

云南声蓝医疗控股股份有限公司

开源证券股份有限公司

关于《云南声蓝医疗控股股份有限公司股票
公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函》的
回复

主办券商



二〇二三年九月

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司《关于云南声蓝医疗控股股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函》已于 2023 年 9 月 11 日收悉。云南声蓝医疗控股股份有限公司（以下简称“声蓝医疗”或“公司”），已会同主办券商开源证券股份有限公司（以下简称“主办券商”）、中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）、北京中银律师事务所（以下简称“律师”）本着勤勉尽责，诚实守信的原则对贵公司提出的反馈意见中所有提及的问题逐项予以落实并进行了书面说明，涉及需要相关中介机构核查并发表意见的问题，已由各中介机构出具核查意见，涉及到公开转让说明书及其他相关文件需要改动部分，已经按照反馈意见的要求进行了修改。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与公开转让说明书（申报稿）中的相同。

本回复报告的字体：

审核问询函所列问题	黑体（不加粗）
对审核问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对公开转让说明书等申报文件的修改或补充披露部分	楷体（加粗）

目录

问题一、销售真实性及成长性	1
问题二、业务合规性	16

问题一、销售真实性及成长性

前次反馈回复显示,公司主要客户为个人客户,报告期 2022 年仍新设门店,费用水平上升导致业绩有所下滑。

请公司:(1)补充说明个人客户是否存在单人大量采购、单日大量采购、同一客户反复购买、某区域客户集中购买等异常情况,说明公司销售的真实性、完整性;(2)补充说明销售人员激励方式,是否存在销售提成,如有,请说明提成比例及各期变化情况,是否存在不当激励,是否存在账外向消费者返还金额造成虚增收入等情况,相关会计处理是否合规;(3)补充说明店面开设地点选取标准,是否存在开设门店短期内又关闭的情况及原因,说明公司如何控制不当扩展的风险及持续开设门店的资金来源;(4)补充说明助听器行业的未来发展趋势,说明未签署区域排他性代理协议是否存在竞争加剧导致毛利率下降的风险,补充说明公司的核心竞争优势;(5)补充说明是否存在线上销售,线上销售是否与线下门店存在竞争,对未来经营是否产生影响。

请主办券商、会计师对公司对上述事项补充核查并发表明确核查意见。

一、补充说明个人客户是否存在单人大量采购、单日大量采购、同一客户反复购买、某区域客户集中购买等异常情况,说明公司销售的真实性、完整性;

【回复】

(1) 公司 2021 年购买助听器数量前十名零售客户明细情况如下表:

2021 年购买助听器数量前十名零售客户明细情况				
序号	客户编号	客户姓名	数量(台)	金额(元)
1	*****0809	李增发	4	21,564.36
2	*****8930	程汝先、杨绍昆	4	20,356.44
3	*****4611	李硕能	4	15,544.55
4	*****0964	陈国铎	3	45,842.46
5	*****0039	徐云华	3	36,920.79
6	*****1075	龚紫嫣	3	31,858.41
7	*****1601	杨斌	3	30,398.23
8	*****0080	张秀辉	3	28,217.82

2021 年购买助听器数量前十名零售客户明细情况				
序号	客户编号	客户姓名	数量（台）	金额（元）
9	*****1632	杨绍好	3	26,460.18
10	*****1640	杨兴贵	3	25,938.05

公司 2022 年购买助听器数量前十名零售客户明细情况如下表：

2022 年购买助听器数量前十名零售客户明细情况				
序号	客户编号	客户姓名	数量（台）	金额（元）
1	*****1965	王誉闵	3	75,909.84
2	*****3627	邱光富	3	26,180.00
3	*****5520	余跃玲	3	19,792.08
4	*****5016	杨文彦	3	19,351.49
5	*****3608	何正菊	3	15,000.00
6	*****9780	段素琴	3	14,567.23
7	*****6783	吕坤芳	2	82,772.28
8	*****5888	潘程凯	2	81,553.40
9	*****1860	段宝莲	2	77,256.64
10	*****1182	李兴清	2	77,227.72

如上表所示，2021 年和 2022 年，购买助听器数量前十名零售客户购买的数量均未超过 4 台。报告期内，公司部分客户购买助听器主要复购的情形包括：

①部分客户 1 年购买 2 台助听器主要系部分客户两只耳朵均有听力障碍，购买一对助听器佩戴后对听力改善效果更佳；

②少数客户 1 年购买 3 台助听器主要系客户当年购买一对助听器以后，当年遗失了 1 只助听器，会到店复购；

③少数客户 1 年购买 4 台助听器主要系少数经济情况比较好客户习惯购买两对助听器，其中 1 对助听器作为备用机。同时，也有少数客户在自己购买助听器以后，佩戴体验比较好，会推荐自己的家人以及亲戚朋友到店购买，但是给公司留存的依然是自己的联系方式，所以公司将其作为后续销售助听器的购买者。

综上所述，报告期内单个零售客户购买助听器的数量合理，不存在单人大量购买和同一客户大量反复购买的情况。

(2) 2021 年购买助听器金额前十名零售客户的购买明细情况如下表:

2021 年购买助听器金额前十名零售客户的购买明细情况				
序号	客户编号	客户姓名	数量 (台)	金额 (元)
1	*****5925	王姿予	2	94,059.41
2	*****0188	高万应	1	89,150.44
3	*****8930	周家初	2	86,435.64
4	*****6477	秦艺洋	2	83,168.32
5	*****1239	李小瑜	2	81,415.92
6	*****1081	管曹嘉	2	79,646.02
7	*****1772	赵建国	2	79,646.02
8	*****8227	尹嘉诚	2	76,831.68
9	*****9317	黄晓峰	2	76,039.60
10	*****3891	瞿兮	2	75,247.52

2022 年购买助听器金额前十名零售客户的购买明细情况如下表:

2022 年购买助听器金额前十名零售客户的购买明细情况				
序号	客户编号	客户姓名	数量 (台)	金额
1	*****6783	吕坤芳	2	82,772.28
2	*****5888	潘程凯	2	81,553.40
3	*****1860	段宝莲	2	77,256.64
4	*****1182	李兴清	2	77,227.72
5	*****2099	程实	2	76,000.00
6	*****1965	王誉闵	3	75,909.84
7	*****3171	王祥林	2	75,539.82
8	*****5074	李雨瞳	2	75,247.52
9	*****6838	陈程	2	75,247.52
10	*****8667	汪昱霖	2	70,867.26

2021 年和 2022 年, 购买助听器金额前十名零售客户购买的数量均较少, 购买助听器的金额相对较高主要系前十名零售客户购买的高端定制机单价较高。报告期内不存在单人大量采购和同一客户反复购买的情况;

(3) 2021 年助听器零售金额前十名的销售日期情况如下表:

2021 年助听器零售金额前十名的销售日期情况			
序号	日期	助听器零售金额	占当年助听器零售金额比例
1	2021-08-30	273,193.28	0.82%
2	2021-03-11	255,460.81	0.77%
3	2021-07-19	253,414.22	0.76%
4	2021-01-28	250,782.96	0.75%
5	2021-09-29	239,188.42	0.72%
6	2021-09-07	236,764.03	0.71%
7	2021-01-13	233,735.86	0.70%
8	2021-03-27	219,192.60	0.66%
9	2021-07-16	216,503.72	0.65%
10	2021-08-11	215,867.14	0.65%

2022 年助听器零售金额前十名的销售日期情况如下表：

2022 年助听器零售金额前十名的销售日期情况			
序号	日期	助听器零售金额	占当年助听器零售金额比例
1	2022-03-05	358,571.15	1.13%
2	2022-02-09	254,530.79	0.81%
3	2022-03-10	245,759.67	0.78%
4	2022-03-22	237,459.44	0.75%
5	2022-01-06	233,747.24	0.74%
6	2022-07-21	217,702.28	0.69%
7	2022-07-25	215,497.85	0.68%
8	2022-03-21	214,599.23	0.68%
9	2022-03-26	212,747.44	0.67%
10	2022-08-05	203,918.95	0.65%

2021 年和 2022 年，公司每日助听器零售金额占助听器零售金额的比例大部分均低于 1%，公司全年助听器销售金额较为分散，不存在客户单日大量购买的情况；

（4）2021 年前十大区域销售情况分析如下表：

序号	销售区域	区域门店	销售收入 (万元)	占营业收入 比例
----	------	------	--------------	-------------

序号	销售区域	区域门店	销售收入 (万元)	占营业收入比例
1	云南省昆明市西山区书林街	昆明声菲梭蓝医疗器械有限公司	276.38	5.84%
2	云南省临沧市临翔区二号路	临沧声蓝医疗有限公司	176.12	3.72%
3	云南省昆明市五华区人民西路	云南声蓝医疗控股股份有限公司第十二分公司	172.65	3.65%
4	云南省昭通市昭阳区环东路	昭通益耳医疗器械有限公司	149.71	3.17%
5	云南省昆明市西山区金碧路复	昆明易耳欧医疗器械有限公司	141.52	2.99%
6	云南省普洱市思茅区人民东路	普洱声蓝医疗有限公司	121.48	2.57%
7	云南省玉溪市红塔区玉兴路	玉溪声之蓝医疗器械有限公司	119.00	2.52%
8	云南省丽江市古城区西安街道福慧路	丽江市古城区声蓝医疗设备有限公司	118.39	2.50%
9	云南省曲靖市麒麟区书院路	云南声蓝医疗控股股份有限公司曲靖第二分公司	115.03	2.43%
10	云南省昆明市五华区南屏街	云南声蓝耳鼻喉医院有限公司	105.76	2.24%
-		合计	1,496.03	31.63%

2022 年前十大直营门店销售情况如下表：

序号	销售区域	门店	销售收入 (万元)	占营业收入比例
1	云南省昆明市五华区人民西路	云南声蓝医疗控股股份有限公司第十二分公司	166.06	3.89%
2	云南省昆明市五华区南屏街	云南声蓝耳鼻喉医院有限公司	151.30	3.55%
3	云南省玉溪市红塔区玉兴路	玉溪声之蓝医疗器械有限公司	128.04	3.00%
4	云南省丽江市古城区西安街道福慧路	丽江市古城区声蓝医疗设备有限公司	123.92	2.91%
5	云南省临沧市临翔区二号路	临沧声蓝医疗有限公司	123.14	2.89%
6	云南省昭通市昭阳区环东路	昭通益耳医疗器械有限公司	119.51	2.80%
7	云南省昆明市西山区金碧路复	昆明易耳欧医疗器械有限公司	111.95	2.62%
8	云南省昆明市五华区世纪广场商圈	云南声蓝医疗科技有限公司	109.26	2.56%
9	云南省红河州个旧市金湖东路	个旧声蓝医疗有限公司	106.69	2.50%
10	云南省曲靖市麒麟区书院路	云南声蓝医疗控股股份有限公司曲靖第二分公司	106.42	2.50%

序号	销售区域	门店	销售收入 (万元)	占营业收入比例
-		合计	1,246.29	29.22%

2021 年和 2022 年，公司前十大直营门店销售收入占当年销售收入比例均较低。公司各家直营门店销售收入较为分散，不存在某区域客户集中购买的情况。

(5) 公司关于销售的真实性、完整性的内控情况及执行情况

①公司在客户购买助听器以后，客服部会安排专门的客服人员进行定期电话回访，确认客户购买助听器以后的使用情况，从而验证公司销售的真实性；

②公司的销售会计每个月会与门店进行收款对账，对账资料中列示当月门店的应收款金额和实际收款金额，当月门店的应收款金额为（当月门店销售存货的合计金额+门店当月预收款金额-客户前期缴纳押金当月冲销金额），实际收款金额为（现金收款金额+银行转账金额），并通过比较确认应收款金额和实际收款金额不存在实质性差异，从而验证公司销售的真实性和完整性；

报告期内，公司均严格执行了以上内控相关的规定，通过定期的客户回访确认了客户购买助听器的真实性，通过每个月进行收款对账确认了公司出售助听器业务的真实性和回款的完整性。所以，报告期内公司的销售具有真实性、完整性。

