

# 关于广州汉光药业股份有限公司 挂牌申请文件的第二次反馈意见的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵公司 2018 年 8 月 27 日出具的《关于广州汉光药业股份有限公司挂牌申请文件的第二次反馈意见》（以下简称“反馈意见”）的要求，东莞证券股份有限公司作为广州汉光药业股份有限公司（以下简称“汉光药业”或“公司”）在全国中小企业股份转让系统挂牌的主办券商，已会同广州汉光药业股份有限公司及其审计机构天健会计师事务所（特殊普通合伙），本着勤勉尽责和诚实守信的原则，就反馈意见所提意见逐项进行了认真核查及讨论并出具书面说明，本回复说明中的简称与申报材料公开转让说明书的简称具有相同含义，涉及对《公开转让说明书》的修改，以楷体加粗标明。现将具体回复说明如下：

1、关于代理推广服务。第一次反馈意见回复中披露：公司提供的推广服务包括但不限于：产品推广策划、医疗终端学术支持、市场准入服务、渠道管理与维护、产品中标价格的维护、质量事件协调与处理、组织并实施产品学术培训会议、区域性招商会组织、实施、学术活动、产品调研咨询分析，业务范围较广。同时山东威高和通用三洋根据不同规格的药品单价和销量向公司支付代理服务费。请公司：（1）结合提供推广服务的具体内容，合作模式机制、公司在交易中的具体作用等补充披露推广服务业务的具体开展情况；（2）结合推广服务的具体业务模式等补充披露定价和结算模式的合理性，与服务内容是否匹配，公司是否存在代销、提取销售佣金等情形；（3）补充披露因将为提供相关服务发生的

支出计入相关业务成本，而不再计入销售费用而导致报告期净利润大幅增长的原因及合理性，公司业务是否具有真实的交易背景，营业收入和利润是否真实。请主办券商和会计师核查并发表明确意见。

1) 结合提供推广服务的具体内容，合作模式机制、公司在交易中的具体作用等补充披露推广服务业务的具体开展情况；

**【公司回复】**

**1、“两票制”政策要点**

“两票制”指药品从生产企业到流通企业开一次发票，流通企业到医疗机构开一次发票。2017年1月，国务院医改办等联合发布《关于在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见（试行）》，要求公立医疗机构药品采购中应逐步推行“两票制”，鼓励其他医疗机构药品采购中推行“两票制”；综合医改试点地区、公立医院改革试点城市率先推行“两票制”，鼓励其他地区执行“两票制”，争取到2018年在全国全面推开。

**2、公司与山东威高、通用三洋的合作业务在“两票制”及非“两票制”实施地区的执行及利益分配情况**

项目		非“两票制”实施地区	“两票制”实施地区
流通形式		山东威高/通用三洋→公司→下游药品经销商→药品配送企业→医疗机构	山东威高/通用三洋→药品配送企业→医疗机构
产业链分工及利益分配	公司	作为碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维 <sup>®</sup> ）/注射用美洛西林钠舒巴坦钠（汉光 <sup>®</sup> ）的全国总代理（推广）商，负责相关药品的销售环节（包括市场推广、渠道管理、市场管理等），获取销售（推广）环节利益	
	山东威高/通用三洋	按公司的订单生产并销售给公司或公司指定企业，获取生产环节利益	
利益实现形式	公司	合作产品的销售收入，扣减向山东威高/通用三洋支付的合作产品采购成本	向山东威高/通用三洋收取的代理推广服务费、商标许可使用费等，扣减向专业服务机构支付的区域市场推广服务成本
	山东威高/通用三洋	向公司销售合作产品的收入，扣减原材料采购成本及其它生产成本	合作产品的销售收入，扣减原材料采购成本及其它生产成本，扣减向公司支付的代理推广服务费、商标许可使用费等

### 3、公司与山东威高、通用三洋的推广服务业务与上市公司对比分析

项目	公司与山东威高/通用三洋的合作	卫信康（603676）与普德药业的合作
出厂价格	山东威高/通用三洋与下游配送商客户协商确定	卫信康与下游配送商客户协商确定
流通环节	山东威高/通用三洋将合作产品销售给公司指定的下游客户	普德药业按照卫信康确定的价格和数量将合作产品销售给卫信康指定的下游客户
利益分配原则	与权利和职责对应，公司继续获取销售职能的利益，山东威高/通用三洋继续获取生产环节的利益	与权利和职责对应，卫信康继续获取研发及销售职能的利益，普德药业继续获取生产环节的利益
利益实现形式	<p>公司收益：向山东威高/通用三洋收取的代理推广服务费、商标许可使用费等，扣减向专业服务机构支付的区域市场推广服务成本</p> <p>山东威高/通用三洋收益：合作产品的销售收入，扣减原材料采购成本及其它生产成本，扣减向公司支付的代理推广服务费、商标许可使用费等</p>	<p>卫信康收益：向普德药业收取的专利/技术使用收入、商标/品牌使用收入和市场管理及推广服务收入等，扣减向专业服务机构支付的区域市场推广服务成本</p> <p>普德药业收益：合作产品销售毛利，扣减向卫信康支付的知识产权使用及市场管理和推广服务费用</p>

注：关于收益的会计核算，实际操作时需考虑税收、成本结转等因素。

#### 4、公司为山东威高提供推广服务的具体开展情况

##### (1) 合作模式机制

山东威高拥有“碳酸钙D3咀嚼片”的生产批文、知识产权、产品相关的控制和收益权，负责产品的生产和相关控制。公司作为产品的全国推广总代理商，有能力利用在药品市场领域形成的专业的产品学术推广能力、完善的市场管理体系、专业技术优势和资源优势，促成区域内产品经营企业向山东威高采购产品以及促进山东威高产品各经营环节商业价值的最终实现；公司向山东威高提供“碳酸钙D3咀嚼片”的推广服务及相关渠道信息管理以及市场管理。

##### (2) 推广服务的具体内容

公司通过委托区域推广服务商及自身拥有的市场渠道及专业人员进行产品临床学术培训教育、市场管理方面的推广，以协助推进促成山东威高达成产品的销售目标，并承担所有相关费用。公司提供的推广服务主要包括：

