



关于上海阿拉丁生化科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市的  
审核中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）：西部证券股份有限公司



（陕西省西安市新城东大街 319 号 8 幢 10000 室）

二〇二〇年八月

## 上海证券交易所：

根据贵所于 2020 年 8 月 5 日出具的上证科审（审核）【2020】550 号《关于上海阿拉丁生化科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的审核中心意见落实函》（以下简称“落实函”）的要求，西部证券股份有限公司（以下简称“西部证券”或“保荐机构”）作为上海阿拉丁生化科技股份有限公司（以下简称“阿拉丁”、“发行人”或“公司”）首次公开发行股票并在科创板上市的保荐机构（主承销商），已会同发行人，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就落实函所提问题逐条进行了认真核查、讨论及回复，对申请文件的相关内容进行了修订，具体情况如下文，请予审核。

关于回复内容释义、格式及补充更新披露等事项的说明：

1、如无特殊说明，本回复中使用的简称或名词释义与《上海阿拉丁生化科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（上会稿）》（以下简称“《招股说明书》”）一致；

2、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

落实函所列问题	<b>黑体（加粗）</b>
对落实函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	<b>楷体（加粗）</b>

## 目录

问题 1 .....	4
问题 2 .....	8
问题 3 .....	37
保荐机构总体核查意见 .....	45

## 问题 1

请发行人按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号—科创板公司招股说明书》的规定，全面梳理“重大事项提示”各项内容，突出重大性，增强针对性，强化风险导向，删除冗余表述，按重要性进行排序，并补充、完善以下内容：（1）国内科研试剂市场 90%的份额由外资企业占有，公司产品市场占有率较低，市场竞争激烈的风险；（2）公司主营业务收入主要来源于华东区域的风险；（3）募投项目实施后折旧摊销大幅增加的风险；（4）2020 年上半年业绩受疫情影响下滑幅度较大的风险。

回复：

### 【补充披露与修订】

为突出重大性，增强针对性，强化风险导向，公司已按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号—科创板公司招股说明书》的规定，对招股说明书“重大事项提示”各项内容进行了更新梳理，删除了“核心技术人员流失的风险”、“品牌维护风险”；公司已取得楚华支路 809 号的二期 E 栋厂房不动产权证书，因此删除“房产证无法及时办理的风险”；将“新冠肺炎疫情对发行人的影响”及“财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”进行整合；删除“排污许可证办理风险”，将“排污许可证办理风险”与“若不能在规定日期前取得排污许可证对公司持续经营和经营业绩的影响”进行合并，并按照重要性重新排序，序号如下：

“一、公司特别提醒投资者关注“风险因素”中的下列风险

（一）核心技术失密的风险

（二）国内科研试剂市场 90%的份额由外资企业占有，公司产品市场占有率较低，市场竞争激烈的风险

（三）公司主营业务收入主要来源于华东区域的风险

（四）业务模式风险

（五）安全生产风险

（六）信息系统及网络安全的风险

(七) 募投项目实施后折旧摊销大幅增加的风险

(八) 2020 年上半年业绩受疫情影响下滑幅度较大的风险

二、若不能在规定日期前取得排污许可证对公司持续经营和经营业绩的影响

三、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

(一) 2020 年 1-6 月经审阅的主要财务信息

(二) 新冠肺炎疫情对发行人的影响

(三) 2020 年 1-9 月业绩预计

(四) 审计截止日后主要经营状况

四、本次发行相关主体作出的重要承诺”

同时，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“一、公司特别提醒投资者关注‘风险因素’中的下列风险”完善并补充披露如下内容：

**“（二）国内科研试剂市场 90%的份额由外资企业占有，公司产品市场占有率较低，市场竞争激烈的风险**

目前，外资企业控制着国内科研试剂市场 90%以上的市场份额<sup>1</sup>，跨国巨头企业一般通过对外并购的方式降低竞争，而国内科研试剂市场主体以经销商和贸易商为主，大都倾向于通过代理外资品牌以价格竞争的方式快速做大市场。报告期内，公司在国内科研试剂及实验耗材市场占有率分别为 0.17%、0.20%及 0.22%，市场占有率较低。品牌代理的盛行及价格竞争的存在一定程度上阻碍了科研试剂的国产化、降低了行业门槛、加剧了企业竞争，激烈的市场竞争环境可能对公司生产经营和盈利能力造成不利影响。

**（三）公司主营业务收入主要来源于华东区域的风险**

报告期内，公司华东地区主营业务收入占主营业务收入的比例分别为 51.59%、50.53%和 52.56%，占比较高，销售区域较为集中，如果华东地区客户对于公司产品需求量下降或者公司在华东地区的市场份额下降，将对公司的生产经营活动产生不利影响。

---

<sup>1</sup>资料来源：《国内实验试剂供应链现状、问题与对策》，实验技术与管理，刘海龙、卢凡，2018 年 11 月

### （七）募投项目实施后折旧摊销大幅增加的风险

报告期末，公司固定资产和无形资产规模较小，本次募集资金到位后将大幅增加公司研发设备投入及电商平台建设投入等，项目建成后，固定资产、无形资产将有较大幅度增加。在现有会计政策不变的情况下，募投项目投入运行后，公司每年将新增固定资产折旧 1,249.94 万元及无形资产摊销 607.88 万元。因此，募投项目的实施将带来公司折旧摊销金额的增长，而募集资金投资项目从开始实施至达到产生预期效益需要一定时间，如果在此期间公司的盈利能力没有相应提高，将对公司未来业绩产生一定影响，公司面临募投项目实施后折旧摊销大幅增加的风险。

### （八）2020 年上半年业绩受疫情影响下滑幅度较大的风险

根据经大华会计师事务所（特殊普通合伙）审阅的公司财务数据，2020 年上半年公司营业收入为 9,145.58 万元，同比下降 3.68%；净利润为 2,418.95 万元，同比下降 15.65%，公司 2020 年上半年经营业绩受到新冠肺炎疫情影响，疫情影响持续时间将取决于疫情防控的情况、疫情持续时间以及各项调控政策的实施，公司面临 2020 年上半年业绩受疫情影响下滑幅度较大的风险。”

此外，公司已在招股说明书“重大事项提示”之“二、若不能在规定日期前取得排污许可证对公司持续经营和经营业绩的影响”中修订披露如下内容：

“根据《固定污染源排污许可分类管理名录（2019 年版）》第四条规定，‘现有排污单位应当在生态环境部规定的实施时限内申请取得排污许可证或者填报排污登记表。’截至本招股说明书签署日，公司未持有排污许可证。

根据《上海市奉贤区生态环境局关于开展本区 2020 年排污许可发证和登记管理工作的通告》规定，‘属于 2017-2019 年应核发排污许可证的 33 个行业的现有排污单位，应于 2020 年 4 月 30 日前取得排污许可证或排污登记；其他现有排污单位应于 2020 年 9 月 30 日前取得排污许可证或完成排污登记’。公司不属于 2017-2019 年应核发排污许可证的 33 个行业名单内，未被环保主管部门列入排污许可证分类发放对象期间能够按标准排放污染物。因此公司仅需在 2020 年 9 月 30 日前取得排污许可证或完成排污登记。

目前，公司已按照上海市奉贤区生态环境局的规定和要求提交排污许可证申

**请并已通过审批。**2020年6月17日，上海市奉贤区生态环境局出具《专项证明》，‘我局已收到阿拉丁试剂通过全国排污许可证管理信息平台提交的排污许可证申请并已受理，阿拉丁试剂于2020年9月30日前取得排污许可证不存在实质性障碍’。预计阿拉丁试剂能够在规定日期前取得排污许可证，如不能按期取得排污许可证，公司可能面临被政府主管机关处罚、责令整改或停产的可能，进而对公司生产经营构成重大影响。”

公司已在“第四节 风险因素”中对上述涉及的相同风险描述进行了相应调整。

## 问题 2

请发行人进一步说明:(1)在自主电商模式下,发行人如何准确识别经销商、贸易商、大客户和其他客户的身份,以实现针对不同客户的不同管理模式,发行人对客户的识别是否仅仅依赖于客户注册时的自我识别,各类客户的销售与电商模式的结合情况;(2)除签署经销协议外,发行人对经销商和贸易商的管理是否存在其他划分标准,将贸易商收入计入直销收入是否符合对直销的通常理解,是否存在误导;(3)结合公司“生产人员为 39 人”、“公司科研试剂常备库存产品超过 3.3 万种”等情况,进一步说明公司产品的具体生产过程,是否主要通过外协生产方式;(4)中介机构对于公司信息网络系统安全的核查情况,报告期内是否发生过较大的信息网络安全事故,系统是否稳定;(5)公司高端化学试剂下的合成砌块产品与发行人专利与非专利技术的对应关系,相关合成砌块产品是否有专利保护;如否,发行人生产合成砌块产品是否存在使用他人专利或使用过期专利技术的情况;(6)可比公司的选取依据,可比公司的选择是否完整、合理,发行人合成砌块产品销售的数量、金额、毛利、主要客户、供应商等情况,并与“药石科技”作进一步比较分析。

请保荐机构核查并发表明确意见。

一、在自主电商模式下,发行人如何准确识别经销商、贸易商、大客户和其他客户的身份,以实现针对不同客户的不同管理模式,发行人对客户的识别是否仅仅依赖于客户注册时的自我识别,各类客户的销售与电商模式的结合情况

回复:

### 【说明与分析】

(一)在自主电商模式下,发行人如何准确识别经销商、贸易商、大客户和其他客户的身份,发行人对客户的识别是否仅仅依赖于客户注册时的自我识别

按照客户类型划分,公司客户可分为经销商和直销客户,其中直销客户又分为贸易商和终端客户,终端客户中公司选取部分具有较大增长潜力的优质大客户如药明康德、中科院、北京大学等,为其提供个性化的服务,增强客户粘性。因此,公司终端客户可划分为大客户及其他一般客户。

除客户在注册 ID 时自主填列的所属单位信息外，公司在归集统计对客户销售金额时还综合考虑客户发票抬头及回款单位信息。客户注册时未填列单位性质（经销商、贸易商、大客户或其他一般客户），公司主要通过以下几个方式识别客户身份：

