

目 录

一、产品创新特征体现及产业政策影响·····	第 1—24 页
二、业绩波动合理性及收入确认准确性·····	第 24—91 页
三、经销商管理及终端销售真实性·····	第 91—151 页
四、成本核算准确性及毛利率高于可比公司合理性·····	第 151—191 页
五、销售费用率高于可比公司合理性·····	第 191—211 页
六、其他问题·····	第 211—255 页
七、附件·····	第 256—259 页
（一）本所营业执照复印件·····	第 256 页
（二）本所执业证书复印件·····	第 257 页
（三）签字注册会计师执业证书复印件 ·····	第 258—259 页

关于浙江海圣医疗器械股份有限公司 公开发行股票审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2025〕1063号

北京证券交易所:

我们已对《关于浙江海圣医疗器械股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的第一轮审核问询函》(以下简称审核问询函)所提及的浙江海圣医疗器械股份有限公司(以下简称海圣医疗公司或公司)财务事项进行了审慎核查,并出具了《关于浙江海圣医疗器械股份有限公司公开发行股票审核问询函中有关财务事项的说明》(天健函〔2025〕828号)。因海圣医疗公司补充了最近一期财务数据,我们为此作了追加核查,现汇报如下。

一、关于产品创新特征体现及产业政策影响

根据申请文件:(1)发行人主要产品包括麻醉、监护、手术及护理三大类低值医疗器械产品。(2)发行人已形成包括有创血压传感器封装、生物电信号获取等在内的14项核心技术,目前在研11项技术中,部分处于领先水平或达到行业先进水平,报告期内发行人存在委外研发情形。(3)发行人生产产品主要原材料之一多通旋塞阀主要系向世界领先制造商 Elcam Medical A. C. A. L. (爱康医疗)进行采购。(4)发行人主要生产机器设备净值为2,756.71万元,主要包括模具、净化系统、注塑机、组装设备等。发行人对一次性使用脉搏血氧饱和度传感器、二氧化碳吸收剂等产品部分采用委托生产的形式对外采购。(5)“两票制”、集中带量采购等医保耗材政策对发行人部分区域、部分产品销售存在影响。报告期内,发行人“两票制”模式下的销售收入占比分别为2.78%、2.16%和3.30%,产品销售涉及集中带量采购的收入占比分别为11.34%、11.43%和15.45%。

(1)产品创新性具体体现及业务成长性。请发行人:①结合与主要竞争对手、同行业可比公司在麻醉医疗器械同类产品核心技术及关键性能指标、产品应

用场景，产品售价、毛利率、研发投入及成果、主要客户稳定性及新客户拓展等方面的对比情况，说明发行人主要产品的细分市场容量、所处市场地位以及竞争优势。②说明在研项目预计处于领先水平或达到行业先进水平的相关认定标准，结合行业新技术、新产品，说明相关研发项目是否适应行业发展新趋势，发行人未来是否具有持续竞争能力。③说明委托研发项目具体情况、知识产权归属以及收益分配约定情况。④披露发行人生产环节、主要工序及生产周期。说明哪些属于核心工序，各主要生产设备及主要工序的对应关系，结合生产设备价值等情况说明发行人核心技术如何应用到相关产品中，形成最终产成品中的技术附加值体现和技术含量。⑤说明委托加工对手方基本情况、具体交易金额、对应加工环节、定价方式及公允性，是否涉及发行人核心技术或生产环节，结合同行业可比公司情况说明开展委托加工的必要性，以及委托加工流程的内控及知识产权保护措施。⑥说明各期向境外供应商采购的原材料种类、金额及同类占比、应用产品种类及收入占比，说明进口原材料海关数据、外汇支付数据、运输费用与采购数据的匹配情况；结合多通旋塞阀等外采原材料主要采购渠道及可替代性，以及购入后需经历的加工环节，说明其是否直接涉及发行人产品的关键核心功能，并结合对部分供应商的依赖程度针对性进行风险揭示。

（2）产业政策的影响。①说明发行人在执行“两票制”、带量采购等行业政策地区的业务开展情况、销售收入占比情况、订单获取合规性及稳定性，对比说明报告期内已执行上述产业政策地区和其他地区平均售价、销售费用、毛利率以及销售模式的差异，分析差异产生原因及对公司业绩影响。②结合“两票制”、带量采购覆盖地区的变化情况及变动趋势、报告期内带量采购业务占比增加、同行业可比公司业绩变化、发行人对各主营业务细分产品的未来主要销售区域等，说明相关产业政策对发行人销售模式及经营业绩的具体影响，并对上述事项进行重大事项提示。

请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。请申报会计师对问题（1）⑥、（2）进行核查并发表明确意见。（审核问询函问题 1）

（一）说明各期向境外供应商采购的原材料种类、金额及同类占比、应用产品种类及收入占比，说明进口原材料海关数据、外汇支付数据、运输费用与采购数据的匹配情况；结合多通旋塞阀等外采原材料主要采购渠道及可替代性，以及购入后需经历的加工环节，说明其是否直接涉及发行人产品的关键核心功

能，并结合对部分供应商的依赖程度针对性进行风险揭示

1. 说明各期向境外供应商采购的原材料种类、金额及同类占比、应用产品种类及收入占比

报告期内，公司仅向 Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）一家境外供应商采购用于生产的原材料，公司向其采购的原材料情况如下：

单位：万元

向境外供应商采购的原材料类型	向境外供应商采购的原材料存货名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
塑料制品类	多通旋塞阀	352.65	988.86	1,218.63	685.22
	灌注阀	159.10	610.73	1,086.25	444.12
合 计		511.75	1,599.59	2,304.89	1,129.34
占各期采购比例		10.44%	15.26%	19.26%	11.70%

注：上表列示的采购占比为占原材料（含成品）总采购金额的比例

Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）系成立于 1970 年的知名一次性医疗器械设备和配件生产制造商，其所生产的重症监护及麻醉类等设备和材料在行业内获得广泛认可。公司向其采购的主要原材料包括多通旋塞阀、灌注阀，主要用于一次性使用压力传感器、一次性使用多通旋塞阀产品，2023 年度公司对其采购金额相对较高主要系公司根据产品销售规划及海运情况等进行提前适度备货。

报告期内，公司采购的上述原材料所应用产品的收入情况如下：

单位：万元

原材料类型	原材料存货名称	原材料所应用的产品	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
塑料制品类	多通旋塞阀	一次性使用压力传感器	4,515.08	7,829.02	8,505.36	7,394.78
	灌注阀					
	多通旋塞阀	一次性使用多通旋塞阀	578.17	930.86	1,337.31	870.01
合 计			5,093.25	8,759.88	9,842.67	8,264.79
占各期主营业务收入比例			32.75%	28.87%	32.25%	30.93%

2. 说明进口原材料海关数据、外汇支付数据、运输费用与采购数据的匹配情况

报告期内，公司进口原材料海关数据、外汇支付数据、采购数据的匹配情况

如下：

单位：万美元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
海关进口额（A）	72.00	224.02	329.19	167.90
采购额（B）	72.00	224.02	331.13	165.32
外汇支付额（C）	91.79	283.58	251.59	165.32
采购差异（A-B）			-1.94	2.58
支付差异（B-C）	-19.78	-59.56	79.54	

2022 年采购额与海关进口额差异系入账时间差影响 2.58 万美元，公司于 2023 年 1 月收到实物并入账，2023 年差异 1.94 万美元系上述的 2.58 万美元跨期差异及供应商给予的小额折扣 0.63 万美元，公司 2023 年度外汇支付额小于采购额的 79.54 万美元差异系 2023 年末尚未支付的采购款，已于 2024 年 1 月付清。公司 2024 年度外汇支付额大于采购额的 59.56 万美元差异系 2024 年支付 2023 年货款及 2024 年末存在尚未支付的采购款，2024 年末尚未支付的采购款已于期后付清。2025 年 1-6 月外汇支付额大于采购额的 19.78 万美元差异系 2025 年支付 2024 年货款及 2025 年 6 月末存在尚未支付的采购款，2025 年 6 月末尚未支付的采购款已于期后付清。

公司进口原材料采用 CIF 贸易方式，卖方需负责将货物运至公司指定的目的港。公司承担港口换单费、地面费、仓储费、分拣费、港口到公司运费等运输费用。报告期内，公司运输费与向 Elcam Medical A.C.A.L. (爱康医疗) 采购金额的匹配关系如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
运输费	2.31	9.97	12.15	10.06
采购额	511.75	1,599.59	2,304.89	1,129.34
运输费占采购额的比例	0.45%	0.62%	0.53%	0.89%

报告期内，公司进口原材料运输费占进口原材料采购额的比例相对较小，其中 2022 年度比例偏高主要系 2022 年度因受公共卫生事件影响，当年度采购批次少而仓储费较高，2023 年和 2025 年 1-6 月比例相对偏低主要系当年度单批次采

购量相对较大。公司运输费与采购额之间整体具有匹配性。

3. 结合多通旋塞阀等外采原材料主要采购渠道及可替代性，以及购入后需经历的加工环节，说明其是否直接涉及公司产品的关键核心功能，并结合对部分供应商的依赖程度针对性进行风险揭示

(1) 多通旋塞阀等外采原材料主要采购渠道及可替代性

报告期内，公司向境外供应商采购的原材料主要为多通旋塞阀、灌注阀。公司主要基于其成本优势及稳定的质量优势等综合性价比方面评估对其从境外实施采购。

就多通旋塞阀而言，因公司目前在多通旋塞阀的生产自动化程度、规模化生产效应方面仍相对较低，同时，Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）作为该类原材料生产的全球头部供应商，其所生产原材料应用广泛、产品质量和性价比较高，公司与其已建立了稳定的长期合作关系。因此，公司综合采购渠道优势、供应商合作稳定性、产品质量可靠性以及成本管控策略，目前仍选择主要 Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）作为该类原材料的主要供应商。此外，公司亦已开拓并保留广东百合医疗科技股份有限公司、上海必趣医疗科技有限公司等境内供应商作为备选供应商，相关境内供应商可生产相同质量的多通旋塞阀，且公司已对有关供应商开展询价报价工作，有关供应商符合公司合格供应商准入标准。2025 年 1-6 月，公司已开始向广东百合医疗科技股份有限公司采购多通旋塞阀等原材料。报告期内，公司积极拓展主要原材料的供应商渠道，不存在对单一供应商依赖的情况。

就灌注阀而言，报告期内，公司同时存在外购及自制灌注阀的情况，并正逐步推进该等原材料的完全自制以替代外购的战略转型，公司自研生产的灌注阀已逐步应用于公司生产的一次性使用压力传感器产品系列，相关原材料的自主研发生产进一步提升了公司产品的自主可控。同时，公司结合 Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）在生产灌注阀等原材料方面的质量和品牌优势，以及公司与供应商之间良好、长期稳定合作的基础，综合采购渠道优势、产品质量可靠性以及成本管控策略，在报告期内仍主要选择 Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）作为该类原材料的主要供应商。此外，公司亦已开拓并保留深圳市益心达医学新技术有限公司、浙江辰和医疗设备有限公司等境内供应商作为备选供应商，且公司已对有关供应商开展询价报价工作，有关供应商符合公司合格供应商准入

标准。报告期内，公司积极拓展主要原材料的供应商渠道，不存在对单一供应商依赖的情况。

报告期内，公司向 Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）所采购主要原材料的可替代供应商情况如下：

主要原材料	主要替代供应商	成立时间	注册资本	股东情况
多通旋塞阀	广东百合医疗科技股份有限公司	1999-11-01	9,000 万元	黄凯（55.1058%）、李明（14.1317%）、天津融信聚利企业管理中心（有限合伙）（13.0083%）等
	上海必趣医疗科技有限公司	2015-04-21	1,600 万元	必优佳有限公司（62.50%）、上海莱美塑胶有限公司（37.50%）
灌注阀	浙江辰和医疗设备有限公司	2002-01-21	858 万元	王锦淇（95%）、王俊（5%）
	深圳市益心达医学新技术有限公司	1996-04-24	3,000 万元	王涛（99.50%）、王亮（0.50%）

注：上述企业有关工商信息来源自企查查等工商查询网站数据

此外，截至报告期末，公司已具备多通旋塞阀、灌注阀全部件自主生产设备，包括对应所需的液压注塑机、硅胶注射成型机、热风循环烘箱、检漏仪、液态微流速测试仪、差压式气密性检漏仪、鲁尔圆锥接头多功能测试仪等全套生产模具和生产设备。公司用于生产原材料多通旋塞阀、灌注阀的主要生产设备及工装中，除专用于生产前述原材料的液态微流量测试仪等设备外，其他有关生产设备及工装亦可用于生产其他产品。综上分析，报告期内，公司积极拓展原材料的供应商渠道，保持供应链的稳定性及可持续性，公司对于主要原材料均存在可替代的供应商，能够自主选择并切换相关供应商，且已具备有关原材料的自研自制的生产设备，不存在对单一供应商依赖的情况。

(2) 多通旋塞阀等外采原材料购入后需经历的加工环节，说明其是否直接涉及公司产品的关键核心功能，并结合对部分供应商的依赖程度针对性进行风险揭示

公司向境外供应商采购的原材料多通旋塞阀、灌注阀，在购入后需经历较为复杂的加工及测试等工序后，才能最终变成一次性使用多通旋塞阀、一次性使用压力传感器产品，主要加工过程包括：部件注塑、组装、性能测试、包装封口、灭菌等不同工序。具体说明如下：

工序	具体说明
----	------

部件注塑	生产部门通过采用高精度注塑设备，严格控制注塑温度、压力、时间等工艺参数，确保成型部件的尺寸精度、外观质量及物理性能符合设计要求。该工序对操作人员的技术水平及设备稳定性要求较高，需定期进行工艺验证与设备维护，以保障产品质量一致性
组装工艺	按照公司制定的标准化作业指导书，将注塑成型及 Elcam Medical A. C. A. L.（爱康医疗）购入零部件进行精准组装。通过合理的工序编排，确保各部件安装位置准确、连接牢固，为后续性能测试提供合格的半成品
性能测试	对组装后的产品进行堵、漏等关键性能测试，采用专业检测设备，确保产品指标符合设计标准。该环节直接影响产品的使用安全性与可靠性，是产品质量控制的核心节点
包装封口	采用符合卫生标准的包装材料，运用专业包装设备进行封口操作，确保包装的密封性与完整性，防止产品在存储与运输过程中受到污染或损坏。包装过程需遵循洁净操作规范，避免二次污染
灭菌	根据产品特性，选择合适的灭菌方式（如环氧乙烷灭菌、湿热灭菌等），严格执行灭菌工艺参数与操作流程。灭菌过程需进行全面的验证与监测，确保灭菌效果符合无菌医疗器械相关标准要求，是保障产品安全性的关键核心工序

多通旋塞阀、灌注阀外购原材料作为公司一次性使用多通旋塞阀、一次性使用压力传感器的部件，在购入原材料后仍需经历多道完整的生产和加工工序，且成品性能经测试达到严格设计标准后，方可用于临床场景。公司通过 Elcam Medical A. C. A. L.（爱康医疗）采购重点关注该部件的成本及稳定性等因素，但该等原材料部件仅为整体产品的组成部分，若独立使用无法实现公司产品的关键核心功能，因此，前述原材料不直接涉及公司产品的关键核心功能。

报告期内，公司积极拓展主要原材料的供应商渠道，不存在对单一供应商重大依赖的情况。针对境外供应商公司已开发并建立了可替代的合格供应商库进行采购管理，通过积极拓展不同地区的供应商，多元化生产地、采购地，降低因不可控因素导致的采购风险，进一步丰富原材料的供应体系，保证供应链稳定性，降低依赖单一供应商的供应风险，以满足公司的生产经营需求。同时，公司正逐步推进原材料的自制并替代外购的转型，已具备有关原材料的自研自制生产能力。

（二）说明公司在执行“两票制”、带量采购等行业政策地区的业务开展情况、销售收入占比情况、订单获取合规性及稳定性，对比说明报告期内已执行上述产业政策地区和其他地区平均售价、销售费用、毛利率以及销售模式的差异，分析差异产生原因及对公司业绩影响

1. 说明公司在执行“两票制”、带量采购等行业政策地区的业务开展情况、销售收入占比情况、订单获取合规性及稳定性

（1）公司在执行“两票制”、带量采购等行业政策地区的业务开展情况、收

入占比情况

1) “两票制”

“两票制”是我国近年来在医药行业逐步推进的重要政策，要求医药产品从生产厂家销售给流通企业以及流通企业销售给医院仅开两次发票，以缩短中间环节降低医药成本。“两票制”的主要目的是压缩药品及医疗器械的流通层级，提高流通效率，降低药品及医疗器械的虚高价格；加强监管，实现质量、价格可追溯，并且促使相关企业转型升级，提高行业集中度，促进产业整体健康持续发展，不会对医药产品的整体市场需求造成不利影响。

从实施“两票制”制度的地区数量及相应地区具体执行状况来看，医疗器械领域“两票制”推进速度明显慢于药品领域，实际落地范围也小于药品领域。大范围落实器械销售“两票制”仍需要时间。从“两票制”政策的目的来看，其目的是精简流通环节，降低加价空间，以减轻患者经济负担，对医用耗材的整体市场需求不会造成重大不利影响。

目前“两票制”政策主要应用于药品、高值耗材医疗器械领域，而公司产品主要涉及低值耗材医疗器械，“两票制”的推行对公司主要产品所涉的低值医疗器械领域经营发展的影响较小。报告期内，公司“两票制”模式下的销售金额分别为 744.09 万元、658.78 万元、1,001.99 万元和 370.50 万元，占主营业务收入的比例分别为 2.78%、2.16%、3.30%和 2.38%，“两票制”模式下的销售规模及占比相对较小。

2) 集中带量采购（以下亦简称“带量采购”或“集采”）

根据国家近年来颁布的集中带量采购指导意见，对于临床用量较大、采购金额较高、临床使用较成熟、多家企业生产的医用耗材，按类别探索集中采购，鼓励医疗机构联合开展带量谈判采购，积极探索跨省联盟采购。

目前，各省、各地市联盟主要参照上述标准作为开展集中带量采购的医用耗材产品范围选取标准。具体情况如下：

层面	主要产品类别	选取标准及特征	是否涉及公司业务开展	主要执行情况
国家	高值医用耗材中的心内科、骨科医用耗材	国家层面组织的带量采购工作,首选的品种均为人民群众最为关注的耗材领域,采购金额较大、临床使用较多、竞争性较强的高值耗材品种,通常采购量大、降价幅度大	不涉及	不涉及
省级	介入球囊、心脏起搏器、人工晶体、人工关节、吻合器等高值医用耗材以及少部分低值医用耗材	各省级层面组织的带量采购工作,以国家政策意见为指引,品种通常为临床用量较大、采购金额较高、临床使用较成熟、多家企业生产的高值医用耗材以及少部分低值医用耗材,通常采购量中等、降价幅度适中	部分涉及	2022年河北省公布18类医用耗材集中带量采购项目(一次性使用麻醉呼吸管路等); 2023年冠脉血管内超声诊断导管和输注泵省际联盟集中带量采购项目(浙江省医疗保障局牵头,覆盖浙江、辽宁、新疆、四川等地,一次性使用输注泵); 2023年通用介入类和神经外科类医用耗材省际联盟采购项目(河南省医疗保障局牵头,一次性使用中心静脉导管穿刺包等); 2024年福建省第五批医用耗材集中带量采购项目(一次性使用中心静脉导管穿刺包、一次性使用桡动脉压迫止血器); 2024年驻滇体系医疗机构低值医用耗材集中带量采购项目(一次性使用压力传感器等); 2025年河北省、部分联盟医用耗材集中带量采购到期接续采购项目(一次性使用压力传感器等)

地市级	临床用量较大、采购金额较高、临床使用较成熟、多家企业生产的医用耗材	各地市及联盟组织的带量采购工作,以省级政策意见为指引,品种通常为临床用量较大、采购金额较高、临床使用较成熟、多家企业生产的医用耗材,通常采购量较小、降价幅度有限	部分涉及	2022年太原-晋中-忻州-吕梁医疗机构医用耗材集中谈判议价采购项目(一次性使用中心静脉导管穿刺包); 2023年太原-晋中-忻州-吕梁医疗机构医用耗材集中谈判议价采购项目(一次性使用压力传感器、一次性使用喉罩气道导管等); 2023年湖南省市际联盟低值医用耗材集中带量采购项目(一次性使用喉罩气道导管等)
-----	-----------------------------------	--	------	---

近年来,我国部分省份地区陆续出台实施了医用耗材集中带量采购方案,涉及产品主要为骨科耗材、介入球囊、心脏起搏器、人工晶体、人工关节等高值医用耗材,以及注射器、输液器等部分低值医用耗材。截至目前,上述实施集中带量采购的医用耗材中,涉及公司的产品种类和数量较少,对应的收入规模及占比较小;同时,相关麻醉监护等低值医用耗材整体单价相对较低,对医保控费等的的影响较小,预计短期内相关政策大范围实施的可能性较低,对公司的影响较为有限。

报告期内,公司产品销售涉及集中带量采购的总体收入规模占比在 11%-17% 左右,具体情况如下:

单位: 万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
集中带量采购产品销售 收入	2,519.15	4,688.72	3,488.26	3,030.03
主营业务收入	15,553.26	30,346.81	30,519.66	26,718.48
集中带量采购产品收入 占主营业务收入比例	16.20%	15.45%	11.43%	11.34%

(2) 订单获取合规性及稳定性

报告期内,公司主要产品为麻醉相关领域一次性医疗器械,终端客户为各层级医院或医疗机构。公司产品以经销模式为主开展销售活动,不存在直接销售进院的情况,不存在通过参与医院或医疗机构招投标方式直接获取收入的情况,公司已制定了一套较为完善的销售管理制度。公司订单获取合法、合规。

凭借公司自身的产品和技术优势以及销售推广能力,公司与主要客户建立了良好、稳定的合作关系,拥有良好的市场口碑和品牌知名度,获得客户高度评价。

在执行“两票制”、带量采购行业政策的地区，公司与当地配送商、经销商及终端医院均建立了稳定的合作关系。在前述执行相关行业政策地区，公司收入来源具备稳定性。

1) “两票制”

在执行“两票制”行业政策的地区，公司经销售推广服务商或自行通过商务拓展、市场交流、客户推介、展会接洽等多种形式进行拓客，并获取对应的商机合作机会。公司销售部门从主体资格、经营资质、商业信用以及当地终端医院的配送入院能力等方面对配送商进行审查，主要情况如下：

审查类型	具体标准
经营资质	配送商应当具备经营和配送公司产品的相应资质，包括营业执照、医疗器械经营备案凭证、医疗器械经营许可证等资质文件，并且相应资质应当在有效期内
商业信用	配送商应当具备良好的商业信用，具有按照协议支付货款、保证金等的资金实力

在执行“两票制”行业政策地区，公司向配送商的销售均为买断式，公司与有关配送商签订销售框架协议，并在签订协议时一并签署诚信廉洁协议书，明确双方在业务往来过程中禁止商业贿赂行为，双方应全面遵守国家及地方现行有效的法律法规及规范性文件。

“两票制”收入模式下的配送商主要为安徽省、福建省和陕西省的当地配送企业或医疗器械流通企业，包括国药控股等当地大型配送商，合作及收入来源整体稳定。同时，公司与“两票制”模式下配送商的业务往来还受到《销售管理制度》《销售合同管理制度》等制度文件的管理。公司在执行“两票制”行业政策地区的订单获取合法、合规，收入来源具备稳定性。

2) 集中采购政策执行地区

报告期内，在有组织集中采购招投标的省市地区，公司作为生产厂家按照相关地区的采购政策规定参加各级政府卫生部门组织的医疗器械集中采购招投标活动，进而进入当地医疗器械的采购目录。公司产品中标进入采购目录后，具体能否实现销售以及实现销售的数量，由当地经销商根据医院的采购程序要求进行入院销售。在没有组织集中采购招投标的省市地区，医院一般履行自身内部采购程序，经销商作为投标主体参与医院采购活动，并销售公司产品入院。经销商与公司通过商务谈判方式合作。

公司在执行带量采购行业政策地区的订单获取合法、合规，收入来源具备稳定性。

2. 对比说明报告期内已执行上述产业政策地区和其他地区平均售价、销售费用、毛利率以及销售模式的差异，分析差异产生原因及对公司业绩影响

(1) “两票制”执行地区的平均售价、销售费用、毛利率以及销售模式的差异，分析差异产生原因及对公司业绩影响

1) 平均售价差异

报告期内，公司“两票制”执行的地区主要为安徽省、福建省和陕西省，上述地区“两票制”下的部分产品平均销售价格与非执行“两票制”下的对应产品平均销售价格对比情况如下：

单位：元

产品名称	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	非两票经销商销售均价	两票制经销商销售均价	差异(%)	非两票经销商销售均价	两票制经销商销售均价	差异(%)	非两票经销商销售均价	两票制经销商销售均价	差异(%)	非两票经销商销售均价	两票制经销商销售均价	差异(%)
一次性使用压力传感器 DBPT-0103	44.25	77.94	43.22	46.54	85.22	45.39	49.85	132.14	62.27	53.85	129.60	58.45

由上表可知，两票制经销模式销售均价高于非两票制经销模式。主要原因在于：由于两票制经销商仅承担根据终端医院需求将公司产品配送至医院工作，终端医院服务成本需要由公司承担，因此在两票制经销商模式下对两票制经销商的销售价格高于非两票制经销商价格，但销售费用相对较高。

医疗行业参考上市公司两票制与非两票制的销售单价对比情况如下：

单位：万元/根、元/支、元/份

产品名称	T+3 年			T+2 年			T+1 年		
	非两票制	两票制	差异(%)	非两票制	两票制	差异(%)	非两票制	两票制	差异(%)
北芯生命 (A23050.SH) [注 1]	0.22	0.54	59.26	0.39	0.99	60.61	0.29	1.09	73.39
东星医疗 (301290.SZ)	384.73	1,489.53	74.17	415.31	1,526.19	72.79	399.95	1,397.42	71.38
英诺特 (688253.SH) [注 2]	18.96	31.07	38.98	19.04	34.19	44.31	19.82	22.66	12.53

[注 1] 北芯生命产品价格单位为万元/根

[注 2] 英诺特数据为收入占比较高的呼吸道系列-非新冠产品的价格数据

由上表所示，公司两票制经销模式销售与非两票制销售价格差异的情况与同行业公司不存在重大差异。

2) 销售费用差异

报告期内，公司在“两票制”执行的区域（如安徽省、福建省和陕西省）聘请销售推广商，主要原因系“两票制”执行区域的经销商利润较低，市场推广动力较弱，医疗器械厂商需要通过自有销售人员自行推广或聘请专业第三方开展市场推广服务，以弥补经销商推广职能的减弱。因此，公司在“两票制”所执行区域的销售费用相对较高。

3) 毛利率差异

报告期内，公司在执行“两票制”政策下的部分产品平均毛利率与非执行“两票制”下的对应产品平均毛利率对比情况如下：

产品名称	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	非两票经销商毛利率	两票制经销商毛利率	差异	非两票经销商毛利率	两票制经销商毛利率	差异
一次性使用压力传感器 DBPT-0103	56.29%	74.97%	18.68%	58.07%	76.83%	18.76%

（续上表）

产品名称	2023 年度			2022 年度		
	非两票经销商毛利率	两票制经销商毛利率	差异	非两票经销商毛利率	两票制经销商毛利率	差异
一次性使用压力传感器 DBPT-0103	61.07%	84.93%	23.85%	62.42%	83.83%	21.41%

由上表可知，两票制经销模式销售毛利率高于非两票经销模式。主要原因在于：由于两票制经销商仅承担根据终端医院需求将公司产品配送至医院工作，两票制经销商模式产品销售价格高于非两票经销商价格。

医疗行业上市公司两票制销售与非两票制销售的毛利率对比情况如下：

产品名称	T+3 年			T+2 年			T+1 年		
	非两票制	两票制	差异	非两票制	两票制	差异	非两票制	两票制	差异
北芯生命 (A23050.SH)	67.45%	87.41%	19.96%	65.86%	90.80%	24.94%	64.68%	91.10%	26.42%
东星医疗 (301290.SZ)	未披露	未披露	/	未披露	未披露	/	未披露	未披露	/
英诺特 (688253.SH) [注]	86.16%	92.38%	6.22%	87.11%	93.04%	5.93%	88.16%	89.21%	1.05%

[注] 英诺特数据为收入占比较高的呼吸道系列-非新冠产品的毛利率数据

由上表所示，公司两票制经销模式销售与非两票制销售毛利率差异的情况与同行业公司不存在重大差异。

4) 销售模式差异

“两票制”作为我国近年来在医药行业逐步推进的产业政策，要求医药产品从生产厂家销售给流通企业以及流通企业销售给医院仅开两次发票，以缩短中间环节降低医药成本。在执行“两票制”政策及未执行有关政策的地区，销售模式的主要差异对比如下：

项目	“两票制”地区	非“两票制”地区
销售及流通环节	生产企业→配送商→终端医院（两票）	生产企业→经销商或配送商→终端医院（多票）
财务特征	毛利率相对更高、销售费用率相对更高	毛利率相对更低、销售费用率相对更低

综上所述，截至本回复报告出具之日，公司所生产的麻醉类医疗器械耗材产品，在安徽省、福建省和陕西省等少数地区实施了“两票制”，但相较于目前“两票制”政策集中实施的药品采购、高值医用耗材采购，目前公司产品作为低值医疗耗材，涉及“两票制”的实施范围远小于药品、高值医用耗材，预计未来短期内“两票制”政策的实施在相关区域内相对稳定。预期未来短期内不会对公司整体盈利能力产生重大不利影响。

(2) 带量采购执行地区的平均售价、销售费用、毛利率以及销售模式的差异，分析差异产生原因及对公司业绩影响

1) 平均售价差异

报告期内，公司已执行集中带量采购的地区主要为浙江省、湖南省、河北省、福建省、山西省等，其中，带量采购收入金额前三的地区分别为浙江省、湖南省和河北省，占各期带量采购收入金额比例分别为 95.17%、89.72%、74.83%和

68.55%。因此，平均售价差异分析以带量采购执行主要地区展开。

上述地区主要集采产品与全国非集采销售均价比较如下：

单位：元/支，元/个

产品名称	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	浙江、湖南、河北集采均价	全国非集采均价	差异（%）	浙江、湖南、河北集采均价	全国非集采均价	差异（%）
一次性使用压力传感器 DBPT-0203	42.42	40.02	6.00	43.09	45.95	6.21

（续上表）

产品名称	2023 年度			2022 年度		
	浙江、湖南、河北集采均价	全国非集采均价	差异（%）	浙江、湖南、河北集采均价	全国非集采均价	差异（%）
一次性使用压力传感器 DBPT-0203	41.42	48.13	13.93	41.55	51.71	19.65

综上分析可知，在带量采购政策下，公司产品面临一定市场价格竞争影响，但结合“带量采购”政策“以量换价”的核心，即在生产厂商降价的情况下，医疗机构保证采购量，随着公司规模效应显现及生产管理效率的不断提升，亦会减轻因市场价格竞争而对公司盈利能力可能产生的影响。

2) 销售费用差异

报告期内，公司销售人员除负责各自区域集采产品的销售工作外，还需负责其他非集采产品的推广和销售工作。当前公司集采产品销售占公司主营业务收入的比重尚小，集中带量采购对所执行区域的销售费用影响相对较小，销售费用与未执行集中带量采购的区域无明显差异。

3) 毛利率差异

上述地区的集采产品与全国非集采销售毛利率比较如下：

产品名称	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	浙江、湖南、河北集采毛利率	全国非集采毛利率	差异	浙江、湖南、河北集采毛利率	全国非集采毛利率	差异
一次性使用压力传感器 DBPT-0203	56.84%	54.30%	2.54%	57.83%	60.03%	2.20%

（续上表）

产品名称	2023 年度			2022 年度		
	浙江、湖南、河北集采毛利率	全国非集采毛利率	差异	浙江、湖南、河北集采毛利率	全国非集采毛利率	差异
一次性使用压力传感器 DBPT-0203	56.39%	62.21%	5.82%	54.38%	62.68%	8.31%

由上表可知，集采地区通过提高采购量来换取单价下降，产品销售毛利率整体低于对应产品全国非集采销售毛利率。

4) 销售模式差异

集中带量采购作为我国近年来在医药行业逐步推进的产业政策，是以国家、省、市等单位进行医疗器械的集中带量采购，主要目的是发挥规模效应，采取以量换价、量价挂钩的方式，降低人民群众的整体医疗支出负担。在集中带量采购模式下，要求中标企业直接对接配送商，由配送商直供医院，医疗生产企业中传统的多级或分级经销体系存在被扁平化的趋势。

在执行集中带量采购政策及未执行有关政策的地区，销售模式的主要差异对比如下：

项目	集中带量采购执行地区	非集中带量采购执行地区
销售及流通环节	生产企业→配送商→终端医院（分级或多级较少）	生产企业→经销商或配送商→终端医院（可能存在分级或多级情况）
财务特征	终端价格存在一定降幅，销量整体提升，销售费用与未执行集中带量采购区域整体无明显差异	终端价格相对高于集采地区

综上所述，报告期内，公司产品在已执行带量采购的地区中，带量采购收入金额前三的地区分别为浙江省、湖南省和河北省，整体收入占比较低。在已执行带量集采地区，公司的销售价格虽有一定程度下降，但毛利率整体保持相对稳定。集中带量采购政策的实施，将带动医用耗材行业终端市场医疗负担成本支出总体降低，并推动行业市场集中度稳步提升，有利于行业内现有头部企业加速提高市

场份额及生产经营规模。

(三) 结合“两票制”、带量采购覆盖地区的变化情况及变动趋势、报告期内带量采购业务占比增加、同行业可比公司业绩变化、发行人对各主营业务细分产品的未来主要销售区域等，说明相关产业政策对公司销售模式及经营业绩的具体影响，并对上述事项进行重大事项提示。

1. “两票制”、带量采购覆盖地区的变化情况及变动趋势、报告期内带量采购业务占比增加、同行业可比公司业绩变化、公司对各主营业务细分产品的未来主要销售区域

(1) 相关政策覆盖地区的变化情况及变动趋势

1) “两票制”政策覆盖地区的变化情况及变动趋势

2016年12月，国务院医改办会同其他八部门联合印发《关于在公立医疗机构药品采购中推行“两票制”的实施意见（试行）》，要求公立医疗机构在药品采购中逐步推行“两票制”，鼓励其他医疗机构在药品采购中逐步推行“两票制”。2018年3月，国家卫健委等六部委共同印发《关于巩固破除以药补医成果持续深化公立医院综合改革的通知》，明确实行高值医用耗材分类集中采购，逐步推行高值医用耗材购销“两票制”。

从实施“两票制”制度的地区数量及相应地区具体执行状况来看，医疗器械领域“两票制”推进速度明显慢于药品领域，实际落地范围也小于药品领域。大范围落实器械销售“两票制”仍需要时间。从“两票制”政策的目来看，其目的是精简流通环节，降低加价空间，以减轻患者经济负担，对医用耗材的整体市场需求不会造成重大不利影响。

目前“两票制”主要应用于药品和高值医疗器械领域，而公司产品主要涉及低值医疗器械，“两票制”的推行对公司主要产品所涉的低值医疗器械领域经营发展的影响较小。

报告期内，公司“两票制”模式下销售主要集中于安徽省、福建省和陕西省，“两票制”模式下的销售金额分别为744.09万元、658.78万元、1,001.99万元和370.50万元，占主营业务收入的比例分别为2.78%、2.16%、3.30%和2.38%，“两票制”模式下的销售规模及占比相对较小。预计未来短期内“两票制”政策的实施在相关区域内持续稳定，预期未来短期内不会对公司整体盈利能力产生重大不利影响。

2) 带量采购覆盖地区的变化情况及变动趋势、报告期内带量采购业务占比增加

2019 年 7 月，国务院办公厅发布《治理高值医用耗材改革方案的通知》，推动集中带量采购政策在高值医用耗材领域落地，提出按照带量采购、量价挂钩、促进市场竞争等原则探索高值医用耗材分类集中采购。

2020 年 2 月，中共中央、国务院发布《关于深化医疗保障制度改革的意见》，其中提出将全面实行医用耗材带量采购：“深化药品、医用耗材集中带量采购制度改革。坚持招采合一、量价挂钩，全面实行药品、医用耗材集中带量采购。以医保支付为基础，建立招标、采购、交易、结算、监督一体化的省级招标采购平台，推进构建区域性、全国性联盟采购机制，形成竞争充分、价格合理、规范有序的供应保障体系。推进医保基金与医药企业直接结算，完善医保支付标准与集中采购价格协同机制”。

2021 年 6 月，《国家医保局国家发展改革委工业和信息化部财政部国家卫生健康委市场监管总局国家药监局中央军委后勤保障部关于开展国家组织高值医用耗材集中带量采购和使用的指导意见》发布，提出“由国家拟定基本政策和要求，组织各地区形成联盟，以公立医疗机构为执行主体，开展国家组织高值医用耗材集中带量采购，探索完善集采政策，逐步扩大覆盖范围，促进高值医用耗材价格回归合理水平”。

截至本问询回复报告出具之日，我国部分省份相关地区陆续出台实施了医用耗材集中带量采购方案，涉及产品主要为骨科耗材、介入球囊、心脏起搏器、人工晶体、人工关节等高值医用耗材，以及注射器、输液器等部分低值医用耗材。涉及公司有关主要产品纳入集中带量采购的地区执行情况，请详见本问询回复一(二)1(1)2)之说明。

报告期各期，公司产品销售涉及集中带量采购的地区主要为浙江省、湖南省和河北省，涉及集中带量采购收入占主营业务收入比例分别为 11.34%、11.43%、15.45%和 16.20%。整体而言，上述实施集中带量采购的医用耗材中，涉及公司的产品种类和数量较少，对应的收入规模及占比较小；同时，相关麻醉监护等低值医用耗材整体单价相对较低，对医保控费等的影响较小，预计短期内相关政策大范围实施的可能性较低，对公司的影响较为有限。

(2) 同行业可比公司因“两票制”、集中带量采购政策的业绩变化情况

同行业可比公司披露文件中涉及“两票制”、集中带量采购政策对公司影响的情况如下：

可比及同行业公司	业绩受“两票制”、集中带量采购政策影响情况
维力医疗 (603309.SH)	受“两票制”“带量采购”等行业政策逐步实施影响，医疗器械企业的营销模式、营销渠道受到了一定的影响； 公司采取一系列措施降本增效，成效显著，在国内集采政策环境影响下，公司依然保持综合毛利率稳定
三鑫医疗 (300453.SZ)	未披露业绩受两票制影响情况； 从最新的集采动向和政策实践来看，公司集采产品价格已处于较低水平，未来价格进一步下降的空间相对有限，但对产品供应能力和质量有更高要求，行业头部企业获得更大优势。
天益医疗 (301097.SZ)	2018-2019年，体外循环血路产品在两票制地区和非两票制地区的收入均保持持续增长，并未因为两票制的实施影响收入增长； 2024年1月公司参与了由河南省医保局牵头的“二十三省联盟”血液透析类医用耗材省际联盟集中带量采购，公司产品血液净化装置体外循环管路、动静脉瘘穿刺针成功中选。参与集采并成功中选，使公司在激烈的国内市场竞争中把握住了市场主动权，但受集采影响，公司传统血透产品单价及毛利均一定程度下降
丹娜生物 (874289.BJ)	“两票制”政策目的主要为压缩流通环节加价，对生产商影响较小。公司仅在陕西省执行“两票制”政策，相关政策对公司整体影响较小；公司主要产品为侵袭性真菌病血清学诊断试剂，具有临床应用仍在快速拓展阶段、市场竞争尚不充分、产品同质化水平较低等特点，集采风险较小
威高血净 (603014.SH)	血液透析器、血液透析管路作为医用耗材，在福建、安徽等少数地区实施了“两票制”，但实施范围远小于药品，预计未来短期内“两票制”政策的实施在相关区域内持续稳定。预期未来短期内不会对公司整体盈利能力产生重大不利影响 考虑期间费用节约、生产效率提升以及积极拓展海外业务合计可应对集采带来的毛利率下降压力。综合来看，带量采购后的净利润影响总体可控
普昂医疗 (874572.BJ)	为规范医药及医疗器械的市场销售，国家相关监管部门先后出台了“两票制”“集中采购”等多项针对性政策，国内医药及医疗器械下游销售流通环节受上述政策的影响正持续发生变革，尤其是高值医疗耗材方面。报告期内，公司主要以ODM模式在境外开展销售，境内销售占主营业务收入的比例分别为22.65%、24.41%、21.79%，且国内销售也以ODM模式为主，同时糖尿病护理类产品、通用给药输注类产品作为低值医用耗材，目前受“两票制”“集中采购”等政策的影响较小；医疗器械的集采政策未对公司业务产生重大不利影响
恒升医学 (874056.NQ)	目前，“两票制”主要在药品流通领域推广，医用耗材领域暂时仅在部分省份推行，尚未对公司所处的低值医用耗材领域产生显著影响；受到生化试剂带量集采和医保项目限制的影响，公司2024年度医用试剂收入较上年同期减少19.51%

注：上述同行业可比公司及医疗行业上市或挂牌公司披露情况来源于其公告披露文件

由上表，结合同行业可比公司及医疗行业上市或挂牌公司针对前述有关产业政策分析可知，“两票制”和集中带量采购政策整体对低值医疗耗材公司业绩影响较小。在带量采购政策“以量换价”的核心导向下，具有核心竞争力的医疗

器械生产厂商通过适当降价可换取医疗机构保证的采购量，随着医疗器械生产企业规模效应显现及生产管理效率的不断提升，可减轻因市场价格竞争而对行业内生产企业的盈利能力可能产生的影响。

(3) 公司对各主营业务细分产品的未来主要销售区域

公司自成立以来，经过二十余年的潜心积累，已发展成为麻醉、监护医用耗材领域内产品系列齐全、营销渠道广泛、品牌实力较强的行业头部企业。公司产品线种类丰富，具有较强的市场和品牌影响力，已搭建起麻醉、监护、手术及护理三大类产品矩阵，涵盖气道与呼吸管理系列产品、生命信息监测系列产品、椎管及神经阻滞系列产品、动静脉通路系列产品、电外科系列产品、氧疗系列产品、麻醉机用二氧化碳吸收剂系列产品、镇痛系列产品等在内，共八个系列的麻醉和监护医疗器械产品综合化产品矩阵。

公司已建成遍布国内绝大多数省市地区的销售网络，主要产品已广泛应用于全国上千家三级医院及数千家医疗机构，其中，三甲医院已超 600 余家，并已覆盖包括中国医学科学院北京协和医院、上海交通大学医学院附属瑞金医院、浙江大学医学院附属第一医院、中山大学附属第一医院等在内的众多国内知名大型综合性医院，拥有良好的市场口碑和品牌知名度，获得客户高度评价。

近年来，公司积极拓展境外业务，与境外主要客户建立了较为稳定的合作关系，代表性境外客户包括 MEDTRONIC/COVIDIEN（美敦力/柯惠医疗公司）等在内的国际知名医疗器械企业。2025 年 1-6 月公司境外市场销售 2,135.01 万元，占当年度主营业务收入 13.73%。拓展海外市场为公司未来重要的发展战略方向之一。

公司作为拥有丰富的麻醉、监护类产品品类的行业典型代表企业，将结合主要产品的市场需求情况，积极布局有关境内外市场销售，且“两票制”或带量采购的收入占比较低。此外，相关麻醉监护等低值医用耗材整体单价相对较低，对医保控费等的影响较小，预计短期内相关政策大范围实施的可能性较低。因此，公司预计前述政策的执行不会对主营业务细分产品的未来主要销售区域产生重大不利影响。

2. 说明相关产业政策对公司销售模式及经营业绩的具体影响，并对上述事项进行重大事项提示

(1) “两票制”

报告期内，公司“两票制”收入占比相对较低，若“两票制”在全国更多省市推广并实际执行，将主要影响产品流通环节，压缩医用耗材生产企业至终端医院的流通层级，具体影响分析如下：

项 目	具体说明
销售渠道及经销商管理	“两票制”下，公司销售模式将逐渐转变为面向大型经销商、配送商及终端医院，经销商集中度将得到进一步提升
销售价格	“两票制”下，公司将可能以更接近终端消费价格的售价将产品销售给配送商或医疗机构，产品销售价格可能适当提升
销售费用率	“两票制”下，医疗器械生产厂商将可能承担更多营销与推广工作，故销售费用率可能有所提升

