



中汇会计师事务所（特殊普通合伙）  
Zhonghui Certified Public Accountants LLP

地址（Add）：中国杭州市钱江新城新业路8号UDC时代大厦A座6层  
邮编（P.C）：310016  
电话（Tel）：0571-88879999  
传真（Fax）：0571-88879000  
www.zhcpa.cn

关于广州安必平医药科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第  
二轮审核问询函有关财务问题回复的专项说明

## 关于广州安必平医药科技股份有限公司 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 问询函有关财务问题回复的专项说明

中汇会专[2020]3423号

上海证券交易所：

根据贵会2020年4月30日下发的《关于广州安必平医药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》（上证科审（审核）（2020）170号）（以下简称审核问询函）的要求，我们作为广州安必平医药科技股份有限公司（以下简称公司或安必平公司或发行人）首次公开发行股票的申报会计师，对审核问询的有关财务问题进行了认真分析，并补充实施了核查程序。现就审核问询有关财务问题回复如下：

### 问题 3.2

根据首轮问询回复，报告期内，发行人经销收入占比分别为30.11%、34.00%、36.81%，占比逐年上升。公司存在直销客户业务转由经销商承接的情形，如原直销客户南华大学附属第二医院因回款较慢，由经销商湖南安益达生物科技有限公司承接了相关业务。

请发行人说明：（1）经销收入占比逐年上升的原因；（2）报告期内，直销客户转由经销商承接业务的具体情况（包括客户名称、收入规模、转换原因等），同一产品在转换前后价格的变化情况；（3）原直销客户的应收账款规模，公司是否对经销商负有确保终端客户回款的义务，是否存在通过经销商调节账龄的情形。

请保荐机构、申报会计师补充说明：报告期内，实际控制人及其关联方与上述经销商及前员工持股经销商之间资金往来的核查情况及核查结论。

【回复】：

## 一、发行人说明

### (一)经销收入占比逐年上升的原因

报告期内，公司主营业务收入按销售渠道划分的情况具体如下表所示：

单位：万元

类型	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销模式	21,918.48	61.82%	20,031.29	65.46%	18,155.80	69.78%
经销模式	13,051.01	36.81%	10,402.23	34.00%	7,833.28	30.11%
其中：推广配送经销商	10,400.32	29.34%	8,166.79	26.69%	6,444.63	24.77%
配送经销商	2,650.69	7.48%	2,235.44	7.31%	1,388.65	5.34%
服务	483.64	1.36%	165.35	0.54%	28.03	0.11%
合计	<b>35,453.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,598.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>26,017.11</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，发行人经销收入分别为 7,833.28 万元、10,402.23 万元和 13,051.01 万元，经销收入及占比逐年增加，其中推广配送型及配送型经销商的收入及占比均有所增长，主要是以下原因所致：

1、经销商数量逐年增长，经销渠道不断拓展。报告期各期末，发行人经销商数量分别为 525 家、626 家和 697 家，经销商数量逐渐上升。经销商数量逐年增加，一方面是因为公司积极拓展新的经销渠道，通过选择优质经销商合作提高终端客户覆盖面，不断加大空白市场拓展，从而带动经销收入逐步上升。另一方面，目前部分医院为方便内部管理、提高采购效率，统一指定经销商与医院对接、负责销售及配送，在这种趋势下公司经销商数量亦有所增加。

2、单家经销商的销售收入逐年上升。报告期内，发行人前十大经销商（单体）收入合计额分别为 1,969.50 万元、2,674.09 万元和 3,402.20 万元，呈逐年上升趋势，单家经销商销售额逐年上升，也是经销商收入增加的重要原因。单家经销商的收入提升主要来源于以下因素：（1）受益于居民收入的增加和民众健康意

识的提高，疾病筛查和就诊人数持续扩大，临床病理诊断需求增加，带动经销商收入上升；（2）公司能够提供病理诊断领域的整体解决方案，包括 LBP、PCR、FISH 和 IHC 四大产品线，随着与经销商合作深入，单个经销商合作的产品种类不断增加，渠道的叠加效应不断显现；（3）优质经销商的终端覆盖能力逐年提升，部分优质经销商覆盖的医疗机构数量有所增加。

## **(二)报告期内，直销客户转由经销商承接业务的具体情况(包括客户名称、收入规模、转换原因等)，同一产品在转换前后价格的变化情况**

报告期各期，公司分别有 45 家、40 家和 12 家直销客户转由经销商承接业务，该部分直销客户转换前上一期收入规模分别为 1,294.20 万元、565.87 万元和 305.37 万元，共由 68 家经销商承接该部分直销客户业务。公司直销客户转由经销商承接业务，分为公司主动转换和被动转换两种情况：