1、将与公司签订经销商合作协议的客户认定为经销商；

2、选取部分知名度较高、发展潜力较大、行业前景向好、科研实力较强的企业、高等院校或科研院所，将其认定为大客户，主要包括药明康德、中科院、清华大学、北京大学、浙江大学及天津大学等十余家客户；

3、在识别除经销商和大客户之外的客户时，根据客户名称、经营范围/单位性质、主营业务/主要从事工作内容等，结合销售人员和客服人员在提供日常售前、售后服务时与客户沟通的情况，将采购公司产品主要目的为再次对外销售而非自用的客户认定为贸易商，剩余的客户即为其他一般客户。

## （二）对不同客户的管理模式

公司采用电商模式进行销售，与所有客户之间的交易完全由订单驱动，各类客户在销售方式上不存在差异。基于订单驱动的交易方式，公司对各类客户均未进行主动管理，仅是对大客户提供了高效的售前、售中及售后咨询服务，同时，给予部分经销商一定的渠道保护措施等。公司对各类客户的具体管理方式如下：

### 1、大客户

公司认定大客户的目的仅为给优质客户提供与公司畅通的沟通渠道，对部分大客户给予了高于其他一般客户的折扣及账期，及时了解该类客户需求，以便增强客户粘性，扩大公司销售规模。公司为大客户提供的服务均以售前、售中及售后的咨询服务为主，主要包括以下几个方面：

（1）与大客户实时对接、更新产品资料及库存数据等信息，确保大客户的采购效率；

（2）确保大客户的订单得到优先处理并及时安排发货；

（3）对于大客户反馈的各类问题，及时进行回复并优先协助处理。

公司通过高效的咨询服务，提高大客户的购买意愿，增强客户粘性。除此之

外，公司对大客户的管理方式和其他客户不存在差异。

## **2、经销商**

公司认定经销商的目的仅为拓展销售渠道、覆盖更多线下客户群体，提高市场占有率，进一步增加销售额，提升公司盈利能力。公司对经销商给予了更大的折扣，同时对部分经销商给予了一定信用账期。公司为经销商提供的服务主要包括以下几个方面：

（1）产品数据包申请。经销商可向公司申请产品数据包，将公司产品数据包用于其自有网站（如有），便于推广公司产品；

（2）公司根据往年合作情况和合作意愿与部分经销商约定授权区域，并在授权区域内以及事先备案的客户范围内对该经销商予以一定的渠道保护及客户引导。例如，对于不愿意在公司自主电商平台下单订购的客户，公司会引导其在所属授权区域内的经销商处进行采购；此外，对于需要品牌授权的招投标采购项目，授权区域内的经销商享有优先权。

## **3、贸易商和其他一般客户**

公司对贸易商和其他一般客户未进行任何主动管理，双方之间的交易完全由订单驱动。

### **（三）各类客户的销售与电商模式的结合情况**

公司坚持电商营销路线，较早确立了电子商务模式为公司营销的主要方式，放弃了驻场销售等传统营销模式。截至 2019 年末，公司的销售人员仅有 15 名，覆盖全国所有地区，为数不多的销售人员不仅要为经销商及大客户进行跟踪服务，同时还要负责市场拓展以及对下游客户需求的了解。因此，同一名销售人员一般同时对接多家客户，对于高校和科研院所类客户，同一客户往往又涉及多个课题组或分支机构，故销售人员的职责主要是提供一些咨询服务，各类客户的采购均以线上模式为主。公司各类客户的销售下单方式均可分为在公司自主电商平台下单（包括自助下单及客服人员代为下单）和在第三方电商平台下单，具体与电商模式的结合情况如下：

首先，客户在公司自主电商平台上可以通过自助下单方式进行采购。一般情

况下，同一高等院校或者科研院所客户往往会下设十几个甚至几十个课题组或者分支机构，各课题组或分支机构在公司自主电商平台单独注册用户账号，根据自身实际需求在公司自主电商平台上独立进行下单采购。

其次，公司存在客服人员代客户下单的情形，主要系一方面当客户对公司某种产品的具体种类、技术规格或包装大小提出特殊要求，但公司自主电商平台上暂无该种产品时，往往需要与公司销售或客服人员充分沟通自身具体需求，由客服人员代为下单，例如客户需要购买大包装级别而非公司常备克（毫升）、毫克（微升）或微克包装级别的科研试剂产品。针对该类订单，客户一般在确定公司具备开发能力后向公司下单，公司会针对性地进行产品开发；另一方面，当出现客户单次采购种类较多或数量较大等特殊情况时，为方便客户采购，提升客户采购效率及满意度，公司提供邮件确认的补充订货方式，由公司客服人员代为下单，公司客服人员熟练掌握公司各类产品信息，还可通过 Excel 进行 EDI 订单数据批量导入，避免客户在公司自主电商平台上自行逐一搜索、选取产品下单而可能导致的漏购、误购等情形。

此外，公司存在部分客户订单来自于第三方电商平台（包括天猫商城、京东商城、喀斯玛商城以及内采平台）的情形。其中，内采平台系随着互联网的发展以及企事业单位采购规范化、管理透明化的需求，部分客户建立的自主科研用品内部采购平台，公司以网上店铺的形式入驻内采平台，在店铺中展示各类产品的相关信息，各课题组或分支机构在内采平台上选购下单，公司收到订单后直接将商品配送至终端用户处。

报告期内，公司客户在自主电商平台下单及在第三方电商平台下单的金额及占主营业务收入比重情况如下：

单位：万元

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
自主电商平台	自助下单	15,433.83	75.97%	11,900.76	73.42%	8,939.75	71.47%
	客服人员代为下单	3,207.39	15.79%	3,159.90	19.50%	3,020.35	24.15%
第三方电商平台下单		1,674.57	8.24%	1,147.88	7.08%	548.16	4.38%
合计		<b>20,315.79</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,208.54</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,508.26</b>	<b>100.00%</b>

由上表可知，自助下单是公司客户下单的主要方式，报告期内占比均在 70% 以上且逐年提高。报告期内客服人员代为下单占主营业务收入的比例分别为 24.15%、19.50%、15.79%，占比逐年下降。

综上，公司经销商、贸易商、大客户和其他一般客户的销售与电商模式的结合不存在差异，均可分为在公司自主电商平台下单（包括自助下单及客服人员代为下单）和在第三方电商平台下单。

## 【保荐机构核查意见】

### （一）核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

1、访谈发行人营销中心负责人，了解发行人各类客户的认定方式、管理模式以及销售与电商模式的结合情况；

2、获取发行人报告期内对客户销售的销售明细，复核客户自主电商平台下单（包括自助下单及客服人员代为下单）和在第三方电商平台下单的金额及占比；

3、获取发行人报告期内客户的折扣明细表；

4、获取发行人报告期内与经销商签署的合作协议以及与客户签订的后付协议；

5、获取发行人截至 2019 年末员工花名册；

6、查询发行人报告期内主要客户的工商资料，关注经销商、贸易商、大客户的成立时间、注册资本、股东及出资情况、经营范围、董监高任职情况等，核查主要经销商、贸易商、大客户的背景信息；

7、对发行人报告期内主要经销商进行实地走访，实地走访率达到 90% 以上，访谈了经销商业务负责人，了解其业务运行方式，获取经销商营业执照、付款证明等基础资料，了解经销商对外销售情况及库存情况，确认是否存在存货积压的情形；

8、对发行人报告期内主要贸易商进行实地走访，实地走访率达到 80% 以上，访谈了贸易商业负责人，了解其业务运行方式，获取贸易商营业执照、付款证明等基础资料，了解贸易商对外销售情况及库存情况，确认是否存在存货积压的

情形；

9、对发行人报告期内主要大客户进行实地走访，实地走访率达到 80%以上，访谈了大客户业务负责人、课题组或分支机构负责人，了解其购买及使用发行人产品的情况。

## **（二）核查意见**

经核查，保荐机构认为：

1、发行人对各类客户进行识别时基于以下方式：

（1）将与公司签订经销商合作协议的客户认定为经销商；

（2）选取部分知名度较高、发展潜力较大、行业前景向好、科研实力较强的企业、高等院校或科研院所认定为大客户，主要包括药明康德、中科院、清华大学、北京大学、浙江大学及天津大学等十余家客户；

（3）在识别除经销商和大客户之外的客户时，根据客户名称、经营范围/单位性质、主营业务/主要从事工作内容等，结合销售人员和客服人员在提供日常售前、售后服务时与客户沟通的情况，将采购发行人产品主要目的为再次对外销售而非自用的客户认定为贸易商，剩余的客户即为其他一般客户；

2、发行人对各类客户未进行主动管理，仅对大客户提供高效的售前、售中及售后咨询服务，同时给予部分经销商一定的渠道保护措施等；

3、发行人各类客户的下单方式之间不存在差异，均分为在发行人自主电商平台下单（包括自助下单及客服人员代为下单）和在第三方电商平台下单，各类客户的销售与电商模式的结合方式不存在差异，上述情形符合发行人经营特点。

**二、除签署经销协议外，发行人对经销商和贸易商的管理是否存在其他划分标准，将贸易商收入计入直销收入是否符合对直销的通常理解，是否存在误导**

**回复：**

### **【说明与分析】**

**（一）除签署经销协议外，发行人对经销商和贸易商的管理是否存在其他划分标准**

公司选取一些合作意愿强烈、综合实力较为突出、行业口碑好、覆盖区域与公司发展方向匹配的客户，与其签订经销商合作协议，将其认定为经销商。公司经销商合作协议有效期一般为一年，若经销商推广公司产品不利或因其他原因导致双方无继续合作的意愿，任意一方需要终止协议，提前 30 日书面通知对方即可，协议终止后上述经销商一般会作为贸易商继续与公司进行交易。

公司采用电商模式进行销售，与所有客户之间的交易完全由订单驱动，因此在日常经营活动中，公司以经销商协议作为甄别经销商的唯一标准。除签署经销协议外，公司对经销商和贸易商的管理不存在其他划分标准。