综上，报告期内公司个人客户不存在单人大量采购、单日大量采购、同一客户反复购买、某区域客户集中购买等异常情况，公司销售具有真实性、完整性。

二、补充说明销售人员激励方式，是否存在销售提成，如有，请说明提成比例及各期变化情况，是否存在不当激励，是否存在账外向消费者返还金额造成虚增收入等情况，相关会计处理是否合规；

【回复】

(一) 销售人员激励方式，是否存在销售提成

公司存在通过发放销售提成的方式来激励销售人员情形，销售人员的工资中包含销售提成。公司以门店为单位计算销售提成，公司根据门店所在的区域、地段、过往客户基数进行综合评估，给各个门店制定销售提成基础达标金额。

公司计算销售提成的公式为：

销售提成=提成基数*6%

提成基数=（门店销售额-门店收取的助听器维修费-门店收取的助听器续保费-门店收取的邮寄费-按照员工价购机的销售额）-门店基础达标金额

只有当提成基数大于 0 时，公司才会为该门店发放销售提成。

（二）说明提成比例及各期变化情况，是否存在不当激励，是否存在账外向消费者返还金额造成虚增收入等情况

1、报告期内，公司计算销售提成比例公式规则未发生变化，均为 6%。公司实际销售提成占零售收入综合比例如下表：

项目	2021 年度	2022 年度
销售提成金额（元）	2,083,810.00	1,670,352.00
零售收入金额（元）	35,598,862.47	34,014,378.53
销售提成占零售收入比例	5.85%	4.91%

如上表所示，公司 2021 年、2022 年的销售提成占零售收入的综合比例为 5.85%、4.91%，2022 年相比 2021 年减少了 0.94%。在公司销售提成比例保持稳定的情况下，销售提成占零售收入的综合比例下降主要系 2022 年受疫情的影响，公司销售收入整体下降，部分门店的助听器零售收入下降后，未达到基础达标金额门店无销售提成。

报告期内，公司对销售人员发放的销售提成随着公司销售收入的下降而下降，销售提成与公司业绩规模的变动相匹配，不存在不当激励，也不存在账外向消费者返还金额造成虚增收入等情况。

报告期内，公司与同行业可比公司销售人员人均薪酬情况如下表：

单位：人、元、元/月

申请挂牌公司	2022 年	2021 年
销售人员人数	164	142
销售人员薪酬	10,602,947.34	9,453,119.14
销售人员人均月薪酬	5,387.68	5,547.61

锦好医疗	2022 年	2021 年
销售人员人数	85	67
销售人员薪酬	12,305,964.44	11,400,472.66
销售人员人均月薪酬	12,064.67	14,179.69
ST 太尔	2022 年	2021 年
销售人员人数	4.00	12.00
销售人员薪酬	917,955.44	1,124,301.33
销售人员人均月薪酬	19,124.07	7,807.65
可孚医疗	2022 年	2021 年
销售人员人数	2574	2,350
销售人员薪酬	216,676,902.70	143,541,079.02
销售人员人均月薪酬	7,014.92	5,090.11

备注：ST 太尔已经被申请破产重整，法院已经受理，公司 2022 年净资产为负，经营不善，所以该公司管理人员人均薪酬波动较大。

报告期内公司销售人员人均月薪酬与可孚医疗接近，低于锦好医疗，薪资水平与公司发展阶段和自身特点相匹配，不存在异常情形。公司对销售人员不存在不当激励，亦不存在账外向消费者返还金额造成虚增收入。

（三）销售提成相关会计处理是否合规

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第二十八条规定：企业为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，应当作为合同取得成本确认为一项资产；但是，该资产摊销期限不超过一年的，可以在发生时计入当期损益。增量成本，是指企业不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）。

公司向零售客户交付助听器商品并确认销售收入时确认对销售人员的销售提成，不存在摊销期限，可以在发生时计入当期损益。公司销售提成的会计处理为：按月计入销售费用，同时计入应付职工薪酬，并随同工资一并发放给销售人员，且足额代扣代缴个人所得税，相关会计处理合法合规。

三、补充说明店面开设地点选取标准，是否存在开设门店短期内又关闭的情况及原因，说明公司如何控制不当扩展的风险及持续开设门店的资金来源；

【回复】

（一）补充说明店面开设地点选取标准

公司店面开设地点选取的标准主要考虑四个方面的因素，包括区域人口和经济状况、竞争对手情况、目标客户情况以及公司产品销售情况，具体为：

1、区域人口和经济状况：目标客户覆盖区域的经济状况、人口年龄/收入层次、周边区域规划、产业发展等；

2、竞争对手情况：目标区域内竞争对手布局情况、产品细分和产品定位情况；

3、目标客户情况：目标客户分布情况、消费能力情况、养老机构及医院的布局等；

4、公司产品销售情况：公司目前客户的分布区域和售后需求以及公司产品在目标市场竞争力情况。

对于线下销售的零售商而言，门店的选址和形象设计对吸引消费者、提高门店收入有至关重要的作用，同时由于新门店的开设需要投入大量的资金、人力和物力，若新门店经营情况不及预期，可能会给公司带来较大损失。因此公司在店面选址需要综合考虑多方面因素，严格审慎的进行开设门店的可行性研究、分析和论证，避免粗放扩张带来的经营风险，始终保持稳健发展。

（二）是否存在开设门店短期内又关闭的情况及原因

公司不存在开设门店短期内又关闭的情况，报告期内公司关闭门店的情况如下：

序号	门店名称	设立时间	关闭注销时间	经营时长
1	云南声蓝医疗有限公司第十分公司	2018年10月	2021年11月	38个月
2	云南声蓝医疗有限公司第十一分公司	2019年3月	2022年1月	34个月
3	云南声蓝医疗有限公司曲靖第三分公司	2020年8月	2022年10月	27个月

序号	门店名称	设立时间	关闭注销时间	经营时长
4	云南声蓝医疗有限公司曲靖分公司	2020 年 7 月	2022 年 10 月	28 个月

报告期内公司共关闭 4 家直营门店。受门店所处位置助听器市场需求状况和产品推广情况等因素的影响，门店开设以来的经营业绩不及公司的预期，未能在合理期限内实现经营目标，因此总公司结合公司经营战略安排、门店自身情况等关闭上述 4 家直营门店。