1、主动转换。公司主动转换主要是考虑应收账款回款因素，对部分回款周期较长且规模较小的客户，为减少管理成本，提高资金使用效率，公司主动将该部分客户由直销模式转为经销模式。报告期内，公司主动转换的直销客户上一期收入规模分别为 533.47 万元、328.58 万元和 230.11 万元。

2、被动转换。部分地区在医疗改革的过程中，将当地医院打包或托管至少数配送经销商，仅指定的配送经销商能够进入当地医院，公司原有的直销模式被动转换为经销模式。此外，部分医院为提高管理效率，对医院供应商体系进行优化，由少数经销商对接医院，不再接受公司直销模式。报告期内，由于终端客户原因导致的被动转换的直销客户上一期收入规模分别为 760.73 万元、237.29 万元和 75.26 万元。

报告期内，公司直销转经销主要客户单体收入规模不大。同一产品转换前后单价变动的差异主要与转换后的经销商类别有关。配送经销商不承担市场开发、产品推广工作，直销客户转由配送经销商承接业务后，同一产品转换后单价下降幅度较小。而推广配送经销商要承担市场开发、产品推广工作，直销客户转由推广配送经销商承接业务后，同一产品转换后单价下降幅度一般较大。具体情况如下。

2019 年度，公司直销客户转由经销商承接业务的主要情况如下：

单位：万元

序号	原直销客户	上一期销售额	上期末应收账款余额	承接业务经销商	经销商类别	转换原因	同一产品转换前后单价变动情况
1	江门市五邑中医院	84.74	153.00	上海卓冉生物科技有限公司	推广配送经销商	主动转换	DC12 位试剂：转换后单价下降 67.06%
2	南华大学附属第一医院	65.84	55.51	湖南安益达生物科技有限公司	推广配送经销商	主动转换	LBP24 位试剂：转换后单价下降 73.22% FISH 试剂：转换后单价下降 66.93% LBP64 位试剂：转换后单价下降 73.33%
3	长沙市第四医院	63.69	104.00	湖南安益达生物科技有限公司	推广配送经销商	主动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 71.27% IHC 试剂：转换后单价下降 63.89%
4	盐城市大丰中医院	44.58	35.00	润理供应链管理（上海）有限公司	推广配送经销商	被动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 71.75% DC12 位试剂：转换后单价下降 75.00%
5	文山市人民医院	25.83	32.30	云南润达康泰医疗科技有限公司	配送经销商	被动转换	LBP24 位试剂：转换后单价下降 23.61%（注 1）
6	深圳市龙岗区第五人民医院	10.95	6.05	深圳市永康华医疗器械有限公司	推广配送经销商	主动转换	LBP24 位试剂：转换后单价下降 63.24%
<b>合计</b>	<b>295.63</b>	<b>385.86</b>					

注：1、转换后单价下降幅度较高，主要系终端客户要求降价。该配送经销商的价格与同类经销商销售价格基本一致；

2、2019 年直销客户转经销数量较少，此处列示上一期销售额 10 万元以上的直销客户。

2018 年度，公司直销客户转由经销商承接业务的主要情况如下：

单位：万元

序号	原直销客户	上一期 销售额	上期末应收 账款余额	承接业务经销商	经销商类别	转换原因	同一产品转换前后单价变动情况
1	北京小汤山医院	89.76	23.70	国药控股医疗器械北京有限公司	配送经销商	被动转换	过滤膜式液基细胞学耗材：转换后单价下降 6.90%
2	新化县人民医院	81.98	69.30	湖南安益达生物科技有限公司	推广配送经销商	主动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 73.90% DC12 位试剂：转换后单价下降 76.19%
3	郴州市第四人民医院	58.69	77.06	湖南盟盛医疗用品科技有限公司	推广配送经销商	被动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 36.39%
4	瓦房店市中心医院	52.14	61.06	辽宁祥巨商贸有限公司	推广配送经销商	主动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 67.39%
5	河南省省立医院有限公司	47.18	55.20	郑州哈维医疗器械有限公司	推广配送经销商	主动转换	LBP24 位试剂：转换后单价下降 25.33%
6	南县人民医院	31.55	30.00	湖南安益达生物科技有限公司	推广配送经销商	主动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 63.86%
7	上海长征医院	29.14	20.45	上海启中信息技术有限公司	推广配送经销商	主动转换	FISH 试剂：转换后单价下降 64.10%
8	北京市怀柔区妇幼保健院	24.36	10.50	北京星悦明德科贸有限公司	推广配送经销商	被动转换	LBP24 位试剂：转换后单价下降 73.33%
9	牡丹江市第二人民医院	20.19	11.58	吉林省维格斯科技有限公司	推广配送经销商	被动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 66.67%
10	湖南航天医院	19.71	-	湖南安益达生物科技有限公司	推广配送经销商	主动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 65.28%
合计		<b>454.70</b>	<b>358.85</b>				

