

关于安翰科技（武汉）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

第四轮审核问询函的回复说明

上海证券交易所：

根据贵所于 2019 年 9 月 16 日出具的《关于安翰科技（武汉）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四轮审核问询函（上证科审（审核）[2019]543 号）》（以下简称“审核问询函”）的要求，安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“安永”或“我们”）作为安翰科技（武汉）股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）的申报会计师，对审核问询函中涉及申报会计师的相关问题逐条回复如下：

2. 关于美年大健康体系的销售收入

2019 年 1-6 月，发行人来自美年大健康、非美年大健康的收入分别为 8,008.03 万元、6,204.73 万元，占比分别为 56.34%、43.66%，与 2018 年同期相比，公司来自美年大健康收入的绝对额和占比均出现下降，来自非美年大健康的收入增长的主要因素是来自公立医院的收入增长。

请发行人补充说明：（1）报告期内，公立医院（包括直销和经销）前十大客户销售的具体情况，包括但不限于产品类型、金额等，2019年1-6月来自公立医院收入增长主要来自存量客户销售增长还是新客户的开拓，具体的贡献比例情况；（2）2019年1-6月新增的公立医院客户名单及销售情况，公司或经销商首次与相关客户接触的时间、医院立项和完成招标、院内收费手续的时间，结合公司开发公立医院客户的一般用时分析2019年1-6月公立医院客户数量快速增长的原因及合理性；（3）区分美年大健康合并门店和加盟门店分析单店销售量的情况，进一步分析美年大健康胶囊销售量变化的原因及合理性；（4）向美年大健康销售胶囊单价下降的原因及合理性；（5）对美年大健康销售出现下降是否已成为趋势，若是，请做出有针对性的重大事项提示，分析对公司持续经营能力的影响；（6）结合美年大健康经营状况和2019年1-6月对美年大健康的销售情况，进一步分析2016年-2018年对美年大健康销售的真实性和合理性。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

【发行人回复】

请发行人补充说明：

（1）报告期内，公立医院（包括直销和经销）前十大客户销售的具体情况，包括但不限于产品类型、金额等，2019年1-6月来自公立医院收入增长主要来自存量客户销售增长还是新客户的开拓，具体的贡献比例情况；

一、报告期内公立医院（包括直销和经销）前十大客户的具体情况

（一）直销公立医院

1、2016年3家

单位：万元

医院序号	主营收入	产品类型
1	119.23	胶囊
2	11.54	胶囊
3	0.04	胶囊
合计	130.81	-

2、2017年3家

单位：万元

医院序号	主营收入	产品类型
1	145.73	胶囊
2	4.27	胶囊
3	0.84	设备（定位器/记录仪）
合计	150.84	-

3、2018年6家

单位：万元

医院序号	主营收入	产品类型
1	229.19	胶囊
2	60.14	胶囊
3	42.24	设备（定位器/记录仪）
4	8.36	设备（定位器/记录仪）
5	7.22	胶囊
6	0.02	胶囊（胶囊模型）
合计	347.17	-

4、2019年1-6月10家

单位：万元

医院序号	主营收入	产品类型
1	345.13	设备（定位器/记录仪）
2	266.17	胶囊、设备
3	240.74	胶囊、设备
4	159.24	胶囊、设备
5	108.6	胶囊
6	25.38	胶囊
7	8.21	胶囊、设备（定位器/记录仪）
8	3.98	胶囊、设备（定位器/记录仪）
9	3.45	胶囊
10	0.57	操作培训
合计	1,161.47	-

（二）经销公立医院

1、2016年

单位：万元

经销商序号	主营收入	产品类型
1	204.24	胶囊、设备
2	131.79	胶囊、设备
3	105.98	胶囊、设备
4	104.27	胶囊
5	94.59	胶囊
6	87.73	胶囊
7	85.47	设备
8	83.54	胶囊、设备
9	73.92	胶囊、设备
10	72.65	设备
合计	1,044.18	-

2、2017年

单位：万元

经销商序号	主营收入	产品类型
1	491.10	胶囊
2	196.98	胶囊
3	184.03	胶囊、设备
4	137.08	设备
5	112.78	胶囊
6	111.73	胶囊
7	110.90	胶囊
8	100.00	胶囊、设备
9	85.47	设备
10	84.37	胶囊、设备
合计	1,614.44	-

3、2018年

单位：万元

经销商序号	主营收入	产品类型
1	583.71	胶囊

经销商序号	主营收入	产品类型
2	394.69	胶囊
3	259.78	胶囊
4	225.04	胶囊、设备
5	220.09	胶囊
6	217.23	胶囊
7	214.80	胶囊、设备
8	169.48	胶囊、设备
9	159.46	胶囊
10	117.08	胶囊
合计	2561.36	-

4、2019年1-6月

单位：万元

经销商序号	主营收入	产品类型
1	179.65	胶囊、设备
2	165.49	胶囊、设备
3	110.11	胶囊、设备
4	86.21	设备
5	83.82	胶囊、设备
6	77.59	胶囊、设备
7	75.22	胶囊、设备
8	74.25	胶囊
9	74.01	胶囊、设备
10	73.72	胶囊、设备
合计	1,000.07	-

二、2019年1-6月公立医院收入增长的来源

2019年1-6月，发行人来自非美年大健康的收入同比增长的构成情况如下：

单位：万元

2019年1-6月非美年客户	数量	2019年1-6月主要产品收入	2018年1-6月主要产品收入	变动幅度	增量占比
非美年合计	128	6,210.83	2,412.55	157.44%	100.00%
2019年上半年新增客户	59	3,530.09		-	92.94%

2019年1-6月非美年客户	数量	2019年1-6月主要产品收入	2018年1-6月主要产品收入	变动幅度	增量占比
直销	26	1,845.78		-	48.60%
公立医院	7	1,026.94		-	27.04%
民营医院	8	381.43		-	10.04%
体检机构	11	437.41		-	11.52%
经销商	33	1,684.31		-	44.34%
对应公立医院终端的	29	1,387.94		-	36.54%
对应体检机构终端的	4	296.37		-	7.80%
存量客户	69	2,680.74	2,412.55	11.12%	7.06%

