

挂牌公司管理一部：

贵部的年报问询函【2024】第 370 号已收悉，先将相关问题答复如下：

1, 关于无形资产-非专利技术 减值准备相关问题答复

公司2019年获批了三个基因检测试剂盒产品（载脂蛋白APOE、CYP3A5、IL28B），均为在研发部门发布产品上线通知书后，相应项目开发支出余额转入无形资产20,735,198.63元，按10年摊销，年摊销额约207万元，2023年末净值11,577,152.69元。获批以来产生的收入及增长变化如下：

年份	2019	2020	2021	2022	2023
收入额	443,761.46	1,599,282.58	2,672,772.84	3,216,271.46	5,243,465.04
增长率		260%	67%	20%	63%

五年复合增速为85.40%，最近一年的增速超过60%。

关于上述非专利技术的预计收益，

根据公开信息显示，上述三项基因检测医学意义均在美国FDA以及其他权威医学机构有表述，APOE和CYP3A5基本上是1990年代后期，2000年代初期开始上市的，SLC01B1系2010年代初开始上市的，虽然上市后市场波动很大，但市场总体是走强的，目前市场均仍有在售，预计未来市场规模走势的结论均是持续上升，且会和社会对个体化用药的认知，以及对基因与疾病和药物联系的不深入而相关。故，上述三项获批基因盒检测产品相关的非专利技术预计受益年限应该至少会在20年以上。拿本公司来看，本公司已经上市的原有四个产品也已经超过了10年以上。累计已经产生了近10亿的销售收入，目前也仍在正常销售还在继续产生收入。公司认为新获批的三个产品，随着时间的推移，会有类似的市场表现。

公司实际非专利技术摊销年限是统一按照10年进行摊销的，每年摊销10%，上述非专利技术目前已经摊销了超过40%的价值，但从产品预计受益年限还很长，相关产品收益还在逐年上升，故报告期内并未出现需要计提相应减值准备的迹象，故未计提减值准备是合理的。

无形资产-其他14项非专利技术，主要系历年委外及外购形成的，占无形资产原值比例约40%，均正常应用在日常生产和终端实验活动中，应用于每年数十万患者的使用过程中。在报告期末未出现需要计提减值准备的迹象，故未计提减值准备是合理的。

2, 关于开发支出及资本化条件相关问题回复

开发支出中和资本化项目中超过90%的金额主要是目前拟申报三类医疗器械证的需要临床的几个试剂盒产品项目、无人检测实验室相关及仪器设备的几个项目。

报告期末开发支出余额：

项目分类	金额	备注
拟报证试剂盒产品2个项目	14,180,558.79	进展中，2024年上半年获批了一项SLC01B1基因多态性检测试剂盒三类医疗器械产品批准证书，会在研发部门发布产品上线通知后将该项

		目对应的金额自开发支出入无形资产。
机器人无人实验室相关2个项目	20,692,312.66	进展中，尚未结题，但2023年末及2024年上半年实现了一套436万的无人实验室的销售。
5个仪器类项目	3,107,693.95	进展中

本公司在研发支出资本化方面的政策为“研发项目通过项目建议书进入研究阶段，通过开发立项评审进入开发阶段。以前期间已计入损益的开发支出不在于以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。”公司资本化时点与同行业可比公司不存在重大差异。

企业会计准则关于研发支出资本化的五项条件:1、完成该无形资产以使其能够实用或出售在技术上具有可行性。本公司通过立项（开发立项）评审进入开发阶段，立项评审中已就技术上可行性做了分析和结论。2、具有完成该无形资产并使用或出售的意图。本公司试剂盒类项目的主要目的是用于销售，设备类项目的主要目的是配合使用我司已销售的试剂盒或单独销售，3、无形资产产生经济利益的方式。本公司无形资产产生经济利益的主要方式是利用该技术生产出可供销售的产品、生产出可单独销售的设备或配套使用我司试剂盒的设备。4、有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产。公司目前的资金和技术人员预计能够支撑完成该无形资产的开发。5、归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。本公司目前有健全的财务会计制度，以及完善的内部管理制度，故无形资产开发阶段的支出能够可靠计量。

