

宏信证券有限责任公司
关于广东诺丝科技股份有限公司
挂牌申请文件的第一次反馈意见的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司《关于广东诺丝科技股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见》（以下简称“反馈意见”）之要求，宏信证券有限责任公司（以下简称“宏信证券”或“主办券商”）作为广东诺丝科技股份有限公司（以下简称“公司”、“诺丝科技”）股票在全国中小企业股份转让系统有限公司挂牌并公开转让申请的主办券商，会同公司、北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）、北京安杰律师事务所，本着勤勉尽责和诚实信用的原则，就反馈意见所提问题逐项进行了认真核查、讨论和说明，并协助对申报材料进行了修改和补充，现回复如下（除非另有指明，本回复说明中的释义与公开转让说明书相同）：

目录

一、公司特殊问题	4
问题 1、关于公司的行业。请公司补充说明并披露：（1）公司开展的业务符合现行规定和监管及对外宣传意识形态的情况；（2）公司所处行业的业务情况，以及行业、公司未来发展的情况；（3）公司业务的风险控制具体制度安排及相应措施。请主办券商和律师就前述事项进行核查，并就以下事项发表明确意见：（1）公司开展的业务是否符合现行的规定和监管；（2）公司核准开展业务的区域与其实际展业区域是否一致；（3）公司业务的风险控制是否健全，并得到切实可行。	4
问题 2、关于产品生产及采购事项。（1）请公司补充披露公司对产品质量安全的控制措施；（2）请公司补充披露公司原材料采购是否符合国家质量、安全规范的要求，公司如何保证采购的产品安全、质量，并重点披露采购流程、产品质量控制标准及执行情况；（3）请公司结合公司内控治理情况补充分析公司如面临产品质量等负面因素时是否具备完备的内控能力及相关事故责任是否具有完善的应急处置措施；（4）请主办券商及律师结合上述事项补充核查并发表意见：1）原材料供应市场竞争状况，原材料质控措施是否有效，相关产品质量监管政策、市场消费习惯对公司盈利能力是否存在不利影响；2）公司及董事、监事及高级管理人员与报告期内与供应商是否存在关联关系，是否存在其他利益安排。	13
问题 3、关于产品推广。请公司补充披露公司产品的推广情况，请主办券商和律师结合广告法等相关法律法规及政府部门的规定核查公司产品推广的合法合规性。	20
问题 4、关于业务资质。请主办券商、律师核查公司的以下事项并发表明确意见：（1）是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，对其齐备性、相关业务的合法合规性发表意见；（2）是否存在超越资质、范围经营的情况，是否存在相应的法律风险，公司的风险控制和规范措施，是否构成重大违法行为；（3）是否存在无法续期的风险，对公司持续经营的影响。	24
问题 5、报告期内，公司净利润大幅波动。（1）请公司补充披露具体原因及其合理性，是否属于行业特点。（2）请公司补充披露如何应对波动较大的风险，具体措施及其有效性。（3）请主办券商及申报会计师补充核查，分别对收入真实性、收入来源的稳定性、业绩波动的合理性，发表明确意见。	26
问题 6、公司采购的主要供应商康乐公司，目前为公司避孕套产品的单一供应商。（1）请公司结合原材料采购特点、采购模式、供应商甄选方法等补充说明公司供应商集中的原因；（2）请主办券商及会计师结合采购合同、入库单补充核查上述情况，并针对公司采购的真实性发表专业意见。	29
问题 7、公司采用以经销商为主的销售模式。（1）请公司将销售收入按直销和经销分别披露，并在前五大客户中将直销客户和经销分别进行披露。（2）请主办券商补充核查并请公司补充披露公司经销商的管理制度，判断公司能否对经销商实行有效管理。（3）请公司结合与经销商的合作模式、销售政策、合同主要条款等，补充披露对经销商收入的确认时点，对经销商的销售是否属于买断式销售，并结合退货情况补充说明并披露公司对经销商的收入确认是否谨慎。请主办券商及申报会计师核查并发表明确意见。（4）请主办券商及会计师补充核查公司产品的最终销售情况，核查公司是否存在通过经销商虚增收入的情形，并结合	

直销与经销的单位成本、单价及毛利率差异、销售费用明细等情况补充核查是否存在向经销商支付客户佣金的情形。	32
问题 8、公司存有外协情况。请公司补充说明并披露：（1）外协厂商的名称；（2）外协厂商与公司、董事、监事、高级管理人员的关联关系情况；（3）与外协厂商的定价机制；（4）外协产品、成本的占比情况；（5）外协产品的质量控制措施；（6）外协在公司整个业务中所处环节和所占地位的重要性。请主办券商和律师分别就以下事项发表明确意见：（1）外协厂商与公司、董事、监事、高级管理人员是否存有关联关系；（2）公司对外协厂商是否存有依赖。	42
二、申报文件的相关问题	45
（1）为便于登记，请以“股”为单位列示股份数。	45
（2）请列表披露可流通股股份数量，检查股份解限售是否准确无误。	45
（3）公司所属行业归类应按照上市公司、国民经济、股转系统的行业分类分别列示。	45
（4）两年一期财务指标简表格式是否正确。	45
（5）在《公开转让说明书》中披露挂牌后股票转让方式；如果采用做市转让的，请披露做市股份的取得方式、做市商信息。	45
（6）历次修改的文件均需重新签字盖章并签署最新日期。	45
（7）请将补充法律意见书、修改后的公开转让说明书、推荐报告、审计报告（如有）等披露文件上传到指定披露位置，以保证能成功披露和归档。	45
（8）申请挂牌公司自申报受理之日起，即纳入信息披露监管。请知悉全国股转系统信息披露相关的业务规则，对于报告期内、报告期后、自申报受理至取得挂牌函并首次信息披露的期间发生的重大事项及时在公开转让说明书中披露。 ..	45
（9）请公司及中介机构等相关责任主体检查各自的公开披露文件中是否存在不一致的内容，若有，请在相关文件中说明具体情况。	45
（10）请公司及中介机构注意反馈回复为公开文件，回复时请斟酌披露的方式及内容，若存在由于涉及特殊原因申请豁免披露的，请提交豁免申请。	45
（11）请主办券商提交股票初始登记申请表（券商盖章版本和可编辑版本） ..	46
（12）若公司存在挂牌同时发行，请公司在公开转让说明书中披露股票发行事项，于股票发行事项完成后提交发行备案材料的电子文件至受理部门邮箱 shouli@neeq.org.cn ，并在取得受理通知后将全套发行备案材料上传至全国股份转让系统业务支持平台（BPM）。	46
（13）存在不能按期回复的，请于到期前告知审查人员并将公司或主办券商盖章的延期回复申请的电子版发送至审查人员邮箱，并在上传回复文件时作为附件提交。	46

一、公司特殊问题

问题 1、关于公司的行业。请公司补充说明并披露：（1）公司开展的业务符合现行规定和监管及对外宣传意识形态的情况；（2）公司所处行业的业务情况，以及行业、公司未来发展的情况；（3）公司业务的风险控制具体制度安排及相应措施。请主办券商和律师就前述事项进行核查，并就以下事项发表明确意见：

（1）公司开展的业务是否符合现行的规定和监管；（2）公司核准开展业务的区域与其实际展业区域是否一致；（3）公司业务的风险控制是否健全，并得到切实可行。

公司回复：

一、请公司补充说明并披露公司开展的业务符合现行规定和监管及对外宣传意识形态的情况。

1、公司开展的业务符合现行规定和监管的情况。

公司主营业务为避孕套及其周边产品的研发、设计和销售。避孕套产品属于国家二类医疗器械，其生产经营由国家食品药品监督管理总局监管。按照《医疗器械监督管理条例》（国务院令第 650 号），对从事二类医疗器械的经营企业，其管理要求如下：

监管要求	公司经营情况	公司资质
第十一条 向我国境内出口第二类、第三类医疗器械的境外生产企业，应当由其在我国境内设立的代表机构或者指定我国境内的企业法人作为代理人，向国务院食品药品监督管理部门提交注册申请资料和注册申请人所在国（地区）主管部门准许该医疗器械上市销售的证明文件。	康乐公司向公司出口避孕套产品。	康乐公司已取得医疗器械注册证。注册号：国药食监械（进）字 2011 第 2662569 号。
第三十条 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	公司销售“诺丝”品牌避孕套产品。	公司及子公司已取得第二类医疗器械经营备案凭证。

<p>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。</p>		<p>诺丝科技备案号：粤中食药监械经营备 20140015 号；上海益富备案号：沪浦食药监械经营备 20150610 号。</p>
---	--	---

公司及子公司一直严格遵守国家相关法律法规要求，按照现行规定经营业务。

上述内容已在申报文件的《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“六、公司所处行业基本情况”处披露。

2、公司开展的业务符合对外宣传意识形态的情况。

根据《中华人民共和国广告法（1994年10月27日第八届全国人民代表大会常务委员会第十次会议通过，2015年4月24日第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议修订）》相关规定第九条第八款：“广告不得含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；第十条、广告不得损害未成年人和残疾人的身心健康”；《广告法》第16条规定，医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容：（1）表示功效、安全性的断言或者保证；（2）说明治愈率或者有效率；（3）与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较；（4）利用广告代言人作推荐、证明；（5）法律、行政法规规定禁止的其他内容。药品广告的内容不得与国务院药品监督管理部门批准的说明书不一致，并应当显著标明禁忌、不良反应。处方药广告应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告应当显著标明“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。推荐给个人自用的医疗器械的广告，应当显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。医疗器械产品注册证明文件中有禁忌内容、注意事项的，广告中应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。

公司的“诺丝”品牌避孕套，其主张的产品经营理念为：健康、安全、时尚的快消品。公司产品的对外宣传在意识形态上以倡导健康、安全性行为为主，符合对外宣传意识形态的要求。公司严格遵守相关广告法规条例规定，产品从未在传统大众媒体进行不当宣传。日常产品宣传和推广均以公益形式为主，与

各地卫生防疫部门开展防治艾滋病、性病的相关生殖健康教育，进入大学校园组织活动普及两性健康知识，并结合每年的防治艾滋病日、避孕日、男性健康日、三八妇女节等，介绍相关避孕知识等来提高避孕套的使用率。

上述内容已在申报文件的《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“六、公司所处行业基本情况”处披露。

二、请公司补充说明并披露公司所处行业的业务情况，以及行业、公司未来发展的情况。

从行业和业务的发展角度看，天然胶乳橡胶避孕套是目前世界上应用最广泛的避孕器具，也是艾滋病及各类性传播疾病的有效防范工具。随着消费者健康生育观念的深入，健康安全意识的加强以及对生活品质需求的提升，市场对避孕套产品的需求正在不断扩大，作为健康生活的日常必备用品，避孕套行业呈现了持续快速发展的态势。国家药监、卫计委等部门多次出台鼓励推广使用避孕套的相关通知、政策，项目组也查询了国家发改委有关法规、政策，公司的业务符合国家产业政策的要求，所处行业不属于国家产业政策限制的行业。

近几年来，国内避孕套生产及包装企业达 300 多家，根据环球网财经的数据，国内避孕套销量已达到 96 亿个，市场规模每年成长 10% 以上，中国已成为全球最大避孕套产品的消费国。全球避孕套市场的规模预计在 2018 年之前将达到约 54 亿美元。以销量和销售额计算，亚太地区预料将是成长最快的市场。亚洲市场在 2007 至 2015 年之间的年复合增长率(CAGR)估计将为 7%。

