

关于湖南恒昌医药集团股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
第二轮审核问询函回复报告



保荐机构（主承销商）



（上海市广东路 689 号）

二〇二三年十二月

深圳证券交易所：

贵所于 2022 年 8 月 5 日出具的《关于湖南恒昌医药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〕010791 号）（以下简称“问询函”）已收悉。按照贵所要求，湖南恒昌医药集团股份有限公司（以下简称“恒昌医药”“公司”或“发行人”）与海通证券股份有限公司（以下简称“海通证券”或“保荐机构”）、湖南启元律师事务所（以下简称“发行人律师”或“湖南启元”）、天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“天职国际”）已就问询函中提出的问题进行逐项落实并回复，请予审核。

除特别说明外，本问询函回复中所使用的释义、名称、缩略语与其在招股说明书中的含义相同。

本问询函回复的字体代表以下含义：

类别	字体
问询函所列问题	黑体
问询函问题回复、中介机构核查意见	宋体
问询函问题回复内容更新	楷体（加粗）

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。

目录

目录.....	2
问题 1、关于主营业务.....	3
问题 2、关于行业政策.....	24
问题 3、关于无形资产.....	42
问题 4、关于经营合规性.....	49
问题 5、关于主营业务收入.....	67
问题 6、关于供应商返利和销售返利.....	94
问题 7、关于销售费用.....	101
问题 8、关于股份支付.....	111
问题 9、关于研发费用.....	120
问题 10、关于预付账款.....	128
问题 11、关于湖南康尔佳及口罩业务.....	134
问题 12、关于其他非流动资产.....	150
问题 13、关于信息披露豁免.....	180
问题 14、关于资金流水核查.....	184

问题 1、关于主营业务

申报材料及审核回复显示：

(1) 发行人通过会员邀请制的方式，为中小型连锁药店、单体药店及基层医疗卫生机构提供自有品牌产品以及仓储物流、运营管理、营销推广等综合配套服务。发行人拥有医药产品品规 2,187 个，其中自有品牌产品品规 1,747 个，同行业可比公司漱玉平民贴牌产品有近百种品规，华人健康代理品规 502 个。

(2) 发行人销售的药品中涉及“带量采购”的较少，“带量采购”政策不会对发行人的经营业绩构成重大不利影响。公司主营业务收入主要来源于中西成药，占主营业务收入的比分别为 93.32%、73.12%和 88.25%。

(3) 发行人目前 51 项已注册的药品批件尚未有正式生产或委托生产并销售的项目。

(4) 公司于 2015 年至 2017 年期间开展了“乐赛仙强势终端俱乐部消费入股”“乐赛仙强势终端俱乐部股东合作”“黄金单品事业部合作”等多种合作模式。其中，部分合作协议中包括认购权利；部分员工及客户按协议缴纳了相应款项，但相关收益条款并未实际执行。目前，尚有 6 名合作方未能解除合作事项。

请发行人：

(1) 补充说明发行人为下游客户提供的运营管理、营销推广等综合配套服务的具体内容、服务方式及频次；在发行人产品品规远高于同行业可比公司的情况下，发行人产品的营销推广以及内部培训工作如何进行，与同行业可比公司是否存在较大差异；

(2) 补充说明报告期内发行人产品中涉及“带量采购”的药品销售情况；结合发行人报告期内中成药及西药各自的销售金额及其占比，进一步分析随着集采药品范围的扩大对发行人生产经营是否构成重大不利影响；

(3) 补充说明发行人已注册的药品批件情况后续正式生产或委托生产的大致计划及时间安排；

(4) 结合合同具体条款，分类说明发行人多种合作模式的具体情况，并说

明发行人其他合作模式下认购权利的对象，各类合作模式中是否涉及对公司股权的认购，是否存在不符合相关法律法规或相关行业政策监管要求的情形；相关收益条款并未实际执行的后续处置情况，尚未解除合作事项是否构成本次发行上市障碍。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充说明发行人为下游客户提供的运营管理、营销推广等综合配套服务的具体内容、服务方式及频次；在发行人产品品规远高于同行业可比公司的情况下，发行人产品的营销推广以及内部培训工作如何进行，与同行业可比公司是否存在较大差异

（一）补充说明发行人为下游客户提供的运营管理、营销推广等综合配套服务的具体内容、服务方式及频次

发行人专注于服务基层医药市场，下游客户主要为中小型连锁药店、单体药店及基层医疗卫生机构。随着医药流通领域改革，基层医药市场客户面临的市场竞争日趋激烈，中小药店在与大型医药连锁药店竞争之时往往处于劣势地位。为提高下游客户综合竞争实力，发行人有针对性地对下游客户提供运营管理及营销推广等综合配套服务，主要情况如下：

项 目	服务内容	服务方式	服务频次
业务经营方面	岳麓论坛	大型行业交流会议	每年举办一至数次
	百年老店研修营	业务交流会议	结合客户需求不定期开展
专业提升方面	一对一辅导、多对一辅导、王牌店长训练营、小型抱团会、拓展训练	上门辅导、工作会议等	结合客户需求不定期开展
	远程辅导	微信或电话交流	持续开展
	物料制作	直接发放物料	持续开展
恒昌研究院APP平台	视频课程内容等	APP平台	持续开展
	直播课程服务	APP平台	结合客户需求不定期开展
其他方式	官方网站、B2B 商城、微信公众号、短视频平台	各个网站或平台	持续开展
	业务员日常推广等各类形式	业务员推广	持续开展

报告期内，上述为下游客户提供的运营管理、营销推广的具体开展情况如下：

1、业务经营方面

随着大型连锁药店的不断扩张，中小药店的生存和发展面临考验。发行人主要通过岳麓论坛、百年老店研修营等现场培训方式，为行业内中小经营者、重点客户讲解行业生态，分享业务经营策略，解决下游客户群体面临的发展困境。

(1) 岳麓论坛

岳麓论坛是发行人主办的主要面向下游客户群体，邀请客户现场参加，进行行业交流的大型促销会议。岳麓论坛主要分享关于医药零售行业焦点问题的行业洞见及零售药店经营管理策略，并在战略宏观层面实现发行人产品的营销推广。

岳麓论坛自 2017 年以来每年度举办，报告期内举办的具体情况如下：

年度	举办时间	举办地点	会议规模
2020 年度	8 月 18 日至 8 月 20 日	湖南长沙	约 1,500 人
2021 年度	5 月 22 日至 5 月 24 日	湖南长沙	约 1,000 人
	5 月 30 日至 5 月 31 日	广东佛山	500 人以内
	6 月 10 日至 6 月 11 日	河南许昌	500 人以内
	6 月 24 日至 6 月 25 日	陕西西安	500 人以内
	6 月 30 日至 7 月 1 日	四川成都	500 人以内
	7 月 6 日至 7 月 7 日	江苏苏州	500 人以内
	7 月 11 日至 7 月 12 日	山东泰安	500 人以内
2022 年度	7 月 19 日至 7 月 20 日	辽宁沈阳	500 人以内
	5 月 26 日至 5 月 28 日	湖南长沙	500 人以内
	6 月 20 日至 6 月 21 日	重庆	500 人以内
	7 月 19 日至 7 月 20 日	山西太原	500 人以内
2023 年 1-6 月	8 月 14 日至 8 月 15 日	吉林长春	500 人以内
	5 月 30 日至 5 月 31 日	云南昆明	570 人以内
	6 月 19 日至 6 月 20 日	黑龙江哈尔滨	500 人以内

注：因公司发展需要，发行人自 2021 年开始在多地分次举办岳麓论坛。

(2) 百年老店研修营

百年老店研修营是发行人组织的面向重点客户的业务交流会议，通过向重点客户传递公司的经营理念和发展战略，解读行业生态状况，让客户深刻认同经营

百年老店事业的目的是与意义，努力实现与发行人“持续合作、同行百年”的美好愿景。百年老店研修营于2022年开始举办，2022年度百年老店研修营服务频次为12次。

发行人通过百年老店研修营巩固并强化了与重点客户的业务合作，且通过与客户深度交流有关运营管理、营销推广等具体工作的经验，有效带动了发行人医药产品的持续销售。

2、专业提升方面

为切实解决下游客户的痛点问题，发行人通过各类常态化的小型活动帮助医药零售行业中小经营者改善在运营管理、商品陈设、营销策略、员工培训等日常经营层面的综合能力，具体情况如下：

类型	服务的下游客户类型	服务目标	服务内容	服务方式	服务频次	实际开展情况
一对一辅导	重点客户	提高合作客户整体运营水平	商品管理、运营管理、营销策略、现场管理、会员管理、专业培训、慢病体系建设、单品打造、薪酬管理等	上门辅导、工作会议、带教等	根据客户需求持续开展，每季度1至数次/单位客户	2020年约1,200次、2021年约1,900次，2022年约1,600次， 2023年1-6月约2,000次
多对一辅导	核心客户	全方位辅导成为市场有影响力的标杆客户	药店运营管理相关的全部工作	以运营工作小组形式跟进辅导	发行人于2022年针对核心客户开展多对一辅导，至今已服务数百家客户	2022年开始服务，2022年共服务300家， 2023年1-6月共服务600家
王牌店长训练营	所有客户	提升客户基层管理人员管理水平	第一期：人员管理、现场管理、营运管理；第二期：商品管理、会员管理、营销管理	开班授课、实操、竞赛	不定期开展，一般每月召开1至数次	2020年开始服务，2020年13场、2021年22场、2022年24场、 2023年1-6月8场
小型抱团会	单体药店为主	改变单体的经营思路和方式	药店行业分析、药店未来出路、当下如何改善经营	会议、实操	不定期举行，每月召开1至数次	2019年约60场，2020年约100场，2021年约125场，2022年约240场， 2023年1-6月约59场
拓展训练	所有客户	提高客	员工心态拓展、潜	大型室内或	根据客户需求	2020年开始

类型	服务的下游客户类型	服务目标	服务内容	服务方式	服务频次	实际开展情况
		户员工的整体凝聚力、执行力	能激发、体能挑战、协作能力提升	户外拓展	不定期开展，一般1至2周举办1场	服务，2020年25场，2021年30场，2022年45场，2023年1-6月32场
远程辅导	重点客户为主	解决日常运营疑问	根据客户需求提供实时内容	微信或电话交流	持续进行	持续进行
物料制作	所有客户	解决物料缺少和单一的问题	设计海报、插卡、POP、DM单等	直接发放物料	持续进行	持续进行

3、恒昌研究院 APP 平台

发行人通过恒昌研究院 APP 平台，集合了各类医疗资讯、常见的医疗专业知识，并上传了医疗行业相关的名师讲解、重难点分析等视频课程内容，能够为用户提供更全面、高质量的医疗专业知识。恒昌研究院 APP 平台开设线上直播课程，向下游客户讲解药店服务、专业知识、销售技巧、经营理念等方面的内容。由于线上直播不受场地时间等因素的限制，可以更及时、更全面地帮助下游客户提升专业技能。

此外，发行人还通过官方网站、B2B 商城、微信公众号、短视频平台、业务员日常推广等各类形式，多渠道、全方位地为下游客户传播公司企业文化、经营理念、发展战略，提供相关综合配套服务，并激发客户对发行人医药产品的持续需求。

综上，发行人通过为下游客户提供运营管理、营销推广等综合配套服务，有效增强了中小药店的运营能力及服务水平，使得众多中小药店在激烈的基层医药市场竞争中形成了独特的竞争优势。同时，发行人与下游客户的良性互动，不断巩固了双方的商业合作关系，实现了发行人医药产品的销售，并广泛传播了发行人行之有效的经营理念，切实提高了发行人在行业内的美誉度。

(二) 在发行人产品品规远高于同行业可比公司的情况下，发行人产品的营销推广以及内部培训工作如何进行，与同行业可比公司是否存在较大差异

1、发行人产品的营销推广工作

药品零售业对医药产品品种数量要求较高，单个药店至少需要 2,000-3,000 个医药品种以维持正常经营。发行人的营销推广及内部培训活动，均围绕客户的经营发展需求而并非单个药品品规展开。发行人为下游客户提供运营管理、营销推广等综合配套服务，与发行人产品的营销推广工作，两者是深度融合、相辅相成、良性互动的关系。

发行人产品的营销推广工作，详见本问题回复之“（一）补充说明发行人为下游客户提供的运营管理、营销推广等综合配套服务的具体内容、服务方式及频次”相关内容。

此外，发行人在 B2B 商城推出了各类促销活动，包括新品抢购、限时特惠、满减促销、直播销售等下游客户购买下单环节的营销推广活动，有利于发行人产品的销售。

2、发行人的内部培训工作

发行人重视员工的内部培训工作。就产品促销层面，发行人的内部培训工作的主要包括省区经营顾问月度培训、地区经营顾问季度培训、新员工培训、雏鹰班培训、经营顾问助理培训、全员专业知识培训、业务团队每日夕会总结培训等，具体情况如下：

类型	内部培训对象	内部培训方式	内部培训具体内容	内部培训目的效果
省区经营顾问月度培训	各省区经营顾问	面授	公司理念、模式、产品、政策、活动规划等	理念同频、目标一致
地区经营顾问季度培训	各地区经营顾问	面授	公司模式、服务理念、产品、政策、案例分享等	提升专业、掌握技能
新员工培训	入职新员工	面授	公司使命愿景、价值观、制度、流程、业务规范等	快速融入公司、无缝对接业务
雏鹰班培训	业绩暂未达标的销售人员	面授	业务模式及流程、拜访技巧、公司文化等	打好基础、从容应对
经营顾问助理培训	经营顾问助理	面授	公司理念、工作流程、标准、业务规范、活动政策等	熟悉流程、支持一线、服务客户

类型	内部培训对象	内部培训方式	内部培训具体内容	内部培训目的效果
全员专业知识培训	销售团队全员	线上会议直播	行业及产品专业知识	夯实基础、提升技能
业务团队每日夕会总结培训	各省区业务团队	线上会议	当日工作总结、当日案例分享、当日问题解决	日清日结、相互学习

3、与同行业可比公司的差异分析

基于经营理念、业务模式、客户群体等方面的差异，发行人产品的营销推广以及内部培训工作相较于同行业可比公司存在一定特点，主要表现为如下：

(1) 发行人坚持以客户持续发展为核心开展营销推广、员工培训等活动

发行人的下游客户群体主要是中小药店。相较于大型医药连锁零售药店而言，中小药店在门店形象、药品品类、营销服务、经营管理等方面存在一定的竞争劣势。但是，部分中小药店长期服务于当地基层，也具备多项特殊优势，例如长期经营根基扎实、员工稳定性强、营销有度、更注重疗效、药品配备更贴近本地需求且价格更为合理等。发行人通过直供专销模式为客户提供自有品牌产品，通过员工销售团队帮助客户提升专业服务技能，有效缓解了客户的药品供应、经营管理等难题，为客户在激烈的竞争环境中获得更大的生存空间，为客户持续发展奠定了坚实基础。

同行业可比公司的下游客户主要包括医药流通企业、医疗机构、中大型零售连锁药店、个人消费者等，同行业可比公司更多是以医药产品销售为核心开展营销推广、员工培训等活动，与发行人存在一定差异。以华人健康为例，其通过零售药店商业扩张和规模化运营，形成了覆盖安徽重点核心城市的营销网络；同时其募集资金的主要投资项目是“营销网络建设项目”，该项目通过在安徽省内合肥、芜湖、淮南、滁州，安徽省外南京、苏州、徐州等重点城市开设 648 家直营店，继续深耕安徽市场，不断扩大并完善营销网络，提升营销网络的渗透力。

(2) 发行人在产品营销推广方面的特性与同行业可比公司的差异

发行人的产品主要是自有品牌产品，且产品品类数量较多，合作的供应商、下游客户数量众多且集中度低，因此发行人产品营销受大型供应商、强势客户的影响较小，产品营销的自主性更强，更多的是在客户认同公司发展战略的基础之上实现产品销售。发行人与同行业可比公司在营销推广及相关方面的具体对比分

析如下：

项目	华人健康	漱玉平民	百洋医药	发行人	对比分析
营销推广	陈列促销服务、促销宣传活动	门店网络推广、互联网平台推广	产品的消费者教育、产品学术推广、营销策划、渠道管理	运营管理、营销推广等综合配套服务，B2B 商城的商品促销	可比公司主要围绕产品进行营销推广以及陈列促销；发行人主要围绕提升客户运营服务与经营能力进行营销推广
主营业务	医药零售、医药代理、终端集采	医药零售、医药批发	品牌运营、批发配送、医药零售	医药批发、医药零售	可比公司有的以医药零售业务为主，有的医药批发业务存在多个中间环节；发行人以医药批发业务为主，主要采用直供直销业务模式且不存在多个中间环节
主要客户群体	个人消费者、零售连锁药店、单体店及小型连锁药店	个人消费者、医药流通企业或医疗机构	医药流通企业或医疗机构、个人消费者	单体药店、中小型连锁药店、基层医疗卫生机构	可比公司的客户群体主要包括个人消费者、医药流通企业或医疗机构；发行人的客户群体主要是中小药店
直营门店数量	截至 2022 年末，993 家	截至 2023 年 6 月末，自营零售药店 3,868 家，加盟门店 2,464 家	截至 2020 年末，自营药房 21 个	截至 2023 年 6 月末，5 个	可比公司华人健康、漱玉平民的直营门店数量较多，百洋医药自营药房数量相对较少；发行人直营门店数量极低
药品品规	截至 2022 年 6 月末，代理品规 545 个（贴牌产品 453 个）	截至 2023 年 6 月末，自有商品累计开发 1,065 个 SKU	未披露贴牌品规数量，其批发配送的产品品规超过 8,500 个	截至 2023 年 6 月 30 日，拥有医药产品品规 2,737 个，其中自有品牌产品品规 2,152 个	可比公司的自有品牌数量较少；发行人以自有品牌产品为主，为下游客户提供更多独家产品
销售费用率	22-23%	20%-22%	14%左右	10%-17%	可比公司的销售费用率相对更高，发行人的销售费用率更低

注：部分可比公司未披露最新的直营门店数量、药品品规等相关数据

发行人跟同行业可比公司的营销推广活动存在差异，主要是受各公司的主营业务、主要客户群体、直营门店数量、药品品规等方面综合影响。发行人主要围绕提升客户运营服务以及经营能力进行营销推广，在为下游客户提供运营管理和营销推广等综合配套服务的同时，提升其盈利能力，持续带动发行人产品的销售；发行人自有品牌数量较多，能够为下游客户提供更多独家产品，通过区域优选客

户提供自有品牌产品，充分保障了下游客户的经营利益，不断巩固了双方商业合作关系；发行人围绕产品进行的营销推广活动较少，销售费用率也低于同行业可比公司。

华人健康、漱玉平民的医药零售业务占比更高，主要通过直营门店的陈列促销、门店宣传等方式进行营销推广，由于自有品牌产品占比低，在医药零售市场上面临的竞争更加激烈，为了吸引个人消费者，通常会围绕产品进行各项营销推广活动。百洋医药主要从事品牌运营业务，由于其主要客户是医药流通企业或医疗机构、个人消费者，由于下游客户的特殊性，需要进行产品的消费者教育、产品学术推广、营销策划、渠道管理等营销推广活动。

（3）发行人在员工内部培训方面的特性

基于经营理念、业务模式、客户群体等特性，发行人坚持以客户持续发展为核心，因此需要员工团队深刻理解公司的经营理念。除了产品销售工作之外，员工更需要对下游客户的经营管理方面提供有效协助。在此维度上，发行人与同行业可比公司存在一定差异。

二、补充说明报告期内发行人产品中涉及“带量采购”的药品销售情况；结合发行人报告期内中成药及西药各自的销售金额及其占比，进一步分析随着集采药品范围的扩大对发行人生产经营是否构成重大不利影响

（一）补充说明报告期内发行人产品中涉及“带量采购”的药品销售情况

自2018年11月国家组织药品集中采购试点以来，截至报告期末已实施了8批“带量采购”，涉及336个药品品种，具体实施情况如下：

项目	第一批	第一批扩围	第二批	第三批	第四批	第五批	第六批	第七批	第八批
公布采购文件	2018年11月	2019年9月	2019年12月	2020年7月	2021年1月	2021年6月	2021年11月	2022年6月	2023年3月
公布中选结果	2018年12月	2019年9月	2020年1月	2020年8月	2021年2月	2021年6月	2021年11月	2022年7月	2023年4月
开始执行时间	2019年2-3月	2019年12月-2020年1月	2020年4月	2020年11月	2021年4-5月	2021年9-10月	2022年5月	2022年11月	2023年7月
涉及药品类别	化学仿制药	化学仿制药	化学仿制药	化学仿制药	化学仿制药	化学仿制药	六类胰岛素	化学仿制药	化学仿制药
拟采购品种数量	31	25	33	56	45	62	16	61	40

项目	第一批	第一批扩围	第二批	第三批	第四批	第五批	第六批	第七批	第八批
中选品种数量	25	25（与第一批相同）	32	55	45	61	16	60	40
平均降价幅度	52%	59%	53%	53%	52%	56%	48%	48%	56%

除第六批“带量采购”药品品种为胰岛素外，目前国家组织的带量采购品种范围主要系收录在《化学药品目录集》中的通过仿制药质量和疗效一致性评价的药品品种，采购主体主要为公立医疗机构。

“带量采购”是国家以公立医疗市场用药需求统一组织的量价挂钩的招标采购手段，主要针对公立医疗体系广泛使用的药品、器械等产品，主要目的是降低患者在公立医院的医药费用支出，同时推动公立医院改革，目前对社会零售药店未提出强制要求。另一方面，药品集中采购政策，促使大量未被选中的药品转向社会药店体系销售，发行人利用自身销售渠道优势，根据经营策略及下游客户产品结构的需求，就“带量采购”涉及的相关品种与上游厂商展开合作时，已充分考虑“带量采购”对相关药品品种未来价格及销量的影响并动态优化调整商品结构。报告期内，发行人销售与“带量采购”药品品种通用名相同的产品整体销售金额及毛利率较为稳定，具体情况如下：

1、直供专销业务

报告期内，发行人直供专销业务中销售与“带量采购”药品品种通用名相同的产品整体销售金额及毛利率如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月	2022年度	2021年度	2020年度
销售金额	30,643.25	52,864.87	34,164.93	24,434.92
销售占比	17.76%	17.91%	16.23%	16.09%
毛利金额	10,278.47	17,251.04	11,112.07	7,738.47
毛利占比	17.58%	17.59%	15.61%	15.54%
集采药品品种通用名相同的产品毛利率	33.54%	32.63%	32.52%	31.67%
直供专销毛利率	33.88%	33.23%	33.80%	32.78%

报告期各期，发行人直供专销业务销售与集采药品品种通用名相同的产品金额分别为 24,434.92 万元、34,164.93 万元、52,864.87 万元和 **30,643.25 万元**，占

发行人直供专销业务收入的比例分别为 16.09%、16.23%、17.91%和 **17.76%**，毛利金额分别为 7,738.47 万元、11,112.07 万元、17,251.04 万元和 **10,278.47 万元**，占发行人直供专销业务毛利的比例分别为 15.54%、15.61%、17.59%和 **17.58%**，集采药品的销售占比、毛利占比均保持稳定。集采药品毛利率分别为 31.67%、32.52%、32.63%和 **33.54%**，集采药品毛利率仅略低于直供专销业务毛利率，“带量采购”对直供专销业务的收入水平及盈利水平的影响较小。

2、零售连锁业务

报告期内，发行人零售连锁业务中销售与“带量采购”药品品种通用名相同的产品整体销售金额及毛利率如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售金额	218.80	371.36	223.94	92.25
销售占比	10.80%	9.71%	9.01%	7.92%
毛利金额	60.29	88.47	49.84	29.95
毛利占比	11.25%	9.27%	7.58%	10.05%
集采药品品种通用名相同的产品毛利率	27.56%	23.82%	22.26%	32.47%
零售连锁毛利率	26.44%	25.44%	26.45%	25.60%

2020 年、2021 年、2022 年及 **2023 年 1-6 月**，发行人零售连锁业务销售与集采药品品种通用名相同的产品金额分别为 92.25 万元、223.94 万元、371.36 万元和 **218.80 万元**，占发行人零售连锁业务收入的比例分别为 7.92%、9.01%、9.71%和 **10.80%**，毛利金额分别为 29.95 万元、49.84 万元、88.47 万元和 **60.29 万元**，占发行人零售连锁业务毛利的比例分别为 10.05%、7.58%、9.27%和 **11.25%**，前述产品毛利以及销售占比小，对公司经营成果影响小。

发行人针对“带量采购”相关产品品种的选品策略与其他非“带量采购”品种选品策略一致，均系结合基层医药市场零售客户药品需求，选取市场销售基础量大、供应稳定、前景较好、盈利空间大的产品。报告期内，发行人涉及“带量采购”相关品种的与直供专销业务整体毛利率不存在较大差异，具有合理性。

(二) 结合发行人报告期内中成药及西药各自的销售金额及其占比，进一步分析随着集采药品范围的扩大对发行人生产经营是否构成重大不利影响

报告期各期，发行人中西成药销售金额分别为 134,926.08 万元、188,993.07 万元、264,931.49 万元和 **152,248.87 万元**，占主营业务收入的比例分别为 73.12%、88.25%、88.36%和 **86.87%**。

报告期各期，发行人中成药及西药各自的销售金额及占比如下：

单位：万元、%

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
中成药	81,712.50	46.62	141,425.18	47.17	104,491.34	48.79	75,148.86	40.73
西药	70,536.37	40.25	123,506.31	41.19	84,501.73	39.46	59,777.22	32.40
合计	152,248.87	86.87	264,931.49	88.36	188,993.07	88.25	134,926.08	73.12

报告期各期，发行人中成药销售金额分别为 75,148.86 万元、104,491.34 万元、141,425.18 万元和 **81,712.50 万元**，占主营业务收入的比分别为 40.73%、48.79%、47.17%和 **46.62%**，系营业收入的主要来源。

截至目前，国家“带量采购”药品品种范围主要为化学仿制药和生物制剂。中药饮片、中成药等品种尚未纳入国家集采范围，且根据 2021 年度医保续约谈判进展请况，中药产品的降价幅度较化药相比也较为缓和。

除国家层面的“带量采购”外，根据国家医保局对地方联盟集采所作的统一部署协调，各省集采联盟采购药品品种已逐步向中药、中成药领域延伸，如湖北省集采联盟、广东省集采联盟，但目前上述集采联盟集采规则尚未统一，短期内对公司中药、中成药业务影响小。

目前“带量采购”已常态化、制度化，药品降价幅度也呈逐步下降趋势。随着政策的逐步推进，医药企业已经逐渐适应“带量采购”所带来的市场变化，对行业整体的影响也进一步减弱。根据 2021 年 9 月 23 日国务院办公厅印发的《“十四五”全民医疗保障规划》，药品带量采购品种数 2025 年预期目标大于 500 个，截至报告期末，已纳入集采范围的品种数量已经接近目标数量的 60%，且由于较先纳入集采范围的品种是市场规模较大的品种，后续集采范围的扩大对行业的冲击也将弱化。

目前国家带量采购采购主体主要为公立医疗机构，发行人主要客户为中小连锁、单体药店及基层医疗卫生机构等医药零售终端，受“带量采购”政策的影响较小。且由于未中标品种的制药企业将相关品种销售渠道转向院外零售渠道，也给发行人业务发展带来一定有利契机。

从集采药品销售情况来看，发行人集采药品销售金额占比和毛利金额占比较小，且集采药品毛利率与直供专销业务、零售连锁业务整体毛利率不存在重大差异。此外，由于零售连锁业务占比较小，集采药品整体未出现销售和盈利水平大幅下降的情况。

综上，“带量采购”政策的实施对发行人经营不构成重大不利影响。

三、补充说明发行人已注册的药品批件情况后续正式生产或委托生产的大致计划及时间安排

截至 2023 年 6 月 30 日，发行人已获取药品批件 102 个，具体情况如下：

获取途径	详情	已注册批件(个)	已注册批件情况	已注册批件后续生产安排及大致时间安排
恒昌新药自主立项	恒昌新药选取符合公司发展战略的药品品种立项，并通过自研及委托研发的方式进行药品注册批件的研发，截至 2023 年 6 月 30 日，在研项目 10 个，其中包括 9 个仿制药药品品种的研发及 1 个药品品种的一致性评价研发。	0	-	-
技术成果转让	通过与和泽医药、博济生物、百诚医药等业内知名的医药研发企业签订技术开发（委托）合同的方式获取药品批件及相关生产技术。截至 2023 年 6 月 30 日，已签署药品批件项目 24 个。	1	委托博济生物研发的酒石酸美托洛尔片已于 2022 年 3 月 10 日完成过户。	酒石酸美托洛尔片拟委外生产，拟于 2024 年商业化生产。
MAH 转让	通过 MAH 权益转让的方式购买符合公司产品定位、市场前景良好的药品注册批件，截至 2023 年 6 月 30 日，已签署合同涉及的药品注册批件 120 个。	81	包含康尔佳制药的 27 项药品批件、广州罗特的 21 项药品批件及其他转让批件 33 项。	截至报告期末，风热感冒颗粒等 4 个药品批件已达产，蒙脱石散等 2 个药品已于 2023 年商业化生产，布洛芬片等 29 个药品批件拟于 2024 年商业化达产，牛黄清热胶囊等 46 个药品批件拟于 2025

获取途径	详情	已注册批件(个)	已注册批件情况	已注册批件后续生产安排及大致时间安排
				年商业化达产。
收购药圣堂	发行人 2021 年 11 月收购药圣堂，通过本次并购承接药圣堂项下共 21 项药品注册批件。	20	药圣堂为股权收购，不涉及批件转让过户等。	阿胶当归颗粒等 20 个药品批件拟于 2024 年商业化生产。
合计		102	-	-

注：收购药圣堂取得的六味地黄丸（浓缩丸）（规格：每丸重 0.18g）药品批件已于 2023 年 3 月正式转让给沈阳清宫药业集团有限公司。

截至**报告期末**，发行人通过委托研发取得的药品批件 1 项，为酒石酸美托洛尔片，该药品品种计划委托广州博济生物医药科技园有限公司生产，预计于 2024 年商业化生产。

截至**报告期末**，通过 MAH 转让获取的药品批件，其中抗宫炎片、盐酸二甲双胍缓释片、**风寒感冒颗粒、风热感冒颗粒** 4 项药品批件已委外生产达产；蒙脱石散等 77 个药品批件计划 2023 年至 2025 年生产。收购药圣堂获得的 20 项药品批件预计 2024 年生产。

目前公司所有品种的投产规划均为委外生产，待公司子公司江右制药厂房整体改造完毕，具备生产条件后，公司将根据已有药品品种批件的具体情况，安排部分产品品种自主生产。

四、结合合同具体条款，分类说明发行人多种合作模式的具体情况，并说明发行人其他合作模式下认购权利的对象，各类合作模式中是否涉及对公司股权的认购，是否存在不符合相关法律法规或相关行业政策监管要求的情形；相关收益条款并未实际执行的后续处置情况，尚未解除合作事项是否构成本次发行上市障碍

(一) 结合合同具体条款，分类说明发行人多种合作模式的具体情况，并说明发行人其他合作模式下认购权利的对象，各类合作模式中是否涉及对公司股权的认购，是否存在不符合相关法律法规或相关行业政策监管要求的情形

1、结合合同具体条款，分类说明发行人多种合作模式的具体情况，并说明发行人其他合作模式下认购权利的对象，各类合作模式中是否涉及对公司股权的认购

公司于2015年至2017年期间设立了“乐赛仙强势终端俱乐部”“黄金单品事业部”等业务部门，并以此为基础开展了“乐赛仙强势终端俱乐部消费入股”“乐赛仙强势终端俱乐部股东合作”“黄金单品事业部合作”等多种合作，相关合作模式的参与对象均为客户以及员工，相关合作的具体情况、认购权利的对象、公司股权认购涉及情况具体如下：

(1) 乐赛仙强势终端俱乐部消费入股合作

2016年3月-4月，108名“乐赛仙强势终端俱乐部”客户与恒昌医药陆续就乐赛仙强势终端俱乐部消费入股开展合作，约定主要内容如下：①双方共同出资成立“乐赛仙强势终端俱乐部”；②客户合作方当天认购乐赛仙强势终端俱乐部所有品种金额合计达到一定金额，恒昌医药即赠送一定价值的俱乐部原始股份；③享受公司股权增值率相同比例股份增值收益，俱乐部每个季度拿出总回款额的2%作为分红金用于分红，合作方按股份占比享受相应分红金额。

根据协议条款并经访谈客户合作方及恒昌医药实际控制人和相关负责人，“乐赛仙强势终端俱乐部”系发行人业务开展早期的业务核算单元，并非法人主体。乐赛仙强势终端俱乐部消费入股合作认购权利的对象是公司内部“乐赛仙强势终端俱乐部”权益，本质是客户按销售回款金额总额一定比例为基数享有相关返利收益，系发行人于创业初期对客户执行的销售激励政策，不涉及公司股权的

认购。

(2) 乐赛仙强势终端俱乐部股东合作

2015年12月-2017年7月，106名“乐赛仙强势终端俱乐部”员工及6名客户与恒昌医药就乐赛仙强势终端俱乐部内部股东合作事项开展合作，约定主要内容如下：①共同出资开办湖南乐赛仙强势终端俱乐部；②合作方按每股3万元-4.2万元/股不等价格认购俱乐部股份；③俱乐部独立核算，分配红利，未分配利润转做再投资用于本板块发展。

根据协议条款并经访谈员工/客户合作方及恒昌医药实际控制人和相关负责人，“乐赛仙强势终端俱乐部”系发行人业务开展早期的业务核算单元，并非法人主体。乐赛仙强势终端俱乐部股东合作认购权利的对象是公司内部“乐赛仙强势终端俱乐部”权益，本质是员工及重要客户在乐赛仙强势终端俱乐部盈利情况下按销售额总额一定比例为基数享有相关收益，系发行人于创业初期对员工和重要客户执行的销售激励政策，不涉及公司股权的认购。

(3) 黄金单品事业部合作

2016年1月，5名“黄金单品事业部”员工与恒昌医药陆续以签署《乐赛仙黄金单品事业部股东合作协议书》形式开展合作，约定如下主要内容：①共同出资开办湖南乐赛仙黄金单品事业部；②合作方按每股10万元/股认购股份；③俱乐部独立核算，分配红利，未分配利润转做再投资用于本板块发展。

根据协议条款并经访谈员工合作方及恒昌医药实际控制人和相关负责人，“黄金单品事业部”系发行人在乐赛仙强势终端俱乐部的业务基础上针对特定药品品种而开展的早期业务核算单元，并非法人主体。黄金单品事业部合作认购权利的对象是公司内部“黄金单品事业部”权益，本质是员工在黄金单品事业部盈利情况下按销售额总额一定比例为基数享有相关收益，系发行人于创业初期对员工执行的销售激励政策，不涉及公司股权的认购。

(4) 其他相关合作

具体合作协议	合作人数	签署日期	主要合作条款	认购权利的对象，是否涉及对公司股权的认购
《股东合作协	3	2015年2月	①共同出资举办有限责任公司；②合作方按每股10万元/	根据对该3名合作方员工及恒昌医药实际控制人和相关负责

具体合作协议	合作人数	签署日期	主要合作条款	认购权利的对象，是否涉及对公司股权的认购
协议书》			股认购股份，占股 0.5%-1%不等；③每年按董事会约定分配盈余，按公司法规定承担债务	人的访谈，认购权利的对象是公司内部“乐赛仙强势终端俱乐部”的权益，不涉及对公司股权的认购。
《公司股东合作协议书》	1	2015年12月	①共同出资开办恒昌医药；②合作方按每股12万元/股认购股份，占股3%不等；③每年按股东会约定分配盈余，按公司法规定承担债务	该协议形式上认购对象为公司股权，但合作方员工未根据上述协议向公司履行过出资义务、享有过股东权利或承担过其他股东义务，合作方员工实质上未享有公司股权。
认购股份意向书	6	2016年5月	2016年5月，6名合作方员工与恒昌医药签署《湖南恒昌医药有限公司认购股份意向书》，协议主要条款如下：①员工在协议签署三年内，在“黄金单品事业部”销售额达到一定金额的，有权认购相对应金额的注册资本；②认购时间：恒昌医药从有限公司改制为股份公司前；③认购对价：认购前一个月经具有证券从业资格会计师事务所审计的每股净资产值	该协议形式上认购对象为公司股权，但合作方员工未根据上述协议向公司履行过出资义务、享有过股东权利或承担过其他股东义务，合作方员工实质上未享有公司股权。

2、合作事项不存在不符合相关法律法规或相关行政政策监管要求的情形

(1) 合作事项不存在传销法律风险

根据“乐赛仙俱乐部”合作事项签署的各项协议，收益分享仅限于内部销售人员及部分客户，参与合作的员工及客户均是按照协议约定享有相应的收益，不存在按滚动发展的人员数量为依据计算和给付报酬，不要求参与合作事项人员发展其他人员加入，不存在上下线关系，或以下线的销售业绩为依据计算和给付回报的情形。“乐赛仙俱乐部”合作事项系为了使得客户、员工与公司利益一致，激励员工销售产品，且客户采购的产品均经中小连锁、单体药店及基层医疗卫生机构向消费者销售，销售真实。发行人开展的合作模式合法，不具有传销或变相传销行为的特征，不属于法律、法规禁止的传销或变相传销行为。

2022年3月15日，长沙市公安局开福分局出具证明，自2015年至今，该局没有收到发行人涉及传销等违法犯罪行为的举报、报告。

2023年3月30日，长沙市市场监督管理局出具证明，截至证明出具日，该局未接到发行人涉嫌传销违法行为的投诉、举报，未查到该局对发行人因违反《禁

止传销条例》作出的行政处罚记录。

(2) 合作事项不存在非法集资的法律风险

2021年9月10日，长沙市开福区打击和处置非法集资工作领导小组办公室出具证明，该单位认为，以上相关合作协议主要针对公司员工和部分客户，未向社会公开宣传，未向社会不特定对象进行融资，不涉及非法集资、非法吸收公众存款、集资诈骗等非法集资违法犯罪行为。该单位未对公司作出过处罚，也不会基于以上事项对公司进行处罚或追究其责任，亦未收到该公司涉及非法集资、非法吸收公众存款、集资诈骗等非法集资违法犯罪的举报、报告。

2022年4月12日，湖南省打击和处置非法集资工作领导小组办公室出具复函，证明自2015年至复函出具日，该单位未收到涉及发行人非法集资的举报、报告，未发现发行人存在非法集资行为及受到相关处罚。

(3) 合作事项不存在不符合其他法律法规或相关行业政策监管要求的情形

①合作事项由参与方与公司协商共同确认，相关协议不涉及公司股权，系各方自愿达成，不涉及违反劳动法相关规定，不涉及与客户之间除约定事项以外的其他安排；不存在《民法典》第一百五十三条规定的“违反法律、行政法规的强制性规定的民事法律行为无效”的情形。

②近年来出台的与公司行业相关的主要行业政策并未对发行人与员工、客户开展销售奖励及激励政策作出限制性规定，合作事项不存在不符合相关行业政策监管要求的情形，具体行业政策可参见本问询函回复之“问题2”相关内容。

③根据长沙市市场监督管理局、长沙市开福区人民法院、长沙市开福区人民检察院、长沙仲裁委员会出具的证明，以及发行人、实际控制人出具的承诺，并经检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网，截至本问询回复出具日，发行人、实际控制人无涉及“乐赛仙事业部”合作事项的诉讼、仲裁及行政处罚案件，未因“乐赛仙事业部”合作事项遭受行政处罚或被公安、检察机关立案调查。

综上，合作事项不存在不符合法律法规或相关行业政策监管要求的情形。

(二) 相关收益条款并未实际执行的后续处置情况，尚未解除合作事项是否构成本次发行上市障碍

1、合作事项的执行及后续处置情况

为规范员工及客户的激励政策，自 2018 年开始，发行人及实际控制人陆续清理解除相关合作协议，相关合作事项的执行及后续处置情况如下：

合作类型	收益条款执行及后续处置情况	解除情况
乐赛仙强势终端俱乐部消费入股合作	公司已按协议约定发货并根据协议约定核算了相关销售返利，后协商解除并给予一定补偿	根据解除协议及访谈确认，除 1 份协议尚未解除外，其余合作均已确认解除，且不存在纠纷或潜在纠纷
乐赛仙强势终端俱乐部股东合作	协商解除，退还缴纳款项并给予一定补偿	根据解除协议及访谈确认，除 4 份协议尚未解除外，其余合作均已确认解除，且不存在纠纷或潜在纠纷
黄金单品事业部合作		根据解除协议及访谈确认，相关合作均已确认解除，且不存在纠纷或潜在纠纷
其他相关合作		

2、尚未解除合作事项是否构成本次发行上市障碍

(1) 尚未解除事项的具体情况

截至本问询回复出具日，尚有 5 名合作方未解除“乐赛仙强势终端俱乐部消费入股合作”或“乐赛仙强势终端俱乐部股东合作”事项，具体情况如下：

合作类型	人数	涉及金额
乐赛仙强势终端俱乐部消费入股合作	1	俱乐部药品认购金额 12,000 元
乐赛仙强势终端俱乐部股东合作	4	俱乐部认购款合计 46,000 元

截至本问询回复出具日，经公司联系上述 5 人，1 名人员无法取得联系，4 名人员拒绝沟通联系。因此，公司尚未就解除事项与上述合作方达成一致。

(2) 尚未解除合作事项不会构成本次发行上市障碍

如本题“(一)/1/(1)乐赛仙强势终端俱乐部消费入股合作”和“(一)/1/(2)乐赛仙强势终端俱乐部股东合作”所述，“乐赛仙强势终端俱乐部”系发行人业务开展早期的业务核算单元，并非法人主体。“乐赛仙强势终端俱乐部消费入股合作”和“乐赛仙强势终端俱乐部股东合作”本质是发行人于创业初期对客户及员工执行的销售奖励及激励政策。虽有部分其他相关合作事项协议形式

上涉及股权，但均已解除完毕，尚未解除的合作事项不涉及发行人股权，合作方不享有发行人股权，不参与公司经营决策，权益不涉及发行人股权。

此外，上述合作涉及金额较小，合作方至今未向公司主张相关权益，对发行人而言存在潜在纠纷的风险亦较小，不构成发行人的重大债务，亦不构成发行人的重大违法违规，不会影响公司的持续经营。

针对未解除合作事项的潜在风险，实际控制人江璘已出具承诺，将督促发行人继续联系未解除合作方终止、解除全部合作事宜，若发行人因尚未解除的合作事项遭受的损失，由此产生的赔偿责任由其个人承担，与发行人无关。

综上，未解除合作事项不构成本次发行上市障碍。

五、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、访谈发行人销售总监、销售相关负责人员，了解发行人为下游客户提供的运营管理、营销推广等综合配套服务的具体内容、服务方式及频次，了解发行人产品的营销推广以及内部培训工作；查阅了同行业可比公司的业务模式，并分析发行人与同行业可比公司在营销推广方面的差异情况；

2、查询了“带量采购”的相关政策，获得发行人销售明细，访谈发行人销售相关负责人员，了解“带量采购”政策对发行人经营的影响；

3、获取了发行人关于已注册的药品批件情况后续正式生产或委托生产的大致计划及时间安排；

4、查阅了各批次“乐赛仙强势终端俱乐部消费入股”“乐赛仙强势终端俱乐部股东合作”“黄金单品事业部合作”等合作协议的原始协议、收款、退款凭证、相关解除协议及声明，查阅了与公司及相关合作相关的行业政策监管要求，就合作协议签署、履行及解除对相关合作人员、实际控制人、相关业务及财务负责人进行了访谈并获取了实际控制人就合作协议潜在纠纷承担责任的承诺函。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人为下游客户提供运营管理、营销推广等综合配套服务，与发行人产品的营销推广工作，两者是深度融合、相辅相成、良性互动的关系。发行人的营销推广及内部培训活动，均围绕客户的经营发展需求而并非单个药品品规展开。发行人为下游客户提供运营管理、营销推广等综合配套服务，与发行人产品的营销推广工作，两者是深度融合、相辅相成、良性互动的关系。基于经营理念、业务模式、客户群体等方面的差异，与同行业公司相比，发行人产品的营销推广以及内部培训工作存在一定特性；

2、报告期内发行人产品中涉及“带量采购”通用名相同的药品销售对发行人经营成果影响较小，集采药品范围的扩大对发行人生产经营不构成重大不利影响；

3、发行人已补充说明已注册的药品批件情况后续正式生产或委托生产的大致计划及时间安排；

4、“乐赛仙强势终端俱乐部消费入股”“乐赛仙强势终端俱乐部股东合作”“黄金单品事业部合作”等合作模式是基于乐赛仙事业部或特定产品品种的销售业绩的收益分享方式，不涉及发行人股权的认购；其他相关合作部分在形式上涉及发行人股权的认购，但相关方实质上并未享有公司股权，且相关协议均已解除完毕；以上合作模式不存在不符合相关法律法规或相关行业政策监管要求的情形；截至本问询回复出具日，除**5**名合作方未确认解除外，其余合作协议或安排均已确认解除完毕，合作各方均确认无潜在纠纷和争议；尚未解除合作事项不涉及发行人股权，不构成本次发行上市障碍。

问题 2、关于行业政策

申报材料及审核回复显示：

(1) 2022 年 5 月 9 日，国家药监局公布《中华人民共和国药品管理实施条例（修订草案征求意见稿）》（以下简称征求意见稿），针对药品的生产经营、药品供应保障、药品上市许可持有人等进行了进一步的细化规定。

(2) 2022 年 2 月 8 日，国家卫生健康委和国家中医药局联合发布《互联网诊疗监管细则》。发行人于 2016 年 9 月取得互联网交易服务资格证书。

(3) 公司直供专销业务医药产品以自有品牌为主。公司拥有自主研发的 B2B 商城，报告期各期活跃客户数量分别为 39,153 家、46,322 家和 50,781 家。

请发行人：

(1) 结合征求意见稿中涉及发行人主营业务的药品经营、药品供应保障、药品上市许可持有人等具体制度条款，补充说明发行人业务模式是否符合相关监管要求，现有的内部控制制度齐备、完善，后续修订草案的实施对发行人业务的具体影响；

(2) 补充说明发行人自营及加盟药房、B2B 商城、微信商城模式等是否涉及互联网药品销售或零售业务，是否符合行业监管规定，《互联网诊疗监管细则》对发行人主营业务的影响；

(3) 结合发行人行业监管机构以及湖南省的医药行业监管政策及趋势，充分披露发行人政策、行业监管风险情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、结合征求意见稿中涉及发行人主营业务的药品经营、药品供应保障、药品上市许可持有人等具体制度条款，补充说明发行人业务模式是否符合相关监管要求，现有的内部控制制度齐备、完善，后续修订草案的实施对发行人业务的具体影响

