小型社区店	18	198.00	198.00	108.00	504.00
		中型社区店	25	175.00	175.00	50.00	400.00
		区域中心店（含旗舰店）	65	130.00	130.00	130.00	390.00
3	宣城	小型社区店	16	48.00	48.00	48.00	144.00
		中型社区店	24	48.00	48.00	48.00	144.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	-	-	-	-
4	马鞍山	小型社区店	16	48.00	48.00	48.00	144.00
		中型社区店	24	24.00	24.00	24.00	72.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	60.00	60.00	60.00	180.00
5	六安	小型社区店	16	96.00	96.00	96.00	288.00
		中型社区店	24	72.00	72.00	72.00	216.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	60.00	60.00	60.00	180.00
6	阜阳	小型社区店	16	96.00	128.00	128.00	352.00
		中型社区店	24	48.00	144.00	144.00	336.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	120.00	60.00	60.00	240.00
7	淮北	小型社区店	16	64.00	64.00	64.00	192.00
		中型社区店	24	24.00	24.00	24.00	72.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	-	-	-	-
8	亳州	小型社区店	16	48.00	48.00	48.00	144.00
		中型社区店	24	48.00	48.00	48.00	144.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	-	-	-	-
9	蚌埠	小型社区店	16	96.00	96.00	144.00	336.00
		中型社区店	24	72.00	72.00	96.00	240.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	60.00	60.00	120.00	240.00

序号	城市	店铺类型	单店存货金额	第 1 年开店数量对应存货	第 2 年开店数量对应存货	第 3 年开店数量对应存货	合计
10	安庆	小型社区店	16	96.00	96.00	96.00	288.00
		中型社区店	24	72.00	72.00	72.00	216.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	60.00	60.00	60.00	180.00
11	池州	小型社区店	16	32.00	64.00	80.00	176.00
		中型社区店	24	48.00	24.00	72.00	144.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	60.00	-	-	60.00
12	铜陵	小型社区店	16	48.00	96.00	96.00	240.00
		中型社区店	24	24.00	96.00	96.00	216.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	60.00	-	-	60.00
13	宿州	小型社区店	16	48.00	48.00	48.00	144.00
		中型社区店	24	24.00	48.00	48.00	120.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	60.00	-	-	60.00
14	淮南	小型社区店	16	64.00	64.00	64.00	192.00
		中型社区店	24	24.00	24.00	24.00	72.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	-	-	-	-
15	滁州	小型社区店	16	112.00	160.00	160.00	432.00
		中型社区店	24	48.00	96.00	96.00	240.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	60.00	60.00	60.00	180.00
16	江苏南京	小型社区店	20	160.00	160.00	200.00	520.00
		中型社区店	30	150.00	150.00	240.00	540.00
		区域中心店（含旗舰店）	70	140.00	140.00	140.00	420.00
17	江苏徐州	小型社区店	16	-	80.00	80.00	160.00
		中型社区店	24	-	96.00	96.00	192.00
		区域中心店（含旗舰店）	60	-	60.00	60.00	120.00
18	江苏苏州	小型社区店	20	-	-	100.00	100.00
		中型社区店	30	-	-	120.00	120.00
		区域中心店（含旗舰店）	65	-	-	65.00	65.00
19	河南	小型社区店	20	100.00	240.00	240.00	580.00

序号	城市	店铺类型	单店存货金额	第 1 年开店数量对应存货	第 2 年开店数量对应存货	第 3 年开店数量对应存货	合计
		中型社区店	30	90.00	180.00	180.00	450.00
		区域中心店（含旗舰店）	70	140.00	140.00	140.00	420.00
合计				**5,005.00**	**5,357.00**	**5,753.00**	**16,115.00**

（5）铺底流动资金

本项目铺底流动资金根据公司历年新建门店经验及行业平均水平预估，主要用于水电、支付职工工资等，预计本项目铺底流动资金为 587.08 万元。

6、募投项目的时间进度安排

（1）开店的一般流程

新店开设主要内容包括市场调研、门店选址、租赁门店、实施开店（门店设计和装修、人员招聘和培训、存货筹备、药品经营许可证办理）、规范验收等方面。预计门店建设周期约为 6 个月。其开店流程如下图所示：

序号	项目	月份	
		第 1-3 月	第 4-6 月
1	市场调研	√	
2	门店选址	√	
3	租赁门店	√	
4	设备采购		√
5	门店装修		√
6	设备安装		√
7	人员培训		√
8	竣工验收并试营业		√

注：上述仅为一般开设门店的流程进度，具体可能根据情况不同有所调整

（2）实施进度表

本项目建设期内 648 家门店建设实施进度安排具体如下：

单位：家

序号	城市	店铺类型	新建门店数量				面积（m^2）
			T+1	T+2	T+3	合计	
1	合肥	小型社区店	35	30	30	95	120

序号	城市	店铺类型	新建门店数量				面积（m^2）
			T+1	T+2	T+3	合计	
2		中型社区店	20	15	15	50	160
3		区域中心店（含旗舰店）	5	5	5	15	250
4	芜湖	小型社区店	11	11	6	28	100
5		中型社区店	7	7	2	16	150
6		区域中心店（含旗舰店）	2	2	2	6	220
7	宣城	小型社区店	3	3	3	9	100
8		中型社区店	2	2	2	6	150
9	马鞍山	小型社区店	3	3	3	9	100
10		中型社区店	1	1	1	3	150
11		区域中心店（含旗舰店）	1	1	1	3	200
12	六安	小型社区店	6	6	6	18	100
13		中型社区店	3	3	3	9	150
14		区域中心店（含旗舰店）	1	1	1	3	200
15	阜阳	小型社区店	6	8	8	22	100
16		中型社区店	2	6	6	14	150
17		区域中心店（含旗舰店）	2	1	1	4	200
18	淮北	小型社区店	4	4	4	12	100
19		中型社区店	1	1	1	3	150
20	亳州	小型社区店	3	3	3	9	100
21		中型社区店	2	2	2	6	150
22	蚌埠	小型社区店	6	6	9	21	100
23		中型社区店	3	3	4	10	150
24		区域中心店（含旗舰店）	1	1	2	4	200
25	安庆	小型社区店	6	6	6	18	100
26		中型社区店	3	3	3	9	150
27		区域中心店（含旗舰店）	1	1	1	3	200
28	池州	小型社区店	2	4	5	11	100
29		中型社区店	2	1	3	6	150
30		区域中心店（含旗舰店）	1	0	0	1	200
31	铜陵	小型社区店	3	6	6	15	100
32		中型社区店	1	4	4	9	150
33		区域中心店（含旗舰店）	1	0	0	1	200

序号	城市	店铺类型	新建门店数量				面积（m^2）
			T+1	T+2	T+3	合计	
34	宿州	小型社区店	3	3	3	9	100
35		中型社区店	1	2	2	5	150
36		区域中心店（含旗舰店）	1	0	0	1	200
37	淮南	小型社区店	4	4	4	12	100
38		中型社区店	1	1	1	3	150
39	滁州	小型社区店	7	10	10	27	100
40		中型社区店	2	4	4	10	150
41		区域中心店（含旗舰店）	1	1	1	3	200
42	江苏南京	小型社区店	8	8	10	26	120
43		中型社区店	5	5	8	18	160
44		区域中心店（含旗舰店）	2	2	2	6	250
45	江苏徐州	小型社区店	0	5	5	10	100
46		中型社区店	0	4	4	8	150
47		区域中心店（含旗舰店）	0	1	1	2	200
48	江苏苏州	小型社区店	0	0	5	5	100
49		中型社区店	0	0	4	4	150
50		区域中心店（含旗舰店）	0	0	1	1	200
51	河南	小型社区店	5	12	12	29	120
52		中型社区店	3	6	6	15	160
53		区域中心店（含旗舰店）	2	2	2	6	250
合计			**195**	**220**	**233**	**648**	**8,010**

7、募投项目审批备案情况

本项目于 2021 年 2 月 25 日下发关于安徽华人健康医药股份有限公司营销网络建设项目的《包河区发改委项目备案表》（备案项目代码：2102-340111-04-01-140385），同意公司开展营销网络建设项目。

8、募投项目的环保情况

本项目环境影响登记表已于 2021 年 3 月 4 日完成备案，项目备案号为 202134011100000038。

本项目运营过程主要为商业流通环节，并无气体污染物的产生，对周围环

境基本无影响；废水主要为生活污水，经过市政管网排入当地污水处理厂；噪声主要来源为货物运输和促销活动开展等产生的噪音，公司应合理安排其货物运输和促销活动时间，确保做到不扰民；固体废物主要是生活垃圾和店铺日常经营废弃物，由环卫部门统一收集后运至垃圾填埋场卫生填埋。

综上，本项目的实施对环境无不良影响，项目根据《建设项目环境保护设计规定》的要求，严格按照“三同时”的原则，使本项目的各项指标达到环保要求。

9、募投项目经济效益分析

本项目计算期 8 年，其中建设期 3 年、运营期 5 年，本项目相关的经济效益财务指标预计如下：

序号	主要经济效益指标	盈利情况
1	运营期年均营业收入（万元）	138,385.34
2	运营期年均净利润（万元）	5,663.87
3	税后净现值（万元）	10,356.58
4	税后内部收益率	22.59%
5	税后静态投资回收期（含建设期）（年）	5.25

（1）单店投入成本

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

报告期内，发行人新开门店数量分别为 62 家、161 家和 97 家，单店投入从 20 万元/店-150 万元/店不等。

（2）回本周期

新门店开业后，约有 6-9 个月左右的时间为培育期，门店需要加大品牌宣传力度、吸引顾客办理会员卡、针对周边商业环境制定销售政策、培育固定消费群体、调整商品结构、优化门店人员结构等措施促进销售，并在满足当地医

保申请条件后第一时间申请医保定点资质。门店在培育期通常表现为亏损或低毛利率。培育期后，门店销售会进入增长期，盈利能力开始提升；约 2-3 年后会进入销售稳定期，门店消费群体逐步稳定，销售稳步增长。就单店而言，现金流回本周期通常为 2 年左右。

（3）同行业募投项目的情况

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

序号	公司名称	融资事件	门店数量（家）	门店位置	建设期（年）	总投资金额（万元）	平均单店投资额（万元）	税后预期投资回收期（年）
1	老百姓	2021 年非公开发行	1,680	湖南、江苏等 15 个省市	3	134,400.00	80.00	6.82
2	一心堂	2017 年非公开发行	340	云南、贵州	1	16,492.76	48.51	7.07
3	益丰药房	2020 年可转债	1,500	湖南、上海、江苏、江西、湖北、广东、河北等省市	3	125,860.60	83.91	7.56
4	大参林	2017 年 IPO	1,311	广东、广西、河南、浙江、江西、福建六省	3	91,770.00	70.00	6.09
5	健之佳	2020 年 IPO	1,050	云南、四川、重庆、广西	3	100,421.68	95.64	7.07
6	漱玉平民	2021 年 IPO	600	山东	3	49,712.66	82.85	5.60
7	达嘉维康	2021 年 IPO	50	湖南	2	6,004.64	120.09	7.05
发行人 IPO			648	安徽、江苏、河南	3	55,567.80	85.75	5.25

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

（二）补充流动资金

1、补充流动资金的概况

公司本次发行募集资金中的 5,000.00 万元将用于补充流动资金。

2、补充流动资金的必要性

（1）满足公司经营规模扩大带来的营运资金需求

公司所属的医药流通行业具有一定的资本密集型特征，对资金的需求较大。随着不断拓展营销网络、完善流通产业链，报告期内，公司营业收入分别为 152,236.29 万元、193,091.04 万元以及 233,870.22 万元，分别较上年同期增长 37.82%、26.84%和 21.12%。公司在实现经营业绩增长及规模水平提高的同时，其资金瓶颈问题已日益凸显。

公司应收账款主要为应收客户款及应收医保款，报告期各期末，公司应收账款净额分别为 16,028.66 万元、21,649.77 万元以及 28,955.10 万元，增速较快。截至 2021 年 12 月末，公司的流动比率、速动比例低于同行业，具体如下：

可比上市公司	股票代码	流动比率	速动比率
一品红	300723.SZ	1.30	1.20
易明医药	002826.SZ	3.65	3.31
百洋医药	301015.SZ	1.71	1.45
老百姓	603883.SH	0.72	0.41
一心堂	002727.SZ	1.31	0.74
益丰药房	603939.SH	1.17	0.72
大参林	603233.SH	1.10	0.59
健之佳	605266.SH	1.03	0.57
漱玉平民	301017.SZ	1.04	0.57
达嘉维康	301126.SZ	2.27	2.06
药易购	300937.SZ	2.20	0.96
同行业上市公司平均值		**1.69**	**1.26**
发行人（2021 年 12 月 31 日）		1.26	0.77