截至本问询回复报告出具之日，“两票制”政策的推行尚未对公司主要产品所涉的低值医疗器械领域产生较大影响，但是未来不完全排除“两票制”在医疗器械领域逐步全面推行。如若公司届时不能及时制定相关应对措施，对销售渠道及营销模式进行相应调整，则可能对公司的产品销售和经营业绩产生重大不利影响。

(2) 带量采购

带量采购政策的核心是“以量换价”，即药品和医疗器械入院价格降价，换取医疗机构对采购量的保证。带量采购政策的推行，虽然相关产品存在销售价格下降、销售集中度上升的趋势，但相关医疗耗材的终端入院价格的下降，也会同步使得临床使用患者使用麻醉、监护类等产品的成本随之下降，进而对公司麻醉耗材渗透率的提升起到一定的促进作用。

同时，作为临床手术所基本必须使用的医疗耗材，患者在麻醉、监护及手术护理类耗材的使用上具有长期性、低价值的特点，其产品毛利率本身已处于相对合理空间，可以压缩的渠道空间相对有限，一般而言，对医保控费的整体效果不及高值耗材及药品。

根据国务院新闻办公室 2025 年 7 月 24 日举行的“高质量完成‘十四五’规划”系列主题新闻发布会，国家医疗保障局表示“集采中选不再简单以最低报价作为参考”。国家医保局研究优化具体规则，在中选规则方面，优化价差的计算“锚点”，不再简单的以最低报价作为参考，同时，对于报价最低的中选企业，要公开说明报价的合理性，并承诺不低于成本报价。

一直以来，公司通过积极应对集中带量采购，同时也在持续加大研发力度，加强新技术、新产品的研发能力，进一步丰富公司产品体系，不断提升公司整体

竞争力。因此，未来即使随着带量采购的进一步推行，公司产品销售价格将有下降的压力，但降价幅度预期相对可控。在治疗渗透率持续提升、销售集中度提升、新产品新技术的研发带来进一步增量收入等背景下，公司作为全国麻醉和监护类医用耗材领域的头部企业，伴随着带量采购政策推行导致部分产品销售价格下降的影响，但“以价换量”带来的销量和市场份额的提升及规模优势的显现，预计不会对行业市场空间及公司整体盈利能力产生重大不利影响。

（四）核查过程及结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

（1）获取公司采购清单明细，分析公司各期向境外供应商采购的原材料种类、金额及同类占比、应用产品种类及收入占比，获取海关数据、外汇支付数据，检查三者之间的差异及合理性，获取公司进口原材料运费明细，检查进口原材料运费与采购额之间的匹配性，访谈公司采购主要负责人员、核心技术人员，了解公司多通旋塞阀等外采原材料主要采购渠道及可替代性、购入后需经历的加工环节，分析是否直接涉及公司产品的关键核心功能，分析公司对部分供应商的依赖程度；

（2）获取公司产品销售收入及成本清单明细，检索有关行业政策及公开资讯信息，分析公司在执行“两票制”、带量采购等行业政策地区的业务开展情况、销售收入占比情况、订单获取合规性及稳定性，分析公司报告期内已执行有关产业政策地区和其他地区平均售价、销售费用、毛利率以及销售模式的差异，并分析差异产生原因及对公司业绩影响；

（3）查阅“两票制”、带量采购有关行业政策，查阅同行业可比公司及医疗行业有关上市公司公开披露文件，分析公司“两票制”、带量采购覆盖地区的变化情况及变动趋势、报告期内带量采购业务占比增加、同行业可比公司业绩变化、公司对各主营业务细分产品的未来主要销售区域情况，分析相关产业政策对公司销售模式及经营业绩的具体影响；

2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）公司进口原材料海关数据、外汇支付数据、采购数据除时间性差异外三者一致，报告期各期进口原材料运输费与采购规模相匹配；

（2）报告期内，公司仅向 Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）一家境外

供应商采购用于生产的原材料，采购塑料制品类多通旋塞阀和灌注阀，并用于公司产品一次性使用压力传感器、一次性使用多通旋塞阀的生产。公司综合采购渠道优势、供应商合作稳定性、产品质量可靠性以及成本管控策略，目前仍选择主要 Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）作为原材料多通旋塞阀和灌注阀的主要供应商，并正逐步推进该等原材料的完全自制以替代外购的战略转型，同时公司已开拓并保留有关供应商作为多通旋塞阀、灌注阀的可替代采购渠道。公司向境外供应商采购的原材料多通旋塞阀、灌注阀，在购入后需经历部件注塑、组装、性能测试、包装封口、灭菌等较为复杂的加工及测试等工序后，才能最终变成一次性使用多通旋塞阀、一次性使用压力传感器产品。公司通过 Elcam 采购重点关注该部件的成本及稳定性等因素，但该等原材料部件仅为整体产品的组成部分，若独立使用无法实现公司产品的关键核心功能，相关原材料不直接涉及公司产品的关键核心功能。

(3) 目前“两票制”政策主要应用于药品、高值耗材医疗器械领域，而公司产品主要涉及低值耗材医疗器械，“两票制”的推行对公司主要产品所涉的低值医疗器械领域经营发展的影响较小。报告期内，公司“两票制”模式下的销售金额及占比相对较小。近年来，我国部分省份地区陆续出台实施了医用耗材集中带量采购方案，涉及产品主要为骨科耗材、介入球囊、心脏起搏器、人工晶体、人工关节等高值医用耗材，以及注射器、输液器等部分低值医用耗材。目前上述实施集中带量采购的医用耗材中，涉及公司的产品种类和数量较少，对应的收入规模及占比较小，对公司的影响较为有限。公司订单获取合法、合规，在执行“两票制”、带量采购行业政策的地区，公司与当地配送商、经销商及终端医院均建立了稳定的合作关系。在前述执行相关行业政策地区，公司收入来源具备稳定性。公司两票制经销模式销售均价、毛利率高于非两票制经销模式，但销售费用亦同时相对较高。在带量采购政策下，公司相关地区产品的集采销售均价低于非集采均价，集中带量采购对所执行区域的销售费用影响相对较小。“两票制”、集中带量采购在销售模式下与未执行前述有关政策的销售存在销售及流通环节、财务特征等一定差异；

(4) 公司报告期内“两票制”模式下销售主要集中于安徽省、福建省和陕西省，涉及集中带量采购的地区主要为浙江省、湖南省和河北省，前述有关政策涉及公司的产品种类和数量较少，对应的收入规模及占比较小，对公司的影响较为

有限。结合同行业可比公司针对有关政策影响的情况，两票制和集中带量采购政策整体对低值医疗耗材公司业绩影响较小。

二、业绩波动合理性及收入确认准确性

根据申请文件：（1）发行人报告期内业绩存在波动，2023 年营业收入、扣非归母净利润分别同比增长 14.25%、16.45%，2024 年营业收入、扣非归母净利润分别同比下滑 0.7%、9.41%。（2）发行人境内销售主要通过经销模式开展，销售区域集中于华东、华南、华北等区域。外销主要通过 OEM 模式直销，各期外销收入金额及占比持续提升。（3）发行人收入呈现季节性特征，第四季度收入占比高于同行业可比公司平均水平。

（1）收入波动合理性及确认准确性。请发行人：①分销售区域说明不同销售模式下各类收入金额、占比、毛利率水平及变动情况；说明境内直销业务情况，境内直销客户与经销商终端客户是否重合及商业合理性，重合客户同类产品的价格、毛利率差异及原因。②分销售区域说明各类产品单价、销量、收入、毛利率及变动情况；说明销售结构、定价策略、上游原材料价格波动等因素对各类产品销售价格的影响及可持续性，与可比公司同类产品价格变动趋势是否一致；说明手术及护理类产品销量波动提升，麻醉类、监护类产品销量持续提升的原因；说明报告期内麻醉类产品收入增速高于可比公司维力医疗的合理性。③说明报告期内业绩波动的原因，与下游及终端行业需求变动趋势、可比公司业绩变动趋势是否一致；并结合境内外的市场需求及竞争格局、在手订单及收入实现情况等，说明期后业绩是否呈现持续下滑趋势。④补充披露收入确认时点及具体依据，说明内外部证据的充分性及证据要素完备性。说明第四季度内外销客户的下单周期、签收周期或报关清关提单周期与其他季度是否存在明显差异，对应合同签订时间与发货时间、收入确认时点的匹配性，分析第四季度收入占比高的合理性。⑤说明其他业务收入、主营业务收入-其他的构成、占比及变动情况。

（2）境外收入增长合理性。请发行人：①说明境外业务拓展、销售模式、贸易方式，与境内经销为主的模式存在差异的原因，与同行业可比公司外销模式的差异及合理性；结合境外市场空间、竞争格局、发行人竞争优势等分析报告期内发行人外销收入持续增长的合理性。②说明汇兑损益的计算过程，报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发行人外销收入、汇兑损益之间的匹配

性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、过程和结论。（2）按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务 2 号指引》（以下简称《2 号指引》）2-13 境外销售相关要求进行了核查，说明核查方法、范围、证据及结论，重点说明对主要境外客户的走访情况，包括走访方式、时间、人员、客户名称、走访内容等。（3）说明对于收入确认准确性及依据充分性的核查情况，收入截止性测试情况。（审核问询函问题 2）

（一）分销售区域说明不同销售模式下各类收入金额、占比、毛利率水平及变动情况；说明境内直销业务情况，境内直销客户与经销商终端客户是否重合及商业合理性，重合客户同类产品的价格、毛利率差异及原因。

1. 分销售区域的不同销售模式下各类收入金额、占比、毛利率水平及变动情况

地区/境内外 分销售模式	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
	收入 (万元)	占主营业 业务收入 比例	毛利率	收入 (万元)	占主营业 业务收入比 例	毛利率	收入 (万元)	占主营业 业务收入比 例	毛利率	收入 (万元)	占主营业 业务收入比 例	毛利率
境内地区合计	13,418.25	86.27%	53.16%	26,395.70	86.98%	53.75%	27,671.03	90.67%	54.61%	24,425.52	91.42%	54.42%
其中：经销模式	12,933.43	83.16%	54.14%	25,811.59	85.06%	54.34%	27,337.02	89.57%	54.85%	24,162.84	90.43%	54.62%
直销模式	484.82	3.12%	26.86%	584.11	1.92%	27.63%	334.01	1.09%	35.31%	262.68	0.98%	35.29%
其中：华东大区	6,072.29	39.04%	52.09%	11,178.26	36.84%	54.61%	12,307.53	40.33%	54.59%	10,311.00	38.59%	53.36%
其中：经销模式	5,751.00	36.98%	53.74%	10,842.94	35.73%	55.58%	12,146.13	39.80%	54.92%	10,201.67	38.18%	53.62%
直销模式	321.29	2.07%	22.58%	335.32	1.10%	23.07%	161.40	0.53%	30.20%	109.33	0.41%	29.30%
华南大区	2,025.03	13.02%	52.76%	3,975.10	13.10%	49.92%	4,510.22	14.78%	52.12%	4,345.44	16.26%	51.36%
其中：经销模式	1,875.36	12.06%	54.19%	3,742.72	12.33%	50.87%	4,347.88	14.25%	52.56%	4,193.46	15.69%	51.79%
直销模式	149.67	0.96%	34.90%	232.38	0.77%	34.58%	162.35	0.53%	40.38%	151.98	0.57%	39.50%
华北大区	1,595.32	10.26%	53.51%	3,355.74	11.06%	52.87%	3,067.93	10.05%	52.63%	2,085.17	7.80%	54.33%
其中：经销模式	1,585.81	10.20%	53.62%	3,339.32	11.00%	53.02%	3,061.29	10.03%	52.67%	2,085.07	7.80%	54.33%
直销模式	9.50	0.06%	35.92%	16.42	0.05%	22.36%	6.64	0.02%	32.41%	0.10	0.00%	44.98%
西南大区	1,302.88	8.38%	55.49%	2,919.52	9.62%	55.15%	2,567.13	8.41%	54.40%	2,417.98	9.05%	55.78%
其中：经销模式	1,302.88	8.38%	55.49%	2,919.52	9.62%	55.15%	2,567.13	8.41%	54.40%	2,416.72	9.05%	55.79%
直销模式	0.00	-	-	0.00	-	-	0.00	-	-	1.26	0.00%	48.12%

地区/境内外 公共售模式	2025 年 1-6 月			2024 年度			2023 年度			2022 年度		
西北大区	1,080.65	6.95%	59.74%	2,310.61	7.61%	59.98%	2,338.15	7.66%	61.58%	2,099.94	7.86%	63.13%
其中：经销模式	1,079.16	6.94%	59.74%	2,310.61	7.61%	59.98%	2,337.93	7.66%	61.58%	2,099.94	7.86%	63.13%
直销模式	1.49	0.01%	62.52%	0.00	-	-	0.22	0.00%	54.31%	0.00	-	-
华中大区	988.62	6.36%	49.20%	2,051.03	6.76%	49.37%	2,143.76	7.02%	54.14%	2,623.06	9.82%	54.29%
其中：经销模式	985.75	6.34%	49.23%	2,051.03	6.76%	49.37%	2,142.68	7.02%	54.16%	2,623.06	9.82%	54.29%
直销模式	2.87	0.02%	37.77%	0.00	-	-	1.08	0.00%	16.97%	0.00	-	-
东北大区	353.47	2.27%	54.41%	605.46	2.00%	52.13%	736.31	2.41%	58.39%	542.93	2.03%	59.97%
其中：经销模式	353.47	2.27%	54.41%	605.46	2.00%	52.13%	733.99	2.40%	58.41%	542.93	2.03%	59.97%
直销模式	0.00	-	-	0.00	-	-	2.32	0.01%	50.71%	0.00	-	-
境外地区合计	2,135.01	13.73%	41.55%	3,951.10	13.02%	40.83%	2,848.63	9.33%	38.95%	2,292.96	8.58%	36.03%
其中：经销模式	0.00	-	-	0.00	-	-	0.00	-	-	0.00	-	-
直销模式	2,135.01	13.73%	41.55%	3,951.10	13.02%	40.83%	2,848.63	9.33%	38.95%	2,292.96	8.58%	36.03%
主营业务收入合计	15,553.26	100.00%	51.56%	30,346.81	100.00%	52.07%	30,519.66	100.00%	53.15%	26,718.48	100.00%	52.84%

报告期内，公司采用“经销为主，直销为辅”的销售模式，已建成了遍布国内绝大多数省市地区的销售网络，主要产品已广泛应用于全国上千家三级医院及数千家医疗机构。

（1）分销售模式、销售区域维度整体分析

分销售模式维度，经销模式下，公司的经销商主要为全国各地的医疗器械流通企业，报告期内公司的经销收入均来自境内。直销模式下，公司主要为境外销售，偶有境内少部分收入，境内直销毛利率低于境内经销毛利率，主要系为部分直销客户提供 OEM 的产品。公司境外销售主要以 OEM 方式生产销售，即公司根据境外客户的订单以及定制化要求进行生产，产品贴牌或中性包装后由客户在境外实现销售推广及销售。境内华南、华东地区作为国内医疗资源禀赋相对较强的地区，存在一定的直销客户需求，公司境内直销收入主要来自前述地区，除此之外，不同区域省份之间因客户实际需求，偶有零星的直销产品销售。报告期内，公司不同地区、同一销售模式下毛利率因客户采购产品类型结构、市场竞争因素等，存在一定差异和波动，但毛利率整体保持相对稳定，不存在较大差异。

分销售区域维度，报告期内，公司产品销售收入主要来源于浙江、江苏、上海和安徽等华东地区以及广东等华南地区，相关地区医疗资源相对更为丰富，产品需求相对更加充足。同时，公司积极加大开拓境外市场，境外销售收入呈现较快增长趋势。整体而言，报告期内公司各区域销售收入占比构成较为稳定，不同区域之间因当地终端医疗资源禀赋差异、客户实际情况和需求差异，向公司采购的产品类型结构存在一定差异，同时，不同省份、地区的市场竞争情况相对多样化，综合导致不同区域之间毛利率存在一定差异，但毛利率整体保持相对稳定。

（2）分销售模式、销售区域维度逐年情况

2022 年，公司境内销售收入 24,425.52 万元，占主营业务收入 91.42%。其中，境内经销收入 24,162.84 万元，占主营业务收入 90.43%，境内经销整体毛利率为 54.62%；境内直销收入 262.68 万元，占主营业务收入 0.98%，境内直销整体毛利率为 35.29%。公司境外销售收入 2,292.96 万元，均为直销销售收入，境外收入占主营业务收入 8.58%，境外销售毛利率为 36.03%。

其中，分销售区域、分销售维度看，境内当年销售占比最高及次高地区分别为华东地区、华南地区。其中，华东地区收入 10,311.00 万元，占主营业务收入 38.59%，华东地区经销模式下收入为 10,201.67 万元，经销毛利率为 53.62%；

华东地区直销模式下收入为 109.33 万元，直销毛利率为 29.30%。华南地区收入 4,345.44 万元，占主营业务收入 16.26%，华南地区经销模式下收入为 4,193.46 万元，经销毛利率为 51.79%；华南地区直销模式下收入为 151.98 万元，直销毛利率为 39.50%。

2023 年，公司境内销售收入 27,671.03 万元，占主营业务收入 90.67%。其中，境内经销收入 27,337.02 万元，占主营业务收入 89.57%，境内经销整体毛利率为 54.85%；境内直销收入 334.01 万元，占主营业务收入 1.09%，境内直销整体毛利率为 35.31%。公司境外销售收入 2,848.63 万元，均为直销销售收入，境外收入占主营业务收入 9.33%，境外销售毛利率为 38.95%。

其中，分销售区域、分销售模式维度看，境内当年销售占比最高及次高地区分别为华东地区、华南地区。其中，华东地区收入 12,307.53 万元，占主营业务收入 40.33%，华东地区经销模式下收入为 12,146.13 万元，经销毛利率为 54.92%；华东地区直销模式下收入为 161.40 万元，直销毛利率为 30.20%。华南地区收入 4,510.22 万元，占主营业务收入 14.78%，华南地区经销模式下收入为 4,347.88 万元，经销毛利率为 52.56%；华南地区直销模式下收入为 162.35 万元，直销毛利率为 40.38%。

2024 年，公司境内销售收入 26,395.70 万元，占主营业务收入 86.98%。其中，境内经销收入 25,811.59 万元，占主营业务收入 85.06%，境内经销整体毛利率为 54.34%；境内直销收入 584.11 万元，占主营业务收入 1.92%，境内直销整体毛利率为 27.63%。公司境外销售收入 3,951.10 万元，均为直销销售收入，境外收入占主营业务收入 13.02%，境外销售毛利率为 40.83%。

其中，分销售区域、分销售模式维度看，境内当年销售占比最高及次高地区分别为华东地区、华南地区。其中，华东地区收入 11,178.26 万元，占主营业务收入 36.84%，华东地区经销模式下收入为 10,842.94 万元，经销毛利率为 55.58%；华东地区直销模式下收入为 335.32 万元，直销毛利率为 23.07%。华南地区收入 3,975.10 万元，占主营业务收入 13.10%，华南地区经销模式下收入为 3,742.72 万元，经销毛利率为 50.87%；华南地区直销模式下收入为 232.38 万元，直销毛利率为 34.58%。

2025 年 1-6 月，公司境内销售收入 13,418.25 万元，占主营业务收入 86.27%。其中，境内经销收入 12,933.43 万元，占主营业务收入 83.16%，境内经销整体

毛利率为 54.14%；境内直销收入 484.82 万元，占主营业务收入 3.12%，境内直销整体毛利率为 26.86%。公司境外销售收入 2,135.01 万元，均为直销销售收入，境外收入占主营业务收入 13.73%，境外销售毛利率为 41.55%。

其中，分销售区域、分销售模式维度看，境内当年销售占比最高及次高地区分别为华东地区、华南地区。其中，华东地区收入 6,072.29 万元，占主营业务收入 39.04%，华东地区经销模式下收入为 5,751.00 万元，经销毛利率为 53.74%；华东地区直销模式下收入为 321.29 万元，直销毛利率为 22.58%。华南地区收入 2,025.03 万元，占主营业务收入 13.02%，华南地区经销模式下收入为 1,875.36 万元，经销毛利率为 54.19%；华南地区直销模式下收入为 149.67 万元，直销毛利率为 34.90%。

2. 境内直销业务情况，境内直销客户与经销商终端客户是否重合及商业合理性，重合客户同类产品的价格、毛利率差异及原因

(1) 境内直销业务情况

报告期各期，公司直销业务收入占主营业务收入比例分别为 9.57%、10.43%、14.94%和 16.84%。报告期内，公司境内直销收入金额分别为 262.68 万元、334.01 万元、584.11 万元和 484.82 万元，占主营业务收入比例分别为 0.98%、1.09%、1.92%和 3.12%，整体收入占比较低。公司境内直销业务主要系为部分客户提供 OEM 产品。

(2) 境内直销客户与经销商终端客户是否重合及商业合理性，重合客户同类产品的价格、毛利率差异及原因

报告期内，公司不存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，不存在同类产品同时通过直销和经销两种方式销售至同一终端客户的情形。

由于公司全国下游终端客户数量众多、行业应用领域广泛，终端客户分布较为分散，由公司直接与所有终端客户对接将产生较大的沟通成本，不利于公司的经营发展。相比之下，选择与拥有当地渠道资源、具备良好服务能力的经销商合作，由经销商将公司的产品销往终端客户并提供相应服务，能够更加快速、有效地扩大产品销售规模、提升公司品牌影响力。

(二) 分销售区域说明各类产品单价、销量、收入、毛利率及变动情况；说明销售结构、定价策略、上游原材料价格波动等因素对各类产品销售价格的影响及可持续性，与可比公司同类产品价格变动趋势是否一致；说明手术及护理

类产品销量波动提升，麻醉类、监护类产品销量持续提升的原因；说明报告期内麻醉类产品收入增速高于可比公司维力医疗的合理性。

1. 分销售区域说明各类产品单价、销量、收入、毛利率及变动情况

报告期内，公司分境内外各主要销售区域的产品单价、销量、收入及毛利率情况具体如下表所示：

地区/境内外 - 分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度				2023 年度				2022 年度			
	收入 (万元)	销售数量 (万个/ 只/套)	单价 (元)	毛利率	收入 (万元)	销售数量 (万个/ 只/套)	单价 (元)	毛利率	收入 (万元)	销售数量 (万个/ 只/套)	单价 (元)	毛利率	收入 (万元)	销售数量 (万个/ 只/套)	单价 (元)	毛利率
境内地区合计	13,418.25	856.05	15.67	53.16%	26,395.70	1,559.93	16.92	53.75%	27,671.03	1,578.21	17.53	54.61%	24,425.52	1,386.43	17.62	54.42%
其中：麻醉类耗材	6,250.58	387.93	16.11	53.64%	12,830.02	757.06	16.95	54.03%	12,738.96	746.74	17.06	54.17%	11,614.58	655.12	17.73	52.06%
监护类耗材	5,641.90	192.57	29.30	56.46%	10,545.16	337.04	31.29	58.34%	11,330.25	329.61	34.38	59.45%	9,796.22	263.90	37.12	61.07%
手术及护理类耗材	1,514.36	240.98	6.28	39.02%	2,933.08	445.62	6.58	36.59%	3,522.51	459.91	7.66	40.88%	2,928.15	374.46	7.82	41.96%
其他	11.41	34.56	0.33	28.57%	87.44	20.20	4.33	34.31%	79.31	41.95	1.89	43.21%	86.57	92.95	0.93	39.19%
其中：华东大区	6,072.29	433.64	14.00	52.09%	11,178.26	706.49	15.82	54.61%	12,307.53	719.77	17.10	54.59%	10,311.00	595.89	17.30	53.36%
其中：麻醉类耗材	2,491.12	181.27	13.74	50.83%	4,579.57	304.96	15.02	52.72%	4,634.47	295.87	15.66	53.21%	4,166.51	260.17	16.01	50.45%
监护类耗材	2,935.89	101.71	28.86	56.27%	5,376.80	169.69	31.69	60.76%	5,976.86	178.27	33.53	59.60%	4,921.18	145.65	33.79	59.45%
手术及护理类 耗材	640.77	116.57	5.50	37.89%	1,197.77	214.86	5.57	34.20%	1,672.42	237.11	7.05	40.69%	1,207.64	172.03	7.02	38.90%
其他	4.51	34.09	0.13	42.38%	24.11	16.98	1.42	56.21%	23.79	8.52	2.79	42.30%	15.68	18.05	0.87	32.13%
华南大区	2,025.03	113.49	17.84	52.76%	3,975.10	227.73	17.46	49.92%	4,510.22	281.92	16.00	52.12%	4,345.44	298.84	14.54	51.36%
其中：麻醉类耗材	1,116.55	61.75	18.08	53.25%	2,296.82	134.79	17.04	50.90%	2,497.02	149.22	16.73	51.90%	2,373.65	135.68	17.49	47.95%
监护类耗材	704.88	19.37	36.39	58.53%	1,161.28	31.52	36.85	56.47%	1,349.09	31.98	42.19	58.70%	1,320.85	27.08	48.78	61.42%
手术及护理类 耗材	196.70	31.90	6.17	30.51%	453.96	58.32	7.78	31.59%	608.80	67.46	9.02	39.24%	581.31	61.34	9.48	43.75%
其他	6.90	0.47	14.64	19.53%	63.04	3.10	20.33	25.63%	55.31	33.26	1.66	43.72%	69.63	74.74	0.93	40.62%
华北大区	1,595.32	108.98	14.64	53.51%	3,355.74	214.82	15.62	52.87%	3,067.93	187.69	16.35	52.63%	2,085.17	106.83	19.52	54.33%
其中：麻醉类耗材	580.51	34.17	16.99	54.75%	1,292.80	78.76	16.41	54.66%	1,249.14	72.02	17.34	53.04%	844.27	43.95	19.21	50.00%

地区/境内外 - 分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度				2023 年度				2022 年度			
监护类耗材	756.74	33.35	22.69	55.00%	1,679.20	68.53	24.50	52.42%	1,457.29	53.37	27.30	54.48%	1,013.46	30.73	32.98	60.60%
手术及护理类 耗材	258.07	41.46	6.22	46.34%	383.44	67.40	5.69	48.77%	361.50	62.29	5.80	43.76%	227.43	32.15	7.07	42.42%
其他	0.00	-	-	-	0.29	0.13	2.31	99.48%	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-
西南大区	1,302.88	63.07	20.66	55.49%	2,919.52	142.19	20.53	55.15%	2,567.13	128.87	19.92	54.40%	2,417.98	112.06	21.58	55.78%
其中：麻醉类耗材	907.10	41.04	22.11	56.31%	2,121.64	101.99	20.80	55.69%	1,841.52	94.71	19.44	54.06%	1,692.46	85.06	19.90	54.29%
监护类耗材	311.02	11.89	26.15	54.69%	583.11	18.60	31.35	57.53%	510.01	15.41	33.09	60.98%	524.37	12.57	41.70	64.00%
手术及护理类 耗材	84.77	10.14	8.36	49.66%	214.76	21.60	9.94	43.34%	215.59	18.75	11.50	41.68%	199.89	14.27	14.01	46.94%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-	1.26	0.15	8.40	48.12%
西北大区	1,080.65	53.05	20.37	59.74%	2,310.61	106.54	21.69	59.98%	2,338.15	107.27	21.80	61.58%	2,099.94	85.83	24.47	63.13%
其中：麻醉类耗材	562.48	31.94	17.61	57.28%	1,253.08	61.88	20.25	58.81%	1,172.32	61.44	19.08	59.05%	951.22	45.09	21.10	61.03%
监护类耗材	379.73	8.72	43.53	69.03%	779.99	19.70	39.60	67.30%	884.21	19.85	44.55	69.23%	834.21	16.99	49.09	70.24%
手术及护理类 耗材	138.44	12.38	11.18	44.27%	277.54	24.96	11.12	44.71%	281.62	25.98	10.84	48.06%	314.52	23.75	13.24	50.64%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-
华中大区	988.62	58.95	16.77	49.20%	2,051.03	122.04	16.81	49.37%	2,143.76	110.02	19.48	54.14%	2,623.06	159.41	16.45	54.29%
其中：麻醉类耗材	433.39	25.83	16.78	58.34%	1,005.95	56.25	17.88	56.97%	1,022.59	53.80	19.01	59.28%	1,353.86	71.66	18.89	55.79%
监护类耗材	421.70	13.26	31.81	46.12%	756.54	21.76	34.76	49.27%	844.39	21.79	38.75	55.88%	933.39	23.99	38.91	58.44%
手术及护理类 耗材	133.53	19.86	6.72	29.27%	288.54	44.02	6.55	23.17%	276.78	34.43	8.04	29.83%	335.81	63.76	5.27	36.68%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-

地区/境内外 - 分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度				2023 年度				2022 年度			
东北大区	353.47	24.87	14.21	54.41%	605.46	40.13	15.09	52.13%	736.31	42.67	17.26	58.39%	542.93	27.57	19.69	59.97%
其中：麻醉类耗材	159.44	11.94	13.36	55.51%	280.16	18.42	15.21	53.72%	321.90	19.68	16.36	56.60%	232.61	13.53	17.20	55.52%
监护类耗材	131.95	4.26	30.96	58.91%	208.24	7.24	28.75	55.75%	308.40	8.94	34.50	62.55%	248.76	6.89	36.13	66.21%
手术及护理类 耗材	62.08	8.67	7.16	42.01%	117.06	14.47	8.09	41.91%	105.80	13.89	7.62	51.80%	61.56	7.16	8.60	51.60%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-	0.21	0.17	1.26	10.20%	0.00	-	-	-
境外地区合计	2,135.01	268.88	7.94	41.55%	3,951.10	539.05	7.33	40.83%	2,848.63	325.69	8.75	38.95%	2,292.96	293.77	7.81	36.03%
其中：麻醉类耗材	1,621.63	241.22	6.72	42.64%	3,133.29	494.42	6.34	41.32%	1,887.05	256.81	7.35	40.24%	1,345.72	220.10	6.11	38.18%
监护类耗材	401.25	11.30	35.50	39.80%	558.40	13.74	40.63	43.84%	580.07	14.83	39.11	42.13%	570.38	15.85	36.00	40.59%
手术及护理类耗材	103.33	11.93	8.66	32.00%	244.98	26.95	9.09	27.81%	370.25	51.84	7.14	27.17%	345.51	51.26	6.74	19.49%
其他	8.79	4.42	1.99	33.48%	14.44	3.93	3.67	41.97%	11.26	2.20	5.11	44.93%	31.35	6.56	4.78	42.93%
主营业务收入合计	15,553.26	1,124.92	13.83	51.56%	30,346.81	2,098.97	14.46	52.07%	30,519.66	1,903.89	16.03	53.15%	26,718.48	1,680.19	15.90	52.84%

报告期各期，公司境内、境外销售毛利率整体稳定，境内各期销售整体毛利率分别为 54.42%、54.61%、53.75%和 53.16%，境外各期销售整体毛利率分别为 36.03%、38.95%、40.83%和 41.55%。公司采用“经销为主、直销为辅”的销售模式，经销模式下均为境内销售，直销模式下主要为境外 OEM 销售，兼具少部分境内直销。因此，公司境内产品销售毛利率整体高于以境外销售为主的直销客户，主要系公司 OEM 相关产品业务的附加值相对较低，从而导致销售毛利率较低，具有商业合理性，符合医疗器械行业惯例。

(1) 境内分区域各年度各类产品单价、销量、收入、毛利率变动情况分析

1) 华东大区

报告期内，公司华东大区整体销售毛利率分别为 53.36%、54.59%、54.61%和 52.09%，毛利率整体保持稳定。

单位：万元、万个/只/套、元								
境内地区 分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
华东大区	6,072.29	433.64	14.00	52.09%	11,178.26	706.49	15.82	54.61%
麻醉类耗材	2,491.12	181.27	13.74	50.83%	4,579.57	304.96	15.02	52.72%
监护类耗材	2,935.89	101.71	28.86	56.27%	5,376.80	169.69	31.69	60.76%
手术及护理 类耗材	640.77	116.57	5.50	37.89%	1,197.77	214.86	5.57	34.20%
其他	4.51	34.09	0.13	42.38%	24.11	16.98	1.42	56.21%

境内地区 分产品大类	2023 年度				2022 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
华东大区	12,307.53	719.77	17.10	54.59%	10,311.00	595.89	17.30	53.36%
麻醉类耗材	4,634.47	295.87	15.66	53.21%	4,166.51	260.17	16.01	50.45%
监护类耗材	5,976.86	178.27	33.53	59.60%	4,921.18	145.65	33.79	59.45%
手术及护理 类耗材	1,672.42	237.11	7.05	40.69%	1,207.64	172.03	7.02	38.90%
其他	23.79	8.52	2.79	42.30%	15.68	18.05	0.87	32.13%

其中，麻醉类产品各期毛利率分别为 50.45%、53.21%、52.72%和 50.83%，该类产品毛利率有所波动上涨，对应各期销售量分别为 260.17 万个、295.87 万个、304.96 万个和 181.27 万个，销量整体持续增长，其中，2025 年 1-6 月麻醉类产品在华东地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 45.73%。该类产品毛利率增长主要系气道与呼吸管理系列的一次性使用麻醉呼吸管路成本有所下降，销售数量

增长主要因为一次性使用呼吸过滤器、一次性使用麻醉呼吸管路销量增长。

手术及护理类产品各期毛利率分别为 38.90%、40.69%、34.20%和 37.89%，该类产品毛利率有所波动下降，主要系动静脉通路系列的一次性使用多通旋塞阀因销售结构变化，部分规格型号产品单价有所下降、成本上升，导致该类产品 2024 年毛利率有所下降。

2) 华南大区

报告期内，公司华南大区整体销售毛利率分别为 51.36%、52.12%、49.92%和 52.76%，毛利率整体保持稳定。

单位：万元、万个/只/套、元

境内地区 分产品大 类	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
华南大区	2,025.03	113.49	17.84	52.76%	3,975.10	227.73	17.46	49.92%
麻醉类耗 材	1,116.55	61.75	18.08	53.25%	2,296.82	134.79	17.04	50.90%
监护类耗 材	704.88	19.37	36.39	58.53%	1,161.28	31.52	36.85	56.47%
手术及护 理类耗材	196.70	31.90	6.17	30.51%	453.96	58.32	7.78	31.59%
其他	6.90	0.47	14.64	19.53%	63.04	3.10	20.33	25.63%
境内地区 分产品大 类	2023 年度				2022 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
华南大区	4,510.22	281.92	16.00	52.12%	4,345.44	298.84	14.54	51.36%
麻醉类耗 材	2,497.02	149.22	16.73	51.90%	2,373.65	135.68	17.49	47.95%
监护类耗 材	1,349.09	31.98	42.19	58.70%	1,320.85	27.08	48.78	61.42%
手术及护 理类耗材	608.80	67.46	9.02	39.24%	581.31	61.34	9.48	43.75%
其他	55.31	33.26	1.66	43.72%	69.63	74.74	0.93	40.62%

其中，麻醉类产品各期毛利率分别为 47.95%、51.90%、50.90%和 53.25%，该类产品毛利率有所波动上涨，主要系椎管及神经阻滞系列的一次性使用麻醉穿刺包单价有所上涨。

监护类产品各期毛利率分别为 61.42%、58.70%、56.47%和 58.53%，各期单价分别为 48.78 元、42.19 元、36.85 元和 36.39 元，各期销量分别为 27.08 万个、31.98 万个、31.52 万个和 19.37 万个。2025 年 1-6 月监护类产品在华南地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 34.30%。该类产品毛利率和单价有所下降，主

要系生命信息监测系列的一次性使用体温传感器、一次性使用压力传感器、一次性使用脉搏血氧饱和度传感器因华南地区市场竞争因素及部分区域集中带量采购影响所致，但该产品整体销量保持波动增长趋势，主要系一次性使用体温传感器产品销售增加。

手术及护理类产品各期毛利率分别为 43.75%、39.24%、31.59%和 30.51%，各期单价分别为 9.48 元、9.02 元、7.78 元和 6.17 元，各期销量分别为 61.34 万个、67.46 万个、58.32 万个和 31.90 万个。2025 年 1-6 月手术及护理类产品在华南地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 39.64%。该产品毛利率和单价有所下降，主要系动静脉通路系列的一次性使用中心静脉导管穿刺包因华南地区市场竞争因素及部分区域集中带量采购影响所致，该产品销量有所波动下降，主要系动静脉通路系列的一次性使用多通旋塞阀产品在该地区的销售数量有所波动下降导致。

3) 华北大区

报告期内，公司华北大区整体销售毛利率分别为 54.33%、52.63%、52.87%和 53.51%，毛利率整体保持稳定。

单位：万元、万个/只/套、元

境内地区 分产品大 类	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
华北大区	1,595.32	108.98	14.64	53.51%	3,355.74	214.82	15.62	52.87%
麻醉类耗材	580.51	34.17	16.99	54.75%	1,292.80	78.76	16.41	54.66%
监护类耗材	756.74	33.35	22.69	55.00%	1,679.20	68.53	24.50	52.42%
手术及护理类耗材	258.07	41.46	6.22	46.34%	383.44	67.40	5.69	48.77%
其他	0.00	-	-	-	0.29	0.13	2.31	99.48%
境内地区 分产品大 类	2023 年度				2022 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
华北大区	3,067.93	187.69	16.35	52.63%	2,085.17	106.83	19.52	54.33%
麻醉类耗材	1,249.14	72.02	17.34	53.04%	844.27	43.95	19.21	50.00%
监护类耗材	1,457.29	53.37	27.30	54.48%	1,013.46	30.73	32.98	60.60%
手术及护理类耗材	361.50	62.29	5.80	43.76%	227.43	32.15	7.07	42.42%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-

其中，麻醉类产品各期毛利率分别为 50.00%、53.04%、54.66%和 54.75%，

各期销量分别为 43.95 万个、72.02 万个、78.76 万个和 34.17 万个，各期单价分别为 19.21 元、17.34 元、16.41 元和 16.99 元。该产品毛利率上涨，主要系气道与呼吸管理系列的一次性使用麻醉呼吸管路成本持续下降。该产品销量增长，主要系气道与呼吸管理系列的一次性使用呼吸过滤器、一次性使用麻醉面罩、一次性使用麻醉呼吸管路销量有所增长。该产品单价有所下降，主要系椎管及神经阻滞系列的一次性使用麻醉包在该地区的销售单价下降导致。

监护类产品各期毛利率分别为 60.60%、54.48%、52.42%和 55.00%，各期单价分别为 32.98 元、27.30 元、24.50 元和 22.69 元，各期销量分别为 30.73 万个、53.37 万个、68.53 万个和 33.35 万个。该产品毛利率和单价有所下降，主要系华北地区市场竞争因素及部分区域集中带量采购影响，但同时，得益于集中带量采购的批量化影响，该产品整体销量呈持续增长趋势，主要系生命信息监测系列的一次性使用脉搏血氧饱和度传感器、一次性使用体温传感器、一次使用压力传感器等主要产品在该地区的销售增加，其中，2025 年 1-6 月监护类产品在华北地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 24.84%。

手术及护理类产品各期毛利率分别为 42.42%、43.76%、48.77%和 46.34%，各期销量分别为 32.15 万个、62.29 万个、67.40 万个和 41.46 万个，各期单价分别为 7.07 元、5.80 元、5.69 元和 6.22 元。2025 年 1-6 月手术及护理类产品在华北地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 38.20%。该产品在该地区销售毛利率有所波动上升，主要系毛利率较高的电外科系列的一次性使用手术解剖器销量及占比提升。该产品销量有所上升，主要系动静脉通路系列的一次性使用多通旋塞阀、电外科系列的一次性使用手术解剖器销量提升。该产品单价有所波动下降，主要系动静脉通路系列的一次性使用多通旋塞阀的销售单价有所下降。

4) 西南大区

报告期内，公司西南大区整体销售毛利率分别为 55.78%、54.40%、55.15%和 55.49%，毛利率整体保持稳定。其中，麻醉类产品、手术和护理类产品的毛利率、单价、销售数量整体相对稳定。

境内地区 分产品大类	单位：万元、万个/只/套、元							
	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
西南大区	1,302.88	63.07	20.66	55.49%	2,919.52	142.19	20.53	55.15%

境内地区 分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度			
麻醉类耗材	907.10	41.04	22.11	56.31%	2,121.64	101.99	20.80	55.69%
监护类耗材	311.02	11.89	26.15	54.69%	583.11	18.60	31.35	57.53%
手术及护理类 耗材	84.77	10.14	8.36	49.66%	214.76	21.60	9.94	43.34%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-
境内地区 分产品大类	2023 年度				2022 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
西南大区	2,567.13	128.87	19.92	54.40%	2,417.98	112.06	21.58	55.78%
麻醉类耗材	1,841.52	94.71	19.44	54.06%	1,692.46	85.06	19.90	54.29%
监护类耗材	510.01	15.41	33.09	60.98%	524.37	12.57	41.70	64.00%
手术及护理类 耗材	215.59	18.75	11.50	41.68%	199.89	14.27	14.01	46.94%
其他	0.00	-	-	-	1.26	0.15	8.40	48.12%

监护类产品各期毛利率分别为 64.00%、60.98%、57.53%和 54.69%，各期单价分别为 41.70 元、33.09 元、31.35 元和 26.15 元，各期销量分别为 12.57 万个、15.41 万个、18.60 万个和 11.89 万个。该产品毛利率和单价有所下降，主要系西南地区市场竞争因素及部分区域集中带量采购影响，生命信息监测系列的一次性使用脉搏血氧饱和度传感器、一次性使用压力传感器的毛利率和单价有所下降，但同时，得益于集中带量采购的批量化影响，该类产品在西南地区的整体销量呈持续增长趋势，其中，2025 年 1-6 月监护类产品在西南地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 95.49%。

5) 西北大区

报告期内，公司西北大区整体销售毛利率分别为 63.13%、61.58%、59.98%和 59.74%，毛利率有所下降，主要系麻醉类、监护类、手术及护理类产品各自毛利率有所下降导致。

单位：万元、万个/只/套、元

境内地区 分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
西北大区	1,080.65	53.05	20.37	59.74%	2,310.61	106.54	21.69	59.98%
麻醉类耗材	562.48	31.94	17.61	57.28%	1,253.08	61.88	20.25	58.81%
监护类耗材	379.73	8.72	43.53	69.03%	779.99	19.70	39.60	67.30%
手术及护理类 耗材	138.44	12.38	11.18	44.27%	277.54	24.96	11.12	44.71%

境内地区 分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度			
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-
境内地区 分产品大类	2023 年度				2022 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
西北大区	2,338.15	107.27	21.80	61.58%	2,099.94	85.83	24.47	63.13%
麻醉类耗材	1,172.32	61.44	19.08	59.05%	951.22	45.09	21.10	61.03%
监护类耗材	884.21	19.85	44.55	69.23%	834.21	16.99	49.09	70.24%
手术及护理类 耗材	281.62	25.98	10.84	48.06%	314.52	23.75	13.24	50.64%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-

其中，麻醉类产品各期毛利率分别为 61.03%、59.05%、58.81%和 57.28%，各期销量分别为 45.09 万个、61.44 万个、61.88 万个和 31.94 万个，各期单价分别为 21.10 元、19.08 元、20.25 元和 17.61 元。该类产品毛利率、单价整体保持相对稳定，销售数量有所提升，其中，2025 年 1-6 月麻醉类产品在西北地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 22.55%。

监护类产品各期毛利率分别为 70.24%、69.23%、67.30%和 69.03%，各期单价分别为 49.09 元、44.55 元、39.60 元和 43.53 元，各期销量分别为 16.99 万个、19.85 万个、19.70 万个和 8.72 万个。该类产品毛利率和单价有所下降，主要系西北地区市场竞争因素及部分区域集中带量采购影响，但同时，得益于集中带量采购的批量化影响，生命信息监测系列的一次性使用脉搏血氧饱和度传感器、一次性使用体温传感器、一次使用压力传感器等主要产品在该地区的销量有所增长，带动该类别产品在西北地区的销量波动增加，其中，2025 年 1-6 月监护类产品在西北地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 25.51%。

