

恒升医学科技股份有限公司

关于年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

恒升医学科技股份有限公司（以下简称“公司”或“恒升医学”）于2024年8月16日收到贵司下发的《关于对恒升医学科技股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第432号）（以下简称“《问询函》”），公司对《问询函》所列问题进行了逐项落实，现就《问询函》所述问题回复如下：

1、关于业绩

报告期内，你公司实现营业收入235,415,579.34元，同比下降27.38%，其中血糖监测及糖尿病管理产品、医用耗材、医用设备、医用试剂分别实现收入149,803,252.32元、34,210,097.19元、24,266,449.94元、26,788,111.42元，分别较上年同期变动11.95%、-70.93%、28.89%、-50.13%。

你公司本期实现毛利率62.39%，较上年同期增长11.54个百分点，其中血糖监测及糖尿病管理产品、医用耗材、医用设备、医用试剂毛利率分别为70.43%、45.32%、50.57%、50.13%，分别较上年同期变动3.24个百分点、3.80个百分点、2.20个百分点、18.66个百分点。

你公司在西北三省（新疆、青海、甘肃）区域内，主要采取直销和配送的销售模式，在除西北三省外的全国其他省市，主要通过各地经销商合作的方式进行销售，但未按地区分类进行披露。

根据前期上市申报文件显示，你公司存在签收人字迹不一致、签收单编号不连续销售、签收订单跨期等签收单据管理不规范的情况。

请你公司：

(1)列明三种销售模式下不同类别产品的收入金额、占比、毛利率，并与上期对比说明不同模式下各类产品收入及毛利率的变动原因，在产品定价、信用政策、退换货约定等方面是否存在明显差异；

(3)按西北三省内、外的销售模式及产品类别列示销售收入、占比及毛利率情况，并与上期对比，结合产品类别、销售数量、定价及成本构成变化等因素，说明变动原因及合理性，并说明采取不同销售模式的背景、原因，说明对经销商销售是否为买断式销售，是否存在销售返利约定或其他激励措施，上述情况会计处理是否准确；

【回复】：

1. 三种销售模式下不同类别产品的收入金额、占比、毛利率

单位：万元

项目	2023年度								
	直销			经销			配送		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
血糖监测及糖尿病管理产品	7,312.49	47.55%	79.13%	6,883.28	94.58%	59.99%	784.56	92.05%	80.96%
医用耗材	3,349.27	21.78%	44.91%	24.00	0.33%	57.03%	47.74	5.60%	68.00%
医用设备	2,412.18	15.69%	50.54%	12.62	0.17%	54.08%	1.84	0.22%	68.09%
医用试剂	2,303.13	14.98%	47.97%	357.53	4.91%	64.37%	18.15	2.13%	43.19%
合计	15,377.07	100.00%	62.52%	7,277.43	100.00%	60.19%	852.29	100.00%	79.40%
项目	2022年度								

	直销			经销			配送		
	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率	金额	占比	毛利率
血糖监测及糖尿病管理产品	5,394.02	22.64%	77.37%	7,376.25	94.07%	58.74%	610.44	83.03%	79.36%
医用耗材	11,597.40	48.67%	41.46%	121.43	1.55%	40.19%	51.22	6.97%	55.74%
医用设备	1,805.78	7.58%	49.24%	8.03	0.10%	28.59%	68.85	9.36%	27.98%
医用试剂	5,031.21	21.11%	29.15%	335.54	4.28%	65.65%	4.74	0.64%	71.07%
合计	23,828.40	100.00%	47.58%	7,841.25	100.00%	58.72%	735.25	100.00%	72.85%

从收入金额及占比来看，直销模式是公司各类产品的主要销售模式。2023年度，公司直销模式下共实现销售收入15,377.07万元，其中血糖监测及糖尿病管理产品、医用耗材、医用设备及医用试剂产品的直销模式销售金额分别为7,312.49万元、3,349.27万元、2,412.18万元及2,303.13万元，占比分别为47.55%、21.78%、15.69%及14.98%。2023年度，公司经销模式及配送模式下分别实现销售收入7,277.43万元及852.29万元，经销及配送模式下销售的产品主要为血糖监测及糖尿病管理产品，经销模式下血糖监测及糖尿病管理产品实现销售收入6,883.28万元，占公司本期经销模式销售收入的94.58%；配送模式下血糖监测及糖尿病管理产品实现销售收入784.56万元，占公司本期配送模式销售收入的92.05%。

从毛利率来看，公司不同销售模式下毛利率存在差异，主要原因为不同模式下销售产品种类和销售对象不一致。整体而言，公司血糖监测及糖尿病管理系统产品毛利率整体呈现出直销与配送接近且高于经销情况，主要系直销模式和配送模式直接面对终端医院，毛利率较高。经销产品由经销商推广至医院，其毛利率相对较低，主要系经销模式下公司通过经销商向医院等客户进行销售，经销商承担了终端市场的开发和客户维护等职能，公司对经销商保留了一定的利润空间，故产品单价及毛利率相对较低。

2. 与上期对比说明不同模式下各类产品收入及毛利率的变动原因

（1）直销模式

2022年度及2023年度，公司直销模式下分别实现销售收入23,828.40万元及15,377.07万元。

直销模式下公司血糖监测及糖尿病管理产品2022-2023年度分别实现销售收入5,394.02万元及7,312.49万元，同比增长35.57%，主要系随着公共卫生事件结束，公司本期血糖试纸销量有所增加。2022-2023年度，直销模式下公司血糖监测及糖尿病管理产品毛利率基本稳定，分别为77.37%及79.13%。

直销模式下公司医用耗材产品2022-2023年度分别实现销售收入11,597.40万元及3,349.27万元，同比下降71.12%，主要系2023年度公共卫生事件结束，公司防护类医用耗材收入急剧减少。2022-2023年度，直销模式下公司医用耗材产品毛利率分别为41.46%及44.91%，整体较为稳定。

直销模式下公司医用设备产品2022-2023年度分别实现销售收入1,805.78万元及2,412.18万元，同比增长33.58%，公司医用设备销售主要面向医疗机构类客户，销售产品种类较多，根据客户需求情况存在波动。2022-2023年度，公司直销模式下医用设备产品毛利率基本稳定，分别为49.24%及50.54%。

直销模式下公司医用试剂产品2022-2023年度分别实现销售收入5,031.21万元及2,303.13万元，同比下降54.22%，主要系2023年度公共卫生事件结束，公司核酸检测试剂销售金额大幅减少。2022-2023年度，公司直销模式下医用试剂产品毛利率分别为29.15%及47.97%，增长18.82个百分点，主要系本期公司毛利率较低的代理医用试剂产品核酸检测试剂销售金额大幅减少，叠加公司自研卡纳思生化试剂销售比例提升，该产品毛利率高于代理产品，从而使得公司直销模式下的医用试剂产品毛利率实现较大提升。

（2）经销模式

2022年度及2023年度，公司经销模式下分别实现销售收入7,841.25万元及7,277.43万元。

公司经销模式下的销售的产品主要为血糖监测及糖尿病管理产品，2022-2023年度分别实现销售收入7,376.25万元及6,883.28万元，同比下降6.68%，变化幅度较小，主要受到部分终端合作客户变化影响。2022-2023年度，经销模式下公司血糖监测及糖尿病管理产品毛利率基本稳定，分别为58.74%及59.99%。