注：上表数据包含礼品胶囊收入。2018年1-6月财务数据未经审计。

如上所示，2019年1-6月发行人来自非美年大健康的收入同比增长主要来自于新增客户的增量贡献。其中，新增公立医院直销客户贡献了增量的27.04%，新增经销商客户中对应公立医院终端的贡献了增量的36.54%，是收入增长的主要来源。

(2) 2019年1-6月新增的公立医院客户名单及销售情况，公司或经销商首次与相关客户接触的时间、医院立项和完成招标、院内收费手续的时间，结合公司开发公立医院客户的一般用时分析2019年1-6月公立医院客户数量快速增长的原因及合理性；

一、2019年1-6月新增的公立医院客户名单及销售情况

1、新增公立医院客户

单位：万元

客户序号	2019年1-6月胶囊和设备销售收入
1	345.13
2	266.17
3	240.74
4	159.24
5	8.21
6	3.98
7	3.45

2、新增经销商客户

单位：万元

项目	2019年1-6月胶囊和设备销售收入
新增33家经销商	1,684.31
对应体检机构终端的	296.37
对应公立医院终端的	1,387.94
经销商1	179.65
经销商2	165.49
经销商3	110.11
经销商4	86.21
经销商5	83.82
经销商6	77.59
经销商7	75.22
经销商8	74.25
经销商9	74.01
经销商10	73.72
经销商11	73.28
经销商12	69.20
经销商13	67.70
经销商14	39.94
经销商15	39.82
经销商16	16.45
经销商17	15.00
经销商18	13.27
经销商19	12.98
经销商20	7.33
经销商21	5.82
经销商22	5.26
经销商23	4.51
经销商24	4.49
经销商25	3.01
经销商26	3.01
经销商27	2.93

项目	2019年1-6月胶囊和设备销售收入
经销商 28	2.72
经销商 29	1.17

注：2019年1-6月新增经销商客户中包括了存量终端医院更换新经销商的情况。

二、2019年1-6月公立医院客户快速增长的原因及合理性

2019年1-6月发行人新增公立医院终端的开拓情况如下：

新客户	对应公立医院	销售途径	公司/经销商首次与医院接触时间	医院立项和完成招标时间	院内收费手续时间
	医院 1	直销	2016年11月	2018年11月	2019年5月
	医院 2	直销	2018年	2019年3月	2019年3月
	医院 3	直销	2016年11月	2018年12月	2019年4月
	医院 4	直销	2017年	2018年11月	2019年6月
	医院 5	直销	2018年	2019年5月	2019年6月
	医院 6	直销	2015年	2019年1月	2019年4月
	医院 7	直销	2016年	2017年8月	2019年5月
经销商 1	医院 8	经销	2019年4月	2019年4月	2019年6月
经销商 2	医院 9	经销	2018年8月	2019年3月	2019年6月
经销商 3	医院 10	经销	2018年5月	2018年11月	2019年1月
经销商 4	医院 11	经销	2018年1月	2018年11月	2019年1月
经销商 5	医院 12	经销	2018年6月	2019年1月	2019年2月
经销商 6	医院 13	经销	2018年11月	2018年12月	2019年1月
经销商 7	医院 14	经销	2019年4月	2019年5月	2019年5月
经销商 8	医院 15	经销	存量医院更换经销商		
经销商 9	医院 16	经销	2016年11月	2018年9月	2019年4月
经销商 10	医院 17	经销	2018年9月	2018年12月	2019年5月
经销商 11	医院 18	经销	2018年6月	2018年8月	2019年1月
经销商 12	医院 19	经销	2019年5月	2019年5月	2019年5月
经销商 13	医院 20	经销	2018年12月	2019年4月	2019年6月
经销商 14	医院 21	经销	存量医院更换经销商		
	医院 22	经销	存量医院更换经销商		
经销商 15	医院 23	经销	存量医院更换经销商		
	医院 24	经销	存量医院更换经销商		
经销商 16	医院 25	经销	存量医院更换经销商		
经销商 17	医院 26	经销	存量医院更换经销商		
经销商 18	医院 27	经销	存量医院更换经销商		
经销商 19	医院 28	经销	2018年12月	2019年1月	2019年4月
经销商 20	医院 29	经销	存量医院更换经销商		
经销商 21	医院 30	经销	存量医院更换经销商		
经销商 22	医院 31	经销	2019年1月	2019年3月	2019年4月

新客户	对应公立医院	销售途径	公司/经销商首次与医院接触时间	医院立项和完成招标时间	院内收费手续时间
经销商 23	医院 32	经销	存量医院更换经销商		
经销商 24	医院 33	经销	存量医院更换经销商		
	医院 34	经销	存量医院更换经销商		
经销商 25	医院 35	经销	2017 年 11 月	2018 年 6 月	2019 年 5 月
	医院 36	经销	2017 年	2018 年 8 月	2019 年 3 月
	医院 37	经销	2016 年	2018 年 1 月	2019 年 1 月
经销商 26	医院 38	经销	2018 年 1 月	2018 年 11 月	2019 年 1 月
经销商 27	医院 39	经销	2017 年 12 月	2017 年 12 月	2019 年 3 月
经销商 28	医院 40	经销	存量医院更换经销商		
经销商 29	医院 41	经销	存量医院更换经销商		

注：1、经销商首次与医院接触时间：如无其他确凿证据以首次授权经销商开发医院时间确定；2、医院立项和完成招标时间：如无需招投标程序（具体情况参见《申请文件第三轮审核问询函的回复报告》问题 4 之回复），以医院安排装机时间确定；3、院内收费手续时间：如无明确依据则以对应医院首次采购胶囊的时间确定。

如上所示，除存量医院终端更换经销商形成新增客户收入的情形外，2019 年 1-6 月新增公立医院类终端客户中，多数与发行人及其经销商建立业务联系时间较长，完成相关采购手续的时间合理（部分无需招投标程序的医院具体情况参见《申请文件第三轮审核问询函的回复报告》问题 4 之回复），与一般医院惯常手续时间（如需招投标一般需要 1-2 个月建立收费项目；如不需招投标则更快）不存在显著冲突。综上，该等新增公立医院终端客户是发行人长期业务拓展的成果，贡献新增收入具有合理性。