从项目数量来看，公司基本上绝大多数项目都直接费用化了，只有极个别几个项目在资本化，报告期内资本化的都是延续以前年度资本化的或者和其相关的个别项目。上述前期已在资本化阶段的项目，在本期继续资本化也是符合一贯性原则的。

公司和以前年度相比虽然资金较为紧张，但公司资产负债水平较低，仍可通过多种方式融资获得资金来支撑相关研发项目的完成，报告期内公司关于完成上述相关无形资产的开发并使用或出售的意图也未改变，相关项目报告期内也仍在开展中，故在报告期内相关资本化项目继续计入开发支出是合理的。如果未来确实出现了比如继续开发的意图改变，或其他研发支出资本化的五项条件不再满足而导致需要停止资本化转为费用化的情形，公司会认真按相关规定，并履行相应程序进行处理。

### 3、关于公司销售费用相关问题回复

公司的可比公司应该是和公司经营产品相同或类似，体量及规模比较类似的公司，目前公司的知悉主要竞争对手均不是上市公司或挂牌公司，据了解公司主要竞争对手的外包市场推广服务商也均不是上市公司或挂牌公司。故均没有公开信息可查询。根据公司目前日常经营活动了解到的情况，目前在对市场推广服务商的费用的定价水平略低于类比公司（竞争对手），近两年的价格水平及服务费用变化趋势和类比公司（竞争对手）也是一致的。



销售费用分类与收入的对比列示见下表：

	2019年	2022年	2023年	2024年上半年
收入	114,295,262.49	65,141,598.60	67,649,089.20	28,350,835.18
除推广费外其他销售费用	15,176,967.16	16,100,419.82	12,072,430.01	4,148,574.21
其他销售费用占收入比例	13%	25%	18%	15%
市场推广服务费	54,839,101.67	40,665,764.68	38,666,220.00	13,111,060.20
推广费占收入比例	48%	62%	57%	46%
总销售费用率	61%	87%	75%	61%

从上表可以看出2022年收入大幅度下跌后，虽然费用的绝对金额也下降了，费用降幅赶不上收入降幅，但除推广费以外的销售费用占收入比例2022年比2019年上升导致了总销售费用率上升了12%（25%-13%）。2023年该比率比2019年上升导致了总销售费用率上升了5%（18%-13%）。

主要原因系收入大幅度下跌后，除推广费以外的销售费用如人员费等无法立即同步同幅度调整。

上述数据均系根据已公告财务报告中相关信息计算，且均已完整如实恰当的反映在财务报告及附注信息中，其披露处理方式符合企业会计准则的要求，也和历年财务报告的披露方式保持一致。

推广费与收入的对比列示见下表：

	2019年	2022年	2023年	2024年上半年
收入	114,295,262.49	65,141,598.60	67,649,089.20	28,350,835.18
市场推广服务费	54,839,101.67	40,665,764.68	38,666,220.00	13,111,060.20
推广费占收入比例	48%	62%	57%	46%

从上表可以看出2022年收入大幅度下跌后，虽然费用的绝对金额也下降了，费用降幅赶不上收入降幅，结果是推广费占收入比例2022年比2019年上升导致了总销售费用率上升了14%（62%-48%）。推广费占收入比例2023年比2019年上升了导致了总销售费用率上升了9%（57%-48%）。

上述数据均系根据已公告财务报告中相关信息计算，且均已完整如实恰当的反映在财务报告及附注信息中，其披露处理方式符合企业会计准则的要求，也和历年财务报告的披露方式保持一致。

产生这个变化趋势的主要原因还是近两年最终端患者开单少了，开单变难了。而这背后的原因可能包括疫情及后续影响、患者口袋没钱、消费降级、地方财政没钱、医保控费、医生多一事不如少一事不愿开单等等，导致在2022，2023年开单更难了。就像一个洗发水的广告的终极目的是促进最终消费者未来会消费更多的洗发水一样，各种形式的推广费本质的经济目的是一样的，也是为了最终促成未来有更多的患者消耗公司产品，或者说是未来有持续的开单量，而不是医院或经销商从公司购买后最终消费者消耗的很慢或者停滞了。因此在开单难度自2022年起大幅度攀升的情况下，推广费费用水平变化是外部环境和竞争导致的必然结果，是有其商业合理性的。对于各公司来讲，尽最大努力维持医院端开单不中断或停滞是极其重要的，如果医院的开单中断或停滞，

