

养天和大药房股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的

审核问询函的回复

天职业字[2020] 32995-6 号

目 录

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复——1

养天和大药房股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函的回复

天职业字[2020]32995-6号

深圳证券交易所：

根据贵所于2020年7月27日出具的《关于养天和大药房股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函（2020）010169号）（以下简称“问询函”）的要求，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”或“申报会计师”）作为养天和大药房股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”或“养天和”）的申报会计师，对问询函中涉及申报会计师的相关问题逐条回复如下（本说明除特别注明外，所涉及公司财务数据均为合并口径）：

如无特别说明，本答复使用的简称与《养天和大药房股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

在本问询函回复中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

问题 16

关于各业务类型营业收入。公司业务模式分为直营模式、加盟模式、品牌合作模式、特品业务（特色品种分销）。（1）请结合盈利模式、产品类别、定价模式、销售授信情况、客户群体、供应商来源等方面披露公司四类业务模式的差异，公司采用上述分类的合理性，与同行业公司模式分类的差异原因及合理性。（2）请以通俗易懂的语言，在招股说明书“发行人主要业务流程”和“养天和特色经营模式”中披露加盟模式和品牌合作模式的本质区别，发行人将两类业务予以区分的根本原因。（3）关于特品业务，招股说明书披露其“直接销售给连锁药店或单体药店”，请披露特品业务产品是否亦通过公司直营店、加盟店、合作店销售，客户除药店外是否包括流通商或贸易商，信息披露是否准确、充分。（4）不同业务模式下各类产品的收入金额及其构成占比，分析并披露产品构成情况在不同业务间的差异和同一业务各年度的差异，上述差异的原因及合理性。（5）报告期内发行人加盟业务和直营业务收入占比呈下降趋势，特品业务收入占比不断提升，请发行人结合在特品业务的优势和资源，披露特品业务收入占比不断提升的原因，特品业务收入增长的可持续性，发行人主要经营模式未来是否将发生变更。（6）2019 年度发行人加盟业务和特品业务收入占比分别为 38.32%和 27.47%，其二者之和高于直营业务的 30.81%；加盟业务和特品业务的销售收入确认对象并非终端消费者，请披露发行人加盟业务和特品业务是否属于批发销售，发行人行业模式划分为“零售（F52）”的合理性，是否与发行人实际经营情况相符。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、请结合盈利模式、产品类别、定价模式、销售授信情况、客户群体、供应商来源等方面披露公司四类业务模式的差异，公司采用上述分类的合理性，与同行业公司模式分类的差异原因及合理性。

发行人已在招股说明书中“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（三）主要经营模式”之“2、养天和特色经营模式”进行了补充披露：

1、请结合盈利模式、产品类别、定价模式、销售授信情况、客户群体、供应商来源等方面披露公司四类业务模式的差异，公司采用上述分类的合理性

公司四类业务模式的差异情况如下：

内容 \ 业务模式	业务模式			
	直营模式	加盟模式	品牌合作模式	分销业务
管理模式	垂直管理	“七统一”管理模式	“1237”管理模式	品类管理
盈利模式	进销差价、促销服务费、陈列服务费等增值服务收入	配送进销差价、加盟费收入、促销服务费、陈列服务费等增值服务收入	进销差价、品牌使用费收入	进销差价
产品类别	中西成药、中药、保健食品、医疗器械、生物制剂、计生用品、生活用品			
定价模式	自主定价+厂家指导定价			
销售授信情况	无	加盟协议约定：首批	公司根据品牌合作	公司根据分销客户

内容	业务模式			
	直营模式	加盟模式	品牌合作模式	分销业务
		采购商品只需付60%的货款，剩余40%货款从加盟商归集到公司指定账户的营业款中逐步扣缴	公司的营业规模、资金实力以及信用情况，在合作协议中约定给予其一定授信额度	的合作期限、信用状况等，在销售协议中约定赊销方式
客户群体	个人消费者	加盟商	品牌合作公司	其它单体药店和连锁药店、其他流通商或批发商
供应商来源	公司合格供应商名录、客户推荐、自主开发、供方自行推销等			

公司自创立以来，始终以“服务加盟药店”为核心发展理念，专注于加盟药店的规范化运行，而同行业可比公司自成立起即专注于直营业务，近几年逐渐开展加盟业务，或仍以直营连锁模式为主。基于公司发展路径不同以及各类业务类型管理模式、盈利模式、定价模式、客户群体等方面的差异，公司四类业务划分具有合理性。

2、与同行业公司模式分类的差异原因及合理性。

同行业可比上市公司中，老百姓已构筑“自建+并购+加盟+联盟”的“四驾马车”多元化经营体系，经营模式包括直营、加盟、联盟、并购模式等。大参林的经营模式包括直营、加盟、分销、生产制造等。一心堂仍采取以直营模式为主的经营模式。益丰药房的经营模式包括直营、加盟、分销等。可以看出，为顺应市场变化、实现规模化扩张，同行业可比上市公司的经营模式开始逐渐呈现多样化形式。

①直营模式和加盟模式是行业通用的模式，区别在于公司从成立起即专注加盟模式运营，同行业可比上市公司近年才开展加盟业务或仍尚未开展加盟业务。

我国医药连锁经营模式常见两种形式：直营连锁和特许经营连锁（即加盟连锁）。直营连锁是指连锁门店均由公司总部全资或控股开设，在总部的直接领导下统一经营，总部对各店铺实施人、财、物及物流、信息流等方面的统一管理。直营连锁可利用连锁组织集中管理、分散销售的特点，充分发挥规模效应。由同一资本直接投资和直接控制是直营连锁的主要特征；特许经营，即加盟连锁，是指特许者将自己所拥有的商标（包括服务商标）、商号、产品、专利和专有技术、经营模式等以特许经营合同的形式授予被特许者使用，被特许者按合同规定，在特许者统一的业务模式下从事经营活动，并向特许者支付相应的费用。运用统一形象、统一品牌进行运营，实现低风险资本扩张和规模经营是加盟连锁的主要特征。

近年来，同行业的经营模式虽逐渐呈现多样化形式，但仍以传统直营和加盟零售为主。区别之处在于，公司加盟运营理念形成时间较早，在行业内较早开展加盟业务，已深耕加盟连锁市场多年，并形成了一套行之有效的加盟管理模式。而同行业于近年才逐渐开展加盟业务，或尚未开展加盟业务。另外，从行业发展趋势来看，我国医药零售连锁行业的总体趋势是连锁化、标准化，逐步实现经营过程中各门店的多维度统一。公司的直营模式和加盟模式亦契合行业发展趋势。

②品牌合作模式是连锁企业采取的一种外延式扩张手段，公司的模式与老百姓的控股式收购和参股“星火公司”的合作模式相似。

近年来，随着国家医改的深入，市场连锁化进一步提升，中国药店零售市场诞生了一批区域中小连锁药店。但这些区域性的中小连锁药店普遍存在规模小、品种少、服务范围小、运营能力低、业态结构单一等发展共性问题。单靠这些企业的自身能力无法解决目前面对的生存难题，亟需抱团发展，取得规模、资金、人才和技术等方面优势，以对抗其它大型连锁企业的挤压，避免被市场淘汰。然而，目前除了部分中小连锁药店愿意被并购或退出以外，尚有大量的中小连锁药店不愿被并购或退出，积极寻求各种合作或联盟方式，弥补自身短板，壮大自身实力，该市场具有巨大的潜在发展空间。

公司的品牌合作模式是基于以上行业发展趋势顺势开展的。针对我国中小型连锁药店发展中遇到的瓶颈，2017年底，公司在行业内率先提出了“平台化”发展战略，打造了为中小连锁药店公司“平权赋能”为核心的品牌合作新业态。

同行业可比上市公司中，老百姓已采取控股式收购和参股“星火公司”的合作模式，以收购意向企业股权或参股的方式与全国各区域连锁药品企业合作，实现全国范围内的规模扩张。公司的品牌合作模式则是以授权品牌合作方使用商标的方式，并通过为其提供七项“赋能”服务与全国中小连锁药店进行合作。由于现有业务规模、资金实力、管理能力等资源的限制，公司暂只能采取经营积累和银行借款的方式进行规模扩张，尚无法实现以收购品牌合作公司股权的方式开展品牌合作模式。因此，公司的品牌合作模式与老百姓的并购模式虽采取的手段不同，实质目的存在相似之处，即均系为了联合国内中小连锁药店的一种外延式扩张手段。

③分销业务是行业经营模式之一，公司的模式与大参林、益丰药房批发业务相似

公司的分销业务包括三部分：代理品种分销、贴牌产品分销及常规品种分销。同行业可比上市公司中，大参林已采用自有品牌和代理品牌分销的模式经营批发业务，益丰药房已采用代理品种分销的模式经营批发业务。公司的分销业务与大参林、益丰药房的批发业务相似。

综上，公司现有的直营、加盟、品牌合作、分销业务的经营体系中：直营模式与加盟模式是医药零售行业普遍采取的经营模式，并符合行业连锁化、标准化的发展趋势；品牌合作业务与老百姓的控股式收购和参股“星火公司”的合作模式相似；分销业务模式与大参林、益丰药房批发业务中的分销业务相似。无论是同行业可比上市公司正呈现多样化发展趋势的经营模式，还是公司现有经营模式，最终目的均是为了实现规模化扩张、提高市场占有率、提升竞争能力。公司现有经营模式是公司综合考虑了市场需求、自身优劣等因素后做出的决定，是能够保证公司实现稳健扩张的经营战略。因此，公司经营模式与同行业公司模式的业务侧重点不同，具有合理原因。

二、请以通俗易懂的语言，在招股说明书“发行人主要业务流程”和“养天和特色经营模式”中披露加盟模式和品牌合作模式的本质区别，发行人将两类业务予以区分的根本原因。

发行人已在招股说明书中“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（三）主要经营模式”之“2、养天和特色经营模式”进行补充披露：

加盟模式与品牌合作模式的本质区别在于发行人对该两类业务采取的客户类别、商品配送、管理模式、商品销售定价的不同，具体区别如下：

区别内容	加盟模式	品牌合作模式
客户类别	单体药店	连锁药店
商品配送	门店所有商品均由公司统一采购和配送，门店不得向任何第三方采购商品	品牌合作公司每年按照采购总额的一定比例从养天和购进商品
管理模式	“七统一”管理模式	“1237”管理理念模式
商品销售定价	所有门店均按照养天和统一制定的价格销售，门店未经批准不得自行确定零售价格	门店商品零售价格由品牌合作公司自行确定，但不得低于养天和规定的最低价格

基于以上方面的本质差异，发行人将加盟业务和品牌合作业务予以区分。

三、关于特品业务，招股说明书披露其“直接销售给连锁药店或单体药店”，请披露特品业务产品是否亦通过公司直营店、加盟店、合作店销售，客户除药店外是否包括流通商或贸易商，信息披露是否准确、充分。

公司已在招股说明书中“第六节业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（三）主要经营模式”之“2、养天和特色经营模式”部分对上述业务表述进行修改，修改后的描述如下：

“（4）分销业务

公司的分销业务是建立销售渠道的一种经营模式，是对除直营、加盟、品牌合作以外的客户进行销售。公司的分销业务包括贴牌产品分销、代理品种分销和常规产品销售。贴牌产品分销是指公司根据市场需求，将“海元堂”、“仁芝庆”等授权商标授权给一些质量可靠、具有一定市场影响力、产能相对稳定的药品生产企业进行贴牌生产，再对全国范围内的连锁药店、单体药店及其他流通商和贸易商进行销售；代理品种分销指公司获取东阿阿胶股份有限公司、广誉远中药股份有限公司、启迪古汉集团股份有限公司等知名企业的部分优势品种的代理权后再进行销售；常规产品销售指公司从供应商或生产商处购进其它常规产品后进行销售。

公司的分销业务于 2017 年开始快速发展。一方面，为适应市场需求变化，国内医药生产企业为快速提升 OTC 商品的销售规模，采用区域授权代理方式进行分销。公司利用自身品牌优势获取了部分企业优势商品的区域代理权，在代理区域内进行分销。另一方面，随着大量知名企业将其拥有的品种和资源集中投放至大型连锁药店，许多中小型连锁药店和单体药店因无法获取知名品牌品种而出现自身门店缺少优势品种的问题。公司抓住该市场机遇，与一些质量可靠、具有一定市场影响力、产能相对稳定的药品生产企业进行合作，以满足中小型连锁药店和单体药店的需求。

报告期内公司的分销业务呈逐年增长的趋势。分销模式是公司实现终端零售业务全国布局的重要接口。通过分销业务，逐渐增强了公司的平台优势，提高了公司的差异化经营程度，同时吸引潜在客户加入至公司管理体系中，实现产品导入客户，提高市场占有率的目的。”

公司原描述的“特品业务”是指采用分销渠道销售商品的一种经营模式，并非指某一类特殊产品业务。修改描述后的分销业务涵盖的品种可概括为三大类：“海元堂”、“仁芝庆”等授权商标贴牌产品、代理产品和常规产品，其均可对全国范围内的连锁药店、单体药店及其他流通商和贸易商进行销售。具体情况如下：

产品类型

涵盖商品

产品类型	涵盖商品
贴牌产品	“海元堂”、“仁芝庆”等授权商标贴牌产品
代理产品	东阿阿胶、定坤丹等商品
常规产品	川贝母、西洋参等常规产品

注：以上分销产品均可在公司直营、加盟、品牌合作门店中销售。

公司已在招股说明书中“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要产品或服务情况”之“(三) 主要经营模式”之“2 养天和特色经营模式”之“(4) 分销业务”部分进行修改，修改后的描述为：

“贴牌产品分销是指公司根据市场需求，将“海元堂”、“仁芝庆”等授权商标授权给一些质量可靠、具有一定市场影响力、产能相对稳定的药品生产企业进行贴牌生产，再对全国范围内的连锁药店、单体药店及其他流通商和贸易商进行销售。”

四、不同业务模式下各类产品的收入金额及其构成占比，分析并披露产品构成情况在不同业务间的差异和同一业务各年度的差异，上述差异的原因及合理性。

(一) 不同业务模式下各类产品的收入金额及其构成占比

1、直营模式下各类产品的收入金额及其构成占比

金额单位：人民币万元

产品类型	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
中西成药	11,585.62	64.03	23,590.03	74.34	20,437.47	68.53	18,878.61	66.87
中药	1,047.91	5.79	2,470.44	7.79	3,031.91	10.17	3,117.93	11.04
生物制剂	467.01	2.58	784.44	2.47	660.90	2.22	455.32	1.61
计生用品	74.25	0.41	146.54	0.46	226.74	0.76	171.70	0.61
医疗器械	2,237.41	12.36	1,033.73	3.26	884.82	2.97	794.46	2.81
保健食品	871.12	4.81	1,989.89	6.27	1,634.48	5.48	1,269.31	4.50
生活用品	1,812.54	10.02	1,716.88	5.41	2,942.70	9.87	3,545.17	12.56
合计	<u>18,095.85</u>	<u>100.00</u>	<u>31,731.95</u>	<u>100.00</u>	<u>29,819.02</u>	<u>100.00</u>	<u>28,232.49</u>	<u>100.00</u>

2、加盟模式下各类产品的收入金额及其构成占比

金额单位：人民币万元

产品类型	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
中西成药	14,926.30	64.18	28,259.03	71.62	26,101.47	68.15	21,945.84	65.14
中药	1,846.52	7.94	3,959.95	10.04	4,892.00	12.77	4,506.52	13.38
生物制剂	220.95	0.95	431.82	1.09	339.72	0.89	250.00	0.74

产品类型	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
计生用品	83.72	0.36	356.13	0.90	325.29	0.85	271.32	0.81
医疗器械	1,816.49	7.81	1,020.02	2.59	896.02	2.34	841.79	2.50
保健食品	1,271.30	5.47	2,373.17	6.01	2,169.66	5.67	1,911.45	5.67
生活用品	3,090.53	13.29	3,057.72	7.75	3,572.44	9.33	3,962.85	11.76
合计	<u>23,255.80</u>	<u>100.00</u>	<u>39,457.85</u>	<u>100.00</u>	<u>38,296.59</u>	<u>100.00</u>	<u>33,689.78</u>	<u>100.00</u>

3、品牌合作模式下各类产品的收入金额及其构成占比

金额单位：人民币万元

产品类型	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
中西成药	1,591.75	31.41	3,035.15	79.96	946.00	60.06		
中药	428.05	8.45	105.50	2.78	56.85	3.61		
生物制剂	160.68	3.17	105.41	2.78	0.17	0.01		
计生用品	4.82	0.10	7.00	0.18	13.04	0.83		
医疗器械	2,361.86	46.61	186.51	4.91	13.02	0.83		
保健食品	134.56	2.66	89.29	2.35	109.71	6.97		
生活用品	384.90	7.60	267.07	7.04	436.10	27.69		
合计	<u>5,066.63</u>	<u>100.00</u>	<u>3,795.93</u>	<u>100.00</u>	<u>1,574.90</u>	<u>100.00</u>		

4、分销业务模式下各类产品的收入金额及其构成占比

金额单位：人民币万元

产品类型	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
中西成药	5,864.62	52.94	23,650.42	84.50	18,166.26	85.02	8,983.40	64.35
中药	24.92	0.22	289.45	1.03	457.61	2.14	1,010.81	7.24
生物制剂	1,008.53	9.10	296.84	1.06	65.67	0.31	51.86	0.37
计生用品	15.48	0.14	40.12	0.14	25.11	0.12	1.03	0.01
医疗器械	2,209.18	19.94	11.43	0.04	35.80	0.17	50.82	0.36
保健食品	10.41	0.09	27.36	0.10	28.48	0.13	52.88	0.38
生活用品	1,945.68	17.57	3,674.99	13.13	2,587.46	12.11	3,810.22	27.29
合计	<u>11,078.84</u>	<u>100.00</u>	<u>27,990.61</u>	<u>100.00</u>	<u>21,366.40</u>	<u>100.00</u>	<u>13,961.02</u>	<u>100.00</u>

(二) 不同业务间的差异

不同业务模式下，中西成药均占主导地位，除 2020 年 1-6 月品牌合作模式下中西成药占比为 31.41%外，其他业务模式下中西成药占比均为 50%-90%。符合公司的产品销售定位原则。由于渠道和客户群体的不一致，不同业务模式下的产品结构存在一定差异。

2020 年 1-6 月因为受到疫情的影响，销售给分销及品牌合作客户的口罩、红外线测温仪增加明显，医疗器械的销售占比增加。

（三）同一业务各年度的差异

公司报告期各期主要销售品种为中西成药、医疗器械、中药、生活用品等，其中：

1、报告期内各业务模式下公司中西成药销售收入增长明显，主要原因是：（1）受“处方外流”、“集中采购”等医药行业新政的影响，整个同行业中西成药的销售呈快速增长趋势，根据同行业上市公司公开披露数据，报告期内同行业中西成药平均增长率为 30%左右，高于公司的增长率；（2）公司实施了“品牌战略”，引入更多的知名品牌品种，吸引了客流，推动了中西成药销售增长；（3）2017 年以来，由于公司逐步取得了部分知名品牌的区域代理（大部分是中西成药），开展了与中小连锁药房的品牌合作业务，加快了公司中西成药的销售快速增长；（4）2020 年 1-6 月，受新冠疫情的影响，公司分销业务下降明显，但与零售端相关的加盟业务、直营业务及品牌合作业务板块中的医疗器械增长明显，导致中西成药的占比有所减少。

2、报告期内各业务模式下公司中药的占比逐年下降，主要原因：（1）由于中成药和中医门诊的快速发展，药店的中药饮片销售受到一定影响。同行业已上市企业的中药增长速度明显低于中西成药的增长，若考虑上市公司扣除并购导致的增长，中药饮片的基本上保持稳定；（2）2017 年 7 月开始，养天和中医馆的中药饮片自行采购，减少了从公司的中药购进；（3）跟随市场变化，公司对中药的供应商进行了优化，中药产品采购成本有所下降，导致中药售价也随之变化；（4）因市场原因，报告期内原为公司中药主要销售品种的草晶华和养尊堂的销售逐年减少。按销售模式看，中药的分销客户主要是养天和中医馆，2017 年 7 月开始，养天和中医馆中药饮片自行采购，基本上不再从公司采购中药，中药的销售集中在直营和加盟，从而导致分销渠道占比逐年下降，其他与零售渠道相关的占比均有所上升。

3、报告期内各业务模式下公司医疗器械、生活用品的占比逐年增加，特别是 2020 年 1-6 月占比大幅上涨，主要是因为受新冠病毒疫情影响，口罩、红外线测温仪等疫情商品销量增加所致。

五、报告期内发行人加盟业务和直营业务收入占比呈下降趋势，特品业务收入占比不断提升，请发行人结合在特品业务的优势和资源，披露特品业务收入占比不断提升的原因，特品业务收入增长的可持续性，发行人主要经营模式未来是否将发生变更。

公司是一家零售药店加盟合作共享式服务企业，自创立以来，公司深耕于零售药店加盟市场，通过直营、加盟、品牌合作等模式，向客户提供医疗用品，向单体零售药店和中小连锁药店输出品牌、管理、信息化等赋能服务。这是公司多年来的发展基础，也是公司的长期发展战略和最终发展目标。公司持续加大对加盟业务、直营业务以及品牌合作业务的投入，加快上述业务在全国范围的布局 and 扩展，进一步完善零售药店加盟合作共享平台的服务功能。目前公司分销业务发展较快，一是基于目前市场的变化和 demand；二是利用分销业务为公司的加盟和 brand 合作业务奠定基础。

公司的分销业务包括贴牌产品分销、代理品种分销和常规产品销售。贴牌产品分销是指公司根据市场需求，

将“海元堂”、“仁芝庆”等授权商标授权给一些质量可靠、具有一定市场影响力、产能相对稳定的药品生产企业进行贴牌生产，再对全国范围内的连锁药店、单体药店及其他流通商和贸易商进行销售；代理品种分销指公司获取东阿阿胶股份有限公司、广誉远中药股份有限公司、启迪古汉集团股份有限公司等知名企业的部分优势品种的代理权后再进行销售；常规产品销售指公司从供应商或生产商处购进其它常规产品后进行销售。

公司的分销业务于 2017 年开始快速发展。一方面，为适应市场需求变化，国内医药生产企业为快速提升 OTC 商品的销售规模，采用区域授权代理方式进行分销。公司利用自身品牌优势获取了部分企业优势商品的区域代理权，在代理区域内进行分销。另一方面，随着大量知名企业将其拥有的品种和资源集中投放至大型连锁药店，许多中小型连锁药店和单体药店因无法获取知名品牌品种而出现自身门店缺少优势品种的问题。公司抓住该市场机遇，与一些质量可靠、具有一定市场影响力、产能相对稳定的药品生产企业进行合作，以满足中小型连锁药店和单体药店的需求。

报告期内公司的分销业务呈逐年增长的趋势。分销模式是公司实现终端零售业务全国布局的重要接口。通过分销业务，逐渐增强了公司的平台优势，提高了公司的差异化经营程度，同时吸引潜在客户加入至公司管理体系中，实现产品导入客户，提高市场占有率的目的。随着人民生活水平的不断改善，我国居民的健康意识也逐步提高，医疗卫生服务需求显著提升，中小型连锁药店和单体药店对公司的贴牌产品分销、代理品种分销的需求旺盛，分销业务收入增加具有持续性。

公司的分销业务有利于加强公司供应链的建设，不仅提升了公司存货周转效率，降低资金占用成本，而且增加客户粘性，加强客户对公司的了解，有利于锁定潜在的加盟客户和品牌合作客户，为进一步完善零售药店加盟合作共享平台奠定基础。

报告期内分销业务的增长保持在合理水平，是公司业务模式的有益补充，不会导致公司以加盟和品牌合作为主的业务模式发生改变。

六、2019 年度发行人加盟业务和特品业务收入占比分别为 38.32%和 27.47%，其二者之和高于直营业务的 30.81%；加盟业务和特品业务的销售收入确认对象并非终端消费者，请披露发行人加盟业务和特品业务是否属于批发销售，发行人行业模式划分为“零售（F52）”的合理性，是否与发行人实际经营情况相符。

1、2019 年度公司加盟业务和特品业务收入占比分别为 38.32%和 27.47%，其二者之和高于直营业务的 30.81%；加盟业务和特品业务的销售收入确认对象并非终端消费者，请披露公司加盟业务和特品业务是否属于批发销售

发行人已在招股说明书中“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（三）主要经营模式”进行了补充披露：

公司的加盟业务销售收入确认对象虽并非终端消费者，但该业务实现利润的终端渠道与终端消费者的需求存在较大关联。消费者对加盟门店商品和服务需求的增多可提高加盟门店对公司商品配送需求，最终对公司的加盟业务收入产生联动影响。但公司采取“七统一”加盟管理模式对加盟门店进行管理，加盟门店业务下所有加盟合作方均统一使用“养天和”商号和形象标识，终端销售系统与公司实现完全连接。加盟门店所有商品只能从公司处购进，公司对加盟业务的门店终端商品的销售价格具有决定权，因此，公司的加盟业务不属于批发销售。

公司的分销业务则与大参林、益丰药房批发业务中的分销相似，属于批发销售。

2、发行人行业模式划分为“零售（F52）”的合理性，是否与发行人实际经营情况相符

发行人已在招股说明书中“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（一）所属行业及确定所属行业的依据”进行了补充披露：

根据药品监管局 2000 年 4 月发布的《关于印发药品零售连锁企业有关规定的通知》（国药管市〔2000〕166 号），第二条规定：药品零售连锁企业，是指经营同类药品、使用统一商号的若干个门店，在同一总部的管理下，采取统一采购配送、统一质量标准、采购同销售分离、实行规模化管理经营的组织形式。

根据《中华人民共和国药品管理法》（2019 年国家主席令第 31 号），第五十三条第二款规定：国家鼓励、引导药品零售连锁经营。从事药品零售连锁经营活动的企业总部，应当建立统一的质量管理制度，对所属零售企业的经营活动履行管理责任。

公司主要经营业态表现为连锁化经营，即以行业通用的直营连锁和加盟连锁的方式为消费者提供平价、健康、安全的医药产品及药事服务。直营业务、加盟业务最终实现利润的终端渠道均与个人消费者的消费情况紧密联系。2017 年至 2020 年 1-6 月，公司直营、加盟业务收入合计占比分别为 81.60%、74.81%、69.13%、71.92%，两类业务占比高。此外，发行人目前拥有较标准的管理模式，可对直营门店实施全面管理、对加盟门店实施“七统一”标准化管理，符合上述政策对药品零售连锁企业的定义及管理要求。根据公开资料显示，同行业可比上市公司划分的行业类别均为“零售”。

因此，根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），考虑相关法律法规对药品零售连锁企业的定义及管理要求，并参照同行业可比上市公司的行业划分类别，结合发行人实际经营情况，发行人行业模式划分为“零售（F52）”具有合理性。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、与发行人管理层进行访谈，了解发行人各经营模式的盈利模式、产品类别、定价模式、销售授信情况等方面的区别，了解发行人采用不同经营模式分类的原因并分析、评价其合理性；

2、查阅同行业可比上市公司的招股说明书、年度报告等相关资料，了解同行业可比上市公司目前采取的经营模式、行业分类等情况；对比分析与同行业公司模式分类的差异原因及合理性。

3、获取公司报告期内分业务类型、分销售品种、分区域及分月份的销售收入明细表，并核对相关业务系统数据，对不同模式下产品销售价格、数量的变动情况进行统计，对比分析发行人产品构成情况在不同业务模式下的销售是否存在较大差异，对比分析发行人产品构成在同一业务模式各年度的销售是否存在较大差异，了解差异原因并分析其合理性。

4、针对分销业务，了解其所采购的产品是否通过公司直营店、加盟店、合作店对外进行销售，客户除药店外是否包括流通商或贸易商，以及了解发行人针对分销业务的信息披露是否准确、充分。

5、检索、查阅《关于印发药品零售连锁企业有关规定的通知》（国药管市〔2000〕166 号）、《中华人民共和国药品管理法》（2019 年国家主席令第 31 号）等行业政策，了解监管部门对医药零售企业和医药批发企业

的定义。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人划分的业务模式分类与公司实际情况相符，与同行业公司模式分类存在部分差异，该差异具有合理性。
- 2、发行人将加盟业务和品牌合作业务予以区分，两者的区别符合公司实际，具有合理原因。
- 3、关于分销业务，已在招股说明书披露该类产品均通过公司直营店、加盟店、合作店对外销售，客户除药店外还包括流通商或贸易商，信息披露准确、充分。
- 4、发行人不同业务模式各类产品收入金额及占比，产品构成情况在不同业务间的差异以及各产品和同一业务各年度是存在差异符合公司实际情况，相关差异具有合理性。
- 5、报告期内分销业务的增长保持在合理水平，分销业务收入增长具有可持续性，公司以加盟和品牌合作为主的业务模式不会发生变更。
- 6、发行人行业模式划分为“零售（F52）”具有合理性，与发行人实际经营情况相符。

问题 17

关于各类产品营业收入。发行人各类产品包括中西成药、中药、保健食品等共七大类。请发行人补充披露：（1）销售收入第一大类产品中西成药 2019 年营业收入较 2017 年增长 57.68%，增幅高于发行人平均水平，请结合销售模式、产品型号和内容，披露中西成药收入增速较快的原因和合理性，其前五大产品的销量和单价变化情况及其合理性。（2）中药、生活用品收入下降较快，与公司整体收入变动趋势不一致，请结合销售模式、产品型号和内容，披露中药、生活用品收入下降较快的原因和合理性，其前五大产品的销量和单价变化情况及其合理性。（3）中西成药等共七大类产品销量和单价，量价分析各类产品收入变动的原因及合理性。（4）与同行业可比公司按照产品类型分类销售收入的对比情况，差异原因及合理性。（5）合作模式下主要单品销售情况。（6）关于单品“定坤丹_7g*4 瓶”，加盟业务中，其系 2017 年前十名单品，2018、2019 年非前十名；特品业务中，其系 2019 年前十名，2017、2018 年非前十名；请披露定坤丹的供应商和生产商信息、该产品在不同业务模式下销售收入变动的的原因、在各类业务模式下毛利率、主要客户信息。（7）关于单品“恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片”“5756 幼儿配方羊奶粉（12-36 月龄，3 段）_800g”，其为特品业务 2019 年新增前十名单品；请披露该单品供应商和生产商信息、2019 年该单品新增为前十名的原因、其他业务模式下该单品未能成为前十名单品原因及其销售情况、该单品在各类业务模式下毛利率、主要客户信息。（8）生活用品销售占比较高的原因，其占比与同行业公司相比差异及合理性，该类产品销售方式是否主要集中于医保卡结算，是否符合相关规定。（9）向加盟商销售的产品是否实现真实销售，是否存在向加盟商压货或突击销售的情形，中介机构对此的核查程序、范围及结果。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、销售收入第一大类产品中西成药 2019 年营业收入较 2017 年增长 57.68%，增幅高于发行人平均水平，请结合销售模式、产品型号和内容，披露中西成药收入增速较快的原因和合理性，其前五大产品的销量和单价变化情况及其合理性。

报告期内中西成药收入及占主营业务收入比例如下：

金额单位：人民币万元

产品 大类	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金 额	占 比 (%)	金 额	占 比 (%)	金 额	占 比 (%)	金 额	占 比 (%)
中西成药	33,968.29	59.08	78,534.63	76.26	65,651.20	72.10	49,807.85	65.64

报告期内中西成药收入按销售模式分类及其结构比如下：

金额单位：人民币万元

销售模式	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金 额	占 比 (%)	金 额	占 比 (%)	金 额	占 比 (%)	金 额	占 比 (%)
加盟业务	14,926.30	43.94	28,259.03	35.99	26,101.47	39.76	21,945.84	44.06

销售模式	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
直营业务	11,585.62	34.11	23,590.03	30.04	20,437.47	31.13	18,878.61	37.90
分销业务	5,864.62	17.26	23,650.42	30.11	18,166.26	27.67	8,983.40	18.04
品牌合作业务	1,591.75	4.69	3,035.15	3.86	946.00	1.44		
合计	<u>33,968.29</u>	<u>100</u>	<u>78,534.63</u>	<u>100</u>	<u>65,651.20</u>	<u>100</u>	<u>49,807.85</u>	<u>100</u>

报告期内公司中西成药销售收入增长明显，主要原因是：（1）受“处方外流”、“集中采购”等医药行业新政的影响，整个同行业中西成药的销售呈快速增长趋势，根据同行业上市公司公开披露数据，报告期内同行业中西成药平均增长率为30%左右；（2）公司实施了“品牌战略”，引入更多的知名品牌，吸引了客流，推动了中西成药销售增长；2017年以来，由于公司逐步取得了部分中西成药知名品牌的区域代理，开展了与中小连锁药房的品牌合作业务，加快了公司中西成药的销售增长；（3）2020年1-6月，受新冠疫情的影响，公司分销业务下降明显，但与零售端相关的加盟业务、直营业务及品牌合作业务板块中的医疗器械增长明显，导致中西成药的占比有所减少。

由于公司目前经营的中西成药品种较多，按照销售模式，列示报告期各期销售额排名前五的中西成药品种：

报告期内加盟业务中西成药销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下：

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
安宫牛黄丸 3g*2 丸	山西广誉远国药有限公司	5,033	863.72	434.71			
安宫牛黄丸 3g*1 丸	九芝堂股份有限公司	37,370	102.98	384.83	27,749	86.18	239.13
注射用卡瑞利珠单抗 200mg	江苏盛迪亚生物医药有限公司	215	16,646.02	357.89	76	16,623.70	126.34
古汉养生精口服液 10ml*30 支	启迪古汉集团衡阳中药有限公司	48,597	57.52	279.54	150,620	57.14	860.70
安宫牛黄丸 3 克	山西广誉远国药有限公司	7,957	235.53	187.41	19,316	245.71	474.62
东阿阿胶 250 克	东阿阿胶股份有限公司	417	746.74	31.14	10,521	765.39	805.28
苯磺酸左氨氯地平片 2.5mg*7 片*2 板	施慧达药业集团(吉林)有限	71,419	23.46	167.56	136,425	23.35	318.55

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价 (元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
	公司						
六味地黄丸 360丸(浓缩丸)	九芝堂股份有限公司	83,388	17.34	144.56	161,708	15.33	247.83
蒲地蓝消炎口服液 10ml*10支	济川药业集团有限公司	30,405	33.42	101.61	52,353	29.20	152.87
复方阿胶浆(无蔗糖)20ml*48支	东阿阿胶股份有限公司	426	267.23	11.38	7,836	238.98	187.26
定坤丹 7g*4瓶	山西广誉远国药有限公司	4,182	109.43	45.76	15,728	109.03	171.48
各年前五大产品合计				2,146.39			3,584.07
各年前五大产品占各期中西成药销售额比重				6.32%			4.56%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018年度			2017年度		
		销量	单价 (元)	销售额	销量	单价 (元)	销售额
安宫牛黄丸 3g*2丸	山西广誉远国药有限公司						
安宫牛黄丸 3g*1丸	九芝堂股份有限公司	24,377	85.10	207.45	23,312	84.70	197.44
注射用卡瑞利珠单抗 200mg	江苏盛迪亚生物医药有限公司						
古汉养生精口服液 10ml*30支	启迪古汉集团衡阳中药有限公司	117,701	55.89	657.83	119,489	53.24	636.15
安宫牛黄丸 3克	山西广誉远国药有限公司	9,376	315.27	295.60	8,297	299.15	248.20
东阿阿胶 250克	东阿阿胶股份有限公司	3,880	761.32	295.39	6,563	733.22	481.21
苯磺酸左氨氯地平片 2.5mg*7片*2板	施慧达药业集团(吉林)有限公司	126,250	22.78	287.66	104,054	26.04	270.98
六味地黄丸 360丸(浓缩丸)	九芝堂股份有限公司	98,993	17.18	170.09	62,814	16.67	104.69

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价 (元)	销售额	销量	单价 (元)	销售额
蒲地蓝消炎口服液 10ml*10 支	济川药业集团 有限公司	122,981	30.30	372.64	102,415	31.62	323.88
复方阿胶浆(无蔗糖) 20ml*48 支	东阿阿胶股份 有限公司	11,203	247.42	277.15	26,256	183.11	480.76
定坤丹 7g*4 瓶	山西广誉远国药 有限公司	22,510	93.04	209.44	35,031	86.44	302.79
各期前五大产品合计				2,773.24			3,046.11
各期前五大产品占各期中西成 药销售额比重				4.22%			6.12%

从上表可以看出，报告期内加盟业务销售额前五的中西成药品种除个别品种如“复方阿胶浆(无蔗糖)20ml*48 支”等由于品种更替或品牌控销等原因有所下降外，其他品种销售额及销量均在逐年上升。

报告期内加盟业务销售额前五的中西成药品种销售单价存在波动，主要是由于受厂家供货价格的调控，同时部分产品与厂家进行深度合作后，厂家促销力度加大也会影响品种销售单价。

报告期内直营业务中西成药销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下：

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2020 年 1-6 月			2019 年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
古汉养生精口服液 10ml*30 支	启迪古汉集团衡 阳中药有限公司	50,623	63.11	319.48	144,047	58.61	844.29
苯磺酸左氨氯地平片 2.5mg*7 片*2 板	施慧达药业集团 (吉林)有限公司	118,917	25.20	299.67	209,162	25.29	528.97
安宫牛黄丸 3 克	山西广誉远国药 有限公司	6,420	357.08	229.25	7,784	379.63	295.51
阿卡波糖片 50mg*30 片	杭州中美华东制 药有限公司	44,339	32.10	142.33	81,126	35.55	288.39
安宫牛黄丸 3g (铁盒)	北京同仁堂股份 有限公司同仁堂 制药厂	2,228	560.98	124.99	2,752	535.18	147.28
东阿阿胶 250 克	东阿阿胶股份有 限公司	1,203	764.35	91.95	10,357	773.29	800.90
阿托伐他汀钙片 20mg*7 片	北京嘉林药业股 份有限公司	44,995	23.80	107.11	75,893	30.82	233.93
复方阿胶浆(无蔗糖)	东阿阿胶股份有	787	288.12	22.68	3,574	371.78	132.87

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
20ml*48支	有限公司						
硫酸氢氯吡格雷片/泰嘉	深圳信立泰药业	14,985	35.38	53.01	36,765	58.40	214.71
25mg*20片/瓶	股份有限公司						
各期前五大产品合计				1,390.46			3,486.85
各期前五大产品占各期中西				4.09%			4.44%
成药销售额比重							

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018年度			2017年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
古汉养生精口服液	启迪古汉集团衡						
10ml*30支	阳中药有限公司	73,044	65.08	475.40	57,614	62.30	358.94
苯磺酸左氨氯地平片	施慧达药业集团						
2.5mg*7片*2板	(吉林)有限公司	202,518	24.20	490.03	156,680	26.90	421.50
安宫牛黄丸3克	山西广誉远国药						
	有限公司	4,501	433.05	194.91	4,361	436.13	190.20
阿卡波糖片50mg*30片	杭州中美华东制						
	药有限公司	67,783	34.98	237.11	56,983	34.75	198.01
安宫牛黄丸3g(铁盒)	北京同仁堂股份						
	有限公司同仁堂	4,276	417.84	178.67	2,978	426.00	126.86
	制药厂						
东阿阿胶250克	东阿阿胶股份						
	有限公司	5,751	819.55	471.32	5,606	770.75	432.08
阿托伐他汀钙片20mg*7片	北京嘉林药业股						
	份有限公司	75,591	32.05	242.29	65,810	31.84	209.56
复方阿胶浆(无蔗糖)20ml*48支	东阿阿胶						
	股份有限公司	5,216	346.05	180.50	7,408	339.98	251.86
硫酸氢氯吡格雷片/泰嘉	深圳信立泰药业						
25mg*20片/瓶	股份有限公司	39,599	56.09	222.12	38,944	55.00	214.19
各期前五大产品合计				2,692.36			2,403.21
各期前五大产品占各期				4.10%			4.82%
中西成药销售额比重							

从上表可以看出，报告期内直营业务销售额前五的中西成药品种除个别品种如“复方阿胶浆(无蔗糖

糖)20ml*48支”、“安宫牛黄丸 3g (铁盒)”等由于价格原因导致的品种更替或品牌控销等原因有所下降外,其他品种销售额及销量均在逐年上升。2020年1-6月,由于受到新冠疫情的影响,与疫情相关的医疗器械、生活用品等占比增加,同时行业内一般促销活动都集中在下半年,导致2020年1-6月直营业务销售额前五的中西成药品种占比有所下降。

报告期内直营业务销售额前五的中西成药品种销售单价存在波动,主要是由于受厂家供货价格的调控,同时部分产品与厂家进行深度合作后,厂家促销力度加大也会影响品种销售单价。

报告期内分销业务中西成药销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下:

金额单位:人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
东阿阿胶 250 克	东阿阿胶股份有限公司	15,034	679.06	1,020.90	43,311	778.70	3,372.64
苯磺酸氨氯地平片 5mg*14片*3板	山西华元医药生物技术有限公司	1,067,075	5.99	638.85	2,260,551	5.94	1,342.71
盐酸二甲双胍缓释片 0.5g*10片*5板	山西华元医药生物技术有限公司	738,558	6.89	508.78	1,725,234	6.49	1,119.18
苯磺酸左氨氯地平片(苯磺酸左旋氨氯地平片) 2.5mg*14片*2板	南昌弘益药业有限公司	393,139	9.05	355.60	1,298,285	10.35	1,343.22
恩替卡韦片0.5毫克*7片	中美/上海施贵宝制药有限公司	23,500	148.24	348.36	131,678	147.07	1,936.54
古汉养生精口服液 10ml*30支	启迪古汉集团衡阳中药有限公司	2,994	67.08	20.08	483,922	55.07	2,664.96
阿胶 250 克	国九堂山东阿胶有限公司	1,954	207.93	40.63	31,718	231.97	735.77
四季感冒胶囊 0.41g*12粒*3板	山东明仁福瑞达制药股份有限公司	247,573	4.46	110.42	981,447	4.41	432.90
各期前五大产品合计				3,043.64			12,947.91
各期前五大产品占各期 中西成药销售额比重				8.96%			16.49%

接上表

金额单位:人民币万元

品种	供应商	2018年度			2017年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
东阿阿胶 250 克	东阿阿胶股份有限公司	11,012	768.44	846.21	4,554	680.76	310.02
苯磺酸氨氯地平片 5mg*14 片*3 板	山西华元医药生物技术有限公司	1,819,469	5.71	1,039.50	991,386	5.77	571.84
盐酸二甲双胍缓释片 0.5g*10 片*5 板	山西华元医药生物技术有限公司	1,364,316	6.29	858.52	729,070	6.17	450.01
苯磺酸左旋氨氯地平片(苯磺酸左旋氨氯地平片) 2.5mg*14 片*2 板	南昌弘益药业有限公司	1,173,241	11.24	1,319.12	854,678	11.30	966.16
恩替卡韦片 0.5 毫克*7 片	中美/上海施贵宝制药有限公司						
古汉养生精口服液 10ml*30 支	启迪古汉集团衡阳中药有限公司	387,698	55.33	2,145.22	31,966	53.95	172.46
阿胶 250 克	国九堂山东阿胶有限公司	26,820	222.35	596.35	21,062	226.51	477.08
四季感冒胶囊 0.41g*12 粒 *3 板	山东明仁福瑞达制药股份有限公司	999,911	4.27	426.93	792,868	4.26	337.54
各期前五大产品合计				7,231.85			3,285.12
各期前五大产品占各期中 西成药销售额比重				11.02%			6.60%

从上表可以看出，报告期内分销业务销售额前五的中西成药品种均在逐年上升，尤其是 2018 年开始代理东阿阿胶、古汉养生精等品种后，该品种销售额大幅上涨。2020 年 1-6 月，由于受到新冠疫情的影响，与疫情相关的医疗器械、生活用品等占比增加，导致 2020 年 1-6 月分销业务销售额前五的中西成药品种销售额大幅下降。

报告期内分销业务销售额前五的中西成药品种销售单价存在波动，主要是受厂家供货价格的调控、“4+7”带量采购政策影响，同时部分产品与厂家进行深度合作后，厂家促销力度加大也会影响品种销售单价。

报告期内品牌合作业务中西成药销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下：

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2020 年 1-6 月			2019 年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
东阿阿胶 250 克	东阿阿胶股份有限公司	5,539	715.57	396.35	12,192	745.09	908.41
阿胶 250g	山东福牌阿胶股份有限公司	5,680	371.68	211.12			

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
阿胶补血口服液 20ml*40 支	山东福牌制药有限公司	9,540	172.57	164.63			
阿胶/1856250g	山东福牌阿胶股份有限公司	2,600	486.73	126.55			
静注人免疫球蛋白(pH4)2.5g (5%.50ml)/瓶	国药集团上海血液制品有限公司	1,500	634.30	95.15			
复方阿胶浆(无蔗糖)20ml*48 支	东阿阿胶股份有限公司	260	230.09	5.98	4,340	220.27	95.60
龟龄集 0.3g*30 粒	山西广誉远国药有限公司				2,662	301.53	80.27
定坤丹 7g*4 瓶	山西广誉远国药有限公司	374	116.84	4.37	5,278	112.13	59.18
益安宁丸 112 丸*3 瓶	同溢堂药业有限公司				792	584.48	46.29
阿胶 250 克	国九堂山东阿胶有限公司	60	247.79	1.49	1,117	233.34	26.06
安宫牛黄丸 3 克	山西广誉远国药有限公司				1,172	322.13	37.75
各期前五大产品合计				1,005.63			1,253.57
各期前五大产品占各期中成药销售额比重				2.96%			1.60%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018年度			2017年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
东阿阿胶 250 克	东阿阿胶股份有限公司	3,524	723.40	254.93			
阿胶 250g	山东福牌阿胶股份有限公司						
阿胶补血口服液 20ml*40 支	山东福牌制药有限公司						
阿胶/1856250g	山东福牌阿胶股份有限公司						

品种	供应商	2018 年度			2017 年度	
		销量	单价(元)	销售 额	销量	单价 (元)
静注人免疫球蛋白(pH4)2.5g (5%.50ml)/瓶	国药集团上海血液 制品有限公司					
复方阿胶浆(无蔗糖)20ml*48 支	东阿阿胶股份 有限公司	1,403	225.61	31.65		
龟龄集 0.3g*30 粒	山西广誉远国药 有限公司	532	293.22	15.60		
定坤丹 7g*4 瓶	山西广誉远国药 有限公司	1,029	104.08	10.71		
益安宁丸 112 丸*3 瓶	同溢堂药业 有限公司	32	558.62	1.79		
阿胶 250 克	国九堂山东阿胶 有限公司	1,520	229.58	34.90		
安宫牛黄丸 3 克	山西广誉远国药 有限公司	492	336.21	16.54		
各期前五大产品合计				366.11		
各期前五大产品占各期中西成 药销售额比重				0.56%		

从上表可以看出，报告期内品牌合作业务销售额前五的中西成药品种均在逐年上升，尤其是 2018 年开始代理东阿阿胶、安宫牛黄丸等品种后，该品种销售额大幅上涨。2020 年 1-6 月，由于受到新冠疫情的影响，原有品种的销售有所下降，但公司 2020 年新增品种福牌阿胶及阿胶口服液销售增长带动品牌合作业务的销售额上升。

报告期内品牌合作业务销售额前五的中西成药品种销售单价存在波动，主要是受厂家供货价格的调控、“4+7”带量采购政策影响，同时部分产品与厂家进行深度合作后，厂家促销力度加大也会影响品种销售单价。

综上所述，各业务模式下的前五大产品销量和单价均基于各模式下的不同销售对象导致其变动，符合公司的商业实质，具有合理性。

二、中药、生活用品收入下降较快，与公司整体收入变动趋势不一致，请结合销售模式、产品型号和内容，披露中药、生活用品收入下降较快的原因和合理性，其前五大产品的销量和单价变化情况及其合理性。

1、中药

报告期内中药销售收入及占主营业务收入比例如下：

金额单位：人民币万元

产品	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
----	--------------	--------	--------	--------

大类	金 额	占 比 (%)						
中药收入	3,347.40	5.82	6,825.34	6.63	8,438.37	9.27	8,635.26	11.38

报告期内中药销售额按销售模式分类及其结构比如下：

金额单位：人民币万元

销售模式	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比 (%)						
加盟业务	1,846.52	55.16	3,959.95	58.01	4,892.00	57.98	4,506.52	52.18
分销业务	24.92	0.74	289.45	4.24	457.61	5.42	1,010.81	11.71
直营业务	1,047.91	31.31	2,470.44	36.20	3,031.91	35.93	3,117.93	36.11
品牌合作业务	428.05	12.79	105.50	1.55	56.85	0.67		
合 计	<u>3,347.40</u>	<u>100</u>	<u>6,825.34</u>	<u>100</u>	<u>8,438.37</u>	<u>100</u>	<u>8,635.26</u>	<u>100</u>

报告期内，在主营业务收入逐年增长的情况下，中药销售额逐年下降，主要原因是（1）由于中成药和中医门诊的快速发展，药店的中药饮片销售受到一定影响。同行业已上市企业的中药增长速度明显低于中西成药的增长，若考虑上市企业扣除并购导致的的增长，中药饮片的基本上保持稳定；（2）2017年7月开始，养天和中医馆的中药饮片自行采购，减少了从公司的中药购进；（3）跟随市场变化，公司对中药的供应商进行了优化，中药产品采购成本有所下降，导致中药售价也随之变化；（4）因为市场原因，报告期内原为公司中药主要销售品种的草晶华和养尊堂的销售逐年减少。

按销售模式看，中药的分销客户主要是养天和中医馆，2017年7月开始，养天和中医馆中药饮片自行采购，基本上不再从公司采购中药，中药的销售就集中在直营和加盟，从而导致分销渠道占比逐年下降，其他与零售渠道相关的占比均有所上升。

由于公司目前经营的中药品种较多，我们按照销售模式，列示报告期各期销售额排名前五的中药品种：

报告期内加盟业务中药销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下：

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售 额	销量	单价(元)	销售 额
天麻(0.5)雪山特级巨	湖南振兴中药有限公司	1,167.25	386.56	45.12	7,368.00	369.40	272.18
防风(0.2)饮片	石家庄市诚信中药材有限公司	660.99	531.92	35.16			
当归(原色0.5)巨一等	湖南振兴中药有限公司	4,227.50	77.16	32.62	8,917.03	78.15	69.68
金银花(0.5)饮片	湖南振兴中药	1,072.00	299.75	32.13	2,008.43	240.09	48.22

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
	有限公司						
金银花(0.5)饮片	石家庄市诚信中 药材有限公司	938.50	275.74	25.88	635.50	233.29	14.83
三七(0.5)30头	湖南振兴中药 有限公司	713.92	326.09	23.28	7,691.35	312.76	240.56
西洋参(0.2)1g圆粒	湖南振兴中药 有限公司	48.85	1,154.97	5.64	1,350.00	811.28	109.52
川贝母(0.1)饮片	湖南振兴中药 有限公司	41.54	4,581.44	19.03	145.78	4,045.80	58.98
三七(0.5)30头	昌都振兴中药饮 片实业有限公司 长沙分公司				159.84	245.15	3.92
天麻(0.5)雪山特级豆	昌都振兴中药饮 片实业有限公司 长沙分公司				256.97	295.93	7.60
西洋参(0.2)1g圆粒	昌都振兴中药饮 片实业有限公司 长沙分公司				47.01	1,043.69	4.91
三七(0.5)30头	安徽盛海堂中药 饮片有限公司				5.43	398.41	0.22
当归(原色0.5)豆一等	昌都振兴中药饮 片实业有限公司				302.00	84.55	2.55
川贝母/原色(0.1)原贝	昌都振兴中药饮 片实业有限公司				24.90	4,227.49	10.53
各期前五大产品合计				218.86			843.69
各期前五大产品占各期 中药销售额比重				6.54%			12.36%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018年度			2017年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
天麻(0.5)雪山特级豆	湖南振兴中药 有限公司						
防风(0.2)饮片	石家庄市诚信中						

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
	药材有限公司						
当归(原色 0.5) 亘一等	湖南振兴中药有限公司						
金银花(0.5)饮片	湖南振兴中药有限公司						
金银花(0.5)饮片	石家庄市诚信中药材有限公司						
三七(0.5)30 头	湖南振兴中药有限公司						
西洋参(0.2)1g 圆粒	湖南振兴中药有限公司						
川贝母(0.1) 饮片	湖南振兴中药有限公司						
三七(0.5)30 头	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	8,106.23	414.23	335.79	4,383.00	424.16	185.91
天麻(0.5)雪山特级亘	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	9,078.44	359.01	325.92	4,910.00	315.53	154.92
西洋参(0.2)1g 圆粒	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	1,416.27	863.75	122.33	899.00	916.27	82.37
三七(0.5) 30 头	安徽盛海堂中药饮片有限公司	2,562.50	417.36	106.95	1,677.50	407.05	68.28
当归(原色 0.5) 亘一等	昌都振兴中药饮片实业有限公司	11,818.96	84.28	99.61	13,632.00	81.08	110.53
川贝母/原色(0.1) 原贝	昌都振兴中药饮片实业有限公司	208.90	4,074.55	85.12	354.00	3,981.89	140.96
各期前五大产品合计				<u>1,075.72</u>			<u>742.97</u>
各期前五大产品占各期中药销售额比重				12.75%			8.60%

从上表可以看出,报告期内加盟业务销售额前五的中药品种变化较大主要是公司提高了中药品种品质的要求,优选了一部分新的中药供应商。2020年1-6月,由于受到新冠疫情的影响,加盟店对于疫情相关的医疗器械、生活用品等物品需求增加,对于中药的需求减少,主要中药品种的销量减少导致2020年1-6月加盟业务销售额前五的中药品种占比有所下降。

报告期内加盟业务销售额前五的中药品种销售单价存在波动，其中川贝母、三七、天麻等产品主要是由于受产地供货价格的影响及促销活动的影响单价。

报告期内直营业务中药销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下：

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
天麻(0.5)雪山特级豆	湖南振兴中药有限公司	533.91	611.69	32.66	1,358.36	585.71	79.56
9349 三七粉 3g*30 袋	云南七丹药业股份有限公司	2,580.92	98.63	25.46	1,093.99	156.11	17.08
三七(0.5)30 头	湖南振兴中药有限公司	408.30	578.66	23.63	1,198.01	587.46	70.38
0843 枸杞子/康京元 500g	石家庄市诚信中药材有限公司	3,441.59	59.56	20.50	5,875.96	61.27	36.00
防风(0.2) 饮片	石家庄市诚信中药材有限公司	317.91	635.02	20.19			
天麻(0.5)雪山特级豆	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	81.65	699.75	5.71	682.74	712.55	48.65
0898 西洋参/康京元 60g	石家庄市诚信中药材有限公司	1,331.00	145.58	19.38	3,114.77	125.71	39.15
党参(0.5)特等饮片	湖南振兴中药有限公司	848.82	211.84	17.98	1,753.33	214.14	37.55
三七(0.5)30 头	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	44.90	713.46	3.20	354.07	615.16	21.78
川贝母/原色(0.1) 原贝	昌都振兴中药饮片实业有限公司	0.34	5,242.91	0.18	30.52	4,061.00	12.39
西洋参(0.2)1g 圆粒	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	6.63	2,666.89	1.77	107.76	1,856.92	20.01
各期前五大产品合计				<u>170.65</u>			<u>382.55</u>
各期前五大产品占各期中药销售额比重				5.10%			5.60%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价 (元)	销售额	销量	单价 (元)	销售额
天麻(0.5)雪山特 级豆	湖南振兴中 药有限公司						
9349 三七粉 3g*30 袋	云南七丹药 业股份有限 公司						
三七(0.5)30 头	湖南振兴中 药有限公司						
0843 枸杞子/康京 元 500g	石家庄市诚 信中药材有 限公司						
防风 (0.2) 饮片	石家庄市诚 信中药材有 限公司						
天麻(0.5)雪山特 级豆	昌都振兴中 药饮片实业 有限公司长 沙分公司	2,265.14	601.11	136.16	2,004.26	497.44	99.70
0898 西洋参/康京 元 60g	石家庄市诚 信中药材有 限公司	3,843.21	135.17	51.95	4,486.00	126.90	56.93
党参(0.5)特等饮 片	湖南振兴中 药有限公司						
三七(0.5)30 头	昌都振兴中 药饮片实业 有限公司长 沙分公司	1,344.44	640.63	86.13	1,251.78	658.54	82.44
川贝母/原色(0.1) 原贝	昌都振兴中 药饮片实业 有限公司	129.40	5,180.39	67.03	173.05	4,332.52	74.97
西洋参(0.2)1g 圆 粒	昌都振兴中 药饮片实业 有限公司长 沙分公司	320.23	1,920.84	61.51	310.67	1,981.17	61.55
各期前五大产品 合计				402.78			375.59

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价 (元)	销售额	销量	单价 (元)	销售额
各期前五大产品							
占各期中药销售			4.77%			4.35%	
额比重							

从上表可以看出,报告期内直营业务销售额前五的中药品种变化较大主要是公司提高了中药品种品质的要求,优选了一部分新的中药供应商。2020年1-6月,由于受到新冠疫情的影响,消费者对于疫情相关的医疗器械、生活用品等物品需求增加,主要中药品种的销量减少导致2020年1-6月加盟业务销售额前五的中药品种占比有所下降。

报告期内直营业务销售额前五的中药品种销售单价存在波动,其中川贝母、三七、天麻等产品主要是由于受产地供货价格的影响及促销活动的影响单价。

报告期内分销业务中药销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下:

金额单位:人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
0230 川贝母 10g (净制)	四川省一片叶药业有限公司	2,700.00	39.91	10.78			
新型冠状病毒肺炎预防方剂 100g	湖南振兴中药有限公司	4,863.00	11.47	5.58			
熊胆粉 1g*5 支	四川省仁德制药有限公司	1,000.00	35.40	3.54	2,000.00	34.94	6.99
麸炒苍术(0.5)饮片	石家庄市诚信中药材有限公司	108.00	224.77	2.43			
9349 三七粉 3g*30 袋	云南七丹药业股份有限公司	600.00	36.33	2.18	1,530.00	36.33	5.56
西洋参(美国进口)7 克泡(250g)	洛基山(福州)药业有限公司				301.25	2,875.90	86.64
全蝎(0.1)特等(清水选)	郑州瑞龙制药股份有限公司				80.00	1,793.64	14.35
红参(高丽参)优等/300g*20 条	龙宝参茸股份有限公司				43.00	1,592.79	6.85
4108 三七粉 90g(3 克*30 袋)	广州市药材公司中药饮片厂				1,008.00	63.72	6.42
党参(0.5)0.6 节选	湖南衡岳中药饮片有限公司				437.50	136.65	5.98

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
高丽白参 600g(30条)	龙宝参茸股份有限公司						
西洋参(美国进口)7克短枝(250g)	洛基山(福州)药业有限公司				14.00	1,655.24	2.32
中药饮片 1(0.2)灸	昌都振兴中药饮片实业						
川贝母/原色(0.1)原贝	昌都振兴中药饮片实业有限公司						
西洋参(0.2)0.3g圆粒	昌都振兴中药饮片实业						
牛黄(1g/包)天然	湖南三湘中药饮片有限						
0898 西洋参/康京元 60g/瓶	石家庄市诚信中药材有						
各期前五大产品合计				24.50			135.10
各期前五大产品占各期中药销售额比重				0.73%			1.98%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018年度			2017年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
0230 川贝母 10g(净制)	四川省一片叶药业有限公司						
新型冠状病毒肺炎预防方剂 100g	湖南振兴中药有限公司						
熊胆粉 1g*5支	四川省仁德制药有限公司	2,990.00	34.39	10.28			
麸炒苍术(0.5)饮片	石家庄市诚信中药材有限公司				2.00	116.91	0.02
9349 三七粉 3g*30袋	云南七丹药业股份有限公司						
西洋参(美国进口)7克泡(250g)	洛基山(福州)药业有限公司	29.00	2,451.41	7.11			

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价 (元)	销售额	销量	单价 (元)	销售额
全蝎(0.1)特等 (清水选)	郑州瑞龙制药股份有限 公司	78.30	1,723.10	13.49	4.00	1,727.27	0.69
红参(高丽参) 优等/300g*20条	龙宝参茸股份有限公司	24.00	1,584.00	3.80			
4108三七粉90g (3克*30袋)	广州市药材公司中药饮 片厂						
党参(0.5)0.6节选	湖南衡岳中药饮片有限 公司	1,077.00	137.63	14.82	484.00	129.55	6.27
高丽白参 600g(30条)	龙宝参茸股份有限公司	105.00	1,258.27	13.21	128.00	1,287.88	16.48
西洋参(美国进 口)7克短枝 (250g)	洛基山(福州)药业有限 公司	56.50	1,582.30	8.94			
中药饮片 1(0.2)灸	昌都振兴中药饮片实业				310.00	4,560.31	141.37
川贝母/原色 (0.1)原贝	昌都振兴中药饮片实业 有限公司				195.30	4,508.53	88.05
西洋参(0.2)0.3g 圆粒	昌都振兴中药饮片实业				235.00	2,725.66	64.05
牛黄(1g/包)天然	湖南三湘中药饮片有限				3,929.00	109.03	42.84
0898西洋参/康京 元60g/瓶	石家庄市诚信中药材有	131.00	71.24	0.93	4,772.00	70.82	33.79
各期前五大产品 合计							
						<u>72.59</u>	<u>393.57</u>
各期前五大产品 占各期中药销售 额比重						0.86%	4.56%

从上表可以看出,报告期内分销业务销售额前五的中药品种变化较大主要是公司提高了中药品种品质的要求,优选了一部分新的中药供应商。2017年后,分销模式下中药销售额大幅下降的主要原因是分销的主要客户养天和中医馆不再从公司采购中药。2020年1-6月以前年度销售较好的中药品种本期销量减少,导致2020年1-6月分销业务销售额前五的中药品种占比有所下降。

报告期内分销业务销售额前五的中药品种销售单价存在波动,其中川贝母、三七、天麻等产品主要是由于受产地供货价格的影响及促销活动的影响单价;受中美贸易战影响,“西洋参(美国进口)7克短枝(250g)”单价由于关税的原因上涨。

报告期内品牌合作业务中药销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下：

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价（元）	销售额	销量	单价（元）	销售额
三七(0.5)40头(统)	云南鸿翔中药科技有限公司	6,100.00	222.06	135.46			
2232 西洋参粉 30g(1.5g*20袋)	云南鸿翔中药科技有限公司	7,503.00	61.65	46.26			
2560 三七极细粉 60g(3g*20袋)	云南鸿翔中药科技有限公司	7,728.00	59.07	45.65			
2225 铁皮石斛粉 20g(1g*20袋)	云南鸿翔中药科技有限公司	7,008.00	57.98	40.63			
2263 天麻粉 60g(3g*20袋)	云南鸿翔中药科技有限公司	5,088.00	57.98	29.50			
9349 三七粉 3g*30袋	云南七丹药业股份有限公司	1,705.00	36.33	6.19	1,944.00	36.33	7.06
川贝母(0.1)饮片	湖南振兴中药有限公司	7.50	4,128.44	3.10	13.00	4,128.44	5.37
西洋参(0.2)1g圆粒	湖南振兴中药有限公司	16.00	778.41	1.25	60.00	788.99	4.73
7526 西洋参 18g(1.5g*12袋)	广东乐陶陶药业股份有限公司	240.00	22.68	0.54	2,000.00	22.02	4.40
冬虫夏草(5g)选装	湖南振兴中药有限公司				345.00	105.83	3.65
2146 三七破壁饮片 1g*20袋	中山市中智中药饮片有限公司						
2153 石斛破壁饮片 1g*20袋	中山市中智药业集团有限公司						
2139 西洋参破壁饮片 1g*20袋	中山市中智药业集团有限公司						
三七(0.5)30头	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司						
2818 山楂破壁饮片 2g*20袋	中山市中智药业集团有限公司						
各期前五大产品合计				<u>308.58</u>			<u>25.22</u>
各期前五大产品占 各期中药销售额比重				9.22%			0.37%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
三七(0.5)40头(统)	云南鸿翔中药科技有限公司						
2232 西洋参粉30g(1.5g*20袋)	云南鸿翔中药科技有限公司						
2560 三七极细粉 60g(3g*20袋)	云南鸿翔中药科技有限公司						
2225 铁皮石斛粉20g(1g*20袋)	云南鸿翔中药科技有限公司						
2263 天麻粉 60g(3g*20袋)	云南鸿翔中药科技有限公司						
9349 三七粉 3g*30袋	云南七丹药业股份有限公司						
川贝母(0.1)饮片	湖南振兴中药有限公司						
西洋参(0.2)1g圆粒	湖南振兴中药有限公司						
7526 西洋参 18g(1.5g*12袋)	广东乐陶陶药业股份有限公司						
冬虫夏草(5g)选装	湖南振兴中药有限公司						
2146 三七破壁饮片 1g*20袋	中山市中智中药饮片有限公司	500.00	96.00	4.80			
2153 石斛破壁饮片 1g*20袋	中山市中智药业集团有限公司	300.00	96.00	2.88			
2139 西洋参破壁饮片 1g*20袋	中山市中智药业集团有限公司	380.00	75.20	2.86			
三七(0.5)30头	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	61.50	407.69	2.51			
2818 山楂破壁饮片 2g*20袋	中山市中智药业集团有限公司	780.00	32.00	2.50			
各期前五大产品合计				15.54			
各期前五大产品占各期中药销售额比重						0.18%	

从上表可以看出，报告期内品牌合作业务销售额前五的中药品种变化较大主要是公司提高了中药品种品质的要求，优选了一部分新的中药供应商。2020年1-6月，公司与云南鸿翔中药科技有限公司达成战略合作，由厂家直接派人员到现场与品牌合作公司共同举办大型推广活动，促进了品牌合作业务中药销售额的增长。

报告期内品牌业务销售额前五的中药品种销售单价由于品种变化较大，无法进行对比。

2、生活用品

报告期内生活用品销售收入及占主营业务收入比例如下：

金额单位：人民币万元

产品大类	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
生活用品	7,233.65	12.58	8,716.67	8.46	9,538.70	10.48	11,318.24	14.92