①产品推广策划：确定宣传重点；落实宣传媒体与渠道，并明确产品定位，以合法途径进行产品的宣传推广。

②医疗终端学术支持：利用自有或以委托区域推广形式，促成山东威高开发商业客户，并进行医疗终端管理。

③市场准入服务：利用自有人员或以委托区域推广形式，通过专业化努力推进产品增补进入地方医保目录、增补进入地方基药目录。

④渠道管理与维护：通过委托分包委托区域推广商及自身拥有的市场渠道及专业人员进行临床学术教育、市场管理及维护，保证山东威高产品通过有序渠道合理销售，协助维持山东威高产品销售可持续性发展，从而有效避免因无序竞争对山东威高产品销售体系造成危害。

⑤产品中标价格的维护：积极收集、整理、分析山东威高产品招投标方面的相关市场信息，提高山东威高产品在招投标工作中的中标率，最大限度的消除因行政管理对山东威高产品形成的市场准入限制，维护好各省山东威高产品中标价格、协助支持参加地方议价等。

⑥质量事件协调与处理：观测收集临床用药习惯；协助山东威高处理产品投诉事件等。

⑦组织并实施产品学术培训会议：公司利用其在市场中的专业优势独立开展市场推广工作，提高山东威高产品的市场占有率以及促进医疗终端销量。

⑧区域性招商会组织、实施：购买设计展位、组织参会；安排招商产品讲解、人员接待等。

⑨学术活动：利用公司在市场中的信息优势及自有的专业人员进行独立或协助山东威高开展学术活动，提高山东威高产品的市场占有率以及促进医疗终端销量。

⑩产品调研咨询分析：收集、整理、分析山东威高产品流转去向信息并制定可行性产品推广方向。

### (3) 公司在交易中的具体作用

公司作为“碳酸钙D3咀嚼片”的全国推广总代理商，通过专业的推广活动，促成区域内产品经营企业向山东威高采购产品以及促进山东威高产品各经营环节商业价值的最终实现。

### (4) 报告期内，公司为山东威高提供推广服务的明细情况如下：

期间	内容	结算方式	金额（元）	比例（%）
2018年	渠道管理与维护及产品调研咨询分析	结算方式①	10,810,192.17	100.00
1-2月	合计	—	10,810,192.17	100.00
2017年	渠道管理与维护及产品调研咨询分析	结算方式①	7,619,830.96	61.78
	医疗终端学术支持及产品推广策划	结算方式②	4,217,358.40	34.19
	产品调研咨询分析	结算方式②	377,358.49	3.06
	产品知识培训会	结算方式②	119,726.32	0.97
	合计	—	12,334,274.17	100.00

注：结算方式①指《产品临床推广总代理协议》下约定的定价和结算模式情

况，即山东威高根据“碳酸钙D3咀嚼片”的销售情况，再结合公司的推广服务内容，向公司结算推广服务费。

结算方式②指《合作推广协议》下约定的定价和结算模式，即公司向山东威高提交服务项目的进度，并明确服务项目的内容和费用总额。公司向山东威高提交收取服务费的申请和对应服务的过程及成果的说明文件、费用表及相关服务项目资料，山东威高再结合公司的推广服务成效，向公司结算推广服务费。

## 5、公司为通用三洋提供推广服务的具体开展情况

### (1) 合作模式机制

通用三洋负责“注射用美洛西林钠舒巴坦钠”的生产，通用三洋依据市场需求，向公司提出咨询、服务、推广的具体要求。公司为通用三洋提供服务推广所需的相关服务支撑。

### (2) 推广服务的具体内容

①公司策划组织人员，购买设备及材料来完成“注射用美洛西林钠舒巴坦钠”在一定区域的学术推广、产品知识培训等各项服务。

学术推广指以学术推广会议或学术研讨会等形式，向医生宣传药品的特点、优点以及最新基础理论和临床疗效研究成果，并通过医生向患者宣传，使患者对药品产生有效需求，实现药品的销售。

②公司组织相关学术推广会议，协助通用三洋的招商会等市场学术活动；配合通用三洋维护产品的品牌形象；做好产品渠道管理工作；进行产品销售流向、专业培训、学术交流等代理推广活动。

③协助通用三洋进行产品的招投标工作，促成产品进入招标采购目录。

### (3) 公司在交易中的具体作用

公司作为“注射用美洛西林钠舒巴坦钠”的全国推广总代理商，通过专业的推广活动，促成区域内产品经营企业向通用三洋采购产品以及促进通用三洋产品各经营环节商业价值的最终实现。

(4) 报告期内，公司为通用三洋提供推广服务的明细情况如下：

时间	内容	金额（元）	比例（%）
2018年1月	无锡、常州、烟台、临沂、成都等地区的学术推广及产品知识培训	3,608,679.14	57.13
2018年2月	扬州、马鞍山、大庆、佳木斯等地区的学术推广及产品知识培训	2,707,547.11	42.87
2018年1-2月	合计	6,316,226.25	100.00
2017年6月	浙江地区医院各科室专业培训	754,716.96	6.25
2017年7月	浙江地区医院各科室专业培训	938,679.22	7.77
2017年9月	浙江地区医院各科室专业培训	754,716.96	6.25
2017年10月	黑龙江、福建、哈尔滨、杭州等地区的学术推广及产品知识培训	2,735,848.98	22.66
2017年11月	福建、哈尔滨等地区的学术推广及产品知识培训	3,254,716.89	26.95
2017年12月	哈尔滨、福建、佳木斯、大庆、厦门、福建、黑龙江等地区的学术推广及产品知识培训	3,636,603.67	30.12
2017年	合计	12,075,282.68	100.00

上述内容已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、（二）公司主要客户情况”中补充披露。

2) 结合推广服务的具体业务模式等补充披露定价和结算模式的合理性，与服务内容是否匹配，公司是否存在代销、提取销售佣金等情形；

**【公司回复】**

1、公司与山东威高的推广服务业务的定价和结算模式情况

(1) 《产品临床推广总代理协议》下约定的定价和结算模式情况

山东威高根据“碳酸钙D3咀嚼片”的销售情况，再结合公司的推广服务内容，向公司结算推广服务费。即山东威高根据“碳酸钙D3咀嚼片”的市场销售情况、利润的实现情况，结合公司对应的服务成果及推广服务成效，根据比例计提向公司结算推广服务费。