(一) 结合征求意见稿中涉及发行人主营业务的药品经营、药品供应保障、药品上市许可持有人等具体制度条款，补充说明发行人业务模式是否符合相关监管要求，后续修订草案的实施对发行人业务的具体影响

为贯彻实施新制修订的《中华人民共和国药品管理法》《中华人民共和国疫苗管理法》，进一步加强药品监督管理，保障人民用药安全，促进药品行业高质量发展，国家药品监督管理局组织对《中华人民共和国药品管理法实施条例》进行研究，并于2022年5月9日发布《中华人民共和国药品管理法实施条例（修订草案征求意见稿）》（以下简称“《征求意见稿》”）。截至本问询回复出具日，《征求意见稿》正式稿尚未确定并生效。

《征求意见稿》中修订的涉及发行人主营业务的相关条款以及发行人的具体业务模式的合规性具体分析如下：

制度类别	主要修订条款及分析	发行人现有业务模式是否符合相关规定
药品研制与注册	<p>1、鼓励创新 《征求意见稿》第九条提出了完善药物创新体系，支持以临床价值为导向的药物创新，支持企业与高等学校、科研院所、医疗机构等开展产学研合作，并在科技立项、融资、信贷、招标采购、支付价格、医疗保险等方面予以支持。该条款体现出国家药品监督管理局鼓励医药企业的药物创新积极性的态度。</p> <p>2、明确药品注册异议解决机制 《征求意见稿》第十四条提出了药品注册异议解决机制，以处理药品注册申请人对技术审评结论的异议，保障其合法权益。该条款原则性地明确了《药品注册管理办法》的注册异议解决机制。</p> <p>3、申办者变更 《征求意见稿》第二十条规定在药物临床试验期间，变更申办者的，应当经国家药品监督管理局同意，并在必要时由国家药品监督管理局重新核发临床试验批件，且由变更后的申办者承担临床试验的责任。同时，药品上市许可申请人与药物临床试验申办者不同的，由药品上市许可申请人承担上市许可申请的责任。</p> <p>4、儿童用药及罕见病用药的市场独占期 《征求意见稿》第二十八条及第二十九条提出了：</p>	<p>1、《征求意见稿》中关于药品研制与注册主要为鼓励创新与研发的条款，或以行政法规的立法层面原则性地明确了相关规范性文件条款的效力。</p> <p>2、发行人现有业务模式不存在违反相关规定的情形，《征求意见稿》药品研制与注册章节的后续实施不会对发行人的业务产生不利影响。</p>

制度类别	主要修订条款及分析	发行人现有业务模式是否符合相关规定
	<p>(i) 国家鼓励儿童用药品的研制和创新，对儿童用药予以优先审评审批，对首个批准上市的儿童专用新品种、剂型和规格，以及增加儿童适应症或者用法用量的，给予最长 12 个月的市场独占期，期间内不再批准相同品种上市；(ii) 国家鼓励罕见病药品的研制和创新，对罕见病药品予以优先审评审批，对批准上市的罕见病新药，在药品上市许可持有人（以下简称“MAH”）承诺保障药品供应情况下，对罕见病新药给予最长 7 年的市场独占期，期间内不再批准相同品种上市。</p> <p>本次《征求意见稿》于立法层面首次明确及直接提出了相关儿童用药、罕见病用药的市场独占期的概念，也借鉴了其他国家和地区的药品立法理念。</p>	
药品上市许可持有人	<p>1、MAH 制度</p> <p>《征求意见稿》根据《中华人民共和国药品管理法》新增了 MAH 制度，明确了对 MAH 的总体要求，包括对药品的研发、生产、经营、使用建立全过程的质量保证体系，且 MAH 应取得《药品生产许可证》，设置质量管理、药物警戒等部门，配备专门的质量负责人、质量授权人、药物警戒负责人，并向省级药品监督管理部门就前述人员进行备案。同时，《征求意见稿》也明确了 MAH 的药品追溯义务、药物警戒义务、对委托生产、销售及物流的管理责任、药品上市后风险管理及研究的责任及上市后评价责任等。</p> <p>2、境外 MAH 境内代理人的指定及变更</p> <p>《征求意见稿》第四十四条就境外 MAH 境内代理人的指定提出了两套方案，方案一为境外 MAH 申请人应在药品上市许可批准前指定境内企业作为境内代理人，且相关信息在药品注册证书中载明；方案二为药品上市许可批准后，境外 MAH 指定境内企业作为境内代理人，并向省级药品监督管理部门登记，且境内代理人登记后产品方可上市销售。同时，境内代理人应具备质量管理能力和风险控制能力，建立药品全过程质量保证体系，配备相应管理机构和专业技术人员。境内代理人发生变更的应在省级药品监督管理部门登记。</p> <p>3、备案及报告事项管理及药品上市许可转让</p> <p>《征求意见稿》第四十九条提出了省级药品监督管理部门对药品上市后变更的监管及风险控制，第五十一条规定 MAH 的转让应由国家药品监督管理局批准，并明确了同一药品品种有不同规格的，所有规格应当一次性变更为同一药品上市许可持有人。</p>	<p>1、《征求意见稿》中关于药品上市许可持有人制度的规定，进一步明确且完善了《中华人民共和国药品管理法》的相关条款。发行人现有业务模式不存在违反相关规定的情形。</p> <p>2、《征求意见稿》中第五十一条中“同一药品品种有不同规格的，所有规格应当一次性变更为同一药品上市许可持有人”会对发行人后续取得药品批文有更高的资金要求，但总体而言，《征求意见稿》药品上市许可持有人章节的后续实施不会对发行人的业务产生重大不利影响。</p>
药品生产	<p>1、MAH 委托生产</p> <p>《征求意见稿》第五十八条就药品委托生产进一步细化 MAH 对委托生产的管理义务，包括 MAH 应当履行原辅料供应商审核、产品年度报告、变更管理审核及产品上市放行等义务。另外，受托方不得再次委托生产。</p> <p>2、生产管理及分段生产</p> <p>《征求意见稿》六十九条提出对于生产工艺、设施设备有特殊要求的创新药，或者临床急需等药品，经国</p>	<p>发行人已开展和拟开展的药品生产业务暂不存在再次委托生产和分段生产等模式，现有业务模式不存在违反相关规定的情形。</p>

制度类别	主要修订条款及分析	发行人现有业务模式是否符合相关规定
	<p>家药品监督管理局批准，可以分段生产，药品生产过程涉及多个生产地址的，MAH 应当建立覆盖药品生产全过程和全部生产地址的统一的质量保证体系，确保药品生产过程持续符合法定要求。</p> <p>本次《征求意见稿》首次提出了在列举的情形下，经国家药品监督管理局批准，药品可以分段生产，一定程度上满足了制药企业对药品分段生产的实际需求，也将有利于制药企业在 MAH 制度的框架下更灵活的开展药品委托生产。</p> <p>3、疫苗委托生产</p> <p>《征求意见稿》第六十一条明确了经国家药品监督管理局批准后，疫苗可以委托生产的情形，包括政府部门提出储备需要、卫生健康主管部门提出疾病预防、控制急需的或者确需委托生产的多联多价疫苗的情形。</p>	
药品经营	<p>1、药品零售</p> <p>《征求意见稿》第七十条明确了药品零售的资质要求，包括明确从事药品零售连锁经营活动的企业总部，应当取得药品经营许可证；第七十七条规定药品零售连锁经营活动的企业总部应当设置专门的质量管理机构和专职人员，对所属门店建立统一的质量管理体系，实现企业统一标识、统一管理制度、统一计算机系统、统一采购配送、统一票据管理、统一药学服务标准规范，确保所属门店持续符合法定要求，药品零售连锁总部不得对外销售药品，药品零售连锁门店不得从所属药品零售连锁总部以外的单位购进药品；第七十八条规定药品零售配送应当有独立特殊标识和封存标签等。</p> <p>2、运输配送</p> <p>《征求意见稿》第八十一条明确 MAH、药品经营企业委托储存、运输药品的，应当经受托方所在地省级药品监督管理部门同意后向所在地省级药品监督管理部门备案。同时，《征求意见稿》就药品运输配送提出了三种不同的监管方案：委托配送药品的，药品经营企业应对受托方进行评估并与其签订委托协议与质量协议，并向所在地省级药品监督管理部门备案；从事冷链药品配送的企业应向所在地省级药品监督管理部门备案；从事药品委托配送的企业应向所在地省级药品监督管理部门报告。</p> <p>3、药品网络销售</p> <p>《征求意见稿》第八十二条明确了从事药品网络销售活动的主体应当是依法设立的 MAH 或者药品经营企业，销售的药品应当是 MAH 持有的品种或者是药品经营企业许可经营的品种；药品网络交易第三方平台提供者应当向省级药品监督管理部门备案，应当建立药品网络销售质量管理体系，应当对入驻的 MAH、药品经营企业资质进行审查；药品零售企业通过网络销售处方药的，应当确保处方来源真实、可靠，并经审核后方可调配；对于未通过处方审核的，不得直接展示处方药的包装、标签、说明书等信息；国家实行特殊管理以及用药风险</p>	<p>1、关于药品零售业务，《征求意见稿》从行政法规的立法层面对药品零售业务的开展提出了更严格的监管要求。发行人将根据法规不断完善药品零售相关体系及管理，以符合修订的《征求意见稿》的要求。</p> <p>2、关于药品运输配送和药品网络零售，发行人的业务模式符合《征求意见稿》关于药品经营的相关要求，相关规定不会对发行人的业务模式产生不利影响。</p>

制度类别	主要修订条款及分析	发行人现有业务模式是否符合相关规定
	较高的药品不得通过网络零售，具体目录由国家药品监督管理局制定。	

《征求意见稿》从行政法规的立法层面对药品零售业务的开展提出了更严格的监管要求，发行人将根据法规不断完善药品零售相关体系及管理，以符合修订的《征求意见稿》的要求。发行人业务模式符合相关监管要求，后续修订草案的实施不对发行人业务产生重大不利影响。

（二）现有的内部控制制度齐备、完善

立足于基层医药市场，依托自主研发的 B2B 商城建立的以自有品牌产品为核心的直供专销模式系发行人的主营业务。发行人已针对主营业务即药品经营业务建立了《药品质量信息管理制度》《药品验收管理制度》《药品出库复核管理制度》《药品近效期管理制度》《不合格药品、药品销毁管理制度》《药品退货管理制度》《药品质量事故报告管理制度》《药品质量投诉管理制度》《药品不良反应报告管理制度》等内部控制制度，能够有效保证药品经营业务的合规性。

根据天职国际出具《湖南恒昌医药集团股份有限公司内部控制鉴证报告》，发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2023 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上，发行人已建立并有效运行相关内部控制制度，能够保证生产经营的合规性。

二、补充说明发行人自营及加盟药房、B2B 商城、微信商城模式等是否涉及互联网药品销售或零售业务，是否符合行业监管规定，《互联网诊疗监管细则》对发行人主营业务的影响

（一）发行人自营及加盟药房、B2B 商城、微信商城模式等是否涉及互联网药品销售或零售业务，是否符合行业监管规定

1、发行人自营及加盟药房、B2B 商城、微信商城模式等是否涉及互联网药品销售或零售业务

发行人自营及加盟药房、B2B 商城、微信商城模式的运行情况以及涉及互联网药品销售或零售业务情况具体如下：

业务模式	运行情况	是否涉及互联网药品销售业务 (B2B)	是否涉及互联网药品零售业务 (B2C)
发行人自营药房	截至报告期末, 发行人子公司六谷大药房旗下共有 5 家自营药房, 该 5 家自营药房通过实体药店线下销售的方式和入驻第三方平台线上销售的方式为终端消费者、患者提供药品	否	是
发行人加盟药房	截至报告期末, 发行人子公司六谷大药房旗下共有 138 家加盟药店, 部分加盟药房存在线上销售的情况	否	是
B2B 商城	发行人及其子公司和治恒昌、重庆恒昌通过 B2B 商城为中小药店及基层医疗卫生机构等零售终端提供医药健康产品	是	否
微信商城	发行人子公司尚划算经营的微信商城曾通过微信小程序销售个人护理产品、生活用品、食品等产品	否	否

2、发行人互联网药品销售或零售业务是否符合行业监管规定

(1) 互联网药品销售业务符合相关行业监管规定

发行人 B2B 商城模式下的互联网药品销售业务符合行业监管规定, 相关行业监管主要规定及发行人经营情况具体如下:

行业监管规定	主要条款	发行人经营是否符合相关行业主管规定
《中华人民共和国药品管理法》(2019 年修订)	第六十一条 药品上市许可持有人、药品经营企业通过网络销售药品, 应当遵守本法药品经营的有关规定。具体管理办法由国务院药品监督管理部门会同国务院卫生健康主管部门等部门制定。 疫苗、血液制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品等国家实行特殊管理的药品不得在网络上销售。	发行人及其子公司未在网络上销售疫苗、血液制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品等国家实行特殊管理的药品, 符合规定。
	第六十二条 药品网络交易第三方平台提供者应当按照国务院药品监督管理部门的规定, 向所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门备案。 第三方平台提供者应当依法对申请进入平台经营的药品上市许可持有人、药品经营企业的资质等进行审核, 保证其符合法定要求, 并对发生在平台的药品经营行为进行管理。 第三方平台提供者发现进入平台经营的药品上市许可持有人、药品经营企业有违反本法规定行为的, 应当及时制止并立即报告所在地县级人民政府药品监督管理部门; 发现严重违法行为的, 应当立即停止提供网络交易平台服务。	恒昌信息已对其经营性互联网药品信息服务行为向上海市药品监督管理局备案, 取得《互联网药品信息服务资格证书》, 并根据规定对进入平台经营的药品上市许可持有人、药品经营企业的资质等进行审核, 符合规定。
《互联网信息服务	第三条 互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。经营性互联网信息服务, 是指通过互联网向上网用户有	恒昌信息从事经营性互联网信息服务, 已向

行业监管规定	主要条款	发行人经营是否符合相关行业主管规定
《互联网药品信息管理办法》(2011年修订)	<p>偿提供信息或者网页制作等服务活动。</p> <p>非经营性互联网信息服务,是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。</p>	上海市通信管理局申请办理互联网信息服务《增值电信业务经营许可证》,符合规定。
	<p>第七条 从事经营性互联网信息服务,应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。</p>	
《互联网药品信息服务管理办法》(2017年修正)	<p>第六条 各省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门对本辖区内申请提供互联网药品信息服务的互联网站进行审核,符合条件的核发《互联网药品信息服务资格证书》。</p>	发行人、恒昌信息、和治恒昌、重庆恒昌和恒昌新药已取得省/直辖市药品监督管理局核发的《互联网药品信息服务资格证书》,符合规定。
	<p>第八条 提供互联网药品信息服务的网站,应当在其网站主页显著位置标注《互联网药品信息服务资格证书》的证书编号。</p>	发行人、恒昌信息、和治恒昌、重庆恒昌和恒昌新药已在其网站主页标注《互联网药品信息服务资格证书》的证书编号,符合规定。
	<p>第十一条 申请提供互联网药品信息服务,除应当符合《互联网信息服务管理办法》规定的要求外,还应当具备下列条件:</p> <p>(一)互联网药品信息服务的提供者应当为依法设立的企事业单位或者其他组织;</p> <p>(二)具有与开展互联网药品信息服务活动相适应的专业人员、设施及相关制度;</p> <p>(三)有两名以上熟悉药品、医疗器械管理法律、法规和药品、医疗器械专业知识,或者依法经资格认定的药学、医疗器械技术人员。</p>	发行人、恒昌信息、和治恒昌、重庆恒昌和恒昌新药均具备《互联网药品信息服务管理办法》第十一条规定的相关条件,符合规定。
	<p>第十三条 申请提供互联网药品信息服务,应当填写国家食品药品监督管理总局统一制发的《互联网药品信息服务申请表》,向网站主办单位所在地省、自治区、直辖市食品药品监督管理部门提出申请,同时提交以下材料:</p> <p>(一)企业营业执照复印件。</p> <p>(二)网站域名注册的相关证书或者证明文件。从事互联网药品信息服务网站的中文名称,除与主办单位名称相同的以外,不得以“中国”“中华”“全国”等冠名;除取得药品招标代理机构资格证书的单位开办的互联网站外,其他提供互联网药品信息服务的网站名称中不得出现“电子商务”“药品招商”“药品招标”等内容。</p> <p>(三)网站栏目设置说明(申请经营性互联网药品信息服务的网站需提供收费栏目及收费方式的说明)。</p> <p>(四)网站对历史发布信息进行备份和查阅的相关管理制度及执行情况说明。</p> <p>(五)食品药品监督管理部门在线浏览网站上所有栏目、内容的方法及操作说明。</p>	发行人、恒昌信息、和治恒昌、重庆恒昌和恒昌新药均已提交《互联网药品信息服务管理办法》第十三条规定的相关材料并符合相关要求,符合规定。

行业监管规定	主要条款	发行人经营是否符合相关行业主管规定
	<p>(六) 药品及医疗器械相关专业技术人员学历证明或者其专业技术资格证书复印件、网站负责人身份证复印件及简历。</p> <p>(七) 健全的网络与信息安全保障措施, 包括网站安全保障措施、信息安全保密管理制度、用户信息安全管理措施。</p> <p>(八) 保证药品信息来源合法、真实、安全的管理措施、情况说明及相关证明。</p>	
《药品网络销售监督管理办法》	<p>第七条 从事药品网络销售的, 应当是具备保证网络销售药品安全能力的药品上市许可持有人或者药品经营企业。</p> <p>第八条 药品网络销售企业应当按照经过批准的经营方式和经营范围经营。药品网络销售企业为药品上市许可持有人的, 仅能销售其取得药品注册证书的药品。未取得药品零售资质的, 不得向个人销售药品。</p> <p>疫苗、血液制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品等国家实行特殊管理的药品不得在网络上销售, 具体目录由国家药品监督管理局组织制定。</p> <p>第十条 药品网络销售企业应当建立并实施药品质量安全管理、风险控制、药品追溯、储存配送管理、不良反应报告、投诉举报处理等制度。</p> <p>第十一条 药品网络销售企业应当向药品监督管理部门报告企业名称、网站名称、应用程序名称、IP 地址、域名、药品生产许可证或者药品经营许可证等信息。信息发生变化的, 应当在 10 个工作日内报告。</p> <p>药品网络销售企业为药品上市许可持有人或者药品批发企业的, 应当向所在地省级药品监督管理部门报告。药品网络销售企业为药品零售企业的, 应当向所在地市县级药品监督管理部门报告。</p> <p>第十二条 药品网络销售企业应当在网站首页或者经营活动的主页面显著位置, 持续公示其药品生产或者经营许可证信息。</p> <p>第十三条 药品网络销售企业展示的药品相关信息应当真实、准确、合法。</p> <p>第十七条 第三方平台应当建立药品质量安全管理机构, 配备药学技术人员承担药品质量安全工作, 建立并实施药品质量安全、药品信息展示、处方审核、处方药实名购买、药品配送、交易记录保存、不良反应报告、投诉举报处理等管理制度。</p> <p>第三方平台应当加强检查, 对入驻平台的药品网络销售企业的药品信息展示、处方审核、药品销售和配送等行为进行管理, 督促其严格履行法定义务。</p> <p>第十八条 第三方平台应当将企业名称、法定代表人、统一社会信用代码、网站名称以及域名等信息向平台所在地省级药品监督管理部门备案。</p> <p>第十九条 第三方平台应当在其网站首页或者从事药品经营活动的主页面显著位置, 持续公示营业执照、相关</p>	<p>1、发行人、恒昌信息和治恒昌和重庆恒昌现通过 B2B 商城向医药零售终端以及其他药品经营企业销售药品, 具备相关资质, 未销售禁止网络销售范围的药品。</p> <p>2、发行人及子公司已根据相关药品销售 GSP 的要求制定相关制度, 并将根据《药品网络销售监督管理办法》的规定不断完善药品网络销售的相关制度和技术支持, 实现药品销售全程可追溯、可核查。</p> <p>3、截至本问询回复出具日, 发行人及子公司进行药品网络销售符合规定, 不存在被认定违反相关监管规定的情形。</p>

行业监管规定	主要条款	发行人经营是否符合相关行业主管规定
	<p>行政许可和备案、联系方式、投诉举报方式等信息或者上述信息的链接标识。</p> <p>第二十条 第三方平台应当对申请入驻的药品网络销售企业资质、质量安全保证能力等进行审核，对药品网络销售企业建立登记档案，至少每六个月核验更新一次，确保入驻的药品网络销售企业符合法定要求。</p> <p>第三方平台应当与药品网络销售企业签订协议，明确双方药品质量安全责任。</p> <p>第二十一条 第三方平台应当保存药品展示、交易记录与投诉举报等信息。保存期限不少于5年，且不少于药品有效期满后1年。第三方平台应当确保有关资料、信息和数据的真实、完整，并为入驻的药品网络销售企业自行保存数据提供便利。</p>	
<p>《中华人民共和国药品管理法实施条例（修订草案征求意见稿）》</p>	<p>2022年5月9日，国家药品监督管理局起草并发布了《中华人民共和国药品管理法实施条例（修订草案征求意见稿）》，截至本问询回复出具日，该文件正式稿尚未正式制订并生效。根据《征求意见稿》的相关内容，关于互联网药品销售业务，主要规定如下：</p> <p>第八十二条【药品网络销售管理】 从事药品网络销售活动的主体应当是依法设立的药品上市许可持有人或者药品经营企业，销售的药品应当是药品上市许可持有人持有的品种或者是药品经营企业许可经营的品种。</p> <p>从事药品网络销售活动应当符合药品经营质量管理规范要求，药品销售、储存、配送、质量控制等有关记录应当完整准确，不得编造和篡改。</p> <p>第八十三条【第三方平台管理义务】 药品网络交易第三方平台提供者应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门备案，未经备案不得提供药品网络销售相关服务。</p> <p>第三方平台提供者应当建立药品网络销售质量管理体系，设置专门机构，并配备药学技术人员等相关专业人员，建立并实施药品质量管理、配送管理等制度。第三方平台提供者不得直接参与药品网络销售活动。</p> <p>第三方平台提供者应当对入驻的药品上市许可持有人、药品经营企业资质进行审查，对发布的药品信息进行检查，对交易行为进行管理，并保存药品展示和交易管理信息。发现药品交易行为存在问题的，应当及时主动制止，涉及药品质量安全的重大问题的，应当及时报告药品监督管理部门。</p>	<p>1、发行人、恒昌信息和治恒昌和重庆恒昌现通过 B2B 商城向医药零售终端以及其他药品经营企业销售药品，具备相关主体资格，销售药品的范围属于许可经营的品种，符合 GSP 的相关要求。</p> <p>2、发行人、恒昌信息和治恒昌和重庆恒昌已取得相关互联网药品信息服务资格证书，相关网站已进行备案。</p> <p>3、发行人的药品网络销售平台中的销售主体均为发行人及其子公司，不涉及其他第三方主体。</p> <p>4、发行人及子公司已根据相关药品销售 GSP 的要求制定相关制度，并将不断完善药品网络销售质量管理体系并对药品交易行为进行严格管理。</p>

(2) 互联网药品零售业务符合相关行业监管规定

六谷大药房自营及加盟药店通过第三方网络平台进行药品销售的互联网药品销售业务符合行业监管规定，相关行业监管主要规定及药店经营情况具体如下：

行业监管规定	主要条款	药店经营是否符合相关行业主管规定
《中华人民共和国药品管理法》(2019年修订)	<p>第六十一条 药品上市许可持有人、药品经营企业通过网络销售药品，应当遵守本法药品经营的有关规定。具体管理办法由国务院药品监督管理部门会同国务院卫生健康主管部门等部门制定。</p> <p>疫苗、血液制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品等国家实行特殊管理的药品不得在网络上销售。</p>	六谷大药房自营及加盟药店未在网络上销售疫苗、血液制品、麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品等国家实行特殊管理的药品，符合规定。
《国家食品药品监督管理总局关于加强互联网药品销售管理的通知》	<p>二、加强药品交易网站销售含麻黄碱类复方制剂的管理 药品零售企业销售含麻黄碱类复方制剂，必须按原国家食品药品监督管理局、公安部、原卫生部联合印发的《关于加强含麻黄碱类复方制剂管理有关事宜的通知》（国食药监办〔2012〕260号）要求，查验和登记购买者合法有效的身份证件。鉴于目前互联网药品交易尚不能查验购买者身份证件，药品零售连锁企业一律不得在药品交易网站展示或向个人消费者销售含麻黄碱类复方制剂。</p> <p>四、加强网售药品配送环节的管理 药品零售连锁企业通过互联网销售药品时，应当使用本企业符合《暂行规定》等文件要求的药品配送系统自行配送，且符合《药品经营质量管理规范》的有关要求，保证在售药品的质量安全。</p>	<p>六谷大药房自营及加盟药店未在药品交易网站展示或向个人消费者销售含麻黄碱类复方制剂，符合规定。</p> <p>六谷大药房的配送模式符合《暂行规定》等文件的要求。</p>
《药品网络销售监督管理办法》	<p>第八条第三款 药品网络零售企业不得违反规定以买药品赠药品、买商品赠药品等方式向个人赠送处方药、甲类非处方药。</p> <p>第九条 通过网络向个人销售处方药的，应当确保处方来源真实、可靠，并实行实名制。</p> <p>药品网络零售企业应当与电子处方提供单位签订协议，并严格按照有关规定进行处方审核调配，对已经使用的电子处方进行标记，避免处方重复使用。</p> <p>第三方平台承接电子处方的，应当对电子处方提供单位的情况进行核实，并签订协议。</p> <p>药品网络零售企业接收的处方为纸质处方影印版本的，应当采取有效措施避免处方重复使用。</p> <p>第十条 药品网络销售企业应当建立并实施药品质量安全管理、风险控制、药品追溯、储存配送管理、不良反应报告、投诉举报处理等制度。</p> <p>药品网络零售企业还应当建立在线药学服务制度，由依法经过资格认定的药师或者其他药学技术人员开展处方审核调配、指导合理用药等工作。依法经过资格认定的药师或者其他药学技术人员数量应当与经营规模相适应。</p> <p>第十三条 药品网络销售企业展示的药品相关信息应当真实、准确、合法。</p> <p>从事处方药销售的药品网络零售企业，应当在每个药品展示页面下突出显示“处方药须凭处方在药师指导下购买和使用”等风险警示信息。处方药销售前，应当</p>	<p>1、《药品网络销售监督管理办法》对药品网络零售业务的开展提出了更严格详尽的监管要求，发行人将根据法规不断完善相关制度体系及管理。</p> <p>2、截至本问询回复出具日，发行人子公司通过第三方平台进行药品网络零售，相关销售情形符合规定，不存在被认定违反相关监管规定的情形。</p>

行业监管规定	主要条款	药店经营是否符合相关行业主管规定
	<p>向消费者充分告知相关风险警示信息，并经消费者确认知情。</p> <p>药品网络零售企业应当将处方药与非处方药区分展示，并在相关网页上显著标示处方药、非处方药。</p> <p>药品网络零售企业在处方药销售主页面、首页面不得直接公开展示处方药包装、标签等信息。通过处方审核前，不得展示说明书等信息，不得提供处方药购买的相关服务。</p> <p>第十四条 药品网络零售企业应当对药品配送的质量与安全负责。配送药品，应当根据药品数量、运输距离、运输时间、温湿度要求等情况，选择适宜的运输工具和设施设备，配送的药品应当放置在独立空间并明显标识，确保符合要求、全程可追溯。</p> <p>药品网络零售企业委托配送的，应当对受托企业的质量管理体系进行审核，与受托企业签订质量协议，约定药品质量责任、操作规程等内容，并对受托方进行监督。</p> <p>第十五条 向个人销售药品的，应当按照规定出具销售凭证。销售凭证可以以电子形式出具，药品最小销售单元的销售记录应当清晰留存，确保可追溯。</p> <p>药品网络销售企业应当完整保存供货企业资质文件、电子交易等记录。销售处方药的药品网络零售企业还应当保存处方、在线药学服务等记录。相关记录保存期限不少于5年，且不少于药品有效期满后1年。</p>	
<p>《中华人民共和国药品管理法实施条例（修订草案征求意见稿）》</p>	<p>2022年5月9日，国家药品监督管理局起草并发布了《中华人民共和国药品管理法实施条例（修订草案征求意见稿）》，截至本问询回复出具日，该文件正式稿尚未正式制订并生效。根据征求意见稿的相关内容，关于互联网药品零售业务，主要规定如下：</p> <p>第七十七条【药品零售连锁经营】 药品零售连锁经营活动的企业总部应当设置专门的质量管理机构和专职人员，对所属门店建立统一的质量管理体系，实现企业统一标识、统一管理制度、统一计算机系统、统一采购配送、统一票据管理、统一药学服务标准规范，确保所属门店持续符合法定要求。</p> <p>药品零售连锁总部不得对外销售药品，药品零售连锁门店不得从所属药品零售连锁总部以外的单位购进药品。</p> <p>第八十四条【药品网络零售管理】 药品零售企业通过网络销售处方药的，应当确保处方来源真实、可靠，并经审核后方可调配。对于未通过处方审核的，不得直接展示处方药的包装、标签、说明书等信息。</p> <p>国家实行特殊管理以及用药风险较高的药品不得通过网络零售，具体目录由国务院药品监督管理部门制定。</p>	<p>《征求意见稿》从行政法规的立法层面对药品零售业务的开展提出了更严格的监管要求，发行人将根据法规不断完善相关制度体系及管理。</p>

(3) 相关政府部门证明文件

根据发行人的说明及发行人、恒昌信息、和治恒昌、重庆恒昌、六谷大药房及其自营药房所属药品监督管理部门出具的证明文件，并经网络查询中国执行信

息公开网、人民法院公告网、中国裁判文书网、国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站，报告期内，发行人及其子公司没有因违反互联网药品监督管理法律法规而受到处罚的情形。

（二）《互联网诊疗监管细则》对发行人主营业务的影响

《互联网诊疗监管细则（试行）》系国家卫生健康委办公厅、国家中医药局办公室于2022年2月8日发布的文件，目的系进一步规范互联网诊疗活动和加强互联网诊疗体系建设。

根据《互联网诊疗监管细则（试行）》第二条规定，该细则适用于对医疗机构根据《互联网诊疗管理办法（试行）》《互联网医院管理办法（试行）》开展互联网诊疗活动的监管。发行人及其子公司主要涉及互联网药品销售及零售业务，不涉及互联网医院等互联网在线诊疗活动，发行人及其子公司的现有业务不属于《互联网诊疗监管细则（试行）》的监管范围，该规定不会对发行人现有的主营业务产生不利影响。

三、结合发行人行业监管机构以及湖南省的医药行业监管政策及趋势，充分披露发行人政策、行业监管风险情况

（一）发行人行业监管机构以及湖南省的医药行业监管政策及趋势

发行人主要从事医药流通业务，为进一步巩固公司直供专销业务的优势地位，发行人积极在医药零售、医药研发生产等领域进行了相关业务布局。近年来，发行人行业监管机构以及湖南省的医药行业监管政策及趋势具体情况如下：

1、医药流通相关监管政策

文件名称	出台部门	发布日期	相关监管政策主要内容
《中华人民共和国药品管理法》（2019年修订）	全国人大常委会	2019年8月	（1）坚持风险管理，将风险管理理念贯穿于药品研制、生产、经营、使用、上市后管理等各个环节； （2）要求建立健全的药品追溯制度，国务院药品监督管理部门制定统一的药品追溯标准和规范，推进药品追溯信息互通互享； （3）加大对药品违法行为的处罚力度； （4）因药品质量问题受到损害的，受害人可以向药品上市许可持有人、药品生产企业请求赔偿，也可以向药品经营企业、医疗机构请求赔偿。
《医疗器械经营监督管理	国家市场监督管理总局	2022年3月	（1）进一步强化了企业质量责任，更加注重经营全过程的质量管理；

文件名称	出台部门	发布日期	相关监管政策主要内容
《理办法》			(2) 细化了医疗器械批发、零售的相关规定。
《关于推动药品集中带量采购工作常态化制度化开展的意见》	国务院办公厅	2021年1月	(1) 集中带量采购改革已经进入常态化、制度化新阶段； (2) 目前国家已开展 8 批药品带量采购，地方在参与国家组织集采的同时也开展了不同形式的省级和省际联盟集采。从采购品种看，地方在化学药、中成药、生物药三大类药品板块均有涉及。

在医药流通领域，监管机构重点关注企业经营过程中医药产品的质量，相关监管政策强调风险管理的全过程性，并建立了药品追溯管理制度，以及更加严格的责任追究机制。此外，随着“带量采购”工作的常态化，“带量采购”的范围预计将不断扩大，可能对院外市场医药流通领域的药品价格产生较大影响。

2、医药零售相关监管政策

文件名称	出台部门	发布日期	相关监管政策主要内容
《湖南省药品批发企业（零售连锁总部）分类验收现场检查标准》	湖南省药品监督管理局	2023年1月	(1) 将采取现场考试考核、事中事后监管、飞行检查等方式，严格落实标准要求； (2) 企业应当设置与经营规模和经营品种相适应的仓储作业面积。企业同一地址仓储作业面积应当不少手 3000 m ² ；不经营中药材、中药饮片的企业仓储作业面积应当不少于 2000 m ² （经营范围有麻醉药品、精神药品的企业除外）；经营范围仅限于中药材、中药饮片的药品批发企业，仓储作业面积应当不少于 2000 m ² 。取得《药品经营许可证》正常经营一年以上的企业可委托药品第三方物流企业储存、配送药品； (3) 关于中药材、中药饮片企业，提出“经营中药材、中药饮片的企业，质量管理部门应配备不少于一名具有中药学执业药师资格或中药学中级以上专业技术职称和 3 年以上中药经营质量管理工作经历和 3 年以上中药经营质量管理工作经历，能独立解决中药材、中药饮片经营过程中质量问题的质管员”等要求。
《湖南省药品监督管理局关于进一步规范药品零售连锁管理有关事项的通知》	湖南省药品监督管理局	2021年9月	(1) 明确了药品零售连锁企业的设立时，连锁总部应签订“七统一”承诺书，保证在其设立及存续期间所属连锁门店实现“七统一”管理，对连锁门店的药品质量安全依法承担责任； (2) 明晰了连锁总部及其配送中心应当符合药品经营质量管理规范和《湖南省药品批发企业（零售连锁总部）分类验收现场检查标准（暂行）》，实行委托配送的应符合委托配送相关规定； (3) 各市州、县市区药品监管部门应当支持鼓励连锁总部跨行政区域发展连锁门店。
《商务部关于“十四五”	商务部	2021年10月	文件提出到 2025 年，药品批发百强企业年销售额占药品批发市场总额 98%以上；药品零售百强企

文件名称	出台部门	发布日期	相关监管政策主要内容
《时期促进药品流通行业高质量发展的指导意见》			业年销售额占药品零售市场总额 65%以上；药品零售连锁率接近 70%。
《关于加强参与国家集采的医保协议零售药店管理的通知》	湖南省医疗保障局	2020年10月	医保协议零售药店参与国家集采的，允许其中选价格基础上按不超过 15%加价销售。

在医药零售领域，相关监管政策主要关注零售连锁药店经营的合规性，包括经营管理、人员管理、场所管理、质量管理等具体内容，同时采取各类监管方式落实相关政策要求。根据政策要求，未来医药批发企业、医药零售企业的集中度将进一步提升，药品零售连锁率接近 70%。此外，“带量采购”政策对医药零售领域的药品价格已产生了直接影响，未来相关影响可能存在持续扩大趋势。

3、医药研发生产相关监管政策

文件名称	出台部门	发布日期	相关监管政策主要内容
《中华人民共和国药品管理法》（2019年修订）	全国人大常委会	2019年8月	全面实施药品上市许可持有人制度，药品上市许可持有人依法对药品研制、生产、经营、使用全过程中药品的安全性、有效性和质量可控性负责。
《药品注册管理办法》	国家市场监督管理总局	2020年1月	（1）落实“放管服”改革要求，建立科学高效的审评审批体系，明确注册管理环节各部门职责； （2）优化审评审批工作流程，审评、核查和检查由“串联”改“并联”，明确核查启动、完成时间点为 40 日内； （3）强化省级药监部门日常监管事权，增强 GLP、GCP 监督检查内容，增设药品上市后变更和再注册的内容。
《药品生产监督管理办法》	国家市场监督管理总局	2020年1月	（1）明确国家药监局对全国药品生产监管的主导地位，坚持属地监管原则，药品安全信用档案建设和管理，对药品生产场地进行统一编码，明确了跨省生产，委托生产的相关规定； （2）明确要求药品上市许可持有人应当取得药品生产许可证，规范了药品生产许可证的有关管理要求； （3）全面落实“放管服”改革要求，取消药品 GMP 认证发证。
《湖南省药品监督管理局关于贯彻	湖南省药品监督管理局	2020年6月	（1）指导帮助药品上市许可持有人、药品生产企业理解和执行新修订《药品生产监督管理办法》的重点内容；

文件名称	出台部门	发布日期	相关监管政策主要内容
落实新修订<药品生产监督管理办法>有关事项的公告》			(2) 明晰《药品生产许可证》合法、变更和重新发证问题； (3) 对日常监管中的药用辅料管理、关键生产设备设施备案、委托检验备案、中药饮片企业新增品种的管理等进行说明。
《湖南省药品上市许可持有人(委托生产)检查要点(试行)》	湖南省药品监督管理局	2020年11月	在委托生产管理方面,对厂房与设施设备、物料与产品、确认与验证、生产现场管理等进行了规定,明确委托双方的责任与义务,强调委托生产过程中生产管理的衔接要求,突出持有人在生产过程中的主体地位。

在医药研发生产领域,相关监管政策已全面实施药品上市许可持有人制度,由药品上市许可持有人依法对药品研制、生产、经营、使用全过程中药品的安全性、有效性和质量可控性负责,并确立了相关配套政策如提升药品注册审评效率,也强化了对于药品生产、委托生产等方面的监督工作。

4、其他医药监管政策

文件名称	出台部门	发布日期	相关监管政策主要内容
《药品质量抽查检验管理办法》	国家药品监督管理局	2019年8月	(1) 明晰监管职责及分工,国家药监局负责国家层面组织实施药品抽检工作,对地方工作进行指导,省级药监部门负责本行政区内生产环节以及批发、零售和互联网销售第三方平台抽检; (2) 明确了重点抽检品种,以问题为导向,重点遴选存在质量安全风险和隐患的高风险品种。
《药品检查管理办法(试行)》	国家药品监督管理局	2023年7月	(1) 药品检查是药品监督管理部门对药品生产、经营、使用环节相关单位遵守法律法规、执行相关质量管理规范和药品标准等情况进行检查的行为; (2) 药品上市后药品检查分为许可检查、常规检查、有因检查、其他检查。
《药品经营和使用质量监督管理办法(征求意见稿)》	国家药品监督管理局	2021年11月	(1) 将药品经营和使用环节的监管问题具体化,使监管措施更精细,操作性更强; (2) 体现了确保药品质量的目标,明确了监管重点和频次; (3) 契合“放管服”的要求,着力解决药品监管行政审批、日常监管和执法检查等方面存在的堵点、痛点、难点问题,使监管层面的可操作性更强。
《药品管理法实施条例(修订草案征求意见稿)》	国家药品监督管理局	2022年5月	在药品研制与注册、药品上市许可持有人、药品生产、药品经营等方面作出了具体的规定,详见本问题回复之“一/ (一) 结合征求意见稿中涉及发行人主营业务的药品经营、药品供应保障、药品上市许可持有人等具体制度条款,补充说明发行人业务模式是否符合相关监管要求,后续修订

文件名称	出台部门	发布日期	相关监管政策主要内容
			草案的实施对发行人业务的具体影响”相关内容
《湖南省人民政府办公厅关于全面加强药品监管能力建设的若干意见》	湖南省人民政府办公厅	2021年12月	全面加强药品监管能力建设，深化审评审批制度改革，推进监管创新，加强监管队伍建设，建立健全科学、高效、权威的药品监管体系，坚决守住药品安全底线。

其他医药监管政策主要围绕药品生产研制、药品经营、药品质量、药品监管等方面工作而建立的具体配套政策，主要是为了保障各项制度文件的落地实施，实现医药行业的健康持续发展。

（二）充分披露发行人政策、行业监管风险情况

发行人政策、行业监管风险的披露情况具体如下：

1、医药流通相关风险

发行人已在招股说明书“第二节/一/（八）药品质量风险”披露了发行人在医药流通环节存在的药品质量风险。

发行人已在招股说明书“第二节/一/（二）医药行业管理政策变化带来的风险”披露了带量采购可能导致发行人直供专销业务相关产品单价和毛利率出现一定程度的下滑，对公司的盈利能力产生一定程度的不利影响。

发行人已在招股说明书“第二节/一/（五）商标侵权及外包装设计风格”披露了发行人在通过自有品牌商标授权的方式向上游制药厂商定制化采购之时存在的商标侵权及外包装设计风格风险。

2、医药零售相关风险

发行人已在招股说明书“第三节/一/（八）医药零售业务监管处罚风险”补充披露了如下内容：

“……

（八）医药零售业务监管处罚风险

发行人医药零售业务主要由子公司六谷大药房进行开展，**2023年1-6月**零售连锁业务收入占主营业务收入比为**1.16%**。如果发行人对于医药零售业务的经营

管理、人员管理、场所管理、质量管理等工作不能持续满足相关监管要求，可能导致医药零售业务的发展受限，并存在被监管机构处罚的风险。”

发行人已在招股说明书“第二节/一/（三）零售终端竞争加剧导致客户流失的风险”披露了发行人医药零售业务面临的零售终端竞争加剧导致客户流失的风险。

发行人已在招股说明书“第三节/一/（七）加盟店业务质量管理风险”披露了发行人医药零售业务存在的加盟店业务质量管理风险。

发行人已在招股说明书“第二节/一/（二）医药行业管理政策变化带来的风险”披露了“带量采购”等政策可能会对发行人零售连锁业务产生不利影响，进而影响公司的盈利能力。

3、医药研发生产相关风险

发行人已在招股说明书“第二节/一/（四）产业链上游业务拓展不确定性的风险”披露了发行人在开拓医药研发生产业务面临的产业链上游业务拓展不确定性的风险。

4、其他相关风险情况

发行人已在招股说明书“第二节/一/（二）医药行业管理政策变化带来的风险”披露了医药行业管理政策变化带来的风险。

四、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人出具的说明，访谈了发行人实际控制人、相关部门负责人，并结合《中华人民共和国药品管理实施条例（修订草案征求意见稿）》中涉及发行人主营业务的具体制度条款，对发行人的业务模式是否符合相关监管要求以及后续修订草案的实施对发行人业务的具体影响进行分析；

2、访谈了发行人实际控制人、财务总监、相关质量负责人，查阅了发行人关于制定的内部控制制度文件、天职国际出具的《湖南恒昌医药集团股份有限公司内部控制鉴证报告》，对发行人内部控制制度的齐备和完善性进行分析；

3、查阅了发行人的说明文件，访谈了发行人实际控制人、相关部门负责人，查阅了发行人关于自营及加盟药房、B2B 商城、微信商城模式的互联网药品销售或零售业务的相关资质文件，并结合《中华人民共和国药品管理法》等法律法规对发行人互联网药品销售或零售业务是否符合行业监管规定进行分析；

4、查阅了发行人的说明文件，访谈了发行人实际控制人、相关部门负责人，并结合《互联网诊疗监管细则》对发行人主营业务可能造成的影响进行分析；

5、查阅了发行人行业监管机构以及湖南省的医药行业监管政策及趋势，分析了发行人政策、行业监管风险情况。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、《征求意见稿》从行政法规的立法层面对药品零售业务的开展提出了更严格的监管要求，发行人将根据法规不断完善药品零售相关体系及管理，以符合修订的《征求意见稿》的要求。发行人业务模式符合相关监管要求，发行人已建立并有效运行相关内部控制制度，能够保证生产经营的合规性，发行人现有的内部控制制度齐备、完善，后续修订草案的实施不会对发行人业务产生重大不利影响；

2、发行人 B2B 商城模式下的互联网药品销售业务符合行业监管规定；六谷大药房自营及加盟药店通过第三方网络平台的互联网药品零售业务符合行业监管规定；发行人微信商城模式不涉及互联网药品销售或零售业务；发行人及其子公司的现有业务不属于《互联网诊疗监管细则（试行）》的监管范围，该规定不会对发行人现有的主营业务产生不利影响；

3、发行人已结合行业监管机构以及湖南省的医药行业监管政策及趋势，充分披露了发行人政策、行业监管风险情况。

问题 3、关于无形资产

申报材料及审核回复显示：

(1) 截至 2022 年 3 月 31 日，公司拥有注册商标 653 项，其中受让商标共计 260 件。

(2) 实际控制人转让给发行人的商标“乐赛仙”产品收入占主营业务收入的比例由 2019 年的 50.85% 下滑至 2021 年的 37.28%。

请发行人：

(1) 补充说明报告期内发行人受让取得的商标涉及的营业收入、净利润及其占比情况，受让专利是否存在权利受限的情形，是否存在因权属瑕疵导致的纠纷、诉讼情况；

(2) 结合发行人产品布局及营销策略，补充说明发行人重要商标所涉及的产品收入占比下滑的原因及合理性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、补充说明报告期内发行人受让取得的商标涉及的营业收入、净利润及其占比情况，受让专利是否存在权利受限的情形，是否存在因权属瑕疵导致的纠纷、诉讼情况

(一) 补充说明报告期内发行人受让取得的商标涉及的营业收入、净利润及其占比情况

报告期内，发行人自有品牌产品发展迅速，涵盖了中西成药、中药、营养保健、医疗器械等产品，为了满足公司快速增长的业务发展需求，发行人根据自身通产品布局和业务发展所需，通过购买受让的方式快速获取注册商标，并取得了商标权利。

