

常州华联医疗器械集团股份有限公司
关于对全国中小企业股份转让系统有限责任公司
问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

常州华联医疗器械集团股份有限公司（以下简称“公司”）于2024年1月11日收到全国中小企业股份转让系统有限责任公司挂牌公司管理一部下发的《关于对常州华联医疗器械集团股份有限公司的问询函》公司一部问询函【2024】第002号（以下简称问询函）。

公司高度重视此次问询函的回复工作，积极组织相关人员对“问询函”所述问题进行了认真核查，现将所述问题回复如下：

1、关于同业竞争

根据你公司公开发布申报材料，你公司与实际控制人高云娟胞妹高爱萍及其配偶周捷控制的美杰系企业（包括美杰医疗、优德国际、美冠护理、美舜生物、沪万佳、上海美掌等公司）均从事医用卫生材料及敷料的生产与销售，同时在客户、供应商等方面存在重合的情形。你公司与美杰系企业存在7家重叠客户及13家重叠供应商，你公司向重叠客户销售的产品主要为创可贴、敷料贴、橡皮膏、医用胶带及运动胶带。

报告期内，你公司另存在将从银行获取的流动资金贷款通过关联方华凯塑料进行转贷的情形，华凯塑料合伙人包括高爱萍、周捷。

请你公司：

(1)说明美杰系企业的设立背景、主营业务发展历程、主要业务集中区域，

报告期内与你公司存在的关联关系及资金往来情况；

(2) 结合上述情况进一步说明美杰系企业是否与你公司存在实质性的竞争关系，是否存在利益输送，并说明是否构成存在重大不利影响的同业竞争，以及未来减少同业竞争的具体安排。

回复：

一、说明美杰系企业的设立背景、主营业务发展历程、主要业务集中区域，报告期内与公司存在的关联关系及资金往来情况

(一) 美杰系企业设立背景

公司实际控制人之一高云娟的胞妹高爱萍与其配偶周捷原在公司前身华联敷料任职，分别担任质检、销售负责人。因经营理念上与公司实际控制人朱建华、高云娟存在分歧且为谋求更好发展，高爱萍、周捷于 2005 年从华联敷料离职，创立美杰医疗。

2005 年以后，除美杰医疗外，周捷、高爱萍陆续设立优德国际等企业，美杰医疗、优德国际等企业具体情况如下：

序号	企业名称	成立时间	经营状态	注册资本 (万元)	股东情况	主营业务
1	美杰医疗	2005.08.19	存续	2,015.0983	优德国际（72.5%）、林斌（14.5%）、金洲（10%）、林军（3%）	医用敷料产品（医用胶带、创可贴、敷料贴，不含橡皮膏）等的研发、生产、销售
2	优德国际	2008.09.09	存续	30	高爱萍（50%）、周捷（35%）、周玥伶（15%）	持股平台
3	美冠护理	2015.03.17	存续	2,100	高爱萍（55%）、华江（30%）、吉兰琴（10%）、周源（5%）	运动护具的研发、生产、销售
4	流星雨网络	2016.08.03	注销	50	高爱萍（52%）、华江（30%）、周玥伶（10%）、金国明（8%）	曾在境内从事少量医疗产品网络销售业务，于 2022 年 9 月注销
5	美舜生物	2017.08.17	存续	3,500	周捷（51%）、孙刚（35%）、林军（14%）	口罩的研发、生产、销售
6	沪万佳	2023.06.13	存续	20	高爱萍（70%）、华江（20%）、张磊（6%）、何珂（4%）	计划从事电商业务，目前暂未开展生产经营活动

序号	企业名称	成立时间	经营状态	注册资本(万元)	股东情况	主营业务
7	上海美掌	2023.08.17	存续	50	沪万佳(80%)、即刻防护(宿迁)科技有限公司(20%)	

(二) 美杰系企业主营业务发展历程以及与公司对照情况

美杰系企业主营业务发展历程以及与公司对照情况如下：

时间	公司		美杰系企业	
	所处阶段	具体情况	所处阶段	具体情况
1993年-2004年	初创阶段	1993年11月，朱建华、高云娟夫妇设立公司前身振华敷料(私营企业)，产品范围逐步涵盖橡皮膏、医用胶带、创可贴、敷料贴等；2000年后陆续取得ISO质量管理体系认证，取得欧盟EC认证，开启海外业务	美杰系企业尚未成立	
2005年-2010年	发展阶段	2007年，公司营业收入首次超过人民币1亿元，成立卓见医疗；2009年，公司取得美国FDA认证；2010年公司首次获评国家级高新技术企业	初创阶段	2005年8月，周捷、高爱萍夫妇等设立美杰医疗；2006年4月，美杰医疗投产，此后陆续通过ISO质量管理体系认证，取得欧盟EC认证、美国FDA认证
2011年-2014年	发展阶段	2012年，公司子公司卓见医疗医用敷料生产项目建成投产，卓见医疗取得美国FDA认证；同年，公司获评常州市医用生物敷料工程技术研究中心；2013年，公司获评江苏省功能性创面护理及修复敷料工程技术研究中心	发展阶段	美杰医疗首次获评国家级高新技术企业；美杰医疗成立常州市医用材料工程技术研究中心、江苏省可吸收降解敷料工程技术研究中心
2015年-2019年	业务拓展阶段	2016年，公司先后设立爱达宝、华佳医疗，从事医疗器械网络销售、可穿戴式给药器械研发活动；同年，卓见医疗首次获评国家级高新技术企业。此期间，公司着力发展“华联”、“爱达宝”等自有品牌	业务拓展阶段	周捷、高爱萍先后成立美冠护理、流星雨网络、美舜生物，将业务领域拓展至运动护具生产销售、医疗产品网络销售、口罩等防护产品生产领域；2019年，美杰医疗于江苏股权交易中心挂牌
2020年至今	深耕及持续发展阶段	2020年6月，公司整体变更为股份有限公司，同年12月，公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让；2022年，公司获评国家级专精特新“小巨人”企业，同年5月，公司调入全国中小企业股份转让系统创新层	持续发展阶段	2020年，美杰医疗营业收入首次超过人民币1亿元，着力发展自有品牌；2021年，美舜生物首次获评国家级高新技术企业；2023年6月、8月，成立沪万佳、上海美掌，计划从事电商业务

(三) 美杰系企业主要业务集中区域以及与公司对照情况

1、美杰系企业主要产品及与公司的差异

报告期（即 2020 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日，下同）内，美杰系企业主要经营主体包括美杰医疗、美冠护理、美舜生物，其中，美杰医疗主要产品包括医用胶带、创可贴、敷料贴等医用敷料以及急救包、造口产品，美舜生物的主要产品为口罩，美冠护理的主要产品为护肘、护膝等运动护具。