公司向山东威高收取推广服务费，系“两票制”政策下产生的新的利益实现形式。上市公司中，卫信康（603676）与普德药业、易明医药（002826）与上海医药（601607）子公司存在类似的业务合作模式。山东威高作为碳酸钙D3咀嚼片的生产厂商，获取生产环节利益。公司作为“碳酸钙D3咀嚼片”的全国推广总代理商，通过专业的推广活动，促成区域内产品经营企业向山东威高采购产品以及促进山东威高产品各经营环节商业价值的最终实现，获取推广环节利益。因此为获取推广环节利益，山东威高根据“碳酸钙D3咀嚼片”的销售情况，再结合公司的推广服务内容，向公司结算推广服务费。

## （2）《合作推广协议》下约定的定价和结算模式情况

公司向山东威高提交服务项目的进度，并明确服务项目的内容和费用总额。公司向山东威高提交收取服务费的申请和对应服务的过程及成果的说明文件、费用表及相关服务项目资料，山东威高再结合公司的推广服务成效，向公司结算推广服务费。

公司向山东威高收取推广服务费，系“两票制”政策下产生的新的利益实现形式。上市公司中，卫信康（603676）与普德药业、易明医药（002826）与上海医药（601607）子公司存在类似的业务合作模式。山东威高作为碳酸钙D3咀嚼片的生产厂商，获取生产环节利益。公司作为“碳酸钙D3咀嚼片”的全国推广总代理商，通过专业的推广活动，促成区域内产品经营企业向山东威高采购产品以及促进山东威高产品各经营环节商业价值的最终实现，获取推广环节利益。公司通过专业的推广服务促成区域内产品经营企业向山东威高采购产品以及促进山东威高产品各经营环节商业价值的最终实现，需要通过自主推广和委托给第三方服务机构推广相结合的方式进行，会发生相应的成本和费用；最终山东威高再结合公司的推广服务成效，向公司结算推广服务费。

## （3）报告期内，公司为山东威高提供推广服务的明细情况如下：

期间	内容	结算方式	金额（元）	比例（%）
2018年 1-2月	渠道管理与维护及产品调研咨询分析	结算方式①	10,810,192.17	100.00
	合计	—	10,810,192.17	100.00
2017年	渠道管理与维护及产品调研咨询分析	结算方式①	7,619,830.96	61.78
	医疗终端学术支持及产品推广策划	结算方式②	4,217,358.40	34.19
	产品调研咨询分析	结算方式②	377,358.49	3.06
	产品知识培训会	结算方式②	119,726.32	0.97
	合计	—	12,334,274.17	100.00

注：结算方式①指《产品临床推广总代理协议》下约定的定价和结算模式情况，即山东威高根据“碳酸钙D3咀嚼片”的销售情况，再结合公司的推广服务内容，向公司结算推广服务费。

结算方式②指《合作推广协议》下约定的定价和结算模式，即公司向山东威高提交服务项目的进度，并明确服务项目的内容和费用总额。公司向山东威高提交收取服务费的申请和对应服务的过程及成果的说明文件、费用表及相关服务项目资料，山东威高再结合公司的推广服务成效，向公司结算推广服务费。

综上所述，公司与山东威高的推广服务业务的定价和结算模式具有合理性，与服务内容匹配。

## 2、公司与通用三洋的推广服务业务的定价和结算模式情况

### (1) 公司与通用三洋的推广服务业务的定价和结算模式

公司提供推广明细及相应推广证明，通用三洋再结合公司的推广服务成效，向公司结算推广服务费。

### (2) 报告期内，公司为通用三洋提供推广服务的明细情况如下：

时间	内容	金额（元）	比例（%）
2018年1月	无锡、常州、烟台、临沂、成都等地区的学术推广及产品知识培训	3,608,679.14	57.13
2018年2月	扬州、马鞍山、大庆、佳木斯等地区的学术推广及产品知识培训	2,707,547.11	42.87
2018年1-2月	合计	6,316,226.25	100.00
2017年6月	浙江地区医院各科室专业培训	754,716.96	6.25
2017年7月	浙江地区医院各科室专业培训	938,679.22	7.77
2017年9月	浙江地区医院各科室专业培训	754,716.96	6.25
2017年10月	黑龙江、福建、哈尔滨、杭州等地区的学术推广及产品知识培训	2,735,848.98	22.66
2017年11月	福建、哈尔滨等地区的学术推广及产品知识培训	3,254,716.89	26.95
2017年12月	哈尔滨、福建、佳木斯、大庆、厦门、福建、黑龙江等地区的学术推广及产品知识培训	3,636,603.67	30.12
2017年	合计	12,075,282.68	100.00

(3) 公司向通用三洋收取推广服务费，系“两票制”政策下产生的新的利益实现形式。上市公司中，卫信康（603676）与普德药业、易明医药（002826）与上海医药（601607）子公司存在类似的业务合作模式。通用三洋作为注射用美洛西林钠舒巴坦钠的生产厂商，获取生产环节利益。公司作为“注射用美洛西林钠舒巴坦钠”的全国推广总代理商，通过专业的推广活动，促成区域内产品经营企业向通用三洋采购产品以及促进通用三洋产品各经营环节商业价值的最终实现，获取推广环节利益。公司通过专业的推广服务促成区域内产品经营企业向通用三洋采购产品以及促进通用三洋产品各经营环节商业价值的最终实现，需要通过自主推广等方式进行，会发生相应的成本和费用；最终通用三洋再结合公司的推广服务成效，向公司结算推广服务费。

综上所述，公司与通用三洋的推广服务业务的定价和结算模式具有合理性，

与服务内容匹配。

### 3、公司是否存在代销、提取销售佣金等情形

(1) 在公司与山东威高、通用三洋的推广服务业务中，公司提供的服务内容为推广服务，收取的系推广服务费。

(2) 生产厂商与下游药品配送企业直接签订药品销售合同，生产厂商直接向下游药品配送企业发货，并直接向下游药品配送企业收取药品销售收入；药品不经由公司流通，药品的所有权不属于公司，公司实际未从事药品的销售。生产厂商与下游药品配送企业的交易属于买断式经销，不存在委托公司代理销售药品的情况；公司仅是为生产厂商提供专业的推广服务，未接受生产厂商的委托具体从事药品的销售。