## **（二）将贸易商收入计入直销收入是否符合对直销的通常理解，是否存在误导**

销售模式可分为直销、经销及代销方式。其中，直销方式一般理解为企业将商品销售给最终目标客户的销售方式。公司将贸易商计入直销收入的原因如下：

首先，公司客户数量众多，在日常销售过程中，除通过签订经销商协议的方式对经销商进行识别，选取知名度较高、发展潜力较大的企业和高等院校认定为大客户外，公司未对其他客户进行特殊认定和区别管理。贸易商是公司的客户群体之一，通过电商平台下单采购公司产品，公司将其视作终端客户，未采用与终端客户差异化的管理方式。

其次，公司采用电商模式进行销售，与贸易商之间的交易完全由订单驱动。贸易商在下单方式、发货方式、支付方式上与终端客户不存在差异。公司电商平台系开放式的销售平台，贸易商与最终产品使用者均可通过该平台注册、下单，公司作为电商企业不存在将二者区分并进行差异化管理的动机。因此，对于公司而言，贸易商即为公司的最终目标客户，具有直销的性质。

此外，上述贸易商未与公司签订具有经销、代销性质的协议。公司认定经销商目的是为了通过签订经销商协议给予经销商一定的政策扶持（如较多的退换货次数和一定的渠道保护等），提高经销商的合作意愿和合作积极性，鼓励经销商覆盖更多线下客户群体，从而提高市场占有率。公司以经销协议作为认定经销商的唯一标准，因此公司未将贸易商划分为经销商，未计入经销模式的收入。

虽然在日常经营活动中，公司未对贸易商进行区分，但为进一步展现公司客

户群体特征，便于投资者理解公司业务状况，公司结合销售人员和客服人员在提供日常售前、售后服务时与客户的沟通情况，在直销客户中依据客户名称、经营范围/单位性质、主营业务/主要从事工作内容逐一进行甄别，将不直接使用公司产品而是采购后进行再次销售的客户认定为贸易商，剩余的客户认定为其他一般客户，并已在招股说明书中细化披露经销商和直销客户（贸易商、大客户及其他一般客户）的认定方法和划分标准，不存在误导投资者的情况。

综上，公司将贸易商收入计入直销收入而未计入经销收入，与公司电商销售模式相吻合，符合对直销的通常理解，不存在误导投资者的情况。

### 【保荐机构核查意见】

#### （一）核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

- 1、访谈发行人管理层，了解发行人对于客户的管理情况及认定方式；
- 2、获取发行人报告期内与经销商签订的协议，核实发行人与经销商的合作条款；
- 3、实地走访发行人经销商、贸易商客户，了解其向发行人采购方式；
- 4、查看发行人自主电商平台，了解发行人贸易商的下单方式、发货方式及支付方式，并与终端客户进行对比；
- 5、复核发行人在招股说明书披露的经销商和直销客户（贸易商、大客户及其他一般客户）认定方法和划分标准。

#### （二）核查意见

- 1、除签署经销协议外，发行人对经销商和贸易商的管理不存在其他划分标准；
- 2、发行人将贸易商收入计入直销收入，与发行人电商销售模式相吻合，符合对直销的通常理解，不存在误导投资者的情况。

三、结合公司“生产人员为 39 人”、“公司科研试剂常备库存产品超过 3.3 万种”等情况，进一步说明公司产品的具体生产过程，是否主要通过外协生产方

式

回复：

### 【说明与分析】

#### （一）公司科研试剂常备库存产品超过 3.3 万种的合理性，与发行人生产人员数量的匹配关系

公司常备库存品种较多系电商企业的备货要求。公司采用电商模式进行销售，发货及时性是影响电商企业客户体验的重要指标，而常备试剂品种齐全是公司是否能够及时发货的重要影响因素。公司常备库存品种超过 3.3 万种，能够保证供货的及时性，提升客户线上购物体验。同时，科研试剂的品种丰富度构成了进入该行业的规模壁垒，科研试剂企业的规模更多地体现为品种数量的规模，而不是单一品种产量的规模，国际龙头企业如德国默克（Merck KGaA）已能提供超过 30 万种科研试剂产品。因此，科研试剂企业仅靠单一产品难以满足客户需求，公司产品库存品种较多是所处行业特点决定的。

公司 3.3 万中常备库存商品的形成不是一蹴而就，而是长期积累的结果，因此公司存在库存商品库龄较长的情况。首先，科研试剂专用性强，往往使用剂量较小，单瓶试剂的单位多为克（毫升）、毫克（微升）、微克级别，客户不会大规模采购，公司综合考量采购、生产、销售等因素和电商平台的备货需求，确定经济生产批量，单批次产品的产量往往大于销量，超过部分形成了常备库存；同时，公司科研试剂使用者多为科学家和一线科研工作人员，对试剂纯度、杂质含量等性能指标要求极高，而不同批次生产的同种试剂产品可能受原料差异、反应时间等影响在产品性能指标上略有差异，为最大程度地保证实验对照结果，用户对产品批次一致性要求较高，公司会在单次生产时适度多生产一定数量的产品以满足客户需求，长此以往，公司形成了较多的常备库存商品；此外，在一次生产过程，往往可以同时制得一系列衍生试剂或不同质量等级的试剂，大幅提升了公司产品生成的速度，例如公司在生产十七碳酸（98%）时，采用酯化、还原等修饰改性技术，可以同步快速制备相应的衍生试剂产品，包括十七酸甲酯（97%）、十七醇（97%）、十七烷酸乙酯（>95.0%，GC）等；在纯化生产光谱级溴化钾的过程中，可以同时生产得到溴化钾（99.99% metals basis）、溴化钾（99.95% metals basis，

无水级，粉末)、溴化钾 (SP, 99%) 等不同质量等级的试剂产品。

因此，公司目前科研试剂常备库存产品超过 3.3 万种系公司电商模式的经营要求和行业特点决定的，是公司长期积累的结果，具有合理性。

## (二) 进一步说明公司产品的具体生产过程

首先，公司的核心技术为配方技术、分离纯化工艺技术、高效合成工艺技术、标准物质研制技术、修饰改性技术、分析技术、分装工艺技术及包装工艺技术等，公司研发部门应用上述技术开发出生产不同科研试剂品种完整的配方、工艺及分析体系，并将生产流程标准化、规范化，形成了针对不同试剂的产品质量标准。上述方法开发完成后，生产人员依据标准化的操作流程，仅需按照既定流程执行操作步骤并等待反应结束即可完成试剂的生产。便捷的操作程序、规范化的操作流程使得少量生产人员只要在规定时间内完成要求的工单数量即可满足公司的生产需求；同时，公司开发的多为常温、常压下科研试剂的生产方法，不进行高温、高压条件下科研试剂的生产，进一步降低了生产过程的操作难度；此外，由于化学及物理反应一般需要一定时间，公司生产部门通过灵活调配，同一生产人员或同一生产小组可同时进行若干工单的并行生产。

其次，科研试剂的全部生产环节包括纯化、合成、修饰、配制、特殊处理（层析、脱盐、冻干、离心沉淀、晶形调整、添加阻聚剂、活化剂、抑制剂或超滤等）、分装、分析检测及包装等环节，但不同科研试剂产品适用的具体生产环节有所不同，其中，分装、分析检测及包装为公司科研试剂必备生产环节，在其他生产环节中，根据原材料及生产试剂种类的不同，选择性地执行其中若干步骤，如甲基托布津仅需完成纯化环节；七氟丁酸酐及珠光脂酸甲酯仅需完成合成、修饰环节；环戊基甲醛仅需完成特殊处理中的脱盐、添加抑制剂环节。公司已将分装、分析检测及包装等必备环节的生产操作过程标准化、规范化，操作便捷、生产过程耗时较短。同时，公司部分试剂原料采用定制采购方式，针对大部分定制试剂原料，生产人员无需进行除分装（性质活泼的定制产品需进行分装后的分析检测）、包装外的其他生产环节，定制化生产模式也减少了公司生产人员的投入。

再者，公司实行数字化管理，操作自动化程度高，所有产品的配方、工艺及分析方法均存储于 ERP 系统中，从仓储、生产到质检，所有生产流程依靠信息

化传递，实现无缝衔接，减少了人工或者纸质化的信息传递。

此外，由于科研试剂产品具有单位耗用少的特点，公司产品包装一般为克（毫升）、毫克（微升）或微克级，因此公司生产规模仍处在实验室级别，除分析检测设备外，生产环节主要设备为反应釜、手套箱等实验室级别设备，无需配备大量生产人员从事大规模工业化生产。

综上，公司生产人员的数量能够满足正常生产经营的需要。

### （三）外协生产方式不是公司主要的生产方式

报告期内，公司定制试剂原料采购金额及对应收入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
定制试剂原料采购金额	2,406.98	2,274.33	1,054.99
占原料采购总额比重	32.25%	33.65%	29.63%
公司定制试剂原料对应的收入金额	4,700.13	3,583.42	2,275.59
占主营业务收入比重	23.14%	22.11%	18.19%

由上表可知，报告期内公司定制试剂原料采购金额占原料采购总额比重约为 30%，定制试剂原料对应的收入金额占主营业务收入比重约为 20%。因此，定制化采购不是公司主要生产方式。

除上述定制采购外，公司未采用其他外协生产的方式，外协生产不是公司主要的生产方式。

### 【保荐机构核查意见】

#### （一）核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

- 1、查阅发行人同行业国际领先企业产品数量；
- 2、访谈发行人研发中心负责人，了解发行人科研试剂核心技术状况；
- 3、分析发行人存在库存商品库龄较长情况的原因；
- 4、查看发行人 ERP 系统，确认配方、工艺及分析方法在 ERP 系统中的存储方式以及从仓储、生产到质检的信息传递过程；

- 5、获取发行人报告期内主要设备清单；
- 6、访谈发行人生产部负责人，了解发行人科研试剂生产流程；
- 7、复核发行人定制试剂原料采购金额及其占比、定制试剂原料对应的收入金额及其占比。

## **(二) 核查意见**

经核查，保荐机构认为：

- 1、发行人目前科研试剂常备库存产品超过 3.3 万种系发行人电商经营模式和行业特点决定的，是发行人长期研发积累所得，具有合理性；
- 2、发行人生产人员的数量能够满足其正常生产经营的需要；
- 3、外协生产不是发行人主要的生产方式。