经销模式下公司医用试剂产品2022-2023年度分别实现销售收入335.54万元及357.53万元，毛利率分别为65.65%及64.37%，整体较为稳定。

经销模式下公司医用耗材及医用设备销售较少，销售产品种类较多，销售金额及毛利率根据客户需求及实际销售情况存在一定波动。

(3) 配送模式

公司配送模式下销售收入占比相对较低，2022-2023年度分别实现销售收入735.25万元及852.29万元。血糖监测及糖尿病管理产品是公司配送模式下最主要的产品，2022-2023年度分别实现销售收入610.44万元及784.56万元，同比增长28.52%，主要系公司拓展了部分配送终端客户。2022-2023年度，配送模式下公司血糖监测及糖尿病管理产品毛利率基本稳定，分别为79.36%及80.96%。

配送模式下公司医用耗材、医用设备及医用试剂销售较少，销售产品种类较多，不同产品单价及毛利率存在一定差异，故销售金额及毛利率存在一定波动。

3. 在产品定价、信用政策、退换货约定等方面是否存在明显差异

公司经销商与直销客户在产品定价、信用政策方面存在一定差异，在退换货约定方面不存在明显差异，具体如下：

项目	直销客户	经销客户	配送客户
产品定价	直接面对终端客户，同类产品价格相对较高	销售给经销商客户，经销商还需要进行市场开拓、客户维护及售后服务等，同类产品价格相对较低	根据终端客户价格，基于配送商一定配送费，价格处于中间水平
信用政策	直销客户包含医院、事业单位等，通常根据客户要求给予其一定账期	公司与主要经销商客户采用先款后货的合作模式，对于少数长期合作的经销商，给予一定账期	配送客户主要面向医院，受医院回款进度影响较大，通常根据配送客户要求给予其一定账期
退换货约定	经销商客户与直销客户在退换货政策上不存在明显差异，公司销售给客户的产品，如非存在质量问题等特殊情况，一般不予以退换货		

(二) 列示本年血糖监测及糖尿病管理产品、医用设备收入大幅增长对应的主要客户情况，注明是否新增、回款情况等，结合收入确认政策及取得的相关依据等情况，说明收入确认是否真实、准确；

1. 血糖监测及糖尿病管理产品收入大幅增长客户的情况

2023年血糖监测及糖尿病管理产品收入增长前五位的主要客户情况如下：

单位：万元

购货单位名称	2023年收入	2022年收入	变动额	2023年回款 (含税)
国药集团新疆新特药业有限公司	227.26	22.95	204.31	76.54
新疆百草堂药业有限公司	161.55	40.67	120.88	192.08
霍城县中医医院	124.33	39.50	84.82	69.91
新疆丰朗商贸有限公司	83.47	0.00	83.47	-
青海大学附属医院	132.08	48.75	83.33	173.51
合计	728.68	151.86	576.81	512.03

从上表可以看出，公司2023年度较2022年度血糖监测及糖尿病管理产品收入增长前五位的客户除了新疆丰朗商贸有限公司外，均为已合作客户，且均正常回款。新疆丰朗商贸有限公司为2023年新增客户，其终端客户为伊犁州中医院，2023年5月前伊犁州中医院由公司直接销售，2023年5月后由新疆丰朗商贸有限公司配送伊犁州中医院。由于未到结算账期，因此新疆丰朗商贸有限公司2023年度未回款。

新疆百草堂药业有限公司系公司OTC直营客户，2022年度受新疆公共卫生事件影响销售额下降，2023年度OTC门店业务恢复正常销量增加，因此销售额增长。国药集团新疆新特药业有限公司从2023年7月起配送新疆维吾尔自治区人民医院的医用耗材产品，因此，公司原销售给新疆维吾尔自治区人民医院的血糖试纸从2023年7月起通过国药集团新疆新特药业有限公司销售，因此2023年度销售额增加较大。

2023年度，公司投标取得霍城县中医医院、青海大学附属医院胰岛素泵销售业务，对应金额分别为89.2万元、73.2万元，2022年度受公共卫生事件影响均无胰岛素泵的销售，因此2023年血糖监测及糖尿病管理产品收入较2022年度增加。

2. 医用设备产品收入大幅增长客户的情况

2023年医用设备产品收入增长前五位的主要客户情况如下：

单位：万元

购货单位名称	2023年	2022年	变动额	2023年回款 (含税)	备注
新疆维吾尔自治区人民医院	353.55	1.91	351.63	168.50	2022年预收设备货款236.03万元
新疆维吾尔自治区阿克苏地区维吾尔医医院	243.20	0.00	243.20	277.10	
中国人民解放军陆军第九四九医院	126.55	13.98	112.57	135.85	
兰州市中医医院	107.42	0.00	107.42	36.41	2022年预收设备货款48.55万元
霍城县中医医院	73.89	0.85	73.04	-	
合计	904.61	16.75	887.86	617.86	

公司医用设备的销售是根据医院需求，主要通过招投标方式进行销售。因此各年度的客户及销售额变动较大。

2023年度公司医用设备销售收入较2022年增加543.98万元，上表中2023年设备销售收入增加的主要客户均为公司直营客户无新增客户，且均已按照合同约定回款。

3. 收入确认政策及取得的相关依据

公司主要销售血糖监测及糖尿病管理产品、试剂等产品，相关销售业务均为内销，属于在某一时点履行履约义务，因此公司确认收入的具体方法为在公司已根据合同约定或订单要求将产品交付给购货方，并经购货方签收或验收确认，已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认销售收入。即公司收入确认时点为已将商品交付给客户并经客户签收或验收，收入确认依据为经客户签字确认的签收单或验收单。上述血糖监测及糖尿病管理产品和医用设备均已将相关产品交付给客户，并已取得客户的签收单据，设备销售收入还取得了客户的验收报告，收入真实、准确。

（三）按西北三省内、外的销售模式及产品类别列示销售收入、占比及毛利率情况，并与上期对比，结合产品类别、销售数量、定价及成本构成变化等因素，说明变动原因及合理性，并说明采取不同销售模式的背景、原因，说明对经销商销售是否为买断式销售，是否存在销售返利约定或其他激励措施，上述情况会计处理是否准确；

1. 西北三省内按销售模式及产品类别的销售收入及毛利率分析

西北三省内按销售模式及产品类别的销售收入及毛利率如下：

单位：万元

产品类别	销售模式	2023年度			2022年度		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
血糖监测及糖尿病管理产品	经销模式	46.35	0.29%	78.73%	32.33	0.13%	78.74%
	配送模式	778.89	4.84%	81.13%	596.55	2.43%	79.82%
	直销模式	6,795.40	42.20%	79.62%	5,004.80	20.35%	77.81%
	小计	7,620.64	47.32%	79.83%	5,633.69	22.90%	75.96%
医用耗材	经销模式	20.18	0.13%	56.88%	84.65	0.34%	48.03%
	配送模式	47.58	0.30%	68.06%	50.63	0.21%	55.87%
	直销模式	3,349.28	20.80%	44.97%	11,591.90	47.13%	41.47%
	小计	3,417.04	21.22%	45.36%	11,727.17	47.68%	41.58%
医用设备	经销模式	2.68	0.02%	69.45%	-	0.00%	-
	配送模式	1.84	0.01%	68.09%	68.85	0.28%	27.98%
	直销模式	2,390.68	14.85%	50.54%	1,800.44	7.32%	49.14%
	小计	2,395.19	14.87%	50.57%	1,869.29	7.60%	48.36%
医用试剂	经销模式	353.66	2.20%	64.41%	330.32	1.34%	65.81%
	配送模式	18.15	0.11%	43.19%	4.74	0.02%	71.07%
	直销模式	2,299.40	14.28%	48.02%	5,030.69	20.45%	29.15%
	小计	2,671.20	16.59%	50.16%	5,365.75	21.82%	31.45%
总计		16,104.08	100.00%	63.24%	24,595.90	100.00%	47.76%

