

上海昊海生物科技股份有限公司

Shanghai Haohai Biological Technology Co., Ltd.

(上海市松江工业区洞泾路 5 号)



关于上海昊海生物科技股份有限公司 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件 第二轮审核问询函之回复报告

保荐机构（主承销商）



北京市西城区金融大街 7 号英蓝国际金融中心 12 层、15 层

上海证券交易所：

贵所于 2019 年 5 月 23 日出具的《关于上海昊海生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“问询函”）已收悉，瑞银证券有限责任公司（以下简称“保荐机构”）作为上海昊海生物科技股份有限公司（以下简称“昊海生科”、“公司”或“发行人”）首次公开发行股票并在科创板上市的保荐机构（主承销商），会同昊海生科、上海市锦天城律师事务所（以下简称“发行人律师”）、安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关各方对问询函相关问题逐项进行了落实，现对问询函回复如下，请审核。

除另有说明外，本回复报告所用简称与招股说明书所用简称一致。

问询函所列问题	黑体（不加粗）
对问题的回答、对招股说明书原文的引用	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

目录

问题 1	4
问题 2	22
问题 3	37
问题 4	42
问题 5	52
问题 6	82
问题 7	84
问题 8	85
问题 9	88
问题 10	91
问题 11	92

问题 1

1. 发行人及中介机构未按前次审核问询函的要求回答下列问题，请继续回答：

请发行人：（1）披露增资上海柏越后又转让的原因，“发行人董事长作出决定”转让上海柏越股权的效力，相关转让是否符合内控规范；（2）完整披露报告期内被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目的具体占比；（3）进一步回答前次问询问题 13 中，关于新增供应商的原因；（4）明确回答前次问询问题 25 中关于产品保质期的问题，披露各类存货的保质期情况、结合生产情况披露部分原材料和半成品库龄较长的原因，存货跌价准备的计提与保质期是否存在关系、临近保质期的存货是否均已计提跌价准备；（5）列表披露非专利技术、客户关系、品牌的原值及账面价值，并说明上述无形资产的具体评估过程及相关参数是否合理；（6）重新回答前次问询问题 29 之信息披露问题 2，请“结合发行人的业务模式、收款模式等”对销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例较高的情况进行分析；（7）补充说明使用的可比上市公司是否确实可比，及不使用行业内生产相同产品的公司，如冠昊生物，作为比较对象的原因。

请保荐机构、申报会计师、发行人律师：（1）进一步列表说明前次问询问题 14 中对经销商的核查情况，列表说明各种核查手段的比例、同时使用两种及以上核查手段的请一并在表格中列明，并进一步说明对经销商最终销售的核查手段、核查比例等；（2）核查招股说明书中引用的评估报告所涉评估机构是否有证券业务资质，如无，请聘请有证券业务资质的评估机构复核。

请保荐机构、申报会计师详细核查上述事项，并逐项发表意见。

回复：

一、补充披露与说明事项

（一）披露增资上海柏越后又转让的原因，“发行人董事长作出决定”转让上海柏越股权的效力，相关转让是否符合内控规范；

发行人已在招股说明书“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”之“（七）增资上海柏越并出售上海柏越股权”部分补充披露

如下：

3、发行人增资上海柏越并出售原因及内部流程

发行人 2015 年增资并控股上海柏越的主要原因是看重上海柏越医疗设备经营业务的发展前景，以及其相关人员的业务拓展能力和工作经历，希望通过其对上海医院的销售渠道优势开发新的医院直销渠道，并拟逐步将公司原上海地区的产品销售业务统一由上海柏越牵头管理，产生协同效应。

自控股上海柏越两年多以来，上海柏越未能有效开发上海的医院直销渠道、整合发行人上海地区的销售业务，且上海柏越两年多自身业务发展不佳，一直处于亏损状态，发行人承担的累计亏损达 188.41 万元。考虑到原业务合作目的不能实现，且第三方愿以发行人原始投资成本加适当溢价收购发行人持有的上海柏越 60% 股权，因此，发行人投资发展部提出投资转让书面分析报告，提交发行人董事长审批，将上海柏越股权予以转让。

根据发行人内部相关规定：“公司收购出售资产、对外投资、受托经营、承包、租赁等属公司日常业务资本运作项目单笔交易金额为 500 万元以下（含 500 万元），总经理审批资金使用；单笔交易金额 500 万元以上及其根据《香港上市规则》第 14.07 条计算的资产比率、盈利比率、收益比率、代价比率及股本比率不超过 5%，由董事长审批；超过的需经董事会批准，必要时报股东大会决议。”上海柏越 60% 股权转让定价为 660 万元。因此，本次交易的定价金额属于董事长决策权限范围内。且本项交易经发行人投资发展部根据相关制度要求提出投资转让分析报告，提交发行人董事长作出审批，履行了相关的决策程序。“发行人董事长作出决定”转让上海柏越股权符合发行人的相关规章制度，符合内控规范，合法有效。

（二）完整披露报告期内被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目的具体占比；

发行人已在招股说明书“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”之“（八）资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人及经营业绩的影响”部分补充披露如下：

2016 年资产重组情况如下：

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额	2015 年末总资产	2015 年营业收入	2015 年利润总额
河南宇宙 100%的股权	收购股权	3,327.54	2,554.53	2,013.58	174.09
珠海艾格 98%的股权	收购股权	6,859.86	6,483.23	2,679.38	960.78
深圳新产业 60%的股权	收购股权	36,000.00	12,532.39	14,089.33	293.33
Aaren 亲水折叠及 PMMA 人工晶状体业务 ¹	收购业务	8,916.96	8,916.96	5,682.61	597.84
合计		55,104.36	30,487.11	24,464.89	2,026.04
发行人 2015 年相应的财务数据			282,190.94	67,197.68	32,064.65
占发行人 2015 年相应财务数据的比例			10.80%	36.41%	6.32%

注：1、由于收购的业务为 Aaren Scientific Inc.的部分业务，因此无法获得相关业务审计后数据。2015 年度营业收入和利润总额数摘录于安永（中国）企业咨询有限公司出具的 Aaren 亲水人工晶状体业务财务尽职调查报告中列示的数据，但 2015 年 12 月 31 日的总资产数据未测算，故以交易金额代替。

2017 年资产重组情况如下：

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额	2016 年末总资产	2016 年营业收入	2016 年利润总额
Contamac Holdings 70%的股权	收购股权	21,556.32	6,274.83	11,333.75	2,492.23
China Ocean 100%的股权	收购股权	4,100.00	9,497.64	428.67	-136.35
合计		25,656.32	15,772.47	11,762.42	2,355.88
发行人 2016 年相应的财务数据		-	369,341.28	86,121.23	36,588.43
占发行人 2016 年相应财务数据的比例		-	4.27%	13.66%	6.44%
上海柏越 60%的股权	出售股权	660.00	975.89	744.57	21.89
占发行人 2016 年相应财务数据的比例		-	0.26%	0.86%	0.06%

（三）进一步回答前次问询问题 13 中，关于新增供应商的原因；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司销售及采购情况”之“（三）主要原材料、产品和能源采购情况”之“3、公司报告期内前五名供应商的采购情况”部分补充披露如下：

年份	新增供应商	采购商品
2018 年度	Cornelius Group PLC	视光材料试剂
	Medicel AG	人工晶状体推注器
	华熙福瑞达生物医药有限公司	HA 精粉
2017 年度	Relita Technology Ltd.	人工晶状体
	Nidek	人工晶状体

2018 年公司新增前五大供应商为 Cornelius Group PLC (“Cornelius”)、Medicel AG (“Medicel”) 和华熙生物。Cornelius 系为公司子公司 Contamac 提供视光材料试剂的供应商，Contamac 主要利用视光材料试剂开发及制造视光材料，Cornelius 作为 Contamac 上游主要原材料供应商之一，双方在过往 20 余年的合作中已建立起了长期稳定的关系。Contamac 于 2017 年 6 月被公司控股并纳入公司合并范围，因 Contamac 2018 年全年从 Cornelius 的采购额较大使得其成为公司 2018 年的新增前五大供应商。Medicel 主要为公司 2016 年末收购的子公司深圳新产业和河南宇宙提供人工晶状体推注器，人工晶状体推注器主要用于在白内障手术中将人工晶状体折叠和辅助植入到眼球晶状体囊袋中。报告期内，随着公司人工晶状体产品业务的拓展，人工晶状体推注器采购金额相应增加，故 Medicel 成为公司 2018 年的新增前五大供应商。2018 年公司 HA 粗粉精制车间进行扩产改造，公司于当年扩大对华熙生物 HA 精粉的采购量以部分增加 HA 精粉的安全库存，因此华熙生物成为公司 2018 年新增前五大供应商。

2017 年公司新增前五大供应商为 Relita Technology Ltd. (“Relita”) 和 Nidek，主要为公司 2016 年末新收购子公司深圳新产业和珠海艾格供应进口品牌人工晶状体。深圳新产业自 2010 年起从 Relita 采购 Lenstec 品牌人工晶状体产品，珠海艾格自 2007 年起经销 Nidek 品牌人工晶状体产品。深圳新产业和珠海艾格于 2016 年末被公司控股并纳入公司合并范围，因深圳新产业和珠海艾格 2017 年全年向 Relita 和 Nidek 的采购金额较大使得其成为 2017 年公司新增前五大供应商。

(四) 明确回答前次问询问题 25 中关于产品保质期的问题, 披露各类存货的保质期情况、结合生产情况披露部分原材料和半成品库龄较长的原因, 存货跌价准备的计提与保质期是否存在关系、临近保质期的存货是否均已计提跌价准备;

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、对于资产质量的分析”之“(一) 流动资产”之“5、存货”部分补充披露如下:

各类存货报告期各期末的库龄和保质期的情况如下:

单位: 万元

2018 年 12 月 31 日						
库存种类		一年以内	一至两年	两年到三年	三年以上	保质期
原材料	注射器	1,419.44	40.87	-	-	3 年
	HA 精粉	274.69	-	-	-	3 年
	HA 粗粉	204.45	-	-	-	2 年
	酒精	280.71	-	-	-	2 年
	针头	154.78	6.65	-	2.62	3 年-5 年
	晶坯	134.84	89.16	-	-	6 年
	吸塑盒	120.07	4.59	-	-	4 年
	喷雾泵	103.20	-	-	-	4 年
	透析纸	122.21	-	-	-	4 年
	推注器	76.68	3.14	-	-	4 年
	视光材料试剂及其他原材料	847.16	31.23	44.10	14.33	3 个月-长期
	包装材料及其他辅材	1,276.30	140.46	14.61	27.66	长期
合计	5,014.54	316.10	58.72	44.62		
自制半成品	眼科产品	518.27	-	0.94	20.96	未完工, 不适用; 完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	376.24	11.04	19.00	-	
	骨科产品	822.41	44.39	-	-	
	防粘连及止血产品	319.91	126.00	3.61	8.61	
	其他	0.07	-	-	-	
	合计	2,036.90	181.43	23.55	29.57	
在产品	眼科产品	677.54	-	-	-	未完工, 不适用; 完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	-	-	-	-	
	骨科产品	0.04	-	-	-	

	防粘连及止血产品	10.16	-	-	-	
	其他	-	-	-	-	
	合计	687.74	-	-	-	
产成品	眼科产品	2,428.24	450.93	46.55	5.03	2-7年
	整形美容与创面护理产品	596.96	34.36	-	-	3年
	骨科产品	562.85	0.02	-	-	2-3年
	防粘连及止血产品	1,121.51	3.11	-	-	2-3年
	其他	872.17	70.09	18.20	-	2-3年
	合计	5,581.72	558.51	64.75	5.03	
贸易商品	人工晶状体	4,321.47	469.59	-	-	5年
	其他	546.76	11.21	-	-	3-5年
	合计	4,868.23	480.80	-	-	
2017年12月31日						
库存种类		一年以内	一至两年	两年到三年	三年以上	保质期
原材料	注射器	1,422.53	8.49	0.45	-	3年
	HA精粉	-	-	-	-	3年
	HA粗粉	36.62	-	-	-	2年
	酒精	29.29	-	-	-	2年
	针头	91.16	-	1.16	1.46	3年-5年
	晶坯	240.41	6.70	-	2.45	6年
	吸塑盒	96.30	1.17	-	-	4年
	喷雾泵	17.45	-	-	-	4年
	透析纸	130.28	-	-	-	4年
	推注器	3.50	-	-	-	4年
	视光材料试剂及其他原材料	718.71	76.50	4.43	24.60	3个月-长期
	包装材料及其他辅材	682.90	51.17	12.13	70.38	长期
	合计	3,469.15	144.02	18.18	98.89	
自制半成品	眼科产品	283.17	3.03	21.62	4.39	未完工，不适用；完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	273.11	23.61	6.56	-	
	骨科产品	983.91	6.47	-	-	
	防粘连及止血产品	554.55	3.90	13.49	1.97	
	其他	-	-	-	-	
	合计	2,094.74	37.01	41.66	6.36	
在产品	眼科产品	671.97	-	-	-	

	整形美容与创面护理产品	-	-	-	-	未完工，不适用；完工后与产成品相同
	骨科产品	-	-	-	-	
	防粘连及止血产品	-	-	-	-	
	其他	-	-	-	-	
	合计	671.97	-	-	-	
产成品	眼科产品	1,671.66	130.49	33.41	2.64	2-7年
	整形美容与创面护理产品	377.70	5.38	6.96	13.91	3年
	骨科产品	376.88	2.09	-	-	2-3年
	防粘连及止血产品	786.46	30.79	10.33	-	2-3年
	其他	624.65	16.66	73.26	-	2-3年
	合计	3,837.34	185.40	123.95	16.55	-
贸易商品	人工晶状体	6,207.21	108.02	-	-	5年
	其他	538.92	34.19	-	-	3-5年
	合计	6,746.12	142.21	-	-	
2016年12月31日						
库存种类		一年以内	一至两年	两年到三年	三年以上	保质期
原材料	注射器	2,463.24	216.81	26.71	-	3年
	HA精粉	-	-	-	-	3年
	HA粗粉	-	-	-	-	2年
	酒精	6.58	-	-	-	2年
	针头	78.63	1.16	1.50	0.04	3年-5年
	晶坯	99.33	2.34	-	-	6年
	吸塑盒	67.86	-	-	-	4年
	喷雾泵	13.06	25.26	-	-	4年
	透析纸	107.31	-	-	-	4年
	推注器	4.19	-	-	-	4年
	视光材料试剂及其他原材料	526.77	9.38	4.45	40.37	3个月-长期
	包装材料及其他辅材	521.83	107.68	80.57	16.35	长期
	合计	3,888.81	362.63	113.22	56.76	
自制半成品	眼科产品	274.12	21.62	4.31	0.08	未完工，不适用；完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	43.91	7.04	-	-	
	骨科产品	361.12	12.61	-	-	
	防粘连及止血产品	179.52	13.49	1.97	-	

	其他	-	-	-	-	
	合计	858.66	54.76	6.28	0.08	
在产品	眼科产品	284.21	-	-	-	未完工，不适用；完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	-	-	-	-	
	骨科产品	43.01	-	-	-	
	防粘连及止血产品	13.47	-	-	-	
	其他	-	-	-	-	
	合计	340.69	-	-	-	
产成品	眼科产品	631.35	73.11	9.39	-	2-7年
	整形美容与创面护理产品	110.77	29.40	19.19	-	3年
	骨科产品	350.70	-	-	-	2-3年
	防粘连及止血产品	374.75	27.92	3.93	-	2-3年
	其他	76.51	78.29	13.30	-	2-3年
	合计	1,544.07	208.73	45.82	-	
贸易商品	人工晶状体	3,609.06	6.44	-	-	5年
	其他	692.78	48.42	-	-	3-5年
	合计	4,301.83	54.86	-	-	

原材料中，库龄较长的主要系保质期较长的包装材料、视光材料试剂，对应原材料均在其保质期内且被妥善保存。2016年公司对原材料计提的存货跌价准备主要系河南宇宙部分产品更换包装、停止生产导致原包装停用等，从而对相应包装材料计提跌价准备。除上述原材料减值外，报告期内，公司未对原材料计提存货跌价准备。

自制半成品中，库龄较长的主要系医用几丁糖、眼科粘弹剂等未完成最终包装的产品，该等产品已被公司指定作为工艺变更及稳定性试验之用，将在研发部门实际领用检测时计入研发费用，因此公司也未对其计提存货跌价准备。

公司已制定包括《存货内部控制制度》、《财务管理制度》等在内的存货管理类制度，对存货的仓储、保管进行规范与管理，及时掌握存货的价值变动情况。报告期内，存在少量冷门度数规格未能及时全部销售且将到期的人工晶状体产品以及少量不再继续使用的原材料，公司对该部分产品及时、足额计提了存货跌价准备。除此以外，公司其他存货不存在减值的情形，也无需计提存货跌价准备。

公司每期末按照会计准则对存货进行减值测试，对于可变现净值低于账面

价值的存货，公司已充分计提存货跌价准备。

(五) 列表披露非专利技术、客户关系、品牌的原值及账面价值，并说明上述无形资产的具体评估过程及相关参数是否合理；

1、补充披露事项

发行人已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、对于资产质量的分析”之“(二) 非流动资产”之“5、无形资产”中更新并补充披露了以下内容：

非专利技术、客户关系、品牌的原值及账面价值如下所示：

单位：万元

类别	子公司	原值	截至 2016 年 12 月 31 日止账面价值	截至 2017 年 12 月 31 日止账面价值	截至 2018 年 12 月 31 日止账面价值
客户关系	深圳新产业	19,735.81	19,485.99	17,987.07	16,488.15
	河南宇宙	305.24	305.24	284.89	264.54
	珠海艾格	1,999.06	1,999.06	1,865.79	1,732.52
	合计	22,040.11	21,790.29	20,137.75	18,485.21
非专利技术	Aaren	3,951.95	3,952.36	3,471.89	3,383.08
	Contamac	11,306.00	-	10,842.48	9,972.02
	合计	15,257.95	3,952.36	14,314.37	13,355.10
品牌	Aaren	3,510.67	3,550.49	3,344.33	3,512.71
	Contamac	6,953.85	-	6,938.60	6,857.19
	合计	10,464.52	3,550.49	10,282.93	10,369.90

2、补充说明事项

公司客户关系、非专利技术、品牌无形资产于具体评估过程中的主要相关参数如下表所示：

类别	子公司	永续增长率	税后折现率	客户流失率	技术流失率	品牌许可费率
客户关系	深圳新产业	3%	15.5%	7.5%	n.a	n.a
	河南宇宙	3%	14.8%	5%	n.a	n.a
	珠海艾格	3%	14.6%	6%	n.a	n.a
非专利技术	Aaren	2%	11.4%	n.a	6.7%	n.a
	Contamac	2%	12.5%	n.a	6.7%	n.a
品牌	Aaren	2%	11.4%	n.a	n.a	5%
	Contamac	2%	12.5%	n.a	n.a	5%

(1) 客户关系的具体评估过程及相关参数说明

公司聘请有证券业务资质的评估师（即上海众华资产评估有限公司，或“评估师”）采用收益法-多期超额收益法对其客户关系进行评估，评估的重要基础来源于被收购子公司与其经销商签订的经销协议以及和医院客户的订单。具体过程如下：

通过经销协议和医院客户订单的未来预期销售情况，估算客户关系在预期经济使用年限内每年产生的超额收益，再以适当的折现率将其折现，现值累加得出客户关系类无形资产的价值，其中客户关系的经济使用年限是基于以前年度经销商和医院客户的变动数据得到的客户流失率估算得到。

相关参数主要为永续增长率、客户流失率和折现率。永续增长率的确定是评估师充分考虑了所处行业的长期增长前景、宏观经济长期的通货膨胀，同时也参考了预测期最后一年的自由现金流的增长率；客户流失率的确定是评估师基于被收购子公司的收购前历史数据分析得到，且该阶段客户的购买行为模式对未来的预测较具参考性；税后折现率是评估师根据加权平均资本成本和资本资产定价模型计算得到，同时考虑到无形资产风险较高，在此基础上还增加考虑了额外风险溢价。因此综上所述，评估师评估过程中采用的永续增长率、客户流失率和折现率参数是合理的。

（2）非专利技术的具体评估过程及相关参数说明

上海众华资产评估有限公司采用收益法-多期超额收益法对非专利技术进行评估，Aaren 的非专利技术评估的重要基础来源于 Aaren 拥有的 PMMA 及亲水材质人工晶状体的开发和生产工艺，包含基础防盲型的 PMMA 人工晶状体、非球面人工晶状体、肝素表面修饰人工晶状体等产品；Contamac 的非专利技术评估的重要基础来源于 Contamac 拥有的角膜接触镜及人工晶状体等眼科视光材料的开发和生产工艺。具体过程如下：

通过非专利技术的未来预期对收入的影响情况，估算非专利技术在预期经济使用年限内每年产生的超额收益，再以适当的折现率将其折现，现值累加得出非专利技术类无形资产的价值。其中非专利技术的经济使用年限是基于技术流失率估算得到。

相关参数主要为永续增长率、技术流失率和折现率。永续增长率的确定是评

估师充分考虑了所处行业的长期增长前景、宏观经济长期的通货膨胀，同时也参考了预测期最后一年的自由现金流的增长率；技术流失率的确定同时受技术进步和使用频率的影响，一方面由于技术（或产品）的不断更新而使其逐渐丧失先进性，直至不为所有者带来超额利润；另一方面由于时间的推移传播面的扩大，其他企业普遍掌握这种发明而使其获利能力降低，评估师综合考虑了以上因素确定了技术流失率，由此确定的预期经济使用年限与同行业上市公司基本一致，符合行业惯例；税后折现率是评估师根据加权平均资本成本和资本资产定价模型计算得到，同时考虑到无形资产风险较高，在此基础上还增加考虑了额外风险溢价。因此综上所述，评估师评估过程中采用的永续增长率、技术流失率和折现率参数是合理的。

（3）品牌的具体评估过程及相关参数说明

上海众华资产评估有限公司采用收益-许可费节省法对品牌进行评估，Aaren 品牌评估的重要基础来源于 Aaren 这一专注于研发、生产及销售人工晶状体产品的品牌，Aaren 每年向中国销售超过 30 万片人工晶状体产品，每年中国白内障手术实施例数约为 300 万台，以每台手术植入一片人工晶状体计，Aaren 及 HexaVision 品牌的人工晶状体产品的市场占有率超过 10%；Contamac 品牌评估的重要基础来源于 Contamac 这一于 1991 年在英国注册成立的全球最大的角膜接触镜及人工晶状体视光材料的供应商之一的品牌。具体过程如下：

通过品牌许可费率计算品牌对产品未来收益的贡献，再以适当的折现率将其折现，现值累加得出品牌类无形资产的价值。其中由于品牌可以为经营者带来长期的收益，其经济使用年限为永续期，发行人会在每年末对其进行减值测试。