随着经营规模的扩大，并为更快更好地实现战略目标，公司需要在经营过程中持续投入人力、物力和财力，相对充足的流动资金是公司稳步发展的重要保障。本次募集资金补充流动资金后，将有效满足公司经营规模扩大所带来的新增营运资金需求。

（2）降低财务费用，提升经营业绩

本次发行部分募集资金用于补充流动资金。公司资金主要来源于股东投入、自身资金积累和债务融资。报告期内，公司为取得银行债务融资所支付的利息支出、担保费合计分别为 913.09 万元、985.83 万元和 687.51 万元。

单位：万元

债务融资成本	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息支出	479.94	680.46	689.14
手续费	198.65	179.13	129.87
担保费	8.92	126.25	94.08
合计	**687.51**	**985.83**	**913.09**

本次补充流动资金将有利于提高公司偿债能力，降低财务杠杆与偿债风险；同时有利于公司降低财务费用，提高盈利水平。

3、补充流动资金的管理运营安排

公司将严格按照资金使用制度和实际发展需求使用该流动资金，确保资金使用的合理性。对于该项目资金的管理运营安排，公司将严格按照《募集资金管理制度》，根据业务发展的需要使用该项资金。公司已建立募集资金专项存储制度，募集资金存放于董事会决定的专项账户。公司董事会负责建立健全公司募集资金管理制度，并确保该制度的有效实施。具体使用过程中，公司将根据业务发展进程，在科学测算和合理调度的基础上，合理安排该部分资金投放的进度和金额，保障募集资金的安全和高效使用，保障和不断提高股东收益。公司在具体资金支付环节，将严格按照公司财务管理制度和资金审批权限进行资金使用。

三、未来发展与规划

（一）公司战略发展目标与未来三年的发展规划

1、公司战略发展目标

公司专注于医药流通行业，聚焦医药零售终端。报告期内以医药**零售、代理**及终端集采业务为核心，以华人健康为产品输出平台、国胜药房为终端零售平台、汇达药业为一站式配送平台，以满足上游医药生产与下游医药零售企业、终端消费者、各单体及小型连锁药店等产业链中不同群体的需求。

发行人正逐步建立并完善集产品、销售终端、配送服务、信息化建设、管理培训、会员服务为一体的零售生态系统，并积极推动公司经营向“产品多元化、服务立体化、流程系统化、管理科学化”方向发展，力争成为全国领先的综合性医药流通企业。

2、公司发行当年和未来三年发展规划

公司在立足医药流通业务的基础上，将充分发挥现有客户资源、服务体系、管理经验、人才储备等优势，优化产品结构，拓展营销渠道，构建销售网络，提高物流仓储能力和运营效率，积极发展一站式终端集采业务，加强信息科技应用与社区医疗服务，提升公司综合竞争力，更好回报股东。

（1）深耕省内市场，加大周边业务开发，拓宽营销渠道广度

公司本着“深耕合肥、布局全省、辐射周边”的发展策略，运用募集资金在安徽省、江苏省、河南省等新设门店 648 家。在巩固安徽省领先地位的基础上，公司将发挥合肥市中心城市的优势，统筹兼顾安徽省内其他地市门店的发展，实现对省内主要商圈的全覆盖，将产品多元化、服务立体化、流程系统化、管理科学化的经营理念逐渐复制到其他省份，使门店在当地快速树立品牌、提升销售。同时，公司将推动门店的快速升级与优化，进一步完善已开门店的软硬件水平，加强区域内门店的良性互动，形成覆盖面广、专业化程度高的连锁门店网络。

2020 年起，公司开始着力向安徽省周边省份市场拓展。截至 2021 年 12 月 31 日，国胜药房已在省外开设了 30 家门店。未来，公司将借鉴同行业的发展经验，依托当地的发展环境，把握市场发展动向，因地制宜而不盲目扩张，以独特的竞争优势和出色的配套服务为切入点，拓宽营销渠道，形成科学合理的门店布局网络，进一步提升公司的核心竞争力。

（2）夯实现有电商基础，打通线上线下平台，挖掘营销渠道深度

作为医药零售行业的知名品牌，公司将在拓展线下医药零售业务的基础上，积极探索并布局医药电商业务。公司已于 2014 年成立电子商务中心，先后入驻“天猫”、“京东”等平台开展 B2C 业务，并打通线上线下渠道，依托线下门店布局，快速响应消费者的需求，实现 O2O 业务多渠道全覆盖。

一方面，公司在确保实体门店销售增长的同时，坚持 B2C 与 O2O 模式共同发展，以移动终端和互联网发展为契机，大力推进电商业务的发展，充分依托第三方电商平台巨大的流量优势与开放的生态环境，打造领先的线上连锁药店，扩大线上业务规模。

另一方面，根据行业发展趋势和消费者消费习惯，公司将继续加强与“美团”、“饿了么”、“京东到家”等平台的深度合作，依托线下门店网络，积极发展 O2O 模式，打通线上平台与线下渠道，实现“急需求，就近配送”服务，通过全渠道的方式为用户提供全方位的健康服务。同时，公司积极开发 APP、小程序，加强 APP 的推广和会员管理，积极发展私域流量，培养会员粘性，进一步增强公司竞争力。

（3）加大 DTP 药房建设力度，承接医院外流处方和外溢客流

随着降低药占比、药品零加成等政策的实施，处方外流的趋势将利好连锁零售企业。在医药分开后，处方药流向将以 DTP 药房及现存的院边店为主。区别于以出售 OTC 药品为主的传统零售药店，DTP 药房经营品种主要以抗肿瘤、丙肝、自身免疫系统疾病方面的新特药以及相关慢病处方药为主，并配备执业药师提供专业指导意见及服务，专注领域集中，强调通过专业化服务产生与患者的长期合作粘性。因而，与传统零售药房相比，DTP 药房通常具有客流稳定、客单价高、日均坪效高、单店销售额高等特点。

据中国医药物资协会 DTP 委员会的预测，我国 DTP 及处方外流市场 2020 年总销售额约为 750 亿元，未来五年预计总销售额将超过 2,500 亿元，DTP 药房的市场规模巨大。截至 2021 年 12 月 31 日，公司已开设 5 家 DTP 专业药房，截至本招股说明书签署日，发行人已签约获批的 DTP 药房增至 10 家。目前还拥有 45 家院边店。随着处方外流的趋势愈发明显，未来公司将加大 DTP 药房建设力度，积极与医药厂商进行洽谈以引进相关药品，深度参与到医院处方共享平台的建设中，并通过配备优秀的人才队伍，持续为患者提供更专业的全方位健康服务。

（4）丰富商品品类，完善服务范围，充分满足日益丰富的健康需求

随着消费者对生活品质要求的提高，“治未病”的意识不断增强，对公司商

品的种类以及质量提出了更高的要求。在此背景下，未来三年，公司将始终坚持以消费者需求为导向，扩充药品采购清单，完善药品采购标准，依托大数据等先进技术手段，精准识别客户需求。在丰富商品品类的同时，公司仍将秉承“同一商品上比质量，同一质量上比价格”的原则，力求为消费者提供更高性价比的商品。

同时，在已有的多元化商品品类的基础上，公司将涉足医疗、医院处方承接与社区门诊等领域，继续完善多元化健康服务手段，逐步形成中医诊所、社区诊所、DTP 药房、体检中心和便利店的集群化医疗服务体系，开创公司新型服务模式，寻找公司新的利润增长点，以充分满足消费者日益丰富的健康需求。

（5）构建公司物流与配送服务网络，提升公司运营效率和服务能力

物流基地是支撑医药连锁门店进一步延伸的重要平台。近年来，公司业务发展势头迅猛，门店数量逐年增加，加上公司计划全面推进营销网络建设，扩充药品种类及服务范围，公司现有的仓储物流瓶颈凸显，自有仓库处于满负荷运转状态，一定程度上制约了公司业务拓展的速度和竞争优势的发挥。未来，公司将以自有资金建设现代化物流基地，通过引入先进的物流技术及专业化设备，建立自动化立体仓库以及全流程物流系统，提升仓储物流的自动化、规范化、智能化水平，提高物流配送能力和效率，有效降低物流成本，进而提升公司利润水平。

同时，发行人将发挥子公司汇达药业的新型业务模式优势，点对点实现单体药店与小型连锁药店的全体系、全品种供应与一站式配送服务，进一步完善物流体系，整合上游供应链，精准向下游输送药品，发挥公司的品牌效应，使公司成为医药物流网络的核心枢纽。

（6）完善人才队伍建设，实施人力资源制度化管理

随着公司营销网络的扩张和现代化物流基地的建设，公司对各层次人才需求将不断增加。未来公司将重点加强人才引进、人才培养以及人才激励三方面的制度建设，以满足公司业务快速发展对人才的需求。

①人才培养方面，公司将完善相应的人才培养计划，引进先进的药店经营

理念，通过现场教学、线上交流等方式开展全员素质教育与培训，提高管理人员学历水平及对政策法规、管理制度的了解，培养创新能力、综合判断力和决策能力，将知识转化为效益，吸引更多的合作方和人才，进而拓宽公众了解和加入公司的渠道。同时，通过对员工的培训，加强员工的工作技能、知识层次、工作效率及工作品质，全面优化公司人才结构，以丰富公司人才梯队。

②人才引进方面，公司每年将从国内各大专院校招收相关专业的人才来充实门店人才队伍，同时通过多渠道面向社会招聘具有丰富经验的采购、物流、信息技术等专业人才，以满足各层级岗位的人员需求。

③人才激励方面，公司将结合现状和经营规划进一步设计合理的薪酬管理体系，秉持“对内公平，对外有竞争力”的理念，合理评估市场变化和岗位价值，设立优秀人员和骨干激励奖，实施员工淘汰机制，实现责任与待遇、薪酬与业绩挂钩，确保公司人力资源的稳定可持续发展。

（7）资金筹措及应用计划

若本次成功发行 A 股股票并上市，公司将利用本次募集资金，投入营销网络项目建设及补充流动资金。同时，公司将根据自身经营状况和业务发展规划，在符合股东利益最大化的前提下，充分运用直接、间接两种融资方式，灵活选择股权、债券等融资工具，满足公司业务发展的资金需求，并在后续的发展过程中，保证公司资本结构稳定。

3、实现发展目标和规划的具体措施

为实现上述目标，公司将重点采取以下具体措施：

（1）进一步完善公司治理和规范运作水平

公司将严格依照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规的要求完善公司的治理结构，提高经营管理决策的科学性、合理性、合规性和有效性，提升公司的治理和规范运作水平，为公司业务目标的实现奠定基础。

（2）创新业务运作模式

公司将进一步完善五位一体的零售生态体系建设，充分发挥产品输出、医药零售、信息技术、管理服务、供应链整合五大平台的协同效应，形成公司独

特的、系统性的业务运作模式，打造差异化的核心竞争力。

（3）深化与合作伙伴的协同效应

公司将进一步深化与客户、供应商、电商平台等相关业务合作伙伴的沟通与交流，保持业务粘性，充分发挥公司与各方之间的协同作用，借助合作伙伴所属领域的优势以提高公司核心竞争力。

（4）加强人才队伍建设

公司注重人才队伍的建设。公司将根据市场需求，以引进人才、培养人才和激励人才为基础，进一步完善公司销售与运营系统，提升公司经营效率，提高服务客户和开拓市场能力，使得人才队伍建设、公司经营效率提高形成良性循环，实现业绩的增长及公司发展规划。

（5）充分发挥募集资金和资本平台的作用

公司对本次的募集资金运用做了充分的论证，公司将结合业务发展目标、市场环境变化、公司业务模式特点，审慎推进募集资金的使用，充分发挥募集资金的作用。同时，公司将充分利用上市后的资本平台，增强公司的行业地位、品牌影响和竞争优势。

（二）拟定上述目标和规划所依据的假设条件、实施的主要困难

1、拟定上述规划所依据的假设条件

（1）国家的宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展状态，未发生对公司经营有重大影响的不可抗力事件；

（2）公司所在行业及所处领域的市场处于正常发展状态，没有出现重大市场变化；

（3）公司现有的主要人员不出现重大的变动，且公司在战略发展、市场定位等方面无重大决策错误；

（4）本次股票发行与上市工作进展顺利，募集资金及时到位，募集资金投资项目如期实施；

（5）无其它不可抗力或不可预见因素造成重大不利影响。

2、实施过程中可能面临的主要困难

公司实现上述发展规划，可能会面临以下困难：

（1）发展资金瓶颈

实施公司发展战略和各项具体发展计划，需要大量的资金支持，目前公司资金主要来源于自身资金积累和债务融资。虽然公司经营活动的利润率稳定、取得现金能力良好，但若要达到未来规划的预期目标，需要丰富融资渠道，为公司业务的进一步发展筹措充足资金。