**四、中介机构对于公司信息网络系统安全的核查情况，报告期内是否发生过较大的信息网络安全事故，系统是否稳定**

回复：

### **【说明与分析】**

大华国际管理咨询（北京）有限公司针对公司信息系统进行专项核查，并出具《上海阿拉丁生化科技股份有限公司信息系统专项核查报告（三）》，其中，关于信息网络及系统安全的核查情况如下：

“公司制定了《信息化网络安全制度》，其中包含信息网络及系统安全管理的以下方面：

- 1、网络管理员定期对服务器杀毒软件防火墙、系统漏洞等安全日志进行检查；
- 2、网络管理员定期对网络结构进行分析，优化网络；
- 3、网络管理员定期对路由器、交换机、电话网关、虚拟化服务器的运行情况进行记录跟踪；
- 4、重大系统修改、网络优化、安全策略调整时必须进行系统备份，经过详细测试后方能部署上线运行；

5、云端应用服务器需定期检查是否有异常日志报警，并购买相关云安全产品进行防护；

6、发现异常情况需及时通知领导并及时处理，保证系统安全；

7、黑客入侵和不明系统访问等安全事故造成系统无法正常运行的，需及时切断异常链接，备份系统，启用克隆备份系统并对异常链接做屏蔽处理；

8、如系统中断等原因造成数据异常或丢失的需及时通知相关领导，并对错误或丢失的数据做修正处理。

经核查，报告期内公司上述信息网络及系统安全制度规定能够得到有效执行。

同时，公司主要信息系统包括企业官网电商平台及 ERP 系统，其中官网电商平台服务器及数据托管于阿里云，阿里云负责公司服务器设备、网络运行、镜像备份、异地备份及防病毒入侵等日常安全工作，公司通过云端应用服务器异常报警功能对云端信息系统进行实时监控并定期将云平台数据备份至本地存储。ERP 系统服务器布置在公司机房，通过检查公司网络拓扑图、安全基线管理、网络监控、数据库监控、防火墙配置等，我们确认公司通过 Windows 系统防火墙对内外网进行了隔离；公司布置了深信服防火墙，拦截内部终端访问恶意网站，防止内部终端被恶意僵尸程序感染、防止服务器的数据库被攻击、阻断异常请求、防止数据泄密、保护 WEB 服务器的业务安全；公司安装了 AVG 品牌的防病毒软件，实时监控客户端系统及上传服务器数据的安全性。

此外，公司 ERP 系统数据库管理员账号 sa 由经过公司合理授权的管理人员持有，官网电商平台数据库管理员账号 mgt01 由经过公司合理授权的管理人员持有，针对系统超级管理员公司执行专人保管专人负责制。

通过上述核查，我们认为公司信息网络及系统安全可以得到有效保障，报告期内未发生过信息网络安全事故，系统运行稳定。”

### **【保荐机构核查意见】**

#### **(一)核查程序**

1、获取发行人制定的《信息化网络安全制度》

2、访谈发行人信息技术部负责人，了解发行人《信息化网络安全制度》执

行情况以及报告期内信息网络及系统安全管理情况；

3、查看发行人自主电商平台及 ERP 系统中与信息网络及系统安全相关的功能模块；

4、利用 IT 审计专家的工作，对 IT 审计专家的胜任能力及相关信息进行查验；

5、访谈 IT 审计专家，确认发行人《信息化网络安全制度》执行情况以及报告期内信息网络及系统安全管理情况；

6、查阅《上海阿拉丁生化科技股份有限公司信息系统专项核查报告（三）》。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

发行人信息网络及系统安全可以得到有效保障，报告期内未发生过信息网络安全事故，系统运行稳定。

五、公司高端化学试剂下的合成砌块产品与发行人专利与非专利技术的对应关系，相关合成砌块产品是否有专利保护；如否，发行人生产合成砌块产品是否存在使用他人专利或使用过期专利技术的情况

回复：

### 【说明与分析】

公司高端化学试剂下的合成砌块产品与已有发明专利、正在申请的发明专利和非专利技术的对应关系如下：

科研试剂	产品类别	产品种类	专利技术	专利保护	非专利技术
高端化学	合成砌块	有机砌块	稠环芳烃合成技术	①一种制备四氢萘胺类化合物的工艺方法，专利号 ZL201410620453.4； ②一种 3-氨基-2-萘甲酸类化合物的制备工艺，专利申请号 CN201910090840.4； ③一种高纯度 1-萘甲醛的合成方法，专利申请号 CN201710549824.8； ④一种高纯度 9-溴-9 苯基芴的合成方法，专利申请号 CN201710699302.6； ⑤一种 3-羟基联苯的合成方法，专利申请号 CN201910110890.4。	配方技术、修饰改性技术

		特种试剂 高效合成 技术	①一种甲基磺酸乙酯的合成装置，专利号 ZL201220200198.4; ②2-溴-1,3-二甲氧基苯的制备方法，专利申请号 CN202010136556.9; ③一种 N,N'-二异丙基-O-(4-硝基苯甲基)异脲的合成方法，专利申请号 N202010226740.2。	
		串联反应 合成技术	①一种高纯度邻苯二甲酸正戊基异戊酯的合成方法，专利申请号 CN201910072217.6; ②一种 2-氨基-4,6-二甲基吡啶的合成方法，专利申请号 CN202010226802.X。	
	不对 称合 成	手性试剂 不对称合 成技术	①一种高纯度 (S) - (+) -2-戊醇的合成方法，专利申请号 CN201810202619.9。	配方技 术、修 饰改性 技术
		串联反应 合成技术	①一种高纯度邻苯二甲酸正戊基异戊酯的合成方法，专利申请号 CN201910072217.6; ②一种 2-氨基-4,6-二甲基吡啶的合成方法，专利申请号 CN202010226802.X。	
	杂环 砌块	杂环分子 结构导向 合成技术	①一种 4-(5-氯-2-吡啶偶氮)-1,3-苯二胺的合成方法，专利号 L201810229012.X; ②一种高纯度 (±) -反-4'-羧基可替宁的合成方法，专利申请号 N201910122594.6; ③一种 2,6-二氮杂双环[3,3,0]辛烷类化合物的制备方法，专利申请号 CN201911028967.X; ④一种高纯度 $\alpha$ -吡喃酮的制备方法，专利申请号 CN201910743207.0; ⑤一种 2-噁唑甲胺杂环化合物的制备方法，专利申请号 CN201911021348.8。	配方技 术、修 饰改性 技术

由上表可知，公司高端化学试剂下的合成砌块产品与专利技术和非专利技术存在对应关系，相关合成砌块产品涉及技术拥有专利或者已申请发明专利，但由于公司产品种类众多，拥有超过 1.2 万种合成砌块库存商品，无法针对所有产品一一申请专利，因此，公司每类核心技术中仅针对部分品种申请专利，以代表公司在该领域的技术水平。

公司通过约束与激励措施双管齐下，保护非专利技术安全。一方面，公司制订了技术秘密保护管理办法，与核心技术人员签署了《保密协议》和《竞业禁止协议》，对其任职期间和离职后的保密、竞业限制和侵权事项进行了严格约定。另一方面，核心技术人员均直接或通过员工持股平台间接持有公司股份，能够共享公司发展的成果。

综上，公司高端化学试剂下的合成砌块产品与专利技术和非专利技术存在对应关系，相关合成砌块产品涉及技术拥有专利或者已申请发明专利，已获授权的发明专利均处在有效期内；公司采取了约束与激励措施，保护非专利技术安全；

合成砌块产品不存在使用他人专利或使用过期专利技术的情况。

### **【保荐机构核查意见】**

#### **(一)核查程序**

保荐机构履行了以下核查程序：

1、访谈发行人研发中心负责人，了解发行人高端化学试剂下的合成砌块产品与专利技术和非专利技术的对应关系；

2、查阅发行人专利登记证书，在国家知识产权局官网进行查询比对，取得专利登记簿副本；

3、通过国家知识产权局官网查询发行人正在申请且已获受理的发明专利基本情况；

4、获取发行人与核心技术人员签署的《保密协议》和《竞业禁止协议》，查阅协议中相关条款；

5、复核发行人核心技术人员直接或通过员工持股平台间接持有发行人股份的情况。

#### **(二)核查意见**

经核查，保荐机构认为：

1、发行人高端化学试剂下的合成砌块产品与专利技术和非专利技术存在对应关系，相关合成砌块产品涉及技术拥有发明专利或者正在申请发明专利；

2、发行人已获授权的发明专利均处在有效期内；

3、发行人采取了约束与激励措施，保护非专利技术安全；

4、发行人合成砌块产品不存在使用他人专利或使用过期专利技术的情况。

六、可比公司的选取依据，可比公司的选择是否完整、合理，发行人合成砌块产品销售的数量、金额、毛利、主要客户、供应商等情况，并与“药石科技”作进一步比较分析。

回复：

## 【说明与分析】

### （一）可比公司的选取依据

#### 1、A 股已上市企业及处于正常审核状态的 IPO 申报企业中无主营业务与公司可比的企业

公司首次递交申报材料时，根据自身所处行业及主营业务情况，确定如下标准筛选同行业可比公司：

序号	标准	标准内容	原因及合理性
1	所属行业	根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订）的规定，所属行业为“M 科学研究和技术服务业”下的“M73 研究和试验发展”行业	公司产品广泛应用于生物医药、新材料、新能源、节能环保、航空航天等战略新兴产业的研发机构以及高等院校、科研院所等。因此，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订）的规定，公司所属行业为“M 科学研究和技术服务业”下的“M73 研究和试验发展”行业
2	主营业务	科研试剂销售收入占主营业务收入比重超过 50%	公司是集研发、生产及销售为一体的科研试剂制造商，同时配套少量实验耗材。其中，报告期内科研试剂销售收入占主营业务收入的比例均超过 95%

截至公司首次申报招股说明书签署日，A 股已上市企业及处于正常审核状态的 IPO 申报企业中属于“研究和试验发展”行业的企业共 10 家（除公司外），均不符合公司上述同行业可比公司筛选标准。