报告期内生活用品销售额按销售模式分类及其结构比如下：

金额单位：人民币万元

销售模式	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
加盟业务	3,090.53	42.72	3,057.72	35.08	3,572.44	37.45	3,962.84	35.02
分销及其他经营业务	1,945.10	26.89	3,675.00	42.16	2,587.46	27.13	3,810.22	33.66
直营业务	1,812.54	25.06	1,716.88	19.70	2,942.70	30.85	3,545.18	31.32
品牌合作业务	385.48	5.33	267.07	3.06	436.10	4.57		
合计	7,233.65	100	8,716.67	100	9,538.70	100	11,318.24	100

2017年-2019年，在主营业务收入逐年增长的情况下，生活用品销售额逐年下降，主要原因是随着医保越来越严格，部分地区对在药店陈列和销售生活用品提出了更严格的要求。公司也因此进行了产品结构调整，从2018年起陆续淘汰了许多生活用品，导致其销售有所下降。2020年1-6月，生活用品涨幅明显，主要是受到新冠疫情的影响，以口罩、酒精等为主的防疫物资销售量呈现大幅增长。

报告期内加盟业务生活用品销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下：

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
KF94 口罩 30个(L\M\S)	韩国东亚 制药厂 Novapharm	9,540	693.21	661.33			
8202 如辉消毒液 500ml	Research (Australia) PtyLtd	13,070	152.36	199.14	414	158.63	6.57
9064 酒精消毒液 500ml	湖南尔康制药股 份有限公司	125,588	11.99	150.58			
0025 舒适型防护口罩	湖南一喜科技服	9,310	128.61	119.74			

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
50片	务有限公司						
一次性无纺布口罩(日用) 个	国药控股长沙有限公司	569,100	1.33	75.54			
0129 云南田三七牙膏/礼奈 200g	浙江清科健康科技有限公司	8,040	14.17	11.39	125,945	16.69	210.17
0836 墨鱼/康京元 400g	长沙市闽锦食品贸易有限公司	8,035	52.21	41.95	12,727	89.51	113.92
4509/4493 食用植物调和油/食用调和油/康京元 2.5L(茶籽橄榄清香型)	长沙新世纪油脂有限公司	3,081	12.99	4.00	50,299	17.71	89.08
0031 鲜炖燕窝 72 瓶装套餐/每日滋养 70g*72 瓶	华东川峰(厦门)生物科技有限公司				148	5,660.18	83.77
0033 北海墨鱼/健凡 400g	长沙市闽锦食品贸易有限公司	2,751	75.23	20.70	8,513	74.86	63.73
001588 润贝婴童配方奶粉 3 段 800g*800g	荷兰 Hyproca 乳制品厂				809	182.93	14.80
0327 礼奈云南田三七清热祛火牙膏 200g(清新薄荷味)	苏州清馨健康科技有限公司				7,779	14.38	11.19
0039 奥齿健云南三七牙膏/卓效清新 180g(清新薄荷香型)	苏州清馨健康科技有限公司	5	17.70	0.01			
0722 茶籽橄榄调和油/康京元/司庆 2L	湖南省美乐厨油茶网络科技有限公司						
0327 礼奈云南田三七牙膏洗衣液套装 200g+2kg(洗衣液)	苏州清馨健康科技有限公司				7,779	14.38	11.19
谢琳白燕窝(燕盏)燕盏	谢琳燕窝(马)有限公司	6,143	22.36	13.74	11,830	23.84	28.21
前五大产品合计				<u>1,298.12</u>			<u>632.62</u>
前五大产品占各期生活用品销售额比重				17.95%			7.26%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价 (元)	销售额	销量	单价 (元)	销售额
KF94 口罩 30 个 (L\M\S)	韩国东亚制药厂						
8202 如辉消毒液 500ml	Novapharm Research (Australia) PtyLtd						
9064 酒精消毒液 500ml	湖南尔康制药股份 有限公司						
0025 舒适型防护口罩 50 片	湖南一喜科技服务 有限公司						
一次性无纺布口罩(日 用)个	国药控股长沙有限 公司						
0129 云南田三七牙膏/ 礼奈 200g	浙江清科健康科技 有限公司						
0836 墨鱼/康京元 400g	长沙市闽锦食品贸 易有限公司	8,344	86.56	72.23	7,163	84.17	60.29
4509/4493 食用植物调 和油/食用调和油/康京 元 2.5L(茶籽橄榄清香 型)	长沙新世纪油脂有 限公司						
0031 鲜炖燕窝 72 瓶装 套餐/每日滋养 70g*72 瓶	华东川峰(厦门) 生物科技有限公司						
0033 北海墨鱼/健凡 400g	长沙市闽锦食品贸 易有限公司	10,922	71.13	77.69	16,241	70.79	114.97
001588 润贝婴童配方 奶粉 3 段 800g800g	荷兰 Hyproca 乳制 品厂	5,187	189.23	98.15	6,840	190.31	130.17
0327 礼奈云南田三七 清热祛火牙膏 200g(清 新薄荷味)	苏州清馨健康科技 有限公司	59,552	15.65	93.19	14,520	15.28	22.19
0039 奥齿健云南三七 牙膏/卓效清新 180g(清新薄荷香型)	苏州清馨健康科技 有限公司	40,220	15.56	62.59			
0722 茶籽橄榄调和油/ 康京元/司庆 2L	湖南省美乐厨油茶 网络科技有限公司				123,644	15.95	197.27
0327 礼奈云南田三七	苏州清馨健康科技				64,412	16.79	108.12

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价 (元)	销售额	销量	单价 (元)	销售额
牙膏洗衣液套装 200g+2kg(洗衣液)	有限公司						
谢琳白燕窝(燕盏)燕盏	谢琳燕窝(马)有限公司	26,820	22.45	60.20	38,188	22.59	86.27
前五大产品合计				464.06			719.28
前五大产品占各期生活用品销售额比重				4.86%			6.36%

从上表可以看出,报告期内加盟业务销售额前五的生活用品品种变化较大主要是公司每年选取不同的产品用于引流吸客。2020年1-6月,由于受到新冠疫情的影响,口罩及消毒液等与疫情相关的产品销售额大幅上涨,引起生活用品销售额大幅增长。

报告期内加盟业务销售额前五的生活用品品种销售单价呈现小幅波动,主要是受厂家价格调控的影响。

报告期内直营业务生活用品销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下:

金额单位:人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价	销售额	销量	单价	销售额
KF94 口罩 30 个 (L\M\S)	韩国东亚制药厂 Novapharm	5,024	732.82	368.17			
8202 如辉消毒液 500ml	Research (Australia) PtyLtd	5,634	203.31	114.54	94	208.32	1.96
0025 舒适型防护口罩 50 片	湖南一喜科技 服务有限公司	5,064	150.43	76.18			
9064 酒精消毒液 500ml	湖南尔康制药 股份有限公司	53,244	11.02	58.68			
日用口罩 KF-KZ005	可孚医疗科技 股份有限公司	281,290	2.00	56.28			
0188 五福香米 4kg	宁乡市花明粮 油食品有限公 司	72	14.39	0.10	154,669	14.02	216.83
4509/4493 食用植物调 和油/食用调和油/康 京元 2.5L(茶籽橄榄清 香型)	长沙新世纪油 脂有限公司	6,013	1.81	1.09	112,061	10.89	122.03

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价	销售额	销量	单价	销售额
0129 云南田三七牙膏/礼奈 200g	浙江清科健康科技有限公司	3,229	27.47	8.87	31,364	27.21	85.33
0836 墨鱼/康京元 400g	长沙市闽锦食品贸易有限公司	3,590	115.37	41.42	6,673	111.51	74.41
001588 润贝婴童配方奶粉 3段 800g*800g	荷兰 Hyproca 乳制品厂				19,907	17.15	34.14
0512 五福香米 4kg	靖州苗族侗族自治县阳光农产品				17	17.39	0.03
0005 云南白药牙膏◆ 120g(留兰香型)	云南白药集团股份有限公司	4,209	16.92	7.12	9,163	16.87	15.46
2761 伊利安慕希希腊风味酸奶 205g*12瓶(原味)	潍坊伊利乳业有限责任公司	1,626	46.59	7.58	3,562	56.93	20.28
8595 蒙牛纯甄风味酸牛奶 Z1/2200g*12盒	内蒙古蒙牛达能乳制品有限公司	981	57.55	5.65	2,082	57.02	11.87
0265 云南白药牙膏 145g	云南白药集团股份有限公司						
前五大产品合计				745.68			582.34
前五大产品占各期生活用品销售额比重				10.31%			6.68%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018年度			2017年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
KF94 口罩 30个(L\M\S)	韩国东亚制药厂						
8202 如辉消毒液 500ml	Novapharm Research (Australia) PtyLtd						
0025 舒适型防护口罩 50片	湖南一喜科技服务有限公司						

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
9064 酒精消毒液 500ml	湖南尔康制药股份有限公司						
日用口罩 KF-KZ005	可孚医疗科技股份有限公司						
0188 五福香米 4kg	宁乡市花明粮油食品有限公司						
4509/4493 食用植物调和油/食用调和油/康京元 2.5L(茶籽橄榄清香型)	长沙新世纪油脂有限公司	54,034	15.64	84.49			
0129 云南田三七牙膏/礼奈 200g	浙江清科健康科技有限公司						
0836 墨鱼/康京元 400g	长沙市闽锦食品贸易有限公司	7,585	115.31	87.46	6,947	112.52	78.17
001588 润贝婴童配方奶粉 3 段 800g800g	荷兰 Hyproca 乳制品厂	2,533	337.95	85.60	4,084	269.26	109.96
0512 五福香米 4kg	靖州苗族侗族自治县阳光农产品	118,547	17.05	202.15			
0005 云南白药牙膏◆ 120g(留兰香型)	云南白药集团股份有限公司	47,039	16.55	77.83	4,112	16.89	6.95
2761 伊利安慕希希腊风味酸奶 205g*12 瓶(原味)	潍坊伊利乳业有限公司	6,085	55.34	33.68	9,528	55.96	53.32
8595 蒙牛纯甄风味酸牛奶 Z1/2200g*12 盒	内蒙古蒙牛达能乳制品有限公司	5,210	54.25	28.27	8,121	54.96	44.64
0265 云南白药牙膏 145g	云南白药集团股份有限公司	1,287	17.63	2.27	25,470	17.50	44.58
前五大产品合计				601.75			337.62
前五大产品占各期生活用品销售额比重				6.31%			2.98%

从上表可以看出，报告期内直营业务销售额前五的生活用品品种变化较大主要是公司每年选取不同的产品用于引流吸客。2020 年 1-6 月，由于受到新冠疫情的影响，口罩及消毒液等与疫情相关的产品销售额大幅上涨，引起生活用品销售额大幅增长。

报告期内直营业务销售额前五的生活用品品种销售单价呈现小幅波动，主要是受厂家价格调控的影响。

报告期内分销业务生活用品销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下：

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
KF94 口罩 30 个 (L\M\S)	韩国东亚制药厂	8,673	639.89	554.98			
雀巢咖啡丝滑拿铁 268ml*15 瓶	长沙佰佳中药饮片有限公司	77,513	40.64	315.05	81,728	43.94	359.14
5756 幼儿配方羊乳粉(12-36 月龄, 3 段)800g	杨凌圣妃乳业有限公司	41,683	73.98	308.38	115,673	73.48	849.91
一次性无纺布口罩(日用)个	国药控股长沙有限公司	1,269,120	1.33	168.47			
0070 一次性使用儿童防护口罩 14.5cm*9.5cm*30 只	湖南一喜科技服务有限公司	20,851	63.65	132.71			
5732 较大婴儿配方羊乳粉(6-12 月龄, 2 段)800g	杨凌圣妃乳业有限公司	14,911	73.98	110.32	70,445	73.75	519.54
5725 婴儿配方羊乳粉(0-6 月龄, 1 段)800g	杨凌圣妃乳业有限公司				53,790	73.98	397.95
金龙鱼黄金比例食用调和 5L*4	益海嘉里食品有限公司				7,419	175.41	130.14
金龙鱼黄金比例食用调和油 1.8L*6	益海嘉里食品有限公司				4,323	107.07	46.29
金龙鱼黄金比例食用调和油 (5L+400ML) *4	益海嘉里食品有限公司				1,376	177.23	24.39
金龙鱼黄金比例食用调和油 900ml*15	益海嘉里食品有限公司				1,736	136.99	23.78
金龙鱼纯香维生素 A 营养强化菜籽油 5L+400MLAR 外婆乡小榨菜)*4	益海嘉里食品有限公司				1,684	212.46	35.78
*7888 香纳兰泰国茉莉香米 1*25kg	泰国暹罗广隆利米业出口公司				132	200.00	2.64
雅哈冰咖啡 PET450 蓝标 450ml*15 瓶	长沙统一企业有限公司						

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
统一阿萨姆奶茶原味 PET500 原味 PET500ML*15	长沙统一企 业有限公司				5,632	38.16	21.49
前五大产品合计				<u>1,589.91</u>			<u>2,411.04</u>
前五大产品占各期生活用品销 售额比重				21.98%			27.66%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018年度			2017年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
KF94 口罩 30 个 (L\M\S)	韩国东亚制药 厂						
雀巢咖啡丝滑拿铁 268ml*15 瓶	长沙佰佳中 饮片有限公司	13,763	40.24	55.38			
5756 幼儿配方羊乳粉(12-36 月 龄, 3 段)800g	杨凌圣妃乳 业有限公司						
一次性无纺布口罩(日用)个	国药控股长 沙有限公司						
0070 一次性使用儿童防护口罩 14.5cm*9.5cm*30 只	湖南一喜科 技服务有限公司						
5732 较大婴儿配方羊乳粉(6-12 月龄, 2 段)800g	杨凌圣妃乳 业有限公司						
5725 婴儿配方羊乳粉(0-6 月龄, 1 段)800g	杨凌圣妃乳 业有限公司						
金龙鱼黄金比例食用调和油 5L*4	益海嘉里食 品有限公司	24,809	182.29	452.25	24,834	178.43	443.12
金龙鱼黄金比例食用调和油 1.8L*6	益海嘉里食 品有限公司	19,602	110.01	215.64	18,554	105.21	195.21
金龙鱼黄金比例食用调和油 (5L+400ML) *4	益海嘉里食 品有限公司	6,711	197.26	132.38	6,555	186.97	122.56
金龙鱼黄金比例食用调和油 900ml*15	益海嘉里食 品有限公司	8,341	147.38	122.93	7,376	140.78	103.84
金龙鱼纯香维生素 A 营养强化菜 籽油(5L+400MLAR 外婆乡小榨 菜)*4	益海嘉里食 品有限公司	4,270	222.13	94.85	4,204	217.00	91.23
*7888 香纳兰泰国茉莉香米	泰国暹罗广 隆	381	203.56	7.76	13,809	201.74	278.58

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
1*25kg	利米业出口公司						
雅哈冰咖啡 PET450 蓝标 450ml*15 瓶	长沙统一企业 有限公司				30,112	47.01	141.55
统一阿萨姆奶茶原味 PET500 原 味 PET500ML*15	长沙统一企业 有限公司	20,938	37.24	77.97	38,343	36.75	140.92
前五大产品合计				1,159.15			1,517.00
前五大产品占各期生活用品销售 额比重				12.15%			13.40%

从上表可以看出,报告期内分销业务销售额前五的生活用品品种变化较大主要是公司根据下游客户的需求变更品种。2019年,公司成为配方羊乳粉的代理商,配方羊乳粉销售额大幅增长,引起排名前五品种销售额占比上升。2020年1-6月,由于受到新冠疫情的影响,口罩及消毒液等与疫情相关的产品销售额大幅上涨,引起生活用品销售额大幅增长。

报告期内分销业务销售额前五的生活用品品种销售单价呈现小幅波动,主要是受厂家价格调控的影响。

报告期内品牌合作业务生活用品销售额排名前五的品种各期销量、单价及销售额如下:

金额单位:人民币万元

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
KF94 口罩 30 个 (L\M\S)	韩国东亚制药厂	3,194	610.18	194.89			
0070 一次性使用儿童防护口罩 14.5cm*9.5cm*30 只	湖南一喜科技服 务有限公司	10,561	62.25	65.74			
0025 舒适型防护口罩 50 片	湖南一喜科技服 务有限公司	4,040	89.28	36.07			
日用口罩 KF-KZ005	可孚医疗科技股 份有限公司	148,000	1.37	20.30			
一次性使用医用口罩 50 片	长沙比亚迪电子 有限公司	2,200	68.58	15.09			
4509/4493 食用植物调和油/食 用调和油/康京元 2.5L(茶籽橄 榄清香型)	长沙新世纪油脂 有限公司				25,949	18.09	46.95
0188 五福香米 4kg	宁乡市花明粮油 食品有限公司				16,200	18.24	29.55
0105 礼奈皂液 2kg	宁波阿吉露生物 科技有限公司	3,560	7.96	2.84	23,939	7.96	19.07

品种	供应商	2020年1-6月			2019年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
4479/4486 食用植物调和油/食用调和油/康京元 4L(茶籽橄榄清香型)	长沙新世纪油脂有限公司				4,600	27.85	12.81
0303 礼奈天然皂液 2kg	广东清科生物科技有限公司				10,420	7.80	8.13
0512 五福香米 4kg	靖州苗族侗族自治县阳光农副产品						
0327 礼奈云南田三七清热祛火牙膏 200g(清新薄荷味)	苏州清馨健康科技有限公司				4,248	3.99	1.69
0027 中老年多维高钙奶粉/组西莱特 400g	湖北汇英生物科技有限公司						
前五大产品合计					334.92		118.21
前五大产品占各期生活用品销售额比重					4.63%		1.36%

接上表

金额单位：人民币万元

品种	供应商	2018年度			2017年度		
		销量	单价(元)	销售额	销量	单价(元)	销售额
KF94 口罩 30个(L\M\S)	韩国东亚制药厂						
0070 一次性使用儿童防护口罩 14.5cm*9.5cm*30只	湖南一喜科技服务有限公司						
0025 舒适型防护口罩 50片	湖南一喜科技服务有限公司						
日用口罩 KF-KZ005	可孚医疗科技股份有限公司						
一次性使用医用口罩 50片	长沙比亚迪电子有限公司						
4509/4493 食用植物调和油/食用调和油/康京元 2.5L(茶籽橄榄清香型)	长沙新世纪油脂有限公司	100,460	16.42	164.99			
0188 五福香米 4kg	宁乡市花明粮油食品有限公司						

品种	供应商	2018 年度			2017 年度		
		销量	单价 (元)	销售额	销量	单价 (元)	销售额
0105 礼奈皂液 2kg	宁波阿吉露生物科 技有限公司						
4479/4486 食用植物调和 油/食用调和油/康京元 4L(茶籽橄榄清香型)	长沙新世纪油脂有 限公司	1,304	27.42	3.58			
0303 礼奈天然皂液 2kg	广东清科生物科技 有限公司	100,496	7.75	77.84			
0512 五福香米 4kg	靖州苗族侗族自治 县阳光农副产品	19,994	16.67	33.32			
0327 礼奈云南田三七清 热祛火牙膏 200g(清新薄 荷味)	苏州清馨健康科技 有限公司	51,248	3.91	20.06			
0027 中老年多维高钙奶 粉/纽西莱特 400g	湖北汇英生物科技 有限公司	16,205	8.08	13.09			
前五大产品合计				312.89			
前五大产品占各期生活 用品销售额比重							3.28%

从上表可以看出,报告期内品牌合作业务销售额前五的生活用品品种变化较大主要是品牌合作客户需求变更,公司有渠道提供优势品种。2020年1-6月,由于受到新冠疫情的影响,口罩及消毒液等与疫情相关的产品销售额大幅上涨,引起生活用品销售额大幅增长。

报告期内品牌合作业务销售额前五的生活用品品种销售单价呈现小幅波动,主要是受厂家价格调控的影响。

三、中西成药等共七大类产品销量和单价,量价分析各类产品收入变动的原因及合理性。

报告期内公司各产品大类销量、单价及销售收入情况如下:

金额单位:人民币万元

产品大类	2020年1-6月			2019年		
	销量	单价(元)	金额	销量	单价(元)	金额
中西成药	20,468,324.97	16.60	33,968.29	42,569,049.97	18.45	78,534.63
中药	766,590.59	43.67	3,347.40	1,411,480.76	48.36	6,825.34
生物制剂	478,459.71	38.82	1,857.18	1,131,953.86	14.30	1,618.51
计生用品	11,464,203.33	0.16	178.27	3,433,688.88	1.60	549.79
医疗器械	175,944.80	490.21	8,624.94	190,541.77	118.17	2,251.69
保健食品	290,498.56	78.74	2,287.39	562,854.51	79.59	4,479.71
生活用品	10,131,881.38	7.14	7,233.65	11,738,218.92	7.43	8,716.67

产品大类	2020年1-6月			2019年		
	销量	单价(元)	金额	销量	单价(元)	金额
合计	<u>43,775,903.34</u>	<u>13.13</u>	<u>57,497.11</u>	<u>61,037,788.67</u>	<u>16.87</u>	<u>102,976.30</u>

接上表

金额单位：人民币元

产品大类	2018年			2017年		
	销量	单价(元)	金额	销量	单价(元)	金额
中西成药	56,433,190.28	11.63	65,651.20	43,832,926.14	11.36	49,807.85
中药	2,060,075.85	40.96	8,438.37	2,654,810.94	32.53	8,635.26
生物制剂	1,131,297.49	9.43	1,066.46	696,872.13	10.87	757.18
计生用品	6,388,897.30	0.92	590.18	3,478,174.50	1.28	444.05
医疗器械	374,132.13	48.90	1,829.66	190,581.50	88.52	1,687.07
保健食品	616,410.42	63.96	3,942.33	318,600.00	101.50	3,233.64
生活用品	12,417,095.02	7.68	9,538.70	13,161,989.92	8.60	11,318.24
合计	<u>79,421,098.49</u>	<u>11.47</u>	<u>91,056.91</u>	<u>64,333,955.13</u>	<u>11.80</u>	<u>75,883.29</u>

由于公司各产品大类的品种较多，且计量单位不尽相同，各期销售产品规格、品种不一，销量为简单加总合计，因此单价整体单价波动较大。

四、与同行业可比公司按照产品类型分类销售收入的对比情况，差异原因及合理性。

同行业可比上市公司按产品类型分类销售收入的情况列示如下：

金额单位：人民币万元

产品类别	公司名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
中西成药		424,109.40	62.37	741,112.10	68.10	543,876.80	63.03	466,040.10	64.25
中药	大参林	91,660.52	13.48	165,219.20	15.18	144,535.40	16.75	122,571.40	16.90
其他产品		164,166.60	24.14	181,879.30	16.71	174,436.60	20.22	136,768.20	18.85
中西成药	老百姓	509,873.70	76.25	930,296.40	79.76	736,733.00	77.79	552,694.90	73.68
中药		38,218.50	5.72	83,302.59	7.14	72,724.10	7.68	70,443.15	9.39
其他		120,560.90	18.03	152,718.60	13.09	137,651.80	14.53	127,005.10	16.93

产品类别	公司名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
产品									
中西成药		421,486.30	68.78	715,791.20	71.75	473,049.40	70.88	318,272.10	68.27
中药	益丰	56,647.12	9.24	113,170.50	11.34	80,375.54	12.04	64,374.71	13.81
其他产品		134,647.30	21.97	168,720.40	16.91	113,982.60	17.08	83,567.18	17.92
中西成药		416,375.80	69.99	767,416.50	75.03	647,817.10	72.42	534,354.30	70.58
中药	一心堂	51,800.04	8.71	80,537.32	7.87	72,532.95	8.11	65,696.91	8.68
其他产品		126,716.10	21.30	174,815.80	17.09	174,205.80	19.47	157,018.80	20.74
中西成药		33,968.29	59.08	78,534.63	76.26	65,651.20	72.10	49,807.85	65.64
中药	养天和	3,347.40	5.82	6,825.34	6.63	8,438.37	9.27	8,635.26	11.38
其他产品		20,181.42	35.10	17,616.36	17.11	16,967.33	18.63	17,440.18	22.98
中西成药		442,961.30	69.35	788,654.05	73.66	600,369.08	71.03	467,840.35	69.19
中药	行业平均	59,581.55	9.29	110,557.40	10.39	92,542.00	11.15	80,771.54	12.20
其他产品		136,522.70	21.36	169,533.50	15.95	150,069.20	17.83	126,089.82	18.61

对比同行业可比公司，2017-2019年度公司与同行业可比公司在产品类别上占比基本一致，不存在重大不一致的情形。2020年1-6月，受新冠疫情影响，口罩、酒精消毒液等与疫情相关的非药品种销售增幅明显，导致中西成药、中药产品销售占比下降，而公司由于总体体量较小，因此占比降幅超过同行业可比公司。

五、合作模式下主要单品销售情况。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(二) 营业收入分析”之“3、主营业务收入按产品类型列示”补充披露如下：

(4) 报告期内，公司品牌合作业务销售前十名单品情况如下：

金额单位：人民币万元

年度	序号	商品名称及规格	销售金额	占品牌合作业务收入的比例
----	----	---------	------	--------------

年度	序号	商品名称及规格	销售金额	占品牌合作业务收入的比例
2020年1-6月	1	一次性使用医用口罩(非无菌型)_14.5cm*9cm*30只(儿童款)	1,060.14	20.92%
	2	东阿阿胶_250克	396.35	7.82%
	3	医用外科口罩_耳挂式 175mm*95mm*10只	383.21	7.56%
	4	红外线体温计_KF-HW-005	288.71	5.70%
	5	一次性使用医用口罩(非无菌型)_50只	231.23	4.56%
	6	阿胶_250g	211.12	4.17%
	7	红外线体温计_KF-HW-001	195.72	3.86%
	8	KF94口罩_30个(L\M\S)	194.89	3.85%
	9	阿胶补血口服液_20ml*40支	164.63	3.25%
	10	人血白蛋白_10g(20%, 50ml)/瓶	157.90	3.12%
		合计	3,283.90	64.81%

年度	序号	商品名称及规格	销售金额	占品牌合作业务收入的比例
2019年度	1	东阿阿胶_250克	908.41	23.93%
	2	复方阿胶浆(无蔗糖)_20ml*48支	95.60	2.52%
	3	龟龄集_0.3g*30粒	80.27	2.11%
	4	定坤丹_7g*4瓶	59.18	1.56%
	5	人血白蛋白_10g(20%, 50ml)/瓶	50.44	1.33%
	6	食用植物调和油/食用调和油/康京元_2.5L(茶籽橄榄清香型)	46.95	1.24%
	7	益安宁丸_112丸*3瓶	46.29	1.22%
	8	安宫牛黄丸_3克	37.75	0.99%
	9	阿胶_200g	30.42	0.80%
	10	0188五福香米_4kg	29.55	0.78%
		合计	1,384.87	36.48%

年度	序号	商品名称及规格	销售金额	占品牌合作业务收入的比例
2018年度	1	东阿阿胶_250克	254.93	16.19%
	2	食用植物调和油/食用调和油/康京元_2.5L(茶籽橄榄清香型)	164.99	10.48%
	3	礼奈天然皂液_2kg_2kg	77.85	4.94%

年度	序号	商品名称及规格	销售金额	占品牌合作业务收入的比例
	4	蜂蜜/纽西莱特_2000g	35.30	2.24%
	5	阿胶_250 克	34.90	2.22%
	6	五福香米_4kg	33.32	2.12%
	7	复方阿胶浆(无蔗糖)_20ml*48 支	31.65	2.01%
	8	礼奈云南田三七清热祛火牙膏_200g(清新薄荷味)	20.06	1.27%
	9	安宫牛黄丸_3 克	16.54	1.05%
	10	龟龄集 0.3g*30 粒	15.60	0.99%
		合计	685.14	43.51%

公司于 2017 年底才开始推行品牌合作业务，正处于前期业务磨合阶段，对优势品种的选取也在探索中，因此导致品种变动较大。

六、关于单品“定坤丹_7g*4 瓶”，加盟业务中，其系 2017 年前十名单品，2018、2019 年非前十名；特品业务中，其系 2019 年前十名，2017、2018 年非前十名；请披露定坤丹的供应商和生产商信息、该产品在不同业务模式下销售收入变动的的原因、在各类业务模式下毛利率、主要客户信息。

定坤丹_7g*4 瓶主要供应商和生产商信息如下：

金额单位：人民币万元

生产商名称	2020 年 1-6 月			2019 年			2018 年			2017 年		
	采购数量	采购单价 (元)	采购金额	采购数量	采购单价 (元)	采购金额	采购数量	采购单价 (元)	采购金额	采购数量	采购单价 (元)	采购金额
山西广誉远国药有限公司	19,515.00	104.55	204.02	83,603.00	105.09	878.58	117,688.00	102.70	1,208.65	60,544.00	95.45	577.89

定坤丹主要供应商及生产商信息如下：

公司名称	法定代表人	注册资本 (万元)	成立日期	地区
湖南凯信医药有限公司	潘力	500.00	2018-03-28	湖南省长沙市雨花区
湖南九州通医药有限公司	龚翼华	28,000.00	2012-04-16	湖南省长沙市开福区
山西广誉远国药有限公司	张斌	4,532.00	1998-02-25	山西省晋中市太谷县
湖南同安医药有限公司	高步云	5,000.00	2009-03-09	湖南省长沙市天心区
湖南爱一百医药有限公司	蒋荣	1,000.00	2003-01-22	湖南省长沙市雨花区
湖南津湘药业有限公司	谭欢钦	10,800.00	2012-04-20	湖南省益阳市赫山区

公司名称	法定 代表人	注册资本 (万元)	成立日期	地区
华润湖南双舟医药有限公司	赵可可	5,000.00	2011-12-01	湖南省长沙市-
海南九州通医药有限公司	龚翼华	20,000.00	2016-04-05	海南省海口市-
国药控股海南有限公司	杨少林	5,000.00	2000-07-10	海南省海口市-
海南广药晨菲医药有限公司	徐有恒	15,600.00	2011-03-15	海南省海口市美兰区

定坤丹_7g*4 瓶在各业务模式下的收入及毛利率

金额单位：人民币万元

业务 模式	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)
直营 业务	25.75	37.27	59.35	32.95	89.13	35.94	93.84	43.69
加盟 业务	45.76	4.67	171.48	3.16	209.44	5.85	302.79	6.90
品牌 合作 业务	4.37	10.55	59.18	6.27	10.71	5.59		
分销 业务			677.24	1.73				
合计	<u>75.88</u>	<u>16.07</u>	<u>967.25</u>	<u>4.17</u>	<u>309.28</u>	<u>14.51</u>	<u>396.63</u>	<u>15.60</u>

定坤丹_7g*4 瓶在各种销售模式中的收入变化的原因是：2017年山西广誉远国药有限公司（以下简称“广誉远”）开始启动湖南药店零售市场的销售，与公司达成了战略合作，将公司作为在湖南市场的重点推广单位，而且是将养天和作为全国标杆推广企业打造，因此2017年包括定坤丹在内的广誉远产品销售在公司的销售大幅增长。在打开湖南销售局面以后，广誉远将战略合作模式逐步扩充到其他连锁（千金、老百姓、益丰，九芝堂等），导致出现了公司定坤丹的销售有所下滑。2019年，公司为了清理库存，将部分临期定坤丹按促销价格对外进行销售，故2019年销售金额增长较大。

定坤丹_7g*4 瓶在各类业务模式下毛利率差异的主要原因是定坤丹作为广誉远在零售市场新推的品种，为了提升门店终端的促销积极性，公司将大部分毛利留在了终端。公司分销业务主要是为了清理库存，因此毛利率较其他业务模式低。

定坤丹主要客户信息如下：

公司名称	法定代表 人	所属业务 模式	成立日期	地区
长沙市开福区银杏店养天和大药房	黄意	加盟业务	2019-11-28	湖南省长沙市开福区
宁乡东湖塘镇闽端养天和大药房	黄端平	加盟业务	2019-11-19	湖南省长沙市宁乡市

公司名称	法定代表人	所属业务模式	成立日期	地区
长沙市开福区和福养天和大药房	陶完英	加盟业务	2019-11-18	湖南省长沙市开福区
宁乡县龙田镇徐民养天和大药房	刘旭辉	加盟业务	2015-06-30	湖南省长沙市宁乡市
长沙市望城区和宏养天和大药房	龙艳平	加盟业务	2019-11-14	湖南省长沙市望城区
长沙市开福区文雅养天和大药房	刘水平	加盟业务	2019-12-12	湖南省长沙市开福区
长沙市望城区养天和文华大药房	熊万骞	加盟业务	2019-10-24	湖南省长沙市望城区
株洲市石峰区杉木塘养天和大药房	黄广平	加盟业务	2019-11-25	湖南省株洲市石峰区
浏阳市养天和大药房普迹店	童霞清	加盟业务	2019-12-02	湖南省长沙市浏阳市
宁乡市养天和大药房朱良桥店	谢丹	加盟业务	2019-12-09	湖南省长沙市宁乡市
湘潭市岳塘区养天和大药房芙蓉龙贸店	周金波	加盟业务	2018-04-11	湖南省湘潭市岳塘区
平江县城关镇养天和大药房城关店	曾卓异	加盟业务	2016-07-12	湖南省岳阳市平江县
醴陵市养天和大药房日康药店	聂云强	加盟业务	2010-03-03	湖南省株洲市醴陵市
株洲市康佳养天和大药房	刘龙宁	加盟业务	2010-12-02	湖南省株洲市芦淞区
长沙县果园镇鑫之养天和大药房	黄新芝	加盟业务	2015-07-15	湖南省长沙市长沙县
长沙市天心区养天和大药房湘诚店	李日成	加盟业务	2015-12-15	湖南省长沙市天心区
长沙高新开发区时代阳光养天和大药房廖家坪店	李宪	加盟业务	2010-03-12	湖南省长沙市望城区
长沙市开福区养天和和福大药房	陶完英	加盟业务	2015-08-20	湖南省长沙市开福区
长沙市望城区养天和大药房龙文华店	熊万骞	加盟业务	2004-08-25	湖南省长沙市望城区
华润湖南医药有限公司	王永辉	分销业务	2001-09-19	湖南省长沙市岳麓区
湖南九州通医药有限公司	龚翼华	分销业务	2012-04-16	湖南省长沙市开福区
湖南千金大药房连锁有限公司	江端预	分销业务	2000-12-12	湖南省长沙市雨花区
重庆养天和昌野药房连锁有限公司	姚昌军	品牌合作业务	2001-06-20	重庆市市辖区南岸区
山东福华医药有限公司	信贵国	分销业务	2005-11-16	山东省滨州市邹平市
桂林天锐医药股份有限公司	钟铭	分销业务	2004-12-22	广西壮族自治区桂林市-
广东养天和九济堂医药连锁有限公司	杨业平	品牌合作业务	2013-12-03	广东省湛江市-
山东养天和新华鲁抗大药房有限公司	王荣国	品牌合作业务	2005-06-04	山东省德州市-
天津市养天和津永新大药房连锁有限公司	范培根	品牌合作业务	2007-03-16	天津市市辖区西青区
肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	石欣灵	品牌合作业务	2017-08-24	广东省肇庆市-
肇庆市国民大药房连锁有限公司	陈建斌	品牌合作业务	2010-10-21	广东省肇庆市-
孝感养天和康泓药品零售连锁有限公司	杨学圣	品牌合作业务	2013-09-09	湖北省孝感市-

七、关于单品“恩替卡韦片_0.5毫克*7片”“5756 幼儿配方羊乳粉（12-36月龄，3段）_800g”，其为特品业务 2019 年新增前十名单品；请披露该单品供应商和生产商信息、2019 年该单品新增为前十名的原因、其他业务模式下该单品未能成为前十名单品原因及其销售情况、该单品在各类业务模式下毛利率、主要客户

信息。

1、恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片

恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片主要供应商和生产商信息如下：

金额单位：人民币万元

生产商 名称	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年					
	采购 数量	采购单价 (元)	采购 金额	采购 数量	采购单价 (元)	采购 金额	采购 数量	采购单价 (元)	采购 金额			
中美上 海施贵 宝制药 有限公 司	13,668.00	117.98	161.26	155,462.00	125.37	1,949.09	2,771.00	157.09	43.53	5,415.00	171.96	93.12

恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片主要供应商和生产商信息如下：

公司名称	法定 代表人	注册 资本 (万元)	成 立 日 期	地 区
辽宁省医药对外贸易有限公司	袁克华	28,201.25	1994-06-18	辽宁省沈阳市大东区
辽宁省华源医药有限公司	曲惠存	880.00	1992-12-05	辽宁省营口市盖州市
国药控股广东恒兴有限公司	周清	9,600.00	2004-12-15	广东省广州市天河区
湖南达嘉维康医药有限公司	王毅清	33,020.00	2004-06-01	湖南省长沙市岳麓区
湖南凯程药品销售有限公司	邓翠芸	5,050.00	2017-11-08	湖南省长沙市
华润湖南瑞格医药有限公司	曹晓旭	15,100.00	2013-01-10	湖南省长沙市岳麓区
湖南天劲医药有限公司	文江波	2,000.00	2012-03-31	湖南省长沙市开福区
湖南和美德成医药有限公司	张海武	12,000.00	2000-09-29	湖南省长沙市岳麓区
海南广药晨菲医药有限公司	徐有恒	15,600.00	2011-03-15	海南省海口市美兰区
海南九州通医药有限公司	龚翼华	20,000.00	2016-04-05	海南省海口市
国药控股广州有限公司	林兆雄	153,000.00	2003-09-28	广东省广州市荔湾区
国药控股长沙有限公司	连万勇	10,000.00	2015-04-27	湖南省长沙市开福区
湛江九州通医药有限公司	张映波	2,500.00	1982-07-14	广东省湛江市麻章区
湖南九州通医药有限公司	龚翼华	28,000.00	2012-04-16	湖南省长沙市开福区
湖南津湘药业有限公司	谭欢钦	10,800.00	2012-04-20	湖南省益阳市赫山区
湖南鑫和医药有限责任公司	刘和云	7,900.00	2006-02-21	湖南省长沙市
中美上海施贵宝制药有限公司	左敏	1,844 万美元	1982-10-4	上海市闵行区

恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片在各业务模式下的收入及毛利率如下：

金额单位：人民币万元

业务模式	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)	收入	毛利率(%)
直营业务	7.65	30.79	19.35	30.48	47.75	11.77	88.97	2.99
加盟业务	3.75	16.96	9.17	7.35	6.86	-0.07	7.54	0.30
品牌合作业务	3.37	14.54	1.56	3.40				
分销业务	348.36	16.05	1,936.54	14.81				
合计	<u>363.13</u>	<u>16.36</u>	<u>1,966.62</u>	<u>14.93</u>	<u>54.31</u>	<u>10.27</u>	<u>96.51</u>	<u>2.78</u>

2019年恩替卡韦片_0.5毫克*7片新增为分销业务销售额前十名的主要原因2019年“4+7带量采购”政策影响，厂家出货价格下降，毛利率上升，盈利能力提高；同时公司利用自身的购销渠道，整合上下游资源，以恩替卡韦片等刚需产品为纽带，提高下游客户对公司的粘性，为公司下一步推进品牌合作业务奠定基础。基于上述理由，公司于2019年起主推该品种，并引起销售大幅增长。

恩替卡韦片_0.5毫克*7片在其他业务模式下未成为销售额前十名的主要原因是该产品零售渠道主要通过医院周边医药门店进行销售，公司目前医院周边门店布局不足，因此通过直营、加盟等与零售相关的渠道销售额较少。

恩替卡韦片_0.5毫克*7片主要客户信息如下：

公司名称	法定代表人	所属业务模式	成立日期	地区
武冈市养天和大药房中华乐洋店	欧建刚	加盟业务	2017-04-11	湖南省邵阳市武冈市
长沙市开福区龙纾店养天和大药房	吴敏	加盟业务	2019-11-29	湖南省长沙市开福区
长沙市天心区和生堂养天和大药房	陈善成	加盟业务	2019-11-27	湖南省长沙市天心区
武冈市康甲大药房	欧建华	加盟业务	2019-04-29	湖南省邵阳市武冈市
长沙市天心区龙潇养天和大药房	李日成	加盟业务	2019-11-29	湖南省长沙市天心区
长沙高新技术产业开发区养天和麓景大药房	颜志平	加盟业务	2019-12-03	湖南省长沙市
长沙市开福区桑田养天和大药房	旷丰田	加盟业务	2020-04-07	湖南省长沙市开福区
长沙市开福区银杏店养天和大药房	黄意	加盟业务	2019-11-28	湖南省长沙市开福区
长沙市开福区养天和大药房龙辉店	戴晓强	加盟业务	2018-01-22	湖南省长沙市开福区
长沙市天心区养天和大药房汪子店	缪建平	加盟业务	2014-10-24	湖南省长沙市天心区
长沙市望城区养天和大药房和宏店	龙艳平	加盟业务	2015-07-23	湖南省长沙市望城区

公司名称	法定代表人	所属业务模式	成立日期	地区
长沙市望城区和宏养天和大药房	龙艳平	加盟业务	2019-11-14	湖南省长沙市望城区
长沙市开福区养天和大药房银杏店	黄意	加盟业务	2015-08-04	湖南省长沙市开福区
桃江县同心养天和大药房	李壮华	加盟业务	2015-04-03	湖南省益阳市桃江县
长沙市开福区养天和大药房龙纤店	吴敏	加盟业务	2015-09-29	湖南省长沙市开福区
长沙市岳麓区养天和大药房田湘店	陈湘	加盟业务	2015-07-27	湖南省长沙市岳麓区
广东养天和九济堂医药连锁有限公司	杨业平	品牌合作业务	2013-12-03	广东省湛江市
四川淳尚医药有限责任公司	凡小蓉	分销业务	2012-01-17	四川省成都市新都区
阳泉养天和百济大药房连锁有限公司	冯静	品牌合作业务	2018-06-26	山西省阳泉市城区
肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	石欣灵	品牌合作业务	2017-08-24	广东省肇庆市
山东飞跃达医药物流有限公司	秦光霞	分销业务	2007-12-25	山东省济南市济南高新技术产业开发区
河南张仲景医药物流有限公司	孙锋	分销业务	2011-05-17	河南省郑州市管城回族区
威海市天福医药有限公司	李松	分销业务	2004-04-26	山东省威海市
山西荣华药业有限公司	王建成	分销业务	2009-02-24	山西省太原市小店区
赤峰人川大药房连锁有限公司	卞文明	分销业务	2001-11-05	内蒙古自治区赤峰市喀喇沁旗
哈尔滨宝丰新药特药有限公司	于佩珍	分销业务	2005-03-29	黑龙江省哈尔滨市香坊区
齐齐哈尔润泰嘉美医药有限公司	桑红岩	分销业务	2014-09-17	黑龙江省齐齐哈尔市铁锋区
黑龙江卓林医药有限公司	唐晶英	分销业务	2005-02-04	黑龙江省哈尔滨市南岗区

2、5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g

5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g 主要供应商和生产商信息如下：

生产商名称	2020 年 1-6 月				2019 年	
	采购数量	采购单价（元）	采购金额	采购数量	采购单价（元）	采购金额
杨凌圣妃乳业有限公司	41,683.00	67.26	280.36	115,673.00	67.26	777.98

金额单位：人民币万元

5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g 主要供应商和生产商信息如下：

企业名称	法定代表人	注册资本（万元）	成立日期	地区
湖南乐立滋食品有限公司	屠明	200.00	2015-09-25	湖南省长沙市岳麓区
杨凌圣妃乳业有限公司	刘咏梅	5,929.67	2009-09-14	陕西省咸阳市杨陵区

5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g 在各业务模式下的收入及毛利率

金额单位：人民币万元

业务模式	2020 年 1-6 月		2019 年	
	收入	毛利率（%）	收入	毛利率（%）
分销业务	308.38	9.09	849.91	8.46
合计	<u>308.38</u>	<u>9.09</u>	<u>849.91</u>	<u>8.46</u>

2019 年 5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g 新增为分销业务销售额前十名的主要原因公司为湖南乐立滋食品有限公司 5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）的独家总代理，近年羊乳粉市场需求旺盛，终端客户需求增长。

5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g 在其他业务模式下未成为销售额前十名的主要原因是公司为该产品的独家总代理，由于疫情影响，公司尚未针对该产品开发零售渠道，面对的主要客户是下游分销商。

分销业务模式下各期客户信息如下：

企业名称	法定代表人	所述业务模式	成立日期	地区
宁波熙耘科技有限公司	胡志三	分销业务	2018-03-28	浙江省宁波市鄞州区
北京宝通恒世国际贸易有限公司	商日民	分销业务	2008-04-07	北京市北京市大兴区

八、生活用品销售占比较高的原因，其占比与同行业公司相比差异及合理性，该类产品销售方式是否主要集中于医保卡结算，是否符合相关规定。

公司生活用品销售占比较高的主要原因：一是公司门店主要为社区店，为方便客户，引流吸客，公司在门店引入了一些生活必需品。二是由于公司的主要门店分布在湖南和海南，上述两省的政策允许在药店销售生活用品，国内其他大部分省份严格控制非医保产品在药店的销售，如山东、浙江等。三是公司代理了一部分非药品种，拉高了生活用品的销售占比。

由于同行业公司没有生活用品分类，因此选取同行业公司除中西成药及中药以外的其他类别进行比较。

金额单位：人民币万元

产品类别	公司名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		收入	占比（%）	收入	占比（%）	收入	占比（%）	收入	占比（%）
其他产品	大参林	164,166.60	24.14	181,879.30	16.71	174,436.60	20.22	136,768.20	18.85

产品类别	公司名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
		收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
其他产品	老百姓	120,560.90	18.03	152,718.60	13.09	137,651.80	14.53	127,005.10	16.93
其他产品	益丰药房	134,647.30	21.97	168,720.40	16.91	113,982.60	17.08	83,567.18	17.92
其他产品	一心堂	126,716.10	21.30	174,815.80	17.09	174,205.80	19.47	157,018.80	20.74
其他产品	行业平均	136,522.70	19.67	169,533.50	15.95	150,069.20	17.83	126,089.80	18.61

公司非药品分类销售收入及占主营业务收入比例情况如下：

金额单位：人民币万元

产品类别	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)	收入	占比(%)
生物制剂	1,857.17	3.23	1,618.51	1.57	1,066.46	1.17	757.18	1.00
计生用品	178.27	0.31	549.79	0.53	590.18	0.65	444.05	0.59
医疗器械	8,624.94	15.00	2,251.69	2.19	1,829.66	2.01	1,687.07	2.22
保健食品	2,287.39	3.98	4,479.71	4.35	3,942.33	4.33	3,233.64	4.26
生活用品	7,233.65	12.58	8,716.66	8.46	9,538.70	10.48	11,318.24	14.92
非药品合计	20,181.42	35.10	17,616.36	17.10	16,967.33	18.64	17,440.18	22.99

以非药品类别与同行业进行对比，2017年至2019年，公司非药品销售占比与同行业上市公司占比基本一致，差异较小，且变动趋势一致。2020年1-6月，受新冠疫情影响，相关口罩、酒精消毒液等与疫情相关的非药品类别产品销售金额增幅明显，但由于公司总体体量小于同行业上市公司，因此非药品销售收入占比上升更为明显。

根据湖南省医保管理制度，生活用品不能使用医保卡结算。因此公司在湖南地区建立了严格的医保使用制度和门店使用医保核查制度，坚决防止和杜绝违规使用医保。经核实，公司在湖南地区生活用品的销售没有以医保卡结算，符合相关规定。

海南省的医保卡包含在社会保障卡中，社会保障卡的应用领域包括：就业失业登记；申领养老、医疗、失业、工伤和生育等社会保险待遇；申请工伤认定、劳动能力鉴定、职业资格鉴定、待遇资格认证；在基本医疗保险定点医院、诊所、药店就医、购药；查询个人的人力资源和社会保障事务信息；其它持卡可以办理的人力资源和社会保障事务。根据《海南省人民政府关于加快推进海南省社会保障卡“一卡通”服务管理工作的指导意见》规定，海南省社会保障卡“一卡通”除了具有人力资源社会保障功能和医疗健康功能外，还具有城市交通和公共服务功能、旅游功能和金融功能等，即通过社会保障卡银行账户，可以实现城市交通、旅游景区、商场、超市、餐饮、娱乐、加油等商业领域的支付功能。所以在海南省内，医保个人部分可以用于购买生活用品和其它消费。

九、向加盟商销售的产品是否实现真实销售，是否存在向加盟商压货或突击销售的情形，中介机构对此的核查程序、范围及结果。

1、报告期各期公司向加盟店配送收入金额以及加盟店对外零售成本

金额单位：人民币万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初加盟店存货余额	9,198.79	9,272.53	7,889.61	7,320.68
养天和配送加盟店收入	23,255.80	39,457.85	38,296.59	33,689.78
加盟店对外零售成本	21,964.78	39,531.59	36,913.67	33,120.85
期末加盟店存货余额	10,489.80	9,198.79	9,272.53	7,889.61

加盟店未对外销售的商品作为加盟店的库存核算，因加盟店商品请购与最终对外销售存在时间差，故公司对加盟店的配送收入金额每期均与加盟店对外零售金额存在差异，具有合理性。

2、发行人对加盟商存货管理信息系统的内部控制情况

公司将拥有的“养天和”品牌以加盟合同的形式授予加盟商使用，加盟商按照合同及公司加盟制度的约定，通过公司的雨诺 G3 ERP 业务系统终端进行订货，在店内销售公司统一采购配送的产品，同时执行公司制定的产品定价和产品价格调整等政策。

公司对加盟门店的销售属于买断式销售，即公司及下属子公司从上游制药企业和流通企业购进商品后，获得商品的销售权，再对所有加盟门店销售。由于加盟店是独立经营、自负盈亏的实体，加盟商根据自身的库存情况在公司系统中申请商品配送（该配送金额加上原各店的库存剩余金额不准超过加盟时约定的各门店最高库存金额），公司仓库审核通过后将商品配送至加盟门店。公司对加盟门店确认签收后的货物确认收入。同时，公司与加盟商在合同中约定：商品交付加盟店签收后，风险即转移给加盟商，公司不再对其继续实施管理。

公司对加盟门店资金进行统一管理。公司根据店铺的面积预估加盟门店首批货物需求量，在向加盟门店配货时给予其 40% 的授信额度，只收取加盟门店 60% 的货款。加盟门店每日的营业款都必须按照规定全部归集到公司，每日销售产生的现金结算款项均需按照规定在次日缴存到公司的指定账户汇总，银联刷卡、医保回款、微信、支付宝结算资金则统一归集至公司账户，并按照相关机构期限规定进行结算。公司于与加盟门店进行财务核算时，在扣除代付的货款、代发的员工薪酬、财务费、软件维护费、手续费、积分兑换费用、违规罚款、物料费等成本费用后，公司将剩余的营业收入及奖金数返回至加盟商指定账户。公司目前合作的银行及根据公司需求开发的系统可对加盟门店资金进行有效监督和管理，确保门店的现金营业款按时、统一上缴，可以有效预防加盟门店资金安全风险。

发行人使用信息系统对门店日常业务进行管理和核算。发行人信息系统主要包括雨诺 G3 ERP 业务系统及财务金蝶 EAS 系统，涵盖了门店所有业务。雨诺 G3 ERP 业务系统主要对业务数据提供系统支持；财务金蝶 EAS 系统主要对财务数据提供支持。发行人聘请天职国际内部信息技术专家，了解、评价和测试报告期内与营业收入确认相关信息系统一般控制、应用控制设计及运行有效性；及信息系统更换或升级过程中数据生成、保存及衔接完整准确性，审计范围涵盖雨诺 G3 ERP 业务系统及财务金蝶 EAS 系统等与门店、仓库业务和财务

相关的所有重要应用系统，并于 2020 年 8 月出具了《信息系统审计报告》（天职业字[2020]34618 号），认为测试范围内的系统是可以信赖的。

3、报告期内，加盟店存货周转率与直营店存货周转率的对比情况如下：

门店类型	单位：次/期			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
直营店	2.46	4.92	4.82	4.74
加盟店	2.23	4.28	4.30	4.36

报告期内，发行人直营店的存货周转率略高于加盟店，主要是因为直营店由公司直接掌控，拥有选址、布局、规划、经营的权利，直营店以城市核心商圈布局为主，加盟店则主要分布在城市辅助商圈与乡镇地区，直营店位于客流量集中的核心商圈，相对加盟店的存货周转较快。

4、申报会计师核查程序、范围及结论：

(1) 选取加盟门店进行实地走访，了解加盟门店的实际控制人、经营情况、合作时间等背景资料，并了解其与发行人的合作方式、结算方式、信用政策等业务往来情况，具体走访情况如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
加盟门店走访数量（家）	514	527	527	457
期末加盟门店数量（家）	761	745	728	663
加盟门店走访比例（%）	67.54%	70.74%	72.39%	68.93%
走访加盟门店配送收入（万元）	18,289.68	31,726.42	32,657.39	28,470.56
加盟业务收入（万元）	23,255.79	39,457.85	38,296.59	33,689.78
核查收入占比（%）	78.65%	80.41%	85.27%	84.51%

(2) 按照抽样原则，对发行人的加盟门店的客流量进行核查，安排专项核查小组于 2020 年 4 月到门店现场对门店客流量进行核查，并将统计结果与门店销售系统的单据数、连续编号的电脑小票张数进行核对，了解其客流量、系统单据是否存在异常情况。

报告期门店客流量核查结果如下：

地区	项目	加盟门店
湖南	核查数量（个）	85
	门店数量（个）	636
	数量占比（%）	13.36
	核查金额	13,273.72
	门店对外零售金额	58,217.02
	金额占比（%）	22.80

地区	项目	加盟门店
海南	核查数量（个）	17
	门店数量（个）	109
	数量占比（%）	15.60
	核查金额	2,115.79
	门店对外零售金额	6,838.83
	金额占比（%）	30.94

注：客流量核查门店金额以 2019 年全年的门店对外零售收入金额计算金额占比。

（3）获取发行人加盟商管理制度及销售管理制度等资料，了解相关内部控制的具体条款，评价其设计是否无重大缺陷；

（4）对公司加盟商管理职能部门天润事业部、天和事业部和财务负责人访谈，了解发行人加盟商管理制度的执行情况，对公司的销售及收款实施控制测试，评价发行人与加盟商管理相关的内部控制制度是否有效执行；

（5）获取发行人与加盟商签订的相关协议或订单，查看主要交易内容、合同中的权利和义务约定、信用政策等条款；抽取报告期内各期销售出库记录、加盟店入库记录等，核查发行人与加盟商销售收入的真实性、准确性；

（6）检查并核对报告期内发行人与加盟店销售回款情况，回款情况正常；

（7）选取加盟门店进行函证，确认报告期内各期销售额、应收账款余额。具体函证情况如下：

金额单位：人民币万元

项 目	2020 年 1-6 月	2019 年度/2019 年	2018 年度/2018	2017 年度/2017
	/2020 年 6 月 30 日	12 月 31 日	年 12 月 31 日	年 12 月 31 日
函证数量（个）	124	449	408	408
已函证加盟店配送收入金额	9,363.63	32,970.51	33,547.12	27,419.08
加盟店配送收入总金额	23,255.80	39,457.85	38,296.59	33,689.78
函证占比	40.26%	83.56%	87.60%	81.39%
回函确认比例	100%	100%	100%	100%
已函证加盟店应收金额	2,312.86	4,623.16	3,614.37	2,396.22
加盟店应收总金额	6,547.98	5,605.72	5,141.22	4,964.55
函证占比	35.32%	82.47%	70.30%	48.27%
回函确认比例	100%	100%	100%	100%

2、核查结果

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人与加盟商的销售交易系真实发生，发行人不存在通过加盟商

期末压货、突击进货增加收入的情形。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、与发行人管理层进行访谈，了解发行人中西成药、中药、生活用品等的销售模式、产品型号及内容等方面，了解和分析各类商品 2017 年至 2020 年 1-6 月变动的原因及合理性。

2、获取公司报告期内中西成药、中药、生活用品等七大类销售品种的销售收入明细表，并核对相关业务系统数据，分析各类销售收入变动的原因及合理性。核对中西成药、中药、生活用品等大类的前五产品的销量及单价的变化情况，分析其合理性。

3、查阅公司主要同行业上市公司业务、财务信息，了解其平均售价，结合产品结构等，比对分析公司按照产品类型分类销售收入的差异原因及合理性。

4、获取报告期各期合作模式下的主要单品销售收入明细表，核对其销量及单价的合理性，并核对其披露是否恰当准确。

5、获取公司报告期内定坤丹_7g*4 瓶”、“恩替卡韦片_0.5 毫克*7 片”、“5756 幼儿配方羊乳粉（12-36 月龄，3 段）_800g”等商品的采购明细及销售明细表，检查上述商品的供应商和生产商信息是否与发行人存在关联关系；分析该产品在不同业务模式下销售收入变动的原因及合理性，并了解在各类业务模式下毛利率是否出现异常情况；了解主要客户是否与发行人存在关联关系。

6、与发行人管理层进行访谈，了解发行人生活用品等销售占比高的原因，查询同行业公司的公开披露数据，分析与同行业披露差异及合理性，查询与医保方面的相关政策。除海南地区该产品结算方式不存在主要集中于医保卡结算，符合相关规定。

7、针对向加盟商销售的产品是否实现真实销售，是否存在向加盟商压货或突击销售的情形，中介机构对此的核查程序、范围详见本回复“问题 17、九”的相关内容。

二、申报会计师的核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期发行人中西成药 2019 年营业收入较 2017 年增长符合公司业务发展的要求，增长具有合理性；其前五大产品的销量和单价变化符合实际业务情况，变化具有合理性。

2、报告期发行人中药、生活用品收入下降较快，与公司整体收入变动趋势不一致，但符合公司业务发展的需要，变动具有合理性；其前五大产品的销量和单价变化符合实际业务情况，变化具有合理性。

3、报告期发行人中西成药等共七大类产品销量和单价变动符合公司实际，具有合理性，无异常情况。

4、报告期各期发行人按照产品类型分类销售收入与同行业可比公司在产品类别上占比基本一致。

5、发行人已补充披露合作模式下的主要单品销售情况。

6、发行人已说明“定坤丹_7g*4 瓶”的供应商和生产商信息、该产品在不同业务模式下销售收入变动的

原因、在各类业务模式下毛利率、主要客户信息。

7、发行人已说明“恩替卡韦片_0.5毫克*7片”“5756 幼儿配方羊乳粉（12-36月龄，3段）_800g”的供应商和生产商信息、该产品在各类业务模式下毛利率、主要客户信息、2019年该单品新增为前十名的原因、其他业务模式下该单品未能成为前十名单品原因及其销售情况。

8、报告期发行人生活用品销售占比较高，符合公司实际业务情况，由于同行业公司没有生活用品分类，因此选取同行业公司除中西成药及中药的其他类别进行比较不存在异常情况，该产品存在用医保卡结算的情况，但该种结算方式符合相关规定。

9、加盟商销售的产品均实现真实销售，不存在向加盟商压货或突击销售的情形。

问题 18

关于销售地域分布，申报材料显示，报告期内公司西北和西南销售收入占比从 2017 年 3.68% 增长至 2019 年 8.92%，增长较快。关于在西北和西南区域的销售情况，请发行人补充披露：（1）报告期该区域销售的毛利率；（2）各类门店、客户的新增、退出、持续经营数量及对应收入和占比；（3）前五大门店或客户（合并口径）名称和基本信息、所属业务模式、各类产品收入构成情况；（4）该区域收入规模增长较快的原因及合理性，收入增长主要来源于发行人何种业务。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、报告期该区域销售的毛利率

报告期内，公司未在西北和西南区域开设加盟店和直营店，主要客户为分销和品牌合作客户，各业务类型在西北和西南区域销售的毛利率情况如下：

业务	区域	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
分销业务	西北	22.98%	33.22%	34.02%	33.95%
	西南	25.33%	34.68%	34.76%	32.52%
品牌合作	西北				
	西南	8.88%	3.00%	15.44%	

报告期内，公司在西北区域客户均因分销业务产生，公司 2018 年在西南区域开展品牌合作业务，因品牌合作业务毛利率较低，拉低了西南区域毛利率水平。

二、各类门店、客户的新增、退出、持续经营数量及对应收入和占比

（一）分销业务客户新增、退出、持续经营数量及对应收入和结构占比

1、西北区域：

单位：家、万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	数量	收入	占比 (%)	数量	收入	占比 (%)
持续经营客户	89	748.71	89.85	65	496.40	62.65
新增客户	39	84.62	10.15	24	51.72	6.53
当期新增当期退出				15	96.00	12.12
退出客户				50	148.19	18.70
合计		<u>833.33</u>	<u>100.00</u>		<u>792.31</u>	<u>100.00</u>

项目	2018 年度			2017 年度		
	数量	收入	占比 (%)	数量	收入	占比 (%)
持续经营客户	83	623.43	81.04	1	45.40	8.51
新增客户	32	94.96	12.35	105	460.73	86.39
当期新增当期退出	17	19.35	2.52	14	27.17	5.10
退出客户	23	31.47	4.09			0.00
合 计		<u>769.22</u>	<u>100.00</u>		<u>533.30</u>	<u>100.00</u>

2、西南区域：

单位：家、万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	数量	收入	占比 (%)	数量	收入	占比 (%)
持续经营客户	217	1,036.12	84.75	154	1,713.43	81.67
新增客户	73	186.45	15.25	63	184.44	8.79
当期新增当期退出				32	35.04	1.67
退出客户				88	165.16	7.87
合 计		<u>1,222.57</u>	<u>100.00</u>		<u>2,098.07</u>	<u>100.00</u>

项目	2018 年度			2017 年度		
	数量	收入	占比 (%)	数量	收入	占比 (%)
持续经营客户	130	1,493.51	76.40			
新增客户	112	249.39	12.76	180	1,097.34	89.82
当期新增当期退出	28	13.45	0.69	68	124.58	10.20
退出客户	50	198.51	10.15	1	-0.17	-0.01
合 计		<u>1,954.86</u>	<u>100.00</u>		<u>1,221.75</u>	<u>100.00</u>

报告期内公司在西北和西南区域的分销客户布局分散，主要为区域医药连锁企业、医药商业公司等。

(二) 品牌合作业务客户新增、退出、持续经营数量及对应收入和结构占比

1、西北区域：

截至 2020 年 6 月 30 日，公司未在西北区域开展品牌合作业务。

2、西南区域：

单位：家、万元

项目	2020年1-6月			2019年度		
	数量	收入	占比(%)	数量	收入	占比(%)
持续经营客户	3	40.61	100.00	1	-0.02	
新增客户				2	547.98	100.00
当期新增当期退出						
退出客户						
合计		<u>40.61</u>	<u>100.00</u>		<u>547.96</u>	<u>100.00</u>

项目	2018年度			2017年度		
	数量	收入	占比(%)	数量	收入	占比(%)
持续经营客户						
新增客户	1	71.41	100.00			
当期新增当期退出						
退出客户						
合计		<u>71.41</u>	<u>100.00</u>			

公司 2017 年无品牌合作业务收入，2018 年在西南区域开展品牌合作业务，

2018 年至 2020 年 1-6 月，公司在西南地区品牌合作收入增长主要由于品牌合作客户的数量增加导致，2018 年刚开展品牌合作业务因此收入金额较少，2019 年新开发的 brand 合作客户拥有门店数量较多，因此 2019 年西南地区品牌合作收入增长较快。2020 年 1-6 月受疫情影响，西南地区品牌合作收入有所减少。

三、前五大门店或客户（合并口径）名称和基本信息、所属业务模式、各类产品收入构成情况

（一）西北地区前五大客户情况

1、2020 年 1-6 月

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售金额	占西北地区收入比(%)	经营模式	各类产品收入金额						
					中西成药	中药	保健食品	医疗器械	生物制剂	计生用品	生活用品
1	新疆康宁医药连锁有限责任公司	395.65	47.48	分销	1.15			373.09			21.41
2	新疆颐仁堂医药连锁有限公司	49.52	5.94	分销	29.35			20.17			
3	石河子市子午路医药连锁有限公司	37.05	4.45	分销	19.25			17.49		0.31	
4	汉中市第二药材公	30.32	3.64	分销	29.47			0.85			

序号	客户名称	销售金额	占西北地区收入比 (%)	经营模式	各类产品收入金额						
					中西成药	中药	保健食品	医疗器械	生物制剂	计生用品	生活用品
5	司医药商贸经营部 青海康之源药业有限公司	22.25	2.67	分销	0.51			21.74			
	合计	<u>534.79</u>	<u>64.18</u>		<u>79.73</u>			<u>433.34</u>		<u>0.31</u>	<u>21.41</u>

2、2019 年度

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售金额	占西北地区收入比 (%)	经营模式	各类产品收入金额						
					中西成药	中药	保健食品	医疗器械	生物制剂	计生用品	生活用品
1	新疆百草堂医药连锁经销有限公司	80.28	10.13	分销	80.28						
2	新疆颐仁堂医药连锁有限公司	67.97	8.58	分销	67.97						
3	陕西医药控股集团派昂医药有限责任公司	63.71	8.04	分销	63.71						
4	乌鲁木齐满江红药业零售连锁有限责任公司	51.05	6.44	分销	51.05						
5	石河子市子午路医药连锁有限公司	36.49	4.61	分销	35.53					0.96	
	合计	<u>299.50</u>	<u>37.80</u>		<u>298.54</u>					<u>0.96</u>	

3、2018 年度

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售金额	占西北地区收入比 (%)	经营模式	各类产品收入金额						
					中西成药	中药	保健食品	医疗器械	生物制剂	计生用品	生活用品
1	陕西医药控股集团派昂医药有限责任公司	83.83	10.90	分销	83.83						
2	新疆颐仁堂医药连锁有限公司	54.43	7.08	分销	53.78						0.65
3	兰州惠仁长青药业有	48.36	6.29	分销	48.36						

序号	客户名称	销售 金额	占西北 地区收 入比(%)	经营 模式	中西成 药	各类产品收入金额					
						中 药	保 健 食 品	医 疗 器 械	生 物 制 剂	计 生 用 品	生 活 用 品
	限责任公司										
4	石河子市子午路医药 连锁有限公司	44.24	5.75	分销	43.26			0.41		0.57	
5	西安德翔医药有限公 司	40.95	5.32	分销	40.81					0.14	
	合 计	<u>271.81</u>	<u>35.34</u>		<u>270.04</u>			<u>0.41</u>		<u>0.71</u>	<u>0.65</u>