(3) 区分美年大健康合并门店和加盟门店分析单店销售量的情况，进一步分析美年大健康胶囊销售量变化的原因及合理性；

2019 年 1-6 月发行人对美年大健康的胶囊销售收入同比下降 24.05%，销量下降 13.08%。2019 年 1-6 月美年大健康向发行人采购胶囊 49,925 颗，较上年同期的 57,440 颗有所下降。按采购胶囊的门店数量和单个门店采购情况分析如下：

	销售数量		
	2019 年 1-6 月	2018 年 1-6 月	变动幅度
胶囊销量	49,925	57,440	-13.08%
其中：控股门店	24,991	32,990	
参股门店	24,934	24,450	
采购胶囊门店数量	412	284	45.07%
其中：控股门店	161	129	
参股门店	251	155	

单店平均采购量	121.18	202.25	-40.09%
其中：控股门店	155.22	255.74	
参股门店	99.34	157.74	
单店采购量中位数	80	135	-40.74%

胶囊销售收入同比下降主要因为：受宏观经济环境影响，美年大健康体检客户体检费用支出有所下降，高端体检项目受影响程度更大，导致胶囊采购量有所下降；美年大健康加大优化存货管理，在胶囊使用量同比增加的同时胶囊采购量同比下降；受重庆金山恶意骚扰，美年大健康自身的客户转化率有所下降。具体原因如下：

1、2019年1-6月美年大健康单店平均采购量和单店采购量中位数同比下降约40%，单店胶囊采购量的下降是总体采购量下降的原因。其主要原因为：

(1) 布局门店数量持续增加，体检人员分流，虽然美年大健康胶囊使用量总体增长，但平均使用量下降约20%，具体如下：

	销售使用量		
	2019年1-6月	2018年1-6月	变动幅度
胶囊使用量	63,497	57,287	10.84%
使用胶囊门店数量	439	317	38.49%
单店平均使用量	144.64	180.72	-19.96%
单店使用量中位数	102	135	-24.44%

(2) 根据美年大健康的访谈，2019年上半年，美年大健康全国体检中心布局基本完成，新开门店速度趋缓，相比2018年胶囊胃镜新装机设备数量有所下降。同时，中美贸易战大背景下，整体经济形势严峻，企业与个人客户的体检费用支出额度出现小幅下降波动，对美年大健康业绩造成一定影响，胶囊胃镜为美年高端体检代表项目亦受到一定的影响。

(3) 根据美年大健康的访谈，2019年其对存货管理进行了优化，旨在提升存货周转率，导致其6月末胶囊存货低于2018年末水平，使得单店平均采购量的下降超过了单店平均使用量的下降。

(4) 2019年上半年，受公司遇到媒体不实报道和不良企业恶意诉讼等抹黑行为不利影响，美年大健康的体检客户认知和转换率有所降低。

(4) 向美年大健康销售胶囊单价下降的原因及合理性；

相比于2018年全年，向美年大健康销售胶囊单价下降幅度约为5.48%。主要原因系根据与美年大健康的相关销售合同规定，当其采购一定数量本集团产品后，公司将给予一定的产品奖励，公司将合同销售款中与此奖励相关的部分予以递延。2019年度，为促进美年大健康的

销售，对美年大健康定价策略微调，原协议条款为满 8.8 万颗赠送 1.2 万颗，2019 年更新的采购协议为卖 6.6 万颗赠送 1.1 万颗，导致胶囊销售单价下降。

(5) 对美年大健康销售出现下降是否已成为趋势，若是，请做出有针对性的重大事项提示，分析对公司持续经营能力的影响；

2019 年 1-6 月公司胶囊和设备的销售收入中，来自美年大健康的金额同比下滑 21.61%，具体而言 2019 年 1-6 月公司对美年大健康的设备销售收入同比下降 18.01%，销量下降 16.88%；2019 年 1-6 月公司对美年大健康的胶囊销售收入同比下降 24.05%，销量下降 13.08%。根据美年健康披露的 2019 年半年报，其营业收入增长 2.93%，扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润为-13,630.60 万元，同比下滑-251.24%。

结合和美年大健康相关人员的访谈，2019 年 1-6 月公司向美年大健康的销售收入同比下降主要因为：美年大健康门店扩张速度有所下降，新装机设备需求下降，导致其设备采购量同比下降；受宏观经济环境影响，美年大健康体检客户体检费用支出有所下降，高端体检项目受影响程度更大，导致胶囊采购量有所下降；美年大健康加大优化存货管理，在胶囊使用量同比增加的同时胶囊采购量同比下降；受重庆金山恶意骚扰，美年大健康自身的客户转化率有所下降。

根据前述销售收入下降主要原因，在假定主要因素不发生重大变化的情况下，公司预计发行人对美年大健康销售收入仍将面临持续下行压力。

公司在招股说明书“重大事项提示”和“第四节 风险因素”之“(一) 客户集中风险”中就美年大健康销售收入下滑对发行人持续经营构成的风险更新相关提示内容。具体如下：

“本公司目前处于高速增长阶段，报告期内产品成功推向市场，销售收入增长迅速。2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年上半年，公司营业收入分别为 11,502.19 万元、17,216.69 万元、32,247.75 万元和 14,602.26 万元，2016 年至 2018 年三年复合增长率为 67.44%。报告期内，本公司在体检机构渠道的销售取得了较大突破，其他渠道销售也在逐步按计划开展，但由于体检市场中向民营体检机构的推广有效性更高、公司所处发展阶段等原因，报告期内公司对民营体检机构的销售集中度较高。2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年上半年，本公司第一大客户为美年大健康产业（集团）有限公司及其加盟店（包括“美年大健康”、“慈铭”、“奥亚”、“美兆”等体检品牌及该等品牌的加盟店），销售收入分别为 9,317.29 万元、12,653.56 万元、24,596.33 万元和 8,251.69 万元，占营业收入的比例分别为 81.00%、73.50%、76.27%和 56.51%。报告期内仍处较高水平。如果本公司的主要客户出现

流失、需求不利变动，同时公司的市场拓展措施未取得如期效果，本公司将面临公司产品销量、收入利润下滑的风险。受美年大健康门店扩张速度放缓影响，公司预计对美年大健康销售收入仍呈下降趋势，如果公司其他客户的拓展未及预期，将对发行人未来经营业绩带来不利影响。”