(3) 公司与山东威高、通用三洋的推广服务业务采取的定价和结算模式，和公司的服务内容及服务成效均有关，不完全直接和服务成效挂钩。

综上所述，公司与山东威高、通用三洋的推广服务业务不存在代销、提取销售佣金等情形。

3) 补充披露因将为提供相关服务发生的支出计入相关业务成本，而不再计入销售费用而导致报告期净利润大幅增长的原因及合理性，公司业务是否具有真实的交易背景，营业收入和利润是否真实。

#### 【公司回复】

(一) 关于公司为提供相关服务发生的支出计入相关业务成本，而不再计入销售费用的分析

2016年，由于公司经营模式仍为传统的销售模式，推广的费用计入销售费用；2017年，实行两票制的地区约为9-11个省市，部分产品由原来的销售收入转型为推广服务收入。

(1) 2017年公司为客户提供相关产品服务发生的支出计入业务成本，不再计入

销售费用，主要是受国家“两票制”政策影响，公司顺应业务的实质变化而调整会计科目核算：

(2) 2017年9-11个省市实行“两票制”后，所取得的推广服务收入随着业务模式的转型由产品销售收入转型为推广服务收入；公司将“汉维”产品和“汉光”产品直接关联的服务支出记入了业务成本，与以上产品收入无直接关联的则记入销售费用。

2.1) 按产品区分与匹配：现期因为两票制而转型的服务实现主要是按品种来区分服务收入与服务成本，主要的产品为：碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维）、注射用美洛西林钠舒巴坦钠（汉光）。

2.2) 公司是碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维）、注射用美洛西林钠舒巴坦钠（汉光）的全国总代理，收取生产厂家的产品推广活动款项确认为公司的服务收入，而对应产品由公司及投放在各地区的推广服务商发生的推广活动支出确认为产品的服务成本，且按照收入与成本匹配核算的原则来确认。

2.3) 成本与销售费用的区分标准：根据成本与收入划分原则，对应产品与收入最终实现有直接关联的支出记入服务成本。与产品收入实现无直接关联的支出记入销售费用。

报告期内，公司经营模式的改变使得公司收入实现方式发生改变，销售费用和服务成本的归集变化对净利润具有一定影响。

## (二) 关于报告期内公司净利润大幅增长的原因分析

2017年公司净利润相比2016年增长3,548,286.90元，主要原因是：第一，非经常性损益总额增加2,721,172.74元；第二，所得税费用减少450,656.43元；第三，投资收益增加269,410.83元。具体内容如下：

第一，非经常性损益的影响。

(1) 营业外收入分项列示如下：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
政府补助			181,025.05
保险赔款收入		4,500.00	37,580.00

违约金收入			57,461.13
其他		764.10	3,587.20
<b>合计</b>		<b>5,264.10</b>	<b>279,653.38</b>

政府补助：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
计入当期损益的政府补助金额		2,148,702.52	181,025.05

政府补助明细情况如表所示：

单位：元

补助项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度	与资产相关/ 与收益相关
企业研发经费投入后补助专项资金	-	1,437,900.00	180,780.00	与收益相关
高新技术企业补助	-	700,000.00	-	与收益相关
社保基金补贴	-	10,802.52	245.05	与收益相关
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>2,148,702.52</b>	<b>181,025.05</b>	

注：2017年政府补助列报项目为其他收益，2016年为营业外收入。

2017年公司收到政府补助2,148,702.52元，其中收到企业研发经费投入后补助专项资金1,437,900.00元，高新技术企业补助700,000.00元。

(2) 营业外支出分项列示如下：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
固定资产报废损失	2,015.59	-	-
诉讼和解金	-	-	800,000.00
滞纳金支出	90.66	5.91	1,702.00
其他	-	0.99	45,164.40
<b>合计</b>	<b>2,106.25</b>	<b>6.90</b>	<b>846,866.40</b>

2016年发生的诉讼和解金为：2013年1月1日，公司与浙江康盛医药有限公司双方签订一份《2013年销售协议》，该协议约定公司授权浙江康盛医药有限

公司全国代理销售“头孢克肟胶囊”产品，合同期限为两年。由于公司与浙江康盛医药有限公司双方发生纠纷，浙江康盛医药有限公司提起上诉，事后双方达成庭外和解协议，公司共向浙江康盛医药有限公司支付人民币 800,000.00 元和解金。

2016 年其他支出为：公司将碳酸钙 D3 咀嚼片（60 片/瓶）6000 瓶捐赠梅州市五华县郭田镇贫困户，金额为 45,164.40 元。

(3) 报告期内公司的非经常性损益情况：

单位：元

项目	2018 年 1-2 月	2017 年度	2016 年度
非流动资产处置损益	-2,015.59	-	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	-	2,148,702.52	181,025.05
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-90.66	5,257.20	-748,238.07
非经常性损益合计	-2,106.25	2,153,959.72	-567,213.02
减：所得税影响额	-302.34	323,094.84	-84,826.65
非经常性损益净额	-1,803.91	1,830,864.88	-482,386.37

综上，2017年公司其他收益相比2016年增加2,148,702.52元，营业外收入相比2016年减少274,389.28元，营业外支出相比2016年减少846,859.50元，非经常性损益总额相比2016年增加2,721,172.74元。

第二，所得税费用的影响。

报告期内公司所得税费用明细如下表所示：

单位：元

项目	2018 年 1-2 月	2017 年度	2016 年度
当期所得税费用	329,352.35	1,141,068.41	569,528.66
递延所得税费用	-91,632.84	297,861.13	1,320,057.31
合计	237,719.51	1,438,929.54	1,889,585.97

第三，投资收益的影响。

报告期内公司投资收益明细如下表所示：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
理财产品收益	30,000.02	269,410.83	
合计	<b>30,000.02</b>	<b>269,410.83</b>	

2017年公司投资收益为中国银行天河支行7,500,000.00元理财产品的利息收入。

相关内容已在《公开转让说明书》“第四节 公司财务”之“三、（二）、2、营业收入总额和利润总额的变动趋势及原因”中修改和补充分析披露，具体如下：

“

2017年公司净利润相比2016年增长3,548,286.90元，主要原因是：第一，非经常性损益总额增加2,721,172.74元；第二，所得税费用减少450,656.43元；第三，投资收益增加269,410.83元。具体内容如下：

第一，非经常性损益的影响。

(1) 营业外收入分项列示如下：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
政府补助			181,025.05
保险赔款收入		4,500.00	37,580.00
违约金收入			57,461.13
其他		764.10	3,587.20
合计		5,264.10	279,653.38