4、2017 年度

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售 金额	占西北地区 收入比(%)	经营模式	中西 成药	各类产品收入金额					
						中 药	保 健 食 品	医 疗 器 械	生 物 制 剂	计 生 用 品	生 活 用 品
1	陕西医药控股集团派昂 医药有限责任公司	66.92	12.55	分销	66.92						
2	兰州惠仁长青药业有限 责任公司	45.40	8.51	分销	44.16						1.24
3	石河子市子午路医药连 锁有限公司	37.04	6.95	分销	36.19			0.85			
4	新疆颐仁堂医药连锁有 限公司	31.21	5.85	分销	30.49						0.72
5	西安德翔医药有限公司	30.76	5.77	分销	30.76						
	合计	<u>211.33</u>	<u>39.63</u>		<u>208.52</u>			<u>0.85</u>			<u>1.96</u>

(二) 西南地区前五大客户情况

1、2020 年 1-6 月

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售 金额	占西南地 区收入比 (%)	经营 模式	中西成 药	中 药	各类产品收入金额				
							保 健 食 品	医 疗 器 械	生 物 制 剂	计 生 用 品	生 活 用 品
1	重庆启程医药 有限公司	82.60	6.54	分销	30.81			51.79			
2	重庆鑫斛药房 连锁有限公司	69.66	5.51	分销	25.45			44.21			
3	贵州一品药业	61.01	4.83	分销	10.04			50.97			

序号	客户名称	销售 金额	占西南地 区收入比 (%)	经营 模式	各类产品收入金额						
					中西成 药	中 药	保健 食品	医疗 器械	生物 制剂	计生 用品	生活 用品
4	连锁有限公司 四川遂宁市全 泰堂药业有限 公司	60.71	4.81	分销	26.36			34.35			
5	四川淳尚医药 有限责任公司	53.79	4.26	品牌合作	12.61				28.93		12.25
	合计	<u>327.77</u>	<u>25.95</u>		<u>105.27</u>			<u>181.32</u>	<u>28.93</u>		<u>12.25</u>

2、2019 年度

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售 金额	占西南地 区收入比 (%)	经营模式	各类产品收入金额						
					中西成 药	中 药	保健 食品	医疗 器械	生物 制剂	计生 用品	生活 用品
1	重庆养天和昌野 药房连锁有限公 司	418.92	15.83	品牌合作	366.25		17.26	12.37	1.05	0.14	21.85
2	重庆鑫斛药房连 锁有限公司	158.35	5.98	分销	158.35						
3	达州市国达医药 有限公司	129.06	4.88	品牌合作	125.23	0.51	0.65	2.35		0.01	0.31
4	绵阳市宇豪大药 房连锁有限公司	75.84	2.87	分销	75.84						
5	广安正和祥药业 连锁有限公司	73.59	2.78	分销	73.59						
	合计	<u>855.76</u>	<u>32.34</u>		<u>799.26</u>	<u>0.51</u>	<u>17.91</u>	<u>14.72</u>	<u>1.05</u>	<u>0.15</u>	<u>22.16</u>

3、2018 年度

金额单位：人民币万元

序号	客户 名称	销售 金额	占西南地 区收入比 (%)	经营模式	各类产品收入金额						
					中西成 药	中 药	保健 食品	医疗 器械	生物 制剂	计生 用品	生活 用品
1	广安正和祥药业 连锁有限公司	173.31	8.55	分销	173.31						
2	重庆海斛医药有	97.64	4.82	分销	97.64						

序号	客户名称	销售金额	占西南地区收入比 (%)	经营模式	中西成药	各类产品收入金额					
						中药	保健食品	医疗器械	生物制剂	计生用品	生活用品
3	重庆真善美医药有限公司	87.53	4.32	分销	87.53						
4	重庆浮于嘉医药有限公司	80.61	3.98	分销	79.59			0.55		0.47	
5	四川淳尚医药有限责任公司	71.41	3.52	品牌合作	69.38			0.92			1.11
	合计	<u>510.50</u>	<u>25.19</u>		<u>507.45</u>			<u>1.47</u>		<u>0.47</u>	<u>1.11</u>

4、2017 年度

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售金额	占西南地区收入比 (%)	经营模式	中西成药	各类产品收入金额					
						中药	保健食品	医疗器械	生物制剂	计生用品	生活用品
1	重庆海斛医药有限公司	96.58	7.91	分销	96.58						
2	重庆真善美医药有限公司	55.04	4.51	分销	55.04						
3	广安正和祥药业连锁有限公司	49.00	4.01	分销	49.00						
4	重庆浮于嘉医药有限公司	45.28	3.71	分销	44.82			0.46			
5	重庆启程医药有限公司	41.48	3.40	分销	41.48						
	合计	<u>287.38</u>	<u>23.54</u>		<u>286.92</u>			<u>0.46</u>			

西北、西南地区前五大客户基本信息如下：

企业名称	法定代表人	注册资本（万元）	成立日期
重庆启程医药有限公司	周小江	200.00	2009 年 11 月 24 日
重庆鑫斛药房连锁有限公司	罗玉琴	12,000.00	2000 年 1 月 31 日
贵州一品药业连锁有限公司	夏江	1,000.00	2011 年 4 月 14 日
四川遂宁市全泰堂药业有限公司	韩辉军	2,000.00	1999 年 11 月 25 日
四川淳尚医药有限责任公司	凡小蓉	1,300.00	2012 年 1 月 17 日

企业名称	法定代表人	注册资本（万元）	成立日期
重庆养天和昌野药房连锁有限公司	姚昌军	3,000.00	2001年6月20日
达州市国达医药有限公司	邱开明	800.00	2011年8月8日
绵阳市宇豪大药房连锁有限公司	李宝林	200.00	2016年6月30日
广安正和祥药业连锁有限公司	陈卫星	6,000.00	2017年4月28日
重庆海斛医药有限公司	姚波	5,000.00	2011年2月14日
重庆真善美医药有限公司	晏勇	600.00	2010年9月8日
重庆浮于嘉医药有限公司	杨建	300.00	2015年4月15日
新疆康宁医药连锁有限责任公司	郭峰	800.00	2009年1月8日
新疆颐仁堂医药连锁有限公司	吴子宣	2,000.00	2011年3月24日
石河子市子午路医药连锁有限公司	于钢	50.00	2005年2月28日
汉中市第二药材公司医药商贸经营部	段玲华	34.00	1992年12月3日
青海康之源药业有限公司	庄桂芹	1,000.00	2016年5月31日
新疆百草堂医药连锁经销有限公司	蔡刚	5,000.00	2001年9月20日
陕西医药控股集团派昂医药有限责任公司	李元	11,000.00	2005年3月24日
乌鲁木齐满江红药业零售连锁有限责任公司	明德	500.00	1995年10月10日
兰州惠仁长青药业有限责任公司	刘道鑫	500.00	2008年7月1日
西安德翔医药有限公司	李杰	1,910.00	2007年12月11日

四、该区域收入规模增长较快的原因及合理性，收入增长主要来源于发行人何种业务

公司在招股说明书之“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(二)营业收入分析”之“4、主营业务收入按地区构成分析”数据统计有误，已进行修正。

报告期内，西南和西北区域的销售收入及占主营业务收入的的比例情况如下：

金额单位：人民币万元

地区	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
西北	833.33	1.45	792.31	0.77	769.22	0.84	533.30	0.70
西南	1,263.18	2.20	2,646.03	2.57	2,026.27	2.23	1,221.75	1.61

报告期内，公司西北区域销售收入分别为 533.30 万元、769.22 万元、792.31 万元、833.33 万元，西南区域销售收入分别为 1,221.75 万元、2,026.27 万元、2,646.03 万元、1,263.18 万元，西北和西南区域销售收入合计占主营业务收入的比例为 2.31%、3.07%、3.34%、3.65%，报告期内西北和西南区域收入增长的主要原因为子公司和盛医药 2017 年设立全国营销中心，主要面向全国的县域连锁或单体药店销售市场急需且具有价格优势的贴牌或独家代理产品，该类产品的毛利率较高，市场吸引力较好，分销客户群体增加导致收入上涨。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、获取并核查报告期内发行人西北和西南区域的主要销售客户情况，包括客户名称、销售收入、销售成本、毛利率、所属业务模式，按照产品类别、业务模式对销售结构进行了统计分析。

2、访谈发行人高级管理人员关于报告期内西北和西南区域销售毛利率变动的原因，该区域收入规模增长较快的原因，分析和判断合理性。

3、对报告期内西北和西南区域的主要客户进行访谈，了解客户的注册资本、股东构成、主营业务、经营情况等背景资料；核查客户与公司的合作历程、业务合作模式、产品定价、结算方式、信用政策等与公司业务往来情况。

4、对西北和西南区域的主要客户进行函证，核查收入的真实性和准确性。

二、申报会计师的核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人报告期内西北和西南销售的毛利率与公司实际情况相符；

2、发行人报告期内西北和西南客户的新增、退出、持续经营数量及对应收入和占比准确；

3、发行人西北和西南地区的前五大客户（合并口径）名称和基本信息、所属业务模式、各类产品收入构成情况与公司实际情况相符；

4、报告期内西北和西南区域收入增长较快，主要因为子公司和盛医药 2017 年设立全国营销中心，主要面向全国的县域连锁或单体药店销售市场急需且具有价格优势的贴牌或独家代理产品，该类产品的毛利率较高，市场吸引力较好，分销客户群体增加导致收入上涨，该区域收入规模增长具有合理性。

问题 19

关于其他业务收入和供应商返利。申报材料显示，公司其他业务收入主要为促销服务收入、加盟管理收入、转租收入和物料收入。请发行人补充披露：（1）促销服务收入、加盟管理收入的具体收费项目内容、收费标准、结算方式；结合合同条款和实际情况，披露其他业务收入确认时点和依据是否符合《企业会计准则》规定；其他业务收入客户新增、退出、持续合作数量和分别对应的收入金额及占比；前五大客户（合并口径）名称、基本信息、所属业务模式、其他业务金额和占比。（2）报告期内与供应商的其他业务收入和返利分别对损益影响的金额；向供应商收取的其他业务收入与供应商给予的返利如何区分，会计和税务处理有何差异，相关处理是否合规。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、促销服务收入、加盟管理收入的具体收费项目内容、收费标准、结算方式；结合合同条款和实际情况，披露其他业务收入确认时点和依据是否符合《企业会计准则》规定；其他业务收入客户新增、退出、持续合作数量和分别对应的收入金额及占比；前五大客户（合并口径）名称、基本信息、所属业务模式、其他业务金额和占比。

促销服务收入、加盟管理收入的具体收费项目内容、收费标准、结算方式；结合合同条款和实际情况，披露其他业务收入确认时点和依据是否符合《企业会计准则》规定相关回复内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“6、其他业务收入构成情况分析”中补充披露：

（一）促销服务收入

促销服务收入具体项目内容为通过为供应商开展定向或定制的促销服务、品牌推广等专业增值服务，提供终端陈列、广告、促销、收集顾客对产品优化改进建议等专业技术支持，增加特定品牌或品类药品销售规模和盈利能力。

1、促销服务

商品促销服务主要包括主题促销、单店促销、片区联动促销、新店开业造势促销等。公司通过向供应商提供包括产品宣传材料设计与制作、粘贴与悬挂海报及灯箱广告、专属货架展示、主题活动宣传、收银区展示、重点区域与门店促销等方式，对供应商参与公司促销活动的产品进行宣传，根据供应商的服务结算函确定金额向供应商收取相应服务收入。

2、陈列服务

陈列服务侧重于对供应商某款或某些款产品进行专项展示、宣传与推广，以期实现上述产品销量的快速提升。除采用在商品促销服务过程中使用的宣传方式外，市场推广服务还会增加产品专业知识培训、产品销售技能培训、产品销售经验交流服务等，以及随着公司门店数量增长而新增的产品在新门店进行宣传、展示的市场拓展服务。公司根据供应商的服务结算确认函确定金额后向供应商收取相应服务收入。

3、收入确认依据、时点及合规性

根据《企业会计准则》相关规定，企业应当在履行了合同中的履约义务，即客户取得相关商品控制权时确认收入。结合促销服务、陈列服务的活动内容：①服务提供方式多样、收费标准不一。服务存在多种方式，包括但不限于货架数量、货架位置、货架摆放、制作标识或宣传海报等，或二种及以上的多种方式；②服务活动较多、参与门店数量多。公司门店数量较多，供应商可以在公司门店中选择单一门店或若干门店的组合中开展服务活动，亦可以在不同门店中选取不同的产品品种和服务方式，且经常出现季节性、临时性调整。

由于上述服务交易的复杂性，在双方结算确认前，无法可靠计量促销、陈列服务收入金额及收入确认的依据和时点。因此，对供应商的促销、陈列服务收入在协议已签署、服务已提供且双方对公司提供服务的进展、质量和结算达成共识，公司已实际收到款项时确认收入。双方对公司提供服务的进展、质量和结算达成共识指服务提供后，双方结算时签署《陈列服务结算函》，其效力等同于对服务协议的补充确认及结算结果，用于确定已提供服务的进展、质量及结算成果等。

4、公司促销服务费收入确认时点与同行业上市公司对比

同行业上市公司	会计政策
大参林	公司在提供促销服务且收到或很可能收到款项的情况下确认收入，同时开具服务费发票。公司在实际操作中，出于谨慎性考量，并不以合同约定的时间和金额作为收入确认依据，而是在实际收到款项时或基本确定能收到时确认收入
老百姓	公司为供应商提供商品宣传、推广等服务。按实际提供的服务确认收入
益丰药房	公司在提供促销服务且收到款项或基本确定款项能够收到的情况下确认收入，同时开具服务费发票。公司在实际操作中，出于谨慎性考量，并不以合同约定的时间和金额作为收入确认依据，而是在实际收到款项时或基本确定能收到时确认收入
一心堂	公司在提供促销服务且收到款项或基本确定款项能够收到的情况下确认收入，同时开具服务费发票

(二) 加盟管理收入

加盟管理收入主要为通过为加盟门店提供加盟店质量监督、门店形象、商品陈列等门店管理服务、提供门店营销管理软件使用、提供门店财务核算管理服务分别确认的软件使用收入、加盟费收入、财务核算收入，根据加盟合同对各项服务内容的约定，向加盟商收取相应服务收入。

1、加盟费收入及软件使用收入

加盟费收入及软件使用收入为公司与加盟商签订《加盟连锁合同》的合同期内向加盟商提供加盟门店管理服务和软件使用服务而取得的劳务收入。根据加盟合同条款的约定，公司需向加盟商提供经营管理模式、营销管理软件、《连锁手册》，提供商品、GSP 操作流程、顾客保障等方面的指导，公司有专门的事业部负责加盟门店质量监督、门店形象、商品陈列、员工薪酬及培训等方面的管理。加盟商在合同期内，需一次性向公司缴纳加盟费 0-3,000 元（含公示费、品牌费），软件使用费 2,000-3,000 元。

2、财务核算收入

财务核算收入为公司与加盟商签订《加盟连锁合同》，在合同期内向加盟商提供加盟门店财务核算服务而

取得的劳务收入。根据加盟合同条款的约定，公司对加盟门店的营业收入、采购货款、员工薪酬以及其他费用等进行财务核算，每月核算一次，根据每月的核算结果，负责加盟商管理的子公司长沙养天和连锁管理公司从营业收入中代加盟商支付当月需要支付的货款（直接支付给负责配送子公司和盛医药公司），同时代加盟商支付加盟门店员工薪酬，并按照国家规定代缴纳相关税费和社会保险。长沙养天和连锁管理公司在代加盟商支付货款、员工薪酬以及其他费用后，将剩余的营业收入全部返还到加盟商指定账户。加盟商向长沙养天和连锁管理公司如实提供各种财务数据和有关票据，每季度向长沙养天和连锁管理公司支付财务核算费。

3、收入确认依据、时点及合规性

根据《企业会计准则-收入》（2017年修订）第十一条规定满足下列条件之一的，属于在某一时间段内履行的履约义务：1、客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；2、客户能够控制公司履约过程中在建的商品；3、公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。如不满足，属于在某一时点履行的履约义务，在控制权转移的时点确认收入。

结合《加盟连锁合同》条款，加盟费收入、软件使用收入、财务核算收入为加盟期间内向加盟商提供的某一时段内履行的单项履约义务，在履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。故加盟费金额、软件使用费、财务核算费的收入根据《加盟连锁合同》签订的期限在其服务收益期限内进行分期摊销确认加盟费收入、软件使用收入、财务核算收入，符合会计准则的确认原则。

（三）其他业务收入客户新增、退出、持续合作数量分别对应的收入金额及结构占比

金额单位：人民币万元

类别	数量	2020年1-6月		数量	2019年	
		收入金额	占比(%)		收入金额	占比(%)
持续合作	253	1,534.18	91.65	199	3,031.65	62.29
退出				179	421.76	8.67
新增	64	139.79	8.35	54	1,302.76	26.77
当期新增当 期退出				80	110.49	2.27
小计		1,673.97			4,866.66	

类别	数量	2018年		数量	2017年	
		收入金额	占比(%)		收入金额	占比(%)
持续合作	227	2,907.34	80.51	222	1,836.23	79.87
退出	107	170.36	4.72	56	72.10	3.14
新增	151	398.61	11.04	112	248.20	10.80
当期新增当 期退出	192	135.03	3.74	61	142.50	6.20

类别	数量	2018年 收入金额	占比(%)	数量	2017年 收入金额	占比(%)
小 计		3,611.35			2,299.03	

2019年12月1日起开始实施新修订《药品管理法》，其中也调整了药品及假药、劣药的定义，最重要的是对各项违法、违规行为进行严惩重处，并落实处罚到人，销售假、劣药品行为的处罚更是提高了数倍，销售假药行为最低处罚门店150万，零售劣药行为最低处罚10万。为了提前规避和预防门店经营风险，排查可预防的假、劣药品风险，公司采购部门和质量管理中心对存在风险的客户进行梳理，并逐步清退规模偏小、影响力较小的客户。同时部分客户加大了在发行人门店的促销力度，因此2019年度其他业务收入新增客户数量较少而收入金额较大。

（四）前五大客户（合并口径）基本信息

企业名称	法定代表人	注册资本	成立日期	所属省份
东阿阿胶股份有限公司	高登锋	65,402.15 万元人民币	1994-06-04	山东省
湖南金之路医药有限公司	王惊雷	4,000.00 万元人民币	2005-08-15	湖南省
湖南凯信医药有限公司	潘力	500 万元人民币	2018-03-28	湖南省
湖南天天清生物科技有限公司	杨振东	200 万元人民币	2005-09-07	湖南省
湖南振兴中药饮片实业有限公司	陶云新	7,845.00 万元人民币	1998-08-26	湖南省
华润医药商业集团有限公司	穆宏	519,170.34 万元人民币	2000-12-27	北京市
江苏先声药业有限公司	任晋生	16,880.00 万元人民币	1995-03-28	江苏省
九芝堂股份有限公司	李振国	86,935.42 万元人民币	1999-05-12	湖南省
康朝药业有限公司	陈正文	10,600.00 万元人民币	2017-05-03	广东省
山西广誉远国药有限公司	张斌	4,532.00 万元人民币	1998-02-25	山西省
天津天士力医药商业有限公司	闫凯境	1,190.00 万元人民币	2011-08-25	天津市
天津中新药业集团股份有限公司	李立群	76,887.31 万元人民币	1981-12-29	天津市
天士力医药集团股份有限公司	闫凯境	151,266.62 万元人民币	1998-04-30	天津市
扬子江药业集团有限公司	徐镜人	13,300.00 万元人民币	2001-03-27	江苏省

（五）前五大客户（合并口径）名称、所属业务模式、其他业务金额和占比

其他业务收入主要是收到供应商的促销服务收入、加盟管理收入。单个客户的加盟管理收入对应的金额较小，未进入其他业务收入前五大名单。公司可以在多个业务模式下为供应商提供促销服务，因此促销服务收入与公司的业务模式不存在单一的对对应关系。

期间	客户名称	其他业务收入金额 (万元)	占其他业务收入比例 (%)
2020年1-6月	湖南凯信医药有限公司	320.75	19.16
	康朝药业有限公司	76.29	4.56

期间	客户名称	其他业务收入金额 (万元)	占其他业务收入比例 (%)
2019年	九芝堂股份有限公司关联单位	35.60	2.13
	湖南天天清生物科技有限公司	28.41	1.70
	江苏先声药业有限公司	27.03	1.61
		<u>488.08</u>	<u>29.16</u>
	湖南凯信医药有限公司	1,076.80	22.13
	东阿阿胶股份有限公司	788.19	16.20
	九芝堂股份有限公司	107.79	2.21
	康朝药业有限公司	100.78	2.07
	扬子江药业集团有限公司	83.18	1.71
		<u>2,156.74</u>	<u>44.32</u>
2018年	山西广誉远国药有限公司	406.98	11.27
	东阿阿胶股份有限公司	354.91	9.83
	天津中新药业集团股份有限公司	111.23	3.08
	华润医药商业集团有限公司关联单位	96.41	2.67
	湖南振兴中药饮片实业有限公司	71.64	1.98
		<u>1,041.17</u>	<u>28.83</u>
2017年	湖南金之路医药有限公司	151.24	6.58
	东阿阿胶股份有限公司	101.32	4.41
	山西广誉远国药有限公司	86.27	3.75
	湖南振兴中药饮片实业有限公司	62.07	2.70
	天津天士力医药商业有限公司	39.70	1.73
	<u>440.60</u>	<u>19.17</u>	

二、报告期内与供应商的其他业务收入和返利分别对损益影响的金额；向供应商收取的其他业务收入与供应商给予的返利如何区分，会计和税务处理有何差异，相关处理是否合规。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(三) 营业成本分析”之“5、票折返利分析”中补充披露：

(一) 公司为供应商提供陈列服务、促销服务，获取其给予的陈列服务收入和促销服务收入，报告期内与供应商的其他业务收入对损益影响金额如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
促销服务收入(万元)	1,120.08	3,728.12	2,584.04	1,537.08
占营业收入的比例(%)	1.89	3.46	2.73	1.97

占毛利总额的比例 (%)	8.97	14.91	11.67	7.97
--------------	------	-------	-------	------

(二) 公司还存在与供应商在协议中对某些商品约定的票折返利的情况, 报告期内与供应商的票折返利对损益影响金额如下:

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
本期收到的票折(万元)	3,520.24	5,701.31	4,775.58	2,051.87
本期冲减营业成本的票折(万元)	3,402.32	6,823.24	3,537.95	1,980.98
占营业成本的比例 (%)	7.29	8.24	4.88	3.36
占毛利总额的比例 (%)	27.25	27.30	15.97	10.27

公司通过直营、加盟以及品牌合作方式, 快速扩大门店网络, 提升销售能力, 从而进行集中统一采购, 增强对上游供应商的议价能力, 降低采购成本, 让加盟商和公司获利。报告期内公司重点加强了与广誉远、东阿阿胶等大型品牌企业的合作, 并且取得了良好成效, 品牌企业产品在公司的销售快速增长, 因此公司获得的票折或促销费用也大幅增加。

(三) 向供应商收取的其他业务收入与供应商给予的返利的区别如下表所示:

项目	供应商的票折返利	供应商相关的其他业务收入
经济实质	供应商返利系供应商为鼓励其下游客户大额采购或保护其产品价格体系等, 在约定的结算周期内按照返利协议约定给与客户一定的票折返利。公司通过规模采购, 可以有效降低采购成本。公司与部分供应商在合同中约定, 公司将根据采购量(金额)、公司对外销售量(金额)、供应商收到的回款额等指标, 定期与供应商结算采购返利, 由供应商在出具的增值税专用发票上进行金额折扣。	与供应商相关的其他业务收入主要包括促销服务收入和陈列服务收入。系公司充分利用连锁药店规模优势和下游客户资源, 在公司市场营销部门、采购部门的统一组织下, 按照明确的主题和高效、统一的方式开展营销活动, 并以此获得的服务性收入。促销服务和陈列服务主要包括主题营销、会员营销、会员讲座、终端宣传、产品陈列展示等形式, 不仅为供应商提供拥有较大客流量的营销平台, 还有效提升商品销售规模与品牌推广效率。
结算方式	公司与供应商就返利金额核对一致后, 由供应商在出具的增值税专用发票上进行金额折扣。公司实际收到发票折扣后, 进行账务处理	公司在实际收到供应商支付的银行存款或供应商开具的扣款函后, 确认促销服务收入或陈列服务收入, 并向供应商开具增值税专用发票。
会计处理	① 借: 应付账款-外部采购-暂估货款 贷: 商品进销差价 应交税费-增值税-进项税额	借: 银行存款/应付账款 贷: 其他业务收入
税务处理	② 借: 商品进销差价 贷: 主营业务成本	应交税费-增值税-销项税
	采购商品所对应的返利, 由供应商在出具	公司向供应商提供的促销服务收入和陈列

项目	供应商的票折返利	供应商相关的其他业务收入
	的增值税专用发票上进行金额折扣，同时按照销售商品对应的税率减少增值税进项税额。	服务属于“现代服务”，适用6%的税率。由公司向供应商按照6%的税率开具增值税专用发票。

公司上述供应商采购返利与促销服务收入为该行业的普遍情况，会计处理与税务处理均符合行业惯例。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

- 1、获取报告期各期促销服务费、加盟管理收入、财务核算收入台账或明细表，并与账面金额核对，分析和检查是否存在异常。
- 2、根据报告期各期加盟门店数量及各加盟商的加盟协议，重新测算加盟管理收入是否与账面金额一致。
- 3、核查大额促销服务协议，根据协议约定的比例重新计算并验证报告期各期促销收入确认依据是否充分、合理和准确。
- 4、抽查各促销服务费入账凭证，检查与供应商的促销服务收入开具相应的发票金额与计算的当期促销服务费金额一致。检查相应资金是否收到或者与供应商签订代扣协议。
- 5、针对供应商返利的核查详见本回复“问题 24-申报会计师核查程序”的相关内容。
- 6、根据发行人对促销服务协议和返利协议不同的会计处理，检查是否符合《企业会计准则》及其《应用指南》的相关规定。

二、申报会计师的核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、公司各类其他业务收入确认时点准确，依据充分，符合《企业会计准则》相关规定；报告期各期其他业务收入的变动与实际业务相符，不存在异常情况。其他业务收入相关披露不存在异常情况。
- 2、报告期内与供应商的其他业务收入和返利分别对损益影响的金额准确，其发行人与供应商采购返利与促销服务收入为该行业的普遍情况，发行人针对向供应商收取的其他业务收入与供应商给予的返利已按照真实交易合理区分，已说明相应的会计处理与税务处理的差异，且均符合相关法律法规规定。

问题 20

关于销售返利、退货等其他问题。请发行人补充披露：（1）销售环节的返利政策、内部控制、返利金额、会计处理方式，是否符合《企业会计准则》规定，相关核查程序、范围及结论。（2）退货所涉及的具体事项、金额、占当期营业收入比例、主要退货客户名称、是否为关联方、会计处理方法，是否存在期末销售来年退回的情形，大额异常的销售退回收入是否真实、准确。（3）新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年的经营业绩和财务数据的影响。

请保荐人和申报会计师详述对发行人收入真实性执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，披露核查程序是否有效、充分。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

一、销售环节的返利政策、内部控制、返利金额、会计处理方式，是否符合《企业会计准则》规定，相关核查程序、范围及结论。

（一）销售环节的返利政策及内部控制

公司销售环节的返利主要针对分销客户，公司对分销客户的返利政策根据客户的销售规模、销售回款、历史合作情况等因素制定，双方协商针对销售单品、单次购销、销售回款方式等给予分销客户一定的销售折扣，并签订商品购销协议。公司为完成年度销售任务，更好的激励客户，保证销售合同的顺利履行，保持产品的市场竞争力，在销售环节根据市场变化制定灵活的返利政策。返利方式主要以票折的形式实现。销售环节的返利内部控制主要从以下几个方面实现：

1、制度授权审批

防止随意返利，明确返利制度制定人、审批人、实施人，保证返利政策能积极促进销售完成。

2、协议执行

根据销售目标、市场行情及客情关系，以确认函对销售产品、单价、数量、折扣、返利方式等进行明确约定，经公司审批及购销双方同意后实行。

3、回款管理

根据协议约定按照返利比例进行返利，并开具票折发票，经财务部门审核后，寄送客户，并督促其按票折后应收账款金额回款。

（二）销售返利金额

公司对客户的销售票折主要由品牌控销部针对客户执行的返利政策，品牌控销部于 2018 年成立，因此 2017 年未发生对客户的销售票折返利，2020 年 1-6 月、2019 年度和 2018 年度的销售返利金额为 194.44 万元、876.43 万元、322.62 万元，分别影响各期的利润总额的比例为-5.06%、-12.57%、-5.60%。

（三）会计处理方式

销售票折确认原则

公司实际情况

销售商品涉及商业折扣的,应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额

每月末根据与客户达成的销售返利约定,公司对该客户的销售完成情况进行核对,按协议约定给予票折。会计处理为公司每月末与客户核对无误后,按照冲减相应返利后的金额确认当期营业收入及应收账款。

公司有关销售返利的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

(四) 申报会计师执行的相关核查程序、范围及结论

1、对公司主要管理层、销售负责人以及财务负责人进行访谈,了解其主要返利政策、方式及预计退货相关流程;检查相关内部控制关键控制点设计及运行的有效性。

2、获取报告期各期公司对客户的返利台账,并与账面金额核对一致。复核返利政策对利润的影响。

3、查阅与分销客户签订的协议,识别协议中约定的关键业务条款,包括返利政策、退换货条款等,核查销售收入确认时点。

4、访谈客户,询问公司销售返利政策,并与获取数据进行比对。

5、获取和检查大额客户返利协议,根据协议约定的比例重新计算并验证各期返利确认依据是否充分、合理和准确。

6、抽查报告期各期大额返利会计凭证,检查票折形式的增值税发票金额与计算的当期返利金额一致。

7、根据发行人返利协议的会计处理,检查是否符合《企业会计准则》及其相关规定。

核查结论:发行人销售环节的返利金额准确,会计处理符合《企业会计准则》及其相关规定。

二、退货所涉及的具体事项、金额、占当期营业收入比例、主要退货客户名称、是否为关联方、会计处理方法,是否存在期末销售来年退回的情形,大额异常的销售退回收入是否真实、准确。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(二)营业收入分析”之“10、退货情况分析”中补充披露。

(一) 退货所涉及的具体事项、金额、占当期营业收入比例

金额单位:人民币万元

退货原因	2020年1-6月		2019年度	
	退货金额	占当期营业收入比例(%)	退货金额	占当期营业收入比例(%)
质量退货	1,580.17	2.75	2,790.30	2.71
召回退货	54.79	0.10	288.58	0.28
合计	<u>1,634.96</u>	<u>2.85</u>	<u>3,078.88</u>	<u>2.99</u>

金额单位：人民币万元

退货原因	2018 年度		2017 年度	
	退货金额	占当期营业收入比例 (%)	退货金额	占当期营业收入比例 (%)
质量退货	2,276.32	2.50	1,586.04	2.09
召回退货	204.90	0.23	140.39	0.19
合计	<u>2,481.22</u>	<u>2.73</u>	<u>1,726.43</u>	<u>2.28</u>

报告期各期，公司累计退货金额占当期营业收入占比分别为 2.28%、2.73%、2.99%、2.85%，其中退货主要原因因为运输破损、质量问题等导致的退回。

(二) 主要退货客户名称、是否为关联方

1、2020 年 1-6 月前五名退货客户情况

最终控制方	客户名称	退货原因	是否为关联方	退货金额 (万元)	占营业收入比例 (%)
广东养天和九济堂医药连锁有限公司	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	质量退回	否	40.74	0.0709
山东福华医药有限公司	山东福华医药有限公司	质量退回	否	32.23	0.0561
贵州桐欣缘医药有限公司	贵州桐欣缘医药有限公司	质量退回	否	23.23	0.0404
杨作智	海口市养天和大药房五源河店	质量退回	否	18.80	0.0327
湖北晓琳药业连锁有限公司	湖北晓琳药业连锁有限公司	质量退回	否	16.16	0.0281
合计				<u>131.16</u>	<u>0.2281</u>

2、2019 年度前五名退货客户情况

最终控制方	客户名称	退货原因	是否为关联方	退货金额 (万元)	占营业收入比例 (%)
广东养天和九济堂医药连锁有限公司	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	质量退回	否	151.73	0.1473
	海口市养天和大药房龙万店	质量退回	否	45.24	0.0439
卢继春	海口市养天和大药房龙舌坡店	质量退回	否	11.32	0.0110
	海口市养天和大药房龙棱店	质量退回	否	7.00	0.0068

最终控制方	客户名称	退货原因	是否为关联方	退货金额(万元)	占营业收入比例(%)
	海口秀英龙卫养天和大药房	质量退回	否	3.39	0.0033
	小 计			<u>66.95</u>	<u>0.0650</u>
肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	质量退回	否	34.15	0.0332
湖南海元堂药业有限公司	湖南海元堂药业有限公司	质量退回	否	25.90	0.0252
天津市养天和津永新大药房连锁有限公司	天津市养天和津永新大药房连锁有限公司	质量退回	否	24.78	0.0241
合 计				<u>303.51</u>	<u>0.2948</u>

3、2018 年度前五名退货客户情况

最终控制方	客户名称	退货原因	是否为关联方	退货金额(万元)	占营业收入比例(%)
四川淳尚医药有限责任公司	四川淳尚医药有限责任公司	质量退回	否	37.79	0.0415
湖南千金大药房连锁有限公司	湖南千金大药房连锁有限公司	质量退回	否	30.88	0.0339
	海口市养天和大药房龙万店	质量退回	否	15.47	0.0170
	海口市养天和大药房龙舌坡店	质量退回	否	7.66	0.0084
卢继春	海口市养天和大药房龙梭店	质量退回	否	3.82	0.0042
	海口秀英龙卫养天和大药房	质量退回	否	3.56	0.0042
	小 计			30.51	0.0338
	武冈市养天和大药房中华乐洋店	质量退回	否	9.19	0.0101
	武冈市养天和大药房中华店	质量退回	否	5.53	0.0061
欧建华	武冈市养天和大药房玉龙店	质量退回	否	3.13	0.0034
	武冈市养天和大药房南站店	质量退回	否	2.04	0.0022
	武冈市养天和大药房金三角店	质量退回	否	1.96	0.0022

最终控制方	客户名称	退货原因	是否为关联方	退货金额(万元)	占营业收入比例(%)
		退回			
	黄冈市养天和大药房中华铜宝店	质量退回	否	1.94	0.0021
	黄冈市养天和大药房富田店	质量退回	否	1.09	0.0012
	黄冈市养天和大药房中华北站店	质量退回	否	0.84	0.0009
	黄冈市养天和大药房中华庆丰店	质量退回	否	0.82	0.0009
	黄冈市养天和大药房二中店	质量退回	否	0.80	0.0009
	黄冈市养天和大药房中华武强店	质量退回	否	0.79	0.0009
	黄冈市养天和大药房中华新店	质量退回	否	0.72	0.0008
	黄冈市养天和大药房城南店	质量退回	否	0.61	0.0007
	黄冈市养天和大药房展辉店	质量退回	否	0.37	0.0004
	黄冈市养天和大药房南门店	质量退回	否	0.32	0.0004
	小 计			30.15	0.0332
肇庆市国民大药房连锁有限公司	肇庆市国民大药房连锁有限公司	质量退回	否	20.16	0.0221
合 计				149.49	0.1645

4、2017 年度前五名退货客户情况

最终控制方	客户名称	退货原因	是否为关联方	退货金额(万元)	占营业收入比例(%)
长沙酒易网食品贸易有限公司	长沙酒易网食品贸易有限公司	质量退回	否	43.05	0.0567
羊跃文	长沙市芙蓉区养天和大药房龙大店	质量退回	否	37.60	0.0495
陈莉	常宁市养天和大药房慈顺堂常青店	质量退回	否	7.80	0.0103
	常宁市养天和大药房慈顺堂文明店	质量退回	否	6.77	0.0089

最终控制方	客户名称	退货原因	是否为关联方	退货金额(万元)	占营业收入比例(%)
		退回			
	衡阳市养天和慈顺堂大药房光明店	质量退回	否	6.41	0.0084
	衡阳市养天和大药房慈顺堂湖北路店	质量退回	否	6.00	0.0079
	衡阳市养天和慈顺堂大药房常胜店	质量退回	否	5.45	0.0072
	衡阳市养天和慈顺堂大药房	质量退回	否	4.86	0.0064
	小 计			37.29	0.0491
	长沙县泉塘养天和大药房物流园店	质量退回	否	16.06	0.0212
	长沙县养天和大药房青山铺店	质量退回	否	4.71	0.0062
向扩军	长沙县湘龙街道养天和益购大药房	质量退回	否	4.25	0.0056
	长沙县时代阳光养天和大药房开慧店	质量退回	否	1.53	0.0020
	小 计			26.55	0.0350
	长沙市天心区养天和大药房龙创店	质量退回	否	12.02	0.0158
	长沙市天心区养天和大药房龙美店	质量退回	否	2.39	0.0031
王跃刚	长沙市天心区养天和大药房和谐店	质量退回	否	1.78	0.0023
	长沙市天心区养天和大药房和创店	质量退回	否	1.45	0.0019
	长沙市开福区养天和大药房龙群店	质量退回	否	0.92	0.0012
	小 计			18.56	0.0243
合 计				163.05	0.2146

(三) 退货的会计处理方法

公司已经确认销售商品收入的售出商品发生销售退回时，冲减当期销售商品收入。公司的销售退货会计处理如下：

冲回已确认的收入

借：营业收入

 应交税费

 贷：应收账款（零售退货冲减银行存款等）

同时冲回已结转的商品成本

借：存货

 贷：营业成本

（四）是否存在期末销售来年退回的情形，大额异常的销售退回收入

公司销售商品可能存在次年退货情形，即顾客于次年退回其前一年度所购买商品，报告期内，公司次年退货情况如下表：

年度	主营业务收入（万元）	跨期退货（万元）	占主营业务收入比例（%）
2017年	75,883.29	141.73	0.19
2018年	91,056.91	198.40	0.22
2019年	102,976.34	260.58	0.25
2020年1-6月	57,497.11	117.07	0.20

注：次年退货情况中，2017年度跨期退货金额为顾客2018年度退回2017年度销售商品的金额，以此类推。报告期各期公司次年退货金额分别为141.73万元、198.40万元、260.58万元和117.07万元，占上年主营业务收入的比例分别为0.19%、0.22%、0.25%及0.20%。

根据监管要求，考虑零售行业特点及公司对顾客退货的相关政策，报告期内，公司的零售业务销售退货金额小，各期涉及以前年度的退货金额占营业收入的比例较低，对当期收入影响较小，不存在重大销售跨期情形或其他异常情况。

三、新冠肺炎疫情对公司2020年上半年的经营业绩和财务数据的影响。

已在招股说明书“重大事项提示”之“六、新型冠状病毒疫情对公司经营的影响”中补充披露：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年1-6月	变动金额
营业收入	59,171.08	51,158.21	8,012.87
净利润	2,837.70	2,460.14	377.56

公司2020年1-6月实现营业收入59,171.08万元，同比增长15.66%，2020年1-6月实现净利润2,837.70万元，同比增长15.35%，主要是主营业务收入较上年同期增长，其中品牌合作收入较上年同期增长37.58%；分销业务增长32.48%；加盟业务增长13.31%，直营业务增长8.56%。疫情期间，加大对口罩、消毒液和额温

枪等物资的销售。在国家和地方政府各项扶持和救助政策的积极推动下，国内疫情得到有效控制，生产生活有序恢复。

新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年的经营业绩和财务数据未造成不利影响，相比同期数据有所增长。

四、请保荐人和申报会计师详述对发行人收入真实性执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比，披露核查程序是否有效、充分。

申报会计师针对发行人收入真实性执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比情况如下：

1、通过对管理层访谈，了解、评价和测试与收入确认相关内部控制关键控制点设计及运行的有效性；重点了解收入真实性的确认依据。

2、发行人使用信息系统对门店日常业务进行管理和核算。发行人信息系统主要包括雨诺 G3 ERP 业务系统及财务金蝶 EAS 系统，涵盖了门店所有业务。雨诺 G3 ERP 业务系统主要对业务数据提供系统支持；财务金蝶 EAS 系统主要对财务数据提供支持。发行人聘请天职国际内部信息技术专家进行了 IT 专项审计，审计人员了解、评价和测试公司报告期内与营业收入确认相关信息系统一般控制、应用控制设计及运行有效性；及信息系统更换或升级过程中数据生成、保存及衔接的完整和准确性。审计范围涵盖雨诺 G3 ERP 业务系统及财务金蝶 EAS 系统等与门店、仓库业务和财务相关的所有重要应用系统。具体实施的审计程序详见本回复“问题 28、四、（二）IT 审计的实施过程”。并于 2020 年 8 月出具了《信息系统审计报告》（天职业字[2020]34618 号），测试范围内的系统是可以信赖的。

3、按照抽样原则，对发行人的加盟门店、直营门店的客流量进行核查，安排专项核查小组于 2020 年 4 月到门店现场对门店客流量进行核查，并将统计结果与门店销售系统的单据数、连续编号的电脑小票张数进行核对，了解其客流量、系统单据是否存在异常情况。

（1）报告期加盟店客流量核查情况详见本回复“问题 17、九、中介机构对加盟店的核查程序、范围及结果”。

（2）报告期门店客流量核查结果如下：

地区	项目	直营门店
湖南	核查数量（个）	75
	门店数量（个）	137
	数量占比（%）	54.74
	核查金额	21,592.17
	门店对外零售金额	27,179.70
	金额占比（%）	79.44
海南	核查数量（个）	25
	门店数量（个）	45
	数量占比（%）	55.56
	核查金额	3,268.95

门店对外零售金额	4,476.07
金额占比 (%)	73.03

注：客流量核查门店金额以 2019 年全年的门店对外零售收入金额计算金额占比。

4、以报告期各期末所有门店为核查范围，对直营门店收入情况进行核查，对加盟门店配送金额、应付账款、应付保证金等情况进行核查；核查及走访比例具体如下：

(1) 加盟店走访情况详见本回复“问题 17、九、中介机构对加盟店的核查程序、范围及结果”。

(2) 直营门店走访情况

金额单位：人民币万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直营门店走访数量 (家)	155	155	137	113
期末直营门店数量 (家)	187	182	171	162
走访比例 (%)	82.89%	85.16%	80.12%	69.75%
走访门店收入 (万元)	15,807.96	29,207.40	27,365.37	26,341.36
直营业务收入 (万元)	18,095.85	31,731.95	29,819.02	28,232.49
核查收入占比 (%)	87.36%	92.04%	91.77%	93.30%

5、针对报告期各期末加盟店配送收入情况执行函证程序，详细情况本回复“问题 17、九、中介机构对加盟店的核查程序、范围及结果”。

6、针对品牌合作模式、分销模式、加盟模式等采取抽样方式，对报告期各期主要的销售客户进行细节测试和检查。检查与收入确认相关的支持性文件，包括签收单、销售合同等；核对收入金额与销售合同金额、系统结算金额是否匹配、签收日期与收入确认期间是否一致等。

7、针对报告期各期资产负债表日前后确认的销售收入，抽样检查签收单等支持性文档，以检查收入是否计入恰当的会计期间。

8、结合应收账款审计，实地走访、函证、访谈主要客户。报告期各期品牌合作、分销客户收入函证结果如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
函证数量 (个)	70.00	81.00	135.00	135.00
函证金额	12,656.55	17,983.27	10,526.62	5,091.45
账面金额	16,145.47	31,786.54	22,941.29	13,961.02
发函金额占账面金额比例	78.39%	56.58%	45.89%	36.47%
回函确认比例	100.00%	95.29%	99.77%	97.62%

其中针对回函不符金额的客户，了解不符原因，获取不符事项余额调节表，检查是否存在重大异常情况；

针对未回函客户，执行针对性替代程序，获取与客户收入相关的合同、签收单据等，检查其收入确认是否真实准确并符合相关规定。

报告期各期分销、品牌合作客户收入走访结果如下：

分销、品牌合作客户				
项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
走访数量（个）	156	207	202	154
客户数量（个）	2,326	2,500	2,629	2,153
数量占比	6.71%	8.28%	7.68%	7.15%
走访金额	8,370.82	18,224.77	12,246.47	8,370.82
账面金额	16,145.47	31,786.54	22,941.29	13,961.02
金额占比	51.85%	57.33%	53.38%	59.96%

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、针对发行人销售环节的返利政策、内部控制、返利金额、会计处理方式等事项，会计师核查程序详见本回复“问题 20、一、（四）相关核查程序、范围及结论”。

2、对公司主要管理层、销售负责人以及财务负责人进行访谈，了解其退货相关流程；检查相关内部控制关键控制点设计及运行的有效性。

3、查阅与分销客户签订的协议，识别协议中约定的关键业务条款，包括退换货条款等。

4、访谈客户，询问公司销售退货政策，并与获取数据进行比对。

5、取得报告期各期公司退货明细，核对退换货时间、数量及原因，计算退换货占当期销售比例。

二、申报会计师的核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期各期发行人销售环节的返利政策、内部控制、返利金额、会计处理方式符合《企业会计准则》规定。

2、退货所涉及的主要客户均不是关联方，会计处理方法符合《企业会计准则》，发行人存在期末销售来年年退回的情形，不存在大额异常的销售退回收入，上述销售退回收入真实、准确。

3、新冠肺炎疫情对公司 2020 年上半年的经营业绩和财务数据未造成不利影响，相比同期数据有所增长。

问题 21

申报材料显示，发行人前五大客户合计收入占比分别为 3.68%、4.20%、7.26%，请发行人补充披露：（1）报告期各年前五大客户排名变动较大，集中度占比逐渐提高的原因及合理性；前五大客户在各年度对应的经营模式、各类产品收入金额及其占比；报告期客户停止合作或销售收入显著下降的原因。（2）发行人向前五大客户“株洲千金药业股份有限公司”“长沙昊仁食品贸易有限公司”销售的主要产品金额、单价、毛利率；其单价与第三方销售价格差异的合理性；其向发行人采购的原因、合理性、持续性。（3）前五大客户“湖南养天和中医馆有限公司”原系发行人关联方，于 2018 年 7 月转让给股东常鑫配偶的弟弟余波。请结合报告期发行人与“湖南养天和中医馆有限公司”交易情况，披露与其交易产品内容、交易规模与该公司实际经营情况是否匹配；主要交易产品占发行人该产品总销售额的比例；交易价格与向第三方售价相比是否公允。（4）发行人作为乐立滋羊奶粉总代理向“宁波熙耘科技有限公司”销售产品，2019 年该公司新增为发行人前五大客户，请披露①该公司及实控人信息；②其向发行人采购金额占其总采购额的比例、发行人向其销售金额及占发行人乐立滋羊奶粉总销售金额的比例、发行人采购羊奶粉金额占羊奶粉供应商总销售额比例；③该产品供应商及其实控人信息；④该公司 2018 年 3 月成立，2019 年即成为发行人前五大客户的合理性。（5）发行人报告期内是否存在设立时间较短即与发行人存在金额较大交易的客户和信用状况不佳客户，该类客户数量和销售收入金额占主营业务收入比例；上述人员或实体是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工。（6）请分别披露特品业务和合作业务下的前五大客户信息，包括但不限于各产品或业务收入及其占比、应收账款余额及期后回款情况、毛利率、客户及实控人信息，是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工。

请保荐人和申报会计师说明对客户业务真实性的核查过程、方法和结论，包括但不限于客户核查的方式及范围、比例等。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、报告期各年前五大客户排名变动较大，集中度占比逐渐提高的原因及合理性；前五大客户在各年度对应的经营模式、各类产品收入金额及其占比；报告期客户停止合作或销售收入显著下降的原因。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）向前五名客户销售情况”进行了补充披露：

（一）前五大客户在各年度对应的经营模式、各类产品收入金额及其占营业收入的比例

1、2020 年 1-6 月

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售 金额	占比(%)	经营 模式	各类产品收入金额						
					中西 成药	中药	保健 食品	医疗 器械	生物 制剂	计生 用品	生活 用品
1	广东养天和 九济堂医药	1,541.65	2.61	品牌 合作	771.78	106.78	5.03	361.60	159.99	0.17	136.30

序号	客户名称	销售 金额	占比(%)	经营 模式	各类产品收入金额						
					中西 成药	中药	保健 食品	医疗 器械	生物 制剂	计生 用品	生活 用品
2	连锁有限公司 潍坊养天和 仁和药店连 锁有限公司	1,123.42	1.90	品牌 合作	137.44	75.19	13.33	892.39	0.64		4.43
3	欧建华控制 的加盟门店	912.19	1.54	加盟	770.65	18.17	41.20	20.27	17.95	8.65	35.30
4	桂林天锐医 药股份有限 公司	781.19	1.32	品牌 合作	144.68	22.93	18.80	568.07		0.46	26.25
5	肇庆市养天 和康民大药 房连锁有限 公司	658.68	1.11	品牌 合作	320.07	105.88	60.86	106.33		3.69	61.85
	合计	<u>5,017.57</u>	<u>8.48</u>		<u>2,145.06</u>	<u>328.95</u>	<u>139.22</u>	<u>1,948.66</u>	<u>178.58</u>	<u>12.97</u>	<u>264.13</u>

2、2019 年度

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售 金额	占比(%)	经营 模式	各类产品收入金额						
					中西 成药	中药	保健 食品	医疗 器械	生物制 剂	计生用 品	生活 用品
1	株洲千金药业 股份有限公司 关联单位	2,078.49	1.93	分销	2,078.49						
2	湖南恒康大药 房股份有限公 司	1,705.26	1.58	分销	1,705.26						
3	宁波熙耘科技 有限公司	1,504.13	1.39	分销							1,504.13
4	欧建华控制 的加盟门店	1,488.68	1.38	加盟	1,354.43	31.41	34.35	26.97	3.49	5.79	32.24
5	广东养天和九 济堂医药连锁 有限公司	1,052.18	0.98	品牌 合作	777.89	8.25	19.88	72.67	101.17	0.18	72.14
	合计	<u>7,828.74</u>	<u>7.26</u>		<u>5,916.07</u>	<u>39.66</u>	<u>54.23</u>	<u>99.64</u>	<u>104.66</u>	<u>5.97</u>	<u>1,608.51</u>

3、2018 年度

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售金额	占比 (%)	经营模式	各类产品收入金额							
					中西成药	中药	保健食品	医疗器械	生物制剂	计生用品	生活用品	
1	株洲千金药业股份有限公司关联单位	1,405.54	1.48	分销	1,405.54							
2	欧建华控制的加盟门店	994.12	1.05	加盟	883.53	19.27	28.29	17.41	11.54	6.12	27.96	
3	湖南师范大学附属湘东医院	820.31	0.87	分销	788.69				31.62			
4	湖南恒康大药房股份有限公司	751.96	0.79	分销	750.38			1.58				
5	曹红坚控制的加盟门店	749.15	0.79	加盟	572.71	43.24	35.46	15.57	33.52	2.06	46.59	
	合计	<u>4,721.08</u>	<u>4.98</u>		<u>4,400.85</u>	<u>62.51</u>	<u>63.75</u>	<u>34.56</u>	<u>76.68</u>	<u>8.18</u>	<u>74.55</u>	

4、2017 年度

金额单位：人民币万元

序号	客户名称	销售金额	占比 (%)	经营模式	各类产品收入金额							
					中西成药	中药	保健食品	医疗器械	生物制剂	计生用品	生活用品	
1	长沙昊仁食品贸易有限公司	624.21	0.80	分销								624.21
2	醴陵市中医院	595.61	0.76	分销	594.25	1.36						
3	湖南养天和中医馆有限公司	590.56	0.76	分销	590.56							
4	舒国辉控制的加盟门店	550.69	0.70	加盟	353.59	59.20	30.53	17.71	2.35	1.83	85.48	
5	湖南师范大学附属湘东医院	519.83	0.66	分销	487.27				32.56			
	合计	<u>2,880.90</u>	<u>3.68</u>		<u>2,025.67</u>	<u>60.56</u>	<u>30.53</u>	<u>17.71</u>	<u>34.91</u>	<u>1.83</u>	<u>709.69</u>	

(二) 报告期各年前五大客户排名变动较大，集中度占比逐渐提高的原因及合理性

报告期内，公司前五大客户的客户集中度有所提高，前五大客户存在一定变化，不存在对单一客户较大依赖的情形。公司前五大客户按客户性质分为加盟店、品牌合作客户、医疗机构、其他流通企业。加盟店客户的

销售金额及占比在报告期内相对较为稳定，前五大客户集中度提升主要由于对品牌合作客户、其他流通企业的销售金额提升，对医疗机构销售降低导致。

1、2018 年公司客户集中度较 2017 年提升的主要原因

2018 年公司分别成为东阿阿胶、广誉远、古汉养生精等知名品牌的区域代理，湖南部分的医药连锁企业须从公司采购上述商品，而且采购金额较大，株洲千金药业股份有限公司和湖南恒康大药房股份有限公司等具有一定规模的药企进入公司前五大客户。

欧建华于 2017 年 10 月将其下属药店全部加盟养天和，曹红坚于 2017 年 6 月将名下药店全部加盟养天和，由于门店经营较好，2018 年该两人下属的门店的进货量较大，均进入公司前五大客户。

2、2019 年公司客户集中度较 2018 年提升的主要原因

为聚焦主业，适应医药流通行业发展趋势，2019 年公司将持股 100% 的子公司和盛长风全部股权对外转让，和盛长风的客户主要为县级及以下医院和医疗机构，因负责与医疗业务往来的和盛长风已转让，公司不再与医疗机构进行交易。因此销售业务集中于加盟店、品牌合作客户、其他流通企业。

2019 年公司成为湖南乐立滋食品有限公司的羊奶粉全国总代理，宁波熙耘科技有限公司成为公司羊奶粉华东地区的分销商，因此销售金额较大。

广东养天和九济堂医药连锁有限公司 2018 年作为品牌合作客户与公司开展合作。随着客户对公司商品满足率、价格体系、物流配送及时性的认可度的逐步提升，2019 年公司与其交易额增加，进入前五大客户。

3、2020 年 1-6 月公司客户集中度较 2019 年提升的主要原因

与 2019 年度相比，2020 年 1-6 月公司前五大客户新增潍坊养天和仁和药店连锁有限公司、桂林天锐医药股份有限公司、肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司。前五大客户均为品牌合作客户，主要原因是疫情期间为支持品牌合作企业的发展，增强其对公司的粘性，公司将紧俏的疫情商品资源向品牌合作公司倾斜，导致对其销售增长较快。疫情缓和后，公司聚焦品牌工业资源的对接，重点加强阿胶类、鸿翔中药粉剂、麦金利蛋白粉等品种在合作公司的销售，取得良好效果，因此前五大客户销售占比较上年有所提升。

（三）报告期客户停止合作或销售收入显著下降的原因。

1、2018 年度前五大变动的的原因

与 2017 年度相比，长沙昊仁食品贸易有限公司、醴陵市中医院、舒国辉控制的加盟门店、湖南养天和中医馆有限公司未进入公司 2018 年度前五大客户。

（1）随着公司加盟业务增长和分销业务规模扩张，长沙昊仁食品贸易有限公司主要销售生活用品，不是公司的重点发展方向，因此销售有所减少，退出公司前五大客户名单。

（2）醴陵市中医院 2018 年交易金额 664.52 万元，较 2017 年交易金额 595.61 万元有所增加，主要是其他客户交易金额增加导致醴陵市中医院不再列示在前五大客户。

（3）舒国辉控制的加盟门店 2018 年交易金额 525.87 万元，较 2017 年交易金额 550.69 万元略有减少，主要是其他客户交易金额增加导致其不再列示在前五大客户。

(4) 湖南养天和中医馆有限公司原系公司实际控制人控制的企业，为解决同业竞争问题，2018年7月，公司将其股权对外转让，转让后，湖南养天和中医馆有限公司从公司采购商品交易额减少，退出前五大客户。

2、2019年度前五大变动的的原因

与2018年度相比，曹红坚控制的加盟门店、湖南师范大学附属湘东医院未进入公司2019年度前五大客户。

(1) 2018年8月，养天和与曹红坚签订《药店收购协议》，曹红坚将其拥有的6家门店整体转让给公司。曹红坚控制的加盟门店被公司收购成为直营店，2019年起作为直营门店核算，因此不再进入2019年前五大客户。

(2) 湖南师范大学附属湘东医院为子公司和盛长风的客户，因负责与医疗机构业务往来的和盛长风已转让，公司已停止与该客户合作。

3、2020年1-6月前五大变动的的原因

与2019年度相比，株洲千金药业股份有限公司、湖南恒康大药房股份有限公司、宁波熙耘科技有限公司未进入公司2020年1-6月前五大客户。

(1) 株洲千金药业股份有限公司、湖南恒康大药房股份有限公司向公司采购的商品主要为东阿阿胶、古汉养生精等滋补类产品，由于进补时节主要在下半年，加上2020年1-6月疫情的影响，滋补类商品销售收入明显下降，因此向公司的采购有所减少。

(2) 宁波熙耘科技有限公司向公司采购的商品为乐立滋系列羊奶粉。由于疫情影响运输受限，乐立滋羊奶粉销售同比有所下降，导致其退出前五大客户名单。

二、发行人向前五大客户“株洲千金药业股份有限公司”“长沙昊仁食品贸易有限公司”销售的主要产品金额、单价、毛利率；其单价与第三方销售价格差异的合理性；其向发行人采购的原因、合理性、持续性。

(一) 向株洲千金药业股份有限公司销售的主要产品金额、单价、毛利率；其单价与第三方销售价格差异的合理性；其向公司采购的原因、合理性、持续性。

1、报告期内，公司与株洲千金药业股份有限公司的主要交易情况如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入	642.63	2,078.49	1,405.54	
占当期营业收入的比例	1.09%	1.93%	1.48%	
毛利率	11.94%	15.25%	8.77%	

2019年度由于主要销售产品安宫牛黄丸的毛利率较高，因此毛利率高于其他年度。

2、向株洲千金药业股份有限公司销售的主要产品情况如下：

年度	单品名称	销售金额 (万元)	单价(元)	可比第三方售价(注 1)
2020年1-6月	东阿阿胶-250克	344.07	716.81	722.23
	KF94口罩-30个(L\M\S)	202.36	610.62	610.62
	一次性无纺布口罩(日用)(个)	41.13	1.33	1.33
	一次性医用口罩-(个)	15.93	1.77	1.77
	一次性医用口罩(政府)(个)	15.93	1.33	1.33
	0056一次性使用医用口罩(非无菌型) (14.5cm*9*30只)	9.21	61.06	61.09
	6093一次性使用医用口罩(非无菌型) (50个)	7.65	127.43	131.30
	合计	636.28		
2019年度	东阿阿胶-250克	1,105.63	691.02	742.43
	古汉养生精口服液-10ml*30支	544.14	53.10	55.07
	安宫牛黄丸-3克	305.13	305.13	注2
	复方阿胶浆(无蔗糖)-20ml*48支	78.32	224.11	225.99
	合计	2,033.22		
2018年度	古汉养生精口服液-10ml*30支	819.35	53.61	56.46
	东阿阿胶-250克	301.72	754.31	776.51
	蒲地蓝消炎口服液-10ml*30支	199.90	31.77	31.76
	虫草双参酒-500ml/瓶	57.96	362.93	359.51
	复方阿胶浆(无蔗糖)-20ml*48支	23.94	224.14	221.90
合计	1,402.87			

注1: 可比第三方售价, 为分销模式下除该客户以外向其他客户销售的均价。

注2: 2019年度安宫牛黄丸销售在分销模式下无可比第三方销售价格

2018年度、2019年度、2020年1-6月, 向株洲千金药业股份有限公司销售的主要产品为东阿阿胶、古汉养生精口服液、安宫牛黄丸、复方阿胶浆(无蔗糖)、蒲地蓝消炎口服液、虫草双参酒、一次性口罩等产品, 主要产品占各年度向株洲千金药业股份有限公司销售总额的比例为99.81%、97.82%、99.72%。公司向株洲千金药业股份有限公司销售价格根据市场情况, 双方协商确定, 2019年株洲千金药业股份有限公司为东阿阿胶在分销模式下的最大客户, 产品单价略低于可比第三方销售价格, 其他产品与向可比第三方销售均价不存在重大差异。

3、其向发行人采购的原因、合理性、持续性。

株洲千金药业股份有限公司为A股上市公司, 证券简称: 千金药业, 证券代码: 600479, 经营主要包含医药工业和医药商业, 医药工业主要生产中成药和西药, 医药商业主要包括医药批发及零售。公司主要与其子

公司湖南千金大药房连锁有限公司进行交易，向其输出具有价格优势的代理产品，如东阿阿胶、古汉养生精等产品，以加快存货周转速度，减少库存占用资金，进而提高经营效率。

株洲千金药业股份有限公司向公司采购的原因具有合理性，在可预见的未来具有持续性。

(二) 向长沙昊仁食品贸易有限公司销售的主要产品金额、单价、毛利率；其单价与第三方销售价格差异的合理性；其向发行人采购的原因、合理性、持续性

1、报告期内，公司与长沙昊仁食品贸易有限公司的主要交易情况如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入	69.57	278.97	406.28	624.21
占当期营业收入的比例	0.12%	0.26%	0.43%	0.80%
毛利率	4.88%	6.65%	20.74%	2.73%

2、2017年度向长沙昊仁食品贸易有限公司销售的主要产品金额、单价、与第三方销售价格差异情况如下：

序号	单品名称	销售金额(万元)	单价(元)	第三方销售价格
1	雅哈冰咖啡 PET450 蓝标-450ml*15	141.55	47.01	
2	统一阿萨姆奶茶原味 PET500 原味-PET500ml*15	140.92	36.75	
3	4952 小茗同学冷泡青柠红茶-480ml	92.94	3.01	
4	*8883 红牛维生素功能饮料-250ml	60.65	4.09	
5	9430 雅哈意式醇香拿铁 PET280ml-280ml*15	41.60	52.42	
6	0574 统一阿萨姆奶茶原味 PET500 统一晴蓝-PET500ml*15	25.77	36.75	
7	1367 统一冰红茶柠檬 PET50015 年 SP1-PET500ml*15	19.25	24.79	
8	9454 统一阿萨姆奶茶原味 PET1.5L15 年萌神版 -PET500ml*15	17.84	38.62	
9	4112 海之言柠檬 PET500SP15 维文版-500ml*15	17.75	35.43	
10	0514 金龙鱼黄金比例食用调和油 5L*4-5L*4 瓶	8.81	168.38	170.44
11	280 醇香拿铁咖啡-280ml*15	6.84	54.70	
12	*3242 统一小浣熊开味 BOOM 含乳饮品(草莓味) -125ml*24 瓶	6.31	29.91	
13	3297 阿萨姆小奶茶小椰(椰奶原味)-PET360ML*15	5.52	53.27	
14	1016 金龙鱼阳光葵花籽油(脱壳压榨)-(5L+400ml 金龙 鱼玉米油)*4	5.31	208.40	214.07
15	*2048 新希望酸奶工坊(塑料包)-1*6 杯/件	4.59	52.99	
16	金龙鱼黄金比例食用调和油 1.8L*6-1.8L*6	4.55	109.93	106.09
17	0460 金龙鱼黄金比例食用调和油 1.8L*6(非转基因) -1.8L*6	3.00	140.19	135.43

序号	单品名称	销售金额（万元）	单价（元）	第三方销售价格
18	*0886 新希望小果粒芦荟（纸箱）-1*40 杯	2.64	88.03	
19	*0848 新希望小果粒黄桃（纸箱）-1*40 杯	2.64	59.83	
20	*金龙鱼楚珍软香米 5KG*4（纸箱）-5KG*4	2.44	101.59	101.76
	合 计	<u>610.92</u>		

公司向长沙昊仁食品贸易有限公司销售的主要产品为金龙鱼系列、统一系列食品、饮料等，在分销模式下仅金龙鱼系列部分产品有可比第三方销售价格，不存在重大差异。

3、其向发行人采购的原因、合理性、持续性。

公司拥有较好的库存能力、资金实力、配送能力和销售能力，取得了益海嘉里食品营销有限公司（金龙鱼系列产品）、长沙统一企业有限公司（统一系列产品）的经销权，公司将其产品采购后对外分销以赚取进销差价，长沙昊仁食品贸易有限公司从公司采购上述产品后进行销售，由于公司经销的上述产品具有价格优势，长沙昊仁食品贸易有限公司向公司采购具有合理性。

长沙昊仁食品贸易有限公司主要销售生活用品，不是公司的重点发展方向，报告期内与长沙昊仁食品贸易有限公司的交易金额持续减少。

三、前五大客户“湖南养天和中医馆有限公司”原系发行人关联方，于2018年7月转让给股东常鑫配偶的弟弟余波。请结合报告期发行人与“湖南养天和中医馆有限公司”交易情况，披露与其交易产品内容、交易规模与该公司实际经营情况是否匹配；主要交易产品占发行人该产品总销售额的比例；交易价格与向第三方售价相比是否公允。

（一）请结合报告期公司与“湖南养天和中医馆有限公司”交易情况，披露与其交易产品内容、交易规模与该公司实际经营情况是否匹配

报告期内，公司与湖南养天和中医馆有限公司的交易情况如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
中药	24.92	9.87		575.01
中西成药	7.03	2.27		7.75
生活用品	1.73			7.64
医疗器械	0.03			0.08
生物制剂				0.08
合计	<u>33.71</u>	<u>12.14</u>		<u>590.56</u>

公司为谋求上市，规范发展，避免同业竞争，且养天和中医馆的发展方向和公司主业不符，2018年7月，公司将持有的湖南养天和中医馆有限公司股份对外转让。报告期内，公司与湖南养天和中医馆有限公司的交易内容以中药为主，2017年度中药销售占比最高，2019年度公司对湖南养天和中医馆有限公司销售东阿阿胶2.27万元，其余均为中药销售，2020年1-6月，公司向湖南养天和中医馆有限公司销售的中西成药主要为东阿阿胶、

