

关于上海建发致新医疗科技集团股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询中有关财务会计问题的专项说明

容诚专字[2023]361Z0727 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
中国 北京

关于上海建发致新医疗科技集团股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的
第二轮审核问询中有关财务会计问题的专项说明

容诚专字[2023]361Z0727 号

深圳证券交易所：

贵所于2022年12月31日出具的《关于上海建发致新医疗科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2022〕011168号）收悉。对问询函所提财务会计问题，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“我们”）对上海建发致新医疗科技集团股份有限公司（以下简称“发行人”、“建发致新”、“公司”）相关资料进行核查，现做专项说明如下：

如无特殊说明，本回复中简称与《上海建发致新医疗科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中简称具有相同含义。

本回复字体对应内容如下：

黑体（不加粗）	审核问询函意见所列问题
宋体（不加粗）	对问题的回答
楷体（加粗）	对招股说明书（申报稿）的修改
楷体（不加粗）	对招股说明书（申报稿）的引用

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

问题 4 关于收入与客户

申报材料及审核问询回复显示：

（1）近年来随着耗材零加成等政策的推动，医院为有效控制内部管理成本，部分医院开始逐步缩减配送商数量并开始进行集中配送商的采选。一家医院会采选一定数量的集中配送商并进行稳定采购，发行人成为集中配送服务商将大幅提升在该医院客户的销售占比。

（2）对直销业务而言，发行人作为医疗器械流通企业，若公司未来无法持续获取上游生产厂商及下游终端医疗机构的配送资源或资格，致使公司向医疗机构配送的渠道职能受限，则可能导致公司存在被竞争对手替代，对公司未来的经营产生不利影响。

（3）国科恒泰目前已与波士顿科学、美敦力、雅培、史赛克等 110 多家全球知名器械供应商成为合作伙伴，获得近 200 条授权产品线。国科恒泰业务覆盖全国，在全国 29 个省、直辖市及自治区拥有近百个仓储点，可支持 2 小时内覆盖全国 80%以上三甲医院的配送需求。

请发行人：

（1）补充说明与直销客户、经销客户合同约定的合作时间，报告期内是否存在销售收入大幅下降的主要客户，发行人如何保持与主要客户的合作关系。

（2）补充说明报告期内直销业务、分销业务的直接竞争对手，客户是否向其他医疗器械流通商采购相同产品，是否会对发行人经营业绩产生较大影响。

（3）按销售模式补充说明报告期内新增客户数量、销售金额及占比，新增客户销售金额与存量客户销售金额是否存在较大差异及原因。

（4）补充说明发行人如何持续获取直销业务终端客户，如何增加授权分销品牌及产品线数量，并结合影响收入增长的因素说明发行人未来收入增长是否具有可持续性。

（5）补充说明 2022 年全年业绩预计情况，如发行人经营业绩同比存在较大波动的,请说明波动原因、影响因素及应对措施,并分析未来经营业绩的可持续性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并进一步说明：（1）对直销客户、分销客户的发函及回函情况，对直销客户、分销客户的走访时间、方式、人员，走访直销、经销客户收入金额及占比；（2）对分销业务终端客户的核查情况，是否可以支撑分销业务已实现最终销售的结论。

一、发行人回复

（一）补充说明与直销客户、经销客户合同约定的合作时间，报告期内是否存在销售收入大幅下降的主要客户，发行人如何保持与主要客户的合作关系。

1、补充说明与直销客户合同约定的合作时间，报告期内销售收入大幅下降的主要客户，发行人如何保持与主要客户的合作关系

报告期内，发行人前五大直销客户销售金额详见发行人及保荐机构问询回复之“问题 2 关于业务及合规性”之“（一）补充说明报告期内向三级甲等及以下各级、各等的医院销售金额及占比情况；与主要三级甲等医院间合作背景，销售主要产品及金额占比，该销售是否具有持续性”。

除郑州大学第一医院、中国医学科学院阜外医院外，发行人与主要直销客户销售稳定。郑州大学第一医院、中国医学科学院阜外医院受政策影响，销售总额有所下滑。2019 年至 2020 年，郑州大学第一附属医院、中国医学科学院阜外医院自发行人处主要采购产品为冠脉支架，冠脉类支架占郑州大学第一附属医院 2019 年至 2020 年采购金额的 47.02%及 46.18%，冠脉类支架占中国医学科学院阜外医院 2019 年至 2020 年采购金额的 75.92%及 56.09%。2021 年受冠脉集采政策影响，导致其销售总金额出现一定程度下滑，但其仍为发行人主要客户。

除此以外，发行人其他直销主要客户合作稳定，不存在收入大幅下降的情况。发行人与主要直销客户的合作关系稳定性的情况详见发行人及保荐机构问询回复之“问题 2 关于业务及合规性”之“（一）补充说明报告期内向三级甲等及以下各级、各等的医院销售金额及占比情况；与主要三级甲等医院间合作背景，销售主要产品及金额占比，该销售是否具有持续性”。

2、补充说明与经销客户合同约定的合作时间，报告期内销售收入大幅下降的主要客户，发行人如何保持与主要客户的合作关系

报告期，发行人主要分销客户销售情况如下：

单位：万元

客户名称	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
济南东蕊医疗设备有限公司	4,365.02	9,694.41	1,542.54	—
宁波建昌中兴国际贸易有限公司	4,733.71	7,273.89	2,310.09	—
上海柯冀科贸有限公司	10,417.48	11,769.67	—	—
哈尔滨卫思勒科技有限公司	4,064.32	6,213.94	1,509.86	—
成都偶得医疗用品有限公司	1,691.60	3,744.11	2,037.21	—
上海国际医药贸易有限公司	153.73	156.06	2,888.72	68.53
厦门航空开发股份有限公司	—	9.20	2,337.71	—
北京瑞尔圣彬医疗科技有限公司	489.48	1,090.26	2,105.46	55.96
湖南省医药销售有限公司	—	—	—	5,199.90
沈阳东软熙康医疗系统有限公司	—	—	—	2,278.28
福州科洋医疗设备有限公司	—	218.27	620.43	2,182.37
江苏时冉医疗器械有限公司	192.72	8.17	—	1,862.33
济南新春苗生物科技发展有限公司	159.91	1,239.26	789.74	1,479.85
上海盈知益书医疗器械销售中心	—	3.13	23.26	643.51
上海耘擷商贸中心	—	—	—	171.45
陕西新伟秦科仪商贸有限公司	17.70	125.71	471.07	1,134.60
太原维康鸿业科技有限公司	6,188.47	—	—	—

注：以上主要客户不包含业务重组关联交易形成的客户

报告期内，发行人分销类客户变动幅度较大，其变动主要原因包括以下四点：①发行人当年对该分销类客户销售设备，该类销售因设备金额较大，且为一次性销售，为单一分销类客户的偶发性采购，导致后续销售金额较低；②发行人对部分分销类客户销售主要产品涉及集采、带量采购等政策，导致该产品单价大幅下降，该等分销客户销售金额大幅降低；③部分上级厂商调整授权范围，导致部分分销客户向其他平台供应商采购或直接向厂家进行采购；④受宏观经济波动影响，分销客户终端需求减少。具体涉及分销客户情况如下：

下降原因	涉及客户
设备偶发性采购	厦门航空开发股份有限公司、湖南省医药销售有限公司、福州科洋医疗设备有限公司
涉及降价政策	江苏时冉医疗器械有限公司、济南新春苗生物科技发展有限公司、上海盈知益书医疗器械销售中心、陕西新伟秦科仪商贸有限公司、上海耘擷商贸中心、沈阳东软熙康医疗系统有限公司

下降原因	涉及客户
厂商授权调整	上海国际医药贸易有限公司
宏观经济波动影响	北京瑞尔圣彬医疗科技有限公司

发行人的分销模式不属于传统经销模式，下游二级经销商的销售由发行人向上游厂商备案确认后执行，在生产厂商确认该二级经销商后，因该等经销商一般按照固定区域进行业务活动，发行人维持其分销业务的授权范围稳定即可加强与授权区域内二级经销商的合作稳定性。

（二）补充说明报告期内直销业务、分销业务的直接竞争对手，客户是否向其他医疗器械流通商采购相同产品，是否会对发行人经营业绩产生较大影响。

1、补充说明报告期内直销业务、分销业务的直接竞争对手

行业内具有一定规模的医疗器械流通商基本同时开展直销及分销业务，为发行人的直接竞争对手，具体情况如下：

竞争对手	简要介绍
中国医疗器械有限公司	中国医疗器械有限公司成立于 1987 年，拥有医疗器械现代化物流体系，致力于为客户提供全流程多元化物流服务。2018 年国药控股（HK：0109）收购国药集团旗下医疗器械分销业务，并整合下属公司医疗器械业务全部进入国药器械，为 5,000 余家终端客户及百余家国内外知名品牌厂商提供产品管理、医疗管理和流通管理服务综合运营服务，打造多维、开放、创新的共赢生态圈，2021 年营收超 700 亿元人民币，是国内最大的医疗器械商业流通企业。
嘉事堂药业股份有限公司	嘉事堂药业股份有限公司为中国光大集团股份有限公司下属企业，1997 年成立，2010 年 8 月在深圳交易所中小板上市，股票代码（002462.SZ）。嘉事堂的主营业务包括药品、生物制品、医疗器械、中药饮片等产品，为二三级医院、社区医疗中心和连锁零售终端提供物流配送服务。2011 年，嘉事堂开始开展高值医用耗材业务，主要销售心内、外周、神经科、骨科、设备、消化科、体外诊断试剂等 23 大类产品。平台业务品牌涉及美敦力、微创集团、雅培等。
九州通医药集团股份有限公司	九州通成立于 1985 年，主营业务包括医药分销与供应链服务、总代总销与工业自产、数字零售、数字物流与供应链解决方案、医疗健康与技术增值服务。2010 年 11 月，九州通作为全国最大的民营医药流通企业上市，已覆盖 1.15 万家城市及县级公立医院客户，17.76 万家连锁及单体药店客户，17.47 万家基层及民营医疗机构客户。器械业务方面，九州通经营 307 个品规的高值医用耗材及 IVD 产品。
国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司	国科恒泰成立于 2013 年，主要从事医疗器械的分销和直销业务，并提供仓储物流配送、流通渠道管理、流通过程信息管理以及医院 SPD 运营管理等专业服务。国科恒泰目前已与波士顿科学、美敦力、雅培、史赛克等 110 多家全球知名器械供应商成为合作伙伴，获得近 200 条授权产品线。国科恒泰业务覆盖全国，在全国 29 个省、直辖市及自治区拥有近百个仓储点，可支持 2 小时内覆盖全国 80%以上三甲医院的配送需求。

2、客户向其他医疗器械流通商采购相同产品的情形，不会对发行人经营业

绩产生较大影响

（1）直销客户向其他医疗器械流通商采购相同产品的情形

在直销业务中，发行人主要客户皆为终端医院或医疗机构，为降低销售成本，医疗器械生产厂商一般情况下不会授权不同的供应商向同一医院销售同一产品。因此，在直销业务中，发行人客户不存在向其他医疗器械流通商采购同一厂商相同产品的情况，医院客户仅向在该院取得授权的供应商进行采购。

同时，根据终端需求不同，终端客户会综合考虑产品效果、采购成本等多个因素采购不同厂商生产的同类产品。发行人直销业务中，存在发行人客户向发行人直接竞争对手采购不同厂商同类产品的情况。该等情况不会对发行人经营业绩造成重大影响，主要原因如下：

1）发行人作为国内医疗器械配送流通领域的头部企业之一，产品线丰富，可迅速响应医疗机构对多种医疗器械的需求，高效准确地为医疗机构配送相关产品。截止 2022 年 12 月 31 日，发行人在直销业务覆盖产品种类超过 1,800 种，涉及生产厂商超过 400 家；

2）医疗器械流通头部企业凭借业务规模、经营规范及专业化供应链管理能力和在医疗器械流通产业链价值中具有较强的竞争优势，未来流通行业将逐步向上述与发行人类似的全国化流通平台企业集中。发行人已与全国 31 个省、直辖市、自治区**超过 2,800** 家医院开展业务合作，其中三级医院超过 **1,500** 家，随着行业进一步集中，发行人终端优势将愈加明显；

3）近年来随着耗材零加成等政策的推动，医院为有效控制内部管理成本，部分医院开始逐步缩减配送商数量并开始进行集中配送商的采选，发行人已作为多家医院的集中配送商之一，持续为该等客户提供稳定的配送服务。

（2）分销客户向其他医疗器械流通商采购相同产品的情形

发行人的分销业务主要系根据生产厂商授权，在授权区域内对已向生产厂商备案确认的二级经销商销售。在生产厂商对发行人的授权范围内，二级经销商无法向其他未取得生产厂商授权的医疗器械流通商采购同一产品。

在生产厂商向发行人授权范围外，存在二级经销商向生产厂商授权的其他

医疗器械流通商进行采购的情况，但该等采购与发行人授权范围不得进行串货，不影响发行人授权范围内的销售情况。因此，发行人二级经销商客户向其他医疗器械流通商采购相同产品的情况不会对其经营业绩产生重大影响。

（三）按销售模式补充说明报告期内新增客户数量、销售金额及占比，新增客户销售金额与存量客户销售金额是否存在较大差异及原因。

1、补充说明直销模式下报告期内新增客户数量、销售金额及占比，新增客户销售金额与存量客户销售金额存在较大差异的原因

报告期内，发行人直销业务新增客户及存量客户数量、销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户类型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新增客户	客户数量	375	642	843	485
	销售金额	21,293.80	43,019.25	50,396.59	37,843.19
	平均销售金额	56.78	67.01	59.78	78.03
	直销收入占比	4.43%	5.52%	6.71%	5.43%
存量客户	客户数量	2,150	2,005	1,583	1,352
	销售金额	459,841.34	736,706.79	700,691.55	659,174.69
	平均销售金额	213.88	367.43	442.64	487.56
	直销收入占比	95.57%	94.48%	93.29%	94.57%

报告期内，发行人直销业务中新增客户的平均销售金额相较于存量客户较低主要系发行人在传统三级医院已具有一定规模的销售，为完善业务布局继续对基层医院业务进行大力挖掘，该等医院因手术台次较少，高值耗材的采购金额较低。基于上述因素，报告期内存量客户的平均销售金额呈现下降趋势。

2、补充说明分销模式下报告期内新增客户数量、销售金额及占比，新增客户销售金额与存量客户销售金额存在较大差异的原因

报告期内，发行人分销业务新增客户及存量客户数量、销售金额及占比情况如下：

单位：万元

客户类型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
------	----	--------------	---------	---------	---------

客户类型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新增客户	客户数量	1, 421	1,913	2,178	1,502
	销售金额	53, 642. 59	126,640.57	130,478.90	99,316.32
	平均销售金额	37. 75	66.20	59.91	66.12
	直销收入占比	20. 32%	31.37%	52.77%	65.09%
存量客户	客户数量	2, 535	2,170	1,171	355
	销售金额	210, 407. 41	277,005.89	116,764.49	53,264.37
	平均销售金额	83. 00	127.75	99.71	150.04
	直销收入占比	79. 68%	68.63%	47.23%	34.91%

由上表可见，报告期各期公司新增分销客户的平均销售金额基本保持稳定，存量客户出现波动主要系发行人业务结构发生了较大变化。

而存量客户的平均销售金额显著高于当期新增客户的平均销售金额，主要存在以下几点原因：

（1）报告期内发行人新合作的品牌及产品线较多，并相应引入大量新增客户，在该等客户引入第一年，通常销售金额较低；

（2）发行人与部分新增客户在合作首年，实现销售的月数不满 12 个月，与新增客户的平均合作月份数小于存量客户，导致新增客户的首年销售金额偏低；

（3）部分新增客户为临时性采购，该等客户自身从事其他品牌销售，但因临时性需求向发行人采购公司相关产品，此类采购行为具有偶发性，且交易金额相对较低。

（四）补充说明发行人如何持续获取直销业务终端客户，如何增加授权分销品牌及产品线数量，并结合影响收入增长的因素说明发行人未来收入增长是否具有可持续性。

1、补充说明发行人如何持续获取直销业务终端客户，并结合影响收入增长的因素说明发行人未来收入增长的可持续性

在直销业务中，发行人已为全国 31 个省、直辖市、自治区超过 2, 800 家终端医疗机构提供产品的直销服务，其中三级医院超过 1, 500 家。报告期内，发行人主要通过增加直销配送品种、成为医院的集中配送服务商等方式增加直销

业务收入，详见发行人及保荐机构问询回复之“问题 2 关于业务及合规性”之“（二）报告期内发行人通过招投标及其他方式获客的金额及比重”之回复。

2、补充说明发行人如何增加授权分销品牌及产品线数量，并结合影响收入增长的因素说明发行人未来收入增长的可持续性

在分销业务中，发行人建立了辐射全国范围分销网络，发行人以高值介入类产品为切入点，经营产品厂商主要有如微创集团、美敦力、史赛克等众多国内外知名企业，公司扩展分销业务授权品牌及产品线的途径包括：

（1）发行人在与原有生产厂商持续合作的同时，通过对已经成为发行人供应商的原有厂商的持续挖掘，不断提升自身在原有生产厂商其他分销业务授权品牌及产品线的覆盖率；

（2）通过参加行业展会等方式，接触意向生产厂商，后续经拜访、商务洽谈等建立合作关系；

（3）通过老客户或产品厂商推荐与新的产品厂商建立业务联系，发行人已在行业内建立良好的口碑及影响力，通过口碑宣传及转介绍拓展新的授权产品及产品线。

综上所述，随着带量采购等行业政策实施提升了流通渠道的专业化水平及行业集中度，发行人逐步扩宽上游生产厂商的代理资源以及终端医疗机构资源，发行人未来收入增长具有可持续性。

（五）补充说明 2022 年全年业绩预计情况，如发行人经营业绩同比存在较大波动的,请说明波动原因、影响因素及应对措施，并分析未来经营业绩的可持续性。

发行人 2022 年财务报表的主要会计报表项目与上年同比分析如下：

单位：万元

主要报表项目	2022 年度 /2022.12.31	2021 年度 /2021.12.31	变动 (%)
营业收入	1,188,247.40	1,002,436.59	18.54
净利润	18,921.98	17,576.30	7.66
归属于母公司股东的净利润	17,427.98	16,694.11	4.40
总资产	905,672.90	760,516.15	19.09

净资产	114,247.31	99,294.65	15.06
-----	------------	-----------	-------

注：2022 年财务报表已经审计

如上表所示，发行人 2022 年经营业绩稳中向好，营业收入同比增长 18.54%，净利润同比增长 7.66%，经营业绩变动符合实际情况。

随着宏观经济逐渐向好，市场需求逐步恢复，发行人亦积极与生产厂商深化合作以拓展新产品线并扩大原有产品线销售区域、持续挖掘终端客户获取销售资格，发行人未来经营业绩具有可持续性。

（六）请保荐人、申报会计师发表明确意见，并进一步说明：（1）对直销客户、分销客户的发函及回函情况，对直销客户、分销客户的走访时间、方式、人员，走访直销、经销客户收入金额及占比；（2）对分销业务终端客户的核查情况，是否可以支撑分销业务已实现最终销售的结论。

1、对直销客户、分销客户的发函及回函情况，对直销客户、分销客户的走访时间、方式、人员，走访直销、经销客户收入金额及占比

（1）对直销客户、分销客户的发函及回函情况

①报告期各期末，保荐人、申报会计师对直销客户、分销客户的应收账款的发函及回函如下所示：

单位：万元

项目	2023. 6. 30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	直销客户	分销客户	直销客户	分销客户	直销客户	分销客户	直销客户	分销客户
应收账款余额	615,818.01	44,200.44	514,519.71	22,468.13	479,194.32	14,833.91	507,952.17	13,199.14
发函金额	526,236.42	34,509.07	451,633.77	20,102.76	432,235.22	12,435.93	466,443.12	12,518.40
发函率	85.45%	78.07%	87.78%	89.47%	90.20%	83.83%	91.83%	94.84%
回函金额	461,492.09	33,059.50	396,462.66	17,251.87	342,542.91	10,281.66	375,678.46	9,486.63
回函率（按发函金额）	87.70%	95.80%	87.78%	85.82%	79.25%	82.68%	80.54%	75.78%
回函率（按账面余额）	74.94%	74.79%	77.05%	76.78%	71.48%	69.31%	73.96%	71.87%