政府补助：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
计入当期损益的政府补助金额		2,148,702.52	181,025.05

政府补助明细情况如表所示：

单位：元

补助项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度	与资产相关/ 与收益相关
企业研发经费投入 后补助专项资金	-	1,437,900.00	180,780.00	与收益相关
高新技术企业补助	-	700,000.00	-	与收益相关
社保基金补贴	-	10,802.52	245.05	与收益相关
合计	-	2,148,702.52	181,025.05	

注：2017年政府补助列报项目为其他收益，2016年为营业外收入。

2017年公司收到政府补助2,148,702.52元，其中收到企业研发经费投入后补助专项资金1,437,900.00元，高新技术企业补助700,000.00元。

(2) 营业外支出分项列示如下：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
固定资产报废损失	2,015.59	-	-
诉讼和解金	-	-	800,000.00
滞纳金支出	90.66	5.91	1,702.00
其他	-	0.99	45,164.40
合计	2,106.25	6.90	846,866.40

2016年发生的诉讼和解金为：2013年1月1日，公司与浙江康盛医药有限公司双方签订一份《2013年销售协议》，该协议约定公司授权浙江康盛医药有限公司全国代理销售“头孢克肟胶囊”产品，合同期限为两年。由于公司与浙江康盛医药有限公司双方发生纠纷，浙江康盛医药有限公司提起上诉，事后双方达成庭外和解协议，公司共向浙江康盛医药有限公司支付人民币800,000.00元和解金。

2016年其他支出为：公司将碳酸钙D3咀嚼片（60片/瓶）6000瓶捐赠梅州市五华县郭田镇贫困户，金额为45,164.40元。

(3) 报告期内公司的非经常性损益情况：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
非流动资产处置损益	-2,015.59	-	-
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	-	2,148,702.52	181,025.05
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-90.66	5,257.20	-748,238.07
非经常性损益合计	-2,106.25	2,153,959.72	-567,213.02
减：所得税影响额	-302.34	323,094.84	-84,826.65
非经常性损益净额	-1,803.91	1,830,864.88	-482,386.37

综上，2017年公司其他收益相比2016年增加2,148,702.52元，营业外收入相比2016年减少274,389.28元，营业外支出相比2016年减少846,859.50元，非经常性损益总额相比2016年增加2,721,172.74元。

第二，所得税费用的影响。

报告期内公司所得税费用明细如下表所示：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
当期所得税费用	329,352.35	1,141,068.41	569,528.66
递延所得税费用	-91,632.84	297,861.13	1,320,057.31
合计	237,719.51	1,438,929.54	1,889,585.97

第三，投资收益的影响。

报告期内公司投资收益明细如下表所示：

单位：元

项目	2018年1-2月	2017年度	2016年度
理财产品收益	30,000.02	269,410.83	
合计	30,000.02	269,410.83	

2017年公司投资收益为中国银行天河支行7,500,000.00元理财产品的利息

收入。

”

### （三）关于公司业务交易背景、营业收入和利润真实性问题

公司业务的交易背景：公司凭借行业内10多年以来建立的良好营销渠道、强大营销策划能力，对市场准入、物价、医保、招投标等关键政府事务有系统解决方案；公司有逾15年的GSP管理经验，与各地区药检机构建立了良好的沟通机制，除了会对厂家提出的重点销售区域进行服务推广工作，也会有针对性的对一些销售盲区加强产品的培训及推广，以便促进最终服务价值的实现。

1) 公司根据生产厂家的出库量提供销售流向，包括收集、整理、分析产品流转去向信息；制定可行性产品推广方向；进行产品推广策划、医疗终端学术支持、渠道管理与维护等。

2) 公司在进行推广活动之前，先统筹与计划好支出，利用服务商在市场中的专业优势独立的开展市场推广工作，提高产品的市场占有率以及保证医疗终端销量。

3) 以公司在协助生产厂家进行各地招投标的推广业务活动为例：公司进入当地招投标竞价组，熟悉商务标评审规则，利用当地服务商对政策的解读分析（包括招标采购目录、分组情况、限价规格、中标规则）、积极参与中标与二次议价，充分发挥产品的优势，维护产品竞价并获取竞标资格，从而达到产品在省内各城市的市场准入。

4) 公司就“两票制”政策下的业务运行方面，公司将通过收取专利/技术使用费、商标/品牌使用费用以及市场管理及推广服务费用，获取相关收益，公司药业的利润来源和收益水平均无重大改变。

公司在全国30多个省市建立了自己的营销网络，依靠其自身在行业内的营销与策划能力取得推广服务收入并获取相应的推广服务利润。公司的业务具有真实的交易背景，真实地反映了公司的营业收入和利润。

#### 4) 请主办券商和会计师核查并发表明确意见。

##### 【主办券商回复】

1、针对公司与山东威高、通用三洋的推广服务业务的具体开展情况以及定价和结算模式的合理性等情况，主办券商履行以下核查程序：

(1) 实地走访通用三洋、山东威高，了解其与公司业务合作情况。

(2) 对报告期内公司与通用三洋、山东威高交易情况与交易数据进行询证，并取得对方的回函。

(3) 核查交易发生的相关凭证，如记账凭证、业务合同、相关发票、出库单等凭证。

(4) 核查公司银行流水明细，了解公司与通用三洋、山东威高交易相关的收付款情况。

(5) 查阅公司与通用三洋、山东威高签订的相关合同。

(6) 查询“两票制”相关政策，以及“两票制”政策下产生的新的业务合作模式的相关资料，和公司的业务进行对比分析。

(7) 同行业公司公开披露的相关资料，和公司的业务进行对比分析。

(8) 查阅天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的天健审〔2018〕7-320号《审计报告》。

(9) 获取服务成本明细表，抽取服务成本相关合同、费用确认单等凭证。

(10) 获取销售费用明细表，抽取销售费用相关合同、发票等凭证。

(11) 实地走访为公司提供推广服务的第三方服务机构，了解其与公司业务合作情况。

(12) 对公司相关人员进行访谈。

(13) 取得公司的相关说明。

主办券商经核查认为，公司与山东威高/通用三洋的推广服务业务，是指公

司作为相关药品的全国推广总代理商，通过专业的推广活动，促成区域内产品经营企业向山东威高/通用三洋采购产品以及促进山东威高/通用三洋产品各经营环节商业价值的最终实现。公司向山东威高/通用三洋收取推广服务费，系“两票制”政策下产生的新的利益实现形式。公司与山东威高/通用三洋的推广服务业务的定价和结算模式具有合理性，与服务内容匹配。公司收取的系推广服务费，不存在代销、提取销售佣金等情形。