2017 年度，公司直销客户转由经销商承接业务的主要情况如下：

单位：万元

1	南华大学附属第二医院	306.89	301.86	湖南安益达生物科技有限公司	配送经销商	主动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 64.47% FISH 试剂：转换后单价下降 52.33%（注 1）
2	北京市大兴区人民医院	158.13	19.07	北京九州通医药有限公司	配送经销商	被动转换	转换前后销售产品不同
3	珠海市人民医院	114.31	277.55	上药控股广东有限公司	配送经销商	被动转换	LBP24 位试剂：转换后单价下降 9.16% LBP64 位试剂：转换后单价下降 9.16%
4	东莞东华医院有限公司	67.85	25.60	东莞市泰安医药有限公司	配送经销商	被动转换	LBP24 位试剂：转换后单价下降 6.78%
5	临安市人民医院	58.11	44.10	浙江平航医疗器械有限公司	配送经销商	被动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 9.84%
6	珠海市中西医结合医院	52.65	48.72	国药控股珠海有限公司	配送经销商	被动转换	LBP24 位试剂：转换后单价下降 10.10%
7	宁德市闽东医院	46.60	100.50	中山大学达安基因股份有限公司	推广配送经销商	主动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 52.55%
8	咸阳彩虹医院	43.05	39.50	陕西益新圣生物科技有限公司	推广配送经销商	主动转换	HPV 分型 28 型：转换后单价下降 52.16% DC12 位试剂：转换后单价下降 67.83%
9	德州市人民医院	41.50	24.30	济南润达生物科技有限公司	配送经销商	被动转换	LBP24 位试剂：转换后单价下降 11.05% IHC 试剂：转换后单价下降 11.52%
10	天津市肿瘤医院	38.51	-	康德乐（天津）医药有限公司	配送经销商	被动转换	FISH 试剂：转换后单价下降 9.55%
合计		<b>927.60</b>	<b>881.20</b>				

注：1、转换后单价下降幅度较高，主要系终端客户要求降价。湖南安益达生物科技有限公司 2017 年为配送经销商，对其销售价格与同类经销商销售价格基本一致。

### **(三)原直销客户的应收账款规模，公司是否对经销商负有确保终端客户回款的义务，是否存在通过经销商调节账龄的情形**

报告期内，原直销客户转换前上期末的应收账款余额分别为 1,346.71 万元、468.68 万元和 406.04 万元，占各期末应收账款余额的比例分别为 9.06%、2.93% 和 2.27%。其中公司主动转换的原直销客户在转换前上期末的应收账款余额分别为 658.23 万元、313.25 万元和 330.24 万元，占各期末应收账款余额的比例分别为 4.43%、1.96% 和 1.85%，应收账款规模及占比均较小。

直销客户转由经销商承接业务后，对原直销客户应收账款的催收仍由公司负责。而经销商承接直销客户业务后，公司按照一贯的经销商管理制度对经销商进行管理。公司与经销商的合作模式均为买断式销售：公司根据经销商订单需求发出货物，产品经检验合格签收后，风险和报酬完全转移到经销商，公司根据经销商的签收确认情况确认收入、结转成本。公司与经销商之间、经销商与终端客户之间是互相独立的购销关系，公司对经销商不负有确保终端客户回款的义务。

综上所述，公司不存在通过经销商调节账龄的情形。

## **二、中介机构核查情况**

### **(一)核查程序**

针对实际控制人及其关联方的银行流水，保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1、获取实际控制人蔡向挺先生、蔡向挺先生之妻子吴劲松女士、蔡向挺先生之女儿蔡幸伦女士及其配偶张浩先生报告期内银行流水，获取实际控制人控制的其他企业凯多投资报告期内银行流水；

2、对上述银行流水进行核查，关注是否与上述经销商及前员工持股经销商之间发生资金往来；

3、获取实际控制人及其关联方承诺函，承诺在安必平 IPO 首次申报期间，不存在协助安必平进行虚构交易、体外收支、体外代垫成本费用、体外资金循环等行为，承诺与安必平及其股东、董事、监事、高级管理人员、客户、供应商，及上述对象的关联方不涉及与安必平相关的其他利益安排。

## (二)核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，实际控制人及其关联方与上述经销商及前员工持股经销商之间未发生资金往来；

2、报告期内，实际控制人及其关联方不存在利用经销商进行虚构交易、体外收支、体外代垫成本费用、体外资金循环等行为，亦不涉及与安必平相关的其他利益安排。

## 5.关于投放仪器

根据首轮问询回复，报告期末，发行人投放仪器数量 1,555 套，主要类别包括 LBP 试剂配套设备、PCR 试剂配套设备、FISH 试剂配套设备、IHC 试剂配套设备等，单位原值分别为 2.75 万元、2.02 万元、1.89 万元、10.61 万元。发行人对投放设备尚未有定位系统，主要通过设备标签、投放设备维保及盘点来掌握运行情况。

