

	信永中和会计师事务所	北京市东城区朝阳门北大街 8号富华大厦A座9层	联系电话: +86(010)6554 2288 telephone: +86(010)6554 2288
	ShineWing certified public accountants	9/F, Block A, Fu Hua Mansion, No. 8, Chaoyangmen Beidajie, Dongcheng District, Beijing, 100027, P.R.China	传真: +86(010)6554 7190 facsimile: +86(010)6554 7190

关于赛克赛斯生物科技股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件
第二轮审核问询函
有关财务问题回复的专项说明

上海证券交易所:

贵所出具的《关于赛克赛斯生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函》（上证科审（审核）〔2020〕682号），以下简称“审核问询函”，已收悉。

我们会同赛克赛斯生物科技股份有限公司（以下简称发行人或公司）对贵所反馈意见中提出的问题进行了认真落实，并分别对有关问题进行了说明、论证分析，现将反馈意见的落实情况逐条书面回复如下，请审阅。

问题 1、关于收入真实性

1.1

首轮问询回复显示，发行人部分主要销售产品直销单价下降明显；经销单价较为稳定，价格下降幅度低于直销模式。发行人核心经销商主要为公司前员工设立运营，同时报告期内存在部分核心经销商实际控制人通过员工持股平台持有发行人股份的情形，报告期亦存在核心经销商提供过渡性 CSO 服务的情况。

请发行人：

(1) 按照主要产品分类列式报告期内各种销售（一般经销商、核心经销商、直销）的收入金额、成本、毛利率；

(2) 结合首轮问询 16.4 的回复，补充说明报告期内核心经销商、一般经销商、配送商、直销进销存和终端销售数量对应的金额；

(3) 结合对下游客户库存情况比较分析，说明公司下游客户是否存在高库存的情形；公司是否通过下游客户提前确认收入；

(4) 进一步分析不同销售模式下发行人部分产品价格下降的影响因素，说明对于核心经销商销售价格较为稳定、单价下降幅度低于直销模式的合理性，公司是否通过核心经销商调节收入；

(5) 报告期内，核心经销商收入占经销收入比例分别为 49.04%、55.76%、63.04% 和 47.04%，补充说明发行人对于公司核心经销商发票开具、核心经销商回款进度是否与合同约定一致，是否存在核心经销商回款晚于约定期限或逾期的情形，如有列示对应金额；

(6) 说明公司对于核心经销商是否为先发货后收款的模式，比较分析核心经销商、一般经销商、直销客户应收账款信用期的区别，进一步说明核心经销商与代理销售模式的区别；

(7) 可吸收血管封合医用胶（赛络宁）系发行人 2019 年上市的新产品，发行人回复显示核心经销商持有赛络宁的库龄为 9 个月，普通经销商为 5.93 个月，补充说明公

司是否主要通过核心经销商实现赛络宁的销售，进一步说明赛络宁经销模式下终端销售实现情况，是否存在通过核心经销商提前确认收入的情形；

(8) 经销模式下赛脑宁 2018 年、2019 年库龄较长，基本超过 6 个月，而最近一期库龄少于 2 个月，补充说明公司是否主要通过经销商实现赛脑宁的销售，进一步说明赛脑宁经销模式下终端销售实现情况，公司是否存在通过经销商提前确认收入的情形；

(9) 说明 2018 年赛脑宁在直销前十大中库龄为 108 个月的原因；

(10) 按照主要产品补充说明报告期各期退换货的金额、退换货方的名称、退换货原因等，以及退换货的会计处理；

(11) 参照关联交易披露要求补充披露报告期内公司与核心经销商的相关交易。

请保荐机构及申报会计师核查上述事项并发表明确意见；请保荐机构及申报会计师对发行人是否通过核心经销商调节收入进行专项核查，说明核查方式及核查依据，并对公司收入是否真实准确发表专项核查意见。

【发行人说明】

回复：

问题（1）按照主要产品分类列式报告期内各种销售（一般经销商、核心经销商、直销）的收入金额、成本、毛利率

报告期内，发行人主要产品包括赛必妥、瞬时、赛脑宁、伊维尔，四种主要产品占主营业务收入的比例分别为 99.07%、98.96%、98.44% 和 96.01%。

一、赛必妥分模式销售情况分析

报告期内，赛必妥分模式销售收入、成本、毛利率情况如下：

单位：万元

模式	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
核心经销模式	219.51	49.59	77.41%	2,088.28	426.28	79.59%
一般经销模式	1,331.12	262.82	80.26%	5,225.03	1,092.07	79.10%
配送模式	2,438.06	109.34	95.52%	8,842.11	329.59	96.27%
直销模式	960.75	35.13	96.34%	2,596.19	96.08	96.30%
合计	4,949.44	456.88	90.77%	18,751.61	1,944.02	89.63%
模式	2018 年度			2017 年度		

模式	2020年1-6月			2019年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
核心经销模式	1,523.22	386.47	74.63%	1,563.72	332.86	78.71%
一般经销模式	5,738.66	1,319.57	77.01%	5,889.59	1,112.52	81.11%
配送模式	9,135.29	362.45	96.03%	7,641.93	272.74	96.43%
直销模式	3,364.98	152.00	95.48%	7,146.35	235.73	96.70%
合计	19,762.15	2,220.49	88.76%	22,241.60	1,953.85	91.22%

报告期内，不同销售模式下赛必妥毛利率一般呈现直销模式、配送模式、一般经销模式和核心经销模式逐步递减的特点。其中 2018 年度配送模式毛利率高于直销模式及 2019 年度一般经销模式毛利率低于核心经销模式的原因如下：

2018 年度，配送模式毛利率高于直销模式，主要系发行人赛必妥产品不同规格产品成本差异较小，但销售价格差异较大，毛利率一般呈现规格越大毛利率越高的特点。配送模式赛必妥产品加权平均规格为 2.55ml（加权平均规格=Σ（各规格产品本期销量比重*各规格大小），高于直销模式加权平均规格 2.37ml，因而配送模式销售单价及毛利率相应较高。

2019 年度，一般经销模式毛利率低于核心经销模式，系单价较低的浙江地区 10ml 规格赛必妥产品销售占比提高所致。剔除该规格影响后，2019 年一般经销模式毛利率为 82.03%，核心经销模式毛利率为 79.59%，具有合理性。

二、瞬时分模式销售情况分析

报告期内，瞬时分模式销售收入、成本、毛利率情况如下：

单位：万元

模式	2020年1-6月			2019年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
核心经销模式	882.18	100.44	88.61%	9,623.67	996.7	89.64%
一般经销模式	433.8	58.35	86.55%	1,705.66	178.4	89.54%
配送模式	1,824.11	45.44	97.51%	4,013.58	94.99	97.63%
直销模式	345.08	6.69	98.06%	1,074.84	20.96	98.05%
合计	3,485.17	210.92	93.95%	16,417.75	1,291.05	92.14%
模式	2018年度			2017年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
核心经销模式	8,528.68	956.83	88.78%	6,188.04	674.23	89.10%
一般经销模式	1,990.05	185.94	90.66%	2,066.25	179.41	91.32%
配送模式	3,364.22	81.03	97.59%	3,216.72	59.44	98.15%

直销模式	1,214.99	39.50	96.75%	1,110.16	33.8	96.96%
合计	15,097.94	1,263.30	91.63%	12,581.17	946.88	92.47%

报告期内，不同销售模式下瞬时产品毛利率与赛必妥毛利率相似，一般呈现直销模式、配送模式、一般经销模式和核心经销模式逐步递减的特点。

其中 2017 年-2018 年配送模式毛利率高于直销模式，系配送模式采购瞬时加权平均规格高于直销模式所致，具体情况如下：

单位：g

项目	2018 年度	2017 年度
配送模式	0.53	0.60
直销模式	0.48	0.43

注：加权平均规格=Σ（各规格产品本期销售比重*各规格大小）

其中 2019 年核心经销模式毛利率高于一般经销模式，主要系 2g 规格瞬时产品销售区域差异较大，其中一般经销模式 2g 规格瞬时主要在单价较低的河南地区销售，核心经销模式主要在单价较高的广东、江苏和湖南地区销售所致。剔除 2g 规格产品后，核心经销模式毛利率仍高于一般经销模式，主要系规格差异所致，具体比较情况如下：

单位：g

项目	毛利率	平均规格
核心经销模式	88.70%	0.54
一般经销模式	87.72%	0.36

其中 2020 年 1-6 月，一般经销模式毛利率大于核心经销模式毛利率系当年一般经销商采购瞬时平均加权规格为 0.54g，低于核心经销商平均规格 0.61g 所致。

三、赛脑宁分模式销售情况分析

报告期内，赛脑宁分模式销售收入、成本、毛利率情况如下：

单位：万元

模式	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
核心经销模式	74.84	10.44	86.05%	48.59	8.95	81.58%
一般经销模式	4.27	0.84	80.46%	6.28	0.62	90.20%
配送模式	846.41	30.43	96.41%	1,224.15	51.56	95.79%
直销模式	24.09	0.75	96.88%	28.02	0.76	97.29%
合计	949.61	42.46	95.53%	1,307.04	61.89	95.26%
模式	2018 年度			2017 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率

核心经销模式	5.17	0.11	97.79%	-	-	-
一般经销模式	-	-	-	-	-	-
配送模式	26.54	0.58	97.79%	-	-	-
直销模式	-	-	-	-	-	-
合计	31.71	0.69	97.79%	-	-	-

报告期内，不同销售模式下赛脑宁产品毛利率一般呈现直销模式、配送模式、一般经销模式和核心经销模式逐步递减的特点。

其中 2018 年核心经销模式与配送模式毛利率相同，主要系赛脑宁系发行人 2018 年上市的新品，上市初期终端医院主要由发行人通过市场推广开拓获取，由于产品数量极少，出于方便配送考虑，部分地区短暂性由核心经销商负责协助配送产品，因而毛利率相对较高。

其中 2020 年 1-6 月核心经销模式毛利率高于一般经销模式毛利率，系核心经销模式采购规格加权平均为 2.67ml，高于同期一般经销模式采购加权平均规格 2.03ml，因而销售价格及毛利率相应较高所致。

四、伊维尔分模式销售情况分析

报告期内，伊维尔主要通过配送模式、一般经销模式和核心经销模式进行销售，分模式销售收入、成本、毛利率情况如下：

单位：万元

模式	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
核心经销模式	290.76	7.92	97.27%	259.62	8.23	96.83%
一般经销模式	19.12	0.49	97.46%	130.99	3.45	97.37%
配送模式	122.34	1.30	98.94%	147.55	1.63	98.89%
合计	432.22	9.71	97.75%	538.16	13.31	97.53%
模式	2018 年度			2017 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
核心经销模式	160.95	2.72	98.31%	172.23	2.63	98.48%
一般经销模式	415.93	6.77	98.37%	322.41	4.28	98.67%
配送模式	2.04	0.01	99.49%	8.53	0.04	99.50%
合计	578.92	9.50	98.36%	503.17	6.95	98.62%

报告期内，不同销售模式下伊维尔产品毛利率一般呈现配送模式、一般经销模式和核心经销模式逐步递减的特点。

问题(2)结合首轮问询 16.4 的回复,补充说明报告期内核心经销商、一般经销商、配送商、直销进销存和终端销售数量对应的金额

一、核心经销商进销存情况及终端销售金额实现比例

(一) 进销存情况

报告期内,核心经销商除部分新产品上市初期备货周期相对较长外,其他主要产品的备货周期基本为 1-2 月左右,其中 2017 年底瞬时及赛必妥备货周期较短一方面由于赛必妥当期销量较大,另一方面 2017 年度春节时间(2018 年 2 月 15 日)较晚,核心经销商未于年底进行备货所致,核心经销商的进销存具体情况如下:

单位:支、月

期间	产品类型	核心经销商向发行人采购数量	核心经销商销售数量	核心经销商期末库存	备货周期
2020 年 1-6 月	瞬时	60,480	137,687	26,546	1.16
	赛必妥	43,050	81,877	19,428	1.42
	伊维尔	1,500	1,173	468	2.39
	赛脑宁	575	554	149	1.61
	赛络宁	880	352	528	9.00
2019 年度	瞬时	676,930	663,874	103,753	1.88
	赛必妥	378,110	364,630	58,255	1.92
	伊维尔	1,311	1,400	141	1.21
	赛脑宁	340	215	128	7.14
2018 年度	瞬时	645,100	598,220	90,697	1.82
	赛必妥	271,926	253,945	44,775	2.12
	伊维尔	780	619	230	4.46
	赛脑宁	8	5	3	7.20
2017 年度	瞬时	485,284	482,117	43,817	1.09
	赛必妥	280,969	351,199	26,794	0.92
	伊维尔	865	826	69	1.00

注:备货周期=期末库存/(当期销售数量/月数),下同

(二) 终端销售金额实现比例

报告期内,核心经销商终端销售金额及其终端实现比例具体情况如下:

单位:万元

期间	核心经销商终端销售	发行人向核心经销商	终端实现销售比例
----	-----------	-----------	----------

	金额	销售金额	
2020年1-6月	3,014.17	1,596.14	188.84%
2019年	11,771.38	12,020.16	97.93%
2018年	9,486.62	10,218.02	92.84%
2017年	7,560.89	7,923.99	95.42%

注 1: 核心经销商终端销售金额=Σ(发行人向核心经销商销售均价*核心经销商终端销售数量), 计算方式下同;

注 2: 终端实现销售比例=核心经销商终端销售金额/发行人向核心经销商销售金额, 计算方式下同。

报告期内, 发行人主要产品实现终端销售金额分别为 7,560.89 万元、9,486.62 万元、11,771.38 万元和 3,014.17 万元, 终端实现销售比例接近 100%, 其中 2020 年 1-6 月终端实现销售比例较高主要系核心经销商受疫情影响减少库存所致。

二、一般经销商进销存情况及终端销售金额实现比例

(一) 进销存情况

报告期内, 一般经销商主要产品的备货周期基本为 1 个月以内, 其中 2019 年和 2020 年上半年瞬时产品备货周期边长主要系当期销售减少所致, 具体进销存情况如下:

单位: 支、月

期间	产品类型	一般经销商向 发行人采购数 量	一般经销商销 售数量	期末库存	备货周期
2020年1-6月	瞬时	18,330	19,130	5,850	1.83
	赛必妥	89,980	110,560	9,350	0.51
	赛络宁	200	200	-	-
2019年度	瞬时	46,950	41,525	7,050	2.04
	赛必妥	380,995	359,805	29,930	1.00
2018年度	瞬时	79,720	78,930	4,790	0.73
	赛必妥	259,715	268,347	12,230	0.55
2017年度	瞬时	39,321	43,155	4,000	1.11
	赛必妥	343,587	331,617	21,742	0.79

(二) 终端销售金额实现比例

报告期内, 一般经销商终端销售金额及其终端实现比例具体情况如下:

单位: 万元

期间	一般经销商终端销售 金额	发行人向一般经销商 销售金额	终端实现销售比例
----	-----------------	-------------------	----------

2020年1-6月	1,174.01	1,007.34	116.54%
2019年	3,570.95	4,075.06	87.63%
2018年	4,187.25	3,452.90	121.27%
2017年	3,366.90	3,265.47	103.11%

报告期内,发行人主要产品实现终端销售金额分别为 3,366.90 万元、4,187.25 万元、3,570.95 万元和 1,174.01 万元,终端实现销售比例在 100%左右。

三、配送商进销存情况及终端销售金额实现比例

(一) 进销存情况

报告期内,配送商除部分新产品上市初期备货周期相对较长外,其他主要产品的备货周期基本为 1 个月以内,配送商的进销存情况如下:

单位:支、月

期间	产品类型	配送商向发行人采购数量	配送销售数量	期末库存	备货周期
2020年1-6月	瞬时	24,110	25,909	2,100	0.49
	赛必妥	54,930	62,692	3,579	0.34
	伊维尔	40	40	-	-
	赛脑宁	1,325	1,683	148	0.53
	赛络宁	52	12	40	20.00
2019年度	瞬时	61,365	61,432	3,899	0.76
	赛必妥	246,052	253,421	11,341	0.54
	伊维尔	101	101	-	-
	赛脑宁	1,520	1,032	506	5.88
2018年度	瞬时	57,460	56,337	3,966	0.84
	赛必妥	307,430	300,818	21,110	0.84
	赛脑宁	20	2	18	108.00
2017年度	瞬时	30,923	30,155	2,843	1.13
	赛必妥	340,034	349,538	14,498	0.50

注:上述配送商统计口径为配送商销售收入 60% 范围

(二) 终端销售金额实现比例

报告期内,配送商终端销售金额及其终端实现比例具体情况如下:

单位:万元

期间	配送商终端销售金额	发行人向配送商销售金额	终端实现销售比例
2020年1-6月	4,853.23	4,015.46	120.86%
2019年	11,183.28	11,404.98	98.06%

期间	配送商终端销售金额	发行人向配送商销售金额	终端实现销售比例
2018年	10,835.56	11,087.73	97.73%
2017年	9,373.78	9,411.15	99.60%

报告期内，发行人主要产品实现终端销售金额分别为 9,373.78 万元、10,835.56 万元、11,183.28 万元和 4,853.23 万元，终端实现销售比例接近 100%。

四、直销模式进销存情况及终端销售金额实现比例

报告期内，在直销模式下，发行人直接向终端医院进行买断式销售，由于发行人产品为日常手术使用的医用耗材，使用较为频繁，发行人未取得医院的库存数据。终端医院为产品的最终使用者，不存在向其他第三方转销的情形，直销模式下主要产品终端销售金额如下：

单位：万元

产品种类	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
瞬时	345.08	1,074.84	1,214.99	1,110.16
赛必妥	960.75	2,596.19	3,364.98	7,146.35
赛脑宁	24.09	28.02	-	-
合计	1,329.93	3,711.93	4,579.97	8,323.22

报告期内，发行人直销模式销售金额逐年减少，其中 2018 年度下滑较大主要系赛必妥产品受山东省部分三甲医院控费控量措施影响销量出现下滑所致。发行人主要产品销售金额波动情况请详见本回复之“问题 2、关于核心产品”。

问题（3）结合对下游客户库存情况比较分析，说明公司下游客户是否存在高库存的情形；公司是否通过下游客户提前确认收入

一、结合对下游客户库存情况比较分析，说明公司下游客户是否存在高库存的情形

报告期内，发行人下游直接客户包括核心经销商、一般经销商、配送商、直销客户，其中核心经销商还存在下级经销商。

（一）发行人直接客户库存情况分析

报告期内，发行人核心经销商除部分新产品上市初期备货周期相对较长外，其他主要产品的备货周期基本为 1-2 月左右，一般经销商备货库龄基本维持在 1 个月左右，发

行人配送商除部分新产品上市初期库龄相对较长外，其他主要产品的库龄基本为 1 个月以内，上述客户终端销售实现比例接近 100%，不存在高库存情况。

报告期内，在直销模式下，发行人直接向终端医院进行买断式销售，由于发行人产品为日常手术使用的医用耗材，使用较为频繁，发行人未取得取得医院的库存数据，具体分析详见本问询函回复之“问题 1.1”之“问题（2）/问题（2）结合首轮问询 16.4 的回复，补充说明报告期内核心经销商、一般经销商、配送商、直销进销存和终端销售数量对应的金额”的相关内容。

（二）核心经销商的下级经销商库存情况分析

报告期内，下级经销商向核心经销商采购情况与下级经销商终端销售实现情况比较分析如下：

单位：支、万元

产品种类	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	下级经销商采购数量	终端销售数量	实现销售比例	库存变动金额	下级经销商采购数量	终端销售数量	实现销售比例	库存变动金额
赛必妥	81,877	76,763	93.75%	26.45	364,630	371,102	101.77%	-34.45
瞬时	137,687	132,006	95.87%	61.44	663,874	660,017	99.42%	121.96
赛脑宁	554	548	98.92%	0.59	215	213	99.07%	0.29
伊维尔	1,173	928	79.11%	51.75	1,400	1,310	93.57%	16.79
产品种类	2018 年度				2017 年度			
	下级经销商采购数量	终端销售数量	实现销售比例	库存变动金额	下级经销商采购数量	终端销售数量	实现销售比例	库存变动金额
赛必妥	253,945	255,712	100.70%	-11.89	351,199	343,483	97.80%	76.67
瞬时	598,220	607,397	101.53%	-149.33	482,117	453,895	94.15%	151.53
赛脑宁	5	5	100.00%	-	-	-	-	-
伊维尔	619	610	98.55%	1.85	826	807	97.70%	3.81

注：实现销售比例=终端销售数量/下游经销商采购数量

报告期内，发行人核心经销商下级经销商向核心经销商采购主要产品数量与其终端销售数量相近，终端实现销售比例在 100%左右，报告期各期库存变动金额相对较小，报告期内发行人核心经销商不存在大幅增加库存的情形。

二、公司是否通过下游客户提前确认收入

报告期内，发行人下游客户备货周期较为稳定且波动较小，发行人下游客户终端销售实现比例接近 100%，核心经销商下游经销商进销实现比例接近 100%，不存在发行人向下游客户或核心经销商向下游客户转移库存的情形。因此，发行人采用买断式销售且未通过下游客户转移库存，不存在提前确认收入情形。

问题（4）进一步分析不同销售模式下发行人部分产品价格下降的影响因素，说明对于核心经销商销售价格较为稳定、单价下降幅度低于直销模式的合理性，公司是否通过核心经销商调节收入

一、不同销售模式下主要产品价格波动情况分析

（一）赛必妥价格波动分析

报告期内，赛必妥分模式销售单价情况如下：

单位：元/支

模 式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
核心经销模式	51.23	55.23	55.90	55.04
一般经销模式	64.38	64.38	65.68	65.58
配送模式	281.91	315.57	345.43	316.98
直销模式	347.24	313.55	298.89	349.54
合计	136.07	120.77	129.74	136.64

1、核心经销模式价格波动

报告期内，核心经销模式价格 2018 年至 2020 年 1-6 月小幅下滑，其中 2019 年较 2018 年销售均价小幅下滑主要系在核心经销商销量较大区域内，湖北及河南地区受招标投标政策改革，销售单价有所下滑；其中 2020 年 1-6 月销售价格下滑主要系产品平均规格下降所致。剔除湖北及河南地区影响后，2018 年至 2020 年 1-6 月价格波动情况如下：

单位：元/支、ml

模 式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度
平均销售价格	49.17	52.97	53.03
平均产品规格	2.28	2.46	2.49

剔除前后销售单价比较，2018年-2020年1-6月销售单价均出现下滑，主要系湖北及湖南地区销售产品规格较大所致，剔除前后，发行人核心经销商销售模式销售产品规格比较小情况如下：

单位：ml

模 式	2020年1-6月	2019年度	2018年度
剔除前	2.53	2.89	2.85
剔除后	2.28	2.46	2.49

2、一般经销模式价格波动

报告期内，一般经销商价格较为稳定，其中2019年较2018年小幅下滑，主要系湖北、河南地区受招投标政策改革及湖南客户结构变化，销售单价有所下滑；剔除上述地区影响后，2019年和2018年价格与规格波动趋势保持一致，具体情况如下：

单位：元/支、ml

类型	2019年度	2018年度
平均销售价格	68.27	66.41
平均产品规格	3.44	3.21

3、配送模式价格波动

报告期内，配送模式销售价格2018-2020年1-6月出现下滑，其中2019年较2018年销售均价下滑主要系“京津冀”、山西、黑龙江及吉林等地受招投标政策改革，价格出现下滑；此外，安徽、山东、陕西、新疆及湖北等地由于客户结构调整，单价较低的客户销售占比提高，导致销售价格进一步下滑。剔除上述地区影响后，在平均产品规格降幅较大的情况下销售均价小幅下滑，主要系其他地区单价较高客户销售占比提高所致，具体情况如下：

单位：元/支、ml

类型	2019年度	2018年度
平均销售价格	249.03	255.72
平均产品规格	2.31	2.55

2020年1-6月较2019年度销售价格继续下滑主要系上海、河南、青海等地区受招投标政策改革，价格出现下滑；此外，安徽、山东、陕西、新疆及湖北等地由于客户结构调整，单价较低的客户销售占比提高，导致销售价格进一步下滑。剔除上述地区影响

后，在平均产品规格下降的情况下销售均价出现上升，主要系其他地区单价较高客户销售占比提高所致，具体情况如下：

单位：元/支、ml

模式	2020 年度 1-6 月	2019 年度
平均销售价格	218.57	215.56
平均产品规格	2.11	2.15

4、直销模式价格波动

报告期内，直销模式销售价格于 2018 年出现下滑，主要系“京津冀”地区招投标政策改革及山东地区医院控费控量影响，部分医院销售价格出现下滑。此外，安徽、河南、黑龙江、湖北、陕西及吉林等地由于客户结构调整，单价较低的客户销售占比提高，导致销售价格进一步下滑。剔除上述地区影响后，销售均价仍出现下滑，主要系平均规格变小所致，具体情况如下：

单位：元/支、ml

类型	2018 年度	2017 年度
平均销售价格	278.81	308.26
平均产品规格	2.18	2.43

（二）瞬时价格波动分析

报告期内，瞬时分模式销售单价情况如下：

单位：元/支

模式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
核心经销模式	145.86	142.19	131.76	124.86
一般经销模式	119.77	151.27	161.52	158.99
配送模式	649.38	630.86	612.32	743.89
直销模式	840.23	748.08	448.95	432.86
合计	270.38	189.24	177.10	181.17

1、核心经销模式价格波动

报告期内，核心经销模式销售价格持续提高，主要系瞬时平均规格变大所致，具体比较情况如下：

单位：元/支、g

模式	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
核心经销模式销售均价	148.31	141.98	131.67	124.58
核心经销模式平均规格	0.68	0.60	0.56	0.54

注：因瞬时 0.3g、0.7g 及 0.75g 规格定价波动较大，且销量占比较小，剔除计算

2、一般经销模式价格波动

报告期内，一般经销模式销售价格 2018 年至 2020 年 1-6 月出现下滑，其中 2019 年较 2018 年销售均价下滑主要系受山西地区招投标政策改革，价格出现下滑；此外，受“京津冀”、湖北、云南及重庆等地销售占比变化，导致销售价格进一步下滑。剔除上述地区影响后，销售均价出现上涨主要系产品规格变大所致，具体情况如下：

单位：元/支、g

类型	2019 年度	2018 年度
平均销售价格	167.05	144.55
平均产品规格	0.88	0.68

其中 2020 年 1-6 月份销售均价较 2019 年出现下滑，主要系规格变小所致，具体比较情况如下：

单位：元/支、g

类型	2020 年 1-6 月	2019 年度
平均销售价格	119.77	151.27
平均产品规格	0.41	0.64

3、配送模式价格波动

配送模式 2018 年销售单价低于 2017 年，主要系销售产品平均规格所致，另外山东地区受控费控量医院议价以及广东、陕西、山西、天津及重庆等地销售占比变化，销售价格有所下降。剔除上述区域影响后，配送模式销售价格下降幅度有所缩窄，具体情况如下：

单位：元/支、g

类型	剔除前		剔除后	
	2018 年度	2017 年度	2018 年度	2017 年度
平均销售价格	612.32	743.89	762.37	869.92
平均产品规格	0.52	0.60	0.66	0.73

4、直销模式价格波动

报告期内，直销模式销售价格持续提高，主要系瞬时平均规格变大所致，具体比较情况如下：

单位：元/支、g

模式	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
直销模式销售均价	738.80	620.40	414.01	432.86
直销模式平均规格	0.61	0.56	0.47	0.43

注：因瞬时 0.75g 规格定价波动较大，且销量占比较小，剔除计算

其中 2018 年度较 2017 年度瞬时直销模式价格有所降低，主要系“京津冀”地区招投标改革所致。剔除“京津冀”区域影响后，直销模式销售价格与规格波动趋势保持一致，具体情况如下：

单位：元/支、g

类型	剔除前		剔除后	
	2018年度	2017年度	2018年度	2017年度
平均销售价格	414.01	432.86	434.74	391.83
平均产品规格	0.47	0.43	0.48	0.44

（三）赛脑宁价格波动分析

报告期内，赛脑宁分模式销售均价情况如下：

单位：元/支

模式	2020年1-6月	2019年度	2018年度
核心经销模式	1,308.33	1,504.42	6,465.52
一般经销模式	1,017.70	1,653.80	-
配送模式	5,033.49	5,674.06	6,472.54
直销模式	6,665.11	6,860.08	-
合计	4,072.62	5,107.06	6,471.39

注：赛脑宁系发行人 2018 年上市的新产品，2017 年尚未实现销售

1、核心经销模式价格波动

2019 年核心经销模式销售单价较 2018 年下滑较大，系赛脑宁为 2018 年上市新品，上市初期终端医院主要由发行人通过市场推广开拓获取，由于产品数量极少且对运输要求较高，出于方便配送考虑，部分地区短暂性由具备冷链运输与储存条件的核心经销商负责协助配送产品，因而销售价格较高。

2020 年 1-6 月核心经销模式销售单价低于 2019 年度，主要系一般经销商采购加权平均规格变小所致，由 2019 年采购加权平均规格 3ml 减少到 2020 年上半年 2.66ml。

2、一般经销模式价格波动

2020年1-6月一般经销模式价格低于2019年度，主要系一般经销商采购加权平均规格变小所致，由2019年采购加权平均规格3ml减少到2020年上半年2ml。

3、配送模式价格波动

2019年配送模式下赛脑宁的销售单价较2018年有所下滑，主要系赛脑宁为2018年上市新品，销售区域较少，2019年销售区域大幅增加，不同地区销售定价存在差异，因此销售均价有所下滑。