公司西北三省的销售模式主要是直销模式，2023年度与2022年度相比直销模式业务占比分别为92.12%和95.25%，变化不大。2023年，公司西北三省血糖监测及糖尿病管理产品收入较2022年增加35.26%，主要系由于公司2022年度受公共卫生事件影响，西北三省医院血糖监测及糖尿病管理产品需求相对减弱，2023年公共卫生事件后相关产品需求有所恢复。2023年血糖监测及糖尿病管理产品的毛利率较2022年增加3.87%，主要系公司自研血糖试纸占比从2022年的

41.23%提高至2023年的63.51%，而公司自研血糖试纸成本低于授权和代理的血糖试纸成本，自研产品毛利率高于授权和代理。

西北三省医用耗材及医用试剂主要通过直销模式销售，2022年及2023年西北三省医用耗材及医用试剂按照产品细分如下：

单位：万元

产品类型	产品明细	2023年		2022年	
		收入	毛利率	收入	毛利率
医用耗材	防护类耗材	50.93	-84.82%	9,116.33	42.02%
	义齿类	1,549.96	48.95%	959.19	40.33%
	医学影像耗材等其他耗材	1,816.14	42.79%	1,651.66	39.87%
	小计	3,417.04	45.36%	11,727.17	41.58%
医用试剂	核酸试剂	29.92	12.28%	3,215.89	18.54%
	卡纳思试剂	614.50	69.31%	535.45	70.07%
	其他试剂	2,026.79	44.91%	1,614.41	44.35%
	小计	2,671.20	50.16%	5,365.75	31.45%

从上表可以看出，西北三省2023年医用耗材和试剂收入大幅减少主要系防护类耗材和核酸试剂业务减少所致。2022年公司作为新疆维吾尔自治区疫情防控重点保障物资生产企业，为满足各地区政府、卫健委等机构的防疫产品需求，公司阶段性开展了部分防护类耗材和核酸试剂的代理业务。2023年随着公共卫生事件的结束，相关产品收入减少。

从上表医用耗材销售的业务构成可以看出，2023年医用耗材收入的下降主要系收入结构变动引起。防护类耗材收入因疫情原因大幅减少，而自产的义齿类耗材因2023年公共卫生事件结束产销量增加，在耗材销售收入中占比提高，同时产销量增加成本也有所下降毛利率提升，因此导致2023年医用耗材收入下降但毛利率上升。公司2023年防护类耗材毛利率为负数，系2023年公共卫生事件结束公司降价处理防护类耗材所致。

从上表医用试剂销售的业务构成可知，2023年医用试剂收入的下降主要系收入结构变动引起。公司代理的核酸试剂收入因疫情原因大幅减少，而核酸试剂的毛利率较其他医用试剂的毛利率低，因此导致2023年医用试剂收入下降但毛利率上升。

公司自产卡纳思试剂2023年较2022年毛利率仅下降了0.76%，未出现因产品价格、固定成本分摊、单位材料及人工成本变化产生毛利率大幅变化的情况。

公司医用设备的销售主要系直销模式下根据医院的需求，代理销售相关产品，2023年和2022年毛利率变化不大。

2. 西北三省外按销售模式及产品类别的销售收入及毛利率分析：

单位：万元

产品类别	销售模式	2023年度			2022年度		
		收入	收入占比	毛利率	收入	收入占比	毛利率
血糖监测及糖尿病管理产品	经销模式	6,836.93	92.36%	59.80%	7,343.92	94.04%	60.24%
	配送模式	5.66	0.08%	57.10%	13.89	0.18%	59.58%
	直销模式	517.09	6.99%	72.62%	389.21	4.98%	71.76%
	小计	7,359.68	99.42%	60.70%	7,747.02	99.21%	60.82%
医用耗材		3.97	0.05%	9.92%	42.87	0.55%	23.51%
医用设备		31.45	0.42%	50.72%	13.37	0.17%	49.33%
医用试剂		7.61	0.10%	38.63%	5.74	0.07%	52.32%
总计		7,402.71	100.00%	60.61%	7,809.01	100.00%	60.58%

注：西北三省外医用耗材、医用设备及医用试剂销售额较小，因此不分销售模式披露。

公司西北三省外销售的产品主要是血糖监测及糖尿病管理产品，占比均在99%，且两年毛利率变化不大。公司西北三省外的销售模式主要是经销模式，2022年及2023年血糖监测及糖尿病管理产品经销模式的收入占比分别为94.04%和92.36%。西北三省外2023年血糖监测及糖尿病管理产品收入较2022年下降5%，主要系胰岛素泵销量减少所致。

3. 血糖监测及糖尿病管理产品类别、销售数量、价格及成本变化分析

产品明细	业务模式	2023年			2022年		
		收入 (万元)	销量 (盒/台)	毛利率	收入 (万元)	销量 (盒/台)	毛利率
血糖试纸	自研	6,024.41	611,377	80.63%	3,242.98	333,361	79.48%
	授权	4,868.68	520,628	71.65%	5,646.90	581,767	69.95%
	代理	2,566.49	326,346	69.65%	3,188.40	380,717	67.97%
	小计	13,459.58	1,458,351	75.29%	12,078.28	1,295,845	71.98%
胰岛素泵	授权 (直销)	619.94	312.00	79.10%	74.67	44	88.32%

	授权 (经销)	16.96	30.00	26.25%	385.23	561	41.86%
	代理 (直销)	98.01	50	58.60%	240.61	108	65.61%
	小计	734.91	392	75.15%	700.52	713	54.97%
	其他	785.83	-	-	601.91	-	-
	合计	14,980.33	-	70.43%	13,380.71	-	67.19%

从上表可以看出2023年血糖试纸毛利率的提升主要系公司自研血糖试纸销售占比提高，而自研血糖试纸的成本低于授权和代理血糖试纸的成本，毛利率高于授权和代理。

2023年胰岛素泵的毛利率较2022年有大幅度的提高系由于2023年直销胰岛素泵的数量为362台，占胰岛素总销量的92.35%。2022年受公共卫生事件的影响，直销胰岛素泵的销量为152台，占胰岛素泵销量的21.32%，而直销胰岛素泵价格高于经销的价格，相应毛利率也高于经销毛利率。