②报告期内，保荐人、申报会计师对直销客户、分销客户的交易金额函证情况如下所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	直销客户	分销客户	直销客户	分销客户	直销客户	分销客户	直销客户	分销客户

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	直销客户	分销客户	直销客户	分销客户	直销客户	分销客户	直销客户	分销客户
收入金额	481,135.14	264,701.59	779,726.04	405,547.12	751,088.14	251,414.45	697,017.88	162,293.73
发函金额	411,274.83	198,898.44	683,958.94	332,192.63	674,354.67	200,696.26	634,407.49	142,955.91
发函率	85.48%	75.14%	87.72%	81.91%	89.78%	79.83%	91.02%	88.08%
回函金额	337,936.53	190,248.45	563,428.17	299,320.30	593,795.79	158,007.01	572,694.14	105,694.42
回函率（按发函金额）	82.17%	95.65%	82.38%	90.10%	88.05%	78.73%	90.27%	73.93%
回函率（按账面余额）	70.24%	71.87%	72.26%	73.81%	79.06%	62.85%	82.16%	65.13%

注：上述分销客户收入金额按照未扣除发行人分销模式下向分销客户销售与直销模式下向该等分销客户采购的重合产品金额为口径统计

（2）对直销客户、分销客户的走访情况

报告期内，保荐人、申报会计师走访范围包括各期的主要客户（包括不限于前十大客户）及随机抽查的相关客户，走访情况如下：

业务类型	项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
		家数	收入占比	家数	收入占比	家数	收入占比	家数	收入占比
访谈数量	直销客户访谈家数	121	49.98%	116	49.25%	112	44.89%	110	44.80%
	分销客户访谈家数	164	40.55%	193	43.67%	186	46.99%	100	41.88%
	合计	285	46.42%	309	47.21%	298	45.22%	210	44.04%

报告期内，受宏观经济波动影响，走访采取实地走访及视频走访方式。其中，实地走访的收入占比分别为 30.74%、33.47%、30.56%及 **37.94%**，视频走访的收入占比分别为 69.26%、66.53%、69.44%及 **62.06%**。受访人员主要为客户的业务人员、管理人员或实际控制人等。

2、对分销业务终端客户的核查情况，支撑分销业务已实现最终销售的结论

发行人主要作为平台分销商为提供上下游流通渠道，该业务模式并非传统经销销售模式。发行人下游二级经销商的资格准入、销售金额的区间、销售区域的限制、提供市场指导价格以及销售业绩考核、销售返利等激励奖惩措施由发行人向上游厂商备案确认后执行。

发行人在该业务中主要为行业上下游提供物流、渠道、结算、资质管理等综合服务。发行人在该业务中不承担主要的销售推广职能，销售推广的实际履行为下游二级经销商。发行人作为上下游流通渠道，发行人会综合考虑货品

的管理规模、渠道商的结算成本、物流成本、公司投入的人力成本等方面，与生产厂商协商确定指导价格，从而在向二级经销商销售时保留自己相应的利润空间。从业务模式来看，发行人对平台分销的经销商客户影响能力较小，通过下游经销商以采购形式囤积产品为发行人虚增收入的可能性较低。

报告期内，发行人对生产厂商的二级经销商销售皆为买断式销售，发行人不承担下游销售的风险。二级经销商的多层级销售及最终销售实现情况，主要由生产厂商自身的系统进行采集，仅少量生产厂商通过发行人采集下游销售情况，该部分二级经销商的销售与采购数量相匹配。同时，发行人报告期内退换货比例较低，不存在销售后大量退换货的情况。

保荐人、申报会计师也对发行人下游主要分销客户进行了访谈，询问其产品销售情况及双方合作情况；亦向发行人主要分销客户函证确认其向发行人采购的存货的期末库存情况，其主要分销客户不存在期末高比例库存的情况，未发现销售异常的情况。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查过程

1、获取了发行人主要客户的合作协议，确认双方合作模式及报告期内合作情况；

2、访谈了发行人的管理层，了解下游客户的销售收入波动的主要原因，并结合发行人的实际销售情况，比对分析该原因是否符合业务实质；

3、访谈了发行人下游直销及分销客户，了解同业合作情况、合作原因、合作背景、合作产品；

4、获取发行人销售明细，汇总新增客户与存量客户情况，了解新增客户背景、原因及业务模式；对比分析发行人各业务模式下新增客户及存量客户的销售情况以及差异原因是否符合发行人业务结构变化；

5、访谈了发行人的管理层，了解了发行人如何持续获取直销业务终端客户，如何增加授权分销品牌及产品线数量；结合发行人的实际销售情况，判断是否符合业务实质；

6、获取发行人 2022 年度经审计的合并财务报表，并与上年主要经营数据与财务指标进行对比，分析变动的原因及合理性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人与主要直销客户合作稳定，与主要分销客户存在销售收入波动的情况，但该情况主要系市场降价、宏观经济波动影响、授权调整等所致。报告期内，发行人分销授权范围稳定，主要分销客户销售收入波动的情况对其经营不造成重大影响；

2、直销业务中，发行人客户存在向发行人竞争对手采购不同厂家的同类产品的情况。但发行人具有较强的采买能力，终端优势显著，并已为多家医院提供集中配送服务，该等情况对发行人业务不造成重大影响；分销业务中，发行人客户存在向发行人竞争对手采购相同产品的情况，该等情况因行业授权管理产生，授权范围内分销客户无法向发行人竞争对手采购，该等情况对发行人业务不造成重大影响；

3、报告期内，发行人其新增客户的平均销售规模普遍低于存量客户，符合业务实际；

4、在直销业务开发方面，发行人通过增加直销配送品种、成为医院的集中配送服务商等方式增加业务收入；在分销业务开发方面，发行人通过提升自身在原有生产厂商其他分销业务授权品牌及产品线的覆盖率、存量客户推荐、参加行业展会等方式增加分销产品线授权；发行人逐步扩宽上游生产厂商的代理资源以及终端医疗机构资源等多方面的竞争壁垒，发行人未来收入增长具有可持续性；

5、发行人已补充说明了 2022 年业绩情况，发行人 2022 年经营业绩稳中向好，经营业绩变动符合实际情况。

问题 5 关于采购和成本

审核问询回复显示：

（1）发行人具备全国化的服务网络，具有市场竞争优势；发行人与主要供应商经过多年长期稳定的合作，已形成持续稳定的合作关系，合作期间未发生纠纷等情况，发行人与前五大供应商皆已签署合作协议，到期后不能继续合作的风险较小。

（2）发行人在直销配送业务下，发行人的产品销售价格通常由当地阳光采购网等采购平台或中标价格确定。发行人向上游供应商的采购价格通常以“终端销售价格*折扣率”的方式确定。

请发行人：

（1）补充披露报告期内不同类型产品的采购金额及占比，不同销售模式下各类产品的采购金额及占比，并补充说明报告期内采购数量及销售数量是否匹配。

（2）补充说明分销模式下采购价格的确定方式；直销模式、分销模式下与供应商的结算方式。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复

（一）补充披露报告期内不同类型产品的采购金额及占比，不同销售模式下各类产品的采购金额及占比，并补充说明报告期内采购数量及销售数量是否匹配

1、补充披露报告期内不同类型产品的采购金额及占比

发行人已在招股说明书“第五节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”补充披露如下：

“报告期内，发行人采购不同类型产品的金额及占比情况如下：

单位：万元

产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
血管介入	446,752.18	59.66%	767,309.91	62.29%	704,342.30	68.21%	677,766.64	80.49%
外科器械	124,467.03	16.62%	229,744.90	18.65%	154,379.24	14.95%	56,442.35	6.70%
医疗设备	56,557.77	7.55%	94,956.60	7.71%	90,769.05	8.79%	51,329.60	6.10%
检验试剂 (IVD)	72,632.28	9.70%	92,996.77	7.55%	50,732.07	4.91%	39,037.60	4.64%
其他	48,393.75	6.46%	46,824.63	3.80%	32,415.32	3.14%	17,442.73	2.07%
合计	748,803.01	100.00%	1,231,832.81	100.00%	1,032,637.98	100.00%	842,018.92	100.00%

其中，发行人直销模式下各类产品的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
血管介入	322,447.31	76.54%	556,024.29	80.80%	605,397.13	81.52%	603,253.65	89.19%
外科器械	25,938.88	6.16%	40,578.92	5.90%	34,538.78	4.65%	23,539.22	3.48%
医疗设备	20,319.65	4.82%	41,703.29	6.06%	47,103.65	6.34%	18,687.01	2.76%
检验试剂 (IVD)	22,880.80	5.43%	29,787.26	4.33%	33,488.18	4.51%	20,421.70	3.02%
其他	29,677.58	7.04%	20,020.47	2.91%	22,106.43	2.98%	10,462.13	1.55%
合计	421,264.22	100.00%	688,114.23	100.00%	742,634.17	100.00%	676,363.71	100.00%

发行人分销模式下各类产品的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
血管介入	124,304.87	37.95%	211,285.62	38.86%	98,945.17	34.12%	74,512.99	44.98%
外科器械	98,528.15	30.08%	189,165.97	34.79%	119,840.47	41.32%	32,903.13	19.86%
医疗设备	36,238.13	11.06%	53,253.32	9.79%	43,665.40	15.06%	32,642.59	19.71%
检验试剂 (IVD)	49,751.48	15.19%	63,209.50	11.63%	17,243.89	5.95%	18,615.90	11.24%
其他	18,716.17	5.71%	26,804.17	4.93%	10,308.89	3.55%	6,980.60	4.21%
合计	327,538.79	100.00%	543,718.58	100.00%	290,003.82	100.00%	165,655.21	100.00%

”

2、补充说明报告期内采购数量及销售数量的匹配情况

报告期内，发行人采购与销售基本匹配，符合业务实际情况，具体分类别

采购数量及销售数量情况如下：

单位：万支（个）

产品分类	2023 年 1-6 月		2022 年度	
	采购数量	销售数量	采购数量	销售数量
血管介入	520.30	504.42	942.56	890.61
外科器械	632.84	582.03	521.24	567.84
医疗设备	296.06	292.18	458.05	527.74
检验试剂（IVD）	271.65	210.11	2,713.01	2,700.63
其他	258.50	231.48	525.83	418.39
合计	1,979.35	1,820.22	5,160.70	5,105.21
产品分类	2021 年度		2020 年度	
	采购数量	销售数量	采购数量	销售数量
血管介入	666.06	638.44	489.75	483.54
外科器械	278.78	241.34	123.43	90.50
医疗设备	470.38	462.17	299.70	197.56
检验试剂（IVD）	127.53	113.10	81.03	68.73
其他	163.03	150.02	555.19	583.86
合计	1,705.78	1,605.05	1,549.11	1,424.18

（二）补充说明分销模式下采购价格的确定方式；直销模式、分销模式下与供应商的结算方式

1、补充说明分销模式下采购价格的确定方式

报告期内，发行人分销模式的采购价格通常由发行人考虑市场环境、存货周转速率、仓储管理难度、终端销售价格、生产厂商商业政策、议价能力及销售过程中承担的相应人力、成本、费用等因素，与供应商协商一致后确认。

2、直销模式、分销模式下与供应商的结算方式

根据采购及付款节点不一致，发行人与供应商主要采用三类结算方式，包括先款后货、终端同步付款及定期付款。

在直销模式下，发行人主要为寄售式采购，通常采用终端同步付款或定期付款的结算方式；在分销模式下，发行人主要为买断式采购，通常采用先款后货的结算方式。按照不同业务模式，发行人与供应商的结算方式具体如下：

业务模式	采购类型	结算模式	具体内容
直销模式	买断式采购	先款后货	在国家“两票制”、集中带量采购等政策下，医疗器械流通层级被压缩，发行人直接向生产厂商进行采购并对终端医院进行销售。该等情况下，发行人根据自身资金、库存及业务开展情况，向上游厂商下达采购订单，并提前预付货款，生产厂商收到货款后发货。少量情况下，生产厂商会调整商务政策给予发行人一定账期，但该等账期由双方协商确定。
	寄售式采购	终端同步付款	供应商根据发行人指令将指定货品送至发行人仓库或发行人指定的医院仓库，待发行人实现销售后，才正式向供应商确认该等器械的采购。发行人根据医院的历史回款情况，与部分供应商协商一致，供应商给予发行人不少于医院信用账期的付款账期，即终端医疗机构向发行人付款后，发行人将相关货款向供应商进行支付。
		定期付款	供应商根据发行人指令将指定货品送至发行人仓库或发行人指定的医院仓库，待发行人实现销售后，发行人才正式向供应商确认该等器械的采购。发行人与供应商协商，采取定期付款的方式，即供应商与发行人按照固定销售期间进行结算，发行人定期将上一销售期间的货款向供应商进行支付。
分销模式	买断式采购	先款后货	发行人会综合考虑下游客户的采购需求、自身库存水平、未来销售预期及商业指标等因素，向上游厂商下达采购订单，并提前预付货款，生产厂商收到货款后发货。
		信用账期	发行人会综合考虑下游客户的采购需求、自身库存水平、未来销售预期及商业指标等因素，向上游厂商下达采购订单，并根据下游客户的历史付款情况或协议约定的付款方式，与供应商协商相应账期，该等信用账期由双方协商确定。
	寄售式采购	定期付款	供应商根据发行人指令将指定货品送至发行人仓库或发行人指定的下游分销客户仓库，待发行人实现销售后，发行人才正式向供应商确认该等器械的采购。发行人与供应商协商，采取定期付款的方式，即供应商为发行人提供一定的账期，发行人定期将该上一销售期间的货款向供应商进行支付。该等结算方式在分销业务中使用较少。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查过程

1、获取发行人报告期内采购明细表及销售明细表，分析其采购产品的类型、业务模式及相关产品采购的必要性；

2、匹配各业务模式下各类产品的采购及销售数量，分析其采购及销售是否匹配，是否存在异常；

3、查阅发行人与上游供应商签订的协议，了解其结算周期、付款方式、商业政策等；

4、访谈了发行人主要供应商，了解双方合作背景、定价方式、主要产品及相关合作模式；

5、抽样检查采购的交易凭证，包括不限于协议、签收单据、付款凭证等，核查其采购的真实性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、不同销售模式下各类产品的采购金额及占比与公司实际业务结构相吻合，报告期内不同销售模式下各类产品的采购数量匹配对应模式下相应产品的销售数量，未发现异常情况；

2、分销模式下，采购价格的确定方式通常为发行人考虑市场环境、存货周转速率、仓储管理难度、终端销售价格、生产厂商商业政策、议价能力及销售过程中承担的相应人力、成本、费用等因素，与供应商协商一致后确认，该定价方式符合行业惯例；直销模式、分销模式下，发行人与供应商的结算方式与其采购方式相挂钩，符合商业逻辑。

问题 6 关于返利

申报材料及审核问询回复显示：

（1）发行人上游供应商返利主要分为平移返利、价差补偿返利及季度/年度采购返利三类。报告期内，发行人按照销售进度冲减主营业务成本的供应商返利金额分别为 6,278.40 万元、12,040.20 万元、20,412.64 万元和 9,658.98 万元，主要来源于美敦力、微创集团和史赛克等供应商。

（2）报告期内，发行人对下游经销商返利占分销业务收入比例分别为 4.07%、1.72%、0.26%和 0.02%。自 2021 年起，发行人对下游经销商返利较 2020 年下降较多，主要系受集中带量采购政策影响，发行人销售给下游经销商利润率下降，同时厂家对冠脉支架、冠脉球囊系列产品的利润率亦同步下降，因此发行人对下游经销商的返利金额下降较多。

（3）公司将确认的供应商返利按照销售进度冲减主营业务成本，将确认给予经销商的返利冲减主营业务收入，报告期内前述两项的差额分别为-737.71 万元、3,129.12 万元、10,570.94 万元和 5,935.35 万元，占当期主营业务毛利总额的-1.58%、6.04%、15.25%和 15.25%，占当期净利润的-3.08%、18.67%、60.14%和 77.86%。

请发行人：

（1）报告期内来自主要上游供应商的返利金额及占比，报告期内主要供应商的返利比例，是否存在较大变化情形及其原因、合理性。

（2）对下游经销商返利占分销业务收入比例持续下降是否与同行业可比公司一致，未来是否会持续下降，并对发行人净利润的影响进行敏感性分析。

（3）报告期内供应商返利与经销商返利差额持续增长的原因，与同行业可比公司是否一致；逐项对比发行人对供应商、经销商的返利政策与同行业可比公司的返利政策，是否存在较大差异及其原因、合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复

（一）报告期内来自主要上游供应商的返利金额及占比，报告期内主要供

供应商的返利比例，是否存在较大变化情形及其原因、合理性。

1、主要上游供应商返利金额及占比情况

报告期内，发行人来自主要上游供应商的返利金额及占比情况如下表所示：

单位：万元

供应商名称	2023 年 1-6 月		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
微创集团	2,429.99	32.03%	7,908.61	38.88%
史赛克	1,407.44	18.53%	2,398.31	11.79%
美敦力	759.60	10.01%	2,541.34	12.50%
江苏爱朋医疗科技股份有限公司	430.20	5.67%	1,473.57	7.25%
赛昂（上海）医疗器械有限公司	387.96	5.11%	521.20	2.56%
深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	227.75	3.00%	1,626.80	8.00%
合计	5,415.19	74.38%	16,469.83	80.98%

（续上表）

供应商名称	2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比
微创集团	13,364.69	65.47%	9,476.18	78.70%
史赛克	2,439.53	11.95%	847.7	7.04%
美敦力	661.13	3.24%	224.62	1.87%
江苏爱朋医疗科技股份有限公司	1,052.55	5.16%	1,025.91	8.52%
赛昂（上海）医疗器械有限公司	—	—	—	—
深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	—	—	—	—
合计	17,517.90	85.82%	11,574.41	96.13%

注：上述供应商系同一控制下合并口径

如上表所示，报告期内发行人上游供应商返利主要来自于微创集团、美敦力、史赛克、江苏爱朋医疗科技股份有限公司、赛昂（上海）医疗器械有限公司和深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司等供应商，上述供应商系国内外知名厂商或代理商。

发行人来自供应商微创集团主要为平移返利及价差补偿返利。报告期内，发行人来自该供应商的返利金额较高，且于 2020-2021 年期间呈现明显上涨趋势，主要系随着发行人微创集团分销业务规模扩大，返利金额随之增长；同时，受带量采购政策影响，微创集团冠脉支架、冠脉球囊等产品终端销售价格大幅度下降，供应商对发行人在带量采购政策前采购的高价库存给予补偿导致来自

供应商微创集团的返利金额占来自上游供应商的返利总额占比较高。自 2022 年起，发行人按照集中带量采购政策实施调整后的价格采购，对应的补偿返利减少，故自 2022 年起来自于微创集团的返利金额较前期减少。

发行人来自供应商史赛克的返利主要为平移返利、价差补偿返利及季度/年度采购返利。自 2021 年起，该供应商的返利金额呈现明显上涨趋势，主要系供应商授予发行人销售的产品线增加、授予发行人销售的区域扩大，业务规模随之增长所致。

发行人来自于供应商美敦力的返利主要为平移返利、价差补偿返利及季度/年度采购返利，2021-2022 年来自该供应商的返利金额呈现明显上涨趋势，主要系供应商授予发行人销售的产品线增加、授予发行人销售的区域扩大，业务规模随之增长所致。2023 年 1-6 月较 2022 年有所下降，主要系发行人拟于 2023 年下半年终止与该供应商之子公司常州市康辉医疗器械有限公司关于脊柱、介入产品线的合作导致本期采购额较上期有所下降。

发行人来自供应商江苏爱朋医疗科技股份有限公司的返利主要为价差补偿返利。发行人 2022 年来自该供应商的返利较呈现增长趋势，主要系为开拓市场，当期折价销售的医疗设备增多，供应商承诺给予一定的价格补偿。2023 年 1-6 月较 2022 年有所下降，系本期设备采购有所下降。

发行人来自供应商赛昂（上海）医疗器械有限公司主要为季度/年度采购返利，报告期内，发行人来自该供应商的返利无明显变化。

发行人来自上游供应商深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司的返利主要为采购返利及平移返利。发行人 2022 年销售该供应商 IVD 试剂的产品线逐渐增多、承担职能渐广，供应商依据合同约定，给予返利。2023 年 1-6 月较 2022 年有所下降，主要系 2023 年 1-6 月平移返利有所减少。