相关参数主要为永续增长率、品牌许可费率和折现率。永续增长率的确定是评估师充分考虑了所处行业的长期增长前景、宏观经济长期的通货膨胀，同时也参考了预测期最后一年的自由现金流的增长率；品牌许可费率是评估师对商标使用费率进行了市场研究，并根据目标公司的盈利能力以及其他定性因素综合确定；税后折现率是评估师根据加权平均资本成本和资本资产定价模型计算得到，同时考虑到无形资产风险较高，在此基础上还增加考虑了额外风险溢价。因此综上所述，评估师评估过程中采用的永续增长率、品牌许可费率和折现率参数是合理的。

(六) 重新回答前次问询问题 29 之信息披露问题 2，请“结合发行人的业务模式、收款模式等”对销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例较高的情况进行分析；

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、对于偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“(四) 现金流量”之“1、经营活动现金流量”部分补充披露如下：

(2) 销售商品、提供劳务收到的现金均高于营业收入的原因分析

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	155,845.27	135,444.75	86,121.23
+当期收到的增值税	14,443.36	13,154.79	8,319.65
+应收账款及票据变动影响	-11,053.59	-8,258.34	-8,544.35
+预收款变动影响	-1,938.32	1,907.25	1,598.96
销售商品、提供劳务收到的现金	157,296.72	142,248.45	87,495.49
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例	100.93%	105.02%	101.60%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金情况较好，主要原因是公司的市场竞争优势较为明显，公司各产品均处于行业优势地位，与下游销售客户的销售结算周期较短。同时，公司建立了良好的应收账款管理内部制度，报告期内公司信用政策执行情况良好，应收款项管控严格，主要客户在信用期内能够及时付款。

报告期内，发行人销售商品、提供劳务收到的现金均高于同期营业收入，主要原因是：

①公司销售商品、提供劳务收到的现金包含向公司客户收取的增值税，而营业收入则不含增值税。2016 年、2017 年及 2018 年，公司收到的销项增值税金占当期营业收入的比重分别为 9.66%、9.71%和 9.27%，保持基本稳定。因此发行人销售商品、提供劳务收到的现金高于当期的营业收入；

②报告期内，公司信用政策执行情况良好，应收款项总体的管控较好，主要客户在信用期内能够及时付款。公司 2017 年及 2018 年的应收款项的增长均低于营业收入的增长。但是，报告期内公司应收款项随着直销业务的增加依然逐年增长，部分抵消了前述①中提及的增值税的影响；

③此外，预收款变动也是发行人销售商品、提供劳务收到的现金与同期营业收入存在差异的原因之一，但是总体影响较小。

(七) 补充说明使用的可比上市公司是否确实可比，及不使用行业内生产相同产品的公司，如冠昊生物，作为比较对象的原因。

发行人选取的可比公司主要从事生物医药类产品的研发、生产及销售，均与发行人存在类似产品及技术或与公司产品的治疗领域类似，因此选择该类可比公司具有合理性。

发行人已选择冠昊生物作为可比公司之一，比较分析了经营模式、毛利率、偿债能力、资产运营效率等指标。冠昊生物全资子公司珠海祥乐为发行人自产 Aaren 和 HexaVision 品牌人工晶状体产品在中国的独家经销商，因此未将冠昊生物列入发行人人工晶状体产品的主要竞争对手进行对比分析。

二、保荐机构、申报会计师、发行人律师说明事项

(一) 进一步列表说明前次问询问题 14 中对经销商的核查情况，列表说明各种核查手段的比例、同时使用两种及以上核查手段的请一并在表格中列明，并进一步说明对经销商最终销售的核查手段、核查比例等；

1、对经销商的核查情况

(1) 核查手段

①访谈

保荐机构、申报会计师、发行人律师一起/单独对报告期内的主要经销商执行了访谈程序，具体包括现场访谈和电话访谈两种方式。访谈主要覆盖了 2018 年前 30 大经销商、部分报告期内新增经销商及其他随机抽取的经销商，该选取标准涵盖的报告期内销售额覆盖率见下文。保荐机构、申报会计师、发行人律师通过执行访谈程序，核实了发行人与经销商的关联关系、业务合作情况、签订的合同情况、货款结算方式、产品价格情况、退换货、返利政策、经销商终端销售情况及期末库存情况等信息。

纳入核查范围的经销商共计为 88 家，保荐机构、申报会计师对其中 85 家经销商进行了访谈，其中现场访谈 69 家，电话访谈 16 家。2016 年、2017 年和 2018

年，保荐机构、申报会计师执行访谈程序的经销商收入占当年经销收入比例分别为 45.60%、50.99% 和 50.33%。

发行人律师对发行人 72 家经销商进行了访谈，其中现场访谈 59 家，电话访谈 13 家。2016 年、2017 年和 2018 年，发行人律师执行访谈程序的经销商收入占当年经销收入比例分别为 40.15%、46.48% 和 46.09%。

②函证

保荐机构、申报会计师和发行人律师一起对公司报告期内的主要经销商执行了函证程序，主要覆盖了 2018 年前 30 大经销商、部分报告期内新增经销商及其他随机抽取的经销商，该选取标准涵盖的报告期内销售额覆盖率见下文。函证程序主要核查报告期内发行人与经销商销售交易金额及往来余额的真实性。

保荐机构和发行人律师对 88 家经销商进行了函证，除少数经销商终止合作未回函以外，其他经销商全部回函，回函率为 94.32%，回函金额与发函金额不存在重大差异；2016 年、2017 年和 2018 年，取得经销商回函的收入覆盖报告期内经销收入比例分别为 44.28%、49.73% 和 50.23%。

申报会计师对 88 家经销商进行了函证，除少数经销商终止合作未回函以外，其他经销商全部回函，回函率为 94.32%，回函金额与发函金额不存在重大差异；对于未回函的经销商，通过抽查销售原始单据执行替代程序；2016 年、2017 年和 2018 年，取得经销商回函的收入覆盖报告期内经销收入比例分别为 44.28%、49.73% 和 50.23%。

(2) 各种核查程序比例情况

①保荐机构、申报会计师核查比例

保荐机构、申报会计师各种核查程序覆盖经销商数量如下表：

项目	公式	覆盖经销商数量
访谈	①	85
函证	②	83
同时执行访谈和函证两种程序	③	82
至少使用访谈或函证一种方式核查	①+②-③	86

注：函证覆盖经销商数量为回函覆盖数量。

保荐机构、申报会计师各种核查手段覆盖公司经销收入占比情况如下表：

项目	2018年	2017年	2016年
访谈	50.33%	50.99%	45.60%
函证	50.23%	49.73%	44.28%
同时执行访谈和函证两种程序	49.80%	49.73%	44.28%
至少使用访谈或访谈一种方式核查	50.76%	50.99%	45.60%

注：函证覆盖经销收入占比为回函覆盖比例。

②发行人律师核查比例

发行人律师各种核查程序覆盖经销商数量如下表：

项目	公式	覆盖经销商数量
访谈	①	72
函证	②	83
同时执行访谈和函证两种程序	③	69
至少使用访谈或函证一种方式核查	①+②-③	86

注：函证覆盖经销商数量为回函覆盖数量。

发行人律师各种核查手段覆盖公司经销收入占比如下表：

项目	2018年	2017年	2016年
访谈	46.09%	46.48%	40.15%
函证	50.23%	49.73%	44.28%
同时执行访谈和函证两种程序	45.56%	45.21%	38.83%
至少使用访谈或访谈一种方式核查	50.33%	50.99%	45.60%

注：函证覆盖经销收入占比为回函覆盖比例。

2、对经销商最终销售的核查情况

(1) 核查手段

保荐机构、申报会计师及发行人律师针对经销商的最终销售履行了如下核查程序：

①对主要经销商进行访谈，了解经销商向发行人采购的产品、经销商销售区域、主要终端客户等信息。

②在访谈的基础上，选取2018年前20大经销商，并随机抽取28家2018年销售金额在200万以上的经销商，由其出具书面的《终端销售确认函》，说明其销售区域、下游主要客户及各期末库存情况。

(2) 核查比例

对经销商的访谈核查比例详见本题“1、对经销商的核查情况”有关内容。出

具《终端销售确认函》的经销商收入占经销收入的比例如下：

项目	2018年	2017年	2016年
出具《终端销售确认函》的经销商收入占经销收入的比例	45.88%	40.03%	20.66%

(二) 核查招股说明书中引用的评估报告所涉评估机构是否有证券业务资质，如无，请聘请有证券业务资质的评估机构复核。

招股说明书中引用的评估报告及其所涉评估机构主要情况如下：

评估对象	报告出具日	报告名称	评估报告文号	评估机构	证券业务资质
上海昊海生物科技有限公司	2010年7月1日	上海昊海生物科技有限公司拟变更设立股份有限公司项目企业价值评估报告	沪东洲资评报字第DZ100419024号	上海东洲资产评估有限公司	具有证券业务资质
河南宇宙人工晶状体研制有限公司	2016年6月30日	鹤壁煤业(集团)有限责任公司(以下简称“鹤煤集团”)拟转让所持有的河南宇宙人工晶状体研制有限公司48.103%股权事宜涉及的河南宇宙人工晶状体研制有限公司股权全部权益价值项目资产评估报告	豫金方评报字[2016]第P1-061号	河南金方资产评估事务所有限责任公司	无, 评估机构根据国有产权转让相关规定向鹤煤集团出具评估报告, 主要供鹤煤集团履行国有产权转让程序使用
	2017年3月25日	上海昊海医药科技发展有限公司拟编制合并财务报表涉及的河南宇宙人工晶状体研制有限公司可辨认资产公允价值评估项目资产评估报告	沪众评报字[2017]第1125号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质
深圳市新产业眼科新技术有限公司	2019年1月4日	上海昊海医药科技发展有限公司股权转让涉及深圳市新产业眼科新技术有限公司股东全部权益价值追溯评估报告	沪众评报字[2018]第0699号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质
Aaren Scientific Inc.部分资产	2018年9月30日	上海昊海医药科技发展有限公司以收购为目的涉及的 Aaren Scientific Inc.部分资产追溯评估报告	沪众评报字[2018]第0698号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质
珠海艾格医疗科技开发有限公司	2017年3月27日	上海昊海医药科技发展有限公司拟编制合并财务报表涉及的珠海艾格医疗科技开发有限公司可辨认资产公允价值评估项目资产评估报告	沪众评报字[2017]第1124号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质
Contamac Holdings Limited	2018年9月30日	上海昊海医药科技发展有限公司股权收购项目涉及的 Contamac Holdings Limited 股东全部权益价值追溯评估报告	沪众评报字[2018]第0700号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质

除河南金方资产评估事务所有限责任公司外, 其他涉及的评估机构均具有证

券业务资质。

豫金方评报字[2016]第 P1-061 号评估报告的出具机构河南金方资产评估事务所有限责任公司不具有证券业务资质，发行人未聘请有证券业务资质的评估机构进行复核，主要原因如下：

1、豫金方评报字[2016]第 P1-061 号评估报告涉及的资产交易事项为鹤煤集团以进场交易方式对外公开转让所持有的河南宇宙 48.103% 股权，资产评估的委托方为资产出售方鹤煤集团，且鹤煤集团的主管单位河南能源化工集团有限公司对前述评估结果进行了备案；

2、豫金方评报字[2016]第 P1-061 号评估报告涉及的股权评估值是股权对外公开转让的底价（评估值为 1,538.73 万元），并非以上述资产评估结果为最终交易的定价依据，河南中原产权交易有限公司对此次股权转让出具了《产权交易鉴证报告》；

3、发行人完成对河南宇宙的股权收购后，另行聘请有证券业务资质的上海众华资产评估有限公司对河南宇宙于 2016 年 11 月 30 日的可辨认资产公允价值进行了评估，并出具了沪众评报字[2017]第 1125 号资产评估报告，用于发行人及其下属子公司编制合并财务报表。该次评估的评估基准日距离前次评估约 7 个月，评估范围覆盖了河南宇宙整体可辨认净资产，对河南宇宙的整体评估价值为 3,270.00 万元，对应的 48.103% 股权的价值为 1,572.97 万元，与前次评估值 1,538.73 万元的差异不大。

三、保荐机构、申报会计师核查情况

（一）核查程序

1、访谈上海柏越的股权受让方，了解发行人增资上海柏越后又转让的原因；获取了发行人关于内部决策制度的相关规定，关于上海柏越股权转让相关的内部决策文件，核查是否符合公司内控规范；

2、检查报告期内被重组方重组前一个会计年度末的资产总额、前一个会计年度的营业收入和利润总额；

3、访谈公司采购负责人，了解发行人新增供应商的原因，分析其合理性；

4、检查发行人期末存货的库龄构成，了解发行人部分原材料和自制半成品库龄较长的原因；

5、检查发行人非专利技术、客户关系、品牌的原值及账面价值；

6、了解无形资产中客户关系、品牌、非专利技术的评估情况，包括但不限于评估方法、主要参数及依据、对客户关系确认无形资产的依据，检查评估报告、评估说明等底稿。发行人聘请了外部评估专家参与企业合并的相关估值工作，申报会计师邀请内部评估专家参考历史经验、管理层所作的估计和市场实务对非流动资产估值所采用的估值方法和估值假设（包括折现率及增长率）进行了复核；

7、获取发行人预收账款的明细账及后附支持性附件，检查销售商品、提供劳务收到的现金；

8、取得招股说明书中引用的评估报告复印件，并通过网络搜索方式核查涉及评估机构的业务资质情况；

9、检查补充披露的各种核查手段的比例、对经销商最终销售的核查手段、核查比例的合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、发行人对于上海柏越的转让符合内控规范；

2、发行人已补充披露被重组方前一个会计年度末的资产总额、营业收入和利润总额占发行人相应项目的比例；

3、发行人关于新增供应商的原因说明具有合理性；

4、发行人披露的库龄较长的原因具有合理性，存货跌价准备的计提充分、合理；

5、发行人说明的无形资产评估过程及相关参数具有合理性；

6、发行人对于销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例较高的说明具有合理性；

7、发行人补充说明的使用的可比上市公司的情况具有合理性；

8、除河南金方资产评估事务所有限责任公司外，招股说明书引用的其他评估报告所涉及的评估机构均具有证券业务资质。河南金方资产评估事务所有限责

任公司出具豫金方评报字[2016]第 P1-061 号评估报告的目的是为鹤煤集团转让河南宇宙股权提供评估基准日公允市场价值参考意见,发行人未将该评估报告的评估结果用于编制合并财务报表目的。发行人已聘请具有证券业务资质的上海众华资产评估有限公司对河南宇宙 2016 年 11 月 30 日的可辨认资产公允价值进行了评估,并以该次评估的评估结果用于发行人编制合并财务报表;

经核查,申报会计师认为:

- 1、发行人对于上海柏越的转让符合内控规范;
- 2、补充披露的各被重组方重组前一个会计年度末的资产总额、营业收入和利润总额占发行人相应项目的比例,与我们了解到的情况基本一致;
- 3、发行人关于新增供应商的原因说明具有合理性;
- 4、发行人披露的库龄较长的原因,与我们了解到的情况基本一致,存货跌价准备的计提充分、合理;
- 5、除河南金方资产评估事务所有限责任公司外,招股说明书引用的其他评估报告所涉及的评估机构均具有证券业务资质。河南金方资产评估事务所有限责任公司出具豫金方评报字[2016]第 P1-061 号评估报告的目的是为鹤煤集团转让河南宇宙股权提供评估基准日公允市场价值参考意见,发行人未将该评估报告的评估结果用于编制合并财务报表目的。发行人已聘请具有证券业务资质的上海众华资产评估有限公司对河南宇宙 2016 年 11 月 30 日的可辨认资产公允价值进行了评估,并以该次评估的评估结果用于发行人编制合并财务报表;
- 6、发行人说明的无形资产评估过程与我们了解到的情况基本一致,相关参数具有合理性;
- 7、发行人对于销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例较高的说明,与我们了解到的情况基本一致。

问题 2

关于经销 Lenstec 等其他品牌人工晶状体

请发行人:(1)进一步披露贸易业务按产品或按品牌的收入构成情况,并披露贸易业务规模在报告期内逐年大幅增长的原因,相关产品销售的增长是否与市

场发展的趋势一致、与发行人自产产品增长的趋势一致；(2) 解释“公司外购品牌及自产品牌人工晶状体产品在材质、光学设计等方面存在差异”的具体含义，明确披露发行人自产产品和外购产品的具体差异、发行人产品定位与其经销产品的定位差异、价格差异，并结合产品、定位、价格等的差异情况分析发行人产品和技术的先进性；(3) 披露发行人自产产品的市场和贸易产品的市场是否截然不同，若不存在显著差异，请进一步分析贸易业务对发行人自产产品业务的影响；(4) 在分析人工晶状体收入、毛利率变动情况时，按贸易产品和自产产品进一步分析毛利率情况及变动原因；(5) 进一步披露向 Lenstec 既有采购又有销售的原因、是否影响发行人自产产品业务。

请发行人：(1) 进一步说明贸易业务的历史沿革，测算并列表披露扣除贸易业务相关数据后对发行人子公司、对合并报表的收入、毛利、净利润的影响；(2) 进一步说明不同类别的人工晶状体产品是否属于同类产品、在计算市场占有率时是否应当分别计算，在计算市场占有率时使用销量数据是否符合实际情况。

请保荐机构核查并发表意见。

回复：

一、补充披露事项

(一) 进一步披露贸易业务按产品或按品牌的收入构成情况，并披露贸易业务规模在报告期内逐年大幅增长的原因，相关产品销售的增长是否与市场发展的趋势一致、与发行人自产产品增长的趋势一致；

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、对于经营成果的分析”之“(一) 营业收入分析”之“1、主营业务收入构成分析”之“(4) 按业务模式划分”补充披露如下：

报告期内，公司贸易业务按品牌收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Lenstec	27,649.42	86.82%	23,423.68	84.96%	3,372.90	77.99%
增长率	18.04%		594.47%			
Nidek	3,451.40	10.84%	3,303.97	11.98%	112.42	2.60%

项目	2018年		2017年		2016年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增长率	4.46%		2838.95%			
其他产品	747.32	2.35%	844.06	3.06%	839.41	19.41%
增长率	-11.46%		0.55%			
贸易业务收入	31,848.14	100.00%	27,571.70	100.00%	4,324.73	100.00%
增长率	15.51%		537.54%			

报告期内，公司贸易业务收入主要包括子公司深圳新产业贸易业务中 Lenstec 品牌人工晶状体的收入和珠海艾格贸易业务中 Nidek 品牌人工晶状体的收入。2017 年，公司贸易业务收入较 2016 年大幅增长，主要由于公司于 2016 年 4 季度完成对深圳新产业和珠海艾格的收购，两家公司的贸易业务收入纳入 2016 年公司合并报表时间较短，从而导致 2017 年并表收入较 2016 年并表收入有大幅的增加。2018 年，公司贸易业务收入整体呈增长趋势，主要得益于公司收购眼科相关公司后整合国内销售渠道，推动 Lenstec 品牌人工晶状体的销量及销售收入的上升，特别是直销收入的上升。

报告期内，公司自产销售与贸易业务中的人工晶状体销售收入变动趋势如下：

单位：万元

项目	2018年		2017年		Aaren、河南宇宙、珠海艾格、深圳新产业		2016年 (全年数)
	金额	增长率	金额	增长率	2016年1月1日至收购日 ¹	2016年收购日至12月31日	
					金额	金额	金额
Aaren自产人工晶状体	6,758.25	-2.97%	6,964.91	不适用	不适用	177.43	不适用
河南宇宙自产人工晶状体	5,045.76	50.21%	3,359.17	95.24%	1,350.70	369.81	1,720.51
珠海艾格自产人工晶状体	211.42	-43.96%	377.25	-1.55%	383.18	-	383.18
自产销售人工晶状体小计	12,015.43	12.28%	10,701.33	不适用	不适用	547.24	不适用
Lenstec人工晶状体	27,649.42	18.04%	23,423.68	38.95%	13,484.30	3,372.90	16,857.20
Nidek人工晶状体	3,451.40	4.46%	3,303.97	40.17%	2,244.61	-	2,357.03 ²
贸易业务人工晶状体小计	31,100.82	16.36%	26,727.64	39.10%	15,728.91	3,372.90	19,214.23 ²
人工晶状体合计	43,116.25	15.19%	37,428.97	不适用	不适用	3,920.14	不适用

注 1：为了更好地比对 2016 年及 2017 年的相关人工晶状体销售的变动情况，上表中将相关被收

购公司 2016 年全年销售收入与 2017 年进行比较, 2017 年的增长率系 2017 年金额与 2016 年(全年数)的金额相比计算得到。但由于发行人对 Aaren 的亲水折叠及 PMMA 人工晶状体业务收购时, 未能取得 2016 年 1 月 1 日至 Aaren 业务收购日的销售数据, 故无法进行上述比较;

注 2: 2016 年, 昊海生科开展少量的 Nidek 人工晶状体销售业务, 产生收入 112.42 万元; 子公司珠海艾格的 Nidek 人工晶状体的销售收入于 2017 年 1 月才合并计入发行人的销售收入。因此, “2016 年(全年数)”所列示的 Nidek 人工晶状体销售收入系昊海生科 2016 年全年 Nidek 人工晶状体的销售收入与“2016 年 1 月 1 日至收购日”所列示的珠海艾格 Nidek 人工晶状体的销售收入之和。

报告期内, 公司的人工晶状体销售收入持续增长, 公司人工晶状体的贸易业务收入与自产销售收入的总体增长趋势基本一致。但由于不同主体所生产或经销的人工晶状体市场定位不同, 不同品牌的销售收入增长率存在一定差异, 其中公司重点推广的河南宇宙亲水人工晶状体产品及深圳新产业 Lenstec 品牌人工晶状体产品的收入均上升较快。

近年来, 中国人工晶状体的行业需求持续增长, 根据中国防盲治盲网数据统计, 中国实施白内障手术数量由 2012 年 140 万例增加至 2017 年 305 万例, 2012 年至 2017 年年均复合增长率达 16.85%, 公司人工晶状体产品销售总体趋势与市场趋势基本一致。

(二) 解释“公司外购品牌及自产品牌人工晶状体产品在材质、光学设计等方面存在差异”的具体含义, 明确披露发行人自产产品和外购产品的具体差异、发行人产品定位与其经销产品的定位差异、价格差异, 并结合产品、定位、价格等的差异情况分析发行人产品和技术的先进性;

1、“公司外购品牌及自产品牌人工晶状体产品在材质、光学设计等方面存在差异”的具体含义

(1) 公司外购品牌及自产品牌人工晶状体产品在材质方面存在差异

按材质, 人工晶状体可分为硬性人工晶状体和软性人工晶状体。相较于硬性人工晶状体, 软性人工晶状体可在体外折叠, 通过较小切口植入眼内后再自动展开, 因此手术切口小, 术后患者恢复快, 感染风险几率较小。目前, 主流软性人工晶状体材质包括亲水性丙烯酸和疏水性丙烯酸。不同材质人工晶状体的具体比较如下:

材质	是否可折叠	手术切口	是否需要缝合、拆线	术后角膜散光	麻醉方式	特点	对应品牌
PMMA (硬性)	否	6mm	需要	大	球后麻醉	价格低廉，但手术时间长、创伤大、恢复慢	自产及外购
亲水性丙烯酸	是	<3mm	无需	小	眼表麻醉	材料可压缩性较好，可用于极小切口手术，但可能粘附组织	自产及外购
疏水性丙烯酸	是	<3mm	无需	小	眼表麻醉	后囊混浊率较低，但容易出现闪辉（Glistening）现象	外购

报告期内，公司自产品牌人工晶状体产品的材质主要包括 PMMA 及亲水性丙烯酸两类，而公司经销的 Nidek 品牌人工晶状体产品的材质主要为疏水性丙烯酸，自产品牌人工晶状体与外购品牌人工晶状体在材质形成了差异化互补。

(2) 公司外购品牌及自产品牌人工晶状体产品在光学设计方面存在差异

按光学设计，人工晶状体可分为单焦、散光矫正、多焦及可调节等几种类型。单焦人工晶状体可以改善眼睛屈光度，术后恢复正视视力。如果病人角膜存在散光，散光矫正型人工晶状体则可以通过柱面设计矫正角膜散光，术后恢复正视视力而无需佩戴散光矫正眼镜。多焦点人工晶状体使从远距到中距，再到近距的物体可以同时清晰成像于视网膜，弥补单焦人工晶状体缺少自然晶状体调节功能的缺陷，使患者在术后获得良好的全程视力，提高术后完全脱镜率。可调节人工晶状体可以改变有效屈光度，模拟自然眼的调节功能。不同光学设计人工晶状体的具体比较如下：

光学设计	矫正球差	远视矫正	散光矫正	屈光度	对应品牌
球面单焦	×	×	×	固定	自产及外购
非球单焦	√	×	×	固定	自产及外购
非球多焦	√	√	×	2 个及以上	外购
非球散光矫正	√	×	√	固定	-
非球可调节	√	√	×	可调节	外购

报告期内，公司自产品牌人工晶状体产品的光学设计主要包括球面单焦和非球单焦，公司经销的 Lenstec 品牌人工晶状体光学设计则覆盖了非球多焦、非球可调节等光学设计，有效扩充了公司人工晶状体产品光学设计种类。

(3) 公司外购品牌及自产品品牌人工晶状体产品在附加功能方面存在差异

目前人工晶状体产品的主要附加功能包括防紫外线、肝素表面改性及预装式设计。通过在人工晶状体原材料中添加紫外线吸收剂，可以实现对短波光线的过滤，减少紫外线对视网膜的损伤。通过在人工晶状体表面构建肝素涂层，可以增加人工晶状体产品的生物相容性，减少术后炎症反应。通过将人工晶状体预先装入推注器系统，可以简化临床应用流程，缩短手术时间，减少术中感染风险。

报告期内，公司自产品品牌人工晶状体产品拥有防紫外线和肝素表面改性的附加功能，公司经销的 Lenstec 品牌和 Nidek 品牌人工晶状体具有防紫外线和预装式设计的附加功能，外购品牌人工晶状体产品有效扩充了公司人工晶状体产品的附加功能。

综上，公司自产品品牌人工晶状体产品与外购品牌人工晶状体产品在材质、光学设计和附加功能等方面具有一定差异。

2、发行人自产产品和外购产品的具体差异、发行人产品定位与其经销产品的定位差异、价格差异，并结合产品、定位、价格等的差异情况分析发行人产品和技术的先进性





(1) 发行人自产产品和外购产品的具体差异、发行人产品定位与其经销产品的定位差异、价格差异



发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（二）主要产品情况”之“1、公司产品主要应用领域”部分更新及补充披露如下：

公司及子公司生产、经销的多个人工晶状体品牌在光学设计及附加性能上具有一定差异。公司通过品牌差异化、技术差异化形成良好的产品定位互补，满足不同的临床运用需求。公司的自产品品牌人工晶状体产品中，河南宇宙的人工晶状体产品定位于基础型及中端，材质涵盖 PMMA 及亲水性丙烯酸，光学设计以单焦为主，有添加紫外线吸收剂的附加功能；珠海艾格的人工晶状体定位于基础型，主要为 PMMA 球面单焦人工晶状体，有添加紫外线吸收剂的附加功能；Aaren 及 HexaVision 均为 Aaren 人工晶状体品牌，市场定位进一步覆盖了中高端型人工晶状体产品，材质包括 PMMA 及亲水性丙烯酸，光学设计包括球面单焦与非

球单焦，在添加紫外线吸收剂的附加功能的基础上进一步增加了肝素表面改性的附加功能。公司经销的 Lenstec 品牌人工晶状体产品定位于中端及高端，其可调节及多焦非球面人工晶状体产品在光学设计及预装式设计的附加功能与公司自有品牌产品形成差异化互补；公司经销的 Nidek 品牌人工晶状体产品定位于中端，其疏水材质人工晶状体产品在原材料及预装式设计的附加功能上亦与公司自有品牌产品形成差异化互补。从终端市场中标价格来看，公司自有品牌和外购品牌类似性能的人工晶状体产品在价格上不存在显著差异，部分差异主要是由于不同品牌的市场定价及竞争策略存在一定区别。其中基础防盲型人工晶状体终端市场中标单位价格为 1,000 元以下，中端人工晶状体终端市场中标单位价格为 1,000 元-3,000 元，中高端人工晶状体终端市场中标单位价格为 3,000 元-5,000 元，高端型人工晶状体终端市场中标单位价格通常为 10,000 元左右。

公司销售的主要人工晶状体品牌及型号比较如下所示：

公司	品牌	型号	市场定位	材质	光学设计	附加功能	终端市场 中标价格 (元/片)
河南宇宙		PC156C55	基础型	PMMA	球面单焦	添加紫外线吸收剂	100-400
		PCF60	中端	亲水性 丙烯酸	球面单焦	添加紫外线吸收剂	900-1,600
		PCF60/A	中端	亲水性 丙烯酸	非球单焦	添加紫外线吸收剂	新品待定价
珠海艾格	 	PC55125	基础型	PMMA	球面单焦	添加紫外线吸收剂	100-500
		N4-18B	中端	疏水性 丙烯酸	球面单焦	添加紫外线吸收剂	1,400-1,800
		N4-18YG	中端	疏水性 丙烯酸	非球单焦	添加紫外线吸收剂	3,000-3,600
		NS-60YG	中高端	疏水性 丙烯酸	非球单焦	添加紫外线吸收剂	3,200-4,000
		SZ-1	中高端	疏水性 丙烯酸	非球单焦	预装式设计、添加 紫外线吸收剂	3,800-4,000
Aaren		HSP-55B	基础型	PMMA	球面单焦	表面经肝素处理、 添加紫外线吸收剂	500-1,000
		Aqua-Sense	中端	亲水性 丙烯酸	球面单焦	添加紫外线吸收剂	800-1,500
		BioVue	中端	亲水性 丙烯酸	球面单焦	表面经肝素处理、 添加紫外线吸收剂	900-1,600

公司	品牌	型号	市场定位	材质	光学设计	附加功能	终端市场 中标价格 (元/片)
		Aqua-Sense PAL	中端	亲水性 丙烯酸	非球单焦	添加紫外线吸收剂	2,000-2,500
		X55125H	基础型	PMMA	球面单焦	表面经肝素处理、 添加紫外线吸收剂	800-1,000
		HQ-201	中端	亲水性 丙烯酸	球面单焦	添加紫外线吸收剂	1,400-1,800
		HQ-201 HEP	中端	亲水性 丙烯酸	球面单焦	表面经肝素处理、 添加紫外线吸收剂	1,700-2,200
		HQ-201 HEP XO	中高端	亲水性 丙烯酸	非球单焦	表面经肝素处理、 添加紫外线吸收剂	3,300-3,500
深圳新产业		SOFTEC I	中端	亲水性 丙烯酸	球面单焦	添加紫外线吸收剂	1,300-1,600
		SOFTEC IO	中端	亲水性 丙烯酸	球面单焦 (大光学面)	添加紫外线吸收剂	1,800-2,400
		HD	中端	亲水性 丙烯酸	非球单焦	添加紫外线吸收剂	2,500-2,800
		HDO	中高端	亲水性 丙烯酸	非球单焦 (大光学面)	添加紫外线吸收剂	4,200-5,000
		HD PLI	中高端	亲水性 丙烯酸	非球单焦	预装式设计、添加 紫外线吸收剂	3,500-5,000
		SBL-3	高端	亲水性 丙烯酸	非球多焦	添加紫外线吸收剂	9,500-13,000
		Tetraflex HD	高端	亲水性 丙烯酸	非球可调节	添加紫外线吸收剂	7,800-10,000
		Tetraflex HD PLI	高端	亲水性 丙烯酸	非球可调节	预装式设计、添加 紫外线吸收剂	7,700-12,000

注：终端市场中标价格系主要销售区域的各省市招标价格，数据来源于公开资料整理

(2) 结合产品、定位、价格等的差异情况分析发行人产品和技术的先进性
 发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、公司所处行业基本情况”
 之“（七）公司的竞争优势”之“2、产品优势”之“（2）现有产品技术先进性优势”
 部分补充披露如下：

目前，公司自有品牌人工晶状体产品主要定位于满足基础、中端及中高端市
 场需求，而公司外购品牌人工晶状体进一步延伸公司现有人工晶状体产品系列
 至高端市场。从市场定位来看，公司自产人工晶状体产品覆盖了国内的主流市场；
 与类似市场定位的同类产品相比，公司自产人工晶状体产品价格与外购人工晶

状体产品价格不存在重大差异。此外，公司的 P.U.R.E.TM 精准杂质溶除技术、双向容偏技术和 BioVue[®]人工晶状体肝素表面改性技术均具有较高的行业技术水准，使得公司自产品牌人工晶状体产品在同类产品中具有一定的技术含量。

定位	自有品牌	外购品牌	技术先进性
中端	 	 	1、P.U.R.E. TM 精准杂质溶除技术可确保光学清晰度和生物相容性 2、双向容偏技术可提供更大的晶体位置容差范围 3、BioVue [®] 人工晶状体肝素表面改性技术可降低术后炎症反应和纤维蛋白反应
中高端		 	

目前公司暂无外购品牌销售的非球多焦及非球可调节等光学设计类型的自产人工晶状体产品。但公司已具备高端人工晶状体的研发基础，由公司牵头申报的“新型人工晶状体及高端眼科植入材料的研发”成功入选国家科技部“十三五”国家重点研发计划。

(三) 披露发行人自产产品的市场和贸易产品的市场是否截然不同，若不存在显著差异，请进一步分析贸易业务对发行人自产产品业务的影响；

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（三）公司主要经营模式分析”之“1、盈利模式”部分补充披露如下：

公司自产品牌人工晶状体和外购品牌人工晶状体均用于白内障手术，终端市场不存在显著差异。一方面，公司自产品牌人工晶状体产品与外购品牌人工晶状体产品在原材料、光学设计及附加功能上存在一定差异，两类产品针对的细分市场 and 患者群体不同，其中公司自产品牌人工晶状体产品主要面向基础型及大众型产品市场，而公司外购品牌人工晶状体产品进一步延伸到高端市场。另一方面，公司凭借自产品牌人工晶状体和外购品牌人工晶状体的产品组合相互协同，形成了对主流人工晶状体产品市场的广泛覆盖，可以有效满足终端医疗机构的多样化需求。因此，公司外购品牌人工晶状体产品业务不会对其自产品牌人工晶状体产品业务产生不利影响。2016年、2017年和2018年，公司自产品牌人工晶状体产品的销量分别为5.05万片、68.95万片和79.37万片，占当期人工晶状体产品销售比例分别为57.76%、72.56%和71.94%。2018年，公司自产品牌人工

晶状体产品销售收入较 2017 年增长 12.28%，同期，公司外购品牌人工晶状体产品销售收入较 2017 年增长 16.36%，两者总体增长趋势基本一致。

(四) 在分析人工晶状体收入、毛利率变动情况时，按贸易产品和自产产品进一步分析毛利率情况及变动原因。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、对于经营成果的分析”之“(一) 营业收入分析”之“2、主营业务收入变动分析”部分补充披露如下：

报告期内，公司人工晶状体产品按业务模式的收入变动如下：

单位：万元

项目	2018 年		2017 年		2016 年
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
自产销售	12,015.43	12.28%	10,701.33	1,855.51%	547.24
贸易业务	31,100.82	16.36%	26,727.64	666.86%	3,485.32
合计	43,116.25	15.19%	37,428.97	828.17%	4,032.56

报告期内，公司人工晶状体产品收入增长较快。2017 年，公司人工晶状体产品收入增长幅度为 828.17%，主要由于公司在 2016 年第 4 季度陆续收购合并了以贸易业务为主的深圳新产业和珠海艾格、以自产销售为主的 Aaren 和河南宇宙等企业，上述子公司纳入 2016 年公司合并报表时间较短，从而导致 2017 年并表收入较 2016 年并表收入有大幅的增加。

2018 年，公司人工晶状体产品销售收入增长幅度为 15.19%，主要由于公司持续对人工晶状体产业的整合，深圳新产业贸易业务下的 Lenstec 品牌人工晶状体产品和河南宇宙的自产品牌人工晶状体产品的销售收入均有较快的增长，特别是河南宇宙的自产品牌人工晶状体产品的销售收入增长较为迅速。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、对于经营成果的分析”之“(三) 毛利及毛利率分析”之“3、分产品毛利率情况分析”部分补充披露如下：

报告期内，公司人工晶状体产品按业务模式划分的单位价格、单位成本和毛利率的分析如下：

项目	2018 年	2017 年	2016 年
自产销售的人工晶状体毛利率			

项目	2018年	2017年	2016年
平均销售单价(元/片)	151.39	155.20	108.36
平均成本(元/片)	56.60	67.71	48.36
毛利率	62.61%	56.37%	55.38%
贸易业务的人工晶状体毛利率			
平均销售单价(元/片)	1,004.55	1,025.23	941.98
平均成本(元/片)	303.62	343.73	319.80
毛利率	69.78%	66.47%	66.05%

报告期内，公司自产销售的人工晶状体毛利率稳步上升，主要由于河南宇宙自产的中端亲水折叠人工晶状体占比不断提高，2016年、2017年和2018年河南宇宙自产人工晶状体的毛利率分别为66.58%、75.33%和86.02%。而同期Aaren品牌人工晶状体的毛利率仅分别为32.02%、45.84%和45.68%。虽然Aaren的平均销售单价高于河南宇宙的平均销售单价，但Aaren品牌人工晶状体的毛利率较低，主要由于Aaren的人工晶状体产品主要是向冠昊生物下属的珠海祥乐销售，发行人收购Aaren业务后仍履行Aaren之前与珠海祥乐签订的长期销售协议中约定的销售价格，同时Aaren在美国工厂的人力成本和制造费用较中国相对要高，因此报告期内Aaren品牌毛利率水平相对较低。

公司贸易业务的人工晶状体产品销售主要是深圳新产业的Lenstec品牌人工晶状体产品的销售，报告期内的毛利率基本保持稳定。2018年的毛利率较2017年略有上升的主要由于公司通过与Lenstec的议价下调了约10%的采购成本。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、对于经营成果的分析”之“（三）毛利及毛利率分析”之“1、毛利情况”部分更新并补充披露如下：

报告期内，公司自产销售的产品毛利率高于贸易业务的产品毛利率，主要由于公司的贸易业务主要为眼科产品，自产销售的产品中除眼科产品外，包括整形美容与创面护理产品、骨科产品、防粘连及止血产品，而该三种治疗领域的产品毛利率相对眼科产品较高。

（五）进一步披露向Lenstec既有采购又有销售的原因、是否影响发行人自产产品业务。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司销售及采购情况”

之“（三）主要原材料、产品和能源采购情况”之“3、公司报告期内前五名供应商的采购情况”部分补充披露如下：

Lenstec 是一家全球知名的人工晶状体产品生产厂商，公司为构建完整的人工晶状体产品线、增强公司整体竞争实力，通过子公司深圳新产业经销 Lenstec 品牌的人工晶状体产品。2016 年、2017 年及 2018 年，公司向 Lenstec 的采购金额分别为 1,495.73 万元、6,902.21 万元和 6,813.72 万元。同时，公司通过一系列投资并购，围绕人工晶状体产品逐步完成了从上游原材料、生产到下游销售服务的资源整合，其中公司 2017 年收购的子公司 Contamac 是全球最大的独立视光材料供应商之一，向包括 Lenstec 在内的人工晶状体生产厂商提供人工晶状体原材料。此外，由于人工晶状体通常在白内障手术中需要与眼科粘弹剂配合使用，Lenstec 亦向公司采购少量眼科粘弹剂产品用于与人工晶状体产品进行配套销售。报告期内，公司向 Lenstec 的视光材料和眼科粘弹剂产品的销售金额合计分别为 2.97 万元、86.61 万元和 151.07 万元。报告期内，公司对于 Lenstec 的采购及销售均属于正常购销业务。

二、发行人说明事项

（一）进一步说明贸易业务的历史沿革，测算并列表披露扣除贸易业务相关数据后对发行人子公司、对合并报表的收入、毛利、净利润的影响；

1、贸易业务的历史沿革

公司 2007 年成立后，通过承继松江生物药厂、其胜生物及建华生物的业务经营及收购利康瑞，成为专注于眼科、整形美容与创面护理、骨科、防粘连及止血四大治疗领域生物医用材料产品研发、生产和销售的高新技术企业。凭借强大的研发实力，公司陆续实现医用几丁糖和医用透明质酸钠/玻璃酸钠在各医学领域的专业应用，包括治疗退行性骨关节炎，以及整形美容、白内障手术及其他类型的普外科和专科手术等领域，并实现了细分市场行业领先目标。目前，公司主要的可吸收生物医用材料产品均为公司自主研发生产，且公司拥有相关产品的自主知识产权。

2015 年以来，公司开始以白内障手术核心医疗器械人工晶状体为突破口，通过收购、整合国内外具有成熟产品、高端技术及优质市场资源的目标企业，逐步进入高附加值的眼科高值耗材领域，并与公司已有的眼科粘弹剂产品形成协同效应。公司在构建人工晶状体产业链过程中，为构建完整的产品线、增强公司整体市场竞争力、及更好地了解终端市场需求变化，公司于 2016 年先后收购深圳新产业和珠海艾格以拓展公司人工晶状体产品的贸易业务，昊海生科亦于 2016 年经销少量的 Nidek 品牌人工晶状体产品。报告期内，深圳新产业主要从事 Lenstec 品牌人工晶状体产品的经销业务，珠海艾格除销售自产品牌人工晶状体产品外亦经销 Nidek 品牌人工晶状体产品。除上述两家公司外，公司报告期内新收购的河南宇宙、Aaren 和 Contamac 等眼科公司主要产品均为“自产销售”模式。公司收购的眼科公司的具体情况如下：

序号	公司名称	收购时间	主要产品	业务模式
1	河南宇宙	2016年11月	人工晶状体	自产销售
			眼科粘弹剂	
2	深圳新产业	2016年11月	人工晶状体	贸易业务
3	Aaren	2016年11月	人工晶状体	自产销售
4	珠海艾格	2016年12月	人工晶状体	自产销售与贸易业务
5	Contamac	2017年6月	视光材料	自产销售

通过人工晶状体产品“自产销售”与“贸易业务”并举的业务发展模式，公司扩充了人工晶状体的产品线，实现了产品的全系列覆盖，增强了公司在人工晶状体市场的竞争力，并提高了盈利能力。

2、测算并列表披露扣除贸易业务相关数据后对发行人子公司、对合并报表的收入、毛利、净利润的影响

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（三）公司主要经营模式分析”之“1、盈利模式”部分补充披露如下：

④扣除贸易业务相关数据后对发行人子公司、对合并报表的收入、毛利、净利润的影响

报告期内，公司贸易业务相关数据对发行人子公司、合并报表影响测算如下：

单位：万元

项目	收入	毛利	净利润	对应主体	占对应主体相应指标比例		
					收入	毛利 ¹	净利润 ¹
2018年							
Lenstec人工晶状体	27,649.42	19,782.76	8,459.59	深圳新产业	98.66%	98.78%	98.94%
Nidek人工晶状体	3,451.40	1,917.89	233.00	珠海艾格	91.93%	96.24%	89.92%
其他贸易产品 ²	747.32	-190.69					
贸易业务合计	31,848.14	21,509.96	8,692.58	公司合并报表	20.47%	17.61%	19.10%
2017年							
Lenstec人工晶状体	23,423.68	15,620.93	7,123.32	深圳新产业	98.45%	98.08%	97.65%
Nidek人工晶状体	3,303.97	2,145.69	458.71	珠海艾格	89.13%	86.84%	75.37%
其他贸易产品 ²	844.06	77.94					
贸易业务合计	27,571.70	17,844.56	7,902.79	公司合并报表	20.38%	16.75%	19.76%
2016年							
Lenstec人工晶状体	3,372.90	2,261.32	1,848.28	深圳新产业	96.67%	96.69%	96.69%
Nidek人工晶状体 ³	112.42	40.73	-253.97	-	-	-	-
其他贸易产品 ²	839.41	534.82					
贸易业务合计	4,324.73	2,836.88	1,594.31	公司合并报表	5.04%	3.96%	5.13%

注1：由于 Lenstec 和 Nidek 人工晶状体涉及公司合并报表内相关公司之间的交易，因此上表中 Lenstec 和 Nidek 人工晶状体的营业数据已经考虑了合并抵消的影响；

注2：“其他贸易产品”主要系手术刀等医疗器械与耗材，在公司合并范围内不同主体发生，难以匹配其期间费用，且金额较小，因此未计算相应净利润；

注3：2016年，昊海生科开展少量的 Nidek 人工晶状体业务。自公司收购珠海艾格后，Nidek 人工晶状体业务主要通过珠海艾格开展。

2016年、2017年及2018年，公司贸易业务收入占主营业务收入比重分别为5.04%、20.38%和20.47%，占比相对较低；贸易业务毛利及净利润占对应项目比重亦相对较低。

(二) 进一步说明不同类别的人工晶状体产品是否属于同类产品、在计算市场占有率时是否应当分别计算，在计算市场占有率时使用销量数据是否符合实际情况。

尽管公司不同类别的人工晶状体产品在材料、光学设计或附加功能上存在一定差异，但各类别人工晶状体产品均用于白内障的治疗，用于替换白内障手术中摘除的原混浊的眼内晶体，其基础医学功能均为解决因白内障致盲或导致的视觉质量下降问题，因此不同类别的人工晶状体产品均属于同类产品，面向相同市场进行销售。因此，在计算发行人销售的人工晶状体产品市场占有率时可以合并计