2020年1-6月配送模式价格低于2019年度，主要系配送商所采购的赛脑宁加权平均规格变小所致，由2019年2.96ml减少到2.76ml所致。

4、直销模式价格波动

2020年1-6月直销模式销售价格较2019年度出现下滑，主要原因为：一方面由于采购规格变小，由2019年2.93ml减少到2020年上半年的2.89ml；另一方面销售单价较低的陕西地区销售占比有所提升，导致销售价格整体下降。

（四）伊维尔

报告期内，伊维尔未通过直销模式销售，其他模式销售均价波动情况如下：

单位：元/支

模式	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
核心经销模式	1,951.42	1,921.68	2,063.41	1,991.05
一般经销模式	2,123.89	2,165.19	2,139.58	2,284.98
配送模式	4,816.36	5,546.86	6,798.79	6,095.30
合计	2,356.66	2,421.96	2,122.92	2,197.25

报告期内，发行人伊维尔产品三种销售模式下自2018年度起整体呈现价格下降的情况，主要系发行人不断加强伊维尔市场推广力度，并根据竞争对手销售价格情况，于2019年度采取了主动调价的销售策略，因而销售单价有所降低。

其中核心经销模式2020年上半年价格较2019年相比有所上升，主要系销售单价相对较高的重庆地区销售占比提升所致；其中一般经销模式价格波动趋势与核心经销模式及配送模式存在差异，主要原因为：2018年较2017年相比出现下滑，主要系销售单价较低的上海、河南、湖南及四川等地销售占比提升所致，剔除上述地区后，伊维尔2018

年平均销售单价变为 2,332.07 元/支，2018 年至 2020 年 1-6 月伊维尔价格波动趋势与配送模式保持一致。

二、说明对于核心经销商销售价格较为稳定、单价下降幅度低于直销模式的合理性

发行人产品销售价格受行业政策、规格大小、客户结构及各区域销售占比变动等多个因素影响。报告期内，发行人主要产品销售均价部分年度出现下滑亦受上述多个因素共同影响，具体分析请详见本题回复之“一、不同销售模式下主要产品价格波动情况分析”，其中在受行业政策影响的主要省份主要规格核心经销模式销售单价波动情况及直销模式销售单价波动情况对比分析如下：

（一）赛必妥产品销售价格比较

1、2018 年与 2017 年比较

销售地区	规格	配送及直销模式价格降幅	销售价格是否在当地前一年销售区间	核心经销商价格波动幅度
京津冀	2ml	-33.16%至 0.00%	是	未销售
	3ml	-7.81%至 0.00%	是	未销售
山东	2ml	-27.10%至 0.00%	是	销量较少（295 支），未调整
	3ml	-15.41%至 0.00%	是	未销售

2、2019 年与 2018 年相比

销售地区	规格	配送及直销模式价格降幅	销售价格是否在当地前一年销售区间	核心经销商价格波动幅度
京津冀	2ml	-24.77%至 0.00%	是	未销售
	3ml	-0.31%至 0.00%	是	未销售
黑龙江	2ml	-8.25%至 0.00%	是	未销售
	3ml	-7.04%至 0.00%	是	未销售
吉林	2ml	-23.92%至 0.00%	是	未销售
	3ml	0.00%	是	未销售
山西	2ml	-12.32%至 0.00%	是	未销售
	3ml	-13.95%至 0.00%	是	未销售

3、2020 年上半年与 2019 年相比

销售地区	规格	配送及直销模式价格降幅	销售价格是否在当地前一年销售区间	核心经销商价格波动幅度
上海	2ml	-36.05%至-22.02%	是	未销售

	3ml	-13.38 至 0.00%	是	未销售
河南	3ml	-6.93% 至 0.00%	是	在销售区间内，未调整
青海	2ml	-45.76% 至 -5.48%	是	未销售
四川	3ml	-0.59% 至 0.00%	是	未销售

(二) 瞬时产品销售价格比较

1、2018 年与 2017 年比较

销售地区	规格	配送及直销模式价格降幅	销售价格是否在当地前一年销售区间	核心经销商价格波动幅度
山东	0.25g	0.00% 至 0.30%	是	0.70%
	0.5g	-8.99% 至 0.00%	是	0.43%

2、2019 年与 2018 年相比

销售地区	规格	配送及直销模式价格降幅	销售价格是否在当地前一年销售区间	核心经销商价格波动幅度
山西	0.25g	-11.06% 至 -0.80%	是	未销售

(三) 伊维尔产品销售价格比较

1、2019 年与 2018 年比较

销售地区	配送及直销模式价格降幅	销售价格是否在当地前一年销售区间	核心经销商价格波动幅度
陕西	-25.19%	否	未销售

2、2020 年上半年与 2019 年比较

销售地区	配送及直销模式价格降幅	销售价格是否在当地前一年销售区间	核心经销商价格波动幅度
陕西	-13.01%	是	未销售
四川	-9.79%	是	2019 年未销售

报告期内，核心经销模式销售价格较为稳定、单价下降幅度低于直销模式。主要系发行人定价模式及销售区域差异所致。

配送模式及直销模式销售单价较高，且受当地中标价及具体客户资质影响较大，发行人在制定配送及直销模式销售单价时综合考虑当地中标价、竞争产品销售价格以及具体客户资质等因素确定销售价格区间。当具体配送商或终端医院销售价格在销售价格区

间内波动时，发行人一般不对核心经销商价格进行调整；若具体配送商或终端医院销售价格跌破销售价格区间下限时，发行人会相应调低对核心经销商销售价格。

报告期内，在受行业政策影响省份主要产品销售价格虽然出现不同程度下滑，但销售价格仍处于当地前一年销售区间内；部分省份产品价格降低幅度较大，发行人核心经销商未在该区域内销售，或销量较低未进行大幅调整。因此，核心经销商销售价格较为稳定，且单价下降幅度低于配送及直销模式具有合理性。

三、发行人不存在通过核心经销商调节收入情形

报告期内，发行人核心经销模式采用买断式销售，报告期各期核心经销商退货金额较小，占各期销售金额比例均在 0.2%以内，且不存在跨期确认收入的情形；发行人核心经销商主要产品备货周期，除新产品上市初期备货周期相对较长外，其他产品备货周期均在 1-2 月左右，相对较为稳定，核心经销商下游客户进销实现比例在 100%左右，发行人不存在向核心经销商或核心经销商向下游经销商转移库存的情形。

另外，发行人核心经销商价格主要依据当地中标价、竞争产品销售价格以及具体客户资质等因素确定，且具体规格销售价格低于当地一般经销商销售价格，定价公允，不存在通过核心经销商调节收入的情形。

问题（5）报告期内，核心经销商收入占经销收入比例分别为 49.04%、55.76%、63.04%和 47.04%，补充说明发行人对于公司核心经销商发票开具、核心经销商回款进度是否与合同约定一致，是否存在核心经销商回款晚于约定期限或逾期的情形，如有列示对应金额

一、发行人对于公司核心经销商发票开具是否与合同约定一致

报告期内，发行人与核心经销商框架协议中未约定发票开具相关内容。但实际操作中，发行人一般在货物发出后，即开具发票，发票内容主要包含客户名称、产品名称、规格、数量、单价及金额等信息，与实际业务相符。

二、核心经销商回款进度是否与合同约定一致，是否存在核心经销商回款晚于约定期限或逾期的情形，如有列示对应金额

根据发行人与核心经销商签订的框架协议并结合业务实践，发行人给予核心经销商 3 个月以内的信用账期，如有特殊情况，核心经销商可向发行人提出延长信用期的申请。

报告期内，核心经销商回款情况良好，回款基本控制在 3 个月以内，但存在部分核心经销商回款进度与合同约定不一致的情形，主要系部分核心经销商由于资金周转回款进度晚于约定期限或出现逾期，核心经销商逾期金额明细如下：

单位：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
山西赛克赛斯生物科技有限公司	-	-	-	0.52
内蒙古鲁赛医疗器械有限公司	15.13	-	-	25.28
吉林省鲁赛生物科技有限公司	-	-	-	49.40
黑龙江鲁赛生物科技有限公司	-	-	-	6.47
上海顺赛医疗科技有限公司	-	-	-	237.94
杭州鲁赛生物科技有限公司	62.67	-	88.94	130.16
安徽皖赛生物科技有限公司	-	-	26.41	22.00
福州顺赛生物科技有限公司	-	-	38.77	18.38
南昌赣赛生物科技有限公司	123.16	72.11	-	65.14
青岛赛岐医疗器械有限公司	-	-	42.94	116.04
河南赛恒生物科技有限公司	-	-	-	146.24
湖南赛恒生物科技有限公司	-	-	70.00	7.86
广州粤赛生物科技有限公司	556.90	-	-	-
昆明昆赛生物科技有限公司	37.10	35.60	-	-
西安宁赛生物科技有限公司	-	-	30.80	25.78
沈阳鲁赛生物科技有限公司	48.00	50.00	-	-
合计	842.96	157.71	297.85	851.19

报告期内，大部分核心经销商逾期金额较少，且仅在个别年度出现逾期。报告期初逾期金额较大，报告期内发行人加强回款管控力度，2017-2019 年核心经销商逾期金额呈不断下降趋势，2020 年 6 月末核心经销商逾期金额较高，主要系广州粤赛实际控制人因购房对等外投资金额较大，且受疫情导致的下游客户回款较慢等因素影响导致短期内资金紧张，从而出现对公司延迟付款的情形。

针对核心经销商出现逾期的情形，公司对其进行积极催收，截至 2020 年 9 月 30 日，已收回全部逾期款项，具体情况如下：

单位：万元

项目	逾期金额	期后回款金额	期后回款比例
2020年6月30日	842.96	842.96	100.00%

2019年12月31日	157.71	157.71	100.00%
2018年12月31日	297.85	297.85	100.00%
2017年12月31日	851.19	851.19	100.00%

注：期后回款统计时间为截至2020年9月30日

问题（6）说明公司对于核心经销商是否为先发货后收款的模式，比较分析核心经销商、一般经销商、直销客户应收账款信用期的区别，进一步说明核心经销商与代理销售模式的区别

一、公司对于核心经销商是否为先发货后收款的模式，比较分析核心经销商、一般经销商、直销客户应收账款信用期的区别

报告期内，公司针对不同类型客户制定不同的信用政策，主要情况如下：

客户类型	信用政策
核心经销商	3个月以内
一般经销商	1个月以内
直销客户	12个月以内
配送商	12个月以内

核心经销商在各销售区域内销售能力强、资信好、业务覆盖面广，是公司经销网络的核心力量，公司对于核心经销商主要采取先发货后付款的销售模式，信用账期为3个月以内，应收账款账期超过3个月即视为逾期。

一般经销商是公司根据销售战略规划和销售区域市场特点，选取具有一定销售能力的经销客户，重点开拓部分地区或者部分医院，是公司经销网络的补充。通常情况下，一般经销商不会专门销售发行人产品且合作连续性不强，因此针对一般经销商发行人通常给予不超过1个月信用账期，通常应收账款账期超过1个月即视为逾期。

公司直销客户系医院，鉴于医疗器械行业医院回款周期较长的实际情况，给予直销客户不超过12个月的信用账期，应收账款账期超过12个月即视为逾期，同时考虑配送商回款周期受下游医院客户结算周期影响，给予配送商不超过12个月的信用账期，应收账款账期超过12个月即视为逾期。

二、进一步说明核心经销商与代理销售模式的区别；

公司核心经销商采用买断式销售，其与代理销售模式的区别如下：

项目	买断经销模式	代理销售模式	公司核心经销商
----	--------	--------	---------

法律关系	供货商与经销商之间系买卖关系，发行人是卖方，经销商是买方	供货商与代理商之间是代理关系，而非买卖关系	发行人与核心经销商之间系买卖关系，货物经签收后风险转移给核心经销商
独立性	经销商向供货商采购产品，以自身名义开展经营，其商业行为完全独立于供货商	代销是以委托人即厂商的名义销售	核心经销商商业行为完全独立于发行人，以自身名义开展经营
利润来源	经销商拥有其采购自供货商的产品的所有权，并从销售行为中获取经营利润，其经营和获利情况完全独立于供货商，不受供货商影响和控制	代理商对于代理销售的供货商的商品不拥有所有权，并从代理销售行为中获取的经营利润，一般取决于供货商给予其的佣金比例或提成比例	核心经销商拥有其采购自发行人的产品的所有权，利润来源于其自身对外销售收入，而非佣金或提成
风险转移	经销商的经营成果由其自行承担，即其采购自供货商的产品或服务如未能再售出，也必须依其与供货商之间的销售合同向供货商付款	代理商对于代理销售的商品如未能售出，其未能售出的后果通常由供货商承担	核心经销商自行承担经营成果，货物签收后即需要按照合同约定支付货款
退换货	买断式经销商模式销售商品情况下，销售商品的风险报酬得以转移，产品经销售出库，验收后除因产品质量问题外，一般不允许经销商退换货	代理式销售模式下，销售商品的风险报酬仍归属于供货商，可以将产品退还给生产厂家	公司对核心经销商发出的产品原则上一律不予退货或换货，实际经营过程中，会出现因发货物破损、短缺、错发等原因进行退货的情形

综上所述，发行人核心经销商模式在法律关系、独立性、利润来源、风险转移及退换货等方面与代理销售模式存在实质区别。

问题（7）可吸收血管封合医用胶（赛络宁）系发行人 2019 年上市的新产品，发行人回复显示核心经销商持有赛络宁的库龄为 9 个月，普通经销商为 5.93 个月，补充说明公司是否主要通过核心经销商实现赛络宁的销售，进一步说明赛络宁经销模式下终端销售实现情况，是否存在通过核心经销商提前确认收入的情形

一、公司是否主要通过核心经销商实现赛络宁的销售

赛络宁系发行人 2019 年上市的新品，报告期内赛络宁主要通过核心经销商、一般经销商及配送商进行销售，具体情况如下：

单位：万元

类别	2020年1-6月		2019年度	
	销售金额	金额占比	销售金额	金额占比
核心经销模式	128.85	64.59%	-	-
一般经销模式	20.64	10.35%	-	-
配送模式	49.99	25.06%	55.68	100.00%
合计	199.48	100.00%	55.68	100.00%

2019年度，赛络宁主要通过配送模式进行销售；2020年1-6月，发行人赛络宁销售渠道不断扩大，其中通过核心经销模式实现赛络宁销售金额占比为64.59%，占比较高。

二、赛络宁经销模式下终端销售实现情况，是否存在通过核心经销商提前确认收入的情形

报告期内，赛络宁经销模式下终端销售实现比例接近100%，具体情况如下：

单位：支

年份	模式	当期进货	当期销量	期末库存	终端销量	终端实现比例
2019年度	配送模式	143	143	-	143	100%
2020年1-6月	一般经销模式	200	200	-	200	100%
	核心经销模式	880	352	528	336	95.45%
	配送模式	52	12	40	12	100%

注1：经销模式发函范围为其收入比例60%以上；

注2：终端实现比例=终端销量/当期销量。

2020年6月末核心经销商库存较高，主要原因为：赛络宁作为新上市产品，为公司2020年度重点推广的产品，随着疫情逐步得到控制，赛络宁销售于2020年第二季度开始逐步恢复，核心经销商备有一定库存，虽然2020年6月末库存数量相对2020年上半年销售数量比例较高，但库存绝对数量有限，且该部分库存数量已于2020年7-8月实现终端销售，不存在发行人向核心经销商或核心经销商向下游客户转移库存的情况。因此，不存在通过核心经销商提前确认收入的情形。

问题（8）经销模式下赛脑宁 2018 年、2019 年库龄较长，基本超过 6 个月，而最近一期库龄少于 2 个月，补充说明公司是否主要通过经销商实现赛脑宁的销售，进一步说明赛脑宁经销模式下终端销售实现情况，公司是否存在通过经销商提前确认收入的情形

一、公司是否主要通过经销商实现赛脑宁的销售

赛脑宁系发行人 2018 年上市产品，报告期内赛脑宁销售情况如下：

单位：万元

模式	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度	
	销售金额	金额占比	销售金额	金额占比	销售金额	金额占比
一般经销模式	4.27	0.45%	6.28	0.48%	-	-
核心经销模式	74.84	7.88%	48.59	3.72%	5.17	16.30%
配送模式	846.41	89.13%	1,224.15	93.66%	26.54	83.70%
直销模式	24.09	2.54%	28.02	2.14%	-	-
合计	949.61	100.00%	1,307.04	100.00%	31.71	100.00%

2018-2020 年上半年，发行人主要通过配送模式销售赛脑宁产品，占各期销售金额比例分别为 83.70%、93.66% 和 89.13%，通过一般经销模式及核心经销模式销售金额占比较低。

二、赛脑宁经销模式下终端销售实现情况，公司是否存在通过经销商提前确认收入的情形

报告期内，发行人赛脑宁产品经销模式下终端销售实现比例接近 100%，具体情况如下：

单位：支

期间	模式	当期进货	当期销量	期末库存	终端销量	终端实现比例
2018 年度	一般经销模式	-	-	-	-	-
	核心经销模式	8	5	3	5	100.00%
	配送模式	20	2	18	2	100.00%
2019 年度	一般经销模式	-	-	-	-	-
	核心经销模式	340	215	128	213	99.07%
	配送模式	1,520	1,032	506	1,032	100.00%
2020年1-6月	一般经销模式	-	-	-	-	-
	核心经销模式	575	554	149	548	98.92%
	配送模式	1,325	1,683	148	1,683	100.00%

注 1：经销模式发函范围为其收入比例 60% 以上；

注 2：终端实现比例=终端销量/当期销量。

赛脑宁作为 2018 年新上市产品，为公司报告期内重点推广的产品，核心经销商与配送商备有一定库存，虽然 2018 年末及 2019 年末计算所得库龄（即“备货周期”）相对较高，但库存绝对数量有限。其中 2019 年末库存量按照 2020 年上半年销售数量统计，核心经销商备货周期缩短到 2.77 个月，考虑到 2020 年上半年赛脑宁销售主要集中于第二季度，核心经销商 2019 年底及 2020 年 6 月末实际备货周期将进一步缩短。

综上所述，经销商期末备货比例较为合理，且下游客户基本实现了终端销售，不存在发行人向经销商或经销商向下游客户转移库存的情况。因此，不存在通过经销商提前确认收入的情形。

问题（9）说明 2018 年赛脑宁在直销前十大中库龄为 108 个月的原因

赛脑宁系发行人 2018 年上市的新品，2018 年终端实现销售如下情况如下：

单位：支、月

模式	当期进货	当期销量	期末库存	库龄（备货周期）
核心经销模式	8	5	3	7.2
配送模式	20	2	18	108

注：库龄=期末库存/（当期销量/月数），为存货的平均备货周期

2018 年末配送商平均备货周期为 108 个月，期末库龄系根据库龄计算公式得出的备货周期，非产品存放时间。由于 2018 年上市之初配送商销售数量（2 支）较少，因而计算得到的库龄较为异常。

问题（10）按照主要产品补充说明报告期各期退换货的金额、退换货方的名称、退换货原因等，以及退换货的会计处理

一、报告期内退换货情况

报告期内，发行人制定有严格的退换货政策，原则上非质量问题不进行退货，对有质量瑕疵或运输包装受损的产品，经双方协商达成一致后方可进行退换货。报告期内，公司主要产品的退换货情况如下：

（一）赛必妥退换货情况

1、赛必妥退换货情况

报告期内，赛必妥的换货情况如下：

单位：万元

年份	换货方	换货金额
2020年1-6月	广东通用医药有限公司	0.13
	广州粤赛生物科技有限公司	0.03
	小计	0.16
	占当期赛必妥销售收入的比例	0.003%
2019年度	安徽省国仁健康产业有限公司	0.49
	广东通用医药有限公司	0.38
	广州粤赛生物科技有限公司	0.44
	南京苏赛生物工程有限公司	0.42
	贵州伟成嘉业科技发展有限公司	0.47
	陕西三力医疗器械有限公司	0.29
	小计	2.49
占当期赛必妥销售收入的比例	0.01%	
2018年度	保定市中硕医疗器械销售有限公司	0.12
	成都市乐帕德科技有限公司	0.87
	府谷县中医医院	3.59
	广州粤赛生物科技有限公司	0.44
	国药控股佛山有限公司	6.23
	邯郸市瑞贤医疗器械销售有限公司	2.33
	河南赛恒生物科技有限公司	13.20
	莆田市泰翔医疗器械有限公司	0.63
	山东康为医药有限公司	0.05
	山东省人民药业有限公司	0.53
	陕西缔威斯商务有限公司	3.50
	沭阳县中医院	0.06
	重庆沁铭医疗器械有限公司	1.31
	小计	32.87
占当期赛必妥销售收入的比例	0.17%	
2017年度	广州粤赛生物科技有限公司	4.37
	国药控股湖北江汉有限公司	4.81
	合肥市嘉诚医药有限公司	4.66
	河北睿道医药集团有限公司	0.40
	河南赛恒生物科技有限公司	0.19
	湖南达嘉维康医药有限公司	3.16
	四川省欣活路药业有限公司	0.87
	小计	18.46
占当期赛必妥销售收入的比例	0.08%	

报告期内，赛必妥各期换货金额分别为 18.46 万元、32.87 万元、2.49 万元和 0.16 万元，占各期赛必妥销售比例分别为 0.08%、0.17%、0.01%和 0.003%，占比较低。其中 2018 年换货金额较高主要系河南赛恒发生换货系运输过程中包装破损所致。

2、赛必妥退货情况

报告期内，赛必妥的退货情况如下：

单位：万元

年份	退货方	退货金额
2019 年度	怀化康辉医疗器械有限公司	0.63
	小计	0.63
	占当期赛必妥销售收入的比例	0.003%
2018 年度	安徽省太和县药械有限责任公司	0.68
	广州医药有限公司	1.23
	华润山东医药有限公司	2.39
	南通市肿瘤医院	7.34
	山东合商物流有限公司	17.67
	山东省妇幼保健院	7.77
	山东省立医院	34.95
	上药控股江西上饶医药股份有限公司	8.82
	上药控股宜兴有限公司	16.89
	首都医科大学附属北京安贞医院	64.37
	潍坊国药医疗器械有限公司	2.87
	小计	164.98
	占当期赛必妥销售收入的比例	0.83%
2017 年度	北京鑫涛辉煌生物科技有限公司	5.44
	广州粤赛生物科技有限公司	1.92
	河南省华裕医疗器械有限公司	5.83
	康美药业股份有限公司	3.03
	山东海洲医药有限公司	0.34
	山东健桥药业有限公司	1.07
	山东九州通医药有限公司	4.39
	山东省立医院	0.72
	山东省千佛山医院	0.08
	潍坊国药医疗器械有限公司	7.17
	长沙鑫众康医疗器械贸易有限公司	1.26
	中国医疗器械山东有限公司	2.64
	小计	33.88
占当期赛必妥销售收入的比例	0.15%	

2017年至2019年，赛必妥退货金额分别为33.88万元、164.98万元和0.63万元，占各期赛必妥销售比例分别为0.15%、0.83%和0.003%，占比较低；2020年上半年，赛必妥不存在退货的情形。2018年退货金额较高主要系首都医科大学附属北京安贞医院及山东省立医院、山东合商物流有限公司和上药控股宜兴有限公司产品运输过程中包装破损，客户调整订单所致。

（二）瞬时退换货情况

1、瞬时换货情况

报告期内，瞬时的换货情况如下：

单位：万元

年份	换货方	换货金额
2019年度	成都蓉赛生物科技有限公司	1.17
	广州粤赛生物科技有限公司	11.78
	贵州众力杰创医疗器械有限责任公司	0.03
	民生集团河南医药有限公司	3.10
	南京苏赛生物工程有限公司	2.48
	上海顺赛医疗科技有限公司	2.33
	西安交通大学医学院第一附属医院	30.44
	小计	51.32
	占当期瞬时销售收入的比例	0.31%
2018年度	安徽省国仁健康产业有限公司	0.69
	广州粤赛生物科技有限公司	3.85
	江西丰吉医疗器械有限公司	2.48
	上海依健贸易商行	1.82
	沈阳裕康源商贸有限公司	0.68
	小计	9.52
	占当期瞬时销售收入的比例	0.06%
2017年度	搏时(北京)医疗科技有限公司	3.46
	广州粤赛生物科技有限公司	11.11
	河南省康泰医疗器械有限公司	0.38
	南京苏赛生物工程有限公司	1.23
	上海顺赛医疗科技有限公司	0.09
	云南慈航医药销售有限公司	2.56
	重庆四海医疗设备有限公司	2.56
	重庆谊安和康科技有限公司	0.48
	小计	21.88
	占当期瞬时销售收入的比例	0.17%

2017年至2019年，瞬时换货金额分别为21.88万元、9.53万元和51.32万元，占各期瞬时销售比例分别为0.17%、0.06%和0.31%，占比较低；2020年上半年，瞬时不存在换货的情形。2017年换货金额较高主要系广州粤赛生物科技有限公司调整产品规格，2019年换货金额较高系西安交通大学医学院第一附属医院运输过程中包装破损。

2、瞬时退货情况

报告期内，瞬时的退货情况如下：

单位：万元

年份	退货方	退货金额
2019年度	广东南方医药对外贸易有限公司	0.51
	小计	0.51
	占当期瞬时销售收入的比例	0.003%
2018年度	海伦市人民医院	3.06
	南昌赣赛生物科技有限公司	0.85
	山东煜程医疗科技有限公司	0.37
	上海依健贸易商行	39.21
	沈阳裕康源商贸有限公司	4.79
	潍坊悦康医疗器械有限公司	1.89
	武汉楚赛生物科技有限公司	4.62
	浙江省医疗器械有限公司	0.54
	重庆谊安和康科技有限公司	17.79
	小计	73.10
	占当期瞬时销售收入的比例	0.48%
2017年度	吉林市弘济药业有限责任公司	1.65
	山西赛克赛斯生物科技有限公司	1.50
	小计	3.15
	占当期瞬时销售收入的比例	0.03%

2017年至2019年，瞬时退货金额分别为3.15万元、73.10万元和0.51万元，占各期瞬时销售比例分别为0.03%、0.48%和0.003%，占比较低；2020年上半年，瞬时不存在退货的情形。2018年退货金额较高系上海依健贸易商行、重庆谊安和康科技有限公司运输过程中包装破损，客户订单调整所致。

（三）赛脑宁退换货情况

1、赛脑宁换货情况

报告期内，赛脑宁的换货情况如下：

单位：万元

年份	换货方	换货金额
2020年1-6月	成都祥元科技有限公司	5.73
	国药集团厦门医疗器械有限公司	1.28
	深圳市正君医疗器械有限公司	0.60
	小计	7.61
	占当期赛脑宁销售收入的比例	0.80%
2019年	成都祥元科技有限公司	12.74
	广东都市百姓药业有限公司	8.76
	河南省迪康医药有限责任公司	4.31
	河南省华懋医疗健康咨询有限公司	8.19
	吉林省相通商贸有限公司	6.29
	齐齐哈尔协育友好医院有限责任公司	2.12
	陕西春启医疗器械有限公司	1.81
	汕头市高派医用设备有限公司	6.62
	石家庄永科贸易有限公司	5.46
	小计	56.31
	占当期赛脑宁销售收入的比例	4.31%

2018年，赛脑宁不存在换货的情形，2019年及2020年1-6月，赛脑宁换货金额分别为56.31万元和7.61万元，占各期赛必妥销售比例分别为4.31%和0.80%，占比较低。其中2019年换货金额较高主要系成都祥元科技有限公司运输包装破损所致。

2、赛脑宁退货情况

报告期内，赛脑宁的退货情况如下：

单位：万元

年份	退货方	退货金额
2019年	国药控股佛山有限公司	14.60
	康美药业股份有限公司	63.90
	齐齐哈尔协育友好医院有限责任公司	9.20
	小计	87.70
	当期赛脑宁销售收入的比例	6.71%

报告期内，赛脑宁仅在2019年存在退货的情形，退货金额为87.70万元，占当期赛必妥销售比例为6.71%，当期退货金额较高系康美药业股份有限公司2019年暂停业务，发行人为保证资产安全形成退货；国药控股佛山有限公司系运输导致包装破损形成退货。

（四）伊维尔

1、伊维尔换货

报告期内，伊维尔的换货情况如下：

单位：万元

年份	换货方	换货金额
2020年1-6月	武汉楚赛生物科技有限公司	7.49
	小计	7.49
	占当期伊维尔销售收入的比例	1.73%
2019年	广州粤赛生物科技有限公司	19.16
	上海纵尔科贸有限公司	6.62
	小计	25.78
	占当期伊维尔销售收入的比例	4.79%

报告期内，伊维尔在2019年及2020年1-6月存在换货的情形，换货金额分别为25.78万元和7.49万元，占各期伊维尔销售比例分别为4.79%和1.73%，占比较低，其中2019年广州粤赛生物科技有限公司换货金额较大主要系运输导致包装破损所致。