**2、针对公司因将为提供相关服务发生的支出计入相关业务成本，而不再计入销售费用而导致报告期净利润大幅增长的原因及合理性，公司业务是否具有真实的交易背景，营业收入和利润是否真实等情况，主办券商履行以下核查程序：**

1. 核查公司提供推广服务收入合同、接受推广服务成本合同及相关附件资料；

2. 核查公司财务账簿、现金日记账、全部银行账户的银行对账单；

3. 核查公司相关三会决议；对公司实际控制人、总经理及财务负责人进行访谈；

4. 实地走访接受公司推广服务的客户，包括海南通用三洋药业有限公司、山东威高药业股份有限公司，了解其与公司业务合作情况；实地走访为公司提供推广服务的公司，包括浙江大丛林医药有限公司、深圳市佰易兄弟网络技术有限公司，了解其与公司业务合作情况；

5. 查询“两票制”相关政策、“两票制”政策下产生的新的业务合作模式的相关资料，以及关注同行业其他公司的相关信息。

6、检查公司政府补助文件，抽查公司营业外收入和营业外支出相关凭证，获取非经常性损益的相关原始凭证。

主办券商经核查认为，2017年公司将为提供相关服务发生的支出计入相关业务成本，而不再计入销售费用符合公司实际情况和会计核算相关规定，报告期内公司净利润大幅增长具有合理性，公司的业务具有真实的交易背景，真实地反映了公司的营业收入和利润。

## **【会计师回复】**

会计师核查意见详见天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于广州汉光药业股份有限公司在全国中小企业股份转让系统挂牌申请文件第二次反馈意见中有关财务事项的专项说明》。

2、关于持续经营能力。第一次反馈意见回复中披露，报告期内，公司在“两票制”政策的影响下，由传统药品研发、销售向医药研发、销售与推广服务转型。请公司结合业务模式转型安排、传统经销业务前景及代理推广服务收入实现预期、合同签订及执行情况等量化测算并补充披露业务模式转型对公司持续经营能力的具体影响。请主办券商核查并发表明确意见。

1)请公司结合业务模式转型安排、传统经销业务前景及代理推广服务收入实现预期、合同签订及执行情况等量化测算并补充披露业务模式转型对公司持续经营能力的具体影响。

## **【公司回复】**

### **1、业务模式转型情况对公司持续经营能力的具体影响**

#### **(1) 公司已有的代理药品情况**

#### **①公司已有的代理药品业务模式转型情况**

报告期内，公司收入结构情况如下：

主营业务	2018年1-2月		2017年度		2016年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
药品销售	17,380,715.65	49.38	122,549,611.00	80.11	180,094,676.35	100.00
提供服务	17,815,097.65	50.62	30,422,885.63	19.89	0.00	0.00
合计	35,195,813.30	100.00	152,972,496.63	100.00	180,094,676.35	100.00

2017年全国共计11个综合医改试点省推行“两票制”，公司的药品销售、提供服务收入占主营业务收入的比例分别为80.11%、19.89%。2018年全国公立医院全面推行“两票制”，一方面，根据“两票制”的界定，境外药品国内总代理（全国仅限1家国内总代理）可视同生产企业，因此公司引进的进口药品丙戊酸钠缓释片（喜复至<sup>®</sup>）不受“两票制”的影响；另一方面，碳酸钙D3咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）属于双跨品种，仅在公立医院终端销售的部分受“两票制”的影响，因此2018年碳酸钙D3咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）收入的实现仍将以药品销售收入和代理推广服务收入的方式并存。除上述两种药品外，2018年公司其他已有代理药品已从药品销售收入向代理推广服务收入转型。

②受“两票制”影响的主要药品的执行及利益分配情况

项目		非“两票制”实施地区	“两票制”实施地区
流通形式		生产厂商→公司→下游药品经销商→ 药品配送企业→医疗机构	生产厂商→药品配送企业→医疗机构
产业链分工 及利益分配	公司	作为药品的全国总代理（推广）商，负责相关药品的销售环节（包括市场推广、渠道管理、市场管理等），获取销售（推广）环节利益	
	生产厂商	按公司的订单生产并销售给公司或公司指定企业，获取生产环节利益	
利益实现形式	公司	合作产品的销售收入，扣减向生产厂商 支付的合作产品采购成本	向生产厂商收取的代理推广服务费、商标许可使用 费等，扣减向专业服务机构支付的区域市场推广服 务成本
	生产厂商	向公司销售合作产品的收入，扣减原材 料采购成本及其它生产成本	合作产品的销售收入，扣减原材料采购成本及其它 生产成本，扣减向公司支付的代理推广服务费、商标 许可使用费等

因此，对于公司已有的受“两票制”影响的主要代理药品，其营业收入从“两票制”前的产品购销收入转化为代理推广服务收入，收入、成本同步减少，但是整体盈利能力不会因“两票制”的实施而受到重大不利影响。

### ③公司已有的主要代理药品的合作模式

公司基于广阔的营销渠道和专业的推广能力，公司自成立以来已和药厂达成长期深度的合作，公司取得的主要药品的销售代理权属于全国总代理性质，而且大部分已签订长期合作协议。其中，公司拥有碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）的全国独家销售代理权、丙戊酸钠缓释片（喜复至<sup>®</sup>）的中国大陆地区的独家销售代理权、注射用头孢噻肟钠舒巴坦钠（新治君<sup>®</sup>）的全国（广东省除外）销售代理权、注射用美洛西林钠舒巴坦钠（汉光<sup>®</sup>）的全国销售代理权、注射用头孢地嗪钠（赞地新<sup>®</sup>）的全国独家销售代理权、头孢克肟胶囊（汉光妥<sup>®</sup>）全国独家销售代理权等。公司和药厂签订的全国销售总代理协议属于长期合作协议，因“两票制”政策原因，公司将逐步和药厂洽谈全国推广总代理事宜。其中，公司代理的药品碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）、注射用美洛西林钠舒巴坦钠（汉光<sup>®</sup>）属于从全国销售总代理向全国推广总代理成功转型的案例。