公司自创立以来一直追求产品品质的提高和品牌的维护，在经营过程中吸收国际先进企业的经验，不断提升“诺丝”品牌的内涵及影响力，市场份额稳步提升，根据尼尔森的统计，目前公司整体品牌竞争力处在杜蕾斯、冈本、杰斯邦等国际品牌第一梯队之后，在国内本土品牌中处于前列。公司目前的线下销售渠道已遍布全国三十多个省市，产品在各大国际连锁超市、区域性连锁超市、便利连锁店、其他小型商店、OTC 药店等近 10 万个网点均有销售。同时，随着互联网及电商的快速发展，公司已开始拓展互联网销售市场，整体业务规模呈增长趋势。

未来公司将进一步加强品牌建设，扩大品牌影响力，持续提升品牌价值。同时不断加大新产品开发投入，提升自主创新能力和产品核心竞争力，提升公司可持续发展能力。加大市场渠道开发力度，进一步扩大市场份额。在现有基础上完善公司各部门管理体系，培养和引进各类专项人才。积极拓宽融资渠道，将公司打造成为国内具有领导地位的行业标杆。

（一）品牌推广

公司将进一步明确自身的品牌战略定位，打造品牌的差异化识别度和核心价值，通过深层次研究行业市场环境特性、目标消费群需求、竞争品牌现状和发展趋势，结合公司自身产品和资源情况，来打造具有差异化、清晰化、易感知的品牌形象，进行区别于竞争者品牌主张的品牌宣传，可针对各类节假日活动开展市场促销、分销活动；充分利用互联网传媒、公共交通分众传媒推广宣传；结合各大高等院校进入校园宣讲推广等一系列以进一步扩大品牌的影响力和知名度。

1、提炼品牌核心价值。

未来公司将利用多年行业运营经验的优势，通过全面科学的品牌调查，深层次研究目前行业市场环境、行业特性、目标消费群、竞争品牌现状和发展趋势，结合公司自身产品和资源情况，提炼具有差异化、清晰化、易感知、能触动和感染消费者内心世界的品牌核心价值，将品牌核心价值运用于品牌和市场推广中，并且贯穿整个公司的经营活动，为品牌资产不断的做加法。

2、提升品牌识别度。

为了更好地推动品牌发展、扩大品牌知名度和影响力，公司将着手进行品牌 LOGO、产品外包装设计的重塑和升级，规范品牌形象识别系统，把品牌识别元素执行到所有营销传播活动中去，确保每一次营销传播活动都演绎和传达出品牌独特的自我主张。

（二）加大线上销售规模

网络购物已经成为当下大部分中青年人群的购物方式和日常生活习惯，各类电商平台则成为了不容忽视的市场。公司在未来将加大线上渠道销售力度，包括和天猫、一号店、唯品会等各类电商平台开展深度合作，将公司的产品通过纷繁的线上渠道，被更多的消费者认知并购买。

（三）开拓 OTC 药店渠道

连锁零售药店近年来迅速崛起，公司在维护好省内优势区域的 OTC 渠道的同时，积极拓展省外的 OTC 渠道，并将采取针对性地开发 OTC 产品品类，打开全国其它区域的市场空间。

（四）加强研发投入力度

公司将在未来持续加大产品研发、新品设计的力度，增加研发费用的投入，吸引更多的行业设计开发人才，以从各方面来提高自主创新能力。公司将和供应商马来西亚康乐工业有限公司及其它公司携手，合作研发新的产品品类，加大产品的市场差异化，以提升公司产品的市场竞争能力和行业影响力。

1、聚焦畅销单品。

公司未来产品开发方向，将以消费者需求为导向，继续探索未来产品发展趋势，抓住机遇调整自身产品业务布局，确立明星单品开发战略，提升品牌的差异化程度和市场吸引力，提高消费者的复购率，从而降低消费者的开发成本。

2、延伸产品类目。

公司未来将围绕避孕套产品进行品类延伸，积极寻求在产品品类间互补的产品，包括润滑液、护理用品等，也将看好情趣用品市场的良好发展势头。

（五）优化内部管理体系

根据业务发展的需要，公司将继续推进企业文化建设，完善内部管理体系，实施管理提升工程。目前，公司已将最新的销售管理软件应用于营销体系的实际业务操作过程，并还将升级 ERP 系统来实现线上线下的渠道业务协同，实现统一的财务核算管理、供应商协同管理、内部供应链平台管理，提高企业的总体运作实力，从而形成规范和标准化的内部管理体系。

（六）积极借力资本市场

公司在不断致力于自身经营同时，积极进入资本市场以求进一步拓宽公司的融资渠道。公司未来将通过资本化的运作，扩大公司规模，提升品牌知名度，拓展产业链布局，寻找产业链上的并购标的，提高市场的竞争实力。

上述内容已在申报文件的《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“六、公司所处行业基本情况”处披露。

三、请公司补充说明并披露公司业务的风险控制具体制度安排及相应措施。

1、公司业务的风险控制具体制度安排。

(1) 公司制订了《内部控制制度》，要求公司的内部控制活动应当涵盖公司所有业务环节，包括但不限于：销售及收款、采购及付款、固定资产管理、存货管理、货币资金管理、关联交易、担保与融资、投资、研发、人事管理等，能够从整体层面有效防范业务风险；

(2) 公司建立了较为完善的《财务管理制度》，涵盖了公司的采购、销售等经营过程和各个具体环节，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系；

(3) 公司制订了《采购管理制度》、《销售管理制度》、《质量管理制度》等业务制度，对业务流程各个环节进行了系统规范，确保业务人员按照相关制度进行各项业务活动。

2、业务风险控制的具体措施。

(1) 公司主要业务均有相应流程，从研发设计、采购、销售均严格按照流程操作，从程序上防范业务风险。公司的避孕套产品从研发和设计、原材料的选取、产品生产过程、成品检测、运输等环节建立了整套协调、管控机制，符合国际和国内各项产品质量标准；

(2) 公司制订了严格的品质控制流程和产品监控体系，对每一批次的产品均可追踪，一旦发生质量问题，可及时联系相关经销商或终端客户及时采取措施，防止产品进一步扩散，同时，也可向供应商要求查明原因；

(3) 公司建立了经销商筛选标准，根据行业经验来考察各地潜在经销商的经营历史、当地市场口碑、自身经营状况、行业信誉度等各项内容，此外还需要对方具备良好的销售渠道扩张能力、资金周转能力、产品配送能力等；

(4) 公司的避孕套产品销售一直以传统渠道为主，为预防近年来区域经济形势变化、人流量变化可能导致的传统渠道销量下降风险，公司正积极开拓新兴销售渠道，如天猫、京东、1号店等各种互联网电子商务平台，招募专业人才，并加大对电子商务平台的推广。未来，电子商务平台的销量份额有望提升至公司整体销售的15%以上，将有效应对传统渠道销量下降带来的影响；

(5) 公司对经销商和自营直供客户有完善的管理考核措施，公司各区域销

售人员会根据客户的当年销售任务完成目标、区域经济发展状况等情况，制定相关客户的销售指标，并包含销售政策、奖励政策、退货政策等，确保公司产品在区域的顺利销售、流通等。如客户未按公司相关政策执行，公司将有权调整或解除合作关系。

上述内容已在申报文件的《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“六、公司所处行业基本情况”处披露。

四、请主办券商和律师就前述事项进行核查，并就以下事项发表明确意见：

(1) 公司开展的业务是否符合现行的规定和监管；(2) 公司核准开展业务的区域与其实际展业区域是否一致；(3) 公司业务的风险控制是否健全，并得到切实可行。

主办券商回复：

(一) 公司开展的业务是否符合现行的规定和监管

主办券商通过访谈公司相关人员，核查公司实际业务开展情况；通过查阅行业监管部门的现行相关法规条例，了解公司业务所处行业的监管部门和现行监管条例；通过查阅公司及子公司的经营备案文件，核查公司具备的业务经营资质情况等；取得了中山及上海药监部门的守法证明和香港律师出具的法律意见，核查具体情况如下：

1、公司的避孕套产品均从马来西亚康乐公司进口，按照《医疗器械监督管理条例》的要求，康乐公司已对供应给公司的所有产品办理了医疗器械注册许可证；

2、公司作为避孕套产品经营企业，已按照规定取得第二类医疗器械经营备案凭证；公司销售的人体润滑液产品采购自中山洁莹，属于普通日化用品，按照现行国家规定，经营普通日化用品，无需申办任何资质；

3、上海益富的业务主要是销售公司“诺丝”品牌避孕套，上海益富已取得第二类医疗器械经营备案凭证；

4、香港诺丝的经营范围为“医疗器具生产和销售”，报告期内，香港诺丝

2015年6月设立后并未从事任何生产和经营，且香港诺丝注册于香港，无需按照《医疗器械监督管理条例》的要求，申办境内业务资质；

5、中山市药监部门和上海金山药监部门均已对公司近三年经营情况出具了无违法违规行为的证明；香港潘展鸿律师事务所已出具法律意见，确认“香港诺丝在成立之后没有在香港涉及民事诉讼及刑事诉讼，亦不涉及公司清盘案件”。

安杰律师亦对上述事项进行了核查，认为公司在报告期内开展业务符合各项法律法规的规定及其监管要求；

综上，主办券商认为，公司开展的业务属于国家二类医疗器械经营业务，受国家食品药品监督管理总局的监管，公司及子公司按《医疗器械经营监督管理办法》的规定取得了业务开展所需的经营备案，其业务符合现行的规定和监管。

（二）公司核准开展业务的区域与其实际展业区域是否一致

主办券商通过访谈公司管理层，核查公司实际业务开展情况；通过查阅行业监管部门的现行相关法规条例，了解公司业务所处行业的监管部门和现行监管条例；通过查阅公司及子公司的经营备案文件，核查公司具备的业务经营资质情况等，核查具体情况如下：

截止本回复出具之日，公司销售架构如下：公司在上海和香港分别设立子公司上海益富和香港诺丝，在深圳、东莞设立分公司，在北京、天津设立办事处。公司在全国市场分五大销售区域：北京区（含东三省）、华北区（含天津、河北、山西、内蒙）、华东区（含上海、江苏、安徽、浙江）、华南区（含湖北、湖南、江西、福建、广东）、西南西北区（含重庆、四川、陕西、甘肃）。

根据《医疗器械监督管理条例》的规定，“第二条 在中华人民共和国境内从事医疗器械的研制、生产、经营、使用活动及其监督管理，应当遵守本条例。”公司及子公司上海益富已按照上述《医疗器械监督管理条例》要求，取得第二类医疗器械经营备案凭证，可以在中华人民共和国境内从事避孕套销售业务。按照现行法律法规规定，并未对经营避孕套、人体润滑液产品有任何区域限制。报告期内，香港诺丝2015年6月设立后并未从事任何生产和经营。

安杰律师亦对上述事项进行了核查，认为公司在报告期内核准开展业务的区

域与其实实际展业区域一致；

综上，主办券商认为，公司核准开展业务的区域与其实实际展业区域一致。

（三）公司业务的风险控制是否健全，并得到切实执行

通过与公司管理层及员工访谈，查阅公司规章制度、业务流程相关文件和各类采购、销售合同，取得公司管理层对公司内控及业务情况的说明，核查具体情况如下：

1、公司制订了较为完善的业务制度和内部控制制度，并从财务管理上对各类业务活动进行全面管理；

2、公司制订了一系列风险控制措施，从业务流程、产品品质控制、客户管理、业务拓展等方面防范业务风险；

3、公司在日常经营管理活动中一直严格按照制度和流程从事各类业务活动，至今未受到任何主管部门的处罚。

安杰律师认为，公司已经针对其经营过程中可以合理预见的管理风险、产品质量风险、主要产品采购单一风险、客户不当行为等风险建立了相应的业务风险控制制度，规定了风险防范的具体措施，该等制度和措施已经在公司得到了有效贯彻执行，公司报告期内不存在因发生相应业务风险而使得公司所经营业务遭受重大损失或因此而受到相关主管部门处罚的情形。