2、伊维尔退货

报告期内，伊维尔的退货情况如下：

单位：万元

年份	退货方	退货金额
2019年	威海威高医疗器械有限公司	4.34
	小计	4.34
	占当期伊维尔销售收入的比例	0.81%

报告期内，伊维尔仅在2019年存在退货的情形，退货金额为4.34万，占当期伊维尔销售比例为0.81%，占比较低。

（五）赛络宁

报告期内，赛络宁产品不存在退换货情形。

二、报告期内退换货的会计处理

报告期内，发行人对于退换货进行如下会计处理：换货当期冲减退回产品确认收入的金额，同时一并冲减销售成本，根据换出产品的销售价格重新确认对应收入并结转相应成本；退货当期直接冲减退回产品确认收入的金额，同时一并冲减销售成本。

【发行人披露】

问题（11）参照关联交易披露要求补充披露报告期内公司与核心经销商的相关交易

以下内容已在招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“八、关联交易制度的执行情况和独立董事的意见”之“（四）发行人与其他利益相关方的交易事项”中补充披露如下：

“报告期内，发行人经销模式中存在部分核心经销商实际控制人曾为公司前员工、发行人实际控制人曾持有部分核心经销商少量股权或部分核心经销商实际控制人曾间接持有发行人股权的情形，且核心经销商对于发行人业务发展较为重要，为确保本招股说明书信息披露的完整性及谨慎性，将发行人与核心经销商的业务交易比照关联交易进行披露。

其中，上述核心经销商中上海顺赛及福州顺赛系发行人高管邹方钊弟弟邹方顺所控制的企业，为法定关联方。鉴于交易性质存在可比性，为增强本招股说明书可读性，于本项中一并纳入分析。

1、发行人前员工控制的核心经销商的形成原因

报告期内，发行人经销模式中存在部分核心经销商实际控制人曾为公司前员工，且发行人实际控制人曾持有部分核心经销商少量股权或部分核心经销商实际控制人曾间接持有发行人股权的情形。其形成原因如下：

发行人成立初期，公司主要从事药品销售及医疗器械研发、生产和销售业务，随着发行人逐步专注于医疗器械的研发和生产，为最大程度激发员工的销售积极性，快速提高医疗器械业务规模和市场占有率，发行人鼓励部分业绩较好的区域销售经理于 2013 年起逐步成立区域销售公司。发行人实际控制人持有其不超过 20% 股权，一方面通过持有股权的方式进一步巩固和维持该部分核心经销商品牌忠诚度，另外一方面通过增加核心经销商资本金的方式，丰富前期运营资金，加快医疗器械业务的市场推广。

发行人实际控制人持有该部分核心经销商股权期间，未参与其运营管理及分红。截至报告期末，发行人实际控制人不再持有核心经销商相关股权。

2、报告期内发行人与核心经销商的业务往来情况

(1) 销售情况

报告期各期，发行人向核心经销商的销售情况如下所示：

单位：万元

名称	2020年1-6月		2019年度	
	销售收入 (万元)	占营业收入比例	销售收入 (万元)	占营业收入比例
成都蓉赛生物科技有限公司	43.55	0.42%	201.08	0.53%
福州顺赛生物科技有限公司	96.73	0.93%	71.07	0.19%
广州粤赛生物科技有限公司	183.86	1.77%	2,936.87	7.77%
杭州鲁赛生物科技有限公司	25.43	0.25%	1,164.63	3.08%
河南赛恒生物科技有限公司	200.74	1.94%	1,409.23	3.73%
黑龙江鲁赛生物科技有限公司	47.73	0.46%	69.74	0.18%
吉林省鲁赛生物科技有限公司	45.88	0.44%	269.60	0.71%
昆明昆赛生物科技有限公司	0.15	0.00%	217.43	0.57%
南昌赣赛生物科技有限公司	154.88	1.49%	437.75	1.16%
南京苏赛生物工程有限公司	156.27	1.51%	1,735.80	4.59%
内蒙古鲁赛医疗器械有限公司	13.42	0.13%	192.69	0.51%
青岛赛岐医疗器械有限公司	-	0.00%	256.45	0.68%
山东众联智胜医疗科技有限公司	17.06	0.16%	31.94	0.08%
上海顺赛医疗科技有限公司	121.74	1.17%	1,113.56	2.94%
沈阳鲁赛生物科技有限公司	53.10	0.51%	285.24	0.75%
石家庄冀赛生物科技有限公司	104.72	1.01%	190.45	0.50%
武汉楚赛生物科技有限公司	95.55	0.92%	643.97	1.70%
西安宁赛生物科技有限公司	-	0.00%	0.12	0.00%
长沙湘赛医疗科技有限公司	164.13	1.58%	377.68	1.00%
重庆鲁赛生物科技有限公司	126.04	1.22%	682.69	1.81%
合计	1,650.97	15.92%	12,287.98	32.49%
名称	2018年度		2017年度	
	销售收入 (万元)	占营业收入比例	销售收入 (万元)	占营业收入比例
安徽皖赛生物科技有限公司	32.36	0.09%	83.05	0.23%
成都蓉赛生物科技有限公司	161.29	0.45%	190.94	0.54%
福州顺赛生物科技有限公司	91.61	0.26%	45.38	0.13%
广州粤赛生物科技有限公司	1,995.68	5.57%	1,694.31	4.75%
杭州鲁赛生物科技有限公司	713.07	1.99%	681.25	1.91%
河南赛恒生物科技有限公司	1,243.87	3.47%	1,135.29	3.18%
黑龙江鲁赛生物科技有限公司	196.84	0.55%	23.33	0.07%
吉林省鲁赛生物科技有限公司	292.25	0.82%	279.97	0.78%
昆明昆赛生物科技有限公司	61.90	0.17%	17.12	0.05%
南昌赣赛生物科技有限公司	376.04	1.05%	358.24	1.00%
南京苏赛生物工程有限公司	1,877.37	5.24%	1,116.00	3.13%
内蒙古鲁赛医疗器械有限公司	62.84	0.18%	39.86	0.11%
青岛赛岐医疗器械有限公司	198.29	0.55%	222.41	0.62%
山东众联智胜医疗科技有限公司	0.03	0.00%	-	0.00%

山西鲁赛生物科技有限公司	-	0.00%	0.81	0.00%
上海顺赛医疗科技有限公司	1,064.58	2.97%	915.74	2.57%
沈阳鲁赛生物科技有限公司	225.03	0.63%	-	0.00%
石家庄冀赛生物科技有限公司	204.01	0.57%	75.56	0.21%
武汉楚赛生物科技有限公司	412.24	1.15%	280.70	0.79%
西安宁赛生物科技有限公司	222.14	0.62%	324.55	0.91%
长沙湘赛医疗科技有限公司	560.71	1.56%	-	0.00%
重庆鲁赛生物科技有限公司	377.94	1.05%	31.37	0.09%
湖南赛恒生物科技有限公司	-	0.00%	393.36	1.10%
济南赛克赛斯鲁中医疗器械有限公司	30.44	0.08%	159.05	0.45%
合计	10,400.53	29.01%	8,068.28	22.61%

2017年-2019年，发行人向核心经销商的销售金额处于逐年增长的态势，符合发行人经销模式下收入规模持续提升的整体趋势，表明发行人品牌效应不断增强、辐射范围逐步扩大。

2020年1-6月，受“新冠”疫情影响，非紧急手术被批量延期，终端医院手术量出现下滑，对于发行人产品的销售造成一定影响。经销商为应对终端医院手术量变动造成的需求不确定性而调整了正常备货量，发行人向核心经销商的销售金额存在一定程度的下滑。

（2）应收应付款项情况

①应收、应付款项

单位：万元

应收账款情况	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
成都蓉赛生物科技有限公司	-	30.80	-	16.58
广州粤赛生物科技有限公司	758.27	626.52	-	30.00
杭州鲁赛生物科技有限公司	79.77	179.54	288.37	305.34
河南赛恒生物科技有限公司	101.07	-	380.10	423.74
黑龙江鲁赛生物科技有限公司	-	3.40	-	14.60
吉林省鲁赛生物科技有限公司	30.06	-	99.76	111.22
安徽皖赛生物科技有限公司	-	-	26.41	26.41
昆明昆赛生物科技有限公司	37.10	68.45	20.18	20.03
南昌赣赛生物科技有限公司	293.01	357.00	257.45	181.10
南京苏赛生物工程有限公司	54.00	17.06	45.70	-
内蒙古鲁赛医疗器械有限公司	15.13	11.25	9.41	29.51
福州顺赛生物科技有限公司	99.00	-	41.51	41.51
山西鲁赛生物科技有限公司	-	-	-	0.52
青岛赛岐医疗器械有限公司	-	-	116.11	116.04

应收账款情况	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
上海顺赛医疗科技有限公司	3.39	3.39	416.56	424.48
沈阳鲁赛生物科技有限公司	108.00	98.00	51.21	-
石家庄冀赛生物科技有限公司	-	40.20	7.21	-
湖南赛恒生物科技有限公司	-	-	70.00	70.00
武汉楚赛生物科技有限公司	36.36	96.60	14.21	119.01
西安宁赛生物科技有限公司	-	-	83.08	94.68
长沙湘赛医疗科技有限公司	173.73	36.45	38.99	-
重庆鲁赛生物科技有限公司	123.00	75.00	9.00	19.80
合计	1,911.88	1,643.65	1,975.24	2,044.54

2017年-2019年，发行人向核心经销商的应收账款分别为2,044.54万元、1,975.24及1,643.65万元，处于逐年降低的趋势。报告期内，发行人加强对于核心经销商的应收账款管控，缩短整体回款周期。2020年6月末，发行人向核心经销商的应收账款有所回升，主要系“新冠”疫情影响，导致下游整体的回款速度变慢。

报告期各期末，发行人对于核心经销商不存在应付账款余额。

②其他应收、应付款项情况

单位:万元

其他应付款情况	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
杭州鲁赛生物科技有限公司	-	-	-	6.63
吉林省鲁赛生物科技有限公司	-	-	-	3.32
青岛赛岐医疗器械有限公司	-	-	-	0.33
山西鲁赛生物科技有限公司	-	-	-	1.14
合计	-	-	-	11.41

注：上海顺赛的其他应收应付款项情况已于本招股说明书之“第七节公司治理与独立性”之“八、关联交易制度的执行情况和独立董事的意见”之“（三）关联方其他应收应付款项情况”中披露，此处不进行重复披露

2017年末其他应付款形成的原因系核心经销商为发行人提供过渡性CSO服务时产生的CSO费用，该等款项已于2018年全部结清。

报告期各期末，发行人对于核心经销商不存在其他应收账款余额。”

【核查程序与核查意见】

回复：

我们履行了如下核查过程：

一、关于主要产品分模式销售收入及毛利率的核查

（一）核查程序

1、通过对发行人管理层、销售部门负责人进行访谈，了解发行人销售模式的划分依据，查看公司相关销售模式制度规定；

2、获取发行人销售台账，统计报告期内核心经销商、一般经销商、配送商、直销客户销售主要产品收入、成本、单价情况。计算不同销售模式下毛利率，分析不同销售模式下毛利率差异原因，并分析不同地区客户结构对产品价格和毛利率的影响；

3、通过登录国家药品监督管理局、国家卫健委等官方网站，了解医疗器械行业政策的基本情况，了解行业政策对发行人产品价格的影响路径；

4、访谈发行人财务部门负责人、市场部门负责人，了解政策、客户结构对发行人产品价格、毛利率影响，进一步验证不同销售模式下主要产品毛利率差异原因的合理性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

报告期内，不同销售模式下，发行人主要产品毛利率呈现直销模式、配送模式、一般经销模式和核心经销模式逐步递减的特点，部分年度不同模式毛利率未符合前述规律，主要系行业政策降价、产品规格、客户结构及不同地区销售收入占比变化等多种因素影响，发行人不同模式下毛利率变动具有合理性。

二、关于分模式进销存及终端销售数量对应金额的核查

（一）核查程序

1、获取发行人销售台账，统计发行人不同销售模式下各产品销售金额、销售数量、单位售价；

2、通过向核心经销商、主要一般经销商及主要配送商发送函证，取得上述客户关于报告期内发行人相关产品的进销存数据及产品流向终端情况；通过对上述客户进行走访或视频访谈查看其库存情况，判断进销存数据的合理性；

3、根据核心经销商、一般经销商及主要配送商提供的相关数据，统计终端实现销售数量；并向终端医院具体科室发送函证，要求终端医院科室独立回函，并附有相关身份证明文件，核查终端销售数据的真实性；

4、统计不同销售模式下终端销售金额，计算终端实现比例。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

报告期内，核心经销商主要产品平均备货周期基本在 1-2 个月；一般经销商、配送商一般在 1 个月以内，其进销存情况具有合理性；各模式下主要产品终端实现比例在 100% 左右，2020 年 1-6 月核心经销商及配送商终端实现比例较高主要系核心经销商受疫情影响减少库存所致。

三、关于下游客户库存情况的核查

（一）核查程序

1、通过对核心经销商发放函证，获取报告期内核心经销商进销存数据，项目组要求核心经销商统计下游经销商数量、名单及产品流向终端医院的情况。统计终端销售医院销售数量、医院地址、联系人等信息；

2、根据经销商提供的下游客户销售数据向终端医院具体科室发送函证，要求终端医院科室独立回函，并附有相关身份证明文件，核查终端销售的真实性；

3、根据发行人核心经销商的进销存数据得到下游客户向核心经销商的采购数量，根据终端医院函证验证下游客户的销售数量，从而计算下游客户的进销实现比例，每年库存增减变动等指标；

4、查看发行人与核心经销商签订的框架协议，并对报告期内核心经销商销售收入执行截止测试，核查是否存在跨期情况；

5、结合发行人核心经销商的销售模式、核心经销商进销存以及下游客户的库存变动情况，判断发行人是否通过下游客户提前确认收入。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

报告期内，发行人核心经销商期末库存备货量基本维持在 1-2 个月，核心经销商下游经销商进销实现比例接近 100%，不存在发行人向核心经销商或核心经销商向下游客户转移库存的情形。因此，发行人采用买断式销售且未通过下游客户转移库存，不存在提前确认收入情形。

四、关于不同模式销售价格波动的核查

（一）核查程序

1、获取发行人销售台账，统计得到分模式下主要产品相同规格下各省市销售价格；访谈市场部负责人，了解不同地区销售价格波动的原因，结合客户结构、产品规格、不同地区销售占比变动和行业政策等因素判断价格波动的合理性；

2、访谈公司管理层，了解不同销售模式下客户的定价策略，判断定价策略的合理性；

3、统计受行业政策影响区域，了解核心经销商、配送商及直销客户采购产品单价情况，了解发行人配送及直销模式价格区间，判断核心经销商模式价格变动是否符合发行人定价策略；

4、通过比较配送商及直销客户受行业政策影响后的销售单价是否处于价格区间、核心经销商和配送商及直销客户在当地的销售数量等信息，判断核心经销商价格较为稳定、单价下降幅度低于直销模式的合理性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人产品销售价格受行业政策、规格大小、客户结构及各区域销售占比变动等多个因素影响。报告期内，在受行业政策影响省份主要产品销售价格虽然出现不同程度下滑，但销售价格仍处于当地前一年销售区间内；部分省份产品价格降低幅度较大，发行人核心经销商未在该区域内销售，或销量较低未进行大幅调整。因此，核心经销商销售价格较为稳定，且单价下降幅度低于配送及直销模式具有合理性。

2、发行人核心经销商价格主要依据当地中标价、竞争产品销售价格以及具体客户资质等因素确定，且具体规格销售价格低于当地一般经销商销售价格，定价公允，同时发行人不存在向核心经销商或核心经销商向下游经销商转移库存，不存在通过核心经销商调节收入的情形。

五、关于核心经销商发票、回款情况的核查

（一）核查程序

1、访谈发行人财务部门负责人，获取核心经销商年度框架协议、销售订单及销售发票，了解发行人发票开具流程及发票内容、框架协议及销售订单中是否约定发票开具相关条款；

2、对发行人销售情况进行穿行测试，核查发票信息与发货明细是否保持一致；

3、访谈发行人财务部门负责人及销售部门负责人，了解核心经销商信用政策，获取应收账款明细表，统计核心经销商逾期及期后回款情况，了解核心经销商信用政策及回款进度，核查核心经销商逾期情况及期后回款情况。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人与核心经销商框架协议中未约定发票开具相关内容。但实际操作中，开具发票信息与实际业务相符。

2、报告期内，核心经销商回款情况良好，回款基本控制在3个月以内，但存在部分核心经销商回款进度与合同约定不一致的情形，主要系部分核心经销商由于资金周转回款进度晚于约定期限或出现逾期，期后已收回逾期款项。

六、关于分模式客户信用政策及核心经销与代理销售区别的核查

（一）核查程序

1、访谈发行人财务部门负责人及销售部门负责人，获取不同类型客户合作协议，了解发行人对核心经销商是否为先发货后收款模式，了解发行人不同类型客户信用政策情况；

2、获取发行人销售台账及应收账款明细表，核查不同类型客户信用政策执行情况；

3、查询公开资料，了解代理销售的主要特点，结合发行人与核心经销商签订的框架协议、对发行人管理层的访谈以及核心经销商退换货情况，判断核心经销商销售模式并与代理销售模式是否存在实质差异。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、公司对于核心经销商主要采取先发货后付款的销售模式，信用账期一般为 3 个月以内；

2、报告期内，公司针对不同类型客户制定不同的信用政策，核心经销商信用账期一般为 3 个月以内，针对一般经销商发行人通常给予一般不超过 1 个月信用账期，配送商及医院信用账期不超过 12 个月；

3、发行人核心经销商模式在法律关系、独立性、利润来源、风险转移及退换货等方面与代理销售模式存在实质区别。

七、关于赛络宁及赛脑宁产品销售的核查

（一）核查程序

1、获取发行人销售台账，统计报告期内不同销售模式下赛络宁和赛脑宁产品销售情况，关注报告期内通过核心经销商销售赛络宁的情况；

2、获取发行人核心经销商及其下游客户、一般经销商和配送商主要客户终端销售情况，并通过向终端医院发放函证进行验证，计算分模式下库存率，核查终端销售实现情况；

3、访谈发行人管理层、市场部负责人，了解发行人销售模式与代理销售之间的区别，判断发行人收入确认原则是否合理；

4、检查经销商客户的销售订单、物流回单及入账记录，结合销售协议及结算惯例，判断是否满足产品风险报酬、所有权及控制权转移等条件，并对发行人执行截止测试，检查发行人收入确认是否准确；

5、获取发行人报告期内退换货明细，统计核心经销商分产品退换货明细；并访谈公司财务人员及市场部负责人，了解退换货原因；

6、结合发行人与经销商采取买断式销售、经销商退换货情况、终端销售情况，检查发行人是否存在通过经销商提前确认收入的情形。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、2019年发行人主要通过配送商销售赛络宁，2020年1-6月发行人主要通过核心经销商销售赛络宁；报告期内，经销商赛络宁终端销售实现比例接近100%，2020年6月末核心经销商库存较高具有合理性，发行人不存在通过核心经销商提前确认赛络宁收入的情形。

2、报告期内，发行人主要通过配送商实现赛脑宁的销售，终端实现比例接近100%；经销商期末备货比例较为合理，不存在通过经销商提前确认收入的情形。

八、关于赛脑宁直销模式库龄问题的核查

通过验证主要直销客户进销存数据，并复核库龄计算表，我们认为：2018年末配送商库龄为108个月，期末库龄系根据库龄计算公式得出的备货周期，非产品存放时间。由于2018年上市之初配送商销售数量（2支）较少，因而计算得到的库龄较为异常。

九、关于退换货核查

（一）核查程序

1、访谈发行人销售总监和财务负责人，了解销售、退换货流程，了解收入确认流程和收入确认原则；

2、获取发行人销售台账和退换货明细，统计不同产品退换货金额与同期销售金额之间的比例；

3、访谈公司财务负责人、获取退换货明细表，了解公司退换货政策及会计处理，关注大额异常退换货产品产生的原因。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人主要产品退换货占该产品当期销售比例较小，主要系包装破损和订单调整等原因导致。

2、发行人关于退换货会计处理符合企业会计准则要求。

【申报会计师专项核查】

请保荐机构及申报会计师对发行人是否通过核心经销商调节收入进行专项核查，说明核查方式及核查依据，并对公司收入是否真实准确发表专项核查意见

一、核查程序

针对发行人收入真实性以及是否通过核心经销商调节收入，我们履行了如下核查过程：

（一）收入核查

1、对销售模式的访谈

对发行人管理层、销售部门负责人进行访谈，了解发行人的不同销售模式产生的原因及背景，不同模式的定价原则。尤其关注核心经销模式产生的合理性及必要性，核心经销商的定位，通过检查部分框架协议，了解核心经销业务协议条款及双方的权利、责任。

2、关联关系核查

通过天眼查、企查查等网络工具查询主要客户工商注册信息，包括成立时间、注册地、主要股东、经营范围等事项，核查主要客户经营状况及主要客户与发行人之间的关联关系。

3、穿行测试

以报告期全部经销客户作为样本，从中选取一定量的销售订单进行销售循环测试，检查销售订单、发票、货运记录、验收凭证及回款流水等业务相关单据是否齐备，数量、金额是否一致，业务流程是否符合公司销售管理制度，内部控制是否有效。

4、截止性测试

对发行人资产负债表日前后确认的经销收入执行截止测试，检查各资产负债表日前后一个月销售收入的发货单、客户签收的送货单、销售业务单、发票信息及第三方物流单据等，核对发货及客户签收时间与收入确认时间是否存在跨期情况，确认收入是否记录在正确的会计期间。

5、银行流水核查

(1) 获取发行人实控人及实控人控制的企业、发行人董监高、销售部门负责人、财务部门负责人、财务出纳等关键岗位人员流水，核查与主要客户，尤其是核心经销商及其实控人之间的交易情况；

(2) 获取核心经销商流水，核查核心经销商与发行人之间业务往来与银行流水的匹配性。

6、函证核查

(1) 函证标准

我们对报告期内所有核心经销商，报告期各期销售金额 50 万元以上一般经销商、配送商和终端用户，报告期各期新增客户前十名、应收账款余额前十名客户及预收账款余额包含前十名客户执行函证程序。

(2) 发函率、回函率、回函金额及占总额比例

①非配送经销模式下函证情况

单位：万元

类型	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
营业收入	发函金额	3,317.21	19,202.49	17,436.84	14,932.23
	发函比例 (%)	94.52	98.51	93.48	90.77
	回函金额	3,215.01	19,049.33	16,875.84	14,190.07
	回函比例 (%)	96.92	99.20	96.78	95.03
应收账款余额	发函金额	2,419.14	2,105.57	2,390.00	2,564.39
	发函比例 (%)	91.21	96.83	99.75	85.44
	回函金额	2,401.14	2,105.57	2,296.92	2,469.71
	回函比例 (%)	99.26	100.00	96.11	96.31
预收账款余额	发函金额	251.73	173.92	543.77	122.66
	发函比例 (%)	99.31	90.49	95.02	79.76
	回函金额	250.23	168.62	541.77	109.11
	回函比例 (%)	99.40	96.95	99.63	88.95

如上表统计所示，对报告期内的非配送经销收入发函率在 90% 以上，回函率在 95% 以上；对报告期内的非配送经销模式应收账款发函率在 85% 以上，回函率在 95% 以上，对非配送经销模式预收账款的发函率在 75% 以上，回函率在 85% 以上。

②配送及直销模式下函证情况

单位：万元

类型	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
营业收入	发函金额	6,621.98	15,477.99	15,360.94	16,862.02
	发函比例 (%)	98.62	85.46	89.36	87.80
	回函金额	6,327.37	14,854.52	14,214.03	15,082.72
	回函比例 (%)	95.55	95.97	92.53	89.45
应收账款余额	发函金额	6,241.95	6,802.11	8,241.26	9,192.54
	发函比例 (%)	92.09	93.03	91.11	92.69
	回函金额	5,689.87	6,426.62	7,734.91	8,281.52
	回函比例 (%)	91.16	94.48	93.86	90.09
预收账款余额	发函金额	168.37	66.88	123.14	37.63
	发函比例 (%)	99.77	93.56	90.88	71.26
	回函金额	150.89	58.23	108.56	37.63
	回函比例 (%)	89.62	87.07	88.16	100.00

如上表统计所示，对报告期内的配送及直销收入发函率在 85% 以上，回函率平均在 90% 以上；对报告期内的配送及直销模式应收账款发函率在 90% 以上，回函率在 90% 以上，对预收账款的发函率平均在 80% 以上，回函率为 85% 以上。

(3) 对未回函客户执行替代性测试

①非配送经销模式下未回函情况

单位：家

类型	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
营业收入	发函家数	71	91	116	109
	未回函家数	5	4	10	9
	未回函金额	102.20	153.17	561.00	742.16
	未回函比例 (%)	3.08	0.80	3.22	4.97
应收账款余额	发函家数	20	18	22	23
	未回函家数	1	0	1	1
	未回函金额	18.00	-	93.08	94.68
	未回函比例 (%)	0.74	0.00	3.89	3.69
预收账款余额	发函家数	23	17	10	28
	未回函家数	1	1	1	5
	未回函金额	1.50	5.30	2.00	13.55

	未回函比例 (%)	0.60	3.05	0.37	11.05
--	-----------	------	------	------	-------

②配送及直销模式下未回函情况

单位：家

类型	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
营业收入	发函家数	134	139	132	143
	未回函家数	7	10	13	18
	未回函金额	294.61	623.47	1,146.91	1,779.30
	未回函比例 (%)	4.45	4.03	7.47	10.55
应收账款余额	发函家数	84	84	91	93
	未回函家数	10	6	8	13
	未回函金额	552.08	375.49	506.35	911.02
	未回函比例 (%)	8.84	5.52	6.14	9.91
预收账款余额	发函家数	15	6	5	7
	未回函家数	3	1	1	0
	未回函金额	17.48	8.65	14.58	0.00
	未回函比例 (%)	10.38	12.93	11.84	0.00

③对未回函单位执行替代程序

报告期内，营业收入、应收账款及预收账款等科目回函比例较高，我们对未回函单位执行替代程序，具体情况如下：

- 1) 检查发行人对未回函单位的销售合同、销售出库单、第三方货运单据、销售发票、客户签收单和会计处理是否一致；
- 2) 检查发行人对应收账款未回函单位的期后回款情况；
- 3) 检查发行人对预收账款未回函单位的销售合同、银行回单，期后出库记录、第三方物流单据、客户签收单。

通过执行替代测试，未回函单位的收入确认、应收账款和预收款项的会计处理在重大方面真实、准确、完整。

7、走访或视频访谈核查

通过对发行人所有核心经销商经销实地走访，对其他主要客户进行视频访谈，了解其采购周期、期末存货数量、主要终端客户类型、最终销售去向等情况，现场查看并对核心经销商库存进行盘点，通过视频查看主要一般经销商仓库或门店存货情况，并结合发行人向其销售数量及其对外销售情况，判断是否存在期末压货的情况。报告期内，

通过现场访谈、视频访谈方式核查的客户向发行人采购金额占营业收入的比例情况如下：

单位：家

类型	项目	2020年 1-6月	2019年 年度	2018年 年度	2017年 年度
非配送经销模式	客户家数	52	38	47	47
	对当期销售模式的覆盖比例	73.32%	80.65%	73.27%	71.71%
配送及直销模式	客户家数	46	72	81	65
	对当期销售模式的覆盖比例	65.86%	70.24%	73.38%	67.59%
合计	客户家数	98	110	128	112
	对当期总收入的覆盖比例	68.42%	75.64%	73.32%	69.49%

（二）终端核查

1、核心经销商进销存核查

通过向核心经销商发放函证，取得上述客户关于报告期内发行人相关产品的进销存数据产品流向终端情况，并于2020年6月对核心经销商进行现场走访，现场访谈期间进行现场盘库，验证核心经销商库存的真实性。经核查，除个别新上市品种备货周期较长外，核心经销商其他产品备货周期在1-2个月左右，具体进销存情况如下：

单位：支、月

期间	产品类型	核心经销商向发 行人采购数量	核心经销商 销售数量	核心经销商 期末库存	备货周 期
2020年1-6 月	瞬时	60,480	137,687	26,546	1.16
	赛必妥	43,050	81,877	19,428	1.42
	伊维尔	1,500	1,173	468	2.39
	赛脑宁	575	554	149	1.61
	赛络宁	880	352	528	9.00
2019年度	瞬时	676,930	663,874	103,753	1.88
	赛必妥	378,110	364,630	58,255	1.92
	伊维尔	1,311	1,400	141	1.21
	赛脑宁	340	215	128	7.14
2018年度	瞬时	645,100	598,220	90,697	1.82
	赛必妥	271,926	253,945	44,775	2.12
	伊维尔	780	619	230	4.46
	赛脑宁	8	5	3	7.20
2017年度	瞬时	485,284	482,117	43,817	1.09
	赛必妥	280,969	351,199	26,794	0.92
	伊维尔	865	826	69	1.00

注：核心经销商销售数量为销往下游经销商数量

2、一般经销商及配送商进销存核查

以报告期内发行人全部一般经销商及配送商为样本,通过对占一般经销商收入 60% 的一般经销商客户以及占配送商收入 60% 的配送商客户发放函证,要求其提供报告期内发行人产品的进销存、以及产品最终销往医院的具体情况,并通过视频访谈的形式查看其库存情况,核查其库存水平是否合理,是否存在发行人向其转移库存的情况。报告期内,发行人主要一般经销商及配送商进销存情况如下:

(1) 主要一般经销商进销存情况

单位:支、月

期间	产品类型	一般经销商向发行人采购数量	一般经销商销售数量	一般经销商期末库存	备货周期
2020年1-6月	瞬时	18,330	19,130	5,850	1.83
	赛必妥	89,980	110,560	9,350	0.51
	赛络宁	200	200	-	-
2019年度	瞬时	46,950	41,525	7,050	2.04
	赛必妥	380,995	359,805	29,930	1.00
2018年度	瞬时	79,720	78,930	4,790	0.73
	赛必妥	259,715	268,347	12,230	0.55
2017年度	瞬时	39,321	43,155	4,000	1.11
	赛必妥	343,587	331,617	21,742	0.79

(2) 主要配送商进销存情况

单位:支、月

期间	产品类型	配送商向发行人采购数量	配送商销售数量	配送商期末库存	备货周期
2020年1-6月	瞬时	24,110	25,909	2,100	0.49
	赛必妥	54,930	62,692	3,579	0.34
	伊维尔	40	40	-	-
	赛脑宁	1,325	1,683	148	0.53
	赛络宁	52	12	40	20.00
2019年度	瞬时	61,365	61,432	3,899	0.76
	赛必妥	246,052	253,421	11,341	0.54
	伊维尔	101	101	-	-
	赛脑宁	1,520	1,032	506	5.88
2018年度	瞬时	57,460	56,337	3,966	0.84
	赛必妥	307,430	300,818	21,110	0.84
	赛脑宁	20	2	18	108.00
2017年度	瞬时	30,923	30,155	2,843	1.13
	赛必妥	340,034	349,538	14,498	0.50

3、向终端医院发放函证，验证终端销售的真实性

我们以全部核心经销商为样本，随机抽取其他主要经销客户，要求其统计其销售产品的最终去向，包括经销客户直接销往终端医院以及通过下游经销商销往医院；要求主要经销客户统计产品流向终端医院名称、终端销售医院具体科室销售数量，联系人等信息。根据主要经销客户提供的相关数据向终端医院具体科室发送函证，要求终端医院科室独立回函，并附有相关身份证明文件，核查终端销售的真实性。通过向医院终端函证方式核查的客户向发行人采购金额占营业收入的比例情况如下：

单位：家

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
客户家数	22	23	25	23
其中：核心经销商	19	19	21	20
一般经销商	1	1	1	1
配送商	2	3	3	2
对当期总收入的覆盖比例 (除直接客户为终端医院)	57.36%	70.61%	59.02%	51.87%
其中：核心经销商	44.40%	57.07%	52.49%	44.78%
一般经销商	7.34%	4.08%	0.93%	0.24%
配送商	5.62%	9.46%	5.60%	6.85%

对各销售模式的收入核查比例情况如下：

单位：%

销售模式	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
核心经销商收入核查比例	100.00%	100.00%	99.71%	98.03%
一般经销商收入核查比例	14.69%	12.18%	14.65%	3.88%
配送商收入核查比例	3.92%	14.22%	8.78%	11.09%

注：2017年度、2018年度对除济南赛克赛斯鲁中医疗器械有限公司外的全部核心经销商进行核查。

具体函证情况如下：

(1) 按各年度终端销量口径统计

单位：支

年份	终端医院		
	当期终端销量	回函覆盖销量	回函覆盖销量比例
2020年1-6月	284,954	266,460	93.51%
2019年	1,266,409	1,195,937	94.44%
2018年	911,027	858,739	94.26%
2017年	802,074	748,004	93.26%

①核心经销商各年度终端销量口径统计

单位：支

年份	终端医院		
	当期终端销量	回函覆盖销量	回函覆盖销量比例
2020年1-6月	210,495	195,551	92.90%
2019年	1,032,687	977,128	94.62%
2018年	863,826	818,321	94.73%
2017年	763,185	722,904	94.72%

②一般经销商各年度终端销量口径统计

单位：支

年份	终端医院		
	当期终端销量	回函覆盖销量	回函覆盖销量比例
2020年1-6月	66,600	63,500	95.35%
2019年	158,800	153,800	96.85%
2018年	18,500	18,500	100.00%
2017年	5,400	5,400	100.00%

③配送商各年度终端销量口径统计

单位：支

年份	终端医院		
	当期终端销量	回函覆盖销量	回函覆盖销量比例
2020年1-6月	7,859	7,409	94.27%
2019年	74,922	65,009	86.77%
2018年	28,701	21,918	76.37%
2017年	33,489	19,700	58.83%

(2) 按报告期终端医院主体口径统计

单位：家

年份	终端医院			
	终端医院家数	实际发函家数	回函医院家数	回函主体覆盖比例
2020年1-6月	549	534	462	84.15%
2019年	1,026	1,024	961	93.66%
2018年	878	876	820	93.39%
2017年	761	760	711	93.43%

①核心经销商报告期终端医院主体口径统计

单位：家

年份	终端医院
----	------

	终端医院家数	实际发函家数	回函医院家数	回函主体覆盖比例
2020年1-6月	422	407	349	82.70%
2019年	820	818	764	93.17%
2018年	803	801	752	93.65%
2017年	752	751	703	93.48%

②一般经销商报告期终端医院主体口径统计

单位：家

年份	终端医院			
	终端医院家数	实际发函家数	回函医院家数	回函主体覆盖比例
2020年1-6月	94	94	83	88.30%
2019年	132	132	129	97.73%
2018年	12	12	12	100.00%
2017年	7	7	7	100.00%

③配送商报告期终端医院主体口径统计

单位：家

年份	终端医院			
	终端医院家数	实际发函家数	回函医院家数	回函主体覆盖比例
2020年1-6月	33	33	30	90.91%
2019年	74	74	68	91.89%
2018年	63	63	56	88.89%
2017年	2	2	1	50.00%

(3) 按回函质量统计

单位：家

项目	医院盖章	科室医生签字	其他工作人员签字	合计
回函份数	1,120	594	187	1,901
占比	58.92%	31.25%	9.84%	100.00%

①核心经销商回函质量统计

单位：家

项目	医院盖章	科室医生签字	其他工作人员签字	合计
回函份数	885	513	165	1,563
占比	56.62%	32.82%	10.56%	100.00%

②一般经销商回函质量统计

单位：家

项目	医院盖章	科室医生签字	其他工作人员签字	合计
回函份数	119	79	21	219

占比	54.34%	36.07%	9.59%	100.00%
----	--------	--------	-------	---------

③配送商回函质量统计

单位：家

项目	医院盖章	科室医生签字	其他工作人员签字	合计
回函份数	116	2	1	119
占比	97.48%	1.68%	0.84%	100.00%

(三) 关于是否通过核心经销商调节收入专项核查

为进一步验证核心经销商收入真实性，除进行上述核查外，我们通过销售价格、期末库存、下游经销商库存、回款情况等方面进行分析性核查，具体情况如下：

1、价格比较

核心经销商与当地一般经销商的销售价格比较具体情况如下：

单位：元/支

产品名称	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
赛必妥	核心经销商	51.23	55.23	55.90	55.04
	一般经销商	64.38	64.38	65.68	65.58
瞬时	核心经销商	145.86	142.19	131.76	124.86
	一般经销商	119.77	151.27	161.52	158.99
赛脑宁	核心经销商	1,308.33	1,504.42	6,465.52	-
	一般经销商	1,017.70	1,653.80	-	-
伊维尔	核心经销商	1,951.42	1,921.68	2,063.41	1,991.05
	一般经销商	2,123.89	2,165.19	2,139.58	2,284.98

报告期内，发行人赛必妥产品和伊维尔向核心经销商销售价格低于一般经销商，主要系核心经销商销量较大，且核心经销商承担所在区域推广、终端客户的维护与开发等职能，因而销售单价存在差异具有合理性。

其中瞬时产品 2020 年上半年核心经销商销售价格高于一般经销商，主要系核心经销商采购产品平均规格为 0.68g，大于一般经销商采购产品平均规格 0.41g 所致；其中赛脑宁产品 2020 年上半年核心经销商销售价格高于一般经销商，主要系核心经销商采购产品平均规格为 2.66ml，大于一般经销商采购产品平均规格 2ml 所致。具体价格波动比较情况请详见本问询函回复之“问题 1.1”之“问题（4）/不同销售模式下主要产品价格波动情况分析”。

2、核心经销商及下游客户期末库存分析

根据上述核查，发行人核心经销商，除个别新上市品种备货周期较长外，其他主要产品平均备货周期在 1-2 个月左右，库存情况较为合理。

为进一步核查核心经销商是否存在向下游客户是否存在转移库存的情况，根据核心经销商进销存数据获取下级经销商的采购数据；根据核心经销商提供的产品终端销售流向数据，获得下级经销商的销售数据，并通过向终端医院发放函证进行确认。通过上述方式获得核心经销商下级客户的采购数据和销售数据，发行人核心经销商下级客户的进销比例接近 100%，且报告期各期的库存变动数量较少，具体情况请详见本问询函回复之“问题 1.1”之“问题（3）”。另外，核心经销商下游客户回款情况较好，具体情况请详见本问询函回复之“问题 3.4”之“问题（2）/二、核心经销商的下级经销商各期末回款情况。”。

3、回款分析

通过获取发行人应收账款明细，并向发行人核心经销商发送函证，得到核心经销商各期末应收账款情况，2017 年-2019 年，发行人向核心经销商的应收账款分别为 2,044.54 万元、1,975.24 及 1,643.65 万元，处于逐年降低的趋势。2020 年 6 月末，发行人向核心经销商的应收账款有所回升，主要系“新冠”疫情影响，导致下游整体的回款速度变慢。发行人核心经销商存在少量逾期情况，截至 2020 年 9 月 30 日已全部收回。核心经销商报告期各期末应收账款情况请详见本问询函回复之“问题 1.1”之“问题（11）”。核心经销商逾期及期后回款情况请详见本问询函回复之“问题 1.1”之“问题（5）。”

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人收入确认真实、准确；

2、发行人核心经销商定价公允，期末库存合理，不存在发行人向核心经销商或核心经销商向下游客户转移库存的情况，发行人核心经销商回款情况良好，部分逾期款项已全部收回。因此，发行人不存在通过核心经销商调节收入的情形。

1.2

根据问询回复，2017 年存在少量公司前员工控制的核心经销商提供 CSO 服务的情形，金额为 438.07 万元。根据公开资料查询，邹方钊、邹方明曾为湖南赛恒生物科技有限公司的股东，于 2017 年退出。此外，CSO 服务商实际控制人为公司前员工的情况还包括沈阳瑞麟生物科技有限公司，2019 年交易 215.30 万元、2020 年上半年交易 82.21 万元。根据公开资料查询，其为 2018 年 9 月成立的公司。

请发行人说明：

(1) 报告期各期，向上述提供 CSO 服务的核心经销商销售的产品、销售收入及占比，销售价格是否公允；

(2) 湖南赛恒、沈阳瑞麟的基本情况，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与湖南赛恒、沈阳瑞麟及其关联方是否存在非购销的异常资金往来；

(3) 沈阳瑞麟为成立伊始便给发行人提供 CSO 服务的原因，具体 CSO 服务内容。

请保荐机构、申报会计师：

(1) 核查发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与湖南赛恒、沈阳瑞麟及其关联方的资金往来；

(2) 说明是否存在发行人、上述 CSO 服务商通过体外资金循环虚构销售收入、体外承担成本费用、利益输送的情形，说明核查过程、核查结论。

【发行人说明】

回复：

问题(1) 报告期各期，向上述提供 CSO 服务的核心经销商销售的产品、销售收入及占比，销售价格是否公允

报告期期初，存在吉林省鲁赛生物科技有限公司（以下简称“吉林鲁赛”）、内蒙古鲁赛医疗器械有限公司（以下简称“内蒙古鲁赛”）、湖南赛恒生物科技有限公司（以下简称“湖南赛恒”）、济南赛克赛斯鲁中医疗器械有限公司（以下简称“济南赛克赛斯鲁中”）、青岛赛岐医疗器械有限公司（以下简称“青岛赛岐”）、石家庄冀赛生物科技有限公司（以下简称“石家庄冀赛”）等六家核心经销商向发行人提供 CSO 服务

的情形。发行人向上述提供 CSO 服务的核心经销商销售的产品、销售收入及占比，销售价格公允性分析如下：

一、发行人向吉林鲁赛销售情况及公允性分析

（一）发行人向吉林鲁赛销售具体情况

报告期内，发行人向吉林鲁赛销售产品、收入情况如下：

单位：万元

产品种类	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比
赛必妥	-	-	-	-
瞬时	40.34	87.92%	255.08	94.61%
其他	5.54	12.07%	14.52	5.39%
合计	45.88	100.00%	269.60	100.00%
产品种类	2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比
赛必妥	-	-	13.56	4.84%
瞬时	279.16	95.52%	252.99	90.36%
其他	13.09	4.48%	13.42	4.79%
合计	292.25	100.00%	279.97	100.00%

报告期内，发行人向吉林鲁赛主要销售瞬时产品，占各期采购比例分别为 90.36%、95.52%、94.61%和 87.92%。另外，发行人亦向吉林鲁赛销售赛必妥以及碧静、润保、护眼贴等其他产品，销售金额较小。

（二）销售单价公允性分析

报告期内，吉林鲁赛主要规格瞬时产品销售单价逐年小幅上涨，与核心经销商销售价格趋势保持一致，主要系发行人对核心经销商销售瞬时产品按照含税价格定价，报告期内增值税率下降，相应不含税单价有所上升所致。

报告期内，发行人向吉林鲁赛销售瞬时主要规格产品价格与其他核心经销商差异较小，且低于当地一般经销商销售价格。

其中 0.5g 规格产品，2017 年-2019 年发行人向吉林鲁赛销售价格高于其他核心经销商，主要系销售单价较低的杭州鲁赛采购比例较高所致。剔除杭州鲁赛影响后，核心经销商和吉林鲁赛销售价格差异较小。

其中 1g 瞬时产品，2020 年 1-6 月发行人向吉林鲁赛销售价格与其他核心经销商销售价格差异较大，主要系黑龙江、辽宁、重庆等销售单价较高地区销售占比提升所致。剔除上述区域影响后与吉林鲁赛销售价格差异较小。

综上，发行人向吉林鲁赛销售产品定价公允。

二、发行人向内蒙古鲁赛销售情况及公允性分析

（一）发行人向内蒙古鲁赛销售具体情况

报告期内，发行人向内蒙古鲁赛销售产品、收入情况如下：

单位：万元

产品种类	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比
赛必妥	-	-	-	-
瞬时	-	-	192.69	100.00%
赛脑宁	13.39	99.81%	-	-
其他	0.03	0.20%	-	-
合计	13.42	100.00%	192.69	100.00%
产品种类	2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比
赛必妥	-	-	1.00	2.51%
瞬时	62.84	100.00%	38.50	96.58%
赛脑宁	-	-	-	-
其他	-	-	0.37	0.93%
合计	62.84	100.00%	39.86	100.00%

报告期内，发行人主要向内蒙古鲁赛销售瞬时产品，2017-2019 年占各期采购比例为 96.58%、100.00%和 100.00%，2020 年上半年主要向内蒙古鲁赛销售赛脑宁，但销售金额较低。另外，发行人亦向内蒙古鲁赛销售赛必妥、碧静其他产品，销售金额较小。

（二）销售单价公允性分析

报告期内，发行人向内蒙古鲁赛销售价格高于其他核心经销商，主要系内蒙古鲁赛为发行人 2017 年开发的核心经销商，报告期内该核心经销商未能达到发行人对市场开发的预期，因而根据双方约定调高对内蒙古鲁赛的销售定价，但具体规格销售价格均低于当地一般经销商销售价格。

因此，发行人向内蒙古鲁赛销售产品定价公允。

三、发行人向湖南赛恒销售情况及公允性分析

（一）发行人向湖南赛恒销售具体情况

报告期内，发行人向于 2017 年向湖南赛恒进行销售，2017 年，湖南赛恒主要向发行人采购瞬时产品，采购的其他产品为赛必妥、碧静。具体情况如下：

单位：万元

产品种类	金额	占比
赛必妥	0.22	0.06%
瞬时	393.04	99.92%
其他	0.11	0.03%
合计	393.36	100.00%

（二）销售单价公允性分析

2017 年度，湖南赛恒向发行人采购主要规格瞬时单价与核心经销商之间差异较小，发行人向湖南赛恒销售产品定价公允。

四、发行人向济南赛克赛斯鲁中销售情况及公允性分析

（一）发行人向济南赛克赛斯鲁中销售具体情况

报告期内，发行人于 2017 年及 2018 年向济南赛克赛斯鲁中进行销售，具体销售产品、收入情况如下：

单位：万元

产品种类	2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比
赛必妥	2.73	8.97%	16.65	10.47%
瞬时	25.51	83.79%	126.47	79.52%
其他	2.20	7.23%	15.93	10.02%
合计	30.44	100.00%	159.05	100.00%

2017 年及 2018 年，发行人主要向济南赛克赛斯鲁中销售瞬时产品，占各期采购比例为在 80% 左右。另外，发行人亦向济南赛克赛斯鲁中销售赛必妥、碧静、护眼贴等其他产品，销售金额较小。

（二）销售单价公允性分析

济南赛克赛斯鲁中与其他核心经销之间销售单价差异较小，发行人向济南赛克赛斯鲁中销售产品定价公允。

五、发行人向青岛赛岐销售情况及公允性分析

（一）发行人向青岛赛岐销售具体情况

报告期内，发行人于 2017-2019 年向青岛赛岐进行销售，具体销售产品、收入情况如下：

单位：万元

产品种类	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
瞬时	256.45	100.00%	198.29	100.00%	219.19	98.55%
其他	-	-	-	-	3.23	1.45%
合计	256.45	100.00%	198.29	100.00%	222.41	100.00%

报告期内，发行人相关青岛赛岐主要销售瞬时产品，占各期采购比例接近 100%，另外，发行人亦向青岛赛岐销售排龈膏，销售金额较小。

（二）销售单价公允性分析

报告期内，发行人向济南赛克赛斯鲁中销售瞬时主要规格产品价格与其他核心经销商差异较小，且低于当地一般经销商销售价格。其中 1g 规格瞬时产品，2019 年度青岛赛岐价格与核心经销商平均价格差异较大，主要系黑龙江、重庆、辽宁等销售单价较高地区销售占比较高所致。剔除上述区域影响后，与青岛赛岐销售价格差异较小。

综上，发行人向青岛赛岐销售产品定价公允。

六、发行人向石家庄冀赛销售情况及公允性分析

（一）发行人向石家庄冀赛销售具体情况

报告期内，发行人向石家庄冀赛销售产品、收入情况如下：

单位：万元

产品种类	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比
瞬时	76.58	73.13%	189.50	99.50%

赛脑宁	24.07	22.99%	-	-
其他	4.06	3.88%	0.96	0.50%
合计	104.72	100.00%	190.45	100.00%
产品种类	2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比
瞬时	203.76	99.88%	74.91	99.13%
赛脑宁	-	-	-	-
其他	0.25	0.12%	0.65	0.87%
合计	204.01	100.00%	75.56	100.00%

报告期内，发行人向石家庄冀赛主要销售瞬时、赛脑宁，其中瞬时占各期采购比例为 99.13%、99.88%、99.50% 和 73.13%，占比较高。另外，发行人亦向济南赛克赛斯鲁中销售碧静、护眼贴、润保等其他产品，销售金额较小。

（二）销售单价公允性分析

2017 年度，石家庄冀赛采购瞬时主要规格与核心经销商之间价格差异较小，2018-2020 年 1-6 月，受“京津冀”招投标政策影响，石家庄冀赛瞬时采购价格低于其他核心经销商。另外，石家庄冀赛瞬时采购价格与当地一般经销商采购价格波动趋势相同，且低于一般经销商销售价格。因此，发行人向石家庄冀赛销售主要产品定价公允。

问题（2）湖南赛恒、沈阳瑞麟的基本情况，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与湖南赛恒、沈阳瑞麟及其关联方是否存在非购销的异常资金往来

一、湖南赛恒、沈阳瑞麟的基本情况

湖南赛恒及沈阳瑞麟生物科技有限公司（以下简称“沈阳瑞麟”）的基本情况如下：

公司名称	成立时间	注册资本	股权结构	经营范围
湖南赛恒生物科技有限公司	2013 年 9 月	200 万元	邓欣持股 20%； 刘冲持股 80%， 为实际控制人	技术开发、咨询与交流服务；广告制作、会议、展览及相关服务；市场调研服务；医疗器械的销售
沈阳瑞麟生物科技有限公司	2018 年 9 月	100 万元	姜麟 100% 持股， 为实际控制人	技术开发、咨询与交流服务；广告制作；会议、展览及相关服务；市场调研服务等

注：湖南赛恒生物科技有限公司已于 2019 年 12 月注销

2017 年，湖南赛恒作为发行人的核心经销商，向发行人的采购金额为 393.36 万元，同时，由于报告期初为发行人 CSO 服务机制的建设过渡期，为业务衔接，湖南赛恒向

发行人提供调研咨询、展览宣传等 CSO 服务，交易金额为 242.43 万元；沈阳瑞麟系 CSO 服务商，2019 年起为发行人提供调研咨询、展览宣传、会议会务及学术推广服务，2019 年与 2020 年 1-6 月的交易金额分别为 215.30 万元以及 82.21 万元。

二、不存在非购销的异常资金往来

报告期内，湖南赛恒及沈阳瑞麟与发行人之间的交易均基于双方签订的合同或合作协议发生，系真实商业往来，经核查相关方流水，湖南赛恒、沈阳瑞麟及其关联方与发行人控股股东、实际控制人、董监高、销售部门负责人、财务部门负责人、出纳等关键岗位人员不存在非购销的异常资金往来。

问题（3）沈阳瑞麟为成立伊始便给发行人提供 CSO 服务的原因，具体 CSO 服务内容

报告期内，沈阳瑞麟的实际控制人姜麟曾就职于发行人市场部，负责公司东北区域 CSO 服务商的对接，并就该区域 CSO 提供的业务推广服务进行长期跟踪，包括对 CSO 服务商的前期尽调，中期走访、沟通与反馈，以及后期推广成果的初步审核与验收。姜麟对公司产品具有全面、深入的认知，同时通过对 CSO 服务商的跟踪，亦培养了其自身的业务推广能力，并积攒了相关市场资源。

2018 年 3 月，姜麟出于个人规划考虑，提出离职并返回老家沈阳发展。随着公司业务规模的扩张，发行人不断建立并完善 CSO 体系，基于姜麟在职期间的专业表现、在东北地区的丰富经验及资源，公司于 2019 年初聘请其为发行人提供业务推广服务，主要负责东北地区及部分华北地区的业务推广，因此 2019 年初，沈阳瑞麟与发行人签订业务推广合作协议，主要向发行人提供学术推广、会议会务及展览宣传服务。

【申报会计师核查】

请保荐机构、申报会计师：（1）核查发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与湖南赛恒、沈阳瑞麟及其关联方的资金往来；（2）说明是否存在发行人、上述 CSO 服务商通过体外资金循环虚构销售收入、体外承担成本费用、利益输送的情形，说明核查过程、核查结论。

回复：

一、交易背景及业务往来情况核查

（一）核查程序

1、获取湖南赛恒与沈阳瑞麟的营业执照及企业信用报告，并登录国家企业信用信息公示系统、企查查等网站，了解湖南赛恒与沈阳瑞麟的基本情况；获取发行人销售明细表及 CSO 台账，与发行人之间的业务往来情况；

2、访谈发行人市场部负责人，了解湖南赛恒作为核心经销商向公司提供 CSO 服务的背景及原因，姜麟在职期间的工作职责以及沈阳瑞麟为公司提供 CSO 服务的背景及原因；访谈姜麟，了解其离职的原因；

3、获取发行人与 CSO 服务内部控制相关的资料，并对业务推广服务实施穿行测试，核查针对 CSO 服务商的内部控制制度是否建立并健全、有效执行；

4、对发行人的业务推广服务实施细节测试，核查与 CSO 服务商签订的协议，以及业务推广活动的成果资料，检查 CSO 服务商开具的发票情况及发行人款项支付情况，核查与 CSO 服务商之间合作的真实性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、湖南赛恒作为发行人核心经销商，在报告期初向发行人提供 CSO 服务系 CSO 服务机制建设初期为业务衔接的过渡性安排，具有合理性；

2、沈阳瑞麟 2019 年起向发行人提供调研咨询、展览宣传、会议会务及学术推广服务，系基于其实际控制人的推广能力、相关从业经验及丰富客户资源的综合考虑，具有合理性；

3、报告期内，发行人已建立健全针对 CSO 服务商的内部控制制度，并得以有效执行，报告期内 CSO 服务商为发行人提供的 CSO 服务均系真实发生。

二、发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与湖南赛恒、沈阳瑞麟及其关联方的资金往来核查

（一）核查程序

1、访谈湖南赛恒与沈阳瑞麟的实际控制人，核查湖南赛恒与沈阳瑞麟与发行人之间的业务往来情况，是否存在关联关系或非购销的资金往来，获取其填写的调查表及关联方清单；

2、获取发行人控股股东、实际控制人、董监高、销售部门负责人、财务部门负责人以及出纳的银行流水，核查资金交易的对手方是否与湖南赛恒与沈阳瑞麟及其关联方重合；

3、获取董监高调查表及控股股东、实际控制人、销售部门负责人、财务部门负责人以及出纳出具的说明，确认其与发行人客户、供应商均不存在利益关系；

4、获取湖南赛恒与沈阳瑞麟出具的确认函，确认湖南赛恒和沈阳瑞麟与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在非购销的资金往来。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与湖南赛恒、沈阳瑞麟及其关联方不存在非购销的异常资金往来。

三、发行人、上述 CSO 服务商是否存在通过体外资金循环虚构销售收入、体外承担成本费用、利益输送的核查

（一）核查程序

1、获取发行人采购与付款、销售与收款、CSO 服务等相关内部控制文件，针对报告期内的采购与付款、销售与收款、业务推广活动实施穿行测试，核查相关内部控制制度是否建立健全并有效执行；

2、获取报告期内收入明细表、成本明细表及费用明细表，分析报告期内收入、成本、费用结构及变动情况，与同行业可比公司进行对比，分析差异原因及合理性；

3、获取报告期内发行人控股股东、实际控制人、董监高、销售部门负责人、财务部门负责人以及出纳的银行流水，核查是否存在与发行人主要客户进行资金往来的情形；获取报告期内主要核心经销商的银行流水，核查是否存在与 CSO 服务商资金进行往来的情形；

4、取得董监高调查表及控股股东、实际控制人、销售部门负责人、财务部门负责人以及出纳出具的说明，确认其与发行人客户、供应商均不存在利益输送的情形；

5、访谈上述 CSO 服务商，核查业务往来情况，关联关系情况，取得其出具的承诺函，确认不存在通过体外资金循环虚构销售收入、体外承担成本费用、利益输送的情形。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人针对采购与付款、销售与收款、业务推广活动的内部控制制度建立健全并得以有效执行；

2、发行人报告期内的收入、成本、费用构成合理，变动亦具有合理性，与同行业可比公司不存在重大差异；

3、发行人上述 CSO 服务商不存在通过体外资金循环虚构销售收入、体外承担成本费用、利益输送的情形。

问题 3、关于核心经销商

3.4

根据问询回复，报告期内，发行人核心经销及其下游经销商和一般经销商的数量较多。其中核心经销商数量较为稳定 20 家左右，但其存在大量二级经销商。

请发行人说明：

（1）报告期各期，核心经销商的期末库存金额及期末库存率；

（2）核心经销商的各期回款情况、开票情况、货物流和资金流是否匹配；

（3）发行人下级二、三级经销商是否具有经销发行人产品的资质；

（4）发行人核心经销商设置下级经销商的原因和商业考虑，是否与同行业可比公

司一致，是否存在通过下级经销商压货的情形。

请保荐机构及申报会计师说明：

(1) 核心经销商的下级经销商核查情况，存在多层经销模式下，进行核查的方式、过程及结论；

(2) 核心经销商的主要下级经销商各期末库存情况、回款情况。

【发行人说明】

回复：

问题（1）报告期各期，核心经销商的期末库存金额及期末库存率

报告期各期，核心经销商的期末库存金额及库存率如下：

单位：万元

产品类别	2020年1-6月		2019年度	
	期末库存金额	期末库存率	期末库存金额	期末库存率
赛必妥	108.89	12.29%	332.35	16.70%
瞬时	368.05	9.45%	1,433.12	15.11%
赛脑宁	14.59	7.85%	19.26	61.57%
伊维尔	90.78	19.98%	27.62	9.90%
赛络宁	108.69	269.63%	0.00	0.00%
产品类别	2018年度		2017年度	
	期末库存金额	期末库存率	期末库存金额	期末库存率
赛必妥	234.66	16.29%	154.95	7.85%
瞬时	1,292.97	16.55%	603.79	10.15%
赛脑宁	1.94	60.00%	0.00	0.00%
伊维尔	47.10	36.91%	13.73	8.36%
赛络宁	0.00	0.00%	0.00	0.00%

注：期末库存率=期末库存金额/本期销售金额

报告期内，核心经销商根据终端医院需求向发行人采购产品，通常会备有一定比例库存。对赛必妥、瞬时等销量大、销售渠道较为成熟的产品，核心经销商期末库存率不超过 20%，保有 1-2 个月左右的备货库存；

对于新上市的产品，作为公司重点推广的产品，核心经销商备有一定库存，虽然库存率相对较高，但库存绝对金额有限，且该部分库存数量已于期后实现终端销售，不存在发行人向核心经销商转移库存的情况。