#### ④公司已有的主要代理药品市场前景情况

随着中国社会经济的快速发展、社会生活节奏的加快、竞争压力的加大以及老龄化趋势的加剧，造成中枢神经系统疾病患的数量日益增加。因此，公司的中枢神经系统类代表药品丙戊酸钠缓释片（喜复至<sup>®</sup>）未来将为公司带来可观的收益。

国内存在大量的人罹患骨质疏松症，碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）作为钙剂补充剂防治骨质疏松症，市场容量较大。大健康产业成为中国经济的新引擎，行业市场规模增长迅速，以及老龄化趋势的加剧，都将为公司的维生素矿物类代表药品碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）带来新的利润增长点。

#### (2) 公司新增药品（药品注册已取得实质性进展）的具体情况

药品类别	药品名称	药品的基本情况	业务模式	注册进展
急救类	左西孟旦注射液	新增入选《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录(2017年版)》，作为一种新型正性肌力药(强心药)，适用于急性失代偿性心力衰竭(ADHF)的短期治疗，其临床应用广泛且明显优于其他同适应症治疗的产品	进口报批原研药品	公司已取得临床试验批准的受理通知书，预计2019年上市
	枸橼酸咖啡因注射液	治疗新生儿呼吸暂停病症	公司投资或合作研发的药品	相关合作医药生产厂商已取得生产批件
	乙酰半胱氨酸注射液	治疗急性肝功能衰竭病症	公司投资或合作研发的药品	相关合作医药生产厂商已取得生产批件
维生素类	注射用13种复合维生素	用于补充维生素缺乏和摄取不足	未来公司将成为其上市许可持有人的药品	公司的注册申请(新药申请、生产申报)已受理，预计2019年上市
	小儿多维生素软胶囊(9)	补充现有的维生素矿物类产品线	公司投资或合作研发的药品	相关合作医药生产厂商已取得临床试验批件
中枢神经系统类	盐酸美金刚口服溶液	属于抗老年痴呆欧洲进口高端产品	进口报批原研药品	公司已取得临床试验批准的受理通知书，预计2019年上市
其他类别	丙泊酚注射液	诱导和维持全身麻醉的短效静脉麻醉剂	进口报批原研药品	公司已取得药物临床试验批件，待补充临床数据待审批
	注射用头孢拉宗钠	治疗呼吸道和泌尿道感染	进口报批原研药品	公司已取得药物临床试验批件，待补充临床数据待审批

### ①进口报批原研药品

根据国务院医改办、国家卫计委、国家食品药品监管局等八部委于2016年12月发布的《关于在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见(试行)》(国医改办发〔2016〕4号)相关规定，境外药品国内总代理(全国仅限

1 家国内总代理) 可视同生产企业, 因此公司引进的进口药品不受“两票制”的影响。

### ②未来公司将成为上市许可持有人的药品

2016年6月之前, 我国对国产药品实行上市许可与生产许可合一的管理模式, 仅允许药品生产厂商取得药品批准文号。根据国务院办公厅于2016年6月发布的《药品上市许可持有人制度试点方案》(国办发(2016)41号), 试点行政区域(广东省为试点区域)内的药品研发机构或者科研人员可以作为药品注册申请人(以下简称申请人), 提交药物临床试验申请、药品上市申请, 申请人取得药品上市许可及药品批准文号的, 可以成为药品上市许可持有人(以下简称持有人)。持有人不具备相应生产资质的, 须委托试点行政区域内具备资质的药品生产企业生产批准上市的药品。根据各个省份及地区正式发布的“两票制”相关实施文件, 部分省份及地区允许药品上市许可持有者视同生产企业。

### ③公司投资或合作研发的药品

公司已持续进行药品的研发投入, 并加大对市场前景良好的药品的投资。公司投资或合作研发的大部分药品的相关合作医药生产厂商在批件注册方面已取得实质性进展。未来公司将继续秉持“自主与合作”相结合与引进进口药品并重, 专利药品、原研药与高端仿制药品为主的研发策略。

另外, 公司已与山东威高签订《战略合作备忘录》, 双方拟共同投资组建新的药品生产企业, 从事片剂、硬胶囊剂、软胶囊剂的生产、研发及销售, 公司拟持有该新设企业51%的股权。未来公司将形成药品研发、生产、销售及推广为一体的综合性医药企业。

综上所述, 未来公司将采取委托生产、通过和药厂合作新设药厂或代理推广等业务模式, 以获取新增药品研发、生产及销售等环节利益。

### (3) 代理推广服务收入实现预期、合同签订及执行情况

2018年1-7月公司代理推广服务营业收入(未经审计)62,035,080.63元, 2018年公司预测代理推广服务营业收入11,417万元。

报告期内的合同签订及执行情况详见公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、（四）2、销售合同”，期后签订或覆盖期后的重大合同（金额 100.00 万元以上）情况如下表：

序号	合同相对方	合同标的	合同期间/签订日期	合同金额（元）/合同性质	履行情况
1	海南通用三洋药业有限公司	为注射用美洛西林钠舒巴坦钠提供学术推广服务	2018/04/01-2018/06/30	12,000,000.00	履行完毕
2	湖南悦海医药有限公司	碳酸钙 D3 咀嚼片	2018/04/01-2018/12/31	4,653,140.00	正在履行
3	瑞康医药（山东）有限公司	丙戊酸钠缓释片	2018/03/01-2018/12/31	3,784,200.00	正在履行
4	江苏德轩堂药业有限公司	注射用头孢地嗪钠	2017/12/04-2018/12/31	3,600,000.00	正在履行
5	南京医药南通健桥有限公司	注射用美洛西林钠舒巴坦钠	2018/05/11-2018/12/31	1,368,000.00	正在履行
6	浙江英特药业有限责任公司	喜复至	2018/04/27-2018/12/31	1,093,824.00	正在履行
7	西安利君制药合肥医药有限公司	注射用头孢地嗪钠等	2018/06/26-2018/12/31	1,088,400.00	正在履行
8	河南省世通医药有限公司	新治君	2018/01/01-2018/12/31	1,080,000.00	正在履行
9	西藏诺活医药有限公司	注射用头孢地嗪钠	2018/05/07-2018/12/31	1,080,000.00	正在履行