主办券商认为，公司已建立相应的业务管理制度，制订了风险控制措施，公司的业务风险控制健全，并得到切实执行。

问题 2、关于产品生产及采购事项。（1）请公司补充披露公司对产品质量安全的控制措施；（2）请公司补充披露公司原材料采购是否符合国家质量、安全规范的要求，公司如何保证采购的产品安全、质量，并重点披露采购流程、产品质量控制标准及执行情况；（3）请公司结合公司内控治理情况补充分析公司如面临产品质量等负面因素时是否具备完备的内控能力及相关事故责任是否具有完善的应急处置措施；（4）请主办券商及律师结合上述事项补充核查并发表意见：1）原材料供应市场竞争状况，原材料质控措施是否有效，相关产品质量监管政策、市场消费习惯对公司盈利能力是否存在不利影响；2）公司及董事、监事及高级管理人员与报告期内与供应商是否存在关联关系，是否存在其他利益安排。

公司回复：

一、请公司补充披露公司对产品质量安全的控制措施。

公司对进口采购的原材料或产品均严格遵照国家药监局的质量标准，康乐公司所有为本公司生产的避孕套产品均已取得许可或备案文件。公司不仅要求康乐公司按照相关技术质量标准生产产品，并且公司也会按照国家药监标准对康乐公司的每批次产品进行抽检，确保符合国家产品标准。公司对自身经营产品的质量安全控制有一套较为完善的措施，制订了《质量管理体系》和相关采购、销售制度，以保障产品经营过程中的质量和安全。具体包括：

1、供货商选择。

公司把产品质量放在首位，认真审核购入医疗器械企业的合法性和质量可靠性，从具备相关合法资格并有质量保证和生产能力的企业购进产品，确认并取得供货方合法资格有效证明文件。

2、产品质检验收。

产品采购入司后，公司有专门的质检部门对照供货合同，依据避孕套产品质量标准，对所到货物在检测室内开展质量验收。验收的原则为逐批验收，检查重点为：外包装完好性、质量合格情况、有效期限等，验收合格方可入库。

3、产品出库管理。

仓库管理人员在提付货物时，秉持“先进先出、先产先出、易变先出、近期先出”的原则，根据出库单核对购货单位、品名、规格型号、批号、有效期、数量、外包装质量等信息，核对、检查完毕后方可予以出库发货。

4、不合格产品的处理。

经验证产品为不合格品时，公司将按有关协议的规定，将产品退回供货商；对于过有效期的产品公司一律采取销毁措施。

上述内容已在申报文件的《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“五、公司商业模式”处披露。

二、请公司补充披露公司原材料采购是否符合国家质量、安全规范的要求，公司如何保证采购的产品安全、质量，并重点披露采购流程、产品质量控制标准及执行情况。

公司避孕套产品执行我国 GB7544 的产品质量标准，国家药监部门按此标准来管理市场上销售的各类避孕套产品。根据《医疗器械监督管理条例》的规定，“向我国境内出口第二类、第三类医疗器械的境外生产企业，应当由其在我国境内设立的代表机构或者指定我国境内的企业法人作为代理人，向国务院食品药品监督管理部门提交注册申请资料和注册申请人所在国（地区）主管部门准许该医疗器械上市销售的证明文件”。公司主要产品为“诺丝”品牌系列的避孕套，且产品全部进口自马来西亚康乐公司。康乐公司为公司生产的所有避孕套产品已申请了进口医疗器械注册证，注册证编号为国药食监械（进）字 2011 第 2662569 号。公司不仅要求康乐公司按照相关技术质量标准生产产品，并且公司也会按照国家药监标准对康乐公司的每批次产品进行抽检，确保符合国家产品标准。

1、在供应商的生产环节。

产品在生产过程中必须要做实时生产线按 GB7544（等同于国际标准 ISO4074）检测标准抽检，一般检测包括：体积和压力的爆破检测、产品长度、

厚度和宽度检测、目视产品缺陷检测、水检测、100%电子针孔检测、出厂前成品检测。康乐公司将每批次订单产品的所有的检测报告随货物快递至公司，公司以此作为采购产品收货入库、销售的依据。

2、产品验收环节。

公司设有产品检测室，对所有入库前的产品按 GB7544 标准进行抽样检测。

3、第三方检测环节。

公司为了保证产品质量安全和销售信誉，将产品不定期抽样送至国家食品药品监督管理局认可的检测中心进行第三方检测。

公司与供应商康乐公司每年签署一次采购的框架类协议，即：协议约定采购条件、价格约定方式、违约赔偿等，并就每年原材料价格波动和汇率波动等来协商调整当年的协议采购单价。年度内的具体交易则通过每期制订采购订单的方式，每笔订单约定具体产品类型需求明细、数量以及交货日期等内容。基本流程如下：

公司每月向供应商下订单前会参考：上年度月平均销售量、上季度月平均销量和市场部销售计划此 3 项数据来制定调整每期的订单采购计划，之后向供应商康乐发送订单。康乐根据公司订单的具体生产要求和交货要求按时供货，通过海运方式抵达国内的中山港港口，出货后由中山市佳盈外贸有限公司作为进出口代理公司对货柜负责一系列清关程序、并安排物流将货运至公司仓库，公司从仓库抽货质检，根据公司的销售订单以备发货。

公司已加入全国橡胶与橡胶制品标准化技术委员会胶乳制品分技术委员会，并严格执行 GB7544 的国家产品标准。

此外，公司采购自中山洁莹日用品有限公司的人体润滑液属于日化用品类产品，国家目前对该类产品尚无国家标准，只有行业标准。洁莹公司的润滑液均按《中华人民共和国轻工行业标准》的数据和要求进行生产、质检。

上述内容已在申报文件的《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“三、与公司业务相关的资源要素”处披露。

三、请公司结合公司内控治理情况补充分析公司如面临产品质量等负面因

素时是否具备完备的内控能力及相关事故责任是否具有完善的应急处置措施。

自股份公司设立以后，公司已建立比较完善的公司治理结构，营造了良好的控制环境，内部控制制度设计健全、执行有效。公司能够及时识别和评估所面临的风险，并采取措施规避或降低风险事项对公司经营发展带来的不利影响。公司的风险识别、评估和防范体系能够有效运行。公司主要业务均有相应流程，控制措施能够有效实施。

公司的产品均满足国家药监部门的质量标准，在报告期内未发生任何因质量问题而产生的纠纷，亦未受到国家药监部门的处罚。

一旦发生相关产品本身质量等负面问题，公司将与供应商沟通，采取退货并协商索赔处理；对于日常产品销售中涉及外包装破损等问题则及时予以客户退回并重新发送完好包装的产品；如果面临产品超出有效期限等情况，公司将一律采取销毁处理。

公司历年均未发生过消费者投诉或者产品质量问题。公司制订了严格的品质控制流程和产品监控体系，对每一批次的产品均可追踪，一旦发生质量问题，可及时联系相关经销商或终端客户及时采取措施，防止产品进一步扩散，同时，也可向供应商要求查明原因。

上述内容已在申报文件的《公开转让说明书》之“第三节 公司治理”之“二、董事会对公司治理机制的讨论与评估”处披露。

四、请主办券商及律师结合上述事项补充核查并发表意见。

（一）原材料供应市场竞争状况，原材料质控措施是否有效，相关产品质量监管政策、市场消费习惯对公司盈利能力是否存在不利影响

通过询问管理层和查阅行业研究资料，了解国内、国外原材料供应市场情况；通过查阅公司质量控制管理制度，实地走访公司各个质检环节、查阅公司第三方质检报告等方式，了解公司质控措施实施情况；通过查阅相关部门产品监管政策，了解其对公司盈利的影响。经核查：

1、原材料供应市场竞争情况。

公司采购的原材料主要包括避孕套裸套（即未包装但已塑封的避孕套）、各

类辅助包装材料，避孕套及辅助包装材料市场供应充分，生产厂家众多，无论是国内还是国外厂家，并无技术或资质上的重大差异。

公司避孕套产品全部进口自马来西亚康乐公司。尽管公司单一从康乐公司采购避孕套成品，但是国际代工生产避孕套产品的生产厂商构成了一个充分竞争和活跃的市场，包括 NULATEX SDN BHD、SAGAMI MANUFACTURERS SDN BHD、MAXSILIN PRODUCTS SDN BHD 等均为国际上具备相应实力的生产商和潜在外协合作伙伴，因此公司具备自由且丰富的选择成品生产及进口合作伙伴的市场基础。在此基础上，公司选择康乐公司作为报告期内唯一的合作伙伴原因如下：

①避孕套的主要成分为天然橡胶胶乳，从原材料供应角度出发，马来西亚作为全球优质天然橡胶产地，产品原材料的质量、供应量及成本均较有优势。

②康乐公司的制造能力、生产工艺等均已达世界领先水平，生产线全过程受到严格的质量检测控制，全部生产工序均按 GMP 管理规范，亦能充分保证公司产品的需求量。

③康乐公司给予公司良好的付款条件，有助于公司稳定良好的现金流运转。

④除上述几项因素外，康乐公司与公司长年以来的合作，基于双方在经营理念上达成的共识、各自良好的商业信誉以及合作期间彼此诚信度的积累。

尽管公司与康乐有着良好的长期合作关系，但考虑到供应商单一的风险，公司正不断扩大备选供应商数量，在坚持产品品质的前提下，公司已在马来西亚筛选了供应商候选人，同时正积极与泰国、日本的避孕套厂商洽谈以寻求更多的合作供应商，随着未来产品销量的扩大，公司将逐步分散采购点，降低供应商单一的风险。

公司除康乐公司外，在马来西亚另有备选供应商 SSN Medical Products。公司已与该供应商协商了未来产品生产加工等合作事宜，未来公司拟逐步开始对其下单。此外，公司亦在积极联系马来西亚的其它供应商及其他地区的供应商，具体包括：马来西亚的 NULATEX SDN BHD 公司、SAGAMI MANUFACTURERS SDN BHD 公司及 MAXSILIN PRODUCTS SDN BHD 公司；泰国的 Thai Nippon 公司；日本 Fuji latex 公司等。公司将对更多的供应商进行考察筛选，沟通合作条件，增加备选供应商的数量。

2、原材料质控措施。

公司针对避孕套成品采购的质量控制措施包括：（1）生产工厂康乐公司必须要做实时在线检测（生产过程中），按 GB7544 对产品进行爆破检测、产品长度、可见缺陷等抽检；（2）100%ET（电子针孔检测）；（3）出厂前成品检测，检测项目有爆破检测、产品长度等，所有的检测报告将随货物运送至公司作为收货入库、销售之依据；（4）公司在国内设立检测室对所有入库产品按 GB7544 标准进行抽样检测；（5）不定时抽样送受国家食品药品监督管理局认可的检测中心进行第三方检测，以确保公司避孕套成品的质量；（6）若在公司总部自我抽检出现重大数据异常时，则公司检测人员会提请公司抽样送交受国家食品药品监督管理局认可的第三方检测机构进行第三方检测。

3、产品质量监管政策。

随着国家对避孕套市场的规范，有利于企业间的公平竞争。国家食品药品监督管理局推出各项行业生产、经营管理法规制度，产生优胜劣汰的整顿效果，对规范市场秩序起到了重要作用。这不仅有利于企业间的公平竞争，也促进了避孕套行业健康有序的发展。

4、市场消费习惯。

经济发展，物质生活水平的提高，使得越来越多的人群健康安全意识和对生活各方面品质的需求也在随之上升，随着性观念在国内的不断开放和进步，消费者对避孕套这类性用品的各种体验需求和消费意识亦产生着变化，这种观念的转变也是促进避孕套行业发展的一个良好动因。