安宫牛黄丸等补益类药品。

湖南养天和中医馆有限公司的基本情况如下：

公司名称	湖南养天和中医馆有限公司
统一社会信用代码	91430103MA4L388L4A
成立时间	2016-03-15
注册资本	1,800 万人民币
法定代表人	余波
实际控制人	余波
住所	湖南省长沙市天心区沙河街 065 号第 4 栋全部
股权结构	余波持股 100%
经营范围	其他未列明卫生服务；中医医院；中西医结合医院；门诊部；医学检验科；中医药服务；医院经营管理；教育咨询；餐饮管理；护肤品、家居用品、保健品、农产品、化妆品、预包装食品、婴幼儿配方乳粉、粮油、米粉、日用百货、果品、蔬菜、禽、蛋及水产品、酒、饮料及茶叶、进口酒类、调味品、饮用水、国产酒类、劳动防护用品、食盐、服装的销售；家用电器及电子产品、图书、报刊、音像制品、电子和数字出版物、日杂、糕点、面包、豆制品、进口食品的零售；营养和保健食品的批发、零售；糕点、糖果及糖的批发；日用品销售；农产品收购。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

湖南养天和中医馆有限公司主要从事中西医疗、养生保健等健康相关业务，向公司采购中药以及补益类药品具有合理性。

湖南养天和中医馆有限公司注册资本 1,800 万元，2017 年度营业收入为 3,614.82 万元，2018 年 7 月，公司将持有的湖南养天和中医馆有限公司股份对外转让后，与其交易额较小。公司报告期内与湖南养天和中医馆有限公司交易规模与该公司实际经营情况相匹配。

（二）主要交易产品占发行人该产品总销售额的比例；交易价格与向第三方售价相比是否公允

报告期内，公司与湖南养天和中医馆有限公司交易的前十大产品情况及第三方售价情况如下：

项目	产品类型	产品名称	产品金额 (万元)	单价 (元)	可比第三方 售价 (元)	占该产品总 销售额的比 例
2020 年 1-6 月						
1	中药	0230 川贝母-10g (净制)	10.78	39.91	-	92.81%
2	中药	新型冠状病毒肺炎预防方剂 -100g	5.58	11.47	-	12.96%
3	中药	熊胆粉-1g*5 支	3.54	35.40	-	100.00%

项目	产品类型	产品名称	产品金额 (万元)	单价 (元)	可比第三方 售价(元)	占该产品总 销售额的比 例
4	中西成药	安宫牛黄丸_同仁堂-3g(铁盒)	3.19	530.97	-	0.99%
5	中药	麸炒苍术(0.5kg)-饮片	2.43	224.77	-	10.20%
6	中西成药	东阿阿胶-250克	2.27	707.96	679.00	0.15%
7	中药	9349 三七粉-3g*30袋	2.18	36.33	-	5.25%
8	中西成药	片仔癀-3g*1粒	1.56	390.40	-	4.35%
9	生活用品	8600 免洗手消毒抑菌凝胶-500ml	0.94	18.58	21.24	1.00%
10	生活用品	75%乙醇消毒液-2.5L	0.44	43.81	-	3.99%
		合计	<u>32.71</u>			
2019年						
1	中西成药	东阿阿胶-250克	2.27	707.96	728.54	0.04%
2	中药	0026 西洋参-参片 60克	0.62	103.21	103.21	2.97%
3	中药	9349 三七粉-3g*30袋	0.44	36.33	36.33	0.85%
4	中药	西洋参(进口)-5g粒*250g	2.94	1,963.30	1963.30	12.01%
5	中药	西洋参(美国进口)-7克泡(250g)	5.87	2,935.78	2869.88	6.70%
		合计	<u>12.14</u>			
2017年						
1	中药	中药饮片1(0.2kg)-灸	118.91	4,573.35	4,492.48	61.97%
2	中药	川贝母/原色(0.1kg)-饮片	67.75	4,672.57	4,628.41	27.22%
3	中药	西洋参(0.2kg)-0.3g圆粒	59.96	2,725.66	2,725.66	93.62%
4	中药	牛黄(1g/包)-天然	30.80	106.19	117.01	44.46%
5	中药	雪山天麻(0.2kg)-饮片	21.71	348.50	348.50	89.79%
6	中药	酸枣仁(0.5kg)-炒饮片	14.89	219.03	211.02	31.35%
7	中药	浙贝母(0.2kg)-饮片	14.52	160.62	160.62	89.50%
8	中药	全蝎(0.2kg)-制饮片	11.65	1,942.04	1,620.65	26.40%
9	中药	阳春砂仁(0.2kg)-特等	7.88	442.92	442.92	72.64%
10	中药	半夏/姜半夏(0.5kg)-姜制	7.85	155.36	155.36	90.55%
		合计	<u>355.92</u>			

注 1: 可比第三方售价, 为分销模式下除该客户以外向其他客户销售的均价。

注 2: “-” 为分销模式下无可比第三方售价。

2017年、2019年、2020年1-6月，公司与湖南养天和中医馆有限公司交易的前十大产品交易额为355.92万元、12.14万元、32.71万元，占各期与湖南养天和中医馆有限公司交易总额的比例为60.27%、100.00%、97.60%。2018年公司与湖南养天和中医馆有限公司未发生交易。

公司销售给养天和中医馆的产品价格根据市场行情确定，与第三方销售价格相比不存在重大差异。

四、发行人作为乐立滋羊奶粉总代理向“宁波熙耘科技有限公司”销售产品，2019年该公司新增为发行人前五大客户，请披露①该公司及实控人信息；②其向发行人采购金额占其总采购额的比例、发行人向其销售金额及占发行人乐立滋羊奶粉总销售金额的比例、发行人采购羊奶粉金额占羊奶粉供应商总销售额比例；③该产品供应商及其实控人信息；④该公司2018年3月成立，2019年即成为发行人前五大客户的合理性。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“(二)向前五名客户销售情况”进行了补充披露：

(一) 该公司及实控人信息；

公司名称	宁波熙耘科技有限公司
统一社会信用代码	91330201MA2AHTU880
成立时间	2018年03月28日
注册资本	1,000万人民币
法定代表人	胡志三
实际控制人	胡志三
住所	浙江省宁波高新区腊梅路515号12-2
股权结构	宁波耘合投资管理有限公司持股80%、宁波麦汇投资管理合伙企业(有限合伙)持股12%、宁波沃爱投资管理合伙企业(有限合伙)8%
经营范围	计算机信息技术、网络技术、电子商务技术、生物技术、农业技术、环保技术、工业自动化技术的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让、技术推广；计算机软件开发、销售及技术服务；电脑动画设计；国内各类广告的设计、制作、发布、代理；企业管理咨询；商务信息咨询；经济信息咨询；文化艺术交流活动的组织与策划；品牌策划；企业形象策划；企业营销策划；市场营销策划；赛事活动策划；摄影摄像服务；展览展示服务；会务服务；家政服务；化妆品、家用电器、乐器、照相器材、家具、装饰材料、货架、展柜、针纺织品、鞋帽、文具、办公用品、服装、日用品、玩具、五金交电、工艺品、计算机及配件、电子产品的研发、批发、零售及网上销售；第一类医疗器械的研发、批发、零售；出版物批发；食品经营；自营或代理各类货物和技术的进出口业务，但国家限制经营或禁止进出口的货物和技术除外。

(二) 其向发行人采购金额占其总采购额的比例、发行人向其销售金额及占发行人乐立滋羊奶粉总销售金额的比例、发行人采购羊奶粉金额占羊奶粉供应商总销售额比例

项目	2020年1-6月	2019年度
向发行人采购金额占其总采购额的比例	0.70%	1.54%
发行人向其销售金额及占发行人乐立滋羊奶粉总销售金额的比例	100%	75.55%
发行人采购羊奶粉金额占羊奶粉供应商总销售额比例	100%	100%

(三) 该产品供应商及其实际控制人信息:

公司名称	湖南乐立滋食品有限公司
统一社会信用代码	91430104MA4L11TC4L
成立时间	2015年09月25日
注册资本	200万人民币
法定代表人	屠明
实际控制人	屠明
住所	湖南省长沙市岳麓区望城坡街道迎春路与西二环交汇处达美苑12幢1605号
股权结构	屠明持股52.25%、长沙倍思亲企业管理咨询有限公司持股30.00%、余山泉持股17.75%
经营范围	预包装食品、婴幼儿配方乳粉、散装食品的销售。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

(四) 该公司2018年3月成立,2019年即成为发行人前五大客户的合理性。

根据和盛医药(甲方)、宁波熙耘科技有限公司(乙方)、北京爱亲科技股份有限公司(丙方)签署的《三方销售协议》,甲方作为乐立滋系列羊奶粉的国内总代理经销商,授权丙方为国内母婴市场的独家特约经销商,负责乐立滋系列羊奶粉在母婴行业的销售和推广,丙方委托乙方负责乐立滋系列羊奶粉的采购、结算和回款等业务,并负责对甲方结算、回款承担连带责任。

北京爱亲科技股份有限公司为母婴连锁加盟品牌,根据爱亲母婴官方网站资料显示,爱亲母婴拥有数千家门店,业务辐射各级城市,实现了北京、广州双总部运营,建立了华南仓、华北仓、西南仓、华东仓、华中仓等智能化仓储中心,囊括11大品类、数百个知名品牌、上万款单品,加上组织架构健全的60个运营服务网点。

宁波熙耘科技有限公司成立于2018年3月,依托北京爱亲科技股份有限公司旗下的母婴连锁门店进行乐立滋系列羊奶粉的销售,2019年即成为公司前五大客户具有合理性。

五、发行人报告期内是否存在设立时间较短即与发行人存在金额较大交易的客户和信用状况不佳客户,该类客户数量和销售收入金额占主营业务收入比例;上述人员或实体是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“(二)向前五名客户销售情况”进行了补充披露:

公司分销业务面对的客户主要为流通环节的批发零售企业,行业门槛较低,属轻资产性质行业,从组织形式上来看,仍存在小型公司制商贸公司或个体工商户性质的非法人经营单位,经营资金主要系股东或经营业主

日常投入，经营规模与其注册资本、成立时间的关联度较小，因此存在部分设立时间较短即与公司存在金额较大交易的客户。报告期内，在成立当年或次年即与公司发生交易，且交易金额大于100万元的客户情况如下：

金额单位：人民币万元

年度	客户名称	交易金额	客户成立时间	占主营业务收入比例	期末应收账款余额	期后回款情况
2019年度	宁波熙耘科技有限公司	1,504.13	2018/3/28	1.46%	49.65	41.29
2018年度	广安正和祥药业连锁有限公司	173.31	2017/4/28	0.19%		
	浙江国辉医药科技有限公司	141.20	2017/3/9	0.16%		
2017年度	深圳市锦和乐快消品物资供应链有限公司	261.12	2016/11/25	0.34%	15.95	15.95
	长沙市天心区大润发量贩超市	177.43	2016/11/15	0.23%	34.66	34.66

报告期内在成立当年或次年即与公司发生交易，且交易金额大于100万元的客户较少，2017年度、2018年度、2019年度、2020年1-6月的数量分别为2家、2家、1家、0家，占主营业务收入的比例较小。

上述客户与公司基于市场化规则建立合作关系，交易内容与公司经营情况相符，应收账款回款情况良好。虽然上述客户成立时间较短，但其具备履约能力、资信状况良好，具有商业合理性。

公司已根据行业特点，制定了《收支管理制度》等，从事前的客户开发、档案管理、授信控制，到事中款项催收、业绩考核，再到事后的坏账管理、责任追究等全流程做了严格的规定，以加快资金周转、有效控制应收账款风险。报告期内，公司能够有效地跟进客户信用状况，控制公司经营和管控风险，报告期内不存在客户信用状况不佳的情形。

上述人员或实体与公司不存在关联关系或其他利益安排、不存在曾任、现任公司股东或员工的情形。

六、请分别披露特品业务和合作业务下的前五大客户信息，包括但不限于各产品或业务收入及其占比、应收账款余额及期后回款情况、毛利率、客户及实控人信息，是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”进行了补充披露：

（一）分销业务前五大客户信息如下：

金额单位：人民币万元

客户名称	交易金额	占主营业务收入比例	应收账款余额	期后回款	毛利率
2020年1-6月					
株洲千金药业股份有限公司 关联单位	642.63	1.12%	85.19	1.01	8.42%

	宁波熙耘科技有限公司	418.70	0.73%	281.49	281.44	9.09%
	新疆康宁医药连锁有限责任公司	395.65	0.69%	0.62	0.62	18.34%
	南京苏康医药有限公司	280.53	0.49%			0.54%
	江苏朗润药业有限公司	278.76	0.48%			0.43%
	客户名称	交易 金额	占主营业务 收入比例	应收账 款余额	期后 回款	毛利率
2019年	株洲千金药业股份有限公司 关联单位	2,078.49	2.02%	435.69	435.69	15.06%
	湖南恒康大药房股份有限公司	1,705.26	1.66%	36.00	36.00	10.96%
	宁波熙耘科技有限公司	1,504.13	1.46%	49.65	41.29	8.81%
	哈尔滨宝丰新药特药有限公司	707.48	0.69%			14.59%
	华润医药商业集团有限公司	621.85	0.60%	0.74	0.74	10.57%
	客户名称	交易 金额	占主营业务 收入比例	应收账 款余额	期后 回款	毛利率
2018年	株洲千金药业股份有限公司 关联单位	1,405.54	1.54%	66.84	66.84	8.77%
	湖南师范大学附属湘东医院	820.31	0.90%	312.88	312.88	7.80%
	湖南恒康大药房股份有限公司	751.96	0.83%	197.36	197.36	12.74%
	醴陵市中医院	664.52	0.73%	422.54	422.54	0.16%
	湖南海元堂药业有限公司	621.08	0.68%	572.24	572.24	1.10%
	客户名称	交易 金额	占主营业务 收入比例	应收账 款余额	期后 回款	毛利率
2017年	长沙昊仁食品贸易有限公司	624.21	0.82%			2.73%
	醴陵市中医院	595.61	0.78%	562.57	562.57	24.95%
	湖南养天和中医馆有限公司	590.56	0.78%			10.11%
	湖南师范大学附属湘东医院	519.83	0.69%	281.60	281.60	30.32%
	湖南海元堂药业有限公司	431.79	0.57%	503.24	503.24	0.98%

分销业务前五大客户基本情况及实控人信息如下：

序号	客户名称	客户成立时间	注册资本 (万元)	实际控制人
1	株洲千金药业股份有限公司	1993-08-12	41,850.7120	株洲市人民政府国有资产监督管理委员会
2	宁波熙耘科技有限公司	2018-03-28	1,000.0000	胡志三
3	新疆康宁医药连锁有限责任公司	2009-01-08	800.0000	郭峰

序号	客户名称	客户成立时间	注册资本 (万元)	实际控制人
4	南京苏康医药有限公司	2006-08-18	1,500.0000	姜耀荣
5	江苏朗润药业有限公司	2006-12-26	1,019.0000	何涛
6	湖南恒康大药房股份有限公司	2004-11-04	4,999.9998	赵亚辉
7	哈尔滨宝丰新药特药有限公司	2005-03-29	500.0000	路晋豪
8	华润医药商业集团有限公司	2000-12-27	919,170.3356	国务院国有资产监督管理委员会
9	湖南师范大学附属湘东医院	始于 1951 年 5 月	21,520.5900	
10	醴陵市中医院	其前身同仁医药局 创建于 1900 年	14,390.0000	
11	湖南海元堂药业有限公司	2015-06-26	1,948.0000	张军
12	湖南养天和中医馆有限公司	2016-03-15	1,800.0000	余波
13	长沙昊仁食品贸易有限公司	2011-08-09	50.0000	张锐、万珺珺

注：湖南师范大学附属湘东医院、醴陵市中医院为事业单位，注册资本为开办资金，公开资料未披露实际控制人信息，故上表未列示。

长沙昊仁食品贸易有限公司持股 60% 的股东张锐为公司间接股东。湖南养天和中医馆有限公司曾为发行人实际控制人控制的企业。

除上述情形外，报告期内前五大分销客户与公司不存在关联关系或其他利益安排、不存在曾任、现任公司股东或员工的情形。

(二) 品牌合作业务前五大客户信息如下：

金额单位：人民币万元						
	客户名称	交易金额	占主营业务收入比	应收余额	期后回款	毛利率
2020年1-6月	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	1,541.65	2.69%	827.68	241.52	5.35%
	潍坊养天和仁和药店连锁有限公司	1,123.42	1.95%	356.26		4.00%
	桂林天锐医药股份有限公司	781.19	1.36%	86.86		5.73%
	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	658.68	1.15%	447.12	89.20	5.75%
	山东养天和康平医药连锁有限公司	158.53	0.28%	146.03	23.25	4.65%
	客户名称	交易金额	占主营业务收入比	应收余额	期后回款	毛利率
2019年	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	1,052.18	1.02%	98.42	98.42	12.06%
	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	1,024.29	0.99%	0.29	0.29	8.77%
	重庆养天和昌野药房连锁有限公司	418.92	0.41%	282.58		9.55%

	潍坊养天和仁和药店连锁有限公司	360.35	0.35%	13.16	13.16	6.57%
	桂林天锐医药股份有限公司	253.73	0.25%	5.85	5.85	16.52%
	客户名称	交易金额	占主营业务收入比	应收余额	期后回款	毛利率
2018年	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	383.51	0.42%	439.80	439.80	13.99%
	潍坊养天和仁和药店连锁有限公司	186.62	0.20%	24.67	24.67	4.15%
	四川淳尚医药有限责任公司	71.41	0.08%	13.39	13.15	15.44%
	孝感养天和康泓药品连锁有限公司	63.21	0.07%	42.97	42.97	3.01%
	桂林天锐医药股份有限公司	46.64	0.05%			31.55%

品牌合作业务前五大客户基本情况及其实控人信息如下：

序号	客户名称	客户成立时间	注册资本（万元）	实际控制人
1	广东养天和九济堂医药连锁有限公司	2013-12-03	1,118.74	杨业平
2	潍坊养天和仁和药店连锁有限公司	2010-09-15	300.00	高传滨
3	桂林天锐医药股份有限公司	2004-12-22	3,325.00	钟铭
4	肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	2017-08-24	1,224.49	张宪
5	山东养天和康平医药连锁有限公司	2007-10-15	300.00	郭建波
6	重庆养天和昌野药房连锁有限公司	2001-06-20	3,000.00	姚昌军、韦薇
7	四川淳尚医药有限责任公司	2012-01-17	1,300.00	凡德台
8	孝感养天和康泓药品连锁有限公司	2013-09-09	100.00	杨学圣、张小燕

报告期内前五大品牌合作客户与公司不存在关联关系或其他利益安排、不存在曾任、现任公司股东或员工的情形。

七、请保荐人和申报会计师说明对客户业务真实性的核查过程、方法和结论，包括但不限于客户核查的方式及范围、比例等

申报会计师针对客户业务真实性的核查过程、方法和结论详见本回复“问题 20、四”

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、通过国家企业信用信息公示系统等第三方系统查询报告期内主要客户的基本工商信息，核查其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人及股东结构等情况，核查主要客户的基本情况及其真实性。

2、对主要客户进行函证，核查收入的真实性。报告期各期收入函证结果详见本回复“问题 20、四”会计师核查程序及核查结论。

3、执行实地走访程序，获取报告期内发行人收入明细及客户清单，实地走访主要客户，通过实地观察客户经营场所及与客户关键经办人员的访谈、确认，了解客户的注册资本、主营业务、经营情况等背景资料；了

解客户是否真实存在，客户的经营规模是否与公司之间的交易规模相匹配；了解客户与发行人的交易背景、销售情况、定价依据、结算方式、信用政策等与公司业务往来情况；以及确认客户与公司是否存在关联关系等，核查公司主要客户的销售收入。报告期各期收入走访结果详见本回复“问题 20、四”的相关表述。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期发行人各年前五大客户排名变动较大，集中度占比逐渐提高符合公司的业务实情，其变动具有合理性；前五大客户在各年度对应的经营模式、收入金额及其占比披露正确；报告期客户停止合作或销售收入显著下降符合公司实际情况，原因合理，无重大异常情况。

2、发行人与前五大客户“株洲千金药业股份有限公司”子公司湖南千金大药房连锁有限公司进行交易，向其输出具有价格优势的代理产品，如东阿阿胶、古汉养生精等产品，以加快存货周转速度，减少库存占用资金，进而提高经营效率。该公司向发行人采购的原因具有合理性，在可预见的未来具有持续性。且对该公司的销售单价与第三方可比产品的销售价格不存在重大差异；发行人与前五大客户“长沙昊仁食品贸易有限公司”进行交易，销售的主要产品为金龙鱼系列、统一系列的食物、饮料等，在分销模式下仅金龙鱼系列部分产品有可比第三方销售价格，不存在重大差异。该公司向发行人采购的原因具有合理性。由于长沙昊仁食品贸易有限公司主要销售生活用品，不是公司的重点发展方向，报告期内与长沙昊仁食品贸易有限公司的交易金额持续减少。

3、前五大客户“湖南养天和中医馆有限公司”原系发行人关联方，于 2018 年 7 月转让给股东常鑫配偶的弟弟余波。报告期内发行人与“湖南养天和中医馆有限公司”关联交易情况已进行详细披露且披露内容符合公司实际情况，发行人销售给养天和中医馆的产品价格根据市场行情确定，与第三方销售价格相比不存在重大差异。

4、发行人作为乐立滋羊奶粉总代理向“宁波熙耘科技有限公司”销售产品，2019 年该公司新增为发行人前五大客户；宁波熙耘科技有限公司成立于 2018 年 3 月，依托北京爱亲科技股份有限公司旗下的母婴连锁门店进行乐立滋系列羊奶粉的销售，2019 年即成为发行人前五大客户具有合理性。

5、发行人报告期内不存在设立时间较短即与发行人存在金额较大交易的客户和信用状况不佳的客户，上述人员或实体与发行人不存在关联关系或其他利益安排、并没有曾任、现任发行人股东或员工。

6、发行人已分别说明分销业务和合作业务下的前五大客户信息，除养天和中医馆、长沙昊仁食品贸易有限公司外，均与发行人不存在关联关系或其他利益安排、亦不曾任、现任发行人股东或员工。

问题 22

关于直营店、加盟店、会员。申报材料显示，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人及其子公司在湖南和海南两地拥有直营及加盟门店 927 家，其中直营门店 182 家，加盟门店 745 家，相关品牌合作门店达 1,200 余家。请发行人补充披露：（1）报告期各年度直营店、加盟店、合作店、特品业务客户新增、退出、持续合作的数量及其对应的金额和占比，各门店和客户新增、退出对收入影响是否显著。（2）直营店和加盟店的门店数量、总营业面积、营业收入、坪效、店均面积、店均收入、店均租金，以上数据与同行业比较情况；收入前五大门店的下列信息，包括但不限于名称、地址、实控人信息（加盟店）、开业时间、营业面积、营业收入、应收账款余额及期后回款情况、净利润\毛利率、坪效等。（3）请按实际控制人归类披露前五大加盟店基本情况，包括但不限于门店数量、所处城市、营业收入按产品构成情况及占比、店面面积、坪效、毛利率、应收账款余额及期后回款情况。是否存在加盟业务集中于个别加盟商实控人的情形，加盟店实控人是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工。（4）报告期内发行人直营店、加盟店、合作店是否存在互相转换的情形，如有，请披露各年度转换的门店的具体情况、对损益的影响、转让价格公允性、对手方实控人信息，对手方实控人是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工；是否存在将盈利能力弱的直营店变更为加盟店、合作店，改为确认加盟、合作收入；将盈利能力强的加盟店、合作店转为直营店的情形。（5）各年末会员人数、当年消费会员数、会员销售收入金额、人均消费、会员销售占比；按照单个会员当年消费金额大小，分层统计并分析会员销售收入分布情况；各年度前十大会员年销售收入及占比、主要产品内容、毛利率，前十大会员销售规模是否合理，毛利率是否异常。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、报告期各年度直营店、加盟店、合作店、特品业务客户新增、退出、持续合作的数量及其对应的金额和占比，各门店和客户新增、退出对收入影响是否显著。

金额单位：人民币万元

类别	数量	2020 年 1-6	占营业收	数量	2019 年收	占营业收入
		月收入金额	入比(%)		入金额	比(%)
持续合作	1,458	7,726.73	13.06	1,251	16,309.64	15.12
退出				426	3,747.22	3.47
新增	842	3,352.11	5.67	533	6,012.24	5.57
当期新增当期退出				308	1,921.51	1.78
小 计		11,078.84			27,990.61	
类别	数量	2018 年收入	占营业收	数量	2017 年收	占营业收入
		金额	入比(%)		入金额	比(%)
持续合作	998	14,661.70	15.49	46	2,532.04	3.24
退出	467	2,176.47	2.30	46	1,083.98	1.39
新增	679	4,004.13	4.23	1,419	9,387.33	12.01
当期新增当期退出	301	524.10	0.55	538	957.67	1.22

分销 业务	类别	数量	2020年1-6 月收入金额	占营业收 入比(%)	数量	2019年收 入金额	占营业收入 比(%)
	小计		<u>21,366.40</u>			<u>13,961.02</u>	
品牌 合作	类别	数量	2020年1-6 月收入金额	占营业收 入比(%)	数量	2019年收 入金额	占营业收入 比(%)
	持续合作	8	3,793.00	6.41	4	1,632.91	1.51
	退出				1	4.55	0.004
	新增	7	1,273.63	2.15	4	1,610.50	1.49
	当期新增当期退出				2	547.98	0.51
小计			<u>5,066.63</u>			<u>3,795.94</u>	
加盟 业务	类别	数量	2018年收入 金额	占比(%)	数量	2017年收 入金额	占比(%)
	持续合作						
	退出						
	新增	5	1,574.90	1.66			
	当期新增当期退出						
小计			<u>1,574.90</u>				
直营 业务	类别	数量	2020年1-6 月收入金额	占营业收 入比(%)	数量	2019年收 入金额	占营业收入 比(%)
	持续合作	728	22,653.26	38.28	687	37,207.31	34.50
	退出	17	27.18	0.05	41	568.41	0.53
	新增	33	575.36	0.97	58	1,682.13	1.56
	当期新增当期退出						
小计			<u>23,255.80</u>			<u>39,457.85</u>	
加盟 业务	类别	数量	2018年收入 金额	占比(%)	数量	2017年收 入金额	占比(%)
	持续合作	632	35,502.15	37.50	579	32,128.28	41.09
	退出	31	423.77	0.45	9	71.46	0.09
	新增	96	2,370.67	2.50	84	1,490.04	1.91
	当期新增当期退出						
小计			<u>38,296.59</u>			<u>33,689.78</u>	
直营 业务	类别	数量	2020年1-6 月收入金额	占营业收 入比(%)	数量	2019年收 入金额	占营业收入 比(%)
	持续合作	181	18,066.56	30.53	165	30,185.78	27.99
	退出	1	4.43	0.01	6	204.01	0.19
	新增	6	24.86	0.04	17	1,342.16	1.24

分销业务	类别	数量	2020年1-6月 收入金额	占营业收入 比(%)	数量	2019年收 入金额	占营业收入 比(%)
	当期新增						
	当期退出						
	小计		18,095.85			31,731.95	
	类别	数量	2018年收 入金额	占营业收 入比(%)	数量	2017年收 入金额	占营业收入 比(%)
	持续合作	157	29,107.58	30.75	127	27,447.27	35.11
	退出	5	312.27	0.33	3	0.001	0.004
	新增	14	399.17	0.42	35	785.22	1.00
	当期新增						
	当期退出						
	小计		29,819.02			28,232.491	

2017年分销业务的新增影响较大，系2017年开始设立全国营销中心，负责全国范围内的业务拓展。除此外，报告期内各门店和客户新增、退出金额及占营业收入的比例较小，不会对发行人的收入产生显著影响。

二、直营店和加盟店的门店数量、总营业面积、营业收入、坪效、店均面积、店均收入、店均租金，以上数据与同行业比较情况；收入前五大门店的下述信息，包括但不限于名称、地址、实控人信息（加盟店）、开业时间、营业面积、营业收入、应收账款余额及期后回款情况、净利润\毛利率、坪效等。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（八）发行人门店网络分布情况”进行了补充披露：

1、直营门店和加盟门店的门店数量、总营业面积、营业收入、坪效、店均面积、店均收入、店均租金，以上数据与同行业比较情况

（1）直营门店的门店数量、总营业面积、营业收入、坪效、店均面积、店均收入、店均租金

报告期内，公司直营门店的门店数量、总营业面积、营业收入、坪效、店均面积、店均收入、店均租金的具体情况如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
直营门店数量（家）	187	182	171	162
总营业面积（m ² ）	16,377.12	15,703.88	14,864.74	13,936.77
直营业务收入（不含税）	18,095.85	31,731.95	29,819.02	28,232.49
直营业务收入（含税）	19,837.19	35,721.88	34,227.60	32,213.78
坪效（不含税，万元/m ² ）	1.10	2.02	2.01	2.03
坪效（含税，万元/m ² ）	1.21	2.27	2.30	2.31
店均面积（平方/店）	87.58	86.29	86.93	86.03
店均收入（万元/店）	96.77	174.35	174.38	174.27

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
店均租金（万元/店）	9.23	19.66	18.84	17.80

注：总营业面积为总实际经营面积，坪效=直营业务收入/总营业面积，店均面积=总营业面积/期末直营门店数量，店均收入=直营业务收入/期末直营门店数量，店均租金=总租金（经审定）/期末租赁的门店数量（未包含自有门面的直营门店）。

1) 与同行业可比上市公司直营门店数量、总营业面积、营业收入、店均面积、店均收入比较

金额单位：人民币万元

公司简称	项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
	直营门店数量（家）	4,365	3,894	3,289	2,434
	总营业面积（平方）	553,198.00	502,155.00	511,697	387,165
老百姓	营业收入	566,111.91	1,028,914.96	840,518.55	681,683.55
	店均面积（平方/店）	126.73	128.96	155.58	159.07
	店均收入（万元/店）	129.69	264.23	255.55	280.07
	直营门店数量（家）	4,644	4,366	3,442	1,979
	总营业面积（平方）	548,307.00	521,250.00	436,822.00	262,327.00
益丰药房	营业收入	587,963.12	958,927.99	654,316.30	457,330.62
	店均面积（平方/店）	118.07	119.39	126.91	132.56
	店均收入（万元/店）	126.61	219.64	190.1	231.09
	店均租金（万元/店）			16.05	19.30
	直营门店数量（家）	5,106	4,702	3,880	2,952
	总营业面积（平方）	451,007.00	418,078.08	363,683.25	291,160.00
大参林	营业收入	659,001.11	1,066,423.28	848,229.71	717,476.76
	店均面积（平方/店）	88.33	88.91	93.73	98.63
	店均收入（万元/店）	129.06	226.8	218.62	243.05
	直营门店数量（家）	6,683	6,266	5,758	5,066
	总营业面积（平方）	712,947.70	674,567.69	631,342.50	564,350.95
一心堂	营业收入	574,253.27	993,436.16	869,960.36	730,378.52
	店均面积（平方/店）	106.68	107.66	109.65	111.4
	店均收入（万元/店）	85.93	158.54	151.09	144.17
	可比公司店均收入平均值	117.82	217.30	203.84	224.60
	公司店均收入（不含税）	96.77	174.35	174.38	174.27
	可比公司店均面积平均值	109.95	111.23	121.47	125.42
	公司店均面积（平方）	87.58	86.29	86.93	86.03

注：上述同行业可比公司的营业收入选取为零售业务收入数据

报告期内，公司店均收入略低于同行业可比公司，原因在于同行业可比公司自成立以来即采取直营连锁的方式进行规模扩张，均为国内知名上市医药零售龙头企业，品牌知名度和市场占有率较高。除考虑地理位置因素外，消费者根据品牌声誉和市场覆盖范围选择同行业可比上市公司的倾向性更大。此外，公司的门店布局以社区店为主，社区店的吸客能力较市区店稍弱。上述原因导致公司的店均收入与同行业可比公司存在一定差距。

因同行业可比公司中，仅益丰药房披露 2017 年、2018 年租金数据，故将公司与益丰药房同期租金进行比较。公司 2017 年、2018 年店均租金为 13.86 万元、13.97 万元，门店租金较益丰药房 2017 年、2018 年店均租金 19.30 万元、16.05 万元略低，是因为公司始终坚持“扎根社区、服务百姓”的发展理念，门店布局以社区店为主，社区租金通常较市区低，原因具有合理性。

2) 与同行业可比公司坪效比较

公司简称	内容	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
老百姓	日均坪效（含税，元/m ² ）	61.00	60.00	53.00	59.00
	换算后的年坪效 （含税，万元/m ² ）	1.11	2.19	1.93	2.15
益丰药房	日均坪效（含税，元/m ² ）	66.40	59.43	61.05	63.88
	换算后的年坪效 （含税，万元/m ² ）	1.21	2.17	2.23	2.33
大参林	月均坪效（含税，元/m ² ）	2,667.82	2,579.14	2,552.00	2,831.93
	换算后的年坪效 （含税，万元/m ² ）	1.60	3.09	3.06	3.40
一心堂	日均坪效（含税，元/m ² ）	48.34	44.34	46.3	46.23
	换算后的年坪效 （含税，万元/m ² ）	0.88	1.62	1.69	1.69
可比公司年坪效均值（含税，万元/m²）		1.20	2.27	2.23	2.39
公司坪效（含税，万元/m²）		1.21	2.27	2.30	2.31

注：由于同行业上市公司披露的坪效均为含税的日均坪效或月均坪效，为方便比较，按照一年 365 天、一年 12 个月换算成含税的年坪效。

2017 年至 2020 年 1-6 月，公司直营门店的坪效分别为 2.31、2.30、2.27、1.21，与同行业可比公司相比不存在明显差距。报告期内，公司门店数量逐步增加的同时单店平均收入保持同步增长，整体经营未发生较大变化。

(2) 加盟门店的门店数量、总营业面积、营业收入、坪效、店均面积、店均收入、店均租金

报告期内，公司加盟门店的门店数量、总营业面积、营业收入、坪效、店均面积、店均收入、店均租金的具体情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
----	--------------	---------	---------	---------

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
加盟门店数量(家)	761	745	728	663
总营业面积(平方)	56,977.20	56,147.00	54,628.20	48,904.40
加盟门店对外销售收入 (不含税, 万元)	35,170.68	65,057.15	60,390.10	51,480.92
坪效(不含税, 万元/平方)	0.62	1.16	1.11	1.05
店均面积(平方/店)	74.87	75.37	75.04	73.76
店均收入(万元/店)	46.22	87.33	82.95	77.65
有效店均租金 (万元/店)	6.96	6.87	6.93	6.45

注 1: 坪效=加盟门店对外销售收入/总营业面积, 店均面积=总营业面积/期末加盟门店数量, 店均收入=加盟门店对外销售收入/期末加盟门店数量, 有效店均租金=加盟门店有效租赁金额/期末有效租赁加盟门店数量。加盟门店对外销售收入数据未经审定。

注 2: 有效店均租金统计时的加盟门店数量指租赁其它第三方物业的加盟门店, 未包括使用自有房屋、无偿使用他人房屋的加盟门店。

注 3: 由于加盟门店租金由加盟商自行承担, 报告期内公司未统计过加盟门店租金信息, 故租金数据由公司相关人员通过手工汇总各加盟门店租金信息而获得。部分关闭的加盟门店无法获取面积和租金信息, 使用可获得的加盟门店面积和租金的平均数代替。

2017年至2020年1-6月, 公司加盟门店对外实现销售的坪效分别为1.05、1.11、1.16、0.62, 报告期内呈稳步发展的趋势, 整体经营未发生较大变化。因同行业可比公司暂未披露加盟门店收入、面积、坪效、租金等相关数据, 故无法将公司加盟门店上述信息进行比较。

2、收入前五大门店的下述信息, 包括但不限于名称、地址、实控人信息(加盟店)、开业时间、营业面积、营业收入、应收账款余额及期后回款情况、净利润\毛利率、坪效等。

(1) 报告期内, 公司直营业务终端零售前五大直营门店的名称、地址、开业时间、营业面积、营业收入、应收账款余额及期后回款情况、净利润\毛利率、坪效等具体情况如下:

①2020年1-6月

序号	门店名称	地址	开业时间	营业面积(m ²)	营业收入	毛利率(%)	金额单位: 人民币万元		
							坪效(元/m ²)	应收账款余额	期后回款
1	养天和大药房股份有限公司中心分店	长沙市雨花区新建西路22号	2003年	484.5	4,044.30	26.82	8.35	27.70	27.70
2	养天和大药房股份有限公司龙樟分店	雨花区红星村欧家湾组E区2栋106、107	2019年	217.71	1,138.54	20.40	5.23	29.81	29.81

序号	门店名称	地址	开业时间	营业面积(m ²)	营业收入	毛利率(%)	坪效(元/m ²)	应收账款余额	期后回款
3	养天和大药房股份有限公司东塘分店	长沙市韶山路 87 号	2005 年	181.45	740.42	27.23	4.08	0	0
4	养天和大药房股份有限公司龙华分店	长沙市天心区劳动路 428 号	2003 年	192.11	461.79	30.15	2.40	0	0
5	养天和大药房股份有限公司龙凯分店	长沙市雨花区体院路 230 号博雅公寓 101、102 号	2002 年	102.03	422.18	33.67	4.14	0	0

注：以上应收账款余额为截至 2020 年 6 月 30 日的余额，期后回款为截至 2020 年 8 月 31 日的回款。

②2019 年度

金额单位：人民币万元

序号	门店名称	地址	开业时间	营业面积(m ²)	营业收入	毛利率(%)	坪效(元/m ²)	应收账款余额	期后回款
1	养天和大药房股份有限公司中心分店	长沙市雨花区新建西路 22 号	2003 年	484.5	7,817.00	26.68	16.13	37.06	37.06
2	养天和大药房股份有限公司东塘分店	长沙市韶山路 87 号	2005 年	181.45	1,439.65	28.78	7.93		
3	养天和大药房股份有限公司龙华分店	长沙市天心区劳动路 428 号	2003 年	192.11	834.52	28.27	4.34		
4	养天和大药房股份有限公司田心田红店	株洲市石峰区田红路 114 号泉塘湾经济适用房小区 7 栋	2017 年	85.39	807.07	27.57	9.45		
5	养天和大药房股份有限公司龙凯分店	长沙市雨花区体院路 230 号博雅公寓	2002 年	102.03	784.59	34.31	7.69		

序号	门店名称	地址	开业时间	营业面积(m ²)	营业收入	毛利率(%)	坪效(元/m ²)	应收账款余额	期后回款
	店	101、102号							

注：以上应收账款余额为截至 2019 年 12 月 31 日的余额，期后回款为截至 2020 年 6 月 30 日的回款。

③2018 年度

金额单位：人民币万元

序号	门店名称	地址	营业时间	营业面积(m ²)	营业收入	毛利率(%)	坪效(元/m ²)	应收账款余额	期后回款
1	养天和大药房股份有限公司中心分店	长沙市雨花区新建西路 22 号	2003 年	484.5	7,453.10	24.41	15.38	49.69	49.69
2	养天和大药房股份有限公司东塘分店	长沙市韶山路 87 号	2005 年	181.45	1,324.78	28.63	7.30	1.05	1.05
3	养天和大药房股份有限公司龙华分店	长沙市天心区劳动路 428 号	2003 年	192.11	935.63	29.19	4.87		
4	养天和大药房股份有限公司田心田红店	株洲市石峰区田红路 114 号泉塘湾经济适用房小区 7 栋	2017 年	85.39	817.63	26.71	9.58		
5	养天和大药房股份有限公司龙凯分店	长沙市雨花区体院路 230 号博雅公寓 101、102 号	2002 年	102.03	671.98	36.23	6.59		

注：以上应收账款余额为截至 2018 年 12 月 31 日的余额，期后回款为截至 2019 年 12 月 31 日的回款。

④2017 年度

金额单位：人民币万元

序号	门店名称	地址	开业时间	营业面积	营业收入	毛利率(%)	坪效(元/m ²)	应收账款余额	期后回款
1	养天和大药房	长沙市雨花区	2003 年	484.5	6,954.63	28.40	14.35	2.48	2.48

	股份有限公司	新建西路 22 号							
	中心分店								
2	养天和大药房股份有限公司	长沙市韶山路 87 号	2005 年	181.45	1,123.76	32.31	6.19	2.00	2.00
	东塘分店								
3	养天和大药房股份有限公司	长沙市天心区劳动路 428 号	2003 年	192.11	1,091.92	33.86	5.68	1.26	1.26
	龙华分店								
4	养天和大药房股份有限公司	株洲市石峰区田红路 114 号	2017 年	85.39	1,030.01	20.61	12.06	6.66	6.66
	田心田红店	泉塘湾经济适用房小区 7 栋							
5	养天和大药房股份有限公司	长沙市雨花区体院路 230 号	2002 年	102.03	722.82	38.79	7.08	1.14	1.14
	龙凯分店	博雅公寓 101、102 号							

注：以上应收账款余额为截至 2017 年 12 月 31 日的余额，期后回款为截至 2018 年 12 月 31 日的回款。

报告期内，公司前五大直营门店较稳定，其中养天和大药房股份有限公司中心分店的坪效较高，2017 年至 2020 年 1-6 月坪效分别为 14.35 万元/ m²、15.38 万元/ m²、16.13 万元/ m²、8.35 万元/ m²。养天和大药房股份有限公司中心分店主要为消费者提供特殊病种门诊用药及就医服务。在《长沙市城乡居民基本医疗保险特殊病种门诊管理实施细则》实施之前，长沙市规定患有恶性肿瘤、尿毒症、高血压病等特殊病种患者只能定点一家药店和一家医疗机构购药（公司门店不在其中）。该细则实施后，享受特殊病种门诊医疗待遇的参保患者持特殊病种门诊专用病历、社会保障卡，可任意选择长沙市公布的基本医疗保险特殊病种门诊协议医疗机构就医或购药（异地安置人员除外），并享受特殊病种门诊医疗待遇。

根据长沙市医疗保障事务中心于 2020 年 6 月 17 日发布的《关于确定长沙市本级特殊病种门诊服务药店的通知》（长医保中心函[2020]5 号），该通知指出截至上述通知发布日，长沙市基本医疗保险特殊病种门诊服务协议药店仅包括养天和大药房股份有限公司中心分店在内的 56 家药店。由于养天和大药房股份有限公司中心分店特殊门诊服务的特殊性，报告期内其坪效较高具有合理原因。

（2）报告期内，公司加盟收入的前五大加盟门店的名称、地址、实控人信息、开业时间、营业面积、营业收入、净利润\毛利率、应收账款余额、期后回款、坪效等具体情况如下：

①2020 年 1-6 月

序号	门店名称	实际控人	地址	开业时间	营业面积(m ²)	加盟收入	金额单位：人民币万元		
							毛利率 (%)	应收账款余额	期后回款
1	海口市养天和大药房龙	卢继春	海口市秀英区美裕路 9 号蓝	2016 年	101.30	368.98	3.61	162.93	162.93

序号	门店名称	实际控制人	地址	开业时间	营业面积(m ²)	加盟收入	毛利率(%)	应收账款余额	期后回款
	万店		海佳园3幢第一层A2商铺						
2	武冈市康甲大药房	欧建华	湖南省武冈市乐洋路57号	2019年	260	232.25	8.07	60.00	60.00
3	武冈市养天和大药房中华店	欧建华	湖南省武冈市解放路农贸市场大门口	2016年	275	133.22	7.85	41.77	41.77
4	长沙县养天和大药房青山铺山铺店	向拓军	长沙县养天和大药房青山铺店	2005年	118	132.12	10.24	79.62	50.53
5	湘潭市岳塘区龙品养天和大药房	袁正清	湖南省湘潭市岳塘区宝塔街道芙蓉路45号长塘新村3号综合楼A栋020101号隔断2号门面	2018年	160	127.62	8.64	45.76	45.76

注：以上应收账款余额为截至2020年6月30日的余额，期后回款为截至2020年8月31日的回款。

②2019年度

金额单位：人民币万元

序号	门店名称	实际控制人	地址	开业时间	营业面积(m ²)	加盟收入	毛利率(%)	应收账款余额	期后回款
1	海口市养天和大药房龙万店	卢继春	海口市秀英区美俗路9号蓝海佳园3幢第一层A2商铺	2016年	101.30	336.80	9.21	55.02	55.02
2	武冈市养天和大药房中华店	欧建华	湖南省武冈市解放路农贸市场大门口	2016年	275	331.83	9.61	41.77	41.77
3	武冈市康甲大药房	欧建华	湖南省武冈市乐洋路57号	2019年	260	241.84	5.07	60.00	60.00
4	湘潭市岳塘区龙品养天和大药房	袁正清	湖南省湘潭市岳塘区宝塔街道芙蓉路45号长塘新村3号综	2018年	160	225.92	8.88	44.43	44.43

序号	门店名称	实际控制人	地址	开业时间	营业面积(m ²)	加盟收入	毛利率(%)	应收账款余额	期后回款
5	长沙市雨花区龙之纯养天和大药房	王立东	合楼 A 栋 020101 号隔断 2 号门面 湖南省长沙市雨花区井湾路 727 号景湾小区 1、2 栋 108	2015 年	108	218.34	9.24	43.70	43.70

注：以上应收账款余额为截至 2019 年 12 月 31 日的余额，期后回款为截至 2020 年 6 月 30 日的回款。

③2018 年度

金额单位：人民币万元

序号	门店名称	实际控制人	地址	开业时间	营业面积(m ²)	加盟收入	毛利率(%)	应收账款余额	期后回款
1	湘阴县养天和大药房中心店	曹红坚	湘阴县步行街 68 号原百信大药房	2019 年	142.50	327.95	11.16	52.53	52.53
2	海口市养天和药房龙万店	卢继春	海口市秀英区美俗路 9 号蓝海佳园 3 幢第一层 A2 商铺	2016 年	101.3	324.29	6.88	40.49	40.49
3	武冈市养天和药房中华店	欧建华	湖南省武冈市解放路农贸市场大门口	2016 年	275	269.78	9.12	41.77	41.77
4	长沙市芙蓉区养天和大药房龙大店	羊跃文	湖南农大金岸公寓东北边 3 号门面	2005 年	80	250.27	9.57	50.54	50.54
5	长沙市芙蓉区龙源养天和大药房	舒国辉	湖南省长沙市芙蓉区定王台街道东茅街 1 栋 7、9 号	2015 年	70	232.42	11.39	36.81	36.81

注：以上应收账款余额为截至 2018 年 12 月 31 日的余额，期后回款为截至 2019 年 12 月 31 日的回款。

④2017 年度

金额单位：人民币万元

序号	门店名称	实际控制人	地址	开业时间	营业面积(m ²)	加盟收入	毛利率(%)	应收账款余额	期后回款
1	湘阴县养天和大药房中心店	曹红坚	湘阴县步行街68号原百信大药房	2019年	142.5	286.67	10.06	90.48	90.48
2	长沙市芙蓉区养天和大药房龙大店	羊跃文	湖南农大金岸公寓东北边3号门面	2005年	80	251.82	10.95	43.04	43.04
3	浏阳市柏加养天和大药房	熊勇	湖南省长沙市浏阳市柏加镇柏铃社区街口组柏西街4号门面	2005年	120	239.35	9.40	53.29	53.29
4	长沙市芙蓉区龙源养天和大药房	舒国辉	湖南省长沙市芙蓉区定王台街道东茅街1栋7、9号	2015年	70	233.57	10.90	58.40	58.40
5	长沙市雨花区养天和大药房龙之纯店	王立东	湖南省长沙市雨花区井湾路727号景湾小区1、2栋108	2015年	108	228.07	11.03	44.24	44.24

注：以上应收账款余额为截至2017年12月31日的余额，期后回款为截至2018年12月31日的回款。

三、请按实际控制人归类披露前五大加盟店基本情况，包括但不限于门店数量、所处城市、营业收入按产品构成情况及占比、店面面积、坪效、毛利率、应收账款余额及期后回款情况。是否存在加盟业务集中于个别加盟商实控人的情形，加盟店实控人是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工。

1、请按实际控制人归类披露前五大加盟店基本情况，包括但不限于门店数量、所处城市、营业收入按产品构成情况及占比、店面面积、坪效、毛利率、应收账款余额及期后回款情况。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(二) 营业收入分析”进行了补充披露：

报告期内，公司前五大加盟店基本情况如下：

(1) 2020年1—6月

序号	1	2	3	4	5
最终控制方	欧建华	卢继春	舒国辉	郑军伟	向扩军
门店数量(家)	18	4	3	5	3
所处城市	邵阳市	海口市	长沙市	长沙市	长沙市
营业收入按产品构成情况(万元):					
中西成药	775.84	110.22	139.28	160.13	130.7
中药	17.61	3.90	14.13	18.21	28.14
保健食品	43.84	6.65	13.46	8.68	11.51
医疗器械	22.50	18.46	22.91	10.97	9.36
生物制剂	16.88	300.45	1.19	8.72	3.23
计生用品	3.31	1.28	0.32	0.62	0.40
生活用品	32.21	10.35	49.43	25.74	27.70
合计(万元)	912.19	451.31	240.72	233.07	211.04
占加盟业务收入比例	3.92%	1.94%	1.04%	1.00%	0.91%
单店平均配送收入(万元/家)	50.68	112.83	80.24	46.61	70.35
店面面积(合计实际经营面积,平方)	2,670	303.90	195.00	342	280
坪效(万元/平方)	0.34	1.49	1.23	0.68	0.75
毛利率	7.31%	5.28%	9.69%	7.57%	8.38%
应收账款余额(万元)	220.00	199.03	65.24	87.76	108.64
期后回款(万元)	220.00	199.03	65.24	87.76	98.01

注:以上应收账款余额为截至2020年6月30日的余额,期后回款为截至2020年8月31日的回款。

(2) 2019年度

序号	1	2	3	4	5
最终控制方	欧建华	卢继春	舒国辉	向扩军	郑军伟
门店数量(家)	18	4	3	3	5
所处城市	邵阳市	海口市	长沙市	长沙市	长沙市
营业收入按产品构成情况(万元):					
中西成药	1,354.43	424.12	314.47	293.91	310.67
中药	31.41	13.69	42.17	72.20	41.36
保健食品	34.35	19.74	32.23	20.31	15.07

序号	1	2	3	4	5
医疗器械	26.97	11.78	17.71	9.13	6.73
生物制剂	3.49	41.30	5.41	4.95	15.24
计生用品	5.79	6.23	1.02	0.76	1.33
生活用品	32.24	18.75	55.20	27.23	19.88
合计(万元)	<u>1,488.68</u>	<u>535.61</u>	<u>468.21</u>	<u>428.49</u>	<u>410.28</u>
占加盟业务收入比例	3.77%	1.36%	1.19%	1.09%	1.04%
单店平均配送收入(万元/家)	82.70	133.90	156.07	142.83	82.05
店面面积(合计实际经营面积, 平方)	2,670	303.90	195	280	342
坪效(万元/平方)	0.56	1.76	2.40	1.53	1.20
毛利率	8.76%	11.90%	9.42%	9.55%	7.80%
应收账款余额(万元)	220	94.22	59.18	105.28	87.13
期后回款(万元)	220	94.22	59.18	105.28	87.13

注：以上应收账款余额为截至 2019 年 12 月 31 日的余额，期后回款为截至 2020 年 6 月 30 日的回款。

(3) 2018 年度

序号	1	2	3	4	5
最终控制方	欧建华	曹红坚	卢继春	舒国辉	郑军伟
门店数量(家)	15	6	4	3	5
所处城市	邵阳市	岳阳市	海口市	长沙市	长沙市
营业收入按产品构成情况(万元)：					
中西成药	883.53	573.20	450.11	353.44	346.95
中药	19.27	43.33	19.59	55.71	54.18
保健食品	28.29	35.57	17.85	28.44	19.12
医疗器械	17.41	15.43	11.91	15.57	5.39
生物制剂	11.54	33.52	0.95	4.44	10.21
计生用品	6.12	2.15	5.11	1.32	0.24
生活用品	27.96	45.95	30.42	66.95	26.12
合计(万元)	<u>994.12</u>	<u>749.15</u>	<u>535.94</u>	<u>525.87</u>	<u>462.21</u>
占加盟业务收入比例	2.60%	1.96%	1.40%	1.37%	1.21%
单店平均配送收入(万元/家)	66.27	124.86	133.99	175.29	92.44

序号	1	2	3	4	5
店面面积(合计实际经营面积, 平方)	2,081	553.19	303.90	195	342
坪效(万元/平方)	0.48	1.35	1.76	2.70	1.35
毛利率	9.35%	12.21%	10.32%	11.98%	7.48%
应收账款余额(万元)	160.00	0	84.91	55.54	93.20
期后回款(万元)	160.00	0	84.91	55.54	93.20

注：以上应收账款余额为截至 2018 年 12 月 31 日的余额，期后回款为截至 2019 年 12 月 31 日的回款。

(4) 2017 年度

序号	1	2	3	4	5
最终控制方	舒国辉	曹红坚	李芳	郑军伟	欧建华
门店数量	3	6	3	5	13
所处城市	长沙市	岳阳市	长沙市	长沙市	邵阳市
营业收入按产品构成情况 (万元)：					
中西成药	353.59	356.40	247.20	292.08	367.93
中药	59.20	51.04	50.86	62.96	12.80
保健食品	30.53	25.56	30.68	18.07	13.91
医疗器械	17.71	5.77	8.86	5.66	5.79
生物制剂	2.35	19.32	2.25	8.27	3.43
计生用品	1.83	0.58	2.13	2.45	1.51
生活用品	85.48	38.44	85.85	36.07	16.13
合计(万元)	<u>550.69</u>	<u>497.11</u>	<u>427.83</u>	<u>425.56</u>	<u>421.50</u>
占加盟业务收入比例	1.63%	1.48%	1.27%	1.26%	1.25%
单店平均配送收入(万元/家)	183.56	82.85	142.61	85.11	32.42
店面面积(合计实际经营面积, 平方)	195	553.19	280	342	1,797
坪效(万元/平方)	2.82	0.90	1.53	1.24	0.23
毛利率	11.11%	10.79%	14.68%	9.12%	8.24%
应收账款余额	81.11	21.92	32.52	71.59	160.00
期后回款	81.11	21.92	32.52	71.59	160.00

注：以上应收账款余额为截至 2017 年 12 月 31 日的余额，期后回款为截至 2018 年 12 月 31 日的回款。

报告期内，公司对前五大加盟商实现的毛利率较稳定。其中，2020年1-6月对卢继春实现的毛利率较2018年、2019年低，原因是因为该加盟商2018年、2019年的商品需求以中西成药为主，2020年1-6月对生物制剂的需求增多，而该类生物制剂产品毛利较低，具有合理原因。

报告期内，公司对各加盟商实现的收入占加盟业务收入比例较小，不存在加盟业务集中于个别加盟商实控人的情形。

2、加盟店实控人是否与公司存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任公司股东或员工

股东和盟投资系加盟商持股平台，持有公司358万股，持股比例为3.58%。其成立于2016年8月24日，住所为长沙市雨花区红星村欧家湾组E区2栋107房，执行事务合伙人为舒国辉，经营范围为以自有资产进行实业投资；药店投资管理；投资管理服；投资咨询（不含金融、证券、期货）（以上经营范围不得从事吸收存款、集资收款、受托贷款、发放贷款等国家金融监管及财政信用业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

现任员工袁素妮系海口市养天和大药房龙弘店的实际控制人、张振萍系海口秀英龙燕养天和大药房的实际控制人。曾任员工蒋智系澄迈养天和大药房盈滨店实际控制人，于2019年9月离职。公司董事张西军的配偶王平系长沙市岳麓区和润养天和大药房的投资人、公司监事会主席刘文广的配偶胡文建系长沙市岳麓区养天和和琢大药房的投资人、公司副总裁沈洁的父亲沈湘龙系长沙县养天和和成大药房的投资人。

除上述情形外，加盟店实控人与公司不存在关联关系或其他利益安排，加盟店实控人均未曾任、现任公司股东或员工。

四、报告期内发行人直营店、加盟店、合作店是否存在互相转换的情形，如有，请披露各年度转换的门店的具体情况、对损益的影响、转让价格公允性、对手方实控人信息，对手方实控人是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工；是否存在将盈利能力弱的直营店变更为加盟店、合作店，改为确认加盟、合作收入；将盈利能力强的加盟店、合作店转为直营店的情形。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（八）发行人门店网络分布情况”进行了补充披露：

1、报告期内发行人直营店、加盟店、合作店是否存在互相转换的情形，如有，请披露各年度转换的门店的具体情况、对损益的影响、转让价格公允性、对手方实控人信息，对手方实控人是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工；

经核查，报告期内公司不存在直营门店与品牌合作店互转、加盟门店与品牌合作门店互转的情形。

报告期内，公司加盟门店转为直营门店的具体情况如下：

2019年加盟门店转为直营门店情况

序号	加盟门店实际控制人	加盟店门店名称	转换后直营店门店名称	转让价格（万元）
1	陈建光	长沙市天心区养天和大药房金桂小区店	养天和大药房股份有限公司金桂分店	21.25

2019年加盟门店转为直营门店情况

序号	加盟门店实际控制人	加盟店门店名称	转换后直营店门店名称	转让价格（万元）
2	吴正德	长沙市雨花区养天和大药房龙昊店	养天和大药房股份有限公司龙昊分店	47.25
3	刘妹	长沙市雨花区和翠养天和大药房	养天和大药房股份有限公司龙翠分店	9.60
4		湘阴县养天和大药房华棱店	养天和大药房股份有限公司岳阳华棱店	
5		湘阴县养天和大药房中心店	养天和大药房股份有限公司岳阳中心店	
6	曹红坚	汨罗市养天和大药房华仁店	养天和大药房股份有限公司汨罗华杏店	1,160.00
7		汨罗市养天和大药房华章店	养天和大药房股份有限公司汨罗华棠店	
8		屈原区养天和大药房华洋店	养天和大药房股份有限公司屈原华盛店	
9		屈原区养天和大药房华庆店	养天和大药房股份有限公司屈原华彩店	

报告期内，公司直营门店转为加盟门店的具体情况如下：

2018年直营门店转为加盟门店情况

序号	转换后加盟门店名称	加盟门店实际控制人	转让价格（万元）
1	醴陵市星火养天和大药房	张细平	2.00

上述门店转换前后收入具体情况为：

(1) 加盟门店转直营门店收入具体情况

金额单位：人民币万元

序号	门店名称	地址	直营门店成立时间	转让前实际控制人	2017	2018	2019年		2020
					年加盟业务收入	年加盟业务收入	加盟业务收入	直营业收入	年1-6月直营业务收入
1	长沙市天心区养天和大	天心区桂花坪街道金桂小区	2019年5月	陈建光	88.06	80.30	17.26	48.98	35.39

序号	门店名称	地址	直营门店成立时间	转让前实际控制人	2017	2018	2019年		2020
					年加盟业务收入	年加盟业务收入	加盟业务收入	直营业务收入	年1-6月直营业务收入
	药房金桂小区店	A去79号栋一楼第6号门面							
2	长沙市雨花区养天和大药房龙昊店	长沙市雨花区王公塘街127号	2019年4月	吴正德	89.55	65.56	-2.49	84.12	64.77
3	长沙市雨花区和翠养天和大药房	长沙市雨花区红花坡5栋104号门面	2019年7月	刘妹	51.84	42.02	14.94	16.95	28.93
4	养天和大药房股份有限公司岳阳华棱店	湘阴市文星镇江东西路巴拉巴拉童装旁	2019年1月		49.09	92.50	4.54	81.46	52.34
5	养天和大药房股份有限公司岳阳中心店	湘阴县步行街68号原百信大药房	2019年1月		286.67	327.95	57.79	377.62	183.72
6	养天和大药房股份有限公司汨罗华杏店	人民路市场中心大楼一楼人民医院对面	2019年4月		45.10	88.95	8.98	93.91	81.88
				曹红坚					
7	养天和大药房股份有限公司汨罗华棠店	汨罗市建设中路新华书店2楼	2019年5月		39.68	84.94	20.45	68.68	59.90
8	养天和大药房股份有限公司屈原华盛店	岳阳市屈原管理区营田镇富民街人民医院出口处	2019年4月		22.01	50.96	5.04	57.69	53.15
9	养天和大药房股份有限公司屈原华彩店	岳阳市屈原管理区营田镇兴盛南街12号	2019年4月		54.57	103.85	17.59	75.37	74.24

(2) 直营门店转加盟门店收入具体情况

金额单位：人民币万元

序号	门店名称	地址	直营门店 成立时间	转让前 实际控 制人	直营业 务收入	加盟业 务收入	加盟业 务收入	2020年1-6月加 盟业务收入
1	醴陵市星火 养天和 大药房	湖南省株洲市 醴陵市国瓷街 道中和街47号	2016年11月	张细平	25.56	15.29	15.30	6.43

(3) 转让价格公允性

经核查，公司收购曹红坚名下6家门店价格以长沙德晟资产评估事务所出具的长德评字（2018）第201号《湖南养天和大药房企业集团有限公司委估资产评估报告》作为定价依据；收购陈建光、吴正德、刘妹名下门店以及转让直营门店至张细平系根据收购（转让时）时门店资产、存货、装修等作为作价依据，且均由双方协商决定。前述直营门店与加盟门店互转价格公允，不存在利益输送情况。

(4) 对手方实控人基本情况、对手方实控人是否与公司存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任公司股东或员工

上述交易对手方实际控制人基本情况如下：

陈建光，1975年生，长沙市天心区养天和大药房金桂小区店的原实际控制人，现任职于湖南双菱电子科技有限公司。

吴正德，1958年生，长沙市雨花区养天和大药房龙昊店的原实际控制人，现无任职单位。

刘妹，1978年生，长沙市雨花区和翠养天和大药房的原实际控制人，现无任职单位。

曹红坚，1958年生，养天和大药房股份有限公司岳阳华棱店等六家门店实际控制人，现无任职单位。

张细平，1973年生，醴陵市星火养天和大药房原实际控制人，现无任职单位。

根据上述人员提供的情况调查表，上述人员与公司不存在关联关系或其他利益安排，也不存在曾任、现任公司股东或员工情况。

2、是否存在将盈利能力弱的直营店变更为加盟店、合作店，改为确认加盟、合作收入；将盈利能力强的加盟店、合作店转为直营店的情形。

上述门店中，除岳阳中心店盈利能力稍强外，其他门店盈利能力均一般。上述加盟门店转换为直营门店前后盈利水平相当，直营门店转为加盟门店后盈利能力有所下降，公司不存在将盈利能力弱的直营店变更为加盟店、合作店，改为确认加盟、合作收入；将盈利能力强的加盟店、合作店转为直营店的情形。

五、各年末会员人数、当年消费会员数、会员销售收入金额、人均消费、会员销售占比；按照单个会员当年消费金额大小，分层统计并分析会员销售收入分布情况；各年度前十大会员年销售收入及占比、主要产品内容、毛利率，前十大会员销售规模是否合理，毛利率是否异常。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（四）发行人的市场地位、竞争优势与劣势”进行了补充披露：

1、各年末会员人数、当年消费会员数、会员销售收入金额、人均消费、会员销售占比统计如下：

期间	年末会员人数 (人)	当年消费会员数 (人)	会员销售收入金额 (万元)	人均消费金额 (元)	会员销售占零售收入比重
2020年1-6月	2,452,580	460,699	21,825.77	473.75	42.00%
2019年度	2,333,633	708,865	44,353.34	625.70	45.99%
2018年度	2,019,483	712,712	47,493.66	666.38	50.84%
2017年度	1,539,806	607,633	45,557.25	749.75	54.20%

注：零售收入包含直营店及加盟店对外零售收入。

2、按照单个会员当年消费金额大小，分层统计并分析会员销售收入分布情况如下：

分层标准	2020年1-6月分阶段会员数 (人)	2020年1-6月会员当年消费金额 (万元)	2019年度分阶段会员数 (人)	2019年会员当年消费金额 (万元)	2018年度分阶段会员数 (人)	2018年会员当年消费金额 (万元)	2017年度分阶段会员数 (人)	2017年会员当年消费金额 (万元)
0到1000 (不含)	427,830	8,819.19	626,911	14,595.77	651,846	20,065.58	508,931	12,645.63
1000到3000 (不含)	27,531	4,321.87	66,364	10,750.86	52,022	11,543.57	73,263	12,300.11
3000到5000 (不含)	2,874	1,076.99	9,045	3,410.38	4,813	2,585.23	17,653	6,505.53
5000到10000 (不含)	1,347	902.56	4,133	2,771.88	2,216	2,151.56	5,377	3,556.42
10000到50000 (不含)	745	1,571.77	1,814	3,520.84	1,449	4,365.22	1,983	3,791.62
50000以上	372	5,133.39	598	9,303.61	366	6,782.50	426	6,757.94
合计	<u>460,699</u>	<u>21,825.77</u>	<u>708,865.00</u>	<u>44,353.34</u>	<u>712,712.00</u>	<u>47,493.66</u>	<u>607,633.00</u>	<u>45,557.25</u>

3、各年度前十大会员年销售收入及占比、主要产品内容、毛利率。

公司建立了会员管理制度，通过组织会员商品价格优惠、会员消费积分及兑换等多元化的会员营销活动，推动了会员数量及会员销售的持续增长。公司下设直营门店和加盟门店，该会员制度适用于所有门店，即只要是养天和会员，均可以持有会员卡在养天和的所有直营门店、加盟门店进行消费。但养天和合并财务报表数据中只体现直营门店对外零售收入以及养天和配送给加盟店的配送收入，不包括加盟门店对外的零售收入。而会员的销售数据包括直营门店对外的零售收入及加盟门店对外的零售收入，与公司的直营业务收入口径不一致。且会员的毛利率是各门店零售系统的毛利率，亦与直营业务毛利率不具可比性。