手术及护理类产品各期毛利率分别为 50.64%、48.06%、44.71%和 44.27%，各期销量分别为 23.75 万个、25.98 万个、24.96 万个和 12.38 万个，各期单价分别为 13.24 元、10.84 元、11.12 元和 11.18 元。2023 年该地区该类产品毛利率和单价有所下降，主要系销售的电外科系列一次性使用单极手术电极、一次性使用中性电极板以及动静脉通路系列的一次性使用多通旋塞阀单价有所下降。2024 年该地区该类产品毛利率有所下降，主要系受西北地区市场竞争因素及部分区域集中带量采购影响，当年度一次性使用中心静脉导管穿刺包在该地区销售价格和毛利有所下降。

6) 华中大区

报告期内，公司华中大区整体销售毛利率分别为 54.29%、54.14%、49.37% 和 49.20%，毛利率有所下降，主要系监护类、手术及护理类产品各自毛利率有所下降导致。

单位：万元、万个/只/套、元

境内地区 分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
华中大区	988.62	58.95	16.77	49.20%	2,051.03	122.04	16.81	49.37%
麻醉类耗材	433.39	25.83	16.78	58.34%	1,005.95	56.25	17.88	56.97%
监护类耗材	421.70	13.26	31.81	46.12%	756.54	21.76	34.76	49.27%
手术及护理类 耗材	133.53	19.86	6.72	29.27%	288.54	44.02	6.55	23.17%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-
境内地区 分产品大类	2023 年度				2022 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
华中大区	2,143.76	110.02	19.48	54.14%	2,623.06	159.41	16.45	54.29%
麻醉类耗材	1,022.59	53.80	19.01	59.28%	1,353.86	71.66	18.89	55.79%
监护类耗材	844.39	21.79	38.75	55.88%	933.39	23.99	38.91	58.44%
手术及护理类 耗材	276.78	34.43	8.04	29.83%	335.81	63.76	5.27	36.68%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-

其中，麻醉类产品各期毛利率分别为 55.79%、59.28%、56.97%和 58.34%，各期销量分别为 71.66 万个、53.80 万个、56.25 万个和 25.83 万个，各期单价分别为 18.89 元、19.01 元、17.88 元和 16.78 元。该类产品毛利率和单价整体保持相对稳定。

监护类产品各期毛利率分别为 58.44%、55.88%、49.27%和 46.12%，各期单价分别为 38.91 元、38.75 元、34.76 元和 31.81 元，各期销量分别为 23.99 万个、21.79 万个、21.76 万个和 13.26 万个。该类产品毛利率和单价有所下降，主要系华中地区市场竞争因素及部分区域集中带量采购影响，生命信息监测系列的一次性使用脉搏血氧饱和度传感器、一次使用压力传感器的单价、毛利率有所下降，但同时，得益于集中带量采购的批量化影响，一次使用压力传感器在该地区的销量实现持续增长，其中，2025 年 1-6 月监护类产品在华中地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 50.83%。

手术及护理类产品各期毛利率分别为 36.68%、29.83%、23.17%和 29.27%，

各期销量分别为 63.76 万个、34.43 万个、44.02 万个和 19.86 万个，各期单价分别为 5.27 元、8.04 元、6.55 元和 6.72 元。该地区该产品毛利率有所波动下降，主要系销售的动静脉通路系列一次性使用多通旋塞阀、一次性使用中心静脉导管穿刺包单价有所下降。2023 年该地区该产品销量下降较大，主要系客户结构变动影响，个别客户在当年根据下游需求采购有所波动，导致当年度动静脉通路系列一次性使用多通旋塞阀在该地区销量有所下降。2024 年、2025 年 1-6 月手术及护理类产品在华中地区销售量分别同比增长 27.87%、55.74%。

7) 东北大区

报告期内，公司东北大区整体销售毛利率分别为 59.97%、58.39%、52.13%和 54.41%，毛利率有所波动下降主要系监护类产品毛利率有所波动下降。该地区麻醉类产品各期销售毛利率分别为 55.52%、56.60%、53.72%和 55.51%，手术及护理类产品各期销售毛利率分别为 51.60%、51.80%、41.91%和 42.01%。

单位：万元、万个/只/套、元								
境内地区分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
东北大区	353.47	24.87	14.21	54.41%	605.46	40.13	15.09	52.13%
麻醉类耗材	159.44	11.94	13.36	55.51%	280.16	18.42	15.21	53.72%
监护类耗材	131.95	4.26	30.96	58.91%	208.24	7.24	28.75	55.75%
手术及护理类耗材	62.08	8.67	7.16	42.01%	117.06	14.47	8.09	41.91%
其他	0.00	-	-	-	0.00	-	-	-
境内地区分产品大类	2023 年度				2022 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
东北大区	736.31	42.67	17.26	58.39%	542.93	27.57	19.69	59.97%
麻醉类耗材	321.90	19.68	16.36	56.60%	232.61	13.53	17.20	55.52%
监护类耗材	308.40	8.94	34.50	62.55%	248.76	6.89	36.13	66.21%
手术及护理类耗材	105.80	13.89	7.62	51.80%	61.56	7.16	8.60	51.60%
其他	0.21	0.17	1.26	10.20%	0.00	-	-	-

其中，监护类产品各期毛利率分别为 66.21%、62.55%、55.75%和 58.91%，各期单价分别为 36.13 元、34.50 元、28.75 元和 30.96 元，各期销量分别为 6.89 万个、8.94 万个、7.24 万个和 4.26 万个。该产品毛利率和单价有所波动下降，主要系东北地区市场竞争因素及集中带量采购影响，生命信息监测系列的一次性

使用脉搏血氧饱和度传感器、一次使用压力传感器的单价、毛利率有所下降，但同时，得益于集中带量采购的批量化影响，一次使用压力传感器在该地区的销量实现持续增长，其中，2025 年 1-6 月监护类产品在东北地区销售量同比 2024 年 1-6 月增长 28.22%。

(2) 境外分区域各年度各类产品单价、销量、收入、毛利率变动情况分析

报告期各期，公司境外各期销售整体毛利率分别为 36.03%、38.95%、40.83% 和 41.55%，主要系麻醉类、监护类、手术及护理类耗材产品毛利率有所增加。

单位：万元、万个/只/套、元

境外地区 分产品大类	2025 年 1-6 月				2024 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
境外地区合计	2,135.01	268.88	7.94	41.55%	3,951.10	539.05	7.33	40.83%
麻醉类耗材	1,621.63	241.22	6.72	42.64%	3,133.29	494.42	6.34	41.32%
监护类耗材	401.25	11.30	35.50	39.80%	558.40	13.74	40.63	43.84%
手术及护理类 耗材	103.33	11.93	8.66	32.00%	244.98	26.95	9.09	27.81%
其他	8.79	4.42	1.99	33.48%	14.44	3.93	3.67	41.97%

境外地区 分产品大类	2023 年度				2022 年度			
	收入	销售数量	单价	毛利率	收入	销售数量	单价	毛利率
境外地区合计	2,848.63	325.69	8.75	38.95%	2,292.96	293.77	7.81	36.03%
麻醉类耗材	1,887.05	256.81	7.35	40.24%	1,345.72	220.10	6.11	38.18%
监护类耗材	580.07	14.83	39.11	42.13%	570.38	15.85	36.00	40.59%
手术及护理类 耗材	370.25	51.84	7.14	27.17%	345.51	51.26	6.74	19.49%
其他	11.26	2.20	5.11	44.93%	31.35	6.56	4.78	42.93%

其中，麻醉类产品毛利率增长，主要系气道与呼吸管理系列产品中的一次性使用麻醉呼吸管路生产成本有所下降。监护类产品毛利率增长，主要系生命信息监测系列产品中的一次性使用压力传感器销售价格有所上涨，对应销售毛利上涨。手术及护理类产品毛利率增长，主要系电外科系列产品一次性使用单极手术电极、一次性使用中性电极板销售价格有所上升，单位成本有所下降。

2. 说明销售结构、定价策略、上游原材料价格波动等因素对各类产品销售价格的影响及可持续性，与可比公司同类产品价格变动趋势是否一致

(1) 销售结构对产品销售价格的影响及可持续性

报告期内，公司主要以经销模式为主，经销业务毛利率分别为 54.62%、54.85%、

54.34%和 54.14%，直销业务毛利率分别为 35.95%、38.57%、39.13%和 38.83%。公司报告期内毛利率较为稳定，直销业务毛利率低于经销业务主要与公司所面向的客户性质和定价策略有关。

直销模式下，公司主要面向境外地区客户且主要以 OEM 方式进行生产销售，即公司根据境外品牌生产客户的订单以及定制化要求进行生产，产品贴牌或中性包装后由客户在境外实现销售推广及销售。因产品直接销售至境外品牌用户，公司为建立长期稳定的合作关系、树立产品的市场声誉，通常不会针对直销客户设立较高的销售价格。

因此，报告期内，公司在经销及直销的不同销售结构下，各类产品销售价格和毛利率差异具有合理性，对公司各类产品销售的可持续性不会构成不利影响。

(2) 定价策略对产品销售价格的影响及可持续性，与可比公司同类产品价格变动趋势是否一致

报告期内，公司与客户之间的销售模式均为买断式销售，公司定价机制主要分为公司统一价格及客户协商定价两部分组成。公司一般根据产品生产成本、市场竞争情况、自身产品竞争力水平等因素确定产品销售价格并适时调整自身定价，并在年初形成统一价格订货手册。

公司在与客户具体协商定价时，基于公司产品在年初的统一订货价格，综合考虑直销客户所在国家或地区的市场竞争情况、客户采购规模、OEM 设计难度，以及经销商客户所在地区参考市场价格、市场竞争情况、客户采购规模、终端客户重要性水平、各省区市的阳光采购价格和集采中标价格（如有）、对该经销商全年总体销售预期等综合因素后，在统一订货价格的基础上进行一定上下浮动，最终与客户协商确定价格。

在“两票制”执行地区，公司销售产品的价格整体有所提升，主要系两票制经销商仅承担根据终端医院需求将公司产品配送至医院工作，终端医院服务成本需要由公司承担，因此在两票制经销商模式下对两票制经销商的销售价格高于非两票制经销商价格；在集中带量采购执行地区，公司整体综合考虑集中带量采购的“以价换量”的影响，并结合市场竞争等因素，相应综合下调产品销售价格。

公司所采用的定价策略符合医疗器械行业整体定价逻辑，符合行业惯例，与同行业可比公司相比整体一致。相关定价策略有利于提升公司产品销售及市场份额，对公司各类产品销售价格的可持续性不会构成不利影响。报告期内，公司基

于上述定价策略，毛利率保持整体相对稳定。

(3) 上游原材料价格波动对产品销售价格的影响及可持续性

报告期内，公司生产产品所用的主要原材料价格随材料品类、采购规模、市场整体供需情况等有所波动，不存在重大变动情况，公司采购的主要原材料及产品价格总体保持平稳。公司已在招股说明书“第五节 业务与技术”主要原材料价格变动情况进行了详细披露。

公司采购的原材料品类繁多，主要类别包括塑料制品、电子配件、塑料颗粒、金属配件、包装材料等。公司塑料粒子的采购价格主要受市场价格影响，但也受具体产品型号等因素的影响。对于塑料颗粒等市场价格具有较强周期性的原材料产品，公司基于对当前价格水平和未来价格走势的判断，进行适当备货。报告期内，塑料粒子各细分类型原材料的采购均价整体均呈下降趋势。

整体而言，公司产品的销售价格主要根据下游市场竞争情况，及相关产品的定价策略确定。公司产品保持较高的毛利率，上游原材料价格波动对公司产品整体销售价格影响相对有限，公司相关产品的定价并不直接与原材料价格波动相关联。但公司可通过增强采购及成本管控能力，提升公司的盈利能力。因此，上游原材料价格波动对公司各类产品销售价格的可持续性不会构成重大不利影响。

(4) 与可比公司同类产品价格变动趋势是否一致

根据北京普华有策信息咨询有限公司出具的《2021-2027 年低值医用耗材行业细分市场分析及投资前景专项报告》：国内低值医用耗材企业外销以 OEM/ODM 模式为主，内销以自主品牌经销模式为主。低值医用耗材企业面向的外销客户主要为国外大型医疗器械品牌运营商，多采用 OEM/ODM 模式，即企业根据外销客户的订单进行生产，产品以客户品牌进行销售。低值医用耗材企业内销则以自主品牌经销模式为主，即企业与经销商签订经销协议，将产品授权、销售给经销商，再由其将产品销售给医院等终端客户。

报告期内，同行业可比公司未就不同销售模式下不同产品的具体售价情况、不同定价策略下的产品售价变动情况、上游原材料价格波动对产品售价的变动影响进行披露。关于同行业可比公司的产品销售单价及变动情况分析如下：

结合同行业可比公司的产品业务可比性、财务数据可得性等综合因素，就平均产品售价、毛利率的对比分析情况如下：

单位：元/（个/件/套/条）

简称	主要业务及产品情况	是否涉及同类或相似产品	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
			单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率	单价	毛利率
维力医疗	主要从事麻醉、导尿、泌尿外科、护理、呼吸、血液透析等领域医疗器械的研发、生产和销售	具有麻醉类医疗器械耗材产品	未披露	45.04%	9.62	56.78%	9.40	56.41%	10.11	54.81%
三鑫医疗	主要从事血液净化、给药器具、心胸外科三大系列的研发、生产和销售	暂无涉及具体的麻醉类医疗器械耗材产品	未披露	34.87%	3.19	35.34%	2.27	34.79%	1.29	33.50%
天益医疗	主要从事血液净化及病房护理领域医用高分子耗材等医疗器械的研发、生产与销售	暂无涉及具体的麻醉类医疗器械耗材产品	未披露	35.29%	2.74	36.22%	5.60	36.98%	6.19	34.14%
公司	主营业务为麻醉、监护类医疗器械产品的研发、生产和销售，产品涵盖麻醉、监护、手术及护理三大类产品矩阵	-	13.83	51.56%	14.46	52.09%	16.03	53.15%	15.90	52.82%

注 1：维力医疗（603309.SH）有关信息和数据源自其各年年度报告，其中，单价以其各年度“麻醉”产品销售收入÷其各年度“麻醉”产品销售量统计，毛利率为其各年度“麻醉”产品毛利率。维力医疗 2025 年 1-6 月因未披露分项产品具体收入及毛利率，当期毛利率采用其整体营业收入的毛利率，其 2024 年 1-6 月营业收入的整体毛利率为 45.07%。根据其年度报告披露，维力医疗麻醉类产品存在外购

注 2：三鑫医疗（300453.SZ）有关信息和数据源自其各年年度报告，由于其主营业务以血液净化、血液透析等为主，因暂无涉及具体的麻醉类医疗器械耗材产品，上述统计单价以其各年度医疗器械整体业务收入÷其各年度医疗器械整体产品总销售量统计，毛利率为其各年度医疗器械整体业务收入毛利率

注 3：天益医疗（301097.SZ）有关信息和数据源自其各年年度报告，由于其主营业务以血液净化、病房护理等为主，因暂无涉及具体的麻醉类医疗器械耗材产品，上述统计单价以其各年度医疗器械整体业务收入÷其各年度医疗器械整体产品总销售量统计，毛利率为其各年度医疗器械整体业务收入毛利率

毛利率作为医疗器械生产企业销售结构、定价策略及原材料价格影响传导的结果性体现，可在一定程度上反映同行业可比公司就前述有关因素对销售的影响。具体情况如下：

公司简称	2025 年 1-6 月			2024 年			2023 年			2022 年		
	经销收入占比	经销毛利率	直销毛利率	经销收入占比	经销毛利率	直销毛利率	经销收入占比	经销毛利率	直销毛利率	经销收入占比	经销毛利率	直销毛利率
维力医疗	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
三鑫医疗	70.10%	29.00%	29.81%	71.29%	36.09%	33.44%	76.56%	36.04%	31.13%	71.23%	31.11%	39.76%
天益医疗	未披露	未披露	未披露	68.22%	29.62%	49.30%	62.19%	27.90%	53.17%	66.16%	25.23%	53.64%
公司	83.16%	54.14%	38.83%	85.06%	54.34%	39.13%	89.57%	54.85%	38.57%	90.43%	54.62%	35.95%

注：数据来源上市企业各年年度报告

由上表可知，同行业可比公司在不同销售结构下的销售毛利率存在一定差异，主要系不同企业的销售模式结构、定价策略等不同所致。公司业务以经销为主，公司经销毛利率整体保持稳定，同行业可比公司的经销毛利率也基本保持稳定。三鑫医疗（300453.SZ）经销毛利率整体高于直销毛利率，天益医疗直销毛利率整体高于经销毛利率，主要系其直销模式分为境内直销和境外直销，在境内直销模式下，天益医疗将产品销售给医疗机构等终端用户，主要为宁波市及其周边的医疗机构。宁波市及其周边地区距离其较近，其为客户开拓和维护而投入的资源相对较少，对应的成本较低，直接面向最终客户具有一定的定价优势。

综上分析，公司在不同销售结构下的产品销售价格存在一定差异，公司有关定价策略符合自身经营发展需要，基于公司较强的采购和成本管控能力，报告期内公司采购原材料价格总体稳定，对公司产品销售价格不存在直接的传导影响。相关情况符合行业惯例，具有商业合理性和业务可持续性，与同行业可比公司相比不存在重大差异。

3. 说明手术及护理类产品销量波动提升，麻醉类、监护类产品销量持续提升的原因

报告期内，公司麻醉类、监护类产品销售收入占主营业务收入比重分别为 87.31%、86.95%、89.19%和 89.47%，手术及护理类产品销售收入占主营业务收入比重分别为 12.25%、12.75%、10.47%和 10.40%，占比整体相对较低。

公司的手术及护理类产品作为临床手术时的辅助配套产品，主要用于实现辅助手术中的电刀使用、临床输注、与供氧系统配合输氧等功能，相关产品作为公司开拓终端市场临床应用、提高公司品牌认可度的切入点，是公司构建麻醉和监护医疗器械产品综合化产品矩阵的重要一环。但相较于公司持续深耕及专注的麻醉、监护类领域产品而言，手术及护理类产品目前暂非公司主要发展方向。

因此，报告期内，手术及护理类产品销量出现波动提升，麻醉类、监护类产品销量持续提升具有合理性，符合公司的整体经营和销售拓展策略。

4. 说明报告期内麻醉类产品收入增速高于可比公司维力医疗的合理性

报告期内，公司麻醉类产品收入分别为 12,960.30 万元、14,626.01 万元、15,963.31 万元和 7,872.21 万元，2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月同比增长幅度分别为 12.85%、9.14%和 16.93%。维力医疗麻醉类产品收入则分别为 40,945.17 万元、46,773.39 万元、47,718.14 万元和 2.09 亿元（根据维力医疗披露 2025 半年度报告披露原文，其未就具体分产品收入金额进行详细披露，仅披露收入概数及同比变动幅度），同期 2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月同比增长幅度为 14.23%、2.02%和-4.79%。

随着我国人口老龄化加剧和人们对卫生健康需求的增加，以及人均医疗保健投入的提高、社保覆盖率的提升，我国全麻手术普及率快速提升，麻醉耗材的需求将不断增加。报告期内，公司麻醉类产品与维力医疗麻醉类产品收入增长变动趋势整体一致,2022-2024 年公司麻醉类产品收入的年均复合增速快于维力医疗。

单位：万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司麻醉类产品收入金额	7,872.21	15,963.31	14,626.01	12,960.30
公司麻醉类产品收入增速	16.93%	9.14%	12.85%	-
公司麻醉类产品收入三年复合增速	不适用	10.98%		
维力医疗麻醉类产品收入金额	2.09 亿元	47,718.14	46,773.39	40,945.17
维力医疗麻醉类产品收入增速	-4.79%	2.02%	14.23%	17.30%
维力医疗麻醉类产品收入三年复合增速	不适用	7.95%		

注：维力医疗销售收入数据源自各年年度报告

根据维力医疗 2024 年年度报告披露，其麻醉类产品当年度收入增长相对较慢，主要系受到医疗行业整顿影响，其麻醉创新产品的推广、进院和销售均受到影响，当年度麻醉业务收入增长不及预期。

得益于公司核心技术、自研关键生产工艺的持续深入应用，近年来公司通过新技术、新产品持续赋能并带动市场销售增长，2022-2024 年公司麻醉类产品收入整体复合增速快于维力医疗。公司产品在解决传统医疗产品使用过程中的操作不便、性能不佳、交叉感染等众多技术难题方面发挥了独特、重要的作用。公司产品在安全性、小型化、数据精度以及用户体验等方面所积累的行业优势持续增

强，可适用于更加多样化、复杂的临床应用场景。

公司作为我国较早从事麻醉和监护类医用耗材研发制造的科技型医疗器械生产企业之一，多项核心技术指标优于行业标准或同行业可比公司、主要竞争对手，主要产品的应用场景丰富度方面较同行业可比公司、主要竞争对手更多。

同时，报告期内，公司通过持续积累的销售渠道和先发优势，麻醉类产品销售在行业内实现稳步增长，麻醉类产品境外市场收入增长亮眼。2022 至 2025 年 1-6 月，公司麻醉类产品境外销售收入分别为 1,345.72 万元、1,887.05 万元、3,133.29 万元和 1,621.63 万元，2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月同比增长幅度为 40.23%、66.04%和 21.68%，拓展海外市场作为公司未来重要的发展战略方向之一，预计将为公司发展注入持续新动能。

综上分析，基于公司自身核心技术积累所带来的产品竞争优势、广泛的品牌网络布局、较高的境内外市场口碑和销售推广能力，公司报告期内麻醉类产品收入增速高于可比公司维力医疗，具有合理性。

（三）说明报告期内业绩波动的原因，与下游及终端行业需求变动趋势、可比公司业绩变动趋势是否一致；并结合境内外的市场需求及竞争格局、在手订单及收入实现情况等，说明期后业绩是否呈现持续下滑趋势。

1. 说明报告期内业绩波动的原因，与下游及终端行业需求变动趋势、可比公司业绩变动趋势是否一致

（1）公司与同行业可比公司业绩波动情况

报告期内，受下游市场需求波动、市场竞争变动、产品收入结构变化等综合原因，公司业绩收入呈现波动增长趋势。同行业可比公司因其各自产品结构差异、整体经营策略、市场开拓和布局、产品下游需求等不同，可比公司的增长情况各有波动。公司与同行业可比公司业绩收入变动情况具体如下：

公司简称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入金额 （万元）	同比 变动率	收入金额 （万元）	同比 变动率	收入金额 （万元）	同比 变动率	收入金额 （万元）	同比 变动率
维力医疗 (603309.SH)	74,516.16	10.19%	150,933.53	8.76%	138,773.54	1.79%	136,335.26	21.88%
三鑫医疗 (300453.SZ)	76,080.80	10.83%	150,043.84	15.41%	130,006.10	-2.69%	133,600.26	14.75%
天益医疗 (301097.SZ)	22,731.64	11.50%	41,895.68	9.98%	38,092.20	-4.61%	39,932.54	-3.71%
公司	15,563.06	22.56%	30,373.35	-0.70%	30,588.18	14.25%	26,772.11	-

数据来源：Wind、上市公司年度报告，收入金额为各企业各年度营业总收入金额

根据维力医疗 2023 年年度报告披露，其当年度业绩收入增速相对较小主要系收入占比第二大的导尿类产品、第四大的护理类产品收入同比分别下降 9.90%、15.25%所致，若以麻醉类产品收入计，维力医疗当年麻醉类耗材产品业绩收入实现同比增长 14.23%。

根据三鑫医疗 2023 年年度报告披露，其当年度业绩收入出现下滑主要系收入占比第二大的输注类产品同比下降 33.51%所致，其血液净化类、心胸外科类产品当年度实现业绩收入同比分别增长 7.62%、7.78%。

根据天益医疗 2023 年年度报告披露，其当年度业绩收入出现下滑主要系收入占比第一大的血液净化类产品、占比第二大的病房护理类产品收入同比分别下降 6.95%、6.67%所致。

由上表及上述分析可知，报告期内，同行业可比公司 2023 年业绩收入出现波动主要系其不同产品类别收入波动所致。其中，与公司更为可比的具有麻醉类耗材的上市公司维力医疗，其 2023 年收入变动与公司趋势整体一致。因此，与同行业可比公司相比，公司业绩存在一定波动主要体现在 2024 年度。

(2) 公司 2024 年业绩存在一定波动的具体原因分析

与同行业可比公司相比，公司业绩存在一定波动主要体现在 2024 年度。该年度的业绩收入波动具体分析如下：

1) 产品结构影响

2024 年，受公司监护类、手术及护理类产品下游市场竞争因素影响，监护类、手术及护理类产品收入金额同比分别下降 6.77%、18.36%，导致当年度公司业绩收入存在一定波动。

项 目	2024 年度			2023 年度	
	金额	占比	同比变化率	金额	占比
麻醉类医疗器械	15,963.31	52.60%	9.14%	14,626.01	47.92%
监护类医疗器械	11,103.57	36.59%	-6.77%	11,910.32	39.03%
手术及护理类医疗器械	3,178.06	10.47%	-18.36%	3,892.76	12.75%
其他	101.88	0.34%	12.48%	90.57	0.30%
合 计	30,346.81	100.00%	-0.57%	30,519.66	100.00%

当年度公司麻醉类产品收入同比增长 9.14%，维力医疗麻醉类产品收入同比

增长 2.02%，作为公司传统优势领域产品，公司麻醉类产品已构建形成以麻醉呼吸管路、麻醉穿刺包、呼吸过滤器等核心产品为主的产品销售竞争优势，公司在麻醉类领域市场份额进一步巩固。

受产品下游市场竞争因素影响，公司 2024 年监护类产品收入出现一定程度下降，主要系监护类产品因下游市场竞争因素等影响，部分产品单价出现下降，从而导致当年度该类产品收入有所下降。但该产品当年度销量整体呈增长趋势，剔除委托生产产品部分，2023 年、2024 年监护类产品销量分别为 213.84 万件/套、244.25 万件/套，体现出市场对该类产品的需求持续增长。

公司的手术及护理类产品作为临床手术时的辅助配套产品，主要用于实现辅助手术中的电刀使用、临床输注、与供氧系统配合输氧等功能，相关产品作为公司开拓终端市场临床应用、提高公司品牌认可度的切入点，是公司构建综合化产品矩阵的重要一环，但手术及护理类产品目前暂非公司主要发展方向。同时，基于当年下游市场变化及市场竞争因素，2024 年公司手术及护理类产品收入出现一定程度下降。

2) 境内外市场结构性影响

2024 年，公司境内销售收入 26,395.70 万元，因市场竞争因素、下游行业市场需求波动等影响，当年度境内销售收入同比下降 4.61%。同样具有麻醉类医疗器械耗材产品的同行业可比公司维力医疗，其 2024 年境内销售收入下降 5.39%，但因其境外销售市场布局时间更长、营销网络相对更为成熟，境外销售收入占比相较于公司而言更大，其当年度境外销售同比增长 23.74%，因此，其境外收入的增长抵消了其境内销售收入下降带来的影响，从而带动当年度整体收入实现 8.35%的业绩增长。

单位：万元

公司简称 及境内外收入		2024 年度			2023 年度	
		收入金额	占比	同比 变化率	收入金额	占比
维力 医疗	境内收入	68,262.42	46.13%	-5.39%	72,151.68	52.83%
	境外收入	79,719.19	53.87%	23.74%	64,424.48	47.17%
	合计	147,981.61	100.00%	8.35%	136,576.16	100.00%
公司	境内收入	26,395.70	86.98%	-4.61%	27,671.03	90.67%
	境外收入	3,951.10	13.02%	38.70%	2,848.63	9.33%
	合计	30,346.81	100.00%	-0.57%	30,519.66	100.00%

注：数据来源维力医疗 2023 年及 2024 年年度报告，收入金额为营业收入金额

从境内销售维度，维力医疗与公司采用的销售模式基本相同，均主要采取经销商销售模式，通过各省市经销商覆盖区域内各级医疗机构。境外销售方面，维力医疗因已在 A 股上市并已经营一定周期，通过上市借力资本市场积累已形成了较为明显的经营规模优势，并已开拓较为广泛的境外市场营销网络，且已在境外设立全资子公司 WELL LEAD GLOBAL LIMITED（维力環球），逐步建立海外产品服务供应能力。公司与之相比在经营规模方面仍存在一定差距，但近年来境外收入呈现持续快速增长趋势，2023 年和 2024 年公司境外收入同比增速分别达 24.23% 和 38.70%，公司未来市场发展前景广阔。

综上分析，整体而言，公司报告期内业绩呈现波动上涨趋势，相关业绩波动主要系受境内外市场竞争因素、行业下游市场需求等影响。相关业绩波动与下游及终端行业需求变动趋势、同行业可比公司业绩变动趋势相比不存在重大差异，具有合理性。

2. 结合境内外的市场需求及竞争格局、在手订单及收入实现情况等，说明期后业绩是否呈现持续下滑趋势

随着全球老龄化的持续发展、新兴医疗技术的不断突破以及全球人民健康需求的日益增长，作为医疗服务中重要组成部分的医疗器械行业多年以来始终保持高速增长。截至目前，医疗器械行业已成为全球经济增长最快、交易最活跃、人均产值和行业利润率均居前列的龙头产业之一。

医疗器械产业作为我国重点支持的战略性新兴产业。随着国内经济的不断发展，人均可支配收入的逐步提高，公共卫生意识的不断提升，社会人口老龄化趋势的加剧，以及医疗器械产业的升级换代和政策支持，我国医疗器械行业正处于

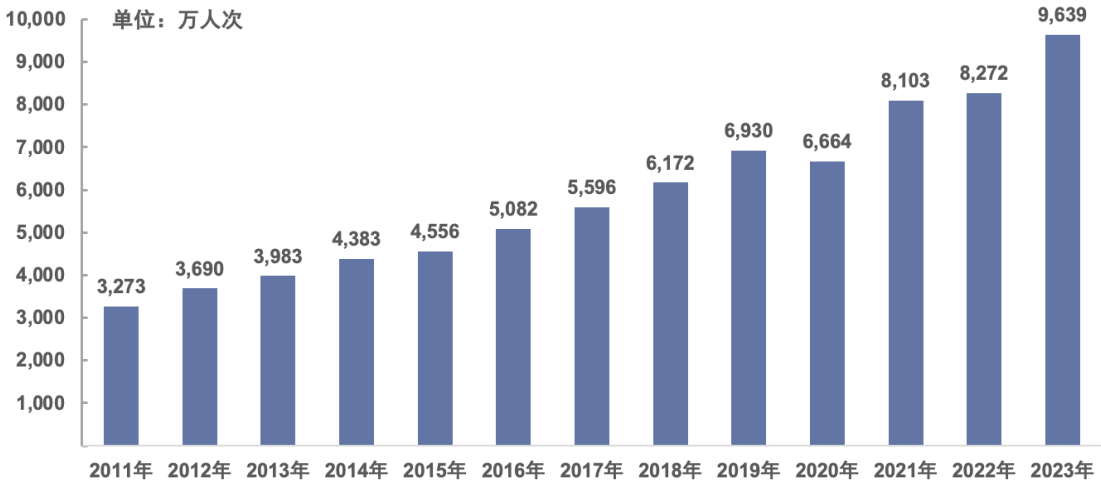
高速扩容的发展阶段。近年来，我国医疗器械市场快速增长，全球市场占比逐步提升至 2022 年的 1/4 左右，已成为全球第二大医疗器械市场，预计 2025 年我国医疗器械市场规模将有望超过 12,000 亿元。

公司作为一家专注从事麻醉、监护类医疗器械产品的研发、生产和销售的高新技术企业，公司主营业务涵盖麻醉类、监护类、手术及护理类医疗器械三大类产品，产品广泛应用于麻醉科、ICU 病房、急诊科等科室的终端临床需求。鉴于其主营产品系围绕麻醉领域的相关耗材及器械，且其收入结构中以境内销售为主，因此其收入增长与行业发展、境内手术开展情况等具有较强的相关性。

(1) 我国住院病人手术人次稳定增长，带动下游麻醉领域医疗器械市场需求持续提升

近年来，随着我国医疗技术的不断提高以及社会医疗基础设施的逐步完善，我国住院病人手术量持续增长。而医疗器械，尤其是麻醉领域医疗器械作为病患手术开展过程中不可替代的必需品，其下游市场需求亦得到大幅提升。根据国家统计局数据显示，多年以来我国住院病人手术人次总体呈稳定增长趋势，2011 年全国住院手术人次为 3,272.87 万人次，到 2023 年已经增长至 9,638.70 万人次，除 2020 年受公共卫生事件影响手术数量有所下降外，近年来总体保持稳定增长的趋势，年均复合增长率达 9.42%。同时，按照住院手术人次中约 70% 的手术类型为全身麻醉手术进行测算，我国每年进行的全身麻醉手术已经超过 6,500 万例，医疗手术对下游医疗器械的市场需求非常广阔。

图：我国医疗机构住院病人手术人次（单位：万人次）



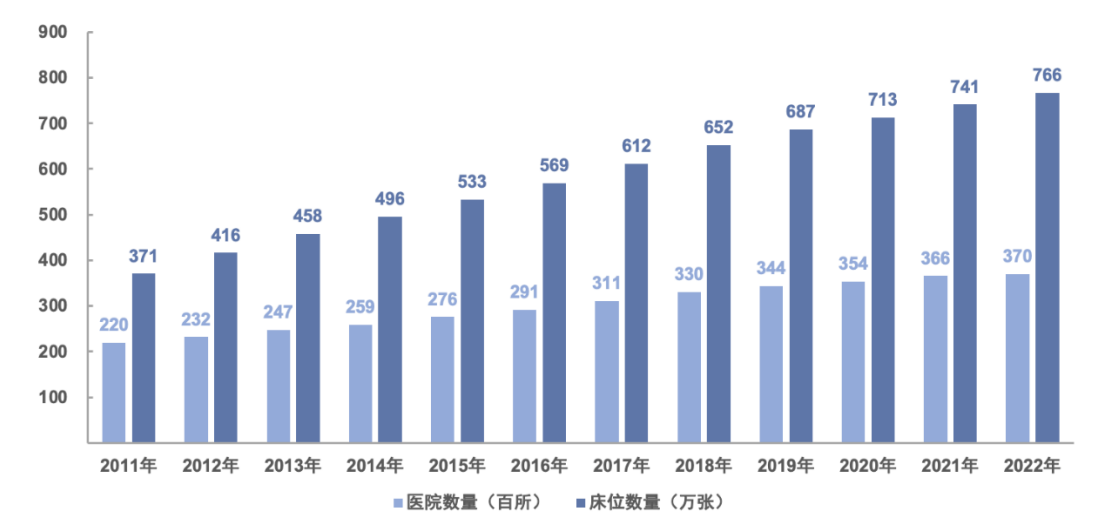
数据来源：国家统计局，Choice

预计 2025 年，随着麻醉医疗技术水平的日益提高以及人民生活水平的不断变好，广大人民群众对无痛麻醉手术的需求将进一步提升，从而带动相关医疗器械市场规模，尤其是麻醉领域医疗器械市场规模持续稳步增长。

(2) 我国医疗服务资源逐年完善，推动医疗器械行业市场规模快速发展

近年来，为了解决我国就医难的问题，国家及地方政府持续加大在医疗服务领域的投入支出，医疗服务资源供给能力得到有效提升。根据国家卫健委数据显示，我国医院数量和医院床位数量分别从 2012 年的 2.32 万所和 416.15 万张增加至 2022 年的 3.70 万所和 766.29 万张，医院数量及床位数量近年来保持稳定增长趋势。

图：我国医院及床位数量增长情况（单位：百所、万张）



数据来源：国家卫健委、Choice

根据国家卫健委数据显示，2023 年，我国医疗卫生机构数达 107.08 万个，其中基层医疗卫生机构 101.62 万个。在医疗资源配置方面，国家卫健委于 2022 年 1 月印发《医疗机构设置规划指导原则（2021-2025 年）》，提出计划到 2025 年，我国每千人口医疗卫生机构床位数需由 2020 年的 6.46 张提升至 7.40-7.50 张，其中，市办及以上公立医院床位数 1.90-2.00 张，县办公立医院及基层医疗卫生机构床位数 3.50 张，明确引导公立医院床位规划有序发展且对社会办医区域总量和空间不作规划限制。

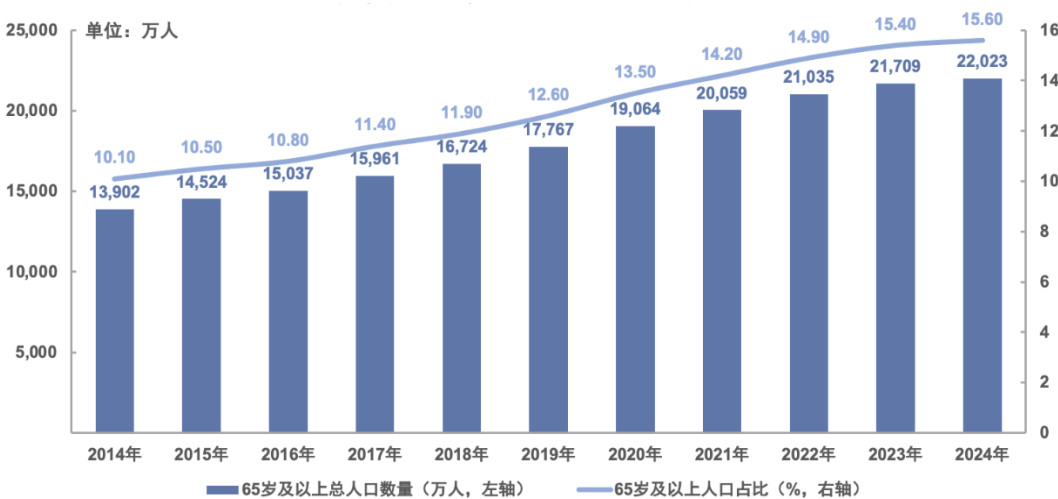
近年来我国医疗服务资源日趋完善丰富，带动医疗器械市场规模快速发展，预计 2025 年医疗器械的下游市场需求将实现持续较大提升。

(3) 我国社会人口老龄化特征日益凸显，对医疗器械的需求正逐年增加

随着我国社会的不断发展，经济水平的日益提高以及生活水平大幅改善，近年来我国平均寿命呈现明显的增长趋势。根据国家卫健委发布的数据，2023 年我国居民人均预期寿命由 2022 年的 78.3 岁提高到 78.6 岁，相比 2015 年提高 2.34 岁。国家卫生和计划生育委员会在《“健康中国 2030”规划纲要》明确提出，我国 2030 年平均寿命将达到 79 岁的目标。随着我国平均寿命的显著提高，我国人口结构已呈现老龄化趋势。

此外，根据联合国《人口老龄化及其社会经济后果》确定的划分标准，当一个国家或地区 60 岁及以上老年人口占总人口比例超过 10%或者 65 岁及以上老年人口数量占总人口比例超过 7%时，则意味着这个国家或地区进入老龄化。根据国家统计局数据，2023 年末我国 60 周岁及以上人口数为 29,697 万人，占总人口比重为 21.10%；2024 年末我国 65 周岁及以上人口数为 22,023 万人，占比 15.60%。意味我国已正式步入老龄化社会，且老龄化程度仍在加剧，预计到 2025 年我国 60 岁以上的人口将突破 3 亿规模，为公司所处的医疗器械行业发展带来新的发展机遇。

图：我国 65 岁以上人口及占比情况（单位：万人、%）



数据来源：国家统计局、Choice

我国人均寿命不断上升，人口老龄化问题已加速显现，社会老年人口对医疗保障的需求将持续扩大，从而带动对下游医疗器械产品的市场需求，为 2025 年及未来的医疗器械行业市场规模进一步增长提供了有力支撑。

(4) 舒适化医疗需求下，患者阵痛观念的改善为麻醉镇痛类医疗器械引入可期增量

伴随着近年来患者镇痛观念的不断改善，舒适化医疗的需求日益剧增，分娩镇痛逐渐成为无痛诊疗领域的主要痛点之一。舒适化医疗即让患者在安全、无痛、舒适的状态下接受检查和治疗，随着社会科技进步和患者镇痛观念的改善，舒适化医疗已经成为临床医疗的发展趋势。

无痛分娩又称分娩镇痛，是指在自然分娩中辅助以非药物镇痛或药物镇痛，减轻甚至消除产妇分娩中的疼痛。目前我国现行主流的技术为椎管内阻滞分娩镇痛法，通过借助 PCA 技术在椎管进行穿刺后持续自控给药。无痛分娩作为医疗技术水平进步的新兴产物，是降低产妇剖宫产手术率，缓解孕妇分娩疼痛，提高产妇生育体验的有效方式，同时无痛分娩还将减少胎儿出现宫内缺氧的风险，促进新生儿生命健康水平的提升。相较于欧洲及美国等境外发达国家已长达上百余年的发展历程，无痛分娩技术在我国起步较晚，近年来发展相对较为迟缓。根据西南证券相关统计数据，2022 年我国无痛分娩率约为 30%左右，欧美等发达国家无痛分娩率均已超过 80%，甚至达到 90%，我国无痛分娩渗透率及普及率拥有较大的发展空间。

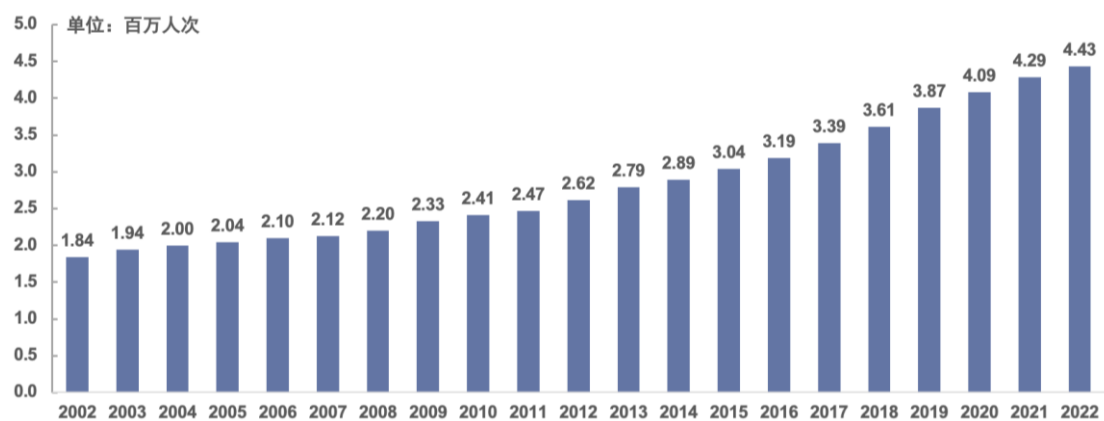
未来，随着我国人口老龄化的加速以及人民群众对舒适化医疗需求，我国麻醉镇痛类医疗器械市场将迎来可期的市场规模增量。

(5) 我国医生从业人员群体稳步快速增长，驱动医疗器械临床需求快速提升

国家卫生健康委发布的数据显示，近 10 年，我国医疗卫生人才队伍建设取得长足发展，全国医生数量的增长情况显示出持续上升的趋势，尤其在 2020 年后增速加快。全国医生从业人数由 2002 年的 184 万名医生，快速持续增长至 2022 年的 443 万名医生，年均复合增长为 4.49%，其中 2012 年至 2022 年年均复合增长为 5.42%

近年来，随着我国医疗服务资源的日趋完善丰富，医院及床位数量的持续稳步增长，以及医生从业人员的快速增长，进一步带动医疗器械产品使用量的快速增长，市场规模快速发展，预计未来医疗器械的下游市场需求将持续实现较大提升。

图：我国医生从业人员增长情况（单位：百万人次）



数据来源：国家卫生健康委

(6) 公司为 2025 年持续增长积极布局

1) 新技术、新注册产品积极布局营销

公司深入推进核心技术及关键生产工艺创新的产业化应用，通过新技术、新产品持续丰富公司的综合化产品矩阵，稳步提升市场占有率，保持经营规模持续增长。报告期内，随着公司经营规模持续提升，研发能力日益增强，公司新技术、新注册医疗器械产品速度明显加快。

2024 年，公司新增取得 4 项产品注册证，具体包括 2 项三类医疗器械注册证和 2 项二类医疗器械注册证，涵盖便携式电动输液泵、电子支气管镜等公司近年持续创新研发的新技术产品。此外，公司还有 5 项医疗器械产品处于开发阶段。2024 年公司新增注册证情况如下：