公司因门店经营业绩不及预期而关闭的上述 4 家直营门店的经营时长均超过 2 年，不存在开设门店短期内又关闭的情况。

（三）说明公司如何控制不当扩展的风险及持续开设门店的资金来源

报告期内公司始终坚持以云南地区为核心，面向全国的经营战略，以向消费者提供最优质的助听器及专业验配服务为目标，始终坚持优先拓展云南地区市场，深挖县级市场，逐渐扩大云南地区的营销网络布局，始终坚持市场渗透和稳健经营的战略安排。

公司的门店选址至开设门店需要经过多流程、系统化、科学化的决策程序，选择新进入某一区域时，由区域经理对该区域的基本情况进行调查，了解该区域经济状况、人口数量及增速、人口年龄/收入层次、周边区域规划和产业发展等情况，向公司提出开设门店需求；然后公司会安排专员对该区域的商圈情况、竞争对手布局情况、目标客户分布情况及商业地产价格、竞争对手的产品情况、目标消费者的消费能力情况、公司产品的竞争力情况进行综合调研和评估；最后由公司在充分考虑开设门店必要性和可行性后决定是否新设门店。

报告期内公司开设门店始终保持比较稳健的策略，在经过系统、科学的决策和论证程序后于 2021 年、2022 年分别决定新设 3 家、7 家直营门店，不存在不当扩张情形。

综上所述，公司直营门店的稳健扩张具有明确的战略安排、科学系统的决策过程，公司不存在不当扩展的风险。

公司持续开设门店的主要成本包括门店设计装修费用、租金费用等，新设门店的资金来源主要为总（母）公司的资本投入，资金来源不存在异常的情况。

四、补充说明助听器行业的未来发展趋势，说明未签署区域排他性代理协议是否存在竞争加剧导致毛利率下降的风险，补充说明公司的核心竞争优势；

【回复】

（一）补充说明助听器行业的未来发展趋势

中国助听器市场发展较晚，但随着我国经济的不断发展，以及人口老龄化速度加快，近年来我国助听器行业保持了较快的增长态势。市场规模从 2013 年的 23.09 亿元增长至 2018 年的 49.48 亿元，复合年增长率为 16.47%；2019 年我国助听器市场规模达到 52.72 亿元左右，同比增长 6.55%；2020 年中国助听器市场规模达到 58.21 亿元，同比增长 10.41%。随着老龄人口数量的增长以及听力障碍人群数量的增加、助听器渗透率的逐步提升以及人口收入水平提升对应生活品质要求的提高带来的需求释放，预计中国助听器市场的需求将继续维持增长态势。未来助听器行业主要呈现两大趋势：

（1）助听器的个性化和智能化

随着听力知识的普及，以及人们对更高品质生活的追求，不同的听力受损人群将根据自身的听力状况、需求应用场景、经济能力等因素而选择不同技术参数或类型的助听器产品，从而产生大量个性化需求。大众型号的助听器产品和个性化定制机将同时存在以满足广泛的不同类型使用者的需求偏好。

由于助听器生产技术的提高，助听器产品的功能获得了极大丰富。一方面，随着助听器产品芯片、算法等技术的进步，助听器除了作为听力障碍康复设备，满足基本的声音放大需求外，为了达到更好的助听效果，还具备了记忆能力、重新编码能力等多种功能，甚至可实现抗噪、声源定向定位、音质定位等类耳蜗性能；另一方面，由于现代智能电子设备的广泛应用，助听器本身可通过互联网与其他智能电子终端设备互联，实现数据互通及多场景的应用，并可增加测试耳温、心率等辅助功能。

（2）助听器验配及售后服务专业化

人们对更高品质生活的追求，除体现在对助听器个性化和智能化的追求外，亦表现在对验配服务的体验要求。随着消费水平的提升，更好的验配服务、更好

的助听器佩戴体验、更好的售后反馈等将在未来对助听器选择有着非常重要的影响。

（二）说明未签署区域排他性代理协议是否存在竞争加剧导致毛利率下降的风险

公司在助听器市场深耕数十年，目前以云南市场为核心，辐射周边省市。截至 2022 年末公司拥有 62 家连锁门店，其中线下直营门店 56 家和加盟门店 6 家，销售网络覆盖云南地区 14 个市或自治州以及攀枝花市和三亚市。凭借在助听器市场的长期耕耘以及公司丰富的销售网络，公司已经在云南省及周边市场形成了相当的渠道优势和品牌优势。正是基于以上优势，西嘉和唯听助听器官方为公司颁发了云南省指定验配中心的证书。这两家品牌厂商在云南省内只与声蓝一家公司合作，公司实质是西嘉、唯听在云南地区的独家代理商。

公司的主要供应商为西万拓听力技术（苏州）有限公司（西嘉品牌助听器供应商）、唯听助听器（上海）有限公司（唯听品牌助听器供应商），报告期内公司从上述两家供应商采购金额合计占比分别为 80.03%、77.60%。公司助听器产品供货渠道稳定，为公司经营发展提供了强有力的支撑。

同时，西嘉品牌和唯听品牌助听器均来自全球五大听力集团之一 WS 听力集团，与其他四大品牌瑞声达、峰力、奥迪康、斯达克占据全球助听器 90%以上的市场份额。

公司所属行业为零售行业，稳定优质货源和集中采购的渠道优势以及丰富销售网络带来的规模优势是公司在该行业的主要竞争点。公司虽然未签署区域排他性代理协议，但是作为西嘉、唯听品牌助听器在云南地区的独家代理商，紧紧把握住助听器未来向高端定制发展的这一趋势，利用自身的渠道优势和规模优势，在云南地区形成较强的竞争力，公司不存在由于未签署区域排他性代理协议存在竞争加剧而导致毛利率下降的风险。