可能不久后就会面临丢失客户和市场。此外，在这样的外部环境下推介公司新获批的试剂盒产品也会变得难度更高，值得庆幸的是，拿报告期和 2019 年对比来看，公司的大部分医院客户也还都是没有中斷开单或者停滞开单的，2024 年上半年的推广费收入占比已经和 2019 年的水平比较接近了，另 2019 获批几个新试剂盒产品报告期的销售额也突破了 500 万，目前公司也还能保持每年有数十万患者使用了本公司的产品，虽然销售费用花费的代价比较大，但也是有成效的，也是在目前状况下公司能够生存的一个重要基础。

公司外包市场推广服务商一揽子服务的定价的形式和各年度在各地的费用的定价水平是在竞争的商业实践中形成的，是市场和各地不同的外部环境决定的，如果公司选择不接受市场法则，不可避免就会退出相应市场。

公司对经销商（非医院）的分品种供货价和市场推广服务商一揽子服务的定价均属于对方的高度敏感涉密信息，如加以公开披露有极大概率可能会导致对方和公司终止合作，甚至根据其中的保密条款追究公司的责任，可能会导致公司迅速大量丢失客户，生存受到重大影响，严重损害股东利益。

一揽子综合推广服务定价为主的定价方式在非上市公司中，据公司了解还是比较普遍的。规模较大的上市公司，会投入较多的财力和资源促进个服务的单独计价、计数及合规建设，故根据上市公司单独计价推广服务的问询函信息难以计算出客户或服务商的敏感价格信息。以公司目前的财力和体量可能还是更适合选择一揽子综合推广服务定价为主的定价方式。经查询，申报 IPO 的药企由于没有上市公司那么大的财力和资源，其实也是采用的一揽子综合服务定价，如 2020 年在科创板上市的三友医疗（股票代码 688055）在回答交易所问询时用 384 字列示了具体提供服务的详细内容并表示：

“除个别服务商仅提供配送服务外，其他第三方服务商均向公司提供前述一揽子综合服务，不存在仅提供具体某一项服务的情形，公司亦不存在与服务商就前述具体服务单独定价的情形。”

又如规模体量较大的众生药业（股票代码 002317），“公司的业务模式为经销商买断的销售模式，即公司的产品直接销售给经销商，公司与经销商之间进行货款的结算。经销商通过其销售渠道将药品最终销售给医院、药店、诊所等终端。”，同时该公司 2022 销售费用为 10.00 亿元，占营业收入的 37.37%，其中，委外营销服务费用 9.39 亿元。从该公司对交易所的问询函可知，其委外营销服务费用分为 8 大类，20 个子类，各子类营销费用和各产品的销售之间没有匹配关系。

公司报告期内推广费 38,666,220.00 元，其中 32,403,247.00 元（占比 83.8%）为采用一揽子综合服务定价支付的。6,262,973.00 元属按照具体服务单独计价，均为会议推广服务。根据会议推广服务商提供信息汇总，包括了 223 场会议，其中小型科会 92 场，大型科会 46 场，院会 14 场，学术沙龙 68 场，区域会议 3 场。定价标准基本为小型科会单场支持费用 1 万元左右，大型科会单场支持费用 2 万元左右，院会和学术沙龙单场支持费用均为 5 万元左右，区域会议单场支持费用 10 万元左右，全国会议的话是 50 万元左右（报告期内未发生）。无论是哪种计价方式，每笔均有单独的协议、发票，协议中均约定了服务商的各项义务，每次结算均要有服务商盖章确认相关事项的结算书。