算，发行人招股书中有关市场占有率的相关表述“根据中国防盲治盲网数据推算，2017年中国人工晶状体销量约为305万片，公司销售人工晶状体以数量计约占中国人工晶状体30%的市场份额（含公司销售的非自有品牌人工晶状体），公司销售的自产人工晶状体以数量计约占中国人工晶状体23%的市场份额”符合实际情况。

三、保荐机构核查情况

（一）核查程序

- 1、获取了公司人工晶状体产品收入分类明细以及销量数据，分析贸易业务、自产销售的收入增长趋势；
- 2、查阅有关人工晶状体的市场研究报告，分析公司产品增长趋势与市场发展趋势是否一致；
- 3、访谈公司人工晶状体产品经理，查看公司销售人工晶状体的终端市场中标价，了解公司自有品牌产品与外购品牌产品的性能、价格、市场定位信息；
- 4、查阅发行人与Lenstec交易的明细，了解Lenstec与发行人交易内容和业务背景；
- 5、取得发行人报告期内贸易业务收入、毛利、净利润信息，以及对应主体的相关数据情况，分析贸易业务对公司主营业务的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

- 1、报告期内发行人贸易业务产品与自产产品销售均呈现增长趋势，且总体趋势与市场趋势基本一致；
- 2、公司自产品牌人工晶状体和外购品牌人工晶状体均用于白内障手术，终端市场不存在显著差异；
- 3、发行人贸易业务主要产品Lenstec和Nidek与发行人自产产品在产品性能和市场定位上存在一定差异；
- 4、通过人工晶状体产品“自产销售”与“贸易业务”并举的业务发展模式，公司扩充了产品线，增强了公司在人工晶状体市场的竞争力；

5、公司报告期内向 Lenstec 既有采购又有销售具有商业合理性。

问题 3

关于采购请发行人进一步披露：（1）与华熙福瑞达历史上的合作关系、中止合作的原因；（2）2018 年前发行人 HA 精粉相关供应商的情况，更换供应商的原因；（3）发行人收购青岛华元后，是否不再向外采购 HA 粗粉，转而采购 HA 精粉，收购青岛华元前后发行人对 HA 精粉和粗粉的采购方面发生的变化。

请发行人说明 HA 精粉和 HA 粗粉之间的关系，HA 精粉是否由 HA 粗粉加工而来，若是，请披露发行人收购青岛华元后继续采购 HA 精粉的原因，并分析招股说明书中披露的收购青岛华元的原因及影响是否属实。

请保荐机构核查并发表意见。

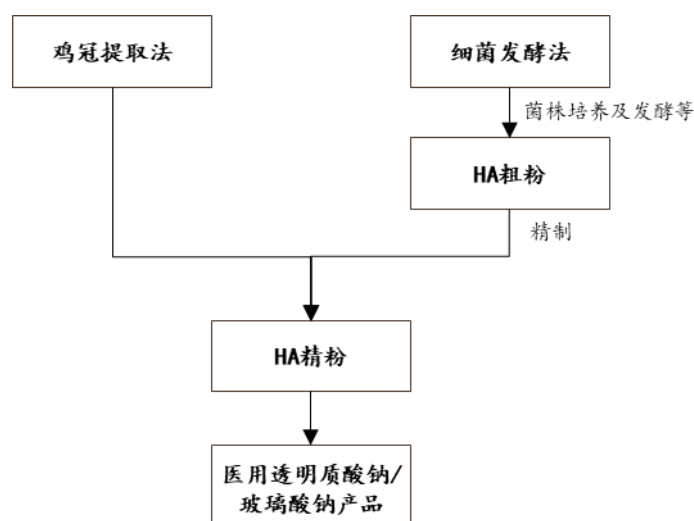
回复：

一、补充披露事项

（一）与华熙福瑞达历史上的合作关系、中止合作的原因；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司销售及采购情况”之“（三）主要原材料、产品和能源采购情况”之“3、公司报告期内前五名供应商的采购情况”部分补充披露如下：

目前，公司用作生产玻璃酸钠注射液的原材料 HA 粉均由公司自主用鸡冠法提取生产。此外，公司透明质酸钠系列产品主要原材料之一的 HA 粉亦可通过发酵法生产。公司曾向华熙生物采购 HA 精粉和 HA 粗粉，其中 HA 精粉可直接用于后续生产医用透明质酸钠系列产品，而 HA 粗粉则需要经过进一步精制形成 HA 精粉后用于生产。



华熙生物早期创立时以生产、销售透明质酸钠原料为核心业务，在 2012 年之前没有医用透明质酸制剂产品相关业务。发行人全资子公司其胜生物和建华生物在 2007 年之前即开始采购该公司原料，与华熙生物建立了长期合作的业务关系。公司于 2007 年完成对其胜生物和建华生物的收购后，继续保持了与华熙生物的采购关系，是其医药级 HA 原料业务的主要客户之一。

公司于 2010 年起积极开展发酵法 HA 原料的菌种筛选、工艺研究和产业转化，并于 2010 年和 2013 年先后申请上海市科委和上海市经委的产学研项目并获得了政府资助。经过数年的研发和技术攻关，公司已掌握医药级 HA 原料的发酵和精制技术。此外，公司建设有符合国家 GMP 标准的专业化原料精制车间，具备 HA 粗粉精制成 HA 精粉的能力。

2012 年，华熙生物玻尿酸产品获得 CFDA 批准上市。2013 年，公司第一代玻尿酸产品“海薇”获得 CFDA 批准上市。华熙生物于 2014 年起提升对公司的 HA 精粉售价。在此背景下，公司在继续保持华熙生物作为合格原料供应商的前提下，积极探索增加新合格原料供应商的评估工作，自 2013 年先后发展了捷克 CONTIPRO PHARMA A.S.和法国 HTL SAS 作为公司 HA 原料的备选供应商。同时，公司积极与青岛华元接触并进行质量评估，其 HA 粗粉的生产能力和质量标准完全能够满足公司要求但暂无 HA 精粉加工能力，因此于 2014 年将青岛华元发展成为公司 HA 粗粉的合格原料供应商。

2014 年起，为进一步降低 HA 系列产品的生产制造成本，公司逐步减少对 HA 精粉的采购。同时，公司开始增加对 HA 粗粉的采购，通过自行将 HA 粗粉

精制为 HA 精粉以满足公司对 HA 原材料的需求。基于上述策略调整，公司自 2014 年起开始减少对华熙生物 HA 精粉的采购，并且在 2015 年和 2016 年中止向华熙生物采购 HA 原料。

2017 年起，华熙生物希望重启与公司的原料业务合作，并下调了供货价格，公司为进一步保障上游原材料安全供应，增加外部备选供应商，重新恢复对华熙生物 HA 原料的采购。2018 年，公司为了进一步提升 HA 原料精制的生产能力，决定对 HA 粗粉精制车间进行升级扩产改造，扩大 HA 粗粉精制的生产能力，以发挥青岛华元粗粉原料的生产规模优势和品质优势，生产高品质医药级 HA 精粉以充分满足公司需要、参与行业竞争。升级改造 HA 粗粉精制车间期间，公司扩大了对华熙生物 HA 精粉的采购量以部分增加 HA 精粉的安全库存。

公司 2014 年度至 2018 年度向华熙生物采购 HA 精粉及粗粉的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度	2014 年度
HA 精粉采购金额	789.05	350.53	-	-	262.48
HA 粗粉采购金额	-	-	-	-	30.77
合计	789.05	350.53	-	-	293.25

注：以上采购金额为不含增值税的金额。

2018 年中，公司 HA 粗粉精制车间完成扩产改造并开始试生产，并于 2019 年初完成所有的调试工作，生产的 HA 精粉质量已经达到了公司内部的各项指标要求。自此，公司已完全具备 HA 原料从发酵、粗粉到精粉的规模化制备能力，并且计划积极拓展 HA 原料向国内外市场的销售。

(二) 2018 年前发行人 HA 精粉相关供应商的情况，更换供应商的原因；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司销售及采购情况”之“(三) 主要原材料、产品和能源采购情况”之“3、公司报告期内前五名供应商的采购情况”部分补充披露如下：

2014 年度至 2018 年度，公司 HA 精粉采购金额分别为 262.48 万元、0 万元、0 万元、350.53 万元和 789.05 万元，均为向华熙生物进行采购。

(三) 发行人收购青岛华元后，是否不再向外采购 HA 粗粉，转而采购 HA 精粉，收购青岛华元前后发行人对 HA 精粉和粗粉的采购方面发生的变化。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司销售及采购情况”之“(三) 主要原材料、产品和能源采购情况”之“1、报告期内主要原材料、产品和能源采购金额”部分补充披露如下：

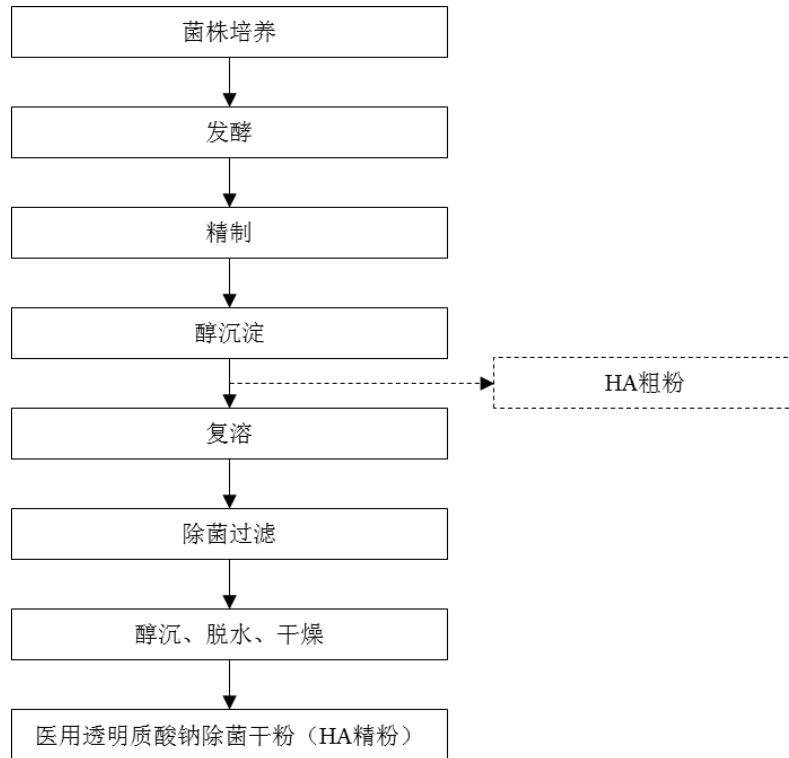
...

公司自 2014 年向青岛华元采购 HA 粗粉后，可通过 HA 粗粉精制工艺获得 HA 精粉，因此相应大幅减少了对华熙生物 HA 原料的采购。2017 年 12 月，为稳定 HA 粗粉的供应，公司通过收购 China Ocean 取得了青岛华元 100% 的股权，收购完成后公司不再对外采购 HA 粗粉作为原材料。2017 年及 2018 年，为增加 HA 精粉备选供应商及部分增加 HA 精粉的安全库存，公司除自产外亦少量外购 HA 精粉，实际耗用的外购 HA 精粉分别占当年公司 HA 精粉总耗用量的 9.76% 和 15.13%。

二、发行人说明事项

(一) 请发行人说明 HA 精粉和 HA 粗粉之间的关系，HA 精粉是否由 HA 粗粉加工而来；

通过“细菌发酵法”制备 HA 精粉的生产工艺下，HA 粗粉系 HA 精粉制备过程的中间产物，HA 粗粉后续经过复溶、除菌过滤、醇沉、脱水及干燥等步骤可制备得到 HA 精粉，如下图所示：



(二) 若是，请披露发行人收购青岛华元后继续采购 HA 精粉的原因，并分析招股说明书中披露的收购青岛华元的原因及影响是否属实。

1、披露发行人收购青岛华元后继续采购 HA 精粉的原因

有关发行人收购青岛华元后继续采购 HA 精粉的原因请参见本反馈回复报告“第三题”之“一、补充披露事项”之“（三）发行人收购青岛华元后，是否不再向外采购 HA 粗粉，转而采购 HA 精粉，收购青岛华元前后发行人对 HA 精粉和粗粉的采购方面发生的变化”。

2、分析招股说明书中披露的收购青岛华元的原因及影响是否属实

目前，青岛华元已具备稳定的 HA 粗粉供应能力，并且具有质量稳定、分子量高等特点，公司改造完成后的 HA 粗粉精制车间于 2019 年上半年投入生产，完全可以满足公司生产发酵法制备医用透明质酸钠/玻璃酸钠产品的原料需求。相较外购 HA 精粉，公司自行生产 HA 原材料降低了公司生产制造成本，并保障了公司医用透明质酸钠产品原材料的长期供应稳定。目前公司正在进行无醇纯化技术的产业化开发，将大大降低原料的生产成本，提高产品的安全性和质量层级，有利于提升技术和产品的核心竞争力，存在该领域业务拓展的可能性。

综上，招股说明书中披露公司收购青岛华元“为公司利用发酵法制备医用透明质酸钠/玻璃酸钠产品提供稳定的高质量 HA 原料供应，降低生产成本，并进行 HA 原料领域的研发及业务拓展”符合公司实际业务情况。

三、保荐机构核查情况

（一）核查程序

1、访谈公司采购负责人，了解公司与华熙生物的合作历史和背景以及收购青岛华元的背景；

2、访谈公司高管及核心技术人员，了解青岛华元研发方向和业务拓展计划；

3、获取公司采购 HA 原材料明细表；

4、获取公司 HA 粗粉精制车间改造材料；

5、查阅 HA 精粉和粗粉制造工艺和质量控制标准材料；

6、通过公开渠道了解 HA 粗粉和 HA 精粉的市场价格情况，分析收购青岛华元对公司业务的影响。

（二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人收购青岛华元后继续向华熙生物采购 HA 精粉具有商业合理性；

2、招股说明书中披露公司收购青岛华元的原因及影响属实。

问题 4

4.关于发行人产品价格差异

请发行人在对各类产品的主营业务收入进行量价分析时，区分不同规格、不同渠道或不同定位的同类型产品进行进一步分析，进一步披露同类产品不同规格、渠道、定位等条件下价格差异较大的原因，并结合上述情况补充披露报告期内各类产品收入变化的原因和合理性。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

一、补充披露情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、对于经营成果的分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入变动分析”部分补充披露如下：

（1）眼科产品收入变动分析

①人工晶状体收入变动分析

报告期内，公司人工晶状体产品平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量（万片）	110.33	95.02	8.75
销售量变动对收入的影响（万元）	6,030.00	39,751.48	-
平均销售价格（元/片）	390.80	393.90	460.79
销售价格变动对收入的影响（万元）	-342.72	-6,355.07	-
累计变动影响（万元）	5,687.28	33,396.41	-

报告期内，公司人工晶状体产品收入分别为 4,032.56 万元、37,428.97 万元和 43,116.25 万元，其增长主要来自于人工晶状体产品销量的增加。2017 年人工晶状体产品销售数量较 2016 年大幅增长 985.76%，主要由于公司自 2016 年第四季度起陆续合并了深圳新产业、Aaren、河南宇宙和珠海艾格等人工晶状体公司后，公司 2017 年对上述公司的人工晶状体收入进行了全年的合并；2018 年人工晶状体产品销售数量较 2017 年增长 16.11%，主要由于公司持续对人工晶状体产业的整合，经销和直销渠道的人工晶状体销售数量均持续上升，导致销售收入进一步上升。

2017 年及 2018 年公司人工晶状体产品平均销售价格分别较上一年分别下降 14.51%、0.79%。2017 年平均销售价格下降较大，主要由于 2016 年公司合并人工晶状体产品收入主要来自于深圳新产业，其主要从事中高端及高端亲水折叠式 Lenstec 人工晶状体产品的销售，平均销售单价较高。随着河南宇宙 2016 年 11 月被纳入公司合并范围，其自产的中端亲水折叠式人工晶状体产品的销售占公司眼科产品销售比重的提高，导致公司 2017 年及 2018 年人工晶状体产品的平均售价的下降。

报告期，公司人工晶状体按销售渠道、业务模式及产品定位划分的收入、销量及单价如下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入 (万元)	销量 (万片)	单价 (元/片)	收入 (万元)	销量 (万片)	单价 (元/片)	收入 (万元)	销量 (万片)	单价 (元/片)
按销售渠道划分									
直销模式	17,433.04	27.27	639.25	15,039.93	22.20	677.53	1,479.97	2.24	660.85
经销模式	25,683.21	83.06	309.22	22,389.04	72.82	307.45	2,552.60	6.51	391.98
合计	43,116.25	110.33	390.80	37,428.97	95.02	393.90	4,032.56	8.75	460.79
按业务模式及产品定位划分									
贸易业务									
高端产品	8,598.37	1.50	5,730.72	8,279.62	1.44	5,763.74	906.81	0.22	4,171.18
- 直销	6,405.79	0.91	7,040.10	6,426.72	0.89	7,247.09	394.45	0.05	8,033.61
- 经销	2,192.58	0.59	3,713.10	1,852.90	0.55	3,370.74	512.36	0.17	3,044.35
中高端产品	4,922.40	3.81	1,291.56	3,154.18	2.28	1,383.66	263.54	0.28	940.87
- 直销	2,506.40	1.13	2,211.79	1,463.74	0.53	2,745.72	5.39	0.01	3,852.99
- 经销	2,416.00	2.68	902.16	1,690.44	1.75	967.90	258.14	0.28	926.24
中端产品	17,580.06	25.71	683.72	15,293.84	22.60	676.87	2,314.97	3.20	723.99
- 直销	6,983.99	9.55	731.58	5,943.81	7.12	835.21	959.18	0.99	965.45
- 经销	10,596.06	16.17	655.45	9,350.03	15.48	604.07	1,355.79	2.20	615.15
自产业务									
中高端产品	1,301.40	5.14	253.24	1,236.53	4.86	254.50			
- 经销	1,301.40	5.14	253.24	1,236.53	4.86	254.50			
中端产品	9,775.50	53.96	181.15	8,259.82	43.72	188.91	433.80	2.65	163.99
- 直销	1,052.02	6.07	173.19	636.33	3.69	172.49	83.87	0.38	218.47
- 经销	8,723.48	47.89	182.16	7,623.49	40.03	190.42	349.93	2.26	154.74
基础型产品	938.53	20.20	46.46	1,204.98	20.13	59.87	113.44	2.41	47.05
- 直销	484.84	9.61	50.47	569.33	9.97	57.09	37.07	0.81	45.68
- 经销	453.69	10.60	42.82	635.66	10.15	62.60	76.37	1.60	47.74
合计	43,116.25	110.33	390.80	37,428.97	95.02	393.90	4,032.56	8.75	460.79

公司主要通过经销模式销售人工晶状体。与经销模式相比，公司直销模式的人工晶状体平均销售单价较高，主要由于经销模式下，市场推广和品牌宣传活动由经销商进行，因此公司对其平均售价相对较低。

按照贸易和自产人工晶状体来分，公司的贸易人工晶状体产品基本覆盖中

端至高端产品，自产人工晶状体产品覆盖基础型至中高端产品。总体而言，报告期内贸易及自产产品的单位价格受到各地招标价格的影响而逐步下降。具体而言，贸易高端产品在2017年及2018年的平均经销价格有所上升主要是由Lenstec品牌多焦点人工晶状体SBL-3产品上市后销量逐步扩大所致。贸易中高端产品的平均经销价格在2017年有所上升是由于当年发行人子公司珠海艾格纳入发行人合并报表范围，其所经销的单价较高的Nidek品牌预装式非球面人工晶状体SZ-1产品收入占比提升所致。公司自产中高端产品系HexaVision品牌的肝素非球面人工晶状体，其经销对象是珠海祥乐，销售价格按照长期供货价格结算，故报告期内没有显著差异。公司自产中端产品的直销对象主要是爱尔眼科医院集团股份有限公司、华夏眼科医院集团股份有限公司等民营连锁医院集团，其集团采购价格与经销商价格接近或略低。

②视光材料收入变动分析

报告期内，公司视光材料产品平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量（万件）	1,298.93	867.13	
销售量变动对收入的影响（万元）	3,609.06		
平均销售价格（元/件）	9.42	8.36	
销售价格变动对收入的影响（万元）	1,373.88		
累计变动影响（万元）	4,982.94		

公司的视光材料产品均直接销售至终端客户，细分规格、品种众多，具有“定制化”特征，因此难以区分不同规格进行收入分析。

公司视光材料产品收入主要来自于子公司Contamac。公司2017年6月完成对Contamac的收购后，2017年公司的视光材料收入反映Contamac自收购日后形成的约七个自然月度的视光材料业务收入，而2018年则反映Contamac完整年度的视光材料业务收入。其对公司2017年和2018年的视光材料产品收入贡献分别为7,247.73万元和12,230.67万元。

（2）整形美容与创面护理产品收入变动分析

报告期内，公司整形美容与创面护理业务产品的收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2018年		2017年		2016年
	金额	变动	金额	变动	金额
玻尿酸	26,610.83	4.33%	25,505.26	34.78%	18,923.09
重组人表皮生长因子	7,266.29	36.20%	5,334.94	40.96%	3,784.82
合计	33,877.13	9.85%	30,840.20	35.81%	22,707.90

公司整形美容与创面护理业务产品收入和收入变动主要来自玻尿酸和重组人表皮生长因子。

①玻尿酸收入变动分析

报告期内，公司玻尿酸产品平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量（万支）	93.26	87.78	65.70
销售量变动对收入的影响（万元）	1,590.43	6,358.36	-
平均销售价格（元/支）	285.35	290.55	288.00
销售价格变动对收入的影响（万元）	-484.86	223.81	-
累计变动影响（万元）	1,105.58	6,582.17	-

报告期内，公司玻尿酸产品收入分别为 18,923.09 万元、25,505.26 万元和 26,610.83 万元。2017 年，公司玻尿酸产品销量较 2016 年增长 33.60%，主要由于随着国内医美市场的增长，以及公司对玻尿酸产品的不断投入和宣传，医生、咨询师和消费者对公司“海薇”和“姣兰”产品的认可度不断上升，公司逐步建立国内玻尿酸填充剂产品的品牌优势，公司的玻尿酸产品产量与销量同步增长。

2018 年，公司玻尿酸产品的销量较 2017 年增长 6.24%，增幅相对较小，主要由于国内医美市场竞争逐渐加剧，且由于医美行业治疗手段的增多，医美机构将玻尿酸作为皮肤填充物的选择出现了多样化，导致经销商采购和经销意愿受到影响；但公司玻尿酸产品具有较好的品牌基础，直销业务收入进一步提升，产品销量仍保持一定增长，同时公司第二代玻尿酸“姣兰”产品的销售数量和收入分别保持较快的增幅。