#### 2、公司放宽可比公司选择标准及可比公司选取结果

由于 A 股已上市企业及处于正常审核状态的 IPO 申报企业中无主营业务与公司可比的企业，为方便投资者理解公司所处行业概况及行业内其他企业基本情况，公司放宽可比公司选择标准，在截至公司首次申报招股说明书签署日 A 股已上市企业、处于正常审核状态的 IPO 申报企业以及通过并购重组被 A 股上市企业收购的企业中筛选与公司主营业务、客户群体存在重叠的企业，具体标准如下：

标准	标准内容	原因及合理性
主营业务	与公司主营业务存在重叠，且重叠部分销售收入占其主营业务收入比重超过 50%	公司是集研发、生产及销售为一体的科研试剂制造商，同时配套少量实验耗材。其中，报告期内科研试剂销售收入占主营业务收入的比例均超过 95%
客户群体	客户群体存在重叠，且主要为研究机构	公司客户主要为高等院校、科研院所以及生物医药、新材料、新能源、节能环保、航空航天等高新技术产业和战略性新兴产业相关企业的研发机构

根据上述标准，公司筛选出药石科技（300725.SZ）及 BioVision 作为可比公司，其基本情况如下：

项目	药石科技（300725.SZ）	BioVision	公司
主营业务	药物分子砌块的设计、合成和销售，关键中间体的工艺开发、中试、商业化生产和销售，药物分子砌块下游相关原料药的工艺研究和开发服务	从事生命科学研究试剂的研发、生产、销售并且专业提供药效学研究、药物代谢研究等药物筛选评估服务	集研发、生产及销售为一体的科研试剂制造商，业务涵盖高端化学、生命科学、分析色谱及材料科学四大领域，同时配套少量实验耗材
主营业务具体构成	①芳香杂环系列药物分子砌块：40.82%； ②常见饱和脂环类药物分子砌块：16.65%； ③四元环类药物分子砌块：15.34%； ④其他杂类药物分子砌块：13.88%； ⑤特殊饱和环类药物分子砌块：10.89%； ⑥技术服务：2.41%； ⑦其他业务收入：0.02%	①生物分析试剂盒：70.93%； ②小分子生化剂：16.19%； ③蛋白与酶：8.15%； ④抗体及辅助工具：4.73%	<b>1、科研试剂：97.01%</b> ①高端化学：58.51%； ②生命科学：18.73%； ③分析色谱：12.78%； ④材料科学：6.99%； <b>2、实验耗材：2.99%</b>
客户群体	国内外医药企业、中小型生物技术公司及科研机构	研究所、高校、医院研究室、生物技术公司、制药公司、药品测试公司、诊断试剂厂商、食品生产企业等机构	高等院校、科研院所以及生物医药、新材料、新能源、节能环保、航空航天等高新技术产业和战略性新兴产业相关企业的研发机构

注：①药石科技数据来源于其 2019 年度报告；②BioVision 于 2019 年被博爱新开源医疗科技股份有限公司（300109.SZ）收购，上述数据来源于《博爱新开源医疗科技股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（修订稿）》且为 BioVision2018 年 1-10 月数据。

由上表可知，药石科技、BioVision 在主营业务以及客户群体方面与公司重叠度较高。其中，从主营业务具体构成来看，药石科技的分子砌块与公司高端化学试剂下的合成砌块产品相重叠，2019 年度分子砌块占药石科技主营业务收入比重为 97.57%，超过 50%；BioVision 的产品全部为生命科学研究试剂，与公司生命科学试剂相重合；从客户群体来看，药石科技、BioVision 及公司用户均主要为研究机构。因此，公司将药石科技与 BioVision 作为同行业可比公司，能够较好地反映公司所处行业概况。

### 3、此次增选泰坦科技作为同行业可比公司

公司首次递交申报文件时，未选取泰坦科技作为同行业可比公司，主要系与公司专注于科研试剂的研发及生产不同，泰坦科技业务涵盖范围更广，包括科研

试剂、特种化学品、科研仪器及耗材、实验室建设及科研信息化，其产品结构中与公司具有可比性的自主品牌高端试剂 2019 年销售占比仅为 8.93%，不足 10%，而公司 2019 年度科研试剂销售收入占主营业务收入比重为 97.01%，超过 95%，泰坦科技自主品牌高端试剂远低于公司科研试剂销售占比，二者产品结构差异较大；同时，泰坦科技采取自主品牌与第三方品牌相结合的销售方式，报告期内，其科研试剂、特种化学品、科研仪器及耗材等第三方品牌产品销售占比分别为 48.80%，46.01%和 46.92%，占比较高，而公司科研试剂及实验耗材均为自主品牌，双方经营策略差异较大；此外，泰坦科研自主品牌产品主要通过 OEM 模式进行生产，而公司科研试剂主要采用自主生产方式进行生产，双方生产模式存在较大差异。综上，由于泰坦科技的自主品牌高端试剂占比较低，公司与泰坦科技产品结构的不同以及在经营模式、生产模式上的不同，导致双方的资产结构与分布、销售规模及盈利水平、人员结构及相关财务指标差异较大，因此公司首次递交申报文件时未将其列为同行业可比公司。

考虑到泰坦科技产品主要应用于研发领域，与公司存在重合，且其与公司科研试剂对标的自主品牌高端试剂 2019 年销售额已突破 1 亿元，与公司科研试剂具有一定可比性，经过综合评估，在可比公司数量较少的情况下，为进一步方便投资者理解公司所处行业概况，公司此次增选泰坦科技作为可比公司之一。

## （二）可比公司的选择是否完整、合理

### 1、选取药石科技作为可比公司的合理性

#### （1）药石科技主营业务与公司具有较高可比性

##### ①科研试剂简介

试剂是一种参与或引起化学反应的达到试剂级别的单质或化合物，也用于测试反应是否发生或定性、定量分析化学物质成分。试剂级表示符合纯度标准的化学物质，以确保化学分析、化学反应或物理测试的科学准确性和可靠性。随着科学技术的快速发展，除纯度标准外，试剂级别又产生出色谱级、电子级、超高纯级、光谱级、衍生级、核磁级、无水级、质谱级、荧光级、标准物质等技术规格。

科研试剂是指用于科研活动和科学研究的试剂，又被称为研发用试剂。科研活动中，科研试剂常作为“反应物”参与到化学反应中；同时，科研试剂还用于

研究生物体内发生的化学反应和相互作用；此外，科研试剂常作为填料、标物或特征显现类试剂用于分析化学物质成分；最后，科研试剂还包括新型材料的合成、制备和材料的改性，为科研活动提供研发素材。

科研试剂不仅是科学研究和分析检测必备的物质条件，也是探索未知世界和新技术发展不可短缺的材料，在实验教学、疾病防控、医学研究、食品安全、生物医药、航天军工、新能源、新材料、半导体和芯片、检验检测、环境监测、农业科学等领域的研发中有着广泛的应用。科研试剂生产企业主要任务就是利用化学方法制备符合科研方向、达到试剂标准的各类试剂产品。

## ②分子合成砌块是新药研发领域中常用的科研试剂

合成砌块，又被称为“分子砌块”，在药物研发、材料开发、化学研究等领域有着广泛应用。近年来，合成砌块产品越来越多地应用于药物研发领域。

药物创新始于对活性化合物的筛选，天然产物是化合物的来源之一，但天然产物含量少、提取成本高，不利于资源的可持续利用，目前用于药物筛选的化合物大多数来自化学合成或者组合化学合成<sup>2</sup>，该类化合物即为合成砌块。新药研发机构通过化学合成的方法将合成砌块与药物分子骨架连接在一起，可以合成苗头化合物、先导化合物等新化合物，进而通过大量试验，筛选和优化有研究价值的苗头化合物、先导化合物，最终确定临床候选物。

科研试剂生产企业利用自身掌握的合成技术制备结构新颖、功能独特的模块化砌块产品，即合成砌块。新药研发机构通过使用模块化的合成砌块产品，能够快速构建新型药物化合物，大幅节省研发时间、提高研发效率，为其筛选新药提供便利。

因此，合成砌块一般作为“反应物”参与到新药合成的过程中，是新药研发领域常用的科研试剂。

## ③药石科技分子砌块产品和阿拉丁合成砌块产品的对比分析

药石科技产品主要为分子砌块，系药物研发过程中所用的一类科研试剂产品，与公司高端化学试剂下的合成砌块产品相重合，具体情况如下：

---

<sup>2</sup>资料来源：《化学基因组学与药物创新》，徐峻、顾琼、刘海波、周家驹、卜宪章、黄志纾、鲁桂、李丁、魏冬青、王领、古练权，中国科学，2013年1月

项目	药石科技分子砌块产品	阿拉丁合成砌块产品
占主营业务收入比重(2019年度)	97.57%	约为30%
产品种类	芳香杂环系列药物分子砌块	杂环砌块
	常见饱和脂环类药物分子砌块	有机砌块
	四元环类药物分子砌块	
	其他杂类药物分子砌块	
	特殊饱和环类药物分子砌块	不对称合成砌块
产品数量	超过1万种	超过1.2万种
产品包装规格	以克、千克为主	以毫克、克为主,少部分为千克级
主要应用领域	药物研发领域	药物研发、材料开发、化学研究等领域

数据来源:药石科技招股说明书及2019年度报告。

由上表可知,药石科技主营业务与公司具有较高可比性,主要系一方面分子砌块为药石科技主要产品,贡献了基本全部销售收入,而公司2019年度合成砌块产品销售收入占主营业务收入比重约为30%,占比较高,是公司具有代表性的产品;另一方面,药石科技的分子砌块产品与公司的合成砌块产品在细分类型上具有较高相似性,且双方该类产品数量接近;此外,双方该类产品主要应用领域均包括药物研发领域,帮助医药企业的研发部门缩短研发时间、提高研发效率。

## (2) 药石科技客户群体与公司具有较高可比性

药石科技客户群体与公司比较情况如下:

项目	药石科技	阿拉丁
客户群体	国内外医药企业、中小型生物技术公司及科研机构	高等院校、科研院所以及生物医药、新材料、新能源、节能环保、航空航天等高新技术产业和战略性新兴产业相关企业的研发机构
生物医药客户销售占比(2019年度)	以医药企业的研发部门为主	约为30%