问题（2）核心经销商的各期回款情况、开票情况、货物流和资金流是否匹配

报告期内，发行人一般在货物发出后，即开具发票，发票内容主要包含客户名称、产品名称、规格、数量、单价及金额等信息，与实际业务相符。核心经销商签收确认货物并收到发票后按照约定期限向发行人付款，即货物流向为发行人产品流向核心经销商，资金流向为核心经销商向发行人支付货款，报告期内，发行人不存在第三方付款及现金支付情况。核心经销商的各期回款情况、开票情况、货物流和资金流相匹配。

报告期内，核心经销商销售收入、开票金额、发货金额及各期回款情况勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
销售收入（不含税）	1,650.97	12,287.98	10,400.53	8,069.09
开票金额（含税）	1,841.55	13,593.87	12,143.45	9,257.32
发货金额（含税）	1,841.55	13,593.87	12,040.63	9,105.17
本期回款金额（含税）	1,576.21	14,025.59	12,046.96	8,929.04
其中：银行转账（含税）	1,576.21	13,813.24	12,046.96	8,929.04
银行承兑汇票（含税）	-	212.35	-	-

问题（3）发行人下级二、三级经销商是否具有经销发行人产品的资质

根据《医疗器械监督管理条例》第三十二条相关规定，医疗器械的流通需供货者、购货者之间进行双向资质备案，并按照国务院食品药品监督管理部门规定的期限予以保存。

按照法规规定，下游经销商购买及销售发行人产品需按照法规规定具有相关资质，发行人核心经销商与下级经销商履行了交换资质、验证、存档等流程。若发行人核心经销商下游经销商不具备相应资质，无法向终端医院进行销售，报告期内发行人核心经销商通过下游客户终端销售实现比例接近 100%，验证在发行人产品由核心经销商销往终端的各个环节中，下游经销商具有经销发行人产品的资质。另外，我们根据发行人核心经销商提供的下级二、三级经销商名单，登陆国家或地方药品监督管理部门网站，查询下级二、三级经销商资质情况。

综上所述，发行人下级二、三级经销商具有经销发行人产品的资质。

问题（4）发行人核心经销商设置下级经销商的原因和商业考虑，是否与同行业可比公司一致，是否存在通过下级经销商压货的情形

一、核心经销商设置下游经销商的原因和商业考虑，是否与同行业可比公司一致

发行人核心经销商承担所在区域推广、终端客户的维护与开发等职能，核心经销商受限于自身规模，直接覆盖终端医院数量有限，下游经销商拥有丰富的医疗资源，出于自身市场开拓需要，核心经销商通常设置下级经销商向终端医院机构销售发行人产品，有利于扩充自身销售网络。该等情况系核心经销商自身开展业务的正常情形，与同行业可比公司保持一致，符合行业惯例，具体情况如下：

公司名称	内容	经销商是否下设多级经销商
昊海生科	公司部分医疗器械产品最终通过下级经销商销售至终端医疗机构；	是
佰仁医疗	经甲方审核通过后，乙方可向下属分销商供应甲方产品，若未经甲方审核，乙方擅自销售甲方产品给其他分销商的，引起的全部纠纷及造成的损失等均由乙方自行承担；	是
正海生物	-	未披露
冠昊生物	公司与经销商签订代理协议，通过经销商分销产品，经销商分为一级经销商、二级经销商等，各级经销商向下一级经销商批发产品。经销商按与公司的协议价格现款订购产品，经各地经销商分销配送，使产品进入医院；	是

数据来源：招股说明书、问询函回复

二、是否存在通过下级经销商压货的情形

报告期内，发行人核心经销商下游经销商向核心经销商采购主要产品数量与其终端销售数量相近，终端实现销售比例在 100%左右，报告期各期库存增减数量相对较小，不存在发行人向核心经销商或核心经销商向下游客户转移库存的情形。具体分析请详见本问询函回复之“问题 1”之“问题（3）结合对下游客户库存情况比较分析，说明公司下游客户是否存在高库存的情形；公司是否通过下游客户提前确认收入；”

【申报会计师说明】

问题（1）核心经销商的下级经销商核查情况，存在多层经销模式下，进行核查的方式、过程及结论

一、核查程序

1、对发行人管理层及核心经销商进行访谈，了解核心经销商的职责定位，设置下游经销商的合理性及必要性；

2、对核心经销商进行函证，并获取核心经销商进销存数据；根据核心经销商销售情况统计其下级经销商名单，登陆国家或地方药品监督管理部门网站查询其下级经销商是否具备相应资质，并向核心经销商进行确认；

3、根据发行人与核心经销商签订的框架协议，要求核心经销商统计下游经销商数量、产品流向终端医院、销售医院具体科室销售数量，医院联系人等信息。根据核心经销商提供的相关数据向终端医院具体科室发送函证，要求终端医院科室独立回函，并附有相关身份证明文件，核查终端销售的真实性，统计核心经销商终端销售实现比例。

二、核查结论

经核查，我们认为：

发行人核心经销商下游经销商销售发行人产品均具有相关资质；核心经销商终端销售实现比较接近 100%，发行人未通过核心经销商下游经销商压货。

问题（2）核心经销商的主要下级经销商各期末库存情况、回款情况

一、核心经销商的下级经销商各期末库存情况

报告期内，发行人核心经销商的下级经销商系核心经销商扩展自身业务的销售网络，发行人未直接与核心经销商的下级经销商开展合作，而无法获得下级经销商库存情况。

为进一步核查发行人核心经销商下级客户库存情况，发行人取得核心经销商的进销存数据，通过对核心经销商进行走访，并查看其库存情况，判断进销存数据的合理性；根据核心经销商进销存数据获取下级经销商的采购数据；根据核心经销商提供的产品终端销售流向数据，获得下级经销商的销售数据，并通过向终端医院发放函证进行确认。

综上，通过上述方式获得核心经销商下级客户的采购数据和销售数据，发行人核心经销商下级客户的进销比例接近 100%，且报告期各期的库存变动数量较少，具体情况请详见本问询函回复之“问题 1”之“问题（3）结合对下级客户库存情况比较分析，说明公司下级客户是否存在高库存的情形；公司是否通过下游客户提前确认收入”。

二、核心经销商的下级经销商各期末回款情况

我们向发行人核心经销商发送函证，询问下级经销商向核心经销商回款情况，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月			2019 年度		
	销售金额	回款金额	回款比例	销售金额	回款金额	回款比例
1 个月以内	3,694.18	3,687.68	99.82%	16,002.96	15,996.16	99.96%
1 个月以上	309.00	269.08	87.08%	1,130.01	1,024.00	90.62%
合计	4,003.17	3,956.76	98.84%	17,132.98	17,020.17	99.34%
项目	2018 年度			2017 年度		
	销售金额	回款金额	回款比例	销售金额	回款金额	回款比例
1 个月以内	14,084.11	14,056.91	99.81%	11,004.44	11,004.44	100.00%
1 个月以上	666.55	636.09	95.43%	301.06	244.41	81.18%
合计	14,750.66	14,693.00	99.61%	11,305.50	11,248.85	99.50%

报告期内，核心经销商给予下级经销商信用期普遍在 1 个月以内，1 个月以内回款比例均在 99%以上，回款情况良好。

问题 4、关于关联方和关联交易

4.3

根据首轮问询回复，控股股东、实际控制人控制的其他企业如齐鲁三鹤血液透析服务管理有限公司、赛克赛斯新材料、赛克赛斯化工、赛克赛斯氢能源有限公司，报告期内注销或转让的关联方赛克赛斯医药、赛克赛斯生物科技、赛克赛斯医药销售、鲁星医药、BiowyCorporation 等均为亏损或微利状态。

请发行人进一步说明：（1）相关企业报告期内收入规模的具体情况，报告期内是否存在关联方代垫成本、费用的情况；（2）注销关联方人员、业务、资产处置的具体情况；（3）转让关联方是否为真实的意思表示，是否真实转让。

请申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见。

【发行人说明】

回复：

问题（1）相关企业报告期内收入规模的具体情况，报告期内是否存在关联方代垫成本、费用的情况

一、实控人控制企业的收入规模

截至 2020 年 6 月 30 日，控股股东和实际控制人控制的企业的最近一年及一期的收入规模数据如下：

单位：万元

序号	主营业务	公司名称	收入规模	
			2020年 1-6月	2019年 度
1.	持股平台	赛克赛斯控股	190.00	4.85
2.		山东赛尔企业管理咨询有限公司	0.01	0.00
3.		上海赛星商务咨询有限公司	0.00	4.97
4.		济南金赛企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	0.00	0.00
5.		济南银赛企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	0.00	0.00
6.		济南华赛企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	0.04	0.07
7.		济南宝赛企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	0.10	0.16
8.		济南赛明企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	1.06	1.73
9.		济南赛氢企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	0.00	0.00
10.	从事血液透析相关业务	齐鲁三鹤血液透析服务管理有限公司	5,676.22	11,056.72
11.		济南三鹤医药有限公司	872.04	1,765.82
12.		山东三鹤血液透析服务管理有限公司	0.00	0.00
13.		山西叁鹤健康管理咨询有限公司	0.00	0.00
14.		夏津三鹤血液透析有限公司	0.00	0.00
15.		滕州三鹤血液透析有限公司	0.00	0.00
16.		青岛市莱西三鹤血液透析中心有限公司	0.00	0.00
17.		平邑三鹤血液透析有限公司	0.00	0.00
18.		怀集三鹤血液透析中心（普通合伙）	924.30	1,840.22
19.		遂溪三鹤血液透析中心（有限合伙）	676.21	1,591.87
20.		罗定叁鹤血液透析中心（普通合伙）	0.00	0.00
21.		东阿县三鹤血液透析中心（有限合伙）	162.57	178.90
22.		吴川三鹤血液透析中心（有限合伙）	559.71	460.42
23.		临沂三鹤血液透析中心（有限合伙）	358.06	61.91
24.		肇庆三鹤血液透析中心（有限合伙）	577.48	944.32
25.		莆田三鹤血液透析中心（普通合伙）	182.40	86.83
26.		投资管理	山东多盈股权投资管理有限公司	253.29

序号	主营业务	公司名称	收入规模	
			2020年 1-6月	2019年 年度
27.		山东多盈节能环保产业创业投资有限公司	0.00	0.00
28.		共青城宇恒创业投资合伙企业（有限合伙）	0.00	0.00
29.		共青城飞润创业投资合伙企业（有限合伙）	0.00	0.00
30.		共青城华锐创业投资合伙企业（有限合伙）	0.00	0.00
31.	除房屋出租外，无实际经营活动	山东赛克赛斯新材料有限公司	57.14	270.45
32.		山东赛克赛斯化工有限公司	57.14	123.81
33.	氢气发生器	山东赛克赛斯氢能源有限公司	1,657.51	2,944.55
34.	生产、经营、销售	H-Gen Technologies Inc	\$0.00	\$1.10
35.		广东省赛克赛斯氢能科技有限公司	0.00	0.00
36.	未实际经营	济南邹氏经贸有限公司	-	-

上述财务数据除赛克赛斯控股 2019 年度财务数据经北京中平建华浩会计师事务所有限公司公司山东分所审计外，其他财务数据未经审计。

二、注销或转让关联方的收入规模

报告期内注销或转让发行人关联方在注销或转让前一年度的收入规模数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	前一年度	收入规模
1	新余赛克赛斯生物科技有限公司	2018 年	284.34
2	山东赛克赛斯医药有限公司	2016 年	38,305.37
3	上海赛克赛斯生物科技有限公司	2017 年	0.00
4	山东赛克赛斯医药销售有限公司	2018 年	10,378.25
5	上海鲁星医药科技有限公司	2018 年	9,041.57
6	上海赛明医药科技有限公司	2018 年	6,078.37
7	锦州市齐鲁门诊部	2017 年	0.00
8	怀集方明医疗服务有限公司	2016 年	0.00
9	山东赛克赛斯氢能源销售有限公司	2018 年	0.00
10	北京纽蓝生物科技有限公司	2017 年	-
11	Biowy Corporation	2017 年	\$0.00
12	莱州多润环保有限公司	2017 年	0.00
13	聊城市方明健康管理服务有限公司	2019 年	0.00

注：北京纽蓝生物科技有限公司于 2017 年即转让，转让后无法从相关方处获取财务数据

三、报告期内不存在关联方代垫成本、费用的情况

报告期内，发行人与关联方发生的关联交易均经过关联交易决策机构的事先批准或

事后追认，关联交易金额较小，交易价格由交易双方协商确定，定价公允，不存在通过关联交易为发行人代垫成本、费用或其他利益输送情形。

问题（2）注销关联方人员、业务、资产处置的具体情况

注销关联方人员、业务及资产处置的具体情况如下：

序号	注销关联方	人员处置情况	业务处置情况	资产处置情况
1	新余赛克赛斯生物科技有限公司	因用人单位清算注销，与全体人员的劳动合同终止	业务随主体注销而终止	无自有土地、房产，其他资产已合理处置
2	山东赛克赛斯医药有限公司	药品销售业务及与该业务相关的人员由赛克赛斯医药销售承继；医疗器械业务及与该业务相关的人员由发行人承继	无自有土地、房产，库存商品中的药品转让予赛克赛斯医药销售，库存商品中的医疗器械转让予发行人，其他资产已合理处置	
3	上海赛克赛斯生物科技有限公司	未开展业务，不涉及人员及业务处置		无自有土地、房产，其他资产已合理处置
4	山东赛克赛斯医药销售有限公司	因用人单位清算注销，与全体人员的劳动合同终止	业务随主体注销而终止	无自有土地、房产，其他资产已合理处置
5	上海鲁星医药科技有限公司	因用人单位清算注销，与全体人员的劳动合同终止	业务随主体注销而终止	无自有土地、房产，其他资产已合理处置
6	上海赛明医药科技有限公司	因用人单位清算注销，与全体人员的劳动合同终止	业务随主体注销而终止	无自有土地、房产，其他资产已合理处置
7	莱州多润环保有限公司	未开展业务，不涉及人员、业务及资产处置		
8	锦州市齐鲁门诊部	未开展业务，不涉及人员、业务及资产处置		
9	怀集方明医疗服务有限公司	未开展业务，不涉及人员、业务及资产处置		
10	山东赛克赛斯氢能销售有限公司	未开展业务，不涉及人员、业务及资产处置		
11	聊城市方明健康管理服务有限公司	未开展业务，不涉及人员、业务及资产处置		

问题（3）转让关联方是否为真实的意思表示，是否真实转让

一、转让北京纽蓝生物科技有限公司为真实转让，意思表示真实

邹方明将其持有的北京纽蓝生物科技有限公司的 55%股权转让予林婉婉事项已经过北京纽蓝生物科技有限公司股东会审议通过，双方就此事项签署了《转让协议》，且林婉婉按照双方约定向邹方明支付了 77 万元股权转让价款。上述股权转让于 2018 年 1 月完成工商变更备案登记。

邹方明转让北京纽蓝生物科技有限公司为真实转让，意思表示真实。

二、转让 Biowy Corporation 为真实转让，意思表示真实

邹方明及 Beyond Version International Limited 就转让 Biowy Corporation 股权事项签署《Share Purchase Agreement》，且邹方明已收到协议约定的全部股权转让价款。邹方明及 Beyond Version International Limited 均就上述股权转让的真实性进行了确认。

邹方明转让 Biowy Corporation 为真实转让，意思表示真实。

【申报会计师核查】

请申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见。

一、核查程序

我们履行了如下核查程序：

1、查阅关联方及报告期内注销、转让关联方相应年度的财务报表或审计报告，分析是否存在异常科目；

2、审阅报告期内发行人与关联方之间关联交易的合同、履行凭证以及相应决策机构的决议文件；

3、获取发行人及主要关联方、董事、监事、高级管理人员的银行流水，结合大额资金流水测试，核查资金流向、使用及清偿情况，分析大额资金流水的合理性，分析是否存在关联方代垫成本费用的情况；

4、取得发行人及报告期内注销、转让关联方的主要客户和供应商清单，比对是否存在相同客户或供应商的情况；

5、取得并查阅注销关联方的工商底档，访谈注销关联方的主要负责人或取得主要负责人出具的说明，了解注销关联方人员、业务及资产的处置情况；

6、公开检索中国裁判文书网、济南市人力资源和社会保障局官网，并通过百度进行关键词检索，核查赛克赛斯新材料、赛克赛斯化工、济南铝制品厂及济南地毯总厂是否曾因人员处置与相关员工发生劳动纠纷；

7、查阅了北京纽蓝生物科技有限公司的工商档案，以及股权转让价款的收款记录，并向受让方林婉婉就股权转让事项进行函证确认，以了解转让北京纽蓝生物科技有限公司的真实性；

8、查阅了邹方明转让 Biowy Corporation 的股转协议以及股权转让价款的收款凭证，并对转让双方进行了访谈，以了解转让 Biowy Corporation 的真实性；

9、复核了邹方明股权转让事项的相关流水情况。

二、核查意见

经核查，我们认为：

- 1、相关企业报告期内收入情况已披露，不存在关联方代垫成本、费用的情况；
- 2、注销关联方人员、业务、资产处置均已合理处置；
- 3、转让关联方为真实的意思表示，系真实转让。

4.5

根据问询回复，上海顺赛及福州顺赛为发行人核心经销商，系发行人高管邹方钊弟弟邹方顺所控制的企业。报告期内发行人向上海顺赛销售的金额较高且逐年增加。

请发行人说明：

- (1) 发行人向上海顺赛及福州顺赛销售的具体产品及单价，是否具备价格公允性；
- (2) 发行人给予上海顺赛及福州顺赛的信用期，是否与发行人给予经销商信用期政策一致，上海顺赛及福州顺赛报告期各期的回款情况；
- (3) 发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与上海顺赛及其关联方是否存在异常大额资金往来。

请保荐机构、申报会计师说明：对上海顺赛及福州顺赛的核查情况、核查比例、是否实现终端销售的核查、资金流水核查的情况。

【发行人说明】

回复：

问题（1）发行人向上海顺赛及福州顺赛销售的具体产品及单价，是否具备价格公允性

一、发行人向上海顺赛销售产品的具体情况及价格公允性分析

（一）发行人向上海顺赛销售的具体产品及单价

报告期内，发行人向上海顺赛销售具体产品销售金额及单价明细如下：

单位：万元、元/支

产品种类	2020年1-6月		2019年度	
	销售金额	销售单价	销售金额	销售单价
赛必妥	-	-	-	-
瞬时	121.43	333.61	1,112.85	134.84
伊维尔	-	-	-	-
其他	0.31	15.29	0.71	17.71
合计	121.74	-	1,113.56	-
产品种类	2018年度		2017年度	
	销售金额	销售单价	销售金额	销售单价
赛必妥	0.10	43.69	4.37	43.69
瞬时	1,063.86	131.34	903.17	150.17
伊维尔	-	-	8.21	2,051.28
其他	0.62	1.50	-	-
合计	1,064.58	-	915.75	-

报告期内，上海顺赛主要向发行人采购瞬时产品，占采购总额比例分别为 98.63%、99.93%、99.94%和 99.75%，占比较高。另外，发行人亦向上海顺赛销售赛必妥、润保、碧静、伤口负压引流装置等其他产品，销售金额较小。

（二）发行人向上海顺赛销售产品价格公允性分析

报告期内上海顺赛主要规格产品单价逐年上升，系发行人对上海顺赛销售瞬时产品按照含税价定价，报告期内增值税率下降，相应不含税销售价格有所上升。2020年上海顺赛 1.5g 规格产品销售单价下降主要系上海地区中标价格下滑所致。

上海顺赛销售价格与其他核心经销商相比，其中 0.25g、0.5g 及 1.5g 规格产品销售价格差异较小；其中 1g 规格瞬时产品，上海顺赛 2019 年销售单价与核心经销商销售单价差异较大，系主要系黑龙江、辽宁、重庆等销售单价较高地区销售占比提升所致。剔除上述区域影响后，2019 年核心经销商 1g 规格瞬时产品销售均价与上海顺赛销售价格差异较小。

综上所述，发行人向上海顺赛销售产品定价公允。

二、发行人向福州顺赛销售产品的具体产品及价格公允性分析

（一）发行人向福州顺赛销售的具体情况

报告期内，发行人向福州顺赛销售的具体产品及销售金额及单价明细下：

单位：万元、元/支

产品种类	2020 年 1-6 月		2019 年度	
	销售金额	销售单价	销售金额	销售单价
赛必妥	-	-	0.63	63.11
瞬时	8.92	127.43	67.63	156.74
赛脑宁	21.66	1,504.42	-	-
伊维尔	65.95	1,911.50	1.91	1,911.50
其他	0.20	12.74	0.90	12.49
合计	96.73	-	71.07	-
产品种类	2018 年度		2017 年度	
	销售金额	销售单价	销售金额	销售单价
赛必妥	-	-	-	-
瞬时	59.32	175.49	27.67	198.35
赛脑宁	-	-	-	-
伊维尔	31.79	2,051.28	16.21	2,025.64
其他	0.50	12.41	1.50	12.31
合计	91.61	-	45.38	-

报告期内，福州顺赛主要向发行人采购瞬时、赛脑宁和伊维尔，三种产品占各期采购总额比例分别为 96.69%、99.48%、97.85% 和 99.79%，占比较高，另外，发行人亦向福州顺赛销售赛必妥和润保等其他产品，销售金额较小。

（二）发行人向福州顺赛销售价格公允性分析

报告期各期，福州顺赛主要向发行人采购瞬时、赛脑宁和伊维尔。因而对瞬时、赛脑宁和伊维尔进行公允性分析。

1、瞬时

报告期内，福州顺赛 0.5g 瞬时销售单价逐年上升系发行人对福州顺赛销售瞬时产品按照含税价定价，报告期内增值税率下降，相应不含税销售价格有所上升。剔除杭州鲁赛的影响，福州顺赛和核心经销商之间价格差异较小。

其中 1g 规格瞬时产品，2017-2018 年福州顺赛与核心经销商之间价格差异较小，2019 年受福建地区招投标政策影响，福州顺赛销售价格有所下滑。

2、伊维尔

报告期内，发行人向福州顺赛销售伊维尔与同期向其他客户销售价格无显著差异。其中 2017 年福州顺赛价格高于核心经销商，系当期广州粤赛采购数量较大且单价较低，剔除广州粤赛价格影响，2017 年核心经销商平均采购单价与福州顺赛价格差异较小。

3、赛脑宁

赛脑宁系发行人 2018 年上市的新品。报告期内，福州顺赛仅于 2020 年 1-6 月向发行人采购 3ml 赛脑宁，发行人向福州顺赛及其他核心经销商销售 3ml 产品价格相同。

综上，发行人向福州顺赛销售产品定价公允。

问题（2）发行人给予上海顺赛及福州顺赛的信用期，是否与发行人给予经销商信用期政策一致，上海顺赛及福州顺赛报告期各期的回款情况

报告期内发行人给予上海顺赛及福州顺赛的信用期为 3 个月以内，与发行人给予核心经销商信用期一致。

报告期内上海顺赛及福州顺赛各期的回款情况如下：

单位：万元

2020 年 1-6 月/2020 年 6 月 30 日			
公司名称	销售收入	应收账款余额	应收账款余额占销售收入比重
上海顺赛医疗科技有限公司	121.74	3.39	2.79%
福州顺赛生物科技有限公司	96.73	99.00	102.34%
2019 年度/2019 年 12 月 31 日			
公司名称	销售收入	应收账款余额	应收账款余额占销售收入比重
上海顺赛医疗科技有限公司	1,113.56	3.39	0.30%

福州顺赛生物科技有限公司	71.07	-	-
2018 年度/2018 年 12 月 31 日			
公司名称	销售收入	应收账款余额	应收账款余额占销售收入比重
上海顺赛医疗科技有限公司	1,064.58	416.56	39.13%
福州顺赛生物科技有限公司	91.61	41.51	45.32%
2017 年度/2017 年 12 月 31 日			
公司名称	销售收入	应收账款余额	应收账款余额占销售收入比重
上海顺赛医疗科技有限公司	915.74	424.48	46.35%
福州顺赛生物科技有限公司	45.38	41.51	91.48%

报告期内，发行人不断加强回款力度，提高应收账款管理水平，2017 至 2019 年末上海顺赛及福州顺赛应收账款回款情况持续改善，2020 年 6 月末，福州顺赛应收账款余额占销售收入比重较高，主要系对其销售收入集中在第二季度，应收账款尚在信用期内。

问题（3）发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与上海顺赛及其关联方是否存在异常大额资金往来

报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与上海顺赛及其关联方不存在异常大额资金往来。

【申报会计师说明】

一、收入核查情况

（一）核查程序

1、对发行人管理层、销售部门负责人、上海顺赛及福州顺赛实际控制人进行访谈，了解业务开展、主要销售产品及定价情况；

2、获取发行人销售台账，对于发行人与福州顺赛及上海顺赛发生的交易，从中选取每年 10 笔销售订单进行销售循环测试，检查销售订单、发票、货运记录、验收凭证及回款流水等业务相关单据是否齐备，数量、金额是否一致；

3、对上海顺赛及福州顺赛进行函证，确认营业收入及应收账款余额等数据是否准确；

4、获取上海顺赛及福州顺赛进销存情况，并于 2020 年 7 月对其进行实地走访，查看其期末库存情况，验证进销存数据的真实性；具体进销存情况如下：

单位：支、月

期间	产品类型	向发行人采购数量	销售数量	期末库存	备货周期
2020 年 1-6 月	瞬时	4,340	18,571	1,945	1.26
	赛必妥	-	-	-	-
	伊维尔	345	266	81	3.65
	赛脑宁	144	144	-	-
2019 年度	瞬时	86,945	84,896	16,176	2.29
	赛必妥	100	100	-	-
	伊维尔	-	8	2	3.00
	赛脑宁	-	-	-	-
2018 年度	瞬时	84,380	76,128	14,127	2.23
	赛必妥	24	24	-	-
	伊维尔	155	145	10	0.83
	赛脑宁	-	-	-	-
2017 年度	瞬时	61,595	57,115	5,875	1.23
	赛必妥	1,000	1,000	-	-
	伊维尔	120	120	-	-

5、要求上海顺赛及福州顺赛统计其销售产品的最终去向，包括直接销往终端医院以及通过下游经销商销往医院情况。根据其进销存数据获取下级经销商的采购数据；根据其提供的产品终端销售流向数据，获得下级经销商的销售数据，并通过向终端医院发放函证进行确认。通过上述方式获得核心经销商下级客户的采购数据和销售数据，发行人核心经销商下级客户的进销比例具体情况如下：

单位：支、万元

产品种类	2020 年 1-6 月				2019 年度			
	下游经销商采购数量	终端销售数量	实现销售比例	库存变动金额	下游经销商采购数量	终端销售数量	实现销售比例	库存变动金额
赛必妥	-	-	-	0.00	100	100	100.00%	0.00
瞬时	18,571	18,531	99.78%	0.51	84,896	84,560	99.60%	4.78
赛脑宁	144	144	100.00%	0.00	-	-	-	0.00
伊维尔	266	266	100.00%	0.00	8	8	100.00%	0.00
产品种类	2018 年度				2017 年度			
	下游经销商采购数量	终端销售数量	实现销售比例	库存变动金额	下游经销商采购数量	终端销售数量	实现销售比例	库存变动金额
赛必妥	24	24	100.00%	0.00	1,000	1,000	100.00%	0.00

瞬时	76,128	75,904	99.71%	3.93	57,115	57,535	100.74%	-6.09
赛脑宁	-	-	-	0.00	-	-	-	0.00
伊维尔	145	140	96.55%	1.03	120	120	100.00%	0.00

注：实现销售比例=终端销售数量/下游经销商采购数量

6、要求上海顺赛及福州顺赛统计产品流向终端医院名称、终端销售医院具体科室销售数量，联系人等信息。根据主要经销客户提供的相关数据向终端医院具体科室发送函证，要求终端医院科室独立回函，并附有相关身份证明文件，核查终端销售的真实性。

向终端医院发函情况如下：

(1) 按各年度终端销量口径统计

单位：支

年份	终端医院		
	当期终端销量	回函覆盖销量	回函覆盖销量比例
2020年1-6月	18,941	17,096	90.26%
2019年	84,668	84,668	100.00%
2018年	76,068	75,858	99.72%
2017年	58,655	58,605	99.91%

(2) 按报告期终端医院主体口径统计

单位：家

年份	终端医院			
	终端医院家数	实际发函家数	回函医院家数	回函主体覆盖比例
2020年1-6月	19	19	17	89.47%
2019年	23	23	23	100.00%
2018年	28	28	27	96.43%
2017年	28	28	27	96.43%

(3) 按回函质量统计

单位：家

项目	医院盖章	科室医生签字	其他工作人员签字	合计
回函份数	51	3	0	54
占比	94.44%	5.56%	0.00%	100.00%

二、资金流水核查情况

（一）核查程序

针对资金流水事项，我们履行了以下核查程序：

1、获取并查阅上海顺赛（包含福州顺赛，下同）实际控制人及监事的信息调查表，并结合公开网络筛查的方式确定上海顺赛的关联方名单；

2、获取并查阅发行人控股股东、实际控制人、董监高、销售部门负责人、财务部门负责人及财务出纳等关键岗位人员报告期内银行账户的资金流水及确认函，结合重要性原则，核查 5 万元以上资金流水及对应的流向及使用情况，并分析是否存在与上海顺赛及其关联方除购销外的异常往来；