4. 不同销售模式的背景、原因

公司在西北三省（新疆、青海、甘肃）以直销为主，在其他省市以经销为主。公司自成立之初起，即在西北区域开展业务，公司主要管理人员及部分销售团队均位于西北区域。通过多年对市场进行深耕细作，公司逐步与各级医院客户建立了合作关系，“博士医生”产品在西北区域客户中树立了一定品牌知名度，基于与当地终端医院客户合作关系及较为完备的销售体系，公司在西北市场一直以直销模式开展业务。

除西北三省外，在全国其他区域市场，公司产品品牌力较弱，且全国其他区域市场范围较大，若以直销模式销售，需要投入大量销售人员及资金进行市场拓展及售后服务。公司整体规模相对较小，资源有限，因此公司选择以经销模式而非直销模式开展业务，依托当地经销商资源优势及售后服务体系拓展终端市场。

5. 经销商销售及销售返利的会计处理

公司对经销商销售为买断式销售，根据经销协议，对于经销商购进的产品，除非存在产品质量问题，公司拒绝任何形式的退换货行为。

公司对经销商销售收入会计处理为：公司已根据合同约定或订单要求将产品交付给经销商，并经经销商签收确认，已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认销售收入。公司经销商销售收入的会计处理符合企业会计准则相关规定。

公司与部分经销商签署了返利协议，当部分经销商年度订货量达到协议约定金额时，给予经销商一定销售返利，返利采用实物返利模式，返利数量=经销商当年进货（回款）金额*返利百分比/产品标准价格。

返利会计处理为：对于销售返利部分，公司会计处理为：（1）确认返利年度：按照会计的权责发生制原则，按照扣除实物折扣后的金额确定本期销售商品收入金额，把将于下期支付的实物返利确认为合同负债；（2）交付返利实物年度：确认营业收入，冲回前期计提的合同负债，同时结转营业成本。公司对经销商销售返利的会计处理符合企业会计准则相关规定。

（四）说明前期申报文件中的上述异常情形在本期是否仍然存在，会计基础工作是否规范，公司的具体整改措施及执行效果，与收入相关的内部控制是否健全有效。

1. 前期申报文件中的异常情形说明

经公司梳理自查，2023年度公司个别签收单据存在前期申报文件中披露的签收人字迹不一致、签收单编号不连续等情形，不存在签收订单跨期的情形。

其中，签收单编号不连续不属于签收单据异常情形。公司通过供应链管理系统对销售业务进行订单处理、产品出库等流程管控，除部分经销商客户及义齿类产品客户外，供应链管理系统生成连续编号的销售出库单并随货同行，在货物交付客户后由客户指定人员签字确认。部分经销商客户及义齿类产品客户出于对账方便、节省时间等方面的考虑，对多批次发货进行统一签收。偶发情况下，公司存在产品未出库前发现销售出库单信息录入有误等情况，公司作废该销售出库单，由此导致销售出库单编号不连续，但该情况下公司产品未实际出库亦未确认销售收入，故不属于签收单据异常情形。

公司个别签收单据签收人字迹不一致主要系相关客户单位原签收人员事务繁忙，委托该单位其他人员代签。同时，同一签收人不同时间字迹因签字时间、签字场所等外部因素，字迹也不一定完全一致。

公司对前述签收人字迹不一致、签收单编号不连续的签收单据对应交易回款情况进行了梳理，截至本问询函回复出具日相关交易客户已全部进行回款，并且结合销售合同/订单、发票、物流单等支持性文件，确认相关交易具有真实性并且不存在跨期情况。

2. 会计基础工作规范情况

公司已对2023年度存在的签收单据管理不规范情形进行整改，对不规范签收单据对应交易的真实性进行核实，且已采取有效措施，进一步完善了公司内部控制制度。公司结合自身特点建立了独立的财务核算体系，具有规范的财务会计制度和财务管理制度，并根据需要依法、合理设置了会计机构和配置会计人员，所聘用人员均在公司工作、领薪，具备良好的专业知识及丰富的行业经验，能够胜任对应财务工作。此外，公司配置了金蝶财务系统进行财务核算，对核算操作的规定、职责权限等进行明确要求，系统运行良好，权限设置适当，能够有效帮助公司建立科学完整的信息化管理体系。

截至2023年末，公司已建立了有效的会计核算制度和内部控制制度，并在管理层的监督下得到了有效实施，公司相关会计基础健全，与财务报表相关的内部控制健全并得到了有效执行。

综上所述，公司财务报告编制有良好基础，会计机构设置合理，会计人员配置适当，会计基础工作相对规范，报告期内存在少数财务内控不规范行为，现已全部规范，对公司财务会计基础工作未产生重大不利影响。

3. 公司的具体整改措施及执行效果

针对前述签收单据不规范的情况，公司董事会和管理层主要采取了以下改进措施：

(1) 公司已制定并发布了《关于规范销售业务签收单的通知》（制度编号：HSYX-ZD-CW-2024-001），明确规定了销售签收单据的规范签署细则，要求“签收单原则上不允许代签，如果存在相关人员不在，由客户其他负责人代签的，必须签为“XXX代XXX签”，同时提供代签人员工作证明。”

(2) 公司全方位加强了对财务人员、业务人员内控制度的培训，增强其合规意识，强化了相关人员对于签收单据签字人员重要性和严肃性的认识。同时，

公司财务人员加强了对会计准则的学习，按照高标准、严要求进行具体的业务处理，结合出库单据、运输单据、签收单据、回款单据等支持性单据，确保收入核算谨慎、合规。

通过以上措施，公司已建立统一的签收单据规范标准，就签收单据管理不规范的缺陷和不足进行了有效整改。

4. 与收入相关的内部控制是否健全有效

公司于2023年3月在新三板挂牌，公司已经根据相关法律法规并结合公司实际情况建立了完善的内部控制制度，公司治理相对规范、财务内控基础总体良好。为规范公司收入核算管理流程，确保收入确认、计量、结算和会计核算工作的及时性、准确性，公司根据《企业会计准则》《企业内部控制基本规范》《企业内部控制应用指引》等国家法律法规并结合实际情况，制定了与收入确认相关的《收入核算管理制度》《销售管理部内控管理制度》，对公司与收入确认相关的各部门职责权限进行了规范，并明确了销售收入的确认原则、确认时点和具体的管理流程。

同时，天健会计师事务所（特殊普通合伙）在实施了包括了解、测试和评价内部控制系统设计的合理性和执行的有效性，以及其认为必要的其他程序的基础上，出具了《内部控制鉴证报告》（天健审（2024）8-177号），认为公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2023年12月31日在所有重大方面保持了有效的内部控制，且对2023年度公司财务报表发表了标准无保留审计意见。

综上所述，公司制定和完善了与收入相关的内部控制制度，对于相关交易均有制度约束并能够有效实施，报告期内存在少数财务内控不规范行为，现已全部规范，对公司财务会计基础工作未产生重大不利影响，收入相关内部控制制度有效。

2. 关于现金流量

报告期内，经营活动产生的现金流量净额为156,875,690.68元、上年为-29,153,082.15元，同比变动638.11%，公司归母净利润41,396,732.34元，较上年同期下降0.21%，两者趋势变动不匹配；销售商品、提供劳务收到的现金

367,787,580.00元,同比增长36.76%;购买商品、接受劳务支付的现金为73,367,491.77元,同比减少58.01%;分季度来看,你公司经营活动产生的现金流量净额第三季度为17,787,733.50元,第四季度为98,304,182.93元,现金流呈季度性波动较明显。