(6) 结合美年大健康经营状况和 2019 年 1-6 月对美年大健康的销售情况，进一步分析 2016 年-2018 年对美年大健康销售的真实性和合理性。

美年大健康自身体检门店的扩展速度放缓，根据其披露信息，其门店数量从 2017 年末的 400 余家增长到 2018 年末的 633 家，而至 2019 年 6 月末则增长至 684 家，本期增速放缓。因此，对发行人的设备采购数量，从 2017 年的全年 113 台快速增长至 2018 年的全年 186 台，2019 年上半年度回落至 64 台，与美年门店数量变化趋势基本一致。

美年大健康自身胶囊使用量，2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年上半年度分别为 21,267 颗，57,669 颗，123,480 颗和 63,497 颗，与其胶囊采购量趋势基本一致。美年大健康一般在年末根据其全年胶囊使用情况提前采购以形成安全库存，因此 2017 年和 2018 年胶囊采购量较其消耗量有约 15% 的安全库存备货。2018 年末采购的胶囊在 2019 年上半年已使用，侧面印证了发行人销售的真实性。

【申报会计师核查】

针对上述事项，申报会计师执行了以下程序：

- 1、 获取了发行人对公立医院的销售清单，分析收入增长的来源和构成；
- 2、 对于新增的公立医院客户，查看新增客户的销售内容、销售数量和销售单价等情况，分析其合理性；
- 3、 实地走访了新进入前十大的客户和经销商，核查客户的存在性及与发行人业务情况；
- 4、 获取对美年大健康的门店销售明细和新增合同，分析其销售量变动和单价变动的合理性；
- 5、 查阅美年大健康的相关公告，访谈美年大健康相关人员了解其对发行人采

购量变化的原因，分析是否与发行人的销售变化趋势匹配；

- 6、向重要客户进行函证，未回函的客户，对于胶囊销售，通过检查销售合同和订单、出库单、货运提单、销售发票、客户签收单等执行替代程序；对于设备销售，通过检查合同和订单、出库单、安装验收单等执行替代程序；
- 7、对收入进行细节测试，抽样检查包括销售合同、出库单、签收单、收款凭证、发票等。

经核查，申报会计师认为：报告期内，新增公立医院增长情况具有合理性；对美年大健康胶囊销售量下降原因分析具有合理性；根据前述销售收入同比下降主要原因，在假定前述主要因素不发生重大变化的情况下，未来对美年大健康销售收入仍将面临持续下行的压力，相关收入下滑将直接对发行人未来经营业绩带来不利影响，但不构成对公司持续经营能力的重大不利影响。

问题 3. 关于 3650 套餐定价情况

根据三轮问询回复，美年大健康体检套餐价格和单项价格之间不存在直接比较关系，不可以将套餐中的折后价格作为单项价格销售的依据。

请发行人进一步说明：（1）美年大健康体检套餐定价机制，套餐价格和体检单项价格之间的关系；（2）套餐价格和单项价格之间不存在直接比较关系，不可以将套餐中的折后价格作为单项价格销售的依据；（3）胶囊胃镜体检项目在美年大健康定价时所确定的单项价格情况；（4）3650 套餐中胶囊胃镜和其他体检项目的折扣比例，各项目是否为等比例折扣；（5）美年大健康其他套餐的综合折扣率情况，分析 3650 套餐折扣率的合理性；（6）公司所提供胶囊胃镜产品在美年大健康的用途，在相关中介机构能对美年大健康主要门店核查的基础上，无法提供报告期内美年大健康 3650 套餐销售情况的原因及合理性。请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

【发行人回复】

请发行人进一步说明：

(1) 美年大健康体检套餐定价机制，套餐价格和体检单项价格之间的关系；

根据美年大健康提供的说明，其提供的服务清单是根据不同年龄、性别、地方特点设计的体检套餐，同时存在，医生在体检过程发现异常情况做出诊断专业意见增加单项体检；其也会根据客人需要做单项体检。套餐售价核价方式，各地可以在不高于地（市）级以上价格主管部门会同同级卫生主管部门及其他相关部门制定的医疗服务指导价格的基础上，制定各项医疗服务的报价，各项体检项目报价汇总后，根据客户的规模、付款方式、公司毛利给予综合折扣。单项体检运营效率较低，没有套餐体检折扣力度大。

(2) 套餐价格和单项价格之间不存在直接比较关系，不可以将套餐中的折后价格作为单项价格销售的依据；

美年大健康在其提供的说明中特别强调，套餐价格和单项价格之间不存在直接比较关系，不可以将套餐中的折后价格作为单项价格销售。根据和美年大健康的口头沟通，其表示各单项体检因所占用的耗材、人力及相关资源差异较大（比如耗材需要外购，则需要耗材的项目折扣幅度一般难以太大，而不需要耗材的项目可以给出较大幅度的折扣），以及各地主管部门的要求不同，同一单项体检项目在各地的不同门店价格也存在差异。不同体检套餐由不同单项体检项目构成，即使同一体检套餐也会根据客户规模、付款方式等因素存在不同价格。因此，套餐价格和单项价格之间不存在直接比较关系。

美年大健康在考虑套餐售价时主要看套餐整体的毛利率。比如某体检套餐整体毛利率为 50%，但其中各单项体检项目若按折后价格单独计算毛利率差异较大，按折后价格销售单项体检项目不符合经济性原则。而就基础体检而言，消费者一般都会选择套餐，很少单独选择像内科、外科、彩超等单项体检项目；如果消费者选择单项体检项目，为覆盖体检中心整体的运营成本，体检机构也不会按照套餐中该项目的折后价格向消费者提供单项体检服务。一般选择单项体检项目的为特色项

目，包含特色项目的体检套餐也可通过特色项目为基础项目导入更多流量。因此，体检机构在确定单项体检项目售价时，也是考虑该单项体检项目的毛利率和经济性原则，而不是按包含该单项的套餐价格中该单项的折后价格出售。

(3) 胶囊胃镜体检项目在美年大健康定价时所确定的单项价格情况；

美年大健康官网及网上商城无胶囊胃镜体检项目的单项报价情况。根据美年大健康提供的说明，其与安翰科技协议约定，美年大健康各品牌体检门店销售安翰磁控胶囊胃镜检查的价格不得低于 2,999 元/次，无论是单独销售胃镜检查项目，还是与套餐结合销售，各门店包含胃镜检查的体检产品对外售价均高于 3,000 元/次。