发行人根据《类似商品和服务区分表》，结合所处行业及具体产品，及时注册了相关自有商标，报告期内不存在因商标权属瑕疵导致的纠纷、诉讼情况。

报告期内，发行人主要品牌为乐赛仙以及善举，随着发行人产品线条增加以及市场规模的扩张，发行人品牌数量以及销售规模也不断上升。

报告期各期，发行人主要的营业收入、净利润均由受让取得的商标及自主注册的商标所产生。发行人按商标区分的营业收入及测算的净利润情况如下：

单位：万元

商标	2023年1-6月				2022年度			
	主营业务收入 金额	收入占比	净利润（测算）	净利润占比	主营业务收入 金额	收入占比	净利润（测算）	净利润占比
乐赛仙	54,986.90	31.37%	4,766.87	31.81%	104,385.97	34.82%	8,476.66	34.40%
善举	45,229.53	25.81%	3,773.87	25.18%	86,926.46	28.99%	6,864.70	27.86%
科大利民	6,143.84	3.51%	599.15	4.00%	12,559.39	4.19%	1,150.01	4.67%
状元娃	5,631.34	3.21%	611.53	4.08%	11,763.37	3.92%	1,155.58	4.69%
芽培	3,896.25	2.22%	419.28	2.80%	8,050.68	2.69%	757.46	3.07%
百岁友	3,891.33	2.22%	321.21	2.14%	6,749.42	2.25%	538.22	2.18%
草本至尊	4,248.38	2.42%	425.32	2.84%	8,417.27	2.81%	790.55	3.21%
佐安达	3,567.45	2.04%	393.68	2.63%	6,910.73	2.30%	683.10	2.77%
哥白尼	2,843.21	1.62%	211.37	1.41%	5,324.41	1.78%	361.33	1.47%
尚划算	474.13	0.27%	25.65	0.17%	2,296.57	0.77%	150.25	0.61%
初心	1,847.86	1.05%	157.78	1.05%	3,522.92	1.18%	243.10	0.99%
百岁爱	3,123.17	1.78%	305.38	2.04%	4,935.38	1.65%	488.28	1.98%
贝乐欢	1,256.40	0.72%	126.91	0.85%	1,778.93	0.59%	151.15	0.61%
爱仁堂	4,485.01	2.56%	378.27	2.52%	5,486.92	1.83%	396.35	1.61%

纤如意	1,019.64	0.58%	98.34	0.66%	2,000.51	0.67%	175.37	0.71%
优福思乐	866.82	0.49%	112.79	0.75%	1,634.75	0.55%	218.35	0.89%
佐安堂	152.47	0.09%	26.61	0.18%	232.40	0.08%	37.94	0.15%
其他	31,602.37	18.03%	2,232.67	14.90%	26,846.34	8.95%	2,003.40	8.13%
合计	175,266.11	100.00%	14,986.67	100.00%	299,822.42	100.00%	24,641.80	100.00%
商标	2021年				2020年			
	主营业务收入 金额	收入占比	净利润(测算)	净利润占比	主营业务 收入金额	收入占比	净利润(测算)	净利润占比
乐赛仙	79,844.86	37.28%	7,422.20	36.56%	63,627.64	34.48%	3,239.76	31.80%
善举	63,500.91	29.65%	5,717.09	28.16%	42,268.47	22.91%	2,171.95	21.32%
科大利民	11,477.42	5.36%	1,286.59	6.34%	18,518.32	10.04%	1,279.71	12.56%
状元娃	9,782.11	4.57%	1,182.46	5.82%	5,058.14	2.74%	369.72	3.63%
芽培	7,638.19	3.57%	792.28	3.90%	6,873.36	3.72%	414.39	4.07%
百岁友	6,351.71	2.97%	603.66	2.97%	4,194.50	2.27%	204.92	2.01%
草本至尊	4,901.03	2.29%	535.83	2.64%	2,789.55	1.51%	189.73	1.86%
佐安达	4,486.91	2.10%	482.00	2.37%	1,745.38	0.95%	103.27	1.01%
哥白尼	3,184.42	1.49%	260.48	1.28%	1,729.68	0.94%	80.28	0.79%
尚划算	3,003.33	1.40%	250.26	1.23%	4,242.65	2.30%	168.59	1.65%
初心	2,980.62	1.39%	248.44	1.22%	2,391.13	1.30%	103.03	1.01%
百岁爱	2,945.80	1.38%	321.58	1.58%	1,077.87	0.58%	71.44	0.70%

贝乐欢	1,438.34	0.67%	140.68	0.69%	797.74	0.43%	40.83	0.40%
爱仁堂	1,252.89	0.59%	101.77	0.50%	-	-	0.00	-
纤如意	987.7	0.46%	98.27	0.48%	204.94	0.11%	13.45	0.13%
优福思乐	319.1	0.15%	48.53	0.24%	-	-	-	0.00%
佐安堂	204.78	0.10%	37.29	0.18%	187.4	0.10%	19.91	0.20%
其他	9,865.71	4.60%	773.43	3.81%	28,817.34	15.61%	1,718.10	16.86%
合计	214,165.81	100.00%	20,302.83	100.00%	184,524.10	100.00%	10,189.06	100.00%

注 1：其他包括少部分自有品牌商标以及非自有品牌商标，2020 年金额较高主要原因为口罩业务收入金额较高影响所致。

注 2：净利润测算按照毛利额（不含快递费）进行分摊测算。

(二) 受让专利是否存在权利受限的情形，是否存在因权属瑕疵导致的纠纷、诉讼情况

截至 2023 年 6 月末，发行人及其控股子公司名下受让专利共 8 项，均不存在权利受限的情形，不存在因权属瑕疵导致的纠纷、诉讼情况，具体如下：

序号	受让专利	出让方	是否存在权利受限情况	是否存在因权属瑕疵导致的纠纷、诉讼情况
1	“头孢羟肟钠晶体的制备方法”发明专利（专利号：ZL201910514759.4）	广州艾奇西医药科技有限公司	否	否
2	“一种盐酸二甲双胍缓释片及其制备方法”发明专利（专利号：ZL202010447301.4）	上海普康药业有限公司	否	否
3	“包装盒（蒲地蓝消炎片 45 片）”（专利号：ZL201930229773.0）	哈尔滨市龙生北药生物工程股份有限公司	否	否
4	“包装盒（蒲地蓝消炎片 52 片）”（专利号：ZL201930229915.3）	哈尔滨市龙生北药生物工程股份有限公司	否	否
5	“包装盒（风湿定胶囊）”（专利号：ZL202130019471.8）	郑州韩都药业集团有限公司	否	否
6	“风寒感冒颗粒及其制备方法”（专利号：ZL201811518938.7）	怀化正好制药有限公司	否	否
7	“一种洁阴止痒洗液及其制备方法”（专利号：ZL201710217260.8）	怀化正好制药有限公司	否	否
8	“抗宫炎片及其制备工艺”（专利号：ZL201811520398.6）	怀化正好制药有限公司	否	否

二、结合发行人产品布局及营销策略，补充说明发行人重要商标所涉及的产品收入占比下滑的原因及合理性

发行人自有品牌产品主要包括中西成药、中药、营养保健、医疗器械等产品，产品布局基本涵盖了下游客户的各类需求领域。目前，发行人的产品布局情况如下：

产品布局	涵盖领域	主要商标
中西成药	抗感染类、感冒用药、呼吸系统、清热解毒、五官用药、泌尿系统、	乐赛仙、善举、科大利民、芽培、状元娃、百岁友、初心、佐安达、哥白尼、百岁爱、

产品布局	涵盖领域	主要商标
	儿科用药、消化系统、心脑血管、糖尿病类、风湿骨病、补益用药、维矿补充、妇科用药、皮肤用药、神经系统、抗过敏类、外科药类	草本至尊、贝乐欢、爱仁堂、纤如意
中药	精装饮片、中药细粉、配方饮片、参茸贵细、药食同源	善举、草本至尊
营养保健	维矿补充、免疫调节、骨骼健康	乐赛仙、芽培、善举、优福思乐、科大利民、佐安堂、状元娃、百岁友、佐安达、贝乐欢、百岁爱、草本至尊
医疗器械	防护护理、养生理疗、电子监测、计生用品	尚划算、芽培、善举、乐赛仙、百岁友、江右、纤如意、贝乐欢、科大利民、江佑
其他	消毒用品、家庭护理、食品百货	尚划算、芽培、乐赛仙、状元娃、科大利民、佐安达、江佑、贝乐欢、善举、山语町、初心、草本至尊、百岁友、佐安堂、哥白尼

商标“乐赛仙”产品收入金额由2019年的48,863.64万元增长至2022年的104,385.97万元，收入金额稳步增长，收入占比由2019年的50.85%下滑至2022年的34.82%，主要系发行人近年来基于业务发展需要，不断开拓新品牌、丰富产品品类，新增爱仁堂、纤如意、优福思乐等品牌所致，具备合理性。

三、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

- 1、获取并分析了发行人受让商标涉及的营业收入、营业成本等明细资料；
- 2、获取发行人受让专利的合同资料，访谈高级管理人员及负责专利的工作人员，了解是否存在专利受限、诉讼纠纷等情况；网络检索发行人受让专利的权属情况、诉讼纠纷情况；
- 3、访谈发行人高级管理人员，了解发行人产品布局及营销策略，了解相关商标所涉产品收入下滑的原因，并分析其合理性。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

- 1、发行人主要的营业收入、净利润均由受让取得的商标及自主注册的商标所产生；发行人受让专利共八项，均不存在权利受限的情形，不存在因权属瑕疵

导致的纠纷、诉讼情况：

2、发行人“乐赛仙”商标产品收入金额不断增长，但由于发行人不断开拓新品牌品类，“乐赛仙”商标产品收入占比呈现下降趋势，具备合理性。

问题 4、关于经营合规性

申报材料及审核回复显示：

(1) 发行人报告期内的行政处罚中，两次处罚事由为同一供应商生产奥美拉唑肠溶胶囊不符合药品标准规定，被定性为劣药。发行人在经营相关批次药品过程中，履行了法律法规规定的相关义务，不知道经营的相关批次药品为劣药。

(2) 根据公开信息，发行人目前旗下设有服务于十万家药店的“乐赛仙强势终端俱乐部”以及服务于十万家诊所及医疗机构的“佐安堂名医俱乐部”，致力于“让 14 亿国人不为健康产品多花 1 分钱”。

请发行人：

(1) 结合发行人在供应商资源的选择程序及制度执行情况，补充说明是否能合理、有效防范药品质量风险，后续的整改情况；分析发行人经营药品中如存在假药、劣药的情形，发行人可能承担的赔偿、处罚或其他风险的情况；

(2) 补充说明发行人下设各项俱乐部的具体情况，发行人在销售推广中是否存在发布违法广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形，是否违反《广告法》等相关法律法规；

(3) 结合近期媒体报道中针对公司的关联资产收购、供应商、外协厂商处罚等事项的质疑情况进行补充说明，分析是否构成本次发行上市障碍。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、结合发行人在供应商资源的选择程序及制度执行情况，补充说明是否能合理、有效防范药品质量风险，后续的整改情况；分析发行人经营药品中如存在假药、劣药的情形，发行人可能承担的赔偿、处罚或其他风险的情况

(一) 结合发行人在供应商资源的选择程序及制度执行情况，补充说明是否能合理、有效防范药品质量风险，后续的整改情况

1、发行人能够合理、有效防范药品质量风险

药品质量涉及药品生产、流通以及使用的各个环节，任何一个环节出现问题都可能导致出现药品质量问题。作为药品流通企业，公司无法控制所经营药品在生产和使用环节的质量，存在因药品质量问题而受到相关部门处罚的风险。

为加强药品质量管控，减少和防范药品质量风险，发行人根据 GSP 相关要求，设置产品中心、供应链中心、质量管理部、营销中心等部门，建立涉及采购、验收、储存、运输、销售等环节的全面的质量管理体系。药品质量安全管控主要涉及对供应商药品采购的质量风险把控、对自身经营管理的质量安全把控和对客户药品经营销售的质量安全把控。

(1) 供应商药品采购质量风险把控

① 供应商资质审核，选择优质供应商

在直供专销模式下，发行人根据市场需求规划新品，编制新品评审表，并进行初审及成本核算，再交由评审会决策。之后产品中心根据决策成果与供应商初步沟通并明确首营品种采购价格。对于采购中涉及的首营供应商，发行人产品中心协同质量管理部核实其合法资格，包括《药品生产许可证》《药品经营许可证》等资料，必要时进行实地考察并驻场审计，对供货单位质量管理体系进行评价。发行人主要考察供货单位的质量管理体系是否健全，假设发生质量问题后，是否有能力及时查找的原因，是否能够采取纠正措施，纠正措施是否真实有效实施。验厂报告合格后成为公司合格供应商，根据公司订单需求再签署合同。

公司成立了由产品中心、供应链中心、营销中心、质量管理部等部门共同组成的药品采购质量评审组织，每年年度对供应商供货情况进行质量评审。评审的内容包括收货拒收、验收不合格、售后退回及投诉、监督抽验、供货单位质量信誉等方面，对于符合多项要求的供应商，质量评审才会将其定为合格。采购部会

根据确认的《药品进货情况质量评审报告》调整供应商或者经营品种。公司会警告评审中连续信誉不良的供应商，对其提出改进要求，限期及时改进。

对发生药品质量投诉等问题不良情形的供应商，公司将进行实地考察，重点关注其质量管理体系是否健全、发生质量问题的原因及纠正措施是否有效。

此外，公司建立了购进药品质量评审档案，包括工作计划、评审记录、评审报告、对下一年度确定供货单位的建议、采购工作的改进办法等内容，为选择优质供应商提供保障。

②首营品种审核，严格依据相关规定审核首营品种

根据公司《药品采购管理制度》要求，采购首营品种由产品中心协同质量管理部审核药品的合法性，首营品种审核资料包括：法定的药品生产批件或药品注册证以及与药品相关的补充申请批件；法定的药品质量标准；该药品有关权威部门的检验报告单；药品近期批号的出厂检验报告单；药品相关的物价单；样盒、标签、说明书；生产企业相关证照等。

首营品种资料建立之后，产品中心协同供应链中心负责定期动态更新企业和品种信息，进行动态跟踪。

(2) 发行人自身销售管理的质量安全把控

发行人根据《药品经营质量管理规范》等规定制定了质量管理体系文件，对药品收货、验收、储存、养护、销售、出库、运输、不合格药品及药品销毁管理、药品召回、药品追回等质量安全防控措施制定了制度和程序文件。

①药品收货

药品到货时，收货人员应当查验随货同行单（票）是否与备案式样一致以及相关的药品采购订单，随货同行联与备案式样不一致、无随货同行联或采购订单的不得收货；随货同行单记载的供货单位、生产厂商、药品通用名称、剂型、规格、数量、收货单位、收货地址等内容与采购订单以及实际情况不符的，不得收货，并同时通知采购人员、质管人员处理。

对符合收货要求的药品，收货员应当拆除药品的运输防护包装，检查药品外在包装是否完好，对出现破损、污染、标识不清的药品，有权拒收。对符合收货

要求的药品，应当按照品种特性要求放干相应的待验区域，或者设置状态标志，并在随货同行单（票）上签字后，移交验收员进行验收。

②药品验收管理

公司药品验收内容包括药品的合格证明文件，药品的包装、说明书、标签是否符合规定，特殊管理药品、外用药品是否有国家规定的相关标识与警示，外观质量，验收时质量管理部亦会对药品有效期加以控制。

正常情况下，到库药品应在 4 小时内验收完毕，含特殊药品复方制剂药品在 2 个小时内验收完成。验收药品按照批号逐批查验药品的合格证明文件，对于相关证明文件不全或内容与到货货品不符的，不得入库。对每次到货的药品进行逐批抽样验收，抽取的样品应具有代表性，对于不符合验收标准的，不得入库。公司应加强对退货药品的验收管理，保证退货环节药品的质量和安全，防止混入假冒药品。

③药品仓储保管

公司药品仓储负责人员应当按照药品包装标示的温度储存要求储存药品，包装上没有具体温度标示的，按照《中华人民共和国药典》规定的储藏要求进行储存。储存药品的相对湿度保持在 35%-75%之间。药品应按照色标、分区管理规定进行分类存放。特殊管理药品应储存在专库内；中药材、中药饮片应专库储存；外用、内服药品应分开储存；药品与非药品应分开储存；拆除外包装的零货药品应储存在零货区。药品储存的搬运、堆码还应符合等其他规定。

④药品养护管理

公司药品养护人员应当根据库房条件、外部环境、药品质量特性等对药品进行养护。养护员每年初制定年度养护计划，确定重点养护品种；确定的重点养护品种应增加养护次数，每月进行一次；一般品种每季度进行一次养护检查；凡是进入养护期的药品，一律按期检查，在规定的时间内完成养护周期。在药品养护过程中发现有质量问题的，填写《质量疑问药品复查通知单》经质量管理部负责人裁决，确定有质量问题的在系统中锁定并填写《停售通知单》。当药品因破损而导致液体、气体、粉末泄漏时，应当迅速采取安全处理措施，防止对储存环境和其他药品造成污染。对有质量问题的药品采取以下措施：在该药品相应位置放

置暂停销售牌，不得销售；怀疑为假药的，及时报告药品监督管理部门；属于特殊管理的药品，按照国家有关规定处理；不合格药品的处理过程有完整的手续和记录；对不合格药品应当查明并分析原因，及时采取预防措施。此外，养护人员应当指导和督促储存人员对药品进行合理储存与作业。

⑤药品出库复核管理

公司药品出库前必须经过出库复核员复核方可出库。出库复核员根据 WMS 提示对药品的通用名称、剂型、规格、数量、批号、有效期、生产厂商、出库日期、质量状况进行核对。药品复核包装拼箱有拼箱标志。出库复核时出现下列情况不准出库：药品包装出现破损、污染、封口不牢、衬垫不实、封条损坏等问题；包装内有异常响动或者液体渗漏；标签脱落、字迹模糊不清或者标识内容与实物不符；药品已超过有效期；其他异常情况的药品；其它怀疑有质量变化的品种；药监部门通知暂停销售的品种。出库复核员复核过程中对有质量疑问的药品应停止发货，填写《质量疑问药品复查通知单》。出库复核员应对出库随货资料进行检查并出具出库复核记录。

⑥药品安全运输管理

为保证药品在运输过程中质量稳定，运输条件符合药品运输要求，防止因运输工具、条件不当等情况引起药品质量变化，公司制定了《药品运输质量管理制度》，对药品的搬运、装卸、码放及运输工具、运输时间等方面做出了规定，保障药品在运输途中的质量和安全。对于运输中因破损、挤压、或因其他原因拒收的情形，购货单位在清点后需在销售单上注明原因并签字后退回。

对于委托运输，公司制定了《药品委托运输管理制度》以确保药品在运输途中的质量和安全。运输管理部需要获取承运单位的运输资质文件、运输设施设备、人员资质等资料；质量管理部负责对承运方的运输设施设备、人员资质、质量保障能力、安全运输能力、风险控制能力等进行委托运输前和定期审计，审计不合格的单位不得委托运输。运输管理部应与审核合格的运输单位签订《药品委托运输合同》，其中明确了在途时限、质量安全责任、赔付规定等相关内容。

委托运输出现药品破损的，物流员须做好破损信息登记，作为赔付依据。物流员还应对发货时间及地址、收货单位及地址、货单号、药品件数、运输方式、

委托经办人、承运单位等信息进行记录。

⑦效期药品管理

公司将距失效期不足 6 个月的药品界定为近效期药品，计算机系统对近效期为 3 个月的药品自动预警，效期不足 1 个月的药品系统会自动对其进行锁定。

发行人每月导出《近效期药品催销表》报质量管理部，采购部负责联系供货单位对近效期药品做出退货处理，对于不能做出退货的品种进行促销，销售管理部在接到表后须及时采用合法适当的措施进行促销。在销售近效期药品时客户应知悉实情，征得客户同意后方可销售。

对于过期失效药品，公司须按照《不合格药品、药品销毁管理制度》进行处理，不得进行违规销售。

⑧药品追溯管理

公司建立数据信息系统和信息化追溯体系，对所经营品种的购进、养护、出库、运输等环节的数据流向追溯，保证部分品种先实现“一物一码，物码同追”，从而达到药品经营全过程管理，以及药品质量安全风险可控。公司在采购药品时，应向上游企业索取相关追溯信息，在药品验收时进行核对，并将核对信息反馈上游企业；在销售药品时，应向下游企业或医疗机构提供相关追溯信息。公司质量管理部负责药品追溯数据的管理，药品追溯数据记录和凭证保存期限应不少于五年，应采取有效措施确保数据安全，防止数据泄露。

⑨药品召回、追回管理

A、药品召回管理

药品召回的范围包括药品生产企业主动召回的药品；由各级药品监督管理部门发文通知停止销售、使用或收回的药品。一级召回在 24 小时内，二级召回在 48 小时内，三级召回在 72 小时内通知使用单位，经营单位停止经营和使用。

质量管理部根据收到的召回通知信息，立即查询该药品的进、销情况，并及时在系统内锁定该药品库存，并拟定《药品召回通知书》下达给销售管理部；销售管理部须立即停止销售相关品种，并在第一时间组织销售人员核准销售记录后实施药品召回措施，销售管理部以电话、QQ、微信等方式通知相应客户，向

客户单位统计相关药品的库存，请客户单位协助停止销售和使用相关药品，同时办理销退手续。

药品召回后，质量管理部负责按照《药品退货管理制度》监督、指导完成退货；销售管理部按销售流向数据汇总当天动态召回信息，抄送质量管理部并归档；质管员负责填写《药品召回记录》，质量管理部负责对召回过程汇总、分析形成《药品召回报告》报质量负责人，并归档保存。

B、药品追回管理

追回的范围包括通过国家统一要求、质量公告发现等外部信息发现的可能对公众用药安全造成严重后果的情形；通过质量管理活动，如运输、仓储、养护等环节获取的内部信息发现可能对公众用药安全造成严重后果的情形；以及通过客户个体投诉，虽没有引起较大反应，但通过企业质量管理体系管理发现可能存在质量隐患的情形。

公司发现已售出药品有严重质量问题的，应当立即下发《药品追回通知书》，通知购货单位停止销售，对该药品进行追回处理。对追回的药品应立即移库封存，必要时上报药品监督管理部门；同时，应查明造成药品严重质量问题的原因分清责任，杜绝问题的再次发生。责任源于供应商的，应当告知问题药品的信息。公司应做好药品追回处理记录和档案，内容必须齐全。

(3) 客户药品销售在安全方面的管控措施

发行人与客户系购销法律关系，客户作为独立经营的法律主体，发行人不会也无权干涉客户的经营行为。作为药品销售单位，为保证用药安全，发行人对客户在安全方面的管控措施主要体现在购货单位资格审查和质量体系评价。

对于首次合作客户，应提供其经营相关资质、证照的复印件并加盖公章后，提交质量管理部人员审核确认其经营范围和证照的有效期限，对其资质、证照上的单位名称、法人代表、地址是否一致，经营方式是否符合审批范围等进行核对，并留存备案。对于已合作客户，销售部门应按客户证照的有效期限及时索取新的加盖企业公章原印章的证照复印件并上报质量管理部审核留存备案。

对于购货单位质量体系评价，为确认购货单位质量保证能力及质量信誉，确保药品在流通过程中的质量安全，发行人定期组织相关人员对供货单位评价资质

材料、购货计划、仓储环境、退货频次和质量进行评审，评审方式包括何时和评价、实地考察。评价合格的予以开展业务，并签订质量协议，明确双方所承担的质量责任；评价不合格的在计算机系统中锁定该单位，停止与该单位发生业务往来。

综上，发行人已经制定且严格执行对供应商管理和首营品种资质、药品入库验收、在库管理、效期管理、药品出库以及运输风险、药品召回、追回、购货单位质量体系评价等各项管控制度，能够合理、有效防范药品质量风险。

2、奥美拉唑胶囊处罚事件后续的整改情况

(1) 配合召回及调查整改工作

针对发行人销售不合格药品奥美拉唑肠溶胶囊（批号：20201208）被主管部门处罚的事项，发行人及子公司和治恒昌在收到生产企业的召回通知后，立即启动召回程序，并积极配合药品监督管理部门调查整改。

(2) 终止合作

发行人收到生产企业山西津华晖星制药有限公司的召回通知后，发行人即与山西津华晖星制药有限公司终止关于奥美拉唑肠溶胶囊的合作事项，并就发行人因客户退货、召回等经济损失与山西津华晖星制药有限公司协商赔偿。

(3) 根据供应商资源管理制度重新选择合格供应商

关于奥美拉唑肠溶胶囊药品新的供应商的筛选，发行人产品中心协同质量管理部对其他供应商进行核查，通过合同条款谈判、资质审查、驻场审计等程序，对供货单位质量管理体系进行评价。经过商务谈判及质量管理体系核查后，发行人与其他制药厂商签署关于奥美拉唑肠溶胶囊药品合作协议和质量保证协议。发行人在与相关制药厂商合作的过程中，严格按照公司规定对供应商供货情况进行质量评审。截至本问询回复出具日，发行人尚未发现因以上药品的质量问题而被要求召回或被主管部门处罚的情形。

(4) 重视药品质量的风险把控，严格执行相关内控制度

发行人已经按照 GSP 相关要求建立严格的质量管理体系，采购、验收、储存、运输、销售等环节均具有全面的质量管理措施及制度，相关负责部门和人员

严格按照质量管理体系规定的程序履行职责。此外，发行人通过严格筛选上游制药企业以及对上游生产企业的药品质量持续监督进一步保障药品安全，以最大限度减少和防范药品质量风险。

综上，药品质量风险对发行人生产经营造成重大不利影响的可能性较低。

（二）分析发行人经营药品中如存在假药、劣药的情形，发行人可能承担的赔偿、处罚或其他风险的情况

根据《中华人民共和国药品管理法》（2019年修订）第九十八条的规定，有下列情形之一的，为假药：（一）药品所含成份与国家药品标准规定的成份不符；（二）以非药品冒充药品或者以他种药品冒充此种药品；（三）变质的药品；（四）药品所标明的适应症或者功能主治超出规定范围。有下列情形之一的，为劣药：（一）药品成份的含量不符合国家药品标准；（二）被污染的药品；（三）未标明或者更改有效期的药品；（四）未注明或者更改产品批号的药品；（五）超过有效期的药品；（六）擅自添加防腐剂、辅料的药品；（七）其他不符合药品标准的药品。

根据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国药品管理法》《中华人民共和国药品管理法实施条例》《中华人民共和国产品质量法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国刑法》等法律法规以及发行人与客户供应商签署的协议，在发行人经营药品过程中存在假药、劣药的情形时，根据发行人主观上是否存在故意以及是否履行相关药品经营的义务，发行人所承担的责任会存在差异。发行人因销售假药、劣药而可能承担的民事责任、行政责任或刑事责任具体情况及分析如下：

责任类型	主要影响因素	发行人可能承担的责任
民事责任	发行人是否存在过错、销售药品是否为自有品牌产品	1、因客户过错导致销售的药品为假药、劣药的，则由客户自身独立承担民事责任；如非因客户原因导致药品质量问题的，发行人作为下游客户的第一追责对象，对于与下游客户之间的药品质量问题，发行人应根据发行人与下游客户所签订销售协议的具体约定，先承担换货、退货和赔偿损失等民事责任。 2、因发行人过错导致销售的药品为假药、劣药的，发行人应承担民事责任；若药品质量问题系因上游厂家或商家原因产生，发行人有权按照合同约定向上游厂家或商家追责。 3、如假药、劣药的药品为发行人自有品牌产品，发行人作为商标许可人，应当对生产厂家的贴牌产品质量负有监督义务。发行人作为销售方和商标持有人，上游生产企业作为供货者和

责任类型	主要影响因素	发行人可能承担的责任
		商标被许可人，双方承担不真正连带责任，消费者可以任意选择其一主体承担产品责任。如果消费者以发行人为商标持有人为由选择向发行人追责，事后发行人则有权依照协议和过错情况向责任主体追偿。
行政责任	发行人是否存在主观故意、发行人是否履行相关药品经营的义务	发行人销售的药品为假药、劣药的，发行人将会受到行政处罚。如发行人未违反《中华人民共和国药品管理法》《中华人民共和国药品管理法实施条例》的有关规定，并有充分证据证明其不知道所销售或者使用的药品是假药、劣药的，发行人将受到没收销售或者使用的假药、劣药和违法所得的行政处罚；但是，可以免除其他行政处罚。否则，根据违法情节的不同，发行人将会受到不同程度的罚款、没收违法所得、停业整顿、吊销业务经营资质等性质较为严重的行政处罚。
刑事责任	发行人是否存在主观故意、造成后果的严重程度	1、如发行人不存在销售假药、劣药的主观故意，则不承担销售假药罪和销售劣药罪的刑事责任。 2、如发行人存在销售假药的主观故意，则根据犯罪情节的不同承担不同程度的刑事责任。 3、如发行人存在销售劣药的主观故意，未造成严重危害的，不承担刑事责任；否则，将根据犯罪情节的不同承担不同程度的刑事责任。

发行人已在招股说明书中提示了“药品质量风险”。

二、补充说明发行人下设各项俱乐部的具体情况，发行人在销售推广中是否存在发布违法广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形，是否违反《广告法》等相关法律法规

（一）补充说明发行人下设各项俱乐部的具体情况

发行人下设的俱乐部包括乐赛仙强势终端俱乐部、佐安堂名医俱乐部和初心基业长青俱乐部，其具体情况如下：

俱乐部	目标群体	品牌体系	运作情况
乐赛仙强势终端俱乐部	中小型连锁药店、单体药店	乐赛仙、善举、状元娃、纤如意、草本至尊	该俱乐部为中小型连锁药店及区域单店服务的运营服务平台。发行人从用药知识、慢病管理、选品指导、门店运营、陈列展示等多维度入手，解决客户运营及专业性问题，提升其管理和服务水平。
佐安堂名医俱乐部	诊所等基层医疗卫生机构	佐安堂、佐安达	该俱乐部为全国基层医疗机构服务的运营服务平台。发行人通过直供转销方式切实降低基层医疗机构采购成本，解决基层医疗机构的用药成本问题。
初心基业长青俱乐部	跨区域的中小型连锁药店	初心、贝乐欢	该俱乐部为跨区域的中小型连锁药店的运营服务平台。发行人通过发挥产业平台产品力、营销力、培训力等优势资源，为区域中型连锁提供优质、促销空间大的专属自营产品，助力区域中型连锁成为当地品牌标杆企业。

发行人下设的乐赛仙强势终端俱乐部、佐安堂名医俱乐部和初心基业长青俱乐部不是法律意义上具有相关法律主体资格的组织或企业，其实质系根据客户类型和客户需求的不同而划分的不同业务板块，目的是根据不同类型的客户而更具针对性地制定出符合客户需求的相关系列服务等。

(二) 发行人在销售推广中是否存在发布违法广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形，是否违反《广告法》等相关法律法规

1、关于发布违法广告、夸大宣传、不正当竞争的相关法律法规

法律法规	主要相关条款
《中华人民共和国广告法》	<p>第四条 广告不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。</p> <p>广告主应当对广告内容的真实性负责。</p> <p>第九条 广告不得有下列情形：</p> <p>(一) 使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽；</p> <p>(二) 使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象；</p> <p>(三) 使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语；</p> <p>(四) 损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密；</p> <p>(五) 妨碍社会安定，损害社会公共利益；</p> <p>(六) 危害人身、财产安全，泄露个人隐私；</p> <p>(七) 妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚；</p> <p>(八) 含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容；</p> <p>(九) 含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；</p> <p>(十) 妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护；</p> <p>(十一) 法律、行政法规规定禁止的其他情形。</p> <p>第二十八条 广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。</p> <p>广告有下列情形之一的，为虚假广告：</p> <p>(一) 商品或者服务不存在的；</p> <p>(二) 商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响的；</p> <p>(三) 使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的；</p> <p>(四) 虚构使用商品或者接受服务的效果的；</p> <p>(五) 以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。</p> <p>第五十六条 违反本法规定，发布虚假广告，欺骗、误导消费者，使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的，由广告主依法承担民事责任。广告经营者、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者可以要求广告经营者、广告发布者先行赔偿。</p> <p>关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任。</p>

法律法规	主要相关条款
	<p>任。</p> <p>前款规定以外的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人，明知或者应知广告虚假仍设计、制作、代理、发布或者作推荐、证明的，应当与广告主承担连带责任。</p>
<p>《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》</p>	<p>第三条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告应当真实、合法，不得含有虚假或者引人误解的内容。</p> <p>广告主应当对药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告内容的真实性和合法性负责。</p> <p>第十一条 药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告不得违反《中华人民共和国广告法》第九条、第十六条、第十七条、第十八条、第十九条规定，不得包含下列情形：</p> <p>（一）使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员、军队单位或者军队人员的名义或者形象，或者利用军队装备、设施等从事广告宣传；</p> <p>（二）使用科研单位、学术机构、行业协会或者专家、学者、医师、药师、临床营养师、患者等的名义或者形象作推荐、证明；</p> <p>（三）违反科学规律，明示或者暗示可以治疗所有疾病、适应所有症状、适应所有人群，或者正常生活和治疗病症所必需等内容；</p> <p>（四）引起公众对所处健康状况和所患疾病产生不必要的担忧和恐惧，或者使公众误解不使用该产品会患某种疾病或者加重病情的内容；</p> <p>（五）含有“安全”“安全无毒副作用”“毒副作用小”；明示或者暗示成分为“天然”，因而安全性有保证等内容；</p> <p>（六）含有“热销、抢购、试用”“家庭必备、免费治疗、免费赠送”等诱导性内容，“评比、排序、推荐、指定、选用、获奖”等综合性评价内容，“无效退款、保险公司保险”等保证性内容，怂恿消费者任意、过量使用药品、保健食品和特殊医学用途配方食品的内容；</p> <p>（七）含有医疗机构的名称、地址、联系方式、诊疗项目、诊疗方法以及有关义诊、医疗咨询电话、开设特约门诊等医疗服务的内容；</p> <p>（八）法律、行政法规规定不得含有的其他内容。</p>
<p>《中华人民共和国反不正当竞争法》</p>	<p>第八条 经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。</p> <p>经营者不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。</p> <p>第二十条 经营者违反本法第八条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者通过组织虚假交易等方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。</p> <p>经营者违反本法第八条规定，属于发布虚假广告的，依照《中华人民共和国广告法》的规定处罚。</p>
<p>《中华人民共和国消费者权益保护法》</p>	<p>第二十条 经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。</p> <p>经营者对消费者就其提供的商品或者服务的质量和使用寿命等问题提出的询问，应当作出真实、明确的答复。</p> <p>经营者提供商品或者服务应当明码标价。</p> <p>第二十三条第二款 经营者以广告、产品说明、实物样品或者其他方式表明商品或者服务的质量状况的，应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符。</p> <p>第四十五条 消费者因经营者利用虚假广告或者其他虚假宣传方式提供</p>

法律法规	主要相关条款
	<p>商品或者服务，其合法权益受到损害的，可以向经营者要求赔偿。广告经营者、发布者发布虚假广告的，消费者可以请求行政主管部门予以惩处。广告经营者、发布者不能提供经营者的真实名称、地址和有效联系方式的，应当承担赔偿责任。</p> <p>广告经营者、发布者设计、制作、发布关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，应当与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任。</p> <p>第五十六条 经营者有下列情形之一，除承担相应的民事责任外，其他有关法律、法规对处罚机关和处罚方式有规定的，依照法律、法规的规定执行；法律、法规未作规定的，由工商行政管理部门或者其他有关行政部门责令改正，可以根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得一倍以上十倍以下的罚款，没有违法所得的，处以五十万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照：</p> <p>.....（六）对商品或者服务作虚假或者引人误解的宣传的；</p>

2、发行人在销售推广中是否存在发布违法广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形，是否违反《广告法》等相关法律法规

（1）发行人在销售推广中不存在发布违法发布广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形，未违反《广告法》等相关法律法规

发行人在销售推广中，未曾发布过相关药品广告，未曾使用过违反《广告法》等法律、行政法规禁止使用的宣传用语，亦未对商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者，不存在发布违法广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形，未违反《中华人民共和国广告法》《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等相关法律法规的规定。

自公司成立至今，发行人一直竭力成为“十万家中小终端的守护者”，并致力于“让 14 亿国人不为健康产品多花 1 分钱”。截至报告期末，发行人的 B2B 平台注册客户数量为 **148,752** 个，超过十万家。“让 14 亿国人不为健康产品多花 1 分钱”系发行人希望在助力中小终端、维护行业生态的过程中，最终实现让国人享受到真产品、实价格的健康产品。“十万家中小终端的守护者”“让 14 亿国人不为健康产品多花 1 分钱”均系发行人的使命及愿景，以上用语系发行人的经营文化理念，其实质上不属于商业广告，亦不属于《广告法》等法律、行政法规规定的禁止用语。

发行人的主要客户系中小药店、基层医疗机构，发行人在向客户传达以上使命及愿景时，不存在以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导客户的情形。此外，发行人客户作为药品零售终端或药品经营企业，对市场上药品的价格及质量非常熟悉及了解，发行人不存在通过对客户进行夸大宣传、欺骗、误导或不正当竞争的方式获得交易机会的可能及相关情形。发行人亦未收到过客户关于发行人的企业文化用语等存在夸大宣传、欺骗、误导等的投诉或主张。

（2）相关政府部门证明

根据发行人出具的说明及长沙市市场监督管理局出具的证明文件，并经网络查询中国执行信息公开网、人民法院公告网、中国裁判文书网、国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站，报告期内，发行人不存在因发布违法广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形等而受到相关主管部门行政处罚或被客户要求赔偿的情形。

综上，发行人在销售推广中不存在发布违法广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形，未违反《广告法》等相关法律法规。

三、结合近期媒体报道中针对公司的关联资产收购、供应商、外协厂商处罚等事项的质疑情况进行补充说明，分析是否构成本次发行上市障碍

自发行人公开披露首次公开发行股票并在创业板上市申请文件至本问询回复出具之日，媒体报道针对发行人的关联资产收购、供应商、外协厂商处罚等事项主要关注情况如下：

序号	刊登时间	刊载媒体名称	文章标题	主要质疑关注点
1	2022年3月22日	每日经济新闻	恒昌医药 IPO：董事长在持股平台为多年好友代持，关联资产收购有待进一步说明	工商信息显示报告期内发行人收购长沙超诺信息技术有限公司 100%股权系向原股东系荆宇锋、曾丽取得，与招股说明书中陈述的“向江璉收购超诺信息”“同一控制下企业合并”不相符
2	2022年7月22日	商务财经 IPO	恒昌医药 IPO：募资重复补流，项目建设期不一，合作伙伴拖后腿	1、发行人上游供应商国药集团涉及经营违规药品“乙酰半胱氨酸注射液”；上游供应商一力制药因所生产药品“咳特灵胶囊”违规而受处罚； 2、报告期内发行人口罩业务外协加工商桐城市新锦江劳保用品有限公司、桐城市朝霞劳动防护用品有限公

序号	刊登时间	刊载媒体名称	文章标题	主要质疑关注点
				司出现产品不合格召回情形；质疑发行人是否在委托加工前对相关供应商进行了严格的质量把关

（一）针对发行人的关联资产收购相关质疑的分析说明

报告期内发行人存在的关联资产收购主要系 2020 年 11 月为消除潜在同业竞争，发行人通过子公司六谷大药房收购荆宇锋代江璘持有的超诺信息的 55% 股权和曾丽代汪金城持有的超诺信息 45% 的股权。

2020 年 12 月 15 日，发行人 2020 年第四次临时股东大会审议通过《关于收购长沙超诺信息技术有限公司暨关联交易的议案》，同意六谷大药房收购曾丽代汪金城持有的超诺信息 45% 股权、收购荆宇锋代江璘持有的超诺信息 55% 股权。

2020 年 12 月 24 日，六谷大药房与曾丽、汪金城签署《股权转让协议》，约定六谷大药房收购曾丽代汪金城持有的超诺信息 45% 股权；同日，六谷大药房与江璘、荆宇锋签署《股权转让协议》，约定六谷大药房收购荆宇锋代江璘持有的超诺信息 55% 的股权。

2020 年 12 月 28 日，超诺信息就本次股权转让办理工商变更登记。

因此，超诺信息被收购前是发行人实际控制人江璘控制的企业，该次收购属于同一控制下的重组，亦属于发行人的关联资产交易。发行人针对上述关联资产交易已履行必要的法律程序，招股说明书对相关交易的信息披露准确无误，不构成本次发行上市障碍。

（二）针对发行人的供应商、外协厂商处罚相关质疑的分析说明

1、发行人未向相关供应商直接采购违规药品，对口罩外协加工采购金额占比较小且已停止相关业务

单位：万元

公司名称	采购内容	采购金额			
		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
国药控股集团 有限公司	甲钴胺片、达格列净片/安达唐 等非贴牌中西成药	57.68	82.50	7.65	12.03

公司名称	采购内容	采购金额			
		2023年 1-6月	2022年	2021年	2020年
一力制药股份有限公司	感冒灵颗粒（乐赛仙）、板蓝根颗粒（乐赛仙）等贴牌中西成药	2,696.73	7,187.86	6,066.77	5,950.07

报告期内，发行人向供应商国药控股集团有限公司采购产品为甲钴胺片、达格列净片/安达唐等非贴牌中西成药产品，未采购其违规产品乙酰半胱氨酸注射液；向其采购金额占总采购金额比重较小，且未直接采购违规药品“乙酰半胱氨酸注射液”；发行人向供应商一力制药股份有限公司所采购产品为感冒灵颗粒（乐赛仙）、板蓝根颗粒（乐赛仙）等中西成药，未采购其违规批次产品“咳特灵胶囊”。

口罩外协加工方面，2020年度及2021年度，发行人新增了口罩业务，**2023年起不再从事相关业务**。报告期内，发行人向上述媒体报道关注的口罩外协供应商采购金额情况如下所示：

单位：万元

口罩外协加工商	2020年		
	委托加工金额	占口罩业务成本 比重	占主营业务成本 比重
桐城市新锦江劳保用品有限公司	1,040.11	5.74%	0.83%
桐城市朝霞劳动防护用品有限公司	942.96	5.20%	0.75%

注：2021年度、2022年度和**2023年1-6月**，发行人与上述口罩外协供应商之间无业务往来。

2020年，发行人对两家媒体报道关注的口罩外协供应商外协加工费占口罩业务成本分别为5.74%和5.20%，占主营业务成本比重较小，分别为0.83%和0.75%，比重较小，相关经营事项对发行人主营业务不构成重大影响。2021年公司逐步减少了口罩生产业务，与上述两家口罩外协供应商已无业务往来。

2、发行人对相关供应商、外协加工厂商履行了严格的质量控制程序

发行人对相关供应商、外协加工厂商履行的质量控制程序情况参见本问询函回复之“问题4/一、结合发行人在供应商资源的选择程序及制度执行情况，补充说明是否能合理、有效防范药品质量风险，后续的整改情况；分析发行人经营药品中如存在假药、劣药的情形，发行人可能承担的赔偿、处罚或其他风险的情况”的详细说明。

3、发行人取得了相关主管部门出具的无违规证明

根据湖南省药品监督管理局、天津市药品监督管理局、重庆市药品监督管理局、长沙市市场监督管理局、长沙市开福区市场监督管理局、长沙市芙蓉区行政执法局出具的证明，报告期内，发行人及子公司不存在因上述违规药品采购、口罩外协加工等违反相关药品、医疗器械管理规定而受到行政处罚的情形。

综上所述，相关针对公司的关联资产收购、供应商、外协厂商处罚等事项的媒体质疑不会构成本次发行上市障碍。

四、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

1、结合发行人 GSP 相关规定及公司内部控制制度，分析发行人对供应商资源的选择制度及执行情况，并对公司把控药品质量风险的控制措施进行分析；

2、查阅了发行人、和治恒昌关于奥美拉唑胶囊处罚的行政处罚决定书、罚款缴纳凭证、后续整改文件、发行人与供应商签署的合同并对发行人实际控制人、相关部门负责人进行访谈，了解发行人关于该处罚事件的后续整改情况；

3、查阅了发行人与主要客户供应商签署的合同，并结合《中华人民共和国药品管理法》等法律法规，分析发行人因销售假药、劣药而可能承担的民事责任、行政责任或刑事责任；

4、查阅了发行人及其子公司所属药品监督管理部门出具的合规证明，并通过网络检索国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、信用中国、发行人及其子公司所在地相关政府部门官方网站等，核查发行人是否存在其他因销售假药、劣药问题而被要求承担民事责任、行政责任或刑事责任的情形；

5、查阅了发行人出具的说明，访谈了发行人实际控制人和销售总监，查阅了俱乐部运行服务的相关资料并对发行人的网站进行核查，了解发行人下设俱乐部的具体情况；

6、查阅了《中华人民共和国广告法》等相关广告宣传、不正当竞争的法律法规，并结合发行人的业务对发行人销售推广中是否存在发布违法广告、夸大宣

传、构成不正当竞争情形进行分析；

7、查阅了发行人及其子公司市场监督管理主管部门出具的证明文件并对主管部门相关负责人进行了访谈，查阅了报告期内发行人及子公司受到行政处罚的相关文件并进行分析，对发行人是否因违法广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形等相关情形而受到处罚情况进行网络核查；

8、查阅了媒体质疑发行人的具体文章，并就相关内容访谈了发行人总经理以及销售负责人，查阅了采购明细以及相关采购制度文件。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人已经制定且严格执行对供应商管理和首营品种资质、药品入库验收、在库管理、效期管理、药品出库、运输风险、药品召回、追回和购货单位质量体系评价等各项管控制度，能够合理、有效防范药品质量风险；发行人在经营药品过程中如存在销售假药、劣药的情形时，可能承担的民事责任、行政责任和刑事责任，会根据发行人主观上是否存在故意和发行人是否履行相关药品经营的义务而产生差异；

2、发行人下设的乐赛仙强势终端俱乐部、佐安堂名医俱乐部和初心基业长青俱乐部的具体情况已补充说明；发行人在销售推广中不存在发布违法广告、夸大宣传、构成不正当竞争情形，未违反《广告法》等相关法律法规；

3、相关针对公司的关联资产收购、供应商、外协厂商处罚等事项的媒体质疑不会构成本次发行上市障碍。

问题 5、关于主营业务收入

申报材料及审核回复显示：

(1) 发行人收入增长主要系直供专销业务收入增长所带动，主要通过 B2B 线上商城进行销售，报告期内发行人营业收入增速高于同行业可比公司，直供专销收入主要来源于自有品牌产品；

(2) 发行人主要客户为中小型连锁药店、单体药店以及基层医疗卫生机构，客户集中度低；

(3) 保荐人及申报会计师各期函证客户家数分别为 11,504 家、14,991 家和 7,234 家，回函确认金额占当期总收入的覆盖比例分别为 70.80%、65.48%和 56.02%；各期合计走访金额对当期收入的覆盖比例分别为 39.92%、36.87%和 40.78%。

请发行人：

(1) 说明通过 B2B 线上商场进行销售应当符合的相关法律法规、行业监管政策的具体规定及要求，并说明发行人是否符合相关法律法规、行业监管政策的要求；

(2) 补充说明报告期前十大毛利贡献药品的名称、供应厂家、采购单价、销售单价、毛利率，进一步分析毛利率与平均毛利率差异较大的原因及合理性；

(3) 说明发行人是否对下游客户终端零售价格作出建议或强制约定，如存在，说明确定终端零售价格的依据以及如何确保下游客户按照约定终端零售价格进行销售；报告期内线上 B2B 商场是否存在刷单的情形；