综上所述，报告期内发行人来自主要供应商的返利金额变动具备合理性。

2、主要供应商返利比例情况

报告期内，发行人上游供应商返利主要分为平移返利、价差补偿返利及季度/年度采购返利三类，平移返利主要系发行人根据供应商的商务政策将归属于二级经销商的返利进行平移，发行人主要承担将该返利传导给下游经销商的职

能，该等返利受下游经销商最终销售达成情况等因素影响，无相对固定的返利比例；价差补偿返利主要系供应商对发行人以较低价格销售给下游经销商的高价库存进行补偿，该等返利受供应商的商务政策及终端市场等因素影响，无相对固定的返利比例；季度/年度采购返利主要系发行人根据与供应商事先约定的返利条件可自供应商处获取的返利，该等返利通常情况下比例相对固定。

报告期内，发行人与主要供应商约定的季度/年度采购返利比例如下表所示：

供应商名称	主要产品线	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
美敦力	骨科	3.00%	3.00%-4.00%	3.00%-4.00%	—
史赛克	内窥镜	6.00%-7.20%	6.00%-7.20%	6.00%-7.20%	6.00%-7.20%
	神经支架	7.00%-10.00%	7.00%-10.00%	7.00%-10.00%	—
赛昂（上海）医疗器械有限公司	外周其他	2.00%	2.00%	—	—

如上表所示，报告期内，发行人与主要供应商约定的季度/年度采购返利比例基本保持稳定。

（二）对下游经销商返利占分销业务收入比例持续下降是否与同行业可比公司一致，未来是否会持续下降，并对发行人净利润的影响进行敏感性分析。

1、发行人下游经销商返利占分销业务收入比例情况

发行人根据供应商制定的商务政策对下游经销商进行返利，主要分为平移返利及下游奖励性返利；报告期内，发行人冲减主营业务收入的下经销商返利金额分别为 8,911.08 万元、9,841.70 万元、7,963.46 万元和 2,996.51 万元。

报告期内，发行人对下游经销商主要返利类型的具体标准如下：

平移返利	下游奖励性返利
供应商根据二级经销商（发行人的下游经销商客户）的销售达标情况而确定的返利，并通过发行人平移给下游经销商。通常表现为供应商先通过红字发票转移给发行人，发行人再通过红字发票或者票折形式转移给下游经销商	根据供应商制定的商务政策，在下游经销商达成销售指标后，依据供应商的通知而向下游经销商提供的奖励返利。后续供应商通过价差补偿返利的方式给予发行人相应补偿

报告期内，发行人下游经销商返利占分销业务收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	--------------	---------	---------	---------

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
下游经销商返利（剔除平移返利）	164.82	300.67	633.07	2,622.69
分销业务收入	264,050.00	403,646.46	247,243.39	152,580.69
下游经销商返利占分销业务收入比例	0.06%	0.07%	0.26%	1.72%

注：由于平移返利系上游供应商通过发行人平移给下游经销商客户的返利，发行人会在相同期间同时冲减主营业务收入和主营业务成本，该等平移返利对发行人当期净利润无实质影响，因此剔除该返利金额

如上表所示，报告期内发行人下游经销商返利（剔除平移返利）占分销业务收入比例总体呈下降趋势，该等返利主要来源于冠脉支架、冠脉球囊系列产品，受 2020 年底带量采购政策影响，厂家对冠脉支架、冠脉球囊系列产品的利润额下降，发行人销售给下游经销商该等产品的利润额亦下降，因此发行人对下游经销商的返利金额下降较多。

2、同行业可比公司下游经销商返利占分销业务收入比例情况

报告期内，同行业可比公司国科恒泰下游经销商返利占分销业务收入比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
下游经销商返利（剔除平移返利）	3,311.79	7,460.91	6,863.79
分销业务收入	251,428.95	438,866.87	397,223.34
下游经销商返利占分销业务收入比例	1.32%	1.70%	1.73%

注 1：上述数据取自《关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务会计问题的专项说明致同会计师事务所（特殊普通合伙）》及 2021 年半年度审计报告

注 2：由于平移返利系上游供应商通过发行人平移给下游经销商客户的返利，发行人会在相同期间同时冲减主营业务收入和主营业务成本，该等平移返利对发行人当期净利润无实质影响，因此剔除该返利金额

注 3：仅国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司在问询函中披露了近三年一期返利数据，因此选取该公司数据作为可比公司数据

报告期内，同行业可比公司国科恒泰下游经销商返利占分销业务收入比例也呈下降趋势，与发行人不存在较大差异。国科恒泰剔除平移返利后的下游经销商返利总额高于发行人，主要原因系国科恒泰与发行人下游经销商的下游奖励性返利主要供应商和产品不同，国科恒泰下游经销商的返利主要系美敦力脊柱产品所产生，发行人下游经销商的下游奖励性返利主要系微创集团的冠脉支架、冠脉球囊类产品产生。微创集团的冠脉支架、冠脉球囊类产品受带量采购政策影响，厂家对该系列产品的整体利润率下降，导致依据供应商制定的商务

政策对下游经销商的返利金额同步下降。

3、发行人下游经销商返利与净利润敏感性分析

报告期内，发行人下游经销商返利与净利润敏感性分析如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
下游经销商返利（剔除平移返利）	164.82	300.67	633.07	2,622.69
净利润	10,321.64	18,921.98	17,576.30	16,758.62
返利增加后净利润（5%）	10,123.21	18,906.95	17,544.64	16,627.48
净利润变动率（5%）	-0.08%	-0.08%	-0.18%	-0.78%
返利增加后净利润（10%）	10,114.97	18,891.91	17,512.99	16,496.35
净利润变动率（10%）	-0.16%	-0.16%	-0.36%	-1.56%
返利增加后净利润（20%）	10,098.49	18,861.85	17,449.68	16,234.08
净利润变动率（20%）	-0.32%	-0.32%	-0.72%	-3.13%

注 1：由于平移返利系上游供应商通过发行人平移给下游经销商客户的返利，发行人会在相同期间同时冲减主营业务收入和主营业务成本，该等平移返利对发行人当期净利润无实质影响，因此剔除该返利金额

注 2：返利增加后净利润=净利润-下游经销商返利分别增加 5%、10%、20%对应的金额，净利润变化率=下游经销商返利分别增加 5%、10%、20%对应的金额/净利润

如上述敏感性分析结果所示，报告期内发行人下游经销商返利对净利润不存在较大影响。随着带量采购政策的实施，厂家因带量采购政策影响而给予下游经销商的返利已基本调整实施，因此发行人预计下游经销商返利未来将逐渐平稳。

（三）报告期内供应商返利与经销商返利差额持续增长的原因，与同行业可比公司是否一致；逐项对比发行人对供应商、经销商的返利政策与同行业可比公司的返利政策，是否存在较大差异及其原因、合理性。

1、发行人上游供应商返利与下游经销商返利差额情况

报告期内，发行人上游供应商返利与下游经销商返利差额情况如下表所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
上游供应商返利	7,586.07	20,338.51	20,412.64	12,040.20
下游经销商返利	2,996.51	7,963.46	9,841.70	8,911.08
上游供应商返利与下游经销商返利差额	4,589.56	12,375.05	10,570.94	3,129.12

2020-2022 年，发行人上游供应商返利与下游经销商返利差额呈增长趋势，主要系报告期内发行人来自上游供应商的返利金额（剔除平移返利部分）增加较多及发行人下游经销商的返利金额（剔除平移返利部分）有所减少所致。2023 年 1-6 月，发行人上游供应商返利与下游经销商返利差额呈减少趋势，主要系来自上游供应商的返利金额有所减少所致。

2020-2022 年，发行人来自上游供应商的返利金额（剔除平移返利部分）增加较多主要系自 2020 年起，受带量采购政策影响，冠脉支架、冠脉球囊等产品终端销售价格大幅度下降，供应商对发行人在带量采购政策前采购的高价库存给予补偿，发行人所获上游供应商价差补偿返利大幅度增加；同时，自 2021 年起，发行人外科器械类及检验试剂（IVD）产品业务规模增长较快，该业务所产生的季度/年度采购返利大幅度增加。2023 年 1-6 月，发行人来自上游供应商的返利金额（剔除平移返利部分）有所减少，系针对受带量采购政策影响的冠脉支架及冠脉球囊类产品，发行人已按照厂家调整后的价格进行采购，故相关价差补偿本期同比减少。

报告期内，发行人下游经销商的返利金额（剔除平移返利部分）大幅度减少主要系冠脉支架、冠脉球囊等产品终端销售价格大幅度下降，厂家及发行人销售给下游经销商利润额降低，因此发行人根据上游厂家商务政策向下游经销商发放的下游奖励性返利金额有所下降。

综上所述，发行人上游供应商返利与下游经销商返利差额呈增长趋势具备合理性。

2、同行业可比公司上游供应商返利与下游经销商返利差额情况

报告期内，同行业可比公司国科恒泰上游供应商返利与下游经销商返利差额情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度
上游供应商返利	26,085.03	40,941.91	38,673.49
下游经销商返利	13,561.94	26,680.58	29,218.23
上游供应商返利与下游经销商返利差额	12,523.09	14,261.33	9,455.26

注 1：上述数据取自《关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务会计问题的专项说明致同会计师事务所（特殊普通合伙）》及 2021

半年度审计报告

注 2：仅国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司在问询函中披露了近三年返利数据，因此选取该公司数据作为可比公司数据

报告期内，同行业可比公司国科恒泰上游供应商返利与下游经销商返利差额也呈增长趋势，发行人与同行业可比公司不存在较大差异。

3、同行业可比公司返利政策

详见《关于上海建发致新医疗科技集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询中有关财务会计问题的专项说明》之“问题 16 关于返利”之“（二）补充说明报告期内逐年增加的供应商返利、对经销商返利与相应业务规模的匹配性及差异原因与合理性，公司来自供应商的返利政策、给予经销商的返利政策是否符合行业惯例”。

4、发行人与同行业可比公司返利政策对比

（1）报告期内，发行人上游供应商主要返利政策与同行业可比公司对比情况如下表所示：

①确认具体标准

返利政策	发行人确认具体标准	国科恒泰确认具体标准
季度/年度采购返利	通常由供应商与发行人签订协议约定。返利确定依据主要包括：公司采购指标的达成情况、回款指标的达成情况、出入库数据上传准确率等；不同供应商、不同产品线返利比例会存在差异。	根据供应商与公司的协议约定，返利的确定依据包括：公司采购指标的达成情况和及时程度、二级经销商和供应商对公司提供服务的满意度、公司上报数据的及时性等；不同厂商不同产品线返利比例会存在差异。
价差补偿返利	通常由供应商与发行人签订协议约定，为保障发行人综合销售利润率或者因供应商调整指导价格而承诺给予发行人的价格补偿。不同供应商、不同产品线的综合业务利润率或价格补差幅度会存在差异。	（1）上游补偿经销商季度返利：根据美敦力等部分供应商与公司的协议约定，公司给予采购该等供应商产品的经销商季度返利，公司可以向该等供应商申请相应金额的补偿。 （2）平台价差补偿：根据供应商与公司的约定，供应商需要整体调整部分产品的销售价格，供应商以公司对降价产品的现有库存量为依据，根据调整的差价相应对公司进行价格补偿。
平移返利	供应商根据二级经销商（发行人的下游经销商客户）的销售达标情况而确定的返利，并通过发行人转移给下游经销商。通常表现为供应商先通过红字发票转移给发行人，发行人再通过红字发票或者票折形式转移给下游经销商。	根据供应商关于产品促销的指导政策，以公司应向下游经销商提供的特殊促销返利作为结算依据，据此确认供应商应提供的特殊红票传导返利金额。

注 1：上述数据取自《关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务会计问题的专项说明致同会计师事务所（特殊普通合伙）》及 2021 年半年度审计报告

注 2：仅国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司在问询函中披露了近三年返利数据，因此选取该公司数据作为可比公司数据

②返利计算方法

返利政策	发行人返利计算方法	国科恒泰返利计算方法
季度/年度采购返利	若完成指标任务，则： 返利金额=季度或年度实际购入金额或实际回款金额*返利比例 按照已销售与未销售比例分别冲减营业成本与存货	公司每月末根据不同供应商不同产品线的采购金额和协议约定的返利比例，对季度采购返利进行暂估，在期后实际获得供应商开具的红字发票时冲销暂估金额并根据实际发票的金额入账。 每月末，公司按照产品线，根据当月已销售产品采购成本占产品所属采购季度内该产品线采购总额的比重，对该产品线于前述采购季度的返利金额进行分摊，冲减主营业务成本。
价差补偿返利	①约定销售利润率，则： 返利金额=当期结转的商品成本-当期商品的销售金额*（1-约定销售利润率） 此部分返利通常针对已销售存货，故全额冲减营业成本； ②约定价格补偿，则： 返利金额=承诺补偿单位价格*补偿数量 按照已销售与未销售比例分别冲减营业成本与存货	（1）上游补偿经销商季度返利：根据公司与美敦力等部分供应商约定的经销商季度返利补偿协议，公司每月末根据当月预提或实际提供给予采购该等供应商产品的经销商的季度返利金额，同步暂估供应商的补偿返利并冲减主营业务成本。在期后实际收到供应商的红字发票后，冲回暂估返利并确认实际收到的返利金额。 （2）平台价差补偿：公司以降价产品的现有库存量为依据，根据供应商与公司约定应给予的补偿金额一次性暂估确认平台价差补偿返利。在期后实际收到供应商的红字发票后，冲回暂估返利并确认实际收到的返利金额。公司每月根据降价产品的库存在当月实际的销售量占应补偿库存总量的比例对平台价差补偿返利进行摊销并冲减主营业务成本。
平移返利	发行人不对平移返利做出计算，通常依据供应商提供的红字发票或返利确认函确定平移返利金额。 在同个会计期间，同时等额冲减营业收入与营业成本	根据供应商关于产品促销的指导政策，公司在收到供应商提供的红字发票时确认特殊红票传导返利，并一次性冲减主营业务成本。 如果在报告期末，公司根据供应商关于产品促销的指导政策，已经以红字发票形式给予下游客户产品促销返利，但暂时没有收到供应商开具的红字发票，公司会对应获得的供应商特殊红票传导返利进行暂估并冲减主营业务成本。

注 1：上述数据取自《关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务会计问题的专项说明致同会计师事务所（特殊普通合伙）》及 2021 年半年度审计报告

注 2：仅国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司在问询函中披露了近三年返利数据，因此选取该公司数据作为可比公司数据

（2）报告期内，发行人下游经销商主要返利政策与同行业可比公司对比情况如下表所示：

①确认具体标准

返利政策	发行人确认具体标准	国科恒泰确认具体标准
平移返利	供应商根据二级经销商（发行人的下游经销商客户）的销售达标情况而确定的返利，并通过发行人平移给下游经销商。通常表现为供应商先通过红字发票转移给发行人，发行人再通过红字发票或者票折形式转移给下游经销商	根据供应商关于产品促销的指导政策向经销商制定相应的促销政策，并按向经销商销售特定产品的情况或销售产品实际在医院植入的情况（比如特定产品的植入数量等）确定应提供给经销商的特殊返利金额。
下游奖励性返利	根据供应商制定的商务政策，在下游经销商达成销售指标后，依据供应商的通知而向下游经销商提供的奖励返利。后续供应商通过价差补偿返利的方式给予发行人相应补偿	根据供应商的促销活动要求，向特定的经销商提供特殊红票返利，供应商通过具体采购订单降价等方式给予公司补偿。

注 1：上述数据取自《关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务会计问题的专项说明致同会计师事务所（特殊普通合伙）》及 2021 年半年度审计报告

注 2：仅国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司在问询函中披露了近三年返利数据，因此选取该公司数据作为可比公司数据

②返利计算方法

返利政策	发行人返利计算方法	国科恒泰返利计算方法
平移返利	发行人不对代上游供应商平移给下级经销商的返利做出计算，通常依据供应商返利红字发票或返利确认函确定平移返利金额在同一个会计期间，同时等额冲减营业收入与营业成本	根据供应商关于产品促销的指导政策，公司计算应向经销商下发的特殊返利金额，并在实际向经销商开具红字发票时入账，冲减主营业务收入。如果在报告期末，公司根据供应商关于产品促销的指导政策，已经收到供应商开具的红字发票，但尚未以红字发票形式给予下游客户产品促销返利，公司会对对应下发的经销商特殊红票传导返利进行暂估并冲减主营业务收入。
下游奖励性返利	此类返利由供应商计算，并通知发行人执行。发行人向下游经销商提供返利时，冲减营业收入，依据与供应商约定的销售毛利率计提应收供应商返利，并冲减营业成本	根据供应商的促销活动要求，公司向经销商下发特殊返利金额，并在实际向经销商下发特殊返利领取通知时入账，冲减主营业务收入。对于供应商通过具体采购订单降价的方式给予本公司经销商返利补偿的，出于谨慎性原则，本公司不作为上游供应商返利确认，而是在采购时直接抵减相应的存货采购成本。

注 1：上述数据取自《关于国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务会计问题的专项说明致同会计师事务所（特殊普通合伙）》及 2021 年半年度审计报告

注 2：仅国科恒泰（北京）医疗科技股份有限公司在问询函中披露了近三年返利数据，因此选取该公司数据作为可比公司数据

综上所述，发行人上游供应商返利及下游经销商返利政策为医疗流通行业中常见的返利政策，与同行业可比公司相比不存在较大差异。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查过程

1、获取发行人的供应商返利明细表，比较报告期内主要供应商的返利金额、占比以及返利比例，并分析变动原因及其合理性；

2、获取与主要供应商及经销商签订的合同，查阅与返利政策相关的合同条款，包括返利产品线、返利获取条件及返利比例规定等内容；

3、对发行人报告期各期主要供应商、经销商进行走访，核实发行人报告期内的返利政策；

4、获取发行人对下游经销商返利的明细表以及占比分销业务收入的计算表，分析下游经销商返利占分销业务收入比例持续下降的原因；复核发行人编制的关于报告期内下游经销商返利对其净利润影响的敏感性分析表；

5、依据发行人的上游供应商返利明细及下游经销商返利明细，比较分析报告期内供应商返利与经销商返利差额持续增长的原因及合理性；

6、访谈发行人的管理层，了解下游经销商返利占分销业务收入比例持续下降的原因及未来走势、报告期内供应商返利与经销商返利差额持续增长的原因；

7、对比同行业可比公司返利政策、对下游经销商返利占比分销业务收入的比例走势及供应商返利与经销商返利的差额情况，分析是否与同行业可比公司存在较大差异；

8、获取发行人报告期内的收入成本明细、采购明细、库存明细及返利计算表等，复核关于返利相关账务处理的准确性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人来自主要上游供应商的返利金额及比例受带量采购政策及业务规模的增长而变动，变动原因合理；报告期内主要供应商的返利比例基本保持稳定；

2、报告期内，发行人对下游经销商返利占分销业务收入比例持续下降与同行业可比公司相比，不存在较大差异；发行人预计下游经销商返利未来将逐渐平稳；对净利润不存在较大影响；

3、报告期内，发行人上游供应商返利与下游经销商返利差额呈增长趋势，

与同行业可比公司一致，不存在较大差异；发行人的供应商、经销商返利政策符合行业惯例，与同行业可比公司的返利政策不存在较大差异。

问题 7 关于销售费用

审核问询回复显示：

（1）报告期内，公司销售服务费分别为 246.81 万元、2,676.75 万元、6,215.46 万元和 3,663.99 万元。报告期内，公司与销售服务商约定的服务费比例通常为 14%至 20%。

（2）报告期内，公司居间费分别为 0 元、714.76 万元、2,642.84 万元和 1,478.07 万元，报告期内各服务商居间费用占对应收入比例在 2%-5%之间。

请发行人：

（1）补充说明与服务商合作的业务实质，服务商与经销商的区别，服务商提供服务的具体内容，产品厂商与服务商之间是否存在合作关系；合同约定的服务费率与实际支付的销售服务费之间是否存在较大差异，销售服务费是否准确、完整。

（2）补充说明居间服务商与销售服务商是否存在重叠，与居间服务商签订合同的主要条款，双方约定的权利与义务、支付标准及支付方式；合同约定的居间费率与实际支付的居间费之间是否存在较大差异，居间费是否准确、完整。