报告期内，美杰系企业主要产品销售情况以及与公司对照情况如下：

产品类别	美杰系企业		公司
	经营主体	主要产品	主要产品
运动护具	美冠护理	护肘、护膝等运动护具	公司报告期内不存在运动护具的生产、销售
口罩	美舜生物	口罩	口罩
医用敷料等产品	美杰医疗	医用胶带、创可贴、敷料贴、急救包、造口产品	医用胶带、创可贴、敷料贴、橡皮膏、运动胶带、急救包

公司主要产品结构与美杰系企业存在差异，具体包括：

（1）公司不涉及运动护具、造口产品的生产、销售；

（2）美杰系企业医用敷料包括医用胶带、创可贴、敷料贴，不涉及橡皮膏的生产、销售；

（3）公司医用敷料产品除医用胶带、创可贴、敷料贴外，还包括橡皮膏，剔除口罩业务后，公司报告期各期橡皮膏收入占公司主营业务收入的比例均不低于 25%。

2、美杰系企业主要业务集中区域以及与公司对照情况

①医用敷料

报告期内，在医用敷料等产品上，公司与美杰系企业医用敷料等产品主要业务集中区域存在较大差异：公司医用敷料产品出口区域包括北美洲（含美国、加拿大）、欧洲、非洲、亚洲、南美洲、大洋洲，其中美国占比最高，报告期各期美国外销收入占当期外销收入的比例平均为 55.05%，欧洲次之，报告期内欧洲

外销收入占当期外销收入的比例呈增长趋势，平均占比为 24.11%，非洲再次之，报告期各期非洲外销收入占当期外销收入的比例平均为 11.85%。

美杰系企业医用敷料产品主要业务集中区域以欧洲、美国为主，最终出口至欧洲、美国产品对应的美杰系企业销售金额占其营业收入的比例分别约 50%、40%，其他境外市场对应的美杰系企业销售金额占其营业收入的比例合计约 5%-6%，美杰系企业在非洲市场基本无业务。

两方主要业务集中区域虽存在部分重叠，但在终端应用领域上，公司与美杰系企业存在明显差异：公司外销产品终端应用领域基本为零售，通过境内贸易商出口产品的终端应用领域，在美国、非洲，基本为零售，在欧洲、亚洲，零售与医院占比相当；美杰系企业出口产品终端应用领域以医院为主，整体上产品约 70%-80%流向医院。

②口罩

在口罩产品上，报告期内公司与美杰系企业口罩产品销售规模波动较大，除 2020 年特殊情况外，2021 年、2022 年、2023 年 1-6 月，公司口罩销售收入占公司主营业务收入的比例均较低，分别为 6.27%、3.49%、0.48%。

报告期内，公司与美杰系企业口罩产品主要业务集中区域存在明显差异：公司 2020 年至 2022 年口罩业务外销收入占公司当期口罩收入的比例均超 80%，其中，2020 年、2021 年英美市场外销收入占公司当期外销收入的比例超 90%，2022 年占比超 75%；美杰系企业口罩业务外销收入、内销收入占比分别约为 60%、40%，外销区域以欧洲（主要为德国）为主，占比约 80%，内销区域以江苏省为主，与公司存在明显差异。

③公司与美杰系企业重叠客户销售区域差异情况

公司客户中有 7 家报告期内与美杰系企业存在交易，公司与 7 家重叠客户交易金额占当期营业收入比例分别为 1.11%、4.80%、3.00%及 2.19%，占比较小。重叠客户采购公司与美杰系企业产品销往同一国家的情况较为少见，主要原因系国内贸易商一般不会将在境内不同供应商处采购的同类产品，向同一区域的终端客户销售。

（四）美杰系企业报告期内与公司存在的关联关系及资金往来情况

美杰系企业实际控制人之一高爱萍为公司实际控制人之一高云娟的胞妹，周捷为高爱萍的配偶，高云娟胞弟之配偶吉兰琴持有美冠护理 10%股权。除上述关系外，公司与美杰系企业不存在其他关联关系。报告期内，公司与美杰系企业不存在资金往来。

华凯塑料成立于 2004 年，系普通合伙企业，成立时合伙人包括吉兰琴、严美娟、陈小虎、高爱萍、周捷，其中，吉兰琴系公司实际控制人之一高云娟胞弟之配偶，严美娟、陈小虎分别是高云娟的胞妹及其配偶，高爱萍、周捷分别是高云娟的胞妹及其配偶。华凯塑料成立之初主要为公司供应拉塑、注塑产品及纸筒外包装，吉兰琴一家、严美娟和陈小虎一家、周捷和高爱萍一家各自独立负责一块业务，设备和资金也由三方独立投入，其中，吉兰琴主要生产拉塑产品，严美娟、陈小虎生产注塑产品，周捷、高爱萍生产纸筒外包装。

华凯塑料成立至 2020 年注销前一直为公司供应商，基本上依赖于公司包装原材料实际需求开展业务。2005 年，周捷、高爱萍与公司实际控制人发生矛盾后，自公司前身华联敷料离职，同时退出在华凯塑料的生产经营，转移其生产纸筒外包装有关的设备、资金并提取纸筒外包装业务所得收益，实质退出在华凯塑料的生产经营。周捷、高爱萍退出至今，华凯塑料的实际经营者为吉兰琴、严美娟与陈小虎，华凯塑料的主营业务为向公司供应拉塑、注塑产品，不包括纸筒外包装产品。考虑到合伙人退出、减少注册资本涉及的工商变更手续较为繁琐，且吉兰琴、严美娟与陈小虎实际不按工商登记的出资比例分享收益，因此华凯塑料一直未就周捷、高爱萍退伙事项办理工商变更手续，直至 2020 年华凯塑料注销。

2020 年，为配合银行信贷审核与发放要求，公司存在将从银行获取的流动资金贷款通过关联方华凯塑料进行转贷的情形，合计 4 笔转贷交易，累计金额 4,200 万元，截至 2020 年 10 月底，公司及子公司卓见医疗已将转贷涉及的银行贷款全部还本付息。公司选择华凯塑料进行转贷的原因是华凯塑料本身是公司拉塑、注塑产品供应商，实际经营者吉兰琴、严美娟与陈小虎为公司控股股东、实际控制人近亲属，便于沟通且可保障资金安全。上述转贷事项由严美娟配合公司