序号	产品名称	类别	产品用途	所处阶段	取证时间
1	一次性使用雾化吸入器	II	与氧气源配套,供临床雾化药液用	已取证	2024/01/12
2	电子支气管镜	II	产品通过显示器提供影像,用于气管、支气管的观察、诊断和治疗。	已取证	2024/11/28
3	一次性使用麻醉穿刺套件	III	适用于硬膜外麻醉、腰椎麻醉、神经阻滞麻醉、硬膜外和腰椎联合麻醉时穿刺、注射药物	已取证	2024/04/18
4	便携式电动输液泵	III	用于经硬膜外或静脉输注镇痛药物	已取证	2024/08/05

2025 年 1-6 月，公司在国际市场进一步新增取得 5 项产品注册证，涵盖一次性使用呼吸过滤器、一次性使用有创血压传感器、一次性使用麻醉呼吸管路套件等公司近年持续创新研发的新技术产品。

公司通过积极研发新产品，陆续成功开发了包括一次性使用体温传感器、麻

醉视频喉镜等在内的多款新产品，同时，公司主动开展包括麻醉深度监护仪、电子输注泵等产品的研发，并对微创电外科产品、生命信息监测传感器、血流动力学监护仪等创新技术产品进行储备研发。公司深入推进对研发技术、生产加工工艺以及注册审评要求等具备行业创新性及技术门槛较高的产品研发、设计与注册证申请工作，相关产品已处于注册审评阶段或开发阶段。

有关新产品的开发将进一步丰富公司在麻醉类医疗器械领域内的现有产品体系，补充公司在麻醉领域医疗设备等的高端产品线布局，满足近年来下游持续增长和日益多元的终端医疗需求，进一步提升公司的核心竞争力和市场份额，为产品产能消化和公司可持续发展提供强有力的保障，实现公司经营业绩持续稳定增长。

2) 内销积极开拓新客户，预计新增终端进院提升销量

公司以经销模式为主、直销模式为辅开展销售活动，公司主要通过选择具有较好终端渠道资源的经销商进行合作，将公司产品覆盖全国各地终端客户。根据中国医疗器械行业协会出具的证明文件，公司在国内麻醉类医用耗材市场的市场份额名列前茅，是行业内品牌优势明显、行业代表性强的头部企业。

报告期各期，公司主要经销商客户的拓展情况如下：

单位：家				
项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
新增经销商数量	159	277	215	不适用
其中：新增收入 100 万元以上经销商		5	1	不适用
新增收入 50 万元以上经销商	1	8	9	不适用

注：“本期新增”统计口径为本期与公司开始交易，但上期与公司无业务往来的经销商，新增经销商的销售收入为该经销商本期实现的销售收入

公司 2024 年新增下游三甲医院数十家，新增开发医院情况较好，该部分医院的进入将带动 2025 年销售收入增长，并为全年的业绩增长提供持续动力。公司通过提供优质稳定的产品、过硬的科研创新技术以及良好的行业口碑，进一步挖掘潜在优质客户，提高市场份额。

3) 外销业务积极拓展大型客户

经过多年发展，中国医疗器械产业增长迅猛，国内企业出海速度加快，在某些领域技术居于世界前列。随着我国与“一带一路”沿线国家在医疗领域合作不断深入，我国医疗器械出口增速进一步提高。凭借质优、稳定、符合国际标准优

势，我国各细分领域具有代表性的领先企业在全全球医疗器械市场上已逐渐占据一席之地。

近年来，公司通过持续开展国际化战略，积极开拓海外市场，与境外主要客户建立了较为稳定的合作关系，代表性境外客户包括 MEDTRONIC/COVIDIEN（美敦力/柯惠医疗公司）等在内的国际知名医疗器械企业。

报告期各期，公司境外销售收入分别为 2,292.96 万元、2,848.63 万元、3,951.10 万元和 2,135.01 万元，占主营业务收入的比例分别为 8.58%、9.33%、13.02%和 13.73%，公司境外销售收入呈现较强的增长驱动力。预计 2025 年，公司将持续加大外销业务布局，积极参加相关展会，并接触和洽谈欧美地区医疗大型企业，加大 OEM 业务开拓力度，拓展海外市场作为公司未来重要的发展战略方向之一，预计将为公司发展提供进一步的动能。

（7）公司在手订单情况

公司产品为可广泛应用于麻醉科、急诊科、ICU 病房等不同科室的多品类医疗耗材，终端客户为全国各层级医院或医疗机构，公司以经销为主进行销售活动。经销模式下，公司与主要经销商客户签订框架性合同，经销商根据自身备货周期和终端医疗机构需求情况进行采购，订单高度分散，产品的订货及交货周期相对较短，且订单一般在较短时间内履行完毕，不存在长期订单未交付的情况。经销客户通常根据其所覆盖终端医院的临床需要进行按需采购，通常不备较长周期库存。因此，若以某时点在手订单和期后新增订单统计，较难衡量公司未来长期盈利能力。

截至 2025 年 7 月 10 日，公司客户已下单尚未发货的在手订单金额为 1,014.06 万元（不含税），体现了订单分散且交货周期短的特点。

综上分析，公司作为我国较早从事麻醉类和监护医用耗材研发制造的科技型医疗器械生产企业之一，具备行业突出的创新研发能力、掌握创新性的自主核心技术，公司拥有综合化的麻醉类产品矩阵，可满足下游市场的多样化需求，品牌网络布局广泛、境内外市场口碑较高，收入及盈利情况良好，具有较强的业绩增长性和可持续性，预计不存在进一步下滑的风险，不会构成本次上市的实质障碍。

（四）补充披露收入确认时点及具体依据，说明内外部证据的充分性及证据要素完备性。说明第四季度内外销客户的下单周期、签收周期或报关清关提单周期与其他季度是否存在明显差异，对应合同签订时间与发货时间、收入确认

时点的匹配性，分析第四季度收入占比高的合理性。

1. 补充披露收入确认时点及具体依据，说明内外部证据的充分性及证据要素齐备性

(1) 公司收入确认时点及收入确认具体依据如下：

销售地区	收入确认时点	收入确认具体依据
境内	货物送达客户，取得客户收货凭据	签收单
境外	货物报关出口手续完成	报关单和提单

(2) 收入确认内外部证据的充分性及证据要素齐备性

对于境内销售，公司的内部证据包括框架经销合同、销售订单、发票、销售出库单和收款单，外部证据有货运公司的物流记录、签收单及客户对账单；对于境外销售，公司的内部证据包括销售订单、发票、销售出库单及收款单，外部证据包括货物报关单和提单。

公司收入确认的内外部证据保留齐全，相关证据能够相互印证，覆盖了客户下单到签收的全过程，证据要素齐备。在获取内销客户签收单或外销客户报关单、提单后，表明客户已接受商品或者公司履行了合同义务，与相关商品相关的权利与风险均已转移，公司已不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制，就该商品或服务享有现时收款权利，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，据此确认收入具有充分性，符合企业会计准则的规定。

2. 说明第四季度内外销客户的下单周期、签收周期或报关清关提单周期与其他季度是否存在明显差异，对应合同签订时间与发货时间、收入确认时点的匹配性，分析第四季度收入占比高的合理性

报告期内，公司季节性销售较为明显，受春节等因素影响，第四季度收入占比较高，具体情况如下：

单位：万元、%

收入确认期间	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
第一季度	5,228.53	17.23	5,420.49	17.76	4,560.18	17.07
第二季度	7,464.21	24.60	6,766.02	22.17	5,566.28	20.83
第三季度	7,956.36	26.22	7,383.61	24.19	7,303.27	27.33

第四季度	9,697.71	31.96	10,949.55	35.88	9,288.75	34.77
合 计	30,346.81	100.00	30,519.66	100.00	26,718.48	100.00

(1) 说明第四季度内销客户的下单周期、签收周期与其他季度是否存在明显差异，对应合同签订时间与发货时间、收入确认时点的匹配性，分析第四季度收入占比高的合理性。

报告期各期内销客户第四季度下单周期与前三季度平均下单周期情况：

单位：天

年度	第四季度下单周期	前三季度平均下单周期
2024 年度	10.71	11.24
2023 年度	12.14	12.04
2022 年度	12.08	12.64
报告期平均天数	11.64	11.97

注：单季下单周期=90/(订单数量/公司数量)；前三季度平均下单周期=前三季度下单周期/3

如上表所示，报告期公司第四季度下单周期分别为 12.08 天、12.14 天及 10.71 天，第四季度下单周期与其他季度不存在明显差异。

公司内销为标准产品，公司备有合理库存，根据审核后的订单发货，物流配送周期一般在 1-7 天，从下单到发货周期较短，客户签收后确认收入。第四季度签收周期与其他季度不存在明显差异。如下表，内销第四季度和前三季度平均的下单金额和收入确认金额对比如下：

单位：万元、%

年度	项目	第四季度	前三季度平均
2024 年度	收入确认金额	8,481.47	5,971.41
	收入占比	32.13	22.62
	下单金额	8,581.13	6,035.96
	下单占比	32.12	22.64
2023 年度	收入确认金额	9,878.33	5,930.90
	收入占比	35.70	21.43
	下单金额	10,114.91	5,861.32
	下单占比	36.52	21.16
2022 年度	收入确认金额	8,457.02	5,322.83
	收入占比	34.62	21.79

	下单金额	9,326.59	5,343.96
	下单占比	36.78	21.07

注：下单金额取自公司订单列表金额，前三季度平均=前三季度合计/3

报告期内，公司第四季度内销收入占全年内销收入比重分别为 34.62%、35.70% 及 32.13%，占比较高，主要受春节因素影响，客户一般会在第四季度备货，故第四季度下单金额高于其他季度；内销从客户下单、发货至签收周期较短，各季度收入确认金额与下单金额较为匹配。

综上，公司内销合同签订时间与发货时间、收入确认时点相匹配，内销第四季度收入占比高具有合理性。

(2) 说明第四季度外销客户的下单周期、报关清关提单周期与其他季度是否存在明显差异，对应合同签订时间与发货时间、收入确认时点的匹配性，分析第四季度收入占比高的合理性。

报告期各期外销客户第四季度下单周期与前三季度平均下单周期情况：

单位：天

年度	第四季度下单周期	前三季度平均下单周期
2024 年度	47.05	47.19
2023 年度	50.63	51.24
2022 年度	55.71	52.38
报告期平均天数	51.13	50.27

报告期外销客户第四季度下单周期分别为 55.71 天、50.63 天及 47.05 天，略高于前三季度平均数，与前三季度不存在显著差异。

公司外销客户发货至报关完成一般在 7 天左右，主要受货代送货要求、船期安排影响会有波动，第四季度报关清关提单周期与其他季度不存在明显差异。

公司外销主要以 OEM 方式生产销售，即公司根据境外客户的订单以及定制化要求进行生产，产品贴牌或中性包装后由客户在境外实现销售推广及销售，从下单到交货周期一般为 1 个月左右，外销客户第四季度和前三季度平均的下单金额和收入确认金额对比如下：

单位：万元、%

年 度	项目	第四季度	前三季度平均
2024 年度	收入确认金额	1,216.24	911.62
	收入占比	30.78	23.07

	下单金额	1,304.97	952.21
	下单占比	31.36	22.88
2023 年度	收入确认金额	1,071.21	592.61
	收入占比	37.60	20.80
	下单金额	996.59	685.28
	下单占比	32.65	22.45
2022 年度	收入确认金额	831.72	487.08
	收入占比	36.27	21.24
	下单金额	547.49	580.75
	下单占比	23.91	25.36

注：下单金额取自公司订单列表金额，前三季度平均=前三季度合计/3

报告期内，公司第四季度外销收入占全年收入比重较高，分别为 36.27%、37.60%和 30.78%，外销客户往往在圣诞节前 2-3 个月加大采购量，圣诞节后的 2-3 个月采购量较小。如上表所示，收入确认金额和下单金额存在时间差，主要系外销客户下单到发货需要一个月左右，外销客户下单时间与发货时间、收入确认时点匹配，外销客户第四季度收入占比较高具有合理性。

（五）说明其他业务收入、主营业务收入-其他的构成、占比及变动情况。

1. 其他业务收入构成、占比及变动

报告期内，公司其他业务收入为 53.63 万元、68.52 万元、26.55 万元和 9.80 万元，主要系车位使用权转让收入、废料收入和加工费等零星收入。具体如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	收入	占比 (%)	变动 (%)	收入	占比 (%)	变动 (%)
车位使用权转让收入				11.01	41.47	-81.17
废料收入	5.49	56.02	4.49	10.51	39.59	13.00
加工费等零星收入	4.31	43.98	71.47	5.03	18.94	578.70
合 计	9.80	100.00	-26.16	26.55	100.00	-61.26

续上表

项 目	2023 年度			2022 年度	
	收入	占比 (%)	变动 (%)	收入	占比 (%)
车位使用权转让收入	58.48	85.34	332.39	13.52	25.24
废料收入	9.30	13.57	118.46	4.26	7.95

加工费等零星收入	0.74	1.08	-97.93	35.85	66.82
合 计	68.52	100.00	27.87	53.63	100.00

注：2025 年半年度变动已年化

公司其他业务收入变动主要受车位销售波动影响，2022 年因偶发性为外单位提供灭菌服务较多，加工费等零星收入较多。

2. 主营业务收入-其他的构成、占比及变动情况

报告期内，公司主营业务中其他收入为 117.93 万元、90.57 万元、101.88 万元和 20.19 万元，主要系耗材配件销售。具体如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	收入	成本	毛利率 (%)	收入	成本	毛利率 (%)
耗材配件	20.19	13.99	30.71	101.88	65.82	35.39
合 计	20.19	13.99	30.71	101.88	65.82	35.39

续上表

项 目	2023 年度			2022 年度		
	收入	成本	毛利率 (%)	收入	成本	毛利率 (%)
耗材配件	90.57	51.24	43.42	117.93	70.54	40.19
合 计	90.57	51.24	43.42	117.93	70.54	40.19

主营业务中其他收入整体较为稳定，略有波动。少量贸易类产品已扣减采购成本后按净额法确认收入。报告期贸易类净额法下收入金额分别为 23.15 万元、16.63 万元、7.17 万元和 8.43 万元。

(六) 说明境外业务拓展、销售模式、贸易方式，与境内经销为主的模式存在差异的原因，与同行业可比公司外销模式的差异及合理性；结合境外市场空间、竞争格局、发行人竞争优势等分析报告期内发行人外销收入持续增长的合理性。

1. 说明境外业务拓展、销售模式、贸易方式，与境内经销为主的模式存在差异的原因，与同行业可比公司外销模式的差异及合理性

(1) 境外业务拓展、销售模式、贸易模式

公司近年来持续加强境外市场布局，和当地客户形成长期合作关系，根据各个国家和地区的市场差异，采取一国一策的差异化市场策略，积极拓展境外业务，

海外收入拓展持续取得积极成效。

公司境外市场主要以 OEM 直销的方式开展相关生产和销售，即公司根据境外客户的订单以及定制化要求进行生产，产品贴牌或中性包装后由客户在境外实现销售推广及销售。公司通过自身的销售渠道直接面向客户，双方签订产品销售合同或订单，明确合同标的、技术条件、发货日期、付款方式和交货地点等，公司根据订单组织生产、结算、发货。

公司境外业务采用的贸易方式主要为装运港交货（FOB），卖方须在合同规定的装运期内在指定的装运港将货物交至买方指定的船上，并负担货物越过船舷以前为止的一切费用和货物灭失或损坏的风险。

（2）境外业务模式与境内经销为主的模式存在差异的原因

报告期内，公司的销售模式均为买断式销售，采取“经销为主，直销为辅”的销售模式具有商业合理性，经销模式与直销模式的业务开展模式存在一定差异，具有合理性，具体体现为：

公司产品主要为标准化产品、产品单价不高，且公司作为境内医疗器械生产企业，境内经营及营销渠道相对更为成熟，公司产品境内下游客户及境内终端医院客户数量众多且分散，若由公司直接对接所有用户的成本较高，因此公司通过建立经销商渠道，利用经销商的客户资源，开拓新客户和产品市场。因此，针对以标准型产品为主的用户，公司主要采用经销模式进行覆盖。

境外地区作为公司近年来积极布局的市场拓展方向，相较于已上市可比公司而言，现阶段受限于公司规模体量相对较小，暂无法大范围开展境外有关市场拓展活动，且更为首要的是提升公司自主产品在国际市场上的影响力。因此，为更快提升公司产品在海外市场的影响力，公司现阶段通过与国际知名医疗器械企业 MEDTRONIC/COVIDIEN（美敦力/柯惠医疗公司）等在内的境外头部客户企业进行合作，增强品牌影响力，并进一步加强海外客户粘性、提升服务质量。针对境外等特定临床需求的用户，公司根据下游客户需求进行 OEM 定制生产，并采用直销模式进行覆盖。

（3）与同行业可比公司外销模式的差异及合理性

近年来，公司通过持续开展国际化战略，积极开拓海外市场。报告期各期，公司境外销售收入分别为 2,292.96 万元、2,848.63 万元、3,951.10 万元和 2,135.01 万元，占主营业务收入的比例分别为 8.58%、9.33%、13.02%和 13.73%，

公司境外销售收入呈现较强的增长驱动力。

报告期内，同行业可比公司的外销收入占比及所披露的主要外销模式情况如下：

公司简称	外销模式
维力医疗 (603309.SH)	产品的外销销售包括两种类型：直接外销、间接外销。直接外销、间接外销均通过经销商完成销售。直接外销指公司与国外经销商直接签订销售合同，并且直接通过公司报关出口。间接外销指公司与国内经销商签订销售合同，国内经销商自行报关出口。
天益医疗 (301097.SZ)	产品的外销销售包括两种类型：境外经销、境外直销。境外经销模式下，将产品销售给境外经销商，与经销商签署框架合同，约定质量要求、技术标准以及退换货事项等。在办妥出口报关并取得承运单位出具的提单或运单后，确认销售收入。境外经销模式的销售覆盖亚洲、欧洲、南美、非洲等国家和地区。在境外直销模式下，按照合同约定内容办妥商品出口报关手续并取得承运单位出具的提单或运单后确认销售收入。
三鑫医疗 (300453.SZ)	未披露外销具体模式。根据年报披露，按产品类型和客户类型的不同特点，实行经销和直销相结合的销售模式，并以经销为主、直销为辅。

注：同行业可比公司数据信息来源于各年度报告。

由上表可知，同行业可比公司在境外开展销售，根据其各自生产经营和发展规划以及发展阶段不同，存在一定差异，同行业可比公司境外销售也存在 OEM 直销的模式。

近年来公司境外收入持续增长，但相比同行业可比公司境外销售收入仍相对较低。同行业可比上市公司已在 A 股上市并已经营一定周期，通过上市借力资本市场积累已形成了较为明显的经营规模优势，公司与之相比经营规模方面仍存在一定差距，暂无法大范围开展境外有关市场拓展活动。因此，为更快提升公司产品在海外市场的影响力，公司现阶段通过与境外头部客户企业进行合作，增强影响力，并进一步加强海外客户粘性、提升服务质量。

综上所述，公司采用的境外销售模式主要系公司基于现阶段自身发展阶段、境外市场影响力提升需要等综合决策确定，具有商业合理性，与同行业可比公司相比不存在重大差异，符合医疗器械行业境外销售惯例。

2. 结合境外市场空间、竞争格局、公司竞争优势等分析报告期内公司外销收入持续增长的合理性

(1) 全球低值耗材市场发展空间广阔

从全球来看，美国、欧洲、日本等发达国家地区的医疗器械及医用耗材产业发展时间较早，居民生活水平偏高，对医疗器械产品的技术水平和质量要求也相应较高，市场需求以最新产品的升级换代为主，市场规模庞大，需求增长稳定。

根据 YH Research 整理研究数据，2019 年至 2021 年，全球低值医用耗材市场规模呈现稳步增长态势，年均复合增长率为 14.07%，增长态势良好。2022 年与 2023 年市场规模略有下降，主要系受全球经济形势变化、公共卫生事件后需求调整等相关因素的影响，出现短期下滑。未来，随着全球人口老龄化的持续发展、医疗基础设施的不断完善以及人们健康需求的逐步提升，全球低值医用耗材市场有望重拾增长态势，预计在 2030 年市场规模达到 1,298.20 亿美元，低值医用耗材市场在未来仍具有广阔的发展空间。

图：全球低值耗材总体规模（单位：百万美元）



资料来源：YH Research

从全球分布来看，美国是全球最大的医疗器械市场，也是最大的低值医用耗材市场，其低值医用耗材产品销售额约占全球医用耗材市场销售额的 40%，欧洲则为全球第二大低值医用耗材市场。在美国、欧洲等发达国家和地区，低值医用耗材销售额占其医疗器械市场销售总额的比例已达到 45% 左右。

(2) 差异化竞争下，“出海浪潮”带动国内企业海外收入持续提升

近年来，随着中国医疗器械的研发创新能力的稳步提升，国家药品监督管理局批准上市的创新医疗器械数量逐年增加，中国品牌海外认知度的提高，共同推动了中国医疗器械企业向海外市场拓展，寻求更广阔的增长空间。相比于国内市场，海外市场不仅市场广阔，细分市场的增长潜力巨大，同时新兴市场医疗需求旺盛，为中国企业提供了差异化竞争机遇。包括麻醉和监护类医疗生产企业在内的国内企业凭借其高性价比的产品、持续提升的创新力及不断升级的品牌力等优势，在全球市场的竞争力愈发增强，中国医疗器械出海已成为大势所趋。

2021 年伴随着全球产业的逐渐恢复，医疗器械行业迎来了新一轮的增长浪潮，全球医疗器械产业再度展现了强大的复苏势头。2023 年医疗器械行业总规模达到 4,793.6 亿美元。展望未来，预计在 2023 年之后，随着全球健康需求的不断增长，全球医疗器械产业将迎来更为坚实的增长势头，预计到 2028 年总规模将达到 6,379.6 亿美元，为行业发展注入强劲发展动力。

中国医疗器械及耗材在历经了低成本出海、技术驱动型拓展，到公共卫生事件期间的应急突围，再到后公共卫生事件时代通过工艺和技术升级实现中高端转型后，已经逐步走出一条“资源积累—技术沉淀—需求驱动—创新升级”的国际化跃迁道路。

经过多年发展，中国医疗器械产业增长迅猛，国内企业出海速度加快，在某些领域技术居于世界前列。随着我国与“一带一路”沿线国家在医疗领域合作不断深入，我国医疗器械出口增速进一步提高。凭借质优、稳定、符合国际标准的优势，我国医疗器械细分领域具有代表性的领先企业在全球市场上已逐渐占据一席之地，为中国医疗器械企业提供了新的发展机遇。

(3) 公司竞争优势带动外销收入持续增长

1) 公司新技术、新产品海外注册加快，境外产品体系布局不断丰富

截至报告期期末，公司共拥有 53 项医疗器械注册证和备案证，其中，三类医疗器械注册证 11 项，二类医疗器械注册证 40 项，一类医疗器械备案证 2 项。此外，公司拥有 2 项美国 FDA（510K）注册，多项产品取得欧盟 CE 认证。丰富多元的产品矩阵体系使得公司能够满足海外终端医疗机构及病患的差异化要求，深度覆盖包括麻醉科、ICU 病房、急诊科等诸多临床科室在内的多样化需求，在境外市场不断增强下游客户的产品使用黏性，并获得较大的产品竞争优势。

2025 年 1-6 月，公司在国际市场进一步新增取得 5 项产品注册证，涵盖一次性使用呼吸过滤器、一次性使用有创血压传感器、一次性使用麻醉呼吸管路套件等公司近年持续创新研发的新技术产品。公司境外产品体系布局不断丰富，为公司境外收入增长打开更加广阔增长空间。

2) 公司已逐步搭建较强的海外专业化销售服务团队

截至报告期末，公司负责境外销售的国际销售部门人员总数已增长至 16 人，经过在营销渠道方面的多年积累与深耕，公司现已构建一套成熟的销售推广体系与营销服务网络。

公司通过不断深化海外营销网络布局，和当地客户形成长期合作关系，根据各个国家和地区的市场差异，采取一国一策的差异化市场策略，海外收入拓展持续取得积极成效。

3) 境外大型客户合作日益深化，国际头部企业加快公司海外市场口碑积累

近年来，凭借公司自身的技术和产品优势以及销售推广能力，公司正积极拓展境外市场业务，产品已成功销往境外主要国家和地区。公司已与境外主要客户建立了长期稳定的合作关系，具有较高的市场地位。

报告期内，包括 MEDTRONIC/COVIDIEN（美敦力/柯惠医疗公司）等在内的国际知名医疗器械企业逐渐成为公司重要的境外客户。境外客户合作的日益深化，以及国际头部企业采购公司产品的示范效应，正逐渐成为公司出海的重要拓展机遇。

4) 国内出海政策鼓励持续叠加，医疗器械生产企业抢抓出海机遇

从全球范围看，医疗器械产业已逐渐成为发展速度快、贸易活跃、产品附加值高的新兴产业之一，医疗器械市场规模逐年增长，为中国医疗器械企业提供了广阔的出海空间。在此基础上，中国医疗器械出海进程持续加速。越来越多具有全球化视野、技术先进、合规运营、产品质量上乘的中国企业正在国际化进程中脱颖而出，逐渐展现其国际影响力。长期来看，中国医疗器械产业将在高质量国际化发展道路上稳步前行。公司作为国内麻醉监护类医疗器械耗材主要生产企业之一，将积极抓住国内医疗器械企业出海机遇，加快发展。

综上分析，基于全球医疗器械和医用耗材广阔的市场空间，在差异化竞争下，“出海浪潮”带动国内企业海外收入持续提升。随着公司近年来不断推出新技术、新产品并在海外加快注册步伐，公司境外产品体系布局不断丰富。通过搭建较强的海外专业化销售服务团队，与境外大型客户日益深化合作，公司在海外市场的口碑不断积累。公司报告期内实现海外销售收入持续快速增长，具有合理性。

（七）说明汇兑损益的计算过程，报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与发行人外销收入、汇兑损益之间的匹配性。

1. 说明汇兑损益的计算过程

报告期内，公司汇兑损益的计算过程如下：外币交易在初始确认发生时，采用交易日当月月初汇率折算为人民币金额，期末采用即期汇率的近似汇率对外币货币性项目进行测算，因汇率不同而产生的汇兑差额，计入汇兑损益；结汇时，

按照结汇当日即期汇率折算，因结汇时即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日汇率不同而产生的汇兑差额，计入汇兑损益。

2. 报告期内相关货币对人民币汇率变动趋势与公司外销收入、汇兑损益之间的匹配性

报告期内，公司外销收入主要收款币种为美元，美元兑人民币汇率波动如下图所示：



注：数据来源国家外汇管理局官网

报告期内，公司外销收入、汇兑损益如下：

单位：万元

年度	币种	原币金额	人民币金额	平均折算汇率	汇兑损益
2025 年 1-6 月	美元	279.35	2,009.58	7.19	1.63
	人民币	125.43	125.43	1.00	
	小 计		2,135.01		
2024 年度	美元	530.65	3,769.92	7.10	-24.15
	人民币	146.57	146.57	1.00	
	欧元	4.50	34.61	7.69	
	小 计		3,951.11		
2023 年度	美元	398.22	2,820.61	7.08	-8.19
	人民币	28.01	28.01	1.00	
	小 计		2,848.62		

2022 年度	美元	336.93	2,279.87	6.77	-5.62
	人民币	2.73	2.73	1.00	
	欧元	1.44	10.37	7.22	
	小 计		2,292.96		

注：汇兑损益负数为收益

报告期内，公司美元外币平均折算汇率逐年提高，汇兑收益呈上升趋势，与美元兑人民币升值相匹配。

（八）核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

（1）获取公司产品销售收入及成本清单明细，访谈公司境内销售市场部主要负责人、境外销售主要负责人员，了解并分析公司分销售区域情况下不同销售模式下各类收入金额、占比、毛利率水平及变动情况。了解并分析公司境内直销业务情况，获取公司产品销售清单与经销商盖章版下游销售流向清单，分析公司境内直销客户是否与经销商终端客户存在重合情况；

（2）获取公司产品销售收入及成本清单明细，访谈公司境内销售市场部主要负责人、境外销售主要负责人员，了解并分析公司分销售区域说明各类产品单价、销量、收入、毛利率及变动情况。分析销售结构、定价策略、上游原材料价格波动等因素对公司各类产品销售价格的影响及可持续性，查阅同行业可比公司公开披露文件，分析公司同类产品与同行业可比公司的价格变动趋势的一致性。分析公司手术及护理类产品销量波动提升，麻醉类、监护类产品销量持续提升的原因。结合同行业可比公司公开披露文件，分析公司报告期内麻醉类产品收入增速高于可比公司维力医疗的合理性；

（3）获取公司产品销售收入及成本清单明细，分析公司报告期内业绩波动的原因，查阅有关行业资讯、研究报告及同行业可比公司的公开披露文件，判断公司与下游及终端行业需求变动趋势、可比公司业绩变动趋势的一致性。获取公司在手订单情况，访谈公司主要财务人员，结合境内外的市场需求及竞争格局、在手订单及收入实现情况，分析公司期后业绩发展趋势；

（4）获取公司报告期内第四季度收入月度明细表、订单列表，从下单周期、签收周期或报关清关提单周期与其他季度差异情况，以及合同签订时间与发货时

间、收入确认时点的匹配性，分析第四季度收入占比高的合理性；

(5) 获取公司销售收入大表，检查公司其他业务收入、主营业务收入-其他核算内容，并对报告期变动及占比进行分析，核查归集内容是否准确，变动是否合理；

(6) 访谈公司境外销售主要负责人员，了解境外业务拓展、销售模式、贸易方式，分析与境内经销为主的模式存在差异的原因，查阅同行业可比公司公开披露文件，分析公司与同行业可比公司外销模式的差异及合理性。结合境外市场空间、竞争格局、公司竞争优势等，分析报告期内公司外销收入持续增长的合理性；

(7) 了解公司汇兑损益计算过程，分析报告期人民币汇率变动与公司收入及汇兑损益的匹配性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 分销售模式维度，经销模式下，公司的经销商主要为全国各地的医疗器械流通企业，报告期内公司的经销收入均来自境内。直销模式下，公司主要为境外销售，偶有境内少部分收入，境内直销毛利率低于境内经销毛利率，主要系为部分直销客户提供 OEM 的产品。公司不同地区、同一销售模式下毛利率因客户采购产品类型结构、市场竞争因素等，存在一定差异和波动，但毛利率整体保持相对稳定，不存在较大差异。分销售区域维度，公司产品销售收入主要来源于浙江、江苏、上海和安徽等华东地区以及广东等华南地区，相关地区医疗资源相对更为丰富，产品需求相对更加充足，同时公司积极加大开拓境外市场，境外销售收入呈现较快增长趋势。公司报告期内各区域销售收入占比构成较为稳定，不同区域之间因当地终端医疗资源禀赋差异、客户实际情况和需求差异，向公司采购的产品类型结构存在一定差异，同时，不同省份、地区的市场竞争情况相对多样化，综合导致不同区域之间毛利率存在一定差异，但毛利率整体保持相对稳定。公司报告期内直销业务收入占主营业务收入比例较低，公司不存在直销客户与经销商终端客户重合的情况，不存在同类产品同时通过直销和经销两种方式销售至同一终端客户的情形；

(2) 公司报告期内境内、境外销售毛利率整体稳定，公司采用“经销为主、直销为辅”的销售模式，经销模式下均为境内销售，直销模式下主要为境外 OEM 销售，兼具少部分境内直销。故公司境内产品销售毛利率整体高于以境外销售为

主的直销客户，主要系公司 OEM 相关产品业务的附加值相对较低，从而导致销售毛利率较低，具有商业合理性，符合医疗器械行业惯例。公司在经销及直销的不同销售结构下，各类产品销售价格和毛利率差异具有合理性。公司所采用的定价策略符合医疗器械行业整体定价逻辑，符合行业惯例，与同行业可比公司相比整体一致。公司产品的销售价格主要根据下游市场竞争情况，及相关产品的定价策略确定。公司产品保持较高的毛利率，上游原材料价格波动对公司产品整体销售价格影响相对有限，公司相关产品的定价并不直接与原材料价格波动相关联。同行业可比公司未就不同销售模式下不同产品的具体售价情况、不同定价策略下的产品售价变动情况、上游原材料价格波动对产品售价的变动影响进行披露，同行业可比公司在不同销售结构下的销售毛利率存在一定差异，主要系不同企业的销售模式结构、定价策略等不同所致。公司手术及护理类产品销量波动提升，麻醉类、监护类产品销量持续提升，主要系手术及护理类产品目前暂非公司主要大力发展方向。报告期内公司麻醉类产品收入增速高于可比公司维力医疗，主要系维力医疗 2024 年度麻醉类产品当年度收入增长相对较慢，受到医疗行业整顿影响，其麻醉创新产品的推广、进院和销售均受到影响，当年度麻醉业务收入增长不及预期；

(3) 受下游市场需求波动、市场竞争变动、产品收入结构变化等综合原因，公司报告期内业绩收入呈现波动增长趋势。同行业可比公司 2023 年业绩收入出现波动主要系其不同产品类别收入波动所致，与公司更为可比的具有麻醉类耗材的上市公司维力医疗 2023 年收入变动与公司趋势整体一致。与同行业可比公司相比，公司业绩存在一定波动主要体现在 2024 年度。2024 年度公司业绩波动主要系产品销售结构、境内外市场结构性影响。在住院病人手术人次稳定增长、我国医疗服务资源逐年完善、国内社会人口老龄化特征日益凸显、患者阵痛观念的改善等境内外市场需求持续增长的情况下，公司作为行业内有竞争力的麻醉类医疗器械生产企业，在手订单情况良好，期后业绩不存在持续下滑的趋势；

(4) 公司第四季度内外客户的下单周期、签收周期或报关清关单周期与其他季度无明显差异，合同签订时间与发货时间、收入确认时间相匹配，公司第四季度收入占比高具有合理性；

(5) 公司其他业务收入主要为车位使用权转让收入、废料收入及加工费等零星收入，报告期内主要受车位销售波动影响而变动；主营业务收入-其他主要为

耗材配件，报告期内较为稳定；

(6) 公司报告期内海外收入拓展持续取得积极成效，境外市场主要以 OEM 直销的方式开展相关生产和销售，境外业务采用的贸易方式主要为装运港交货(FOB)形式。公司境外业务模式与境内经销为主的模式存在差异主要系其产品主要为标准化产品、产品单价不高，且其作为境内医疗器械生产企业，境内经营及营销渠道相对更为成熟，其产品境内下游客户及境内终端医院客户数量众多且分散，若由公司直接对接所有用户的成本较高，因此公司通过建立经销商渠道，利用经销商的客户资源，开拓新客户和产品市场。境外地区作为公司近年来积极布局的市场拓展方向，相较于已上市可比公司而言，现阶段受限于公司规模体量相对较小，暂无法大面积开展境外有关市场拓展活动，且更为首要的是提升公司自主产品在国际市场上的影响力，故针对境外等特定临床需求的用户，公司根据下游客户需求进行 OEM 定制生产，并采用直销模式进行覆盖。同行业可比公司在境外开展销售，根据其各自生产经营和发展规划以及发展阶段不同，存在一定差异，同行业可比公司天益医疗在境外销售具有 OEM 直销的模式。基于全球低值耗材市场发展空间广阔、差异化竞争下“出海浪潮”带动国内企业海外收入持续提升的市场需求增长背景下，报告期内公司外销收入持续增长具有合理性。

(7) 报告期内公司主要收入货币美元对人民币汇率整体上升与公司外销收入、汇兑损益之间相匹配。

(九) 按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务 2 号指引》（以下简称《2 号指引》）2-13 境外销售相关要求进行了核查，说明核查方法、范围、证据及结论，重点说明对主要境外客户的走访情况，包括走访方式、时间、人员、客户名称、走访内容等。

报告期内，公司不存在境外子公司，公司境外收入金额分别为 2,292.96 万元、2,848.63 万元、3,951.10 万元和 2,135.01 万元，占主营业务收入比例分别为 8.58%、9.33%、13.02%和 13.73%，整体收入占比相对较低。其中，按合并口径计算，报告期内仅 2024 年第五大客户涉及境外客户，除此外，公司各期主要客户不涉及境外客户。

1. 境外业务发展背景

(1) 境外业务的发展历程及商业背景、变动趋势及后续规划

经过多年发展，中国医疗器械产业增长迅猛，国内企业出海速度加快，在某

些领域技术居于世界前列。随着我国与“一带一路”沿线国家在医疗领域合作不断深入，我国医疗器械出口增速进一步提高。凭借质优、稳定、符合国际标准优势，我国各细分领域具有代表性的领先企业在全全球医疗器械市场上已逐渐占据一席之地。

近年来，公司通过持续开展国际化战略，积极开拓海外市场，与境外主要客户建立了较为稳定的合作关系，代表性境外客户包括 MEDTRONIC/COVIDIEN（美敦力/柯惠医疗公司）等在内的国际知名医疗器械企业。

2025 年公司将持续加大外销业务布局，积极参加相关展会，并接触和洽谈欧美地区医疗大型企业，加大 OEM 业务开拓力度，拓展海外市场作为公司未来重要的发展战略方向之一，预计将为公司发展提供进一步的动能。

(2) 相关产品是否主要应用于境外市场

公司相关产品均主要用于境内市场，公司产品不存在主要应用于境外市场的情况，同类型产品在境内外可能存在产品规格配置、功能附件等方面的差异。

(3) 是否与境外客户建立稳定合作关系

公司凭借可靠的产品质量和丰富的技术积累，与境外客户建立了较为稳定的合作关系。报告期各期，公司境外客户中新老客户的比例构成如下：

单位：万元								
项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
境外销售收入	2,135.01	100.00%	3,951.10	100.00%	2,848.63	100.00%	2,292.96	100.00%
其中：老客户收入	2,016.57	94.45%	3,282.93	83.09%	2,311.98	81.16%	不适用	不适用
新客户收入	118.44	5.55%	668.17	16.91%	536.65	18.84%	不适用	不适用

注：“新客户”统计口径为本期与公司开始交易，但上期与公司无业务往来的境外客户；“老客户”统计口径为本期及上一期与公司均存在业务往来的境外客户。

根据上表显示，公司产品在老客户群体建立了良好的口碑，报告期内公司境外老客户销售金额贡献占比较为稳定。

2. 开展模式及合规性

(1) 公司在销售所涉国家和地区是否依法取得从事相关业务所必需的法律法规规定的资质、许可，报告期内是否存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形

公司境外销售在进口国（地区）的注册、备案登记等事宜由境外客户根据当

地法律要求自行办理并承担相关责任，公司根据客户需求提供所需的产品认证或资质证书，包括 CE、FDA、ISO13485 医疗器械认证及中国医疗器械注册/备案及其他资料，由客户于当地申请相关资质/履行相关备案手续。

报告期内，公司出口销售的产品均正常清关，不存在因未取得相关资质、许可而被境外海关禁止入关的情形，公司亦不存在被境外销售所涉及国家和地区处罚或者立案调查的情形。

(2) 境外业务采取的具体经营模式及商业合理性，不同模式下获取订单方式、定价原则、信用政策、利润空间及变化趋势等

报告期内，公司境外市场以 OEM 方式生产销售。境外客户主要系所在国家医疗器械品牌商，境外客户通过向公司以邮件形式确定相关包装、规格、logo 等要求，定制相关产品，因此，公司的外销业务采取的经营模式具有商业合理性，具体如下：

1) 获取订单方式：主要通过网络渠道、商务洽谈、展会等方式寻找潜在客户，以及通过客户同行之间介绍等方式来开拓市场及获取客户。

2) 定价原则及利润空间：公司在考虑产品成本基础上，结合市场行情、汇率、客户综合合作情况等因素，通过双方协商的方式确定产品价格及利润率。

3) 信用政策：报告期内，公司境外客户信用政策主要有预付全部货款或交货并开票后一定期限内付款等，采用交货并开票后一定期限内付款的境外客户主要为部分与公司合作时间较长，信用状况良好的老客户。

4) 变化趋势：详见本题回复之“1. 境外业务发展背景”之“(1) 境外业务的发展历程及商业背景、变动趋势及后续规划”。

(3) 相关业务模式下的结算方式、跨境资金流动情况、结换汇情况，是否符合国家外汇及税务等相关法律法规的规定。

报告期内，公司对主要境外客户销售采用预付款结合发货前尾款的结算方式。收款方式为电汇（T/T）。

报告期各期，公司收境外客户货款，跨境资金流入情况如下：

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
美元（万美元）	298.23	537.59	406.89	313.36
欧元（万欧元）	0.00	4.45	0.00	

公司的结换汇主要用于境外采购、服务费支出，结汇情况如下：

项 目	币种	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
结汇	美元（万美元）	40.00	280.00	80.00	143.60
	欧元（万欧元）		4.45		
付境外材料款	美元（万美元）	90.66	283.58	251.59	165.32
	欧元（万欧元）	1.07			

经核查，报告期各期，公司的结汇资金主要来源于境外销售收入。

绍兴市税务部门出具了合规证明，证明报告期内公司及子公司浙江海圣医疗器械销售有限公司（以下简称海圣销售）无因违法违规被该局行政处罚的情形。海关部门出具了证明，证明报告期内公司及子公司海圣销售无涉及海关进出口监管领域的违法犯罪记录。我们在国家外汇管理局官网未查询到海圣医疗及其子公司在报告期内存在外汇违规的行政处罚记录。

3. 业绩变动趋势

（1）报告期内境外销售收入与成本结构情况及其变化原因，在区域集中度、销售及结算周期、主要客户及销售金额等方面的变动情况，境外销售规模变动趋势是否与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势一致

1）外销收入与成本结构

报告期各期，公司外销主营业务收入及成本及占比情况如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	2,135.01	13.73%	3,951.10	13.02%	2,848.63	9.33%	2,292.96	8.58%
主营业务成本	1,247.87	16.56%	2,337.48	16.07%	1,739.15	12.16%	1,466.91	11.64%

报告期内，公司境外收入金额及占比持续上升，主要系近年来公司通过持续开展国际化战略，积极开拓海外市场。

报告期各期，公司外销主营业务成本结构情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接材料	799.74	64.09%	1,502.22	64.27%	1,186.45	68.22%	1,034.92	70.55%
直接人工	235.85	18.90%	432.88	18.52%	290.66	16.71%	238.31	16.25%

项目	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
制造费用	178.32	14.29%	320.58	13.71%	228.46	13.14%	182.43	12.44%
运输费用	33.96	2.72%	81.79	3.50%	33.59	1.93%	11.23	0.77%
合计	1,247.87	100.00%	2,337.48	100.00%	1,739.15	100.00%	1,466.91	100.00%

报告期内，公司境外主营业务成本结构整体较为稳定，主要为直接材料成本。

报告期内，各年度外销直接材料成本占比呈现下降趋势，与原材料价格变动趋势一致。

2) 区域集中度

报告期内，公司境外销售国家和地区主要包括亚洲、南美洲等地区，具体销售金额及其占外销总额比例的情况如下：

单位：万元

境外地区	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚洲	957.77	44.86%	1,831.89	46.36%	1,414.07	49.64%	1,015.69	44.30%
南美洲	812.35	38.05%	1,409.65	35.68%	894.27	31.39%	708.97	30.92%
北美洲	89.52	4.19%	309.26	7.83%	271.47	9.53%	349.70	15.25%
欧洲	225.85	10.58%	331.85	8.40%	264.24	9.28%	218.60	9.53%
非洲	49.51	2.32%	68.45	1.73%	4.58	0.16%	0.00	0.00%
合计	2,135.01	100.00%	3,951.10	100.00%	2,848.63	100.00%	2,292.96	100.00%

3) 境外主要客户及销售金额变动

境外主要客户及销售金额变动详见本问询回复问题二之“（九）3（3）外销客户的基本情况，如向报告期各期前五名外销客户销售内容、销售金额与占比及变化原因，上述客户的成立时间、行业地位，与公司及其关联方是否存在关联关系及资金往来，与公司是否签订合同、框架协议及相关合同与协议的主要条款内容，公司从上述客户获取订单的具体方式。”

4) 向主要客户的销售及结算周期

报告期内，主要境外客户的信用政策具体如下：

主要境外客户	主要信用政策
COVIDIEN JAPAN INC.	提单日期后 60 天付款
SINTEC VIRGEN DE COPACABANA E. I. R. L.	30%预付款，交货前付清

Progressive Medical Corporation	30%预付款，交货前付清
MULTIMEDICAL SUPPLIES SAC	30%预付款，交货前付清
COMERCIAL DE ESPECIALIDADES MEDICAS, SA DE CV	30%预付款，交货前付清
GLOBAL SCP MEDICAL SYSTEMS PTE LTD	提单日期后 30 天付款
EXXIMMED 2000	20%预付款，交货前付清
NEXTECH SAGLIK URUNLERI DIS TICARET VE SANAYI LIMITED SIRKET	30%预付款，到港前 10 天付 70%
INDUSTRIAS CARDIOMED SAS	20%预付款，交货前付 40%，提单日后 30 天付 40%
GENERAL HEALTH SOLUTIONS SAC	30%预付款，交货前付清

报告期内，公司境外客户主要信用政策包括：①支付全部货款后装运；②交货并开票后一定期限内付款；采用该信用政策的境外客户主要为 GLOBAL SCP MEDICAL SYSTEMS PTE LTD、COVIDIEN JAPAN INC.，其作为公司老客户，合作时间较长，信用状况良好。

5）境外销售规模变动趋势是否与境外相关产品的市场需求、境内相关产品出口情况等行业变动趋势一致

公司境外销售规模变动趋势与境外相关产品的市场需求变动趋势基本一致，参见本问询函回复问题二之“（六）2. 结合境外市场空间、竞争格局、公司竞争优势等分析报告期内公司外销收入持续增长的合理性。”。

公司境外销售规模变动趋势与境内相关产品出口情况等行业变动趋势基本一致，具体情况如下：

公司名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
	境外收入金额	增长率	境外收入金额	增长率	境外收入金额	增长率	境外收入金额
维力医疗 (603309.SH)	未披露	未披露	79,719.19	23.74%	64,424.48	-0.27%	64,600.79
三鑫医疗 (300453.SZ)	18,700.17	67.30%	27,412.03	39.70%	19,621.42	-27.49%	27,059.56
天益医疗 (301097.SZ)	8,385.88	2.17%	15,947.81	3.72%	15,375.59	-7.01%	16,535.04
发行人	2,135.01	20.48%	3,951.10	38.70%	2,848.63	24.23%	2,292.96

报告期内，公司境外收入整体变动趋势与可比公司一致。维力医疗 2023 年境外销售收入金额较 2022 年减少 0.27%，主要系其北美大客户去库存政策影响，并通过开发欧洲市场以及南美、东南亚等新兴市场弥补，致使其欧洲、南美、东南亚等地区业务均取得了较快的增长；2024 年度维力医疗境外销售收入金额较

2023 年度增长 23.74%，主要系其美洲、欧洲、东南亚、日本、中东和非洲等地区业务增长所致，与公司变动情况一致。三鑫医疗 2024 年度境外收入金额较 2023 年度增长 39.70%，与公司变动情况一致；三鑫医疗 2025 年上半年境外收入较 2024 年上半年增长 67.30%，高于公司，主要系其完成印度尼西亚、秘鲁、墨西哥等国家的产品注册，收入增长较快；其 2023 年境外收入金额 19,621.42 万元，较 2022 年度下降 27.49%，主要系其 2022 年上半年输注类产品疫苗注射器获联合国约 1 亿元营业收入订单，剔除疫苗输液器影响，其 2023 年度境外收入增长约 15.02%。三鑫医疗海外市场主要聚焦东南亚、南美洲、非洲等新兴市场，销售区域及变动情况与公司一致。

(2) 报告期内同类产品的境外与境内销售价格、毛利率是否存在明显差异及合理性；

公司同类产品的境外与境内销售价格、毛利率情况已在本问询回复问题二之“（一）分销售区域说明不同销售模式下各类收入金额、占比、毛利率水平及变动情况；说明境内直销业务情况，境内直销客户与经销商终端客户是否重合及商业合理性，重合客户同类产品的价格、毛利率差异及原因。”进行披露。

(3) 外销客户的基本情况，如向报告期各期前五名外销客户销售内容、销售金额与占比及变化原因，上述客户的成立时间、行业地位，与公司及其关联方是否存在关联关系及资金往来，与公司是否签订合同、框架协议及相关合同与协议的主要条款内容，公司从上述客户获取订单的具体方式。

报告期各期，公司前五名外销客户销售内容、销售金额与占比及变化原因如下：

客户名称	单位：万元							
	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
COVIDIEN JAPAN INC.	335.57	15.72%	574.04	14.53%	399.02	14.01%	48.65	2.12%
EXXIMMED 2000	370.41	17.35%	512.47	12.97%	126.88	4.45%	144.19	6.29%
GLOBAL SCP MEDICAL SYSTEMS PTE LTD	96.72	4.53%	349.72	8.85%	184.08	6.46%	164.60	7.18%
GENERAL HEALTH SOLUTIONS SAC	133.94	6.27%	244.68	6.19%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
INDUSTRIAS CARDIOMED SAS	157.80	7.39%	215.81	5.46%	138.92	4.88%	23.75	1.04%
SINTEC VIRGEN DE COPACABANA E. I. R. L.	0.00	0.00%	30.04	0.76%	243.08	8.53%	0.00	0.00%

客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
Progressive Medical Corporation	145.49	6.81%	125.73	3.18%	195.67	6.87%	119.34	5.20%
COMERCIAL DE ESPECIALIDADES MEDICAS, SA DE CV	0.00	0.00%	63.11	1.60%	193.37	6.79%	194.47	8.48%
MULTIMEDICAL SUPPLIES SAC	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%	247.35	10.79%
NEXTECH SAGLIK URUNLERI DIS TICARET VE SANAYI LIMITED SIRKET	51.15	2.40%	63.09	1.60%	129.85	4.56%	120.34	5.25%

报告期内，公司各期境外主要客户保持较为稳定合作关系，各期主要外销客户整体稳定。其中，除 GENERAL HEALTH SOLUTIONS SAC、SINTEC VIRGEN DE COPACABANA E. I. R. L. 为公司报告期内新开发境外客户，及 MULTIMEDICAL SUPPLIES SAC 因自身经营发展规划终止与公司合作外，其余各期境外主要客户根据各自采购需求，采购金额有所变化，部分境外客户因统计区间为半年度，2025 上半年暂未发生交易。

上述主要外销客户的基本情况如下：

1) COVIDIEN JAPAN INC.