请你公司:

(1)结合销售商品、提供劳务收到的现金流量和购买商品、接受劳务支付的现金流量与对应的资产负债表项目、利润表项目的勾稽关系,以及公司各类业务的销售、采购模式及结算政策等情况,说明你公司经营活动现金流量净额与经营业绩不匹配的原因及合理性,是否与同行业可比公司存在显著差异;

(2)结合市场变化、业务特点、账期及现金流季度变化等情况,说明本年各季度经营活动现金流量波动的主要原因及合理性,列示本年第四季度主要回款客户情况,是否符合行业惯例。

【回复】:

(一)结合销售商品、提供劳务收到的现金流量和购买商品、接受劳务支付的现金流量与对应的资产负债表项目、利润表项目的勾稽关系,以及公司各类业务的销售、采购模式及结算政策等情况,说明你公司经营活动现金流量净额与经营业绩不匹配的原因及合理性,是否与同行业可比公司存在显著差异

1.销售商品、提供劳务收到的现金流量和购买商品、接受劳务支付的现金流量与对应的资产负债表项目、利润表项目的勾稽关系

2023年,公司销售商品、提供劳务收到的现金为36,778.76万元,与报表项目勾稽关系如下表:

单位:万元	
项目	2023年度
销售商品、提供劳务收到的现金	36,778.76
营业收入	23,541.56
加:销项税	3,064.76
加:应收账款的减少	10,945.62
加:合同负债的增加	-321.53
加:应收票据及应收款项融资的减少	-211.59

减：期初商业汇票贴现未终止确认本期到期终止确认	190.60
减：受客户监管账户银行存款净增加	-16.27
减：应收账款核销、贴现利息支出及其他	65.72
销售商品、提供劳务收到的现金合计	36,778.76

由上表可以看出，公司销售商品、提供劳务收到的现金与对应的资产负债表项目、利润表项目相互勾稽。

2023年，公司购买商品、接受劳务支付的现金为7,336.75万元，与报表项目勾稽关系如下表：

单位：万元	
项目	2023年度
购买商品、接受劳务支付的现金	7,336.75
营业成本	8,854.26
加：进项税	897.33
加：存货增加（含跌价准备转销及长期资产领用）	-1,372.43
加：应付账款的减少	355.64
加：预付款项的增加	-374.93
减：生产成本及制造费用中人工费用、折旧、摊销	1,613.62
加：费用性领料等	590.50
购买商品、接受劳务支付的现金合计	7,336.75

由上表可以看出，公司购买商品、接受劳务支付的现金与对应的资产负债表项目、利润表项目相互勾稽。

2. 结合公司各类业务的销售、采购模式及结算政策等情况，说明公司经营活动现金流量净额与经营业绩不匹配的原因及合理性，是否与同行业可比公司存在显著差异

报告期内，公司结合客户类型、区域分布等情况主要采取直销、经销与配送模式相结合的方式开展产品销售。其中，配送模式是指公司与配送商进行合作完成终端客户销售的业务模式。在配送模式下，公司主要负责产品渠道建设、市场推广及终端客户服务，配送商承担结算及部分物流配送的职能，公司与配送商之间采用买断方式进行销售。配送商除了销售公司的产品外，还会销售其他产品。在西北三省（新疆、青海、甘肃）区域内，公司主要采取直销和配送的销售模式，直接与区域内的各级医院、OTC零售药房或其合作的配送商以及

部分贸易商进行合作。在除西北三省外的全国其他省市，公司主要通过与各经销商合作的方式进行销售。其中，经销模式下，公司与经销商之间采用买断方式进行销售，公司主要负责品牌推广和服务，经销商主要负责各级医院的产品销售工作。经销商除了销售公司的产品外，还会销售其他产品。此外，在血糖测试仪的销售方面，除通过OTC药店和电商平台等渠道进行单独销售外，公司针对终端医院客户主要采用投放方式将血糖测试仪投放至医院以促进血糖试纸销售。

公司针对不同销售模式的信用政策存在一定差异，公司给予直销模式客户一定的信用期，主要系直销客户多为公共机构，信用程度较高且在商业谈判中话语权较高；对于经销模式客户公司大多采用先款后货或现款现货的方式结算，对于合作时间较久，合作关系较为稳定的经销商，公司会根据客户信誉、订单规模及商业谈判等因素给予一定的信用期。

公司的采购模式主要是根据销售订单、生产计划、库存情况以及原材料市场情况进行采购，遵循以销定产的原则。报告期内，公司自主生产所需的原材料主要包括电子元器件、生物原料及塑胶原料等。其中，授权生产模式下，公司基于产品适配性等因素考虑，主要向泰博科技股份有限公司采购印刷电极和血糖测试仪配件；自研生产模式下，相关原材料不存在产品适配性要求，公司通过市场化询价等方式进行自主采购。在自主生产模式（含自研生产和授权生产）下，公司采用“以销定产+安全库存”相结合的生产模式，根据销售订单制定生产计划并组织生产，同时为了快速响应客户需求，缩短交付周期，公司会保有一定的安全库存。公司与主要供应商的结算政策一般为票到60-90天，付款方式以银行转账为主。

2023年，公司净利润与经营活动现金流量净额的匹配关系如下表：

单位：万元

项目	2023年度	2022年度	变动	变动比例
净利润	4,139.67	4,148.34	-8.67	-0.21%
加：信用减值损失	-795.41	1,078.81	-1,874.22	-173.73%
加：资产减值准备	214.64	105.36	109.28	103.72%
固定资产折旧	508.91	512.38	-3.47	-0.68%
使用权资产折旧	291.49	333.14	-41.65	-12.50%
无形资产摊销	324.77	347.27	-22.50	-6.48%

长期待摊费用摊销	234.98	193.37	41.61	21.52%
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“-”号填列)	-8.14	-17.84	9.70	-54.38%
固定资产报废损失(收益以“-”号填列)	3.72	9.34	-5.61	-60.12%
公允价值变动损失(收益以“-”号填列)	-6.61	3.99	-10.60	-265.79%
财务费用(收益以“-”号填列)	57.72	84.55	-26.83	-31.73%
投资损失(收益以“-”号填列)	-78.88	-75.49	-3.39	4.49%
递延所得税资产减少(增加以“-”号填列)	382.32	50.70	331.63	654.14%
递延所得税负债增加(减少以“-”号填列)	-28.68	14.08	-42.76	-303.72%
存货的减少(增加以“-”号填列加)	1,372.43	-333.22	1,705.65	-511.86%
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	10,900.52	-10,217.05	21,117.57	-206.69%
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	-2,040.96	1,002.42	-3,043.38	-303.60%
其他	215.08	-155.44	370.52	-238.36%
经营活动产生的现金流量净额	15,687.57	-2,915.31	18,602.88	-638.11%
净利润与经营活动产生的现金流量净额的差额	-11,547.90	7,063.65	-18,611.55	-263.48%

从上表可以看出，2023年，公司净利润为4,139.67万元，同比下降0.21%，公司经营活动产生的现金流量净额为15,687.57万元，经营活动现金流量净额同比增长638.11%，经营活动现金流量净额正向增长但净利润同比略有下降。公司经营活动现金流量净额与净利润存在差异，主要由于减值损失、存货结转、经营性应收项目和经营性应付项目的变动所致。