请发行人说明：(1)公司投放仪器单位原值与同类型仪器市场价格比较情况，存在差异的原因；(2)报告期内，投放仪器折旧费用及占净利润的比例；(3)公司日常跟踪和管理投放于直销客户和经销终端客户仪器使用情况的具体措施，报告期各期末，公司对投放设备的盘点情况。

请保荐机构、申报会计师按直销客户和经销终端客户口径补充说明针对投放仪器的核查程序、核查比例及核查结论。

**【回复】：**

### 一、发行人说明

(一)公司投放仪器单位原值与同类型仪器市场价格比较情况，存在差异的原因

公司投放仪器分为自产和外购，其中自产仪器主要为 LBP 系列试剂配套设备，目前市场上同类仪器普遍以投放为主，无法获取市场价格进行比较，报告期

内公司自产仪器的单位成本保持稳定，不存在大幅波动的情况。因此，公司选取主要外购仪器获取该类仪器的供应商市场报价，与公司投放该类设备单位原值进行比较，具体情况如下：

产品线	设备种类	类别	单位原值	市场价格
LBP 系列	封片机	外购	9.66 万元	察微 11 万元左右
PCR 系列	荧光定量 PCR 仪 (注 1)	外购	4.70 万元	硕世生物 7.5 万元左右 (注 2)； 安誉科技 5 万元左右
FISH 系列	荧光显微镜	外购	9.58 万元	奥林巴斯 13 万元左右； 尼康 10 万左右

注：1、公司投放有 1 台进口的荧光定量 PCR 仪，单位价值较高，不具备可比性，此处仅为国产设备；

2、根据硕世生物公开披露的审核问询回复，其投放的实时荧光定量 PCR 仪采购自上海宏石医疗科技有限公司，2019 年 1-6 月，硕世生物采购实时荧光定量 PCR 仪 61 台，采购金额 460.75 万元，单价为 7.55 万元；

3、同类型仪器市场价格取自供应商市场报价（除硕世生物）。

LBP 系列，公司投放的外购封片机的单位原值为 9.66 万元，与市场同类型仪器市场价格接近。

PCR 系列，公司投放的荧光定量 PCR 仪与硕世生物投放的荧光定量 PCR 仪的单位原值存在差异，主要是二者之间的技术参数存在差异。荧光通道数量是影响荧光定量 PCR 仪价值的重要因素，公司投放的荧光定量 PCR 仪拥有 2 个荧光通道，根据硕世生物公开披露的荧光定量 PCR 仪的型号，其投放的荧光定量 PCR 仪拥有 4 个荧光通道，可以探测更多的目的基因，其生产成本和市场价格更高。公司取得了杭州安誉科技有限公司对实时荧光定量 PCR 仪（2 个荧光通道）的市场报价，与公司投放的荧光定量 PCR 仪单位原值相近。

FISH 系列，公司投放的外购荧光显微镜报告期内未发生销售，报告期末单位原值为 9.58 万元。目前市场上同类型仪器主要是奥林巴斯和尼康，其经销价分别约为 13 万元和 10 万元，公司同类型仪器单位原值差异不大。

综上，公司投放仪器单位原值与同类型仪器市场价格不存在明显差异。

## (二)报告期内，投放仪器折旧费用及占净利润的比例

报告期内，公司投放仪器折旧费用占净利润的比例情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
投放设备折旧	623.10	576.92	677.84
净利润	7,280.40	6,241.98	4,974.14
占比	8.56%	9.24%	13.63%

报告期各期，公司投放仪器折旧费用分别为 677.84 万元、576.92 万元和 623.10 万元，占净利润的比例分别为 13.63%、9.24% 和 8.56%，投放仪器折旧金额和占净利润的比例较低，主要原因是：体外诊断行业中，采取“试剂+仪器”联动销售的做法普遍存在，在市场开拓早期，体外诊断厂商需投放大量仪器，同时收入和利润处于较低水平，投放仪器折旧费用占比通常较高。公司投放仪器以 LBP 试剂配套设备为主，公司是国内最早自主研发并应用沉降式技术的厂商之一，LBP 试剂（液基细胞学试剂）系公司早期研发的产品，公司在液基细胞学市场经营多年，大部分投放设备在报告期之前形成，报告期内新增投放设备有限，且公司设备折旧期限满 5 年之后一般仍然能够正常使用。因此，公司投放仪器折旧费用相对稳定，但整体占净利润的比例呈不断下降趋势。