## 2、公司未来 3 年盈利能力的量化测算

结合业务模式转型安排、传统经销业务前景及代理推广服务收入实现预期、合同签订及执行情况等量化测算公司未来3年的盈利能力情况如下：

单位：万元

项目		2018E	2019E	2020E
已有的代理药品类	药品销售营业收入	9,796	20,994	26,554
	代理推广服务营业收入	11,188	4,349	4,090
新增药品类	药品销售营业收入	—	4,973	16,016
	代理推广服务营业收入	229	1,867	3,235
小计	药品销售营业收入	9,796	25,967	42,570
	代理推广服务营业收入	11,417	6,216	7,325
	药品销售净利润	888	1,549	2,351
	代理推广服务净利润	709	987	1,346
合计	营业收入	21,213	32,183	49,895
	净利润	1,597	2,536	3,697

注：①2018年全国公立医院全面推行“两票制”，一方面，根据“两票制”的界定，境外药品国内总代理（全国仅限1家国内总代理）可视同生产企业，因此公司引进的进口药品丙戊酸钠缓释片（喜复至<sup>®</sup>）不受“两票制”的影响；另一方面，碳酸钙D3咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）属于双跨品种，仅在公立医院终端销售的部分受“两票制”的影响，因此2018年碳酸钙D3咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）收入的实现仍将以药品销售收入和代理推广服务收入的方式并存。除上述两种药品外，2018年公司其他已有代理药品将逐步从药品销售收入向代理推广服务收入转型。

2018年1-7月公司营业收入（未经审计）119,530,271.30元，占2018年预测营业收入的56.35%；2018年1-7月公司净利润（未经审计）6,840,232.47元，占2018年预测净利润的42.83%。

②2019年相比2018年预测药品销售营业收入大幅增长，代理推广服务营业收入大幅下降的主要原因系：第一，2019年碳酸钙D3咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）将由药品销售收入和代理推广服务收入并存的模式，全部转变为药品销售收入；具体情况为，公司与山东威高将共同投资组建新的药品生产企业，公司拟持有该新设企业51%的股权，届时碳酸钙D3咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）的药品注册批件将变更至该新设企业，即该新设企业将从事碳酸钙D3咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）的生产、销售，碳酸钙D3咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）将以终端配送价格进行销售，预计2019年公司将获取碳酸钙D3

咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）生产及销售环节利益；另外基于碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）良好的市场前景，其销量将稳定增长，因此其药品销售收入大幅增长。第二，根据“两票制”的界定，境外药品国内总代理（全国仅限 1 家国内总代理）可视同生产企业，因此公司引进的进口药品丙戊酸钠缓释片（喜复至<sup>®</sup>）不受“两票制”的影响，基于丙戊酸钠缓释片（喜复至<sup>®</sup>）良好的市场前景，其药品销售收入将稳定增长。第三，2019 年开始公司将重心放在碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）和丙戊酸钠缓释片（喜复至<sup>®</sup>）以及新增药品的销售上，公司其他已有代理药品注射用美洛西林钠舒巴坦钠（汉光<sup>®</sup>）的代理推广服务收入相应减少。

③2020 年相比 2019 年预测销售营业收入大幅增长的主要原因系：一方面，公司新增药品注射用 13 种复合维生素、左西孟旦注射液、盐酸美金刚口服溶液的销售收入大幅增长，其中注射用 13 种复合维生素属于未来公司将成为上市许可持有人的药品，左西孟旦注射液、盐酸美金刚口服溶液属于公司引进的进口药品，上述药品将在 2019 年开始实现销售收入，并在 2020 年销售收入实现大幅增长。另一方面，基于碳酸钙 D3 咀嚼片（汉维<sup>®</sup>）、丙戊酸钠缓释片（喜复至<sup>®</sup>）良好的市场前景，其药品销售收入将稳定增长。

综上所述，业务模式转型不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响，公司具有持续经营能力。

上述内容已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、（二）公司主要客户情况”中补充披露。

## 2) 请主办券商核查并发表明确意见。

### 【主办券商回复】

针对业务模式转型对公司持续经营能力的具体影响，主办券商履行以下核查程序：

（1）查询“两票制”相关政策，以及“两票制”政策下产生的新的业务合作模式的相关资料，和公司的业务进行对比分析。

（2）查阅相关行业研究报告及同行业公司公开披露的相关资料，和公司的

业务进行对比分析。

(3) 取得公司报告期内客户名单、期后的客户名单、期后签订或覆盖期后的合同及财务报表。

(4) 取得公司已有的代理药品以及新增药品的相关资料。

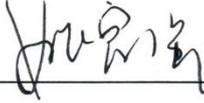
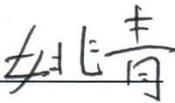
(5) 对公司相关人员进行访谈。

(6) 取得公司的相关说明。

主办券商经核查认为，对于公司已有的受“两票制”影响的主要代理药品，其营业收入从“两票制”前的产品购销收入转化为代理推广服务收入，收入、成本同步减少，但是整体盈利能力不会因“两票制”的实施而受到重大不利影响。结合公司已有的主要代理药品的合作模式、市场前景情况；公司新增药品的业务模式、注册进展等情况；公司量化测算未来3年的盈利能力情况等，业务模式转型不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响，公司具有持续经营能力。

(本页无正文，为广州汉光药业股份有限公司董事、监事和高级管理人员项目反馈意见回复之签字、盖章页)

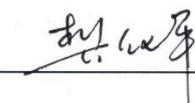
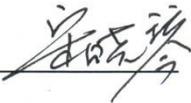
全体董事签名：



姚青

奚汉林

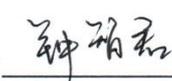
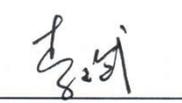
姚富强



宋晓琴

樊化平

全体监事签名：

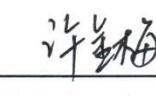
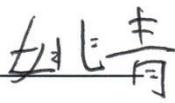


温智辉

李斌

钟智君

高级管理人员签名：



姚青

宋晓琴

许金梅



卢建明



(本页无正文,为东莞证券股份有限公司关于广州汉光药业股份有限公司挂牌申  
请文件第二次反馈意见的回复之签字、盖章页)

内核专员:

谢磊

谢磊

项目负责人:

何庆剑

何庆剑

项目小组成员:

张艳辉

张艳辉

何庆剑

何庆剑

阮博超

阮博超

黄楚楚

黄楚楚



东莞证券股份有限公司

2018年9月11日