2023年，经营活动产生的现金流量净额增幅较大，主要原因系期初金额较大的防疫物资应收账款本期收回，经营性应收项目减少10,900.52万元，2022年同期由于金额较大的防疫物资应收账款期末未收回，经营性应收项目增加10,217.05万元，两年反向变动使得经营性应收项目减少金额增长21,117.57万元。同时，2023年末随着防疫物资应收账款的收回，应收账款信用减值损失计提同比下降，使得经营性现金流量金额减少1,874.22万元；期末应付账款余额减少，经营性应付项目增加金额下降3,043.38万元；2023年末库存商品备货下降等影响存货余额减少，相比于2022年末存货余额下降，使得经营性现金流量金额增加1,705.65万元。

2023年，公司与同行业可比公司净利润与经营活动现金流量净额的匹配情况如下表：

单位：万元

可比公司	净利润	经营活动产生的现金流量净额	净利润与经营活动产生的现金流量净额的差额	与净利润的偏差幅度
三诺生物	19,584.50	73,514.59	-53,930.09	-275.37%
鱼跃医疗	237,647.22	212,697.78	24,949.44	10.50%
璟泓科技	4,713.95	-7,478.79	12,192.74	258.65%
恒升医学	4,139.67	15,687.57	-11,547.90	-278.96%

数据来源：年度报告等公开信息

同行业可比公司三诺生物属于国内血糖监测零售市场龙头，主攻医院市场，销售模式以经销为主，直销为辅。2023年，三诺生物经营活动现金流量净额与净利润均为正数且经营活动产生的现金流量净额远大于净利润，主要由于资产减值准备、非付现折旧与摊销、财务费用、存货结转、经营性应收项目和经营性应付项目的变动所致。鱼跃医疗主攻血糖监测零售渠道，销售模式以经销为主，直销为辅。2023年，鱼跃医疗净利润和经营活动产生的现金流量净额均为正数，净利润与经营活动产生的现金流量净额的差额幅度相对较小。璟泓科技主要从事体外诊断试剂及仪器、医学影像相关业务，客户群体以医院为主，销售模式以经销为主、直销结合。2023年，璟泓科技经营活动现金流量净额与净利润存在差异，净利润为正数但经营活动产生的现金流量净额为负数，主要由于资产减值准备、非付现折旧与摊销、财务费用、存货结转、经营性应收项目和经营性应付项目的变动所致，尤其是经营性应收项目增加幅度较大。公司与三诺生物净利润与经营活动现金流量净额均为正，且经营活动现金流量净额远大于净利润，净利润与经营活动现金流量净额匹配方面趋同，鱼跃医疗、璟泓科技在净利润与经营活动现金流量净额匹配方面表现有所不同，主要系公司与同行业可比公司在产品结构、客户类型、销售模式等方面存在差异。

综上所述，公司销售商品、提供劳务收到的现金和购买商品、接受劳务支付的现金与对应的资产负债表项目、利润表项目相互勾稽；公司经营活动现金流量净额与净利润存在差异，主要由于减值损失、存货结转、经营性应收项目和经营性应付项目的变动所致；经营活动产生的现金流量净额增幅较大，主要是由于期初金额较大的防疫物资应收账款本期收回；净利润与经营活动现金流量净额匹配与同行业可比公司比较后具备合理性。

(二) 结合市场变化、业务特点、账期及现金流季度变化等情况，说明本年各季度经营活动现金流量波动的主要原因及合理性，列示本年第四季度主要回款客户情况，是否符合行业惯例

公司自成立以来聚焦于血糖监测及糖尿病管理领域，公司面向各级医疗机构、医药流通企业、OTC药店及合作经销商等客户，针对性的采取直销、经销与配送相结合的方式进行产品销售，为糖尿病等各类疾病患者提供产品服务。受突发公共卫生事件影响，公司作为新疆地区为数不多的医疗器械生产企业，被纳入疫情防控重点保障物资生产企业，受新疆区域2022年宏观因素影响，公司为新疆各个地区卫健委、疾控中心、应急管理部门等提供防疫物资。2022年以来应收账款余额增长较大，公司直销模式下的医院客户及政府部门客户普遍出现了回款滞后的问题。2023年，公司针对应收账款欠款客户加大催收力度，同时在政府大力支持下，公司于2023年第二季度、第四季度收到大量防疫物资欠款。

公司针对不同类型客户的信用政策不存在较大差异，主要系卫健委、疾控中心、应急管理局和公立医院同属信用程度较高的公共机构，公司根据客户信誉及商业谈判等因素确认信用政策。公司与客户的结算政策包括预收货款、月结、货到或票到30-180天，公司的直销客户主要为公共机构，信用程度较高，因公共机构在商业谈判中话语权较强，因此双方在合同中未明确约定信用政策，双方根据以往合作基础及行业惯例执行信用政策。

2023年，公司营业收入、净利润与经营活动现金流分季度分析如下表：

单位：万元					
项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
营业收入	6,648.03	6,323.56	5,126.15	5,443.82	23,541.56
净利润	1,394.02	832.34	829.74	1,083.58	4,139.67
经营活动产生的现金流量净额	-800.50	4,878.88	1,778.77	9,830.42	15,687.57
净利润与经营活动产生的现金流量净额差额	2,194.52	-4,046.54	-949.04	-8,746.84	-
与净利润的偏差幅度	157.42%	-486.17%	-114.38%	-807.22%	-278.96%
各季度末应收账款原值	23,608.00	22,291.42	21,938.52	13,720.81	-

由上表可以看出，总体来看，受医疗卫生监管环境、客户需求情况等影响，2023年公司第一、二季度营业收入相对第三、四季度高，但不存在明显季节性

波动情形。公司第一季度、第四季度净利润相对较高、第二季度、第三季度净利润相对较低，主要受应收款项信用减值损失计提等因素影响；2023年公司各季度经营活动产生的现金流量净额波动较大、净利润与经营活动产生的现金流量净额差额波动较大，主要体现在第二季度和第四季度经营现金流量净额较大，差异主要受防疫物资等应收账款客户回款情况影响。

2023年第四季度主要回款客户（回款金额100万元及以上）情况如下：

单位：万元

客户名称	收款金额	是否防疫单位
乌鲁木齐市米东区应急管理局	2,009.45	是
乌鲁木齐市米东区疾病预防控制中心	1,843.49	是
呼图壁县人民医院	634.34	
伊犁州友谊医院	363.17	
吐鲁番市高昌区卫生健康委员会	222.00	是
乌鲁木齐市米东区卫生健康委员会	219.86	是
吉木萨尔县卫生健康委员会	210.00	是
玛纳斯县中医医院	206.60	
霍城县卫生健康委员会	202.00	是
新疆世邦药业有限责任公司	200.12	
鄯善县卫生健康委员会	200.00	是
奇台县人民医院	170.73	
焉耆回族自治县疾病预防控制中心	163.60	是
伊犁哈萨克自治州新华医院	155.71	
新疆瞰鼎商贸有限公司	130.09	
新疆维吾尔自治区人民医院	125.38	
贵州一能商贸有限公司	123.97	
和静县人民医院	122.93	
重庆知南医疗器械有限公司	108.30	
沙雅县人民医院	101.71	
托里县卫生健康委员会	100.00	是
富蕴县人民医院	100.00	
合计	7,713.45	