（三）补充说明公司的核心竞争优势

公司的核心竞争优势主要体现在：

1、专业验配服务的优势

公司在经营发展过程中，始终专注于提供优质的助听器产品和专业化的听力验配服务，建立了从员工培训、服务标准、门店形象设计和售后服务等完整的标准管理体系，以确保产品质量和服务都在专业化水准之上，为客户提供更好的验配体验、更好的售后反馈等。

公司的助听器销售以线下渠道为主，由专业验配师根据听力障碍者的听力损失状态和自我需求，使用专业的助听器选配设备，帮助听障者选择适合个体的优质助听器或进行产品定制，并为听障者后期使用助听器与康复提供解决方案和日常维修保养，能够让听障者获取满意的专业服务和优质的助听器产品。

2、渠道优势

目前国内助听器产品的高端市场仍以国际品牌为主，国际品牌的供应商处于助听器生产行业的优势地位。公司作为一家助听器零售企业，与国际品牌供应商良好的合作能够使公司在及时获得优质产品的同时，降低经营成本。因此，高端助听器品牌的进货渠道优势也是助听器零售行业竞争优势的重要体现。公司一直与西嘉、唯听等国外知名助听器品牌建立起了长期稳定的业务合作关系，供货渠道稳定，为公司经营发展提供了强有力的支撑。目前公司不仅为西嘉、唯听两大国际品牌在云南地区的指定验配中心，同时与瑞声达、峰力、奥迪康等知名助听器品牌保持稳定的合作。公司拥有的集中采购的规模优势、良好的品牌形象、诚信的口碑和强力的推广优势，使得国外大型供应商愿意在品牌推广、市场活动、产品价格等方面对公司给予支持和优惠。

公司与西嘉、唯听、瑞声达、峰力、奥迪康等全球优质品牌助听器合作，能够给客户提供更加多样化的选择，满足客户对助听器智能化和多样化的需求。

3、规模优势和品牌优势

公司始终坚持立足于西南地区，在区域市场坚持专业化服务和规范化运作的经营策略，以谋求在区域市场的核心竞争优势。截至 2022 年末，公司在云南地区的直营门店有 56 家，加盟门店 6 家，是云南地区最大的助听器连锁企业之一。公司的直营门店和加盟门店均需要根据公司规章制度统一采购、统一配送，各门店采用统一的形象设计和装修风格，纳入公司的统一经营管理，不仅能够形成具有竞争力的规模优势和品牌效应，还能够加强公司对门店的管理，提升管理效率，

有利于公司门店的进一步扩张。

公司基于专业的验配服务优势、稳定优质货源和集中采购的渠道优势以及丰富销售网络带来的规模优势，始终坚持深挖云南地区消费市场，始终坚持为客户提供优质助听器产品，形成了稳健发展的良性经营战略，在云南地区始终保持较强的竞争优势，因此公司不存在不当扩张的风险，亦不存在由于未签署区域排他性代理协议存在竞争加剧而导致毛利率下降的风险。

五、补充说明是否存在线上销售，线上销售是否与线下门店存在竞争，对未来经营是否产生影响。

【回复】

报告期内公司主营业务主要为线下销售助听器产品及相关配件产品，不存在线上销售的情况，亦不存在线上销售与线下门店竞争的情况。

六、主办券商对公司对上述事项补充核查并发表明确核查意见。

【回复】

（一）具体核查程序

1、获取报告期内公司对个人客户销售助听器的销售明细表，分别从单个客户的销售数量和销售金额、销售时间、销售区域等维度进行分析，确认是否存在异常情况；

2、项目组从个人客户样本中挑选了 216 名客户进行了电话回访，这些客户覆盖了公司直营模式下所有门店。通过电话回访并录音，确认了客户购买助听器的时间、数量、价格，并对客户购买助听器以后的实际使用情况进行了确认，从而确认了零售客户购买助听器收入的真实性；

3、项目组对报告期内公司的零售收入进行了抽凭，报告期各期均抽取了 100 笔，获取了公司做账的原始凭证、零售结算单（客户签字）、客户签字的 POS 机刷卡小票、公司开具的发票，并执行了相应的细节测试，未发现异常，从而验证了公司销售收入的真实性；

4、项目组到公司门店进行了实地走访，仔细观察了公司日常进行终端销售

的真实场景，未发现异常，证实了公司销售收入的真实性；

5、项目组获取了报告期内各月公司销售会计与门店进行收款对账的对账表，对账资料中列示当月门店的应收款金额和实际收款金额，并通过比较确认应收款金额和实际收款金额不存在实质性差异。

项目组抽取了报告期内 2 个月的对账表的对账底稿进行了核查，底稿中包含门店当月银行日记账，门店当月销售存货明细、客户消费记录对账表、将底稿中（当月门店销售存货的合计金额+门店当月预收款金额-客户前期缴纳押金当月冲销金额）计算结果与对账表上当月门店应收款金额进行核对，未发现异常。将当月门店（现金收款金额+银行转账金额）计算结果与对账表上当月实际收款金额进行核对，未发现异常，从而验证了公司销售收入的完整性；

6、项目组针对报告期内公司现金收款情况进行了专项核查，统计了报告期内公司现金收款的明细，由于公司现金收款均由门店员工前往银行缴存到公司账户，项目组针对现金收款明细中现金缴存金额较大的员工（各期前五大，总共 10 名）的常用银行卡的个人流水进行了核查和分析，核查结果无异常，从而验证了公司不存在体外资金循环的情况，确认了公司销售收入的完整性；

7、访谈公司高管，了解公司销售提成相关规定；

8、获取了报告期内公司的销售提成明细表，计算各期公司的销售提成占比助听器销售收入的比例，并分析变动原因及其合理性；

9、查阅《企业会计准则》中关于销售提成的规定，确认公司销售提成会计处理的合规性；

10、查阅同行业可比公司锦好医疗、ST 太尔、可孚医疗公开披露的 2021 年和 2022 年年报，将报告期内公司销售人员的平均薪酬与同行业可比公司进行比较，分析公司销售人员平均薪酬的合理性；