（2）管理难度加大

随着公司募集资金投资项目的实施，公司的业务规模、人员均较目前显著增加，与之相对应的运营组织管理、资金运用管理、人力资源管理以及内部控制等的配套管理水平均需大幅度提升。虽然公司经营团队具有丰富的管理经验，但仍需不断提升管理水平，合理配置各种资源，以适应资本市场和公司业务发展的需要。

（3）人才需求扩大

随着公司的持续发展，公司业务的推广都需要大量的人员投入。为保持较高的成长性，公司对优秀的销售、管理等方面的专业人才具有持续、较大的需求。

（三）发行人持续公告发展规划实施和目标实现的声明

公司上市后，将在定期报告中持续公告规划实施和目标实现的情况，及时披露募集资金投资项目进展情况。

第十节 投资者保护

一、发行人投资者关系的主要安排

（一）投资者依法获取公司信息的制度安排

为保障投资者利益，尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，公司根据《公司法》、《证券法》等法律、行政法规、部门规章，结合公司实际情况，在《公司章程（草案）》、《投资者关系管理制度》及《信息披露管理制度》中规定了相关的内容。

《公司章程（草案）》明确了股东享有的权利及履行权利的程序，包括：（1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（4）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（5）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（8）法律、行政法规、部门规章规定的其他权利。

《投资者关系管理制度》明确规定了公司与投资者沟通的内容，主要包括：（1）公司的发展战略，包括公司的发展方向、发展规划、竞争战略和经营方针等；（2）法定信息披露及其说明，包括定期报告和临时公告等；（3）公司依法可以披露的其他经营管理信息，包括生产经营状况、财务状况、新产品或新技术的研究开发、经营业绩、股利分配等；（4）公司依法可以披露的重大事项，包括公司的重大投资及其变化、资产重组、收购兼并、对外合作、对外担保、重大合同、关联交易、重大诉讼或仲裁、管理层变动以及大股东变化等信息；（5）企业文化建设；（6）公司的其他相关信息。

同时，《投资者关系管理制度》明确规定了公司与投资者沟通的主要方式包括但不限于：定期报告和临时公告、年度报告说明会、股东大会、公司网站、

一对一沟通、电子信箱、电话咨询、现场参观、分析师会议和路演等。公司尽可能通过多种方式与投资者及时、深入和广泛地沟通，充分利用互联网络提高沟通效率，降低沟通成本。

《信息披露管理制度》对公司信息披露管理工作做了明确规定，主要包括：（1）信息披露的基本原则和一般要求；（2）信息披露的内容及披露标准；（3）信息披露的管理；（4）信息披露的程序；（5）档案管理；（6）信息披露的保密措施；（7）财务管理和会计核算的内部控制及监督机制；（8）与投资者、证券服务机构、媒体等信息沟通与制度；（9）涉及公司部门及子公司的信息披露事务管理和报告制度；（10）法律责任等。

（二）投资者依法享有资产收益的制度安排

《公司章程（草案）》以及公司上市后三年分红回报规划对投资者依法享有资产收益的权利进行了相关规定。公司重视对投资者的合理投资回报，执行持续、稳定的利润分配政策。在公司盈利以及公司正常经营和长期发展的前提下，公司实行积极、持续稳定的利润分配政策。有关利润分配政策、上市后股东未来分红回报规划，详见本招股说明书之本节之“二、发行人的股利分配政策”。

（三）投资者依法参与重大决策和选择管理者的制度安排

公司在治理制度层面上对投资者依法享有参与重大决策的权利进行了有效保护：

根据《公司章程（草案）》规定，公司股东享有：依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；对公司的经营进行监督，提出建议或者质询等权利。

《公司章程（草案）》明确了股东的以下投票机制：（1）股东大会就选举两名以上董事、监事进行表决时，实行累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。（2）股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，

对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（四）投资者沟通渠道的建立情况及未来开展投资者关系管理的规划

公司制定的《投资者关系管理制度》规范了公司与投资者之间的沟通渠道。 公司负责信息披露和投资者关系的部门为董事会办公室，董事会秘书专门负责信息披露事务。

负责人：李梅

地址：合肥市包河工业区上海路 18 号

邮编：230051

电话：0551-62862668

传真：0551-63677610

电子信箱：zqb@hrjkjt.com

公司上市后，将按照法律、法规及公司相关治理制度，真实、准确、完整地 报送及披露信息，维护好投资者关系。

二、发行人的股利分配政策

（一）公司实际股利分配情况

报告期内，发行人未进行股利分配。

（二）发行后的股利分配政策和决策程序

2021 年 3 月 25 日，公司召开了 2020 年年度股东大会，审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，公司本次发行后的股利分配政策如下：

1、利润分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对股东的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。在公司盈利、现金流满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，公司优先选择现金分红方式，并保持现金分红政策的一致性、合理性和稳定性。公司董事会、监事会和股东大会对利

润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

2、利润分配形式和比例

（1）公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红进行分配利润。公司采取股票股利进行利润分配的，应当具有公司现金流状况、业务成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（2）公司最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

（3）公司董事会应综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

2、利润分配的具体条件

（1）现金分红的具体条件

除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，优先采取现金方式分配股利。特殊情况是指：

①现金分红影响公司正常经营的资金需求；

②公司未来十二个月内有重大现金支出等事项（募集资金项目除外）。重大现金支出是指：公司拟对外投资、收购资产或购买设备等累计支出达到或超过

公司最近一期经审计净资产的 10%且超过 5,000 万元；

③董事会认为不适宜现金分红的其他情况。

（2）股票股利分配条件

公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在满足上述现金分红的条件下，提出股票股利分配预案。

4、利润分配的时间间隔

公司原则上采取年度利润分配政策，公司董事会可根据盈利状况、现金流以及资金需求计划提出中期利润分配预案，并经临时股东大会审议通过后实施。

5、利润分配的决策程序

（1）公司董事会根据公司业务发展情况和前述利润分配政策制订利润分配方案，表决通过后提交股东大会决议通过；

（2）董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应对利润分配方案发表明确的独立意见；

（3）独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红方案，并直接提交董事会审议；

（4）在股东大会对现金分红具体方案审议前，应当通过多种渠道（包括但不限于电话、传真、邮箱等）主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时回答中小股东关心的问题；

（5）在公司盈利的情况下，公司董事会未做出现金利润分配预案的，或公司最近三年以现金方式累计分配的利润少于最近三年实现的年均可分配利润的30％的，董事会应在利润分配预案和定期报告中披露未分红的原因、未用于分红的资金留存公司的用途，独立董事应当对此发表独立意见；

（6）监事会对董事会拟定和审核的利润分配方案的程序是否符合法律、行政法规、中国证监会和深圳证券交易所的规定提出审核意见，监督公司利润分

配的执行。

6、利润分配政策的调整程序

（1）公司应每三年重新审视一次利润分配政策，公司可以根据股东（特别是公众投资者）、独立董事的意见对利润分配政策进行适当且必要的调整。

（2）如因公司外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，董事会应以股东权益保护为出发点，详细说明规划安排或进行调整的理由，并听取独立董事和公众投资者的意见。调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。

（3）董事会应就调整或修改利润分配政策做出预案，该预案应经董事会表决通过方可提交股东大会审议，独立董事应对利润分配政策的制订或修改发表独立意见。

（4）董事会应在有关利润分配政策调整的议案中详细论证和说明原因。股东大会审议调整或修改利润分配政策时，须经出席股东大会会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。为充分考虑公众投资者的意见，股东大会在表决时，应向股东提供网络投票方式。

（三）未来分红规划

为进一步强化回报股东意识，为股东提供持续、稳定、合理的投资回报，董事会在综合考虑公司战略发展目标、经营规划、盈利能力、现金流量状况以及外部融资环境等多种因素基础上，根据《公司法》、《证券法》、《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等法律、法规、规章及公司章程的要求，特制订上市后三年股东回报规划，具体内容如下：

1、制定股东回报规划考虑的因素

公司的利润分配着眼于公司的长远和可持续发展，在综合考虑公司战略发展目标、股东意愿的基础上，结合公司的盈利情况和现金流量状况、经营发展规划及企业所处的发展阶段、资金需求情况、社会资金成本以及外部融资环境等因素，依据公司章程的要求，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与

机制，并对利润分配做出制度性安排，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

2、股东回报规划的制定原则

公司实施积极、持续、稳定的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并兼顾公司的可持续发展。公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见。在符合公司利润分配原则、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司应坚持现金分红为主的基本原则。

3、股东回报规划的具体内容

（1）利润分配的形式和比例

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红进行分配利润。公司采取股票股利进行利润分配的，应当具有公司现金流状况、业务成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

公司最近三年以现金方式累计分配的利润应不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（2）利润分配的具体条件

①现金分红的具体条件

除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，优先采取现金方式分配股利。特殊情况是指：现金分红影响公司正常经营的资金需求；公司未来十二个月内有重大现金支出等事项（募集资金项目除外）。重大现金支出是指：公司拟对外投资、收购资产或购买设备等累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 10%且超过 5,000 万元；董事会认为不适宜现金分红的其他情况。

②发放股票股利的具体条件

公司原则上采取年度利润分配政策，公司董事会可根据盈利状况、现金流以及资金需求计划提出中期利润分配预案，并经临时股东大会审议通过后实施。

（3）利润分配的期间间隔

公司原则上采取年度利润分配政策，公司董事会可根据盈利状况、现金流以及资金需求计划提出中期利润分配预案，并经临时股东大会审议通过后实施。

（四）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前（现行《公司章程》））	本次发行后 （《公司章程》（草案））
根据《公司法》及《公司章程》的相关规定，公司的股利分配政策如下： 1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。 公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。 公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。 公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。 股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。 公司持有的本公司股份不参与分配利润。 2、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或	具体详见本节“二、发行人的股利分配政策”之“（二）发行后的股利分配政策和决策程序”

本次发行前（现行《公司章程》））	本次发行后（《公司章程》（草案））
者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。 法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。 3、公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会决定的期限内完成股利（或股份）的派发事项。	

三、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序

2021 年 3 月 25 日，公司召开了 2020 年年度股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行股票前滚存未分配利润分配方案的议案》，对于本次发行上市前滚存的未分配利润由公开发行股票后的新老股东按发行后的持股比例共享。

四、发行人股东投票机制的建立情况

公司目前已按照中国证监会及证券交易所的有关规定建立了股东投票机制，其中公司章程中对累积投票制选举公司董事、征集投票权的相关安排等进行了约定。发行上市后，公司将进一步对中小投资者单独计票机制，法定事项采取网络投票方式召开股东大会进行审议表决等事项进行约定，建立完善的股东投票机制。

（一）累积投票制度建立情况

公司股东大会选举两名及以上董事、监事时，出席股东大会的股东所拥有的投票权等于其所持有的股份总数乘以应选董事、监事人数之积，出席会议股东可以将其拥有的投票权全部投向一位董事、监事候选人，也可以将其拥有的投票权分散投向多位董事、监事候选人，按得票多少依次决定董事、监事人选。为确保独立董事当选符合规定，公司独立董事和非独立董事的选举分开进行，均采用累积投票制选举。

（二）中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）对法定事项采取网络投票方式的相关机制

公司还将提供网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利，并应当在股东大会通知中明确载明网络或其他方式的表决时间及表决程序。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

股东大会审议利润分配方案时，应充分考虑公众投资者意见，应提供网络投票等方式以方便股东参与股东大会表决。

（四）对征集投票权的相关机制

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

五、摊薄即期回报分析

（一）本次发行摊薄即期回报对公司每股收益的影响

根据本次发行方案，公司拟向公众投资者发行不超过 6,001.00 万股股票，本次发行完成后公司的总股本将由 34,000.00 万股增至 40,001.00 万股，股本规模将有所增加。本次发行募集资金将在扣除发行费用后陆续投入到“营销网络建设项目”和补充流动资金，以推动公司主营业务发展。由于募集资金的投资项目具有一定的建设周期，且产生效益尚需一定的运行时间，无法在发行当年即产生预期效益。综合考虑上述因素，预计发行完成后当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度，导致公司即期回报被摊薄。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

本次公开发行股票募集资金全部用于“营销网络建设项目”和补充流动资金。本次募集资金投资项目的成功实施，将进一步提高公司的市场占有率，巩固和提升公司的行业地位，对实现公司的发展战略具有积极影响。