3、获取并查阅上海顺赛报告期内银行账户的资金流水及银行日记账、实际控制人邹方顺及其配偶报告期内银行账户的资金流水及确认函，结合大额资金流水测试，核查资金收支的流向及使用情况，并分析是否存在与发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位工作人员除购销外的异常往来；

4、访谈发行人实际控制人、董监高、关键岗位人员，确认其与上海顺赛及其关联方是否存在异常大额资金往来。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，上海顺赛与福州顺赛收入真实、准确；

2、报告期内发行人的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员与上海顺赛及其关联方之间不存在异常大额资金往来。

问题 5、关于研发费用

根据首轮问询回复，发行人向税务机关申请研发费用加计扣除优惠政策的研究费用金额与发行人实际发生的研发费用金额差额分别为 625.61 万元、206.87 万元、266.39 万元。根据发行人回复，报告期内不符合研发加计扣除范围的相关费用包括人员工资、直接投入、房屋及建筑物的折旧费用等合计分别为分别为 483.53 万元、124.57 万元、155.74 万元；超过可加计扣除研发费用总额 10%限制的其他相关费用分别为 104.35 万元、72.68 万元、106.65 万元。

请发行人：

(1) 进一步拆分差异金额明细，单独列出不符合研发加计扣除范围的相关费用包括人员工资、直接投入、房屋及建筑物的折旧费用等；

(2) 说明对于超过可加计扣除研发费用总额 10% 限制的其他相关费用计入研发费用科目而非成本或其他费用的会计核算是否有充分的依据，如有，结合归集对象及对应研发项目充分说明；

(3) 进一步说明研发费用的归集是否准确，研发费用与其他费用或生产成本如何明确区分，相关费用是否确实与研发活动相关。

请保荐机构及申报会计师核查上述事项，说明核查过程、核查方式并发表明确核查意见。

【发行人说明】

回复：

问题（1）进一步拆分差异金额明细，单独列出不符合研发加计扣除范围的相关费用包括人员工资、直接投入、房屋及建筑物的折旧费用等

发行人向税务机关申请研发费用加计扣除优惠政策的研究费用金额与发行人实际发生的研发费用金额间的差异情况如下所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
符合加计扣除范围的研发费用	1,763.42	1,859.41	1,321.40
研发费用金额	2,029.81	2,066.28	1,947.01
差异小计	266.39	206.87	625.61
差异细分项			
1、不符合研发加计扣除范围的相关费用	155.74	124.57	483.53
其中：对现存产品、服务、技术、材料或工艺流程进行的重复或简单改变	-	72.98	171.25
申报时未取得发票的费用	101.42	-	271.94
人工投入	-	11.18	1.51
直接投入	33.99	19.28	27.04
房屋及建筑物的折旧费用	20.34	21.13	11.79
2、超过可加计扣除研发费用总额 10% 限制的其他相关费用	106.65	72.68	104.35

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
3、其他	4.00	9.62	37.73

问题（2）说明对于超过可加计扣除研发费用总额 10%限制的其他相关费用计入研发费用科目而非成本或其他费用的会计核算是否有充分的依据，如有，结合归集对象及对应研发项目充分说明

根据《财政部、国家税务总局、科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119号），允许加计扣除的其他研发费用范围为与研发活动直接相关的其他费用，如技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高新科技研发保险费，研发成果的检索、分析、评议、论证、鉴定、评审、评估、验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费、差旅费、会议费等。此项费用总额不得超过可加计扣除研发费用总额的 10%。

报告期内，税务范畴下发行人产生的在 10%范围内允许加计扣除的其他研发费用情况如下所示：

单位：万元

在 10%范围内允许加计扣除的其他研发费用情况	2019 年度	2018 年度	2017 年度
技术图书资料费、查新检索费	47.55	30.91	41.26
知识产权的申请费、注册费、代理费	49.96	34.08	53.09
职工福利费、补充养老保险费、补充医疗保险费	13.17	15.92	4.74
差旅费、会议费及其他	51.53	68.09	60.98
合计	162.22	149.01	160.07

如上表所示，税务范畴下允许加计扣除的其他研发费用主要为技术图书资料费、查新检索费、知识产权经费、差旅费、会议费、职工福利费等费用，均系与研发活动直接相关的其他费用，会计核算口径下发行人将其计入研发费用科目而非成本或其他费用具有合理性。

鉴于报告期内发行人发生研发费用的项目较多，现选取发生允许加计扣除其他研发费用的前五大项目进行进一步列示：

单位：万元

项目名称	技术图书资料费、查新检索费	知识产权的申请费、注册费、代理费	职工福利费	差旅费、会议费及其他	合计
2019 年度					

项目名称	技术图书资料费、查新检索费	知识产权的申请费、注册费、代理费	职工福利费	差旅费、会议费及其他	合计
外科冲洗液	6.09	15.70	0.86	9.50	32.15
明胶海绵颗粒栓塞剂	5.01	0.93	1.08	4.78	11.80
人羊膜绒毛膜	1.21	0.98	1.84	6.09	10.13
角膜保护剂	8.67	0.21	0.32	0.91	10.10
栓塞弹簧圈	2.91	0.28	0.44	2.11	5.74
2018 年度					
预充式冲管注射器	0.71	15.99	0.69	7.11	24.50
可吸收硬脑膜封合医用胶	1.12	1.33	7.29	11.32	21.05
外科冲洗液	2.09	1.81	0.71	11.12	15.73
可吸收血管封合医用胶	4.31	1.02	0.62	7.99	13.94
人羊膜绒毛膜	1.77	1.83	1.47	5.51	10.59
2017 年度					
可吸收血管封合医用胶	2.36	15.51	0.37	7.82	26.07
可吸收硬脑膜封合医用胶	2.76	1.21	0.41	9.38	13.76
可降解耳鼻止血绵	5.96	0.26	0.01	4.66	10.88
壳聚糖外用止血粉	0.36	8.29	0.02	1.27	9.94
口腔溃疡膜	0.31	8.38	0.09	0.80	9.58

问题（3）进一步说明研发费用的归集是否准确，研发费用与其他费用或生产成本如何明确区分，相关费用是否确实与研发活动相关

为规范研发流程，及时、准确核算研发费用，发行人建立了《产品立项研发管理制度》、《设计和开发策划管理制度》、《设计和开发输入管理制度》、《设计开发确认管理制度》等研发活动核算及过程管理的制度文件，对研发活动进行流程控制；建立了《研究开发项目人财物相关管理办法》、《采购管理制度》、《费用报销管理制度》等研发费用报销管理制度文件，对研发费用准确核算进行流程控制。

发行人按申报项目设立台账归集核算研发费用。对于可直接归属于研发项目的费用开支，按研发项目的费用性质进行核算，形成分项目台账；无法直接归属于研发项目的费用，按照费用性质在财务系统中进行归类核算，定期按照一定的比例分摊至各研发项目；对于其他费用，不归集入各研发项目。研发部门、财务部门及其他相关部门逐级分工对研发项目支出的相关性、合理性和准确性进行审核，对经审核、审批通过的研发项目支出由财务部门按项目进行账务处理。

公司计入研发项目的费用，需要符合公司研发管理制度中所明确的标准。公司通过制定并有效执行研发相关内控制度及措施，有效保证了研发支出核算的真实性、准确性、完整性。报告期内，公司不存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形，成本与费用准确归集。

综上，发行人建立了与研发费用归集相关的内部控制制度及流程，各项费用归集与分配合理，研发费用与其他费用或生产成本能够明确区分，相关费用确实与研发活动相关。

【申报会计师核查】

请保荐机构及申报会计师核查上述事项，说明核查过程、核查方式并发表明确核查意见。

一、核查程序

1、查阅报告期内发行人研发费用加计扣除的相关文件，了解并核查研发费用与所得税加计扣除数存在的差异及原因，同时检查差异原因是否符合研发费用加计扣除有关政策规定；

2、获取并查阅发行人报告期内报送给主管税务机关的《研发项目可加计扣除研究开发费用情况归集表》；

3、获取发行人的研发费用管理和采购管理相关的内部控制制度文件，了解与研发费用相关的内部控制制度，通过对识别出的关键控制点进行了控制测试，评价其制度是否健全、设计合理及运行有效性；

4、了解发行人研发费用科目设置及归集情况，获取并检查研发项目台账和各项目费用归集的明细情况，检查研发费用归集是否恰当；

5、访谈了发行人研发部门负责人、财务人员，了解发行人研发流程、研发组织机构设置、研发项目的管理、研发模式，形成访谈记录文件；

6、获取发行人的研发项目的立项报告，检查立项报告的项目计划内容和项目预算，评价其合理性，关注是否存在与研发不相关的支出计入研发费用的情形。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、报告期内，发行人研发投入可加计扣除的金额与研发费用存在差异，上述差异符合相关政策规定及公司实际情况，具有合理性；

2、报告期内，发行人已明确划分和核算各项研发支出，不存在将应计入成本或其他费用的支出计入研发费用的情况；发行人对于研发费用的会计处理符合《企业会计准则》的有关规定。

问题 6、关于存货

根据首轮问询回复，发行人将距离有效期小于 180 天的产品划分为近效期产品，对近效期产品特殊管理，2020 年 6 月 30 日、2019 年发行人对近效期产品全额计提存货跌价准备 11.28 万元及 10.50 万元。发行人回复称，报告期各期末，发行人以可变现净值低于账面成本的差额计提存货跌价准备，由于公司产品毛利率较高且销售渠道通畅，一般不会出现存货成本高于可变现净值的情况，因而报告期内存货计提跌价准备相对较少。

请发行人在招股说明书“六、报告期内采用的重要会计政策和会计估计（四）存货”中补充披露近效期产品的定义，重新梳理存货跌价准备的计提减值方式，提高信息披露针对性。

请发行人进一步说明：

（1）存货如何划分库龄区间、近效期产品内部管理措施，是否予以分开存放；

（2）结合主要产品的质保期、有效期，说明超过或临近质保、有效期的存货是否完整计量，已计提的存货跌价准备是否充分；

（3）补充说明“一般不会出现存货成本高于可变现净值的情况，因而报告期内存货计提跌价准备相对较少”是否存在合理依据，公司是否对此做过减值测试，若有，说明减值测试过程，相关参数选取是否公允可靠。

请申报会计师核查上述事项，并对公司存货跌价准备计提是否充分发表明确核查意见。

【发行人披露】

回复：

以下内容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“六报告期内采用的重要会计政策和会计估计”之“(四) 存货”之“不同类别存货可变现净值的确定依据”中补充披露：

“库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，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；需要经过加工的材料存货，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；为执行销售合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若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以每期最后一季度平均销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

存货跌价准备政策考虑存货产品有效期、产品市场的销售情况及行业特性。对于库存商品，发行人将距离有效期小于 180 天的自产产品及过期产品划分为近效期产品，市场可变现能力小，全额计提跌价准备；对于原材料、包装物、周转材料等，对因产品停产、工艺包装变更等原因预计不再领用的材料，全额计提跌价准备。”

【发行人说明】

回复：

问题（1）存货如何划分库龄区间、近效期产品内部管理措施，是否予以分开存放

一、存货如何划分库龄区间

（一）库存商品

发行人通过时空系统记录产品生产日期，进而准确确定产品库龄，根据医疗器械行业特性及发行人产品管理要求，对于距离有效期小于 180 天的自产产品及过期产品预计

将不再销售，因此，发行人将距离有效期小于 180 天的自产产品及过期产品划分为近效期产品。

考虑发行人主要产品有效期为 2 年，同时为进一步细化发行人产品库龄情况，将发行人产品库龄区间划分为 0-12 个月、12-18 个月及 18 个月以上。

（二）原材料及周转材料

发行人通过用友系统记录原材料、周转材料的入库时间，进而准确确定其库龄，并参考库存商品将原材料及周转材料库龄区间划分为 0-12 个月、12-18 个月及 18 个月以上。

（三）存货库龄情况

报告期内，发行人存货库龄情况如下：

单位：万元

产品	2020 年 6 月末				2019 年末			
	期末余额	0-12 个月	12-18 个月	18 个月以上	期末余额	0-12 个月	12-18 个月	18 个月以上
库存商品	956.31	857.92	74.89	23.50	825.42	795.69	16.21	13.52
原材料	424.10	365.39	41.27	17.44	388.75	365.49	3.00	20.25
周转材料	13.66	4.25	6.18	3.23	13.93	10.08	0.70	3.15
在产品	264.36	264.36	-	-	263.52	263.52	-	-
发出商品	14.88	14.88	-	-	7.57	7.57	-	--
合计	1,673.30	1,506.80	122.33	44.17	1,499.19	1,442.35	19.92	36.92
产品	2018 年末				2017 年末			
	期末余额	0-12 个月	12-18 个月	18 个月以上	期末余额	0-12 个月	12-18 个月	18 个月以上
库存商品	342.33	314.21	1.56	26.56	1,039.41	923.28	18.20	97.93
原材料	241.24	203.53	10.61	27.10	285.68	247.18	15.60	22.90
周转材料	11.71	6.69	1.05	3.98	17.31	6.25	2.61	8.45
在产品	165.50	165.50	-	-	176.63	176.63	-	-
发出商	136.20	136.20	-	-	22.37	22.37	-	-

品								
合计	896.98	826.13	13.22	57.63	1,541.40	1,375.71	36.41	129.28

报告期内，发行人 18 个月以上库存商品分别为 97.93 万元、26.56 万元、13.52 万元及 23.50 万元，2017 及 2018 年 18 个月以上的库存商品主要为外购商品如自体血回输装置、引流瓶、带穿刺针引流管等，有效期在 3 年以上且无临近有效期概念，2018 年公司加强了内控管理，调整安全库存数量，加快存货周转，2018 年后，18 个月以上的库存商品均保持在较低的水平。

二、近效期产品内部管理措施，是否予以分开存放

发行人建立了《效期管理制度》对近效期产品进行特殊管理，对近有效期产品，保管设警示标志，挂“近效期”标识并单独存放，其中超出有效期的产品，不得出库。由保管员在计算机信息管理系统做停售，经质量管理部门复检确认后，由保管员立即移至不合格品区，按照《不合格医疗器械管理制度》进行处理。

公司在存货管理系统设置有效期预警及超过有效期自动锁定的功能，防止过期医疗器械销售。物流控制部每月提交存货近效期报表，一式两份，经部门负责人签字确认，质量管理部复核，总经理批准后，一份交质量管理部存档，一份由物流控制部留存。

问题（2）结合主要产品的质保期、有效期，说明超过或临近质保、有效期的存货是否完整计量，已计提的存货跌价准备是否充分

一、发行人报告期内主要产品的有效期情况

发行人主要产品不适用质保期的概念，其有效期情况如下：

主要产品	有效期
赛必妥	2 年
瞬时	2 年
赛脑宁	2 年
伊维尔	2 年

发行人主要产品的有效期为 2 年，其他产品主要为外购商品如自体血回输装置、引流瓶、带穿刺针引流管等，有效期在 3 年以上且无临近有效期概念。

二、超过或临近有效期的存货是否完整计量

（一）库存商品

对于超过或临近有效期的产品，发行人已建立《效期管理制度》、《不合格医疗器械管理制度》等内部控制制度，对近有效期产品发行人单独存放，其中超出有效期的产品，不得出库。由保管员在计算机信息管理系统做停售，经质量管理部门复检确认后，由保管员立即移至不合格品区，按照《不合格医疗器械管理制度》进行处理，通过上述程序实现对超过或临近有效期的库存商品的完整计量。

（二）原材料及周转材料

发行人制定了《物料存储及复检管理制度》，对原材料及周转材料的存储及有效期进行管理，所有物料都需制定使用期限，原有期限规定的需严格按照规定期限储存和使用，未规定有效期物料的储存期限应根据物料的综合性能及历史使用资料由质量管理部负责进行判定。外包装材无有效期。库管员在物料货位卡上注明储存期限，并定期排查，超过期限的物料不得发放和使用。

库管员认真核对过期物料库存，填写《不合格品处理申请单》送交质量管理部。质量管理部根据复检物料的数量、检验费用等确定是否复检，并在《不合格品处理申请单》上注明处理意见，报管理者代表审批。确定复检的，由库管员按现有库存填写《进货检验申请单》送交质量管理部，由取样员按照该物料的原有关规定检验项目进行取样检验。复检合格，质量管理部出具检验合格报告书送交库管员。检验报告书上应规定新的储存期，新储存期限为原储存期的一半。库管员要在相应的货位卡上记录新规定的储存期。复检不合格，质量管理部出具不合格检验报告书送交库管员，库管员要立即将物料移至不合格区内，按照《不合格品控制程序》进行处理。

通过上述内控制度及流程，保证原材料及周转材料超过或临近有效期的存货能够准确计量

（三）在产品

发行人制定了《岗位作业指导书》对在产品的生产、存储、库龄进行管理。发行人产品生产周期较短，在产品库龄均在一年以内。

三、发行人超过或临近有效期的存货减值计提情况

报告期内，发行人超过或临近有效期主要产品减值计提情况如下：

单位：元

存货		2020年6月末			2019年末		
		原值	减值准备	账面净值	原值	减值准备	账面净值
库存商品	赛必妥	3,728.87	3,728.87	-	-	-	-
	瞬时	290.94	290.94	-	59.40	59.40	-
	赛脑宁	169.22	169.22	-	-	-	-
	伊维尔	7,609.44	7,609.44	-	5,307.92	5,307.92	-
合计		11,798.47	11,798.47	-	5,367.32	5,367.32	-

报告期内，发行人2017年末及2018年末18个月以上库龄库存商品中不存在上述主要产品，主要系外购商品如自体血回输装置、引流瓶、带穿刺针引流管等，无临近有效期概念，未超过有效期无需计提跌价准备。从上表可见，发行人2019年末及2020年6月末超过或临近有效期的主要产品已足额计提跌价准备，除此之外，另有超过有效期其他产品9.96万元、10.10万元，已足额计提跌价准备。

问题（3）补充说明“一般不会出现存货成本高于可变现净值的情况，因而报告期内存货计提跌价准备相对较少”是否存在合理依据，公司是否对此做过减值测试，若有，说明减值测试过程，相关参数选取是否公允可靠

一、补充说明“一般不会出现存货成本高于可变现净值的情况，因而报告期内存货计提跌价准备相对较少”是否存在合理依据

（一）发行人存货周转情况

报告期各期末，发行人1年以内存货占比较高，不存在积压，存货库龄结构整体良好。发行人存货在生产加工环节所需的时间较短，周转速度较快。

（二）发行人毛利率情况

依据《企业会计准则第1号—存货》的相关规定，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。产成品及原材料等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。

发行人报告期内毛利情况：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业收入	10,373.05	37,816.61	35,855.97	35,688.72

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
营业成本	882.49	3,625.89	3,700.45	3,059.93
毛利	9,490.56	34,190.72	32,155.52	32,628.79
毛利率	91.49%	90.41%	89.68%	91.43%
税金及附加	147.74	331.64	458.17	427.57
税金及附加占比	1.42%	0.88%	1.28%	1.20%
销售费用	5,588.17	15,599.30	14,962.37	14,674.79
销售费用占比	53.87%	41.25%	41.73%	41.12%

注：税金及附加占比=税金及附加/营业收入；销售费用占比=销售费用占比/营业收入

报告期内，发行人毛利率分别为 91.43%、89.68%、90.41% 及 91.49%，毛利率处于较高的水平，且毛利能够涵盖销售费用及相关税费，存货的可变现净值高于账面价值。

二、公司是否对此做过减值测试，若有，说明减值测试过程，相关参数选取是否公允可靠

（一）发行人存货跌价准备计提过程

1、库存商品

（1）非近效期库存商品

①已签订销售订单的库存商品减值准备测试过程

对于已签订销售订单的库存商品，选取订单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，将成本与可变现净值比对分析，确定是否存在减值。

发行人依据订单价格及最后一季度平均销售费用和相关税费对已签订销售订单的库存商品进行减值测试。经测试，发行人已签订销售订单的库存商品的可变现净值均大于账面价值，不存在减值迹象。

②未签订销售订单的库存商品减值准备测试过程

对于未签订销售订单的库存商品，以该库存商品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。将成本与可变现净值比对分析，确定是否存在减值。

发行人选取最后一季度的平均单价作为预计销售单价，同时选取最后一季度平均销售费用及相关税费对未签订销售订单的库存商品进行测试。经测试，发行人未签订销售

订单的库存商品的可变现净值均大于账面价值，不存在减值迹象。

非近效期主要产品减值测试情况如下：

单位：万元

项目	2020年6月末			项目	2019年末		
	成本	可变现净值	存货减值		成本	可变现净值	存货减值
赛必妥	487.63	1,876.72	-	赛必妥	374.84	2,282.28	-
瞬时	309.64	2,068.93	-	瞬时	225.37	1,350.32	-
赛脑宁	3.43	52.43	-	赛脑宁	10.14	155.07	-
伊维尔	1.55	69.44	-	伊维尔	1.09	51.01	-
总计	802.25	4,067.51	-	总计	611.44	3,838.69	-
项目	2018年末			项目	2017年末		
	成本	可变现净值	存货减值		成本	可变现净值	存货减值
赛必妥	71.63	496.78	-	赛必妥	502.15	2,802.62	-
瞬时	209.98	1,787.79	-	瞬时	304.29	2,059.76	-
赛脑宁	0.67	28.31	-	赛脑宁	-	-	-
伊维尔	2.33	138.78	-	伊维尔	3.45	198.68	-
总计	284.62	2,451.66	-	总计	809.88	5,061.06	-

(2) 近效期库存商品

对于近有效期库存商品，预计将不再对外销售，故全额计提减值准备。

(3) 不合格品

对不合格的产品，因不再对外销售，故全额计提减值准备。

2、原材料及在产品

(1) 用于生产经营的原材料及在产品

发行人原材料主要包括植物淀粉、甲壳质、预灌封注册器、弹簧瓶和其他辅料；在产品主要为采购植物淀粉、甲壳质等原材料根据生产计划加工后形成共聚物、羧甲基壳聚糖、去内毒素等均用于正常生产经营。原材料及在产品库龄较短，周转速度较快。通过对原材料及在产品结存成本与可变现净值进行对比，确定是否存在减值的情况。

发行人原材料、在产品主要是用于正常生产经营的，其可变现净值系根据正常生产经营过程中以所生产的产成品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确定。由于根据产成品市场销售价格扣除估计将要发生的成本、税费所测算的原材料可变现净值高于其账面价值，因此，用于正常生产经营的原材

料在报告期间不存在需要计提减值的情形。

(2) 预计以后期间生产不再领用的原材料

对因产品停产、工艺包装变更等原因预计不再领用的材料，全额计提减值准备。

3、发出商品

发行人发出商品为已经按照客户的要求发货出库，截至期末属于在途状态，尚未经客户进行签收的产品。发行人销售出库至客户签收确认时间相对较短，日常销售的退货比率较低。

报告期内，发行人发出商品均与订单相对应，选取销售订单约定的售价减去期末最后一季度平均销售费用及相关税费对发出商品进行减值测试，经测试不存在减值迹象。

报告期内，发行人主要发出商品减值测试情况如下：

单位：万元

项目	2020年6月末			项目	2019年末		
	成本	可变现净值	存货减值		成本	可变现净值	存货减值
赛必妥	7.38	65.40	-	赛必妥	6.26	85.51	-
瞬时	5.34	56.45	-	瞬时	0.88	32.45	-
赛脑宁	1.15	22.40	-	赛脑宁	0.43	5.14	-
伊维尔	-	-	-	伊维尔			-
总计	13.87	144.25	-	总计	7.57	123.10	-
项目	2018年末			项目	2017年末		
	成本	可变现净值	存货减值		成本	可变现净值	存货减值
赛必妥	119.59	354.92	-	赛必妥	21.66	146.16	-
瞬时	11.18	162.71	-	瞬时	0.71	4.69	-
赛脑宁	5.43	139.53	-	赛脑宁	-	-	-
伊维尔	-	-	-	伊维尔	-	-	-
总计	136.20	657.15	-	总计	22.37	150.86	-

(二) 减值测试相关参数

预计售价：为执行销售合同而持有的存货，其可变现净值应当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，超出部分存货的估计售价以最后一季度平均单价为基础计算。

预计的销售费用及相关税费：每期最后一季度平均的销售费用及相关税费

至完工时估计将要发生的成本：存货进一步加工所需的材料、人工、制造费用，该部分费用为每期最后一季度平均数据。

综上，公司已对存货进行减值测试，测试过程完整，相关参数选取公允可靠。

【申报会计师核查】

请申报会计师核查上述事项，并对公司存货跌价准备计提是否充分发表明确核查意见。

一、核查程序

1、访谈发行人仓储部门负责人及财务部门负责人，获取发行人存货管理制度相关文件，了解存货库龄划分标准、近有效期产品内部管理措施、存货内控制度及流程、存货跌价准备政策；

2、获取发行人报告期各期末存货库龄明细表，了解存货的具体构成及长库龄形成原因，并分析合理性；

3、获取发行人主要产品说明书，了解产品有效期；

4、获取存货跌价准备计提明细表，复核存货跌价准备计提是否充分；

5、获取报告期各期末发行人存货余额明细表，及报告期各期发行人存货收发存明细表，测算各期末存货的库龄情况；

6、获取报告期各期销售收入明细表、税金及附加明细表及销售费用明细表，核查产品可变现净值是否高于账面价值；

7、获取公司存货减值准备计算表，对存货可变现净值以及存货减值计提金额进行复核，将管理层确定可变现净值时的估计售价、销售费用等与实际发生额进行核对以评价管理层在确定存货可变现净值时做出的判断是否合理，并执行重新测算程序；

8、执行存货监盘程序，检查存货的数量及状况，并对长库龄存货进行重点检查，对存在减值迹象的存货分析其减值准备计提的充分性。

二、核查意见

经核查，我们认为：

报告期内，发行人存货减值准备计提充分合理，测试过程完整，相关参数选取公允可靠。

问题 7、关于销售费用

根据招股说明书，在经销模式收入占比较高的情况下，赛克赛斯的整体销售费用占营收比重仍超 40%，比重较高。

请发行人进一步说明：

(1) 报告期内各期销售费用的前十大支付对象、交易金额等信息；

(2) 公司与 CSO 服务商费用支付方式，是否均通过银行转账方式，是否存在现金交易，相关资金支付后是否形成体外资金循环；请发行人补充提供与主要 CSO 服务商所签订服务协议作为本次问询回复的附件。

请保荐机构及申报会计师核查上述事项并发表明确核查意见。

【发行人说明】

回复：

问题（1）报告期内各期销售费用的前十大支付对象、交易金额等信息

报告期各期，发行人销售费用的前十大支付对象系为公司提供业务推广服务的 CSO。由于发行人根据 CSO 服务商提供的推广活动资料进行审核验收并计提相应业务推广费后，依照合同约定，结合推广效果的评估情况定期与 CSO 服务商进行款项结算，费用确认与支付之间存在时间间隔，因此报告期内对各 CSO 服务商的支付金额及交易金额存在差异。根据发行人销售费用的支付明细，报告期内，发行人销售费用的前十大支付对象具体情况如下：

单位：万元

年度	序号	支付对象	是否关联方	付款金额	交易金额 (不含税)
2020年 1-6月	1	西安大泡泡商务服务有限公司	否	674.62	640.96
	2	广州智达医药科技有限公司	否	348.70	243.55
	3	山西凯迪宏图贸易有限公司	否	299.50	329.50
	4	哈尔滨市腾光医药咨询有限公司	否	299.10	218.21
	5	潍坊俊林企业管理咨询有限公司	否	268.60	222.80
	6	聊城韵诗商务信息咨询有限公司	否	262.80	205.80
	7	合肥市贤集科技推广有限责任公司	否	262.00	297.00
	8	哈尔滨雪之婷生物科技有限公司	否	257.75	186.15
	9	泉州市安然企业管理咨询有限公司	否	206.95	233.95
	10	淮北茹轩信息科技发展有限责任公司	否	177.12	87.02
	合计				3,057.14
2019年 度	1	福州云嘉企业管理咨询有限公司	否	2,100.50	1,783.96
	2	上海秉毓信息科技有限公司	否	1,650.27	1,333.02
	3	哈尔滨市腾光医药咨询有限公司	否	1,442.40	1,226.42
	4	西安大泡泡商务服务有限公司	否	876.50	1,118.40
	5	青岛浩天中佳咨询服务有限公司	否	845.40	653.40
	6	杭州英辉商务管理有限公司	否	834.80	728.02
	7	石家庄淼业科技有限公司	否	781.80	650.52
	8	南京鲁齐生物科技有限公司	否	726.32	500.92
	9	呼和浩特市蒙照商务咨询有限公司	否	658.50	668.38
	10	武汉羽康智诚医疗科技有限公司	否	539.00	522.91
	合计				10,455.49
2018年 度	1	福州云嘉企业管理咨询有限公司	否	788.80	961.60
	2	上海俊斛广告设计有限公司	否	395.70	400.00
	3	上海叠福实业有限公司	否	390.31	-
	4	上海元链实业有限公司	否	360.00	360.00
	5	上海子周信息科技有限公司	否	350.00	350.00
	6	上海鄧柄实业有限公司	否	349.30	-
	7	上海聪伊医疗科技有限公司	否	341.20	477.21
	8	开封桔和昊文化传媒有限公司	否	340.40	340.40
	9	上海虎邻网络科技有限公司	否	330.00	330.00
	10	南京鲁齐生物科技有限公司	否	323.70	531.97
	合计				3,969.40
2017年 度	1	上海婵美广告有限公司	否	995.62	823.35
	2	济南赛克赛斯鲁中医疗器械有限公司	否	871.62	82.26
	3	上海荀坤实业有限公司	否	634.40	640.00
	4	上海聪伊医疗科技有限公司	否	491.09	474.88
	5	上海秉毓信息科技有限公司	否	486.18	366.54