办理，周捷、高爱萍对转贷事项未参与且不知情，不存在通过转贷事项或通过华凯塑料及其实际经营者向公司输送利益的情形。

二、结合上述情况进一步说明美杰系企业是否与公司存在实质性的竞争关系，是否存在利益输送，并说明是否构成存在重大不利影响的同业竞争，以及未来减少同业竞争的具体安排

（一）结合上述情况进一步说明美杰系企业是否与公司存在实质性的竞争关系，是否存在利益输送

公司认为：

2005 年至今，公司与美杰系企业各自独立发展，在资产、业务、人员、财务、机构等方面相互独立，且报告期内公司与美杰系企业不存在交易或资金往来。

公司主要产品结构与美杰系企业存在差异，报告期内，公司不涉及运动护具、造口产品的生产、销售，美杰系企业不生产橡皮膏，公司医用敷料产品包括橡皮膏，剔除口罩业务后，报告期各期橡皮膏收入占公司主营业务收入的比例均不低于 25%。

报告期内，公司口罩产品主要业务集中区域与美杰系企业存在明显差异，医用敷料产品主要业务集中区域与美杰系企业存在差异，终端应用领域与美杰系企业存在明显差异；同时考虑业务集中区域与终端应用领域，公司与美杰系企业同类产品市场重叠率较低。

报告期内，公司与美杰系企业存在 7 家重叠客户，公司与 7 家重叠客户交易金额占当期营业收入比例分别为 1.11%、4.80%、3.00%及 2.19%，占比较小。重叠客户采购公司与美杰系企业产品销往同一区域的情况较为少见。

基于上述原因，公司与美杰系企业在生产经营过程中的直接竞争情况很少，同时考虑业务集中区域与终端应用领域，公司与美杰系企业同类产品市场重叠率较低，不会导致公司与美杰系企业存在非公平竞争、利益输送、相互或单方让渡商业机会等情形，美杰系企业并非公司控股股东、实际控制人控制的企业，不存在对公司构成重大不利影响的实质性竞争关系，两方相互独立运作，不存在向公司输送利益的情形。

（二）是否构成存在重大不利影响的同业竞争

《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第1号》（下称“《挂牌审核业务规则适用指引第1号》”）“1-11 同业竞争”规定：申请挂牌公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事与公司主营业务相同或相似业务的，公司、主办券商及律师不能简单以产品销售地域不同、产品的档次不同等认定不构成同业竞争。公司、主办券商及律师应当结合相关企业历史沿革、资产、人员、主营业务（包括但不限于产品服务的具体特点、技术、商标商号、客户、供应商等）等方面与公司的关系，业务是否有替代性、竞争性，是否有利益冲突、是否在同一市场范围内销售等，论证是否对公司构成竞争。申请挂牌公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司存在同业竞争的，主办券商及律师应当结合竞争方与公司的经营地域、产品或服务的定位，竞争方同类收入或毛利占公司该类业务收入或毛利的比例，同业竞争是否会导致公司与竞争方之间存在非公平竞争、利益输送、商业机会让渡情形等方面，核查该同业竞争是否对公司生产经营构成重大不利影响并发表明确意见。

如前所述，公司与美杰系企业各自独立发展，在业务发展与运营、资产、人员、业务、技术、财务、采购及销售渠道等方面相互独立，报告期内不存在交易、资金往来；两方主要产品结构存在差异，两方同类产品的主要业务集中区域存在差异，医用敷料产品的主要终端应用领域存在明显差异，不存在通过重叠客户、供应商进行利益输送、相互或者单方让渡商业机会的情形；美杰系企业并非公司控股股东、实际控制人控制的企业，与公司在生产经营过程中的直接竞争情况很少，与公司经营相同或类似业务不会导致其与公司之间存在非公平竞争、利益输送、相互或单方让渡商业机会等情形，报告期内未对公司生产经营造成重大不利影响，对公司未来发展亦不会产生潜在重大不利影响，不属于《挂牌审核业务规则适用指引第1号》重点关注的公司与公司控股股东、实际控制人控制的其他企业之间的同业竞争，不构成对公司重大不利影响的同业竞争。

（三）未来减少同业竞争的具体安排

2020年公司申请公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让时，公司实际控制人朱晶、朱建华、高云娟已出具承诺函，承诺：在本人及本人子女

持有华联医疗控制权或 5%以上股份期间，不以任何形式向周捷、高爱萍及其控制的企业进行投资、提供资助、担保或发生其他经济业务往来，不以任何方式参与周捷、高爱萍及其控制的企业的经营，本人及本人所控制的华联医疗不会与周捷、高爱萍及其控制的企业就市场、客户、供应商等达成任何协议安排或利益安排，本人及华联医疗未来不会与周捷、高爱萍及其控制的企业发生任何形式的交易；在华联医疗的日常经营中，本人、华联医疗不会通过任何方式直接或间接的方式与周捷、高爱萍或其控制的企业进行利益输送；本人将尽一切努力保持华联医疗在各方面的独立性，包括与周捷、高爱萍及其控制的企业相独立。

同时，公司控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员已出具《关于避免同业竞争的承诺》，承诺：

“一、截至本承诺函出具之日，本人、本人直系亲属及控制的除公司及其全资、控股子公司以外的其他企业不存在以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有另一家公司或企业的股份及其他权益）在中华人民共和国境内或境外直接或间接参与、从事或经营任何与公司及其全资、控股子公司主营业务构成或可能构成竞争的任何业务或活动。

二、于本人直接或间接持有公司股份期间，或担任公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员期间，本人将不会为自己或者他人谋取属于公司及其全资、控股子公司的商业机会，如从任何第三方获得的任何商业机会与公司及其全资、控股子公司经营的业务有竞争或可能有竞争，本人将立即通知公司及其全资、控股子公司，并尽力将该商业机会让予公司及其全资、控股子公司；不以任何方式（包括但不限于单独经营、通过合资经营或拥有其他任何公司或企业的股份或其他权益）直接或间接参与任何与公司及其全资、控股子公司主营业务构成或可能构成竞争的任何业务或活动。本人将促使本人直接或者间接控股的除公司及其全资、控股子公司以外的其他企业履行本函中与本人相同的义务。

三、如因国家政策调整等不可抗力或因意外事件发生致使本人控制的其他企业与公司及其全资、控股子公司的同业竞争不可避免时，公司有权要求以任何适当方式消除该等竞争，包括但不限于由公司以市场价格购买本人持有的相关企业的股权等。

四、本人保证在本人直接或间接持有公司股份期间，或担任公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员期间上述承诺持续有效且不可撤销。

五、自本承诺函出具之日起，本人将严格履行上述承诺，如有违反，愿意承担由此产生的全部责任，赔偿公司及其全资、控股子公司遭受的一切损失、损害和开支。公司及其他股东有权根据本人出具的承诺函依据中国相关法律申请强制履行上述承诺，同时本人因违反上述承诺所取得的利益归公司所有。”