董事会选择本次融资的必要性和合理性分析具体参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、募集资金投资项目具体情况”之

“（一）营销网络建设项目”之“2、项目建设的必要性”、“3、项目建设的可行性”以及“（二）补充流动资金”之“2、补充流动资金的必要性”。

（三）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系，发行人从事募集资金项目在人员、市场等方面的储备情况

1、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司主营业务是从事医药**零售、代理**及终端集采三大业务。公司立足现有主营业务，计划利用募集资金投入“营销网络建设项目”和补充流动资金，增强公司的整体竞争力，推动公司业绩的持续快速增长。

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人拥有零售门店 880 家，其中省内 850 家，是安徽省最大的医药零售连锁企业。

本次募集资金投资项目“营销网络建设项目”是国胜药房计划未来 3 年内在安徽省及周边省份重点城市开设 648 家直营门店。因此，本项目是现有零售主营业务营销渠道的优化升级与拓展延伸，是实现扩张式发展的有效途径。

通过“营销网络建设项目”的实施，发行人可以提升公司的品牌形象，加大对安徽省核心市场的渗透力度，增加直营店数量和提升影响力，实现对主要商圈的覆盖范围，增强公司盈利能力和综合竞争力，巩固零售业务在安徽省市场的领先地位。

综上所述，本次募集资金投资项目属于公司主营业务范围，通过本次募集资金投资项目建设，可进一步得到稳固和拓展主营业务，推动现有业务向更高层次的发展。

2、公司从事募集资金项目在人员、市场等方面的储备情况

（1）人员储备情况

经过多年的发展，公司已经培养形成了高素质、市场化、专业化的管理和营销团队，专业结构和年龄层次配置合理，人员均具备丰富的业务经验和较强的综合业务能力。截至 2021 年 12 月 31 日，公司共有 4,221 名销售人员、321 名采购及仓储人员、164 名管理及行政人员、279 名营运支持人员。公司主要管理人员深耕医药行业多年，对未来行业发展趋势有着深刻的理解，具备丰富的

公司经营经验，能够保证公司的零售终端体系和物流体系快速、高效、有序的运行。同时，公司建立了完善的人力资源制度，能够从内外部不断吸收和培养人才，可以为公司募投项目的实施提供了充足的人才保障。

（2）市场储备情况

公司零售业务立足安徽省，根据《21 世纪药店》杂志统计的《2020-2021 年度中国药店直营连锁 100 强》，安徽国胜目前已经成为安徽省最大的零售药店连锁企业，已覆盖合肥、芜湖、亳州、安庆、六安、宣城、淮北等 13 个地市。虽然“国胜大药房”品牌在省内拥有较高的知名度，根据《药品监督管理统计报告（2021 年第二季度）》显示，截至 2021 年 6 月底，全省共有零售连锁企业门店 11,443 家、零售药店 9,374 家，合计 20,817 家门店。截至 2021 年底，公司有门店 880 家，其中省内门店 850 家，从门店数量来看，发行人占全省全部零售药店数量的比例为 4.08%、占全省连锁门店数量的比例为 7.43%；从销售规模来看，2020 年我国医药零售市场规模为 5,119 亿元，其中安徽省 2019 年零售药店销售额约为 170 亿元（暂无 2020 年度数据），公司零售业务市场占有率仍有很大提升的空间。公司亟需深度拓展安徽省市场，扩大业务覆盖规模，进一步提升公司盈利能力和市场竞争力。

（3）运营经验储备情况

零售药店实现商业扩张和规模化运营的核心在于模式的可复制性，经过多年的发展，公司形成了覆盖安徽重点核心城市的营销网络，并在经营发展过程中积累了丰富的门店拓展和运营经验，形成了一套完善规范的门店拓展和运营体系，在环境设计、店铺选址、门店设计和装修、存货筹备和管理、店员培训、效益评估等方面积累了丰富的经验，相应流程标准化程度较高、可复制性较强。此外，公司还建立了较完善的物流体系，并将不断提升仓储智能化水平，从而保障营销网络的稳定运行。

（四）填补回报的具体措施

为降低本次公开发行股票对公司即期回报摊薄的风险，公司拟通过多种措施积极应对外部环境变化，增厚未来收益，实现公司业务的可持续发展，以填补股东回报，充分保护中小股东的利益，具体措施如下：

1、加强市场开拓力度，提高公司核心竞争力

报告期内，公司一直专注于医药健康产业，主要从事医药**零售、代理**及终端集采三大块业务，系专业的医药流通产业服务商。为了增强公司持续回报能力，提高公司核心竞争力，公司在立足医药流通业务的基础上，充分发挥现有客户资源、服务体系、管理经验、人才储备等优势，深化与供应商、客户的良好合作关系，扩大并完善原有销售网络，不断开拓市场，提高核心竞争能力，增强公司持续盈利能力。

2、降低仓储物流成本，提高公司运营效率

物流基地是支撑医药连锁门店进一步延伸的重要平台，为加快推进公司营销网络建设、扩充药品种类、扩大服务范围，公司计划使用自有资金建设现代化的物流基地，通过引入先进的物流调控技术及专业化设备，建立自动化立体仓库及全流程物流系统，实现公司仓储物流的自动化、规范化和智能化，提高物流配送能力和效率，有效降低物流成本进而提升公司利润水平。

3、完善公司治理结构，强化内部控制

公司已根据相关法律法规和规范性文件的要求建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的公司治理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。公司将继续强化内部控制，不断完善治理结构，确保股东能够充分行使权利；确保董事会能够按照法律法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、有效和谨慎的决策，进一步维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益；确保监事会能够独立有效地行使监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

此外，公司将持续加强内部控制制度的建设，不断优化公司的风险控制流程，加强重点领域的内部控制防控措施，持续做好重点领域的风险识别、分析、计量和报告，推进全面预算管理及成本管理，全面提升公司的内部控制体系。

公司还将加大人才引进制度，完善人才队伍建设，提高管理人员的治理能力、判断能力和决策能力。进一步建设合理的薪酬管理体系，合理评估市场变化和岗位价值，健全有效的激励机制，保障公司人力资源的可持续发展。

4、推动募投项目建设进度，提高资金运营效率

本次募集资金扣除发行费用后将用于公司营销网络建设及补充流动资金。募投项目的实施有利于有利于深入拓展安徽及周边省份市场，提高市场占有率，持续提高核心竞争力和盈利能力。公司将严格遵守募集资金管理的相关规定，结合工程项目进度，及时评判资金使用情况，保证募集资金能够合理、有效地按照原定用途得到充分利用。同时，公司将根据日常经营需求合理制定资金使用计划，提高资金运营效率。在募投项目实施后争取尽早实现预期收益，增强未来的股东回报，从而降低本次公开发行导致的股东即期回报摊薄的风险。

5、完善利润分配政策，强化投资者回报机制

为完善公司利润分配政策，增强利润分配的透明度，保护公众投资者的合法权益，公司根据中国证监会发布的《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43 号）并结合实际经营情况制定了《安徽华人健康医药股份有限公司章程（草案）》，对利润分配政策条款进行了相应规定。公司制定和完善了公司章程中有关利润分配的相关条款，明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则，强化了中小投资者权益保障机制。本次公开发行后，公司将依据相关法律法规，实施积极的利润分配政策，并注重保持连续性和稳定性，同时努力强化股东回报，切实维护投资者合法权益，保障公司股东利益。

公司提示投资者，制定上述填补回报措施不等于对未来利润做出保证。

（五）控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

根据《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发[2014]17 号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110 号）和中国证券监督管理委员会《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（证监会公告[2015]31 号）等相关规定，公司控股股东、**共同**实际控制人、董事、高级管理

人员作出如下承诺：

1、公司控股股东何家乐及共同实际控制人何家乐、何家伦兄弟承诺

（1）本人承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

（2）本承诺出具日后至公司本次发行上市实施完毕前，若中国证监会、深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会、深圳证券交易所该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会、深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺。

（3）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

（4）作为填补回报措施相关责任主体之一，若本人违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关监管措施。

2、公司董事、高级管理人员承诺

（1）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

（2）承诺对本人在公司的职务消费行为进行约束。

（3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

（4）承诺由董事会或薪酬委员会制定、修改薪酬制度时将薪酬安排与公司填补被摊薄即期回报措施的执行情况相挂钩。

（5）若公司后续推出股权激励计划，承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补被摊薄即期回报措施的执行情况相挂钩。

（6）自承诺出具日至公司本次发行上市实施完毕前，若监管机构作出关于填补被摊薄即期回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足该等规定时，承诺届时将按照最新规定出具补充承诺。

（7）承诺切实履行本承诺，愿意承担因违背上述承诺而产生的法律责任。

六、重要承诺事项

（一）关于欺诈发行上市股份回购的承诺

1、公司承诺

（1）保证公司本次发行上市不存在隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容等任何欺诈发行的情形。

（2）如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司将在中国证监会或人民法院等有权部门作出公司存在上述事实的最终认定或生效判决后五个工作日内启动与股份回购有关的程序，回购本公司本次公开发行的全部新股，具体的股份回购方案将依据所适用的法律、法规、规范性文件及公司章程等规定履行相应的审批程序。回购价格不低于公司股票发行价加股票发行后至回购时相关期间银行同期活期存款利息。如公司本次公开发行后有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况，回购的股份包括本次公开发行的全部新股及其派生股份，上述股票发行价相应进行除权除息调整。

（3）公司若未能履行上述承诺，将按照有关法律、法规、规范性文件的规定及证券监督管理部门的要求承担相应的责任。

2、公司共同实际控制人何家乐、何家伦承诺

（1）保证发行人本次发行上市不存在隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容等任何欺诈发行的情形。

（2）如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市，本人将在中国证监会或人民法院等有权部门作出发行人存在上述事实的最终认定或生效判决后五个工作日内启动与股份购回有关的程序，购回发行人本次公开发行的全部新股，具体的股份购回方案将依据所适用的法律、法规、规范性文件及发行人章程等规定履行相应的审批程序。购回价格不低于发行人股票发行价加股票发行后至购回时相关期间银行同期活期存款利息。如发行人本次公开发行后有利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况，购回的股份包括本次公开发行的全部新股及其派生股份，上述股票发行价相应进行

除权除息调整。

（3）本人若未能履行上述承诺，将按照有关法律、法规、规范性文件的规定及证券监督管理部门的要求承担相应的责任。

（二）本次发行前股东所持股份的锁定承诺

1、公司控股股东何家乐及共同实际控制人何家乐、何家伦承诺

（1）自华人健康首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在深圳证券交易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人在华人健康首次公开发行前持有的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由华人健康回购该部分股份。

（2）本人持有的华人健康的股份在限售期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价；如果华人健康上市交易后 6 个月内连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价或者上市交易后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有华人健康的股份的限售期自动延长至少 6 个月。若华人健康上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。本项承诺不因本人在华人健康担任的职务发生变更、因离职等原因不担任相关职务而变更或终止。

（3）前述限售期满后，本人在担任华人健康董事、监事或高级管理人员期间，每年转让持有的华人健康股份不超过本人持有的华人健康股份总数的 25%；若本人在任期届满前离职的，则在就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不超过本人持有的华人健康股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的华人健康股份。

（4）本人保证在限售期届满后减持所持华人健康首次公开发行前股份的，将严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定执行。

（5）本人愿意承担违背上述承诺而产生的法律责任。

2、公司法人股东康凡投资、福曼医投资、胜凡投资、时达投资承诺

（1）自华人健康首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在深圳证券交

易所上市交易之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业在华人健康首次公开发行前持有的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由华人健康回购该部分股份。

（2）本企业保证在限售期届满后减持所持华人健康首次公开发行前股份的，将严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定执行。

（3）本企业愿意承担违背上述承诺而产生的法律责任。

3、公司法人股东阿里健康、华泰大健康、苏州赛富、天凯投资承诺

（1）自华人健康首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在深圳证券交易所上市交易之日起 12 个月内（“限售期”），不转让本企业在华人健康首次公开发行前持有的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等）。

（2）本企业保证在限售期届满后减持本企业在华人健康首次公开发行前持有的股份的，将严格按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定执行。

（3）本企业愿意承担违背上述承诺而产生的法律责任。

4、公司法人股东黄山赛富、腾元投资、长菁投资、华西投资承诺

（1）自华人健康首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在深圳证券交易所上市交易之日起 12 个月内（“限售期”），不转让本企业在华人健康首次公开发行前持有的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等，下同）。

（2）除上述限售安排外，本企业于 2020 年 9 月 22 日通过增资方式获得的华人健康股份，该等股份自取得之日起 36 个月内不得转让。

（3）本企业保证在限售期届满后减持本企业在华人健康首次公开发行前持有的股份的，将严格按照《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定执