在向美年大健康北京、上海、四川地区的部分门店电话咨询是否可以进行磁控胶囊胃镜检查时，部分门店会告知磁控胶囊胃镜检查单独的售价情况，具体如下：

编号	门店名称	单价
1	慈铭体检北京西直门店	3,800
2	慈铭体检北京上地辉煌分院	3,040
3	美兆北京东长安街店	5,000
4	美兆上海长宁延安西路店	5,000
6	慈铭体检上海门诊部	3,000（优惠价） 3,600（原价）
7	美年上海美云分院	3,980
8	美年资阳外环路店	3,300
9	美年大健康四川攀枝花机场路店	3,800
10	美年大健康内江北环路店	3,300
11	美年四川南充松林路分院	3,000
12	美年大健康眉山东坡大道店	3,000
14	美年大健康广元分院	3,300
15	美年大健康成都武侯分院	3,300
16	慈铭四川乐山嘉定南路分院	3,000
17	美年四川眉山仁寿分院	3,000
18	美年四川雅安雅州分院	3,500
20	美年大健康成都科华分院	3,300
21	美年大健康成都天府三街分院	3,300
22	美年四川成都新都分院	3,300
23	慈铭成都青羊金沙遗址路店	3,300

编号	门店名称	单价
24	美年成都青羊分院	3,300
25	美年大健康成都维康分院	3,300

(4) 3650 套餐中胶囊胃镜和其他体检项目的折扣比例，各项目是否为等比例折扣；

根据美年大健康提供的说明，其 3650 套餐各项目为非等比例折扣。

结合美年大健康上述说明内容，以及其天猫商城旗舰店查询到的 3650 套餐内容、其他体检套餐内容，对 3650 套餐的主要构成及价格的分摊分析如下：

项目	内容	价格分摊 (元)	比较情况		
全身基础体检	包括内科、外科、眼科、耳鼻喉科、口腔科、彩超、验血、肝胆功能、肺功能、尿常规、骨密度、幽门螺杆菌检查、胸部 CT（不出片）等	650	美年“男性 30+ 体检”套餐内容：包括内科、外科、眼科、耳鼻喉科、口腔科、彩超、验血、肝胆功能、肺功能、尿常规、骨密度、幽门螺杆菌检查、胸部 CT（不出片）等。价格 458 元。	瑞慈“男性阳光金牌”套餐内容：包括内科、外科、眼科、耳鼻喉科、口腔科、彩超、验血、肝胆功能、肺功能、尿常规、幽门螺杆菌检查、胸腰椎 DR 等。价格 650 元。	爱康国宾“珍爱父母体检”套餐内容：包括内科、外科、眼科、耳鼻喉科、口腔科、彩超、验血、肝胆功能、肺功能、尿常规、骨密度、幽门螺杆菌检查、胸部 DR（不出片）等。价格 718 元。
	颅脑 MRI		官网无单独检查项目，线下门店销售的颅脑核磁筛查卡门市价 600 元	未查询到瑞慈推出颅脑 MRI 检查项目	未查询到爱康国宾推出颅脑 MRI 检查项目
特色项目	安翰磁控胶囊胃镜检查	3,000	美年大健康深圳地区门店，折扣后均价在 3,040 元/次	瑞慈天猫商城旗舰店推出的“磁控胶囊胃镜”体检项目，价格为 3,300 元/次	未查询到爱康国宾推出磁控胶囊胃镜检查项目

美年大健康线下门店销售的颅脑核磁筛查卡的门市价为 600 元，结合美年大健康“3650 套餐”的整体折扣率 35.91%，折算颅脑 MRI 套餐内折后价格约 215 元。大众点评、美团等平台曾推出的美年大健康武汉 8 家门店通用的颅脑核磁共振团购价为 199 元/次。以 215 元加上

“男性 30+”的套餐价格合计为 673 元。

上海市第六人民医院的磁控胶囊胃镜检查价格为 3,500 元/次，瑞慈的磁控胶囊胃镜检查价格为 3,300 元/次，可见在这一水平进行磁控胶囊胃镜检查具有经济性。

(5) 美年大健康其他套餐的综合折扣率情况，分析 3650 套餐折扣率的合理性；

美年大健康官网及网上商城只显示各体检套餐的价格，无折扣率等相关信息。

公司作为美年大健康众多供应商之一，向美年大健康提供磁控胶囊胃镜系统产品，该产品只在 3650 系列套餐中使用。美年大健康无法向公司提供其他套餐的折扣率信息。

根据美年大健康提供的说明，3650 套餐的毛利率为 48%。美年大健康年报显示，其 2019 年上半年、2018 年、2017 年、2016 年的公司毛利率分别为 35.62%、47.56%、46.96%、48.31%。可见 3650 套餐的毛利率与美年大健康的综合毛利率不存在显著差距，反映出 3650 套餐的折扣率合理。

(6) 公司所提供胶囊胃镜产品在美年大健康的用途，在相关中介机构能对美年大健康主要门店核查的基础上，无法提供报告期内美年大健康 3650 套餐销售情况的原因及合理性。

2016 年末、2017 年末、2018 年末、2019 年 6 月末，美年大健康装机磁控胶囊胃镜系统的门店数量分别为 156、264、431、488，其中包含美年大健康控股门店和参股门店。由于美年大健康为 A 股上市公司，该等门店在对外信息披露上均严格遵照美年大健康的有关要求，尤其是涉及美年大健康的的经营数据。根据美年大健康提供的说明，其各类体检产品的销售情况属于商业秘密，直接影响其市场竞争力和持续经营，因此无法提供 3650 套餐的销售数量信息。

中介机构对美年大健康门店的走访、电话咨询的具体情况请见本回复报告问题 8 的回复，所涉及的门店难以覆盖美年大健康全部门店，且对门店的核查也仅涉及

是否正常开展磁控胶囊胃镜检查项目、门店对该体检项目的评价、门店实际使用胶囊的相关情况，门店无法在未取得美年大健康总部的同意下直接向中介机构提供相关经营数据，包括 3650 套餐的销售数量信息等。