截至本回复出具日，公司已充分披露上述承诺，不存在重大遗漏或重大隐瞒情形，公司控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员不存在违反上述承诺的情形。

2、关于经营业绩及会计核算

根据你公司公开发申报相关材料，报告期内，你公司与第一大客户 Walgreens 的交易金额分别为 66,342.61 万元、5,048.97 万元、4,584.59 万元、2,052.44 万元，销售占比分别为 74.49%、17.19%、15.54%、14.54%，逐期降低。你公司各期向 Walgreens 支付的佣金手续费分别为 1,598.46 万元、264.38 万元、196.83 万元、71.52 万元。

报告期内，你公司各期新增客户分别为 191 家、67 家、90 家、40 家，退出客户分别为 123 家、216 家、108 家、113 家，退出客户数量大幅高于新增客户数量。

自 2022 年以来，你公司向新增客户销售的产品非自产产品（如消毒凝胶、治疗仪、理疗床、隔离衣、经络检测仪、健康一体机）。上述业务为你公司赚取差价的贸易业务，在报告期内销售收入大幅增长，2020 年收入贡献为 962.17 万元，2021 年收入贡献为 1,361.01 万元，2022 年收入贡献为 2,614.24 万元，你公司对此采用总额法确认收入。

请你公司：

(1) 结合在手订单情况等，说明与第一大客户合作的稳定性；

(2) 说明各期退出客户数量大幅高于新增客户的原因，并说明新增客户大幅减少、与第一大客户合作金额降低等情况对经营业绩是否构成重大不利影响；

(3) 说明向 Walgreens 支付款项未作为销售返点冲减收入，而是作为销售费用核算的会计处理和列报的合理性；

(4) 针对贸易业务，结合与下游客户的合同约定、货物的实物流、资金流、账务流的具体情况，说明采用总额法确认收入是否符合《企业会计准则》的相关规定。

回复：

一、结合在手订单情况等，说明与第一大客户合作的稳定性

(一) 报告期内，公司与 Walgreens 的各期交易金额、占比、变动情况

报告期内，公司向 Walgreens 销售的各类产品的销售金额、数量及占比情况如下：

单位：万元、平方米、片

产品种类	2023 年 1-6 月			2022 年度		
	销售金额	销售数量	占比 (%)	销售金额	销售数量	占比 (%)
创可贴	654.96	10.78	24.19	1,087.94	20.39	18.46
医用胶带	459.35	34.38	19.94	891.45	63.66	12.87
敷料贴	416.87	7.46	29.72	854.25	15.83	31.05
口罩	9.94	30.00	14.70	790.90	4,057.22	76.95
运动胶带	233.12	10.63	26.05	400.82	18.81	36.62
橡皮膏	119.56	7.00	3.24	265.93	17.71	11.22
其他	158.63	144.59	9.43	293.30	347.79	3.12
合计	2,052.44		14.60	4,584.59		15.56

(续上表)

产品种类	2021 年度			2020 年度		
	销售金额	销售数量	占比 (%)	销售金额	销售数量	占比 (%)
创可贴	1,193.24	27.99	14.88	1,280.48	20.50	24.43
医用胶带	686.30	53.13	10.78	616.04	46.09	11.52

产品种类	2021 年度			2020 年度		
	销售金额	销售数量	占比 (%)	销售金额	销售数量	占比 (%)
敷料贴	651.11	13.13	27.93	535.39	10.47	22.75
口罩	1,745.17	6,682.60	95.21	63,218.06	40,459.91	94.07
运动胶带	311.99	14.79	28.29	285.98	11.86	31.79
橡皮膏	201.79	14.23	19.06	171.68	11.23	24.42
其他	259.37	344.96	2.56	234.98	318.80	2.46
合计	5,048.97		17.26	66,342.61		74.52

报告期内，除 2020 年因为外部因素的影响，导致口罩销售金额及销售占比比较高外，其余年度公司对 Walgreens 的销售金额总体较为稳定，各产品的销售金额及数量也相对合理。

剔除口罩销售金额后，报告期内公司与 Walgreens 的交易金额分别为 3,124.55 万元、3,303.80 万元、3,793.69 万元以及 2,042.49 万元，同比增长幅度分别为 5.74%、14.83%以及 7.68%，交易金额呈现上升的趋势。剔除口罩销售金额后，报告期内公司与 Walgreens 的交易金额占各当期销售金额的比重分别为 14.29%、11.99%、13.32%以及 14.54%，综上，剔除口罩业务后，公司与 Walgreens 的交易占比波动幅度不大，相对较为稳定。

（二）结合在手订单情况等，说明与第一大客户合作的稳定性

公司第一大客户 Walgreens 属于全球零售药房的龙头企业，有着严格的供应商进入门槛，同时拥有较强的销售资源，公司与第一大客户 Walgreens 合作时间较长，报告期内除口罩业务外的销售金额呈现上升趋势且期后均已回款，毛利率也相对稳定，在手订单除 2021 年因港口舱位紧张无法正常发货导致在手订单金额较高外，其余均较为稳定，因此，公司与 Walgreens 的合作具有较强的稳定性。

报告期各期末，公司与 Walgreens 的在手订单情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
创可贴	511.35	381.00	547.02	406.37
敷料贴	283.16	296.00	373.50	220.52

项 目	2023 年末	2022 年末	2021 年末	2020 年末
橡皮膏	96.63	79.34	208.14	63.32
医用胶带	263.52	266.07	376.79	258.27
运动胶带	153.75	134.27	150.36	106.03
口罩		9.99	58.34	933.64
其他	136.84	169.91	236.27	74.28
合 计	1,445.25	1,336.58	1,950.42	2,062.43
期后实现收入		1,336.58	1,950.42	2,062.43
剔除口罩后的在手订单	1,445.25	1,326.59	1,892.08	1,128.79
期后实现收入		1,326.59	1,892.08	1,128.79

从产品类型来看，除口罩产品的在手订单金额波动较大以外，其余类型的产品相对较为稳定。口罩的在手订单金额逐渐减少，主要系受宏观因素影响，市场对口罩的需求逐渐下降。

剔除口罩业务后，Walgreens 报告期各期末的在手订单金额分别为 1,128.79 万元、1,892.08 万元、1,326.59 万元以及 1,445.25 万元，2021 年末在手订单金额上涨幅度较大，主要系 2021 年底港口仓位紧张，无法正常发货，导致在手订单略有积压，2022 年末回落到正常水平；2023 年底公司在手订单金额较 2022 年底亦有所增加。