行。

（4）本企业愿意承担违背上述承诺而产生的法律责任。

（三）本次发行前持股 5%以上股东的持股及减持意向

1、公司控股股东何家乐及共同实际控制人何家乐、何家伦承诺

（1）本人持续看好公司及所处行业发展前景，拟长期且稳定地持有公司股份。

（2）本人对于本次发行前所持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于股份限售安排的承诺。本人在所持公司本次发行前的股份限售期届满后，遵守相关法律、法规和规范性文件且不违背本人已作出的其他公开承诺的情况下，将根据资金需求、投资安排等各方面因素合理确定是否减持所持公司股份。

（3）如本人所持有的公司股份在限售期届满后两年内减持的，本人承诺股份减持的价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证监会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整）。

（4）本保证在限售期届满后减持所持公司本次发行前股份的，将严格按照相关法律、法规和规范性文件的有关规定执行，通过协议转让、大宗交易、证券交易所集中竞价交易等合法方式进行减持，并按照中国证监会、深圳证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务。

（5）如果本人未能履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明违反减持意向的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如因未履行承诺事项获得收益的，所得收益归华人健康所有；同时将承担由此可能导致的一切法律责任。

2、公司法人股东康凡投资、福曼医投资、胜凡投资、时达投资承诺

（1）本企业对于本次发行前所持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于股份限售安排的承诺。本企业在所持公司本次发行前的股份限售期届满后，遵守相关法律、法规和规范性文件且不违背本企业已作出的其他公开承诺的情况下，将根据市场情况及自身需要等各方面因素合理确定是否减持所持公司股

份。

（2）如本企业所持有的公司股份在限售期届满后两年内减持的，本企业承诺股份减持的价格不低于发行价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证监会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整）。

（3）本企业保证在限售期届满后减持所持公司本次发行前股份的，将严格按照相关法律、法规和规范性文件的有关规定执行，通过协议转让、大宗交易、证券交易所集中竞价交易等合法方式进行减持，并按照中国证监会、深圳证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务。限售期满后每年减持的股份数量不得超过相关法律、法规和规范性文件的规定的限制。

（4）如果本企业未能履行上述承诺，本企业将在股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上公开说明违反减持意向的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；如因未履行承诺事项获得收益的，所得收益归华人健康所有；同时将承担由此可能导致的一切法律责任。

3、公司法人股东赛富投资、阿里健康、华泰大健康承诺

（1）本企业对于本次发行前所持有的公司股份，将严格遵守已做出的关于股份限售安排的承诺。本企业在所持公司本次发行前的股份限售期届满后，遵守相关法律、法规和规范性文件且不违背本企业已作出的其他公开承诺的情况下，将根据市场情况及自身需要等各方面因素合理确定是否减持本企业在本次发行前所持的公司股份。

（2）本企业保证在限售期届满后减持本企业在本次发行前所持的公司股份的，将严格按照相关法律、法规和规范性文件的有关规定执行，通过协议转让、大宗交易、证券交易所集中竞价交易等合法方式进行减持，并按照中国证监会、深圳证券交易所届时适用的规则及时、准确地履行信息披露义务。限售期满后每年减持的股份数量不得超过相关法律、法规和规范性文件的规定的限制。

（3）如果本企业违反上述承诺进行减持，本企业将承担由此可能导致的一切法律责任

（四）关于稳定公司股价的预案

为保护投资者利益，进一步明确公司上市后三年内公司股票收盘价低于每股净资产时稳定公司股价的措施，公司制定了《安徽华人健康医药股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》，公司、公司控股股东及公司的董事（非独立董事）与高级管理人员就稳定股价措施作出以下承诺：

1、启动股价稳定措施的具体条件

公司股票自上市之日起三年内，若出现公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于最近一期经审计的每股净资产的情形时（若因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权除息的，则收盘价将作相应调整，下同），且同时满足监管机构对于增持或回购公司股份等行为的规定，非因不可抗力因素所致，公司及公司控股股东、董事（不含独立董事，下同）及高级管理人员（以下简称“相关责任主体”）将采取以下稳定股价措施。

2、终止稳定股价措施的条件

自股价稳定方案公告之日起 60 个交易日内，若出现以下任一情形，则已公告的稳定股价方案终止执行：

（1）公司股票连续 10 个交易日收盘价均高于最近一期经审计的每股净资产；

（2）继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件；

（3）继续回购或增持公司股份将导致触发控股股东等的要约收购义务（符合免于发生要约情形的除外）。

3、稳定股价的具体措施和程序

当触发启动稳定股价措施的条件时，相关责任主体应友好协商并制定积极有效的稳定股价措施；若协商不成，则依次按照如下顺序实施稳定股价措施，直至满足终止实施稳定股价措施的条件。

（1）实施股票回购；

（2）控股股东增持公司股票；

（3）公司董事、高级管理人员增持公司股票。

实施上述措施时应考虑：（1）不能导致公司不满足上市条件；（2）不能迫使控股股东履行要约收购义务。

4、股价稳定措施的具体实施方案

（1）实施股票回购

在触发启动股价稳定措施的条件时，相关责任主体应友好协商并制定积极有效的稳定股价措施；若协商不成，则由公司作为第一责任主体首先履行稳定股价义务。

公司应根据《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》、《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定实施回购股票方案，并保证回购股票后公司的股权分布符合上市条件。

当公司触发启动股价稳定措施的具体条件时，公司应在 5 个交易日内召开董事会并做出回购公司股票的决议，及时履行信息披露义务，发布召开股东大会的通知。公司股东大会对回购股票做出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

回购方案经股东大会审议通过后 60 个交易日内，由公司按照相关规定在二级市场回购公司股份，用于回购股票的资金应为自有资金，回购股票的方式为集中竞价交易方式、要约方式或中国证监会、深圳证券交易所认可的其他方式。若股票回购方案实施前，公司股价已经不满足启动稳定股价措施的条件，可不再继续实施该方案。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施的条件（不包括公司实施稳定股价措施期间以及当次稳定股价措施实施完毕并公告之日起连续 20 个交易日，公司股票收盘价仍低于最近一个会计年度末经审计的每股净资产的情形），公司将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：①公司累计回购的股份数不得超过公司已发行股份总额的 10%；②公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；③单次用于回购股票的资金金额不超过上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净

利润的 10%；④单一会计年度用于稳定股价的回购资金合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但若下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形，公司将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

（2）控股股东增持公司股份

在触发启动股价稳定措施的条件时，相关责任主体应友好协商并制定积极有效的稳定股价措施；若协商不成，且由公司作为第一责任主体不满足履行稳定股价义务的条件，则公司控股股东将根据法律、法规及公司章程的规定，在不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，作为稳定股价的第二责任主体履行稳定股价义务并增持公司股票。

当出现下列情形之一时，公司控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规的条件和要求的前提下，启动此项稳定股价措施：

①公司不符合回购股票的条件；

②公司回购股票预案未获得股东大会批准，且控股股东增持股票不会导致公司不满足上市条件或触发要约收购；

③公司已实施股票回购计划，但仍未满足终止稳定股价措施的条件。

当触发前述控股股东增持公司股票的具体条件时，公司控股股东应在 10 个交易日内向公司提交增持股票的方案并履行信息披露义务。控股股东将在符合法律法规的前提下，依照方案所规定的价格区间、期限实施增持计划。公司不得为控股股东增持公司股票提供资金支持。若控股股东披露增持方案后 3 个交易日内，公司股价已经不满足启动稳定股价措施的条件，可不再继续实施该方案。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施的条件（不包括公司实施稳定股价措施期间以及当次稳定股价措施实施完毕并公告之日起连续 20 个交易日，公司股票收盘价仍低于最近一个会计年度末经审计的每股净资产的情形），公司控股股东将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：①公司控股股东单次用于增持公司股票的资金金额不低于控股股东自公司上市后累计获得现金分红金额的 20%；②单一会计年度控股股东用于稳定股

价的增持资金不超过自公司上市后控股股东累计从公司所获得现金分红金额的50%。超过上述标准的，公司控股股东有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但若下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形，公司控股股东将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

（3）公司董事、高级管理人员增持公司股份

在触发启动股价稳定措施的条件时，相关责任主体应友好协商并制定积极有效的稳定股价措施；若协商不成，且由公司作为第一责任主体以及由公司控股股东作为第二责任主体不满足履行稳定股价义务的条件，则在公司领取薪酬的公司董事及高级管理人员将根据法律、法规及公司章程的规定，在不影响公司上市条件的前提下作为稳定股价的第三责任主体履行稳定股价义务并增持公司股票。

当出现下列情形之一时，前述在公司领取薪酬的公司董事、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》、《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，启动此项稳定股价措施：

①公司不符合回购股票的条件；

②公司回购股票预案未获得股东大会批准；

③控股股东增持公司股票将导致公司不满足上市条件或触发要约收购；

④公司已经实施完毕回购股票、控股股东增持公司股票两项稳定股价措施（以公司公告的实施完毕日为准），仍未满足终止稳定股价措施的条件。

当触发前述公司董事及高级管理人员增持公司股票的具体条件时，前述有增持义务的董事及高级管理人员应在 10 个交易日内向公司提交增持股票的方案并履行信息披露义务。该等董事及高级管理人员将在符合法律法规的前提下，依照方案所规定的价格区间、期限实施增持计划。公司不得为董事及高级管理人员增持公司股票提供资金支持。若通过增持公司股票，公司股价已经不满足启动稳定股价措施的条件，可不再继续实施该方案。

若某一会计年度内公司股价多次触发上述需采取股价稳定措施的条件（不

包括公司实施稳定股价措施期间以及当次稳定股价措施实施完毕并公告之日起连续 20 个交易日，公司股票收盘价仍低于最近一个会计年度末经审计的每股净资产的情形），前述有增持义务的公司董事及高级管理人员将继续按照上述稳定股价预案执行，但应遵循以下原则：①公司董事及高级管理人员单次用于购买公司股票的资金金额不低于其上一会计年度从公司取得薪酬总额 15%；②单一会计年度公司董事及高级管理人员用于稳定股价的资金不超过其上一会计年度从公司取得薪酬总额的 30%。超过上述标准的，公司董事及高级管理人员有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。但若下一年度继续出现需启动稳定股价措施的情形，有增持义务的公司董事及高级管理人员将继续按照上述原则执行稳定股价预案。

5、相应的约束措施

（1）公司自愿接受主管机关对其上述股价稳定措施的制定、实施等进行监督，并承担相应法律责任。

（2）若公司控股股东未能履行上述承诺，应及时披露未能履行承诺的具体原因，提出补充承诺或替代承诺并提交股东大会审议。自控股股东未能履行承诺之日起，公司有权暂扣控股股东的现金分红款，直至其采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

若公司董事及高级管理人员未能履行上述承诺，应及时披露未能履行承诺的具体原因，提出补充承诺或替代承诺并提交股东大会审议。自董事、高级管理人员未能履行承诺之日起，公司有权暂扣董事、高级管理人员从公司处领取的薪酬，直至其采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

（3）公司应及时对稳定股价措施和实施方案进行公告，并在定期报告中披露公司及其控股股东、董事及高级管理人员关于股价稳定措施的履行情况，以及未履行股价稳定措施时的补救、改正情况。

（4）自股票上市之日起三年内，公司新聘任的董事及高级管理人员也应履行公司发行上市时董事及高级管理人员已做出的关于股价稳定措施的相应承诺。

公司、控股股东、董事以及高级管理人员在此郑重承诺：

本人/本公司将严格执行公司股东大会审议通过的《安徽华人健康医药股份有限公司上市后三年内稳定公司股价的预案》中关于公司稳定股价的相关措施。如有违反，将承担相应法律责任。

（五）填补被摊薄即期回报采取的措施及承诺

1、公司应对本次公开发行摊薄即期回报采取的措施

参见本招股说明书本节之“五、摊薄即期回报分析之（四）填补回报的具体措施”。

2、填补被摊薄即期回报的相关承诺

参见本招股说明书本节之“五、摊薄即期回报分析之（五）控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员对公司填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺”。

（六）关于保证信息披露真实、准确、完整并依法赔偿的承诺

1、发行人承诺

（1）公司首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

（2）若因公司首次公开发行股票并上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，公司将依法及时回购首次公开发行的全部新股，回购价格为股票发行价格（指复权后的价格，如公司期间有派息、送股、公积金转增股本、配股等除权、除息情况的，则价格将进行相应调整），同时加上股票发行日至回购股份期间同期银行存款利息。

（3）如公司首次公开发行股票并上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，公司将依法赔偿投资者的损失。