报告期，公司玻尿酸产品按销售渠道、品牌及规格划分的收入、销量及单价如下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)
按销售渠道划分									
直销模式	18,237.41	54.44	335.01	12,329.90	38.33	321.65	9,270.37	25.52	363.21
经销模式	8,373.42	38.82	215.72	13,175.36	49.45	266.45	9,652.71	40.18	240.23
合计	26,610.83	93.26	285.35	25,505.26	87.78	290.55	18,923.09	65.70	288.00
按主要产品品牌及规格划分									
海薇 1.0ml/支	17,080.58	54.56	313.04	18,696.04	55.97	334.05	15,338.05	42.60	360.06
姣兰 1.0ml/支	3,002.41	3.86	778.61	614.67	0.76	810.27	-	-	-
其他	6,527.84	34.84	187.37	6,194.54	31.06	199.44	3,585.03	23.10	155.20
合计	26,610.83	93.26	285.35	25,505.26	87.78	290.55	18,923.09	65.70	288.00

与经销模式相比，直销模式平均单价较高，主要因为在直销模式下，公司需进行市场推广和品牌宣传，而在经销模式下，市场推广和品牌宣传活动由经销商进行，因而直销模式下销售单价较高。报告期内，公司加大对玻尿酸产品直销渠道的建设，因此虽然玻尿酸产品竞争逐渐激烈，玻尿酸产品直销模式销量的增加部分抵消了产品价格的下降。

“海薇”是公司第一代玻尿酸产品，定位相对较低，而“姣兰”是第二代玻尿酸产品，定位中高端，因而销售单价较高。报告期内，公司“海薇”玻尿酸产品平均销售价格随着市场竞争的日趋激烈有所下降，但是定位中高端的“姣兰”玻尿酸产品的销售收入的增长，部分抵消了“海薇”玻尿酸产品平均销售价格下降的影响。

②重组人表皮生长因子收入变动分析

报告期内，公司重组人表皮生长因子产品主要为外用重组人表皮生长因子，以及其他 EGF 产品。具体如下：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
外用重组人表皮生长因子	6,086.67	4,525.26	3,348.24
其他 EGF 产品	1,179.62	809.68	436.58
合计	7,266.29	5,334.94	3,784.82

报告期内，公司外用重组人表皮生长因子产品的平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量(万盒)	136.58	100.21	75.69
销售量变动对收入的影响(万元)	1,642.36	1,084.90	-
平均销售价格(元/盒)	44.56	45.16	44.24
销售价格变动对收入的影响(万元)	-80.95	92.12	-
累计变动影响(万元)	1,561.41	1,177.02	-

报告期内，公司外用重组人表皮生长因子产品的收入分别为 3,348.24 万元、4,525.26 万元和 6,086.67 万元。外用重组人表皮生长因子产品的收入增长主要来自于销量的增长，2017 年及 2018 年的总体销量分别较上一年增加 32.40% 及 36.29%，主要由于 2017 年 2 月国家医保目录将公司重组人表皮生长因子产品列入乙类医保目录，市场需求增加较快，公司的外用重组人表皮生长因子产品在各个销售渠道下的销量增长迅速，此外公司于 2018 年 5 月完成了生产线的扩产，增加了产量，一定程度上满足了销售增长的需求。

报告期内，公司外用重组人表皮生长因子产品分渠道、规格的销售情况如下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入 (万元)	销量 (万盒)	单价 (元/盒)	收入 (万元)	销量 (万盒)	单价 (元/盒)	收入 (万元)	销量 (万盒)	单价 (元/盒)
按销售渠道划分									
直销模式	986.47	17.80	55.43	640.78	11.54	55.53	341.07	6.14	55.52
经销模式	5,100.20	118.78	42.94	3,884.48	88.67	43.81	3,007.17	69.54	43.24
合计	6,086.67	136.58	44.56	4,525.26	100.21	45.16	3,348.24	75.69	44.24
按主要产品规格划分									
5 万 IU/瓶(盒)	4,724.82	107.31	44.03	3,485.69	78.57	44.36	3,176.65	69.17	45.93
其他规格	1,361.86	29.27	46.52	1,039.57	21.64	48.03	171.59	6.52	26.32
合计	6,086.67	136.58	44.56	4,525.26	100.21	45.16	3,348.24	75.69	44.24

注：一盒外用重组人表皮生长因子产品含一瓶外用重组人表皮生长因子产品。

发行人主要通过经销模式销售外用重组人表皮生长因子产品，各销售模式下的产品的销售均价在报告期内相对稳定，经销模式下的销售均价低于直销模式。

公司销售的外用重组人表皮生长因子产品的主要规格为 5 万 IU/瓶，报告期各期占有所有规格的收入比例均在 70% 以上，各期销售均价保持相对稳定，销量

逐步增长。

(3) 骨科产品收入变动分析

报告期内，公司骨科产品的收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2018年		2017年		2016年
	金额	变动	金额	变动	金额
玻璃酸钠注射液	21,149.44	15.27%	18,348.51	-10.12%	20,414.72
医用几丁糖（关节腔内注射用）	8,934.81	6.09%	8,422.19	-1.64%	8,562.27
合计	30,084.25	12.38%	26,770.71	-7.61%	28,976.99

公司骨科产品的收入变动，主要来自玻璃酸钠注射液。

报告期内，公司玻璃酸钠注射液产品的平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量（万支）	327.06	281.37	301.18
销售量变动对收入的影响（万元）	2,979.79	-1,342.91	-
平均销售价格（元/支）	64.67	65.21	67.78
销售价格变动对收入的影响（万元）	-178.86	-723.30	-
累计变动影响（万元）	2,800.93	-2,066.21	-

报告期内，公司玻璃酸钠注射液产品收入分别为 20,414.72 万元、18,348.51 万元和 21,149.44 万元。2017 年，公司玻璃酸钠注射液产品收入的减少主要来自销量的下降。2017 年玻璃酸钠注射液的销量下降 6.58%，主要由于自 2015 年国家出台了对于药品采购模式、药品价格的政策以来，各省市相应陆续出台了地方政策，公司根据相关政策调整玻璃酸钠注射液的招投标和平均销售价格。在各省市招投标完成前，受价格不确定的影响，公司经销商的采购意愿有所下降，均有不同程度的减少备货以减少价格波动的风险。

2018 年，公司玻璃酸钠注射液产品收入增加主要来自于销量的上升。2018 年玻璃酸钠注射液的销量上升 16.24%，主要由于：1) 公司推出 2.5ml 玻璃酸钠注射液的新规格产品；2) 随着公司玻璃酸钠注射液产品价格的企稳和确定，公司经销商陆续恢复正常备货，产品销量得以提升。

报告期，公司玻璃酸钠注射液按销售渠道、规格划分的收入、销量及单价如

下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)
按销售渠道划分									
直销模式	5,546.73	53.31	104.05	4,150.32	38.95	106.55	3,916.00	36.27	107.97
经销模式	15,602.71	273.75	57.00	14,198.19	242.42	58.57	16,498.71	264.91	62.28
合计	21,149.44	327.06	64.67	18,348.51	281.37	65.21	20,414.72	301.18	67.78
按主要产品规格划分									
2.0ml	14,045.03	250.77	56.01	13,465.54	237.55	56.69	15,839.07	259.18	61.11
其他规格	7,104.41	76.29	93.12	4,882.97	43.82	111.43	4,575.64	42.00	108.95
合计	21,149.44	327.06	64.67	18,348.51	281.37	65.21	20,414.72	301.18	67.78

公司玻璃酸钠注射液主要以经销模式销售为主。与经销模式相比，直销模式平均单价较高。

玻璃酸钠注射液的产品规格包括 2.0ml、2.5ml 和 3.0ml 三种，2.0ml 的销售占比最高，平均销售单价较低。2018 年其他规格产品的平均销售价格有所下降主要是新推出的 2.5ml 玻璃酸钠注射液拉低了原 3ml 的平均价格。

(4) 防粘连及止血产品收入变动分析

报告期内，公司防粘连及止血产品的收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年		2017 年		2016 年
	金额	变动	金额	变动	金额
医用几丁糖（防粘连用）	10,902.78	-15.15%	12,849.49	10.21%	11,658.87
医用透明质酸钠凝胶	7,719.75	12.53%	6,860.45	-14.70%	8,042.42
胶原蛋白海绵	1,500.06	0.11%	1,498.44	-5.95%	1,593.22
防粘连及止血产品	20,122.59	-5.12%	21,208.37	-0.40%	21,294.51

报告期内，公司防粘连及止血产品收入变动主要来自医用几丁糖（防粘连用）产品。

报告期内，公司医用几丁糖（防粘连用）产品的平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018 年	2017 年	2016 年
销售量（万支）	83.42	85.97	80.41

项目	2018年	2017年	2016年
销售量变动对收入的影响(万元)	-382.12	806.91	-
平均销售价格(元/支)	130.70	149.46	145.00
销售价格变动对收入的影响(万元)	-1,564.58	383.70	-
累计变动影响(万元)	-1,946.70	1,190.61	-

公司医用几丁糖(防粘连用)产品收入分别为11,658.87万元、12,849.49万元和10,902.78万元。2017年,公司医用几丁糖(防粘连用)产品的收入增加主要来自于医用几丁糖(防粘连用)产品的市场需求增加导致销售数量增加。

2018年,公司医用几丁糖(防粘连用)收入减少的主要原因是:1)随着2017年下半年医疗保险支付改革、医院控费控量的推进,单价较高的医用几丁糖(防粘连用)产品受到限制使用的影响,直销模式的销量和收入均降幅较大;2)随着京津冀等地招投标价格的下降,公司部分规格产品的出厂价格有所下调。

报告期,公司医用几丁糖(防粘连用)按销售渠道、规格划分的收入、销量及单价如下:

项目	2018年度			2017年度			2016年度		
	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)
按销售渠道划分									
直销模式	3,749.76	10.44	359.27	5,300.24	14.20	373.20	4,416.66	11.68	378.03
经销模式	7,153.03	72.98	98.01	7,549.25	71.77	105.18	7,242.21	68.73	105.38
合计	10,902.78	83.42	130.70	12,849.49	85.97	149.46	11,658.87	80.41	145.00
按主要产品规格划分									
2ml	1,593.36	16.62	95.87	2,054.76	21.12	97.31	2,174.54	24.25	89.66
3ml	2,366.71	22.40	105.67	3,415.38	22.65	150.82	2,757.05	17.66	156.11
5ml	2,662.03	15.36	173.36	2,704.45	16.68	162.11	3,155.06	17.42	181.07
8ml	1,447.66	9.57	151.21	1,442.05	6.66	216.57	1,072.19	5.19	206.46
其他规格	2,833.03	19.47	145.51	3,232.84	18.87	171.32	2,500.04	15.87	157.53
合计	10,902.78	83.42	130.70	12,849.49	85.97	149.46	11,658.87	80.41	145.00

公司的医用几丁糖(防粘连用)产品以经销渠道销售为主。与经销模式相比,直销模式平均单价较高。

公司的医用几丁糖(防粘连用)产品的主要规格为2ml、3ml、5ml和8ml,报告期各期占有所有规格的收入比例均在70%以上。2016年及2017年期间,公司直销模式和经销模式的销售单价基本保持稳定,但是2018年中随着京津冀等地

招标价格下降的影响，导致公司在当地销售的医用几丁糖（防粘连用）产品价格有所下降。同时，由于公司的3ml规格的经销收入占比从2017年的45%上升到2018年的64%，8ml规格的经销收入占比从2017年的56%上升到2018年的61%，从而降低了其2018年的销售均价。而5ml规格产品在2018年的直销占比从2017年40%上升到2018年的45%，而直销单价相对较高，从而5ml的销售均价提升。

二、保荐机构、申报会计师核查情况

（一）核查程序

- 1、获取发行人不同规格和不同渠道的收入明细表，检查发行人阐述的价格差异的原因的合理性；
- 2、结合价格差异分析各类产品收入变化的原因和合理性。

（二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

发行人报告期内同类产品不同规格、渠道、定位等条件下价格差异和收入变化具备合理性。

经核查，申报会计师认为：

发行人补充披露的报告期内不同规格和不同渠道的收入明细表、同类产品不同规格、渠道、定位等条件下价格差异的原因、各类产品价格差异和收入变化与我们了解到的情况基本一致。

问题 5

关于发行人的销售及销售渠道

请发行人：（1）明确披露发行人产品的最终用户是否均为医院；补充披露发行人药品和医疗器械各细分类别产品对民营医院和公立医院的收入占比；（2）进一步披露发行人的产品是否需要厂家指导、培训后方可使用，是否需要医生持证上岗，报告期内使用发行人产品的医生是否均持证上岗；（3）结合发行人医用产品的民营和公立医院占比，补充披露经销商如何对相关医生开展指导和培训，

是否需要发行人参与，如是，请披露发行人相关模式和具体费用情况，以及在与医生建立联系的情况下，使用经销商的原因；（4）分产品类别披露经销商最终销售情况；（5）补充披露发行人的每款医用产品是否可追溯，以及获得重复客户的情况；（6）补充披露报告期内发行人的医用产品是否存在质量纠纷、是否存在退货情形，说明发行人对曾经出现纠纷的医院及相关经销商的后续销售情况。

请发行人说明：（1）发行人各主要产品对应的主要医院情况，发行人对经销商相关价格之间的差异；（2）发行人报告期内对医院的推广策略，售价方面是否低于同行业公司；补充披露发行人报告期内对 2018 年主要新增医院、收入增长较快的医院的相关医生的培训方案，培训过程，和接触时间；（3）对于 II、III 级以上的各类医疗产品，区分民营医院、公立医院和经销商，说明相关产品的最终销售金额和主要客户；说明相关民营医院是否具有相关医疗资质；（4）经销商是否存在将发行人的 II、III 级产品销售至美容院等非医疗机构的情形，是否存在将相关医疗产品作为一般产品使用的情形，如是，结合目前行业监管政策，发行人是否知晓相关行为，是否配合经销商从事相关销售，相关事项是否存在违法违规情形，以及发行人可能承担的相关法律责任。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查并发表意见。

回复：

一、补充披露事项

（一）明确披露发行人产品的最终用户是否均为医院；补充披露发行人药品和医疗器械各细分类别产品对民营医院和公立医院的收入占比；

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（三）公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”部分补充披露如下：

（4）发行人产品的最终用户情况及对民营医院和公立医院的收入占比

发行人生产的视光材料产品主要来自于子公司 Contamac，视光材料产品的最终用户是人工晶状体、角膜接触镜等眼科产品的生产厂商，相应的销售模式全部为直销。报告期内，视光材料产品的销售收入及占公司主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
视光材料	12,230.67	7.86%	7,247.73	5.36%	-	-

除视光材料外，其他眼科、整形美容与创面护理产品、骨科产品和防粘连与止血产品最终用户均为相关领域的医疗机构。

经销模式下，发行人的终端医疗产品系经销商从公司买断，并由经销商或者其下游经销网络将产品再销往各医疗机构。针对每家医疗机构，公司书面授权相应的经销商进行销售，以准确划分经销商的销售范围，规避串货及恶性竞争。此外，为保证产品的可追溯性，公司根据国家相关法律法规的要求，建立严谨的分销制度，要求经销商能够对每批产品进行追溯。但公司建立并执行相关追溯制度的目的是为了在出现客户投诉和不合格产品时，可追溯到原材料的批号及来源、生产批记录和产品销售场所，确保相关可能存在质量问题的产品可召回、责任可追究。公司虽然要求经销商保存相关分销记录，但在日常经营中并不会要求经销商提供，仅会根据需要做一定抽查。同时，由于公司与经销商的下游经销网络或者相关医疗机构不发生直接交易，公司的计算机信息系统与经销商的信息系统并不对接，故公司无法准确统计经销商的终端销售数据。

直销模式下，发行人报告期内主要产品（不含视光材料和其他产品）对民营医院和公立医院的收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
眼科产品						
人工晶状体	17,433.04		15,039.93		1,479.97	
其中：公立医院	12,005.40	68.87%	10,584.15	70.37%	1,129.93	76.35%
民营医院	5,427.64	31.13%	4,455.78	29.63%	350.04	23.65%
眼科粘弹剂	2,952.67		2,872.01		2,171.85	
其中：公立医院	2,007.31	67.98%	1,686.21	58.71%	1,133.58	52.19%
民营医院	945.36	32.02%	1,185.80	41.29%	1,038.27	47.81%
整形美容与创面护理产品						
玻尿酸	18,237.41		12,329.90		9,270.37	
其中：公立医院	62.72	0.34%	66.12	0.54%	177.17	1.91%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
民营医院	18,174.70	99.66%	12,263.77	99.46%	9,093.20	98.09%
外用重组人表皮生长因子	986.47		640.78		341.07	
其中：公立医院	851.45	86.31%	537.42	83.87%	304.30	89.22%
民营医院	135.02	13.69%	103.36	16.13%	36.77	10.78%
骨科产品						
玻璃酸钠注射液	5,546.73		4,150.32		3,916.00	
其中：公立医院	5,519.77	99.51%	4,066.99	97.99%	3,891.61	99.38%
民营医院	26.96	0.49%	83.33	2.01%	24.39	0.62%
医用几丁糖（关节腔内注射用）	3,818.12		3,851.77		3,129.39	
其中：公立医院	3,001.30	78.61%	2,970.75	77.13%	2,500.13	79.89%
民营医院	816.82	21.39%	881.02	22.87%	629.26	20.11%
防粘连及止血产品						
医用几丁糖（防粘连用）	3,749.76		5,300.24		4,416.66	
其中：公立医院	3,461.73	92.32%	4,912.58	92.69%	4,130.74	93.53%
民营医院	288.03	7.68%	387.66	7.31%	285.92	6.47%
医用透明质酸钠凝胶	994.42		413.68		662.03	
其中：公立医院	352.21	35.42%	368.67	89.12%	650.27	98.22%
民营医院 ¹	642.21	64.58%	45.01	10.88%	11.76	1.78%
胶原蛋白海绵	586.13		377.29		367.85	
其中：公立医院	565.60	96.50%	346.51	91.84%	358.87	97.56%
民营医院	20.54	3.50%	30.77	8.16%	8.99	2.44%
公立医院小计	27,827.49	51.24%	25,539.40	56.43%	14,276.61	55.43%
民营医院小计	26,477.27	48.76%	19,716.96	43.57%	11,481.27	44.57%

注 1：报告期内，公司医用透明质酸钠凝胶产品对公立医院的销售占比持续下降，对民营医院的销售占比持续提高，主要原因受医保“控费控量”政策影响，医用透明质酸钠凝胶等外科产品对公立医院的销售影响较大，公司转而扩大了对民营医院的营销力度。

（二）进一步披露发行人的产品是否需要厂家指导、培训后方可使用，是否需要医生持证上岗，报告期内使用发行人产品的医生是否均持证上岗；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（二）主要产品情况”之“2、公司主要产品分类”部分补充披露如下：

依据监管准入限制，公司的主要产品分为药品和医疗器械两大类，此外公司

亦生产销售视光材料等医疗器械原材料。公司主要药品和医疗器械产品在终端使用中是否需要厂家指导、培训及是否需要医生持证上岗情况如下表所示：

治疗领域	产品名称	产品类别	是否需要厂家指导、培训以及医生持证上岗
眼科产品	人工晶状体	三类医疗器械	需要具有相关专业医师资格的医生进行使用。在首次使用产品时，需要厂家或其授权经销商进行光学性能解读及手术装载演示等培训
	眼科粘弹剂	三类医疗器械	需要具有相关专业医师资格的医生进行使用。医疗机构对于手术过程中该类产品使用的操作流程培训体系较为完善，相关医生对使用操作的掌握程度较高，产品操作和使用通常无需厂家专门指导或培训
	润眼液	三类医疗器械	患者可以自行按照产品说明书的指导进行使用
整形美容与创面护理产品	玻尿酸	三类医疗器械	依照国家食品药品监督管理局颁发的产品注册证要求，仅限于在国家正式批准的医疗机构中由具有相关专业医师资格的人员，经申请人或其委托/指定机构的专业培训并获得培训合格证书后，方能按照产品使用说明书的要求进行使用
	重组人表皮生长因子	生物药品	医生和患者可以自行按照产品说明书的指导进行使用
骨科产品	玻璃酸钠注射液	化学药品	需要具有相关专业医师资格的医生进行使用。医疗机构对于该类产品使用的操作流程培训体系较为完善，相关医生对使用操作的掌握程度较高，产品操作和使用通常无需厂家专门指导或培训
	医用几丁糖（关节腔内注射用）	三类医疗器械	
防粘连及止血产品	医用几丁糖（防粘连用）	三类医疗器械	
	医用透明质酸钠凝胶	三类医疗器械	
	医用胶原蛋白海绵	三类医疗器械	

医疗机构均受各地卫生行政监管部门的监督管理，包括并不限于确保相关医生具备相关医生资质并持证上岗、合规使用公司的医疗终端产品。

此外，对于玻尿酸产品，公司严格按照法规要求检查医疗机构的资质，并对医疗机构及医生进行专业培训，指导医疗机构及医生严格按照产品使用说明书的要求进行使用。

(三) 结合发行人医用产品的民营和公立医院占比, 补充披露经销商如何对相关医生开展指导和培训, 是否需要发行人参与, 如是, 请披露发行人相关模式和具体费用情况, 以及在与医生建立联系的情况下, 使用经销商的原因;

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“(三) 公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”部分补充披露如下:

公司的玻尿酸产品最终主要销售到民营医疗机构, 销往公立医院的情况较少。2016年、2017年和2018年, 公司直销模式下玻尿酸产品销售到民营医院的收入占比分别达 98.09%、99.46%和 99.66%, 与玻尿酸产品以民营医院使用为主的行业现状相符。根据玻尿酸产品注册证要求, 玻尿酸产品仅限于在国家正式批准的医疗机构中由具有相关专业医师资格的人员经培训后方能按照产品使用说明书的要求进行使用。因此, 对于玻尿酸产品, 经销模式下对于医疗机构及医生的培训主要由公司负责, 经销商则负责医疗机构的对接及培训协调工作。公司对于医疗机构和医生的培训与直销模式下的相关培训基本一致, 主要由公司编制相关培训材料, 并委派市场、销售人员到相关医疗机构对医生进行培训和产品使用方法的讲解。

除玻尿酸外, 公司其他终端医疗产品主要销售至公立医院。2016年、2017年和2018年, 上述产品直销模式下销售到公立医院的收入占比分别达 85.52%、77.36%和 76.98%。该等产品成熟度较高, 医院对于相关产品使用的操作流程培训体系较为完善, 同时使用产品的医生均为具有相关专业医师资格的人员, 对产品使用的掌握程度较高。因此, 对于上述产品, 经销模式下通常由经销商自行向相关医院科室及医生进行产品特点介绍, 部分情况下公司市场部也会根据经销商需求陪同参加。