综上所述，公司第一大客户 Walgreens 属于全球行业的龙头企业之一，经营业绩保持稳定，对产品的消化能力强，供应商进入门槛高，且公司已取得美国 FDA 注册，产品质量获得客户的充分认可，已经持续合作 14 年；公司对 Walgreens 销售金额因 2020 年受宏观因素影响口罩收入大幅增加，剔除口罩业务后，报告期各期交易金额逐年增长，毛利率较为稳定，且报告期各期应收账款期后均已回款；与 Walgreens 的剔除口罩在手订单金额除 2021 年底港口仓位紧张，无法正常发货，导致在手订单金额较高，其他各期在手订单总体较为稳定，因此公司与 Walgreens 的合作具有较强的稳定性。

二、说明各期退出客户数量大幅高于新增客户的原因，并说明新增客户大幅减少、与第一大客户合作金额降低等情况对经营业绩是否构成重大不利影响

(一) 退出客户数量大幅高于新增客户的原因

公司退出客户数量高于新增客户数量，主要原因一是产品类型受宏观因素影响，造成购买口罩的临时客户退出较多，同时 2020 年公司产能不足也导致部分非口罩类客户退出；二是公司专注于较大客户服务，使得采购金额较小的零散客户退出较多，但采购金额较大的客户不断增加，从新增客户的销售收入来看，大于退出的零散客户销售收入。具体分析如下：

1、受宏观因素影响，导致的客户新增和退出情况

报告期内，口罩业务受宏观环境因素影响较大，因此区分口罩业务与非口罩业务对应客户数量分别进行统计分析。

(1) 报告期各期新增客户数量明细如下：

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
口罩业务	1	10	14	153
非口罩业务	39	80	53	38
合 计	40	90	67	191

(2) 报告期各期退出客户数量明细如下：

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
口罩业务	15	14	152	2
非口罩业务	98	94	64	121
合 计	113	108	216	123

由上述表格可知，报告期内公司非口罩业务的新增客户数量分别为 38 家、53 家、80 家以及 39 家，总体呈现上升的趋势；报告期内非口罩业务的退出客户数量分别为 121 家、64 家、94 家以及 98 家，非口罩业务的退出客户数量总体呈现先下降后趋于稳定的趋势。

非口罩业务中，公司 2020 年退出客户数量远高于新增客户数量，主要系 2020 年受宏观环境影响，部分客户业务受到严重影响且公司当时的产能主要用于生产口罩，公司未承接相关客户订单，因此导致当年度客户退出较多；2021 至 2023 年 1-6 月退出客户数量略高于新增客户数量，主要系退出的零散客户较多，总体相对较为稳定。

口罩业务中，新增及退出客户系受到宏观环境的影响，2020 年口罩业务新增客户大幅增加，随着宏观因素的消失，后期新增客户数量逐渐减少，退出客户具有一定的滞后性，2020 年新增的大量客户于 2021 年退出市场，后期退出数量大幅减少后趋于稳定。

2、新增客户和退出客户的规模大小的对比

剔除口罩业务后，针对新增及退出客户根据客户规模大小分析如下：

(1) 按照销售金额分层统计报告期各期新增客户销售情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度	
	数量	金额	数量	金额
100 万元以上（含 100 万元）	2	329.25	4	750.83
50-100 万元（含 50 万元）			5	406.12
20-50 万元（含 20 万元）	6	155.31	7	254.94
10-20 万元（含 10 万元）	6	96.51	9	143.57
10 万元以下	25	37.90	55	71.38
合计	39	618.98	80	1,626.82
单位新增客户销售金额		15.87		20.34

(续上表)

项目	2021 年度		2020 年度	
	数量	金额	数量	金额
100 万元以上（含 100 万元）	2	630.38	4	750.54
50-100 万元（含 50 万元）	2	150.04	1	82.49
20-50 万元（含 20 万元）	2	58.46	6	181.70
10-20 万元（含 10 万元）	4	62.13	1	11.28
10 万元以下	43	42.28	26	64.60
合计	53	943.28	38	1,090.62
单位新增客户销售金额		17.80		28.70

(2) 按照销售金额分层统计报告期各期退出客户销售情况如下：

单位：万元

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

	数量	金额	数量	金额
100万元以上(含100万元)	2	357.82	3	643.96
50-100万元(含50万元)	4	344.21	3	237.77
20-50万元(含20万元)	10	337.49	6	200.97
10-20万元(含10万元)	9	127.90	8	107.00
10万元以下	73	110.05	74	114.07
合计	98	1,277.48	94	1,303.78
单位退出客户销售金额		13.04		13.87

(续上表)

项目	2021年度		2020年度	
	数量	金额	数量	金额
100万元以上(含100万元)	3	705.16	2	597.82
50-100万元(含50万元)	2	160.52	4	296.50
20-50万元(含20万元)	4	116.94	10	328.06
10-20万元(含10万元)	2	22.26	16	231.29
10万元以下	53	60.11	89	139.65
合计	64	1,064.99	121	1,593.31
单位退出客户销售金额		16.64		13.17

报告期各期,单位新增客户的平均销售金额均高于单位退出客户的平均销售金额。剔除口罩业务后,公司报告期内新增客户的数量分别为38家、53家、80家以及39家,其中销售金额在20万元以上的客户数量分别为11家、6家、16家以及8家,占新增客户数量的比重分别为28.95%、11.32%、20.00%以及20.51%。报告期内退出客户的数量分别为121家、64家、94家以及98家,其中销售金额在20万元以上的客户数量分别为16家、9家、12家以及16家,占退出客户数量的比重分别为13.22%、14.06%、12.77%以及16.33%。报告期内,公司单位新增客户的销售金额分别为28.70万元/家、17.80万元/家、20.34万元/家以及15.87万元/家,单位退出客户的销售金额分别为13.17万元/家、16.64万元/家、13.87万元/家以及13.04万元/家。

另外,基于统计口径的一贯及严谨,新增客户销售金额为新增当年的营业收入,退出客户销售金额为退出上年度的全年营业收入,因此新增客户若为下半年或者接近年末新增,统计的销售收入期间较短,导致新增客户销售金额偏低。因

此剔除口罩业务后，公司退出客户主要集中在销售金额较小的零散客户。

综上所述，公司退出客户数量高于新增客户数量，主要原因一是产品类型受宏观因素影响，造成购买口罩的临时客户退出较多，同时 2020 年公司产能不足也导致部分非口罩类客户退出；二是公司专注于较大客户服务，使得采购金额较小的零散客户退出较多，但采购金额较大的客户不断增加。