2、公司控股股东何家乐及共同实际控制人何家乐、何家伦承诺

（1）公司首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

（2）若因公司首次公开发行股票并上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，本人将依法及时回购公司首次公开发行的全部新股和本人已转让的原限售股份，回购价格为股票发行价格（指复权后的价格，如公司期间有派息、送股、公积金转增股本、配股等除权、除息情况的，则价格将进行相应调整），同时加上股票发行日至回购股份期间同期银行存款利息。

（3）如公司首次公开发行股票并上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，本人将依法赔偿投资者的损失。

3、公司董事、监事及高级管理人员承诺

（1）公司首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

（2）如公司首次公开发行股票并上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，本人将依法赔偿投资者的损失。

（3）如经中国证监会、证券交易所等监管机构认定本人未能及时履行上述承诺事项，公司有权扣除本人在公司的薪酬、津贴及分红，用以对投资者进行赔偿，直至足额承担本人应当承担的赔偿责任为止。

4、本次发行的证券服务机构承诺

保荐机构（主承销商）华泰联合证券有限责任公司承诺：

（1）华泰联合证券严格履行法定职责，遵守业务规则和行业规范，对发行人的申请文件和信息披露资料进行审慎核查，督导发行人规范运行，对其他中介机构出具的专业意见进行核查，对发行人是否具备持续盈利能力、是否符合法定发行条件做出专业判断，确保发行人的申请文件和《招股说明书》等信息披露资料真实、准确、完整、及时。

（2）华泰联合证券为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。

（3）如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，华泰联合证券将承担相应的法律责任。

（4）本承诺书自本公司盖章之日起即行生效且不可撤销。

发行人律师国浩律师（上海）事务所承诺：

本所为安徽华人健康医药股份有限公司（以下简称“发行人”）首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。若因本所为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本所将依法赔偿投资者损失。

发行人申报会计师中天运会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

本所为发行人本次公开发行所制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对该等文件的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

因本所为发行人本次公开发行制作、出具的文件存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

发行人资产评估机构沃克森（北京）国际资产评估有限公司承诺：

本机构为安徽华人健康医药股份有限公司（以下简称“发行人”）首次公开发行股票并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

若因本机构为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本机构将依法赔偿投资者损失。

（七）相关责任主体未能履行承诺时的约束措施

1、公司关于未能履行承诺时的约束措施

本公司在申请首次公开发行股票并上市过程中作出了相关承诺，为确保该等承诺的履行，就未能履行前述承诺时的约束措施作出如下承诺：

（1）本公司应当在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的合法权益；

（3）本公司未履行相关承诺给投资者造成损失的，将依法承担损害赔偿责任。

2、公司控股股东、共同实际控制人关于未能履行承诺时的约束措施

本人作为华人健康的控股股东/实际控制人，在华人健康申请首次公开发行股票并上市过程中作出了相关承诺，为确保该等承诺的履行，就未能履行前述承诺时的约束措施作出如下承诺：

（1）本人应当在华人健康股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者解释和道歉；

（2）向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的合法权益；

（3）如本人因未履行承诺获得收益的，则该等收益归华人健康所有；

（4）未履行承诺事项期间，归属于本人的当年公司现金分红收益归公司所有，且本人不得否决该期间内有关公司分红的议案；同时本人直接或间接持有

的华人健康股票不得转让，直至本人履行相关承诺或作出补充承诺或替代承诺为止；

（5）本人未履行相关承诺给华人健康和投资者造成损失的，本人将依法承担损害赔偿责任。

3、公司董事、监事、高级管理人员关于未能履行承诺时的约束措施

公司全体董事、监事、高级管理人员在华人健康申请首次公开发行股票并上市过程中作出了相关承诺，为确保该等承诺的履行，就未能履行前述承诺时的约束措施作出如下承诺：

（1）如本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取如下措施：

①本人应当在华人健康股东大会及中国证监会指定的信息披露媒体上及时、充分披露承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和社会公众投资者解释和道歉；

②本人未履行相关承诺给投资者造成损失的，将依法承担损害赔偿责任。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人无法控制的客观原因，导致本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取如下措施：

①通过华人健康及时、充分披露承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护华人健康及投资者的权益。

（八）其他承诺事项

1、避免同业竞争的承诺

公司控股股东、**共同**实际控制人为避免同业竞争承诺：

（1）本人及本人直接或间接控制的其他企业不会直接或间接从事任何与华

人健康及其下属公司经营业务构成竞争或潜在竞争关系的业务与经营活动，亦不会投资任何与华人健康及其下属公司经营业务构成竞争或潜在竞争关系的其他企业；

（2）在本人作为华人健康控股股东/实际控制人期间，如本人及控制的其他企业获得的商业机会与华人健康及其下属公司主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的，本人将立即通知华人健康，并尽力将该商业机会给予华人健康，避免与华人健康及下属公司形成同业竞争或潜在同业竞争，以确保华人健康及华人健康其他股东利益不受损害；

（3）本人保证有权签署本承诺函，且本承诺函一经本人签署即对本人构成有效的、合法的、具有约束力的责任，且在本人作为华人健康控股股东/实际控制人期间持续有效，不可撤销；

（4）本人保证严格履行本承诺函中的各项承诺，如本人或本人直接或间接控制的其他企业因违反相关承诺并因此给华人健康或其他股东造成损失的，本人将承担相应的法律责任，并承担相应的损失赔偿责任。

公司控股股东、**共同**实际控制人的胞兄何家裕直接或间接控制的企业，均不属于发行人经营业务范畴，或无实质经营，与发行人不构成同业竞争，具体请参见本招股说明书之“第七节 公司治理与独立性之九、同业竞争之（三）控股股东、**共同**实际控制人亲属控制或施加重大影响的企业亦不存在重大不利影响的同业竞争关系”的分析。为进一步保障发行人权益，何家裕就避免未来直接或间接与发行人发生同业竞争情况作出了承诺：

（1）本人及本人直接或间接控制的其他企业不会直接或间接从事任何与华人健康及其下属公司的主营业务（暨药品的批发和零售）构成竞争或潜在竞争关系的业务与经营活动，亦不会投资任何与华人健康及其下属公司经营业务构成竞争或潜在竞争关系的其他企业；

（2）本人作为华人健康的关联方，如本人及控制的其他企业获得的商业机会与华人健康及其下属公司主营业务发生同业竞争或可能发生同业竞争的，本人将立即通知华人健康，并尽力将该商业机会给予华人健康，避免与华人健康及下属公司形成同业竞争或潜在同业竞争，以确保华人健康及华人健康其他股

东利益不受损害；

（3）本人保证有权签署本承诺函，且本承诺函一经本人签署即对本人构成有效的、合法的、具有约束力的责任，且在本人作为华人健康关联方期间持续有效，不可撤销；

（4）本人保证严格履行本承诺函中的各项承诺，如本人或本人直接或间接控制的其他企业因违反相关承诺并因此给华人健康或华人健康股东造成损失的，本人将承担相应的法律责任，并承担相应的损失赔偿责任。

2、规范关联交易的承诺

公司控股股东、**共同**实际控制人为规范关联交易，承诺：

（1）本人及本人控制的其他企业与华人健康之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定应披露而未披露的关联交易。

（2）对于正常经营范围内、或存在其他合理原因确有必要的关联交易，本人及本人控制的其他企业与华人健康将根据公平、公允、等价有偿等原则，依法签署合法有效的协议文件，并将按照有关法律、法规和规范性文件以及华人健康章程之规定，履行关联交易审批决策程序，并保证该等关联交易均将基于交易公允的原则定价及开展。

（3）本人及本人控制的其他企业将严格按照相关规定，在审议涉及与华人健康之间的关联交易时，履行必要的关联董事/关联股东回避表决程序，遵守批准关联交易的法定程序和信息披露义务。

（4）保证不利用关联交易非法转移华人健康的资金、利润，不利用关联交易损害华人健康及其他股东的利益。

（5）本人愿意承担由于违反上述承诺给华人健康造成的经济损失及产生的法律责任。

（6）本承诺函自签署之日即行生效并不可撤销，并在华人健康存续且依照中国证监会、深圳证券交易所相关规定认定本人为华人健康关联人期间内有效。

公司主要股东赛富投资、阿里健康、华泰大健康为规范关联交易，承诺：

（1）对于正常经营范围内、或存在其他合理原因确有必要的关联交易，本企业及本企业控制的企业与华人健康将根据公平、公允、等价有偿等原则，依法签署合法有效的协议文件，并将按照有关法律、法规和规范性文件以及华人健康章程之规定，履行关联交易审批决策程序，并保证该等关联交易均将基于交易公允的原则定价及开展。

（2）本企业将严格按照相关规定，在审议涉及与华人健康之间的关联交易时，履行必要的关联董事/关联股东回避表决程序，遵守批准关联交易的法定程序。

（3）保证不利用关联交易损害华人健康及其他股东的利益。

公司董事、监事及高级管理人员为规范关联交易，承诺：

（1）对于正常经营范围内、或存在其他合理原因确有必要的关联交易，本人及本人控制的企业与华人健康将根据公平、公允、等价有偿等原则，依法签署合法有效的协议文件，并将按照有关法律、法规和规范性文件以及华人健康章程之规定，履行关联交易审批决策程序，并保证该等关联交易均将基于交易公允的原则定价及开展。

（2）本人将严格按照相关规定，在审议涉及与华人健康之间的关联交易时，履行必要的关联董事/关联股东回避表决程序，遵守批准关联交易的法定程序。

（3）保证不利用关联交易损害华人健康的利益。

（4）本承诺函自签署之日即行生效并不可撤销，并在本人担任华人健康董事、监事或高级管理人员期间内有效。

3、避免资金占用的承诺

公司控股股东、**共同**实际控制人为避免资金占用，承诺：

（1）本人、近亲属及所控制的关联企业与华人健康及其控股公司现时不存在任何依照法律法规和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定应披露而未披露的资金占用，包括但不限于以借款、代偿债务、代垫款项等方式占用或转移华人健康及其控股公司资金或资产的情形。

（2）本人、近亲属及所控制的关联企业在与华人健康及其控股公司发生的经营性资金往来中，将严格按照相关法律、法规的规定限制占用华人健康及其控股公司的资金。

（3）本人、近亲属及所控制的关联企业不谋求以下列方式将华人健康及其控股公司资金直接或间接地提供给本人、近亲属及所控制的关联企业使用，包括：①有偿或无偿地拆借资金给本人、近亲属及所控制的关联企业使用；②通过银行或非银行金融机构向本人、近亲属及所控制的关联企业提供不具有商业实质的委托贷款；③委托本人、近亲属及所控制的关联企业进行不具有商业实质的投资活动；④为本人、近亲属及所控制的关联企业开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；⑤代本人、近亲属及所控制的关联企业偿还债务；⑥在没有商品和劳务对价情况下以其他方式向本人、近亲属及所控制的关联企业提供资金；⑦中国证监会、深圳证券交易所认定的其他方式。

（4）本人同意承担因违反上述承诺而产生的法律责任，并赔偿华人健康及其控股公司的相应损失。

4、社会保险金与住房公积金缴纳事宜的承诺

公司控股股东、**共同**实际控制人承诺：

（1）华人健康及其子公司已按相关规定为员工缴纳社会保险金（包括基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费）及住房公积金，如应社会保障、住房公积金主管部门要求或决定，华人健康需要为员工补缴社会保险金和住房公积金或华人健康因未为员工缴纳社会保险金和住房公积金而承担任何罚款或损失，本人愿承担应补缴的社会保险金、住房公积金和由此产生的滞纳金、罚款等费用，保证华人健康不会因此遭受损失。

（2）如本人违反上述承诺，则华人健康有权依据本约束措施扣留本人从华人健康获取的工资、奖金、补贴、股票分红等收入，用以承担本人承诺承担的社会保险和住房公积金责任和义务，并用以补偿华人健康因此而遭受的损失。

5、经营资质的承诺

公司控股股东、**共同**实际控制人承诺：

（1）除已披露情形外，华人健康及其子公司已按相关法律规定取得了华人健康、子公司及下属门店从事目前业务所需的经营资质，且该等经营资质均在有效期限内。若华人健康、子公司及下属门店因上述经营资质的权属、期限、效力等原因无法继续经营，或受到市场监督管理局等主管部门的行政处罚，本人将承担由上述原因对华人健康造成的全部损失。

（2）如本人违反上述承诺，则华人健康有权依据本约束措施扣留本人从华人健康获取的工资、奖金、补贴、股票分红等收入，用以承担本人承诺承担的上述经营资质相关责任和义务，并用以补偿华人健康因此而遭受的损失。