（3）补充说明与 SPD 平台服务商是否签订合作协议及具体条款，支付 SPD 平台服务商服务费的业务实质，医院客户其他医疗器械供应商是否向同一 SPD 平台服务商支付服务费，权利义务如何划分；SPD 管理费与同行业可比公司的详细对比情况，包括但不限于支付对象、服务费率、支付方式、会计处理等；发行人 SPD 管理费是否准确、完整。

（4）补充说明 2021 年会议费大幅增长的原因及费用支出明细；报告期内业务宣传费较低的合理性，是否存在其他未披露的推广费用，发行人获取业务是否合法合规；报告期内业务招待费支出是否准确、完整，是否存在商业贿赂情形。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复

（一）补充说明与服务商合作的业务实质，服务商与经销商的区别，服务

商提供服务的具体内容，产品厂商与服务商之间是否存在合作关系；合同约定的服务费率与实际支付的销售服务费之间是否存在较大差异，销售服务费是否准确、完整。

1、补充说明与服务商合作的业务实质，服务商与经销商的区别，服务商提供服务的具体内容，产品厂商与服务商之间的合作关系

发行人与服务商的业务合作主要源于发行人直销业务，系厂商的部分产品线应政策要求在福建和上海地区采用两票制模式进行运营，原有的经销商在传统销售模式中的职能发生转变，不直接对医院进行供货而转化为生产厂商推介的服务商。该模式下，发行人向该等服务商采购服务并支付服务费。发行人与该等服务商合作的业务内容如下所示：

模式	行业渠道供应链层级	发行人主要职能	经销商主要职能	服务商主要职能	服务商与产品厂商之间是否存在合作关系
传统销售模式	产品厂商-经销商-发行人-医院	对接终端客户销售	销售和推广职能：具体包括产品销售、竞品调研、入院沟通、产品推介、物流辅助、术中及术后技术服务、术后账务核对及催收工作等	该模式下，发行人不涉及向服务商采购	
两票制运营的销售模式	产品厂商-发行人（原经销商演变服务商，发行人向其采购服务）-医院	为其提供产品配送、结算管理、回款管理等	经销商逐步演变为服务商：原有的经销商在渠道中的职能发生转变，经销商不直接进行供货而转化为服务商，少数不具备院端服务能力的经销商则直接被淘汰； 该模式下，发行人向服务商采购推广服务，具体包括竞品调研、入院沟通、产品推介、物流辅助、术中及术后技术服务、术后账务核对及催收工作等一揽子综合服务	该模式下，部分服务商系由原生产厂商合作的经销商转变而来，生产厂商与服务商一般存在合作关系	

在发行人传统直销模式中，原经销商承担服务商职能，厂商与经销商签订经销协议后，经销商主要负责在终端客户或区域内推广和销售厂商的产品，承担具体产品销售、竞品调研、入院沟通、产品推介、物流辅助、术中及术后技术服务、术后账务核对及催收工作等职能；发行人作为配送商，主要承担对接终端客户销售并为其提供产品配送、结算管理、回款管理等职能。

在两票制模式运营的销售模式中，受“两票制”、“带量采购”等政策影响，行业渠道供应链更加扁平化，从产品厂商（包括生产厂商或被认定为“生

产企业”的经营企业）到医院未来只允许开两次发票，高值医用耗材流通层级被压缩，原有产品厂商-经销商-发行人-医院的传统销售模式演变为产品厂商-发行人-医院的模式，提高整个流通环节的交易效率和行业集中度。在该模式下，原有的经销商在渠道中的职能发生转变，大部分经销商不直接进行供货而转化为服务商，服务商除不承担原有经销商销售职能外，与原有经销商在经营推广过程所承担的职能较为接近。发行人作为配送商，除了向上游厂商采购产品后承担向终端客户销售，并提供产品配送、结算管理和回款管理等职能外，部分产品线还需要向服务商采购原经销商负责的如竞品调研、入院沟通、产品推介、物流辅助、术中及术后技术服务、术后账务核对及催收工作等一揽子综合服务。

2、合同约定的服务费率与实际支付的销售服务费之间不存在较大差异，销售服务费准确、完整

发行人与服务商签署相关协议，由服务商提供竞品调研、入院沟通、临床手术技术服务、物流辅助及催收工作等服务。服务商均向发行人提供一揽子综合服务，不存在与服务商就具体服务单独定价的情形。发行人将终端售价与经销底价的价差确认为商务服务费。

发行人与服务商在合同中均明确约定发行人的分销费率，发行人分销费率系在基础费率上结合产品营运周期综合确定， $\text{服务商费率} = \text{毛利率} - \text{发行人分销费率}$ 。

报告期内，发行人与主要服务商结算规则基本一致。以报告期发行人主要服务商福州优医链医疗科技有限公司（福建两票制运营产品线）和上海烟倾贸易商行（上海两票制运营产品线）结算服务费用的计算过程进行测算，销售服务商实际执行费率与合同约定费率一致。具体计算过程如下表所示：

单位：万元

服务商名称	对应产品线	合同约定的费率	某次对服务商结算的费用	对应的采购成本(C)	实际结算的账期(N)	对应的医院回款(销售额)(S)	实际执行费率	相关税费(T)	发行人分销费用(A)	服务商费用(B)	测算费用与实际结算是否一致
福州优医链医疗科技有限公司	2020年福建两票制运营产品线	甲方(发行人)分销费率= $(2\%+N*1\%/月)$ 或 $=6\%$ (部分医院)	1.08	8.15	平均账期215天	10.18	$2\%+(N*1\%/月)$	0.03	0.73	1.08	是
上海烟倾贸易商行	2021年上海两票制运营产品线	甲方(发行人)分销费率= $2\%+(N*1\%/月)$	3.71	7.88	平均账期208天	12.71	$2\%+(N*1\%/月)$	0.07	0.77	3.71	是

注1：字母含义：S为含税销售额（回款金额），C为含税成本；N为相关账期；相关税费T是指购销过程中产生的城市维护建设税（7%）、教育费附加（3%）、地方教育费附加（2%）；A为发行人分销费用，依据合同计算；B为服务商服务费用，等于销售毛利减发行人分销费用；

注2：计算过程：

①部分医院按资金占用账期核算分销率：

相关税费： $T = (S - C) \div 1.13 \times 13\% \times 12\%$ ；发行人分销费： $A = (S \times 2\% + C \times 1\% \times N \div 30) \div 1.13$ ；服务商服务费：

$B = (S \div 1.13 - C \div 1.13 - T - A) \times 1.06$

②部分医院回款比较稳定，合同约定固定分销率：

相关税费： $T = (S \times 0.94 - C) \div 1.13 \times 13\% \times 12\%$ ；发行人分销费： $A = S \times 6\% \div 1.13$ ；服务商服务费： $B =$

$(S \div 1.13 - C \div 1.13 - T - A) \times 1.06$

综上所述，报告期内，发行人合同约定的服务费率与实际支付的销售服务费之间不存在较大差异，销售服务费准确、完整。

（二）补充说明居间服务商与销售服务商是否存在重叠，与居间服务商签订合同的主要条款，双方约定的权利与义务、支付标准及支付方式；合同约定的居间费率与实际支付的居间费之间是否存在较大差异，居间费是否准确、完整。

1、居间服务商与销售服务商不存在重叠，与居间服务商签订合同的主要条款，双方约定的权利与义务、支付标准及支付方式

报告期内，发行人居间服务商与销售服务商不存在重叠。发行人居间费主要来源于分销业务，居间服务商协助开发上游厂商，为发行人取得产品代理授权及销售。发行人与居间服务商签署合同的主要条款如下：

居间费服务合同主要条款	具体内容
合作双方权利与义务	甲方（发行人）为医疗器械销售商，委托乙方为甲方经销的产品取得某区域授权、促成某区域销售等综合服务； 乙方促成甲方（发行人）取得某产品线某区域经销权，则甲方将根据业务拓

居间费服务合同主要条款	具体内容
	展情况支付乙方服务费
支付标准及支付方式	结算方式主要分为以下几种： ①根据每月销售收入（开票/未开票收入）核算，服务费比例为当月销售额的一定比例； ②根据每季度采购金额支付居间服务费给乙方，居间服务费比例为全年采购额的一定比例； ③甲方获得某产品线授权并且完成向厂家第一批进货后一次性支付乙方一定费用为居间服务费
服务期限	合同一般约定为一年
付款时间	在付款相关条件满足的情况下，甲方收到乙方开具的相应金额发票后经审核无误后 7 个工作日内支付款项。在本协议期间，若甲方认为乙方没有完成本协议约定的服务，双方应积极协商，查看服务提供情况，若乙方确实存在未完成服务的情形，则甲方有权要求乙方退还相应款项。若乙方名称、税号、银行帐号、地址等发生改变，乙方应及时通知甲方，否则，因此而产生的付款延迟或支付错误责任由乙方承担
反商业贿赂约定	①甲乙双方应依法履约。乙方应依法依规提供相关服务，不得实施不正当行为。若因乙方开展的服务，导致甲方或乙方被第三方投诉或者起诉，或者被追究责任，乙方应承担因此产生的一切损失及责任。另外，乙方应保证乙方、乙方代理人以及在本协议下向甲方提供服务的乙方雇员，与负责本协议项的甲方任何人员之间不存在直系亲属关系； ②乙方应当根据本协议履行义务并遵守所有适用的法律、法规、规章和指令，包括但不限于：中华人民共和国相关法律法规及美国《海外反腐败法》，《2010 年英国反贿赂法案》等

2、合同约定的居间费率与实际支付的居间费之间不存在较大差异，居间费准确、完整

发行人与居间商在合同中均明确约定发行人的居间费支付方式，结算方式主要分为以下几种：①根据每月销售收入（开票/未开票收入）核算，服务费比例为当月销售额的一定比例；②根据每季度采购金额支付居间服务费给乙方，居间服务费比例为全年采购额的一定比例；③甲方获得某产品线授权并且完成向厂家第一批进货后一次性支付乙方一定费用为居间服务费。

报告期内，发行人与主要居间商结算规则基本一致，以报告期居间商厦门鹭思通科技有限公司（合同约定按采购额一定比例）、上海欧塔策划咨询中心（合同约定按销售额一定比例或一次性支付费用）计算过程进行测算，合同约定的居间费率与实际支付的居间费无差异。具体计算过程如下表所示：

主要居间商名称	居间费支付形式	合同具体约定	实际支付的居间费	合同约定与实际支付之间是否存在较大差异
---------	---------	--------	----------	---------------------

主要居间商名称	居间费支付形式	合同具体约定	实际支付的居间费	合同约定与实际支付之间是否存在较大差异
厦门鹭思通科技有限公司	采购额一定比例	外科产品： 2020 年约定乙方（厦门鹭思通）费率=55 万+采购额*2.00%； 2021 年约定乙方（厦门鹭思通）费率=采购额*2.00%	2020 年居间服务费占对应采购额比例 2.00%+55 万； 2021 年居间服务费占对应采购额比例 2.00%	基本无差异
上海欧塔策划咨询中心	销售额一定比例或一次性支付金额	2021 年合同约定： ①慢性治疗相关产品：乙方（上海欧塔）费率=销售额*4.00%； ②ICU 相关产品：乙方（上海欧塔）费率=销售额*4.26%； ③术中相关产品：一次性支付 61,000； ④居家治疗产品：一次性支付 60,000	①慢性治疗相关产品：居间服务费占对应分销收入比例 4.00%； ②ICU 相关产品：居间服务费占对应分销收入比例 4.26%； ③术中相关产品：支付 61,000； ④居家治疗产品：支付 60,000	基本无差异

综上所述，报告期内，发行人合同约定的居间费率与实际支付的居间费之间不存在较大差异，居间费核算准确、完整。

（三）补充说明与 SPD 平台服务商是否签订合作协议及具体条款，支付 SPD 平台服务商服务费的业务实质，医院客户其他医疗器械供应商是否向同一 SPD 平台服务商支付服务费，权利义务如何划分；SPD 管理费与同行业可比公司的详细对比情况，包括但不限于支付对象、服务费率、支付方式、会计处理等；发行人 SPD 管理费是否准确、完整。

1、发行人与 SPD 平台服务商签订合作协议及具体条款，支付 SPD 平台服务商服务费的业务实质，医院客户其他医疗器械供应商通常仅向同一 SPD 平台服务商支付服务费，权利义务如何划分

SPD 的业务实质为医院将耗材管理转移到第三方专业的管理平台进行运营，由第三方服务商提供院内医用耗材的物流管理的整体解决方案。SPD 管理服务商通过信息系统的标准化建设、条码识别等技术，使院内物流作业规范化、简洁化，强化医院医用耗材管理部门的全程监管，协调外部与内部需求，对医院内医用耗材的供应、加工、配送等物流进行集中管理。

发行人与各 SPD 服务商均签订了合作协议，合同中明确了服务内容、双方义务等。以报告期内发行人与前两大服务商为例，发行人与其合同条款如下所示：

年度	SPD 服务商	对应的医院	主要合同条款	服务商主要的权利及义务	供应商主要的权利及义务
2023 年 1-6 月	辽宁省健康产业集团有限公司医康科技信息中心	辽宁省健康产业集团抚矿总医院、辽宁省健康产业集团阜新矿总医院等	甲方（辽宁省健康产业）为乙方（发行人）提供有偿服务，负责对华润辽健成员医院的耗材计划订单审核、采购计划订单生成、采购计划订单传送、采购产品使用、采购产品对账、采购产品货款结算等。	主要权利：未约定权利； 主要义务：负责建立耗材集中采购平台，负责督促医院及时提交采购计划，形成订单，并将医院订单提交至乙方；负责与乙方对账、货款结算、货款支付等。	主要权利：未约定权利； 主要义务：严格执行《医疗器械经营质量管理规范》等国家相关法律法规之规定，确保医疗器械经营合法合规；根据医院方耗材需求，及时配送并提供相关临床支持和服务。
	北京耀燊科技信息技术有限公司	首都医科大学附属北京潞河医院、首都医科大学附属北京安贞医院	甲方（北京耀燊）系医院“医用耗材智慧物流服务”解决方案和服务的唯一提供商，为乙方（发行人）提供信息支持和日常维护：内容包括但不限于订单信息的实时通知以及乙方进院产品的库存信息、消耗信息、效期信息、结算信息、月度对账信息的实时同步等。	主要权利：乙方未在约定时间内向甲方支付服务费用的，甲方有权随时停止提供本协议所述服务内容； 主要义务：甲方为乙方提供医用耗材智慧物流服务平台接入服务、包括合同约定的线上和线下服务。	主要权利：未约定权利； 主要义务：乙方应当按医院要求将医用耗材及试剂在指定时间送至医院内的指定地；确保供应到货的医用耗材的包装、数量、规格及质量符合国家法律法规以及管理要求。
2022 年	辽宁省健康产业集团有限公司医康科技信息中心	辽宁省健康产业集团抚矿总医院、辽宁省健康产业集团阜新矿总医院等	甲方（辽宁省健康产业）为乙方（发行人）提供有偿服务，负责对华润辽健成员医院的耗材计划订单审核、采购计划订单生成、采购计划订单传送、采购产品使用、采购产品对账、采购产品货款结算等。	主要权利：未约定权利； 主要义务：负责建立耗材集中采购平台，负责督促医院及时提交采购计划，形成订单，并将医院订单提交至乙方；负责与乙方对账、货款结算、货款支付等。	主要权利：未约定权利； 主要义务：严格执行《医疗器械经营质量管理规范》等国家相关法律法规之规定，确保医疗器械经营合法合规；根据医院方耗材需求，及时配送并提供相关临床支持和服务。
	北京耀燊科技信息技术有限公司	首都医科大学附属北京潞河医院、首都医科大学附属北京安贞医院	甲方（北京耀燊）系医院“医用耗材智慧物流服务”解决方案和服务的唯一提供商，为乙方（发行人）提供信息支持和日常维护：内容包括但不限于订单信息的实时通知以及乙方进院产品的库存信息、消耗信息、效期信息、结算信息、月度对账信息的实时同步等。	主要权利：乙方未在约定时间内向甲方支付服务费用的，甲方有权随时停止提供本协议所述服务内容； 主要义务：甲方为乙方提供医用耗材智慧物流服务平台接入服务、包括合同约定的线上和线下服务。	主要权利：未约定权利； 主要义务：乙方应当按医院要求将医用耗材及试剂在指定时间送至医院内的指定地；确保供应到货的医用耗材的包装、数量、规格及质量符合国家法律法规以及管理要求。
2021 年	辽宁省健康产业集团有限公司医康科技信息中心	辽宁省健康产业集团抚矿总医院、辽宁省健康产业集团阜新矿总医院等	甲方（辽宁省健康产业）为乙方（发行人）提供有偿服务，负责对华润辽健成员医院的耗材计划订单审核、采购计划订单生成、采购计划订单传送、采购产品使用、采购产品对账、采购产品货款结算等。	主要权利：未约定权利； 主要义务：负责建立耗材集中采购平台，负责督促医院及时提交采购计划，形成订单，并将医院订单提交至乙方；负责与乙方对账、货款结算、货款支付等。	主要权利：未约定权利； 主要义务：严格执行《医疗器械经营质量管理规范》等国家相关法律法规之规定，确保医疗器械经营合法合规；根据医院方耗材需求，及时配送并提供相关临床支持和服务。

年度	SPD 服务商	对应的医院	主要合同条款	服务商主要的权利及义务	供应商主要的权利及义务
	康科技信息中心	集团阜新矿总医院等	健成员医院的耗材计划订单审核、采购计划订单生成、采购计划订单传送、采购产品使用、采购产品对账、采购产品货款结算等。	购平台，负责督促医院及时提交采购计划，形成订单，并将医院订单提交至乙方；负责与乙方对账、货款结算、货款支付等。	经营质量管理规范》等国家相关法律法规之规定，确保医疗器械经营合法合规；根据医院方耗材需求，及时配送并提供相关临床支持和服务。
	广西瑞迅供应链管理有限公司	广西医科大学第一附属医院、广西医科大学附属武鸣医院等	乙方（广西瑞迅）作为广西医科大学第一附属医院医疗耗材院内物流服务提供商，通过供应商管理平台把配送信息传递给甲方（发行人），甲方按照配送信息及时把医疗耗材送到指定地点，乙方完成甲方所送医疗耗材的院内管理、物流配送等工作。	主要权利：未约定权利； 主要义务：乙方将根据医院的需求通过供应商管理平台发送配送信息给甲方；提供库存管理、发票勾兑、消耗结算数据反馈等服务。	主要权利：未约定权利； 主要义务：甲方在收到供应商管理平台发出的配送信息后叁个工作日内把相应的医疗耗材运送到乙方指定地点，完成交货；根据产品要求的贮存方式进行贮存及运输。
2020 年	广西瑞迅供应链管理有限公司	广西医科大学第一附属医院、广西壮族自治区南溪山医院等	乙方（广西瑞迅）作为广西医科大学第一附属医院医疗耗材院内物流服务提供商，通过供应商管理平台把配送信息传递给甲方（发行人），甲方按照配送信息及时把医疗耗材送到指定地点，乙方完成甲方所送医疗耗材的院内管理、物流配送等工作。	主要权利：未约定权利； 主要义务：乙方将根据医院的需求通过供应商管理平台发送配送信息给甲方；提供库存管理、发票勾兑、消耗结算数据反馈等服务。	主要权利：未约定权利； 主要义务：甲方在收到供应商管理平台发出的配送信息后叁个工作日内把相应的医疗耗材运送到乙方指定地点，完成交货；根据产品要求的贮存方式进行贮存及运输。
	山西国科恒泰医疗科技有限公司	山西省运城市中心医院	甲方（北京国科恒泰）为乙方（发行人）有偿提供平台以及必要的后台管理系统所需要的用户名和密码，同时通过平台管理帮助乙方向“新里程集团”所属医院展示所供产品，主要功能模块包括订单管理、资质证照管理、结算管理、库存监控等。	主要权利：甲方作为平台的所有者和管理者，有权对乙方的经营活动进行规范、监督和管理； 主要义务：提供订单管理、资质证照管理、结算管理等工作；甲方保证新里程供应链管理平台的正常运行。	主要权利：未约定权利； 主要义务：乙方企业应当具有各类资质证明文件，包括但不限于《营业执照》及各类商品经营许可证；乙方在接到甲方平台的交易订单后，应及时确认订单的有效性，尽快发货并确保平台用户在最短时间内能收到货品。