主办券商认为，公司原材料市场供应充分，公司对采购的原材料质控措施有效；国家对避孕套产品实行监管有利于公司这类规范的经营机构，且随着生活水平的提高及消费者对健康的重视，避孕套的需求将逐步增加，对公司盈利能力产生积极影响。

（二）公司及董事、监事及高级管理人员与报告期内与供应商是否存在关联关系，是否存在其他利益安排

主办券商查阅了主要供应商的资料，询问公司董事、监事及高级管理人员并获得了相关承诺，核查具体情况如下：

(1) 公司的避孕套供应商马来西亚康乐公司，成立于 1988 年，现为全球最大的避孕套生产厂家之一，2014 年销售收入为 2.98 亿林吉特。每年生产约 40 亿只避孕套，共雇佣了约 2000 名工人，在马来西亚的 Pontian、Johor、Port Klang 及泰国的 Hat Yai 均设有生产基地。

经核查，并由公司、公司股东、董事、监事及高级管理人员等出具承诺，康乐公司与公司、公司股东、公司董事、监事及高级管理人员均无任何关联关系，也无其他利益安排。

(2) 公司人体润滑液供应商中山市洁莹日用品有限公司，成立于 2003 年 4 月 9 日，注册资本 100 万元，从 2015 年下半年起，利用“诺丝”品牌及现有销售网络，公司开始拓展避孕套的周边产品人体润滑液。经核查，公司控股股东和实际控制人之一的苏耀强先生持有其 55% 出资额，为公司关联方。除此之外，并无其他利益安排。

(3) 公司货架供应商中山市小榄镇龙三货架广告牌加工场系公司财务总监黄丽琼之弟弟黄顺龙经营的个体工商户，该个体工商户成立于 2010 年 7 月 27 日，经营者名称黄顺龙，经营场所中山市小榄镇沙口德来南路八街 6 号，经营范围为加工：货架、广告牌（不含电镀）。（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）

公司货架供应商中山市东升镇卓升货架加工场系公司财务总监黄丽琼之弟妹卢笑芳经营的个体工商户，该个体工商户成立于 2015 年 6 月 22 日，经营者名称卢笑芳，经营场所中山市东升镇联和街 9 号第一卡，经营范围为加工：货架、展架。（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）

报告期内，公司向关联方采购内容、金额及占公司同类交易金额总额的比例情况如下：

单位：元

关联方	关联交易内容	2015 年 1-7 月发生额	2014 年度发生额	2013 年度发生额
中山市洁莹日用品有限公司	购买商品	99,111.92	-	-

关联方	关联交易内容	2015年1-7月发生额	2014年度发生额	2013年度发生额
中山市小榄镇龙三货架广告牌加工场	购买货架	221,704.32	404,949.70	1,002,453.46
中山市东升镇卓升货架加工场	购买货架	698,417.03	-	-
合计		1,019,233.27	404,949.70	1,002,453.46

公司与关联方之间的关联交易是正常采购，向关联方采购的定价政策与其他客户的定价政策一致，均按照市场价格协商确定。

除上述两家货架供应商为公司关联方之外，公司其他包装材料、货架等供应商与公司及公司董事、监事、高级管理人员之间均无关联关系，也无其他利益安排。

律师亦对上述事项进行了核查，认为公司虽与洁莹公司存在关联关系，但对洁莹公司不产生任何依赖。

主办券商认为，公司从关联方采购的人体润滑液产品及货架均为公司辅助配套产品，且占采购总额的比例较低，上述关联方采购均按照市场价执行。除已披露的关联关系外，报告期内公司及公司董事、监事、高级管理人员与供应商之间无其他关联关系，也无其他利益安排。

问题 3、关于产品推广。请公司补充披露公司产品的推广情况，请主办券商和律师结合广告法等相关法律法规及政府部门的规定核查公司产品推广的合法合规性。

公司回复：

一、请公司补充披露公司产品的推广情况。

公司产品的推广主要可以分为商业推广和公益推广两大类：

1、线下、线上渠道的商业推广。

全国各大区域的线下渠道终端,根据当地的实际销售情况随机安排市场推广活动,大型活动则由公司市场部直接参与计划。推广的具体形式为:在情人节、七夕、双十一等各类节假日,在各大区域的商业广场、商超门口进行产品的免费派送等活动;也采取联合其它如:红酒类、酒店类、电影类等产品进行捆绑促销的形式,以扩大品牌知名度;同时结合线上渠道共同进行品牌宣传活动,公司已开通品牌官网、品牌微博、微信等宣传渠道进行重点推广,同时也在贴吧等网络平台进行有关产品的问答支持。

2、以健康宣讲为主的公益推广。

公司自成立以来,积极响应国家艾滋病防治的号召,在每年的预防艾滋病日、世界避孕日、男性健康日、三八妇女节等节日,与各地计生委、卫生防疫部门、大中院校等机构进行多次合作,举办各种艾滋病防治知识、普及生殖健康教育、两性健康知识等宣讲和活动,免费派发避孕套产品,在提升消费者关于两性健康知识的认知和自我保护意识的同时,也在长期的健康宣传过程中提升公司产品的知名度,促进产品销量的增长。

上述内容已在申报文件的《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“五、公司商业模式”处披露。

二、请主办券商和律师结合广告法等相关法律法规及政府部门的规定核查公司产品推广的合法合规性。

主办券商通过访谈公司管理层,了解公司产品的具体宣传内容;通过浏览公司产品的相关网站,了解公司线上宣传内容;通过查阅国家《广告法》等相关法律法规,核查公司产品推广的合法合规性。经核查:

根据相关法律法规的规定,公司经营的避孕套属于第二类医疗器械,因此其产品的推广宣传须符合如下法律法规的规定:

1、《广告法》第 16 条规定,医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容:

(1) 表示功效、安全性的断言或者保证;(2) 说明治愈率或者有效率;(3) 与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较;(4) 利用广告代言人作推荐、证明;(5) 法律、行政法规规定禁止的其他内容。药品广告的

内容不得与国务院药品监督管理部门批准的说明书不一致，并应当显著标明禁忌、不良反应。处方药广告应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告应当显著标明“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用”。推荐给个人自用的医疗器械的广告，应当显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。医疗器械产品注册证明文件中有禁忌内容、注意事项的，广告中应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。

2、《医疗器械监督管理条例》第 45 条规定，医疗器械广告应当真实合法，不得含有虚假、夸大、误导性的内容。医疗器械广告应当经医疗器械生产企业或者进口医疗器械代理人所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门审查批准，并取得医疗器械广告批准文件。广告发布者发布医疗器械广告，应当事先核查广告的批准文件及其真实性；不得发布未取得批准文件、批准文件的真实性未经核实或者广告内容与批准文件不一致的医疗器械广告。省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门应当公布并及时更新已经批准的医疗器械广告目录以及批准的广告内容。

3、《医疗器械广告审查发布标准》第 9 条规定，医疗器械广告中涉及改善和增强性功能内容的，必须与经批准的医疗器械注册证明文件中的适用范围完全一致，不得出现表现性器官的内容。报纸头版、期刊封面不得发布含有前款内容的广告。电视台、广播电台不得在 7:00—22:00 发布含有前款内容的广告。第 10 条规定，医疗器械广告中有关适用范围和功效等内容的宣传应当科学准确，不得出现下列情形：（1）含有表示功效的断言或者保证的；（2）说明有效率和治愈率的；（3）与其他医疗器械产品、药品或其他治疗方法的功效和安全性对比；（4）在向个人推荐使用的医疗器械广告中，利用消费者缺乏医疗器械专业、技术知识和经验的弱点，使用超出产品注册证明文件以外的专业化术语或不科学的用语描述该产品的特征或作用机理；（5）含有无法证实其科学性的所谓“研究发现”、“实验或数据证明”等方面的内容；（6）违反科学规律，明示或暗示包治百病、适应所有症状的；（7）含有“安全”、“无毒副作用”、“无效退款”、“无依赖”、“保险公司承保”等承诺性用语，含有“唯一”、“精确”、“最新技术”、“最先进科学”、“国家级产品”、“填补国内空白”等绝对化或排他性的用语；（8）声称或暗示该医疗器械为正常生活或治疗病症所必须等内容的；（9）含有明示或暗

示该医疗器械能应付现代紧张生活或升学、考试的需要,能帮助改善或提高成绩,能使精力旺盛、增强竞争力、能增高、能益智等内容。第 11 条规定,医疗器械广告应当宣传和引导合理使用医疗器械,不得直接或间接怂恿公众购买使用,不得含有以下内容:(1)含有不科学的表述或者通过渲染、夸大某种健康状况或者疾病所导致的危害,引起公众对所处健康状况或所患疾病产生担忧和恐惧,或使公众误解不使用该产品会患某种疾病或加重病情的;(2)含有“家庭必备”或者类似内容的;(3)含有评比、排序、推荐、指定、选用、获奖等综合性评价内容的;(4)含有表述该产品处于“热销”、“抢购”、“试用”等的内容。第 15 条规定,医疗器械广告不得在未成年人出版物和频道、节目、栏目上发布。医疗器械广告不得以儿童为诉求对象,不得以儿童的名义介绍医疗器械。

4、《医疗器械广告审查办法》第 18 条规定,向个人推荐使用的医疗器械广告中含有任意扩大医疗器械适用范围、绝对化夸大医疗器械疗效等严重欺骗和误导消费者内容的,省级以上药品监督管理部门一经发现,应当采取行政强制措施,在违法发布广告的企业消除不良影响前,暂停该医疗器械产品在辖区内的销售。

5、由于“诺丝”商标在转让前均为纽约国际所有,纽约国际曾于 2014 年 8 月 28 日签订明星代言合同,代言期限为 2014 年 10 月 1 日至 2016 年 9 月 30 日,用于推广“诺丝”品牌产品,该明星代言内容仅限于产品外包装等非广告形式,纽约国际并未在媒体为“诺丝”品牌做广告或者利用广告代言人为“诺丝”品牌作推荐、证明,不存在违反《广告法》的情形。2015 年 4 月《广告法》修订后,纽约国际原明星代言合同在到期终止后将不再续签。为解决上述商标权属及品牌发展问题,公司于 2015 年 9 月从纽约国际收购了“诺丝”系列避孕套产品的商标。截止本反馈回复出具之日,公司并未与任何明星签订产品代言合同。

6、根据中山市工商局于 2015 年 10 月 28 日出具的守法证明文件,截至出具证明日,公司未出现其它违反工商行政管理法律法规的不良行为。同时,根据中山市食品药品监督管理局于 2015 年 10 月 23 日出具的守法证明文件,公司自 2012 年 1 月 1 日至 2015 年 10 月 22 日期间,无因违反《医疗器械监督管理条例》等法律法规而受到行政处罚的情况。

安杰律师亦对上述事项进行了核查,认为公司产品推广的方法并未违反《广告法》的规定及其他相关法律法规的规定,亦未出现因产品推广而受到主管部门

处罚的情形。

综上，主办券商认为，公司产品的日常宣传内容形式健康、积极，推广合法合规。

问题 4、关于业务资质。请主办券商、律师核查公司的以下事项并发表明确意见：

（1）是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，对其齐备性、相关业务的合法合规性发表意见；（2）是否存在超越资质、范围经营的情况，是否存在相应的法律风险，公司的风险控制和规范措施，是否构成重大违法行为；（3）是否存在无法续期的风险，对公司持续经营的影响。