报告期内, 公司发生相关的培训费用主要是培训人员的差旅费用。因实际发生金额较小, 该等费用未予以单独归集, 包括在“销售费用”的“差旅费”等二级科目中。

在经销模式下, 公司虽然通过产品介绍或者培训与医生发生一定程度的联系, 但经销商仍然承担产品开发进院、售后服务等重要职能, 多数情况下产品进

院需要经过医疗机构的严格筛选和通过竞价采购流程。经销商拥有丰富的资源对当地医疗机构进行深度覆盖，同时医用耗材的特点是使用的频次高，使用的机会多，特别是外科领域的产品常常需要即刻提供送货服务，因此公司需要更有效和经济地为当地医疗机构提供产品配送、使用跟踪、后续回访等服务工作，可以促进公司各类产品的专业化使用和良性增长。因此，在与医生建立联系的情况下，公司选择使用经销商来实现销售。

(四) 分产品类别披露经销商最终销售情况;

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“(三) 公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”部分补充披露如下:

1、眼科产品

报告期内, 公司眼科产品主要经销商最终销售情况如下表所示³:

序号	客户名称	主要终端	2018年			2017年			2016年 ²		
			采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比
1	耀昌国际贸易有限公司 ₁	沈阳市第四人民医院、南方医科大学南方医院、云南省第二人民医院、江苏省人民医院	6,104.48	2,923.81	47.90%	6,749.21	4,041.67	59.88%	177.43	2,955.64	1,665.84%
2	深圳清清视界眼科产品有限公司	河北医科大学第二医院、深圳市眼科医院	1,728.40	144.03	8.33%	2,306.11	192.18	8.33%	632.56	151.81	24.00%
3	成都金纬医疗科技有限公司	成都第二人民医院、自贡第一人民医院	1,607.00	102.80	6.40%	1,248.67	190.32	15.24%	120.50	96.40	80.00%
4	泗洪县帝一医疗器械有限公司	泗洪县人民医院、泗洪中兴医院、泗洪县分金亭医院	1,214.33	14.41	1.19%	175.01	10.33	5.90%	14.40	3.77	26.19%
5	苏州博雅医疗器械有限公司	宁波博视眼科医院、慈溪明光医院、宁海眼科医院有限公司	730.85	58.14	7.96%	268.55	32.26	12.01%	84.33	-	-

注 1: 报告期内耀昌国际贸易有限公司(珠海祥乐子公司)期末库存占当期采购金额比重较高主要是由于珠海祥乐系公司 Aaren 及 HexaVision 品牌人工晶状体的中国境内独家代理经销商, 其为满足下游经销商对不同型号人工晶状体的需求通常需要保留较高的库存水平;

注 2: 眼科板块主要经销商 2016 年末库存占当期采购金额比重较高主要是由于当年采购金额仅反映了自 2016 年末纳入合并范围起发生的金额;

注 3：上述经销商为公司眼科产品的前五大经销商。由于部分经销商采购内容包含本公司销售的其他类别产品，上表中采购金额反映了经销商采购本公司各类产品整体情况。采购金额系公司对该经销商的销售收入，期末库存系根据经销商终端销售确认函取得。

2、整形美容与创面护理产品

报告期内，公司整形美容与创面护理产品主要经销商最终销售情况如下表所示：

序号	客户名称	主要终端	2018 年			2017 年			2016 年		
			采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比
1	广州市艾一生物科技有限公司	广州曙光医学美容医院有限公司、广州韩妃医学美容门诊部有限公司、广州韩后医疗美容门诊部有限公司	1,807.12	495.43	27.42%	2,133.98	69.80	3.27%	1,508.71	104.20	6.91%
2	浙江英特药业有限责任公司	浙江大学医学院附属邵逸夫医院、浙江大学医学院附属第一医院、浙江大学医学院附属第二医院	1,208.91	48.06	3.98%	782.43	36.78	4.70%	554.45	22.48	4.05%
3	湖南识捷生物科技有限公司	湖南雅美医疗美容医院有限公司、长沙亚韩医学美容医院有限公司、德美医疗美容（集团）	973.69	47.96	4.93%	304.91	21.80	7.15%	9.32	0.75	8.02%
4	福州鹭燕医药有限公司	福建省肿瘤医院、福建医科大学附属第一医院、福建医科大学附属协和医院	903.71	25.08	2.78%	692.89	156.99	22.66%	2.55	-	-
5	静御前贸易（上海）有限公司	昆明贝泰妮生物科技有限公司、广州励斐力贸易有限公司	653.34	0	0%	-	-	-	-	-	-

注：上述经销商为公司整形美容与创面护理产品的前五大经销商。由于部分经销商采购内容包含本公司销售的其他类别产品，上表中采购金额反映了经销商采购本公司各类产品整体情况。采购金额系公司对该经销商的销售收入，期末库存系根据经销商终端销售确认函取得。

3、骨科产品

报告期内，公司骨科产品主要经销商最终销售情况如下表所示：

序号	客户名称	主要终端	2018年			2017年			2016年		
			采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比
1	河北恒泰医药有限贵 任公司	河北医科大学第三医院、石家庄市第三 医院、河北医科大学第二医院	1,341.04	166.40	12.41%	844.78	135.82	16.08%	1,045.64	83.20	7.96%
2	北京博瑞祥成医学科 技有限公司	北京大学第一医院、北京大学人民医 院、中国中医科学院广安门医院	1,091.88	258.25	23.65%	1,600.12	427.18	26.70%	604.27	208.74	34.54%
3	江西一心医药有限公 司	杨浦区中医医院、上海市杨浦区老年医 院、杨浦区市东医院、上海邮电医院	1,151.66	110.17	9.57%	1,524.48	39.24	2.57%	211.64	28.36	13.40%
4	河南省医药有限公司	郑州市第二人民医院，河南省人民医 院，郑州大学第一附属医院	860.79	48.13	5.59%	596.00	25.80	4.33%	274.74	37.61	13.69%
5	北京康琪璐科技发展 有限公司	北京医院、北京医科大学附属北京朝阳 医院、北京中医院大学附属东方医院	811.65	194.17	23.92%	411.17	-	-	-	-	-

注：上述经销商为公司骨科产品的前五大经销商。由于部分经销商采购内容包含本公司销售的其他类别产品，上表中采购金额反映了经销商采购本公司各类产品整体情况。采购金额系公司对该经销商的销售收入，期末库存系根据经销商终端销售确认函取得。

4、防粘连与止血产品

报告期内，公司防粘连与止血产品主要经销商最终销售情况如下表所示：

序号	客户名称	主要终端	2018年			2017年			2016年		
			采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比
1	上海森埃医疗器械有限公司	杭州市妇产科医院、浙江大学医学院附属妇产科医院	873.69	168.16	19.25%	959.61	79.11	8.24%	430.64	4.48	1.04%
2	河北亚信医疗器械有限公司	河北医科大学第二医院、河北医科大学第四医院、河北医科大学第一医院、沧州市中心医院	976.75	85.31	8.73%	464.40	32.98	7.10%	582.04	77.40	13.30%
3	河南省厚泽药业有限公司	郑州大学第一附属医院、河南省人民医院	659.23	48.94	7.42%	-	-	-	-	-	-
4	安徽海华医疗科技有限公司	南方医科大学第五附属医院、中山大学附属第五医院、中山市人民医院、蚌埠市第一人民医院	505.44	129.92	25.70%	15.25	-	-	-	-	-
5	河南加速度医药科技发展有限公司	中国人民解放军第一五三中心医院、长葛市人民医院、睢县中医院、周口市中心医院、邓州市中心医院	469.44	115.90	24.69%	515.68	129.99	25.21%	563.89	125.41	22.24%

注：上述经销商为公司防粘连与止血产品的前五大经销商。由于部分经销商采购内容包含本公司销售的其他类别产品，上表中采购金额反映了经销商采购本公司各类产品整体情况。采购金额系公司对该经销商的销售收入，期末库存系根据经销商终端销售确认函取得。

(五) 补充披露发行人的每款医用产品是否可追索，以及获得重复客户的情况；

1、补充披露发行人的每款医用产品是否可追索

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、质量控制情况”之“(一) 质量控制标准和措施”之“2、质量控制措施”部分补充披露如下：

公司设立了符合医疗器械经营质量管理要求的计算机信息管理系统，以保证对医疗器械产品生产、出入库、销售过程的追索。同时，公司要求经销商根据《医疗器械经营监督管理办法》建立并执行进货查验制度和销售记录制度，购进、贮存、销售等记录应当符合可追溯的要求。

根据《国家药监局关于药品信息化追溯体系建设的指导意见》等相关法律法规，公司为其药品类产品玻璃酸钠和外用重组人表皮生长因子编制电子监管码，并使用第三方技术系统进行追溯。

公司建立并执行相关追溯制度是为了在出现客户投诉和不合格产品时，可追溯到原材料的批号及来源、生产批次记录和产品销售场所，确保相关可能存在质量问题的产品可召回、责任可追究。公司虽然要求经销商保存相关分销记录，但在日常经营中并不会要求经销商提供，仅会根据需要做一定抽查。

2、发行人获得重复客户的情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“(三) 公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”部分补充披露如下：

公司凭借产品线组合优势、稳定的产品质量和优质的品牌建立了广泛的客户基础，并与其中较多的大客户保持了超过 3 年以上良好的合作关系。报告期内，公司获得较大比例的重复客户。发行人重复客户于报告期内各年的销售收入情况如下表列示：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
重复客户产生的主营业务收入	128,459.83	129,023.16	76,787.34
主营业务收入	155,569.54	135,302.70	85,862.29
占比	82.57%	95.36%	89.43%

注：重复客户是指报告期三年至少有两年有销售的客户。

2016年、2017年及2018年，发行人重复客户产生的主营业务收入占比分别为89.43%、95.36%及82.57%，维持在较高水平。2018年占比相对较低的原因主要是发行人继续开发新的客户所致。

(六) 补充披露报告期内发行人的医用产品是否存在质量纠纷、是否存在退货情形，说明发行人对曾经出现纠纷的医院及相关经销商的后续销售情况；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、质量控制情况”部分补充披露如下：

(二) 质量纠纷情况

.....

上述两起质量问题涉及的产品在召回事件后的生产及销售均正常，相关公司亦未受到重大行政处罚，故其存货不存在引起减值的事项，无需对此计提特别存货跌价准备及预计负债。

截至本招股说明书签署之日，公司上述产品质量抽检不合格未造成产品事故或引致重大纠纷，上述产品召回未对公司正常生产经营产生重大不利影响。

除上述已披露的情况外，报告期内，公司生产的药品、医疗器械及其他产品未发生产品质量纠纷，亦不存在因公司产品质量问题而导致的医疗事故或医疗纠纷，不存在因质量纠纷影响后续销售的情形。

(三) 报告期内退货情况

报告期内，公司的退货情况如下：

单位：万元

项目	2018年	2017年	2016年
退货金额	1,206.24	1,790.63	841.71
营业收入	155,845.27	135,444.75	86,121.23
占比	0.77%	1.32%	0.98%

公司发生退货的主要原因包括：(1) 客户没有意愿销售公司产品或由于产品和/或规格未能进入新的招标范围，从而导致产品和/或经销的规格不能在当地销售，公司为避免其抛售产品、冲击其他经销商授权经营的医疗机构、影响产品市场定价，或者影响中标产品/规格的供应会根据客户的实际情况允许其进行退货；

(2) 产品运输过程中，因包装破损导致的客户拒收产品形成的零星退货。退回产品按照国家相应的法规在经过质量检验后重新入库，进入销售渠道。

二、发行人说明事项

(一) 发行人各主要产品对应的主要医院情况，发行人对经销商相关价格之间的差异；

发行人主要产品对应的主要医院如下：

治疗领域	主要产品名称	对应的主要医院
眼科产品	人工晶状体	首都医科大学附属北京同仁医院、中山大学中山眼科中心、上海交通大学医学院附属仁济医院、上海交通大学医学院附属瑞金医院、北京大学第三医院、爱尔眼科医院集团股份有限公司、华夏眼科医院集团股份有限公司等
	眼科粘弹剂	爱尔眼科医院集团股份有限公司、浙江大学医学院附属第二医院、上海第一人民医院、中山大学中山眼科中心、山东省眼科研究所、温州医科大学附属眼视光医院、首都医科大学附属北京天坛医院等
整形美容与创面护理产品	玻尿酸	美莱医疗美容医院（集团）、艺星医学美容医院（集团）、爱思特医疗美容医院（集团）、华美医疗美容医院（集团）、美立方医疗美容医院（集团）、华韩医疗美容医院（集团）、伊美尔医疗美容医院（集团）等
	重组人表皮生长因子	福建医科大学附属第一医院、南方医科大学附属南方医院、哈尔滨医科大学附属第一医院、中南大学湘雅医院、上海长征医院、浙江大学医学院附属第一医院、浙江大学医学院附属邵逸夫医院等
骨科产品	玻璃酸钠注射液	解放军三〇六医院、中国中医科学院望京医院、解放军四五八医院、深圳市人民医院、郑州市骨科医院、南京军区南京总医院、浙江大学医学院附属第一医院等
	医用几丁糖（关节腔内注射用）	北京朝阳医院、中日友好医院、北京医院、体育总局医院、上海市第六人民医院、广州红十字会医院、上海市徐汇区中心医院等
防粘连及止血产品	医用几丁糖（防粘连用）	北京协和医院、首都医科大学附属北京同仁医院、浙江大学医学院附属邵逸夫医院、湖南省肿瘤医院、重庆医科大学附属第一医院、上海东方肝胆外科医院、上海市第六人民医院、上海长征医院、上海市第一妇婴保健院、郑州大学第一附属医院、中国医科大学附属盛京医院等
	医用透明质酸钠凝胶	中国医学科学院肿瘤医院、北京市妇产科医院、上海市第一人民医院、上海国际和平妇幼保健院、复旦大学附属妇产科医院、浙江大学医学院附属邵逸夫医院、浙江省肿瘤医院、浙江省人民医院、苏州大学附属第一医院等
	胶原蛋白海绵	北京市积水潭医院、北京市中医院、北京大学附属人民

治疗领域	主要产品名称	对应的主要医院
		医院、中国人民解放军空军大学附属医院、新疆军区总医院、复旦大学附属华山医院、上海市同济医院、浙江省人民医院等

根据《中华人民共和国药品管理法》的规定，药品生产企业、药品经营企业、医疗机构必须从具有药品生产、经营资格的企业购进药品。根据《药品经营质量管理规范》的规定，企业应当将药品销售给合法的购货单位。目前，公立医院一般都指定具有药品经营资格的药品商业公司比如中国医药集团有限公司、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其配送和结算药品。故发行人对医院的药品销售均采用配送商模式，对各配送商的药品销售价格依据所在地区的中标价格确定。民营医院由于采购规模较小，包括发行人在内的药品生产企业一般也不与其发生直接的销售业务，而是要求其从上述商业公司采购，保持药品价格的一致性。

根据《医疗器械生产质量管理规范》的规定，直接销售自产产品或者选择医疗器械经营企业，应当符合医疗器械相关法规和规范要求。根据《医疗器械经营质量管理规范》的规定，从事医疗器械批发业务的企业，应当将医疗器械批发销售给合法的购货者。目前，医疗器械的招标和配送暂未像药品招标和配送一样严格，包括发行人在内的医疗器械生产企业对医院的医疗器械产品销售存在直销或者配送商两种模式，医疗器械产品的销售价格参考所在地区的中标价格与医院或其指定的配送商协商确定。

而经销模式业务，发行人向经销商销售药品和医疗器械产品的定价一般低于对配送商或医院的销售价格，主要原因是经销商销售公司产品时需要承担终端客户的开发和拓展。

(二) 发行人报告期内对医院的推广策略，售价方面是否低于同行业公司；补充披露发行人报告期内对 2018 年主要新增医院、收入增长较快的医院的相关医生的培训方案，培训过程，和接触时间；

1、发行人报告期内对医院的推广策略

报告期内，公司积极参加中华医学会、中国医师协会召开的各类全国性及省市级专业会议，并通过召开学术研讨会、卫星会、座谈会、科内会等形式，通过公司医学部人员向医院、医生介绍公司产品特点及竞争优势，使相关科室医生能更深入地了解公司产品的特性和功效，以提升公司品牌在医生群体中的知名度。

2、发行人产品售价与同行业公司比较

报告期内，发行人玻璃酸钠注射液产品销售单价较同行业可比公司销售单价较高，主要是由于销售产品规格结构差异；发行人玻尿酸产品销售单价较同行业可比公司销售单价与同行业可比公司相比较不存在重大差异，具体情况如下：

单位：元/支

产品	公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度	
玻尿酸	昊海生科	285.35	290.55	288.00	
	其中：海薇 1 ml（主要规格）	313.04	334.05	360.06	
	华熙生物 ¹	266.95	398.06	425.85	
	爱美客 ²	注射用修饰透明质酸钠凝胶（爱美莱）	300.52	310.41	368.01
		注射用透明质酸钠复合溶液（嗨体）	315.63	285.01	-
玻璃酸钠注射液	昊海生科	64.67	65.21	67.78	
	华熙生物	45.88	35.83	30.68	

数据来源：同行业可比公司招股说明书及公开披露文件。

注1：华熙生物玻尿酸产品单价仅包括其境内销售产品（不含0.5ml规格产品）单价；

注2：爱美客产品仅包含产品成份与发行人较为类似的玻尿酸产品。

除上述披露情况外，发行人其他产品销售单价的同行业可比数据较难从公开渠道取得。

3、发行人 2018 年主要新增医院的相关医生培训情况

序号	新增医院	医生培训方案	培训过程	首次开展业务时间
1	中国医科大学附属盛京医院	培训范围：妇产科医生及护士 培训内容：防粘连产品知识、防粘连相关共识解读 培训讲师：公司市场部员工	2018 年开展 2 次培训，共培训 30 人次左右	2018 年 8 月份建立联系
2	成都武侯爱美蒂亚医疗美容门诊部有限公司	培训范围：全院培训 培训内容：海薇产品知识 培训讲师：公司销售部员工	2018 年开展 1 次培训，共培训 100 人次左右	2018 年 5 月份建立联系
3	田家庵美橙医疗美容门诊部	培训范围：全院培训 培训内容：海薇产品知识，在面部的应用 培训讲师：公司销售部员工	2018 年开展 3 次培训，共培训 90 人次左右	2018 年 3 月份建立联系
4	杭州恒颜健康管理咨询有限公司余杭南苑世纪大道医疗美容诊所	培训范围：全院培训 培训内容：海薇产品知识 培训讲师：公司销售部员工	2018 年开展 3 次培训，共培训 60 人次左右	2018 年 6 月份建立联系

序号	新增医院	医生培训方案	培训过程	首次开展业务时间
5	联合丽格（北京）医疗美容投资连锁有限公司	培训范围：院长，医生，咨询师 培训内容：海薇、姣兰等全系产品介绍 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年开展 2 次培训，共培训 100 人次左右	2018 年 8 月份建立联系

4、发行人 2018 年收入增长较快医院的相关医生培训情况

序号	新增医院	医生培训方案	培训过程	首次开展业务时间
1	上海市第六人民医院	培训范围：妇产科、骨科、眼科医生和护士 培训内容：防粘连、骨科产品知识、防粘连相关共识解读等；人工晶状体产品介绍、手术装载演示等 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年度开展培训 6 次，共培训 145 人次左右	2013 年 7 月建立联系
2	爱尔眼科医院集团股份有限公司	培训范围：眼科医生、护士 培训内容：人工晶状体产品介绍、人工晶体手术装载演示等； 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年度开展培训 50 次，共培训 750 人次左右	2009 年 12 月份建立联系
3	中山大学中山眼科中心	培训范围：手术室医生、护士 培训内容：人工晶体产品介绍、人工晶体手术装载；眼舒康产品培训及常见问题解答 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年度开展培训 5 次，共培训 30 人次左右	2017 年 6 月份建立联系
4	上海康汝医疗器械有限公司 ^註	培训范围：美莱及华美连锁机构全院培训 培训内容：全系列玻尿酸医美产品培训；姣兰面部无创四部测量法培训等 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年开展 95 次培训，共培训 1500 人次左右	2015 年 5 月份建立联系
5	南京维多利亚美容门诊部有限公司	培训范围：全院培训 培训内容：玻尿酸产品知识、咨询技巧、美学评估 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年开展 8 次培训，共培训 240 人次左右	2017 年 12 月份建立联系

注：上海康汝医疗器械有限公司系美莱集团采购中心

（三）对于 II、III 级以上的各类医疗产品，区分民营医院、公立医院和经销商，说明相关产品的最终销售金额和主要客户；说明相关民营医院是否具有相关医疗资质；

1、眼科

（1）民营医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的眼科产

品前五名民营医院客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入 的比例
2018 年度	爱尔眼科医院集团股份有限 公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂等	4,855.75	7.22%
	驻马店眼科医院	人工晶状体	116.36	0.17%
	青岛华夏眼科医院有限公司	人工晶状体等	103.58	0.15%
	成都美睦医疗科技有限公司	眼科粘弹剂等	75.78	0.11%
	吉安市康明眼科医院	人工晶状体等	55.01	0.08%
	合计		5,206.48	7.74%
2017 年度	爱尔眼科医院集团股份有限 公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂等	3,614.93	6.57%
	北京远程视界眼科医院管理 有限公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂等	409.06	0.74%
	海南爱尔新希望眼科医院有 限公司	人工晶状体	213.95	0.39%
	恩平爱尔新希望眼耳鼻喉医 院有限公司	人工晶状体	94.42	0.17%
	青岛华夏眼科医院有限公司	人工晶状体等	70.23	0.13%
	合计		4,402.58	8.00%
2016 年度	北京远程视界眼科医院管理 有限公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂等	379.15	3.13%
	爱尔眼科医院集团股份有限 公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂等	336.71	2.78%
	青岛华夏眼科医院有限公司	人工晶状体等	25.18	0.21%
	成都青羊春芽医疗美容门诊 部有限公司	眼科粘弹剂	20.21	0.17%
	临邑洛北医院	眼科粘弹剂	16.41	0.14%
	合计		777.66	6.42%

(2) 公立医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的眼科产品前五名公立医院（包括直接销售至公立医院及通过配送商销售至公立医院）客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入 的比例
2018 年度	首都医科大学附属北京同仁 医院	人工晶状体	5,945.60	8.84%
	西安九州通晶明医疗器械有 限责任公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂等	2,245.29	3.34%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入 的比例
	中山大学中山眼科中心	人工晶状体、眼科粘 弹剂	573.06	0.85%
	五莲县残疾人联合会	眼科粘弹剂	525.73	0.78%
	中国人民解放军总医院海南 分院	人工晶状体	314.52	0.47%
	合计		9,604.20	14.27%
2017 年度	首都医科大学附属北京同仁 医院	人工晶状体	6,019.23	10.94%
	西安九州通晶明医疗器械有 限责任公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂	766.52	1.39%
	五莲县残疾人联合会	眼科粘弹剂	310.68	0.56%
	上海交通大学医学院附属仁 济医院	人工晶状体	278.50	0.51%
	中山大学中山眼科中心	人工晶状体、眼科粘 弹剂	270.14	0.49%
	合计		7,645.06	13.89%
2016 年度	首都医科大学附属北京同仁 医院	人工晶状体	644.46	5.32%
	沈阳市第四人民医院	润眼液	180.78	1.49%
	北京大学第三医院	人工晶状体	125.19	1.03%
	山东省眼科研究所	眼科粘弹剂	98.25	0.81%
	浙江大学医学院附属第二医 院	眼科粘弹剂	81.70	0.67%
	合计		1,130.38	9.33%