公司在报告期内的市场推广费均直接系支付给推广商的市场推广费，没有任何本公司发生的其他费用，没有包括任何支付给本公司员工的费用，没有任何现金支付的费用，全部均银行转账汇入服务商公司银行账号，没有任何汇入个人账户的，全部推广费都有协议、合同、发票、每一笔付款都有服务商盖章载明完成所提供服务和申请结算方法及金额的结算申请书、所有推广费均完整列示与销售费用项下并如实完整在财务报告中进行了披露，服务商和公司之间没有关联方交易或利益安排，服务商中没有公司员工或前员工控制的公司，推广商在工商营业范围全部都包含从事商务服务、推广服务、技术服务等类似项目，其中约 80-90%的服务商同时还具有医疗器械的相关经营资质、服务商全部签订有反商业贿赂的协议、在合同和协议中也还会有单独的条款、明确约定了的违反反商业贿赂约定的责任。如果公司发现推广服务商违反相关反商业贿赂的情形，或者违反了协议及合同的约定，将会严格按照协议追究相关责任。营销相关人员均签订了相关的反商业贿赂的承诺。公司销售费用中不存在利用虚假票据、虚构业务事项或利用医药推广公司套取资金体外使用的情形，公司不存在商业贿赂或其他利益输送的情形，公司在各省医药价格和招采信用评级中不存在被列入失信违约名单的情形。

公司会根据自身体量、市场地位、拥有的资源，努力最大化的减少合规性风险。公司评估认为相关内部控制制度认为能够有效防范商业贿赂风险，公司相关内控制度的执行情况是有效的。

#### 4、关于存货跌价准备问题

##### 期末库存商品及原材料分类情况，

分类	相关库存商品及原材料金额	备注
医疗器械证产品相关	8,653,739.33	正常周转，未计提存货跌价准备
不属于医疗器械的仪器产品	4,252,227.15	产成品售价高于成本，故未计提跌价准备
全额计提跌价准备存货	98,479.64	已全额计提存货跌价准备
研发用物料	824,652.18	可企业自用，故未计提存货跌价准备
合计	13,829,098.29	

公司属于医疗器械企业，公司对医疗器械产品相关存货均严格按照批次进行效期管理，对存货的效期等进行严格动态跟踪管理，如果有过期风险的是不会允许进入生产环节环节的，提前自用做实验或培训用消耗，目前公司产销正常，每年产销量涉及几十万人份，存货正常运转正常耗用，售价均高于成本，报告期内未发生医疗器械产品相关存货需要计提减值准备的情形。

医废（锐器）分拣机器人主要处理带针头（锐器）的输液袋，产品上市时有过上海同仁医院组织的产品发布会及新闻发布会，腾讯、搜狐、澎湃等全国性媒体也曾经报道过，目前通过搜索引擎仍可查询到部分相关信息。产品售价不到 10 万，其产成品报告期售出 27 台，期末库存 57 台，但预收账款里还有 26 台已收款未发货。虽然 2023 年销售不佳，但因售价高于成本，毛利率约 50%，未出现可变现净值低于成本的情况，故报告期末其相关存货未计提存货跌价准备。

#### 5、关于应收账款

a) 我司 2023 年计提应收账款坏账准备确定预期损失率时，按照会计事务所

的建议和要求进行了进一步的细化，是根据账龄与整个存续期预期信用损失率对照表计提。具体如下：

1) 确认本年应收账款余额对应账龄金额占比及近3年平均应收账款余额对应账龄金额占比。

2) 根据账龄迁移情况确定历史账龄减少额（如，本年1年以内减少额=上年1年以内金额-本年1至2年金额）

3) 计算迁徙率。根据（1-历史账龄减少额占比对应账龄额）确认近3年账龄期间迁徙率，再算出账龄期间的平均迁徙率。

4) 根据平均迁徙率确认本年度账龄期间的预期信用损失率。（5年以上信用损失率=100%，4-5年信用损失率=5年以上的信用损失率\*4-5年平均迁徙率，3-4年信用损失率=4-5年的信用损失率\*3-4年，2-3年信用损失率=3-4年的信用损失率\*2-3年平均迁徙率，1-2年信用损失率=2-3年的信用损失率\*1-2年平均迁徙率，1年以内信用损失率=1-2年的信用损失率\*1年以内平均迁徙率以此类推）

1年以内的信用损失率  $2.21\% = 27.85\% * 7.95\%$

依据新的预期损失率，计提坏账准备 5,594,491.00 元，若坏账计提比例未发生变化，计提坏账准备 4,640,685.16 元，二者差异 953,805.84 元。对本年的利润影响数是 -953,805.84 元。