（二）新增客户大幅减少、与第一大客户合作金额降低等情况对经营业绩是否构成重大不利影响

1、新增客户大幅减少对经营业绩的影响

公司新增客户数量减少，但新增客户经营业绩总体占比较小，且剔除口罩业务后新增客户的数量呈上升趋势，毛利相对较为稳定，对公司整体业绩影响不大。

剔除口罩业务后，报告期内新增客户的销售情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新增客户数量	39	86	53	38
新增客户收入金额	618.98	1,764.05	943.28	1,089.90
新增客户成本金额	374.51	1,204.31	860.51	794.01
新增客户毛利额	244.47	559.74	82.77	295.89
单位新增客户毛利额	6.27	6.51	1.56	7.79
营业毛利总额	3,777.65	7,266.79	6,002.46	6,190.21
新增客户毛利占比	6.47%	7.70%	1.38%	4.78%

由上表可知，剔除口罩业务后，报告期内公司新增客户数量分别为 38 家、53 家、86 家以及 39 家，实现销售影响的毛利金额分别为 295.89 万元、82.77 万元、559.74 万元以及 244.47 万元，剔除口罩后的新增客户数量在报告期内呈上升趋势，未出现大幅下降。2021 年毛利额大幅下降主要系新增客户为较多零散客户所致，其销售金额较小导致单位新增客户毛利额较低。

报告期内，剔除口罩业务后的公司营业毛利总额分别为 6,190.21 万元、6,002.46 万元、7,266.79 万元以及 3,777.65 万元，公司经营业绩较为平稳且呈现上升趋势。新增客户毛利占公司总体营业毛利的比重较小，对公司经营业绩影

响较小。

如不剔除口罩业务，公司新增客户数量大幅减少也不会对公司总体业绩造成重大不利影响，报告期内，公司新增客户的总体销售情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新增客户数量	40	90	67	191
新增客户收入金额	658.80	1,765.84	951.66	2,852.52
新增客户成本金额	390.77	1,205.29	862.99	2,163.69
新增客户毛利额	268.03	560.55	88.67	688.83
单位新增客户毛利额	6.70	6.23	1.32	3.61
营业毛利总额	3,816.32	7,727.45	6,909.23	32,175.93
新增客户毛利占比	7.02%	7.25%	1.28%	2.14%

由上表可知，报告期内公司新增客户数量分别为 191 家、67 家、90 家以及 40 家，实现销售影响的营业毛利金额分别为 688.83 万元、88.67 万元、560.55 万元以及 268.03 万元，2021 年新增客户毛利大额减少主要受到新增客户数量及单位新增客户毛利的影响，其中 2021 年新增客户数量大幅减少，主要因 2020 年新增客户中有 153 家为受宏观因素影响带来的口罩客户增加，单位新增客户毛利额大幅下降主要因 2021 年新增的大客户为贸易商，贸易商毛利率总体低于直销客户。

报告期内，公司营业毛利总额分别为 32,175.93 万元、6,909.23 万元、7,727.45 万元以及 3,816.32 万元，除 2020 年受口罩业务影响业绩大幅增长外，其余报告期内业绩较为平稳，且新增客户毛利占公司总体营业毛利的比重分别为 2.14%、1.28%、7.25%以及 7.02%，占比较小且总体呈现上升趋势，未对公司的经营业绩构成重大不利影响。

综上所述，公司报告期内新增客户大幅减少，主要系受口罩销售的影响，剔除口罩业务后公司新增客户数量总体呈现上升趋势，新增客户除 2021 年因贸易商以及零散客户较多导致营业毛利较低以外，其余期间总体呈现上升趋势，且公司报告期内的营业毛利总额较为平稳，因此公司新增客户大幅减少不会对经营业绩构成重大不利影响。

2、与第一大客户合作金额降低对经营业绩的影响

公司与第一大客户的合作金额降低主要系受口罩业务的影响，剔除口罩业务后，公司对 Walgreens 的销售收入逐年增长，毛利总体相对比较稳定。

剔除口罩业务后，报告期内公司与第一大客户 Walgreens 的销售情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Walgreens 收入金额	2,042.49	3,793.68	3,303.80	3,124.54
Walgreens 成本金额	1,133.28	2,249.40	2,074.76	1,597.50
Walgreens 毛利额	909.21	1,544.28	1,229.03	1,527.04
营业毛利总额	3,777.65	7,266.79	6,002.46	6,190.21
Walgreens 毛利占比	24.07%	21.25%	20.48%	24.67%

剔除口罩业务后，报告期内，公司与第一大客户 Walgreens 的销售收入逐年增长，毛利分别为 1,527.04 万元、1,229.03 万元、1,544.28 万元以及 909.21 万元，营业毛利金额较为稳定，2021 年略有下降主要系原材料价格上涨，公司整体毛利均有所下滑。且剔除口罩业务后，报告期内公司营业毛利总额分别为 6,190.21 万元、6,002.46 万元、7,266.79 万元以及 3,777.65 万元，公司经营业绩较为平稳且呈现上升趋势，且 Walgreens 销售毛利占公司总体毛利的比重均在 20%-25%之间，占比较为平稳。因此公司与第一大客户 Walgreens 剔除口罩的销售金额逐年增长，毛利保持稳定，没有对公司的经营业绩产生重大不利影响。

如不剔除口罩业务，报告期内公司与第一大客户 Walgreens 的总体销售情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Walgreens 收入金额	2,052.44	4,584.59	5,048.97	66,342.61
Walgreens 成本金额	1,137.42	2,697.81	2,956.47	39,889.72
Walgreens 毛利额	915.02	1,886.77	2,092.50	26,452.88
营业毛利总额	3,816.32	7,727.45	6,909.23	32,175.93
Walgreens 毛利占比	23.98%	24.42%	30.29%	82.21%

由上表可知，不剔除口罩业务的情况下，报告期内公司与第一大客户

Walgreens 的销售毛利金额分别为 26,452.88 万元、2,092.50 万元、1,886.77 万元以及 915.02 万元，公司营业毛利总额分别为 32,175.93 万元、6,909.23 万元、7,727.45 万元以及 3,816.32 万元，除 2020 年受宏观因素影响口罩业绩大幅增长导致当年的营业毛利增加，后续期间的营业毛利较为稳定，未对公司经营业绩造成重大不利影响。

综上所述，公司与第一大客户 Walgreens 的交易金额降低，主要系 2020 年口罩收入影响，剔除口罩收入后，公司对 Walgreens 的销售收入逐年增长，毛利总体相对比较稳定，因此未对公司的经营业绩构成重大不利影响。