报告期各期的前十大会员的情况如下：

(1) 2020年1-6月前十大会员销售收入及占比、主要产品内容、毛利率

会员编号	会员名称	销售主要产品	2020年1-6月		毛利率(%)
			会员销售金额(万元)	占直营门店、加盟门店零售收入(%)	
4301510002951	余**	安宫牛黄丸(3g)、六味地黄丸、安宫牛黄丸(3g*1丸)、KF94口罩、全鹿丸、天麻(0.5)、苯磺酸氨氯地平片、三七(0.5)、补肾固齿丸/九芝堂、抗病毒口服液等	69.80	0.13	39.62
13337299755	黄*	阿胶、驴胶补血颗粒、多巴丝肼片(基)、益安宁丸、安宫牛黄丸、通脉颗粒、古汉养生精口服液、硫酸氢氯吡格雷片、碳酸钙D3颗粒、9672氨糖软骨素钙片/汤臣倍健等	58.03	0.11	29.75
13975191095	陈**	安宫牛黄丸、龟龄集、古汉养生精口服液、藿香正气水、抗衰老口服液、六味地黄丸、8202如辉消毒液、舒筋健腰丸、葡萄糖酸钙锌口服溶液、补肾填精口服液等	56.83	0.11	35.97
4301300006732	梁**	安宫牛黄丸、KF94口罩、牛黄清心丸(局方)、抗病毒口服液、六味地黄丸、大活络丸、全鹿丸、肾宝胶囊、苯磺酸左氨氯地平片/苯磺酸左旋氨氯地平片、益安宁丸等	55.53	0.10	27.07
4301310012493	颜**	安宫牛黄丸、西洋参(0.25)、阿托伐他汀钙片、苯磺酸左氨氯地平片、9689氨糖软骨素钙片/汤臣倍健、古汉养生	49.12	0.09	35.11

会员编号	会员名称	销售主要产品	2020年1-6月		毛利率(%)
			会员销售金额(万元)	占直营门店、加盟门店零售收入(%)	
4309215400	李**1	精口服液、天麻(0.5)、0026 蜂胶软胶囊/纽西莱特、6329 蛋白粉/汤臣倍健、1323 汤臣倍健氨糖软骨素钙片 安宫牛黄丸、KF94 口罩、古汉养生精口服液、肾宝胶囊、天麻(0.5)、抗病毒口服液、三七(0.5)、安宫牛黄丸(基)、苯磺酸氨氯地平片、9689 氨糖软骨素钙片/汤臣倍健等	47.37	0.09	27.99
18573110777	杨*	8600 免洗手消毒抑菌凝胶、安宫牛黄丸、8202 如辉消毒液、0031 如辉消毒纸巾(皮肤用)、0017 如辉消毒纸巾(皮肤用)、(H)安宫牛黄丸、9064 酒精消毒液、8696/7064 红外线体温计、抗病毒口服液、哈爱士抗菌液等	45.53	0.09	11.25
4301025002107	肖**	安宫牛黄丸、抗衰老口服液、阿胶、龟龄集、补肺丸、全鹿丸、天麻(0.5)、0293 百合康牌鱼油软胶囊/纽西莱特、牛黄清心丸(局方)、六味地黄丸等	40.96	0.08	40.37
4301710001253	唐**	安宫牛黄丸、天麻(0.5)、抗衰老口服液、8202 如辉消毒液、4509/4493 食用植物、调和油/食用调和油/康京元、赖氨酸磷酸氢钙颗粒、片仔癀、西洋参(0.25)、8917、红外线体温计、非医用口罩	40.03	0.08	32.39
4301002003016	李**2	安宫牛黄丸、KF94 口罩、牛黄清心丸(局方)、8788 医用外科口罩(非无菌型)、安宫牛黄丸(基)、8202 如辉消毒液、赖氨酸磷酸氢钙颗粒、0025 舒适型防护口罩、1182 普通医用口罩、0018 一次性使用医用口罩(非无菌型)	36.73	0.07	39.78
	合计		<u>499.93</u>		

其中：会员杨*当期主要消费了毛利率较低的免洗手消毒抑菌凝胶、红外线体温计等，导致毛利率低于其他会员。

(2) 2019 年前十大会员销售收入及占比、主要产品内容、毛利率

会员编号	会员名称	销售主要产品	2019 年度		毛利率 (%)
			会员销售金额 (万元)	占直营门店、加盟门店零售收入 (%)	
15800880066	龙**	古汉养生精口服液、东阿阿胶、安宫牛黄丸、0072 蛋白质粉/纽西莱特、益安宁丸、龟龄集、0129 云南田三七牙膏/礼奈、0101 氨基葡萄糖硫酸软骨素钙胶囊/纽西莱特、7893 蒙牛纯甄红枣枸杞风味酸奶、天麻(0.5)等	129.11	0.12	16.00
13786402878	陈*	古汉养生精口服液、东阿阿胶、0129 云南田三七牙膏/礼奈、蜜炼川贝枇杷膏/念慈庵、脑心通胶囊、0174 固升牌维生素 K2 软胶囊、参芪颗粒、三七(0.5)、天麻(0.5)、阿胶)等	82.45	0.08	5.29
13975220521	熊**	古汉养生精口、安宫牛黄丸、复方感冒灵颗粒、龟龄集、9689 氨糖软骨素钙片/汤臣倍健、天麻(0.5)、西洋参片(进口)(0.25)、6329 蛋白粉/汤臣倍健、(H)0105 礼奈皂液、0129 云南田三七牙膏/礼奈等	82.22	0.08	41.75
4301310012493	颜**	西洋参(0.25)、安宫牛黄丸、阿托伐他汀钙片、天麻(0.5)、西洋参(0.2)、9689 氨糖软骨素钙片/汤臣倍健、复方阿胶浆(无蔗糖)、三七(0.5)、6329 蛋白粉/汤臣倍健、东阿阿胶等	81.00	0.07	32.19
13100310809	张**	安宫牛黄丸、龟龄集、复方阿胶浆(无蔗糖)、西洋参(0.2)、维生素 D 滴剂、天麻(0.5)、六味地黄丸、碳酸钙 D3 颗粒、阿胶、三七(0.5)等	74.26	0.07	36.84
10183475	李**1	古汉养生精口服液、蜜炼川贝枇杷膏/念慈庵、安宫牛黄丸、舒筋	60.01	0.06	9.36

会员编号	会员名称	销售主要产品	2019 年度		毛利率 (%)
			会员销售金额 (万元)	占直营门店、加盟门店零售收入 (%)	
13873100646	韩**	健腰丸、强力枇杷露、葡萄糖酸锌口服溶液、葡萄糖酸钙口服溶液、百乐眠胶囊、肾宝片、补肺丸等 安宫牛黄丸、1323 汤臣倍健氨糖软骨素钙片、龟龄集、复方阿胶浆(无蔗糖)、6329 蛋白粉/汤臣倍健、古汉养生精口服液、天麻(0.5)、阿胶、六味地黄丸等	53.49	0.05	35.46
4309215400	李**2	安宫牛黄丸、三七(0.5)、天麻(0.5)、9689 氨糖软骨素钙片/汤臣倍健、苯磺酸氨氯地平片、古汉养生精口服液、白参须(0.1)、0129 云南田三七牙膏/礼奈、大活络丸、(H)0188 五福香米等	53.37	0.05	33.57
4301510002951	余**	三七 (0.5)、安宫牛黄丸、天麻(0.5)、0129 云南田三七牙膏/礼奈、(H)0105 礼奈皂液、三七(0.5)、苯磺酸氨氯地平片、阿胶、0057 百合康牌钙维 D 软胶囊/纽西莱特、古汉养生精口服液等	44.58	0.04	36.05
4301710001253	唐**	安宫牛黄丸、东阿阿胶、天麻(0.5)、古汉养生精口服液、(H)4509/4493 食用植物调和油/食用调和油/康京元、(H)0188 五福香米、康京元茶籽橄榄食用调和油、西洋参(0.25)、(H)牛黄清心丸(局方)、0129 云南田三七牙膏/礼奈等	36.43	0.03	35.00
	合计		696.92		

其中：会员陈*、龙**、李**1 本期主要消费毛利率较低的古汉养生精口服液等，导致毛利率低于其他会员。

(3) 2018 年前十大会员销售收入及占比、主要产品内容、毛利率

会员编号	会员名称	销售主要产品	会员销售金额 (万元)	2018 年度	
				占直营门店、加盟门店零售收入 (%)	毛利率 (%)
501217775	忠**	古汉养生精口服液、阿胶、驴胶补血颗粒/九芝堂、气血康口服液、六味地黄丸(浓缩丸)/九芝堂、东阿阿胶(铁盒)、肾宝片、鸿茅药酒、舒筋健腰丸、复方阿胶浆(无蔗糖)等	156.43	0.15	44.95
15800880066	龙**	古汉养生精口服液、安宫牛黄丸、人参口服液、东阿阿胶、壮腰健肾片、益安宁丸、谢琳白燕窝(燕盏)、参芪颗粒、龟龄集、天麻(0.5)等	134.11	0.13	9.10
500920090	邓**	0005 云南白药牙膏、环孢素软胶囊(基)、替比夫定片/素比伏、阿托伐他汀钙片/立普妥、百令胶囊、多贝斯胶囊/羟苯磺酸钙、阿托伐他汀钙片/阿乐、恩替卡韦分散片、苯磺酸左旋氨氯地平片/施慧达片、利加隆水飞蓟素胶囊等	97.75	0.09	11.06
4301310012493	颜**	西洋参(0.2)、安宫牛黄丸、天麻(0.5)、三七(0.5)、古汉养生精口服液、安宫牛黄丸(铁盒)、耳环石斛/铁皮石斛(0.2)、安宫牛黄丸 YP1/2、复方阿胶浆(无蔗糖)、阿胶等	88.67	0.09	32.73
500321736	韩**	安宫牛黄丸、安宫牛黄丸 YP1/2、古汉养生精口服液、天麻(0.5)、三七(0.5)、阿胶、三七(0.5)、复方阿胶浆(无蔗糖)、东阿阿胶、西洋参(0.2)等	84.98	0.08	34.45
13975220521	熊**	古汉养生精口服液、安宫牛黄丸、定坤丹、东阿阿胶、0327 礼奈云南田三七清热祛火牙膏、龟龄集 Z1/2、三七(0.5)、安宫牛黄丸 Z1/4、盐酸氨基葡萄糖胶囊、牛黄清心	72.99	0.07	28.39

会员编号	会员名称	销售主要产品	会员销售金额 (万元)	2018 年度	
				占直营门店、加盟门店零售收入 (%)	毛利率 (%)
13100310809	张**	丸等 安宫牛黄丸、阿胶、东阿阿胶、 龟龄集 Z1/2、复方阿胶浆(无蔗糖)、定坤丹、龟龄集、6329 蛋白粉/汤臣倍健、定坤丹 Z1/2、三七(0.5)等	72.01	0.07	36.28
500919759	唐**	古汉养生精口服液、安宫牛黄丸、舒筋健腰丸、复方阿胶浆(无蔗糖)、0412 红枣/康京元、重组甘精胰岛素注射剂/长秀霖(基)、东阿阿胶(铁盒)、门冬胰岛素注射液/诺和锐笔芯、西洋参(进口)、诺和锐 30 笔芯/门冬胰岛素 30 注射液(基)等	61.62	0.06	0.50
500399786	梁**	安宫牛黄丸、安宫牛黄丸(铁盒)、天麻(0.5)、三七(0.5)、肾宝胶囊、古汉养生精口服液、牛黄清心丸(局方)、大活络丸、三七(0.5)、0327 礼奈云南田三七清热祛火牙膏等	48.55	0.05	28.31
501009107	杨**	牛黄清心丸(局方)、安宫牛黄丸、三七(0.5)、定坤丹、复方阿胶浆(无蔗糖)、蒲地蓝消炎口服液、天麻(0.5)、安宫牛黄丸(铁盒)、龟龄集、西洋参(0.2)等	47.94	0.05	39.64
	合 计		865.05		

其中：会员龙**本期主要消费毛利率较低的古汉养生精口服液等；会员邓**本期主要消费毛利率较低的云南白药牙膏等；会员唐**本期主要消费毛利率较低的古汉养生精口服液、安宫牛黄丸等；上述原因导致毛利率低于其他会员。

(4) 2017 年前十大会员销售收入及占比、主要产品内容、毛利率

会员编号	会员名称	销售主要产品	会员销售金额 (万元)	2017 年度	
				占直营门店、加盟门店零售收入 (%)	毛利率 (%)
500099122	曾**	苯磺酸左旋氨氯地平片/施慧达片、阿托伐他汀钙片/阿乐、硫酸氢氯吡格雷片/波立维、硫酸氢氯吡格雷片/泰嘉、阿卡波糖片/卡博平(基)、重组甘精胰岛素注射剂/长秀霖(基)、阿托伐他汀钙片/立普妥、阿托伐他汀钙分散片、琥珀酸美托洛尔缓释片/倍他乐克、厄贝沙坦片/安博维等	184.72	0.20	14.98
501217775	忠**	阿胶、阿胶/福牌(铁盒)、黄芪颗粒、赖氨酸维 B12 颗粒/葵花宝宝、东阿阿胶(铁盒)、西洋参、三七(0.5)、古汉养生精口服液、肾宝片、金龙补肾合剂 YP1/3 等	170.82	0.18	39.38
500321736	韩**	6990 惠普生牌钙维 D 软胶囊#/纽西莱特、硝苯地平控释片/拜新同、复方阿胶浆(无蔗糖)、阿胶#、安宫牛黄丸 Z1/4、2748 惠普生牌鱼油软胶囊/富莱欣牌/纽西莱特#、天麻(0.5)、东阿阿胶(铁盒)、6086 罗布麻叶、三七(0.5)等	102.90	0.11	37.24
500399786	梁**	肾宝胶囊、安宫牛黄丸、6990 惠普生牌钙维 D 软胶囊#/纽西莱特、安宫牛黄丸(铁盒)、牛黄清心丸(局方)、苯磺酸左旋氨氯地平片/施慧达片、大活络丸、YP1/42373 蜂胶 VE 软胶囊、大)/益生缘牌/纽西莱特#、安宫牛黄丸、6086 罗布麻叶等	102.61	0.11	31.08
500610383	颜**	复方阿胶浆(无蔗糖)、安宫牛黄丸(铁盒)、西洋参(0.2)、鸿茅药酒、天麻(0.5)、阿胶#、6990 惠普生牌钙维 D 软胶囊#/纽西莱特、2373 蜂胶 VE 软胶囊(大)/益生缘牌/纽西莱特#、三七(0.5)、苯磺酸左旋氨氯地平片/福斯多#	101.76	0.11	35.28

会员编号	会员名称	销售主要产品	会员销售金额 (万元)	2017 年度	
				占直营门店、加盟门店零售收入 (%)	毛利率 (%)
500101275	李**	安宫牛黄丸(铁盒)、古汉养生精口服液、安宫牛黄丸(基)、蛹虫草、6990 惠普生牌钙维 D 软胶囊#/纽西莱特、西洋参(0.2)、安宫牛黄丸、白参须(0.5)、西洋参(0.25)、天麻(0.5)等	98.47	0.11	38.80
50003329	汤**	苯磺酸左旋氨氯地平片/施慧达片、牛磺熊去氧胆酸胶囊/滔罗特、阿托伐他汀钙片/阿乐、安宫牛黄丸、熊去氧胆酸胶囊/优思弗、三七(0.5)、阿卡波糖片/卡博平(基)、安宫牛黄丸、舒筋健腰丸、益安宁丸 Z1/2	98.17	0.11	20.48
5000740	程**	苯磺酸左旋氨氯地平片/施慧达片、天麻(0.5)、重组甘精胰岛素注射剂/长秀霖(基)、阿卡波糖片/卡博平(基)、三七(0.5)、低钙腹膜透析液(乳酸盐 G1.5%)(基)、阿胶#、阿托伐他汀钙片、阿托伐他汀钙片/阿乐、西洋参(0.2)等	89.77	0.10	23.68
500076246	胡**	苯磺酸左旋氨氯地平片/施慧达片、硫酸氢氯吡格雷片/波立维、硫酸氢氯吡格雷片/泰嘉、阿托伐他汀钙片/阿乐、阿卡波糖片/卡博平(基)、阿托伐他汀钙片/立普妥、重组甘精胰岛素注射剂/长秀霖(基)、乌苯美司片、厄贝沙坦片/安博维、阿托伐他汀钙分散片等	56.59	0.06	14.72
500112723	莫**	古汉养生精口服液、定坤丹 Z1/2、6990 惠普生牌钙维 D 软胶囊#/纽西莱特、复方阿胶浆(无蔗糖)、安宫牛黄丸(铁盒)、2748 惠普生牌鱼油软胶囊/富莱欣牌/纽西莱特#、西洋参(0.2)、9669 静心助眠口服液、益安宁丸 Z1/2、肾宝片等	51.80	0.06	35.73
	合 计		<u>1,057.61</u>		

其中：会员曾**、胡**本期主要消费毛利率较低的苯磺酸左旋氨氯地平片/施慧达片、阿托伐他汀钙片/阿乐、硫酸氢氯吡格雷片/波立维、硫酸氢氯吡格雷片/泰嘉等，导致毛利率低于其他会员。

前十大会员销售规模较大，主要原因是报告期各期会员存在加盟商或者店员以自己名义办理的会员卡，加盟商或者店员为了吸引非会员客户，在非会员购物时，以自己的会员卡在系统中记录购物信息，以享受会员折扣，并促成交易，具有合理性。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、查阅报告期各期门店及客户增减变动情况的相关明细表，分析和核对各期直营店、加盟店、合作店、分销业务客户新增、退出及持续合作的情况是否符合公司实际情况，分析和判断客户及门店增减变动对报告期各期收入的影响。

2、询问加盟店、直营店的销售高峰、销售量、进货情况、库存情况以及门店控制人与发行以及股东是否有关联关系等。

3、查阅经加盟店、直营店签章的走访底稿，了解加盟店、直营店在报告期各期实际购销存情况。

4、根据取得的加盟店、直营店的相关系统数据，与发行人入账的系统数据核对。

5、查阅各地区加盟门店及直营门店的基本资料，了解以下信息：

(1) 加盟门店及直营门店名称、地址、营业执照、开业时间、营业面积；

(2) 加盟合同、《药品经营许可证》等经营资质。

6、以报告期各期末所有门店为核查范围，对直营门店收入情况进行核查，对加盟门店配送金额、应付账款、应付保证金等情况进行核查；核查及走访比例具体如下：

(1) 加盟店走访情况详见本回复“问题 17、九、中介机构对加盟店的核查程序、范围及结果”。

(2) 直营门店走访情况详见本回复“问题 20、一、(四) 相关核查程序、范围及结论”。

7、报告期针对直营门店的库存情况进行监盘，详细情况如下：

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
监盘直营门店存货金额（万元）	1,772.09	1,330.67	1,148.22	1,194.03
期末直营门店存货余额（万元）	5,518.88	4,617.26	4,496.20	4,140.74
核查存货占比（%）	32.11%	28.82%	25.54%	28.84%

8、针对报告期各期末加盟店配送收入情况执行函证程序，详见本回复“问题 17、九、中介机构对加盟店的核查程序、范围及结果”。

9、信息系统审计人员对发行人上述信息系统应用情况进行了审计，详见本回复“问题 28、四、(二) IT

审计的实施过程”。

10、查阅各直营门店、加盟门店的相关租赁合同、相关业务系统数据，复核相关门店的坪效、店均收入、店均租金是否存在异常情况。

11、查阅相关加盟商明细表，了解其按实际控制人归类披露前五大加盟店基本情况是否如实披露，并重点了解是否存在加盟业务集中于个别加盟商实控人的情形，加盟店实控人是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工。

12、查阅报告期各期直营店、加盟店、合作店的明细表，了解各店是否存在相互转换情况；对各期损益的影响情况；转让价格是否公允；了解其转让对手方实控人信息，了解对手方实控人是否与发行人存在关联关系或其他利益安排、是否曾任、现任发行人股东或员工；了解是否存在将盈利能力弱的直营店变更为加盟店、合作店，改为确认加盟、合作收入；将盈利能力强的加盟店、合作店转为直营店的情形。

13、核查系统中的相关会员数据，随机抽取部分会员，通过对会员访谈，了解其选择发行人消费的原因、消费金额、支付方式、消费习惯等信息，并形成访谈纪要。检查各期前十大会员消费明细，了解其销售收入、销售产品内容、销售毛利等是否存在异常情况。

二、申报会计师核查结论

1、报告期内，各门店和客户新增、退出金额及占营业收入的比例较小，不会对发行人的收入产生显著影响。

2、报告期发行人直营店和加盟店的门店数量、总营业面积、营业收入、坪效、店均面积、店均收入、店均租金，直营门店的相关数据与同行业比较不存在重大异常情况。因同行业相关公司暂未披露加盟门店相关数据，无法将公司加盟门店相关信息进行比较。

3、报告期发行人对各加盟商实现的收入较小，不存在加盟业务集中于个别加盟商实控人的情形。除发行人股东长沙和盟股权投资中心（普通合伙）执行事务合伙人舒国辉、董事张西军的配偶王平、公司监事会主席刘文广的配偶胡文建、公司副总裁沈洁的父亲沈湘龙、现任员工袁素妮和张振萍，曾任员工蒋智等加盟店实控人与发行人存在关联关系，或曾任、现任发行人员工外，其他加盟店实控人与发行人不存在关联关系或其他利益安排，其他加盟店实控人均未曾任、现任发行人股东或员工。

4、经核查，报告期内发行人不存在直营门店与品牌合作店互转、加盟门店与品牌合作门店互转的情形。但发行人存在直营店、加盟店互相转换的情形，各类型门店转换前后收入占比较小，对发行人主营业务不会产生较大影响。前述直营门店与加盟门店互转价格转让价格公允，不存在利益输送情况。根据相关交易对手方提供的情况调查表，各对手方实控人与发行人不存在关联关系或其他利益安排、未曾任、现任发行人股东或员工。各类型门店转换前后盈利能力相当，不存在将盈利能力弱的直营店变更为加盟店、合作店，改为确认加盟、合作收入；将盈利能力强的加盟店、合作店转为直营店的情形。

5、发行人的加盟商销售收入真实、完整、准确。

6、报告期各期会员存在加盟商或者店员以自己名义办理的会员卡，主要原因是加盟商或者店员为了吸引非会员客户，在非会员购物时，以自己的会员卡在系统中记录购物信息，以享受会员折扣并促成交易。发行人前十大会员销售规模与公司实际情况相符，并已根据各门店的资金回款检查了解其业务的真实性，且销售产品

的毛利率不存在异常情况。

问题 23

关于成本，申报材料显示，发行人营业成本分别为 58,898.29 万元、72,520.78 万元、82,845.18 万元，收到供应商的票折返利分别为 2,051.87 万元、4,775.58 万元、5,701.31 万元，占营业成本的比例为 3.48%、6.59%、6.88%。请发行人补充披露：（1）营业成本的核算及结转方法，从业务整体、不同产品类别等方面披露产品采购、销量、存货余额之间的匹配关系，是否存在三者单位成本差异较大的情形及合理性；（2）其他业务成本的构成情况，构成和变动合理性，其财务核算是否规范、成本是否完整、准确。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、营业成本的核算及结转方法

公司营业成本包括主营业务成本与其他业务成本。

公司属于医药流通企业，无生产加工流程，因此主营业务成本主要包括三大部分：①当期销售商品成本。②当期销售商品的供应商票折返利。③新收入准则下销售商品产生的履约成本即运输费用（2020 年 1 月 1 日起适用，2019 年 12 月 31 日前列销售费用）。

主营业务成本=当期销售商品成本-当期销售商品的供应商票折返利+新准则下销售商品产生的运输费用

（1）当期销售商品的成本核算

1) 商品的购入计价采用实际成本法。采购成本包括：从采购入库前发生的全部支出，包括购买价款、运输费以及其他可归属于存货采购成本的费用。

2) 销售成本结转：公司成本结转按月末一次加权平均法核算，销售成本按出售产品数量乘以当月加权平均单位成本得出。

（2）当期销售商品的供应商票折返利

计入主营业务成本的供应商票折返利金额=商品本期销售数量*实际收到供应商的单位票折返利。

（3）新准则下销售商品产生的履约成本即运输费用（2020 年 1 月 1 日起适用，2019 年 12 月 31 日前列销售费用）

二、不同产品类型下存货采购、销量、存货余额之间的匹配关系

1、报告期各期存货采购金额、销量成本、存货余额

公司制定了严格的采购渠道管理，坚持“按需进货、质量第一、择优采购的原则”。同时，在采购商品管理方向，公司根据各产品的销量变化趋势，不断优化产品结构，选择性淘汰销售贡献较低、销售较差的商品，降低商品滞销风险，保证商品体系的正常运转。报告期内，公司不同产品类型下存货采购金额、销量成本金额差异较小，基本实现采销平衡，保持了较高的存货周转率。

金额单位：人民币万元

品种类型	2020 年期初存货金额	存货采购金额	存货销售成本	2020 年 6 月末存货金额
中西成药	12,623.33	28,626.84	26,835.40	14,414.77
中药	898.25	2,777.53	2,721.31	954.47
保健食品	967.49	1,773.79	1,692.32	1,048.96
医疗器械	600.06	9,582.56	7,333.20	2,849.42
生物制剂	154.56	3,192.26	1,791.98	1,554.84
计生用品	34.63	126.93	122.65	38.91
生活用品	1,138.74	6,682.57	6,131.79	1,689.52
合计	<u>16,417.06</u>	<u>52,762.48</u>	<u>46,628.65</u>	<u>22,550.89</u>

续上表

金额单位：人民币万元

品种类型	2019 年期初存货金额	存货采购金额	存货销售成本	2019 年期末存货金额
中西成药	15,789.30	59,171.78	62,337.75	12,623.33
中药	1,021.47	5,348.78	5,472.00	898.25
保健食品	797.53	3,230.99	3,061.03	967.49
医疗器械	457.03	1,772.13	1,629.10	600.06
生物制剂	118.79	1,610.02	1,574.25	154.56
计生用品	43.69	410.32	419.38	34.63
生活用品	1,365.68	7,900.54	8,127.48	1,138.74
合计	<u>19,593.49</u>	<u>79,444.56</u>	<u>82,620.99</u>	<u>16,417.06</u>

续上表

金额单位：人民币万元

品种类型	2018 年期初存货金额	存货采购金额	存货销售成本	2018 年期末存货金额
中西成药	8,798.87	59,060.66	52,070.23	15,789.30
中药	1,083.96	6,650.28	6,712.77	1,021.47
保健食品	567.35	2,864.94	2,634.76	797.53
医疗器械	326.85	1,426.36	1,296.18	457.03
生物制剂	95.31	1,010.78	987.3	118.79
计生用品	101.63	386.58	444.52	43.69
生活用品	1,535.42	7,998.21	8,167.95	1,365.68
合计	<u>12,509.39</u>	<u>79,397.81</u>	<u>72,313.71</u>	<u>19,593.49</u>

续上表

金额单位：人民币万元

品种类型	2017 年年初存货金 额	存货采购金额	存货销售成本	2017 年期末存货金 额
中西成药	5,659.26	41,387.64	38,248.03	8,798.87
中药	878.30	6,995.84	6,790.18	1,083.96
保健食品	352.77	2,214.51	1,999.93	567.35
医疗器械	277.20	1,213.28	1,163.63	326.85
生物制剂	62.14	724.08	690.91	95.31
计生用品	79.52	382.29	360.18	101.63
生活用品	1,242.15	9,891.02	9,597.75	1,535.42
合 计	<u>8,551.34</u>	<u>62,808.66</u>	<u>58,850.61</u>	<u>12,509.39</u>

2、存货采购金额、销量成本、存货余额三者单价的匹配关系

公司中西成药在药品结构中占比较大，报告期各期中西成药销售成本占不同产品类型销售总成本比重均在 55% 以上。因此，列示中西成药各期采购金额、销售成本、存货余额，及三者单位成本金额。

金额单位：人民币万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中西成药销售成本	26,835.40	62,337.75	52,070.23	38,248.03
不同产品类型销售总成本	46,628.65	82,620.99	72,313.71	58,850.61
中西成药成本占总成本比重	57.55%	75.45%	72.01%	64.99%

报告期内，中西成药采购金额、销售成本、存货余额，及三者单位成本金额如下表所示：

项 目	明细项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初存货	存货余额	12,623.33	15,789.30	8,798.87	5,659.26
	（万元）				
	存货数量	614.33	804.51	816.88	496.15
本期采购存货	存货单价（元）	20.55	19.63	10.77	11.41
	采购金额	28,626.84	59,171.78	59,060.66	41,387.64
	（万元）				
本期销售成本	采购数量	2,230.61	4,766.25	5,630.95	4,227.33
	采购单价（元）	12.83	12.41	10.49	9.79
	销售成本	26,835.40	62,337.75	52,070.23	38,248.03
本期销售成本	（万元）				
	销售数量	1,998.49	4,956.43	5,643.32	3,906.60
	平均销售成本	13.43	12.58	9.23	9.79
	（元）				

项 目	明细项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
期末存货	存货余额 (万元)	14,414.77	12,623.33	15,789.30	8,798.87
	存货数量	846.45	614.33	804.51	816.88
	存货单价(元)	17.03	20.55	19.63	10.77

公司运用雨诺 G3 ERP 业务系统记录存货的收发存情况，雨诺 G3 ERP 业务系统按照按月末一次加权平均法计算各月份应结转成本。系统一贯运行，月末，财务人员按照业务系统计算的应结转成本金额进行结转成本的账务处理。同时，财务人员不定期对系统收发存数据与财务数据进行双向核对。因此在采购单价未发生重大变化的情形下，各月份单个药品采购单价、单位销售成本、存货余额单价之间不存在差异较大的情形。但由于公司销售药品种类不一，不同类别下存货种类成千上万，药品计量单位繁杂。如中西成药计量单位为：盒、瓶、支、包、粒、提、贴、粒、袋、板等；同时药品单价高低差异较大。不同类型下平均存货采购/销售/结存单价，除与单个药品的采购单价及成本结转相关外，还与不同价位的药品结构紧密关联。因此从业务整体、不同产品类别等方面计算采购、销量、存货余额三者单价参考价值较低。

2017年，公司平均采购单价、单位销售成本、期末存货平均单价，三者差异较小。2018年起，公司期末存货平均单价与当期采购单价、单位销售成本差异较大，系2018年起公司根据市场需求顺势推行了“品牌战略”，即大力引进并推广单价较大的知名品牌品种，如东阿阿胶、复方阿胶浆、定坤丹、安宫牛黄丸等。基于战略性备货的考虑，该类单价较大的产品占公司期末存货的比重较大，导致公司期末存货单价较大。由于本期采购总额、采购数量、销售成本总额、销售数量较大，该类单价较大的产品占采购总额、采购数量，本期销售成本总额、销售数量比重缩小，单价较大的产品采购与销售金额被单价较小的产品平均化，导致总体采购单价、销售成本较期初/期末存货单价降低。以2018年为例进行说明，如下：

2018年产品结构中，单价较大且采购量较大的单品主要为：东阿阿胶、复方阿胶浆、定坤丹、安宫牛黄丸、龟龄集等，其期初结存、采购、销售、期末结存情况如下表所示。2018年，公司对该5种单品采购量较大，但其采购金额、采购数量占中西成药采购总额、采购数量的比重较低，中西成药采购单价被单价较低的药品平均化。2018年期末，该5种单品结存数量低于采购数量，但其结存金额、结存数量占中西成药结存总额、结存数量的比例较大，中西成药平均结存单价上升。导致期末结存单价远高于本期采购单价、本期销售单位成本。

项 目	5种单品金额合计 (万元)	单品金额占中西成 药总金额比例	5种单品数量合计 (万盒、万瓶、万 粒)	单品数量占中西 成药总数量比例
期初存货	726.26	8.25%	3.52	0.43%

项 目	5 种单品金额合计 (万元)	单品金额占中西成 药总金额比例	5 种单品数量合计 (万盒、万瓶、万 粒)	单品数量占中西 成药总数量比例
本期采购存货	10,321.53	17.48%	30.79	0.55%
本期销售成本	3,852.57	7.40%	12.06	0.21%
期末存货	7,195.23	45.57%	22.24	2.76%

剔除上述 5 种单品的影响后，中西成药采购单价、销售成本、期末结存单价的差异随之减小，三者单价不存在明显差异。

项 目	中西成药金 额 (万元)	剔除 5 种单品 后金额 (万 元)	中西成药 数量 (万盒、 万粒等)	剔除 5 种单 品后数量 (万盒、万 瓶、万粒)	平均单价 (元)	剔除 5 种 单品后平 均单价 (元)
期初存货	8,798.87	8,072.61	816.88	813.36	10.77	9.93
本期采购存货	59,060.66	48,739.13	5,630.95	5,600.16	10.49	8.70
本期销售成本	52,070.23	48,217.66	5,643.32	5,631.25	9.23	8.56
期末存货	15,789.30	8,594.07	804.51	782.27	19.63	10.99

三、其他业务成本的构成情况，构成和变动合理性，其财务核算是否规范、成本是否完整、准确。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(三) 营业成本分析”之“4、其他业务成本构成情况分析”中补充披露：

公司报告期内其他业务成本构成情况如下表所示：

金额单位：人民币万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
促销服务成本				
管理服务成本	11.59			
出租成本	6.49	8.17	17.89	
物料成本	40.85	216.02	189.19	47.68
合 计	58.93	224.19	207.08	47.68

公司其他业务成本包括：促销服务成本、管理服务成本、物料成本、出租成本。

1、促销服务成本

促销服务成本系公司为供应商提供促销服务、陈列服务等发生的成本费用。报告期内促销服务成本金额为零，是由于公司与促销活动相关的材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分至为单个供应商提供的促销活动，因此公司在实际财务核算中将所有促销成本统一在销售费用中核算。同行业可比上市公司

将与促销服务、陈列服务、咨询业务相关的成本计入当期销售费用，未在其他业务成本或者主营业务成本科目列报，详见 26 题（一）。

2、管理服务成本

管理服务成本系公司向加盟门店或其他合作方提供各项服务发生的成本费用。2017 年—2019 年管理服务成本为零，系因公司向加盟门店提供“七统一”管理服务发生的成本、管理人员工资等均为统一核算，无法准确区分至各加盟成本中心，公司在实际财务核算中将上述费用在相关费用中核算。2020 年管理服务成本 11.59 万元，系公司与品牌合作方签订网络医疗服务协作合同，向其提供“友德医互联网医疗服务平台”的服务。公司按采购协议约定每个门店向第三方支付软件服务费。公司按照权责发生制将当期发生的服务费成本计入管理服务成本。借：其他业务成本-管理服务成本，贷：银行存款/其他应付款。

3、物料成本

物料成本为公司因加盟店进行促销活动而销售的宣传物料的采购成本。财务人员按照加盟店领用的物料采购成本，借：其他业务成本，贷：周转材料。2020 年 1-6 月物料成本较 2019 年度下降 81.09%，主要受疫情影响，促销活动减少，导致物料成本较少。

4、出租成本

出租成本主要为公司投资性房地产等的折旧费用。每月末，财务人员将投资性房地产折旧费用归集至其他业务成本出租成本。借：其他业务成本-出租成本，贷：投资性房地产-累计折旧等。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

- 1、了解与存货计价、营业成本结转相关内部控制，评价和测试关键内部控制点设计及执行有效性。
- 2、通过对成本核算流程的穿行测试及查阅相关文件，了解报告期内发行人采购和成本核算及结转方法是否按照其披露的会计政策执行且保持一贯性，同时评价发行人成本核算的会计政策是否符合企业会计准则的规定。
- 3、取得发行人报告期内分类别的存货明细表，对报告期内的主营业务成本实施分析程序，检查主要类别或主要产品单位成本的变动，以识别是否存在重大或异常变动情况，并分析原因及合理性。
- 4、取得发行人报告期内各类存货变动明细表，结合存货增减变动倒轧分析营业成本结转准确性，了解主营业务成本构成，分析其合理性。
- 5、针对其他业务成本中所涉及到的管理服务成本，检查相关协议，并根据协议分别测算需承担的服务费是否与账面一致。
- 6、针对其他业务成本中所涉及的物料成本，抽样检查各物料出库的相关依据是否满足公司成本确认依据。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人成本核算方法符合发行人实际经营情况，符合《企业会计准则》的要求、在报告期内保持了一贯性原则、相关内部控制健全有效。不存在采购、销售、存货结余三者单位成本差异较大的情形，且其各产品类型的商品结构不同导致单位成本不同符合商业实质。

2、发行人其他业务成本构成和变动均符合商业逻辑，财务核算规范、成本计算完整、分摊和列报准确。

问题 24

关于供应商票折返利。申报材料显示，“在满足条件收到供应商返利后或者基本确定可以收到供应商返利的当期进行会计处理。由于公司产品的存货周转率较高，在收到供应商返利的当月计入存货，并根据对应存货销售情况冲减相应的销售成本，同时减少当期增值税进项税金”。请发行人补充披露：（1）票折返利的具体会计处理；（2）票折返利根据相关库存商品是否实现销售如何在存货余额和主营业务成本之间进行分摊，报告期各年度分摊具体金额，对各期损益的影响金额；（3）“基本确定可以收到”对应的具体情形，该情形下的会计处理方式与“收到返利再确认”有何差异，“基本确认可以收到”和“最终实际收到”的具体间隔时长，是否存在年度间跨期情形；（4）票折返利 2018 年和 2019 年较 2017 年显著增长的原因，前五大票折返利对应的供应商信息、采购金额及占比、主要产品内容。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、票折返利的具体会计处理

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（三）营业成本分析”之“5、票折返利分析”中补充披露。

公司与部分供应商在合同中约定，公司将根据采购量（金额）、公司对外销售量（金额）、供应商收到的回款额等指标，定期与供应商结算采购折扣（返利），由供应商在出具的增值税专用发票上进行金额折扣。各期末，根据合同约定的返利条件和标准，公司在满足合作约定条件且实际收到供应商的票折返利当期进行会计处理，减少当期进项税和应付账款。同时根据相关存货销售情况，冲减相应的存货成本或主营业务成本。具体会计处理如下：

①收到供应商发票折扣，确认商品进销差价

借：应付账款

 贷：商品进销差价

 应交税费-增值税-进项税额

②月末依据已实现销售的返利商品，将该商品对应的供应商票折返利冲减当期的主营业务成本：

借：商品进销差价

 贷：主营业务成本

二、票折返利根据相关库存商品是否实现销售如何在存货余额和主营业务成本之间进行分摊，报告期各年度分摊具体金额，对各期损益的影响金额

同行业上市公司对供应商票折返利的会计处理，均为在收到供应商票折返利的当月冲减相应的销售成本，同时减少当期增值税进项税金。基于谨慎性原则，公司针对供应商票折返利金额较大或周转较慢的商品。获取其采购批次、采购单价、采购数量及本期实际收到的供应商票折返利、期末结存数量等数据，对该商品的供应

商票折返利根据销售数量和结存数量在存货余额和主营业务成本之间进行分摊。即：

计入存货余额的供应商票折返利金额=商品期末结存数量*实际收到供应商的单位票折返利

计入主营业务成本的供应商票折返利金额=商品本期销售数量*实际收到供应商的单位票折返利

2017年—2020年6月，供应商票折返利分摊明细如下表所示：

金额单位：人民币万元

年度	期初在存货中结存的返利金额	当期收到的返利金额	计入主营业务成本的返利金额	计入存货余额的返利金额	对利润总额的影响
2017年	32.96	2,051.87	1,980.98	103.85	1,980.98
2018年	103.85	4,775.58	3,537.95	1,341.48	3,537.95
2019年	1,341.48	5,701.31	6,823.24	219.55	6,823.24
2020年1-6月	219.55	3,520.24	3,402.32	337.47	3,402.32

三、“基本确定可以收到”对应的具体情形，该情形下的会计处理方式与“收到返利再确认”有何差异，“基本确认可以收到”和“最终实际收到”的具体间隔时长，是否存在年度间跨期情形

“基本确定可以收到”对应的具体情形为公司与供应商就采购返利票折金额达成一致意见，供应商寄出注明采购折扣金额的增值税专用发票，公司获取该信息后作为“基本确定可以收到”的情形。

“基本确认可以收到”和“最终实际收到”的具体间隔时长较短，公司以实际收到供应商注明折扣金额的增值税专用发票作为确认供应商返利时点，不存在年度间跨期情形。

四、票折返利 2018 年和 2019 年较 2017 年显著增长的原因，前五大票折返利对应的供应商信息、采购金额及占比、主要产品内容

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(三) 营业成本分析”之“4、票折返利分析”中补充披露：

2018年、2019年，公司供应商票折返利呈显著增长的态势。一方面得益于公司采购规模的扩大。依托于公司强大的市场拓展能力，2018年、2019年公司直营和加盟业务稳步增长、分销业务规模扩张，业务需求的攀升使得公司采购规模扩大，供应商票折返利相应增加；另一方面，2018年公司根据市场需求顺势推行了“品牌战略”，不断优化产品结构。即大力引进并推广单价高、单位返利高的知名品牌品种，逐步替代品牌知名度较小、返利较小的厂家品种。

1、报告期各期前五大票折返利对应的供应商信息

企业名称	法定代表人	注册资本	成立日期	所属省份
湖南果行健康产业有限公司	龙毅	2,000 万	2017-03-02	湖南省
华润湖南双舟医药有限公司	赵可可	5,000 万	2011-12-01	湖南省
湖南九芝堂医药有限公司	郭彩虹	3,500 万	2004-12-01	湖南省
九芝堂股份有限公司	李振国	86,935.42 万	1999-05-12	湖南省

企业名称	法定代表人	注册资本	成立日期	所属省份
湖南凯信医药有限公司	潘力	500 万	2018-03-28	湖南省
东阿阿胶股份有限公司	高登辉	65,402.15 万	1994-06-04	山东省
湖南九州通医药有限公司	龚翼华	28,000 万	2012-04-16	湖南省
山西广誉远国药有限公司	张斌	4,532 万	1998-02-25	山西省
南京胜拓健康产业发展有限公司	刘卫	4,000 万	2008-01-23	江苏省
华润湖南医药有限公司	王永辉	20,000 万	2001-09-19	湖南省
昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	张忠勤		2017-01-05	湖南省
湖南同安医药有限公司	高步云	5,000 万	2009-03-09	湖南省
湖南九芝堂医药有限公司	郭彩虹	3,500 万	2004-12-01	湖南省
启迪古汉集团衡阳中药有限公司	刘炳成	12,000 万	2007-01-18	湖南省

2、报告期各期前五大票折返利对应的采购金额及占比、主要产品内容

金额单位：人民币万元

年度	票折前五大 供应商	返利 金额	不含返利无 税采购金额	返利占采购金 额比重 (%)	主要采购产品
2020 年 1-6 月	九芝堂股份有限公司	445.94	1,289.05	34.59	安宫牛黄丸、六味地黄丸、全鹿丸等
	湖南果行健康产业有限公司	426.97	1,665.73	25.63	KF94 口罩等
	湖南九州通医药有限公司	278.75	3,407.62	8.18	东阿阿胶、磷酸奥司他韦颗粒、安宫牛黄丸、阿托伐他汀钙片等
	华润湖南双舟医药有限公司	166.33	2,546.68	6.53	如辉消毒液、重组甘精胰岛素注射剂、益安宁丸、抗病毒口服液等
	湖南九芝堂医药有限公司	147.46	269.34	54.75	脑心通胶囊、迈之灵片、通络祛痛膏、安宫牛黄丸等
	合计	<u>1,465.45</u>	<u>9,178.42</u>	<u>15.97</u>	
2019 年	启迪古汉集团衡阳中药有限公司	844.34	5,392.12	15.66	古汉养生精口服液 12 支、古汉养生精口服液 30 支

年度	票折前五大 供应商	返利 金额	不含返利无 税采购金额	返利占采购金 额比重 (%)	主要采购产品
2018 年	湖南九州通医药有限公司	826.04	5,609.19	14.73	东阿阿胶、复方阿 浆、定坤丹、奥利司 他胶囊等
	湖南同安医药有限公司	445.70	2,082.85	21.40	补肺丸、阿托伐他汀 钙片、益安宁丸等
	九芝堂股份有限公司	365.90	875.63	41.79	安宫牛黄丸、阿胶、 驴胶补血颗粒等
	湖南凯信医药有限公司	258.40	3,022.58	8.55	定坤丹、龟龄集、安 宫牛黄丸、牛黄清心 丸等
	合计	<u>2,740.38</u>	<u>16,982.37</u>	<u>16.14</u>	
	东阿阿胶股份有限公司	1,129.59	3,624.16	31.17	复方阿胶浆、东阿阿 胶
	湖南九州通医药有限公司	584.85	4,980.10	11.74	东阿阿胶、阿胶/同仁 堂、金银花露等
	山西广誉远国药有限公司	461.67	3,533.75	13.06	定坤丹、龟龄集、安 宫牛黄丸、牛黄清心 丸等
	启迪古汉集团衡阳中药有限 公司	189.11	2,545.12	7.43	古汉养生精口服液 12 支、古汉养生精口 服液 30 支
	南京胜拓健康产业有限 公司	140.87	554.32	25.41	润贝婴儿成长奶粉、 谢琳白燕窝(燕盏)等
合计	<u>2,506.09</u>	<u>15,237.45</u>	<u>16.45</u>		
2017 年	华润湖南医药有限公司	619.65	3,431.73	18.06	复方阿胶浆、东阿阿 胶、复方感冒灵颗 粒、恩替卡韦分散片 等
	昌都振兴中药饮片实业有限 公司长沙分公司	184.40	3,861.51	4.78	西洋参、天麻、川贝 母/原色、三七、中药 饮片、当归等
	湖南同安医药有限公司	63.94	2,582.20	2.48	益安宁丸、鸿茅药 酒、定坤丹、龟龄集 等
	湖南九芝堂医药有限公司	63.02	487.31	12.93	六味地黄丸、藿香正 气口服液、驴胶补血

年度	票折前五大 供应商	返利 金额	不含返利无 税采购金额	返利占采购金 额比重(%)	主要采购产品
					颗粒、补肾固齿丸等
	启迪古汉集团衡阳中药有限 公司	60.24	1,568.49	3.84	古汉养生精口服液 12支、古汉养生精口 服液30支
	合计	<u>991.25</u>	<u>11,931.24</u>	<u>8.31</u>	

3、票折返利 2018 年和 2019 年较 2017 年显著增长的原因

2018 年公司供应商返利较 2017 年大幅上升，系由于 2018 年公司开始推行“品牌战略”，陆续与东阿阿胶股份有限公司、山西广誉远国药有限公司达成战略合作伙伴关系，并取得东阿阿胶、复方阿胶浆、安宫牛黄丸等知名品牌的区域代理权。公司设立了品牌控销中心，负责上述品种的分销。上述知名商品 2018 年采购数量较 2017 年显著增加，采购数量如下表所示：

	2018 年	2017 年
东阿阿胶（单位：万盒）	8.55	1.01
复方阿胶浆（单位：万盒）	3.02	3.19
安宫牛黄丸（单位：万粒）	3.92	1.47
定坤丹（单位：万盒）	11.77	6.05
龟龄集（单位：万瓶）	3.53	1.38

2018 年公司分别从东阿阿胶股份有限公司、湖南九州通医药有限公司采购商品 3,624.16 万元、4,980.10 万元，分别比 2017 年采购金额增加 3,514.30 万元、3,721.51 万元。因此，东阿阿胶股份有限公司、湖南九州通医药有限公司 2018 年供应商返利金额较 2017 年大幅增加。山西广誉远国药有限公司主营产品为定坤丹、龟龄集、安宫牛黄丸、牛黄清心丸等，2017 年购进渠道较为分散，2018 年开始，公司从山西广誉远国药有限公司及旗下一级经销商湖南凯信医药有限公司集中大额采购。因此，2018 年山西广誉远国药有限公司返利较 2017 年增加。

2019 年供应商返利较 2018 年持续增加，系公司品牌战略持续发力。与启迪古汉、九芝堂股份等供应商达成亲密合作关系。2019 年公司成为湖南启迪古汉湖南代理，采购总量较 2017 年、2018 年增加。其次，为加速商品流转，2019 年湖南启迪古汉联合公司开展较多常规促销活动。根据采购协议约定，湖南启迪古汉按照采购回款金额给予公司票折。因此，2019 年启迪古汉供应商返利较 2018 年增加。

2019 年公司与九芝堂股份达成了全面战略合作关系，对其所有产品进行重点推荐和销售。为了充分利用老字号的品牌优势，九芝堂逐步推出自己的安宫牛黄丸等新产品，加大了对产品的促销力度。在双方的共同努力下，公司九芝堂系列产品销售效果明显，2020 年 1-6 月公司从九芝堂及其子公司购进产品相对于 2019 年同期增长 85.07%，导致九芝堂产品的返利金额较大，占比较高。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、访谈发行人采购、财务等部门负责人，了解行业特征和主要采购模式，了解，分析与评价公司与供应商票折返利相关政策适当性及合理性。

2、了解同行业上市公司供应商票折返利的会计政策，比较和分析公司的相关政策是否与同行业会计政策是否一致。

3、获取主要供应商采购合同及报告期各期供应商采购返利明细，对大额供应商票折返利进行专项核查。检查采购返利凭证及后附增值税专用发票，检查采购返利合同、采购入库及销售出库记录，根据采购返利合同约定的返利比例及采购入库记录，核对和测算采购返利金额准确性和真实性，核查供应商返利会计处理时点是否适当和合理，依据是否充分。

4、获取发行人的返利明细台账，针对采购返利金额大（年度返利>100万）、周转期限长的商品，核实期末实际结存数量，按照返利台账记录的单位返利金额，测试其本期“商品进销差价”计入存货余额的供应商票折返利金额是否与发行人账面金额是否一致。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人报告期内供应商票折返利的会计处理符合《企业会计准则》的相关要求，与同行业上市公司的会计处理不存在重大差异。

2、票折返利根据相关库存商品是否已实现对外销售在存货余额和主营业务成本之间进行合理分摊，已充分披露报告期各年度分摊金额及对各期损益的影响金额。

3、发行人报告期内供应商票折返利均按照实际收到时确认，不存在年度间跨期情形。

4、票折返利 2018 年和 2019 年较 2017 年显著增长具有合理性，票折返利增加符合公司实际情况。

问题 25

关于采购和供应商。申报材料显示，发行人报告期采购金额分别为 58,850.61 万元、72,313.71 万元、82,620.98 万元。请发行人补充披露：（1）是否存在应付供应商款项未约定账期，按发行人实际出售产品时点对应付供应商款项结算，产品出售之前发行人可无条件或以较低的条件向供应商退货的情形；上述产品发行人向供应商采购是否系“实销实结”，发行人销售上述产品的会计处理是否按委托代销处理，采购的上述产品是否符合存货确认条件，具体的会计处理方式及其依据是否符合《企业会计准则》相关规定。（2）报告期前五大供应商各年度的采购情况，包括对应的返利、增值服务收入；同一产品向不同供应商的采购单价差异及合理性。（3）关于供应商和客户重叠。请披露报告期向海元堂采购和销售的具体金额；向其销售和采购价格和向第三方价格比较是否公允，向其销售产品的毛利率和向其采购产品再销售的毛利率是否存在异常；2019 年与海元堂未出现销售和采购重叠的原因。（4）特品业务对应的前五大供应商信息、采购金额占比、应付账款余额及期后付款情况；发行人采购金额占其销售总额比，上述供应商是否专为发行人服务。（5）贴牌业务对应采购数量、金额及占总采购额比例，向主要贴牌供应商的采购情况，贴牌供应商是否专为发行人服务。

请保荐人、申报会计师说明对供应商的走访情况，包括走访范围、占比、取得何种凭证等，并核查上述情况，披露核查过程及结果。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、是否存在应付供应商款项未约定账期，按发行人实际出售产品时点对应付供应商款项结算，产品出售之前发行人可无条件或以较低的条件向供应商退货的情形；上述产品发行人向供应商采购是否系“实销实结”，发行人销售上述产品的会计处理是否按委托代销处理，采购的上述产品是否符合存货确认条件，具体的会计处理方式及其依据是否符合《企业会计准则》相关规定。

公司不存在应付供应商款项未约定账期，按公司实际出售产品时点对应付供应商款项结算，产品出售之前公司可无条件或以较低的条件向供应商退货的相关情形。不存在“实销实结”供应商采购情况。公司无委托代销商品情况。

二、报告期前五大供应商各年度的采购情况，包括对应的返利、增值服务收入；同一产品向不同供应商的采购单价差异及合理性。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”之“（二）向前五名供应商采购情况”进行了补充披露：

1、发行人在报告期内前五大供应商各年度的采购情况，包括对应的返利、增值服务收入列示如下：

年 度	供应商名称	不含返利无税采购 金额（万元）	不含税返利金额 （万元）	促销服务收入 不含税金额 （万元）
2020	华润医药商业集团有限公司关联单位	4,558.63	280.09	21.03
年	九州通医药集团股份有限公司关联单位	4,121.72	278.75	
1-6	湖南一喜科技服务有限公司	4,049.32	49.48	

年 度	供应商名称	不含返利无税采购 金额（万元）	不含税返利金额 （万元）	促销服务收入 不含税金额 （万元）
2019 年度	月 国药控股股份有限公司关联单位	3,673.77	92.68	0.94
	必康润祥医药河北有限公司	2,242.48		
	合 计	<u>18,645.92</u>	<u>701.00</u>	<u>21.97</u>
	华润医药商业集团有限公司关联单位	9,008.03	727.90	49.27
	九州通医药集团股份有限公司关联单位	6,556.36	832.06	
	启迪古汉集团股份有限公司关联单位	5,393.88	844.34	4.15
	国药控股股份有限公司关联单位	5,167.26	240.37	4.87
	湖南振兴中药饮片实业有限公司关联单位	3,195.63	158.07	72.76
	合 计	<u>29,321.16</u>	<u>2,802.74</u>	<u>131.05</u>
	2018 年度	华润医药商业集团有限公司关联单位	9,622.80	416.40
九州通医药集团股份有限公司关联单位	5,790.64	600.15	0.10	
国药控股股份有限公司关联单位	5,697.01	163.16	1.91	
湖南振兴中药饮片实业有限公司关联单位	3,747.17	130.82	71.64	
东阿阿胶股份有限公司	3,624.16	2,440.12	407.00	
合 计	<u>28,481.78</u>	<u>3,750.65</u>	<u>481.51</u>	
2017 年度	华润医药商业集团有限公司关联单位	10,883.99	732.75	
国药控股股份有限公司关联单位	4,406.70	73.63	0.42	
湖南振兴中药饮片实业有限公司关联单位	3,861.51	184.40	62.07	
益海嘉里食品营销有限公司	2,737.92		12.31	
九州通医药集团股份有限公司关联单位	2,142.69	32.42		
合 计	<u>24,032.81</u>	<u>1,023.20</u>	<u>74.80</u>	

注 1：受同一实际控制人控制的供应商合并计算采购额，公司对该等供应商的采购金额为合并数据。

注 2：华润医药商业集团有限公司关联单位主要包括：华润湖南双舟医药有限公司、华润湖南医药有限公司、湖南同安医药有限公司等。

注 3：国药控股股份有限公司关联单位主要包括：国药控股湖南有限公司、国药控股长沙有限公司、国药集团药业股份有限公司、国药控股广东恒兴有限公司等。

注 4：湖南振兴中药饮片实业有限公司关联单位主要为昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司、湖南振兴中药有限公司。

注 5：九州通医药集团股份有限公司关联单位主要包括：湖南九州通医药有限公司、湛江九州通医药有限公司、海南九州通康达医药有限公司等。

注 6：启迪古汉集团股份有限公司关联单位主要包括：启迪古汉集团衡阳中药有限公司、启迪古汉集团湖南医药有限公司。

注 7：九芝堂股份有限公司关联单位主要包括：湖南九芝堂医药有限公司、九芝堂股份有限公司、九芝堂医药贸易有限公司。

按照供应商受同一实际控制人控制口径合并统计，报告期各期，公司向前五名供应商合计的采购金额占采购总额的比例分别 36.86%、33.78%、34.49%、33.59%，不存在向单个供应商采购金额超过年度采购总金额 50% 的情况。公司、公司控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述相关供应商不存在关联关系，亦不存在前五名供应商及其控股股东、实际控制人是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

2、发行人在报告期内同一产品向不同供应商采购的采购价格差异

在满足公司的质量要求、交期要求的情况下，公司将综合考虑供应商的报价以及提供的服务水平，选择服务水平较高，价格公允的供应商向其采购。按照采购金额选取了各期采购总额前五的产品披露如下：

(1) 2020 年 1-6 月同一产品向不同供应商采购总额前五产品列示如下：

商品名称规格	供应商名称	无税采购 单价(元)	数量	无税采购总 额(万元)	差异率 (%)	差异原因
蓝芩口服液 10ml*12 支	供应商 A	22.03	1,400.00	3.08	26.31	湖南、海南 供货价和零 售价格体系 不一样，且 不能跨省供 货
	供应商 B	22.03	2,000.00	4.41		
	供应商 C	29.90	11,098.00	33.18		
人血白蛋白 10g(20% 50ml)/瓶	供应商 A	280.53	4,300.00	120.63	2.46	无明显差异
	供应商 B	287.61	200.00	5.75		
安宫牛黄丸 3g*2 丸	供应商 A	792.92	1,500.00	118.94	0.00	无差异
	供应商 B	792.92	4,000.00	317.17		
阿卡波糖片 50mg*30 片	供应商 A	53.45	1,620.00	8.66	0.00	无差异
	供应商 B	53.45	440.00	2.35		
连花清瘟胶囊 0.35g*12 粒*2 板	供应商 A	9.61	4,000.00	3.84	1.72	无明显差异
	供应商 B	9.61	800.00	0.77		
	供应商 C	9.61	2,000.00	1.92		
	供应商 D	9.72	200.00	0.19		
	供应商 E	9.62	5,958.00	5.73		
	供应商 F	9.78	5,575.00	5.45		

(2) 2019 年度同一产品向不同供应商采购总额前五产品列示如下：

商品名称规格	供应商名称	无税采购 单价(元)	数量	无税采购总 额(万元)	差异率 (%)	差异原因
小儿清热化积 散	供应商 A	262.66	420.00	11.03	0	无差异
	供应商 B	262.66	1,365.00	35.85		

商品名称规格	供应商名称	无税采购 单价(元)	数量	无税采购总 额(万元)	差异率 (%)	差异原因
0.6g*3 瓶						
益安宁丸	供应商 A	541.86	320.00	17.34		
112 丸*3 瓶	供应商 B	556.69	256.00	14.25	16.25	偶尔有阶段性政策支持
	供应商 C	647.00	320.00	20.70		
阿托伐他汀钙	供应商 A	46.11	320.00	1.48		湖南、海南的医院中标价不一样，连锁供货价也不一样，且不能跨省供货
片	供应商 B	47.84	1,600.00	7.65		
20mg*7 片	供应商 C	46.38	3,200.00	14.84	12.29	
	供应商 D	52.57	4,760.00	25.02		
阿托伐他汀钙	供应商 A	21.47	4,800.00	10.31		无明显差异
片	供应商 B	20.90	4,000.00	8.36	2.65	
20mg*7 片	供应商 A	21.16	4,000.00	8.46		
莫匹罗星软膏	供应商 B	20.86	1,000.00	2.09		无明显差异
10 克(2%)	供应商 C	21.16	1,000.00	2.12	2.59	
	供应商 D	20.61	2,800.00	5.77		

(3) 2018 年度同一产品向不同供应商采购总额前五产品列示如下:

商品名称规格	供应商名称	无税采购 单价(元)	数量	无税采购总额 (万元)	差异率 (%)	差异原因
东阿阿胶	供应商 A	743.96	798.00	59.37		无明
250 克	供应商 B	740.96	6,400.00	474.22	0.40	显差
	供应商 C	743.96	5.00	0.37		异
	供应商 A	52.14	1,200.00	6.26		医院
阿托伐他汀钙	供应商 B	47.84	1,280.00	6.12		中标
片	供应商 C	52.41	1,600.00	8.39		价调
20mg*7 片	供应商 D	52.59	2,880.00	15.15	9.02	整, 正
						常进
						价涨
						跌
硝苯地平缓释	供应商 A	16.24	1,920.00	3.12		厂家
片(I)	供应商 B	17.24	2,400.00	4.14		供货
10mg*60 片	供应商 C	19.66	343	0.67	17.38	价下
	供应商 D	16.38	7,200.00	11.79		调
多巴丝肼片	供应商 A	63.79	100	0.64		正常
(基)	供应商 B	61.54	800	4.92		进价
250mg*40 片	供应商 C	64.96	1,500.00	9.74	5.26	涨跌
	供应商 D	63.25	400.00	2.53		
鸿茅药酒	供应商 A	702.76	180.00	12.65		无明
500ml*4 瓶	供应商 B	708.94	60.00	4.25	0.87	显差

商品名称规格	供应商名称	无税采购 单价(元)	数量	无税采购总额 (万元)	差异率 (%)	差异 原因
--------	-------	---------------	----	----------------	------------	----------

(4) 2017 年度同一产品向不同供应商采购总额前五产品列示如下:

商品名称规格	供应商名称	无税采购 单价(元)	数量	无税采购总 额(万元)	差异率 (%)	差异原因
东阿阿胶(铁盒) 250g	供应商 A	647.01	672	43.48	0.00	无差异
	供应商 B	647.01	352	22.77		
安宫牛黄丸 Z1/43 克	供应商 A	277.78	1,080.00	30.00	10.96	厂家价格 调整,加大 动销支持
	供应商 B	311.96	648	20.22		
	供应商 A	52.14	640	3.34		
阿托伐他汀钙 片/立普妥 20mg*7 片	供应商 B	52.14	1,920.00	10.01	1.61	无明显差 异
	供应商 C	52.99	960	5.09		
	供应商 D	52.56	960	5.05		
	供应商 E	52.62	1,600.00	8.42		
鸿茅药酒 500ml	供应商 A	212.23	714	15.15	0.00	无差异
	供应商 B	212.23	600	12.73		
龟龄集酒 YP1/5500ml	供应商 A	151.28	1,200.00	18.15	0.00	无差异
	供应商 B	151.28	480	7.26		

三、关于供应商和客户重叠。请披露报告期向海元堂采购和销售的具体金额；向其销售和采购价格和向第三方价格比较是否公允，向其销售产品的毛利率和向其采购产品再销售的毛利率是否存在异常；2019 年与海元堂未出现销售和采购重叠的原因。

(一) 请披露报告期向海元堂采购和销售的具体金额；2019 年与海元堂未出现销售和采购重叠的原因。

报告期内，公司与海元堂的采购和销售的具体金额如下：

金额单位：人民币万元

项目	向海元堂采购	占当期采购总额比例	向海元堂销售	占当期销售收入比例
2020 年 1-6 月	124.06	0.22%	203.46	0.36%
2019 年	188.71	0.22%	711.01	0.69%
2018 年	617.35	0.73%	621.08	0.66%
2017 年	1,244.84	1.91%	431.80	0.55%

招股说明书中已披露同时是公司前十名客户和前十名供应商的重叠情况，因海元堂未进入 2019 年度公司前十名客户和供应商，故招股说明书未披露与其交易情况。

(二) 向其销售和采购价格和向第三方价格比较是否公允，向其销售产品的毛利率和向其采购产品再销售的毛利率是否存在异常。

随着大量知名品牌将自己的品种和资源集中在大型连锁药店，许多中小型连锁药店和单体药店无法获得知名品牌品种，导致部分货源出现严重缺失。公司利用这一机遇，授权给一些质量可靠、具有一定市场影响力、产能相对稳定的药品生产企业进行贴牌生产，以满足中小型连锁药店和单体药店的需求。同时通过提高了对连锁药店、单体药店等客户供货渠道的稳定性，增强客户对公司的依赖性，以吸引部分潜在客户加入加盟店或品牌合作店。

基于公司与湖南海元堂药业有限公司有稳定良好的合作关系，经友好协商，2017年海元堂药业有限公司控股股东张军将其所有的“海元堂”商标授权给公司全资子公司湖南和盛医药有限公司使用，公司根据差异化经营的思路选择了一些质量可靠、具有一定市场影响力、产能相对稳定的药品生产企业进行贴牌，将“海元堂”商标贴牌产品向公司直营门店、加盟门店、品牌合作门店以及其他药店、流通商等客户销售。为了增加销售量，提升对供应商的议价能力，公司将“海元堂”商标贴牌生产的商品或其他优势产品以采购成本价、亦可高于或低于采购成本价交由海元堂药业有限公司进行分销，最终以2017年4月1日至2020年12月31日期间和盛医药对湖南海元堂药业有限公司销售产生的亏损、盈利之差额（在亏损大于盈利的情况下）作为海元堂公司控股股东张军将其所有的“海元堂”商标无偿授权给和盛医药使用的补偿对价，但不能超过12万元/年。

因此，基于以上原因，公司向其销售和采购价格和向第三方价格比较不公允、其销售产品的毛利率和向其采购产品再销售的毛利率存在异常是合理的。

四、特品业务对应的前五大供应商信息、采购金额占比、应付账款余额及期后付款情况；发行人采购金额占其销售总额比，上述供应商是否专为发行人服务。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”进行了补充披露：

1、公司报告期内分销业务前五大供应商信息

年 度	供应商名称	注册资本 (万元)	成立日期	法定代表人	是否专为 公司服务
	湖南一喜科技服务有限公司	1,000.00	2018-4-26	赵俊科	否
	湖南科源医疗器材销售有限公司	2,000.00	2010-1-18	张敏	否
2020年1-6月	湖南果行健康产业有限公司	2,000.00	2017-3-2	龙毅	否
	徐州瑞丽医疗器械有限公司	820.00	2017-9-26	孙路	否
	山西华元医药营销有限公司	8,000.00	2016-12-15	王志敏	否
	启迪古汉集团股份有限公司	23,947.13	1993-11-12	王书贵	否
	山西华元医药营销有限公司	8,000.00	2016-12-15	王志敏	否
2019年度	湖南凯信医药有限公司	500.00	2018-3-28	潘力	否
	东阿阿胶股份有限公司	65,402.15	1994-6-4	高登锋	否
	北京市远东医药发展公司	500.00	1992-10-26	李松	否
2018年度	山西广誉远国药有限公司	4,532.00	1998-2-25	张斌	否

年 度	供应商名称	注册资本 (万元)	成立日期	法定代表人	是否专为公司服务
	启迪古汉集团股份有限公司	23,947.13	1993-11-12	王书贵	否
	益海嘉里食品营销有限公司长沙分公司		2009-6-10	张建武	否
	山西华元医药营销有限公司	8,000.00	2016-12-15	王志敏	否
	北京市远东医药发展公司	500.00	1992-10-26	李松	否
	益海嘉里食品营销有限公司长沙分公司		2009-6-10	张建武	否
	山西华元医药营销有限公司	8,000.00	2016-12-15	王志敏	否
2017 年度	天津华津制药有限公司	5,025.00	2009-8-12	蔡浩杰	否
	国九堂山东阿胶有限公司	1,110.00	2012-4-23	宋海敏	否
	北京市远东医药发展公司	500.00	1992-10-26	李松	否