注册资本	485,580,000 yen
成立日期	1991 年
国家/地区[注]	日本
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	签订了约定合作价格的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确产品品种、销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2020 年

注：指客户所在国家或地区以及海圣产品最终销售的国家或地区，下文同

2) EXXIMMED 2000

注册资本	2,193,505,000 CLP
成立日期	1990 年
国家/地区	智利
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	未签订约定合作数量的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确产品品种、销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2013 年

3) GLOBAL SCP MEDICAL SYSTEMS PTE LTD

注册资本	1,000,000 SGD
成立日期	2013 年
国家/地区	新加坡
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	签订了约定产品品种、规格的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2019 年

4) GENERAL HEALTH SOLUTIONS SAC

注册资本	950,000 PEN
成立日期	2023 年
国家/地区	秘鲁
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	未签订约定合作数量的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确产品品种、销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2024 年

5) INDUSTRIAS CARDIOMED SAS

注册资本	2,000,000,000 CP
成立日期	1990 年
国家/地区	哥伦比亚
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	未签订约定合作数量的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确产品品种、销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2019 年

6) SINTEC VIRGEN DE COPACABANA E. I. R. L.

注册资本	5,000 USD
成立日期	1992 年
国家/地区	秘鲁
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	未签订约定合作数量的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确产品品种、销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2023 年

7) Progressive Medical Corporation

注册资本	10,000,000 PHP
成立日期	1982 年
国家/地区	菲律宾
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	未签订约定合作数量的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确产品品种、销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2018 年

8) COMERCIAL DE ESPECIALIDADES MEDICAS, SA DE CV

注册资本	1,000 MXN
成立日期	1985 年
国家/地区	墨西哥
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	未签订约定合作数量的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确产品品种、销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2018 年

9) MULTIMEDICAL SUPPLIES SAC

注册资本	4,000,000 USD
成立日期	2000 年
国家/地区	秘鲁
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	未签订约定合作数量的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确产品品种、销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2019 年

10) NEXTECH SAGLIK URUNLERI DIS TICARET VE SANAYI LIMITED SIRKET

注册资本	100,000 TRY
成立日期	2006 年
国家/地区	土耳其
订单获取方式	商务洽谈
与公司是否签订框架协议及相关协议的主要条款内容	未签订约定合作数量的框架协议，以销售订单作为业务合同，销售订单约定明确产品品种、销售单价、交货日期、交货方式等
开始合作时间	2010 年

4. 主要经营风险

(1) 公司境外销售的主要国家和地区相关贸易政策是否发生重大不利变化，

对公司未来业绩是否会造成重大不利影响；

公司外销主要面向南美、亚洲等地区，报告期内及期后与公司主要产品相关的对华进口、外汇等政策未发生重大不利变化，与公司主要产品相关的国际经贸关系也未发生重大不利变化，进口国和地区的进口、外汇等政策以及国际经贸关系对公司持续经营能力不存在重大不利影响。

(2) 报告期内公司出口主要结算货币的汇率是否稳定，汇兑损益对公司业绩是否存在较大影响，公司应对汇率波动风险的具体措施；

报告期内，汇率波动产生的汇兑损益及对公司业绩影响情况如下：

单位：万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
汇兑损益	1.63	-24.15	-8.19	-5.62
主营业务收入	15,553.26	30,346.81	30,519.66	26,718.48
净利润	3,549.42	7,091.75	7,803.67	7,011.04
汇兑损益绝对值占主营业务收入比例	0.01%	0.08%	0.03%	0.02%
汇兑损益绝对值占净利润比例	0.05%	0.34%	0.10%	0.08%

报告期各期，公司汇兑损益分别为-5.62 万元、-8.19 万元、-24.15 万元和 1.63 万元，受汇率波动影响，公司汇兑损益金额存在一定波动。报告期各期汇兑损益绝对值占公司营业收入及净利润的比例均较低。

公司持续监控公司外销形成的外币资产情况，及时催促外销客户回款，减少期末外汇应收款项余额，严格控制外币货币资金存款和应收账款余额规模，根据汇率波动情况及时与银行结汇，降低汇率波动对公司日常经营的影响。

(3) 境外客户为知名企业且销售占比较高的，公司在其同类供应商中的地位及可替代性，销售产品是否涉及相关客户核心生产环节，对相关客户是否存在重大依赖；

报告期内，公司不存在对单一境外客户依赖的情况。公司境外客户中 MEDTRONIC/COVIDIEN（美敦力/柯惠医疗公司）是国际知名医疗器械企业，其收入在 2024 年仅为 1.89%，与公司合作时间较长、合作情况较为稳定，公司对相关客户不存在重大依赖的情况。

(4) 是否存在境外客户指定上游供应商情况，收入确认方法是否符合企业会计准则的规定。

公司不存在境外客户指定上游供应商情况，收入确认方法符合企业会计准则的规定。

5. 境外销售真实性。包括但不限于：1. 报告期各期公司海关报关数据、出口退税及信用保险公司数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货签收单据、境外销售费用等与境外销售收入的匹配性；2. 对于影响较大的境外子公司、客户及供应商，中介机构应当通过实地走访方式核查；3. 中介机构各类核查方式的覆盖范围是否足以支持核查结论等。

(1) 报告期各期公司海关报关数据、出口退税及信用保险公司数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货签收单据、境外销售费用等与境外销售收入的匹配性；

报告期内，公司境外销售收入与出口退税金额的匹配情况如下：

		单位：万元				
项目		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合计
直接出口收入	金额（人民币）（A）	2,135.01	3,951.10	2,848.63	2,292.96	11,227.70
	金额（原币—美金）	279.35	530.65	398.22	336.93	1,545.16
	金额（原币—欧元）	0.00	4.50	0.00	1.44	5.94
	金额（原币—人民币）	125.43	146.57	28.01	2.73	302.74
外汇管理局数据	金额（原币—美金）	279.07	530.64	398.66	337.14	1,545.52
	金额（原币—欧元）	0.00	4.50	0.00	1.44	5.94
	金额（原币—人民币）	125.43	146.57	28.01	2.73	302.74
海关数据	金额（人民币）（B）	2,040.43	3,855.83	2,890.67	2,219.28	11,006.21
	差异率（A/B-1）	4.64%	2.47%	-1.45%	3.32%	2.01%
退税数据（按出口年份统计）	金额（人民币）（C）	2,124.16	3,854.10	2,879.47	2,280.76	11,138.49
	差异率（A/C-1）	0.51%	2.52%	-1.07%	0.54%	0.80%

报告期内，直接出口收入与外管局数据、海关数据、申报退税金额差异较小。整体来看直接出口金额、出口退税额与境外销售收入匹配，出口退税额占境外销售收入的比例与适用退税率匹配，主要差异原因系部分退货申请时间差异。经核查，相关境外客户涉及的报关及提单记录，以及境外销售涉及的相关销售费用，整体与公司各期境外销售收入相匹配。

(2) 对于影响较大的境外子公司、客户及供应商，应当通过实地走访方式核查

报告期内，公司不存在境外子公司。

我们对公司 2023 年第一大 OEM 客户、2024 年第一大 OEM 客户及 2025 年 1-6 月第一大 OEM 客户暨全球知名客户 COVIDIEN JAPAN INC.（即 MEDTRONIC（美国美敦力公司）收购的日本 COVIDIEN（柯惠医疗公司））执行境外现场访谈核查。同时，结合重要性原则，针对其他主要的境外 OEM 客户执行非统计抽样，对 2022 年第三大 OEM 客户、2024 年第三大 OEM 客户、2025 年 1-6 月第六大 OEM 客户 GLOBAL SCP MEDICAL SYSTEMS PTE LTD 执行境外现场访谈核查。针对其他主要境外 OEM 客户，我们通过线上视频形式执行对应客户的访谈核查工作，并在访谈过程中对公司与其之间的业务往来情况、OEM 产品情况等业务真实性进行核查。

报告期内，公司存在向境外供应商 Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）采购相关原材料的情况，有关情况已在本问询回复报告“一、（一）说明各期向境外供应商采购的原材料种类、金额及同类占比、应用产品种类及收入占比，说明进口原材料海关数据、外汇支付数据、运输费用与采购数据的匹配情况；结合多通旋塞阀等外采原材料主要采购渠道及可替代性，以及购入后需经历的加工环节，说明其是否直接涉及发行人产品的关键核心功能，并结合对部分供应商的依赖程度针对性进行风险揭示。”进行了披露。

（3）中介机构各类核查方式的覆盖范围是否足以支持核查结论等

对于公司主要境外客户及供应商，我们采用的函证、实地走访或视频访谈等核查方式的覆盖范围足以支持核查结论。

综上所述，公司报告期各期海关报关数据、出口退税数据、结汇及汇兑损益波动数据、物流运输记录、发货签收单据等与境外销售收入具有匹配性；公司不存在境外子公司，对于公司主要境外客户及供应商，我们已采取函证、实地走访或视频访谈等多种形式进行核查，核查方式的覆盖范围足以支持核查结论，公司境外收入具备真实性。

6. 重点说明对主要境外客户的走访情况，包括走访方式、时间、人员、客户名称、走访内容等。

（1）对主要境外客户的走访情况

鉴于公司境外收入目前更多集中于亚洲、南美洲等新兴国家或地区，项目组综合考虑境外客户当地国家安全因素、政治环境、商务通勤通行便利性、客户配合意愿程度等，以金额重要性原则，针对各期主要的核心境外客户执行境外线下

访谈核查工作，并在访谈过程中现场察看境外客户的仓库库存、OEM 产品情况。

报告期内，我们对境外主要客户采用实地走访或视频访谈等方式，各期已走访境外客户收入占比分别为 50.30%、48.13%、60.51%和 71.33%，具体情况如下：

收入：万元				
项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
实地走访客户涵盖营业收入①	390.65	669.22	399.02	48.65
视频访谈客户涵盖营业收入②	1,132.15	1,721.69	972.11	1,104.67
境外营业收入③	2,135.01	3,951.10	2,848.63	2,292.96
实地走访和视频访谈总体比例(④=(①+②)/③)	71.33%	60.51%	48.13%	50.30%

(2) 走访方式、时间、人员、客户名称、走访内容等

我们采用实地走访或视频访谈方式对报告期内公司境外收入真实性和准确性进行核查；报告期内共对 14 家境外客户进行了走访，其中对 2 家境外客户进行了实地走访，12 家境外客户进行了视频访谈。走访内容涵盖了解客户的规模、业务经营等基本情况、与公司的合作历史、报告期内的交易金额、销售内容、结算方式、验收条款，是否存在诉讼仲裁或纠纷情况，客户与公司及控股股东、实际控制人、董事、原监事、高级管理人员是否存在关联关系等。截至本问询回复报告出具之日，对已完成客户访谈的境外客户情况进行列示，具体如下：

序号	客户名称	客户收入占主营业务收入比例				访谈方式	访谈人员	访谈时间
		2025 年 1-6 月 占比	2024 年 占比	2023 年 占比	2022 年 占比			
1	COVIDIEN JAPAN INC.	2.16%	1.89%	1.31%	0.18%	现场走访	券商/会计师/律师	2025-02-13
2	EXXIMMED 2000	2.38%	1.69%	0.42%	0.54%	视频访谈	券商/会计师/律师	2025-03-19
3	GENERAL HEALTH SOLUTIONS SAC	0.86%	0.81%	0.00%	0.00%	视频访谈	券商/会计师	2024-12-31
4	INDUSTRIAS CARDIOMED SAS	1.01%	0.71%	0.46%	0.09%	视频访谈	券商/会计师/律师	2025-02-19
5	GHC Healthcare	0.35%	0.41%	0.26%	0.24%	现场走访	券商/会计师	2024-12-13
6	Progressive Medical Corporation	0.94%	0.41%	0.64%	0.45%	视频访谈	券商/会计师/律师	2024-12-27
7	Minh Khoa Medical Equipment Co., Ltd	0.28%	0.29%	0.27%	0.25%	视频访谈	券商/会计师/律师	2025-02-24

8	ASOMEDICA LLC	0.56%	0.23%	0.14%	0.38%	视频访谈	券商/会计师/律师	2024-11-18
9	Metko Medikal ve Tibbi Cihazlar Dis Tic.Ltd.Sti	0.00%	0.22%	0.38%	0.45%	视频访谈	券商/会计师/律师	2025-02-21
10	NEXTECH SAGLIK URUNLERI DIS TICARET VE SANAYI LIMITED SIRKET	0.33%	0.21%	0.43%	0.45%	视频访谈	券商/会计师/律师	2025-01-16
11	HOSPITECNICA LTDA	0.18%	0.18%	0.13%	0.39%	视频访谈	券商/会计师/律师	2025-02-18
12	MULTIMEDICAL SUPPLIES SAC	0.00%	0.00%	0.00%	0.93%	视频访谈	券商/会计师	2024-12-31
13	Helmier prvitei Limited	0.50%	0.23%	0.07%	0.00%	视频访谈	券商/会计师	2025-7-14
14	CIRURGICA FERNANDES COM. DE MAT. CIR. E HOSP. SOC. LTD	0.24%	0.69%	0.25%	0.21%	视频访谈	券商/会计师	2025-9-26

在执行境外走访过程中，走访的主要内容如下：

项目	主要内容
访谈对象及被访谈人的基本情况	①被访谈人的身份证明、职位、联系方式
	②被访谈对象的基本工商信息、主要经营情况
访谈对象与公司间的业务往来情况	①被访谈对象与公司合作的基本情况，包括：合作历史、建立合作关系途径、合同的签订情况等
	②被访谈对象与公司业务往来的基本情况，包括：采购的主要产品、定价机制、与被访谈对象同类业务采购价格的比较、公司与其他同类供应商的对比情况及未来合作预期、合同签署情况、被访谈对象与公司合作开展期间是否发生过争议纠纷或潜在争议纠纷、公司与其他公司相比的优势、公司的产品及服务质量等
访谈对象与公司的物流及资金结算情况	①配送、运费及风险承担
	②支付方式及结算周期
市场行情	客户所在区域行业竞争情况及未来市场情况
关联关系事项	被访谈对象及其关联方与公司及其关联方是否存在关联关系、是否存在其他利益安排等情况

如上表所示，在走访过程中，我们询问了被访谈对象的主营业务、经营情况、采购额与其业务规模的匹配性，经对主要客户进行走访，并查询相关客户官网、中信保资信报告等公开信息，相关客户经营情况良好，采购额与其业务规模匹配、合作关系稳定。

报告期内，对部分外销客户通过视频方式进行访谈，主要是由于部分境外客户的主要生产经营地位于南美等地区，考虑安全因素、政治环境影响未能实施现

场走访，为充分核查其销售的真实性等事项，我们采用了视频访谈的方式。我们通过内控测试、函证、单据核查、往来资金流水核查、公开信息检索、财务数据分析性复核等程序对双方交易的真实性进行了核查。

综上，境外访谈的相关核查工作充分、有效。

7. 在境外设立子公司开展经营业务。包括但不限于：1. 设立境外子公司的原因及经营管理情况，境外投资的合法合规性，是否需履行相应批复程序，是否已取得相应资质；2. 关注境外子公司资金流水，分析是否存在异常情况；3. 核查境外库存情况，如库存具体地点、周转情况、较长库龄存货构成及处理情况等。

截至本回复出具日，公司不存在在境外设立子公司开展经营业务的情形。

8. 核查程序及意见

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1) 对境外销售收入执行函证程序，对主要境外客户销售收入进行函证，对于未回函客户，执行了替代程序，检查相关客户的销售合同（订单）、销售发票、报关单及回款情况等支持性资料，核查销售真实性。函证情况如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
发函金额①	1,947.44	3,560.68	2,584.93	1,881.20
营业收入②	2,135.01	3,951.10	2,848.63	2,292.96
发函比例③=①/②	91.21%	90.12%	90.74%	82.04%
回函可确认金额④	1,426.97	3,202.94	2,238.71	1,684.83
替代测试确认金额⑤	520.48	357.75	346.21	196.36
回函及替代测试可确认金额⑥=④+⑤	1,947.44	3,560.68	2,584.93	1,881.20
回函及替代测试可确认金额占比⑦=⑥/②	91.21%	90.12%	90.74%	82.04%

2) 对主要境外客户执行实地及视频访谈，了解主要境外客户的基本情况、与企业合作背景情况、各期交易情况等；

3) 对境外销售收入执行穿行测试，获取相关的销售合同或订单、发票、报关单、提单等原始凭证；

4) 获取出口退税数据、海关出口数据，将出口退税数据、海关出口数据与公司账面出口记录进行核对，并分析差异原因；

5) 获取了绍兴海关出具的公司出口销售的相关证明文件；

6) 取得了报告期内主要境外客户的中信保资信报告。

(2) 核查意见

经核查，我们认为：公司境外业务开展模式具有商业合理性，境外业务开展合法合规，境外销售收入变动趋势具有合理性，境外销售的经营风险较小，境外销售具有真实性。

(十) 说明对于收入确认准确性及依据充分性的核查情况，收入截止性测试情况。

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

(1) 了解与收入确认相关的关键内部控制，评价其设计和执行是否有效，并测试相关内部控制运行的有效性；

(2) 检查主要的销售合同或是销售订单，识别与商品所有权上的主要风险和报酬转移（控制权转移）相关的条款，评价收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

(3) 获取公司收入确认内外部单据，核查相关单据的准确性；

(4) 对销售收入及毛利率按月度、产品、客户等实施实质性分析程序，识别是否存在重大或异常波动；结合内外销客户的下单周期、签收周期或报关清关提单周期与其他季度差异，分析公司第四季度收入高的合理性；

(5) 对报告期内收入实施截止测试的具体情况如下：

对于内销收入：获取公司销售清单，以抽样方式对资产负债表日前后确认的销售收入核对至客户签收单、对账单；以抽样方式选取资产负债表日前后一个月的出库单，追查至相关客户的签收单，检查日期、数量、金额是否与账面核对一致。

对于外销收入：核对各期的电子口岸出口记录，以抽样方式对资产负债表日前后确认的销售收入核对至出口报关单、货运提单等支持性文件，评价销售收入是否记录在正确的会计期间；以抽样方式选取资产负债表日前后一个月的出库单，追查到相关客户的报关单、提单等文件，检查日期、数量、金额是否与账面核对一致。

2. 核查结论

经核查，我们认为：公司收入确认的内外部证据充分，收入确认准确。

三、经销商管理及终端销售真实性

根据申请文件及公开信息：（1）发行人以经销为主，各期经销收入占比分别为 90.43%、89.57%和 85.06%。报告期各期，发行人经销商数量分别为 919 个、943 个、1,001 个，当期分别新增 215 个、277 个，分别减少 191 个、219 个。

（2）发行人在浙江试点大经销商战略，浙江省医疗机构中标产品目录内的产品通过浙江百谷医疗科技有限公司向下游销售。主要经销商广州融盛医疗器械有限公司员工人数、参保人数 5 人，注册资本 100 万元。经销商江苏美康商贸有限公司的实际控制人之一系励新投资的外部投资人员。发行人与（前）员工及其亲属设立或控制的经销商存在合作。

请发行人：（1）列表说明经销商分类方式（次级、直接、普通经销商、配送商、一级、二级等）及主要管理制度，说明各类经销商的数量、收入金额及占比、分布区域与终端客户需求的匹配性、各类经销商销售毛利率差异、报告期内变动情况及合理性；说明发行人与主要经销商对账情况，对账差异原因及调整情况。（2）说明发行人报告期内经销商变动的合理性，分析不同变动原因下经销商变动的数量、销售金额、毛利率、返利、退换货情况；结合经销商管理机制、合作协议中的服务周期约定、经销商与发行人业务分工等，分析经销商变动对发行人业务维系、市场拓展的影响。说明发行人经销商规模及变动与同行业可比公司经销商数量及变动情况是否存在差异及合理性。（3）说明规模小、参保人数少、成立时间较短即与发行人合作的经销商、专门或主要销售发行人产品的经销商、非法人实体经销商、发行人关联方、（前）员工及其亲属设立或控制的经销商的基本情况、经营资质、人员配备与销售能力、销售金额的匹配性；说明大经销商战略选择浙江区域且选择浙江百谷医疗科技有限公司作为试行经销商的原因。说明发行人与前述经销商的合作情况，报告期内销售收入金额及占比、定价变动及公允性、销量变动、销售毛利率、信用政策、结算政策。（4）结合经销商备货周期、平均采购频率、单次采购数量、单次采购金额及变动情况，分析经销商备货与进销存情况是否匹配，说明部分经销商期末存货较高的合理性及期后销售情况；结合主要经销商向发行人采购金额及占比、向下游客户销售金额及占采购额的比重、各期进销存情况、期末库存余额及占比、期后销售周期及采购情况等，说明经销商是否已实现终端销售，发行

人是否存在向经销商压货的情况。（5）说明差异化运费承担机制下对同一经销商定价及收入、成本、毛利率的影响；说明报告期内经销商返利政策的执行情况、会计处理合规性、返利金额与收入的匹配性，说明差异化返利政策的制定依据、经销商选择方式及合理性；说明退换货政策及执行情况，是否存在终止合作后退换货的情况，与发行人退换货政策的匹配性及会计处理合规性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明对经销收入真实性的核查范围、方法、过程、证据及结论，包括但不限于各层级经销商的抽样方法、核查数量、收入及占比，各类核查程序的实施情况及替代程序核查充分性。（3）说明对经销商终端销售真实性的核查情况，包括但不限于：①对经销商实地走访、供应商系统核验、进销存核查、期末库存及期后购销核查、库存盘点情况，重点说明核查范围的选择标准及合理性。②对经销商下游终端客户走访的具体情况，经销商客户的选择范围，终端客户的选择标准及代表性、访谈的具体对象、所获取的原始材料等，结合上述情况说明经销商终端客户访谈是否充分有效。③说明检查发行人产品销售至终端客户的过程及所获取单据的具体情况。（4）说明已注销及不配合经销商的具体情况，替代措施及执行有效性。（5）结合资金流水核查情况等，说明发行人及关联方、客户、供应商之间是否存在未披露关联交易或资金、业务往来，是否存在为发行人代垫成本费用等利益输送情形。

请保荐机构根据《2 号指引》2-15 经销模式相关规定出具专项说明。（审核问询函问题 3）

（一）列表说明经销商分类方式（次级、直接、普通经销商、配送商、一级、二级等）及主要管理制度，说明各类经销商的数量、收入金额及占比、分布区域与终端客户需求的匹配性、各类经销商销售毛利率差异、报告期内变动情况及合理性；说明发行人与主要经销商对账情况，对账差异原因及调整情况

1. 列表说明经销商分类方式（次级、直接、普通经销商、配送商、一级、二级等）及主要管理制度

公司采用的经销模式均为境内经销，且均为买断式销售，经销商分为普通经销商和配送商。

经销商类别	具体说明	
经销商	普通经销商	普通经销商在公司授权的区域内对终端医院进行销售，其中，公司通过与经销商签订经销框架协议，对双方的权利和义务进行约定，并对经销商进行日常管理；针对个别体量较小的经销商，公司与其不签署框架协议，以订单形式开展业务，由双方协商确定销售价格
	配送商	在“两票制”地区，公司主要将产品销售给配送商，由配送商将公司产品销售给终端医院

公司签约经销商（签署年度框架协议的经销商）包括年销售额不低于 30 万元，或经公司评估后认为具有重点销售渠道和发展潜力的经销商。签约经销商需缴纳履约保证金，公司根据签约价格向其供货。签约后公司与经销商根据销售完成情况、合作情况、医院开发情况等协商确定是否继续签约。

公司对经销商的主要管理制度情况如下：

管理内容	签约经销商	非签约经销商
合作协议签署情况	与公司签订年度框架协议	未签订年度框架协议，以订单形式开展合作
履约保证金	一般缴纳 0.5 万-5 万元的履约保证金，具体金额协商确认	无需缴纳履约保证金
定价机制	根据当年度定价策略与经销商协商确定，销售价格通常较非签约经销商更低	根据市场竞争、订货规模等情况与经销商协商确定
物流管理模式 （是否直接发货给终端客户）	公司每年根据实际情况制定起订量要求和物流配送方式，内部制定有发货及物流管理制度，对发货时间、发货流程以及物流承担方式等进行规定。根据经销商的要求，公司将产品送往经销商指定收货地点。公司将产品运送至经销商指定收货地点，在经销商收货确认后便不再继续对产品进行管理和控制	
运输费用 承担方式	（1）常规产品：1）单次发货的货款金额 $\geq 5,000$ 元，由公司承担运费并对经销商提供送货服务；2）单次发货的货款金额 $< 5,000$ 元，运输费用全部由经销商承担；3）如因为经销商要求需要尽快到货，视为“紧急”发货，“紧急”发货产生的费用由对方承担。 （2）特殊产品（一次性使用湿化鼻氧管、一次性使用加湿输氧面罩，该等产品包含液体，产品单价相对较低、运输成本相对较高，故以个数进行运费分摊）：1）单次发货数量 $\geq 1,000$ 个，公司承担运费并对经销商提供送货服务；2）单次发货数量 $< 1,000$ 个，运输费用全部由经销商承担	
信用政策	原则上先款后货，对于优质经销商或对接重点终端医院的经销商，公司应经经销商的需求给予适当的信用期支持经销商业务开展，信用期通常为 1-2 个月，最长不超过 4 个月	原则上先款后货且不给予账期，特殊情况给予 1 个月的信用期
结算机制	原则上先款后货，对于有信用期的经销商按照授信情况进行结算	
对账机制	针对有应收账款的经销商，每月安排对账	
库存管理机制	经销商应当考虑所在当地的需求、假期需求以	无要求

	及物流等因素的影响，针对常规销售产品的库存量需满足授权区域内适当周期的销售量。公司每个月通过库存调查方式了解经销商的库存信息	
任务目标	对于销售完成情况、提供进销存等销售流向和证明资料提出了要求	无要求
新增和退出管理	根据销售完成情况、合作情况、医院开发情况等协商确定是否继续签约	根据实际需求发生业务
返利政策	报告期内已制定明确的返利政策，公司基于经销商当年销售数据上传情况、销售达成率等情况，给予销售合同项下可享受返利销售额相应比例的销售返利，通过票折的方式结算给经销商。报告期各期返利金额分别 237.91 万元、238.41 万元、188.84 万元和 70.76 万元，占当期主营收入的比例较低	不提供返利
退换货政策	公司的经销销售模式均为买断式经销，原则上不予退换货，未经公司审批同意，经销商不得将公司产品直接进行退换货。公司退换货政策主要分为产品质量原因和非产品质量原因。如涉及公司质量问题申请退换货，经公司确认为质量问题，在遵从相应流程后可以申请退/换货；如因其他非公司产品质量问题等原因（有效期在半年以上且采购时间在半年以内，仅限于仍可继续销售并且包装完整的产品），应当填写退/换货申请表，并得到公司批准后才能进行退回，且经销商需承担往返运输费用和所退货货物总价值（含税）相应的退货费	

公司日常经营管理中主要通过通过对经销商的经销产品范围、经销区域以及终端医院等进行授权从而实现终端销售管理。综合考虑经销销售体系的管理效率和运营成本，公司主要对签约经销商进行管理和考核，并以买断式经销的方式向直接经销商进行销售。

为优化经销商结构，适当提升经销商集中程度，持续提高公司对经销商的管理效率，公司在浙江区域市场逐步试点大经销商政策。对于在浙江省医疗机构中标产品目录内的产品，公司主要通过浙江百谷医疗科技有限公司向下游销售，除上述情况外，公司不存在在其他区域实施大经销商政策的情况。经销商与其下级经销商间的产品交付与货款结算方式、信用期等均由经销商自行决定并承担相应责任和义务。

公司制定的与经销商管理相关的制度合理，相关内控措施有效，能够满足日常经营需要，得到了有效运行。

2. 说明各类经销商的数量、收入金额及占比、分布区域与终端客户需求的匹配性、各类经销商销售毛利率差异、报告期内变动情况及合理性

(1) 各类经销商的数量、收入金额及占比情况

报告期内，公司与经销商之间的销售模式均为买断式销售，未设置多层级经

销商体系。日常管理方面，公司通过与经销商签订经销框架协议对双方的权利和义务进行约定，并对经销商进行日常管理。公司针对个别体量较小的经销商不签署框架协议，以订单形式开展业务，由双方协商确定销售价格。

报告期各期，公司经销商按是否签约的数量、经销收入及占比情况如下：

经销商类别	数量（家）	金额（万元）	金额占比
2025 年 1-6 月			
签约经销商	897	12,924.63	99.93%
非签约经销商	18	8.80	0.07%
合 计	915	12,933.43	100.00%
2024 年度			
签约经销商	924	25,765.69	99.82%
非签约经销商	77	45.90	0.18%
合 计	1,001	25,811.59	100.00%
2023 年度			
签约经销商	886	27,276.21	99.78%
非签约经销商	57	60.81	0.22%
合 计	943	27,337.02	100.00%
2022 年度			
签约经销商	836	24,075.10	99.64%
非签约经销商	83	87.74	0.36%
合 计	919	24,162.84	100.00%

报告期各期，公司经销商按收入规模分层的数量、经销收入及占比情况如下：

经销商收入规模	数量（家）	金额（万元）	金额占比
2025 年 1-6 月			
30 万元及以下	834	4,480.42	34.64%
30 万元<和≤100 万元	63	3,424.70	26.48%
100 万元<和≤200 万元	11	1,551.08	11.99%
200 万元以上	7	3,477.24	26.89%
合 计	915	12,933.43	100.00%

经销商收入规模	数量（家）	金额（万元）	金额占比
2024 年度			
30 万元及以下	820	5,494.15	21.29%
30 万元<和≤100 万元	131	6,594.40	25.55%
100 万元<和≤200 万元	28	3,649.38	14.14%
200 万元以上	22	10,073.67	39.03%
合 计	1,001	25,811.59	100.00%
2023 年度			
30 万元及以下	752	5,148.09	18.83%
30 万元<和≤100 万元	139	7,117.07	26.03%
100 万元<和≤200 万元	29	3,984.68	14.58%
200 万元以上	23	11,087.18	40.56%
合 计	943	27,337.02	100.00%
2022 年度			
30 万元及以下	749	4,998.93	20.69%
30 万元<和≤100 万元	121	6,281.38	26.00%
100 万元<和≤200 万元	33	4,350.52	18.00%
200 万元以上	16	8,532.02	35.31%
合 计	919	24,162.84	100.00%

综上分析，报告期内公司各收入区间的经销商的数量、销售收入及毛利占比总体相对稳定。报告期内，公司 100 万元以上收入的经销商数量及收入占比总体分布稳定，公司产品的下游市场需求持续增长，经销商加大市场开拓，增加对公司产品的采购规模。

（2）经销商分布区域与终端客户需求的匹配性情况

公司已建成遍布国内绝大多数省市地区的销售网络，主要产品已广泛应用于全国上千家三级医院及数千家医疗机构。公司生产的各类麻醉类低值耗材产品作为可广泛服务于麻醉科、ICU 病房、急诊科等科室终端临床需求的医疗器械，产品临床应用广泛，具备较强的刚性需求支撑。下游客户及终端医院客户分散，经销商在市场拓展、客户维护、售后服务和服务终端客户需求等方面发挥了重要的作用。

根据所获取的各期 30 万元以上规模经销商（2025 年 1-6 月收入金额在 15 万元以上）（以下简称“规模经销商”）盖章版销售流向、销售发票及销售合同等凭证材料，报告期内，公司产品所服务的终端医院需求情况、经销商分布区域的匹配情况如下：

单位：家

地区	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	终端医院数量	经销商数量	地区收入占比	终端医院数量	经销商数量	地区收入占比
华东大区	486	76	48.87%	505	87	47.21%
华中大区	64	18	6.55%	62	20	7.13%
华北大区	52	18	9.23%	44	20	10.86%
华南大区	308	10	17.65%	380	12	17.28%
西南大区	57	17	8.68%	97	20	9.20%
东北大区	23	4	1.29%	14	2	0.45%
西北大区	82	16	7.73%	87	20	7.88%
合 计	1,072	159	100.00%	1,189	181	100.00%

（续上表）

地区	2023 年度			2022 年度		
	终端医院数量	经销商数量	地区收入占比	终端医院数量	经销商数量	地区收入占比
华东大区	468	89	48.58%	400	81	46.94%
华中大区	60	25	7.42%	66	27	11.04%
华北大区	27	20	9.32%	35	12	6.60%
华南大区	432	11	18.28%	551	13	20.02%
西南大区	89	19	7.06%	67	16	7.12%
东北大区	6	4	1.17%	1	1	0.17%
西北大区	82	23	8.17%	69	20	8.11%
合 计	1,164	191	100.00%	1,189	170	100.00%

目前，国内医疗器械行业的消费需求受到经济发展水平、人口密度和医疗机构分布等因素的影响，存在一定的区域性特征，经济发展较为发达的地区的大型终端医疗资源更为集中。同时，优质的终端客户资源，如大型三甲医院，对医用

耗材产品的质量、安全性、有效性、产品使用服务等方面有着极高的要求，进入门槛相对较高。一旦公司的产品能够进入大型三甲医院，便能够形成较强的示范性效应。

在医疗资源相对更为丰富的华东、华南等地区，终端临床产品需求相对更加充足，同时，公司销售资源投入也更为集中，公司经销商渠道分布也更为广泛。经销商分布区域与终端客户需求整体匹配。凭借公司自身产品的优良品质和技术优势、较强的品牌认可度及行业市场口碑，公司在国内的经销商渠道和服务网络不断完善，公司产品已实现销售覆盖全国 31 个省、自治区与直辖市，成功覆盖了较多的优质终端客户，在行业内树立了良好的口碑和品牌形象。

(3) 各类经销商销售毛利率差异、报告期内变动情况及合理性

报告期各期，公司经销商按是否签约的毛利率情况如下：

经销商类别	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比
签约经销商	54.15%	99.96%	54.34%	99.83%	54.83%	99.75%	54.60%	99.59%
非签约经销商	34.54%	0.04%	53.24%	0.17%	60.59%	0.25%	62.22%	0.41%
合 计	54.14%	100.00%	54.34%	100.00%	54.85%	100.00%	54.62%	100.00%

报告期各期，公司经销商按收入规模分层的毛利率情况如下：

经销商类别	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比	毛利率	毛利占比
30 万元及以下	55.43%	35.47%	54.73%	21.44%	55.45%	19.04%	56.01%	21.21%
30 万元<和≤100 万元	52.70%	25.77%	54.82%	25.77%	57.38%	27.24%	56.26%	26.78%
100 万元<和≤200 万元	52.94%	11.73%	56.17%	14.62%	55.41%	14.73%	54.05%	17.82%
200 万元以上	54.43%	27.03%	53.15%	38.17%	52.73%	38.99%	52.90%	34.20%
合 计	54.14%	100.00%	54.34%	100.00%	54.85%	100.00%	54.62%	100.00%

报告期内，公司经销商收入主要集中于签约经销商，各收入规模经销商的毛利率整体差异较小，毛利占比集中于收入在 30 万元以上规模较大的经销商，具有合理性。报告期内，公司经销商规模和数量方面呈现出明显的“二八结构”模式，即经销商数量虽相对较多，但 30 万收入以上的规模以上经销商以 20%的家数占比，贡献了公司 80%的经销收入和毛利。这一结构与公司整体经营策略相关，

通过在经济较为发达、医疗资源更为丰富的地区，加大销售资源投入，建设规模较大的经销商网络，实现对当地大型客户或丰富资源的挖掘。同时，面向全国广阔的医疗耗材终端市场，公司通过与规模适中或具有当地销售渠道资源的经销商开展合作，可以建立更加广泛和深入的营销渠道网络，从而实现对全国众多地区的资源覆盖。

3. 说明公司与主要经销商对账情况，对账差异原因及调整情况

报告期内，公司针对有应收账款的经销商，由公司商务部客服专员根据实际发货情况，每月末或次月初先与公司财务部销售会计就对账时段交易发生额、回款金额进行核对，核对无误后，再与经销商进行对账确认，确认金额一致后双方进行发票开具与款项支付环节。公司对账内容主要包括产品规格型号、交易数量、交易年月、收货人、收货地址、开票金额、回款金额等信息。

报告期内，公司各期前十大经销商的往来询证函及回函差异情况如下：

(1) 2025 年 1-6 月

序号	经销商名称	往来询证函 函证是否存在差异	往来询证函 内容
1	广州融盛医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	当期交易发 生额、往来款 项期末余额
2	浙江百谷医疗科技有限公司	函证相符，不存在差异	
3	山西康丽泽科贸有限公司	函证相符，不存在差异	
4	上海泰悦医疗器械商行	函证相符，不存在差异	
5	江苏美康商贸有限公司	函证相符，不存在差异	
6	广西金之宏贸易有限公司	函证相符，不存在差异	
7	江西万顺全医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
8	重庆永昕记医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
9	湖南海特医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
10	镇江赫力医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	

(2) 2024 年

序号	经销商名称	往来询证函 函证是否存在差异	往来询证函 内容
1	广州融盛医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	当期交易发 生额、往来款 项期末余额
2	浙江百谷医疗科技有限公司	函证相符，不存在差异	
3	山西锦旭通生物科技有限公司	函证相符，不存在差异	
4	广西金之宏贸易有限公司	函证相符，不存在差异	
5	上海泰悦医疗器械商行	函证相符，不存在差异	
6	镇江赫力医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
7	山西康丽泽科贸有限公司	函证相符，不存在差异	
8	湖南海特医疗器械有限公司	函证差异（0.17 万元），退换 货时点差异	
9	重庆永听记医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
10	江西万顺全医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	

(3) 2023 年

序号	经销商名称	往来询证函 函证是否存在差异	往来询证函 内容
1	广州融盛医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	当期交易发 生额、往来款 项期末余额
2	浙江百谷医疗科技有限公司	函证相符，不存在差异	
3	山西锦旭通生物科技有限公司	函证相符，不存在差异	
4	江苏美康商贸有限公司	函证相符，不存在差异	
5	上海泰悦医疗器械商行	函证相符，不存在差异	
6	镇江赫力医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
7	广西金之宏贸易有限公司	函证相符，不存在差异	
8	上海双挚医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
9	江西省搏强医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
10	广西瓯文医疗科技集团有限公司	函证相符，不存在差异	