11、针对公司未来发展战略、助听器行业发展趋势、直营门店选址战略等事项，访谈公司相关董事、高级管理人员；

12、查阅同行业可比公司招股说明书、年度报告等以及相关行业分析报告，分析研究助听器行业发展状况和发展趋势等；

13、登录各网络销售平台查询公司线上销售行为并获取公司关于线上销售的说明，核查公司是否存在线上销售。

（二）核查结论

1、报告期内公司个人客户不存在单人大量采购、单日大量采购、同一客户反复购买、某区域客户集中购买等异常情况，公司销售具有真实性、完整性；

2、公司通过发放销售提成的方式来激励销售人员，销售人员的工资中包含销售提成。公司 2021 年、2022 年的销售提成占零售收入的综合比例为 5.85%、4.91%，2022 年相比 2021 年减少了 0.94%。在公司销售提成比例保持稳定的情况下，销售提成占零售收入的综合比例下降主要系 2022 年受疫情的影响，公司销售收入整体下降，部分门店的助听器零售收入下降后，未达到基础达标金额，最终未能享受销售提成。报告期内公司对销售人员发放的销售提成与业绩规模的变动相匹配，公司销售人员人均月薪酬与可孚医疗接近，低于锦好医疗，公司对销售人员不存在不当激励及账外向消费者返还金额虚增收入的情况，相关会计处理合规。

3、公司不存在开设门店短期内又关闭的情况，新设门店的资金来源主要为总（母）公司的资本投入，资金来源不存在异常的情况；

4、公司不存在不当扩张的风险，亦不存在竞争加剧导致毛利率下降的风险；

5、报告期内公司主营业务主要为线下销售助听器产品及相关配件产品，不存在线上销售的情况，亦不存在线上销售与线下门店竞争的情况，对未来经营不会产生不利影响。

问题二、业务合规性

根据公开转让说明书及前次问询回复：（1）报告期内腾冲分公司因混淆行为被处以 5 万元行政处罚；（2）公司未及时就特许经营活动事项办理备案手续，目前已在云南省商务厅完成备案；（3）根据《云南省市场监督管理部门减轻行政处罚程序规定（征求意见稿）》的规定，公司已主动积极将所有未取得第二类医疗器械经营备案的门店停止营业，不构成重大违法违规；（4）公司的经营场所存在因消防问题导致其受到相关主管政府部门处罚的风险，部分经营场所系实际

控制人李巍出租，公司的经营场所存在被停止使用等风险。

请公司补充说明：（1）腾冲分公司是否系因联营模式下相关销售行为受到行政处罚，结合联营模式下公司在医院、药店的具体销售行为，说明目前是否存在混淆或其他不正当竞争行为，是否存在行政处罚风险，联营模式是否合法合规；（2）公司是否存在跨省、自治区、直辖市范围从事特许经营活动，公司在云南省商务厅的备案情况是否与其经营活动范围相符；（3）《云南省市场监督管理部门减轻行政处罚程序规定（征求意见稿）》是否已经施行；结合现行有效规定补充说明部分门店未取得备案手续即开展经营事项是否构成重大违法违规；（4）未办理消防手续的门店数量、收入及占比情况，量化分析如无法继续使用相关经营场所对公司的影响；公司及实际控制人是否存在因消防手续受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规。

请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

请主办券商就业务人员是否均已取得助听器验配师等资质、是否存在无证上岗情形发表明确意见。

一、腾冲分公司是否系因联营模式下相关销售行为受到行政处罚，结合联营模式下公司在医院、药店的具体销售行为，说明目前是否存在混淆或其他不正当竞争行为，是否存在行政处罚风险，联营模式是否合法合规；

【回复】

（一）腾冲分公司是否系因联营模式下相关销售行为受到行政处罚

报告期前腾冲分公司与腾冲人民医院之间的合作属于联营模式。

腾冲分公司 2021 年初受到行政处罚主要系该分公司报告期前“涉嫌在销售医疗器械过程中实施混淆行为”，上述行为发生在腾冲人民医院内。公司在相关主管部门处罚前已经终止了在腾冲人民医院内的混淆销售行为。在报告期内公司与腾冲人民医院未发生销售合作，亦未产生销售收入。

报告期内公司在联营模式下与药店、医院合作不存在混淆销售的行为或其他不正当竞争行为。因此腾冲分公司受到处罚系混淆销售行为，不属于因联营模式而受到的行政处罚。

（二）结合联营模式下公司在医院、药店的具体销售行为，说明目前是否存在混淆或其他不正当竞争行为，是否存在行政处罚风险，联营模式是否合法合规

除腾冲分公司在腾冲人民医院的存在混淆行为外，报告期内公司在联营模式下与其他药店、医院合作不存在混淆销售的行为或其他不正当竞争行为。公司与腾冲人民医院合作模式与报告期内公司联营模式中其他客户合作模式和销售行为存在区别：

1、在腾冲人民医院的销售行为中，公司直接与终端消费者进行结算，终端消费者是公司的直接客户。报告期内公司与其他医院或药店签署了公对公合作协议，并约定公司与医院药店之间进行合作和结算，公司的销售属于向医院药店的销售，而终端消费者向医院药店支付货款采购助听器，系医院药店的客户；

2、公司报告期前与腾冲人民医院合作时，业务人员的着装与医院人员的区分不明显，存在混淆的情形。公司在报告期内与其他医院或药店合作时，业务人员的着装上胸口出印有比较清晰醒目的“声蓝医疗 Blue Hearing”的标志，可以明显与医院或药店的工作人员进行区分，不存在混淆销售的行为。

综上，报告期内公司联营模式下医院药店的合作和公司在报告期前与腾冲人民医院的合作存在区别。同时，报告期内公司业务人员的着装与医院药店人员可明显区分，目前公司不存在混淆或其他不正当竞争行为，亦不存在行政处罚风险。报告期内公司的联营模式合法合规。

二、公司是否存在跨省、自治区、直辖市范围从事特许经营活动，公司在云南省商务厅的备案情况是否与其经营活动范围相符；

【回复】

截至 2022 年 12 月 31 日，公司共有 6 家加盟门店，加盟商的业务范围位于云南和西藏地区，因此公司存在跨省、自治区、直辖市范围从事特许经营活动的情形。