注：同一个服务商可能为发行人供应医疗耗材的多个医院客户提供服务，此处针对同一个供应商选择 SPD 费用发生额较大的合同进行摘录

医院客户主要通过招投标等方式引入 SPD 管理服务商，一般情况下服务商为该医院所有的供应商提供院内集约化管理。以下为发行人报告期内各期最大服务商的公开信息或相关医院的公示信息：

年度	SPD 服务商	对应的医院	信息公示	备注
2023 年 1-6 月	北京耀森科技信息技术有限公司	首都医科大学附属北京安贞医院、首都医科大学附属北京潞河医院	首都医科大学附属北京安贞医院官网： https://www.anzhen.org/Html/News/Articles/4846.html	官网中标公告
2022 年	辽宁省健康产业集团有限公司医康科技信息中心	辽宁省健康产业集团抚矿总医院、辽宁省健康产业集团阜新矿总医院等	华润辽健官网： https://www.crhealthcare.com.hk/yifw/fkzy/	服务商辽宁省健康产业集团有限公司医康科技信息中心是辽宁省健康产业集团有限公司（简称华润辽健）的分公司，为华润辽健成员医院（10 家公立医院）提供供应链管理服务
2021 年	辽宁省健康产业集团有限公司医康科技信息中心	辽宁省健康产业集团抚矿总医院、辽宁省健康产业集团阜新矿总医院等	同 2022 年	同 2022 年
2020 年	广西瑞迅供应链管理有限公司	广西医科大学第一附属医院、广西壮族自治区南溪山医院等	中标公示： http://jczh.jczh100.com/JCZH/ShowInfo/ShowInfoZbxx.aspx?InfoID=efacc891-fcda-4472-87cd-300bba70eb66&CategoryNum=014003004	纵横电子交易平台

注：若同一个服务商为发行人供应医疗耗材的多个医院客户提供服务，此处仅选择其中一个医院客户的公示信息进行查询

此外，以发行人自身经营的 SPD 服务业务为例，发行人在昆山市第一人民医院的 SPD 项目中，发行人系该院内的唯一 SPD 平台服务商，为医院要求物资集约化管理科室的所有医药耗材供应商提供医用耗材集约化运营管理服务。

2、SPD 管理费与同行业可比公司的详细对比情况，包括但不限于支付对象、服务费率、支付方式、会计处理等

同行业可比公司国科恒泰已披露信息的支付对象、支付方式，会计处理与发行人基本一致，具体情况如下：

公司	服务内容	支付对象	支付方式	服务费率	会计核算明细科目
----	------	------	------	------	----------

公司	服务内容	支付对象	支付方式	服务费率	会计核算明细科目
国科恒泰	院端商务管理：协助甲方与医院签订购销协议；收集医院、市场相关的信息； 销售管理：手术跟台服务； 货物管理（类似发行人 SPD 管理服务）：与甲方完成货物清点与交接、入院货物交接、术后货物取回； 院端财务管理：协助甲方在医院的开票、发票传递确认、回款进展、对账等工作。	提供服务的服务商	甲方在每月/每季度对合作医院开票截止日后的5个工作日内将该时间段内对应的产品销售清单、医院开票金额以及核算出的服务费金额发送至乙方	因其销售服务费中同时包含商务管理及手术跟台等销售管理，未明确披露具体的货物管理的 SPD 管理费支出，无法核算服务费率	销售费用-销售服务费
发行人	采购订单传送、器械验收、库存管理、结算管理等	SPD 服务商	服务费计算方式一般为：服务费金额=耗材耗用金额或销售金额*约定费率，发行人依据缴费通知书对服务商结算，一般按月结算	2023 年 1-6 月：1.87% 2022 年：2.77% 2021 年：3.02% 2020 年：2.62%	销售费用-医院 SPD 管理费

注：国科恒泰数据来源：会计师事务所回复意见（2021 年半年报财务数据更新）

国科恒泰销售服务费用的“与甲方完成货物清点与交接、入院货物交接”等服务条款与发行人 SPD 管理服务内容基本一致，发行人账簿设置了专门的二级科目“院内服务费”用于核算此费用；国科恒泰销售服务费用中的“提供手术跟台服务，收集医院、市场相关的事实信息”等相关服务，发行人将此类费用界定为“销售服务费”，并在二级科目“销售服务费”下核算。国科恒泰未单独披露销售服务费中与发行人 SPD 服务费内容类似的服务费金额及费率。

3、发行人 SPD 管理费准确、完整

发行人与 SPD 服务商均签订服务协议，明确约定服务费的计价标准。发行人一般以月为周期与 SPD 服务商定期对账，并留存发票及经双方确认的对账单作为 SPD 管理费的记账依据，费用的发生真实、准确、完整；发行人账簿设置了专门的二级科目用于核算此费用，严格按照经济活动的业务实质、双方合同的约定条款归集各类费用，进一步保证了 SPD 管理费的准确、完整。

（四）补充说明 2021 年会议费大幅增长的原因及费用支出明细；报告期内业务宣传费较低的合理性，是否存在其他未披露的推广费用，发行人获取业务是否合法合规；报告期内业务招待费支出是否准确、完整，是否存在商业贿赂情形。

1、补充说明 2021 年会议费大幅增长的原因及费用支出明细

报告期内，发行人会议费主要核算因举办或参与医药行业会议产生的会议场地租金、住宿费、伙食费、交通费等。发行人发生该类费用，主要系发行人作为多个知名厂家的全国经销平台或一级经销平台，需要举办或参与以手术室科研培训、院端手术学习、治疗规范与技巧学习等目的的行业交流会议。发行人 2020 年和 2021 年的会议费明细如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度
柯惠缝线及补片	347.57	—
美敦力血管通路	32.04	—
梅里埃设备及试剂	40.63	14.06
赛昂血管栓塞剂等	23.76	—
射频消融电极	11.91	16.51
史赛克内窥镜等	—	46.74
其他	72.48	35.08
合计	528.39	112.39

发行人 2021 年会议费增长较快，主要系发行人新增柯惠缝线及补片、美敦力血管通路等产品线的医疗器械授权，上述产品线根据厂家政策要求，发行人积极会同厂家参与相关行业会议，导致发行人 2021 年会议费大幅增长。

2、报告期内业务宣传费较低的合理性，不存在其他未披露的推广费用，发行人获取业务合法合规

报告期内，发行人业务宣传费的明细如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
广告费、宣传品	21.84	43.23	70.42	28.31
展会支出、公关设计费	7.09	13.99	0.14	—
其他业务宣传费	—	5.72	0.63	2.89
合计	28.93	62.94	71.19	31.21

发行人的业务宣传费主要由广告费及宣传品组成，广告费及宣传品包括但不限于宣传彩页、宣传视频、提袋和台历等印有企业标志的宣传品。报告期各期的发生额相对较小，主要系发行人属于医疗器械供应平台商，并非医疗器械的生产厂商，同时未从事零售业务，因此无须投入过多资金进行产品营销。发行人于业务宣传实际开展时计提相关费用，不存在其他未披露的推广费用。

发行人视终端医院的具体要求通过履行招投标程序、阳光采购、厂家指定或院内遴选等其他方式入院，发行人获取业务合法合规。

3、报告期内业务招待费支出准确、完整，不存在商业贿赂情形。

报告期内，发行人的业务招待费发生额以及占主营业务收入的比例如下所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
管理费用-业务招待费	507.51	438.50	491.80	340.14
销售费用-业务招待费	533.90	878.16	499.96	426.18
主营业务收入	748,633.70	1,186,696.03	1,000,797.96	852,372.08
业务招待费占比主营业务收入	0.14%	0.11%	0.10%	0.09%

报告期内，发行人发生的业务招待费系业务拓展、经营管理等活动中用于接待应酬而支付的各种费用，主要包括业务洽谈、产品推销、对外联络、公关交往、会议接待、来宾接待等所发生的费用，发行人严格按照以上范围进行归集；发行人费用报销管理流程针对各类费用的报销标准、报销申请程序、报销资料、报销审核流程及报销时间进行规范管理，并通过恰当审批，保证了费用归集的及时性、真实性、准确性和完整性。

发行人针对业务招待费制定了《上海建发致新医疗供应链管理集团股份有限公司招待费管理办法》（建发致新[2021]4号）等内控制度，明确规定：在控制标准内，根据实际分级分档接待，不得超标准招待或娱乐消费，不得组织旅游，不得组织与公务或商务活动无关的参观，通过以上费用控制的方式防范商业贿赂。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见

（一）核查过程

1、对报告期内主要销售服务商、居间服务商进行访谈，了解业务开展背景以及服务商提供的主要服务内容，核实报告期内的交易额等；

2、对报告期内的主要销售服务商、居间服务商、SPD 平台服务商执行函证程序，核实报告期内交易的真实性以及交易金额的准确性；

3、获取发行人与主要销售服务商、居间服务商、SPD 服务商签署的合同，查阅主要合同条款，包括约定的服务内容、双方权利义务、支付标准和支付方式等内容，抽样重新测算并与账面数据金额核对；

4、结合原实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要销售负责人等人员的流水核查，关注是否与服务商存在资金往来；

5、通过公开渠道查询服务商或医院公示的信息以及同行业可比公司的公开信息，了解医院 SPD 管理费是否行业惯例；

6、获取报告期内发行人销售服务费、居间服务费、SPD 管理服务费、会议费、业务宣传费和业务招待费的明细账，抽样检查其合同、发票、结算单及支付凭证等支撑性文件，核实费用的真实性、准确性和完整性；

7、访谈发行人的管理层，了解会议费发生的业务背景以及 2021 年会议费大幅增长原因；

8、对发行人报告期内的会议费及业务招待费执行分析程序，对有重大波动和异常情况的项目进一步核查原始凭证单据，确认费用的真实性、准确性和完整性；

9、了解发行人关于业务招待费的内控制度的建立与执行情况，并查阅相关制度文件；

10、通过国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、信用中国网站等公开网站，查询发行人是否存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规行为。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人与服务商的业务合作主要产生于直销业务，系部分产品线在福建和上海地区采用两票制模式进行运营，原有的经销商在传统销售模式中的职能发生转变，不直接对医院进行供货而转化为生产厂商推介的服务商。该模式下，发行人向该等服务商采购服务并支付服务费。报告期各期，发行人与服务商签订的合同约定的服务费率与实际支付的销售服务费之间不存在较大差异，销售服务费准确、完整；

2、报告期内，发行人居间服务商与销售服务商不存在重叠。发行人居间费主要来源于分销业务，居间服务商协助开发上游厂商，为发行人取得产品代理授权及销售，发行人合同约定的居间费率与实际支付的居间费之间不存在较大差异，居间费核算准确、完整；

3、发行人与 SPD 服务商均签订了合作协议，并约定了双方在业务开展中的义务，合同条款明确约定服务内容、服务范围、计价标准等。医院客户主要通过招投标等方式引入 SPD 平台服务商，一般情况下服务商为该医院所有的器械供应商提供院内物资集约化管理；与同行业相比，发行人的支付对象、支付方式、会计处理等与其基本一致，SPD 服务费在财务报告中的披露口径不同导致发行人服务费率低于可比公司；报告期内，发行人 SPD 管理费准确、完整；

4、2021 年发行人会议费大幅增长主要系新增柯惠缝线及补片、美敦力血管通路等重要产品线的销售授权，为响应厂家的政策，积极会同厂家参与相关行业会议；发行人业务宣传费主要由广告费及宣传品组成，其所在的细分行业决定其业务宣传费较低，但不存在其他未披露的推广费用，发行人获取业务合法合规；发行人严格遵循内部控制制度执行业务招待费管理，确保业务招待费支出归集准确、完整；报告期内，发行人不存在不正当竞争、商业贿赂等违法违规情形的记录。

问题 8 关于应收账款

审核问询回复显示：

（1）报告期各期末，直销业务应收账款余额分别为 396,905.08 万元、507,952.17 万元、479,194.32 万元和 511,091.81 万元。其中三级医院客户为主要客户群体，各期末余额占比均超过 85.00%。

（2）报告期各期末，分销业务应收账款分别为 17,868.20 万元、19,166.60 万元、14,655.34 万元和 14,447.00 万元。发行人分销业务的客户主要为经销商，多采用先款后货的销售结算政策，存在信用账期的情形较少。

（3）发行人应收账款 1 年以内至 3 年以上各账龄段计提比例分别为 0.50%、5.00%、50.00%、100.00%。其中 1 年以内、1-2 年预期信用损失率低于同行业可比公司。

请发行人：

（1）补充说明报告期内直销业务三级医院收入变动情况，三级医院客户期末应收账款变动与收入变动是否一致；给予直销业务客户的账期时间，不同客户间是否存在较大差异及合理性。

（2）补充说明存在信用账期的经销商情况，未采用先款后货的原因及合理性，该类应收账款的期后回款情况，是否存在异常情形；2019 年末分销业务收入低于 2020 年而期末应收账款与 2020 年基本持平的原因及合理性。

（3）量化分析 1 年以内、1-2 年预期信用损失率低于同行业可比公司的原因及合理性，发行人报告期内坏账准备计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、发行人回复

（一）补充说明报告期内直销业务三级医院收入变动情况，三级医院客户期末应收账款变动与收入变动是否一致；给予直销业务客户的账期时间，不同客户间是否存在较大差异及合理性。

1、补充说明报告期内直销业务三级医院收入变动情况，三级医院客户期末应收账款变动与收入变动的差异具有合理性

报告期内，发行人直销业务三级医院应收账款余额与营业收入变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2023.6.30 /2023年1-6月		2022.12.31 /2022年度	
	金额	变动比例	金额	变动比例
直销业务三级医院应收账款余额	537,826.77	22.16%	440,260.49	4.92%
直销业务三级医院营业收入	402,995.69	22.63%	657,272.26	3.40%

(续上表)

项目	2021.12.31 /2021年度		2020.12.31 /2020年度	
	金额	变动比例	金额	变动比例
直销业务三级医院应收账款余额	419,607.62	-8.57%	458,951.60	-
直销业务三级医院营业收入	635,665.62	6.03%	599,514.24	-

注：2023年1-6月直销业务三级医院营业收入变动比例已年化处理

如上表所示，报告期内，发行人直销业务三级医院营业收入保持增长，而各期末直销业务三级医院应收账款余额与其营业收入变动趋势有所差异。报告期内，发行人医院客户的回款情况主要受宏观经济波动影响。具体情况如下：

2021年末，发行人三级医院应收款项余额较2020年末下降8.57%，而当期三级医院营业收入较上期增长6.03%，主要系2021年期间国内宏观经济波动有所好转，部分于2020年受宏观经济波动影响滞后收回的三级医院应收账款于2021年期间陆续收回所致；

2022年末，发行人三级医院应收款项余额较2021年末增长4.92%，当期三级医院营业收入较上期增长3.40%，直销业务三级医院应收账款余额与其营业收入变动趋势相近。

2023年6月末，发行人三级医院应收款项余额较2022年末增长22.16%，当期三级医院营业收入较上期增长22.63%，直销业务三级医院应收账款余额与其营业收入变动趋势相近。

2、给予直销业务客户的账期时间，不同客户间是否存在较大差异及合理性

发行人直销模式下的客户以医院为主，其中三级医院及公立医院为主要客户群体，该类客户资金较为充沛、资信较强。通常情况下，发行人给予医院客户的账期主要在 12 个月之内。

报告期内，发行人直销业务前五大客户的销售金额及实际账期如下所示：

单位：万元

年度		客户名称	销售内容	销售金额	实际账期
2023 年 1-6 月	1	首都医科大学附属北京安贞医院	医疗器械	24,072.11	360 天
	2	首都医科大学附属北京天坛医院	医疗器械	12,542.70	120 天
	3	吉林大学第一医院	医疗器械	9,386.17	330 天
	4	四川大学华西医院	医疗器械	8,773.97	120 天
	5	哈尔滨医科大学附属第二医院	医疗器械	7,171.25	180 天
	合计			61,946.20	
2022 年度	1	首都医科大学附属北京安贞医院	医疗器械	35,580.51	360 天
	2	首都医科大学附属北京天坛医院	医疗器械	17,199.79	120 天
	3	西安交通大学医学院第一附属医院	医疗器械	15,543.18	210 天
	4	吉林大学第一医院	医疗器械	14,625.04	390 天
	5	四川大学华西医院	医疗器械	13,662.69	120 天
	合计			96,611.21	
2021 年度	1	首都医科大学附属北京安贞医院	医疗器械	22,477.71	360 天
	2	首都医科大学附属北京天坛医院	医疗器械	20,341.41	150 天
	3	吉林大学第一医院	医疗器械	15,026.07	300 天
	4	西安交通大学医学院第一附属医院	医疗器械	13,444.58	210 天
	5	四川大学华西医院	医疗器械	11,921.65	120 天
	合计			83,211.43	
2020 年度	1	郑州大学第一附属医院	医疗器械	16,151.38	150 天
	2	首都医科大学附属北京天坛医院	医疗器械	14,049.96	120 天
	3	吉林大学第一医院	医疗器械	11,506.67	300 天
	4	西安交通大学医学院第一附属医院	医疗器械	11,479.82	210 天
	5	哈尔滨医科大学附属第二医院	医疗器械	10,717.39	180 天
	合计			63,905.23	

如上表所示，发行人主要客户的回款账期主要处在 12 个月之内。发行人给予直销业务客户的信用账期主要受以下因素影响：

①地域经济发展水平：若客户所在区域的经济发达，医疗财政资金较充足或自身业务资金回款较快，客户向发行人支付货款的账期相对较短；

②客户经营规模：若客户经营规模较大、资金充沛，客户向发行人支付货款的账期相对较短；

③客户性质：若客户属于公立医院，其货款支付来源通常有当地医疗财政支持，客户向发行人支付货款的账期相对较短；

④产品特性：若产品系非集采手术耗材，通常终端结算流程较长，客户向发行人支付货款的账期相对较长；若产品系带量采购，通常结算资金来源于医保，资金较为稳定，客户向发行人支付货款的账期相对较短。

由于发行人提供给直销客户的信用账期受上述因素综合影响，导致不同客户之间的信用账期不完全一致。

（二）补充说明存在信用账期的经销商情况，未采用先款后货的原因及合理性，该类应收账款的期后回款情况，是否存在异常情形；2019 年末分销业务收入低于 2020 年而期末应收账款与 2020 年基本持平的原因及合理性。

1、补充说明存在信用账期的经销商情况，未采用先款后货的原因及合理性

报告期内，发行人分销业务应收账款前五大客户基本情况如下表所示：

期间	排名	客户名称	成立时间	注册资本	经营范围	股权结构	主要合作产品线
2023. 6. 30	1	太原维康鸿业科技有限公司	2013-03-25	10,000 万元	计算机软硬件开发及技术咨询；办公自动化设备、计算机及耗材、科教仪器、仪器仪表、消杀用品、化学试剂（不含危险品）、生物制品（仅限体外诊断试剂）、一二三类医疗器械的销售等	山西瑞康滨海医疗器械有限公司、上海影蕴实业合伙企业(有限合伙)、谷麦荣分别持股 51%、29%、20%	贝克曼 IVD 试剂
	2	上海穗丰医疗设备有限公司	2003-03-06	2,000 万元	电子产品、健身器材、五金交电、装潢材料、通讯器材、办公用品、电脑及配件销售；家庭装潢；医疗器械销售；药品零售；一次性消毒用品的销售等	上海穗莘企业管理中心（有限合伙）、上海穗发企业管理中心（有限合伙）、吴晓中、余胜英分别持股 51.00%、30.00%、14.10%、4.90%	思塔高 IVD 试剂、奥森多临床 IVD 试剂
	3	北京郡必威医疗科技有限公司	2018-01-23	310 万元	第一类医疗器械销售；经济贸易咨询；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营；技术推广、技术服务、技术咨询、技术转让、技术开发等	王荣荣、王晨初分别持股 96.77%、3.23%	贝克曼 IVD 试剂
	4	重庆莱帮医疗器械有限公司	2003-02-25	1,000 万元	医疗器械 III 类、道路货物运输（不含危险货物）、生鲜乳道路运输、城市配送运输服务（不含危险货物）、药品批发等	重庆硕果医疗器械有限公司、刘克成分别持股 51.00%、49.00%	思塔高 IVD 试剂、星童医疗 IVD 试剂
	5	瑞康慧仁（重庆）医疗器械有限公司	2017-12-29	200 万元	医疗器械、药品；道路货物运输；货物及技术进出口（国家禁止或限制进出口的除外）等	瑞康慧仁（重庆）商务信息咨询合伙企业（有限合伙）持股 100.00%	西门子 IVD 设备、验必科 IVD 设备
2022.12.31	1	北京郡必威医疗科技有限公司	2018-01-23	310 万元	第一类医疗器械销售；经济贸易咨询；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营；技术推广、技术服务、技术咨询、技术转让、技术开发等	王荣荣、王晨初分别持股 96.77%、3.23%	贝克曼 IVD 试剂

