

关于江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司

公开发行股票并在北交所上市申请文件

的第二轮审核问询函的回复



保荐机构（主承销商）



二〇二五年三月

北京证券交易所：

贵所于 2025 年 1 月 9 日出具的《关于江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“《问询函》”）已收悉，江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司（以下简称“发行人”、“爱舍伦”、“公司”、“本公司”）、东吴证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”）、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对《问询函》所列问题逐项进行了落实，现对《问询函》回复如下，请予以审核。

除另有说明外，本回复所用简称或名词的释义与《江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司招股说明书》中的含义相同。

黑体（加粗）	问询函所列问题
宋体	对问询函所列问题的回复
楷体（加粗）	涉及申请文件补充披露或修改的内容

本回复中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，均系计算中四舍五入造成。

目 录

问题 1.关于创新特征	4
问题 2.商誉减值计提的充分性	30
问题 3.外销收入的真实性	43
问题 4.其它问题	71
问题 5.其他	86

问题 1. 关于创新特征

根据申请文件及首轮问询回复，发行人产品属于康复护理与医疗防护领域的一次性医用耗材，截至问询回复日发行人共有发明专利 6 项，其中发行人自主研发取得发明专利 4 项。

请发行人：（1）补充说明发行人的产品创新优势，结合与主要竞争对手或行业主流数据对比情况，说明发行人主要产品在透湿率、吸水倍率、承重量等核心技术指标方面是否具备竞争优势。补充说明发行人现有发明专利应用于主营业务的具体情况，包括但不限于应用产品类型、报告期内销售数量、金额及对发行人业绩的持续性影响。（2）说明报告期各期各类型产品的销售种类、每年新开发产品种类及销售金额占比，发行人产品研发和更新周期是否能够满足下游客户和终端市场需求，是否存在产品技术路线淘汰的风险，进一步说明如何通过推广新产品以形成产品创新优势。（3）补充披露发行人产品研发模式，包括但不限于报告期内主营产品的立项研发、研发完成、实现销售等各时间节点，各主营产品的累计研发资源投入。（4）说明发行人主要收入贡献产品、主要毛利贡献产品是否来源于客户指定研发或定制化研发。如是，请说明定制化研发模式涉及的主要客户名称、主要产品销售金额及数量，并说明定制化研发产品占全部产品销售规模的比重。（5）结合发行人与主要客户 Medline 集团合作历史，以及 Medline 集团业务、产品的升级、迭代情况，说明发行人报告期内主营产品的研发是否依赖于 Medline 集团或其他客户的指定研发。说明发行人研发是否依托于 Medline 集团研发体

系，如是，说明是否存在 Medline 集团主要业务、产品更新换代后无法继续获得订单的风险及对公司经营稳定性的影响。结合前述情况，说明发行人是否具有独立的研发体系、研发能力。（6）结合上述事项说明发行人主营各类康复护理产品、手术感控产品是否具备技术独立性、是否具有技术壁垒；结合发行人所处行业发展情况，产品竞争优势、应用场景、客户实际使用情况、发行人与竞争对手的比较情况等，进一步说明发行人创新性的具体体现；请更新提交“7-9-2 发行人与保荐机构关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明”。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、补充说明发行人的产品创新优势，结合与主要竞争对手或行业主流数据对比情况，说明发行人主要产品在透湿率、吸水倍率、承重量等核心技术指标方面是否具备竞争优势。补充说明发行人现有发明专利应用于主营业务的具体情况，包括但不限于应用产品类型、报告期内销售数量、金额及对发行人业绩的持续性影响。

（一）补充说明发行人的产品创新优势，结合与主要竞争对手或行业主流数据对比情况，说明发行人主要产品在透湿率、吸水倍率、承重量等核心技术指标方面是否具备竞争优势。

公司产品创新优势主要体现在手术铺单、医用护理垫等产品的创新升级上，表现为在透湿率、吸水倍率和承重量上具备创新优势。发行人创新产品与主要竞争对手或行业主流数据对比情况具体如下：

技术属性	公司名称	产品名称	技术指标
透湿率	爱舍伦	高透气性床垫	性能指标透湿率（WVT）达到 2662g/（m ² 24h）
	A	A1 床垫	1614g/（m ² 24h）
	B	B1 护理垫	246g/（m ² 24h）
	C	C1 医用护理垫成人专用型	1758g/（m ² 24h）

吸水倍率	爱舍伦	高吸水性 ABD 垫	吸水倍率达到自身干重的 18.9 倍
		高吸水性床垫	吸水倍率达到自身干重的 21.5 倍
	A	未获取到 ABD 垫	-
		A1 床垫	吸水倍率最高达到干重的 19.285 倍
	B	未获取 ABD 垫	-
		B1 护理垫	吸水倍率最高达到干重的 19.11 倍
C	C1 医用护理垫成人专用型	吸水倍率最高达到干重的 16.197 倍	
承重量	爱舍伦	高承重性床垫	承重量最高可达 661 磅
		高承重性宠物床垫	承重量最高可达 473 磅
	A	A1 床垫	承重量最高达 70.33 磅
	B	B1 护理垫	承重量最高达 27 磅
	C	C1 医用护理垫成人专用型	承重量最高达 24 磅
	D	D1 转移垫	承重量最高达 192 磅

注：上述技术指标均由第三方检测机构中科常化（常州）分析检测有限公司和 SGS 通标标准技术服务有限公司进行检测。

发行人同行业竞争对手在产品结构上与发行人存在较大差异，上述数据以竞争对手产品系列中与发行人较为接近且易于获取的产品为基准进行测试对比，产品均为在公开市场上购买获得。

通过上述对比可知，发行人产品在床垫类产品的透湿率、吸水倍率、承重量等核心技术指标方面具备竞争优势。

（二）补充说明发行人现有发明专利应用于主营业务的具体情况，包括但不限于应用产品类型、报告期内销售数量、金额及对发行人业绩的持续性影响。

截至本问询回复之日，发行人共有发明专利 9 项，其中发行人自主研发取得发明专利 7 项。上述 7 项发明专利应用于主营业务的具体情况如下：

序号	专利号	专利名称	取得时间	类型	主营业务中的应用情况
1	2021108230514	一种复合膜床垫承重测试设备及其测试方法	2024 年 9 月 17 日	发明专利	已应用于医用护理垫产品中的承重床垫系列
2	2023103518399	一种婴儿纸尿裤	2025 年 2 月 11 日	发明专利	已应用于医用护理垫产品中的纸尿裤系列
3	2024115450692	一种柔性包装袋密封检测装置及方法	2025 年 3 月 14 日	发明专利	已应用于手术感控产品灭菌的包装材料测试
4	2024115390418	一种外科导管管口点胶的自动化设备及工艺	2024 年 12 月 24 日	发明专利	应用于公司募投项目产品医用集尿袋中
5	2024115697924	一种医用集液袋的自动化生产设备及生产工艺	2024 年 12 月 27 日	发明专利	
6	2024115384633	一种双肾式集尿袋	2025 年 1 月	发明专利	

			月3日	专利
7	2024115856530	一种子母式储尿袋的制备方法	2025年2月7日	发明专利

报告期内，前三项发明专利相关产品营业收入分别为 38,006.45 万元、33,928.70 万元和 30,562.64 万元，销售数量分别为 15,842.52 万件、16,702.09 万件和 17,602.08 万件；第 4 至 7 项发明专利均应用于公司募投项目产品医用集尿袋中，截至本回复出具之日，医用集尿袋产品尚未形成销售。

上述应用产品占公司报告期内营业收入的比例分别为 66.26%、59.04% 和 44.19%，对发行人业绩具有较大的持续性影响，后续随着募投项目的实施，医用集尿袋将逐渐实现销售收入，上述发明专利对业绩的影响将持续增长。

二、说明报告期各期各类型产品的销售种类、每年新开发产品种类及销售金额占比，发行人产品研发和更新周期是否能够满足下游客户和终端市场需求，是否存在产品技术路线淘汰的风险，进一步说明如何通过推广新产品以形成产品创新优势。

（一）说明报告期各期各类型产品的销售种类、每年新开发产品种类及销售金额占比。

1、报告期各期各类型产品的销售种类

报告期各期各类型产品的销售种类如下：

产品类型	2022 年销售种类数	2023 年销售种类数	2024 年销售种类数
医用冰袋	21	20	21
医用护理垫	219	210	253
手术铺单	792	918	974
手术衣	164	150	124
手术组合包	383	399	437

2、每年新开发产品种类及销售金额占比

报告期内新开发产品种类及销售情况具体如下：

年份	新开发产品种类数	销售金额（万元）	占比
2022 年	8	174.60	0.30%
2023 年	34	1,232.47	2.14%
2024 年	38	21,135.16	30.56%

注：销售金额为截至各期末累计研发新产品在各年的销售金额。

报告期内公司积极进行新产品研发，研发项目部分实现转产。由于公司产品属于医用敷料类产品，均使用于医疗卫生场景下，产品的适用以及客户的认可需要一

定周期，故在新产品开发当年实现销售收入较少。新开发产品在 2022 年、2023 年、2024 年分别实现销售收入 174.60 万元、1,232.47 万元、21,135.16 万元，占各期收入比例分别为 0.30%、2.14%、30.56%。

（二）发行人产品研发和更新周期是否能够满足下游客户和终端市场需求，是否存在产品技术路线淘汰的风险。

发行人所处行业为医用敷料行业，近年来传统医用敷料产品一直占据行业主导地位，且主要市场份额多在发达国家的大型跨国品牌手中，随着产业链转移，中国承接了产业转移浪潮，成为了这些大型跨国品牌的主要生产商。

在这个过程中，发行人作为承接了这股转移浪潮的主要国内医用敷料生产商，主要服务于上述大型跨国品牌商，为其做 OEM/ODM 代工生产。故目前发行人的下游客户和终端市场的需求主要来自两种，一种是直接客户的定制化需求，另一种则是根据市场潜在需求而进行的产品升级需求。

对于前者，发行人根据客户提供的需求和样品进行设计和生产，产品变化集中于产品规格、形状、材料克重、颜色等方面进行简单改变，主要生产设备未发生变化，这类变更成本较低、难度较小。发行人在发展历程中不断满足客户的上述需求，并与主要客户的合作逐渐深入，合作规模不断扩大，发行人产品研发和更新周期能够很好的满足其不断变化的需求。

对于后者，发行人根据市场变化和客户的潜在需求判断，在原材料的选择及工艺变化等方面进行创新，这类变化往往伴随着研发创新、客户验证、终端用户认可等一系列过程，周期相对较长，终端市场的需求变化也相对较慢。发行人报告期内不断增加产品研发投入，对原有产品进行迭代升级，同时通过募投项目扩充了产品结构，产品研发也在持续不断的进行，预计在未来也将形成有效成果。

发行人产品结构在报告期内较为稳定，产品型号稳步拓展，主要客户销售收入较为稳定，根据与主要客户沟通和走访情况可知，对方持续合作意愿明显，对发行人研发能力表达了肯定。自发行人设立以来，并未因产品研发周期、交期等时间性因素与主要客户发生纠纷。

综上所述，发行人目前的研发模式和业务模式下，其产品研发和更新周期能够

满足下游客户和终端市场需求，产品技术路线被淘汰的风险较小。

（三）进一步说明如何通过推广新产品以形成产品创新优势。

发行人新产品推广主要通过两种方式，一方面通过对原有客户进行新产品推介或根据客户需求进行新产品开发并直接形成销售；另一方面通过参加国际展会、业内推介、客户介绍等方式获取新客户进行新产品推广。

公司与主要客户已合作多年，在生产、交付、结算等环节形成了高度默契与信任，向其推广新产品难度较小，客户接受度更高，同时公司已通过主要客户严格的验厂程序，对客户的质量标准、检验程序、终端市场环境、终端用户使用习惯等均了解较为充分，在新产品的开发过程中已充分考虑上述因素，新产品更易被客户接受，具有产品创新优势。报告期内，公司共有 7 个研发项目实现转产，新开发产品在 2022 年、2023 年、2024 年分别实现销售收入 174.60 万元、1,232.47 万元、21,135.16 万元，占各期收入比例分别为 0.30%、2.14%、30.56%，促进了公司产品的迭代和收入增长。

另一方面，公司主要通过参加国际医疗行业展会，如德国国际医疗设备展（MEDICA），阿拉伯国际医疗设备展览，美国国际医疗设计与制造展览会等进行品牌宣传，接触有委托生产意向的品牌商，交流彼此的信息和需求。同时，公司积极参与行业交流研究活动，通过在行业内积累的人脉关系开发新客户。报告期内，由于产能受限，客户订单无法得到有效满足，公司优先满足大客户订单需求，但后续随着公司新建厂房、购置自动化设备等以逐步提升公司产能，随着新增产能的逐步释放，对新客户的产品推广工作将更加有效展开，逐步扩大客户群范围，新产品创新优势也将随着客户群的扩大、行业知名度的提升而更加明显。

三、补充披露发行人产品研发模式包括但不限于报告期内主营产品的立项研发、研发完成、实现销售等各时间节点，各主营产品的累计研发资源投入。

发行人已在招股说明书中“第二节 概览”之“九、发行人自身的创新特征”之“（八）研发模式”中补充披露如下：

“（八）研发模式

公司研发模式以自主研发为主，合作研发为辅，其中自主研发包括定制化研发

和独立研发。公司主要采用 ODM/OEM 方式与境外医疗器械品牌商合作，公司一方面根据客户需求进行定制化研发，另一方面会根据市场需求的变化以及调研进行独立研发。公司合作研发主要为参与客户的产品设计，在部分客户合作初期，公司积极参与到客户产品的研发和设计中，更好的把握了客户需求，为后续的稳定合作打下了基础。

公司拥有完整的研发团队，依托于专业人才与先进设备，建立起了一套完善的研发流程。公司拥有较为健全的研发体系，设置了完善的职能部门，制定了完善的研发管理制度。公司研发部门统筹负责公司的技术研发工作，同时与其他部门和外部机构共同配合结合实践进行研发。公司技术研发机构基于现有核心技术，并结合公司实际发展需求不断进行技术研发与创新，同时不断引进技术、人才和经验，培养技术研发人员，积极制定计划开展各项创新研发活动。研发部门持续创新的技术研发提高了公司产品及服务的技术含量，促进了公司项目实施效率和管理水平的提升，从而有利于提高公司的市场竞争力和综合实力，为企业的发展提供持续动力。

公司技术研发团队离不开公司内部的技术创新制度。公司制定了《研发中心项目管理制度》，保证了新产品开发的有序进行。

1、报告期内主营产品的立项研发、研发完成、实现销售等各时间节点

报告期内，公司的主营产品主要为医用护理垫、医用冰袋、手术铺单、手术衣和手术组和包。上述产品的立项研发、研发完成、实现销售等时间节点情况如下：

产品名称	产品型号	对应研发项目	立项时间	研发完成时间	实现销售时间
医用护理垫	YYHLD001	医用 ABD 垫开发	2021 年	2021 年	2022 年
	YYHLD002		2021 年	2021 年	2022 年
	YYHLD003		2021 年	2021 年	2022 年
	YYHLD004		2021 年	2021 年	2022 年
	YYHLD005		2021 年	2021 年	2022 年
	YYHLD006		2021 年	2021 年	2022 年
	YYHLD007	技术改造(含精益)- 生产设备效能提升	2021 年	2022 年	2022 年
	YYHLD008	新型手术组合包的开 发-外销手术包开发	2022 年	2022 年	2023 年
	YYHLD009	技术改造(含精益)- 自动包装替代人工	2022 年	2023 年	2024 年
	YYHLD010		2022 年	2023 年	2024 年
	YYHLD011		2022 年	2023 年	2024 年
	YYHLD012		2022 年	2023 年	2024 年
	YYHLD013		2022 年	2023 年	2024 年

	YYHLD014	医用复合膜和床垫改进项目	2022年	2023年	2024年	
	YYHLD015		2022年	2023年	2024年	
	YYHLD016		2024年	2024年	2024年	
	YYHLD017		2024年	2024年	2024年	
	YYHLD018		2024年	2024年	2024年	
	YYHLD019		2024年	2024年	2024年	
	YYHLD020		2024年	2024年	2024年	
	YYHLD021		2024年	2024年	2024年	
	YYHLD022		2024年	2024年	2024年	
	YYHLD023		新型医用床垫型号的开发	2024年	2024年	2024年
	YYHLD024			2024年	2024年	2024年
	YYHLD025			2024年	2024年	2024年
	YYHLD026			2024年	2024年	2024年
	YYHLD027			2024年	2024年	2024年
手术铺单	SSPD001	医用防护产品开发	2021年	2022年	2022年	
	SSPD002		2021年	2022年	2022年	
	SSPD003		2021年	2022年	2022年	
	SSPD004	北美 Drape 项目-基础型号的开发	2021年	2022年	2022年	
	SSPD005		2021年	2022年	2022年	
	SSPD006	北美 Drape 项目-复杂型号和组合包开发	2022年	2023年	2023年	
	SSPD007		2022年	2023年	2023年	
	SSPD008		2022年	2023年	2023年	
	SSPD009		2022年	2023年	2023年	
	SSPD010		2022年	2023年	2023年	
	SSPD011		2022年	2023年	2023年	
	SSPD012		2022年	2023年	2023年	
	SSPD013		2022年	2023年	2023年	
	SSPD014		2022年	2023年	2023年	
	SSPD015		2022年	2023年	2023年	
	SSPD016	新型手术组合包的开 发-外销手术包开发	2022年	2022年	2023年	
	SSPD017		2022年	2022年	2023年	
	SSPD018		2022年	2022年	2023年	
	SSPD019		2022年	2022年	2023年	
	SSPD020		2022年	2022年	2023年	
	SSPD021		2022年	2022年	2023年	
	SSPD022	新型洞巾 Drape 组合 包开发	2024年	2024年	2024年	
	SSPD023		2024年	2024年	2024年	
	SSPD024		2024年	2024年	2024年	
	SSPD025		2024年	2024年	2024年	
	SSPD026		2024年	2024年	2024年	
手术衣	SSY001	医用防护产品开发	2021年	2022年	2022年	
	SSY002		2021年	2022年	2022年	
	SSY003		2021年	2021年	2022年	
	SSY004	欧洲新一代手术衣开 发	2024年	2024年	2024年	
	SSY005		2024年	2024年	2024年	
	SSY006		2024年	2024年	2024年	

	SSY007		2024年	2024年	2024年
	SSY008	新型洞巾Drape组合包开发	2024年	2024年	2024年
手术组合包	SSZHB001	北美Drape项目-复杂型号和组合包开发	2022年	2023年	2023年
	SSZHB002		2022年	2023年	2023年
	SSZHB003		2022年	2023年	2023年
	SSZHB004		2022年	2023年	2023年
	SSZHB005		2022年	2023年	2023年
	SSZHB006		2022年	2023年	2023年
	SSZHB007		2022年	2023年	2023年
	SSZHB008		2022年	2023年	2023年
	SSZHB009	新型手术组合包的开 发-外销手术包开发	2022年	2022年	2023年
	SSZHB010		2022年	2022年	2023年
	SSZHB011		2022年	2022年	2023年
	SSZHB012		2022年	2022年	2023年
	SSZHB013		2022年	2022年	2023年
	SSZHB014		2022年	2022年	2023年
	SSZHB015		2022年	2022年	2023年
	SSZHB016		2022年	2022年	2023年
	SSZHB017	医用复合膜和床垫改 进项目	2022年	2022年	2023年
	SSZHB018		2024年	2024年	2024年
	SSZHB019		2024年	2024年	2024年
	SSZHB020	新型洞巾Drape组合 包开发	2024年	2024年	2024年
	SSZHB021		2024年	2024年	2024年
	SSZHB022		2024年	2024年	2024年
	SSZHB023		2024年	2024年	2024年
	SSZHB024		2024年	2024年	2024年
	SSZHB025		2024年	2024年	2024年
	SSZHB026		2024年	2024年	2024年

注:上述表格统计为报告期内研发项目转产涉及的产品型号,其中产品型号名称以代码形式代替。

同时,报告期内产品大多型号为报告期前研发完成,追溯期限较长且产品型号众多,研发材料缺失,在此仅列举部分产品型号:

产品名称	产品型号	立项时间	研发完成时间	实现销售时间
医用护理垫	复合膜床垫D系列	2013年	2013年	2014年
	护理垫配件Q系列	2015年	2015年	2016年
手术铺单	洞巾08系列1	2017年	2018年	2019年
	洞巾08系列2	2019年	2020年	2021年
	洞巾08系列3	2020年	2020年	2022年
	洞巾00系列1	2016年	2016年	2017年
	洞巾00系列2	2016年	2016年	2017年
	洞巾00系列3	2016年	2016年	2017年

	洞巾 00 系列 4	2016 年	2016 年	2017 年
	洞巾 Z 系列	2010 年	2010 年	2011 年
	洞巾 3 系列	2018 年	2018 年	2019 年
	铺单 Q 系列	2020 年	2020 年	2020 年
手术组合包	组合包 A 系列 1	2020 年	2020 年	2020 年
	组合包 A 系列 2	2020 年	2020 年	2020 年
	手术包 4 系列	2009 年	2012 年	2012 年
	组合包配件 Z 系列	2010 年	2010 年	2011 年

2、主营产品的累计研发资源投入

发行人报告期前研发内控不完善，研发材料部分缺失，无法准确计算主营产品的累计研发费用，在此以研发打样材料费用为基准进行计算，计算区间为 2016 年至 2024 年末，具体情况如下：

主营产品名称	2016 年-2024 年合计研发打样材料费用合计（单位：万元）
医用护理垫	83.98
医用冰袋	25.91
手术铺单	94.68
手术衣	55.38
手术组合包	157.29
其他产品	14.82
合计	432.05

”

四、说明发行人主要收入贡献产品、主要毛利贡献产品是否来源于客户指定研发或定制化研发。如是，请说明定制化研发模式涉及的主要客户名称、主要产品销售金额及数量，并说明定制化研发产品占全部产品销售规模的比重。

（一）说明发行人主要收入贡献产品、主要毛利贡献产品是否来源于客户指定研发或定制化研发。

报告期内发行人主要产品销售收入具体如下：

单位：万元

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
医用护理垫	35,124.28	51.00%	30,652.23	53.59%	34,390.67	60.12%
医用冰袋	1,814.37	2.63%	1,836.51	3.21%	1,557.95	2.72%
手术铺单	17,238.57	25.03%	10,676.43	18.67%	5,024.48	8.78%
一次性手术衣	2,278.90	3.31%	2,001.41	3.50%	2,557.34	4.47%
手术组合包	12,130.07	17.61%	11,747.26	20.54%	11,305.39	19.76%

其他产品	284.25	0.41%	284.14	0.50%	2,365.90	4.14%
合计	68,870.44	100.00%	57,197.98	100.00%	57,201.74	100.00%

报告期内发行人主要产品毛利具体如下：

单位：万元

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利金额	比例	毛利金额	比例	毛利金额	比例
医用护理垫	7,924.15	50.22%	6,879.42	52.25%	6,827.90	54.17%
医用冰袋	765.86	4.85%	761.34	5.78%	556.01	4.41%
手术铺单	2,697.94	17.10%	1,658.89	12.60%	1,010.49	8.02%
一次性手术衣	370.88	2.35%	193.49	1.47%	118.85	0.94%
手术组合包	3,975.75	25.20%	3,623.77	27.53%	3,217.47	25.52%
其他产品	43.36	0.27%	48.43	0.37%	874.84	6.94%
合计	15,777.94	100.00%	13,165.34	100.00%	12,605.56	100.00%

从上述可知，发行人主要收入贡献产品、主要毛利贡献产品为医用护理垫、手术铺单和手术组合包。

公司业务模式主要通过 ODM/OEM 等方式为客户提供相关产品，当客户对于产品的规格、性能、大小等有不同要求时，公司会根据客户的不同需求进行产品的设计和生 产，上述产品均有多款不同规格和型号，公司部分产品涉及定制化研发。

综上所述，发行人主要收入贡献产品、主要毛利贡献产品来源于客户定制化研发。

(二)请说明定制化研发模式涉及的主要客户名称、主要产品销售金额及数量，并说明定制化研发产品占全部产品销售规模的比重。

定制化研发模式涉及的主要客户为：Medline 集团、Zarys International Group、Raffin Medical、Sejong Healthcare Co., Ltd、UAB Barameda、Panep S.R.O.、Drogueria Hofmann SAC、Dynarex Corp.、Ibrrhospitex S. A.、Iatrokal-P. Kalathianakis LTD。

报告期内，定制化研发模式涉及的主要产品销售金额、数量及占全部产品销售规模的比重具体如下：

单位：万元，万件，%

产品类别	2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	金额	数量	占比	金额	数量	占比	金额	数量	占比
医用护理垫	26,033.98	16,835.20	74.12	22,860.56	14,214.20	74.58	27,923.11	13,855.30	81.19
医用冰袋	-	-	-	-	-	-	-	-	-

手术铺单	870.85	313.34	5.05	620.65	309.30	5.81	653.93	294.05	13.01
一次性手术衣	369.95	53.51	16.23	413.34	58.82	20.65	353.57	50.43	13.83
手术组合包	6,483.82	600.99	53.45	5,762.35	551.76	49.05	6,244.88	556.49	55.24
其他产品	35.24	8.53	12.40	12.54	4.78	4.41	13.22	5.01	0.56
合计	33,793.84	17,811.58	49.07	29,669.44	15,138.86	51.87	35,188.71	14,761.28	61.52

发行人主要产品均用于医疗健康卫生领域，基于终端使用者的使用习惯以及使用场景的稳定性等因素，产品一旦进入稳定使用，更新换代的频率较低，发行人报告期内产品型号众多，均为公司在长期业务发展过程中逐渐积累而来，部分产品涉及定制化模式发生于报告期前，在与部分客户合作初期，公司积极参与到客户产品的研发和设计中，产品研发设计完成后沿用至今。同时，部分产品为 OEM 生产模式下产物，但在后续业务发展过程中经历市场变迁以及客户需求的变化，发行人通过客户要求对产品进行改良和优化，同样涉及定制化研发模式。发行人报告期内主营产品医用冰袋为 OEM 产品，公司根据客户对产品的要求，自行研发设计了全自动医用冰袋高速生产线，不涉及定制化研发模式。

五、结合发行人与主要客户 Medline 集团合作历史，以及 Medline 集团业务、产品的升级、迭代情况，说明发行人报告期内主营产品研发是否依赖于 Medline 集团或其他客户的指定研发。说明发行人研发是否依托于 Medline 集团研发体系，如是，说明是否存在 Medline 集团主要业务、产品更新换代后无法继续获得订单的风险及对公司经营稳定性的影响。结合前述情况，说明发行人是否具有独立的研发体系、研发能力。

（一）结合发行人与主要客户 Medline 集团合作历史，以及 Medline 集团业务、产品的升级、迭代情况，说明发行人报告期内主营产品研发是否依赖于 Medline 集团或其他客户的指定研发。

2006 年，公司与 Medline 在展会上首次接触后进行后续的业务跟进洽谈，对方于 2007 年开始下单给爱舍伦，正式建立起合作关系。此后，发行人与 Medline 集团持续保持合作，随着合作的逐渐深入，Medline 集团的订单规模也逐步增长。

2007 年，公司与 Medline 集团首次就 Quick Suite 产品进行合作，为 Medline 集团成功开发“快速清理组合套包”，该产品品类自开发以来，销售金额逐年增长，

该系列已逐渐成为欧美医用敷料行业标杆产品系列，在此期间，公司与 Medline 集团在经济型一次性护理垫产品领域稳步合作；2012 年 3 月，基于此前合作的成功及稳定所带来的信任和认可，公司与其共同开发高端系列护理垫产品类别-透气速干型豪华护理垫，用于拓展美国市场中高端护理市场，自成功开发以来，该产品系列销量逐年增长，目前已成为北美市场高端护理垫领域的标杆产品系列，深受市场认可；同年 12 月，Medline 集团对此前“快速清理组合套包”产品系列中的吸液垫底膜做防滑处理的改进需求，公司研发团队快速响应，短时间内迅速开发出优于客户需求的防滑底膜吸液垫，该产品成功帮助 Medline 集团进一步拓宽市场，赢得更多市场份额，其销量也随之逐年提升；2013 年 11 月，基于前述合作过程的成功，Medline 集团进一步提出由发行人为其生产超高端系列“超吸收透气速干护理垫”，双方合作规模进一步升级，合作产品范畴逐渐覆盖低中高档产品；2015 年，Medline 集团对冰敷产品提出生产需求，发行人自主研发了全自动医用冰袋高速生产线，为其提供高质量医用冰袋产品，成为国内极少数优质冰袋出口厂商；2022 年，Medline 集团对发行人新增采购手术铺单产品系列，双方合作规模进一步提升。报告期内，受制于产能限制，发行人销售收入较为平稳，后续随着公司新建厂房、购置自动化设备，公司产能将逐步得到提升，同时随着公司募投项目“凯普乐公共卫生医疗物资产业园建设项目”的建设，双方后续将在医用集尿袋产品系列逐渐展开合作，合作规模进一步扩大。

通过上述合作历程可知，发行人主营产品大多来源于客户合作过程中提出的需求，发行人客户大多为国际知名医疗器械品牌商。根据医疗器械行业网站 Medical Design & Outsourcing 发布的 2023 年全球医疗器械公司百强榜，Medline Industries 营业收入 212 亿美元，位居全球第四。Medline 集团作为全球最知名的医疗器械品牌商之一，其在全球市场份额占据重要地位，其对市场的把控、对产品需求的信息获取具有极强竞争力，发行人采用大客户为核心的业务模式，与 Medline 集团经过多年合作，已在生产、交付、结算等环节形成了高度的默契与信任，同时也依托于 Medline 对于市场需求的把控，持续响应其对产品不断提出的新的需求。在此过程中，发行人获得了丰富的市场经验和研发经验，逐步积累了深厚的产品和技术创新经验，形成了现有的研发体系和成熟的研发团队，能够及时响应客户和市场不断变化的需求，

自主创新能力逐渐成熟。

综上所述，发行人报告期内主营产品研发依赖于 Medline 集团的定制化研发。

（二）说明发行人研发是否依托于 Medline 集团研发体系，如是，说明是否存在 Medline 集团主要业务、产品更新换代后无法继续获得订单的风险及对公司经营稳定性的影响。结合前述情况，说明发行人是否具有独立的研发体系、研发能力。

根据前文所述，发行人报告期内主营产品大多来源于与主要客户合作过程中提出的需求进而进行的定制化研发，报告期内的主营产品研发依赖于 Medline 集团的定制化研发。在定制化研发的过程中，一方面公司会根据客户的需求进行研发、设计，另一方面会积极参与到客户的早期研发、设计过程中，以合作研发的形式辅助客户完成产品定型，最终承接该类产品的生产。通过前文所述双方的合作历程，发行人不仅能够参与到客户产品早期的研发设计中，也能够承接客户新的产品迭代需求从而进行独立研发。

经过长期稳定的合作，发行人与 Medline 集团的合作日渐紧密，报告期内销售金额逐年上升，双方合作品类也逐渐增加，发行人的研发能力能够持续满足 Medline 集团对产品的迭代需求。通过与 Medline 集团进行的现场走访可知，对方对与发行人的合作给予了肯定和认可，并对双方长期稳定的合作表达了积极肯定的意愿。未来，随着发行人的募投项目“凯普乐公共卫生医疗物资产业园建设项目”的建设，发行人独立研发的新产品医用集尿袋系列产品也将与 Medline 集团展开合作，同时发行人将逐步通过自主研发 OTC 系列产品进一步扩大产品类别，优化产品结构，打开新市场的同时也将与原有客户进一步拓宽合作广度。

综上所述，发行人具有独立的研发体系、研发能力，发行人报告期内主营产品依赖于 Medline 的定制化研发，但在长期的合作过程中，逐渐建立起成熟的研发体系，能够持续满足客户的业务升级、产品迭代的需求，并同时逐步具备独立研发新产品的能力，未来也将会通过独立研发的新产品反哺客户，形成产品创新优势的同时促进双方的合作更加紧密，故 Medline 集团主要业务、产品更新换代后无法继续获得订单的风险较小，同时随着公司产能的提升以及新产品的开发，上述情况对公司未来经营稳定性的影响将较为有限。

六、结合上述事项说明发行人主营各类康复护理产品、手术感控产品是否具备技术独立性、是否具有技术壁垒；结合发行人所处行业发展情况，产品竞争优势、应用场景、客户实际使用情况、发行人与竞争对手的比较情况等，进一步说明发行人创新性的具体体现；请更新提交“7-9-2 发行人与保荐机构关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明”。

（一）结合上述事项说明发行人主营各类康复护理产品、手术感控产品是否具备技术独立性、是否具有技术壁垒。

1、发行人主营各类产品是否具备技术独立性

发行人主营产品部分来源于主要客户的定制化研发，在产品品类上依托于核心客户的研发体系，但上述依赖主要体现在主要客户对于市场需求信息的把控和产品迭代方向等方面，发行人主要客户对国际市场的终端使用者有着较为广泛的信息获取渠道，对前沿市场需求有着敏锐嗅觉，对发行人销售产品的性能提出新的需求，例如医用护理垫的承重性、吸水性等，引导发行人产品进行迭代升级。而在产品本身的研发方面，发行人主要依靠自身研发团队的研发能力和市场团队对客户需求的理解，确定产品用料、规格、形状、材料克重、颜色等方面进行研发、打样、测试、验证等。

在与客户合作过程中，发行人积极响应客户需求独立进行研发设立，广受客户好评，与核心客户的合作历程参见本回复第一题之“五”之“（一）”。同时，通过对主要客户的走访，部分客户均有表达其部分产品由发行人为其设计生产，发行人独立对其进行研发、设计，并成功与客户达成合作，报告期内主要客户的销售规模也整体呈现上升趋势。

公司拥有完整的研发团队，依托于专业人才与先进设备，建立起了一套完善的研发流程。公司拥有较为健全的研发体系，设置了完善的职能部门，制定了完善的研发管理制度。发行人研发模式相关内容参见本回复第一题之“三、补充披露发行人产品研发模式包括但不限于报告期内主营产品的立项研发、研发完成、实现销售等各时间节点，各主营产品的累计研发资源投入。”

截至 2024 年末，发行人本次募投项目“凯普乐公共卫生医疗物资产业园建设项

目”建设进度已近半，项目建成后预计可实现年产能医用器械灭菌生产和技术服务（主要提供环氧乙烷灭菌服务）12.00 万立方米；OTC 产品系列、IPA、PVP 等系列 186,800.00 万包（片/支）；医用器械-袋类及管类（尿袋、胃食袋、血袋及相关系列）2,000.00 万个；医用敷料 4,800.00 万包（片/件）。其中除医用敷料外，其他产品均为发行人新增产品品类，相关产品的预计达产时间和研发基础参见招股说明书“第九节 募集资金运用”之“二、募集资金运用情况”之“（一）凯普乐公共卫生医疗物资产业园建设项目”之“9、拟扩产产品项目设计产能及预计达产时间”和“12、发行人为实施募投项目所储备的研发基础”，故发行人具备独立研发新产品的能力。

综上所述，发行人主营产品具备技术独立性。

2、发行人主营各类产品是否具有技术壁垒

发行人所处行业为医用敷料行业，发行人主要产品均属于传统医用敷料产品，传统医用敷料行业准入门槛相对较低，国内生产企业众多，但大部分为规模较小的小型企业，造成我国医用敷料行业准入门槛低的重要原因是相关行业标准的滞后和限制。随着行业标准的不断完善以及行业监管体系的建立，行业准入门槛将相对提高，同时，随着国内劳动力成本、运输成本的不断攀升，行业制造成本上升压力加大，拥有规模化生产运营能力的企业才能有效控制成本，并不断占领市场高地，业内领先企业的竞争优势将越发突出，劣势企业将逐渐被淘汰。

在材料方面，随着市场对产品需求的不断更新，行业内产品升级趋势明显，我国原材料由简单加工的传统棉纺布材逐步趋向于以柔软无纺布和复合化纤材料制成的功能性敷料，生产出的护理产品的功能由基于干燥环境下的促进伤口愈合转变为湿润环境下的促进伤口愈合。与传统纯棉机纺织品相比，无纺布敷料制品尘埃过滤性更高，术后感染率更低和消毒灭菌更为方便。故而在材料方面相关产品仍处于不断发展和升级的阶段。

在生产技术环节，由于医用敷料大量工序需要人工参与，整体行业的自动化和智能化生产水平较低。随着国内机械制造能力的提升和工业物联网的普及，行业内大型生产企业利用长期积累的生产经验和技術积累，不断对医用敷料的各个生产环节进行机械化、自动化甚至是智能化改造，逐步在更多的工序环节减少人工参与，以提高整个行业的自动化生产水平。故而在技术、工艺等环节行业仍有较大的提升

空间。

发行人通过工艺创新、材料迭代等方式不断提升生产自动化水平和产品质量，降低生产成本，并持续开发新产品，提高产品的使用特性，在吸水性、透气性、承重性等方面独具特色，在工艺水平上降本效应明显。公司通过精准把握客户及市场对产品的需求，研发出市场认可度较高的具有竞争力的创新性产品，未来也将持续进行研发创新，不断拓展公司产品品类，提高产品深度和广度。

综上所述，发行人产品具有一定技术壁垒。

（二）结合发行人所处行业发展情况，产品竞争优势、应用场景、客户实际使用情况、发行人与竞争对手的比较情况等，进一步说明发行人创新性的具体体现。

1、发行人所处行业发展情况

医用敷料行业在人口老龄化、医疗技术进步和市场需求的推动下，将继续保持稳定增长，并向高端化、自动化和集中化方向发展。

（1）医用敷料产品是医疗健康消费的刚性需求，市场规模稳步提高

全球医用敷料市场因产品刚性需求属性，总体规模基本保持稳步增长状态。根据尚普咨询的统计，2011-2023年，全球医用敷料市场规模由90亿美元增长至195亿美元。随着全球人口老龄化问题的日益突出和由此带来的溃疡、褥疮等病症患者的增加，全球医用敷料市场需求将持续增长。尚普咨询预计，全球医用敷料市场销售收入规模于2026年达到235亿美元。

公司的康复护理产品和手术感控产品均为医用敷料产品且广泛应用于医疗场景，随着整体市场规模的稳步提升，公司产品未来前景也将稳步提升。

（2）传统医用敷料产品占据行业主导地位，高端产品需求持续升级

传统卫生材料及敷料是以护理用品、手术感控产品、生物防护用品、低价值的医用敷料产品等为主要代表；新型医用敷料材料是以透明薄膜敷料、凝胶/水胶体创面敷料等产品为主要代表。就我国而言，目前传统医用敷料在国内医用敷料行业占比超过80%，牢牢占据着主导地位。产品主要以棉、纱布、无纺布等传统医用敷料为主。新型医用敷料虽然相对于传统医用敷料在功能性上具有显著优势，逐渐被市场认知，但就需求端来看，由于新型医用敷料材料价格昂贵且在医疗体系中覆盖有

限，整个市场尚处于培育阶段。

得益于人均可支配收入的提高和对美观、舒适的追求，使得人们对医用敷料的使用感受和品质要求逐步提高，传统医用敷料产品中仅具有隔离、防护作用的低端产品市场需求逐步放缓，而兼具抗菌、抑菌、防褥疮等功能性并有助于提升使用者舒适度的高端产品需求将日益增加。

公司目前产品均为传统医用敷料产品，为行业主流产品之一，市场空间巨大。同时伴随着公司对传统产品性能的不断迭代、升级和创新，传统医用敷料产品也逐步在向高端市场迈进，伴随着募投项目的实施，公司将进一步优化产品结构，不断推出新产品并对老产品进行迭代更新，以满足市场持续升级的产品需求。

（3）生产商、品牌商形成地域分化，产业链持续转移

全球医用敷料行业中，生产商、品牌商形成地域分化，产业链持续转移，代工生产商多集中于发展中国家，大型跨国品牌商多位于发达国家。

由于经济水平较为发达，居民医疗保健意识较强，人口老龄化趋势更为明显，美国、欧洲等发达经济体是全球最主要的医用敷料消费市场，并且凭借着技术、人才优势，上述国家和地区拥有众多全球知名的大型医药跨国企业，涵盖的业务类别和产品种类繁多，产品销往多个国家和地区，品牌和企业知名度及市场占有率较高。涉及医用敷料领域的国际知名医疗器械公司包括 Medline 集团、3M 公司、瑞典墨尼克、英国施乐辉、丹麦康乐保、美国康维德等。

自 20 世纪 90 年代至今，随着发达国家的劳动力成本不断提高，大型跨国医疗器械公司逐渐将医用敷料中劳动力需求较大、技术含量较低的传统伤口护理产品（例如纱布、绷带）的生产环节转移至亚洲、南美等地区和国家，保留研发和营销环节，在市场上以自主品牌进行销售。凭借人力成本优势和产业链优势，中国承接了此轮产业转移浪潮，逐渐形成了一批为国际大型医用敷料品牌商从事贴牌生产（OEM）、以出口为主的医用敷料生产企业，包括奥美医疗、振德医疗、健尔康医疗和公司等。

近年来，国外医用敷料产业向价值链的高端环节转移，不断利用自身的品牌和渠道优势扩大终端市场的占有率。而随着国内医用敷料市场需求的日益扩大，以及具有更低劳动力成本的东盟国家如越南、泰国等介入国际传统医用敷料市场，国内医用敷料生产企业将趋向于重新将视野转回本土市场，加大国内消费市场的开拓，

并着手将生产端向人力成本更加低廉的泰国、缅甸、越南等国家转移。

公司在发展过程中，成功承接了上述转移浪潮，成为国内规模较大的医用敷料生产商，并持续为国际知名品牌进行代工生产，同时发行人也在泰国建立工厂，把握即将到来的新的市场转移，随着募投项目的实施以及泰国工厂的建设，公司将会更好的利用接下来生产端向人力成本更加低廉的泰国等国家的转移浪潮，实现新的突破。

（4）行业参与者众多，头部企业凭借规模化生产和客户粘性优势持续提升市场份额

由于布局国外市场需资质认证、渠道铺设等壁垒，因此发达国家自有品牌准入门槛较高，国内企业多以 OEM/ODM 代工起步，主要以生产为主。国内医用敷料生产企业具有明显的“多、小、散”特点，企业数量众多，但上亿元级别的企业数量较少。根据尚普咨询统计，中国医用敷料行业生产企业数量约 6,000 至 6,500 家。其中仅 30 家左右生产企业年产值超过 1 亿元，占有所有生产企业 0.5% 左右；80% 左右的生产企业年产值不足 1,000 万元，市场集中度低。

公司凭借多年的发展，已然跻身国内医用敷料头部企业之一，报告期内每年销售规模超过 5 亿元，根据中国医药保健品进出口商会 2024 年 9 月 20 日出具的《关于江苏爱舍伦医疗科技集团股份公司在医用敷料行业地位的说明》，2021 年、2022 年、2023 年、2024 年 1-6 月江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司医用敷料出口金额（铺垫类敷料）排名全国前十。在未来发展中，公司将利用规模化生产和客户粘性的优势持续提升市场份额。

（5）行业集中度将进一步提升，医用敷料产品向高品质、多功能发展

目前，传统医用敷料行业准入门槛较低，国内生产企业众多，但大部分为规模较小的小型企业。造成我国医用敷料行业准入门槛低的重要原因是相关行业标准的滞后和限制。随着行业标准的不断完善以及行业监管体系的建立，行业准入门槛将相对提高，同时，随着国内劳动力成本、运输成本的不断攀升，行业制造成本上升压力加大，拥有规模化生产运营能力的企业才能有效控制成本，并不断占领市场高地，业内领先企业的竞争优势将越发突出，劣势企业将逐渐被淘汰，行业集中度将得到提高。

此外，品质高端、功能多样将是未来行业技术发展趋势，除加强产品创新研究、工艺提升外，还需投入人力、物力和财力进行研发及试验，只有行业领先企业才能利用自身的产业运作能力和品牌影响力获得发展所需的资金、高端研发人才等稀缺资源。因此，行业市场份额将会逐步向业内领先企业集中，行业集中度也将进一步提高。

公司产品在吸水性、承重性和透气性等方面不断突破，相较传统医用敷料产品的医用特点，其更具有功能性和舒适性，多功能的性能满足了下游客户不断升级的需求，也给医患使用者带来了更高品质的使用体验。

（6）中国医用无纺布材料的应用普及率将稳步提升

随着以国内的生产企业在医用无纺布生产技术领域的不断完善，医用无纺布制品逐渐得到广泛应用，市场规模快速增长。医用无纺布制品与传统的纯棉机织制品相比具有尘埃过滤性高、术后感染率低、消毒灭菌方便、易于与其它材料复合等优势。美国、加拿大等发达国家医用无纺布已较为普及，而我国目前一次性的医用无纺布制品渗透率仍处于非常低的水平，按照医用无纺布制品在国外发达国家的使用比例来看，国内未来的市场空间巨大。

公司目前广泛应用无纺布制品，并在此基础上对无纺布材料进行创新复合，以在不同产品上体现不同特性，提高了产品的多样性和实用性，已然走在行业发展的前沿位置。

（7）行业自动化水平逐步提升

随着科技进步和国内医用耗材生产要求的提升，制造设备的智能化、自动化水平以及生产制造环境也将面临着更高的标准和要求。拥有高度自动化的机械设备能够缩短单位产品的生产时间、增强产品可靠性、节约人工和降低生产成本。这将成为行业内企业核心竞争力的重要体现，行业自动化水平预期将逐步提升。

公司目前广泛应用自动化技术降低了各项工序的人工参与度，有效的降低了人力成本且提高了产品的质量。

2、产品竞争优势

（1）规模成本优势

公司的生产规模处于行业前列，而医用敷料产品大多为单价低、用量多的一次

性使用产品，客户对价格的敏感度较高，公司领先的生产规模带来了显著的成本优势，而产品的成本优势又提升了产品在市场的竞争力。

(2) 客户认可优势

公司经过多年的经验积累和人才储备，在产品质量、产能保证、交货时间、客户服务等方面满足客户的需求，为客户提供优质的售前、售后服务，建立了稳定的客户关系。公司主要客户大多为国际知名医疗器械品牌商，其均与公司合作历史悠久，合作规模稳定且整体呈现增长态势，客户认可度较高。优质客户的认可为公司产品在市场上的知名度和美誉度奠定坚实的基础，新客户对公司产品进行选择时也将考虑其他优质客户的认可情况。

(3) 产品质量优势

公司一直以来都十分重视产品质量管理，在行业内较早建立起质量管理体系并通过 ISO13485 医疗器械质量管理体系认证、欧盟 CE 体系认证、美国 FDA 现场检查。公司完善的质量管理体系保障了产品质量，增强了公司的市场竞争力，为公司开拓海内外市场奠定了坚实的基础。


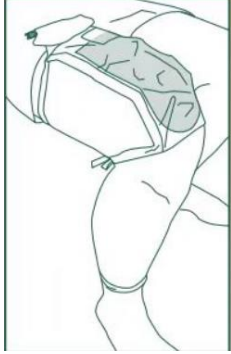



(4) 产品性能优势

公司专注于主营产品，产品品类较为聚焦，五种核心产品均具有多种不同型号，涵盖了客户对产品的不同需求，同时在核心产品医用护理垫中具有多款产品在吸水性、承重性和透气性等特性上相对同行业竞争对手或市场主流产品具有明显优势，产品竞争优势明显。

3、应用场景

公司产品均应用于医疗健康卫生领域，一般用于医院应用场景和手术场景，各产品具体应用场景如下：

产品	应用场景	图示
----	------	----

<p>医用护理垫</p>	<p>主要用于病床或检查床上，对病人提供一般性防护，并有效防止感染、防止褥疮。</p>	
<p>医用冰袋</p>	<p>主要用于对局部组织保护的同时，实现快速降温，达到加速创伤愈合的目的。</p>	
<p>手术铺单</p>	<p>用于覆盖外科手术病人身体上，以防止开放的手术创面受到污染，或用于覆盖外科手术室器械台、操作台、显示屏等上，避免手术中的医生接触上述部位后，再接触手术中的病人伤口部位造成感染。</p>	
<p>手术衣</p>	<p>用于穿在手术医生和擦拭护士身上，起到防止医生身体上的皮屑弥散到开放的手术创面和手术病人的体液向医务人员传播，起到双向生物防护的作用。</p>	
<p>手术组合包</p>	<p>适用于不同手术场景，隔离手术部位，构筑无菌屏障，降低感染风险，更有效的保护医患双方安全，提升手术间接台效率。</p>	

4、客户实际使用情况

发行人主要通过 ODM/OEM 等方式为国际知名医疗器械品牌商提供康复护理与手术感控产品，公司的直接客户大多为国际医疗器械厂商，其通过采购公司产品再销售给市场中的终端使用者，发行人产品的终端使用者大多为医院的医患人员或在药房购买产品的个人用户。

发行人无法有效获取终端使用者的具体使用情况，但可以通过直接客户的评价间接了解终端使用者的使用情况。发行人与主要客户合作年限较长，合作关系较为稳定且紧密，在生产、交付、结算等环节早已形成了高度的默契与信任。报告期内，主要客户的销售金额保持稳定且整体呈现增长态势，客户对公司产品的认可度较高，同时通过对主要客户的走访情况反馈，客户对公司产品给予了高度评价，从而反映出终端使用者对于公司产品的使用情况良好。

5、发行人与竞争对手的比较情况

报告期内，公司始终坚持创新先行，持续招聘研发人才、加大研发投入、增加研发产品布局，新开发产品在 2022 年、2023 年、2024 年分别实现销售收入 174.60 万元、1,232.47 万元、21,135.16 万元，占各期收入比例分别为 0.30%、2.14%、30.56%，有效驱动了公司业务发展，令公司在行业中保持竞争地位；同时公司因企业规模、资金实力、研发投入、研发人才等相对匮乏，相比主要竞争对手存在一定差距；在研发成果上，公司专利数量较主要竞争对手存在劣势。发行人与竞争对手的比较情况参见招股说明书“第五节 业务和技术”之“二、行业基本情况”之“2、与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况”之“（2）发行人与同行业可比公司的比较情况”。

发行人专注于目前主营产品生产和销售，主要产品医用护理垫报告期内整年销售金额均超过 3 亿元，相比同行业竞争对手具备较大优势，在该细分产品领域中，发行人不断进行突破，在承重性、吸水性、透气性等方面均做到功能提升，丰富了产品的细分型号。发行人通过自身产品创新，不断加强目前产品的市场竞争力，作为国内最大的医用护理垫生产商，在该细分市场的地位将促使企业的产品竞争力不断提高，以此形成的研发团队和研发经验也将有效帮助公司在未来的新产品研发中获得有效成功，公司规模不断扩大。

由上述分析可知，医用敷料市场具有刚性需求属性，市场规模稳步提高，目前阶段传统医用敷料产品占据行业主导地位，并且头部企业凭借规模化生产和客户粘性优势持续提升市场份额。发行人作为国内的头部医用敷料代工方，承接的客户资源为国际最优质的客户资源，公司与主要客户和终端渠道之间建立了各有所长、相互配合、互相依存的稳定、平等的合作关系，合作紧密性不断增强，产品的市场认可度也逐渐提高。发行人依托头部客户对于市场最前沿信息、需求的精准把控，不断进行产品研发的过程中积累了高质量的研发经验和市场经验，创新能力不断提高，逐渐把握正确有效的产品创新方向。发行人通过对前沿信息的精准把控以及不断积累并深入合作的信任关系，不断对产品质量进行升级、迭代，在部分产品特性上独具特色，较市场主流产品以及竞争对手均具有一定优势，符合行业对产品质量要求不断提升的发展趋势。同时相关产品也得到了主要客户的高度认可，销售金额逐年增长，随着公司未来新厂房建设、产能提升，优质产品的销售规模也将持续扩大，发行人创新性将得以具象化。

（三）请更新提交“7-9-2 发行人与保荐机构关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明”。

已将相关内容更新至“7-9-2 发行人与保荐机构关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明”。

【中介机构核查】

一、核查程序

针对上述事项，保荐机构执行了以下核查程序：

1、查阅报告期内发行人收入成本明细表及发明专利证书，了解发行人现有发明专利应用于主营业务的具体情况。

2、查阅发行人产品与主要竞争对手或行业内其他产品的第三方测试报告，了解发行人主要产品在透湿率、吸水倍率、承重量等核心技术指标方面与主要竞争对手的对比情况。

3、查阅报告期内发行人收入成本明细表、研发项目相关材料、发行人主要客户

的走访问卷、行业研究报告等，了解报告期各期各类型产品的销售种类、每年新开发产品种类及销售金额占比，了解发行人产品研发更新周期，了解行业市场产品技术迭代情况、了解下游客户对发行人的产品需求和反馈情况。

4、查阅发行人报告期内研发相关材料、报告期前研发相关材料、研发打样统计表和相关单据，了解发行人主营产品研发立项、研发完成、实现销售等时间节点，各主营产品的累计研发打样费用。

5、查阅发行人报告期内收入成本明细表，了解定制化模式涉及的主要客户名称、主要产品销售金额及数量、占全部销售规模的比重。

6、查阅发行人与主要客户 Medline 集团的往来邮件，了解发行人与 Medline 集团的合作历史以及 Medline 集团业务、产品的升级、迭代情况。

7、查阅发行人招股说明书、行业研究报告、发行人主要客户的走访问卷、同行业竞争对手招股说明书、定期报告等公开信息，查阅发行人与创新属性有关的认定资料，查阅发行人研发制度、研发体系相关材料，了解发行人所处行业发展情况、产品竞争优势、应用场景、客户实际使用情况、发行人与竞争对手的比较情况。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人产品结构与主要竞争对手存在差异，在床垫类产品的透湿率、吸水倍率、承重量等核心技术指标方面具备竞争优势。

2、发行人现有发明专利应用于主营业务的产品收入占比较高，对发行人业绩有着较大影响，后续随着募投项目的实施，其对业绩的影响将持续增长。

3、发行人产品研发和更新周期能够满足下游客户和终端市场需求，产品技术路线被淘汰的风险较小。

4、发行人已在招股说明书中对产品研发模式进行了补充披露。

5、发行人主要收入贡献产品、主要毛利贡献产品均有多款不同规格和型号，其中部分产品来源于定制化研发。

6、发行人具有独立的研发体系、研发能力，发行人报告期内主营产品依赖于 Medline 的定制化研发，但在长期的合作过程中，逐渐建立起成熟的研发体系，能够

持续满足客户的业务升级、产品迭代的需求，并同时逐步具备独立研发新产品的能力，未来也将会通过独立研发的新产品反哺客户，形成产品创新优势的同时促进双方的合作更加紧密，故 Medline 集团主要业务、产品更新换代后无法继续获得订单的风险较小，同时随着公司产能的提升以及新产品的开发，上述情况对公司未来经营稳定性的影响将较为有限。

7、发行人主营产品具备技术独立性，具有一定技术壁垒。

8、已将相关内容更新至“7-9-2 发行人与保荐机构关于符合国家产业政策和北交所定位的专项说明”。

问题 2. 商誉减值计提的充分性

根据申请文件及首轮问询回复，（1）截至报告期末，发行人存在商誉账面价值 2,307.16 万元，系 2020 年 12 月收购张家港市志益器材有限公司和苏州尤尼佳无纺布制品有限公司资产组产生，收购时该资产组的账面价值为 1,140.36 万元，可辨认净资产的公允价值为 1,875.57 万元，资产评估公司采用收益法评估的价值为 4,182.73 万元，因此产生商誉 2,307.16 万元。（2）张家港市志益器材有限公司和苏州尤尼佳无纺布制品有限公司资产组的原股东系实际控制人的外甥任涛及王妍珏夫妇。

（3）发行人每年末进行商誉减值测试时及收购时点进行资产评估时，对资产组未来营业收入均按照逐年递增进行预测，根据首轮问询回复，该资产组 2021 年以来实际营业收入分别为 6,670.16 万元、4,852.82 万元、5,685.07 万元、2,953.30 万元，即 2022 年收入同比下滑 27.25%。（4）经发行人测算，如 2023 年 12 月 31 日按照 50%或以上比例计提商誉减值，发行人加权平均净资产收益率将低于 8%，不满足发行上市条件。

请发行人：（1）说明在收购日资产组账面价值 1,140.36 万元的背景下，按照 4,182.73 万元支付收购对价的商业合理性。（2）说明在资产组 2022 年收入大幅下滑的背景下，未计提商誉减值的合理性、合规性。

（3）说明资产评估基准日及后续每个资产负债表日，收益法评估资产价值时采用的营业收入逐期递增假设是否审慎。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，说明核查范围、核查程序、核查结论，并发表明确意见。

【公司回复】

一、说明在收购日资产组账面价值 1,140.36 万元的背景下，按照 4,182.73 万元支付收购对价的商业合理性

1、收购背景

张家港志益成立于 2010 年 8 月，主要从事一次性手术洞巾、手术组合包、无纺布口罩、一次性牙科围兜等一次性医疗卫生用品的开发、生产及销售；苏州尤尼佳成立于 2016 年 8 月，主要从事医用敷料和口罩的生产和销售。公司业务与张家港志益和苏州尤尼佳业务存在重叠，且张家港志益和苏州尤尼佳股东任涛家庭为公司实际控制人近亲属，为消除同业竞争和规范关联交易，2020 年底，公司全资子公司江苏志益医疗科技有限公司（以下简称“江苏志益”，于 2021 年更名为江苏旭禾医疗科技有限公司）通过收购张家港志益及苏州尤尼佳相关经营性资产和业务的方式，将实际控制人亲属旗下与医用卫生材料及敷料相关的资产和业务整合至公司体系。

通过将张家港志益及苏州尤尼佳相关经营性资产和业务整合至公司体系，一方面消除了同业竞争，规范了关联交易；另一个方面，通过收购，公司成功吸纳了一定的客户资源（如公司前五大客户中的苏州鼎康进出口有限公司、Sejong Healthcare Co., Ltd 等），扩大了市场覆盖范围，获取了部分专利技术和人员，对人力资源协同、技术和专利整合等方面存在较为积极的促进作用。

2、收购评估日资产组情况

资产组组合主要资产为存货、固定资产、无形资产以及与资产组组合相关的业务及人员。收购评估日资产组账面价值及公允价值如下：

单位：万元

项目	账面价值	公允价值
存货	778.81	1,088.00

项目	账面价值	公允价值
固定资产	361.55	690.62
账外可辨认的无形资产包括专利权	—	96.94
合计	1,140.36	1,875.57

3、采用收益法评估的原因

考虑到一般情况下，资产基础法仅能反映资产组各项资产的自身价值，而不能全面、合理的体现江苏志益的整体价值，并且采用资产基础法也无法涵盖诸如客户资源、人力资源、生产技术等无形资产的价值。江苏志益已经经营多年，其运营管理团队、销售和采购渠道已比较稳定，积累了一定的销售网络、客户资源和经营管理经验等。资产评估专业人员经过对江苏志益财务状况的调查及历史经营业绩分析，依据评估准则的规定，结合评估对象、评估目的及适用的价值类型，经过比较分析，认为收益法的评估结果能更全面、合理地反映江苏志益的股东全部权益价值，因此选定以收益法评估结果作为江苏志益的股东全部权益价值。

4、收购定价过程

(1) 本次收购遵循市场化定价原则，在评估的基础上双方协商确定交易价格，交易价格与评估价值不存在显著差异。

2020年12月20日，厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司出具《苏州美迪凯尔国际贸易有限公司购买资产涉及的张家港市志益医材有限公司和苏州尤尼佳无纺布制品有限公司模拟合并的非口罩业务资产组组合估值报告》（评估报告号：大学评估估值字[2020]960027号），采用收益法评估价值为4,182.73万元。

(2) 具体测算过程如下：

项目估值选用现金流量折现模型，根据业务资产组组合未来财务状况和经营成果的预测。采用两阶段模型，在经分析的盈利预测结果基础上，进行折现得出业务资产组组合真实的内在价值，再依据业务资产组组合实际情况进行修正，得出最后的估值结果。计算公式如下：

$$P = \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+r)^i} + \frac{F_n \times (1+g)}{(r-g) \times (1+r)^n}$$

其中：

P：估值基准日时业务资产组组合预计未来现金流量现值；

F_i：估值基准日后第 i 年预期的业务资产组组合现金流量；

F_n：永续期初年预期的业务资产组组合现金流量；

r：折现率；n：预测期；i：预测期第 i 年；g：永续期增长率。

现金流量预测及资产组价值计算过程如下：

单位：万元

项目	2020年12月	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	永续期	
营业收入	467.48	6,162.84	6,770.86	7,352.05	7,929.49	8,318.67	8,318.67	
减：营业成本	357.32	4,765.73	5,230.58	5,550.66	6,102.02	6,313.97	6,230.62	
税金及附加	0.15	35.43	38.82	38.76	47.76	49.70	48.43	
销售费用	28.10	370.50	407.05	441.99	476.71	500.10	500.10	
管理费用	43.30	538.09	555.62	569.87	578.04	570.17	562.19	
息税前利润	38.61	453.09	538.79	750.77	724.96	884.73	977.33	
加：折旧与摊销	15.96	196.10	224.39	155.75	329.53	288.63	197.30	
减：资本性支出	279.00	141.19	163.38	605.82	38.72	85.38	206.52	
减：营运资金增加额	1,147.76	178.48	203.40	188.83	192.28	124.48	—	
现金净流量(税前)	-1,372.19	329.52	396.40	111.87	823.49	963.50	968.11	
折现率	13.99%	13.99%	13.99%	13.99%	13.99%	13.99%	13.99%	
折现期	0.04	0.58	1.58	2.58	3.58	4.58	4.58	
折现系数	0.99	0.93	0.81	0.71	0.63	0.55	3.92	
现值	-1,364.78	305.30	322.15	79.76	515.09	528.67	3,796.54	
资产组价值								4,182.73

经估值，截止于估值基准日 2020 年 11 月 30 日，本次估值的志益医材和尤尼佳模拟合并的非口罩业务资产组组合的估值为 4,182.73 万元，净资产为 1,875.57 万元，

形成商誉 2,307.16 万元。

综上，资产评估专业人员结合行业发展前景、江苏志益的客户资源、人力资源、生产技术、经营管理经验、在手订单情况等情况选择采购收益法进行评估并出具资产评估报告具有合理性；交易价格与评估价值不存在显著差异，交易价格具备公允性；公司在收购评估日资产组账面价值 1,140.36 万元的背景下，按照 4,182.73 万元支付收购对价具有商业合理性。

二、说明在资产组 2022 年收入大幅下滑的背景下，未计提商誉减值的合理性、合规性

商誉减值测试的计算方法系采用收益法确定资产组预计未来现金流量的现值，并以此作为与商誉相关资产组的可收回金额，与包含商誉资产组账面值比较，从而确定商誉资产组是否存在减值。

商誉减值测试过程、参数及商誉减值损失的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年
资产组或资产组组合的账面价值	627.20
分摊至本资产组或资产组组合的商誉账面价值	2,307.16
分摊至本资产组或资产组组合的商誉分摊方法	全部分摊至资产组
包含商誉的资产组或资产组组合的账面价值	2,934.36
可收回金额	3,187.21
是否减值	否

2023 年 2 月 27 日，厦门嘉学资产评估房地产估价有限公司出具《江苏旭禾医疗科技有限公司拟商誉减值测试涉及的非口罩业务包含商誉的资产组可收回金额估值报告》（评估报告号：嘉学评估估值字[2023]8310002 号），采用收益法评估旭禾医疗非口罩业务包含商誉资产组的可收回金额不低于 3,187.21 万元，包含商誉的资产组或资产组组合的账面价值为 2,934.36 万元。

可回收金额的具体计算过程如下：

单位：万元

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
营业收入	6,002.31	6,717.81	7,253.09	7,831.08	8,297.89	8,297.89
减：营业成本	4,758.00	5,292.87	5,762.80	6,205.42	6,595.16	6,595.16
税金及附加	35.96	40.50	43.37	46.84	49.47	49.47
销售费用	223.90	245.68	262.15	280.37	296.06	296.06
管理费用	357.03	342.11	334.94	300.57	344.03	344.03
研发费用	100.37	101.27	103.26	106.00	97.71	97.71
息税前利润	527.05	695.38	746.57	891.88	915.46	915.46
加：折旧与摊销	266.49	122.53	91.86	45.51	56.85	56.85
减：资本性支出	42.22	1.54	36.18	46.34	66.58	66.58
减：营运资金增加额	-39.82	312.70	237.47	235.00	202.02	—
现金净流量（税前）	791.14	503.67	564.78	656.05	703.71	905.73
折现率	13.89%	13.89%	13.89%	13.89%	13.89%	13.89%
折现期	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	5.00
折现系数	0.8780	0.7710	0.6769	0.5944	0.5219	3.7574
现值	694.62	388.33	382.30	389.96	367.27	3,403.19
减：期初营运资金投入额						2,438.46
可收回金额						3,187.21

注：评估机构以基准日（2022年12月31日）时的固定资产、无形资产清单测算折旧与摊销，与收购时考虑扩张性资本支出测算的折旧与摊销存在一定差异，主要系旭禾21年和22年的资本支出低于预期。

1、在资产组2022年收入大幅下滑的背景下，未计提商誉减值的主要原因为：

①江苏旭禾每年末进行商誉减值测试时，均根据最新的实际经营情况对未来的收入重新进行合理预估。2022年收入下滑原因主要为客户 Sejong Healthcare 临时调整采购策略导致其订单金额较2021年金额下降。2022年末，江苏旭禾根据在手订单、销售渠道开拓情况以及市场环境等情况综合考虑，预估2023年全年收入达到6000万元并且预计2024年-2027年保持5.96%-11.92%增长率；

②2022年末，江苏旭禾在手订单为771.37万元，较上年度末增长21.26%；

③2022年江苏旭禾息税前利润为469.47万元，息税前利润率为9.67%，根据2022

年实际发生的成本、费用等基础上，预测 2023 年度息税前利润为 527.05 万元，息税前利润率为 8.78%，且后续息税前利润率保持在 10.35%-11.39%之间。2023 年度，江苏旭禾实现息税前利润 615.09 万元，高于预测值。

2、商誉减值测算

不考虑在手订单、销售渠道开拓以及市场环境等情况，仅根据息税前利润下降幅度测算商誉：

(1) 根据 2022 年度息税前利润下降情况，测算商誉减值

江苏旭禾 2022 年息税前利润实际数为 469.47 万元，公司收购时对商誉进行减值测试时使用的 2022 年息税前利润预测数为 538.79 万元，息税前利润实际数较息税前利润预测数下降 12.87%。不考虑上述在手订单、销售渠道开拓以及市场环境等情况，仅根据息税前利润下降幅度，对 2022 年资产组可回收金额进行重新测试。假定预测期及永续期的各期息税前利润预测数均较原减值测试的息税前利润预测数下降 12.87%，可回收金额测算的具体计算过程如下：

单位：万元

项目	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	永续期
营业收入	5,835.92	6,498.13	7,018.48	7,547.80	8,007.56	8,007.56
减：营业成本	4,665.76	5,171.08	5,632.74	6,048.37	6,434.21	6,434.21
税金及附加	34.92	39.12	41.91	45.06	47.66	47.66
销售费用	219.01	239.23	255.25	272.05	287.53	287.53
管理费用	357.03	342.11	334.94	300.57	344.03	344.03
研发费用	100.37	101.27	103.26	106.00	97.71	97.71
息税前利润	458.83	605.32	650.38	775.75	796.42	796.42
加：折旧与摊销	266.49	122.53	91.86	45.51	56.85	56.85
减：资本性支出	42.22	1.54	36.18	46.34	66.58	66.58
减：营运资金增加额	-96.29	294.62	232.41	218.48	199.63	
现金净流量（税前）	779.39	431.69	473.65	556.44	587.06	786.69
折现率	13.89%	13.89%	13.89%	13.89%	13.89%	13.89%
折现期	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	5.00

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
折现系数	0.8780	0.7710	0.6769	0.5944	0.5219	3.7574
现值	684.30	332.83	320.61	330.75	306.39	2,955.91
减：期初营运资金投入额						2,438.46
可收回金额						2,492.33

由上表，资产组可回收金额为 2,492.33 万元，在资产组账面价值 2,934.36 万元的基础上需计提减值 442.03 万元，计提减值后 2022 年度净利润 5,839.86 万元，2022 年度扣除非经常性损益后的净利润 5,378.11 万元；对应 2022 年度加权平均净资产收益率为 10.37%，2022 年度扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率为 9.55%，计提减值后 2023 年度加权平均净资产收益率为 10.69%，2023 年度扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率为 9.80%。经计算，2022 年和 2023 年的平均净资产收益率为 10.53%，扣除非经常性损益后的平均净资产收益率为 9.68%，均满足发行上市条件。

(2) 按固定比例测算商誉减值

公司 2022 年 12 月 31 日资产组不含商誉账面价值为 627.20 万元，资产组包含商誉账面价值为 2,934.36 万元，商誉价值为 2,307.16 万元；公司 2023 年 12 月 31 日资产组不含商誉账面价值为 732.76 万元，资产组包含商誉账面价值为 3,039.92 万元，商誉价值为 2,307.16 万元；公司 2023 年 12 月 31 日资产组不含商誉账面价值为 660.42 万元，资产组包含商誉账面价值为 2,967.59 万元，商誉价值为 2,307.16 万元

① 按 20%、50% 和 100% 在 2022 年末分别计提商誉，测算对 2022 年度和 2023 年度净资产收益率的影响，结果列示如下：

单位：万元

商誉减值计提比例	商誉减值金额	净利润影响金额	测算 2022 年度扣除非经常性损益后的净利润	测算 2023 年度扣除非经常性损益后的净利润
20%	461.43	-461.43	5,358.71	6,140.54
50%	1,153.58	-1,153.58	4,666.56	6,140.54
100%	2,307.16	-2,307.16	3,512.98	6,140.54

(续表)

商誉减值计提比例	测算 2022 年度扣非后加权平均净资产收益率	测算 2023 年度扣非后加权平均净资产收益率	两年平均扣非后平均净资产收益率
20%	9.52%	9.81%	9.66%
50%	8.34%	9.92%	9.13%
100%	6.34%	10.10%	8.22%

② 按 20%、50%和 100%在 2023 年末分别计提商誉，测算对 2023 年度和 2024 年度净资产收益率的影响，结果列示如下：

公司 2023 年 12 月 31 日资产组不含商誉账面价值为 732.76 万元，资产组包含商誉账面价值为 3,039.92 万元，商誉价值为 2,307.16 万元。以 2023 年度扣除非经常性损益后的净利润和加权平均净资产收益率为基准，测算商誉减值对公司经营业绩的影响如下：

单位：万元

商誉减值计提比例	商誉减值金额	净利润影响金额	测算 2023 年度扣除非经常性损益后的净利润	测算 2024 年度扣除非经常性损益后的净利润
20%	461.43	-461.43	5,679.11	7,213.30
50%	1,153.58	-1,153.58	4,986.96	7,213.30
100%	2,307.16	-2,307.16	3,833.38	7,213.30

(续表)

商誉减值计提比例	测算 2023 年度扣非后加权平均净资产收益率	测算 2024 年度扣非后加权平均净资产收益率	两年平均扣非后平均净资产收益率
20%	9.04%	10.68%	9.86%
50%	7.98%	10.79%	9.39%
100%	6.19%	10.98%	8.59%

③ 按 20%、50%和 100%在 2024 年末分别计提商誉，测算对 2024 年度净资产收益率的影响，结果列示如下：

单位：万元

商誉减值计提比例	商誉减值金额	净利润影响金额	测算 2024 年度扣除非经常性损益后的净利润	测算 2024 年度加权平均净资产收益率	2023 年度加权平均净资产收益率	两年平均扣非后平均净资产收益率
20%	461.43	-461.43	6,751.87	9.96%	9.73%	9.85%
50%	1,153.58	-1,153.58	6,059.72	8.99%	9.73%	9.36%

商誉减值计提比例	商誉减值金额	净利润影响金额	测算 2024 年度扣除非经常性损益后的净利润	测算 2024 年度加权平均净资产收益率	2023 年度加权平均净资产收益率	两年平均扣非后平均净资产收益率
100%	2,307.16	-2,307.16	4,906.13	7.34%	9.73%	8.54%

根据《北京证券交易所股票上市规则（试行）》第 2.1.3 条，发行人选择第一套标准，预计市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%。

根据上述测算，2022 年末，公司商誉减值计提比例为 100% 时，当年的平均净资产收益率低于 8%，但最近两年的公司加权平均净资产收益率平均高于 8%，满足发行上市条件；2023 年末，公司商誉减值计提比例分别为 50% 和 100% 时，当年的加权平均净资产收益率低于 8%，但最近两年的公司加权平均净资产收益率平均高于 8%，满足发行上市条件；2024 年末，公司商誉减值计提比例达到 100% 时，当年的加权平均净资产收益率低于 8%，但最近两年的公司加权平均净资产收益率平均高于 8%，满足发行上市条件。

综上，与商誉相关资产组的可收回金额计算过程合理，可收回金额大于包含商誉资产组账面价值，故未计提商誉减值；不考虑在手订单、销售渠道开拓以及市场环境等情况，仅根据息税前利润下降幅度测算商誉，在资产组账面价值 2,934.36 万元的基础上需计提减值 442.03 万元，测算减值后 2022 年和 2023 年的平均净资产收益率为 10.53%，扣除非经常性损益后的平均净资产收益率为 9.68%，满足发行上市条件；若按 20%、50% 和 100% 比例分别在 2022 年末、2023 年末和 2024 年末分别计提商誉减值，最近两年的加权平均净资产收益率平均高于 8%，满足发行上市条件。

三、说明资产评估基准日及后续每个资产负债表日，收益法评估资产价值时采用的营业收入逐期递增假设是否审慎

公司在评估资产组价值时，营业收入预估主要根据以前年度的经营业绩、增长率、行业水平以及管理层对市场发展的预期等因素的基础上进行适当预计。公司基于行业前景、在手订单、过往业绩等因素良好预期的基础上，对资产组未来的营业

收入采用逐期递增的假设。具体原因如下：

1、行业前景

江苏旭禾所处医用敷料行业，根据海关总署统计信息，中国出口医用敷料数量近十年呈增长的趋势，全球医用敷料市场因产品刚性需求属性，总体规模基本保持稳步增长状态。根据尚普咨询的统计，2011-2023 年，全球医用敷料市场规模由 90 亿美元增长至 195 亿美元。随着全球人口老龄化问题的日益突出和由此带来的溃疡、褥疮等病症患者的增加，全球医用敷料市场需求将持续增长。尚普咨询预计，全球医用敷料市场销售收入规模于 2026 年达到 235 亿美元。

2、在手订单

报告期各期末，江苏旭禾在手订单如下：

项目	金额（万元）
2022 年末在手订单	771.37
2023 年末在手订单	1,091.66
2024 年末在手订单	1,096.79

注：各年度期末在手订单为在期末已经出库尚未确认收入及已签订订单尚未出库的合计数。

由上表可见，江苏旭禾各期末在手订单呈逐年上升趋势。

3、实际业绩

各报告期，江苏旭禾的实际营业收入及增长率如下：

单位：万元

项目	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
实际营业收入	6,670.16	4,852.82	5,685.07	7,157.06
实际收入增长率	-	-27.25%	17.15%	25.89%

注：江苏旭禾 2024 年度的数据经容诚会计师事务所审计

2022 年实际收入下滑原因主要为客户 Sejong Healthcare 临时调整采购策略导致其订单金额较 2021 年金额下降。由于属于部分客户临时调整因素，属于不可控且偶发因素，结合过往经验，未发生过其他类似情况。

除此以外，其余年度均实现营业收入的增长，故收益法评估资产价值时采用的营业收入逐期递增假设较为审慎。

【中介机构核查】

一、核查程序

针对上述事项，保荐机构执行了以下核查程序：

1、访谈发行人实际控制人，了解发行人收购张家港志益、苏州尤尼佳非口罩业务资产的背景、交易过程、资产组被收购后的主营业务和未来业务安排等；

2、查阅张家港志益和苏州尤尼佳的工商档案、企业信用信息公示报告以及被收购前张家港志益、苏州尤尼佳非口罩业务资产组的主要经营数据并获取张家港志益出具的关于历史经营情况的说明，核查资产组的历史经营情况；

3、查阅厦门市大学资产评估土地房地产估价有限责任公司出具的《苏州美迪凯尔国际贸易有限公司购买资产涉及的张家港市志益医材有限公司和苏州尤尼佳无纺布制品有限公司模拟合并的非口罩业务资产组合估值报告》（大学评估估值字[2020]960027号）、江苏志益收购张家港志益和苏州尤尼佳非口罩业务资产的股东会决议、签署的《资产及业务转让总体框架协议》等相关协议、款项支付凭证，核查收购的交易过程、定价公允性及款项支付情况；

4、查阅江苏旭禾报告期内的财务报表，核查上述资产组自收购后的经营业绩情况；

5、获取发行人报告期各期商誉的全部资产评估报告，复核商誉减值测试过程中所使用的方法、关键假设、关键参数、预测收入及折现率等的合理性，复核发行人商誉减值测试的计算过程；

6、获取江苏旭禾报告期各期末在手订单情况，关注市场变化、订单变化、资产等情况，商誉减值测试的依据和相关假设是否合理。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、本次收购遵循市场化定价原则，在评估的基础上双方协商确定交易价格，交易价格与评估价值不存在显著差异。在收购日资产组账面价值 1,140.36 万元的背景下，按照 4,182.73 万元支付收购对价具有商业合理性；

2、2022 年末，采用收益法评估旭禾医疗非口罩业务包含商誉资产组的可收回金额不低于 3,187.21 万元，大于包含商誉的资产组或资产组组合的账面价值为 2,934.36 万元，在资产组 2022 年收入大幅下滑的背景下，未计提商誉减值具有合理性、合规性；

3、公司基于行业前景、在手订单、过往业绩等因素良好预期的基础上，对资产组未来的营业收入采用逐期递增的假设，较为审慎。

问题 3. 外销收入的真实性

(1) 外销收入核查的具体情况。根据申请文件及首轮问询回复，①中介机构对各期外销收入的发函比例在 96%以上，函证主要发往客户集团内与发行人实际发生交易的子公司，如 Medplus Medical Industries Fzc、Medline International B.V.、Medline Industries, Lp 等，各期客户回函一致的比例是 23.62%、17.19%、20.76%、23.75%，发行人说明回函不一致的原因主要系与客户的统计口径差异，客户按照付款金额回函。②中介机构对各期外销收入的走访比例在 80%以上，主要走访了 Medline 集团的美国芝加哥总部及上海采购中心，未对客户集团内与发行人实际发生交易的子公司等回函主体进行走访。请发行人：①说明针对同一集团客户 Medline，函证对象与走访对象不一致的原因，说明通过走访上海采购中心确认发行人收入金额是否准确、充分。②进一步说明客户回函的具体情况，包括回函对象、回函金额、金额不一致等；进一步说明走访的具体情况，包括走访对象、金额或数量、是否走访客户存放发行人产品的仓库等。

(2) 经营业绩变动趋势与可比公司不一致的原因。根据申请文件及首轮问询回复，2023 年，发行人同行业可比公司奥美医疗、振德医疗、健尔康的营业收入均呈下滑趋势，平均下滑比例为 24.25%，发行人 2023 年营业收入同比上涨 0.19%。请发行人：①结合客户结构差异、产品差异、销售区域差异等方面，详细说明与同行业可比公司经营业绩变动趋势相反的原因及合理性，并说明发行人 2023 年主要产品出口数量和金额

增长趋势与行业出口数据变动趋势是否一致。②对比发行人与同行业可比公司期后的经营业绩,说明发行人期后经营业绩与行业趋势是否一致。

(3) 境外运保费、外汇管理局收汇数据与外销收入的匹配性。根据申请文件及首轮问询回复,①发行人各期境外运保费与境外销售收入的比值分别为 4.80%、4.14%、3.22%、4.10%,境外运保费率呈波动趋势,发行人说明主要受境外社会环境影响。②发行人各期外销收入金额与外汇管理局收汇数据的比值分别为 114.05%、100.32%、91.11%、98.07%,2023 年金额差异为 4,675.20 万元。请发行人:①结合发行人货物运输路线对应的海运单位收费变动情况、运输距离等变动情况,进一步量化分析境外运保费率波动的原因,说明发行人外销收入金额增长、但运费率下降的合理性。②说明 2023 年外汇管理局统计数据与发行人外销收入金额差异的具体原因和数据调整过程。③进一步量化分析报告期内汇率波动对发行人经营业绩的影响,说明发行人应对汇率波动与客户协商调价、远期结售等主要措施汇的有效性。请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查,说明核查范围、核查程序、核查结论,并发表明确意见。

【公司回复】

一、外销收入核查的具体情况

(一) 说明针对同一集团客户 Medline,函证对象与走访对象不一致的原因,说明通过走访上海采购中心确认发行人收入金额是否准确、充分。

Medline 集团成立于 1910 年,主要从事医疗用品制造和分销。Medline 集团总部

位于美国芝加哥，全球员工约 43,000 人，在 2023 全球医疗器械公司百强榜中荣登第四；Medline 集团的产品种类超 55 万种，涵盖手术器械、医用纺织品、医疗耗材、诊断设备、患者护理产品等，为医疗护理提供整体解决方案；Medline 集团的业务遍布超过 125 个国家，在全球有强大的分销体系。Medline 集团在上海设立全球采购中心，负责具体向各供应商进行采购，爱舍伦的销售人员长期与上海全球采购中心对接销售订单。报告期内，公司向 Medline Industries, LP 的销售额分别为 5,682.19 万美元、5,557.00 万美元和 6,374.42 万美元，占向 Medline 集团销售的比例分别为 92.33%、92.94% 和 91.89%。

函证对象与走访对象范围存在差异原因：Medline 集团作为全球头部的医疗器械公司，拥有严格的内部管理制度，各子公司采购委托上海的全球采购中心进行下单，付款由各子公司财务部负责，且各子公司财务部不接受外部访谈。针对上述情况，保荐机构、申报会计师和律师对 Medline 集团下各子公司执行函证程序，对 Medline 集团的美国芝加哥总部和上海采购中心进行了走访，具体情况如下：

1、2024 年 1 月，保荐机构、申报会计师和律师对 Medline 集团的美国芝加哥总部进行走访，Medline Industries, LP 的采购经理负责接待。采购经理向中介机构介绍了 Medline 集团的公司股东、成立时间、业务范围、品牌和销售区域、行业地位、营收及员工情况等基本信息，同时对与爱舍伦的合作背景、合作模式、交易内容、关联关系等情况进行了沟通。针对函证的信息及函证收发情况，Medline Industries, LP 的采购经理回复由其财务部根据各期的付款金额进行邮件回复，采购经理不了解付款金额。

2、2023 年 3 月和 2024 年 4 月，保荐机构、申报会计师和律师对 Medline 集团在上海设立的全球采购中心进行走访，采购经理负责接待。采购经理向中介机构介绍了 Medline 集团的公司股东、成立时间、业务范围、品牌和销售区域、行业地位、营收及员工情况等基本信息，同时对与爱舍伦的合作背景、合作模式、交易内容、交易金额、关联关系等情况进行了沟通。针对函证的信息及函证收发情况，采购经理回复由各采购主体的财务部根据各期的付款金额进行邮件回复，采购经理不了解付款进度。

保荐机构、申报会计师和律师走访上海采购中心、邮件向各子公司财务部确认收款金额，中介机构核查准确、充分。

(二) 进一步说明客户回函的具体情况，包括回函对象、回函金额、金额不一致等；进一步说明走访的具体情况，包括走访对象、金额或数量、是否走访客户存放发行人产品的仓库等。

1、客户回函的具体情况：

单位：万元

年度	回函对象	币种	函证金额	回函金额	差异	不符原因
2022 年	Medline Industries, Lp	美元	5,682.19	5,428.30	253.89	对方按当年付款金额回函
	Zarys International Group	美元	451.86	451.86	—	/
	Medline International B.V.	美元	395.93	350.28	45.65	对方按发票回函
	苏州鼎康进出口有限公司	人民币	1,285.63	1,285.63	—	/
	Medicpro Healthcare Co.,Ltd	美元	130.61	130.61	—	/
	Medplus Medical Industries Fzc	美元	72.75	72.69	0.06	对方按发票回函
	其他回函相符客户	人民币	7,394.05	7,394.05	—	/
2023 年	Medline Industries, Lp	美元	5,557.00	5,790.93	-233.93	对方按当年付款金额回函
	Zarys International Group	美元	630.95	630.95	—	/
	Medline International B.V.	美元	272.82	247.37	25.45	对方按发票回函
	苏州鼎康进出口有限公司	人民币	1,369.62	1,369.62	—	/
	Sejong Healthcare Co.,Ltd	美元	123.52	123.52	—	/
	Medline Assembly France S .A .S.	美元	27.00	27.39	-0.39	对方按发票回函
	Delta Med Spa	美元	7.70	5.23	2.47	对方按发票回函
	其他回函相符客户	人民币	7,773.48	7,773.48	—	/
2024 年	Medline Industries, Lp	美元	6,374.42	6,254.24	120.18	对方按当年付款金额回函
	Zarys International Group	美元	835.28	835.28	—	/
	Medline International B.V.	美元	383.08	315.58	67.50	对方按发票回函
	苏州鼎康进出口有限公司	人民币	1,695.04	1,695.04	—	/
	Sejonghealthcare Co.,Ltd	美元	255.88	255.88	—	/

	SAN PABLO COMMERCIAL CORP.	美元	189.30	189.30	-	/
	Medplus Medical Industries Fzc	美元	54.23	40.71	13.52	对方按发票回函
	其他回函相符客户	人民币	6,268.24	6,268.24	—	/

2、走访的具体情况：

单位：万元

序号	客户名称	访谈形式	走访对象	2024 年销售额	2023 年销售额	2022 年销售额
现场走访：						
1	Medline 集团	现场走访	Medline Industries, Lp 走访对象为 Sourcing manager/上海采购中心走访对象为全球采购副总裁	49,105.76	40,982.92	40,372.12
2	Zarys International Group	现场走访	Buyer Team	5,933.18	4,533.32	2,939.61
3	苏州鼎康进出口有限公司	现场走访	总经理	1,695.04	1,369.62	1,285.63
4	Sejong healthcare Co., Ltd.	现场走访	CEO	1,788.21	870.60	746.68
5	浙江美联医疗集团股份有限公司	现场走访	业务经理	623.58	681.36	681.34
6	Iberhospitex S.A.	现场走访	Purchasing manager	813.05	645.91	501.46
7	Dynarex Corp.	现场走访	总经理	489.14	480.82	540.93
8	Raffin Medical	现场走访	General manager	696.43	455.74	823.67
9	Panep S.R.O.	现场走访	Purchasing manager	625.15	445.82	468.09
10	张家港市卫生健康委员会	现场走访	卫生发展服务中心副主任	-	-	610.80
现场走访占比：				89.31%	87.82%	85.38%
其他方式：						
11	San Pablo Commercial Corp.	填写访谈问卷及现场走访其终端客户相结合	终端客户 CEO	1,141.97	804.94	511.63
12	Drogueria Hofmann	视频走访	General Manager/Planification	571.95	236.24	171.16

SAC			
其他方式占比:	2.48%	1.81%	1.19%
访谈对象销售额合计	63,483.46	51,507.29	49,653.12
当年销售额总计	69,163.87	57,466.03	57,355.75
访谈客户销售额占比	91.79%	89.63%	86.57%

3、走访客户存放发行人产品的仓库情况

爱舍伦在全球范围内覆盖的客户主要包括 Medline 集团、Zarys International Group、Sejong Healthcare Co., Ltd、Raffin Medical 等国际知名企业，仓库主要分布于全球各外包仓库，基于客户严格的仓库管理制度，保荐机构、申报会计师和律师无法对仓库进行走访确认，通过访谈确认上述客户保有 10% 以上的安全库存。

公司产品销售均通过直销方式进行，不存在经销、寄售等模式，保荐机构、申报会计师和律师未增加对客户仓库进行走访的核查程序。

二、说明经营业绩变动趋势与可比公司不一致的原因

(一) 结合客户结构差异、产品差异、销售区域差异等方面，详细说明与同行业可比公司经营业绩变动趋势相反的原因及合理性，并说明发行人 2023 年主要产品出口数量和金额增长趋势与行业出口数据变动趋势是否一致

1、结合客户结构差异、产品差异、销售区域差异等方面，详细说明与同行业可比公司经营业绩变动趋势相反的原因及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司营业收入变动趋势和期后经营业绩情况如下：

单位：万元

公司名称	2024 年度	同比	2023 年度	同比	2022 年度
奥美医疗	-	-	275,666.53	-34.53%	421,050.27
振德医疗	-	-	412,704.41	-32.76%	613,763.44
健尔康	-	-	103,352.67	-5.46%	109,323.22
平均值	-	-	263,907.87	-24.25%	381,378.98
爱舍伦	69,163.87	20.36%	57,466.03	0.19%	57,355.75

数据来源：可比公司招股书、定期报告等资料。

2022年-2023年，同行业可比公司的营业收入均呈现下降的趋势，公司的营业收入呈现稳中有升的趋势，按客户结构差异、销售区域差异和产品差异等分析如下：

(1) 客户结构差异、销售区域差异导致公司与同行业可比公司的经营业绩变动趋势相反

①振德医疗

振德医疗主要客户包括 Lohmann&Rauscher、Cardinal Healthcare、Medline、Hartmann、Mckesson、Molnlyche、Onemed 在内的众多国外知名医疗器械品牌商，产品覆盖欧洲、北美、南美、亚洲、非洲、大洋洲等各大洲。在国内医院线市场，其产品已覆盖全国各省市自治区 7,000 家医院；在国内线下零售线，其产品全国百强连锁药店覆盖率已超 98%，共计覆盖全国 11 万余家药店门店，商超便利店超 1.8 万家。

2022年度-2023年度，振德医疗产品的销售模式为国内经销、国内直销和外销模式，不同销售模式下产生的主营业务收入情况如下：

单位：万元

明细	2023 年度	同比	2022 年度
国内经销客户	140,190.75	-57.06%	326,454.82
国内直销客户（含电商）	54,478.79	-35.10%	83,936.65
外销客户	215,874.74	6.49%	202,724.82
合计	410,544.28	-33.04%	613,116.29

数据来源：振德医疗的定期报告。

由上表，2023 年度，振德医疗的销售收入大幅下滑主要系对国内客户的销售下滑，对外销客户的销售增长 6.49%，与发行人基本一致。

②奥美医疗

奥美医疗在全球范围内覆盖的客户主要包括 Medline、Dukal、Hartmann、Lohmann&Rauscher、Medicom、Johnson & Johnson 等国际知名企业，其在国内的主要客户包括国大药房、大参林、海王星辰、正和祥等多家连锁药店；北京 301 医院、西京医院、北京大学附属第一医院、中山大学附属第一医院、华中科技大学同济医

学院附属同济医院、郑州大学附属第一医院、东部战区总医院、中部战区总医院等。

2022 年度-2023 年度，奥美医疗产品的销售模式均为直销，分区域的主营业务收入情况如下：

单位：万元

明细	2023 年度	同比	2022 年度
国内直销客户	52,342.49	-63.92%	145,054.34
国外直销客户	223,324.04	-19.08%	275,995.92
合计	275,666.53	-34.53%	421,050.28

数据来源：奥美医疗的定期报告。

由上表，2023 年度，奥美医疗的销售收入大幅下滑主要系对国内客户的销售下滑。奥美医疗对外销客户的销售下降 19.08%，根据定期报告披露，主要系“下游客户库存高起、美元持续加息导致其资金成本增加”。

③健尔康

健尔康在全球范围内覆盖的客户主要包括 Cardinal、Medline、Mckesson、Owens & Minor、Optimum、Hartmann、Boston、Dukal 等国际知名医疗器械品牌商。国内客户已覆盖全国 90% 以上省份，销售终端主要为药房和医院。

2022 年度-2023 年度，健尔康经销的销售比例较低，仅列示分区域的主营业务收入情况如下：

单位：万元

明细	2023 年度	同比	2022 年度
国内客户	16,872.35	-45.95%	31,217.59
国外客户	86,340.51	10.94%	77,828.51
合计	103,212.86	-5.35%	109,046.10

由上表，2023 年度，健尔康的境内销售大幅下滑，境外销售增长与发行人基本一致。

④爱舍伦

爱舍伦在全球范围内覆盖的客户主要包括 Medline、Zarys International Group、

Sejong Healthcare Co., Ltd、Raffin Medical 等国际知名企业。国内客户大多为贸易类客户，产品以外销为主，销售终端大多为北美、欧洲、韩国等地区的药房和医院。

2022 年度-2023 年度，爱舍伦产品的销售模式均为直销，分区域的主营业务收入情况如下：

单位：万元

明细	2023 年度	同比	2022 年度
国内客户	3,286.48	-36.23%	5,153.77
国外客户	53,911.50	3.58%	52,047.97
合计	57,197.98	-0.01%	57,201.74

由上表，2023 年度，爱舍伦的境内销售大幅下滑，境外销售增长 3.58%，与同行业可比公司基本一致。

综上，发行人按客户结构和销售区域的销售收入变动与同行业可比公司一致，即 2023 年度境内销售均出现大幅下滑，境外销售波动较小。

（2）产品差异导致公司与同行业可比公司的经营业绩变动趋势相反

①振德医疗

振德医疗主营产品涵盖医疗领域和健康领域，医疗领域产品包括造口与现代伤口护理产品、手术感控产品、感控防护产品、基础伤口护理产品及压力治疗与固定产品，健康领域产品包括健康防护、伤口护理、清洁消毒、老年护理、保健理疗、医疗个护和孕婴护理等产品。

2022 年度-2023 年度，振德医疗主营业务分产品的收入情况如下：

单位：万元

明细	2023 年度	同比	2022 年度
基础护理	107,240.20	3.20%	103,912.10
手术感控	142,639.71	16.92%	122,000.36
压力治疗与固定	42,679.63	-12.86%	48,979.23
造口及现代伤口护理	53,862.87	15.28%	46,723.38
感控防护	64,121.86	-78.00%	291,398.81

明细	2023 年度	同比	2022 年度
其他	-	-100.00%	102.41
合计	410,544.28	-33.04%	613,116.29

由上表，2023 年度，振德医疗的销售收入大幅下滑主要系感控防护产品大幅下滑。

②奥美医疗

奥美医疗主营产品涵盖医用敷料、感染防护产品、医用非织造产品，主要包括伤口护理、手术耗材和感染防护三大产品板块，近年来推出了呼吸防护系列、伤口护理系列及日常护理系列的消费类产品。

2022 年度-2023 年度，奥美医疗主营业务分产品的收入情况如下：

单位：万元

明细	2023 年度	同比	2022 年度
外科与伤口护理	217,803.98	-17.06%	262,602.04
感染防护	23,111.44	-81.67%	126,088.07
高级敷料	6,158.68	5.81%	5,820.44
卫生护理	13,069.40	31.06%	9,971.93
其他类	15,523.03	-6.31%	16,567.80
合计	275,666.53	-34.53%	421,050.28

由上表，2023 年度，奥美医疗的销售收入大幅下滑主要系感染防护产品大幅下滑。

③健尔康

健尔康主营产品主要包括手术耗材类、伤口护理类、消毒清洁类、防护类、高分子及辅助类和非织造布类六大产品类别。

2022 年度-2023 年度，健尔康主营业务分产品的收入情况如下：

单位：万元

明细	2023 年度	同比	2022 年度
手术耗材类	33,693.29	15.70%	29,120.40

明细	2023 年度	同比	2022 年度
伤口护理类	36,131.73	10.19%	32,790.92
消毒清洁类	14,465.02	7.94%	13,400.64
防护类	4,011.00	-80.48%	20,550.61
高分子及辅助类	14,911.81	14.01%	13,078.86
非织造布类	-	-100.00%	104.67
合计	103,212.85	-5.35%	109,046.10

由上表，2023 年度，健尔康的销售收入略有下滑，主要系防护类产品大幅下滑，其他品类产品的收入增长。

④爱舍伦

爱舍伦主营产品主要为康复护理类和手术感控类，包括医用护理垫、医用冰袋、手术铺单、手术衣、手术组合包等。

2022 年度-2023 年度，公司主营业务分产品的收入情况如下：

单位：万元

明细	2023 年度	同比	2022 年度
医用护理垫	30,652.23	-10.87%	34,390.67
医用冰袋	1,836.51	17.88%	1,557.95
手术铺单	10,676.43	112.49%	5,024.48
一次性手术衣	2,001.41	-21.74%	2,557.34
手术组合包	11,747.26	3.91%	11,305.39
其他产品	284.14	-87.99%	2,365.90
合计	57,197.98	-0.01%	57,201.74

由上表，2023 年度，公司的销售收入基本保持平稳，主要系手术铺单大幅增长，其他产品中包含部分感染防护产品，收入大幅下降，与同行业基本一致。

综合上述客户结构差异、销售区域和产品差异，公司感染防护产品销售占比小，较同行业可比公司经营业绩受公共卫生安全事件的影响较小，因此公司与同行业可比公司在报告期内收入的变动趋势存在差异。

2、公司 2023 年主要产品出口数量和金额增长趋势与行业出口数据变动趋势不

一致的原因

根据海关总署统计信息,2023年中国医用敷料出口数量为249,521吨,相比2022年同期减少4,890吨,同比下降1.8%;2023年中国医用敷料出口金额为198,825.9万美元,相比2022年同期减少了32,129.6万美元,同比下降13.7%;2023年中国医用敷料出口均价为0.8万美元/吨,2022年中国医用敷料出口均价为0.91万美元/吨,下降12.2%。

2023年度,公司境内出口金额为5,612.19万美元,相比2022年度同期减少1,384.37万美元;出口数量为18,309.68万片,相比2022年度同期减少3,930.26万片,主要系公司2023年将部分产能转移至泰国工厂。

综上,2023年度,公司从境内出口产品的数量和金额的变动趋势与行业出口数据一致。

(二) 对比发行人与同行业可比公司期后的经营业绩,说明发行人期后经营业绩与行业趋势是否一致

截至本回复出具之日,发行人与同行业可比公司尚未披露期后的经营业绩。

三、境外运保费、外汇管理局收汇数据与外销收入的匹配性。

(一) 结合发行人货物运输路线对应的海运单位收费变动情况、运输距离等变动情况,进一步量化分析境外运保费率波动的原因,说明发行人外销收入金额增长、但运费费率下降的合理性

报告期内,发行人境外运保费与境外销售收入的匹配情况如下:

项目	2024年度	2023年度	2022年度
境外运保费(万元)	2,731.01	1,737.15	2,152.78
其中:外销海运费	184.26	97.88	124.54
工厂到港口运费	2,546.75	1,639.27	2,028.25
境外销售收入(万元)	65,226.07	53,911.50	52,047.97

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
其中：CIF 条款客户销售收入	3,795.13	3,036.07	2,775.68
集装箱数量	3,664	3,190	2,957
境外运保费/境外销售收入	4.19%	3.22%	4.14%
其中：外销海运费/ CIF 条款客户销售收入（海运费费率）	4.86%	3.22%	4.49%
工厂到港口运费/境外销售收入	3.90%	3.04%	3.90%

1、外销海运费变动原因

公司境外销售收入主要采用FOB条款，在FOB条款下，公司不承担海运费；公司的海运费主要系San Pablo Commercial Corp.、Iberhospitex S.A.等客户采用CIF条款，报告期内，采用CIF条款客户的销售金额分别为2,775.68万元、3,036.07万元和3,795.13万元，海运费费率分别为4.49%、3.22%和4.86%。

上海出口集装箱运价指数(SCFI)



数据来源：同花顺iFind

2022年度，海运费开启下滑模式，全球经济增长放缓，需求下降，叠加船舶运力逐步恢复，使得海运费逐渐下降；2023年度，由于消费力减弱、高库存、高利率带来市场需求疲软，叠加运力供给在新船交付等因素下有所增加，导致运力供大于求，海运费持续走低，整体运价保持低位；2024年度，海运费呈现“先涨后跌”的

波动特征，全年整体处于高位。

报告期内，公司海运费费率呈现先下降后上升的趋势，从2022年的4.49%下降至2023年的3.22%，2024年上升至4.86%，与全球航线运费的变动趋势一致。

2、外销到港口运费的变动原因

公司外销到港口运费主要包括：公司内部将货物运输至港口码头的公路运输费用，及其在码头片区但未离港时可能发生的各类费用，该类费用按照集装箱进行收费。

报告期内，主要物流公司的运输费用及价格明细列示如下：

① 主要物流公司的运输费用

单位：万元

供应商名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上海旭华物流有限公司	154.39	477.54	696.81
上海逸凡国际物流有限公司	1,106.48	675.39	176.52
上海红邦国际物流有限公司	-	-	245.20
杭州世航船务有限公司	731.88	245.96	274.69
上海翼德国际物流有限公司	237.11	8.04	123.45
小计	2,229.86	1,406.93	1,516.67

② 主要物流公司的价格明细:

物流公司	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上海旭华物流有限公司	柯莱斯克: 拖车费为 2,900 元, 报关费 160 元, 杂费 700 元 爱维迈德: 拖车费为 2,850 元, 报关费 160 元, 杂费 700 元	柯莱斯克: 拖车费为 3,000 元, 报关费 100 元, 杂费 50-200 元 爱维迈德: 拖车费为 2,500 元, 报关费 100 元, 杂费 50-200 元	柯莱斯克: 拖车费为 3,100-3,450 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 1100-2500 元 爱维迈德: 拖车费为 3,250-3,600 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 1,100-2,100 元
上海逸凡国际物流有限公司	拖车费约为 3,000 元, 报关费 100 元	拖车费约为 3,000 元, 报关费 100 元	拖车费约为 3,000 元, 报关费 100 元
上海红邦国际物流有限公司	不再使用	不再使用	柯莱斯克: 拖车费为 3,250-4,000 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 1,100-2,860 元 爱维迈德: 拖车费为 3,400-3,650 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 1,100-2,650 元
杭州世航船务有限公司	柯莱斯克: 拖车费为 3,600 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 900 元 爱维迈德: 拖车费为 3,400 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 800 元	柯莱斯克: 拖车费为 3,600 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 1,100 元 爱维迈德: 拖车费为 3,000 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 1,100 元	柯莱斯克: 拖车费为 3,100 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 1,100 元 爱维迈德: 拖车费为 3,000 元, 报关费 100 元, 进出洋山港等杂费 1,100 元

物流公司	2024 年度	2023 年度	2022 年度
上海翼德国际物流有限公司	柯莱斯克：拖车费为 2,300-2900 元， 报关费 100 元，进出洋山港等杂费 650-850 元	金额较小，不再使用	柯莱斯克：拖车费为 3,250 元， 报关费 100 元，进出洋山港等 杂费 600-1,550 元 爱维迈德：拖车费为 3,200 元， 报关费 100 元，进出洋山港等 杂费 600-1,550 元

2023 年度,公司的内陆运输费用金额为 1,639.27 万元,较上年下降 388.97 万元,主要原因:爱维迈德出厂的货物尝试改用水路输运运送产品至洋山港,每箱节约运费约 750 元至 1,100 元;因港口运输通畅,每集装箱可节约落箱费用 500 元,运输成本大幅下滑;

2024 年度,公司的内陆运输费用金额为 2,546.75 万元,较上年上涨 907.48 万元,主要系公司的销售规模增加,内陆运输费用增加;由于水路运输存在速度慢、运量有限,不能有效保证及时出货,公司取消水路运输,恢复使用陆路运输,公司内陆运输费用上升,占境外销售收入的比重提升。

综上,外销海运费与全球航线运费的变动趋势一致;外销到港口费用的变动主要由于物流公司的变化、进出洋山港提货费用降低、港口运输通畅导致落箱费用减少、2023 年使用水路运输的影响。发行人外销收入金额增长,运费费率下降合理,准确。

(二) 说明2023年外汇管理局统计数据与发行人外销收入金额差异的具体原因和数据调整过程。

公司境外销售收入与外汇管理局收汇数据存在差异,差异原因为:

(1) 公司采用 FOB 和 CIF 条款,以货物出口装船离岸时间作为收入确认的时点,公司在完成报关手续,取得报关单以及提单后,在提单日期所在当月确认收入,采用 EXW 条款,公司于买方指定承运人上门提货时确认产品销售收入;对于境外销售,公司综合客户的资信情况、经营规模、合作期限等因素确定其付款方式及信用账期,公司通常给予客户 7-90 天的信用账期,导致收入确认时点和收款时间存在差异;

(2) 海关出口数据主要以美元列示,折算为人民币时会与公司账面记录的出口销售收入存在汇率差异;

(3) 公司北美区域的销售主要由下属国内各工厂销售给爱舍伦,再经香港爱舍伦科技销售给境外客户;香港爱舍伦收到货款存在回款至母公司爱舍伦不及时的情

形，导致境外销售收入与外汇管理局收汇数据存在差异；

(4) 公司外销收入包含子公司江苏旭禾等的外销收入，为方便与母公司外汇管理局收汇数据就行对比，按母公司外销收入进行匹配分析。

公司外销收入金额与外汇管理局收汇金额的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
外销收入金额	54,845.52	47,940.08	48,385.04
母公司外销收入金额 (A)	51,866.14	46,292.81	46,797.42
其中：香港爱舍伦 (B)	29,910.03	28,263.07	35,455.29
泰国爱舍伦 (C)	10,409.29	9,267.96	2,908.68
外汇管理局收汇数据 (D)	48,999.11	52,615.28	48,232.64
其中：香港爱舍伦 (E)	27,532.51	34,551.14	38,158.11
泰国爱舍伦 (F)	10,107.59	9,256.28	2,296.35
差异金额(G=A-D)	2,867.03	-6,322.47	-1,435.22
其中：香港爱舍伦(H=B-E)	2,377.52	-6,288.07	-2,702.82
泰国爱舍伦(I=C-F)	301.70	11.68	612.33
扣除香港爱舍伦、泰国爱舍伦后差异金额 (J=G-H-I)	187.81	-46.08	655.27

注 1：外汇管理局收汇数据主要以美元列示，因此折算为人民币进行分析；

注 2：外汇管理局收汇数据未包含境外子、孙公司的收汇数据，但包括了母公司收取境外子、孙公司的外汇数据，因此外汇管理局收汇数据会与公司合并范围内实际收汇数据存在一定差异；

报告期内，扣除公司向香港爱舍伦、泰国爱舍伦销售和收款外，公司外销收入金额与外汇管理局收汇金额的合计差额为797.00万元，主要系ZARYS International Group、Raffin Medical等客户的销售额增加，收汇时点与确认收入时点存在时间差。

综上，报告期内，外汇管理局收汇数据与境外销售收入基本匹配，差异原因主要系收汇时点与确认收入时点的时间差和汇率折算的因素影响。

(三)进一步量化分析报告期内汇率波动对发行人经营业绩的影响，说明发行人应对汇率波动与客户协商调价、远期结售等主要措施汇的有

效性。

1、量化分析报告期内汇率波动对发行人经营业绩的影响

公司产品以出口为主，报告期内，公司主营外销收入分别为52,047.97万元、53,911.50万元及65,226.07万元，占当期主营业务收入的比例分别为90.99%、94.25%及94.71%。公司出口业务主要以美元进行结算，2022年至2024年，美元兑人民币汇率走势如下：



数据来源：中国人民银行

近年来，受国际政治、经济形势等因素影响，美元兑人民币汇率波动不确定性因素增加。2022年至2024年美元兑人民币平均汇率分别为6.7208、7.0237和7.1140，呈现逐年上升趋势。

假设在美元兑人民币年平均汇率下降和上升5%、2%的情况下，对公司营业收入、营业成本和营业利润的具体影响如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
以美元结算的境外销售收入（原币）	9,069.83	7,609.58	7,617.02
采购成本（原币）	1,008.32	447.26	995.42
利润总额（扣除非经常性损益后）	8,321.83	7,341.60	7,198.69

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
平均汇率	7.1140	7.0237	6.7208
各年平均汇率下降 5%	6.7583	6.6725	6.3848
销售收入影响金额	-3,226.14	-2,672.37	-2,559.62
营业成本影响金额	-358.66	-157.07	-334.50
利润总额影响金额	-2,867.48	-2,515.30	-2,225.12
占当期利润总额比例	-34.46%	-34.26%	-30.91%
各年平均汇率下降 2%	6.9717	6.8832	6.5864
销售收入影响金额	-1,290.45	-1,068.95	-1,023.85
营业成本影响金额	-143.46	-62.83	-133.80
利润总额影响金额	-1,146.99	-1,006.12	-890.05
占当期利润总额比例	-13.78%	-13.70%	-12.36%
各年平均汇率上升 2%	7.2563	7.1642	6.8552
销售收入影响金额	1,290.45	1,068.95	1,023.85
营业成本影响金额	143.46	62.83	133.80
利润总额影响金额	1,146.99	1,006.12	890.05
占当期利润总额比例	13.78%	13.70%	12.36%
各年平均汇率上升 5%	7.4697	7.3749	7.0568
销售收入影响金额	3,226.14	2,672.37	2,559.62
营业成本影响金额	358.66	157.07	334.50
利润总额影响金额	2,867.48	2,515.30	2,225.12
占当期利润总额比例	34.46%	34.26%	30.91%

注：上述敏感性分析为简化的静态分析，并未考虑与客户启动临时价格协商调整机制、公司管理层可能采取的例如远期结售汇等套期保值外汇风险对冲措施。

根据上述测算结果，若未来美元兑人民币汇率在基准利率基础上下降 5%，将会对公司的销售收入、利润总额造成较大影响。但当汇率发生大幅波动的情况下，公司会积极采取相关应对措施，如启动临时价格协商调整机制或者开展外汇衍生品交易等。报告期内，公司整体毛利率及净利润较为稳定，未受汇率波动的重大影响。

招股说明书之“重大事项提示”之“五、特别风险提示”中已披露汇率波动风险。

“公司境外市场的销售主要使用美元结算，面临相应的汇率风险。公司报告期

内各期汇兑损益分别为-901.78万元、-367.79万元和-828.48万元，占利润总额的比例分别为-11.54%、-4.55%和-8.75%。

近年来国际经济政治形势变化较大，人民币兑外币的汇率走势面临较大的不确定性，同时随着我国政府对人民币汇率形成机制进行深化改革，人民币汇率弹性进一步加强。若人民币相对于外币出现升值，则会影响公司以人民币计量的销售收入，同时会给公司造成汇兑损失，并可能影响部分境外客户的购买和支付能力，若美元兑人民币汇率较2024年平均汇率（7.1140）下降5%以上，公司利润总额会有下降34.46%以上的风险，并对公司的经营业绩产生不利影响。”

2、发行人应对汇率波动与客户协商调价措施的有效性

报告期内，公司主要采取ODM/OEM方式与境外知名医疗器械品牌商合作，在合作过程中根据物料耗用和人工耗用情况参考成本加成原则定价，同时会根据报价时的主要原材价格及走势情况、汇率波动情况、客户性质、当地市场竞争环境等因素综合考虑，通过价格协商方式向客户进行产品报价，以双方最终协商价格作为产品销售价格。当主要原材料价格、汇率等在短期内发生大幅波动的情况下，公司会启动临时价格协商机制，协商调整具体订单价格。

为有效应对汇率波动对公司经营业绩产生的影响，2015年8月，公司已与主要境外客户就汇率波动约定了产品销售价格联动调整机制，约定当汇率上升或降价2%并维持一定时间后，利益受损方可以要求对方调价；公司与主要境外客户调整价格时同时考虑原材料采购价格波动及加征关税影响，有效降低相关因素对公司产品盈利状况的影响，保证双方处于共赢的合作状态。

具体价格调整情况如下：

2016年6月，由于美元兑人民币的中间价达到6.65，高于上次的基准6.50，美元升值超过2%，公司同意主要境外客户的要求对相关产品价格下调2%；2019年8月，由于美元兑人民币的中间价达到7.04，公司同意主要境外客户的要求对相关产品价格下调3.50%；2020年4月，由于上游原材料水刺无纺布等材料价格大幅上升，经与主要境外客户沟通，对方同意将公司的相关产品价格上调30%-50%，2020年6月相关产

品价格恢复到2019年年末水平；2022年11月，由于美元汇率处于较高水平，公司通过与客户邮件沟通，基于美元兑人民币汇率7.18对相关产品价格下调1.30%。从2022年12月1日起执行，并约定当美元兑人民币汇率跌破7.08时，再对产品价格进行上调；2023年6月，公司结合原材料采购价格及美元汇率的波动情况，同意主要境外客户的要求，对加征关税的产品的价格进行了适当降价，中国出口的上述加征关税的较同期泰国出口产品的价格低约3.75%，即承担一半关税；2024年5月，同意主要境外客户的要求，中国出口的加征关税的产品较同期泰国出口产品的价格低约7.5%，即承担全部关税。

综上所述，公司与境外主要客户的产品销售价格联动调整机制包含汇率波动、原材料价格波动和加征关税等多项因素。报告期内，公司主营业务毛利率分别为22.04%、23.02%和22.91%，毛利率较为稳定，公司与客户的协商调价机制有效的应对了汇率波动、原材料价格波动和加征关税等对公司经营业绩的影响。

3、发行人应对汇率波动与远期结售汇措施的有效性

公司结合宏观经济和政治形势、国际贸易政策变化、预测的外币货款、目前持有的外币货币性资产（货币资金和应收账款等）规模等因素，在美元兑人民币汇率可能出现较大波动时，通过与银行开展外汇远期业务等衍生金融工具，视美元走势预期，管理外汇销售回款风险敞口，以固定的结算价格结汇，进而进行风险对冲，降低美元大幅贬值对公司带来的不利影响。虽存在一定的机会损失风险，但通过锁定未来的换汇价格，有利于防范汇率大幅波动对公司业绩造成不良影响。

（1）交易背景

公司报告期内外销收入均占公司营业收入的90%以上，公司每月外销收入约650万美元。公司需要将收到的美元回款结算为人民币用于在国内购买原材料、支付员工薪酬等生产活动。为规避日常经营中所面临的汇率风险，公司会在风险敞口范围内购买远期结售汇对冲汇率波动对公司生产经营的风险。远期结售汇为单边远期结汇业务，公司将根据产品成本（构成基本为人民币）和市场风险确定是否签订远期合约，签订合约后相当于锁定了换汇价格，通过单边远期结汇业务将有效抵御市场

波动风险，保证公司合理的利润水平。

(2) 交易规模

公司工商银行苏州相城支行签署远期外汇合约，于 2020 年 12 月末购买了每月 500 万美元额度的远期结售汇产品，交割期间为 2021 年 1 月到 2023 年 4 月。2023 年 4 月到期后，公司未再购买远期结售汇产品。自 2022 年下半年起至 2024 年 6 月，美元汇率整体处于高位，公司预期未来汇率波动不会对公司经营业绩产生重大不利影响，因此未签订新的远期外汇合约。

远期结售汇业务相关具体结算条款如下：

每月结算金额	结算周期	结算额度	起始日	结算价格	结束日	交割方式
200 万美元	25 期	5,000 万美元	2021/3/1	6.6220	2023/3/1	每月第一个工作日交割
300 万美元	28 期	8,400 万美元	2021/1/15	6.7000	2023/4/14	每月第十个工作日交割

(3) 公司购买远期结售汇业务的频次及金额、与客户的销售结算付款周期的对应性

2021 年 1 月至 2023 年 4 月，公司远期结售汇业务的实际交割频次及金额情况如下：

单位：万美元

时间	实际交割金额	美元销售回款金额	实际交割金额与美元销售回款比率
2021 年 1 月	300.00	652.69	45.96%
2021 年 2 月	300.00	575.32	52.14%
2021 年 3 月	500.00	589.04	84.88%
2021 年 4 月	500.00	559.44	89.38%
2021 年 5 月	500.00	482.87	103.55%
2021 年 6 月	500.00	600.24	83.30%
2021 年 7 月	500.00	481.97	103.74%
2021 年 8 月	500.00	884.05	56.56%
2021 年 9 月	500.00	621.10	80.50%
2021 年 10 月	500.00	914.69	54.66%
2021 年 11 月	500.00	662.22	75.50%

2021年12月	500.00	829.07	60.31%
2022年1月	500.00	585.79	85.36%
2022年2月	500.00	570.60	87.63%
2022年3月	500.00	794.03	62.97%
2022年4月	500.00	794.55	62.93%
2022年5月	500.00	563.82	88.68%
2022年6月	500.00	602.87	82.94%
2022年7月	500.00	514.60	97.16%
2022年8月	500.00	493.46	101.32%
2022年9月	500.00	527.43	94.80%
2022年10月	500.00	562.98	88.81%
2022年11月	500.00	593.01	84.32%
2022年12月	500.00	416.62	120.01%
2023年1月	500.00	566.75	88.22%
2023年2月	500.00	456.51	109.53%
2023年3月	500.00	519.62	96.22%
2023年4月	300.00	486.04	61.72%
合计	13,400.00	16,901.37	79.28%

由上表，公司自2021年1月起至2023年4月开展远期结售汇业务，实际交割金额占美元销售回款金额的比例为79.28%，与客户的销售结算付款周期匹配，能有效的应对汇率波动对公司经营业绩的影响。

4) 报告期内远期结售汇交易对公司损益的影响

2021年-2024年，远期结售汇交易对公司损益的影响如下：

单位：万元

项目	2024年度	2023年度	2022年度	2021年度
投资收益-远期结售汇业务	-	-369.30	-170.65	1,154.59
公允价值变动收益-远期结售汇	-	457.50	-1,944.52	1,236.22
小计	-	88.20	-2,115.17	2,390.81

由上表可见，2021年-2024年，公司远期结售汇业务对利润总额的影响金额分别为2,390.81万元、-2,115.17万元、88.20万元和0万元。2023年4月到期后，公司未再购买远期结售汇产品，因此2024年远期结售汇业务对利润总额的影响金额为0万元。

综上所述，公司开展远期外汇交易时，综合考虑当期美元兑人民币汇率波动情况，符合公司远期结售汇业务购买的触发机制；报告期内，发行人购买远期结售汇业务的频次及金额与客户的销售结算付款周期基本匹配，有效的应对了汇率波动对公司经营业绩的影响。

【中介机构核查】

一、 核查程序

针对上述事项，保荐机构执行了以下核查程序：

1、走访 Medline 集团的美国芝加哥总部和上海采购中心，了解客户的基本情况以及与发行人之间的交易内容等；向 Medline 集团下主要子公司进行函证，确认回函情况及不符事项；

2、获取发行人及可比公司奥美医疗、振德医疗、健尔康的客户清单，包括主要客户名称、销售金额、销售占比等信息，分析各自的客户集中度和客户类型；

3、掌握发行人和可比公司的产品目录、产品介绍等资料，分析各公司的产品种类、产品结构、产品功能等方面的差异；

4、取得发行人及可比公司的销售区域分布数据，包括各区域的销售金额、销售占比，了解销售区域的差异；

5、收集爱舍伦报告期内主要产品的出口报关单、出口发票、提单等资料，取得外汇管理局数据，统计主要产品的出口数量和金额，并与公司财务数据进行核对；

6、查阅行业协会发布的医用敷料行业出口数据报告，对比爱舍伦主要产品出口数量和金额增长趋势与行业出口数据变动趋势；

7、获取发行人报告期内运费明细记录，包括运输的费用金额、运输时间、运输方式等详细信息；

8、通过查询航运公司公开报价、行业指数、货代公司数据等渠道，收集货物运输路线对应的海运单位收费标准及变动情况；

9、将运费明细与销售记录进行匹配，对应到各主体具体的客户和目的港及所在国家；

10、查阅收入成本大表及销售合同，明确各笔外销业务的贸易条款，如 FOB、CIF 等，分析贸易条款对运保费承担责任及费率的影响；

11、从外汇管理局获取爱舍伦公司各期收汇数据，并与公司记录的外销收入数据进行比对，标记存在差异的部分；

12、对于外销收入与收汇数据的差异，查阅相关凭证、函电等资料，核实差异产生的原因，如收款时间差异等；

13、了解贸易政策，分析发行人所选用的贸易方式及条款，分析其对爱舍伦公司运保费率及外销收入的潜在影响；

14、获取爱舍伦及可比公司的财务报表、审计报告等资料，对比分析各公司的营业收入、净利润等主要业绩指标的变动情况；

15、查阅了发行人报告期各期审计报告，测算并分析了汇率变动对发行人经营业绩的影响；

16、查阅了发行人《外汇衍生品交易业务管理制度》以及开展远期结售汇及外汇期权业务的相关议案，查阅了发行人远期结售汇及外汇期权业务的相关凭证、单据等；

17、对报告期内汇兑损益进行复核，检查其会计处理是否正确；询问管理层汇兑损益的核算方法，并与汇率走势及出口收入进行比对分析；向管理层了解公司应对汇率波动的相关措施。

二、核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、通过走访和向 Medline 集团各主要子公司进行函证，确认发行人与 Medline 集团收入金额准确、充分；

2、公司产品销售均通过直销方式进行，不存在经销、寄售等模式；

3、爱舍伦对第一大客户 Medline 集团依赖度较高，与可比公司相比，客户集中度更高，且该集团需求相对稳定，为公司提供了持续的订单支持，公司业绩稳定。而可比公司客户群体较为分散，受市场波动影响更大，在 2023 年防护用品需求减少的情况下，业绩下滑明显；

4、爱舍伦产品专注于康复护理产品和手术感控产品，产品种类相对集中。2023 年其手术感控产品同比增长 29.32%，对整体业绩有一定拉动作用。而可比公司产品种类更为丰富，包含较多受公共卫生事件影响较大的防护用品，2023 年公共卫生事件得到控制后，防护用品需求减少，导致其营业收入下滑；

5、爱舍伦业务主要面向境外市场，外销占比达 90% 以上。其境外客户主要分布在欧美等地区，这些地区对医用敷料的需求较为稳定，且公司在这些市场具有一定的客户基础和市场份额。而可比公司，如振德医疗，其国内市场占比相对较大，国内市场受公共卫生事件防控政策调整等因素影响，需求波动较大，进而影响了整体业绩；

6、经核查，爱舍伦 2023 年主要产品中手术感控产品出口金额和数量呈增长趋势，康复护理产品出口有一定下滑。从行业整体来看，医用敷料行业出口数据在 2023 年整体有所波动，其中防护类产品出口下降，而部分非防护类的手术感控等产品出口有一定增长，爱舍伦的主要产品出口趋势与行业中同类产品的趋势基本相符；

7、报告期内海运单位收费存在一定波动。如 2022 年部分航线因海运市场运力紧张，单位运费上涨，但公司运费率却有所下降，主要是因为公司优化到港口段供应商的选择，整体拉低了平均运费率，同时也因公共卫生事件影响逐渐减少引起的费率下降；

8、收入确认时间点与报关时间点存在短期的时间性差异，导致最终确认外销收入与实际收汇的时间差；

9、综合各期数据来看，外销收入与外汇管理局收汇数据在剔除合理差异后，具有一定的匹配性，不存在重大异常情况，未发现虚构外销收入或收汇不实的迹象；

10、报告期内，公司汇兑损益与汇率波动趋势整体相符，具有匹配性；

11、汇兑损益计算准确，发行人应对外汇波动风险的措施合理有效；

12、若美元兑人民币汇率在基准利率基础上下降 5%，将会对公司的销售收入、利润总额造成较大影响。但当汇率发生大幅波动的情况下，公司会积极采取相关应对措施，如启动临时价格协商调整机制或者开展外汇衍生品交易等。报告期内，公司整体毛利率及净利润较为稳定，未受汇率波动的重大影响。

问题 4. 其它问题

(1) 关于相关主体承诺安排。请发行人对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第1号》等相关规则要求，说明相关主体本次发行承诺安排是否完备，视情况完善相关承诺安排。请发行人完善稳定股价预案，说明现有稳定股价预案能否切实保护中小投资者利益。

【公司回复】

一、关于相关主体承诺安排。请发行人对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》等相关规则要求，说明相关主体本次发行承诺安排是否完备，视情况完善相关承诺安排。请发行人完善稳定股价预案，说明现有稳定股价预案能否切实保护中小投资者利益。

(一) 请发行人对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》等相关规则要求，说明相关主体本次发行承诺安排是否完备，视情况完善相关承诺安排

对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》（以下简称《指引 1 号》）的相关要求，相关主体本次发行承诺安排情况如下：

承诺类型	《指引 1 号》的规定	发行人承诺安排	是否完备
关于延长股份锁定期的承诺	<p>发行人控股股东、实际控制人、持有股份的董事、高级管理人员应当参照《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（以下简称《意见》）的相关规定，承诺锁定期满后 24 个月内减持价不低于发行价和特定情形下锁定期限自动延长 6 个月，并可根据具体情形提出更严格的锁定要求。作出承诺的董事、高级管理人员应明确不因其职务变更、离职等原因而免于履行承诺。</p>	<p>发行人控股股东、实际控制人、持股 5% 以上股东、洛威尼森、普洛瑞斯、董事、监事、高级管理人员已出具《关于股份锁定以及持股及减持意向的承诺》，具体内容详见招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”，相关承诺已涵盖《指引 1 号》规定的内容。</p>	是
	<p>发行人控股股东、实际控制人、持有股份的董事长及总经理应当对以下事项作出承诺：若公司上市后涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 6 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份；若公司上市后，本人涉嫌证券期货违法犯罪或重大违规行为的，自该行为被发现后 12 个月内，本人自愿限售直接或间接持有的股份。</p>	<p>发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员已出具《关于重大违法违规行为自愿限售的承诺函》，具体内容详见招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”，相关承诺已涵盖《指引 1 号》规定的内容。</p>	是
	<p>发行人控股股东、实际控制人等主体可以结合发行人实际情况，承诺如上市后三年内公司业绩大幅下滑，将采取延长股份锁定期等措施，并明确具体执行安排。</p>	<p>发行人控股股东、实际控制人已出具《关于上市后业绩大幅下滑延长股份锁定期的承诺》，具体内容详见招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承</p>	是

承诺类型	《指引 1 号》的规定	发行人承诺安排	是否完备
		诺”，相关承诺已涵盖《指引 1 号》规定的内容。	
关于稳定股价预案	<p>发行人控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员应当参照《意见》的相关规定，披露上市后 36 个月内公司股价低于每股净资产时承诺稳定公司股价的预案，并可以根据自身实际情况设置上市后一定期间公司股价低于发行价格时承诺稳定公司股价的预案并予以披露。</p> <p>发行人披露的启动预案的触发条件应当明确。发行人及其控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）及高级管理人员应当提出相应的股价稳定措施，明确措施的启动情形和具体内容，出现相关情形时股价稳定措施的启动时间安排，将履行的程序等。前述主体可根据具体情况自主决定稳定股价的措施，并明确可执行的具体安排，如明确拟增持公司股票的比例或数量范围、资金金额范围等。</p> <p>对于前述期间内新任的董事（独立董事除外）、高级管理人员，发行人也应要求其履行公司发行上市时董事、</p>	<p>发行人已制定《江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价的预案（修订稿）》，发行人控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员已出具《关于稳定股价的承诺》，相关预案和承诺已涵盖《指引 1 号》规定的内容。</p>	是