《商业特许经营备案管理办法》的第四条规定：商务部可以根据有关规定，将跨省、自治区、直辖市范围从事商业特许经营的备案工作委托有关省、自治区、

直辖市人民政府商务主管部门完成。受委托的省、自治区、直辖市人民政府商务主管部门应当自行完成备案工作，不得再委托其他任何组织和个人备案。

根据查询商务部官网，“商业特许经营企业备案”办事指南对申请机关作出了要求：“……跨省、自治区、直辖市范围从事商业特许经营活动的，向特许人住所地的省级商务主管部门备案；……”

因此根据《商业特许经营备案管理办法》和商务部官网“商业特许经营企业备案”办事指南的规定，公司只需向云南省商务厅履行加盟备案的义务，公司在云南省商务厅的备案情况与其经营活动范围是相符的。

三、《云南省市场监督管理部门减轻行政处罚程序规定（征求意见稿）》是否已经施行；结合现行有效规定补充说明部分门店未取得备案手续即开展经营事项是否构成重大违法违规；

【回复】

根据云南省市场监督管理局官网，《云南省市场监督管理部门减轻行政处罚程序规定（征求意见稿）》于2023年4月7日发布，意见反馈截止日期为2023年5月15日。经查询云南省人民政府官网、云南省市场监督管理局官网，截至本回复签署之日，上述征求意见稿尚未正式发布。

《行政处罚法》第三十二条规定：“当事人有下列情形之一的，应当从轻或者减轻行政处罚：（一）主动消除或者减轻违法行为危害后果的……”；第三十三条规定“违法行为轻微并及时改正，没有造成危害后果的，不予行政处罚。初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚。”

报告期内，公司及直营门店未办理第二类医疗器械经营备案凭证即对外销售助听器产品的金额和收入占比均较小，且公司及直营门店在收到主管部门改正通知前，就积极将所有未取得备案手续的门店停止营业，对违规事项进行改正，未构成重大违法违规。

四、未办理消防手续的门店数量、收入及占比情况，量化分析如无法继续使用相关经营场所对公司的影响；公司及实际控制人是否存在因消防手续受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规。

【回复】

（一）未办理消防手续的门店数量、收入及占比情况，量化分析如无法继续使用相关经营场所对公司的影响

截至 2023 年 6 月 30 日，未办理消防手续的门店数量为 50 家，其在 2021 年、2022 年收入合计分别为 3,301.12 万元、2,951.79 万元，分别占当期收入的比例为 69.80%、69.21%。

如无法继续使用相关经营场所，公司直营门店搬迁的成本主要包括门店重新选址成本、租金、门店设计装修成本等。

1、门店重新选址成本：公司主营业务为助听器及其配件产品的销售，直营门店经营场所系销售经营用房，不涉及生产，且在相同区域具有较强可替代性。公司直营门店若因租赁场所消防问题导致公司无法继续使用相关经营场所，公司门店选址成本较低。

2、租金：根据《民法典》的相关规定，对于出租人的违约行为，承租人可以主张其承担违约责任。因此，如果出租房屋被行政处罚导致出租人无法出租房屋的，承租人可以主张减少租金或者不支付租金，并要求出租人承担违约责任，从而减小公司的损失。因此若因租赁场所消防问题导致公司无法继续使用相关经营场所，新设门店的租金费用对公司影响较小。

3、门店设计装修成本：截至 2022 年 12 月 31 日，尚未办理消防手续的公司及直营门店所发生的装修成本原值为 261.64 万元，公司装修费用计入长期待摊费用分 3 年进行摊销，上述装修费用每年摊销金额为 87.21 万元。

综上所述，如果因为租赁场所消防手续问题导致无法继续使用相关经营场所，公司直营门店搬迁的成本以门店设计装修成本为主，各年度对经营业绩的影响额不超过 90 万元，影响金额不重大。

关于部分门店未办理消防手续的主要应对措施：

1、公司主营业务为助听器及其配件产品的销售，业务开展过程中本身不存在重大安全隐患，不属于人员密集场所。同时，公司及子公司、直营门店已建立了较为健全的消防安全管理制度，同时在经营场所配置了相关消防设施、器材、消防安全标志，符合消防安全要求，无重大消防安全隐患。

2、报告期内，公司及子公司、直营门店均未发生消防安全方面的事故、纠纷，亦未受到消防主管部门的处罚。公司未来将继续严格履行消防安全管理制度。

3、公司虽不是消防验收备案的法定义务主体，截至本反馈签署日，公司已积极联系经营场所的建设单位申请办理消防手续，进行整改规范。

4、若部分场所因为消防手续无法办理导致公司无法继续使用相关经营场所，公司具有要求出租人承担违约责任的权利，以及根据实际控制人相关承诺，要求实际控制人承担公司相关搬迁成本等支出的权利，不会新增公司搬迁相关财务损失。

因此公司因经营场所问题无法继续使用目前的经营场所的风险较小，对公司经营业绩影响较小，公司具有有效的应对措施，部分门店未办理消防手续不构成公司本次挂牌的实质性障碍。

（二）公司及实际控制人是否存在因消防手续受到行政处罚的风险，是否构成重大违法违规

根据《中华人民共和国消防法》等法律、法规等规定，建设单位应当报消防设计审查验收主管部门备案，消防设计审查验收主管部门应当对备案的其他建设工程进行抽查；公众聚集场所，是指宾馆、饭店、商场、集贸市场、客运车站候车室、客运码头候船厅、民用机场航站楼、体育场馆、会堂以及公共娱乐场所等。

公司经营场所不涉及人员密集场所、公众聚集场所等，无需办理消防手续（消防验收、消防备案或进行消防安全检查）。对于公司购买的、正在租赁的但未办理消防验收备案的房产，由于公司及子公司不是该等房产的建设单位，因此不是消防验收备案的法定义务主体。对于实际控制人所拥有的房产系其购买的房产，不属于该等房产的建设单位，因此亦不是消防验收备案的法定义务主体。因此公司及实际控制人不存在因消防手续收到行政处罚的风险，亦不构成重大违法违规