### (三)公司日常跟踪和管理投放于直销客户和经销终端客户仪器使用情况的具体措施，报告期各期末，公司对投放设备的盘点情况

公司对投放于直销客户及经销终端客户投放设备的日常跟踪和管理具体措施如下：

控制流程	控制程序
转移	<p>终端客户固定资产转移：营销中心订单专管员生成《固定资产转移单》，由相关部门及人员进行审核。</p> <p>经销商固定资产转移（经销商变更，终端客户不变）：营销中心订单专管员生成原经销商客户退货通知单，同时生成一份新的经销商客户订单，经相关部门及人员审核通过后，由订单专管员再生成发货通知单，仓库人员做退回流程及出库流程（虚拟入库及出库流程）。</p> <p>财务人员相应更改投放设备管理台账。</p>
转销售	<p>业务负责人收到客户采购需求后与客户协商具体细节并确定相关条款，同时起草销售合同。</p> <p>设备销售合同审批通过后，由业务负责人督促客户签订并寄回协议、支付货款。</p> <p>营销中心订单专管员需根据原始投放订单做退货通知单，同时生成新的销售设备订单，经相关部门及人员审核通过后，由订单专管员生成发货通知单，仓库人员做退</p>

	<p>回流程及出库流程（虚拟入库及出库流程）。</p> <p>财务人员根据投放设备转销售流程、销售合同进行账务核算，并相应修改投放设备管理台账。</p>
退换货	<p>客户提出设备退换要求的，由市场部客服专员负责核实设备的使用状况，如存在故障的，派售后工程师上门确认设备是否可以现场维修。</p> <p>设备无法现场维修的，则由销售人员发起设备退换货申请流程，营销中心订单专管员补充原投放设备具体信息后，生成退货通知单，并经相关部门及人员审核。</p> <p>经审核同意客户退换货的，由售后工程师根据设备状况判断设备是否需退回公司。如设备尚有使用价值的，则将设备拆卸打包寄回公司；如无回收价值的，则将设备拍照发给销售人员（由其发起资产报废申请流程），拆除掉设备的主要部件后予以现场报废。</p> <p>需重新换货的，由市场部客服专员生成销售订单，经审核后生成发货通知单，仓库人员根据发货通知单进行设备的出库及发货。</p> <p>财务人员根据上述流程及相关单据进行账务核算，并相应修改投放设备管理台账。</p>
退回及报废	<p>仓库收到退回的设备后，对设备进行清点。</p> <p>退回设备为公司自产的，由设备生产部进行质检，视质检结果对设备进行处理。可以返修的，返修合格后重新入库；质检结果为报废的，则先行入库，月底统一申请报废，经审批后实物由设备生产部报废处理。</p> <p>退回设备为公司外购的，由质量部进行质检，视质检结果对设备进行处理。合格的转移外购商品旧仓，待发给可接受旧设备的客户；结果为不合格的，则先行入库，月底统一申请报废，经审批后实物由行政部报废处理。</p> <p>财务人员进行账务核算，并相应修改投放设备管理台账。</p>
日常维保及不定期盘点	<p>设备管理部售后工程师负责设备的日常维保工作，其中完全外购的设备，则由市场部技术支持负责日常的保养维护。为保证设备的正常运作，每台设备每年至少进行一次维保，实地检查设备是否无损，并例行检修保养，确保设备正常运作。如维保过程中发现设备存在异常的，则通知区域业务负责人及市场部客服专员予以跟进处理。若终端客户发起维保申请，收到申请后，设备管理部/市场部负责安排人员及时前往终端进行实地处理。对于回访或维护过程中发现的问题及设备故障分析、处理方法等，应在《客户服务反馈表》中清楚、完整记录，按月提交至公司设备管理部/市场部存档。</p> <p>同时，公司制度规定销售业务人员对投放设备负有管理责任，在日常拜访客户时应不定期检查清点（每年至少实地检查一次）投放设备是否完整、运行状况是否正常。如因销售业务人员疏于管理导致投放设备长时间闲置或发生毁损、丢失等情形的，销售业务人员应承担部分损失。</p> <p>回访或维护过程中，售后工程师、技术支持以及销售业务人员还应按规定在《投放设备盘点表》上填写相关信息及拍照，并将相关资料及时提交至行政部存档。</p>
定期盘点	<p>公司每年由行政部会同营销中心、财务中心制定年度资产盘点计划，行政部资产管理专员根据固定资产信息，编制《年度投放设备盘点表》，向区域业务负责人发送盘点通知及设备盘点表，要求在规定的时间内完成投放设备的逐一清点、拍照留档、客户签名确认等。各区域销售负责人负责协调各地的销售人员、售后工程师、技术支持人员进行盘点，并汇报盘点结果。对存在差异或异常情况的，营销中心应查明原因，并履行相应的审批流程。财务中心可视具体情况进行随机监盘，并根据盘点及审批结果相应作出账务处理，以确保账实相符。</p>