6、租赁事宜的承诺

公司控股股东、**共同**实际控制人承诺：

（1）华人健康及其子公司、分支机构已按相关法律规定与出租方签订了房屋租赁合同并按合同约定支付租金，该等租赁房产权属清晰、合法合规。若上述租赁房产在租赁期内因权属问题无法继续使用，或因租赁合同未按照规定进行备案登记而受到行政处罚，本人将承担由上述原因对华人健康造成的全部损失。

（2）如本人违反上述承诺，则华人健康有权依据本承诺函扣留本人从华人健康获取的工资、奖金、补贴、股票分红等收入，用以承担本人承诺承担的上述租赁相关责任和义务，并用以补偿华人健康因此而遭受的损失。

7、发行人股东信息披露专项承诺

根据《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》相关规定，发行人承诺：

（1）本公司已在招股说明书中真实、准确、完整的披露了股东信息。

（2）本公司历史沿革中不存在股权代持、委托持股等情形，不存在股权争议或潜在纠纷等情形。

（3）本公司不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有发行人股份的情形。

（4）本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直

接或间接持有发行人股份情形。

（5）本公司不存在以发行人股权进行不当利益输送情形。

（6）若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。

8、发行人关于不存在证监会系统离职人员入股的专项承诺

根据《监管规则适用指引—发行类第 2 号》相关规定，发行人承诺：

本公司之直接或间接股东（追溯至最终持有人），具备合法的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有公司股份，直接或间接股东里不存在离开证监会系统未满十年的工作人员，具体包括从证监会会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司离职的工作人员，从证监会系统其他会管单位离职的会管干部，在发行部或公众公司部借调累计满 12 个月并在借调结束后三年内离职的证监会系统其他会管单位的非会管干部，从会机关、派出机构、沪深证券交易所、全国股转公司调动到证监会系统其他会管单位并在调动后三年内离职的非会管干部。

本公司之直接或间接股东（追溯至最终持有人）不存在以下不当入股的情况：

（一）利用原职务影响谋取投资机会；

（二）入股过程存在利益输送；

（三）在入股禁止期内入股；

（四）作为不适格股东入股；

（五）入股资金来源违法违规。

9、保持公司独立性的承诺

公司控股股东、**共同**实际控制人为保证发行人独立性，承诺：

（1）保证华人健康资产独立完整

保证本人的资产或本人控制的公司、企业或其他组织、机构（以下简称“本人控制的其他企业”）与华人健康的资产严格分开，确保华人健康完全独立经营；严格遵守有关法律、法规和规范性文件以及华人健康章程关于华人健

康与关联方资金往来及对外担保等规定，保证本人或本人控制的其他企业不发生违规占用华人健康资金等情形。

（2）保证华人健康的人员独立

保证华人健康的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均不在本人控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务，不在本人控制的其他企业领薪；保证华人健康的财务人员不在本人控制的其他企业中兼职或/及领薪；保证华人健康的劳动、人事及工资管理与本人或本人控制的其他企业之间完全独立。

（3）保证华人健康的财务独立

保证华人健康保持独立的财务部门和独立的财务核算体系，财务独立核算，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；保证华人健康具有独立的银行基本账户和其他结算帐户，不存在与本人或本人控制的其他企业共用银行账户的情形；保证不干预华人健康的资金使用。

（4）保证华人健康机构独立

保证华人健康具有健全、独立和完整的内部经营管理机构，并独立行使经营管理职权；保证本人或本人控制的其他企业与华人健康的机构完全分开，不存在机构混同的情形。

（5）保证华人健康业务独立

保证华人健康的业务独立于本人或本人控制的其他企业，并拥有独立开展经营活动的资产、人员、资质和能力，具有面向市场独立自主经营的能力；保证本人或本人控制的其他企业与华人健康不存在同业竞争或显失公平的关联交易；本人或本人控制的其他企业不会对华人健康的正常经营活动进行干预。

（6）保证公司及本人与本人近亲属及其控制的的企业相互独立

保证除公司与本人近亲属控制的企业正常业务往来外，本人近亲属控制的企业的资产、人员、业务、财务、客户、供应商及配送渠道等资源均不来源于华人健康或本人，公司或本人从未对本人近亲属控制的的企业提供资产、人

员、业务、财务、采购、销售及配送渠道等任何方面的资助或协助，不存在相互分担成本费用的情形。公司自行开发客户、供应商及配送渠道，不存在与本人近亲属及其控制的企业共用客户、供应商及配送渠道的情形；

保证公司与本人近亲属及其控制的的企业及其股东不存在任何形式的股权、期权、债权、资金、收益权等利益安排或输送；公司日后亦不会与本人近亲属及其控制的的企业及其股东发生或进行任何形式的利益安排或输送；

保证除公司与本人近亲属控制的企业正常业务往来外，公司与本人近亲属及其控制的的企业没有任何其他资金往来，不存在业务、机构、人员、资产及采购、销售、配送渠道等混同的情形，公司不以任何形式对本人近亲属控制的任何企业（以下简称“特定企业”）进行投资、提供资助、担保或发生其他经济业务往来；不以任何形式参与特定企业的经营；本公司与特定企业保持资产、人员、财务、机构、业务、采购、销售及配送渠道等方面的相互独立，不与特定企业发生任何形式的捆绑采购或联合议价，不与特定企业发生任何形式的利益输送。

（7）保证关于公司独立性的信息披露真实、准确、完整

公司严格按照《公司法》、《证券法》等法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，公司及本人关于独立性的信息披露真实、准确、完整。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

根据重要性原则及发行人所属行业特点、资产规模等情况，本招股说明书对报告期内发行人与主要供应商、客户签订的重大购销框架协议以及目前正在履行的重大合同予以披露。

（一）销售合同

由于公司医药零售业务面对终端消费者，本销售合同仅为发行人医药代理及终端集采业务所涉及的重大销售合同。同时，因医药代理及终端集采业务销售产品的种类、批次繁多，公司与客户签订的销售合同一般采用框架协议，在协议中一般不约定具体采购金额，本销售合同系发行人及其子公司与报告期各期重要客户签订的在履行或已履行完毕的合同。具体如下：

1、医药代理业务

截至报告期末，公司医药代理业务中，与报告期各期重要客户签订的已履行和在履行销售合同如下：

（1）已履行的合同

年度	序号	客户名称	主要销售内容	合同起始日期	合同截止日期
2019 年度	1	重庆捷利信医药有限责任公司	药品等	2019/1/1	2019/12/31
	2	湖南怀仁药业有限公司	药品等	2019/1/1	2019/12/31
	3	山东联众医药连锁有限公司	药品等	2019/1/1	2019/12/31
	4	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	药品等	2019/1/1	2021/12/31
	5	湖南益丰医药有限公司	药品等	2018/1/1	2020/12/31
2020 年度	1	湖南怀仁药业有限公司	药品等	2020/1/1	2020/12/31
	2	山东联众医药连锁有限公司	药品等	2020/1/1	2020/12/31
	3	台州瑞人堂药业有限公司	药品等	2020/1/1	2020/12/31
	4	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	药品等	2019/1/1	2021/12/31
	5	湖南益丰医药有限公司	药品等	2018/1/1	2020/12/31

年度	序号	客户名称	主要销售内容	合同起始日期	合同截止日期
2021 年度	1	湖南益丰医药有限公司	药品等	2021/1/1	2021/12/31
	2	山东联众医药连锁有限公司	药品等	2021/1/1	2021/12/31
	3	湖南怀仁药业有限公司	药品等	2021/1/1	2021/12/31
	4	台州瑞人堂药业有限公司	药品等	2021/1/1	2021/12/31
	5	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	药品等	2019/1/1	2021/12/31

（2）在履行的合同

序号	客户名称	主要销售内容	合同起始日期	合同截止日期
1	辽宁天益堂大药房医药连锁有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31
2	湖南益丰医药有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31
3	山东联众医药连锁有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31
4	湖南怀仁药业有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31
5	台州瑞人堂药业有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31
6	重庆捷利信医药有限责任公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31

2、医药终端集采业务

（1）已履行的合同

截至报告期末，公司医药终端集采业务的部分客户因自身经营不善或信誉较低，公司主动减少并终止合作，主要涉及客户如下：

序号	客户名称	主要销售内容	合同起始日期	合同截止日期
1	宿松县德胜医药有限责任公司宿松大药房总店	药品等	2019/12/1	2020/7/23
2	安徽省尚好大药房有限公司	药品等	2019/11	2021/4/26
3	宿松县治贺医药有限公司	药品等	2019/12/1	2020/9/8

注：合同截止日为最后一笔销售日

（2）在履行的合同

截至报告期末，公司医药终端集采业务中，与报告期各期重要客户签订的在履行的销售合同具体如下：

序号	客户名称	主要销售内容	合同起始日期	合同截止日期
1	安徽好之佳大药房连锁有限公司	药品等	2019/10/16	2022/10/15

序号	客户名称	主要销售内容	合同起始日期	合同截止日期
2	合肥市百福生大药房连锁有限公司	药品等	2019/10/20	2022/10/19
3	阜阳市和家福药房零售连锁有限公司	药品等	2019/10/16	2022/10/15
4	安徽时珍堂大药房连锁有限公司	药品等	2019/12/1	2022/11/30
5	淮南市福之源大药房连锁有限公司	药品等	2020/4/20	2023/4/19
6	金寨县百草堂大药房有限公司	药品等	2019/11/1	2022/10/31
7	安徽省秀水回春大药房连锁有限公司	药品等	2020/1/1	2023/12/31

（二）采购合同

因医药**零售、代理**及终端集采业务采购产品的种类、批次繁多，公司与供应商签订的采购合同一般采用框架协议，在协议中一般不约定具体采购金额，本采购合同系发行人及其子公司与报告期各期重要供应商签订的在履行或已履行完毕的合同。具体如下：

1、医药代理业务

由于发行人医药代理业务涉及的品规繁多，基于重要性原则，选取报告期各期重要供应商，在当年实际代理金额达 1,000 万元以上的药品所对应的框架合同，具体如下：

序号	供应商名称	代理商品	合同起始日期	合同截止日期	履行情况
1	丽珠医药集团股份有限公司	雷贝拉唑钠肠溶胶囊	2019/1/1	2019/5/31	履行完毕
			2019/6/1	2019/12/31	履行完毕
			2020/1/1	2020/12/31	履行完毕
			2021/1/1	2021/12/31	履行完毕
			2022/1/1	2022/12/31	在履行
2	山东济水阿胶有限公司	阿胶	2017/10/1	2020/12/31	履行完毕
			2021/1/1	2021/12/31	履行完毕
			2021/11/1	2027/12/31	在履行
3	上海信谊联合医药药材有限公司	硝苯地平缓释片（II）	2018/1/1	2020/12/31	履行完毕
			2021/1/1	2021/12/31	履行完毕
			2022/1/1	2022/12/31	在履行
4	辰欣药业股份有限公司	缬沙坦氢氯噻嗪胶囊	2018/7/1	2019/6/30	履行完毕
			2019/7/1	2020/6/30	履行完毕

序号	供应商名称	代理商品	合同起始日期	合同截止日期	履行情况
			2020/7/1	2021/6/30	履行完毕
			2021/7/1	2022/6/30	在履行
5	四川峨嵋山药业有限公司	阿莫西林胶囊	2019/1/1	2023/12/31	在履行

注：公司医药代理业务与供应商所签订合同一般按照所代理不同规格产品签署。

2、医药零售业务

截至报告期末，公司医药零售业务中，与报告期各期重要供应商签订的已履行和在履行采购合同如下：

（1）已履行的合同

年度	序号	供应商	主要采购内容	合同起始日期	合同截止日期
2019年度	1	安徽天星医药集团有限公司	药品等	2019/1/1	2019/12/31
	2	安徽九州通医药有限公司	药品等	2019/1/1	2019/12/31
	3	安徽立方药业有限公司	药品等	2019/1/8	2019/12/31
	4	国药控股安徽华宁医药有限公司	药品等	2019/1/1	2019/12/31
	5	合肥曼迪新药业有限责任公司	药品等	2019/1/1	2019/12/31
2020年度	1	安徽天星医药集团有限公司	药品等	2020/1/1	2020/12/31
	2	国药控股安徽华宁医药有限公司	药品等	2020/1/1	2020/12/31
	3	安徽九州通医药有限公司	药品等	2020/1/1	2020/12/31
	4	合肥曼迪新药业有限责任公司	药品等	2020/1/1	2020/12/31
	5	安徽立方药业有限公司	药品等	2020/1/1	2020/12/31
2021年度	1	安徽天星医药集团有限公司	药品等	2021/1/1	2021/12/31
	2	国药控股安徽华宁医药有限公司	药品等	2021/1/1	2021/12/31
	3	安徽九州通医药有限公司	药品等	2021/1/1	2021/12/31
	4	合肥曼迪新药业有限责任公司	药品等	2021/1/1	2021/12/31
	5	安徽立方药业有限公司	药品等	2021/1/1	2021/12/31