注:①资料来源于药石科技2019年度报告,药石科技未披露医药客户具体销售占比,仅表述其客户主要为医药企业的研发部门;②由于未能获取经销商及贸易商具体终端销售情况,公司生物医药客户销售占比为占直接终端客户销售比例。

由上表可知,药石科技客户以医药企业的研发部门为主,而公司客户除生物医药研发机构外,还包括高等院校、科研院所以及其他高新技术产业和战略性新兴产业相关企业的研发机构,覆盖范围更广,但二者的终端客户均为研发机构,而非生产制造部门。同时,以代表性客户为例,药石科技前五大客户中的药明康

德（2017年1-6月数据，药石科技未披露2017年及以后年度前五大客户具体名称）亦为公司2019年度前十大客户，双方主要终端客户存在重叠。因此，药石科技客户群体与公司具有较高可比性。

### （3）药石科技核心技术与公司具有较高可比性

药石科技核心技术与公司部分核心技术对比情况如下：

药石科技		阿拉丁	
核心技术名称	取得方式	对应核心技术名称	取得方式
特殊饱和环分子骨架构建技术（桥环/螺环/并环）	自主研发	稠环芳烃合成技术	自主研发
新型芳香杂环的分子骨架构建技术	自主研发	杂环分子结构导向合成技术	自主研发
氟化技术	自主研发	特种试剂高效合成技术	自主研发
不对称合成技术	自主研发	串联反应合成技术	自主研发
酶催化反应技术	自主研发	分子修饰改性技术	自主研发
光化合物反应技术	自主研发		
超低温反应	自主研发		

注：①资料来源于药石科技招股说明书；②上述核心技术对比仅限于技术大方向对比，在具体技术实现路径上存在差异。

由上表可知，药石科技核心技术的取得方式与公司相同，均来源于自主研发，且其核心技术与公司部分核心技术在技术大方向上存在一定相似性，主要系化学是科研试剂的核心学科，不同科研试剂生产厂家掌握的部分核心技术存在一定相似性，但是，科研试剂种类繁多，不同生产企业擅长的细分技术领域以及采用的具体技术实现路径有所不同，所以核心技术又存在一定差异性。因此，药石科技核心技术与公司具有较高可比性。

### （4）药石科技销售模式与公司具有较高可比性

药石科技与公司销售收入按照销售模式划分对比情况如下：

项目	药石科技	阿拉丁
直销	70.19%	63.89%
经销	29.81%	36.11%
合计	100.00%	100.00%

注：①数据来源于药石科技招股说明书，且为其2017年1-6月数据，药石科技未披露2017年及以后年度直销及经销收入占比；②公司数据为2019年度数据。

由上表可知，药石科技与公司均采用直销与经销相结合的销售方式，与当前科研试剂行业以经销商和贸易商为市场主体的行业特征相吻合，二者在销售模式上具有较高可比性。

#### (5) 药石科技在品牌方面与公司具有较高可比性

药石科技与公司产品均为自主品牌，二者具有较高可比性。

#### (6) 药石科技生产方式与公司具有较高可比性

药石科技与公司产品均坚持自主生产方式，二者具有较高可比性。

综上，药石科技在主营业务、客户群体、核心技术、销售模式、品牌及生产方式方面与公司均具有较高可比性，选取其作为公司可比公司具有合理性。

### 2、选取 BioVision 作为可比公司的合理性

#### (1) BioVision 主营业务与公司具有较高可比性

BioVision 产品主要为生命科学研究试剂，与公司生命科学试剂相重合，双方该类产品主要应用领域均为生命科学研究领域，产品功效重叠度较高。因此，BioVision 主营业务与公司具有较高可比性。

#### (2) BioVision 客户群体与公司具有较高可比性

BioVision 客户群体与公司比较情况如下：

项目	BioVision	阿拉丁
客户群体	研究所、高校、医院研究室、生物技术公司、制药公司、药品测试公司、诊断试剂厂商、食品生产企业等机构	高等院校、科研院所以及生物医药、新材料、新能源、节能环保、航空航天等高新技术产业和战略性新兴产业相关企业的研发机构

资料来源：《博爱新开源医疗科技集团股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（修订稿）》。

由上表可知，BioVision 与公司客户群体均主要为高等院校、科研院所及企业研发部门，具有较高可比性。

#### (3) BioVision 销售模式与公司具有较高可比性

BioVision 与公司销售收入按照销售模式划分对比情况如下：

项目	BioVision	阿拉丁
----	-----------	-----

直销	61.82%	63.89%
经销	38.18%	36.11%
合计	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>

注：①上述数据来源于《博爱新开源医疗科技集团股份有限公司发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（修订稿）》且为 BioVision2018 年 1-10 月数据；②公司数据为 2019 年度数据。

由上表可知，BioVision 与公司均采用直销与经销相结合的销售方式，与当前科研试剂行业以经销商和贸易商为市场主体的行业特征相吻合，二者在销售模式上具有较高可比性。

#### **(4) BioVision 在品牌方面与公司具有较高可比性**

BioVision 与公司产品均为自主品牌，二者具有较高可比性。

#### **(5) BioVision 生产方式与公司具有较高可比性**

BioVision 与公司产品均坚持自主生产方式，二者具有较高可比性。

#### **(6) BioVision 在财务方面与公司具有较高可比性**

BioVision 系被 A 股上市公司新开源（300109.SZ）收购的企业，其财务报表编制执行财政部颁布的《企业会计准则》及相关规定，在财务方面与公司具有较高可比性。

综上，BioVision 在主营业务、客户群体、销售模式、品牌、生产方式及财务方面与公司均具有较高可比性，选取其作为公司可比公司具有合理性。

### **3、选取泰坦科技作为可比公司的合理性**

#### **(1) 泰坦科技主营业务与公司具有一定可比性**

泰坦科技业务涵盖范围包括科研试剂、特种化学品、科研仪器及耗材、实验室建设及科研信息化，其中其科研试剂产品中的自主品牌高端试剂与公司科研试剂具有可比性，故泰坦科技主营业务与公司具有一定可比性。

#### **(2) 泰坦科技客户群体与公司具有较高可比性**

泰坦科技客户群体与公司比较情况如下：

项目	泰坦科技	阿拉丁
----	------	-----

客户群体	高校及科研院所、新材料、生物医药、食品日化、智能制造、分析检测、新能源、政府及事业单位等机构	高等院校、科研院所以及生物医药、新材料、新能源、节能环保、航空航天等高新技术产业和战略性新兴产业相关企业的研发机构
------	--	---

资料来源：泰坦科技招股说明书。

泰坦科技下游的企业类客户所在行业主要包括新材料、生物医药、食品日化、智能制造、分析检测和新能源等，相关下游企业类客户购买其产品及服务主要用于科研研发。

综上，泰坦科技与公司客户群体均主要为高等院校、科研院所及企业研发部门，具有较高可比性。

### (3) 泰坦科技销售模式与公司具有较高可比性

泰坦科技与公司均采用直销与经销相结合的销售方式，与当前科研试剂行业以经销商和贸易商为市场主体的行业特征相吻合，二者在销售模式上具有较高可比性。

综上，泰坦科技在主营业务方面与公司具有一定可比性，在客户群体、销售模式方面与公司具有较高可比性，选取其作为公司可比公司具有合理性。

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”中增选泰坦科技作为同行业可比公司进行业务对比分析；在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”中增选泰坦科技作为同行业可比公司进行相关财务数据和财务指标的比较分析。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”中补充修订披露公司可比公司选择情况，具体如下：

“公司在管理层分析中，部分采用了与同行业公司对比分析的方法，以便投资者更深入理解公司的财务及非财务信息。由于目前 A 股上市公司中无主要产品结构或经营模式与公司可比的上市公司，因此公司**基于自身经营状况及所处行业特点出发，同时兼顾财务数据的可获得性**，选取了药石科技、泰坦科技及 BioVision 作为可比公司。其中，药石科技的分子砌块系药物研发过程中所用的一类科研试剂产品，与公司高端化学试剂下的合成砌块产品相重合（2019 年度公司合成砌块产品销售收入占主营业务收入比重约为 30%），泰坦科技科研试剂产品中自主品牌高端试剂与公司科研试剂具有可比性，而 BioVision 从事生命科

学研究试剂的研发、生产及销售，与公司生命科学产品相重合，泰坦科技主营业务与公司具有一定可比性，药石科技、BioVision 主营业务与公司可比性较高；同时，药石科技客户群体主要为国内外医药企业、生物技术公司及科研机构，泰坦科技客户群体主要为企业、高校及科研院所，BioVision 最终使用客户主要为遍布全球的研究所、高校、医院研究室及企业，药石科技、泰坦科技及 BioVision 的客户群体与公司存在重叠或相似性；此外 BioVision 已被 A 股上市公司新开源（300109.SZ）收购，其财务报表编制执行财政部颁布的《企业会计准则》及相关规定，在财务方面与公司具有较高可比性。”

综上所述，公司首次递交申报材料时，根据自身所处行业、主营业务情况、客户群体并兼顾财务数据的可获得性确定可比公司选择标准，筛选出药石科技（300725.SZ）及 BioVision 作为可比公司，上述两家企业在主营业务、客户群体、销售模式、品牌及生产方式方面与公司均具有较高可比性。同时，经过公司综合评估，在可比公司数量较少的情况下，为进一步方便投资者理解公司所处行业概况，此次增选泰坦科技作为可比公司之一，泰坦科技在主营业务方面与公司具有一定可比性，在客户群体、销售模式方面与公司具有较高可比性。

### （三）发行人合成砌块产品销售的数量、金额、毛利、主要客户、供应商等情况，并与“药石科技”作进一步比较分析

公司合成砌块产品销售的数量、金额、毛利、主要客户、供应商与药石科技比较分析如下：

项目	药石科技分子砌块产品			阿拉丁合成砌块产品			阿拉丁非合成砌块产品		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售金额（万元）	66,212.73	47,825.43	27,311.82	5,744.74	4,437.51	3,599.14	13,964.50	11,299.45	8,521.59
销售数量（千克/件）	41,418.55	22,732.52	13,610.31	479,756	365,296	268,177	930,698	746,704	549,276
销售毛利（万元）	34,155.38	27,651.02	16,973.54	4,038.85	3,279.80	2,705.19	10,141.79	8,380.28	6,230.12
销售毛利率	51.58%	57.82%	62.15%	70.31%	73.91%	75.16%	72.63%	74.17%	73.11%
主要客户	国内外医药企业、中小型生物技术公司及科研机构			主要为生物医药企业的研发机构以及高等院校、科研院所			高等院校、科研院所以及生物医药、新材料、新能源、节能环保、航空航天等高新技术产业和战略性新兴产业相关企业的研发机构		
主要供应商	化工类企业、生物科技类公司			化工类企业、生物科技类公司			化工类企业、生物科技类公司		