行为,但是依然存在相关经营场所因消防手续未及时办理而被要求停止使用的风险。

公司已在公开转让说明书重大事项提示中部分日常经营场所尚未取得消防验收的风险修改披露为:

“由于公司经营场所未能取得消防备案手续,公司存在经营场所被停止使用、被要求搬迁或者出现任何纠纷的风险。”

综上所述,公司及实际控制人不存在因消防手续收到行政处罚的风险,亦不构成重大违法违规行为。

五、主办券商核查上述事项,并发表明确意见。

【回复】

(一) 具体核查程序

1、获取腾冲分公司受到行政处罚的告知书,以及公司关于腾冲分公司销售行为的说明,分析腾冲分公司的销售模式;

2、对公司药店、医院的销售点进行了实地走访,查看公司驻点人员在医院、药店的销售过程,核查公司驻点人员的着装等是否与医院、药店存在混淆;

3、查看公司在联营模式下与药店、医院签署的合作协议,查看双方权利与义务等;

4、查看《商业特许经营备案管理办法》、登录商务部官网查询、电话询问云南省商务厅工作人员、获取云南省商务厅特许经营备案凭证等,明确商务主管部门关于跨省、自治区、直辖市从事加盟业务的备案要求;

5、获取公司及子公司、直营门店的相关消防验收手续、获取公司门店装修成本台账、获取公司关于门店搬迁的说明以及实际控制人的相关声明与承诺,同时查看公司与出租方签署的租赁合同,分析公司无法继续使用相关经营场所对公司的影响;

6、查阅相关法律法规关于消防验收的规定,分析公司及实际控制人是否存在被消防部门行政处罚的风险,是否构成重大违法违规。

（二）核查结论

1、腾冲分公司系联营模式下因报告期前混淆销售行为受到行政处罚；报告期内公司联营模式不存在混淆或其他不正当竞争行为，亦不存在行政处罚风险，联营模式下销售行为合法合规；

2、公司存在跨省、自治区、直辖市范围从事特许经营活动的情形，且公司在云南省商务厅的备案情况与其经营活动范围相符；

3、公司及直营门店未办理第二类医疗器械经营备案凭证即对外销售助听器产品的金额和收入占比均较小，且公司及直营门店在收到主管部门改正通知前，已积极将所有未取得备案手续的门店停止营业，对违规事项进行改正，未构成重大违法违规；

4、截至 2023 年 6 月 30 日，未办理消防手续的门店数量为 51 家，其在 2021 年、2022 年收入合计分别为 3,301.12 万元、2,951.77 万元，分别占当期收入的比例为 69.80%、69.21%；无法继续使用相关经营场所对公司的影响较小，未构成公司本次挂牌的实质性障碍；

5、公司及实际控制人不存在因消防手续收到行政处罚的风险，亦不构成重大违法违规行为，存在相关经营场所因消费手续未及时办理而被要求停止使用的风险，已在公开转让说明书重大事项提示中补充披露。

六、主办券商就业务人员是否均已取得助听器验配师等资质、是否存在无证上岗情形发表明确意见。

【回复】

（一）具体核查程序

1、获取公司验配师的资质证书；

2、获取并查阅公司员工花名册；

3、查阅《医疗器械经营监督管理办法》《助听器验配人员执业资格准入管理办法》（试行）《助听器验配机构基本设置推荐规范》（试行）等关于助听器验配资质的规定和要求。

（二）核查结论

根据《医疗器械经营监督管理办法》的规定，从事医疗器械经营活动，应当具有与经营范围和经营规模相适应的质量管理机构或者质量管理人员，且质量管理人员应当具有相关专业学历或者职称。截至 2022 年 12 月 31 日，公司有 67 名员工拥有助听器验配资质证书，每直营门店平均配备具有验配资质的验配师人数为 1.20 人。公司各直营门店均至少配有一名拥有助听器验配资质（中级工或高级工）的验配师担任门店的质量管理人员，符合《医疗器械经营监督管理办法》的要求。

《助听器验配人员执业资格准入管理办法》（试行）第三条规定：“凡申请从事助听器验配工作的人员必须通过中国残疾人康复协会听力语言康复专业委员会的统一执业考试，并取得《助听器验配人员执业资格证书》”。《助听器验配机构基本设置推荐规范》（试行）规定：“人数视机构规模而定，但必须拥有具有执业资格的耳科医师、助听器验配人员和听力测试人员（可相互兼职）。”

直营门店除验配师外的其他未取得相关执业资格的员工主要从事一般的引导、销售、讲解等辅助服务工作，未直接从事助听器验配工作，不涉及医疗诊断工作。公司正鼓励尚未取得助听器验配资质证书的业务人员积极考取证书，公司已经制定内部验配师管理制度，并将持续开展岗位职责培训，通过加强管理、定期检查等方式，严格区分持证人员和其他工作人员的岗位职责，确保验配业务中涉及医疗诊断工作仅能有拥有助听器验配资质（中级工或高级工）的验配师进行。

综上所述，公司验配师均已经按照法律法规的要求获得了助听器验配师资质，不存在业务人员无证上岗的情形，不存在违反相关法律法规要求的情形。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过7个月，请补充披露、核查，并更新推荐报告。

【回复】

公司、主办券商、律师、申报会计师已就《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第1号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》等规定进行对照，不存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项需要补充说明的情形。

公司财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日已超过7个月，公司已将2023年1-6月的相关情况在公开转让说明书及首轮问询回复中予以披露，详见相关文件。

（以下无正文）

（本页无正文，为《关于云南声蓝医疗控股股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》之云南声蓝医疗控股股份有限公司签章页）

法定代表人签字：

李 巍

李 巍

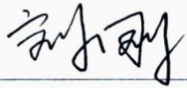
云南声蓝医疗控股股份有限公司



2023年9月19日

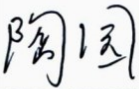
（本页无正文，为《关于云南声蓝医疗控股股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的第二轮审核问询函的回复》之开源证券股份有限公司签章页）

项目负责人签字：

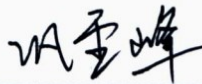


刘 刚

项目组成员签字：



陶 园



巩雪峰



张 晓