三、说明向 Walgreens 支付款项未作为销售返点冲减收入，而是作为销售费用核算的会计处理和列报的合理性

（一）公司佣金手续费的业务实质及商业合理性

Walgreens 集团是一家年销售收入达到千亿美元的巨型公司，因此在其内部 Walgreens CO.、Boots UK 和 Walgreens 亚洲都是独立管理，职能不同的 Walgreens 集团内公司。根据提供的文件显示，Walgreens 集团对于 Walgreens 亚洲的定位是采购代理服务。公司的销售合同和货款由 Walgreens CO.、Boots UK 完成，但采购过程中的服务由 Walgreens 亚洲提供，采购服务的佣金均由双方协议明确约定。

Walgreens 亚洲作为 Walgreens 集团在亚太地区的分支机构和业务代理机构，公司通过 Walgreens 亚洲的推介进入 Walgreens 集团采购体系，Walgreens 亚洲实际承担是居间商的角色，为公司提供货物的订单辅助下单，货物交付对接及联系，交货质量前期控制，货款支付对账及催款以及向 Walgreens 集团进行新品推荐等服务内容，主要是 Walgreens 集团为其采购而设立的代理服务单位。

双方签署的合作协议主要条款如下：

“Walgreens Boots Alliance Asia Sourcing Limited（以下简称甲方）作为常州华联医疗器械集团股份有限公司（以下简称乙方）客户 Walgreens Boots Alliance 在亚太地区的分支机构和业务代理机构，就甲方为促进乙方与 Walgreens CO. 以及 Boots UK（Walgreen s Boots Alliance 集团下属公司）合

作，经双方友好协商，针对甲方服务内容以及乙方支付的佣金手续费等方面达成如下协议：

甲方服务内容：

甲方作为 Walgreens Boots Alliance 在亚太地区的分支机构和业务代理机构，主要提供订单下单、货物交付、质量控制、货款支付以及新品开发等服务内容。

乙方支付的佣金手续费约定：

1、根据年度内乙方实现 Walgreen CO. 销售收入金额的 1.4% 计算，作为甲方协助乙方推动新品开发、订单下单、质量控制及跟踪落实货物交付的佣金费用，佣金费用由乙方实际承担。

2、根据年度内乙方实现 Boots UK 销售收入金额的 3% 计算，作为甲方协助乙方推动新品开发、订单下单、质量控制及跟踪落实货物交付的佣金费用，佣金费用由乙方实际承担。

3、根据乙方收到 Walgreens CO. 以及 Boots UK 货款金额的 2.5% 计算，作为乙方使用 Walgreens Boots Alliance 平台的交易手续费，交易手续费由乙方实际承担。”

从协议内容可以看出，Walgreens 亚洲是公司根据销售金额的固定比例计算佣金，并且根据回款比例收取额外的手续费，佣金手续费的计算和收取直接体现了其居间采购服务的性质，结合其提供的采购服务内容，Walgreens 亚洲是属于居间商和代理商的角色，而 Walgreens 亚洲作为同一控制集团下属公司而非第三方居间商，系因为 Walgreens 集团作为全球知名的连锁大型药店，对产品的资质和质量有很高的要求，很难通过外面独立第三方进入其集团采购体系，并且 Walgreens 集团对下属公司是分开管理，各个子公司独立性较强，Walgreens 亚洲的职能是提供采购代理服务，Walgreens 亚洲的收入来源也主要是基于采购代理服务收取的佣金，因此公司通过 Walgreens 集团下属的采购代理公司开展合作交易，具有商业合理性。

Walgreens CO. 以及 Boots UK 作为 Walgreens 集团在美国和英国的大型药房

连锁店，系公司的下单和款项结算主体，是公司的主要直销客户。Walgreens 亚洲是 Walgreens 集团在亚太地区的分支机构和采购代理机构，主要提供 Walgreens 集团在亚太的部分货物的订单辅助下单，货物交付对接及联系，交货质量前期控制，货款支付对账及催款，并向 Walgreens 集团进行新品推荐等服务内容，主要是 Walgreens 集团为其采购而设立的代理服务单位。

通过一些业务代理机构以及居间商促进合作交易，系外销行业内普遍存在的通行惯例，相关上市公司相关说明如下：

公司名称	佣金服务内容	会计处理方式
朗特智能 (300916)	为开拓新客户、尤其是境外客户，公司业务拓展前期，存在向第三方支付一定金额的销售佣金以协助拓展业务、开展营销活动	计入销售费用
莱赛激光 (871263)	公司与 UNICONCEPT 约定的服务佣金比例为公司实际收到的向 JOHNSON 等客户的出口产品货款的 2.7%，系双方根据模式转变后根据 UNICONCEPT 能够提供的服务内容，最终经商业谈判后确定。模式转变后，UNICONCEPT 提供的服务主要为与 JOHNSON 相关的订单、货款、质量等提供联络和协调服务	计入销售费用
新麦机械(IPO 在审企业)	在境外销售过程中，部分订单由第三方介绍促成。公司根据事先确定的佣金金额或比例向第三方支付销售佣金	计入销售费用
宇星股份(IPO 在审企业)	公司佣金服务费主要用于支付相关中间商为公司获取部分客户订单的相关服务费用	计入销售费用

(二) 是否实质构成返点以及作为销售费用核算的会计处理和列报的合理性

返利或返点是由于购货方在一定时期内累计购买货物达到一定数量，供货方在价格上给予购货方的折让，是一种促销激励手段，与手续费或佣金性质不一样。且返利或返点一般经销商模式居多，而 Walgreens 集团作为全球知名的连锁大型药店，体系内公司较多，下属的大型子公司都是独立核算和管理，Walgreens CO. 和 Boots UK 系公司的直销大客户，Walgreens 亚洲是经营管理方面独立与这两家直销客户的采购代理服务公司，Walgreens 亚洲相对于 Walgreens CO. 和 Boots UK 是独立管理和经营的第三方，公司与 Walgreens 亚洲签订的协议，按照收入及回款金额的固定费率确定，跟购买货物无线性量化关系，主要还是与提供的采购代理服务相关，因此该业务性质不属于返点。

公司佣金手续费涉及到的交易对手方都是独立的会计主体，Walgreens 亚洲、

Walgreen Co.、BOOTS UK LIMITED 虽然属于同一集团，但是属于不同的会计主体，会计核算独立，Walgreens 亚洲作为 Walgreens 集团在亚太地区的分支机构和业务代理机构，为公司提供采购代理服务内容。