报告期各期末，公司对于投放设备的盘点情况如下：

年份	客户分类	盘点数量(套)	占期末总数比例	净值(万元)	占期末净值比例
2019年度	经销	576	37.04%	951.22	58.29%
	直销	717	46.11%	531.81	32.59%
	小计	<b>1,293</b>	<b>83.15%</b>	<b>1,483.03</b>	<b>90.88%</b>
2018年度	经销	538	39.10%	843.60	57.98%
	直销	797	57.92%	568.57	39.08%
	小计	<b>1,335</b>	<b>97.02%</b>	<b>1,412.16</b>	<b>97.06%</b>
2017年度	经销	374	29.06%	744.94	50.27%
	直销	765	59.44%	613.51	41.40%
	小计	<b>1,139</b>	<b>88.50%</b>	<b>1,358.45</b>	<b>91.67%</b>

报告期内，公司严格执行投放设备的内控管理措施，各期盘点数量分别为1,139套、1,335套和1,293套，占期末总数的比例分别为88.50%、97.02%和83.15%，盘点净值比例分别为91.67%、97.06%和90.88%。

## 二、中介机构核查情况

### (一)核查程序

保荐机构、申报会计师对不同模式下的投放设备执行了以下核查程序：

- 1、了解并检查发行人与投放仪器相关的内控制度，评价内部控制设计是否合理；
- 2、访谈发行人财务总监和财务经理，了解发行人对配套仪器设备的会计处理的依据及其合理性；
- 3、结合《企业会计准则》规定，分析发行人计入固定资产的投放设备是否存在减值的迹象，并进行减值测试；
- 4、对发行人报告期末投放设备执行函证和实地盘点程序，核查情况如下：

单位：万元

项目	盘点确认原值	函证确认原值 (注)	核查确认原值	报告期末投 放设备原值	核查比例
直销客户	262.58	545.90	808.47	2,029.86	39.83%

经销客户	573.61	345.33	918.94	2,044.39	44.95%
合计	<b>836.19</b>	<b>891.23</b>	<b>1,727.42</b>	<b>4,074.25</b>	<b>42.40%</b>

注：函证确认原值剔除与实地盘点重复部分。

## (二)核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

- 1、报告期末，发行人直销模式下和经销模式下的投放仪器均真实存在；
- 2、针对投放设备发行人制定了完善的内控措施，并得到有效执行；
- 3、投放设备出库时即转入固定资产，发行人不存在推迟将投放仪器转入固定资产、减少计提折旧费用的情形；
- 4、报告期各期末，发行人投放设备不存在减值迹象。

### 问题 7.2

根据首轮问询回复，报告期内，存在部分客户收入排名较低，但是应收账款余额较高的情形，如：三亚市人民医院、河南省肿瘤医院和蚌埠医学院第一附属医院等。部分客户出现资金周转困难的情形，如上海至尊医疗器械有限公司等。

请发行人说明：(1)收入排名较低但应收账款余额较高的客户在报告期各期末应收账款规模，期后回款情况；(2)对于客户管理的内部控制，对于资信状况恶化客户的应收账款坏账计提情况，回款情况，坏账准备计提是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐机构、申报会计师就发行人应收账款坏账准备计提是否《企业会计准则》的要求进行核查并发表意见。

**【回复】：**

## 一、发行人说明

(一)收入排名较低但应收账款余额较高的客户在报告期各期末应收账款规模，期后回款情况

报告期内，公司直销应收账款前十大客户和经销应收账款前十大客户中收入排名较低的客户，在报告期各期末应收账款的规模及期后回款情况如下：

单位：万元

客户名称	2019 年末应 收账款余额	应收账款 余额占比	期后回款 (注 1)	期后回款 比例
三亚市人民医院	216.44	1.17%	10.00	4.62%
南华大学附属第二医院	7.34	0.04%	-	-
河南省肿瘤医院	192.79	1.04%	57.00	29.57%
周口永善医院	192.22	1.04%	9.00	4.68%
蚌埠医学院第一附属医院	210.10	1.13%	29.00	13.80%
上海至尊医疗器械有限公司	222.73	1.20%	30.00	13.47%
新疆康力丰医疗器械有限公司	13.39	0.07%	13.39	100.00%
昆明南泰医疗器材经贸有限责任公司	57.78	0.31%	21.06	36.45%
<b>合计</b>	<b>1,112.78</b>	<b>6.00%</b>	<b>169.45</b>	<b>15.23%</b>
客户名称	2018 年末应 收账款余额	应收账款 余额占比	2019 年 1-12 月期 后回款	期后回款 比例
三亚市人民医院	198.78	1.11%	34.03	17.12%
南华大学附属第二医院	12.64	0.07%	5.30	41.93%
河南省肿瘤医院	119.01	0.67%	53.57	45.01%
周口永善医院	154.05	0.86%	52.05	33.79%
蚌埠医学院第一附属医院	190.96	1.07%	154.28	80.79%
上海至尊医疗器械有限公司	269.88	1.51%	47.15	17.47%
新疆康力丰医疗器械有限公司	62.53	0.35%	62.53	100.00%
昆明南泰医疗器材经贸有限责任公司	57.09	0.32%	49.87	87.35%
北京裕被隆医疗科技有限公司	125.02	0.70%	125.02	100.00%
<b>合计</b>	<b>1,189.95</b>	<b>6.66%</b>	<b>583.80</b>	<b>49.06%</b>
客户名称	2017 年末应 收余额	应收账款 余额占比	2018 年 1-12 月期 后回款	期后回款 比例
三亚市人民医院	189.89	1.19%	39.19	20.64%
南华大学附属第二医院	153.57	0.96%	140.93	91.77%
河南省肿瘤医院	58.96	0.37%	44.31	75.15%
周口永善医院	73.75	0.46%	49.00	66.44%