注：①数据来源于药石科技年度报告；②药石科技产品以千克作为销售计量单位，公司产品以件作为销售计量单位，主要系公司产品种类繁多、涉及领域更广，计量单位包括重量、体积、长度、酶活力、效

价等不同计量单位，因此统一以件作为销售计量单位；③公司非合成砌块产品不包括实验耗材类产品。

由上表可知，药石科技主营业务与公司具有较高可比性，主要系一方面分子砌块为药石科技主要产品，贡献了基本全部销售收入，而公司 2019 年度合成砌块产品销售收入 5,744.74 万元，占主营业务收入比重为 28.28%，接近 30%，占比较高，是公司具有代表性的产品。

另一方面，公司合成砌块产品毛利率与药石科技毛利率具有可比性。药石科技可以提供实验室级别分子砌块到公斤级至百公斤级别分子砌块产品，除服务于客户新药研发早期，在客户新药研发后期即新药临床试验、新药上市及商业化生产和销售阶段，药石科技主要向客户提供十千克级、百千克级及以上规模的药物分子砌块，作为客户生产新药原料药的规范化的关键起始物料或中间体。而临床前开发阶段的客户对价格敏感度较低，越靠近商业化生产阶段，客户更多关注供应商的规模化生产和成本控制能力，其毛利率与产品产量规模成反向关系。根据药石科技 2019 年年度报告，2018 年、2019 年药石科技公斤级以上产品销售收入占营业收入的比重分别为 65.15%、72.63%，占比较高，其公斤级以下产品毛利率分别为 72.23%、74.07%，与公司毛利率基本保持一致，药石科技 2018 年、2019 年主营业务毛利率下滑且低于公司主营业务毛利率，主要系其毛利率相对较低的公斤级以上产品占比较高且持续上升。

此外，药石科技客户群体与公司具有较高可比性。药石科技客户以医药企业的研发部门为主，而公司覆盖范围更广，除企业研发机构外还包括高等院校和科研院所，公司 2019 年合成砌块的生物医药客户销售金额占终端客户比例约为 30%。同时，以代表性客户为例，药石科技前五大客户中的药明康德（2017 年 1-6 月数据，药石科技未披露 2017 年及以后年度前五大客户具体名称）亦为公司 2019 年度前十大客户，购买公司合成砌块产品，双方主要终端客户存在重叠。

最后，药石科技的供应商群体与公司具有相似性，可比性较高。药石科技和公司供应商均主要为生物医药类和化工类企业，采购内容主要为基础化工原料、通用溶剂和精细化工原料等。

公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（三）主营业务毛利及毛利率分析”之“4、主营业务毛利率与同行业可比公司的比较分析”中补充披露公司合成砌块毛利率情况并与药石科技进

行比较分析，具体情况如下：

“药石科技可以提供实验室级别分子砌块到公斤级至百公斤级别分子砌块产品，根据药石科技 2019 年年度报告，2018 年、2019 年药石科技公斤级以上产品销售收入占营业收入的比重分别为 65.15%、72.63%，占比较高，其公斤级以下产品毛利率分别为 72.23%、74.07%，与公司毛利率基本保持一致，药石科技 2018 年、2019 年主营业务毛利率下滑且低于公司主营业务毛利率，主要系其公斤级以上产品占比较高且持续上升。公司高端化学试剂中的合成砌块产品与药石科技公斤级以下产品毛利率列表比较如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
药石科技	74.07%	72.23%	-
阿拉丁	70.31%	73.91%	75.16%

由上表可知，公司高端化学试剂中的合成砌块产品与药石科技公斤级以下产品毛利率基本一致，不存在显著差异。”

综上，公司合成砌块产品销售的数量、金额、毛利、主要客户、供应商等方面与药石科技分子砌块相比具有合理性。

综上所述，公司选取 BioVision、药石科技和泰坦科技作为可比公司系根据自身经营状况及所处行业特点出发，同时兼顾了财务数据的可获得性，可比公司的选择完整、合理。

### 【保荐机构核查意见】

#### （一）核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解发行人自身经营状况、所处行业特点及如何确定同行业可比公司筛选标准；

2、访谈发行人管理层、核心技术人员，了解发行人合成砌块产品、核心技术、客户群体和供应商群体与药石科技的相似性；

3、查阅中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）；

4、查阅发行人同行业上市公司招股说明书、重组报告书及年度报告等公开

披露资料，分析发行人可比公司选择的合理性；

5、复核发行人 2019 年度合成砌块和非合成砌块的销售收入、销售数量、毛利、毛利率及生物医药客户销售占比。

## （二）核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人可比公司选择标准系根据自身所处行业、主营业务情况、客户群体并兼顾财务数据的可获得性确定，根据该标准筛选的药石科技和 BioVision 在主营业务、客户群体、销售模式、品牌及生产方式方面与发行人均具有较高可比性；

2、泰坦科技在主营业务方面与发行人具有一定可比性，在客户群体、销售模式方面与发行人具有较高可比性，发行人增选泰坦科技作为可比公司具有合理性；

3、发行人可比公司的选择完整、合理；

4、发行人合成砌块产品销售的数量、金额、毛利、主要客户、供应商等方面与药石科技分子砌块相比具有合理性。

### 问题 3

请发行人进一步完善招股说明书相关信息披露内容：(1) 自主电商平台的基本情况，以及自主电商模式下的相关业务数据，包括但不限于报告期各期 SKU 总订单数、总订单金额、平均订单金额、月度活跃用户数、注册用户数、平均用户收入等，并对照收入等财务数据分析上述业务数据各期变动情况；(2) 经销商、贸易商、大客户和其他客户等客户群体的划分情况，各类客户的定价方式、结算模式等。

回复：

#### 【补充披露与修订】

一、自主电商平台的基本情况，以及自主电商模式下的相关业务数据，包括但不限于报告期各期 SKU 总订单数、总订单金额、平均订单金额、月度活跃用户数、注册用户数、平均用户收入等，并对照收入等财务数据分析上述业务数据各期变动情况

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“(四) 主要经营模式”之“1、销售模式”中补充修订披露如下：

#### “(1) 电商销售模式

##### ①自主电商销售模式

公司主要通过自主电商平台（www.aladdin-e.com）销售产品。目前公司主要收入来自于自主电商平台。在国内科研试剂企业电商平台排名比较中，公司在 2017 年至 2019 年（除 2018 年第三季度外）各个季度全部位列第一，拥有超过 14.5 万名注册用户，同时，“阿拉丁”是最受用户欢迎试剂品牌，公司确立了在国内科研试剂电子商务领域的领先地位。

#### A、公司自主电商平台的基本情况



公司自主电商平台（www.aladdin-e.com）创建于2011年6月，是国内科研试剂行业中成立时间较早的网站之一。目前，公司自主电商平台提供包括产品展示、产品搜索（支持品名、货号、CAS号、COA、MSDS、分子结构式等多种搜索方式）、在线咨询、智能推荐（包括实时推荐、关联商品推荐、多品类大数据推荐等）、在线下单、在线支付、订单及物流信息跟踪、售后服务、MSDS安全操作说明书及COA质检证书下载、文献查询、公司简介等服务，自主电商平台不仅是客户线上购物的快捷通道，也是展示公司产品、传播品牌价值的良好市场推广平台。

根据中国互联网信息中心于2020年4月发布的《第45次中国互联网网络发展状况统计报告》，截至2019年末，我国共有497万个网站，而根据Alexa

全球最新排名情况,截至 2020 年 8 月 1 日,公司自主电商平台全球排名第 18,140 位,中国排名第 1,172 位,公司自主电商平台排名在我国所有网站中位居前列。

## B、公司自主电商平台数据

报告期内,公司自主电商平台主要数据如下:

年度	SKU	总订单数	总订单金额 (万元)	平均订单金额 (元/单)	月度活跃用 户数	注册用户数	平均用户收入 (元/户)
2019 年度	87,982	309,696	19,493.19	629.43	5,892	18,542	7,158.72
2018 年度	73,357	241,236	16,226.70	672.65	5,406	19,260	6,273.37
2017 年度	58,341	161,354	11,622.62	720.32	4,560	17,329	5,233.76

注:①SKU 数据来源于公司 ERP 系统,总订单数、总订单金额、平均订单金额、月度活跃用户数、注册用户数及平均用户收入数据来源于公司自主电商平台且总订单金额、平均订单金额及平均用户收入为含税金额;②平均订单金额=总订单金额/总订单数;③月度活跃用户数=按月统计当月至少下单一次的 ID 用户数量的年度平均值;④平均用户收入=总订单金额/当年度至少下单一次的 ID 用户数量。

由上表可知,报告期内,公司自主电商平台 SKU、总订单数、总订单金额、月度活跃用户数、注册用户数及公司平均用户收入逐年增长,与公司主营业务收入规模不断扩大的态势相吻合。同时,平均订单金额有所下降,主要系随着公司产品种类的日益丰富,物流配送的日益便捷,客户向公司采购日益频繁,订单数量不断上升,平均订单金额有所下降。此外,公司平均用户收入逐步提升,主要系报告期内公司销售集中度有所提高,经销收入占比不断上升。”

二、经销商、贸易商、大客户和其他客户等客户群体的划分情况,各类客户的定价方式、结算模式等

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况”之“(四)主要经营模式”之“1、销售模式”中补充修订披露如下:

### “(1) 电商销售模式

#### ①自主电商销售模式

.....