年度	序号	支付对象	是否关联方	付款金额	交易金额 (不含税)
	6	上海叠福实业有限公司	否	412.60	802.90
	7	北京兼济惠康医疗器械有限公司	否	281.75	199.70
	8	湖南赛恒生物科技有限公司	否	256.98	242.43
	9	天津市武清区圣中源商务信息咨询中心	否	246.70	281.90
	10	上海孟祈企业管理中心（有限合伙）	否	209.70	275.90
		合计		4,886.64	4,189.86

问题（2）公司与 CSO 服务商费用支付方式，是否均通过银行转账方式，是否存在现金交易，相关资金支付后是否形成体外资金循环；请发行人补充提供与主要 CSO 服务商所签订服务协议作为本次问询回复的附件。

一、公司与 CSO 服务商费用支付方式，是否均通过银行转账方式，是否存在现金交易，相关资金支付后是否形成体外资金循环

报告期内，发行人聘请 CSO 服务商为公司提供业务推广服务，相关合作的开展均以双方签订合作协议为前提，公司与 CSO 服务商在合作协议中约定推广费用的支付方式为银行转账，并根据 CSO 服务商协议中的约定进行款项的支付，发行人与 CSO 服务商费用支付方式均通过银行转账支付，不存在现金交易。

公司通过审核 CSO 服务商提供的推广活动成果资料，包括但不限于签到表、现场照片或视频资料、调研咨询报告以及费用清单等，验证推广活动的真实性，并不定期对 CSO 服务商进行走访，核查其业务推广活动的开展情况。报告期内，公司遵循 CSO 服务商的管理体系，根据《CSO 商务人合规审核操作手册》严格执行 CSO 服务商的管理，并经发行人及主要 CSO 服务商确认，不存在体外资金循环的情形。

二、请发行人补充提供与主要 CSO 服务商所签订服务协议作为本次问询回复的附件

发行人已补充提供与主要 CSO 服务商所签订服务协议作为本次问询回复的附件。

【核查过程与核查意见】

回复：

关于销售费用，我们获取了发行人销售费用明细表，分析报告期内销售费用结构及变动情况，与同行销售费用情况进行对比，核查销售费用合理性，并针对具体销售费用支付对象、支付方式以及是否存在体外资金循环实施以下核查：

一、销售费用前十大支付对象核查

（一）核查程序

1、访谈市场部负责人及主要 CSO 服务商，了解 CSO 服务商提供业务推广服务及结算的主要流程，各期交易金额及支付金额存在差异的原因及合理性；

2、获取发行人报告期各期其他应付款明细表，针对主要支付对象实施穿行测试，核查协议签订、业务推广活动开展、成果验收、发票开具及款项结算的匹配性；

3、统计各期销售费用前十大支付对象，结合销售费用明细表，统计前十大支付对象当期交易金额，分析前十大支付对象的支付金额与交易金额的合理性。

（二）核查意见

1、发行人根据 CSO 服务商提供的推广活动资料进行验收并支付相应业务推广费，并依照合同约定，结合推广效果的评估情况定期与 CSO 服务商进行款项结算，报告期各期销售费用支付金额与交易金额存在差异具有合理性；

2、发行人说明的报告期内各期销售费用的前十大支付对象、交易金额等信息与我们的核查结果一致，发行人报告期间内销售费用的发生及支付均具有合理性。

二、费用支付方式核查

（一）核查程序

1、获取报告期内与主要 CSO 服务商签订的合作协议，查看协议中关于款项支付方式的约定，核查公司与 CSO 服务商费用支付方式，是否存在约定现金交易的情形；

2、获取发行人现金日记账，核查是否存在通过现金方式支付 CSO 费用的情形，同时通过访谈主要 CSO 服务商，确认相关 CSO 服务费是否均通过银行转账支付。

（二）核查意见

公司与 CSO 服务商费用支付方式均通过银行转账方式，不存在现金交易的情形。

三、是否存在体外资金循环核查

（一）核查程序

经核查，我们认为：

1、获取并检查发行人与业务推广服务费相关的内控制度，执行穿行测试，核查业务推广服务相关的内部控制制度建立及执行情况；

2、选取样本核查报告期内业务推广费对应的成果资料，包括但不限于推广协议、项目计划表、现场照片及签到表、调研咨询报告、验收单、发票及款项支付凭证等，核查相关支持性文件的匹配性、费用发生的真实性；

3、获取报告期内发行人控股股东、实际控制人、董监高、销售部门负责人、财务部门负责人以及出纳的银行流水，核查是否存在与发行人主要客户进行资金往来的情形；获取报告期内主要核心经销商的银行流水，核查是否存在与 CSO 服务商资金进行往来的情形；

4、访谈主要客户及 CSO 服务商，核查业务往来情况，关联关系情况，取得其出具的承诺函，确认不存在通过体外资金循环的情形。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人与业务推广活动相关的内部控制制度建立健全并得以有效执行，相关业务推广费与支持性文件相互匹配，具有真实性；

2、报告期内，CSO 服务商与发行人之间系基于签订业务推广协议的正常商业往来，相关款项支付亦系与业务相关推广费结算，除此之外，与发行人及发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员之间均不存在异常资金往来，不存在体外资金循环的情形。

问题 8、关于应收账款

根据问询回复，报告期各期末，发行人逾期应收账款金额分别为 2,075.31 万元、2,401.74 万元、1,657.62 万元和 1,552.36 万元，主要系部分地区终端医院及配送商受财政拨款及医保支付进度影响回款较慢。

请发行人说明：

(1) 补充分析报告期应收账款回款进度是否晚于同行业可比公司；

(2) 报告期各期末逾期的主要客户及基本情况，对应逾期金额、占比及逾期的主要原因；

(3) 逾期应收账款回款情况；

(4) 结合主要客户期后回款情况，分析对主要客户信用政策执行情况，是否存在对主要客户的信用政策调整情况；

(5) 对于逾期客户的坏账计提政策是否审慎，坏账计提是否充分；请发行人结合应收账款回款、逾期状况充分揭示风险。

请保荐机构及申报会计师核查上述事项。

【发行人说明】

回复：

问题（1）补充分析报告期应收账款回款进度是否晚于同行业可比公司

一、应收账款占营业收入比例与同行业公司比较

报告期内，应收账款余额占营业收入比例与同行业可比公司比较如下：

项目	2020年1-6月 /2020.6.30	2019年度 /2019.12.31	2018年度 /2018.12.31	2017年度 /2017.12.31
冠昊生物	34.69%	34.05%	37.56%	36.10%
正海生物	20.03%	18.25%	20.40%	24.04%
佰仁医疗	5.05%	0.28%	0.54%	0.35%
昊海生科	32.03%	25.85%	26.82%	26.20%
剔除佰仁医疗 后平均数	28.91%	26.05%	28.26%	28.78%
发行人	45.45%	25.08%	31.91%	36.18%

注1：2020年1-6月份数据已进行年化处理；

注2：同行业可比公司中佰仁医疗采取先款后货的销售模式，应收账款占营业收入比例较低。

2017-2019年末，发行人不断优化客户结构，加强回款力度，应收账款余额占营业收入比例不断降低。除2019年末外发行人应收账款占营业收入比例略高于同行业上市

公司剔除佰仁医疗后平均值，主要系发行人直销模式及配送商模式收入占比较高，账期相对较长所致，具体占比详见本题“三、同行业可比公司直销及配送商模式占比情况”相关内容。

2020年1-6月，应收账款占销售收入比重有所上升，主要系首先发行人销售收入主要集中在第二季度，部分客户应收账款尚在信用期内，其次发行人直销及配送商占比上升，账期有所增加，同时部分直销客户回款受疫情影响审批流程有所延长，另外核心经销商广州粤赛实际控制人因购房等对外投资金额较大，且受疫情导致的下游客户回款较慢等因素影响导致短期内资金紧张，从而出现对公司延迟付款的情形，应收账款出现逾期。

二、应收账款账龄情况与同行业公司比较

报告期内，应收账款账龄情况与同行业可比公司比较如下：

项目	2020年6月30日		2019年12月31日	
	一年以内	一年以上	一年以内	一年以上
冠昊生物	64.62%	35.38%	68.53%	31.47%
正海生物	97.17%	2.83%	98.42%	1.58%
佰仁医疗	100.00%	-	100.00%	-
昊海生科	91.16%	8.84%	94.00%	6.00%
剔除佰仁医疗后 平均数	84.31%	15.69%	86.98%	13.02%
发行人	83.54%	16.46%	84.68%	15.32%
项目	2018年12月31日		2017年12月31日	
	一年以内	一年以上	一年以内	一年以上
冠昊生物	59.46%	40.54%	81.41%	18.59%
正海生物	95.43%	4.57%	97.90%	2.10%
佰仁医疗	-	-	-	-
昊海生科	95.09%	4.91%	95.44%	4.56%
剔除佰仁医疗后 平均数	83.33%	16.67%	91.58%	8.42%
发行人	81.39%	18.61%	89.79%	10.21%

注：佰仁医疗未披露2017年末、2018年末应收账款账龄数据；

报告期内，发行人一年以内应收账款占应收账款余额的比例分别为89.79%、81.39%、84.68%和83.54%。剔除佰仁医疗后，发行人一年以内应收账款占应收账款余额的比例与同行业可比公司不存在显著差异，一年以内应收账款占应收账款余额的比例低于正海生物、昊海生科，主要系发行人直销模式及配送商模式收入占比较高，账期相对较长所

致。

三、同行业可比公司直销及配送商模式占比情况

报告期内，发行人与正海生物、昊海生科直销及配送商模式占比情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
正海生物	24.73%	-	29.07%	37.32%
昊海生科	-	47.30%	45.68%	39.66%
平均值	24.73%	47.30%	37.38%	38.49%
发行人	65.67%	48.16%	47.96%	53.86%

注1：正海生物2019年度及昊海生科2020年1-6月未披露直销及配送商占比相关数据

注2：冠昊生物未披露2017年度至2020年1-6月直销及配送商占比相关数据

报告期内，发行人直销及配送商模式占比分别为53.86%、47.96%、48.16%和65.67%，账期相对较长的直销及配送商模式占比高于同行业可比公司正海生物、昊海生科。

四、发行人应收账款回款进度情况

综上，发行人应收账款余额占营业收入比重、一年以内应收账款占应收账款余额的比例与同行业可比公司不存在显著差异。应收账款回款进度与同行业可比公司相当，不存在显著晚于同行业可比公司的情形。

问题（2）报告期各期末逾期的主要客户及基本情况，对应逾期金额、占比及逾期的主要原因

一、报告期各期末逾期的主要客户、逾期金额占比及逾期的主要原因

报告期各期末逾期的主要客户、逾期金额占比及逾期的主要原因如下：

单位：万元

2020年6月末							
序号	客户	应收账款余额	逾期金额	占逾期总额比例	逾期期后回款	回款占比	逾期原因
1	广州粤赛生物科技有限公司	758.27	556.90	22.93%	556.90	100.00%	实际控制人因购房等对外投资金额较大，且受疫情导致的下游客户回款较慢等因素影响导致短期内资金紧张，期后已收回逾期款项
2	国药控股股	911.43	159.07	6.55%	159.07	100.00%	集团客户，部分子公司受

2020年6月末							
序号	客户	应收账款余额	逾期金额	占逾期总额比例	逾期期后回款	回款占比	逾期原因
	份有限公司						下游医院结算周期较长 资金周转较慢, 应收账款 出现逾期, 期后已收回逾 期款项
3	首都儿科研究所附属儿童医院	260.56	148.92	6.13%	132.85	89.21%	直销医院客户, 回款周期 较长, 应收账款出现逾 期, 期后已收回大部分逾 期款项
4	新疆医科大学第六附属医院	139.69	139.69	5.75%	49.30	35.29%	直销医院客户, 回款周期 较长, 应收账款出现逾期
5	南昌赣赛生物科技有限公司	293.01	123.16	5.07%	123.16	100.00%	为保留资金支持其业务 拓展, 短时间超信用期, 期后已收回逾期款项
合计		2,362.95	1,127.74	46.43%	1,021.28	90.56%	-
2019年末							
序号	客户	应收账款余额	逾期金额	占逾期总额比例	逾期期后回款	回款占比	逾期原因
1	国药控股股份有限公司	1,097.62	303.96	18.34%	303.96	100.00%	集团客户, 部分子公司受 下游医院结算周期较长 资金周转较慢, 应收账款 出现逾期, 期后已收回逾 期款项
2	新疆医科大学第六附属医院	139.69	138.05	8.33%	49.30	35.71%	直销医院客户, 回款周期 较长, 应收账款出现逾期
3	内蒙古科技大学包头医学院第一附属医院	154.01	108.11	6.52%	33.90	31.35%	直销医院客户, 回款周期 较长, 应收账款出现逾期
4	首都儿科研究所附属儿童医院	223.73	74.49	4.49%	74.49	100.00%	直销医院客户, 回款周期 较长, 应收账款出现逾期
5	南昌赣赛生物科技有限公司	357.00	72.11	4.35%	72.11	100.00%	为保留资金支持其业务 拓展, 短时间超信用期, 期后已收回逾期款项
合计		1,972.05	696.73	42.03%	533.76	76.61%	-
2018年末							
序号	客户	应收账款余额	逾期金额	占逾期总额比例	逾期期后回款	回款占比	逾期原因

2020年6月末							
序号	客户	应收账款余额	逾期金额	占逾期总额比例	逾期期后回款	回款占比	逾期原因
1	湖北安盛泽贸易有限责任公司	1,243.93	1,165.93	48.55%	1,165.93	100.00%	受下游医院结算周期较长资金周转较慢, 应收账款出现逾期, 期后已收回逾期款项, 2019年已停止合作
2	杭州鲁赛生物科技有限公司	288.37	88.94	3.70%	88.94	100.00%	客户资金安排所致, 短时间超信用期, 期后已收回逾期款项
3	赣州市兴阳医疗器械有限公司	82.73	82.73	3.44%	80.00	96.70%	受下游医院结算周期较长资金周转较慢, 应收账款出现逾期, 期后已收回大部分逾期款项
4	内蒙古科技大学包头医学院第一附属医院	164.81	79.81	3.32%	79.81	100.00%	直销医院客户, 回款周期较长, 应收账款出现逾期, 期后已收回逾期款项
5	湖南赛恒生物科技有限公司	70.00	70.00	2.91%	70.00	100.00%	客户资金安排所致, 短时间超信用期, 期后已收回逾期款项
合计		1,849.84	1,487.41	61.93%	1,484.68	99.82%	-
2017年末							
序号	客户	应收账款余额	逾期金额	占逾期总额比例	逾期期后回款	回款占比	逾期原因
1	湖北安盛泽贸易有限责任公司	1,165.93	645.93	31.12%	645.93	100.00%	受下游医院结算周期较长资金周转较慢, 应收账款出现逾期, 期后已收回逾期款项, 2019年已停止合作
2	上海顺赛医疗科技有限公司	424.48	237.94	11.47%	237.94	100.00%	客户资金安排所致, 短时间超信用期, 期后已收回逾期款项
3	河南赛恒生物科技有限公司	423.74	146.24	7.05%	146.24	100.00%	客户资金安排所致, 短时间超信用期, 期后已收回逾期款项
4	杭州鲁赛生物科技有限公司	305.34	130.16	6.27%	130.16	100.00%	客户资金安排所致, 短时间超信用期, 期后已收回逾期款项
5	青岛赛岐医疗器械有限	116.04	116.04	5.59%	116.04	100.00%	客户资金安排所致, 短时间超信用期, 期后已收回

2020年6月末							
序号	客户	应收账款余额	逾期金额	占逾期总额比例	逾期期后回款	回款占比	逾期原因
	公司						逾期款项
	合计	2,435.52	1,276.31	61.50%	1,276.31	100.00%	-

报告期内，逾期主要客户中核心经销商主要系因客户资金安排以及业务开拓投入资金等因素影响，短时间超信用期。配送商及直销医院主要系结算周期较长资金周转较慢，应收账款出现逾期。除 2019 年末及 2020 年 6 月末回款统计期间较短回款比例较低外，2017 年及 2018 年末逾期应收账款已基本收回。

二、逾期客户的基本情况

报告期内，发行人逾期主要客户的基本情况如下：

1、广州粤赛生物科技有限公司

公司名称	广州粤赛生物科技有限公司
客户性质	核心经销商
成立日期	2013-10-16
注册资本	100 万元人民币
注册地址	广东省广州市天河区体育东路 122 号之二 2501、2502 房
主营业务	医疗器械的经销

2、国药控股股份有限公司

公司名称	国药控股股份有限公司
客户性质	配送商
成立日期	2003-01-08
注册资本	312,065.62 万元人民币
注册地址	上海市黄浦区福州路 221 号六楼
主营业务	医疗器械的配送

3、首都儿科研究所附属儿童医院

公司名称	首都儿科研究所附属儿童医院
客户性质	医院
成立日期	-
开办资金	-
注册地址	北京市朝阳区雅宝路 2 号
主营业务	医疗服务

4、新疆医科大学第六附属医院

公司名称	新疆医科大学第六附属医院
客户性质	医院
成立日期	-
开办资金	-
注册地址	北京市朝阳区雅宝路 2 号
主营业务	医疗服务

5、南昌赣赛生物科技有限公司

公司名称	南昌赣赛生物科技有限公司
客户性质	核心经销商
成立日期	2015-04-24
注册资金	100 万元人民币
注册地址	江西省南昌市西湖区滨江大道滨江一号写字楼 21 层 2116 室
主营业务	医疗器械的经销

6、内蒙古科技大学包头医学院第一附属医院

公司名称	内蒙古科技大学包头医学院第一附属医院
客户性质	医院
成立日期	-
开办资金	-
注册地址	内蒙古自治区包头市昆区林荫路 41 号
主营业务	医疗服务

7、湖北安盛泽贸易有限责任公司

公司名称	湖北安盛泽贸易有限责任公司
客户性质	配送商
成立日期	2012-10-25
注册资金	100 万元人民币
注册地址	湖北省武汉市硚口区古田五路 17 号孵化园区 4 号楼,4 附 207、207-1、209、209-1
主营业务	医疗器械的配送

8、杭州鲁赛生物科技有限公司

公司名称	杭州鲁赛生物科技有限公司
客户性质	核心经销商
成立日期	2015-03-23
注册资金	100 万元人民币
注册地址	浙江省杭州市江干区新城时代广场 4 幢 1015 室
主营业务	医疗器械的经销

9、赣州市兴阳医疗器械有限公司

公司名称	赣州市兴阳医疗器械有限公司
客户性质	配送商
成立日期	2015-12-25
注册资金	50 万元人民币
注册地址	江西省赣州市章贡区赣江源大道 15 号星海天城 3#楼 1301#
主营业务	医疗器械的配送

10、上海顺赛医疗科技有限公司

公司名称	上海顺赛医疗科技有限公司
客户性质	核心经销商
成立日期	2013-10-12
注册资金	50 万元人民币
注册地址	上海市奉贤区望园路 2165 弄 20 号 314 室
主营业务	医疗器械的经销

11、河南赛恒生物科技有限公司

公司名称	河南赛恒生物科技有限公司
客户性质	核心经销商
成立日期	2013-05-27
注册资金	101 万元人民币
注册地址	河南省郑州市金水区北环路北小铺路东 1 号楼 25 层 2511、2512 号
主营业务	医疗器械的经销

12、湖南赛恒生物科技有限公司

公司名称	湖南赛恒生物科技有限公司
客户性质	核心经销商
成立日期	2013-09-29
注册资金	50 万元人民币
注册地址	湖南省长沙市开福区新河街道晴岚路 68 号北辰凤凰天阶苑 B1E1 区 5 栋 14001 房
主营业务	医疗器械的经销

13、青岛赛岐医疗器械有限公司

公司名称	青岛赛岐医疗器械有限公司
客户性质	核心经销商
成立日期	2014-09-17

注册资金	50 万元人民币
注册地址	山东省青岛市市南区山东路 27 号 1604 户
主营业务	医疗器械的经销

问题（3）逾期应收账款回款情况

报告期各期末，公司应收账款逾期及期后回款情况如下：

单位：万元

项目	逾期金额	逾期 1 年以上金额	期后回款金额	期后回款比例
2020 年 6 月 30 日	2,429.09	537.63	1,322.79	54.46%
2019 年 12 月 31 日	1,657.62	315.97	695.33	41.95%
2018 年 12 月 31 日	2,401.74	934.55	2,140.50	89.12%
2017 年 12 月 31 日	2,075.31	161.15	2,006.12	96.67%

注：期后回款统计时间为截至 2020 年 9 月 30 日

发行人报告期各期末的逾期应收账款金额相对较低，主要集中在 1 年以内，截至 2020 年 9 月 30 日，报告期各期末逾期应收账款的回收比例为 96.67%、89.12%、41.95% 及 54.46%，2020 年 6 月末及 2019 年末逾期应收账款期后回款比例较低，主要系期后回款统计期间较短所致，整体来看，公司逾期账款期后回款情况较好。

问题（4）结合主要客户期后回款情况，分析对主要客户信用政策执行情况，是否存在对主要客户的信用政策调整情况

一、报告期内主要客户信用政策情况

报告期内，发行人给予直销客户及配送商不超过 12 个月信用账期，给予核心经销商不超过 3 个月信用账期，给予一般经销商一般不超过 1 个月信用账期，湖南济明医药销售有限公司作为一般经销商，考虑其采购金额较大，给予不超过 3 个月的信用账期。报告期内，发行人信用政策执行良好，部分客户受自身资金安排及结算周期等因素影响，存在逾期的情形，具体逾期金额参见本题“二、报告期内，发行人主要客户期后回款情况”相关内容，期后已收回逾期款项。

报告期内，发行人主要客户的信用政策如下：

序号	客户名称	客户类型	报告期内信用政策
1	国药控股股份有限公司	配送商	不超过 12 个月
2	九州通医药集团股份有限公司	配送商	不超过 12 个月
3	湖南济明医药有限公司	一般经销商	不超过 3 个月
4	西安交通大学医学院第一附属医院	直销商	不超过 12 个月

5	黑龙江利达康医疗器械经销有限公司	配送商	不超过 12 个月
6	广州粤赛生物科技有限公司	核心经销商	不超过 3 个月
7	南京苏赛生物工程有 限公司	核心经销商	不超过 3 个月
8	河南赛恒生物科技有 限公司	核心经销商	不超过 3 个月

公司针对经销商、配送商、直销客户约定不同信用政策，报告期内，公司对主要客户信用政策未发生变化。

二、报告期内，发行人主要客户期后回款情况

报告期内，发行人主要客户应收账款及期后回款金额具体情况如下：

单位：万元

2020 年 6 月末						
序号	客户	应收账款 余额	期后一年内		截止 2020 年 9 月 30 日	
			回款金额	回款比例	回款金额	回款比例
1	国药控股股份有 限公司	911.43	658.04	72.20%	658.04	72.20%
2	九州通医药集团 股份有限公司	693.20	693.20	100.00%	693.20	100.00%
3	湖南济明医药有 限公司	262.40	262.40	100.00%	262.40	100.00%
4	西安交通大学医 学院第一附属医 院	424.88	183.67	43.23%	183.67	43.23%
5	黑龙江利达康医 疗器械经销有限 公司	22.60	22.60	100.00%	22.60	100.00%
合计		2,314.51	1,819.91	78.63%	1,819.91	78.63%
2019 年末						
序号	客户	应收账款 余额	期后一年内		截止 2020 年 9 月 30 日	
			回款金额	回款比例	回款金额	回款比例
1	广州粤赛生物科 技有限公司	626.52	626.52	100.00%	626.52	100.00%
2	国药控股股份有 限公司	1,097.62	1,097.62	100.00%	1,097.62	100.00%
3	九州通医药集团 股份有限公司	766.08	766.08	100.00%	766.08	100.00%
4	南京苏赛生物工 程有限公司	17.06	17.06	100.00%	17.06	100.00%
5	河南赛恒生物科 技有限公司	-	-	-	-	-

合计		2,507.28	2,507.28	100.00%	2,507.28	100.00%
2018 年末						
序号	客户	应收账款 余额	期后一年内		截止 2020 年 9 月 30 日	
			回款金额	回款比例	回款金额	回款比例
1	九州通医药集团股份有限公司	864.16	864.16	100.00%	864.16	100.00%
2	广州粤赛生物科技有限公司	-	-	-	-	-
3	南京苏赛生物工程有限公司	45.70	45.70	100.00%	45.70	100.00%
4	国药控股股份有限公司	943.50	943.50	100.00%	943.50	100.00%
5	河南赛恒生物科技有限公司	380.10	380.10	100.00%	380.10	100.00%
合计		2,233.46	2,233.46	100.00%	2,233.46	100.00%
2017 年末						
序号	客户	应收账款 余额	期后一年内		截止 2020 年 9 月 30 日	
			回款金额	回款比例	回款金额	回款比例
1	九州通医药集团股份有限公司	465.93	465.93	100.00%	465.93	100.00%
2	广州粤赛生物科技有限公司	30.00	30.00	100.00%	30.00	100.00%
3	河南赛恒生物科技有限公司	423.74	423.74	100.00%	423.74	100.00%
4	南京苏赛生物工程有限公司	-	-	-	-	-
5	国药控股股份有限公司	583.46	583.46	100.00%	583.46	100.00%
合计		1,503.13	1,503.13	100.00%	1,503.13	100.00%

从上表可见，公司主要客户应收账款在基本在期后已回款，2020 年 6 月末应收账款期后回款比例较低，主要系期后回款统计期间较短所致。

综上所述，公司在报告期内对主要客户信用政策未发生变化，主要客户应收账款在期后基本收回。总体而言，公司对主要客户信用政策执行良好，不存在调整信用政策的情况。

问题（5）对于逾期客户的坏账计提政策是否审慎，坏账计提是否充分；请发行人结合应收账款回款、逾期状况充分揭示风险

一、对于逾期客户的坏账计提政策是否审慎，坏账计提是否充分

公司按照相当于整个存续期预期信用损失的金额对应收账款计提坏账准备，截止2020年9月30日，发行人应收账款余额期后回款的比例分别为97.20%、92.71%、80.05%和59.44%，公司应收账款期后回款情况良好，报告期各期末的逾期应收账款金额相对较低，主要集中在1年以内，逾期1年以上客户主要系直销医院客户及大型配送商，该类客户经营稳定，信用状况良好，应收账款回收风险较小。

针对逾期时间较长客户，公司采取了积极的催收措施，制定了严格的还款计划，逾期应收账款期后回款良好，2020年6月末及2019年末逾期应收账款期后回款比例较低，主要系期后回款统计期间较短所致，整体来看，逾期应收账款不存在重大的可回收风险，因此无需单项计提坏账准备，逾期应收账款及回款情况具体情况参见本题“问题（3）”回复相关内容。

报告期期末应收账款期后回款及坏账准备情况如下：

单位：万元

年份	应收账款余额	期后回款金额	期后回款比例	坏账准备	坏账计提比例
2020年6月30日	9,430.08	5,605.59	59.44%	952.55	10.10%
2019年12月31日	9,486.00	7,593.91	80.05%	825.34	8.70%
2018年12月31日	11,441.24	10,607.48	92.71%	1,215.71	10.63%
2017年12月31日	12,912.88	12,551.16	97.20%	909.70	7.04%

注：期后回款统计时间为截至2020年9月30日

报告期各期末，发行人坏账计提比例分别为7.04%、10.63%、8.70%及10.10%，截止2020年9月30日，报告期各期末公司应收账款回款比例分别为97.20%、92.71%、80.05%及59.44%，除2019年末及2020年6月末回款统计期间较短，回款比例较低外，公司坏账准备计提的比例均能够覆盖当年尚未回款的应收账款，因此，公司应收账款不存在较大回款风险，坏账准备计提充分。

综上，公司对于逾期客户坏账计提政策审慎，坏账计提充分。

二、请发行人结合应收账款回款、逾期状况充分揭示风险。

发行人已在招股说明书“第四节风险因素”之“四、财务风险”之“（一）应收账款回收风险”补充披露相关风险提示如下：

“（一）应收账款回收风险

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 12,912.88 万元、11,441.24 万元、9,486.00 万元和 9,430.08 万元，占当期流动资产总额的比例分别为 49.96%、40.49%、19.96%和 22.04%，应收账款余额相对较大。截至 2020 年 9 月 30 日，发行人应收账款余额期后回款的比例分别为 97.20%、92.71%、80.05%和 59.44%，2019 年末及 2020 年末应收账款期后回款比例较低，主要系期后回款统计期间较短所致。发行人逾期应收账款金额分别为 2,075.31 万元、2,401.74 万元、1,657.62 万元和 2,429.09 万元，主要系部分地区终端医院及配送商受财政拨款及医保支付进度影响回款较慢，未能严格执行信用期政策。

随着公司业务规模的扩大和“两票制”的逐步推广实施，账期较长的直销模式收入占比将逐步提升，应收账款可能会进一步增加。如公司客户经营情况发生重大不利变化，出现支付困难的情况，同时如公司未能严格执行信用政策，未对客户积极催收，公司可能面临应收账款不能及时收回的风险，从而对公司未来业绩造成不利影响。

【申报会计师核查】

请保荐机构及申报会计师核查上述事项

一、核查程序

1、查看同行业可比公司公开披露文件，统计其应收账款余额占营业收入比重，补充分析发行人回款进度是否晚于同行业可比公司及合理性；

2、获取发行人报告期各期末逾期应收账款明细表及期后回款明细表，核对逾期金额及期后回款是否准确，统计逾期主要客户逾期金额及回款情况，访谈公司销售部门负责人，了解逾期主要客户应收账款逾期原因；

3、通过公开网络检索主要逾期客户工商信息，了解其基本情况；

4、通过获取的逾期应收账款明细表及期后回款明细表，统计逾期情况及逾期应收账款最新回款情况；

5、对发行人管理层及销售部门负责人进行访谈，获取发行人信用管理政策及主要客户销售合同，了解不同类型的主要客户的信用期限、实际执行情况，比较报告期内信用政策是否发生变化；

6、通过获取的应收账款明细表、逾期应收账款明细表及期后回款明细表，统计主

要客户应收账款情况、逾期情况及回款情况，了解主要客户信用政策执行情况及信用政策是否存在调整的情况；

7、了解应收账款相关内部控制并进行穿行测试，对信用期标准及执行情况、延期款项审批及催收等主要内部控制执行控制测试；

8、了解发行人坏账计提政策，通过获取的逾期应收账款明细表了解逾期客户情况，复核管理层在评估逾期应收账款的可收回性方面的判断及估计，包括管理层确定划分应收账款组合的依据、单项计提坏账准备的标准，了解发行人对逾期客户催收情况及还款计划，判断逾期客户的坏账计提政策是否审慎，坏账计提是否充分。

二、核查意见

经核查，我们认为：

1、发行人应收账款回款进度与同行业可比公司相当，不存在显著晚于同行业可比公司的情形；

2、发行人报告期各期末客户逾期金额相对较小，逾期主要客户逾期原因合理；

3、发行人期末逾期应收账款金额相对较低，整体来看，公司逾期账款期后回款情况较好；

4、发行人对不同的客户采取了不同的信用政策，对主要客户信用政策执行良好，不存在调整信用政策的情况；

5、发行人逾期客户应收账款不存在重大的可回收风险，坏账准备计提政策审慎，坏账计提充分。

问题 10、关于其他问题

10.1

请发行人继续回答首轮问询第 5、8、10 题个别内容，确有信息披露豁免必要的，请发行人按照审核问答的相关规定在相关申请文件中清晰列明申请豁免披露回复的内容、替代方案的具体信息及详细理由，由中介机构出具明确意见。

回复：

继续回答首轮问询第 5、8、10 题相关内容如下：

一、问题 5.1

问题（4）液体栓塞材料市场容量，EVAL 非粘附性液体栓塞剂上市时间较早，报告期销售金额较小且较为平稳的原因，其与美敦力的相应产品报告期内境内销售金额、单价的比较情况

.....