(3) 经销商

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司眼科 II、III 级以上的产品前五名经销商客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入 的比例
2018 年度	耀昌国际贸易有限公司	人工晶状体	6,104.48	9.07%
	深圳清清视界眼科产品有限 公司	人工晶状体等	1,728.40	2.57%
	成都金纬医疗科技有限公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂等	1,612.48	2.40%
	泗洪县帝一医疗器械有限公 司	眼科粘弹剂	1,214.33	1.80%
	苏州博雅医疗器械有限公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂	730.85	1.09%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入 的比例
	合计		11,390.54	16.93%
2017 年度	耀昌国际贸易有限公司	人工晶状体	6,749.21	12.26%
	深圳清清视界眼科产品有限公司	人工晶状体等	2,306.11	4.19%
	上海兴靓医疗器械有限公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂	1,854.27	3.37%
	成都金纬医疗科技有限公司	人工晶状体等	1,249.13	2.27%
	陕西晶明医疗器械有限责任公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂	1,032.68	1.88%
	合计		13,191.39	23.97%
2016 年度	泰兴市爱博医疗器械有限公司	眼科粘弹剂	1,160.19	9.58%
	北京千福恒业医疗器械有限责任公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂	638.80	5.27%
	深圳清清视界眼科产品有限公司	人工晶状体等	567.87	4.69%
	江苏日月明医疗器材有限公司	眼科粘弹剂、人工晶 状体	471.61	3.89%
	陕西晶明医疗器械有限责任公司	人工晶状体、眼科粘 弹剂等	271.69	2.24%
	合计		3,110.16	25.68%

注：上表中销售收入仅反映了公司向经销商销售眼科产品的情况。

2、整形美容与创面护理

(1) 民营医院

2016年度、2017年度、2018年度，公司直销模式下II、III级以上的整形美容与创面护理产品前五名民营医院客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容 与创面护理 收入的比例
2018 年度	上海康汝医疗器械有限公司 ¹	玻尿酸	2,900.31	8.56%
	成都武侯爱美蒂亚医疗美容门诊部有限公司	玻尿酸	649.94	1.92%
	杭州祯爱医疗美容门诊部有限公司	玻尿酸	553.82	1.63%
	上海玫瑰医疗美容医院有限公司	玻尿酸	414.32	1.22%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容 与创面护理 收入的比例
	杭州恒颜健康管理咨询有限公司余杭南苑世纪大道医疗美容诊所	玻尿酸	402.91	1.19%
	合计		4,921.30	14.53%
2017 年度	上海康汝医疗器械有限公司 ¹	玻尿酸	1,656.50	5.37%
	杭州祯爱医疗美容门诊有限公司	玻尿酸	815.53	2.64%
	合肥壹尚医疗器械有限公司 ²	玻尿酸	576.92	1.87%
	长沙爱思特医疗美容有限公司	玻尿酸	419.81	1.36%
	上海玫瑰医疗美容医院有限公司	玻尿酸	302.06	0.98%
	合计		3,770.82	12.23%
2016 年度	合肥壹尚医疗器械有限公司 ²	玻尿酸	583.01	2.57%
	长沙美莱医疗美容医院有限公司	玻尿酸	395.34	1.74%
	南京连天美医院有限公司	玻尿酸	380.58	1.68%
	长沙爱思特医疗美容有限公司	玻尿酸	358.06	1.58%
	四川西婵泛亚整形美容医院有限公司	玻尿酸	240.78	1.06%
	合计		1,957.77	8.62%

注 1：上海康汝医疗器械有限公司系美莱集团采购中心

注 2：合肥壹尚医疗器械有限公司系壹加壹医疗美容连锁医院的采购中心

(2) 公立医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的整形美容与创面护理产品前五名公立医院（包括直接销售至公立医院及通过配送商销售至公立医院）客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容 与创面护理 收入的比例
2018 年度	中国医药集团有限公司	外用重组人表皮生长因子	372.30	1.10%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容 与创面护理 收入的比例
	上海医药集团股份有限公司	外用重组人表皮生长因子	225.94	0.67%
	江苏省医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	183.32	0.54%
	陆军军医大学第一附属医院	玻尿酸	33.98	0.10%
	九州通医药集团股份有限公司	外用重组人表皮生长因子	31.85	0.09%
	合计		847.40	2.50%
2017 年度	上海医药集团股份有限公司	外用重组人表皮生长因子	198.11	0.64%
	江苏省医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	160.33	0.52%
	中国医药集团有限公司	外用重组人表皮生长因子	136.10	0.44%
	第三军医大学第一附属医院	玻尿酸	37.38	0.12%
	昆明医科大学第一附属医院	玻尿酸	16.89	0.05%
	合计		548.81	1.78%
2016 年度	第三军医大学第一附属医院	玻尿酸	135.92	0.60%
	上海医药集团股份有限公司	外用重组人表皮生长因子	132.10	0.58%
	江苏省医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	124.94	0.55%
	中国医药集团有限公司	外用重组人表皮生长因子	35.24	0.16%
	昆明医科大学第一附属医院	玻尿酸	22.14	0.10%
	合计		450.34	1.98%

(3) 经销商

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司 II、III 级以上的整形美容与创面护理产品前五名经销商客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容 与创面护理 收入的比例
2018 年度	广州市艾一生物科技有限公司	玻尿酸	1,769.90	5.22%
	浙江英特药业有限责任公司	外用重组人表皮生长因子	1,064.80	3.14%
	湖南识捷生物科技有限公司	玻尿酸	973.69	2.87%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容 与创面护理 收入的比例
	福州鹭燕医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	899.67	2.66%
	哈尔滨日润商贸有限公司	玻尿酸	542.21	1.60%
	合计		5,250.28	15.50%
2017 年度	广州市艾一生物科技有限公司	玻尿酸	2,063.41	6.69%
	杭州伊佳生物科技有限公司	玻尿酸	1,941.77	6.30%
	武汉博瑞康商贸有限公司	玻尿酸	861.04	2.79%
	河南善臻医疗器械有限公司	玻尿酸	704.51	2.28%
	福州鹭燕医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	689.46	2.24%
	合计		6,260.19	20.30%
2016 年度	广州市艾一生物科技有限公司	玻尿酸	1,481.36	6.52%
	北京创丽科技有限公司	玻尿酸	1,185.24	5.22%
	南京华东医药有限责任公司	玻尿酸	924.85	4.07%
	上海亚孟实业有限公司	玻尿酸	758.83	3.34%
	北京丽博行科技发展有限公司	玻尿酸	627.18	2.76%
	合计		4,977.48	21.92%

注：上表中销售收入仅反映了公司向经销商销售整形美容与创面护理产品的情况。

3、骨科

(1) 民营医院

2016年度、2017年度、2018年度，公司直销模式下II、III级以上的骨科产品前五名民营医院客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入 的比例
2018 年度	上海开元骨科医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	397.84	1.32%
	公惠医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	295.48	0.98%
	上海江东医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	69.52	0.23%
	君康综合医院（上海）有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	13.24	0.04%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入 的比例
	上海航道医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	11.57	0.04%
	合计		787.66	2.62%
2017 年度	上海开元骨科医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	535.55	2.00%
	公惠医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	170.19	0.64%
	上海江东医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	109.25	0.41%
	上海怀德护理院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	47.86	0.18%
	天津河东钟山医院	玻璃酸钠注射液	21.65	0.08%
	合计		884.51	3.30%
2016 年度	上海开元骨科医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	422.64	1.46%
	公惠医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	167.24	0.58%
	上海江东医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	23.17	0.08%
	上海怀德护理院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	8.25	0.03%
	武义谢氏骨伤医院	玻璃酸钠注射液	7.05	0.02%
	合计		628.36	2.17%

(2) 公立医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的骨科产品前五名公立医院（包括直接销售至公立医院及通过配送商销售至公立医院）客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入 的比例
2018 年度	中国医药集团有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	3,639.55	12.10%
	上海医药集团股份有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,276.84	4.24%
	上海市徐汇区中心医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	671.30	2.23%
	华东医药股份有限公司	玻璃酸钠注射液	389.09	1.29%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入 的比例
	上海市第六人民医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	341.17	1.13%
	合计		6,317.95	21.00%
2017 年度	中国医药集团有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	2,778.43	10.38%
	上海医药集团股份有限公司	玻璃酸钠注射液	1,048.02	3.91%
	上海市徐汇区中心医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	659.21	2.46%
	华东医药股份有限公司	玻璃酸钠注射液	473.61	1.77%
	上海市普陀区曹杨街道社区卫生服务中心	医用几丁糖（关节腔内注射用）	237.24	0.89%
	合计		5,196.51	19.41%
2016 年度	中国医药集团有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	2,452.79	8.46%
	上海医药集团股份有限公司	玻璃酸钠注射液	1,214.37	4.19%
	上海市徐汇区中心医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	577.56	1.99%
	华东医药股份有限公司	玻璃酸钠注射液	465.00	1.60%
	上海龙华医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	360.31	1.24%
	合计		5,070.03	17.50%

(3) 经销商

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司骨科产品前五名经销商客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入 的比例
2018 年度	河北恒泰医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	1,302.86	4.33%
	北京博瑞祥成医学科技有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,003.56	3.34%
	江西一心医药有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	846.68	2.81%
	河南省医药有限公司	玻璃酸钠注射液	828.71	2.75%
	北京康琪璐科技发展有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	811.65	2.70%
	合计		4,793.46	15.93%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入 的比例
2017 年度	北京博瑞祥成医学科技有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,526.98	5.70%
	江西一心医药有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,149.80	4.29%
	安徽阜阳新特药业有限责任公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	941.76	3.52%
	河北恒泰医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	837.99	3.13%
	河南省迪康医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	803.85	3.00%
	合计		5,260.38	19.65%
2016 年度	上海善水实业有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,594.27	5.50%
	安徽阜阳新特药业有限责任公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,239.13	4.28%
	延古堂（北京）科技发展有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,107.77	3.82%
	河北恒泰医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	1,044.62	3.60%
	重庆易美医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	955.41	3.30%
	合计		5,941.19	20.50%

注：上表中销售收入仅反映了公司向经销商销售骨科产品的情况。

4、防粘连及止血

(1) 民营医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的防粘连及止血产品前五名民营医院客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连 及止血收 入的比例
2018 年度	如皋博爱医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	83.18	0.41%
	上海康汝医疗器械有限公司 ¹	医用透明质酸钠凝胶	80.51	0.40%
	无锡虹桥医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	48.54	0.24%
	郑州圣玛妇产医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	44.68	0.22%
	南通长城医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	41.50	0.21%
	合计		298.42	1.48%
	沈阳东方菁华医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	191.42	0.90%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连 及止血收 入的比例
2017 年度	如皋博爱医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	75.84	0.36%
	南通长城医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	66.41	0.31%
	成都美睦医疗科技有限公司	医用透明质酸钠凝胶	40.04	0.19%
	无锡虹桥医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	34.95	0.16%
	合计		408.66	1.93%
2016 年度	沈阳东方菁华医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	124.29	0.58%
	南通长城医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	74.71	0.35%
	无锡虹桥医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	33.98	0.16%
	如皋博爱医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	32.29	0.15%
	上海杨思医院	医用胶原蛋白海绵	8.06	0.04%
	合计		273.34	1.28%

注 1：上海康汝医疗器械有限公司系美莱集团采购中心

（2）公立医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的防粘连及止血产品前五名公立医院（包括直接销售至公立医院及通过配送商销售至公立医院）客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连 及止血收 入的比例
2018 年度	湖南省肿瘤医院	医用几丁糖（防粘连用）	539.35	2.68%
	中国医科大学附属盛京医院	医用几丁糖（防粘连用）	380.79	1.89%
	重庆医科大学附属第一医院	医用几丁糖（防粘连用）	349.43	1.74%
	复旦大学附属华山医院	医用几丁糖（防粘连用）、医用胶原蛋白海绵	230.07	1.14%
	中国人民解放军联勤保障部队第九〇九医院	医用几丁糖（防粘连用）、医用胶原蛋白海绵	224.91	1.12%
	合计		1,724.54	8.57%
2017 年度	重庆医科大学附属第一医院	医用几丁糖（防粘连用）	601.34	2.84%
	湖南省肿瘤医院	医用几丁糖（防粘连用）	556.42	2.62%
	广西医科大学第一附属医院	医用几丁糖（防粘连用）	441.00	2.08%
	首都医科大学附属北京同仁医院	医用几丁糖（防粘连用）	267.37	1.26%
	中国医药集团有限公司	医用几丁糖（防粘连用）、医用胶原蛋白海绵	259.79	1.22%
	合计		2,125.92	10.02%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连 及止血收 入的比例
2016 年度	湖南省肿瘤医院	医用几丁糖（防粘连用）	535.93	2.52%
	广西医科大学第一附属医院	医用几丁糖（防粘连用）	461.12	2.17%
	复旦大学附属华山医院	医用胶原蛋白海绵、医用 几丁糖（防粘连用）	381.89	1.79%
	首都医科大学附属北京同仁 医院	医用几丁糖（防粘连用）	243.80	1.14%
	中国人民解放军第一七五医 院（原福建漳州 175 医院）	医用几丁糖（防粘连 用）、医用胶原蛋白海绵	198.40	0.93%
	合计		1,821.14	8.55%

(3) 经销商

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司 II、III 级以上的防粘连及止血产品前五名经销商客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连 及止血收 入的比例
2018 年度	上海森埃医疗器械有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	840.00	4.17%
	河北亚信医疗器械有限公司	医用几丁糖（防粘连 用）、医用透明质酸钠凝 胶、医用胶原蛋白海绵	761.14	3.78%
	河南省厚泽药业有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	654.86	3.25%
	河南加速度医药科技发展有 限公司	医用透明质酸钠凝胶、医 用胶原蛋白海绵	469.44	2.33%
	安徽海华医疗科技有限公司	医用几丁糖（防粘连 用）、医用透明质酸钠凝 胶、医用胶原蛋白海绵	462.76	2.30%
	合计		3,188.20	15.84%
2017 年度	上海森埃医疗器械有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	923.24	4.35%
	上海吉首贸易商行	医用胶原蛋白海绵	590.28	2.78%
	深圳市德远生物科技有限公司	医用透明质酸钠凝胶	556.15	2.62%
	河南加速度医药科技发展有 限公司	医用透明质酸钠凝胶	515.68	2.43%
	南昌荣轩科技有限公司	医用几丁糖（防粘连 用）、医用透明质酸钠凝 胶、医用胶原蛋白海绵	449.72	2.12%
	合计		3,035.07	14.31%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连 及止血收 入的比例
2016 年度	河南省新华药业有限公司	医用几丁糖（防粘连用）、医用透明质酸钠凝胶（防粘连用）	777.62	3.65%
	上海裕喜实业有限公司	医用胶原蛋白海绵、医用透明质酸钠凝胶、医用几丁糖	672.90	3.16%
	重庆润源医疗器械有限公司	医用几丁糖（防粘连用）、医用胶原蛋白海绵、医用透明质酸钠凝胶	581.98	2.73%
	河南加速度医药科技发展有限公司	医用透明质酸钠凝胶	563.89	2.65%
	苏州益海邦生物科技有限公司	医用透明质酸钠凝胶、医用胶原蛋白海绵	498.90	2.34%
	合计		3,095.28	14.54%

注：上表中销售收入仅反映了公司向经销商销售防粘连及止血产品的情况。

经销模式下，公司通过经销商销售 II、III 级以上各类医疗产品，与经销商的下游经销网络或者相关医疗机构并不发生直接交易，故公司无法精确统计经销模式下的最终销售金额。

直销模式下，公司在与民营医院建立业务关系时均要求其提供《医疗执业机构许可证》和相关资质证照，对其是否具有相关医疗资质进行审核；经销模式下，公司亦要求经销商销售至具有相关资质的下游客户。报告期内，公司主要民营医院客户均具有相关医疗资质。

（四）经销商是否存在将发行人的 II、III 级产品销售至美容院等非医疗机构的情形，是否存在将相关医疗产品作为一般产品使用的情形，如是，结合目前行业监管政策，发行人是否知晓相关行为，是否配合经销商从事相关销售，相关事项是否存在违法违规情形，以及发行人可能承担的相关法律责任

报告期内，发行人及其下属子公司主要销售产品包含二类和三类医疗器械，其中，二类医疗器械主要为人工晶状体推注器、眼科手术刀、带线缝合针等产品，发行人销售上述产品与人工晶状体产品配套用于白内障手术。根据发行人与经销商签署的三类医疗器械产品经销协议以及发行人制定的《商务销售管理制度》，经销商应当将发行人的三类医疗器械产品销售至发行人授权的医院，经销商须根据相关质量体系要求，对产品进行记录控制。因此，发行人已按照相关法律法规

要求就经销商销售发行人产品制定了相关管理控制规范。报告期内，发行人未发现经销商将公司的三类医疗器械产品销售至美容院等非医疗机构的情形，亦未发现将相关医疗产品作为一般产品使用的情形。

三、保荐机构、发行人律师、申报会计师核查情况

（一）核查程序

- 1、获取发行人直销模式下各类别产品对民营医院和公立医院的收入明细；
- 2、访谈公司高管，了解公司主要产品的使用对厂家指导、培训以及医生持证上岗的要求；
- 3、获取经销商终端销售确认函，检查其报告期采购、存货情况以及其销售的终端医院名单，分析经销商终端销售情况；
- 4、获取发行人对 2018 年主要新增医院、收入增长较快的医院的相关医生的培训方案、培训开展情况，访谈财务负责人了解培训相关费用情况；
- 5、抽查公司民营医院客户的相关资质证书；检索发行人经销商相关终端民营医院的资质；获取公司对医疗机构及医生进行专业培训的相关培训材料，了解公司对使用玻尿酸产品的医疗机构及医生进行专业培训情况；
- 6、获取发行人产品标识和可追溯性相关制度文件；
- 7、查阅了发行人的《商务销售管理制度》，了解公司对其客户向终端销售的相关规定；
- 8、通过访谈主要经销商，了解其最终销售对象情况，判断是否存在将医疗产品作为一般产品使用的情形；
- 9、查阅公司的退货制度，了解退货管理流程；取得发行人报告期内的退货明细，核算报告期各年 1 月份退货金额及占全年退货金额的比重，分析是否存在异常；抽取报告期内发生的退货记录，对发行人的退货执行穿行测试，对识别出的关键控制点进行控制测试；
- 10、查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，检查公司报告期和期后是否有因质量纠纷产生的诉讼。

（二）核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

- 1、发行人的民营医院直销客户具有相关的医疗资质；
- 2、发行人报告期内经销收入真实，主要医疗产品经销商终端销售情况无异常；报告期内退货金额占同期营业收入比例较小；
- 3、发行人对经销商的终端医院销售实施授权管理；未发现经销商存在将发行人的 II、III 级产品销售至美容院等非医疗机构或将相关医疗产品作为一般产品使用的情形。

经核查，申报会计师认为：

发行人药品和医疗器械各细分类别产品对民营医院和公立医院的收入占比分析具有合理性；根据我们执行的核查程序，发行人报告期内经销收入真实，经销商终端销售情况无异常；发行人的医用产品的退货情况，与我们了解到的基本情况基本一致；发行人补充披露的相关产品的最终销售金额和主要客户，与我们了解的情况基本一致。

问题 6

6.关于长兴桐昊受让股份的锁定承诺问题

根据问询回复，长兴桐昊受让来自实际控制人蒋伟的股份于 2018 年 12 月 17 日由公证处出具《公证书》、于 2018 年 12 月 25 日由中国证券登记结算有限责任公司出具过户登记确认书。

请发行人进一步说明：认定该次股份转让的时点为 2018 年 9 月的依据是否充分，长兴桐昊的股份锁定承诺是否符合“在申报前 6 个月内从控股股东或实际控制人处受让的股份，应比照控股股东或实际控制人所持股份进行锁定”的规定。请发行人按照《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》的相关规定规范相关股东的股份锁定承诺。

请保荐机构、发行人律师核查并发表意见。

回复：

一、发行人说明事项

(一) 请发行人进一步说明：认定该次股份转让的时点为 2018 年 9 月的依据是否充分，长兴桐昊的股份锁定承诺是否符合“在申报前 6 个月内从控股股东或实际控制人处受让的股份，应比照控股股东或实际控制人所持股份进行锁定”的规定。请发行人按照《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》的相关规定规范相关股东的股份锁定承诺。

长兴桐昊现持有昊海生科内资股股份 300 万股，占昊海生科现有股本总额 16,004.53 万股的 1.87%。就长兴桐昊在昊海生科 A 股发行上市前持有的公司 300 万股内资股股份，长兴桐昊重新出具股份锁定承诺，并取代之前所做的股份锁定承诺。

长兴桐昊重新出具的股份锁定承诺如下：自公司股票在上海证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业从刘军、楼国梁、沈荣元处受让的发行人 164.9 万股内资股，也不提议由公司回购该部分股份；自公司股票在上海证券交易所上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业自昊海生科实际控制人、控股股东蒋伟处受让的公司 135.1 万股内资股，也不提议由公司回购该部分股份。

综上，长兴桐昊本次的股份锁定承诺符合《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》等相关规定的要求。

二、保荐机构、发行人律师核查情况

(一) 核查程序

- 1、对发行人实际控制人、控股股东蒋伟进行了访谈；
- 2、核查了相关《股份转让协议》、与股份转让相关的公证书及中国证券登记结算有限责任公司就相关股份转让出具的登记确认书；
- 3、取得了相关股份转让价款支付凭证；
- 4、取得了长兴桐昊的营业执照复印件、相关私募基金备案证明文件；
- 5、通过中国证券投资基金业协会信息公示系统查询了长兴桐昊的私募基金备案情况；
- 6、查阅了关于股份锁定的相关法律、法规和规范性文件；

7、取得长兴桐昊出具的股份锁定承诺。

(二) 核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：长兴桐昊本次股份锁定承诺符合《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》等相关规定的要求。

问题 7

7.关于独立董事任职资格

根据招股说明书和问询回复，独立董事朱勤在发行人最近一年新增股东长兴桐昊中持有份额。

请发行人说明：朱勤是否满足关于独立董事应具备独立性的相关任职规定。

请保荐机构、发行人律师核查并发表意见。

回复：

一、发行人说明事项

(一) 请发行人说明：朱勤是否满足关于独立董事应具备独立性的相关任职规定。

截至本回复报告签署之日，长兴桐昊持有发行人内资股 300 万股（持股比例为 1.87%），发行人独立董事朱勤作为有限合伙人持有长兴桐昊 10% 出资额，发行人独立董事朱勤间接持有发行人 0.187% 股份。