在向美年大健康北京、上海、四川地区的部分门店电话咨询是否可以进行磁控胶囊胃镜检查时，部分门店会告知磁控胶囊胃镜检查单独的售价情况、套餐的售价及内容等信息，可见这些门店关于磁控胶囊胃镜的推广，无论是套餐形式还是单项形式，均正常开展。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

【申报会计师核查】

针对上述事项，申报会计师执行了以下程序：

- 1、 查看了美年大健康提供的书面说明，并查看美年大健康官网所列示的套餐项目，对比天猫商城美年大健康旗舰店相同项目的折扣前价格分析其分摊情况的合理性；
- 2、 匿名电话咨询美年大健康的部分门店关于胶囊胃镜的定价。

经核查，申报会计师认为，美年大健康 3650 套餐定价具有合理性。

问题 3. 关于美年大健康门店数量

根据发行人第二轮问询回复，报告期各期内与发行人发生交易的所有美年大健康门店数量分别为 160 家、266 家和 445 家，而后续提供的表格显示按季度发生交易的门店数量的汇总数分别为 179 家、236 家和 371 家，前后的门店数量具有差异。

请发行人重新回答：第三轮问询问题 2 “与美年大健康报告期内各季度纳入合并报表范围的且与公司发生交易的门店数量不一致的原因”。

另请发行人：（1）结合各省具体情况，进一步说明一些省份美年大健康门店数量较期末设备留存数量多的原因；（2）根据报告期内美年大健康与发行人发生交易的控股门店、参股门店及加盟店的店铺数量，各自的设备和胶囊销售数量、交易金额等进一步说明合并门店因素对双方采购销售的影响；（3）请根据报告期内美鑫与发行人发生交易的设备数量和金额、胶囊数量和金额进一步说明美鑫对双方采购销售的影响；（4）进一步说明所披露的与公司发生交易的美年大健康门店数量与美年大健康官网披露的胶囊胃镜适用机构数量具有较大的原因。

请保荐机构、申报会计师进一步说明走访、函证美年大健康门店数量及占比、销售金额及占比。

【发行人回复】

请发行人重新回答：

第三轮问询问题 2 “与美年大健康报告期内各季度纳入合并报表范围的且与公司发生交易的门店数量不一致的原因”。

报告期各期内与发行人发生交易的所有美年大健康门店数量分别为 160 家、266 家和 445 家，而各季度纳入合并报表范围的且与公司发生交易的门店数量（这里为美年大健康提供的财务账套数量，为各季度末时点数）的汇总数分别为 179 家、236 家和 371 家。使用美年大健康财务账套的门店均为合并报表范围内，参股门店由于不受美年大健康门店控制，不会使用美年大健康的财务账套。

	2016 年	2017 年	2018 年
第一季度	40	52	83
第二季度	44	57	93
第三季度	47	63	96
第四季度	48	64	99
加总	179	236	371

两者并不具有可比性，原因如下：

1、160 家、266 家和 445 家是控股门店+参股门店的数量，即与发行人发生交易的所有美年大健康门店数量。

2、各季度的门店数量为季末时点数，该表四个季度数字加总不具有意义。

另请发行人：

(1) 结合各省具体情况，进一步说明一些省份美年大健康门店数量较期末设备留存数量多的原因；

报告期各期末与发行人发生交易的所有美年大健康门店数量与设备留存台数的具体情况如下：

省份	2016年		2017年		2018年		2019年上半年	
	门店数量	年末设备台数	门店数量	年末设备台数	门店数量	年末设备台数	门店数量	期末设备台数
安徽	6	10	8	12	14	18	21	23
北京	2	4	8	9	10	11	13	13
福建	2	8	6	15	15	23	17	19
甘肃	3	4	4	6	5	7	7	7
广东	18	16	32	37	57	58	54	65
广西	5	5	5	5	8	8	9	9
贵州	2	2	8	9	10	11	12	12
海南	1	1	2	2	3	3	3	3
河北	4	3	6	5	8	6	10	10
河南	13	12	19	19	22	23	25	26
黑龙江	1	1	1	1	2	1	5	6
湖北	10	11	19	21	28	33	31	32
湖南	4	2	8	5	17	16	18	21
吉林	4	4	5	4	6	5	7	7
江苏	11	8	15	10	25	26	29	29
江西	4	4	7	6	14	15	14	14
辽宁	10	7	13	10	21	22	21	22
内蒙古	4	4	7	5	8	8	9	9
宁夏	2	0	2	0	3	1	2	2
青海	1	1	1	1	1	2	1	1
山东	11	10	20	19	39	41	48	48
山西	3	2	5	6	8	9	8	8
陕西	2	2	5	3	6	6	7	8

省份	2016年		2017年		2018年		2019年上半年	
	门店数量	年末设备台数	门店数量	年末设备台数	门店数量	年末设备台数	门店数量	期末设备台数
上海	3	3	6	6	13	10	14	17
四川	12	12	20	21	39	40	40	43
天津	4	4	4	4	6	4	8	7
西藏	-	-	-	-	1	1	1	1
新疆	4	3	6	5	8	8	9	9
云南	5	9	8	11	16	17	19	19
浙江	8	10	12	14	26	25	31	32
重庆	1	3	4	6	6	6	7	7
合计	160	165	266	277	445	464	500	529

其中，湖北、江苏、辽宁、河北、宁夏、天津等地与发行人发生交易的所有美年大健康门店数量大于其期末设备留存台数主要因为部分体检门店存在上级管理机构，报告期内管理机构及门店均向公司采购胶囊或设备，实际在门店使用，因此公司记录的往来门店数量可能大于设备留存台数，具体例如：2016年度湖北省，美年随州管理公司采购设备及胶囊并在随州门店使用，随州门店也向公司采购胶囊，因此公司统计时作为2家门店，设备留存台数为1台；2017年度江苏省，常州美年大健康门诊部有限公司、南京美仕年专科门诊部有限公司、南京美年大健康管理有限公司张府园门诊部、无锡美华门诊部有限公司、苏州美新门诊部有限公司向公司采购胶囊，均为相关门店使用，因此公司统计时有交易的门店数量多于设备留存台数5台；2017年度辽宁省，大连美年大健康管理有限公司星海综合门诊部、辽阳美年大健康健康管理有限公司(综合门诊部)、沈阳凤天安泰医院有限公司双和门诊部的门店数量多于设备留存台数3台；2018年度河北省，存在邯郸市美年大健康管理有限公司邯山门诊部向公司采购胶囊，因此公司统计时有交易的门店数量多于设备留存台数1台；2018年度宁夏省，存在银川美年大健康医院有限公司向公司采购胶囊，因此公司统计时有交易的门店数量多于设备留存台数1台；2018年度天津市，慈铭健康体检管理集团天津有限公司向公司采购胶囊，因此公司统计时有交易的门店数量多于设备留存台数1台。其他地区均为类似情况。