(4) 2022 年

序号	经销商名称	往来询证函 函证是否存在差异	往来询证函 内容
1	广州融盛医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	当期交易发 生额、往来款 项期末余额
2	浙江百谷医疗科技有限公司	函证相符，不存在差异	
3	山西锦旭通生物科技有限公司	函证相符，不存在差异	
4	广西朱江医疗设备有限公司	函证相符，不存在差异	
5	江苏美康商贸有限公司	函证相符，不存在差异	
6	湖南海特医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
7	江西贯白科技有限公司	客户已注销， 执行替代核查程序	
8	镇江赫力医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
9	江西省搏强医疗器械有限公司	函证相符，不存在差异	
10	广西瓯文医疗科技集团有限公司	函证相符，不存在差异	

报告期内，公司与主要经销商客户的定期日常对账执行情况良好。

(二) 说明公司报告期内经销商变动的合理性，分析不同变动原因下经销商变动的数量、销售金额、毛利率、返利、退换货情况；结合经销商管理机制、合作协议中的服务周期约定、经销商与发行人业务分工等，分析经销商变动对发行人业务维系、市场拓展的影响。说明公司经销商规模及变动与同行业可比公司经销商数量及变动情况是否存在差异及合理性

1. 说明公司报告期内经销商变动的合理性，分析不同变动原因下经销商变动的数量、销售金额、毛利率、返利、退换货情况

(1) 整体变动情况

报告期各期，公司经销商进入、退出及存续情况如下：

单位：家				
期间	期初数量	本期新增	本期退出	期末数量
2022 年度				919
2023 年度	919	215	191	943
2024 年度	943	277	219	1,001
2025 年 1-6 月	1,001	159	245	915

注：“本期新增”统计口径为本期与公司开始交易，但上期与公司无业务往来的经销商，下同。“本期退出”统计口径为上一期与公司有业务往来，但当期与公司无业务往来的经销商

报告期内，公司经销商以签约经销商为主，总体呈增加趋势，且退出的数量

相对较少，整体较为稳定。2025 年 1-6 月，因当期时间范围内仅统计 6 个月，部分经销商上半年暂未发生交易，故当期退出数量相对较高，具有合理性。报告期内不存在公司经销商重大异常变动情形。

相关变动原因主要系公司随着业务规模的扩大，一方面为了拓展销售渠道而与新的经销商合作，另一方面与不具有持续业务能力的经销商取消或缩减当年合作，部分规模较小的经销商由于渠道拓展和市场开拓等原因并非每年度均向公司采购相关产品，符合行业惯例。

(2) 新增经销商情况

报告期内，公司各类别下新增的经销商在新增当期的收入和毛利及其分别占主营业务毛利的比例、毛利率情况、退换货金额及其分别占主营业务毛利的比例情况如下：

单位：家、万元					
序号	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
①	新增经销商数量	159	277	215	
②	新增当期销售额	696.14	3,175.47	2,114.80	
	占新增当期主营业务收入比例	4.48%	10.46%	6.93%	
③	新增当期毛利额	373.08	1,739.36	1,182.90	
	占新增当期主营业务毛利比例	4.65%	11.01%	7.29%	
④	新增经销商当期收入毛利率	53.59%	54.77%	55.93%	
⑤	新增经销商当期发生退货金额	1.52	1.79	1.74	
	占新增当期主营业务收入比例	0.01%	0.01%	0.01%	

注：新增经销商的销售收入、毛利、退货金额为该经销商本期实现的销售收入、毛利及本期发生的退货金额

报告期内，公司新增经销商收入占比和毛利占比较小且整体较为稳定，收入贡献整体稳定。其中，2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月新增经销商收入占当期主营业务收入比例分别为 6.93%、10.46%和 4.48%，新增经销商的平均经销收入金额小于 12 万元。

报告期各期，公司新增经销商产生的收入毛利率分别为 55.93%、54.77%和 53.59%，与报告期内公司经销模式整体毛利率不存在较大差异。

报告期内，公司新增经销商退换货金额及占比相对较小，不存在大额异常退换货情况。公司退换货金额变动增长主要系公司销售扩张所致，具有合理性，不

存在因产品质量问题导致重大纠纷或事故的情况。

报告期内，公司各期返利整体金额较小，各期新增经销商返利金额及占比整体较低，公司对新增经销商的返利实际执行情况与返利政策、合同签订情况一致，不存在通过返利政策调节收入的情况。

(3) 退出经销商情况

报告期内，公司各类别下退出的经销商在退出前一期的收入和毛利及其分别占主营业务毛利的比例、毛利率情况、退换货金额及其分别占主营业务毛利的比例情况如下：

单位：家、万元					
序号	项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
①	退出经销商数量	245	219	191	
②	退出上一期销售额	1,229.66	1,719.34	1,095.56	
	占退出上一期主营业务收入的比例	4.05%	5.63%	4.10%	
③	退出上一期毛利额	703.08	1,013.55	633.71	
	占退出上一期主营业务毛利的比例	4.45%	6.25%	4.49%	
④	退出经销商当期收入毛利率	57.18%	58.95%	57.84%	
⑤	退出经销商上一期发生退货金额	12.95	5.91	15.50	
	占退出上一期主营业务收入比例	0.08%	0.02%	0.05%	

注：退出经销商销售收入、毛利、退货金额为该经销商上期实现的销售收入、毛利及上期发生的退货金额。

报告期内，公司退出经销商收入占比和毛利占比较小且整体较为稳定。其中，2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月退出经销商收入占主营业务收入比例分别为 4.10%、5.63%和 4.05%，退出经销商的平均经销收入金额小于 8 万元。

报告期内，公司各类别下退出的经销商在退出前一年度对收入的贡献较小。因不同经销商采购预算安排及采购周期存在一定差异，2024 年公司经销商销售退出金额相对较多，占上一期主营业务收入比例及主营业务毛利比例相对稳定，具有合理性。

以合并口径下主要经销商计算，2024 年公司向 2023 年的前一百名经销商均实现销售，主要经销商不存在退出的情况。报告期内，公司部分经销商退出的原因主要包括经销商业务能力不足或经营策略变化而未向公司持续采购，以及公司

主动优化部分地区的销售渠道。

报告期各期，公司退出经销商产生的收入毛利率分别为 57.84%、58.95%和 57.18%，与报告期内公司经销模式整体毛利率不存在较大差异。

报告期内，公司退出经销商退换货金额及占比相对较小，不存在大额异常退换货情况。公司退出经销商的少量退换货主要系部分产品在运输、保存等过程中，因产品外观包装箱受损而可能影响产品使用安全性，对受损产品进行退回或更换，而非经销商退出的原因而产生的退换货，公司不存在因产品质量问题导致重大纠纷或事故的情况。

报告期内，公司各期返利整体金额较小，公司各期退出经销商返利金额及占比整体较低，公司对退出经销商的返利实际执行情况与返利政策、合同签订情况一致，不存在通过返利政策调节收入的情况。

综上分析，基于医疗器械行业特点，国内医疗器械经营流通企业呈现数量众多、分布广泛的特征。经销商作为公司销售开展的重要资源抓手，随着销售规模和范围的扩大，公司加大了经销商的销售网络覆盖。同时，公司对经销商施行动态管理，不断优化经销商结构、筛选实力更强经销商，因此最近三年经销商数量持续增长。从新增、减少经销商的平均收入来看，新增经销商的平均收入大于减少经销商的平均收入，这表明公司对“优化经销商结构、筛选实力更强经销商”这一策略的良好推行，有利于公司销售活动的进一步开展。公司经销商的新增及退出变动属于正常商业波动，不存在经销商结构变动异常的情况。

2. 结合经销商管理机制、合作协议中的服务周期约定、经销商与公司业务分工等，分析经销商变动对公司业务维系、市场拓展的影响

公司已制定了一套较为完善的经销商管理制度，针对经销商管理制定了详细的《经销协议》，公司与经销商的业务往来还受到《销售管理制度》《销售合同管理制度》等制度文件的管理。

公司通常按年度与主要经销商签订经销合作框架协议，协议约定有效期通常为 1 年。根据框架协议以采购订单具体执行，产品规格、订货数量、产品价格、交货约定等均以采购订单为准。

公司与经销商之间采用买断式销售模式，经销商根据公司制定的市场指导价并结合市场实际情况确定终端销售价格。公司根据经销商的订单信息将产品发往经销商指定地点或其下游客户处。针对经销商客户的日常销售管理方面，公司通

过对经销商的合同订单进行登记管理，掌握经销商的下单及合作情况。

经销模式下，公司的销售部门负责经销商开发及管理，自身注册医疗器械产品的推广，包括展会、学术推广、市场调研，主要目的在于开发及管理客户（经销商），市场的教育和产品的推广；公司经销商主要为全国各地的医疗器械流通企业，主要负责销售业务的落地，以及后续的物流、入院及结算等服务，承担对于医疗器械产品的流通、配送以及入院服务、医保结算等职能。公司将产品销售给经销商，经销商根据当地市场情况自行销售，最终将公司产品销售至医院等终端医疗机构。

公司可根据市场情况，向经销商提供产品适用的销售和营销推广信息，包括产品规格、促销资料和其他纸质或电子形式材料。此外，公司设有营销中心市场部，对于产品服务能力相对较弱的经销商，并结合下游终端客户的重要性程度，营销中心市场部可协助经销商向客户进行产品培训及技术问题解决等工作。

综上分析，公司与经销商就双方合作的周期、业务分工、权利义务等进行了明确约定，且报告期内公司与主要经销商之间已建立了良好、稳定的合作关系，公司经销商新增及退出属于正常商业波动，不存在对公司生产经营和销售造成重大不利影响的情况。公司通过选择并持续与拥有当地渠道资源、具备良好服务能力的经销商合作，能够更加快速、有效地扩大产品销售规模、提升公司品牌影响力。

3. 说明公司经销商规模及变动与同行业可比公司经销商数量及变动情况是否存在差异及合理性

作为医疗器械低值耗材企业，公司所生产的产品主要为标准化产品、产品单价不高、公司产品下游客户及终端医院客户数量分散，若直接对接所有用户的成本较高，因此，公司通过建立经销商渠道，利用经销商的客户资源，开拓新客户和产品市场。

报告期内，公司经销商规模和数量方面呈现出明显的“二八结构”模式，即经销商数量虽相对较多，但 30 万收入以上的规模以上经销商以 20%的家数占比，贡献了公司 80%的经销收入。这一结构与公司整体经营策略相关，通过在经济较为发达、医疗资源更为丰富的地区，加大销售资源投入，建设规模较大的经销商网络，实现对当地大型客户或丰富资源的挖掘。同时，面向全国广阔的医疗耗材终端市场，公司通过与规模适中或具有当地销售渠道资源的经销商开展合作，可

以建立更加广泛和深入的营销渠道网络，从而实现对全国众多地区的资源覆盖。

报告期内，公司经销商规模整体及变动趋势整体呈现：全国经销商渠道不断开拓、数量稳步增长，同时，规模较大经销商的销售集中度整体稳定。同行业可比上市公司未披露经销商数量及变动的具体情况，但医疗器械行业上市公司中亦存在经销商数量众多、收入规模较大的经销商规模集中度较高的情况：

公司简称	具体情况说明
伟思医疗 (688580.SH)	报告期各期，公司经销收入分别为 13,706.55 万元、20,511.88 万元和 31,413.77 万元，经销收入占比分别为 95.71%、99.48%和 99.09%，经销商数量分别为 727 家、827 家和 796 家，数量众多，采购金额小于 10 万元的经销商数量分别为 480 家、513 家和 515 家，占各期末存续经销商数量的比例分别为 66.02%、62.03%和 64.70%，但销售金额占比仅为 9.52%、5.81%和 2.60%。公司经销商进出数量较多，其中，进入数量分别为 477 家、498 家和 434 家；退出数量分别为 295 家 398 家和 465 家，主要为收入小于 10 万元的经销商。报告期内，公司收入大于 50 万元主要经销商的进出数量相对稳定
春立医疗 (688236.SH)	报告期各期，公司主要经销商销售收入为 32,901.84 万元、46,504.59 万元、51,733.61 万元和 23,091.42 万元，占各期经销收入的 72.92%、64.97%、66.79%和 62.13%，覆盖比例较高，且维持在 60%以上。各期直接建立合作的经销商数量分别为 587 家、700 家、765 家和 649 家，其中主要经销商数量为 47 家、48 家、58 家和 60 家
爱朋医疗 (300753.SZ)	报告期各期，公司经销收入分别为 12,115.42 万元、16,696.30 万元、20,730.20 万元和 10,937.21 万元，连续两年合作的经销商收入占经销收入的比例分别为 73.96%、80.82%、82.46%和 84.00%，各期经销商数量分别为 982 家、1,423 家、1,655 家和 1,292 家
东星医疗 (301290.SZ)	报告期各期，新增年销售额 50 万元以上经销商数量分别为 23 家、24 家、43 家和 11 家，占全年经销销售收入的比重为 20.46%、22.25%、30.71%和 11.53%；新增年销售额 50 万元以下经销商数量分别为 105 家、180 家、291 家和 92 家，占全年经销销售收入的比重为 3.68%、6.11%、6.87%和 4.78%。各期持续与公司有业务往来的经销商数量分别为 500 家、559 家、826 家和 729 家

注：数据来源于各上市公司问询回复报告、招股说明书

综上所述，公司经销商规模及变动符合医疗器械生产企业发展的实际情况，与医疗器械同行业可比公司的经销商数量及变动趋势不存在明显差异。

（三）说明规模小、参保人数少、成立时间较短即与发行人合作的经销商、专门或主要销售发行人产品的经销商、非法人实体经销商、公司关联方、（前）员工及其亲属设立或控制的经销商的基本情况、经营资质、人员配备与销售能力、销售金额的匹配性；说明大经销商战略选择浙江区域且选择浙江百谷医疗科技有限公司作为试行经销商的原因。说明发行人与前述经销商的合作情况，报告期内销售收入金额及占比、定价变动及公允性、销量变动、销售毛利率、

信用政策、结算政策

1. 说明规模小、参保人数少、成立时间较短即与公司合作的经销商、专门或主要销售公司产品的经销商、非法人实体经销商、公司关联方、（前）员工及其亲属设立或控制的经销商的基本情况、经营资质、人员配备与销售能力、销售金额的匹配性

(1) 规模小、参保人数少的情况

报告期内，与同行业上市公司类似，公司存在部分经销商规模较小、参保及员工人数较少的情形，主要原因系：一是经销商主要系协助公司市场拓展、客户维护、售后服务，专注于专业领域的市场推广工作，其核心资产为专业人员及行业经验，不需要大规模的资金投入；二是部分经销商用工较为灵活，社保缴纳意识不足，致使参保人数较少；三是经销商人数主要依据实际工作量而定，部分经销商虽员工人数较少，但其核心人员均具有相应的知识背景和推广服务能力，其核心人员能够满足当地的市场拓展及终端客户服务需求，保证其业务的正常开展。整体而言，公司经销商的采购规模与其自身资金投入、人员配备、所掌握资源渠道等业务开展所需的业务资源规模情况相匹配，符合医疗器械行业惯例，与同行业公司之间不存在重大差异。

以经销模式为主的医疗器械类上市公司中，根据其各自的公开披露文件显示，在各期前五大或前十大经销商中同样存在部分主要经销商规模小、参保及员工人数少的情形，具体情形如下：

公司简称	具体情形
伟思医疗 (688580.SH)	报告期各期前十大经销商参保人数不超过 5 人的有 9 家，注册资本不超过 100 万元的有 3 家
惠泰医疗 (688617.SH)	报告期各期前十大经销商参保人数不超过 5 人的有 16 家，注册资本不超过 100 万元的有 13 家
东星医疗 (301290.SH)	报告期各期前五大经销商参保人数不超过 5 人的有 5 家，注册资本不超过 100 万元的有 1 家
奥精医疗 (688613.SH)	报告期各期前十大经销商参保人数不超过 5 人的有 9 家，注册资本不超过 100 万元的有 9 家
公司	报告期各期前十大经销商参保人数不超过 5 人的有 10 家，注册资本不超过 100 万元的有 3 家

注：同行业公司有关数据来源于招股说明书、问询回复报告，上述信息通过查阅同行业公司披露的主要经销客户公开信息以及结合国家企业信用信息公示系统、企查查等网站查询所得

报告期内，公司各期前十大经销商中规模较小、参保人数较少的经销商收入金额分别为 4,345.82 万元、5,753.49 万元、5,151.80 万元和 2,881.99 万元，占主营业务收入比例分别为 16.27%、18.85%、16.98%和 18.53%，整体收入未超

过 20%，收入占比整体较小，具体情况如下：

金额：万元

序号	客户名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	广州融盛医疗器械有限公司	1,258.66	8.09%	2,078.26	6.85%	2,599.99	8.52%	2,265.08	8.48%
2	山西锦旭通生物科技有限公司	100.68	0.65%	664.76	2.19%	914.86	3.00%	497.77	1.86%
3	江苏美康商贸有限公司	297.95	1.92%	288.73	0.95%	717.69	2.35%	466.81	1.75%
4	上海泰悦医疗器械商行	305.50	1.96%	480.30	1.58%	492.96	1.62%	95.71	0.36%
5	镇江赫力医疗器械有限公司	173.59	1.12%	476.87	1.57%	449.32	1.47%	397.77	1.49%
6	山西康丽泽科贸有限公司	334.44	2.15%	417.87	1.38%				
7	重庆永昕记医疗器械有限公司	182.41	1.17%	346.74	1.14%				
8	江西万顺全医疗器械有限公司	226.09	1.45%	321.49	1.06%				
9	上海双挚医疗器械有限公司	2.67	0.02%	76.78	0.25%	419.01	1.37%	208.55	0.78%
10	江西贯白科技有限公司					159.66	0.52%	414.13	1.55%
合 计		2,881.99	18.53%	5,151.80	16.98%	5,753.49	18.85%	4,345.82	16.27%

上述经销商与公司的有关合作情况及毛利率变动情况如下：

序号	客户名称	毛利率				相关客户合作情况	信用政策、结算政策	关联关系
		2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度			
1	广州融盛医疗器械有限公司	56.27%	53.49%	53.64%	53.34%	该客户具有广东等华南地区相关市场拓展渠道和终端客户资源，报告期内各期均与公司开展合作，合作稳定	2 月结	无
2	山西锦旭通生物科技有限公司	53.01%	50.79%	52.20%	51.71%	该两家客户为合并口径下同一控制主体，具有山西等地区相关市场拓展渠道和终端客户资源，报告期内各期均与公司开展合作，合作稳定	月结	无
3	山西康丽泽科贸有限公司	51.77%	53.07%				月结	无
4	江苏美康商贸有限公司	44.64%	49.88%	55.13%	51.59%	该客户具有南京及江苏等地区相关市场拓展渠道和终端客户资源，报告期内各期均与公司开展合作，合作稳定	月结	无

5	镇江赫力医疗器械有限公司	55.34%	55.98%	56.28%	55.95%	该客户具有镇江及江苏等地区相关市场拓展渠道和终端客户资源，报告期内各期均与公司开展合作，合作稳定	月结	无
6	重庆永昕记医疗器械有限公司	57.50%	57.06%			该客户具有重庆等地区相关市场拓展渠道和终端客户资源，公司根据市场发展需要与该客户开展有关合作	月结	无
7	江西万顺全医疗器械有限公司	60.26%	64.79%			该两家客户为合并口径下同一控制主体，该等客户具有上海等地区相关市场拓展渠道和终端客户资源，报告期内各期均与公司持续开展合作，合作稳定	现款现货	无
8	上海双挚医疗器械有限公司	79.29%	64.39%	64.12%	62.86%		月结	无
9	上海泰悦医疗器械商行	57.49%	52.18%	47.12%	55.43%	该两家客户均为浙江百谷医疗科技有限公司合并口径下同一控制主体，该等客户具有江浙沪等地区相关市场拓展渠道和终端客户资源，报告期各期该等合并主体与公司持续开展合作，合作稳定	月结	无
10	江西贯白科技有限公司			49.82%	52.03%		月结	无

综上可知，公司存在少数主要经销商规模小、参保及员工人数少的情形具备合理性，符合行业惯例，有关经销商与公司之间的合作具有相应的业务合作背景。前述经销商毛利率及定价与公司整体经销商之间不存在明显差异，不同经销商因销售产品结构等不同，对应毛利率略有不同，其中，江西万顺全医疗器械有限公司及上海双挚医疗器械有限公司为合并口径下同一控制主体，其主要销售产品中毛利率较高的一次性使用呼吸过滤器等产品销售占比较高。上述经销商信用政策及结算政策符合公司有关规定，公司与上述经销商开展合作，具有合理性。

上述有关经销商与公司不存在关联关系，相关经销商符合公司经销商准入条件，具备相关医疗器械耗材的经营资质，具备当地销售渠道和终端客户资源，均具有医疗器械耗材等相关产品的行业销售背景，并非专为公司销售而新设的经销商，并非专营公司产品的经销商。

(2) 成立时间较短即与公司合作的经销商

报告期内，公司主要经销商为具备当地销售渠道以及终端客户资源的医疗器械流通企业，与公司有较长的合作历史，新设即成为公司经销商的情况较少。报告期各期前十大经销商中，成立后一年内即在报告期内与公司发生交易的经销商情况如下：

序号	经销商名称	成立年份	关联关系	主营业务收入占比				交易原因及合理性
				2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	
1	山西康丽泽科贸有限公司	2023	无	2.15%	1.38%			具备医疗器械经营资质，具有一定销售渠道及终端客户资源，山西康丽泽科贸有限公司系山西锦旭通生物科技有限公司同一控制下企业新设主体，山西锦旭通及其同控企业 2020 年起即与公司开展业务合作，报告期内合作稳定
2	江西万顺全医疗器械有限公司	2023	无	1.45%	1.06%			具备医疗器械经营资质，具有一定销售渠道及终端客户资源，江西万顺全医疗器械有限公司系上海双擎医疗器械有限公司同一控制下企业新设主体，上海双擎及其同控企业 2017 年起即与公司开展业务合作，报告期内合作稳定
3	江西贯白科技有限公司	2021	无			0.52%	1.55%	具备医疗器械经营资质，具有一定销售渠道及终端客户资源，江西贯白科技有限公司系浙江百谷医疗科技有限公司同一控制下企业新设主体，浙江百谷及其同控企业 2020 年起即与公司开展业务合作，报告期内合作稳定
合 计				3.60%	2.44%	0.52%	1.55%	

报告期内，公司经销商中成立时间较短即开展合作的相关交易金额合计占比较小，各期占比分别为 1.55%、0.52%、2.44%和 3.60%，不存在新设经销商收入占公司经销收入比重较高的情形。

上述有关新设经销商与公司不存在关联关系，相关经销商符合公司经销商准入条件，具备当地销售渠道和终端客户资源，均具有医疗器械耗材等相关产品的行业销售背景，并非专为公司销售而新设的经销商，并非专营公司产品的经销商。报告期内，公司与上述经销商开展合作，具有合理性。

(3) 专门或主要销售公司产品的经销商

报告期内，公司主要经销商并非专门销售公司产品。

(4) 非法人实体经销商

报告期内，公司存在少量非法人经销实体客户，具体情况如下：

主体类型	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	经销收入占比	经销毛利占比	经销毛利率	经销收入占比	经销毛利占比	经销毛利率
非法人经销实体	3.01%	3.21%	57.69%	2.64%	2.64%	54.47%

(续上表)

主体类型	2023 年度			2022 年度		
	经销收入占比	经销毛利占比	经销毛利率	经销收入占比	经销毛利占比	经销毛利率
非法人经销实体	2.48%	2.28%	50.43%	1.29%	1.34%	56.84%

公司非法人经销商主要为个人独资企业和有限合伙企业。在医疗器械行业，合伙企业、个人独资企业、个体工商户等非法人主体均可通过取得医疗器械经营备案或许可成为经销商，同行业可比上市公司未披露其非法人经销商的具体情况。公司的上述非法人经销商均可通过取得医疗器械经营备案或许可开展医疗器械经营业务，且在当地有一定的销售渠道，符合公司经销商准入条件。

报告期各期，公司非法人实体客户数量分别为 16 家、13 家、9 家和 8 家，整体呈逐年下降趋势，上述非法人经销商收入和毛利占比均未超过 5%，前述主体毛利率及定价与公司整体经销商之间不存在明显差异。考虑到少部分非法人实体客户存在零星偶发需求，公司与其有零星销售，不存在大量个人等非法人实体的情况。

经查询部分医疗器械行业上市公司的公开披露信息，爱迪特（秦皇岛）科技股份有限公司、深圳惠泰医疗器械股份有限公司等均存在有限合伙企业、个人独资企业等非法人实体的经销商的情况，公司与同行业公司不存在显著差异。

(5) 公司关联方、（前）员工及其亲属设立或控制的经销商的基本情况经营资质、人员配备与销售能力、销售金额的匹配性

我们通过工商信息系统获取公司报告期内经销商的股东情况及董事、监事、高管情况，并与公司 2019 年至今的离职人员信息进行比对，报告期内公司存在少量非主要经销商为前员工入股或担任董事、监事、高管等主要职务的情况，具体情况如下：

姓名	经销商名称	前员工在经销商处主要情况	前员工在公司处任职情况
季钰	郑州轩铭医疗器械有限公司	监事	2020 年 1 月离职，任普通销售经理
张静	江西恒新医疗器械有限公司	监事	2020 年 10 月离职，任普通销售经理
王亮	宁波天锐医疗科技有限公司	王亮本身未入股或担任董事、监事、高级管理人员；王亮配偶周素娥任执行董事兼总经理，持股 100%	2023 年 4 月离职，任普通销售经理
李锦	金华云悦医疗科技有限公司	李锦配偶苗艳任执行董事、经理，持股 20%	2021 年 2 月离职，任普通销售经理

报告期内，公司向上述经销商的销售情况如下：

经销商名称	主营业务收入占比			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
郑州轩铭医疗器械有限公司	0.28%	0.34%	0.50%	0.29%
江西恒新医疗器械有限公司	0.08%	0.10%	0.10%	0.06%
宁波天锐医疗科技有限公司	0.12%	0.50%	0.43%	0.54%
金华云悦医疗科技有限公司[注]		0.00%		

[注] 金华云悦医疗科技有限公司各期收入金额分别为 0.00 元、0.00 元、0.11 万元和 0.00 元

前员工设立经销商的定价公允性分析情况如下：

1) 郑州轩铭医疗器械有限公司

报告期内，公司向郑州轩铭医疗器械有限公司（简称郑州轩铭）主要销售一次性使用压力传感器等生命信息监测系列产品、一次性使用喉罩气道导管等气道与呼吸管理系列产品以及一次性使用微量泵前管等动静脉通路系列产品等。郑州轩铭作为经销商，主要负责在河南地区的销售。

报告期内，公司向郑州轩铭销售主要产品的定价公允性情况如下，相关产品分别占其各期销售总额的 99.10%、97.74%、79.40%和 69.31%：

年份	产品系列	当期向郑州轩铭销售 的平均毛利率	该系列产品当期同 地区销售毛利率	价格是 否公允
2025 年 1-6 月	生命信息监测系列产品	27.47%	28.83%	是
2024 年	生命信息监测系列产品	27.98%	26.71%	是
2023 年	生命信息监测系列产品	51.61%	54.55%	是
2022 年	生命信息监测系列产品	59.69%	60.53%	是

2) 江西恒新医疗器械有限公司

报告期内，公司向江西恒新医疗器械有限公司（以下简称江西恒新）主要销售一次性使用压力传感器等生命信息监测系列产品以及一次性使用多通旋塞阀等动静脉通路系列产品。江西恒新作为经销商，掌握宁夏等地区的终端医疗机构等当地客户资源。

报告期内，公司向江西恒新销售主要产品的定价公允性情况如下，相关产品分别占其各期销售总额的 99.63%、100.00%、100.00%和 100.00%：

年份	产品系列	当期向江西恒新销 售的平均毛利率	该系列产品当期同 地区销售毛利率	价格是 否公允
2025 年 1-6 月	生命信息监测系列产品	66.53%	69.88%	是
2024 年	生命信息监测系列产品	66.48%	67.98%	是
2023 年	生命信息监测系列产品	66.13%	66.59%	是
2022 年	生命信息监测系列产品	71.06%	67.30%	是

3) 宁波天锐医疗科技有限公司

报告期内，公司向宁波天锐医疗科技有限公司（以下简称宁波天锐）主要销售一次性使用脉搏血氧饱和度传感器等生命信息监测系列产品、一次性使用湿化鼻氧管等氧疗系列产品等。宁波天锐作为经销商，掌握宁波等地区的终端医疗机构等当地客户资源。

报告期内，公司向宁波天锐销售主要产品的定价公允性情况如下，相关产品分别占其各期销售总额的 70.61%、74.04%、71.23%和 61.97%：

年份	产品系列	当期向宁波天锐销售 的平均毛利率	该系列产品当期同 地区销售毛利率	价格是 否公允
2025 年 1-6 月	生命信息监测系列产品	63.17%	56.26%	是
	氧疗系列产品	22.70%	16.44%	是
2024 年	生命信息监测系列产品	57.81%	58.68%	是
	氧疗系列产品	13.03%	11.38%	是
2023 年	生命信息监测系列产品	45.76%	53.78%	是
	氧疗系列产品	13.38%	14.00%	是
2022 年	生命信息监测系列产品	44.71%	53.83%	是
	氧疗系列产品	21.39%	18.21%	是

4) 金华云悦医疗科技有限公司

报告期内，公司向金华云悦医疗科技有限公司（以下简称金华云悦）主要销售一次性使用桡动脉压迫止血器。金华云悦作为经销商，掌握金华等地区的终端医疗机构等当地客户资源。

报告期内，金华云悦仅于 2024 年向公司采购共 0.11 万元。报告期内，公司向金华云悦销售主要产品的定价公允性情况如下，相关产品占其销售总额的 100%：

年份	产品系列	当期向金华云悦销 售的平均毛利率	该产品当期同地区 销售毛利率	价格是 否公允
2024 年	生命信息监测系列产品 （一次性使用桡动脉压 迫止血器）	80.44%	77.35%	是

因此，报告期内，公司向前述 4 家前员工设立经销商的销售价格整体公允，整体毛利率与当期对应系列产品毛利率基本一致。部分产品的销售毛利率根据实际销售情况与整体平均水平产生一定偏差，但仍处于公允合理区间，主要系当期采购规模等因素影响所致，整体具有商业合理性。

2. 说明大经销商战略选择浙江区域且选择浙江百谷医疗科技有限公司作为试行经销商的原因

公司为优化经销商结构，适当提升经销商集中程度，持续提高公司对经销商的管理效率，在浙江区域市场试点大经销商政策，对于在向浙江百谷医疗科技有限公司（以下简称浙江百谷）授权范围内，通过其向下游销售。具体授权产品及授权区域如下：

授权产品名称	授权区域
一次性使用麻醉穿刺包（AS-E-04、AS-E/S II-04）、一次性使用压力传感器（DBPT-0203、DBPT-0903）、一次性使用体温传感器（HTB01、HT01；HT02；HT03；HT04）等）	浙江（宁波、绍兴除外）
一次性使用压力传感器（DBPT-0203、DBPT-0903）、一次性使用体温传感器等	宁波、绍兴地区

公司大经销商战略选择浙江区域，且选择浙江百谷医疗科技有限公司作为试行经销商的主要原因如下：

（1）公司作为立足浙江、辐射全国、面向全球的麻醉类医疗器械耗材生产企业，自创立以来始终扎根于浙江本土，在浙江地区积累了相对全面、完整的经销商服务体系网络。报告期内，公司华东大区销售收入分别为 10,311.00 万元、12,307.53 万元、11,178.26 万元和 6,072.29 万元，主营业务收入占比分别为 38.59%、40.33%、36.84%和 39.04%。浙江地区作为经济发展排头兵，省内医疗资源相对更为丰富，产品需求相对更加充足，终端客户资源相对更加充分。因此，公司基于自身注册和实际经营办公地区、浙江地区终端医疗资源禀赋以及相对成熟的经销网络布局，选择浙江地区作为大经销商战略试点。

（2）浙江百谷医疗科技有限公司，作为公司长期持续合作的主要经销商，报告期内该公司通过其自身及其集团旗下子公司与公司持续开展业务。公司基于其较大的经营规模、相对完善的销售网络建设、专业化较强的医疗行业客户服务能力等综合因素，选择与其开展大客户经销试点，具体情况如下：

浙江百谷医疗科技有限公司（含同控主体）有关经营实力情况			
注册资本	3,000 万元	成立时间	2008 年 8 月 8 日
公司员工人数	120 余人	年销售额	超过 2 亿元
公司经营范围	是医药业内专业的医疗耗材经营企业，拥有《医疗器械经营许可证》，可经营全范围的 II、III 类医疗器械。服务眼科、普外科、神经外科、皮肤、理疗护理、心内科六大学科，经营 500 多个品种，1000 多个规格		
公司经营实力	浙江百谷的智慧供应链系统——百谷医耗 TM 保证了耗材流通过程中的智慧、安全、高效，有效地链接和打通了工厂到临床的物流、信息流及资金流，做到“三流合一”。该系统包括仓储 2000 多平方米，冷库 1000 多立方米，有专门的运输车辆及冷链车，可以做到全程监控和数据采集，可以保障浙江、江西两省的全面覆盖		
公司合作客户	上海其胜、美国巴德、德国崇舒米娜、北京天地和协、美国安捷泰、日本 UNITIKA、乐普医疗等国内外知名企业		
终端客户资源	与浙江百谷业务关系紧密的医院 500 多家，浙江省全省所有二级以上医院全部覆盖，并获得 50 多个企业省级配送制授权		
销售体系网络	公司销售网络覆盖浙江、江西、江苏、上海、山东、福建、南京等省市及系统，正发展陕西、河南省市场		

主要经营产品	手术类止血材、缝线，心脏介入类的支架、球囊，骨科的骨填充、骨诱导材料，物理治疗类包括穴位贴、灸热贴、冷敷贴、降温贴等
集团有关子公司介绍	浙江百谷拥有专业生产企业崇山生物，从事医用 I 型活性胶原蛋白生物材料，集研发，生产，销售为一体，产品用于创伤修复、创伤护理以及医学美容等领域。拥有 10000 级洁净厂区，符合 III 类医疗器械质量体系要求的厂房和实验室，以及国际先进的生物发酵、提取、纯化及冻干等生产设备和全套的检测仪器。2020 年 12 月，崇山生物荣获国家高新技术企业称号。2022 年 4 月，通过了国家认可的 ISO13485 医疗器械质量管理体系认证

注：浙江百谷医疗科技有限公司基本情况数据来源于企查查等工商信息查询网站，有关其公司介绍来源于公开网络检索查询，包括但不限于：浙江省医疗器械行业协会官方公众号介绍（<https://mp.weixin.qq.com/s/4La0e9TJQ16nnUrTVMi0VQ>）、浙江省杭州市拱墅区小河街道官方公众号介绍（https://mp.weixin.qq.com/s/M7X-NtJA368ZC_cVq8quDw）等

综上分析，公司大经销商战略选择浙江区域，且选择浙江百谷医疗科技有限公司作为试行经销商，具有合理性。

（四）结合经销商备货周期、平均采购频率、单次采购数量、单次采购金额及变动情况，分析经销商备货与进销存情况是否匹配，说明部分经销商期末存货较高的合理性及期后销售情况；结合主要经销商向发行人采购金额及占比、向下游客户销售金额及占采购额的比重、各期进销存情况、期末库存余额及占比、期后销售周期及采购情况等，说明经销商是否已实现终端销售，发行人是否存在向经销商压货的情况

1. 结合经销商备货周期、平均采购频率、单次采购数量、单次采购金额及变动情况，分析经销商备货与进销存情况是否匹配，说明部分经销商期末存货较高的合理性及期后销售情况

（1）经销商备货周期、平均采购频率、单次采购数量、单次采购金额及变动情况

1) 经销商备货周期

经销模式下，公司与主要经销商客户签订框架性合同，经销商采购采取“以销定采”模式，即经销商通常在获取终端客户需求后再向公司采购产品并销售至客户，在采购时结合其自身备货周期和终端医疗机构需求量等情况综合考虑。公司产品的订货及交货周期相对较短，经销商周转周期整体维持在较快水平，不存在积压滞销情形。

我们在对公司经销商的访谈核查中，询问并实地查看经销商期末库存情况，取得主要经销商提供的进销存明细情况表，其中包括当期向公司采购数量、实现

终端销售数量与期末库存数量。

我们获取的公司主要经销商的签署版访谈问卷以及获取的经销商库存数据等相关资料，报告期内，公司经销商通常根据下游市场需求备货 1-3 个月左右的库存规模，经销商备货周期具有合理性，整体不存在大幅变动的情况。

2) 经销商平均采购频率、单次采购数量、单次采购金额

公司结合经销商实际最终转化为订单的采购频次、采购金额、采购量等情况，并结合报备的销售流向等信息，可以整体掌握并了解其经营情况和终端销售情况。同时，针对产品的终端客户使用情况，公司通过经销商定期提供销售流向数据、库存盘点等方式，结合售后回访等可进一步了解终端客户的使用情况并掌握产品在终端客户的销售流向。

经销模式下，公司经销商根据其下游市场需求等情况按需采购。报告期内，公司经销商订单频次、单次采购数量及单次采购金额分布如下：

项目	单位	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
订单次数	次	13,046.00	24,578.00	21,948.00	19,685.00
采购频率	次/月/家	2.38	2.05	1.94	1.79
当期经销收入	万元	12,933.43	25,811.59	27,337.02	24,162.84
平均单次采购数量	万个/只/套/次	0.06	0.06	0.07	0.06
平均单次采购金额	万元/次	0.99	1.05	1.25	1.23

注 1：采购金额及订单数量对应期间以收入确认时点进行确定

注 2：采购频率=订单数量/（12*全年有交易的经销商家数），或=订单数量/（6*全年有交易的经销商家数）；

注 3：单次平均采购数量=当期经销产品总数量/订单数量，单次平均采购金额=当期经销收入/订单数量

由于公司主要产品为医用麻醉相关领域的一次性医疗器械，产品细分品类及规格型号较多，单位价格相对较低，因此经销商下单采购呈现小额多频的分布特点，符合公司实际业务特征，符合行业惯例，具有商业合理性。

从采购频率维度，报告期内，公司单家经销商平均月度采购频率分别为 1.79 次/月、1.94 次/月、2.05 次/月和 2.38 次/月，采购频率较稳定。从单次采购金额维度，报告期内，公司经销商平均单次采购金额分别为 1.23 万元/次、1.25 万元/次、1.05 万元/次和 0.99 万元/次，整体较为平稳。

综上分析，由于不同经销商的经营策略、经营规模、合作时间存在差异，同时经销商采购过程中需综合考虑资金安排、下游终端客户采购计划、经营计划安排及备货量等因素，不同经销商的采购频次、单次采购量具有一定差异，符合行业惯例。在平均单次采购金额相对稳定的前提下，随着公司产品下游需求快速增长，采购频次相应增加，具有合理性。

(2) 分析经销商备货与进销存情况是否匹配

保荐机构中信证券对报告期各期主要经销商实施进销存专项询证函，我们获取了进销存专项询证函，并对数据进行了复核。报告期各期末，进销存专项询证函的数据及销售周期情况如下：

单位：万元				
项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
进销存专项询证函回函经销商当期收入金额 ①	9,046.54	17,755.61	18,915.58	15,513.97
回函经销商当期收入占当期经销总收入比例	69.95%	68.79%	69.19%	64.21%
进销存专项询证函回函经销商当期期末库存金额 ②	1,440.63	1,964.01	2,486.27	2,335.24
结存比例 ③=②÷①	15.92%	11.06%	13.14%	15.05%
回函经销商家数 ④	124	138	131	117
回函经销商采购频率 ⑤	9.48	8.54	8.08	8.00
回函经销商平均单次采购金额 ⑥	1.28	1.25	1.49	1.38
销售周期天数 ⑦=[②÷④÷(⑤×⑥)]×30	28.66	39.82	47.32	54.19

注 1：采购金额及订单数量对应期间以收入确认时点进行确定

注 2：⑤回函经销商采购频率=回函经销商订单数量/（12*回函经销商中当期有交易的经销商家数），或=回函经销商订单数量/（6*回函经销商中当期有交易的经销商家数）

注 3：⑥回函经销商单次平均采购金额=①回函经销商当期收入金额/④当期有交易的回函经销商订单数量

报告期各期，公司进销存专项询证函回函经销商占经销收入比例分别为 64.21%、69.19%、68.79%和 69.95%，可有效代表公司整体经销商的备货及进销存基本情况。结合经销商库存测算，报告期内，公司进销存专项询证函回函经销商的销售周期分别为 54.19 天、47.32 天、39.82 天和 28.66 天，整体周转周期呈现加快趋势，显示出经销商较快的采购与向下游销售能力，与公司经销商平均备货周期为 1-3 个月的整体情况相匹配。

报告期各期末，公司回函经销客户当期采购公司产品的期末结存比例分别为15.05%、13.14%、11.06%和15.92%，平均结存金额分别为19.96万元、18.98万元、14.23万元和11.62万元，金额及占比均较小。

(3) 说明部分经销商期末存货较高的合理性及期后销售情况

1) 主要经销商期末库存情况

报告期各期末，公司前十大经销商的期末库存合计占对应各期全年销售总额比例分别为15.11%、12.48%、8.74%和11.84%，期末库存占比整体较少，且整体呈下降趋势，期末结存库存主要系经销商在年底正常的错峰备货，期末库存金额与公司向其销售金额整体匹配，不存在存货压货的情形。

报告期各期末，公司前十大经销商的存货占比情况具体如下：

① 2025 年 1-6 月

单位：万元			
经销商名称	2025 年 6 月末 库存金额	2025 年 1-6 月 销售金额	库存金额/销售金 额
广州融盛医疗器械有限公司	237.84	1,258.66	18.90%
浙江百谷医疗科技有限公司	58.22	801.23	7.27%
山西康丽泽科贸有限公司		334.44	
上海泰悦医疗器械商行		305.50	
江苏美康商贸有限公司	65.81	297.95	22.09%
广西金之宏贸易有限公司	21.71	253.36	8.57%
江西万顺全医疗器械有限公司		226.09	
重庆永昕记医疗器械有限公司	29.15	182.41	15.98%
湖南海特医疗器械有限公司	27.35	174.04	15.71%
镇江赫力医疗器械有限公司	34.18	173.59	19.69%
合 计	474.26	4,007.27	11.84%

② 2024 年

单位：万元			
经销商名称	2024 年库存金额	2024 年销售金额	库存金额/销售金额
广州融盛医疗器械有限公司	135.19	2,078.26	6.51%
浙江百谷医疗科技有限公司	101.64	1,389.48	7.31%
山西锦旭通生物科技有限公司	183.70	664.76	27.63%
广西金之宏贸易有限公司	28.86	586.58	4.92%
上海泰悦医疗器械商行		480.30	
镇江赫力医疗器械有限公司	106.14	476.87	22.26%
山西康丽泽科贸有限公司		417.87	
湖南海特医疗器械有限公司	29.76	416.64	7.14%
重庆永昕记医疗器械有限公司	42.24	346.74	12.18%
江西万顺全医疗器械有限公司		321.49	
合 计	627.53	7,178.99	8.74%

③ 2023 年

单位：万元			
经销商名称	2023 年库存金额	2023 年销售金额	库存金额/销售金额
广州融盛医疗器械有限公司	273.47	2,599.99	10.52%
浙江百谷医疗科技有限公司	153.40	1,199.27	12.79%
山西锦旭通生物科技有限公司	206.50	914.86	22.57%
江苏美康商贸有限公司	188.38	717.69	26.25%
上海泰悦医疗器械商行		492.96	
镇江赫力医疗器械有限公司	12.20	449.32	2.71%
广西金之宏贸易有限公司	22.12	435.16	5.08%
上海双挚医疗器械有限公司	40.79	419.01	9.74%
江西省搏强医疗器械有限公司	62.90	379.62	16.57%
广西瓯文医疗科技集团有限公司	27.39	304.62	8.99%
合 计	987.16	7,912.51	12.48%