主办券商回复：

一、是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，对其齐备性、相关业务的合法合规性发表意见。

通过管理层和相关人员访谈，了解公司业务开展的基本情况；通过查阅相关行业法规条例，了解业务所处行业必须具备的经营资质、许可等要求；通过查阅公司的资质凭证及与律师咨询沟通，核查公司具备的业务经营资质情况。经核查：

1、公司避孕套产品的供应商康乐公司已获得医疗器械注册许可证，编号为“国食药监械（进）字 2011 第 2662569 号”。上述《医疗器械注册证》已于 2015 年 8 月 9 日到期，康乐公司已在有效期届满前 6 个月向国家药监局申请续期，截止本回复出具之日，上述《医疗器械注册证》仍在办理中。根据《医疗器械监督管理条例》第 15 条的规定，“医疗器械注册证有效期为 5 年。有效期届满需要延续注册的，应当在有效期届满 6 个月前向原注册部门提出延续注册的申请。除有本条第三款规定情形外，接到延续注册申请的食品药品监督管理部门应当在医疗器械注册证有效期届满前作出准予延续的决定。逾期未作决定的，视为准予延续。此外，2015 年 1 月 23 日，国家药监局向康乐公司核发了注册证编号为“国械注进 20152660240”的医疗器械注册证作为新旧证更换期间使用。

2、公司取得《第二类医疗器械经营备案凭证》，公司子公司上海益富也已取得《第二类医疗器械经营备案凭证》。

3、根据中国物品编码中心广东分中心于 2015 年 3 月 20 日核发的备案编号为“4400000327”《使用境外注册商品条码企业备案通知书》，公司在其代理销售的产品上使用在境外注册的商品条码，境外注册厂商识别代码为“48950743”，备案有效期至 2016 年 3 月 23 日。

除上述资质外，公司经营业务无需其他资质、许可、认证或特许经营权。

二、是否存在超越资质、范围经营的情况，是否存在相应的法律风险，公司的风险控制和规范措施，是否构成重大违法行为。

通过管理层和相关人员访谈，了解公司业务开展的基本情况；通过查阅相关行业法规条例，了解业务所处行业必须具备的经营资质、许可等要求；通过查阅公司的资质凭证及与律师咨询沟通，核查公司具备的业务经营资质情况。经核查：

公司开展的业务主要为“诺丝”品牌避孕套及周边产品的研发、设计和销售。避孕套业务属于二类医疗器械的经营类范畴，公司及子公司已办理了监管部门要求的经营备案，因此不存在超资质和范围经营的情况。

根据中山市和上海金山药监部门出具的证明文件，未发现公司有重大违法违规行为。

三、是否存在无法续期的风险，对公司持续经营的影响。

通过查阅相关行业法规条例，了解业务所处行业必须具备的经营资质、许可等要求；通过查阅公司的资质凭证，核查公司具备的业务经营资质有效期情况等。经核查：

公司从事的业务属于二类医疗器械的经营，目前，二类医疗器械类的备案凭证不存在有效期限问题。

安杰律师认为，公司已具备经营业务所需的资质、认可，公司不存在超越资质和经营范围生产经营的情况，亦不存在因为资质无法续期影响公司持续经营的风险。

综上，主办券商认为，公司已办理了经营业务所需的全部资质，公司资质齐备，不存在超越资质、范围经营的情况，不存在无法续期的风险，公司经营合法合规。

问题 5、报告期内，公司净利润大幅波动。（1）请公司补充披露具体原因及其合理性，是否属于行业特点。（2）请公司补充披露如何应对波动较大的风险，具体措施及其有效性。（3）请主办券商及申报会计师补充核查，分别对收入真实性、收入来源的稳定性、业绩波动的合理性，发表明确意见。

公司回复：

一、请公司补充披露具体原因及其合理性，是否属于行业特点。

报告期内，公司的营业收入为及利润情况构成如下：

单位：元

项 目	2015 年 1-7 月	2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增速	金额
营业总收入	58,251,556.94	81,530,981.79	15.44%	70,623,864.37
营业总成本	55,174,674.26	80,903,922.10	17.34%	68,950,618.04
营业利润	3,090,444.05	633,128.73	-62.46%	1,686,496.47
利润总额	3,064,863.80	638,984.48	-62.69%	1,712,654.67
净利润	2,164,446.40	229,330.99	-79.84%	1,137,795.43

报告期内，公司营业总收入保持稳步上升趋势，2014年度实现营业总收入8,153.10万元，较2013年度增加1,090.71万元，增幅为15.44%，增长主要源于公司2014年对西南市场的开拓。公司的营业总成本也随着业务扩张持续增加，2014年度营业总成本较2013年度增长1,195.33万元，增幅为17.34%。2013年度、2014年度和2015年1-7月，公司毛利率分别为66.35%、69.47%和66.98%，整体水平较为平稳。

公司最近两年一期的期间费用及变动情况如下：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占营业总收入比重	金额	占营业总收入比重	金额	占营业总收入比重
销售费用	30,813,028.89	52.90%	47,903,304.18	58.75%	37,691,364.56	53.37%

管理费用	4,571,555.89	7.85%	6,891,232.02	8.45%	6,491,343.31	9.19%
财务费用	368,254.42	0.63%	1,167,811.45	1.43%	898,190.54	1.27%
合计	35,752,839.20	61.38%	55,962,347.65	68.64%	45,080,898.41	63.83%

2014年度较2013年度净利润下降90.85万元，降幅为-79.84%，主要原因为2014年度销售费用较2013年末增加1,021.19万元，增幅为27.09%。在公司新市场开拓初期，销售费用和铺底货数量会显著上升，公司自2013年末开始大力开拓东北、北京、天津、陕西、西南市场，导致占销售费用比重较大的陈列费2014年度较上年末增加340.94万元，增幅为23.87%；同时，市场开拓带来业务人员规模扩张，专设销售机构职工薪酬增加520.83万元，增幅为50.29%。因此，2014年公司营业总收入增幅小于营业总成本。公司2014年度营业利润、利润总额和净利润均大幅下降，较2013年度分别减少105.34万元、107.34万元和90.85万元，降幅分别为62.46%、62.69%和79.84%。公司报告期内净利润波动幅度较大的原因不属于行业因素，主要是由于公司市场开拓带来费用增加导致。

上述内容已在《公开转让说明书》之“第四节 公司财务”之“四、公司报告期内利润形成的有关情况”中进行补充披露。

二、请公司补充披露如何应对波动较大的风险，具体措施及其有效性。

公司报告期内净利润波动幅度较大的主要原因是市场开拓导致的销售费用的增加，经过2013年和2014年的市场开拓，公司已初步形成全国布局的销售网络，未来销售费用将随着业务规模稳定增长。随着公司业务规模的扩大，公司将通过如下措施来应对业绩波动，保持经营业绩的有效提升：

1、提升品牌影响力。

在国内避孕套品牌的竞争中，本土品牌持续力不强，最根本的原因是没有明确的品牌战略定位。未来公司将进一步加强品牌建设，提炼“诺丝”品牌的核心价值，与竞争对手形成价值区隔，让消费者清晰识别并记住“诺丝”品牌核心价值利益点与个性。通过品牌影响力的提升，进一步提升公司产品的竞争力，使公司的市场份额持续提升。

2、深耕现有渠道网络，积极拓展OTC渠道，提升渠道的盈利能力。

目前公司全国渠道市场布局已在公司战略规划渗透下逐步成型，覆盖沃尔玛、家乐福、大润发、华润等大型连锁超市。随着连锁零售药店的迅速崛起，

预计在未来的5年内，普通零售药店当中将有不少转型为医药连锁成员。方便快捷是OTC普通零售药店的最大优势，伴随着零售药店连锁化、管理精细化的趋势，OTC普通零售药店的市场份额将会逐步扩大。未来公司将继续精耕省内优势区域的OTC渠道，积极拓展省外的OTC渠道，同时针对性开发OTC产品品类，提升渠道的盈利能力。

3、拓展互联网渠道。

随着互联网的不断发展，线下传统零售渠道普遍受着移动互联网大潮的冲击，竞争日益激烈，而线上的市场在迅速扩大。公司下一步将与天猫、一号店、当当网、苏宁易购、唯品会及新兴医药电商公司等各大电商平台携手，加大线上平台的销售力度，针对各个渠道的运营特点，开发渠道个性化定制产品，以提高公司在各大电商平台的品牌影响力，逐步扩大线上市场份额。

4、加强销售流程管理。

目前公司已经根据业务发展需要，引进并推行使用“纷享销客”软件作为营销团队管理工具，围绕销售外勤管理、过程管理、客户管理和团队管理四大核心体系，创新性地将销售功能模块与工作信息流无缝连接，为员工提供高效的工作沟通平台，达到高效的团队管理效果。未来公司将继续推进企业文化和制度建设，实施管理提升工程，以岗位规范化和业务流程化为重点，形成制度化、规范化、标准化的内部管理体系。通过管理能力的提高，降低各类经营费用。

5、搭建全渠道ERP解决方案。

未来公司将充分利用信息技术升级现有的ERP系统，来搭建全渠道营销解决方案ERP，帮助公司全面整合线上与线下渠道、直销与分销、电商与移动电商，实现电商与ERP财务、供应链的无缝集成，打造公司高效的线上线下渠道业务协同，加强公司对营销全渠道的集中管控能力，构建统一的财务核算管理、供应商协同管理、内部供应链平台管理，提高企业的总体运作实力，从而改善企业的盈利能力。

上述内容已在《公开转让说明书》之“第四节 公司财务”之“四、公司报告期内利润形成的有关情况”中进行补充披露。

三、请主办券商及申报会计师补充核查，分别对收入真实性、收入来源的稳定性、业绩波动的合理性，发表明确意见。

主办券商回复：

针对公司收入真实性、收入来源的稳定性、业绩波动的合理性，主办券商进行了核查，具体核查方法和范围如下：

(1) 查阅报告期内与客户签署的合同，了解公司收入的基本情况；

(2) 对公司报告期内各期前五大客户确认的收入进行穿行测试，核对公司发货单据、发票、进账单据，对客户的进货销售流程进行核查；获取了报告期内主要客户的出入库记录，并与公司的发货记录、银行资金凭证进行核对，对公司销售产品的最终去向进行验证；

(3) 与公司管理层、财务总监和销售总监访谈，了解公司对经销商的销售情况以及收入来源的稳定性、业绩波动的合理性；

(4) 走访深圳、中山、江门等地经销商和终端渠道，对公司产品的销售渠道、销量、销售产品类型进行核查；

(5) 获得了会计师的客户询证函，对公司产品的客户类型、销售数量、金额进行核查；

经核查，公司报告期内净利润波动幅度较大的主要原因是市场开拓导致的销售费用的增加，经过 2013 年和 2014 年的市场开拓，公司已初步形成全国布局的销售网络，未来销售费用将不会出现巨大波动。

公司会计师已对上述情况进行核查，认为公司收入确认真实、收入来源较为稳定、业绩波动在合理范围内。

主办券商认为，报告期内公司收入真实、准确；收入全部来源于主营业务，收入来源稳定；业绩波动主要是公司业务拓展导致，业绩波动在合理范围内。

问题 6、公司采购的主要供应商康乐公司，目前为公司避孕套产品的单一供应商。

(1) 请公司结合原材料采购特点、采购模式、供应商甄选方法等补充说明公司供应商集中的原因；(2) 请主办券商及会计师结合采购合同、入库单补充核查上述情况，并针对公司采购的真实性发表专业意见。

主办券商回复：

一、请公司结合原材料采购特点、采购模式、供应商甄选方法等补充说明公司供应商集中的原因。

公司主要产品为“诺丝”品牌系列的避孕套，且产品全部进口自马来西亚康乐公司。康乐公司成立于 1988 年，现为全球最大的避孕套生产厂家之一，2014 年销售收入为 2.98 亿林吉特。每年生产约 40 亿只避孕套，共雇佣了约 2,000 名工人，在马来西亚的 Pontian、Johor、Port Klang 及泰国的 Hat Yai 均设有生产基地。选择马来西亚康乐公司作为最主要的产品供应商，主要基于以下几个因素：

1、原材料采购特点。

避孕套的主要成分为天然橡胶胶乳，从原材料供应角度出发，马来西亚作为全球优质天然橡胶产地，产品原材料的质量、供应量及成本均较有优势。

2、采购模式。

公司与供应商每年签署一次采购的框架类协议，协议约定采购条件、价格约定方式、违约赔偿等，并就每年原材料价格波动、生产人力成本及汇率波动等来协商调整当年的协议采购单价。年度内的具体采购则通过每期制作采购订单的方式进行下单采购，其采购模式和流程为：

公司每月根据自身上年度和上季度月平均销量的发生情况以及市场部制定的销售计划，来调整每期的订单采购计划，每笔采购订单约定产品型号、材质、纹理等需求明细、数量以及交货日期等内容后，向供应商康乐发送采购订单。康乐根据公司订单的产品要求进行原材料采购并生产，最后按公司的交货要求按时供货。在货款支付环节，协议约定一般供应商康乐向公司交付 4 个货柜（铺货 4 个货柜），从公司收到第 5 个货柜起再支付康乐第一个货柜的费用，依次类推。

与康乐公司长年以来的合作，还有基于双方在经营理念上达成的共识、各自良好的商业信誉以及合作期间彼此诚信度的积累，至今已形成一种友好、信任且默契的合作关系，因此康乐公司作为公司的主要供应商，其合作关系是稳定的。

3、供应商甄选方法。

康乐公司的制造能力、生产工艺等均已达世界领先水平，生产线全过程受到严格的质量检测控制，全部生产工序均按 GMP 管理规范。生产的避孕套产品品质上乘，亦能充分保证公司产品的需求量。公司从康乐公司采购的所有避孕套产品均已按照国家药监部门的规定取得了进口医疗器械注册证。

综合上述几点，根据产品采购特点、采购模式以及供应商选择等的考量，公司产品供应商集中的原因，主要还是基于原材料地理环境要求、原材料品质和成本、供应商自身能力、与公司的采购信用期条件等因素综合考虑形成的。

二、请主办券商及会计师结合采购合同、入库单补充核查上述情况，并针对公司采购的真实性发表专业意见。

主办券商回复：

针对采购的真实性，主办券商进行了核查，具体核查方法和范围如下：

(1) 查阅报告期内签署的所有采购合同清单和与康乐公司签署的所有合同及订单，了解公司的采购具体情况；

(2) 对公司与康乐公司采购合同进行穿行测试，获取对应的采购入库单、海关的进口报关凭证、银行支付凭证等资料，核查公司采购的真实性；

(3) 访谈公司管理层和采购部门负责人，了解公司采购的具体流程和向康乐公司采购的具体情况；

(4) 查询了康乐公司（马来西亚上市公司）的公开披露资料等方式，对代理报关公司发出采购金额的询证函，核查公司采购的真实性；

经核查，公司报告期内采购商为康乐公司的主要原因有：①避孕套的主要成分为天然橡胶胶乳，从原材料供应角度出发，马来西亚作为全球优质天然橡胶产地，产品原材料的质量、供应量及成本均较有优势。②康乐公司的制造能力、生产工艺等均已达世界领先水平，生产线全过程受到严格的质量检测控制，全部生产工序均按 GMP 管理规范。生产的避孕套产品品质上乘，亦能充分保证公司产品的需求量。公司从康乐公司采购的所有避孕套产品均已按照国家药监部门的规定取得了进口医疗器械注册证。③康乐公司给予公司良好的付款条件，其货款交付条件为：康乐根据公司的订单要求进行生产并分批次发货，通常公司收到第 5 个货柜的产品时再支付第 1 个货柜的价款，依次类推。这项货款交付条件给予公司稳定良好的现金流运转。④此外，康乐与公司长年以来的合作，基于双方在经营理念上达成的共识、各自良好的商业信誉以及合作期间彼此诚信度的积累，至今已形成一种友好、信任且默契的合作关系，因此康乐公司作为公司的主要供应商，其合作关系是稳定的。

公司会计师已对上述情况进行核查，认为公司的采购真实、完整。

综上，主办券商认为，公司的采购真实、完整。

问题 7、公司采用以经销商为主的销售模式。（1）请公司将销售收入按直销和经销分别披露，并在前五大客户中将直销客户和经销分别进行披露。（2）请主办券商补充核查并请公司补充披露公司经销商的管理制度，判断公司能否对经销商实行有效管理。（3）请公司结合与经销商的合作模式、销售政策、合同主要条款等，补充披露对经销商收入的确认时点，对经销商的销售是否属于买断式销售，并结合退货情况补充说明并披露公司对经销商的收入确认是否谨慎。请主办券商及申报会计师核查并发表明确意见。（4）请主办券商及会计师补充核查公司产品的最终销售情况，核查公司是否存在通过经销商虚增收入的情形，并结合直销与经销的单位成本、单价及毛利率差异、销售费用明细等情况补充核查是否存在向经销商支付客户佣金的情形。

公司回复：

一、请公司将销售收入按直销和经销分别披露，并在前五大客户中将直销客户和经销分别进行披露。

报告期内，公司经销商模式和自营直供模式的占比如下：

单位：万元

年度	经销商		自营直供		合计
	金额	比例	金额	比例	
2013	6,095.72	86.31%	966.67	13.69%	7,062.39
2014	6,922.66	84.91%	1,230.44	15.09%	8,153.10
2015.1-7	4,732.62	81.24%	1,092.53	18.76%	5,825.16

报告期内，公司经销商前五大客户情况如下：

（1）2013年度前五大客户情况

单位：元

客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
东莞市东孚商贸有限公司	12,065,934.97	17.33%
深圳市东华通发展贸易有限公司	7,229,137.04	10.38%
中山市盛康日用品有限公司	4,623,619.94	6.64%

客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
杭州新花海商贸有限公司	2,471,314.34	3.55%
北京一商美洁商业有限公司天津分公司	1,992,500.88	2.86%
合 计	28,382,507.17	40.76%

(2) 2014年度前五大客户情况

单位：元

客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
东莞市东孚商贸有限公司	14,622,708.93	18.05%
中山市盛康日用品有限公司	7,196,686.01	8.89%
深圳市东华通发展贸易有限公司	6,569,433.16	8.11%
北京市佰益盛通商贸中心	3,092,920.57	3.82%
深圳市俊宏网络科技有限公司	2,047,707.66	2.53%
合 计	33,529,456.32	41.40%

(3) 2015年1-7月前五大客户情况

单位：元

客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
东莞市东孚商贸有限公司	9,764,077.74	16.87%
中山市盛康日用品有限公司	2,444,980.64	4.22%
北京桥赢伟业商贸有限公司	2,425,724.14	4.19%
深圳市东华通发展贸易有限公司	2,145,704.70	3.71%
北京市佰益盛通商贸中心	1,629,249.38	2.81%
合 计	18,409,736.60	31.80%

报告期内，公司自营直供前五大客户情况如下：

(1) 2013年度前五大客户情况

单位：元

客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
广东省东莞国药集团有限公司	1,443,254.71	2.04%
中山市壹加壹商业连锁有限公司	1,317,840.35	1.87%
福建新紫金医药有限公司	1,149,978.24	1.63%
康成投资（中国）有限公司	846,834.83	1.20%
广东九州通医药有限公司	396,270.00	0.56%
合 计	5,154,178.13	7.30%

(2) 2014年度前五大客户情况

单位：元

客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
广东省东莞国药集团有限公司	1,784,603.42	2.19%
中山市壹加壹商业连锁有限公司	1,536,274.75	1.88%
福建新紫金医药有限公司	1,007,626.35	1.24%
中山及时便利店连锁有限公司	617,758.62	0.76%
中山市中智大药房连锁有限公司	603,288.57	0.74%
合计	5,549,551.71	6.81%

(3) 2015年1-7月前五大客户情况

单位：元

客户名称	销售金额	占当期营业收入的比例
广东省东莞国药集团有限公司	1,257,714.82	2.16%
中山市壹加壹商业连锁有限公司	835,852.49	1.43%
中山及时便利店连锁有限公司	406,491.90	0.70%
康成投资（中国）有限公司	329,649.94	0.57%
广东九州通医药有限公司	263,877.10	0.45%
合计	3,093,586.25	5.31%

上述内容已在《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“四、公司业务情况”中进行补充披露。

二、请主办券商补充核查并请公司补充披露公司经销商的管理制度，判断公司能否对经销商实行有效管理。

公司制订了销售管理制度，规定了经销商的开拓与管理、各级管理人员职责、销售政策、终端管理等内容，公司对经销商的管理主要体现在如下几个方面：

1、筛选经销商的条件。公司的所有经销商必须具备独立的办公场所、独立的仓库、一定的配送能力、当地的客户资源、良好的信誉。公司给经销商制定的年度销售目标根据当地市场经济状况和当地竞品销量来制定，如第二年客户完成销量目标比例低于60%，公司有权调整或更换经销商。

2、深耕客户的管理模式。每个经销商客户都有对应的销售人员直接沟通、

衔接，公司的当地销售人员负责经销商每月的回款、协助分销等，经销商客户和直销客户负责配送、分销。公司会对经销商客户制定不同渠道的销售政策，当地销售政策将由销售人员根据公司每年的销售策略制定并调整。公司的当地销售人员将根据区域的不同状况，不定期配合公司总部开展各种形式的宣传推广工作，协助经销商客户的分销工作。公司的当地销售人员将协助经销商客户做好物料配送、仓库管理工作，所有公司产品、终端物料均有当地销售人员统一下单，并由公司统一配送至客户指定仓库，经销商客户应做好产品、物料的仓储工作。

3、签订经销商协议，通过合同来约定双方的权利义务。经销商协议主要约定销售区域、供货方式、结算方式、退换货条件等内容，进一步明确对经销商的各项管理措施。

上述内容已在《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“五、公司商业模式”中进行补充披露。

主办券商回复：

主办券商查阅了公司各类销售管理制度和规定，询问公司管理层，并实地走访了公司的部分经销商，主办券商认为，公司在发展过程中形成了自身的销售模式，已建立了较为完善的经销商管理制度，并通过与经销商签订协议的形式进一步明确对经销商的各项管理措施，公司能够对经销商实行有效管理。

三、请公司结合与经销商的合作模式、销售政策、合同主要条款等补充披露对经销商收入的确认时点，对经销商的销售是否属于买断式销售，并结合退货情况补充说明并披露公司对经销商的收入确认是否谨慎。请主办券商及申报会计师核查并发表明确意见。

1、经销商合作模式。

公司依托多年的行业经验和对市场上不同消费群体需求的把握，将自主研发设计的“诺丝”品牌系列的避孕套产品通过区域经销商渠道深耕的经销方式，推向各大国际知名连锁超市（沃尔玛、家乐福、乐购、大润发等）及国内连锁超市

(华润、物美、永辉等)、各地连锁便利店、零售店及药店等销售终端。公司产品销售给经销商后,经销商负责将货物铺到各终端渠道,而公司各地销售团队则负责终端渠道的日常运作及关系维护。公司通过将产品研发、品牌建设、营销团队管理等方面的优势与各区域经销商的地域优势结合,整合形成了由经销商铺货、公司负责终端营运的销售模式。这种经销模式有利于公司精准自身品牌定位,及时掌握市场需求,与终端渠道保持良好互动,最终促进公司产品销量的提升。

作为健康时尚型的快消品,避孕套产品更为注重消费者隐私保护,非常适合电商渠道销售。公司近年来加强了线上销售力度,开启电商团队的专业化运营,利用品牌的线下渠道优势拓展电商市场,携手京东、天猫、1号店等知名网络销售平台,提升互联网销售力度。同时设立品牌官网、微博、微信进行产品的重点推广,并设立贴吧、论坛等各类线上平台进行产品问答支持。线上经销商统一由公司电商部门负责运营管理。线上销售的力度的加强将提升线上销售额占比,提升公司的盈利能力。

2、销售政策和结算方式。

公司将货发给全国各地的经销商,并由经销商将货铺设到各自的渠道网点进行终端销售。销售结算方式主要分两大类:针对长年合作、信誉良好的老客户采取先发货,后付款的结算方式,信用期为一个月;对目前新增客户基本采用先付款,再发货的结算方式。其中,对于每家新增的经销商,公司根据其资金周转和经营能力给予一定数量的首批货铺底销售,定于当年年底前结清首批产品的货款,在首批货全部售完、补货销售第二批始,即采用先付款后发货的结算方式。

3、合同主要条款。

公司与所有经销商都签订合同,约定双方的权利义务。经销商协议对公司产品的销售区域、销售费用的分担、结算方式、物流配送、终端管理、退货条件等内容都进行了约定,从而明确双方的权利义务。其中,合同约定,货物到达经销商仓库后,由经销商验收并加盖公章。

协议主要条款	协议内容
产品的销售区域	乙方(客户,下同)经销甲方(公司,下同)提供的产品。经销品牌为_____,具体品种与规格,详见附件《产

	品报价表》（此目录可由甲方根据经营及市场状况随时添加或修改），销售区域为_____。
销售费用的分担	<p>销售过程的促销策略、广告计划均由甲方制定，其费用由甲方承担，乙方应全力协助有关工作。</p> <p>宣传费用由甲方支付，乙方应全力协助有关工作，但一切费用支出均以甲方书面确认为准，甲方不负责未经甲方书面确认的费用。</p>
结算方式	<p>货物到达乙方收货地点后，乙方或其指定受领人必须当天进行检验，并在甲方《送货单》“收货人”栏加盖公章（或加盖有乙方单位全称字样的业务、财务或货物验收专用章），并由经办人签名。乙方对货物数量、品种有异议的，应当当即向物流公司和甲方同时提出；逾期未提出的，视为乙方已全部收到甲方送货单记载的货物。</p>
物流配送	<p>甲方负担货物运至乙方货运场的长途运费；经销区域内的运费由乙方负担。</p>
终端管理	<p>为积极配合甲方的销售管理工作，乙方每月应向甲方提供本品牌产品销售数据，每月与甲方书面核对应收款等帐务。</p> <p>乙方不能从第三者处购进甲方产品，不得销售与甲方产品包装、商标等相仿的侵权产品。</p> <p>凡甲方付过费用的销售网络，乙方如要退场或是转供应商供货，必须事先与甲方协商一致并得到甲方的明确同意后方可实行，否则，该网点的进场费及相关费用，由乙方赔付给甲方，并支付30%的违约金。</p>
退货条件	<p>乙方对产品包装、质量有异议的，应在收货日起三天内向甲方提供书面意见和依据，经甲方核实确有质量缺陷的，由甲方办理退货或者换货；乙方对数量有异议的，应当在收货的当天以书面形式向甲方提出，经甲方核实确认属甲方责任后由甲方予以补足。</p>

4、报告期退货情况。

公司在两种情况下允许经销商退货：一是因为产品质量或者运输过程中包装破损问题，可以退换货；二是公司与经销商终止合作后，经销商的剩余货物可以退给公司。对于退货，公司在收到货品确认入库以后账目上做退货冲减销售收入及成本。

报告期内，公司经销商的退货情况如下：

单位：万元

年度	2015年1-7月	2014年	2013年
退货金额	26.69	18.08	15.08
营业收入	5,825.16	8,153.10	7,062.39
退货金额占销售收入比例	0.46%	0.22%	0.21%

从上述经销商合作模式、销售政策和结算方式、合同主要条款、退货金额等方面可以看出，公司实行谨慎的收入确认原则，对经销商的销售实施买断销售方式，即在公司将货物发送到经销商、经销商确认收货后作为确认收入的时点。

上述内容已在《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“五、公司商业模式”中进行补充披露。

主办券商回复：

主办券商查阅了公司报告期与经销商签订的经销商协议、出库单、验收确认凭据、银行进账单、销售发票，获得了会计师对主要经销商的函证资料，询问公司的管理层和财务人员，并实地走访了部分经销商，核查具体情况如下：

公司主要采取以经销商为主、自营直供为辅的销售模式。经销商根据实际销售情况每月向公司发出订单进行采购，若非产品质量问题一般不得退货，通常发货后2至3天经销商收到货物，公司在客户收到货物时取得客户的货物签收单确认收入。从公司与经销商的合作模式、销售政策和结算方式、合同主要条款以及退货金额占比等方面可以看出，公司在将货物配送给经销商后并由经销商验收确认后，商品的主要风险和报酬已经转移给经销商，公司对商品没有控制权，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入公司，相关的已发生或将发

生的成本能够可靠地计量。

公司会计师认为，公司对经销商的销售均为正常买断式销售，收入确认真实，及时，会计处理正确。

综上，主办券商认为，公司对经销商的销售属于买断式销售，公司的收入确认原则是谨慎的。

四、请主办券商及会计师补充核查公司产品的最终销售情况，核查公司是否存在通过经销商虚增收入的情形，并结合直销与经销的单位成本、单价及毛利率差异、销售费用明细等情况补充核查是否存在向经销商支付客户佣金的情形。

主办券商回复：

主办券商查阅了报告期公司主要经销商和自营直供客户的合同以及相关会计科目明细，询问公司管理层及财务人员，核查具体情况如下：

1、走访深圳、中山、江门等地经销商和终端渠道，对公司产品的销售渠道、销量、销售产品类型进行核查；

2、获得了会计师的客户询证函，对公司产品的客户类型、销售数量、金额进行核查；

3、对报告期内的前5名经销商进行销售的循环测试，核对公司发货单据、发票、进账单据，对经销商的进货销售流程进行核查；

4、获取了报告期内主要经销商的出入库记录，并与公司的发货记录、银行资金凭证进行核对，对公司销售产品的最终去向进行验证。

（一）公司产品的最终销售情况

报告期内，公司主要采取以经销商为主、自营直供为辅的销售模式。两种模式的占比如下：

单位：万元

年度	经销商		自营直供		合计
	金额	比例	金额	比例	
2013	6,095.72	86.31%	966.67	13.69%	7,062.39

2014	6,922.66	84.91%	1,230.44	15.09%	8,153.10
2015.1-7	4,732.62	81.24%	1,092.53	18.76%	5,825.16

1、公司对经销商和自营直供客户的销售均为正常买断式销售，客户根据实际销售情况每月向公司发出订单进行采购，若非产品质量问题一般不得退货，通常发货后 2 至 3 天经销商收到货物，公司在客户收到货物时取得客户的货物签收单确认收入。因此，从公司销售收入确认角度，对经销商和自营直供客户的销售即为公司的最终销售；

2、公司产品销售给经销商后，经销商负责将货物铺到各终端渠道，而公司各地销售团队则负责终端渠道的日常运作及关系维护。公司通过将产品研发、品牌建设、营销团队管理等方面的优势与各区域经销商的地域优势结合，整合形成了由经销商铺货、公司负责终端营运的销售模式。经销商的销售终端包括各大国际知名连锁超市（沃尔玛、家乐福、乐购、大润发等）及国内连锁超市（华润、物美、永辉等）、各地连锁便利店、零售店及药店等销售终端。

（二）自营直供和经销商模式的毛利率情况

报告期公司自营直供与经销商模式的毛利率情况如下：

单位：元

项目 年度	自营直供		
	收入	成本	毛利率
2013 年度	9,666,700.00	2,790,343.30	71.13%
2014 年度	12,304,411.48	3,338,976.38	72.86%
2015 年 1-7 月	10,925,372.69	3,106,531.20	71.57%
合计	32,896,484.17	9,235,850.88	71.92%

项目 年度	经销商		
	收入	成本	毛利率
2013 年度	60,957,164.37	20,976,537.88	65.59%
2014 年度	69,226,570.31	21,551,717.53	68.87%
2015 年 1-7 月	47,326,184.25	16,127,388.40	65.92%
合计	177,509,918.93	58,655,643.81	66.96%

由于公司的避孕套产品品类较多，并按包装数量分 1 个、2 个、3 个、6 个、

10 个、12 个、18 个、24 个、30 个等不同包装，单位数量较难统计，因此，无法统计自营直供与经销的单位成本、单价。报告期内，公司自营直供客户的平均毛利率为 71.92%，经销商客户的平均毛利率为 66.96%，自营直供客户与经销商毛利率的差异主要是因为经销商采购数量较大而获得较低折扣，并且经销商并非公司产品的终端销售网络，经销商从公司进货后还需要将其卖给大卖场、超市、药房、便利店等终端，在给经销商客户供货时，需要给经销商维持一定的利润。

（三）销售费用情况

报告期内，公司的销售费用明细情况如下：

单位：元

项 目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
陈列费	9,923,517.93	17,692,900.96	14,283,488.05
专设销售机构职工薪酬	9,994,561.42	15,565,176.27	10,356,830.71
差旅费	3,322,169.99	4,179,164.21	3,609,600.34
广告费	3,018,076.32	2,322,490.13	1,732,369.24
入场费	489,400.00	2,383,202.00	2,500,534.16
商标使用费	1,447,000.00	2,000,000.00	1,740,000.00
运输费	696,366.95	992,265.32	1,005,433.10
销售返利	759,426.61	825,904.16	680,801.12
汽车费用	483,156.44	948,087.97	774,406.75
其他费用	194,187.49	468,494.97	329,237.41
产品促销费	114,335.19	217,933.35	235,815.96
业务交际费	180,742.00	70,460.00	167,927.70
社保费	60,859.35	136,189.47	132,955.15
展览费	19,419.20	44,483.37	36,379.20
商品展销服务费其他费用	51,625.00	2,000.00	40,597.67
福利费	20,330.00	17,150.00	31,200.00
低值易耗品	11,730.00	11,902.00	24,188.00
店庆费	16,625.00	20,000.00	-
快讯费	9,500.00	5,500.00	9,600.00
合 计	30,813,028.89	47,903,304.18	37,691,364.56

报告期内，公司各项销售费用均按实际发生情况列示，并无向经销商支付客户佣金的项目。

会计师查阅了公司与经销商签订的销售合同订单、出库单、验收确认凭据、银行进账单、销售发票，并对主要经销商进行了收入确认函证，回函均与企业账面记录相符。经会计师核查，公司与经销商签订的合同均为买断式销售合同，公司以发出商品并取得经销商等客户确认验收凭据时为收入确认时点。会计师认为，公司不存在通过经销商虚增收入的情形及向经销商支付客户佣金的情况。

综上，主办券商认为，公司的销售收入真实、准确，公司销售费用均为开展业务正常发生的费用，不存在通过经销商虚增收入和向经销商支付客户佣金的情形。

问题 8、公司存有外协情况。请公司补充说明并披露：（1）外协厂商的名称；（2）外协厂商与公司、董事、监事、高级管理人员的关联关系情况；（3）与外协厂商的定价机制；（4）外协产品、成本的占比情况；（5）外协产品的质量控制措施；（6）外协在公司整个业务中所处环节和所占地位的重要性。请主办券商和律师分别就以下事项发表明确意见：（1）外协厂商与公司、董事、监事、高级管理人员是否存有关联关系；（2）公司对外协厂商是否存有依赖。