(2) 根据报告期内美年大健康与发行人发生交易的控股门店、参股门店及加

盟店的店铺数量，各自的设备和胶囊销售数量、交易金额等进一步说明合并门店因素对双方采购销售的影响；

2016年-2018年美年大健康与发行人发生交易的控股门店、参股门店及加盟店的店铺数量，各自的设备和胶囊销售数量、交易金额如下表所示：

		2016年	2017年	2018年
门店数量	控股门店/（个）	60	91	129
	参股门店/（个）	100	175	316
设备销售量	控股门店/（台）	5	1	2
	参股门店/（台）	49	30	34
胶囊销售量	控股门店/（颗）	8,696	23,285	47,250
	参股门店/（颗）	20,604	49,159	99,064
合计销售金额	控股门店/（万元）	1,778.63	3,617.65	6,024.09
	参股门店/（万元）	5,456.88	6,124.27	13,574.10
合并门店因素影响/（万元）		5,480.48	4,898.81	13,745.15

注：上表设备销量不包含向美鑫的设备销量。美鑫的设备销售影响在本题第（3）问回复。

如上表，发行人对参股门店销售金额的影响导致了与美年大健康披露数字的主要差异。其他合并因素的影响还包括：

（1）美年大健康存在部分门店于年中被收购的情况。于美年大健康合并层面，其于收购时点后并表，与发行人的全年数据存在口径差异；

（2）美年大健康由各控股门店上报采购数据，各控股门店根据其记录的与上海安翰相关的应付账款、预付账款为基础统计采购数据。2017年度，人民币1,250万元的胶囊销售款美年大健康统计时作为预付账款，实际该批胶囊门店已签收，存在统计差异。

（3）请根据报告期内美鑫与发行人发生交易的设备数量和金额、胶囊数量和金额进一步说明美鑫对双方采购销售的影响；

美鑫租赁公司为美年大健康控股子公司，其仅采购设备并转售给各门店（不采购胶囊），因此美年大健康在统计采购额时会剔除美鑫租赁公司转售给参股门店设备金额。获取美鑫租赁公司报告期内所采购设备的转售清单，核查其各年转售给控股门店、参股门店的设备数量，与发行人向美鑫租赁公司的销售清单核对，差异为美鑫影响，详见下表：

		2016年	2017年	2018年
设备	发行人销售给美鑫：	4,466.00	4,698.00	8,758.00

金额	其中：美鑫转售给参股门店	5,114.41	812.00	1,044.00
	差异	-648.41	3,886.00	7,714.00
	美鑫影响	-648.41	3,886.00	7,714.00

(4) 进一步说明所披露的与公司发生交易的美年大健康门店数量与美年大健康官网披露的胶囊胃镜适用机构数量具有较大的原因。

美年大健康官网披露的 3650 胶囊胃镜体检套餐适用机构数量，与其实际可用的门店数量本身就存在差异，主要原因系：

1、美年大健康旗下门店包括慈铭、美兆和美年等品牌，预约电话和途径各不相同，官网的 3650 礼盒只是其中部分门店的销售渠道。

2、根据官网提示，“以上分院信息仅供参考，具体预约结果以预约时客服告知信息为准”。存在客服电话可以成功预约的门店，未包含在该网页信息中，如上海地区的门店均未在该清单中涵盖。

3、设备安装需要时间，存在部分门店已与发行人发生交易，但门店由于装机尚未完成，目前尚不在该使用机构名单中。

请保荐机构、申报会计师进一步说明走访、函证美年大健康门店数量及占比、销售金额及占比。

【申报会计师核查】

1、就报告期内与美年大健康销售交易的金额及数量、各报告期末应收款项余额向美年大健康及其门店寄发函证，发函数量和金额占比均为 100%，截至审计报告日，回函门店数量和金额占比分别为 90%和 92%；未回函的客户，对于胶囊销售，通过检查销售合同和订单、出库单、货运提单、销售发票、客户签收单等执行替代程序；对于设备销售，通过检查合同和订单、出库单、安装验收单等执行替代程序。

2、走访美年大健康门店情况如下：

(1) 首次申报前，走访报告期各期采购量前五大美年大健康门店，实地核查该

等门店的基本情况、经营状况、和发行人的业务往来情况，形成走访记录，具体如下：

走访门店数量	走访门店分布省份
7	北京、福建、甘肃、江苏、广东、四川

(2) 在发行人和券商的陪同下实地走访如下 12 家美年门店，具体如下：

匿名走访门店数量	走访门店分布省份
12	北京、上海、四川、山东

(3) 随机抽选了位于各城市的美年门店，在没有发行人陪同情况下进行匿名走访，核实该等门店是否可以磁控胶囊胃镜检查，具体情况如下：

匿名走访门店数量	走访门店分布省份
27	厦门、深圳、苏州、南京、福州、武汉、广州、长沙等

8. 请保荐机构、申报会计师、发行人律师进一步说明就前次问询需发表意见的问询问题、媒体质疑事项，在申报过程及问询回复过程中履行的核查过程、核查范围、所获得的核查证据，访谈为实地访谈还是电话访谈、访谈记录是否取得被访谈人员的签字确认或加盖所在单位印章，所履行的程序和取得的证据是否足以支撑核查结论。