2、公司报告期内分销业务前五大供应商采购金额占比、应付账款余额、期后付款情况及公司采购金额占供应商销售总额比。

期后付款情况为报告期各期期后一年的付款情况，其中 2019 年为报告期期末至 2020 年 6 月 30 日、2020 年 1-6 月为报告期期末至 2020 年 8 月 31 日的付款情况。列示如下：

年度	供应商名称	不含税采购 净额(万元)	当期采购占供 应商销售比例 (%)	占当期采购 总额比例 (%)	应付账款含 税期末余额 (万元)	期后付款含税 金额(万元)
	湖南一喜科技服务有限公司	3,999.84	2.00	7.58		18.12
	湖南科源医疗器械销售有限公司	1,712.64	1.00	3.25	256.63	78.75
2020 年 1-6 月	湖南果行健康产业有限公司	1,238.76	0.50	2.35	3.56	
	徐州瑞丽医疗器械有限公司	1,157.52	2.00	2.19		
	山西华元医药营销有限公司	920.10	2.30	1.74		150.00
	合 计	<u>9,028.86</u>		<u>17.11</u>	<u>260.19</u>	<u>246.87</u>
	启迪古汉集团股份有限公司	4,549.54	13.74	5.73		1,002.29
2019 年度	山西华元医药营销有限公司	1,640.58	2.90	2.07		1,371.70
	湖南凯信医药有限公司	2,764.17	4.18	3.48	620.34	362.59

年度	供应商名称	不含税采购 净额(万元)	当期采购占供 应商销售比例 (%)	占当期采购 总额比例 (%)	应付账款含 税期末余额 (万元)	期后付款含税 金额(万元)
2018 年度	东阿阿胶股份有限 公司	1,093.42	0.37	1.38	71.85	-0.03
	北京市远东医药发 展公司	633.30	1.20	0.80		388.00
	合 计	<u>10,681.01</u>		<u>13.44</u>	<u>692.19</u>	<u>3,124.55</u>
	山西广誉远国药有 限公司	3,072.08	1.10	3.87	1,542.09	1,542.09
	启迪古汉集团股份 有限公司	2,357.43	12.74	2.97	71.26	5,523.24
	益海嘉里食品营销 有限公司长沙分公 司	2,501.32	18.00	3.15		468.50
	山西华元医药营销 有限公司	1,321.84	2.80	1.66		1,842.39
	北京市远东医药发 展公司	879.95	1.30	1.11		1,116.00
	合 计	<u>10,132.62</u>		<u>12.76</u>	<u>1,613.35</u>	<u>10,492.22</u>
	2017 年度	益海嘉里食品营销 有限公司长沙分公 司	2,737.92	23.00	4.36	
山西华元医药营销 有限公司		714.77	2.00	1.14		1,507.15
天津华津制药有限 公司		462.81	1.30	0.74		749.32
国九堂山东阿胶有 限公司		406.80	0.80	0.65	16.30	642.9
北京市远东医药发 展公司		143.59	1.20	0.23		1,034.00
合 计		<u>4,465.89</u>		<u>7.11</u>	<u>16.30</u>	<u>6,654.11</u>

经核查，上述供应商不存在专为公司服务的情况。

五、贴牌业务对应采购数量、金额及占总采购额比例，采购情况，贴牌供应商是否专为发行人服务。

1、发行人贴牌业务对应申报期各期采购数量、金额及占总采购比例列示如下：

年 度	采购数量	不含税采购金额（万元）	采购金额占比（%）
2020年1-6月	10,322,786.00	3,034.33	5.84
2019年	12,268,927.00	6,181.36	7.79
2018年	11,456,455.00	6,009.23	7.56
2017年	9,324,224.00	5,002.75	7.92

2、公司贴牌业务对应主要贴牌供应商的采购情况列示如下：

年 度	供应商名称	采购数量	不含税采购金额（万元）	是否专为公司服务
2020年 1-6月	山西华元医药营销有限公司	2,334,175.00	920.1	否
	石家庄市诚信中药材有限公司	244,197.00	494.26	否
	湖南海元堂医药企业管理有限公司	5,135,760.00	281.99	否
	重庆迪康长江制药有限公司	580,970.00	141.91	否
	天长亿帆制药有限公司	367,071.00	110.99	否
	合 计	8,662,173.00	1,949.25	
2019年度	山西华元医药营销有限公司	4,176,040.00	1,640.58	否
	石家庄市诚信中药材有限公司	545,374.00	734.42	否
	湖南汇彩生物科技有限公司	369,429.00	399.68	否
	湖南三九九华生物科技有限公司	621,458.00	303.75	否
	长沙新世纪油脂有限公司	240,314.00	273.54	否
	合 计	5,952,615.00	3,351.97	
2018年度	山西华元医药营销有限公司	3,391,090.00	1,321.84	否
	石家庄市诚信中药材有限公司	599,960.00	865.76	否
	长沙市闽锦食品贸易有限公司	131,558.00	407.20	否
	湖南汇彩生物科技有限公司	157,251.00	224.02	否
	湖南一格制药有限公司	330,160.00	242.66	否
	合 计	4,610,019.00	3,061.48	
2017年度	石家庄市诚信中药材有限公司	255,755.00	967.12	否
	山西华元医药营销有限公司	210,210.00	714.77	否
	深圳市汇安康科技有限公司	117,762.00	662.18	否
	湖南省美乐厨油茶网络科技有限公司	9,120.00	398.10	否
	长沙市闽锦食品贸易有限公司	33,471.00	480.58	否
	合 计	626,318.00	3,222.75	

经核查，上述供应商不存在专为公司服务的情况。

六、请保荐人、申报会计师说明对供应商的走访情况，包括走访范围、占比、取得何种凭证等，并核查上述情况，披露核查过程及结果。

选取报告期各期采购额或对应应付、预付款项余额较大的供应商进行走访，报告期各期合计走访采购供应商 187 家。涉及各期的采购金额为 44,984.68 万元、63,241.66 万元、64,555.20 万元、38,275.00 万元，分别占报告期各期采购总额的比例为 68.98%、75.02%、75.93%、66.28%。获取了供应商工商登记信息、采购合同，了解供应商的注册资本、股东构成、主营业务、经营情况以及核查供应商与公司的合作往来、信用结算等情况。

通过供应商走访，核实公司业务往来真实，核查过程中不存在异常情况。

申报会计师走访供应商获取的主要内容如下：

①了解供应商的基本信息、基本经营情况，包括其主要产品、下游客户数量、所在区域、所属行业、对公司产品的评价、报告期内的销售收入；

②了解供应商与公司交易的背景情况，包括供应商的主要客户及产品、供应商销售给公司的产品种类、与公司的合作背景、合作时间、是否与公司存在纠纷；

③与供应商确认与公司交易的真实性，了解双方合同的执行情况、了解货物交付方式、业务流程、支付方式、账期、返利政策及执行情况；

④了解供应商及其实际控制人是否与公司及公司董事、监事、高级管理人员及股东存在关联关系或为公司前员工、是否与公司存在特殊利益安排。

在执行完上述程序后，走访人员与接受访谈人员进行合影，获取相关走访文件，走访获取的文件清单主要有：

序号	获得的证据	盖章签字情况
1	访谈记录	盖章、签字
2	受访者名片、工牌或其他身份信息复印件	盖章
3	走访人员与被访者合影	
4	供应商营业执照/企业信息公示系统/企查查等第三方系统查询的供应商基本工商信息	
5	销售合同	盖章
6	经营资质	盖章

核查结论：经走访，供应商真实存在，业务往来金额真实、准确、完整。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、访谈发行人采购、财务等部门负责人，了解报告期内发行人与主要供应商之间的交易内容、背景，了解主要供应商的基本情况、与发行人合作的历史等情况。

2、获取发行人与采购相关的内部控制制度，了解和评价采购与付款循环相关内部控制的设计有效性，并对关键内部控制的运行有效性实施控制测试。

3、对报告期内主要供应商主要产品进行分析，分析发行人向同一供应商采购的同一产品的价格波动情况，对于同一产品向不同供应商采购的情况，则对比向不同供应商采购的价格差异，以及采购差异的合理性。

4、了解相关报告期各期前十大采购的产品市场价格变动趋势，与发行人的实际采购价格进行分析，判断相关价格变动的合理性及公允性。

5、选取样本对供应商大额往来实施函证程序，并将函证结果与发行人财务报表中确认的金额进行核对。

报告期各期供应商应付账款余额函证结果如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
函证数量（个）	63	165	246	250
函证金额	9,821.25	7,913.22	9,874.95	7,580.59
账面金额	15,032.53	10,476.15	12,304.18	9,631.13
金额占比（%）	65.33	75.54	80.26	78.71
回函确认率（%）	100.00	100.00	100.00	100.00

针对回函不相符的函证，了解函证不相符的原因，获取不符事项余额调节表，检查相关的资料证实其不相符是否合理，核实是否需要进行调整。

6、对重要供应商进行现场访谈，核查供应商是否真实、存在，供应商的经营规模是否与公司之间的交易规模相匹配。报告期各期对供应商走访情况详见本回复“问题 25、“六、请申报会计师说明对供应商的走访情况，包括走访范围、占比、取得何种凭证”的相关内容。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人报告期内不存在应付供应商款项未约定账期，按公司实际出售产品时点对应付供应商款项结算，产品出售之前公司可无条件或以较低的条件向供应商退货的情形。

2、报告期内，报告期前五大供应商各年度的采购情况已详细披露，同一产品向不同供应商的采购单价的差异符合公司情况，具有合理性。

3、报告期内，因发行人对海元堂的销售价格低于采购成本价产生的总亏损超过高于采购成本价产生的总额毛利之差额作为海元堂公司控股股东张军将其所有的“海元堂”商标授权给和盛医药使用的补偿，发行人向其销售和采购价格和向第三方价格比较不具有公允性，其销售产品的毛利率和向其采购产品再销售的毛利率存在异常，但基于上述原因的前提下是合理的。

4、报告期发行人已说明分销业务前五大供应商信息、采购金额占比、应付账款余额及期后付款情况；发行人采购金额占其销售总额比，且不存在供应商专为发行人服务的情况。

5、报告期内发行人已说明贴牌业务对应的详细采购情况，贴牌供应商不存在专为发行人服务的情况。

问题 26

关于毛利和毛利率。申报材料显示，公司主营业务毛利主要来源于直营业务，直营业务毛利占主营业务毛利的比例为 58.32%、52.91%、52.04%。请发行人补充披露：（1）其他业务收入整体毛利率以及旗下各类业务毛利率情况，该毛利率高于发行人主营业务毛利率的合理性；其他业务服务对公司经营业绩影响的风险；其他业务服务毛利率与同行业公司比较的差异及合理性，其他业务服务毛利率高于主营业务是否属于行业共性。（2）招股说明书披露“直营业务直接面向终端客户进行销售，销售毛利既包含配送毛利，也包含了门店零售毛利，因此毛利率高于加盟业务模式”，请披露配送业务和零售业务对应的收入情况及其毛利率，相关定价依据及其合理性，毛利率高于加盟业务模式的合理性。（3）各业务毛利变动对发行人整体毛利变动的贡献程度，其中特品业务报告期对毛利增长贡献持续上升，直营业务 2019 年对毛利增长贡献较大；上述增长的原因及合理性，对毛利增长贡献的可持续性。（4）关于特品业务，请披露①“贴牌品种”“代理品种”“其他”的毛利、占比、毛利率情况；②“其他”具体产品构成情况，三类特品产品之间毛利率差异原因及其合理性；③特品业务核心竞争力来源，与主要产品供应商合作历史，独家代理产品占采购额和销售额的比例，结合协议签署周期、议价能力分析并披露特品业务合作的稳定性、持续性；④向特品业务供应商采购的产品是否存在向直营店、加盟店、合作店销售的情形，若存在，请补充披露该产品各年度采购、期末存货、各销售模式销售的数量和金额及占比，其他三类模式销售价格和毛利率是否与特品业务存在差异，披露其原因及合理性。（5）各大类产品毛利率与同行业公司比较差异及其合理性。（6）不同业务毛利率水平与同行业比较的差异及合理性，各毛利率变动趋势与同行业是否出现偏离及其合理性。（7）毛利率下滑趋势是否系行业周期影响，未来下滑趋势是否能得以扭转，结合发行人利润主要来源，充分披露毛利率下滑相关风险。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、其他业务收入整体毛利率以及旗下各类业务毛利率情况，该毛利率高于发行人主营业务毛利率的合理性；其他业务服务对公司经营业绩影响的风险；其他业务服务毛利率与同行业公司比较的差异及合理性，其他业务服务毛利率高于主营业务是否属于行业共性。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“3、主营业务毛利率构成情况分析”中补充披露：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
其他业务综合毛利率（%）	96.48	95.39	94.27	97.93
其中：促销服务毛利率（%）	100.00	100.00	100.00	100.00
管理服务毛利率（%）	96.86	100.00	100.00	100.00
出租毛利率（%）	89.99	93.68	86.65	100.00
物料毛利率（%）	7.47	2.30	7.55	23.91
其他（%）	100.00	100.00	100.00	100.00

1、促销服务收入毛利率较高的原因

毛利率高于公司主营业务毛利率的主要原因系公司收到供应商支付的陈列收入、促销收入，公司将开具的

增值税发票的相关税金计入税金及附加，因此不存在对应的其他业务营业成本所致。

公司向供应商提供的促销服务主要包括印制海报、柜台展示、重点陈列、灯箱广告制作、开展促销活动、广告宣传、市场推广等，这些促销手段属于门店销售的必要组成部分，即使不向供应商收费，这些促销手段也会实施，因此公司不会配置专门人员从事对供应商的促销服务，而是与正常营销活动统一筹备和开展。由于相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，公司在实际财务核算中将所有促销成本统一在销售费用中核算。

同行业可比上市公司均将促销、陈列与咨询业务相关的成本计入当期销售费用，均未在其他业务成本或者主营业务成本科目列报，具体如下表所示：

金额单位：人民币万元

公司 名称	核算科目	2020年1-6 月	2019年度	2018年度	2017年度
	其他业务收入(未披露促销服务收入)	14,096.84	14,897.92	15,713.91	13,040.82
大参林	促销服务收入对应成本	由于相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，公司在实际财务核算中将所有促销成本统一在销售费用中核算(招股说明书披露)			
老百姓	主营业务收入-咨询费收入	未披露	未披露	未披露	17,324.86
	主营业务成本-咨询费成本	未披露	未披露	未披露	
一心堂	其他业务收入(未披露促销服务收入)	8,002.47	25,139.65	23,071.16	18,044.00
	促销服务收入之成本			未披露	
	其他业务收入(招股书披露主要为促销服务收入)	16,505.16	29,935.35	23,850.12	14,510.92
益丰药房	促销服务收入之成本	由于相关成本、销售人员工资等均为统一核算，无法准确区分，公司在实际财务核算中将促销成本统一在销售费用中核算(招股说明书披露)			

2、加盟管理服务收入毛利率较高的原因

加盟管理服务收入主要系通过为加盟门店提供加盟店质量监督、门店形象、商品陈列等门店管理服务、提供门店营销管理软件使用、提供门店财务核算管理服务分别确认的软件使用收入、加盟费收入、财务核算收入，根据加盟合同对各项服务内容的约定，向加盟商收取相应服务收入，因其相关的成本、管理人员工资等均为统一核算，无法准确区分，公司在实际财务核算中将上述费用在相关费用中核算。而2020年1-6月新增了向品牌合作方收取的远程医疗服务收入，该服务收入对应的成本为向湖南中应达医疗科技有限公司支付的服务费成本。导致2020年1-6月的加盟管理服务收入毛利率下降。

3、报告期其他业务服务对公司经营业绩影响的风险

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
其他业务服务净额（万元）	1,615.04	4,642.46	3,404.27	2,251.35
占毛利总额的比例（%）	12.94	18.57	15.37	11.67

报告期内，公司促销、陈列服务等其他业务产生的毛利占毛利总额的比例分别为 11.67%、15.37%、18.57% 和 12.94%，是公司收入和利润的主要来源之一。

4、其他业务服务毛利率与同行业公司比较的差异及合理性，其他业务服务毛利率高于主营业务是否属于行业共性

单位：%

公司	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
养天和	96.48	95.39	94.27	97.93
老百姓	41.74	25.21	20.13	14.28
大参林	99.93	99.92	100.00	100.00
一心堂	74.08	91.02	88.12	98.15
益丰药房	94.24	92.95	93.48	92.15

根据与同行业上市公司的对比，其他业务收入毛利率基本一致，其他业务毛利率高于主营业务是属于行业共性。

二、招股说明书披露“直营业务直接面向终端客户进行销售，销售毛利既包含配送毛利，也包含了门店零售毛利，因此毛利率高于加盟业务模式”，请披露配送业务和零售业务对应的收入情况及其毛利率，相关定价依据及其合理性，毛利率高于加盟业务模式的合理性。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“3、主营业务毛利率构成情况分析”中补充披露：

金额单位：人民币万元

项目名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
直营业务收入	18,095.85	31,731.95	29,819.02	28,232.49
直营业务成本	12,214.04	21,138.62	19,901.51	18,299.53
直营业务毛利率（%）	32.50	33.38	33.26	35.18
其中：配送业务收入	13,599.02	23,377.74	22,128.77	20,578.48
配送业务成本	12,214.04	21,138.62	19,901.51	18,299.53
配送业务毛利率（%）	10.18	9.58	10.06	11.07
直营门店零售业务收入	18,095.85	31,731.95	29,819.02	28,232.49
直营门店零售业务成本	13,599.02	23,377.74	22,128.77	20,578.48

项目名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
直营门店零售业务毛利率 (%)	24.85	26.33	25.79	27.11
加盟业务配送收入	23,255.80	39,457.85	38,296.59	33,689.78
加盟业务配送成本	21,012.97	35,676.03	34,176.72	29,998.04
加盟业务毛利率 (%)	9.64	9.58	10.76	10.96

公司对于配送给直营店和加盟店制定了统一的配送价格，配送价格由公司商品管理部参照采购成本、市场价格、供需情况统一制定。直营店为公司投资，公司享有直营店所有的收益权，即配送给直营店的收益和直营店对外零售收益；加盟店由加盟商投资，加盟店享有加盟店对外零售收益。因此公司仅赚取配送给加盟商的收益，对外零售的收益由加盟商享有。

对公司的直营业务披露了其配送业务和零售业务对应的收入情况及其毛利率，公司的直营业务各期的毛利率分别为 35.18%、33.26%、33.38%、32.50%，其中，对直营门店配送的毛利率分别为 11.07%、10.06%、9.58%、10.18%，直营门店零售业务毛利率分别为 27.11%、25.79%、26.33%、24.85%。加盟业务配送毛利率分别为 10.96%、10.76%、9.58%、9.64%。与加盟业务配送毛利率相比，直营门店配送的毛利率与其基本保持一致。

三、各业务毛利变动对发行人整体毛利变动的贡献程度，其中特品业务报告期对毛利增长贡献持续上升，直营业务 2019 年对毛利增长贡献较大；上述增长的原因及合理性，对毛利增长贡献的可持续性。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“1、毛利变化趋势及原因分析”中补充披露：

报告期内加盟业务各期实现毛利分别为 3,691.74 万元、4,119.87 万元、3,781.82 万元、2,242.83 万元，加盟业务毛利变动对公司整体毛利变动的贡献程度分别为 4.87%、4.52%、3.67%、3.90%，整体毛利贡献较为稳定，2018 年加盟业务毛利贡献较各期金额较小，主要是由于 2017 年底开始发展品牌合作业务，同时对代理品种进行有针对性的市场营销，并拓展分销业务渠道，成立品牌控销中心，相对而言，加盟门店的配送业务增速相对而言较低，因此加盟业务毛利贡献降低。

报告期各期直营业务实现毛利分别为 9,932.96 万元、9,917.51 万元、10,593.33 万元、5,881.81 万元，各期直营业务毛利变动对公司整体毛利变动的贡献程度分别为 13.09%、10.89%、10.29%、10.23%，公司主营业务毛利主要来源于直营业务。基于养天和门店数量的扩张，公司的宣传以及门店员工服务质量的提升，公司的知名度以及信赖度得到提高，直营业务的销售得到稳步增长。2019 年直营业务对毛利贡献较大的主要原因有：

1、门店方面分析：公司 2019 年扩张新增门店 17 家，该 17 家门店的毛利为 393.45 万元，毛利占比为 3.97%，毛利持续增长的门店在 2019 年的毛利增长额为 2,944.82 万，毛利占比为 29.11%。

2、直营业务直接面向终端客户进行销售，销售毛利既包含配送毛利，也包含了门店零售毛利，因此毛利率高于加盟业务模式。

随着业务规模的扩大，行业地位逐步的提升，公司有实力进一步扩张门店的数量，议价能力也稳步提升，有望得到供应商更低的进价。同时公司在门店的管理以及产品目录的优化等方面的管理制度日趋成熟，根据公司战略的发展方向，毛利将会持续增长。

报告期内分销业务各期实现毛利分别为 3,407.98 万元、4,559.41 万元、5,741.26 万元、2,314.50 万元，报告期内分销业务毛利变动对公司整体毛利变动的贡献程度分别为 4.49%、5.01%、5.58%、4.03%，分销业务毛利在 2018 年、2019 年贡献持续增长的原因为公司于 2018 年成立品牌控销中心，着重针对东阿阿胶、古汉系列等代理品种的渠道销售，此外，公司为持续专注领域集中化销售、强调通过专业化服务产生与患者的长期合作粘性，于 2019 年分设销售中心、DTP 处方药销售部，将处方药中的院线品种、慢病品种、防癌抗癌品种等新特药品种销售进一步专业化，该项公司策略取得的市场效果较为显著。2020 年 1-6 月因疫情影响，分销业务市场拓展渠道受限，分销业务毛利贡献较往期增速放缓。

报告期内品牌合作业务 2018 年至 2020 年 1-6 月各期实现的毛利分别为 146.41 万元、238.95 万元、429.32 万元，2018 年至 2020 年 1-6 月内品牌合作业务毛利变动对公司整体毛利变动的贡献程度分别为 0.16%、0.23%、0.75%，自 2017 年底，公司紧抓中小连锁需求，以类加盟模式为其提供品牌管理模式输出服务，致力打造中国药店加盟一体化专业服务平台，2018 年 3 月与广东肇庆康民大药房签订战略合作，养天和品牌合作模式首家合作企业落户广东肇庆。截至 2020 年 6 月 30 日，养天和品牌合作模式已在广东、广西、湖北、四川、重庆、山东、山西、天津、吉林 9 个省市 18 家中小连锁药店落地，相关品牌合作门店达 1,500 余家。因此，报告期内品牌合作业务的毛利贡献持续增长。

四、关于特品业务，请披露①“贴牌品种”“代理品种”“其他”的毛利、占比、毛利率情况；②“其他”具体产品构成情况，三类特品产品之间毛利率差异原因及其合理性；③特品业务核心竞争力来源，与主要产品供应商合作历史，独家代理产品占采购额和销售额的比例，结合协议签署周期、议价能力分析并披露特品业务合作的稳定性、持续性；④向特品业务供应商采购的产品是否存在向直营店、加盟店、合作店销售的情形，若存在，请补充披露该产品各年度采购、期末存货、各销售模式销售的数量和额及占比，其他三类模式销售价格和毛利率是否与特品业务存在差异，披露其原因及合理性。

1、“贴牌品种”“代理品种”“其他”的毛利、占比、毛利率及“其他”具体产品构成情况

金额单位：人民币万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	毛利额	占毛利总额比 (%)	毛利率 (%)	毛利额	占毛利总额比 (%)	毛利率 (%)
分销业务						
其中：贴牌品种	993.49	9.14	37.13	2,359.07	11.59	41.40
代理品种	579.14	5.33	19.03	2,604.93	12.80	16.75
其他分销	741.86	6.83	13.84	777.26	3.82	11.52
合计	<u>2,314.50</u>	<u>21.30</u>	<u>20.90</u>	<u>5,741.26</u>	<u>28.21</u>	<u>20.51</u>
项目	2018 年度			2017 年度		
	毛利额	占毛利总额比 (%)	毛利率 (%)	毛利额	占毛利总额比 (%)	毛利率 (%)
分销业务						
其中：贴牌品种	1,622.63	8.66	38.75	1,100.46	6.46	33.17
代理品种	1,834.63	9.79	26.15	1,133.25	6.65	36.95

其他分销	1,102.15	5.88	10.85	1,174.27	6.89	15.50
合计	<u>4,559.41</u>	<u>24.33</u>	<u>21.34</u>	<u>3,407.98</u>	<u>20.01</u>	<u>24.41</u>

2、“其他”具体产品构成情况，三类特品产品之间毛利率差异原因及其合理性

“其他”具体产品主要是包括除贴牌品种、代理品种以外的中西成药、中药、医疗器械、生物制剂、计生用品、保健食品、生活用品等分销产品。公司分销业务毛利率高于同行业可比公司，主要原因为分销业务主要为代理品种和贴牌合作品种。代理品种是指供应商对渠道进行了分类管理，公司能够获得供应商产品的全国或区域代理权，进而享受优惠的采购价格。贴牌合作品种是公司充分利用在医药流通领域的经营优势，选择产品质量可靠、产能相对稳定的医药生产企业进行合作，将商标授权医药生产企业进行贴牌生产后进行分销。代理品种和贴牌品种通过加强与医药生产企业的直接合作，整合采购渠道，减少产品流通中间环节，降低采购成本，毛利率高于市场上常规品种；其他分销品种市场供应充足，价格透明，竞争较为激烈，毛利率相对较低。

综上，贴牌品种、代理品种、其他分销品种三类特品产品之间毛利率差异具有合理性。

3、特品业务核心竞争力来源，与主要产品供应商合作历史，独家代理产品占采购额和销售额的比例，结合协议签署周期、议价能力分析并披露特品业务合作的稳定性、持续性

金额单位：人民币万元

品种类型	2017 年度				2018 年度			
	采购	占采购总额	销售	占销售总	采购	占采购总	销售	占销售总额
	金额	比(%)	金额	额比(%)	金额	额比(%)	金额	比(%)
代理品种	2,321.21	3.67	3,067.14	4.04	6,479.98	8.15	7,016.68	7.71

品种类型	2019 年度				2020 年 1-6 月			
	采购	占采购总额	销售	占销售总	采购	占采购总	销售	占销售总额
	金额	比(%)	金额	额比(%)	金额	额比(%)	金额	比(%)
代理品种	21,501.97	27.11	15,547.52	15.10	4,189.90	8.06	3,043.91	5.29

2018 年子公司和盛医药取得古汉养生精、东阿阿胶等知名品牌的区域代理权，并设立了品牌控销中心负责上述品种的分销，由于上述产品单价和销售额高，因此销售额增加较快。公司分销的代理品种普遍为品牌厂家的一线知名产品或市场急需品种，顾客认知度高或市场需求大，公司能成为品牌产品的代理商或一级经销商，充分体现公司的规模优势及合规经营口碑，与品牌厂家强强联合，能充分达成战略合作共识，能聚焦增量，厂家能给予更好的供货政策及动销支持，进而成为公司分销业务的核心竞争力。同时，分销能够得到厂家授权向中小连锁供货，提高公司品牌知名度及中小连锁对公司的依赖性，有利于公司拓展和扩张。代理品种的供应商与公司建立了稳定的合作关系，并签署了年度销售协议，分销业务的合作具有稳定性和持续性。

4、向特品业务供应商采购的产品是否存在向直营店、加盟店、合作店销售的情形，若存在，请补充披露该产品各年度采购、期末存货、各销售模式销售的数量和金额及占比，其他三类模式销售价格和毛利率是否与特品业务存在差异，披露其原因及合理性。

公司报告期向分销业务中所涉及的产品，覆盖了其他销售模式的产品，因此该类采购的产品存在向直营

店、加盟店、合作店销售的情形。各产品各年度采购、期末存货的具体情况详见本回复“问题 23、二”的相关内容。

报告期各销售模式所对应产品品类销售具体情况如下：

2020年1-6月						
品种类型	销售模式	销售数量(各 单位)	销售金额(万 元)	占销售总 额比例 (%)	毛利率 (%)	平均销 售单价 (元)
贴牌品种	加盟业务	56.64	672.97	1.17	42.44	11.88
	直营业务	29.05	586.00	1.02	39.79	20.17
	分销业务	878.57	2,675.49	4.65	37.13	3.05
	品牌合作业务	11.26	46.04	0.08	29.56	4.09
代理品种	加盟业务	6.55	1,086.78	1.89	6.32	165.92
	直营业务	0.89	39.96	0.07	45.05	44.90
	分销业务	259.82	3,043.91	5.29	19.03	11.72
	品牌合作业务	5.90	16.10	0.03	37.95	2.73
普通分销	加盟业务	1,620.98	21,496.05	37.39	8.79	13.26
	直营业务	767.45	17,469.88	30.39	32.23	22.76
	分销业务	530.01	5,354.76	9.31	13.84	10.11
	品牌合作业务	162.12	5,004.49	8.70	8.18	30.87
2019年度						
品种类型	销售模式	销售数量(各 单位)	销售金额(万 元)	占销售总 额比例 (%)	毛利率 (%)	平均销 售单价 (元)
贴牌品种	加盟业务	179.12	2,272.04	2.21	34.33	12.68
	直营业务	183.42	2,513.18	2.44	42.38	13.70
	分销业务	940.65	5,698.89	5.53	41.40	6.06
	品牌合作业务	34.76	279.92	0.27	26.78	8.05
代理品种	加盟业务	30.26	2,454.54	2.38	-5.34	81.12
	直营业务	27.70	2,473.13	2.40	21.50	89.28
	分销业务	769.97	15,547.52	15.10	16.75	20.19
	品牌合作业务	6.09	1,191.62	1.16	-5.88	195.67
普通分销	加盟业务	2,776.13	34,731.26	33.73	9.02	12.51
	直营业务	1,261.40	26,745.65	25.97	33.64	21.20
	分销业务	444.70	6,744.21	6.55	11.52	15.17

2020年1-6月						
品种类型	销售模式	销售数量(各 单位)	销售金额(万 元)	占销售总 额比例 (%)	毛利率 (%)	平均销 售单价 (元)
	品牌合作业务	149.11	2,324.38	2.26	10.07	15.59
2018年度						
品种类型	销售模式	销售数量(各 单位)	销售金额(万 元)	占销售总 额比例 (%)	毛利率 (%)	平均销 售单价 (元)
贴牌品种	加盟业务	186.45	2,309.33	2.54	36.56	12.39
	直营业务	117.80	2,718.02	2.98	28.81	23.07
	分销业务	723.39	4,187.41	4.60	38.75	5.79
代理品种	品牌合作业务	27.36	230.34	0.25	17.50	8.42
	加盟业务	19.06	803.57	0.88	9.84	42.16
	直营业务	11.74	412.42	0.45	20.72	35.13
	分销业务	621.34	7,016.68	7.71	26.15	11.29
普通分销	品牌合作业务	2.60	69.42	0.08	35.48	26.67
	加盟业务	2,911.15	35,183.69	38.64	9.09	12.09
	直营业务	1,243.67	26,688.58	29.31	33.91	21.46
	分销业务	1,963.58	10,162.31	11.16	10.84	5.18
	品牌合作业务	116.97	1,275.13	1.40	6.40	10.90
2017年度						
品种类型	销售模式	销售数量(各 单位)	销售金额(万 元)	占销售总 额比例 (%)	毛利率 (%)	平均销 售单价 (元)
贴牌品种	加盟业务	222.33	2,919.50	3.85	32.05	13.13
	直营业务	108.57	2,410.87	3.18	32.88	22.21
	分销业务	548.28	3,317.51	4.37	33.17	6.05
代理品种	品牌合作业务					
	加盟业务	0.32	119.41	0.16	27.83	373.16
	直营业务	2.88	100.77	0.13	43.46	34.99
	分销业务	370.35	3,067.14	4.04	36.95	8.28
普通分销	品牌合作业务					
	加盟业务	2,464.51	30,650.87	40.39	8.88	12.44
	直营业务	1,281.47	25,720.63	33.89	35.37	20.07

品种类型	销售模式	2020年1-6月				
		销售数量(各 单位)	销售金额(万 元)	占销售总 额比例 (%)	毛利率 (%)	平均销 售单价 (元)
	分销业务	958.08	7,576.37	9.98	15.50	7.91
	品牌合作业务					

其他三类模式销售价格和毛利率从整体来看，均与分销业务的整体存在差异，其原因系各业务模式中所销售的商品（包括中西成药、中药等）结构不同所致。若从单个商品来看，除了直营模式的毛利率较高外，其他的如加盟业务、品牌合作业务均与分销业务的销售单价和毛利率基本趋同，但也不排除分销业务、品牌合作业务的客户薄利多销的现象，将导致销售单价和毛利率低于加盟业务。

五、各大类产品毛利率与同行业公司比较差异及其合理性。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）毛利及毛利率分析”之“1、毛利变化趋势及原因分析”中补充披露：

同行业公司按产品类型分类毛利率情况如下表所示：

公司名称	产品分类	单位：%			
		2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
	中西成药	29.86	29.89	30.16	29.09
	中药	37.09	52.86	52.83	52.37
老百姓	非药品	49.93	45.63	48.38	46.92
	其他			72.69	78.30
	主营业务毛利率	32.31	33.59	35.21	35.31
	西药及中成药	34.06	34.47	35.04	34.48
益丰药房	中药	46.43	41.80	40.98	41.08
	非药品	40.26	46.80	47.08	51.35
	主营业务毛利率	36.57	37.39	37.81	38.41
	中西成药	34.67	34.98	35.66	36.42
	中药	未披露	未披露	51.82	50.45
一心堂	医疗器械及计生、消毒用品	39.46	未披露	52.57	54.41
	其他	未披露	未披露	44.70	45.27
	主营业务毛利率	35.70	37.41	39.30	40.17
	中西成药	31.48	33.98	35.83	35.00
大参林	参茸滋补药材		40.97	41.34	40.28
	中药饮片	38.59	30.82	31.12	29.35

公司名称	产品分类	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
	非药品	49.49	53.68	53.77	52.48
	主营业务毛利率	36.78	38.04	40.08	38.88

注：大参林 2020 年半年度报告中将参茸滋补药材和中药饮片合并作为中参药材进行披露。

公司作为零售药店加盟合作共享式服务平台企业，通过直营、加盟、品牌合作、分销模式为广大消费者提供平价、健康、安全的医药产品及专业的药事服务，各年度直营业务占营业收入的比例在 30%至 40%之间。同行业可比公司则是以医药零售业务为主并辅以少量医药批发业务的企业，因此选取公司直营业务模式下各大类产品毛利率与可比公司进行比较。

报告期内，公司直营模式下各大类产品毛利率情况如下：

产品分类	单位：%			
	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
中西成药	33.30	31.87	32.46	33.67
中药	44.90	41.88	41.16	43.79
保健食品	51.10	53.07	50.22	53.22
医疗器械	28.80	45.95	45.03	48.08
生物制剂	7.41	6.24	6.90	6.94
计生用品	47.05	43.32	42.73	42.47
生活用品	21.72	23.11	22.90	29.61
合计	32.50	33.38	33.26	35.18

2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月，公司直营业务收入来源于中西成药、中药、保健食品、医疗器械、生物制剂、计生用品以及生活用品的销售，主要来源于中西成药、中药销售，销售金额合计为 21,996.54 万元、23,469.38 万元、26,060.47 万元、12,633.53 万元，占直营业务收入的比重分别为 77.91%、78.70%、82.13%、69.82%。直营业务模式下中西成药毛利率较为稳定，中药、保健食品和医疗器械属于毛利率较高的品种，公司中西成药的毛利率与同行业毛利率平均水平较为接近，中药的毛利率低于老百姓和一心堂的中药毛利率水平，与益丰药房的中药毛利率水平接近，高于大参林的中药饮片毛利率，主要是由于大参林将毛利率较高的参茸滋补药材单独列示，中药毛利率位于同行业之间的合理水平。

六、不同业务毛利率水平与同行业比较的差异及合理性，各毛利率变动趋势与同行业是否出现偏离及其合理性。

因同行业可比公司未单独披露加盟业务和品牌合作业务毛利率，因此选取可比公司批发和零售毛利率与公司相应类别进行比较，对比情况如下：

证券代码	公司简称	业务类型	2020年1-6月 (%)	2019年 (%)	2018年 (%)	2017年 (%)
603883	老百姓	批发业务	10.79	12.35	12.63	7.13

证券代码	公司简称	业务类型	2020年1-6月 (%)	2019年 (%)	2018年 (%)	2017年 (%)
		零售业务	36.24	36.32	37.97	37.92
603939	益丰药房	批发业务	10.30	8.75	16.58	23.38
		零售业务	37.68	38.55	38.24	38.71
002727	一心堂	批发业务	8.89	16.89	23.10	22.31
		零售业务	36.66	38.02	39.76	40.83
603233	大参林	批发业务	14.37	11.10	13.78	12.93
		零售业务	37.50	38.59	40.54	39.17
		可比公司批发均值	11.09	12.27	16.52	16.44
		公司分销业务毛利率	20.90	20.51	21.34	24.41
		可比公司零售均值	37.02	37.87	39.13	39.16
		公司直营（零售）毛利率	32.50	33.38	33.26	35.18

数据来源：可比公司定期报告。

报告期内，公司直营业务毛利率低于同行业可比公司，主要原因包括：1）同行业可比公司规模优势较为明显，对上游的议价能力较强；2）公司直营业务产品结构与可比公司有所差异，公司直营业务收入中特殊门诊销售收入占比较高，特殊门诊用药费用按住院费用报销办法，由基本医疗保险基金按比例进行支付。因此特殊门诊药品销售毛利相对较低。由于公司特殊门诊收入占比较大，拉低了直营业务毛利率。特殊门诊报告期内的毛利率分别为 18.41%、19.25%、21.86%、20.13%，占直营业务收入的比重分别为 21.50%、22.14%、22.16%、33.04%，扣除特殊门诊影响后公司直营业务的毛利率为 39.78%、37.24%、36.67%、36.05%，与同行业可比公司大体一致。报告期内公司直营业务毛利率略低于同行业可比上市公司平均毛利率，变动趋势与同行业可比上市公司不存在重大差异。

公司分销业务与可比公司批发业务具有一定可比性，故与其进行比较分析。公司分销业务毛利率高于同行业可比公司，主要原因为分销业务主要为代理品种和贴牌合作品种。代理品种是指供应商对渠道进行了分类管理，公司能够获得供应商产品的全国或区域代理权，进而享受优惠的采购价格。贴牌合作品种是公司充分利用在医药流通领域的经营优势，选择产品质量可靠、产能相对稳定的医药生产企业进行合作，将商标授权医药生产企业进行贴牌生产后进行分销。代理品种和贴牌品种通过加强与医药生产企业的直接合作，整合采购渠道，减少产品流通中间环节，降低采购成本，毛利率高于市场上常规品种，常规品种市场供应充足，价格透明，竞争较为激烈，毛利率相对较低。报告期内公司分销业务毛利率高于同行业平均水平具有合理性，变动趋势与同行业可比上市公司不存在重大差异。

七、毛利率下滑趋势是否系行业周期影响，未来下滑趋势是否能得以扭转，结合发行人利润主要来源，充分披露毛利率下滑相关风险。

公司属于医药流通行业，行业发展不可避免会受到国民经济发展情况和政策的影响，但医药行业事关人类生命和健康，需求主要受人们健康情况及当地医疗水平决定，受外部经济环境周期影响较小，需求刚性较强，不存在明显的周期性变化。随着我国人民生活水平的不断提升，对健康需求的逐步提高，我国医疗体制改革不

断深入推进，以及国家持续加大对医疗卫生健康事业的投入，医药流通行业将进入高质量、良性发展阶段，行业周期对毛利率变动不存在明显的不利影响。公司毛利率下滑趋势主要受产品结构变动影响。

(一) 报告期内，公司主营业务毛利率情况如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
主营业务收入	57,497.11	102,976.33	91,056.90	75,883.29
主营业务毛利	10,868.45	20,355.35	18,743.20	17,032.68
主营业务毛利率	18.90%	19.77%	20.58%	22.45%

2017年、2018年、2019年及2020年1-6月，公司主营业务毛利率分别为22.45%、20.58%、19.77%和18.90%。报告期内公司毛利率有所下降，主要原因是公司在保持传统产品优势的同时，不断丰富药品、保健品、医疗器械、生活用品等类别，以满足消费者的需求，商品结构变化导致毛利率变动。2020年1-6月受疫情影响，销售的口罩、消毒液等防护消毒类产品较多，毛利率较低，拉低整体的毛利率水平。

(二) 各产品的毛利率变动情况

单位：%

项目	2020年1-6月			2019年度		
	毛利率	收入占比	毛利贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献
中西成药	21.00	59.08	12.41	20.62	76.26	15.73
中药	18.70	5.82	1.09	19.83	6.63	1.31
保健食品	26.02	3.98	1.04	31.67	4.35	1.38
医疗器械	14.98	15.00	2.25	27.65	2.19	0.60
生物制剂	3.51	3.23	0.11	2.74	1.57	0.04
计生用品	31.20	0.31	0.10	23.72	0.53	0.13
生活用品	15.23	12.58	1.92	6.76	8.46	0.57
合计	<u>18.90</u>	<u>100.00</u>	<u>18.90</u>	<u>19.77</u>	<u>100.00</u>	<u>19.77</u>

项目	2018年度			2017年度		
	毛利率	收入占比	毛利贡献率	毛利率	收入占比	毛利率贡献
中西成药	20.69	72.10	14.91	23.21	65.64	15.23
中药	20.45	9.27	1.90	21.37	11.38	2.43
保健食品	33.17	4.33	1.44	38.15	4.26	1.63
医疗器械	29.16	2.01	0.59	31.03	2.22	0.69
生物制剂	7.42	1.17	0.09	8.75	1.00	0.09

计生用品	24.68	0.65	0.16	18.89	0.59	0.11
生活用品	14.37	10.48	1.51	15.20	14.92	2.27
合计	<u>20.58</u>	<u>100.00</u>	<u>20.58</u>	<u>22.45</u>	<u>100.00</u>	<u>22.45</u>

注：收入占比=各项业务收入/主营业务收入，毛利率贡献=毛利率*收入占比

报告期内，公司毛利率贡献主要来源于中西成药、中药、保健食品的销售。公司日常经营的药品、保健食品、医疗器械、生活用品的品规达 1.7 万余种，报告期内公司各产品类型下主要销售的单品不尽相同，公司在保持基本产品结构稳定的情况下，根据市场需求及时调整产品结构，产品结构变化导致各产品类别的毛利率发生变化。

(三) 各业务模式的毛利率变动情况：

单位：%

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献	毛利率	收入占比	毛利率贡献
加盟业务	9.64	40.45	3.90	9.58	38.32	3.67
直营业务	32.50	31.47	10.23	33.38	30.81	10.29
分销业务	20.90	19.27	4.03	20.51	27.18	5.58
品牌合作业务	8.47	8.81	0.75	6.29	3.69	0.23
合计	<u>18.90</u>	<u>100.00</u>	<u>18.90</u>	<u>19.77</u>	<u>100.00</u>	<u>19.77</u>

项目	2018 年度			2017 年度		
	毛利率	收入占比	毛利率贡献	毛利率	收入占比	毛利率贡献
加盟业务	10.76	42.06	4.52	10.96	44.40	4.87
直营业务	33.26	32.75	10.89	35.18	37.21	13.09
分销业务	21.34	23.46	5.01	24.41	18.40	4.49
品牌合作业务	9.30	1.73	0.16			
合计	<u>20.58</u>	<u>100.00</u>	<u>20.58</u>	<u>22.45</u>	<u>100.00</u>	<u>22.45</u>

注：收入占比=各项业务收入/主营业务收入，毛利率贡献=毛利率*收入占比

报告期内，公司直营业务对主营业务毛利贡献最大，直营业务直接面向终端客户进行销售，销售毛利既包含配送毛利，也包含了门店零售毛利，因此毛利率高于加盟业务模式。2017 年至 2019 年分销业务在报告期内收入占比逐年增长，毛利率贡献也呈现上升趋势，2020 年 1-6 月受疫情影响客户需求减少分销业务收入占比和毛利率贡献有所下降。

直营业务毛利率 2018 年较 2017 年下降 1.92 个百分点，主要原因是公司不断优化商品结构。2018 年起公

司根据市场需求顺势推行了“品牌战略”，即大力引进并推广知名品牌品种，逐步替代高毛利的品牌知名度较小厂家品种。知名品牌品种由于知名度高，吸客能力强，但毛利率相对偏低。随着知名品牌品种的销售增加，导致直营业务毛利率 2018 年有所下降。

加盟业务毛利率 2019 年较 2018 年下降 1.18 个百分点，主要原因是随着公司“品牌战略”的推行，加盟店的商品结构作出相应调整，逐步向知名品牌品种转型。由于加盟店的经营主要跟随直营业务的变化而调整，因此相对存在一定的时间滞后性。

分销业务毛利率 2018 年较 2017 年波动较大，下降 3.07 个百分点，主要原因为：子公司和盛医药 2017 年设立全国营销中心，主要是面向全国的县域连锁或单体药店销售市场急需且具有价格优势的贴牌或独家代理产品，减少了商品流通环节和渠道费用，故其毛利率较高，2018 年子公司和盛医药取得古汉养生精、东阿阿胶等知名品牌的区域代理权，并设立了品牌控销中心，负责上述品种的分销，从而使得分销业务在报告期内收入占比逐年增长，毛利率贡献也呈现上升趋势。品牌控销中心分销的品种，由于生产厂家在市场投入了较多营销资源，产品知名度高、市场容量大，但毛利率略低于贴牌或独家代理产品。随着知名品牌品种的销量逐步增加，导致报告期内分销业务毛利率有所下降。

品牌合作业务 2019 年较 2018 年毛利率下降 3.01 个百分点，主要原因是品牌合作业务为公司 2018 年新增业务，合作初期主要输出有价格优势、毛利率较高的贴牌或代理商品；随着合作的深入，根据品牌合作公司的需要，2019 年开始增加常规品种的销售。常规品种毛利率较低，进而拉低了整体毛利率水平。2020 年 1-6 月公司为增强品牌合作客户的黏性，将部分优势产品对品牌合作客户倾斜，毛利率有所提高。

综上，公司在专注做好直营和加盟业务的基础上，不断创新业务模式，拓展了品牌合作的新业态，这部分业务刚起步、毛利率相对较低，从而使报告期内公司的主营业务毛利率逐年下降。公司在未来经营发展中，将受行业政策变化、竞争加剧、房租及人力成本上升、药品销售价格下降等不确定因素的影响，公司主营业务毛利率存在波动及下降的风险。

公司秉承“扎根社区，服务百姓”的服务模式，门店结构以社区店为主，作为医药零售服务的最后一公里，主要优势在于方便。公司采用合理的产品定价策略、多样化的会员营销手段，随着经营门店数量的扩张、服务会员的稳定增加、医保资质的获取，在经营中不断主动升级商品结构，为消费者提供更多定位准确、高性价比的商品以满足其消费需求。一方面加大对药品的专业化营销力度，通过病种分析等手段提高商品营销的针对性；另一方面在商品组合中向非处方药以及非药品商品进行延伸，推出保健食品、医疗器械、生活用品等多种商品品类，满足下游客户群体个性化、多样化、一站式采购的需求，也可以有效地节约客户的采购成本和采购时间。通过便利的选购体验来吸引更多的消费者，带动门店销售收入和毛利率的提升。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、了解与收入确认、营业成本结转，毛利及毛利率分类计算等相关关键内部控制、分类和会计核算等，评价和测试关键控制设计及运行有效性，销售及毛利计算分类及核算准确性，是否符合会计准则相关规定。

2、对报告期内主要客户的毛利率进行合理性分析，了解主要客户的毛利是否存在异常波动且无合理解释情况。

3、对品牌合作客户、分销业务客户的毛利率进行合理性分析，了解毛利率是否存在异常波动且无合理解释。

4、对基于内部控制及信息系统审计的业务系统的销售数据与财务系统(金蝶 EAS)的销售数据进行核对，确认业务系统与财务系统数据基础的准确性。

5、申报会计师对发行人的收入和成本进行了核查，关于收入和成本的核查详见本回复问题 20 “四、会计师对发行人收入真实性执行的核查程序” 和问题 23 “会计师核查程序及结论” 等相关内容。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人其他业务收入高于主营业务毛利率具体合理性，其他业务毛利率高与同行业基本一致，属于行业共性。

2、配送业务和零售业务对应的收入情况及其毛利率，相关定价依据符合公司实情，具有合理性。

3、各业务毛利变动对发行人整体毛利变动的贡献程度，其中分销业务报告期对毛利增长贡献持续上升，直营业务 2019 年对毛利增长贡献较大；上述增长的原因符合公司的实际情况，具有合理性。根据公司各业务的实际情况分析，各业务对毛利增长贡献具有可持续性。

4、分销业务报告期对毛利增长贡献持续上升，直营业务 2019 年对毛利增长贡献较大均具有合理性及可持续性。

5、发行人已详细披露分销业务的相关内容，其中“贴牌品种”、“代理品种”、“其他分销品种”三类特品产品之间毛利率差异符合公司的业务特性，具有合理性。向分销业务供应商采购的产品存在向直营店、加盟店、合作店销售的情形，已说明该产品各年度采购、期末存货、各销售模式销售的数量和金额及占比，其他三类模式销售价格和毛利率与分销业务存在差异，符合公司的实际情况，主要系销售的具体商品结构不同造成的差异，具有合理性。

6、报告期发行人直营业务模式下的产品毛利率与同行业公司比较不存在异常情况，具有合理性。其他业务模式下，因同行业相关公司暂未披露其他业务模式的相关数据，无法将公司其他模式的相关信息进行比较。

7、因同行业可比公司未单独披露加盟业务和品牌合作业务毛利率，因此选取可比公司分销和零售毛利率与公司相应类别进行比较，报告期内发行人直营业务毛利率略低于同行业可比上市公司平均毛利率，变动趋势与同行业可比上市公司不存在重大差异。报告期内发行人分销业务毛利率高于同行业平均水平具有合理性，变动趋势与同行业可比上市公司不存在重大差异。

8、报告期发行人毛利率下滑趋势不是行业周期影响所致，公司不存在毛利率长期大幅下滑的情形。

问题 27

关于财务规范性。发行人存在第三方回款、现金交易、个人卡等情形。请发行人补充披露：（1）按不同回款方式（如现金、现汇、票据、赊销、医保卡、第三方支付工具等）统计回款金额；现金收款占直营业务收入比例，与同行业公司的差异是否合理。（2）门店当天收取的现金何时、以何种方式存入公司账户，若当天不存入，现金的保管办法，报告期是否发生现金丢失的情形。（3）关于个人卡，发行人 2017 年，个人银行卡存放现金营业款金额为 619.96 万元，占加盟门店当年营业收入的比例为 1.01%。请披露报告期个人卡各项资金用途对应的收付款金额，是否存在不具有真实交易的转账或与关联方或第三方发生非经常性业务资金往来。（4）报告期是否存在其他与关联方或第三方发生非经常性业务资金往来、转贷、提供担保、开具不具有真实贸易背景的票据、出借公司账户等情形；若有，请逐项披露上述行为信息披露是否充分，如对相关交易形成原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况等。

请保荐人和申报会计师说明对上述情形的核查情况，包括采取的方法、核查过程、查看的资料，现金交易相关内部控制是否得到有效执行。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、按不同回款方式（如现金、现汇、票据、赊销、医保卡、第三方支付工具等）统计回款金额；现金收款占直营业务收入比例，与同行业公司的差异是否合理。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“9、现金收款情况”中补充披露：

1、报告期，基于医药零售、批发行业特点，公司收入主要通过现金、银联卡、票据、医保卡和第三方支付等结算方式进行回款，具体情况如下：

金额单位：人民币万元

回款方式	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	含税	占比	含税	占比	含税	占比	含税	占比
	金额	(%)	金额	(%)	金额	(%)	金额	(%)
现金	2,564.22	3.62	7,361.49	6.30	7,712.59	7.36	9,034.79	10.45
银联卡	44,848.31	63.31	69,792.33	59.74	61,795.17	58.97	56,909.76	65.81
票据	2,116.18	2.99	8,925.22	7.64	7,097.50	6.77	805.29	0.93
赊销	9,332.40	13.17	5,115.25	4.38	6,816.47	6.51	3,921.25	4.53
医保卡	3,930.71	5.55	12,000.95	10.27	9,685.69	9.24	8,976.09	10.38
第三方支付结算平台	8,049.45	11.36	13,640.26	11.67	11,679.78	11.15	6,825.18	7.90
合计	<u>70,841.27</u>	100	<u>116,835.50</u>	100	<u>104,787.20</u>	100	<u>86,472.36</u>	100

注：第三方支付结算主要包括支付宝、微信等。

报告期内，公司销售收入主要通过银联卡、第三方支付结算平台、医保卡、现金和票据等方式回款，基于医药零售行业特点，公司通过银联卡、医保卡、第三方支付收款比例较高。

报告期内，现金收款比例逐年下降，医保卡结算、第三方支付结算平台合计回款金额比例均逐年提高，分别为 7.90%、11.15%、11.67% 和 11.36%，上述结算比例的变化，主要系支付技术发展及消费者支付方式改变所致。

2、现金回款占含税直营门店收入的具体情况如下：

金额单位：人民币万元、%

回款方式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金回款	2,564.22	7,361.49	7,712.59	9,034.79
直营门店收入（含税）	19,837.19	35,721.88	34,227.60	32,213.78
现金回款占直营门店收入比例	12.93	20.61	22.53	28.05

报告期内，现金回款占直营门店收入的比例逐年下降，分别为 28.05%、22.53%、20.61%、12.93%，主要系医保个人账户支付结算属于国家政策特定的支付方式并保持稳定且略有增长，第三方支付方式颠覆了传统的现金、银联卡支付方式，逐步成为主流方式。2020 年 1-6 月的现金回款占直营门店收入的比例较 2019 年较低的原因，主要受新冠病毒的影响，消费者到店直接用现金消费的比例降低所致。

3、公司各期的现金收款占直营门店收入比例与同行业公司对比情况如下：

(1) 与已披露同期数据的同行业公司对比情况

选取在审项目漱玉平民大药房连锁股份有限公司（创业板申请公开发行）及云南健之佳健康连锁店股份有限公司（主板申请公开发行）招股书已披露数据，对相同报告期间的现金结算占零售收入比例进行对比分析，具体情况如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
健之佳	20.54%	27.90%	38.28%
漱玉平民	17.54%	23.41%	30.99%
养天和	20.61%	22.53%	28.05%

报告期，公司的现金收款占直营门店收入的比例在逐步下降，与已披露出同期的同行业上市公司对比，不存在重大异常情况。

(2) 与已披露不同期数据的同行业公司对比情况

期间	年份	现金结算比例	数据来源
一心堂	2011 年	61.01%	招股说明书
	2010 年	62.28%	
	2009 年	64.64%	
益丰药房	2014 年	60.19%	招股说明书
	2013 年	63.27%	

	2012 年	66.29%	
	2016 年	58.06%	
大参林	2015 年	57.68%	招股说明书
	2014 年	60.40%	
老百姓			未披露

公司与同行业可比上市公司均存在以现金方式进行结算的销售收入，但现金结算占比显著低于可比上市公司，系同行业上市公司可比数据所处期间早于公司，受近年来微信、支付宝等电子支付方式快速发展的影响，现金支付的比例逐年降低。

二、门店当天收取的现金何时、以何种方式存入公司账户，若当天不存入，现金的保管办法，报告期是否发生现金丢失的情形。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品和服务情况”之“（七）发行人内部运营管理体系”进行了补充披露：

公司针对门店制定了符合《企业会计准则》和行业特点的《集团公司财务管理制度——关于现金收支的管理规定》、《集团公司管理制度——门店督导管理条例》等制度和管理办法，相关制度、管理办法中规定“当班收银员如实填列《收银员登记表》或《销售日报表》；将现金收入以解款单形式及时存入公司指定帐户并注明门店、日期、班次、各班次的现金金额，经证明人签字后交班。”、“日结后，打印出 POS 机结算汇总单。店长每天进行《销售日报表》或《收银员登记表》、解款单等的核对并签字，保证帐实相符。”、“门店营业款必须放入收银箱内，当金额较大如需转移时应建立交接手续，双方签字认可，无交接记录且当天营业款未在店内的按挪用公司营业款处理”、“门店收银员必须每天下午二点前将前一天的现金营业款送存公司的指定的公司银行账户，店长或收银员将营业款送存银行时，必须有两人以上（由店长指定）前往办理存款手续，确保资金安全”、“不能直接存入公司指定帐户的门店，选择就近的由财务部统一开具的对应银行帐号存营业款，存款小票（注明门店、日期、班次）视同现金解款单交财务部，由财务部划拨营业款项”。并在制度中规定“收银员独自一个人前往办理营业款存款手续，造成营业款损失的，由其负责全额赔偿”、“营业款未及时足额存入银行，造成营业款损失的，由店长负责全额赔偿，未造成损失的，对店长及收银员各罚款 50 元/次”、“严禁挪用营业款，挪用营业款按挪用营业款的 5 倍扣除违约金处理(营业款的组成是备用金+实际电脑收银金额+公司标准手工记帐本金额的总和)”等相关的营业款的赔偿责任，报告期未发生现金丢失的情形。

三、关于个人卡，发行人 2017 年，个人银行卡存放现金营业款金额为 619.96 万元，占加盟门店当年营业收入的比例为 1.01%。请披露报告期个人卡各项资金用途对应的收付款金额，是否存在不具有真实交易的转账或与关联方或第三方发生非经常性业务资金往来。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“重大事项提示”之“二、报告期内存在使用个人卡进行结算的情形”中补充披露：

报告期期初，公司始终以“服务加盟药店”为核心发展理念，专注于加盟药店的规范化运营。公司自成立之初，在行业内首先提出了“统一品牌形象，统一运营模式，统一采购配送，统一资金管理，统一人事管理，统一商品价格”的加盟管理模式，要求加盟店每天的营业款必须按照要求在次日直接缴存至公司的账户，但由于公司部分加盟门店所处地区的银行网点周末或节假日不开展对公业务、无法办理对公缴存现金业务等特殊情

况，为确保现金营业款的存放安全，降低加盟门店资金留存的风险，公司 2017 年上半年存在使用公司高管个人银行卡账户存放加盟门店现金营业款情况，共收到 619.96 万元。该个人银行卡在使用期间由公司统一保管、专卡专用，并按照公司财务管理制度对个人银行卡的收支款项履行审核程序。该个人银行卡各项资金用途对应的付款金额情况如下：

资金用途	金额（万元）
支付给加盟商借支 250 万	250.00
代付门店款项	331.13
缴存现金	113.20
付营销活动奖励	11.19
小 计	705.52

报告期个人银行卡的所有付款均按照公司的财务管理制度来支付，并不存在不具有真实交易的转账或与关联方或第三方发生非经常性业务资金往来。

四、报告期是否存在其他与关联方或第三方发生非经常性业务资金往来、转贷、提供担保、开具不具有真实贸易背景的票据、出借公司账户等情形：若有，请逐项披露上述行为信息披露是否充分，如对相关交易形成原因、资金流向和使用用途、利息、违反有关法律法规具体情况及后果、后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况等。

发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“六、发行人报告期内的资金占用和对外担保情况”中补充披露：

根据公司对加盟商的扶持政策，如加盟商因开设药店资金需要，公司可以借款给加盟商开立新的药店，或者购买门面用于开设药店。具体流程为加盟商向公司提出申请，各事业部负责人发起申请，由财务部门负责人，总裁审批通过后方可施行。报告期内，公司存在向加盟商张仕平、欧建华、舒国辉提供借款的情况，具体情况如下：

2017 年 5 月，加盟商张仕平因新开药店，自有资金不足，向公司申请借支 250 万元，公司通过审批后在 2017 年 5 月从个人卡账户支付。后在门面交付过程中出现较大分歧，无法达成一致意见，最后张仕平放弃购买门面，于 2017 年 7 月将 250 万元借款归还给公司。但公司并未收取相关的利息，预计影响金额 1.94 万元。

2019 年 7 月 6 日，为了支持加盟商更快的开展业务拓展，为其扩大经营所需，公司与加盟商欧建华签订借款协议，协议中约定借款本金 600 万元；借款期间为：2019 年 7 月 8 日至 2019 年 12 月 31 日；借款利息采用固定形式，月利率为 6%。欧建华于 2019 年 12 月 30 日归还。该期间公司将收取欧建华支付的借款利息 20.64 万元计入财务费用-利息收入。

2019 年 8 月 6 日，加盟商舒国辉因购买龙辉店商铺缺少部分资金，公司与加盟商舒国辉签订借款协议，协议中约定借款本金 230 万元；借款期间约定为 2019 年 11 月 30 日之前归还；针对借款利息，协议中做了如下约定“若乙方在 2019 年 11 月 30 日前归还借款，则不计息；否则借款自支用之日起，按实际支用数计收利息，利率为年息 10%”。舒国辉于 2019 年 9 月 6 日归还。按照协议约定公司未收取舒国辉的借款利息，预计影响金额为 2.04 万元。

报告期公司除以上事项外，不存在其他与关联方或第三方发生非经常性业务资金往来、转贷、提供担保、开具不具有真实贸易背景的票据、出借公司账户等情形。上述事项并未违反相关法律法规的规定。不存在后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况等事项。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、了解、评价和测试与公司销售收款、现金收付、资金借支往来等相关的内部控制。包括：

(1) 了解、评价和测试与收入确认相关内部控制关键控制点的设计及运行的有效性；其中重点包括项目组根据现金管理规则抽样检查现金日报表各门店缴存金额与实际缴款单金额是否一致，并与系统数据各店的现金交易数据核对一致。

(2) 对发行人财务人员、财务负责人、实际控制人等相关人员进行访谈，了解资金活动相关的内部控制，了解与资金管理、门店管理等相关的内部控制制度设计是否有效，是否得到执行。

2、获取个人银行卡资金流水，获取加盖银行印章的对账单并核对。

3、检查发行人账面“其他应收款”、“其他应付款”中的大额、高频率发生额的个人往来款，对往来事项的合理性进行分析，检查是否存在利用个人卡收款情况。

4、将个人账户银行流水与发行人收取现金的记账凭证进行核对，检查相关资金是否全部记入发行人账户。

5、利用本所内部信息技术专家的工作，了解、评价和测试报告期内与营业收入确认相关信息系统一般控制、应用控制设计及运行有效性；及信息系统更换或升级过程中数据生成、保存及衔接完整准确性。

6、对零售收入进行合理性分析，包括：客单量与客单价、单店坪效、人效分析等，并按照抽样原则，随机抽取门店验证某一时段客流量的真实性，以检查零售收入确认是否存在异常。

7、对公司用于零售现金收入、供应商服务收入现金缴存的银行账户执行流水检查及核对。

8、对发行人的银行流水进行检查，了解大额与其他与关联方或第三方发生非经常性业务资金往来明细，核实资金的收发是否得到有效审批，资金往来是否按照协议的约定计算利息，该利息是否与同期贷款利率趋同。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人报告期的回款方式及现金收款占直营业务收入比例，均与同行业上市公司趋同，不存在重大异常情况。

2、发行人报告期门店当天收取的现金均按照相关制度和办法缴存和保管，并未发生大额现金丢失的情形，即使存在现金丢失现象，根据公司的相关管理办法均会由当班人员承担赔偿责任，不会影响发行人的相关利益。

3、发行人报告期个人银行卡各项资金的收付均按照公司的相关内部控制执行审批，不存在不具有真实交易的转账或与关联方或第三方发生非经常性业务资金往来。

4、报告期发行人与加盟商张仕平、欧建华、舒国辉发生资金拆借行为，已严格按照公司的相关制度执行审批，除此之外，发行人不存在其他与关联方或第三方发生非经常性业务资金往来、转贷、提供担保、开具不具有真实贸易背景的票据、出借公司账户等情形。上述事项并未违反相关法律法规的规定。不存在后续可能影响的承担机制、整改措施、相关内控建立及运行情况等事项。

问题 28

申报材料显示，发行人对旗下 1200 余家门店的采购配售、商品价格、资金、运营等方面采取统一管理。请发行人补充披露发行人信息系统的架构情况，各系统的主要功能，业务系统和财务系统的数据如何传输、如何保证一致性，报告期内是否出现过差异，各系统的具体控制环境。

请保荐人和申报会计师详述 IT 审计实施情况，包括 IT 审计的实施人员的背景、实施过程，对发行人申报期内运营数据和财务数据是否真实、准确、完整的结论。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、发行人信息系统的架构情况，各系统的主要功能。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品和服务情况”之“(七) 发行人内部运营管理体系”进行了补充披露：

公司是一家零售药店加盟合作共享式服务企业，公司的核心业务系统为雨诺 G3 ERP 业务系统，用于对其核心业务进行支撑管理，并联通财务金蝶 EAS 系统。

雨诺 G3 ERP 业务系统主要功能是管理总部及门店的进销存，为商品采购、仓储与配送、商品销售、门店业务、质量管理等提供系统支撑。

财务金蝶 EAS 系统主要功能是为财务管理及会计核算提供系统支撑。

以下为两个系统的架构、接口等相关信息：

系统名称	系统概述	系统架构	操作系统	数据库	服务器托管地点	系统维护部门	系统用户管理部门	系统使用的业务部门	与哪些系统有接口
雨诺 ERP	总部及门店进销存管理	B/S	Windows	Oracle	腾讯云	集团信息部	信息部	质量部，营销部，仓储部，采购部，商品管理部，财务部	EAS
金蝶 EAS	财务管理软件	B/S	Linux	Oracle	腾讯云	集团信息部	信息部	财务管理中心	雨诺 ERP

二、业务系统和财务系统的数据如何传输、如何保证一致性，报告期内是否出现过差异。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品和服务情况”之“(七) 发行人内部运营管理体系”进行了补充披露：