蚌埠医学院第一附属医院	166.50	1.04%	142.58	85.63%
上海至尊医疗器械有限公司	319.48	2.00%	49.60	15.53%
新疆康力丰医疗器械有限公司	39.48	0.25%	39.48	100.00%
昆明南泰医疗器材经贸有限责任公司	59.16	0.37%	53.39	90.25%
北京裕被隆医疗科技有限公司	82.09	0.51%	8.93	10.88%
<b>合计</b>	<b>1,142.88</b>	<b>7.15%</b>	<b>567.41</b>	<b>49.65%</b>

注：1、2019 年末期后回款统计截止 2020 年 5 月 14 日。

报告期各期末，公司收入排名较低应收账款余额较高的客户的应收账款余额分别为 1,142.88 万元、1,189.95 万元和 1,112.78 万元，占期末整体应收账款的比例分别为 7.15%、6.66%和 6.00%，占比较小且逐年降低，该部分客户的应收账款在期后均有回款。

经销客户方面，除上海至尊医疗器械有限公司外，其他经销商期后回款情况良好：新疆康力丰医疗器械有限公司 2017-2019 年的期后回款比例均达到了 100%；昆明南泰医疗器材经贸有限责任公司 2017 年和 2018 年的期后回款比例分别为 90.25%和 87.35%，回款比例较高；北京裕被隆医疗科技有限公司已于 2019 年回款，截至 2019 年末，公司对北京裕被隆医疗科技有限公司的应收账款余额为零。针对上海至尊医疗器械有限公司的应收账款，具体情况参见问题 7.2/一/（二）之回复。

直销客户方面：蚌埠医学院第一附属医院的期后回款情况较好，2017 年和 2018 年的期后回款比例分别为 85.63%和 80.79%；周口永善医院、河南省肿瘤医院 2017 年的期后回款比例较高，2018 年期后回款比例有一定幅度下降，主要受医院货款支付延后影响；截至 2019 年底，公司对南华大学附属第二医院的应收账款已基本回收完毕。三亚市人民医院期后回款比例较低，主要是医院对所有供应商的付款周期较长导致，但应收账款持续回收，应收账款余额未出现大幅提升的情况。

公司重点关注期后回款比例较低的客户，积极与客户核对账目，指派人员定期催收。

(二)对于客户管理的内部控制，对于资信状况恶化客户的应收账款坏账计提情况，回款情况，坏账准备计提是否符合《企业会计准则》的规定

### 1、公司对于客户管理的内部控制

公司对客户管理的内部控制有关政策如下：

#### (1) 客户资信管理

①营销中心负责对客户进行信用调查，会同财务中心共同制定对客户的信用政策，包括信用等级、信用期限及信用额度等；

②所有发生交易的客户均需事先进行信用等级评定，分为 A、B、C 三级（每年核定一次），相应代表客户信用程度的高、中、低三个等级；

③信用期限及信用额度主要依据客户的信用等级并综合考虑该客户的资质、规模、信用记录等情况确定，不得单纯为扩大销售规模而随意延长信用期限或增加信用额度；

④为适应市场及客户的不断变化，特殊情况下确需延长信用期限或增加信用额度的，需经销售总监、财务总监、总经理批准。

#### (2) 订单审核

所有销售订单及出库发货需经销售部门及财务部门审核，不得擅自批准不符合条件的订单或发货，否则应承担相应责任。

#### (3) 应收账款对账

①销售业务人员是应收账款对账的第一责任人，营销中心、财务中心负有监督和协助义务；

②存在应收账款余额的，每年至少对账 1 次；应收账款余额超过 100 万元的，每半年至少对账 1 次；

③双方账目不符的，营销中心、财务中心应配合销售业务人员及时查明原因，并妥善处理。

#### **(4) 应收账款催收**

①销售业务人员是对所负责客户应收账款催收的第一责任人，营销中心负有连带责任；

②销售业务人员应持续跟踪所负责客户的运营情况及偿付能力等，及时了解客户的重大变化，以保证应收账款的回收。发现客户存在坏账可能性时，应立即报告营销中心，并及时采取相应的措施以避免更大损失发生；