(4) 按照客户所处的经济区位（如省会城市、普通城市、普通县城或乡镇）说明报告期内销售收入、客户数量的分布情况；结合主要产品与市面上同类竞品的终端销售价格，进一步分析并说明发行人竞争优势；

(5) 说明报告期内是否存在主要品种品规经营权被上游供应商终止或取消合作的情形，如存在，说明涉及的具体品种品规及销售金额；发行人针对主要品种品规的经营权是否稳定，是否已取得或将取得相关产品的药品批文号。

请保荐人、申报会计师说明报告期内函证和走访核查样本的选取标准以及

核查的充分性，2021 年函证数量及回函确认金额下降的原因；请保荐人、律师对事项（1）发表明确意见；请保荐人、申报会计师对事项（2）-（5）发表明确意见。

请保荐人质量控制部门及内核部门说明如何针对发行人销售真实、准确、完整所履行的核查工作进行复核把关，并对销售收入的真实、准确、完整发表明确意见。

回复：

一、说明通过 B2B 线上商场进行销售应当符合的相关法律法规、行业监管政策的具体规定及要求，并说明发行人是否符合相关法律法规、行业监管政策的要求

发行人及其子公司恒昌信息、和治恒昌、重庆恒昌通过 B2B 线上商城为中小药店及基层医疗卫生机构等零售终端提供医药健康产品，涉及互联网药品销售业务。

B2B 医药电商依托互联网平台，通过创新的服务模式提升了医疗卫生现代化管理水平，优化了资源配置，提高了服务效率，降低了服务成本，是我国近年来鼓励发展的方向。发行人 B2B 商城模式下的互联网药品销售业务符合法律法规、行业监管政策的要求，相关法律法规和行业监管主要规定等具体详见本问询回复报告之“问题 2/二/（一）/2/（1）互联网药品销售业务符合相关行业监管规定”相关内容。

二、补充说明报告期前十大毛利贡献药品的名称、供应厂家、采购单价、销售单价、毛利率，进一步分析毛利率与平均毛利率差异较大的原因及合理性

报告期内，发行人前十大毛利贡献药品的基本情况如下：

2023 年 1-6 月						
产品名称	类型	毛利额 (万元)	供应厂家	采购单价 (元)	销售单价 (元)	毛利率
产品 1	化学药制剂	852.95	江苏万高药业股份有限公司	4.78	14.14	61.29%
产品 2	化学药制剂	733.27	山西双雁药业有限公司	20.80	66.28	65.19%
产品 3	化学药制剂	725.43	石药集团欧意药业有限公司	4.43	10.27	54.35%
产品 4	化学药制剂	717.58	仁合益康集团有限公司	6.64	16.42	60.16%

产品 5	中成药	612.69	江苏聚荣制药集团有限公司	31.73	55.30	38.71%
产品 6	化学药制剂	474.72	北京利龄恒泰药业有限公司	3.75	8.99	57.91%
产品 7	化学药制剂	465.68	重庆科瑞制药(集团)有限公司	2.36	5.04	50.61%
产品 8	中成药	425.97	江苏聚荣制药集团有限公司	12.39	15.49	27.79%
产品 9	中药	381.91	四川新荷花中药饮片股份有限公司	20.64	53.94	57.66%
产品 10	化学药制剂	453.15	广州泉能药业有限公司	6.73	61.77	51.78%
2022 年度						
产品名称	类型	毛利额 (万元)	供应厂家	采购单价 (元)	销售单价 (元)	毛利率
产品 1	化学药制剂	1,909.66	石药集团欧意药业有限公司	4.36	9.33	53.28%
产品 2	化学药制剂	1,726.27	山西双雁药业有限公司	20.28	56.84	64.71%
产品 3	化学药制剂	1,301.83	江苏万高药业股份有限公司	4.71	12.28	61.85%
产品 4	化学药制剂	988.74	重庆科瑞制药(集团)有限公司	2.49	4.92	48.95%
产品 5	中成药	958.22	江苏聚荣制药集团有限公司	30.79	51.97	41.32%
产品 6	中成药	827.9	江苏聚荣制药集团有限公司	11.23	15.7	31.18%
产品 7	化学药制剂	813.72	石药集团欧意药业有限公司	3.72	6.3	42.76%
产品 8	中成药	674.75	哈尔滨市龙生北药生物工程股份有限公司	4.16	6.15	32.52%
产品 9	化学药制剂	528.7	广东一力医药有限公司	3.1	4.34	28.87%
产品 10	化学药制剂	454.75	石药集团中诺药业(石家庄)有限公司	3.1	4.1	24.56%
2021 年度						
产品名称	类型	毛利额 (万元)	供应厂家	采购单价 (元)	销售单价 (元)	毛利率
产品 1	化学药制剂	2,008.33	山西双雁药业有限公司	19.26	59.59	68.78%
产品 2	化学药制剂	1,422.78	石药集团欧意药业有限公司	4.37	8.87	50.62%
产品 3	化学药制剂	844.17	江苏万高药业股份有限公司	4.78	12.88	63.02%
产品 4	化学药制剂	697.17	重庆科瑞制药(集团)有限公司	2.52	5	49.45%
产品 5	中成药	656.18	天津和治药业集团有限公司	5.84	15.99	63.14%
产品 6	化学药制剂	607.71	石药集团欧意药业有限公司	3.61	6.32	42.38%
产品 7	保健食品	568.91	湖南善源生物科技有限公司	22.71	45.36	48.24%
产品 8	化学药制剂	535.48	北京利龄恒泰药业有限公司	3.69	8.75	57.75%
产品 9	中成药	477.32	广东一力医药有限公司	4.03	5.7	28.66%
产品 10	化学药制剂	461.47	广东一力医药有限公司	2.93	4.35	32.22%
2020 年度						
产品名称	类型	毛利额 (万元)	供应厂家	采购单价 (元)	销售单价 (元)	毛利率
产品 1	化学药制剂	1,300.26	山西双雁药业有限公司	17.81	60.53	69.29%

产品 2	化学药制剂	1,197.47	石药集团欧意药业有限公司	4.27	8.66	50.64%
产品 3	化学药制剂	559.21	江苏万高药业股份有限公司	4.78	12.63	61.48%
产品 4	化学药制剂	511.91	浙江诚意药业股份有限公司	21.76	32.11	31.89%
产品 5	化学药制剂	444.68	山西双雁药业有限公司	17.5	57.8	69.94%
产品 6	中成药	418.52	天津和治药业集团有限公司	5.84	16.08	63.48%
产品 7	化学药制剂	412.75	重庆科瑞制药(集团)有限公司	3.19	5.21	38.65%
产品 8	中成药	402.98	广东一力医药有限公司	4.13	5.68	26.86%
产品 9	化学药制剂	361.77	石药集团欧意药业有限公司	3.59	6.16	39.92%
产品 10	化学药制剂	360.47	九瑞健康股份有限公司	8.71	18.68	49.48%

注：山西新宝源制药有限公司已于 2022 年 7 月更名为山西双雁药业有限公司，下同。

报告期内，发行人前十大自有品牌商品各产品之间毛利率差异较大。发行人各产品之间的毛利率差异主要受产品品类及特点、产品市场销量或前景、市场竞争情况及药品批文稀缺度等因素影响，其中钙补充剂类药品、气血调补类药品及保健功能类食品毛利率相对较高；批文、剂型稀缺的化药药品的毛利率高于批文较多、市场竞争激烈的药品。

2021 年产品 4 毛利率相较于 2020 年毛利率有一定上升，主要原因系基于发行人与供应商的良好合作关系，2021 年发行人向供应商的采购单价下降。除此之外，发行人同类产品在不同年度毛利率波动较小，不存在较大差异。以 2022 年产品 3 为例，该产品 2020 年-2023 年 6 月的毛利率分别为 61.48%、63.02%、61.85%及 **61.29%**，波动较小，且百洋医药同类产品毛利率达到 60%到 70%，与发行人毛利率差异小。2022 年产品 1 报告期内的毛利率分别为 50.64%、50.62%、53.28%及 **54.35%**，较为稳定。因此，发行人同类产品在不同年度毛利率波动较小，不存在较大差异，发行人产品与可比公司同类产品毛利率基本一致。

综上，发行人各产品毛利率差异较大，各产品毛利率与平均毛利率存在差异系发行人产品品类及特点、产品市场销量或前景、市场竞争情况及药品批文稀缺度等因素共同影响所致，且发行人同类产品在不同期间毛利率波动较小，不存在较大差异，发行人毛利率不存在异常情况，各产品毛利率与平均毛利率存在差异符合商业逻辑，具有合理性。

三、说明发行人是否对下游客户终端零售价格作出建议或强制约定，如存在，说明确定终端零售价格的依据以及如何确保下游客户按照约定终端零售价格进行销售；报告期内线上 B2B 商场是否存在刷单的情形

(一) 说明发行人是否对下游客户终端零售价格作出建议或强制约定，如存在，说明确定终端零售价格的依据以及如何确保下游客户按照约定终端零售价格进行销售

发行人向下游客户销售产品时，会基于药品采购成本、市场需求、品牌定位、市场零售价格等综合因素在发行人的 B2B 商城中标识出产品的建议零售价格，但不会对终端零售价格进行强制约定。下游客户在向终端客户销售的时候，会综合市场竞争力、利润等多方面因素的考虑，决定产品的终端零售价格。

发行人未对下游客户终端零售价格做出强制约定，但在 B2B 商城中标识的建议零售价系发行人基于对市场进行调研后确定的具有市场竞争力的价格。同时，发行人在同一区域通常选择竞争力较强的几家客户深度服务，上述措施保障了区域市场的合理竞争。

(二) 报告期内线上 B2B 商场是否存在刷单的情形

1、发行人业务模式以及内部控制决定了发行人刷单可能性低

关于“刷单”目前法律上并未有明确定义，一般系指商家自身或委托第三方在线上销售平台下单、付款，但商家并未真实发货，是一种资金空转、虚构交易的行为，主要为通过非真实的交易行为达到虚构交易或获取虚假评价和商业信誉的行为。

发行人不存在追求商品曝光度及交易量等刷单行为需求，刷单动机较低。发行人 B2B 商城系自主研发的专门为发行人下游药店会员客户提供商品浏览、下单、付款及物流查询等服务的线上电子订单系统，该系统对接金蝶云星空 ERP 系统，B2B 商城订单必须经公司 ERP 系统确认后方可确认收入。此外，发行人业务呈现客户多、订单多、订单均价及客单价均较低的特点，如进行刷单需要大量真实、有效的药店经营许可证及支付宝、微信支付账户，可操作性较低，刷单难度较大。

发行人采取邀请审核制的方式拓展平台会员，受邀客户需严格按照《药品经

营质量管理规范》等法律法规相关要求，提交营业执照、药品经营许可证、医疗器械经营许可证或医疗器械经营备案凭证、采购人员委托书、采购人身份证等首营资料，经质量管理部审核后由公司资料专员为客户建档，审核通过后具备资质的会员客户方能登录发行人 B2B 商城客户端执行下单操作，有效防止了任意用户注册并下单的购买行为。

2、发行人所属行业监管严格

发行人属于医药流通行业，根据《药品经营质量管理规范》要求，药品购销过程必须开具发票，出库运输药品必须有随货同行单以备查验，发票购销单位名称及金额、品名应当与付款流向及金额、品名一致，并与财务账面对应；医药流通企业质量管理体系对供货单位、购货单位的资质审核；药品采购、收货、验收、储存、养护、销售、出库、运输各环节均进行了严格规定。上述监管要求进一步保障了发行人销售收入的真实性、准确性及完整性。

3、中介机构执行了 IT 审计程序

天职国际信息系统审计团队对发行人信息系统进行了审计工作，并出具了《湖南恒昌医药集团股份有限公司信息系统审计报告》；保荐人聘请了华兴会计师事务所（特殊普通合伙）信息系统审计团队对发行人信息系统内部控制及业务数据进行了专项核查，并出具了《湖南恒昌医药集团股份有限公司信息系统专项核查报告》。

信息系统审计团队对发行人的信息技术环境、一般性控制、销售与收款关键业务流程所依赖信息系统的应用控制进行了测试，并对公司主要 ERP 订单收款、销售出库运营数据、第三方流水及相关财务依赖数据进行了双向核对，通过总体趋势分析、复购频次分析、集中度分析以及下单 IP 地址区域分析等多种分析维度核查了发行人销售真实性。

信息系统审计团队对发行人的业务模式，特别针对销售与收款业务流程进行了深入了解，对所涉及的 B2B 系统、ERP 系统及 WMS 系统进行了穿行、权限控制等应用控制测试，理解数据存储、处理等流转过程，并在此基础上对发行人全量业务数据进行一致性比对。发行人 B2B 商城订单、ERP 流水收款单、第三方收款流水数据、ERP 销售订单及销售出库单、WMS 签发单能够保持一致性，

符合商业逻辑。

信息系统审计团队还对发行人的销售订单数据进行数据分析（CAATs），发行人报告期各期前 10-1000 名客户的销售集中度变动趋势一致，不存在超大成交金额的客户或集中利用某个或某几个客户进行大额购买的异常情况；各年度大客户次年留存相对稳定，前 1000 大客户于次年的留存率均在 95%以上，客户相对稳定，客户粘度较高；各年度客户复购频次随着复购次数增加，用户数降低，各年度大部分客户落在购买频次较低区间；发行人的各年度月度单均价及客单价均在相对平稳区域进行波动，且发行人的月度销售商品数量随着公司规模扩大，每月呈稳步缓慢增长趋势，未出现商品数量大幅上下波动的情况；发行人每月退货订单数量及金额较低，各月份退货金额占各月成交金额的比例均在 1%以下，月平均退货比例为 0.23%，占比很小；发行人客户下单的 IP 地址区域分布与销售金额区域分布基本一致。

经核查，信息系统审计团队认为发行人的信息系统是可信赖的，信息系统能够支持其业务的正常运行，可以确保其数据记录的完整与准确性。

4、中介机构执行了走访、发函程序

中介机构对报告期内发行人客户执行了走访、函证等程序对发行人 B2B 商城中的交易的真实性进行了核查。

(1) 中介机构对发行人报告期内进行了走访核查

中介机构根据发行人具体销售模式及客户的交易规模情况，选取了报告期内与发行人交易金额较大的及报告期内新增的金额较大的客户，对客户进行了现场实地访谈或视频访谈。针对实地走访，中介机构获取了访谈人的名片或身份证复印件等身份证明信息、访谈问卷、受访人药店情况照片、受访人合影照片等资料；针对视频走访，受访者需要在镜头前展示身份信息及药店、诊所情况，并将访谈问卷及相关资料邮寄，中介机构对访谈全程录像并截图保存相关信息。实地走访及视频访谈的具体情况如下：

走访形式	项目	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年 1-6 月
实地走访	走访客户家数（家）	843	823	754	647
	走访客户收入金额（万元）	38,377.17	43,412.28	54,384.85	35,049.37

走访形式	项目	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年 1-6 月
	当期总收入金额（万元）	184,892.88	214,321.32	299,962.90	175,386.73
	对当期总收入的覆盖比例	20.76%	20.26%	18.13%	19.98%
视频走访	客户家数（家）	1,739	1,857	1,751	1,539
	访谈客户收入金额（万元）	30,615.13	46,893.77	67,428.69	39,302.82
	对当期总收入的覆盖比例	16.56%	21.88%	22.48%	22.41%
合计走访金额（万元）		68,992.30	90,306.05	121,813.54	74,352.19
对当期总收入的覆盖比例		37.31%	42.14%	40.61%	42.39%

（2）中介机构对发行人主要客户进行了函证确认

根据发行人营业收入规模及下游客户特点，中介机构选取了报告期内与发行人交易金额较大的及报告期内新增的金额较大的客户，对销售收入及应收账款、预收账款进行函证，确认交易的真实性、准确性。具体发函及回函比例如下：

项目	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年 1-6 月
回函客户家数（家）	14,991	7,779	13,386	10,462
当期客户总数（家）	46,707	50,781	58,243	57,799
发函金额（万元）	135,081.79	154,081.73	238,652.19	134,106.79
发函金额占营业收入比例	73.06%	71.89%	79.56%	76.46%
回函确认金额（万元）	121,066.79	127,965.07	192,981.75	107,927.55
当期总收入金额（万元）	184,892.88	214,321.32	299,962.90	175,386.73
对当期总收入的覆盖比例	65.48%	59.71%	64.34%	61.54%

保荐机构及申报会计师在函证过程全程保持了对函证的控制，函证对象的选取、函证发出及函证收回等过程均与发行人保持独立；客户回函后，对回函原件及相关单据进行留存，检查客户回函地址与发函地址是否相一致、客户回函的签章与被询证单位是否相一致等。对于回函不符的客户，分析不符原因，并确认是否影响发行人报告期财务报表数据；针对未回函的客户，中介机构执行了替代性测试。

5、IP 地址区域分布分析

发行人 B2B 商城于 2020 年开始可正式记录客户的下单 IP 地址，项目组对比分析了客户的下单 IP 地址及客户 B2B 平台注册账号地址的所在大区信息，2020 年至 2023 年 6 月 B2B 商城订单 IP 地址区域分布与成交金额区域分布情况

如下：

单位：条、%、万元

区域	2023年1-6月				2022年度			
	下单IP地址		成交金额		下单IP地址		成交金额	
	数量	占比	金额	占比	数量	占比	金额	占比
华中	95,531	22.68%	35,924.41	19.24%	110,155	23.32	66,236.84	19.28
华东	81,720	19.40%	35,499.53	19.01%	97,398	20.62	67,187.86	19.56
西南	84,105	19.97%	35,658.64	19.10%	89,450	18.94	66,231.24	19.28
华北	43,796	10.40%	24,857.68	13.31%	50,494	10.69	46,762.00	13.61
华南	67,882	16.11%	25,418.19	13.61%	73,393	15.54	46,848.39	13.64
西北	28,083	6.67%	15,298.36	8.19%	28,498	6.03	26,324.66	7.66
东北	20,101	4.77%	14,048.53	7.52%	22,888	4.85	23,969.28	6.98
其他	34	0.01%	-	-	26	0.01	-	-
合计	421,252	100.00%	186,705.34	100.00%	472,302	100.00	343,560.26	100.00
区域	2021年度				2020年度			
	下单IP地址		成交金额		下单IP地址		成交金额	
	数量	占比	金额	占比	数量	占比	金额	占比
华中	105,980	24.01	49,985.89	20.82	86,324	25.82	38,497.01	22.59
华东	91,882	20.82	47,064.49	19.6	69,205	20.7	32,765.38	19.23
西南	87,206	19.76	47,335.18	19.71	70,115	20.98	35,323.03	20.73

华北	41,402	9.38	28,676.15	11.94	28,997	8.67	19,408.61	11.39
华南	71,091	16.11	34,304.10	14.29	48,701	14.57	23,403.16	13.73
西北	25,912	5.87	18,926.12	7.88	18,867	5.64	12,511.49	7.34
东北	17,827	4.04	13,826.63	5.76	12,044	3.6	8,500.38	4.99
其他	22	0.005	-	-	13	0.004	-	-
合计	441,322	100.00	240,118.56	100.00	334,266	100.00	170,409.07	100.00

注：下单 IP 地址为系统记录订单下单时 IP 地址（去重），其他为客户拨境外 VPN 导致记录为境外 IP 地址，数量极少，实际下单客户及收货物流均为境内；成交金额区域分布地址系系统记录客户地址，2020 年数据未包含线下口罩业务。

发行人 B2B 商城订单 IP 地址区域分布与成交金额区域分布情况基本一致，华中区域订单 IP 地址占比略高，主要原因系发行人总部位于湖南长沙，各大区下单 IP 地址与成交金额差异主要系客户参加公司总部“岳麓论坛”与培训等会议期间下单以及部分订单由客户委托公司销售服务中心下单所致，符合公司实际情况。

6、物流发货及收货地址的核查

核查订单是否实际发货以及订单收货地址是识别刷单的手段之一，若公司大量订单未发货或大量订单收货地址为公司及关联方地址，则发行人存在大规模刷单的嫌疑。

发行人 ERP 销售订单审核后生成发货通知单自动推送 WMS 仓储系统进行集货出库，审核后自动回写 ERP 销售出库单出库状态。ERP 出库单与 WMS 签发出库情况一致性核对如下：

单位：条

期间	销售出库单单数	WMS 单数	差异数	差异率
2020 年	571,167	571,135	23	0.004%
2021 年	797,184	797,181	3	0.0004%
2022 年	1,139,556	1,139,556	0	0.00%
2023 年 1-6 月	713,597	713,597	0	0.00%

注：上表数据不包括鲜品（人参、虫草等）和非药品。

ERP 销售出库单与 WMS 签发单差异极小，主要系通过专车运输所致。经比对，ERP 的销售出库单与 WMS 签发出库基本一致，少量差异原因合理。除上述情形外，发行人 B2B 平台中已完成订单均有对应物流信息，且均有随货同行单以备查验，符合《药品经营质量管理规范》相关要求。

中介机构对订单收货地址进行了核查分析，不存在收货地址为公司或关联方所在办公地点的情形。

综上，除少数情形外，发行人 B2B 平台中已完成订单均有对应物流信息，且均有随货同行单以备查验，不存在收货地址为公司或关联方所在办公地点的情形。

7、大额支出款项的核查

(1) 预付款项的核查

在定制化生产的采购模式下，上游医药企业生产对单个订单的批量及生产周期均有一定要求，为保证产品的充足及时供应，公司一般会按照 1 至 2 个月的安全库存提前下单。中介机构对发行人报告期内的预付账款进行了核查，具体详见第一轮问询回复之“问题 19、关于预付账款”及本问询回复之“问题 10、关于

预付账款”相关分析。

经核查，报告期各期末预付款占营业成本的比例分别为 7.66%、7.60%、17.99% 和 19.53%，与公司的实际经营情况相匹配，预付账款真实与准确。报告期各期末，公司预付款项金额前五名往来单位不存在持有公司 5%及以上表决权股份的股东或其他关联方。

（2）其他应收款的核查

2020 年末、2021 年末、2022 年末及 2023 年 6 月末往来款主要系公司口罩业务发生的预付的口罩业务原材料熔喷布采购款及设备款，具体详见第一轮问询回复之“问题 20、关于其他应收款”相关分析。

经核查，发行人与其他应收款的交易主体之间不存在关联关系，其他应收款均存在真实交易背景，发行人不存在通过其他应收款的形式虚增收入的情形。

（3）其他非流动资产的核查

报告期各期末，发行人其他非流动资产主要为预付购买药品批件及药品委托研发款项、预付工程款及预付股权收购款，分别为 2,231.25 万元、9,813.44 万元、9,784.55 万元和 13,372.31 万元。发行人其他非流动资产较大，主要为预付医药研发公司的委托研发款、制药公司的药品批件购买款项。关于其他非流动资产的核查详见第一轮问询回复之“问题 21、关于其他非流动资产”及本问询回复之“问题 12、关于其他非流动资产”相关内容。

经核查，发行人与药品批件交易对方均无关联关系，发行人不存在通过预付药品批件款用于体外资金循环、进行销售回款或代垫成本费用的情形。

8、资金流水的核查

中介机构将发行人及其子公司、控股股东及公司员工持股平台报告期内的全部银行账户纳入核查范围。同时，中介机构获取了发行人的实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员、出纳报告期内的银行账户信息及资金流水（含已注销账户）。具体核查范围、核查过程及核查意见详见第一轮问询回复之“问题 24、关于资金流水核查”及本回复之“问题 14、关于资金流水核查”相关内容。

经核查，发行人不存在刷单、通过体外资金循环虚增收入的情形。

综上，报告期内发行人 B2B 商城不存在刷单的情形，发行人业务数据自洽，业务及财务数据一致，销售收入真实、准确、完整。

四、按照客户所处的经济区位（如省会城市、普通城市、普通县城或乡镇）说明报告期内销售收入、客户数量的分布情况；结合主要产品与市面上同类竞品的终端销售价格，进一步分析并说明发行人竞争优势

（一）按照客户所处的经济区位（如省会城市、普通城市、普通县城或乡镇）说明报告期内销售收入、客户数量的分布情况

报告期内，发行人客户所处经济区位的分布情况如下：

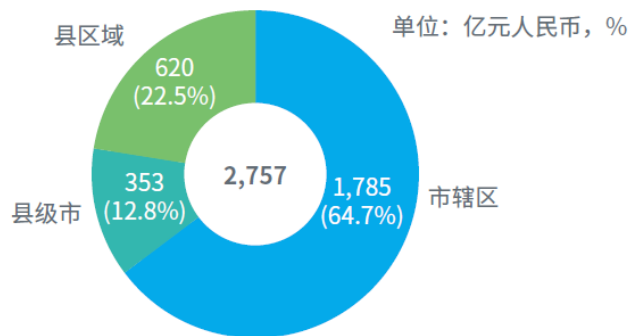
2023 年 1-6 月				
项目	收入		客户数量	
	金额（万元）	比例（%）	数量（个）	比例（%）
直辖市/省会城市	21,767.60	12.42	7,400	12.65
普通城市	77,744.31	44.36	23,876	40.81
普通县城或乡镇	75,754.20	43.22	27,227	46.54
合计	175,266.11	100.00	58,503	100.00
2022 年度				
项目	收入		客户数量	
	金额（万元）	比例（%）	金额（万元）	比例（%）
直辖市/省会城市	37,983.51	12.67	7,174	12.29
普通城市	131,531.19	43.87	23,647	40.49
普通县城或乡镇	130,307.72	43.46	27,574	47.22
合计	299,822.42	100.00	58,395	100.00
2021 年度				
项目	收入		客户数量	
	金额（万元）	比例（%）	数量（个）	比例（%）
直辖市/省会城市	26,721.21	12.48	6,132	11.95
普通城市	92,934.69	43.39	20,346	39.65
普通县城或乡镇	94,468.17	44.11	24,830	48.39
其他	41.74	0.02	1	0.00
合计	214,165.81	100.00	51,309	100.00

2020 年度				
项目	收入		客户数量	
	金额 (万元)	比例 (%)	数量 (个)	比例 (%)
直辖市/省会城市	23,710.82	12.85	5,069	10.85
普通城市	83,475.52	45.24	18,095	38.74
普通县城或乡镇	72,988.59	39.56	23,536	50.39
其他	4,349.17	2.36	5	0.01
合计	184,524.10	100.00	46,705	100.00

注 1：上述收入为主营业务收入；

注 2：“其他”系境外口罩客户。

根据艾昆纬咨询 (IQVIA) 出具的《中国零售药店市场发展白皮书》，2020 年各类地区药店市场规模占比中，市辖区市场份额占比为 64.70%，县级市药店市场份额占比为 12.80%，县区域市场份额占比为 22.50%，市辖区市场规模最大。



数据来源：艾昆纬PharmaTrend™数据库，艾昆纬分析

报告期内发行人主要客户位于普通城市、普通县城或乡镇，报告期内，上述客户收入占比分别为 84.80%、87.50%、87.33%及 **87.58%**，客户数量占比为 89.13%、88.04%、87.71%及 **87.35%**，普通城市、普通县城或乡镇客户占比较高，符合发行人专注于服务基层医药市场的经营特点。

(二) 结合主要产品与市面上同类竞品的终端销售价格，进一步分析并说明发行人竞争优劣势

发行人客户主要分布为三、四线城市及县域以下的基层医药市场中小连锁药店、单体药店及诊所，主要为周边区域消费者提供医药产品及服务，消费者群体稳定，经营自主性及灵活性较强，但往往缺乏优质的药品品种供应及系统的选品经营能力，具体如下：

(1) 受限于自身采购规模、采购渠道及物流配送的限制，基层医药市场零售终端往往难以直接与上游制药厂商合作，药品主要来源于当地医药商业公司及医药代理商，多数产品需通过省一市一县（区）多级代理，流通环节多，药店采购成本高，价格体系混乱，产品质量参差不齐；且因为单个区域代理商可以提供的药品品类有限，药店采购部门往往需要对接数十家供应商，采购效率低下。

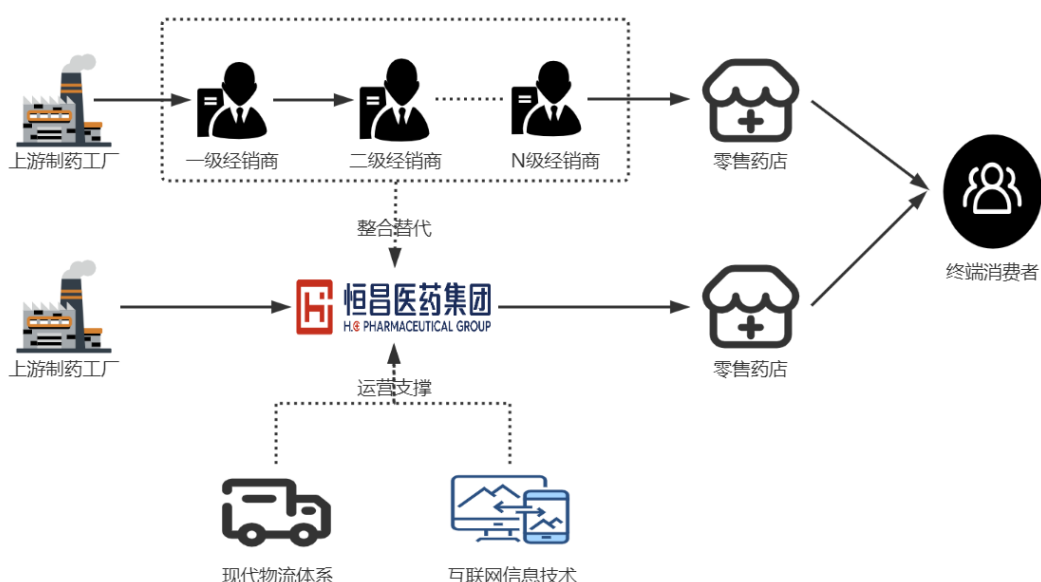
(2) 基层医药市场零售终端比较缺乏稳定的经营理念、完善的品类选择能力及质量控制体系，在用药指导、慢病管理服务方面也缺乏系统化的培训，导致终端消费者难以获取高质量的医药产品服务。

近年来，随着大型连锁药店不断向下沉区域市场拓展，由于上述劣势，该类客户经营压力日益增加。

1、发行人直供专销模式解决了基层医药市场客户的经营困境

依托互联网信息技术及现代物流运输基础设施体系，发行人创新性地采用了以自有品牌产品为核心的直供专销业务模式，通过整合下游数万家会员客户的药品采购需求，采用自有品牌商标授权的方式直接与上游制药厂商合作，为客户直供品类丰富、优质平价的自有品牌产品。

直供专销业务模式下，发行人主要业务流程如下图所示：



直供专销模式将流通中间环节压缩的利润空间与上游制药厂商、下游客户及终端消费者共享，形成了发行人与上游制药企业、下游零售终端及终端消费者之

间多方共赢的良好生态圈。

发行人重视自有品牌产品品牌体系的建设，经过多年的经营积累，形成了乐赛仙、佐安堂、初心等核心品牌体系。截至报告期末，发行人拥有医药产品品规 2,737 个，其中自有品牌产品品规 2,152 个，覆盖产品品类包括中西成药、中药、营养保健品等，可基本满足下游客户对自有品牌产品的一站式采购需求，解决了基层医药市场零售终端采购效率低下的困境。

发行人将压缩流通环节的利润让利给下游客户以及消费者，导致其销售价格略低于市场其他同类产品。以发行人 2022 年度前十大自有品牌产品为例，其建议零售价格与第三方公开市场零售价格比较情况如下：

序号	发行人前十大自有品牌产品			第三方公开市场同类产品			零售单价 差异率 (%)
	产品名称	建议零售价格	零售单位价格	产品名称	零售价格	零售单位价格	
1	产品 1	25.80 元/盒	0.43 元/片	产品 1	15.00 元/盒	0.50 元/片	-14.00
2	产品 2	298 元/盒	5.73 元/包	产品 2	268.00 元/盒	6.70 元/袋	-14.48
3	产品 3	39.08 元/盒	2.84 元/支	产品 3	27.00 元/盒	2.70 元/支	5.19
4	产品 4	189 元/盒	6.30 元/支	产品 4	18.50 元/盒	3.08 元/支	104.55
5	产品 5	39.60 元/盒	1.32 元/片	产品 5	98.00 元/盒	1.23 元/片	7.76
6	产品 6	31.80 元/盒	0.61 元/片	产品 6	25.00 元/盒	1.04 元/片	-41.35
7	产品 7	29.80 元/盒	0.99 元/片	产品 7	24.00 元/盒	1.14 元/片	-13.16
8	产品 8	33.50 元/盒	1.40 元/片	产品 8	30.00 元/盒	1.50 元/片	-6.67
9	产品 9	19.80 元/盒	1.24 元/粒	产品 9	40.50 元/盒	1.125 元/片	10.22
10	产品 10	28.00 元/盒	0.80 元/粒	产品 10	30.40 元/盒	2.17 元/粒	-63.13

注 1：第三方公开市场同类产品数据来源于京东商城，零售价格均为含税价格，建议零售价格不考虑促销、折扣等情形；

注 2：零售单位价格=指导零售价格/药品规格数量，如产品 1 零售单位价格=25.8/(0.1*60)；

注 3：公司产品 4 建议零售价与第三方同类产品售价差异较大，主要系在实际终端销售推广中，该类产品通常以“买一送一”的促销方式进行售卖。

由上表可知，发行人前十大自有品牌产品单位零售价格整体低于同类别产品第三方公开市场价格。发行人为客户提供优质医药产品及综合服务，并最终为广大消费者提供优质平价的医药产品及综合健康服务，进而提升其盈利能力以及综合竞争力。

2、发行人为客户严选优质品种

受制于采购规模及采购渠道的限制，基层医药市场零售终端往往缺乏完善品类选择能力及质量控制体系，采购药品品种品类繁杂，药品品种质量参差不齐。

发行人创始人及管理層具备了较强的药品市场判断能力，对消费者的切身需求有深刻的认识，并严选供应商及产品，为客户提供优质药品品种。

发行人严选上游制药企业，建立了切实可行的完整质量控制体系，与石药集团、上药集团、国药集团等多家医药工业百强企业建立了合作关系，从源头上把控产品质量。

此外，发行人针对自有品牌产品的开发迭代建立了完整的制度保障，从每年度的客户调研、自有品牌产品计划、新品评审会、品控等各个环节对自有品牌产品的需求、品规、品质、生产排期及价格等要素进行全方位的设计与规划，使得公司推出的多数自有品牌产品，重点选择盈利空间大、市场销量好或前景好、批文较为稀缺等特点的品种，既能够让下游销售终端保持合理利润得以持续经营，更能够让最终消费者得到实惠。

3、发行人通过论坛以及现场培训方式提升客户的经营能力

为提高下游客户及综合竞争实力，实现与下游客户共同发展，发行人有针对性地对下游客户提供运营管理及营销推广等综合配套服务，向下游客户传达“特卖、专卖、专业、服务”的经营理念，并通过对下游客户的持续培训及指导，不断提高下游客户的运营能力及服务水平，以进一步增强与下游客户的黏性，具体详见本问询函回复之“问题1”之“一、补充说明发行人为下游客户提供的运营管理、营销推广等综合配套服务的具体内容、服务方式及频次；在发行人产品品规远高于同行业可比公司的情况下，发行人产品的营销推广以及内部培训工作如何进行，与同行业可比公司是否存在较大差异”相关内容。

4、提前布局药品批件与上游制药厂商，进一步保障优质药品供应的持续稳定性

在产品品类方面，发行人通过研发、收购等方式布局药品注册批件，可以获取以往因药品批文稀缺性、上游厂商产能限制等因素难以获取的药品品种，进一步丰富发行人产品品类结构，以及保障产品供应的稳定性；在单一产品品规方面，

发行人自持批件后也可以根据市场需求情况等为下游会员客户提供更多规格的产品选择。

5、发行人先发优势明显

发行人管理层把握了上游制药厂商以及下游中小型药店终端的经营痛点，依托互联网信息技术及现代物流运输基础设施体系的发展，系业内较早以直供专销模式专注于服务基层医药市场客户的医药流通企业。

相较于发行人，原采用多层经销体系制药厂商，受制于自身产品销售体系的限制，难以大规模采用与发行人类似的去中间化运营模式；以往销售渠道侧重于医院及大型连锁的上游制药厂商，往往缺乏成熟的基层医药市场零售终端销售运营团队，难以短期内高效开展下沉市场的自有品牌运营业务；而大型连锁药店自有品牌业务则侧重于服务自身直营门店及加盟门店渠道，经营重点侧重与零售终端。

发行人通过邀请制的客户拓展模式，选取各地区市场符合发行人战略定位的优质客户进行合作，供应公司专有的自有品牌药品。该种客户拓展模式一方面便于发行人维护产品销售渠道及价格的稳定，另一方面可以较好的保障下游客户的经营利益，有利于增强发行人与客户合作的稳定性。截至**2023年6月末**，公司注册会员数**148,752**家，报告期各期活跃客户数量分别**46,322**家、**50,781**家、**58,243**家和**57,799**家，已覆盖全国大部分三四线城市以及县级区域优质药店客户，先发优势较为明显。

6、品牌知名度仍有待提高

发行人的竞争劣势主要体现在品牌影响力上，与其他知名品牌相比，发行人成立时间较短，处于上升发展阶段，其品牌影响力仍有一定的提升空间，部分下游药店在进行采购时可能会选择品牌知名度更高的产品。

五、说明报告期内是否存在主要品种品规经营权被上游供应商终止或取消合作的情形，如存在，说明涉及的具体品种品规及销售金额；发行人针对主要品种品规的经营权是否稳定，是否已取得或将取得相关产品的药品批件号

(一) 报告期各期，发行人主要品种品规经营稳定，不存在被上游供应商终止或取消合作的情形，部分产品已取得相关产品的药品批件号

报告期各期，发行人与上游供应商合作关系稳定，不存在主要品种品规经营权被上游供应商终止或取消合作的情形。报告期各期，发行人销售额前二十大的药品品规的合作历史及对应的药品批件情况如下：

产品名称	合作历史	取得的药品批件情况
产品 1	2018 年至今	已与杭州百诚医药科技股份有限公司签署委托研发协议，将取得药品批件；已取得其 50mg 批件
产品 2	2020 年至今	未取得
产品 3	2019 年至今	未取得
产品 4	2016 年至今	未取得
产品 5	2016 年至今	未取得
产品 6	2018 年至今	未取得
产品 7	2018 年至今	未取得
产品 8	2018 年至今	未取得
产品 9	2019 年至今	该批文已终止合作
产品 10	2017 年至今	未取得
产品 11	2018 年至今	未取得
产品 12	2016 年至今	已取得相关药品批件
产品 13	2018 年至今	未取得
产品 14	2018 年至今	已取得相关药品批件
产品 15	2020 年至今	未取得
产品 16	2018 年至今	未取得
产品 17	2021 年至今	未取得
产品 18	2016 年至今	未取得
产品 19	2017 年至今	未取得
产品 20	2017 年至今	未取得
产品 21	2016 年至今	未取得
产品 22	2017 年至今	未取得

产品名称	合作历史	取得的药品批件情况
产品 23	2017 年至今	未取得
产品 24	2017 年至今	未取得
产品 25	2017 年至今	未取得
产品 26	2016 年至今	未取得
产品 27	2017 年至今	已取得相关药品批件
产品 28	2017 年至今	未取得
产品 29	2016 年至今	未取得
产品 30	2017 年至今	未取得
产品 31	2019 年至今	未取得
产品 32	2021 年至今	未取得
产品 33	2018 年至今	未取得
产品 34	2018 年至今	未取得
产品 35	2018 年至今	未取得
产品 36	2021 年至今	未取得
产品 37	2019 年至今	未取得
产品 38	2021 年至今	未取得
产品 39	2022 年至今	未取得
产品 40	2020 年至今	未取得
产品 41	2015 年至今	已取得相关药品批件
产品 42	2022 年至今	未取得
产品 43	2019 年至今	未取得

发行人各期前二十大药品品规绝大部分自报告期初即开始经营，主要品规经营权稳定。各期前二十大药品品规产品中，已有产品 1、产品 12、产品 14、产品 27、**产品 41** 等品种已取得相关药品批件或已与签署相应的批件转让合同。

（二）发行人主要产品短期内被上游供应商终止或取消品规经营权的可能性较小

我国医药流通市场中小药店、基层医疗卫生机构数量众多，且主要分布于三四线城市及县域城市等“下沉市场”，分布区域分散、客单价较低。基于服务成本、专业化分工等因素，多数制药厂商难以自建高效的销售网络覆盖该类下游零售终端，受限于上述因素影响，制药厂商企业过往的销售渠道主要集中在医院、大型

连锁药店等渠道。

发行人专注于服务基层医药市场，主要客户为三四线城市及县域以下中小药店及基层医疗卫生机构。经过多年的客户开发和运营，发行人在基层医药市场与数万家优质客户形成了深入的合作关系。发行人在基层医药市场的销售渠道网络也成为了众多合作上游供应商的一个增量市场渠道，且发行人主要产品为市场销售基础量大，需求较高的品种，拥有相关药品品种生产批件的制药厂商较多，上游供应链市场竞争较为充分，基于双方合作共赢的考虑，供应商一般不会主动取消相关产品的合作，且经过多年合作，发行人与上游供应商也已建立了较为稳定的合作关系，产品供应较为稳定，发行人主要品种被上游供应商终止或取消品规经营权的可能性较小。

（三）如发生上游供应商终止或取消品规经营权的情形时发行人的替代措施

为进一步降低上游供应商终止或取消品规经营权的风险和影响，发行人对于同一产品品类一般会选择开发 2 家以上的供应商作为合作伙伴，以进一步保障产品供应的稳定性。

除上述措施外，MAH 制度实施后，公司针对部分销售基础量大前景好、稀缺性较强的药品品种批件提前在药品注册批件方面进行布局，未来拟通过自持药品批文，采取自产或委托生产的方式，完善公司产品品类，提升公司在产品生产品规选择上的自主度，进一步保障核心自有品牌产品的稳定供应及药品生产质量的把控。具体详见本问询回复报告之“问题 12/一/（二）/3、发行人支付较大对价获取药品批件号的商业合理性”相关内容。

发行人采取多品规经营策略，截至报告期末，发行人医药产品品规数量 **2,737** 个，其中自有品牌医药产品品规数量 **2,152** 个，且多数产品品规均有备选供应商。报告期各期，发行人前十大自有品种产品品规占自有品牌产品销售收入的比例分别为 8.93%、10.62%、7.94%和 **7.64%**，占比较低。发行人针对上游供应商终止或取消品规经营权的情形已预备了相关的替代措施，个别药品品种的取消合作不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

六、说明报告期内函证和走访核查样本的选取标准以及核查的充分性，2021年函证数量及回函确认金额下降的原因

（一）报告期内函证和走访核查样本的选取标准以及核查的充分性

中介机构根据发行人的具体销售模式、营业收入规模及下游客户的特点、交易规模情况对报告期内发行人主要客户执行了询证、走访程序，执行的询证和走访核查充分。核查样本选取标准详见本问询回复报告之“问题 5/三/（二）/4、中介机构执行了走访、发函程序”相关内容。

（二）2021 年函证数量及回函确认金额下降的原因

1、发函金额总体呈上升趋势

中介机构对发行人的销售收入及应收账款、预收账款进行了函证，报告期内发函金额分别为 135,081.79 万元、154,081.73 万元、238,652.19 万元以及 **133,830.46 万元**，发函金额总体呈上升趋势，与发行人营业收入增长趋势一致。

2、受物流影响，2021 年函证数量及回函确认金额下降

报告期内，发行人客户回函家数分别为 114,991 家、7,779 家、13,386 家以及 **10,461 家**，回函金额分别为 121,066.79 万元、127,965.07 万元、192,981.75 万元以及 **107,651.22 万元**，其中 2021 年函证数量及回函确认金额均有所下降，主要原因系 2022 年发函及回函过程受物流影响较大，存在部分询证函无法送至客户处及部分回函无法送至中介机构处的情形，导致 2021 年函证数量及回函确认金额下降。

七、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

1、保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

查阅了发行人的说明文件，访谈了发行人实际控制人、相关部门负责人，查阅了发行人 B2B 商城模式涉及的互联网药品销售的相关资质文件，并结合《中华人民共和国药品管理法》等法律法规对发行人 B2B 商城模式是否符合行业监管规定进行分析。

2、保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

(1) 获取了发行人报告期销售明细，分析各期前十大毛利贡献药品的名称、供应厂家、采购单价、销售单价、毛利率等基本情况；

(2) 访谈了发行人采购及销售相关负责人，了解了各产品毛利率存在较大差异的原因；

(3) 查阅发行人 B2B 商城网站并对公司管理层进行访谈，了解了发行人是否存在建议或约定终端零售价，相关产品的定价依据及发行人保障市场合理竞争的相关措施；

(4) 关于是否存在刷单情形，针对内部控制方面，中介机构查阅了发行人对于首营客户审核的相关制度文件；对于信息系统的核查，申报会计师天职国际信息系统审计团队以及保荐机构聘请的华兴会计事务所（特殊普通合伙）均对公司的关键信息系统进行了评估，确认相关信息系统一般控制、应用控制设计及运行有效性及信息系统更换或升级过程中数据生成、保存及衔接完整性准确性；中介机构根据发行人营业收入规模及下游客户特点，对报告期主要客户进行了现场实地访谈或视频访谈，对销售收入及应收账款、预收账款进行函证，确认交易的真实性、准确性；中介机构查阅了报告期内发行人 B2B 商城订单的收货地址，将其与公司及其关联方的办公地点进行核对；

(5) 获取了发行人客户所处经济区位的分布情况，对不同经济区位客户的数量及产生的销售收入占比进行了比较；

(6) 获取了发行人主要药品品规的销售情况，查阅了发行人与相关供应商签署的合作协议，并查阅了发行人已获得的部分药品注册批件相关资料；

(7) 取得并查阅了发行人控股股东、实际控制人、内部董事、监事、高管及其他关键人员的银行流水，查阅是否有大额、频繁且异常的银行流水。

(二) 中介机构核查结论

1、经核查，保荐机构、发行人律师认为：

发行人 B2B 商城模式符合《中华人民共和国药品管理法》《互联网信息服务管理办法》《互联网药品信息服务管理办法》等法律法规、行业监管政策的具

体规定及要求。

2、经核查，保荐机构、申报会计师认为：

(1) 中介机构根据发行人具体销售模式及客户的交易规模情况，对于报告期主要客户进行了现场实地访谈或视频访谈；根据发行人营业收入规模及下游客户特点，中介机构对销售收入及应收账款、预收账款进行函证，确认交易的真实性、准确性；