（2）在履行的合同

序号	客户名称	主要销售内容	合同起始日期	合同截止日期
1	安徽天星医药集团有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31

注：自 2021 年下半年起，发行人医药零售业务的采购逐步转由汇达药业统一集采

3、医药终端集采业务

截至报告期末，公司医药终端集采业务中，与报告期各期重要供应商签订

的已履行和在履行采购合同如下：

（1）已履行的合同

序号	供应商名称	主要采购内容	合同起始日期	合同截止日期
1	国药控股安徽华宁医药有限公司	药品等	2019/9/1	2019/12/31
		药品等	2020/1/1	2020/12/31
		药品等	2021/1/1	2021/12/31
2	合肥曼迪新药业有限责任公司	药品等	2019/9/1	2019/12/31
		药品等	2020/1/1	2020/12/31
		药品等	2021/1/1	2021/12/31
3	合肥立方制药股份有限公司	药品等	2019/9/30	2019/12/31
		药品等	2020/1/1	2020/12/31
		药品等	2021/1/1	2021/12/31
4	安徽天星医药集团有限公司	药品等	2019/9/1	2020/12/31
		药品等	2021/1/1	2021/12/31
5	安徽九州通医药有限公司	药品等	2019/10/1	2019/12/31
		药品等	2020/1/1	2020/12/31
		药品等	2021/1/1	2021/12/31

（2）在履行的合同

序号	客户名称	主要销售内容	合同起始日期	合同截止日期
1	国药控股安徽华宁医药有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31
2	合肥曼迪新药业有限责任公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31
3	合肥立方制药股份有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31
4	安徽天星医药集团有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31
5	安徽九州通医药有限公司	药品等	2022/1/1	2022/12/31

（三）银行借款及授信合同

截至报告期末，发行人及其控股公司在报告期内已履行或正在履行的且金额达到 2,000 万元及以上的银行借款及授信合同如下：

单位：万元

序号	借款人	出借人	合同名称	借款/授信金额	借款/授信期限	履行情况	担保方式
1	华人健康	交通银行股份有限公司	流动资金借款合同（编号：180100）	2,000.00	授信期限：2018 年 2 月 12	履行完毕	抵押担保、连

序号	借款人	出借人	合同名称	借款/授信金额	借款/授信期限	履行情况	担保方式
		安徽省分行			日至 2021 年 2 月 12 日；单笔借款于提款后 12 个月内还款，最迟还款期限 2021 年 8 月 12 日		带责任保证担保
2	华人健康	交通银行股份有限公司安徽省分行	流动资金借款合同（编号：180790）	2,000.00	授信期限：2018 年 11 月 14 日至 2019 年 11 月 14 日；单笔借款于提款后 12 个月内还款，最迟还款期限 2020 年 5 月 14 日	履行完毕	抵押担保、连带责任保证担保
3	安徽国胜	杭州银行股份有限公司合肥包河支行	综合授信额度合同（编号：159C11020180002 70）	4,172.53	2018 年 12 月 14 日至 2021 年 12 月 14 日	履行完毕	抵押担保
4	安徽国胜	杭州银行股份有限公司合肥包河支行	流动资金借款合同（编号：159C11020180002 7）	2,500.00	2018 年 12 月 14 日至 2019 年 6 月 13 日	履行完毕	-
5	安徽国胜	中国光大银行股份有限公司合肥分行	综合授信合同（编号：HFBHZHZSXY201 80004）	2,000.00	2018 年 9 月 13 日至 2019 年 9 月 12 日	履行完毕	连带责任保证担保、质押担保
6	安徽国胜	招商银行股份有限公司合肥分行	借款合同（编号：551HT2019056671 ）	2,000.00	自实际放款之日起 12 个月	履行完毕	连带责任保证担保、质押担保
7	安徽国胜	中信银行股份有限公司合肥分行	人民币流动资金贷款合同（编号：（2019）信合银贷字第 1973504D0197 号）	2,500.00	自 2019 年 6 月 26 日至 2020 年 6 月 25 日	履行完毕	抵押担保、连带责任保证担保
8	安徽国胜	交通银行股份有限公司安徽省分行	流动资金借款合同（编号：190505）	3,000.00	授信期限：2019 年 9 月 9 日至 2022 年 9 月 9 日；单笔借款自提款日起 12 个月，最迟还款期限 2023 年 3 月 9 日	正在履行	抵押担保、连带责任保证担保

序号	借款人	出借人	合同名称	借款/授信金额	借款/授信期限	履行情况	担保方式
9	安徽国胜	交通银行股份有限公司安徽省分行	流动资金借款合同（编号：200094）	2,000.00	授信期限：2020年2月27日至2021年2月27日；单笔借款自提款日起12个月	履行完毕	无（疫情贷款）
10	安徽国胜	招商银行股份有限公司合肥分行	借款合同（编号：551HT2020073456）	2,000.00	自实际放款之日起12个月	履行完毕	连带责任保证担保
11	华人健康	兴业银行股份有限公司合肥分行	额度授信合同（编号：218100授157号）	4,500.00	2021年1月29日至2022年1月28日	正在履行	连带责任保证担保
12	安徽国胜	兴业银行股份有限公司合肥分行	额度授信合同（编号：218100授152号）	4,500.00	2021年1月29日至2022年1月28日	正在履行	连带责任保证担保
13	安徽国胜	招商银行股份有限公司合肥分行	授信协议（编号：551XY2021004309）	3,000.00	2021年2月8日至2022年2月7日	履行完毕	连带责任保证担保
14	安徽国胜	合肥科技农村商业银行股份有限公司七里塘支行	统一授信协议（编号：2H0007202105250 00005）	2,000.00	2021年5月25日至2022年2月7月	履行完毕	连带责任保证担保
15	安徽国胜	招商银行股份有限公司合肥分行	授信协议（编号：551XY2021021218）	4,000.00	2021年8月3日至2022年8月2日	正在履行	连带责任保证担保
16	安徽国胜	合肥科技农村商业银行股份有限公司七里塘支行	统一授信协议（编号：ZH0007202112090 00005）	4,000.00	2021年12月8日至2022年10月15月	正在履行	连带责任保证担保
17	安徽国胜	中国光大银行股份有限公司合肥分行	综合授信协议（编号：HFBHZHZSXY202 10011）	2,000.00	2021年9月3日至2022年9月2日	正在履行	连带责任保证担保
18	华人健康	中国光大银行股份有限公司合肥分行	综合授信协议（编号：HFBHZHZSXY202 10012）	2,000.00	2021年9月3日至2022年9月2日	正在履行	连带责任保证担保
19	华人健康	招商银行股份有限公司合肥分行	授信协议（编号：551XY2021021220）	2,000.00	2021年8月3日至2022年8月2日	正在履行	连带责任保证担保

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保。

三、对发行人、控股子公司产生较大影响的诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁事项情况。

四、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员的重大刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

何家伦曾于 2016 年 3 月因涉嫌单位行贿被合肥市庐阳区人民检察院立案侦查。2018 年 1 月 8 日，合肥市庐阳区人民检察院作出《不起诉决定书》（庐阳检刑不诉[2018]8 号），何家伦实施了《中华人民共和国刑法》第三百九十三条规定的行为，但犯罪情节轻微，可以免于刑事处罚，决定对何家伦不起诉。2021 年 1 月 26 日，合肥市公安局包河分局滨湖派出所出具《无违法犯罪记录证明》，证明截至 2021 年 1 月 25 日，何家伦不存在刑事犯罪记录。

上述事项未发生在最近 36 个月内，不属于审核问答所述之最近 3 年内的重大违法行为。

根据合肥市包河区市场监督管理局于 2021 年 6 月 22 日出具的证明文件，确认发行人及其子公司安徽国胜历史上不存在因其主体或主要经营负责人的行贿、单位行贿或不正当竞争等违反市场秩序的重大违法行为被市场监督部门处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质的情形。

根据合肥市医疗保障基金管理中心于 2021 年 6 月 16 日出具的证明文件，确认安徽国胜及其下属分支机构医保资质均系按照法定程序经申请、审批取得，历史上不存在因其主体或主要经营负责人的违法行为被医保主管部门处罚、取消医保资质的情形。

所涉事项与发行人药品零售业务存在关联，但未导致发行人、子公司、下属直营门店、合作门店被行政处罚、停业整顿、吊销营业执照或资质；该事项不涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域，且发行人未因该事项被主管机关处以行政处罚，不属于情节严重的情形，亦不构成污染环境、重大人身伤亡和社会影响恶劣的情形，因此何家伦该刑事案件不

属于《审核问答》所述之重大违法行为。

根据控股股东、**共同**实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的书面确认文件，并经查询“中国裁判文书网”、“全国法院被执行人信息查询系统”、“国家企业信用信息公示系统”、“信用中国”等网站，截至 2021 年 12 月 31 日，发行人控股股东、**共同**实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

五、董事、监事、高级管理人员最近三年的合法合规情况

最近三年，公司的董事、监事、高级管理人员不存在涉嫌犯罪被司法机关调查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查的情形。

六、控股股东、实际控制人报告期内合法合规情况

报告期内，公司控股股东、**共同**实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法违规行为。

第十二节 声明

一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

何家乐　何家伦　殷　俊

陈　凯　沈涤凡　鲁　勤

刘志迎　周学民　肖志飞

全体监事签名：李莉莉　孙福安　吴娟娟

全体非董事高级管理人员签名：

李　梅　赵春水

安徽华人健康医药股份有限公司

2022年 8 月 4 日

二、发行人控股股东、共同实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东：

何家乐

共同实际控制人：

何家乐　　何家伦

安徽华人健康医药股份有限公司

2021年 8月 17日

三、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：

陈 睿

保荐代表人：

范 杰　　刘 鹭

总经理：

马 骁

董事长、法定代表人（或授权代表）：

江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2022年 8月 5日

本人已认真阅读安徽华人健康医药股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

马 骁

保荐机构董事长（或授权代表）：

江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2022 年 8 月 5 日

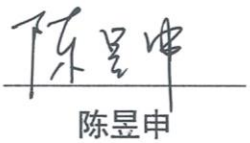
四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

经办律师：



李　强



陈昱申

单位负责人：



李　强



国浩律师（上海）事务所

2022年 8 月 5 日

会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读安徽华人健康医药股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告（报告号为：中天运[2022]审字第 90046 号）、内部控制鉴证报告（报告号为：中天运[2022]核字第 90038 号）及经本所核验的非经常性损益明细表（报告号为：中天运[2022]核字第 90037 号）无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

陈晓龙　　刘鑫康　　祁祥

会计师事务所负责人：

刘红卫

中天运会计师事务所（特殊普通合伙）

2022 年 8 月 5 日

会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师已阅读安徽华人健康医药股份有限公司招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告（报告号为：中天运[2020]验字第 00041 号、中天运[2020]验字第 00026 号、中天运[2019]验字第 00022 号等）及验资复核报告（报告号为：中天运[2021]核字第 90185 号）无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

陈晓龙

刘鑫康

祁祥

会计师事务所负责人：

刘红卫

中天运会计师事务所（特殊普通合伙）

2022年 8月 5日

七、资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：



邓士丹

张宏刚（离职）

资产评估机构负责人：



徐伟建



沃克森（北京）国际资产评估有限公司

2022年 8月 5日

情况说明

沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《安徽省华仁医药经营有限公司变更设立股份有限公司涉及的净资产价值追溯评估项目资产评估报告》（沃克森评报字[2018]第 1545 号）的签字资产评估师之一张宏刚，原为我公司注册评估师，该同志已于 2021 年 3 月 29 日办理离职手续。

特此声明。

资产评估机构负责人：

徐伟建

沃克森（北京）国际资产评估有限公司

2022年 8月 5日

第十三节 附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅地址和时间

（一）发行人：安徽华人健康医药股份有限公司

办公地址：合肥市包河工业区上海路 18 号

查阅时间：承销期内每个工作日上午 9：00－11：30，下午 2：00－5：00

联 系 人：李梅

电　话：0551-62862668

（二）保荐机构（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

办公地址：南京市建邺区江东中路 228 号华泰证券广场 1 号楼 4 层

查阅时间：承销期内每个工作日上午 9：00－11：30，下午 2：00－5：00

联 系 人：范杰

电　话：025-83389999