#### ②第三方电商平台销售模式

公司通过入驻京东商城、天猫商城、喀斯玛商城及内采平台等第三方电子商

务平台进行销售，作为公司自主电商平台的有效补充。其中，内采平台系随着互联网的发展以及采购规范化、管理透明化的需求，部分高等院校、科研院所或企事业单位建立的自主科研用品内部采购平台。

#### A、公司第三方电商平台的销售模式划分

根据第三方电商平台是否面向外部用户销售区分，公司将第三方电商平台的销售模式分为线上 B2C 模式（包括京东商城、天猫商城和喀斯玛商城）和内采平台模式。其中，内采平台运行模式与传统电商平台线上 B2C 模式相似，供应商以网上店铺的形式入驻平台，在店铺中展示各类产品的相关信息，终端内部用户（内部课题组、分支机构或研发人员）注册账号后在各个店铺选购下单，供应商收到订单后直接将商品配送至终端内部用户处。内采平台仅限于单位内部人员使用，采购费用由单位财务部门统一向供应商支付。

#### B、公司第三方电商平台的运行方式

公司第三方电商平台的运行方式如下：

销售模式		运行方式
线上 B2C 模式	天猫商城	芯硅谷官方旗舰店
	京东商城	芯硅谷旗舰店
		阿拉丁试剂京东自营旗舰店

销售模式		运行方式
		<p>根据订单信息向终端客户发货。</p> <p>发货及签收： 公司根据京东自营平台的订单信息向终端客户发货，终端客户收到货物后确认收货。终端客户确认收货的依据为线上点击确认收货或根据京东商城规则在发货后一定时间后系统自动默认确认收货。</p> <p>开具发票： 公司依据与京东自营平台的销售订单金额向京东开具发票。</p>
喀斯玛商城	代结算模式	<p>店铺入驻： 公司与喀斯玛签订合作协议，约定公司可通过喀斯玛商城向终端客户销售公司产品，公司对产品定价、产品销售及存货风险承担主要责任。</p> <p>订单处理： 终端客户通过喀斯玛商城下单购买商品，公司根据订单信息安排发货。</p> <p>发货及签收： 公司根据喀斯玛平台的订单信息发货至喀斯玛各地的配送站，再由喀斯玛负责配送至各终端客户。</p> <p>开具发票： 公司依据代结算客户的实际订单金额向喀斯玛开具增值税发票。</p>
	非代结算模式	<p>店铺入驻： 公司与喀斯玛签订合作协议，约定公司可通过喀斯玛商城向终端客户销售公司产品，公司对产品定价、产品销售及存货风险承担主要责任。</p> <p>订单处理： 终端客户通过喀斯玛商城下单购买商品，公司根据订单信息安排发货。</p> <p>发货及签收： 公司根据喀斯玛平台的订单信息直接向终端客户发货，终端客户收到货物后确认收货。</p> <p>开具发票： 公司直接向终端客户开具增值税发票。</p>
内采平台模式		<p>店铺入驻： 公司与平台搭建方或者直接与高校或企事业单位签订内部采购平台服务协议，约定公司可通过内部采购平台向终端内部用户销售公司产品。根据合作协议，平台的主要责任是为公司提供线上销售渠道，允许公司直接向终端内部用户客户进行销售。</p> <p>订单处理： 终端内部用户通过内部采购平台下单购买商品，公司根据订单信息安排发货。</p> <p>发货及签收： 公司根据线上订单信息向终端内部用户发货，用户收到货物后确认收货。</p> <p>开具发票： 公司直接向高校或企事业单位开具增值税发票。</p>

注：喀斯玛根据与终端客户的协议，将终端客户分为代结算客户和非代结算客户。

### C、公司第三方电商平台的收入确认时点

公司第三方电商平台的收入确认时点情况如下：

销售模式	平台名称	收入确认时点
线上 B2C 模式	天猫商城	商品交付给平台终端客户时确认销售收入
	京东商城	商品交付给平台终端客户时确认销售收入
	喀斯玛商城	非代结算模式：商品交付给平台终端客户时确认销售收入 代结算模式：商品交付给喀斯玛各配送站时确认销售收入
内采平台模式	内采平台	商品交付给终端内部用户时确认销售收入

由上表可知，在第三方电商平台销售模式下，公司客户为终端客户或喀斯玛。终端客户通过第三方电商平台直接下单，相关商品所有权上的主要风险和报酬在交付终端客户或喀斯玛时转移至终端客户或喀斯玛，公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，收入确认的会计处理符合《企业会计准则》规定。

### D、公司第三方电商平台的平台服务费

报告期内，除阿拉丁试剂京东自营旗舰店及部分高等院校的内采平台无需支付平台服务费外，公司需向第三方电商平台支付平台服务费。公司各第三方电商平台的平台服务费收费标准具体情况如下：

销售模式	平台名称	平台服务费	
线上 B2C 模式	天猫商城	浮动费率：5%，固定费用：30,000 元/年	
	京东商城	芯硅谷旗舰店	浮动费率：6%，固定费用：1,000 元/月
		阿拉丁试剂京东自营旗舰店	无平台服务费（京东赚取商品买卖差价）
	喀斯玛商城	代结算	浮动费率：10% 固定费用：20,000 元/年
		非代结算	浮动费率：2%、10%
内采平台模式	内采平台	浮动费率：0-2%	

注：喀斯玛商城非代结算模式浮动费率 2017 年为 2%，2018 年年中由 2% 调整为 10%，2019 年全年均为 10%。

此外，公司还存在向第三方电商平台支付广告费等其他费用的情况。

报告期内，公司各第三方电商平台的平台服务费金额如下：

单位：万元

销售模式	平台名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
线上 B2C 模式	天猫商城	4.46	3.06	2.63
	京东商城	1.53	2.18	3.47
	喀斯玛商城	35.41	29.08	9.85
内采平台模式	内采平台	7.82	4.07	0.74
合计		49.22	38.39	16.69

报告期内，公司的平台服务费分别为 16.69 万元、38.39 万元、49.22 万，整体呈上升趋势，与第三方电商平台收入变动趋势基本一致。其中，天猫商城平台服务费金额较低主要系根据协议公司每年销售额达到 18 万元、36 万元时可退还部分或全部平台服务费中的固定费用。

综上，公司充分利用第三方电商平台的流量资源，促进公司产品的线上销售，进一步拓宽了营销渠道。

### ③公司客户群体的划分

公司根据各注册 ID 用户所属单位、开票抬头、回款单位信息，归集统计对客户销售金额。

按照客户类型划分，公司客户可分为经销商和直销客户，其中直销客户又分为贸易商和终端客户，终端客户中公司选取部分具有较大增长潜力的优质大客户如药明康德、中科院、北京大学等，为其提供个性化的服务，增强客户粘性。因此，公司终端客户可划分为大客户及其他一般客户。上述各类客户的具体组成、划分标准情况如下：

项目	经销商	直销客户		
		贸易商	终端客户	
			大客户	其他一般客户
具体组成	经销类客户	贸易类客户	药明康德、中科院、北京大学等十余家终端客户	除大客户外的其他高等院校、科研院所、拥有研发需求的企业、质量监督及检验检测部门
划分标准	与公司签订经销合作协议的客户。公司根据合作意愿、综合实力、行	向公司采购的目的主要为对外销售而非自用且未与公司签订经销	公司将部分知名度较高、发展潜力较大、行业前景向好、科研实力较强的企业、高	除经销商、贸易商及大客户外的其他客户

业口碑、覆盖区域等方面综合考虑后确定	合作协议	等院校或科研院所认定为大客户	
--------------------	------	----------------	--

公司与上述各类客户产品销售的定价方式、结算模式如下：

项目	经销商	直销客户		
		贸易商	终端客户	
			大客户	其他一般客户
定价方式	给予经销商固定折扣(一般在七折至八折之间), 结算价格=牌价*折扣, 牌价为公司官网价格	一般给予贸易商固定折扣(一般在七折至八折之间), 结算价格=牌价*折扣, 牌价为公司官网价格	给予大客户中部分课题组或分支机构固定折扣(一般在七折至九折之间), 结算价格=牌价*折扣, 牌价为公司官网价格	一般不给予折扣, 按照官网价格进行销售, 但对于少部分长期采购且资质较好的客户给予固定折扣(一般在七折至九五折之间)
结算模式	主要采用款到发货方式, 对于部分长期合作的经销商给予 30-60 天的信用账期	主要采用款到发货方式, 对于部分长期采购的贸易商给予 30-60 天的信用账期	主要采用款到发货方式, 对于大客户中部分课题组或分支机构给予 30-60 天的信用账期	主要采用款到发货方式, 一般不给予信用账期, 但对于少部分长期采购且资质较好的客户给予一定信用账期(一般在 30-60 天)

由上表可知, 公司主要采用款到发货的结算方式, 同时公司结合客户情况, 分别给予经销商、贸易商、大客户及其他一般客户一定的价格折扣和信用账期。”

## **保荐机构总体核查意见**

对本回复材料中的发行人回复(包括补充披露和说明的事项),本保荐机构均已进行核查,确认并保证其真实、完整、准确。

（本页无正文，为《关于上海阿拉丁生化科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的审核中心意见落实函的回复》之盖章页）



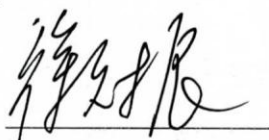
上海阿拉丁生化科技股份有限公司

2020年8月7日

## 发行人董事长声明

本人已认真阅读上海阿拉丁生化科技股份有限公司本次审核中心意见落实函回复报告的全部内容,确认本次审核中心意见落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,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。

董事长:



徐久振



上海阿拉丁生化科技股份有限公司

2020年8月7日

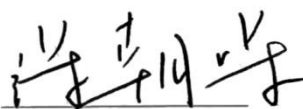
(本页无正文,为《关于上海阿拉丁生化科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的审核中心意见落实函的回复》之盖章页)

保荐代表人签字:

  
滕 晶

  
张 亮

保荐机构董事长:

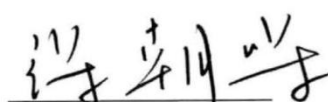
  
徐朝晖



## 保荐机构董事长声明

本人已认真阅读上海阿拉丁生化科技股份有限公司本次审核中心意见落实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，本次审核中心意见落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，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。

保荐机构董事长：



徐朝晖