1、业务系统和财务系统的数据传输情况

公司的业务系统与财务系统之间有 WebService 接口对接凭证，实现数据在两个系统间自动传输，以降低人工干预程度，保证业财数据的一致性。目前雨诺 ERP 系统和金蝶系统之间已经实现了和盛医药采购支出和销售收入（包含分销和向门店配送）数据的自动传输并生成凭证。

以下为系统间接口情况介绍：

接口描述	始发端（雨诺 ERP 系统）	接收端（财务金蝶 EAS 系统）	传输频率
总部采购：和盛医药采购业务系统数据通过接口自动传输到财务系统以生成凭证	采购入库单明细表	应付账款相关凭证	每月 1 次
总部销售：和盛医药销售业务系统数据通过接口自动传输到财务系统以生成	销售出库明细表	主营业务收入相关凭证	每月 1 次

2、报告期内业务系统和财务系统的数据差异

自两个系统间实现通过接口自动传输数据后，即 2018 年 6 月以后，通过接口传输的总部采购和总部销售数据未因接口问题出现差异。

（1）总部采购

金额单位：人民币元

时间	业务系统采购数据	财务系统采购应付数据	差异	差异率
2017 年	67,643.95	67,643.99	-0.04	0.00%
2018 年	88,409.82	88,410.23	-0.41	0.00%
2019 年	88,726.92	88,726.92		0.00%
2020 年 1-6 月	61,166.60	61,166.60		0.00%

2017 年总部采购业务系统数据未实现通过接口传输到财务系统，两者差异主因是：一般业务系统的期初入库订单，财务上是另入转库；业务系统的配送中心订单，财务上另入销售费用或管理费用，但是有些月份财务将期初入库和配送中心的订单计入采购应付账款中。

2018 年 6 月以后总部采购业务系统数据实现通过接口传输到财务系统，两者差异主因是业务系统有一笔订单做单存在问题，未按要求做成票面折让，导致统计的业务系统数据少。

综上，通过接口传输的总部采购数据差异极小，且并非出于接口问题。

（2）总部销售

金额单位：人民币万元

时间	业务系统收入	业务系统折扣	业务系统数据合计	财务主营业务收入	财务主营收入-折扣与折让	财务系统数据合计	差异
2017年	64,629.54	-3,833.72	60,795.82	64,629.54	-3,833.72	60,795.82	0.00
2018年	77,495.84	-3,726.93	73,768.91	77,495.84	-3,726.93	73,768.91	0.00
2019年	90,659.58	-3,367.20	87,292.38	90,660.09	-3,367.71	87,292.38	0.00
2020年 1-6月	54,545.90	-1,477.93	53,067.97	54,545.90	-1,477.93	53,067.97	0.00

报告期内，总部销售的业财数据基本无差异。

三、各系统的具体控制环境。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品和服务情况”之“(七) 发行人内部运营管理体系”进行了补充披露：

1、信息系统一般控制情况

(1) 公司层面控制

为了公司内部信息化建设更加符合业务战略发展的需要，更好的推动信息风险防控体系的建立，公司在信息管理机构建设方面，设立信息发展部，由公司副总裁负责统一管理，设置了信息总监及下属经理、主管等岗位，主要负责确保公司信息系统的安、稳定和正常的运行；为实现公司战略提供 IT 技术支持；从技术的角度为公司领导决策提供合理建议；对公司应用系统和数据库的运维工作进行管理。

IT 战略规划方面，信息发展部一般对三年做一个大体的规划，每年年底进行年度总结及提出下一年度的工作计划。总结及工作计划由信息发展部撰写，交由主管副总裁审核。总结及工作计划主要是对过去一年的工作内容及不足进行总结，同时部署下一年工作，如对新年度需要建设的信息和硬件设备作出详细计划和预算，对信息发展部人员进行工作岗位调整，梳理各系统权限及流程，梳理硬件资源，协助培训工作等。

IT 相关制度的制定方面，由信息发展部起草，质量监督部门进行审核，由上报总裁办公会议审议，通过后，总裁办下发纸质版制度文件，由公司相关部门具体执行。目前公司针对计算机软硬件管理，安全管理，数据备份，应急管理等方面制定了《计算机信息系统管理制度》、《计算机使用及维护、网络运行安全管理制度》、《计算机系统授权及数据更改管理制度》、《数据备份、存放及恢复管理制度》、《信息系统突发事件及服务器数据保护应急管理制度》等 IT 相关制度。

(2) 信息系统安全

公司在信息系统安全建设工作中，进行了多方位多角度的治理与管控，为公司顺利实现信息化，提高信息科技风险防控力度，加固信息安全防控体系起到了良好的支撑作用。

公司引进了雨诺 G3 ERP 业务系统以支撑其业务运转，财务方面使用了金蝶 EAS 系统。两个系统均采用了 B/S 架构，相对于 C/S 架构有更强的适应范围，并且在系统维护上节约成本减少开支和便于升级，更加符合公司当前的业务需求和发展战略。

应用系统安全方面，公司针对应用系统账号的创建，申请流程以及权限分配等制定了相关的权限管理制度，规定了公司业务核心系统的账号创建，权限变更，以及账号清除等都应由相应需求部门提出申请，部门负责人审核，质管部审核，由集团总部人员在 OA 系统中申请审批；门店人员的账号、权限申请则通过纸质版花名册进行汇总；最后由信息部副经理和主管按照申请操作账号和权限的分配。

数据库和操作系统安全方面，目前公司的雨诺 G3 ERP 业务系统服务器和财务金蝶 EAS 系统服务器均使用腾讯云服务器，云服务器账号由信息部管理。雨诺 G3 ERP 业务系统的应用服务器操作系统为 windows，数据库服务器为 Linux，管理员为信息经理；财务金蝶 EAS 系统服务器操作系统为 Linux，管理员为信息主管；Linux 操作系统有良好的稳定性和扩展性，可以为公司未来的业务扩展提供良好的基础和支撑。两个系统数据库均为 Oracle 数据库，可共享 SQL 和多线索服务器体系结构，减少了 Oracle 的资源占用，提高其性能，增加了支持用户的数量，其基于角色(ROLE)分工的安全保密管理，在数据库管理功能、完整性检查、安全性、一致性方面都有良好的表现。

网络安全方面，公司制定了《计算机使用及维护、网络运行安全管理制度》，对公司网络安全和访问进行了规定。公司在内外网之间部署了山石防火墙，以有效的控制和限制内外网之间的非法访问，对内网用户设置上网行为管理和网络异常监督，以控制员工合理利用网络资源。

物理安全方面，云服务器机房由腾讯云进行统一管理，异地备份机房由第三方中国联通（景安）长沙数据中心进行管理。

（3）信息系统运维

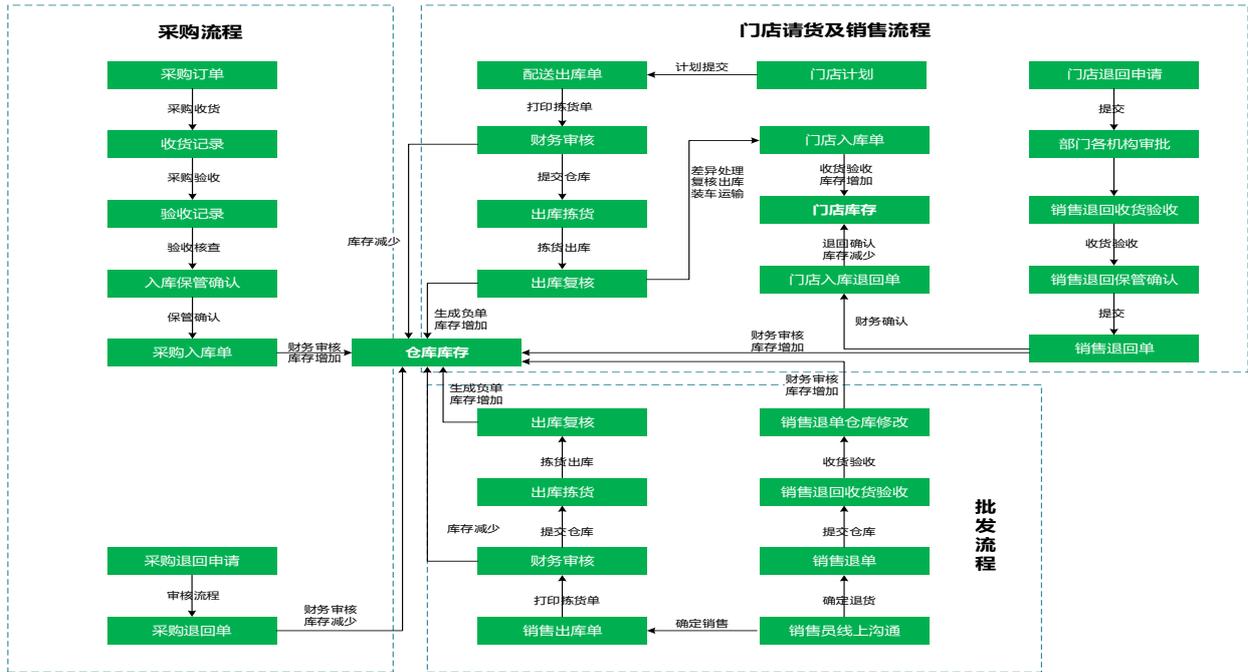
《信息部岗位职责说明》明确了信息部职责以及运维工作的主要负责人（信息部副经理），其负责确保公司系统运维、网络运维、硬件运维的稳定，负责公司网络设备安装、网络布线及维护，负责集团及各个分子公司系统运行稳定，确保数据准确。

目前公司的主要业务系统雨诺 G3 ERP 业务系统和财务系统金蝶 EAS 的服务器采用了租用云服务器和异地安放实体备份服务器的方式。其中云服务器使用的是腾讯云服务器，并实现了双机热备，公司与青岛雨诺网络信息股份有限公司（已获得腾讯云计算（北京）有限责任公司授权，可以作为代理商向客户提供腾讯云服务）签订了云服务合同，包含了保密协议等内容。2019 年 6 月公司建立了异地备份策略，异地机房为中国联通（景安）长沙数据中心。

公司采用云备份和异地备份两套备份策略，雨诺 G3 ERP 业务系统在云服务器实时备份，且雨诺系统的数据库服务器是双机热备，金蝶 EAS 系统在云服务器每天 1:30 全量备份；异地备份策略是：针对核心业务系统（金蝶财务系统、本地业务系统和海南业务系统）是采用的实时备份，非核心业务系统为每天增量备份，每周全量备份。

2、信息系统应用控制情况

公司的主要业务流程均可在雨诺 ERP 系统中实现，以下业务流程图展现公司的业务运作方式。



(1) 和盛医药采购流程

1) 生成采购订单：采购员进入采购中心制作采购计划，与供应商确认是否能提供相应数量的商品后，正式生成采购计划；根据采购计划制作采购订单，若进价大于采购底价，需经总监审核。

2) 采购入库及退货：仓库收货员核对供应商的销售出库单与公司的收货单，无误后，提交收货记录，验收员根据收货记录等验收商品，仓库保管员将商品入库，仓库库存增加；若因商品损坏等需退货，仓库提交采购退回申请，由采购部经理审核。

3) 采购付款：与供应商结算时，供应商按照采购员提供的明细开具纸质发票，采购员收到发票后在系统中制作采购发票，提交后经过自己、采购部总监以及财务的审核，同时打印系统内订单记录，与供应商开具的纸质发票一起，经过采购员自己、采购部总监、质管部的领导签字审核后提交至财务，财务人员确认系统记录、纸质记录无误后，向供应商付款。

(2) 和盛医药销售流程

1) 生成销售出库单：客户如社区医院等向销售员报单，销售员根据沟通情况，生成销售出库单并提交审核，仓库库存减少。

2) 销售出库及退货：仓库拣货人员根据销售出库单拣货，专人负责商品出库复核，若商品库存量不足，实物数量少于销售单计划数量，系统生成负单，仓库库存增加，仓库发货并附实物出库单和差异单据；若客户退货，销售员生成销售退单，仓库收到退货后进行验收，仓库库存增加。

3) 销售收入：大部分客户先款后货，客户和销售员确认好供货计划后打款，财务确认收款后审核销售出库单；部分合作公司有授信额度，在授信额度内财务直接审核销售出库单。

(3) 零售门店请货流程

1) 请货计划：门店根据库存情况制作请货计划，生成配送出库单并提交审核，审核后仓库库存减少。

2) 仓库配送出库：仓库拣货人员根据配送出库单拣货，专人负责商品出库复核，若商品库存量不足，实物数量少于销售单计划数量，系统生成负单，仓库库存增加，仓库发货并附实物出库单和差异单据，同时生成门店入库单。

3) 门店收货：门店验收入库，确认门店入库单，门店库存增加。

4) 门店退货：门店提交退回申请并经各相关部门审批，仓库收到退货并验收，确认销售退回单，经财务审批后，门店库存减少且仓库库存增加。

(4) 零售门店销售流程（因篇幅所限未体现在流程图中）

1) 零售收银流程：收银员扫码录入商品信息并收银，门店库存根据销售情况同步减少，通过支付宝、微信、用户银联刷卡等方式支付的金额实时进入公司帐户，通过现金消费的金额，门店在第二天存入养天和帐户，集团财务核查。

2) 零售退货流程：顾客退货可选择整单退货和拆单退货，退货后系统生成负单，款项按收银方式退给顾客。

四、请保荐人和申报会计师详述 IT 审计实施情况，包括 IT 审计的实施人员的背景、实施过程，对发行人申报期内运营数据和财务数据是否真实、准确、完整的结论。

(一) IT 审计实施人员的背景

天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)首批获取中国信息安全测评中心颁发的信息安全服务资质证书(信息系统审计类一级)，其信息技术咨询部门负责发行人本次 IT 审计，部门拥有一支专业的强大的信息系统审计和信息化咨询专家团队，有多位国际信息系统审计师、国际注册内部审计师、国家注册信息安全人员、ITIL 认证人员、COBIT 认证人才、软件工程师和信息化专家等专业人才。负责本次 IT 审计的实施人员如下：

谭祖沛，项目合伙人，CISP(注册信息安全专业人员)、COBIT 认证、ITIL 认证、MCSE(微软认证系统工程师)，毕业于英国萨里大学计算机与科学，硕士学位。从事超过十年的信息系统审计以及财务审计实务和管理工作，在信息系统专项审计、ERP 系统审计与评估、信息安全咨询与审计、内部控制咨询与审计、萨班斯法案实施、ERP 供应链咨询、系统上线评估、内部控制设计与实施以及财务报表审计等方面都有丰富的经验。在本项目中，谭祖沛作为本次项目的合伙人，是项目最高负责人，重大或疑难事项最终解释者，职责是参与重大会议，审核项目方案及审计报告，提供专业性解释。

韩培科，项目经理，CISA(国际信息系统审计师)、CISP(注册信息安全专业人员)、CISP-A(国家注册信息系统审计师)、SCJP(JAVA 国际程序员资格证书)、ITIL 认证、COBIT 认证，黑龙江科技大学电子信息工程及会计学双学位本科毕业，具有十年的 IT 审计经验，在信息系统专项审计，ERP 系统 IT 审计咨询，信息安全咨询、内控咨询与审计、萨班斯法案实施等有丰富经验。在本项目中，韩培科作为本次的项目经理，负责项目的方案制定、质量把控等工作，主导项目全过程。

易芳，信息系统审计师，CISA(国际信息系统审计师)、CIA(注册内部审计师)，北京交通大学本科毕业，

拥有三年的从业经验,为多家金融企业、制造型企业、互联网企业以及零售企业等提供了信息系统审计与咨询、信息技术风险管理、内部控制体系建设及评价、数据分析等服务。易芳做为本次的项目现场负责人,负责安现场工作协调者和决策者,协助项目经理编制审计方案和计划,实施控制、项目沟通、汇报,编制审计报告。

闫希,信息系统审计师,CISA(国际信息系统审计师)、OCP,中国地质大学江城学院信息管理与信息系统专业,拥有两年的从业经验,为多家软件服务企业、制造型企业、金融企业以及零售企业等提供了IT专项审计以及咨询服务。在本项目中,闫希做为本次的项目成员,负责收集初始信息、协助编制风险评估矩阵、实施测试并收集审计证据,编制底稿,发现控制缺陷并提出管理建议并汇总,协助编制审计报告等。

裴小芳,信息系统审计师,北京邮电大学本科毕业,拥有两年的从业经验,为多家互联网企业、制造型企业以及零售企业等提供了IT专项审计以及咨询服务。在本项目中,裴小芳做为本次的项目成员,负责收集初始信息、协助编制风险评估矩阵、实施测试并收集审计证据,编制底稿,发现控制缺陷并提出管理建议并汇总,协助编制审计报告等。

(二) IT 审计的实施过程

本次IT审计涉及的单位为养天和大药房股份有限公司(以下简称“养天和”或“公司”)及主要子公司:海南养天和大药房连锁有限公司(以下简称“海南养天和”)、湖南和盛医药有限公司(以下简称“和盛医药”)。信息系统测试对象为养天和的雨诺G3 ERP业务系统和财务金蝶EAS系统。以上两个系统分别承载了养天和的业务数据和财务数据,我们通过对其进行充分的分析和审计,以提供全面的信息系统审计报告。样本的涵盖区间是2017年1月1日—2020年6月30日。

1、本次审计工作内容包括三个部分:信息系统一般控制(ITGC)、信息系统应用控制(ITAC)、大数据分析(CAATs),每部分的工作主要范围如下:

(1) 信息技术总体控制(ITGC):对公司的信息系统的治理和管理、程序和数据的访问控制、计算机运行、程序变更、程序开发等一般控制环境进行审计,评价信息系统一般控制的有效性。

(2) 信息系统应用控制(ITAC):对支撑公司关键业务流程,如和盛医药采购流程、和盛医药销售流程、门店请货流程、门店零售流程的信息系统应用控制的设计和执行情况的有效性进行测试,评估数据记录的真实性、完整性、及时性和准确性。

(3) 大数据分析(CAATs):对公司门店零售以及分销客户产生的销售信息进行多维度分析,包括门店平均订单价,平均客单价分析,门店交易时间点分析,门店重要的时间节点订单分析,门店坪效比和人效比分析,以判断数据的真实性、合理性。

2、本次IT审计实施过程为:

(1) 前期准备:制定审计计划,确定审计期间、范围、对象,并提供资料清单。

(2) 现场实施:

1) 对IT内控环境进行访谈,并获取公司的规章制度;

2) 对信息系统的一般控制进行测试,访谈各系统的负责人,了解开发和变更、运维、安全、账号和权限管理等流程的控制情况,根据相关制度进行穿行测试或抽样测试;

3) 对信息系统的控制进行穿行测试，访谈系统负责人，了解系统在输入、处理、输出项控制、接口控制、不相容岗位权限控制、关键参数配置等方面的控制情况，进行穿行测试；

4) 通过比对业务系统与财务系统采购和收入金额，验证数据传输的准确性和完整性。

5) 对销售数据进行多维度分析和重点分析，判断信息系统数据记录的完整与准确性。

(3) 核查完成：

1) 整理、评价现场核查过程中收集到的证据；

2) 评价核查结果，形成核查意见，出具审计报告。

(三) 对发行人申报期内运营数据和财务数据是否真实、准确、完整的结论

通过对公司业务流程和数据传输过程的了解，获取业务数据和财务数据并进行差异核对，从公司获取了产生差异的合理解释，公司信息系统数据传输过程完整。

通过对公司门店零售以及分销客户产生的销售信息进行多维度分析，包括门店平均订单价，平均客单价分析，门店交易时间点分析，门店重要的时间节点订单分析，门店坪效比和人效比分析，针对一些疑问点，获取了公司的合理解释和相关证据，不存在重大异常。

【会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

申报会计师执行对发行人信息系统进行的 IT 一般控制、应用控制和数据分析等审计程序，详见本反馈意见“问题 28、四、(二) IT 审计的实施过程”。针对在该过程中发现的问题，经过逐一分析其影响，确认缺陷对财务报表不产生重大影响。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人信息系统的架构情况无重大异常，各系统的主要功能完备，业务系统和财务系统的数据基本保持一致，报告期内未出现过重大差异，各系统的具体控制环境符合相关要求，发行人审计范围内的系统是可以信赖，信息系统能够支持其业务的正常运行，可以确保其数据记录的完整与准确性。

问题 29

关于期间费用。申报材料显示，公司期间费用率分别为 18.67%、17.08%、16.38%，在收入逐年增长的情况下，期间费用总额虽有所增长，但期间费用率呈下降趋势。请发行人补充披露：（1）请结合销售人员、房租物业情况，披露直营模式下销售费用率与同行业公司的比较差异及其合理性。（2）请结合销售人员人数、职级、平均薪酬情况，披露工资薪酬规模及变动情况，人均创收、各职级人均薪酬水平与同行业可比公司、当地薪酬水平差异及合理性。（3）结合门店面积、仓储面积、配送量，量化披露发行人经营规模与“房租及物业费”“配送费”的匹配关系，与同行业可比公司差异及合理性。（4）“促销及物料消耗”核算的内容，其变动趋势与销售规模不一致的原因，是否存在少记费用的情形。（5）结合管理人员人数、职级、平均薪酬情况，披露工资薪酬规模及变动情况，各职级人均薪酬水平与同行业可比公司、当地薪酬水平差异及合理性。（6）历次股份变动是否涉及股份支付情形，如有，请披露相关信息，对财务数据的影响金额，权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。（7）结合货币资金、有息负债规模，量化披露利息支出、利息收入、手续费的合理性；发行人货币资金除用于发行人银行承兑汇票保证金外，是否存在因其他原因受限的情形。（8）长期待摊费用核算方法和摊销年限的确定依据，与同行业可比公司差异及合理性，长期资产摊销费用计提是否充分。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、请结合销售人员、房租物业情况，披露直营模式下销售费用率与同行业公司的比较差异及其合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露：

报告期各期公司与同行业公司直营模式下的销售费用、销售人员薪酬、房租物业及销售费用率的数据，如下所示：

1、2020 年 1-6 月对比情况如下：

金额单位：人民币万元

公司名称	销售费用	销售费用 薪酬	房租费	收入	销售费 用率	工资占收入 比	房租占收入 比
老百姓	131,571.08	56,896.67	44,170.43	668,653.08	19.68%	8.51%	6.61%
益丰药房	148,429.96	80,553.19	45,240.09	629,285.92	23.59%	12.80%	7.19%
一心堂	146,116.61	80,148.01	46,764.29	602,894.44	24.24%	13.29%	7.76%
大参林	153,556.59	86,845.02	41,339.44	694,033.37	22.13%	12.51%	5.96%
养天和	4,303.12	2,115.85	1,726.49	18,095.85	23.78%	11.69%	9.54%

2、2019 年对比情况如下：

金额单位：人民币万元

公司名称	销售费用	销售费用薪酬	房租费	收入	销售费用率	工资占收入比	房租占收入比
老百姓	251,422.26	122,694.84	80,863.08	1,106,703.11	22.72%	11.09%	7.31%
益丰药房	268,126.14	137,813.33	80,790.13	1,009,654.65	26.56%	13.65%	8.00%
一心堂	283,426.79	153,754.97	91,897.95	1,012,004.57	28.01%	15.19%	9.08%
大参林	289,882.79	163,506.83	73,461.88	1,114,116.51	26.02%	14.68%	6.59%
养天和	9,266.40	4,729.50	3,578.62	31,731.95	29.20%	14.90%	11.28%

3、2018 年对比情况如下：

金额单位：人民币万元

公司名称	销售费用	销售费用薪酬	房租费	收入	销售费用率	工资占收入比	房租占收入比
老百姓	215,742.40	105,836.73	67,507.78	947,108.93	22.78%	11.17%	7.13%
益丰药房	189,597.33	95,920.67	57,126.65	691,257.65	27.43%	13.88%	8.26%
一心堂	245,457.38	135,368.54	73,657.15	917,626.97	26.75%	14.75%	8.03%
大参林	248,682.89	139,341.79	62,905.57	885,927.37	28.07%	15.73%	7.10%
养天和	8,622.93	4,446.77	3,222.14	29,819.02	28.92%	14.91%	10.81%

4、2017 年对比情况如下：

金额单位：人民币万元

公司名称	销售费用	销售费用薪酬	房租费	收入	销售费用率	工资占收入比	房租占收入比
老百姓	166,805.57	81,828.31	50,925.04	750,143.23	22.24%	10.91%	6.79%
益丰药房	129,418.82	64,751.03	39,502.45	480,724.90	26.92%	13.47%	8.22%
一心堂	215,716.82	117,250.79	68,534.56	775,113.94	27.83%	15.13%	8.84%
大参林	192,305.64	107,514.32	48,869.80	742,119.69	25.91%	14.49%	6.59%
养天和	7,676.10	3,917.39	2,883.38	28,232.49	27.19%	13.88%	10.21%

报告期内，公司销售费用率变化不大，与可比同行业上市公司销售费用率平均值变动趋势保持一致。公司销售费用率基本高于老百姓、一心堂、益丰药房和大参林，主要原因系公司目前处于业务上升阶段，为大力开拓下游市场及进一步提高公司销售水平，公司销售费用呈现逐年上升的趋势。公司的业务模式不同于同行业其他公司，不仅包含直营，还有加盟、品牌合作和分销模式，公司直营模式下的收入基数远小于同行业，故直营模式下的销售费用率、房租占收入相对同行业公司较高，具有合理性。

二、请结合销售人员人数、职级、平均薪酬情况，披露工资薪酬规模及变动情况，人均创收、各职级人均薪酬水平与同行业可比公司、当地薪酬水平差异及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“(五)期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露：

报告期内，公司销售人员薪酬支出稳步增长，一方面随着公司业绩规模的扩大，销售人员平均数量从 2017 年 12 月 31 日的 845 人增加至 2020 年 6 月 30 日的 938 人，使得销售费用人员薪酬支出有所提升；另一方面随着公司业务规模的提升，营业收入的增长，公司销售人员的平均薪酬水平也有提升，从 2017 年的人均 5.32 万元/年，增加至 2020 年折算人均 6.08 万元/年。公司销售人员的薪酬水平随着公司营业规模的增长而稳步提升，与公司营业收入的规模变动保持一致。公司销售费用中的职工薪酬、销售人员平均人数及平均薪酬情况如下：

1、养天和销售人员变动统计

销售人员职级	2017 年度		2017 年 12 月 31 日	
	本期增加 (人数)	本期减少 (人数)	人数	本期平均工资 (万 元/年)
门店及其他销售人员	114	64	658	4.78
销售店长及销售经理	42	40	187	7.22

销售人员职级	2018 年度		2018 年 12 月 31 日	
	本期增加 (人数)	本期减少 (人数)	人数	本期平均工资 (万 元/年)
门店及其他销售人员	117	57	718	5.14
销售店长及销售经理	75	32	230	7.77

销售人员职级	2019 年度		2019 年 12 月 31 日	
	本期增加 (人数)	本期减少 (人数)	人数	本期平均工资 (万 元/年)
门店及其他销售人员	83	144	657	5.81
销售店长及销售经理	40	54	216	8.78

销售人员职级	2020 年 1-6 月		2020 年 6 月 30 日	
	本期增加 (人数)	本期减少 (人数)	人数	本期平均工资 (万 元/半年)
门店及其他销售人员	233	156	734	2.74
销售店长及销售经理	14	26	204	4.14

注：销售人员不包括实习生，故各平均薪酬剔除实习生的影响；且由于 2019 年转让子公司和盛长风，故剔除该子公司对应的薪酬。

在 2018 年到 2019 年，门店及其他销售人员的人数从 718 人减少至 657 人，是因为公司在 2019 年转让子公司和盛长风，导致门店及其他销售人员大幅度减少。

2、销售人员人均薪酬水平与同行业对比

金额单位：人民币万元/人、年

公司名称	职级	2020年1-6月平均工资	2019年度平均工资	2018年度平均工资	2017年度平均工资
老百姓	销售人员	未披露	6.45	6.62	5.86
益丰药房	销售人员	未披露	6.63	5.36	5.98
一心堂	销售人员	未披露	6.54	5.85	5.43
大参林	销售人员	未披露	7.28	6.92	6.29
湖南地区薪酬水平		未披露	未披露	7.33	6.60
养天和	销售人员	3.04	6.57	5.78	5.32

注 1：各年度销售人员平均工资等于各年度报告计入销售费用的职工薪酬除以期末在职销售部门员工人数。

注 2：老百姓、益丰药房、一心堂、大参林数据取自各年度年报。

注 3：湖南地区薪酬水平数据来源于湖南省统计局公布的《湖南统计年鉴》，2020 年 1-6 月、2019 年的数据尚未公布。

注 4：销售人员不包括实习生，故各平均薪酬剔除实习生的影响；且由于 2019 年转让子公司和盛长风，故剔除该子公司对应的薪酬。

3、人均创收水平与同行业对比

金额单位：人民币万元

公司名称	2020年1-6月人均创收	2019年度人均创收	2018年度人均创收	2017年度人均创收
老百姓	未披露	58.19	59.27	53.69
益丰药房	未披露	48.54	38.61	44.40
一心堂	未披露	43.04	39.67	35.92
大参林	未披露	49.62	43.97	43.44
养天和	19.29	36.35	31.45	33.41

报告期内，公司销售人员人均创收低于同行业平均水平，主要是由于公司与同行业可比公司在产品具体类型、品牌影响力、市场区域、销售模式以及销售规模等存在一定差异，因此，不同公司之间的销售人员的薪酬支出与营业收入比例也会存在较大差异。同时，公司自报告期以来，人员快速扩张，但规模效应尚未显现，导致人均创收较低且人力成本较高。

三、结合门店面积、仓储面积、配送量，量化披露发行人经营规模与“房租及物业费”“配送费”的匹配关系，与同行业可比公司差异及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露：

报告期内，随着公司业绩规模的扩大，直营门店的数量实现了稳步增长，同时，配送量及房租物业费也随着业务规模的扩大而增加。公司经营规模与房租物业费、配送费的情况如下所示：

1、直营门店数据统计

项目名称	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
直营门店面积 (m ²)	16,377.12	15,703.88	14,864.74	13,936.77
直营门店数量 (个)	187	182	171	162
直营门店配送费 (万元)	70.14	133.26	119.50	104.64
直营门店配送金额 (万元)	11,823.28	20,117.48	17,905.48	17,869.02
直营门店房租及物业费 (万元)	1,726.49	3,578.62	3,222.14	2,883.38
单位门店房租及物业费 (万元)	9.23	19.66	18.84	17.80
单位面积房租及物业费 (万元)	1.10	2.02	2.01	2.03
单位门店配送费用 (万元)	0.38	0.73	0.70	0.65
直营业务收入 (万元)	18,095.85	31,731.95	29,819.02	28,232.49

报告期内，直营门店数量不断增加，导致直营门店配送费、房租及物业费也不断增加，单位门店房租的增加主要是部分门店房租涨租所导致。

2、加盟门店数据统计

项目名称	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
加盟门店数量 (个)	761	745	728	663
加盟门店配送费 (万元)	138.94	261.36	255.59	197.28
加盟门店配送量 (万元)	23,255.80	39,457.85	38,296.59	33,689.78
单位门店配送费用 (万元)	0.18	0.35	0.35	0.30
配送业务收入 (万元)	23,255.80	39,457.85	38,296.59	33,689.78

报告期内，加盟门店的数量也在不断增加，故加盟门店的配送费及配送量也相应增加。

3、仓储面积数据统计

项目名称	2020年 1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
自有仓储面积 (m ²)	10,390(土地使用权面积)5,718.85 (房产证加总面积)	10,390 (土地使用权面积) 5,718.85 (房产证加总面积)	10,390 (土地使用权面积) 5,718.85 (房产证加总面积)	10,390(土地使用权面积)5,718.85 (房产证加总面积)
租赁仓储面积(m ²)	3,254.00	3,254.00	3,865.56	3,865.56
仓储租赁费用 (万元)	30.18	60.36	74.36	19.03

2017年初，公司在租的仓库为其子公司海南养天和大药房连锁有限公司租入的面积为 611.56 m² 的仓库，2017年12月，公司的子公司湖南和盛医药有限公司新租入一个仓库，租赁面积为 3,254.00 m²，2019年1月，公司的子公司海南养天和大药房连锁有限公司一直在租的仓库不再续租，故2019年仓储租赁费用减少。

4、分销业务配送统计

项目名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
分销、品牌合作配送费（万元）	98.23	210.55	153.11	81.75
分销、品牌合作配送金额（万元）	16,145.47	31,786.54	22,941.30	13,961.02

报告期内，分销、品牌合作模式下的配送费随着配送量的增加而增加。

5、同行业门店数据统计

金额单位：人民币万元

公司 名称	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年	
	单位直营 店配送费 用	单位直营 店房租费 用	单位直营 店配送费 用	单位直营 店房租费 用	单位直营 店配送费 用	单位直营 店房租费 用	单位直营 店配送费 用	单位直营 店房租费 用
老百姓	0.36	10.12	0.99	20.77	1.02	20.53	1.09	20.92
益丰药 房	0.59	9.74	0.95	18.50	0.93	16.60	1.21	19.96
一心堂	0.33	7.00	0.52	14.67	0.55	12.79	0.54	13.53
大参林	0.10	8.10	0.21	15.62	0.25	16.21	0.24	16.37
平均	0.35	8.74	0.67	17.39	0.69	16.53	0.77	17.70
养天和	0.38	9.23	0.73	19.66	0.70	18.84	0.65	17.80

发行人的房租物业费、配送费都随着经营规模的扩张而增加，与同行业公司相比，公司的单位直营店配送费用和房租费用高于一心堂，低于老百姓和益丰药房。与同行业公司平均水平基本一致，不存在显著差异。

四、“促销及物料消耗”核算的内容，其变动趋势与销售规模不一致的原因，是否存在少记费用的情形。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”中补充披露：

报告期内公司“促销及物料消耗”核算的明细以及与营业收入对比分析情况列示如下：

金额单位：人民币万元

促销及物料消耗明细	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
广告及促销用品费	411.23	715.1	674.21	802.8
陈列服务费	105.29	520.73	380.27	200.70
加盟商促销费				402.53
其他	68.45	54.26	45.77	25.09
合计	<u>584.97</u>	<u>1,290.09</u>	<u>1,100.25</u>	<u>1,431.12</u>
营业收入	59,171.08	107,842.99	94,668.26	78,182.31
占营业收入比例	0.99%	1.20%	1.16%	1.83%

2018年“促销及物料消耗”费用与销售规模变动不一致的原因主要为：公司在2017年及以前年度给予加盟店的促销活动奖励计入销售费用，2018年以后通过票折形式，直接抵减对应收入。2020年1-6月“促销及物料消耗”费用与销售规模变动不一致的原因主要为：受疫情影响，上半年公司的客户促销活动同比大幅减少，致使上半年公司的陈列服务费年化数据较2019年大幅下降。

五、结合管理人员人数、职级、平均薪酬情况，披露工资薪酬规模及变动情况，各职级人均薪酬水平与同行业可比公司、当地薪酬水平差异及合理性。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“2、管理费用”中补充披露：

报告期内，公司管理费用中职工薪酬稳步增长，主要是公司业务规模增长所致。公司管理人员人数及平均薪酬情况如下：

1、养天和管理人员变动统计

管理人员职级	2017年度		2017年12月31日	
	本期增加 (人)	本期减少 (人)	人数(人)	本期平均工资(万元/年)
普通员工	34	32	218	5.49
经理及以上	23	18	88	11.52

管理人员职级	2018年度		2018年12月31日	
	本期增加 (人)	本期减少 (人)	人数(人)	本期平均工资(万元/年)
普通员工	62	63	217	5.62
经理及以上	22	13	97	11.80

管理人员职级	2019年度		2019年12月31日	
	本期增加 (人)	本期减少 (人)	人数(人)	本期平均工资(万元/年)
普通员工	54	60	211	5.56
经理及以上	26	22	101	11.68

管理人员职级	2020年1-6月		2020年6月30日	
	本期增加 (人)	本期减少 (人)	人数(人)	本期平均工资(万元/半年)
普通员工	38	32	217	2.71

管理人员职级	2020年1-6月		2020年6月30日	
	本期增加 (人)	本期减少 (人)	人数(人)	本期平均工资(万 元/半年)
经理及以上	28	19	110	5.70

2、管理人员人均薪酬水平与同行业对比

金额单位：人民币万元/人、年

公司名称	职级	2020年1-6月平均工 资	2019年度平均工 资	2018年度平均工 资	2017年度平均工 资
老百姓	管理人员	未披露	8.17	7.02	7.61
益丰药房	管理人员	未披露	9.99	7.56	8.81
一心堂	管理人员	未披露	7.48	7.40	6.84
大参林	管理人员	未披露	9.13	8.27	7.82
湖南地区薪 酬水平		未披露	未披露	7.33	6.60
养天和	管理人员	3.72	7.54	7.53	7.22

报告期内，公司管理人员平均薪酬与同行业平均水平相近。

六、历次股份变动是否涉及股份支付情形，如有，请披露相关信息，对财务数据的影响金额，权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定。

2015年9月，和恩投资有限合伙人张恩深认购10万元、王飞跃认购25万元，朱希、张西军、刘文广分别认购10万元、25万元、30万元，前述认购价格均为1元每份额，低于公司2015年3月、5月股权转让价格1.2元每注册资本；

2015年10月，和德投资有限合伙人蔡旭认购15万元，王英等5人分别认购10万元，周晓萍等11人分别认购5万元，郭红艳认购4万元，申曼萍认购2万元，前述认购价格均为1元每份额，低于公司2015年3月、5月股权转让价格1.2元每注册资本。

前述和恩投资、和德投资有限合伙人此次增资系受让李能持有公司股权，经访谈增资方与李能，李能将股权转让给公司核心管理人员持有，具有股权激励性质。前述增资构成股份支付，但公司未进行股份支付处理。前述股份支付发生在报告期外，涉及股份支付金额预计为45.2万左右，股份支付数额不大，对公司影响较小，公司未进行前述股份支付处理，不会对本次发行上市构成实质性障碍。

七、结合货币资金、有息负债规模，量化披露利息支出、利息收入、手续费的合理性；发行人货币资金除用于发行人银行承兑汇票保证金外，是否存在因其他原因受限的情形。

报告期内公司货币资金、借款、利息费用详细情况如下表所示：

金额单位：人民币万元

项目名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
货币资金	14,829.67	15,271.21	12,906.12	10,153.53

项目名称	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
短期借款	10,008.14	2,000.00	2,100.00	4,500.00
利息收入	78.93	136.27	68.71	31.54
利息支出	98.64	18.09	109.85	284.38
手续费	106.24	216.88	302.74	203.73

随着公司业务规模的扩大，门店数量的增加，公司的货币资金逐年增长，存款利息收入也相应增加。

2017年公司进行了增资扩股，自有资金有所增加，2018年公司减少了外部短期借款，利息支出有所减少。2019年1月公司偿还全部借款，因经营需要，8月和12月进行了部分银行借款，并于次月偿还，故2019年借款余额较2018年变化不大，而利息支出减少。2020年1-6月，因疫情需要采购大量抗疫物资，银行借款大幅增加，故利息支出增加。

手续费主要为客户使用医卡通、健医通、平安卡等在门店消费时产生的费用。由于公司第三方收费通道增加，导致2018年收取的手续费比2017年增加。2019年因第三方费率下降，手续费相应减少。

利息支出、利息收入、手续费变动的合理性已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“3、财务费用”补充披露。

发行人受限的货币资金均为银行承兑汇票保证金，不存在因其他原因受限的情形。

八、长期待摊费用核算方法和摊销年限的确定依据，与同行业可比公司差异及合理性，长期资产摊销费用计提是否充分。

长期待摊费用核算方法和摊销年限的确定依据已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产状况分析”之“（三）非流动资产分析”之“9、长期待摊费用”补充披露如下：

公司	长期待摊费用核算方法	长期待摊费用摊销年限确定依据
老百姓	包括经营租入固定资产改良、承租费用及其他已经发生但应由本期和以后各期负担的、分摊期限在一年以上的各项费用。	按预计受益期间分期平均摊销。
一心堂	指公司已经发生但应由本期和以后各期分担的分摊期限在一年以上（不含一年）的各项费用，包括以经营租赁方式租入的固定资产改良支出等。	按实际支出入账，在项目受益期内平均摊销。租入营业用房装修费用，按5年平均摊销，如不能续租，剩余金额一次性计入当期损益。发生的二次重新装修，将2万元以下的维修费用在结算日一次计入当期损益，将2万元及2万元以上的视为二次重新装修，在结算时将原装修摊余金额一次计入当期损益，二次重新装修产生的装修费自结算之日起按5年平均摊销。租入营业用房发生的铺面转让费，按10年平均摊销，如10年内不能续租，剩余

公司	长期待摊费用核算方法	长期待摊费用摊销年限确定依据
		金额一次性计入当期损益。
益丰药房	核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。	按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。
大参林	核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。	按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。
养天和	核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。	将发生的与房屋装修以及改造相关的长期待摊费用按照门店的租赁合同期限作为摊销期限，门店租赁合同的期限大多为 5 年，因此将装续费、改造费统一按照 5 年的期限进行摊销。

综上，公司长期待摊费用核算方法和摊销年限的确定依据与同行业可比公司不存在较大差异，长期资产摊销费用计提充分。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、获取公司销售费用、管理费用、财务费用明细账；检查各项费用的主要构成项目、费用归集确认和会计处理的合规性，并与公司的实际经营情况相互印证；复核和分析期间费用明细，确认成本费用划分的准确性。

2、分析报告期内各项期间费用的波动情况，对公司管理部门、销售部门、财务部门人员进行访谈，了解公司期间费用变动的具体原因，对期间费用率变动进行分析性复核。

3、分析报告期内销售费用明细占比及销售费用率情况，将公司各指标与同行业上市公司进行对比，并查找差异原因。

4、抽查与期间费用相关的合同、发票、银行回单等，了解业务发生背景，并对报告期各期期间费用进行截止测试。

5、获取公司报告期内员工花名册、工资表及薪酬相关制度，核查计提、发放、社保缴纳等情况；比较公司员工人数的变动情况，检查公司工资费用是否有异常波动，并分析波动的原因及合理性。

6、根据各直营门店签订的房屋租赁合同，分析房屋租金与面积的匹配关系，并按照租赁合同执行重新计算程序，确认计入销售费用的租金是否与账面保持一致。

7、获取报告期内借款合同，查看合同中的关键条款；复核借款利息金额，检查公司借款利息是否入账。

8、查阅公司历次股权转让时的工商登记资料、股权转让协议及三会文件，了解公司历史沿革；；查阅报告

期内公司股东股份转让的价款支付凭证、访谈主要股东，了解其从业经历和任职情况；结合股权转让及增资价格，分析是否需要确认股份支付费用。

9、了解公司长期待摊费用核算方法及摊销政策，并与同行业比较，分析评价长期待摊费用核算方法及摊销政策的合理性；获取发行人的门店装修费用摊销台账，抽样检查各装修费用的入账依据，并根据装修费用台账重新计算各门店各期应分摊的装修费用是否正确。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人直营模式下销售费用率与同行业公司的比较差异具有合理性。
- 2、发行人人均创收、各职级人均薪酬水平与同行业可比公司及当地薪酬水平相比较无明显差异，具有合理性。
- 3、发行人的房租及物业费、配送费与同行业可比公司不存在显著差异。
- 4、发行人的促销及物料消耗变动趋势与销售规模不一致的原因主要系结算方式的改变引起，不存在少计费用的情形。
- 5、发行人管理人员工资薪酬规模、变动情况、各职级人均薪酬水平与同行业可比公司及当地薪酬水平比较无明显差异，具有合理性。
- 6、2015年存在股份支付情形，发生在报告期外且影响金额较小。
- 7、发行人已披露利息支出、利息收入、手续费的合理性；发行人货币资金除用于发行人银行承兑汇票保证金外，不存在因其他原因受限的情形。
- 8、发行人已披露长期待摊费用核算方法、摊销年限的确定依据及与同行业可比公司差异，该差异具有合理性，长期资产摊销费用计提充分。

问题 30

关于营业外收入和支出、政府补助。请发行人补充披露：（1）会员积分的管理制度，各年度积分新增、消耗、失效、余额情况，积分公允价值的决定方法和依据，积分授予、使用、到期对应的会计处理和对损益的影响，是否符合《企业会计准则》规定。（2）报告期内各项政府补助涉及的内容、资产相关或收益相关的分类及判断依据、补助总额、尚未确认收益余额、各年确认的收益金额、补助款项到账时间、收益起始确认时间，以上会计处理是否符合《企业会计准则》规定。（3）2017年发行人盘亏导致营业外支出206.05万元，请结合公司仓库管理具体情况，披露盘亏的具体原因，该事项是否得到有效解决，仓储管理和财务内部控制是否运行有效。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、会员积分的管理制度，各年度积分新增、消耗、失效、余额情况，积分公允价值的决定方法和依据，积分授予、使用、到期对应的会计处理和对损益的影响，是否符合《企业会计准则》规定。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债状况分析”之“11、递延收益”中补充披露：

（一）会员积分的管理制度

公司为了维护会员权益，提升会员服务质量，增加门店忠实会员度，为门店长期稳定的销售打下良好的会员基础，建立了《养天和大药房会员服务制度》，并在会员服务制度中明确会员积分规则、积分使用的相关方法，详细情况如下：

1、积分规则方面：

- （1）会员卡日常积分按实收金额每消费1元积1分，积分按整数取值；
- （2）不参与会员折扣的商品、特价商品、促销药品不积分；
- （3）会员如办理退换货手续（拆零药品不退换），消费积分将作相应的调整；
- （4）购物付款时需报会员号、电话号码或者出示微信会员卡二维码；

2、积分使用方面：

- （1）养天和会员积分满额即可以随时到任意门店使用，500分抵用10元消费，1000分抵用20元消费，以此类推。
- （2）会员积分直接消费抵现，在系统内以收银方式体现。
- （3）积分兑换只要达到兑换标准即可兑换，所有产品均参与积分抵现活动。
- （4）积分兑换礼品活动不定期开展。
- （5）每年12月会员部协同财务部门完成统计会员积分清零数量，会员积分清零结余的费用不单独结算到

各门店，已收取加盟商用于支付会员的费用也不再退还，而作为公司的收入，用于统一活动宣传及会员平台搭建。

(二) 各年度积分新增、消耗、失效、余额情况

公司按照上述积分规则，通过雨诺 G3 ERP 业务系统来统计会员积分、消费等数据。各年度积分新增、消耗、清零、余额情况如下：

2017 年度明细：

门店类型	2017 年 1 月 1 日积分余额		新增积分	
	积分数 (万分)	对应金额 (万元)	积分数 (万分)	对应金额 (万元)
直营店	11,423.22	228.46	7,385.94	147.72
加盟店	15,330.96	306.60	11,287.38	225.75
合计	<u>26,754.18</u>	<u>535.06</u>	<u>18,673.32</u>	<u>373.47</u>

续上表

门店类型	消耗积分		2017 年 12 月 31 日积分余额	
	积分数 (万分)	对应金额 (万元)	积分数 (万分)	对应金额 (万元)
直营店	10,619.76	212.40	8,189.41	163.79
加盟店	13,769.56	275.37	12,848.78	256.98
合计	<u>24,389.32</u>	<u>487.77</u>	<u>21,038.19</u>	<u>420.77</u>

2018 年度明细

门店类型	2017 年 12 月 31 日积分余额		新增积分	
	积分数 (万分)	对应金额 (万元)	积分数 (万分)	对应金额 (万元)
直营店	8,189.41	163.79	8,034.11	160.68
加盟店	12,848.78	256.98	14,729.04	294.58
合计	<u>21,038.19</u>	<u>420.77</u>	<u>22,763.15</u>	<u>455.26</u>

续上表

门店类型	消耗积分		积分清零		2018 年 12 月 31 日积分余额	
	积分数 (万分)	对应金额 (万元)	积分数 (万分)	对应金额 (万元)	积分数 (万分)	对应金额 (万元)
直营店	2,133.78	42.68	10,930.15	218.60	3,159.60	63.19
加盟店	20,669.27	413.39	6,236.02	124.72	672.53	13.45
合计	<u>22,803.05</u>	<u>456.06</u>	<u>17,166.17</u>	<u>343.32</u>	<u>3,832.13</u>	<u>76.64</u>

2019 年度明细

门店类型	2018 年 12 月 31 日积分余额		新增积分	
	积分数 (万分)	对应金额 (万元)	积分数 (万分)	对应金额 (万元)
直营店	3,159.60	63.19	7,712.21	154.24
加盟店	672.53	13.45	14,965.68	299.31

合 计 3,832.13 76.64 22,677.89 453.56
续上表

门店类型	消耗积分		积分清零		2019年12月31日积分余额	
	积分数(万分)	对应金额(万元)	积分数(万分)	对应金额(万元)	积分数(万分)	对应金额(万元)
直营店	3,598.83	71.98	4,516.34	90.33	2,756.65	55.13
加盟店	9,128.73	182.57	5,511.94	110.24	997.55	19.95
合 计	<u>12,727.56</u>	<u>254.55</u>	<u>10,028.28</u>	<u>200.57</u>	<u>3,754.20</u>	<u>75.08</u>

2020年1-6月明细

门店类型	2019年12月31日积分余额		新增积分	
	积分数(万分)	对应金额(万元)	积分数(万分)	对应金额(万元)
直营店	2,756.65	55.13	3,367.00	67.34
加盟店	997.55	19.95	6,810.55	136.21
合 计	<u>3,754.20</u>	<u>75.08</u>	<u>10,177.55</u>	<u>203.55</u>

续上表

门店类型	消耗积分		积分清零		2020年1-6月积分余额	
	积分数(万分)	对应金额(万元)	积分数(万分)	对应金额(万元)	积分数(万分)	对应金额(万元)
直营店	414.55	8.29			5,709.10	114.18
加盟店	1,241.98	24.84			6,566.12	131.32
合 计	<u>1,656.53</u>	<u>33.13</u>			<u>12,275.22</u>	<u>245.50</u>

(三) 积分公允价值的决定方法和依据

公司依据《养天和大药房会员服务制度》中“第四条会员积分-积分规则 会员卡日常积分按实收金额每消费1元积1分，积分按整数取值。”来确定会员的积分方法；依据“第四条会员积分-积分使用：养天和会员积分可进行积分抵现使用，门店内所有产品均参与积分抵现活动。具体抵现标准为：每500分抵现10元，每1,000分抵现20元，以此类推”的相关规定来确认积分公允价值。

(四) 积分授予、使用、到期对应的会计处理和对损益的影响，是否符合《企业会计准则》规定

1、公司积分授予时对应的会计处理和对损益的影响

直营门店顾客凭会员卡消费时，实收金额每消费1元积1分，积分按整数取值的形式获取积分，账务处理如下：

借：营业收入

贷：递延收益

直营门店顾客凭会员卡消费授予积分时，对各期损益的影响如下表：

金额单位：人民币万元

项 目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-6 月
赠送积分对损益的影响	-147.72	-160.68	-154.24	-67.34

加盟门店顾客凭会员卡消费时，实收金额每消费 1 元积 1 分，积分按整数取值的形式获取积分，账务处理如下：

借：其他应付款-代收加盟店营业款

贷：其他应付款-积分汇总

加盟门店顾客凭会员卡消费授予积分时，因只存在代收代付关系，不会对公司各期损益产生影响。

2、发行人积分使用时对应的会计处理和对损益的影响

直营门店顾客凭会员卡消费时，积分达到标准可进行积分抵现使用，具体抵现标准为：每 500 分抵现 10 元，每 1,000 分抵现 20 元。账务处理如下：

借：递延收益

贷：营业收入

直营门店顾客凭会员卡消费抵现使用积分时，对各期损益的影响如下表：

金额单位：人民币万元

项 目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-6 月
抵现使用积分对损益的影响	212.40	42.68	71.98	8.29

加盟门店顾客凭会员卡消费时，积分达到标准可进行积分抵现使用，具体抵现标准为：每 500 分抵现 10 元，每 1,000 分抵现 20 元。账务处理如下：

借：其他应付款-积分汇总

贷：其他应付款-代收加盟店营业款

加盟门店顾客凭会员卡消费授予积分时，因只存在代收代付关系，不会对公司各期损益产生影响。

3、发行人积分到期时对应的会计处理和对损益的影响

2017 年 12 月 31 日之前，累计的积分没有进行清零处理。2018 年，公司出台新的会员政策，对于本年度 1-11 月份产生的未消费积分进行清零，因此从 2018 年 12 月开始，公司对所有会员发出通知，将在以后的每年 12 月底对在当年 11 月之前消费所形成的积分做清零处理，公司积分到期时所对应的会计处理和对损益的影响如下：

直营门店顾客的积分清零账务处理如下：

借：递延收益

贷：营业收入

直营门店顾客积分清零时，对各期损益的影响如下表：

金额单位：人民币万元

项 目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-6 月
积分清零对损益的影响		218.60	90.33	

加盟门店顾客积分清零时，账务处理如下：

借：其他应付款-积分汇总

贷：营业外收入-积分清零

加盟门店顾客积分清零时，对各期损益的影响如下表：

金额单位：人民币万元

项 目	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1-6 月
积分清零对损益的影响		124.72	110.24	

（五）根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十五条：“对于附有客户额外购买选择权的销售，企业应当评估该选择权是否向客户提供了一项重大权利。企业提供重大权利的，应当作为单项履约义务，按照本准则第二十条至第二十四条规定将交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品控制权时，或者该选择权失效时，确认相应的收入。客户额外购买选择权的单独售价无法直接观察的，企业应当综合考虑客户行使和不行使该选择权所能获得的折扣的差异、客户行使该选择权的可能性等全部相关信息后，予以合理估计。客户虽然有额外购买商品选择权，但客户行使该选择权购买商品时的价格反映了这些商品单独售价的，不应被视为企业向该客户提供了一项重大权利。”

公司上述积分的会计处理符合《企业会计准则第 14 号——收入》的相关规定。

二、报告期内各项政府补助涉及的内容、资产相关或收益相关的分类及判断依据、补助总额、尚未确认收益余额、各年确认的收益金额、补助款项到账时间、收益起始确认时间，以上会计处理是否符合《企业会计准则》规定。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（六）利润表其他项目分析”之“7、营业外支出”中补充披露：

2020 年 1-6 月：

金额单位：人民币万元

种 类	资产相 关或收 益相关	判断 依据	补助 总金额	本期确认的收益 金额	尚未确 认的收 益金额	补助到 账时间	收益起始确 认时间
稳岗补贴	收益相 关	补助文件、 收款依据	36.64	36.64		2020-2-25	2020-2-25
长沙市就业服	收益相	补助文件、	8.69	8.69		2020-3-20	2020-3-20

种 类	资产相 关或收 益相关	判断 依据	补助 总金额	本期确认的收益 金额	尚未确 认的收 益金额	补助到 账时间	收益起始确 认时间
务中心高校见 习补贴	关	收款依据					
党员教育活动 经费	收益相 关	补助文件、 收款依据	1.10	1.10		2020-4-13	2020-4-13
限额以上商贸 流通企业奖励	收益相 关	补助文件、 收款依据	1.00	1.00		2020-6-2	2020-6-2
合 计			<u>47.44</u>	<u>47.44</u>			

2019 年度：

金额单位：人民币万元

种 类	资产相关 或收益相 关	判断 依据	补助 总金额	本期确认的 收益金额	尚未确 认的收 益金额	补助到 账时间	收益起始确 认时间
资本市场发展专 项资金补助	收益相关	补助文件、收 款依据	100.00	100.00		2019-12-25	2019-12-25
长沙市商务局 2019 年老字号专 项资金	收益相关	补助文件、收 款依据	15.00	15.00		2019-9-3	2019-9-3
长沙市知识产权 局 2019 年商标 密集型产业示范 企业奖励	收益相关	补助文件、收 款依据	10.00	10.00		2019-11-15	2019-11-15
长沙市雨花区发 展和改革局 2 0 1 8 年度产业政 策补助	收益相关	补助文件、收 款依据	6.00	6.00		2019-8-21	2019-8-21
长沙市就业服务 中心高校见习补 贴	收益相关	补助文件、收 款依据	3.32	3.32		2019-11-28	2019-11-28
稳岗补贴	收益相关	补助文件、收 款依据	1.48	1.48		2019-12-19	2019-12-19
党员教育活动经 费	收益相关	补助文件、收 款依据	1.26	1.26		2019-4-30	2019-4-30
合 计			<u>137.06</u>	<u>137.06</u>			

2018 年度：

金额单位：人民币万元

种类	资产相关 或收益相关	判断 依据	补助 总金额	本期确认的 收益金额	尚未确认 的收益金 额	补助到 账时间	收益起始确 认时间
长沙市商贸流通 产业专项资金	收益相关	补助文件、收 款依据	17.00	17.00		2018-12-14	2018-12-14
稳岗补贴	收益相关	补助文件、收 款依据	13.01	13.01		2018-12-4	2018-12-4
长沙市就业服务 中心高校见习补 贴	收益相关	补助文件、收 款依据	3.95	3.95		2018-11-27	2018-11-27
合 计			<u>33.96</u>	<u>33.96</u>			

2017 年度：

金额单位：人民币万元

种类	资产相 关或收 益相关	判断 依据	补助 总金额	本期确认的 收益金额	尚未确 认的收 益金额	补助到 账时间	收益起始确 认时间
商务局现代服务 业试点资金	收益相 关	补助文件、 收款依据	190.00	190.00		2017-7-12 至 2017-11-1	2017-7-12 至 2017-11-1
稳岗补贴	收益相 关	补助文件、 收款依据	31.05	31.05		2017-1-6 至 2017-12-31	2017-1-6 至 2017-12-31
长沙市小微企业 2016 年两创专项 资金	收益相 关	补助文件、 收款依据	30.00	30.00		2017-12-26	2017-12-26
长沙市商务局 2017 年老字号专 项资金	收益相 关	补助文件、 收款依据	15.00	15.00		2017-4-28	2017-4-28
长沙市就业服务 中心高校见习补 贴	收益相 关	补助文件、 收款依据	11.01	11.01		2017-2-10 至 2017-12-28	2017-2-10 至 2017-12-28
合 计			<u>277.06</u>	<u>277.06</u>			

根据《企业会计准则第 16 号-政府补助》第十一条“与企业日常活动相关的政府补助，应当按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。”

公司当收到上述补助时计入其他收益。符合《企业会计准则第 16 号-政府补助》的相关要求。

三、2017 年发行人盘亏导致营业外支出 206.05 万元，请结合公司仓库管理具体情况，披露盘亏的具体原因，该事项是否得到有效解决，仓储管理和财务内部控制是否运行有效。

2017 年公司报损 206.05 万元，主要原因在于 2017 年 3 月份报损的一批非药产品，合计金额为 175.47 万

元。该批非药品为 2012 年陆续进货。公司销售部门有针对这批非药品加强宣传，但仍有大批非药品由于销售价格较高受众小的原因一直处于积压滞销状态。至 2017 年 3 月，该批非药品中如湿纸巾，洗发水都已经过期/变质，防蚊手圈味道已经变淡。仓库管理部门提请报损申请后，经公司管理层批准予以报损。

同时对各业务部门提出要求：（1）采购销售部门：新品的引入需要有一定的销售预测依据，经过审批后采购尽量与供应商争取退/换货的权利。（2）仓库配送部门：加强无效期库存监管，盘点时了解无效期库存的性能是否受保管方式、时间影响而变化。（3）财务部：在季度监盘时了解商品性能情况。同时通过库龄分析，对库龄超过 1 年以上的单品督促各采购部门上报情况（包括但不限于商品性能以及库存后期销路情况）。公司的仓储管理和财务内部控制运行有效。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

- 1、查阅公司《会员管理制度》，向公司相关人员了解积分授予、使用、到期的业务流程及会员的计费规则。
- 2、向财务负责人了解上述事项的会计处理方法，抽查相关会计记录凭证并对会计处理进行复核，根据上述业务实质，对其会计处理是否符合《企业会计准则》的规定进行分析和合理性评价和判断。
- 3、将业务系统中积分消费、积分使用、积分余额情况与财务系统相核对，核实有无差异。
- 4、查阅公司与政府补助相关的文件、银行凭证等资料。
- 5、了解政府补助相关情况，了解公司关于与收益相关政府补助以及与资产相关政府补助的划分标准、会计处理方式，与相关会计准则规定进行核对。
- 6、结合会计准则规定和政府补助内容及文件资料，核查政府补助核算的会计处理是否符合企业会计准则的要求。
- 7、了解公司与存货管理相关的内部控制制度，进行穿行测试和控制测试，评价公司在存货管理中各部门是否对存货进行了有效的库存监管及分析，存货相关内部控制设计是否合理，执行是否有效。
- 8、核对公司报告期各期存货盘亏、盘盈单据，并检查对应的盘亏、盘盈审批表，了解盘亏、盘盈的原因，关注公司对于盘亏、盘盈的会计处理是否符合会计准则的要求。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人积分授予、使用、到期的会计处理符合《企业会计准则》的规定。
- 2、发行人已按照《企业会计准则第 16 号——政府补助》（财会〔2017〕15 号）的要求，对政府补助处理政策、与收益相关的政府补助的主要情况进行披露。发行人政府补助处理政策、收到政府补助具有充分的依据，会计处理方式符合会计准则的相关要求。
- 3、发行人 2017 年计入营业外支出的 206.05 万元存货盘亏原因符合公司实情，该事项已得到有效解决；除前述事项外，发行人的仓储管理和财务内部控制得到有效运行。

问题 31

申报材料显示，发行人经营活动产生的现金流量净额分别为-3,395.55万元、688.98万元及8,091.61万元，请量化披露经营活动现金流变动与发行人生产经营活动的匹配关系，经营活动现金流量金额由负转正的合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（五）现金流量分析”中补充披露：

报告期内，公司经营活动现金流情况如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售商品、提供劳务收到的现金	56,999.82	101,399.96	84,262.24	78,710.07
收到的税费返还				
收到其他与经营活动有关的现金	2,592.93	3,014.30	436.07	1,259.17
经营活动现金流入小计	<u>59,592.75</u>	<u>104,414.26</u>	<u>84,698.31</u>	<u>79,969.24</u>
购买商品、接受劳务支付的现金	53,812.02	75,532.54	62,201.03	62,168.87
支付给职工以及为职工支付的现金	4,393.22	8,633.39	8,297.78	6,962.08
支付的各项税费	2,322.76	4,125.04	3,645.50	5,180.57
支付其他与经营活动有关的现金	3,415.71	8,031.68	9,865.03	9,053.28
经营活动现金流出小计	<u>63,943.70</u>	<u>96,322.64</u>	<u>84,009.34</u>	<u>83,364.80</u>
经营活动产生的现金流量净额	<u>-4,350.96</u>	<u>8,091.61</u>	<u>688.98</u>	<u>-3,395.55</u>

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与同期营业收入的占比分别为100.68%、89.01%、94.03%、96.33%，购买商品、接受劳务支付的现金占同期营业成本的比例分别为115.26%、91.17%、85.77%、105.55%，公司经营活动现金流入持续增长。

销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入匹配关系如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售商品、提供劳务收到的现金	56,999.82	101,399.96	84,262.24	78,710.07
营业收入	59,171.08	107,842.99	94,668.26	78,182.31
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	96.33%	94.03%	89.01%	100.68%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入分别为100.68%、89.01%、94.03%、96.33%，其中，营业收入为不含税金额，公司销售商品、提供劳务收到的现金为各项业务带来的包含增值税的现金流入，

包括直营门店零售收入，加盟门店配送收入，分销客户和品牌合作客户批发销售而产生的现金收入，直营门店和加盟门店对外零售医保收款存在一定的结算周期，分销客户和品牌合作客户存在赊销和票据结算，导致收款时间晚于收入确认时点。

2018 年度公司销售收现比相对较低，主要系采用票据和赊销方式结算的收入较 2017 年大幅增加导致。

销售商品、提供劳务收到的现金与相关会计科目的量化勾稽关系如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
营业收入	59,171.08	107,842.99	94,668.26	78,182.31
销项税	7,286.45	13,512.99	13,852.50	12,234.12
应收票据减少	-5,701.25	-18,415.29	-22,397.03	-8,497.18
其中：票据背书转让减少的金额	6,544.80	18,823.93	20,422.05	8,017.29
应收账款相关项目减少	-3,878.58	-1,399.81	-2,178.61	-2,122.38
预收款项增加	63.07	-132.86	417.72	-1,022.13
积分等其他因素影响	59.05	-8.06	-100.60	-64.67
合计	<u>56,999.82</u>	<u>101,399.96</u>	<u>84,262.24</u>	<u>78,710.07</u>
销售商品、提供劳务收到的现金	56,999.82	101,399.96	84,262.24	78,710.07

收到其他与经营活动有关的现金与相关会计科目的量化勾稽关系如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息收入	78.93	136.27	68.71	31.54
政府补助	47.44	137.06	33.96	277.06
押金及保证金	30.81	320.06	60.53	250.39
收回应付票据保证金	1,437.79	2,349.12		
其他往来款	997.96	71.79	272.87	700.18
合计	<u>2,592.93</u>	<u>3,014.30</u>	<u>436.07</u>	<u>1,259.17</u>
收到的其他与经营活动有关的现金	2,592.93	3,014.30	436.07	1,259.17

经营活动现金流与营业成本匹配关系如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	53,812.02	75,532.54	62,201.03	62,168.87
营业成本	46,687.58	82,845.18	72,520.78	58,898.29
购买商品、接受劳务支付的现金/营业成本	115.26%	91.17%	85.77%	105.55%

报告期内，公司采购付现比分别为 105.55%、85.77%、91.17%、115.26%。2018 年度，公司采购付现比略

有下降，主要是因为公司将收到的承兑汇票背书给上游供应商，以提高资金的周转效率。

购买商品、接受劳务支付的现金与相关会计科目的量化勾稽关系如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
营业成本	46,687.58	82,845.18	72,520.78	58,898.29
成本中包含的折旧摊销等	-54.81	-8.65	-17.89	
存货的增加	6,123.77	-2,719.79	7,153.84	4,419.63
累计进项税额	5,917.17	11,120.61	11,764.29	8,763.16
应付票据的减少	-2,345.97	-16,864.74	-26,135.92	-12,277.72
应付帐款减少	-4,553.61	976.04	-2,715.15	81.15
预付帐款增加	2,043.81	215.16	-259.51	2,451.82
购买长期资产支付的进项税	-5.92	-31.27	-109.41	-167.47
合计	<u>53,812.02</u>	<u>75,532.54</u>	<u>62,201.03</u>	<u>62,168.87</u>
购买商品、接受劳务支付的现金	53,812.02	75,532.54	62,201.03	62,168.87