④ 2022 年

单位：万元

经销商名称	2022 年库存 金额	2022 年销售 金额	库存金额/销售 金额
广州融盛医疗器械有限公司	215.85	2,265.08	9.53%
浙江百谷医疗科技有限公司	329.04	1,621.29	20.30%
山西锦旭通生物科技有限公司	105.89	497.77	21.27%
广西朱江医疗设备有限公司	84.67	488.12	17.35%
江苏美康商贸有限公司	155.06	466.81	33.22%
湖南海特医疗器械有限公司	117.34	455.19	25.78%
江西贯白科技有限公司		414.13	
镇江赫力医疗器械有限公司	13.65	397.77	3.43%
江西省搏强医疗器械有限公司	44.20	327.29	13.50%
广西瓯文医疗科技集团有限公司	21.16	258.26	8.19%
合 计	1,086.87	7,191.72	15.11%

公司个别经销商期末库存占公司向其经销收入比重较大，主要原因系受春节假期及物流停运因素影响部分经销商备货时间提前，同时公共卫生事件结束后部分经销商预计下游市场需求增长情况适当提高备货规模所致。

总体上，公司主要经销商期末库存情况与经销商备货周期相匹配，经销商期末库存水平处于安全合理的备库水平，即经销商根据下游市场需求及终端医院使用情况进行备货，经销商一般备货周期为 1-3 个月左右。公司经销商终端销售实现情况良好，公司产品已在全国各层级特别是三级医院得到较为广泛应用。

2) 主要经销商库存的期后消化情况

根据已获取的各期前十大经销商的期后对外销售数据，公司主要经销商期末库存的期后消化情况良好，不存在库存囤积的情形。报告期内，公司各期前十大经销商的期末库存及期后消化具体情况如下：

单位：万元

序号	主要经销商名称	2025 年 6 月末 期末库存	2025 年 7-8 月 对外销售金额	期后销售金额/ 期末库存占比
1	广州融盛医疗器械有限公司	237.84	450.63	189.47%
2	浙江百谷医疗科技有限公司	58.22	342.24	587.85%
3	山西锦旭通生物科技有限公司	76.08	178.68	234.85%
4	广西金之宏贸易有限公司	21.71	87.06	400.96%

5	上海泰悦医疗器械商行		不适用	不适用
6	镇江赫力医疗器械有限公司	34.18	86.91	254.27%
7	山西康丽泽科贸有限公司		不适用	不适用
8	湖南海特医疗器械有限公司	27.35	67.58	247.12%
9	重庆永昕记医疗器械有限公司	29.15	55.89	191.72%
10	江西万顺全医疗器械有限公司		不适用	不适用
11	江苏美康商贸有限公司	65.81	93.90	142.69%
12	上海双挚医疗器械有限公司		不适用	不适用
13	江西省搏强医疗器械有限公司	7.64	53.21	696.57%
14	广西瓯文医疗科技集团有限公司	22.23	38.60	173.64%
15	广西朱江医疗设备有限公司	2.32	9.10	391.77%
16	江西贯白科技有限公司		不适用	不适用

报告期内，公司主要经销商的各期末库存占比整体较少，符合医疗器械耗材行业正常的安全库存周期及行业惯例，期后库存消化情况良好，不存在期末压货的情况。

2. 结合主要经销商向公司采购金额及占比、向下游客户销售金额及占采购额的比重、各期进销存情况、期末库存余额及占比、期后销售周期及采购情况等，说明经销商是否已实现终端销售，公司是否存在向经销商压货的情况

关于主要经销商向公司采购金额及占比、向下游客户销售金额及占采购额的比重、各期进销存情况、期末库存余额及占比、期后销售周期及采购情况等，已在本问询回复的本题目前文部分进行详细回复。

我们就公司经销商的终端销售实现情况执行了访谈核查、销售发票真实性核查等核查程序，详见本问询回复三(八)之说明。

我们通过获取各主要经销商其向下游客户的销售流向清单，并根据终端客户数量、销售产品数量及金额情况，按照重要性原则，综合选取下游和终端客户核查对象，以现场走访或视频访谈的形式进行穿透核查；通过获取报告期内主要经销商向下游销售的销售明细、增值税发票、开票明细，核查经销商对外销售的真实性，并抽取主要经销商向下游终端医院的销售发票资料等，核查经销商最终销售的真实性。

综合前文有关情况和分析，报告期内，公司主要经销商终端销售实现情况良好，公司不存在向经销商压货的情况。

（五）说明差异化运费承担机制下对同一经销商定价及收入、成本、毛利率的影响；说明报告期内经销商返利政策的执行情况、会计处理合规性、返利金额与收入的匹配性，说明差异化返利政策的制定依据、经销商选择方式及合理性；说明退换货政策及执行情况，是否存在终止合作后退换货的情况，与发行人退换货政策的匹配性及会计处理合规性

1. 说明差异化运费承担机制下对同一经销商定价及收入、成本、毛利率的影响

为考虑运输成本的经济性，公司针对经销商单次进货数量和金额较少的情况，制定了差异化运费承担机制。具体情况如下：

承担对象	具体情形	运输费的账务处理
公司承担	(1)常规产品：单次发货的货款金额 ≥ 5000 元，由公司承担运费并对经销商提供送货服务； (2)特色产品：（一次性使用湿化鼻氧管、一次性使用加湿输氧面罩，该等产品包含液体，产品单价相对较低、运输成本相对较高，故以个数进行运费分摊）：单次发货数量 ≥ 1000 个，公司承担运费并对经销商提供送货服务；	运输费由公司向第三方承运商支付，按权责发生制计入主营业务成本
客户承担	(1)常规产品：单次发货的货款金额 < 5000 元，运输费用全部由经销商承担； (2)特色产品：（一次性使用湿化鼻氧管、一次性使用加湿输氧面罩，该等产品包含液体，产品单价相对较低、运输成本相对较高，故以个数进行运费分摊）：单次发货数量 < 1000 个，运输费用全部由经销商承担； (3)经销商要求需要尽快到货，视为“紧急”发货，“紧急”发货产生的费用由对方承担	运输费统一由公司向第三方承运商支付，按权责发生制计入主营业务成本，运输费与货款一起开票收取 运输费统一由公司向第三方承运商支付，按权责发生制计入主营业务成本，向客户收取的运输费单独开票并冲减主营业务成本

报告期内，客户承担的运输费及占公司主营业务毛利的比例情况如下：

单位：万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
客户承担运输费	5.93	12.48	9.99	8.85
主营业务毛利	8,019.68	15,800.94	16,220.42	14,117.51
客户承担运输费占主营业务毛利的比例	0.07%	0.08%	0.06%	0.06%

由上表可见，客户承担的运输费占主营业务毛利的比例较小，差异化运费承担机制对同一客户定价及毛利率的影响较小。

2. 说明报告期内经销商返利政策的执行情况、会计处理合规性、返利金额与收入的匹配性，说明差异化返利政策的制定依据、经销商选择方式及合理性

(1) 说明报告期内经销商返利政策的执行情况

报告期内，公司针对不同种类经销商，设置了不同的返利政策。报告期内，公司基于经销商当年销量的达成率、销售数据上传情况，给予销售合同项下实际采购额相应比例的销售折扣或返利，通过票折的方式结算给经销商，主要有销售数据上传折扣、销量折扣两种方式。返利具体情况如下：

年份				2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
前置条件	销售任务完成折扣	大客户	是否缴纳保证金	是	是	是	是
			实际发货金额大于 30 万元	是	是	是	是
			指标达成率大于 70%	是	是	是	是
			流向是否齐全	是	是	是	是
		普通客户	/	普通客户无销售任务完成折扣			
	销售数据上传折扣	大客户和普通客户	流向是否齐全	是	是	是	是
返利政策	销售任务完成折扣	大客户	给予年发货（不含税）金额扣除特价以及特配产品后的发货净额的 2%-4%作为销售返利，返利为各区间之和。具体内容如下： ①发货金额 100 万元（含）以下，2%；100 万-400 万（含）部分为 3%；大于 400 万以上部分为 4%；②计算销售返利时，扣除特价以及特配产品后的发货金额的上限为销售指标的 130%。				
		普通客户	普通客户无销售任务完成折扣				
	销售数据上传折扣	大客户	①合并核算：如果每月上传流向资料，给予发货金额的 1% 作为流向费。 ②销量在 200 万以下（含），上限为 1 万元；销量 200 万元以上，上限为 2 万元。				
		普通客户	①合并核算：如果每月上传流向资料，给发货金额的 1% 作为流向费。 ②流向费上限 3 千元。				

浙江百谷医疗科技有限公司（以及上海泰悦医疗器械商行、浙江崇山生物制品有限公司、江西贯白科技有限公司、上海敬重医疗器械有限公司）其作为公司在浙江省内部分产品的总经销合作机构，不享受相关销售任务完成返利政策。

报告期内，公司根据经销商返利政策计提及实际给予经销商的返利如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期初余额 (A)	188.84	238.41	237.91	334.60
本期新增 (B)	70.76	188.84	238.41	237.91
本期使用 (C)	137.09	238.41	237.91	334.60
期末余额 (D=A+B-C)	122.51	188.84	238.41	237.91

注：2025 年使用 2024 年计提的返利；2024 年使用 2023 年计提的返利；2023 年使用 2022 年计提的返利；2022 年使用 2021 年计提的返利

(2) 会计处理合规性

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》规定：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。

根据公司与客户签订的经销协议，所有涉及返利的客户均在达到协议所约定的各项标准后才取得额外购买权，公司通常以未来采购价格折扣形式发放。公司认为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，公司在按当年客户销售情况与返利计算标准预估返利金额，按所属期间冲减当期营业收入，并确认其他应付款，在该返利实际执行时，按照分摊的交易对价确认收入并冲减其他应付款。

综上所述，公司销售返利相关的会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

同行业可比公司未披露销售返利及会计处理情况。选取医疗器械行业的其他上市公司对销售返利的会计处理作为参考，与公司不存在重大差异，具体如下：

上市公司	公司简介	会计处理
春立医疗 (688236.SH)	主营业务系植入性骨科医疗器械的研发、生产与销售	自 2018 年开始，根据新收入准则，返利部分对应的兑现返利实物在控制权转移时确认该部分收入的实现。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 借：营业成本 贷：存货
仁度生物 (688193.SH)	主营业务为研发，生产和销售以该技术平台为基础的分子诊断试剂和设备一体化产品，专注于为生殖，呼吸，消化，血液，食品，环境安全等领域病原体的精准诊断，有效防控和个性化诊疗提供解决方案	在会计期末根据客户销售目标完成情况和合作客户协议中销售返利的具体条款，计提销售返利并冲减销售收入。相关会计处理如下： ① 计提返利会计处理： 借：主营业务收入 贷：其他应付款（预提返利）； ② 实际返还时会计处理： 借：其他应付款（预提返利） 贷：主营业务收入

(3) 返利金额与收入的匹配性

报告期内，公司经销商返利金额及比例具体情况如下：

单位：万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销商销售返利金额	70.76	188.84	238.41	237.91
享受返利政策的经销收入	3,295.67	8,688.51	10,495.05	11,842.91
经销商销售返利占享受返利政策经销收入的比例	2.15%	2.17%	2.27%	2.01%

报告期内，公司经销商返利金额分别 237.91 万元、238.41 万元、188.84 万元和 70.76 万元，占享受返利政策的经销收入比例分别为 2.01%、2.27%、2.17%和 2.15%，公司经销返利与经销收入匹配。

(4) 说明差异化返利政策的制定依据、经销商选择方式及合理性

1) 说明差异化返利政策的制定依据、经销商选择方式

公司实施差异化返利政策的核心目的是激励经销商积极拓展市场、达成销售目标并维护良好的市场秩序，最终实现公司与经销商的共同发展。具体返利政策详见本问询回复三(五)2(1)之说明。

差异化返利政策适用于所有与公司签订正式经销协议的经销商。每年初公司

基于经销商上年度销售数据、市场覆盖情况等对经销商进行综合评估，经销商适用的返利框架在年度经销协议中明确约定。

2) 差异化返利政策的合理性

差异化返利政策提升了经销商的合作积极性和满意度，促进了公司销售收入增长。差异化返利条款系医疗器械行业较为常见的业务模式，同行业上市公司公开披露的信息如下：

公 司	公司简介	差异化返利政策
春 立 医 疗 (688236.SH)	主营业务系植入性骨科医疗器械的研发、生产与销售	传统经销模式下，由于医院手术量不同，公司对经销商无统一最低绝对值销量要求，但对于某些地区的经销商，其销量达到一定目标时，公司将实施返利政策
仁 度 生 物 (688193.SH)	主营业务为研发，生产和销售以该技术平台为基础的分子诊断试剂和设备一体化产品，专注于为生殖，呼吸，消化，血液，食品，环境安全等领域病原体的精准诊断，有效防控和个性化诊疗提供解决方案	公司与主要经销商确定销售目标，针对部分经销商，若合同考核期内销售额达销售目标，公司予以返利支持。公司对经销商的返利政策是分别与每一家经销商协商的结果，结合经销商的采购规模、回款情况、所处区域的市场竞争情况、达成销售目标的难易程度等因素综合确定
微 电 生 理 (688351.SH)	主营业务为心脏电生理介入诊疗有关的各类医疗器械和设备研发、生产和销售	经销模式下，为部分经销商设置返利政策，且平台经销商和其他境内经销商返利政策不同。对于平台经销商，返利方式包括价差补偿返利及采购指标返利，对于其他境内经销商，返利方式包括订单指标返利、重点产品返利、终端用量返利及其他返利

综上，公司设置差异化返利政策符合行业惯例，具有合理性。

3. 说明退换货政策及执行情况，是否存在终止合作后退换货的情况，与公司退换货政策的匹配性及会计处理合规性

(1) 说明退换货政策及执行情况

公司为买断式经销模式，原则上不予退换货。对由于公司产品质量问题引起的终端客户退货，由公司承担相应责任。若经销商收到货物如存在质量疑问，经公司品质部门确认为质量问题，可以申请退/换货，退货遵从公司的相应审批流程。对因其他非公司产品质量问题等原因，经销商需要退/换货的，通常仅限于有效期在半年以上且采购时间在半年以内，仍可继续销售并且包装完整的产品，经销商应当填写《退/换货申请表》，并在得到公司批准后，且经销商需承担往返运输费用和所退货货物总价值（含税）相应的退货费，才能将货物退回。

报告期内，公司实际发生的退换货情况如下：

单位：万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
退货金额	34.92	147.74	92.14	91.51
换货金额	60.71	77.65	166.82	66.76
主营业务收入	15,553.26	30,346.81	30,519.66	26,718.48
退换货金额/主营业务收入	0.61%	0.74%	0.85%	0.59%

报告期内，公司退换货金额占当期收入的比例较小。

(2) 是否存在终止合作后退换货的情况

报告期内，公司不存在终止合作后退换货的情况。

(3) 与公司退换货政策的匹配性及会计处理合规性

报告期内，公司经销商退换货与公司退换货政策相匹配。公司退换货会计处理如下：

时 点	会计处理
期末预提	根据历史退货率预计产品退回情况，计提预计负债 借：主营业务收入 贷：预计负债 并相应调整成本 借：其他流动资产 贷：主营业务成本
实际退换货	对期末预提退货进行冲减 借：主营业务收入（红字） 贷：预计负债（红字） 并相应调整成本 借：其他流动资产（红字） 贷：主营业务成本（红字） 按退货金额冲减当期主营业务收入 借：主营业务收入 借：应交税费-应交增值税 并相应冲减主营业务成本 贷：应收账款 借：库存商品 贷：主营业务成本 后续换货订单，公司按照正常销货流程待客户确认收货后确认销售收入 借：应收账款 贷：应交税费-应交增值税 贷：主营业务收入 并相应结转主营业务成本 借：主营业务成本 贷：库存商品

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）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”。公司退换货的相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（六）核查过程及结论

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

（1）获取公司报告期内经销协议文件，分析公司经销商分类方式及主要管理制度，获取公司产品销售收入及成本清单明细，分析各类经销商的数量、收入金额及占比、分布区域与终端客户需求的匹配性、各类经销商销售毛利率差异、报告期内变动情况及合理性。获取公司与各期前十大经销商报告期内的对账单文件，对公司各期前十大经销商执行往来询证函核查，确认相关对账及函证差异情况；

（2）获取公司销售收入客户明细，分析公司报告期内经销商变动的合理性，获取公司产品销售收入及成本清单明细，分析不同变动原因下经销商变动的数量、销售金额、毛利率、返利、退换货情况；获取公司《销售管理制度》《销售合同管理制度》等制度文件，结合经销商管理机制、合作协议中的服务周期约定、经销商与公司业务分工等，分析经销商变动对公司业务维系、市场拓展的影响。查阅同行业可比公司及医疗行业上市公司公开披露文件，分析公司经销商规模及变动与同行业可比公司经销商数量及变动情况的差异及合理性

（3）获取公司销售收入客户明细，查阅国家企业信用信息公示系统、企查查等工商信息查询网站，分析公司报告期内规模小、参保人数少、成立时间较短即与公司合作的经销商情况，访谈公司报告期内主要经销商，确认相关经销商是否专门或主要销售公司产品，分析公司非法人实体经销商、公司关联方、（前）员工及其亲属设立或控制的经销商的基本情况、经营资质、人员配备与销售能力、销售金额的匹配性情况，分析大经销商战略选择浙江区域且选择浙江百谷医疗科技有限公司作为试行经销商的原因；

（4）获取公司产品销售收入及成本清单明细，分析经销商备货周期、平均采购频率、单次采购数量、单次采购金额及变动情况。走访公司主要经销商，分析经销商备货与进销存的匹配情况，获取公司主要经销商流向文件，确认部分经销商期末存货较高的合理性及期后销售情况。结合主要经销商向公司采购金额及占

比、向下游客户销售金额及占采购额的比重、各期进销存情况、期末库存余额及占比、期后销售周期及采购情况等，分析公司经销商的终端销售实现情况，判断公司是否存在向经销商压货的情况；

(5) 了解公司报告期运输费承担政策，获取销售运费明细表，查看公司运费账务处理，分析客户承担运输费对公司主营业务毛利的影响；

(6) 了解公司报告期返利政策，获取公司返利计算明细表，检查报告期公司返利政策执行情况，分析返利金额是否与收入相匹配；查阅同行业上市公司返利政策，分析公司制定差异化返利政策的合理性；检查返利相关会计处理；

(7) 了解公司报告期退换货政策，获取公司退换货明细表，检查是否存在终止合作后退换货的情况，检查公司实际退换货是否与退换货政策相一致，检查公司退换货会计处理。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司采用的经销模式均为境内经销，且均为买断式销售，经销商分为普通经销商和配送商，其中普通经销商包括年销售额不低于 30 万元，或经公司评估后认为具有重点销售渠道和发展潜力的经销商。公司制定的与经销商管理相关的制度合理，相关内控措施有效，能够满足日常经营需要，得到了有效运行。公司经销商以签约经销商为主，公司各收入区间的经销商的数量、销售收入及毛利占比总体相对稳定。在医疗资源相对更为丰富的华东、华南等地区，终端临床产品需求相对更加充足，公司销售资源投入也更为集中，公司经销商渠道分布也更为广泛，经销商分布区域与终端客户需求整体匹配。公司经销商收入主要集中于签约经销商，各收入规模经销商的毛利率整体差异较小，毛利占比集中于收入在 30 万元以上规模较大的经销商。公司针对有应收账款的经销商已建立了对账机制，与主要经销商客户的定期日常对账执行情况良好；

(2) 公司经销商以签约经销商为主，总体呈增加趋势，且退出的数量相对较少，整体较为稳定。公司新增经销商收入占比和毛利占比较小且整体较为稳定，收入贡献整体稳定，新增经销商产生的收入毛利率与报告期内公司经销模式整体毛利率不存在较大差异，新增经销商退换货金额及占比相对较小，不存在大额异常退换货情况，各期新增经销商返利金额及占比整体较低。公司退出经销商收入占比和毛利占比较小且整体较为稳定，各类别下退出的经销商在退出前一年度对

收入的贡献较小，退出经销商产生的收入毛利率与公司经销模式整体毛利率不存在较大差异，退出经销商退换货金额及占比相对较小，不存在大额异常退换货情况，公司各期退出经销商返利金额及占比整体较低。公司与经销商就双方合作的周期、业务分工、权利义务等进行了明确约定，与主要经销商之间已建立了良好、稳定的合作关系，经销商新增及退出属于正常商业波动，不存在对公司生产经营和销售造成重大不利影响的情况。公司经销商规模及变动符合医疗器械生产企业发展的实际情况，与医疗器械同行业可比公司的经销商数量及变动趋势不存在明显差异；

(3) 公司存在部分经销商规模较小、参保及员工人数较少的情形，相关合作具有相应的业务合作背景，以经销模式为主的医疗器械类上市公司中，同样存在部分主要经销商规模小、参保及员工人数少的情形，公司有关经销商毛利率及定价与整体经销商之间不存在明显差异。公司经销商中成立时间较短即开展合作的相关交易金额合计占比较小，不存在新设经销商收入占公司经销收入比重较高的情形。公司主要经销商并非专门销售公司产品。公司存在少量非法人经销实体客户，相关非法人经销商均可通过取得医疗器械经营备案或许可开展医疗器械经营业务，且在当地有一定的销售渠道，符合公司经销商准入条件。公司存在少量非主要经销商为前员工入股或担任董事、监事、高管等主要职务的情况，前员工设立经销商的销售价格整体公允，整体毛利率与当期对应系列产品毛利率基本一致。公司基于自身注册和实际经营办公地区、浙江地区终端医疗资源禀赋以及相对成熟的经销网络布局，选择浙江地区作为大经销商战略试点，同时公司基于浙江百谷较大的经营规模、相对完善的销售网络建设、专业化较强的医疗行业客户服务能力等综合因素，选择与其开展大客户经销试点，具有合理性；

(4) 公司经销商通常根据下游市场需求备货 1-3 个月左右的库存规模，经销商备货周期具有合理性，整体不存在大幅变动的情况。经销模式下，公司经销商根据其下游市场需求等情况按需采购。由于不同经销商的经营策略、经营规模、合作时间存在差异，同时经销商采购过程中需综合考虑资金安排、下游终端客户采购计划、经营计划安排及备货量等因素，不同经销商的采购频次、单次采购量具有一定差异。公司进销存专项询证函回函经销商的销售周期与公司经销商平均备货周期为 1-3 个月的整体情况相匹配。公司前十大经销商的期末库存占比整体较少。公司主要经销商期末库存的期后消化情况良好，不存在库存囤积的情形。

报告期内，公司主要经销商终端销售实现情况良好，公司不存在向经销商压货的情况；

(5) 差异化运费承担机制影响同一客户收入、成本账务处理，其对同一客户定价及毛利率的影响很小；

(6) 报告期公司经销返利执行情况与返利政策一致，公司返利金额与经销收入相匹配，相关会计处理符合准则要求，公司制定差异化返利政策符合行业惯例，具有合理性；

(7) 报告期公司经销商退换货与公司退换货政策相匹配，不存在终止合作后退换货的情况；公司退换货会计处理符合《企业会计准则》规定。

(七) 说明对经销收入真实性的核查范围、方法、过程、证据及结论，包括但不限于各层级经销商的抽样方法、核查数量、收入及占比，各类核查程序的实施情况及替代程序核查充分性

1. 核查程序

报告期内，公司专业从事麻醉相关领域医疗器械产品的研发、生产和销售，采用“经销为主，直销为辅”的销售模式，与同行业可比公司的销售模式基本一致，符合行业惯例。经销模式下，公司与经销商实行买断式销售，即公司向经销商销售产品后，商品的控制权、风险及报酬即转移至经销商。

公司销售部门负责对经销商的开发、选取和考察，从主体资格、经营资质、商业信用以及当地市场开拓能力等方面对经销商进行审查，公司销售人员负责经销商的初步筛选及审查，商务部门对经销商的经营资质及市场开拓能力进行审核，财务部负责对经销商的商业信用进行审核，审核完成后由商务部专员发起经销商建档申请，经商务部经理审批通过后方能建立客户信息档案，建档后公司与经销商正式签订经销协议并开展商业合作。

公司针对经销商管理制定了《经销商管理制度》等关于经销模式销售的内部控制制度以及管理办法，并与经销客户签署经销协议。公司对经销商的日常管理根据公司经销商管理制度以及公司与经销商签订的经销协议执行，主要包括经销商资质管理、产品培训管理以及经销行为规范管理等。

综合以上因素，我们对经销商核查制定了相应的全套核查程序。

(1) 经销商核查样本的选取标准和抽样方法

我们就公司经销收入真实性的核查样本的选取标准和抽样方法具体如下：

类 别	选取标准及抽样方法
经销商访谈程序	① 选取覆盖各期经销收入约 70%的经销客户； ② 根据经销商在各报告期金额的分布情况进行分层抽样； ③ 对报告期内重要新增经销商、部分销售金额较小的经销商进行非统计抽样
收入及应收账款函证程序	① 将经销商各期交易金额分别进行排序，根据经销商在各报告期金额的分布情况进行分层抽样，对各期交易金额较大的经销商客户进行非统计抽样； ② 结合经销客户重要性，对当期销售收入金额较小经销商进行非统计抽样； ③ 函证经销商客户覆盖各期经销收入约 70%
察看库存及期末现场盘点	① 针对访谈核查抽样样本，在实地访谈过程中现场察看其仓库库存，询问经销商期末库存情况； ② 除针对访谈抽样样本核查外，进一步选取各期单体口径下前十五大经销商中部分经销客户进行报告期末实地库存盘点； ③ 针对其他经销商，以获取销售流向以及期末库存数据的方式，核查经销商存货情况
实质性程序	① 选取报告期各期进入收入前十大的经销客户，检查与收入确认相关的支持性文件； ② 选取报告期各期进入应收账款前十大的经销客户，检查与收入确认相关的支持性文件

(2) 访谈核查

我们实地走访公司主要经销商，并对部分主要经销商执行下游分销商、终端客户等穿透访谈，察看其主要经营场所，公司产品在经营场所的库存状态，核查经销商或下游分销商的进销存系统等重要生产经营管理系统，了解进销存情况；了解经销商或下游分销商实际控制人和关键经办人相关信息、经销商向公司采购的商业理由，了解经销商或下游分销商的经营情况，通过访谈了解经销商或下游分销商资金实力。

针对公司经销商及下游客户数量众多的情况，我们基于重要性水平，根据经销商在各报告期金额的分布情况进行分层抽样，以确保金额较大的经销商客户及其下游客户核查比例较高，同时金额较小的经销商客户及其下游客户均有被选取的可能性。

1) 经销客户访谈核查

在访谈过程中，我们详细了解经销商与公司合作情况，包括但不限于合作历史、合作流程、费用承担原则、信用政策及结算方式、是否存在补贴或返利、退换货情况、是否存在第三方收付款、主要终端客户、市场区域、库存周期及期末库存情况、公司产品是否存在积压或滞销、公司产品的行业地位和市场占有率等情况；取得被访谈人的身份证等身份证明文件，以及经销商营业执照和医疗器械

经营许可证等生产经营所需资质证照复印件，核查经销商具备销售公司产品所需的必要生产经营能力；并取得关于与公司之间不存在关联关系的承诺函文件。

我们就公司报告期各期经销商访谈核查所执行的抽样比例情况具体如下：

单位：家

经销商收入 累计分层	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	经销商家数	访谈家数	访谈家数占比	经销商家数	访谈家数	访谈家数占比
前 25%收入	6	6	100.00%	8	8	100.00%
前 50%收入	36	36	100.00%	43	43	100.00%
前 75%收入	135	110	81.48%	152	120	78.95%
前 100%收入	915	160	17.49%	1,001	164	16.38%

（续上表）

经销商收入 累计分层	2023 年度			2022 年度		
	经销商家数	访谈家数	访谈家数占比	经销商家数	访谈家数	访谈家数占比
前 25%收入	8	8	100.00%	7	7	100.00%
前 50%收入	40	39	97.50%	42	38	90.48%
前 75%收入	142	112	78.87%	138	105	76.09%
前 100%收入	943	160	16.97%	919	146	15.89%

注：经销收入累计分层按经销商收入从大到小排序，以“前 25%收入”为例，该区间指覆盖各期经销收入前 25%的经销商

我们访谈的经销商情况具体如下：

单位：万元

项 目	已访谈经销商对应收入	当期经销总收入	访谈占比
2025 年 1-6 月	9,508.04	12,933.43	73.52%
2024 年度	18,640.14	25,811.59	72.22%
2023 年度	19,857.31	27,337.02	72.64%
2022 年度	16,753.22	24,162.84	69.33%

(3) 函证核查

我们对销售收入及应收账款余额向经销商独立发送函证，并对未回函部分执行替代测试程序。

报告期内，经销商发函及回函情况具体如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经销应收账款金额	2,369.87	2,431.88	3,350.09	3,354.35
经销应收账款发函金额	2,335.70	2,416.33	3,314.12	3,029.75
经销应收账款发函比例	98.56%	99.36%	98.93%	90.32%
经销应收账款回函可确认金额	2,244.10	2,350.75	3,188.81	2,920.42
经销应收账款回函可确认金额占比	94.69%	96.66%	95.19%	87.06%
经销应收账款替代测试确认金额	91.60	65.58	125.31	109.32
经销应收账款替代测试确认占比	3.87%	2.70%	3.74%	3.26%
经销应收账款可确认金额比例	98.56%	99.36%	98.93%	90.32%
经销收入金额	12,933.43	25,811.59	27,337.02	24,162.84
经销收入发函金额	10,331.34	21,424.85	23,049.86	19,466.98
经销收入发函比例	79.88%	83.00%	84.32%	80.57%
经销收入回函可确认金额	9,915.07	20,383.78	21,427.93	17,558.67
经销收入回函可确认金额占比	76.66%	78.97%	78.38%	72.67%
经销收入替代测试确认金额	416.27	1,041.08	1,621.93	1,908.31
经销收入替代测试确认占比	3.22%	4.03%	5.93%	7.90%
经销收入可确认金额比例	79.88%	83.00%	84.32%	80.57%

(4) 库存情况核查

公司经销模式下均为买断式销售，由经销商自行承担存货管理的风险。我们在实地访谈过程中询问经销商期末库存情况，并实地察看报告期内公司主要经销商的仓库；核查经销商库存情况是否与公司与其交易规模、业务模式相匹配，核查经销商是否存在库存积压等情形。

针对公司报告期单体口径下各期前十五大经销商中部分经销商，我们于报告期末执行现场库存专项盘点工作。

我们在访谈过程中对经销商库存抽查监盘的具体情况，及期末对主要经销商进行现场专项盘点的具体核查情况如下：

单位：家、万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
已现场察看经销商库存家数	136	137	129	118
已现场察看经销商库存的经销商收入金额	9,094.54	17,105.23	17,946.44	14,738.90
已现场察看经销商库存的经销商收入占当期经销总收入的比例	70.32%	66.27%	65.65%	61.00%
已执行期末库存现场盘点的前十五大经销商的收入金额	4,696.86	8,515.42	9,263.53	7,914.39
前二十大经销商收入金额合计	5,218.88	9,641.54	10,462.58	9,304.56
执行期末库存现场盘点的前十五大经销商收入占前二十大经销商收入比重	90.00%	88.32%	88.54%	85.06%

经核查，公司主要经销商的期末库存情况正常、周转情况良好，其中，前十五大经销商的期末库存合计占对应各期全年销售总额比例分别为 15.06%、12.95%、10.04%和 11.39%，期末库存占比整体较少，符合医疗器械耗材行业正常的安全库存周期及行业惯例。

(5) 经销商的回款情况

我们从银行直接获取公司报告期内银行开户清单及银行对账单、银行流水，对主要经销商的销售回款选取样本进行核查，重点关注银行流水流入的信息（包括金额、交易对象名称、日期）、票据流入的信息（包括金额、前手交易对象名称）、期后回款信息等，以核实销售记录的真实性。项目组对报告期内各期前十大经销商的销售收入均执行上述回款测试程序。

1) 销售收入总体回款情况

报告期内，公司应收账款信用政策较为谨慎，经销商回款方式主要为对公银行转账。同时，公司亦参考了行业惯例，综合评估客户的历史销售回款情况或新客户合作潜力，给予部分优质客户一定的授信。

报告期各期，公司销售回款的情况具体如下：

单位：万元

类 别	销售商品、提供劳务收到的现金	销售收入（不含税）	销售商品、提供劳务收到的现金/销售收入
2025 年 1-6 月	17,184.11	15,563.06	110.42%
2024 年度	34,755.03	30,373.35	114.43%
2023 年度	33,964.28	30,588.18	111.04%
2022 年度	29,340.97	26,772.11	109.60%

报告期各期，公司对经销商的销售收入及货款回款情况如下：

单位：万元

类 别	销售收入（含税）	货款回款金额	货款回款金额/ 销售收入（含税）
2025 年 1-6 月	14,614.77	14,405.23	98.57%
2024 年度	29,167.10	30,090.71	103.17%
2023 年度	30,890.83	30,638.73	99.18%
2022 年度	27,304.01	26,536.12	97.19%

注 1：此处经销收入（含税）为不含税收入*1.13

注 2：货款回款金额口径包含各期银行存款收款+票据回款+押金转货款-退款

报告期各期，公司销售产品的回款情况良好，回款比例超过 100%系销售收入为未税收入，税额差异导致。

2) 期末应收账款期后回款情况

报告期各期末，公司对经销客户的应收账款余额分别为 3,354.35 万元、3,350.09 万元、2,431.88 万元和 2,369.87 万元。截至 2025 年 8 月 31 日，经销客户的回款金额分别为 3,339.64 万元、3,333.77 万元、2,430.92 万元和 2,260.86 万元，公司经销客户各期末应收账款回款情况良好，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
经销客户期末应 收账款余额	2,369.87	2,431.88	3,350.09	3,354.35
期后回款金额	2,260.86	2,430.92	3,333.77	3,339.64
回款金额占比	95.40%	99.96%	99.51%	99.56%

经核查，报告期内经销商回款情况良好，未出现大额逾期款项无法收回等异常情况，能够支持销售收入的真实性。

(6) 分析经销模式商业合理性

我们通过对主要经营管理人员进行访谈及与同行业可比上市公司对比分析，了解公司采用经销商模式的必要性和商业合理性。

经核查，公司采用经销商模式具有必要性和商业合理性。

(7) 分析公司经销收入确认政策是否符合企业会计准则

我们通过查阅报告期内公司与主要客户的销售合同，了解公司与主要客户的合作条款、结算方式、退换货政策等情况，查询及比较同行业可比上市公司经销

模式下的收入确认会计政策，分析公司收入确认时点的合理性以及是否符合企业会计准则的要求。

经核查，公司收入确认政策及确认时点符合企业会计准则的相关规定。

(8) 分析性复核程序

我们核查公司经销收入与经销商采购成本的匹配性，销货量与物流成本的匹配性，相互印证销售实现过程及结果真实性；核查相关交易与公司其他业务管理系统、财务系统、资金流水等数据是否匹配。具体分析性复核程序如下：

1) 我们核查公司、经销商相关合同、台账、销售发票、发货单、签收单、回款记录以及退换货明细等，核查公司经销收入的真实性，销售规模与物流运输成本的匹配性，相互印证销售实现过程及结果真实性；核查公司与经销商相关的信息管理系统可靠性，与公司其他业务管理系统、财务系统、资金流水等数据是否匹配；

2) 我们对报告期各期经销收入的构成及变动、经销商数量变动、经销商毛利率变动、分区域、分产品等多维度经销收入情况进行对比分析，印证经销收入实现过程及结果的合理性；

3) 我们取得经销收入明细表，分析经销客户构成、经销收入及经销商新进、退出等情况和变动原因；统计公司直销客户和经销商终端客户重合的情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：报告期内，公司采用“经销为主，直销为辅”的销售模式，向经销商的经销收入具有业务实质及真实性；就公司经销收入真实性所执行的各类核查程序实施情况良好、有效，替代程序核查充分。公司主要经销商的期末库存情况正常、期末库存占比整体较少、周转情况及期后库存消化情况良好，主要经销商回款情况良好，能够支持经销收入的真实性。

(八) 说明对经销商终端销售真实性的核查情况，包括但不限于：①对经销商实地走访、供应商系统核验、进销存核查、期末库存及期后购销核查、库存盘点情况，重点说明核查范围的选择标准及合理性。②对经销商下游终端客户走访的具体情况，经销商客户的选择范围，终端客户的选择标准及代表性、访谈的具体对象、所获取的原始材料等，结合上述情况说明经销商终端客户访谈是否充分有效。③说明检查发行人产品销售至终端客户的过程及所获取单据的具体情况。

1. 核查程序

除本问询回复报告“问题三”之“（七）说明对经销收入真实性的核查范围、方法、过程、证据及结论，包括但不限于各层级经销商的抽样方法、核查数量、收入及占比，各类核查程序的实施情况及替代程序核查充分性。”中，我们就公司经销收入所执行的经销商访谈、经销商函证核查、经销商库存核查等核查程序外，针对上述经销商终端销售真实性的有关事项，我们执行了以下核查程序：

（1）经销商终端销售真实性核查样本的选取标准和抽样方法

我们就公司经销商终端销售真实性的核查样本的选取标准和抽样方法具体如下：

类 别	选取标准及抽样方法
下游穿透及终端访谈程序	① 选取报告期各期覆盖收入约 70%经销客户的基础上，针对各主要经销商，通过获取其向下游终端客户的销售流向清单，并根据终端客户数量、销售产品数量及金额情况，按照重要性原则，综合选取下游客户及终端客户核查对象，以现场走访或视频访谈的形式进行穿透核查； ② 根据重要性原则，针对合并口径下报告期内各期均为第一大或第二大客户的广州融盛医疗器械有限公司、浙江百谷医疗科技有限公司，进行非统计抽样，广州融盛医疗器械有限公司至少执行 30 家以上的穿透访谈、浙江百谷医疗科技有限公司至少执行 15 家以上的穿透访谈
经销商对外销售真实性发票核查	① 针对访谈核查抽样样本，在访谈过程获取报告期内主要经销商向下游销售的销售明细、增值税发票开票明细、发票原件或复印件盖章版，核查经销商对外销售的真实性，并抽取主要经销商向下游终端医院的销售发票资料等，核查经销商最终销售的真实性； ② 除针对访谈抽样样本核查外，进一步选取各期收入金额在 30 万元以上的规模经销商进行对外销售发票核查，且各期所选取的全部的规模经销商需覆盖各期经销收入约 70%； ③ 对所选取的规模经销商的各期经销收入 50%及以上的部分，或各规模经销商各期经销收入 30 万元（2025 年 1-6 月收入金额在 15 万元）及以上部分进行分层抽样，获取当年度可覆盖前述收入部分的至少 10 个月以上发票； ④ 对所选取的规模经销商的各期经销收入 50%的以下部分，或各规模经销商各期经销收入 30 万元（2025 年 1-6 月收入金额在 15 万元）以下的部分进行发票收入非统计抽样核查； ⑤ 选取其他规模较小的经销商，随机抽样获取其各期对外销售发票资料

（2）经销商下游穿透客户访谈核查

我们对经销商下游客户进行了穿透访谈，下游访谈客户的选取标准及抽样方法见本期回复之“（1）经销商终端销售真实性核查样本的选取标准和抽样方法”。

在访谈过程中，我们针对部分主要经销商的下游分销商，了解其与经销商及与公司之间的合作情况，包括但不限于合作历史、合作流程、向公司经销商的采购情况、费用承担原则、信用政策及结算方式、退换货情况、主要终端客户、市场区域、库存周期及期末库存情况、公司产品是否存在积压或滞销、公司产品的

行业地位和市场占有率等情况；取得被访谈人的身份证等身份证明文件，以及经销商营业执照和医疗器械经营许可证等生产经营所需资质证照复印件，核查经销商具备销售公司产品所需的必要生产经营能力；并取得关于与公司之间不存在关联关系的承诺函文件。

在访谈过程中，我们针对部分主要的规模经销商的终端医院，了解医院的综合实力情况、采购和使用公司的产品类型、对应采购的经销商或配送商、采购量和耗用情况、各期末库存情况、公司产品是否存在积压、对公司产品及市场地位的评价等业务合作情况。

报告期各期，我们就公司经销收入对规模经销商所执行的穿透访谈情况统计如下：

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
穿透访谈对应的规模经销商收入占各期经销收入比例	76.90%	74.74%	70.48%	65.51%

截至本问询回复报告出具之日，我们就公司经销商已合计访谈 186 家，经销商下游穿透客户已合计访谈 212 家。

(3) 经销商终端客户核查

1) 终端客户抽样核查选取标准

我们在选取报告期各期覆盖收入约 70%客户的基础上(同一控制下合并口径)，针对各主要经销商，通过获取其向下游终端客户的销售流向清单，并根据终端客户数量、销售产品数量及金额情况，按照重要性原则，综合选取终端客户核查对象，以现场走访的形式进行穿透核查。其中：

- ① 报告期各期前 10 大经销商，平均每家至少穿透访谈约 2 家终端；
- ② 报告期各期前 11-20 大经销商，平均每家至少穿透访谈约 1 家终端；
- ③ 报告期各期 20 名以后的经销商，结合重要性与全面性原则，并综合考虑终端医院的配合意愿程度，进行终端客户抽样访谈核查。

针对公司经销商及下游终端客户数量众多且分散的情况，且以收入金额在 30 万元以上的规模经销商为主，我们基于重要性水平，根据经销商在各报告期金额的分布情况进行分层抽样，以确保金额较大的经销商客户的终端客户核查比例较高，同时金额较小的经销商客户的终端客户均有被选取的可能性。

2) 终端客户核查程序

我们针对公司以经销为主的销售模式，对终端销售收入设计并执行了包括获取终端销售证明、现场访谈等在内核查程序，相关核查程序及核查比例情况如下：

① 通过执行访谈程序，核查公司主要经销商针对公司产品的进销存系统，并获取盖章确认版经销商销售流向表，用以证明经销商对公司产品的销售管理有效性，核查公司产品对外销售的实现情况并掌握销售流向情况。报告期各期，已执行经销商进销存系统核查及取得盖章版销售流向表的经销商收入占经销总收入的比例分别为 65.26%、70.72%、70.98%和 72.13%；

② 获取主要经销商对外销售公司产品的合同、订单、发票或银行回单等支持性文件，用以进一步证明公司产品实现对外销售并掌握销售流向情况。我们在获取相关经销商进销存明细的基础上，针对相关经销商销售明细内的销售情况进行抽样穿行测试，具体抽样穿行测试的方法主要是结合该经销商向下游终端销售的实际情况，按照公司经销收入系统分层的重要性原则，结合终端销售订单的代表性以及抽样行为的随机性，并兼顾时间间隔抽样，对经销商的下游销售明细进行抽样核查。报告期各期，已取得经销商对外销售支持性文件的经销商收入占经销总收入的比例分别为 67.13%、71.55%、71.43%和 73.11%；

③ 对使用公司产品的终端客户进行访谈，了解公司产品的实际使用情况。针对各主要经销商，通过获取其下游终端客户销售清单，按照公司经销收入系统分层的重要性原则，并根据终端客户数量、销售产品数量及金额情况等具体情况，结合终端销售的代表性以及抽样行为的随机性，综合选取终端客户核查对象，以现场走访形式进行穿透核查。截至本回复出具之日，我们已合计对 81 家主要经销商的 117 家终端客户进行访谈核查。

报告期各期，我们就公司经销收入所执行的的规模经销商的终端客户访谈核查情况如下：

单位：家				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
访谈终端客户对应的规模经销商收入占各期规模经销商终端客户收入的比例	65.76%	63.92%	61.71%	59.22%
各期前十大经销商平均穿透终端家数	2	2	2	2
各期前 11-20 大经销商平均穿透终端家数	1	1	1	1
各期第 21-50 大经销商平均穿透终端家数	1	1	1	1

(4) 对外销售真实性发票核查

我们针对公司经销商对外销售的真实性，执行了以下主要核查程序，以证明经销商对外销售的实现情况及真实性：

- 1) 在访谈过程中获取报告期内主要经销商向下游销售的盖章版销售明细、增值税发票开票明细、发票原件或复印件盖章版；
- 2) 针对报告期内主要经销商按照抽样标准，获取其各期对外销售的增值税开票明细、发票原件或复印件盖章版，通过中税网云数电发票服务平台等官方授权或认证的发票核验平台对开票明细及发票进行验真核查，并执行发票收入细节测试及分析；
- 3) 针对报告期内主要经销商及其主要次级经销商，获取并核查其向下游终端医院或终端医院指定配送商的增值税开票明细、发票原件或复印件盖章版，以验证经销商实现终端销售的真实性情况。