③销售业务人员应针对不同期限的应收账款实施有所区别的催收方式。信用期限内的应收账款应及时提醒客户按约付款，不能放松督促以防发生新的拖欠；超过信用期的应收账款，销售业务人员应向营销中心和财务中心提交情况说明及催收措施。对超过信用期但以往信用记录一向正常甚至良好的客户，争取在延续、增进相互业务关系中妥善的解决应收账款拖欠问题；对于恶意拖欠、信用品质不良的客户应坚决从信用清单中除名，并加紧催收；催收无果且金额较大的应通过诉讼方式解决。

#### **(5) 应收账款考核**

①应收账款实行“销售业务人员为第一责任人”的考核原则。无论应收账款是否逾期，是否已作为坏账核销，销售业务人员均为应收账款管理的第一责任人；

②销售回款率为销售业务人员的关键考核指标之一。每年末对各销售业务人员当年的销售回款率进行排名，并予以相应奖惩。

#### **(6) 坏账损失**

①由销售业务人员提出坏账核销申请，注明坏账损失的原因和事实，并提供相应的证明文件；

②坏账损失需经区域负责人、营销中心、财务中心分别确认，并由总经理批准。根据公司章程相关规定需提交董事会或股东大会批准的，由董事会或股东大会审批。

#### **(7) 资信恶化客户的管理措施**

①根据公司《应收账款管理办法》的规定，对资信状况不佳的客户列入可疑名单，并对该客户的信用等级进行重新评估，采取包括但不限于缩短信用期限、降低信用额度、现款现货或先款后货、甚至终止合作等措施；

②对可疑名单中客户的销售及发货，还需销售总监和财务总监批准；

③销售业务人员应高度关注并持续跟踪可疑名单中客户的运营情况及偿付能力等，及时了解客户的重大变化，以保证应收账款的回收。发现该客户存在坏账可能性时，应立即报告营销中心和财务中心，并及时采取相应的措施以避免更大损失发生；

④对超过信用期的应收账款，销售业务人员应向营销中心和财务中心提交情况说明及催款措施。对超过信用期但以往信用记录一向正常甚至良好的客户，争取在延续、增进相互业务关系中妥善的解决应收账款拖欠问题；对于恶意拖欠、信用品质不良的客户应坚决从信用清单中除名，并加紧催收，多次催收无果的可通过诉讼方式解决。

## 2、公司对于资信状况恶化客户的应收账款坏账计提情况，回款情况，坏账准备计提是否符合《企业会计准则》的规定

公司对于资信状况恶化的客户上海至尊医疗器械有限公司的坏账准备计提情况及期后回款情况如下：

单位：万元

时间	应收账款余额	坏账准备	期后回款
2019年12月31日	222.73	138.99	30.00
2018年12月31日	269.88	108.61	47.15
2017年12月31日	319.48	79.67	40.04

注：2019年12月31日的期后回款统计截止到2020年5月14日。2017年12月31日和2018年12月31日的期后回款统计次年12个月内回款金额。

报告期末，公司对该应收账款按照账龄组合计提坏账准备138.99万元，计提比例为62.40%。按照账龄组合计提坏账准备的合理性在于：（1）公司与上海至尊医疗器械有限公司签订了还款协议，协议约定上海至尊医疗器械有限公司需于2021年3月1日将所欠款项全部支付完毕，并由其实际控制人姜惠民提供连

带责任担保；（2）截至本问询函回复签署日，上海至尊医疗器械有限公司处于持续回款状态。因此公司对上述应收款按照账龄组合计提坏账准备，符合《企业会计准则》的规定。

## **二、中介机构核查情况**

### **（一）核查程序**

保荐机构、申报会计师对发行人应收账款坏账准备计提履行情况的主要核查程序如下：

1、了解并检查发行人与应收账款坏账准备计提相关的内控制度，评价内部控制设计是否合理；

2、获取了应收账款账龄明细表，对客户长账龄款项形成的原因及回款能力进行分析，获取上海至尊医疗器械有限公司的还款协议；

3、了解同行业可比上市公司应收账款坏账准备计提政策，并与发行人进行对比；

4、对应收账款坏账准备执行重新计算程序，并对应收账款按照迁徙率进行测算并与目前按照账龄的坏账计提比例进行对比分析，经测算公司应收账款迁徙率低于目前按照账龄的坏账计提比例。

### **（二）核查意见**

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提充分，公司应收账款计提政策符合《企业会计准则》的有关规定。

专此说明，请予审核。

(此页无正文)



中国注册会计师：



中国注册会计师：



报告日期：2020年5月14日