根据中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》（证监发〔2001〕102 号）“第三条 独立董事必须具有独立性”：“下列人员不得担任独立董事：...（二）直接或间接持有上市公司已发行股份 1% 以上或者是上市公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属...”。

根据《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》第十二条：“独立董事候选人应具备独立性，不属于下列情形：.....直接或间接持有上市公司已发行股份 1% 以上...”。

朱勤除作为有限合伙人对长兴桐昊出资外，未在长兴桐昊担任任何职务，本次对长兴桐昊投资系以自有资金投入，系个人财务投资，不存在委托持股、信托持股或其他类似情形，不存在利益输送情形。此外，朱勤通过对长兴桐昊投资而间接取得发行人股份的价格与长兴桐昊其他有限合伙人相同，系市场化交易。

基于上述，发行人独立董事朱勤间接持有发行人 0.187% 股份，不违反关于独立董事应具备独立性的相关任职规定。

二、保荐机构、发行人律师核查情况

（一）核查程序

- 1、对朱勤进行了访谈；
- 2、核查了长兴桐昊有限合伙人朱勤及其他有限合伙人对长兴桐昊的相关出资凭证；
- 3、取得了长兴桐昊有限合伙人朱勤填写的《合伙人情况调查表》；
- 4、取得了朱勤填写的发行人董事之调查表；
- 5、取得了朱勤签署的确认函；
- 6、查阅了关于独立董事任职的相关法律、法规、规章及规范性文件的规定。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人独立董事朱勤间接持有发行人 0.187% 股份，不违反关于独立董事应具备独立性的相关任职规定。

问题 8

8.关于是否属于重大违法违规的认定依据

根据问询回复，发行人及其控股子公司报告期内受到的行政处罚事项不属于重大违法违规行为。

请发行人结合《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》第三个问答的相关规定，进一步说明：珠海艾格受到税务主管部门行政处罚事项、深圳新产业受到市场稽查局行政处罚事项、深圳新产业受到海关行政处罚事项、发行人受到环境保护主管部门行政处罚事项是否属于重大违法违规行为的认定依据，相关认定依据是否充分。

请保荐机构、发行人律师核查并发表意见。

回复：

一、发行人说明事项

(一)请发行人结合《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》第三个问答的相关规定,进一步说明:珠海艾格受到税务主管部门行政处罚事项、深圳新产业受到市场稽查局行政处罚事项、深圳新产业受到海关行政处罚事项、发行人受到环境保护主管部门行政处罚事项是否属于重大违法违规行为的认定依据,相关认定依据是否充分。

1、审核问答要求:

《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》第三个问答的要求:

“最近3年内,发行人及其控股股东、实际控制人在国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域,存在以下违法行为之一的,原则上视为重大违法行为:被处以罚款等处罚且情节严重;导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。

有以下情形之一且中介机构出具明确核查结论的,可以不认定为重大违法:违法行为显著轻微、罚款数额较小;相关规定或处罚决定未认定该行为属于情节严重;有权机关证明该行为不属于重大违法。但违法行为导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等并被处以罚款等处罚的,不适用上述情形。”

2、珠海艾格受到税务主管部门行政处罚事项、深圳新产业受到市场稽查局行政处罚事项、深圳新产业受到海关行政处罚事项、发行人受到环境保护主管部门行政处罚事项是否属于重大违法违规行为的认定依据,相关认定依据是否充分。

报告期内发票丢失、产品质量、报关申报不实、环保问题等事项及接受行政处罚及不属于重大违法违规行为的认定依据情况如下表:

序号	行政处罚事项	不属于重大违法违规行为的认定依据
1	珠海艾格受到税务主管部门行政处罚事项	1、《中华人民共和国发票管理办法》第三十六条规定:“跨规定的使用区域携带、邮寄、运输空白发票,以及携带、邮寄或者运输空白发票出入境的,由税务机关责令改正,可以处1万元以下的罚款;情节严重的,处1万元以上3万元以下的罚款;有违法所得的予以没收。丢失发票或者擅自损毁发票的,依照前款规定处罚。”; 2、国家税务总局珠海高新技术产业开发区税务局根据上述规定对珠海艾格处罚款50元; 3、根据本次处罚金额及上述规定,不认定为重大违法行为的依据为“相关规定未认定该行为属于情节严重”。
2	深圳新产业受到市	1、《医疗器械监督管理条例》第六十六条第一款规定:“有下列情形之一的,

序号	行政处罚事项	不属于重大违法违规行为的认定依据
	场稽查局行政处罚事项	<p>由县级以上人民政府食品药品监督管理部门责令改正，没收违法生产、经营或者使用的医疗器械；违法生产、经营或者使用的医疗器械货值金额不足 1 万元的，并处 2 万元以上 5 万元以下罚款；货值金额 1 万元以上的，并处货值金额 5 倍以上 10 倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至由原发证部门吊销医疗器械注册证、医疗器械生产许可证、医疗器械经营许可证：（一）生产、经营、使用不符合强制性标准或者不符合经注册或者备案的产品技术要求的医疗器械的；……”；</p> <p>2、《医疗器械监督管理条例》第六十六条第二款规定：“医疗器械经营企业、使用单位履行了本条例规定的进货查验等义务，有充分证据证明其不知道所经营、使用的医疗器械为前款第一项、第三项规定情形的医疗器械，并能如实说明其进货来源的，可以免于处罚，但应当依法没收其经营、使用的不符合法定要求的医疗器械。”；</p> <p>3、深圳市市场稽查局根据上述规定对深圳新产业处没收违法经营的人工晶状体 406 盒；</p> <p>4、根据本次处罚内容及上述规定，不认定为重大违法行为的依据为“相关规定未认定该行为属于情节严重”。</p>
3	深圳新产业受到海关行政处罚事项	<p>1、《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第一款第（四）项规定：当事人有下列情形之一的，应当依法从轻或者减轻行政处罚：……（四）其他依法从轻或者减轻行政处罚的；</p> <p>2、《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条第（四）项规定：进出口货物的品名、税则号列、数量、规格、价格、贸易方式、原产地、启运地、运抵地、最终目的地或者其他应当申报的项目未申报或者申报不实的，分别依照下列规定予以处罚，有违法所得的，没收违法所得：……（四）影响国家税款征收的，处漏缴税款 30% 以上 2 倍以下罚款；……；</p> <p>3、中国沙湾海关依据《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第一款第（四）项规定认定深圳新产业具有减轻处罚情节，并依据《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条第（四）项“影响国家税款征收的，处漏缴税款 30% 以上 2 倍以下罚款”的规定，对深圳新产业从轻按照漏缴税款的较低比例（1.19 万/7.92 万≈15.02%，不足 30%）进行罚款；</p> <p>4、根据《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第四十九条，海关作出暂停从事有关业务、暂停报关执业、撤销海关注册登记、取消报关从业资格、对公民处 1 万元以上罚款、对法人或者其他组织处 10 万元以上罚款、没收有关货物、物品、走私运输工具等行政处罚决定之前，应当告知当事人有要求举行听证的权利；《中华人民共和国行政处罚法》第四十二条，行政机关作出责令停产停业、……较大数额罚款等行政处罚决定之前，应当告知当事人有要求举行听证的权利。根据上述规定，海关行政处罚对“较大数额”的认定标准为“对法人或其他组织处 10 万元以上罚款”，深圳新产业上述行政处罚为罚款 1.19 万元，未达到海关行政处罚中“较大数额”的标准；</p> <p>5、上述行政处罚金额低于《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条第（四）项规定的“影响国家税款征收的，处漏缴税款 30% 以上 2 倍以下罚款”的“30%”下限并且未达到海关行政处罚中“较大数额”罚款的标准，同时中国沙湾海关已根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第一款第（四）项规定认定深圳新产业具有减轻处罚情节。根据本次处罚金额及上述规定，不</p>

序号	行政处罚事项	不属于重大违法违规行为的认定依据
		认定为重大违法行为的依据为“相关规定或处罚决定未认定该行为属于情节严重”。
4	发行人受到环境保护主管部门行政处罚事项	<p>1、《上海市环境保护条例》第七十二条规定：违反本条例第四十二条第一款、第二款规定，未制定操作规程或者未按照规定及时报告的，由市或者区环保部门责令限期改正，处五千元以上五万元以下的罚款；未停止生产经营活动的，处二万元以上二十万元以下的罚款；</p> <p>2、上海市环境保护局根据上述规定对发行人责令立即改正并处罚款 13 万元；</p> <p>3、上海市生态环境局于 2019 年 2 月 25 日出具《关于上海昊海生物科技股份有限公司环保处罚情况的说明》，确认：“经查，2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，我局对上海昊海生物科技股份有限公司作出 1 次行政处罚。目前，经执法人员现场检查后发现，该公司已落实整改要求，并主动缴纳罚款。上述处罚不属于情节严重的行政处罚。”；</p> <p>4、根据本次处罚内容及上述规定，不认定为重大违法行为的依据为“有权机关证明该行为不属于重大违法”。</p>

二、保荐机构、发行人律师核查情况

（一）核查程序

- 1、查阅了相关行政处罚决定书；
- 2、查询了国家和地方相关主管部门网站及互联网公开信息中关于违法违规、行政处罚相关的公示和报道；
- 3、查阅了相关行政处罚决定书引用的相关法律、法规、规章等；
- 4、取得了上海市生态环境局出具的相关情况说明。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：珠海艾格受到税务主管部门行政处罚事项、深圳新产业受到市场稽查局行政处罚事项、深圳新产业受到海关行政处罚事项、发行人受到环境保护主管部门行政处罚事项不属于重大违法违规行为，相关认定依据充分。

问题 9

9.关于内控

请发行人结合报告期内产品质量、环保问题、发票丢失、报关申报不实等事项，进一步说明：发行人报告期内相关内部控制制度是否健全且得到有效执行。

请保荐机构、发行人律师核查并发表意见。

回复：

一、发行人说明事项

(一) 请发行人结合报告期内产品质量、环保问题、发票丢失、报关申报不实等事项，进一步说明：发行人报告期内相关内部控制制度是否健全且得到有效执行。

1、报告期内产品质量、环保问题、发票丢失、报关申报不实等事项及接受行政处罚的具体情况如下：

序号	行政处罚事项	具体情况
1	深圳新产业受到市场稽查局行政处罚事项	2018年2月5日，深圳市市场稽查局出具深市稽罚字[2018]29号《行政处罚决定书》，对深圳新产业因购进的人工晶状体的光焦度不符合相关标准规定的要求处以没收违法经营的人工晶状体406盒
2	发行人受到环境保护主管部门行政处罚事项	2018年7月10日，上海市环境保护局出具第2120180104号《行政处罚决定书》，对发行人污水处理站废气治理设施因故障而未使用，未停止相关生产经营活动等行为，责令发行人立即改正并处罚款13万元
3	珠海艾格受到税务主管部门行政处罚事项	2016年12月6日，国家税务总局珠海高新技术产业开发区税务局出具珠高国税简罚[2016]132号《行政处罚决定书》，对珠海艾格因丢失增值税专用发票2张处以罚款50元
4	深圳新产业受到海关行政处罚事项	2018年3月9日，中国沙湾海关出具沙关缉字[2018]0016号《行政处罚决定书》，对深圳新产业漏报运输费用36.56万元，漏缴税款7.92万元等情形处以罚款1.19万元

2、发行人报告期内相关内部控制制度是否健全且得到有效执行。

发行人已经根据《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7号）及企业内部控制配套指引，以及相关国家法律法规，并结合实际情况和管理需要，制定了较为完善、合理的内部控制制度，内部控制制度贯穿于公司经营活动的各层面和各环节。

发行人报告期内发生产品质量问题、环保问题、发票丢失、报关申报不实等事项后及时完善了《质量管理体系》、《财务管理制度》、《发票管理制度》、《进口报关控制程序》等相关内控制度，并进行了有效落实，具体情况如下：

(1) 产品质量

产品质量问题发生后，公司按照质量标准进一步完善了《质量管理体系》，优化了质量管理体系，在产品的设计开发、原辅材料的采购、生产过程、质量检验、质量管理、销售和市场服务等各环节建立了一系列的管理文件和制度，并通

过在实施过程中不断改进，加强制度执行和内部监管力度，从而进一步完善质量管理内控体系的建立和执行，有效避免了类似事件再次发生。

（2）环境保护

环保违规事项发生后，公司迅速进行了内部通报和检讨，并采取了有效的整改措施，根据环境主管部门及环境管理体系的要求，完善了环保管理体系并有效运行，进一步加强职工环保意识教育，确保文明、环保生产。

公司内部建立规程对生产过程中产生的主要污染物，如废气、废水、噪声及废弃物进行分类处理，并严格规范环保记录、交接等系列流程，其中废水经收集或处理后纳管排放、废气经收集或处理后高空排放、废弃物主要委托有资质的第三方公司定期进行处理、噪声采用降噪措施处理。

（3）发票管理

发票丢失事项发生后，公司进一步完善了《发票管理制度》，该制度覆盖了发票的准备、开具、传递、存档、统计等各个实施阶段，规范发票管理，进一步加强对发票管理经办人员的培训，在发票管理活动中全面落实相关发票管理制度规定，确保发行人发票管理的合法性、真实性、安全性。

（4）海关申报

漏缴税款事项发生后，发行人及其子公司现行有效的内控制度以及公司治理制度针对此事项进行了有效反应，进一步完善了公司关于进出口货物报关的内控程序，制定了《进口报关控制程序》，并加强对海关监管规定及具体政策的学习以及与海关、税务部门的沟通。

发行人形成了较为有效的内部控制体系。发行人的内部控制工作由董事会、审核委员会、审计部、管理层共同参与。其中，董事会负责确保维持稳健有效的风险管理及内部监控系统，通过审核委员会每年评估上述系统的有效性，评估范围涵盖财务、营运以及风险管理职能等重大监控；审核委员会负责协助董事会监察发行人风险管理及内部监控系统，并向董事会作出建议；审计部作为审计监控部门，通过开展内部审计工作，定期或不定期检查发行人内部控制制度的实施情况，协助董事会及审核委员会履行其相关内部控制职责；管理层则负责组织制定、实施具体的内部控制制度，并领导各业务部门在实施各项内部控制制度的过程中，对日常业务中的风险进行识别跟踪。

二、保荐机构、发行人律师核查情况

（一）核查程序

- 1、查阅了相关行政处罚决定书；
- 2、查询了国家和地方相关主管部门网站及互联网公开信息中关于违法违规、行政处罚相关的公示和报道；
- 3、查阅了相关行政处罚决定书引用的相关法律、法规、规章等；
- 4、取得了上海市生态环境局出具的相关情况说明；
- 5、取得并审阅了发行人相关内控制度；
- 6、取得并审阅了发行人出具的情况说明；
- 7、查阅了会计师出具的内部控制审核报告。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：发行人已经建立较为完整、合理的内部控制制度，发行人报告期内相关内部控制制度健全并得到有效执行。

问题 10

10.请发行人按照《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第六十八条规定，进一步规范欺诈发行股份回购等重要承诺事项的内容表述，并在招股说明书中补充披露。

回复：

一、补充披露事项

发行人实际控制人、控股股东蒋伟、游捷按照《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第六十八条规定规范欺诈发行股份回购承诺事项的内容表述，重新作出以下承诺并在“第十节 投资者保护”章节补充披露：

发行人及其控股股东、实际控制人关于欺诈发行股份购回事项承诺如下：

1、发行人关于欺诈发行股份购回事项承诺如下：

（1）公司符合发行上市的条件，本次发行上市的招股说明书及其他信息披露文件不存在隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容的情形，不存在以欺骗手段骗取发行注册的情形。

（2）如公司不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册且已经

上市的，公司将在证券监管部门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 10 个交易日内启动与股份购回有关的程序，购回公司本次公开发行的全部新股，相关股票购回程序及价格等按照届时有效的法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定操作。具体的股份购回方案将依据所适用的法律、法规、规范性文件及发公司章程等规定履行公司内部审批程序和外部审批程序。购回价格为发行价格加上同期银行存款利息（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，购回的股份包括公司首次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应进行除权、除息调整）。

2、发行人控股股东、实际控制人关于欺诈发行股份购回事项承诺如下：

(1) 公司符合发行上市的条件，本次发行上市的招股说明书及其他信息披露文件不存在隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容的情形，不存在以欺骗手段骗取发行注册的情形。

(2) 如公司不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册且已经上市的，本人将在证券监管部门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 10 个交易日内启动与股份购回有关的程序，购回公司本次公开发行的全部新股，相关股票购回程序及价格等按照届时有效的法律、法规、规范性文件及《公司章程》的相关规定操作。具体的股份购回方案将依据所适用的法律、法规、规范性文件及及《公司章程》等规定履行公司内部审批程序和外部审批程序。购回价格为发行价格加上同期银行存款利息（若公司股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，购回的股份包括公司首次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应进行除权、除息调整）。

问题 11

11.请发行人删除招股说明书中对同一事项在同一处的重复披露，如 401 页“发行人未合并该股权投资基金企业，将其作为具有共同控制的合营企业处理”。请发行人对招股说明书披露内容进行整理和精炼，切实提高招股说明书的可读性，并以投资者投资需求为导向编制招股说明书，为投资者作出价值判断和投资决策提供充分且必要的信息，保证相关信息的内容真实、准确、完整。

请对上述问题逐项落实并及时提交对问询函的回复，回复内容将在本所网站及时公开。除本所同意豁免的信息外，本问询函要求披露的事项应在更新后的招

股说明书中予以补充，并以楷体加粗标明。保荐机构应当在本次问询回复时一并提交更新后的招股说明书。除本问询函要求披露的内容以外，其他对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的信息，也应披露。对招股说明书所做的任何修改，均应报告本所。本所收到回复后，将根据情况决定是否再次发出审核问询函。

回复：

“发行人未合并该股权投资基金企业，将其作为具有共同控制的合伙企业处理”的重复表述已经删除。

此外，为切实提高招股说明书的可读性，并以投资者需求导向编制招股说明书，为投资者作出价值判断和决策提供充分且必要的信息，发行人对招股说明书进行了整理和精炼，相关修改情况汇总如下：

1、招股说明书“重大事项提示”之“八、本次上市后的股利分配政策”原有内容全部删除，以索引的方式体现；

2、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”之“（一）收购河南宇宙 100%的股权”中“Haohai Holdings 成为鹤壁煤业（集团）有限责任公司 48.103%股权的受让方”修改为“Haohai Holdings 成为鹤壁煤业（集团）有限责任公司**所持有的河南宇宙** 48.103%股权的受让方”，修改的原因系原有表述不准确；

3、招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（三）公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”之“（1）经销模式与直销模式”之“①经销模式”之“B）公司经销商终端销售及期末存货情况”原有内容予以删除，删除的原因系已补充披露分产品类别经销商最终销售情况，具体内容请参见本回复报告“问题 5”之“一、补充披露事项”之“（四）分产品类别披露经销商最终销售情况”。

4、招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（三）公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”之“（1）经销模式与直销模式”之“①经销模式”之“F）公司经销商毛利率及应收账款”部分予以删除，删除的原因系该部分内容存在重复；

5、为帮助投资者更好地理解两类透明质酸钠/玻璃酸钠原料制备工艺的区别及公司相应工艺的应用领域，本次在招股说明书“第六节 业务和技术”之“二、公

司所处行业的基本情况”之“(四)行业技术水平特点及公司技术转化情况”之“2、医用透明质酸钠/玻璃酸钠技术水平特点及公司技术转化情况”部分补充披露内容如下：

“现阶段国内外透明质酸钠/玻璃酸钠原料的常规制备方法可以分为提取法和细菌发酵法。其中提取法系从鸡冠、人脐带、动物眼球（如牛眼球）等组织中提取透明质酸，由于动物组织来源的透明质酸具有生物相容性好、生物安全性高、分子量分布合理、粘弹性较好的特点，因此得到了广泛的使用，是国际上骨科玻璃酸钠注射液的原研生产工艺，目前仍然被日本、美国等国际主流玻璃酸钠/透明质酸钠制剂生产企业广泛采用。但由于该制备工艺的原料来源要求高、存在异种生物体内可能带来的病毒和微生物灭活问题，需要通过使用较为复杂的生产工艺和技术手段进行处理，因而具有较高的技术要求。

近年来，生物材料界发现了利用某些种属的链球菌生产透明质酸钠原料的工艺，这种链球菌能在生长过程中在荚膜上产生以透明质酸为主要成份的多糖，再通过离心、沉淀、分步醇提法提取、干燥灭菌处理后即可得到较高纯度的透明质酸。除了易于分离纯化外，这种生产工艺生产出的透明质酸钠具有可按分子量要求设计（如均一纯度、分子量），便于大规模生产、降低生产成本等优点，正逐步成为重要的原料生产方式。细菌发酵法制备的 HA 原料除应用于医药级产品生产外，亦拓展了透明质酸在化妆品及食品领域的应用。

目前，公司同时掌握鸡冠提取法和细菌发酵法两种透明质酸钠生产工艺并用于各类医药级产品的生产，其中鸡冠提取法生产的 HA 原料主要用于生产骨科玻璃酸钠注射液产品，而细菌发酵法生产的 HA 原料用于生产玻尿酸、外科防粘连产品及眼科粘弹剂产品，有关产品原料生产工艺的选取主要与报批时选择的原料种类有关。两类生产工艺下制备的 HA 原料在用于药品和三类医疗器械生产时均需符合国家行业标准和产品质量标准的相关要求，其生产的终端制剂产品并不因为原料来源不同而产生在临床应用上的差别。”；

6、招股说明书“第八节 财务会计信息和管理层分析”之“十一、对于经营成果的分析”之“（一）营业收入分析”中“报告期内，公司直销模式和经销模式的收入、毛利及毛利率情况”和“报告期内，公司自产销售和贸易业务的收入、毛利及毛利率情况”的有关分析予以删除。删除的原因系该部分“（三）毛利及毛利率分

析”中存在相同的内容；

7、招股说明书“第八节 财务会计信息和管理层分析”之“十一、对于经营成果的分析”之“（一）营业收入分析”中“发行人海外销售产品主要是视光材料产品，主要销售对象是人工晶状体、角膜接触镜等眼科产品的生产厂商。而发行人国内销售产品包括公司系列产品，销售对象主要是经销商、终端医院和药品器械配送商等”的描述予以删除，删除的原因系内容存在重复。

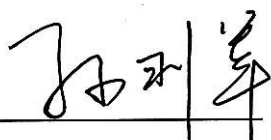
（本页无正文，为《上海昊海生物科技股份有限公司、瑞银证券有限责任公司关于上海昊海生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复报告》之签署页）

上海昊海生物科技股份有限公司

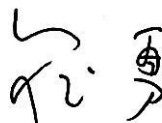
2019年5月27日

(本页无正文，为《上海昊海生物科技股份有限公司、瑞银证券有限责任公司关于上海昊海生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复报告》之签署页)

保荐代表人：



孙利军



罗勇



保荐机构管理层声明

本人已认真阅读上海昊海生物科技股份有限公司本次问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：


钱于军

瑞银证券有限责任公司

2019年 5月 31日