2023年第四季度应收账款回款情况较好，主要原因包括：一方面基于行业通常管理惯例，公司对业务人员年末应收账款回款考核更为严格，业务人员年末应收账款催收更为积极，客户已形成年末按期结清账款的惯例；另一方面针

对防疫物资的回款问题，公司积极向新疆维吾尔自治区有关部门汇报有关情况，并得到了大力支持，新疆维吾尔自治区促进中小企业、民营经济发展和减轻企业负担领导小组办公室专门发文督促各防疫欠款单位及时归还公司欠款，取得了较好的效果。

综上，受各季度应收账款回款等因素影响，公司各季度经营活动现金流量存在一定波动；公司第四季度销售回款较好，一方面受公司加大催款力度和客户年末按期结清账款习惯影响，符合行业惯例；另一方面系得到政府支持，防疫物资欠款回款情况较好。

3. 关于销售费用

报告期内，你公司销售费用金额53,303,178.91元，同比下降3.06%，其中职工薪酬金额为29,918,693.21元，同比下降4.90%；宣传推广费金额为10,158,240.91元，同比上升12.29%。你公司年初销售人员185人，年末197人，增长12人。

根据前期上市申报文件，你公司存在申报期内部分推广服务商成立时间与双方合作时间接近，个别已注销的情况。

请你公司：

(1) 结合薪酬政策、人员结构及人员变动情况等，说明你公司销售费用中的职工薪酬与人员变动不匹配的原因及合理性；

(2) 列示2023年公司主要的市场推广、广告宣传服务商情况，其成立时间、与公司的合作历史、主营业务范围及其提供的服务内容、公司对其采购金额等，说明在营业收入下滑较多的情形下市场推广费用明显增长的原因及合理性，与同行业对比是否存在显著差异；

(3) 根据前期上市申报文件显示，你公司存在申报期内部分推广服务商成立时间与双方合作时间接近，个别已注销的情况，说明异常情形在本期是否仍然存在，公司相关人员是否在广告、推广服务商投资任职，是否与广告、推广服务商及其相关人员存在他业务或资金往来，是否存在资金体外循环的情况。

【回复】：

（一）结合薪酬政策、人员结构及人员变动情况等，说明你公司销售费用中的职工薪酬与人员变动不匹配的原因及合理性；

1. 公司2023年及2022年销售人工构成情况如下：

单位：万元			
项目	2023年	2022年	差额
工资	2,076.19	2,090.29	-14.10
奖金	584.39	737.48	-153.08
福利费	30.70	25.83	4.87
社保、公积金及工会经费	300.58	292.50	8.08
合计	2,991.87	3,146.10	-154.23

公司销售人员薪酬由工资和奖金两部分组成，销售奖金是根据销售任务达成率按照销售额的一定比例计发。从上表可以看出公司2023年销售人工较2022年下降的主要原因系奖金下降。公司2022年度实现销售收入3.25亿，2023年度公司的销售目标为3.6亿，实际实现销售收入2.35亿，鉴于销售目标未达成且销售收入下降，公司销售人员对应销售奖金较2022年度下降。

2. 销售人员结构和人员变动情况

员工级别	2022年末人数	2023年末人数
员工级	132	138
主管级	16	18
经理级	27	28
总监及以上	10	13
合计	185	197

公司2023年末销售人员人数较2022年末增加了12人，但2022年度销售人员入离职人数均大于2023年度，2022年度销售月平均人数为214人，2023年月平均销售人数为199人，2023年月均销售人员薪酬同期比较如下：

金额单位：万元			
项目	2023年度	2022年度	变动
职工薪酬	2,991.87	3,146.10	-154.23
月均销售人员	199	214	-15
月均薪酬	1.25	1.23	0.03

由上表可以看出，虽然2023年末公司销售人员数量高于2022年末，但2023年月均销售人员较2022年同期减少15人，2023年销售人员月均薪酬较上年同期基本持平，因此销售人员职工薪酬总额较2022年同期减少154.23万元。

综上所述，销售费用中的职工薪酬与人员变动不匹配具有合理性。

（二）列示2023年公司主要的市场推广、广告宣传服务商情况，其成立时间、与公司的合作历史、主营业务范围及其提供的服务内容、公司对其采购金额等，说明在营业收入下滑较多的情形下市场推广费用明显增长的原因及合理性，与同行业对比是否存在显著差异；

1. 公司2023年和2022年宣传推广费明细构成情况如下：

单位：万元

项目	2023年度	2022年度	同期变动
广告宣传费	462.88	440.72	22.16
推广服务费	155.39	171.54	-16.15
低值易耗品摊销	397.55	292.37	105.18
合计	1,015.82	904.63	111.19

从上表可以看出，公司2023年宣传推广费金额为1,015.82万元，较2022年增加12.29%，主要是公司投放仪器的低值易耗品摊销增加所致。

2022年度受到公共卫生事件的影响，公司防疫类产品销售金额12,951.46万元，该类型销售业务公司无需进行宣传推广。2022年公司剔除防疫物资收入为19,466.75万元，广告宣传费占剔除防疫物资营业收入的2.26%，2023年公司剔除防疫物资收入为23,432.5万元，广告宣传费占剔除防疫物资营业收入的占比是1.98%，广告宣传费占比下降。

2023年度公司低值易耗品的摊销金额是397.55万元，较上年增加101.18万元。2023年公司推广自主核心技术为基础的自研血糖试纸的销售，因此需要投放相匹配的血糖仪。公司2023年DM5200、DM6001和DM7001系列博士医生血糖测试仪的投放金额为311.48万元，较上年增加121.14万元，低值易耗品摊销增长具有合理性。

2.2023年公司主要的市场推广、广告宣传服务商情况

2023年，公司主要的广告宣传服务商成立时间、与公司的合作历史、主营业务范围及其提供的服务内容、公司对其采购金额情况如下：

名称	成立时间	开始合作时间	主营业务/经营范围	服务内容	采购金额
海南海贤 阳实业有限公司	2020年8 月14日	2020年9 月	许可项目：广告发布（广播电台、电视台、报刊出版单位）；互联网信息服务；包装装潢印刷品印刷；印刷品装订服务；药品零售（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）一般项目：广告设计、代理；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；企业管理；企业信用管理咨询服务；会议及展览服务；项目策划与公关服务；市场营销策划；计算机软硬件及辅助设备批发；交通及公共管理用金属标牌制造；计算机软硬件及外围设备制造；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；房地产咨询；医疗设备租赁；照明器具制造；日用百货销售；家用电器销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；健康咨询服务（不含诊疗服务）；广告制作（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）		46.19
水磨沟区 华光街创 汇源广告 制作部	2018年4 月12日	2022年3 月	一般项目：广告制作；广告发布；广告设计、代理；信息技术咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；普通机械设备安装服务；文具用品零售；五金产品零售；建筑装饰材料销售；办公用品销售；机械销售；仪器仪表销售；显示器件销售；安防设备销售；照明器具销售；音响设备销售；租赁服务（不含许可类租赁服务）；文化用品设备出租。（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）	广告、宣传样品等材料制作	35.63
水磨沟区 温泉西路 鼎创源广 告工作室	2017年4 月18日	2021年1 月	广告设计、广告制作、工美制作、图文制作设计、会展服务、婚庆礼仪服务；文化办公用品销售。（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）		30.08
石河子开 发区金之 阳图文工 作室	2017年4 月6日	2018年7 月	一般项目：打字复印服务；摄影；平面设计；图文设计；广告设计、制作、发布、代理；办公设备耗材销售；办公用品销售；文具用品零售；纸制品销售；文具用品批发；日用百货销售（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）		19.06
天山区文 化路三人 行广告制 作室	2019年4 月4日	2023年5 月	设计、制作、发布、代理中国大陆各类广告、计算机平面设计，电脑图文制作，室内装饰装潢设计。销售：办公用品，日用百货。（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）		18.42