支付给职工以及为职工支付的现金与相关会计科目的量化勾稽关系如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
应付工资支付额	4,397.35	8,655.10	8,316.15	6,983.59
实际支付的工会经费	-3.83	-14.29	-13.24	-20.63
个人所得税变动	-0.30	-7.42	-5.13	-0.88
合计	<u>4,393.22</u>	<u>8,633.39</u>	<u>8,297.78</u>	<u>6,962.08</u>
支付给职工以及为职工支付的现金	4,393.22	8,633.39	8,297.78	6,962.08

支付的各项税费与相关会计科目的量化勾稽关系如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
已交增值税	1,512.88	2,172.59	2,232.03	3,535.59
已交企业所得税	592.64	1,592.58	1,074.89	1,293.50
支付的其它税金	217.24	359.87	338.58	351.48
合计	<u>2,322.76</u>	<u>4,125.04</u>	<u>3,645.50</u>	<u>5,180.57</u>
支付的各项税费	2,322.76	4,125.04	3,645.50	5,180.57

支付其他与经营活动有关的现金与相关会计科目的量化勾稽关系如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
其他往来款	250.58	282.80	320.00	244.24

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
支付应付票据保证金			2,816.36	2,437.54
付现费用	3,165.13	7,748.88	6,728.67	6,371.50
合计	<u>3,415.71</u>	<u>8,031.68</u>	<u>9,865.03</u>	<u>9,053.28</u>
支付的其他与经营活动有关的现金	3,415.71	8,031.68	9,865.03	9,053.28

报告期内，公司的经营活动产生的现金流量净额与净利润的关系如下：

金额单位：人民币万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
净利润	2,837.70	5,218.54	4,303.51	3,741.40
加：资产减值准备	240.85	247.78	86.78	98.49
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	138.16	332.91	328.99	319.47
使用权资产折旧				
无形资产摊销	95.52	125.92	70.01	46.49
长期待摊费用摊销	326.99	503.53	403.90	265.10
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）		-7.73		
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）		0.13	16.10	0.20
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）				
财务费用（收益以“-”号填列）	98.64	18.09	109.85	284.38
投资损失（收益以“-”号填列）	123.28	57.61		-410.66
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-25.63	8.65	137.14	-187.69
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）				
存货的减少（增加以“-”号填列）	-6,123.86	2,749.73	-7,110.23	-4,218.06
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-3,747.94	1,261.85	-6,164.21	-3,533.27
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	1,685.33	-2,425.40	8,507.14	198.61
经营活动产生的现金流量净额	<u>-4,350.96</u>	<u>8,091.61</u>	<u>688.98</u>	<u>-3,395.55</u>

2017年、2018年、2019年、2020年1-6月，公司经营活动现金流量净额分别为-3,395.55万元、688.98万元、8,091.61万元、-4,350.96万元，净利润分别为3,741.40万元、4,303.51万元、5,218.54万元、2,837.70万元。公司的经营活动现金流量净额与净利润存在一定差异，主要原因是存货、经营性应收项目的变动所致：

(1)2017年、2018年、2019年、2020年1-6月，存货增长金额分别为4,218.06万元、7,110.23万元、-2,749.73万元、6,123.86万元，2017年、2018年末随着公司收入规模的扩大，进行了商品备货，2019年公司加大了商品的销售力度，存货余额有所下降，2020年因疫情影响，公司对防疫类物资备货较多，存货余额上涨较快。

(2) 2017年、2018年、2019年、2020年1-6月经营性应收项目较上年度增长金额分别为3,533.27万元、6,164.21万元、-1,261.85万元、3,747.94万元。2017年、2018年应收账款增加以及应收票据保证金净增加导致经营性应收持续增加。2019年经营性应收减少是由于公司处置子公司和盛长风，处置后无应收医疗机构款，医保机构的回款周期有所缩短，应收账款减少所致。2020年1-6月由于分销业务和品牌合作业务的增长，应收账款余额有所增加。

公司借助现有门店营销网络形成的统一采购优势，着力发展分销业务，存货储备相应增加，随着分销业务规模的扩张，公司应收账款也有所增加，公司上下游的付款及收款结算存在一定的时间差，因公司业务量的增加而导致的公司应收账款增加和存货项目增加，导致公司的经营活动产生的现金流量净额与净利润存在一定差异，随着公司收入规模的扩大以及回款结构的改善，公司现金流量由负转正具有合理性。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

- 1、复核发行人现金流量表，访谈财务负责人了解报告期内经营性现金流量净额较少的原因。
- 2、核对经营活动现金流量各明细项与财务报表及附注的勾稽关系。
- 3、获取票据台账和现金流量表，复核票据取得及处置情况，计算销售收现比，查看发行人的销售回款情况。
- 4、获取应交税费明细表，核对报告期各期税费支付金额与现金流量表列报是否一致。
- 5、获取公司应付职工薪酬明细表，核对报告期各期薪酬支付等与现金流量表列报是否一致。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为发行人已量化披露经营活动现金流变动与发行人生产经营活动的匹配关系，经营活动现金流量金额2019年度由负转正具有合理性。

问题 32

申报材料显示，报告期内发行人应收账款的账面余额分别为 10,625.65 万元、12,804.26 万元、12,246.22 万元。请发行人补充披露：（1）按照加盟店、合作店、医保中心、医疗机构等分类的应收账款金额构成情况。

（2）2019 年应收账款规模与营业收入规模增长不匹配的原因及合理性。（3）公司销售政策和信用政策及执行情况，是否与同行业公司情况存在重大差异，报告期是否发生重大变化，是否存在放宽信用政策增加收入的情况。（4）各业务模式下应收账款的构成金额及比例、账龄、坏账准备金额、坏账政策、前五大应收账款单位信息、金额及占比、账龄。（5）应收账款坏账政策具体的计提方式及依据，不同组合之间差异的依据，与同行业相比差异及合理性。（6）结合信用政策，披露应收账款期后回款情况，是否符合公司与客户的信用期约定，是否存在逾期的情形；逾期应收账款的金额与比例，坏账计提是否充分。

请保荐人和申报会计师说明对发行人应收账款执行的核查程序、核查数量及占比、核查金额及占比。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、按照加盟店、合作店、医保中心、医疗机构等分类的应收账款金额构成情况。

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产状况分析”之“（二）流动资产构成及分析”之“3、应收账款”中补充披露：

报告期内的应收账款原值构成情况如下表所示：

金额单位：人民币万元

项目类别	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
加盟店	6,547.98	5,605.72	5,141.22	4,964.55
合作店	2,436.85	720.40	737.10	0.00
医保中心	3,124.48	1,629.71	2,303.34	2,646.10
医疗机构			1,466.79	1,091.03
分销客户	3,879.63	4,212.13	3,056.55	1,823.79
直营店	135.87	78.27	99.25	100.17
合计	<u>16,124.81</u>	<u>12,246.22</u>	<u>12,804.26</u>	<u>10,625.65</u>

报告期内，加盟店类别下的应收账款占主要部分。其次，品牌合作客户的应收账款规模在报告期内逐年增加，与品牌合作业务的规模扩大趋势相吻合。医保中心的在 2019 年底的应收账款余额减少，原因是医保机构在年底提前结算了医保款至公司账户。

二、2019 年应收账款规模与营业收入规模增长不匹配的原因及合理性。

2019 年，应收账款规模与营业收入规模增长不匹配的原因因为医保中心及医疗机构期末应收账款的减少。湖南省医保和长沙市医保的结算周期一般为 3 个月，但湖南省医保和长沙市医保在 2019 年 12 月提前结算了 10 月和 11 月的医保款至公司账户，导致应收账款余额相比以前年度减少，最终导致 2019 年应收账款规模与

营业收入规模增长不匹配。

三、公司销售政策和信用政策及执行情况，是否与同行业公司情况存在重大差异，报告期是否发生重大变化，是否存在放宽信用政策增加收入的情况。

A、销售政策

公司零售业务所面对的客户群体主要为大众消费者，与同行业医药零售公司的销售惯例相一致，除零售现场已交付商品、收取货款的业务外，均为商品已交付，款项通过银联、第三方结算机构或医保中心等结算机构、托管机构代理结算，不涉及赊销，公司主要通过会员积分和促销活动相结合的销售政策维护顾客关系并促进销售。

公司分销业务所面对的客户群体均按照相同的销售政策标准给予对应的销售政策，价格政策一般基于公司指导价，由公司与客户协商确定，返利政策由公司与客户协商确定并在合同中明确约定。

B、信用政策

针对加盟店，公司根据店铺的面积预估加盟门店首批货物需求量，在向加盟门店配货时给予其 40% 的授信额度，只收取加盟门店 60% 的货款。加盟门店每日的营业款都必须按照规定全部归集到公司，每日销售产生的现金结算款项均需按照规定在次日缴存到公司的指定账户汇总，银联刷卡、医保回款、微信、支付宝结算资金则统一归集至公司账户，并按照相关机构期限规定进行结算，故不涉及赊销情况。

针对品牌合作客户，公司与品牌合作公司采取一定额度内月结的授信方式，即公司根据品牌合作公司的营业规模、资金实力以及信用情况，给予其一定额度内、明确还款期限的先货后款政策。公司可根据品牌合作公司向养天和商品采购总额情况调整授信额度。公司与品牌合作对象的货款采取授信额度的方式进行结算。在授信额度内的货款，公司规定品牌合作公司应当将所有货款按月结方式全部结清；超出授信额度的货款，公司规定超出部分由品牌合作公司先预付，待收到预付的全部货款公司才可正常发货。货款支付时必须通过银行账户直接汇入公司指定账户。

针对直营店的零售业务，公司所面对的客户群体主要为大众消费者，不涉及赊销，未开展授予顾客信用的零售业务，不涉及相应的信用政策。

针对分销业务，对有合作基础的客户，一般由销售经理根据客户经营情况，向公司申请对应的信用政策。

综上所述，公司业务针对直营店和加盟店等零售业务所面对的客户群体主要为大众消费者，不存在销售政策和统一的信用政策。另外，公司针对分销及品牌合作业务，面对的客户群体较为广泛，基于不同客户诚信、资信、实力、规模、合作情况、交易依存度、合作潜力等多方面因素，并结合公司所供应产品的特点和行业惯例，公司给予客户的销售政策和信用政策不同，但公司在报告期内给予同一客户的销售政策和信用政策相对稳定。以上符合医药零售业的行业惯例，与同行业公司不存在重大差异，报告期内亦未发生重大变化。

报告期各期，公司各类应收账款的占比稳定，主要为不存在信用政策的应收医保中心款和银联款，由于应收医保款对应的客户群体主要为大众消费者，加之其回款方式及对方单位的特殊性，该类业务不适用信用政策。

综上，公司不存在通过放宽信用政策增加收入的情况。

四、各业务模式下应收账款的构成金额及比例、账龄、坏账准备金额、坏账政策、前五大应收账款单位

信息、金额及占比、账龄。

1、各业务模式下应收账款构成金额及比例如下表所示：

金额单位：人民币万元

业务模式	2020年6月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	原值	占比 (%)						
直营	3,260.35	20.22	1,707.97	13.95	2,402.60	18.76	2,746.28	25.85
加盟	6,547.98	40.61	5,605.72	45.77	5,141.22	40.15	4,964.55	46.72
品牌合作	2,436.85	15.11	720.40	5.88	737.10	5.76		
分销	3,879.63	24.06	4,212.13	34.40	4,523.34	35.33	2,914.82	27.43
合计	<u>16,124.81</u>	<u>100.00</u>	<u>12,246.22</u>	<u>100.00</u>	<u>12,804.26</u>	<u>100.00</u>	<u>10,625.65</u>	<u>100.00</u>

2、各业务模式下应收账款的账龄、坏账准备金额如下表所示：

金额单位：人民币万元

直营模式	2020年6月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	原值	坏账准备	原值	坏账准备	原值	坏账准备	原值	坏账准备
1年以内(含1年)	3,134.93	0.00	1,579.40	0.00	2,046.56	0.00	2,446.40	0.00
1-2年(含2年)	124.05	0.00	126.42	0.00	306.82	0.00	192.21	0.00
2-3年(含3年)	1.37	0.00	2.15	0.00	49.22	0.00	107.67	0.00
3-4年(含4年)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
合计	<u>3,260.35</u>	<u>0.00</u>	<u>1,707.97</u>	<u>0.00</u>	<u>2,402.60</u>	<u>0.00</u>	<u>2,746.28</u>	<u>0.00</u>

加盟模式	2020年6月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	原值	坏账准备	原值	坏账准备	原值	坏账准备	原值	坏账准备
1年以内(含1年)	6,547.98	65.48	5,600.00	56.00	5,138.17	51.38	4,952.95	28.68
1-2年(含2年)	0.00	0.00	5.72	0.06	3.05	0.03	10.74	0.11
2-3年(含3年)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.86	0.01
3-4年(含4年)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
合计	<u>6,547.98</u>	<u>65.48</u>	<u>5,605.72</u>	<u>56.06</u>	<u>5,141.22</u>	<u>51.41</u>	<u>4,964.55</u>	<u>28.80</u>

品牌合作 模式	2020年6月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	原值	坏账准备	原值	坏账准备	原值	坏账准备	原值	坏账准备
1年以内(含1年)	2,263.51	113.18	550.50	27.52	737.10	36.85		
1-2年(含2年)	171.44	17.14	169.90	16.99	0.00	0.00		
2-3年(含3年)	1.90	0.38	0.00	0.00	0.00	0.00		
3-4年(含4年)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00		
合计	<u>2,436.85</u>	<u>130.70</u>	<u>720.40</u>	<u>44.51</u>	<u>737.10</u>	<u>36.85</u>		

分销模式	2020年6月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	原值	坏账准备	原值	坏账准备	原值	坏账准备	原值	坏账准备
1年以内(含1年)	3,378.10	168.90	3,855.33	197.37	4,293.67	158.01	2,880.84	118.42
1-2年(含2年)	391.17	39.12	234.13	15.17	195.69	14.98	14.22	2.49
2-3年(含3年)	96.14	19.23	108.44	19.75	14.22	2.84	19.76	13.16
3-4年(含4年)	14.22	7.11	14.22	7.11	19.76	9.88	0.00	0.00
合计	<u>3,879.63</u>	<u>234.36</u>	<u>4,212.13</u>	<u>239.40</u>	<u>4,523.34</u>	<u>185.72</u>	<u>2,914.82</u>	<u>134.07</u>

3、前五大应收账款单位信息、金额及占比、账龄

(1) 2020年6月30日

单位名称	公司成立时间	注册资金(万元)	注册地点	期末余额(万元)	账龄	占应收账款总额的比例(%)	坏账准备期末余额(万元)
长沙市医疗保险管理服务局				1,475.34	1年以内、1至2年	9.15	
广东养天和九济堂医药连锁有限公司	2013-12-3	1,118.74	湛江市椹川大道中73号第2幢	827.68	1年以内	5.13	41.38
湖南省医疗生育保险服务中心				788.99	1年以内、1至2年	4.89	
湖南和盛长风医药有限公司	2016-11-4	1,000.00	醴陵市经济开发区B区凤凰大道东侧	564.09	1年以内	3.5	28.20

单位名称	公司成立时间	注册资金 (万元)	注册地点	期末余额 (万元)	账龄	占应收账款 总额的比例 (%)	坏账准备 期末余额 (万元)
肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	2017-08-24	1,224.49	肇庆市迎宾大道125区肇庆市鑫华电子陶瓷材料科技有限公司厂房一楼101108室、二楼东204室	447.12	1年以内	2.77	22.36
合计				<u>4,103.22</u>		<u>25.44</u>	<u>91.94</u>

(2) 2019年12月31日

单位名称	公司成立时间	注册资金 (万元)	注册地点	期末余额 (万元)	账龄	占应收账款 总额的比例 (%)	坏账准备 期末余额 (万元)
湖南和盛长风医药有限公司	2016-11-4	1,000.00	醴陵市经济开发区B区凤凰大道东侧	762.98	1年以内	6.23	38.15
长沙市医疗保险管理服务局	1999-9-6	30.00	湖南省长沙市芙蓉中路181号	580.47	1年至2年	4.74	
湖南千金大药房连锁有限公司	2000-12-12	1,000.00	长沙市雨花区劳动东路208号华菱新城地标4楼A区	435.69	1年以内	3.56	21.78
湖南省医疗生育保险服务中心				310.51	1年以内	2.54	
重庆养天和昌野药房连锁有限公司	2001-6-20	3,000.00	重庆市南岸区南坪街道南城大道199号211号	282.58	1年以内	2.31	14.13
合计				<u>2,372.23</u>		<u>19.38</u>	<u>74.06</u>

(3) 2018年12月31日

单位名称	公司成立时间	注册资金(万元)	注册地点	期末余额(万元)	账龄	占应收账款总额的比例(%)	坏账准备期末余额(万元)
长沙市医疗保险管理服务局	1999-9-6	30.00	湖南省长沙市芙蓉中路181号	1,026.55	1年以内、 1至2年、 2至3年	8.02	
湖南海元堂药业有限公司	2015-6-26	2,000.00	长沙高新开发区麓谷街道竹韵路30号实验检测楼四楼	572.24	1年以内	4.47	28.61
湖南省医疗工伤生育保险管理服务局				522.32	1年以内、 1至2年	4.08	
肇庆市养天和康民大药房连锁有限公司	2017-08-24	1,224.49	肇庆市迎宾大道125区肇庆市鑫华电子陶瓷材料科技有限公司厂房一楼101108室、二楼东204室	439.80	1年以内	3.43	21.99
醴陵市中医院		14,390.00	醴陵市瓷城大道3号	422.54	1年以内	3.30	4.23
合计				<u>2,983.45</u>		<u>23.30</u>	<u>54.83</u>

(4) 2017年12月31日

单位名称	公司成立时间	注册资金(万元)	注册地点	期末余额(万元)	账龄	占应收账款总额的比例(%)	坏账准备期末余额(万元)
长沙市医疗保险管理服务局	1999-9-6	30.00	湖南省长沙市芙蓉中路181号	1,055.98	1年以内、 1至2年、 2至3年	9.94	
健医信息科技(上海)股份有限公司	2013-12-30	1,160.49	上海市杨浦区黄兴路2005弄2号(B楼)1611室	587.57	1年以内	5.53	
醴陵市中医院		14,390.00	醴陵市瓷城大道3号	562.57	1年以内	5.29	5.63
湖南省医疗工伤生育保险管理服务局				508.31	1年以内	4.78	
湖南海元堂	2015-6-26	2,000.00	长沙高新	503.24	1年以内	4.74	25.16

单位名称	公司 成立时间	注册资金 (万元)	注册地点	期末余额 (万元)	账龄	占应收账款总 额的比例(%)	坏账准备 期末余额(万元)
药业有限公司			开发区麓 谷街道竹 韵路 30 号 实验检测 楼四楼				
合计				<u>3,217.67</u>		<u>30.28</u>	<u>30.79</u>

五、应收账款坏账政策具体的计提方式及依据，不同组合之间差异的依据，与同行业相比差异及合理性。

1、自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则的应收账款坏账计提政策及与同行业上市公司对比情况

(1) 公司的应收账款坏账计提政策

公司依据财政部于 2017 年印发的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》(财会〔2017〕7 号)、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》(财会〔2017〕8 号)、《企业会计准则第 24 号——套期会计》(财会〔2017〕9 号)、《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》(财会〔2017〕14 号)(以下简称“新金融工具准则”),自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则,针对于不含重大融资成分的应收账款,公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于包含重大融资成分的应收账款和租赁应收款,公司选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。除了单项评估信用风险的应收账款外,基于其信用风险特征,将其划分为不同组合,具体组合及计量预期信用损失的方法如下:

组合名称	确定依据	计提方法
账龄组合	类似账龄的 款项信用风 险特征相似	参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表,计算预期信用损失
应收加盟店、医疗机构款项	款项性质	根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率,该组合预期损失率为 1%
应收医保中心款项 次日到账的直营店营业款	款项性质	根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率,该组合预期损失率为 0%

应收账款账龄组合中,整个存续期预期信用损失率对照表:

账 龄	应收账款预期信用损失率(%)
1 年以内(含 1 年)	5
1-2 年(含 2 年)	10
2-3 年(含 3 年)	20
3-4 年(含 4 年)	50

账 龄	应收账款预期信用损失率 (%)
4-5 年 (含 5 年)	80
5 年以上	100

(2) 同行业可比公司的政策如下:

1) 一心堂 2019 年及以后的应收账款坏账计提政策如下:

对于不含重大融资成分的应收账款, 公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于包含重大融资成分的应收账款和租赁应收款, 公司选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

除了单项评估信用风险的应收账款外, 基于其信用风险特征, 将其划分为不同组合, 具体组合及计量预期信用损失的方法如下:

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
集团合并内关联组合	合并范围内关联方组合	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率, 计算预期信用损失
医保款	零售业务应收医保款组合	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率, 计算预期信用损失
分销款	分销业务应收分销款组合	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率, 计算预期信用损失
支付结算平台	零售业务支付结算平台收款组合	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率, 计算预期信用损失
现金 (注)	零售业务门店现金收款组合	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率, 计算预期信用损失

注: 每天银行停业之前, 营业款超过 4,000 元的门店须将营业款一次性存入银行。公司按各门店全天营业数据确认收入, 与门店存入银行的营业款存在时点差异, 形成现金应收款。

同类上市公司一心堂按各门店全天营业数据确认收入, 与门店存入银行的营业款存在时点差异, 形成的现金应收款并未发生预期信用损失, 因此针对“现金”组合未计提坏账。而公司应收账款组合中“次日到账的直营店营业款”也是判断根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率为 0%, 因此该组合未计提坏账, 与同类上市公司的政策一致。

2) 益丰药房 2019 年及以后的应收账款坏账计提政策如下:

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款, 公司运用简化计量方法, 按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于租赁应收款、包含重大融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

按组合计量预期信用损失的应收款项

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——医保款项组合	账龄在 12 个月以内的 医保款	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率, 计算预期信用损失
应收账款——合并范围内关联往来组合	合并范围内关联往来	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率, 计算预期信用损失

同类上市公司益丰药房针对应收账款组合中“医保款项组合”参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，未形成预期信用损失，因此针对“应收账款——医保款项组合”组合未计提坏账。而公司应收账款组合中“应收医保中心款项”也是判断根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率为 0%，因此该组合未计提坏账，与同类上市公司的政策一致。

3) 大参林 2019 年及以后的应收账款坏账计提政策如下：

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于租赁应收款、包含重大融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

按组合计量预期信用损失的应收款项

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——合并范围内关联往来组合	合并范围内关联往来	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率, 计算预期信用损失
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失

4) 老百姓 2019 年及以后的应收账款坏账计提政策如下：

对于因销售商品、提供劳务等日常经营活动形成的应收票据、应收账款和应收款项融资，无论是否存在重大融资成分，均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

当单项应收账款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，依据信用风险特征将应收款项划分为若干

组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据和计提方法如下：

应收款项融资组合	银行承兑汇票
应收款项组合 1	医保款
应收款项组合 2	应收企业货款
应收款项组合 3	应收医院及卫生院货款
应收款项组合 4	其他

对于划分为组合的应收账款和因销售商品、提供劳务等日常经营活动形成的应收款项融资，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

5) 公司应收账款账龄计提比例与同行业可比公司比较如下：

公司	1 年以内	1 至 2 年	2 至 3 年	3 至 4 年	4 至 5 年	5 年以上
益丰药房	5%	10%	20%	30%	50%	100%
大参林	5%	10%	20%	50%	80%	100%
老百姓			未披露			
一心堂			未披露			
养天和	5%	10%	20%	50%	80%	100%

(3) 通过上述对比可知，2019 年及以后公司与一心堂、益丰药房、大参林、老百姓的应收账款坏账政策各类组合计提一致，整体来看与同行业上市公司相比不存在重大差异。

2、2018 年及以前年度发行人与同类上市公司应收账款坏账计提政策对比情况

(1) 公司的应收账款坏账计提政策

1) 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	期末金额 100 万元以上（含 100 万元）的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

2) 按组合计提坏账准备应收款项

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。确定组合的依据如下：

组合名称	计提方法
账龄组合	账龄分析法
性质组合	性质组合 1：加盟店、医疗机构应收款：按 1% 计提坏账准备； 性质组合 2：不计提坏账准备

注：性质组合 2 为应收合并范围内关联方、应收医保中心款项、将于次月 1 号到账的直营店营业款等无显著回

收风险的款项。

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的计提比例如下：

账 龄	应收账款计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	5
1-2 年 (含 2 年)	10
2-3 年 (含 3 年)	20
3-4 年 (含 4 年)	50
4-5 年 (含 5 年)	80
5 年以上	100

3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项金额不重大的判断依据或金额标准	单项金额低于 100 万元且根据性质收回可能性很小的应收款项
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

(2) 同行业可比公司的政策如下：

1) 一心堂 2018 年及以前年度的应收账款坏账计提政策如下：

A、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	期末金额 100 万元以上 (含 100 万元) 的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	对于单项金额重大且有客观证据表明发生了减值的应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。单独进行评估减值并且已确认或继续确认减值损失的资产，不再对其计提整体评估减值准备。如果没有客观证据表明单独评估的单项应收款项存在减值情况，无论该应收款项金额是否重大，公司将其包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中，按账龄分析法计提坏账准备。

B、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

组合名称	计提方法
账龄组合	账龄分析法

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的计提比例如下：

账 龄	应收账款计提比例 (%)
医保款、暂支款及备用金	0.05
其他	5
1 年以内 (含 1 年)	5
1-2 年 (含 2 年)	10

账 龄	应收账款计提比例 (%)
2-3 年 (含 3 年)	30
3-4 年 (含 4 年)	50
4-5 年 (含 5 年)	50
5 年以上	100

C、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由 有确凿证据表明可收回性存在明显差异的单项金额非重大应收款项，采用个别认定法计提坏账准备

坏账准备的计提方法 对应收票据和预付款项，公司单独进行减值测试，有客观证据表明其发生减值的，根据未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认为资产损失，计提坏账准备。

2) 益丰药房 2018 年及以前年度的应收账款计提政策如下：

A、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	金额 100 万元以上 (含) 的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

B、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

组合名称	计提方法
账龄组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征
余额百分比法组合	用于正常经营各类押金和除门店备用金以外的备用金
门店备用金及医保类款项组合	门店备用金、账龄在 1 年以内的应收医保款和医保预留金
内部款项组合	合并报表范围内的内部款项

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的计提比例如下：

账 龄	应收账款计提比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	5
1-2 年 (含 2 年)	10
2-3 年 (含 3 年)	20
3-4 年 (含 4 年)	30
4-5 年 (含 5 年)	50
5 年以上	100

组合中，采用余额百分比法计提坏账准备的

组合名称	应收账款计提比例(%)
门店备用金及医保类款项组合	/
内部款项组合	/

对门店备用金、账龄在 1 年以内的应收医保款和医保预留金，没有证据表明其存在收回风险的，不计提坏账准备；对于合并报表范围内的内部款项，没有证据表明其存在收回风险的，不计提坏账准备。

C、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与账龄分析法组合、余额百分比法组合和门店备用金及医保类款项组合的未来现金流量现值存在显著差异。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

3) 大参林 2018 年及以前年度的应收账款计提政策如下：

A、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	金额 100 万元以上（含）的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

B、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法（账龄分析法、余额百分比法、其他方法）

账龄组合	账龄分析法
合并范围内关联往来组合	经测试未发生减值的，不计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的

账 龄	应收账款计提比例 (%)
1 年以内（含 1 年）	5
1-2 年（含 2 年）	10
2-3 年（含 3 年）	20
3-4 年（含 4 年）	50
4-5 年（含 5 年）	80
5 年以上	100

组合中，采用余额百分比法计提坏账准备的

组合名称	应收账款计提比例(%)
押金、备用金组合	5
合并范围内关联往来组合	

C、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

4) 老百姓 2018 年及以前年度的应收账款计提政策如下：

A、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	应收账款单项金额超过 100 万元(含 100 万元)、其他应收款单项金额超过 10 万元(含 10 万元)
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	按应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提

对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。当存在客观证据表明本集团将无法按应收款项的原有条款收回款项时，计提坏账准备。

B、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

对于单项金额不重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定组合的依据如下：

组合名称	确定依据
组合 1	应收账款
组合 2	应收关联方及企业往来的其他应收款
组合 3	押金、员工借支款、备用金、电子钱包随时提现资金等
组合 4	除组合 2 及组合 3 的其他应收款
组合 5	信用风险较低的银行承兑汇票

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法（账龄分析法、余额百分比法、其他方法）

组合名称	计提方法
组合 1	根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率，该组合计提坏账的比例为 0%至 3%。
组合 2	根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率，该组合计提坏账的比例为 0%。
组合 3	根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率，该组合计提坏账的比例为 0%。
组合 4	根据与之信用风险特征类似的应收款的历史损失率，该组合的计提坏账准备的方法为按余额 5%计提。

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法（账龄分析法、余额百分比法、其他方法）

组合名称	计提方法
组合 5	不计提
组合中，采用余额百分比法计提坏账准备的	

组合名称	应收账款计提比例(%)
组合 1 计提最低值	
组合 1 计提最高值	3
组合 2	
组合 3	
组合 4	
组合 5	
C、单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项	

单项计提坏账准备的理由	存在客观证据表明本集团将无法按应收款项的原有条款收回款项
坏账准备的计提方法	根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提

D、向金融机构以不附追索权方式转让应收款项的，按交易款项扣除已转销应收款项的账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

(3) 通过上述对比可知，2018 年及以前年度公司与一心堂、益丰药房、大参林、老百姓的应收账款坏账准备各类组合计提政策一致，整体来看与同行业上市公司相比不存在重大差异。

六、结合信用政策，披露应收账款期后回款情况，是否符合公司与客户的信用期约定，是否存在逾期的情形；逾期应收账款的金额与比例，坏账计提是否充分

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产状况分析”之“(二) 流动资产构成及分析”之“3、应收账款”中补充披露：

针对加盟店、直营店、医保中心和医疗机构，公司与同行业医药零售公司的销售惯例相一致，不涉及相应的信用政策。对于分销客户及批发客户，对有合作基础的客户，一般由销售经理根据客户经营情况，向公司申请对应的信用政策。由于公司面对的客户群体较为广泛，基于不同客户诚信、资信、实力、规模、合作情况、交易依存度、合作潜力等多方面因素，并结合公司所供应产品的特点和行业惯例，公司给予客户的信用政策不同，但公司在报告期内给予同一客户的信用政策相对稳定。

1、报告期内应收账款的期后回款情况如下表所示：

金额单位：人民币万元

项目名称	2020 年 1-6 月		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	余额	期后回款	余额	期后回款	余额	期后回款	余额	期后回款
加盟店	6,547.98	6,547.98	5,605.72	5,605.72	5,141.22	5,141.22	4,964.55	4,964.55

项目名称	2020年1-6月		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	余额	期后回款	余额	期后回款	余额	期后回款	余额	期后回款
合作店	2,436.85	519.20	720.40	326.08	737.10	730.81		
医保中心	3,124.48	1,633.04	1,629.71	1,363.11	2,303.34	2,154.55	2,646.10	2,330.54
医疗机构					1,466.79	1,466.79	1,091.03	1,027.06
分销客户	3,879.63	2,806.78	4,212.13	2,585.59	3,056.55	2,726.99	1,823.79	1,589.99
直营店	135.87	135.87	78.27	78.27	99.25	99.25	100.17	100.17
合计	<u>16,124.81</u>	<u>11,642.87</u>	<u>12,246.22</u>	<u>9,958.77</u>	<u>12,804.26</u>	<u>12,319.61</u>	<u>10,625.65</u>	<u>10,012.31</u>

上述期后定义为期末一年以内，2019年12月31日的期后定义为截至2020年6月30日，2020年6月30日的期后定义为截至2020年8月31日。

2、报告期内账龄超过一年的逾期前五大应收账款的情况如下表所示：

1) 2020年6月30日

逾期客户名称	逾期金额	金额单位：人民币万元	
		期后回款金额（截至2020年8月31日）	
肇庆市国民大药房连锁有限公司	169.69		169.69
丰沃达医药物流（湖南）有限公司	15.94		3.54
祁阳县三龙大药房	30.65		
福建安德利医药有限公司	11.74		
湖南宝庆医药有限公司	8.26		

2) 2019年12月31日

逾期客户名称	逾期金额	金额单位：人民币万元	
		期后回款金额（截至2020年6月30日）	
肇庆市国民大药房连锁有限公司	169.69		
丰沃达医药物流（湖南）有限公司	30.85		14.91
祁阳县三龙大药房	30.65		
福建安德利医药有限公司	12.54		0.18
湖南宝庆医药有限公司	8.26		

3) 2018年12月31日

逾期客户名称	逾期金额	金额单位：人民币万元	
		期后回款金额（截至2019年12月31日）	
祁阳县三龙大药房	30.65		
福建安德利医药有限公司	21.65		9.93

逾期客户名称	逾期金额	期后回款金额（截至 2019 年 12 月 31 日）
醴陵市茶山镇卫生院	12.49	7.13
深圳华润三九医药贸易有限公司	8.80	8.80
长沙市芙蓉区福锦记食品商行	8.71	8.71

4) 2017 年 12 月 31 日

金额单位：人民币万元

逾期客户名称	逾期金额	期后回款金额（截至 2018 年 12 月 31 日）
株洲市长风医药有限责任公司	226.55	226.55
益海嘉里食品营销有限公司长沙分公司	6.75	6.75
湖南省民康医药保健品有限公司	6.57	
安仁县百姓门诊部	5.87	
深圳华润三九医药贸易有限公司	5.24	

3、报告期内账龄超过一年的逾期应收账款占应收账款总余额的比例如下表所示：

金额单位：人民币万元

项目名称	2020 年 1-6 月		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	原值	比例(%)	原值	比例(%)	原值	比例(%)	原值	比例(%)
逾期金额	404.71	2.51	430.91	3.52	234.45	1.83	260.54	2.45
未逾期金额	15,720.10	97.49	11,815.31	96.48	12,569.81	98.17	10,365.11	97.55
合计	<u>16,124.81</u>	<u>100.00</u>	<u>12,246.22</u>	<u>100.00</u>	<u>12,804.26</u>	<u>100.00</u>	<u>10,625.65</u>	<u>100.00</u>

报告期内，逾期应收账款占应收账款总额的比例波动不大，维持在 1.83% 至 3.52% 之间。

报告期内，公司应收账款存在一定逾期的情况，主要系公司客户较为分散，公司对单个客户应收账款金额较低，部分客户由于对合同约定的信用期重视程度不足、内部支付流程较长等原因存在逾期的情况，经公司催收后，客户一般会根据合同条款向公司付款。截至 2020 年 8 月 31 日，公司已收到上述逾期客户的款项 201 万元。

针对逾期付款的客户，公司按照账龄计提坏账准备，逾期一年以内的按照 10% 计提坏账，逾期 1-2 年的按照 20% 计提坏账准备，逾期 2-3 年的按照 50% 计提坏账准备。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

- 1、对管理层进行访谈，了解公司对客户的信用政策及执行情况。
- 2、查阅应收账款前二十大客户销售合同，检查结算方式、授信条款与期末应收账款及业务的匹配性，检查是否存在高于授信额度的应收账款余额。

3、查阅公司应收款项坏账准备计提政策及坏账准备计提明细表，依据坏账计提政策对坏账准备计提或转回金额进行复核。

4、检查公司应收账款期后回款的相关会计记录，并与期后银行账户流水中的回款人、回款金额、回款日期进行核对。

5、通过获取公司应收账款账龄，了解账龄较长的原因及逾期情况，并对照新旧金融工具准则，确认公司对该应收账款坏账计提是否充分。

6、函证主要客户的应收账款余额，报告期各期应收客户及应收加盟店的函证结果详见本回复“问题 20、一、（四）相关核查程序、范围及结论”、“问题 17、九、中介机构对加盟店的核查程序、范围及结果”

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、按照加盟店、合作点、医保中心、医疗机构等分类列示的应收账款的构成与公司实际情况相符。

2、2019 年应收账款规模与营业收入规模不匹配是由于公司医保中心及医疗机构提前收回导致，与公司的实际情况相符。

3、报告期内公司具体的信用政策、客户信用期、相关政策不存在重大变更，不存在放宽信用政策增加收入的情况。

4、公司应收账款及其账龄分布合理，坏账计提充分。

5、应收账款坏账政策计提方式及依据与同行业不存在重大差异，坏账准备计提政策总体合理。

6、公司对逾期的应收账款坏账计提充分。

问题 33

关于应收承兑汇票。请发行人补充披露：（1）银行承兑汇票和商业承兑汇票期初余额、本期收到、本期背书、本期贴现、到期承兑、期末余额（区分转出但尚未终止确认部分），以上票据流转是否基于真实交易；（2）按“信用等级较高”、“信用等级一般”、“商业承兑汇票”口径，披露未终止确认承兑汇票金额。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、银行承兑汇票和商业承兑汇票期初余额、本期收到、本期背书、本期贴现、到期承兑、期末余额（区分转出但尚未终止确认部分），以上票据流转是否基于真实交易；

报告期内，公司收到的应收票据主要为客户支付的货款，而报告期末，公司持有的应收票据余额主要通过背书支付给供应商，报告期内公司票据流转均具有真实交易背景。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产状况分析”之“（二）流动资产构成及分析”之“2、应收票据”补充披露如下：

公司银行承兑汇票和商业承兑汇票期初余额、本期收到、本期背书、本期贴现、到期承兑、期末余额如下表所示：

金额单位：人民币万元

项目名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
期初余额	2,046.24	2,454.87	479.89	0.00
本期收到	7,378.30	17,915.57	20,789.42	8,093.95
本期背书	8,478.76	20,103.21	20,775.28	8,022.29
另：期末转出但尚未终止确认部分	256.92	1,779.01	1,960.84	408.23
本期贴现				
到期承兑				
期末余额	1,202.70	2,046.24	2,454.87	479.89

注：报告期内未收到商业承兑汇票。

二、按“信用等级较高”、“信用等级一般”、“商业承兑汇票”口径，披露未终止确认承兑汇票金额。

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产状况分析”之“（二）流动资产构成及分析”之“2、应收票据”补充披露如下：

报告期内，公司未终止确认承兑汇票金额如下表所示：

金额单位：人民币万元

项目名称	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
信用等级较高				

信用等级一般	256.92	1,779.01	1,960.84	408.23
商业承兑汇票				

未终止确认承兑汇票是由除信用等级较高的银行之外的银行作为承兑行的银行承兑汇票的背书和贴现。信用等级较高的银行，包括大型商业银行和上市股份制商业银行开出的银行承兑汇票可以终止确认外其他银行开出的银行承兑汇票背书或者贴现不能终止确认。

公司报告期内无商业承兑汇票，故未终止确认的承兑汇票是由除上述信用等级较高的银行之外的信用等级一般的银行作为承兑行的承兑票据。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、获取发行人应收票据备查簿，核查公司银行承兑汇票期初余额、本期收到、本期背书、本期贴现、到期承兑、期末余额是否与账面记录一致。

2、核对公司终止确认及未终止确认银行承兑汇票分类及列报披露金额准确性。

3、访谈公司管理层与财务人员，了解发行人按“信用等级较高”、“信用等级一般”分类口径确定背书票据终止确认和不终止确认的原则，了解其分类及账务处理是否符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》、《企业会计准则第 31 号——现金流量表》、《上市公司执行企业会计准则案例解析（2019）》案例 2-06 的相关规定。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已充分披露银行承兑汇票和商业承兑汇票期初余额、本期收到、本期背书、本期贴现、到期承兑、期末余额（区分转出但尚未终止确认部分），以上票据流转均基于真实交易。

2、发行人按“信用等级较高”、“信用等级一般”、“商业承兑汇票”口径披露终止确认及未终止确认银行承兑汇票具有合理性，并按照一贯的原则进行分类列报。

问题 34

关于存货。申报材料显示，公司存货 2019 年库龄 1 年以上库存商品 917.65 万元，较上年大幅增长。请发行人补充披露：（1）2019 年库龄超过 1 年的存货的构成情况，期后该存货的销售情况，相关跌价准备计提是否充分；（2）请结合药品管制要求、储存条件、可追溯性、网点分布等特点，披露保荐人、申报会计师对发行人各类存货核查的计划，关注事项，核查程序，监盘人员、时间、地点，核查数量及占比，核查金额及占比。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、2019 年库龄超过 1 年的存货的构成情况，期后该存货的销售情况，相关跌价准备计提是否充分

1、2019 年库龄 1 年以上库存商品的构成情况，期后存货的销售情况如下：

金额单位：人民币万元

存货种类	2019 年 12 月 31 日		期末计提跌 价准备	近效期小于 6 个月	2020 年 1-6 月销售		2020 年 1-6 月期 后销售率 (%)
	数量	金额			数量	金额	
保健食品	0.82	29.79	22.37	22.37	0.79	28.89	96.98
计生用品	0.01	0.19	0.01	0.01	0.01	0.19	100
生活用品	6.34	45.05	4.26	4.26	3.33	38.62	85.73
医疗器械	2.27	34.12	1.02	1.02	2.14	10.47	30.69
中西成药	7.9	774.45	15.84	15.84	4.12	255.35	32.97
中药	0.67	34.05	0.02	0.02	0.30	17.89	52.54
总计	<u>18.01</u>	<u>917.65</u>	<u>43.52</u>	<u>43.52</u>	<u>10.69</u>	<u>351.41</u>	<u>38.29</u>

由于公司生产经营较好，存货周转较快，且国家对药品价格管制较为严格，因此对于效期在 6 个月以上的药品，其预计售价即为其零售价格，不存在存货减值迹象，从而对于该部分药品，不进行减值计提。对于距离药品失效期在 6 个月以内的药品为近效期药品，针对近效期及已过效期的药品，售出可能性较小，需进行减值测试，其预计售价为 0，全额计提存货跌价准备。

2019 年库龄超过 1 年的存货，占存货账面余额的比例为 5.55%。2019 年 12 月 31 日，库龄超过一年的存货种类主要为中西成药，占库龄超过一年的总存货的比例为 84.39%。中西成药主要为东阿阿胶股份有限公司、山西广誉远国药有限公司等厂商的药品，该类药品的保质期为 3 至 5 年，保质期较长。凭借有效的信息系统，公司可以对库存商品的效期进行实时监控，通过加强存货管理提高商品的流转效率，该类商品后续实现销售的可能性较大。

2、存货跌价准备计提的充分性

（1）公司及可比上市公司存货跌价准备计提政策

公司名称	存货跌价准备计提政策
老百姓	存货跌价准备按照存货成本高于可变现净值的差额计提。当存在迹象表明可变现净值低于成

公司名称

存货跌价准备计提政策

(603883)	<p>本时需要确认存货跌价准备。可变现净值的确认需要运用判断和估计。根据现有经验进行估计的结果可能会与之后实际结果存在差异，该差异将在估计被改变期间影响存货账面价值。公司按照成本与可变现净值孰低的方法计提存货跌价准备。资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费</p>
<p>大参林 (603233)</p>	<p>后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。</p>
<p>一心堂 (002727)</p>	<p>每年年末及中期报告期末了，本公司对存货进行全面清查后，按成本与可变现净值孰低计量。存货可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料按照可变现净值计量。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算。企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值应当以一般销售价格为基础计算。</p>
<p>益丰 (603939)</p>	<p>存货跌价准备按照单项比较法对存货成本高于可变现净值的差额计提。资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单项存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。</p>
<p>养天和</p>	<p>资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。</p>

公司存货跌价准备计提政策与同行业可比上市公司基本保持一致。

(2) 2019年12月31日公司与可比上市公司存货跌价准备对比情况

金额单位：人民币万元、%

项 目	养天和	一心堂	老百姓	益丰药房	大参林
存货余额	16,539.22	204,487.24	198,999.89	181,755.08	206,018.72
跌价准备	59.01	1,684.67	185.65	553.96	512.54
计提比例	0.36	0.82	0.09	0.30	0.25

可比上市公司中，一心堂计提的存货跌价准备占存货余额比例较高，系由于其作为商业零售连锁企业，主营业务仅为零售，批发、医药制造业务量占比都很小，因零售业务相对批发业务需要保持更长时间的可供出售存货，同时，考虑物流零散配货所增加的时间，导致其存货周转率较低，存货减值的风险较高，计提的存货跌价准备占存货余额比例较高，与公司不具有可比性。

综上所述，公司的存货跌价准备比例略高于同行业可比公司，因此公司的计提政策、计提比例与同行业可比上市公司不存在重大异常。

存货跌价准备计提符合企业会计准则的规定，计提充分且合理，符合公司实际经营情况。

二、请结合药品管制要求、储存条件、可追溯性、网点分布等特点，披露保荐人、申报会计师对发行人各类存货核查的计划，关注事项，核查程序，监盘人员、时间、地点，核查数量及占比，核查金额及占比。

1、仓库储存管理相关要求

根据《药品管理》、《药品经营质量管理规范》等相关法律法规的要求，按照商品的特性，对商品实行“分库、分区、分类”储存，分为药品库、中药饮片库、冷藏库、非药品库、合格品库、不合格品库、退货库等。库区实行“色标管理”，合格药品为绿色，不合格药品为红色，待确定药品为黄色。针对药品的储存，公司制定了“仓库安全管理制度”、“储存管理制度”、“养护管理制度”、“盘点管理制度”等，对储存的规范性、安全性等进行了详细规定。公司采取了相应的防虫、防鼠、防尘等措施，确保储存质量安全。储存过程中，养护人员采取适宜的温湿度调控措施，以及卫生清洁等措施，确保药品的储存条件符合要求。养护人员依据制度规定，对在库药品进行一般养护及重点养护，对质量不合格药品采取锁定、控制措施不予出库，严格按不合格品流程进行处理。仓库会根据公司制度要求进行定期库存盘点，财务、审计参与监盘及确认，确保账、货相符。整个经营环节，公司可通过计算机信息系统记录各操作流向，加上各类票据、记录等，实现药品的可追溯性。

2、零售门店陈列与检查的相关规定

门店商品陈列应遵循“六分开”原则即：药品与非药品分区陈列；处方药与非处方药分柜陈列；内服药与外用药分柜陈列；专管药品、中药饮片放置在专区，阴凉药品（标示 20℃ 以下、“阴凉处”在 20℃ 以下、25℃ 以下等需阴凉储存的）根据温度要求储存于阴凉药品区，拆零药品应集中存放于拆零药品专柜或专区，标识明显、清晰。非药品应当设置专区，并分医疗器械区、食品区、日化用品区等。对需要冷藏的药品必须放入专用冷藏设备中保存，并保证存放温度符合要求。陈列药品的货柜、橱窗保持清洁卫生，防止人为污染药品，保持药品外包装干净整洁。陈列、存放的药品质量和包装必须符合规定，每月进行检查，重点检查拆零药品和易变质、近效期、摆放时间较长的药品以及中药饮片，发现有质量疑问的药品应当及时撤柜，停止销售，由质量负责人确认和处理，并做好相关记录。门店配置监测及温度调节设备，当温度超过储存要求时要开启温度调节设备确保药品陈列条件符合规定。营业场所内并采取防虫、防鼠、遮光等措施，防止药品污染、受损。公司会根据制度对门店组织进行定期库存盘点，财务、审计进行抽盘，确保账、货相符。整个经营环节可通过计算机信

息系统记录各操作流向，加上各类票据、记录等，实现药品的可追溯性。

3、申报会计师对发行人各类存货核查的计划，关注事项，核查程序

(1) 结合公司期末存货的网点分布，申报会计师对 2019 年末库存商品执行了监盘、抽盘或函证程序。对于海南仓库由第三方代管的存货，申报会计师获取和检查了第三方的委托储存合同，向持有公司存货的第三方函证存货的数量和状况。对存管存货单位进行了走访访谈，并且对代管仓库进行了现场走访，并抽查相关存货是否存在异常情况。

(2) 结合公司期末存货的储存条件、管制要求，申报会计师在监盘前获取公司的盘点计划，评估盘点计划是否适当。申报会计师在监盘时关注存货的实际存放地是否符合存货的储存条件。

(3) 根据公司期末存货的可追溯性，申报会计师核对财务系统数据、业务系统数据与实盘数据一致。

(4) 对公司各类存货核查的监盘人员、时间、地点，核查数量及占比，核查金额及占比如下：

项目	库存商品
监盘时间	2019 年 12 月 28 日至 2020 年 1 月 2 日
监盘地点	和盛配送中心、榔梨工业园顶层仓库、直营门店等
监盘人员	公司财务人员、申报会计师及保荐机构人员
监盘金额、数量及占比	11,733.73 万元、625.28 万、70.94%
存货函证金额、数量及占比	1,159.47 万元、83.5 万、7.01%

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、对发行人财务部门、仓储部门的相关人员进行访谈，了解发行人存货库存状况和备货情况、存货跌价准备的确认原则和主要依据，核查发行人存货跌价准备计提是否充分；评价并测试了发行人存货盘点、存货库龄分析、存货跌价准备相关的内部控制设计和运行的有效性。

2、对比可比上市公司存货跌价准备计提政策，分析公司存货跌价准备计提政策的适当性，根据公司存货跌价准备会计政策，检查存货跌价准备的计提依据、方法。

3、获取报告期各期发行人期末存货的效期数据，检查存货跌价准备计提明细是否包含所有近效期、过效期的药品，对存货跌价准备计提金额进行测算和复核。

4、获取报告期各期发行人的存货盘点表，并与账面数量核对。

5、核对发行人存货明细账与存货业务系统数据。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：发行人 2019 年期末存货跌价准备计提充分合理。通过对期末存货执行监盘程序，不存在重大异常情况。

问题 35

申报材料显示，报告期内发行人应付账款和应付票据占总资产分别为 40.07%、41.49%、35.10%。请发行人补充披露：（1）应付票据期末余额对应的前五大名称、金额及占比；（2）前五大应付账款、应付票据余额与对应供应商采购总额的匹配情况；（3）发行人应付账款和应付票据占总资产的比例与同行业公司差异及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、应付票据期末余额对应的前五大名称、金额及占比

已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债状况分析”之“2、应付票据”补充披露如下：

报告期内，发行人应付票据期末余额对应的前五大名称、金额及占比情况如下：

金额单位：人民币万元

日期	单位名称	应付票据期末余额	占期末应付票据总额比（%）
2020年6月30日	湖南九州通医药有限公司	726.88	7.97
	华润湖南双舟医药有限公司	575.86	6.31
	九芝堂股份有限公司	431.21	4.73
	国药控股湖南有限公司	356.84	3.91
	华润湖南医药有限公司	296.08	3.24
	合计	<u>2,386.87</u>	<u>26.16</u>
2019年12月31日	华润湖南医药有限公司	965.41	8.07
	华润湖南双舟医药有限公司	711.76	5.95
	湖南同安医药有限公司	554.95	4.64
	湖南九州通医药有限公司	482.85	4.04
	湖南天士力民生药业有限公司	416.62	3.48
	合计	<u>3,131.59</u>	<u>26.18</u>
2018年12月31日	华润湖南双舟医药有限公司	785.00	5.67
	华润湖南医药有限公司	738.00	5.33
	湖南九州通医药有限公司	612.00	4.42
	启迪古汉集团衡阳中药有限公司	370.00	2.67
	湖南同安医药有限公司	359.20	2.59
合计	<u>2,864.20</u>	<u>20.68</u>	
2017年12月31日	华润湖南双舟医药有限公司	1,401.00	14.46

日期	单位名称	应付票据期末余额	占期末应付票据 总额比(%)
	华润湖南医药有限公司	1,140.50	11.77
	湖南同安医药有限公司	357.00	3.68
	国药控股湖南有限公司	265.00	2.73
	湖南九州通医药有限公司	247.00	2.55
	合 计	<u>3,410.50</u>	<u>35.19</u>

二、前五大应付账款、应付票据余额与对应供应商采购总额的匹配情况：

金额单位：人民币万元

日期	单位名称	应付账款余额(含 税)	应付票据余额	本期采购净额 (含税)
	湖南九州通医药有限公司	375.30	726.88	3,534.46
	华润湖南双舟医药有限公司	436.13	575.86	2,661.65
2020年6月30日	华润湖南医药有限公司	584.96	296.08	1,485.31
	山东福牌阿胶药业有限公司	747.46		1,224.75
	湖南名裕龙行医药销售有限公司	268.94	264.30	699.82
	合 计	<u>2,412.78</u>	<u>1,863.12</u>	<u>9,605.99</u>
	华润湖南医药有限公司		965.41	2,542.10
	华润湖南双舟医药有限公司	160.10	711.76	4,004.59
2019年度	湖南凯信医药有限公司	620.34		3,115.76
	湖南同安医药有限公司	42.92	554.95	1,861.94
	湖南科源医疗器材销售有限公司	369.48	94.27	790.34
	合 计	<u>1,192.84</u>	<u>2,326.39</u>	<u>12,314.74</u>
	湖南九州通医药有限公司	1,278.42	612.00	5,231.45
	山西广誉远国药有限公司	1,542.09		3,568.43
	华润湖南双舟医药有限公司	322.77	785.00	3,192.57
2018年度	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	878.64		4,002.64
	华润湖南医药有限公司		738.00	4,762.56
	合 计	<u>4,021.92</u>	<u>2,135.00</u>	<u>20,757.66</u>
	华润湖南双舟医药有限公司	277.43	1,401.00	5,286.11
	华润湖南医药有限公司		1,140.50	3,113.77
2017年度	昌都振兴中药饮片实业有限公司长沙分公司	861.65		4,117.07
	湖南同安医药有限公司	65.66	357.00	2,945.14

日期	单位名称	应付账款余额(含税)	应付票据余额	本期采购净额(含税)
	湖南科源医疗器材销售有限公司	169.32	245.00	538.34
	合 计	<u>1,374.06</u>	<u>3,143.50</u>	<u>16,000.44</u>

其中部分供应商应付账款、应付票据余额合计占当期采购量比例较大，主要原因为采购时点临近各报告期末，未达供应商付款账期所致。

三、发行人应付账款和应付票据占总资产的比例与同行业公司差异及合理性。

公司名称	单位：%			
	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
老百姓	31.30	32.91	29.30	25.62
益丰药房	24.48	32.90	27.96	25.90
一心堂	31.42	29.09	27.62	23.78
大参林	35.02	36.90	39.00	36.36
行业平均	30.56	32.95	30.97	27.92
养天和	31.79	35.10	41.49	40.07

自2017年以来公司开始代理部分产品销售，年末相应增加部分库存，导致应付账款和应付票据有所增加，对总资产的占比相对较高。2017年度、2018年度公司应付账款和应付票据占总资产的比例与同行业公司存在稍许差异具有合理性。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、获取公司报告期各期末应付票据备查簿及应付账款明细账，并对前五大供应商期末余额，采购金额进行统计核对。

2、查询同行业上市公司年度报告及相关公告资料，计算、分析和比较发行人应付账款和应付票据占总资产的比例与同行业是否存在异常，分析和评价差异原因及合理性。

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已补充披露应付票据期末余额对应的前五大名称、金额及占比。

2、报告期内发行人前五大应付账款、应付票据余额与对应供应商采购总额匹配无重大异常情况。

3、与同行业上市公司相比，发行人的应付账款和应付票据占总资产的比例略高于同行业上市公司，符合公司实际情况，无重大异常。

问题 36

关于各项往来款。申报材料显示，报告期内公司其他应收款的账面余额分别为 2,549.38 万元、1,995.87 万元、2,241.03 万元。请发行人补充披露：（1）报告期其他应收款、预付款项、其他应付款前五名金额及占比，款项性质；（2）加盟店保证金呈下降趋势，与加盟店数量增长趋势不一致，请披露其原因及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

【发行人披露】

一、报告期其他应收款、预付款项、其他应付款前五名金额及占比，款项性质

其他应收款前五名金额及占比、款项性质情况已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产状况分析”之“（二）流动资产构成及分析”之“6、其他应收款”补充披露如下：

（3）报告期各期末，其他应收款前五名金额及占比、款项性质情况如下：

截至 2020 年 6 月 30 日，公司前五大其他应收款情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占其他应收款 总额的比例(%)
株洲市医疗保障事务中心	代收代付款	304.47	14.45
湖南省美乐厨油茶网络科技有限公司	其他	276.22	13.11
湘潭市医疗生育保险管理服务局	代收代付款	183.27	8.7
岳阳市医疗生育保险基金管理服务处	代收代付款	96.38	4.57
长沙县城乡居民医疗保险服务中心	代收代付款	86.58	4.11
合 计		<u>946.92</u>	<u>44.94</u>

截至 2019 年 12 月 31 日，公司前五大其他应收款情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占其他应收款 总额的比例 (%)
湖南省美乐厨油茶网络科技有限公司	其他	276.22	12.33
株洲市医疗保险处	代收代付款	249.92	11.15
湘潭市医疗生育保险管理服务局	代收代付款	198.15	8.84
汨罗市医疗保险基金管理服务中心	代收代付款	91.28	4.07
长沙县城乡居民医疗保险服务中心	代收代付款	88.50	3.95
合 计		<u>904.08</u>	<u>40.34</u>

注：代收代付款为代收的加盟店医保款；湖南省美乐厨油茶网络科技有限公司款项为原预付的货款，由于出现纠纷引起诉讼，转其他应收款列示：

截至 2018 年 12 月 31 日，公司前五大其他应收款情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占其他应收款 总额的比例 (%)
株洲市医疗保险处	代收代付款	223.17	11.18
湘潭市医疗生育保险管理服务局	代收代付款	198.95	9.97
长沙县城乡居民医疗保险服务中心	代收代付款	127.12	6.37
岳阳市医疗生育保险基金管理服务处	代收代付款	107.38	5.38
汨罗市养天和大药房华章店	代收代付款	67.40	3.38
合 计		<u>724.01</u>	<u>36.28</u>

截至 2017 年 12 月 31 日，公司前五大其他应收款情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占其他应收款 总额的比例 (%)
株洲市医疗保险处	代收代付款	200.18	7.85
赵延粮	其他	180.00	7.06
湘潭市医疗生育保险管理服务局	代收代付款	118.01	4.63
悦生活信息技术股份有限公司	其他	64.19	2.52
长沙县城乡居民医疗保险服务中心	代收代付款	54.78	2.15
合 计		<u>617.16</u>	<u>24.21</u>

注：代收代付款为应代收的加盟店医保款；赵延粮款项为应收股权转让款

预付款项前五名金额及占比、款项性质情况已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产状况分析”之“(二)流动资产构成及分析”之“5、预付款项”补充披露如下：

(2) 报告期各期末，预付款项前五名金额及占比、款项性质情况如下：

截至 2020 年 6 月 30 日，公司前五大预付款项情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占预付款项总 额的比例 (%)
必康润祥医药河北有限公司	货款	2,526.00	37.70
山东康利莱医疗器材有限公司	货款	599.91	8.95
启迪古汉集团衡阳中药有限公司	货款	556.74	8.31
湖南一喜科技服务有限公司	货款	364.94	5.45

单位名称	款项性质	期末余额	占预付款项总额的比例 (%)
山西华元医药营销有限公司	货款	331.99	4.95
合 计		<u>4,379.58</u>	<u>65.36</u>

截至 2019 年 12 月 31 日，公司前五大预付款项情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占预付款项总额的比例 (%)
湖南九州通医药有限公司	货款	925.81	19.88
湖南乐立滋食品有限公司	货款	543.59	11.67
北京市远东医药发展公司	货款	488.00	10.48
国九堂山东阿胶有限公司	货款	261.18	5.61
厦门银鹭食品集团有限公司	货款	194.04	4.17
合 计		<u>2,412.61</u>	<u>51.81</u>

截至 2018 年 12 月 31 日，公司前五大预付款项情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占预付款项总额的比例 (%)
益海嘉里食品营销有限公司长沙分公司	货款	444.22	9.68
厦门银鹭食品集团有限公司	货款	305.99	6.67
湖北汇英生物科技有限公司	货款	301.19	6.57
湖南省美乐厨油茶网络科技有限公司	货款	299.19	6.52
启迪古汉集团衡阳中药有限公司	货款	284.94	6.21
合 计		<u>1,635.54</u>	<u>35.65</u>

截至 2017 年 12 月 31 日，公司前五大预付款项情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占预付款项总额的比例 (%)
东阿阿胶股份有限公司	货款	1,478.02	30.50
益海嘉里食品营销有限公司长沙分公司	货款	490.25	10.12
天津中新药业集团股份有限公司销售公司	货款	320.00	6.60
湖南省美乐厨油茶网络科技有限公司	货款	299.19	6.17
湖北汇英生物科技有限公司	货款	265.89	5.49
合 计		<u>2,853.36</u>	<u>58.88</u>

其他应付款前五名金额及占比，款项性质情况已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之

“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“(一) 负债状况分析”之“8、其他应付款”补充披露如下：

(3) 报告期各期末，其他应付款前五名金额及占比、款项性质情况如下：

截至 2020 年 6 月 30 日，公司前五大其他应付款情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占其他应付款 总额的比例(%)
上海普康健康管理咨询有限公司	预提手续费	50.54	1.06
青岛雨诺网络信息股份有限公司	应付软件款	35.03	0.73
健医信息科技(上海)股份有限公司	预提手续费	33.78	0.71
王壮志	其他	28.21	0.59
长沙市天心区龙佳养天和大药房	应付加盟商结算款	22.22	0.46
合 计		<u>169.78</u>	<u>3.55</u>

截至 2019 年 12 月 31 日，公司前五大其他应付款情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占其他应付款 总额的比例(%)
青岛雨诺网络信息股份有限公司	应付软件款	104.95	2.53
江西贝瓦药业有限公司	保证金	45.58	1.10
湖南雅嘉彩色印刷有限公司	应付印刷物料费	45.29	1.09
长沙兴之邦服饰有限责任公司	应付工服费	25.65	0.62
健医信息科技(上海)股份有限公司	预提手续费	22.40	0.54
合 计		<u>243.87</u>	<u>5.88</u>

截至 2018 年 12 月 31 日，公司前五大其他应付款情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占其他应付款 总额的比例(%)
姚继山	保证金	232.43	5.25
湖南四海一家饮食有限公司	预提租金	108.32	2.45
青岛雨诺网络信息股份有限公司	应付软件款	98.40	2.22
胡声扬	保证金	84.29	1.90
海口龙华益祥天装饰服务部(申益祥)	应付工程款	39.69	0.90
合 计		<u>563.13</u>	<u>12.72</u>

截至 2017 年 12 月 31 日，公司前五大其他应付款情况如下：

金额单位：人民币万元

单位名称	款项性质	期末余额	占其他应付款 总额的比例 (%)
姚继山	保证金	332.51	6.85
李涛	保证金	100.00	2.06
胡声扬	保证金	69.00	1.42
长沙记忆旅游商品开发有限公司	投资款退回	60.00	1.24
株洲市长风医药有限责任公司	其他	41.25	0.85
合 计		<u>602.76</u>	<u>12.42</u>

二、加盟店保证金呈下降趋势，与加盟店数量增长趋势不一致，请披露其原因及合理性

其他应付款前五名金额及占比，款项性质情况已在招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“(一) 负债状况分析”之“8、其他应付款”补充披露如下

其他应付款保证金各报告期金额如下：

款项性质	2020年	2019年	2018年	2017年
	6月30日	12月31日	12月31日	12月31日
保证金（万元）	<u>648.91</u>	<u>743.32</u>	<u>1,000.67</u>	<u>1,165.79</u>
其中：加盟店保证金（万元）	537.00	519.50	488.80	407.10
其他保证金（万元）	111.91	223.82	511.87	758.69
加盟店的门店数量（家）	761	745	728	663
单店加盟店保证金（万元）	0.71	0.70	0.67	0.61

保证金主要核算内容为加盟店保证金、盘亏准备金、业务保证金，2017年保证金主要为子公司湖南和盛长风医药有限公司于2017年拓展业务过程中为降低业务回款风险，业务员姚继山、袁平喜、杨望陵、李涛等人依据业务量规模向公司缴纳相对应比例的业务保证金，确保湖南和盛长风医药有限公司应收账款的回款。2018年湖南和盛长风医药有限公司业务调整，结束部分业务合作后，公司向业务员退回保证金导致保证金的下降；2019年较2018年保证金下降为公司于2019年6月处置子公司湖南和盛长风医药有限公司导致减少所致。

加盟店保证金是公司为保证加盟商严格按照《药品管理法》、《药品经营质量管理规范》的要求和公司的《质量管理体系文件》、《门店GSP记录指导手册》进行质量管理而收取的质量保证金，根据《加盟连锁合同》的约定，加盟门店缴纳的质量保证金为0-10,000元。报告期各期末，加盟店保证金的金额分别为407.10万元、488.80万元、519.50万元、537.00万元，根据各期末加盟门店的数量，计算的单店加盟店保证金分别为0.61万元、0.67万元、0.70万元、0.71万元，加盟店保证金整体呈上升趋势，且与加盟门店数量增长趋势基本保持一致。

【申报会计师回复】

一、针对上述事项，申报会计师执行的主要核查程序如下：

1、获取报告期各期末其他应收款、预付款项、其他应付款明细表，检查和核对其他应收款，预付款项、其他应付款前五名款项金额及款项性质，复核占比计算准确性。

2、对报告期内主要加盟门店的加盟连锁合同进行检查，检查合同中约定的保证金金额与账面金额是否一致，评估其他应付款的真实性、准确性。

3、对加盟门店的保证金执行函证程序，确认保证金的准确性和真实性。

报告各期保证金函证情况如下：

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
函证数量（个）	125	426	524	524
函证金额（元）	900,000.00	3,055,000.00	3,490,000.00	2,950,000.00
账面金额（元）	5,370,000.00	5,195,000.00	4,888,000.00	4,071,000.00
金额占比	16.76%	58.81%	71.40%	72.46%

二、申报会计师核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已补充披露报告期其他应收款、预付款项、其他应付款前五名金额及占比，款项性质。

2、剔除其他保证金后，发行人加盟店保证金呈增加趋势，与加盟店数量增长趋势一致，具有合理性。

[此页无正文]



中国注册会计师:



中国注册会计师:



中国注册会计师:

