



关于绽妍生物科技股份有限公司股票
公开转让并挂牌申请文件的
审核问询函的回复

主办券商



（北京市朝阳区建国门外大街1号国贸大厦2座27层及28层）

二〇二五年七月

关于绽妍生物科技股份有限公司股票

公开转让并挂牌申请文件的

审核问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司于 2025 年 7 月 8 日出具的《关于绽妍生物科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函》（简称“问询函”）已收悉。绽妍生物科技股份有限公司（以下简称“绽妍生物”、“申请人”、“公司”）与中国国际金融股份有限公司（以下简称“主办券商”）、北京国枫律师事务所（以下简称“申报律师”）、信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

除另有说明外，本回复报告中的简称或名词的释义与《绽妍生物科技股份有限公司公开转让说明书》（申报稿）中的含义相同。

问询函所列问题	黑体
对问题的回答	宋体
对公开转让说明书的修改	楷体、加粗

目录

问题 1. 关于子公司。	3
问题 2. 关于业务资质齐备性。	36
问题 3. 关于经销与线上销售。	73
问题 4. 关于销售费用。	147
问题 5. 关于收入与经营往来。	178
问题 6. 关于采购与生产模式。	211
问题 7. 关于其他事项。	260
其他问题	344

问题 1. 关于子公司。

根据申请文件，（1）2023 年 7 月全资子公司西安德诺派生分立西安臻研，剥离医美业务，公司向张渝转让西安臻研全部股权，报告期内与西安臻研存在关联交易；（2）公司共有 9 个子公司，其中西藏圆融、西安德诺为重要子公司；（3）公司收购取得西安德诺、西藏圆融、成都绽妍、英普博集。

请公司：（1）关于西安臻研。①列示说明公司转让给西安臻研的具体资产明细，说明相关资产转让的定价依据及公允性，公司报告期内及未来计划是否与西安臻研存在交易、资金拆借或资源互换，公司目前是否仍存在医美业务；②说明张渝与公司及控股股东、实际控制人是否存在关联关系或异常资金往来，股权转让定价公允性，股权转让真实性，是否存在股权代持；③结合第三方交易价格及市场价格，说明公司与西安臻研的关联交易定价是否公允；说明公司与西安臻研在资产、人员、客户、技术、生产等方面是否独立，是否存在混同。（2）关于重要子公司。①对业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司，按照《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》第二章第二节的要求补充披露其业务情况，说明业务资质是否合法合规，比照申请挂牌公司主体补充披露历史沿革、公司治理、重大资产重组、财务简表等；②说明公司与子公司之间在业务上的分工合作及业务衔接情况，各子公司在公司业务流程中从事的环节及作用、贡献程度、市场定位及未来发展规划；公司是否实现对子公司的有效控制及管理，重要子公司是否合法规范经营，是否存在重大违法行为。（3）说明收购上述子公司的背景、原因、定价依据及公允性，收购真实性，是否存在代持，是否履行相应审议程序，收购子公司对公司生产经营及业绩情况的影响。

请主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。请会计师核查事项（1）③并发表明确意见。

回复：

一、关于西安臻研。①列示说明公司转让给西安臻研的具体资产明细，说明相关资产转让的定价依据及公允性，公司报告期内及未来计划是否与西安臻研存在交易、资金拆借或资源互换，公司目前是否仍存在医美业务；②说明张渝与公司及控股股东、实际控制人是否存在关联关系或异常资金往来，股权转让定价公允性，股权转让真实性，是否存在股权代持；③结合第三方交易价格及市场价格，说明公司与西安臻研的关联交易定价是否公允；说明公司与西安臻研在资产、人员、客户、技术、生产等方面是否独立，是否存在混同。

（一）列示说明公司转让给西安臻研的具体资产明细，说明相关资产转让的定价依据及公允性，公司报告期内及未来计划是否与西安臻研存在交易、资金拆借或资源互换，公司目前是否仍存在医美业务

1、列示说明公司转让给西安臻研的具体资产明细，说明相关资产转让的定价依据及公允性

根据资产转让协议、转让价款支付凭证，报告期内，除因西安臻研派生分立发生的资产分割外，公司转让给西安臻研的主要资产为商标、机器设备。

（1）商标转让

①商标明细

2023年11月1日，绽妍生物与西安臻研签署了《商标权转让合同》，约定绽妍生物将“珀利肤”等44项注册商标以2.64万元对价转让与西安臻研，转让商标具体情况如下：

序号	商标样式	注册号	类别	有效期
1	珀利肤	53602134	3	2021年09月07日至2031年09月06日
2		53602723	5	2021年08月28日至2031年08月27日
3		58335599	5	2022年02月07日至2032年02月06日
4		53606876	10	2021年09月07日至2031年09月06日
5		53586499	35	2021年09月14日至2031年09月13日
6	珀利肤	59263589	3	2022年03月21日至2032年03月20日
7		59276742	5	2022年03月21日至2032年03月20日
8		59290111	10	2022年03月21日至2032年03月20日
9		59265584	35	2022年03月21日至2032年03月20日

序号	商标样式	注册号	类别	有效期
10	BERYLIFLER	59264825	3	2022 年 03 月 21 日至 2032 年 03 月 20 日
11		59276634	5	2022 年 03 月 21 日至 2032 年 03 月 20 日
12		59275160	10	2022 年 03 月 21 日至 2032 年 03 月 20 日
13		59276773	35	2022 年 03 月 21 日至 2032 年 03 月 20 日
14		68333016	3	2023 年 10 月 07 日至 2033 年 10 月 06 日
15		68324358	5	2023 年 10 月 07 日至 2033 年 10 月 06 日
16		68317602	10	2023 年 10 月 07 日至 2033 年 10 月 06 日
17		68332635	35	2023 年 10 月 07 日至 2033 年 10 月 06 日
18		65223451	3	2022 年 12 月 21 日至 2032 年 12 月 20 日
19		65223446	5	2023 年 04 月 07 日至 2033 年 04 月 06 日
20		65220547	10	2023 年 01 月 14 日至 2033 年 01 月 13 日
21	芙乐嫫 Formelux	64783463	3	2022 年 11 月 14 日至 2032 年 11 月 13 日
22		64777924	5	2023 年 01 月 21 日至 2032 年 01 月 20 日
23		64787387	10	2022 年 12 月 07 日至 2032 年 12 月 06 日
24	玉芙漾	64720521	5	2023 年 01 月 28 日至 2033 年 01 月 27 日
25		64721935	10	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
26	玉芙嫫	64700030	5	2023 年 01 月 14 日至 2033 年 01 月 13 日
27		64708348	10	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
28	玉姝妍	64709847	5	2023 年 01 月 14 日至 2033 年 01 月 13 日
29		64694574	10	2022 年 12 月 14 日至 2032 年 12 月 13 日
30	芙漾玉	64698527	3	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
31		64698520	5	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
32		64713783	10	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
33	喧美诺	64717922	3	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
34		64714921	5	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
35		64708284	10	2022 年 11 月 14 日至 2032 年 11 月 13 日
36	喧妍诺	64717901	3	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
37		64704751	5	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
38		64708265	10	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
39	嫫姝妍	64713737	3	2022 年 11 月 14 日至 2032 年 11 月 13 日
40		64704731	5	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日
41		64704723	10	2022 年 11 月 07 日至 2032 年 11 月 06 日

序号	商标样式	注册号	类别	有效期
42	芙乐媵	64695924	3	2022 年 12 月 07 日至 2032 年 12 月 06 日
43		64713707	5	2023 年 01 月 14 日至 2033 年 01 月 13 日
44		64706834	10	2022 年 12 月 14 日至 2032 年 12 月 13 日

上表第 1 项至第 17 项商标系公司自行申请、原始取得商标，上表第 18 项至第 44 项商标系公司自海南玉琢生物科技有限公司（以下称“海南玉琢”）受让取得。根据绽妍生物与海南玉琢于 2022 年 10 月 25 日签署的《商标权转让合同》，绽妍生物取得上述商标价格为 16,200 元（即 600 元/项）。

“珀利肤”商标主要应用于公司已向西安臻研剥离的医美相关产品，公司尚未使用、宣传自海南玉琢取得商标，上述商标对公司后续业务开展无商业价值，西安臻研基于后续建立自身品牌之需求，与绽妍生物就上述商标转让事项达成一致，基于上述业务剥离与分割背景，该等商标转让价格系参照绽妍生物自海南玉琢取得商标成本价进行协商定价，即 600 元/项，绽妍生物共计向西安臻研转让 44 项商标，转让价格合计 2.64 万元。

基于上述，绽妍生物向西安臻研转让商标的价格公允。

（2）机器设备转让

2024 年 8 月 19 日，西安德诺与西安臻研签署了《购销合同》，约定西安德诺将部分机器设备转让与西安臻研，转让机器设备具体情况及价格如下：

产品名称	规格型号	单位	数量	含税金额 (元)
悬臂式搅拌器	RW20	台	1	1,291.21
精密分析天平	ME104E	台	1	6,545.19
生物显微镜系统	CX23LED RFS1C	台	1	17,675.65
多功能酶标仪	Varioskan LUX	台	1	235,675.96
液相色谱仪	LC2695-PDA2998	台	1	467,016.68
合计				728,204.69

2024 年 8 月 27 日，西安德诺与西安臻研签署了《资产转让协议》，约定西安德诺将部分机器设备转让与西安臻研，转让机器设备具体情况及价格如下：

资产名称	型号	生产厂家	数量	含税总金额 (元)
500kg/h 多效蒸馏水机	GDLD-500	大连古德	1	100,298.03
注射水罐及注射水分配系统	GD-WFI-DS	大连古德	1	42,984.77
合计				143,282.80

根据上述机器设备转让内部审批以及固定资产折旧明细表，该等转让机器设备主要系通用实验设备，公司向西安臻研剥离的医美相关产品后，该部分机器设备对公司使用价值较小，故双方协商进行了转让。西安德诺向西安臻研转让的前述机器设备转让价格（税前）定价依据系截至 2024 年 8 月该等资产账面净值，定价依据符合市场惯例。

基于上述，西安德诺向西安臻研转让机器设备的价格公允。

2、公司报告期内及未来计划是否与西安臻研存在交易、资金拆借或资源互换

（1）报告期内交易情况

报告期内，公司与西安臻研存在交易，公司与西安臻研的交易情况详见本回复之“问题 1.关于子公司”之“一、关于西安臻研”之“（三）结合第三方交易价格及市场价格，说明公司与西安臻研的关联交易定价是否公允；说明公司与西安臻研在资产、人员、客户、技术、生产等方面是否独立，是否存在混同”之“1、说明公司与西安臻研的关联交易定价是否公允”。

报告期内，公司与西安臻研不存在资金拆借等非经营性资金往来情形，西安臻研主营业务与公司主营业务存在较大差异，公司通过自建渠道独立获取客户、订单，公司与西安臻研不存在资源互换情形。

（2）未来计划交易情况

西安臻研目前主要从事医美产品的研发和销售业务，针对其研发产品，存在向西安德安科采购功效检测服务、向西安德诺采购原料的可能，针对其医美产品销售终端需求，存在向西安德诺采购医用敷料产品的可能，该等采购服务/材料及产品均为公司及子公司向第三方提供的通用商品或提供检测服务，不具有排他性及依赖性。公司后续将根据西安臻研实际业务需求，向西安臻研销售商品或提供检测服务，但相关交易规模预计将保持在较低水平，公司与西安臻研不存在资金拆借或资源互换计划。

3、公司目前是否仍存在医美业务

根据《医疗美容服务管理办法（2016 年修正）》第二条关于“医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑”之规定，西安德诺分立前的业务包括 045-PCL 微球填充剂、049-仿嗨体水光（注射用透明质酸钠-重组人源性胶原蛋白复合液）等产品的研发，该等产品具备上述医疗美容产品性质。

根据西安德诺分立方案、分立协议等分立相关文件、西安臻研股权转让协议、公司报告期内业务合同、销售收入明细，西安德诺于 2023 年 8 月通过派生分立的方式将 045-PCL 微球填充剂、049-仿嗨体水光（注射用透明质酸钠-重组人源性胶原蛋白复合液）等医美相关业务及人员（包括在研产品、研发人员等）自西安德诺转移至西安臻研，并于 2023 年 9 月通过转让新设主体股权方式将该等业务自公司完全剥离，此后，公司不再经营上述医美相关业务。根据公司的销售及采购明细，除本回复之“问题 1. 关于子公司”之“一、关于西安臻研”之“（三）结合第三方交易价格及市场价格，说明公司与西安臻研的关联交易定价是否公允；说明公司与西安臻研在资产、人员、客户、技术、生产等方面是否独立，是否存在混同”之“1、说明公司与西安臻研的关联交易定价是否公允”披露的向西安臻研销售的库存注射针等产品外，西安臻研分立及转让后，公司不存在经营医美产品产生的收入。截至本回复出具之日，公司不存在仍经营医美相关业务的情形。

（二）说明张渝与公司及控股股东、实际控制人是否存在关联关系或异常资金往来，股权转让定价公允性，股权转让真实性，是否存在股权代持

1、说明张渝与公司及控股股东、实际控制人是否存在关联关系或异常资金往来

经访谈西安臻研股权受让方张渝，并经查阅绽妍生物及其子公司工商档案、绽妍生物控股股东、实际控制人基本情况调查表、张渝及绽妍生物报告期内员工名册及离职员工名册等资料，张渝与绽妍生物控股股东、实际控制人不存在亲属关系，张渝及其近亲属不存在于绽妍生物及其下属子公司、绽妍生物实际控制人控制的其他企业任职或持股的情形。基于前述情况，张渝与绽妍生物及控股股东、实际控制人不存在关联关系。

经核查公司控股股东、实际控制人张颖霆报告期内银行流水，张渝与公司控股股

东、实际控制人张颖霆不存在直接资金往来，亦不存在异常资金往来。

2、股权转让定价公允性

根据绽妍生物与张渝签署的《股权转让协议》、股权价款支付凭证，并经中介机构访谈张渝，绽妍生物转让西安臻研股权价格为 418 万元，该等定价系以西安臻研所有者权益评估值为依据确定。根据天源资产评估有限公司出具的《绽妍生物科技有限公司拟转让股权涉及的西安臻研生物科技有限公司股东全部权益资产评估报告》（天源评报字〔2023〕第 0591 号），截至评估基准日 2023 年 8 月 31 日，西安臻研所有者权益评估值为 417.98 万元。基于上述，西安臻研股权转让价格系参照评估值确定，转让价格公允。

3、股权转让真实性，是否存在股权代持

经核查本次股权转让涉及的西安臻研股东决定、《绽妍生物科技有限公司与张渝关于西安臻研生物科技有限公司之股权转让协议》、张渝向绽妍生物支付股权转让款的支付凭证、张渝支付本次转让款的资金来源、西安臻研关于本次股权转让的工商登记文件、并经与张渝进行访谈确认，张渝受让西安臻研股权交易价款均系其自有及自筹资金，不存在绽妍生物及关联方向其提供资金用于购买股权的情形；张渝从事医药销售及投资业务 20 余年，具备收购西安臻研的资金能力及专业水平；张渝与绽妍生物及其实际控制人、董监高不存在关联关系；张渝收购西安臻研后，其股权结构未发生控股股东、实际控制人变更等重大变化，西安臻研现有股东与绽妍生物及其实际控制人、董监高亦不存在关联关系。绽妍生物与张渝之间关于西安臻研股权转让真实，不存在股权代持的情况。

（三）结合第三方交易价格及市场价格，说明公司与西安臻研的关联交易定价是否公允；说明公司与西安臻研在资产、人员、客户、技术、生产等方面是否独立，是否存在混同

1、说明公司与西安臻研的关联交易定价是否公允

（1）经常性关联交易

报告期内，公司向西安臻研销售商品、提供服务的具体内容、金额及占比如下：

单位：万元

销售主体	销售内容	2024年度		2023年度	
		金额	占比	金额	占比
西藏圆融	显微针	20.47	16.34%	-	-
	注射泵	19.82	15.82%	-	-
	一次性使用无菌注射针	0.23	0.18%	28.48	18.45%
	无菌皮肤屏障液体敷料	-	-	51.37	33.28%
	超声手术系统	-	-	17.70	11.47%
	其他	13.42	10.71%	23.63	15.31%
	小计	53.95	43.07%	121.17	78.50%
西安德诺	珀利肤皮肤修护无菌敷料	35.32	28.20%	16.95	10.98%
	珀利肤无菌皮肤屏障液体敷料	16.59	13.25%	-	-
	其他	8.88	7.09%	5.58	3.61%
	小计	60.79	48.53%	22.52	14.59%
西安德安科	检测服务	10.51	8.39%	10.67	6.91%
合计		125.25	100.00%	154.36	100.00%

公司 2023 年完成“珀利肤”商标及经营资产转让且不再生产该产品后，2024 年仍在持续向西安臻研进行销售，主要原因为：①2023 年 11 月完成“珀利肤”相关产品转让后，西藏圆融为了维护个别下游医美机构客户需求，留存了少量配套注射用品用于 11-12 月的销售，且西藏圆融、西安臻研当时已就将 2023 年内未销售完毕的配套注射产品在 2024 年 1 月一次性转让给西安臻研达成共识；②西安臻研目前尚不具备生产能力，报告期内持续委托西安德诺加工生产“珀利肤”相关产品；③西安臻研因自身产品研发需要，报告期内持续向西安德安科采购多项检测服务。

截至目前，西安臻研与西藏圆融之间的交易已全部完成，考虑到西安臻研向西安德诺、西安德安科采购具有前述必要性，公司与西安臻研之间的关联交易可能持续发生，但是相关交易规模预计将保持在较低水平。

西安臻研与公司不同销售主体之间的交易定价公允性分析如下：

① 西藏圆融销售定价依据及公允性

除 2023 年 10 月西藏圆融向西安臻研销售 2.21 万元一次性使用无菌注射针外，西藏圆融与西安臻研之间的商品销售交易均发生在“珀利肤”相关商标转让后，即 2023

年 11 月至 2024 年 1 月期间。

2023 年 10 月，西藏圆融按照 22.12 元/盒的市场价格向西安臻研销售一次性使用无菌注射针，该价格与公司向广西华之康医药咨询有限责任公司、合肥瑞拜尔医疗器械有限公司、广州兴达医疗科技有限公司等独立第三方客户销售同类产品的价格一致。

2023 年 11 月至 2024 年 1 月，在完成“珀利肤”相关商标转让后，涉及“珀利肤”品牌运营的相关存货对公司没有利用价值，因此作为商标转让的配套方案的一部分，相关物料基本按照西藏圆融的采购价格平价转让给西安臻研。剔除 2023 年 10 月的相关交易后，2023 年、2024 年，公司对西安臻研的销售毛利率分别为 8.12%、0.22%，相关交易的毛利不完全等于 0，主要受个别产品综合价格调整等因素的影响。

② 西安德诺销售定价依据及公允性

西安德诺对西安臻研销售的产品主要为代工生产的定制化产品，产品单价难以与其他产品进行直接对比。西安德诺主要为西安臻研代工生产“珀利肤”相关产品，西安德诺代工生产相关产品毛利率与为独立第三方客户代工生产类似的皮肤修护无菌敷料产品毛利率的对比情况如下：

单位：万元

销售对象	2024年度		2023年度	
	金额	毛利率	金额	毛利率
壹颜（北京）生物科技有限公司	-	-	8.88	38.91%
河北尚美医疗器械贸易有限公司	-	-	7.09	40.24%
成都新有霖哲科技有限公司	11.15	48.85%	5.92	43.53%
西安臻研生物科技有限公司	52.94	44.95%	16.95	36.26%

如上表所示，报告期内，西安德诺为西安臻研代工生产“珀利肤”相关产品毛利率与为独立第三方客户代工生产类似的皮肤修护无菌敷料产品毛利率不存在显著差异，公司对西安臻研的毛利率相对较低，主要原因为代工产品及工艺存在一定差异。西安德诺的代工产品定价主要按照双方确定的产品配方、封样包材成本，加上公司上年同类产品平均制造成本，再加上 15%-20%的毛利空间后的测算价格作为议价基础，并在此基础上和客户最终协商确定合同价格。由于代工客户对其产品市场切入点、产品功效、材料成本的要求不同，所以不同客户类似产品的毛利率存在一定差异符合行业惯

例。

③ 西安德安科销售定价依据及公允性

报告期内，西安臻研委托西安德安科提供皮肤修护无菌敷料功效试验、聚己内酯微球溶液功效试验等 7 个检测服务，检测服务价格从 1-8 万元不等。西安德安科对集团内部和外部客户均按照统一的检测费用标准进行报价，检测费用高低主要与常规检测项目（如皮肤封闭型斑贴、祛斑美白、保湿、紧致、控油、祛痘、抗皱、修护、舒缓）数量、志愿者数量、回访点数量、是否增加特定项目（如乳酸刺激、辣椒素刺激、造创检测）有关。

根据西安德安科于 2023 年 7 月 20 日与西安臻研签订的合同，西安德安科根据西安臻研需求，提供委托分析检验检测受理单计算每单试验项目费用，西安臻研在合同规定的有效期内（即 2023 年 7 月 20 日至 2024 年 12 月 31 日）所有检测项目可以享受七折优惠。西安臻研在上述合同签订时点为公司子公司，西安德安科的折扣优惠同样适用于集团内部其他子公司。在公司对外转让西安臻研的股权后，上述合同仍然处于有效期限内，公司继续执行该合同。

（2）偶发性关联交易

2023 年 11 月，公司与西安臻研签署了《商标权转让合同》，约定绽妍生物将“珀利肤”等 44 项注册商标以 2.64 万元（含税）对价转让与西安臻研。绽妍生物本次转让的商标分为两种：①绽妍生物 2022 年 10 月自海南玉琢生物科技有限公司（以下简称“海南玉琢”）受让取得的商标，包含“芙乐媛、玉芙漾、玉姝妍”等 27 项商标；②绽妍生物自行申请取得的商标，包含“珀利肤”等 17 项商标。绽妍生物向西安臻研转让“芙乐媛、玉芙漾、玉姝妍”等 27 项商标的价格为绽妍生物取得该项商标的成本价（即 600 元/项），转让“珀利肤”等 17 项商标的价格系参考前述商标转让价格确定，共计转让商标 44 项，转让价格合计 2.64 万元，定价依据具有合理性。

2024 年 8 月，公司向西安臻研出售此前与“珀利肤”相关医疗器械产品日常经营有关的部分资产，相关资产包括悬臂式搅拌器、电子天平、显微镜、多功能酶标仪、液相色谱仪、多效蒸馏水机及注射水系统等设备。公司按照资产净值 77.12 万元将相关设备转让与西安臻研，定价依据符合市场惯例。

综上，公司报告期内与西安臻研之间的关联交易定价依据合理，符合第三方交易

价格及市场价格，关联交易定价具有公允性。

2、说明公司与西安臻研在资产、人员、客户、技术、生产等方面是否独立，是否存在混同

(1) 资产

西安臻研注册以及办公地址位于陕西省西咸新区沣东新城科源三路 137 号康鸿橙方科技园 1 号楼 B 单元 2 层西侧，西安德诺注册以及办公地址位于陕西省西安市沣东新城科源三路 137 号康鸿橙方科技园 1 号楼 B 单元 1-3 层，西安臻研与西安德诺各自拥有独立的办公、生产场所。西安臻研与西安德诺虽于同一栋楼开展经营，但不共用经营场所出入口、门禁系统等，各自拥有独立的办公、生产场所。西安臻研派生分立之前，西安德诺已租赁相应经营场所拟开展西安臻研派生分立后承接的业务，西安臻研派生分立后，出租方将相应租赁场所予以分割并与西安臻研另行签署了租赁协议，西安臻研股权转让以后，该场地可以继续使用，由于变更经营场所涉及研发设备、办公设备搬迁会产生额外的费用，因此西安臻研没有另外寻找租赁场地。

除租赁的办公场所外，公司已经将西安臻研日常经营过程中需要使用的机器设备、专利等通过分立、资产转让等方式转让至西安臻研，双方不存在资产混同的情况。

(2) 人员

根据西安德诺存续分立方案、剥离人员离职审批表及剥离人员与西安臻研签署的劳动合同，西安臻研派生分立后，与医美业务相关的人员已全部转移至西安臻研。西安臻研派生分立后独立运营，其使用的业务系统为钉钉，西安德诺的业务系统为企业微信，与西安臻研相关系统并不兼容。经核查公司及西安臻研的员工名册、西安德诺研发项目及研发工时、抽查西安德诺大额报销费用凭证等资料，西安臻研与西安德诺不存在相同员工，西安德诺不存在为西安臻研员工支付薪酬及报销等费用支出的情形。西安臻研转让之后，公司与西安臻研不存在人员混同的情形。

(3) 客户

经核查，西安臻研主要从事“珀利肤”品牌注射用透明质酸钠凝胶、无菌皮肤屏障液体敷料销售业务。

西安臻研股权对外转让后，就“珀利肤”系列产品的经销事宜，西藏圆融、西安

臻研与北京轻漾科技有限公司、北京中研致润科技有限公司、河南安舒美生物科技有限公司、上海仁福医疗器械有限公司及沈阳羲悦商贸有限公司于 2023 年 11 月（以下合称为“珀利肤经销商”）分别签署了三方协议，约定将西藏圆融在其与各珀利肤经销商分别签署的经销协议项下的全部权利义务转让与西安臻研。

西安臻研 2024 年度、2025 年 1-6 月的前十大客户中，与绽妍生物及其子公司于报告期内存在交易的主体仅涉及武汉美丽彼岸商贸有限公司、西安昱年医疗科技有限公司，前述主体 2023 年度与公司的交易金额分别为 19.96 万元、79.99 万元，交易内容主要为“珀利肤”相关产品，2024 年度与公司不存在交易的情况。

珀利肤经销商以及武汉美丽彼岸商贸有限公司、西安昱年医疗科技有限公司等客户于西安臻研分立以前由公司建立合作关系，西安臻研派生分立后，基于采购“珀利肤”相关产品的需求，开始与西安臻研合作。除前述情况外，西安臻研股权转让后，西安臻研客户均由其自行开发并签署协议，不存在利用公司经营资源开展业务的情形。西安臻研股权转让后与公司不存在客户混同的情形。

（4）技术

绽妍生物专业从事生物医用材料、皮肤学级护肤品和生物活性原料的研发、生产和销售；西安臻研主要从事 045-PCL 微球填充剂、049-仿嗨体水光（注射用透明质酸钠-重组人源性胶原蛋白复合液）研发等医美相关业务，前述研发项目相关专利（包括在审专利）已于西安臻研分立时转让与西安臻研，相关研发人员劳动关系已转移至西安臻研。

绽妍生物的主营业务与技术布局不包含医美相关业务，亦不涉及上述研发项目相关业务；报告期内，西安臻研自公司采购产品，不涉及专利等技术授权情形，双方不存在技术混同的情况。

（5）生产

公司主要从事生物医用材料、皮肤学级护肤品和生物活性原料的生产；西安臻研目前的主要业务为“珀利肤”品牌注射用透明质酸钠凝胶、珀利肤无菌皮肤屏障液体敷料销售，其医美相关产品目前处于研发阶段，截至目前，西安臻研未取得医疗器械生产许可、备案等生产资质，暂未进行生产。因此，西安臻研与公司不存在生产混同的情况。

二、关于重要子公司。①对业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司，按照《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》第二章第二节的要求补充披露其业务情况，说明业务资质是否合法合规，比照申请挂牌公司主体补充披露历史沿革、公司治理、重大资产重组、财务简表等；②说明公司与子公司之间在业务上的分工合作及业务衔接情况，各子公司在公司业务流程中从事的环节及作用、贡献程度、市场定位及未来发展规划；公司是否能实现对子公司的有效控制及管理，重要子公司是否合法规范经营，是否存在重大违法行为。

（一）对业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司，按照《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》第二章第二节的要求补充披露其业务情况，说明业务资质是否合法合规，比照申请挂牌公司主体补充披露历史沿革、公司治理、重大资产重组、财务简表等

1、对业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司，按照《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》第二章第二节的要求补充披露其业务情况，说明业务资质是否合法合规

绽妍生物业务收入占申请挂牌公司 10%以上的下属子公司仅西藏圆融。西藏圆融目前负责公司医疗器械和化妆品销售业务，其拥有的前述销售业务开展相关的资质如下：

（1）医疗器械经营许可证/备案凭证

序号	持证主体	证书名称	编号	经营方式	有效期/备案日期	核发单位
1	西藏圆融	医疗器械经营许可证	藏青食药监械经营许 20160014 号	批发	2021.07.19-2026.07.08	西藏自治区药品监督管理局
2	西藏圆融	第二类医疗器械经营备案凭证	藏青食药监械经营备 20160015 号	批零兼营	2023.05.10	西藏自治区药品监督管理局

（2）医疗器械网络销售备案凭证

序号	持证主体	医疗器械经营许可证编号	医疗器械经营许可证备案证号	入驻医疗器械网络交易服务第三方平台	备案公示单位
1	西藏圆融	藏青食药监械经营许 20160014 号	藏青食药监械经营备 20160015 号	浙江天猫网络有限公司、北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、杭州阿里巴巴广告有限公司、成都快购科技有限公司、行	西藏自治区药品监督管理局

序号	持证主体	医疗器械经营许可证编号	医疗器械经营许可证备案证号	入驻医疗器械网络交易服务第三方平台	备案公示单位
				吟信息科技（上海）有限公司、广州唯品会电子商务有限公司、杭州有赞科技有限公司、上海得物信息集团有限公司、杭州丁香健康管理有限公司	

（3）互联网药品信息服务资格证书

序号	持证主体	证书名称	编号	服务性质	有效期/备案日期	核发单位
1	西藏圆融	互联网药品信息服务资格证书	（藏）-非经营性-2021-0002	非经营性	2021.05.24-2026.05.23	西藏自治区药品监督管理局

（4）增值电信业务经营许可证

序号	持证主体	编号	业务种类及覆盖范围	有效期	颁证主体
1	西藏圆融	藏 B2-20230007	在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类电子商务） 不含网络借贷信息中介类的互联网金融业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动】	2023.09.14-2028.09.14	西藏自治区通信管理局

（5）海关进出口收发货人备案

序号	备案主体	海关备案编码	所在地海关	备案日期	经营类别	行业种类
1	西藏圆融	540126005L	八廓海关	2020.09.25	进出口货物收发货人	医疗用品及器材批发

经查验西藏圆融签署的业务合同、以西藏圆融为主体运营的线上店铺，西藏圆融持有开展销售业务所需的法定资质。根据西藏自治区藏青工业园区管理委员会食品药品监督管理局出具的《证明》、西藏自治区通信管理局出具的《政府信息公开申请答复书》、中华人民共和国八廓海关出具的《企业信用状况证明》，并经查询信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、西藏自治区药品监督管理局（<https://mpa.xizang.gov.cn>）等西藏圆融所在地主管部门网站的公开披露信息，报告期内，西藏圆融不存在因未取得业务资质开展经营或超资质范围经营被行政主管部门处罚的情形。

综上，西藏圆融合法拥有从事相关业务的资质许可。

2、比照申请挂牌公司主体补充披露历史沿革、公司治理、重大资产重组、财务简表等

公司已在公开转让说明书中“第一节 基本情况”之“六、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况”之“（一）公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业”“1、西藏圆融”中补充披露如下：

“西藏圆融系统妍生物的重要子公司，其历史沿革、公司治理、重大资产重组、财务简表等信息如下：

（1）业务资质

西藏圆融目前负责公司医疗器械和化妆品销售业务。西藏圆融的业务资质情况详见本公开转让说明书“第二节/三、与业务相关的关键资源要素”之“（三）公司及其子公司取得的业务许可资格或资质”。

（2）历史沿革

1) 2016 年 7 月，设立

2015 年 10 月 16 日，西藏自治区藏青工业园区管理委员会治理技术监督局核发《企业名称预先核准通知书》（（藏）登记内名预核字[2015]第 3090 号），同意预先核准饶学莉、叶子出资设立西藏圆融，注册资本 5,000 万元。

2016 年 6 月 1 日，西藏圆融召开股东会，并作出如下决议：同意由叶子、饶学莉共同成立西藏圆融；选举叶子为执行董事、法定代表人，选举饶学莉为监事，聘任叶子为经理，聘任田得坤为公司财务负责人；通过西藏圆融公司章程。

2016 年 7 月 18 日，西藏圆融取得西藏自治区工商行政管理局（现西藏自治区市场监督管理局）核发的《营业执照》，完成了工商设立登记手续。西藏圆融设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	认缴出资比例（%）
1	叶子	250.00	0	5.00
2	饶学莉	4,750.00	0	95.00
合计		5,000.00	0	100.00

2) 2017 年 7 月，第一次股权转让

2017 年 7 月 6 日，西藏圆融召开股东会会议，并作出如下决议：同意饶学莉将持有的西藏圆融 1,250 万元注册资本（占注册资本总额的 25%）、1,500 万元注册资本（占注册资本总额的 30%）分别转让予叶子、罗攀；通过西藏圆融公司章程修正案；公司执行董事、监事、经理、财务负责人职务保持不变。

2017 年 7 月 6 日，饶学莉分别与叶子、罗攀签署《股权转让协议》（以下简称“《西藏圆融股转协议》”），约定叶子以 1,250 万元受让饶学莉持有的西藏圆融 1,250 万元出资额（实缴 0 元），约定罗攀以 1,500 万元受让饶学莉持有的西藏圆融 1,500 万元出资额（实缴 0 元）。

2017 年 7 月 8 日，饶学莉分别与叶子、罗攀签署了《股权转让协议之补充协议》，对《西藏圆融股转协议》进行了补充约定，鉴于出让方饶学莉拟转让给叶子的西藏圆融 25% 股权以及拟转让给罗攀的西藏圆融 30% 股权均未实际出资，按照公司章程之规定也未达到法定出资时点，经协商确认上述股权转让对价实际为 0 元，未实缴出资部分，由受让股东根据公司章程约定的出资时间内完成实缴。

2019 年 12 月，应绽妍生物收购西藏圆融要求，为进一步明确饶学莉与叶子、罗攀之间关于西藏圆融股权转让事项的权利义务，各方签署了如下补充协议：

2019 年 12 月 27 日，饶学莉与叶子签署《股权转让协议之补充协议》，确认《西藏圆融股转协议》为双方真实意思表示；《西藏圆融股转协议》约定的转让价格系双方理解错误，未实缴注册资本按 1:1 注册资金进行平价转让，非双方真实意思表示；鉴于西藏圆融未经审计净资产为负值，且存在尚未清偿的债务，双方就价格事项重新协商，达成如下约定：饶学莉将其所持的西藏圆融 1,250 万元注册资本（实缴 0 元，占公司 25% 股权）无偿转让给叶子。

2019 年 12 月 27 日，饶学莉与王波、罗攀签署了《股权转让协议之补充协议》，在该协议中，各方确认，《西藏圆融股转协议》所约定的转让价格系各方理解错误，未实缴注册资本但按 1:1 注册资金进行了平价转让，非各方真实意思表示，鉴于西藏圆融转让当时未经审计净资产为负值，且存在尚未清偿的债务，各方补充确认：饶学

莉将其所持西藏圆融 30%股权（对应认缴注册资本 1,500 万元，实缴 0 元）无偿转让给罗攀。

罗攀本次受让的股权系代张龙持有，因西藏圆融当时没有盈利，也没有实缴注册资本，所以股权转让价格实际按实缴注册资本 0 元转让。

本次股权转让完成后，西藏圆融股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	认缴出资比例（%）
1	饶学莉	2,000.00	0	40.00
2	叶子	1,500.00	0	30.00
3	罗攀	1,500.00	0	30.00
合计		5,000.00	0	100.00

3) 2019 年 1 月，第二次股权转让

2018 年 12 月 20 日，西藏圆融召开股东会会议，并作出如下决议：叶子将其持有的西藏圆融股权 1,500 万元（占注册资本 30%，其中实缴 195 万元）以人民币 195 万元的价格转让给王波；饶学莉将其持有的西藏圆融股权 2,000 万元（占注册资本 40%，其中实缴 260 万元）以人民币 260 万元的价格转让给王波；其他股东均放弃优先购买权。

2019 年 1 月 9 日，王波分别与饶学莉、叶子就上述股权转让事宜签署《股权转让协议》（以下简称“《西藏圆融股转协议二》”），约定王波于 2019 年 1 月 9 日前支付上述股权转让价款，并自上述协议签署生效日起开始享有股东权利。

2019 年 1 月 9 日，西藏圆融召开股东会会议，并作出如下决议：选举苟琳稀为执行董事和法定代表人，选举罗攀为监事，聘任苟琳稀为经理，通过西藏圆融公司章程修正案。

2019 年 12 月 27 日，叶子与王波签署《股权转让协议之补充协议》，约定：《西藏圆融股转协议二》为双方真实意思表示，《西藏圆融股转协议二》约定叶子将其持有的西藏圆融 30%股权以 195 万元转让给王波，但鉴于：叶子持有的西藏圆融 30%股权，实缴出资为 0 元，而非 195 万元，且西藏圆融未经审计净资产为负值，且存在较

大尚未清偿的债务，双方就价格事项重新协商，达成如下约定：叶子将持有的西藏圆融 30%股权（对应西藏圆融认缴注册资本 1,500 万元，实缴 0 元）无偿转让给王波。

2019 年 12 月 27 日，饶学莉与王波、罗攀另行签署《股权转让协议之补充协议》，约定：《西藏圆融股转协议二》签署后，王波发现饶学莉拥有的西藏圆融 40%股权，实缴出资为 0 元，而非 260 万元，鉴于西藏圆融未经审计净资产为负值，且存在较大额尚未清偿的债务，双方就价格事项重新协商，达成如下约定：饶学莉将持有的西藏圆融 40%股权无偿转让给王波。

因西藏圆融转让时处于亏损状态，叶子、饶学莉拟退出，张龙当时已设立了成都绽妍作为孵化、运作“绽妍”品牌平台，依旧有运用西藏圆融税收优势开展相关销售业务的计划，所以拟受让叶子、饶学莉所持西藏圆融全部股权，并委托王波代为受让相应股权；因叶子、饶学莉所持西藏圆融股权未实缴出资，且西藏圆融净资产也是负数，所以经各方确认，本次股权转让对价为 0 元。

本次股权转让完成后，西藏圆融股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	认缴出资比例（%）
1	王波	3,500.00	0	70.00
2	罗攀	1,500.00	0	30.00
合计		5,000.00	0	100.00

4) 2019 年 12 月，第三次股权转让

根据四川公诚信资产评估有限公司于 2019 年 12 月 10 日出具的《绽妍生物科技有限公司因股权收购涉及的西藏圆融药业有限公司股东全部权益资产评估报告》（川公评报字（2019）217 号），截至评估基准日 2019 年 10 月 31 日，西藏圆融账面股东权益为 202.11 万元，经评估后股东全部权益价值为 810 万元。

2019 年 12 月 12 日，西藏圆融召开股东会会议，并作出如下决议：①王波将其持有西藏圆融股权 3,500 万元（占公司注册资本 70%），（其中实缴 455 万元，未缴 3,045 万元）以人民币 567 万元的价格转让给绽妍生物有限，其他股东均已放弃优先购买权。②罗攀将其持有西藏圆融股权 1,500 万元（占公司注册资本 30%，其中实缴 195 万元，未缴 1,305 万元），以人民币 243 万元的价格转让给绽妍生物有限，其他股东均已放弃优先购买权。

2019年12月12日，王波、罗攀分别与绽妍生物有限签订了《关于西藏圆融药业有限公司之股权转让协议》，约定根据四川公诚信资产评估有限公司出具的评估报告，截至2019年10月31日，西藏圆融净资产为810万元，王波将其持有的西藏圆融70%股权以567万元的价格转让予绽妍生物有限，罗攀将其持有的西藏圆融30%股权以243万元的价格转让予绽妍生物有限，股权转让价款共计810万元。

王波、罗攀、绽妍生物有限及西藏圆融就前述股权转让事宜签署《股权转让协议之补充协议》，该补充协议对以下事宜进行了补充约定：

①在原《关于西藏圆融药业有限公司之股权转让协议》签署后，经绽妍生物有限及其聘请的专业中介机构对西藏圆融进行尽职调查发现，王波持有的西藏圆融70%股权（对应3,500万元认缴出资额）的实缴出资额为0元，而非455万元；罗攀持有的西藏圆融30%股权（对应1,500万元认缴出资额）的实缴出资额为0元，而非195万元；

②各方同意对原《关于西藏圆融药业有限公司之股权转让协议》中关于转让价款的条款进行调整，调整后的约定如下：“2.1经各方协商一致，乙方（注：指绽妍生物有限）以人民币112万元（大写人民币壹佰壹拾贰万元）的价格受让甲方1（注：指王波）持有70%的股权，以人民币48万元（大写人民币肆拾捌万元）的价格受让甲方2（注：指罗攀）持有30%的股权。乙方本次受让目标公司（注：指西藏圆融）100%的股权价款共160万元（大写人民币壹佰陆拾万元）。2.2乙方受让甲方持有的目标公司上述股权后，上述未实缴的650万元相应的出资义务由乙方履行，将人民币650万元（大写陆佰伍拾万元）出资款支付目标公司指定账户。”

绽妍生物有限于2019年12月27日向西藏圆融支付650万元出资；于2019年12月27日向王波支付股权转让款112万元；于2019年12月31日向罗攀支付股权转让款48万元。

本次股权转让完成后，西藏圆融的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资（万元）	实缴出资（万元）	认缴出资比例（%）
1	绽妍生物有限	5,000.00	650.00	100.00
	合计	5,000.00	650.00	100.00

本次股权转让完成后，西藏圆融不存在其他股权变动的情况。

(3) 公司治理

根据《西藏圆融药业有限公司章程》，公司不设董事会，设执行董事一名，由股东会（股东）委派产生，任期三年；设经理一名，由股东聘任，任期三年，不设监事会，设监事1名，监事由股东会（股东）委派产生，任期三年。

西藏圆融目前的公司治理情况如下：

公司治理架构	主体/人员
股东	旋妍生物（持股比例 100%）
执行董事、总经理、法定代表人	王昆
监事	苟琳稀
财务负责人	刘吕虹

(4) 合规情况

西藏圆融主要从事公司产品销售业务，根据西藏圆融所在地政府主管部门出具的合规证明，并查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、企查查等公开网站，报告期内，西藏圆融不存在未取得相关资质即开展业务、超出资质规定范围开展业务而被主管部门予以处罚的情形。

(5) 重大资产重组

报告期内，西藏圆融不存在重大资产重组的情况。

(6) 财务简表

报告期内，西藏圆融的主要财务数据如下：

单位：元

项目	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日
资产总额	356,772,464.85	319,349,772.87
其中：流动资产	353,985,041.75	314,587,979.27
非流动资产	2,787,423.10	4,761,793.60
负债总额	58,880,994.91	87,650,927.33
其中：流动负债	58,716,244.78	85,996,865.80
非流动负债	164,750.13	1,654,061.53

项目	2024 年度/2024 年 12 月 31 日	2023 年度/2023 年 12 月 31 日
净资产	297,891,469.94	231,698,845.54
营业收入	587,051,674.40	481,635,977.99
营业成本	521,309,663.49	393,950,840.18
利润总额	83,231,963.48	104,739,707.39
净利润	65,162,995.71	86,966,317.44

”

（二）说明公司与子公司之间在业务上的分工合作及业务衔接情况，各子公司在公司业务流程中从事的环节及作用、贡献程度、市场定位及未来发展规划；公司是否实现对子公司的有效控制及管理，重要子公司是否合法规范经营，是否存在重大违法行为

1、说明公司与子公司之间在业务上的分工合作及业务衔接情况，各子公司在公司业务流程中从事的环节及作用、贡献程度、市场定位及未来发展规划

公司与子公司之间在业务上的分工合作及业务衔接情况，各子公司在公司业务流程中从事的环节及作用、贡献程度、市场定位及未来发展规划情况详见下表：

序号	母公司名称	集团定位	在公司业务流程中从事的环节及作用	市场定位	贡献程度	未来发展规划
1	绽妍生物	总部	集团管理、商标持有	品牌及知识产权管理	作为母公司行使全部职能，制定公司整体业务发展规划，在业务、人员、资金、财务等方面实施有效统筹和协调	着力公司品牌价值提升；管理下属子公司，统筹负责管理采购、生产、销售等情况
序号	子公司名称	集团定位	子公司在公司业务流程中从事的环节及作用	市场定位	贡献程度	未来发展规划
1	西藏圆融	销售	组建销售团队、铺设销售渠道，组织公司产品的销售	采购西安德诺、科研创美和外部代工厂的产品并对外销售	集团主要运营实体之一，2024 年实现营业收入 58,705.17 万元	负责自主品牌产品的客户开发、维护等销售工作，推动公司自主品牌产品发展
2	英普博集	研发	酶、蛋白质等前端原料的研发	负责公司产品前瞻性研发，提供给集团内生产企业放大	主要提供研发服务，直接实现收入规模较低，取得专利 11 项	作为公司研发基地之一，满足公司前瞻性研发需求

				生产		
3	西安德诺	研发、生产	医疗器械及化妆品研发、生产、销售	研发生产产品，提供给西藏圆融进行推广、销售	集团主要运营实体之一，2024 年实现营业收入 11,525.05 万元，获得专利 40 项，持有医疗器械证书 24 个	作为公司研发生产基地之一，满足公司研发需求及生产经营需要
4	成都绽妍	销售	医疗器械及化妆品销售	从西藏圆融采购西安德诺、科研创美生产的产品并进行海外销售	主要负责公司产品的海外推广及销售业务，实现收入规模较低	负责自主品牌产品国外客户的开发、维护等销售工作，推动公司自主品牌走向国际化
5	海南德诺	研发	医疗器械及化妆品研发、销售	申报并持有公司产品的医疗器械注册证	主要提供研发并持有医疗器械注册证，直接实现收入规模较低，获得专利 4 项，持有医疗器械证书 11 个	作为公司研发基地之一，满足公司研发需求
6	科研创美	生产	医疗器械生产、销售	研发生产产品，提供西藏圆融进行推广、销售	集团主要运营实体之一，2024 年实现营业收入 2,057.69 万元，获得专利 5 项，持有医疗器械证书 12 个	作为公司研发生产基地之一，满足公司研发需求及生产经营需要
7	西安德安科	检测	检验检测及安全评价服务	负责化妆品和医疗器械类皮肤护理产品的检测	主要提供产品功效检测，对内检测为主，直接实现外部收入规模较低	不断更新检测方法，满足公司研发需求及生产经营需要
8	杭州绽妍	电子商务平台运营	互联网产品销售及运营	主要负责西藏圆融电子商务平台店铺运营管理	主要提供内部店铺运营管理服务，2024 年实现营业收入 2,313.85 万元	作为公司线上销售运营平台，持续进行公司产品线上推广，提升市场占有率
9	陕西绽妍	研发、生产	计划从事生物活性原料、皮肤学级护肤品、生物医用材料的研发、生产与销售业务	研发生产产品，由西藏圆融进行推广、销售	生产产线在建中	作为公司研发生产基地之一，满足公司研发需求及生产经营需要

注：以上专利和证书数据，均截至 2025 年 6 月 12 日

2、公司是否能实现对子公司的有效控制及管理

公司的子公司均为全资子公司，公司除通过行使股东权利对子公司进行控制以外，为保证对子公司的系统化管控，公司还建立了《绽妍生物科技股份有限公司子公司管理制度》（以下简称《子公司管理制度》），根据《子公司管理制度》，公司主要从

人事管理、财务管理、内部审计监督、经营及投资决策管理、内部报告及信息管理等方面对子公司进行管理，具体如下：

（1）人事管理方面。公司直接聘请、委派子公司的关键管理人员，如执行董事、经理、财务负责人等重要管理人员，其中，属于公司向子公司推荐的董事、监事及高级管理人员人选，须按照子公司的章程和相关制度规定的程序进行选举或聘任。公司通过对子公司委派或推荐董事、监事及高级管理人员实现对子公司的有效管理、治理与监控。

（2）财务管理方面。子公司财务中心接受公司财务中心的业务指导和监督，子公司日常会计核算和财务管理中所采用的会计政策及会计估计、变更等应遵循《企业会计准则》《企业会计准则》和公司的财务会计有关规定。由公司负责编制公司合并财务报表，对子公司购买、出售资产、关联交易、对外借款、对外担保等活动通过董事会/执行董事决议或/和行使股东权利等方式进行管控。

（3）内部审计监督方面。公司定期或不定期实施对子公司的审计监督，内部审计内容主要包括但不限于：对国家相关法律、法规的执行情况；对公司的各项管理制度的执行情况；子公司内控制度建设和执行情况；子公司的经营业绩、经营管理、财务收支情况；高层管理人员的任期经济责任及其他专项审计。

（4）经营及投资决策管理方面。子公司的经营及发展规划必须服从和服务于公司的发展战略和总体规划，在公司发展规划框架下，细化和完善自身规划；子公司的对外投资应经过子公司全资股东/股东会审议，未经公司批准或公司履行相关审批程序，子公司不得进行对外投资。

（5）内部报告及信息管理方面。子公司及其董事、监事和高级管理人员、各部门负责人及其他相关人员应当及时向公司报告在经营管理及生产活动中出现、发生或即将发生的重大经营事项、重大财务事项以及可能对投资者价值判断产生较大影响的尚未公开的事项。

综上所述，公司制定了《子公司管理制度》，并在实际执行中通过向子公司委派或推荐董事、监事和高级管理人员，对公司的日常治理、财务核算进行管控，且通过内部审计及监督等方式加强对子公司的监督和控制，能够实现对子公司的有效控制及管理。

3、重要子公司是否合法规范经营，是否存在重大违法行为

根据公司重要子公司西藏圆融、西安德诺所在地相关主管部门出具的合规证明以及中介机构对公司实际控制人、财务负责人、法务主管的访谈，并经查询中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、12309 中国检察网（<https://www.12309.gov.cn>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、公司及其重要子公司所在地主管部门网站的公开披露信息，报告期内，公司重要子公司经营合法合规，不存在重大违法行为。

三、说明收购上述子公司的背景、原因、定价依据及公允性，收购真实性，是否存在代持，是否履行相应审议程序，收购子公司对公司生产经营及业绩情况的影响。

（一）说明收购上述子公司的背景、原因、定价依据及公允性

1、收购成都绽妍、西藏圆融、英普博集的背景、原因、定价依据及公允性

（1）收购成都绽妍、西藏圆融、英普博集的背景、原因

根据公司及子公司工商档案资料、绽妍生物收购子公司时签署的协议、交易价款支付凭证，并经访谈子公司历史持股股东及实际控制人，绽妍生物有限公司于 2019 年 12 月收购西藏圆融、成都绽妍、英普博集时，前述公司实际控制人均为张龙，其中，成都绽妍持有“绽妍”品牌相关商标、专利等知识产权，西藏圆融负责“绽妍”品牌医用敷料产品销售，英普博集从事生物原料研发相关工作。张龙系公司实际控制人张颖霆长期合作伙伴，因西藏圆融、成都绽妍、英普博集经营情况不理想，张龙拟退出上述公司经营，张颖霆看好医用敷料和护肤品市场，有意向运营“绽妍”品牌及相应产品，二人接洽后，就上述公司股权转让事项协商达成一致意见，即由张颖霆等人员出资设立绽妍生物有限，并由绽妍生物有限实施对西藏圆融、成都绽妍、英普博集的收购。

根据公司及子公司工商档案资料、绽妍生物收购子公司时签署的协议、交易价款支付凭证，并经访谈子公司历史持股股东，绽妍生物有限公司于 2019 年 12 月收购了张龙持有的英普博集 55%股权，并于 2022 年 2 月收购了英普博集少数股东刘懿、刘霆、李端忠持有的英普博集 45%股权，英普博集第二次股权收购的原因和背景系绽妍生物有限拟加强对英普博集的运作及管理、提升公司内部职能协同，故绽妍生物有限与英普博集少数股东协商后就股权内部转让事宜达成一致。

（2）收购西安德诺的背景、原因

根据公司及子公司工商档案资料、绽妍生物收购子公司时签署的协议、交易价款支付凭证，并经访谈子公司历史实际控制人，绽妍生物有限收购西安德诺系为补充公司内部承担化妆品研发和中试职能。绽妍生物有限于 2019 年 12 月收购西安德诺时，西安德诺主要从事化妆品和相关原料研发业务，西安德诺实际控制人系刘影，因西安德诺处于资不抵债的状态，且开展研发项目后续仍需要资金投入，经与公司接洽，双方就西安德诺全部股权转让事宜达成一致。

2、定价依据及公允性

经查验绽妍生物有限收购子公司时签署的协议、交易价款支付凭证、股权转让资产评估报告、被收购主体财务报表及历史股东实缴出资凭证等资料，并经访谈子公司历史持股股东及实际控制人，绽妍生物有限收购英普博集、西藏圆融、成都绽妍、西安德诺定价依据具体情况如下：

序号	被收购主体名称	成立时间	股权转让时间	股权转让协议约定内容	转让价格	定价依据	公允性论证
1	英普博集	2018.4	2019.12	张龙将其持有的英普博集 55% 的股权（出资额 550 万元，实缴出资 357.5 万元）以 357.5 万元对价转让与绽妍生物有限。	357.5 万元	以实缴出资额为基础协商确定	根据英普博集 2019 年 12 月财务报表，截至 2019 年末，英普博集每股净资产约 0.64 元，本次转让价格未低于标的公司每股净资产价格，且未低于转让方原始取得成本，定价具有公允性
			2022.2	（1）刘懿将其持有的英普博集 27% 的股权（出资额 270 万元，实缴出资 175.5 万元）以 175.5 万元对价转让与绽妍生物有限。 （2）刘霆将所持有的英普博集 9% 的股权（出资额 90 万元，实缴出资 58.5 万元）以 58.5 万元对价转让与绽妍生物有限。 （3）股东李端忠将所持有的英普博集 9% 的股权（出资额 90 万元，实缴出资 58.5 万元）以 58.5 万元对价转让与绽妍生物有限。	292.5 万元	以实缴出资额为基础协商确定	根据英普博集 2021 年 12 月财务报表，截至 2021 年末，英普博集每股净资产约 0.48 元，本次转让价格未低于标的公司每股净资产价格，且未低于转让方原始取得成本，定价具有公允性
2	西藏圆融	2016.7	2019.12	（1）王波将其持有的西藏圆融 70%（出资额 3,000 万元，实缴出资 0 元）的股权以 112 万元对价转让与绽妍生物有限。 （2）罗攀将其持有的西藏圆融 30%（出资额 2,000 万元，实缴出资 0 元）的股权以 48 万元对价转让与绽妍生物有限 ^{注1} 。 （3）绽妍生物有限于股权变更工商登记完成后 10 日内向西藏	160 万元	四川公诚信资产评估有限公司以 2019 年 10 月 31 日为评估基准日，出具了《绽妍生物科技有限公司因股权收购涉及的西藏圆融药业有限公司股东全部权益资产评估报告》[川公评报字（2019）217 号]，于评估基准日，西藏圆融经评估后股东全部权益价值为 810 万元 ^{注2} ；因所有者权益评估时计算的实收资本 650 万元实际未缴纳，故扣除该等实收资本金额，按照 160 万元实施交易	本次股权转让系参照标的公司股东全部权益评估值及转让方实缴出资额定价，定价具有公允性

序号	被收购主体名称	成立时间	股权转让时间	股权转让协议约定内容	转让价格	定价依据	公允性论证
				圆融实缴出资 650 万元			
3	成都绽妍	2018.10	2019.12	四川上善医药科技有限公司（以下简称“上善医药”）将其持有的成都绽妍 100%的股权 ^{注3} （出资额 500 万元，实缴出资 0 万元）以 201.62 万元对价转让给绽妍生物有限。	201.62 万元	四川公诚信资产评估有限公司以 2019 年 10 月 31 日为评估基准日，出具了《绽妍生物科技有限公司因股权收购涉及的成都绽妍生物技术有限公司股东全部权益资产评估报告》[川公评报字（2019）213 号]，于评估基准日，成都绽妍经评估后股东全部权益价值为 201.62 万元	本次股权转让系按照标的公司股东全部权益评估值定价，定价具有公允性
4	西安德诺	2019.4	2019.12	（1）张梅藏将持有的西安德诺 66.67%股权（认缴出资 200 万元，实缴出资 0 万元）以 0 元转让与绽妍生物有限； （2）刘明将持有的西安德诺 33.33%股权（认缴出资 100 万元，实缴出资 0 万元）以 0 元转让与绽妍生物有限。 ^{注4}	0 万元	根据西安德诺 2019 年 12 月财务报表，截至 2019 年末，账面净资产为-4,121,920.84 元，负债合计 17,440,129.90 元；西安德诺 2019 年度的利润总额为 -1,376,468.92 元。西安德诺股东未实缴出资，西安德诺处于亏损状态，由于西安德诺业务尚处于研发阶段，实际控制人刘影不具备持续出资能力，故由双方协商定价。	根据股东实缴出资情况，考虑到西安德诺亏损状态及负债情况，西安德诺股东以 0 元转让股权，定价具有公允性。

注 1：经访谈王波、罗攀及张龙，王波、罗攀持有的西藏圆融股权系代张龙持有，本次股权转让系经西藏圆融股东权益实际持有人同意后进行。

注 2：绽妍生物有限于 2019 年 12 月 12 日签署西藏圆融股权收购相关协议后，发现西藏圆融账面实收资本 650 万元无相应财务凭证，实际注册资本为 0 元，故与本次股权转让方签署了《股权转让协议之补充协议》，对股权转让价格予以调整，绽妍生物有限向转让方共计支付股权转让款 160 万元，于股权变更工商登记完成后向西藏圆融实缴出资 650 万元。

注 3：经访谈上善医药股东王黎、沈毅及其实际控制人张龙，王黎、沈毅持有的上善医药股权系代张龙持有，本次股权转让系经成都绽妍实际控制人张龙同意后进行。

注 4：经访谈刘影，并取得张梅藏、刘明出具的确认函，张梅藏、刘明系刘影父母，其持有的西安德诺股权系代刘影持有，西安德诺本次股权转让系经西安德诺股东权益实际持有人刘影同意后进行。

（二）收购真实性，是否存在代持，是否履行相应审议程序，收购子公司对公司生产经营及业绩情况的影响

1、收购真实性，是否存在代持，是否履行相应审议程序

经核查各方签署的股权转让协议、股权转让价款支付凭证以及访谈张龙、刘影、刘懿、刘霆、李端忠等出让方、转让方出具的确认函，并经访谈转让方及核查报告期内上述子公司资金流水，绽妍生物收购成都绽妍、西藏圆融、西安德诺以及英普博集股权交易真实，绽妍生物的前述交易不存在股权代持的情况。

上述股权转让履行的审议程序如下：

（1）西藏圆融

2019年12月12日，西藏圆融召开股东会会议，并作出如下决议：①王波将其持有西藏圆融股权3,500万元（占公司注册资本70%），（其中实缴455万元，未缴3,045万元）以人民币567万元的价格转让给绽妍生物有限，其他股东均已放弃优先购买权。②罗攀将其持有西藏圆融股权1,500万元（占公司注册资本30%，其中实缴195万元，未缴1,305万元），以人民币243万元的价格转让给绽妍生物有限，其他股东均已放弃优先购买权。

2019年12月27日，西藏圆融就前述股权转让办理完毕工商登记。

（2）英普博集

①2019年12月股权转让

2019年12月16日，英普博集召开股东会，并作出如下决议：同意公司股东张龙将其持有的公司55%股权，合计出资额550万元（其中认缴出资550万元，实缴出资375.50万元）以人民币375.50万元的价格转让给绽妍生物有限，其他股东放弃优先认购权；同意相应修改公司章程。

2019年12月17日，英普博集就前述股权转让办理完毕工商登记。

②2022年2月股权转让

2022年2月7日，英普博集召开股东会，并作出如下决议：同意刘懿持有的英普博集27%股权、刘霆持有的英普博集9%股权、李端忠持有的英普博集9%股权均转让

给绽妍生物有限；同意修订公司章程。

2022年2月18日，英普博集就前述股权转让办理完毕工商登记。

（3）成都绽妍

2019年12月16日，成都绽妍股东做出决定，同意上善医药将其持有的成都绽妍100%股权，合计出资额500万元（实缴出资0万元）以人民币201.62万元的价格转让给绽妍生物有限；同意修改成都绽妍章程。

2019年12月23日，成都绽妍就前述股权转让办理完毕工商登记。

（4）西安德诺

2019年12月19日，西安德诺作出股东决定，同意刘明将持有的西安德诺33.33%的出资共计100万元转让给绽妍生物有限；同意张梅藏将持有的西安德诺66.67%的出资共计200万元转让给绽妍生物有限。

2019年12月25日，西安德诺就本次股权转让办理完毕工商登记。

基于上述，绽妍生物收购成都绽妍、西藏圆融、英普博集、西安德诺已经履行了必要的法律程序。

2、收购子公司对公司生产经营及业绩情况的影响

绽妍生物的前身绽妍生物有限成立于2019年12月6日，并于2019年12月收购了成都绽妍100%股权、西藏圆融100%股权、西安德诺100%股权、张龙持有的英普博集55%股权，以及于2022年2月收购英普博集剩余45%股权。绽妍生物在收购成都绽妍、西藏圆融、英普博集、西安德诺以前，未开展实际经营，绽妍生物通过收购成都绽妍作为商标持有主体，取得“绽妍”等相关品牌的商标权、专利权权益；通过收购西藏圆融作为销售主体，为公司生产经营提供了客户资源和市场渠道；通过收购英普博集、西安德诺作为研发及生产主体，为公司提供了研发团队以及生产产线。因此，绽妍生物作为一个管理平台，通过收购方式完成了相关品牌权益、产品研发和销售渠道的整合，为公司的业务开展奠定了基础。

四、主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见。请会计师核查事项（1）

③并发表明确意见

（一）主办券商及律师核查以上事项，并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、申报律师进行了如下核查：

（1）取得并查阅绽妍生物与西安臻研资产转让协议、转让价款支付凭证、内部审批文件、固定资产折旧明细表，了解转让资产的基本情况；

（2）取得并查阅海南玉琢与绽妍生物于 2022 年 10 月 25 日签署的《商标权转让合同》以及相应价款支付凭证，了解资产转让公允性的依据；

（3）查阅《医疗美容服务管理办法（2016 年修正）》等相关规定，了解医疗美容的定义；

（4）取得并查阅西安德诺分立方案、分立协议等分立相关文件、西安臻研股权转让协议、公司报告期内业务合同、销售收入明细，了解西安德诺分立的具体情况，主营业务、绽妍生物的主营业务；

（5）访谈西安臻研股权受让方张渝取得访谈笔录，取得并核查绽妍生物及其子公司工商档案、绽妍生物董监高基本情况调查表、绽妍生物报告期内员工名册及离职员工名册，了解张渝与公司控股股东、实际控制人是否存在关联关系；

（6）取得并查阅绽妍生物转让西安臻研股权转让涉及的西安臻研股东决定、《绽妍生物科技有限公司与张渝关于西安臻研生物科技有限公司之股权转让协议》、《绽妍生物科技有限公司拟转让股权涉及的西安臻研生物科技有限公司股东全部权益资产评估报告》（天源评报字〔2023〕第 0591 号）、张渝向绽妍生物支付股权转让款的支付凭证、张渝支付本次转让款相关的银行流水、公司控股股东实际控制人张颖霆报告期内的银行流水、西安臻研关于本次股权转让的工商登记文件、并经与张渝进行访谈，确认本次股权转让价格的公允性以及股权转让的真实性；

（7）对西安臻研进行现场走访、取得与西安臻研签署的资产转让协议、西安德诺分立方案、分立协议等分立相关文件，了解西安德诺的主营业务，确认西安臻研、西安德诺主要资产基本情况；取得了西安臻研人员名单，将西安臻研员工名字与绽妍生

物员工名字进行比对，检查西安德诺业务系统中是否存在西安臻研的员工；取得西安德诺的序时账、报告期内西安德诺研发费用明细表，筛选研发费用中的报销条目，取得了报销金额一千元以上的记账凭证及附件；取得西藏圆融、西安臻研与各珀利肤经销商签署的三方协议，取得西安臻研的 2024 年度以及 2025 年 1-6 月主要客户名单及其主要经营业务并与公司客户名单比对，确认西安臻研与绽妍生物是否存在资产、人员、客户等方面是否混同；

（8）获取公司审计报告和收入成本表，了解公司与西安臻研之间的关联交易明细数据；

（9）获取公司与西安臻研之间签订的交易合同，询问公司了解关联交易的经办人员，了解公司对西安臻研的关联交易定价依据；

（10）比较公司向西安臻研与向独立第三方客户销售同类或类似产品的价格或毛利率，确认公司与西安臻研之间的关联交易公允性；

（11）取得并查阅西藏圆融的医疗器械经营许可证、第二类医疗器械经营备案凭证、互联网药品信息服务资格证书等资质证书；

（12）取得并查阅《绽妍生物科技股份有限公司子公司管理制度》，了解绽妍生物对子公司的管理制度以及具体情况；

（13）取得绽妍生物报告期内的审计报告，确认重要子公司的名单情况；

（14）取得西藏圆融、西安德诺所在地相关主管部门出具的合规证明文；对公司实际控制人、财务负责人、法务主管进行访谈；查询中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、12309 中国检察网（<https://www.12309.gov.cn>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、西藏圆融、西安德诺所在地主管部门网站的公开披露信息，确认西藏圆融、西安德诺是否合法规范经营，是否存在重大违法行为；

（15）取得并查阅绽妍生物及子公司工商档案资料、绽妍生物收购子公司时签署的协议、交易价款支付凭证，访谈子公司历史持股股东及实际控制人刘影、梁莉、李端忠、刘霆、刘懿、饶学莉、罗攀、王波、沈毅、王黎、张龙，了解公司收购成都绽妍、西藏圆融、英普博集、西安德诺的原因及背景；

(16) 取得绽妍生物有限收购子公司时签署的协议、交易价款支付凭证、股权转让资产评估报告、被收购主体财务报表及历史股东实缴出资凭证，确认股权转让价格的公允性；

(17) 取得股权转让协议、股权转让价款支付凭证以及访谈张龙、刘影、刘懿、刘霆、李端忠等出让方、转让方出具的确认函，确认股权转让的真实性。

2、核查结论

经核查，主办券商、申报律师认为：

(1) 公司转让给西安臻研的相关资产价格公允；除关联交易以外，公司报告期内与西安臻研不存在资金拆借或资源互换，未来计划亦不存在资金拆借或资源互换；公司目前不存在医美业务；

(2) 张渝与公司及控股股东、实际控制人不存在关联关系或异常资金往来，股权转让定价具有公允性，股权转让具有真实性，不存在股权代持；

(3) 公司与西安臻研之间的关联交易定价公允；公司与西安臻研在资产、人员、客户、技术、生产等方面独立，不存在混同；

(4) 业务收入占申请挂牌公司 10%以上的子公司为公司重要子公司为西藏圆融，其业务资质合法合规，历史沿革、公司治理、重大资产重组、财务简表等已经在公开转让说明书中补充披露；公司能够实现对子公司的有效控制及管理，报告期内，重要子公司合法规范经营，不存在重大违法行为；

(5) 公司收购成都绽妍、西藏圆融、英普博集、西安德诺的背景、原因合理，定价具有公允性，收购真实性，不存在代持，收购行为已经履行了相应审议程序。

(二) 请会计师核查事项 (1) ③并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，申报会计师进行了如下核查：

(1) 对西安臻研进行现场走访、取得与西安臻研签署的资产转让协议、西安德诺分立方案、分立协议等分立相关文件，了解西安德诺的主营业务，确认西安臻研、西安德诺主要资产基本情况；取得了西安臻研人员名单，将西安臻研员工名字与绽妍生物员工名字进行比对，确认西安德诺业务系统中不存在西安臻研的员工；取得西安臻

研日常费用报销审批流程、西安德诺的序时账、报告期内西安德诺研发费用明细表，筛选研发费用中的报销条目，取得了报销金额一千元以上的记账凭证及附件；取得西安臻研的主要客户名单及其主要经营业务并与绽妍生物客户名单比对，了解西安德诺确认西安臻研与绽妍生物是否存在资产、人员、客户等方面是否混同；

（2）获取公司审计报告和收入成本表，了解公司与西安臻研之间的关联交易明细数据；

（3）获取公司与西安臻研之间签订的交易合同，询问公司了解关联交易的具体人员，了解公司对西安臻研的关联交易定价依据；

（4）比较公司向西安臻研与向独立第三方客户销售同类或类似产品的价格或毛利率，确认公司与西安臻研之间的关联交易公允性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

公司与西安臻研之间的关联交易定价公允；公司与西安臻研在资产、人员、客户、技术、生产等方面独立，不存在混同。

问题 2. 关于业务资质齐备性。

根据申请文件，公司的主要产品包括医疗器械类产品、皮肤学级护肤品和生物活性原料。

请公司：（1）对应公司产品具体销售明细，明确区分医疗器械、化妆品等不同类别，说明相关生产许可证办理、产品注册与备案、有效期等生产活动合法情况，是否存在应取得但未取得医疗器械生产许可证、化妆品生产许可证、医疗器械注册证等的情形，如存在，说明是否因此受到行政处罚或存在被处罚的风险；对应各类别医疗器械产品经销客户的经营许可证取得、备案等情况，说明医疗器械产品销售合法性，报告期内公司是否存在商业贿赂等违法违规行为。（2）说明公司是否存在医疗器械产品不良事件的处理、再评价或召回情形，是否存在产品质量相关纠纷、投诉或行政处罚，如是，是否构成重大违法行为及对公司生产经营的影响，公司的整改措施及有效性；结合《医疗器械监督管理条例》《医疗器械生产监督管理办法》等主要监管法规规章的具体规定，说明公司如何保障研制、生产、经营、使用全过程中医疗器械的安全性、有效性，报告期内是否曾因前述问题承担责任；说明公司保证经营产品可追溯的具体措施。（3）结合《化妆品监督管理条例》《化妆品功效宣称评价规范》等规定，进一步说明公司化妆品生产是否符合相关质量管理规定，公司化妆品功效宣称评价进度，公司是否存在相关法律风险。（4）结合《广告法》《医疗器械广告审查办法》《医疗器械广告审查发布标准》《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》等法律法规及规范性文件，说明公司产品推广是否合法合规，是否取得广告批准文件。

请主办券商及律师核查上述事项，并发表明确意见。

回复：

一、对应公司产品具体销售明细，明确区分医疗器械、化妆品等不同类别，说明相关生产许可证办理、产品注册与备案、有效期等生产活动合法情况，是否存在应取得但未取得医疗器械生产许可证、化妆品生产许可证、医疗器械注册证等的情形，如存在，说明是否因此受到行政处罚或存在被处罚的风险；对应各类别医疗器械产品经销客户的经营许可证取得、备案等情况，说明医疗器械产品销售合法性，报告期内公司是否存在商业贿赂等违法违规行为。

（一）对应公司产品具体销售明细，明确区分医疗器械、化妆品等不同类别，说明相关生产许可证办理、产品注册与备案、有效期等生产活动合法情况，是否存在应取得但未取得医疗器械生产许可证、化妆品生产许可证、医疗器械注册证等的情形，如存在，说明是否因此受到行政处罚或存在被处罚的风险

报告期内，公司各类产品销售情况如下：

单位：万元

产品类别	2024 年度		2023 年度	
	销售金额	占比	销售金额	占比
医疗器械类	37,111.34	62.12%	33,682.23	69.28%
其中：I类医疗器械	20.95	0.04%	29.19	0.06%
II类医疗器械	37,088.83	62.08%	33,411.33	68.72%
III类医疗器械	1.56	0.00%	241.71	0.50%
化妆品类	22,037.89	36.89%	14,544.70	29.92%
其中：普通化妆品	20,555.55	34.41%	13,234.43	27.22%
特殊化妆品	1,482.34	2.48%	1,310.27	2.70%
其他	589.97	0.99%	391.38	0.81%
其中：原料	106.34	0.18%	81.26	0.17%
消毒产品	310.21	0.52%	243.75	0.50%
其他	173.43	0.29%	66.37	0.14%
主营业务收入	59,739.21	100.00%	48,618.31	100.00%

报告期内，公司自主生产产品为 II 类医疗器械、普通化妆品、原料、I 类医疗器械及部分消毒产品，III 类医疗器械、特殊化妆品等其他类产品均自外部采购，不涉及自主生产。针对上述自主生产（含受托生产）产品类型，公司对应行业监管制度取得的产品资质和生产资质情况如下：

1、医疗器械

产品类型及生产行为	法定资质要求	资质持有主体	资质取得情况	资质有效期
I类医疗器械	《医疗器械注册与备案管理办法》第八条规定：第一类医疗器械实行产品备案管理。第二类、第三类医疗器械实行产品注册管理。	西安德诺	截至查询日 ¹ ，持有 1 项 I 类医疗器械备案文件	长期有效
II类医疗器械		西安德诺	截至查询日，持有 25 项 II 类医疗器械注册证	有效期 5 年
		科研创美	截至查询日，持有 12 项 II 类医疗器械注册证	
		海南德诺	截至查询日，持有 11 项 II 类医疗器械注册证	
I类医疗器械生产	《医疗器械监督管理条例》第三十一条规定：从事第一类医疗器械生产的，应当向所在地设区的市级人民政府负责药品监督管理的部门备案，在提交符合本条例第三十条规定条件的有关资料后即完成备案。	西安德诺	持有第一类医疗器械生产备案凭证（编号：陕西咸食药监械生产备 20200004 号），首次备案日期为 2020 年 4 月 3 日，最新备案日期为 2024 年 9 月 9 日	长期有效
II类医疗器械自主生产、受托生产	《医疗器械监督管理条例》第三十二条规定：从事第二类、第三类医疗器械生产的，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门申请生产许可并提交其符合本条例第三十条规定条件的有关资料以及所生产医疗器械的注册证。	西安德诺	持有医疗器械生产许可证（编号：陕食药监械生产许 20210055 号）	2021.09.24-2026.09.23
		科研创美	持有医疗器械生产许可证（编号：湘药监械生产许 20230122 号）	2023.10.30-2028.10.29

2、化妆品

产品类型及生产行为	法定资质要求	资质持有主体	资质取得情况	资质有效期
普通化妆品	《化妆品监督管理条例》第四条规定：化妆品分	西安德诺	截至查询日，持有 56 项国产普通化妆品备案凭证	按照《化妆品注

¹ 此表格所称“查询日”，均指通过国家药品监督管理局数据查询系统查询业务资质的日期，即 2025 年 6 月 11 日。

产品类型及生产行为	法定资质要求	资质持有主体	资质取得情况	资质有效期
	为特殊化妆品和普通化妆品。国家对特殊化妆品实行注册管理，对普通化妆品实行备案管理。化妆品原料分为新原料和已使用的原料。国家对风险程度较高的化妆品新原料实行注册管理，对其他化妆品新原料实行备案管理。	绽妍生物	截至查询日，持有 3 项国产普通化妆品备案凭证	册备案管理办法》实施年度报告制度
化妆品生产	《化妆品监督管理条例》第二十七条规定：从事化妆品生产活动，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门提出申请，提交其符合本条例第二十六条规定条件的证明资料，并对资料的真实性负责。省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门应当对申请资料进行审核，对申请人的生产场所进行现场核查，并自受理化妆品生产许可申请之日起 30 个工作日内作出决定。对符合规定条件的，准予许可并发给化妆品生产许可证；对不符合规定条件的，不予许可并书面说明理由。	西安德诺	报告期内，西安德诺持有化妆品生产许可证（编号：陕妆 20200003 号），该证书首次核发时间为 2020 年 12 月 1 日，于 2025 年 7 月 13 日到期；西安德诺已完成化妆品生产许可延续申请，并于 2025 年 6 月 24 日取得陕西省西咸新区市场监督管理局核发的化妆品生产许可证（编号：陕妆 20200003 号）	2025.06.24-2030.06.23

3、原料

产品类型及生产行为	法定资质要求	资质持有主体	资质取得情况	资质有效期
化妆品新原料	《化妆品监督管理条例》第四条规定：化妆品原料分为新原料和已使用的原料。国家对风险程度较高的化妆品新原料实行注册管理，对其他化妆品新原料实行备案管理。	西安德诺	截至 2025 年 6 月 30 日，持有 1 项化妆品新原料备案，备案日期为 2024 年 12 月 2 日	化妆品新原料投入使用 3 年后，由药品监督管理部门决定取消备案或纳入已使用的化妆品原料目录

4、消毒产品

产品类型及生产行为	法定资质要求	资质持有主体	资质取得情况	资质有效期
消毒产品	《消毒产品卫生安全评价规定》第十四条规定：第一类、第二类消毒产品首次上市时，产品责任单位应当向所在地省级卫生健康行政部门备案合格的卫生安全评价报告。	西安德诺	西安德诺通过“陕西省消毒产品备案企业自我声明公开系统”进行了“绽妍次氯酸消毒液”产品备案	-
消毒产品生产	《消毒管理办法》第二十条规定：消毒剂、消毒器械和卫生用品生产企业取得工商行政管理部门颁发的营业执照后，还应当取得所在地省级卫生计生行政部门发放的卫生许可证，方可从事消毒产品的生产。	西安德诺	报告期内，公司曾持有《消毒产品生产企业卫生许可证》（编号：陕卫消证字〔2021〕第 X211 号），该许可证于 2021 年 2 月 1 日核发，于 2023 年 7 月注销	已于 2023 年 7 月注销，资质注销后，公司未再进行消毒产品生产

根据上表，报告期内，公司已取得开展生产活动相应产品所必备的产品备案/注册证书、产品生产备案/许可证书等相关资质，且该等资质均在有效期内，公司生产活动合法合规，不存在应取得但未取得医疗器械生产许可证、化妆品生产许可证、医疗器械注册证等资质的情形。根据公司取得的《陕西省经营主体公共信用报告（有无违法违规记录）》《湖南省公共信用合法合规证明报告》《市场主体专用信用报告（无违法违规证明版）》（适用于四川省注册的主体）、《专用公共信用信息报告（企业上市版）》（适用于海南省注册的主体），报告期内，公司不存在因未取得生产所需资质而受到行政处罚或存在行政处罚风险的情形。

（二）对应各类别医疗器械产品经销客户的经营许可证取得、备案等情况，说明医疗器械产品销售合法性

报告期内，公司取得医疗器械产品销售相关资质如下：

1、医疗器械经营许可证/备案凭证

经查询国家药品监督管理局网站（<https://www.nmpa.gov.cn>）的公开披露信息，截至查询日²，公司及子公司持有的医疗器械经营许可证及备案凭证情况如下：

序号	持证主体	证书名称	编号	经营方式	有效期/备案日期	核发单位
1	西藏圆融	医疗器械经营许可证	藏青食药监械经营许 20160014 号	批发	2021.07.19-2026.07.08	西藏自治区药品监督管理局
2	西藏圆融	第二类医疗器械经营备案凭证	藏青食药监械经营备 20160015 号	批零兼营	2023.05.10	西藏自治区药品监督管理局
3	成都绽妍	第二类医疗器械经营备案凭证	川蓉食药监械经营备 20200156 号	批零兼营	2020.02.13	成都市市监局

注：西藏圆融持有的第二类医疗器械经营备案凭证首次备案日期为 2020 年 5 月 28 日，上表披露备案日期为最新变更备案日期。

2、医疗器械网络销售备案凭证

经查询西藏自治区药品监督管理局网站（<https://mpa.xizang.gov.cn>），截至查询日，公司及子公司医疗器械网络销售备案情况如下：

序号	持证主体	医疗器械经营许可证编号	医疗器械经营许可证备案证号	入驻医疗器械网络交易服务第三方平台	备案公示单位
1	西藏圆融	藏青食药监械经营许	藏青食药监械经营备	浙江天猫网络有限公司、北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、杭州阿里巴巴	西藏自治区药品监

² 2025 年 6 月 11 日

序号	持证主体	医疗器械经营许可证编号	医疗器械经营许可证备案证号	入驻医疗器械网络交易服务第三方平台	备案公示单位
		20160014 号	20160015 号	巴广告有限公司、成都快购科技有限公司、行吟信息科技（上海）有限公司、广州唯品会电子商务有限公司、杭州有赞科技有限公司、上海得物信息集团有限公司、杭州丁香健康管理有限公司	督管理局

报告期内，公司通过经销模式销售的医疗器械产品包括第一类、第二类及第三类医疗器械。根据《医疗器械监督管理条例》《医疗器械经营监督管理办法》相关规定，经营第二类医疗器械实施备案管理，经营第三类医疗器械实施许可管理。

公司已经建立经销商管理制度，在开展业务前，公司对经销商营业执照、医疗器械经营许可/备案凭证等经营资质进行严格审查，作为经销商准入条件，遴选经营资质齐备的经销商进行合作。报告期内，公司第二类医疗器械经销商持有医疗器械经营备案，公司第三类医疗器械经销商持有医疗器械经营许可，公司不存在因经销商未持有医疗器械经营相关资质而被行政主管部门处罚的情形，公司医疗器械产品销售合法合规。

（三）报告期内公司是否存在商业贿赂等违法违规行为

报告期内，公司主要客户群体为医疗器械和化妆品经销商，该等经销商主要系民营机构，公司来自于公立医院的收入占比较小。为避免商业贿赂行为，公司与经销商签署的经销协议对反贿赂进行了明确约定，包括禁止开展的交易行为、举报机制等。

经中介机构对公司及子公司、公司董事、监事、高级管理人员、销售总监、采购主管报告期内资金流水进行核查，对公司报告期内主要客户、供应商进行访谈，根据公司取得的主管部门合规证明、公司董事、监事、高级管理人员取得的无犯罪记录证明，并经查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国裁判文书网、12309 中国检察网等网站，报告期内，公司不存在商业贿赂等违法违规行为。

二、说明公司是否存在医疗器械产品不良事件的处理、再评价或召回情形，是否存在产品质量相关纠纷、投诉或行政处罚，如是，是否构成重大违法行为及对公司生产经营的影响，公司的整改措施及有效性；结合《医疗器械监督管理条例》《医疗器械生产监督管理办法》等主要监管法规规章的具体规定，说明公司如何保障研制、生产、经营、使用全过程中医疗器械的安全性、有效性，报告期内是否曾因前述问题承担责任；说明公司保证经营产品可追溯的具体措施。

（一）说明公司是否存在医疗器械产品不良事件的处理、再评价或召回情形，是否存在产品质量相关纠纷、投诉或行政处罚，如是，是否构成重大违法行为及对公司生产经营的影响，公司的整改措施及有效性

报告期内，公司注册持有或生产的医疗器械主要系医用敷料产品，属于第二类医疗器械，不具有创伤性或侵入性特征，不具有较高风险。

经查询国家药品监督管理局、国家医疗器械不良事件监测信息系统，截至报告期末，公司存在 17 起不良事件报告情形，该等产品主要系数料类第二类医疗器械产品。其中，经事件关联性评价，与公司产品原因相关的不良事件报告共计 1 起，主要涉及局部过敏反应，可能系患者对产品个别成分存在不耐受情形，该产品说明书已说明过敏体质者禁用，患者在停用相关产品后不适症状消失。公司对前述有关不良事件的调查、分析、控制措施与评价均已经政府主管监测部门审核通过。报告期内，公司不存在因医疗器械产品不良事件导致的医疗器械再评价或召回情形。

公司已针对产品质量投诉事项制定《医疗器械销售和售后服务管理制度》《质量事故、质量投诉管理制度》《客诉处理管理规范》等内部制度，报告期内，公司按照上述内部制度规定向客户提供医疗器械产品销售售后服务。公司报告期内虽存在产品相关售后投诉事项，但公司已就该等事项与客户进行协商并妥善处理，不存在因产品质量问题导致的诉讼、仲裁等纠纷及行政处罚事项。

（二）结合《医疗器械监督管理条例》《医疗器械生产监督管理办法》等主要监管法规规章的具体规定，说明公司如何保障研制、生产、经营、使用全过程中医疗器械的安全性、有效性，报告期内是否曾因前述问题承担责任

报告期内，公司研制、生产、经营和使用的医疗器械主要系以医用敷料为主的第二类医疗器械，公司已按照《医疗器械监督管理条例（2024 年修订）》《医疗器械生产监督管理办法（2022）》《医疗器械经营监督管理办法（2022）》等相关规定，建立了医疗器械研制、生产、经营、使用全过程的安全性、有效性保障机制，具体情况如下：

1、医疗器械研制、生产的安全性、有效性保障机制

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
《医疗器械监督管理条例（2024 年修订）》	第二十四条：医疗器械产品注册、备案，应当进行临床评价；但是符合下列情形之一，可以免于进行临床评价：（一）工作机理明确、设计定型，生产工艺成熟，已上市的同品种医疗器械临床应用多年且无严重不良事件记录，不改变常规用途的；（二）其他通过非临床评价能够证明该医疗器械安全、有效的。 第二十五条：进行医疗器械临床评价，可以根据产品特征、临床风险、已有临床数据等情形，通过开展临床试验，或者通过对同品种医疗器械临床文献资料、临床数据进行分析评价，证明医疗器械安全、有效。按照国务院药品监督管理部门的规定，进行医疗器械临床评价时，已有临床文献资料、临床数据不足以确认产品安全、有效的医疗器械，应当开展临床试验。	公司建立并执行了《医疗器械产品临床试验管理规程》《临床试验前管理规程》《临床试验过程中管理规程》等内部制度，由研发部、质量部承担规定职责。报告期内，公司对需进行临床评价产品、免临床产品开展相应临床评价或免临床评价研究，以证明医疗器械安全性、有效性。
	第三十条：从事医疗器械生产活动，应当具备下列条件：（一）有与生产的医疗器械相适应的生产场地、环境条件、生产设备以及专业技术人员；（二）有能对生产的医疗器械进行质量检验的机构或者专职检验人员以及检验设备；（三）有保证医疗器械质量的管理制度；（四）有与生产的医疗器械相适应的售后服务能力；	报告期内，公司已取得并持续持有医疗器械生产许可，具备从事医疗器械生产活动的相应条件。

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
	(五) 符合产品研制、生产工艺文件规定的要求。	
	第三十五条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当按照医疗器械生产质量管理规范，建立健全与所生产医疗器械相适应的质量管理体系并保证其有效运行；严格按照经注册或者备案的产品技术要求组织生产，保证出厂的医疗器械符合强制性标准以及经注册或者备案的产品技术要求。医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当定期对质量管理体系的运行情况进行自查，并按照国务院药品监督管理部门的规定提交自查报告。	公司按照《医疗器械生产质量管理规范》设置了与质量管理体系相关的质量管理部、研发部、生产部、采购部、仓储部、设备部、销售部等部门，规定了各部门岗位职责，通过各部门的协同配合，确保从产品设计、原材料采购、生产制造到销售使用的全流程质量可控。 公司依据医疗器械相关法律法规的要求建立生产质量管理体系，制定了质量方针和质量目标，建立分层级的质量管理文件体系，围绕产品全生命周期，对关键过程实施严格控制，包括但不限于《设计和开发控制程序》《设计和开发转换管理规程》《生产和服务过程确认控制程序》《可追溯性控制程序》《预防措施控制程序》《纠正措施控制程序》《采购控制程序》《不良事件控制程序》《不合格品控制程序》《产品放行控制程序》《忠告性通知发布和产品召回控制程序》等质量管理体系文件。 公司通过内部审核、管理评审、过程监控、客户反馈等方式，对质量管理体系的有效性进行测量和分析，识别改进机会。公司定期对医疗器械质量管理体系的运行情况进行自查，并按时向省药品监督管理部门提交自查报告。
	第三十八条：国家根据医疗器械产品类别，分步实施医疗器械唯一标识制度，实现医疗器械可追溯，具体办法由国务院药品监督管理部门会同国务院有关部门制定。	公司产品未被纳入国家药品监督管理部门发布的实施医疗器械唯一标识管理的产品目录 ³ 。根据部分地区药品监督管理部门 ⁴ 要求及公司自身业务开展需要，公司已对部分产品启用 UDI 管理。
《医疗器械生产监督管理办法（2022）》	第三条：从事医疗器械生产活动，应当遵守法律、法规、规章、强制性标准和医疗器械生产质量管理规范，保证医疗器械生产全过程信息真实、准确、完整和可追	公司制定并执行了《记录控制程序》《标识控制程序》《可追溯性控制程序》等内部制度，由不同部门对产品检验、生产过程、产品出入库、销售产品去向进行标识记录和保存，确保产品可追

³ 根据《医疗器械监督管理条例（2024 年修订）》第三十八条、《国家药监局关于做好第一批实施医疗器械唯一标识工作有关事项的通告》（国家药品监督管理局通告 2019 年第 72 号）、《关于深入推进试点做好第一批实施医疗器械唯一标识工作的公告》（国家药监局 国家卫生健康委 国家医保局公告 2020 年第 106 号）、《关于做好第二批实施医疗器械唯一标识工作的公告》（国家药品监督管理局公告 2021 年第 114 号）、《关于做好第三批实施医疗器械唯一标识工作的公告》（国家药监局 国家卫生健康委 国家医保局公告 2023 年第 22 号）相关规定，第三类医疗器械现已全部纳入医疗器械唯一标识管理范围，按照风险程度和监管需要，部分临床需求量较大的一次性使用产品、集中带量采购中选产品、医疗美容相关产品等部分第二类医疗器械作为第三批实施医疗器械唯一标识管理的实施品种。

⁴ 根据《海南省药品监督管理局推进医疗器械生产和经营企业医疗器械唯一标识全域试点工作方案》相关规定，海南德诺作为第二类医疗器械注册人已实现注册产品 UDI 覆盖。

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
	溯。医疗器械注册人、备案人对上市医疗器械的安全、有效负责。	溯。
	第二十五条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当按照医疗器械生产质量管理规范的要求，建立健全与所生产医疗器械相适应的质量管理体系并保持其有效运行，并严格按照经注册或者备案的产品技术要求组织生产，保证出厂的医疗器械符合强制性标准以及经注册或者备案的产品技术要求。	公司按照《医疗器械生产质量管理规范》设置了与质量管理体系相关的质量管理部、研发部、生产部、采购部、仓储部、设备部、销售部等部门，规定了各部门岗位职责，通过各部门的协同配合，确保从产品设计、原材料采购、生产制造到销售使用的全流程质量可控。 公司依据医疗器械相关法律法规的要求建立生产质量管理体系，制定了质量方针和质量目标，建立分层级的质量管理文件体系，围绕产品全生命周期，对关键过程实施严格控制，包括但不限于《设计和开发控制程序》《设计和开发转换管理规程》《生产和服务过程确认控制程序》《可追溯性控制程序》《预防措施控制程序》《纠正措施控制程序》《采购控制程序》《不良事件控制程序》《不合格品控制程序》《产品放行控制程序》《忠告性通知发布和产品召回控制程序》等质量管理体系文件。公司根据上述制度组织生产，并对产品检验及放行上市过程进行管控。
	第二十八条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当开展医疗器械法律、法规、规章、标准以及质量管理等方面的培训，建立培训制度，制定培训计划，加强考核并做好培训记录。	公司建立了《培训管理规程》等内部制度，报告期内，公司按年度制定了培训计划，对全部员工进行培训、考核并对培训情况进行记录。
	第二十九条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当按照所生产产品的特性、工艺流程以及生产环境要求合理配备、使用设施设备，加强对设施设备的管理，并保持其有效运行。	报告期内，公司已取得并持续持有医疗器械生产许可，具备从事医疗器械生产活动的相应条件。公司制定并执行了《设备管理规程》《计量器具检定管理规程》《监视和测量设备控制程序》等内部制度，并据此对生产设施设备进行管理，保持其有效运行。
	第三十条：医疗器械注册人、备案人应当开展设计开发到生产的转换活动，并进行充分验证和确认，确保设计开发输出适用于生产。	公司制定并执行了《设计和开发控制程序》《设计和开发转换管理规程》等内部制度，对产品设计和开发的立项、策划、输入、输出、评审、验证、确认、设计和开发的更改、设计转换活动进行管控，确保产品设计开发到生产环节的转换活动得到充分验证和确认。
	第三十一条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当加强采购管理，建立供应商审核制度，对供应商进	公司制定并执行了《采购控制程序》《可追溯性控制程序》《供应商管理规程》等内部制度，并据此对供应商的选择原则、选择

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
	行评价，确保采购产品和服务符合相关规定要求。医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当建立原材料采购验收记录制度，确保相关记录真实、准确、完整和可追溯。	程序、取消和变更、供应商审计等实施管理，公司对采购生产物料进行登记、检验、验证，以实现采购物料的可追溯。
	第三十三条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当建立记录管理制度，确保记录真实、准确、完整和可追溯。 鼓励医疗器械注册人、备案人、受托生产企业采用先进技术手段，建立信息化管理系统，加强对生产过程的管理。	公司制定并执行了《记录控制程序》等内部制度，对记录的制定、评审、批准、分发、使用、贮存、保护、检索、处置等进行管理，以保证医疗器械产品生产全过程信息真实、准确、完整和可追溯。
	第三十四条：医疗器械注册人、备案人应当负责产品上市放行，建立产品上市放行规程，明确放行标准、条件，并对医疗器械生产过程记录和质量检验结果进行审核，符合标准和条件的，经授权的放行人员签字后方可上市。委托生产的，医疗器械注册人、备案人还应当对受托生产企业的生产放行文件进行审核。受托生产企业应当建立生产放行规程，明确生产放行的标准、条件，确认符合标准、条件的，方可出厂。不符合法律、法规、规章、强制性标准以及经注册或者备案的产品技术要求的，不得放行出厂和上市。	公司制定并执行了《产品放行控制程序》《成品审核放行管理规程》《不合格品控制程序》等内部制度，对公司原材料质量放行程序、生产过程产品质量放行、成品检验放行、成品放行等标准和程序进行明确规定，明确了以质量部负责人、生产部负责人为责任中心的产品上市放行审核程序。
	第三十五条：医疗器械注册人、备案人应当建立并实施产品追溯制度，保证产品可追溯。受托生产企业应当协助注册人、备案人实施产品追溯。	公司制定并执行了《标识控制程序》《可追溯性控制程序》等内部制度，建立了以批号为核心，覆盖采购、生产、检验、销售全过程的产品追溯体系。
	第三十六条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当按照国家实施医疗器械唯一标识的有关要求，开展	公司产品未被纳入国家药品监督管理部门发布的实施医疗器械唯一标识管理的产品目录 ⁵ 。根据部分地区药品监督管理部门 ⁶ 要求

⁵ 根据《医疗器械监督管理条例（2024 年修订）》第三十八条、《国家药监局关于做好第一批实施医疗器械唯一标识工作有关事项的通告》（国家药品监督管理局通告 2019 年第 72 号）、《关于深入推进试点做好第一批实施医疗器械唯一标识工作的公告》（国家药监局 国家卫生健康委 国家医保局公告 2020 年第 106 号）、《关于做好第二批实施医疗器械唯一标识工作的公告》（国家药品监督管理局公告 2021 年第 114 号）、《关于做好第三批实施医疗器械唯一标识工作的公告》（国家药监局 国家卫生健康委 国家医保局公告 2023 年第 22 号）相关规定，第三类医疗器械现已全部纳入医疗器械唯一标识管理范围，按照风险程度和监管需要，部分临床需求量较大的一次性使用产品、集中带量采购中选产品、医疗美容相关产品等部分第二类医疗器械作为第三批实施医疗器械唯一标识管理的实施品种。

⁶ 根据《海南省药品监督管理局推进医疗器械生产和经营企业医疗器械唯一标识全域试点工作方案》相关规定，海南德诺作为第二类医疗器械注册人已实现注册产品 UDI 覆盖。

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
	赋码、数据上传和维护更新，保证信息真实、准确、完整和可追溯。	及公司自身业务开展需要，公司已对部分产品启用 UDI 管理。
	第三十七条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当建立纠正措施程序，确定产生问题的原因，采取有效措施，防止相关问题再次发生。医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当建立预防措施程序，查清潜在问题的原因，采取有效措施，防止问题发生。	公司制定并执行了《预防措施控制程序》《纠正措施控制程序》等内部制度，并据此对采取有效的改进、预防及纠正措施。
	第三十八条：医疗器械注册人、备案人应当按照医疗器械生产质量管理规范的要求，对可能影响产品安全性和有效性的原材料、生产工艺等变化进行识别和控制。需要进行注册变更或者备案变更的，应当按照注册备案管理的规定办理相关手续。	公司根据产品的特性，建立了相关的技术文件，并识别了相应的关键工序及特殊过程，对生产工艺进行了验证，对影响产品的安全性及有效性的变更，公司向监管机构提交了申请资料，并获得了变更的证明文件。公司制定并执行了《设计和开发控制程序》《变更管理规程》等内部制度，并据此对相应变化进行识别和控制。
	第四十条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当按照医疗器械不良事件监测相关规定落实不良事件监测责任，开展不良事件监测，向医疗器械不良事件监测技术机构报告调查、分析、评价、产品风险控制等情况。	公司制定并执行了《不良事件控制程序》等内部制度，并据此对上报的不良事件进行调查、分析、评价和管理。
	第四十一条：医疗器械注册人、备案人发现生产的医疗器械不符合强制性标准、经注册或者备案的产品技术要求，或者存在其他缺陷的，应当立即停止生产，通知相关经营企业、使用单位和消费者停止经营和使用，召回已经上市销售的医疗器械，采取补救、销毁等措施，记录相关情况，发布相关信息，并将医疗器械召回和处理情况向药品监督管理部门和卫生主管部门报告。受托生产企业应当按照医疗器械召回的相关规定履行责任，并协助医疗器械注册人、备案人对所生产的医疗器械实施召回。	公司制定并执行了《忠告性通知发布和产品召回控制程序》，并据此对忠告性通知发布、产品召回分级、召回实施程序、召回产品的处理等进行管控。报告期内，公司未发生医疗器械产品召回情形。
	第四十五条：医疗器械注册人、备案人、受托生产企业应当每年对质量管理体系的运行情况进行自查，并于次年 3 月 31 日前向所在地药品监督管理部门提交自查报	报告期内，公司按照规定对质量管理体系的运行情况进行自查，并向药品监督管理部门提交了《医疗器械质量管理体系自查报告》。

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
	告。进口医疗器械注册人、备案人由其代理人向代理人所在地省、自治区、直辖市药品监督管理部门提交自查报告。	
《医疗器械生产质量管理规范》	《医疗器械生产质量管理规范》对医疗器械生产质量管理体系的建立作出了详细规定，包括机构与人员、厂房与设施、设备、文件管理、设计开发、采购、生产管理、质量控制、销售和售后服务、不合格品控制、不良事件监测、分析和改进等。	公司按照《医疗器械生产质量管理规范》设置了与质量管理体系相关的质量管理部、研发部、生产部、采购部、仓储部、设备部、销售部等部门，规定了各部门岗位职责，通过各部门的协同配合，确保从产品设计、原材料采购、生产制造到销售使用的全流程质量可控。 公司依据医疗器械相关法律法规的要求建立生产质量管理体系，制定了质量方针和质量目标，建立分层级的质量管理文件体系，围绕产品全生命周期，对关键过程实施严格控制，包括但不限于《设计和开发控制程序》《设计和开发转换管理规程》《生产和服务过程确认控制程序》《可追溯性控制程序》《预防措施控制程序》《纠正措施控制程序》《采购控制程序》《不良事件控制程序》《不合格品控制程序》《产品放行控制程序》《忠告性通知发布和产品召回控制程序》等质量管理体系文件。 公司通过内部审核、管理评审、过程监控、客户反馈等方式，对质量管理体系的有效性进行测量和分析，识别改进机会。公司定期对医疗器械质量管理体系的运行情况进行自查，并按时向省药品监督管理部门提交自查报告。

2、医疗器械经营、使用的安全性、有效性保障机制

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
《医疗器械监督管理条例（2024 年修订）》	第四十四条：从事医疗器械经营，应当依照法律法规和国务院药品监督管理部门制定的医疗器械经营质量管理规范的要求，建立健全与所经营医疗器械相适应的质量管理体系并保证其有效运行。	公司按照《医疗器械经营质量管理规范》建立了质量管理体系文件，包括：公司设置了企业负责人、质量负责人、质管员等质量安全关键岗位人员，设置了质量管理部、采购部、储运部、销售部等内部机构，并明确规定了岗位及部门职责；公司制定并

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
		执行了《质量管理自查、考核制度》《医疗器械采购管理制度》《医疗器械收货与验收管理制度》《医疗器械储存和养护管理制度》《医疗器械销售和售后服务管理制度》等覆盖医疗器械经营全过程的内部管理制度；公司建立并执行了《文件管理操作规程》《医疗器械采购操作规程》《医疗器械收货操作规程》《医疗器械质量验收操作规程》等操作标准；公司对医疗器械经营过程中涉及销售、采购、培训等事项建立了记录规则。
	第四十五条：医疗器械经营企业、使用单位应当从具备合法资质的医疗器械注册人、备案人、生产经营企业购进医疗器械。购进医疗器械时，应当查验供货者的资质和医疗器械的合格证明文件，建立进货查验记录制度。从事第二类、第三类医疗器械批发业务以及第三类医疗器械零售业务的经营企业，还应当建立销售记录制度。 记录事项包括：（一）医疗器械的名称、型号、规格、数量；（二）医疗器械的生产批号、使用期限或者失效日期、销售日期；（三）医疗器械注册人、备案人和受托生产企业的名称；（四）供货者或者购货者的名称、地址以及联系方式；（五）相关许可证明文件编号等。进货查验记录和销售记录应当真实、准确、完整和可追溯，并按照国务院药品监督管理部门规定的期限予以保存。国家鼓励采用先进技术手段进行记录。	报告期内，公司已取得并持续持有第二类医疗器械经营备案凭证及第三类医疗器械经营许可证，建立了《医疗器械采购管理制度》《医疗器械收货与验收管理制度》《单位和品种审核制度》《医疗器械采购操作规程》《采购质量评审操作规程》等，以保证供货者具备相应合法资质、采购医疗器械可追溯。公司建立了《医疗器械销售和售后服务管理制度》《医疗器械销售和售后服务操作规程》，以保证对销售活动进行记录并可追溯。
	第四十六条：从事医疗器械网络销售的，应当是医疗器械注册人、备案人或者医疗器械经营企业。从事医疗器械网络销售的经营者，应当将从事医疗器械网络销售的相关信息告知所在地设区的市级人民政府负责药品监督管理的部门，经营第一类医疗器械和本条例第四十一条第二款规定的第二类医疗器械的除外。	报告期内，公司取得并持续持有互联网药品信息服务资格证书，并对开展网络销售的电子商务平台进行了网络销售备案，具备开展医疗器械网络销售的合法资质。公司建立了《医疗器械网络销售管理制度》，对网络销售备案、网络销售管理等进行了明确规定，确保网络销售活动合法合规开展。
	第四十七条：运输、贮存医疗器械，应当符合医疗器械说明书和标签标示的要求；对温度、湿度等环境条件有特殊要求的，应当采取相应措施，保证医疗器械的安全、有效。	报告期内，公司未经营需冷藏、冷冻医疗器械产品，医疗器械仓库设常温库和阴凉库。公司建立了《医疗器械储存和养护管理制度》《医疗器械委托储存、运输管理制度》《医疗器械储存操作规程》

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
		《医疗器械委托运输操作规程》等制度，对医疗器械储存、运输条件以及第三方仓库准入条件等进行了明确规定，确保医疗器械在运输、贮存环节的安全性、有效性。
	第六十二条：医疗器械生产经营企业、使用单位应当协助医疗器械注册人、备案人对所生产经营或者使用的医疗器械开展不良事件监测；发现医疗器械不良事件或者可疑不良事件，应当按照国务院药品监督管理部门的规定，向医疗器械不良事件监测技术机构报告。	公司建立了《医疗器械不良事件报告制度》，对经营的医疗器械开展不良事件监测。
	第六十七条：医疗器械注册人、备案人发现生产的医疗器械不符合强制性标准、经注册或者备案的产品技术要求，或者存在其他缺陷的，应当立即停止生产，通知相关经营企业、使用单位和消费者停止经营和使用，召回已经上市销售的医疗器械，采取补救、销毁等措施，记录相关情况，发布相关信息，并将医疗器械召回和处理情况向负责药品监督管理的部门和卫生主管部门报告。	公司建立了《医疗器械召回管理制度》《医疗器械质量验收操作规程》《不合格医疗器械处理操作规程》《医疗器械退货管理制度》等制度。报告期内，公司不存在召回已售医疗器械的情形。
《医疗器械经营监督管理办法（2022）》	第四条：按照医疗器械风险程度，医疗器械经营实施分类管理。经营第三类医疗器械实行许可管理，经营第二类医疗器械实行备案管理，经营第一类医疗器械不需要许可和备案。	报告期内，公司已取得并持续持有第二类医疗器械经营备案凭证及第三类医疗器械经营许可证，具备开展证载医疗器械经营的合法资质及相应条件。
	第二十九条：从事医疗器械经营，应当按照法律法规和医疗器械经营质量管理规范的要求，建立覆盖采购、验收、贮存、销售、运输、售后服务等全过程的质量管理制度和质量控制措施，并做好相关记录，保证经营条件和经营活动持续符合要求。	公司按照《医疗器械经营质量管理规范》建立了制定并执行了《医疗器械采购管理制度》《医疗器械收货与验收管理制度》《医疗器械储存和养护管理制度》《医疗器械销售和售后服务管理制度》《医疗器械委托储存、运输管理制度》等覆盖医疗器械经营全过程的质量管理制度及相应操作规程；公司对医疗器械经营过程中涉及销售、采购等事项建立了记录规则，以保证经营条件和经营活动持续符合要求。
	第三十条：医疗器械经营企业应当建立并实施产品追溯制度，保证产品可追溯。	公司建立了《医疗器械追溯溯源管理制度》，并使用公司供应链管理软件（ERP 系统）建立医疗器械基础数据库，配合索证索票信息、进货查验记录、销售记录、出库复核记录、运输记录等票、证、记录文件，实现对经营产品的追溯。

法规名称	主要规定	安全性、有效性保障机制
	第三十四条：医疗器械注册人、备案人和经营企业委托其他单位运输、贮存医疗器械的，应当对受托方运输、贮存医疗器械的质量保障能力进行评估，并与其签订委托协议，明确运输、贮存过程中的质量责任，确保运输、贮存过程中的质量安全。	报告期内，公司与委托的医疗器械仓储、运输、配送机构签署了相应委托协议，明确了对受托方的服务质量要求及储运责任。
	第三十九条：医疗器械经营企业应当提供售后服务。约定由供货者或者其他机构提供售后服务的，经营企业应当加强管理，保证医疗器械售后的安全使用。 第四十条：医疗器械经营企业应当配备专职或者兼职人员负责售后管理，对客户投诉的质量问题应当查明原因，采取有效措施及时处理和反馈，并做好记录，必要时及时通知医疗器械注册人、备案人、生产经营企业。	公司建立了《医疗器械销售和售后服务管理制度》《质量事故、质量投诉管理制度》，由质量管理部对质量投诉进行调查并进行记录。
	第四十四条：医疗器械经营企业应当建立质量管理自查制度，按照医疗器械经营质量管理规范要求自查，每年3月31日前向所在地市县级负责药品监督管理的部门提交上一年度的自查报告。	公司定期对医疗器械质量管理体系的运行情况进行自查，并按时向省药品监督管理部门提交自查报告。
《医疗器械经营质量管理规范》	《医疗器械经营质量管理规范》对医疗器械经营质量管理体系的建立作出了详细规定，包括职责与制度、人员与培训、设施与设备、采购、收货与验收、入库、贮存与检查、销售、出库与运输、售后服务等。	公司按照《医疗器械经营质量管理规范》建立了质量管理体系文件，包括：公司设置了企业负责人、质量负责人、质管员等质量安全关键岗位人员，设置了质量管理部、采购部、储运部、销售部等内部机构，并明确规定了岗位及部门职责；公司制定并执行了《质量管理自查、考核制度》《医疗器械采购管理制度》《医疗器械收货与验收管理制度》《医疗器械储存和养护管理制度》《医疗器械销售和售后服务管理制度》等覆盖医疗器械经营全过程的内部管理制度；公司建立并执行了《文件管理操作规程》《医疗器械采购操作规程》《医疗器械收货操作规程》《医疗器械质量验收操作规程》等操作标准；公司对医疗器械经营过程中涉及销售、采购、培训等事项建立了记录规则。报告期内，公司定期对医疗器械质量管理体系的运行情况进行自查，并按时向省药品监督管理部门提交自查报告。

3、公司报告期内是否因医疗器械安全性、有效性问题承担责任

根据公司取得的《市场主体专用信用报告（无违法违规证明版）》（适用于四川省注册的主体）、《专用公共信用信息报告（企业上市版）》（适用于海南省注册的主体）、《企业专项信用报告》（适用于浙江省注册的主体）、《专用信用报告（替代有无违法记录证明专用版）》（适用于上海市注册的主体）、《陕西省经营主体公共信用报告（有无违法违规记录）》《湖南省公共信用合法合规证明报告》及西藏自治区藏青工业园区管理委员会食品药品监督管理局出具的证明，并经查询国家药品监督管理局、中国裁判文书网等网站公开信息，报告期内，公司不存在因影响医疗器械安全性、有效性的重大质量问题被追偿、索赔或被行政处罚的情形。

（三）说明公司保证经营产品可追溯的具体措施

报告期内，公司建立了“以电子追溯系统为基础，票、证、记录为核心”的医疗器械追溯管理体系，确保公司医疗器械的生产、采购及销售全过程信息真实、准确、完整及可追溯，公司制定和执行的产品可追溯具体措施如下：

1、在产品管理方面，公司对医疗器械产品实施批号管理，通过供应链管理软件（ERP 系统）建立生产、经营的医疗器械基础数据库，包括但不限于商品编码、通用名称、规格型号、包装规格、生产厂家、产品证号及有效期、所属医疗器械类别、贮存条件等内容；公司每一销售产品均粘贴了产品追溯码，消费者可以通过扫描标签上的二维码或在公司官方网站输入追溯码，查询到产品的信息；此外，公司根据业务开展渠道需要以及部分地区医疗器械管理要求，对部分医疗器械产品进行唯一标识（UDI）管理，对实施 UDI 管理产品进行代码入库、出库，实现产品在流通环节的可追溯；

2、在医疗器械成品供应管理方面，公司使用 ERP 系统建立供货单位基础数据库，包括但不限于供货单位编码、名称、注册地址、生产及经营资质及有效期、联系人等，实现供应端的可追溯；公司建立了《医疗器械采购管理制度》《医疗器械收货与验收管理制度》等内部制度，在医疗器械采购环节，公司向供货单位收取随货同行单、发票以及产品合格证明文件，并对采购及入库产品的名称、批号、产品证号、生产日期、有效期等信息进行记录，实现产品采购可追溯；

3、在自主生产医疗器械管理方面，公司建立了《可追溯性控制程序》《标识控制

程序》等内部制度，公司根据该等制度规定采取的主要可追溯保障措施如下：

（1）在原材料采购环节，公司建立了严格的供应商准入和管理体系。每一家供应商都需提供详细的资质证明、原材料来源信息以及质量检测报告。对于采购的每一批原材料，都赋予唯一的批次编码，该编码与供应商信息、原材料种类、采购日期、质检结果等数据一一对应。同时，要求供应商也建立相应的可追溯体系，以便在原材料出现问题时，能够快速追溯至源头。

（2）在产品生产过程中，按照产品工艺规程，从原材料投入生产开始，每一个环节实时记录产品的加工信息，包括生产设备、操作人员、生产时间、工艺参数、质量检测数据等。每个产品或每批产品都会生成唯一的批生产记录，确保生产过程的每一步都可查可溯。部分产品最小销售单元粘贴唯一标识符，包含 DI（设备识别码）和 PI（生产识别码），通过生产线扫码，关联产品名称、型号规格、生产批号、生产日期、失效日期等基础信息。

（3）在不良事件监测方面，收到医疗器械不良事件报告后，48 小时内调取该产品的全生命周期数据：原材料批次→生产过程→销售出库→使用，形成《不良反应调查报告》提交药监部门。

（4）在产品召回管理方面，若需实施产品召回，通过生产批号查询问题批次的销售区域、涉及医疗机构名单及库存数量，采用“分级召回”策略（一级召回在 1 日内，二级召回 3 日内，三级召回 7 日内通知到有关产品经营企业、使用单位或者告知使用者），并留存召回签收凭证。

4、在销售管理方面，公司建立了《医疗器械销售和售后服务管理制度》《医疗器械出库复核管理制度》《医疗器械退货管理制度》《医疗器械追踪溯源管理制度》等内部制度。在医疗器械销售环节，公司建立了完整的产品销售台账，在产品出库时详细记录了出库产品名称、规格、批号、发货时间、收货单位、收货人等信息，出库复核人员按照医疗器械出库复核操作规程对出库医疗器械逐批进行复核，确保配送医疗器械票、账、货一致，实现产品销售的可追溯；

5、在经销商管理方面，公司建立了经销商订货平台，通过电子信息系统对向经销商实施的产品销售进行统一管理，建立了经销商基础数据库，包括但不限于经销商单位名称、注册地址、经营资质及有效期、联系人等，实现了经销商的可追溯。

根据上述，公司已按照《医疗器械监督管理条例》等相关规定建立了医疗器械产品生产、采购及销售全过程可追溯制度，并通过电子信息系统实现生产、经营产品的可追溯，公司构建了自终端客户向上至医疗器械注册人、备案人及生产企业的追溯链条，如发生医疗器械召回事件时，可达到相关产品召回及责任追究之目的。

三、结合《化妆品监督管理条例》《化妆品功效宣称评价规范》等规定，进一步说明公司化妆品生产是否符合相关质量管理规定，公司化妆品功效宣称评价进度，公司是否存在相关法律风险。

（一）结合《化妆品监督管理条例》等规定，进一步说明公司化妆品生产是否符合相关质量管理规定，公司是否存在相关法律风险

《化妆品监督管理条例》第二十六条规定：“从事化妆品生产活动，应当具备下列条件：（一）是依法设立的企业；（二）有与生产的化妆品相适应的生产场地、环境条件、生产设施设备；（三）有与生产的化妆品相适应的技术人员；（四）有能对生产的化妆品进行检验的检验人员和检验设备；（五）有保证化妆品质量安全的管理制度；”第二十七条规定：“从事化妆品生产活动，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门提出申请，提交其符合本条例第二十六条规定条件的证明资料，并对资料的真实性负责。省、自治区、直辖市人民政府药品监督管理部门应当对申请资料进行审核，对申请人的生产场所进行现场核查……对符合规定条件的，准予许可并发给化妆品生产许可证；对不符合规定条件的，不予许可并书面说明理由……”报告期内，公司已根据上述规定取得并持续持有化妆品生产许可证，具备开展化妆品生产活动的条件。在《化妆品监督管理条例》基础上，《化妆品生产质量管理规范》对化妆品生产质量管理的基本要求作出了具体规定，公司根据该规范建立及执行的化妆品生产质量管理体系具体情况如下：

质量管理体系的构成	《化妆品生产质量管理规范》主要规定	公司建立的质量管理措施
机构与人员	第四条：从事化妆品生产活动的化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当建立与生产的化妆品品种、数量和生产许可项目等相适应的组织机构，明确质量管理、生产等部门的职责和权限，配备与生产的化妆品品种、数量和生产许可项目等相适应的技术人员和检验人员。	公司已建立与化妆品生产品种、数量、生产许可项目相匹配的部门及岗位，包括但不限于研发部（研发工程师、备案注册工程师）、质量管理部（QC、QA）、供应链（生产部、采购部、仓储部、设备部、销售部）等。
	第五条：企业应当建立化妆品质量安全责任制，明确企业法定代表人（或者主要负责人，下同）、质量安全负责人、质量管理部门负责人、生产部门负责人以及其他化妆品质量安全相关岗位的职责，各岗位人员应当按照岗位职责要求，逐级履行相应的化妆品质量安全责任。	公司已通过制度明确企业总经理、质量安全负责人、质量管理部经理、生产部经理、供应链总监、QC 主管、QA 岗位等与化妆品质量安全相关岗位的职责。
	第十条：企业应当制定并实施从业人员入职培训和年度培训计划，确保员工熟悉岗位职责，具备履行岗位职责的法律知识、专业知识以及操作技能，考核合格后方可上岗。企业应当建立员工培训档案，包括培训人员、时间、内容、方式及考核情况等。	报告期内，公司制定了年度培训计划，对生产部员工进行培训及考核，并对培训情况予以记录。
	第十一条：企业应当建立并执行从业人员健康管理制度。直接从事化妆品生产活动的人员应当在上岗前接受健康检查，上岗后每年接受健康检查。患有国务院卫生主管部门规定的有碍化妆品质量安全疾病的人员不得直接从事化妆品生产活动。企业应当建立从业人员健康档案，至少保存 3 年。企业应当建立并执行进入生产车间卫生管理制度、外来人员管理制度，不得在生产车间、实验室内开展对产品质量安全有不利影响的活动。	公司制定并执行了《员工健康管理制度》《外来人员进入车间管理制度》《外来人员管理制度》等制度。
质量保证与控制	第十二条：企业应当建立健全化妆品生产质量管理体系文件，包括质量方针、质量目标、质量管理制度、质量标准、产品配方、生产工艺规程、操作规程，以及法律法规要求的其他文件。企业应当建立并执行文件管理制度，保证化妆品生产质量管理体系文件的制定、审核、批准、发放、销毁等得到有效控制。	公司制定并执行了化妆品生产质量管理体系文件，包括但不限于《质量方针和质量目标管理制度》《管理手册》等，针对不同产品制定了成品质量标准、工艺规程，并建立了《文件控制程序》，保证质量管理体系文件的制定、修改、审核、批准、处置等得到有效控制。
	第十三条：与本规范有关的活动均应当形成记录。企业应当建立并执行记录管理制度。记录应当真实、完整、准确，清晰易辨，相互关联可追溯，不得随意更改，更正应当留痕并签注更正人姓名及日期。	公司制定并执行了《记录控制程序》，确保对体系记录的标识、贮存、检索、保护、保存期限和处置等进行控制，以提供产品、过程符合要求及体系有效运行的证据。
	第十四条：企业应当建立并执行追溯管理制度，对原料、内包材、半成品、成品制定明确的批号管理规则，与每批产品生产相关的所有记录应当相互关联，保证物料采购、产	公司制定并执行了《标识和可追溯控制程序》，通过对原料、包装材料、中间产品、成

质量管理体系的构成	《化妆品生产质量管理规范》主要规定	公司建立的质量管理措施
	品生产、质量控制、贮存、销售和召回等全部活动可追溯。	品及相应检验状态进行标识，防止出现混淆、不合格品误用及生产过程中导致错误，达到可追溯的目的。
	第十五条：企业应当建立并执行质量管理体系自查制度，包括自查时间、自查依据、相关部门和人员职责、自查程序、结果评估等内容。 企业应当每年对化妆品生产质量管理规范的执行情况进行自查。出现连续停产 1 年以上，重新生产前应当进行自查，确认是否符合本规范要求；化妆品抽样检验结果不合格的，应当按规定及时开展自查并进行整改。	公司制定并执行了《自查管理控制程序》，明确了公司启动自查、质量体系自查具体实施方式。报告期内，公司每年均对化妆品生产质量管理规范的执行情况进行自查。
	第十六条：企业应当建立并执行检验管理制度，制定原料、内包材、半成品以及成品的质量控制要求，采用检验方式作为质量控制措施的，检验项目、检验方法和检验频次应当与化妆品注册、备案资料载明的技术要求一致。	公司制定并执行了《检验与测试管理制度》《原辅料、包材检验管理制度》《中间产品及成品的检验管理制度》《留样管理制度》，明确了对原辅料、包材等取样及检验要求。
	第十七条：企业应当建立与生产的化妆品品种、数量和生产许可项目等相适应的实验室，至少具备菌落总数、霉菌和酵母菌总数等微生物检验项目的检验能力，并保证检测环境、检验人员以及检验设施、设备、仪器和试剂、培养基、标准品等满足检验需要。重金属、致病菌和产品执行的标准中规定的其他安全性风险物质，可以委托取得资质认定的检验检测机构进行检验。 企业应当建立并执行实验室管理制度，保证实验设备仪器正常运行，对实验室使用的试剂、培养基、标准品的配制、使用、报废和有效期实施管理，保证检验结果真实、完整、准确。	公司建立了实验室及微生物室，制定并执行了《实验室管理制度》《微生物室管理制度》《微生物检验管理制度》等制度。公司委托第三方检测机构对实验室环境与《洁净厂房设计规范》《生物安全实验室建筑技术规范》等相符性进行定期检测。
	第十八条：企业应当建立并执行留样管理制度。每批出厂的产品均应当留样，留样数量至少达到出厂检验需求量的 2 倍，并应当满足产品质量检验的要求。	公司制定并执行了《留样管理制度》，对成品留样原则、对象、数量、期限、程序等进行明确规定。
厂房设施与设备管理	第十九条：企业应当具备与生产的化妆品品种、数量和生产许可项目等相适应的生产场地和设施设备。生产场地选址应当不受有毒、有害场所以及其他污染源的影响，建筑结构、生产车间和设施设备应当便于清洁、操作和维护。	公司具备与生产化妆品品种、数量和许可项目相适应的场地和设施设备，公司委托第三方检测机构对化妆品生产车间环境与《洁净厂房设计规范》《化妆品生产质量管理规范》等相符性进行定期检测。
	第二十五条：企业应当建立并执行生产设备管理制度，包括生产设备的采购、安装、确认、使用、维护保养、清洁等要求，对关键衡器、量具、仪表和仪器定期进行检定或者	公司制定并执行了《设备选型与购置管理制度》《设备开箱验收管理制度》《设备安装与

质量管理体系的构成	《化妆品生产质量管理规范》主要规定	公司建立的质量管理措施
	校准。 企业应当建立并执行主要生产设备使用规程。设备状态标识、清洁消毒标识应当清晰。 企业应当建立并执行生产设备、管道、容器、器具的清洁消毒操作规程。所选用的润滑剂、清洁剂、消毒剂不得对物料、产品或者设备、器具造成污染或者腐蚀。	调试验收管理制度》《设施设备控制程序》 《仪器设备的使用、维护保养及维修管理制度》《设备清洁管理制度》等制度。
	第二十六条：企业制水、水贮存及输送系统的设计、安装、运行、维护应当确保工艺用水达到质量标准要求。 企业应当建立并执行水处理系统定期清洁、消毒、监测、维护制度。	公司制定并执行了《工艺用水质量监控管理制度》《工艺用水系统管理制度》等制度，明确了对工艺用水系统的设备管理及定期监测要求。
	第二十七条：企业空气净化系统的设计、安装、运行、维护应当确保生产车间达到环境要求。 企业应当建立并执行空气净化系统定期清洁、消毒、监测、维护制度。	公司制定并执行了《净化空调系统管理制度》，明确了对洁净区净化空调系统的管理制度，保证进入洁净厂房的空气始终达到洁净度级别要求。
物料与产品管理	第二十八条：企业应当建立并执行物料供应商遴选制度，对物料供应商进行审核和评价。企业应当与物料供应商签订采购合同，并在合同中明确物料验收标准和双方质量责任。	公司制定并执行了《供应商管理制度》等制度，并在采购合同中明确约定了验收标准和双方质量责任。
	第二十九条：企业应当建立并执行物料审查制度，建立原料、外购的半成品以及内包材清单，明确原料、外购的半成品成分，留存必要的原料、外购的半成品、内包材质量安全相关信息。 第三十条：企业应当建立并执行物料进货查验记录制度，建立并执行物料验收规程，明确物料验收标准和验收方法。企业应当按照物料验收规程对到货物料检验或者确认，确保实际交付的物料与采购合同、送货票证一致，并达到物料质量要求。	公司制定并执行了《物料购入验收入库管理制度》《原辅料、包材检验管理制度》《留样管理制度》等制度，确保采购和使用物料符合相应质量要求。
	第三十二条：企业应当建立并执行物料放行管理制度，确保物料放行后方可用于生产。企业应当建立并执行不合格物料处理规程。超过使用期限的物料应当按照不合格品管理。	公司制定并执行了《放行管理制度》，防止不合格的物料投入生产、不合格的中间产品流入下道工序、不合格的成品出厂。
	第三十三条：企业生产用水的水质和水量应当满足生产要求，水质至少达到生活饮用水卫生标准要求。生产用水为小型集中式供水或者分散式供水的，应当由取得资质认定的检验检测机构对生产用水进行检测，每年至少一次。 企业应当建立并执行工艺用水质量标准、工艺用水管理规程，对工艺用水水质定期监测，确保符合生产质量要求。	公司制定并执行了《工艺用水质量监控管理制度》《工艺用水系统管理制度》等制度，明确了对工艺用水系统的设备管理及定期监测要求。公司委托第三方检测机构对纯化水进行定期检验，确保符合生产质量要求。
	第三十四条：产品应当符合相关法律法规、强制性国家标准、技术规范和化妆品注册、	公司制定并执行了《标签管理制度》《产品标

质量管理体系的构成	《化妆品生产质量管理规范》主要规定	公司建立的质量管理措施
	备案资料载明的技术要求。 企业应当建立并执行标签管理制度，对产品标签进行审核确认，确保产品的标签符合相关法律法规、强制性国家标准、技术规范的要求。内包材上标注标签的生产工序应当在完成最后一道接触化妆品内容物生产工序的生产企业内完成。	签审核管理制度》，明确了产品标签内容、禁止使用的宣称内容、审核流程等要求。
生产过程管理	第三十六条：企业应当按照化妆品注册、备案资料载明的技术要求建立并执行生产工艺规程和岗位操作规程，确保按照化妆品注册、备案资料载明的技术要求生产产品。企业应当明确生产工艺参数及工艺过程的关键控制点，主要生产工艺应当经过验证，确保能够持续稳定地生产出合格的产品。	公司针对不同化妆品产品建立了生产工艺规程，包括产品配方、工艺简述、工艺流程、质量标准等内容，确保能够持续稳定地生产合格产品。
	第四十条：企业应当对生产过程按照生产工艺规程和岗位操作规程进行控制，应当真实、完整、准确地填写生产记录。 生产记录应当至少包括生产指令、领料、称量、配制、填充或者灌装、包装、产品检验以及放行等内容。	公司针对不同化妆品产品建立了生产工艺规程，产品生产按批次进行全过程记录，记录包括批生产指令、生产物料、批生产记录、包装及记录、车间环境、物料平衡、检验报告单审核、偏差与变更处理、清场记录、产品放行单等内容。
	第四十四条：企业应当建立并执行不合格品管理制度，及时分析不合格原因。企业应当编制返工控制文件，不合格品经评估确认能够返工的，方可返工。不合格品的销毁、返工等处理措施应当经质量管理部门批准并记录。	公司制定并执行了《不合格品控制程序》，对不合格品进行识别和管理，防止不合格品的非预期使用或交付。
	第四十五条：企业应当建立并执行产品放行管理制度，确保产品经检验合格且相关生产和质量活动记录经审核批准后，方可放行。 上市销售的化妆品应当附有出厂检验报告或者合格标记等形式的产品质量检验合格证明。	公司制定并执行了《放行管理制度》，防止不合格的物料投入生产、不合格的中间产品流入下道工序、不合格的成品出厂。
产品销售管理	第五十八条：化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当建立并执行产品销售记录制度，并确保所销售产品的出货单据、销售记录与货品实物一致。	公司制定并执行了《产品销售记录管理制度》并对销售情况进行记录。
	第五十九条：化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当建立并执行产品贮存和运输管理制度。依照有关法律法规的规定和产品标签标示的要求贮存、运输产品，定期检查并且及时处理变质或者超过使用期限等质量异常的产品。	公司制定并执行了《成品的储存和出厂发货管理制度》，明确了成品入库、成品储存和保管、成品的出库等要求。
	第六十条：化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当建立并执行退货记录制度。退货记录内容应当包括退货单位、产品名称、净含量、使用期限、数量、退货原因以及处理结果等内容。	公司制定并执行了《市场产品退、换货管理制度》，并按照规定对退货情况进行记录。
	第六十一条：化妆品注册人、备案人、受托生产企业应当建立并执行产品质量投诉管理	公司制定并执行了《客诉处理控制程序》，明

质量管理体系的构成	《化妆品生产质量管理规范》主要规定	公司建立的质量管理措施
	制度，指定人员负责处理产品质量投诉并记录。质量管理部门应当对投诉内容进行分析评估，并提升产品质量。	确了客诉负责部门、客诉处理流程等。
	第六十二条：化妆品注册人、备案人应当建立并实施化妆品不良反应监测和评价体系。受托生产企业应当建立并执行化妆品不良反应监测制度。	公司制定并执行了《不良反应监测管理程序》，防止化妆品生产过程中流出不良反应产品。
	第六十三条：化妆品注册人、备案人应当建立并执行产品召回管理制度，依法实施召回工作。发现产品存在质量缺陷或者其他问题，可能危害人体健康的，应当立即停止生产，召回已经上市销售的产品，通知相关化妆品经营者和消费者停止经营、使用，记录召回和通知情况。对召回的产品，应当清晰标识、单独存放，并视情况采取补救、无害化处理、销毁等措施。因产品质量问题实施的化妆品召回和处理情况，化妆品注册人、备案人应当及时向所在地省、自治区、直辖市药品监督管理部门报告。	公司制定并执行了《产品召（撤）回控制程序》，报告期内，公司不存在因产品严重质量缺陷导致的产品召回情形，公司按照上述制度规定对产品召回进行演练，验证公司质量管理体系的有效性。

报告期内，公司不存在因生产、经营的化妆品重大质量问题被追偿、索赔或被行政处罚的情形，不存在因化妆品生产违规事项导致的法律风险。

（二）结合《化妆品监督管理条例》《化妆品功效宣称评价规范》等规定，进一步说明公司化妆品功效宣称评价进度，公司是否存在相关法律风险

《化妆品监督管理条例》第六条规定：“化妆品注册人、备案人对化妆品的质量安全和功效宣称负责；”第二十二條规定：“化妆品的功效宣称应当有充分的科学依据。化妆品注册人、备案人应当在国务院药品监督管理部门规定的专门网站公布功效宣称所依据的文献资料、研究数据或者产品功效评价资料的摘要，接受社会监督。”报告期内，公司对备案及注册的化妆品进行功效宣称评价，并通过国家药品监督管理局指定的专门网站上公布了功效宣称依据文件简述。

根据《化妆品功效宣称评价规范》相关规定，公司对化妆品的功效宣称评价进度如下：

化妆品注册/备案时间	化妆品功效宣称评价完成时间要求	公司化妆品功效宣称评价进度
2022 年 1 月 1 日后	申请注册或备案时即需完成	截至查询日 ⁷ ，公司共计持有 58 项于 2022 年 1 月 1 日后备案的化妆品，该等产品均已于产品备案时完成功效宣称评价并公布相应依据简述。
2021 年 5 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	2022 年 5 月 1 日前	截至查询日，公司不存在于 2021 年 5 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日备案的化妆品；经查询于 2023 年 1 月 1 日后注销的上述期间备案的化妆品，相关产品已进行功效宣称评价。
2021 年 5 月 1 日前	2023 年 5 月 1 日前	截至查询日，公司共计持有 3 项于 2021 年 5 月 1 日前备案的化妆品，其中 1 项产品功效系能够通过视觉、嗅觉等感官直接识别的产品，根据《化妆品功效宣称评价规范》，可免于公布产品功效宣称依据的摘要；其余 2 项已于规定期限前完成功效宣称评价并公布相应依据简述。

报告期内，公司不存在因未按照规定对注册、备案的化妆品进行功效宣称评价而被行政处罚的情形，不存在因未履行化妆品功效宣称评价程序导致的法律风险。

四、结合《广告法》《医疗器械广告审查办法》《医疗器械广告审查发布标准》《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》等法律法规及规范性文件，说明公司产品推广是否合法合规，是否取得广告批准文件

报告期内，公司经营的主要产品为第二类医疗器械和国产普通化妆品，国家关于医疗器械和化妆品广告监管的主要规定如下：

⁷ 此表格所称“查询日”，均指通过国家药品监督管理局国产普通化妆品备案信息查询系统查询公司化妆品功效宣称评价情况的日期，即 2025 年 7 月 12 日。

1、《中华人民共和国广告法（2021 年修正）》第十六条规定：“医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容：（一）表示功效、安全性的断言或者保证；（二）说明治愈率或者有效率；（三）与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较；（四）利用广告代言人作推荐、证明；（五）法律、行政法规规定禁止的其他内容……医疗器械产品注册证明文件中有禁忌内容、注意事项的，广告中应当显著标明‘禁忌内容或者注意事项详见说明书；’”第十七条规定：“除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语；”第四十六条规定：“发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。”

2、《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法（国家市场监督管理总局令第 21 号）》第二条规定：“未经审查不得发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告；”第六条规定：“医疗器械广告的内容应当以药品监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准。医疗器械广告涉及医疗器械名称、适用范围、作用机理或者结构及组成等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。医疗器械产品注册证书中有禁忌内容、注意事项的，广告应当显著标明‘禁忌内容或者注意事项详见说明书’”第九条规定：“药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告应当显著标明广告批准文号；”第十条规定：“药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告中应当显著标明的内容，其字体和颜色必须清晰可见、易于辨认，在视频广告中应当持续显示。”

3、《医疗器械监督管理条例》第六十条规定：“医疗器械广告的内容应当真实合法，以经负责药品监督管理的部门注册或者备案的医疗器械说明书为准，不得含有虚假、夸大、误导性的内容。发布医疗器械广告，应当在发布前由省、自治区、直辖市人民政府确定的广告审查机关对广告内容进行审查，并取得医疗器械广告批准文号；未经审查，不得发布。省级以上人民政府药品监督管理部门责令暂停生产、进口、经营和使用的医疗器械，在暂停期间不得发布涉及该医疗器械的广告。医疗器械广告的审查办法由国务院市场监督管理部门制定。”

4、《化妆品监督管理条例》第四十三条规定：“化妆品广告的内容应当真实、合

法。化妆品广告不得明示或者暗示产品具有医疗作用，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。”

根据上述规定，国家对医疗器械广告发布实施审查制度，对化妆品广告发布进行动态监管。按照上述规定要求，公司在发布医疗器械广告前取得了相应医疗器械产品广告审查准予许可，截至本回复出具之日，公司共计持有 145 项有效的广告审查准予许可，具体情况如下：

产品名称	产品注册证号	广告审查批准文号	有效期至	审批部门
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260908-01786 号	2026 年 9 月 8 日	陕西省市监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260908-01787 号	2026 年 9 月 8 日	陕西省市监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260908-02469 号	2026 年 9 月 8 日	陕西省西咸新区市 监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260908-02881 号	2026 年 9 月 8 日	陕西省西咸新区市 监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260908-03290 号	2026 年 9 月 8 日	陕西省西咸新区市 监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260908-03461 号	2026 年 9 月 8 日	陕西省西咸新区市 监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260923-05625 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260430-05208 号	2026 年 4 月 30 日	陕西省西咸新区市 监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 270327-06213 号	2027 年 3 月 27 日	陕西省西咸新区市 监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260908-06771 号	2026 年 9 月 8 日	陕西省西咸新区市 监局
海藻酸钠修护敷料	陕械注准 20212140109	陕械广审（文）第 260908-06772 号	2026 年 9 月 8 日	陕西省西咸新区市 监局
海藻酸钠修护敷料	湘械注准 20222141697	湘械广审（文）第 251231-413621 号	2025 年 12 月 31 日	湖南省市监局
海藻酸钠修护敷料	湘械注准 20222141697	湘械广审（文）第 270907-522863 号	2027 年 9 月 7 日	湖南省市监局
海藻酸钠修护敷料	湘械注准 20222141697	湘械广审（视）第 270907-50819 号	2027 年 9 月 7 日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520517 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520476 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520475 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520474 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520543 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局

产品名称	产品注册证号	广告审查批准文号	有效期至	审批部门
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520542号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520618号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520603号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520602号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520601号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520600号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520599号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520598号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（视）第 260401-50686号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（视）第 260401-50682号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-520523号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（视）第 260401-50692号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-522773号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	陕械注准 20232140142	湘械广审（文）第 260401-522561号	2026年4月 1日	湖南省市监局
皮肤修护敷料	琼械注准 20232140064	陕械广审（文）第 260503-05548号	2026年5月 3日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护敷料	琼械注准 20232140064	陕械广审（视）第 260503-01294号	2026年5月 3日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护敷料	琼械注准 20232140064	陕械广审（视）第 260923-01344号	2026年9月 23日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护敷料	琼械注准 20232140064	陕械广审（文）第 260503-06716号	2026年5月 3日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护敷料	琼械注准 20232140064	陕械广审（文）第 260503-06717号	2026年5月 3日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护敷料	琼械注准 20232140064	陕械广审（文）第 260923-06768号	2026年9月 23日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护敷料	琼械注准 20232140064	陕械广审（文）第 260923-06769号	2026年9月 23日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护敷料	琼械注准 20232140064	陕械广审（文）第 260923-06807号	2026年9月 23日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护无菌敷料	陕械注准 20212140098	陕械广审（文）第 260613-02698号	2026年6月 13日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护无菌敷料	陕械注准 20212140098	陕械广审（文）第 260817-01785号	2026年8月 17日	陕西省市监局

产品名称	产品注册证号	广告审查批准文号	有效期至	审批部门
皮肤修护无菌敷料	陕械注准 20212140098	陕械广审（文）第 260429-04853 号	2026 年 4 月 29 日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护无菌敷料	陕械注准 20212140098	陕械广审（文）第 260817-05924 号	2026 年 8 月 17 日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护无菌敷料	陕械注准 20212140098	陕械广审（文）第 260923-06234 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护无菌敷料	陕械注准 20212140098	陕械广审（文）第 260817-06419 号	2026 年 8 月 17 日	陕西省西咸新区市 监局
透明质酸修护生物敷料	湘械注准 20222142156	湘械广审（文）第 251231-412456 号	2025 年 12 月 31 日	湖南省市监局
透明质酸修护生物敷料	湘械注准 20222142156	湘械广审（文）第 251231-412457 号	2025 年 12 月 31 日	湖南省市监局
无菌皮肤屏障液体敷料	陕械注准 20222140071	陕械广审（文）第 250904-03801 号	2025 年 9 月 4 日	陕西省西咸新区市 监局
无菌皮肤屏障液体敷料	陕械注准 20222140071	陕械广审（文）第 260613-02471 号	2026 年 6 月 13 日	陕西省西咸新区市 监局
医用皮肤修护敷料	湘械注准 20222142157	湘械广审（文）第 251231-411739 号	2025 年 12 月 31 日	湖南省市监局
医用皮肤修护敷料	湘械注准 20222142157	湘械广审（文）第 251231-411352 号	2025 年 12 月 31 日	湖南省市监局
医用皮肤修护敷料	湘械注准 20222142157	湘械广审（文）第 271205-418270 号	2027 年 12 月 5 日	湖南省市监局
医用修护敷料	湘械注准 20222141698	湘械广审（文）第 260228-411704 号	2026 年 2 月 28 日	湖南省市监局
医用修护敷料	湘械注准 20222141698	湘械广审（文）第 251231-413538 号	2025 年 12 月 31 日	湖南省市监局
医用修护敷料	湘械注准 20222141698	湘械广审（文）第 251231-413570 号	2025 年 12 月 31 日	湖南省市监局
医用修护敷料	湘械注准 20222141698	湘械广审（文）第 270907-417246 号	2027 年 9 月 7 日	湖南省市监局
医用修护敷料	湘械注准 20222141698	湘械广审（视）第 270907-50821 号	2027 年 9 月 7 日	湖南省市监局
医用修护敷料	湘械注准 20222141698	湘械广审（视）第 270907-50822 号	2027 年 9 月 7 日	湖南省市监局
医用修护敷料	湘械注准 20222141698	湘械广审（文）第 270907-524174 号	2027 年 9 月 7 日	湖南省市监局
重组胶原蛋白软膏敷料	陕械注准 20232140083	陕械广审（文）第 260822-05396 号	2026 年 8 月 22 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白软膏敷料	陕械注准 20232140083	陕械广审（文）第 260927-05547 号	2026 年 9 月 27 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白软膏敷料	陕械注准 20232140083	陕械广审（视）第 260923-01285 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白软膏敷料	陕械注准 20232140083	陕械广审（文）第 260923-06145 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白软膏敷料	陕械注准 20232140083	陕械广审（文）第 260923-06157 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白软膏敷料	陕械注准 20232140083	陕械广审（视）第 260923-01332 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局

产品名称	产品注册证号	广告审查批准文号	有效期至	审批部门
重组胶原蛋白软膏敷料	陕械注准 20232140083	陕械广审（文）第 260923-06688 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白软膏敷料	陕械注准 20232140083	陕械广审（文）第 260923-06689 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白软膏敷料	陕械注准 20232140083	陕械广审（文）第 260923-06690 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（视）第 260429-00151 号	2026 年 4 月 29 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（视）第 260516-01273 号	2026 年 5 月 16 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260516-04949 号	2026 年 5 月 16 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260616-05096 号	2026 年 6 月 16 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260923-05882 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260923-05885 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260923-06146 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（视）第 260429-00151 号	2026 年 4 月 29 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260717-05307 号	2026 年 7 月 17 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260717-05308 号	2026 年 7 月 17 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（视）第 260923-01295 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260923-06194 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260923-06196 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260923-06195 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（视）第 260923-01328 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260923-06417 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260923-06418 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（视）第 260923-01343 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护敷料	陕械注准 20232140144	陕械广审（文）第 260923-06625 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白液体敷料	陕械注准 20232140082	陕械广审（视）第 260429-00152 号	2026 年 4 月 29 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白液体敷料	陕械注准 20232140082	陕械广审（视）第 260511-01272 号	2026 年 5 月 11 日	陕西省西咸新区市 监局

产品名称	产品注册证号	广告审查批准文号	有效期至	审批部门
重组胶原蛋白液体敷料	陕械注准 20232140082	陕械广审（文）第 260923-06040 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白液体敷料	陕械注准 20232140082	陕械广审（文）第 260822-05397 号	2026 年 8 月 22 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白液体敷料	陕械注准 20232140082	陕械广审（文）第 260923-06096 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白液体敷料	陕械注准 20232140082	陕械广审（文）第 260923-06147 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白液体敷料	陕械注准 20232140082	陕械广审（视）第 260923-01346 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白液体敷料	陕械注准 20232140082	陕械广审（文）第 260923-06691 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白液体敷料	琼械注准 20232140074	陕械广审（文）第 260923-06249 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白液体敷料	琼械注准 20232140074	陕械广审（文）第 260923-06561 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组贻贝粘蛋白膏体敷料	湘械注准 20232140141	湘械广审（文）第 260228-411676 号	2026 年 2 月 28 日	湖南省市监局
重组贻贝粘蛋白水凝胶敷料	湘械注准 20222142096	湘械广审（文）第 260228-411695 号	2026 年 2 月 28 日	湖南省市监局
重组贻贝粘蛋白水凝胶敷料	湘械注准 20222142096	湘械广审（文）第 271117-415888 号	2027 年 11 月 17 日	湖南省市监局
重组贻贝粘蛋白水凝胶敷料	湘械注准 20222142096	湘械广审（文）第 271117-522850 号	2027 年 11 月 17 日	湖南省市监局
皮肤修护软膏敷料	陕械注准 20242140163	湘械广审（文）第 251027-418489 号	2025 年 10 月 27 日	湖南省市监局
皮肤修护软膏敷料	陕械注准 20242140163	湘械广审（视）第 260401-50705 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局
皮肤修护软膏敷料	陕械注准 20242140163	湘械广审（文）第 260401-522568 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局
皮肤修护液体敷料	陕械注准 20242140149	湘械广审（文）第 251027-418487 号	2025 年 10 月 27 日	湖南省市监局
皮肤修护液体敷料	陕械注准 20242140149	湘械广审（文）第 251027-418488 号	2025 年 10 月 27 日	湖南省市监局
皮肤修护液体敷料	陕械注准 20242140149	陕械广审（文）第 260923-06071 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护液体敷料	陕械注准 20242140149	陕械广审（文）第 260923-06191 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护液体敷料	陕械注准 20242140149	湘械广审（视）第 260401-50706 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局
皮肤修护液体敷料	陕械注准 20242140149	湘械广审（视）第 260401-50707 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局
皮肤修护液体敷料	陕械注准 20242140149	湘械广审（文）第 260401-522562 号	2026 年 4 月 1 日	湖南省市监局
皮肤修护液体敷料	陕械注准 20242140149	陕械广审（视）第 260923-01333 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护液体敷料	陕械注准 20242140149	陕械广审（视）第 260923-01334 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局

产品名称	产品注册证号	广告审查批准文号	有效期至	审批部门
皮肤修护液体敷料	琼械注准 20242140043	陕械广审（文）第 260923-05644 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护软膏敷料	琼械注准 20242140044	陕械广审（文）第 260923-05624 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
皮肤修护喷剂敷料	琼械注准 20242140042	陕械广审（文）第 260923-05623 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白贴敷料	琼械注准 20232140072	陕械广审（文）第 260923-06559 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白喷剂敷料	琼械注准 20232140075	陕械广审（文）第 260923-06560 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白膏体敷料	琼械注准 20232140073	陕械广审（文）第 260923-06250 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白膏体敷料	琼械注准 20232140073	陕械广审（文）第 260923-06565 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
牙齿脱敏剂	陕械注准 20222170075	陕械广审（文）第 260923-05923 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04602 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04603 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04616 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04797 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04799 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04800 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04801 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04802 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04803 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04804 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04805 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 251231-04806 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
生理性海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140048	陕械广审（文）第 260927-05955 号	2026 年 9 月 27 日	陕西省西咸新区市 监局
类贻贝粘蛋白水凝胶敷料	琼械注准 20222140061	陕械广审（文）第 260511-04890 号	2026 年 5 月 11 日	陕西省西咸新区市 监局
高渗海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140047	陕械广审（文）第 251231-05057 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
高渗海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140047	陕械广审（文）第 251231-05296 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局

产品名称	产品注册证号	广告审查批准文号	有效期至	审批部门
高渗海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140047	陕械广审（文）第 251231-05297 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
高渗海水鼻腔喷雾器	陕械注准 20232140047	陕械广审（文）第 251231-05298 号	2025 年 12 月 31 日	陕西省西咸新区市 监局
重组胶原蛋白修护无菌敷料	陕械注准 20242140159	陕械广审（文）第 260923-06251 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局
重组贻贝粘蛋白创面敷料	湘械注准 20222142097	湘械广审（文）第 270318-521199 号	2027 年 3 月 18 日	湖南省市监局
重组贻贝粘蛋白创面敷料	湘械注准 20222142097	湘械广审（文）第 271117-522851 号	2027 年 11 月 17 日	湖南省市监局
贻贝粘蛋白软膏敷料	陕械注准 20242140124	陕械广审（文）第 260923-06692 号	2026 年 9 月 23 日	陕西省西咸新区市 监局

报告期内，公司注册的医疗器械在发布医疗器械广告前取得了相应医疗器械产品广告审查准予许可；针对公司外采医疗器械产品的广告发布行为，由供应商按照公司提供的广告样件及主管部门监管要求申请医疗器械广告审查，取得相应广告审查准予许可后，由公司按照经审查通过的广告样件发布相应医疗器械产品广告。

公司制定了《推广物料审查发布流程》等内部制度，对广告制作规则、医疗器械广告审查、化妆品及儿童化妆品广告要求、推广物料审核流程等作出具体规定，以保障推广活动合法合规开展。

根据公司取得的《市场主体专用信用报告（无违法违规证明版）》（适用于四川省注册的主体）、《专用公共信用信息报告（企业上市版）》（适用于海南省注册的主体）、《企业专项信用报告》（适用于浙江省注册的主体）、《专用信用报告（替代有无违法记录证明专用版）》（适用于上海市注册的主体）、《陕西省经营主体公共信用报告（有无违法违规记录）》《湖南省公共信用合法合规证明报告》及西藏自治区藏青工业园区管理委员会食品药品监督管理局出具的证明，并经查询国家市场监督管理总局、陕西省市场监督管理局、湖南省市场监督管理局、海南省市场监督管理局、西藏自治区市场监督管理局等网站，报告期内，公司不存在因产品推广违法违规行为受到主管部门行政处罚的情形。

五、请主办券商及律师核查上述事项，并发表明确意见

（一）核查程序

针对上述事项，主办券商、申报律师进行了如下核查：

1、查阅公司产品销售明细与分类，了解公司按照产品类型划分的具体销售收入构成；查阅医疗器械、化妆品行业相关监管规定，核实公司开展医疗器械、化妆品生产、经营活动需取得的资质证书；查阅公司取得的医疗器械、化妆品生产许可、备案资质、医疗器械及化妆品产品注册、备案文件，核实公司是否具备开展医疗器械、化妆品生产的合法资质；取得公司医疗器械、化妆品生产活动开展地区主管部门出具的合规证明，并查询主管部门等官方网站公开信息，核查公司未取得相关资质开展生产活动等违法违规情形。

2、查阅医疗器械、化妆品行业相关监管规定，核实开展医疗器械经营所需资质；查阅公司就经销商管理制定的制度以及公司报告期各期前五十大经销商的医疗器械经营资质，核查公司经销商资质管理情况；取得公司主管部门出具的合规证明，核查公司是否存在因经销商无资质经营被主管部门处罚的情形。

3、核查公司及公司董事、监事、高级管理人员、销售总监、采购主管报告期内流水，走访公司主要客户、供应商，取得公司主管部门出具的合规证明及公司董事、监事、高级管理人员无犯罪记录证明，查询中国裁判文书网、12309 中国检察网等网站公开信息，核查公司是否存在商业贿赂等违法违规情形。

4、获取公司注册的国家医疗器械不良事件监测信息系统账号并查看报告期内的医疗器械不良事件报告，核实不良事件调查及评价是否均已经主管监测部门审核通过；查询国家药品监督管理局、中国裁判文书网等网站公开信息，核查公司是否存在医疗器械再评价或召回情形；查阅公司针对产品质量投诉制定的制度及相应投诉记录、公司报告期内营业外支出明细，核查公司是否存在因产品质量问题承担责任的情形。

5、查阅医疗器械行业相关监管规定，明确医疗器械研制、生产、经营、使用全过程的安全性、有效性保障要求；查阅公司就医疗器械生产、医疗器械经营建立的医疗器械质量管理体系文件，逐项核实是否已按照监管规定建立相应保障机制；查阅公司报告期内医疗器械生产、经营质量管理体系自查报告，了解公司质量管理体系合规运行情况；取得公司主管部门出具的合规证明，核查公司是否存在因发生影响医疗器械安全性、有效性的重大事件被主管部门处罚的情形。

6、查阅医疗器械唯一标识产品目录，核实公司是否存在纳入唯一标识强制实施范围内的产品；查阅公司制定的《医疗器械追踪溯源管理制度》等医疗器械生产、采购

及销售全过程可追溯保障制度；查询国家药品监督管理局医疗器械唯一标识数据库，核查公司已进行医疗器械唯一标识管理的医疗器械产品；查看公司 ERP 系统、经销商订货系统等信息系统，了解公司信息管理系统建设及在产品溯源管理中的运用情况。

7、查阅公司报告期内营业外支出明细，核查公司是否存在因产品质量问题支出费用的情形；查询中国裁判文书网、12309 中国检察网、人民法院公告网、中国执行信息公开网、企查查、信用中国、行政处罚文书网等网站公开信息，确认公司是否存在因产品质量问题涉及诉讼纠纷或被有关部门予以行政处罚的情形。

8、查阅国家化妆品行业相关监管规定，明确化妆品生产质量管理要求；查阅公司就化妆品生产建立的质量管理体系文件，查阅了公司自查报告、检测报告、生产记录、销售记录、退货记录、培训记录等与质量管理体系执行相关文件，逐项核实公司是否已按照监管规定建立相应保障机制；

9、查阅公司《化妆品监督管理条例》《化妆品功效宣称评价规范》，明确化妆品功效宣称具体要求；查询国家药品监督管理局数据系统国产普通化妆品备案信息，核查公司持有的化妆品备案及功效宣称评价及公布信息；通过公司账号登录国家药品监督管理局普通化妆品备案管理系统，查询公司化妆品功效宣称评价进度情况；取得公司主管部门出具的合规证明，并查询国家药品监督管理局等网站公开信息，核查公司是否存在未按规定进行化妆品功效宣称评价被有关部门予以行政处罚的情形。

10、查阅《中华人民共和国广告法》《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》及医疗器械、化妆品行业相关规定，明确国家对医疗器械、化妆品广告的监管方式；查阅公司制定的推广物料审查相关制度、公司持有的广告审查准予许可，并查询公司主要医疗器械供应商主管市场监督管理部门网站，核查公司就医疗器械广告发布履行的广告审查程序；查询公司主要线上销售平台发布的医疗器械广告；取得公司主管部门出具的合规证明，并查询国家市场监督管理总局等网站公开信息，核查公司是否存在因违法违规广告发布行为被有关部门予以行政处罚的情形。

（二）核查结论

经核查，主办券商、申报律师认为：

1、报告期内，公司已取得开展生产活动相应产品所必备的产品备案/注册证书、

产品生产备案/许可证书等相关资质，且该等资质均在有效期内，公司生产活动合法合规，不存在应取得但未取得医疗器械生产许可证、化妆品生产许可证、医疗器械注册证等资质的情形；公司不存在因未取得生产所需资质而被行政处罚或存在被行政处罚风险的情形；公司不存在因经销商未持有医疗器械经营相关资质而被行政主管部门处罚的情形，公司医疗器械产品销售合法合规；公司不存在商业贿赂等违法违规行为。

2、报告期内，公司对医疗器械不良事件的调查、分析、控制措施与评价均已经政府主管监测部门审核通过，公司不存在因医疗器械产品不良事件导致的医疗器械再评价或召回情形；公司报告期内虽存在产品相关售后投诉事项，但公司已就该等事项与客户进行协商并妥善处理，不存在因产品质量问题导致的诉讼、仲裁等纠纷及行政处罚事项；公司已按照《医疗器械监督管理条例》《医疗器械生产监督管理办法》《医疗器械经营监督管理办法》《医疗器械生产质量管理规范》《医疗器械经营质量管理规范》等有关规定制定和执行保障医疗器械产品研发、生产、经营、使用全过程中的安全性、有效性的质量管理体系、程序，不存在因影响医疗器械安全性、有效性的重大质量问题被追偿、索赔或被行政处罚的情形；公司已制定并执行了医疗器械产品可追溯的具体措施。

3、报告期内，公司按照《化妆品监督管理条例》《化妆品生产质量管理规范》等有关规定制定和执行化妆品生产质量管理体系、程序，公司注册、备案的化妆品均已按照《化妆品监督管理条例》《化妆品功效宣称评价规范》的进行了功效宣称评价，并在国家药品监督管理局指定的专门网站公布了功效宣称依据文件简述；公司不存在因生产、经营的化妆品重大质量问题或化妆品生产违法违规行为被追偿、索赔或被行政处罚的情形，不存在因化妆品生产违规事项导致的法律风险；不存在因未按照规定对注册、备案的化妆品进行功效宣称评价而被行政处罚的情形，不存在因未履行化妆品功效宣称评价程序导致的法律风险。

4、报告期内，公司已就经营的主要医疗器械产品广告发布取得广告审查准予许可，公司不存在因产品推广违法违规行为受到主管部门行政处罚的情形。

问题 3. 关于经销与线上销售。

根据申请文件，（1）报告期内，公司销售渠道包括直销、经销、代销等，并通过线上及线下渠道开展业务，主要客户包括医疗机构、美容机构、连锁零售药店、大型商超和个人消费者等终端客户。（2）报告期各期末，公司其他流动负债中存在销售返利分别为 1,220.89 万元、1,493.03 万元。

请公司：（1）关于经销模式。①按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》对经销模式进行补充披露，是否存在直销客户和经销模式下客户重合的情况；列示说明根据经销商要求直接发至终端客户、发货至经销商的交易金额及比例。②说明公司与经销商是否均签署经销协议，简要说明公司经销协议涉及的主要内容和条款；结合经销商的新增与退出情况，说明通过经销商销售的稳定性。③说明报告期前五大主要经销商的获取方式、合作背景、合作期限、是否签约、未来合作计划、合同签订周期及续签约定等关键条款设置情况，与公司是否存在关联关系或异常资金往来。④列示由在职员工、前员工或其近亲属控制的、报告期内注销的、成立即开展合作的、主要为公司服务的、非法人主体的经销商，逐项说明主体名称、异常情况、交易背景、交易金额及占比、与公司交易额占其收入的比例、信用政策，结合市场价格或第三方交易价格说明交易的公允性。⑤分别按照购买金额、购买频率等维度划分与经销商的交易情况，说明对应的经销商客户数量、交易金额及占比情况，是否存在购买行为异常、毛利率或返利比例显著偏离平均水平、与公司或员工存在异常资金往来的客户。⑥补充披露公司是否涉及多级经销，说明报告期内公司主要经销商销售产品的最终流向，报告期内前十大终端客户名称及对应采购金额、产品类型，说明主要经销商各期末库存情况、是否实现最终销售。

（2）关于销售返利。①补充披露报告期内各期的销售返利金额及其占销售金额的比例，与同行业可比公司是否存在显著差异，如有请说明差异的原因及合理性。②说明公司销售返利针对的客户类型，如涉及多类客户，说明不同类型客户的平均销售返利比例是否存在较大差异的原因及合理性；说明主要客户的销售返利比例是否存在异常情况及其原因。③说明公司是否存在为客户或经销商提供担保、资金融通或其他利益安排的情形。④说明销售返利的具体会计处理，是否符合《企业会计准则》的规定，是否与同行业可比公司存在较大差异。

(3) 关于线上销售。①补充披露报告期内线上（区分直销与代销）、线下销售的收入金额及占比、毛利率情况，是否存在较大差异。②列示说明报告期内主要的线上销售店铺，包括但不限于店铺名称、所属平台、设立时间、主要销售产品类型、交易金额、退货率，说明公司店铺数量是否存在较大变化，与销售收入是否匹配。③说明不同电商渠道的销售金额及其占比、收益分成方式、款项收取方式、平台推广费的缴纳比例及金额等与可比公司存是否存在明显差异；说明公司与第三方支付平台的结算周期，是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况，公司资金流转与收入是否匹配。④说明报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，如有，详细说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范；如公司存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，说明其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

请主办券商、会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》对经销模式发表明确意见，说明核查的程序、比例及结论。（3）说明对开展线上销售业务的信息系统可靠性，业务运营和财务数据的一致性和合理性的核查程序、金额及比例，是否进行 IT 审计，并对线上收入的真实性发表明确意见。（4）说明对业绩真实性的核查程序，包括但不限于客户及供应商的走访比例、发函比例、回函比例、替代程序、期后回款比例、收入截止性测试比例等，对报告期内业绩真实、准确、完整发表明确意见。请律师核查事项（3）④并发表明确意见。

回复：

一、关于经销模式。①按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》对经销模式进行补充披露，是否存在直销客户和经销模式下客户重合的情况；列示说明根据经销商要求直接发至终端客户、发货至经销商的交易金额及比例。②说明公司与经销商是否均签署经销协议，简要说明公司经销协议涉及的主要内容和条款；结合经销商的新增与退出情况，说明通过经销商销售的稳定性。③说明报告期前五大主要经销商的获取方式、合作背景、合作期限、是否签约、未来合作计划、合同签订周期及续签约定等关键条款设置情况，与公司是否存在关联关系或异常资金往来。④列示由在职员工、前员工或其近亲属控制的、报告期内注销的、成立即开展合作的、主要为公司服务的、非法人主体的经销商，逐项说明主体名称、异常情况、交易背景、交易金额及占比、

与公司交易额占其收入的比例、信用政策，结合市场价格或第三方交易价格说明交易的公允性。⑤分别按照购买金额、购买频率等维度划分与经销商的交易情况，说明对应的经销商客户数量、交易金额及占比情况，是否存在购买行为异常、毛利率或返利比例显著偏离平均水平、与公司或员工存在异常资金往来的客户。⑥补充披露公司是否涉及多级经销，说明报告期内公司主要经销商销售产品的最终流向，报告期内前十大终端客户名称及对应采购金额、产品类型，说明主要经销商各期末库存情况、是否实现最终销售。

（一）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》对经销模式进行补充披露，是否存在直销客户和经销模式下客户重合的情况；列示说明根据经销商要求直接发至终端客户、发货至经销商的交易金额及比例

1、按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》对经销模式进行补充披露

（1）报告期各期经销实现的销售收入金额及占比情况，该模式下的毛利率与其他模式下毛利率的比较分析

公司已在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“3、其他分类”补充披露公司报告期各期经销实现的销售收入金额、该模式下的毛利率与其他模式下毛利率，具体如下：

2023 年、2024 年，公司经销收入占各期总收入之比分别为 58.91%、44.88%，公司经销收入占比呈下降趋势，原因系公司线上直销及代销业务发展迅速，此外，公司 2024 年为加强市场管理、促进公司经销商体系健康发展，防止经销商囤货并窜货以扰乱公司产品市场流通价格，对经销商的销售进行了压缩调整。公司经销模式毛利率低于线上直销与代销模式毛利率，主要系线上直销及代销客户下游为个人消费者，而经销商下游还存在非个人的终端客户类型，公司需要向经销商进行一定让利才能使经销商获得利润空间，因此公司经销模式毛利率更低。

（2）采取经销商模式的必要性，经销商销售模式、占比等情况与同行业可比公众公司是否存在显著差异及原因

公司已在公开转让说明书之“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”补充披露如下内容：

公司采取经销模式具有必要性，主要原因为：（1）同行业可比公众公司如数尔

佳、创尔生物、华熙生物、锦波生物、贝泰妮等均采取经销模式进行销售，经销模式是公司所处行业内普遍、惯例的模式；（2）公司采取经销模式，可利用经销商的优势销售网络、客户资源将公司产品铺展至药店、美容机构、商超等各类销售渠道，从而拓宽触客范围、产品曝光度等；（3）经销商遍布全国各地，触及范围广，对于公司推广公司产品、加大品牌传播等能发挥重要作用。由于经销商买断公司产品后自行承担商品控制权转移后的持续经营风险，且相较于线上直销模式，经销模式下公司无需承担高昂的投流、推广费用，能节约获客成本，提升营销转化效率，因此，公司采取经销模式具有必要性。

公司经销模式主要为先款后货的买断式经销，与同行业可比公司如敷尔佳、创尔生物、华熙生物、锦波生物等不存在差异。报告期内，公司经销模式收入占比与可比公司的对比情况如下：

公司名称	2024 年	2023 年
敷尔佳	47.14%	55.09%
创尔生物	未披露	未披露
华熙生物	34.45%	31.92%
锦波生物	未披露	未披露
公司	44.88%	58.91%

据此可知，公司报告期内经销收入占比、变动趋势与敷尔佳基本一致，与华熙生物存在一定差异，原因系公司与敷尔佳的核心产品均为皮肤修复敷料，公司与华熙生物在经营策略、产品类型与结构等差异相对更大。

（3）公司与经销商的合作模式（是否为买断式、经销商是否仅销售公司产品）、定价机制（包括营销、运输费用承担，补贴或返利等）、收入确认原则、交易结算方式、物流（是否直接发货给终端客户）、信用政策、相关退换货政策等

公司已在公开转让说明书之“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”补充披露如下内容：

公司与经销商的合作模式主要为先款后货的买断式经销，即经销商买断公司产品后自行承担商品控制权转移后的持续经营风险。公司与经销商之间无排他或禁止性约定，经销商可自由选择是否仅销售公司产品，报告期内公司绝大多数经销商并非仅销

售公司产品。

定价机制方面，公司对经销商的销售定价以产品为中心。公司对每款产品在公司层面统一制定销售底价，允许各销售业务部门根据自身经销客户的下游渠道特点，在公司统一制定的产品底价之上进行差异化定价，但同一部门对其不同客户的同一款产品售价，在非特殊情况下均一致。

营销推广方面，经销商需自行承担其营销费用，但公司为鼓励、支持经销商宣传推广公司产品，对经销商出台公司产品宣传、推广激励政策，经销商如达成政策要求，可向公司申请获得宣传、推广激励奖励，公司核实后以政策约定的形式将奖励发给经销商。

销售优惠方面，公司对经销商的销售优惠为赠品和返利，赠品即为公司赠送给经销商的一般商品，例如公司有时对经销商执行买十赠一之类促销活动会形成赠品；返利为公司根据返利政策和经销商实际达成情况，为经销商核算与计提的返利金额，经销商获得返利金额后，可在后续采购公司产品的订单中以返利金额抵扣货款。公司对经销商无补贴。

收入确认原则方面，在经销业务中，公司根据经销客户订单向客户安排发货，并于客户收到商品，取得商品控制权后确认收入。

交易结算与信用政策方面，公司与经销商主要采用先款后货、银行电汇的合作模式，少数经销商如因特殊原因需要授信额度与账期的，则需向公司申请，公司完成内部审批后经销商方可获得授信。

物流运输方面，公司以经销商下单时填写的收货地址对经销商以快递物流方式发货，如果经销商下单时填写的收货地址为其下游客户地址，则会形成公司直接发货至经销商终端客户处的情形。公司对经销商发货的运输费用由公司承担。

退换货政策方面，经销商收货后，原则上非质量问题不退换货，如经销商因产品质量问题需申请退换货，则需在限时期限内提交产品质量问题的相关证据，公司核实后为经销商办理退换货。

（4）报告期内经销商家数及增减变动情况、地域分布情况、主要经销商名称、公司各期对其销售内容及金额、是否与公司存在实质和潜在关联方关系

公司已在公开转让说明书之“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”补充披露如下内容：

报告期内，公司经销商家数及增减变动情况如下：

项目	数量（家）	数量占比
2023 年全部经销商	595	100.00%
2024 年退出经销商	233	39.16%
其中，合作规模 500 万元以上	0	0.00%
[100 万元，500 万元)	4	0.67%
[10 万元，100 万元)	49	8.24%
10 万元以下	180	30.25%
2024 年新增经销商	146	27.76%
其中，合作规模 500 万元以上	0	0.00%
[100 万元，500 万元)	9	1.71%
[10 万元，100 万元)	45	8.56%
10 万元以下	92	17.49%
2024 年全部经销商	526	100.00%

注：（1）新增经销商为 2024 年内与公司有合作，且 2021 年至 2023 年均未与公司合作的经销商；退出经销商为 2024 年内与公司无合作但 2023 年内有合作的经销商；（2）2024 年退出经销商数量占比系占 2023 年全部经销商的比例，2024 年新增经销商数量占比系占 2024 年全部经销商的比例。

2023 年、2024 年，公司经销商总数分别为 595 家、526 家，2024 年经销商总数下降，原因系 2024 年公司为保护产品市场流通价格，为防经销商大量囤货、窜货、乱价，压缩调整了与经销商的合作。2024 年公司新增经销商 146 家，退出经销商 233 家，新增与退出数量均主要由合作规模在 100 万元之下，尤其是 10 万元之下的经销商组成，此部分客户合作规模小，具有散客属性，其在与公司初步尝试少量合作后，或无意向继续代理公司产品，或达不到公司对经销商的要求而被公司终止合作，因此流动性较强。

报告期内，公司经销商地域分布情况如下：

单位：万元

地域	2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比
华东	11,518.86	42.96%	10,078.41	35.19%

地域	2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比
西南	7,250.95	27.04%	11,674.65	40.76%
华中	3,512.24	13.10%	2,510.26	8.76%
华北	1,595.08	5.95%	2,044.25	7.14%
华南	1,460.80	5.45%	1,325.29	4.63%
东北	938.82	3.50%	544.49	1.90%
西北	535.51	2.00%	463.30	1.62%
总计	26,812.26	100.00%	28,640.65	100.00%

报告期内，公司各期前五大经销商名称、公司对其销售内容及金额与占比、是否与公司存在实质和潜在关联方关系情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	销售内容	是否与公司存在实质或潜在关联方关系	销售金额	销售占比
2024 年度					
1	台州医美生物科技有限公司	医疗器械、化妆品	否	2,978.81	11.11%
2	成都君铭医疗器械有限公司	医疗器械、化妆品	否	2,223.42	8.29%
3	浙江碧羽生物科技有限公司	医疗器械、化妆品	否	2,182.17	8.14%
4	河南轩创医疗器械有限公司、河南俊帅医疗器械商贸有限公司、河南林欢医疗器械贸易有限公司	医疗器械、化妆品	否	1,239.40	4.62%
5	成都伊夫生物技术有限公司	医疗器械、化妆品	否	1,220.46	4.55%
合计				9,844.26	36.72%
2023 年度					
1	重庆聚财医药有限公司	医疗器械、化妆品	否	3,298.06	11.52%
2	台州医美生物科技有限公司	医疗器械、化妆品	否	2,815.98	9.83%
3	成都君铭医疗器械有限公司	医疗器械、化妆品	否	2,496.47	8.72%
4	四川雪域景天生物科技有限公司	医疗器械、化妆品	否	1,456.12	5.08%
5	成都伊夫生物技术有限公司	医疗器械、化妆品	否	931.72	3.25%
合计				10,998.35	38.40%

注：销售占比为绽妍生物对该经销商的收入占绽妍生物当年总经销收入之比；河南轩创医疗器械有限公司、河南俊帅医疗器械商贸有限公司、河南林欢医疗器械贸易有限公司系同一控制下主体

（5）经销商的管理制度，包括但不限于选取标准、日常管理与维护、是否具有统一的进销存信息系统等

公司已在《公开转让说明书》之“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”补充披露如下内容：

公司经销商主要管理制度如下：

项目	核心内容
选取标准	经销商必须合法注册、具备独立法人资格，并有相关产品的合法经营权，能够提供合法销售经销协议产品的相关资质文件；有同行业产品销售经验，能够提供已代理的品牌明细、业务占比，有市场新品推广能力；有基础的销售运营人员、完善的仓储条件、有自主发货能力；有稳定的销售渠道、成熟的价格政策体系、有推广产品的能力
日常管理与维护	公司业务人员不定期对经销商进行业务拜访交流，了解经销商业务开展及库存情况，对经销商业务人员推广、介绍公司新产品
价格管理	公司设置稽查部负责对市场流通产品进行监察，如发现有乱价问题及时进行反应和处理
进销存信息管理	经销商买断公司产品后需自行、独立进行客户开发与对外销售，并自主独立负责其库存管理、订单管理、物流管理等，因此公司不对经销商设置统一的进销存信息系统

2、是否存在直销客户和经销模式下客户重合的情况

报告期内，公司有少量直销客户与经销客户重合，具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	直销内容	经销内容	直销金额	经销金额
2024 年					
1	成都惠世明德生物科技有限公司	委托生产加工服务	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	33.21	88.01
2	四川雪域景天生物科技有限公司	委托生产加工服务	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	31.23	88.04
3	河北尚美医疗器械贸易有限公司	委托生产加工服务	公司主营的贴类、膏体类、水和喷	27.26	123.54

序号	客户名称	直销内容	经销内容	直销金额	经销金额
			雾类产品等		
4	武汉积美尼科技有限公司	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	1.53	7.07
5	成都君铭医疗器械有限公司	委托生产加工服务	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	0.80	2,223.42
合计				94.03	2,530.08
2023 年					
1	河北尚美医疗器械贸易有限公司	委托生产加工服务	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	36.69	209.37
2	成都惠世明德生物科技有限公司	委托生产加工服务	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	5.45	65.66
3	成都君铭医疗器械有限公司	委托生产加工服务	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	2.85	2,496.47
4	四川兴泰普乐医疗科技有限公司	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	1.15	9.70
合计				46.15	2,781.20

公司存在少量直销客户与经销客户重合的情形，原因主要系：（1）成都惠世明德生物科技有限公司、四川雪域景天生物科技有限公司、河北尚美医疗器械贸易有限公司、成都君铭医疗器械有限公司有推出自主品牌产品的需求或想法，而其无生产能力，于是委托公司为其提供生产加工服务，而其对公司的经销订单系其采购公司产品后对外销售，经销与直销业务内容不同；（2）公司对武汉积美尼科技有限公司、四川兴泰普乐医疗科技有限公司在报告期内对公司的直销订单金额较小，系其采购公司产品后作为福利发放给其员工使用。

3、列示说明根据经销商要求直接发至终端客户、发货至经销商的交易金额及比例

公司根据经销商下单时填写的收货地址发货，经销商无义务向公司报告其填写的收货地址是否为其下游客户地址，因此公司无法完整掌握报告期内全部经销商所填写的每笔收货地址的归属主体信息。

公司对报告期各期前 40 大经销商的收货地址进行梳理统计，逐一确定相关经销商的收货地址为其终端客户地址还是其自身仓库地址。经核实，公司对报告期各期前 40 大经销商的经销收入、占比，以及这部分经销商要求直接发至终端客户、发货至经销商的交易金额及占比如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
上述经销商对应经销收入合计（A）	20,234.55	20,881.16
公司经销总收入（B）	26,812.26	28,640.65
上述经销商对应经销收入占比（A/B）	75.47%	72.91%
上述经销商要求发货至其终端客户处金额合计（C）	1,235.85	4,684.62
上述经销商要求发货至其自身处金额合计（D）	18,998.70	16,196.54
上述发货至终端客户处金额占比（C/A）	6.11%	22.43%
上述发货至其自身处金额占比（D/A）	93.89%	77.57%

据此可知，2023 年、2024 年，上述经销商要求公司直接发货至其终端客户处的金额占比分别为 22.43%和 6.11%。2024 年该占比大幅下降，主要系公司 2023 年第一大经销商重庆聚财医药有限公司的下游客户以二级经销商为主，重庆聚财基本完全采用让公司直接发货至其下游客户处的经营模式，公司 2024 年将重庆聚财主要二级经销商发展为一级经销商，并于当年 4 月协商停止与重庆聚财的合作，导致 2024 年上述直接发货至终端客户处的金额占比大幅下降。

（二）说明公司与经销商是否均签署经销协议，简要说明公司经销协议涉及的主要内容和条款；结合经销商的新增与退出情况，说明通过经销商销售的稳定性

1、说明公司与经销商是否均签署经销协议，简要说明公司经销协议涉及的主要内容和条款

2024 年起，公司与经销商均会签署协议，在协议完成签署后，经销商下单，公司方会为其发货。在此之前，针对散客型经销商（购买金额小、频次低或试水合作、长期合作意愿不确定的客户），公司不强制要求其与公司签订协议，散客型经销商在下单前，公司业务人员向其沟通明确先款后货、非质量问题均不退换货等合作原则，散客型经销商自行判断能否接受并选择下单与否。

公司代表性经销协议的主要内容和条款如下：

条款	具体内容
结算	付款金额：以下单金额为准 付款方式：银行电汇 付款时间：先款后货，乙方（指经销商，下同）应在甲方（指公司，下同）发货前支付全部货款，乙方逾期付款，发货时间相应顺延 往来账户：仅以甲乙双方名下公对公账户往来资金
保证金	乙方应在本协议签署后 7 个工作日内向甲方交纳市场保证金，甲方收到保证金后给乙方出具保证金收据。如乙方未在规定时间内支付保证金，则甲方有权解除本协议。乙方因违反法律法规、本协议或双方约定的其他事项而应支付的违约金、赔偿金或导致甲方损失的，乙方若不及时支付相应款项，甲方可自行从保证金中扣划相应金额，并通知乙方补足保证金金额，乙方应于接到甲方通知后 7 日内补足保证金金额，如保证金金额不足以抵扣乙方向甲方支付的费用、违约金、赔偿金等款项的，逾期甲方有权从未结货款中直接扣划相应金额款项以补足应支付款项和保证金。如合作期间乙方无违约行为，保证金在协议到期后六个月内无息退还
发货、运输	甲方根据乙方的订单，在订单审核完成并收到乙方货款后一周内，甲方指定物流公司将货物发往乙方指定的收货地点，甲方承担物流费。乙方承担货物到达协议交货地后的相关装卸费用、检验费用、因验收不及时导致增加的运费等费用。如乙方有特殊需求，甲方应按乙方指定的运输方式发运，负责代办运输托运手续，因乙方的特殊要求产生的费用由乙方负担 除协议或双方另有约定外，产品运至约定交货地前，产品灭失、损毁、质量变化等风险由甲方承担；到达本协议约定交货地后的灭失、损毁、质量变化等风险及储存、运输费用由乙方承担
签收、退换货	乙方收到甲方货物应当场查验货票与货物是否相符，如货物破损或短少须进行退换货处理，乙方需在收到货物 3 个工作日内向甲方提出书面申请并提供物流公司出具的相关证明文件（货物拒收手续或破损证明），甲方 2 个工作日内回复处理意见。乙方未在规定时间内提出异议的，视为货物合格，甲方不受理乙方超出期限的任何退换货申请 乙方收货入库后如发生货物品规不符、短少或包装破损等现象，如属货物品规不符、整件短少或外包装破损的，乙方应在 7 个工作日内以书面形式通知甲方，或提供运输方确认的有效证明；如属内包装破损或缺少数量的，乙方应在 15 天内以书面形式通知甲方，经甲方核实后给予办理补货或退换货。乙方逾期未书面通知甲方的，甲方将视为乙方已经完全接受甲方发送的货物，且货物完好无损，甲方不再承担任何短货或破损等赔偿责任 若乙方在销售终端发现货物短少或破损时，须由乙方的目标终端出具有效的短少或破损证明及现场拍照，并将相关证明通报甲方，经甲方核实无误后给予乙方补货或调换。破损的实物乙方必须寄回甲方（含包装盒） 因产品质量需要退货的须向甲方提前做出申请，出示相关的证明后方可退回。凡属质量问题的残次货（不含因乙方保管不善而造成质量问题的货物），甲方负责换货，换货数量以甲方回收的残次货的数量为准；除本协议另有约定外，对于非质量

条款	具体内容
	问题，甲方不接受其他退换货处理 经甲方认可的退货或换货，乙方应在退货的同时退回甲方已经开具的销售发票，如销售发票已进行抵税无法退回甲方时，乙方需确保能在当地税务部门开出退货折让证明，否则乙方应承担甲方代缴的税款
其它条款	包括授权经销商可销售公司产品的渠道、具体的返利政策条款、销售管理规则（窜货、乱价等行为具体定义与一般处罚条款）等

2、结合经销商的新增与退出情况，说明通过经销商销售的稳定性

报告期内，公司经销商的新增与退出情况如下：

单位：万元

新增明细	数量	数量占比	2024 年收入	2024 年收入占比
2024 年全部经销商	526	100.00%	26,812.26	100.00%
2024 年新增经销商	146	27.76%	3,808.59	14.20%
退出明细	数量	数量占比	2023 年收入	2023 年收入占比
2023 年全部经销商	595	100.00%	28,640.65	100.00%
2024 年退出经销商	233	39.16%	3,270.37	11.42%

注：新增经销商为 2024 年内与公司有合作，且 2021 年至 2023 年均未与公司合作的经销商；退出经销商为 2024 年内与公司无合作但 2023 年内有合作的经销商

报告期内，公司新增与退出的经销商按收入规模分层情况如下：

单位：万元

收入规模	数量	数量占比	新增当年收入	收入占比
500 万以上	0	0.00%	-	0.00%
[100 万，500 万)	9	6.16%	1,916.61	7.15%
[10 万，100 万)	45	30.82%	1,675.88	6.25%
10 万之下	92	63.01%	216.10	0.81%
2024 年新增经销商合计	146	100.00%	3,808.59	14.20%
收入规模	数量	数量占比	退出上年收入	收入占比
500 万以上	0	0.00%	-	0.00%
[100 万，500 万)	4	1.72%	979.99	3.42%
[10 万，100 万)	49	21.03%	1,885.91	6.58%
10 万之下	180	77.25%	404.47	1.41%
2024 年退出经销商合计	233	100.00%	3,270.37	11.42%

注：数量占比为各层经销商数量占新增/退出经销商总数之比；收入占比为各层经销商对应经销收入占公司各期经销总收入之比

2023 年、2024 年公司经销商总数分别为 595 家、526 家，2024 年经销商总数下降，原因系 2024 年公司为保护产品市场流通价格，防止经销商大量囤货、窜货、乱价，压缩调整与经销商的合作。

从数量方面来看，2024 年公司新增经销商 146 家，退出经销商 233 家，新增与退出数量均主要由合作规模在 100 万元之下，尤其是 10 万元之下的经销商组成，此部分客户合作规模小，具有散客属性，其在与公司初步尝试少量合作后，或无意向继续代理公司产品，或达不到公司对经销商的要求而被公司终止合作，因此流动性较强。

从收入方面来看，2024 年新增经销商收入占新增当年公司总经销收入之比为 14.20%，占比较小，新增经销商收入主要由合作规模在 100 万元以上的经销商贡献，主要系公司将部分代理能力强的原二级经销商客户发展为与公司直接合作的一级经销商所致。2024 年退出经销商退出上年收入占退出上年公司总经销收入之比为 11.42%，占比较小，退出经销商收入主要由合作规模在 100 万元之下的经销商贡献，这部分客户中有较多具有散客属性，流动性相对强。

综上，公司报告期内新增与退出的经销商对应的经销收入占公司新增当年、退出上年的经销总收入之比均较小；且新增与退出的经销商在数量上，均主要由合作规模在 10 万元以下的经销商构成；因此，公司与经销商的合作总体具有稳定性。

（三）说明报告期前五大主要经销商的获取方式、合作背景、合作期限、是否签约、未来合作计划、合同签订周期及续签约定等关键条款设置情况，与公司是否存在关联关系或异常资金往来

公司报告期内前五大经销商的获取方式、合作背景等情况如下：

经销商名称	获取方式	合作背景	合作期限	是否签约	未来合作计划
台州医美生物科技有限公司	公司业务人员拜访交流	该经销商从事医疗器械、化妆品经销代理多年，多年前公司业务人员拜访其并开展业务交流，双方发现有合作空间，遂逐渐建立起合作	3 年以上	是	继续合作
成都君铭医疗器械有限公司	经销商主动联系	多年前该经销商在市场上了解到公司产品并欲经销代理，遂主动联系公司业务人员并建立合作关系	3 年以上	是	继续合作
浙江碧羽生物科	公司业务人	该经销商从事医疗器械、化	3 年以上	是	继续合作

经销商名称	获取方式	合作背景	合作期限	是否签约	未来合作计划
技有限公司	员拜访交流	妆品经销代理多年，多年前公司业务人员拜访其并开展业务交流，双方发现有合作空间，遂逐渐建立起合作			
成都伊夫生物技术有限公司	业务交流	双方业务人员在行业展会上认识，相互交流后逐渐开启合作	3年以上	是	继续合作
河南林欢医疗器械贸易有限公司、河南轩创医疗器械有限公司、河南俊帅医疗器械商贸有限公司	经销商主动联系	该经销商下游客户对公司产品有需求，于是该经销商主动联系公司业务人员，开启交流并逐步建立合作	3年以上	是	继续合作
重庆聚财医药有限公司	业务交流	该经销商下游客户对公司产品有需求，双方进行业务交流后逐步建立起合作	3年以上	是	不再合作
四川雪域景天生物科技有限公司	业务交流	多年前该经销商在市场上了解到公司产品并欲经销代理，遂与公司业务人员联系交流并建立合作关系	3年以上	是	不再合作

注 1：河南林欢医疗器械贸易有限公司、河南轩创医疗器械有限公司、河南俊帅医疗器械商贸有限公司系同一控制

注 2：公司与重庆聚财医药有限公司的合作关系于 2024 年内逐步终止，主要系公司优化了经销体系，部分原由重庆聚财医药有限公司服务的经销商转为与公司直接合作，双方基于业务调整协商一致后结束了合作；公司与四川雪域景天生物科技有限公司的合作也在 2024 年内逐步终止，原因是公司调整了线上渠道运营策略，原由四川雪域景天生物科技有限公司运营的线上销售渠道转由公司直接运营，双方友好协商后完成了业务过渡

公司与上述经销商的经销协议签订周期均为一年一签。当年年末或下年年初，如双方拟继续合作，则再新签下一年度的经销协议。公司与上述经销商所签经销协议的关键条款内容请见本审核问询回复之“问题 3”之“一、关于经销模式”之“（二）”的回复中关于公司经销协议涉及的主要内容和条款的相关内容。

主办券商对公司进行了资金流水核查，并通过获取和验证公司实控人及董监高调查函、对经销商工商信息进行查询和比对、在实地走访过程中获取经销商承诺函等方式进行关联关系核查，确认公司与上述经销商均不存在关联关系和异常资金往来。

（四）列示由在职员工、前员工或其近亲属控制的、报告期内注销的、成立即开展合作的、主要为公司服务的、非法人主体的经销商，逐项说明主体名称、异常情况、交易背景、交易金额及占比、与公司交易额占其收入的比例、信用政策，结合市场价格或第三方交易价格说明交易的公允性

1、由在职员工、前员工或其近亲属控制的经销商

报告期内，公司无由在职员工控制的经销商。

报告期内，由公司前员工控制或参与经营的经销商情况如下：

单位：万元

主体名称	2024 年		2023 年		报告期内销售公司产品占其营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品：该经销商采购均价，经销渠道均价)
	交易金额	占比	交易金额	占比			
四川丽妍社生物科技有限公司	211.54	0.79%	-	0.00%	80%-100%	2024 年授信总额为 210 万元，合同约定账期 2 个月	2024 年： 第一大产品：17.80 元/盒，17.92 元/盒； 第二大产品：40.05 元/盒，35.05/盒； 第三大产品：27.39 元/盒；31.24 元/盒； 2023 年： 未合作
杭州吾择电子商务有限公司	221.14	0.82%	263.01	0.92%	80%-100%	先款后货	2024 年： 第一大产品：33.63 元/盒，33.59 元/盒； 第二大产品：33.62 元/盒，33.76 元/盒； 第三大产品：30.96 元/盒，30.42 元/盒； 2023 年： 第一大产品：30.65 元/盒，30.32 元/盒； 第二大产品：30.65 元/盒，30.23 元/盒； 第三大产品：38.63 元/盒，37.59 元/盒；
合计	432.68	1.61%	263.01	0.92%	-	-	-

注：交易金额占比指公司对该经销商当年销售收入占公司当年总经销收入之比，下同

报告期内，上述 2 家经销商由公司前员工控制或参与经营。上述两家经销商从事医疗器械、化妆品的经销代理并有自己的销售渠道、客户资源，公司品牌、产品具有

一定市场认可度，经销商欲代理公司产品以获利，遂与公司建立合作，均具有真实的交易背景。报告期内，上述 2 家经销商与公司交易金额分别占公司各年度经销总收入之比均不到 1%，占比较小。

公司给予四川丽妍社生物科技有限公司一定授信额度及账期，原因系该经销商由公司前员工从公司离职后加入并主导实际经营，该经销商处于创业初期，经销公司产品需要一定资金进行铺货，公司出于对前员工创业不易的理解与体谅，遂给予了该经销商一定授信额度与账期。截至 2025 年 7 月 24 日，公司对四川丽妍社生物科技有限公司应收账款余额为 160 万元，2025 年 1 月 1 日至 2025 年 7 月 24 日，四川丽妍社生物科技有限公司共计对公司回款 118.90 万元，该经销商期后回款处于正常状态，公司计划在该经销商发展稳定后取消或减少对其的授信额度。

对比上述经销商在报告期内所主要购买的公司产品的年度均价及公司对全体经销商的相应年度均价可知，两种均价均较为接近，公司与上述经销商的交易具有公允性。

上述经销商与公司之间无异常情况。

2、报告期内注销的经销商

2023 年、2024 年注销的公司经销商分别有 8 家、13 家，分别占公司各期经销商总数的 1.34%、2.47%；公司对相关注销经销商的销售收入分别为 536.20 万元、136.69 万元，占公司各期经销收入的 1.87%、0.51%。在这 21 家报告期内注销的经销商中，有 10 家在报告期各期公司对其的销售收入均小于 10 万元，其余 11 家经销商的情况如下：

单位：万元

主体名称	2024 年		2023 年		报告期内销售公司产品占其营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品：该经销商采购均价，经销渠道均价)
	交易金额	占比	交易金额	占比			
成都千合欣医疗器械有限公司	-	0.00%	80.64	0.28%	0-20%	先款后货	2024 年： 未合作 2023 年： 第一大产品：39.93 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：28.43 元/盒，28.93 元/盒； 第三大产品：34.62 元/盒，33.85 元/盒
内蒙古美卿医疗科技发展有限公司	28.07	0.10%	80.06	0.28%	0-20%	先款后货	2024 年： 第一大产品：41.92 元/盒，35.05 元/盒； 第二大产品：41.92 元/盒，46.07 元/盒； 第三大产品：37.46 元/盒，34.66 元/盒 2023 年： 第一大产品：40.38 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：29.59 元/盒，29.59 元/盒； 第三大产品：35.07 元/盒，33.85 元/盒
武汉多优	-	0.00%	78.14	0.27%	20%-50%	先款后货	2024 年：

主体名称	2024 年		2023 年		报告期内销售公司产品占其营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品：该经销商采购均价，经销渠道均价)
	交易金额	占比	交易金额	占比			
来生物科技有限公司							未合作 2023 年： 第一大产品：41.38 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：30.48 元/盒，29.59 元/盒； 第三大产品：35.39 元/盒，33.85 元/盒
长春美莱科技有限公司	-	0.00%	76.19	0.27%	0-20%	先款后货	2024 年： 未合作 2023 年： 第一大产品：34.17 元/盒，32.29 元/盒； 第二大产品：30.97 元/盒，35.50 元/盒； 第三大产品：17.52 元/盒，19.35 元/盒
西安洛维可商贸有限公司	-	0.00%	55.31	0.19%	已无法获悉	先款后货	2024 年： 未合作 2023 年： 第一大产品：43.70 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：49.56 元/盒，36.51 元/盒； 第三大产品：22.39 元/盒，26.79 元/盒
上海弈美技术服务有限公司	-	0.00%	55.05	0.19%	0-20%	先款后货	2024 年： 未合作 2023 年： 第一大产品：38.64 元/盒，37.59 元/盒； 第二大产品：123.82 元/盒，125.74 元/盒； 第三大产品：145.58 元/盒，142.38 元/盒
安徽敷薇生物科技有限公司	-	0.00%	45.94	0.16%	0-20%	先款后货	2024 年： 未合作 2023 年： 第一大产品：41.03 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：30.23 元/盒，29.59 元/盒； 第三大产品：41.38 元/盒，36.51 元/盒
上海傲宏医疗器械有限公司	-	0.00%	20.88	0.07%	0-20%	先款后货	2024 年： 未合作 2023 年： 第一大产品：41.03 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：30.23 元/盒，29.59 元/盒； 第三大产品：41.38 元/盒，36.51 元/盒
新疆纽丝塔医疗科技有限公司	-	0.00%	17.70	0.06%	已无法获悉	先款后货	2024 年： 未合作 2023 年： 第一大产品：154.87 元/盒，142.38 元/盒； 第二大产品：30.97 元/盒，29.62 元/盒； 第三大产品：132.74 元/盒，125.74 元/盒
成都熹研生物科技有限公司	29.66	0.11%	3.74	0.01%	50%-80%	先款后货	2024 年： 第一大产品：25.17 元/盒，18.74 元/盒； 第二大产品：2.83 元/盒，2.83 元/盒； 2023 年： 第三大产品：39.82 元/盒，39.82 元/盒；
河南聚淼医疗器械有限公司	74.76	0.28%	-	0.00%	0-20%	先款后货	2024 年： 第一大产品：41.59 元/盒，35.05 元/盒； 第二大产品：30.97 元/盒，28.83 元/盒； 第三大产品：32.74 元/盒，29.93 元/盒 2023 年： 未合作
合计	132.50	0.49%	513.67	1.79%	-	-	-

上述报告期内注销的经销商从事医疗器械、化妆品的经销代理并有自己的销售渠道、客户资源，公司品牌、产品具有一定市场认可度，经销商欲代理公司产品以获利，遂与公司建立合作，均具有真实的交易背景。

对比上述经销商在报告期内所主要购买的公司产品的年度均价及公司对全体经销商的相应年度均价可知，两种均价总体较为接近。少数经销商的个别采购产品均价与公司当年经销渠道均价差异相对明显，主要系不同经销商参与公司当年销售活动情况不同而获得的优惠情况不同，均价差异均系真实、客观的业务原因所致。因此，公司与上述经销商的交易具有公允性。

上述经销商与公司之间无异常情况。

3、报告期内成立即开展合作的经销商

2023 年成立即开展合作的经销商共有 43 家，成立当年公司对其销售收入合计为 568.85 万元，占公司当年经销总收入的 1.99%。在这 43 家经销商中，有 31 家当年公司对其的销售收入均小于 10 万元，其余 12 家经销商的情况如下：

单位：万元

主体名称	成立当年		报告期内销售公司产品占其营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品：该经销商采购均价，经销渠道均价)
	交易金额	占比			
武汉博瑞思生物科技有限公司	92.41	0.32%	20%-50%	先款后货	成立当年： 第一大产品：40.93 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：35.62 元/盒，37.18 元/盒； 第三大产品：35.62 元/盒，33.85 元/盒
山东诺健贸易有限公司	73.41	0.26%	0-20%	先款后货	成立当年： 第一大产品：43.36 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：93.14 元/盒，63.46 元/盒； 第三大产品：43.71 元/盒，35.86 元/盒
成都惠世明德生物科技有限公司	65.66	0.23%	80%-100%	先款后货	成立当年： 第一大产品：239.82 元/盒，239.82 元/盒； 第二大产品：11.06 元/盒，11.06 元/盒； 第三大产品：19.91 元/盒，19.91 元/盒
安徽敷薇生物科技有限公司	45.94	0.16%	0-20%	先款后货	成立当年： 第一大产品：41.03 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：30.23 元/盒，29.59 元/盒； 第三大产品：41.38 元/盒，36.51 元/盒
北京安泓生物科技有限公司	40.35	0.14%	50%-80%	先款后货	成立当年： 第一大产品：157.63 元，164.00 元；

主体名称	成立当年		报告期内销售 公司产品占其 营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品：该经销商采购均 价，经销渠道均价)
	交易金额	占比			
山东璟卓尚 医疗科技有 限公司	31.35	0.11%	0-20%	先款后货	成立当年： 第一大产品：34.25 元/盒，33.92 元/盒； 第二大产品：382.46 元/盒，298.51 元/ 盒； 第三大产品：12.88 元/盒，26.25 元/盒
大连家森医 疗器械有限 公司	27.30	0.10%	已无法获悉	先款后货	成立当年： 第一大产品：5.62 元，2.69 元； 第二大产品：44.25 元/盒，38.87 元/盒； 第三大产品：13.27 元/盒，11.82 元/盒
山东博善唯 美贸易有限 公司	23.33	0.08%	0-20%	先款后货	成立当年： 第一大产品：124.78 元，125.74 元； 第二大产品：145.58 元，142.38 元
重庆佳芙丽 生物科技有 限公司	22.89	0.08%	20%-50%	先款后货	成立当年： 第一大产品：22.12 元，21.31 元； 第二大产品：132.74 元，125.74 元； 第三大产品：39.32 元，38.76 元
上海励妍医 疗技术有限 公司	22.58	0.08%	0-20%	先款后货	成立当年： 第一大产品：124.78 元，125.74 元； 第二大产品：109.18 元，142.38 元； 第三大产品：29.12 元，28.69 元
四川怡芙生 商贸有限公司	18.55	0.06%	已无法获悉	先款后货	成立当年： 第一大产品：44.25 元，38.87 元； 第二大产品：44.60 元，35.86 元； 第三大产品：44.60 元，32.27 元
温州哲瑞医 疗科技有限 公司	14.58	0.05%	0-20%	先款后货	成立当年： 第一大产品：168.56 元，164.00 元； 第二大产品：30.97 元，28.28 元；
合计	478.37	1.67%	-	-	-

注：由于截至本审核问询回复提交时大连家森医疗器械有限公司、四川怡芙生商贸有限公司与公司已不再合作，其配合度有限，故公司未能获悉其报告期内销售公司产品占其营业收入之比

2024 年成立即开展合作的经销商共有 8 家，成立当年公司对其销售收入合计为 288.05 万元，占公司当年经销总收入的 1.07%。在这 8 家经销商中，有 5 家当年公司对其的销售收入均小于 10 万元，其余 3 家经销商的情况如下：

单位：万元

主体名称	成立当年		报告期内销售 公司产品占其 营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品：该经销商采购均 价，经销渠道均价)
	交易金额	占比			
武汉欣美 妍科技有 限公司	230.98	0.86%	0-20%	先款后货	成立当年： 第一大产品：59.47 元/盒，46.07 元/盒； 第二大产品：29.59 元/盒，28.83 元/盒； 第三大产品：35.53 元/盒，34.57 元/盒
云南普硕	35.65	0.13%	20%-50%	先款后货	成立当年：

主体名称	成立当年		报告期内销售 公司产品占其 营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品：该经销商采购均 价，经销渠道均价)
	交易金额	占比			
生物科技 有限公司					第一大产品：381.45 元，299.27 元； 第二大产品：564.16 元/盒，527.44 元/盒； 第三大产品：84.96 元/盒，62.52 元/盒
四川壹鑫 达医疗科 技有限公 司	10.53	0.04%	0-20%	先款后货	成立当年： 第一大产品：41.10 元/盒，40.65 元/盒； 第二大产品：31.54 元/盒，29.19 元/盒； 第三大产品：25.17 元/盒，24.91 元/盒
合计	277.15	1.03%	-	-	-

上述报告期内成立即开展合作的经销商从事医疗器械、化妆品的经销代理并有自己的销售渠道、客户资源，公司品牌、产品具有一定市场认可度，经销商欲代理公司产品以获利，遂与公司建立合作，均具有真实的交易背景。其中，武汉欣美妍科技有限公司成立当年与公司合作金额达 230.98 万元，金额较大，原因系该经销商实控人从事医疗器械、化妆品等经销多年，且在 2024 年之前便通过其他经销商重庆聚财采购公司产品，2024 年公司将其发展为直接合作的经销商，该经销商遂成立武汉欣美妍科技有限公司这一法人主体与公司合作，该经销商与公司不存在实质或潜在关联关系。

对比上述经销商在报告期内所主要购买的公司产品的年度均价及公司对全体经销商的相应年度均价可知，两种均价总体较为接近，少数经销商的个别采购产品均价与公司当年经销渠道均价差异相对明显，主要系不同经销商参与公司当年销售活动情况不同而获得的优惠情况不同，均价差异均系真实、客观的业务原因所致。因此，公司与上述经销商的交易具有公允性。

上述经销商与公司之间无异常情况。

4、主要为公司服务的经销商（主要销售公司产品的经销商）

单位：万元

主体名称	2024 年		2023 年		报告期内销售 公司产品占其营业收 入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品： 该经销商采购均价，经销 渠道均价)
	交易金额	占比	交易金额	占比			
杭州吾 择电子 商务有 限公司	221.14	0.82%	263.01	0.92%	80%-100%	先款后货	2024 年： 第一大产品：33.63 元/ 盒，33.59 元/盒； 第二大产品： 33.62 元/盒，33.76 元/ 盒； 第三大产品：30.96 元/ 盒，30.42 元/盒；

主体名称	2024 年		2023 年		报告期内销售公司产品占其营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品： 该经销商采购均价，经销 渠道均价)
	交易金额	占比	交易金额	占比			
							2023 年： 第一大产品：30.65 元/盒，30.32 元/盒； 第二大产品：30.65 元/盒，30.23 元/盒； 第三大产品：38.63 元/盒，37.59 元/盒；
昆明润初妍医疗器械有限公司	220.06	0.82%	188.36	0.66%	80%-100%	先款后货	2024 年： 第一大产品：36.26 元/盒，38.36 元/盒； 第二大产品：20.03 元/盒，21.21 元/盒； 第三大产品：28.00 元/盒，33.50 元/盒 2023 年： 第一大产品：35.90 元/盒，38.76 元/盒； 第二大产品：27.72 元/盒，32.29 元/盒； 第三大产品：35.72 元/盒，41.07 元/盒
山西众宸智健科技有限公司	406.47	1.52%	88.11	0.31%	100%	2023 年授信总额度 20 万元，账期 45 天；2024 年授信总额度 179.67 万元，账期 40-80 天	2024 年： 第一大产品：28.63 元/盒，35.05 元/盒； 第二大产品：12.55 元/盒，11.91 元/盒； 第三大产品：4.32 元/盒，4.67 元/盒 2023 年： 第一大产品：34.48 元/盒，38.87 元/盒； 第二大产品：59.98 元/盒，63.46 元/盒； 第三大产品：35.97 元/盒，47.65 元/盒
山西诺泰润生物科技有限公司	107.80	0.40%	85.67	0.30%	80%-100%	先款后货	2024 年： 第一大产品：28.32 元/盒，33.50 元/盒； 第二大产品：36.28 元/盒，41.22 元/盒； 第三大产品：334.51 元/盒，299.27 元/盒 2023 年： 第一大产品：32.70 元/盒，32.29 元/盒； 第二大产品：42.48 元/盒，41.07 元/盒； 第三大产品：27.23 元/盒，28.86 元/盒
成都蜀兴川达医疗器械有限公司	236.65	0.88%	78.95	0.28%	80%-100%	先款后货	2024 年： 第一大产品：36.02 元/盒，33.50 元/盒； 第二大产品：40.34 元/盒，41.22 元/盒； 第三大产品：17.02 元/

主体名称	2024 年		2023 年		报告期内销售公司产品占其营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品: 该经销商采购均价, 经销渠道均价)
	交易金额	占比	交易金额	占比			
							盒, 17.98 元/盒 2023 年: 第一大产品: 36.72 元/盒, 32.29 元/盒; 第二大产品: 34.59 元/盒, 41.07 元/盒; 第三大产品: 17.70 元/盒, 19.35 元/盒
四川丽妍社生物科技有限公司	211.54	0.79%	-	0.00%	80%-100%	2024 年授信总额度为 210 万元, 账期 2 个月	2024 年: 第一大产品: 17.80 元/盒, 17.92 元/盒; 第二大产品: 40.05 元/盒, 35.05/盒; 第三大产品: 27.39 元/盒, 31.24 元/盒; 2023 年: 未合作
成都惠世明德生物科技有限公司	88.01	0.33%	65.66	0.23%	80%-100%	先款后货	2024 年: 第一大产品: 239.82 元/盒, 239.82 元/盒; 第二大产品: 11.06 元/盒, 11.06 元/盒; 第三大产品: 19.91 元/盒, 19.91 元/盒 2023 年: 第一大产品: 239.82 元/盒, 239.82 元/盒; 第二大产品: 11.06 元/盒, 11.06 元/盒; 第三大产品: 19.91 元/盒, 19.91 元/盒
合计	1,491.66	5.56%	769.75	2.69%	-	-	-

共有 7 家经销商在报告期内主要销售公司产品（即报告期内销售公司产品占其营业收入之比超过 80%），2023 年、2024 年，公司对这 7 家经销商销售收入合计分别为 769.75 万元、1,491.66 万元，分别占公司经销总收入的 2.69%、5.56%。

上述主要销售公司产品的经销商从事医疗器械、化妆品的经销代理并有自己的销售渠道、客户资源，公司品牌、产品具有一定市场认可度，经销商欲代理公司产品以获利，遂与公司建立合作，均具有真实的交易背景。

对比上述经销商在报告期内所主要购买的公司产品的年度均价及公司对全体经销商的相应年度均价可知，两种均价总体较为接近，少数经销商的个别采购产品均价与公司当年经销渠道均价差异相对明显，主要系不同经销商参与公司当年销售活动情况

不同而获得的优惠情况不同，均价差异均系真实、客观的业务原因所致。因此，公司与上述经销商的交易具有公允性。

上述经销商与公司之间无异常情况。

5、非法人主体的经销商

报告期内，公司非法人主体的经销商情况如下：

单位：万元

主体名称	2024 年		2023 年		报告期内销售公司产品占其营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产品：该经销商采购均价，经销渠道均价)
	交易金额	占比	交易金额	占比			
北京芬森商贸中心	9.57	0.04%	2.87	0.01%	0-20%	先款后货	2024 年： 第一大产品：42.48 元/盒，41.22 元/盒； 第二大产品：44.25 元/盒，42.76 元/盒； 第三大产品：34.94 元/盒，26.02 元/盒； 2023 年： 第一大产品：28.32 元/盒，29.48 元/盒； 第二大产品：42.48 元/盒，41.07 元/盒； 第三大产品：44.25 元/盒，42.38 元/盒；
信阳市优然商贸中心	7.69	0.03%	9.51	0.03%	已无法获悉	先款后货	2024 年： 第一大产品：22.04 元/盒，21.21 元/盒； 第二大产品：36.83 元/盒，34.34 元/盒； 第三大产品：30.97 元/盒，30.63 元/盒 2023 年： 第一大产品：40.64 元/盒，38.76 元/盒； 第二大产品：31.54 元/盒，32.94 元/盒； 第三大产品：61.95 元/盒，62.13 元/盒
濮阳市华龙区万光物资供应部	-	0.00%	2.65	0.01%	已无法获悉	先款后货	2024 年： 未合作 2023 年： 第一大产品：530.97 元/盒，298.51 元/盒；
上海喆霖医疗科技中心	-	0.00%	1.73	0.01%	已无法获悉	先款后货	2024 年： 未合作 2023 年： 第一大产品：154.87 元/盒，142.38 元/盒； 第二大产品：132.74 元/

主体名称	2024 年		2023 年		报告期内销售公司产 品占其营业收入之比	信用政策	交易公允性 (各期采购前三大产 品: 该经销商采购均 价, 经销渠道均价)
	交易金额	占比	交易金额	占比			
							盒, 125.74 元/盒;
吉林市吉林经济技术开发区亿信商务服务中心	-	0.00%	0.10	0.00%	已无法获悉	先款后货	2024 年: 未合作 2023 年: 第一大产品: 97.35 元/ 盒, 70.77 元/盒;
合计	17.26	0.06%	16.86	0.06%	-	-	-

注: 北京芬森商贸中心、濮阳市华龙区万光物资供应部为个体工商户, 其余 3 家非法人主体经销商均为个人独资企业

报告期内, 公司共有 5 家非法人主体经销商, 公司对这 5 家经销商销售收入及占比均较小。

对比上述经销商在报告期内所主要购买的公司产品的年度均价及公司对全体经销商的相应年度均价可知, 两种均价总体较为接近, 部分经销商的采购产品均价较公司当年经销渠道总均价更高, 主要系这 5 家非法人主体经销商采购规模较小, 未能或较少获得销售优惠。公司与上述经销商的交易具有公允性。

上述经销商与公司之间无异常情况。

(五) 分别按照购买金额、购买频率等维度划分与经销商的交易情况, 说明对应的经销商客户数量、交易金额及占比情况, 是否存在购买行为异常、毛利率或返利比例显著偏离平均水平、与公司或员工存在异常资金往来的客户

1、按照购买金额、购买频率等维度划分与经销商的交易情况

报告期内, 按照购买金额划分的公司与经销商的交易情况如下:

购买金额	数量 (家)	数量占比	收入 (万元)	占经销收入之比
2024 年				
500 万以上	8	1.52%	11,947.47	44.56%
[100 万,500 万)	41	7.79%	8,385.28	31.27%
100 万以下	477	90.68%	6,479.50	24.17%
合计	526	100.00%	26,812.26	100.00%
2023 年				

购买金额	数量（家）	数量占比	收入（万元）	占经销收入之比
500 万以上	7	1.18%	12,490.14	43.61%
[100 万,500 万)	40	6.72%	8,325.09	29.07%
100 万以下	548	92.10%	7,825.42	27.32%
合计	595	100.00%	28,640.65	100.00%

据此可知，按购买金额划分，报告期内，公司经销收入主要由年度购买金额在 100 万元以上，尤其是 500 万元以上的经销商贡献；虽然从数量上看，大多数经销商在报告期各年度内向公司购买金额在 100 万元之下，但公司对 100 万购买金额之下的经销商的经销收入合计占比较小，报告期各期仅均在 25%左右。

报告期内，按照购买频率划分的公司与经销商的交易情况如下：

购买频次	数量（家）	数量占比	收入（万元）	收入占比
2024 年				
100 次以上	9	1.71%	10,181.09	37.97%
[50,100 次)	43	8.17%	8,955.43	33.40%
50 次以下	474	90.11%	7,675.74	28.63%
合计	526	100.00%	26,812.26	100.00%
2023 年				
100 次以上	13	2.18%	14,521.61	50.70%
[50,100 次)	36	6.05%	4,713.26	16.46%
50 次以下	546	91.76%	9,405.77	32.84%
合计	595	100.00%	28,640.65	100.00%

据此可知，按购买频率划分，报告期内，公司经销收入主要由年度购买频次在 50 次以上，尤其是 100 次以上的经销商贡献；虽然从数量上看，大多数经销商在报告期各年度内向公司购买频次在 50 次以下，但公司对购买频次在 50 次以下的经销商的经销收入合计占比不高，报告期各期仅均在 30%左右。

2、是否存在购买行为异常、毛利率或返利比例显著偏离平均水平的客户

（1）购买行为异常

2023 年、2024 年均分别有 2 家经销客户各年购买频次在 200 次以上，具体情况如

下：

经销客户	收入（万元）	占公司当年经销收入占比	购买频次
2024 年			
成都君铭医疗器械有限公司	2,223.42	8.29%	208
台州医美生物科技有限公司	2,978.81	11.11%	205
2023 年			
重庆聚财医药有限公司	3,298.06	11.52%	251
成都君铭医疗器械有限公司	2,496.47	8.72%	204

上述客户为公司 2023 年、2024 年购买频次最高的经销客户，其购买频次高主要系其采购规模大，其单次采购规模为正常水平，购买频次与采购规模相匹配。其余经销客户各年购买频次均在 200 次以下。

综上，从购买频次来看，公司无购买行为异常的客户。

（2）毛利率显著偏离平均水平

2023 年、2024 年，公司经销模式毛利率分别为 56.76%、61.59%，将以此为基准上下浮动约 20%以外的毛利率视为毛利率显著偏离平均水平的毛利率，则 2023 年，毛利率高于 75%或低于 35%的经销商为毛利率显著偏离平均水平的毛利率；2024 年，毛利率高于 80%或低于 40%的经销商为毛利率显著偏离平均水平的毛利率。

按上述方式划分的报告期各期毛利率显著偏离平均水平的经销商数量、金额、比例情况如下：

类型	家数	家数占比	收入（万元）	收入占比
2024 年				
毛利率低于 40%的经销商	62	11.79%	694.97	2.59%
其中，公司对应经销收入在 20 万元以上的	8	1.52%	448.45	1.67%
其中，公司对应经销收入在 20 万元之下的	54	10.27%	246.52	0.92%
毛利率高于 80%的经销商	28	5.32%	139.04	0.52%
其中，公司对应经销收入在 20 万元以上的	2	0.38%	46.43	0.17%
其中，公司对应经销收入在 20 万元之下的	26	4.94%	92.61	0.35%
毛利率显著偏离平均值经销商合计	90	17.11%	834.00	3.11%
2023 年				

类型	家数	家数占比	收入（万元）	收入占比
毛利率低于 35%的经销商	61	10.25%	886.41	3.09%
其中，公司对对应经销收入在 20 万元以上的	10	1.68%	687.49	2.40%
其中，公司对对应经销收入在 20 万元之下的	51	8.57%	198.91	0.69%
毛利率高于 75%的经销商	45	7.56%	66.13	0.23%
其中，公司对对应经销收入在 20 万元以上的	0	0.00%	-	0.00%
其中，公司对对应经销收入在 20 万元之下的	45	7.56%	66.13	0.23%
毛利率显著偏离平均值经销商合计	106	17.82%	952.54	3.33%

注：上表家数占比指各类型经销商数量占当年经销商总数之比，收入占比为各类型经销商公司对应收入占当年公司总经销收入之比

据此可知，报告期内，毛利率显著偏离平均水平的经销商的家数占比、收入占比均较小，毛利率显著偏离平均水平的经销商家数以及毛利率显著高于平均水平的经销商对应公司收入均主要由当年交易金额在 20 万元之下的经销商贡献，毛利率显著低于平均水平的经销商对应公司收入主要由当年交易金额在 20 万元以上的经销商贡献。

上述经销商中，毛利率显著低于平均水平的原因主要为：

①经销商采购的产品结构。经销商采购的产品主要为赛洛丝汀系列等低毛利率类型的产品（2023 年、2024 年赛洛丝汀系列毛利率分别为 36.08%、43.11%），由于其采购的低毛利率产品占比较大，导致其当年毛利率较低。

②公司给予经销商部分赠品。公司为鼓励经销商经销公司产品，公司将部分商品赠送给经销商以支持其经销，由于作为赠品的商品于公司无收入而有成本，导致经销商毛利率被拉低。

上述经销商中，毛利率显著高于平均水平的原因主要为：

①经销商采购的产品结构。经销商采购的产品主要为德菲林系列等高毛利率类型的产品（2023 年、2024 年德菲林系列毛利率分别为 65.67%、69.55%，其中第一大产品的毛利率分别为 89.08%、88.77%），由于其采购的高毛利率产品占比较大，导致其当年毛利率较高。

②经销商采购规模小，获得优惠少或无优惠。毛利率显著高于平均水平的经销商采购规模均较小，由于其采购量少，无法获得或只能获得较少赠品、返利，导致其当年毛利率较高。

上述经销商中无公司关联方或潜在关联方，其毛利率偏高或偏低均系真实、合理的业务原因所致，不存在不正当利益输送的情形。

（3）返利比例显著偏离平均水平

2023 年、2024 年，公司对经销客户计提返利金额分别占各期经销总收入的比例约为 10%，此外，并非所有的经销商都能获得返利。因此，将以 10%为基准上浮 10%以外的经销商视为返利比例显著偏离平均水平的经销商，则报告期各期返利比例高于 20%的经销商为返利比例显著偏离平均水平的经销商。

按上述方式划分的报告期各期返利比例显著偏离平均水平的经销商数量、金额、比例情况如下：

类型	家数	家数占比	收入（万元）	收入占比
2024 年				
返利占比高于 20%的经销商	22	4.18%	997.38	3.72%
其中，公司对应经销收入在 20 万元以上的	6	1.14%	909.22	3.39%
其中，公司对应经销收入在 20 万元之下的	16	3.04%	88.16	0.33%
2023 年				
返利占比高于 20%的经销商	22	3.70%	1,175.07	4.10%
其中，公司对应经销收入在 20 万元以上的	7	1.18%	1,072.79	3.75%
其中，公司对应经销收入在 20 万元之下的	15	2.52%	102.28	0.36%

注：上表家数占比指各类型经销商数量占当年经销商总数之比，收入占比为各类型经销商公司对应收入占当年公司总经销收入之比

据此可知，报告期内，返利比例显著偏离平均水平的经销商的家数占比、收入占比均较小，家数主要由当年交易金额在 20 万元之下的经销商贡献，收入主要由当年交易金额在 20 万元以上的经销商贡献。

上述经销商中返利比例偏高的原因主要为：

①公司为加大对某些特定产品（例如某些主推新品）的推广力度，会对该类产品在当年设置力度较大的返利支持政策，如果经销商在当年选择主要采购并经销代理这类推广产品，则相应会使其返利比例更高。例如，报告期内，公司为鼓励经销商经销某款医院渠道特色敷料产品，对这款产品设置力度较大的返利政策，公司就该产品对经销商的售价为 45 元/盒，返利为 13 元/盒，返利占比为 28.89%，如果经销商当年主

要采购并经销该款产品，则会使其返利占比较高。

②公司在报告期内为加大特定终端客户类型对公司产品的曝光力度（例如大型连锁商超、化妆品连锁专卖店等），会对该终端客户类型对应的经销商设置力度相对更大的返利支持政策，相应会使得该渠道类型的经销商返利比例更高。

③存在经销商在当年年内更换法人主体与公司合作，且其要求将旧法人主体当年的返利金额切换至新法人主体，而新法人主体当年与公司的合作金额较小，因此导致当年该经销商新法人主体的返利占比较高。

上述返利比例偏高的经销商中均无公司关联方或潜在关联方，其返利比例偏高均系真实、合理的业务原因所致，不存在不正当利益输送的情形。

3、是否存在与公司或员工存在异常资金往来的客户

公司不存在与公司或员工存在异常资金往来的客户。

报告期内，公司部分销售人员与部分经销商员工、经销商的二级个人经销商存在资金往来，但是相关资金往来经核查后，确认不存在异常，具体情况如下：

（1）销售人员为经销商二级个人经销商代收货款并代为下单

2023年1月至8月，公司经销商重庆聚财医药有限公司（简称“重庆聚财”）的二级个人经销商存在将货款先行转款给公司销售人员彭某，再由销售人员向重庆聚财代付货款并下单的情形，该部分代下单金额约为703万元。重庆聚财部分下游客户为个人经销商，而公司规定不能与自然人客户合作，个人经销商不具备能与公司合作的资质条件，因此个人经销商必须向有资质的经销商采购公司产品。销售人员为争取订单、维护客户关系、提高个人销售业绩，直接与二级个人经销商客户保持联系，协助其通过公司一级经销商采购公司产品。

经核查确认，上述代下单行为系销售人员出于维护客户关系、做高个人销售业绩的个人行为，且销售人员在其中未获取经济利益，其账户主要作为资金往来平进平出的中转账户，相关资金往来与公司和经销商之间的销售、结算等业务无关，不涉及对公司进行利益输送或为公司承担成本费用的情形。相关资金往来事项不影响公司财务报表数据的准确性，对收入真实性不构成影响。公司自2023年8月发现销售人员代下单后高度重视，已要求销售人员停止为经销商代下单的行为。

(2) 销售人员从经销商员工处购买产品并对外销售（“调货”）

报告期内，公司有 4 位销售人员存在从公司经销商员工或其下游个人客户处购买少量绽妍等品牌产品，并平价或加价销售给其他客户或朋友的情形，报告期内相关调货金额较小。经核查，相关资金往来与公司和经销商之间的销售、结算等业务无关，不涉及对公司进行利益输送或为公司承担成本费用的情形。

(3) 销售人员与经销商其他类型资金往来

2023 年 1 月至 8 月，公司销售人员彭某存在从其对接的公司经销商四川美笑脸医疗器械有限公司负责人的个人账户收取款项的情形，共计 64.40 万元，经核实，相关款项为其亲属的业务收入，与销售人员及公司无关。2023 年 2 月 24 日，公司销售人员黄某向经销商台州医美生物科技有限公司员工借款 19.00 万元（两人为前同事关系）。经核查，相关资金往来与公司和经销商之间的销售、结算等业务无关，不涉及对公司进行利益输送或为公司承担成本费用的情形。

公司《经销商管理制度》《员工违规违纪处理办法》禁止公司员工和经销商及其下游客户进行资金往来。公司多次召开销售业务内控会议，发出公司全体企信通知，对全体销售人员宣贯落实与经销商发生资金往来的惩戒措施。公司就上述事项已完成规范整改，截至目前已不存在类似情形。

（六）补充披露公司是否涉及多级经销，说明报告期内公司主要经销商销售产品的最终流向，报告期内前十大终端客户名称及对应采购金额、产品类型，说明主要经销商各期末库存情况、是否实现最终销售

1、补充披露公司是否涉及多级经销

公司已在公开转让说明书之“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”补充披露如下内容：

公司只对一级经销商进行交易与管理，公司一级经销商在公司授权的销售渠道范围内自行开发下游客户并销售公司产品。如果公司一级经销商采购公司产品后再选择销售给经销商类型的客户，会使得公司存在多级经销的情形。

2、说明报告期内公司主要经销商销售产品的最终流向

由于公司产品主要为贴类、膏体类、水和喷雾类产品等，这类产品的使用主体均

为个人，因此经销商销售产品的最终流向均为个人。但不同经销商各有其优势销售渠道与客户资源，因此公司经销商会先将产品卖给她优势渠道的下游客户（例如医院、超市、化妆品专卖店、OTC 连锁药店等），再由其下游客户最终卖给个人，此外也存在部分专业从事电商销售的经销商，其在电商平台开店并直接向个人消费者销售公司产品。

报告期内公司主要经销商销售产品的直接流向如下：

经销商名称	销售流向
台州医美生物科技有限公司	医院、美容机构、个人、经销商等
成都君铭医疗器械有限公司	美容机构、医院、连锁药店、个人、经销商等
浙江碧羽生物科技有限公司	通过拼多多、京东等电商平台销售给个人
成都伊夫生物技术有限公司	大型商超、美容机构、个人、经销商等
河南林欢医疗器械贸易有限公司、河南轩创医疗器械有限公司、河南俊帅医疗器械商贸有限公司	个人、经销商等
重庆聚财医药有限公司	经销商
四川雪域景天生物科技有限公司	通过天猫、唯品会等电商平台销售给个人

注：河南林欢医疗器械贸易有限公司、河南轩创医疗器械有限公司、河南俊帅医疗器械商贸有限公司系同一控制

3、报告期内前十大终端客户名称及对应采购金额、产品类型

由于公司经销商自行开发客户并进行销售，经销商对其下游客户的具体销售金额属于经销商自有资源与商业机密，其无义务向公司报送相关信息，因此公司不掌握终端客户采购金额，相应也无法对其按金额排序。

根据经销商提供的终端销售情况统计表，按照不同类型的终端客户区分，部分具有代表性的公司终端客户名称及其采购产品类型如下：

终端客户类型	终端客户名称	产品类型
美容机构	成都青羊艺美星彩医学美容诊所有限公司、中山市娇丽维漾医疗美容诊所有限公司、成都锦江金帛医疗美容诊所有限公司等	公司各类贴类、膏体类、水和喷雾类产品等
商业超市	成都奥特乐商业管理有限公司、重庆奥特乐商业管理有限公司等	
连锁药店	四川仁博药房连锁有限公司、四川泉源堂药业有限公司、黑龙江省大众平安医药连锁有限公司、浙江万民大药房连锁有限公司、河北神威大药房连锁有限公司、河南张仲景医药物流有限公司、新乡市胖东来大药房有限公司等	
化妆品专卖店	色界（广东）美妆有限公司等	
医院	北京大学人民医院、重庆市璧山区人民医院、福建医科大学附属	

终端客户类型	终端客户名称	产品类型
	第二医院、黑龙江省第二医院、浙江省皮肤病防治研究所、杭州市临平中西医结合医院等	
其他	运城市盐湖区北城丽霞美容皮肤诊所、太原市晋源区绿地社区卫生服务站、青冈县民主社区卫生服务中心等	

4、说明主要经销商各期末库存情况、是否实现最终销售

报告期各期前十大经销商（对应经销收入合计占公司 2023 年、2024 年经销收入的 46.57%、49.06%）提供的进销存数据显示，其 2023 年末、2024 年末公司产品合计库存金额分别占其 2023 年、2024 年合计采购公司产品金额的 4.52%、8.78%，且不存在单一经销商期末库存占比超过 20%的情况。据此可知，公司主要经销商期末库存金额占比在 10%以内，处于合理水平，不存在周转较慢、期末库存积压情形。

主办券商与会计师结合获取经销商进销存数据、经销商实地走访、经销商库存盘点、经销商终端穿透核查等对主要经销商的终端销售情况进行了验证，确认主要经销商的下游销售具有真实性，截至走访时点的库存规模处于合理水平，报告期末库存产品的期后销售情况良好。经核查，主要经销商已实现最终销售，其报告期内终端销售正常。

二、关于销售返利。①补充披露报告期内各期的销售返利金额及其占销售金额的比例，与同行业可比公司是否存在显著差异，如有请说明差异的原因及合理性。②说明公司销售返利针对的客户类型，如涉及多类客户，说明不同类型客户的平均销售返利比例是否存在较大差异的原因及合理性；说明主要客户的销售返利比例是否存在异常情况及其原因。③说明公司是否存在为客户或经销商提供担保、资金融通或其他利益安排的情形。④说明销售返利的具体会计处理，是否符合《企业会计准则》的规定，是否与同行业可比公司存在较大差异。

（一）补充披露报告期内各期的销售返利金额及其占销售金额的比例，与同行业可比公司是否存在显著差异，如有请说明差异的原因及合理性

1、补充披露报告期内各期的销售返利金额及其占销售金额的比例

公司已在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“4、其他事项”中补充披露，具体如下：

报告期各期，公司的销售返利金额及其占销售金额的比例如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度
返利金额	2,547.56	2,751.34
不含代销和线上直销的销售额	27,683.51	29,326.97
占不含代销和线上直销的销售额比例	9.20%	9.38%
总销售额	59,739.21	48,618.31
占总销售额比例	4.26%	5.66%

根据上表，报告期内公司的销售返利金额占不含代销和线上直销的收入比例分别为 9.38%、9.20%，报告期内销售返利金额占比波动较小，较为稳定。销售返利占公司总销售收入比例分别为 5.66%、4.26%，销售返利比例下降系公司整体收入提升主要来源于线上平台销售收入，经销渠道收入占比缩小，销售返利占比无异常波动。

2、与同行业可比公司是否存在显著差异，如有请说明差异的原因及合理性

同行业可比公司销售返利金额占销售金额比例情况如下：

可比公司	期间		
	T	T-1	T-2
创尔生物	0.00%	2.94%	0.80%
华熙生物	未披露	未披露	未披露
敷尔佳	3.13%	2.95%	5.98%
锦波生物	发行人对经销商未设置返利政策，未发生返利情形		

注：T 表示公司 IPO/新三板挂牌申报当年/期，创尔生物为 2020 年 1-6 月，敷尔佳为 2022 年。

公司销售返利比例与同行业可比公司返利比例存在差异，主要系：（1）公司与可比公司销售的主要产品存在差异，不同产品的市场销售策略有所不同，华熙生物、锦波生物销售的原料产品较多，因此相关可比公司未设置或未披露返利政策；（2）各公司的市场地位、产品定价、促销政策、返利政策均存在一定差异，故销售返利比例存在差异，公司目前的市场规模相对较小，产品定价与可比公司相当，促销和返利政策相对单一，主要通过返利的形式激励经销渠道销售，返利比例相对较高具有合理原因。

（二）说明公司销售返利针对的客户类型，如涉及多类客户，说明不同类型客户的平均销售返利比例是否存在较大差异的原因及合理性；说明主要客户的销售返利比例是否存在异常情况及其原因

报告期内，公司销售返利基本均系经销商返利。2023 年仅个别直销客户存在返利，返利金额合计 2.70 万元，主要由于该部分客户由公司经销销售团队开发管理，在签署合同时签订了返利条款，返利金额按照合同约定计算，2023 年度返利比例为 6.76%，与经销客户返利比例不存在较大差异；2024 年均系经销商返利，不涉及多类客户。

公司主要经销商客户的销售返利情况如下所示：

单位：万元

公司名称	销售返利比例		销售返利比例变动原因
	2024 年	2023 年	
台州医美生物科技有限公司	13.10%	10.19%	报告期内分别为第二、第一大经销客户，其下游客户类型较多，整体销售规模大，销售产品种类较多，公司给予较多返利项目，故返利比例较平均水平更高。考虑到公司与客户合作期限较长，销售量稳定增长，基于商业谈判结果，2024 年主要产品的返利比例有所提高。
浙江碧羽生物科技有限公司	18.44%	-	该公司主要从事线上销售。2023 年公司线上销售客户均无返利政策。2024 年公司为提升品牌整体线上销量，合作协议新增返利条款，返利比例上升。
成都君铭医疗器械有限公司	18.91%	15.47%	报告期内第三大经销客户，整体销售规模较大，销售产品种类较多，公司给予较多返利项目，故返利比例较平均水平更高。考虑到公司与客户合作期限较长，销售量稳定增长，基于商业谈判结果，2024 年主要产品的返利比例有所提高。
成都伊夫生物技术有限公司	6.47%	13.58%	下游客户类型较多，整体销售规模大，销售产品种类较多，公司给予较多返利项目，故返利比例较平均水平更高。2024 年与该客户结束合作，销售额下降，该公司未达到所有考核目标，故返利比例下降。
重庆聚财医药有限公司	13.04%	16.52%	下游客户类型较多，整体销售规模大，销售产品种类较多，公司给予较多返利项目及考核目标，故整体返利比例较高。2024 年与该客户结束合作，销售额下降，该公司未达到所有考核目标，故返利比例下降。
四川雪域景天生物科技有限公司	5.20%	-	该公司主要从事线上销售。2023 年公司线上销售客户均无返利政策。2024 年公司为提升品牌整体线上销量，合作协议新增返利条款，但是双方于 2024 年 10 月结束合作，该公司未达到预期销售额，故返利比例较低。

注：上表列示的返利比例计算公式为：该客户当年返利金额/该客户当年销售额。

公司与经销商在签订的合同中约定返利条款，经销商需完成目标任务量，任务量一般由年度采购额（分解到月或季度）、某产品采购量/额、客户开发（如线下医院开

发)数量等单独或组合约定,具体情况如下:

(1)按采购额约定返利:根据年度总采购额分阶梯约定返利,按年度结算;

(2)按产品约定返利:返利金额按产品数量*返利单价或产品销售额*返利比例计算,各个产品返利金额不同,按年度结算;

(3)市场推广返利:每月按照合同约定固定金额返利,按月结算;

(4)市场开发返利:针对经销商销售特定产品、开展产品推广会、提供培训以及网络宣传、参加各项专业会议等情况综合浮动给予返利。

公司制定的返利政策旨在激发客户采购公司产品的积极性,公司在与客户签订年度框架合同时会根据客户销售渠道、销售目标、销售产品类型等因素综合考虑返利政策,经双方协商达成一致后在合同内对返利相关事项进行书面约定,具体返利金额依据合同条款计算并在达成相应条件后执行。

公司不同客户之间返利比例有一定差异,主要系不同客户所享受的返利政策存在一定差异,客户是否能够根据目标任务量完成年度任务,对最终获得的返利比例具有直接影响;同时,公司为了促进重点产品销售,对部分产品给予更大返利支持,不同客户销售结构存在差异,也会对返利比例造成影响。因此,不同客户销售返利比例存在一定差异具备合理性。

(三)说明公司是否存在为客户或经销商提供担保、资金融通或其他利益安排的情形

报告期内,公司不存在为客户或经销商提供担保、资金融通或其他利益安排的情形。

(四)说明销售返利的具体会计处理,是否符合《企业会计准则》的规定,是否与同行业可比公司存在较大差异

1、说明销售返利的具体会计处理,是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第14号——收入》的相关规定,“应当根据合同条款,并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时,企业应当考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响”,其中,可变对价指“企业与客户的合同中约定的对价金额可能是固定的,也可能会因折扣、价格

折让、返利、退款、奖励积分、激励措施、业绩奖金、索赔等因素而变化”，“合同中存在可变对价的，企业应当对计入交易价格的可变对价进行估计”。此外，公司“在向客户转让商品的同时，需要向客户或第三方支付对价的，应当将该应付对价冲减交易价格，在对应付客户对价冲减交易价格进行会计处理时，企业应当在确认相关收入与支付（或承诺支付）客户对价二者孰晚的时点冲减当期收入。”

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十五条规定，“对于附有客户额外购买选择权的销售，企业应当评估该选择权是否向客户提供了一项重大权利，企业提供重大权利的，应当作为单项履约义务，按照本准则第二十条至第二十四条规定将交易价格分摊至该履约义务，在客户未来行使购买选择权取得相关商品控制权时，或者该选择权失效时，确认相应的收入，客户额外购买选择权的单独售价无法直接观察的，企业应当综合考虑客户行使和不行使该选择权所能获得的折扣的差异、客户行使该选择权的可能性等全部相关信息后，予以合理估计。”

根据《监管规则适用指引——会计类第 2 号》的相关规定，“应当基于返利的形式和合同条款的约定，考虑相关条款安排是否会导致企业未来需要向客户提供可明确区分的商品或服务，在此基础上判断相关返利属于可变对价还是提供给客户的重大权利。一般而言，对基于客户采购情况等给予的现金返利，企业应当按照可变对价原则进行会计处理；对基于客户一定采购数量的实物返利或仅适用于未来采购的价格折扣，企业应当按照附有额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。”

报告期内，公司给予经销商的实物返利属于额外的购买选择权，根据公司实际结算返利的情况，所有涉及返利的客户均在达到返利协议所约定的各项标准后才取得额外购买权，且客户行使该额外购买权兑换产品时，无需支付额外的价款，该选择权向客户提供了一项重大权利。针对该项重大权利，公司作为单项履约义务，按照交易价格分摊的相关原则，将交易价格分摊至该履约义务。

报告期内，公司对经销商返利的会计处理如下：

（1）计提销售返利：

借：营业收入

贷：合同负债

(2) 兑现销售返利:

借: 合同负债

贷: 营业收入

综上所述, 公司销售返利的具体会计处理符合《企业会计准则》的规定。

2、是否与同行业可比公司存在较大差异

护肤品行业相关上市公司/挂牌公司对于销售返利政策及会计处理方式如下:

公司名称	返利政策	会计处理
创尔生物	未披露	未披露
华熙生物	未披露	未披露
敷尔佳	公司根据业绩完成程度之高低, 公司对完成指标、超额指标的经销商进行返利奖励; 根据不同的产品类别及月销售额的具体情况返利, 返利比例 (3%-30%) 根据月销售额所处区间而不同, 返利形式为现金返利。	公司按单个自然月计算返利金额, 并调整相应月份已确认的收入金额, 同时确认其他应付款。
锦波生物	报告期内, 发行人对经销商未设置返利政策, 未发生返利情形	不适用
贝泰妮	商业公司: 根据合同约定给予一定的供货折扣, 一般按月度结算, 以票折的形式兑付; 客户在信用期内按照合同约定的方式回款, 按季度结算返利, 每个季度满后的首次发货时, 以票折的形式兑付。 直供客户: 一般按季度结算, 以票折的形式兑付; 部分客户享受促销活动返利, 根据客户制定的促销方案及实际销售情况, 经公司审批后, 对客户的部分促销活动给与一定的支持。 区域经销商: 完成季度销售任务可获得季度返利; 完成年度销售任务可获得年度返利; 超额完成年度销售任务, 对于超出年度销售任务部分的发货额可以获得年度超额返利。	公司根据合同约定的返利政策及各分销商的考核情况, 计提并冲减销售收入、同时计入合同负债
珀莱雅	珀莱雅品牌, 公司与经销商在签订年度销售合同时确定年度销售目标, 包括回款指标和提货指标, 期末根据经销商年度任务指标完成情况给予相应的年度返利。 依据经销商每月或每季度的回款和提货量任务完成情况给予相应的月度返利或季度返利。 针对珀莱雅品牌日化渠道终端网点, 单店签约回款或提货指标达到一定金额以	①货物兑付形式: 期末公司根据政策计提未兑付返利, 按照未兑付货物公允价值冲减收入, 公司会计处理为: 借: 主营业务收入 贷: 应收账款或预收款项/合同负债 期后公司将返利对应的货物发至经销商, 经销商收到返利的货物时, 公司会计处理为: 借: 应收账款或预收款项/合同负

公司名称	返利政策	会计处理
	上的终端网点，公司按月度回款或提货额每月给予返利，该返利直接给予相应的经销商，再由经销商给予终端网点。商超按指导零售价的一定折扣对外进行销售，公司给予商超返利。其他品牌根据经销商合同指标完成情况给予一定比例的返利。	债 贷：主营业务收入 借：主营业务成本 贷：库存商品 ②抵减货款形式：期末公司根据合同或协议约定的价格扣减返利后，以净额确认销售收入，公司会计处理为：借：应收账款 贷：主营业务收入、应交税费-增值税 次月双方进行结算时，根据结算金额同上月预计的净价的差额调整已确认的收入和应收账款

综上所述，公司销售返利政策及会计处理方式，与同行业公司不存在较大差异，符合《企业会计准则》的规定，符合行业惯例。

三、关于线上销售。①补充披露报告期内线上（区分直销与代销）、线下销售的收入金额及占比、毛利率情况，是否存在较大差异。②列示说明报告期内主要的线上销售店铺，包括但不限于店铺名称、所属平台、设立时间、主要销售产品类型、交易金额、退货率，说明公司店铺数量是否存在较大变化，与销售收入是否匹配。③说明不同电商渠道的销售金额及其占比、收益分成方式、款项收取方式、平台推广费的缴纳比例及金额等与可比公司存是否存在明显差异；说明公司与第三方支付平台的结算周期，是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况，公司资金流转与收入是否匹配。④说明报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，如有，详细说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范；如公司存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，说明其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

（一）补充披露报告期内线上（区分直销与代销）、线下销售的收入金额及占比、毛利率情况，是否存在较大差异

公司已在公开转让说明书之“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“3、其他分类”补充披露报告期内线上（区分直销与代销）、线下销售的收入金额及占比、毛利率情况，具体如下：

单位：万元

项目	2024年度			2023年		
	金额	成本	毛利率	金额	成本	毛利率
线上-直销	29,489.67	7,604.76	74.21%	18,956.38	5,297.31	72.06%
线上-代销	2,286.96	446.02	80.50%	-	-	-
线下	27,962.58	10,857.35	61.17%	29,661.93	13,015.10	56.12%
合计	59,739.21	18,908.13	68.35%	48,618.31	18,312.41	62.33%

2023 年，线上直销、线上代销与线下业务的收入占公司主营业务收入之比分别为 38.99%、0.00%和 61.01%。2024 年，线上直销、线上代销和线下业务的收入占公司主营业务收入之比分别为 49.36%、3.83%和 46.81%。

报告期内，公司线上收入金额与占比均呈上升趋势，主要系公司重视并大力培育线上直销业务，除巩固传统天猫平台业务优势外，还加大抖音、快手等平台直销业务投入与培育；此外，2024 年公司与京东平台达成线上代销业务合作，导致线上代销业务收入也增长迅速。2024 年公司线下业务收入金额与占比均有所下降，主要系公司 2024 年为防止经销商囤货并窜货以扰乱公司产品市场流通价格，压缩调整对经销商的销售，导致经销收入略有下降。

报告期内，公司线上代销毛利率高于线上直销毛利率，但不存在较大差异；公司线下业务毛利率较线上业务毛利率显著更低，主要系线上直销及代销客户下游为个人消费者，而经销商下游还存在非个人的终端客户类型，公司需要向经销商进行一定让利才能使经销商获得利润空间，因此作为线下收入主要来源的经销模式毛利率更低。

（二）列示说明报告期内主要的线上销售店铺，包括但不限于店铺名称、所属平台、设立时间、主要销售产品类型、交易金额、退货率，说明公司店铺数量是否存在较大变化，与销售收入是否匹配

1、列示报告期内的主要线上销售店铺

报告期内，公司主要通过淘宝、抖音、快手等主流平台运营线上店铺，聚焦医疗器械类及化妆品类产品销售。2023 年、2024 年，公司主要的线上销售店铺包括淘宝绽妍官方旗舰店、抖音绽妍旗舰店、抖音绽妍医疗器械旗舰店与快手绽妍旗舰店，主要店铺交易金额分别占当年线上总交易金额的 95.15%、94.14%，能够充分反映公司线上

销售的整体情况。

报告期内的主要线上销售店铺的具体信息如下：

店铺名称	所属平台	设立时间	主要销售产品类型
绽妍官方旗舰店	淘宝	2017 年 2 月	医疗器械类、化妆品类
绽妍旗舰店	抖音	2020 年 10 月	化妆品类
绽妍医疗器械旗舰店	抖音	2022 年 4 月	医疗器械类
绽妍旗舰店	快手	2020 年 10 月	医疗器械类、化妆品类

报告期内的主要线上销售店铺的交易金额、退换货率如下：

单位：万元

店铺名称	所属平台	2024 年		2023 年	
		交易金额	退换货率	交易金额	退换货率
绽妍官方旗舰店	淘宝	17,261.74	0.48%	13,904.84	0.37%
绽妍旗舰店	抖音	6,387.34	7.83%	3,175.27	7.83%
绽妍医疗器械旗舰店	抖音	2,044.88	5.59%	514.38	5.69%
绽妍旗舰店	快手	2,067.78	10.52%	442.88	6.87%
合计		27,761.74	3.30%	18,037.37	1.99%

注：退换货率=退换货金额/交易金额，金额均为会计师审定的不含税收入净额和退换货金额。

2、说明公司店铺数量是否存在较大变化，与销售收入是否匹配

报告期内，公司线上店铺数量整体保持稳定，未发生较大幅度变动。2023 年，公司共运营 14 家线上店铺，其中包含 1 家海外店铺；2024 年，公司新增 4 家线上店铺，同时关闭 2 家店铺，暂停运营 1 家店铺，截至 2024 年末的正常运营线上店铺共 15 家，仍包含 1 家海外店铺。上述调整主要是公司根据各平台的流量特点及销售策略进行的优化布局，新增店铺主要聚焦于高增长平台，以进一步拓展市场份额，而关闭的店铺均为平台功能不完善、运营效率较低的店铺，整体数量波动处于可控范围内。

报告期内，公司线上店铺数量的稳定增长与线上销售收入的增长趋势保持一致。2023 年线上主要店铺交易金额为 18,037.37 万元，2024 年增长至 27,761.74 万元，同比增幅达到 53.91%。收入的增长主要得益于存量核心店铺的销售规模扩大，例如淘宝绽妍官方旗舰店 2024 年交易金额同比增长 24.14%，抖音绽妍旗舰店 2024 年交易金额同

比增长 101.16%；同时，新增店铺也在逐步贡献收入，店铺数量变化与销售收入增长趋势相匹配。

（三）说明不同电商渠道的销售金额及其占比、收益分成方式、款项收取方式、平台推广费的缴纳比例及金额等与可比公司存是否存在明显差异；说明公司与第三方支付平台的结算周期，是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况，公司资金流转与收入是否匹配

1、说明不同电商渠道的销售金额及其占比、收益分成方式、款项收取方式、平台推广费的缴纳比例及金额等与可比公司存是否存在明显差异

（1）不同电商渠道的销售金额及其占比

公司报告期内不同电商渠道的销售金额及其占比如下：

单位：万元

平台	2024 年		2023 年	
	金额	占比	金额	占比
淘宝	17,491.35	55.04%	14,012.59	73.92%
抖音	8,698.77	27.37%	3,877.57	20.46%
京东	2,376.49	7.48%	-	0.00%
快手	2,161.20	6.80%	442.88	2.34%
其他	1,048.82	3.30%	623.34	3.29%
总计	31,776.63	100.00%	18,956.38	100.00%

注：其他包含微信小程序、蘑菇街、唯品会、阿里巴巴国际站、小红书、有赞等平台，因报告期内涉及金额较小，统一按其他平台列示。

公司报告期内主要在淘宝、抖音、京东、快手等平台开设线上店铺进行销售。报告期内公司在淘宝平台销售金额分别为 14,012.59 万元、17,491.35 万元，占当年线上渠道销售收入的比例分别为 73.92%、55.04%，2024 年占比有所减少主要因为公司 2024 年大力推进线上销售布局，在除淘宝平台外的其他平台收入增长较多，线上销售集中度有所降低。报告期内公司在抖音平台销售金额分别为 3,877.57 万元、8,698.77 万元，占当年线上渠道销售收入的比例分别为 20.46%、27.37%；在快手平台销售金额分别为 442.88 万元、2,161.20 万元，占当年线上渠道销售收入的比例分别为 2.34%、6.80%；2024 年抖音、快手销售金额增长较多主要因为公司 2024 年加强短视频平台营销推广，抖音、快手平台业务增长较多，收入增长较大。报告期内公司在京东平台销

售金额分别为 0 万元、2,376.49 万元，占当年线上渠道销售收入的比例分别为 0.00%、7.48%，2024 年销售金额增长较多主要因为公司 2024 年与京东平台开展代销合作，京东平台业务增长较多，收入增长较大。

可比公司中仅有敷尔佳披露了不同电商渠道的销售金额及其占比，情况列示如下：

单位：万元

平台	2022 年		2021 年	
	金额	占比	金额	占比
天猫（淘宝）	40,644.50	68.88%	47,945.66	92.44%
抖音	12,500.19	21.18%	920.74	1.78%
微信	2,776.85	4.71%	111.93	0.22%
京东	1,452.35	2.46%	2,121.53	4.09%
拼多多	1,173.45	1.99%	266.59	0.51%
快手	304.43	0.52%	23.39	0.05%
小红书	142.64	0.24%	425.49	0.82%
考拉	15.61	0.03%	51.12	0.10%
微盟	0.12	0.00%	0.52	0.00%
总计	59,010.14	100.00%	51,866.97	100.00%

注：数据来源于敷尔佳 2023 年招股说明书，仅披露截至 2022 年的销售金额及占比情况。敷尔佳按店铺披露了金额及占比情况，为了便于对比，按平台进行了数据归集。

公司报告期内线上销售占比最高的平台是淘宝和抖音，占报告期内线上销售收入的比例超过 90%；根据可比公司敷尔佳披露，其线上销售占比最高的平台也为淘宝和抖音，占其 2021 年、2022 年线上销售收入的比例均超过 90%。综上，公司不同电商渠道的销售收入结构与可比公司披露情况较为一致，公司不同电商渠道的销售金额及其占比与可比公司不存在明显差异。

（2）收益分成方式、款项收取方式和平台推广费的缴纳比例及金额

可比公司中仅有敷尔佳和华熙生物披露了不同电商渠道的收益分成方式、款项收取方式和平台推广费的缴纳比例情况。

公司报告期内各主要平台收益分成方式与可比公司对比如下：

渠道	绽妍生物	敷尔佳（2022 年）	华熙生物（2019 年）
淘宝	1）类目软件服务费：订单确认收货之后扣费，医疗器械	固定费用及佣金，其中佣金根据订单成交金额收取，一	无交易佣金 花呗支付服务费：1%

渠道	绽妍生物	敷尔佳（2022 年）	华熙生物（2019 年）
	3%，化妆品 4%； 2）基础软件服务费：按“确收成交金额*0.6%”标准收取，订单确认收货之后扣费	一般在完成每一笔订单时根据服务费率对收款金额进行扣减（健康类目固定佣金 3%、美妆类目固定佣金 4%）	花呗分期服务费：1.8% 信用卡支付服务费：0.8%
抖音	技术服务费=技术服务费费率×结算基数。化妆品技术服务费率为 4%。结算基数=消费者实付金额（含运费）+主播优惠券/红包金额+平台优惠券/红包金额+支付补贴+其他补贴（如有）	未披露	未披露
京东	1）交易服务费：在商家达成每一单交易时由京东自商家货款中按比例扣收，然后结算给商家电子账户，统一按 0.6%的费率收取； 2）运营支持服务费：在商家每达成一笔交易后向商家收取，费率 4%； 3）京豆服务费用：按照京东平台公示的标准向京东支付京豆服务费用	固定费用及佣金，其中佣金根据订单成交金额收取，一般在完成每一笔订单时根据服务费率对收款金额进行扣减（直营店铺佣金比例 6%）	平台使用费：毛利保证率：6% 京东白条服务费：按照产品价格一定比率计算收取，具体费率平台适时调整； 毛利保护率：18%、0.5%平台服务费
快手	平台技术服务费=订单货款结算基数*技术服务费率。医疗器械、化妆品技术服务费率为 5%。结算基数包含“消费者实付金额（含运费）+主播优惠券/红包金额+平台优惠券/红包金额”（商家券金额不计入结算基数中）	未披露	未披露

根据上表可知，报告期内公司与淘宝、抖音、京东及快手等主要平台签订的收益分成方式均基于平台标准合同，主要收益分成项目为软件服务费、物流服务费、返点积分及交易服务费等项目。

根据对比可知，敷尔佳、华熙生物与天猫平台签订的收益分成方式中包含的主要扣费项目为网络信息服务费用、积分系统软件（软件服务费）、平台费用及佣金等，与京东平台签订的收益分成方式中包含的主要扣费项目为平台使用费（交易服务费、运营支持服务费）、京东白条服务费（支付工具使用费）等。可比公司的收益分成项目披露时间较早，与公司的主要扣费项目存在一定差异，主要系平台合同每年一直处于动态调整过程中，不存在平台为公司特殊化定制收益分成项目的情况。

公司报告期内各主要平台款项收取方式与可比公司对比如下：

渠道	绽妍生物	敷尔佳（2022 年）	华熙生物（2019 年）
淘宝	第三方支付平台支付宝账户、聚合账户收取	客户线上下单付款，相关款项实时到账或由支付宝等第三方支付金融公司冻结，根据平台提供的当月确认收货对账单的数量和金额确认收入	由第三方支付平台将订单货款支付到公司支付宝账户
抖音	第三方支付平台聚合账户收取		未披露
京东	第三方支付平台京东钱包账户收取		结算款直接支付至公司银行账户
快手	第三方支付平台快手货款账户收取		未披露

根据上表可知，报告期内公司与各平台约定的款项收取方式主要为通过平台推荐的第三方账户（例如支付宝、聚合账户、京东钱包及快手货款等账户）收取。可比公司在淘宝平台主要通过第三方支付平台支付宝收取订单货款，与公司不存在差异；华熙生物在京东平台直接通过公司银行账户收取结算款，主要因为其款项收取方式披露时间较早，与公司通过京东钱包收款的方式存在一定差异具有合理性。

公司报告期内各主要平台推广费的缴纳比例及金额与可比公司对比如下：

渠道	绽妍生物	敷尔佳（2022 年）	华熙生物（2019 年）
淘宝	淘宝客佣金：商家可以针对不同的商品设置不同的佣金比率，通常为 1.5%-25%； 返点积分：积分的基准返点比例为商品售价的 1%； 聚划算佣金：包含固定坑位费及按照聚划算活动期间的成交额的一定比例收取的佣金； 品牌新享/百亿补贴等服务费：根据不同的活动有不同的扣费规则	淘宝客佣金：包含固定坑位费及佣金，其中佣金按照成交额的一定比例收费，根据淘宝客、淘宝达人主播的知名度、推广效果的不同，佣金比例为 10%-40%； 积分费用：按照成交额的一定比例收费 聚划算佣金：包含固定坑位费及按照聚划算活动期间的成交额的一定比例收取的佣金，佣金比例通常为 10%	包含其他促销服务费
抖音	推广费（或称“佣金”）： 结算基数*团长佣金费率； 结算基数（境内）=实付金额+主播券金额+平台券金额+支付通道补贴-运费金额-打包费金额+物流减收金额； 推广费率为商家在后台自行设置的给达人带货的费率（1%-40%）	未披露	未披露
京东	公司承担平台主要推广工具支出	发行人承担平台主要推广工具支出，京东平台对公司部分活动费用进行补贴	包含其他促销服务费

渠道	绽妍生物	敷尔佳（2022 年）	华熙生物（2019 年）
快手	推广者佣金：商品在快分销中通过推广者分销推广产生的订单，需向推广者出让推广者佣金，推广者包含但不限于达人、招商团长、快赚客等。达人佣金 = 佣金基数（或称计佣基数）*佣金率-主播红包-快赚客佣金（达人承担）-服务商佣金（达人承担），商家为其商品设置商品佣金率，可设置的佣金率范围为 1%-99%	未披露	未披露

注：以上向平台缴纳的推广费为公司向平台支付的必要费用，不包括向阿里妈妈、巨量千川等平台旗下的广告投放服务商支付的投流费等主动费用。

根据上表可知，报告期内公司在各平台可自行在费率范围内设置推广费支出费率，可比公司也可以自行决定促销服务费支出金额及佣金费率范围，公司与可比公司不存在较大差异。报告期内，公司在各平台的平台推广费支出占收入比重请参见本审核问询回复之“问题 4”之“四”之“（一）”的回复中关于“公司报告期内各平台的市场推广费、销售收入及对应费用率匹配情况”的相关内容，可比公司未披露各平台对应的推广费及占比情况。

2、说明公司与第三方支付平台的结算周期，是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况，公司资金流转与收入是否匹配

（1）公司与第三方支付平台的结算周期

报告期内，公司主要通过淘宝、抖音、快手等第三方电商平台开展线上销售业务，各平台结算周期具体如下：

① 淘宝：订单确认收货当天即时结算。

② 抖音：

体验分 ≥ 70 分：订单确认收货后 4 天结算；

体验分 < 70 分：订单确认收货后 10 天结算。

③ 快手：

店铺体验分 ≥ 4.7 且最近 30 日发货后成功退款率 $> 20\%$ ：订单完成或确认收货+7 天

结算；

店铺体验分 ≥ 4.7 且最近 30 日发货后成功退款率 $\leq 20\%$ ：订单完成前或确认收货+4 天结算；

店铺体验分 < 4.4 ：订单完成+3 天或确认收货+10 天结算。

(2) 是否存在公司账户或个人账户直接收款的情况

报告期内，公司线上销售收款均通过第三方电商平台指定的对公结算渠道进行，所有销售款项均直接进入公司对公账户，不存在个人账户直接收款的情况。公司严格遵循各平台的资金结算规则，收款流程规范，资金流向可追溯，符合公司财务管理制度及相关监管要求。

(3) 公司资金流转与收入的匹配性

报告期内，公司于淘宝、抖音、快手等大型 B2C 网络销售平台自主设立运营网络店铺并通过该类网络店铺进行线上推广与销售，获得直销收入。其中淘宝绽妍官方旗舰店、抖音绽妍旗舰店、抖音绽妍医疗器械旗舰店、快手绽妍旗舰店的合计收入占线上直销模式总收入的 94%以上，是公司线上直销业务的核心构成部分。上述四家店铺的交易数据能够充分反映公司线上销售资金流转与收入确认的整体情况，其经营状况和交易数据对公司线上直销业务的整体表现具有决定性影响。

基于重要性原则，上述四家店铺的交易数据能够较全面、充分地反映公司线上销售的资金流转情况以及收入确认的整体状况。因此，为确保核查结果的准确性和代表性，选取了该四家店铺作为核查对象，开展针对公司资金流转与收入的匹配性的实质性核查工作。

2023 年资金流转的匹配情况如下：

单位：万元

平台	店铺	收入金额（含税） A	资金流水（含税）B	差异 C= (A-B)	差异率 D= (C/A)
淘宝	绽妍官方旗舰店	15,707.63	15,712.73	-5.10	-0.03%
抖音	绽妍旗舰店	3,588.05	3,589.32	-1.27	-0.04%
抖音	绽妍医疗器械旗舰店	581.25	581.72	-0.47	-0.08%
快手	绽妍旗舰店	500.46	501.50	-1.05	-0.21%
合计		20,377.39	20,385.27	-7.89	-0.04%

2024 年资金流转的匹配情况如下：

单位：万元

平台	店铺	收入金额（含税） A	资金流水（含税）B	差异 C= (A-B)	差异率 D= (C/A)
淘宝	绽妍官方旗舰店	19,462.07	19,455.46	6.62	0.03%
抖音	绽妍旗舰店	7,192.70	7,194.91	-2.21	-0.03%
抖音	绽妍医疗器械旗舰店	2,307.03	2,302.92	4.12	0.18%
快手	绽妍旗舰店	2,327.98	2,328.85	-0.87	-0.04%
合计		31,289.78	31,282.14	7.66	0.02%

经核查，公司四家线上核心店铺 2023 年第三方支付流水与财务收入确认金额的总计差异为 7.89 万元，差异率为 0.04%；2024 年第三方支付流水与财务收入确认金额的总计差异为 7.66 万元，差异率为 0.02%；差异主要系从收到货款到收入确认之间存在时间差，在可接受范围内。

综上，公司线上直销模式下的资金流转与收入相匹配。

（四）说明报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，如有，详细说明相关情况、各期刷单金额及资金来源、账务处理方法等，是否规范；如公司存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，说明其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险

1、说明报告期内公司及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为

报告期内公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为，具体情况如下：

（1）公司针对电商业务建立了健全的信息系统及内部控制

公司针对电商业务引入了旺店通系统，依托旺店通系统与财务 ERP 系统实现从订单下达、发货和入账的全业务流程线上管理。消费者在平台下单后，第三方平台订单信息实时同步至旺店通系统，由公司或客服人员进行单据审核后下推形成销售出库单。旺店通销售出库单信息被实时同步至第三方仓库系统，仓库人员根据相应信息进行发

货。旺店通系统生成的销售出库单每日凌晨通过接口自动汇总并同步至金蝶云星空系统生成销售出库明细。公司会计人员每月底对账完成后，在财务系统录入会计凭证确认收入。

(2) 在线上销售平台进行刷单、刷好评行为面临着严格的外部监管

报告期内，公司合作的主要电商平台包括京东、天猫、抖音、快手、唯品会、小红书。经查询，各平台均对在其平台所开设的店铺制定了关于“刷单、刷好评”等行为的严格的监管规则，具体情况如下：

序号	平台名称	行为类别	行为认定与处理措施
1	京东	虚假交易	1) 虚假交易认定：商家通过包括但不限于获取虚假的商品销量、店铺评分、商品评论或成交金额等，妨害、干扰消费者购物权益或其他商家利益，损害京东正常经营秩序的行为。 2) 虚假交易处理措施：京东有权视违规程度采取包括但不限于扣除违约金、店铺商品搜索降权、推荐降权、删除违规商品销量、删除或折叠违规评价、限制渠道专属技术服务费、取消商家返利激励金、限制参与营销活动、禁止发布商品、禁止上架待售商品、全店商品下架、终止合作等处理措施
		诱导好评	1) 诱导好评认定：商家以物质或金钱承诺等为条件鼓励、引导消费者进行“好评”的行为，违规情形包括但不限于：全五星返现、好评返现、好评免单、好评返红包、好评返优惠券等 2) 诱导好评处理措施：京东有权视违规程度采取包括但不限于扣除违约金、下架违规商品、店铺商品搜索降权等处理措施。
2	天猫	虚假交易	1) 虚假交易认定：指会员通过虚构或隐瞒交易事实、规避或恶意利用信用记录规则等不正当方式，获取虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论或成交金额等不当利益的行为。 2) 虚假交易处理措施：商家进行虚假交易的，天猫将对商家的违规行为进行纠正，包括删除虚假交易产生的商品销量、评分不累计、屏蔽评论内容等不当利益；对涉嫌虚假交易的商品，给予商家 30 天的单个商品搜索降权处理。如商家某商品多次进行虚假交易的，搜索降权时间滚动计算。情节严重的，天猫同时将下架商家店铺内所有商品。情节特别严重的，天猫同时将屏蔽店铺 7 天。
		虚假评论	1) 虚假评论认定：卖家不得自行或通过第三方要求买家只写好评、修改评价、追加评价等行为；不得以物质或金钱承诺为条件鼓励、引导买家进行“好评”的评价内容，包括但不限于：全五星返现、好评返现、好评免单、好评返红包、好评返优惠券等；不得通过诱导买家、虚假交易等不正当方式获取不真实的评价 2) 虚假评论处理措施：公示警告、违规商品或信息处置、经营权限管控、支付违约金、扣分、账户权限管控、关联影响、关联店铺处理、其他处理措施等
3	抖音	虚假交易	1) 虚假交易认定：商家通过虚构或隐瞒交易事实、规避或恶意利用信用记录规则、干扰或妨害信用记录秩序等不正当方式，获取虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论或成交金额等谋取不当利益的行为。 刷单刷评的场景为：①商家使用自有账号、自行注册新账号或操纵其他账号，包括但不限于亲朋好友账号、公司同事账号、炒作

序号	平台名称	行为类别	行为认定与处理措施
			团伙账号、自行注册的马甲小号、商家合作达人及其关联账号等，购买自家所售商品；②商家利用第三方炒作团伙或通过与他人协议以不正当方式进行的炒作，包括但不限于商家联合第三方机构刷分服务，炒作店铺体验分；③商家利用第三方（包括其他卖家）提供的工具、服务或便利条件进行虚假交易，包括但不限于商家利用低价“一件代发”等服务，通过广告投流、达人带货等，炒作体验分；④商家通过发布无实质交易内容、变更商品页面信息、搭配套餐方式、以不合理的规格进行件数拆分、设置异常大额优惠或大幅度修改商品价格、类目错放、不合理更换商品等，虚假的提高商品销量等的行为；⑤使用虚假的物流单号或一个物流单号重复使用多次、空包发货或不发货等虚假物流手段；⑥同一用户（包括但不限于同一设备、同一 IP 等），在同一商家店铺内高频购买同一个/同一类商品，超出单一消费者合理消费需求或存在批量异常退款等非真实有效消费行为，或违规将非平台内达成的交易导入平台，炒作商家在平台的交易数据；⑦评价内容异常，如虚拟商品下存在大量关于物流配送、发货时效方面的内容；⑧商家诱导平台消费者进行虚假交易的行为，包括但不限于通过商品、IM 聊天、直播间、短视频、私信等各种途径发布刷单任务给买家，利用返现、返红包、送礼品等方式，诱导买家下单或下单后退款等；⑨商家诱导平台消费者好评的行为，包括但不限于通过商品、IM 聊天、直播间、短视频、私信等各种途径发布刷单任务给买家，利用返现、返红包、送礼品等方式，诱导买家好评；⑩其他以非正常交易手段提高商品销量、体验分、成交金额等数据的行为。 炒信作弊的场景为：①商家雇佣第三方机构或团伙，发起虚假的聊天或给予虚假的服务评价；②商家雇佣第三方机构或团伙，进行批量虚假搜索浏览店铺商品信息等违规获取平台流量的作弊行为；③商家使用其他非正常交易手段实施炒信作弊等不正当竞争行为的 2) 虚假交易处理措施：相关商品封禁，取消因虚假交易产生的评价和销量，存在套券、套利的，平台有权追缴，商家需归还套券套利款项。同时根据违规情节的程度，进行警告、扣除违约金等处罚。
4	快手	虚假交易	1) 虚假交易认定：商家通过虚构或隐瞒交易事实、规避或利用信用记录规则、恶意诱导用户支付退款等不正当方式，获取虚假的商品销量、店铺评分、信用积分、商品评论或成交金额等不当利益的行为。 包括但不限于以下场景：①使用自有账号、团队账号、自行注册新账号或操纵其他账号，冒充消费者身份购买自家所售商品；②使用虚假单号或重复使用同一物流单号、空包发货或不发货等虚假物流手段；③利用第三方炒作团伙或通过与他人协议以不正当方式进行的炒作卖货；④利用第三方（包括其他卖家）提供的工具、服务或便利条件虚假交易；⑤通过直播间、短视频、私信等相关站内途径，诱导消费者发起非真实购买意愿的交易，如利用剧本或盲盒/免单等福利诱导买家支付后退款、利用返现/赠品/退款诱导买家好评等；⑥通过发布无实质交易内容、恶意变更信息、搭配套餐诱导或异常价格的商品来提升销量；⑦同一设备的一个/多个账号在同一商家的店铺内异常高频购买一个/一类商品；⑧评价内容异常，如虚拟商品下存在大量关于物流配送、发货时效方

序号	平台名称	行为类别	行为认定与处理措施
			面的内容。 2) 虚假交易处理措施：视情节轻重采取支付违约金、排行榜禁入、激励活动禁入、直播间遮罩、关播、取消因虚假交易所产生的不当利益。
5	唯品会	虚假交易	1) 虚假交易认定：指通过不正当方式获得商品销量、商品评价等数据的提升，直接或间接获取平台流量、品牌曝光率、栏目及活动提报资格、平台扣点减免、平台销售奖励等利益的行为。 以下行为将被认定为虚假交易：①自卖自买：商家使用自有账号、注册马甲账号或者操纵他人账号购买自家所售商品，并通过反复多次购买、购买商品后拒收、购买商品后退货、购买商品后取消订单、使用虚假的发货单号伪造发货/退货事实、发空包、拍A发B等方式增加商品销量、评论数等的异常行为。例如：组织朋友、同学、家人、员工等进行非正常购买；商家店铺之间反复多次非正常购买；商家组织关联方包括各地分/子公司及实体店、品牌合作方、代运营方、其他合作方等主体进行非正常购买；②通过第三方刷单/炒信团队非正常购买：指商家通过第三方刷单/炒信团伙、借助刷单平台/补单平台或雇佣刷手刷单等方式进行非正常购买的行为。 2) 虚假交易处理措施：视违规次数采取违约金、删除违规商品销量及评价、停全站资源、店铺下线整改、店铺永久下线、终止合作、清退处理、返还销售奖励、唯品会补贴、扣点减免等费用。
		诱导好评	1) 诱导好评认定：商家不得在店铺页面、商品详情页面、活动页等页面中出现或者利用在线客服、短信或配送包裹等形式推送“以物质或金钱承诺为条件鼓励、引导消费者进行“好评”的营销内容，包括但不限于：全五星返现、好评返现、好评免单、好评返红包、好评返优惠券等。 2) 诱导好评处理措施：视违规次数采取扣分、删除违规商品、3日内店铺降权、店铺屏蔽7天处理。
6	小红书	虚假交易	1) 虚假交易认定：商家通过不正当方式提高在小红书平台的商品销量或店铺排名以获取虚假好评、虚假商品销量、虚假信用评价，或商家规避平台规则，利用平台规则漏洞、系统漏洞等方式，套取补贴、退货款或其他款项以获取不当利益，恶意损害小红书平台、其他商家或任何第三方合法权益的行为。 包括但不限于情况： 刷单刷评：①商家使用自有账号、自行注册新账号或操纵其他账号，包括但不限于亲朋好友账号、公司同事账号、炒作团伙账号、自行注册的马甲小号、商家合作达人及其关联账号等，购买自家所售商品；②商家利用第三方炒作团伙或通过与他人协议以不正当方式进行的炒作，包括但不限于：商家联合第三方机构刷分服务，炒作店铺服务分；③商家利用第三方（包括其他卖家）提供的工具、服务或便利条件进行虚假交易，包括但不限于：商家利用低价“一件代发”等服务，通过广告投流、达人带货等，炒作服务分；④商家通过发布无实质交易内容、变更商品页面信息、搭配套餐方式、以不合理的规格进行件数拆分、设置异常大额优惠或大幅度修改商品价格、类目错放、不合理更换商品等，虚假的提高商品销量等的行为；⑤使用虚假的物流单号或一个物流单号重复使用多次、空包发货或不发货等虚假物流手段；⑥同一用户（包括但不限于同一设备、同一IP等），在同一商家店铺内高频购买同一个/同一类商品，超出单一消费者合理消费需求或

序号	平台名称	行为类别	行为认定与处理措施
			存在批量异常退款等非真实有效消费行为，或违规将非平台内达成的交易导入平台，炒作商家在平台的交易数据；⑦评价内容异常，如虚拟商品下存在大量关于物流配送、发货时效方面的内容；⑧商家诱导平台消费者进行虚假交易的行为，包括但不限于通过商品、IM 聊天、直播间、短视频、私信等各种途径发布刷单任务给买家，利用返现、返红包、送礼品等方式，诱导买家下单或下单后退款等；⑨商家诱导平台消费者好评的行为，包括但不限于通过商品、IM 聊天、直播间、短视频、私信等各种途径发布刷单任务给买家，利用返现、返红包、送礼品等方式，诱导买家好评；⑩其他以非正常交易手段提高商品销量、服务分、成交金额等数据的行为。 炒信作弊：①商家雇佣第三方机构或团伙，发起虚假的聊天或给予虚假的服务评价；②商家雇佣第三方机构或团伙，进行批量虚假搜索浏览店铺商品信息等违规获取平台流量的作弊行为；③商家使用其他非正常交易手段实施炒信作弊等不正当竞争行为的。 刷单套利：①通过虚假交易等作弊方式获取平台资源，包括商家使用自有账号、自行注册新账号或操纵其他账号（包括但不限于亲朋好友账号、公司同事账号、众包团伙账号、自行注册的马甲小号等）购买自家所售商品，违反价格管理规则恶意新建商品、改价、变更商品属性、叠加自建补贴、商品类目违规等；②平台资源包括但不限于：平台补贴、优惠券、流量激励、平台合作第三方的资源（红包、政府消费券等）。 2）虚假交易处理措施：平台将视违规情节程度对相关商品进行拦截、下架、冻结，对存在套取平台资源的，平台有权追缴，商家需归还所套取的平台资源或赔偿对应款项。

如上表所示，各电商平台严禁商家发生刷单、刷好评等不良商业行为，对该等行为的容忍度较低，惩罚力度较大。平台通过网络监测、技术分析等日常监控手段分析检测平台卖家是否存在虚假交易、诱导好评等行为。如若平台发现商家出现该等行为，商家将面临店铺扣分、支付违约金、商品下架、搜索降权、甚至下架店铺所有商品等惩罚措施。各电商平台对于上述不良商业行为惩罚力度较大，违规成本较高，对于公司日常经营而言刷单、刷好评不具有经济效益。报告期内，公司线上平台店铺不存在因刷单、刷好评而被电商平台收取违约金或追偿的情形。

（3）公司主要平台线上销售业务数据未见异常

根据信永中和出具的《信息系统审计报告》，公司依托旺店通系统与财务 ERP 系统实现从订单下达、发货和入账的全业务流程线上管理。经对旺店通系统中 2023 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间的线上销售订单进行“按下单时间分析”、“收货区域集中度分析”、“快递包裹重量合理性分析”、“销售产品集中度分析”、“消费

用户数及客单价变动分析”、“用户购买频次集中度分析”、“用户购买金额集中度分析”、“用户购买时间间隔集中度分析”、“购买行为活跃用户分析”、“新增与留存用户分析”、“新增用户地域分析”、“获客成本分析”，测试结果均未发现异常。

（4）银行流水核查程序未发现资金用于刷单、刷好评的行为

经核查公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要销售人员报告期内的银行资金流水，未发现存在与刷单或刷好评相关的异常银行流水支出情形。

综上，报告期内公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为。

2、如公司存在与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务，说明其合法合规性，是否存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险

“竞价排名”一般是指商家通过设置关键词并充值付费，根据搜索引擎的竞价机制通过竞价进入其推广位，通常按照用户点击的流量付费的互联网广告。根据《互联网广告管理办法》《电子商务法》等规定，竞价排名系互联网平台推出的正常广告推广形式，在互联网平台中被广泛采用。

经查阅报告期内公司购买搜索引擎及电商平台竞价排名和广告推广的后台消费记录，并查询公司在相关搜索引擎及电商平台投放的广告情况，公司存在与搜索引擎及电商平台合作开展竞价排名及推广业务的情况，具体情况如下：

序号	推广平台	推广类型	计价方式
1	京东	站内推广、广告投流 ⁸	CPC（按点击量付费）、CPM（按展现量付费）
2	天猫	站内推广、广告投流	CPC（按点击量付费）、CPM（按展现量付费）
3	唯品会	站内推广、广告投流	CPC（按点击量付费）、CPM（按展现量付费）
4	小红书	站内推广、广告投流	CPC（按点击量付费）、CPM（按展现量付费）
5	百度	广告投流	CPM（按展现量付费）
6	抖音	广告投流	CPM（按展现量付费）
7	微博	广告投流	CPM（按展现量付费）
8	微信	广告投流	CPM（按展现量付费）

⁸ 站内推广：货架电商内的店铺/商品广告推广行为；广告投流：兴趣电商内的广告采买/推广投流服务。

序号	推广平台	推广类型	计价方式
9	有赞	广告投流	CPM（按展现量付费）

公司与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务需要遵守《互联网广告管理办法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》等相关法律法规的规定，公司实际业务开展与前述法律法规对照情况如下：

法律法规	主要内容	公司实际业务开展情况
《互联网广告管理办法》	第九条：互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨明其为广告。对于竞价排名的商品或者服务，广告发布者应当显著标明“广告”，与自然搜索结果明显区分。 第十七条：利用互联网发送、发布广告，不得影响用户正常使用网络，不得在搜索政务服务网站、网页、互联网应用程序、公众号等结果中插入竞价排名广告。	现有法律法规并未禁止竞价排名和推广，但应符合相关规定。经核查，公司发布的竞价排名广告均显著标明“广告”，公司发布的竞价排名广告不存在影响用户正常使用网络、在搜索政务服务网站、网页、互联网应用程序、公众号等结果中插入竞价排名广告的情形。
《中华人民共和国电子商务法》	第十八条：电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征向其提供商品或者服务的搜索结果的，应当同时向该消费者提供不针对其个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。 第四十条：电子商务平台经营者应当根据商品或者服务的价格、销量、信用等以多种方式向消费者显示商品或者服务的搜索结果；对于竞价排名的商品或者服务，应当显著标明“广告”。	
《中华人民共和国广告法（2021年修正）》	第十五条第一款：麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品等特殊药品，药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械和治疗方法，不得作广告。 第三十七条：法律、行政法规规定禁止生产、销售的产品或者提供的服务，以及禁止发布广告的商品或者服务，任何单位或者个人不得设计、制作、代理、发布广告。 第十六条：医疗、药品、医疗器械广告不得含有下列内容： （一）表示功效、安全性的断言或者保证； （二）说明治愈率或者有效率； （三）与其他药品、医疗器械的功效和安全性或者其他医疗机构比较； （四）利用广告代言人作推荐、证明； （五）法律、行政法规规定禁止的其他内容。 药品广告的内容不得与国务院药品监督管理部门批准的说明书不一致，并应当显著标明禁忌、不良反应。处方药广告应当显著标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”，非处方药广告应当显著标明“请按药品说明书或者在药师指导下购买和使用。”	公司主要从事生物医用材料、皮肤学级护肤品和生物活性原料的研发、生产和销售，不属于《中华人民共和国广告法（2021年修正）》等相关法律法规规定的不得作广告的产品或服务。此外，公司在医疗器械广告发布前均在相关部门履行了广告审查程序，详见本问询回复之“2.关于业务资质齐备性”之“请公司：（4）结合《广告法》《医疗器械广告审查办法》《医疗器械广告审查发布标准》《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》等法律法规及规范性文件，说明公司产品推广是否合法合规，是否取得广告批准文件”的回复内容。

法律法规	主要内容	公司实际业务开展情况
	推荐给个人自用的医疗器械的广告，应当显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。医疗器械产品注册证明文件中有关禁忌内容、注意事项的，广告中应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书”。	
	第四十六条：发布医疗、药品、医疗器械、农药、兽药和保健食品广告，以及法律、行政法规规定应当进行审查的其他广告，应当在发布前由有关部门（以下称广告审查机关）对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。	
《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》	第二条：药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告的审查适用本办法。 未经审查不得发布药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告。	
	第六条：医疗器械广告的内容应当以药品监督管理部门批准的注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书内容为准。医疗器械广告涉及医疗器械名称、适用范围、作用机理或者结构及组成等内容的，不得超出注册证书或者备案凭证、注册或者备案的产品说明书范围。 推荐给个人自用的医疗器械的广告，应当显著标明“请仔细阅读产品说明书或者在医务人员的指导下购买和使用”。医疗器械产品注册证书中有禁忌内容、注意事项的，广告应当显著标明“禁忌内容或者注意事项详见说明书。”	
	第九条：药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告应当显著标明广告批准文号。	
	第十条：药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告中应当显著标明的内容，其字体和颜色必须清晰可见、易于辨认，在视频广告中应当持续显示。	
	第二十一条：下列药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品不得发布广告： （一）麻醉药品、精神药品、医疗用毒性药品、放射性药品、药品类易制毒化学品，以及戒毒治疗的药品、医疗器械； （二）军队特需药品、军队医疗机构配制的制剂； （三）医疗机构配制的制剂； （四）依法停止或者禁止生产、销售或者使用的药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品； （五）法律、行政法规禁止发布广告的情形。	
《医疗器械监督管理条例》	第六十条：医疗器械广告的内容应当真实合法，以经负责药品监督管理的部门注册或者备案的医疗器械说明书为准，不得含有虚假、夸大、误导性的内容。 发布医疗器械广告，应当在发布前由省、自治区、直辖市人民政府确定的广告审查机关对广告内容进行审查，并取得医疗器械广告批准文号；未经审	

法律法规	主要内容	公司实际业务开展情况
	查，不得发布。 省级以上人民政府药品监督管理部门责令暂停生产、进口、经营和使用的医疗器械，在暂停期间不得发布涉及该医疗器械的广告。 医疗器械广告的审查办法由国务院市场监督管理部门制定。	

如上表所示，公司与搜索引擎及电商平台合作开展的竞价排名及推广业务符合《互联网广告管理办法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》等相关法律法规的规定，合法合规。

根据《市场主体专用信用报告（无违法违规证明版）》（适用于四川省注册的主体）、《专用公共信用信息报告（企业上市版）》（适用于海南省注册的主体）、《企业专项信用报告》（适用于浙江省注册的主体）、《专用信用报告（替代有无违法记录证明专用版）》（适用于上海市注册的主体）、《陕西省经营主体公共信用报告（有无违法违规记录）》《湖南省公共信用合法合规证明报告》以及西宁仲裁委出具的证明、西藏自治区藏青工业园区管理委员会食品药品监督管理局出具的证明、海南国际仲裁院出具的证明，并经查询中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、中国审判流程信息公开网（<https://splcgk.court.gov.cn/gzfwwww>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、人民法院公告网（<https://rmfygg.court.gov.cn/>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、企查查网站（https://www.qcc.com/?utm_source=baidul&utm_medium=cpc&utm_term=pzsy）、行政处罚文书网（<https://cfws.samr.gov.cn/>）以及各省市市场监督管理局、药品监督管理局网站⁹的公开披露信息，报告期内，公司不存在因开展竞价排名及推广业务侵犯他人知识产权或因不正当竞争等事项而受到行政处罚的情形，亦不存在因开展的竞价排名及

⁹成都市市场监督管理局（<https://scjg.chengdu.gov.cn/>）、格尔木市市场监督管理局（<https://www.geermu.gov.cn/>）、陕西省西咸新区沣东新城管理委员会（<http://fdxc.xixianxinqu.gov.cn/>）、西藏自治区市场监督管理局（<http://amr.xizang.gov.cn/channel/xxgkzn/index.htm>）、杭州市市场监督管理局（<https://scjg.hangzhou.gov.cn/>）、海口市市场监督管理局（<https://amr.haikou.gov.cn/>）、湘潭市市场监督管理局（<http://amr.xiangtan.gov.cn/>）、陕西省西咸新区沣西新城管理委员会（<http://fxxc.xixianxinqu.gov.cn/>）、上海市市场监督管理局（<https://scjgj.sh.gov.cn/>）、四川省市场监督管理局（<https://scjgj.sc.gov.cn/>）、西藏自治区市场监督管理局（<http://amr.xizang.gov.cn/index.htm>）、西安市市场监督管理局（<https://scjg.xa.gov.cn/>）、浙江省市场监督管理局（<https://zjamr.zj.gov.cn/>）、海南省市场监督管理局（<https://amr.hainan.gov.cn/>）、湖南省市场监督管理局（<https://amr.hunan.gov.cn/>）、国家药品监督管理局（<https://www.nmpa.gov.cn/>）、四川省药品监督管理局（<https://yjj.sc.gov.cn/scyjj/index.shtml>）、西藏自治区药品监督管理局（<https://mpa.xizang.gov.cn/>）、陕西省药品监督管理局（<https://mpa.shaanxi.gov.cn/>）、海南省药品监督管理局（<https://amr.hainan.gov.cn/himpa/>）、湖南省药品监督管理局（<https://mpa.hunan.gov.cn/>）、浙江省药品监督管理局（<http://mpa.zj.gov.cn/>）

推广业务而存在诉讼、仲裁的情形。

综上，报告期内公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为；报告期内公司存在与搜索引擎及电商平台合作开展竞价排名及推广业务的情况，该等竞价排名及推广业务合法合规，不存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

四、请主办券商、会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》对经销模式发表明确意见，说明核查的程序、比例及结论。（3）说明对开展线上销售业务的信息系统可靠性，业务运营和财务数据的一致性和合理性的核查程序、金额及比例，是否进行 IT 审计，并对线上收入的真实性发表明确意见。（4）说明对业绩真实性的核查程序，包括但不限于客户及供应商的走访比例、发函比例、回函比例、替代程序、期后回款比例、收入截止性测试比例等，对报告期内业绩真实、准确、完整发表明确意见。请律师核查事项（3）④并发表明确意见。

（一）核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

（1）获取公司报告期各期销售返利明细、返利政策，分析返利金额和销售金额比例变动是否合理；查阅同行业可比公司招股书等公开披露文件，与同行业可比公司对比分析差异与合理性；

（2）获取并查阅公司经销商管理制度、主要客户销售合同，分析公司销售返利是否针对多类型客户；获取公司主要客户各期返利比例，分析是否存在异常波动，变动原因是否合理；对报告期内主要客户返利计提金额进行复算，分析销售返利比例是否与协议约定存在重大差异；

（3）获取公司与主要客户签订的合同，走访主要经销商，检查是否存在公司为客户或经销商提供担保、资金融通或其他利益安排的相关条款或约定；

（4）检查公司销售返利的账务处理，确定相关会计分录是否符合企业会计准则的规定，并与同行业可比公司的返利政策进行对比；

（5）获取公司报告期内不同电商渠道的销售金额及其占比、收益分成方式、款项收取方式、平台推广费的缴纳比例及金额等，与同行业可比公司公开披露案例进行对比；

（6）查阅京东、天猫、抖音、快手、唯品会、小红书平台关于刷单、刷评价相关的监管规则，了解各平台对于刷单、刷评价的行为认定及处理措施；

（7）取得 IT 审计团队机构出具的《绽妍生物科技股份有限公司信息系统审计报告》，确认公司报告期内的线上销售订单是否存在下单时间、收货区域、快递包裹重量、销售产品数量、消费用户数及客单价变动、购买频次、购买金额、购买时间间隔、购买行为活跃用户、新增与留存用户、新增用户地域、获客成本等方面的异常；

（8）取得公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、销售总监等关键岗位人员报告期内的银行资金流水，核查公司相关人员是否存在与刷单、刷评价相关的异常流水；

（9）查阅报告期内公司购买搜索引擎及电商平台竞价排名和广告推广的后台消费记录，查阅公司与各搜索引擎、电商平台及其代理商签署的推广服务协议，查阅公司在相关搜索引擎及电商平台投放的广告情况，确认公司是否存在与搜索引擎及电商平台合作开展竞价排名及推广业务的情况；

（10）查阅《互联网广告管理办法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》等相关法律法规关于竞价排名广告的规定，了解公司发布竞价排名广告所需符合的要求；

（11）核查公司在京东、天猫、唯品会、小红书、百度、抖音、微博、微信、有赞的竞价排名广告，确认是否符合《互联网广告管理办法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》等相关法律法规的规定；

（12）取得公司所在地主管部门出具的合规证明，查询中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网、中国执行信息公开网、人民法院公告网、信用中国、企查查网站、行政处罚文书网以及各省市市场监督管理局、药品监督管理局网站，确认公司是否存在因与搜索引擎及电商平台合作开展竞价排名及推广业务而受到行政处罚。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

（1）公司已补充披露报告期内各期的销售返利金额及其占销售金额的比例；公司销售返利比例与同行业可比公司返利比例存在差异，主要系销售产品类别、市场地位、销售策略、收入结构等不同导致，故公司销售返利比例与同行业可比公司存在差异但具有合理性；

（2）报告期内，公司销售返利主要面向经销商，仅在 2023 年度对个别直销客户提供了返利，比例为 6.76%，与经销客户返利比例不存在较大差异；公司主要客户的销售返利比例变动合理，不存在异常情形；

（3）公司不存在为客户或经销商提供担保、资金融通或其他利益安排的情形；

（4）公司销售返利的会计处理符合《企业会计准则》的规定，与同行业可比公司不存在较大差异；

（5）公司不同电商渠道的销售金额及其占比、收益分成方式、款项收取方式、平台推广费的缴纳比例及金额等与可比公司因为披露时间的差异存在一定的不同，但不存在重大差异；

（6）报告期内，公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为；

（7）报告期内，公司存在与搜索引擎及电商平台合作开展竞价排名及推广业务的情况，该等竞价排名及推广业务合法合规，不存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

（二）按照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》对经销模式发表明确意见，说明核查的程序、比例及结论

1、核查程序及比例

（1）主办券商与会计师向报告期内的经销商进行了函证，函证科目包括交易金额、收款金额、预收账款、应收账款、其他应付款等。

主办券商对经销商的函证覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
发函经销商对应经销收入金额（A）	21,879.93	21,746.05
回函经销商对应经销收入金额（B）	18,322.37	16,190.25
回函相符经销商对应经销收入金额（C）	18,322.37	16,190.25
经销总收入（D）	26,812.26	28,640.65
发函比例（A/D）	81.60%	75.93%
回函比例（B/A）	83.74%	74.45%
回函相符比例（C/B）	100.00%	100.00%

会计师对经销商的函证覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
发函经销商对应经销收入金额（A）	23,888.25	23,556.92
回函经销商对应经销收入金额（B）	23,621.74	22,708.62
回函相符经销商对应经销收入金额（C）	23,575.40	22,696.37
经销总收入（D）	26,812.26	28,640.65
发函比例（A/D）	89.09%	82.25%
回函比例（B/A）	98.88%	96.40%
回函相符比例（C/B）	99.80%	99.94%

（2）主办券商与会计师实际走访 49 家经销商，其中 48 家为实地走访，1 家为视频访谈，经销商走访覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
实地走访经销商对应经销收入金额（A）	18,371.63	15,946.23
视频访谈经销商对应经销收入金额（B）	173.58	214.90
已走访/访谈经销商对应经销收入金额（C=A+B）	18,545.21	16,161.13
经销总收入（D）	26,812.26	28,640.65
实地走访比例（A/D）	68.52%	55.68%
视频访谈比例（B/D）	0.65%	0.75%
走访覆盖比例（C/D）	69.17%	56.43%

(3) 主办券商与会计师对报告期各期经销收入执行销售穿行测试，获取并检查了公司与经销商签订的合同、订单、收款银行回单、出库单、物流单、签收单、收入记账凭证、销售发票、发货回执等。

(4) 主办券商与会计师对报告期内的经销收入执行了收入细节测试，覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
经销收入细节测试金额（A）	26,798.51	27,701.17
经销总收入（B）	26,812.26	28,640.65
覆盖比例（A/B）	99.95%	96.72%

(5) 主办券商与会计师在走访时获取了经销商提供的报告期内公司产品进销存、终端销售情况统计表，据此了解经销商报告期内采购、销售公司产品情况、期末库存情况、下游销售类型。主办券商与会计师获取的经销商进销存、终端销售情况统计表的覆盖比例情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
提供进销存的经销商对应经销收入合计（A）	18,509.78	16,812.59
提供终端销售情况统计表的经销商对应经销收入合计（B）	18,509.69	16,812.59
经销总收入（C）	26,812.26	28,640.65
进销存覆盖比例（A/C）	69.03%	58.70%
终端销售情况统计表覆盖比例（B/C）	69.03%	58.70%

(6) 主办券商与会计师在走访时对经销商库存进行盘点或观察，并获取了盘点表以了解经销商期后库存情况、是否存在大量囤货情形。经销商库存盘点程序的覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
执行盘点程序的经销商对应经销收入	16,320.74	10,640.89
经销总收入	26,812.26	28,640.65
覆盖比例	60.87%	37.15%

据盘点结果可知，所盘点的经销商报告期后销售正常，其无期后库存积压情形。

(7) 主办券商与会计师对报告期各期前二十大经销商进行终端穿透核查，核查程序具体如下：

A.对每家经销商选取 1 至 3 家下游终端客户进行实地走访；

B.获取并复核经销商向下游销售公司产品的佐证资料，包括但不限于经销商与终端客户的部分合同、订单、下单与付款的交易聊天记录、销售发票、物流明细表或经销商报告期内的下游销售明细；针对从事线上销售的经销商，项目组获取其线上店铺订单或销售明细表进行核查。不同经销商销售渠道、下游客户类型及配合程度不同，因此不同经销商提供的具体资料类型和数量有所差异。

针对核查程序 A，主办券商与会计师截至目前对报告期内共计 12 家经销商的下游客户进行实地走访，共计走访 33 家下游客户，其中包括 1 家化妆品专卖店、17 家 OTC 连锁药店、2 家美容机构、11 家下游经销商、2 家医院。针对其中的下游经销商客户，主办券商与会计师在走访时尽量沟通其提供其报告期内主要下游客户情况，并尝试沟通其配合项目组再往下进行穿透走访，对于拒绝配合穿透走访的下游经销商，主办券商与会计师再尝试沟通获取或查看其向下游销售公司产品的佐证资料（例如合同、发票等）。

上述终端穿透核查程序的覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
实现下游穿透走访的经销商对应经销收入（A）	9,693.91	10,748.94
提供实现下游销售佐证资料的经销商对应经销收入（B）	7,033.24	6,552.28
经销总收入（C）	26,812.26	28,640.65
穿透走访覆盖比例（A/C）	36.15%	37.53%
穿透核查覆盖比例（（A+B）/C）	62.39%	60.41%

注：上表中核查程序 A 与 B 的经销收入并不重合。实际上，针对执行过核查程序 A 的经销商，主办券商与会计师也执行了核查程序 B

(8) 主办券商与会计师将公司报告期内前十大经销商的收货地址与公司及子公司注册地址、经营地址进行了比对，核查是否存在前述经销商收货地址与公司地址重合

或相近的情况，核查覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
被核查过收货地址的经销商对应经销收入金额	13,015.91	14,116.26
经销总收入	26,812.26	28,640.65
覆盖比例	48.54%	49.29%

（9）主办券商已核查公司销售负责人及主要销售渠道负责人的银行流水，并专项核查了报告期各期对接前十大经销商的 4 位基层销售人员的银行、微信、支付宝流水。公司对基层销售人员的流水核查主要覆盖公司经销体系的生美部门和线上部门，该 4 人覆盖的经销商的销售额占公司报告期内经销收入的 55.62%、62.67%。除存在个别销售人员协助经销商及其下游客户代下单、调货外，未发现存在异常情形。

（10）主办券商与会计师对报告期内的公司资金流水进行了核查，确认经销商回款不存在大量现金和第三方回款。

（11）主办券商查与会计师阅了公司经销商内控管理制度，并结合穿行测试、公司管理层访谈与问询、经销商走访等途径了解公司报告期内经销商内控制度执行情况及有效性。经核查，公司报告期内经销商选取标准、日常管理、定价机制、物流、退换货机制、信息系统等方面的内控健全并有效执行。

（12）主办券商与会计师核查了公司经销模式收入确认政策，并与同行业可比公众公司进行了对比，确认公司经销模式收入确认原则符合《企业会计准则规定》，并与同行业可比公众公司不存在重大差异。

（13）主办券商与会计师复核了公司与主要经销商签订的经销协议，了解了公司对经销商的退换货政策、返利政策以及对应的会计处理政策、实际执行情况，获取了公司报告期内的经销商退换货数据、返利数据并就前述各方面与可比公众公司进行对比，并通过函证、走访与经销商核实确认返利金额。经核查，公司报告期内经销商退换货金额比例较小且无异常（具体请见本审核问询回复之“问题 5”之“三”之“（二）”之“2”中关于退换货金额、占比的相关内容），各期返利占经销总收入之比稳定在约 10%的水平，退换货、返利的会计处理方式符合会计准则要求，公司不存在通过退换货、返利调节经营业绩的情况。

(14) 主办券商与会计师对报告期内公司经销商进行了工商查询，确认公司不存在大量个人等非法人实体。主办券商与会计师通过实地走访、工商查询、函证、经销协议核查等手段对公司报告期内主要经销商的主体资格、资信能力、关联关系、信用政策等进行了核查，确认主要经销商的主体资格、资信能力等无异常，信用政策合理，并与公司不存在实质和潜在关联方关系，公司对经销商不存在依赖。公司经销商中无由公司员工控制或经营的，有 2 家经销商由公司前员工控制或参与经营（具体情况请见本审核问询回复之“问题 3”之“一”之“（四）”的回复中有关前员工控制或参与经营的经销商的情况的相关内容），这 2 家经销商与公司合作正常，具有商业合理性，且其对应公司收入占比较小。

(15) 主办券商与会计师对公司报告期内经销收入、毛利率等进行数据分析，对经销商按一定维度（例如收入规模、购买频次等）进行分层分析，对比同行业可比公众公司分析公司经销收入及占比、变动、毛利率是否合理，并结合报告期内经销商新增、退出情况分析经销商稳定性（具体请参见本审核问询回复之“问题 3”之“一”之“（二）”的回复中关于“经销商的新增与退出情况及通过经销商销售稳定性”的相关内容），确认公司经销收入不存在异常。

2、核查结论

经核查，主办券商与会计师认为，公司的经销收入真实、无异常，主要经销商期内与期后终端销售正常，无期末和期后大额囤货情形；公司经销收入相关的会计政策与处理方式符合会计准则要求，公司不存在通过退换货、返利调节经营业绩的情况；公司经销商内控机制较为健全并有效执行。

（三）说明对开展线上销售业务的信息系统可靠性，业务运营和财务数据的一致性和合理性的核查程序、金额及比例，是否进行 IT 审计，并对线上收入的真实性发表明确意见

1、对开展线上销售业务的信息系统可靠性，业务运营和财务数据的一致性和合理性的核查程序、金额及比例，是否进行 IT 审计

报告期内，公司主要在淘宝、抖音、快手等第三方电商平台上开设店铺，对各类医疗器械、化妆品产品进行线上销售。作为集研发、生产和销售一体的创新型企业，公司日常运营高度依赖信息系统，信息系统业务流程涉及采购管理、库存管理、生产

管理、销售管理等核心环节。

针对公司销售运营过程中信息化程度较高的特点，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）IT 审计团队（以下简称“IT 审计团队”）对 2023 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日期间公司信息系统控制、信息系统业务数据进行了专项核查，并出具了《绽妍生物科技股份有限公司信息系统审计报告》。

IT 审计团队对报告期内公司线上销售业务涉及的相关信息系统，包括财务信息系统（金蝶云星空系统、慧策系统）、业务信息系统（订货平台系统、旺店通系统），执行了信息系统一般控制测试、信息系统应用控制测试等核查工作，对公司业务数据、财务数据进行了分析。IT 审计执行的具体核查程序包括：

（1）确认信息系统有效性

执行信息系统一般控制有效性核查。对信息系统的 IT 控制环境、程序和数据的访问权限、程序变更和开发及计算机运营等环节进行核查，了解公司信息系统一般控制的可靠情况，确保公司信息系统的整体架构稳健、运行可靠，能够有效支撑公司的线上销售业务的开展。

执行信息系统应用控制有效性核查。对公司主要业务流程和相关信息系统的控制情况进行核查，主要针对销售与收款循环进行测试（如订单下达同步与审核、销售出库单创建同步与审核、销售退换单的创建与审核、退货入库单的创建、销售收款结算、销售对账及账务处理等），以验证基础运营数据及财务数据在系统中记录和保存的准确性、完整性、不可篡改性，并关注基础数据直接生成或加工生产的数据的真实性、准确性、完整性。

（2）业财数据一致性核对

报告期内公司各期收入按渠道列示如下：

单位：万元

期间	直销		经销	代销		合计
	线上	线下	线下	线上	线下	
2023 年度	18,956.38	752.69	28,640.65	-	268.59	48,618.31
2024 年度	29,489.67	871.25	26,812.26	2,286.96	279.07	59,739.21

IT 审计团队仅针对线上直销收入执行业财数据一致性核对，核对程序包括：

① 第三方电商平台销售收入业务数据与财务入账的一致性核对：

IT 审计团队抽取了报告期内合计收入占线上直销模式总收入 94%以上的店铺（淘宝绽妍官方旗舰店、抖音绽妍旗舰店、抖音绽妍医疗器械旗舰店与快手绽妍旗舰店）进行全量核对。报告期内各期财务入账金额（不含税）分别为 18,037.38 万元、27,821.72 万元，销售收入业务数据金额（不含税）分别为 18,040.83 万元、27,825.48 万元，差异金额分别为-3.45 万元、-3.76 万元，差异率分别为-0.02%、-0.01%。

② 第三方电商平台收款流水与财务凭证记账金额的一致性核对：

IT 审计团队抽取了报告期内合计收入占线上直销模式总收入 94%以上的店铺（淘宝绽妍官方旗舰店、抖音绽妍旗舰店、抖音绽妍医疗器械旗舰店与快手绽妍旗舰店）进行全量核对。报告期内各期财务凭证记账金额（含税）分别为 20,385.12 万元、31,075.82 万元，平台收款流水金额（含税）分别为 20,385.27 万元、31,076.49 万元，差异金额-分别为 0.16 万元、-0.67 万元，差异率分别为 0.00%、0.00%。

通过第①、②项核对，IT 审计团队认为能够合理确保公司系统订单收款资金流水具有匹配性，且均已入账。

③ 第三方电商平台订单与旺店通系统销售订单的一致性核对：

IT 审计团队抽取了报告期内合计收入占线上直销 模式总收入 94%以上的店铺（淘宝绽妍官方旗舰店、抖音绽妍旗舰店、抖音绽妍医疗器械旗舰店与快手绽妍旗舰店）进行全量核对。报告期内平台订单金额（含税）分别为 20,944.51 万元、33,243.30 万元，旺店通系统销售订单金额（含税）分别为 20,956.28 万元、33,251.70 万元，差异金额分别为 11.77 万元、8.40 万元，差异率分别为 0.06%、0.03%。

④ 订货平台系统与金蝶云星空系统销售订单的一致性核对：

IT 审计团队将报告期内订货平台系统（B2B 业务）销售订单数据和金蝶云星空系统销售订单数据进行了全量核对。报告期内各期订货平台系统订单金额（含税）分别为 32,809.45 万元、32,241.48 万元，金蝶云星空系统订单金额（含税）分别为 32,836.09 万元、32,174.25 万元，差异金额分别为 26.65 万元、-67.23 万元，差异率分别为 0.08%、-0.21%。

通过第③、④项核对，IT 审计认为能够合理确保公司主要订单数据的真实性、准确性、完整性。

⑤ 旺店通系统销售出库（退货入库）与财务 ERP 销售出库（退货入库）数据的一致性核对：

IT 审计团队抽取了报告期内合计收入占线上直销模式总收入 94%以上的店铺（淘宝绽妍官方旗舰店、抖音绽妍旗舰店、抖音绽妍医疗器械旗舰店与快手绽妍旗舰店）进行全量核对。对于销售出库，报告期内各期旺店通系统发货金额（含税）分别为 21,525.51 万元、34,016.57 万元，财务 ERP 发货金额（含税）分别为 21,525.42 万元、34,015.74 万元，差异金额分别为-0.09 万元、-0.83 万元，差异率分别为 0.00%、0.00%；对于退货入库，报告期内旺店通系统退货金额（含税）分别为 874.87 万元、2,028.26 万元，财务 ERP 退货金额（含税）分别为 870.57 万元、2,028.37 万元，差异金额分别为-4.30 万元、0.11 万元，差异率分别为 0.49%、-0.01%。

⑥ 旺店通系统销售出库与第三方仓库发货明细一致性核对：

IT 审计团队抽取了报告期内合计收入占线上直销模式总收入 94%以上的店铺（淘宝绽妍官方旗舰店、抖音绽妍旗舰店、抖音绽妍医疗器械旗舰店与快手绽妍旗舰店）进行全量核对。报告期内各期旺店通系统销售出库数量分别为 1,260.04 万个、1,952.33 万个，第三方仓库发货数量分别为 1,260.04 万个、1,952.33 万个，差异数量分别为 2 个、10 个，差异率分别为 0.00%、0.00%。

通过第⑤、⑥项核对，IT 审计团队认为能够合理确保公司订单均已实际发货，且发货订单拥有外部数据进行验证。

（3）CAATS 用户行为数据分析

报告期内，公司于淘宝、抖音、快手等大型 B2C 网络销售平台自主设立运营网络店铺并通过该类网络店铺进行线上推广与销售，获得直销收入。其中淘宝绽妍官方旗舰店、抖音绽妍旗舰店、抖音绽妍医疗器械旗舰店、快手绽妍旗舰店的合计收入占线上直销模式总收入的 94%以上，是公司线上直销业务的核心构成部分。基于重要性原则，上述四家店铺的交易数据能够充分反映公司线上直销模式销售的整体情况，因此 IT 审计团队选取该四家店铺作为线上销售核查对象，对公司线上销售的业务数据、财务数据执行了分析，分析维度包括用户下单时间分布分析、收货区域集中度分析、快

递包裹重量合理性分析、销售产品集中度分析、消费用户数及客单价变动分析、用户购买频次集中度分析、用户购买金额集中度分析、用户购买时间间隔集中度分析、购买行为活跃用户分析、月度新增用户数及留存用户数分析、新增用户地域分布分析、获客成本分析，验证了公司线上订单销售的真实性及合理性。

上述 CAATS 用户行为相关测试内容及结论如下：

序号	项目	测试目的、范围	测试结果
1	用户下单时间分布分析（月、日、时分析）	以旺店通系统销售订单数据中交易时间作为统计维度，分别对报告期内各平台订单数据进行按月、按日、按小时的销售合理性分析，核查用户消费行为是否存在明显异常。	未见异常
2	收货区域集中度分析	以旺店通系统销售订单数据中收货地区作为统计维度，分别对报告期内各平台订单数据进行收货区域集中度分析，核查用户收货地址地理位置分布是否存在明显异常。	未见异常
3	快递包裹重量合理性分析	对报告期内各销售出库单货品 Sku 计算理论包裹重量后与实际重量进行比较，核查公司是否存在大量少发货品或发送空包裹的明显异常情况。	未见异常
4	销售产品集中度分析	对报告期内各平台订单数据进行产品集中度分析，核查用户消费行为是否存在明显异常。	未见异常
5	消费用户数及客单价变动分析	根据获取的用户唯一识别标志确定各销售订单用户身份，分别对报告期内各平台订单数据进行按月的销售合理性分析，核查用户消费行为是否存在明显异常。	未见异常
6	用户购买频次集中度分析	根据获取的用户唯一识别标志确定各销售订单用户身份，分别对报告期内各平台订单数据进行购买频次集中度分析，核查用户消费行为是否存在明显异常。	未见异常
7	用户购买金额集中度分析	根据获取的用户唯一识别标志确定各销售订单用户身份，分别对报告期内各平台订单数据进行购买金额集中度分析，核查用户消费行为是否存在明显异常。	未见异常
8	用户购买时间间隔集中度分析	根据获取的用户唯一识别标志确定各销售订单用户身份，分别对报告期内各平台订单数据进行购买时间间隔分析，核查用户消费行为是否存在明显异常。	未见异常
9	购买行为活跃用户分析	基于序号“6-8”用户购买频次、金额及时间间隔集中度分析情况，对报告期内购买行为活跃的用户进行定义与进一步分析、核查。	未见异常
10	月度新增用户数及留存用户数分析	根据获取的用户唯一识别标志确定各销售订单用户身份，分别对报告期内各平台订单数据进行月度新增与留存用户分析，核查用户消费行为是否存在明显异常。	未见异常
11	新增用户地域分布分析	根据获取的用户唯一识别标志确定各销售订单用户身份，分别对报告期内各平台月度新增用户进行地域分析，核查用户消费行为是否存在明显异常。	未见异常
12	获客成本分析	根据获取的用户唯一识别标志统计消费用户数量并计算获客成本，按月分析报告期内获客成本波动情况，核查获客成本变动是否存在明显异常。	未见异常

（4）IT 审计结论

IT 审计团队对公司线上销售业务涉及的相关信息系统执行了上述核查与分析，并出具了《绽妍生物科技股份有限公司信息系统审计报告》，认为：

“①公司在信息系统一般控制中的关键自动控制及人工补偿性控制的设计和执行基本有效，未发现可能对关键业务及财务数据造成影响的重大缺陷；

②公司电商销售与收款流程的关键自动控制及人工补偿性控制的设计和执行基本有效，未发现可能对关键业务及财务数据造成影响的重大缺陷；

③通过对关键业务及财务数据执行数据核对、对电商订单数据进行多维度数据分析，我们未发现重大和重要异常情况，对存在的较小异常情况和异常数据经进一步跟进核查，已得到合理解释，不影响公司报告期收入和经营业绩的真实性。

综上所述，公司信息系统可以合理保证公司业务数据和财务数据的真实性、完整性、及时性、准确性。”

2、对线上收入的真实性发表明确意见

针对上述事项，主办券商及会计师履行了以下核查程序：

（1）取得 IT 审计团队机构出具的《绽妍生物科技股份有限公司信息系统审计报告》，并复核信息系统一般控制、信息系统应用控制、关于用户行为分析（包括用户下单时间分布分析、收货区域集中度分析、快递包裹重量合理性分析、销售产品集中度分析、消费用户数及客单价变动分析、用户购买频次集中度分析、用户购买金额集中度分析、用户购买时间间隔集中度分析、购买行为活跃用户分析、月度新增用户数及留存用户数分析、新增用户地域分布分析、获客成本分析、多对一地址关联分析、经销商（非普通消费者）收货集中度分析、普通消费者收货集中度分析等）的相关内容；

（2）访谈公司销售部门负责人、财务部门负责人、IT 部门负责人，了解公司的业务运营特点、信息系统支撑业务开展程度、用户数量及交易量级；

（3）根据审计期间内店铺开店闭店时间、系统上线、替换与支撑情况，区分测试区间，每个区间抽取一个订单样本进行穿行测试，共计 67 个样本，核查公司相关业务的信息系统涉及具体线上订单执行时的有效性和可靠性、相关业务数据与财务数据的

一致性。

经核查，主办券商、会计师认为，公司开展相关业务的信息系统具有可靠性，公司业务运营和财务数据具有一致性和合理性，公司线上销售收入真实。

（四）说明对业绩真实性的核查程序，包括但不限于客户及供应商的走访比例、发函比例、回函比例、替代程序、期后回款比例、收入截止性测试比例等，对报告期内业绩真实、准确、完整发表明确意见。

1、核查程序

针对公司业绩真实性，主办券商及会计师主要进行了如下核查：

（1）对公司线上直销收入执行 IT 审计，核查并测试公司信息系统有效性，验证公司线上直销收入真实、准确与完整性；

（2）对公司经销收入进行专项核查，通过经销商走访、函证、库存盘点、经销商进销存分析、终端穿透核查、经销收入穿行测试、细节测试、退换货与返利核查、经销商内控制度核查、各类分析性程序等验证公司经销收入的真实、准确、完整性，具体核查情况及覆盖比例请见本审核问询回复之“问题 3”之“四”之“（2）”的回复内容；

（3）进行客户与供应商函证，具体覆盖比例如下：

①客户函证

主办券商对客户函证情况如下：

项目	2024 年	2023 年
发函客户对应销售金额（A）	25,239.31	22,351.79
回函客户对应销售金额（B）	25,065.17	21,761.84
回函相符客户对应销售金额（C）	22,778.22	21,761.84
线上直销模式外销售总额（D）	30,257.29	29,662.27
发函比例（A/D）	83.42%	75.35%
回函比例（B/A）	82.84%	73.37%
回函相符比例（C/B）	90.88%	100.00%

会计师对客户函证情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度
发函客户对应销售金额（A）	27,160.69	23,938.99
回函客户对应销售金额（B）	26,894.17	23,090.69
回函相符客户对应销售金额（C）	26,818.52	23,064.44
线上直销模式外销售总额（D）	30,257.29	29,662.27
发函比例（A/D）	89.77%	80.71%
回函比例（B/A）	99.02%	96.46%
回函相符比例（C/B）	99.72%	99.89%

主办券商与会计师对未回函客户实施替代测试，检查包括但不限于销售合同、签收单、销售回款记录等支持性资料。

②供应商函证

主办券商对供应商函证情况如下：

项目	2024 年	2023 年
发函供应商对应采购金额（A）	13,633.53	14,185.98
回函供应商对应采购金额（B）	13,633.53	14,185.98
回函相符供应商对应采购金额（C）	12,498.01	13,683.12
货品采购总额（D）	15,684.26	16,820.94
发函比例（A/D）	86.92%	84.34%
回函比例（B/A）	100.00%	100.00%
回函相符比例（C/B）	91.67%	96.46%

会计师对供应商函证情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度
发函供应商对应采购金额（A）	15,112.56	14,837.15
回函供应商对应采购金额（B）	15,056.78	13,780.16
回函相符供应商对应采购金额（C）	13,638.57	13,278.84
货品采购总额（D）	15,684.26	16,820.94
发函比例（A/D）	96.35%	88.21%
回函比例（B/A）	99.63%	92.88%
回函相符比例（C/B）	90.58%	96.36%

主办券商与会计师对未回函供应商实施替代测试，检查包括但不限于检查采购合同、结算单、采购发票、付款记录等支持性资料。

(4) 进行客户与供应商走访，具体覆盖比例如下：

①客户走访

由于公司线上直销客户为在各电商平台购买公司产品的终端个人消费者，无法进行走访，因此主办券商与会计师对报告期内的经销客户、代销客户、线下直销客户进行走访或访谈，具体覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
走访或访谈客户对应收入金额（A）	20,844.64	16,609.63
线上直销以外的主营业务收入合计（B）	30,249.54	29,661.93
走访比例（A/B）	68.91%	56.00%

②供应商走访

主办券商与会计师对报告期内的供应商进行走访或访谈，具体覆盖比例如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
走访供应商对应采购金额（A）	11,673.08	13,268.88
采购总额（B）	15,684.26	16,836.67
实地走访比例（A/B）	74.43%	78.81%

(5) 主办券商与会计师检查了报告期各期末应收账款期后回款情况，具体如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
应收账款期末余额	1,192.16	369.56
期后回款检查金额	921.35	270.03
回款检查比例	77.28%	73.07%

注：期后回款统计截至 2025 年 5 月 20 日

(6) 主办券商与会计师执行收入截止性测试，对收入确认时点进行核查，确认收入是否记录在正确的会计期间，会计师收入截止性测试比例具体如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
资产负债表日前一个月营业收入金额	4,585.30	3,734.40
资产负债表日前一个月经销收入金额	1,542.54	1,802.59
核查金额	373.53	481.18
核查金额占当月营业收入比例	8.15%	12.89%
核查金额占当月经销收入比例	24.22%	26.69%
资产负债表日后一个月营业收入金额	6,619.38	3,872.75
资产负债表日后一个月经销收入金额	2,521.08	2,214.41
核查金额	176.71	644.61
核查金额占当月营业收入比例	2.67%	16.64%
核查金额占当月经销收入比例	7.01%	29.11%

(7) 对公司及公司董监高、关键业务人员等进行法人与自然人资金流水核查，核查其有无异常资金往来、第三方回款、现金回款等；

(8) 于报告期期末执行公司存货盘点、固定资产盘点、在建工程盘点，了解账实相符情况，核查公司资产真实性；

(9) 对收入、费用执行收入细节测试、截止性测试，核实公司收入、费用的真实、准确与完整性；

(10) 执行各类分析性程序，从不同维度并结合同行业可比公司数据分析公司收入、费用等科目相关数据的分布与变动情况，了解与核实公司财务数据及业务开展有无异常变动情况。

2、核查结论

经核查，主办券商及会计师认为，公司报告期内业绩真实、准确、完整。

(五) 律师核查事项(3)④并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，申报律师进行了如下核查：

(1) 查阅京东、天猫、抖音、快手、唯品会、小红书平台关于刷单、刷评价相关的监管规则，了解各平台对于刷单、刷评价的行为认定及处理措施。

(2) 查阅信永中和会计师出具的《信息系统审计报告》，确认公司报告期内的线上销售订单是否存在下单时间、收货区域、快递包裹重量、销售产品数量、消费用户数及客单价变动、购买频次、购买金额、购买时间间隔、购买行为活跃用户、新增与留存用户、新增用户地域、获客成本等方面的异常。

(3) 取得公司、控股股东、实际控制岗位人员、董事、监事、高级管理人员、销售总监报告期内的银行资金流水，核查公司相关人员是否存在与刷单、刷评价相关的异常流水。

(4) 查阅报告期内公司购买搜索引擎及电商平台竞价排名和广告推广的后台消费记录，查阅公司与各搜索引擎、电商平台及其代理商签署的推广服务协议，查阅公司在相关搜索引擎及电商平台投放的广告情况，确认公司是否存在与搜索引擎及电商平台合作开展竞价排名及推广业务的情况。

(5) 查阅《互联网广告管理办法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》等相关法律法规关于竞价排名广告的规定，了解公司发布竞价排名广告所需符合的要求。

(6) 核查公司在京东、天猫、唯品会、小红书、百度、抖音、微博、微信、有赞的竞价排名广告，确认是否符合《互联网广告管理办法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国广告法》等相关法律法规的规定。

(7) 取得公司所在地主管部门出具的合规证明，查询中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网、中国执行信息公开网、人民法院公告网、信用中国、企查查网站、行政处罚文书网以及各省市市场监督管理局、药品监督管理局网站，确认公司是否存在因与搜索引擎及电商平台合作开展竞价排名及推广业务而受到行政处罚。

2、 核查结论

经核查，律师认为：

(1) 报告期内，公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方对线上销售平台进行刷单、刷好评等行为。

(2) 报告期内，公司存在与搜索引擎及电商平台合作开展竞价排名及推广业务的情况，该等竞价排名及推广业务合法合规，不存在侵犯他人知识产权、不正当竞争等风险。

问题 4. 关于销售费用。

根据申请文件，报告期内，公司销售费用分别为 18,430.23 万元、27,630.06 万元，占营业收入的比重分别为 37.91%、46.25%，主要是市场推广费、职工薪酬等构成；公司共有销售人员 209 人，占比 39.07%。

请公司：（1）补充披露报告期内销售费用逐年增长且销售费用率处于较高水平的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在明显差异及合理性。（2）补充披露公司线上、线下销售渠道对应的销售费用、销售费用率，分别说明线上、线下的主要推广模式，主要推广的产品或品牌。（3）说明公司是否存在通过第三方推广销售的情况，如有列示说明主要第三方推广商的基本情况、交易情况，推广服务商实际控制人是否与公司相关人员存在资金往来，是否存在资金体外循环、利益输送、直接或间接商业贿赂情况；公司或推广服务商是否存在涉税风险，是否存在违法违规行为。（4）关于线上推广费。①列示说明各平台的市场推广费、销售收入及对应费用率，推广费是否实现收入转化，是否存在平台交易额与推广费用率明显不匹配的情况。②说明报告期内主要线上推广方式，如品牌广告、效果类推广，按展示时长付费（CPT）、按曝光量付费（CPM），按点击量付费（CPC）等，竞价类、非竞价类等比例，细化说明报告期间各类形式的推广费金额、占比、变化的原因。③说明其他应收款中存在部分“待收线上推广结算款”的款项发生背景、核算是否准确，期后回款情况。（4）关于销售人员薪酬。①结合报告期内销售人员数量及具体分工、客户数量、开发客户的方式等，说明销售人员数量较多的原因及合理性，与同行业可比公司相比是否合理，与销售模式及收入变动趋势是否匹配。②说明销售人员人均工资、人均创收、人均创利与同行业可比公司相比是否存在异常。③说明通过报销形式给付的销售费用占比情况，销售人员人均报销金额及合理性，公司对其推广活动开展、报销、发票管理、供应商选择等内部控制的执行情况、支出审批流程、风险防范措施等；是否存在通过个人卡或现金支付销售人员薪酬以及体外代垫费用的情形。（5）说明公司其他主要流动资产中存在“待摊形象代言费”的发生背景及具体情况，说明形象代言费的初始确认金额及依据、摊销期间等会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的规定。

请主办券商、会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，详细说明具体的核查程序、比例等，并对报告期内公司销售费用的真实性、准确性、完整性发表明确意见。（2）说明对资金流水的核查情况，包括但不限于核查范围、异常标准及确定依

据、核查程序、核查证据，结合资金流水核查情况说明公司内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。请主办券商、律师对公司推广活动的合法合规性发表明确意见。

回复：

一、补充披露报告期内销售费用逐年增长且销售费用率处于较高水平的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在明显差异及合理性。

1、补充披露报告期内销售费用逐年增长且销售费用率处于较高水平的原因及合理性

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（五）主要费用、占营业收入的比重和变化情况”之“2”中补充披露销售费用逐年增长且销售费用率处于较高水平的原因及合理性，具体如下：

报告期内，公司销售费用分别为 18,430.23 万元和 27,630.06 万元，销售费用率分别为 37.91%、46.25%。公司销售费用主要由市场推广费、职工薪酬等构成。

2024 年，公司销售费用大幅上升，主要系公司增加了市场推广费的投入，重点围绕线上渠道进行营销和宣传。随着公司将销售重心逐步转向线上渠道，公司在天猫、抖音、快手、京东等新媒体渠道增加宣传推广投放，通过强社交属性平台及各类短视频平台精准触达消费群体，销售费用率受线上销售平台宣传渠道拓宽等影响大幅上升。

报告期内，公司销售费用率处于较高水平，主要原因为公司的主要产品具有一定的消费属性，需要通过丰富的营销手段持续吸引和开拓消费者。公司结合不断进步和丰富的网络技术，积极开展了多样的网络营销活动，营销渠道包括达人直播、明星代言、达人种草以及综艺冠名等，报告期内取得了较好的营销推广效果。

2、销售费用率与同行业可比公司是否存在明显差异及合理性

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率对比如下表所示：

项目	绽妍生物	可比公司平均值	创尔生物	华熙生物	敷尔佳	锦波生物
2024 年度	46.25%	37.01%	47.14%	45.88%	37.09%	17.92%
2023 年度	37.91%	35.42%	46.23%	46.78%	27.53%	21.14%

2023 年，公司销售费用率为 37.91%，可比公司平均销售费用率为 35.42%，公司销售费用率与可比公司平均水平接近，低于可比上市公司创尔生物和华熙生物，高于敷尔佳和锦波生物；2024 年，因公司战略重心转移至线上销售，线上销售的获客渠道较为单一，获客成本较高，公司销售费用率快速增长至 46.25%，高于可比公司销售费用率平均数 9.24 个百分点，与创尔生物、华熙生物较为接近。

报告期内，公司销售费用率增长幅度高于可比公司平均水平，主要原因是公司加大对线上渠道的营销力度。行业内其他竞争对手也在加速向线上转型，例如可比上市公司敷尔佳在线上渠道的投放也在大幅增长，敷尔佳 2024 年销售费用率较上年增加超过 9%，与公司销售费用率变动趋势一致。

综上，公司报告期内销售费用逐年增长且销售费用率处于较高水平主要系公司在各类新媒体渠道增加宣传推广投放所致，公司销售费用率与同行业可比公司不存在明显差异。

二、补充披露公司线上、线下销售渠道对应的销售费用、销售费用率，分别说明线上、线下的主要推广模式，主要推广的产品或品牌。

1、补充披露公司线上、线下销售渠道对应的销售费用、销售费用率

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“六、经营成果分析”之“（五）主要费用、占营业收入的比重和变化情况”之“2”中补充披露如下：

报告期内公司线上、线下销售渠道对应的销售费用、销售费用率如下表所示：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度	
	销售费用	销售费用率	销售费用	销售费用率
线上渠道	23,537.15	74.07%	14,095.67	74.36%
线下渠道	2,933.22	10.49%	2,429.36	8.21%
其他费用	1,160.39	/	1,884.56	/
合计	27,630.06	46.25%	18,430.23	37.91%

注：（1）销售费用率=渠道销售费用/渠道营业收入；（2）其他费用主要为不区分线上、线下渠道的综合费用。

2、分别说明线上、线下的主要推广模式，主要推广的产品或品牌

报告期内公司线上、线下的主要推广模式，以及主要推广的产品或品牌如下表所

示：

渠道	渠道细分	平台细分	主要推广模式	主要推广品牌	主要推广的产品
线上渠道	线上直销	天猫	万相台投放，以及包含CPC+CPM+CPS等多种模式的广告投放	绽妍	皮肤修护敷料、三重蛋白精润舒缓修护面膜、重组胎贝粘蛋白肌源速修精华液、立体补水舒润面膜、透明质酸修护生物敷料等
		抖音、快手	达人营销+巨量千川投放		
		小红书	达人种草+竞价广告投放		
	线上代销	京东	点击付费		
线下渠道	经销、线下直销	生美销售部	举办或参与美博会、沙龙会等主题活动	绽妍	重组胶原蛋白修护敷料、皮肤修护液体敷料、传明酸虾青素驻颜精华液、三重蛋白安润舒缓保湿水、医用皮肤修复敷料等
		线下零售销售部	进行连锁货架/端头陈列场景营销		
		OTC 销售部			
		医院销售部	举办或参与学术推广会议、科室学习会议、以病例分享等形式组织召开线上的病例分享会，参与中华医学会以及省市级医学会等大型会议，参与护肤日、医师节、痤疮周、银屑病日等公益宣传活动	绽妍	皮肤修护敷料、医用修护敷料等
		德菲林（含赛洛斯汀）销售部		德菲林、赛洛斯汀	皮肤修护敷料、医用修护敷料、海藻酸钠修护敷料等

注：此处仅列示线上、线下主要推广渠道的情况

三、说明公司是否存在通过第三方推广销售的情况，如有列示说明主要第三方推广商的基本情况、交易情况，推广服务商实际控制人是否与公司相关人员存在资金往来，是否存在资金体外循环、利益输送、直接或间接商业贿赂情况；公司或推广服务商是否存在涉税风险，是否存在违法违规行为。

1、说明公司是否存在通过第三方推广销售的情况，如有列示说明主要第三方推广商的基本情况、交易情况

报告期内，公司存在通过第三方推广销售的情况，各期前五大第三方推广商的基本情况、交易情况如下：

期间	序号	第三方推广商名称	推广费用 (万元)	法定代表人	实际控制人	注册资本 (万元)	成立时间
2024 年度	1	阿里巴巴集团	5,537.91	—			
	2	抖音集团	2,778.45	—			
	3	杭州博采网络科技股份有限公司	1,974.85	叶栋栋	叶栋栋、祝珍来、胡小飞	16,376.50	2004-01-09
	4	剧星辉煌文化传播（天津）有限公司	1,955.23	杨萌	查道存	500.00	2012-12-04
	5	杭州己象科技有限公司	1,072.66	胡爱华	胡爱华	100.00	2021-10-15
2023 年度	1	阿里巴巴集团	4,095.99	—			
	2	辰木互动科技（成都）有限公司	1,187.42	王佐	王佐	1,000.00	2021-06-11
	3	抖音集团	1,070.86	—			
	4	杭州己象科技有限公司	850.65	胡爱华	胡爱华	100.00	2021-10-15
	5	杭州十禾新零售科技有限公司	842.26	苏甫廷	苏甫廷	1,000.00	2019-06-05

公司通过阿里巴巴集团、抖音集团进行推广的模式系由公司在其推广平台进行预充值，后再由阿里巴巴集团、抖音集团旗下的各个推广服务商提供具体推广服务并相应进行扣款。因阿里巴巴集团、抖音集团旗下为公司提供具体推广服务的推广服务商较多，故上表未列示具体推广服务商信息。

2、推广服务商实际控制人是否与公司相关人员存在资金往来，是否存在资金体外循环、利益输送、直接或间接商业贿赂情况

经核查公司实际控制人、实际控制人配偶、董事、监事、高级管理人员、主要销售人员、主要推广人员的银行账户资金流水，报告期内公司相关人员与推广服务商实际控制人不存在资金往来，不存在资金体外循环、利益输送、直接或间接商业贿赂情况。

经访谈报告期内主要推广服务商，公司主要推广商确认，公司与推广服务商之间的交易合法合规，不存在任何私下利益安排，不存在任何商业贿赂，不存在因商业贿赂行为而受到追责、处罚的情形。

经查阅《市场主体专用信用报告（无违法违规证明版）》（适用于四川省注册的主体）、《专用公共信用信息报告（企业上市版）》（适用于海南省注册的主体）、

《企业专项信用报告》（适用于浙江省注册的主体）、《专用信用报告（替代有无违法记录证明专用版）》（适用于上海市注册的主体）、《陕西省经营主体公共信用报告（有无违法违规记录）》《湖南省公共信用合法合规证明报告》以及西宁仲裁委出具的证明、西藏自治区藏青工业园区管理委员会食品药品监督管理局出具的证明、海南国际仲裁院出具的证明，查询中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、中国审判流程信息公开网（<https://splcgk.court.gov.cn/gzfwwww>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、人民法院公告网（<https://rmfygg.court.gov.cn/>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、企查查网站（<https://www.qcc.com>）、国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）以及各省市市场监督管理局、药品监督管理局网站¹⁰的公开披露信息，报告期内，公司不存在因商业贿赂而产生诉讼或行政处罚的情形。

综上，推广服务商实际控制人与公司相关人员不存在资金往来，不存在资金体外循环、利益输送、直接或间接商业贿赂情况。

3、公司或推广服务商是否存在涉税风险，是否存在违法违规行为

经抽查报告期内公司与主要推广服务商签订的推广服务合同、推广服务活动资料、现场照片、会议资料、推广费结算单、推广费发票以及付款凭证等，公司与推广服务商之间的合作具有商业实质，不存在配合他人虚开增值税发票、虚开或介绍他人虚开增值税发票等非真实推广交易情形。

经访谈公司电商销售负责人及报告期内的主要推广服务商，查阅《市场主体专用信用报告（无违法违规证明版）》（适用于四川省注册的主体）、《专用公共信用信息报告（企业上市版）》（适用于海南省注册的主体）、《企业专项信用报告》（适用于浙江省注册的主体）、《专用信用报告（替代有无违法记录证明专用版）》（适

¹⁰成都市市场监督管理局（<https://scjg.chengdu.gov.cn/>）、格尔木市市场监督管理局（<https://www.geermu.gov.cn/>）、陕西省西咸新区沣东新城管理委员会（<http://fdxc.xixianxinqu.gov.cn/>）、西藏自治区市场监督管理局（<http://amr.xizang.gov.cn/channel/xxgkzn/index.htm>）、杭州市市场监督管理局（<https://scjg.hangzhou.gov.cn/>）、海口市市场监督管理局（<https://amr.haikou.gov.cn/>）、湘潭市市场监督管理局（<http://amr.xiangtan.gov.cn/>）、陕西省西咸新区沣西新城管理委员会（<http://fxxc.xixianxinqu.gov.cn/>）、上海市市场监督管理局（<https://scjgj.sh.gov.cn/>）、四川省市场监督管理局（<https://scjgj.sc.gov.cn/>）、西藏自治区市场监督管理局（<http://amr.xizang.gov.cn/index.htm>）、西安市市场监督管理局（<https://scjg.xa.gov.cn/>）、浙江省市场监督管理局（<https://zjamr.zj.gov.cn/>）、海南省市场监督管理局（<https://amr.hainan.gov.cn/>）、湖南省市场监督管理局（<https://amr.hunan.gov.cn/>）、国家药品监督管理局（<https://www.nmpa.gov.cn/>）、四川省药品监督管理局（<https://yjj.sc.gov.cn/scyjj/index.shtml>）、西藏自治区药品监督管理局（<https://mpa.xizang.gov.cn/>）、陕西省药品监督管理局（<https://mpa.shaanxi.gov.cn/>）、海南省药品监督管理局（<https://amr.hainan.gov.cn/himpa/>）、湖南省药品监督管理局（<https://mpa.hunan.gov.cn/>）、浙江省药品监督管理局（<http://mpa.zj.gov.cn/>）

用于上海市注册的主体）、《陕西省经营主体公共信用报告（有无违法违规记录）》《湖南省公共信用合法合规证明报告》以及国家税务总局西藏自治区税务局第一税务局（大企业税收服务处和管理局）出具的《无欠税证明》，查询中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、中国审判流程信息公开网（<https://splcgk.court.gov.cn/gzfwwww>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、人民法院公告网（<https://rmfygg.court.gov.cn/>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、企查查网站（<https://www.qcc.com>）、国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、国家税务总局重大税收违法案件信息公布栏（<http://www.chinatax.gov.cn/chinatax/c101249/n2020011502/index.html>）以及国家、各省税务局的公开披露信息¹¹，公司与报告期内推广服务商所发生的交易不存在因违反税收相关法律法规被税务主管机关行政处罚的情形，亦不存在其他与推广服务有关的违法违规行为。

综上，报告期内，公司与推广服务商之间的合作存在商业实质，不存在配合他人虚开增值税发票、虚开或介绍他人虚开增值税发票等非真实推广交易情形。公司与推广服务商所发生的交易不存在涉税风险，不存在与推广服务有关的违法违规行为。

四、关于线上推广费。①列示说明各平台的市场推广费、销售收入及对应费用率，推广费是否实现收入转化，是否存在平台交易额与推广费用率明显不匹配的情况。②说明报告期内主要线上推广方式，如品牌广告、效果类推广，按展示时长付费（CPT）、按曝光量付费（CPM），按点击量付费（CPC）等，竞价类、非竞价类等比例，细化说明报告期间各类形式的推广费金额、占比、变化的原因。③说明其他应收款中存在部分“待收线上推广结算款”的款项发生背景、核算是否准确，期后回款情况

（一）列示说明各平台的市场推广费、销售收入及对应费用率，推广费是否实现收入转化，是否存在平台交易额与推广费用率明显不匹配的情况

公司报告期内各平台的市场推广费、销售收入及对应费用率匹配情况如下：

¹¹ 国家税务局（<http://www.chinatax.gov.cn/>）、国家税务总局四川省税务局（<https://sichuan.chinatax.gov.cn/>）、国家税务总局西藏自治区税务局（<https://xizang.chinatax.gov.cn/>）、国家税务总局陕西省税务局（<https://shaanxi.chinatax.gov.cn/>）、国家税务总局湖南省税务局（<https://hunan.chinatax.gov.cn/>）、国家税务总局海南省税务局（<https://hainan.chinatax.gov.cn/>）、国家税务总局浙江省税务局（<https://zhejiang.chinatax.gov.cn/>）、国家税务总局上海市税务局（<https://shanghai.chinatax.gov.cn/>）

单位：万元

项目	2024 年			2023 年	
	金额	占比	变动比例	金额	占比
线上销售收入	31,776.63	100.00%	67.63%	18,956.38	100.00%
线上市场推广费	20,930.49	100.00%	76.86%	11,834.79	100.00%
线上市场推广费占线上销售收入比例	65.87%	/	3.44%	62.43%	/
天猫平台合计收入	17,714.84	55.75%	24.75%	14,200.51	74.91%
线上市场推广费-天猫	8,961.72	42.82%	55.25%	5,772.61	48.78%
天猫市场推广费占天猫平台销售收入比例	50.59%	/	9.94%	40.65%	/
抖音平台合计收入	8,475.28	26.67%	129.70%	3,689.65	19.46%
线上市场推广费-抖音	7,257.25	34.67%	144.14%	2,972.59	25.12%
抖音市场推广费占抖音平台销售收入比例	85.63%	/	5.06%	80.57%	/
京东平台合计收入	2,376.49	7.48%	/	-	/
线上市场推广费-京东	799.37	3.82%	/	-2.92	-0.02%
京东市场推广费占京东平台销售收入比例	33.64%	/	/	/	/
快手平台合计收入	2,161.20	6.80%	387.99%	442.88	2.34%
线上市场推广费-快手	1,148.11	5.49%	197.29%	386.19	3.26%
快手市场推广费占快手平台销售收入比例	53.12%	/	-34.08%	87.20%	/
其他平台合计收入	1,048.82	3.30%	68.26%	623.34	3.29%
线上市场推广费-其他	2,764.05	13.21%	2.13%	2,706.32	22.87%
其他市场推广费占其他平台销售收入比例	263.54%	/	-170.63%	434.16%	/

注：2023 年“平台类市场推广费-京东”金额为负，主要原因为 2023 年初冲销 2022 年末预提的京东平台的销售费用；其他市场推广费占其他平台销售收入比例较高，主要原因为公司在小红书等平台进行推广营销活动，相关推广活动不直接带来销售收入，导致其他平台销售费用占比较高。

据上表可知，2024 年公司线上销售收入及线上市场推广费均增长较快，增幅分别为 67.63%及 76.86%。线上市场推广费占线上销售收入的比重增长了 3.44 个百分点，报告期内略有增长的原因为敷料、面膜等产品在线上平台的竞争较大，获客成本较上年有所增加。

2024 年，天猫、抖音、快手三大平台线上销售收入及市场推广费均增长较快，收入分别增长了 24.75%、129.70%和 387.99%，对应市场推广费分别增长了 55.25%、

144.14%和 197.29%。2024 年天猫、抖音平台市场推广费占线上销售收入的比重有所增长，分别增长了 9.94 个百分点和 5.06 个百分点，报告期内增长较多的原因为，公司为了抢占线上市场份额，尝试了较多线上渠道推广营销的方式进行市场推广，但线上渠道获客渠道较为单一，获客成本逐渐增高，市场推广的转化率有所下降，未来公司仍将继续提高产品质量，在维持高线上推广投入的同时保证公司收入同步增长。2024 年快手平台市场推广费占快手平台收入的比重降低了 34.08 个百分点，主要原因为公司在快手平台采用了达人直播的方式进行推广，选取的合作达人粉丝画像与公司产品受众重合度高，以较低成本取得了较好推广效果。

综上，公司报告期内各平台线上收入及线上市场推广费均快速增长，整体趋势能够对应匹配，公司市场推广费用能有效转化为销售收入，不存在平台交易额与推广费用率明显不匹配的情况。

（二）说明报告期内主要线上推广方式，如品牌广告、效果类推广，按展示时长付费（CPT）、按曝光量付费（CPM），按点击量付费（CPC）等，竞价类、非竞价类等比例，细化说明报告期间各类形式的推广费金额、占比、变化的原因

1、报告期内主要线上推广方式

报告期内，公司各线上推广费用按不同方式分类情况如下：

线上推广费用类型	以计价方式分类	以推广目标分类	以竞价方式分类
佣金、与成交量相关的代运营服务费	CPS（按成交量付费）	效果类广告	非竞价类
达人种草	CPA（按行动付费）	品牌广告	非竞价类
广告投流	CPM（按展现量付费）	效果类广告	竞价类
站内推广	CPC（按点击量付费）	效果类广告	竞价类
IP 广告	CPM（按展现量付费）	品牌广告	非竞价类
坑位费	CPA（按行动付费）	效果类广告	非竞价类
平台软件费	CPA（按行动付费）	品牌广告	非竞价类
平台服务费	CPS（按成交量付费）	效果类广告	非竞价类
固定代运营服务费	CPA（按行动付费）	效果类广告	非竞价类

如上表所示，公司线上推广费类型较多，以计价方式分类为 CPS（按成交量付费）、CPM（按曝光量付费）、CPC（按点击量付费）、CPA（按行动付费）等，以

推广目标分类为效果类广告及品牌类广告，以竞价方式分类为非竞价类、竞价类广告。CPS、CPM、CPC、CPA 均为以计价方式分类的推广费，即费用的计算是以业务成交量、产品展现量、用户点击量或者完成特定行动的数量为依据。

效果类广告主要关注于直接的营销效果，通常使用精准定位技术，针对特定的受众群体，以实现最高的转化率。品牌类广告更侧重于提升品牌知名度、品牌形象和品牌忠诚度，而不是直接的销售转化，通常具有更广泛的受众定位，旨在建立或加强消费者与品牌之间的情感联系。

竞价类推广指的是通过在线广告平台进行的，需要根据关键词、展示位置、受众等进行竞价的广告形式，广告主需要为特定的广告展示或点击支付费用，可以根据预算和目标受众进行精确控制。非竞价类推广是指不需要通过竞价机制进行的推广方式，通常是基于固定费用或合同约定的费用进行的推广，更侧重于长期品牌建设和用户关系维护。

2、细化说明报告期间各类形式的推广费金额、占比、变化的原因

报告期内，公司线上推广费的金额、占比、变动情况如下：

单位：万元

项目	分类	2024 年度		2023 年度		变动情况	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
以计价方式分类	CPS	5,971.15	28.53%	3,676.54	31.07%	2,294.62	-2.54%
	CPM	5,374.40	25.68%	2,534.81	21.42%	2,839.59	4.26%
	CPC	4,827.83	23.07%	3,908.69	33.03%	919.14	-9.96%
	CPA	3,832.55	18.31%	1,618.53	13.68%	2,214.02	4.63%
	多种计价方式	924.56	4.42%	96.23	0.81%	828.33	3.60%
	小计	20,930.49	100.00%	11,834.79	100.00%	9,095.70	/
以推广目标分类	效果类广告	16,036.42	76.62%	10,616.29	89.70%	5,420.13	-13.09%
	品牌广告	3,969.51	18.97%	1,122.28	9.48%	2,847.23	9.48%
	多种推广目标	924.56	4.42%	96.23	0.81%	828.33	3.60%
	小计	20,930.49	100.00%	11,834.79	100.00%	9,095.70	/
以竞价方式分类	竞价类	8,613.16	41.15%	6,432.02	54.35%	2,181.14	-13.20%
	非竞价类	11,392.77	54.43%	5,306.55	44.84%	6,086.22	9.59%
	多种竞价方式	924.56	4.42%	96.23	0.81%	828.33	3.60%
	小计	20,930.49	100.00%	11,834.79	100.00%	9,095.70	/

注：多种计价方式、多种推广目标、多种竞价方式为无法分类到单一项目的费用。

随着公司重视线上渠道布局，积极开展线上渠道业务，整体线上推广服务费增长较多，报告期内增加了 9,095.70 万元，较上年增长 76.86%，其中各类型的线上推广金额均较 2023 年有所增长。

根据上表可知，报告期内，以计价方式分类的广告投入中，CPM、CPA 和多种类型计价方式的线上推广活动占比较 2023 年分别增长 4.26%、4.63%和 3.60%，以 CPS、CPC 方式计价的推广费用占比较 2023 年分别减少 2.54%和 9.96%，整体变动相对较小，主要系公司营销策略调整；品牌广告占比较 2023 年增加 9.48%，效果类广告占比较 2023 年减少 13.09%，主要系 2024 年公司聘请了相关明星为公司进行代言宣传，相关宣传费占当年费用的比重增长较多；非竞价类推广费用占比较 2023 年增加 9.59%，竞价类费用占比较 2023 年减少 13.20%，主要系公司 2024 年线上渠道的收入增长较多，相应的平台服务等非竞价类费用增长较多导致。

综上，报告期内，公司重视线上渠道布局，积极开展线上业务，整体线上推广活动增长较多，导致线上推广费增长较快；公司线上推广费的内部结构不存在重大变化，不同类别的细分费用占比变动主要系公司营销策略调整所致。

（三）说明其他应收款中存在部分“待收线上推广结算款”的款项发生背景、核算是否准确，期后回款情况

报告期各期末，公司其他应收款中待收线上推广结算款的账面余额分别为 70.70 万元、37.74 万元，相关款项主要为达人直播推广合作机构应按合同规定退还公司的推广结算款。

公司报告期各期末的待收线上推广结算款主要有 2 笔，其合计金额占报告期各期末待收线上推广结算款的比例分别为 94.49%、81.72%，具体情况如下：

单位：万元

供应商名称	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		期后回款情况
	账面余额	占比	账面余额	占比	
杭州十禾新零售科技有限公司	-	-	35.97	50.87%	已收回
杭州腾泽电子商务有限公司	30.84	81.72%	30.84	43.62%	仍未回款，公司拟于近期对该公司提起法律诉讼追回款项

根据公司与杭州十禾新零售科技有限公司签订的推广协议，杭州十禾根据公司推广投放金额给予 2%-4% 的推广返利。公司截至 2023 年末尚未收到该笔结算款项，合同履约完成时点在 2023 年，所以在 2023 年末计入其他应收款-待收线上推广结算款，核算准确。

根据公司 2022 年 7 月与杭州腾泽电子商务有限公司签订的《绽妍 2022 年抖音达播推广合同》，公司向杭州腾泽支付 30 万独家授权保证金以及第一期推广费用 50 万元。公司 2022 年 8 月与杭州腾泽签订补充协议，约定公司支付的推广服务费为该公司所属达人实际销售额的 10%（不含税）。截至 2022 年 12 月 31 日，杭州腾泽所有达人累计销售金额 186.04 万元，根据补充协议的结算规则，公司应支付该公司服务费 19.16 万元（含税）。合同期满后，公司一直要求杭州腾泽履行结算或者退款，双方于 2023 年 11 月签订退款协议，约定杭州腾泽退还公司保证金及预付推广费用合计 60.84 万元（含税）。公司报告期各期末尚未收到杭州腾泽应退回的推广费用 30.84 万元，计入其他应收款-待收线上推广结算款，核算准确。

综上，说明其他应收款中存在部分“待收线上推广结算款”的款项发生背景主要为达人直播推广合作机构应按合同规定退还公司的推广结算款，公司按照会计政策计入其他应收款-待收线上推广结算款，核算准确，目前杭州腾泽电子商务有限公司仍未回款，公司拟于近期对该公司提起法律诉讼追回款项。

五、关于销售人员薪酬。①结合报告期内销售人员数量及具体分工、客户数量、开发客户的方式等，说明销售人员数量较多的原因及合理性，与同行业可比公司相比是否合理，与销售模式及收入变动趋势是否匹配。②说明销售人员人均工资、人均创收、人均创利与同行业可比公司相比是否存在异常。③说明通过报销形式给付的销售费用占比情况，销售人员人均报销金额及合理性，公司对其推广活动开展、报销、发票管理、供应商选择等内部控制的执行情况、支出审批流程、风险防范措施等；是否存在通过个人卡或现金支付销售人员薪酬以及体外代垫费用的情形。

（一）结合报告期内销售人员数量及具体分工、客户数量、开发客户的方式等，说明销售人员数量较多的原因及合理性，与同行业可比公司相比是否合理，与销售模式及收入变动趋势是否匹配

报告期内，公司销售人员数量及具体分工、客户数量、开发客户方式情况如下：

渠道	2024 年 末人数	2023 年 末人数	职责分工	期间交易的客 户数量	开发客户方式
线上	116	104	负责线上渠道的客情服务、产 品推广、动销管理、竞品调 研、售后维护等	数百万终端消 费者	投流宣传、品牌 推广、达人合 作、直播带货等
线下	93	79	负责在线下渠道获取客户采购 订单，进行渠道市场价格监 督，同步品牌营销活动计划， 推介新品并报告新品市场反 馈，维护客情关系等	2023 年 587 家，2024 年 674 家	客户介绍、展会 招商、互联网公 开信息接触
合计	209	183	-	-	-

注：客户数量统计口径为线下渠道当期发生交易的客户数量

公司重视营销网络体系的建设，拥有完善的线上电商运营和推广团队，以及成熟的线下经销及直销渠道服务团队。公司销售人员的分工相对细致，线上渠道销售人员按照平台和渠道进行配置，线下渠道销售人员按照省区及大区进行匹配，通过维持一定规模的销售人员以持续地开拓市场和客户。因此，公司销售人员较多具有合理性，与公司多种渠道布局的销售模式相匹配。

报告期内，公司与同行业可比公司销售人员数量对比情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度
创尔生物	159	123
华熙生物	1,226	1,797
敷尔佳	231	145
锦波生物	291	260
绽妍生物	209	183

报告期各期末，公司销售人员数量分别为 183 人、209 人，与创尔生物、敷尔佳、锦波生物等可比公司较为一致。华熙生物报告期内销售人员显著较多，主要因为华熙生物整体收入规模显著高于其他可比公司。

报告期内公司的销售模式未发生重大变化，仍以线下经销及线上直销为主，公司报告期内销售人员持续增加，与主营业务收入增加趋势一致。

综上，公司报告期内销售人员数量较多的原因主要为公司销售人员的分工相对细致，线上渠道销售人员按照平台和渠道进行配置，线下渠道销售人员按照省区及大区

进行匹配，通过维持一定规模的销售人员以持续地开拓市场和客户，具有合理性，与同行业可比公司较为一致，与销售模式及收入变动趋势保持一致。

（二）说明销售人员人均工资、人均创收、人均创利与同行业可比公司相比是否存在异常

报告期内，公司各期销售人员平均工资、人均创收、人均创利与同行业可比公司对比情况列示如下：

单位：人、万元			
公司名称	项目	2024 年度	2023 年度
创尔生物	销售人员薪酬总额	2,910.72	2,094.24
	营业收入	38,737.28	30,614.46
	净利润	6,120.65	4,689.80
	销售人员数量	159	123
	销售人员平均薪酬	18.31	17.03
	销售人员人均创收	243.63	248.90
	销售人员人均创利	38.49	38.13
华熙生物	销售人员薪酬总额	59,439.69	48,626.95
	营业收入	537,077.03	607,592.39
	净利润	16,840.59	58,274.20
	销售人员数量	1,226	1,797
	销售人员平均薪酬	48.48	27.06
	销售人员人均创收	438.07	338.11
	销售人员人均创利	13.74	32.43
敷尔佳	销售人员薪酬总额	3,297.04	2,400.54
	营业收入	201,697.59	193,350.44
	净利润	66,112.94	74,934.38
	销售人员数量	231	145
	销售人员平均薪酬	14.27	16.56
	销售人员人均创收	873.15	1,333.45
	销售人员人均创利	286.20	516.79
锦波生物	销售人员薪酬总额	11,612.90	7,738.59
	营业收入	144,283.14	78,026.02
	净利润	73,117.45	29,870.49
	销售人员数量	291	260

公司名称	项目	2024 年度	2023 年度
	销售人员平均薪酬	39.91	29.76
	销售人员人均创收	495.82	300.10
	销售人员人均创利	251.26	114.89
可比公司平均	销售人员平均薪酬	30.24	22.60
	销售人员人均创收	512.67	555.14
	销售人员人均创利	147.42	175.56
绽妍生物	销售人员薪酬总额	4,183.14	3,957.49
	营业收入	59,746.96	48,618.65
	净利润	7,350.11	6,847.76
	销售人员数量	209	183
	销售人员平均薪酬	20.02	21.63
	销售人员人均创收	285.87	265.68
	销售人员人均创利	35.17	37.42

注：销售人员数量为期末销售人员人数。

报告期内，公司销售人员平均薪酬分别为 21.63 万元、20.02 万元，同行业可比公司人均薪酬分别为 22.60 万元、30.24 万元。报告期内公司人均薪酬与可比公司相比不存在较大差异，2024 年公司人均薪酬低于可比公司的原因主要是华熙生物、锦波生物平均薪酬增幅较大。华熙生物 2024 年末销售人员显著减少，数据统计口径偏差导致当期销售人员平均薪酬增长较多；锦波生物 2024 年收入及利润均实现较大增长，对应销售人员平均薪酬大幅增长。

报告期内，公司销售人员人均创收分别为 265.68 万元、285.87 万元，同行业可比公司人均创收分别为 555.14 万元、512.67 万元。公司销售人员人均创收与可比公司创尔生物较为接近。报告期内公司人均创收低于可比公司，主营原因是公司整体规模与可比上市公司对比仍较小，公司在高速发展期需要招聘更多销售人员扩大市场。

报告期内，公司销售人员人均创利分别为 37.42 万元、35.17 万元，同行业可比公司人均创利分别为 175.56 万元、147.42 万元。公司销售人员人均创利与可比公司创尔生物较为接近，高于可比公司华熙生物。报告期内公司人均创利低于可比公司，主要原因是可比公司敷尔佳、锦波生物的销售模式发展成熟且产品毛利率高，其人均创利水平显著高于创尔生物、华熙生物等同行业公司，公司的销售人员人均创利处于行业

正常水平。

综上，报告期内，公司销售人员人均工资、人均创收、人均创利与同行业可比公司相比不存在重大异常，相关差异具备合理原因。

（三）说明通过报销形式给付的销售费用占比情况，销售人员人均报销金额及合理性，公司对其推广活动开展、报销、发票管理、供应商选择等内部控制的执行情况、支出审批流程、风险防范措施等；是否存在通过个人卡或现金支付销售人员薪酬以及体外代垫费用的情形

1、说明通过报销形式给付的销售费用占比情况，销售人员人均报销金额及合理性

公司销售费用包括市场费用、职工薪酬、交通差旅费、折旧及摊销、股份支付费用、业务招待费、办公费用和其他费用等。销售人员报销支付的销售费用主要是交通差旅费、业务招待费、会议费和快递费等。

报告期内，公司通过销售人员报销形式支付的销售费用金额、占比情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度
通过报销形式给付的销售费用	409.81	471.39
销售费用	27,630.06	18,430.23
占比	1.48%	2.56%

报告期内，销售人员人均报销金额情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度
通过报销形式给付的销售费用	409.81	471.39
期末销售人员数量（人）	209	183
销售人员人均报销金额	1.96	2.58

报告期内，公司营销网络覆盖全国主要区域，并与众多客户建立了直接合作关系，公司销售人员会产生包括参与各地行业展会、新客户拜访、现有客户需求对接和支持服务等在内的出差需求，由此产生交通差旅费用和业务招待费。报告期内，销售人员

人均报销金额分别为 2.58 万元及 1.96 万元，人均报销费用金额属于在合理范围内。

2024 年，公司逐渐加强费用给付的合规性管理，提高机票、酒店等费用直接支付的比例，报告期内通过报销形式给付的销售费用有所减少，销售人员人均报销金额下降，通过报销形式支付的销售费用占比有所降低。

综上，公司销售人员人均报销金额具备合理性。

2、公司对其推广活动开展、报销、发票管理、供应商选择等内部控制的执行情况、支出审批流程、风险防范措施等

公司针对市场推广活动，制定了《预算授权批准制度》、《采购控制制度》、《资金支付授权审批制度》、《费用支出管理制度》等内部控制制度，对公司市场推广活动的开展、预算审批、报销、发票管理及供应商选择等进行了明确规定，具体如下：

（1）内部控制制度及执行情况

① 立项管理

根据管理需要，费用实施主责部门须定期对下一阶段营销类活动或者单项支出金额 ≥ 10 万元的项目进行大立项，形成阶段性活动立项报告，以企业微信或邮件形式经部门负责人、分管领导、总裁签批后，报财务管理中心备案。阶段性活动大立项报告包括但不限于阶段性活动目标、推广宣传活动内容及工作计划、活动预算等。立项活动预算须在部门年度预算范围内，且需详细列明各项费用明细。

② 实施过程管理

在阶段性活动大立项预算范围内且是以费用明细进行立项的，可直接进入活动实施阶段。如未进行阶段性大立项，或者阶段性大立项未列明各项费用明细，单项支出 ≥ 10 万元的支出，在活动实施前须单独按规定的流程及权限进行立项后方可实施。实施阶段的工作主要包括合作方寻找、合作方资质审查、实质性洽谈以及招标或询比价、合同签订、组织并跟进活动的开展与实施等。

在阶段性活动大立项预算范围外的各项活动，实施前须提交预算外活动立项申请，企业微信或邮件形式经部门负责人、分管领导、总裁签批，报财务管理中心备案后，方可进入活动实施阶段。

③ 供应商管理

活动实施主责部门在采购实施前须对拟合作方进行尽职背景调查，调查内容包括但不限于资质、背景、信誉、经营实力、业务能力、在相关领域内的竞争实力等。

单次费用金额 ≥ 50 万元的，须采用招标采购形式进行。在充分竞争的市场环境下，须采用邀请招标的方式，至少选择三家及以上（含三家）合作方参与招投标。对于行业垄断、市场供给不足、合格供应商资源不足、时间紧急或其他特殊情况需要定向议标的招采项目，活动实施主责部门分析评估，提请总裁审批后，可采用定向议标的方式。招标实施过程中，活动实施主责部门须组织形成 2 人及以上的招标小组，招标小组负责招标策划、开标、评标以及与拟合作方举行商务洽谈。洽谈内容包括但不限于明确服务及质量要求、收益指标（例如：ROI 等）、价格、付款期限及方式、验收及评估标准等内容。财务管理中心可指定专人参与招标全过程。招标小组根据标书及洽谈结果，秉承公平公正、科学评估、综合择优、合理低价的原则，形成评标意见及结论，提交《评标定标审批单》经总裁审批。

50 万元 $>$ 单次费用金额 ≥ 20 万元的，须采用询比价采购形式进行。严禁将费用项目分解或化整为零，以规避招标或减小招标规模。活动实施主责部门负责实施询比价，须向不低于 3 家拟合作方询价，形成采购结果，在合同签订前或者与合同审批流程一并提交《询比价采购过程记录表》，经部门负责人、财务部门负责人、分管领导、总裁审批。

④ 合同管理

采购实施完成后，活动实施主责部门须附上待审批/经审批《询比价采购过程记录表》或经审批的《评标定标审批单》，参照公司《合同管理制度》的要求提交企业微信合同审批流程经权限人审批后，与最终合作方完成合同签订。

合同金额在 50 万元以上（含 50 万元）的重大合同，在完成评定标审批后，应当由活动实施主责部门负责人发起，组织合同涉及的相关部门及相关领导共同会审。对于直接使用范本合同文本，合同签订内容有经过批准的支持文件确认主要条款内容的重大合同，可按合同审批流程直接报审，无须组织会审。

⑤ 付款管理

合同签订完成后，由活动实施主责部门根据合同条款，按照公司财务相关管理规

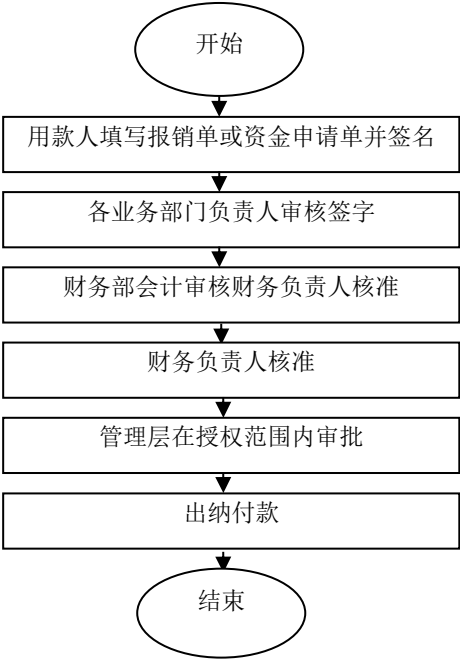
定提交付款或报销申请，经权限人审批后，由财务中心完成审核及付款。

⑥ 活动评价及反馈管理

活动实施完成后，活动实施主责部门必须对营销活动效果进行评价分析，形成书面评价报告报部门负责人及财务管理中心备案。通过持续不断的评价及反馈，筛选优质资源，形成长期稳定具有价格优势的合作。

(2) 支出审批流程

公司《资金支付授权审批制度》规定的支付审批制度流程如下：



(3) 风险防范措施

公司制定了《预算授权批准制度》《资金支付授权审批制度》《费用报销管理制度》等内部控制文件，公司及销售人员在市场推广活动中严格遵守内部制度对于执行流程的相关规定和要求，审批流程与关键控制事项均得到了良好的执行与维护，公司董事会对内部控制的有效性进行监督检查。

公司关于销售费用风险防范的具体措施如下：

① 线下渠道推广费用

会议费及学术推广费用：由销售事业部匹配推广策略及计划按预算进行过程管控，推广活动的立项付款按《费用支出管理制度》要求执行，10 万元及以上的大额推广费销售事业部须进行内部复盘，推广完成后 15 个工作日内需完成内部复盘报告。

经销渠道及零售端营销费用：销售事业部须按销售收入实现进度控制预算各项费用，具体控制标准财务与预算目标一并下达，财务季度跟踪实际执行与预算的差异并预警。

② 线上渠道推广及品牌营销费用

直播相关费用：针对头部主播，销售事业部需在合同签订前根据直播机制完成直播盈利测算，结合 ROI 为评价指标，进行直播成本费用过程控制；直播完成后，销售事业部需内部进行复盘；销售事业部需根据复盘数据不断优化调整直播达人选择及合作的模式，以不断提高盈利水平。针对腰尾部主播，销售事业部根据管理需要进行事前盈利测算，月度复盘数据，报财务中心备案。

投流及推广费等营销费用：由销售事业部匹配推广策略及计划按预算进行过程管控，推广活动的立项付款按《费用支出管理制度》执行，推广方案 10 万元以上的大额推广费销售事业部须进行内部复盘，推广完成后 15 个工作日内完成内部复盘报告。

③ 综合费用

品牌费用：由品牌中心匹配推广策略及计划严格按预算进行过程管控，推广活动的立项付款按《费用支出管理制度》执行，财务月度跟踪及预警。推广方案 10 万元以上的大额推广费品牌中心须进行内部复盘，推广完成后 15 个工作日内提供内部复盘报告。

综上所述，报告期内，公司已建立健全与推广活动开展、报销、发票管理、供应商选择相关的内部控制制度，公司已建立合理的费用支出审批流程和有效的费用风险防范措施，相关制度执行情况良好。

3、是否存在通过个人卡或现金支付销售人员薪酬以及体外代垫费用的情形

经核查公司及关键人员银行流水，报告期内公司不存在个人卡或现金收支的情况，公司不存在通过个人卡或现金支付销售人员薪酬以及体外代垫费用的情形。

六、说明公司其他主要流动资产中存在“待摊形象代言费”的发生背景及具体情况，说明形象代言费的初始确认金额及依据、摊销期间等会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的规定。

2024 年 8 月 5 日，公司与剧星辉煌文化传播（天津）有限公司签订了艺人合作合

同，合同总额为 412.00 万元。合同约定公司邀请艺人林允为绽妍品牌提供宣传推广服务，经授权可使用艺人林允包括但不限于肖像、姓名、声音、表演、签名等（合称形象）。形象使用授权期限为物料宣传上线后第一天起的六个月，2024 年 9 月 9 日艺人林允已在社交媒体账号发布相关物料宣传。公司以不含税交易总价 388.68 万元作为会计初始确认金额，摊销期间为形象授权期限，即 2024 年 9 月至 2025 年 2 月，其中 2024 年度摊销 4 个月，摊销金额为 259.12 万元，2025 年度摊销 2 个月，摊销金额为 129.56 万元。

根据《企业会计准则——基本准则》相关规定，资产是指企业过去的交易事项形成的、由企业拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益的资源。公司使用林允的形象能为公司带来经济利益，该代言费能够可靠计量，符合资产的确认条件。根据《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》相关规定，资产满足下列条件之一的，应当归类为流动资产：（1）预计在一个正常营业周期中变现、出售或耗用；（2）主要为交易目的而持有；（3）预计在资产负债表日起一年内变现；（4）自资产负债表日起一年内，交换其他资产或清偿负债的能力不受限制的现金或现金等价物。该待摊形象代言费将在 2025 年 2 月摊销完毕，故应列报为其他流动资产。

综上所述，公司对形象代言费的初始确认金额及依据、摊销期间等会计处理方式符合《企业会计准则》规定。

七、请主办券商、会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，详细说明具体的核查程序、比例等，并对报告期内公司销售费用的真实性、准确性、完整性发表明确意见。（2）说明对资金流水的核查情况，包括但不限于核查范围、异常标准及确定依据、核查程序、核查证据，结合资金流水核查情况说明公司内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。请主办券商、律师对公司推广活动的合法合规性发表明确意见。

（一）核查上述事项并发表明确意见，详细说明具体的核查程序、比例等，并对报告期内公司销售费用的真实性、准确性、完整性发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

（1）针对事项一的核查程序

①取得公司销售费用序时账，了解公司销售费用构成及变动趋势；访谈公司财务总监、各渠道负责人，了解公司销售费用逐年增长且销售费用率处于较高水平的原因及原因；

②查阅同行业可比公司年度报告和问询回复，了解可比公司销售费用率及销售费用构成情况，分析公司销售费用率与同行业可比公司是否存在较大差异及相关原因。

(2) 针对事项二的核查程序

取得公司销售费用序时账，了解线上、线下的主要推广模式，主要推广的产品或品牌。

(3) 针对事项三的核查程序

参见本审核问询函回复之“问题 5”之“七”之“(三)请主办券商、律师对公司推广活动的合法合规性发表明确意见”。

(4) 针对事项四的核查程序

①对销售费用执行细节性测试，抽取样本核查合同、发票、银行回单等相关原始凭证；对报告期各期 200 万以上凭证全部抽取，随机抽取 50 万以上、200 万以下凭证 20 笔，随机抽取 15 万以上、50 万以下凭证 10 笔，随机抽取 15 万以下凭证 5 笔，报告期内核查覆盖比例分别为 40.63%、38.12%；对会议费、咨询费进行抽凭，抽凭标准如下：报告期各期 20 万以上会议费、咨询费全部进行核查，5-20 万随机抽取 3 笔，5 万以下随机抽取 1 笔，报告期内核查覆盖比例分别为 41.83%、35.97%；

②对 2023 年 1 月 1 日后、2023 年 12 月 31 日前后，2024 年 12 月 31 日前后一个月内的销售费用凭证进行抽查，抽取样本核查合同、发票、银行回单等相关原始凭证，检查销售费用入账时点是否准确，具体执行比例如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2023 年 1 月 1 日
截止日前	2,271.12	1,274.94	/
检查比例	88.15%	85.27%	/
截止日后	1,234.65	283.35	303.02
检查比例	48.38%	25.23%	47.17%

注：核查比例=截止日前测试金额或截止日后测试金额/测试当月销售费用，2025 年 1 月销售费用为未经审计数据。

③对公司及其控股股东、实际控制人、董监高、主要销售人员、主要推广人员申报期内的银行流水等进行核查，检查是否存在未入账的代垫费用情况，获取了相关人员出具的个人账户完整性承诺函，核查确认其报告期内不存在异常资金往来情况；

④取得公司市场推广费明细表，结合公司的业务发展情况及推广策略，分析报告期内各类形式的市场推广费金额、占比及变化的原因，针对各平台的收入及销售费用进行匹配度分析，检查是否存在平台交易额与推广费用率明显不匹配的情况；

⑤了解并核查其他应收款中存在部分“待收线上推广结算款”的款项发生背景、检查核算是否准确，确认期后回款情况；

⑥针对报告期内市场推广商执行了走访程序，通过访谈了解市场推广商基本情况、与公司合作情况、与公司是否存在关联关系情况等。截至本审核问询函回复签署之日，走访情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度
市场推广费含税金额（万元）	22,516.56	13,301.76
走访市场推广商覆盖的市场推广费含税金额（万元）	16,124.30	9,721.90
走访占比	71.61%	73.09%

⑦针对报告期内市场推广商执行了函证程序。截至本审核问询函回复签署之日，回函情况如下：

A.主办券商函证情况

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
发函推广商对应采购金额（A）	9,904.33	5,092.33
回函推广商对应采购金额（B）	9,904.33	5,092.33
回函相符推广商对应采购金额（C）	7,588.05	4,489.25
市场推广费金额（不含税）（D）	22,516.56	13,301.76
发函比例（A/D）	43.99%	38.28%
回函比例（B/A）	100.00%	100.00%
回函相符比例（C/B）	76.61%	88.16%

注：函证推广费金额为含税金额，此处为保持口径一致，按 6%费率扣除税率影响进行计算。

B. 会计师函证情况

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
发函推广商对应采购金额（A）	11,053.55	5,269.85
回函推广商对应采购金额（B）	10,964.24	5,269.85
回函相符推广商对应采购金额（C）	7,971.55	4,621.40
市场推广费金额（不含税）（D）	22,516.56	13,301.76
发函比例（A/D）	49.09%	39.62%
回函比例（B/A）	99.19%	100.00%
回函相符比例（C/B）	72.70%	87.70%

注：函证推广费金额为含税金额，此处为保持口径一致，按 6%费率扣除税率影响进行计算。

主办券商与会计师对未回函市场推广商实施替代测试，检查包括但不限于推广服务合同、结算单据、付款记录等支持性资料。

（5）针对事项五的核查程序

①获取报告期内员工花名册，了解各渠道销售人员的具体分工、客户数量、开发客户的方式，了解销售人员较多的原因，与同行业可比公司相比是否合理；

②将销售人员的人均薪酬、人均创收、人均创利与同行业可比公司进行对比分析；

③获取报告期内公司通过报销支付的销售费用明细，核查人均报销金额及单笔大额报销的合理性；

④了解、评价公司与期间费用相关的内部控制设计的有效性，并测试相关内部控制执行的有效性；

⑤通过核查董监高资金流水情况，核查是否存在通过个人卡或现金支付销售人员薪酬以及体外代垫费用的情形。

（6）针对事项六的核查程序

获取并查阅了待摊形象代言费对应的合同，检查了合同中关于推广代言事项的金额以及期限，测算了报告期内应确认的费用；检查公司关于代言费的账务处理，分析相关会计分录和报表披露是否符合《企业会计准则》的规定。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

（1）公司报告期内销售费用逐年增长且销售费用率处于较高水平主要系公司在各类新媒体渠道增加宣传推广投放所致，公司销售费用率与同行业可比公司不存在明显差异；

（2）报告期内，公司重视线上渠道布局，积极开展线上业务，整体线上推广活动增长较多，导致线上推广费增长较快，线上渠道销售费用率维持较高水平；

（3）报告期内，公司存在通过第三方进行推广销售的情形，推广服务商实际控制人与公司相关人员不存在资金往来，不存在资金体外循环、利益输送、直接或间接商业贿赂情况；公司或推广服务商不存在涉税风险，不存在违法违规行为；

（4）公司报告期内各平台线上收入及线上市场推广费均快速增长，整体趋势能够对应匹配，公司市场推广费用能有效转化为销售收入，不存在平台交易额与推广费用率明显不匹配的情况；报告期内，公司重视线上渠道布局，积极开展线上业务，整体线上推广活动增长较多，导致线上推广费增长较快；公司线上推广费的内部结构不存在重大变化，不同类别的细分费用占比变动主要系公司营销策略调整所致；其他应收款中存在部分“待收线上推广结算款”的款项发生背景主要为达人直播推广合作机构应按合同规定退还公司的推广结算款，公司按照会计政策计入其他应收款-待收线上推广结算款，核算准确，截至本审核问询函回复签署之日杭州腾泽电子商务有限公司仍未回款，公司拟于近期对该公司提起法律诉讼追回款项；

（5）公司报告期内销售人员数量较多的原因主要为公司销售人员的分工相对细致，线上渠道销售人员按照平台和渠道进行配置，线下渠道销售人员按照省区及大区进行匹配，通过维持一定规模的销售人员以持续地开拓市场和客户，具有合理性，与同行业可比公司较为一致，与销售模式及收入变动趋势保持一致；报告期内，公司销售人员人均工资、人均创收、人均创利与同行业可比公司相比不存在重大异常，相关差异具备合理原因；报告期内，销售人员报销支付的销售费用主要是交通差旅费、业务招待费、会议费和快递费等，占销售费用的比例分别为 2.56%、1.48%，占比较小，销售人员人均报销金额具备合理性；报告期内，公司已建立健全与推广活动开展、报销、发票管理、供应商选择相关的内部控制制度，公司已建立合理的费用支出审批流程和

有效的费用风险防范措施，相关制度执行情况良好，经核查公司及关键人员银行流水，报告期内公司不存在个人卡或现金收支的情况，公司不存在通过个人卡或现金支付销售人员薪酬以及体外代垫费用的情形；

（6）其他主要流动资产中“待摊形象代言费”的初始确认金额及依据、摊销期间等会计处理方式，符合《企业会计准则》的规定；

（7）报告期内，公司已建立健全销售推广活动相关的内部控制制度并依照制度执行，销售费用真实、准确、完整。

（二）说明对资金流水的核查情况，包括但不限于核查范围、异常标准及确定依据、核查程序、核查证据，结合资金流水核查情况说明公司内部控制是否健全有效、是否存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形

1、核查范围

主办券商、会计师已对公司及其合并范围内的子公司报告期内的全部银行账户进行核查，银行账户包括报告期内的销户账户、外币账户、支付宝收付款账户等，具体范围如下：

主体名称	账户范围	时间范围
绽妍生物	全部银行账户	2023.1.1-2024.12.31
西藏圆融	全部银行账户	2023.1.1-2024.12.31
成都绽妍	全部银行账户	2023.1.1-2024.12.31
西安德诺	全部银行账户	2023.1.1-2024.12.31
英普博集	全部银行账户	2023.1.1-2024.12.31
杭州绽妍	全部银行账户	2023.1.1-2024.12.31
西安德安科	全部银行账户	2023.1.1-2024.12.31
科研创美	全部银行账户	2023.1.1-2024.12.31
海南德诺	全部银行账户	2023.1.1-2024.12.31
绽妍上海分公司	全部银行账户	2024.2.8-2024.12.31
陕西绽妍	全部银行账户	2024.3.7-2024.12.31
西藏圆融	全部支付宝账户	2023.1.1-2024.12.31

注：绽妍上海分公司、陕西绽妍流水打印范围为从其成立之日起至报告期末

主办券商、会计师已对公司董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等报告期

内所持有的全部借记卡进行核查，对对接前 10 大经销商的基层销售人员报告期内的银行、微信、支付宝账户进行核查，核查对象数量总计 23 位，具体范围如下：

姓名	身份	获取范围	核查期间
张颖霆	实际控制人/董事长/总经理	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
姚玲	实际控制人配偶	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
杨丰乐	实际控制人前妻/公司股东	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
张筱笛	实际控制人之女/董事	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
王昆	董事/副总经理	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
税科英	董事会秘书/财务总监	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
李鸿刚	董事/电商销售渠道负责人	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
杨鹭	董事/西安德诺总经理	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
苟琳稀	监事	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
卢典辉	监事	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
凌杰	监事	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
李继业	西安德诺财务总监	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
黄文涛	西安德诺副总经理/器械研发总监	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
肖辛明	出纳	所有个人银行卡	2023.7.17 – 2024.12.31
曹静	出纳	所有个人银行卡	2023.3.23 – 2024.12.31
石梦洁	出纳	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
曹文杰	供应链中心总监	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
吴中军	医疗销售渠道负责人	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
黄凤	生美销售渠道负责人	所有个人银行卡	2023.1.1 – 2024.12.31
彭瑶	大区经理（对接前 10 大经销商的基层销售人员）	所有个人银行卡、微信、支付宝	2023.1.1 – 2024.12.31
肖黎	大区经理（对接前 10 大经销商的基层销售人员）	所有个人银行卡、微信、支付宝	2023.1.1 – 2024.12.31
罗春林	大区经理（对接前 10 大经销商的基层销售人员）	所有个人银行卡、微信、支付宝	2023.1.1 – 2024.12.31
孙建楠	分销直营部经理（对接前 10 大经销商的基层销售人员）	所有个人银行卡、微信、支付宝	2023.1.1 – 2024.12.31

注：公司出纳肖辛明、曹静所对应的前任出纳在报告期内的任职时间为 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 7 月 16 日、2023 年 1 月 1 日至 2023 年 3 月 22 日

此外，主办券商、会计师已对公司关联法人珠海横琴绽妍投资合伙（有限合伙）报告期内全部银行账户进行核查。

2、异常标准及确定依据

在确定异常资金流水时，主办券商、会计师主要参考以下标准及确定依据：

- （1）公司资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷；
- （2）是否存在银行账户不受公司控制或未在公司财务核算中全面反映的情况，是否存在公司银行开户数量等与业务需要不符的情况；
- （3）公司大额资金往来是否存在重大异常，是否与公司经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配；
- （4）公司与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来；
- （5）公司是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；公司同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形，是否无合理解释；
- （6）公司是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问；
- （7）公司实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；
- （8）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从公司获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款，转让公司股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常；
- （9）控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与公司关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来；
- （10）是否存在关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

结合上述标准，主办券商与会计师对报告期内相关主体的资金流水进行核查，以核查其银行账户的实际归属、资金来源、资金往来的性质及其合理性。

3、核查程序及核查证据

- （1）公司银行账户的资金流水的核查

对于公司及其子公司的银行账户资金流水，主办券商与会计师抽取其报告期内银

行账户大额及交易性质异常的资金流水进行核查，具体执行的核查程序及获取的核查证据如下：

①获取公司各主体报告期“已开立银行结算账户清单”，并与账面记录的银行账户进行比对，并就流水中出现的银行账号交叉核对，检查公司账面银行账户的完整性；

②获取公司各公司报告期所有银行账户的开户及销户资料，并了解开户及销户原因；

③获取公司各公司报告期银行账户的银行对账单及银行日记账，对大额资金流水执行账面和银行对账单双向勾稽，关注记账的完整性、记账日期与银行流水是否相符；

④针对大额银行流水进行抽凭，核查对应的记账凭证、发票、付款申请单、银行回单等资料是否齐备，并抽取部分资金流水样本执行穿行测试；

⑤对大额银行收付款对方账户进行核查，关注是否存在通过自然人或第三方账户收付资金的情况；

⑥对公司主要银行账户进行实地核查和银行询证程序，通过外部证据，检查公司银行账户的真实性和准确性；

⑦检查公司资金流水，关注是否存在与公司存在大量经常性关联交易的关联方以及借用公司资金的关联方。

（2）实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员银行账户的资金流水核查

对于公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员银行账户的个人银行账户资金流水，主办券商与会计师对于转账交易金额达到 5 万元或存取现金额达到 1 万元以上的流水进行核查。

对于金额不足上述核查标准，但连续多笔交易累计金额达到上述核查标准，或交易对方、摘要等内容异常的情况，主办券商与会计师也纳入核查范围，具体执行的核查程序及获取的核查证据如下：

①取得实际控制人及其配偶、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等自然人报告期内银行账户流水；

②通过云闪付进行检索，对已提供的银行流水明细进行比对，进一步核查上述人

员银行账户流水提供的完整性；

③对核查范围内的自然人及公司报告期内的银行资金流水进行交叉勾稽比对，分析是否有遗漏银行或者遗漏账户；

④根据设定的异常标准选取大额及异常收支，访谈该自然人了解相关交易性质、交易背景、交易对方及款项用途，对于报告期内大额收付款项通过取得交易凭证、协议、向交易对手方访谈等形式确认款项性质及原因。

（3）关联法人银行账户的资金流水核查

对于关联法人珠海横琴绽妍投资合伙（有限合伙）的银行账户资金流水，由于资金流水的笔数和金额均较小，主办券商与会计师未设置重要性水平，对资金流入流出情况进行了逐笔核查。

4、核查结论

经核查公司及相关方银行账户流水，公司存在部分销售人员与经销商发生资金往来的情形，包括代转货款、调货、借款等（具体情况详见本回复“问题 3. 关于经销与线上销售”之“一、关于经销模式”之“（五）”），相关事项已规范整改完毕。经主办券商与会计师核查，相关资金往来与公司和经销商之间的销售、结算等业务无关，不涉及对公司进行利益输送或为公司承担成本费用的情形，相关资金往来事项不影响公司财务报表数据的准确性。

除上述情形外，公司及相关方银行账户流水未发现重大异常情况，公司内部控制健全有效，不存在体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

（三）请主办券商、律师对公司推广活动的合法合规性发表明确意见

1、核查程序

（1）查阅报告期内公司的推广服务商明细统计，确认各期前五大推广服务商的推广服务费用情况。

（2）查阅报告期内各期前五大推广服务商的国家企业信用信息公示系统报告、企查查报告，确认其登记状态、法定代表人、实际控制人、注册资本、成立时间等情况。

（3）取得实际控制人、实际控制人配偶、董事、监事、高级管理人员、出纳、主要销售人员、主要推广人员的银行账户资金流水，确认该等人员是否与报告期内主要

推广服务商实际控制人存在资金往来。

(4) 对报告期内主要推广服务商进行走访，查阅报告期内主要推广服务商签署的访谈问卷，了解推广服务商业务活动开展的合法合规情况。

(5) 抽查报告期内公司与主要推广服务商签订的推广服务合同、推广服务活动资料、现场照片、会议资料、推广费结算单、推广费发票以及付款凭证等资料，确认公司与报告期内主要推广服务商发生的推广服务是否具有商业实质，是否存在配合他人虚开增值税发票、虚开或介绍他人虚开增值税发票等非真实推广交易情形。

(6) 查阅公司主管部门出具的合规证明，查询中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网、中国执行信息公开网、人民法院公告网、信用中国、企查查网站、国家企业信用信息公示系统以及各省市市场监督管理局、药品监督管理局网站，确定公司是否存在因与第三方推广服务商进行推广交易而产生诉讼、仲裁或被行政处罚的情形。

(7) 查阅公司电商销售负责人及销售负责人签署的访谈问卷、公司所在地主管部门出具的合规证明，查询中国裁判文书网、中国审判流程信息公开网、中国执行信息公开网、人民法院公告网、信用中国、企查查网站、国家企业信用信息公示系统、国家税务总局重大税收违法案件信息公布栏以及国家、各省税务局的公开披露信息，确认公司报告期内是否存在因与报告期内主要推广服务商发生推广服务交易而被相关税务主管机关行政处罚或存在其他违法违规情形。

2、核查结论

经核查，主办券商、律师认为：

(1) 报告期内，公司存在通过第三方进行推广销售的情形，推广服务商实际控制人与公司相关人员不存在资金往来，不存在资金体外循环、利益输送、直接或间接商业贿赂情况；公司或推广服务商不存在涉税风险，不存在违法违规行为。

(2) 报告期内，公司的推广活动具有合法合规性。

问题 5. 关于收入与经营往来。

根据申请文件，（1）报告期内，公司营业收入分别为 48,618.65 万元、59,746.96 万元，呈增长趋势。（2）报告期内，公司前五大客户变化较大、客户集中度较低。

（3）代销模式下公司主要向京东平台和 OTC 连锁药店通过寄售销售，以对账单作为收入确认依据。

请公司：（1）结合公司报告期内原材料、主要产品平均价格波动情况、产能释放情况，说明收入增长的原因及合理性，带动收入增长的客户、产品及订单情况；说明公司报告期内收入波动与下游客户行业景气度是否一致、与可比公司经营业绩是否存在显著差异；说明报告期内公司运输费用与销售收入的匹配情况，波动趋势是否一致。（2）关于主要客户。①说明公司报告期内客户变化较大、客户集中度较低的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在明显差异。②结合复购率、购买规模及购买频率的分布情况，说明公司销售的持续性、稳定性。③说明报告期内主要客户的成立时间、合作年限、合作背景、主要产品、是否签订框架协议、经营规模与其交易规模是否匹配，结算模式、信用政策。（3）关于收入确认与寄售。①说明以客户收货为收入确认时点的业务，合同是否存在验收条款，补充披露具体收入确认单据，收入确认时点是否谨慎。②说明公司线上销售收入确认时点是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求。③说明公司线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确，结合线上平台销售业务流程说明内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效。④补充披露公司各期寄售的收入金额及占比，寄售模式是否属于行业惯例，寄售涉及的主要客户、收入金额，是否存在同一客户既有寄售模式又有其他销售模式的情形。⑤说明寄售模式下公司与客户的对账方式、对账周期、信用政策、盘点周期、运费及仓储费用的承担方式。⑥说明公司如何保证寄售模式下收入确认价格和数量的准确性、收入确认时点及依据充分可靠，是否存在收入跨期的情况；发出商品的管理制度是否健全，相关内控制度是否健全并有效执行。（4）关于经营往来。①结合公司与不同类型客户的结算模式、信用政策等，补充披露公司报告期内应收账款规模较低的合理性。②说明公司合同负债中预收服务费的发生背景、具体核算内容，说明报

告期内公司检测服务的采购与销售情况，列示检测服务的主要客户、供应商，是否具备提供检测服务的关键资源、业务开展情况及预计业务发展安排；如存在检测服务收入，则说明在当前收入构成中的划分类别，是否存在隐藏收入或体外业务。（5）结合公司所处行业竞争格局、业务拓展能力、筹资能力、期末在手订单、期后签订合同、期后业绩（收入、净利润、毛利率及经营活动现金流量）及与去年同期对比的情况，说明公司的业绩是否具有可持续性。

请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见，说明公司收入确认是否符合《企业会计准则》的规定，是否能够准确反映经营成果，是否存在人为调整、跨期等。

回复：

一、结合公司报告期内原材料、主要产品平均价格波动情况、产能释放情况，说明收入增长的原因及合理性，带动收入增长的客户、产品及订单情况；说明公司报告期内收入波动与下游客户行业景气度是否一致、与可比公司经营业绩是否存在显著差异；说明报告期内公司运输费用与销售收入的匹配情况，波动趋势是否一致。

1、结合公司报告期内原材料、主要产品平均价格波动情况、产能释放情况，说明收入增长的原因及合理性，带动收入增长的客户、产品及订单情况

（1）公司主要原材料平均价格波动情况

项目	2024年			2023年		
	采购金额	占比	采购单价	采购金额	占比	采购单价
内包装材料	2,776.43	53.78%	0.20	2,008.35	59.08%	0.24
化学原料	1,675.72	32.46%	4.14	952.67	28.02%	4.40
外包装材料	710.83	13.77%	0.21	438.37	12.90%	0.40
主要原材料小计	5,162.98	100.00%	0.30	3,399.39	100.00%	0.36

据此可知，报告期内公司主要原材料平均价格总体波动较小，其中外包装材料价格 2024 年同比下降较多，主要系 2024 年防伪贴、标贴等单价低的外包装材料原材料采购数量增加较多所致。2024 年化学原料采购金额占比有所提升，而内包装材料采购金额占比略有下降，主要系 2024 年公司自产产品数量增加，对各类原材料需求均同步增加，而化学原料类原材料的价格较包材类更高，因此化学原料的采购金额占比有所

上升。公司原材料价格变动对产品售价的传导效应较弱，公司报告期内未因原材料价格变动调整产品售价，收入增长与原材料价格关系不大。

(2) 主要产品平均价格波动情况

报告期内，公司各期销售金额前三大产品平均价格如下：

单位：元/单位

产品名称	2024 年	2023 年
2023 年和 2024 年第一大产品	48.65	45.92
2024 年第二大产品	35.59	37.58
2023 年第三大产品	15.04	18.64
2023 年第二大产品	35.97	34.31
2024 年第三大产品	23.89	31.80

据此可知，公司报告期内主要产品平均价格波动不大，价格差异主要系公司各期线上、线下渠道销售占比不同，以及推出的各项具体销售活动政策有所差异所致。上表的 2024 年第三大产品在 2024 年价格下降较多，主要系公司在 2024 年将该款产品确定为走量产品，对其价格有所下调；此外，该款产品 2024 年在抖音、快手平台借助直播销售较多，直播售价一般相对更低，也导致该产品 2024 年价格有所下降。公司未大幅提高产品售价冲高收入，或大幅降低产品售价刺激销量，收入增长并非产品价格变化驱动。

(3) 产能释放情况

报告期内，公司共有 2 个生产基地，分别位于西安和湖南，其中，西安工厂在报告期前已投产，湖南工厂于 2023 年建成，2024 年大规模投产。公司采用自主生产与外部生产相结合的模式，公司可借助外部生产供应商的产能弥补自身产能的不足，从而避免产品供应短缺的情形，公司产能不构成公司收入增长的瓶颈，因此，虽然报告期内公司产能进一步增长与释放，但并非公司收入增长的主要原因。

(4) 报告期内公司收入增长的主要原因

报告期内，公司按线上（区分直销、代销）、线下划分的主营业务收入金额及变动情况如下：

项目		2024年度		2023年度
		金额（万元）	同比变动	金额（万元）
线上	直销	29,489.67	55.57%	18,956.38
	代销	2,286.96	-	-
线下		27,962.58	-5.73%	29,661.93
合计		59,739.21	22.87%	48,618.31

据此可知，公司报告期内收入增长主要由线上业务驱动。报告期内，公司线上业务由直销、代销业务构成，线上直销业务为公司天猫、抖音、快手等平台开设店铺并直接向终端消费者销售公司产品的业务，线上代销业务为公司与京东自营平台合作，京东平台向终端消费者销售公司产品后再与公司结算的业务。

2024 年，公司与京东平台达成代销业务合作，实现线上代销业务从无到有的突破，而京东平台系成熟、覆盖面广、知名度高、品牌力强、用户基数大的电商平台，借助其自营渠道对公司产品的曝光与销售，公司当年线上代销业务收入得以迅速增长。

2024 年，公司线上直销业务收入增长超 1 亿元，同比增速达 55.57%，是公司收入增长最主要的驱动因素。公司线上直销业务收入增长的原因主要系：

①大力挖掘短视频平台潜力，巩固传统电商平台优势并拓展新的电商平台

2024 年，公司除巩固在天猫一类传统电商平台的业务优势外，还大力发掘抖音、快手平台的潜力。2024 年，公司在天猫、抖音、快手平台对应直销收入分别同比增长 24.75%、129.70%和 387.99%，其中抖快渠道增长尤为显著。抖音、快手一类的短视频平台用户基数大、传播范围广，除具备传统电商平台的引流、推广方式外，其在直播带货、短视频曝光与推广、大数据精准推送等方面更具优势，销售潜力巨大，因此公司在报告期内加大对抖快渠道的布局与培育力度，促使其相关直销收入增长迅速。此外，公司在 2024 年还加大或拓展了在唯品会、小红书、有赞等平台的销售，也带动了公司线上收入的增长。

②加大线上营销、投流费用支出，提高产品推广、曝光度

公司高度重视线上业务并加大相关费用投入，2024 年，公司线上推广费为 20,930.49 万元，同比增长 76.86%，有效提高了公司产品、品牌、店铺的终端曝光度，此外，公司还利用达人带货、自主直播等途径引流，共同带动线上订单增长。

综上，公司报告期内收入增长主要由线上业务驱动，公司高度重视线上业务，加大线上业务布局、培育及投入力度，并与京东平台建立起代销业务合作，从而使得公司线上收入快速增长，因此，公司收入增长具有合理性。

（5）带动收入增长的客户、产品及订单情况

报告期内，公司收入增长主要由线上业务驱动，包括线上直销业务和线上代销业务，其中，线上直销业务为主要部分，带动公司线上直销收入增长的客户主要为公司线上直营店铺的终端消费者客户，同理，带动公司线上直销收入增长的订单主要为前述终端消费者客户下达的订单；公司线上代销业务的客户为北京京东弘健健康有限公司和北京京东世纪贸易有限公司，带动线上代销收入增长的订单亦为京东平台的结算订单。

报告期内，带动公司收入增长的产品主要为绽妍 JUYOU 三重蛋白精润舒缓修护面膜、绽妍 JUYOU 立体补水舒润面膜、绽妍 JUYOU 维生素原 B5 精润保湿霜和绽妍 JUYOU 维生素原 B5 精润保湿面膜，这四款产品为公司报告期内主力营销的产品，其收入增长金额合计占公司 2024 年收入增长总金额的比例超过 40%。

2、说明公司报告期内收入波动与下游客户行业景气度是否一致、与可比公司经营业绩是否存在显著差异

公司主营的贴类、膏体类、水和喷雾类等产品的最终使用主体均为个人消费者，因此，公司下游景气度主要取决于个人消费者对护肤产品的需求和购买力。我国经济保持稳健增长、人口众多，使得公司下游景气度有所保障，行业市场规模巨大。根据灼识咨询出具的行业报告，中国皮肤学级护肤品市场规模从 2017 年的 85 亿元增长至 2023 年的 312 亿元，期间保持连续增长，预计未来仍将保持连续增长，至 2026 年市场规模将增长至 496 亿元。

报告期内，公司与可比公司的经营业绩及变动情况对比如下：

单位：万元

可比公司	2024 年				2023 年	
	营业收入	同比变动	扣非归母净利润	同比变动	营业收入	扣非归母净利润
敷尔佳	201,697.59	4.32%	60,384.35	-17.00%	193,350.44	72,756.27
创尔生物	38,737.28	26.53%	5,583.40	30.75%	30,614.46	4,270.21
华熙生物	537,077.03	-11.61%	10,727.20	-78.13%	607,592.39	49,048.29

可比公司	2024 年				2023 年	
	营业收入	同比变动	扣非归母净利润	同比变动	营业收入	扣非归母净利润
锦波生物	144,283.14	84.92%	71,218.05	149.15%	78,026.02	28,584.27
公司	59,746.96	22.89%	6,375.03	26.70%	48,618.65	5,031.76

营业收入方面，2024 年除华熙生物外，其余可比公司收入均同比增长，公司收入增幅与创尔生物相近，低于锦波生物，高于敷尔佳。公司收入增速高于敷尔佳，主要系敷尔佳整体收入规模较公司更大，致使其收入增速的计算基数更大，此外，敷尔佳 2024 年亦对其经销渠道销售有所控制，致使其经销收入有所下降，亦影响其 2024 年收入增速。华熙生物收入同比下降主要系其收入占比较高的皮肤科学创新转化业务收入受战略调整等因素影响而有所下滑。

扣非归母净利润方面，2024 年公司与创尔生物、锦波生物均保持同比增长，敷尔佳扣非归母净利润同比下降主要系其线上收入相关的营销费用大幅增长所致，华熙生物扣非归母净利润同比下降主要系其收入下滑叠加组织架构调整、股权激励费用、产能布局与战略性业务投入、资产计提大额减值准备等影响。

总体来看，报告期内公司经营业绩与可比公司不存在显著差异。

3、说明报告期内公司运输费用与销售收入的匹配情况，波动趋势是否一致

报告期内公司运输费用与销售收入的匹配情况如下：

项目	2024 年		2023 年
	金额（万元）	同比变动	金额（万元）
运费	1,969.12	45.39%	1,354.42
营业收入	59,746.96	22.89%	48,618.65
运费/营业收入	3.30%	-	2.79%

据此可知，2024 年公司收入及运费均保持同比增长，波动趋势一致。2023 年、2024 年，公司运费占营业收入之比分别为 2.79%、3.30%，2024 年该占比有所提升且 2024 年运费同比增速高于营业收入同比增速，主要系公司 2024 年线上直销收入增长较多，线上直销业务面向终端个人消费者，其快递运输具有发货频次高、单笔运输量小、总体运单量大的特点，因此相较线下业务，线上直销业务对应运输费率更高。

二、关于主要客户。①说明公司报告期内客户变化较大、客户集中度较低的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在明显差异。②结合复购率、购买规模及购买频率的分布情况，说明公司销售的持续性、稳定性。③说明报告期内主要客户的成立时间、合作年限、合作背景、主要产品、是否签订框架协议、经营规模与其交易规模是否匹配，结算模式、信用政策。

（一）说明公司报告期内客户变化较大、客户集中度较低的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在明显差异

1、公司报告期内客户变化较大的原因及合理性

2024 年，公司前五大客户的变化主要为，减少重庆聚财医药有限公司、四川雪域景天生物科技有限公司、成都伊夫生物技术有限公司，新增北京京东弘健健康有限公司、浙江碧羽生物科技有限公司、河南轩创医疗器械贸易有限公司。

公司 2023 年前五大客户中的重庆聚财医药有限公司、四川雪域景天生物科技有限公司在 2024 年不再属于前五大客户，公司与重庆聚财医药有限公司的合作关系于 2024 年内逐步终止，主要系公司优化了经销体系，部分原由重庆聚财医药有限公司服务的经销商转为与公司直接合作，双方基于业务调整协商一致后结束了合作；公司与四川雪域景天生物科技有限公司的合作也在 2024 年内逐步终止，原因是公司调整了线上渠道运营策略，原由四川雪域景天生物科技有限公司运营的线上销售渠道转由公司直接运营，双方友好协商后完成了业务过渡。公司 2023 年前五大客户中的成都伊夫生物技术有限公司在 2024 年虽非前五大客户，但仍在前十大客户之列。

公司 2024 年新增的前五大客户中的浙江碧羽生物科技有限公司、河南轩创医疗器械贸易有限公司在 2023 年虽非前五大客户，但仍在前十大客户之列。2024 年，公司与京东平台建立线上代销业务合作，致使公司 2024 年新增两大代销客户北京京东弘健健康有限公司与北京京东世纪贸易有限公司，京东平台新进成为公司前五大客户。

结合报告期内公司经销商的增减变动情况（具体请参见本审核问询回复之“问题 3”之“一”之“（二）”的回复中关于“经销商的新增与退出情况及通过经销商销售稳定性”的相关内容）可知，公司报告期内新增与退出的经销商对应的经销收入占公司新增当年、退出上年的经销总收入之比均较小，且新增与退出的经销商在数量上均主要由合作规模在 10 万元以下的经销商构成，公司经销商总体具有稳定性。

综上，报告期内公司主要客户出现一定变化均系真实、合理的业务原因所致，公司经销客户总体较为稳定，代销客户发生明显变化系公司 2024 年新发展线上代销业务所致。

2、公司报告期内客户集中度较低的原因及合理性

2023 年、2024 年，公司前五大客户均系公司经销客户或线上代销客户，其对应收入金额合计占公司各期收入之比分别为 22.63%、18.26%，该占比较低主要系公司线上直销业务收入及占比较大，且经销模式下的经销商相对分散，故使公司客户集中度较低。

公司与可比公司的前五大客户收入占比的对比情况如下：

可比公司	2024 年	2023 年
敷尔佳	9.59%	11.83%
创尔生物	11.42%	12.54%
华熙生物	6.13%	6.84%
锦波生物	19.19%	25.93%
公司	18.26%	22.63%

据此可知，公司与同行业可比公司的客户集中度均较低。

综上，公司客户集中度较低具有合理性，主要系公司线上直销业务收入占比高，且经销商模式下的经销商相对分散所致，公司与可比公司的客户集中度不存在明显差异。

（二）结合复购率、购买规模及购买频率的分布情况，说明公司销售的持续性、稳定性

报告期内，公司收入主要由线上直销收入和经销收入构成。

1、公司线上直销模式的复购率、购买规模及购买频率的分布情况

报告期内，公司线上直销收入主要源自天猫-绽妍官方旗舰店、快手-绽妍旗舰店、抖音-绽妍医疗器械旗舰店、抖音-绽妍官方旗舰店四家店铺，这四家店铺交易金额分别占当年线上总交易金额的 95.15%、94.14%。考虑到这四家店铺对公司线上直销收入具有较好的代表性，以下以这四家店铺作为样本进行分析。

(1) 复购率

公司线上直销的复购率情况如下：

店铺名称	2024 年		2023 年	
	复购用户数 (人)	复购率	复购账户数	复购率
天猫-绽妍官方旗舰店	338,183	27.98%	257,681	29.63%
抖音-绽妍官方旗舰店	105,285	20.25%	35,058	14.70%
抖音-绽妍医疗器械旗舰店	35,707	24.13%	9,748	24.94%
快手-绽妍旗舰店	45,253	36.46%	5,120	17.62%
合计	524,428	26.21%	307,607	26.15%

注：复购率为该店铺当期下单次数大于等于 2 的账户数量与该店铺当期下单总账户数量的比例

报告期内，公司线上直销主要店铺的复购率分别为 26.15%、26.21%，保持稳定的同时略有提升。天猫平台的客户复购率整体上高于抖音、快手平台，主要系抖音、快手平台存在较多的达人直播订单，即兴消费和粉丝消费的客户较多。2024 年，快手平台的复购率大幅增长，主要系公司与部分快手平台达人达成深度合作，其粉丝群体与公司用户画像重合度高，相关达人多次直播推荐公司产品，粉丝消费导致产品复购率大幅上升。

(2) 购买规模

报告期内，四家线上主要店铺客户合计购买规模分布情况分别如下：

购买金额分布区间	用户数（人）	销售总金额（万元）	用户占比	金额占比
2024 年				
0-1000 元（含）	1,975,313	30,068.25	98.73%	88.24%
1000-5000 元（含）	25,140	3,787.91	1.26%	11.12%
5000-10000 元（含）	175	112.21	0.01%	0.33%
10000 元以上	41	69.98	0.00%	0.21%
无用户唯一识别标志	0	36.97	0.00%	0.11%
合计	2,000,669	34,075.33	100.00%	100.00%
2023				
0-1000 元（含）	1,155,472	17,877.17	98.23%	82.88%
1000-5000 元（含）	20,559	3,263.44	1.75%	15.13%
5000-10000 元（含）	218	137.43	0.02%	0.64%

购买金额分布区间	用户数（人）	销售总金额（万元）	用户占比	金额占比
10000 元以上	15	20.65	0.00%	0.10%
无用户唯一识别标志	0	272.11	0.00%	1.26%
合计	1,176,264	21,570.80	100.00%	100.00%

据此可知，报告期内公司上述四家店铺的客户，无论是从用户数量还是金额口径来看，均主要由年度消费总金额在 1,000 元以内的客户构成，构成特征符合消费者购买行为习惯。

（3）购买频率

报告期内，四家线上主要店铺客户购买频率的分布情况分别如下：

购买次数分布区间	用户数（人）	销售总金额（万元）	用户占比	金额占比
2024 年				
1-5 次（含）	1,957,891	30,813.67	97.86%	90.43%
6-20 次（含）	41,723	3,014.30	2.09%	8.85%
21-40 次（含）	939	145.01	0.05%	0.43%
40 次以上	116	65.39	0.01%	0.19%
无用户唯一识别标志	0	36.96	0.00%	0.11%
合计	2,000,669	34,075.34	100.00%	100.00%
2023 年				
1-5 次（含）	1,154,570	19,292.71	98.16%	89.44%
6-20 次（含）	21,409	1,929.04	1.82%	8.94%
21-40 次（含）	258	61.73	0.02%	0.29%
40 次以上	27	15.21	0.00%	0.07%
无用户唯一识别标志	0	272.11	0.00%	1.26%
合计	1,176,264	21,570.80	100.00%	100.00%

据此可知，报告期内公司上述四家店铺的客户，无论是从用户数量还是金额口径来看，均主要由年度购买频次在 1 至 5 次的客户构成，构成特征符合消费者购买行为习惯。

综上，报告期内公司线上直销复购率保持稳定且略有提升，客户数量与销售金额均保持增长态势，公司线上直销销售具有持续性、稳定性。

2、公司经销客户的复购率、购买规模及购买频率的分布情况

经销客户的购买频次、单次购买金额、购买用途与线上直销客户存在显著差异，因此，此处将单年内购买次数在 5 以上的经销客户视为复购客户，则公司报告期内经销客户的复购率分布情况如下：

项目	数量（家）	占比	收入（万元）	占比
2024 年				
复购客户	355	67.49%	26,442.42	98.62%
非复购客户	171	32.51%	369.83	1.38%
合计	526	100.00%	26,812.26	100.00%
2023 年				
复购客户	362	60.84%	27,931.46	97.52%
非复购客户	233	39.16%	709.19	2.48%
合计	595	100.00%	28,640.65	100.00%

据此可知，2023 年、2024 年，按经销商家数口径统计的公司经销复购率在 60%以上，按经销收入口径统计的公司经销复购率在 90%以上，公司经销收入主要由复购客户贡献，公司经销复购率较高。

公司经销客户的购买规模、购买频率的分布情况请见本审核问询回复之“问题 3”之“一”之“（五）”的回复中关于“按照购买金额、购买频率等维度划分与经销商的交易情况，说明对应的经销商客户数量、交易金额及占比情况”的相关内容。

综上，公司经销客户复购率较高，公司经销收入主要由各期购买规模在 100 万元以上尤其是 500 万元以上的经销商贡献，亦主要由各期购买频次在 50 次尤其是 100 次以上的经销商贡献，因此，公司经销销售具有持续性、稳定性。

（三）说明报告期内主要客户的成立时间、合作年限、合作背景、主要产品、是否签订框架协议、经营规模与其交易规模是否匹配，结算模式、信用政策

报告期内，公司前五大客户的成立时间、合作年限等情况如下：

客户名称	成立时间	合作背景	主要产品/业务	是否签订框架协议	经营规模与其交易规模是否匹配	结算模式	信用政策
台州医美生	2017-	该经销商从事医疗器	经销多个	是	是	银行	先款后货

客户名称	成立时间	合作背景	主要产品/业务	是否签订框架协议	经营规模与其交易规模是否匹配	结算模式	信用政策
物科技有限公司	11-03	械、化妆品经销代理多年，多年前公司业务人员拜访其并开展业务交流，双方发现有合作空间，遂逐渐建立起合作	品牌的医疗器械、化妆品等			电汇	
北京京东弘健健康有限公司	2019-07-31	公司欲与京东建立代销业务合作，遂主动联系京东业务人员，京东平台有拓品需要，双方经交流沟通后建立起线上代销合作	多个品牌医疗器械等的电商销售	是	是	银行电汇	京东出具结算单核定后 7 个工作日付款
成都君铭医疗器械有限公司	2004-11-16	多年前该经销商在市场上了解到公司产品并欲经销代理，遂主动联系公司业务人员并建立合作关系	经销多个品牌的医疗器械、化妆品等	是	是	银行电汇	先款后货
浙江碧羽生物科技有限公司	2018-06-15	该经销商从事医疗器械、化妆品经销代理多年，多年前公司业务人员拜访其并开展业务交流，双方发现有合作空间，遂逐渐建立起合作	经销多个品牌的医疗器械、化妆品等	是	是	银行电汇	先款后货
河南轩创医疗器械有限公司	2021-03-24	该经销商下游客户对公司产品有需求，于是该经销商主动联系公司业务人员，开启交流并逐步建立合作	经销多个品牌的医疗器械、化妆品等	是	是	银行电汇	先款后货
重庆聚财医药有限公司	2007-03-05	该经销商下游客户对公司产品有需求，双方进行业务交流后逐步建立起合作	经销多个品牌的医疗器械、化妆品等	是	是	银行电汇	先款后货
四川雪域景天生物科技有限公司	2014-09-29	多年前该经销商在市场上了解到公司产品并欲经销代理，遂与公司业务人员联系交流并建立合作关系	经销多个品牌的医疗器械、化妆品等	是	是	银行电汇	先款后货
成都伊夫生物技术有限公司	2018-07-18	双方业务人员在行业展会上认识，相互交流后逐渐开启合作	经销多个品牌的医疗器械、化妆品等	是	是	银行电汇	先款后货

上述客户中，北京京东弘健健康有限公司是 2024 年方与公司建立合作的客户，其

余客户与公司合作年限均在3年以上。

三、关于收入确认与寄售。①说明以客户收货为收入确认时点的业务，合同是否存在验收条款，补充披露具体收入确认单据，收入确认时点是否谨慎。②说明公司线上销售收入确认时点是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求。③说明公司线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确，结合线上平台销售业务流程说明内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效。④补充披露公司各期寄售的收入金额及占比，寄售模式是否属于行业惯例，寄售涉及的主要客户、收入金额，是否存在同一客户既有寄售模式又有其他销售模式的情形。⑤说明寄售模式下公司与客户的对账方式、对账周期、信用政策、盘点周期、运费及仓储费用的承担方式。⑥说明公司如何保证寄售模式下收入确认价格和数量的准确性、收入确认时点及依据充分可靠，是否存在收入跨期的情况；发出商品的管理制度是否健全，相关内控制度是否健全并有效执行。

（一）说明以客户收货为收入确认时点的业务，合同是否存在验收条款，补充披露具体收入确认单据，收入确认时点是否谨慎

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“1”中补充披露以客户收货为收入确认时点的业务，以及对应的具体收入确认单据：

报告期内，公司以客户收货为收入确认时点的业务包括直销业务和经销业务，具体业务方式涉及公司负责送货与客户自行提货。一方面，公司负责送货的商品销售，公司将产品运至客户指定交货地点，客户收货后确认收入；另一方面，客户自行提货的商品销售，公司在商品发出后并取得书面签收文件时确认收入。具体收入确认单据为客户签收单、第三方物流公司提供的物流签收记录。

报告期内，对于以客户收货为收入确认时点的业务，合同中未设置专门的验收条款。对于产品质量，合同中通常约定购货方收到货物应当场查验货票与货物是否相符，如后续发现货物破损或短少需要向公司提出证明资料及退换货申请，公司经核实后处

理；客户未在规定时间内提出异议的，视为货物合格，公司不再承担任何短货或破损等赔偿责任。

公司主要向客户销售医疗器械和化妆品等商品，且均为标准化产品。公司产品交付时的验收，仅限于是否按照合同约定的规格数量进行发货、产品外观是否受损、公司是否提供产品质量检验报告等，核对无误后进行物流签收即完成产品验收。客户物流签收产品后对产品查验仅系形式外观检查，产品质量仅可在终端实际使用时才能确认，故客户验收流程仅为一项例行程序。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南（2024）相关规定：“当企业能够客观地确定其已经按照合同约定的标准和条件将商品的控制权转移给客户时，客户验收只是一项例行程序，并不影响企业判断客户取得该商品控制权的时点。例如，企业向客户销售一批必须满足规定尺寸和重量的产品，合同约定，客户收到该产品时，将对此进行验收。由于该验收条件是一个客观标准，企业在客户验收前就能够确定其是否满足约定的标准，客户验收可能只是一项例行程序。”。

由于公司能够客观地确定其已经按照合同约定的标准和条件将商品的控制权转移给客户，客户对产品数量、破损等情况确认仅为一项例行程序，因此公司以客户收货为收入确认时点符合实际业务情况，收入确认时点谨慎。

（二）说明公司线上销售收入确认时点是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因，公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求

1、说明公司线上销售收入确认时点是否充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排

公司线上销售包括线上直销模式和线上代销模式，公司与电商平台之间的货款结算安排情况如下：

业务模式	电商平台	收入确认时点	货款结算安排
线上直销	抖音、淘宝、天猫、快手、小红书等	客户在电商平台上主动确认收货或确认收货期结束，公司收到货款时确认销售收入	第三方支付平台即时将货款转付至公司的电子钱包账户
	唯品会	按月结算单确认收入	完成结算后唯品会对公打款至公司账户

业务模式	电商平台	收入确认时点	货款结算安排
线上代销	京东	按月结算单确认收入	完成结算后京东对公打款至公司账户

在线上直销模式下，公司通过淘宝等电商平台开设店铺，直接面向终端消费者，终端消费者通过电商平台下订单并将货款支付到第三方支付平台，公司根据订单组织商品配送，在客户于电商平台上主动确认收货或确认收货期结束且公司收到货款后确认销售收入。

对于淘宝、抖音、快手等平台的店铺，电商平台在每一笔订单达到确认收货状态后，会按照约定的结算周期对公司的货款金额进行结算处理，但对于已达到收货状态处于结算周期中，但是消费者又发起退换货等售后流程的订单，将延迟结算至售后流程结束；此外，针对已结算货款，电商平台有权根据商家近期退款情况，从已结算货款中冻结对应金额作为账户预留金，用于日常售后退款。对于唯品会店铺，由于该平台不支持即时转付货款，而是根据实现销售情况按月出具结算数据并与公司结算，公司在收到唯品会开具的结算单后确认收入。

在线上代销模式下，公司在京东平台开设店铺并采取寄售的销售模式。公司将货品运至京东仓库，由京东仓库自行配送至消费者收货地址，京东平台根据实现销售情况按月出具结算数据并与公司结算，公司在收到京东平台开具的结算单后确认收入。

线上平台退换货政策均为 7 天无理由退货，京东与唯品会为按月结算单确认收入，7 天无理由退换货期限在结算周期内，抖音、淘宝等平台在客户点击确认收货或确认收货期结束，款项立即转入公司账户，实际发生退货时冲减收入。

综上所述，公司线上销售收入确认时点已充分考虑了线上销售相关无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排。

2、按照销售渠道说明报告期内退换货的金额及占销售金额的比例，对比同行业可比公司退换货比例，说明公司退换货是否存在异常及其原因

报告期内，公司各销售渠道退换货的金额及占销售金额的比例如下：

单位：万元

期间	项目	直销		经销	代销		合计
		线上	线下	线下	线上	线下	
2023 年	退换货金额	362.19	26.18	323.38	-	2.26	714.01
	收入金额	18,956.38	752.69	28,640.65	-	268.59	48,618.31
	退换货率	1.87%	3.36%	1.12%	-	0.83%	1.45%
2024 年	退换货金额	958.78	0.11	440.65	136.36	42.49	1,578.39
	收入金额	29,489.67	871.25	26,812.26	2,286.96	279.07	59,739.21
	退换货率	3.15%	0.01%	1.62%	5.63%	13.21%	2.57%

注：退换货率=退换货额/（收入金额+退换货额）

报告期内，公司整体退换货率分别为 1.45%、2.57%，整体有所上升。主要原因系：（1）2024 年抖音、快手平台收入增长较快，这两个平台的订单主要依托于达人直播销售，直播会设置大量的赠品以达到吸引消费者的目的，在达人直播销售中消费者容易冲动消费，实际对产品深入了解不够，导致退换货率较高；（2）2024 年新增京东线上代销业务，京东未完成销售部分可以退回寄售货物，相关货物未确认收入但是计入退换货金额，导致公司退换货率较高；（3）2024 年公司加强对 OTC 渠道客户的开发和维护，OTC 渠道客户对产品有效期的要求非常高，公司出于市场开发考虑，同意给予部分产品退换货，导致经销和线下代销渠道的退换货率有所提升。

同行业可比公司退换货率情况如下：

可比公司	T	T-1	T-2
创尔生物	2.19%	1.59%	1.12%
华熙生物	0.03%	0.06%	0.09%
敷尔佳	0.94%	0.72%	0.58%
锦波生物	0.66%	1.15%	0.59%

注：T 表示公司 IPO/新三板挂牌申报当年/期，创尔生物为 2020 年 1-6 月，华熙生物为 2019 年 1-3 月，敷尔佳为 2022 年，锦波生物为 2022 年 1-6 月；根据公开可查询数据，创尔生物列示数据为线上直销业务中确认收入前与确认收入后的整体退货率，华熙生物与敷尔佳列示数据为退货率，锦波生物列示数据为经销退换货率。

由上表可知，公司退换货比例相较同行业可比公司退换货比例更高，主要系：（1）同行业可比公司列示数据多为退货率或仅列示某一渠道退换货率，公司列示数据为整体渠道的退货和换货的合计情况；（2）公司与同行业可比公司收入构成存在差异，如

华熙生物、锦波生物的线上销售占比相对较低，而公司退换货主要来源于线上销售，线下销售的退货率同样保持在较低水平；（3）抖音、快手等短视频电商平台是公司退换货主要来源之一，短视频电商平台近两年快速发展，其整体退换货率约为 5%-10%，报告期内保持在较高水平；公司在淘宝渠道的退换货率小于 0.5%，与可比公司的退换货率接近；敷尔佳可比数据的最新报告期为 2022 年上半年，创尔生物可比数据的最新报告期为 2020 年上半年，在此期间内短视频电商平台尚未发展成熟，其他成熟电商平台也未参照给予消费者宽松的退换货政策，行业整体退换货率尚未达到较高水平。

综上所述，报告期内公司退换货比例不存在异常。

3、公司对退换货具体的会计处理方式，是否符合《企业会计准则》的要求

报告期内已确认销售收入的售出商品发生销售退回的，公司于发生时冲回已确认的营业收入和已结转的营业成本；换货时，按照货物成本差额调整成本金额。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十二条规定，“对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即，不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债。”

公司不存在期后大额退换货的情况，且退换货情形主要是客户消费需求临时出现变化，或包装污损、挤压等原因导致出现偶发质量问题，退换货原因多样且不具有规律性，退换货金额无法可靠计量。经公开渠道查询可比公司定期报告，创尔生物、华熙生物、敷尔佳、锦波生物等可比公司均未针对退货计提预计负债，公司未针对退货计提预计负债与同行业可比公司会计处理一致。因此，退换货事项不符合预计负债的确认条件，公司未针对退换货情况计提预计负债的会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

（三）说明公司线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确，结合线上平台销售业务流程说明内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效

1、说明公司线上销售的收入数据如何获取，如何保证收入数据的真实准确

报告期内，公司于淘宝、抖音、快手、唯品会、小红书、京东等大型 B2C 网络销售平台自主设立运营网络店铺并通过该类网络店铺进行线上推广与销售，获得销售收

入。对于淘宝、抖音、快手等主要电商平台，公司依托旺店通系统与财务 ERP 系统实现从订单下达、发货和入账的全业务流程线上管理。消费者在平台下单后，第三方平台订单信息实时同步至旺店通系统，由公司或外包客服人员进行单据审核后下推形成销售出库单。旺店通系统销售出库单信息被实时同步至第三方仓库系统，仓库人员根据相应信息进行发货。旺店通系统生成的销售出库单每日凌晨通过接口自动汇总并同步至财务 ERP 系统生成销售出库明细。公司会计人员每月底对账完成后，在财务 ERP 系统录入会计凭证确认收入。

在数据来源方面，淘宝、抖音、快手等第三方电商平台对于销售数据拥有严格的管控措施，公司来源于第三方电商平台相关数据具有真实性及准确性。

在数据处理方面，公司通过旺店通系统实现全流程订单自动化管理，确保收入数据的真实性与准确性。第三方电商平台订单同步至旺店通后，经客服审核自动生成销售出库单并实时推送至外部仓库 WMS 系统，仓库发货后物流信息自动回传至旺店通并与电商平台同步。退换货处理根据平台规则差异化管理（天猫/抖音等平台自动生成退换单，唯品会人工创建，蘑菇街按发货状态区分），需退货的订单经客服审核推送至 WMS 系统，仓库验收入库后信息自动回传生成退货入库单。所有销售出库与退货入库数据按日、店铺、SKU 及仓库维度整合后，通过系统接口自动同步至财务 ERP 系统，形成完整的财务凭证链，实现业务流、物流与财务流的三流合一，有效保障收入确认的及时性与准确性。

在经营过程中，每月平台结算后，公司财务部门通过慧策（后升级为慧经营）系统自动匹配发货与收款数据，并辅以人工核对调整，确保收入与发货精准对应。财务人员月末依据对账结果，按店铺维度在财务 ERP 系统中手工录入收款和收入凭证，扣除退款后经独立审核过账。通过系统自动校验与人工复核的双重机制，实现业务数据与财务凭证的严格匹配，保障收入数据的真实性和准确性。

综上，公司采用上述方式确保了公司内部业务、财务系统获取和衔接数据的及时性和准确性，财务部门根据相关数据进行核算可以保证线上销售收入数据的真实性、准确性、完整性。

2、结合线上平台销售业务流程说明内部控制的关键环节及执行情况，相关内控是否健全有效

报告期内，公司线上平台销售业务流程如下：

（1）订单处理与发货环节：第三方电商订单自动同步至旺店通系统，经客服审核发货仓库等信息，系统生成出库单并同步至外部仓库 WMS 系统，仓库发货后物流信息双向同步，确保订单流转可追溯。销售出库及退货单按维度自动同步至财务 ERP 系统，经物流人员审核后扣减库存，控制库存管理风险。

（2）售后管理环节：主流平台售后申请自动生成退换单，特殊平台按相应规则处理。退换货经客服审核及仓库检验后完成入库，形成闭环管理，保障售后流程规范。

（3）资金与对账环节：财务人员依据第三方电商平台账单手工录入收款凭证并进行逐级审核，通过慧策（后升级为慧经营）系统自动匹配发货与收款数据，并辅以人工核对调整，确保资金与订单数据一致。2023 年 10 月慧策系统升级后，除有赞外账单自动同步，提升了对账效率与准确性。

综上，公司线上销售业务在订单处理、物流跟踪、售后管理、资金对账、客户管理等关键环节均建立了明确的内控流程，线上销售业务流程相关关键控制环节设置合理，并在报告期内得到了有效执行。

（四）补充披露公司各期寄售的收入金额及占比，寄售模式是否属于行业惯例，寄售涉及的主要客户、收入金额，是否存在同一客户既有寄售模式又有其他销售模式的情形

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“4”中补充披露寄售的收入金额及占比，具体如下：

报告期内，公司存在部分寄售收入。2023 年、2024 年，公司的寄售收入金额分别为 268.59 万元、2,566.03 万元，占当期收入的比例分别为 0.55%、4.29%。2024 年，寄售收入金额及占比均有显著提升，主要系公司当年与京东合作建设京东自营商铺，采取线上代销并寄售商品的销售模式，故寄售模式下的收入金额增长较大。

公开可查询资料显示，同行业可比公司创尔生物、敷尔佳均存在寄售销售模式，该模式符合行业惯例。

报告期内，公司寄售涉及的主要客户、收入金额情况如下：

单位：万元

销售渠道	客户名称	2024 年	2023 年
线上代销	北京京东弘健健康有限公司	1,859.96	-
	北京京东世纪贸易有限公司	427.00	-
线下代销	漱玉医药物流（山东）有限公司	254.75	254.60
	丰沃达医药物流（湖南）有限公司	24.32	14.00
合计		2,566.03	268.59

报告期内，公司不存在同一客户既有寄售模式又有其他销售模式的情形。

（五）说明寄售模式下公司与客户的对账方式、对账周期、信用政策、盘点周期、运费及仓储费用的承担方式

寄售模式下，公司与客户的对账方式、对账周期、信用政策、盘点周期、运费及仓储费用的承担方式情况如下：

项目	线上代销寄售	线下代销寄售
对账方式	由电商平台出具结算账单	由寄售方出具结算账单
对账周期	按月结算	按月结算
信用政策	合同约定送货验收 45 天后结算，结算单核定付款日起 7 个工作日付款	实销实结，次月中旬结算上月销售金额，次月下旬付款
盘点周期	京东仓库分布较为分散，且统一由京东管理，无法实施盘点，公司在京东系统后台定期查看实时库存情况	OTC 药房连锁寄售在不同城市有上百家门店，存货分布较为分散，公司不定期抽查门店存货情况，并在每年年末就结存存货以对账函的形式对账
运费及仓储运费承担方式	公司仅承担发货至京东仓库，以及京东指定仓分发到京东全国八大仓的费用，不承担其他仓储运费	公司仅承担发货至寄售仓库的物流费，不承担其他仓储运费

（六）说明公司如何保证寄售模式下收入确认价格和数量的准确性、收入确认时点及依据充分可靠，是否存在收入跨期的情况；发出商品的管理制度是否健全，相关内控制度是否健全并有效执行

1、说明公司如何保证寄售模式下收入确认价格和数量的准确性、收入确认时点及依据充分可靠，是否存在收入跨期的情况

在寄售模式下，公司根据客户的要求将产品运送至客户指定的地点，客户自行对外销售发货。

对于线上代销，公司与线上代销客户按年签订协议，在签订协议前双方协商结算单价，协议签订后公司入驻线上代销平台，线上代销平台将约定的产品结算单价录入系统，公司可通过线上代销平台后台查看销售数量与单价，代销平台按月出具结算账单，公司以此确认收入。

对于线下代销，公司与线下代销客户按年签订协议，根据年度协议确定销售结算单价，线下代销客户按月与公司对账确认实际实现销售商品的规格型号、数量等信息，公司以经对账确认的代销结算单作为确认收入的依据，确保收入确认价格和数量的准确性。

综上所述，公司通过在年度合同中约定结算单价、定期获取结算单、定期与客户对账等多种措施，保证收入确认价格和数量的准确性，收入确认时点及依据充分可靠，不存在收入跨期的情况。

2、发出商品的管理制度是否健全，相关内控制度是否健全并有效执行

寄售模式下，公司发出商品主要为存放于寄售方的存货，公司发出商品管理制度及运行情况如下：

产品出库：严格控制产品发货，仓管部门根据系统中生成的出库单进行发货，仓库人员将货品放到发货区并明确标识客户信息，仓管员复核相应产品的种类、数量、规格、客户等相关信息，并将两联出库单随货同行；

产品运输：公司与物流公司事先签订物流运输协议，明确责任和义务以及相应的条款，仓库根据发货通知单上列明的送货信息正确填写送货单及物流公司的托运单，复核无误后通知物流公司取货；运输员与发货员逐一对运输单和货物进行核对，核对完毕，运输员将待发货物装车完毕后，在运输单上签字确认；在运输过程中，运输公司必须确保产品安全与完整，顺利把货物送到指定目的地；运输公司装货出发后，业务人员告知寄售方发货清单、预计到达时间，并对货物跟踪；

产品接收：运输公司将产品送达寄售方仓库后，寄售方仓库验收货物的数量、型号和包装情况等信息是否与送货单一致，经核对无误后办理入库；京东可在后台查询库存更新情况，线下寄售客户在送货单上签字并盖章确认返回至公司；验收过程中如

有异常及时与发货部门进行沟通，并对相关的单据进行签字确认，查明原因；

产品销售与结算：客户定期向公司发送对账结算单据，该单据显示客户销售产品规格型号、数量等信息，公司获取客户对账结算单并确认后，及时更新寄售库存数据并与对方开票结算；

账物核对：根据公司与寄售模式客户签订的销售协议，在客户销售发货前，其所有权归属于公司，在产品交付给客户前，产品保管和灭失的风险由公司承担；由于寄售仓库分布较为分散，企业通过京东平台定期查看确认京东仓库结存商品，线下寄售通过不定期抽查门店库存确认存货情况，并于每年末就结存数量进行对账确认；

综上所述，公司制定了有效、完备的发出商品管理制度，对存货出库、销售与结存等方面进行了明确的制度规定，存货管理制度执行情况良好，公司与发出商品相关的内控制度健全并有效执行。

四、关于经营往来。①结合公司与不同类型客户的结算模式、信用政策等，补充披露公司报告期内应收账款规模较低的合理性。②说明公司合同负债中预收服务费的发生背景、具体核算内容，说明报告期内公司检测服务的采购与销售情况，列示检测服务的主要客户、供应商，是否具备提供检测服务的关键资源、业务开展情况及预计业务发展安排；如存在检测服务收入，则说明在当前收入构成中的划分类型，是否存在隐藏收入或体外业务。

（一）结合公司与不同类型客户的结算模式、信用政策等，补充披露公司报告期内应收账款规模较低的合理性

报告期内，公司与不同类型客户的结算模式、信用政策情况如下：

客户类型	结算模式	信用政策
线上直销	电汇	主要电商平台为先款后货（资金留存在支付平台监管），唯品会为一个半月结算信用期
线下直销	电汇	先款后货，无授信
线上代销	电汇	结算单核定付款日起7个工作日付款
线下代销	电汇	实销实结，次月中旬结算上月销售金额、下旬付款
经销	主要以电汇结算，个别经销商申请票据结算	绝大部分经销商为先款后货，个别经销商因特殊原因可以申请短期授信或临时授信，授信期一般为30-90天

公司采用电汇与票据相结合的方式进行结算，且绝大部分情况下均采用电汇结算的模式。

公司对不同销售模式下的客户基本采取先款后货的信用政策，仅给予唯品会、京东、线下代销客户一定的信用账期，给予个别经销商客户 30-90 天不等的授信期。公司对经销商原则上都按“先款后货”执行，如经销商因特殊原因需要“先货后款”，则需要相应完成授信审批或与公司签署协议以获得信用期与授信额度。经销商因特殊原因需要申请授信时，销售事业部销售员首先考察对应客户的信用情况，在不存在不良信用的情况下，结合客户的业务需求、合作前景等因素，确定客户的信用额度和信用期限（授信账期最长不能超过 365 天），提交客户授信申请进行逐级审核。经销商授信类别分为长期性授信以及临时性授信，临时性授信是指在特殊情况下，授予客户针对特定的订单一定额度的授信，长期性授信是指授予客户的授信不针对特定的订单，适用于客户所有订单，但长期性授信不能于次年度滚动使用，只适用于申请当年度使用。

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“七、资产质量分析”之“（一）流动资产结构及变化分析”之“4、应收账款”之“（4）”中补充披露公司报告期内应收账款规模较低的合理性，具体如下：

报告期各期末，公司应收账款原值与各期营业收入列示如下：

单位：万元		
项目	2024 年	2023 年
应收账款原值	1,165.52	339.89
营业收入	59,746.96	48,618.65
应收账款原值占营业收入比例	1.95%	0.70%

报告期各期末，公司应收账款规模较低，系公司主要采取经销模式和线上直销模式销售，与绝大部分客户采取先款后货的方式结算。公司针对唯品会、京东、线下代销等特殊渠道客户会给予客户一定信用期，从而产生一定应收账款，应收账款期末余额合理。公司报告期内应收款项与业务开展、客户结算模式及信用政策相匹配，应收账款规模较低具有合理性。

（二）说明公司合同负债中预收服务费的发生背景、具体核算内容，说明报告期内公司检测服务的采购与销售情况，列示检测服务的主要客户、供应商，是否具备提供检测服务的关键资源、业务开展情况及预计业务发展安排；如存在检测服务收入，则说明在当前收入构成中的划分类型，是否存在隐藏收入或体外业务

1、说明公司合同负债中预收服务费的发生背景、具体核算内容

公司合同负债中预收服务费为子公司英普博集、西安德诺预收的受托研发款，英普博集与西安德诺为公司的主要研发基地。一方面，西安德诺在满足公司自主研发要求的前提下，为充分利用研发资源与现有研发成果，会承接少量外部委托研发项目；另一方面，英普博集基于自身发展需要，在充分进行市场调研后，选择市场中热门且较为稀缺的原料项目进行开发并寻找目标客户，满足目标客户的原料产业化开发需求，双方达成合作意向后研发周期较长。为了使受托研发项目不受经费影响能更加高效地开展，受托研发业务合同约定协议签订后预收部分受托研发费，后期根据阶段性交付成果收取下一阶段款项。

受托研发服务合同条款约定委托方预付服务款，待研发成果完成验收后结算尾款。公司根据受托研发服务条款，按照《企业会计准则》相关规定，以客户最终验收结算作为收入确认时点，整体服务周期较长，故报告期各期末合同负债中存在部分预收服务费。

报告期各期末，公司合同负债中预收服务费的具体核算内容如下：

单位：万元

客户名称	合同负债余额		核算内容
	2024 年末	2023 年末	
福安药业集团烟台只楚药业有限公司	247.18	175.00	受托研发服务费
连云港润众制药有限公司	45.00	15.00	受托研发服务费
深圳釜圣医疗科技有限公司	18.87	18.87	受托研发服务费
恒可美生物科技有限公司	2.18	-	受托研发服务费
广州仁恒医药科技股份有限公司	-	50.00	受托研发服务费
仁恒智研新材料科技（广东）有限公司	-	8.20	受托研发服务费
福安药业集团庆余堂制药有限公司	-	5.00	受托研发服务费
西安臻融生物科技有限公司	-	4.72	受托研发服务费
合计	313.23	276.79	

2、说明报告期内公司检测服务的采购与销售情况，列示检测服务的主要客户、供应商，是否具备提供检测服务的关键资源、业务开展情况及预计业务发展安排

报告期内，公司销售的检测服务主要系为客户提供产品功效检测服务，均使用公司现有检测资源完成合同义务，检测服务收入不涉及外部采购。

报告期内，公司主要检测服务的销售情况如下：

单位：万元

客户名称	销售金额		销售内容
	2024 年度	2023 年度	
西安臻研生物科技有限公司	10.51	10.67	产品功效检测
成都惠世明德生物科技有限公司	-	5.23	产品功效检测
合计	10.51	15.90	

公司现有检测服务的主要资源包括检测场地（约 400 平米，试验场地约 187 平米）、检测设备（23 台/套）、检测人员（7 人）、稳定的志愿者群体（约 500 人）。其中，公司拥有包括多探头皮肤测试系统、皮肤弹性测试仪、皮肤油脂测试探头、皮肤水分测试探头、皮肤黑色素和血红素测试探头、经皮水分流失和热损失测试探头、皮肤颜色测试探头、VISIA 皮肤检测仪、电子天平等检测设备且均为自有设备，检测设施配套完整。公司检验检测符合各类产品的国家标准、技术规范、团体标准，对检验检测结果有影响的仪器设备均按规定校准、检定合格，并能溯源到国家基准，对检验检测过程的各种影响因素和检测结果有异议时，有完善、公正的处理程序。

公司目前可以开展的检测业务均属于人体功效测试类，包括保湿、舒缓、修护、控油、祛痘、抗皱、紧致等功效项目的检测。公司预计未来检测业务服务对象仍然以公司合并范围内主体为主，主要进行产品开发过程中的安全性测试、功效性成分筛选、最优功效配方的筛选，如有余力也可以辅助完成外部市场的检测需求。

3、如存在检测服务收入，则说明在当前收入构成中的划分类型，是否存在隐藏收入或体外业务

公司报告期内存在检测服务收入，已列示于主营业务收入中的其他主营业务收入。

公司根据检测目的将检测服务业务划分为斑贴试验检测与产品功效类检测，斑贴

试验检测属于人体安全性检验，检测受试物引起人体皮肤不良反应的潜在可能性；功效试验检测用于评价化妆品是否具有宣称功效效果。报告期内，公司检测服务收入仅由功效试验检测构成，但公司同时具备提供斑贴实验检测服务业务的能力，服务对象主要为合并范围内子公司，公司不存在隐藏收入或体外业务。

五、结合公司所处行业竞争格局、业务拓展能力、筹资能力、期末在手订单、期后签订合同、期后业绩（收入、净利润、毛利率及经营活动现金流量）及与去年同期对比的情况，说明公司的业绩是否具有可持续性。

1、行业竞争格局

公司所处的两大细分行业为皮肤屏障修护医用敷料行业、皮肤学级护肤品行业。

（1）皮肤屏障修护医用敷料行业竞争格局

皮肤屏障修护医用敷料行业的品牌集中度较低。行业内主要竞争对手的选取依据是其他非皮肤屏障修护敷料业务收入占比不超过 80%的公司，包括敷尔佳（301371.SZ）、巨子生物（02367.HK）、创尔生物（831187.NQ），此类企业在医用敷料领域具备较强的研发能力和市场覆盖能力，同时其业务结构与公司相似，便于进行竞争对比分析。

凭借原料供应、研发及渠道等多方面的优势，公司在皮肤屏障修护医用敷料领域占据重要市场地位。2023 年，公司的皮肤屏障修护敷料实现收入 3.37 亿元，在该年度中国皮肤屏障修护医用敷料市场主要竞争者中排名第三，具体情况如下表所示：

公司名称	皮肤屏障修护医用敷料业务情况	市占率	
		2022 年	2023 年
敷尔佳	公司成立于 2017 年，是一家具有广泛市场认知度和品牌影响力，从事专业皮肤护理产品的研发、生产和销售的公司。2023 年公司医疗器械产品收入 8.50 亿元，占总营收比 43.98%。	10.7%	9.1%
巨子生物	公司成立于 2009 年，是一家以基因工程、生物材料工程为主导的高新技术企业，聚焦于皮肤医学、医疗器械、预防医学和营养医学三大健康产业方向。2023 年公司医疗器械产品收入 8.61 亿元，占总营收比 24.4%。	9.3%	9.2%
绽妍生物	绽妍生物科技股份有限公司是一家专业从事生物医用材料、皮肤学级护肤品和生物活性原料的研发、生产和销售的创新型企业。凭借多年在皮肤健康领域的深耕，先后打造了国内众多公立医院推荐的绽妍、婴幼儿皮肤专业护理品牌绽小妍等皮肤学级修护品牌。2023 年公司医疗器械产品收入 3.37 亿元，占总营收比 69.3%。	3.2%	3.6%
创尔生物	公司成立于 2002 年，是一家应用活性胶原生物医用材料制备关	2.2%	2.1%

公司名称	皮肤屏障修护医用敷料业务情况	市占率	
		2022 年	2023 年
	键技术，进行活性胶原原料、医疗器械及生物护肤品的研发、生产及销售的高新技术企业。2023 年公司医疗器械产品收入 1.93 亿元，占总营收比 63.5%。		

资料来源：上市公司年报、公开报告、灼识咨询

（2）皮肤学级护肤品行业竞争格局

皮肤学级护肤品行业的品牌集中度较低。

行业内主要竞争对手的选取依据为业务范围与皮肤学级护肤品高度相关的国产品牌，同时其产品是按化妆品监管的专业皮肤护理产品，以天然活性物质为主要组成，具有修复皮肤屏障、缓解炎症等功效，且遵循医学循证原则、遵循建立在医生和专业协会背书基础上的商业模式，因此选取的竞争企业有贝泰妮（300957.SZ）、巨子生物（02367.HK）、上海家化（600315.SH）、安德普泰，并未囊括欧莱雅、花王集团、皮尔法伯等国际公司。

2023 年，公司皮肤学级护肤品板块实现收入 1.45 亿元，依托较强的研发能力、先进的技术优势、独特的成分配方以及完善的产品线设计及渠道布局，公司在皮肤学级护肤品市场中的地位不断提升，市场占有率持续增加。预计未来 5 年，公司的市场占有率仍将持续上升，具体情况如下表所示：

公司名称	主营业务	市占率	
		2022 年	2023 年
贝泰妮	公司成立于 2010 年，是以“薇诺娜”品牌为核心，专注于应用纯天然的植物活性成分提供温和、专业的皮肤护理产品的专业化化妆品生产企业。2023 年公司皮肤学级护肤品收入 48.70 亿元，占总营收比 88.5%。	16.5%	15.4%
巨子生物	公司成立于 2009 年，是一家以基因工程、生物材料工程为主导的高新技术企业，聚焦于皮肤医学、医疗器械、预防医学和营养医学三大健康产业方向。2023 年公司皮肤学级护肤品收入 26.47 亿元，占总营收比 75.1%。	5.7%	8.4%
上海家化	公司成立于 1898 年，是一家国际化的美妆日化公司，2009 年创立玉泽品牌，致力于从根源上解决皮肤屏障受损引起的多种肌肤问题。	未披露	未披露
安德普泰	北京安德普泰医疗科技有限公司于 2010 年由医学专业背景联合创始人团队建立，专注提供适用于问题肌肤疾病预防、辅助治疗及亚健康调理的功效性产品。	未披露	未披露
绽妍生物	绽妍生物科技股份有限公司是一家专业从事生物医用材料、皮肤学级护肤品和生物活性原料的研发、生产和销售的创新型企业。	0.3%	0.5%

公司名称	主营业务	市占率	
		2022 年	2023 年
	凭借多年在皮肤健康领域的深耕，先后打造了国内众多公立医院推荐的绽妍、婴幼儿皮肤专业护理品牌绽小妍等皮肤学级修护品牌。2023 年公司皮肤学级护肤品收入 1.45 亿元，占总营收比 29.9%。		

资料来源：上市公司年报、公开报告、灼识咨询。注：上海家化数据系选取其美妆分部的产品收入，美妆分部包含玉泽、佰草集、双妹、典萃等品牌

2、业务拓展能力

（1）产品端

公司坚持以生物制药思维制造专业护肤品，研制了安全有效的产品配方，打造了完善、差异化的产品矩阵，围绕透明质酸钠、重组胎贝粘蛋白、重组胶原蛋白、海藻酸钠等核心成分研制出包括敷贴、膏剂、喷剂、水凝胶等在内的各类剂型产品，为消费者提供基于差异化需求而形成的多种选择。

根据灼识咨询数据，公司是中国皮肤屏障修护敷料行业主要竞争者中敷料剂型布局、成分布局最为完善的厂商；根据《2017 版医疗器械分类目录》，公司持有的注册证涵盖创面敷贴、凝胶敷料、液体、膏状敷料几种类型，在同类厂商中数量领先；根据 NMPA 注册证中的主要成分记录，公司修护敷料主要成分种类共计 6 种，在同类厂商中数量领先。

公司完善的产品体系及功效布局，能够形成协同推广作用并打造产品护城河，使公司在市场竞争中占据有利地位，例如“三重蛋白”明星系列产品表现优异，将加速提升品牌的市场认知度、认可度，并进一步带动品牌其他产品线的销售。

（2）销售端

公司根据市场形势的变化持续进行销售推广模式的创新，采取线上与线下、经销与直销结合的销售模式，通过信息的高效传播、营销链条的长线铺设、线上及线下的双向配合，借助自身树立的专业品牌形象，抓住消费者核心诉求，实现销售收入的增长。

一方面，公司长期与权威诊所皮肤科专家、公立医院保持良好的合作关系，注重严肃医疗渠道打造，取得了专业皮肤科专家的背书，构筑了良好的学术声誉，在医疗

机构渠道具有深厚的影响力。公司的核心产品“皮肤屏障修复械字号护肤品——绽妍 JUYOU®”于 2014 年经国家食品药品监督管理总局 CFDA 批准取得二类医疗器械注册证，是行业中较早一批获批的皮肤屏障修护敷料。2022 年，公司荣登央视 CCTV-9《匠心》栏目组专题报道；绽妍 JUYOU®品牌获“优麦医生 2022 年度功效性护肤最具影响力品牌”等多项奖项。

另一方面，公司顺应科学传播新趋势，注重流媒体渠道品牌形象的打造，已打通技术-内容-营销的全链路营销渠道，通过学术推广、平台合作、搭建 KOL 矩阵及打造科普 IP 等方式推广产品及品牌。基于此，绽妍 JUYOU®天猫旗舰店销售规模在 2023 年天猫伤口辅料类排名前三；在“2023 年 618 天猫销售额排行榜”和“2023 年天猫双 11 开门红首 84 小时成绩单”均在皮肤屏障修护医用敷料品牌中位列前三甲。根据“用户说”发布的《2022 年度用户最偏爱国妆品牌 TOP50 白皮书》，绽妍 JUYOU®品牌获评用户说 2022 年度最受用户偏爱国妆榜 TOP43。2022-2023 年，公司皮肤学级护肤品产品获评奖项超过 20 项。

因此，公司以优质的产品矩阵为基础，不断开拓新客户、新市场，拥有较强的业务拓展能力。

3、筹资能力

公司的现金流状况良好，截至 2024 年 12 月 31 日，公司拥有账面现金 2.80 亿元，报告期内公司经营活动产生的净现金流入分别为 1.09 亿元、0.73 亿元；2023 年公司进行过两次增资，吸收外部股东资金合计 5,400 万元。

综上，公司具有较强的筹资能力。

4、期末在手订单、期后签订合同

公司的主要产品为皮肤屏障修护医用敷料和皮肤学级护肤品，前者虽隶属于医疗器械，但该行业产品的消费属性较强，生产周期、交货周期较短，下游经销商下单频次高、备货周期短，不适用在手订单、期后合同等概念。

5、期后业绩

2024 年 1-5 月及 2025 年 1-5 月公司实现的收入、净利润、毛利率及经营活动现金流量如下表所示：

项目名称	2025 年 1-5 月	2024 年 1-5 月	变动比例
营业收入（万元）	30,953.47	22,991.00	34.63%
毛利率	73%	66%	7%
净利润（万元）	5,706.57	5,285.57	7.97%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	2,804.35	2,523.14	11.15%

公司 2025 年 1-5 月营业收入相比去年同期增长 34.63%，毛利率增长 7%，整体净利润增长 7.97%，经营活动净现金流入增长 11.15%，各项指标呈现较好的增长态势。公司大力布局线上销售，期后营业收入增长主要来自线上渠道，同时线上渠道的销售费用较高，因此整体收入增速高于净利润和现金流增速；2024 年同期，公司还在向供应商大量采购医疗器械成品和化妆品成品，随着自主生产战略的推进，2025 年公司外购产成品的金额及比例大幅降低，自主生产模式下的产品毛利率更高，因此整体期后毛利率水平上升。

综上所述，公司业绩具有可持续性。

六、请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见，说明公司收入确认是否符合《企业会计准则》的规定，是否能够准确反映经营成果，是否存在人为调整、跨期等

（一）请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

- （1）了解、评价和测试与收入相关的关键内部控制的设计及运行的有效性；
- （2）查阅公司销售明细表，了解公司主要财务指标变动原因及合理性；
- （3）查阅主要客户合同，了解关于运输、退换货条款、结算模式、回款方式、信用政策等事项的约定方式，分析公司针对各类客户的收入确认时点是否谨慎；
- （4）检查报告期内以客户收货为收入确认时点业务的订货平台物流签收时间，并对重大客户订单通过公开物流查询渠道对签收时间、签收地点执行进一步核对；
- （5）对公司线上收入执行 IT 审计，对信息系统一般控制和应用控制进行测试；

- (6) 获取公司退换货明细，了解退换货原因、背景以及退回产品的会计处理方式；
- (7) 查阅同行业企业披露文件，分析公司退换货数据与同行业是否存在显著差异；
- (8) 了解公司预估销售退回的会计处理方式，并查阅同行业可比公司针对退货的会计处理方式，分析公司会计处理的合理性；
- (9) 对公司寄售客户执行函证程序，确认报告期内公司对客户的销售金额、往来账款余额、期末库存等信息；
- (10) 对公司寄售客户执行线下走访，了解寄售客户与公司的合作时间、信用政策、结算政策、对账方式等信息；
- (11) 获取公司与寄售客户的结算单据，检查收入确认金额、时点及依据是否充分可靠；
- (12) 检查期后回款事项，进一步复核收入的真实性和完整性；
- (13) 了解公司受托研发业务的开展背景，检查主要受托研发项目的合作协议与重要合同条款；
- (14) 获取公司销售合同台账，查阅检测服务的采购与销售相关协议，了解公司主要检测服务的采购与销售内容；
- (15) 获取公司与客户检测服务结算单据，检查收入确认金额、时点是否准确；
- (16) 查阅行业报告及同行业公司披露文件，访谈公司管理层，了解并分析皮肤屏障修护医用敷料行业、皮肤学级护肤品行业的竞争格局以及公司的优势；
- (17) 获取公司 2024 年 1-5 月的财务报表、2025 年 1-5 月的财务报表，对比关键财务指标差异，访谈公司管理层，了解并分析公司期后业绩情况；
- (18) 分析公司报告期内原材料采购及变动情况、主要产品价格变动情况、产能变动情况、运费数据，从模式、客户、产品的等维度分析公司收入变动情况及原因，了解公司收入与运费变动匹配情况；查阅可比公司公开资料，结合可比公司数据进行对比分析；分别对线上直销客户、经销客户从复购率、购买频次、购买规模等维度进行分析。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

（1）公司已补充披露具体收入确认单据；

（2）公司在客户对产品完成签收时确认收入，符合公司实际业务情况，收入确认时点准确、谨慎；

（3）公司线上销售收入确认时点已充分考虑无理由退换货条件、退换货期、电商销售平台与公司之间的结算安排；

（4）公司退换货比例与同行业可比公司存在一定差异，但差异具有合理性，故公司退换货不存在异常，公司对退换货的会计处理方式符合《企业会计准则》的要求；

（5）公司线上销售的收入数据真实准确，线上平台销售业务流程及关键环节控制健全有效；

（6）公司已补充披露报告期内各期寄售的收入金额及占比；寄售模式符合行业惯例，不存在同一客户既有寄售模式又有其他销售模式的情形；

（7）寄售模式下收入确认价格和数量的准确性、收入确认时点及依据充分可靠，不存在收入跨期的情况；发出商品的相关内控管理制度健全并有效执行；

（8）公司已补充披露报告期内应收账款规模较低的合理性；公司报告期内应收账款规模较低与报告期内业务开展、客户结算模式及信用政策相匹配，具有合理性；

（9）检测服务收入不存在隐藏收入或体外业务；

（10）公司在同行业公司中有较强的竞争力、业务拓展能力、筹资能力，期后业绩显著优于去年同期的情况，业绩具有可持续性；

（11）报告期内，公司收入增长主要系公司加大线上业务布局、投入与培育。公司线上收入增长较快，与下游行业景气度保持一致，与同行业可比公司收入变动趋势一致，公司收入增长具有合理性。公司收入与运费保持同步增长趋势；

（12）报告期内，公司主要客户总体较为稳定，客户集中度低主要系线上直销业务收入占比大，同行业可比公司亦呈现客户集中度低的特点；

（13）报告期内，公司线上直销、经销销售均具有稳定性、持续性。

（二）说明公司收入确认是否符合《企业会计准则》的规定，是否能够准确反映经营成果，是否存在人为调整、跨期等

1、核查程序

针对收入确认事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

- （1）了解、评价和测试与收入相关的关键内部控制的设计及运行的有效性；
- （2）获取公司收入成本明细表，结合具体收入确认政策检查公司实际执行情况是否与相关会计政策一致；
- （3）对公司线下销售主要客户执行实地或视频走访程序，报告期各期走访的线下客户收入金额占公司当期线下收入比例分别为 56.12%、67.89%；
- （4）对公司线下销售主要客户执行函证程序，报告期各期主办券商函证的线下客户收入金额占公司当期线下收入比例分别为 74.25%、80.27%，会计师函证的线下客户收入金额占公司当期线下收入比例分别为 80.89%、88.95%；
- （5）对公司线上收入执行 IT 审计，对信息系统一般控制和应用控制进行测试；
- （6）对公司收入执行细节测试，检查公司销售合同、物流单、匹配物流签收信息表，核实和确认销售真实性；
- （7）对公司资产负债表日前后一个月的收入执行截止性测试，确认销售记录在恰当的会计期间。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

公司收入确认符合《企业会计准则》的规定，能够准确反映经营成果，不存在人为调整、跨期等异常情况。

问题 6. 关于采购与生产模式。

根据申请文件，（1）公司采购主要包括成品（医疗器械、化妆品），原材料，其他综合物资等。自主生产模式下，公司直接采购原材料等进行生产；外部采购成品及代工生产化妆品模式下，公司直接采购医疗器械及化妆品成品。（2）公司前五大供应商的采购内容均为“成品”。（3）2024 年湖南工厂投产前，公司核心产品绽妍械蓝相关权益系自第一大供应商陕西佰傲受让取得，因相关产品医疗器械注册证无法转让，各方约定相关产品继续由陕西佰傲生产，公司向其采购产成品。湖南工厂投产后，绽妍械蓝等主要医疗器械产品转为公司自主生产。（4）2018 年 11 月，西安博和向成都绽妍转让“绽妍”系列商标，陕西佰傲向成都绽妍转让“皮肤修护敷料（绽妍械蓝）”医疗器械产品的医疗器械注册证及对应的外观专利、商标权及其他权益，“陕械注准 20142140032”受限于法律法规无法进行转让产品，相关产品约定由陕西佰傲为公司进行生产。

请公司：（1）补充披露公司前五大供应商采购的具体主要内容。（2）关于生产模式。①补充披露自产、外采和代工三种模式的具体运作流程，在原材料采购、货物流转、所需关键资源、产品产出等方面的差异，是否属于行业惯用模式。②按照产品类别列表说明自产、外采和代工三种模式下的销售收入及占比、毛利率情况，说明毛利率是否存在较大差异，不同模式的毛利率水平与公司的生产贡献是否匹配。③分别列示说明三种模式的主要供应商及其基本情况，说明采购价格是否公允，与公司是否存在关联关系或异常资金往来。④说明外采产成品模式下公司收入确认是总额法还是净额法，结合货物流转、责任承担等情况，说明是否符合《企业会计准则》的规定。

（3）说明公司是否存在授权他人使用专利进行生产的情况，如存在，说明公司专利保护机制、产品质量保障措施及有效性。（4）结合直接材料成本的构成明细及占比情况、主要产品的原材料耗用配比情况、主要原材料价格在报告期内的波动情况，说明公司采购价格与市场价格变化是否匹配，原材料价格变动对公司生产经营的影响情况。（5）关于毛利率。①量化分析收入结构变化、各单项业务毛利率变化对综合毛利率的影响情况，补充披露公司毛利率增长的主要因素。②按照产品类别，结合产品平均价格、平均成本，说明公司与同行业可比公司毛利率的差异情况及原因。

（6）关于绽妍械蓝。①按照时间顺序说明报告期内公司与陕西佰傲的合作背景，说明绽妍械蓝报告期内的业务合作模式，包括但不限于产品质量责任、定价依据、物

流运输、结算方式、是否与终端客户背对背下单等；结合公司与陕西佰傲合作的具体模式、医疗器械相关法律法规，说明公司自陕西佰傲采购绽妍械蓝产品的业务合规性。

②结合公司向陕西佰傲采购产品类型、收入及毛利情况，报告期内自产、外购绽妍械蓝成品的具体情况，说明绽妍械蓝相关技术与公司核心技术的关系，后续医疗器械注册证的转让规划；说明公司在报告期内是否对陕西佰傲存在重大依赖，公司自建生产线生产的产品是否符合相关标准，是否存在质量纠纷，公司是否具备自主生产的全部关键资源。③说明绽妍械蓝相关技术和权益转让的背景、过程、定价依据及公允性、核心权利义务安排、违约责任，目前公司与陕西佰傲等绽妍商标及绽妍械蓝产品权益转让相关方是否存在纠纷。④说明对于绽妍械蓝产品公司采用总额法还是净额法确认收入及相关依据，是否符合《企业会计准则》的要求。

请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见，逐项说明具体核查程序、比例及结论。请律师核查事项（3）（6）①-③并发表明确意见。

回复：

一、补充披露公司前五大供应商采购的具体主要内容

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（三）供应商情况”之“1、 报告期内前五名供应商情况”中补充披露如下：

“2024 年度前五名供应商情况

单位：万元

序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	陕西佰傲再生医学有限公司	否	医疗器械成品、化妆品成品	4,188.30	26.70%
2	海南众康悦医疗器械有限公司	否	医疗器械成品	1,510.15	9.63%
3	科玛化妆品（无锡）有限公司	否	化妆品成品	1,122.37	7.16%
4	西安惠普生物科技有限公司	否	医疗器械成品、化妆品成品	1,109.62	7.07%
5	海南希睿达生物技术有限公司	否	医疗器械成品	798.95	5.09%
合计		-	-	8,729.40	55.66%

注：陕西佰傲再生医学有限公司、西安博和医疗科技有限公司、西安博鸿生物技术有限公司、博鸿生物技术（苏州）有限公司为同一主体控制，海南众康悦医疗器械有限公司、海南众森生物科技有限公司为同一主体控制，已按照同一控制下合并口径披露。

2023 年度前五名供应商情况

单位：万元

序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	陕西佰傲再生医学有限公司	否	医疗器械成品、化妆品成品	5,906.80	35.08%
2	西安惠普生物科技有限公司	否	医疗器械成品	2,259.62	13.42%
3	海南众康悦医疗器械有限公司	否	医疗器械成品	1,464.75	8.70%
4	海南希睿达生物技术有限公司	否	医疗器械成品	977.70	5.81%
5	科玛化妆品（无锡）有限公司	否	化妆品成品	864.76	5.14%
合计		-	-	11,473.63	68.15%

注：陕西佰傲再生医学有限公司、西安博和医疗科技有限公司、西安博鸿生物技术有限公司、博鸿生物技术（苏州）有限公司为同一主体控制，海南众康悦医疗器械有限公司、海南众森生物科技有限公司为同一主体控制，已按照同一控制下合并口径披露。

二、关于生产模式。①补充披露自产、外采和代工三种模式的具体运作流程，在原材料采购、货物流转、所需关键资源、产品产出等方面的差异，是否属于行业惯用模式。②按照产品类别列表说明自产、外采和代工三种模式下的销售收入及占比、毛利率情况，说明毛利率是否存在较大差异，不同模式的毛利率水平与公司的生产贡献是否匹配。③分别列示说明三种模式的主要供应商及其基本情况，说明采购价格是否公允，与公司是否存在关联关系或异常资金往来。④说明外采产成品模式下公司收入确认是总额法还是净额法，结合货物流转、责任承担等情况，说明是否符合《企业会计准则》的规定。

（一）补充披露自产、外采和代工三种模式的具体运作流程，在原材料采购、货物流转、所需关键资源、产品产出等方面的差异，是否属于行业惯用模式

公司根据法律法规规定和业务开展需求，对医疗器械和化妆品采用自产、外采和代工三种模式，具体情况如下：

公司产品	自产	外采	代工
医疗器械	有	有	无
化妆品	有	无	有

1、具体运作流程

医疗器械有自产和外采两种模式，化妆品有自产和代工两种模式。对应的运作流程如下表所示：

公司产品	模式	主要流程
医疗器械	自产	称料、预混、升温、搅拌或乳化均质（取决于最终产品形态）、降温、灌装封口、外包装
	外采	公司向生产厂商提出开发需求，包括产品设计、规格、功能等方面要求，产品材料采购及生产环节由生产厂商完成，产品经检验合格后交付给公司。公司对生产厂商进行持续考核，确保其交付的产品符合公司的质量管理体系管理标准。
化妆品	自产	称料、预混、升温、搅拌或乳化均质（取决于最终产品形态）、降温、灌装封口、外包装
	代工	公司向代工厂提供生产所需的产品配方，或向代工厂提出产品设计、规格、功能等方面要求，产品材料采购及生产环节由代工厂完成，部分核心原材料由公司提供，代工厂按公司要求生产，产品经检验合格后交付给公司。公司对代工厂进行持续考核，确保其交付的产品符合公司的质量管理体系管理标准。

公司医疗器械及化妆品的三种生产模式在原材料采购、货物流转、所需关键资源、产品产出等方面的差异对比如下：

公司产品	模式	原材料采购	货物流转	所需关键资源	产品产出
医疗器械	自产	生物活性原料、化学原料、内包装材料、外包装材料等	采购原料-完成配液-封口包装-通过不同渠道销售给下游客户	配方技术、配液设备、生产线、熟练工人	满足客户需求
	外采	采购成品	采购成品-通过不同渠道销售给下游客户	产品标准制定、质量检测体系、供应链管理、品牌影响力、销售渠道	满足客户需求
化妆品	自产	生物活性原料、化学原料、内包装材料、外包装材料等	采购原料-完成配液-封口包装-通过不同渠道销售给下游客户	配方技术、配液设备、生产线、熟练工人	满足客户需求
	代工	采购成品	采购成品-通过不同渠道销售给下游客户	产品标准制定、质量检测体系、供应链管理、品牌影响力、销售渠道	满足客户需求

2、同行业可比公司情况

公司医疗器械及化妆品的三种采购与生产模式符合法律法规的规定及行业惯例，同行业公司的类似生产模式列举如下：

公司产品	模式	同行业公司	披露内容	资料来源
医疗器械	自产	敷尔佳 (301371.SZ)	自主生产模式下，公司依靠自有生产设备、技术和工人组织生产。公司自主研发产品配方、设计产品包装，并按照产品开发要求及生产工艺要求完成产品的制造和包装，产品生产完成并经检验合格后对外销售。	招股说明书
		华熙生物 (688363.SH)	公司生物发酵类原料产品、医疗终端产品和大部分护肤品均使用自有厂房、生产设备、技术工艺组织生产。	招股说明书
	外采	敷尔佳 (301371.SZ)	报告期初至 2021 年 2 月，公司不存在自产产品情形，主营业务产品 ¹² 均来自于外部采购。2021 年 2 月，公司换股收购北星药业，从而拥有自主生产的能力。	招股说明书
化妆品	自产	贝泰妮 (300957.SZ)	自主生产模式下，公司依靠自有生产设备、技术和工人组织生产。公司已取得《化妆品生产许可证》、《医疗器械生产许可证》，通过自主研发产品配方、设计产品外包装，并按照产品开发要求及生产工艺要求完成产品的制造和包装，产品生产完成并经检验合格后对外销售。	招股说明书
	代工	贝泰妮 (300957.SZ)	公司向委托加工厂商提供生产所需产品配方、原料和包材，委托加工厂商按照公司要求生产成品后交付给公司，公司与其结算相应生产加工费，产品生产的所有环节均由委托加工厂商完成。对化妆品行业而言，配方研发和品牌建设等为核心关键环节，生产环节的附加值较低，重要程度较小。	招股说明书
		敷尔佳 (301371.SZ)	委托生产模式下，公司向受托加工厂商提供生产产品所需配方，受托加工厂商按照公司要求生产成品后交付公司验收。该模式下，生产环节均由受托加工厂商完成。报告期内，公司仅存在委托生产化妆品的情形，对化妆品行业而言，配方研发、销售渠道网络和品牌建设为核心环节。生产环节的附加值较低，重要程度较小。	招股说明书

(二) 按照产品类别列表说明自产、外采和代工三种模式下的销售收入及占比、毛利率情况，说明毛利率是否存在较大差异，不同模式的毛利率水平与公司的生产贡献是否匹配

公司医疗器械、化妆品产品存在自产、外采和代工三种模式，不同模式下销售收入及占比、毛利率情况如下：

¹² 该主营业务产品为医用敷料，属于 II 类医疗器械

单位：万元

模式	2024 年			2023 年		
	收入	占比	毛利率	收入	占比	毛利率
医疗器械	37,111.34	62.74%	68.89%	33,682.23	69.84%	63.92%
外采	25,450.26	43.03%	64.00%	32,317.86	67.01%	64.29%
自产	11,661.09	19.71%	79.56%	1,364.37	2.83%	55.03%
化妆品	22,037.89	37.26%	67.40%	14,544.70	30.16%	58.79%
自产	18,534.91	31.34%	71.92%	11,319.40	23.47%	64.14%
代工	3,502.98	5.92%	43.45%	3,225.31	6.69%	40.03%
总计	59,149.23	100.00%	68.33%	48,226.93	100.00%	62.37%

报告期内，公司医疗器械产品外采模式下的毛利率分别为 64.29%、64.00%，较为稳定，自产模式下的毛利率由 55.03%提高至 79.56%，主要原因为：（1）2024 年公司械品自产比例大幅提高，产能利用率上升，公司享有生产端和采购端的规模效应带来的成本摊薄影响；（2）报告期内公司外采器械以贴类产品为主，2023 年公司自产械品以膏体、水及喷雾产品为主，贴类产品的毛利率高于其他形态产品，导致当年自产毛利率低于外采毛利率；2024 年公司湖南生产基地量产后，自产械品转为以毛利率更高的贴类产品为主，导致公司自产毛利率提升。

报告期内，公司化妆品产品代工模式下的毛利率分别为 40.03%、43.45%，自产模式下的毛利率分别为 64.14%、71.92%。由于自产模式下公司享有更多生产环节利润，公司妆品自产毛利率显著高于代工毛利率。随着 2024 年公司妆品自产比例持续提高，公司享有规模效应带来的成本摊薄影响，自产毛利率有一定提升。

综上所述，公司械品、妆品在自产、外采和代工三种模式下的毛利率存在一定差异，具有商业合理性，不同模式的毛利率水平与公司的生产贡献匹配。

（三）分别列示说明三种模式的主要供应商及其基本情况，说明采购价格是否公允，与公司是否存在关联关系或异常资金往来

1、自产模式下的主要供应商

公司自产模式下的主要供应商均为医疗器械及化妆品的原材料类供应商，主要采购内容包括化学原料、内包装材料、外包装材料。

(1) 主要供应商名单

2023 年原材料类的前五大供应商名单及采购金额如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占原材料采购金额比例	占公司总采购金额比例
1	常熟市良恒无纺制品有限公司	内包装材料	426.28	12.54%	2.53%
2	深圳市丰泰塑料制品有限公司	内包装材料	347.18	10.21%	2.06%
3	佛山市艺发包装科技有限公司	内包装材料	342.40	10.07%	2.04%
4	广州市天狮包装印刷有限公司	外包装材料	277.76	8.17%	1.65%
5	广州相好日用品有限公司	内包装材料	199.19	5.86%	1.18%
合计		-	1,592.82	46.86%	9.47%

2024 年原材料类的前五大供应商名单及采购金额如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占原材料采购金额比例	占公司总采购金额比例
1	浙江晟祺实业有限公司	内包装材料	630.80	12.22%	4.02%
2	广州潺浚生物科技有限公司	化学原料	452.72	8.77%	2.89%
3	广州相好日用品有限公司	内包装材料	440.20	8.53%	2.81%
4	中山天彩包装有限公司	内包装材料	361.57	7.00%	2.31%
5	常熟市良恒无纺制品有限公司	内包装材料	301.35	5.84%	1.92%
合计		-	2,186.64	42.35%	13.94%

报告期内，前五大原材料类供应商名单变动较大，主要系：（1）随着公司自建产能落地，公司自产医疗器械及化妆品的数量、金额及比例都在提升，所以对化学原料的需求增加，该类供应商在 2024 年进入前五大名单；（2）内外包装材料供应商的可替代性较强，在保证材料性能、产品交付周期的基础上，公司不断寻求产品质量更优、性价比更高的供应商，该类公司在报告期内前五大供应商名单中变化较多，公司对上述供应商不存在重大依赖。

(2) 主要供应商基本情况

原材料类前五大供应商基本情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	股权结构	成立时间	是否为关联方	是否与（前）员工存在关联关系
1	常熟市良恒无纺制品有限公司	1000 万元	张月琴持股 55.00%；褚健持股 45.00%	2006-05-19	否	否
2	深圳市丰泰塑料制品有限公司	80 万元	梁斌持股 56.6250%；刘卫民持股 43.3750%	2001-09-20	否	否
3	佛山市艺发包装科技有限公司	300 万元	刘建华持股 40.00%；肖双根持股 40.00%；肖蔚持股 20.00%	2020-04-15	否	否
4	广州市天狮包装印刷有限公司	1003 万元	关志向持股 80.00%；谢锦平持股 20.00%	2017-02-17	否	否
5	广州相好日用品有限公司	100 万元	龚会兰持股 75.00%；龚海清持股 25.00%	2014-06-25	否	否
6	浙江晟祺实业有限公司	13500 万元	叶夏英持股 67.00%；桂仁东持股 33.00%	2006-03-22	否	否
7	广州潺溪生物科技有限公司	500 万元	肖兵持股 100%	2017-05-05	否	否
8	中山天彩包装有限公司	885 万美元	安姆科（中国）投资有限公司持股 100%	1998-01-14	否	否

自主生产模式下的主要供应商与公司及其实际控制人、公司现任及前任员工高管并无关联关系；经访谈确认，各主要供应商均对绽妍无依赖，不存在专门或主要为标的公司服务的情况。

（3）主要供应商采购价格

公司与主要原材料供应商的采购的具体产品，以及采购的定价依据如下表所示：

序号	供应商名称	定价依据	采购的主要产品
1	常熟市良恒无纺制品有限公司	成本加成，双方协商一致定价	无纺布、珠光纸
2	深圳市丰泰塑料制品有限公司	成本加成定价，也综合考虑采购量	瓶、瓶盖、泵头等
3	佛山市艺发包装科技有限公司	综合考虑上游原材料价格、生产成本、工艺要求，根据客户产品的工艺设计要求协商定价，随行就市	铝箔袋、卷膜等
4	广州市天狮包装印刷有限公司	综合考虑原材料价格成本、市场行情来定价，价格水平与行业普遍水平不存在差异	内衬、小盒
5	广州相好日用品有限公司	成本加成、以量定价	无纺布、珠光纸等
6	浙江晟祺实业有限公司	根据产品工艺、成本、检测标准、下单量定价	瓶、瓶盖、泵头等
7	广州潺溪生物科技有限公司	成本加成、以量定价	各类化学原料
8	中山天彩包装有限公司	成本加成、以量定价	铝箔袋

绽妍采购的原材料的细分品类较多，以报告期内原材料类供应商涉及到的无纺布、瓶、铝箔袋、小盒为例，将每一单品向前五大供应商采购的金额、数量及单价进行对比列示：

序号	无纺布供应商	是否为前五大供应商	报告期内采购金额（元）	报告期内采购数量	单价
1	常熟市良恒无纺制品有限公司	是	6,775,702.33	28,286,306	0.24
2	广州相好日用品有限公司	是	5,764,830.55	30,482,907	0.19
3	广州雅南无纺布制品有限公司	否	138,615.94	1,306,900	0.11
4	佛山合众无纺新材料有限公司	否	118,071.80	736,581	0.16
5	广州合众无纺化妆品集团有限公司	否	92,252.78	311,181	0.30
序号	铝箔袋供应商	是否为前五大供应商	报告期内采购金额（元）	报告期内采购数量	单价
1	佛山市艺发包装科技有限公司	是	4,141,119.17	28,883,325	0.14
2	中山天彩包装有限公司	是	3,615,690.13	31,927,816	0.11
3	浙江久诚复合新材料有限公司	否	504,130.22	1,957,090	0.26
序号	瓶类供应商	是否为前五大供应商	报告期内采购金额（元）	报告期内采购数量	单价
1	浙江晟祺实业有限公司	是	3,681,391.10	1,441,049	2.55
2	深圳市丰泰塑料制品有限公司	是	2,692,281.36	1,290,998	2.09
3	绍兴市春思丽塑业有限公司	否	1,319,317.72	455,101	2.90
4	汕头市东方科技有限公司	否	1,268,677.36	647,352	1.96
5	上海万维玻璃制品有限公司	否	587,469.14	894,306	0.66
序号	小盒供应商	是否为前五大供应商	报告期内采购金额（元）	报告期内采购数量	单价
1	广州市天狮包装印刷有限公司	是	3,871,489.04	8,070,788	0.48
2	西安环球印务股份有限公司	否	2,139,005.04	5,919,650	0.36
3	四川汇利实业有限公司	否	629,960.95	1,910,318	0.33
4	重庆俊东包装印务有限公司	否	132,438.05	24,987	5.30
5	西安万里鹏程彩印有限公司	否	122,211.74	257,043	0.48

注 1：铝箔袋供应商数量较少，前三家之后的单家采购金额仅为千余元，不具备参考比较意义，因此仅列示前三大。

注 2：小盒供应商中，重庆俊东包装印务有限公司供应的小盒与其他供应商规格相差较大，因此单价显著高于其他供应商。

广州潺媛生物科技有限公司向公司提供各类化学原料，以透明质酸和氨基酸为主，

但公司采购的化学原料种类较多、规格单位不一致，不同供应商之间难以直接比价，经访谈确认，广州潺湲生物科技有限公司作为贸易商采取成本加成、以量定价的策略，向公司销售化学原料的价格主要受上游原材料、人工及能源成本的影响。

经对比，公司向前五大供应商采购单价与其他供应商相近，价格在合理区间范围内，并未明显高于或低于其他供应商的采购单价，公司选择供应商时会综合考虑产品质量、价格、产能、交付周期等因素，多方比较后再审慎决定。

自主生产模式下的主要供应商主要为公司提供内包装材料、外包装材料和化学原料，属于标准品，整体市场竞争较为充分，供应商议价能力较弱且普遍采取成本加成的方式来报价，公司亦会通过集中采购、年度招标、多方比价等形式来控制采购价格。经核查，上述的 8 家供应商与公司的实控人、董监高、（前）员工不存在异常资金往来。

综上，公司在自主生产模式下对主要供应商的采购价格公允，不存在关联关系或异常资金往来。

2、外采模式下的主要供应商

（1）主要供应商名单

外采模式下，公司的主要供应商均为医疗器械产成品供应商。

2023 年外采模式下的前五大供应商名单及金额如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占成品外采的金额比例	占公司总采购金额比例
1	陕西佰傲再生医学有限公司	医疗器械	5,693.56	52.11%	33.85%
2	西安惠普生物科技有限公司	医疗器械	2,259.62	20.68%	13.42%
3	海南众康悦医疗器械有限公司	医疗器械	1,464.75	13.41%	8.70%
4	海南希睿达生物技术有限公司	医疗器械	977.70	8.95%	5.81%
5	哈尔滨运美达生物科技有限公司	医疗器械	188.24	1.72%	1.12%
	合计		10,583.88	96.87%	62.92%

注：医疗器械外采模式下，陕西佰傲再生医学有限公司、西安博和医疗科技有限公司为同一主体控制，海南众康悦医疗器械有限公司、海南众森生物科技有限公司为同一主体控制，已按照同一控制下合并口径披露。

2024 年外采模式下的前五大供应商名单及金额如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占成品外采的金额比例	占公司总采购金额比例
1	陕西佰傲再生医学有限公司	医疗器械	3,935.32	51.04%	25.09%
2	西安惠普生物科技有限公司	医疗器械	1,101.86	14.29%	7.03%
3	海南众康悦医疗器械有限公司	医疗器械	1,510.15	19.59%	9.63%
4	海南希睿达生物技术有限公司	医疗器械	798.95	10.36%	5.09%
5	哈尔滨运美达生物科技有限公司	医疗器械	146.52	1.90%	0.93%
	合计		7,492.80	97.17%	47.77%

注：医疗器械外采模式下，陕西佰傲再生医学有限公司、西安博和医疗科技有限公司为同一主体控制，海南众康悦医疗器械有限公司、海南众森生物科技有限公司为同一主体控制，已按照同一控制下合并口径披露。

报告期内，公司向外采模式下前五大供应商的采购金额大幅降低，符合公司产品从外采模式为主转向自主生产为主的变动趋势。

（2）主要供应商基本情况

报告期内，外采模式下的前五大供应商基本情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	股权结构	成立时间	是否为关联方	是否与（前）员工存在关联关系
1	陕西佰傲再生医学有限公司	9735.2263 万元	前五大股东：广东佰鸿生物技术集团有限公司持股 17.5709%；陕西省生物医药创业投资基金（有限合伙）持股 14.2126%；邓志宏持股 13.3367%；北京昆仑互联网智能产业投资基金合伙企业（有限合伙）持股 5.9372%；宁波佰衡创业投资合伙企业（有限合伙）持股 4.3219%；	2011-11-22	否	否
2	西安惠普生物科技有限公司	2500 万元	吴晓军持股 80.00%；樊安社持股 10.20%；刘文琴持股 4.90%；丁嫦娥持股 4.90%	2010-03-26	否	否
3	海南众康悦医疗器械有限公司	500 万元	李兰持股 70.00%；钟前铿持股 15.00%；王辉人持股 10.00%；崔周阳持股 5.00%	2015-01-23	否	否
4	海南希睿达生物技术有限公司	300 万元	高维群持股 100%	2014-05-23	否	否，公司实控人系创始股东，2015 年退出
5	哈尔滨运美达生物科技	1000 万元	韩晓燕持股 93.40%，韩景岐持股 6.60%	2003-09-26	否	否

序号	供应商名称	注册资本	股权结构	成立时间	是否为关联方	是否与（前）员工存在关联关系
	有限公司					

外采模式下的主要供应商与公司及其实控人、公司现任与前任的高管员工无关联关系；经访谈确认，各主要供应商均对公司无依赖，不存在专门或主要为标的公司服务的情况。

海南希睿达成立于 2014 年，公司实控人系其创始股东并担任执行董事，认缴 30% 注册资本（未实缴），该公司设立的缘由是为了在海南取得药品、器械注册证并开展相关业务；因海南希睿达在成立之初一直未实际开展业务，故公司实控人于 2015 年 12 月将其持有的股份转让给其他自然人股东并卸任海南希睿达的执行董事，退出后也未曾担任过海南希睿达的任何职务；2017 年 8 月，海南希睿达原股东全部退出，转变为四川希睿达的全资子公司，四川希睿达系上市公司亿帆医药（002019.SZ）的子公司，2023 年 11 月四川希睿达将海南希睿达的全部股份出售给曹仕美，2025 年 4 月曹仕美将海南希睿达的全部股份出售给高维群，相关股权变动不影响海南希睿达的业务正常开展、亦不影响公司与海南希睿达的合作。

经访谈确认，海南希睿达主要为客户提供二类医疗器械的代工服务，该类服务占海南希睿达营业收入比例的 95% 以上。海南希睿达二类医疗器械代工业务在 2022 年、2023 年收的收入规模分别约为 2,200 万元、3,000 万元，公司采购的二类医疗器械代工服务 2022 年和 2023 年占海南希睿达整体收入比重分别约为 28%、33%，其余的主要客户还有朗姿、亿行、九州医疗等，海南希睿达与公司互不构成业务依赖。

2017 年 8 月至 2023 年 11 月，海南希睿达隶属于上市公司亿帆医药（002019.SZ）旗下，根据上市公司相关规定建立了完整的合规制度、完善的商业反腐败体系，向公司及其他客户提供 OEM 服务时采取了以量定价、成本加成的定价策略，价格水平与行业普遍水平不存在差异、定价公允，同时经项目组核查公司及其实控人的资金流水，海南希睿达与公司实控人不存在利益输送的情形。

（3）主要供应商采购价格

公司向外采类前五大供应商的采购定价依据，采购产品情况如下表所示：

序号	供应商名称	定价依据	产品采购
1	陕西佰傲再生医学有限公司	成本加成定价，综合车间生产成本和可接受的利润空间确定，加成幅度在同业务模式下、在行业水平内，处于合理范围，定价公允	皮肤修护敷料（包括绽妍械蓝、白膜、安亦佳系列、医院保湿系列等）、医用无菌敷贴
2	西安惠普生物科技有限公司	成本加成定价，根据公司生产成本和自定的利润比值去定价，并根据市场情况调整价格，与行业普遍水平不存在重大差异	皮肤修复敷料、医用修复敷料，包括昕芙康系列、赛洛丝汀系列
3	海南众康悦医疗器械有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	透明质酸修护生物敷料、医用皮肤修复敷料（包括德菲林系列等）
4	海南希睿达生物技术有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	医用修护敷料（包括安亦佳系列、医院保湿系列等）
5	哈尔滨运美达生物科技有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	医用重组 III 型人源化胶原蛋白修复液（次抛）

公司成立之初生产体系较为薄弱，扩建产能需要一定时间和较多的资金投入，故而选择了外采的生产模式，行业中有资质生产二类医疗器械、且产品适应症与公司需求相匹配的厂商比较有限，因此公司与各方就价格、质量、供货周期等关键因素协商一致后即达成合作。鉴于医疗器械销售与管理的特殊性，公司更换或新增供应商时需要重新取得医疗器械注册证、重新与下游客户对接并验证，相关工作步骤繁琐复杂，出于监管合规、销售成本、供应链管理效率、产品质量稳定性等多重因素考虑，公司针对任一单一种类产成品只选择一家供应商外采；同时，公司有着丰富的产品矩阵，外采产品体系较为复杂，涵盖了诸多不同有效成分和形态规格各异的 SKU，因此难以直接对比对同类成品的采购价格。但上述提供医疗器械产成品供应商均有较为分散化的客户群体，其收入来源不依赖于公司，并采取了成本加成的定价策略，加成比例与行业普遍水平相近。经核查，上述的 5 家供应商与公司的实控人、董监高、（前）员工不存在异常资金往来。

综上，在外采模式下，公司向主要供应商支付的采购价格公允，与该类供应商不存在关联关系及异常资金往来。

3、代工模式下的主要供应商

（1）主要供应商名单

代工模式下，公司的主要供应商均为化妆品产成品供应商。

2023 年代工模式下的前五大供应商名单及金额如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占成品代工采购的金额比例	占公司总采购金额比例
1	科玛化妆品（无锡）有限公司	化妆品	1,122.37	50.18%	7.16%
2	铂臻（广州）生物科技有限公司	化妆品	455.16	20.35%	2.90%
3	陕西崇文生物科技有限公司	化妆品	373.68	16.71%	2.38%
4	西安博鸿生物技术有限公司	化妆品	182.48	8.16%	1.16%
5	广州市名宇化妆品制造有限公司	化妆品	36.27	1.62%	0.23%
	合计		2,169.95	97.02%	13.84%

注：化妆品代工模式下，西安博鸿生物技术有限公司、博鸿生物技术（苏州）有限公司为同一主体控制，已按照同一控制下合并口径披露。

2024 年代工模式下的前五大供应商名单及金额如下：

单位：万元

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占成品代工采购的金额比例	占公司总采购金额比例
1	科玛化妆品（无锡）有限公司	化妆品	864.76	46.78%	5.14%
2	陕西崇文生物科技有限公司	化妆品	499.92	27.05%	2.97%
3	常州伟博海泰生物科技有限公司	化妆品	256.36	13.87%	1.52%
4	西安博鸿生物技术有限公司	化妆品	206.49	11.17%	1.23%
5	珠海伊斯佳科技股份有限公司	化妆品	20.87	1.13%	0.12%
	合计		1,848.40	100.00%	10.99%

注：化妆品代工模式下，西安博鸿生物技术有限公司、博鸿生物技术（苏州）有限公司为同一主体控制，已按照同一控制下合并口径披露。

报告期内，公司向代工模式下前五大供应商的采购金额大幅降低，符合公司产品从代工模式为主转向自主生产为主的变动趋势。

（2）主要供应商基本情况

报告期内，代工模式下的前五大供应商基本情况如下：

序号	供应商名称	注册资本	股权结构	成立时间	是否为关联方	是否与（前）员工存在关联关系
1	科玛化妆品	3750 万美元	KOLMAR KOREA CO.,LTD 持股 100%	2016-08-11	否	否

	(无锡)有限公司					
2	铂臻(广州)生物科技有限公司	1500 万元	赵晓燕持股 30%，马燕玲持股 30%，王妮持股 25%，陈玲持股 15%	2017-11-29	否	否
3	陕西崇文生物科技有限公司	2000 万元	王永胜持股 90%，柴美琴持股 10%	2014-11-25	否	否
4	西安博鸿生物技术有限公司	1000 万元	陕西佰傲再生医学有限公司持股 100%	2019-10-22	否	否
5	广州市名宇化妆品制造有限公司	1001.1 万元	黄桂香持股 51%，黄科夫持股 20%，贺安然持股 19%，王冰 10%	2003-04-14	否	否
6	常州伟博海泰生物科技有限公司	500 万元	北京伟博海泰投资管理有限公司持股 75%，琥珀(上海)股权投资合伙企业(有限合伙)持股 8%，上海琥珀千健创业投资合伙企业(有限合伙)持股 4%，江阴市千年发展生物医药创业投资企业(有限合伙)持股 4%，常州高新创业投资有限公司持股 4%，常州龙城英才创业投资有限公司持股 2.4%，常州创业投资集团有限公司持股 1.6%，上海众坚投资管理有限公司持股 1%	2013-08-12	否	否
7	珠海伊斯佳科技股份有限公司	3895.932 万元	王德友持股 43.33%，珠海市米智投资管理有限公司持股 18.17%，珠海市紫祥投资咨询企业(有限合伙)持股 11.41%，珠海市时代生物科技有限公司持股 2.77%，王伟持股 2.66%，纳斯特投资管理有限公司-广发纳斯特高杰 2 号私募产业投资基金持股 2.5%，珠海市时代经典生化保健制品有限公司持股 2.29%，肖燕红持股 2.28%，徐子沛持股 2.01%，周立武持股 1.95%	2003-04-11	否	否

代工生产模式下的主要供应商与公司及其实际控制人、公司现任及前任员工高管并无关联关系；经访谈确认，各主要供应商均对公司无依赖，不存在专门或主要为标的公司服务的情况。

(3) 主要供应商采购价格

公司向代工类前五大供应商的采购定价依据及采购产品情况如下表：

序号	供应商名称	定价依据	产品采购（全部为化妆品）
1	科玛化妆品（无锡）有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	绽妍轻透物理防晒 绽妍 JUYOU 多效修护防晒霜

			绽妍 JUYOU 轻透羽感防晒喷雾 绽妍 JUYOU 三重蛋白修护精华 绽妍 JUYOU 淡纹紧致精华液 绽妍 JUYOU 紧致抗皱双效面膜
2	铂臻（广州）生物科技有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	绽妍 JUYOU 重组贻贝粘蛋白面膜 绽妍 JUYOU 紧致焕采双抗精华面膜
3	陕西崇文生物科技有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	绽妍氨基酸系列产品 绽妍虾青素系列产品 德菲林化妆品系列产品 绽妍 JUYOU 光采净透洁面乳 绽妍 JUYOU 滢润保湿安瓶精华液 绽妍 JUYOU 温润净澈洁颜油 绽妍 JUYOU 净澈美肌白泥面膜 绽妍 JUYOU 净澈舒缓双舱面膜 绽妍菁颜倍护防晒乳 绽妍 JUYOU 多肽焕采冻干套盒 绽妍 JUYOU 精润保湿护手霜 绽妍辅酶 Q10 肌底液 绽妍多肽植萃菁润冻干套盒
4	西安博鸿生物技术有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	绽妍柔肤亮颜套装 JUYOU 控油舒润修护乳、爽肤水 JUYOU 洁面泡沫 果酸嫩肤液 绽妍 JUYOU 淡纹紧致眼膜
5	广州市名宇化妆品制造有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	绽妍清透防晒霜
6	常州伟博海泰生物科技有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	绽妍安润修护冻干精华面膜
7	珠海伊斯佳科技股份有限公司	以量定价、成本加成，价格水平与行业普遍水平不存在差异	绽妍 JUYOU 赋活舒缓头皮精华液 绽妍 JUYOU 净澈柔顺洗发水

公司成立之初生产体系较为薄弱，扩建产能需要一定时间及较多的资金投入，故而选择了代工的生产模式，行业中有化妆品备案资质、且产品功效与公司需求相匹配的厂商相对有限，因此公司与各方就价格、质量、供货周期等关键因素协商一致后即达成合作。鉴于化妆品备案管理的特殊性，公司更换或新增供应商时需要重新履行化妆品备案手续，出于监管合规、销售成本、供应链管理效率、产品质量稳定性等多重因素考虑，公司针对任一单一种类产成品只选择一家供应商代工；同时，公司有着丰富的产品矩阵，代工产品体系较为复杂，涵盖了诸多不同有效成分和形态规格各异的SKU，因此难以直接对比对同类成品的采购价格。但上述提供化妆品代工的供应商均有较为分散化的客户群体，其收入来源不依赖于公司，并采取了成本加成的定价策略，加成比例与行业普遍水平相近。经核查，上述的 7 家供应商与公司的实控人、董监高、（前）员工不存在异常资金往来。

综上，在代工模式下，公司向主要供应商支付的采购价格公允，与该类供应商不存在关联关系及异常资金往来。

（四）说明外采产成品模式下公司收入确认是总额法还是净额法，结合货物流转、责任承担等情况，说明是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条规定，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额确定，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：（1）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户；（2）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务；（3）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

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

在外采产成品模式下，公司系主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入。对照《企业会计准则第 14 号——收入》的相关规定，逐条分析如下：

准则规定	分析
企业承担向客户转让商品的主要责任	公司是“绽妍”相关品牌的所有者，根据销售合同约定，公司负责产品的发货、运输和质量保障等，切实承担向客户转让商品的主要责任
企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险	（1）公司根据对客户基本情况进行调查、审核，自主决定客户、产品的保管、出售，出售前自主承担丢失和毁损风险，拥有未售产品的所有权。 （2）根据销售合同约定，公司负责产品的发货、运输，产品运至约定交货地前，产品灭失、损毁、质量变化等风险由公司承担；产品到达约定交货地且客户未在规定时间内提出异议的，视为货物合格，后续除因产品质量问题，公司不再受理退换货处理。 因此，在转让商品之前公司承担了该商品的存货风险。

准则规定	分析
企业有权自主决定所交易商品的价格	公司拥有自主定价权
结论	公司在向客户转让商品前能够控制该商品，为主要责任人，按总额法确认收入

从货物流转来看，公司按照与客户签署合同中约定的产品类别，根据客户在订单系统下达的产品数量和时间要求，将货物交由物流公司发出；从责任承担来看，公司是产品品牌的所有者，公司承担发货、运输等责任，并提供产品质量保证。

综上所述，公司结合货物流转、责任承担等情况，判断在外采产成品模式下，公司在向客户转让商品前能够控制该商品，为主要责任人，按总额法确认收入，符合《企业会计准则》的规定。

三、说明公司是否存在授权他人使用专利进行生产的情况，如存在，说明公司专利保护机制、产品质量保障措施及有效性。

根据公司提供的报告期内专利授权书，公司向第三方开展的专利授权，系应被授权方宣传或使用公司向其供应产品需求进行的授权，报告期内，公司不存在授权除子公司外任何其他第三方使用公司专利进行生产的情形。

为加强公司知识产权保护，公司（“甲方”）与供应商（“乙方”）签署的协议中明确约定了知识产权及保密条款，明确约定了双方各自开发的产品或技术（包括但不限于专利、注册商标、版权、著作权、设计方案、报告、数据库、理念、市场活动、策划或计划、广告或其它可交付产品）的所有权由各自享有，相应合同的签署不会导致各自所有知识产权的转移及授予。

综上，报告期内，公司不存在授权除公司及子公司外任何其他第三方使用公司专利进行生产的情形。

四、结合直接材料成本的构成明细及占比情况、主要产品的原材料耗用配比情况、主要原材料价格在报告期内的波动情况，说明公司采购价格与市场价格变化是否匹配，原材料价格变动对公司生产经营的影响情况

1、直接材料成本的构成明细及占比情况

报告期内，公司主营业务成本中直接材料成本的构成明细及占比情况如下：

单位：万元

期间	项目	外采		自产		合计	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
2024 年度	直接材料	10,254.73	54.23%	4,366.49	23.10%	14,621.22	77.33%
	直接人工	-	-	693.28	3.67%	693.28	3.67%
	制造费用	-	-	1,624.52	8.59%	1,624.52	8.59%
	运输费用	940.43	4.97%	1,028.69	5.44%	1,969.12	10.41%
	合计	11,195.16	59.20%	7,712.98	40.80%	18,908.14	100.00%
2023 年度	直接材料	12,620.30	68.92%	2,782.05	15.19%	15,402.35	84.11%
	直接人工	-	-	373.75	2.04%	373.75	2.04%
	制造费用	-	-	1,181.89	6.45%	1,181.89	6.45%
	运输费用	880.66	4.81%	473.75	2.59%	1,354.41	7.40%
	合计	13,500.96	73.73%	4,811.44	26.27%	18,312.40	100.00%

报告期内，公司直接材料成本构成中，主要系采购外部生产成品及自行生产产品的原材料。直接材料成本分别为 15,402.35 万元、14,621.22 万元，占主营业务成本比例分别为 84.11%、77.33%，直接材料成本占比较大。

报告期内，公司主营业务产品按生产方式分为自产与外采产品，外采成本均计入直接材料成本，以下为自产产品的直接材料成本的构成明细：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比
化学原料类	1,274.62	29.19%	831.25	29.88%
其中：常规分子透明质酸钠（分子量 130-160 万 Da）	128.05	2.93%	-	-
角鲨烷	63.68	1.46%	33.25	1.21%
石斛多糖	49.47	1.13%	25.96	0.95%
DOWSIL-TM2511	46.85	1.07%	40.66	1.48%
常规分子透明质酸钠（分子量 130-140 万 Da）	37.24	0.85%	34.63	1.26%
富勒烯水溶液	34.49	0.79%	29.47	1.07%
低分子透明质酸钠	34.14	0.78%	35.75	1.30%
包装材料类	3,081.07	70.56%	1,937.12	69.63%
其他类	10.80	0.25%	13.68	0.49%

项目	2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比
合计	4,366.49	100.00%	2,782.05	100.00%

报告期内，公司自产产品的直接材料成本主要是包装材料、化学原料，占直接材料成本的比例均基本保持稳定。化学原料变动主要系报告期内生产的主要产品类型变动导致，例如常规分子透明质酸钠（分子量 130-160 万 Da）主要应用的产品绽妍皮肤修护敷料于 2024 年开始投产。

2、主要产品的原材料耗用配比情况

报告期内，公司主要产品的原材料为化学原料与包装材料。化学原料包括透明质酸钠、角鲨烷、DOWSIL-TM2511 等，包装原料主要包括无纺布、珠光纸、瓶/罐、面膜袋等。

（1）公司主要产品单位耗用化学原料配比情况

物料名称	产品	单位	2024 年度	2023 年度	单耗变动率
原料 A	绽妍皮肤修护敷料	kg/万张	0.4983	未生产	不适用
原料 B	绽妍 JUYOU 维生素原 B5 精润保湿霜	g/g	0.0312	0.0307	1.00%
	绽妍 JUYOU 维生素原 B5 精润保湿乳		0.0351	0.0320	9.72%
	绽小妍婴儿舒缓润肤霜		0.0529	0.0514	2.97%
原料 C	绽妍 JUYOU 维生素原 B5 精润保湿面膜	kg/万张	1.2576	1.2714	-1.09%
	绽妍维生素原 B5 精润保湿水	kg/万 mL	0.1628	0.1530	6.42%
	绽妍 JUYOU 安润舒缓面膜	kg/万张	未生产	2.9811	不适用
原料 D	绽妍 JUYOU 安润保湿面膜	kg/万张	1.2396	1.2201	1.38%
	绽妍 JUYOU 三重蛋白精润舒缓修护面膜		1.2207	1.2769	-4.40%
	绽妍 JUYOU 立体补水舒润面膜		1.2614	1.2736	-0.95%
原料 E	绽妍 JUYOU 富勒烯精华液 30ml	L/L	0.4380	0.4204	4.21%
原料 F	绽妍 JUYOU 安润保湿面膜	kg/万张	0.2016	0.2134	-5.57%
	绽妍 JUYOU 三重蛋白精润舒缓修护面膜		0.1257	0.1268	-0.90%
	绽妍 JUYOU 立体补水舒润面膜		0.2011	0.1985	1.32%

物料名称	产品	单位	2024 年度	2023 年度	单耗变动率
原料 G	绽妍 JUYOU 安润保湿面膜	kg/万张	0.2014	0.1963	2.61%
	绽妍 JUYOU 立体补水舒润面膜	kg/万张	0.1754	0.1758	-0.26%

注：单位耗用配比=当期原材料生产领用量/当期产成品产量。

报告期内，公司主要产品化学原料单位耗用量存在小幅波动，主要系不同规格和型号的产品所用原材料种类及耗用数量存在一定差异导致，整体变动合理。

(2) 公司主要产品单位耗用包装原料配比情况

项目	无纺布（张）		铝箔袋（个）		真空泵（个）	
	2024 年度	2023 年度	2024 年度	2023 年度	2024 年度	2023 年度
面膜类产品（片）	1.00	1.00	1.00	1.00	不适用	不适用
霜类产品（瓶）	不适用	不适用	不适用	不适用	1.00	1.00

注：单位耗用配比=当期原材料生产领用量/当期产成品产量。

由上表可知，公司面膜类与霜类产品包装原材料生产过程中损耗较小，单个面膜类产品一般需要耗用 1 张无纺布、1 个铝箔袋，单个霜类产品一般需要耗用 1 个真空泵。报告期内，公司主要产品产量与包装原料耗用数量相匹配。

3、主要原材料价格在报告期内的波动情况

报告期内，公司主要原材料的平均采购单价情况如下：

主要产品	单位	2024 年度采购单价	2023 年度采购单价	变动率
常规分子透明质酸钠 130-160 万 Da	元/kg	1,804.50	1,537.03	17.40%
角鲨烷	元/kg	324.48	273.19	18.78%
石斛多糖	元/kg	564.38	462.64	21.99%
DOWSIL-TM2511	元/kg	222.89	195.96	13.74%
富勒烯水溶液	元/L	12,216.81	12,216.56	0.00%
常规分子透明质酸钠（分子量 130-140 万 Da）	元/kg	1,079.71	846.99	27.48%
低分子透明质酸钠	元/kg	1,082.04	854.53	26.62%
无纺布	元/个	0.19	0.25	-23.52%

主要产品	单位	2024 年度采购单价	2023 年度采购单价	变动率
铝箔袋	元/个	0.14	0.16	-11.87%
真空泵	元/个	1.95	2.05	-4.88%

报告期内，公司化学原材料平均采购单价有所上升，主要原因系 2023 年采购量基数较小且供应商在合作初期给予公司较多赠品，赠品占比较高导致当年平均单价较低；2024 年公司与供应商重新议价，供应商虽然适当降低采购单价，但是未再给予公司大量赠品，随着采购量显著增加并趋于平稳，单价水平趋于合理，导致 2024 年采购单价较 2023 年有所上升。

报告期内，公司包装原材料平均单价有所下降，主要系 2024 年采购数量增加，供应商降低采购单价。

4、说明公司采购价格与市场价格变化是否匹配，原材料价格变动对公司生产经营的影响情况

公司采购的原材料种类繁多且规格单位均不一致，无大宗商品价格可查询，不同供应商之间难以直接比价。公司通过社会期刊、网络媒体以及供应商询比价等方法了解市场实时价格，在采购过程中主要选择多家供应商进行询比价，共同协商确定采购价格，供应商定价方式主要采用成本加成、以量定价等方式。总体来说，公司采购价格是按照市场价格为基础进行比价并协商确定，采购价格与市场价格变化相匹配。

报告期内，公司自主生产产品的直接材料成本占当期自产产品主营业务成本比例分别为 57.82%、56.61%，占主营业务成本的比例分别为 15.19%、23.09%，系影响自产产品主营业务成本的主要因素。假设报告期内公司产品销售价格、原材料耗用配比等因素均不发生变化，仅主要原材料平均采购价格上涨或下降，对报告期内公司生产经营的影响情况如下：

单位：万元

直接材料价格变动	项目	2024 年度	2023 年度
10%	主营业务成本变动	436.65	278.20
	毛利率变动	-0.73%	-0.57%
	自产毛利率变动	-1.43%	-2.17%
5%	主营业务成本变动	218.32	139.10

直接材料价格变动	项目	2024 年度	2023 年度
	毛利率变动	-0.37%	-0.46%
	自产毛利率变动	-0.72%	-1.08%
-10%	主营业务成本变动	-436.65	-278.20
	毛利率变动	0.73%	0.92%
	自产毛利率变动	1.43%	2.17%
-5%	主营业务成本变动	-218.32	-139.10
	毛利率变动	0.37%	0.46%
	自产毛利率变动	0.72%	1.08%

注：（1）主营业务成本变动=主营业务成本*直接材料占比*变动幅度；（2）毛利率变动=模拟主营业务成本变动后的毛利率-原始毛利率；（3）自产毛利率变动=模拟自产主营业务成本变动后的毛利率-原始自产毛利率。

如上表所示，假设其他条件不发生变化，原材料价格变动不会对公司生产经营产生重大影响。

五、关于毛利率。①量化分析收入结构变化、各单项业务毛利率变化对综合毛利率的影响情况，补充披露公司毛利率增长的主要因素。②按照产品类别，结合产品平均价格、平均成本，说明公司与同行业可比公司毛利率的差异情况及原因

（一）量化分析收入结构变化、各单项业务毛利率变化对综合毛利率的影响情况，补充披露公司毛利率增长的主要因素

报告期各期，公司各项业务收入及占比情况如下：

单位：万元

产品或业务	2024 年度		2023 年度		2024 年度相较于 2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额变动	占比变动
医疗器械类	37,111.34	62.11%	33,682.23	69.28%	3,429.11	-7.17%
化妆品类	22,037.89	36.89%	14,544.70	29.92%	7,493.19	6.97%
其他	589.97	0.99%	391.38	0.80%	198.59	0.19%
主营业务收入	59,739.21	99.99%	48,618.31	100.00%	11,120.90	-0.01%
其他业务收入	7.76	0.01%	0.34	0.00%	7.42	0.01%
合计	59,746.96	100.00%	48,618.65	100.00%	11,128.31	-

采用因素分析法对报告期各期收入结构变化及各单项业务毛利率变化对综合毛利

率的影响进行量化分析，具体如下：

项目	2024 年度 毛利率	2023 年度毛利率	2024 年相较 2023 年度		
			毛利率变动 影响	收入占比变动 影响	毛利率综合 影响
医疗器械类	68.89%	63.92%	3.09%	-4.58%	-1.50%
化妆品类	67.40%	58.79%	3.18%	4.10%	7.27%
其他	69.82%	57.63%	0.12%	0.11%	0.23%
主营业务收入	68.35%	62.33%	6.38%	-0.38%	6.01%
其他业务收入	2.37%	100.00%	-0.01%	0.01%	0.00%
合计	68.34%	62.33%	6.37%	-0.37%	6.01%

根据因素分析法量化分析，2024 年较 2023 年公司综合毛利率变动的主要原因为：医疗器械类业务毛利率同比上升 4.97 个百分点，化妆品类业务毛利率同比上升 8.61 个百分点，主营业务毛利率的变动对综合毛利率正向影响 6.38 个百分点；医疗器械类业务收入占比同比下降 7.17 个百分点，而化妆品类业务收入占比同比上升 6.97 个百分点，主营业务收入结构的变动对综合毛利率负向影响 0.38 个百分点。报告期内，公司毛利率增长主要是由于医疗器械类和化妆品类毛利率提升所致。

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“六、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“1”中对公司毛利率上升的因素补充披露如下：

“报告期内，公司主营业务中各类产品的毛利率呈现上升的趋势，**主要系医疗器械类和化妆品类业务的毛利率提升所致，具体原因为：**（1）公司采用自主生产模式生产的主营业务产品比例提升，一定程度上降低了产品生产成本；（2）随着业务规模快速扩大，公司在采购渠道的议价能力逐步增强，对成本控制起到了积极作用；（3）线上直销渠道的销售毛利率较高，报告期内公司线上直销渠道的收入占比增加，推动整体毛利率有所提升。”

（二）按照产品类别，结合产品平均价格、平均成本，说明公司与同行业可比公司毛利率的差异情况及原因

公司医疗器械类产品主要为各种形态的敷料产品，按形态分又可分为贴类、膏体类、水和喷雾类产品等。报告期内，各类剂型产品销售收入占比、毛利率、平均价格、平均成本情况如下：

单位：万元、元/基础单位数量

产品或业务	2024 年度					2023 年度				
	金额	占比	毛利率	平均价格	平均成本	金额	占比	毛利率	平均价格	平均成本
贴类	25,059.98	67.53%	74.31%	7.48	1.92	23,614.88	70.11%	67.56%	7.06	2.29
水和喷雾类	5,009.85	13.50%	59.56%	0.31	0.12	4,650.00	13.81%	58.49%	0.39	0.16
膏体类	4,045.56	10.90%	64.92%	0.45	0.16	3,140.80	9.32%	62.03%	0.50	0.19
其他形态产品	2,995.96	8.07%	44.49%	1.35	0.75	2,276.55	6.76%	39.81%	1.76	1.06
合计	37,111.34	100.00%	68.89%	1.20	0.37	33,682.23	100.00%	63.92%	1.47	0.53

注：其他形态产品的种类较为繁杂，包括次抛、精华液、凝露、凝胶、护理包等

公司的皮肤学级护肤品按形态分亦可分为贴类、膏体类、水和喷雾类产品等。报告期内，各类剂型产品销售收入占比、毛利率情况如下：

单位：万元、元/基础单位数量

产品或业务	2024 年度					2023 年度				
	金额	占比	毛利率	平均价格	平均成本	金额	占比	毛利率	平均价格	平均成本
贴类	10,457.79	47.45%	72.33%	3.06	0.85	6,691.36	46.01%	65.80%	3.17	1.09
膏体类	5,859.73	26.59%	63.12%	0.77	0.28	4,292.27	29.51%	55.68%	0.65	0.29
水和喷雾类	2,229.29	10.12%	64.91%	0.28	0.10	1,515.37	10.42%	55.58%	0.29	0.13
其他形态产品	3,491.08	15.84%	61.42%	0.52	0.20	2,045.71	14.06%	44.77%	0.33	0.18
合计	22,037.89	100.00%	67.40%	0.86	0.28	14,544.70	100.00%	58.79%	0.72	0.30

注：其他形态产品的种类较为繁杂，包括慕斯、精华液、棉片、凝露、凝胶等

报告期内，公司械类、妆类产品与同行业可比公司同类产品的毛利率水平比较情况如下：

产品类型	公司	2024 年度	2023 年度	具体口径
医疗器械类	创尔生物	79.59%	79.59%	胶原产品：活性胶原原料、医疗器械及生物护肤品
	华熙生物	84.37%	82.10%	医疗终端产品：主要分成医美（软组织填充剂、医用皮肤保护剂等）和医药（眼科黏弹剂、医用润滑剂、骨关节腔注射针剂等）两类
	敷尔佳	85.16%	84.74%	医疗器械类敷料产品：主要包括医用透明质酸钠修复贴、医用透明质酸钠修复液（次抛）、Ⅲ型人源医用重组化胶原蛋白贴、医用透明质酸钠修复液（喷雾）等
	锦波生物	95.03%	93.18%	医疗器械：以 A 型重组人源化胶原蛋白新材料为核心

产品类型	公司	2024 年度	2023 年度	具体口径
				的各类终端医疗器械产品，包括三类（重组 III 型人源化胶原蛋白冻干纤维）和二类（医用 III 型胶原蛋白溶液、医用无菌 III 型胶原蛋白液、医用重组人源胶原蛋白功能敷料）
	可比公司均值	86.04%	84.90%	-
	绽妍生物	68.89%	63.92%	-
化妆品类	创尔生物	60.61%	61.87%	非胶原产品：胶原类产品外的其余产品（占比较小）
	华熙生物	72.80%	73.93%	皮肤科学创新转化产品：一系列护肤品牌，“润百颜”、“夸迪”、“BM 肌活”、“米蓓尔”等，涵盖次抛精华、膏霜水乳、面膜、手膜、眼膜、喷雾、头皮护理等。
	敷尔佳	79.22%	80.26%	化妆品类功能性护肤品：主要包括面膜、水、精华等
	锦波生物	70.41%	67.79%	功能性护肤品：以重组胶原蛋白为主的功能性护肤品，主要包括重组胶原蛋白精华液、重组胶原蛋白面膜、重组胶原蛋白膏霜等，自有品牌主要有 164.88°肌频/肌频等
	可比公司均值	70.76%	70.96%	-
	绽妍生物	67.40%	58.79%	-
综合毛利率	创尔生物	78.74%	79.10%	-
	华熙生物	74.07%	73.32%	-
	敷尔佳	70.65%	82.23%	-
	锦波生物	92.02%	90.16%	-
	可比公司均值	78.87%	81.20%	-
	绽妍生物	68.34%	62.33%	-

注 1：可比公司公开信息中未披露 2023 年、2024 年其各类产品的平均价格和平均成本；

注 2：创尔生物非胶原产品业务规模较小，2024 年相关收入为 689.51 万元，占其总收入比重仅为 2.26%，毛利率相对较低。

报告期内，公司械品、妆品毛利率整体均低于同行业可比公司水平，主要原因为：

（1）生产模式：公司报告期内部分产品采用外部生产的模式，同行业可比公司以自主生产为主，享有生产环节利润；此外，锦波生物、华熙生物产品所需原料如胶原蛋白、透明质酸钠基本由其自行生产，具有原材料成本优势，导致公司产品的生产成本相对较高，毛利率较低；

（2）收入规模：公司尚处于业务拓展、品牌打造的阶段，收入规模小于华熙生物、敷尔佳和锦波生物，规模效应有待放大，导致毛利率偏低；

(3) 产品结构：整体来看，医疗器械产品的定价和毛利率均高于化妆品，创尔生物 2023 年、2024 年医疗器械收入占比均超过 85%，锦波生物 2023 年、2024 年医疗器械收入占比均超过 95%，显著高于公司水平；华熙生物医疗终端产品包括医美（软组织填充剂、医用皮肤保护剂等）和医药（眼科黏弹剂、医用润滑剂、骨关节腔注射针剂等）两类，该类械品毛利率高于公司以敷料为主的械品产品；

(4) 产品成分和定价：公司产品主要为以透明质酸钠、海藻酸钠、贻贝提取物等为核心成分，创尔生物以胶原产品为主，如胶原贴敷料、胶原蛋白海绵等，锦波生物以重组胶原蛋白产品为主，如胶原蛋白溶液、重组胶原蛋白面膜等。创尔生物、锦波生物产品定价整体高于公司产品定价，毛利率相对更高。以创尔生物胶原蛋白敷料、锦波生物薇润医用重组 X VII 型人源化胶原蛋白贴敷料、绽妍皮肤修护敷料为例，其淘宝官方店单片价格（不含活动优惠）分别为 31.60 元/片、109.33 元/片、29.83 元/片。

六、关于绽妍械蓝。①按照时间顺序说明报告期内公司与陕西佰傲的合作背景，说明绽妍械蓝报告期内的业务合作模式，包括但不限于产品质量责任、定价依据、物流运输、结算方式、是否与终端客户背对背下单等；结合公司与陕西佰傲合作的具体模式、医疗器械相关法律法规，说明公司自陕西佰傲采购绽妍械蓝产品的业务合规性。②结合公司向陕西佰傲采购产品类型、收入及毛利情况，报告期内自产、外购绽妍械蓝成品的具体情况，说明绽妍械蓝相关技术与公司核心技术的关系，后续医疗器械注册证的转让规划；说明公司在报告期内是否对陕西佰傲存在重大依赖，公司自建生产线生产的产品是否符合相关标准，是否存在质量纠纷，公司是否具备自主生产的全部关键资源。③说明绽妍械蓝相关技术和权益转让的背景、过程、定价依据及公允性、核心权利义务安排、违约责任，目前公司与陕西佰傲等绽妍商标及绽妍械蓝产品权益转让相关方是否存在纠纷。④说明对于绽妍械蓝产品公司采用总额法还是净额法确认收入及相关依据，是否符合《企业会计准则》的要求。

（一）按照时间顺序说明报告期内公司与陕西佰傲的合作背景，说明绽妍械蓝报告期内的业务合作模式，包括但不限于产品质量责任、定价依据、物流运输、结算方式、是否与终端客户背对背下单等；结合公司与陕西佰傲合作的具体模式、医疗器械相关法律法规，说明公司自陕西佰傲采购绽妍械蓝产品的业务合规性

1、按照时间顺序说明报告期内公司与陕西佰傲的合作背景，说明绽妍械蓝报告期内的业务合作模式，包括但不限于产品质量责任、定价依据、物流运输、结算方式、

是否与终端客户背对背下单等

(1) 按照时间顺序说明报告期内公司与陕西佰傲的合作背景

2018 年 11 月，成都绽妍与陕西佰傲、西安博和、王黎签订了《关于“绽妍”系列商标转让等其他事宜协议书》，约定由成都绽妍受让“绽妍”品牌相关商标、专利及产品权益。2020 年 1 月，绽妍生物收购成都绽妍后，成都绽妍向绽妍生物转让了“绽妍”品牌相关商标、专利。2023 年 1 月，绽妍生物有限、成都绽妍与陕西佰傲签署了《关于二类医疗器械产品权益转让的补充协议》，约定由绽妍生物有限承继《关于“绽妍”系列商标转让等其他事宜协议书》项下权利义务。《关于“绽妍”系列商标转让等其他事宜协议书》《关于二类医疗器械产品权益转让的补充协议》的具体内容详见本回复之“问题 6. 关于采购与生产模式”之“六、关于绽妍械蓝”之“（三）说明绽妍械蓝相关技术和权益转让的背景、过程、定价依据及公允性、核心权利义务安排、违约责任，目前公司与陕西佰傲等绽妍商标及绽妍械蓝产品权益转让相关方是否存在纠纷”。

绽妍生物与陕西佰傲基于前述背景开展合作，报告期内，双方签署了《商品销售协议》《商标使用授权书》，约定陕西佰傲经绽妍生物授权，使用“绽妍”商标生产包括绽妍械蓝（注册证编号为“陕械注准 20142140032”）在内的医疗器械产品，公司自陕西佰傲采购相应产品，并最终由公司对外销售。报告期内，绽妍生物与陕西佰傲的合作背景及合作模式未发生变更。

(2) 说明绽妍械蓝报告期内的业务合作模式，包括但不限于产品质量责任、定价依据、物流运输、结算方式、是否与终端客户背对背下单等

根据西藏圆融（甲方）与陕西佰傲（乙方）于 2023 年 1 月 1 日签署的《商品销售协议》的约定，双方关于产品质量责任、定价依据、物流运输、结算方式、是否与终端客户背对背下单等约定如下：

产 品 质 量 责 任	1.乙方应确保提供的产品质量符合法定标准和注册标准，并按相关工艺规程等培训相关人员，满足相关产品的要求。 2.乙方应当按照本企业的《质量手册》、《控制程序》等要求进行生产，并按照规定保存所有生产文件和记录。保存的生产、检验和发运记录及样品；出现投诉、怀疑产品有质量缺陷或召回时，甲方有权进行查阅。 3.乙方应当确保购进的原辅包材等物料符合相应的质量标准。乙方保存质量记录不少于产品寿命期后 1 年，以备查。 4.乙方应向甲方提供符合订单要求的合格产品。 5.乙方负责完成产品选型验证及产品包材打样前后的验证工作。
----------------	--

	6.若甲方对产品质量有异议的，应在收到货物 15 日内书面提出，并自提出异议之日起 7 日内将产品提交符合国家规定的检测部门进行鉴定。经鉴定产品质量合格的，甲方应履行接收义务并承担逾期提货的违约责任，赔偿因此给乙方造成的损失；经鉴定不合格的，乙方按相应数量重新生产提供给甲方，由此产生相关费用乙方承担。甲方逾期未提出异议或提交鉴定的，视为产品质量合格。 7.在市场流通过程中，有效期内的产品内容物如出现质量问题，应由双方共同委托的鉴定部门对产品质量及内容物出现质量问题的原因进行鉴定，鉴定费及因质量问题造成的损失由责任方承担，双方都有责任的，根据责任大小按比例承担。
定价依据	合同中涉及的相关产品约定的销售出货价费用包括：生产过程中所需全部原料、包装材料、辅料等以及检验、人工费用。 由于市场因素导致乙方实际采购原料、辅料、包材的成本出现变化，若变化幅度不超过$\pm 10\%$，则上述委托加工费用不做调整；若变化幅度超过$\pm 10\%$，经甲乙双方协商后达成新的委托加工费用标准，并签署补充协议后执行。
物流运输	运输至交货地点的运输费用由乙方承担，但每公斤运费不得超过 1.6 元（含 1.6 元），超过部分由甲方补充运费差价，甲方应在乙方提出支付请求后 7 个自然日内支付，乙方支付的费用以乙方提供的运费支付凭证记载为准。
结算方式	甲方在《生产订单》确认下达后 7 个工作日内，向乙方支付订单总金额的 50%作为预付款，剩余 50%尾款需在乙方发货并开具对应金额的增值税专用发票后 30 日内一次性支付完毕。
是否与终端客户背对背下单	否

2、结合公司与陕西佰傲合作的具体模式、医疗器械相关法律法规，说明公司自陕西佰傲采购绽妍械蓝产品的业务合规性

根据西藏圆融与陕西佰傲于 2023 年 1 月 1 日签署的《商品销售协议》以及相关商标授权协议的约定，陕西佰傲拥有绽妍械蓝的医疗器械注册证，负责对绽妍械蓝产品进行生产、包装，绽妍生物授权陕西佰傲使用“绽妍”系列商标、指定商品外包装，公司向陕西佰傲采购产成品后向下游客户销售。

经查阅《医疗器械监督管理条例》《医疗器械生产监督管理办法》等相关法律法规，西藏圆融与陕西佰傲的合作模式不属于法律法规禁止的行为。

根据《中华人民共和国商标法（2019 修正）》第四十三条“商标注册人可以通过签订商标使用许可合同，许可他人使用其注册商标。许可人应当监督被许可人使用其注册商标的商品质量。被许可人应当保证使用该注册商标的商品质量”之规定，绽妍生物合法拥有“绽妍”系列商标，并有权对外许可第三方合法使用其商标，双方就“绽妍”系列商标的授权与使用不存在任何纠纷或者争议。

基于前述，公司自陕西佰傲采购绽妍械蓝产品不存在违反医疗器械管理以及商标

相关法律法规的情形。

（二）结合公司向陕西佰傲采购产品类型、收入及毛利情况，报告期内自产、外购绽妍械蓝成品的具体情况，说明绽妍械蓝相关技术与公司核心技术的关系，后续医疗器械注册证的转让规划；说明公司在报告期内是否对陕西佰傲存在重大依赖，公司自建生产线生产的产品是否符合相关标准，是否存在质量纠纷，公司是否具备自主生产的全部关键资源

1、公司向陕西佰傲采购产品类型、收入及毛利情况

报告期内，公司向陕西佰傲采购皮肤修护敷料（陕械注准 20142140032）、医用无菌敷贴（陕械注准 20202140170）两款 II 类医疗器械产品，其中皮肤修护敷料包括了绽妍械蓝等多个商品及其对应的 SKU。

在采购端，报告期内公司对相关产品的采购情况如下表所示：

单位：万元

采购产品及对应器械证	对应商品情况		2023 年度	2024 年度
皮肤修护敷料 陕械注准 20142140032	绽妍械蓝	采购金额	4,426.23	2,575.94
		占公司采购陕西佰傲金额比	78.45%	65.58%
	其他敷料	采购金额	912.34	1,100.02
		占公司采购陕西佰傲金额比	16.17%	28.00%
医用无菌敷贴 陕械注准 20202140170	绽妍无菌敷贴	采购金额	303.33	252.23
		占公司采购陕西佰傲金额比	5.38%	6.42%
合计		采购金额	5,641.89	3,928.19
		占公司采购陕西佰傲金额比	100.00%	100.00%

注：其他敷料包括贴、水等各类产品形态、多种规格的 SKU

在销售端，报告期内公司对相关产品的销售及毛利情况如下表所示：

单位：万元

采购产品及对应器械证	对应商品情况		2023 年度	2024 年度
皮肤修护敷料 陕械注准 20142140032	绽妍械蓝	销售收入	17,444.50	10,704.73
		销售收入占公司营业收入比	35.88%	17.92%
		毛利	12,395.14	7,575.12
		毛利占公司毛利比	40.90%	18.55%

采购产品及对应器械证	对应商品情况		2023 年度	2024 年度
	其他敷料	销售收入	3,826.13	3,642.12
		销售收入占公司营业收入比	7.87%	6.10%
		毛利	2,784.50	2,637.62
		毛利占公司毛利比	9.19%	6.46%
医用无菌敷贴 陕械注准 20202140170	绽妍无菌敷贴	销售收入	212.81	345.58
		销售收入占公司营业收入比	0.44%	0.58%
		毛利	-68.91	33.44
		毛利占公司毛利比	-0.23%	0.08%
合计		销售收入	21,483.44	14,692.43
		销售收入占公司营业收入比	44.19%	24.59%
		毛利	15,110.73	10,246.19
		毛利占公司毛利比	49.86%	25.09%

注：其他敷料包括贴、水等各类产品形态、多种规格的 SKU

综上，公司在报告期内采购并销售陕西佰傲的产品主要系皮肤修护敷料，其中占比最高的商品为绽妍械蓝。整体看，报告期内公司通过采购陕西佰傲产成品实现的销售收入分别为 21,483.44 万元、14,692.43 万元，占公司当期营业收入的比例分别为 44.19%、24.59%；采购陕西佰傲产品实现的毛利分别为 15,110.73 万元、10,246.19 万元，占公司当期毛利的比例分别为 49.86%、25.09%。

2、报告期内自产、外购绽妍械蓝成品的具体情况

（1）产品参数对比

公司自产的绽妍械蓝和陕西佰傲生产的绽妍械蓝在作用机理、适应症、适用人群、适用部位、使用方法、禁忌与注意事项、主要组成材料、制造工艺、包装、产品性能、关键技术特征、储存条件、有效期等方面基本一致，但公司对自产绽妍械蓝的品控要求更高、可选规格（装量）更丰富，基本参数对比如下：

序号	项目	外采绽妍械蓝	自产绽妍械蓝	对比
1	外观	无色至微黄色，洁净，无污渍	无色至微黄色，洁净，无污渍	一致
2	包装	铝塑复合袋、塑料瓶	铝塑复合袋、塑料瓶	一致
3	制造工艺	配液、灌装、包装	配液、灌装、包装	一致

4	pH 值	pH 值在 3.8~7.6 范围内	pH 值在 5.0-7.0 范围内	自产更严
5	重金属	<10ug/g	<10ug/g	一致
6	透明质酸钠含量	透明质酸钠含量应不小于 0.5mg/g	透明质酸钠含量应不小于 1.0mg/g	自产更严
7	微生物限度	需氧菌总数<10cfu/g, 霉菌酵母菌总数<10cfu/g, 金黄色葡萄球菌、铜绿假单胞菌未检出	需氧菌总数<10cfu/g, 霉菌酵母菌总数<10cfu/g, 金黄色葡萄球菌、铜绿假单胞菌未检出	一致
8	作用机理	使用皮肤修护敷料可在皮肤表面形成保护膜, 抵御外界细菌、致敏源的伤害, 同时保持微创面的湿润环境, 修护受损皮肤屏障	在创面表面形成保护层, 起物理屏障作用, 阻隔外来细菌、灰尘的侵入, 同时保持微创面的湿润环境, 为创面愈合提供微环境, 促进创面愈合	基本一致
9	适应症	适用于皮炎湿疹、痤疮、果酸换肤、光子嫩肤、面部激光术后非慢性创面形成的小创口及周围皮肤的保护与护理	适用于皮炎湿疹、痤疮、果酸换肤、光子、水光、激光形成的非慢性创面及周围皮肤的保护与护理	自产新增了水光术后适应症
10	适用人群	适用于各类原因造成的皮肤非慢性浅表性创面的患者, 对患者人群的性别无限定。孕妇、哺乳期妇女及儿童等特殊人群应慎用或遵医嘱	适用于各类原因造成的皮肤非慢性浅表性创面的患者, 对患者人群的性别无限定。孕妇、哺乳期妇女及儿童等特殊人群应慎用或遵医嘱	基本一致
11	适用部位	主要适用于皮肤创伤、屏障受损皮肤	主要适用于皮肤创伤、屏障受损皮肤	一致
12	主要组成材料	由透明质酸钠、甘油、黄原胶、丙二醇、苯氧乙醇、纯化水和无纺布组成。	I 型由透明质酸钠、甘油、黄原胶、羟乙基纤维素、丙二醇、苯氧乙醇/乙基己基甘油、纯化水和无纺布组成; II 型由透明质酸钠、甘油、黄原胶、羟乙基纤维素、丙二醇、苯氧乙醇/乙基己基甘油和纯化水组成	自产更优
13	储存条件	常温保存	常温保存	一致
14	有效期	24 个月	24 个月	一致

根据上表, 相较陕西佰傲生产的械蓝产品, 公司自主生产的械蓝产品透明质酸含量、pH 值范围控制更严格, 采用黄原胶和羟乙基纤维素复配增稠体系和热交联技术, 产品性能更稳定且可降低整体的粘腻感, 同时优化了防腐剂配方, 比单纯苯氧乙醇体系防腐效果更好、安全性更高。在尊重消费者原有使用习惯、保持绽妍械蓝品质稳定性的同时, 公司通过自主研发配方、自主生产等方式实现了绽妍械蓝产品的优化, 加强了产品品控, 提升了产品毛利率。

(2) 产品销售情况

报告期内，公司外采的绽妍械蓝全部来自陕西佰傲。公司自产的绽妍械蓝和陕西佰傲生产的绽妍械蓝在销售渠道、终端消费者群体等市场销售方面不存在重大差异。二者在报告期内的销售情况如下表：

项目		2024 年度	2023 年度
陕西佰傲生产的绽妍械蓝	收入	10,704.73	17,444.50
	占公司营业收入比	17.92%	35.88%
	毛利	7,575.13	12,518.40
	占公司整体毛利比	18.58%	41.38%
公司自主生产的绽妍械蓝	收入	7,880.21	-
	占公司营业收入比	13.19%	-
	毛利	6,923.87	-
	占公司整体毛利比	16.98%	-
自产械蓝收入占绽妍械蓝销售金额比		42.40%	0.00%

报告期内，公司外采陕西佰傲生产绽妍械蓝收入分别是 17,444.50 万元、10,704.73 万元，占当期公司营业收入比例分别是 35.88%、17.92%，公司自产械蓝收入分别是 0.00 万元、7,880.21 万元，占当期公司营业收入比例分别是 0.00%、13.19%。报告期内，公司自产械蓝的收入金额及占比显著提升，外采陕西佰傲生产绽妍械蓝收入金额及占比显著下降，自 2024 年 5 月起公司已不再外采绽妍械蓝产品。

3、绽妍械蓝相关技术与公司核心技术的关系

公司拥有完善的研发体系，搭建了合成生物活性功能蛋白材料、皮肤学级护肤品和生物医用材料三大技术研发及转化平台，独立开发了 17 项核心技术，相关情况如下：

(1) 依托合成生物活性功能蛋白材料平台的核心技术

序号	技术名称	技术介绍	产品应用	授权专利
1	计算机模拟筛选分子设计技术	1、基于蛋白类生物材料（如胶原蛋白、弹性蛋白、贻贝粘蛋白等）天然氨基酸序列结构，采用计算机模拟筛选核心序列，分析其稳定性、溶解性、空间结构等因素，设计终产物的蛋白质氨基酸序列	重组人源化胶原蛋白、重组贻贝粘蛋白、重组弹性蛋白等成分产品	CN202111391978.1 一种重组 III 型人源化胶原蛋白、核酸、载体及植入剂
2	高表达基因工程菌构建及筛选技术	1、对商业化载体进行点突变改造，以获得操作便捷、应用方便、同时可引导目的蛋白高表达的表达载体	重组人源化胶原蛋白、重组贻贝粘蛋白、	CN202111391978.1 一种重组 III 型人源化胶原蛋白、核酸、载体

序号	技术名称	技术介绍	产品应用	授权专利
		2、通过控制目的基因拷贝数、共表达分子伴侣等方法以促进目的蛋白正确折叠、分泌，最终获得可产业化基因工程菌	重组弹性蛋白等成分产品	及植入剂 CN202011630131.X 利用毕赤酵母生产重组类人胶原蛋白和宿主细胞蛋白的方法
3	脉冲式诱导发酵技术	1、采用独创的酵母脉冲式诱导发酵技术，让发酵操作更加简单、高效，发酵过程稳定，同时可实现目的蛋白的高密度发酵，完成高表达生产 2、以脉冲式诱导发酵技术为基础，根据不同蛋白的不同特性，优化每一种蛋白的发酵工艺，实现发酵表达的最大化	重组人源化胶原蛋白、重组胎贝粘蛋白、重组弹性蛋白等成分产品	CN202110999047.3 一种重组人源化胶原蛋白的发酵方法
4	层析超滤精纯技术	1、采用“微滤+超滤+层析”技术，可实现大于 1 吨级发酵水平目的蛋白的快速纯化，工艺简单、收率高 2、采用该技术，可有效实现目的蛋白高纯度（大于等于 95%），低内毒素（最低可控<0.05EU/mg）的质量水平	重组人源化胶原蛋白、重组胎贝粘蛋白、重组弹性蛋白等成分产品	CN202111391978.1 一种重组 III 型人源化胶原蛋白、核酸、载体及植入剂 CN202011630131.X 利用毕赤酵母生产重组类人胶原蛋白和宿主细胞蛋白的方法 CN202210469523.5 一种重组类胎贝粘蛋白纯化方法
5	酶分子改造和酶促超分子自组装技术	1、对已知修饰酶（如胎贝粘蛋白的多巴修饰所需酶氨基酸酶，胶原蛋白的羟基化修饰所需脯氨酸羟化酶）进行筛选及分子改造，以获得高活性、高稳定性的修饰酶 2、用改造好的修饰酶开发适用于产业化应用的酶促修饰反应体系，以获得与天然结构相同或相似的修饰，同时完成自组装实现天然的空间结构 3、在国内率先实现规模化重组胎贝粘蛋白酶促修饰技术开发，获得的重组胎贝粘蛋白中多巴含量已达到或超过行业标准水平	重组人源化胶原蛋白、重组胎贝粘蛋白、重组弹性蛋白等成分产品	CN202210469523.5 一种重组类胎贝粘蛋白纯化方法
6	高温稳定三螺旋重组胶原蛋白设计及微生物表达技术	1、基于天然胶原蛋白形成三螺旋结构机理，通过底盘细胞改造、序列筛选、AI 结构模拟等方法，可实现微生物高分泌表达高温稳定的三螺旋重组胶原蛋白，并可实现不同型号重组胶原蛋白的定制	三螺旋重组人源化胶原蛋白系列（产品在研）	专利申请审批中
7	AI-ECM 靶向多肽设计、筛选及	1、基于天然人 ECM 成份，搭建 ECM 多肽库及对应靶点库，采用 AI 与分子对接技术，筛选高亲和力多	多肽类化妆品新原料开发（技术在研）	尚未申请专利

序号	技术名称	技术介绍	产品应用	授权专利
	微生物合成技术	肽，湿实验验证，构建基因工程表达菌株，特异性酶切获得 ECM 靶向多肽，实现从智能设计到精准合成的闭环创新		

(2) 依托皮肤学级护肤品平台的核心技术

序号	技术名称	技术介绍	产品应用	授权专利
1	多重蛋白协同增效技术	1、将三种蛋白协同配合应用在产品化妆品中，达到增强舒缓修护的功效作用	绽妍三重蛋白系列产品	ZL202210708835.7 一种舒缓修护三重蛋白组合物及其应用
2	增加皮肤脂质及舒缓修护功效技术	1、将水解小核菌胶，透明质酸钠，小麦籽提取物，亚麻籽提取物，贻贝提取物等成分复配，得到具有增加皮肤脂质及舒缓修护功效的组合物	婴童产品（产品在研中）	专利申请审批中
3	紫檀芪-蛋白协同增效技术	1、将紫檀芪、贻贝粘蛋白和弹性蛋白组合形成抗氧化和皮肤抗衰组合物，实现了抗氧、抗炎、提亮肤色等多重功效	绽妍美白产品（产品在研中）	专利申请审批中
4	NMN-蛋白协同增效技术	1、将 NMN、弹性蛋白和贻贝粘蛋白形成组合物，同时提高 SOD 的抗氧化活性和 NMN 的稳定性。	美白、抗衰产品（产品在研中）	专利申请审批中
5	假八角叶-蛋白舒缓增效技术	1、将重组贻贝、弹性、纤连、胶原和假八角叶提取物复配成组合物，显著提高了假八角叶活性成分的稳定性，增加了舒缓修护效果	贻贝系列产品开发	专利申请审批中

(3) 依托生物医用材料研发及转化平台的核心技术

序号	技术名称	技术介绍	产品应用	授权专利
1	耐灭菌海藻糖制剂技术	1、海藻糖、海藻酸钠与耐灭菌成分复配，使得产品经灭菌均有仍保有合适的黏度，确保敷料贴产品不滴液，喷雾剂产品喷洒细腻，水剂产品肤感清爽，同时保湿性能良好	绽妍安亦佳膏、绽妍医院无菌敷料等海藻酸钠成分产品	ZL202210309848.7 一种医美术后皮肤屏障受损修复的水凝胶及其制备方法 ZL202310256158.4 贻贝粘蛋白乳膏剂敷料及其制备方法
2	3D 透明质酸复配技术	1、大分子、小分子和寡聚透明质酸三重（3D）科学复配，整体配方极简，综合平衡肤感、功效和安全性，不同分子量透明质酸具有不同层次的渗透性，作用于皮肤不同层次，从外到内，全维保湿修护。3D	绽妍械蓝、绽妍白膜、绽妍医院保湿乳、绽妍医院保湿膏等透明质酸成分产品	ZL202410866769.5 一种用于皮肤屏障修复的透明质酸钠敷料及其制备方法

序号	技术名称	技术介绍	产品应用	授权专利
		复配透明质酸钠料液结合医用铜氨纤维材质膜布，清薄透明且服帖性优异，安全无刺激，造就独特的使用感受		
3	交联重组蛋白/透明质酸复合材料制备技术	1、以自主研发的重组人源化胶原蛋白、重组人源化弹性蛋白或重组胎贝粘蛋白与透明质酸钠相结合，采用合适的交联剂及交联技术，通过科学调控浓度与配比、交联剂用量、交联温度、交联程序、交联时间，获得性能优于纯透明质酸钠交联凝胶、适用于不同注射部位的系列软组织填充复合凝胶及其他医疗应用场景。	在研中，产品尚未上市	ZL202211615217.4 一种皮肤注射用胶原蛋白/透明质酸复合凝胶及其制备方法
4	重组胎贝粘蛋白生物粘合剂技术	1、利用重组胎贝粘蛋白的正电荷特性，与带负电荷聚合物分子通过复合凝聚反应获得高粘性凝胶，用于脏器止血、软组织缺损修复、骨/软骨缺损修复、关节润滑止痛及手术切口粘合等场景	在研中，产品尚未上市	尚未申请专利
5	重组蛋白多孔多级结构复合支架材料制备技术	1、以自主研发的重组人源化胶原蛋白和/或重组人源化弹性蛋白和/或重组胎贝粘蛋白等相结合，采用通过科学调控浓度与配比，结合合适的交联技术、冷冻干燥技术、涂层技术，获得具有多孔和致密-疏松多级三维微观结构支架材料，适用于外科止血、创面敷料和组织工程等	在研中，产品尚未上市	尚未申请专利

目前公司产品的核心成分主要有四大类，包括透明质酸钠类、重组胎贝粘蛋白类、重组胶原蛋白类、海藻酸钠类。基于不同消费群体在多种场景下的使用需求，公司利用不同的核心成分和敷料形态打造了差异化的产品矩阵，其中绽妍械蓝是透明质酸类产品的经典之作。应用于自主生产的绽妍械蓝产品的主要技术为 3D 透明质酸复配技术（核心技术）和透明质酸物理交联技术（非核心技术），这两项技术均为公司自主研发并共同形成了一项发明专利，具体情况如下：

序号	技术名称	技术简介	技术来源	形成专利
1	3D 透明质酸复配技术	大分子、小分子和寡聚透明质酸三重（3D）科学复配，整体配方极简，综合平衡肤感、功效和安全性，不同分子量透明质酸具有不同层次的渗透性，作用于皮肤不同层次，从外到内，全维保湿修护。3D 复配透明质酸钠料液结合医用铜氨纤维材质膜布，清薄透明且服帖性优	自主研发	ZL202410866769.5 一种用于皮肤屏障修复的透明质酸钠敷料及其制备方法

		异，安全无刺激，造就独特的使用感受		
2	透明质酸物理交联技术	透明质酸钠凝胶与甘油或丙二醇等多元醇混合，低压-高压循环多次处理，得到不同交联程度透明质酸钠材料，改善透明质酸钠分子在水相体系中的稳定性，同时保持其良好的溶解性	自主研发	ZL202410866769.5 一种用于皮肤屏障修复的透明质酸钠敷料及其制备方法

综上，公司的非透明质酸类产品（如重组贻贝粘蛋白产品、海藻酸钠产品等）与绽妍械蓝在配方、核心原料等方面具有根本性的差异，研发路径完全不同，在开发过程中形成了各自的技术路径与专利体系；在公司自主研发的 17 项核心技术中，仅有 3D 透明质酸复配技术这一项核心技术应用于绽妍械蓝，其余 16 项核心技术均未应用在绽妍械蓝中。

4、后续医疗器械注册证的转让规划

根据现行有效的《医疗器械监督管理条例（2024 修订）》等医疗器械监管规则尚未明确规定医疗器械注册证转让制度，在现行法律法规框架下，“医疗器械注册证不允许买卖、出租、出借”，因此陕西佰傲无法向公司转让其持有的与绽妍械蓝有关的医疗器械注册证。

国家药品监督管理局于 2024 年 8 月 26 日发布《中华人民共和国医疗器械管理法（草案征求意见稿）》，该征求意见稿第五十八条对医疗器械注册证转让进行规定：“经药品监督管理部门批准，医疗器械注册人可以转让医疗器械注册证。受让方应当具备保障医疗器械安全性、有效性和质量可控性的质量管理和风险防控等能力，并履行医疗器械注册人义务。”如上述法律正式发布，医疗器械注册证转让具备可行性，公司与陕西佰傲可按照双方约定进行注册证转让。

根据绽妍生物、成都绽妍与陕西佰傲于 2023 年 1 月 13 日签署的《关于二类医疗器械产品权益转让的补充协议》，在符合国家规定的前提下，陕西佰傲在达到转让条件前提下应协助绽妍生物完成本协议约定二类医疗器械产品注册证的转让或申报手续。若后续相关法律法规调整，公司将择机履行医疗器械注册证的转让程序。

为了实现绽妍械蓝的自产，公司的全资子公司西安德诺已取得新医疗器械注册证（陕械注准 20232140142），并将自产绽妍械蓝的多款 SKU 承接在该注册证名下，同时将子公司科研创美增加为绽妍械蓝新的生产场地。截止本回复出具之日，科研创美已使用该注册证完成多款绽妍械蓝产品的备案生产。

5、公司在报告期内是否对陕西佰傲存在重大依赖，公司自建生产线生产的产品是否符合相关标准，是否存在质量纠纷，公司是否具备自主生产的全部关键资源

如上所述，报告期内公司自陕西佰傲采购产品的销售收入分别为 21,483.44 万元、14,692.44 万元，占公司营业收入的比例分别为 44.19%、24.59%，占比有所下降。报告期内，公司主要自陕西佰傲采购绽妍械蓝产品，随着公司已自主取得自产械蓝产品的医疗器械注册证并完成自有产线的建设及投产，公司自 2024 年 5 月起已不再向陕西佰傲采购械蓝产品。

公司自主生产的绽妍械蓝应用了公司技术团队自主研发的 3D 透明质酸复配技术和透明质酸物理交联技术，并申请了相关专利，且公司拥有自产绽妍械蓝的全部技术专利与权益。此外，外采和自产的绽妍械蓝均由公司自主销售，陕西佰傲不向公司提供任何销售渠道，公司的销售不依赖于陕西佰傲。

因此，截至报告期末，公司对陕西佰傲不存在重大依赖。

截至本回复出具之日，公司已完成绽妍械蓝的自有产线建设并完全实现了自产替代。公司的自建工厂位于湖南湘潭，隶属于全资子公司科研创美。该工厂拥有双线 10 通道的自动化生产线，8 小时可以产出 12 万片成品面膜。

公司已为自建工厂取得生产绽妍械蓝的全部资质证照，包括：2023 年 8 月通过湘潭市经济技术开发区建设局的消防验收、湘潭市生态环境局出具的环评报告审批通过意见（2023 年出具）、2024 年 1 月完成环保验收、湖南科研创美 2023 年 10 月获得的医疗器械生产许可证书、西安德诺取得自产版绽妍械蓝的医疗器械注册证、西安德诺海思委托湖南科研创美生产绽妍械蓝的委托生产合同等手续。

经核查，公司自建生产线生产的产品符合相关标准，不存在质量纠纷。

综上所述，公司具备自主生产绽妍械蓝的全部关键资源。

（三）说明绽妍械蓝相关技术和权益转让的背景、过程、定价依据及公允性、核心权利义务安排、违约责任，目前公司与陕西佰傲等绽妍商标及绽妍械蓝产品权益转让相关方是否存在纠纷

1、绽妍械蓝技术和权益转让背景

绽妍械蓝相关技术和权益转让协议由成都绽妍于 2018 年 11 月与相关方签署，系

成都绽妍被绽妍生物收购前签署的协议，该协议的签署背景如下：

“绽妍”品牌孵化于西安博和，该品牌主要用于陕西佰傲持有的“陕械注准 20152640055”“陕械注准 20142640032”的二类医疗器械（医用敷料）产品的生产和销售。西安博和系成都绽妍历史实际控制人张龙与陕西佰傲合资设立的公司，因陕西佰傲缺乏较强的品牌运营能力、且医用敷料产品与陕西佰傲主营业务（三类医疗器械的研发和生产）和发展规划不完全相符，双方在西安博和的经营理念 and 计划上存在差异，故张龙与陕西佰傲协商对“绽妍”品牌相关业务进行分割，由陕西佰傲收购西安博和为全资子公司，张龙通过其实际控制的成都绽妍自行经营“绽妍”品牌敷料类医疗器械业务，具体安排包括：（1）西安博和将持有的“绽妍”品牌相关商标、专利转让与张龙实际控制的成都绽妍；（2）陕西佰傲将“陕械注准 20152640055”“陕械注准 20142640032”产品权益转让与成都绽妍，在具备法律可行性的条件下，陕西佰傲将上述产品注册证书变更登记至成都绽妍名下；（3）王黎将持有的西安博和 40%股权转让与陕西佰傲，西安博和成为陕西佰傲全资子公司。

2、绽妍械蓝技术和权益转让过程、定价依据及公允性、核心权利义务安排、违约责任

绽妍械蓝技术和权益转让主要系依据成都绽妍、陕西佰傲、西安博和、王黎于 2018 年 11 月 28 日签署的《关于“绽妍”系列商标转让等其他事宜协议书》（以下简称“《协议书》”）约定进行，涉及的交易安排、定价依据及违约责任具体情况如下：

（1）“绽妍”系列商标转让

西安博和向成都绽妍转让“绽妍”系列商标，具体如下¹³：

序号	商标名称	注册号	图样	类别	有效期限
1	绽妍	16552506		42	2016.03.21-2026.03.20
2	绽妍	16552470		44	2016.05.14-2026.05.13
3	绽妍 JUYOU	16552204		3	2016.07.28-2026.07.27
4	绽妍 JUYOU	16552246		5	2016.07.28-2026.07.27
5	绽妍 JUYOU	16552337		10	2016.05.14-2026.05.13

¹³ 列表中第 1-26 项商标系《协议书》明确约定转让商标。根据《协议书》约定，处于申报中尚未获得商标注册证的与“绽妍”系列商标相关的商标，也属于《协议书》约定转让的“绽妍系列商标”范围，序号第 27-30 项商标系属上述未于协议中明确约定但实际转让的商标。

序号	商标名称	注册号	图样	类别	有效期限
6	绽妍 JUYOU	16552325	绽妍 JUYOU	35	2016.05.14-2026.05.13
7	绽妍 JUYOU	16552419	绽妍 JUYOU	44	2016.10.21-2026.10.20
8	绽妍 JUYOU	16552425	绽妍 JUYOU	42	2016.08.14-2026.08.13
9		16553104		42	2016.06.07-2026.06.06
10		16553188		35	2016.06.07-2026.06.06
11		16553214		10	2016.06.07-2026.06.06
12		16553051		44	2016.06.07-2026.06.06
13		16553369		3	2016.09.21-2026.09.20 ¹⁴
14		16553343		5	2016.06.07-2026.06.06
15	JUYOU	16553005	JUYOU	44	2016.06.07-2026.06.06
16	JUYOU	16552855	JUYOU	10	2016.06.07-2026.06.06
17	JUYOU	16552960	JUYOU	42	2016.09.21-2026.09.20
18	JUYOU	16552940	JUYOU	35	2016.09.21-2026.09.20
19	JUYOU	16552806	JUYOU	5	2016.10.28-2026.10.27
20	JUYOU	16552767	JUYOU	3	2016.06.07-2026.06.06
21	绽妍	16552625	绽妍	10	2016.06.07-2026.06.06
22	绽妍	16552622	绽妍	35	2016.06.07-2026.06.06
23	绽妍	16552695	绽妍	5	2016.06.14-2026.06.13
24	绽妍	16552717	绽妍	3	2016.08.28-2026.08.27
25	绽妍	24319303	绽妍	9	2017.05.25-2027.05.24
26	绽妍	14397055		3	2015.05.28-2025.05.27
27	绽妍	24319304	绽妍	38	2018.05.28-2028.05.27
28	绽妍 JUYOU	28316669	绽妍 JUYOU	1	2018.12.28-2028.12.27
29	绽妍 JUYOU	30104256	绽妍 JUYOU	3	2019.02.28-2029.02.27
30	绽妍	30104257	绽妍	3	2019.02.28-2029.02.27

¹⁴ 此商标因连续三年停止使用注册商标，于 2023 年 12 月 27 日被撤销。

上述商标转让价格为 92 万元，成都绽妍于 2018 年 11 月 30 日向西安博和支付了上述转让价款，西安博和已依约向成都绽妍转让“绽妍”相关商标。

（2）医疗器械产品权益及相应外观专利转让

陕西佰傲向成都绽妍注册证号为“陕械注准 20152640055”和“陕械注准 20142640032”的第二类医疗器械产品全部权益，共涉及 12 项产品，具体如下：

序号	品名	类别	规格	注册证号
1	安敏保湿膏	二类器械	40g	陕械注准 20152640055
2	安敏保湿膏	二类器械	100g	陕械注准 20152640055
3	安敏保湿喷雾	二类器械	150ml	陕械注准 20152640055
4	安敏保湿喷雾	二类器械	200ml	陕械注准 20152640055
5	安敏保湿乳	二类器械	15g	陕械注准 20152640055
6	安敏保湿乳	二类器械	50g	陕械注准 20152640055
7	安敏保湿水	二类器械	30ml	陕械注准 20152640055
8	安敏保湿水	二类器械	60ml	陕械注准 20152640055
9	安敏保湿水	二类器械	150ml	陕械注准 20152640055
10	医用透明质酸修复贴	二类器械	6 片	陕械注准 20142640032
11	医用透明质酸修复贴	二类器械	5 片	陕械注准 20142640032
12	医用透明质酸修复贴	二类器械	新 6 片	陕械注准 20142640032

西安博和向成都绽妍转让上述医疗器械产品生产所使用¹⁵的 2 项外观专利，具体如下：

序号	专利（授权）号	专利名称	专利申请日	专利类型	专利权人
1	201730666597.8	外包装盒（透明质酸面膜）	2017.12.25	外观设计	西安博和
2	201830209739.2	皮肤修护敷料外包装盒	2018.05.10	外观设计	西安博和

上述产品权益及相应外观专利转让价格为 100 万元，成都绽妍于 2018 年 12 月 3 日向陕西佰傲支付了上述转让价款，西安博和已依约向成都绽妍转让相关外观专利。截至本回复出具之日，《协议书》约定医疗器械注册证书尚未进行转让，中国医疗器械监督管理相关法律法规尚未就医疗器械注册证转让实施方式进行明确规定，为确保

¹⁵ 报告期内，因产品包装更新，该等外观专利已停止使用。

上述协议安排履行之合法性，报告期内，各方按照《协议书》约定，由医疗器械注册人陕西佰傲经绽妍生物授权使用“绽妍”相关商标及商品外包装相关专利后，向绽妍生物提供协议约定产品。

（3）西安博和股权转让

王黎向陕西佰傲转让其持有的西安博和 40%股权，根据《协议书》约定，并经中介机构访谈王黎、陕西佰傲，上述股权转让价格为 192 万元，已由陕西佰傲向王黎支付，西安博和上述股权转让事项于 2019 年 1 月 22 日完成工商变更登记。

（4）转让价格定价依据及公允性

《协议书》约定的交易安排及定价依据为：西安博和股权转让定价系王黎向西安博和实缴注册资本金额；商标转让价格、产品权益及相应外观专利转让价格系各方基于该次交易业务分割背景进行的协商定价，转让时“绽妍”处于品牌孵化早期阶段，价格合理、公允，不存在利益输送或除协议约定外的其他交易安排和定价。

（5）主要权利义务安排及违约责任

除前述《协议书》约定的商标转让、专利转让、股权转让已按照相关法律法规履行完毕外，《协议书》其他权利义务安排如下：

① 陕西佰傲在符合国家法律法规的前提下向成都绽妍提供协议约定注册证号为“陕械注准 20152640055”“陕械注准 20142640032”的第二类医疗器械产品（下称“协议约定产品”）注册证的申报相关资料并协助转移注册证；

② 协议约定产品上由成都绽妍进行发明创造产生的专利和专有技术归成都绽妍所有；

③ 经成都绽妍授权，陕西佰傲作为唯一生产商负责协议约定产品的生产；

④ 西安博和配合成都绽妍将绽妍医疗器械天猫旗舰店转移至成都绽妍。

《协议书》关于各方违约责任的主要约定如下：

① 签约各方均应严格按照协议约定支付相关款项。若存在逾期付款的，视为违约，每逾期 1 日，按逾期金额的万分之五向应收款方支付违约金；若逾期付款达到 30 日（含）以上，违约方除按上述标准继续支付违约金外，守约一方有权解除本协议，由此导致损失由违约方承担。

② 签约各方应严格按照协议约定开展各项变更工作，按相关规定出具证明行性文件，签署相关法律文书。若存在逾期履行，视为违约，每逾期 1 日，违约方向相关工作事项的守约方支付协议总标的金额 0.05%元的滞纳金；若逾期时间超过 30 日（含），违约方除按上述标准继续支付滞纳金外，守约一方有权解除本协议，由此导致损失由违约方承担。

③ 任何一方若无故单方面解除本协议，应向其他守约方各支付违约金，违约金均为协议总标的金额 10 倍。

④ 签约各方发生除违约责任第①②项外的其他违约情况的，守约方均有权单方解除本合同，退还转让价款，将本合同约定的相关权属及相关权利变更原所有权人，并要求违约方向守约方各支付违约金，违约金均为协议中标的金额 10 倍。

因《协议书》约定的注册证号为“陕械注准 20152640055”医疗器械有效期届满以及“陕械注准 20142140032”医疗器械到期换证事宜，绽妍生物、成都绽妍与陕西佰傲于 2023 年 1 月 13 日签署了《关于二类医疗器械产品权益转让的补充协议》（下称“《补充协议》”），《补充协议》在《协议书》约定基础上，进一步明确了各方权利义务，具体如下：

① 原转让协议项下“陕械注准 20152640055”注册证已失效，“陕械注准 20142640032”医疗器械经重新审批核发注册证编号为“陕械注准 20142140032”，绽妍生物按原协议约定继续享有“陕械注准 20142140032”二类医疗器械产品项下全部权益，绽妍生物对该等产品享有使用、收益、处置等一切权利；

② 绽妍生物系注册证编号为“陕械注准 20142140032”二类医疗器械产品相关权益的合法持有人，陕西佰傲不得将该等权益转让或许可与任何第三方享有；

③ 如陕西佰傲就原持有的注册证编号为“陕械注准 20152640055”的二类医疗器械产品重新申请并取得新注册证编号，绽妍生物将继续按照原协议约定享有该等二类医疗器械产品项下全部权益，若未重新取得，亦不影响原“陕械注准 20152640055”二类医疗器械产品项下全部权益继续归绽妍生物所有，包括但不限于该等产品对应的外观专利、专有技术以及基于该等产品产生的任何衍生权益，绽妍生物对该等产品享有使用、收益、处置等一切权利；

④ 在符合国家规定的前提下，陕西佰傲在达到转让条件前提下应协助绽妍生物

完成本协议约定二类医疗器械产品注册证的转让或申报手续；

⑤ 本协议项下二类医疗器械产品注册证到期后，如相关证书仍未能转移至绽妍生物名下的，陕西佰傲负有申请续期或重新申请之义务，绽妍生物无需就该等续期或重新申请向陕西佰傲另行支付费用。

3、目前公司与陕西佰傲等绽妍商标及绽妍械蓝产品权益转让相关方是否存在纠纷

经中介机构访谈陕西佰傲、西安博和，并经查询中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、中国审判流程信息公开网（<https://splcgk.court.gov.cn/gzfwwww>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、人民法院公告网（<https://rmfygg.court.gov.cn>）、企查查网站（<https://pro.qcc.com>）等网站公开信息，截至本回复出具之日，公司与陕西佰傲、西安博和等绽妍械蓝产品权益转让相关方不存在诉讼、仲裁等争议纠纷情形。

（四）说明对于绽妍械蓝产品公司采用总额法还是净额法确认收入及相关依据，是否符合《企业会计准则》的要求

公司对于绽妍械蓝产品采用总额法确认收入，主要因为公司系主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入。

对照《企业会计准则第 14 号——收入》的相关规定，公司对于绽妍械蓝产品采用总额法确认收入的相关依据及分析如下：

准则规定	分析
企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入。否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：（1）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户；（2）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务；（3）企业自第三方取得商	（1）除医疗器械注册证受限于相关法律法规的规定尚无法进行转让并完成注册人变更外，交易所涉及的商标、专利均已完成所有权转让且权属已变更登记至绽妍生物名下，与注册编号为“陕械注准 20142140032”的医疗器械注册证相关的二类医疗器械产品亦按《绽妍权益转让协议》的约定由陕西佰傲为公司进行生产。 （2）陕西佰傲完成绽妍械蓝产品生产后，相关产品运输至公司仓库，由公司自主决定产品的保管、出售。 综上，虽然陕西佰傲为公司提供了绽妍械蓝产品生产，但该产品的转让由公司自行负责，符合“企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户”相应情形，这表明公司向客户转让商品前能够控制该商品。

准则规定	分析
品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。	
企业承担向客户转让商品的主要责任	根据销售合同约定，公司负责产品的发货、运输和质量保障等，切实承担向客户转让商品的主要责任
企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险	（1）公司根据对客户基本情况进行调查、审核，自主决定客户、产品的保管、出售，出售前自主承担丢失和毁损风险，拥有未售产品的所有权。 （2）根据采购合同约定，公司在收到货物规定时间内未提出异议或提交鉴定的，视为产品质量合格；在市场流通过程中，有效期内的产品内容物如出现质量问题，应由公司与陕西佰傲共同委托的鉴定部门对产品质量及内容物出现质量问题的原因进行鉴定，鉴定费及因质量问题造成的损失由责任方承担，双方都有责任的，根据责任大小按比例承担。 （3）根据销售合同约定，公司负责产品的发货、运输，产品运至约定交货地前，产品灭失、损毁、质量变化等风险由公司承担；产品到达约定交货地且客户未在规定时间内提出异议的，视为货物合格，后续除因产品质量问题，公司不再受理退换货处理。 因此，在转让商品之前公司承担了该商品的存货风险。
企业有权自主决定所交易商品的价格	公司拥有自主定价权
结论	公司在向客户转让商品前能够控制该商品，为主要责任人，按总额法确认收入

综上所述，公司作为主要责任人承担交易责任风险，对于绽妍械蓝产品采用总额法确认收入符合《企业会计准则》的规定。

七、请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见，逐项说明具体核查程序、比例及结论。请律师核查事项（3）（6）①-③并发表明确意见。

（一）请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见，逐项说明具体核查程序、比例及结论

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、申报会计师进行了如下核查：

（1）取得并查阅西藏圆融与陕西佰傲于 2023 年 1 月 1 日签署的《商品销售协议》；

（2）取得并查阅英普博集、西藏圆融、成都绽妍、西安德诺的全套工商资料；

（3）获取并查阅了主要客户的销售合同，核查了合同中关于产品发货、运输、退

换货、质量的约定情况；

（4）向销售负责人就客户选择、销售定价、货物流转、责任承担等进行访谈；

（5）获取并查阅了与陕西佰傲的采购合同，核查了合同中关于产品生产、运输、退换货、质量的约定情况；

（6）了解、评价和测试与采购相关的关键内部控制的设计及运行的有效性；

（7）获取公司直接材料成本构成明细，询问公司采购部、生产部及财务部人员，了解直接材料构成变动原因；

（8）获取公司采购明细表、生产领料序时簿，了解公司主要原材料的采购、耗用及结转情况，分析主要原材料与公司产品的匹配关系及产品产量与耗用量情况；了解公司采购价格与市场价格变化的匹配度，分析说明原材料价格变动对公司生产经营的影响情况；

（9）对公司报告期内主要供应商进行实地走访，了解双方合作背景，了解供应商定价方式；

（10）对供应商进行访谈、函证，查阅公司与供应商之间的合同，访谈公司管理层，了解并核查公司各类型的主要供应商情况；

（11）查阅公司的收入成本表以及采购表，核查公司对陕西佰傲的采购情况及报告期内来自陕西佰傲的相关收入利润情况；

（12）查阅陕西佰傲及公司自产绽妍械蓝的产品说明、公司的专利清单，访谈公司研发和生产负责人，了解并核查两版产品的差异细节和公司的核心技术专利情况；

（13）查阅公司湖南工厂的相关手续文件、公司自产绽妍械蓝的相关资质证照。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

（1）报告期内公司与陕西佰傲的合作背景具有合理性，绽妍械蓝报告期内的业务合作模式为产成品采购；公司自陕西佰傲采购绽妍械蓝产品的业务具备合规性。

（2）公司结合货物流转、责任承担等情况，判断在外采产成品模式下，公司在向客户转让商品前能够控制该商品，为主要责任人，按总额法确认收入，符合《企业会

计准则》的规定；

（3）公司作为主要责任人承担交易责任风险，对于绽妍械蓝产品采用总额法确认收入相关依据充分，符合《企业会计准则》的规定；

（4）公司自产、外采和代工三种模式属于行业惯用模式，公司与三种模式下的主要供应商均不存在关联关系及异常资金往来；

（5）截至报告期末，公司对陕西佰傲不存在重大依赖，报告期内，公司自建生产线生产的产品符合相关标准，不存在质量纠纷，公司具备自主生产的全部关键资源。

（二）请律师核查事项（3）（6）①-③并发表明确意见

1、 核查程序

申报律师执行了如下核查程序：

（1）查阅了报告期内公司向第三方出具的专利授权书，核查授权内容、是否涉及生产授权；查阅公司与供应商签署的采购合同，核实双方关于知识产权及保密的相关约定；

（2）取得并查阅西藏圆融与陕西佰傲签署的《商品销售协议》《商标使用授权书》等业务合同，核实双方关于业务合作模式、产品生产、运输、退换货、质量责任等相关约定；

（3）查阅了《医疗器械监督管理条例》《医疗器械生产监督管理办法》等相关规定，核实报告期内公司与陕西佰傲的合作模式是否符合相关法律法规的规定；

（4）查阅公司的收入成本表以及采购表，核查公司对陕西佰傲的采购情况及报告期内来自陕西佰傲的相关收入利润情况；

（5）查阅陕西佰傲及公司自产绽妍械蓝的产品说明、公司的专利清单，访谈公司研发和生产负责人，了解并核查两版产品的差异细节和公司的核心技术专利情况；

（6）查阅公司湖南工厂的相关手续文件、公司自产绽妍械蓝的相关资质证书。

（7）查阅绽妍械蓝权益转让相关交易文件及补充协议、转让价款支付凭证，对交易标的、转让价款、各方权利义务及违约责任等约定进行核实，核查协议履行情况、各方关于后续医疗器械注册证转让事宜的相关约定；

(8) 对绽妍械蓝权益转让交易相关方陕西佰傲、西安博和、王黎、张龙进行访谈并取得相应访谈笔录，了解成都绽妍收购陕西佰傲拥有的绽妍械蓝相关权益的原因背景、相关权益转让的定价依据及标准以及各方是否就协议履行存在争议纠纷情形；

(9) 查询中国裁判文书网等网站，访谈公司法务主管，核实公司是否就绽妍械蓝权益享有存在与第三方的诉讼、仲裁或争议纠纷情形；

(10) 查阅西安德诺、科研创美持有的生产相关资质、生产质量管理体系文件、固定资产明细、持有的产品注册证书及专利证书、员工名册及其所在地主管部门出具的合规证明，核实公司自建生产线产品是否符合相关标准、是否存在质量纠纷、是否具备自主生产的全部关键资源。

2、 核查意见

经核查，申报律师认为：

(1) 报告期内，公司不存在授权除公司及子公司外任何其他第三方使用公司专利进行生产的情形；

(2) 报告期内，陕西佰傲经公司授权，使用“绽妍”商标生产包括绽妍械蓝（注册证编号为“陕械注准 20142140032”）在内的医疗器械产品，公司自陕西佰傲采购相应产品，并最终由公司对外销售。报告期内，绽妍生物与陕西佰傲的合作背景及合作模式未发生变更，公司自陕西佰傲采购绽妍械蓝产品不存在违反医疗器械管理以及商标相关法律法规的情形；

(3) 公司自主生产绽妍械蓝产品应用了公司自主研发的 3D 透明质酸复配技术和透明质酸物理交联技术及专利，与陕西佰傲生产械蓝产品使用的核心技术不具有关联性。若后续相关法律法规调整，公司将择机履行陕西佰傲注册持有的绽妍械蓝产品对应医疗器械注册证的转让程序；

(4) 绽妍械蓝产品权益转让相关交易具有合理商业背景、价格公允，截至本回复出具之日，公司与陕西佰傲、西安博和等绽妍械蓝产品权益转让相关方不存在诉讼、仲裁等争议纠纷情形；

(5) 公司已通过自主研发、自持产品、自建产线、自主生产等方式有效降低了向陕西佰傲的采购比例，公司自 2024 年 5 月起，公司已不再向陕西佰傲采购绽妍械蓝产

品，截至报告期末，公司对陕西佰傲不存在重大依赖；

（6）报告期内，公司不存在因产品不符合法定标准或产品质量问题被迫偿、索赔或被行政处罚的情形；

（7）报告期内，公司取得并持续持有自主生产所需业务资质及技术，具备独立生产厂房、生产设备及生产人员，具备自主生产的全部关键资源。

问题 7. 关于其他事项。

(1) 关于存货。根据申请文件，报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,580.10 万元、6,655.30 万元，呈增长趋势，公司报告期内仅库存商品计提跌价准备，存货存在报废的情形。请公司：①结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等，说明公司的存货余额是否与订单、业务规模相匹配，存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异，说明期后存货结转情况。②说明公司各类存货库龄结构；结合库龄、质保期情况说明公司库存商品规模较高的合理性，说明是否存在滞销的情形。③列示说明公司各项存货可变现净值的确定过程、结合账面价值情况、各类存货保质期情况，说明除库存商品外未计提存货跌价准备是否谨慎，相关依据是否充分。④说明各类存货的具体形态、分布地点及相应占比，说明各期末各类存货的盘点情况、是否存在账实不符的情形。⑤说明公司存货内控管理制度的建立及执行情况，存在较多报废存货的合理性，报废后存货的具体去向，是否存在异常。请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

(2) 关于长期资产。根据申请文件，报告期各期末，公司固定资产分别为 3,633.82 万元、3,572.97 万元，固定资产未计提减值准备；在建工程分别为 0、163.72 万元，包括湖南科研创美二期厂房装修工程、陕西绽妍厂房工程；公司租赁部分房屋建筑物，使用权资产分别为 748.29 万元、1,485.49 万元。请公司：①说明公司生产基地数量、分布情况，并分别说明各个生产基地的主要生产产品、各产品的产能、产能利用率、产量情况，与机器设备、员工的配置情况是否匹配。②说明公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业可比公司的对比情况，是否存在显著差异；说明公司报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，未对固定资产计提减值准备是否谨慎合理。③结合公司各产品各期产能、产能利用率情况，说明各项在建工程项目的预计用途及必要性，与生产经营情况是否匹配，在建工程投入的资金来源、预算金额，期后结转情况。④说明公司各期末各地固定资产、在建工程的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形。⑤说明公司所使用的房屋建筑物的基本情况，包括但不限于自有与租入的金额及占比，生产厂房、管理办公区域的面积大小及是否能够满足经营所需；说明公司租赁房产开展生产经营的稳定性，房产租赁价格的公允性。⑥说明公司使用权资产规模大幅增长的原因及合理性，与经营规模变化是否匹配；说明、使用权资产及租赁负债是否符合《企业会计准则》等相关规定，归集是否完整、

金额是否准确。请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

(3) 关于研发费用。根据申请文件，报告期内，公司研发费用分别为 1,503.81 万元、1,372.77 万元，占营业收入的比重分别为 3.09%、2.30%，主要由职工薪酬、直接材料等构成；公司拥有研发人员 83 名，占比 15.51%。请公司：①说明公司研发费用率、研发人员占比与同行业可比公司是否存在较大差异。②结合研发人员主要职能定位及分工、经历经验、学历水平、年龄分布，说明研发人员是否与研发项目匹配，认定标准是否合理，是否存在研发人员与其他岗位人员混同的情况。③说明公司专职、非专职研发人员的数量，说明非专职研发人员的工时管理流程，是否存在工时分摊不准确的情况。④说明公司研发领料是否内部控制是否健全，是否存在研发样品销售，如有说明会计处理是否符合相关规定。⑤说明公司是否按照研发项目归集研发费用，相关内部控制制度及有效性，是否存在研发费用与生产成本混同的情形。请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

(4) 关于货币资金与现金流。根据申请文件，报告期各期末，公司货币资金分别为 23,769.41 万元、27,986.15 万元，规模较高。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 10,898.36 万元、7,331.87 万元，与净利润存在一定差异。请公司：①结合公司上下游结算模式与议价能力、生产模式，说明公司货币资金规模较高、占总资产比例较高、逐年增长的原因及合理性，与公司实际经营情况是否匹配，公司是否具备开展正常经营所需的全部资产资源。②说明公司是否存在大额异常转账，是否存在资金池，如有，请补充披露相关情况。③结合实际业务、经营性应收、应付、存货等增减变动定性定量进一步补充披露经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的原因。④说明货币资金管理制度及内部控制制度是否建立健全且得到有效执行。请主办券商、会计师核查上述事项，并对上述事项及公司货币资金的真实性发表明确意见。

(5) 关于特殊投资条款。根据申请文件，实际控制人与鼎晖翌熹等机构股东之间存在特殊投资条款。请公司：①全面梳理并以列表形式说明现行有效的特殊投资条款，逐条说明是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于“1-8 对赌等特殊投资条款”的要求。②结合相关主体签订有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议，详细说明变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效。③详细说明回购触发的可能性、回购方所承担的具体义务；结合回购方各类资产情况，详细说明触发回购条款时回购方是否具备独立支付能力，是否可能因回购行为影响公司财务状况，触发回

购条款时对公司的影响。请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

(6) 关于股权激励。根据申请文件，2021 年 6 月公司设立员工持股平台横琴绽妍实施股权激励。请公司：①说明横琴绽妍合伙人是否均为公司员工，出资来源是否均为自有资金，所持份额是否存在代持或者其他利益安排。②披露股权激励的行权条件、内部股权转让、离职后股权处理的相关约定以及股权管理机制，员工发生不适合股权激励情况时所持相关权益的处置办法；股权激励目前是否已经实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划。③结合股权激励条款，说明公司计算股份支付费用时等待期、公允价值的确定依据及合理性，说明股份支付的会计处理是否符合相关规定，股份支付计入相关费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，股份支付对当期及未来公司经营业绩的影响。④说明公司预估的股权激励行权时间是否发生过变化，对应股份支付的会计处理是否存在调整，是否符合《企业会计准则》等规定。请主办券商、律师核查事项①②并发表明确意见。请主办券商、会计师核查事项③④并发表明确意见。

(7) 关于股权代持。请公司说明是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。请主办券商、律师核查上述事项，就公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件发表明确意见，并说明以下核查事项：①结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在利益输送问题；②结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明股权代持核查程序是否充分有效，如对公司控股股东、实际控制人，持股的董事、监事、高级管理人员、员工，员工持股平台出资主体以及持股 5%以上的自然人股东等出资前后的资金流水核查情况；③公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议。

(8) 关于公司治理。请公司：①在公开转让说明书“公司治理”章节“公司股东会、董事会、监事会的建立健全及运行情况”中补充披露公司内部监督机构的设置情况，相关设置是否符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等规定，是否需要并制定调整计划，调整计划的具体内容、时间安排及完成进展。②说明公司章程及内部制度是否符合《公司法》《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》《全国中小企业股份转让系统

股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等规定，是否需要并按规定完成修订，修订程序、修订内容及合法合规性，并在问询回复时上传修订后的文件。③说明申报文件 2-2 及 2-7 是否符合《全国中小企业股份转让系统股票公开转让并挂牌业务指南第 1 号——申报与审核》附件及官网模板要求，如需更新，请在问询回复时上传更新后的文件。请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

(9) 其他问题。请公司：①说明“藏青工业园企业扶持资金”的发放要求及公司对应的符合情况，该政府补助是否存在特定用途要求，公司实际使用是否符合补助要求，是否存在通过虚假信息骗补或补贴收回的情况。②“合并财务报表范围”中对子公司的取得方式对于“股权收购”细化披露为同一控制下合并或非同一控制下合并。③补充披露公司财务报表层面的重要性水平，明确具体数值及依据。④结合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》相关规定，说明是否应当认定董事张筱笛为共同实际控制人之一。请主办券商、会计师核查上述事项①-③并发表明确意见。请主办券商、律师核查上述事项④并发表明确意见。

回复：

一、关于存货。根据申请文件，报告期各期末，公司存货账面价值分别为 5,580.10 万元、6,655.30 万元，呈增长趋势，公司报告期内仅库存商品计提跌价准备，存货存在报废的情形。请公司：①结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等，说明公司的存货余额是否与订单、业务规模相匹配，存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异，说明期后存货结转情况。②说明公司各类存货库龄结构；结合库龄、质保期情况说明公司库存商品规模较高的合理性，说明是否存在滞销的情形。③列示说明公司各项存货可变现净值的确定过程、结合账面价值情况、各类存货保质期情况，说明除库存商品外未计提存货跌价准备是否谨慎，相关依据是否充分。④说明各类存货的具体形态、分布地点及相应占比，说明各期末各类存货的盘点情况、是否存在账实不符的情形。⑤说明公司存货内控管理制度的建立及执行情况，存在较多报废存货的合理性，报废后存货的具体去向，是否存在异常。请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

(一) 结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等，说明公司的存货余额是否与订单、业务规模相匹配，存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异，说明期后存货结转情况

1、结合合同签订、备货和发货周期、订单完成周期等，说明公司的存货余额是否与订单、业务规模相匹配

公司存货主要包括原材料、库存商品，公司根据实际需要主要通过自主生产和外部生产相结合的方式安排生产。对于自主生产产品，公司主要原材料采购一般需要保证公司 2 个月左右的生产用量，医疗器械类产品生产周期约 45 天，化妆品类产品生产周期约 20-30 天；对于外部生产产品，公司化妆品、医疗器械（非无菌）类产品备货周期一般为 1-2 个月左右，医疗器械（无菌）类产品备货周期一般为 2-3 个月左右。公司从接到具体订单到发货的周期约 1-2 天，物流周期约 1-4 天。

报告期内公司各类存货周转天数如下：

单位：天

项目	2024 年	2023 年
原材料	24.50	19.82
库存商品	81.64	71.75
发出商品	5.82	4.59
在产品	2.46	1.11
低值易耗品	0.01	0.01
合同履约成本	2.94	2.15

注：存货周转天数=360/（营业成本/存货平均余额）。

由上表可知，公司存货周转天数与备货和发货周期、订单完成周期相匹配。

报告期末公司存货余额与订单及业务规模对比如下：

单位：万元

项目	金额/比例
2024 年 12 月 31 日存货余额（A）	6,679.91
其中：库存商品余额（B）	4,627.78
2025 年 1-3 月订单金额（C）	17,259.74
2025 年 1-3 月订单金额*（1-当期平均毛利率）（D）	5,023.79
存货余额订单覆盖率 E=D/A	75.21%
库存商品余额订单覆盖率 F=D/B	108.56%

注：订单金额指不含税销售额，当期平均毛利率指 2025 年 1-3 月毛利率

公司遵循“以销定产”的采购模式，根据市场预测准备安全库存。2024 年末，公

司存货和库存商品的订单覆盖率分别为 75.21%、108.56%，整体覆盖率较高，公司存货余额与订单及业务规模相匹配。

2、存货规模与同行业可比公司相比是否存在较大差异

报告期各期末，公司存货规模与同行业可比公司对比情况如下：

（1）2024 年 12 月 31 日

公司名称	存货账面价值 （万元）	存货账面价值占 流动资产的比例	存货账面价值占 资产总额的比例	存货账面价值占 营业收入的比例
锦波生物	9,656.79	7.44%	4.70%	6.69%
华熙生物	124,776.17	45.53%	14.41%	23.23%
敷尔佳	16,029.18	4.38%	2.63%	7.95%
创尔生物	3,542.23	18.91%	7.63%	9.14%
行业平均	38,501.09	19.06%	7.34%	11.75%
绽妍生物	6,655.30	17.40%	14.19%	11.14%

（2）2023 年 12 月 31 日

公司名称	存货账面价值 （万元）	存货账面价值占 流动资产的比例	存货账面价值占 资产总额的比例	存货账面价值占 营业收入的比例
锦波生物	6,628.58	8.81%	4.62%	8.50%
华熙生物	113,450.09	36.33%	13.39%	18.67%
敷尔佳	12,305.70	3.54%	2.09%	6.36%
创尔生物	2,180.68	12.99%	5.18%	7.12%
行业平均	33,641.26	15.42%	6.32%	10.16%
绽妍生物	5,580.10	17.92%	15.04%	11.48%

由上表可知，报告期各期末：（1）公司存货规模低于行业平均水平，主要系华熙生物和敷尔佳均为上市公司且经营规模较大，拉高了行业平均水平；（2）公司存货账面价值占资产总额的比例高于行业平均水平，主要系公司前期以外部生产为主，总资产规模较小，随着公司向自主生产转型，固定资产投入增加，存货占总资产比例将逐步向行业平均趋近；（3）公司存货账面价值占流动资产的比例、存货账面价值占营业收入的比例与行业平均水平基本相近。

综上所述，公司存货规模与同行业可比公司相比，不存在明显异常。

3、说明期后存货结转情况

报告期各期末，公司期后存货结转情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日			2023 年 12 月 31 日		
	账面余额	期后结转金额	结转比例	账面余额	期后结转金额	结转比例
原材料	1,365.04	1,056.21	77.38%	1,208.43	1,093.76	90.51%
库存商品	4,627.78	3,841.68	83.01%	3,948.03	3,665.37	92.84%
发出商品	330.14	316.54	95.88%	280.71	275.34	98.09%
在产品	192.17	174.74	90.93%	66.69	65.89	98.79%
低值易耗品	0.36	-	0.00%	0.33	0.33	100.00%
合同履约成本	164.43	30.90	18.79%	144.67	137.52	95.06%
合计	6,679.92	5,420.07	81.14%	5,648.86	5,238.21	92.73%

注：期后截止日为 2025 年 5 月 31 日

从上表可知，报告期各期末公司存货期后结转比例分别为 92.73%、81.14%，期后结转情况良好，存货周转速度快、变现能力强。

（二）说明公司各类存货库龄结构；结合库龄、质保期情况说明公司库存商品规模较高的合理性，说明是否存在滞销的情形

1、说明公司各类存货库龄结构

报告期各期末，公司存货库龄结构如下：

单位：万元

期间	项目	余额	库龄			
			0-6 个月	6-12 个月	1-2 年	2 年以上
2024 年 12 月 31 日	原材料	1,365.04	925.21	170.28	234.63	34.91
	在产品	192.17	192.17	-	-	-
	库存商品	4,627.78	3,511.18	718.89	386.46	11.26
	发出商品	330.14	330.14	-	-	-
	低值易耗品	0.36	0.08	-	0.26	0.02
	合同履约成本	164.43	71.77	31.87	60.79	-
	合计	6,679.92	5,030.55	921.04	682.14	46.19
	占比	100.00%	75.31%	13.79%	10.21%	0.69%
2023 年	原材料	1,208.43	819.46	211.91	100.60	76.46

期间	项目	余额	库龄			
			0-6 个月	6-12 个月	1-2 年	2 年以上
12 月 31 日	在产品	66.69	66.69	-	-	-
	库存商品	3,948.03	3,159.79	581.30	159.45	47.49
	发出商品	280.71	280.71	-	-	-
	低值易耗品	0.33	0.03	0.27	0.02	0.01
	合同履约成本	144.67	19.56	66.93	5.65	52.53
	合计	5,648.86	4,346.24	860.41	265.72	176.49
	占比	100.00%	76.95%	15.23%	4.70%	3.12%

报告期各期末公司库龄 6 个月以内存货占比分别为 76.95%、75.31%，库龄 1 年以内存货占比分别为 92.18%、89.10%，公司存货的整体库龄较短。

2、结合库龄、质保期情况说明公司库存商品规模较高的合理性，说明是否存在滞销的情形

为应对年末上游供应商春节提前放假，公司会在年底提前备货，建立安全库存。报告期各期末，公司库龄一年以内的库存商品占库存商品总额的比例分别为 94.76%、91.41%，库龄整体较短。公司库存商品主要系面膜类产成品，库龄在一年以上的库存商品主要系水剂和其他类产品，该类产品的质保期通常为 2-3 年，库龄未超过保质期，库龄时间相对较长具有合理性。

截至 2025 年 3 月末，报告期各期末的公司库存商品期后结转比例分别为 92.84%、83.01%，结转情况良好，库存商品规模符合公司正常运营需求。

报告期内，公司有效执行对存货的营运管理，通过适当的促销方式消化长库龄、近效期的存货，报告各期末长库龄、近效期存货较少，公司存货不存在滞销的情形。

（三）列示说明公司各项存货可变现净值的确定过程、结合账面价值情况、各类存货保质期情况，说明除库存商品外未计提存货跌价准备是否谨慎，相关依据是否充分

报告期各期末，公司各项存货可变现净值的确定过程如下：

存货类型	可变现净值确定依据
原材料、在产品	对应库存商品的预计售价-完工将要发生的成本-预计的销售费用和税费

存货类型	可变现净值确定依据
库存商品、发出商品	库存商品的预计售价-预计的销售费用和相关税费
合同履约成本	项目合同预计收入-截至项目完工验收还需产生的成本-相关税费

报告期各期末，公司存货账面价值、保质期情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	具体内容	保质期
原材料	1,365.04	1,208.43	包装材料、化学原料	化学原料保质期通常为 2-3 年，包装材料不涉及保质期
库存商品	4,603.16	3,916.80	贴类、膏体类、水和喷雾类产品等	保质期通常为 2-3 年
发出商品	330.14	280.71		
在产品	192.17	66.69	蛋白类在制品	保质期通常为 3 年
低值易耗品	0.36	0.33	化学实验耗材	不涉及保质期
合同履约成本	164.43	107.14	受托研发项目成本	不涉及保质期
合计	6,655.30	5,580.10		

目前公司经营状况和销售情况良好，各项存货库龄主要为 1 年以内且均在保质期内，不存在大量积压或不能使用等减值情况。报告期内公司综合毛利率分别为 62.33%、68.34%，扣除销售费用和相关销售税金后的利润占收入比例分别为 23.54%、21.25%，公司盈利能力较强，具有较好的市场议价能力，存货可变现净值较高。此外，公司存货期后结转情况良好，公司现有存货预期能较快实现销售，未来公司存货不会存在大量积压情况。综上，公司整体的存货跌价准备规模较小。

报告期内公司对库存商品、合同履约成本计提存货跌价准备，主要原因系：（1）公司期末对已过期库存商品全额计提跌价准备；（2）公司针对所有未过期库存商品进行减值测试，基于减值测试结果，公司主要对有效期在 1 年内到期的非主要销售产品计提了跌价准备；（3）公司对预期因合同终止而无法收回的合同履约成本计提了跌价准备。

综上所述，公司除库存商品、合同履约成本外未计提存货跌价准备谨慎，相关依据充分。

（四）说明各类存货的具体形态、分布地点及相应占比，说明各期末各类存货的盘点情况、是否存在账实不符的情形

报告期各期末，各类存货的具体形态、分布地点及相应占比如下表所示：

单位：万元

时间	存货项目	账面余额	占比	分布地点	具体形态
2024 年 12 月 31 日	原材料	1,365.04	20.44%	公司自有仓库	实物形态
	库存商品	4,627.78	69.28%	公司自有仓库、公司合作物流仓、寄售仓	实物形态
	发出商品	330.14	4.94%	已发出未签收	实物形态
	在产品	192.17	2.88%	公司自有仓库	实物形态
	低值易耗品	0.36	0.01%	公司自有仓库	实物形态
	合同履约成本	164.43	2.46%	-	-
	合计	6,679.92	100.00%	-	-
2023 年 12 月 31 日	原材料	1,208.43	21.39%	公司自有仓库	实物形态
	库存商品	3,948.03	69.89%	公司自有仓库、公司合作物流仓、寄售仓	实物形态
	发出商品	280.71	4.97%	已发出未签收	实物形态
	在产品	66.70	1.18%	公司自有仓库	实物形态
	低值易耗品	0.33	0.01%	公司自有仓库	实物形态
	合同履约成本	144.67	2.56%	-	-
	合计	5,648.87	100.00%	-	-

注：公司合作物流仓主要系北京科捷物流有限公司、成都川联天宇商务服务有限公司、上海祥翼供应链管理有限公司为公司在成都、上海等地提供商品仓储及管理、对接终端配送物流服务的仓库。

各报告期末，公司存货盘点情况如下表所示：

项目	2024 年末存货盘点	2023 年末存货盘点
盘点地点	公司厂区内、公司合作物流仓	
盘点时间	2024 年 12 月 31 日-2025 年 1 月 3 日	2023 年 12 月 29 日-2024 年 1 月 4 日
盘点人员	公司仓储部人员、合作物流仓人员	
盘点范围	自有仓库与公司合作物流仓中的库存商品、原材料、低值易耗品	
盘点方法	静态盲盘： 1、自有仓库：财务部成本核算岗位人员从存货核算系统中导出存货明细表，抽取盘点样本，编制盘点表。根据盘点表明细现场清点存货数量，检查其形态、质量、成色等现状。	

项目	2024 年末存货盘点	2023 年末存货盘点
	2、合作物流仓：合作物流仓人员从旺店通中导出实时库存数据，抽取盘点样本，编制盘点表，同时供应链人员从存货核算系统导出存货明细表作为盘点参考数据。	
盘点程序	1、盘点前，公司根据存货的实际情况制定盘点计划以及编制存货盘点表。仓储部及供应链部根据公司盘点工作的要求做好盘点的准备工作，并对存货进行整理以便盘点。	
	2、盘点过程中，仓储部及供应链部根据既定的盘点计划实施存货盘点，财务部门负责监盘，对照存货盘点表的存货名称、规格型号、数量情况 对实物进行逐项核对，确认账实是否一致。同时查看存货是否存在毁损、变质的情况。	
	3、盘点后，编制盘点总结，复核并记录盘点差异，对于盘点异常事项查明原因并进行相关账务处理，参与盘点的人员在盘点表上签字确认。	
存货账面余额（万元）	6,679.91	5,648.87
存货盘点金额（万元）	6,044.16	4,951.43
存货盘点比例（%）	90.48%	87.65%

报告期各期末，公司对存货进行盘点，并形成盘点记录，存货盘点金额和财务报表存货金额对比差异极小（未超过 1,000 元），系第三方仓库人工操作发货过程中存在的漏发或多发情形，库存差异金额将由第三方仓库进行赔偿。公司通过有效的存货盘点，确保期末存货余额账实相符。

（五）说明公司存货内控管理制度的建立及执行情况，存在较多报废存货的合理性，报废后存货的具体去向，是否存在异常。

1、说明公司存货内控管理制度的建立及执行情况

公司制定了《采购预算管理制度》《采购申请审批制度》《采购授权审批制度》《验收管理制度》《存货盘点管理制度》《废损存货管理制度》等内部控制制度，对存货采购、验收、仓储、盘点、报废管理等进行规定并严格按照制度规定执行，保证存货的验收入库、仓储保管、盘点与减值等实物流转和保管的各个环节规范有序。

2、存在较多报废存货的合理性，报废后存货的具体去向，是否存在异常

报告期内，公司报废存货均为在日常生产经营过程中产生的不再有使用或出售价值的物料及产成品，存货报废损失分别为 114.87 万元、319.92 万元，占营业收入的比重分别为 0.24%、0.54%，占比较低。

报告期内，公司存货报废损失的主要原因包括：（1）化学用品类原材料及产成品

超过质保期后销毁；（2）包材升级或内容变更销毁；（3）药监局调整医疗器械分类管理目录后无法继续生产或销售的产品及对应原材料；（4）产品储存过程中损坏变质。

报告期内，公司报废后存货具体去向主要为，无法使用的包材由公司自行毁坏（如泼墨或剪毁）后进行废品处理，化工原料及其他存货委托第三方危废处理公司处置。公司严格控制相关废品流入市场，并未对废品进行再次销售。

综上所述，报告期内，公司对存货管理的内控制度及措施涉及较为完善，得到有效执行；公司存货报废是管理层基于产品销售策略、产品生命周期及公司实际经营需求做出的处理决定，报废存货符合医疗器械及化妆品的行业惯例，报废后的存货去向合理，不存在异常。

（六）请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

（1）了解公司的产品合同签订、产品备货政策、发货周期和订单完成周期，分析存货余额是否与订单、业务情况相匹配；获取公司期后收入成本明细表，通过公开渠道查询同行业可比公司存货规模，分析公司存货规模与同行业可比公司是否存在较大差异，期后存货结转情况；

（2）了解公司主要存货的保质期情况，获取公司报告各期期末存货库龄表，结合产品的特性，对库龄较长的存货进行分析性复核，检查存货是否存在滞销情况；

（3）获取公司存货跌价准备计算表，分析可变现净值的合理性，并根据存货跌价准备计提政策重新计算存货跌价准备，检查公司存货跌价准备计提金额的准确性和依据的充分性；

（4）访谈公司供应链管理负责人和财务人员，了解各类存货具体形态、分布地点及相应占比；获取并查阅公司存货盘点计划、盘点表、盘点总结报告，评估存货盘点方案的合理性、存货盘点结论是否存在异常现象；

（5）对报告期末存货执行监盘程序，对发出商品执行函证程序，核查报告期各期末存货是否账实相符；

（6）获取并查阅公司存货内控管理制度，了解、评价和测试与存货相关的关键内

部控制的设计及运行的有效性；

(7) 访谈公司管理层，了解存货报废原因、合理性及具体去向，分析是否存在异常；获取并查阅公司报告期内存货报废明细表，了解存货报废的金额、产品等。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

(1) 公司存货余额与备货政策、采购及生产周期、交付周期相匹配，订单覆盖率良好，存货余额与订单、业务规模相匹配，存货规模与同行业可比公司相比无较大异常，期后存货结转比例较高；

(2) 公司存货的整体库龄较短且处于保质期内，期后结转情况良好，库存商品规模较高具有合理性，不存在滞销的情形；

(3) 公司各项存货可变现净值的确定过程合理，公司除库存商品、合同履行成本外未计提存货跌价准备谨慎，相关依据充分；

(4) 公司各类存货具体形态、分布地点及占比符合公司实际情况；报告期各期末，公司已对各类存货进行了盘点，盘点情况整体良好，期末存货账实不存在重大不符的情况；

(5) 公司已建立较为完善的存货内控管理制度，并得到有效执行；

(6) 公司存货报废原因主要是化学用品类原材料及产成品到期销毁、包材升级或内容变更销毁、产品注销后销毁对应包材以及存在产品质量问题等。报告期内，公司报废存货具体去向主要包括自行销毁后作为废品处理，交由第三方危废公司处理等。存货报废符合公司存货管理制度和公司管理需求，不存在异常。

二、关于长期资产。根据申请文件，报告期各期末，公司固定资产分别为 3,633.82 万元、3,572.97 万元，固定资产未计提减值准备；在建工程分别为 0、163.72 万元，包括湖南科研创美二期厂房装修工程、陕西绽妍厂房工程；公司租赁部分房屋建筑物，使用权资产分别为 748.29 万元、1,485.49 万元。请公司：①说明公司生产基地数量、分布情况，并分别说明各个生产基地的主要生产产品、各产品的产能、产能利用率、产量情况，与机器设备、员工的配置情况是否匹配。②说明公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业可比公司的对比情况，是否存在显著差异；说

明公司报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，未对固定资产计提减值准备是否谨慎合理。③结合公司各产品各期产能、产能利用率情况，说明各项在建工程项目的预计用途及必要性，与生产经营情况是否匹配，在建工程投入的资金来源、预算金额，期后结转情况。④说明公司各期末各地固定资产、在建工程的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形。⑤说明公司所使用的房屋建筑物的基本情况，包括但不限于自有与租入的金额及占比，生产厂房、管理办公区域的面积大小及是否能够满足经营所需；说明公司租赁房产开展生产经营的稳定性，房产租赁价格的公允性。⑥说明公司使用权资产规模大幅增长的原因及合理性，与经营规模变化是否匹配；说明、使用权资产及租赁负债是否符合《企业会计准则》等相关规定，归集是否完整、金额是否准确。请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

（一）说明公司生产基地数量、分布情况，并分别说明各个生产基地的主要生产产品、各产品的产能、产能利用率、产量情况，与机器设备、员工的配置情况是否匹配

1、公司生产基地数量、分布情况，各个生产基地的主要生产产品、各产品的产能、产能利用率、产量情况

公司目前有 2 个生产基地，分别位于陕西省西安市和湖南省湘潭市，具体情况如下：

序号	生产基地名称	对应主体	具体地址
1	陕西生产基地	西安德诺海思医疗科技有限公司	陕西省西安市沣东新城科源三路137号康鸿橙方科技园1号楼B单元1-3层
2	湖南生产基地	湖南科研创美医疗科技有限公司	湖南省湘潭市经开区东风路31号创新创业中心14号楼2层

陕西生产基地设有医疗器械车间和化妆品车间，湖南生产基地仅设有医疗器械车间。我国对于医疗器械与化妆品的生产设备与场地环境设置了不同的监管要求，不同车间只能生产各自类别对应的产品，不能混用。在同一车间内，根据生产工序先后，可以分为配液装置和生产线两大类设备，其中，配液装置根据各类产品的原料配比进行配液，生产线则负责产品的灌装封口。根据原料形态，配液装置可以分为水剂类和乳膏类，在完成事前清洁的前提下，相同原料形态、不同主要成分的产品可以共用同一配液装置；根据产品形态，生产线可以分为面膜、乳膏、水剂、次抛和喷雾五大类，

相同产品形态、不同主要成分、不同产品型号的产品可以共用同一生产线。

从配液环节来看，公司各个生产基地的产能、产量、产能利用率情况如下：

生产基地名称	生产车间	主要产品	项目	2024年	2023年
陕西生产基地	医疗器械	水剂	产能（万升）	37.40	37.40
			产量（万升）	35.46	2.19
			产能利用率	94.81%	5.84%
		乳膏	产能（万升）	12.75	12.75
			产量（万升）	5.90	3.15
			产能利用率	46.31%	24.73%
	化妆品	水剂	产能（万升）	76.50	76.50
			产量（万升）	69.65	53.57
			产能利用率	91.05%	70.02%
		乳膏	产能（万升）	7.65	7.65
			产量（万升）	6.51	4.87
			产能利用率	85.10%	63.68%
湖南生产基地	医疗器械	水剂	产能（万升）	38.25	38.25
			产量（万升）	36.11	0.37
			产能利用率	94.42%	0.97%
		乳膏	产能（万升）	12.75	12.75
			产量（万升）	0.62	0.03
			产能利用率	4.84%	0.23%

从灌装环节来看，公司各个生产基地的产能、产量、产能利用率情况如下：

生产基地名称	生产车间	主要产品	项目	2024年	2023年
陕西生产基地	医疗器械	面膜	产能（万片）	1,020.00	1,020.00
			产量（万片）	232.32	61.56
			产能利用率	22.78%	6.04%
		乳膏	产能（万个）	153.00	153.00
			产量（万个）	118.08	63.05
			产能利用率	77.18%	41.21%
		水剂	产能（万个）	76.50	76.50
			产量（万个）	10.86	3.35

生产基地名称	生产车间	主要产品	项目	2024年	2023年
		次抛	产能利用率	14.20%	4.38%
			产能（万支）	212.50	212.50
			产量（万支）	133.00	-
		喷雾	产能利用率	62.59%	0.00%
			产能（万个）	76.50	76.50
			产量（万个）	8.43	1.65
		化妆品	产能利用率	11.02%	2.16%
			产能（万片）	2,040.00	1,020.00
			产量（万片）	2,347.59	1,844.85
			产能利用率	115.08%	180.87%
			产能（万个）	170.00	170.00
			产量（万个）	130.20	97.43
			产能利用率	76.59%	57.31%
			产能（万个）	102.00	102.00
			产量（万个）	99.54	69.37
			产能利用率	97.59%	68.01%
			产能（万支）	255.00	255.00
			产量（万支）	260.00	19.30
			产能利用率	101.96%	7.57%
			产能（万个）	76.50	76.50
			产量（万个）	19.94	11.06
			产能利用率	26.07%	14.46%
湖南生产基地	医疗器械	面膜	产能（万片）	1,530.00	1,530.00
			产量（万片）	1,355.51	-
			产能利用率	88.60%	0.00%
		乳膏	产能（万个）	76.50	76.50
			产量（万个）	12.35	0.57
			产能利用率	16.15%	0.75%
		水剂	产能（万个）	76.50	76.50
			产量（万个）	7.90	1.57
			产能利用率	10.32%	2.05%
		次抛	产能（万支）	127.50	127.50
			产量（万支）	12.60	-

生产基地名称	生产车间	主要产品	项目	2024年	2023年
			产能利用率	9.88%	0.00%
		喷雾	产能（万个）	38.25	38.25
			产量（万个）	2.10	0.19
			产能利用率	5.48%	0.49%

随着公司自主生产能力提升，逐步扩大自主生产规模，报告期内公司产能利用率增长较快。2024 年，从配液环节来看，公司不同生产车间的水剂产品产能利用率均在 90%以上，化妆品车间的乳膏产品产能利用率也达到了 85%以上。2024 年，从灌装环节来看，陕西生产基地医疗器械车间的乳膏产品产能利用率较高，湖南生产基地医疗器械车间的面膜产品产能利用率较高；陕西生产基地化妆品车间除喷雾外的其他产品产能利用率已基本饱和，面膜、次抛生产线的产能利用率甚至已经超过 100%，需要安排工人加班生产以满足不断增长的市场需求。

报告期内，公司部分生产线的产能利用率较低，主要系 2023 年公司处于从外部生产到自主生产的过渡期，且公司为后续开拓市场预留了冗余产能。公司生产所需的部分机器设备体积较大、不易搬迁，需要在工厂封顶完工之前就迁入厂房，如在工厂完全建好之后再行搬运会有较高的施工成本，且涉及的装修、清洁、消毒等工作还会影响生产中的设备，因此公司在工厂建设之初就已经一次性将全部生产设备安置完毕。

2、与机器设备、员工的配置情况是否匹配

考虑到灌装环节涉及多个类别的产成品，不同类别生产线的产能单位不统一，因此，以下采用配液环节的产能与机器设备、员工人数进行匹配分析。

报告期各期末，按照配液环节核算，公司各生产基地主要产品产能与机器设备的匹配情况如下：

生产基地名称	项目	2024年	2023年
陕西生产基地	产能（万升）	134.30	134.30
	机器设备原值（万元）	1,434.87	1,244.99
	机器设备原值/产能（元/升）	0.09	0.11
湖南生产基地	产能（万升）	51.00	51.00
	机器设备原值（万元）	379.07	185.43

生产基地名称	项目	2024年	2023年
	机器设备原值/产能（元/升）	0.13	0.28

如上表所示，报告期内，陕西生产基地的产能与机器设备不存在显著变动，湖南生产基地在产能不变的情况下机器设备增长较快，主要原因为湖南生产基地在 2024 年开始进行规模化生产，配套机器设备一直在不断完善过程中。

报告期各期末，按照配液环节核算，公司各生产基地主要产品产量与员工人数的匹配情况如下：

生产基地名称	项目	2024年	2023年
陕西生产基地	产量（万升）	117.52	63.78
	生产人员平均数量（人）	127.00	105.00
	人均产量（万升/人）	0.93	0.61
湖南生产基地	产量（万升）	36.73	0.40
	生产人员平均数量（人）	43.50	21.00
	人均产量（万升/人）	0.84	0.02

如上表所示，报告期内，公司两个生产基地的产量与生产人员均快速增长，但是由于公司业务模式逐步从外采转向自产，自产前期需要一定生产人员熟悉产线操作，待人员和设备稳定之后实现放量生产，导致报告期内的产量增长幅度大于生产人员增长幅度。

综上，公司产能、产量情况与机器设备、员工配置情况基本匹配。

（二）说明公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业可比公司的对比情况，是否存在显著差异；说明公司报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，未对固定资产计提减值准备是否谨慎合理

1、说明公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业可比公司的对比情况，是否存在显著差异

公司依据《企业会计准则第 4 号——固定资产》的规定，并结合实际生产经营情况制定固定资产的折旧政策。公司及同行业公司固定资产均使用平均年限法折旧，各类固定资产的折旧年限、残值率、年折旧率列示如下：

公司名称	固定资产类别	折旧年限 (年)	残值率 (%)	年折旧率 (%)
绽妍生物	房屋及建筑物	30	5.00	3.17
	机器设备	4-10	5.00	9.50-23.75
	运输设备	4-8	5.00	11.88-23.75
	办公及电子设备	3-5	5.00	19.00-31.67
创尔生物	房屋及建筑物	20-40	0-5.00	2.38-5.00
	机器设备	3-10	5.00	10.00-32.00
	运输设备	5	5.00	19.00
	办公及电子设备	3-5	5.00	19.00-32.00
敷尔佳	房屋及建筑物	20	5.00	4.75
	机器设备	10	5.00	9.50
	运输设备	5	5.00	19.00
	办公设备	5	5.00	19.00
	电子设备	3	5.00	31.67
华熙生物	房屋及建筑物	20	10.00	4.50
	机器设备	10	10.00	9.00
	运输设备	5	10.00	18.00
	电子及实验检验设备	2-5	10.00	45.00-18.00
锦波生物	房屋及建筑物	20-40	5.00	2.38-4.75
	机器设备	5-10	5.00	9.50-19.00
	运输设备	5-8	5.00	11.88-19.00
	电子设备	3	5.00	31.67
	办公设备	5	5.00	19.00

如上表所示，报告期内，与同行业可比公司相比，公司各项固定资产的使用寿命、残值率、折旧方法无显著差异。

2、说明公司报告期内固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值，未对固定资产计提减值准备是否谨慎合理

报告期内，公司固定资产不存在闲置和减值的情形，公司固定资产处置或报废情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度
期末固定资产账面价值	3,572.97	3,633.82
当期处置或报废资产账面价值	79.06	124.54
当期处置或报废固定资产账面价值占期末固定资产账面价值比例	2.21%	3.43%

报告期内，公司固定资产处置或报废的账面价值分别为 124.54 万元、79.06 万元，公司处置或报废的固定资产为机器设备、办公及电子设备，主要原因为：（1）西安德诺通过分立程序设立新主体西安臻研并向其转让部分固定资产；（2）部分固定资产使用年限较长，无法满足日常经营需求。

报告期各期末，公司固定资产的使用情况如下：

单位：万元

日期	类别	账面原值	账面价值	成新率
2024 年 12 月 31 日	房屋建筑物	2,808.63	2,415.81	86.01%
	机器设备	2,107.41	1,030.80	48.91%
	运输设备	98.55	34.56	35.07%
	办公及电子设备	268.21	91.80	34.23%
	合计	5,282.80	3,572.97	67.63%
2023 年 12 月 31 日	房屋建筑物	2,808.63	2,504.75	89.18%
	机器设备	1,727.24	994.93	57.60%
	运输设备	96.97	48.87	50.40%
	办公及电子设备	224.97	85.27	37.90%
	合计	4,857.81	3,633.82	74.80%

截止 2024 年 12 月 31 日，公司固定资产综合成新率为 67.63%，其中运输设备、办公及电子设备成新率较低主要系购置及使用时间较长。公司通过对固定资产进行日常维护，固定资产均能正常使用，且能够满足日常生产经营需求。

公司根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定制定了长期资产减值准备的会计政策，并结合各报告期末盘点情况对各固定资产是否存在减值迹象进行判断，具体过程如下：

固定资产减值迹象	公司具体情况	是否存在减值迹象
资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	公司的固定资产均处于正常使用状态，各固定资产当期市价未出现大幅度下降的情形	否
企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	公司经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者近期无重大变化	否
市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	国内市场基准利率并未发生大幅上调的情况	否
有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	公司不存在已经陈旧过时或者其实体已经损坏的固定资产	否
资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	公司不存在已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置的固定资产	否
企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等	公司的盈利能力良好，不存在资产的经济绩效已经低于或者将低于预期的情形	否
其他表明资产可能已经发生减值的迹象	公司不存在其他表明资产可能已经发生减值的迹象	否

综上所述，报告期内公司固定资产均正常使用，使用状态良好，不存在上述企业会计准则规定的减值迹象，公司未对固定资产计提减值准备谨慎合理。

（三）结合公司各产品各期产能、产能利用率情况，说明各项在建工程项目的预计用途及必要性，与生产经营情况是否匹配，在建工程投入的资金来源、预算金额，期后结转情况

报告期各期末，公司仅在 2024 年末存在 163.72 万元在建工程，公司在建工程包括湖南科研创美二期厂房装修工程、陕西绽妍厂房工程，具体情况如下：

项目	湖南科研创美二期厂房装修工程	陕西绽妍厂房工程
期末在建工程余额	112.28万元	51.44万元
预计用途	该工程项目主要为公司湖南生产基地的配套库房，工程内容主要包括湖南科研创美二期厂房的所有彩钢板装饰工程、空调工程、配电安装工程及地面工程费用。	该工程项目主要为公司新的陕西生产基地的前期工程，工程内容主要包括陕西绽妍产业园一期项目的勘察设计服务费、工程项目全过程咨询服务费及土地使用权摊销费。
建设必要性	公司湖南生产基地已经开始量产，配套库房建设具有必要性。	公司目前位于西安康鸿橙方科技园的陕西生产基地系租赁场地，

项目	湖南科研创美二期厂房装修工程	陕西统妍厂房工程
		且相关租赁场地面积有限，为满足后续生产经营需要，公司购置土地并自建厂房具有必要性。
与生产经营情况的匹配性	系配套库房建设工程，与产能、产能利用率不存在直接关系。	系前期勘察咨询费用，与产能、产能利用率不存在直接关系。
资金来源	公司自有资金	公司自有资金
预算金额	180.45万元	暂无项目整体预算
期后结转情况	已于2025年1月验收结转	尚未验收结转

综上，公司报告期末各项在建工程项目具有必要性，与生产经营情况能够匹配。

（四）说明公司各期末各地固定资产、在建工程的盘点情况和盘点结论，是否存在账实不符的情形

1、固定资产盘点情况

报告期各期末，公司固定资产盘点情况如下表所示：

项目	2024 年末固定资产盘点	2023 年末固定资产盘点
盘点地点	公司厂区、其他房屋建筑物地址	
盘点时间	2024 年 12 月 20 日-31 日	2023 年 12 月 20 日-31 日
盘点人员	资产使用部门人员、公司财务人员	
盘点范围	房屋建筑物、机器设备、运输工具、办公及电子设备	
盘点方法	实地盘点	
盘点程序	1、盘点前，财务部根据公司固定资产的实际情况制定盘点计划以及编制固定资产盘点表。 2、盘点过程中，根据既定的盘点计划实施固定资产盘点，对照固定资产盘点表的资产名称、数量以及存放地点对实物进行逐项核对，并检查固定资产是否存在毁损、陈旧、报废、闲置等情况。 3、盘点完毕后对盘点结果进行复核，编制盘点总结，复核并记录盘点差异，参与盘点的人员在盘点表上签字确认。	
固定资产原值（万元）	5,282.80	4,857.81
盘点金额（万元）	5,282.80	4,857.81
盘点比例	100.00%	100.00%
账实相符情况及差异原因和处理措施	账实相符且无闲置固定资产	

报告期各期末，公司固定资产盘点情况良好，固定资产账实相符，数据真实准确，

不存在盘点差异。

2、在建工程盘点情况

2023 年末公司无在建工程，2024 年末公司在建工程盘点情况如下表所示：

项目	2024 年末在建工程盘点
盘点地点	科研创美厂区、陕西绽妍产业园一期建筑现场
盘点时间	2024 年 12 月 31 日
盘点人员	公司财务人员、工程管理人员
盘点范围	在建工程
盘点方法	实地盘点
盘点程序	1、盘点前，财务部根据公司在建工程的实际情况制定盘点计划以及编制在建工程盘点表。
	2、盘点过程中，根据既定的盘点计划实施在建工程盘点，检查在建工程的建设进程，并检查其是否有已经达到可以使用程度，但未转固的情况。
	3、盘点完毕后对盘点结果进行复核，编制盘点总结，复核并记录盘点差异，参与盘点的人员在盘点表上签字确认。
在建工程结余（万元）	163.72
盘点金额（万元）	163.72
盘点比例	100.00%
盘点结果	在建工程均处于在建状态，尚未完工，未发现盘点差异，未发现毁损及有明显减值迹象的资产情况。
账实相符情况及差异原因和处理措施	账实相符，不存在差异

报告期各期末，公司在建工程盘点情况良好，在建工程账实相符，数据真实准确，不存在盘点差异。

（五）说明公司所使用的房屋建筑物的基本情况，包括但不限于自有与租入的金额及占比，生产厂房、管理办公区域的面积大小及是否能够满足经营所需；说明公司租赁房产开展生产经营的稳定性，房产租赁价格的公允性

1、公司所使用的房屋建筑物的基本情况

（1）自有房产

序号	产权编号	地理位置	建筑面积（平米）	用途
1	川（2021）成都市不动产权第 0376959 号	高新区天府大道中段 666 号 2 栋 37 楼 3701 号	918.89	办公

序号	产权编号	地理位置	建筑面积 (平米)	用途
2	川（2021）成都市不动产权第 0220521 号	高新区天府大道中段 666 号 2 栋 37 楼 3702 号	1,058.28	办公
3	川（2025）成都市不动产权第 0104930 号	高新区天府大道中段 666 号 2 栋 36 楼 3605 号	253.19	办公
4	川（2025）成都市不动产权第 0104923 号	高新区天府大道中段 666 号 2 栋 36 楼 3604 号	417.67	办公
合计			2,648.03	-

（2）租赁房产

序号	承租方	出租方	地理位置	建筑面积 (平米)	租赁期限	租赁用途
1	英普博集	四川奥瑞医疗器械有限公司	成都市成华区成宏路 72 号 1 号楼 14 楼 01 号	387.89	2024 年 9 月 11 日至 2029 年 9 月 10 日	实验室及办公
2	英普博集	四川奥瑞医疗器械有限公司	成都市成华区成宏路 72 号 1 号楼 14 楼 1403 号	220.1	2024 年 6 月 11 日至 2029 年 6 月 10 日	实验室及办公
3	西藏圆融	西藏藏青工业园投资股份有限公司	青海省格尔木市藏青工业园 B 区 11 号厂房东侧	2,780.00	2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日	生产经营
4	西安德诺	西安康鸿新材料产业园发展有限公司	陕西省西安市沣东新城科源三路 137 号康鸿橙方科技园 1 号楼 B 单元 1-3 层	3,863.30	2024 年 5 月 15 日至 2029 年 5 月 14 日	研发、办公、中试生产
5	西安德诺	西安康鸿新材料产业园发展有限公司	陕西省西安市沣东新城科源三路 137 号康鸿橙方科技园 1 号楼 B 单元 1-2 层	1,636.84	2023 年 7 月 1 日至 2027 年 9 月 30 日	研发、办公、中试生产
6	西安德安科	西安康鸿新材料产业园发展有限公司	陕西省西安市沣东新城科源三路 137 号康鸿橙方科技园 1 号楼 B 单元 3 层	400	2024 年 5 月 15 日至 2029 年 5 月 14 日	研发、办公、中试生产
7	科妍创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	湘潭经开区和平街道东风路 31 号创新创业中心 14 号楼 2 层、14 号楼 1 层	3,100.00	2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日	生产用房
8	科妍创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	湘潭经开区和平街道东风路 31 号创新创业中心 14 号楼东侧二层	2,498.00	2024 年 11 月 6 日至 2029 年 11 月 5 日	库房
9	科妍创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 5 号专家楼二单元 902/1204 号	110.7	2024 年 11 月 1 日至 2025 年 10 月 31 日	员工宿舍
10	科妍创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 6 号专家楼一单元 802 号	69.4	2025 年 6 月 1 日至 2026 年 5 月 30 日	员工宿舍

序号	承租方	出租方	地理位置	建筑面积 (平米)	租赁期限	租赁用途
11	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 5 栋 2 单元 1706 号	41.3	2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日	员工宿舍
12	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 5 栋 1 单元 908 号	69.4	2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日	员工宿舍
13	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 6 号专家楼一单元 605 号	37.7	2025 年 2 月 19 日至 2026 年 2 月 18 日	员工宿舍
14	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 6 号专家楼一单元 1205、二单元 1207、1406、1408 号	214.9	2025 年 1 月 16 日至 2026 年 1 月 15 日	员工宿舍
15	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 6 号专家楼一单元 804 号	41.3	2025 年 5 月 15 日至 2026 年 5 月 14 日	员工宿舍
16	杭州绽妍	杭州中胜智能科技有限公司	滨江区西兴街道 275 号 4 楼部分办公区域	1,200.00	2025 年 2 月 1 日至 2026 年 1 月 31 日	办公
17	海南德诺	海南银枫实业有限公司	海口市国家高新技术开发区科技大道 c-3 号海口国家高新区国际科技创新中心——世创联创新工场 2 号楼 6 层 601 号房	152.71	2021 年 3 月 1 日至 2026 年 2 月 28 日	办公
18	西藏圆融	上海吉客有楼企业服务有限公司	上海市徐汇区沪闵路 9299 号 1106 楼	188.9	2025 年 3 月 1 日至 2027 年 3 月 31 日	办公
合计				17,012.44	-	-

绽妍生物购买的位于高新区天府大道中段 666 号 2 栋 36 楼、37 楼房屋入账价值合计 3,786 万元，绽妍生物及其子公司 2023 年度、2024 年度房屋租金支出分别为 692.27 万元、842.34 万元。

公司自有房产面积为 2,648.03 平方米，均用于公司日常办公；租赁房产合计 17,012.44 平方米，其中用于研发、办公、生产经营、库房的房屋面积合计 16,427.74 平方米，用于员工宿舍的房屋面积合计 584.7 平方米。截至 2024 年 12 月 31 日，公司的员工人数为 535 名，公司自有及租赁房产面积合计 19,660.47 平方米，能够满足日常经营需要。

2、说明公司租赁房产开展生产经营的稳定性，房产租赁价格的公允性

(1) 公司租赁房产开展生产经营的稳定性

报告期内，公司部分房产为租赁取得，该事项不会对公司开展生产经营的稳定性造成重大不利影响，具体原因如下：

①针对公司租赁的生产厂房、研发实验室，公司已经与出租方西安康鸿新材料产业园发展有限公司、湘潭九华创新创业服务有限公司、四川奥瑞医疗器械有限公司等出租方签署了五年期的租赁合同，短期内可以保证公司生产经营的稳定性。同时，公司与出租方均签署了租赁合同，租赁合同的签署系双方真实意思表示，租赁合同履行情况良好，不存在因租赁房产事宜双方存在争议、纠纷或潜在纠纷的情形，公司与出租方的现有租赁关系较为稳定，预计合同到期后可以顺利续签；

②针对公司租赁的库房、员工宿舍等租赁房屋，可替代性较强，公司因无法续租库房、员工宿舍而需要搬迁，公司可以在短期内找到替代性房产；针对公司子公司租赁的办公场所，公司主要经营场所位于上海、杭州、海口等一、二线城市，即使公司因无法续租当前租赁房产而需要搬迁，由于一、二线城市条件的租赁房产充足且配套管理完善，工业基础设施良好，公司能够及时找到替代性房产。

（2）房产租赁价格的公允性

公司租赁上述房产用于研发、办公、生产经营、库房用途，租赁价格与该地理位置同地段商业用房租赁价格不存在重大差异。

公司的主要租赁场所的租赁价格具体比较情况如下：

序号	承租方	出租方	地理位置	建筑面积（平米）	租赁用途	租赁价格	与出租方是否存在关联关系	周边类似租赁房产参考租赁价	租赁价格是否公允
1	英普博集	四川奥瑞医疗器械有限公司	成都市成华区成宏路 72 号 1 号楼 14 楼 01 号	387.89	实验室及办公	30 元/平方米/月	否	成都市成华区成宏路 18 号华亚钢铁领域（办公用，3000 平方米）：30 元/平方米/月	是
2	英普博集	四川奥瑞医疗器械有限公司	成都市成华区成宏路 72 号 1 号楼 14 楼 1403 号	220.1	实验室及办公	30 元/平方米/月	否		
3	西藏圆融	西藏藏青工业园投资股份有限公司	青海省格尔木市藏青工业园 B 区 11 号厂房东侧	2,780.00	生产经营	90 元/平方米/年	否	根据《西藏自治区藏青工业园管理委员会药品及医疗器械贸易企业经营合作协议》，入园医药企业租赁不低于 2780 平方米的标准厂房作为经营地址和仓库，按每年 90 元/m 标准执行	是
4	西安德诺	西安康鸿新材料产业园发展有限公司	陕西省西安市沣东新城科源三路 137 号康鸿橙方科技园 1 号楼 B 单元 1-3 层	3,863.30	研发、办公、中试生产	2024.05.15-2027.05.14：B 单元一层 54.4 元/平方米/月；B 单元二层 37.8 元/平方米/月；B 单元三层为 36.72 元/平方米/月、41.4 元/平方米/月。 2027.05.14-2029.05.14：B 单元一层 64.15 元/平方米/月、B 单元二层 40.82 元/平方米/月，B 单元三层为 39.66 元/平方米/月、44.32 元/平方米/月	否	西安市沣东新城中兴深蓝科技产业园（生产用，2400 平方米）：60.3 元/平方米/月	是
5	西安德诺	西安康鸿新材料产业园发展有限公司	陕西省西安市沣东新城科源三路 137 号康鸿橙方	1,636.84	研发、办公、中试生产	2023.07.01-2025.09.30：一层 59 元/平方米/月；二层租金为 39 元/平方米/月。2025.10.01-	否		

序号	承租方	出租方	地理位置	建筑面积（平米）	租赁用途	租赁价格	与出租方是否存在关联关系	周边类似租赁房产参考租赁价	租赁价格是否公允
			科技园 1 号楼 B 单元 1-2 层			2027.09.30:一层租金为 63.72 元/平方米/月；2 层租金为 42.12 元/平方米/月			
6	西安德安科	西安康鸿新材料产业园发展有限公司	陕西省西安市沣东新城科源三路 137 号康鸿橙方科技园 1 号楼 B 单元 3 层	400	研发、办公、中试生产	2024.05.15-2027.5.14: B 单元三层 41.04 元/平方米/月；2027.05.14-2029.05.14:B 单元三层 44.32 元/平方米/月	否		
7	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	湘潭经开区和平街道东风路 31 号创新创业中心 14 号楼 2 层、14 号楼 1 层	3,100.00	生产用房	一楼 16 元/平方米/月；二楼 15 元/平方米/月	否	湘潭经开区东风路某房产（生产用，2950 平方米）：15.9 元/平方米/月	是
8	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	湘潭经开区和平街道东风路 31 号创新创业中心 14 号楼东侧二层	2,498.00	库房	15 元/平方米/月	否		
9	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 5 号专家楼二单元 902/1204 号	110.7	员工宿舍	8 元/平方米/月	否	湘潭经开区丹桂路碧桂园大学印象小区（住宅用，120 平方米）：8.26 元/平方米/月	是
10	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 6 号专家楼一单元 802 号	69.4	员工宿舍	8 元/平方米/月	否		是
11	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 5 栋 2 单元 1706 号	41.3	员工宿舍	800 元/月	否		是
12	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 5 栋 1 单元 908 号	69.4	员工宿舍	8 元/平方米/月	否		是

序号	承租方	出租方	地理位置	建筑面积（平米）	租赁用途	租赁价格	与出租方 是否存在 关联关系	周边类似租赁房产 参考租赁价	租赁价 格是否 公允
13	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 6 号专家楼一单元 605 号	37.7	员工宿舍	8 元/平方米/月	否		是
14	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 6 号专家楼一单元 1205、二单元 1207、1406、1408 号	214.9	员工宿舍	8 元/平方米/月	否		是
15	科研创美	湘潭九华创新创业服务有限公司	创新创业园内 6 号专家楼一单元 804 号	41.3	员工宿舍	8 元/平方米/月	否		是
16	杭州绽妍	杭州中胜智能科技有限公司	滨江区西兴街道 275 号 4 楼部分办公区域	1,200.00	办公	2.8 元/平方米/天	否	杭州市滨江区西兴路趣链科技产业园（办公用，500 平方米）：2.1 元/平方米/天	是
17	海南德诺	海南银枫实业有限公司	海口市国家高新技术开发区科技大道 c-3 号海口国家高新区国际科技创新中心——世创联创新工场 2 号楼 6 层 601 号房	152.71	办公	2021 年 3 月 1 日—2024 年 2 月 29 日：每月租金 9162.6 元； 2024 年 3 月 1 日—2026 年 2 月 28 日：每月租金 9895.61 元	否	海口市秀英区南海大道裕科大厦（办公用，876 平方米）：2.0 元/平方米/天，按 152.71 平方米计算为 9126.6 元/月	是
18	西藏圆融	上海吉客有楼企业服务有限公司	上海市徐汇区沪闵路 9299 号 1106	188.9	办公	24,132 元/月	否	上海市徐汇区沪闵路 9299 号中智大厦（办公用，300 平方米）：25,200 元/月	是

注：周边类似租赁房产租赁价数据来源为 58 同城等第三方网站公开披露数据

由上表可知，除因招商引资等因素外，公司主要租赁场所的租赁单价与周边类似地理位置、相似用途及类型的其他租赁房产出租价格不存在重大差异，公司租赁价格公允。

（六）说明公司使用权资产规模大幅增长的原因及合理性，与经营规模变化是否匹配；说明、使用权资产及租赁负债是否符合《企业会计准则》等相关规定，归集是否完整、金额是否准确

1、说明公司使用权资产规模大幅增长的原因及合理性，与经营规模变化是否匹配

报告期各期末，公司使用权资产核算的具体内容及金额如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
账面原值	1,909.67	1,733.38
累计折旧	424.18	985.10
账面价值	1,485.49	748.29

报告期各期末，公司使用权资产账面价值分别为 748.29 万元、1,485.49 万元，2024 年末较 2023 年末增长 98.52%；账面原值分别为 1,733.38 万元、1,909.67 万元，2024 年末较 2023 年末增长 10.17%，远低于账面价值的增长幅度。

2024 年，公司使用权资产大幅增长的主要原因为：（1）公司 2019 年成立后在西安市沣东新城康鸿橙方科技园 B 区、格尔木市藏青工业园区的厂房、成都市武侯区希顿国际广场 B 座 36 楼办公室、成都市成华区成宏路 72 号写字楼 1-1401 号等地签订的 5 年期租赁合同于 2024 年到期，其中，成都市武侯区希顿国际广场 B 座 36 楼办公室 2024 年末到期后公司于次年年初购入该项资产，其余使用权资产均于到期后重新签订租赁合同，导致 2024 年末使用权资产账面价值较 2023 年末大幅增长；（2）公司报告期内订单增长，营业收入增加，公司现有厂房及办公场所不能完全满足生产需求，公司通过租赁的方式在成都市成华区成宏路 72 号写字楼 1-1403 号、长沙市湘潭经济技术开发区东风路 31 号创新创业中心 14 号楼东侧二层租入了新的厂房及办公场所，以提高生产、运营能力。

公司报告期内存在多个运营主体，相关运营主体分布在全国各地，需要租赁合适的场地用于正常业务经营，导致公司使用权资产规模较大。其中，西安德诺为公司主要的生产主体与研发中心，其租赁场所主要用途为生产、办公与研发；科研创美为公司主要的生产主体之一，其租赁场所主要用途为生产；英普博集为公司成都研发中心，

其租赁场所主要用途为研发、办公；西藏圆融、杭州绽妍分别为公司销售中心和电商运营中心，其租赁场所主要用途为办公。

报告期各期，公司营业收入分别为 48,618.65 万元和 59,746.96 万元，增长比例为 22.89%，营业收入与使用权资产增长趋势基本保持一致。因此，公司使用权资产规模与公司经营规模变化具备匹配性。

2、说明使用权资产及租赁负债是否符合《企业会计准则》等相关规定，归集是否完整、金额是否准确

根据《企业会计准则第 21 号——租赁》相关规定，在租赁期开始日，承租人应当对租赁确认使用权资产和租赁负债。对于短期租赁和低价值资产租赁，承租人可以选择不确认使用权资产和租赁负债。

根据《企业会计准则第 21 号——租赁》第十六条规定，使用权资产应当按照成本进行初始计量。该成本包括（1）租赁负债的初始计量金额；（2）在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；（3）承租人发生的初始直接费用；（4）承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。

根据《企业会计准则第 21 号——租赁》第十七条规定，租赁负债应当按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。在计算租赁付款额的现值时，承租人应当采用租赁内含利率作为折现率；无法确定租赁内含利率的，应当采用承租人增量借款利率作为折现率。

根据《企业会计准则第 21 号——租赁》第二十一条规定，承租人应当参照《企业会计准则第 4 号——固定资产》有关折旧规定，对使用权资产计提折旧。承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，应当在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，应当在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

根据《企业会计准则第 21 号——租赁》第二十三条规定，承租人应当按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益。

公司使用权资产多为租赁房屋，公司按照租赁准则的要求，对除短期租赁和低价值资产租赁以外的所有租赁时间超过一年的长期租赁确认使用权资产，按照租赁期开

始日的现值进行初始计量，折旧年限则按照租赁期限进行确认，后续采用直线法对使用权资产计提折旧并结转至相应费用。公司使用权资产及租赁负债核算符合《企业会计准则》等相关规定，且归集完整、金额准确。

（七）请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

- （1）获取公司产能、产量明细数据，了解公司产能、产量计算过程合理性；
- （2）获取公司不同生产基地的固定资产明细，了解机器设备变动情况；
- （3）查看公司报告期内的花名册，获取公司不同生产基地的生产人员信息；
- （4）获取并查阅公司固定资产明细表，了解公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等，查阅同行业可比公司公开披露信息，分析与同行业可比公司是否存在显著差异；
- （5）对固定资产、在建工程进行执行抽盘程序，检查固定资产是否存在闲置、废弃、损毁和减值的情形，评价公司对减值迹象的识别是否充分，查看公司的会计政策，了解公司关于固定资产的减值测试方法，根据《企业会计准则》的规定检查公司固定资产减值准备计提是否充分；
- （6）查阅公司报告期末的在建工程明细，获取公司对相关在建工程的盘点记录、预算审批流程，了解在建工程的具体情况、资金来源和期后结转情况；
- （7）获取公司在建工程对应的合同情况，了解在建工程的具体用途；
- （8）获取并查阅公司的固定资产、在建工程盘点资料，查看是否存在账实不符的情形；
- （9）获取并查阅公司的合同台账及租赁合同，分析使用权资产大幅上涨的原因及合理性；检查公司使用权资产及租赁负债计算表，分析公司对使用权资产及租赁负债的会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；
- （10）取得并查阅公司房屋不动产权证书、相关购买协议、价款支付凭证，了解公司自有房产的基本情况；

(11) 取得并查阅公司及子公司租赁房屋相关的租赁合同，了解公司租赁房产的租金、出租方、租赁房屋具体地理位置；

(12) 取得并查阅公司报告期内的员工花名册，了解公司员工的人数情况；

(13) 通过 58 同城等查阅公司租赁场所附近的类似房屋的租赁价格。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

(1) 公司产能、产量情况与机器设备、员工配置情况基本匹配；

(2) 报告期内，公司固定资产使用寿命、残值率、折旧方法等与同行业可比公司不存在显著差异；

(3) 报告期内，公司固定资产不存在闲置、减值，存在少量处置或报废，公司固定资产未计提减值准备谨慎合理；

(4) 公司报告期末各项在建工程项目具有必要性，与生产经营情况能够匹配；

(5) 报告期内，公司固定资产和在建工程状态良好，账实相符；

(6) 公司所使用的生产厂房、管理办公区域的面积大小能够满足经营所需；公司租赁房产开展生产经营具备稳定性，房产租赁价格具备公允性；

(7) 公司根据自身经营需要新增了厂房、办公室租赁，同时由于 2024 年多个房屋建筑物租赁期满，公司重新签订租赁合同，因此报告期内公司使用权资产规模大幅增长具备合理性，与公司经营规模变化匹配；公司确认使用权资产及租赁负债符合《企业会计准则》等相关规定，归集完整、金额准确。

三、关于研发费用。根据申请文件，报告期内，公司研发费用分别为 1,503.81 万元、1,372.77 万元，占营业收入的比重分别为 3.09%、2.30%，主要由职工薪酬、直接材料等构成；公司拥有研发人员 83 名，占比 15.51%。请公司：①说明公司研发费用率、研发人员占比与同行业可比公司是否存在较大差异。②结合研发人员主要职能定位及分工、经历经验、学历水平、年龄分布，说明研发人员是否与研发项目匹配，认定标准是否合理，是否存在研发人员与其他岗位人员混同的情况。③说明公司专职、非专职研发人员的数量，说明非专职研发人员的工时管理流程，是否存在工时分摊不准确的情况。④说明公司研发领料是否内部控制是否健全，是否存在研发样品销售，

如有说明会计处理是否符合相关规定。⑤说明公司是否按照研发项目归集研发费用，相关内部控制制度及有效性，是否存在研发费用与生产成本混同的情形。请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见。

(一) 说明公司研发费用率、研发人员占比与同行业可比公司是否存在较大差异

1、公司研发费用率与同行业可比公司是否存在较大差异

报告期内公司研发费用率与同行业可比公司对比情况如下：

项目	绽妍生物	可比公司平均数	创尔生物	华熙生物	敷尔佳	锦波生物
2024 年度	2.30%	4.94%	4.41%	8.68%	1.73%	4.94%
2023 年度	3.09%	6.27%	5.13%	7.35%	1.70%	10.89%

报告期内，公司研发费用率分别为 3.09%、2.30%，低于可比公司平均水平，高于可比上市公司敷尔佳。公司研发费用率低于同行业可比公司，主要原因为华熙生物、锦波生物有较大比例收入来自原料销售，其投入大量资金用于原料研发，研发费用率相对较高；公司的研发投入与敷尔佳、创尔生物较为接近，创尔生物研发费用率高于公司主要系其整体收入规模相对较小。

2、研发人员占比与同行业可比公司是否存在较大差异

报告期内公司研发人员占比与同行业可比公司对比如下：

项目	绽妍生物	可比公司平均数	创尔生物	华熙生物	敷尔佳	锦波生物
2024 年度	11.40%	17.66%	15.97%	20.70%	8.20%	25.76%
2023 年度	10.48%	15.75%	15.04%	19.89%	4.37%	23.70%

报告期内，公司研发人员占比分别为 10.48%、11.40%，低于可比公司平均水平，高于可比上市公司敷尔佳。公司研发人员占比与同行业可比公司之间因研发模式、研发方向、创新强度等原因存在一定差异，但是不存在较大差异。

综上，公司研发费用率、研发人员占比与同行业可比公司不存在较大差异。

（二）结合研发人员主要职能定位及分工、经历经验、学历水平、年龄分布，说明研发人员是否与研发项目匹配，认定标准是否合理，是否存在研发人员与其他岗位人员混同的情况

1、结合研发人员主要职能定位及分工、经历经验、学历水平、年龄分布，说明研发人员是否与研发项目匹配

报告期内，公司研发人员与研发项目的匹配情况如下：

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
研发人员数量（人）	61.00	50.00
研发项目数量（个）	69.00	71.00
研发人员数量/研发项目数量（人/个）	0.88	0.70

报告期各期，公司研发人员与研发项目数量之比分别为 0.70、0.88。公司存在较多小型、研发周期短的研发项目，导致公司整体的研发项目数量较多，研发人员普遍存在参与多个研发项目的情况，研发人员与研发项目数量之比较低。2024 年末，公司研发人员数量有一定幅度增加，主要系 2024 年英普博集根据公司实际情况新增立项 4 个研发项目以及西安德诺基于研发需求需要增加人员支持，公司新招进部分研发人员。

报告期各期末，公司研发人员学历分布、数量及结构情况如下：

单位：人

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比
硕士	26.00	42.62%	26.00	52.00%
本科	33.00	54.10%	22.00	44.00%
专科	2.00	3.28%	2.00	4.00%
合计	61.00	100.00%	50.00	100.00%

报告期各期末，公司本科以上学历的研发人员占比分别为 96.00%、96.72%，公司研发团队整体学历层次较高。

报告期各期末，公司研发人员年龄分布、数量及结构情况如下：

单位：人

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比
30 岁以下	33.00	54.10%	23.00	46.00%
30-39 岁	22.00	36.07%	23.00	46.00%
40-49 岁	6.00	9.84%	4.00	8.00%
合计	61.00	100.00%	50.00	100.00%

报告期各期末，公司年龄在 30 岁以上的研发人员占比分别为 54.00%、45.91%，公司的研发人员具备相应的研发经验，同时储备了规模合理的年轻研发人才。

公司研发部门主要包括西安德诺研发中心和英普博集研发中心。

西安德诺研发中心分三个研发板块，分别负责重组蛋白原料、化妆品和医疗器械的研发工作，其中：（1）重组蛋白原料研发团队主要为生物专业人员，原料研发团队细分为分生、发酵、纯化和评价 4 个小组，分别负责重组蛋白研发全链路上细分板块的工作，团队核心成员均有 5 年以上行业从业经历，主要研发方向包括三螺旋重组胶原蛋白原料开发、类贻贝粘蛋白（重组贻贝粘蛋白）开发、AI 驱动的天然靶向多肽智能挖掘研究、酵母多聚脱氧核糖核苷酸原料开发等；（2）化妆品研发团队主要系生物、化工等相关专业人员的，化妆品研发团队主要分为配方研发、包材研发、注册备案等细分板块，能满足化妆品产品从配方设计与打样、包材开发与测试评价、注册备案到产品上市转化支持等研发工作，团队核心成员均有 5 年以上行业从业经历，主要研究方向包括技术研发类和产品开发类两大类，技术研发包括功效组合物、新剂型的探索研究，产品开发类包括舒缓修护、美白、抗衰、控油祛痘类产品；（3）医疗器械研发团队主要包括材料、化工、生物等相关专业人员的，医疗器械研发团队具有产品研发、检测分析、细胞评价和注册等细分职能，团队核心成员均有 5 年以上行业从业经历，分为技术研发类和产品研发类两大类，技术研发类项目主要围绕公司自研重组胶原蛋白、重组贻贝粘蛋白原料开发、生物医用材料类如止血材料、医用粘合剂、软硬组织修复材料等进行研发，产品开发类主要是围绕自研原料的医用敷料类产品进行研发。

英普博集研发中心主要从事生物原料研发工作，主要研发方向包括：进行微生物培养、菌种选育、培养基优化等实验；蛋白重组表达相关实验；载体构建、克隆筛选、蛋白表达、蛋白鉴定等；细胞培养、体外活性测定、酶活测定等实验；发酵工艺的设

计及小试实验；发酵生产工艺的优化、发酵工艺的中试放大及相关验证；生产放大工艺的摸索和优化工作；生物制品小试、中试纯化工艺方法开发、优化和表征，工艺验证等研究；生物药物研发下游纯化、工艺开发、优化。英普博集研发团队人员主要毕业于生物相关专业，研发人员具有足够的专业胜任能力。

综上所述，结合研发人员主要职能定位及分工、经历经验、学历水平、年龄分布，公司研发人员与研发项目具有匹配性。

2、研发人员认定标准是否合理

根据《监管规则适用指引——发行类第 9 号》相关规定，研发人员指直接从事研发活动的人员以及与研发活动密切相关的管理人员和直接服务人员。主要包括：在研发部门及相关职能部门中直接从事研发项目的专业人员；具有相关技术知识和经验，在专业人员指导下参与研发活动的技术人员；参与研发活动的技工等。对于既从事研发活动又从事非研发活动的人员，当期研发工时占比低于 50%的，原则上不应认定为研发人员。

公司根据员工所属部门及具体工作职责进行研发人员的认定，将所属部门为研发部门，工作职责为直接从事研发活动的人员及与研发活动密切相关的管理人员和直接服务人员认定为研发人员。对于既从事研发活动又从事非研发活动的人员，当期研发工时占比低于 50%的，不认定为研发人员。

综上所述，公司研发人员认定标准合理。

3、是否存在研发人员与其他岗位人员混同的情况

公司建立了研发相关内控制度，明确研发人员岗位职责，通过研发项目管理、研发工时填报等具体制度，实现对研发项目人员的有效管理，根据工作岗位职责、实际开展工作内容、研发活动参与程度划分研发人员与其他人员。

对于非专职研发人员，公司分别统计其研发工时和生产项目工时，以确保各项成本及费用的准确核算，公司不存在研发人员与其他岗位人员混同情况。

（三）说明公司专职、非专职研发人员的数量，说明非专职研发人员的工时管理流程，是否存在工时分摊不准确的情况

报告期各期末，公司专职、非专职研发人员的数量如下：

单位：人

项目	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比
专职研发人员	19.00	31.15%	14.00	28.00%
非专职研发人员	42.00	68.85%	36.00	72.00%
合计	61.00	100.00%	50.00	100.00%

注：专职研发人员指研发工时占总工时比例为 100%的研发人员，非专职研发人员指研发工时占总工时比例大于 50%小于 100%的研发人员。

由上表可知，公司非专职研发人员占比较大，主要系：（1）存在已完成的研发项目结项，新项目暂未立项的期间，研发人员暂未从事具体研发项目工作；（2）公司存在部分受托研发项目，研发人员从事受托研发工作的人工成本计入合同履行成本。

公司按照项目和工时归集成本，研发人员参与研发项目的工时成本，计入研发费用；研发人员参与非研发活动的工时成本，按照参与项目具体类型，归集至相关成本费用。为确保公司成本费用归集的准确性，公司加强工时管理并制定了《研发费用核算管理制度》，对工时统计、审核、归集和分配等做出了详细的规定，保证了项目工时记录的准确性。公司研发工程师每日根据参与研发项目情况，在研发共享工时统计表中填报项目工时，月初由指定人员将上月研发项目工时表导出后，在企业微信中提交至部门负责人、中心总监、分管领导及财务人员审批，同时抄送总经理及财务主管人员。财务部门根据项目工时的归集情况、成本费用支出的归集标准和要求、既定的审批流程，进行相应的账务处理，公司不存在工时分摊不准确的情况。

（四）说明公司研发领料是否内部控制是否健全，是否存在研发样品销售，如有说明会计处理是否符合相关规定

1、说明公司研发领料是否内部控制是否健全

公司研发项目立项后，研发人员出于研发目的而需要材料时，由研发部门开具领料单并按规定流程领料。公司研发领料的具体内部控制情况如下：

（1）研发领料：研发人员填写纸质领料单，确认包括项目名称、材料名称、数量、规格等信息，经由研发部门领导审批后执行。未使用的研发材料，研发人员填写退料单，参照上述审批流程执行。

（2）仓储部发料：仓储部根据研发领料单，核对领料内容、数量等信息的准确性，

发料人于纸质领料单签字后按实际情况发料。研发人员需要领取材料至研发项目需求区域，避免领料后在仓库留置。领料完成后，仓储部在系统中生成其他出库单，出库单包括单号、研发项目名称、仓库名称、材料名称、领用数量、规格和出库日期等信息。

（3）系统记录和账务处理：财务部根据其他出库单中的研发项目名称，按项目归集研发部门的当月领料数量以及加权平均出库价格，自动计算生成当月的各研发项目的领料金额并记账。

2、是否存在研发样品销售，如有说明会计处理是否符合相关规定

报告期内，对于研发过程中形成的小试、中试样品，公司一般用于送检、稳定性试验和留样观察，且相关研发样品在未取得产品注册证号和备案号前不能进行销售，故公司不存在研发样品销售或随销售赠送的情况。

（五）说明公司是否按照研发项目归集研发费用，相关内部控制制度及有效性，是否存在研发费用与生产成本混同的情形

报告期内，公司针对研发活动制定了《研发费用核算管理制度》《研发项目管理制度》，对公司研发立项、研发审批、研发过程管理、研发费用核算等内容进行了规范，并按制度规范执行。其中，《研发费用核算管理制度》属于财务管理类制度，对研发经费的开支范围和标准、费用核算、归集方法、资金使用、研发人员工时填报与审核进行了规范；《研发项目管理制度》属于研发管理类制度，对研发项目立项、过程管理、项目结题等进行了规范。

报告期内，公司均按照研发项目归集研发费用。公司严格按照研发工时核算研发费用中的职工薪酬，并设置了与生产领料严格区分的研发领料审批流程，职工薪酬、材料成本均按照设定规则计入对应项目。对于与研发项目相关的如委外研发、折旧摊销、检测试验等其他费用，若是研发项目直接相关费用，公司直接归集到对应项目上；若是项目公共费用，公司按照合理的依据如工时比例等分摊至具体的研发项目。因此，公司不存在研发费用与生产成本混同的情形。

报告期内，公司研发项目数量较多，研发费用按项目归集情况如下：

单位：万元

项目	2024 年	2023 年
胶原蛋白发酵研发	225.18	166.56
高可靠、低风险局部麻醉剂研发	34.27	137.30
类贻贝粘蛋白原料研发	157.14	300.45
类贻贝粘蛋白对敏感皮肤屏障修复的技术研发	35.17	44.64
贻贝粘蛋白（修护）敷料研发	3.08	41.80
绽妍舒敏系列产品研发	69.53	28.96
绽妍防晒系列产品研发	45.25	17.08
绽妍小水库系列产品研发	52.52	6.24
透明质酸无菌敷料（透明质酸钠类）研发	0.00	98.12
其他项目	750.64	662.64
合计	1,372.77	1,503.81

综上所述，公司制定并严格执行了研发相关的内部控制制度，公司研发相关的内部控制制度在报告期间运行有效；公司按照研发项目归集研发费用，相关内部控制制度得到有效执行，不存在研发费用与生产成本混同的情形。

（六）请主办券商、会计师核查上述事项并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

（1）访谈公司研发部相关人员和财务负责人，了解公司研发组织架构、研发相关业务流程、研发费用归集内容及核算方式；

（2）获取可比公司研发费用率、研发人员占比等公开披露内容，核查公司研发费用率、研发人员占比与同行业可比公司是否存在较大差异；

（3）获取并检查报告期各期研发项目辅助账、研发领料台账、研发项目人工分摊表、员工花名册等资料，复核公司研发人员的划分口径是否合理、准确，分析公司研发费用分配准确性；

（4）了解、评价和测试与研发相关的关键内部控制的设计及运行的有效性；

（5）抽查公司工时记录、研发领料、项目立项、项目评审、项目注册证和备案号

等文件，分析研发项目费用归集核算的完整性、准确性。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

（1）公司研发费用率、研发人员占比公司研发人员占比与同行业可比公司之间因研发模式、研发方向、创新强度等原因存在一定差异，但是不存在较大差异；

（2）结合研发人员主要职能定位及分工、经历经验、学历水平、年龄分布，公司研发人员与研发项目匹配，研发人员认定标准合理，不存在研发人员与其他岗位人员混同的情况；

（3）非专职研发人员的工时管理流程健全且执行有效，不存在工时分摊不准确的情况；

（4）公司研发领料内部控制健全、执行有效，不存在研发样品销售情况；

（5）公司按照研发项目归集研发费用，相关内部控制制度健全且得到有效执行，不存在研发费用与生产成本混同的情形。

四、关于货币资金与现金流。根据申请文件，报告期各期末，公司货币资金分别为 23,769.41 万元、27,986.15 万元，规模较高。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 10,898.36 万元、7,331.87 万元，与净利润存在一定差异。请公司：①结合公司上下游结算模式与议价能力、生产模式，说明公司货币资金规模较高、占总资产比例较高、逐年增长的原因及合理性，与公司实际经营情况是否匹配，公司是否具备开展正常经营所需的全部资产资源。②说明公司是否存在大额异常转账，是否存在资金池，如有，请补充披露相关情况。③结合实际业务、经营性应收、应付、存货等增减变动定性定量进一步补充披露经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的原因。④说明货币资金管理制度及内部控制制度是否建立健全且得到有效执行。请主办券商、会计师核查上述事项，并对上述事项及公司货币资金的真实性发表明确意见。

（一）结合公司上下游结算模式与议价能力、生产模式，说明公司货币资金规模较高、占总资产比例较高、逐年增长的原因及合理性，与公司实际经营情况是否匹配，公司是否具备开展正常经营所需的全部资产资源

1、公司上下游结算模式与议价能力、生产模式

公司上下游结算模式与议价能力，以及公司生产模式的具体情况如下：

项目	具体情况
上游结算模式与议价能力	公司上游供应商主要为成品（医疗器械、化妆品）、原材料（化学原料、包装材料）的生产厂商，上游供应商竞争较为充分，公司具有一定的议价能力。公司与上游主要供应商合作关系良好，结算模式以现结和月结为主，通常不需要预付货款。
下游结算模式与议价能力	公司下游客户主要为医疗器械、化妆品经销商，以及线上电商平台的终端消费者，公司与经销商合作关系稳定，且积累了一批具有品牌忠诚度的终端客户，公司具有一定的议价能力。公司要求大多数客户预付货款，公司在收到货款后才进行发货。
生产模式	公司根据实际需要，主要通过自主生产与代工生产相结合的方式安排生产。此外，公司主要产品具有消费属性，消费者对保质期的要求较高，公司在自主生产的情况下根据销售预测情况适当备货，将库存规模保持在合理水平。

综上，公司对供应商主要采取现结和月结的结算模式，对客户基本要求采取预付的结算模式，导致公司预付上游供应商货款、应收下游客户货款的规模均较小，公司货币资金余额较高。同时，公司通过自主生产与代工生产相结合的方式安排生产，自主生产模式下的存货规模控制适当，在有效降低库存积压的同时减少了资金占用。

2、公司货币资金规模较高、占总资产比例较高、逐年增长的原因及合理性

报告期内，公司货币资金分别为 23,769.41 万元、27,986.15 万元，占流动资产的比例分别为 76.35%、73.16%，占总资产的比例分别为 64.05%、59.67%。

公司货币资金规模较高且逐年增长，主要原因为公司营业收入持续增长，销售商品、提供服务收到的现金较多，报告期各期经营活动产生的现金流量净额均为正。此外，公司 2023 年引入外部投资者，因股权融资收到现金 5,400 万元，进一步推高了报告期内货币资金规模。

公司货币资金占总资产比例较高，主要原因为公司前期采用轻资产运营方式，销售的主要产品主要来源于代工生产或外部采购，导致非流动资产金额占比较低，流动资产尤其是货币资金占比较高。随着公司规模的不增长，为了进一步控制生产成本、有效保障产品质量，公司正逐步提升公司自主生产的产能规模，预计未来货币资金占总资产比例将有所下降。

综上，公司货币资金规模较高、占总资产比例较高、逐年增长具有合理性，与公司实际经营情况匹配。

3、公司是否具备开展正常经营所需的全部资产资源

公司已拥有开展业务必要的生产及办公场地，并自 2024 年开始着手购置土地使用权并自主建设厂房。此外，公司具有经营业务必备的资质，取得了专利、商标等无形资产，采购并储备了生产、研发和办公所需的物料及设备。因此，公司具备开展正常经营所需的全部资产资源。

（二）说明公司是否存在大额异常转账，是否存在资金池，如有，请补充披露相关情况

报告期内，公司大额资金转账主要系收付货款、购买及赎回大额理财产品、收到藏青工业园企业扶持资金、收到投资款、支付员工薪酬、支付各项税费、支付固定资产购置款等。公司不存在大额异常资金转账的情况，亦不存在资金池。

（三）结合实际业务、经营性应收、应付、存货等增减变动定性定量进一步补充披露经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的原因

公司已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“八、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（四）现金流量分析”之“2”中补充披露，具体如下：

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润关系如下：

单位：万元		
项目	2024 年度	2023 年度
净利润	7,350.11	6,847.76
加：资产减值准备	-44.15	30.92
信用减值损失	96.67	-9.14
固定资产折旧	516.14	418.72
使用权资产折旧	491.41	519.02
无形资产摊销	76.16	58.91
长期待摊费用摊销	380.02	331.82
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”填列）	1.64	-41.49
固定资产报废损失（收益以“-”填列）	0.21	-
公允价值变动损失（收益以“-”填列）	-319.89	-61.26
财务费用（收益以“-”填列）	47.76	47.74
投资损失（收益以“-”填列）	-164.57	-341.69
递延所得税资产的减少（增加以“-”填列）	-174.07	-183.86

项目	2024 年度	2023 年度
递延所得税负债的增加（减少以“-”填列）	88.01	68.14
存货的减少（增加以“-”填列）	-1,031.05	-1,181.89
经营性应收项目的减少（增加以“-”填列）	-1,929.84	1,446.17
经营性应付项目的增加（减少以“-”填列）	778.93	2,531.62
其他（注）	1,168.37	416.87
经营活动产生的现金流量净额	7,331.87	10,898.36

注：其他系股份支付费用、递延收益变动。

由上表可知，报告期内净利润与经营活动的现金流量净额的差异，主要系以下事项导致：（1）固定资产折旧、使用权资产折旧、长期待摊费用摊销、其他中股份支付等不涉及现金的支出；（2）公允价值变动、投资收益等不属于经营活动的损益；（3）经营性应收应付项目、存货的增减变动等。

2023 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为 10,898.36 万元，净利润为 6,847.76 万元，主要差异原因包括当年存货项目增加 1,181.89 万元、经营性应收项目减少 1,446.17 万元、经营性应付项目增加 2,531.62 万元。2023 年度公司经营规模扩大，广告宣传推广费用投入提高，公司为应对市场需求增加产品的备货，导致存货较 2022 年增加 1,181.89 万元；经营性应收项目中预付款项-预付服务费、经营性物资采购款较 2022 年减少 1,188.00 万元；经营性应付项目中应付账款-应付服务费、经营性物资采购款较 2022 年增加 623.88 万元，合同负债与其他流动负债较 2022 年增加 787.54 万元，应交税费应交企业所得税较 2022 年增加 488.80 万元。

2024 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为 7,331.87 万元，净利润 7,350.11 万元，主要差异原因包括当年存货项目增加 1,031.05 万元、经营性应收项目增加 1,929.84 万元、经营性应付项目增加 778.93 万元。2024 年度，公司一方面大力在天猫、抖音等电商平台开设自营旗舰店，重点围绕线上渠道进行营销和宣传；另一方面公司自 2024 年开始与京东平台开展代销合作，为满足下游客户需求加大存货储备，以上原因导致公司存货较 2023 年增加 1,031.05 万元；经营性应收项目中应收账款较 2023 年增加 822.60 万元，预付款项-预付服务费较 2023 年增加 597.36 万元；经营性应付项目中应付账款-应付经营性物资采购款较 2023 年增加 261.75 万元，应交税费-应交增值税和企业所得税较 2023 年增加 129.85 万元。

综上所述，报告期内公司经营活动产生的现金流量净额变动与净利润虽存在差异，但具有合理性。

（四）说明货币资金管理制度及内部控制制度是否建立健全且得到有效执行

公司建立了《货币资金管理制度》《费用报销管理制度》等资金管理制度，明确了银行账户管理、资金收支管理、不相容职务相分离等相关管理要求，相关内控制度得到了有效执行。

（五）请主办券商、会计师核查上述事项，并对上述事项及公司货币资金的真实性发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

- （1）询问公司业务负责人，了解公司上下游结算模式与议价能力、生产模式；
- （2）查阅公司资产负债表及现金流量表，了解公司货币资金变动原因，确认公司是否具备基本的经营资产；
- （3）获取并查阅公司银行流水、收入明细大表及采购大表，核查是否存在大额异常转账；通过银行询证了解公司是否存在资金池情况；
- （4）获取并查阅公司资金管理制度，了解、评价和测试与货币资金管理相关的关键内部控制的设计及运行的有效性；
- （5）获取公司的现金流量表，结合实际业务、经营性应收、应付、存货等增减变动定量分析经营活动产生的现金流量净额与净利润差异的原因。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

- （1）公司货币资金规模较高、占总资产比例较高、逐年增长具有合理性，与公司实际经营情况匹配，公司具备开展正常经营所需的全部资产资源
- （2）公司不存在大额异常资金转账的情况，亦不存在资金池；
- （3）公司建立了健全的货币资金管理制度及内部控制制度并得到有效执行；
- （4）公司经营活动现金流与净利润的差异具有合理原因，与公司实际经营情况相

符；

(5) 公司货币资金余额真实，不存在重大异常。

五、关于特殊投资条款。根据申请文件，实际控制人与鼎晖墨熹等机构股东之间存在特殊投资条款。请公司：①全面梳理并以列表形式说明现行有效的特殊投资条款，逐条说明是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于“1-8 对赌等特殊投资条款”的要求。②结合相关主体签订有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议，详细说明变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效。③详细说明回购触发的可能性、回购方所承担的具体义务；结合回购方各类资产情况，详细说明触发回购条款时回购方是否具备独立支付能力，是否可能因回购行为影响公司财务状况，触发回购条款时对公司的影响。请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

(一) 全面梳理并以列表形式说明现行有效的特殊投资条款，逐条说明是否符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于“1-8 对赌等特殊投资条款”的要求

根据各方签署的《股东协议》《增资协议一》《增资协议二》《终止协议》《终止协议之补充协议》，截至本回复出具日，公司现行有效的特殊投资条款中现行有效的股东特殊权利条款具体情况如下：

拥有特殊权利的公司投资人 股东	条款名称	责任/义务承担主体	享有的股东特殊权利及主要内容
鼎晖墨熹（A1 轮投资方）、金意通达、天津信诚、鼎晖仁爱（A2 轮投资方）	回购权	实际控制人或其指定的第三方	《终止协议》第二条第（二）款约定：若发生下述任一情形，投资方有权要求实际控制人（实际控制人可指定第三方）以相当于下列金额的购买价格通过盘后大宗交易或协议转让方式回购投资方要求回购的全部或部分公司股权：（1）实际控制人或公司实质性违反交易文件中的约定或违反交易文件中约定的承诺、保证或其他义务导致对公司合格上市构成实质性障碍或对公司经营产生重大不利影响；（2）除因投资方故意不配合合格上市相关股东核查所直接导致的外，公司因任何原因未能于合格上市定义中约定期限完成合格上市；（3）公司拟在除合格上市所明确定义的证券交易所之外的其他证券交易所申请首次公开发行及上市且未能取得投资方书面同意的；（4）公司任何其他股东出现要求回购的情形；（5）因发生重大不利变化（包括但不限于未能取得或未能续期开展业务所需的重大手续/资质/备案等），导致集团成员停产、无法持续正常开展业务经营达 6 个月；（6）因集团业务、财务、法律等合规性问题及重大知识产权权属纠纷、诉讼或仲裁对公司合格上市造成重大不利影响，且未能在投资方要求的合理期限内制定或实施经投资方认可的替代方案；（7）公司实际控制人发生变化或实际控制人出现重大个人诚信问题或实际控制人不再在公司任职或实际参与公司的经营。

拥有特殊权利的公司投资人 股东	条款名称	责任/义务承担主体	享有的股东特殊权利及主要内容
			因政策变化或者不符合全国股转系统监管规则或因其他原因（如转让价格不符合关于盘后大宗交易或协议转让方式价格的规定的限制），导致股东间股份回购无法实施，各方可协商按届时合法合规的方式进行回购，并签署补充协议，但应确保投资方按《股东协议》的约定按时收到回购义务方支付的回购价款。自《终止协议》签署之日起，《股东协议》项下涉及需要公司履行回购相关义务的内容对公司不再具有法律约束力，公司不再承担任何回购义务，且自始无效，不可恢复。
	反稀释权	实际控制人	《终止协议》第二条第（一）款约定：作为反稀释保护措施，投资方有权要求实际控制人以按照经本协议调整后的《股东协议》第 6.6 条（回购权）约定的程序对投资方持有的公司股权进行回购的方式承担反稀释义务。实际控制人应在收到投资方的书面回购要求后根据法律法规及全国股转系统的规定在满足限售条件的前提下尽快完成回购。如果投资方因上述股权回购需要缴纳任何税费或其他费用，实际控制人应当补偿投资方该等税费或其他费用。
	优先清算权	实际控制人	《终止协议》第二条第（三）款约定：公司各股东应按照在该等清算事件发生时所持有的公司股权的相对比例分配该可供分配的全部资产和资金。特别的，投资方所获得的资产和资金应不低于该等投资方获得其原始投资成本价格及利息金额及已宣布分配但未支付的利息之和。如由于中国法律法规或政府审批的限制导致公司可分配的资产和资金不足导致投资方的清算优先权无法完全实现，实际控制人承诺对投资方实际获得的款项少于其有权获得的清算优先金额的差额部分进行补足，且实际控制人可分得的清算金额应直接按比例优先支付给投资方。实际控制人应在收到投资方就前述差额的书面补足要求后二十（20）个工作日内完成现金补足，相应补足款项的支付方式以投资方的要求为准。

经逐条比照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》中“1-8 对赌等特殊投资条款”的规定，截至本回复出具之日，公司继续保留的特殊投资条款符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的相关规定，具体分析如下：

序号	《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定应当清理的情形	现行有效的特殊投资条款内容
1	公司为特殊投资条款的义务或责任承担主体	特殊权利条款（回购权、反稀释权、优先清算金额差额补足）的义务承担主体均为实际控制人，公司未作为相关义务或责任承担主体
2	限制公司未来股票发行融资的价格或发行对象	不存在相关约定，仅约定了实际控制人以回购的方式承担反稀释义务
3	强制要求公司进行权益分派，或者不能进行权益分派	不存在相关约定
4	公司未来再融资时，如果新投资方与公司约定了优于本次投资的特殊投资条款，则相关条款自动适用于本次投	不存在相关约定

序号	《挂牌审核业务规则适用指引第1号》规定应当清理的情形	现行有效的特殊投资条款内容
	资方	
5	相关投资方有权不经公司内部决策程序直接向公司派驻董事，或者派驻的董事对公司经营决策享有一票否决权	不存在相关约定
6	不符合相关法律法规规定的优先清算权、查阅权、知情权等条款	优先清算权差额补足义务由实际控制人承担，不违反《公司法》等相关法律法规及《公司章程》之规定
7	触发条件与公司市值挂钩	现行有效的特殊投资条款的触发条件均不与公司市值挂钩
8	其他严重影响公司持续经营能力、损害公司及其他股东合法权益、违反公司章程及全国股转系统关于公司治理相关规定的情形	现行有效的特殊投资条款均为股东之间的真实意思表示，不存在其他严重影响公司持续经营能力、损害公司及其他股东合法权益、违反公司章程及全国股转系统关于公司治理相关规定的情形

综上，公司现行有效的特殊投资条款包括回购权、反稀释权和优先清算权，责任和义务承担主体均为实际控制人，不存在公司为义务或责任承担主体，亦不存在《挂牌审核业务规则适用指引第1号》规定的应予清理的特殊投资条款。

（二）结合相关主体签订有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议，详细说明变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效

1、《终止协议》

2024年3月22日，鼎晖墨熹（A1轮投资方）、金意通达、天津信诚、鼎晖仁爱（A2轮投资方）、张颖霆、杨丰乐、横琴绽妍、王昆、江梅、税科英、绽妍生物签署《终止协议》，各方主要约定内容如下：

条款	具体约定内容	变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效
第一条 股东特殊权利条款终止	《股东协议》《增资协议一》《增资协议二》中下述约定自绽妍生物向全国中小企业股份转让系统有限责任公司提交股转系统挂牌申请材料之日起解除： （一）《股东协议》第3.2.2条之约定：“特别的，股东会对3.1条第（6）项（仅针对修改公司章程中与投资方权益相关的条款而言）至第（14）项事项作出决议的，需经全部投资方股东同意”。 （二）《股东协议》第6.1条“最优惠待遇”、第6.3条“优先购买权和共同出售权”、第6.4条“优先认购权”、第6.8条“信息权”全部约定内容。 （三）《增资协议一》第5.5条之约定：“公司及实际控制人承诺并保证自交割日起三（3）年内，未经投资方事先书面同意，公司不得进行任何利润分配”。 （四）《增资协议二》第4.5条之约定：“公司及实际	前述需经全部投资方股东同意的事项、最优惠待遇、优先购买权和共同出售权、优先认购权、信息权、未经投资人同意不得进行利润分配等不符合《挂牌审核业务规则适用指引第1号》的条款自绽妍生物向全国中小企业股份转让系统提交挂牌申请之日起解除。 上述以申请挂牌时点为解除时点的安排具有商

条款	具体约定内容	变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效
	控制人承诺并保证，自交割日起三（3）年内，未经本轮投资方事先书面同意，公司不得进行任何利润分配。	业合理性，符合各方基于挂牌要求签署终止协议之目的，条款真实有效。
第二条 股东特殊权利条款变更	各方同意，自本协议签署日起，《股东协议》关于 6.5 条“反稀释权”、6.6 条“回购权”、6.7 条“优先清算权”条款调整后如下： 1、反稀释权：作为反稀释保护措施，投资方有权要求实际控制人以按照经本协议调整后的《股东协议》第 6.6 条（回购权）约定的程序对投资方持有的公司股权进行回购的方式承担反稀释义务。 2、回购权：若发生下述任一情形，投资方有权要求实际控制人（实际控制人可指定第三方）以相当于下列金额的购买价格通过盘后大宗交易或协议转让方式回购投资方要求回购的全部或部分公司股权：……因政策变化或者不符合全国股转系统监管规则或因其他原因（如转让价格不符合关于盘后大宗交易或协议转让方式价格规定的限制），导致股东间股份回购无法实施，导致股东间股份回购无法实施，各方可协商按届时合法合规的方式进行回购，并签署补充协议，但应确保投资方按《股东协议》的约定按时收到回购义务方支付的回购价款。自《终止协议》签署之日起，《股东协议》项下涉及需要公司履行回购相关义务的内容对公司不再具有法律约束力，公司不再承担任何回购义务，且自始无效，不可恢复。 3、优先清算权：公司各股东应按照在该等清算事件发生时所持有的公司股权的相对比例分配该可供分配的全部资产和资金。特别的，投资方所获得的资产和资金应不低于该等投资方获得其原始投资成本价格及利息金额及已宣布分配但未支付的利息之和。如由于中国法律法规或政府审批的限制导致公司可分配的资产和资金不足导致投资方的清算优先权无法完全实现，实际控制人承诺对投资方实际获得的款项少于其有权获得的清算优先金额的差额部分进行补足，且实际控制人可分得的清算金额应直接按比例优先支付给投资方。实际控制人应在收到投资方就前述差额的书面补足要求后二十（20）个工作日内完成现金补足，相应补足款项的支付方式以投资方的要求为准。	各方就反稀释权、回购权、优先清算权的义务承担主体调整为实际控制人；《股东协议》项下涉及需由公司履行回购义务的内容对公司不再具有法律约束力，公司不再承担任何回购义务，且自始无效，不可恢复。 基于上述公司回购义务的自始无效约定，各方具有终止公司作为义务主体承担回购、补足责任的真实意思表示，条款真实有效。
第三条 其他	（一）各方确认未因股东特殊权利条款约定的签署、履行及终止事宜发生任何纠纷，不存在任何违约行为，不存在应履行未履行之义务，且不存在任何潜在纠纷。 （二）各方确认《增资协议一》《增资协议二》《股东协议》的签署、履行事宜合法有效，不存在任何违约行为，且未发生任何纠纷，亦不存在任何潜在纠纷。 （三）各方同意，自本协议签署日起，A1 轮投资方与初始股东于 2023 年 8 月签署的《绽妍生物科技有限公司章程》终止，各方同意按照公司现行，《公司章程》规定及经本协议修订后的《股东协议》的约定行使股东权利。 （四）在公司提交新三板挂牌申请时，若《增资协议	各方确认《终止协议》签署前，不存在触发特殊权利条款而未履行的情形，各方就特殊权利条款约定的签署、履行及终止事项不存在任何纠纷或潜在纠纷；各方就涉及特殊权利条款的签署文件均作出统一终止安排，并对挂牌/上市审核中可能涉及的条款

条款	具体约定内容	变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效
	一》《增资协议二》、经本协议修订后的《股东协议》项下投资方的其他权利安排及相关条款与届时适用的挂牌/上市审核规则存在冲突而需要中止或终止的，各方同意届时应当在适用的挂牌审核规则所要求的最晚期限前另行签订终止/补充协议，调整、中止或终止该等安排及相关条款。若公司在递交新三板挂牌申请材料之日后发生如下任何一种情形的，自如下情形发生时间孰早之日起，根据本协议中止、终止或变更的股东特殊权利条款对全部签署方立即按《股东协议》的约定恢复效力（本协议另有约定的除外，如需要公司履行回购相关义务、承担反稀释义务、优先清算权等内容）并视同该等权利从未变更或解除：（1）公司主动撤回新三板挂牌申请；（2）新三板挂牌申请未被全国中小企业股份转让系统有限责任公司、证券监管机关或其他审批机构受理，或者被其驳回或失效；（3）公司终止新三板挂牌。	调整的调整方式作出约定。 基于上述，各方关于特殊权利条款终止/自始无效之约定具有商业合理性，条款真实有效。

2、《终止协议之补充协议》

2024年3月22日，金意通达、天津信诚（A2轮投资方）、张颖霆、绽妍生物签署《终止协议》，鉴于协议各方于2023年10月27日签订了《关于绽妍生物科技有限公司股东协议之补充协议》，约定了A2轮投资方特殊权利附条件恢复条款，各方就终止该特殊权利附条件恢复条款进行约定，主要内容如下：

条款	具体约定内容	变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效
第一条	各方同意，自本协议签署日起，各方于2023年10月27日签署的《补充协议》不可撤销地彻底终止，且自始无效，在任何条件下不再恢复其法律效力，各方不存在应履行而未履行的义务。	终止了《补充协议》约定的特殊权利附条件恢复条款，特殊权利条款自始无效，在任何条件下不再恢复法律效力。各方就前期签署的附条件恢复条款作出自始无效安排，各方具有终止公司作为义务主体承担回购、补足责任的真实意思表示，条款真实有效。
第二条	各方同意，自《股东协议》签署日起，在各方之间，《股东协议》第11.1条应按如下约定执行：“本协议经各方签字和/或盖章之日起成立并生效（针对A2轮投资方，自增资协议约定的交割日起生效）。如公司基于合格上市之必须，本协议第三条约定的投资方在股东会中的保护性权利以及第六条中约定的投资方特别权利及其他不符合合格上市监管实践要求的特殊权利条款中因涉及公司承担相关责任而不符合适用的法律法规及中国证	如《股东协议》约定内容不符合合格上市监管实践要求的，投资方同意按照相关监管要求调整、中止或终止特殊权利条款。

条款	具体约定内容	变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效
	监会或经投资方书面同意的其他合格上市适格的证券监管机构的明确要求而需予以调整、中止或终止的，投资方同意届时与相关方按照合格上市监管实践要求另行协商签署协议，调整、中止或终止该等安排及相关条款。” 如依据《终止协议》第三条或各方其他签署的协议恢复《股东协议》原约定效力的，在各方之间，《股东协议》第 11.1 条应按照本协议约定执行。	
第三条	各方确认未因《补充协议》的签署、履行及终止事宜存在任何纠纷或潜在纠纷，不存在任何违约行为，各方不得据其约定向任何一方主张任何权利。	各方确认《补充协议》签署前，不存在触发特殊权利条款而未履行的情形，各方就特殊权利条款约定的签署、履行及终止事项不存在任何纠纷或潜在纠纷。
第四条	各方共同确认，除《增资协议二》《股东协议》《补充协议》及本协议外，各方不存在其他任何关于股东特殊权利及回购的约定（包括但不限于口头、书面等任何约定），截至本协议签署日，各方亦不存在其他任何关于股东特殊权利及回购的潜在安排。	

3、投资方关于不存在特殊投资条款的确认

根据投资方鼎晖墨熹、鼎晖仁爱、金意通达、天津信诚签署的《调查表》，各投资方确认：“除 2023 年 10 月 27 日签署的《增资协议》《股东协议》及 2024 年 3 月 22 日签署的《终止协议》和/或《终止协议之补充协议》外，本企业与绽妍生物、绽妍生物实际控制人或其他股东之间不存在任何涉及对赌、股权回购、估值调整、利益补偿等股东特殊权利或可能影响本企业持有绽妍生物股权稳定性、清晰性的约定及安排。”

综上，《终止协议》《终止协议之补充协议》关于变更及终止特殊投资条款的约定具有商业合理性，相关约定符合各方基于挂牌审核要求签署相关终止协议之目的，具有真实性；该等约定条款不违反《公司法》等相关法律法规的强制性规定，合法有效。

（三）详细说明回购触发的可能性、回购方所承担的具体义务；结合回购方各类资产情况，详细说明触发回购条款时回购方是否具备独立支付能力，是否可能因回购行为影响公司财务状况，触发回购条款时对公司的影响

1、回购触发的可能性

经中介机构核查《股东协议》《终止协议》，在现行有效的回购权条款下，若发

生以下任一情形，投资方有权要求实际控制人回购投资方全部或部分公司股份：

触发回购条款	回购触发可能性
（1） 实际控制人或公司实质性违反交易文件中的约定或违反交易文件中约定的承诺、保证或其他义务导致对公司合格上市构成实质性障碍或对公司经营产生重大不利影响	自《股东协议》签署后至本回复出具日，公司经营状况良好，实际控制人及公司严格遵守交易文件中的相关约定。该回购触发的可能性较小。
（2） 除因投资方故意不配合合格上市相关股东核查所直接导致的外，公司因任何原因未能于合格上市定义（A1 轮合格上市：就 A1 轮投资方而言，指公司不晚于 A1 轮投资交割日（即 2023 年 10 月 11 日）起 3 年内在上海证券交易所或深圳证券交易所及其他经 A1 轮投资方书面认可的证券交易所首次公开发行及上市，或间接上市，或者与经 A1 轮投资方认可的资本市场的上市公司进行并购整合且并购时公司的估值不低于人民币 40 亿元；A2 轮合格上市：就 A2 轮投资方而言，指公司不晚于本次增资交割日（即 2023 年 10 月 31 日）起 5 年内在上海证券交易所、深圳证券交易所、北京证券交易所及其他经 A2 轮投资方书面认可的证券交易所首次公开发行及上市，或间接上市，或者与经 A2 轮投资方认可的资本市场的上市公司进行并购整合且并购时公司的估值不低于人民币 40 亿元）中约定期限完成合格上市	截至本回复出具日，该回购条款尚未触发，其中，A1 轮投资方回购触发最早日期为 2026 年 10 月 10 日，A2 轮投资方回购触发最早日期为 2028 年 10 月 29 日。公司预计完成新三板挂牌后择机向北京证券交易所或其他证券交易所申请公开发行并上市，受限于审核政策、业绩变动等因素，如在约定的合格上市日期内绽妍生物未能实现合格上市的，存在一定触发回购条款的可能性。
（3） 公司拟在除合格上市所明确定义的证券交易所之外的其他证券交易所申请首次公开发行及上市且未能取得投资方书面同意的	
（4） 公司任何其他股东出现要求回购的情形	
（5） 因发生重大不利变化（包括但不限于未能取得或未能续期开展业务所需的重大手续/资质/备案等），导致集团成员停产、无法持续正常开展业务经营达 6 个月	自《股东协议》签署后至本回复出具日，公司经营状况稳定，已取得的与生产经营相关的重大手续/资质/备案等不存在重大不利变化。该回购条款触发的可能性较小。
（6） 因集团业务、财务、法律等合规性问题及重大知识产权权属纠纷、诉讼或仲裁对公司合格上市造成重大不利影响，且未能在投资方要求的合理期限内制定或实施经投资方认可的替代方案	自《股东协议》签署后至本回复出具日，公司不存在业务、财务、法律等重大合规性问题及重大知识产权权属纠纷、诉讼或仲裁等对公司合格上市造成重大不利影响的情形。该回购条款触发的可能性较小。
（7） 公司实际控制人发生变化或实际控制人出现重大个人诚信问题或实际控制人不再在公司任职或实际参与公司的经营	经查询张颖霆提供的中国人民银行出具的《个人信用报告》、无犯罪证明，并查询中国裁判文书网（ http://wenshu.court.gov.cn ）、中国审判流程信息公开网（ https://splcgk.court.gov.cn/gzfwfw ）、中国执行信息公开网（ http://zxgk.court.gov.cn ）、中国证监会（ http://www.csrc.gov.cn ）、证券期货市场失信记录查询平台（ http://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun ）、信用中国（ https://www.creditchina.gov.cn ）、全国

触发回购条款	回购触发可能性
	股转系统（ http://www.neeq.com.cn ）、北京证券交易所网站（ http://www.bse.cn ）、上海证券交易所网站（ http://www.sse.com.cn ）、深圳证券交易所网站（ http://www.szse.cn ）等网站，实际控制人张颖霆个人信用信息良好，不存在重大个人诚信问题。报告期初至今，张颖霆一直为公司董事长/执行董事，并担任绽妍生物经理且持有绽妍生物始终不低于 91.2236%的股权对应表决权，其不再在公司任职或实际参与公司经营的可能性较小。该回购条款触发的可能性较小。
（8）在公司实现合格上市前，若公司接受其他投资者（“更优惠投资者”）对公司的股权投资（“后续股权投资”），且后续股权投资的每股投资成本低于本次增资价格的，作为反稀释保护措施，投资方有权要求实际控制人按照《终止协议》约定，对投资方持有的公司股权进行回购。	截至本回复出具日，公司无计划进行的股权融资事项，且公司经营状况良好，该回购条款触发的可能性较小。

2、回购方所承担的具体义务

根据《股东协议》《终止协议》，回购方为绽妍生物实际控制人张颖霆，回购条件触发时，投资方有权要求张颖霆以相当于下列金额的购买价格回购投资方要求回购的全部或部分公司股权：

（1）针对 A1 轮投资方

回购价格=投资方要求回购的股权部分对应的投资方为获取该部分股权而支付的全部价款 $\times$ （1+n*回购利率），其中 n 为投资方实际支付价款之日起至回购义务方实际完成回购义务履行及支付完毕全部回购价款之日的年数（一年按照 365 天计算），回购利率为 12%。

（2）针对 A2 轮投资方

回购价格=投资方要求回购的股权部分对应的投资方为获取该部分股权而支付的全部价款 $\times$ （1+n*回购利率），其中 n 为投资方实际支付价款之日起至回购义务方实际完成回购义务履行及支付完毕全部回购价款之日的年数（一年按照 365 天计算），回购利率为 6%。

按上述回购方所承担的具体义务，假设以 A1 轮投资人合格上市承诺日期 3 年、

A2 轮投资人合格上市承诺日期 5 年为投资款占用期间（即上述公式中“n”数值）进行计算，结合具体投资天数、投资本金及各投资方股东分别约定的回购利率等，测算上述回购条款所涉回购金额的测算情况如下：

单位：万元

序号	股东名称	投资方为获取该部分股权而支付的全部价款	回购计算标准	测算的回购金额
1	鼎晖墨熹	3,100.00	投资方要求回购的股权部分对应的投资方为获取该部分股权而支付的全部价款 $\times$ （1+n*回购利率），其中 n 为投资方实际支付价款之日起至回购义务方实际完成回购义务履行及支付完毕全部回购价款之日的年数（一年按照 365 天计算），回购利率为 12%。	4,216.00
2	金意通达	1,000.00	投资方要求回购的股权部分对应的投资方为获取该部分股权而支付的全部价款 $\times$ （1+n*回购利率），其中 n 为投资方实际支付价款之日起至回购义务方实际完成回购义务履行及支付完毕全部回购价款之日的年数（一年按照 365 天计算），回购利率为 6%。	1,300.00
3	天津信诚	1,000.00		1,300.00
4	鼎晖仁爱	300.00		390.00
总额	——	——	——	7,206.00

注：鼎晖墨熹支付的股权转让款分两期支付，每期各 1,550 万元，为便于计算，上表测算金额均以 3,100 万元为计算基数计算 5 年投资回报，未拆分计算。

综上，经测算，若 A1 轮投资方、A2 轮投资方回购条件均触发且投资人要求公司实际控制人对其所持股份进行回购，以上述表格进行测算，实际控制人预计需支付回购款约 7,206 万元。

3、回购方的支付能力

（1）截至本回复出具日，实际控制人张颖霆直接持有绽妍生物 3,830.00 万股股份（占绽妍生物股本总额的 62.1551%）、通过横琴绽妍间接持有绽妍生物 303.8236 万股股份（占绽妍生物股本总额的 4.9306%），合计持有绽妍生物 4,133.8236 万股股份（占绽妍生物股本总额的 67.0857%）。参考公司最近一次增资价格 33.3333 元/股计算，实际控制人张颖霆持有的全部公司股份价值为 137,793.98 万元；

（2）截至报告期末，绽妍生物未分配利润为 221,790,604.78 元，货币资金余额为 279,861,464.43 元，假设公司将未分配利润全部按持股比例分配给股东，在不考虑

公司未来盈利及税收的情况下，实际控制人张颖霆直接持股股份预计对应可得分红金额为 137,854,172.19 元；同时，公司经营情况良好，未来存在新增可分配利润可能性较大，且张颖霆一直担任公司董事长及经理并领取薪酬，具有稳定的收入来源。

(3) 截至 2025 年 6 月 30 日，张颖霆拥有银行存款不少于 500 万元。

(4) 根据实际控制人张颖霆提供的中国人民银行出具的《个人信用报告》，并查询中国裁判文书网 (<http://wenshu.court.gov.cn>)、中国审判流程信息公开网 (<https://splcgk.court.gov.cn/gzfwwww>)、中国执行信息公开网 (<http://zxgk.court.gov.cn>) 等网站，截至本回复出具日，张颖霆个人信用状况良好，不存在逾期未偿还的大额负债，不属于失信被执行人。

(5) 实际控制人张颖霆出具《承诺》，必要时将在不影响公司控制权的情况下采取转让部分绽妍生物股份、银行或亲友借款等多种方式履行股份回购义务。

综上，结合实际控制人张颖霆各类资产情况，张颖霆所持资产价值足以覆盖上述测算回购金额，其具备自筹股份回购款的资产实力。

4、是否可能因回购行为影响公司财务状况，触发回购条款时对公司的影响

根据《股东协议》《终止协议》，回购义务承担主体为绽妍生物实际控制人张颖霆，公司未作为特殊投资条款的义务或责任承担主体，若触发回购义务，回义务承担主体张颖霆具备独立支付能力，其回购行为不会对公司财务状况造成重大不利影响。

根据实际控制人张颖霆出具的《承诺》，必要时将在不影响公司控制权的情况下采取转让部分绽妍生物股份、结合银行或亲友借款等多种形式履行回购义务，亦不会导致其丧失董事、高管任职资格此外，鼎晖墨熹等投资机构股东持股比例较低，未向公司提名或委派董事及高级管理人员，即使触发回购条款，不会影响公司控制权稳定性，亦不会对公司股权结构、公司治理、日常经营产生重大不利影响。

综上，回购方张颖霆所持资产能够覆盖上述测算的触发回购条款所需支付的回购金额，具备独立支付能力，上述潜在回购事项不会影响绽妍生物控制权稳定性，不会对公司股权结构、公司治理、日常经营等产生重大不利影响。

(四) 请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见

1、核查程序

主办券商及律师履行了如下核查程序：

（1）取得并查阅公司自设立至今的全套工商档案资料、历次增资的相关协议、价款支付凭证，了解公司投资方鼎晖墨熹、金意通达、天津信诚、鼎晖仁爱签署的特殊权利条款相关情况；

（2）访谈实际控制人张颖霆，了解各特殊投资条款权利方入股的背景原因、入股价格等相关事项；

（3）取得投资方鼎晖墨熹、金意通达、天津信诚、鼎晖仁爱填写的股东调查问卷，确认各方签署的特殊权利条款终止情况；

（4）对照各方签署的相关协议，核查现行有效的特殊投资条款是否符合法律规定、是否属于应当清理的情形；核查特殊投资条款的履行或终止情况，是否存在纠纷，是否存在损害公司及其他股东利益的情形，是否对公司经营产生不利影响；

（5）查询国家企业信用信息、中国裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网、信用中国、企查查网站，确认公司与投资方就特殊权利条款的履行和终止不存在任何争议、纠纷；

（6）测算回购条款涉及的资金金额，了解回购义务人张颖霆的资产情况，分析回购义务人是否具备独立支付能力，是否可能因回购行为影响公司财务状况及控制权稳定性，触发回购条款时是否对公司产生重大不利影响。

2、核查意见

经核查，主办券商及律师认为：

（1）公司现行有效的全部特殊投资条款符合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》相关规定，不存在公司为义务或责任承担主体的情形，亦不存在《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》规定的应予清理的特殊投资条款；

（2）公司变更或终止特殊投资条款的约定具有商业合理性，相关约定符合各方基于挂牌审核要求签署相关终止协议之目的，具有真实性；该等约定条款不违反《公司法》等相关法律法规的强制性规定，合法有效；

（3）回购义务方为公司实际控制人张颖霆，结合其拥有的各类资产情况，若 A1 轮投资方、A2 轮投资方回购条件均触发，其持有的资产价值足以覆盖测算回购金额，

如触发回购条款，张颖霆具备独立支付能力；潜在回购事项不会对公司财务状况造成重大不利影响，不会影响公司控制权稳定性，亦不会对公司股权结构、公司治理、日常经营等产生重大不利影响。

六、关于股权激励。根据申请文件，2021年6月公司设立员工持股平台横琴绽妍实施股权激励。请公司：①说明横琴绽妍合伙人是否均为公司员工，出资来源是否均为自有资金，所持份额是否存在代持或者其他利益安排。②披露股权激励的行权条件、内部股权转让、离职后股权处理的相关约定以及股权管理机制，员工发生不适合股权激励情况时所持相关权益的处置办法；股权激励目前是否已经实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划。③结合股权激励条款，说明公司计算股份支付费用时等待期、公允价值的确定依据及合理性，说明股份支付的会计处理是否符合相关规定，股份支付计入相关费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，股份支付对当期及未来公司经营业绩的影响。④说明公司预估的股权激励行权时间是否发生过变化，对应股份支付的会计处理是否存在调整，是否符合《企业会计准则》等规定。请主办券商、律师核查事项①②并发表明确意见。请主办券商、会计师核查事项③④并发表明确意见。

（一）说明横琴绽妍合伙人是否均为公司员工，出资来源是否均为自有资金，所持份额是否存在代持或者其他利益安排

1、横琴绽妍合伙人是否均为公司员工

经中介机构核查绽妍生物员工花名册、横琴绽妍合伙人与绽妍生物及其子公司签署的《劳动合同》、横琴绽妍合伙人填写的调查表、社保公积金缴纳证明并经访谈相关合伙人，横琴绽妍合伙人均为公司员工。横琴绽妍的出资人及其任职情况如下：

序号	出资人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	职务
1	张颖霆	303.8236	43.7156	董事长、经理
2	杨鹭	88.2353	12.6957	董事（分管生产及研发）
3	李鸿刚	44.1176	6.3479	董事（分管线上销售）
4	吴中军	35.2941	5.0783	销售总监
5	闫广文	35.2941	5.0783	生产总监
6	黄文涛	35.2941	5.0783	研发总监
7	卢典辉	26.4706	3.8087	监事、销售经理
8	刘影	22.0588	3.1739	研发总监

序号	出资人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	职务
9	税科英	19.1176	2.7507	董事会秘书、财务负责人
10	王昆	14.7059	2.116	董事、副经理
11	郑平	13.2353	1.9044	销售总监
12	文青松	13.2353	1.9044	科学医学中心总监
13	苟琳稀	8.8235	1.2696	监事、质量中心总监
14	舒凌	8.8235	1.2696	研发总监
15	谢明蓉	8.8235	1.2696	品牌管理部经理
16	罗春林	4.4118	0.6348	销售经理
17	彭瑶	4.4118	0.6348	销售经理
18	肖黎	4.4118	0.6348	销售经理
19	黄凤	4.4118	0.6348	销售经理
合计		695.0000	100.0000	——

2、出资来源是否均为自有资金，所持份额是否存在代持或者其他利益安排

经中介机构核查横琴绽妍合伙人出资前后 3 个月的银行流水，并就出资来源情况对全体持股员工进行了访谈确认，针对出资款项来源于员工配偶或其他第三方的情况，取得了双方的结婚证、资金来源方确认函等相应证明材料。经查验，横琴绽妍合伙人的出资来源核查情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	主要出资来源	取得证明文件
1	张颖霆	303.8236	43.7156	自有资金	-
2	杨鹭	88.2353	12.6957	家庭自有资金、朋友还款	结婚证、还款方确认函
3	李鸿刚	44.1176	6.3479	家庭自有资金	结婚证
4	吴中军	35.2941	5.0783	自有资金及吴清*（吴中军之姐）提供借款	结婚证、资金来源方确认函
5	闫广文	35.2941	5.0783	朋友唐亚*、陈亚*提供借款，唐亚*与陈亚*为夫妻关系	资金来源方确认函
6	黄文涛	35.2941	5.0783	自有资金	-
7	卢典辉	26.4706	3.8087	朋友石*提供借款	资金来源方确认函
8	刘影	22.0588	3.1739	朋友王*、徐*提供借款	资金来源方确认函
9	税科英	19.1176	2.7507	自有资金	-

序号	合伙人姓名	出资额 (万元)	出资比例 (%)	主要出资来源	取得证明文件
10	王昆	14.7059	2.116	家庭自有资金	结婚证
11	郑平	13.2353	1.9044	自有资金	-
12	文青松	13.2353	1.9044	家庭自有资金	结婚证
13	苟琳稀	8.8235	1.2696	家庭自有资金	结婚证
14	舒凌	8.8235	1.2696	家庭自有资金	结婚证
15	谢明蓉	8.8235	1.2696	母亲周国*赠与款项	资金来源方确认函
16	罗春林	4.4118	0.6348	自有资金及母亲殷圣*提供借款	资金来源方确认函
17	彭瑶	4.4118	0.6348	家庭自有资金	结婚证
18	肖黎	4.4118	0.6348	母亲蒋玉*提供借款	资金来源方确认函
19	黄凤	4.4118	0.6348	家庭自有资金	结婚证
合计		695.00	100.00	—	—

根据上表，横琴绽妍合伙人出资来源除个人及家庭自有资金外，均为朋友或亲属借款等自筹资金，上述借款来源方出具相应确认函，确认借款的真实性，经横琴绽妍合伙人及非自有资金来源方确认，横琴绽妍合伙人持有的合伙份额不存在代持或者其他利益安排。

（二）披露股权激励的行权条件、内部股权转让、离职后股权处理的相关约定以及股权管理机制，员工发生不适合股权激励情况时所持相关权益的处置办法；股权激励目前是否已经实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划

1、披露股权激励的行权条件、内部股权转让、离职后股权处理的相关约定以及股权管理机制，员工发生不适合股权激励情况时所持相关权益的处置办法

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“四、公司股本形成概况”之“（五）股权激励情况或员工持股计划”补充披露以下内容：

“8、公司股权激励的行权条件、内部股权转让、离职后股权处理等相关约定

根据公司实施股权激励的股东会决议文件、《员工股权激励计划》、横琴绽妍《合伙协议》及相应补充协议，公司股权激励的行权条件、内部股权转让、离职后股权处理的相关约定、股权管理机制、员工发生不适合股权激励情况时所持相关权益的

处置办法具体如下：

（1）股权激励的行权条件

横琴绽妍系公司的员工持股平台，除锁定期、服务期外，公司股权激励计划未设置业绩考核条件等额外的行权条件。

（2）内部股权转让

任一合伙人应自成为持股平台合伙人之日（“授予日”）起为绽妍生物连续服务至其成功上市后 36 个月（“服务期”）。自补充协议签署之日起至公司上市后 36 个月为锁定期（“锁定期”），锁定期内，除补充协议另有约定外，任一激励对象不得转让或者委托他人管理其直接和间接持有的公司股权，也不由公司回购该部分股权。

（3）离职后股权处理

① 服务期满前，任一激励对象发生无法继续履职情形的，其持有合伙份额处置方式如下：

相应情况	处理方式
因个人原因辞职	执行事务合伙人或其指定的第三方有权回购该等员工届时所持公司全部股权： 回购价格=相应原始出资额
非工公伤病、伤病痊愈不能胜任工作岗位	执行事务合伙人或其指定的第三方有权回购该等员工届时所持公司全部股权： 回购价格=相应原始出资额*[1+（出资天数/365）*4%]
因工伤病	执行事务合伙人或其指定的第三方有权回购该等员工届时所持公司全部股权： 回购价格=相应原始出资额*[1+（出资天数/365）*4%]
在工作中出现重大过失，给绽妍生物造成重大损失或不利影响	执行事务合伙人或其指定的第三方有权回购该等员工届时所持公司全部股权： 回购价格=原始出资额—持有公司股权期间累计取得分红总额（税前）—其个人过失对绽妍生物造成的损失总额
与竞争对手恶意串通，泄露公司商业秘密或其他类似行为被绽妍生物辞退或开除的	
其他因违反国家法律法规、绽妍生物制度规章或者相关法律法规被绽妍生物辞退或开除的	

② 服务期满后，任一激励对象因主动离职或被动辞退的，其可继续持有合伙份额并获得相应分红；服务期及锁定期满后，任一激励对象有权在限额内减持其间接持有的公司股权，具体方式包括二级市场挂单出售或向合伙企业其他合伙人转让财产份额。

（4）股权管理机制

公司股权激励计划的管理机构为公司股东会，股东会负责审议和批准激励计划，包括计划的制定、变更和终止。

新合伙人入伙，经执行事务合伙人决定修改合伙协议的相应条款即成为合伙企业的合伙人，执行事务合伙人并有权决定并代表全体合伙人及任一合伙人与新合伙人签署有关入伙变更登记的一切相关法律文件（包括但不限于合伙企业变更决定书、入伙协议、退伙协议、认（实）缴出资确认书、合伙协议等）。

无论因何种原因，任一合伙人需退出合伙企业或减少合伙份额的，应当配合执行事务合伙人及合伙企业签订合伙份额转让协议、退伙协议及相关文件，并配合办理相应工商变更手续。否则合伙企业追究其下述违约责任：

① 拟退伙的合伙人应当经合伙企业通知后 7 个自然日内配合完成退伙协议及其他协议文本签署事项。若因拟退伙的合伙人之原因，超过 7 个自然日内未签署完毕相关协议的，拟退伙的合伙人需向合伙企业承担原始出资额*20%之违约金；如超过 30 个自然日未签署相关协议的，需承担原始出资额*30%之违约金，并且合伙企业有权要求拟退伙的合伙人退还持有合伙份额期间所获所有分红。违约金及分红直接从回购价款中扣除，回购价款不够扣除的，合伙企业有权要求退伙人进行补足。

② 若拟退伙的合伙人超过 30 日内仍未能签署相关协议或拒绝签署相关协议的，执行事务合伙人有权决定将该合伙人强制除名，自该合伙人接到强制除名通知之日起，除名生效，该违约合伙人即退伙。该退伙的合伙人不得再行使任何有限合伙人权利、并丧失对本合伙企业任何事项的表决权、丧失取得任何尚未分配给违约合伙人的投资收益权利，但违约方不因该除名而豁免其违约责任，仍应按本条第一款之规定支付违约金。

③ 违约合伙人应就其违约行为给本合伙企业、普通合伙人、其他有限合伙人造成的全部损失承担赔偿责任。上述违约金、赔偿金作为合伙企业的其他收入，不应计入其他守约合伙人的出资额。上述收入应在其他守约合伙人之间按实缴出资比例进行分配。

（5）员工发生不适合股权激励情况时的权益处置办法

服务期满前，任一激励对象发生下列情形的，持股平台执行事务合伙人或其指定

第三方有权按照约定价格回购其所持有持股平台合伙份额：

相应情况	处理方式
因个人原因辞职或因个人原因亟需转让份额	执行事务合伙人或其指定的第三方有权回购该等员工届时所持公司全部股权： 回购价格=相应原始出资额
非因公伤病、伤病痊愈不能胜任工作岗位，无法继续在绽妍生物继续履职、非因公死亡	执行事务合伙人或其指定的第三方有权回购该等员工届时所持公司全部股权： 回购价格=相应原始出资额*[1+（出资天数/365）*4%]
因公伤病、死亡	执行事务合伙人或其指定的第三方有权回购该等员工届时所持公司全部股权： 回购价格=相应原始出资额*[1+（出资天数/365）*4%]
在工作中出现重大过失，给绽妍生物造成重大损失或不利影响	执行事务合伙人或其指定的第三方有权回购该等员工届时所持公司全部股权： 回购价格=原始出资额—持有公司股权期间累计取得分红总额（税前）—其个人过失对绽妍生物造成的损失总额
与竞争对手恶意串通，泄露公司商业秘密或其他类似行为被绽妍生物辞退或开除的	
其他因违反国家法律法规、绽妍生物制度规章或者相关法律法规被绽妍生物辞退或开除的	

”

2、股权激励目前是否已经实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划

根据中介机构对激励对象及横琴绽妍执行事务合伙人的访谈，横琴绽妍系公司设立的员工持股平台，持股员工通过持有横琴绽妍出资份额而间接持有公司股份。截至本回复出具日，根据横琴绽妍与激励对象签署的《合伙协议》《合伙协议补充协议》，各方就激励股权签署了激励协议，激励员工已经足额缴纳出资价款，股权激励目前已经实施完毕，公司不存在预留股权激励份额及其授予计划。

（三）结合股权激励条款，说明公司计算股份支付费用时等待期、公允价值的确定依据及合理性，说明股份支付的会计处理是否符合相关规定，股份支付计入相关费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性，股份支付对当期及未来公司经营业绩的影响

1、结合股权激励条款，说明公司计算股份支付费用时等待期、公允价值的确定依据及合理性，说明股份支付的会计处理是否符合相关规定

公司设立至今，共进行 1 次股权激励。

2021 年 6 月 5 日，公司与员工签订股权激励计划，授予对象为公司高级管理人员、

中层管理人员、业务部门骨干、执行董事及管理层认定的其他人员共计 23 人。被激励对象通过珠海横琴绽妍投资合伙企业（有限合伙）持股平台向公司以货币资金 695.00 万元增资 695.00 万元，对应股权比例 11.58%，价格为 1.00 元/股。

2021 年 6 月 30 日、2022 年 9 月 16 日、2024 年 1 月 2 日、2024 年 7 月 26 日，公司员工乔博、汪道军、史文康、薛捷分别在服务期内因个人原因自愿离职，按照原始出资额对应的价格将其持有全部员工持股平台合伙份额转让给实际控制人张颖霆。

根据公司于 2021 年 6 月发布的《绽妍生物科技有限公司员工股权激励计划》，以及 23 名员工持股平台合伙人共同签署的《珠海横琴绽妍投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》及其补充协议，公司股份支付涉及的关键判断条件如下：

（1）涉及股份支付的股份数量

2021 年 6 月，公司对 23 名员工进行股权激励，授予股份数量共计 6,950,000 股，其中，实际控制人张颖霆获得 2,632,354 股，其他员工获得 4,317,646 股。根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》，“对于为发行人提供服务的实际控制人/老股东以低于股份公允价值的价格增资入股事宜，如果根据增资协议，并非所有股东均有权按各自原持股比例获得新增股份，对于实际控制人/老股东超过其原持股比例而获得的新增股份，应属于股份支付。”在计算本次股份支付时，由于员工持股平台增资入股后，实际控制人张颖霆的股份被稀释，其获得的新增股份未超过其原持股比例，故实际控制人持有的股份未确认股份支付，涉及股份支付的股份数量为 4,317,646 股。

2021 年 6 月 30 日、2022 年 9 月 16 日、2024 年 1 月 2 日、2024 年 7 月 26 日，公司员工乔博、汪道军、史文康、薛捷分别在服务期内因个人原因自愿离职，按照原始出资额对应的价格将其持有全部员工持股平台合伙份额转让给实际控制人张颖霆。实际控制人低价获得上述股份时分别一次性确认股份支付，涉及股份支付的股份数量分别为 52,941 股、88,235 股、176,471 股、88,235 股。

（2）公允价值确定依据

2023 年 11 月，公司聘请中瑞国际房地产土地资产评估有限公司（以下简称中瑞国际）对 2021 年 6 月股权激励中公司的股权公允价值进行评估，作为计算股份支付费用时公允价值的确定依据。本次资产评估价值类型为公允价值，评估方法为收益法，评估基准日为 2020 年 12 月 31 日。根据中瑞国际出具的《绽妍生物科技有限公司以股

份支付授予权益工具涉及的该公司股东全部权益价值资产评估报告》（中瑞国际资评报字[2023]第 0197 号），公司全部股权价值为 3.64 亿元，对应的市盈率为 12.80 倍。对于 2021 年 6 月、2022 年 9 月的股份支付事项，公司以此作为企业公允价值计算权益工具公允价值，对应的每股价格为 9.10 元/股。

2023 年 10 月，公司完成了报告期内第二次增资，金意通达、天津信诚、鼎晖仁爱等外部投资者分别以 1,000 万元、1,000 万元、300 万元溢价认购公司 30 万元、30 万元、9 万元的新增注册资本，对应的企业价值为 20.54 亿元。对于 2024 年 1 月、2024 年 7 月的股份支付事项，公司以此作为企业公允价值计算权益工具公允价值，对应的每股价格为 33.33 元/股。

（3）行权等待期确认依据

员工股权激励计划约定服务期限为激励对象成为持股平台合伙人之日（授予日）起，为公司连续服务至其成功上市后三十六个月之时。员工必须完成规定的服务期限方可从股权激励计划中获益，属于可行权条件中的服务期限条件，而公司成功完成首次公开募股属于可行权条件中业绩条件的非市场条件，因此，公司应在上述服务期内分摊股份支付金额。

2021 年 6 月，员工股权激励计划实施后，公司计划以 2023 年 12 月 31 日为基准日提交新三板挂牌申请，并在后续根据公司战略规划提交上市申报材料，预计 30 个月左右完成上市。根据上述计划，服务期为：30 个月（2021 年 6 月至 2023 年 12 月）+30 个月（2024 年 1 月至 2026 年 6 月）+36 个月（2026 年 7 月至 2029 年 6 月）=96 个月。2024 年 6 月，公司将上市申报计划推迟一年，导致服务期整体延长至 108 个月，公司自 2024 年 7 月起变更股份支付的摊销期限。

2021 年 6 月 30 日、2022 年 9 月 16 日、2024 年 1 月 2 日、2024 年 7 月 26 日，公司员工乔博、汪道军、史文康、薛捷按照原始出资额对应的价格将其持有全部员工持股平台合伙份额转让给实际控制人张颖霆，张颖霆获得的相关股份不存在服务期限限制，在股份授予当期一次性确认股份支付。

综上，公司计算股份支付费用时等待期、公允价值的确定依据合理，股份支付的会计处理符合相关规定。

2、股份支付计入相关费用的依据及准确性，对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示的合理性

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定，以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量；授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》相关规定，股份立即授予或转让完成且没有明确约定等待期等限制条件的，股份支付费用原则上应一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。设定等待期的股份支付，股份支付费用应采用恰当方法在等待期内分摊，并计入经常性损益。

根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2023 年修订）》对非经常性损益的相关要求，公司将上述与正常经营业务有直接关系、分期确认的股份支付费用认定为经常性损益；对于实控人回购离职员工所持合伙企业份额后未再次授予其他员工的，按回购股份数量、回购价格、公允价值（参考近期新股东的入股价格确定）计算确定股份支付费用并认定为非经常性损益。

自公司实施员工股权激励计划以来，历年股份支付费用的具体情况如下：

（1）2021 年股份支付费用

2021 年 6 月，被激励对象 1 人离职，期末可行权数量的最佳估计为 426.4705 万股，按服务期摊销确认的股份支付费用总计 251.88 万元，系公司经常性损益。离职员工股份由实控人收回，参考公允价格 9.10 元/股，一次性确认股份支付费用 42.88 万元，系公司非经常性损益。

（2）2022 年股份支付费用

2022 年 9 月，被激励对象 1 人离职，期末可行权数量的最佳估计为 417.6470 万股，会计处理冲回前期已确认的股份支付费用，并按照可行权权益工具数量的最佳估计将

剩余股份支付费用在当期进行分摊，确认股份支付费用总计 417.66 万元，系公司经常性损益。离职员工股份由实控人收回，参考公允价格 9.10 元/股，一次性确认股份支付费用 71.47 万元，系公司非经常性损益。

（3）2023 年股份支付费用

2023 年末可行权数量的最佳估计为 417.6470 万股，按服务期摊销确认的股份支付费用总计 422.87 万元，系公司经常性损益。

（4）2024 年股份支付费用

2024 年 6 月 30 日，公司根据自身战略规划预估上市期限为 2027 年 6 月，自 2024 年 7 月起变更摊销期，剩余摊销期限为 71 个月。2024 年被激励对象 2 人离职，期末可行权数量的最佳估计为 391.1764 万股，会计处理冲回前期已确认的股份支付费用，并按照可行权权益工具数量的最佳估计将剩余股份支付费用在剩余摊销期限进行分摊，确认股份支付费用总计 318.58 万元，系公司经常性损益。离职员工股份由实控人收回，每股价格参考最近一次投资人入股价格 33.33 元/股，一次性确认股份支付费用 855.79 万元，系公司非经常性损益。

综上所述，公司股份支付计入相关费用的依据充分且准确，报告期内公司股份支付费用在经常性损益或非经常性损益的列示具有合理性。

3、股份支付对当期及未来公司经营业绩的影响

因实施股权激励计划，公司报告期各期确认的股份支付费用分别为 422.87 万元、1,174.37 万元，占公司当期净利润的比例分别为 6.18%、15.98%。因 2024 年度存在激励对象离职且其股份由实控人收回，一次性确认股份支付费用 855.79 万元，故股份支付费用在 2024 年度占公司当期净利润比例较高。

截至 2024 年末，股份支付费用摊销期剩余 65 个月，尚未确认的股份支付费用为 1,757.54 万元，若未来公司能够维持当前盈利规模，股份支付费用对未来公司经营业绩不会产生较大影响。

（四）说明公司预估的股权激励行权时间是否发生过变化，对应股份支付的会计处理是否存在调整，是否符合《企业会计准则》等规定

根据财政部《股份支付准则应用案例——以首次公开募股成功为可行权条件》相

关规定，等待期内公司估计其成功完成首次公开募股的时点发生变化的，应当根据重估时点确定等待期，截至当期累计应确认的股权激励费用扣减前期累计已确认金额，作为当期应确认的股权激励费用。

2024年6月30日，公司根据自身战略规划调整预估上市期限，更正后的预估上市期限为2027年6月，自2024年7月起变更摊销期。截止2024年6月30日，原剩余等待期为59个月，调整为剩余等待期为71个月，未确认的股份支付费用在剩余等待期71个月内摊销，对以前期间的估计不进行追溯调整。

综上所述，公司根据实际情况预估的股权激励行权时间发生过变化，已调整相应的股份支付会计处理，该调整符合《企业会计准则》等规定。

（五）请主办券商、律师核查事项①②并发表明确意见

1、核查程序

针对问题①②，主办券商及律师履行了以下核查程序：

（1）取得公司员工花名册、员工横琴绽妍合伙人与绽妍生物及其子公司签署的《劳动合同》、社保公积金缴纳证明，确认相关激励对象是否均为公司员工；

（2）取得横琴绽妍合伙人出资前后3个月银行流水，核查合伙人出资前后与出资金额有一定匹配性的银行流水，对全体持股员工进行了访谈，确认横琴绽妍合伙人的出资来源是否均为自有资金；

（3）取得并核查横琴绽妍设立的工商档案；

（4）取得并核查公司实施股权激励的股东会决议文件、《员工股权激励计划》、横琴绽妍《合伙协议》《合伙协议补充协议》，确认横琴绽妍实际系公司员工设立的自愿性财务投资持股平台，并核查横琴绽妍内部股权转让、离职后股权处理的相关约定以及股权管理机制；

（5）访谈激励对象及横琴绽妍执行事务合伙人，各合伙人出资凭证，了解股权激励是否已经实施完毕，是否存在预留份额及其授予计划。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

(1) 横琴绽妍合伙人均为公司员工，出资来源除个人及家庭自有资金外，均为朋友或亲属借款等自筹资金，所持份额不存在代持或者其他利益安排；

(2) 公司已于《公开转让说明书》补充披露股权激励的行权条件、内部股权转让、离职后处理的相关约定以及股权管理机制、员工发生不适合股权激励情况时所持相关权益的处置办法；截至本回复出具日，股权激励已经实施完毕，不存在预留份额及授予计划。

(六) 请主办券商、会计师核查事项③④并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

(1) 获取并查阅了公司员工持股平台增资入股的相关协议、相关三会文件，检查股份支付的授予价格、股份数量、授予日和等待期等相关约定与会计处理是否正确；

(2) 审阅了中瑞国际房地产土地资产评估有限公司出具的中瑞国际资评报字[2023]第 0197 号股权价值评估报告，评估公司股份支付会计处理是否符合会计准则的相关规定；

(3) 获取并查阅了股权激励历年的变动文件，并对等待期调整的判断和可行权权益工具数量的最佳估计的判断进行了复核。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

(1) 公司计算股份支付费用时等待期和公允价值的确定依据合理性，会计处理符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》规定；公司根据相关人员的任职职务及主要工作职责确定股份支付费用应计入的费用科目，会计处理准确且依据充分；对报告期股份支付费用在经常性损益或非经常性损益列示具备合理性；

(2) 股份支付费用在 2024 年度占公司当期净利润比例较高，主要系 2024 年度存在激励对象离职其股份由实控人收回，一次性确认股份支付费用 855.79 万元；截止 2024 年末，股份支付费用摊销期剩余 65 个月，尚未确认的股份支付费用为 1,757.54 万元，若未来公司能够维持当前盈利规模，股份支付费用对未来公司经营业绩不会产生较大影响；

(3) 公司预估的股权激励行权时间发生过变化，已调整相应的股份支付会计处理，该调整符合《企业会计准则》等规定。

七、关于股权代持。请公司说明是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。请主办券商、律师核查上述事项，就公司是否符合“股权明晰”的挂牌条件发表明确意见，并说明以下核查事项：①结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在利益输送问题；②结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明股权代持核查程序是否充分有效，如对公司控股股东、实际控制人，持股的董事、监事、高级管理人员、员工，员工持股平台出资主体以及持股 5%以上的自然人股东等出资前后的资金流水核查情况；③公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议。

(一) 请公司说明是否存在影响股权明晰的问题，相关股东是否存在异常入股事项，是否涉及规避持股限制等法律法规规定的情形

经核查公司的工商档案、历次股权变动相关股权转让协议、增资协议、离职证明、离婚协议、股东的出资的银行电子回单、支付凭证、完税凭证、股东营业执照或身份证明文件及《调查表》，并经中介机构对股东的访谈，公司的股东不存在法律、法规、规章及规范性文件规定不适宜担任股东的情形，相关股东不存在异常入股事项，亦不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。公司股东持有的公司股份不存在委托持股、信托持股及其他利益安排的情形，不存在被质押、冻结、查封或设定其他权利限制情形，股东所持有的公司股份亦不存在纠纷或潜在纠纷，公司不存在影响股权明晰的问题，符合“股权明晰”的挂牌条件。

(二) 结合公司股东入股价格是否存在明显异常以及入股背景、入股价格、资金来源等情况，说明入股行为是否存在股权代持未披露的情形，是否存在利益输送问题

经中介机构核查，公司股东不存在代持情形，公司历次股权变动的背景、价格、资金来源、定价依据等具体情形如下：

入股时间及入股形式	入股股东	入股背景	入股价格/股权转让价格	定价依据	资金来源
2019 年 12 月	张颖霆	绽妍生物有限设立	1 元/注册资本	-	自有资金

入股时间及入股形式	入股股东	入股背景	入股价格/股权转让价格	定价依据	资金来源
绽妍生物有限设立	王昆				自有资金
	乔博				- ¹⁶
	税科英				自有资金
2021年6月 增资至 6,000 万元	张颖霆	公司通过横琴绽妍开展员工持股，张颖霆亦作为原股东增资	1 元/注册资本	股权激励及控股股东增资，协商定价	自有资金
	横琴绽妍		1 元/注册资本		合伙人自有资金及自筹资金
2021年6月 第一次股权转让	张颖霆	乔博因个人生活及工作安排离职，故向张颖霆转让所持股权	0.40 元/注册资本	乔博认缴出资 30 万元，实缴出资仅 6 万元，股权转让时公司处于亏损状态，故双方在实缴出资基础上通过协商定价	自有资金
2022年2月 第二次股权转让	杨丰乐	张颖霆因与杨丰乐离婚，依据《离婚协议书》约定履行股权转让义务	0 元/注册资本	离婚财产分割	-
2022年4月 第三次股权转让	江梅	江梅因看好公司发展且杨丰乐亦存在个人资金需求，故进行股权转让	12 元/注册资本	按照公司 2021 年预估净利润 3,600 万元的 20 倍 PE 倍数估值即 7.2 亿元确定	自有资金及自筹资金
2023年9月 增资至 6,093 万元	鼎晖墨熹	投资机构入股	33.33 元/注册资本	按照各方认可的投前估值 20 亿元确定	自有资金
2023年10月 增资至 6,162 万元	金意通达	投资机构入股	33.33 元/注册资本	按照各方认可的投前估值 20.31 亿元确定	自有资金
	天津信诚				
	鼎晖仁爱				

综上，公司历次股东入股价格不存在明显异常，相关入股背景和价格具有合理性，不存在股权代持未披露的情形，不存在利益输送问题。

（三）结合入股协议、决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等客观证据，说明股权代持核查程序是否充分有效，如对公司控股股东、实际控制人，持股的董事、监事、高级管理人员、员工，员工持股平台出资主体以及持股 5%以上的自然人股东等出资前后的资金流水核查情况

公司控股股东、实际控制人、直接持股的董事、高级管理人员、员工以及持股 5%以上的自然人股东包括张颖霆、杨丰乐、王昆、税科英；公司员工持股平台为横琴绽妍，截至报告期末，横琴绽妍共计 19 名合伙人（包括普通合伙人张颖霆），公司董事杨鹭、李鸿刚及监事苟琳稀、卢典辉通过横琴绽妍间接持有公司股份。

¹⁶ 乔博已于 2021 年 6 月退出公司投资，故未能获取其出资前后资金流水。

1、公司直接持股的控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员、员工以及持股 5%以上的自然人股东出资情况

根据相关入股协议、公司决议文件、支付凭证、完税凭证、流水核查情况等，公司直接持股的控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员以及持股 5%以上的自然人股东出资情况如下：

序号	姓名	入股时间	股权取得方式	实际出资金额	核查情况	核查结果
1	张颖霆（控股股东、实际控制人、董事长、经理）	2019 年 12 月	绽妍生物有限设立	4,695 万元	核查工商档案、股东会决议、网上银行电子回单、张颖霆本次出资前后六个月的出资账户资金流水、张颖霆签署的访谈问卷	出资及股权变动情况清晰，持股不存在代持安排
		2021 年 6 月	增资	305 万元	核查工商档案、股东会决议、网上银行电子回单、张颖霆本次出资前后六个月的出资账户资金流水、张颖霆签署的访谈问卷	
		2021 年 6 月	受让乔博股权	12 万元	核查工商档案、股东会决议、股权转让协议、转款记录、个人所得税纳税记录、张颖霆本次股权转让价款支付前后六个月出资账户资金流水、乔博离职申请书、乔博此前出资的网上银行电子回单、张颖霆及乔博签署的访谈问卷	
2	杨丰乐（持股 5%以上的自然人股东）	2022 年 2 月	离婚财产分割	0 元	核查工商档案、股东会决议、离婚协议书、股权转让协议、股权委托管理协议、本次股权变动相关纳税申报表、杨丰乐签署的访谈问卷	股权变动情况清晰，本次股权变动不存在代持安排
3	王昆（董事、副经理）	2019 年 12 月	绽妍生物有限设立	250 万元	核查工商档案、股东会决议、网上银行电子回单、王昆本次出资前后六个月的出资账户资金流水、王昆签署的访谈问卷	出资清晰，持股不存在代持安排
4	税科英（财务负责人、董事会秘书）	2019 年 12 月	绽妍生物有限设立	25 万元	核查工商档案、股东会决议、网上银行电子回单、税科英本次出资前后六个月的出	出资清晰，持股不存在代持安排

序号	姓名	入股时间	股权取得方式	实际出资金额	核查情况	核查结果
					资账户资金流水、税 科英签署的访谈问卷	

2、员工持股平台出资主体出资情况

经核查公司员工持股平台横琴绽妍现有及历史合伙人出资时点前后三个月的银行流水、持股员工填写的《调查表》、自筹资金来源方出具的确认函，并经访谈横琴绽妍合伙人，公司持股员工向员工持股平台出资权属清晰，持股员工持有的持股平台份额不存在代持安排。上述核查程序、核查内容及核查结论详见本回复“六、关于股权激励”之“（一）说明横琴绽妍合伙人是否均为公司员工，出资来源是否均为自有资金，所持份额是否存在代持或者其他利益安排”。

3、股权代持核查程序是否充分有效

如前所述，中介机构对公司控股股东、实际控制人，持股的董事、高级管理人员、员工、员工持股平台出资主体以及持股 5%以上的自然人股东历次出资情况进行了核查，核查手段包括查阅入股协议、出资凭证、完税凭证、股东出资时点前后一定期间资金流水、公司历次股权变动决议文件、访谈上述股东、取得股东出具的《调查表》及自筹资金来源方出具的确认函。经核查，公司股东持有的公司股份不存在代持情形，股权代持核查程序充分有效。

（四）公司是否存在未解除、未披露的股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议

如前所述，并经查询中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn>）、中国审判流程信息公开网（<https://splcgk.court.gov.cn/gzfwwww>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn>）、人民法院公告网（<https://rmfygg.court.gov.cn/>）、信用中国（<https://www.creditchina.gov.cn>）、企查查网站（<https://www.qcc.com/>）等网站的公开披露信息，公司不存在未解除、未披露的股权代持事项，不存在股权纠纷或潜在争议。

综上，公司的股东不存在法律、法规、规章及规范性文件规定不适宜担任股东的情形，相关股东不存在异常入股事项，亦不涉及规避持股限制等法律法规规定的情形。公司股东持有的公司股份不存在委托持股、信托持股及其他利益安排的情形，不存在

被质押、冻结、查封或设定其他权利限制情形，股东所持有的公司股份亦不存在纠纷或潜在纠纷，公司不存在影响股权明晰的问题，符合“股权明晰”的挂牌条件。

（五）核查程序及核查意见

主办券商及律师执行了如下核查程序：

1、核查程序

（1）查阅公司设立及历次变更的工商档案，了解公司历次股权变动情况。

（2）取得张颖霆、王昆、税科英历次出资前后六个月的银行流水，并查阅张颖霆、王昆、税科英出资的网上银行电子回单、签署的访谈问卷，确认其设立、增资时出资的资金金额、来源，核查是否存在股权代持或其他利益输送情形。

（3）取得乔博于公司设立时出资的网上银行电子回单，查阅乔博签署的访谈问卷，确认其设立时出资的资金金额、来源，核查是否存在股权代持或其他利益输送情形。

（4）查阅乔博与张颖霆签署的股权转让协议、乔博的离职申请书、股权款支付凭证、乔博就股权转让款支付个人所得税的纳税记录，并查阅张颖霆、乔博签署的访谈问卷，核查张颖霆受让乔博股权的背景、入股价格、定价依据、资金来源。

（5）取得横琴绽妍的工商档案、营业执照、合伙协议及补充协议，查阅员工股权激励计划，了解公司通过横琴绽妍开展员工持股并增资公司的背景、入股价格。

（6）取得横琴绽妍各合伙人出资的网上银行电子回单、查阅出资时点前后三个月的银行流水，并查阅横琴绽妍各个合伙人签署的访谈问卷、出资时点前后可能存在代持情形的人员出具的确认函或提供的身份证、结婚证，核查横琴绽妍各合伙人的出资资金来源，核实是否存在代持情形。

（7）查阅张颖霆与杨丰乐签署的离婚协议书、股权转让协议、股权委托管理协议，查阅张颖霆与杨丰乐就股权转让的纳税申报表以及二人签署的访谈问卷，核查张颖霆向杨丰乐转让股权的背景、转让价格、定价依据。

（8）查阅杨丰乐与江梅签署的股权转让协议、杨丰乐与江梅的纳税申报表、完税证明、股权转让款支付凭证，并查阅杨丰乐、江梅签署的访谈问卷，核查杨丰乐向江梅转让股权的背景、转让价格、定价依据、资金来源。

（9）取得鼎晖墨熹、金意通达、天津信诚、鼎晖仁爱的营业执照、合伙协议、私

募投资基金备案证明，通过查阅公司及公司股东与鼎晖墨熹、金意通达、天津信诚、鼎晖仁爱签署的股东协议、增资协议，以及鼎晖墨熹、金意通达、天津信诚、鼎晖仁爱增资的网上银行电子回单，核查鼎晖墨熹、金意通达、天津信诚、鼎晖仁爱的入股背景、入股价格、定价依据。

（10）查阅公司历次股权变动的股东会决议，核查公司历次股权变动是否均经合法审议程序。

2、核查结论

经核查，主办券商及律师认为：

（1）公司股东历次入股价格不存在明显异常，截至本回复出具之日，相关入股行为不存在股权代持未披露的情形，不存在利益输送问题。

（2）股权代持核查程序充分有效，截至本回复出具之日，不存在股权代持情形。

（3）截至本回复出具之日，公司不存在未解除、未披露的股权代持事项，不存在股权纠纷或潜在争议。

（4）公司股权清晰，符合“股权清晰”的挂牌条件。

八、关于公司治理。请公司：①在公开转让说明书“公司治理”章节“公司股东会、董事会、监事会的建立健全及运行情况”中补充披露公司内部监督机构的设置情况，相关设置是否符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等规定，是否需要并制定调整计划，调整计划的具体内容、时间安排及完成进展。②说明公司章程及内部制度是否符合《公司法》《非上市公众公司监管指引第3号——章程必备条款》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等规定，是否需要并按规定完成修订，修订程序、修订内容及合法合规性，并在问询回复时上传修订后的文件。③说明申报文件2-2及2-7是否符合《全国中小企业股份转让系统股票公开转让并挂牌业务指南第1号——申报与审核》附件及官网模板要求，如需更新，请在问询回复时上传更新后的文件。请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见。

（一）在公开转让说明书“公司治理”章节“公司股东会、董事会、监事会的建立健全及运行情况”中补充披露公司内部监督机构的设置情况，相关设置是否符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等规定，是否需要并制定调整计划，调整计划的具体内容、时间安排及完成进展

1、补充披露公司内部监督机构的设置情况

公司已在《公开转让说明书》“第三节 公司治理”之“一、公司股东会、董事会、监事会的建立健全及运行情况”补充披露公司内部监督机构的设置情况，具体如下：

“公司根据《公司法》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等相关规定设置监事会为公司内部监督机构，监事会由3名监事组成，其中职工代表监事1名，监事会中的职工代表比例不低于1/3，具体选举程序如下：

（1）2023年12月10日，绽妍生物有限召开关于选举绽妍生物（筹）第一届监事会职工代表监事的职工大会，选举凌杰为绽妍生物第一届监事会职工代表监事，任期与绽妍生物第一届监事会任期相同；

（2）2023年12月15日，绽妍生物召开创立大会暨2023年第一次临时股东大会，选举苟琳稀、卢典辉为公司监事，与职工代表监事共同组成绽妍生物第一届监事会；

(3) 2023 年 12 月 15 日，统妍生物召开第一届监事会第一次会议，选举苟琳稀担任统妍生物第一届监事会主席。

公司监事依据《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》等法律法规和相关规章制度规范运作，全体监事认真履行监事义务，依法行使监事权利。公司监事会的召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等合法有效，相关人员不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。”

2、相关设置是否符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等规定，是否需要并制定调整计划，调整计划的具体内容、时间安排及完成进展

根据 2025 年 4 月发布的《关于发布<全国中小企业股份转让系统挂牌治理规则>等 36 规则的公告》（股转公告〔2025〕186 号），申请挂牌公司内部监督机构调整相关事宜按照全国股转公司《关于新<公司法>配套全国股转系统业务规则实施相关过渡安排的通知》予以执行。

根据 2024 年 12 月发布的《关于新<公司法>配套全国股转系统业务规则实施相关过渡安排的通知》（股转办发〔2024〕104 号）第一条“关于申请挂牌公司的过渡期安排”规定：“（一）自 2026 年 1 月 1 日起，申请挂牌公司应当按照《公司法》的规定，选择设置监事会，或选择在董事会中设置审计委员会，行使《公司法》规定的监事会的职权，不设监事会或者监事。申请挂牌公司内部监督机构的设置不符合相关规定的，应当制定调整计划并确保于挂牌前完成调整。”

截至本回复出具之日，公司设置了监事会，公司监事会由 3 名监事组成，其中职工代表监事 1 名。公司设有董事会，由 5 名董事组成，均为非独立董事，公司未设置董事会审计委员会等董事会专门委员会。

综上，公司已设置监事会为内部监督管理机构，公司已在《公开转让说明书》中补充披露了公司内部监督机构的设置情况，公司内部监督机构的设置情况符合《公司法》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等规定，无需制定相关调整计划。

（二）说明公司章程及内部制度是否符合《公司法》《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等规定，是否需要并按规定完成修订，修订程序、修订内容及合法合规性，并在问询回复时上传修订后的文件

公司已根据《公司法》《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》及《关于发布<全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则>等 36 规则的公告》（股转公告〔2025〕186 号）发布的全国股转公司业务规则，修订了现行有效的《公司章程》及《股东会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《董事会秘书工作制度》《经理工作细则》等公司治理制度，并制定了公司股票挂牌后适用的《公司章程（草案）》《承诺管理制度》《利润分配管理制度》《投资者关系管理制度》《信息披露管理制度》。上述制度制定及修订程序如下：

2025 年 5 月 12 日，公司召开第一届董事会第五次会议，审议通过了《关于修订<绽妍生物科技股份有限公司章程>的议案》《关于制定<绽妍生物科技股份有限公司章程（草案）>的议案》《关于修订及制定公司治理相关制度的议案（一）》《关于修订及制定公司治理相关制度的议案（二）》。

2025 年 5 月 23 日，公司召开 2024 年年度股东会会议，审议通过了《关于修订<绽妍生物科技股份有限公司章程>的议案》《关于制定<绽妍生物科技股份有限公司章程（草案）>的议案》《关于修订及制定公司治理相关制度的议案》。

经查阅《公司章程》《公司章程（草案）》及其他公司治理制度，该等内部制度主要根据现行有效的《公司法》及《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等全国股转公司业务规则制定或修订，经与前述法律法规的内容进行比对，《公司章程（草案）》及其他内部制度的形式及内容符合前述法律法规的规定。

综上，《公司章程》《公司章程（草案）》及其他现行有效或挂牌后适用的公司治理制度符合《公司法》《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》《关于发布<全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则>等 36 规则的公告》（股转公告〔2025〕186 号）及其附件、《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国

中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等法律法规及监管规则的规定，已完成了相应的董事会和股东会审议程序，合法合规。

（三）说明申报文件 2-2 及 2-7 是否符合《全国中小企业股份转让系统股票公开转让并挂牌业务指南第 1 号——申报与审核》附件及官网模板要求，如需更新，请在问询回复时上传更新后的文件

经比对，申报文件 2-7 符合相关要求，无需更新；申报文件 2-2 已对照更新，并在递交问询回复时一并上传。

（四）请主办券商、律师核查上述事项，并发表明确意见

1、核查程序

主办券商、律师执行了如下核查程序：

- （1）查阅《公开转让说明书》；
- （2）查阅公司内部监督机构设置情况并访谈公司监事；
- （3）查阅公司《公司章程》《公司章程（草案）》及其他公司治理制度；
- （4）查阅公司制定及修订《公司章程》《公司章程（草案）》及其他公司治理制度的董事会、股东会会议文件；
- （5）查阅《公司法》《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》《关于发布<全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则>等 36 规则的公告》（股转公告〔2025〕186 号）及其附件、《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等法律法规及监管规则；
- （6）查阅《全国中小企业股份转让系统股票公开转让并挂牌业务指南第 1 号——申报与审核》附件及官网模板，对比申请文件 2-2 及 2-7。

2、核查意见

经核查，主办券商、律师认为：

- （1）公司已在《公开转让说明书》中补充披露了公司内部监督机构的设置情况，公司内部监督机构的设置情况符合《公司法》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等规定，无需制定相关调整

计划；

(2) 《公司章程》《公司章程（草案）》及其他现行有效或挂牌后适用的公司治理制度符合《公司法》《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等法律法规的规定，已完成了相应的董事会和股东会审议程序，合法合规；

(3) 申报文件 2-7 符合《全国中小企业股份转让系统股票公开转让并挂牌业务指南第 1 号——申报与审核》附件及官网模板要求，无需更新；申报文件 2-2 已对照相关要求完成更新并上传。

九、其他问题。请公司：①说明“藏青工业园企业扶持资金”的发放要求及公司对应的符合情况，该政府补助是否存在特定用途要求，公司实际使用是否符合补助要求，是否存在通过虚假信息骗补或补贴收回的情况。②“合并财务报表范围”中对子公司的取得方式对于“股权收购”细化披露为同一控制下合并或非同一控制下合并。③补充披露公司财务报表层面的重要性水平，明确具体数值及依据。④结合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》相关规定，说明是否应当认定董事张筱笛为共同实际控制人之一。请主办券商、会计师核查上述事项①-③并发表明确意见。请主办券商、律师核查上述事项④并发表明确意见。

(一) 说明“藏青工业园企业扶持资金”的发放要求及公司对应的符合情况，该政府补助是否存在特定用途要求，公司实际使用是否符合补助要求，是否存在通过虚假信息骗补或补贴收回的情况

2024 年 3 月，公司与西藏自治区藏青工业园区管理委员会签署《西藏自治区藏青工业园区管理委员会药品及医疗器械贸易企业经营合作协议》，双方约定，公司在藏青工业园内注册成立西藏圆融药业有限公司开展药品和医疗器械经营活动，同时可以享受西藏自治区和藏青工业园根据有关文件确定的优惠政策。

“藏青工业园企业扶持资金”设置了一系列发放标准，具体包括：（1）鼓励企业科技研发、转型升级...（2）鼓励企业扩大采购规模...（3）鼓励商贸企业做大做强。为进一步激励商贸企业创新发展及开拓国内外市场，对月销售收入 500-1000 万元（含 1000 万元）的商贸企业，按销售收入的 3%给予扶持；对月销售收入 1000-3000 万元（含 3000 万元）的商贸企业，按销售收入的 5%给予扶持；对月销售收入 3000 万元以

上的商贸企业，按销售收入的 7%给予扶持；（4）鼓励企业扩大盈利能力...

同时，为顺利取得“藏青工业园企业扶持资金”，公司需要满足一定义务，包括：

（1）公司缴纳 1,000 万元作为项目履约保证金，在公司累计缴纳增值税达 3,000 万元后，西藏自治区藏青工业园区管理委员会退还 80%的项目履约保证金，剩余 20%的项目履约保证金在合同期满（即 2026 年 2 月 28 日）后予以退还；（2）依法开展药品和医疗器械经营活动；（3）依据劳动用工有关规定签订劳动用工合同，保证工人工资及时、足额发放；（4）积极参与慈善、济困等公益事业；（5）租赁或购买园区标准型厂房；（6）确保安全经营。

报告期内，公司符合以上第 3 项补贴发放标准，并且履行了合作协议约定的义务。在政府补助的实际核算过程中，藏青工业园区管理委员会主要基于合作协议约定的补助标准，并结合公司纳税及申请情况，在合同约定范围内确定最终的补贴发放规模，公司报告期内分别取得 1,512 万元、1,513 万元藏青工业园企业扶持资金。藏青工业园区管理委员会未就该等政府补助规定用途，公司可以自由使用相关政府补助资金。公司不存在通过虚假信息骗补，截至目前也不存在补贴收回的情况。

（二）“合并财务报表范围”中对子公司的取得方式对于“股权收购”细化披露为同一控制下合并或非同一控制下合并

已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“一、财务报表”之“（三）财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况”修订对子公司的取得方式，公司通过股权收购取得的 4 家子公司均为非同一控制下企业合并。

（三）补充披露公司财务报表层面的重要性水平，明确具体数值及依据

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“三、与财务会计信息相关的重大事项判断标准”中补充披露公司财务报表层面的重要性水平，具体如下：

根据自身所处的行业和发展阶段，公司主要会从项目性质及金额上考虑与财务会计信息相关的重大事项。公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。**在此基础上，公司进一步判断项目金额的重要性，在判断项目金额大小的重要性时，公司主要考虑该项目金额占经营利润等直接相关项目金额情况或占所属报表项目金额的比重情况，具体标准为报告期各期利润总额的 5%。**

（四）结合《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》相关规定，说明是否应当认定董事张筱笛为共同实际控制人之一

1、实际控制人认定情况

根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》第六十九条：“实际控制人指通过投资关系、协议或者其他安排，能够支配、实际支配公司行为的自然人、法人或者其他组织。

‘控制’指有权决定一个公司的财务和经营政策，并能据以从该公司的经营活动中获取利益。有下列情形之一的，为拥有挂牌公司控制权（有确凿证据表明其不能主导公司相关活动的除外）：1、为挂牌公司持股 50%以上的控股股东；2、可以实际支配挂牌公司股份表决权超过 30%；3、通过实际支配挂牌公司股份表决权能够决定公司董事会半数以上成员选任；4、依其可实际支配的挂牌公司股份表决权足以对公司股东大会的决议产生重大影响；5、中国证监会或全国股转公司认定的其他情形。”

最近两年来，张颖霆能够实际控制公司始终不低于 91.2236%的股权对应表决权，且张颖霆一直为公司董事长/执行董事，并担任绽妍生物经理，能够依其任职及表决权对公司股东会决议、董事和高级管理人员的选聘及日常经营、发展战略及经营决策产生重大影响，无需通过张筱笛的相关表决权或经营管理活动实现或强化作为公司实际控制人对公司的实际控制。因此，张颖霆系挂牌公司实际控制人，符合《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》关于实际控制人的定义。

2、张筱笛在挂牌公司持股/任职情况

张筱笛系张颖霆之女，截至本回复出具日，张筱笛担任公司董事，并担任上海分公司负责人，未持有挂牌公司股份。

3、对照《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于实际控制人认定之规定

根据《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于“共同实际控制人认定”相关规定，并经中介机构查阅公司章程、员工名册、张筱笛签署的《调查表》及报告期内公司“三会”会议文件，未将张筱笛认定为共同实际控制人的依据和理由如下：

《挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》相关规定	逐条对照的核查情况
申请挂牌公司股东之间存在法定或约定形成的一致行动关系并不必然导致多人共同拥有公司控制权的情况。公司认定多人共同拥有公司控制权的，应当	（1）报告期初至今，张筱笛未持有绽妍生物股权/股份。自 2023 年 7 月起，张筱笛担任绽妍生物总裁秘书。2023 年 12 月起，张筱笛担任绽妍

《挂牌审核业务规则适用指引第1号》相关规定	逐条对照的核查情况
充分说明所依据的事实和证据。共同控制权一般通过公司章程、协议或者其他安排予以明确，有关章程、协议及其他安排必须合法有效、权利义务清晰、责任明确。	生物董事。（2）报告期内，张颖霆能够通过个人决策同意或否决股东会议案，并据此实际支配公司行为。（3）报告期内，张颖霆个人能够通过董事会及经营管理层实现对公司日常经营的实际控制，对公司的经营方针、决策和经营管理层的提名和任免发挥决定性作用：报告期内，张颖霆担任公司执行董事/董事长，并直接管理公司销售等业务开展，2023年12月起，张颖霆担任公司经理，张颖霆作为经理负责公司的生产经营，组织实施董事会决议。（4）报告期内，张筱笛作为公司董事在公司董事会上的投票结果均与张颖霆保持一致，未因异议表决事项对公司董事会的决议结果产生重大影响。
申请挂牌公司股东之间存在法定或约定的一致行动关系的，应当予以披露。共同控制人签署一致行动协议的，公司应当披露一致行动的实施方式、发生意见分歧时的解决机制、协议期限等。通过一致行动协议主张共同控制，无合理理由的（如第一大股东为纯财务投资人），一般不能排除第一大股东为共同控制人；公司未将一致行动协议全体签署人认定为共同实际控制人的，主办券商及律师应当说明是否存在通过实际控制人认定规避挂牌条件相关要求的情形。	张筱笛与张颖霆系父女关系，二者未签署《一致行动协议》，系天然的一致行动人。报告期内，公司控股股东、实际控制人一直为张颖霆，公司控制权没有发生变化，张筱笛未持有公司股权/股份，不存在通过实际控制人认定规避挂牌条件相关要求的情形。中介机构通过取得并核查张筱笛报告期内的银行流水、调查表等资料，了解张筱笛是否存在对外投资可能导致规避同业竞争等情形，确认未认定张筱笛为共同实际控制人不会导致规避挂牌条件相关要求的情形。
实际控制人的配偶和直系亲属，如其持有公司股份达到5%以上或者虽未达到5%但是担任公司董事、高级管理人员并在公司经营决策中发挥重要作用，主办券商及律师应当说明上述主体是否为共同实际控制人。	张筱笛仅在担任绽妍生物董事，在报告期内未持有公司股权/股份，未作为绽妍生物高级管理人员对公司生产、销售、采购、研发等承担主要责任，未在公司日常经营决策中发挥重要作用

综上，报告期内，张筱笛未持有公司股权/股份，不参与股东会决策，其任职董事期间的决议表决均与张颖霆保持一致，未因异议表决事项对公司董事会的决议结果产生重大影响，张筱笛未作为绽妍生物高级管理人员在公司日常经营决策中发挥重要作用。因此，未将张筱笛认定为共同实际控制人系以实事求是为原则，尊重企业的实际情况的认定结果，符合《挂牌审核业务规则适用指引第1号》相关规定。

（五）请主办券商、会计师核查上述事项①-③并发表明确意见

1、核查程序

针对上述事项，主办券商、会计师执行了以下核查程序：

（1）获取公司与西藏自治区藏青工业园区管理委员会签署《西藏自治区藏青工业园区管理委员会药品及医疗器械贸易企业经营合作协议》，了解双方关于该项政府补

助的权利义务约定；

（2）获取公司申请“藏青工业园企业扶持资金”的相关资料，确认公司是否符合该项政府补助要求；

（3）查阅子公司工商资料，确认公司对通过股权收购方式纳入合并报表的部分子公司的具体取得方式。

2、核查结论

经核查，主办券商、会计师认为：

（1）公司符合“藏青工业园企业扶持资金”的发放要求，该政府补助不存在特定用途要求，公司实际使用符合补助要求，不存在通过虚假信息骗补或补贴收回的情况；

（2）公司通过“股权收购”方式取得的子公司均为非同一控制下合并；

（3）公司已补充披露公司财务报表层面的重要性水平并明确具体数值及依据。

（六）请主办券商、律师核查上述事项④并发表明确意见

1、核查程序

针对问题④，主办券商及律师履行了以下核查程序：

（1）取得并查阅张筱笛填写的《调查表》；

（2）核查张筱笛在公司的持股及任职情况、在公司生产经营中发挥的作用；

（3）查阅报告期内公司“三会”会议文件；

（4）根据张筱笛持股及任职情况，逐条对照《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》《挂牌审核业务规则适用指引第1号》，确认实际控制人认定准确性。

2、核查意见

未将张筱笛认定为共同实际控制人系以实事求是为原则，尊重企业的实际情况的认定结果，符合《挂牌审核业务规则适用指引第1号》相关规定。

其他问题

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露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；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过 7 个月，请按要求补充披露、核查，并更新推荐报告。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

截至本问询回复签署之日，财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日尚未超过 7 个月。

为落实中国证监会《监管规则适用指引——北京证券交易所类第 1 号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的工作要求，中介机构应就北交所辅导备案进展情况、申请文件与辅导备案文件一致性出具专项核查报告并与问询回复文件一同上传。

回复：

公司尚未向四川证监局申请北交所辅导备案，故不适用《监管规则适用指引——北京证券交易所类第 1 号：全国股转系统挂牌公司申请在北京证券交易所发行上市辅导监管指引》的相关要求。

请你们在 20 个交易日内对上述问询意见逐项落实，并通过审核系统上传问询意见回复材料全套电子版（含签字盖章扫描页），涉及更新申请文件的，应将更新后的申请文件上传至对应的文件条目内。若涉及对《公开转让说明书》的修改，请以楷体加粗说明。如不能按期回复的，请及时通过审核系统提交延期回复的申请。如公开转让说明书所引用的财务报表超过 6 个月有效期，请公司在问询回复时提交财务报表有效期延期的申请，最多不超过 3 个月。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

经签字或签章的电子版材料与书面材料具有同等法律效力，在提交电子版材料之前请审慎、严肃地检查报送材料，避免全套材料的错误、疏漏、不实。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

我们收到你们的回复后，将根据情况决定是否再次向你们发出审核问询意见。如发现中介机构未能勤勉尽责开展工作，我们将对其行为纳入执业质量评价，并视情况采取相应的自律监管措施。

回复：

已知悉，已按照要求执行。

（本页无正文，为《关于绽妍生物科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人：张颖霆

张颖霆

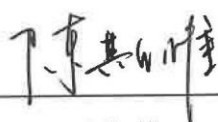


绽妍生物科技股份有限公司

2025 年 7 月 31 日

（此页无正文，为中国国际金融股份有限公司《关于绽妍生物科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

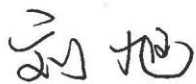
项目负责人（签字）：


陈斯惟

项目小组人员签字：


潘闽松

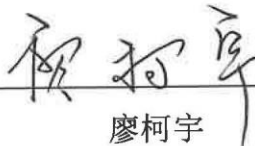

陈婷婷

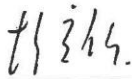

刘旭


刘尚钰


刘宇晗


毛喆远


廖柯宇


彭彦铭