(2) 2021 年函证数量及回函确认金额下降主要系当年发函及回函受物流影响所致；

(3) 发行人各产品毛利率与平均毛利率存在差异系具体产品品类及特点、产品市场销量或前景、市场竞争情况及药品批文稀缺度等因素共同影响所致，符合发行人业务实际情况；

(4) 发行人直供专销所有产品均需通过 B2B 商城进行购买，发行人未对终端零售价格进行强制约定；

(5) 发行人 B2B 商城不存在刷单的情形，报告期各期销售收入真实、准确、完整；

(6) 发行人专注于服务基层医药市场，位于普通城市、普通县城或乡镇的客户为发行人收入的主要构成部分；

(7) 报告期内，发行人不存在主要品种品规经营权被上游供应商终止或取消合作的情形；发行人针对主要品种品规的经营权稳定，目前已取得部分产品的药品批件。

八、请保荐人质量控制部门及内核部门说明如何针对发行人销售真实、准确、完整所履行的核查工作进行复核把关，并对销售收入的真实、准确、完整发表明确意见

(一) 质量控制部门及内核部门对发行人销售真实、准确、完整相关核查工作的复核

保荐人质控和内核部门根据《证券发行上市保荐业务管理办法》《证券公司投资银行类业务内部控制指引》《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市

审核问答》等法律法规规定以及《海通证券股份有限公司保荐项目立项评审实施细则》《海通证券股份有限公司保荐项目申报评审实施细则》《海通证券投资银行类项目问核制度》《海通证券投资银行类业务内核制度》《海通证券投资银行类业务文件签字用印审批制度》等公司内控制度的规定，对就项目组关于审核问询函的回复材料、项目组执行的核查程序的充分性和有效性以及相关工作底稿进行质量把关工作：

质控部门、内核部门对发行人销售收入的真实、准确、完整相关事项以及项目组就此开展的核查工作进行了重点关注，重点复核了发行人销售收入事项相关的工作底稿，并履行了如下核查程序：

1、复核了互联网药品销售业务相关行业监管规定主要条款；

2、复核了项目组提供的销售收入明细表及发行人前十大毛利贡献药品的毛利率变动情况，了解毛利波动差异及各产品毛利率与平均毛利率存在差异的解释分析的合理性；

3、复核了项目组对发行人管理层的访谈记录、项目组获取的发行人关于直营客户审核的相关制度文件；

4、复核了天职国际信息系统审计团队出具的《湖南恒昌医药集团股份有限公司信息系统审计报告》及华兴会计师事务所（特殊普通合伙）信息系统审计团队出具的《湖南恒昌医药集团股份有限公司信息系统专项核查报告》；

5、复核了项目组对发行人主要客户的走访、函证记录，核查交易的真实性、准确性；

6、复核了报告期内发行人 B2B 商城订单的收货地址；

7、结合项目组对发行人客户所处经济区位分布的分析，复核发行人客户群体的构成情况；

8、复核了发行人与相关供应商签署的合作协议及发行人已获得的部分药品注册批件相关资料。

（二）保荐人质量控制部门及内核部门认为：

保荐机构质量控制部门及内核部门针对本项目相关申请材料及历次问询函

回复材料进行了认真审核，就发行人报告期各期收入的真实性、准确性、完整性进行了严格的复核把关，认为项目组相关核查工作充分有效，能够合理保证发行人收入的真实性、准确性及完整性。

问题 6、关于供应商返利和销售返利

申报材料及审核回复显示：

(1) 发行人对销售返利一贯采用票折方式，针对报告期期末客户未使用的返利余额，发行人报告期各期末予以计提预收款项或合同负债，并相应冲减营业收入；各期计提的销售返利金额分别为 744.86 万元、1,146.88 万元和 1,163.35 万元；

(2) 供应商返利主要以票折返利为主，各期供应商票折返利金额分别为 565.42 万元、1,558.24 万元和 1,173.91 万元。

请发行人：

(1) 结合各期销售返利政策的变动情况，说明 2021 年营业收入增长较快的情形下，2021 年计提销售返利金额较去年同期仅小幅增长的原因及合理性，2021 年使用销售返利金额增长较快的原因及合理性；

(2) 结合返利政策变动进一步说明 2021 年来源于广东一力医药有限公司返利金额下降的原因及合理性；

(3) 说明供应商返利和销售返利的会计分录，与同行业可比公司返利的会计处理进行对比并说明差异。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合各期销售返利政策的变动情况，说明 2021 年营业收入增长较快的情形下，2021 年计提销售返利金额较去年同期仅小幅增长的原因及合理性，2021 年使用销售返利金额增长较快的原因及合理性

(一) 报告期各期返利政策变动情况

自设立以来，发行人不定期邀请合作稳定的优质下游会员客户参加其举办的“岳麓论坛”等促销会议，会议现场客户与公司签署“金牌会员合作协议书”等促销协议并缴纳一定金额的预付货款，从而获得一定的促销政策及销售返利。

发行人的返利政策主要可以分为“长期销售返利政策”和“一次性销售返

利政策”，销售返利政策典型条款如下：

项目	“金牌会员”返利政策条款内容	一次性返利政策
预付货款金额	4.68 万元-36.68 万元不等	
返利计提时点	客户预付款使用完毕的次月	
返利结算周期	每个季度	预付款使用完毕后一次性计提
返利条款	以调整后自有品牌产品销售额（含税）为返利基数计算返利：销售返利=调整后当期自有品牌产品销售额*返利系数（2%；1%；0.5%）*协议约定客户应享有的比例	根据预付货款金额档次不同，一次性享受金额不等的销售返利
当期返利金额上限	客户当期采购金额的 10%	不适用
返利年限	十年或不定期	-
返利使用条款	使用返利金额的上限为非促销产品订单金额的 30%	

发行人“金牌会员”等长期返利政策，当期计提的返利金额主要受自有品牌产品销售收入、返利系数及约定客户占比影响，以 2021 年度岳麓论坛返利政策为例，返利政策具体内容条款如下：

1、“金牌会员”长期返利政策

政策档次	返利基数	充值金额	客户份额占比	返利年限
档次 1	自有品牌产品销售额的 0.5%作为返利基数	36.68 万元	0.06%	10 年
档次 2		16.68 万元	0.03%	
档次 3		9.68 万元	0.02%	
档次 4		4.68 万元	0.01%	

2、一次性返利政策

档次	充值金额	具体内容
档次 1	36.68 万元	赠送票折 20,188.00 元
档次 2	16.68 万元	赠送票折 8,388.00 元
档次 3	9.68 万元	赠送票折 4,358.00 元
档次 4	4.68 万元	赠送票折 1,880.00 元

（二）2021 年营业收入增长较快的情形下，2021 年计提销售返利金额较去年同期仅小幅增长的原因及合理性

发行人销售返利政策仅面向与发行人签署了“金牌会员合作协议书”的金牌会员客户。报告期内，发行人计提销售返利的情况如下：

单位：万元

年度	营业收入	当期计提销售返利	占营业收入比率
2023年1-6月	175,386.73	1,172.25	0.67%
2022年度	299,962.90	2,148.09	0.72%
2021年度	214,321.32	1,163.35	0.54%
2020年度	184,892.88	1,146.88	0.62%

发行人当期计提的销售返利占营业收入比整体波动较小，为0.5%至0.7%左右，其中2021年度该比例相对较低，当期计提销售返利增幅低于营业收入，主要原因如下：

一方面，公司2021年签订的金牌会员尚未达到返利计提条件。2021年5-9月组织召开多场“岳麓论坛”营销会议，上述会议客户缴纳的预付款于2021年下半年及2022年上半年陆续使用，因返利政策为预付款使用完毕后计提，大部分在2021年度下半年签署了返利政策的客户尚未达到返利计提的条件，导致返利计提较营业收入增长具有一定滞后性，2022年当期计提销售返利以及占营业收入比上升；

另一方面，公司2021年度适当调整了销售促销政策。发行人“金牌会员”等长期返利政策，客户当期返利金额的上限为当期实际采购金额的10%。2020年度，为进一步加大促销政策的执行效果，发行人允许同一区域内的“金牌会员”药店客户共享返利金额的上限。2021年度，公司取消了上述客户共享返利金额的上限的政策，导致相应销售返利计提金额下降。

（三）2021年使用销售返利金额增长较快的原因及合理性

报告期内，发行人销售返利计提及使用情况如下：

单位：万元

年度	期初余额	本期增加	本期使用	期末余额
2020年	393.02	1,146.88	656.47	883.43
2021年	883.43	1,163.35	1,411.14	635.64
2022年	635.64	2,148.09	1,782.57	1,001.16
2023年1-6月	1,001.16	1,172.25	1,238.65	934.76

发行人返利按季度结算，客户的药品采购周期一般为2-3个月，当期计提的销售返利一般在返利结算后1年内使用，返利使用具有一定滞后性，且与客户的

采购规模有关。2021 年返利的使用金额大于 2020 年，主要原因如下：一方面，2020 年的销售返利的计提金额大于 2019 年，直接导致 2021 年使用返利金额上升；另一方面，2021 年客户的采购规模也有所上升，返利金额的使用效率也有所提升。2023 年 1-6 月返利的计提及使用金额较高，返利计提金额增加系 2023 年 1-6 月业绩规模扩大导致，返利使用金额增加系 2022 年末销量较高，所计提的返利在 2023 年一季度使用导致。

因此，发行人销售返利的计提与使用符合公司政策以及实际经营情况，具有合理性。

二、结合返利政策变动进一步说明 2021 年来源于广东一力医药有限公司返利金额下降的原因及合理性

广东一力医药有限公司返利金额及返利合同主要条款如下所示：

年份	返利金额 (万元)	返利政策
2021 年	88.18	-
2020 年	758.94	1、部分药品提供票折； 2、发行人完成年度采购任务量，每一协议年度按照实际入库额的 1.58% 奖励

注：2021 年返利金额为 2020 年度订单尚未返利金额，2022 年无该公司返利。

2020 年广东一力医药有限公司对发行人进行返利时，会给予发行人部分采购药品票折，2020 年还会按照发行人的协议年度实际入库额的一定百分比作为奖励返还给发行人，返利计算公式如下：

当年返利金额=票折药品折扣单价*药品采购数量+实际入库额*奖励比例。

由于发行人与广东一力合作关系稳定，且随着业务量逐步扩大向广东一力采购金额逐年增加，2021 年广东一力医药有限公司和发行人协商沟通后决定不再采取票折返利的形式，而是直接将该部分药品直接以以前年度票折后的价格作为采购单价销售给发行人。2021 年发行人来源于广东一力医药有限公司返利金额下降系与广东一力医药有限公司采购优惠政策变动所致，具有合理性。

三、说明供应商返利和销售返利的会计分录，与同行业可比公司返利的会计处理进行对比并说明差异

(一) 供应商返利的会计分录及与同行业可比公司比较情况

1、供应商返利的会计分录

依据发行人与供应商签订的返利合同条款，发行人返利条款在特定时间周期内与特定交易金额或数量或回款金额直接关联，能否触发返利条件存在一定的不确定性，因此发行人基于谨慎性在收到供应商返利时进行会计处理，同时收取的供应商返利实际降低了采购批次商品的采购价款，因此发行人在收到供应商返利时对已实现销售的采购批次商品冲减营业成本，对未实现销售的冲减采购批次的库存商品，具体会计分录如下：

借：应付账款

贷：营业成本/库存商品

应交税费-增值税-进项税额转出

2、同行业可比公司供应商返利的会计处理

同行业可比及其他公司关于供应商返利确认及会计处理的具体情况如下：

同行业公司	股票代码	会计政策
华人健康	审核中	在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后冲减营业成本
百洋医药	301015.SZ	为按照购销合同、协议或以购销双方认可的方式约定的利益条款、促销政策等，在与供应商对账确认的基础上确认返利，并以票折的形式取得返利，会计处理方式为冲减主营业务成本或存货采购成本并转出进项税额
大参林	603233.SH	公司收到供应商返利或基本确定可以收到供应商返利后，由于公司存货周转率较高，均是在收到供应商返利当月冲减相应销售成本，同时减少当期增值税进项税金。
老百姓	603883.SH	由供应商在出具的增值税专用发票上进行金额折扣或出具专门的负数增值税专用发票，公司按照确定的返利金额扣减应付供应商的采购款，并将返利入账。依照零售行业惯例，公司在收到返利时，根据确认的返利金额，相应冲减主营业务成本和对应的增值税进项税金。
益丰药房	603939.SH	根据公司与供应商签署的采购合同，返利收入一般以季度和年度为主，由于在签署合同时无法预计采购量是否达到标准，故均在满足条件收到供应商返利后再确认、进行会计处理。公司收到供应商返利后，由于公司产品的存货周转率较高，目前均是在收到供应商返利的当月冲减相应的销售成本

同行业公司	股票代码	会计政策
一心堂	002727.SZ	因公司采购数量较大，依据行业惯例，供应商会按照采购合同进行返利，对这部分返利，公司冲减主营业务成本。

上述同行业及可比公司均为在实际收到或基本确定可以收到供应商返利时进行会计处理，即在减少供应商应付采购款的同时冲减营业成本或存货采购成本，发行人供应商返利会计处理与同行业可比公司不存在重大差异。

（二）销售返利的会计分录及与同行业可比公司比较情况

1、销售返利的会计分录

根据 2020 年度新收入准则第十五条：“企业应当根据合同条款，并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时，企业应当考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响”。

根据 2021 年 8 月中国证券监督管理委员会发布的《2020 年上市公司年报会计监管报告》“上市公司应将其给予客户的返利作为可变对价或附有额外购买选择权的销售进行会计处理，充分考虑相应义务、交易价格最佳估计数以及交易价格分摊等因素后，恰当确认销售收入及相应负债。”

发行人对销售返利的会计处理为冲减营业收入的同时增加预收款项或合同负债：

借：营业收入

贷：预收款项/合同负债

2、同行业可比公司销售返利的会计处理

同行业可比公司未公告披露关于销售返利确认及会计处理的相关情况，发行人与同行业其他公司比较情况如下：

同行业公司	股票代码	会计政策
重药控股	000950.SZ	公司在确认销售返利时冲减主营业务收入和应收账款
国药一致	000028.SZ	公司与客户之间的合同存在销售返利的安排形成可变对价。公司将该应付客户对价冲减交易价格，并在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入，除非该应付对价是为了向客户取得其他可明确区分商品或服务

同行业公司	股票代码	会计政策
国科恒泰	A17096.SZ	在供应商给予公司采购返利的基础上，公司针对部分合作品牌的产品，相应给予经销商返利，公司将确认给予经销商的返利冲减主营业务收入

同行业公司销售返利均在确认当期冲减主营业务收入，发行人与同行业公司销售返利的会计处理不存在重大差异。

四、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、对发行人销售部门负责人进行了访谈，了解公司的返利政策及返利情况；
- 2、获取发行人报告期内的返利计提及使用情况明细表，复核返利计提及使用的准确性，分析 2021 年销售返利计提增速与发行人营业收入增速不一致的原因及 2021 年返利金额消耗较快的原因；
- 3、对发行人采购部门负责人进行了访谈，了解公司的采购模式及返利情况；
- 4、查阅了发行人与广东一力医药有限公司签署的各期采购框架协议及补充合同，分析实际收到的返利金额变动的原因；
- 5、查阅发行人会计政策，了解公司对于供应商返利及销售返利的会计处理；
- 6、查阅同行业公司关于供应商返利及销售返利的会计处理，了解是否与发行人存在重大差异。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

- 1、报告期各期，发行人销售返利政策未发生重大变动，报告期各期销售返利金额计提准确；
- 2、2021 年发行人来源于广东一力医药有限公司返利金额下降系供应商返利政策调整所致；
- 3、发行人供应商返利和销售返利的会计处理与同行业公司不存在重大差异。

问题 7、关于销售费用

申报材料及审核回复显示：

(1) 报告期内发行人直供专销业务销售人员分别为 886 人、857 人和 974 人，发行人销售人员占比低于同行业可比公司；

(2) 发行人直销转销业务主要通过第三方物流进行发货，各期运输费用占直供专销业务收入的比例分别为 2.85%、2.61%和 2.47%，整体呈下降趋势；

(3) 发行人销售费用率低于同行业可比公司，前次解释不够充分。

请发行人：

(1) 进一步分析并说明 2020 年直供专销业务收入、B2B 商城注册及活跃用户数量增长较快的情形下，相关业务销售人员数量下降的原因及合理性；

(2) 说明报告期各期物流服务方的主要名称、交易金额，结合物流单价的变动进一步量化说明运输费用占直供专销业务收入比例逐年下降的合理性；

(3) 结合业务模式与同行业可比公司的差异，说明发行人市场宣传推广费用较低的原因及合理性，百洋药业品牌运营模式与发行人直供专销业务的异同点；进一步说明销售费用率低于同行业可比公司的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、进一步分析并说明 2020 年直供专销业务收入、B2B 商城注册及活跃用户数量增长较快的情形下，相关业务销售人员数量下降的原因及合理性

报告期各期，直供专销业务收入、B2B 商城注册及活跃用户数量和报告期各期末销售人员数量如下所示：

单位：万元、人

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
直供专销业务收入	172,512.39	295,081.34	210,554.71	151,896.70	96,100.79
注册客户数量	148,752	134,574	116,697	96,437	73,275
活跃用户	57,799	58,243	50,781	46,322	39,153

项 目		2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
直供专销业务销售人员数量	乐赛仙	456	406	352	270	257
	佐安堂	425	400	298	388	432
	初心	125	105	70	32	56
	销售服务及支持人员	324	250	254	167	141
	合计	1,330	1,161	974	857	886

注：活跃用户是指存在下单并完成出库的客户，2020 年活跃用户不包含口罩业务客户。

发行人销售人员主要为省区经营顾问、地区经营顾问及相关销售支持人员，主要负责下游客户的拓展、维护及后续服务支持。销售人员数量除与客户数量相关外，还与业务事业部数量、开展阶段以及经营策略相关，与收入规模以及客户数量并非线性关系。事业部业务开展初期对销售人员需求量较大，以便更高效地占领市场，进入稳定成熟稳定期后则根据战略规划及销售业绩对销售人员进行优化调整，以提高经营效率。

发行人 2020 年度销售人员数量较 2019 年略有下降，主要系佐安堂以及初心两条业务线条销售人员数量变动所致：

佐安堂事业部于 2017 年设置，主要服务于基层医疗诊所客户，经过多年的发展，市场份额提高，与下游客户合作稳定性增强。为提高人员效率，2020 年以及 2021 年优化了该业务线条销售人员结构，合理调配销售资源，对该事业部人员进行优化精简。由于基层医疗诊所客户数量的增长及市场运营的实际需要，2022 年起增加了佐安堂事业部销售人员的数量。

初心事业部于 2019 年设置，主要服务跨区域的中小型连锁药店，2020 年受物流影响，线下开展市场受阻，适当降低了销售人员数量；2021 年及以后物流影响有所缓解，增加了该业务线条的销售人员，以便加大线下市场开拓力度。

二、说明报告期各期物流服务方的主要名称、交易金额，结合物流单价的变动进一步量化说明运输费用占直供专销业务收入比例逐年下降的合理性

（一）报告期各期物流服务方的主要名称、交易金额

报告期各期，发行人前五大物流服务方具体情况如下表所示：

年度	序号	物流供应商名称	物流金额 (万元)	包裹数量 (万单)	物流单价 (元/单)	快递物流 费占比
2023 年 1-6 月	1	湖南顺丰速运有限公司	2,243.33	130.45	17.20	51.40%
	2	京东物流运输有限公司	823.32	59.29	13.89	18.86%
	3	天津顺丰快运有限公司	687.71	38.71	17.76	15.76%
	4	北京京鸿物流有限公司	243.06	16.05	15.14	5.57%
	5	中国邮政速递物流股份有限公司长沙市分公司	104.78	8.35	12.55	2.40%
	合计		4,102.19	252.86	16.22	93.99%
2022 年度	1	湖南顺丰速运有限公司	3,154.95	180.60	17.47	42.79%
	2	天津顺丰快运有限公司	1,147.48	67.50	17.00	15.56%
	3	京东物流运输有限公司	879.84	53.52	16.44	11.93%
	4	西安京东讯成物流有限公司武汉分公司	465.53	33.73	13.80	6.31%
	5	北京京鸿物流有限公司	443.72	31.69	14.00	6.02%
	合计		6,091.52	367.04	16.60	82.61%
2021 年度	1	湖南顺丰速运有限公司	2,336.41	131.82	17.72	45.00%
	2	西安京东讯成物流有限公司武汉分公司	1,009.95	66.97	15.08	19.45%
	3	天津顺丰快运有限公司	933.21	52.64	17.73	17.98%
	4	中国邮政集团有限公司湖南省长沙县分公司	462.05	29.66	15.58	8.90%
	5	中国邮政速递物流股份有限公司天津市分公司	160.36	8.98	17.87	3.09%
	合计		4,901.98	290.06	16.90	94.42%
2020 年度	1	湖南顺丰速运有限公司	2,188.46	113.50	19.28	55.18%
	2	中国邮政集团有限公司湖南省长沙县分公司	472.56	28.87	16.37	11.92%
	3	天津顺丰速运有限公司	422.84	29.59	14.29	10.66%
	4	西安京东讯成物流有限公司武汉分公司	370.79	23.05	16.09	9.35%
	5	中国邮政速递物流股份有限公司天津市分公司	97.99	6.59	14.88	2.47%
	合计		3,552.64	201.59	17.62	89.58%

报告期内，公司物流服务主要由顺丰速运、京东物流、中国邮政等大型综合物流商提供，前五大物流服务商报告期内交易金额占发行人物流运费的比例分别为 89.58%、94.42%、82.61%和 93.99%。

（二）结合物流单价的变动进一步量化说明运输费用占直供专销业务收入比例逐年下降的合理性

报告期各期，发行人物流运输费占直供专销业务收入的比例分别为 2.61%、2.47%、2.50%和 **2.53%**，占比稳定；物流单价分别为 17.62 元/单、16.90 元/单、16.60 元/单和 **16.22 元/单**，物流单价变动趋势与物流费用占比基本一致，主要原因如下：

一方面，2019 年末发行人收购天津和治恒昌子公司，北方客户的订单配送逐步由长沙仓向天津仓转移，物流距离缩短，物流单价降低；

另一方面，随着发行人业务规模的增长，发行人与物流服务商的议价能力逐步增强，湖南顺丰速运及西安京东讯成物流武汉分公司等主要物流服务方结算价格逐步下调。报告期各期发行人向湖南顺丰速运采购的物流服务单价分别为 19.28 元/单、17.72 元/单、17.47 元/单和 **17.20 元/单**；**2020-2022 年**向西安京东讯成物流武汉分公司采购的物流服务单价分别为 16.09 元/单、15.08 元/单、13.80 元/单，**2023 年 1-6 月未采购**。采购单价均呈逐年降低趋势。

综上，发行人运输费用占直供专销业务收入比例逐年下降合理性。

三、结合业务模式与同行业可比公司的差异，说明发行人市场宣传推广费用较低的原因及合理性，百洋药业品牌运营模式与发行人直供专销业务的异同点；进一步说明销售费用率低于同行业可比公司的原因及合理性

（一）结合业务模式与同行业可比公司的差异，说明发行人市场宣传推广费用较低的原因及合理性，百洋药业品牌运营模式与发行人直供专销业务的异同点

1、发行人市场宣传推广费用较低的原因及合理性

发行人市场宣传推广费较低，主要原因系发行人经营模式以及业务拓展与其他公司存在差异。发行人主要通过销售人员线下拜访，邀请客户成为会员在 B2B 商城下单，并持续为其提供质优价平的商品以及运营服务拓展业务。因此，公司的销售费用主要为销售员工资，针对特定药品品种的广告、宣传等费用较少。华人健康以及漱玉平民零售连锁业务占比均远高于发行人，主要通过增加连锁门店数量、扩大区域市场份额来拓展业务，也会通过媒体宣传及门店印刷喷绘等途

径提升品牌知名度，广告宣传费较低。百洋医药主要为品牌运营业务，需要对下游客户等进行宣传教育及推广普及等，学术推广以及广告宣传投入力度大。

发行人与同行业可比公司的业务模式差异情况如下：

公司名称	业务类型	业务拓展模式	市场宣传推广费用差异
发行人	直供专销	发行人通过省区、地区经营顾问主动拜访、老客户推荐等方式筛选基层医药市场综合经营实力较强的中小连锁、单体药店及医疗卫生机构，邀请其成为发行人的会员客户并在 B2B 商城上开通会员账号。	主要通过销售人员线下拜访等方式拓展业务，销售费用支出形式为职工薪酬，市场宣传推广费较低。
华人健康	代理业务及零售连锁	在总部营销中心的统一管理下，由省区经理、地区经理通过主动拜访、网络途径开发、参加行业会议活动、老客户介绍等多种方式与向下游医药零售企业进行推广和销售，同时通过自有国胜药房体系销售。	主要通过销售人员线下拜访等方式拓展业务，销售费用支出形式为职工薪酬，市场宣传推广费较低。
百洋医药	品牌推广	公司品牌运营业务负责下游经销商渠道的维护，分为直销和经销两种销售模式。经销模式的主要客户为全国范围内的品牌产品经销商（主要为大型医药流通商，如九州通、国药股份等），直销模式的主要客户为公司自建配送体系区域的终端客户及全国范围内的零售终端。公司通过为医药品牌提供全方位的消费者教育、产品学术推广、营销策划、产品分销、商务接洽、流向跟踪、供应链管理等增值服务，并通过陈列、促销活动、地面推广活动等方式对品牌产品进行推广，最终销售代理的品牌医药产品。	主要通过产品定位及营销策略制定、药店及店外的宣传推广活动、学术会议和广告宣传等方式将特定医药品牌产品推送给目标人群，因而市场宣传推广费较高。
漱玉平民	零售连锁	通过自建及并购自营门店和开展加盟业务的方式拓展药店终端销售渠道，通过直营及加盟门店渠道销售贴牌产品。	费用主要为门店租赁及人员运营费用、市场宣传推广费较低。

报告期各期发行人与同行业可比公司市场宣传推广费用比较如下：

单位：万元

公司名称	项目	2022年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占营收比	金额	占营收比	金额	占营收比	金额	占营收比
漱玉平民	广告宣传费	1,696.52	0.40%	3,411.79	0.44%	2,497.29	0.47%	1,713.93	0.37%
	销售费用	90,780.56	21.30%	160,516.51	20.52%	117,170.97	22.02%	93,107.62	20.07%
华人健康	促销及市场推广费	1,206.06	0.70%	2,558.02	0.78%	2,386.83	1.02%	1,927.21	1.00%
	销售费用	38,060.71	21.99%	65,847.50	20.18%	55,663.98	23.80%	43,963.42	22.77%
百洋医药	市场宣传推广费用	35,150.72	9.67%	76,819.93	21.13%	63,320.55	8.98%	55,032.45	9.36%
	销售费用	52,739.85	14.51%	112,183.49	30.86%	98,759.61	14.01%	87,255.31	14.84%
发行	促销会议费用	233.9	0.13%	422.35	0.14%	570.25	0.27%	529.42	0.29%

公司名称	项目	2022年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占营收比	金额	占营收比	金额	占营收比	金额	占营收比
人	销售费用	18,869.24	10.76%	35,957.21	11.99%	25,841.07	12.06%	19,885.77	10.76%

注：为与同行业可比公司比较，此处市场宣传费为发行人报告期各期会议费中促销会议费用列示。

漱玉平民主要利用自身自营门店及加盟门店进行销售，宣传推广费用主要为提升品牌知名度在各大电视台、报纸等做的传媒广告宣传费以及门店广告印刷费、喷绘费、物料费等门店宣传费。

华人健康零售连锁业务模式主要为利用自身自营门店及加盟门店进行销售，该业务模式下宣传推广费用与漱玉平民具有相似性；代理业务下宣传推广费用主要系各类销售会议，与发行人具有相似性。

百洋医药以品牌推广业务为主，市场宣传推广费较高，主要系公司为开拓院内市场业务需参与、组织或赞助各类医学行业学术会议、医院科室会等学术会议来对院内医疗工作者进行宣传推广，还需针对院外市场组织大量的学术会议及院外端的店员培训、陈列展台及促销活动等；除此以外，百洋医药通过对产品受众的研究，利用多种综合宣传手段如综艺节目赞助冠名、视频广告、电视广告、自媒体新媒体传播等方式进行广告宣传。

综上，发行人市场宣传推广费较低主要系业务拓展模式决定，具有合理性。

2、百洋药业品牌运营模式与发行人直供专销业务的异同点

百洋药业品牌运营模式与发行人直供专销业务模式的异同点：

差异点	百洋医药（品牌运营）	发行人（直供专销）
客户类别	客户主要为全国范围内的品牌产品经销商和（主要为大型医药流通商，如九州通、国药股份等）公司自建配送体系区域的终端客户及全国范围内的零售终端，涵盖院内市场和院外市场	客户主要为中小型连锁药店、单体药店及基层医疗卫生机构，瞄准院外市场
业务目标	为医药生产企业提供全方位的消费者教育、产品学术推广、营销策划、商务接洽、产品分销、流向跟踪、供应链管理等增值服务，全面塑造消费者对品牌及产品的认知，最终将相关医药生产厂商的产品销售给目标人群	直接连接优质上游制药企业和下游中小零售药店、基层医疗卫生机构，为下游客户提供优质医药产品及综合服务，并最终为广大消费者提供优质平价的医药产品及综合健康服务
销售方式	制定产品定位及营销策略、药店及店外的宣传推广活动、学术会议和广告宣	销售人员线下拜访或老客户推荐、举办促销会议

差异点	百洋医药（品牌运营）	发行人（直供专销）
品牌所有	负责品牌宣传推广，商标非独家	贴牌销售，具备独有的商标和品 牌
品规种类	需要筛选品类品种，因而经营的药品品规较 少	链接多种上游药品生产供应商、 品规众多、品类齐全
相同点	1、均获得上游药品生产厂商的独家代理权； 2、均能直接连接上游制药企业与下游终端客户，减少中间流转环节； 3、均承担了相关药品的运营推广及销售渠道管理职能。	

（二）进一步说明销售费用率低于同行业可比公司的原因及合理性

发行人销售费用率低于同行业可比公司主要系各公司具体的业务模式存在差异所致。发行人销售费用率低于百洋医药，主要由于百洋医药的品牌运营业务市场推广费较高所致；低于漱玉平民以及华人健康，主要这两家公司零售业务规模较大，对应销售人员以及仓储租赁等支出较大所致。

1、销售费用与百洋医药比较

单位：万元

公司名称	项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占营收比	金额	占营收比	金额	占营收比	金额	占营收比
百洋医药	市场宣传推广费用	35,150.72	9.67%	76,819.93	21.13%	63,320.55	8.98%	55,032.45	9.36%
	职工薪酬	14,865.89	4.09%	30,502.74	8.39%	28,484.98	4.04%	22,555.84	3.84%
	仓储及运输费用	4.76	0.00%	131.28	0.04%	922.24	0.13%	4,613.57	0.78%
	其他费用	2,718.49	0.75%	4,729.55	1.30%	6,031.84	0.86%	5,053.45	0.86%
	合计	52,739.85	14.51%	112,183.49	30.86%	98,759.61	14.01%	87,255.31	14.84%
发行人	职工薪酬	15,180.08	8.66%	29,094.41	9.70%	19,640.07	9.16%	14,617.09	7.91%
	仓储费	1,068.07	0.61%	2,594.64	0.86%	1,705.46	0.80%	1,677.47	0.91%
	其他	2,621.09	1.49%	4,268.16	1.42%	4,495.54	2.10%	3,591.21	1.94%
	合计	18,869.24	10.76%	35,957.21	11.99%	25,841.07	12.06%	19,885.77	10.76%

注：发行人销售费用中列示的其他主要包括差旅费和会议费等费用。

根据前述内容可知，与发行人相比，百洋医药因其品牌运营推广的业务模式，市场推广推广费水平远高于发行人，因而报告期其销售费用率高于发行人。

2、销售费用与漱玉平民和华人健康比较

漱玉平民、华人健康及发行人销售费用对比如下：

单位：万元

公司名称	项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占营收比	金额	占营收比	金额	占营收比	金额	占营收比
漱玉平民	人工成本	52,981.62	12.43%	93,923.27	12.01%	67,137.48	12.62%	53,512.17	11.53%
	租赁费	22,496.23	5.28%	38,830.61	4.96%	29,024.80	5.45%	23,597.03	5.09%
	广告宣传费	1,696.52	0.40%	3,411.79	0.44%	2,497.29	0.47%	1,713.93	0.37%
	其他	77,174.37	18.11%	24,350.84	3.11%	18,511.41	3.48%	14,284.49	3.08%
	合计	90,780.56	21.30%	160,516.51	20.52%	117,170.97	22.02%	93,107.62	20.07%
华人健康	工资薪酬	20,079.49	11.60%	34,766.44	10.66%	29,569.20	12.64%	23,888.16	12.37%
	房租及物业费	9,823.58	5.68%	16,950.12	5.20%	16,096.78	6.88%	12,929.99	6.70%
	促销及市场推广费	1,206.06	0.70%	2,558.02	0.78%	2,386.83	1.02%	1,927.21	1.00%
	运输费用	-	-	-	-	-	-	-	-
	其他	6,951.58	4.02%	11,568.92	3.55%	7,611.17	3.25%	5,218.06	2.70%
	合计	38,060.71	21.99%	65,847.31	20.18%	55,663.98	23.80%	43,963.42	22.77%
发行人	职工薪酬	15,180.08	8.66%	29,094.41	9.70%	19,640.07	9.16%	14,617.09	7.91%
	仓储费	1,068.07	0.61%	2,594.64	0.86%	1,705.46	0.80%	1,677.47	0.91%
	其他	2,621.09	1.49%	4,268.16	1.42%	4,495.54	2.10%	3,591.21	1.94%
	合计	18,869.24	10.76%	35,957.21	11.99%	25,841.07	12.06%	19,885.77	10.76%

由上表可知，华人健康、漱玉平民报告期各期销售人员薪酬占营收比例、租赁及仓储费用均高于发行人，其具体分析如下表所示：

单位：万元；%

项目	2023年1-6月			2022年			2021年			2020年		
	漱玉平民	华人健康	发行人	漱玉平民	华人健康	发行人	漱玉平民	华人健康	发行人	漱玉平民	华人健康	发行人
零售连锁业务收入占比	未披露	71.55	1.16	未披露	68.44	1.29	89.31	66.67	1.16	90.32	66.92	0.63
直营门店数量	3,868	1,332	5	3,325	993	5	2,592	880	5	1,851	771	5
销售人员数量占比	未披露	未披露	53.27	92.15	85.17	51.71	96.65	87.65	55.75	84.17	89.08	56.26
销售人员薪酬	52,981.62	20,079.49	15,180.08	93,923.27	34,766.44	29,094.41	67,137.48	29,569.20	19,640.07	53,512.17	23,888.16	14,617.09
销售人员薪酬占比	12.43	11.60	8.66	12.01	10.66	9.70	12.62	12.64	9.16	11.53	12.37	7.91
租赁/仓储费	22,496.23	9,823.58	1,068.07	38,830.61	16,950.12	2,594.64	29,024.80	16,096.78	1,705.46	23,597.03	12,929.99	1,677.47
租赁/仓储费占比	5.28	5.68	0.61	4.96	5.20	0.86	5.45	6.88	0.80	5.09	6.70	0.91
销售费用	90,780.56	38,060.71	18,869.24	160,516.51	65,847.31	35,957.21	117,170.97	55,663.98	25,841.07	93,107.62	43,963.42	19,885.77

项目	2023年1-6月			2022年			2021年			2020年		
	漱玉平民	华人健康	发行人	漱玉平民	华人健康	发行人	漱玉平民	华人健康	发行人	漱玉平民	华人健康	发行人
销售费用率	21.30	21.99	10.76	20.52	20.18	11.99	22.02	23.80	12.06	20.07	22.77	10.76

注1：零售业务收入占比=零售连锁业务收入/营业收入×100%

注2：销售人员薪酬占比=销售人员薪酬/营业收入×100%

注3：租赁/仓储费占比=租赁费（或仓储费）/营业收入×100%

注4：销售费用占比=销售费用/营业收入×100%

注5：华人健康及漱玉平民暂未披露**2023年6月末销售人员数量占比**；漱玉平民暂未披露**2022年度、2023年1-6月零售连锁业务收入占比**。

报告期各期漱玉平民零售业务的营收占比均超过89%，华人健康零售业务营收占比均超过66%，零售业务为其营业收入的主要来源，高占比的零售连锁业务收入使其需要雇佣数量与之匹配的销售人员及租赁较多的门店以支持业务的发展。报告期各期，漱玉平民直营门店数量分别为1,851家、2,592家、**3,325家**和**3,868家**，华人健康直营门店数分别为771家、880家、**993家**和**1,332家**，而发行人因零售连锁业务发展时间较短，直营门店数量较少，因而与发行人相比，漱玉平民和华人健康的直营门店数量及销售人员占比均远高于发行人，与其对应的销售人员薪酬和相关门店租赁管理等费用占比也显著高于发行人。

综上，发行人销售费用率低于同行业可比公司系业务模式的差异导致，符合公司实际经营情况，具有合理性。

四、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

- 1、获取了发行人员工花名册，了解了发行人销售人员数量及其变动情况；
- 2、访谈了发行人销售负责人，了解了发行人2020年销售人员变动的原因；
- 3、获取了发行人报告期各期快递物流费明细及与物流合同，分析运输费用与收入的匹配性分析，根据各期货物运输合同中的主要条款，分析了快递物流费的变动的合理性；

4、访谈了发行人总经理以及销售负责人，获取了发行人报告期各期销售费用明细表，分析各期销售费用的具体构成并与同行业可比公司进行了比较，了解了发行人销售费用率低于同行业可比公司的原因。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人 2020 年销售人员变动原因合理；

2、发行人报告期各期快递物流费占营业收入比例下降主要系发行人销售规模逐年增长及子公司和治恒昌开业及导致单位物流费用下降所致，具有合理性；

3、发行人市场宣传推广费较低主要系发行人业务拓展模式决定，具有合理性；发行人销售费用率低于同行业可比公司，系百洋医药品牌运营模式市场宣传推广费较高，华人健康、漱玉平民零售连锁业务销售人员薪酬及仓储租赁等支出较高所致，符合各公司实际情况。

问题 8、关于股份支付

申报材料及审核回复显示：

(1) 发行人分别于 2018 年 4 月及 2020 年 12 月实施了两次股权激励计划，两次股权激励均存在三年服务期，第一次股权激励权益工具公允价值依据汇誉中证评报字[2021]0017 号，对应当年 PE 倍数为 1.04；第二次股权激励权益工具公允价值依据同期外部投资者增资价格，对应当年 PE 倍数为 44.35；

(2) 第一次股权激励由于激励对象人数较多，基于收款便利性的考虑，在持股平台设立之前，预先采用个人卡收取股权认购款。上述款项应作为持股平台股本出资至发行人账户，但实际控制人江璘借用该笔款项用于缴纳发行人注册资本，因此实质上形成实际控制人向发行人拆借资金。2019 年 2 月实际控制人偿还上述借款。

请发行人：

(1) 结合第一次股权激励计划的相关审议流程、股权激励计划的名单及具体份额确定的相关资料、以及相关资金的流转情况，说明将 2018 年 4 月认定为股份支付的授予日依据是否充分、准确；

(2) 说明第一次股权激励计划依据汇誉中证评报字[2021]0017 号确定权益工具公允价值的依据是否充分、合理，对应当年 PE 倍数较低是否反映了权益工具的公允价值。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合第一次股权激励计划的相关审议流程、股权激励计划的名单及具体份额确定的相关资料、以及相关资金的流转情况，说明将 2018 年 4 月认定为股份支付的授予日依据是否充分、准确

(一) 第一次股权激励计划的相关审议流程

2018 年 4 月 15 日，恒昌有限召开 2018 年第三次股东会，审议通过了“实施第一批员工股权激励”议案，上述股权激励方案确定了持股方式、入股价格、定价方式、资金来源、服务期及股权激励名单等内容，其中持股方式为设立员工

持股平台佐安堂合伙（后更名为“上海山尊”）、乐赛仙合伙（后更名为“上海山至”）。

2018年9月10日，恒昌有限召开2018年第五次股东会，审议通过了包括“吸收新股东”议案，同意吸收佐安堂合伙（后更名为“上海山尊”）、乐赛仙合伙（后更名为“上海山至”）成为公司新股东。

（二）股权激励计划的名单及具体份额的确定

根据恒昌有限2018年第三次股东会审议通过的股权激励方案，股权激励对象如下：

序号	类别
1	公司执行董事、监事、高级管理人员
2	部门经理、副经理/总监助理、部门主管
3	营销精英
4	关键岗位人员
5	执行董事认为需要激励的其他人员

股权激励方案确认时，具体激励人员名单、份额及公司职务如下：

序号	合伙人姓名	职务	激励股权（万股）	占授予股份总数比例
1	江璿	总经理	137	21.71%
2	周杰	董事会秘书、财务总监	30	4.75%
3	余青华	乐赛仙VIP大客户运营总监	15	2.38%
4	江琼	佐安堂销售总监	15	2.38%
5	罗文德	信息总监	15	2.38%
6	叶宗桂	省区经营顾问	15	2.38%
7	曾美丽	采购部经理	15	2.38%
8	程伟武	行政人事总监	15	2.38%
9	石喜平	佐安堂拓展部副总监	15	2.38%
10	徐康乐	采购总监	15	2.38%
11	谢亚妮	后援中心总经理	15	2.38%
12	余智广	省区经营顾问	15	2.38%
13	王杰	大区经营顾问	12	1.90%
14	徐旺	省区经营顾问	11	1.74%

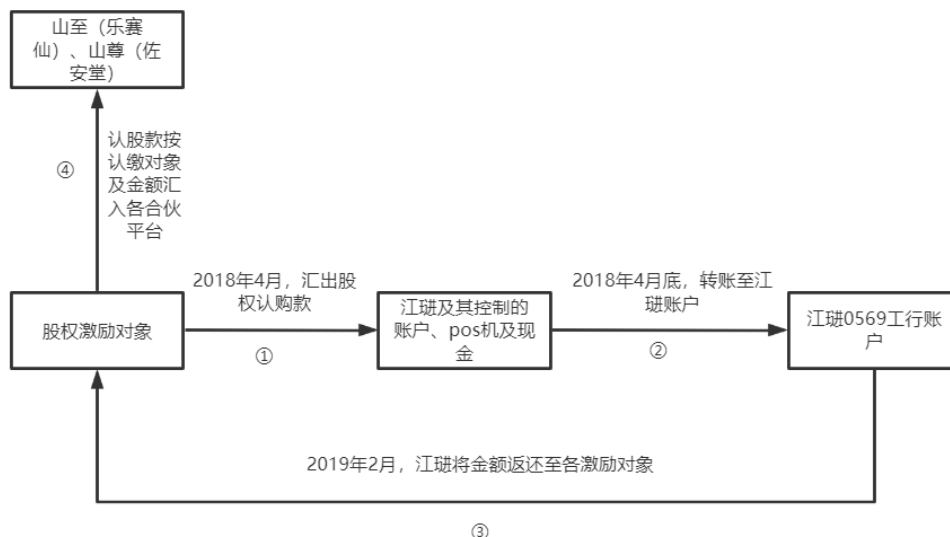
序号	合伙人姓名	职务	激励股权 (万股)	占授予股份总数 比例
15	谢浪夫	企划设计总监	10	1.58%
16	张继承	佐安堂采购运营总监	10	1.58%
17	江明	乐赛仙销售总监	10	1.58%
18	吴春玲	质量总监	10	1.58%
19	余军	省区经营顾问	9	1.43%
20	曾维会	乐赛仙秘书长	9	1.43%
21	徐华君	省区经营顾问	9	1.43%
22	谭文平	省区经营顾问	9	1.43%
23	唐基生	省区经营顾问	9	1.43%
24	刘越	佐安堂秘书长	8	1.27%
25	刘肖肖	省区经营顾问	8	1.27%
26	夏果	财务部副总监	8	1.27%
27	张石祥	培训师	8	1.27%
28	苏里	地区经营顾问	8	1.27%
29	李文超	地区经营顾问	8	1.27%
30	张靖	地区经营顾问	8	1.27%
31	卢雨灏	省区经营顾问	7	1.11%
32	张顺	省区经营顾问	7	1.11%
33	陈先勇	省区经营顾问	6	0.95%
34	张浩	省区经营顾问	6	0.95%
35	余青华	省区经营顾问	5	0.79%
36	姚凤科	省区经营顾问	5	0.79%
37	李彪	地区经营顾问	5	0.79%
38	李宇	地区经营顾问	5	0.79%
39	王永花	地区经营顾问	5	0.79%
40	易振红	地区经营顾问	5	0.79%
41	李文增	地区经营顾问	5	0.79%
42	樊亮文	地区经营顾问	5	0.79%
43	刘大焜	地区经营顾问	5	0.79%
44	岳超	省区经营顾问	5	0.79%
45	刘宁	信息部经理	4	0.63%
46	周延梅	储运部经理	4	0.63%

序号	合伙人姓名	职务	激励股权 (万股)	占授予股份总数 比例
47	胡光勋	行政部经理	4	0.63%
48	王东辉	省区经营顾问	4	0.63%
49	赵文能	地区经营顾问	4	0.63%
50	罗迪	省区经营顾问	4	0.63%
51	邓百勇	地区经营顾问	4	0.63%
52	李惜广	省区经营顾问	4	0.63%
53	张沧海	地区经营顾问	4	0.63%
54	易文周	地区经营顾问	4	0.63%
55	冯恺	地区经营顾问	4	0.63%
56	徐志强	地区经营顾问	3	0.48%
57	倪俊阳	地区经营顾问	3	0.48%
58	陈全龙	地区经营顾问	3	0.48%
59	江秀英	地区经营顾问	3	0.48%
60	郑鸿凯	地区经营顾问	3	0.48%
61	黎振星	地区经营顾问	3	0.48%
62	黎振雄	地区经营顾问	3	0.48%
63	黎沈	地区经营顾问	3	0.48%
64	刘勇	地区经营顾问	3	0.48%
65	刘兰勇	地区经营顾问	1.5	0.24%
66	谭亮	地区经营顾问	1.5	0.24%