Walgreens 集团作为全球知名的连锁大型药店，其下属的 Walgreens CO. 和 Boots UK 系公司的直销大客户，公司与 Walgreens 亚洲签订的协议，是与相对于 Walgreens CO. 和 Boots UK 的独立第三方签署的，按照收入及回款金额的固定费率确定，跟购买货物无量化关系，因此从该业务的协议约定、采购代理服务性质、Walgreens 亚洲独立第三方的地位等方面看都不属于返点。公司根据事先确定的佣金和手续费计算方式确认应当支付的金额并计入销售费用，会计处理具有合理性，列报具有合规性。

综上所述，公司向同一控制集团既销售产品获取收入又支付佣金手续费具有商业合理性，实质上不构成返点。公司佣金手续费的会计处理方式具有合理性，列报合规。

四、针对贸易业务，结合与下游客户的合同约定、货物的实物流、资金流、账务流的具体情况，说明采用总额法确认收入是否符合《企业会计准则》的相关规定

报告期内，公司贸易业务收入中的伤口护理类、日常护理类以及手指板夹等产品与公司主要产品创口贴、敷料贴、医用胶带等具有一定的互补性，主要合作客户向公司提出上述产品的采购需求时，为更好满足客户，同时考虑到上述产品需求金额占公司主营业务收入比例较低，基于成本效益原则，公司未自行购置设备生产对应产品，而是代客户遴选供应商，外购其所需成品，并将其与公司自产产品一并销售给客户。

报告期内，公司医疗设备贸易业务于 2022 年起开始有销售，主要系公司于当年获得了第三类医疗器械经营许可证，但短期内尚无生产此类医疗器械的能力，为开辟新增业务，获得进一步的增长，公司积极拓展新增客户，了解市场行情，充分利用自身供应链渠道，外购对应产品满足客户需求；目前，医疗设备收入占主营业务收入的比例较低，公司综合考虑自身技术能力、经济性等因素，暂不自行生产，随着合作的深入，若未来客户需求持续增长，公司将计划新增对应产品

的产能。

在贸易业务中，公司与下游客户的合同约定、货物的实物流、资金流、账务流情况如下：

货物种类	与下游客户的合同约定	实物流	资金流	账务流
医疗设备 (治疗仪、 理疗床、经 络检测仪、 健康一体 机)	公司负责将货物运输至客户指定地点；客户对产品检验，并签署验收报告；公司需保证货物质量符合要求，在质保期内，公司对由非操作不当而产生的故障负责。	供应商备货后，公司先去供应商现场验收，根据客户合同/订单情况，再由供应商直接运输至客户。	与供应商和客户分别进行结算，按照合同约定的结算期限向供应商付款和向客户收款。	货物运输到指定地点，公司根据验收单确认收入，并通过库存商品科目作出入库结转成本。
手指板夹、 日常护理 类、伤口护 理类等	公司负责将货物运输至客户指定地点；产品质量问题，客户有权向公司提出更换。	产品由供应商运输至公司仓库，根据客户合同/订单情况再由公司仓库运输至客户。	与供应商和客户分别进行结算，按照合同约定的结算期限向供应商付款和向客户收款。	货物到公司仓库经验收后作库存商品入库，发出并经客户验收后确认收入、结转成本。

如上表，公司的贸易业务主要分为两类，一类是医疗设备，第二类是手指板夹、日常护理类、伤口护理类货物等。医疗设备由于单件金额较大，公司通常以销定采，取得客户订单后安排采购，所以医疗设备的采购与销售通常一一对应。供应商备货后，公司会先去供应商现场验收，后续基于成本效益原则，为节省运费和仓储费用，公司会根据客户合同/订单情况要求供应商将医疗设备直接运输至客户指定的地点。送到客户指定地点后，公司经客户验收后确认收入。手指板夹、日常护理类、伤口护理类等货物通常采购与销售不——对应，公司一般也会有适量备货，此类货物由供应商运输至公司仓库，公司根据客户合同/订单情况再自行安排物流运输给客户。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条：企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：1) 企业自第三方取得

商品或其他资产控制权后，再转让给客户；2) 企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务；3) 企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：1) 企业承担向客户转让商品的主要责任；2) 企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险；3) 企业有权自主决定所交易商品的价格；4) 其他相关事实和情况。

公司贸易业务具体情况对照准则分析如下：

《企业会计准则第 14 号——收入》相关政策	公司贸易业务具体分析
1. 企业自第三方取得商品或其他资产控制权后再转让给客户	<p>医疗设备贸易业务中，根据公司与供应商约定，双方验收后货物转移至公司，因此供应商备货后，公司去供应商现场验收后，货物控制权已转移至公司。根据公司与客户合同约定，双方验收后货物转移至客户。因此在向客户转让设备前，公司已经获得货物的控制权。</p> <p>手指板夹、日常护理类、伤口护理类货物贸易业务中，由供应商先将货物运输至公司，公司纳入存货管理，此时已经获得了货物的控制权。</p>
1.1 企业承担向客户转让商品的主要责任	<p>公司均与供应商、客户分别签订独立的采购销售合同，公司与供应商、客户双方之间的责任义务区分开来，公司负责向客户提供商品，需承担负责将商品运输至指定地点的主要责任，并对商品质量承担主要责任。</p>
1.2 企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险	<p>医疗设备贸易业务中，虽然公司对商品控制权的获取，与商品控制权转移给客户的间隔时间较短，但供应商、公司、客户在存货管理相关风险报酬和责任时间上仍具有明显的先后关系，公司在向客户转让商品前仍然承担了存货管理相关风险报酬和责任。</p> <p>手指板夹、日常护理类、伤口护理类货物贸易业务中，由供应商将货物运输至公司，再由公司运输给客户，公司在向客户转让商品之前，承担了存货毁损灭失的风险，同时，由于公司会做适量备货，一定程度上还承担了存货积压减值的风险。</p>
1.3 企业有权自主决定所交易商品的价格	<p>商品售价由公司根据产品规格、性能及市场价格等因素自主确定，具有完全的自主定价权并承担交易的价格风险。</p>
1.4 其他	<p>与供应商和客户分别进行结算，不存在公司客户直接向公司供应商支付货款的情形。公司承担从客户收取款项的信用风险。</p>
2. 企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务	<p>不适用</p>

3. 企业自第三方取得商品控制权后, 通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户	不适用
--	-----

综上所述, 公司贸易业务符合“企业向客户转让商品前能够控制该商品”的情形, 公司采用总额法确认收入符合《企业会计准则》的相关规定。

回复内容详情已发布在全国中小企业股份转让系统网站, 链接如下:

https://www.neeq.com.cn/uploads/1/file/public/202401/20240122165805_1f0eevvjva.pdf

特此公告。

常州华联医疗器械集团股份有限公司

董事会

2024年1月23日