【申报会计师核查】

(一) 首次申报前，申报会计师针对收入真实性执行的核查程序

1、对报告期各年前 5 大门店及美年健康美年集团总部进行了实地走访，了解其基本信息、经营情况、与发行人业务往来情况等，形成走访记录，经受访人签字确认；

2、就各报告期内销售交易金额、数量及消耗数量、各报告期末应收款项余额向美年大健康及其门店寄发函证，发函占比 100%；

3、对收入进行细节测试，抽取样本核查美年大健康的销售订单、销售发票、

收款凭证、胶囊快递单及签收单、设备验收单等原始单据；

4、抽取样本核查美年大健康在报告期内的销售收款银行水单，核查是否存在第三方代付款或向美年大健康的付款情况；

5、查看历史期后回款情况，以及是否存在期后退回。

（二）问询回复阶段，申报会计师针对收入真实性和美年胶囊消耗量执行的核查程序

1、针对网络报道中质疑的美年集团位于北京、上海、四川三地的门店，通过匿名咨询美年天猫店客服、匿名电话咨询美年客服热线以及美年门店等公开渠道查询该些门店是否可以预约胶囊胃镜体检，总计数量为 49 家门店。

另外，随机抽选了位于主要城市的美年门店，如北京、上海、四川、厦门、深圳、苏州、南京、福州、武汉、广州、长沙等，匿名走访，查看该些门店是否提供胶囊体检，是否存在发行人设备，总计数量为 27 家门店。形成走访记录（门店胶囊检查科室拍照），由于匿名走访，无被访谈人员的签字确认。

2、查看发行人设备维护信息系统中的关于胶囊消耗的电子数据，对系统程序的逻辑访问和一般应用控制进行了测试，核查电子数据信息的有效性，是否可以篡改等。

3、从发行人设备维护信息系统中获取安翰系统记录的 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间胶囊胃镜机器使用消耗胶囊的数据，针对美年门店的胶囊消耗进行如下分析：

（1）分析每台机器的日消耗胶囊数，关注每台机器日胶囊消耗量大于 10 颗胶囊的门店；

（2）分析是否存在同一序列号的胶囊重复消耗的记录（包括于不同日期消耗或不同设备消耗的记录）；

（3）分析是否存在同一序列号的设备在不同门店中使用的记录。

4、2016 年至 2018 年期间，单设备单日胶囊消耗量大于 10 颗的情况涉及成

都、北京、上海等 31 个城市的 48 家门店，针对 48 家门店：

(1) 对全部门店进行匿名电话咨询；

(2) 对其中的 8 家门店进行匿名走访；

(3) 在发行人和券商的陪同下实地走访 12 家美年门店，抽取部分胶囊消耗数量大于 10 颗以及 10 颗以下的日期检查美年留存的检查记录（包括核对门店的日胶囊消耗总数，查看当天全部/或抽样核对部分胶囊编号、胶囊检查视频等）。

申报会计师认为发行人对美年大健康的销售真实，上述所履行的程序和取得的证据足以支撑相关核查结论。

9. 其他问题

(1) 报告期内，发行人向其他客户销售金额分别为 11.80 万元、4.85 万元和 0，请发行人结合其他客户的性质、采购意图、使用公司产品的途径，说明向其他客户销售产品的商业合理性。

(2) 请保荐机构、申报会计师进一步就媒体报道关于实地走访未查实存疑的华人世纪等客户所采取的核查措施、取得的证据进行说明，并就上述客户的真实性发表意见。

【发行人回复】

(1) 报告期内，发行人向其他客户销售金额分别为 11.80 万元、4.85 万元和 0，请发行人结合其他客户的性质、采购意图、使用公司产品的途径，说明向其他客户销售产品的商业合理性。

一、其他客户的性质

发行人的“其他客户”类别列示个别体验发行人产品的自然人或其任职的单位。报告期内，发行人存在为个别自然人客户提供体验胶囊胃镜产品并收取费用的情形，发行人向该等自然人或其任职单位开具销售发票。

该等行为属于自然人自愿有偿体验发行人产品，发行人未向该等客户出具过健康咨询或诊断报告。前述行为属于发行人报告期内对个人或其他不具备资质的机构销售产品的情形。但鉴于交易金额较小且发行人已进行了相应整改和规范；根据发行人所在地主管部门出具的证明，发行人报告期内未因该等不规范的情形受到主管部门的行政处罚，发行人上述不规范的情形对发行人本次发行上市不构成实质性法律障碍。关于发行人与该等客户交易的具体情况、中介机构的核查情况及相关结论，发行人已在《申请文件第三轮审核问询函的回复报告》中进行了说明。

发行人全资子公司银川安翰已于 2019 年 1 月取得《医疗机构执业许可证》，并于 2019 年 4 月起独立运营，具备向客户（包括自然人消费者）提供医疗服务的资质。该等情形不属于向不具备资质机构销售的情形。

二、其他客户的采购意图、使用公司产品的途径及向其销售的商业合理性

如上所述，该等自然人基于自身体验新型胶囊胃镜检查的意愿，在发行人处体验产品（自用）并支付合理费用，具备商业合理性。

(2) 请保荐机构、申报会计师进一步就媒体报道关于实地走访未查实存疑的华人世纪等客户所采取的核查措施、取得的证据进行说明，并就上述客户的真实性发表意见。

【申报会计师核查】

针对媒体质疑的客户，申报会计师实地走访了远大安翰、华人世纪和上海安谧，具体走访情况如下：

客户名称	走访时间	走访地址
北京远大安翰科技有限公司	2019 年 1 月 3 日	北京市海淀区金源时代商务中心 2 号楼 C 座 2A
上海安谧医疗科技发展有限公司	2019 年 1 月 3 日	杨浦区政立路 477 号同和国际大厦 A 座 208 室
华人世纪（北京）科技有限公司	2019 年 1 月 4 日	北京市朝阳区利泽中一路 1 号院 2 号楼(博雅国际中心)A 座 3A01

取得的证据包括经走访客户签字确认的走访记录、走访客户的盖章财务报表、走访客户的最终销售客户清单、营业执照、企业信用信息公示系统查询记录等。

对于质疑的其他客户，占发行人营业收入比重低于 1%。申报会计师登陆国家企业信用信息公示系统等网站查询，核查了其他质疑客户的工商信息；抽取样本检查对其销售的合同、发票、销售出库单、验收单、收款单据等。

经核查，申报会计师认为相关媒体新闻报道的实地走访未查实存疑的华人世纪等客户，具有真实性。

(本页无正文，为《关于安翰科技（武汉）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四次审核问询函回复说明》之签字盖章页。)



安永华明会计师事务所(特殊普通合伙)

中国 北京



汤哲辉

中国注册会计师：汤哲辉



许石

中国注册会计师：许石

2019年9月17日