期间	排名	客户名称	成立时间	注册资本	经营范围	股权结构	主要合作产品线
	2	江西京西康医疗科技有限公司	2019-09-19	500 万元	第三类医疗器械经营，第三类医疗器械租赁，消毒器械销售，酒类经营，食品生产，食品互联网销售等	彭易林、彭平为分别持股 60%、40%	罗氏诊断、西门子影像设备等
	3	国药集团上海医疗器械有限公司	1997-11-25	33,000 万元	食品销售；道路货物运输（不含危险货物）；第三类医疗器械经营；II、III类射线装置销售等	中国医疗器械有限公司持股 100.00%	贝朗药物球囊冠脉介入类产品、ev3 神经弹簧圈、BD 穿刺耗材等
	4	国药控股陕西医疗耗材有限公司	2018-08-23	2,000 万元	一类医疗器械租赁；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械租赁；第二类医疗器械销售；等	国药控股陕西有限公司、霍尔果斯得天盛世股权投资管理合伙企业（有限合伙）分别持股 60%、40%	微创冠脉支架
	5	厦门航空开发股份有限公司	2002-10-17	30,854.408 万元	第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理；食品销售等	况小平、郭良景、叶志明等 26 人合计持股 100%	射频消融电极及配件
2021.12.31	1	西安睿阳铖泽科技发展有限公司	2018-11-26	1,000 万元	医疗器械的销售；计算机软件技术的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务等	谭富荣、李宁分别持股 60.00%、40.00%	微创冠脉支架、申淇药物球囊
	2	厦门航空开发股份有限公司	2002-10-17	30,854.408 万元	第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售；货物进出口；技术进出口；进出口代理；食品销售等	况小平、郭良景、叶志明等 27 人合计持股 100%	实验室设备、Joimax 射频消融电极
	3	成都天府新区禾泽康健医疗科技有限公司	2018-08-20	500 万元	医疗技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；营养健康咨询（不含诊疗）；保健服务；护理机构服务；医疗器械租赁与销售等	成都天投健康产业投资有限公司持股 100.00%	强生超声高频外科集成手术设备 Schaerer 骨科手术床

期间	排名	客户名称	成立时间	注册资本	经营范围	股权结构	主要合作产品线
	4	华润东大（福建）医药有限公司	2000-06-27	10,000 万元	药品批发；食品销售；第三类医疗器械经营；药品类易制毒化学品销售；食品互联网销售；II、III类射线装置销售等	华润医药商业集团有限公司、福建智善堂药业投资有限公司分别持股 70.000%、30.00%	西门子影像设备
	5	上海拜和医疗器械有限公司	2013-04-23	200 万元	第三类医疗器械经营；医疗器械互联网信息服务；II、III类射线装置销售；消毒器械销售；药物临床试验服务等	泰康拜博医疗集团有限公司持股 100.00%	卡瓦齿科
2020.12.31	1	沈阳东软熙康医疗系统有限公司	2011-11-24	15,000 万	第一类医疗器械销售，第二类医疗器械销售，医护人员防护用品零售等	东软熙康健康科技有限公司持股 100.00%	微创冠脉支架
	2	江西德润众邦医疗器械有限公司	2018-08-21	200 万元	医疗器械销售（一类、二类、三类销售）。	赵静花、严学清分别持股 70.00%、30.00%	微创冠脉支架、申淇药物球囊
	3	华润东大（福建）医药有限公司	2000-06-27	10,000 万元	药品批发；食品销售；第三类医疗器械经营；药品类易制毒化学品销售；食品互联网销售；II、III类射线装置销售等	华润医药商业集团有限公司、福建智善堂药业投资有限公司分别持股 70.000%、30.00%	西门子影像设备
	4	徐州傲欢贸易商行	2020-06-22	200 万元	第三类医疗器械经营；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售等	董文莹持股 100.00%	微创冠脉支架
	5	宝石花医疗器械有限公司	2017-12-28	26,667 万元	第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；医护人员防护用品批发；医护人员防护用品零售；医用口罩批发；医用口罩零售等	宝石花医疗管理有限公司、成都宝石花仁心共享医疗科技发展有限公司分别持股 71.25%、28.75%	微创冠脉支架

报告期内，发行人分销业务的客户主要为经销商，通常采用先款后货的销售结算政策。发行人向少部分的经销商客户提供信用账期，主要基于以下两个因素：（1）传递厂家政策：部分厂家出于新产品市场开拓或维持原分销平台商过往账期习惯等因素考虑，与发行人约定为发行人的经销商客户提供一定信用账期，如微创集团冠脉支架、冠脉球囊等；（2）长期合作且其资信良好：基于资信状况良好的长期合作客户，发行人会给予一定的信用账期支持。

报告期内，发行人分销业务应收账款余额与同行业可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司	2023.6.30 /2023年1-6月	2022.12.31 /2022年度	2021.12.31 /2021年度	2020.12.31 /2020年度
国科恒泰	—	—	8,935.22	11,105.60
发行人	37,776.18	22,158.91	14,655.34	13,199.14

数据来源：国科恒泰的定期报告；发行人应收医院托管平台商的款项，视同直销业务应收账款，自分销业务应收账款余额中剔除

如上表所示，发行人的同行业可比公司国科恒泰经营分销业务，也为其经销商客户提供一定的信用账期。因此，发行人为部分经销商客户提供信用账期，具备合理性。

2、部分分销业务未采用先款后货，该类应收账款的期后回款情况良好，不存在异常情形

单位：万元

项目	2023.6.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
各期末分销业务应收账款余额	37,776.18	22,158.91	14,655.34	13,199.14
期后回款金额	11,750.03	13,216.93	13,645.78	13,193.87
回款比例	31.10%	59.65%	93.11%	99.96%

注：期后回款金额统计截止2023年8月31日

如上表所示，各报告期末，发行人分销业务应收账款余额分别为13,199.14万元、14,655.34万元、22,158.91万元和**37,776.18万元**。截止**2023年8月31日**，该部分款项回款率分别为**99.96%、93.11%、59.65%和31.10%**，回款情况良好，不存在异常情形。

3、2019 年末分销业务收入低于 2020 年而期末应收账款与 2020 年基本持平的原因及合理性

报告期内，发行人分销业务收应收账款余额及营业收入如下所示：

单位：万元

项目	2023. 6. 30 /2023 年 1-6 月	2022.12.31 /2022 年度	2021.12.31 /2021 年度	2020.12.31 /2020 年度	2019.12.31 /2019 年度
分销业务应收账款余额	37,776.18	22,158.91	14,655.34	13,199.14	11,957.64
分销业务营业收入	264,050.00	403,646.46	247,243.39	152,580.69	46,101.83
应收账款余额占比营业收入	7.15% ^注	5.49%	5.93%	8.65%	25.94%

注：营业收入换算为全年口径

如上表所示，2019 年末分销业务收入低于 2020 年而期末应收账款与 2020 年基本持平。

一方面，发行人于 2021 年 4 月同一控制德尔医疗。由于发行人与德尔医疗最早于 2019 年 12 月 31 日受同一控制方控制，根据企业会计准则，发行人 2019 年和 2020 年末将德尔医疗期末应收账款合并计算，2019 年度未将德尔医疗营业收入合并计算所致。假设不考虑同一控制德尔医疗，那么 2019 年、2020 年应收账款余额占比营业收入的比例分别为 19.41%、13.36%。

另一方面，如上表所示，发行人分销业务销售规模增长态势良好，而应收账款余额增长平稳，主要系分销模式下的微创冠脉支架、微创冠脉球囊、微创电生理及微创骨科，在该等微创系列产品中发行人会给予下游经销商客户一定的信用账期，且报告期内总的信用额度较为稳定。报告期内，发行人新增的其他分销业务产品线所给予下游经销商客户的信用额度占比其销售规模较小。

（三）量化分析 1 年以内、1-2 年预期信用损失率低于同行业可比公司的原因及合理性，发行人报告期内坏账准备计提是否充分。

报告期内，发行人与同行业可比公司预期信用损失率计提比例的比较情况如下：

公司名称	2023.6.30 预期信用损失率						
	0-6个月	7-12个月	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
国药控股		1.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
嘉事堂		0.41%	9.82%	50.00%			100.00%
九州通		0.41%	6.54%	36.62%			99.08%
国科恒泰（经销商）	1.08%	3.43%	11.24%	38.14%			100.00%
国科恒泰（三级医院）	0.36%	0.51%	5.87%	13.43%			100.00%
国科恒泰（其他医院）	0.53%	1.81%	8.02%	19.04%			100.00%
发行人		0.50%	5.00%	50.00%			100.00%
公司名称	2022.12.31 预期信用损失率						
	0-6个月		7-12个月	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年
国药控股		1.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
嘉事堂		0.41%	9.82%	50.00%			100.00%
九州通		0.35%	4.79%	36.40%			97.28%
国科恒泰（经销商）	1.08%	3.43%	11.24%	38.14%			100.00%
国科恒泰（三级医院）	0.36%	0.51%	5.87%	13.43%			100.00%
国科恒泰（其他医院）	0.53%	1.81%	8.02%	19.04%			100.00%
发行人		0.50%	5.00%	50.00%			100.00%
公司名称	2021.12.31 预期信用损失率						
	0-6个月	7-12个月	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
国药控股		1.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
嘉事堂		0.39%	9.82%	48.97%			100.00%
九州通		0.33%	4.31%	35.40%			93.48%
国科恒泰（经销商）	1.00%	3.18%	10.98%	36.65%			100.00%
国科恒泰（三级医院）	0.35%	0.49%	5.78%	12.90%			100.00%
国科恒泰（其他医院）	0.50%	1.70%	7.86%	17.86%			100.00%
发行人		0.50%	5.00%	50.00%			100.00%
公司名称	2020.12.31 预期信用损失率						
	0-6个月	7-12个月	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
国药控股		1.00%	10.00%	30.00%	50.00%	80.00%	100.00%
嘉事堂		0.40%	9.57%	50.00%			100.00%
九州通		0.33%	4.53%	36.86%			90.75%
国科恒泰（经销商）	1.00%	3.18%	9.98%	33.05%			100.00%
国科恒泰（三级医院）	0.35%	0.49%	5.77%	12.83%			100.00%
国科恒泰（其他医院）	0.50%	1.70%	7.45%	16.76%			100.00%
发行人		0.50%	5.00%	50.00%			100.00%

注：数据取自上述公司定期审计报告和招股说明书

如上表所示，报告期内发行人 1 年以内、1-2 年应收账款预期信用损失

率处于同业行业可比公司的中间水平，未明显低于同行业公司。发行人 1 年以内、1-2 年应收账款预期信用损失率接近国科恒泰对于三级医院客户的预期信用损失率及九州通对于所有客户的预期信用损失率。

1、报告期内，发行人与同行业可比公司的应收账款对比情况如下：

（1）按账龄结构对比如下：

账龄结构	2023. 6. 30			2022.12.31		
	国科恒泰	九州通	发行人	国科恒泰	九州通	发行人
1 年以内	77.97%	90.75%	91.61%	80.98%	89.64%	91.14%
1 至 2 年	15.93%	6.82%	6.58%	14.09%	7.69%	6.85%
2 至 3 年	4.39%	1.33%	1.39%	3.61%	1.50%	1.57%
3 年以上	1.71%	1.10%	0.42%	1.32%	1.17%	0.44%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

（续上表）

账龄结构	2021.12.31			2020.12.31		
	国科恒泰	九州通	发行人	国科恒泰	九州通	发行人
1 年以内	87.13%	91.22%	91.19%	92.21%	90.62%	90.75%
1 至 2 年	11.11%	6.47%	7.42%	7.27%	7.59%	8.72%
2 至 3 年	1.39%	1.37%	1.27%	0.49%	1.01%	0.42%
3 年以上	0.38%	0.94%	0.11%	0.03%	0.77%	0.12%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：上述数据取自国科恒泰、九州通定期报告计算得到

（2）按客户类型列示的应收账款余额构成对比如下：

单位：万元

公司	客户类型	2023. 6. 30		2022.12.31	
		余额	占比	余额	占比
国科恒泰	应收三级医院客户	191,885.59	84.16%	179,560.16	82.78%
	应收其他医院客户	28,959.46	12.70%	27,827.01	12.83%
	应收经销商客户	7,149.33	3.14%	9,513.35	4.39%
	合计	227,994.38	100.00%	216,900.52	100.00%
发行人	应收三级医院客户	537,826.77	81.36%	440,260.49	81.89%
	应收其他医院客户	84,478.10	12.78%	74,568.44	13.87%
	应收经销商及其他服务业客户	38,717.32	5.86%	22,807.50	4.24%
	合计	661,022.19	100.00%	537,636.43	100.00%

(续上表)

公司	客户类型	2021.12.31		2020.12.31	
		余额	占比	余额	占比
国科恒泰	应收三级医院客户	178,398.90	78.21%	197,633.67	81.36%
	应收其他医院客户	40,750.85	17.87%	34,170.34	14.07%
	应收经销商客户	8,935.22	3.92%	11,105.59	4.57%
	合计	228,084.97	100.00%	242,909.60	100.00%
发行人	应收三级医院客户	419,607.62	84.89%	458,951.60	88.00%
	应收其他医院客户	59,586.70	12.05%	49,000.57	9.40%
	应收经销商及其他服务业客户	15,109.49	3.06%	13,537.77	2.60%
	合计	494,303.81	100.00%	521,489.94	100.00%

注 1：上述数据取自国科恒泰审计报告

注 2：九州通未披露按客户类型列示的应收账款余额，无法直接对比

①如上表所示，2020 年末，发行人 1 年以内应收账款占比略低于国科恒泰；**2021 年起**，发行人 1 年以内应收账款占比高于国科恒泰。报告期各期末，发行人应收账款余额主要来源于三级医院客户，**且占比与国科恒泰相近**。三级医院客户，自身规模较大，且多为公立医院，信用风险低，资金较为充沛，回款具有较高保证，实际坏账损失少。因此，发行人 1 年以内、1-2 年应收账款预期信用损失率接近国科恒泰对于三级医院客户的预期信用损失率，低于国科恒泰对于其他医院客户与经销商客户的预期信用损失率具备合理性。

②如上表所示，**报告期内，发行人 1 年以内、1-2 年应收账款占比与九州通相近**，故发行人 1 年以内、1-2 年应收账款预期信用损失率**接近**九州通，具备合理性。

总体而言，发行人应收账款账龄结构良好，回款情况良好，处于同行业可比公司中间水平。因此，发行人 1 年以内、1-2 年应收账款预期信用损失率符合行业状况，报告期内坏账准备计提充分。

2、按照同行业可比公司 1 年以内、1-2 年应收账款预期信用损失率对发行人报告期各期末应收账款坏账准备的影响

单位：万元

项目	对报告期各期末的影响			
	2023. 6. 30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
采用国科恒泰的预期信用损失率	746.32	646.09	481.33	278.44

项目	对报告期各期末的影响			
	2023. 6. 30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
采用九州通的预期信用损失率	122. 17	-566.24	-1,019.50	-1,018.13

注 1：上表中正数表示补充计提，负数表示冲销

如上表所示，假设发行人 1 年以内、1-2 年应收账款采用国科恒泰的预期信用损失率，报告期各期末应当分别调整应收账款坏账准备 278.44 万元、481.33 万元、646.09 万元和 **746.32 万元**；假设发行人 1 年以内、1-2 年应收账款采用九州通的预期信用损失率，报告期各期末应当分别调整应收账款坏账准备-1,018.13 万元、-1,019.50 万元、-566.24 万元和 **122.17 万元**。可见，发行人 1 年以内应收账款预期信用损失率居于同行业可比公司的中间水平，**1-2 年应收账款预期信用损失率接近同行业可比公司水平**。

3、报告期内，发行人实际发生的坏账损失金额相对较小，且发行人计提的坏账准备足以覆盖实际发生的坏账损失。具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2023. 6. 30 /2023 年 1-6 月	2022.12.31 /2022 年度	2021.12.31 /2021 年度	2020.12.31 /2020 年度
坏账损失实际发生金额	42. 12	100.40	118.65	1.38
坏账准备余额	12, 439. 88	10,876.66	7,790.61	6,356.55
覆盖倍数	295. 34	108.33	65.66	4,618.19

注 1：坏账损失实际发生金额由因客户信用风险较大单项计提坏账准备金额以及当期应收账款核销金额

注 2：覆盖倍数=坏账准备余额/坏账损失实际发生金额

综上所述，报告期内，发行人业务形态以直销业务为主，主营产品为医疗器械，客户群体主要为公立医院以及三级医院，该等医院自身规模较大，且付款资金主要来源于医保支付或财政拨款，回款信用程度较高，历史上发生的坏账损失的比例极低。报告期各期末，发行人 1 年以内以及 1-2 年的应收账款预期信用损失率居于同行业可比公司中间水平。因此，发行人在报告期内计提的坏账准备充分。

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、了解与销售收款相关的内控制度，进行穿行测试和控制测试，评价相关内部控制设计是否合理，执行是否有效；

2、获取报告期内三级医院客户的销售明细表及期末应收账款明细表，比较分析变动原因；

3、获取报告期内直销业务客户的信用账期明细表，比较分析账期区间以及差异原因；

4、获取报告期内分销业务应收账款明细表及期后回款情况，了解存在信用账期的原因并分析合理性；

5、获取报告期内分销业务客户的销售明细表及期末应收账款明细表，比较分析变动原因；

6、访谈发行人的财务负责人，了解发行人管理层对于应收款项坏账准备政策以及预期信用损失率的计算方法，判断是否符合《企业会计准则》相关规定；查询同行业可比公司的处理原则，判断发行人的处理原则是否与同行业公司存在较大差异；

7、获取发行人各期末应收账款账龄明细表及坏账计算表，结合新金融工具准则，了解发行人管理层对于预期信用损失率的计算方法及相关制定政策，判断是否合理，并对预期信用损失率执行重新计算；

8、查阅同行业公司的审计报告、招股说明书及反馈意见等资料，获取其预期信用损失率以及应收账款账龄明细等。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人报告期内直销业务三级医院收入变动与三级医院客户的期末应收账款的变动不完全一致，主要受宏观经济波动影响，符合实际情况；报告期内，发行人给予直销业务客户的信用账期主要在 12 个月之内；

2、报告期内，发行人向少部分的经销商客户提供信用账期，主要基于两个因素：①传递厂家政策；②长期合作且其资信良好，不存在异常情形。2019 年末分销业务收入低于 2020 年而期末应收账款与 2020 年基本持平主要系（1）德尔医疗 2019 年资产负债表纳入发行人合并报表，2019 年期间的利润表未纳入所致；（2）发行人在分销模式下微创集团的冠脉支架、冠脉球囊、电生理及骨科等产品线中给予经销商一定的信用账期，在报告期内的信用额度较为稳定；

3、报告期内，发行 1 年以内以及 1-2 年的应收账款账龄结构、期后回款情况、预期信用损失率均处于同行业公司之间。报告期内，发行人的业务形态以直销业务为主，客户群体主要为公立医院以及三级医院，该等医院付款资金主要来源于医保支付或财政拨款，回款信用程度较高。因此，发行人 1 年以内以及 1-2 年的应收账款预期信用损失率符合自身经营情况，符合行业情况，报告期内计提的坏账准备充分。

问题 9 关于存货

申报材料及审核问询回复显示：

（1）对于已过效期且超过与厂家合同约定的退换货额度的存货，发行人根据存货跌价计提会计政策全额计提存货跌价准备；对于未过效期的存货，发行人于资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

（2）报告期各期末，有效期在 1 年以上的存货余额占比分别为 92.22%、88.35%、92.81%、91.63%；期末过效期存货余额占比分别为 0.52%、1.64%、0.51%、0.36%，大部分过效期存货均在与厂家合同约定的退换货额度范围内或已协商补偿措施。

（3）发行人已于 2022 年 4 月末将全部涉及本次国家集中带量采购的人工关节库存产品退回至春立正达，并按照本次国家人工关节集中带量采购中标价格向春立正达继续采购相关产品。发行人人工关节类产品库存未因本次国家集中带量采购产生重大的跌价风险，发行人与供应商未约定价格补偿机制。

请发行人：

（1）补充说明报告期内按产品类别计提的存货跌价准备金额，与厂家合同约定的退换货条款内容，是否符合行业惯例，发行人报告期内存货跌价准备计提是否充分。

（2）补充说明截至报告期末按主要供应商列示的公司库存产品类别、数量、单价、金额等情况，涉及集中带量采购产品的期末库存余额，存货跌价准备计提是否充分，发行人如何避免集中带量采购政策可能带来的存货跌价风险。

（3）补充说明与涉及集中带量采购供应商签订协议的主要内容，协议双方对集中带量采购产品存货及未来集中带量采购产品购买价格的相关约定，发行人是否存在被同行业可比公司替代的风险，集中带量采购政策对发行人与供应商关系的具体影响。

（4）补充说明对不同销售模式下存货存放地点及报告期各期末不同存货存放地点的存货余额；对各类存货盘点的具体情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并说明参与监盘的具体情况。

一、发行人回复

（一）补充说明报告期内按产品类别计提的存货跌价准备金额，与厂家合同约定的退换货条款内容，是否符合行业惯例，发行人报告期内存货跌价准备计提是否充分。

1、补充说明报告期内按产品类别计提的存货跌价准备金额

报告期各期末，发行人按产品类别计提的存货跌价准备列示如下：

单位：万元

产品类别	2023. 6. 30		2022.12.31	
	跌价金额	跌价比例	跌价金额	跌价比例
血管介入器械	512.70	0.84%	636.06	1.05%
外科器械	1,625.56	2.33%	827.43	1.25%
医疗设备	266.14	0.88%	442.00	1.66%
检验试剂(IVD)	656.90	2.56%	336.93	1.99%
其他医疗器械	226.32	1.23%	572.70	3.47%
合计	3,287.62	1.60%	2,815.13	1.51%

（续上表）

产品类别	2021.12.31		2020.12.31	
	跌价金额	跌价比例	跌价金额	跌价比例
血管介入器械	436.69	1.10%	226.04	1.45%
外科器械	546.20	1.16%	162.65	1.43%
医疗设备	474.70	2.08%	115.61	0.81%
检验试剂(IVD)	203.95	2.28%	483.38	7.72%
其他医疗器械	231.16	3.71%	162.45	5.75%
合计	1,892.70	1.52%	1,150.13	2.29%

如上表所示，报告期各期末，发行人血管介入器械产品的存货跌价计提比例为 1.45%、1.10%、1.05%和 0.84%，各期存货跌价的计提比例相对较为稳定。

报告期各期末，发行人外科器械产品的存货跌价计提比例分别为 1.43%、1.16%、1.25%和 2.33%，报告各期存货跌价的计提比例相对较为稳定。2023 年 6 月末，外科器械存货跌价比例计提较高，主要系受柯惠系列产品过效期存货全额计提跌价准备的影响。

报告期各期末，发行人医疗设备产品的存货跌价计提比例为 0.81%、2.08%、1.66%和 0.88%，报告各期存货跌价的计提比例相对较为稳定。

报告期各期末，发行人检验试剂（IVD）产品的存货跌价计提比例分别为 7.72%、2.28%、1.99%和 2.56%。检验试剂（IVD）产品包含诊断设备和检验试剂。2020 年年末，发行人检验试剂（IVD）产品的存货跌价比例较高，主要系期末诊断设备占比较其他年度高，有别于其他年度。而发行人对于诊断设备一般采用折价销售的销售政策，预计未来售价较低，因此 2020 年年末检验试剂（IVD）产品的存货跌价计提比例相对较高。

报告期各期末，发行人其他医疗器械下细分产品种类较多，但占比期末全部存货的比例分别为 6.49%、5.00%、8.84%和 8.95%，比重较低。发行人根据可变现净值与存货成本孰低的原则，确认应计提的存货跌价准备金额。

2、补充说明发行人与厂家合同约定的退换货条款内容，符合行业惯例，发行人报告期内存货跌价准备计提充分

报告期内，发行人与主要厂家合同约定的退换货条款如下：

供应商	产品类别	退换货条款
微创集团	血管介入器械	1、关于有效期内产品的换货规定：在产品有效期内，临床使用时不能保证产品处于无菌状态，可在发现之日起的三天内，由发行人负责填写顾客投诉单（顾客投诉单须经临床医生确认）并通知微创集团后方可退回 2、过期产品退换货额度不超过采购金额的 5%且必须在产品有效期到期后六个月内将符合规定的产品退回微创集团。超出以上比例的，且产品领取时的有效期在 12 个月以上，按产品的成本价进行有偿性收费
美敦力医疗	外科器械	美敦力仅接受因存在产品质量问题而引起的退换货。美敦力有权自行选择对该产品进行退货或换货，而发行人应当按照美敦力的规范流程进行退换货
	血管介入	
史赛克	外科器械	不超过当年际支付给史赛克的净货款（不包括税费及发行人获得的奖励）金额的 1%
深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	检 验 试 剂（IVD）	无
VARIAN.MEDICAL.SYSTEMS,INC.	医疗设备	最终验收合格之前，因产品质量本身存在问题的，经 VARIAN.MEDICAL.SYSTEMS,INC.书面同意后，发行人可以要求退换货
泰尼百斯实验室设备贸易（上海）有限公司	其他医疗器械	如货物不符合本合同规定应由泰尼百斯实验室设备贸易（上海）有限公司负责，同时发行人按照本合同规定在索赔期限内或质保期限内提出索赔，在取得泰尼百斯实验室设备贸易（上海）有限公司同意后，可以进行退换货

按照产品类别与同行业可比公司的退换条款对比如下：

（1）血管介入器械：报告期各期末，发行人期末存货中的血管介入器械的主要供应商为微创集团和美敦力医疗。其中，微创医疗给予发行人一定的退换货额度；而美敦力医疗给予发行人的退换货政策与同行业可比公司国科恒泰在“发行人及保荐机构关于第二轮审核问询函的回复意见”中披露的“美敦力仅接受因存在产品质量问题而引起的退换货。美敦力有权自行选择对该产品进行退货或换货，而经销商应当按照美敦力的规范流程进行退换货。”的退换货条款一致。因此，发行人与血管介入器械的厂家约定的退换货条款符合行业惯例。

（2）外科器械：报告期各期末，发行人期末存货中的外科器械主要供应商为美敦力医疗和史塞克。其中，美敦力针对全类别产品仅就质量问题作出了退换货的约定，与可比公司国科恒泰在“发行人及保荐机构关于第二轮审核问询函的回复意见”中披露的“美敦力仅接受因存在产品质量问题而引起的退换货。美敦力有权自行选择对该产品进行退货或换货，而经销商应当按照美敦力的规范流程进行退换货。”退换货条款一致。而对于史赛克系列的外科器械产品，厂商给予了发行人一定的退换货额度。

（3）检验试剂（IVD）：对于检验试剂（IVD）产品，行业内厂商一般不给予下游经销商超出质量问题之外的退换货政策，例如：试剂生产厂家亚辉龙在《关于深圳市亚辉龙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的回复》中披露“根据与客户签署的销售合同相关规定，仅当存在货物破损、数量短缺或者品种项目不符等情形，公司予以退换货。”，试剂生产厂家之江生物在“关于上海之江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审核问询函的回复”中披露“发行人制定了《产品退货管理制度》，除非产品发生质量问题、运输造成包装破损严重无法继续销售或者在途时间过久、运输温度等条件达不到相关要求等公司原因造成的产品无法使用情形，其他无合理原因公司不予退货。”

（4）医疗设备：医疗设备产品存在保质期较长、不易损坏的特点，通常情况下，厂家仅与发行人就质量问题约定退换货，但不会就效期等作出退换货的约定。

（5）其他医疗器械：其他医疗器械主要系实验室设备、防疫物资以及除血管介入器械、外科器械及检验试剂（IVD）外的其他医用物资耗材，上述产品多与医疗设备一样，效期较长。因此，厂家仅与发行人就质量问题约定退换货，但不会就效期等作出退换货的约定。

综上所述，发行人与厂家约定的退换货政策与同行业可比公司不存在重大差异。且较同行业可比公司相比，发行人的存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司平均值，因此报告期内发行人的存货跌价准备计提充分。

（二）补充说明截至报告期末按主要供应商列示的公司库存产品类别、数量、单价、金额等情况，涉及集中带量采购产品的期末库存余额，存货跌价准备计提是否充分，发行人如何避免集中带量采购政策可能带来的存货跌价风险。

1、补充说明截至报告期末按主要供应商列示的公司库存产品类别、数量、单价、金额等情况

截至 2023 年 6 月 30 日，按主要供应商列示的公司库存产品类别、数量、单价、金额情况如下：

产品类别	供应商	数量（个）	单价（元）	金额（万元）	占比
血管介入器械	微创集团	298,188	717.61	21,398.32	34.94%
	美敦力医疗	213,153	453.76	9,671.99	15.79%
	泰尔茂医疗产品（上海）有限公司	1,084,302	42.59	4,618.43	7.54%
合计		1,595,643	—	35,688.74	58.27%
外科器械	美敦力医疗	1,243,998	202.99	25,252.38	36.13%
	直观复星医疗器械技术（上海）有限公司	11,001	5,585.74	6,144.87	8.79%
	北京市春立正达医疗器械股份有限公司	223,211	367.53	8,203.74	11.74%
合计		1,478,210	—	39,600.99	56.66%
检验试剂（IVD）	深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	177,179	439.09	7,779.68	30.29%
	贝克曼库尔特商贸（中国）有限公司	77,342	653.40	5,053.54	19.68%
	上海保迪医疗器械销售中心（有限合伙）	32,057	247.15	792.30	3.09%
合计		286,578	—	13,625.52	53.06%
医疗设备	瓦里安医疗器械贸易（北京）有限公司	4	17,583,876	7,033.55	23.23%

产品类别	供应商	数量（个）	单价（元）	金额（万元）	占比
	百特医疗用品贸易（上海）有限公司	532,139	77.72	4,135.96	13.66%
	贝而克合翔医疗设备（上海）有限公司	2	8,897,115.92	1,779.42	5.88%
合计		532,145	—	12,948.94	42.77%
其他医疗器械	碧迪医疗器械（上海）有限公司	38,407	372.26	1,429.72	7.78%
	颇尔（中国）有限公司	360,395	26.05	938.68	5.10%
	盐城锦盛翰林科技发展有限公司	5,086	2,004.91	1,019.70	5.55%
合计		403,888	—	3,388.10	18.43%

截至 2022 年 12 月 31 日，按主要供应商列示的公司库存产品类别、数量、单价、金额情况如下：

产品类别	供应商	数量（个）	单价（元）	金额（万元）	占比
血管介入器械	微创集团	288,821	886.55	26,580.60	42.98%
	美敦力医疗	45,170	2,298.03	10,380.22	17.18%
	泰尔茂医疗产品（上海）有限公司	374,972	142.60	5,357.10	8.85%
合计		708,963	—	42,317.92	70.01%
外科器械	美敦力医疗	265,952	1,038.05	27,607.31	41.60%
	直观复星医疗器械技术（上海）有限公司	4,689	16,486.60	7,730.57	11.65%
	北京市春立正达医疗器械股份有限公司	57,775	933.62	5,394.01	8.13%
合计		328,416	—	40,731.89	61.37%
检验试剂（IVD）	深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	119,232	592.23	5,988.19	35.31%
	贝克曼库尔特商贸（中国）有限公司	36,463	1,027.76	3,747.61	22.1%
	上海保迪医疗器械销售中心（有限合伙）	20,559	630.24	1,295.74	7.64%
合计		176,254	—	11,031.54	65.06%
医疗设备	瓦里安医疗器械贸易（北京）有限公司	2	18,507,781.02	3,701.56	13.87%
	百特医疗用品贸易（上海）有限公司	35,282	842.41	2,972.21	11.13%
	贝而克合翔医疗设备（上海）有限公司	153,779	137.60	2,116.05	7.93%
合计		189,063	—	8,789.82	41.14%
其他医疗器械	碧迪医疗器械（上海）有限公司	8,869	1,841.51	1,633.24	9.94%
	颇尔（中国）有限公司	170,244	75.99	1,293.66	7.87%
	百特医疗用品贸易（上海）有限公司	93,308	134.04	1,250.68	7.61%
合计		272,421	—	4,177.58	25.42%

截至 2021 年 12 月 31 日，按主要供应商列示的公司库存产品类别、数量、单价、金额情况如下：

产品类别	供应商	数量 (个)	单价 (元)	金额 (万元)	占比
血管介入器械	微创集团	259,661	764.5	19,851.02	50.09%
	美敦力医疗	18,768	3,832.45	7,192.74	18.15%
	波科国际医疗贸易（上海）有限公司	70,348	205.76	1,447.48	3.65%
合计		348,777	—	28,491.24	71.89%
外科器械	美敦力医疗	377,827	707.33	26,724.77	56.60%
	史赛克	8,321	8,157.93	6,788.21	14.38%
	建发（上海）有限公司	95,818	285.29	2,733.59	5.79%
合计		481,966	—	36,246.57	76.77%
检验试剂 (IVD)	深圳迈瑞生物医疗电子股份有限公司	62,399	500.3	3,121.82	34.84%
	贝克曼库尔特商贸（中国）有限公司	20,198	931.77	1,881.95	21.00%
	上海保迪医疗器械销售中心（有限合伙）	13,085	828.93	1,084.63	12.10%
合计		95,681	—	6,088.40	67.94%
医疗设备	江苏爱朋医疗科技股份有限公司	599,450	53.35	3,198.17	14.03%
	史赛克	2,469	11,697.92	2,888.22	12.67%
	JMSCO.,LTD	276	69,385.07	1,915.03	8.40%
合计		602,195	—	8,001.42	35.10%
其他医疗器械	泰尼百斯实验室设备贸易（上海）有限公司	351	21,502.04	754.72	12.10%
	颇尔（中国）有限公司	52,685	129.3	681.21	10.92%
	奉新康明商贸有限公司	2,306	2,943.70	678.82	10.89%
合计		55,342	—	2,114.75	33.91%

2、涉及集中带量采购产品的期末库存余额，存货跌价准备计提充分

截至 2023 年 6 月 30 日，期末涉及集中带量采购的存货按照主要供应商及产品类别列示的数量、单价以及金额如下：

产品类别	二级产品类别	供应商	数量（个）	单价（元）	金额（万元）	占该类别集中带量采购余额的比例
血管介入	冠脉支架	上海微创医疗器械（集团）有限公司	188,298	680.99	12,822.81	84.79%
		波科国际医疗贸易（上海）有限公司	17,314	657.53	1,138.45	7.53%
合计			205,612	—	13,961.26	92.31%

产品类别	二级产品类别	供应商	数量（个）	单价（元）	金额（万元）	占该类别集中带量采购余额的比例
外科器械	骨科	北京市春立正达医疗器械股份有限公司	211,654	312.82	6,621.06	96.66%
		苏州微创关节医疗科技有限公司	991	1,655.94	164.10	2.40%
		合计	2,126,450	—	6,785.16	99.06%

截至 2022 年 12 月 31 日，期末涉及集中带量采购的存货按照主要供应商及产品类别列示的数量、单价以及金额如下：

产品类别	二级产品类别	供应商	数量（个）	单价（元）	金额（万元）	占该类别集中带量采购余额的比例
血管介入	冠脉支架	上海微创医疗器械（集团）有限公司	199,595	691.41	13,800.22	83.91%
		波科国际医疗贸易（上海）有限公司	22,809	622.19	1,419.15	8.63%
		合计	222,404	—	15,219.37	92.53%
外科器械	骨科	北京市春立正达医疗器械股份有限公司	17,826	1,170.33	2,086.23	54.94%
		苏州微创关节医疗科技有限公司	9,743	1,472.73	1,434.88	37.39%
		合计	27,569	—	3,521.21	92.73%

截至 2021 年 12 月 31 日，期末涉及集中带量采购的存货按照主要供应商及产品类别列示的数量、单价以及金额如下：

产品类别	二级产品类别	供应商	数量（件）	单价（元）	金额（万元）	占该类别集中带量采购余额的比例
血管介入	冠脉支架	上海微创医疗器械（集团）有限公司	144,931	494.08	7,160.71	79.82%
		波科国际医疗贸易（上海）有限公司	10,651	623.83	664.44	7.41%
		合计	155,582	—	7,825.15	87.23%

注：2022 年 3-5 月，骨科人工关节集中带量采购于各地区陆续实施，截至 2021 年 12 月 31 日来自骨科类别的存货未受带量采购影响

截至 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日及 2023 年 6 月 30 日，发行人期末涉及集中带量采购的存货类别为冠脉支架和骨科两类，其中：

（1）冠脉支架主要供应商为上海微创医疗器械（集团）有限公司及波科国际医疗贸易（上海）有限公司，截至 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日和 2023 年 6 月 30 日，前两大供应商合计余额分别占当期期末该类别存货余额的

比例分别为 87.23%、92.53%和 **92.31%**。

对于供应商为上海微创医疗器械（集团）有限公司的冠脉支架系列产品，在集中带量采购政策实施后双方约定给予冠脉支架系列产品价格补偿政策，2021 发行人已收到上述价格补偿返利。截至 2021 年 12 月 31 日，发行人期末库存中涉及微创集团的冠脉支架系列产品系自 2020 年起，全国带量采购政策执行后，发行人以低价格向微创集团采购。截至 2022 年 12 月 31 日，发行人期末库存中涉及微创集团的冠脉支架单价较 2021 年末有所上升，系该供应商的冠脉支架在终端医院的集采中标价格上涨，故供应商与发行人约定相应提高采购价格。截至 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日及 **2023 年 6 月 30 日**，该产品的预计可变现净值高于发行人的期末库存单价，该部分存货不存在跌价准备未计提充分的情况。

对于供应商为波科国际医疗贸易（上海）有限公司的冠脉支架系列产品，发行人在集中带量采购政策执行后与其合作，并按照调低的价格采购。截至 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日及 **2023 年 6 月 30 日**，发行人期末库存中涉及波科系列的冠脉支架产品预计可变现净值高于期末库存单价。由此可见，对于波科国际医疗贸易（上海）有限公司的冠脉支架系列产品不存在存货跌价未计提充分的情况。

（2）骨科类产品主要供应商为北京市春立正达医疗器械股份有限公司和苏州微创关节医疗科技有限公司。2022 年 3-5 月，骨科人工关节集中带量采购于各地区陆续实施；**2023 年 1-2 月，骨科脊柱集中带量采购于采购联盟各地区陆续实施**。截至 2022 年 12 月 31 日及 **2023 年 6 月 30 日**，来自于上述两个供应商的余额合计占当期期末该类别集中带量采购存货余额的比例分别为 92.73%和 **99.06%**。

对于供应商为北京市春立正达医疗器械股份有限公司的人工关节和人工脊柱产品，发行人分别在 2022 年 4 月、**2023 年 4 月退回** 2021 年的高价库存、**2022 年高价库存**后重新按照集中带量采购政策执行后调低的价格采购，预计可变现净值高于该部分存货的库存单价，该部分存货不存在跌价未计提充分的情形。

对于供应商为苏州微创关节医疗科技有限公司的骨科类产品，2022 年发行人已收到价格补偿返利。截至 2022 年 12 月 31 日，期末库存中涉及苏州微创关节医疗科技有限公司的骨科类产品预计可变现净值高于期末库存单价，不存在存货跌价未计提充分的情况。

综上所述，截至报告期各期末，对于涉及集中带量的存货，发行人已按照供应商降低后的采购价格重新采购、已与供应商协商保证公司合理利润的保价政策，这部分存货的预计可变现价值通常高于期末存货账面余额，因此不存在跌价风险。因此，发行人期末涉及集中带量类存货不存在减值未计提充分的情形。

3、发行人避免集中带量采购政策可能带来的存货跌价风险的主要措施

（1）加强存货管理水平，降低集中带量采购存货积压风险

公司目前已建立完善的采购、存货管理内控制度，产品线立项前由业务部申报立项，风控委员会对新产品线的授权区域、预计年采购额及销售额、毛利率、库存周转率等指标进行审核，由风控委员会审批通过后正式立项；产品线立项后，公司每月月末召开总结大会对存货库存、库存周转率以及毛利率进行评估，对库存水平异常的产品线会及时采取减少采购量、全国调拨存货以及促销等措施降低库存，避免造成库存积压的风险。

（2）积极与供应商沟通，协商补偿措施

对于涉及集中带量采购的产品系列，公司积极与上游供应商进行沟通，通过价差补偿返利等形式保证公司正常的利润率，例如上游供应商上海微创医疗器械（集团）有限公司、苏州微创关节医疗科技有限公司均给予公司约定的返利补偿。未来公司会加大与上游厂商的谈判力度，将上游承诺的补偿措施落实至合同条款，避免由于带量采购等特殊医改政策导致的不利影响。

（3）专注自身定位，增加不可替代性

带量采购政策的实施使生产厂商回归了生产研发的本源，也促进渠道回归供应链本源。公司在未来会专注于自身定位，通过建立完善的仓储物流网络，专业服务的能力以及规模化的优势，加强自身在行业内的地位，增强自身的不可替代性，从而保障自身的基本利益。

（三）补充说明与涉及集中带量采购供应商签订协议的主要内容，协议双方对集中带量采购产品存货及未来集中带量采购产品购买价格的相关约定，发行人是否存在被同行业可比公司替代的风险，集中带量采购政策对发行人与供应商关系的具体影响。

1、补充说明与涉及集中带量采购供应商签订协议的主要内容，协议双方对集中带量采购产品存货及未来集中带量采购产品购买价格的相关约定

截至报告期期末，发行人涉及国家级集中带量采购的产品主要来自于波科学国际医疗贸易（上海）有限公司、上海微创医疗器械（集团）有限公司、易生科技（北京）有限公司、苏州微创关节医疗科技有限公司、北京市春立正达医疗器械股份有限公司、北京贝思达生物技术有限公司。该等供应商在报告期内与发行人就集中带量采购产品存货及未来集中带量采购产品购买价格的相关约定情况如下：

供应商	集采涉及产品线	相关约定或协议内容
波科学国际医疗贸易（上海）有限公司	冠脉支架	协议中未明确约定价格补偿条款
上海微创医疗器械(集团)有限公司	冠脉支架	乙方向甲方的冠脉订货价格为乙方向二级经销商销售价格的 95 折或 97.5 折
易生科技(北京)有限公司	冠脉支架	协议中未明确约定价格补偿条款
苏州微创关节医疗科技有限公司	人工关节	乙方的进货价按其最终向下级经销商销售的价格 95 折扣确定，乙方销售给授权区域内经销商的产品因中标价格下降、市场等原因下调价格，乙方的进货价应自动同比例下调
北京市春立正达医疗器械股份有限公司	人工关节	乙方作为甲方四川省唯一一级代理商，脊柱产品价格政策：国采脊柱产品享受公司供货价的 95%（平台价格）。
北京贝思达生物技术有限公司	人工关节	协议中未明确约定价格补偿条款

上述未明确约定价格补偿条款的背景为：在医疗器械产业链中，发行人主要承担医疗器械的流通职能，在发行人实际需要降价销售且预计对其造成实际损失前，生产厂商通常不会与发行人在协议中就产品价格下降对发行人造成的损失进行补偿予以明确约定，但发行人作为高值医用耗材销售链条中链接上游生产厂商和下游经销商、终端医院的重要环节，为生产厂商提供了仓储、物流配送、医院库存管理、结算管理、回款管理等价值服务，根据商业惯例及发行人在行业中承担的重要链接职能，生产厂商会确保发行人的合理毛利空间以保

持上游厂商与发行人之间良好合作的可持续性，因此，当发行人由于市场或政策原因实际需要降价销售且预计对其库存造成跌价损失时，虽然未进行相关约定，但生产厂商通常会向发行人提供全额补偿。

以近期国家医保局组织的国家级冠脉支架、人工关节集中带量采购为例，2020 年 11 月，冠脉支架集中带量采购的中标企业开始实施中标价格，2021 年，发行人涉及国家冠脉支架集中带量采购的存货均已由相应供应商通过开具增值税红字发票的方式，按照国家冠脉支架集中带量采购后的价格进行价格调整及补偿，2021 年开始，发行人涉及国家冠脉支架集中带量采购的产品均已按照冠脉支架集中带量采购中标价为参考进行采购；2022 年 3-5 月，人工关节集中带量采购于各地区陆续实施，发行人涉及本次国家人工关节集中带量采购的存货已均由相关供应商以退回产品后重新进行采购、开具增值税红字发票等方式进行价格调整及补偿。

2、发行人不存在被同行业可比公司替代的风险，集中带量采购政策对发行人与供应商关系的具体影响

一方面，医用耗材的集中带量采购简化了医疗器械的流通环节，压缩了传统器械流通环节的利润空间，传统多级经销的流通层级逐渐趋于扁平化，器械流通行业整体向集中化发展。另一方面，医疗器械集中带量采购后，终端价格下降，上游生产厂商利润空间压缩，上游厂商控费增效的需求愈加强烈，上游生产厂商倾向寻求终端服务范围广、实力雄厚的大型器械流通商合作，通过销售和渠道的集约化运营降低其管理成本，提高运营效率，并借助器械流通平台覆盖广泛的服务网络提高其产品的终端可及性与服务质量，进一步提升其产品在终端市场的竞争力。在此背景下，拥有广泛市场覆盖、高效管理能力和高质量服务的规模型器械流通企业将受益于行业集中化、扁平化的发展趋势，进一步巩固其产业链中的枢纽地位，利用规模优势和管理优势降低产业链整体运营成本，提升运营效能。

发行人作为专注于医疗器械流通领域的行业内领先企业，具有丰富的运营和管理经验，终端客户覆盖广泛，且具备完善的全国垂直一体化管理体系和优秀的信息化运营管理能力，可迅速提升上游生产厂商的产品在终端市场的可及性。在全国垂直一体化管理体系下，基于行业扁平化的发展趋势，公司分销业

务转直销业务的一体化搭建优势凸显，公司为生产厂商提供的个性化解决方案在全国范围内可以得到有效的实施，缩短上游生产厂商与终端客户间的距离，帮助上游生产厂商高效构建销售及入院渠道，并规范化终端服务质量，为提升其产品的销量奠定扎实的客户基础。此外，发行人借助自主研发的多项信息化管理系统，一方面为上游厂商提供下游经销商等销售渠道的集约化管理平台，降低上游生产厂商的管理成本，另一方面对医疗器械产品的流通过程进行精益化管理，提升管理效能。

综上所述，考虑到发行专注于医疗器械流通领域多年，其丰富的运营经验、广泛的服务网络覆盖、全国垂直一体化管理体系和优秀的信息化运营管理能力，可较好的满足上游生产厂商在集采背景下控费增效的诉求，因此，发行人将在集采推动的行业扁平化、集中化发展中受益，发行人不存在被同行业可比公司替代的风险。

（四）补充说明对不同销售模式下存货存放地点及报告期各期末不同存货存放地点的存货余额；对各类存货盘点的具体情况。

1、补充说明对不同销售模式下存货存放地点及报告期各期末不同存货存放地点的存货余额

发行人不同销售模式下的存货无特定的存放地点。报告期各期末，不同存货存放地点的存货余额如下：

单位：万元

存放地点	2023. 6. 30		2022.12.31	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
自有仓库	88,830.71	43.23	69,491.59	37.18
经销商或医院仓库	54,509.76	26.53	32,823.67	17.56
第三方仓库	62,131.10	30.24	84,569.04	45.23
合计	205,471.57	100.00	186,884.30	100.00

（续上表）

存放地点	2021.12.31		2020.12.31	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
自有仓库	37,786.19	30.27	21,216.65	42.21
经销商或医院仓库	20,021.12	16.04	12,406.62	24.68
第三方仓库	67,021.29	53.69	16,638.27	33.11

存放地点	2021.12.31		2020.12.31	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
合计	124,828.59	100.00	50,261.54	100.00

2、对各类存货盘点的具体情况

（1）报告期各期末，发行人对存放在自有仓库或第三方仓库的盘点情况

发行人定期组织对自有仓库以及第三方仓库的存货实施盘点。报告期内，发行人对存放于自有仓库以及第三方仓库的绝大部分存货进行盘点，对盘点差异进行了落实并追究责任，对发现的盘盈盘亏情况进行了财务调整。报告期各期末，自有仓库和第三方仓库的盘点情况具体如下：

盘点时间	盘点地点	盘点人员	盘点比例	盘点差异率
2023 年中期盘点	自有仓库、第三方仓库	仓库管理人员、财务人员	98.37%	0.00%
2022 年年度盘点			94.03%	0.00%
2021 年年度盘点			97.37%	0.00%
2020 年年度盘点			98.78%	0.00%

（2）报告期内，发行人对寄售在经销商和医院仓库的盘点情况

发行人对寄售于经销商或医院客户仓库的存货执行不定期盘点，盘点参与人员为经销商或医院人员、发行人业务人员及财务人员。报告期内，发行人对寄售存货盘点的比例分别为，具体盘点结果如下：

项目	盘点地点	盘点人员	盘点比例	盘点结论
2023 年中期寄售商品盘点	经销商或医院客户仓库	仓库管理人员、财务人员、经销商或医院人员	59.32%	实盘结果与账面基本无差异
2022 年寄售商品盘点			69.20%	实盘结果与账面基本无差异
2021 年寄售商品盘点			51.85%	实盘结果与账面基本无差异
2020 年寄售商品盘点			21.50% ^注	实盘结果与账面基本无差异

注：发行人 2020 年寄售商品盘点比例较低主要系宏观经济波动影响所致

综上所述，公司对存放于不同地点仓库的存货严格执行盘点制度，各报告期末存货基本不存在盘点差异。

（五）保荐人、申报会计师参与监盘的具体情况

报告期各期末，保荐人、申报会计师均对发行人的存货进行监盘，监盘情况如下：

盘点报告期	涉及城市	监盘比例	参与人员	是否存在差异
2023 年中期盘点	上海、北京、厦门、合肥、成都、福州、杭州、重庆、哈尔滨、郑州等	66.18%	会计师、保荐人、发行人	实盘结果与账面存货基本无差异
2022 年年度盘点	上海、北京、厦门、广州、郑州、西安、哈尔滨、南宁、福州、合肥等	69.77%	会计师、保荐人、发行人	实盘结果与账面存货基本无差异
2021 年年度盘点	北京、福州、哈尔滨、上海、南宁、郑州、重庆、广州、厦门等	54.29%	会计师、保荐人、发行人	实盘结果与账面存货基本无差异
2020 年年度盘点	北京、福州、哈尔滨、上海、郑州、重庆、安徽、南京、沈阳、西安、吉林	32.43%	会计师、发行人	实盘结果与账面存货基本无差异

注：监盘比例=各期监盘存货账面余额/总存货账面余额

二、请保荐人、申报会计师发表明确意见。

（一）核查过程

1、获取存货跌价明细表、存货跌价准备测算过程，了解发行人的存货跌价准备计提政策，获取并检查管理层关于存货跌价准备的计提方法和相关假设，评价管理层关于存货跌价准备计提政策和计提方法的合理性，复核报告期各期末存货减值测试的过程，评估其准确性及合理性；

2、获取发行人与主要供应商的采购合同，检查相关退换货条款；查阅同行业的定期公告与招股说明书等公开资料，了解其与供应商是否约定退换货约定并对比分析，确认退换货约定是否符合行业惯例；

3、获取发行人期末库存明细、按照供应商维度统计的各类产品的数量、单价以及金额；

4、查阅“带量采购”国家集采中标文件以及产品目录，并复核集中带量采购产品的期末库存明细的准确性；

5、获取发行人与期末涉及集中带量存货的主要供应商签订的相关合同，检查相关补偿条款；

6、获取各报告期的存货出入库明细，检查发行人划分分销寄售、直销寄售、分销买断以及直销买断模式下存货分类的准确性；

7、了解发行人关于存货管理与仓储的相关内部控制制度并执行内控测试，评价相关内部控制设计是否合理，执行是否有效；

8、对发行人报告期期末的寄售商品抽样执行函证程序，核实期末发出商品的真实性；

9、获取并检查发行人期末存货盘点计划和盘点表；

10、对发行人报告期期末的存货进行监盘和抽盘，并将盘点结果与仓库结存数据核对，分析发行人的存货管理水平。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人与上游供应商退换货条款符合行业惯例，针对不予以退换货部分，发行人已计提存货跌价准备或报废；

2、报告期各期末，发行人涉及集中带量采购的产品主要系冠脉支架及骨科，已充分计提该类存货的存货跌价准备；对于集中带量采购政策可能导致的存货跌价风险，发行人通过加强存货管理、取得上游补偿以及提升服务链价值予以消除；

3、发行人作为平台分销商，在平台分销商实际需要降价销售且预计对其造成损失前，生产厂商通常不会在协议中明确约定向平台分销商提供全额补偿，但平台分销商作为高值医用耗材销售链条中不可或缺的一个环节，为生产厂商提供了仓储物流配送、流通渠道管理、流通过程信息管理等价值服务，生产厂商会确保平台分销商的合理毛利空间，因此，当平台分销商由于市场或政策原因实际需要降价销售且预计对其库存造成跌价损失时，生产厂商通常会向平台分销商提供全额补偿。考虑到发行专注于医疗器械流通领域多年，其丰富的运营经验、广泛的服务网络覆盖、全国垂直一体化管理体系和优秀的信息化运营管理能力，可较好的满足上游生产厂商在集采背景下控费增效的诉求，因此，发行人将在集采推动的行业扁平化、集中化发展中受益，发行人不存在被同行业可比公司替代的风险；

4、报告期各期末，发行人的存货主要存放在自有仓库或第三方仓库，根据业务的需要将部分存货寄放在医院客户以及经销商客户处。对于自有仓库或第三方仓库存货，发行人严格执行定期盘点制度，且各期盘点结果不存在较大差异；对于寄售商品，由于地点极为分散且大部分商品寄放在医院手术室，定期

且全面盘点执行难度颇大，发行人不定期进行盘点。报告期各期末，申报会计师均对发行人的存货执行监盘和抽盘程序，盘点结果无较大差异。

问题 10 关于资金流水核查

审核问询回复显示：

保荐人及申报会计师对发行人及其子公司（含报告期内转让公司）、原实际控制人及其控制的公司（含报告期内注销公司）、发行人董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员（不含国企委派董事、监事及高管）、主要销售人员、出纳等关键岗位人员开立或控制的银行账户资金流水（含注销账户）进行了核查。

请保荐人、申报会计师结合医药流通行业风险特点，对客户或客户代表存在密切联系的关键岗位人员的资金流水进行补充核查，发行人是否存在未披露的商业贿赂行为或其他利益安排，并对发行人报告期内销售费用的完整性发表明确意见。

一、发行人回复

（一）补充核查资金流水的范围及方法

根据发行人业务实质及医疗器械流通行业特性，保荐人及申报会计师对发行人与客户或客户代表存在密切联系的关键岗位人员银行流水进行了补充核查，核查范围包括相关人员所有银行账户，分别为发行人各事业部负责人、发行人主要子公司销售负责人（选取标准为单体公司营业收入按照从大到小合计占发行人营业收入 70%以上的子公司）、销售服务费涉及的事业部及子公司的销售负责人。具体核查范围如下表所示：

一级分类	二级分类	职位	姓名
事业部	直销事业部	副总经理	程芳
	分销事业部	副总经理/事业部总经理	王建新/周杨
	新兴事业部	副总经理	熊昊
	SPD 事业部	事业部总经理	俞清流
	IVD 事业部	事业部总经理	郑增林
	综合事业部	事业部总/副总经理	郑义清/陈胜梅
涉及 CSO 费用的销售负责人	福建地区柯惠、泰尔茂部分血管介入产品线	福建公司总经理	曾其昌
	上海地区心内耗材产品线	分销事业部总经理	周杨
	广东德尔盛泓贸易有限公司	高级销售经理	柯瀚

一级分类	二级分类	职位	姓名
	德尔力禾（北京）医学诊断科技有限公司	高级销售经理	郭鲲
单体公司 营业收入 按照从大到小合计 占发行人 营业收入 70%以上 主体	上海建发鹭益科技有限公司	分销事业部总经理	周杨
	北京康乐致新供应链管理有限公司	子公司副总经理	杨静
	福建德尔医疗实业有限公司	事业部总经理/事务部总经理助理	郑增林/官剑（分销）
	西安致康医疗供应链管理有限公司	子公司总经理助理	徐琼
	建发德尔（北京）医疗科技有限公司	分销事业部副总经理	孙猛
	南宁乐致新康医疗供应链管理有限公司	子公司副总经理	梁海
	北京致新瑞盈科贸有限责任公司	分销事业部副总经理	赵辉
	河南致新康德医疗供应链管理有限公司	子公司总经理	刘杰
	上海建发致新医疗科技集团股份有限公司	分销事业部副总经理	赵辉
	重庆致新医疗供应链管理有限公司	子公司副总经理	黄彬
	福建致康医疗供应链管理有限公司	子公司总经理	曾其昌
	南京致新德辉供应链管理有限公司	子公司运营主管	华星
	哈尔滨致新康德医疗供应链管理有限公司	子公司总经理	王彬
	上海致新宇承医疗器械有限责任公司	子公司副总经理	何峻
	天津致新康德医疗供应链管理有限公司	子公司运营经理	王新

保荐人、申报会计师具体核查方法如下：

（1）获取上述人员 2020 年-2023 年 6 月的所有储蓄卡账户银行流水，对相应人员单笔交易金额 10 万元以上、现金存取金额 5 万元以上的大额交易，对除工资、奖金、分红、差旅报销等以外的大额交易进行逐笔查验，针对大额交易的背景信息,获取相应人员的说明；

（2）检查相应人员的资金流水，检查各银行流水中的对方户名、摘要、备注及附言等信息，分析其合理性，核实资金用途；

（3）将资金流水交易对手方信息与报告期内的主要供应商、客户信息及 CSO 服务商信息进行比对，核查是否存在异常大额资金往来；

(4) 获取相应人员出具的《账户完整及真实声明》：A.声明已如实提供现名下所有银行账户流水，并保证有关交易说明的真实、可靠；B.与公司客户或在客户单位任职人员等均无资金往来，且提供的银行记录不存在大额异常的资金流入或流出、不存在任何商业贿赂行为。

(二) 取得资金流水的方法及完整性核查

1、通过云闪付查验其所持有账户，验证其所提供银行流水对应的银行账户数量是否完整；

2、交叉检查上述人员银行流水的交易对手方，通过银行流水显示的对手方账户信息确认是否存在未提供的银行账户；

3、获取相应人员出具的《账户完整及真实声明》：声明已如实提供现名下所有银行账户流水，并保证有关交易说明的真实、可靠。

二、保荐人、申报会计师核查意见

(一) 核查过程

1、通过云闪付查验其所持有账户，验证其所提供银行流水对应的银行账户数量完整性；

2、交叉复核上述人员银行流水的交易对手方，通过银行流水显示的对手方账户信息确认是否存在未提供的银行账户；

3、针对转账超过 10 万及存取现超过 5 万的往来，通过流水摘要说明及往来对象及访谈当事人，确认往来性质及原因，与往来对象关系，资金用途，分析其合理性；

4、对于大额往来等获取其相应附件，如个人消费凭证、理财合同、朋友借款协议、购房合同等；

5、将资金流水交易对手方信息与报告期内的客户信息及 CSO 服务商信息进行比对，以确认是否存在异常大额资金往来。

(二) 核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人不存在未披露的商业贿赂行为或其他利益安排；

2、报告期内，发行人销售费用核算完整；

3、报告期内，发行人与客户或客户代表存在密切联系的关键岗位人员不存在异常大额资金往来。

(此页无正文，为上海建发致新医疗科技集团股份有限公司容诚专字
[2023]361Z0727 号专项说明之签字盖章页。)



中国·北京

中国注册会计师： 陈芳 

陈芳

中国注册会计师： 郭毅辉 

郭毅辉

中国注册会计师： 曾晓玲 

曾晓玲

2023 年 10 月 18 日