(三) 激励对象的资金流转情况

股权激励共计授予激励对象 631 万股，其中乐赛仙合伙（后更名为“上海山至”）387 万股，佐安堂合伙（后更名为“上海山尊”）244 万股。

由于激励对象人数较多，基于收款便利性，上述激励对象于 2018 年 4 月将对对应持股平台出资额 1,009.60 万元汇入实控人江璘个人控制的银行卡账户，2019 年 2 月，江璘归还了上述激励对象的出资款项，出资对象收到归还款项后对持股平台进行实缴并由持股平台对发行人进行了增资。具体资金流转情况如下：



(四) 2018年4月认定为股份支付的授予日依据充分、准确

根据《企业会计准则讲解 12——股份支付》，股份支付授予日是指股权激励方案获得批准的日期。其中“获得批准”，是指企业与职工或其他方就股份支付的协议条款和条件已达成一致，该协议获得股东大会或类似机构的批准。这里的“达成一致”是指，双方在该计划或协议内容充分形成一致理解的基础上，均接受其条款和条件。

发行人股权激励方案于 2018 年 4 月已获得公司股东会批准，发行人与股份支付激励对象已就持股方式、入股价格、定价方式、资金来源、服务期、额度分配等关键条款及条件达成一致，因此将 2018 年 4 月认定为股份支付的授予日符合《企业会计准则》相关规定，相关依据充分、准确。

二、说明第一次股权激励计划依据汇誉中证评报字[2021]0017 号确定权益工具公允价值的依据是否充分、合理，对应当年 PE 倍数较低是否反映了权益工具的公允价值

根据《企业会计准则讲解 12 股份支付》，对于权益工具公允价值的确定方法为“对于授予职工的股份，其公允价值应按企业股份的市场价格计量，同时考虑授予股份所依据的条款和条件(不包括市场条件之外的可行权条件)进行调整。如果企业股份未公开交易，则应按估计的市场价格计量，并考虑授予股份所依据的条款和条件进行调整。”

发行人第一次股权激励时，股份尚未上市交易，公允价值以汇誉中证资产评估（北京）有限公司出具的汇誉中证评报字[2021]0017号评估报告全部股东权益价值作为估计的市场价格确定。

本次评估未采用收益法的主要原因系发行人于 2015 年成立，截至评估基准日，成立时间较短，业务尚处于发展初期，发行人 2016 年、2017 年度主要经营数据如下：

单位：万元

项目	2017 年度	2016 年度
总资产	5,216.67	5,283.75
净资产	2,095.92	1,513.54
营业收入	20,585.23	7,774.45
净利润	577.59	-220.67

注：上述数据未经审计

结合发行人 2016 年度、2017 年度的历史经营数据，发行人 2016 年尚处于亏损状态，2017 年仍处于发展初期，当年实现净利润 577.59 万元，评估基准日时发行人未来盈利能力存在较大不确定性，各项风险无法进行定性判断或粗略量化，被评估单位人员亦未进行相关盈利预测。

而市场法评估途径直接，评估数据可直接取材于市场，其评估结果能够较好地反映各个交易者在当前市场状况下对企业公允价值的判断。医药流通行业内存在一定数量与发行人业务结构、经营模式、企业规模等经营要素相类似的上市公司，因此本次估值选择市场法进行估值具备一定合理性。

评估报告的评估结果及评估方法如下：

项目	具体内容
评估基准日	2017 年 12 月 31 日
评估基准日归属于母公司所有者权益的账面价值	1,959.77 万元
评估基准日全部权益评估值	3,399.00 万元
评估增值率	73.44%
折合每股公允价值	1.69 元/注册资本
评估方法	市场法中的上市公司比较法

项目	具体内容
评估方法选取理由	市场法是以现实市场上的参照物来评价被评估对象的先行市场价值，它具有估值数据直接取材于市场，估值说服力强的特点，更能直观反映评估对象的价值；同时也考虑了行业竞争力、公司的管理水平、人力资源、要素协同作用、产品的盈利空间等账面价值无法体现的因素对股东全部权益价值的影响。

评估报告整体估值对应评估基准日当年及 2018 年度对应 PE 倍数如下：

年度	公允价值确定依据	公允价值	当年净利润	对应 2018 年度市盈率	对应 2017 年度市盈率
2018 年度	汇誉中证评报字 [2021]0017 号	权益整体估值 3,399.00 万元	3,257.73 万元	1.04	5.88

本次股份支付的授予日为 2018 年 4 月 15 日，经营情况主要参考的依据为公司 2016 年度、2017 年度的业绩情况，彼时发行人经营规模较小，处于发展初期，未来发展前景以及上市有较大不确定性，对应股份支付评估公允价值市盈率较低，符合公司实际经营情况，具有一定合理性。但考虑到公司 2018 年业绩大幅度增长，基于估值指标相关分析，发行人实施股份支付当年的市盈率等估值指标较低。

因此，基于审慎原则，综合考虑发行人 2018 年 1 季度业绩情况，发行人第二届董事会第三次会议、第二届监事会第三次会议和 2023 年第五次临时股东大会审议通过了《关于因 2018 年 4 月股份支付权益工具公允价值变动追溯调整财务数据的议案》，对 2018 年 4 月授予激励对象权益工具的公允价值作为会计差错予以更正。根据沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（沃克森国际评报字(2023)第 2533 号），评估基准日调整为 2018 年 3 月 31 日，2018 年 4 月年实施的股权激励权益工具的每股公允价值调整为 6.33 元/股。

本次公允价值调整后，股份支付公允价值对应评估基准日当年及 2018 年度对应 PE 倍数如下：

公允价值确定依据	公允价值	对应 2018 年度市盈率	对应 2017 年度市盈率
沃克森国际评报字(2023)第 2533 号	权益整体估值 26,450.00 万元	10.42	45.79

可比公司相近年份对应增资价格及市盈率情况如下：

可比公司	增资时间	增资公允价格	增资年度市盈率
华人健康	2017年12月	7.9450元/股	14.80
百洋医药	2015年12月	8.89元/股	63.52
漱玉平民	2017年12月	25元/股	29.03
平均数	-	-	35.78

综上，本次调整完成后，相对估值更具有合理性。

本次股份支付调整对报告期各期利润的影响如下：

单位：万元

项目	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度
原确认股份支付金额	-	230.34	818.07	214.90
调整后股份支付金额	-	438.71	1,711.50	1,087.07
差额	-	208.38	893.44	872.17
利润总额	34,775.06	27,932.13	15,708.65	6,544.83
对利润总额的影响比例	-	0.75%	5.69%	13.33%

本次股份支付调整对发行人财务报表影响较小，不影响发行人上市发行条件。

三、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人第一次股权激励的相关决议、激励对象签署的股权激励相关协议，激励对象股权激励款的资金流水，分析股份支付授予日认定的合理性；

2、查阅发行人第一次股权激励的评估报告，结合发行人2016年度、2017年度及股份支付实施当年的经营情况，分析本次股份支付权益工具公允价值认定的合理性；

3、访谈发行人总经理以及财务负责人，了解股权激励的背景以及具体情况。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人第一次股权激励股份支付授予日为2018年4月认定依据充分、合

理；

2、发行人第一次股权激励的股权公允价值认定的依据具有一定的合理性，但基于估值指标相关分析，发行人实施股份支付当年的市盈率等估值指标较低。基于审慎原则，发行人将第一次股权激励权益工具的公允价值由 1.69 元/股调整为 6.33 元/股。

问题 9、关于研发费用

前次审核问询回复显示，研发费用主要由职工薪酬和技术服务费为主。

请发行人：

(1) 说明各期研发人员的数量、平均薪酬，研发人员的学历构成、具体岗位和工作内容，研发人员与其他业务人员的划分、研发费用的归集是否准确；

(2) 报告期内主要研发项目的名称、具体内容、实现的目的及功能、预计投入金额、已投入金额及项目进度；

(3) 对比同行业可比公司研发费用率，说明发行人研发费用率与同行业可比公司的差异及原因。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明各期研发人员的数量、平均薪酬，研发人员的学历构成、具体岗位和工作内容，研发人员与其他业务人员的划分、研发费用的归集是否准确

(一) 说明各期研发人员的数量、平均薪酬

报告期各期，发行人研发人员的数量、平均薪酬情况如下表所示：

项目	2023 年 1-6 月	2022 年	2021 年	2020 年
研发人员平均人数	139	110	95	67
研发人员平均薪酬 (万元)	8.18	15.88	16.53	16.21

注：研发人员平均薪酬=当期研发人员薪酬/当期各月发放工资的研发人员的平均数。

报告期内，发行人研发人员人数逐年上升，其中 2021 年研发人员数量增加较多，主要是因为：一方面，发行人重视研发投入，随着收入规模的增加，研发人员数量增加；另一方面，发行人于 2020 年底新设子公司恒昌信息专门负责 B2B 商城的运营，引入相应的研发技术人员。

报告期内，发行人持续加大研发投入，为加快公司发展进程，引入并激励研发人才而保持较高的薪酬水平。

(二) 研发人员的学历构成、具体岗位和工作内容

根据《监管规则适用指引——发行类第 9 号：研发人员及研发投入》相关规定，截至报告期末，发行人研发人员数量为 149 人，其学历构成情况如下表所示：

研发人员学历	数量	占比
博士	1	0.67%
硕士	5	3.36%
本科	92	61.74%
大专	51	34.23%
合计	149	100.00%

报告期内，发行人研发人员学历均为大专以上，且以本科学历为主，员工学历结构与业务模式相匹配，具备相关的知识储备和专业能力，可以有效开展 B2B 商城技术运维以及新药研发等专业技术服务。

发行人关于研发人员的具体岗位设置、工作内容情况如下：

研发人员类型	序号	具体岗位	工作内容
信息系统研发	1	网络工程师	软件测试
	2	运维副经理	软件测试
	3	信息安全主管	软件测试
	4	JAVA 研发经理	系统功能开发
	5	中级 JAVA 研发工程师	系统功能开发
	6	Android 研发工程师	Android 产品的需求分析、设计和开发
	7	UI 设计师	软件设计
	8	大数据管理部副总监	数据系统的需求分析、设计、开发
	9	产品经理	软件开发
	10	测试主管	软件测试
	11	前端开发工程师	软件开发
	12	IOS 研发主管	根据需求设计研发出使用于 iOS 系统的产品，并对产品性能进行测试、优化、维护
	13	前端主管	软件开发
	14	中级测试工程师	软件测试
	15	高级 JAVA 研发工程师	系统功能开发

研发人员类型	序号	具体岗位	工作内容
	16	初级测试工程师	软件测试
	17	开发工程师	软件开发
	18	实施工程师	软件测试
	19	销售助理	数据系统的需求分析、设计、开发
	20	售后工程师	数据系统的需求分析、设计、开发
	21	标准部经理	软件设计
	22	C#开发工程师	软件开发
	23	数据仓储研发工程师	数据系统的需求分析、设计、开发
	24	产品助理	软件设计
	25	BI 工程师	软件开发
	26	OA 系统工程师	数据系统的需求分析、设计、开发
	27	运维工程师	软件测试
	28	BA 工程师	数据系统的需求分析、设计、开发
	29	ERP 系统工程师	数据系统的需求分析、设计、开发
	30	大数据开发工程师	研发工程支持
	31	高级 IOS 开发工程师	根据需求设计研发出使用于 iOS 系统的产品，并对产品性能进行测试、优化、维护
	32	授权专员	数据系统的需求分析、设计、开发
	33	产品副总监	负责统筹终端支持部管理和产品设计工作
	34	高级 Android 开发工程师	研发工程支持
35	业务平台总监	系统功能开发	
36	研发经理	系统功能开发	
37	数据产品经理	软件开发	
38	高级测试工程师	软件测试	
39	高级架构师	软件开发	
新药研发	1	注册人员	跟踪、搜集政府相关药品注册的政策法规、行业信息，协助分析研究政府政策，与其他部门和职能人员密切合作，提供申报工作所需的要求及指导。协助药品注册资料的编写、翻译、校对、收集、整理、递交管理和药品注册相关文献的检索及翻译工作及注册文件的整理、归档。
	2	药物警戒人员	负责按照药物警戒相关法律法规的管理要求，起草、修订相关制度文件的建立、运行和维护，完善药物警戒制

研发人员类型	序号	具体岗位	工作内容
			度、标准、程序和方法；开展公司上市药品安全性监测和风险管理，挖掘产品的安全风险信号，根据风险评估结果，制定风险控制措施并组织实施；撰写和及时提交公司产品定期安全性更新报告（PSUR）和监管部门要求的其他分析汇总报告。 撰写已上市产品的安全性信息说明，根据需要开展重点品种安全性信息文献检索，形成分析报告。
	3	制剂人员	操作制剂常用设备仪器，完成各项常规制剂实验等工作。
	4	分析人员	负责样品检测、方法开发和验证，能用专业语言起草方法和方案；进行分析支持，报告分析结果，仪器设备的维护、校准、性能确认；保证仪器的正常运行；按 SOP 规程对试验数据进行记录、汇总、分析、归档。
	5	IT 专员	主责电脑系统的维护工作
	6	物料专员	负责物料的入库登记等工作
	7	采购助理	负责物料的采购，跟踪，破损和登记情况
	8	QA 专员	中试生产、工艺验证等相关技术文件审核，对受托药品生产企业和物料供应商的定期审计工作，并跟进整改情况；负责审核物料、中间产品和成品质量标准、工艺规程等程序文件。

（三）研发人员与其他业务人员的划分、研发费用的归集是否准确

发行人研发人员具有明确的界定标准，能够与其他业务人员进行具体划分，相关研发人员标准为：研发人员是指从事信息系统开发与药品研发的工作人员，其中软件研究与开发主要工作为软件技术方案、编码、测试、问题解决、专业技术服务等；药品研究与开发主要工作为根据自身市场需求拟定的仿制药药品的研发。具体软件包括医药网上商城 B2B 系统等，具体仿制药药品包括阿托伐他汀钙片、孟鲁司特钠咀嚼片等。发行人其他业务人员主要构成为销售人员及管理人员，销售人员负责药品的销售推广工作，管理人员负责企业日常行政运营以及采购储运等供应链管理工作。

发行人归集的研发费用明细类别主要包括职工薪酬、技术服务费、折旧费、材料费四大类，各类别归集口径如下：

职工薪酬：按照研发人员口径所归属的部门进行归集核算，包括工资、奖金、津贴、补贴、社会保险金、住房公积金、职工教育经费等；

技术服务费：为委托第三方进行的药品生产工艺委托研究开发费用，按委托研发项目进行归集；

折旧费：按照资产购置目的进行归集；

材料费：按材料领用目的及对应研发项目进行归集，可直接归属于研发费用。

报告期内不存在药品制造业务，因此不存在研发费用与营业成本、制造费用等的混同情况，另发行人制定了《研发项目管理制度》等与研发相关的内控制度，相关内控制度设计合理并有效执行。

综上所述，研发人员与其他业务人员的划分、研发费用的归集准确。

二、报告期内主要研发项目的名称、具体内容、实现的目的及功能、预计投入金额、已投入金额及项目进度

报告期内累计投入金额超过 100.00 万元的研发项目情况如下所示：

序号	项目	内容	功能及目的	研发预算	报告期各期投入金额				项目进度
					2023年1-6月	2022年	2021年	2020年	
1	B2B 项目	研发医药网上商城 B2B 系统	构建全渠道、全生命周期、全链条的 B2B 电子商务体系，强化连接、销售、服务、数据驱动的能力，撮合交易、集采、自营联营、授权等模式，实现 B2B 企业业务在线化、数字化，提升效率、降低成本。	8,102.20	956.52	1,582.20	1,296.29	914.00	进行中
2	孟鲁司特钠咀嚼片	药品研发	哮喘	604.00	121.93	271.53	321.75	245.19	CDE 审评中
3	维生素 C 泡腾片	药品研发	增强抵抗力，治疗坏血病	374.00	74.61	114.83	82.33	248.32	不推荐参比试剂，CDE 不受理
4	盐酸氨基葡萄糖片	药品研发	骨性关节炎	351.00	70.21	107.58	197.26	116.75	不推荐参比试剂，CDE 不受理
5	硫酸氨基葡萄糖胶囊	药品研发	骨性关节炎	450.00	131.51	155.20	101.25	63.81	稳定性考察中
6	阿托伐他汀钙片	药品研发	高胆固醇血症，冠心病	1,157.00	69.85	273.21	36.87	0.52	正式 BE 已完成
7	阿卡波糖片	药品研发	2 型糖尿病	748.00	18.18	189.14	56.34	-	CDE 审核中
8	非那雄胺分散片	药品研发	良性前列腺增生症 (BPH)	750.00	53.34	54.24	3.17	-	中试已完成
合计				12,536.20	1,496.15	2,747.93	2,095.26	1,588.59	-

三、对比同行业可比公司研发费用率，说明发行人研发费用率与同行业可比公司的差异及原因

发行人及同行业可比公司研发费用占营业收入的比例情况如下：

单位：万元；%

公司名称	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
漱玉平民	-	-	5.11	0.00	-	-	-	-
华人健康	432.92	0.25	416.84	0.13	49.88	0.02	20.19	0.01
百洋医药	874.03	0.24	331.59	0.04	-	-	-	-
发行人	1,694.18	0.97	3,026.51	1.01	2,111.36	0.99	1,734.77	0.94

医药批发及零售环节不涉及上游药品研发，研发费用投入占营业收入的比重较小。同行业可比公司中，华人健康披露研发费用情况，系零售定制化信息系统产生的研发费用，占营业收入的比例很低。

发行人研发费用投入高于同行业可比公司，原因主要系发行人与同行业可比公司具体经营业务以及发展战略存在差异。同行业可比公司主要开展医药连锁以及品牌运营业务，而发行人围绕直供专销业务开展了 B2B 商城信息系统研发及恒昌新药仿制药研发，为客户提供质优价平的药品。公司高度重视信息系统平台建设，自主研发的恒昌医药 B2B 商城与 ERP 财务核算系统、WMS 物流仓储系统之间互联互通，为下游客户提供了 24 小时自动化交易平台，大幅提高了基层医药市场流通效率，缩短了上游制药厂商的药品至终端客户上架的时间；此外，发行人为提高药品经营品种稳定性以及更好地把控药品质量，通过在药品研发领域加大投资力度，以获取自有药品批件。

四、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人报告期内员工花名册、工资表；访谈发行人财务部门、人力资源部门负责人，了解发行人研发人员及其薪酬变动原因、研发部门设置情况、研发人员岗位及职责等，判断研发费用归集是否准确；

2、访谈发行人总经理以及研发部负责人，查阅了发行人研发项目台账、研发费用支出明细、研发过程资料等文件，了解研发项目、在研项目投入及进展情况；

3、查阅了同行业公司招股说明书、定期报告等公告文件，了解同行业公司研发费用率情况。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人研发人员人数、研发人员薪酬逐年呈现上升趋势，研发人员学历以本科学历为主，员工学历结构与业务模式相匹配；研发人员主要从事信息系统开发与药品研发，与其他业务人员的划分、研发费用的归集准确；

2、报告期内，发行人存在一定数量的信息系统研发项目和新药研发项目，相关项目投入正常且进展正常；

3、同行业可比公司均以药品流通业务为主，研发费用率较低或不存在研发费用，发行人相较同行业可比公司研发费用率略高，主要原因系发行人 B2B 商城信息系统研发及仿制药研发项目投入较高，符合公司实际经营情况。

问题 10、关于预付账款

申报材料及审核回复显示：

(1) 各期预付账款金额分别为 5,931.72 万元、9,623.41 万元和 11,187.86 万元，占当期营业成本的比例分别为 7.60%-9.10%，预付账款主要为药品采购款；

(2) 各期前十大预付账款方均为药品生产企业，成立时间均较长。

请发行人：

(1) 结合各期向前十大预付账款方的采购金额，进一步分析并说明各期末预付账款金额的合理性；

(2) 除天津和治广平药业有限公司之外，是否仍存在预付账款后退回的情形，如存在，说明涉及的公司名称及预付金额。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、结合各期向前十大预付账款方的采购金额，进一步分析并说明各期末预付账款金额的合理性

报告期各期前十大预付账款方的采购金额明细如下：

单位：万元

2023 年 1-6 月					
序号	单位名称	期末预付账款余额	当年采购金额	预付账款占采购金额比	主要采购内容
1	石药集团有限公司	1,271.72	5,488.18	23.17%	阿莫西林胶囊、阿司匹林肠溶片、人工牛黄甲硝唑胶囊、甲钴胺片、阿司匹林肠溶片
2	山东东阿阿胶堂阿胶药业有限公司	1,040.01	258.16	402.85%	阿胶
3	重庆科瑞制药(集团)有限公司	794.84	2,021.70	39.32%	苯磺酸氨氯地平片、盐酸二甲双胍缓释片、金钱草颗粒
4	河北金牛原大药业科技有限公司	611.37	1,265.89	48.30%	复方板蓝根颗粒、复方甲硝唑阴道栓
5	仁合益康集团有限公司	602.12	770.71	78.13%	葡萄糖酸钙锌口服溶液、氨溴特罗口服溶液、葡萄糖酸

					钙锌口服溶液
6	西安天洋医药有限公司	518.40	1,639.54	31.62%	六味地黄丸、逍遥丸、归脾丸、知柏地黄丸、补中益气丸、杞菊地黄丸
7	江苏佳惠堂医药有限公司	479.32	1,034.48	46.33%	检测试剂盒（胶体金法）
8	黑龙江乌苏里江制药有限公司哈尔滨分公司	420.66	882.29	47.68%	复方金银花颗粒、清淋颗粒、天麻头痛片、复方羊角颗粒
9	广州泉能药业有限公司	407.18	451.94	90.10%	硫酸氢氯吡格雷片、他达拉非片、枸橼酸西地那非片
10	上海现代制药股份有限公司	397.72	1,923.05	20.68%	阿莫西林胶囊、罗红霉素胶囊、熊胆痔疮膏
合计		6,543.34	15,735.94	41.58%	
2022 年度					
序号	单位名称	期末预付账款余额	当年采购金额	预付账款占采购金额比	主要采购内容
1	石药集团有限公司	1,905.51	11,026.12	17.28%	维生素C泡腾片、甲钴胺片、布洛芬颗粒
2	广西邦琪药业集团有限公司	1,773.81	159.21	1114.13%	川贝止咳露、半夏糖浆、罗汉果止咳糖浆
3	安徽阜阳新特药业有限责任公司	1,415.40	14.60	9694.52%	检测试剂盒（胶体金法）
4	黑龙江乌苏里江制药有限公司哈尔滨分公司	1,299.14	1,351.86	96.10%	复方金银花颗粒、清淋颗粒
5	江苏佳惠堂医药有限公司	1,200.00	-	-	检测试剂盒（胶体金法）
6	重庆科瑞制药（集团）有限公司	1,012.67	4,094.32	24.73%	苯磺酸氨氯地平片、阿莫西林胶囊
7	湖南医药集团有限公司	975.59	21.85	4464.94%	检测试剂盒（胶体金法）
8	河北金牛原大药业科技有限公司	932.71	1,056.39	88.29%	复方板蓝根颗粒、对乙酰氨基酚栓
9	山东太极龙生物工程有限公司	720.00	56.28	1279.32%	医用防护口罩
10	普洛药业股份有限公司	658.18	2,862.11	23.00%	头孢克肟分散片、阿莫西林
合计		11,893.01	20,642.74	57.61%	-
2021 年度					
序号	单位名称	期末预付	当年采购	预付账款占	主要采购内容

		账款余额	金额	采购金额比	
1	石药集团有限公司	1,515.34	7,345.19	20.63%	阿司匹林肠溶片、阿莫西林胶囊、人工牛黄甲硝唑胶囊
2	上海现代制药股份有限公司	406.13	3,514.46	11.56%	阿莫西林胶囊、罗红霉素胶囊、阿莫西林克拉维酸钾片
3	北京中新药谷医药有限公司	396.35	607.74	65.22%	安宫牛黄丸、大活络丸
4	江苏聚荣制药集团有限公司	344.75	3,529.71	9.77%	黄芪精(无糖型)、安神补脑液、抗病毒口服液(无糖型)
5	广州泉能药业有限公司	294.00	-	-	他达拉非片、硫酸氢氯吡格雷片
6	山西双雁药业有限公司	277.65	2,996.22	9.27%	赖氨酸磷酸氢钙颗粒、胶体果胶铋胶囊、人工牛黄甲硝唑胶囊
7	湖南中和制药有限公司	271.00	535.42	50.61%	通脉颗粒、肠康片
8	山东东阿国胶堂阿胶药业有限公司	262.71	629.04	41.76%	阿胶
9	重庆科瑞制药(集团)有限公司	234.59	2,899.63	8.09%	苯磺酸氨氯地平片、盐酸二甲双胍缓释片、金钱草颗粒
10	湖南威特制药股份有限公司	230.08	1,145.03	20.09%	替米沙坦片、酒石酸美托洛尔片、盐酸伐昔洛韦胶囊
合计		4,232.60	23,202.44	18.24%	-

2020 年度

序号	单位名称	期末预付账款余额	当年采购金额	预付账款占采购金额比	主要采购内容
1	石药集团有限公司	906.72	5,531.82	16.39%	阿司匹林肠溶片、阿莫西林胶囊、人工牛黄甲硝唑胶囊
2	重庆科瑞制药(集团)有限公司	495.07	1,524.06	32.48%	苯磺酸氨氯地平片、盐酸二甲双胍缓释片、金钱草颗粒
3	西安天洋医药有限公司	372.38	1,839.28	20.25%	六味地黄丸、归脾丸、逍遥丸
4	九瑞健康股份有限公司	283.46	601.6	47.12%	阿托伐他汀钙分散片
5	上海现代制药股份有限公司	266.41	2,142.98	12.43%	阿莫西林胶囊、罗红霉素胶囊、阿莫西林克拉维酸钾片
6	广东新峰药业股份有限公司	246.28	1,492.03	16.51%	感冒灵颗粒、咳特灵胶囊、护肝片
7	湖南杏林春药业有限公司	195.95	734.2	26.69%	复方青果颗粒、少林风湿跌打膏、麝香壮骨膏
8	一力制药股份有限公司	183.27	5,950.07	3.08%	板蓝根颗粒、感冒灵颗粒、奥美拉唑肠溶胶囊
9	河北国金药业有限责任公司	172.55	776.38	22.22%	复方金银花颗粒

10	中孚药业股份有限公司	163.9	305.25	53.69%	伏格列波糖胶囊
合计		3,285.99	20,897.67	15.72%	-

由上表可知，报告期各期末前十大预付款采购方预付款余额占当期采购金额的比例分别为 15.72%、18.24%、57.61%和 **44.45%**，其中 2020 年以及 2021 年占比基本保持稳定；2022 年占比上升，主要系 2022 年末经营环境变化，为满足客户需求以及稳定供应，预付金额较大的检测试纸以及口罩等款项，但以前并未与该类供应商发生大额交易；**2023 年 6 月末预付款余额占比较高，系公司为避免部分热销产品断货增加向部分供应商约定提前预付货款金额所致。**。

发行人主要采取授权上游制药企业使用公司自有品牌进行定制化生产的采购模式。在该模式下，上游医药企业生产对单个订单的批量及生产周期均有一定要求，为保证药品生产供应的及时性与连续性，部分制药厂商根据生产周期安排，一般要求发行人提前 1-2 个月预付一定比例货款后才能组织生产。

广州泉能药业有限公司为发行人 2021 年末新增供应商，2021 年末预付款 294.00 万元为首次合作系采购他达拉非片、硫酸氢氯吡格雷片的预付采购款，广州泉能药业有限公司 2022 年采购金额为 1,532.13 万元，2021 年末预付货款已采购完毕，不存在异常情况。

广西邦琪药业集团有限公司为发行人 2022 年末新增供应商，2022 年末预付款 1,773.81 万元为首次合作采购防感冒品种川贝止咳露、罗汉果止咳糖浆等的预付采购款，截至 2023 年 3 月末，已退款 1,753.11 万元。

安徽阜阳新特药业有限责任公司为发行人 2022 年末新增供应商，2022 年末预付款 1,415.4 万元为首次合作采购检测试剂盒（胶体金法）及医用防护口罩的预付采购款，截至 **2023 年 8 月末，已退款 1,295.50 万元。**

黑龙江乌苏里江制药有限公司哈尔滨分公司为发行人正常合作供应商，2022 年末预付款 1,299.14 万元系采购复方金银花颗粒、清淋颗粒的预付采购款，截至 **2023 年 8 月末，已入库 1,239.05 万元。**

江苏佳惠堂医药有限公司为发行人 2022 年末新增供应商，2022 年末预付款 1,200.00 万元为首次合作采购检测试剂盒（胶体金法）的预付采购款，截至 2023 年 3 月末，已入库 1,168.96 万元，已退款 31.04 万元。

湖南医药集团有限公司为发行人 2022 年末新增供应商，2022 年末预付款 975.59 万元为首次合作采购检测试剂盒（胶体金法）的预付采购款，截至 2023 年 3 月末，已退款 975.60 万元。

河北金牛原大药业科技有限公司为发行人正常合作供应商，2022 年末预付款 932.71 万元为首次合作采购治咳枇杷露、小儿氨酚黄那敏颗粒的预付采购款，截至 2023 年 8 月末，已全部入库。

山东太极龙生物工程有限公司为发行人 2022 年末新增供应商，2022 年末预付款 720.00 万元为首次合作采购医用防护口罩的预付采购款，截至 2023 年 8 月末，已入库 655.50 万元。

山东东阿国胶堂阿胶药业有限公司为发行人正常合作供应商，2023 年 6 月末预付款 1,040.01 万元为正常采购阿胶的预付采购款，截至 2023 年 8 月末，已入库 1,040.01 万元。

上述期末预付账款金额较大的情形，主要原因系 2022 年末客户对部分药品需求大幅增加，发行人为满足下游客户需求、稳定相关药品供应而提高药品采购量和药品预付款，报告期后，上述采购预付账款对应的产品基本已入库结转或退还款项处理。

综上，发行人各期末预付账款金额合理，符合发行人的采购模式。

二、除天津和治广平药业有限公司之外，是否仍存在预付账款后退回的情形，如存在，说明涉及的公司名称及预付金额

报告期内，发行人存在预付账款后退回的情形，具体参见本问询函回复之“问题 10/一、结合各期向前十大预付账款方的采购金额，进一步分析并说明各期末预付账款金额的合理性”。除上述预付账款后退回的情形外，发行人不存在其他预付账款后退回的情形。

三、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅了发行人报告期各期预付账款明细账，采购明细账；访谈发行人财

务部门负责人以及采购部负责人，了解部分供应商当年采购金额低于当期期末预付账款余额的原因；

2、查阅了发行人报告期各期预付账款明细账，并结合发行人资金流水，了解发行人是否存在其他预付账款后退回的情形。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人报告期内前十大预付账款方的采购金额及预付账款金额合理；

2、报告期内，发行人存在预付账款后退回的情形，具体参见本问询函回复之“问题 10/一、结合各期向前十大预付账款方的采购金额，进一步分析并说明各期末预付账款金额的合理性”。除上述预付账款后退回的情形外，发行人不存在其他预付账款后退回的情形。

问题 11、关于湖南康尔佳及口罩业务

申报材料及审核回复显示：

(1) 发行人分别于 2020 年 4 月、5 月与湖南康尔佳供应链有限公司签订熔喷布及无纺布买卖合同，约定由康尔佳供应链从江苏通亦和科技有限公司采购熔喷布及无纺布，后由于江苏通亦和科技有限公司违约未退回相关采购款，湖南康尔佳应付发行人 3,372.03 万元口罩原材料采购款；

(2) 发行人已于 2020 年末对该笔其他应收款全额计提坏账准备，2021 年发行人与湖南康尔佳协商使用 27 项药品批件抵偿 2,150 万元其他应收款；

(3) 2020 年和 2021 年口罩业务收入分别为 31,463.02 万元和 1,124.34 万元，报告期内发行人针对口罩业务相关原材料、设备以及其他应收款计提相关减值损失。发行人将口罩业务相关损益计入经营性损益。

请发行人：

(1) 说明报告期各期向湖南康尔佳采购的主要商品内容、数量、单价及金额，采购价格的公允性，湖南康尔佳的基本情况；

(2) 说明湖南康尔佳用于抵偿发行人其他应收款 27 项药品批件的名称、公允价值确定的依据、药品批件号对应药品的每年销售金额，发行人获取相关批件号后计划处置还是自身使用；

(3) 说明其他应收款坏账准备计提、抵偿药品批件号的相关会计处理，对 2020 年和 2021 年经营成果的影响情况；

(4) 说明报告期内发行人口罩业务采用采购成品销售模式和采购原材料加工生产模式形成的收入金额及比例，固定资产中口罩相关设备是否已全额计提资产减值损失；

(5) 对比同行业可比公司将口罩销售收入认定为经常性损益还是非经常性损益，说明发行人将口罩业务相关损益计入经营性损益的原因及合理性，口罩业务经常性损益金额确定的依据。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

一、说明报告期各期向湖南康尔佳采购的主要商品内容、数量、单价及金额，采购价格的公允性，湖南康尔佳的基本情况

(一) 湖南康尔佳的基本情况

报告期内，湖南康尔佳与发行人开展业务往来的主体有湖南康尔佳供应链有限公司、湖南康尔佳制药股份有限公司及湖南康尔佳制药销售有限公司，上述主体基本情况如下：

1、湖南康尔佳供应链有限公司

企业名称	湖南康尔佳供应链有限公司
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91430100MA4M0N904G
注册资本	5,000 万元人民币
成立时间	2017-08-11
法定代表人	杨友军
住所	长沙高新开发区桐梓坡西路 198 号办公楼仓库 501-5 楼 502 房
股东	湖南康尔佳药业管理集团有限公司持股 100%
经营范围	一般项目:供应链管理服务;食品销售(仅销售预包装食品);婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售;特殊医学用途配方食品销售;食品进出口;食品互联网销售(仅销售预包装食品);农副产品销售;保健食品(预包装)销售;卫生用品和一次性使用医疗用品销售;个人卫生用品销售;日用杂品销售;家居用品销售;厨具卫具及日用杂品批发;家用电器销售;化妆品批发;化妆品零售;母婴用品销售;互联网销售(除销售需要许可的商品);会议及展览服务;国内贸易代理;特种劳动防护用品销售;日用品销售;纸制品销售;塑料制品销售;日用品批发;日用百货销售;汽车销售;消毒剂销售(不含危险化学品);电子产品销售;医护人员防护用品批发;第二类医疗器械销售;第一类医疗器械销售;普通货物仓储服务(不含危险化学品等需许可审批的项目);软件开发;软件销售;数据处理服务;互联网安全服务;信息系统集成服务;信息技术咨询服务;计算机软硬件及辅助设备批发;远程健康管理服务;教学专用仪器销售;教学用模型及教具销售;实验分析仪器销售;卫生用杀虫剂销售;日用化学产品销售;租赁服务(不含许可类租赁服务);货物进出口;食品用洗涤剂销售;针纺织品及原料销售。(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)许可项目:食品销售;食品互联网销售;医疗器械互联网信息服务;酒类经营;城市配送运输服务(不含危险货物);互联网信息服务;道路货物运输(不含危险货物);第三类医疗器械经营。

2、湖南康尔佳制药股份有限公司

企业名称	湖南康尔佳制药股份有限公司
------	---------------

企业类型	其他股份有限公司
统一社会信用代码	91430722597564190Q
注册资本	9,602 万元人民币
成立时间	2012-06-04
法定代表人	杨小舟
住所	湖南汉寿高新技术产业园区汉太路 9 号
股东	经查询国家企业信用信息公示系统其主要股东为：湖南康尔佳药业管理集团有限公司持股 48.4274%，湖南捧月星医药管理合伙企业（有限合伙）持股 17.8192%，王映辉持股 13.2264%，湖南合众星医药管理合伙企业（有限合伙）持股 9.9146%，湖南佳园星医药管理合伙企业（有限合伙）持股 4.2075%，湖南明月星医药管理合伙企业（有限合伙）持股 3.7596%，湖南奎盟星医药管理合伙企业（有限合伙）持股 2.6453%
经营范围	药品、食品的生产、销售、技术咨询；消毒产品的生产、销售（危险化学品凭许可证经营：乙醇（酒精）、2-苄醇、次氯酸钠溶液[含有效氯>5%]的批发、零售，有效期至 2023 年 3 月 2 日止）；药学研究服务；货物及技术进出口（国家禁止和限制的货物及技术除外）。

3、湖南康尔佳制药销售有限公司

企业名称	湖南康尔佳制药销售有限公司
企业类型	有限责任公司
统一社会信用代码	91430100338384662T
注册资本	5,000 万元人民币
成立时间	2015-05-25
法定代表人	杨小舟
住所	长沙高新开发区桐梓坡西路 198 号办公楼仓库 101 房
股东	湖南康尔佳制药股份有限公司持股 100%
经营范围	中药材收购、批发；中成药、西药、乳制品、散装食品、日用百货、卫生消毒用品、计算机、软件及辅助设备的批发；中药饮片、家用电器及电子产品的零售；日用品、熔喷布、生物制品、预包装食品、酒、饮料及茶叶、饮用水、化妆品及卫生用品、医疗实验室设备和器具、保健食品、保健用品、农产品、医药原料、医药辅料、一类医疗器械、二类医疗器械、三类医疗器械销售；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外；会议、展览及相关服务；物业管理；房屋租赁；企业管理服务；企业管理咨询服务；贸易咨询服务；市场营销策划服务；企业形象策划服务；物流咨询服务；仓储咨询服务；品牌推广营销；互联网药品信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，未经批准不得从事 P2P 网贷、股权众筹、互联网保险、资管及跨界从事金融、第三方支付、虚拟货币交易、ICO、非法外汇等互联网金融业务）

(二) 报告期各期向湖南康尔佳采购的主要商品内容、数量、单价及金额，
采购价格的公允性

报告期各期向湖南康尔佳采购的具体交易情况如下：

单位：万元；%

供应商名称	交易内容	2023年1-6月		2022年度		2021年度		2020年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
湖南康尔佳供应链有限公司	口罩相关产品	-	-	-	-	-	-	1,359.41	48.58
湖南康尔佳制药股份有限公司	药品	-	-	726.70	100.00	607.92	88.46	494.50	17.67
湖南康尔佳制药销售有限公司	口罩相关产品、药品	-	-	-	-	79.32	11.54	944.52	33.75
湖南康尔佳药品贸易有限公司	药品	148.76	100.00	-	-	-	-	-	-
合计		148.76	100.00	726.70	100.00	687.24	100.00	2,798.43	100.00

报告期各期，发行人向湖南康尔佳采购的药品明细及向第三方供应商直接采购的价格对比如下：

产品名称	品规	数量 (万盒)	采购金额 (万元)	采购金额占比	向康尔佳 采购均价 (元)	向第三方 平均采购 单价(元)	差异率
小儿咽扁颗粒	4g×11 袋/盒	189.40	601.21	13.79%	3.17		
阿奇霉素颗粒	0.1g×10 袋/盒	121.89	331.00	7.59%	2.72	-	
小儿咽扁颗粒	8g×10 袋/盒	60.74	302.28	6.93%	4.98	4.85	2.68%
小建中颗粒	15 克/袋×20 袋/盒	4.60	136.37	3.13%	29.65	-	
阿奇霉素颗粒	0.1g×9 袋/盒	52.29	127.09	2.91%	2.43	2.12	14.62%
姜枣祛寒颗粒	15g×12 袋/盒	25.09	115.60	2.65%	4.61	-	
阿奇霉素颗粒	0.1g×12 袋/盒	22.44	71.89	1.65%	3.20		
阿莫西林胶囊	0.25g×12 粒×3 板/盒	19.98	65.42	1.50%	3.27	-	
肠康片	0.05g×15 片×2 板	13.90	40.46	0.93%	2.91	-	
肠康片	0.05g×10 片×2 板	17.82	36.26	0.83%	2.04	-	
溃疡胶囊	0.3g×9 粒×2 板	15.54	30.94	0.71%	1.99	-	
六味地黄胶囊	0.3g×10 粒×8 板	3.49	29.47	0.68%	8.45	-	
银黄颗粒	4g×12 袋	7.20	26.76	0.61%	3.72	4.30	-13.49%
肠康胶囊	0.23g×12 粒×2 板	5.74	22.85	0.52%	3.98	-	
肠康胶囊	0.23g×12 粒×3 板	3.73	22.30	0.51%	5.97	-	

产品名称	品规	数量 (万盒)	采购金额 (万元)	采购金 额占比	向康尔佳 采购均价 (元)	向第三方 平均采购 单价 (元)	差异率
玉叶清火胶囊	0.3g×10 粒×3 板	9.57	22.02	0.50%	2.30	-	
新生化颗粒	6g×10 袋/盒	6.93	19.18	0.44%	2.77	-	
溃疡胶囊	0.3g×10 粒×3 板	4.79	15.36	0.35%	3.20	-	
阿莫西林胶囊	0.25g×12 粒×2 板	6.28	13.89	0.32%	2.21	2.72	-18.75%
小建中颗粒	15 克/袋×12 袋/盒	0.70	12.39	0.28%	17.70	-	
新生化颗粒	6g×9 袋/盒	3.84	9.72	0.22%	2.53	-	
六味地黄胶囊	0.3g×12 粒×3 板	1.27	4.73	0.11%	3.72	-	
合计		597.22	2,057.20	47.17%	-	-	-

注：发行人向康尔佳采购的部分药品系向康尔佳独家采购。

发行人向湖南康尔佳采购的药品价格公允，与第三方供应商报价不存在较大差异。

报告期各期，发行人向湖南康尔佳采购的口罩相关产品明细及向第三方供应商直接采购的价格对比如下：

产品名称	品规	数量 (万)	采购 金额 (万元)	采购 金额 占比	向康尔 佳采购 均价 (元)	向第三 方平均 采购 单价 (元)	差异率
医用防护口罩 (加密封条) (半成品)	16cm×20cm 加 密封条	100.44	1,075.22	25.53%	10.70	2.72	293.38%
无纺布	50g*26cm	1.49	546.78	12.98%	366.66	-	-
熔喷布	25g*26cm	0.69	314.61	7.47%	455.68	-	-
非织造熔喷布	175mm/25g/m ²	0.84	284.19	6.75%	337.11	-	-
热风布	50g*26cm	0.20	83.13	1.97%	416.15	-	-
合计		103.67	2,303.93	54.69%	-	-	-

注：发行人向康尔佳采购的部分口罩相关产品系向康尔佳独家采购。

报告期内，发行人向康尔佳采购的医用防护口罩（加密封条）（半成品）平均单价高于向第三方平均采购单价，主要原因系发行人向康尔佳采购口罩相关产品时系较为严重的特殊时期，口罩相关产品价格波动较大。

发行人向湖南康尔佳采购价格遵循市场定价，相关品种与第三方供应商报价差异主要系采购批量、合作稳定性、产品品规等因素综合导致。

根据湖南康尔佳出具的说明：“我司销售给恒昌医药产品价格与销售给第三

方价格的差异，主要系综合考虑采购批量、合作稳定性、产品品规等因素。本公司（含下属公司）与恒昌医药之间的业务合作系遵循市场化定价，价格公允，双方之间不存在利益输送或特殊安排”。

综上，公司与湖南康尔佳之间的交易系正常的采购交易，交易定价遵循市场定价，定价公允，无特殊利益安排或其他利益倾斜的情形。

二、说明湖南康尔佳用于抵偿发行人其他应收款 27 项药品批件的名称、公允价值确定的依据、药品批件号对应药品的每年销售金额，发行人获取相关批件号后计划处置还是自身使用

湖南康尔佳用于抵偿发行人其他应收款 27 项药品批件后续均自身使用，具体情况如下表所示：

单位：万元

序号	产品名称	规格	药品文号	批准日期	转出方	公允价值确定的依据	销售金额				后续计划
							2020年	2021年	2022年	2023年1-6月	
1	三七片	每片含三七0.5克	国药准字Z43020126	2019年11月27日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计2023年12月商业化达产
2	牛黄清热胶囊	每粒装0.3g	国药准字Z43020131	2019年11月27日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计2025年1月商业化达产
3	复方牛黄消炎胶囊	每粒装0.4g	国药准字Z43020132	2019年11月27日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计2025年1月商业化达产
4	陈香露白露片	每片重0.5g(含次硝酸铋0.110g)	国药准字Z43020851	2020年8月3日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	0.65	1.05	5.91	55.41	预计2024年11月商业化达产
5	天麻胶囊	每粒装0.25g	国药准字Z43020852	2020年8月3日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	-	0.01	0.02	0.02	预计2024年11月商业化达产
6	消渴降糖胶囊	每粒装0.3g(相当于原药材3g)	国药准字Z20083245	2017年11月13日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	187.76	257.51	260.50	17.67	预计2024年7月商业化达产
7	一清颗粒	每袋装7.5g	国药准字Z20093093	2018年12月3日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	286.22	212.80	263.72	177.56	预计2024年5月商业化达产
8	感冒止咳颗粒	每袋重10g(相当于总药材6g)	国药准字Z43020323	2020年8月3日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	0.08	0.32	0.37	14.84	预计2024年7月商业化达产
9	小儿四维葡钙颗粒	复方	国药准字H43021848	2019年12月12日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计2025年1月商业化达产
10	牡蛎碳酸钙颗粒	每包按钙计50毫克	国药准字H43021845	2019年12月12日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	89.79	98.24	61.03	20.78	预计2025年1月商业化达产
11	异烟肼片	0.1g	国药准字H43020246	2019年12月12日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	0.03	-	-	-	预计2025年1月商业化达产
12	维生素B1片	10毫克	国药准字H43020254	2019年12月12日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	95.68	124.17	117.87	61.21	预计2025年1月商业化达产

序号	产品名称	规格	药品文号	批准日期	转出方	公允价值确定的依据	销售金额				后续计划
							2020年	2021年	2022年	2023年1-6月	
13	维生素C颗粒	每包含维生素C0.1g	国药准字H43020255	2019年12月12日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计2025年1月商业化达产
14	维生素C片	0.1g	国药准字H43020256	2019年12月12日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	106.19	115.10	128.24	56.90	预计2025年1月商业化达产
15	阿司匹林肠溶片	50mg	国药准字H43021843	2019年11月27日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	2,432.02	2,839.33	3,743.41	1,464.19	预计2025年1月商业化达产
16	维生素E、C颗粒	3g: 维生素E100mg、维生素C200mg	国药准字H43022069	2019年12月31日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计2024年11月商业化达产
17	维C银翘片	每片含维生素C49.5mg、对乙酰氨基酚105mg、马来酸氯苯那敏1.05mg	国药准字Z43020324	2020年8月3日	湖南康尔佳制药股份有限公司	评估定价	92.72	133.43	224.28	269.68	预计2024年11月商业化达产
18	头孢氨苄甲氧苄啶颗粒	1g: 头孢氨苄50mg, 甲氧苄氨嘧啶10mg	国药准字H43021983	2021年4月25日	湖南康尔佳生物医药科技有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计2024年11月商业化达产
19	头孢氨苄甲氧苄啶胶囊	头孢氨苄0.125g, 甲氧苄啶25mg	国药准字H43022032	2021年4月25日	湖南康尔佳生物医药科技有限公司	评估定价	51.51	41.99	0.03	0.02	预计2024年11月商业化达产
20	头孢氨苄颗粒	按C16H17N3O4S计算50mg	国药准字H43022100	2021年4月25日	湖南康尔佳生物医药科技有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计2024年11月商业化达产
21	头孢氨苄颗粒	按C16H17N3O4S计算0.125g	国药准字H43022101	2021年4月25日	湖南康尔佳生物医药科技有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计2024年5月商业化达产

序号	产品名称	规格	药品文号	批准日期	转出方	公允价值确定的依据	销售金额				后续计划
							2020年	2021年	2022年	2023年1-6月	
22	头孢拉定胶囊	按 C16H19N3O4S 计 0.25g	国药准字 H43022102	2021年4月 25日	湖南康尔佳生物医 药科技有限公司	评估定价	525.03	609.32	960.79	360.28	预计 2024 年 11 月商业化达产
23	头孢拉定胶囊	按 C16H19N3O4S 计 0.5g	国药准字 H43022103	2021年4月 25日	湖南康尔佳生物医 药科技有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计 2024 年 11 月商业化达产
24	头孢拉定颗粒	按 C16H19N3O4S 计 0.25g	国药准字 H43022104	2021年4月 25日	湖南康尔佳生物医 药科技有限公司	评估定价	34.45	47.15	94.42	29.81	预计 2024 年 11 月商业化达产
25	头孢拉定颗粒	按 C16H19N3O4S 计 0.125g	国药准字 H43022105	2021年4月 25日	湖南康尔佳生物医 药科技有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计 2024 年 11 月商业化达产
26	头孢氨苄胶囊	按 C16H17N3O4S 计算 0.25g	国药准字 H43022191	2021年4月 25日	湖南康尔佳生物医 药科技有限公司	评估定价	73.81	92.75	100.65	73.13	预计 2024 年 11 月商业化达产
27	头孢氨苄胶囊	按 C16H17N3O4S 计算 0.125g	国药准字 H43022099	2021年4月 25日	湖南康尔佳生物医 药科技有限公司	评估定价	-	-	-	-	预计 2024 年 11 月商业化达产
合计							3,975.94	4,573.17	5,961.24	2,601.50	-

注：上表中销售金额为报告期各期发行人批文涉及的药品品种的销售金额。

中威正信（北京）资产评估有限公司于 2021 年 10 月 25 日出具了《湖南恒昌医药集团股份有限公司拟购买资产所涉及的无形资产—药品注册批件及对应生产工艺组合包市场价值评估项目资产评估报告》（中威正信评报字（2021）第 17027 号），以 2021 年 9 月 30 日为评估基准日，采用收益法进行评估。

上述抵偿发行人其他应收款的 27 项药品批件评估价值为 2,158.83 万元，经过双方友好协商讨论最终定价为 2,150.00 万元，与评估价值相近。

发行人获取上述 27 项药品批件中 1 项药品批件计划于 2023 年委托其他生产企业商业化达产，**26 项药品批件计划于 2024 年及 2025 年委托其他生产企业商业化达产**，具体商业化达产时间根据各项药品批件工艺变更难度及与委托生产企业合作沟通情况而定。

综上，湖南康尔佳用于抵偿发行人其他应收款 27 项药品批件通过第三方评估机构评估及双方友好协商定价，后续发行人根据各个药品的工艺变更难度及委外生产协商进度确定具体商业化达产时间。

三、说明其他应收款坏账准备计提、抵偿药品批件号的相关会计处理，对 2020 年和 2021 年经营成果的影响情况

（一）其他应收款坏账准备计提的会计处理

针对普通其他应收款，发行人按照款项的账龄计提减值准备，具体政策如下：

账龄	计提比例
1 年以内	5.00%
1-2 年	10.00%
2-3 年	30.00%
3-4 年	50.00%
4-5 年	80.00%
5 年以上	100.00%

针对湖南康尔佳的款项，发行人采取单项计提的方式计提坏账准备，相关会计处理如下：

1、2020 年支付康尔佳货款

借：预付账款 34,360,660.88

贷：银行存款 34,360,660.88

2、由于来货不合格，且康尔佳长时间未退回相关款项，转入其他应收款

借：其他应收款 34,360,660.88

贷：预付账款 34,360,660.88

3、2020 年度，发行人基于谨慎性原则对康尔佳款项计提其他应收款坏账准备，具体详见招股说明书“十一/（二）/5/（5）单项计提的其他应收款”相关内容

借：资产减值损失 34,360,660.88

贷：坏账准备-其他应收款 34,360,660.88

4、2020 年度，确认递延所得税资产

借：递延所得税资产 8,590,165.22

贷：所得税费用-递延所得税 8,590,165.22

5、2021 年度，康尔佳其他应收款坏账部分收回，转回坏账准备

借：资产减值损失（红字） 22,140,388.58

贷：坏账准备-其他应收款（红字） 22,140,388.58

上述其他应收款的收回金额包括应付康尔佳批件购买款 2,150.00 万元及发行人后续向康尔佳采购的货款抵扣款。

6、2021 年度，转回递延所得税

借：递延所得税资产（红字） 5,535,097.15

贷：所得税费用-递延所得税（红字） 5,535,097.15

（二）抵偿药品批件的会计处理

发行人于 2021 年 11 月 3 日与湖南康尔佳制药股份有限公司、湖南康尔佳生物医药科技有限公司分别签署《药品上市许可转让协议》，购买 27 项药品批件。本次药品批件的转让价格为 2,150.00 万元。发行人购买相关药品批件的会计处理如下：

1、2021年，发行人收到湖南康尔佳退货货款

借：银行存款 21,500,000.00

贷：其他应收款 21,500,000.00

2、2021年，发行人支付批文款

借：其他应付款 21,500,000.00

贷：银行存款 21,500,000.00

3、截至2022年6月末，将已过户的药品批件转入无形资产

借：无形资产 17,254,716.99

贷：其他应付款 17,254,716.99

(三) 对2020年和2021年经营成果的影响情况

上述事项对发行人经营成果的影响如下：

单位：万元

影响经营成果项目	2021年度	2020年度
资产减值损失（损失以“-”号填列）	2,214.04	-3,436.07
所得税费用	-553.51	859.02
对合并报表营业利润的综合影响	1,660.53	-2,577.05
利润总额	27,932.13	15,708.65
影响额占利润总额比	5.94%	-16.41%

2020年及2021年，发行人将湖南康尔佳其他应收款坏账准备计提及转回事项产生的相关损益计入非经常损益。

四、说明报告期内发行人口罩业务采用采购成品销售模式和采购原材料加工生产模式形成的收入金额及比例，固定资产中口罩相关设备是否已全额计提资产减值损失

(一) 发行人口罩业务两种模式形成的收入金额及比例

报告期内，发行人基于自身经营考虑，采取口罩业务采购成品销售模式及采购原材料加工生产模式两种模式销售口罩，其形成的收入金额及比例如下：

单位：万元

项目	2023年1-6月		2022年		2021年		2020年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
成品销售模式	451.28	100%	760.68	95.28%	129.98	11.56%	1,373.68	4.37%
加工生产模式	-	-	37.66	4.72%	994.36	88.44%	30,089.34	95.63%
合计	451.28	100%	798.33	100.00%	1,124.34	100.00%	31,463.02	100.00%

注：发行人于2020年度新增了口罩业务，其中2020年度口罩业务销售金额较大，2021年以来，发行人逐步减少了口罩相关业务。

2020-2021年，发行人的口罩业务主要以采购原材料加工生产模式为主，2020、2021年原材料加工生产模式收入占口罩业务收入的比重分别为95.63%和88.44%。2022年，由于发行人逐渐停止了口罩生产，销售的口罩主要系成品销售。2023年1-6月发行人未进行口罩生产。

（二）口罩相关固定资产减值情况

报告期内，发行人固定资产中口罩相关设备计提资产减值损失的具体情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	累计折旧	减值准备	账面价值
2023年1-6月/2023年6月末	230.38	26.13	204.25	-
2022年度/2022年末	230.38	26.13	204.25	-
2021年度/2021年末	1,871.36	55.80	1,815.56	-
2020年度/2020年末	1,863.96	55.80	1,808.16	-

注：2022年发行人出售了部分口罩相关固定资产。

2020、2021、2022年度以及2023年1-6月，发行人对口罩相关固定资产已全额计提资产减值准备。

五、对比同行业可比公司将口罩销售收入认定为经常性损益还是非经常性损益，说明发行人将口罩业务相关损益计入经营性损益的原因及合理性，口罩业务经常性损益金额确定的依据

发行人将口罩业务相关损益计入非经常损益。发行人同行业可比公司中，华人健康及百洋医药未披露口罩业务相关损益是否认定为非经常性损益。漱玉平民将口罩业务相关损益计入非经常性损益，与发行人一致。

保荐机构、申报会计师查阅了2020年至2022年期间存在口罩相关业务的部

分上市或拟上市公司的公开文件，口罩业务与主营业务相关性 & 非经常性损益认定情况如下：

公司名称	主营业务	是否认定为非经常性损益
欧圣电气（股票代码：301187）（上市时间：2022年4月）	空气动力设备和清洁设备的研发、生产和销售	是
采纳股份（股票代码：301122）（上市时间：2022年1月）	从事注射穿刺器械及实验室耗材的研发、生产和销售	是
豪森股份（股票代码：688529）（上市时间：2020年10月）	智能生产线的规划、研发、设计、装配、调试集成、销售、服务和交钥匙工程	是
万事利（股票代码：301066）（上市时间：2021年9月）	服装制造、服饰制造	否
粤万年青（股票代码：301111）（上市时间：2021年12月）	中成药的研发、生产和销售	否
元琛科技（股票代码：688659）（上市时间：2021年3月）	除尘过滤材料、工业烟气脱硝催化剂的研发、生产和销售	否

现有上市公司或在审企业中，将陆续新增开展的口罩相关业务收益，既存在认定为非经常性损益的情形，亦存在不认定为非经常性损益的情形。公司于2020年开始从事医用口罩的生产与销售，考虑到口罩业务具有偶发性，且2021年度，发行人逐步停止了口罩生产业务，口罩业务收入规模小，发行人对照《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号—非经常性损益（2008）》（证监会公告〔2008〕43号）相关规定，将口罩业务相关损益认定为非经常性损益，具有合理性。

六、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅了湖南康尔佳与发行人发生业务往来的各主体的工商信息，了解湖南康尔佳的基本情况，核查与发行人之间是否存在关联关系；

2、获取了报告期内湖南康尔佳与发行人之间的交易明细、湖南康尔佳出具的报价单及说明，计算报告期各期发行人向湖南康尔佳采购的主要商品内容、数量、单价及金额，分析采购价格的公允性；

3、查阅了湖南康尔佳与发行人签订的上市药品许可转让合同及中威正信（北京）资产评估有限公司出具的资产评估报告；

4、获取了发行人报告期内上述 27 项药品批件对应药品的销售明细数据；对公司管理人员就上述 27 项药品批件的后续处置计划进行的访谈，获取了批件的排产计划表；

5、向发行人财务相关负责人了解了其他应收款坏账准备计提、抵偿药品批件号的相关会计处理，分析上述事项对发行人经营成果的影响；

6、向口罩业务相关负责人了解了发行人口罩业务的不同模式，获取了报告期内不同模式的相关收入金额；

7、向财务部门了解了发行人对口罩相关设备的资产减值计提情况，结合口罩业务的开展情况分析其合理性；

8、查阅了发行人同行业可比公司及 2020 年至 2022 年期间存在口罩相关业务的部分上市或拟上市公司的公开文件，判断发行人将报告期内口罩业务损益计入非经常性损益的合理性。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人与湖南康尔佳之间的交易系正常的采购交易，交易定价遵循市场定价原则，定价公允；湖南康尔佳与发行人之间无关联关系，双方不存在特殊利益安排或其他利益倾斜的情形；

2、湖南康尔佳用于抵偿发行人其他应收款 27 项药品批件以第三方评估机构评估结果为定价依据，上述 27 项药品批件后将根据业务需要及排产计划安排逐步商业化；

3、发行人其他应收款坏账准备计提、抵偿药品批件号的相关会计处理准确无误，对 2020 年度及 2021 年经营成果不构成重大影响；

4、为保证口罩质量及供应稳定性，发行人的口罩业务主要以采购原材料加工生产模式为主；2020 以及 2021 年度，发行人对口罩相关固定资产已全额计提资产减值准备；

5、发行人可比公司及现有上市公司或在审企业中，将陆续新增开展的口罩相关业务收益，既存在认定为非经常性损益的情形，亦存在不认定为非经常性损

益的情形。发行人基于自身口罩业务的经营情况，对照《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号—非经常性损益（2008）》（证监会公告〔2008〕43 号）相关规定，将口罩业务相关损益认定为非经常性损益，具有合理性。

问题 12、关于其他非流动资产

前次审核问询回复显示：报告期内，发行人共计向 15 个交易对手方直接购买现有药品注册批件权益（MAH 转让）及通过与药品研发企业签署技术开发（委托）合同的方式获取药品阶段性研发成果及后续批件，合同金额总计为 18,802.86 万元，截至 2022 年 3 月 31 日已付 10,276.60 万元；同行业可比公司存在预付形式购买药品批件号的情形。

请发行人：

（1）说明发行人采用购买或委托开发方式获取药品批件的主要考量因素，如何选取需要购买或委托开发的药品批件；在上游制药企业数量众多的行业格局下，发行人可以采用商标授权方式进行销售，仍选择支付较大对价获取药品批件号的商业合理性；

（2）结合与交易对手方的付款节点和付款安排，说明预付账款金额与合同约定的付款节点是否一致，是否存在提前支付款项的情形，如存在，说明具体涉及的情形；

（3）说明向药品工业企业购买现有药品注册批件权益及通过与药品研发企业签署技术开发（委托）合同所需要履行的步骤及审批流程，是否存在长时间仍未转让或通过药品评审的情形，如存在，说明原因及合理性，是否存在应当计提减值损失而未计提的情形；

（4）说明预付购买药品批件对应的药品是否存在因医药政策改革等原因导致市场规模缩小或销售价格大幅度下降，如存在，进一步说明减值损失计提是否充分，针对预付药品批件号及现有药品批件号的减值损失计提进行充分风险提示；

（5）说明向湖南康尔佳已全额支付头孢氨苄甲氧苄啶胶囊等 10 个品种和三七片等 17 个品种款项，未确认为无形资产的原因及合理性，是否存在推迟确认无形资产或摊销时点的情形。

请保荐人、申报会计师说明针对发行人是否存在体外资金循环所做的核查工作，并对上述事项发表明确意见。

请保荐人质量控制部门及内核部门说明如何针对发行人其他非流动资产所做的核查工作进行复核把关，并发表明确意见。

回复：

一、说明发行人采用购买或委托开发方式获取药品批件的主要考量因素，如何选取需要购买或委托开发的药品批件；在上游制药企业数量众多的行业格局下，发行人可以采用商标授权方式下进行销售，仍选择支付较大对价获取药品批件号的商业合理性

（一）说明发行人采用购买或委托开发方式获取药品批件的主要考量因素，如何选取需要购买或委托开发的药品批件

发行人主要通过自主开发以及与外部机构合作的方式寻找合适的药品注册批件品种。在自主开发方面，发行人主要通过直接与制药工业企业、药物研发企业对接，获取相关药品品种的项目信息及资源；在外部机构合作方面，公司主要通过行业合作伙伴推荐，以及与医药前途汇、药友之家等专业药品注册批件交易服务平台获取药品注册批件转让、技术转让或合作的项目信息及资源。

1、选取药品批件的主要考量因素

发行人拟通过布局上游药品生产批件，完善公司产品品类布局，提升公司产品供应保障力度并进一步强化自有品牌产品的打造和推广，在选取拟进行投资的药品批件标的时，主要考虑因素如下：

（1）根据公司自身渠道优势、未来产品布局规划及市场上同类或类似药品的整体销售情况等因素，选择市场前景好、发展潜力大、具有销售价值及投资价值的药品品种；

（2）针对药品注册批件的上市许可持有人转让项目，关注药品生产工艺技术是否存在重大缺陷，是否会对后续批量生产产生实质性影响以及产品取得成本等因素；

（3）针对采用技术成果转让方式的药品批件项目，主要考虑药品品种的研发难度、研发周期、研发成本以及同类在研产品数量、已经通过一致性评价的同类产品数量或剂型数量等因素；

(4) 针对委托开发获取药品批件项目，还需考虑合作方的综合实力，如经营规模、行业知名度、研发团队、历史研发成果等，优先选择上市公司、拟上市公司以及资信良好等综合实力强的研发机构。

2、选取药品批件的主要步骤

发行人药品批件投资主要流程如下：

第一步，筛选投资标的：综合医药市场产品规模与竞争格局、公司自身销售情况以及公司产品布局规划等因素，筛选具有销售价值及投资价值的品种；

第二步，标的开发及洽谈：通过与制药工业企业、研发公司沟通对接，或与市场药品注册批件交易服务平台对接沟通等方式，寻找拟收购药品批件标的或通过委托开发方式获取药品批件的相关标的信息及资源；

第三步，药品批件入库：在寻找到意向投资标的，并完成项目初步合作意向洽谈后，由投资发展中心发起药品资产入库流程，由公司营销中心总经理、产品中心总经理、公司质量负责人、投资发展中心总经理以及公司总经理等进行项目审批，判断拟投资项目是否符合公司药品资产入库条件。

序号	岗位/角色	职责
1	申请人	根据要求填写《药品批文入库申请单》
2	营销中心总经理	对竞争对手、市场容量及前景进行专业评估
3	产品中心总经理	对竞争对手、市场容量及前景进行专业评估
4	公司质量负责人	对药品批文进行质量、工艺等方面的专业评估
5	投资发展中心总经理	审核药品批文是否入库以及批文的级别
6	公司总经理	审核药品批文是否入库以及批文的级别

第四步，批文投资决策并签署项目合作协议：待完成药品批件入库流程、药品批件价值评估以及具体商业条款洽谈、明确合作方案后，项目人员发起药品资产投资决策流程，由公司质量负责人、投资发展中心总经理、内控中心总经理、财务中心总经理、公司总经理等进行投资决策。如项目交易金额较大，需按照公司章程等相关规定，履行总经理办公会等相关审批程序。在完成公司内部投资决策审批流程后，推进项目合作协议签署等工作；

第五步，合作过程的控制：为确保合作方按照合同约定实施项目，发行人投

资发展中心定期或不定期召开项目会议推进项目，并跟踪以及获得各阶段的工作成果，并严格依据项目工作成果结合合同约定阶段条件支付款项。

（二）在上游制药企业数量众多的行业格局下，发行人可以采用商标授权方式下进行销售，仍选择支付较大对价获取药品批件号的商业合理性

1、发行人采用商标授权方式模式的背景

我国原有的药品注册与监管制度下，一方面，药品生产许可需要与上市许可绑定，制药厂商重复投资较大，许多药品品种难以通过自有销售网络消化，生产厂商存在产能利用率不高，结构性产能过剩的现象。另一方面，受限于自身采购规模、采购渠道及物流配送的限制，中小连锁、单体药店等基层医药市场零售终端难以获取稳定、优质的药品品种，药品采购成本较高，竞争压力较大。

发行人直供专销的业务模式整合了下游数万家会员药店客户的采购需求，拥有较强的 OTC 零售终端渠道能力。公司发展初期自有资金实力有限，且受制于当时关于法律法规的限制，难以通过投资药品批件或自建生产厂房的方式获取优质的药品品种品规。发行人通过将自有商标授权供应商的合作方式，可以充分利用发行人的销售渠道优势，以较低的资金成本迅速拓展公司品种品类数量，从而能够为下游客户直供品类丰富、优质平价的自有品牌产品。

发行人直供专销业务模式解决了上游制药厂商药品供应与基层医药市场客户需求错配的行业痛点，减少了医药流通环节，提升了基层医药市场的药品流通效率及资源配置效率，降低了中小连锁、单体药店等基层医药市场零售终端的药品采购成本以及终端消费者的用药成本，得到了上游供应商和下游客户的广泛认可。

2、商标授权方式模式存在的经营风险

发行人直供专销业务以自有品牌产品为核心，自有品牌产品品种供应稳定性、产品质量及品牌形象系保障发行人业务持续增长的关键因素。现有商标授权的合作模式下，产品供应稳定性、产品质量受上游供应商供货政策、排产计划及生产质量把控能力等因素的影响，而且因为药品品种批件均来源于上游制药厂商，亦对发行人自身品牌形象建设及品牌影响力打造造成一定限制，具体分析如下：

(1) 产品品种供应稳定性

目前公司直供专销模式下的自有品牌药品批件、生产及供应主要来源于上游制药企业，可获取的药品品种、产品品规、药品供应稳定性一定程度上受到上游制药厂商的自身拥有的药品批件品种及生产计划的限制。如果由于市场竞争加剧、行业政策变化或者其他不可预见的因素导致上游制药企业供货政策发生变化，公司将可能失去部分产品品种品规的经营权。而市场上一些需求量较大且药品批件较为稀缺的品种或剂型，上游制药企业出于自身品牌策略及渠道维护等方面的考虑，往往不会通过商标授权方式与第三方开展产品生产合作，导致发行人难以获取一些独家、稀缺的药品品种或者市场需求较大的产品品规。

(2) 药品质量风险

药品质量涉及药品生产、流通以及使用的各个环节，发行人将自有品牌产品的质量摆在首要位置，虽然公司已严格按照 GSP 要求对供应商资质进行审核，通过专业的品控团队严格选择上游医药制药企业并与其签署《质量保证协议》以保障药品供应质量，但仍无法完全避免因上游制药厂商生产环节的问题而导致的产品质量风险。

(3) 发行人自有品牌形象建设

发行人注重自有品牌体系形象的建设，目前商标授权的模式下，发行人自有品牌产品药盒上标注的药品上市许可持有人及药品生产企业均为上游制药厂商，发行人的自有品牌建设及推广存在一定程度上的限制。

3、发行人支付较大对价获取药品批件号的商业合理性

如前所述，发行人目前业务模式下，药品经营品种稳定性、药品质量把控存在一定风险，且产品品牌推广等方面均一定程度上受到上游制药厂商的影响，发行人拟通过投资获取自有药品批件降低上述风险，不断强化自身品牌建设。

(1) 发行人通过自持药品批件，进一步完善公司产品品类布局，提升公司产品供应保障力度

MAH 制度实施前，只有获得生产许可证的药品生产企业才能获得药品批准文号，发行人如想通过自产或委托生产的方式获取相应药品品种的经营权，需要

自建厂房或者选择与生产企业共同持有药品批准文号，存在成本投入过高、产能浪费大、相应无形资产产权不清晰的风险。

MAH 制度实施后，药品上市许可与生产许可分离，发行人可以通过轻资产运营的方式，以上市许可持有人的身份获取市场需求大、前景好、稀缺性较强的药品品种批件，并通过自主生产或有针对性选择生产质量可靠的生产厂家委托生产实现产品生产布局。发行人通过自持药品批文，一方面可以完善公司产品品类，并且提升公司在产品生产规选择上的自主度，为下游会员客户提供更丰富多样的产品品类和产品品规选择；另一方面可以结合自身产品销售规划等因素制定产品生产计划，进一步保障核心自有品牌产品的稳定供应及药品生产质量的把控。

(2) 立足自有产品，强化发行人品牌打造和推广，提升发行人品牌形象和市场影响力

发行人在成为药品上市许可持有人后，在自产模式下，发行人销售药品对应药品上市许可持有人及生产企业均变更为发行人下属子公司，发行人可以从产品设计、生产制造到销售环节都实现一体化的品牌产品体系构建，为下游会员提供完全独立、自主的自有品牌产品；在委托生产模式下，发行人销售药品对应药品上市许可持有人将变更为发行人下属子公司，受托生产厂商也系按照发行人的要求进行产品生产。自持药品批文有助于发行人提升自有品牌的形象，为公司直供专销模式建立更为完善的品牌体系。

综上，发行人基于产品供应稳定性、自有品牌推广建设及药品质量把控等因素的考虑，有选择的支付对价获取部分具有投资价值的药品批件号，具有合理性。

二、结合与交易对手方的付款节点和付款安排，说明预付账款金额与合同约定的付款节点是否一致，是否存在提前支付款项的情形，如存在，说明具体涉及的情形

发行人药品批件交易对方均为综合实力较强、信誉较好的药物研发企业或医药工业企业，根据行业惯例，付款方式采用根据研发进度或技术成果转让进度预付款的方式。

MAH 转让及技术开发（委托）两种合作方式典型的付款条件如下：

项目	MAH 转让合同	技术开发（委托）合同
合作模式	交易对方将特定药品品种上市许可（包括但不限于该产品的研制原始资料、药品处方、生产工艺、注册资料、知识产权等）转让给发行人。	交易对方负责完成合同产品所有研究开发工作，在合同约定期限内以发行人或发行人指定的公司获取该项目产品的药品注册批件。
支付及结算方式	按转让进度付款（示例）： 1、合同签订后支付合同总金额 20%； 2、项目技术资料、药品上市许可持有人变更所需全部资料移交并得到发行人确认后支付合同金额 30%； 3、发行人向国家药品监督管理局相关部门提交药品上市许可持有人变更的申请，在药品上市许可持有人变更申请获得批准后支付合同金额 30%； 4、在转让方完成 3 批产品生产后药品生产场地变更获批后，支付合同金额 20%。	按研发进度付款（示例）： 1、合同签订后 10 个工作日支付合同总金额 20%； 2、完成工艺验证并得到发行人确认后 10 个工作日内支付合同金额 30%； 3、获得稳定性阶段成果及 BE 成果并经发行人确认后 10 个工作日内支付 30%； 4、项目生产批件获批后支付合同金额剩余的 20%。

上述发行人所签订药品注册批件采购合同均采用“包干制”的合作方法，发行人以最终获取药品品种批件的上市许可为目的，相关药品上市许可研发、注册申报及变更转让的主要风险系由转让方/交易对方承担。如因交易对方原因导致上市许可研发、注册申报及变更转让进度不及预期并最终导致发行人无法获取相应药品批件上市许可，交易对方需退还合同项下所有款项并按合同约定支付违约金。

报告期内，相关预付账款进度情况如下：

单位：万元

序号	交易对方	药品名称	合同金额	截至 2023 年 6 月末转让进度	前述节点应付转让款金额	截至 2023 年 6 月末已付金额
1	山东创新药物研发有限公司	氟西汀分散片	1,200.00	准备 MAH 变更资料中	1,200.00	1,200.00
3	浙江和泽医药科技股份有限公司	磷酸奥司他韦干混悬剂	757.00	稳定性考察中	378.50	378.50
		枸橼酸西地那非口崩片	665.00	稳定性考察中	133.00	133.00
3	味欧医药科技（湖州）有限公司	地氯雷他定口服溶液	800.00	CDE 审核中	600.00	600.00
4	北京金城泰尔制药有限公司	蒙脱石散	800.00	已取得药品批件	800.00	800.00
5	上海普康药业有限公司	盐酸二甲双胍缓释片	800.00	已取得药品批件	740.00	740.00

序号	交易对方	药品名称	合同金额	截至2023年6月末转让进度	前述节点应付转让款金额	截至2023年6月末已付金额
6	佛山益宝生制药有限公司	蒲地蓝消炎片	600.00	已取得药品批件	600.00	600.00
7	黑龙江省济仁药业有限公司	六味地黄胶囊（0.3g和;0.5g）2个品种	450.00	已取得药品批件	450.00	450.00
		复方金银花颗粒	650.00	已取得药品批件	520.00	520.00
		参鹿茶等3个品种	1,700.00	2个品种已取得药品批件，参鹿茶准备申报CDE	1,020.00	1,020.00
		降脂宁颗粒	300.00	准备申报CDE	180.00	180.00
		生脉袋泡茶等3个品种	700.00	准备申报CDE	420.00	420.00
8	广州博济生物医药科技园有限公司	酒石酸美托洛尔片	448.36	已取得药品批件	448.36	448.36
9	河南泰丰生物科技有限公司	大山楂丸等7个品种	280.00	已取得药品批件	224.00	224.00
10	杭州百诚医药科技股份有限公司	阿司匹林肠溶片	910.00	CDE 审核中	662.40	662.40
11	怀化正好制药有限公司	阿胶益寿口服液等9个品种	1,942.50	已取得药品批件	1,888.25	1,888.25
		胃肠复元膏等2个品种	290.00	准备申报CDE	188.50	188.50
		贝母梨膏等6个品种	560.00	准备申报CDE	364.00	364.00
12	湖南康尔佳生物医药科技有限公司	头孢氨苄甲氧苄啶胶囊等10个品种	321.00	已取得药品批件	321.00	321.00
13	湖南康尔佳制药股份有限公司	三七片等17个品种	1,829.00	已取得药品批件	1,829.00	1,829.00
14	北京阳光诺和药物研究股份有限公司	米诺地尔外用溶液	630.00	CDE 审核中	567.00	567.00
		乳果糖溶液剂	450.00	CDE 审核中	405.00	405.00
		铝碳酸镁咀嚼片	324.00	准备申报CDE	226.80	226.80
		甲钴胺	346.50	已完成工艺验证	173.25	173.25

序号	交易对方	药品名称	合同金额	截至2023年6月末转让进度	前述节点应付转让款金额	截至2023年6月末已付金额
		利丙双卡因乳膏	792.00	已完成工艺验证	396.00	396.00
		氨氯地平片	588.60	已完成工艺验证	294.30	294.30
15	内蒙古仁泽药业有限公司	龙胆泻肝丸等5个品种	220.00	已取得药品批件	198.00	198.00
16	广州罗特医药科技有限公司	非那雄胺分散片等21个品种	800.00	已取得药品批件	800.00	800.00
17	江苏万高药业股份有限公司	独一味分散片等3个品种	800.00	已取得药品批件	640.00	640.00
18	四川科伦药业股份有限公司	健胃消食片(0.8g;0.5g)共2个品种	380.00	准备申报CDE	152.00	152.00
19	湖南德康制药股份有限公司	小儿复方四维亚铁散	1,222.30	已取得批件	1,222.30	1,222.30
20	四川森科制药有限公司	藏青果颗粒等2个品种	280.00	准备申报CDE	140.00	140.00
21	锦州福寿堂医药科技有限公司	柏子养心丸等3个品种	150.00	准备申报CDE	110.00	110.00
22	广州艾奇西医药科技有限公司	头孢托仑匹酯颗粒	750.00	小试阶段	150.00	150.00
23	福建省三明天泰制药有限公司	复方雪莲烧伤膏	100.00	准备申报CDE	80.00	80.00
	四川宇禾医药投资管理有限公司		600.00	准备申报CDE	300.00	300.00
24	氨溴特罗口服溶液	南京海纳医药科技股份有限公司	400.00	已完成中试	80.00	80.00
25	盐酸氨溴索滴剂		400.00	已完成中试	80.00	80.00
26	非布司他片		740.00	已完成小试	148.00	148.00
27	颈康胶囊	河南灵佑药业股份有限公司	350.00	准备申报CDE	210.00	210.00
28	痛经宁片、阿胶三宝膏、妇科白带膏	福寿堂制药有限公司	1,200.00	准备申报CDE	600.00	600.00

序号	交易对方	药品名称	合同金额	截至2023年6月末转让进度	前述节点应付转让款金额	截至2023年6月末已付金额
29	湿热片	广东联康药业有限公司	500.00	准备申报 CDE	300.00	300.00
30	止嗽丸等 13 个品种		1,300.00	准备申报 CDE	780.00	780.00
31	-	注册受理费	-	-	-	171.19
合计			29,326.26	-	21,019.66	21,190.85

注 1：已有 82 个品种药品批件转入无形资产核算；

注 2：经双方友好协商，发行人原委托山东创新药物研发有限公司研发的儿童维 D 钙咀嚼片等 7 个品种已于 2023 年 6 月 25 日终止合作，发行人已于终止合作当日收到退回的 600 万元预付款；2023 年 6 月，发行人与山东创新约定将非布司他片 (40mg、20mg) 的 MAH 权益转让给山西兰花，因此发行人将原 960 万预付款从其他非流动资产转出，划入持有待售资产。截至 2023 年 6 月末，发行人预付给山东创新的采购药品批件款中，仅剩余 1,200 万元氟西汀分散片预付款，下同；

注 3：经双方友好协商，黑龙江省济仁药业有限公司与发行人于 2023 年 12 月 1 日解除了穿心莲内酯片（每片含穿心莲内酯 50mg）的药品批件转让。

综上，发行人均按照合同约定向交易对方支付款项，预付账款金额与合同约定的付款节点一致，不存在提前支付款项的情形。

三、说明向药品工业企业购买现有药品注册批件权益及通过与药品研发企业签署技术开发（委托）合同所需要履行的步骤及审批流程，是否存在长时间仍未转让或通过药品评审的情形，如存在，说明原因及合理性，是否存在应当计提减值损失而未计提的情形

（一）两种方式获取药品批件所履行的步骤及审批流程

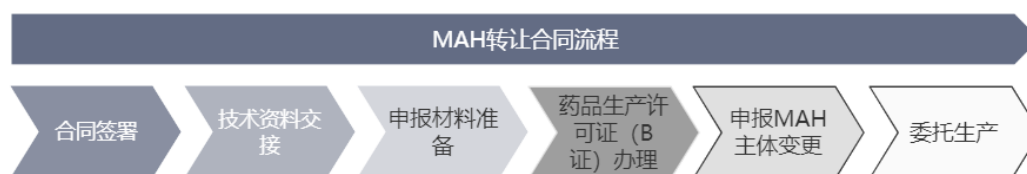
发行人通过向药品工业企业购买现有药品注册批件权益及通过与药品研发企业签署技术开发（委托）合同获得药品注册批件均需要经过国家药品监督管理局药品审评中心（CDE）的审批。购买现有药品注册批件权益（以下简称“MAH 转让项目”），在发行人向 CDE 申报审批前，发行人办理药品生产范围药品生产许可证（B 证）及转让方或合作受托生产厂家在所在地省级药品监管部门办理同意受托生产意见（如需）时，还需要经各省药品监督管理部门审批。

两种方式获取药品批件所履行的步骤及审批流程如下：

1、MAH 转让合同所履行的步骤及审批流程

发行人与交易对手签署《上市许可（MAH）转让合同》后，需履行技术资料交接、申报资料整理、药品生产许可证办理、MAH 主体变更、办理正式委托

生产等流程。



(1) 技术资料交接

交易双方签署 MAH 转让合同后，根据转让双方实际情况准备相关药品批件技术资料的交接（包括但不限于该品种的研制原始资料、药品处方、生产工艺和质量标准、再注册资料及新药证书等生产技术和知识产权等），同时需要准备办理药品生产许可证（B 证）的受托方材料及药品委托生产合同及质量协议。

(2) 申报材料准备

根据《药品上市后变更管理办法》（试行）第八条，申请变更境内生产药品的持有人，受让方应当在取得相应生产范围的药品生产许可证（以下简称“B 证”）后，向国家药品监督管理局药品审评中心提出补充申请。

药品批件技术资料交接完毕后，发行人根据湖南省药监局发布的《药品生产许可证许可事项变更（委托或受托生产情形）》办事指南要求，准备办理药品生产许可证（B 证）的相关资料；根据《药品上市许可持有人变更申报资料要求》的规定，准备申报 MAH 主体变更资料。

(3) 办理药品生产许可证（B 证）

药品生产许可证（B 证）需要经省药监局系统审批，具体流程如下：



各地省药监局对 MAH 转让项目药品生产许可证（B 证）办理流程有不同规定，以受让方为江右制药为例（江右制药系湖南省药品生产企业，按照湖南省药监局规定办理），根据 MAH 转让方是否为湖南省内企业，受让方在药品生产许

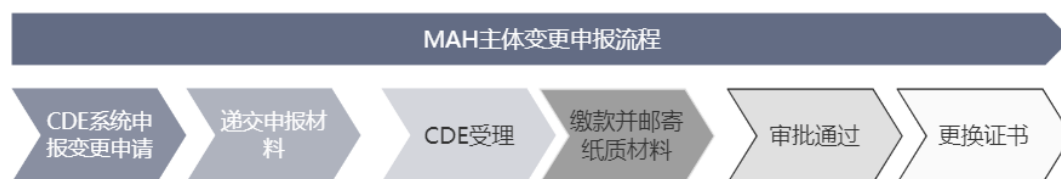
可证（B证）办理过程中主要涉及以下情形：

转出方是否为湖南省内企业	转出方所在地省级药品监管部门出具的同意受托生产的意见	提交申报资料至受理	受理后法定办理时限
是	不需要	一般为 10-15 个工作日	15 个工作日
否	受托生产意见办理过程中，需与转出方所在地药监局沟通办理要求，各地监管有所差异，办理时间存在不确定性，一般为 1-2 个月	一般为 10-15 个工作日	15 个工作日

综上，根据 MAH 转让合同涉及药品批件的具体情况，受让方在药品生产许可证（B证）办理时间存在一定不确定性。

（4）药品 MAH 主体变更申报流程

发行人作为受让方，在药品生产许可证（B证）办理完毕后，即可向国家药品监督管理局药品审评中心（CDE）申请 MAH 主体变更，具体流程如下：



根据《药品注册管理办法》等相关规定，MAH 主体变更申请在 CDE 出具受理意见、申请方完成缴款及纸质资料寄送后，审批办结时限为 20 个工作日。

（5）办理正式委托生产

MAH 主体变更完成后，药品上市许可持有人结合产品生产规划、产品定位、产品生产工艺要求、产品生产设备要求以及产品生产成本等因素，判断是否变更药品生产企业，在具体审批及工作推进上，根据是否需要更换委托生产厂家，可以分为以下情况：

是否变更药品生产企业	合作条款洽谈	前期原辅料包准备	工艺验证	稳定性考察	委托方和受托方分别进行 B 证、同意受托生产意见申报办理	省药监局现场检查
否	根据实际情况确定	1 个月	1-2 个月	/	注	一般 1-2 个月（注）

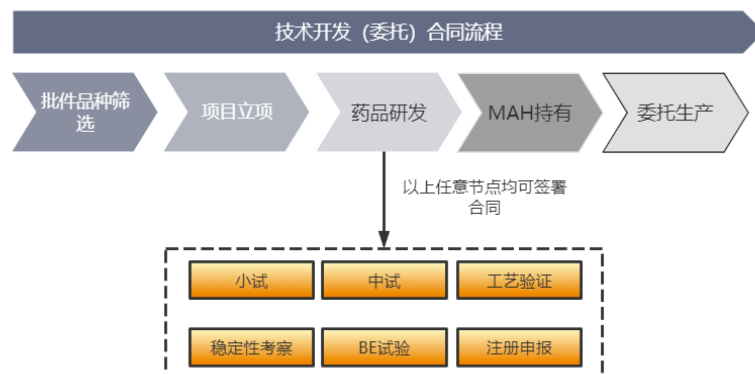
是否变更药品生产企业	合作条款洽谈	前期原辅料包准备	工艺验证	稳定性考察	委托方和受托方分别进行 B 证、同意受托生产意见申报办理	省药监局现场检查
是	根据实际情况确定	1 个月	1-2 个月	一般 3-6 个月	注	一般 1-2 个月（注）

注：在实际委托生产阶段，药品上市许可持有人即委托方（以江右制药为例）需要根据湖南省药监局发布《药品生产许可证许可事项变更（委托或受托生产情形）》要求办理 B 证，在办理 B 证过程中，需要受托生产企业提供同意受托生产意见（如果受托生产企业为湖南省内企业则无需提供）。另，在湖南省药监局审批委托方 B 证办理过程中，省药监局相关监管部门需按照《药品生产监督管理办法》第八条的要求组织检查组进行现场检查（现场检查程序一般需 1-2 个月），并根据现场检查情况出具综合检查意见，最后省药监局根据技术审查、现场核查及综合评定等情况完成行政审批，整体审批时间在 2-3 个月左右。

除上述审批程序外，鉴于药品生产对于生产设备、生产工艺的要求，在寻找匹配的受托生产企业时，相关商务条款洽谈时长也需要一定时间。综上，MAH 主体变更后，如相关药品批件需要变更委托生产厂商，则需进行工艺验证、稳定性考察并通过省药监局的现场检查等程序，相关药品方可正式商业化投产，时间周期在 7-12 个月不等。

2、技术开发（委托）合同形式

根据《化学药品注册分类及申报资料要求》相关规定，化学药品注册分类分为创新药、改良型新药、仿制药、境外已上市境内未上市化学药品几大类。发行人与药物研发企业签署的技术开发（委托）合同均为化药仿制药技术成果转让合同，主要包括药品研发阶段及注册申报阶段，需履行的步骤及审批流程如下：



药品研发主要步骤包括研发小试研究、中试、三批工艺验证、稳定性考察、BE 备案及试验（如需）及申报评审阶段，具体情况如下：

序号	主要环节	通常所需时间
1	实验室研究（小试阶段）	3-7 月
2	中试阶段	1-2 月
3	三批工艺验证	2-3 月
4	稳定性考察	3-6 个月
5	BE 试验	
4	注册申报阶段	1-3 月
5	注册审评阶段	12-24 月不等

注：BE 试验与稳定性考察同步进行，各阶段所需时间为各项条件具备情况下的通常所需时间，实际研发过程受研发原材料、场地、设备等因素影响会存在差异。

综上，完整的仿制药研发及一致性评价项目的周期通常为 3-5 年，根据具体药品原材料、研发工艺难度的不同，药品研发及评审时间存在一定的差异。发行人签署的技术开发（委托）合同，最终获取药品批件的时间也因合同签署相关药品品种研发阶段的不同而有所差异。

（二）是否存在长时间仍未转让或通过药品评审的情形，如存在，说明原因及合理性，是否存在应当计提减值损失而未计提的情形

1、现有药品批件转让变更及评审进度

截至 2023 年 6 月末，发行人药品批件转让的具体情况如下：

（1）MAH 转让合同

序号	药品名称	交易对方	合同金额	合同签署日期	截至 2023 年 6 月 30 日转让进展
1	蒙脱石散	北京金城泰尔制药有限公司	800.00	2021.6	已取得药品批件
2	盐酸二甲双胍缓释片	上海普康药业有限公司	800.00	2021.7	已取得药品批件
3	蒲地蓝消炎片	佛山益宝生制药有限公司	600.00	2021.9	已取得药品批件
4	六味地黄胶囊（0.3g 和 0.5g）2 个品种	黑龙江省济仁药业有限公司	450.00	2021.6	已取得药品批件
	复方金银花颗粒		650.00	2022.6	已取得药品批件
	参鹿茶等 3 个品种		1,700.00	2022.8	2 个品种已取得药品批件，参鹿茶准备申报 CDE
	降脂宁颗粒		300.00	2023.4	准备申报 CDE
	生脉袋泡茶等 3 个品种		700.00	2023.4	准备申报 CDE

序号	药品名称	交易对方	合同金额	合同签署日期	截至2023年6月30日转让进展
5	大山楂丸等7个品种	河南泰丰生物科技有限公司	280.00	2021.7	已取得药品批件
6	阿胶益寿口服液等9个品种	怀化正好制药有限公司	1,942.50	2021.10	已取得药品批件
	胃肠复元膏等2个品种		290.00	2023.1	准备申报CDE
	贝母梨膏等6个品种		560.00	2023.1	准备申报CDE
7	头孢氨苄甲氧苄啶胶囊等10个品种	湖南康尔佳生物医药科技有限公司	321.00	2021.11	已取得药品批件
8	三七片等17个品种	湖南康尔佳制药股份有限公司	1,829.00	2021.11	已取得药品批件
9	龙胆泻肝丸等5个品种	内蒙古仁泽药业有限公司	220.00	2022.4	已取得药品批件
10	非那雄胺分散片等21个品种	广州罗特医药科技有限公司	800.00	2021.4	已取得药品批件
11	独一味分散片等3个品种	江苏万高药业股份有限公司	800.00	2022.9	已取得药品批件
12	健胃消食片(0.8g;0.5g)共2个品种	四川科伦药业股份有限公司	380.00	2022.11	准备申报CDE
13	小儿复方四维亚铁散	湖南德康制药股份有限公司	1,222.30	2022.11	已取得药品批件
14	藏青果颗粒等2个品种	四川森科制药有限公司	280.00	2022.11	准备申报CDE
15	柏子养心丸等3个品种	锦州福寿堂医药科技有限公司	150.00	2022.11	准备申报CDE
16	复方雪莲烧伤膏	福建省三明天泰制药有限公司	100.00	2022.12	准备申报CDE
		四川宇禾医药投资管理有限公司	600.00	2022.12	准备申报CDE
17	颈康胶囊	河南灵佑药业股份有限公司	350.00	2023.4	准备申报CDE
18	痛经宁片、阿胶三宝膏、妇科白带膏	福寿堂制药有限公司	1,200.00	2023.4	准备申报CDE
19	湿热片	广东联康药业有限公司	500.00	2023.5	准备申报CDE
20	止嗽丸等13个品种		1,300.00	2023.5	准备申报CDE
合计			19,124.80	-	-

发行人 MAH 转让合同均正常履行中，不存在长时间未通过转让的情形。

(2) 技术开发委托合同

序号	药品名称	交易对方	合同金额 (万元)	合同签署日期	签署日研发进度	截至 2023 年 6 月 30 日 研发进度
1	氟西汀分散片	山东创新 药物研发 有限公司	1,200.00	2020.10	稳定性考察中	准备 MAH 变更资料中
2	磷酸奥司 他韦干混 悬剂等 2 个品种	浙江和泽 医药科技 股份有限 公司	1,422.00	2021.6	立项, 项目准备启动	稳定性考察中
3	地氯雷他 定口服溶 液	映欧医药 科技(湖 州)有限 公司	800.00	2021.5	已完成工艺验证、申 报资料准备中	CDE 审核中
4	酒石酸美 托洛尔片	广州博济 生物医药 科技园有 限公司	448.36	2021.2	CDE 审核中	已取得药品批件
5	阿司匹林 肠溶片	杭州百诚 医药科技 股份有限 公司	910.00	2021.10	立项, 项目准备启动	CDE 审核中
6	米诺地尔 外用溶液 等 2 个品 种	北京阳光 诺和药物 研究股份 有限公司	1,080.00	2022.1	已完成药学研究、分 析方法转移	CDE 审核中
	铝碳酸镁		324.00	2023.2	已完成工艺验证	准备申报 CDE
	甲钴胺		346.50	2023.4	已完成工艺验证	已完成工艺验证
	利多卡因 丙胺卡因 乳膏		792.00	2023.6	已完成工艺验证	已完成工艺验证
	氟氯地平 片		588.60	2023.6	已完成工艺验证	已完成工艺验证
7	头孢托仑 匹酯颗粒	广州艾奇 西医药科 技有限公 司	750.00	2022.12	立项, 项目准备启动	小试阶段
8	氟溴特罗 口服溶液	南京海纳 医药科技 股份有限 公司	400.00	2023.3	项目准备启动	已完成中试
	盐酸氟溴 索滴剂		400.00	2023.3	项目准备启动	已完成中试
	非布司他 片		740.00	2023.2	项目准备启动	已完成小试