依据谨慎性原则，报告期末采用了更新的预期损失率计算结果计提了坏账准备。

b) 客户 D 为湖北的一家医院，根据相关协议有相应推广商负责催收回款，报告期末余额 4,835,074.76 元，公司根据相应账龄计提了 206.68 万元的坏账准备，另相应推广商还有 3,633,774.35 元的押金保证金在公司账上，该部分押金保证金只有在医院回款后公司才会归还给推广商，故坏账准备的计提是充分的。公司正在与有关各方积极处理此事，希望能够尽快处理完毕。

附：部分上市药企销售费用率信息：





2022年A股医药制造业板块销售费用/营收 TOP20

排名	证券代码	证券简称	销售费用/营业总收入 (%)
1	688176.SH	亚虹医药-U	55,894.61
2	688062.SH	迈威生物-U	283.20
3	688373.SH	盟科药业-U	171.18
4	600771.SH	广誉远	85.82
5	002581.SZ	未名医药	81.91
6	603669.SH	灵康药业	81.80
7	688266.SH	泽璟制药-U	75.32
8	688428.SH	诺诚健华-U	70.13
9	833266.BJ	生物谷	66.65
10	002750.SZ	龙津药业	65.32
11	688221.SH	前沿生物-U	64.16
12	002755.SZ	奥赛康	63.75
13	603087.SH	甘李药业	63.46
14	688136.SH	科兴制药	62.90
15	688235.SH	百济神州-U	62.69
16	002437.SZ	誉衡药业	61.94
17	688687.SH	凯因科技	61.72
18	688189.SH	南新制药	60.56
19	300006.SZ	莱美药业	59.92
20	600080.SH	金花股份	59.82

红墨资本局制图 数据来源: Wind

证券名称	2021年销售费用（万元）	2021年销售费用率
广誉远	78222	91.57%
未名医药	34533	85.75%
南新制药	55094	80.47%
泰凌医药	14986	66.11%
奥赛康	199809	64.32%
凯因科技	70892	61.95%
多瑞医药	32667	61.68%
翰宇药业	43871	59.61%
海辰药业	34288	59.29%
双成药业	18954	59.18%
金花股份	31506	59.00%
大理药业	10079	58.77%
莱美药业	71443	58.31%
一品红	128168	58.28%
通化金马	87871	57.98%
誉衡药业	181748	57.78%
灵康药业	42391	57.26%
嘉应制药	32834	57.13%
东阳光药	52167	57.09%
生物谷	31830	56.22%
景峰医药	45529	56.13%
哈三联	51757	54.72%
上海凯宝	59446	54.01%
西藏药业	115491	54.00%
西点药业	15295	53.54%
赛升药业	55516	52.83%
特宝生物	59756	52.78%
复旦张江	59970	52.59%
仟源医药	47902	51.49%
中恒集团	162359	51.35%
吉林长龙药业	36072	51.13%
九典制药	83211	51.12%
亿胜生物	68348	51.05%
吉贝尔	26016	51.04%
欧林生物	24551	50.40%



股票代码	企业	2023年 营业收入/亿元	2023年 销售费用/亿元	2022年 销售费用/亿元	同比	2023年销售费用 占营业收入比重	细分领域
688443.SH	智翔金泰	0.0121	0.1043	-	-	862%	生物制品
6996.HK	德琪医药-B	0.6731	1.9274	3.5539	-46%	286%	生物制品
688176.SH	亚虹医药	0.1375	0.3442	0.1459	136%	250%	化学制药
688192.SH	迪哲医药	0.9129	2.1005	0.2298	814%	230%	化学制药
2137.HK	腾盛博药-B	0.0062	0.0142	0.2686	-95%	229%	生物制品
2252.HK	微创机器人-B	1.0459	2.3843	1.8404	30%	228%	医疗器械
1952.HK	云顶新耀-B	1.2593	2.3142	3.2669	-29%	184%	生物制品
2487.HK	科笛-B	1.3762	2.0831	0.3593	480%	151%	生物制品
2197.HK	三叶草生物-B	0.3926	0.5477	-	-	140%	生物制品
688373.SH	盟科药业	0.9078	1.0741	0.8252	30%	118%	化学制药