承诺类型	《指引 1 号》的规定	发行人承诺安排	是否完备
	高级管理人员已作出的相应承诺要求。		
关于股份回购的承诺	<p>发行人及其控股股东应当参照《意见》的相关规定，披露存在对判断发行人是否符合发行上市条件构成重大、实质影响的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏情形下采取回购措施的承诺，招股说明书及有关申请文件应明确股份回购措施的启动程序、回购价格等。发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事（如有）、高级管理人员及相关中介机构应当承诺，招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者遭受损失的，将依法赔偿，承诺应当具体、明确，确保投资者合法权益得到有效保护。</p>	<p>发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员已出具《关于上市申请文件真实、准确、完整并依法承担赔偿责任的承诺》，发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及相关中介机构已出具《对发行申请文件真实性、准确性、完整性的承诺书》《关于江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件真实性、准确性、完整性的承诺书》，相关承诺已涵盖《指引 1 号》规定的内容。</p>	是
其他承诺	<p>发行人控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员应当承诺最近 36 个月内不存在以下情形：担任因规范类和重大违法类强制退市情形被终止上市企业的董事、高级管理人员，且对触及相关退市情形负有个人责任；作为前述企业的控股股东、实际控制人且对触及相关退市情</p>	<p>发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员已出具《关于不存在重大违法行为、诉讼、仲裁及行政处罚的承诺》，相关承诺已涵盖《指引 1 号》规定的内容。</p>	是

承诺类型	《指引 1 号》的规定	发行人承诺安排	是否完备
	形负有个人责任。发行人及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员应当承诺，在全国股转系统挂牌期间不存在组织、参与内幕交易、操纵市场等违法违规行为或者为违法违规交易本公司股票提供便利的情形。		

发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及相关中介机构已按照《指引1号》之“1-26 发行上市相关承诺”的相关要求出具了相应的承诺，相关主体本次发行承诺安排完备。

（二）请发行人完善稳定股价预案，说明现有稳定股价预案能否切实保护中小投资者利益

1、发行人已完善稳定股价预案

2025年1月24日，发行人召开第二届董事会第七次会议，审议通过《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价预案（修订稿）》的议案，对公司上市后三年内稳定股价预案进行修订，修订后的预案如下：

“一、启动和停止股价稳定措施的具体条件

（一）启动条件

1、自公司公开发行股票并在北交所上市之日起6个月内，若公司股票出现连续10个交易日的收盘价（如果因派发现金股利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照北交所的有关规定作相应调整，下同）均低于本次发行价格，公司将启动股价稳定预案；

2、自公司公开发行股票并在北交所上市之日起第7个月至3年内，非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素导致公司股票连续20个交易日收盘价均低于公司上一年度未经审计的每股净资产（若最近一期审计基准日后，公司因派发现金股利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，每股净资产须按照有关规定作相应调整，下同），公司将启动股价稳定预案。

（二）中止条件

1、自公司股票在北交所上市之日起6个月内，公司启动稳定股价具体方案的实施期间内，公司股票收盘价连续5个交易日高于本次发行价格；

2、自公司股票在北交所上市之日起第7个月至3年内，公司启动稳定股价具体方案的实施期间内，公司股票收盘价连续5个交易日高于上一年度未经审计的每股净资产；

- 3、继续实施股价稳定措施将导致股权分布不符合北交所上市条件；
- 4、继续增持股票将导致需要履行要约收购义务；
- 5、中国证监会和北交所规定的其他情形。

上述稳定股价具体措施中止后，如再次触发启动条件，则再次启动稳定股价措施，直到达到公司公开发行股票并在北交所上市后三年内稳定股价预案的终止条件。

（三）终止条件

- 1、各相关主体当年回购或增持公司股份的金额已达到承诺上限；
- 2、稳定股价具体方案的实施期间已届满；
- 3、中国证监会和北交所规定的其他情形。

二、稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的具体条件触发时，公司将依照法律、法规、规范性文件等相关规定及时履行相关程序后，按照以下顺序采取部分或全部措施稳定公司股价：公司回购股份；控股股东、实际控制人增持公司股票；在公司领取薪酬的非独立董事、高级管理人员增持公司股票。

（一）公司回购股份

1、自公司股票上市之日起三年内触发启动条件，为稳定公司股价之目的，公司应在符合中国证监会及北交所关于公司回购股份的相关规定、获得监管机构的批准（如需）、且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件的前提下，向社会公众股东回购股份。

2、稳定股价措施的启动条件触发之日起的 10 个交易日内，公司应召开董事会对回购股份作出决议，须经三分之二以上董事出席的董事会会议决议，并经全体董事三分之二以上通过。公司董事不得无故缺席董事会，公司董事承诺，在公司董事会审议回购股份之相关议案时投赞成票。

3、公司股东大会（如须）对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司控股股东、实际控制人及担任董事、高级管理人员的股东不得无故缺席股东大会，且承诺就该等回购股份事宜在股东大会中投赞成票。

4、公司为稳定股价之目的进行股份回购的，应符合相关法律、法规、规范性文件之规定。公司单次因稳定股价用于回购股份的资金金额不低于上一个会计年度经

审计的归属于母公司股东净利润的 10%，公司于同一会计年度因稳定股价用于回购股份的资金总额不超过上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%；公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市时所募集资金的总额。

(二) 控股股东、实际控制人增持公司股票

1、公司稳定股价的回购股份方案实施完毕后，公司股票仍满足启动股价稳定措施的前提条件时，为稳定公司股价之目的，公司控股股东、实际控制人应在符合中国证监会及北交所关于增持公司股票的相关规定、获得监管机构的批准（如需）、且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

2、稳定股价措施的启动条件触发之日起的 5 个工作日内，公司控股股东、实际控制人应就其增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告。控股股东、实际控制人应于公告之日起 3 个月内通过集合竞价方式或其他合法方式增持公司股票。

3、增持价格不高于本次发行价格（适用于公司股票在北交所上市之日起 6 个月内）或不高于公司上一年度未经审计的每股净资产（适用于公司股票在北交所上市之日起第 7 个月至 3 年内），用于增持公司股份的资金金额不低于其上一个会计年度从公司取得的现金分红金额的 20%，且不低于 100 万元；控股股东、实际控制人于同一会计年度因稳定股价用于增持公司股份的资金总额不超过上一个会计年度从公司取得的现金分红金额的 50% 或不超过 600 万元（以二者孰高值为准）。

4、通过增持获得的股票，在增持完成后 6 个月内不得出售。

(三) 在公司领取薪酬的非独立董事、高级管理人员增持公司股票

1、若在公司控股股东、实际控制人增持公司股票方案实施完成后，仍符合启动条件时，为稳定公司股价之目的，在公司领取薪酬的非独立董事、高级管理人员应在符合中国证监会及北交所关于增持公司股票的相关规定、获得监管部门的批准（如需），且不应导致公司股权分布不符合北交所上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

2、稳定股价措施的启动条件触发之日起的 5 个工作日内，在公司领取薪酬的非独立董事、高级管理人员应就其增持公司股票的具体计划书面通知公司并由公司进

行公告。在公司领取薪酬的非独立董事、高级管理人员应于公告之日起 3 个月内通过集合竞价方式或其他合法方式增持公司股票。

3、增持价格不高于本次发行价格（适用于公司股票在北交所上市之日的起 6 个月内）或不高于公司上一年度未经审计的每股净资产（适用于公司股票在北交所上市之日起第 7 个月至 3 年内），用于增持公司股份的资金金额不低于其上一个会计年度从公司取得的税后薪酬总金额的 20%；在公司领取薪酬的非独立董事、高级管理人员于同一会计年度因稳定股价用于增持公司股份的资金总额不超过上一个会计年度从公司取得的税后薪酬总金额的 50%。

4、公司在向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市后三年内新聘任的、在公司领取薪酬的非独立董事和高级管理人员应当遵守本预案关于公司董事、高级管理人员的义务及责任的规定，公司及公司控股股东、实际控制人、现有董事、高级管理人员应当促成公司新聘任的该等董事、高级管理人员遵守本预案内容并签署相关承诺。

5、通过增持获得的股票，在增持完成后 6 个月内不得出售。

三、未履行稳定股价承诺的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、实际控制人、有增持义务的董事、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

（一）公司的约束措施

在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如公司未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

（二）控股股东、实际控制人约束措施

在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如公司控股股东、实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未

采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果控股股东、实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施的，则控股股东、实际控制人将在前述事项发生之日起停止在公司处领取薪酬（如有）或股东分红，同时控股股东、实际控制人持有的公司股份不得转让，直至控股股东、实际控制人按上述预案内容的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

（三）有增持义务的董事、高级管理人员的约束措施

在启动稳定股价措施的前提条件满足时，如有增持义务的董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定媒体上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果有增持义务的公司董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，则有增持义务的公司董事、高级管理人员将在前述事项发生之日起 5 个工作日内停止在公司处领取薪酬或股东分红（如有），同时有增持义务的公司董事、高级管理人员持有的公司股份（如有）不得转让，直至有增持义务的公司董事、高级管理人员按上述预案内容的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。”

2、现有稳定股价预案能否切实保护中小投资者利益

发行人本次发行后公众股股东持股比例为发行人稳定股价预案的执行提供了空间。假设按照本次公开发行 1,691.98 万股人民币普通股（未考虑超额配售选择权）计算，本次发行后，公众股股东合计持股比例为 29.25%，按照全额行使超额配售选择权计算，本次发行后，公众股股东合计持股比例为 31.80%；超出 25% 最低比例要求部分的公众股股份给发行人实施稳定股价预案提供了空间。

各相关主体出具的《关于稳定股价的承诺》为稳定股价预案的执行提供了保障。发行人及其控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员已出具《关于稳定股价的承诺》，对各相关主体应承担的稳定公司股价的法律责任及约束措施进行了约定；相关约束措施明确、具体且具有可执行性，为稳定公司股价预案的有效执行提供了保障，能够切实保护中小投资者利益。

综上，发行人已按照相关法律、法规的规定制订并完善了稳定股价预案，明确了触发稳定股价预案的条件、稳定股价的具体措施及实施程序，发行人、控股股东、

实际控制人、董事（独立董事除外）及高级管理人员已出具《关于稳定股价的承诺》，明确了法律责任及约束措施。公司稳定股价预案内容明确、具体、可执行性较强，有助于维护公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市后股价的稳定，切实保护中小投资者利益。

【中介机构核查】

1、核查程序

（1）查阅发行人及其控股股东、实际控制人、持股 5% 以上股东、洛威尼森、普洛瑞斯、董事、监事、高级管理人员及相关中介机构出具的关于本次发行的承诺；

（2）对照《指引 1 号》等相关规则要求，核查上述承诺是否安排是否完备；

（3）查阅发行人第二届董事会第七次会议文件，核查发行人对稳定股价预案的修订情况；

（4）查阅发行人、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员已出具的《关于稳定股价的承诺》，核查是否明确了相关法律责任及约束措施；

（5）测算发行人本次公开发行前后的公众股东持股比例情况，核查发行人实施稳定股价预案的可执行性。

2、核查结论

经核查，保荐机构认为：

发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及相关中介机构已按照《指引 1 号》之“1-26 发行上市相关承诺”的相关要求出具了相应的承诺，承诺安排完备。

发行人已按照相关法律、法规的规定制订并完善了稳定股价预案，明确了触发稳定股价预案的条件、稳定股价的具体措施及实施程序，发行人、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）及高级管理人员已出具《关于稳定股价的承诺》，明确了法律责任及约束措施。公司稳定股价预案内容明确、具体、可执行性较强，

有助于维护公司本次向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市后股价的稳定，切实保护中小投资者利益。

(2) 关于关税问题。根据申请文件及首轮问询回复，发行人存在主要产品被进口国加征关税的情况，请发行人：说明加征关税的具体情况，对发行人经营业绩的影响及应对措施的有效性。请保荐机构核查并发表明确意见。

【公司回复】

一、加征关税的具体情况

1、美国对中国加关税的情况

自2018年开启新一轮中美贸易摩擦以来，美国先后多次对中国进口商品加征关税：（1）自2018年7月6日起对340亿美元商品清单开始征税，关税比例为25%，主要涉及机械设备、电子、电气设备、汽车和家用电器等行业；（2）自2018年8月23日起对160亿美元商品清单开始征税，关税比例为25%，主要涉及机械设备、电子、化工、电力设备和汽车等行业；（3）自2018年9月24日起对2,000亿美元商品清单开始征税，关税比例为10%，2019年5月10日关税比例提升至25%，主要涉及机械设备、化工、轻工制造、家用电器等行业；（4）2019年8月提出3,000亿美元商品清单，分两批清单，其中自2019年9月1日起对涉及约1,200亿美元商品A清单开始征税，关税比例为15%，2020年2月14日关税比例下调至7.50%，主要涉及电机电气、机械设备、纺织服装等行业，其中公司部分商品此前已被暂时豁免关税；因2019年12月13日中美就第一阶段经贸协议文本达成一致，并于2020年1月16日正式签署，原定于2019年12月15日开始执行的B清单取消加征关税；（5）2023年5月12日，美国贸易代表办公室宣布：2023年5月31日之后，有4项产品将恢复加征关税，其中对来自中国地区的4818900080海关编码项下的产品恢复加征7.50%进口关税；（6）自2025年2月1日起，对原产于中国的货物附加10%关税；（7）自2025年3月4日起，对中国输美产品再次加征10%关税。

2、发行人受美国加征关税的影响

2023年5月12日，美国贸易代表办公室宣布：2023年5月31日之后，有4项产品将恢复加征关税，其中对来自中国地区的4818900080海关编码项下的产品恢复加征7.50%进口关税。公司涉及该编码下的产品主要为康复护理产品中的医用护理垫，包含复合膜床垫和经济型床垫，合计22个产品货号。

公司外销业务中的贸易方式以FOB为主，由客户自行负责美国入关报关，并承担全部关税，公司不直接承接美国客户的进口关税。但公司结合原材料采购价格及美元汇率的波动情况，同意客户Medline集团的要求，对上述加征关税的产品的价格进行了适当降价。2023年6月，公司与Medline集团就降价事宜达成一致，中国出口的上述加征关税的较同期泰国出口产品的价格低约3.75%，即承担一半关税。2024年5月，公司与Medline集团就降价事宜达成一致，中国出口的上述加征关税的产品较同期泰国出口产品的价格低约7.50%，即承担全部关税。

截至本回复出具之日，公司尚未与客户Medline集团就2025年2月和2025年3月美国合计加征20%关税事宜达成调整产品价格的协议。

二、加征关税对发行人经营业绩的影响

2023年7月-2024年12月，加征关税对公司业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2023年7-12月	2024年度
公司加征关税产品对美国的销售收入	12,859.43	26,726.03
其中：中国出口的销售收入	5,673.29	13,463.57
泰国出口的销售收入	7,186.14	13,262.46
加征关税对公司收入的影响金额	268.16	914.03
公司各期营业利润总额	4,958.36	9,544.98
加征关税占各期营业利润的比例	5.41%	9.58%

加征关税对公司各期营业利润的影响额与对公司营业收入影响额相同。2023年7-12月和2024年度，加征关税对公司收入的影响金额分别为268.16万元和914.03万元，占公司各期营业利润的比例分别为5.41%和9.58%，2024年度占比上升主要系泰国工厂的产能已经饱和且国内下半年出口的产品承担了全部7.50%的关税。

三、加征关税的应对措施

报告期内，公司为应对关税波动风险，制定的具体应对措施如下：

1、进一步拓展全球布局，转移部分产能。截至本回复出具之日，公司拥有四家已投产的生产基地，分别位于江苏省盐城市、安徽省宣城市、江苏省张家港市及泰国大城府，公司根据订单交货量、产能利用情况、关税及交期要求，合理安排利用四个基地的订单生产，泰国生产基地未受美国加征关税影响，该生产基地已实现满负荷生产，2023年7-12月和2024年度，降低贸易摩擦对公司盈利影响的金额分别为290.37万元和821.28万元；2024年11月26日和2024年12月9日，公司分别在摩洛哥和泰国设立全资孙公司创新医疗和默瑞医疗作为公司未来的境外生产基地，将通过全球化布局积极应对以降低美国加征关税的影响；

2、积极进行业务拓展，寻求新的客户建立合作关系，如开拓欧洲、日韩、中亚等地区的新客户；

3、进一步加大技术研发投入，不断优化产品生产工艺，持续提升产品竞争力。公司将进一步加强自身的技术研发投入，突破关键核心技术，通过技术改造进一步提升生产自动化水平，从而降低产品制造成本，提高生产效率，提升产品竞争力，并加强产品质量把控，与优质客户共同成长，形成更为稳定和深入的合作关系；

4、持续密切关注贸易摩擦和关税加征的相关信息和市场资讯，提前准备应对措施；

5、对关税加征影响进行量化测算，针对不同类别产品进行价格敏感性测试，在销售价格与销量之间获取平衡。

【中介机构核查】

一、核查程序

针对上述事项，保荐机构执行了以下核查程序：

1、查阅财经新闻及报告、中美贸易摩擦相关税收政策文件，了解国际经贸环境、经济形势、贸易摩擦的相关情况，分析其对公司业绩的影响；

2、获取公司境外销售收入的区域分布数据以及在手订单信息，了解公司产品的消费环境，公司和主要客户的生产经营、合作关系、交易情况是否发生重大变化；

3、查阅发行人 2025 年 1-2 月的财务报表，了解公司的期后业绩情况，以分析公司的整体经营情况；

4、获取公司销售收入明细表，了解加征关税商品的品类及降价情况；

5、访谈公司财务总监、销售总监，了解报告期内公司因美国加征关税导致产品售价降低对公司业绩的影响。

二、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、2023年5月31日之后，美国海关对来自中国地区的4818900080海关编码项下的产品恢复加征7.50%进口关税。公司涉及该编码下的产品主要为康复护理产品中的医用护理垫，包含复合膜床垫和经济型床垫，合计22个产品货号；2025年2月和3月美国对中国输美产品合计加征20%关税，该关税政策影响公司境内工厂出口到美国的货物；

2、2023年7-12月和2024年度，加征关税对公司收入的影响金额分别为268.16万元和914.03万元，占公司各期营业利润的比例分别为5.41%和9.58%，2024年度占比上升主要系泰国工厂的产能已经饱和且国内下半年出口的产品承担了全部7.50%的关税；

3、公司主要通过拓展全球布局，降低了贸易摩擦对公司盈利的影响。

问题 5. 其他

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第47号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申报文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

回复：

【发行人说明】

发行人已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第47号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定进行审慎复核。

经复核，发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

【保荐机构说明】

保荐机构已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第46号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第47号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易

所股票上市规则（试行）》等规定进行审慎核查。

经核查，保荐机构认为，发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，为江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司《关于江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司公开发行股票并在北交所上市第二轮审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人：



张 勇

江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司



2025年3月14日

（本页无正文，为《关于江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市第二轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人： 林文茂 赵昕
林文茂 赵昕

东吴证券股份有限公司

2025年3月14日



保荐机构（主承销商）法定代表人、董事长声明

本人已认真阅读江苏爱舍伦医疗科技集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市审核问询函的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，审核问询函的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。

法定代表人、董事长：



范力