公司回复：

一、请公司补充说明并披露：（1）外协厂商的名称；（2）外协厂商与公司、董事、监事、高级管理人员的关联关系情况；（3）与外协厂商的定价机制；（4）外协产品、成本的占比情况；（5）外协产品的质量控制措施；（6）外协在公司整个业务中所处环节和所占地位的重要性

公司主营业务为避孕套及其周边产品人体润滑液的研发、设计和销售。公司自身不生产任何产品，所有产品均由供应商生产，采购后由公司将产品包装，以“诺丝”品牌进行销售，公司外协生产的具体情况如下：

产品	避孕套	人体润滑液
外协厂商的名称	康乐公司	中山洁莹
外协厂商与公司、董事、监事、高级	与公司、董事、监事、高级管理	中山洁莹为公司控股股东和实际控制人之一的
	人员无关联关系。	

管理人员的关联关系情况		苏耀强先生持股 55%的企业。
与外协厂商的定价机制	市场化定价，公司与供应商康乐公司每年签署一次采购的框架类协议，即：协议约定采购条件、价格约定方式、违约赔偿等，并就每年原材料价格波动和汇率波动等来协商调整当年的协议采购单价。	市场化定价。
外协产品、成本的占比情况	报告期内，2015 年 1-7 月、2014 年、2013 年，公司采购自康乐公司的避孕套产品金额分别为 1151.34 万元、1961.08 万元和 2326.28 万元，占当期采购总额的比例分别为 73.50%、75.10% 和 73.12%。	2015 年度开始采购，金额是 99,111.92 元，占本期采购总额 0.63%。
外协产品的质量 控制措施	具体见本回复之问题 2。	
外协在公司整个业务中所处环节和所占地位的重要性	<p>公司主营业务为“诺丝”品牌避孕套及周边产品的研发、设计和销售。公司在发展经营过程中形成了自身的经营模式，公司建立的“研发+渠道”模式有利于公司集中资源建立统一的品牌形象，不断改善消费者的消费体验。公司将生产加工的传统流程外包出去，与主要供应商建立了长期合作关系。</p> <p>(1) 公司采购的主要供应商康乐公司，目前为公司避孕套产品的单一供应商，主要是考虑到康乐作为马来西亚上市公司，能够充分依赖马来西亚优质橡胶资源和严格的产品品质控制程序，为公司提供优质避孕套产品。避孕套产品的生产无明显技术壁垒，且国内国际均有足够数量的供应商可以提供相同品质、同等价格之产品，公司也可随时向第三方供应商下单生产。</p> <p>(2) 从 2015 年下半年起，利用“诺丝”品牌及现有销售网络，公司开始拓展避孕套的周边产品人体润滑液。人体润滑液属于普通日化用品，相较于避孕套产品，其销售无需取得国家药监部门的备案。人体润滑液产品的生产门槛较低，市场供应充足，没有供应短缺的风险。</p>	

上述内容已在《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“五、公司商业模式”中进行补充披露。

主办券商回复：

二、请主办券商和律师分别就以下事项发表明确意见

（一）外协厂商与公司、董事、监事、高级管理人员是否存有关联关系

主办券商核查了康乐公司公开披露资料、中山洁莹的工商登记资料、公开新闻报道和公司采购框架协议，询问公司管理层，获得了相关人员出具的承诺，核查具体情况如下：

1、马来西亚康乐公司，成立于 1988 年，现为全球最大的避孕套生产厂家之一，2014 年销售收入为 2.98 亿林吉特。每年生产约 40 亿只避孕套，共雇佣了约 2000 名工人，在马来西亚的 Pontian、Johor、Port Klang 及泰国的 Hat Yai 均设有生产基地。康乐公司为公司避孕套产品的单一供应商。

2、中山市洁莹日用品有限公司，成立于 2003 年 4 月 9 日，注册资本 100 万元。从 2015 年下半年起，利用“诺丝”品牌及现有销售网络，公司开始拓展避孕套的周边产品人体润滑液。中山洁莹为公司人体润滑液产品的供应商，公司按照市场定价向其采购。

经核查，中山洁莹由公司控股股东和实际控制人之一的苏耀强先生持有其 55% 出资额，为公司关联方；康乐公司与公司、董事、监事及高级管理人员均无任何关联关系。

（二）公司对外协厂商是否存有依赖

主办券商查阅了公司备选供应商的资质凭证和相关行业研究报告，询问了公司管理层，核查具体情况如下：

公司除康乐公司外，在马来西亚另有备选供应商 SSN Medical Products，该公司成立于 1997 年，致力于研发生产高品质的避孕套，该公司目前拥有避孕套生产线 3 条，年产避孕套约 2 亿只，该公司生产工艺均采用德国及韩国的设备，质量管理体系符合 ISO9001 及 ISO13485 标准体系的认证，同时其产品也符合我国 GB7544 的产品质量标准，并已取得进口医疗器械注册证，编号为国食药监械（进）字 2014 第 2663818 号。公司已与该供应商协商了未来产品生产加工等合作事宜，未来公司拟逐步开始对其下单。

此外，公司亦在积极联系马来西亚的其它供应商及其他地区的供应商，具体包括：马来西亚的 NULATEX SDN BHD 公司、SAGAMI MANUFACTURERS SDN BHD 公司及 MAXSILIN PRODUCTS SDN BHD 公司；泰国的 Thai Nippon

公司；日本 Fuji latex 公司等。公司将对更多的供应商进行考察筛选，沟通合作条件，增加备选供应商的数量。

尽管公司供应商单一，但避孕套产品的生产无明显技术壁垒，且国内国际均有足够数量的供应商可以提供相同品质、同等价格之产品，公司也可随时向第三方供应商下单生产；人体润滑液属于普通日化用品，无需国家药监部门的备案即可生产，国内备选供应商充足，因此，主办券商认为，公司并未对康乐公司及中山洁莹构成重大依赖。

二、申报文件的相关问题

请公司和中介机构知晓并检查《公开转让说明书》等申报文件中包括但不限于以下事项：

- (1) 为便于登记，请以“股”为单位列示股份数。
- (2) 请列表披露可流通股股份数量，检查股份解限售是否准确无误。
- (3) 公司所属行业归类应按照上市公司、国民经济、股转系统的行业分类分别列示。
- (4) 两年一期财务指标简表格式是否正确。
- (5) 在《公开转让说明书》中披露挂牌后股票转让方式；如果采用做市转让的，请披露做市股份的取得方式、做市商信息。
- (6) 历次修改的文件均需重新签字盖章并签署最新日期。
- (7) 请将补充法律意见书、修改后的公开转让说明书、推荐报告、审计报告（如有）等披露文件上传到指定披露位置，以保证能成功披露和归档。
- (8) 申请挂牌公司自申报受理之日起，即纳入信息披露监管。请知悉全国股转系统信息披露相关的业务规则，对于报告期内、报告期后、自申报受理至取得挂牌函并首次信息披露的期间发生的重大事项及时在公开转让说明书中披露。
- (9) 请公司及中介机构等相关责任主体检查各自的公开披露文件中是否存在不一致的内容，若有，请在相关文件中说明具体情况。
- (10) 请公司及中介机构注意反馈回复为公开文件，回复时请斟酌披露的方式及内容，若存在由于涉及特殊原因申请豁免披露的，请提交豁免申请。

(11) 请主办券商提交股票初始登记申请表(券商盖章版本和可编辑版本)。

(12) 若公司存在挂牌同时发行, 请公司在公开转让说明书中披露股票发行事项, 于股票发行事项完成后提交发行备案材料的电子文件至受理部门邮箱 shouli@neeq.org.cn, 并在取得受理通知后将全套发行备案材料上传至全国股份转让系统业务支持平台(BPM)。

(13) 存在不能按期回复的, 请于到期前告知审查人员并将公司或主办券商盖章的延期回复申请的电子版发送至审查人员邮箱, 并在上传回复文件时作为附件提交。

回复:

公司和中介机构已检查《公开转让说明书》等披露文件中的以下事项:

- (1) 《公开转让说明书》等申请文件已经以“股”为单位列示股份数。
- (2) 已披露的可流通股股份数量, 股份解限售准确无误。
- (3) 公司所属行业归类已按照上市公司、国民经济、股转系统的行业分类分别列示。
- (4) 两年一期财务指标简表格式正确。
- (5) 公司已在《公开转让说明书》中披露挂牌后股票转让方式为“协议转让”。
- (6) 历次修改的文件已重新签字盖章并签署最新日期。
- (7) 主办券商已将补充法律意见书、修改后的公开转让说明书、推荐报告、等披露文件上传到指定披露位置, 以保证能成功披露和归档。
- (8) 自申报受理之日至本反馈回复出具日的期间, 公司需补充披露的事项如下:

2015年12月24日, 公司子公司香港诺丝与纽约国际签署了《商标转让协议书》, 根据该协议的约定, 纽约国际将以下13项商标无偿转让予香港诺丝。上述商标除5项已取得注册证, 其余正在受理过程中。2015年9月, 纽约国际已将“诺丝”系列避孕套商标转让给公司, 本次无偿转让的商标为纽约国际所有或正在申请的其他商标。截至本反馈回复出具日, 公司正在就以下注册商标办理权属变更登记手续。纽约国际无偿转让的商标具体情况如下:

序号	商标名称	商标注册号	权利人	注册有效期限	核定使用商品类别	取得方式
1		11696680	纽约国际	2015. 8. 21- 2025. 8. 20	第 10 类	申请取得
2		11696636	纽约国际	2015. 8. 28- 2025. 8. 27	第 10 类	申请取得
3		13292275	纽约国际	2015. 4. 7- 2025. 4. 6	第 3 类	申请取得
4		4323572	纽约国际	2007. 4. 21- 2017. 4. 20	第 10 类	受让取得
5		5440050	纽约国际	2009. 9. 21- 2019. 9. 20	第 10 类	申请取得
6		16029933	纽约国际	-	第 5 类	复审中
7		16029972	纽约国际	-	第 5 类	复审中
8		16203650	纽约国际	-	第 10 类	已受理
9		16175120	纽约国际	-	第 10 类	已受理
10		16175046	纽约国际	-	第 10 类	已受理
11		16029955	纽约国际	-	第 5 类	已受理

12	度身订做	16175204	纽约 国际	-	第 10 类	已受理
13	爆菊	16175024	纽约 国际	-	第 10 类	已受理

(9) 已公开披露文件中不存在不一致的内容。

(10) 公司不存在涉及特殊原因需申请豁免披露的情况。

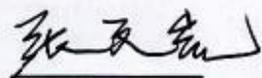
(11) 股票初始登记申请表（券商盖章版本和可编辑版本）已提交。

(12) 公司不存在挂牌同时发行事项。

(13) 公司不存在延期回复事项。

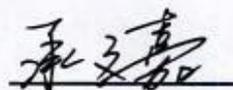
(本页无正文，为对全国中小企业股份转让系统有限责任公司《关于广东诺丝科
技股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见的回复》之签字页)

项目负责人：

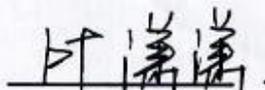


张文凯

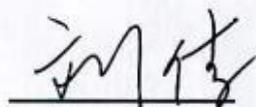
项目组成员：



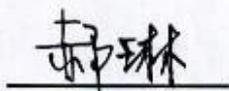
承文嘉



叶潇潇



刘倩



郝琳



(本页无正文, 为对全国中小企业股份转让系统有限责任公司《关于广东诺丝科技股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见的回复》之签署页)

广东诺丝科技股份有限公司
2015年12月29日