综上, 因审批流程时间较长且存在不确定性, 发行人仍有部分尚未完成转让或通过药品评审的情形, 截至本问询回复出具日, 除郑州泰丰制药有限公司奥美拉唑肠溶胶囊等 5 个品种、山东创新药物研发有限公司 8 个品种终止合作外, 其

余合同均正常履行中，不存在长时间未转让或通过药品评审的情形。

2、不存在应当计提减值损失而未计提的情形

公司购买药品批件形成的其他非流动资产科目的资产，公司按以下方法确定是否存在减值：

公司管理层持续跟进药品批件转让进度及研发进展，于每个资产负债表日评估相关药品批件的转让、研发进度及未来市场价值情况，判断资产是否存在可能发生减值的迹象，对于存在减值迹象的，公司管理层将估计其可收回金额，进行减值测试。

报告期内，发行人其他非流动资产预付药品批件采购款的交易对方主要为信誉良好的药品生产企业及研发企业，相关药品品种的转让或研发进度均稳步推进中，不存在减值迹象，未计提减值准备，不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

四、说明预付购买药品批件对应的药品是否存在因医药政策改革等原因导致市场规模缩小或销售价格大幅度下降，如存在，进一步说明减值损失计提是否充分，针对预付药品批件号及现有药品批件号的减值损失计提进行充分风险提示

发行人预付购买的药品批件主要为仿制药药品批件，近年来，对仿制药药品批件具有重要影响的医药政策主要为药品上市许可持有人制度相关政策、仿制药质量和疗效一致性评价制度（以下简称“一致性评价”）及药品集中带量采购制度等，其中一致性评价和药品集中带量采购制度对相关药品的市场规模、销售价格影响较大，具体分析如下：

（一）法规及政策实施情况

在医药政策改革中，一致性评价制度和集中采购制度以联合推进的方式进行，具体情况如下：

1、一致性评价制度

具体政策	颁布时间	主要内容
《关于改革药品医疗器械审评审批制度的	2015年8月	提出开展仿制药质量一致性评价，对已经批准上市的仿制药，按与原研药品质量和疗效一致的原则，分期

具体政策	颁布时间	主要内容
意见》(国发[2015]44号)		分批进行质量一致性评价
《关于开展仿制药质量和疗效一致性评价的意见》(国办发[2016]8号)	2016年3月	要求化学药品新注册分类实施前批准上市的仿制药,凡未按照与原研药品质量和疗效一致原则审批的,均须开展一致性评价;通过一致性评价的药品品种,在医保支付方面予以适当支持,医疗机构应优先采购并在临床中优先选用;同品种药品通过一致性评价的生产企业达到3家以上的,在药品集中采购等方面不再选用未通过一致性评价的品种
《关于仿制药质量和疗效一致性评价有关事项的公告》(2018年第102号)	2018年12月	《国家基本药物目录(2018年版)》与一致性评价实现联动。通过一致性评价的品种优先纳入目录,未通过一致性评价的品种将逐步被调出目录;化学药品新注册分类实施前批准上市的含基本药物品种在内的仿制药,自首家品种通过一致性评价后,其他药品生产企业的相同品种原则上应在3年内完成一致性评价
《关于开展化学药品注射剂仿制药质量和疗效一致性评价工作的公告》及相关配套文件	2020年5月	标志注射剂仿制药一致性评价正式开始

2、集中采购制度

具体政策	颁布时间	主要内容
《国家组织药品集中采购和使用试点方案》	2019年1月	选择11个城市,从通过质量和疗效一致性评价的仿制药对应的通用名药品中遴选试点品种,国家组织药品集中采购和使用试点
《关于国家组织药品集中采购和使用试点扩大区域范围的实施意见》(医保发(2019)56号)	2019年9月	在全国范围内推广国家组织药品集中采购和使用试点集中带量采购模式,为全面开展药品集中带量采购积累经验
关于推动药品集中带量采购工作常态化制度化开展的意见》(国办发(2021)2号)	2021年1月	将基本医保药品目录内用量大、采购金额高的药品纳入采购范围,逐步覆盖国内上市的临床必需、质量可靠的各类药品,做到应采尽采;对通过仿制药质量和疗效一致性评价的药品优先纳入采购范围;符合条件的药品达到一定数量或金额,即启动集中带量采购

(二) 相关政策对发行人预购买的药品批件的影响

根据相关政策,集中采购的入围标准原则上以通过一致性评价为依据,同品种药品通过一致性评价的生产企业达到3家以上的,在药品集中采购等方面不再选用未通过一致性评价的品种。目前,一致性评价及药品集中采购政策均针对化学药仿制药固体制剂及注射剂制剂,尚未针对中药药品开展相关政策。

1、一致性评价情况

(1) 技术成果转让方式相关药品一致性评价情况

截至本问询回复出具之日，公司预付购买药品批件款项对应的药品批件一致性评价情况如下：

单位：万元

序号	药品名称	规格	交易对手方	合同总额	一致性评价情况
1	氟西汀分散片	20mg	山东创新药物研发有限公司	1,200.00	注册成功后视同通过一致性评价（注）
2	枸橼酸西地那非口崩片	50mg	浙江和泽医药科技股份有限公司	665.00	
3	磷酸奥司他韦干混悬剂	6mg/ml,360mg/瓶		757.00	
4	地氯雷他定口服溶液	0.5mg/ml*120ml/瓶	映欧医药科技（湖州）有限公司	800.00	
5	酒石酸美托洛尔片	25mg	广州博济生物医药科技园有限公司	448.36	
6	阿司匹林肠溶片	0.1g	杭州百诚医药科技股份有限公司	910.00	
7	米诺地尔外用溶液（剂型：搽剂）	2%，5%	北京阳光诺和药物研究股份有限公司	630.00	
8	乳果糖溶液剂	667mg/ml,15ml 每袋		450.00	
9	铝碳酸镁	0.5g		324.00	
11	甲钴胺	0.5mg		346.50	
12	利多卡因丙胺卡因乳膏	1g：利多卡因 25mg，丙胺卡因 25mg；		792.00	
13	氟氯地平片	5mg 与 10mg	588.60		
14	头孢托仑匹酯颗粒	30mg/50mg	广州艾奇西医药科技有限公司	750.00	
15	氨溴特罗口服溶液	1ml：盐酸氨溴索 1.5mg 与 盐酸克仑特罗 1μg	南京海纳医药科技股份有限公司	400.00	
16	盐酸氨溴索滴剂	30mg/2ml		400.00	
17	非布司他片	40mg/80mg		740.00	
合计				10,201.46	

注：对于按照《化学药品注册分类改革工作方案》（2016年第51号）的新药品注册分类申报上市的仿制药，已按照与原研药质量与疗效一致性的原则受理和审评审批，审批上市即可视同通过一致性评价。

序号	药品名称	规格	适应症	国产药品批文数量	《中国上市药品目录集》数量	市场需求及前景预测
1	氟西汀分散片	20mg	抑郁症；强迫症；神经性贪食症	2	3	米内网数据显示，2019年中国公立医疗机构及中国城市实体药店终端抗抑郁药销售额合计超过97亿元。2020年一季度中国公立医疗机构终端抗抑郁药销售额超过43亿元，同比增长2.01%。CHPA数据显示2017年盐酸氟西汀胶囊医院采购金额7,161万元，其中中西制药销售占比1.77%。
2	枸橼酸西地那非口崩片	50mg	勃起功能障碍	4	4	根据全球71国家药品销售数据库显示，2020年，枸橼酸西地那非片全球销售额为16.24亿美元。根据米内网数据显示，2020年枸橼酸西地那非片销售总额（终端价）为8,724万元人民币。
3	磷酸奥司他韦干混悬剂	6mg/ml,360mg/瓶	甲型和乙型流感	11	11	医药魔方PharmcubeIPM©数据库显示，磷酸奥司他韦胶囊2020年国内销售额约为9.2亿元人民币。
4	地氯雷他定口服溶液	0.5mg/ml*120ml每瓶	慢性特发性荨麻疹，过敏性鼻炎	14	0	根据PDB药物综合数据库，2020年地氯雷他定全球市场的销售额达到约5.82亿美元，2020年国内市场样本医院用药的销售额达到约3.25亿元人民币。
5	酒石酸美托洛尔片	25mg	高血压、心绞痛、心肌梗死、肥厚型心肌病、主动脉夹层、心律失常、甲状腺功能亢进、心脏神经官能症	33	24	米内网数据显示，中国（城市公立，城市社区，县级公立，乡镇卫生）2016年至2019年年度销售酒石酸美托洛尔片销售额依次为225,462万元、268,239万元、286,585万元、320,849万元。
6	阿司匹林肠溶片	0.1g	心脑血管疾病防治	294	5	根据PDB数据库中样本医院数据，2020年，规格为0.1g的阿司匹林肠溶片，在售5家药业公司销售额总计2.62亿元。
7	米诺地尔外用溶液（剂型：搽剂）	2%，5%	男性型秃发及斑秃	6	0	根据振东医药在投资者互动平台上的答复，2020年米诺地尔搽剂终端销售额1.6亿。据药融云数据统计，米诺地尔产品2021年前三季度的销售额已突破亿元大关，保守估计全年可达1.5亿元以上，成为同比增长最大的一年。
8	乳果糖溶液剂	667mg/ml,15ml每袋	治疗便秘、预防和治疗肝性脑病	15	1	亿帆医药2020年年报显示，乳果糖口服溶液实现13,159.76万元的销售收入；亿帆医药2021年销量突破500万瓶（袋），目前累

序号	药品名称	规格	适应症	国产药品批文数量	《中国上市药品目录集》数量	市场需求及前景预测
						计销量超 1140 万瓶、医院开发超过 3,000 家（含基层医院）
9	铝碳酸镁	0.5g	急、慢性胃炎、胆汁反流性胃炎、食管炎等	39	19	米内网数据显示，2020 年铝碳酸镁咀嚼片在国内药品医疗和零售终端的市场销售额合计约 7.89 亿元。
10	甲钴胺	0.5mg	末梢神经炎、三叉神经炎、身体麻木、自发性疼痛、眩晕、感觉异常、坐骨神经痛、带状疱疹感染、腰椎间盘突出等	17	12	米内网数据显示，甲钴胺注射液 2020 年中国公立医疗市场销售金额为 4.88 亿元。
11	利多卡因 丙胺卡因 乳膏	1g: 利多卡因 25mg, 丙胺卡因 25mg;	皮层局部麻醉; 针穿刺, 例: 置入导管或取血样本; 浅层外科手术	2	0	据米内网全国放大数据, 2021 年利丙双卡因乳膏城市公立医院及县级公立医院销售额约为 3.56 亿元。
12	氨氯地平片	5mg 与 10mg	高血压和冠心病	136	108	米内网数据显示, 在中国三大终端六大市场, 2021 年苯磺酸氨氯地平销售额合计超过 46 亿元; 从产品来看, 苯磺酸氨氯地平片的销售额占整体销售规模的比例达到 99%; 从渠道来看, 苯磺酸氨氯地平在零售药店终端 (实体药店及网上药店) 的销售额占整体销售规模的比例超过 51%。
13	头孢托仑匹酯颗粒	30mg/50mg	部分敏感菌引起的感染, 如皮肤感染、淋巴管及淋巴结炎等	0	2	米内网数据显示, 2021 年中国城市公立医院、县级公立医院、城市社区中心及乡镇卫生院 (简称中国公立医疗机构) 终端头孢类注射剂市场规模超过 400 亿元。
14	氨溴特罗口服溶液	60ml/瓶、100ml/瓶	急、慢性呼吸道疾病引起的咳嗽、痰液粘稠、排痰困难、喘息等	10	0	根据米内网样本医院数据显示, 2019 年国内祛痰药物市场规模达 83.30 亿元。米内网数据显示, 2019 年氨溴特罗市场规模已达 5.4 亿元, 比上一年增长 10.06%。
15	盐酸氨溴索滴剂	30mg/2ml	急性、慢性支气管炎、支气管哮喘、支气管扩张、肺结核等引起的痰液黏稠和呼吸	3	0	根据米内网全国放大版的医院数据 (含城市公立医院、县级公立医院、城市社区医院、乡镇卫生院) 显示, 盐酸氨溴索注射液 (1ml:7.5mg、2ml:15mg、4ml:30mg) 目前国内同剂型、处方含量、

序号	药品名称	规格	适应症	国产药品批文数量	《中国上市药品目录集》数量	市场需求及前景预测
			困难			疗效和用法用量的药品 2020 年、2021 年国内销售额分别为 23.84 亿元、15.89 亿元。
16	非布司他片	40mg/80mg	痛风患者高尿酸血症的长期治疗	43	40	根据米内网数据显示，2022 年度非布司他片在我国城市、县级及乡镇三大终端公立医院的销售额约为人民币 6.5 亿元，主要生产厂商为江苏万邦生化医药集团有限责任公司、杭州朱养心药业有限公司等。

(2) MAH 转让方式对应药品品种一致性评价情况

单位：万元

序号	产品名称	转出方	合同金额	药品类别	一致性评价
1	盐酸二甲双胍缓释片	上海普康药业有限公司	800.00	化药	已通过
2	六味地黄胶囊（0.3g 和；0.5g）2 个品种	黑龙江省济仁药业有限公司	450.00	中成药	不涉及
	复方金银花颗粒		650.00	中成药	不涉及
	参鹿茶等 3 个品种		1,700.00	中成药	不涉及
	降脂宁颗粒		300.00	中成药	不涉及
	生脉袋泡茶等 3 个品种		700.00	中成药	不涉及
3	蒙脱石散	北京金城泰尔制药有限公司	800.00	化药	已通过
4	蒲地蓝消炎片	佛山益宝生制药有限公司	600.00	中成药	不涉及
5	大山楂丸等 7 个品种	河南泰丰生物科技有限公司	280.00	中成药	不涉及

序号	产品名称	转出方	合同金额	药品类别	一致性评价
6	阿胶益寿口服液等 9 个品种	怀化正好制药有限公司	1,942.50	中成药	不涉及
	胃肠复元膏等 2 个品种		290.00	中成药	不涉及
	贝母梨膏等 6 个品种		560.00	中成药	不涉及
7	非那雄胺分散片等 21 个品种	广州罗特医药科技有限公司	800.00	化药	非那雄胺在一致性评价中，其余项目未开展
8	头孢拉定胶囊等 27 个品种	湖南康尔佳生物医药科技有限公司/ 湖南康尔佳制药股份有限公司	2,150.00	化药、中成药	18 个未开展，9 个不涉及
9	龙胆泻肝丸等 5 个品种	内蒙古仁泽药业有限公司	220.00	中成药	不涉及
10	独一味分散片等 3 个品种	江苏万高药业股份有限公司	800.00	中成药	不涉及
11	健胃消食片（0.8g;0.5g）共 2 个品种	四川科伦药业股份有限公司	380.00	中成药	不涉及
12	小儿复方四维亚铁散	湖南德康制药股份有限公司	1,222.30	化药	未开展
13	藏青果颗粒等 2 个品种	四川森科制药有限公司	280.00	中成药	不涉及
14	柏子养心丸等 3 个品种	锦州福寿堂医药科技有限公司	150.00	中成药	不涉及
15	复方雪莲烧伤膏	福建省三明天泰制药有限公司	100.00	中成药	不涉及
		四川宇禾医药投资管理有限公司	600.00		
16	颈康胶囊	河南灵佑药业股份有限公司	350.00	中成药	不涉及
17	痛经宁片、阿胶三宝膏、妇科白带膏	福寿堂制药有限公司	1,200.00	中成药	不涉及
18	湿热片	广东联康药业有限公司	500.00	中成药	不涉及
19	止嗽丸等 13 个品种		1,300.00	中成药	不涉及

序号	产品名称	转出方	合同金额	药品类别	一致性评价
合计金额			19,124.80	-	-

注：根据《关于开展仿制药质量和疗效一致性评价的意见》要求，一致性评价对象系国家基药录中的化学药品仿制药，中成药目前尚不涉及一致性评价。

2、集中采购情况

截至报告期末，我国已实施七轮国家集中采购，具体参见本问询回复之“问题 1/二/（一）补充说明报告期内发行人产品中涉及“带量采购”的药品销售情况”相关内容。

根据带量采购的相关要求，通过（或视同通过）一致性评价达 3 家的品种或者“2 家过一致性评价+1 家原研”的品种有可能进入集采目录，上述 336 个品种中，发行人获取的药品批件品种已纳入集采范围的情况如下：

序号	药品名称	中标企业数量	集采批次
1	蒙脱石散	4	4+7 扩围、4+7 试点
2	异烟肼片	4	第二批
3	头孢拉定胶囊	3	第二批
4	头孢氨苄胶囊	1	第二批
5	甲硝唑片	2	第二批
6	非布司他片	3	第三批
7	卡托普利片	8	第三批
8	盐酸二甲双胍缓释片	8	第三批
9	诺氟沙星胶囊	1	第四批
10	布洛芬片	4	第四批
11	酒石酸美托洛尔片	7	第五批
12	格列吡嗪片	2	第五批
13	盐酸吡格列酮胶囊	1	第七批

目前带量采购已经常态化，参与集采的品种虽然价格会相对有所下降，但整个市场的销量及需求会相应增加，仍有一定利润空间。当前我国“带量采购”政策主要实施范围是公立医院，在零售药店终端和公立基层医疗终端，药品采购以自主协商定价为主，带量采购对发行人经营业绩短期影响较小。

此外，随着 MAH 制度的进一步实施，药品批件技术的所有权得到明确并可以实现市场价值交易，相关药品批件交易活跃度不断增强，公司预付药品批件款中，采用技术成果转让的药品品种均为市场需求较大、发展潜力较好的品种，且评审完成后均视同通过一致性评价；MAH 转让合同对应批件也绝大多数为市场存量销售规模较大或销售前景较好的品种，或通过了一致性评价的品种，医药政

策改革对相应药品批件的价值影响有限，截至报告期末，相关合作药品批件并未存在减值迹象，不存在应计提减值准备未足额计提的情况。

随着“带量采购”政策的推进，“带量采购”的范围将进一步扩大，医保定点社会办医疗机构和零售药店也可能纳入带量采购范围，从而可能导致发行人药品批件对应药品品种价格出现下滑，从而导致可能存在相关药品批件减值的风险。发行人已在招股说明书“第三节/一/（九）药品批件减值的风险”补充披露了如下内容：“随着‘带量采购’政策的推进，‘带量采购’的范围将进一步扩大，医保定点社会办医疗机构和零售药店也可能纳入带量采购范围，从而可能导致发行人药品批件对应药品品种价格出现下滑，从而导致可能存在相关药品批件减值的风险。”

五、说明向湖南康尔佳已全额支付头孢氨苄甲氧苄啶胶囊等 10 个品种和三七片等 17 个品种款项，未确认为无形资产的原因及合理性，是否存在推迟确认无形资产或摊销时点的情形

2021 年 11 月 3 日，公司与湖南康尔佳制药股份有限公司、湖南康尔佳生物医药科技有限公司分别签署《药品上市许可转让协议》，购买头孢氨苄甲氧苄啶胶囊等 10 个品种和三七片等 17 个品种。

MAH 转让项目需履行双方药品生产许可证（B 证）的办理及 CDE 审批等一系列流程及审批手续，具体情况详见本问题回复之“三/（一）/1、MAH 转让合同所履行的步骤及审批流程”。《药品上市许可转让协议》签署后，湖南康尔佳制药股份有限公司、湖南康尔佳生物医药科技有限公司已积极办理技术资料转让手续，截至报告期末，全部药品批件均转让完成。

截至 2023 年 6 月末，上述药品批件转让具体情况如下：

序号	产品名称	规格	剂型	药品文号	批文转让进展
1	三七片	每片含三七 0.5 克	片剂	国药准字 Z43020126	已过户
2	牛黄清热胶囊	每粒装 0.3g	胶囊剂	国药准字 Z43020131	已过户
3	复方牛黄消炎胶囊	每粒装 0.4g	胶囊剂	国药准字 Z43020132	已过户
4	陈香露白露片	每片重 0.5g（含次硝酸铋 0.110g）	片剂	国药准字 Z43020851	已过户

序号	产品名称	规格	剂型	药品文号	批文转让进展
5	天麻胶囊	每粒装 0.25g	胶囊剂	国药准字 Z43020852	已过户
6	消渴降糖胶囊	每粒装 0.3g (相当于原药材 3g)	胶囊剂	国药准字 Z20083245	已过户
7	一清颗粒	每袋装 7.5g	颗粒剂	国药准字 Z20093093	已过户
8	感冒止咳颗粒	每袋重 10g (相当于总药材 6g)	颗粒剂	国药准字 Z43020323	已过户
9	小儿四维葡钙颗粒	复方	颗粒剂	国药准字 H43021848	已过户
10	牡蛎碳酸钙颗粒	每包按钙计 50 毫克	颗粒剂	国药准字 H43021845	已过户
11	异烟肼片	0.1g	片剂	国药准字 H43020246	已过户
12	维生素 B1 片	10 毫克	片剂	国药准字 H43020254	已过户
13	维生素 C 颗粒	每包含维生素 C 0.1g	颗粒剂	国药准字 H43020255	已过户
14	维生素 C 片	0.1g	片剂	国药准字 H43020256	已过户
15	阿司匹林肠溶片	50mg	片剂	国药准字 H43021843	已过户
16	维生素 E、C 颗粒	3g: 维生素 E100mg、维生素 C200mg	颗粒剂	国药准字 H43022069	已过户
17	维 C 银翘片	每片含维生素 C49.5mg、对乙酰 氨基酚 105mg、马来酸氯苯那 敏 1.05mg 每片重 0.25g	片剂	国药准字 Z43020324	已过户
18	头孢氨苄甲氧苄啶 颗粒	1g: 头孢氨苄 50mg, 甲氧苄氨 嘧啶 10mg	颗粒剂	国药准字 H43021983	已过户
19	头孢氨苄甲氧苄啶 胶囊	头孢氨苄 0.125g, 甲氧苄啶 25mg	胶囊剂	国药准字 H43022032	已过户
20	头孢氨苄颗粒	按 C16H17N3O4S 计算 50mg	颗粒剂	国药准字 H43022100	已过户
21	头孢氨苄颗粒	按 C16H17N3O4S 计算 0.125g	颗粒剂	国药准字 H43022101	已过户
22	头孢拉定胶囊	按 C16H19N3O4S 计 0.25g	胶囊剂	国药准字 H43022102	已过户
23	头孢拉定胶囊	按 C16H19N3O4S 计 0.5g	胶囊剂	国药准字 H43022103	已过户
24	头孢拉定颗粒	按 C16H19N3O4S 计 0.25g	颗粒剂	国药准字 H43022104	已过户
25	头孢拉定颗粒	按 C16H19N3O4S 计 0.125g	颗粒剂	国药准字 H43022105	已过户
26	头孢氨苄胶囊	按 C16H17N3O4S 计算 0.25g	胶囊剂	国药准字 H43022191	已过户
27	头孢氨苄胶囊	按 C16H17N3O4S 计算 0.125g	胶囊剂	国药准字 H43022099	已过户

发行人将相关药品批件过户时点作为无形资产入账摊销时点，发行人购买的湖南康尔佳制药股份有限公司三七片等 17 个品种及湖南康尔佳生物医药科技有

限公司 10 个批件均已转入无形资产，发行人不存在推迟确认无形资产或摊销时点的情形。

六、保荐人、申报会计师针对发行人是否存在体外资金循环所做的核查工作，并对上述事项发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈了发行人投资发展中心负责人，了解药品批件交易主要考量因素及进行药品批件交易的商业逻辑及合理性；

2、获取了其他非流动资产涉及的药品批件合同，查阅了合同的主要权利义务条款、结算条款、发行人的付款凭证及依据；

3、访谈了药品批件交易对方，了解相关交易合作背景及进展情况，了解相关药品批件的定价原则，获取了交易对方的报价清单及相关款项的使用说明，确认交易对方不存在代发行人承担成本费用、进行利益输送等体外资金循环的情形；

4、获取了发行人 MAH 转让合同对应药品批件的评估报告，分析相关药品批件定价的合理性；

5、查阅行业相关政策，通过国家药品监督管理局药品审评中心官网查阅相关药品批件的申报评审情况及 MAH 主体转让情况；

6、对郑州泰丰业务负责人进行了访谈，了解相关交易终止合作的原因并核查了相应的退款款项资金流水凭证；

7、取得并核查了发行人报告期内的银行流水；

8、取得并核查了发行人实际控制人、董监高及关键岗位人员的银行流水；

9、查阅行业相关法规并访谈了发行人管理层工业板块负责人，了解 MAH 主体转让及技术成果转让及后续申报注册需要履行的具体流程及审批程序，结合发行人其他非流动资产的结转明细情况，分析是否存在推迟确认无形资产或摊销时点的情形；

10、查阅近期出台的医药改革行业政策，分析相关政策对发行人获取的药品

批件对应药品品种的影响，分析是否存在减值迹象。

（二）核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

- 1、发行人选择支付较大对价获取药品批件号具有商业合理性；
- 2、发行人药品批件预付账款金额与合同约定的付款节点一致，不存在提前支付款项的情形；
- 3、发行人获取的药品批件不存在长时间仍未转让或通过药品评审的情形，不存在应当计提减值损失而未计提的情形；
- 4、目前医药改革政策对药品市场规模和销售价格的影响主要体现在公立医院终端，对 OTC 终端影响较小，发行人药品批件尚未存在减值迹象，但未来不排除公司医院终端对药品价格的影响传导至 OTC 终端，导致相关药品品种价格下降的风险，发行人已在招股说明书中对相关风险进行补充提示；
- 5、因 MAH 主体变更需要履行较多的流程及审批程序，部分购买的相关药品批件尚未完成上市持有人主体变更而未确认为无形资产，具有合理性，不存在推迟确认无形资产或摊销时点的情形。
- 6、发行人不存在通过预付药品批件款用于体外资金循环、进行销售回款或代垫成本费用的情形。

七、请保荐人质量控制部门及内核部门说明如何针对发行人其他非流动资产所做的核查工作进行复核把关，并发表明确意见。

（一）质量控制部门及内核部门对其他非流动资产相关核查工作的复核

保荐人质控和内核部门根据《证券发行上市保荐业务管理办法》《证券公司投资银行类业务内部控制指引》《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》等法律法规规定以及《海通证券股份有限公司保荐项目立项评审实施细则》《海通证券股份有限公司保荐项目申报评审实施细则》《海通证券投资银行类项目问核制度》《海通证券投资银行类业务内核制度》《海通证券投资银行类业务文件签字用印审批制度》等公司内控制度的规定，对就项目组关于审核问询函的回复材料、项目组执行的核查程序的充分性和有效性以及相关工作底稿进

行质量把关工作：

质控部门、内核部门对发行人其他非流动资产相关事项以及项目组就此开展的核查工作进行了重点关注，重点复核了项目组关于非流动资产相关药品批件的合同条款、付款凭证、药品批件转让及评审进度明细、交易对手访谈记录及相关说明底稿及针对 MAH 转让合同出具的相关《资产评估报告》等与上述事项相关的工作底稿。

质控部门、内核部门履行的内部复核程序如下：

1、在申报评审、内核的内部审核环节，质控部门、内核部门对项目组就发行人报告期内的其他非流动资产相关事项进行了询问沟通、履行问核程序，并检查相关工作底稿；

2、在申报评审会议、内核会议上，参会委员对项目组就相关事项进行重点问询，经会议讨论并形成审核意见，要求其进一步开展补充尽调、完善工作底稿；

3、会后，质控部门、内核部门审阅了项目组对相关问题的书面回复，并督促其通过补充尽调、完善工作底稿等方式逐一落实审核意见；

4、质控部门、内核部门按照《海通证券投资银行类业务文件签字用印审批制度》等相关内控制度的规定，对保荐机构出具的首次申报文件、问询回复文件进行审核。

综上，保荐机构质控部门、内核部门已就发行人非流动资产相关问题对项目组的核查情况进行了重点关注并履行了相应的复核程序。

（二）质量控制部门及内核部门的意见

经复核，保荐机构质控及内核部门同意项目组关于“问题 12 关于其他非流动资产”的核查意见及相关核查工作。项目组的相关核查工作充分有效、能够支撑核查结论。

问题 13、关于信息披露豁免

发行人提供的信息豁免披露申请显示，发行人申请豁免前十大采购及销售药品的名称、规格、品牌。

请发行人说明豁免上述信息的原因、必要性以及依据的充分性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

回复：

一、请发行人说明豁免上述信息的原因、必要性以及依据的充分性

(一) 公司豁免披露前十大采购及销售药品的名称、规格、品牌的原因及必要性

发行人在第一轮审核问询中，已就发行人销售药品的名称、规格、品牌等申请豁免信息披露，并分别以产品 1、产品 2、产品 3、产品 4 等作为对不同名称、规格和品牌的替代名称予以披露，主要原因系前述产品销量大、客户覆盖面广，系公司经营多年重要的资源，若公开具体产品的详细信息，则竞争对手将知悉公司具体产品的采购单价、销售单价以及发行人利润空间，不仅影响与上游供应商的合作关系，而且竞争对手会利用相关信息进行恶性竞争，严重损害公司利益，具体影响如下：

一方面，披露相关信息，将导致公司采购具体产品规格及价格等信息被供应商的其他客户知晓，可能利用该信息对供应商进行施压，对供应商带来消极影响，进而对公司与供应商的合作产生不可避免的干扰；

另一方面，如披露药品的名称、规格和品牌等信息，竞争对手知晓具体产品的采购与销售价格、发行人盈利空间，可针对性选择供应商，设置采购价格及销售价格，将对公司所处的行业市场竞争优势及竞争环境带来消极影响，造成公司供应商与客户流失，或盈利能力降低，严重损害公司利益。

综上考虑，各具体产品的名称、规格以及品牌属于公司的商业秘密，披露会严重损害公司利益，且该类信息并不属于招股书要求披露内容，不属于《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》、证券期货法律适用意见、监管规则适用指引等中国证监会和交易所相关规则要求披露的信息，

根据《<首次公开发行股票注册管理办法>第十二条、第十三条、第三十一条、第四十四条、第四十五条和<公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书>第七条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 17 号》（以下简称“适用意见第 17 号”），公司对相关信息进行豁免披露具有合理性与必要性。

（二）公司申请豁免披露信息的依据充分

1、企业上市信息豁免披露的相关规定《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》第七条规定如下：“发行人有充分依据证明本准则要求披露的某些信息涉及国家秘密、商业秘密及其他因披露可能导致其违反国家有关保密法律法规规定或严重损害公司利益的，可按程序申请豁免披露。”《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》第 40 条规定如下：“发行上市申请文件和对本所发行上市审核机构审核问询的回复中，拟披露的信息属于国家秘密、商业秘密，披露后可能导致其违反国家有关保密的法律法规或者严重损害公司利益的，可以豁免披露。发行人应当说明豁免披露的理由，本所认为豁免披露理由不成立的，公司应当按照规定予以披露。”适用意见第 17 号就发行人需申请豁免披露部分信息，公司应如何办理豁免申请进行了规定。

2、如上文“（一）公司豁免披露前十大采购及销售药品的名称、规格、品牌的原因及必要性”及披露相关信息会对发行人生产经营产生重大不利影响所论述，公司申请豁免信息披露符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》《深圳证券交易所股票发行上市审核规则》的相关规定。

3、根据《中华人民共和国反不正当竞争法》规定，商业秘密是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息、经营信息等商业信息。公司上述申请豁免披露的信息未泄露、不为公众所知悉，系公司的敏感商业信息和商业机密，对公司具有商业价值，公司已对其采取相应的保密措施。

4、公司信息豁免披露符合适用意见第 17 号相关规定，具体分析如下：

适用意见第 17 号的规定	是否符合	具体情况
申请豁免披露的信息、该信息是否依据内部程序认定为商业秘密，发行人关于	是	根据公司制定的《湖南恒昌医药集团股份有限公司保密管理规定》《湖南恒昌医药

适用意见第 17 号的规定	是否符合	具体情况
商业秘密的管理制度、认定依据、决策程序等。		集团股份有限公司信息披露管理制度》，公司已建立相应的内部管理制度，并明确了相关内部审核程序审慎认定了信息豁免披露事项。
申请豁免披露的信息是否属于已公开信息或者泄密信息；相关信息披露文件是否符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》及相关规定要求，豁免披露是否对投资者决策判断构成重大障碍。	是	根据《湖南恒昌医药集团股份有限公司信息豁免披露申请》、公司官网、相关新闻报告等互联网信息，豁免披露的信息被严格保密，尚未泄露。 相关信息披露文件符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 57 号——招股说明书》及相关规定要求，豁免披露是不会对投资者决策判断构成重大障碍。
保荐机构、发行人律师应当对发行人将相关信息认定为国家秘密、商业秘密或者因披露可能导致其违反国家有关保密法律法规规定或者严重损害公司利益的依据是否充分进行核查，并对该信息豁免披露符合相关规定、不影响投资者决策判断、不存在泄密风险出具意见明确、依据充分的专项核查报告。申报会计师应当出具对发行人审计范围是否受到限制、审计证据的充分性以及发行人豁免披露的财务信息是否影响投资者决策判断的核查报告。	是	保荐人、发行人律师已对公司信息豁免披露符合相关规定不影响投资者决策判断、不存在泄密风险分别出具《海通证券股份有限公司关于湖南恒昌医药集团股份有限公司信息豁免披露的专项核查报告》《湖南启元律师事务所关于湖南恒昌医药集团股份有限公司信息豁免披露的专项核查报告》。申报会计师已对公司审计范围是否受到限制、审计证据的充分性、豁免披露相关信息是否影响投资者决策判断出具《关于湖南恒昌医药集团股份有限公司信息豁免披露的专项核查报告》。
在提交发行上市申请文件或者问询回复时，发行人及中介机构应当一并提交关于信息豁免披露的专项说明、核查意见。如豁免申请未获得同意，发行人应当补充披露相关信息。	是	发行人及中介机构已提交信息豁免披露的专项说明、核查意见。

根据公司申请豁免披露的药品名称、规格、品牌属于商业秘密，公司申请豁免披露信息符合相关规定，申请豁免披露信息的依据充分。

二、核查过程及核查结论

（一）中介机构核查过程

保荐机构、发行人律师履行了如下核查程序：

- 1、查阅了企业上市信息豁免披露的相关法律法规和制度文件；
- 2、访谈了发行人总经理、财务负责人以及销售负责人，了解相关信息对发行人经营的影响情况。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

公司申请豁免披露的药品名称、规格、品牌属于商业秘密，若披露将对发行人利益造成重大不利影响。公司申请豁免披露信息符合相关规定，申请豁免披露信息的依据充分。

问题 14、关于资金流水核查

前次审核问询回复显示，中介机构已经按照《首发业务若干问题解答》问题 54 关于资金流水核查的要求进行全面核查，并发表明确意见。

请保荐人、申报会计师详细说明纳入资金流水核查的主要人员、涉及的账户数量，列表披露大额或异常资金流入、流出以及现金取现、存现，说明上述情形产生的原因及获取的核查证据，并发表明确意见。

回复：

一、请保荐人、申报会计师详细说明纳入资金流水核查的主要人员、涉及的账户数量，列表披露大额或异常资金流入、流出以及现金取现、存现，说明上述情形产生的原因及获取的核查证据，并发表明确意见

（一）资金流水核查的主要人员、涉及账户数量

中介机构获取了发行人的实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员、出纳报告期内的银行账户信息及资金流水（含已注销账户），合计涉及银行账户 730 个。个人银行流水清单具体情况如下：

序号	姓名	报告期内职位/身份	账号数量
1	江璿	董事长、总经理	22
2	叶虹	江璿配偶	21
3	周延奇	副董事长、营销中心总经理	31
4	谢浪夫	副董事长、工程部总监	16
5	宋勤知	财务中心总经理、董事会秘书、副总经理	21
6	杨奇勋	副总经理（已离职）	20
7	余青华	监事会主席、营销中心总监	17
8	罗文德	监事、供应链中心副总经理	20
9	李康	职工代表监事、江右医疗副总监	23
10	曾维会	江右医疗科技（长沙）有限公司总经理	24
11	谢亚妮	谢浪夫妹妹、六谷连锁总经理	20
12	江琼	自然人股东、江璿哥哥、上海江右市场营销中心总监	32
13	文苏丽	其他自然人	17
14	曾美丽	上海江右供应中心总监	23

序号	姓名	报告期内职位/身份	账号数量
15	江慧	江璘妹妹, 供应链中心副总经理	15
16	刘纯	上海江右财务中心副总经理	14
17	李鹊	证券事务部财务经理	16
18	胡玉英	财务中心业务核查部副总监	21
19	郑印静	投资发展中心战略投资部总监	19
20	徐康乐	上海江右营销中心副总经理	31
21	潘峰	投资发展中心负责人	10
22	陈娟	营销中心组织文化专家	13
23	罗杰斯	上海江右医药集团副总经理	30
24	张皓	上海江右医药集团副总经理	12
25	谢李文	供应链中心总经理 (已离职)	17
26	卫海星	供应链中心总经理	8
27	吴柯	人力资源中心总经理兼行政中心总经理	8
28	张爱军	数字化中心总经理	6
29	宋敏	上海江右医药集团副总经理	21
30	李新平	出纳	9
31	游婷	出纳	8
32	谭佳	出纳 (已离职)	3
33	吴旋	出纳	9
34	郭高云	出纳 (已离职)	13
35	彭思语	出纳	5
36	李晓宁	出纳 (已转岗)	10
37	江天明	江璘父亲	15
38	汪小兰	江璘母亲	4
39	鲁明月	周延奇母亲	8
40	周书清	周延奇父亲	10
41	周延梅	周延奇姐姐	27
42	徐敏	周延奇配偶	16
43	刘燕姣	谢浪夫配偶	10
44	谢应兰	谢浪夫父亲	11
45	杨新明	谢浪夫母亲	4
46	谢姐妮	谢浪夫妹妹	12
47	周爱	江琼配偶	8

序号	姓名	报告期内职位/身份	账号数量
合计			730

(二) 个人账户大额或异常资金流入、流出

保荐机构、申报会计师对上述个人银行账户单笔流水金额大于 5 万元的资金流水进行了核查，公司 2020 年存在通过实际控制人江璘及其控制的银行账户代为支付业务招待费及佣金的情形，该部分金额为 8.98 万元，金额较小。其余年度不存在大额或异常资金流入、流出。

(三) 个人账户现金取现、存现的情况

1、大额取现情况

报告期内，实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员、出纳个人账户大于 5 万的大额取现情况如下：

单位：万元

姓名	职位/身份	取现期间	取现金额	款项用途	相关说明	已取得证据
叶虹	实际控制人配偶	2019/04-2020/12	140.18	合作协议清退款	实际控制人配偶取现用于股权合作协议的清退款。	股东合作协议书、合作解除协议、专项访谈记录、叶虹全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
叶虹	实际控制人配偶	2020/10	20.00	个人借支	朋友资金周转需求借款，已归还。	叶虹全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函、借款及还款说明
叶虹	实际控制人配偶	2020/10	20.00	清理超诺代持事件取款	该笔取现款用于清理荆宇锋代持超诺信息款项。	代持转让协议、超诺收购审计报告、代持访谈记录、叶虹全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
周延奇	副董事长、营销中心总经理	2021/12	5.00	房屋装修款	个人取现用于房屋装修。	周延奇全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
谢浪夫	副董事长、工程部总监	2021/08	25.00	个人借支归还-周延奇	因个人资金周转需求，谢浪夫于 2021 年 8 月 10 日向周延奇借款，并于 2021 年 8 月 12 日通过现金归还，该笔款项为归还借支款。	谢浪夫全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
曾维会	江右医疗科技（长沙）有限公司总经理	2020/09	5.00	个人消费	取现用于个人日常消费。	曾维会全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
谢亚妮	谢浪夫妹妹	2020/10	5.14	业务招待费及佣金	报告期内，发行人通过个人代付业务招待费及佣金，其中 2019 年谢亚妮通过取现支付业务招待费及佣金	谢亚妮全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函

姓名	职位/身份	取现期间	取现金额	款项用途	相关说明	已取得证据
					5.14 万元。	
李鹤	证券事务部财务经理	2020/10	14.00	亲戚借支	因个人资金周转需求，李鹤的姐姐李波向李鹤借款 14 万元，该笔款通过现金借出，现已归还。	借款说明、李鹤全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
郑印静	成药产品部品类运营总监	2020/12	20.00	上海睿湘入股金取现预备注资	个人取现，后用于个人上海睿湘持股平台入股金增资。	股东访谈记录、持股平台工商内档、持股平台增资银行流水以及明细、郑印静全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
叶虹	实际控制人配偶	2022/03	6.00	个人消费	取现用于个人日常消费。	叶虹全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
江慧	江璿妹妹，采购部副总监	2022/06	5.17	个人消费	原计划取现用于个人家庭消费，后将为未用款项存回个人账户	江慧全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
江天明	江璿父亲	2022/01	8.00	个人消费	取现用于个人消费	江天明全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
江天明	江璿父亲	2022/02	8.00	个人消费	取现用于个人消费	江天明全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
江璿	实际控制人	2023/06	5.28	个人消费	取现用于个人消费	江璿全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函

2、大额存现情况

报告期内，实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员、出纳个人账户的大于 5 万的大额存现情况如下：

单位：万元

姓名	职位/身份	存现期间	存现金额	款项用途	相关说明	已取得证据
周延奇	副董事长、营销中心总经理	2020/10	5.80	日常存款	个人现金存款，后用于配偶支出、日常消费及信用卡还款	周延奇全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
曾维会	江右医疗科技（长沙）有限公司总经理	2020/11	17.10	上海哥尼入股金收缴	为保证持股平台顺利增资，曾维会于 2020 年 11 月用个人银行卡代收取激励对象入股资金款，并于 2020 年 12 月持股平台实际向发行人增资时转回给各激励对象；其中部分激励对象以现金的方式缴纳持股平台入股金，上述款项已核实现金款项付款人身份，并确认归还。	股东访谈记录、持股平台工商内档、持股平台增资银行流水以及明细、曾维会全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
江琼	自然人股东、江璿哥哥、营销中心经营顾问	2021/11	9.88	个人存现	个人存现用于个人日常消费	江琼全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函

姓名	职位/身份	存现期间	存现金额	款项用途	相关说明	已取得证据
郑印静	成药产品部品类运营总监	2020/12	20.00	上海睿湘入股金取现预备注资	个人存现，后用于个人上海睿湘持股平台入股金增资。	股东访谈记录、持股平台工商内档、持股平台增资银行流水以及明细、郑印静全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
徐康乐	成药采购一部总监	2020/01	20.00	给父亲转账	个人存现，后转账给父亲徐应龙用于家庭开支。	全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
曾维会	江右医疗科技(长沙)有限公司总经理	2022/01	9.50	存现还贷	个人自有资金存现用于归还个人贷款	曾维会全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
曾维会	江右医疗科技(长沙)有限公司总经理	2022/01	20.00	存现还贷	个人自有资金存现用于归还个人贷款	曾维会全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函
江慧	江琏妹妹，采购部副总监	2022/06	6.00	个人存现	原计划取现用于个人家庭消费，后将为未用款项存回个人账户	江慧全部流水及访谈记录、银行账户完整性承诺函

除上述情况外，报告期内核查人员不存在其他大额或频繁取现、存现情况。

二、核查过程及核查结论

(一) 中介机构核查过程

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取并查阅发行人的实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员、出纳的征信报告和银行流水；保荐机构和申报会计师通过上述人员提供的个人流水以及交叉核对不同账户之间的交易对手方账户信息等方式，分析其是否提供了包括工资户、还贷户、日常消费户等账户，确认其提供账户的完整性；获取其已提供全部银行账户流水的承诺函，确保已获取其全部流水；

2、核查上述人员报告期内全部银行账户流水是否存在异常的资金往来，是否与发行人客户、供应商存在资金往来，为发行人代垫成本、费用的情形；

3、对报告期内单笔五万元以上的全部资金流水进行核查，查看交易对手方，向实际控制人及直系亲属、董事、监事、高级管理人员及关键人员了解交易对手方身份及交易原因，并与公司员工名册、离职员工名册，公司董事、监事、高级管理人员及近亲属名单、主要客户及其关联方进行了比对检查；在纸质版银行流水单中对其中的疑似异常流水进行标注留痕。同时，将关联方自然人提供的银行

账户、大额异常流水记录汇总成电子版表格，并与本人开展访谈，确认大额流水的交易原因并签字；

4、检查上述人员流水在报告期内是否存在大额或频繁取现、存现的情形，并追查取现后的用途核查其合理性。

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、报告期内，发行人的实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员、出纳存在通过个人卡账户资金流入、资金流出、实际控制人资金占用的情况，上述情况均已调整入账并且整改完毕，除上述情况之外，不存在异常资金流入、流出情形。

2、报告期内，发行人的实际控制人及其近亲属、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员、出纳发生的大额现金取现、存现用于个人及家庭日常消费、股权事项、个人借款、同事及亲戚日常往来等，不存在异常情况，不存在为发行人及其子公司代垫成本费用，或其他任何利益输送安排等情形。

（本页无正文，为《关于湖南恒昌医药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回复报告》送签章页）



湖南恒昌医药集团股份有限公司

2023 年 12 月 25 日

发行人董事长声明

本人已认真阅读《关于湖南恒昌医药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回复报告》的全部内容，确认回复的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人董事长签名：



江 璘

湖南恒昌医药集团股份有限公司

2023 年 12 月 25 日

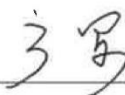


（本页无正文，为海通证券股份有限公司《关于湖南恒昌医药集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函回复报告》之签字盖章页）

保荐代表人签名：



马逸骁



方 军

保荐机构董事长签名：



周 杰



海通证券股份有限公司

2023 年 12 月 25 日

声 明

本人已认真阅读湖南恒昌医药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回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构董事长签名：_____



周 杰

海通证券股份有限公司

2023年12月25日