2023年度，公司主要的市场推广商成立时间、与公司的合作历史、主营业务范围及其提供的服务内容、公司对其采购金额情况如下：

名称	成立时间	开始合作时间	主营业务/经营范围	服务内容	采购金额
海南雅兴宜信息科技有限公司	2019年8月14日	2019年9月	信息技术咨询服务，其他电子产品零售，先进电力电子装置销售，计算机及通讯设备租赁，零售计算机、软件及辅助设备，零售医药及医疗器械，医疗设备租赁，修理专用设备，医疗、医药咨询服务，企业管理咨询，广告制作服务，大型活动组织服务，软件开发，互联网公共服务平台。（一般经营项目自主经营，许可经营项目凭相关许可证或者批准文件经营）（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。）		42.39
安康睿杰威企业管理服务有限公司	2018年11月26日	2019年1月	会议及会展服务；公司礼仪服务；计算机系统维护服务；学术推广临床实验服务；市场营销策划；贸易代理；大型活动组织服务。（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）	患者教育、血糖仪、质控、血糖仪生化比对、义	17.86
武汉晟达商贸有限公司	2020年5月7日	2023年5月	日用百货、卫生用品、消毒用品、计生用品、食品、初级农产品销售；环保设备、清洁用品、工艺礼品（不含象牙及其制品）、化妆品的批发兼零售及网上销售；I类、II类医疗器械批发兼零售；健康咨询（不含诊疗）；家政服务。（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）	诊、产品培训、博	17.82
重庆诺翼云商务信息咨询中心	2020年12月21日	2021年3月	一般项目：信息咨询（不含许可类信息咨询），技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，信息技术咨询服务，健康咨询服务（不含诊疗服务），企业管理咨询，第一类医疗器械销售，家具销售，实验分析仪器销售，卫生用品和一次性使用医疗用品销售，办公用品销售，日用品销售，个人卫生用品销售，仪器仪表销售，电子产品销售，化妆品批发，医护人员防护用品批发，服装服饰批发，文具用品批发，日用品批发，医护人员防护用品零售，文具用品零售，化妆品零售，服装服饰零售，医疗设备租赁，专用设备修理，医学研究和试验发展，会议及展览服务，企业管理，市场营销策划（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）	医系统服务推广	13.37

陕西尚景丽源医疗科技有限公司	2023年5月4日	2023年5月	一般项目：第二类医疗器械销售；医学研究和试验发展；科技中介服务；医护人员防护用品零售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；成人情趣用品销售（不含药品、医疗器械）；兽医专用器械销售；残疾人座车销售；残疾康复训练服务（非医疗）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；个人卫生用品销售；卫生杀虫剂销售；食用农产品批发；食品用塑料包装容器工具制品销售；特殊医学用途配方食品销售；电热食品加工设备销售；消毒剂销售（不含危险化学品）；电器辅件销售；医学研究和试验发展（除人体干细胞、基因诊断与治疗技术开发和应用）；生物基材料销售；日用化学产品销售；家用电器零配件销售；日用品批发；药物检测仪器销售；日用口罩（非医用）销售；劳动保护用品销售；家居用品销售；食用农产品零售；包装材料及制品销售；食品添加剂销售；中草药收购；销售代理；家具销售；保健食品（预包装）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：药品批发（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，具体经营项目以审批结果为准）。	12.10
----------------	-----------	---------	---	-------

由上表可知，公司前五位的广告宣传服务商和推广服务商除了陕西尚景丽源医疗科技有限公司系2023年新成立并与公司建立合作关系外，其他的服务商均已成立3-7年，并与公司建立了长期的合作关系。

3. 推广服务费同行业对比分析

2023年公司市场推广费用155.39万元较2022年减少16.15万元；可比公司2023年度市场推广费占营业收入比重情况如下：

公司名称	2023年度市场推广费占营业收入比重
三诺生物（300298.SZ）	0.43%
鱼跃医疗（002223.SZ）	0.65%
微策生物	未披露
璟泓科技	0.85%
可比公司平均	0.65%
恒升医学	0.66%

注：数据来源为上市公司，新三板挂牌公司年报等公开信息。三诺生物为会议及培训相关费用，鱼跃医疗为销售服务费及售后服务费，璟泓科技为技术服务费

公司2023年市场推广费占营业收入比重与同行业可比公司平均水平接近，高于三诺生物、鱼跃医疗，主要因公司营业收入与上述两家上市公司相比较小，导致市场推广费占营业收入比重高于上述两家上市公司。

综上，公司2023年宣传推广费较2022年增加111.19万元，主要系推广销售自研血糖试纸投放的血糖仪增加所致，市场推广费用增长具有合理性。

（三）根据前期上市申报文件显示，你公司存在申报期内部分推广服务商成立时间与双方合作时间接近，个别已注销的情况，说明异常情形在本期是否仍然存在，公司相关人员是否在广告、推广服务商投资任职，是否与广告、推广服务商及其相关人员存在他业务或资金往来，是否存在资金体外循环的情况。

公司2023年主要的广告宣传服务商和推广服务商只有陕西尚景丽源医疗科技有限公司成立于2023年，成立时间与合作时间接近，主要原因为：陕西尚景丽源医疗科技有限公司与汉中丽景商贸有限公司实际控制人均为雷玲丽，2023年5月，雷玲丽新注册陕西尚景丽源医疗科技有限公司替换汉中丽景商贸有限公司与公司延续合作，因此成立时间与建立合作时间接近具有合理性。

公司董监高及其他关键人员不存在在广告、推广服务商任职情况，2023年与广告、推广服务商及其相关人员存在他业务或资金往来情况的主要为公司销售人员李先庭。

李先庭与市场推广商贵州联轩恒海科技有限公司（以下简称“贵州联轩”）及其实际控制人王万军以及员工熊佳存在零星资金往来。李先庭与贵州联轩及其实际控制人王万军以及员工熊佳发生资金往来主要原因为贵州联轩由于经营资金临时短缺，向李先庭借入资金用于生意资金周转，随着贵州联轩经营改善，截至2023年年末全部偿还上述借款。

综上，公司员工李先庭与广告、推广服务商存在零星资金往来，2023年末相关往来已结清；2023年，公司董监高及其他关键人员不存在在广告、推广服务商任职的情况，除李先庭外，不存在与广告、推广服务商及其相关人员存在他业务或大额资金往来情况，不存在资金体外循环的情况。

恒升医学科技股份有限公司

2024年8月30日