三、EVAL 非粘附性液体栓塞剂与美敦力的相应产品报告期内境内销售金额、单价的比较情况

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况”之“（六）公司的主要竞争对手”之“3、EVAL 非粘附性液体栓塞剂”中补充披露：

“发行人 EVAL 非粘附性液体栓塞剂产品报告期内直销模式下平均单价为 5,222.63 元/支，报告期各期的销售金额为 503.17 万元、578.92 万元、538.16 万元及 432.21 万元。

根据各省市招标价格统计，目前 EVAL 非粘附性液体栓塞剂的可比 Onyx 产品终端销售价格区间为 6,120-6,800 元/支。因美国美敦力公司规模较大，产品线较多，公开市场数据未查询到报告期内 Onyx 的销售金额。

EVAL 非粘附性液体栓塞剂在性能与 Onyx 无较大差异的基础上，价格相较 Onyx 略低但处于可比区间内，体现了发行人产品较高的性价比及市场竞争力。”

问题（5）医用封合类产品的竞争态势、发行人产品与已有及潜在竞品在关键性能指标、售价等方面的差异比较情况

回复：

.....

二、发行人产品与已有及潜在竞品在关键性能指标、售价等方面的差异比较情况

.....

（二）可吸收血管封合医用胶

以下内容已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况”之“（六）公司的主要竞争对手”之“5、可吸收血管封合医用胶”中补充披露：

“可吸收血管封合医用胶与已有竞品在关键性能、售价等方面的差异比较情况如下所示：

项目	外科用封合剂 Coseal Surgical Sealant	可吸收血管封合医用胶
技术	采用聚乙二醇衍生物作为交联体系	采用聚乙烯亚胺、臂聚乙二醇衍生物作为复合交联体系
专利	无	有
适应症	通过机械性地封合渗漏部位从而在血管重建中起到辅助止血的作用	本产品用于血管重建时，通过机械封闭方式辅助止血
溶胀率	不大于 400%	不大于 400%
破裂强度	不小于 200mmHg	不小于 200mmHg
降解时间	30 天之内	4 周之内
作用方式	原位瞬间成凝胶	原位瞬间成凝胶
售价	部分地区中标价格 3,900 元/支（2ml），6,150-7,000 元/支（4ml）	部分地区中标价格 3,800 元/支（2ml），5,800 元/支（3ml）

数据来源：国家药监局官网，各公司官网，第三方检测报告，美国食品药品监督管理局官网，各省市招标数据

二、问题 8

问题（6）经销商为实际控制人、董监高及其亲属、员工或前员工或持股发行人的，请进一步说明必要性、合理性、价格公允性，是否存在利益输送，是否让渡商业机会，对未来发展的潜在影响等

.....

二、价格公允性、是否存在利益输送

.....

（一）同一产品在核心经销商与一般经销商之间的销售价格比较

.....

2、具体产品规格销售单价比较

发行人不同规格产品销售价格存在差异，为进一步分析主要产品价格的公允性，发行人剔除规格因素影响，选取销量较大规格品种，对核心经销商与一般经销商销售单价进行比较。经比较，不同规格产品销售价格均呈现核心经销商低于一般经销商的特点，具有合理性。具体情况如下：

（1）赛必妥产品

发行人向经销商销售金额较高的 2ml 及 3ml 产品，在向核心经销商与一般经销商的销售价格比较情况如下：

单位：元/支

规格	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
2ml	核心经销商	43.69	43.74	43.69	43.70
	一般经销商	52.26	51.57	55.99	55.72
3ml	核心经销商	56.56	58.81	61.70	63.33
	一般经销商	82.02	82.09	80.05	78.33

（2）瞬时产品

发行人向经销商销售金额较高的 1g、0.25g 及 0.5g 产品，向核心经销商与一般经销商的销售价格比较情况如下：

单位：元/支

规格	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
1g	核心经销商	249.11	241.97	234.78	231.13
	一般经销商	256.64	255.16	267.21	263.49
0.25g	核心经销商	59.90	59.22	58.10	57.63
	一般经销商	69.26	66.27	66.07	69.78
0.5g	核心经销商	126.74	117.31	118.03	116.05
	一般经销商	125.04	126.35	146.81	147.03

报告期内，相同规格产品不同年度分销售模式下产品单价存在波动主要系发行人针对不同地区中标价制定不同销售价格，不同地区销售占比有所变动所致。

其中 0.5g 瞬时产品，发行人向核心经销商销售价格较 2019 年上升较大，主要系销售单价较低的杭州鲁赛在 2020 年上半年采购量相对较少所致。发行人向一般经销商销售价格 2019 年及 2020 年上半年较低主要系京津冀地区销售单价较低所致。剔除杭州鲁赛和京津冀地区的影响，报告期内，向核心经销商与一般经销商的销售价格较为平

稳，具体比较情况如下：

单位：元/支

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
核心经销商	128.99	127.30	124.39	123.19
一般经销商	138.03	134.54	148.71	147.47

3、具体产品规格不同销售区域销售单价比较

发行人产品在不同地区销售价格存在差异，为进一步分析产品销售价格公允性，发行人在剔除规格因素的基础上进一步剔除地域因素影响，发行人选取核心经销商与一般经销商均有销售的且销量较大规格品种，在销售较大区域的产品单价进行比较，具体情况如下：

（1）赛必妥产品

总体来看，发行人 2ml 及 3ml 赛必妥产品，一般经销商价格高于核心经销商，核心经销不同年度内销售价格波动较小。一般经销商销售单价波动较大，主要系发行人与一般经销商合作连续性不强，每年增减数量较大，发行人对不同一般经销商定价差异较大所致。

（2）瞬时产品

总体来看，发行人 1g、0.25g 及 0.5g 瞬时产品，一般经销商价格高于核心经销商，报告期内核心经销销售价格逐年小幅上涨主要受增值税率影响，发行人对大部分核心经销商销售的瞬时产品按照含税价定价，报告期内增值税率下降，相应不含税销售价格有所上升。

.....

【申报会计师核查】

请申报会计师结合订单、购销协议、发票、实际执行价格情况、同一产品在不同客户之间的销售价格差异情况、主要产品单价同市场价格的差异情况详细核查发行人购销

价格的公允性，说明核查方法，发表核查意见。

回复：

一、核查情况

（一）同一产品在不同核心经销商之间的销售价格比较

1、赛必妥产品在不同核心经销商之间的销售价格比较

报告期内，核心经销商向发行人采购赛必妥规格产品规格较多，其中规格为 2ml 及 3ml 产品销售金额较高，占当期赛必妥经销收入的比例在 70%以上，具体销售单价分布情况如下表所示：

单位：家、元/支

产品规格	价格区间	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
2ml	43 以下	0	0	0	0
	43-46	5	6	7	10
	46 以上	0	0	1	1
	合计	5	6	8	11
	核心经销商销售最高价	43.69	45.51	48.54	48.54
	一般经销商销售均价	52.26	51.57	55.99	55.72
3ml	60 以下	1	1	1	0
	60-70	1	5	4	8
	70 以上	0	1	0	0
	合计	2	7	5	8
	核心经销商销售最高价	69.90	77.67	69.90	69.90
	一般经销商销售均价	82.02	82.09	79.91	78.00

报告期内，发行人向核心经销商销售价格 2ml 主要集中在 43-46 元/支，3ml 主要集中在 60-70 元/支，销售单价较为集中，且发行人向核心经销商销售最高价均低于发行人向一般经销商销售均价。

2、瞬时产品在不同核心经销商之间的销售价格比较

报告期内，核心经销商向发行人采购瞬时规格产品规格较多，其中规格为 1g、0.25g 及 0.5g 产品销售金额较高，占当期赛瞬时经销收入的比例在 80%左右（2020 年上半年销售占比为 64.05%），具体销售单价分布情况如下表所示：

单位：家

产品规格	价格区间	2020年 1-6月	2019年	2018年	2017年
1g	220以下	0	2	0	0
	220-265	6	14	21	19
	265以上	3	3	0	0
	合计	9	19	21	19
	核心经销商销售最高价	265.49	265.49	258.62	256.41
	一般经销商销售均价	256.64	255.16	267.21	263.49
0.25g	55以下	2	2	1	1
	55-60	6	12	16	17
	60-65	0	1	3	1
	65以上	2	4	0	0
	合计	10	19	20	19
	核心经销商销售最高价	66.37	66.27	64.62	64.10
	一般经销商销售均价	69.26	63.49	66.07	69.78
0.5g	100以下	0	0	0	0
	100-120	1	2	1	1
	120-140	5	14	17	18
	140以上	1	3	0	0
	合计	7	19	18	19
	核心经销商销售最高价	141.59	141.59	137.77	136.75
	一般经销商销售均价 (剔除干扰因素)	138.03	134.54	148.71	147.47

报告期内,发行人向核心经销商销售规格为1g的产品价格主要集中在220-265元/支,规格为0.25g的产品价格主要集中在55-60元/支,规格为0.5g的产品价格主要集中在120-140元/支,销售单价较为集中,且发行人向核心经销商销售最高价均低于或接近发行人向一般经销商销售均价。

3、伊维尔产品在不同核心经销商之间的销售价格比较

报告期内,发行人向核心经销商销售伊维尔产品不存在规格差异,其具体销售单价分布情况如下表所示:

单位:家

价格区间	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
1800以下	0	0	0	0
1800-2100	5	6	5	7

2100 以上	1	2	0	0
合计	6	8	5	7
核心经销商销售最高价	2,123.89	2,123.89	2,067.85	2,051.28
一般经销商销售均价	2,123.89	2,165.19	2,139.58	2,284.98

报告期内,发行人向核心经销商销售赛必妥产品的价格主要集中在1800元/支-2100元/支的区间范围内,销售均价相对集中,且发行人向核心经销商销售最高价低于发行人向一般经销商销售均价。

4、主要产品在不同核查经销商间销售价格存在差异的原因

报告期内,发行人针对核心经销商及一般经销商执行统一的定价原则,即综合考虑不同销售区域价格承受程度、产品中标价格或竞争产品终端销售价格等因素得出不同市场销售指导价格区间,在此基础上对核心经销商与一般经销商分别定价。由于不同地区定价因素不同,不同核心经销商价格存在差异,但发行人主要产品的不同规格销售价格集中在一定范围内,且发行人向核心经销商销售最高价均低于或接近发行人向一般经销商销售均价。

.....

三、问题 10

问题(4)结合市场价格及其变动趋势、同一产品不同供应商价格情况,分析发行人报告期内向主要供应商的采购价格是否公允

...

二、主要供应商采购内容及采购价格公允性分析

报告期内,发行人前五大供应商采购金额占全年采购额的57.88%、45.91%、53.75%及52.20%,主要采购的产品为预灌封注射器、聚乙二醇衍生物、乙醇、弹簧瓶、液体石蜡、伤口负压引流装置及一次性使用导管等。具体分析情况如下:

(一) 山东威高集团医用高分子制品股份有限公司

报告期内，发行人向威高集团采购的预灌封注射器采购单价总体较为平稳，其中 2.25ml 规格产品 2020 年上半年采购价格较低，3ml 规格产品 2018 年度采购价格较低主要系发行人在相应上一年度满足威高集团的返利政策要求的采购数量，当年兑现返利政策后采购价格有所降低。

由于发行人预灌封注射器总体采购规模相对较小，且与威高集团合作多年，除 2017 年发行人向北京中源合聚生物科技有限公司（以下简称“北京中源合聚”）采购部分 2.25ml 规格预灌封注射器外，发行人的预灌封注射器产品均向威高集团采购。2017 年发行人向北京中源合聚采购 2.25ml 规格产品的单价与发行人向威高集团采购相同规格产品的采购单价差异较小。

报告期内山东威高集团医用高分子制品股份有限公司营业规模约为 100 亿元，发行人采购额占其销售额的比例均在 0.06%以下，采购额占比较小，双方按照商业实质进行定价，采购价格公允。

（二）厦门赛诺邦格生物科技股份有限公司

报告期内，发行人向赛诺邦格采购的衍生物 A 采购单价较为平稳，衍生物 B 采购单价 2020 年上半年增长较快，主要系赛诺邦格根据发行人要求增加精制工序，原料损耗有所增加所致。

由于发行人聚乙二醇衍生物总体采购规模相对较小，且赛诺邦格生产技术较为先进，产品性能及技术指标能够满足发行人要求，因此发行人的聚乙二醇衍生物均向赛诺邦格采购。

报告期内，赛诺邦格营业规模约为 5,000 万元，发行人采购额占其营业规模的比例在 3%左右，采购额占比较小，双方按照商业实质进行定价，采购价格公允。

（三）济南瑞邦源化工有限公司

由于发行人 95 乙醇和无水乙醇采购规模相对较小，且与济南瑞邦源合作多年，报告期内，发行人生产用 95 乙醇和无水乙醇产品均向济南瑞邦源采购。2020 年采购单价有所提高系受疫情影响，原材料成本上升所致。报告期内，发行人向济南瑞邦源采购单价与市场价格差异较小，采购价格公允。

（四）苏州市华豪医疗器械有限公司

报告期内，发行人向苏州华豪采购的一次性使用导管采购单价较为平稳，发行人除向苏州华豪采购的一次性使用导管外，2017年-2019年存在向上海上医康鸽医用器材有限责任公司（以下简称“上医康鸽”）采购F8规格一次性使用导管。

2017-2019年发行人向上医康鸽采购F8规格采购单价较高，苏州华豪自2019年下半年起开始生产F8规格一次性使用导管，发行人转向采购单价较低的苏州华豪采购。报告期内，苏州华豪营业规模约为1,000万元，发行人采购额占其营业规模的比例在7%以下，采购额占比较小，双方按照商业实质进行定价，采购价格公允。

（五）沧县康复药用包装材料厂

报告期内，发行人向沧县康复采购的弹簧瓶采购单价较为平稳，由于发行人一次性使用导管总体采购规模相对较小，且与沧县康复合作多年，发行人的弹簧瓶产品均向沧县康复采购。报告期内，沧县康复营业规模约为7,000万元，发行人采购额占其营业规模的比例在1.50%以下，采购额占比较小，双方按照商业实质进行定价，采购价格公允。

（六）北京中源合聚生物科技有限公司

2017年及2018年，发行人向北京中源合聚采购10ml规格产品采购价格较为平稳，2019年采购单价较2018年增幅较大，主要系该规格产品由北京中源合聚生物科技有限公司从美国进口，中美贸易摩擦导致的关税及原材料价格上涨。目前，国内大规格预灌封注射器生产厂商相对较少，北京中源合聚作为美国碧迪国内独家销售商，发行人的大规格预灌封注射器均向北京中源合聚采购。报告期内，北京中源合聚营业规模约为8亿元，发行人采购额占其营业规模的比例在0.5%以下，采购额占比较小，双方按照商业实质进行定价，采购价格公允。

（七）Van Straten Medical B.V. Van Stra

报告期内，发行人向Van Straten Medical B.V. Van Stra的伤口负压引流装置采购单价较为平稳。报告期内，Van Straten Medical B.V. Van Stra伤口负压引流装置营业规模约为1,000万欧元，发行人采购额占其营业规模的比例在1%以下，采购额占比较小，双方按照商业实质进行定价，采购价格公允。

（八）济南汇丰达化工有限公司

报告期内，发行人自2019年下半年起，发行人改向单价较低的山东瑞生药用辅料

有限公司、上海璐璐实业有限公司采购，发行人向济南汇丰达采购液体石蜡采购单价2017年—2019年采购价格较为平稳，报告期内，山东瑞生药用辅料营业规模约为2,200万元，发行人采购额占其营业规模的比例在1%以下，采购额占比较小，双方按照商业实质进行定价，采购价格公允。

.....

发行人已按照审核问答的相关规定在申请文件中清晰列明申请豁免披露回复的内容、替代方案的具体信息及详细理由，我们已出具《关于赛克赛斯生物科技股份有限公司信息豁免披露申请的专项核查报告》（XYZH/2020JNA20065），并发表明确意见。

10.3

根据首轮问询回复及招股说明书，报告期内直销模式下赛必妥销售单价下降较为明显，销量下滑突出，但赛必妥毛利率分别为96.56%、95.88%、96.28%和95.75%，毛利率较为稳定。

请发行人结合直销模式下销售单价、单位成本的变动情况，进一步说明赛必妥直销毛利率保持稳定的合理性。

请申报会计师核查上述事项并发表明确核查意见。

【发行人说明】

回复：

一、直销模式下赛必妥销售单价、单位成本变动情况

报告期内，直销模式（配送及直销模式）下赛必妥的销售单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/支

期间	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度
	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例	变动	金额/比例
单位售价	297.74	-5.51%	315.11	-4.96%	331.54	-0.12%	331.93
单位成本	12.66	7.93%	11.73	-14.00%	13.64	19.54%	11.41

毛利额	285.09	-6.03%	303.38	-4.56%	317.89	-0.82%	320.52
毛利率	95.75%	-0.53%	96.28%	0.40%	95.88%	-0.68%	96.56%

注：毛利率=毛利额/单位售价

报告期内，赛必妥直销模式毛利率稳定在 96%左右，系每年单位售价波动幅度不及单位成本所致。

二、赛必妥直销毛利率敏感性分析

为进一步分析单位售价和单位成本对毛利率的影响程度。对单位售价、单位成本进行敏感性分析。假定其他因素不变，单价售价或单位成本中单一因素变化 10%，直销模式下赛必妥毛利率敏感性分析如下：

项目	变动率	单价变动对毛利率的影响			
		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
单位售价	+10%	0.38%	0.34%	0.38%	0.32%
单位成本	+10%	-0.43%	-0.37%	-0.41%	-0.34%

注 1:单位售价变动对毛利率的影响=（1-单位成本/（单位售价*（1+变动率）））-基期毛利率；

注 2: 单位成本变动对毛利率的影响=（1-单位成本*（1+变动率）/单位售价））-基期毛利率。

由上表敏感性测试可知：单位售价、单位成本每波动 10%，对毛利率影响不超过 0.5%；报告期各期，赛必妥单位售价下滑不足 6%，对发行人毛利率影响较小，因而直销模式下赛必妥毛利率保持稳定具有合理性。

【核查程序及核查意见】

请申报会计师核查上述事项并发表明确核查意见。

一、核查程序

1、获取发行人销售台账，统计直销模式下赛必妥销售单价、单位成本、毛利额及毛利率，分析毛利率保持稳定的原因；

2、访谈发行人销售部门负责人、财务负责人、了解直销模式下赛必妥毛利率保持稳定原因，并对单位成本、单位售价进行敏感性分析验证访谈结论。

二、核查意见

经核查，我们认为：

直销模式下，赛必妥单价下滑毛利率保持稳定具有合理性。

10.5

发行人补充披露发出商品的金额及占比，请申报会计师说明对发出商品的核查方式、核查比例。

【发行人披露】

回复：

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“十二对于资产质量的分析”之“（一）流动资产构成及其变化情况”之“6、存货”中修改披露如下：

“（1）存货构成及变动分析

报告期各期末，发行人存货余额具体构成情况如下：

单位：万元

存货项目	2020年6月末		2019年末	
	金额	占比	金额	占比
库存商品	956.31	57.15%	825.42	55.06%
发出商品	14.88	0.89%	7.57	0.50%
原材料	424.10	25.34%	388.75	25.93%
在产品	264.36	15.80%	263.52	17.58%
周转材料	13.66	0.82%	13.93	0.93%
合计	1,673.30	100.00%	1,499.19	100.00%
存货项目	2018年末		2017年末	
	金额	占比	金额	占比
库存商品	342.33	38.17%	1,039.41	67.43%
发出商品	136.20	15.18%	22.37	1.45%
原材料	241.24	26.89%	285.68	18.53%
在产品	165.5	18.45%	176.63	11.46%
周转材料	11.71	1.31%	17.31	1.12%
合计	896.98	100.00%	1,541.40	100.00%

报告期内，发行人存货主要为库存商品、发出商品、原材料、在产品等，报告期各期末，发行人存货账面价值分别为1,541.40万元、896.98万元、1,475.10万元和1,647.17万元，占流动资产的比例分别为5.96%、3.17%、3.10%和3.85%。

①库存商品

报告期内，发行人库存商品余额分别为**1,039.41万元、342.33万元、825.42万元和956.31万元**，2018年末发行人库存商品余额较低，主要系发行人为提高库存商品周转率，相应调整主要产品产量，导致2018年当年销量大于产量，从而期末存货金额有所降低。”

【申报会计师核查】

一、核查方式

1、访谈发行人生产部及财务部负责人，了解公司存货管理、成本环节的内部控制制度及会计处理，执行穿行测试，了解发出商品波动的原因；选取与财务报表相关的关键控制，进行运行有效性的测试；

2、检查发出商品相关的订单、出库单据、物流单据等原始单据；

3、检查期后客户货物签收情况、销售收入确认情况及回款情况；

4、对大额发出商品数量进行函证。

二、核查比例

报告期各期末发出商品的核查比例如下：

单位：万元

存货项目	2020年6月末	2019年末	2018年末	2017年末
发出商品余额	14.88	7.57	136.20	22.37
发出商品核查金额	13.54	6.92	134.36	20.52
核查比例	90.97%	91.38%	98.65%	91.72%

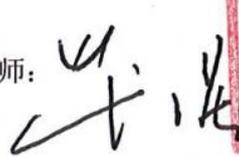
三、核查意见

经核查，我们认为：报告期内，发行人发出商品真实，账面记载数量完整，账实相符。

(本页无正文，为《信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）关于赛克赛斯生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件第二轮审核问询函有关财务问题回复的专项说明》之签署页)



中国 北京

中国注册会计师:  

中国注册会计师:  

2020年11月12日



统一社会信用代码

91110101592354581W

营业执照

(副本)⁽³⁻¹⁾



扫描二维码登录
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多登记、
备案、许可、监
管信息

名称 信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

法定代表人 李晓英, 廖小青, 张克, 叶韶勋, 顾仁荣

经营范围

审查企业会计报表, 出具审计报告; 验证企业资本, 出具验资报告; 办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务, 出具有关报告; 基本建设年度财务决算审计; 代理记账; 会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训; 法律、法规规定的其他业务。(市场主体依法自主选择经营项目, 开展经营活动; 依法须经批准的项目, 经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动; 不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

成立日期 2012年03月02日

合伙期限 2012年03月02日 至 2042年03月01日

主要经营场所 北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座8层



登记机关

2020

2020年07月15日



会计师事务所 执业证书



名称：信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：叶韶勋

主任会计师：

经营场所 北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座
8层

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11010136

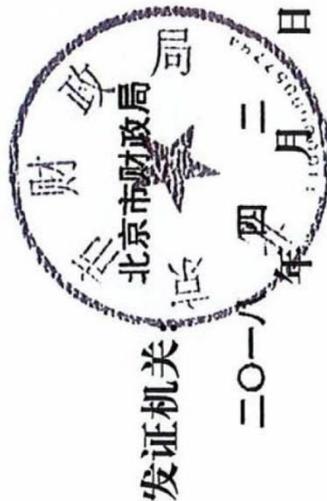
批准执业文号：京财会许可[2011]0056号

批准执业日期：2011年07月07日

证书序号：0000186

说明

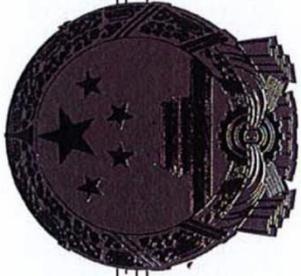
- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关

二〇一一年四月二日

中华人民共和国财政部制



证书序号: 000380

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证监会监督管理委员会审查, 批准
信永中和会计师事务所(特殊普通合伙) 执行证券、期货相关业务。



首席合伙人: 叶韶勋



证书号: 16

发证时间: 二〇一一年十月十五日

证书有效期至: 二〇一二年十月十五日



姓名: 张 明
 Full name: Zhang Ming
 性别: 男
 Sex: Male
 出生日期: 1970-03-24
 Date of birth: 1970-03-24
 工作单位: 信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)
 Working unit: Xinyongzhonghe Accounting Firm (Special General Partnership)
 身份证号: 370103200324201
 Identity card No.: 370103200324201



年度检验合格
 Annual Renewal Registration
 2018年注册会计师年检合格专用章
 2018年注册会计师年检合格专用章
 This certificate is valid for another year after this renewal registration.
 年检合格专用章

2014年注册会计师年检合格专用章
 2014年注册会计师年检合格专用章

2019年注册会计师年检合格专用章
 2019年注册会计师年检合格专用章

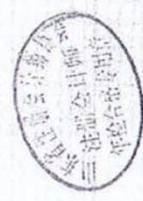
证书编号: 370100340004
 No. of Certificate: 370100340004
 批准注册协会: 山东省注册会计师协会
 Authorized Institute of CPA: Shandong Institute of CPAs
 发证日期: 1997 年 12 月 17 日
 Date of Issuance: 1997 by 12 mo 17 d

月 日



姓名 燕进
Full name
性别 女
Sex
出生日期 1970-05-29
Date of birth
工作单位 中和正信会计师事务所山东分所
Working unit
身份证号码 370111197005292349
Identity card No.

年度检验登记
Annual Renewal Registration
15年
注册合格有效期
This certificate is valid for 15 years after this renewal.



证书编号: 110001580076
No. of Certificate
批准注册协会: 山东省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs
发证日期: 2007 年 05 月 05 日
Date of Issuance



年度检验登记
Annual Renewal Registration
15年
注册合格有效期
This certificate is valid for another year after this renewal.

2010年度任职资格审查合格



年度检验登记
Annual Renewal Registration
15年
注册合格有效期
This certificate is valid for another year after this renewal.

2010年度任职资格审查合格

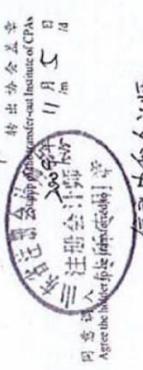
2009年度任职资格审查合格



2013年 3月 4日

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA
同意调出
Agree the holder to be transferred from

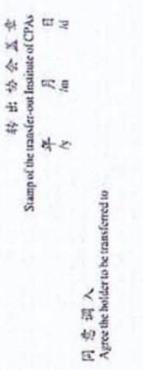
中和正信会计师事务所
山东分所



转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
2009 年 4 月 5 日

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA
同意调入
Agree the holder to be transferred to

信及中和会计师事务所
济南分所



转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2007 年 05 月 05 日