对外销售真实性的发票核查的具体情况如下：

1) 通过访谈获取并执行的对外销售真实性核查

我们在访谈过程中获取了报告期内主要经销商向下游销售的销售明细、增值税发票开票明细、发票原件或复印件盖章版，核查经销商对外销售的真实性，并抽取主要经销商向下游终端医院的销售发票资料等，核查经销商最终销售的真实性。

报告期各期，我们通过访谈获取的经销商销售明细、增值税发票开票明细、发票原件或复印件盖章版的经销收入占比分别为 67.13%、71.55%、71.43%和 73.11%，具体核查情况如下：

单位：家、万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
通过访谈获取的经销商盖章版销售明细、增值税发票开票明细、发票原件或复印件盖章版的经销商家数	155	157	149	136
通过访谈获取的经销商盖章版销售明细、增值税发票开票明细、发票原件或复印件盖章版的经销商各期收入金额（A）	9,456.08	18,438.50	19,560.55	16,220.08
经销总收入金额（B）	12,933.43	25,811.59	27,337.02	24,162.84
通过访谈核查经销商对外销售真实性的收入占比（C=A÷B）	73.11%	71.43%	71.55%	67.13%

经核查，公司主要经销商的对外销售交易真实，通过访谈进行的对外销售真实性核查整体充分、有效。

2) 对外销售真实性核查的核查标准及执行情况

我们对公司报告期内的主要经销商，针对其各期对外销售进行发票收入真实性核查，对应核查的具体抽样标准为：

① 选取各期收入金额在 30 万元以上（2025 年 1-6 月收入金额在 15 万元以上）的规模经销商，且各期所选取的全部的规模经销商需覆盖各期经销收入约 70%，所获取发票的规模经销商各期经销收入占其各期总经销收入的比例需至少在 70%以上；

② 对所选取的规模经销商的各期经销收入 30 万元及以上部分（2025 年 1-6 月收入金额在 15 万元及以上部分），或各规模经销商各期经销收入 50%及以上部分进行分层抽样，获取可覆盖前述收入部分的至少 10 个月及以上（2025 年 1-6 月为至少 5 个月及以上）的逐月发票，并视为已就对应的规模经销商的当期经销收入进行了有效核查；

③ 对所选取的规模经销商的各期经销收入 30 万元以下部分（2025 年 1-6 月经销收入 15 万元以下部分），或各规模经销商各期经销收入 50%以下的部分进行发票收入非统计抽样核查，随机获取其对外销售发票，并视为已就所获取对外销售发票的对应经销收入进行了有效核查。

报告期各期，我们根据重要性原则，对公司规模经销商的发票取得比例分别为 77.97%、76.43%、80.19%和 87.59%，获取并核查的公司经销商对外向下游销售发票的对应经销收入核查比例分别为 49.30%、60.35%、62.88%和 77.72%。报告期内我们累计共核查公司主要经销商 35,086 张发票。具体核查情况如下：

单位：张、家、万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
获取并核查的对外销售发票总张数	6,671	11,901	9,167	7,347
获取并核查的对外销售发票的经销商家数	145	138	109	105
收入金额在 30 万元以上的规模经销商总样本的收入金额 (A)	10,108.53	20,317.45	22,188.94	19,163.91
经销总收入金额 (B)	12,933.43	25,811.59	27,337.02	24,162.84
规模经销商样本金额占经销商总收入比例 (C=A÷B)	78.16%	78.71%	81.17%	79.31%
已取得发票的收入金额在 30 万元以上的规模经销商的当期全部经销收入 (D)	8,854.40	16,292.04	16,959.66	14,942.65
30 万元以上规模经销商的发票取得占比 (E=D÷A)	87.59%	80.19%	76.43%	77.97%
针对所选取规模经销商的各期经销收入 30 万元及以上部分, 或各规模经销商各期经销收入 50%及以上部分的逐月发票分层抽样收入核查金额 (F)	7,339.76	11,289.04	11,776.68	7,537.69
针对所选取规模经销商的各期经销收入 30 万元以下部分, 或各规模经销商各期经销收入 50%以下部分的发票非统计抽样收入核查金额 (G)	516.88	1,485.74	1,615.17	1,909.42
经销商对外向下游销售发票的对应经销收入核查金额 (H=F+G)	7,856.63	12,774.79	13,391.85	9,447.11
经销商对外向下游销售发票的对应经销收入核查占比 (I=H÷A)	77.72%	62.88%	60.35%	49.30%

经核查, 公司主要经销商向下游的各期对外销售情况良好, 通过发票资料核查的 2023-2025 年 1-6 月经销收入占比均超过 60%, 其中, 2022 年由于部分省份尚未施行电子发票税务系统, 部分经销商因遗失、归档等原因提供配合度相对较低, 导致 2022 年通过发票资料核查的经销商对外销售收入占比相对略低, 具有客观实际原因和商业合理性。整体而言, 公司各年度经销商对外销售具有业务实质及真实性。

3) 通过发票收入细节性测试对终端销售真实性的核查情况

我们针对报告期内主要经销商及其主要次级经销商, 获取并核查其向下游终端客户的销售发票资料等凭证, 以验证公司主要经销商实现最终销售的真实性。对应核查的具体抽样标准为:

① 选取各期收入金额在 30 万元以上 (2025 年 1-6 月收入金额在 15 万元以上) 的规模经销商, 且各期所选取的全部的规模经销商需覆盖各期经销收入约 70%;

② 公司经销模式下销售收入均为买断式销售，终端客户作为经销商的下游渠道资源，一定程度上视为经销商的对外开拓业务的核心竞争力及商业秘密。为此，我们在结合经销商提供终端销售发票的配合程度、经销商规模及重要性水平、终端医院的重要性水平等基础上，抽样获取并核查所选取规模经销商及其主要次级经销商向下游终端医院或终端医院指定配送商的增值税开票明细、发票原件或复印件盖章版。

报告期各期，我们获取并核查的公司主要经销商的直接终端销售发票核查收入占对应直接终端经销收入比例分别为 53.14%、49.50%、61.46%和 64.54%，已核查的直接或间接入院的终端销售发票收入占对应各期经销收入比例分别为 33.79%、37.09%、45.82%和 47.39%。报告期内，我们获取并核查了公司主要经销商直接或间接入院的终端销售发票共 29,180 张，具体核查情况如下：

单位：张、家、万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
获取并核查的终端销售发票总张数	4,863	9,361	8,337	6,619
获取并核查终端销售发票的经销商家数	142	136	109	109
收入金额在 30 万元以上的规模经销商总样本的收入金额（A）	10,108.53	20,317.45	22,188.94	19,163.91
经销总收入金额（B）	12,933.43	25,811.59	27,337.02	24,162.84
规模经销商样本金额占经销商总收入比例（C=A÷B）	78.16%	78.71%	81.17%	79.31%
已取得终端销售发票资料的规模经销商的各期经销收入（D）	8,847.03	15,825.78	17,067.37	15,043.46
已取得终端销售发票资料的规模经销商的各期终端发票核查收入（E）	4,192.46	7,250.58	6,331.09	5,082.52
终端销售发票的对应经销收入核查占比（F=E÷D）	47.39%	45.82%	37.09%	33.79%
已取得终端销售发票资料的规模经销商的各期直接终端发票核查收入（G）	2,543.32	4,304.14	3,973.11	3,166.89
已取得终端销售发票资料的规模经销商的各期直接终端经销收入（H）	3,940.46	7,003.71	8,026.96	5,959.24
直接终端销售发票核查收入占对应直接终端经销收入核查占比（I=G÷H）	64.54%	61.46%	49.50%	53.14%

注：统计项 E 项下已取得终端销售发票资料的规模经销商的各期终端发票核查收入包含公司经销商直接入院及通过分销商间接入院的终端经销收入金额，统计项 G 项下已取得终端销售发票资料的规模经销商的各期直接终端发票核查收入为公司经销商直接入院的终端经销收入金额

经核查，公司主要经销商及其主要次级经销商的终端销售情况良好，我们已

对主要经销商的下游终端客户销售实现情况进行了穿透核查，核查结果具备真实性、充分性和有效性。

2. 核查结论

经核查，我们认为：报告期内，公司经销商终端销售情况良好，经销商对外销售具有真实性，就公司经销商终端销售真实性所执行的经销商实地走访、供应商系统核验、进销存核查、期末库存及期后购销核查、库存盘点等各类核查程序实施情况良好有效；对经销商下游终端客户走访核查样本的选择依据明确，具有代表性，访谈对象主要为各终端客户的产品使用科室人员或医疗机构有关人员，获取的原始材料完整，经销商终端客户访谈充分有效；已获取公司产品销售至终端客户的合同、订单、销售发票、开票清单、银行回单等过程有关单据和销售支持性文件。

(九) 说明已注销及不配合经销商的具体情况，替代措施及执行有效性

1. 核查程序

我们按照经销商核查样本的选取标准和抽样方法，根据重要性原则，对公司报告期内主要经销商执行了有关核查程序，整体执行情况良好、有效，公司主要经销商中不存在不配合的情况。

报告期内，公司各期经销收入前 100 名的经销商中，存在个别经销商客户注销的情况，具体情况如下：

经销商名称	注销日期	各期收入占主营业务收入比例				注销背景说明
		2025 年 1-6 月	2024 年	2023 年	2022 年	
江西贯白科技有限公司	2024 年 9 月 11 日			0.52%	1.55%	该公司为浙江百谷合并口径下受同一主体控制公司，根据集团各业务板块的整体经营规划，江西贯白科技有限公司于 2024 年 9 月注销，其相关业务已由浙江百谷及旗下其他子公司承接。报告期内，浙江百谷均为公司各期前五大客户，合作关系稳定、良好
江苏胜球医疗器械有限公司	2024 年 3 月 28 日			0.21%		该公司与泰州美安康医疗器械有限公司系同一控制下公司，根据其内部业务调整，于 2024 年 3 月注销该公司。江苏胜球医疗器械有限公司相关业务已由泰州美安康医疗器械有限公司承接
江西茂物医疗器械有限公司	2025 年 4 月 14 日				0.29%	该公司于报告期前期即与发行人不再合作，其注销系正常商业行为，且发行人该经销商销售规模较小，对发行人影响较小

经销商名称	注销日期	各期收入占主营业务收入比例				注销背景说明
山东泰欧新材料科技有限公司	2025 年 5 月 19 日			0.21%	0.13%	该公司与四川佰哲生物科技有限公司系同一控制下公司，根据其内部业务调整，于 2025 年 5 月注销该公司。山东泰欧新材料科技有限公司相关业务已由四川佰哲生物科技有限公司承接。
合 计				0.94%	1.97%	

我们已就上述报告期内注销的经销商执行了对应的替代核查程序：

- (1) 检查相关经销商与经销收入确认相关的支持性文件，获取并核查公司报告期各期与该公司的销售订单、销售发票、发货单据、签收单据等交易凭证材料；
- (2) 获取报告期内公司控股股东、实际控制人、董事、原监事、高级管理人员以及关键岗位人员的银行账户流水，核查上述主体与公司经销商之间是否存在资金往来；
- (3) 核查相关经销商的全国工商信息文件材料，核查其工商经营情况及真实性；
- (4) 针对江西贯白科技有限公司等已注销公司中收入占比相对较大的经销商，已执行针对其受同一控制下的公司浙江百谷医疗科技有限公司及其各主要子公司浙江崇山生物制品有限公司、上海敬重医疗器械有限公司、上海泰悦医疗器械商行的访谈核查、终端穿透访谈核查、发票收入对外销售真实性核查等各项核查程序。

2. 核查结论

经核查，我们认为：报告期内，公司主要经销商不存在不配合的情况，公司存在部分已注销经销商客户。公司向前述相关客户的销售支持性文件和单据材料齐备，均已完成回款，与公司不存在关联关系，公司及相关方银行流水不存在与前述经销商异常资金往来的情形。公司与上述经销商的收入真实、准确、完整。前述相关客户收入占比整体较低，不存在对公司经销收入构成重大不利影响的情况。相关客户注销情况具有相关业务背景、具有合理性，不存在可能影响公司经销收入真实性的情况，不存在重大异常情形。

(十) 结合资金流水核查情况等，说明公司及关联方、客户、供应商之间是否存在未披露关联交易或资金、业务往来，是否存在为公司代垫成本费用等利益输送情形

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

(1) 公司流水核查

1) 资金流水核查范围

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》关于资金流水的核查要求，确定法人流水核查范围为公司、公司子公司和关联法人。其中，关联法人包括励新投资、海圣控股和亚铭包装。

我们核查的银行流水时间范围包含2022年1月1日至2025年6月30日，取得30个法人银行账户流水，包括公司及其子公司25个账户和关联法人5个账户：

序号	公司名称	关系	账户数量	获取方式和程序
1	海圣医疗	公司	20	陪同现场打印
2	海圣销售	公司子公司	5	陪同现场打印
3	智循医疗	公司子公司	0	报告期内未开立银行账户，无需拉取银行流水
4	励新投资	关联法人，公司股东	2	陪同现场打印
5	海圣控股	实控人控制的企业	2	陪同现场打印
6	亚铭包装	公司历史供应商，实控人亲属控制的企业	1	陪同现场打印

2) 资金流水核查过程

① 亲赴银行取得了公司及其子公司、关联法人的《已开立银行结算账户清单》，及纸质银行对账单，并与公司及关联法人提供的银行账户清单、账载银行账户清单进行核对，核查账户信息的完整性；

② 对公司及其子公司的所有银行账户执行了银行函证程序，核查账户信息的完整性；

③ 将银行流水中出现的银行账户与《已开立银行结算账户清单》进行勾稽，核查是否存在开户清单以外的银行账户；

④ 交叉复核公司及其子公司、相关关联法人的银行流水交易对方，核查是否存在其他账户。

⑤ 在对公司及关联法人报告期内单笔50万以上的流水以及虽低于50万元但可能异常的资金收支进行重点核查。

异常情况包括但不限于：

A. 短期大额或频繁的资金转入转出交易，关注其交易背景和交易对象；

B. 除与客户供应商外正常业务往来之外的其他收付业务内容与公司日常经营相关性较低的交易往来；

C. 交易流水对方为敏感转账方，如与关联方、关键自然人、公司员工及非员工自然人等资金往来；

D. 交易对方与实际收付款方不一致（三方回款）的交易往来；

E. 关联方代公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。

(2) 自然人流水核查

1) 资金流水核查范围

根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第2号》关于资金流水的核查要求，结合公司经营及主要自然人的实际情况，确定自然人流水核查范围如下：

序号	姓名	任职或关系
1.	黄海生	实控人、董事长、总经理
2.	吴晓晔	实控人、黄海生配偶
3.	黄玮	实控人之子、董事、副总经理
4.	郑瑜	实控人之子配偶
5.	黄杨生	实控人大哥、报告期内董事
6.	黄水娟	实控人大嫂
7.	黄彩丽	实控人妹妹
8.	黄柏勇	实控人妹夫
9.	黄彩娟	实控人姐姐
10.	王增华	实控人姐夫
11.	王利明	副总经理、核心技术人员
12.	金善妃	董事（外部）
13.	杨彤	董事、销售负责人、副总经理
14.	黄燕	董事、黄杨生之女、郭炜配偶，持股 5%以上股东
15.	李建成	财务负责人

16.	胡俊斌	副总经理
17.	薛伟杰	副总经理
18.	应铭	董事会秘书
19.	吴小萍	原监事会主席
20.	裘雅红	职工代表董事、核心技术人员
21.	曾海民	原职工监事
22.	郭炜	研发人员、董事黄燕配偶
23.	王金	采购部经理、王增华和黄彩娟之子
24.	袁建红	出纳
25.	成琰	销售经理
26.	罗秀祥	销售经理
27.	华力	销售经理
28.	宋敏	销售经理
29.	郭小秋	销售经理
30.	要亚清	销售经理
31.	余啸天	销售经理
32.	姬小军	销售经理

注：姬小军于 2025 年 4 月离职

我们核查的银行流水时间范围包含 2022 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日，共取得 400 余个银行账户流水。所核查银行范围主要包括：广发银行、平安银行、民生银行、瑞丰银行、光大银行、渤海银行、杭州银行、华夏银行、浙商银行、中信银行、浦发银行、兴业银行、招商银行、恒丰银行、工商银行、中国银行、农业银行、建设银行、交通银行、邮储银行、绍兴银行和绍兴恒信农商行等 22 家银行。

2) 资金流水核查过程

① 我们实地陪同相关自然人至主要银行，现场拉取银行账户对账单。通过其身份证在自助台或人工柜台进行查询，并获取自然人的银行账户清单，以验证银行流水是否存在遗漏。

针对报告期内注销的银行账户获取了相关销户证明或进行柜台确认并视频留证。

② 获取了相关人员“云闪付 APP”查询取得的账户清单，交叉核对是否存在银行账户的遗漏。

③ 取得了自然人对银行账户完整性的承诺；

④ 对于自然人流水，项目组对报告期内单笔 5 万以上的流水，以及虽低于 5 万元但可能异常的资金收支进行重点核查。

异常往来情况包括但不限于：

A. 频繁或固定期限取现或存现交易；

B. 与公司主要客户、供应商的主要股东、主要人员或法定代表人的资金往来；

C. 与公司主要员工、主要关联方、关键岗位人员的大额资金往来；

⑤ 针对自然人部分资金行为，与自然人进行专项访谈进行事实确认，并取得相关资金凭证等支撑性材料。

(3) 其他核查程序

除对相关法人及自然人进行核查外，我们履行了如下核查程序：

1) 查阅董事、原监事、高级管理人员填写的调查表，了解关联企业与公司及其他关联方、公司主要客户供应商及其关联方之间的关联关系；

2) 取得了实际控制人出具的承诺函，确认公司经营不存在利用客户、供应商、关联方代垫成本费用或利益输送的情况；

3) 对公司主要客户、供应商实施实地走访程序，取得了访谈问卷并确认不存在代垫成本费用或者利益输送的情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为：报告期内，公司及主要关联方、客户、供应商之间不存在未披露关联交易、业务往来，亦不存在为公司代垫费用、承担成本费用或利益输送等情形。

四、成本核算准确性及毛利率高于可比公司合理性

根据申请文件：（1）报告期发行人采用“以产定采”与“安全库存”相结合的采购模式，各期主要原材料采购金额分别为 8,635.29 万元、10,825.83 万元、9,318.89 万元。（2）发行人存货各期期末余额持续上涨，存货结构有所变动，跌价准备计提比例低于可比公司平均水平。（3）报告期内发行人直接材料

成本占比下降，直接人工、制造费用成本占比提升。（4）报告期内发行人主营业务毛利率分别为 52.84%、53.15%和 52.07%，高于同行业可比上市公司平均水平；发行人经销毛利率高于直销、内销毛利率高于外销。

（1）主要原材料采购情况及成本核算准确性。请发行人：①说明各类原材料主要供应商的基本情况、性质（生产商或贸易商）、业务规模、报告期内合作情况等，说明同类原材料向贸易商、生产商的采购金额及占比，向贸易商采购的原因及合理性，是否符合行业惯例；发行人采购占主要供应商销售同类产品的比重，是否存在主要向发行人销售产品的供应商，与发行人是否存在关联关系；发行人前五大供应商采购占比与可比公司是否存在差异及合理性。②说明主要原材料的采购价格与市场价格的对比情况，同种原材料向不同供应商采购价格的差异及合理性；说明主要原材料供应商的定价及调价机制对原材料采购价格、生产成本的影响。③结合各类产品单位原材料耗用量，说明各类原材料采购入库、生产领用、期末库存情况，与各期产品产销量、期末存货的匹配性。④说明主要原材料领用量及金额的配比关系，直接材料、直接人工和制造费用的归集、分配、结转方法；说明各类产品成本构成、变动及原因，与可比公司的差异及合理性；说明委外加工产品成本的构成、核算、列报情况。

（2）存货规模合理性及跌价准备计提充分性。请发行人：①结合采购备货周期、客户下单周期、生产周期、发货运输周期、签收周期等，说明各期末原材料、在产品、库存商品规模的合理性，与公司在手订单及业务规模的匹配情况；说明春节备货对各期期末库存商品期末余额的影响，发行人存货周转率及变动与可比公司是否存在差异及合理性。②说明发行人各类存货跌价准备的具体测算过程、可变现净值的确认依据，结合各类产品销售价格变动及毛利率波动影响、可比公司存货跌价准备计提情况等，说明发行人存货跌价准备计提的充分性；说明长库龄存货种类、金额、占比、对应产品情况；说明无订单对应存货的具体构成、库龄、用途、金额及占比，是否为定制化产品或原材料，跌价准备的计提是否充分；按照行业平均跌价计提比例模拟测算对净利润的影响。③说明存货盘点情况，包括盘点时间、地点、范围、方法、程序、比例、结果，是否存在盘点差异及产生的原因和处理措施。

（3）毛利率高于可比公司的合理性。请发行人：①说明经销毛利率高于直销、内销毛利率高于外销的原因，与可比公司是否存在差异及合理性。结合业

务拓展及销售模式、产品结构、定价策略、成本结构差异、市场需求变化等，说明报告期内发行人外销毛利率持续提升的合理性，经销商毛利率波动下降、直销毛利率持续提升的合理性；说明主要客户中是否存在毛利率显著异常的客户、原因及报告期内合作情况。②结合可比公司的选取标准，同类产品在定价模式、成本构成、主要性能指标、应用领域、下游客户、销售模式、销售区域等的具体差异，说明发行人综合毛利率高于可比公司平均水平的合理性；分析麻醉类产品低于可比公司维力医疗同类产品且变动趋势不一致的原因，说明发行人监护类耗材、手术及护理类耗材毛利率水平与行业平均水平、变动趋势是否存在差异及合理性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明对供应商采购真实性，存货真实性、完整性采取的核查程序、方法、比例、结论。（3）说明存货监盘情况，包括时间、地点、人员、监盘比例等。（审核问询函问题 4）

（一）主要原材料采购情况及成本核算准确性

1. 说明各类原材料主要供应商的基本情况、性质（生产商或贸易商）、业务规模、报告期内合作情况等，说明同类原材料向贸易商、生产商的采购金额及占比，向贸易商采购的原因及合理性，是否符合行业惯例；发行人采购占主要供应商销售同类产品的比重，是否存在主要向发行人销售产品的供应商，与发行人是否存在关联关系；发行人前五大供应商采购占比与可比公司是否存在差异及合理性

（1）说明各类原材料主要供应商的基本情况、性质（生产商或贸易商）、业务规模、报告期内合作情况等，说明同类原材料向贸易商、生产商的采购金额及占比，向贸易商采购的原因及合理性，是否符合行业惯例

1) 各类原材料主要供应商的基本情况、性质（生产商或贸易商）、业务规模、报告期内合作情况

报告期各期，公司各类原材料主要供应商的基本情况、性质（生产商或贸易商）、业务规模、报告期内合作情况等具体如下：

主要原材料	主要供应商名称	成立时间	主营业务	性质（生产商/贸易商）	经营业务规模	报告期内合作情况（是否报告期内新增）
塑料制品类	Elcam MedicalA.C.A.L.Ltd	2003 年	国际一流一次性医疗器械和配件生产商	生产商	2024 年收入规模约 8,000 万美金	非新增，2007 年即与公司开始合作
	深圳市默辉医疗器械有限公司	2020 年	专注于生产及研发一次性麻醉呼吸耗材，主要产品包含麻醉呼吸面罩、麻醉呼吸回路、喉罩、呼吸囊等	生产商	2024 年收入规模约 830 万元	非新增，2022 年即与公司开始合作
	蒙山县至元科技实业有限公司	2017 年	光伏发电设备的工程设计、研发、销售及施工；五金塑胶、乳胶产品的生产、研发及销售；一类、二类医疗器械的生产和销售	生产商	2023 年收入规模约 6,000 万元	非新增，2021 年即与公司开始合作
电子类	精量电子（深圳）有限公司	1995 年	主营压力、位移、温度等传感器研发制造，产品应用于航空航天、汽车、医疗及工业控制等领域	生产商	2024 年收入规模约 74,000 万元	非新增，2004 年即与公司开始合作
	深圳市艾美迪电子科技有限公司	2009 年	医疗器械设备和配件研发、生产、销售和服务	生产商	2024 年收入规模约 3,300 万元	非新增，2011 年即与公司开始合作
	精量电子（成都）有限公司	2005 年	主要从事电子元器件制造、通信设备生产等业务	生产商	2024 年收入规模约 40,000 万元	非新增，2004 年-2005 年左右即与公司开始合作
塑料颗粒类	宁波中浩塑化有限公司	2020 年	销售塑料原料及辅助材料	贸易商	2024 年收入规模约 7,000 万元	非新增，2020 年即与公司开始合作
包材类	常州市双鹤医用包装科技有限公司	2006 年	塑料包装袋、塑料制品（除医用塑料制品）的研发、制造、加工	生产商	2024 年收入规模约 6,000 万元	非新增，2014 年即与公司开始合作
	嘉兴市梦成医用包装有限公司	2015 年	医疗器械包装材料、塑料零部件的制造、加工	生产商	2024 年收入规模约 1,000 万元	非新增，2018 年即与公司开始合作
	浙江飞帆包装有限公司	2021 年	包装专用设备销售	生产商	2024 年收入规模约 10,000 万元	是，2023 年开始合作
成品类	深圳市艾美迪电子科技有限公司	2009 年	医疗器械设备和配件研发、生产、销售和服务	生产商	2024 年收入规模约 3,300 万元	非新增，2011 年即与公司开始合作
	龙智江苏医疗器械有限公司	2016 年	专业研发、生产一类医疗器械及经	生产商	2024 年收入规模	非新增，2019 年即与公司

主要原材料	主要供应商名称	成立时间	主营业务	性质（生产商/ 贸易商）	经营业务规模	报告期内合作情况（是否 报告期内新增）
			营一、二、三类医疗器械的公司。 目前产品有二氧化碳吸收剂（钙石灰）、二氧化碳吸收剂（钠石灰）等。		约 500 万元	开始合作
金属类	深圳市艾美迪电子科技有限公司	2009 年	医疗器械设备和配件研发、生产、 销售和服务	生产商	2024 年收入规模 约 3,300 万元	非新增，2011 年即与公司 开始合作
	龙智江苏医疗器械有限公司	2016 年	专业研发、生产一类医疗器械及经 营一、二、三类医疗器械的公司。 目前产品有二氧化碳吸收剂（钙石灰）、二氧化碳吸收剂（钠石灰）等。	生产商	2024 年收入规模 约 500 万元	非新增，2019 年即与公司 开始合作

注 1：Elcam Medical A.C.A.L.（爱康医疗）系境外供应商公司，工商资料未记载注册资本信息

注 2：经营规模信息根据访谈、财务报表及公开信息等渠道收集整理

报告期内，公司各类原材料主要供应商整体成立时间较早，公司主要供应商与公司合作年限较长且合作较为稳定，经营规模与公司采购规模具有匹配性，报告期内合作情况良好、稳定。

2) 说明同类原材料向贸易商、生产商的采购金额及占比，向贸易商采购的原因及合理性，是否符合行业惯例

报告期各期，公司各类原材料向贸易商、生产商的采购金额及占比情况如下：

单位：万元

塑料制品类 供应商类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比
生产商	1,355.30	99.53%	3,069.62	99.71%	3,588.22	99.81%	2,670.85	99.61%
贸易商	6.36	0.47%	8.99	0.29%	6.70	0.19%	10.33	0.39%
小计	1,361.66	100.00%	3,078.61	100.00%	3,594.92	100.00%	2,681.18	100.00%
电子类 供应商类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比
生产商	615.51	99.81%	1,897.64	99.99%	2,648.77	99.99%	1,521.80	100.00%
贸易商	1.14	0.19%	0.27	0.01%	0.39	0.01%	0.07	0.00%
小计	616.66	100.00%	1,897.90	100.00%	2,649.16	100.00%	1,521.87	100.00%
塑料颗粒类 供应商类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比
生产商	152.14	20.96%	353.44	24.28%	347.84	28.75%	321.57	26.68%
贸易商[注]	573.64	79.04%	1,102.16	75.72%	861.96	71.25%	883.60	73.32%
小计	725.78	100.00%	1,455.60	100.00%	1,209.79	100.00%	1,205.17	100.00%
包材类 供应商类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比
生产商	763.98	99.99%	1,448.14	100.00%	1,452.07	100.00%	1,295.33	100.00%
贸易商	0.09	0.01%						
小计	764.07	100.00%	1,448.14	100.00%	1,452.07	100.00%	1,295.33	100.00%
成品类 供应商类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比	采购金额	采购占比
生产商	456.61	100.00%	929.84	100.00%	1,345.64	100.00%	1,244.89	100.00%
贸易商								
小计	456.61	100.00%	929.84	100.00%	1,345.64	100.00%	1,244.89	100.00%

注：公司塑料颗粒类原材料主要向贸易商宁波中浩塑化有限公司采购，采购

的具体塑料粒子原材料包括 EVA、PP、K 聚酯、ABS、PE、PP、PET 等各类型各规格原材料，其作为贸易商拥有相对较强且稳定的石化塑料产品供应链体系。公司向该供应商采购的塑料粒子的主要原厂家包括中国石化、台塑宁波、众和化塑等，该供应商的下游客户还包括江浙沪地区其他医疗器械生产企业。我们已就该贸易商执行现场访谈核查，获取了其向上游厂家等供应商采购的发票、销售记录文件等凭证，确认其业务开展背景的真实性。

麻醉类及监护类医疗器械产品涉及医疗使用安全，对产品性能及材料要求较高。为满足生产质量要求，公司对原材料质量实施严格把控。报告期内，公司采购主要原材料主要通过生产商直接采购对应原材料。

其中，公司塑料颗粒类原材料主要向贸易商采购，主要系公司不同系列、不同规格型号产品所需要的各类型塑料粒子均不相同、种类众多，品类涵盖 EVA、PP、K 聚酯等各系列、各规格型号，市场价格根据不同规格型号而存在差异。一方面，若由公司分别对接不同生产商，对接及采购成本整体较高，不利于公司成本管控和提升采购效率；另一方面，塑料粒子作为成熟的原材料，具有公开、透明的市场报价，通过贸易商进行集中采购，可有效发挥规模化采购效应，更有利于公司集约化经营发展，符合行业惯例。

综上分析，公司除塑料粒子类主要通过贸易商采购外，主要原材料主要通过生产商直接采购对应原材料，向贸易商采购具有合理性，符合行业惯例。

(2) 公司采购占主要供应商销售同类产品的比重，是否存在主要向公司销售产品的供应商，与公司是否存在关联关系

报告期内，公司各期前五大供应商中，公司采购占其销售同类产品的比重具体情况如下：

序号	供应商名称	主要采购内容	占其销售同类产品比重[注 1]			
			2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
1	Elcam Medical A.C.A.L.	灌注阀、多通旋塞阀等	1.25%	2.78%	2.32%	1.35%
2	精量电子（深圳）有限公司 [注 2]	压力传感器芯片、温度传感器	预估 1%~2%	1.06%	1.61%	0.77%
3	深圳市艾美迪电子科技有限公司	脉搏血氧饱和度传感器等	31.87%	30.57%	34.27%	29.64%
4	宁波中浩塑化有限公司	塑料粒子	15.59%	13.92%	12.96%	18.27%
5	深圳市默辉医疗器械有限公司 [注 3]	面罩	67.94%	61.46%	56.31%	38.20%

序号	供应商名称	主要采购内容	占其销售同类产品比重[注 1]			
			2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
6	常州市双鹤医用包装科技有限公司[注 4]	初包装、透析纸等	7.15%	7.04%	9.84%	5.83%

[注 1] 占主要供应商销售同类产品比重=公司当年度采购该供应商金额÷其访谈确认的年度经营规模（或提供纳税申报表的年度经营规模）

[注 2] 精量电子（深圳）有限公司采购金额包括受同一控制的精量电子（深圳）有限公司、精量电子（成都）有限公司的交易主体数据

[注 3] 深圳市默辉医疗器械有限公司于 2025 年 3 月更名为深圳市煜君医疗科技有限公司

[注 4] 常州市双鹤医用包装科技有限公司于 2024 年 11 月更名为常州市康昊包装科技有限公司

报告期内，公司采购的主要原材料供应商均符合公司合格供应商准入标准，均具有相关原材料产品的经营生产许可资质，根据主要供应商访谈确认，公司主要供应商不存在主要向公司销售产品的情况，公司并非其唯一或主要客户。

公司主要供应商与公司不存在关联关系，公司董事、原监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持公司 5%以上股份的股东在公司主要供应商中未占有任何权益。

(3) 公司前五大供应商采购占比与可比公司是否存在差异及合理性

报告期内，公司向前五大供应商采购占对应采购总额的比例分别为 47.06%、57.50%、51.30%和 41.75%，与同行业可比公司相比不存在明显差异。同行业可比公司的采购供应商集中度情况具体如下：

公司简称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
维力医疗	未披露	28.32%	27.89%	31.97%
三鑫医疗	未披露	24.40%	26.83%	24.56%
天益医疗	未披露	34.39%	44.05%	44.18%
公司	41.75%	51.30%	57.50%	47.06%

由上表可知，可比上市公司中前五大主要供应商的采购占比集中度普遍在 25%-50%左右，采购集中度相对较高符合行业惯例。

医疗器械上游部分原材料（如医用级聚合物、生物涂层、各类传感器等）生产集中度相对较高，同时，医疗器械生产企业采用规模化采购或集中采购的经营

策略可提升议价能力,形成规模效应,可规模化降低单件成本,具有商业合理性。

2. 说明主要原材料的采购价格与 market 价格的对比情况，同种原材料向不同供应商采购价格的差异及合理性；说明主要原材料供应商的定价及调价机制对原材料采购价格、生产成本的影响

(1) 说明主要原材料的采购价格与 market 价格的对比情况，同种原材料向不同供应商采购价格的差异及合理性

1) 说明主要原材料的采购价格与 market 价格的对比情况

公司采购的原材料物料主要为塑料制品、电子类、塑料颗粒类、包装材料类、金属类以及其他材料等类别，其中，塑料颗粒类主要包括 EVA、PP、K 聚酯等原材料，相关原材料与 market 价格具有较强相关性。报告期内，公司采购塑料颗粒类原材料的单价情况与相关 market 具体价格情况对比如下：

项 目	存货名称	单位	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
			公司采购单价	市场参考价	公司采购单价	市场参考价	公司采购单价	市场参考价	公司采购单价	市场参考价
塑料颗粒类	EVA	元/千克	16.19	14.50-19.00	16.73	16.80-28.60	18.78	14.50-27.50	21.94	17.00-32.00
	PP	元/千克	10.37	8.25-11.80	10.88	8.65-12.00	10.78	8.45-11.80	11.18	9.10-12.50
	K 聚酯	元/千克	16.37	14.00-19.00	16.35	14.00-19.00	16.87	18.00-21.00	17.31	17.28

注 1：EVA 市场参考价格数据来源于中国报告大厅 (<https://www.chinabgao.com/>)，分别取自 2022 年、2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月对应的浙江省 EVA 逐日价格报价区间情况

注 2：PP 市场参考价格数据来源于中国报告大厅 (<https://www.chinabgao.com/>)，PP 市场参考价分别取自 2022 年、2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月对应的浙江省 PP 逐日价格报价区间情况

注 3：K 聚酯市场参考价格数据来源于中国报告大厅 (<https://www.chinabgao.com/>)、盖得化工网，2022 年均价数据参考中国报告大厅出具的《K 树脂市场规模分析：我国 K 树脂市场均价约为 17275 元/吨》，2023 年、2024 年和 2025 年 1-6 月均价数据参考自盖得化工网的 K 聚酯价格报价区间

由上表可知，公司采购的塑料颗粒类原材料的相关采购价格与 market 行情不存在较大差异。塑料颗粒类各类粒子作为高分子材料，其规格型号众多，market 价格根据不同规格型号而存在差异。同时，公司作为医疗器械生产企业，所生产产品涉及医疗使用安全，为确保产品的高质量和安全性，公司相关塑料颗粒采购使用医用级原材料，与大宗商品市场中更为常见的工业级塑料粒子并不完全相同，且

公司基于自身对市场大宗价格判断所作的适当备货，以及与供应商之间的采购定价策略、采购规模、运输成本和生产工艺等因素，均会影响到实际采购价格。

塑料制品类、电子类、包装材料类、金属类以及其他材料等类别，属于根据医疗器械耗材生产企业的具体需求而衍生出的细分需求，相比于其他原材料行业产品规格较多且不同产品工艺品质不同，不具有公开市场价格，公司一般通过询价、谈判协商方式确定价格。

经与公司主要原材料供应商的访谈确认，公司主要原材料供应商与公司之间的定价模式和供应商的其他客户之间不存在较大差异。

2) 同种原材料向不同供应商采购价格的差异及合理性

报告期内，根据采购原材料的具体规格、型号不同，公司采购原材料细分种类超过 4,000 种，采购内容相对分散。公司选取代表性较强的原材料进行分析和列示，主要原材料的采购情况及在不同供应商的采购均价区间如下：

原材料类别	存货名称 (具体规格型号)	单位	不同供应商的 采购均价 (元)	供应商名称
塑料制品类	多通旋塞阀	元/个	1.93~2.31	Elcam Medical A.C.A.L.Ltd
	灌注阀	元/个	3.70~3.93	Elcam Medical A.C.A.L.Ltd
	呼吸袋	元/只	3.29~3.84 3.69~4.00	蒙山县至元科技实业有限公司、广州晟威医疗器械有限公司
	面罩	元/只	3.48~3.81	深圳市默辉医疗器械有限公司、深圳默辉生物科技有限公司
电子类	压力传感器芯片	元/个	4.86~5.20	精量电子（深圳）有限公司
	温度传感器套件	元/个	3.34~4.70	精量电子（成都）有限公司
塑料颗粒类	EVA	元/千克	16.73~21.94	宁波中浩塑化有限公司
	PP	元/千克	10.78~11.18	宁波中浩塑化有限公司
	K 聚酯	元/千克	16.35~17.31	宁波中浩塑化有限公司
包材类	压力传感器吸塑盒	元/片	0.74~0.77	嘉兴市梦成医用包装有限公司
	麻醉包塑盒	元/只	0.55~0.66	嘉兴市梦成医用包装有限公司
成品类	一次性使用脉搏血氧饱和度传感器	元/片	9.28~10.61	深圳市艾美迪电子科技有限公司
金属类	螺旋加强钢丝	元/根	5.31~5.49	苏州华睿五金弹簧有限公司
	弹簧（加强插管用）	元/根	1.30~1.36	苏州华睿五金弹簧有限公司
	导丝	元/根	5.75~5.76 5.82~6.90	深圳奉天医疗技术有限公司、东莞市奥翔医疗科技有限公司
	麻醉视频喉镜 PCBA 板	元/个	265.49	深圳市隆源卓越科技发展有限公司

综上分析可知，报告期内，公司采购的主要原材料在不同供应商的采购价格

差异较小或从特定供应商采购。

(2) 说明主要原材料供应商的定价及调价机制对原材料采购价格、生产成本的影响

报告期内，公司采购的原材料物料主要为塑料制品、电子类、塑料颗粒类、包装材料类、金属类以及其他材料等类别，公司向主要供应商采购原材料价格的定价及调价机制情况如下：

原材料类别	供应商名称	定价机制	调价机制
塑料制品类	Elcam Medical A. C. A. L. Ltd	产品规格较多且不同产品工艺品质不同，不具有公开市场价格，公司一般通过询价、谈判协商方式确定价格	通过其他同行业报价比价及谈判协商
	深圳市默辉医疗器械有限公司		
	蒙山县至元科技实业有限公司		
电子类	精量电子（深圳）有限公司	产品规格较多且不同产品工艺品质不同，不具有公开市场价格，公司一般通过询价、谈判协商方式确定价格	通过其他同行业报价比价及谈判协商
	精量电子（成都）有限公司		
塑料颗粒类	宁波中浩塑化有限公司	需采用医疗级塑料粒子，一般结合市场有关塑料粒子大宗商品市场的整体行情，通过询价、谈判协商方式确定该类原材料的价格	关注市场行情波动，并通过其他同行业报价比价及谈判协商
	苏州正鸿高分子材料有限公司		
	深圳恒方大高分子材料科技有限公司		
包材类	常州市双鹤医用包装科技有限公司	一般定价方式为在生产所需原材料的市场价格基础上，叠加加工费和合理利润，也通过不定期组织询价、谈判协商等方式保证采购价格优势	通过其他同行业报价比价及谈判协商
	嘉兴市梦成医用包装有限公司		
成品类	深圳市艾美迪电子科技有限公司	产品规格较多且不同产品工艺品质不同，不具有公开市场价格，公司一般通过询价、谈判协商方式确定价格	通过其他同行业报价比价及谈判协商
金属类	苏州华睿五金弹簧有限公司	公司一般通过组织招标或报价比价及谈判协商方式确定价格，也通过不定期组织询价、协商等方式保证采购价格优势	通过其他同行业报价比价及谈判协商
	东莞市奥翔医疗科技有限公司		
	东莞市欧盈精密机械有限公司		

报告期内，公司根据市场化原则遴选供应商，与主要供应商建立了较为长期、稳定的合作关系。通过与主要供应商之间建立清晰、明确的定价和调价机制，公司可以就相关原材料的整体市场行情、采购规模、采购具体规格型号等及时组织供应商进行报价比价和谈判协商，确保公司生产产品所必需的原材料采购价格、

生产成本整体稳定可控。

3. 结合各类产品单位原材料耗用量，说明各类原材料采购入库、生产领用、期末库存情况，与各期产品产销量、期末存货的匹配性

公司各类产品的成本结构中，原材料占比约 70%，其中监护类产品直接材料占比略高为 80%，麻醉类产品直接材料占比略低为 60%-65%，手术护理类产品直接材料占比约为 73%，各类原材料采购入库、领用和期末库存情况如下：

单位：万元

2022 年度				
原料类别	采购入库	生产领用	其他领料	期末库存
塑料制品类	2,681.18	2,850.84	23.23	366.06
电子类	1,521.87	1,397.71	472.60	483.29
塑料颗粒类	1,205.17	1,116.85	64.89	259.13
包材类	1,295.33	1,282.74	10.81	219.83
金属类	686.86	568.30	27.92	182.72
其他类	1,018.15	880.69	140.36	191.08
小 计	8,408.55	8,097.14	739.81	1,702.11
2023 年度				
原料类别	采购入库	生产领用	其他领料	期末库存
塑料制品类	3,594.92	3,020.85	17.51	922.62
电子类	2,649.16	2,073.88	104.65	953.92
塑料颗粒类	1,209.79	1,171.73	67.39	229.80
包材类	1,452.07	1,368.01	22.11	281.78
金属类	574.26	496.26	26.36	234.36
其他类	1,143.75	784.06	279.74	271.03
小 计	10,623.94	8,914.79	517.77	2,893.49
2024 年度				
原料类别	采购入库	生产领用	其他领料	期末库存
塑料制品类	3,078.61	3,037.93	25.07	938.23
电子类	1,897.90	1,965.31	6.30	880.21
塑料颗粒类	1,455.60	1,380.49	17.10	287.81
包材类	1,448.14	1,495.75	12.58	221.59

金属类	508.79	605.97	14.49	122.69
其他类	1,161.34	926.03	273.85	232.49
小 计	9,550.39	9,411.49	349.37	2,683.02

2025 年 1-6 月

原料类别	采购入库	生产领用	其他领料	期末库存
塑料制品类	1,361.66	1,530.34	1.96	767.60
电子类	616.66	844.53	119.99	532.36
塑料颗粒类	725.78	699.15	4.79	309.65
包材类	764.07	728.57	1.55	255.53
金属类	338.61	325.64	4.55	131.11
其他类	636.70	506.36	118.10	244.73
小 计	4,443.47	4,634.59	250.94	2,240.97

注：其他领料主要系研发等费用性质的领料及材料配件销售出库

原料采购入库、生产领用和期末库存与各期产品生产入库、销售出库以及期末库存的匹配性情况如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
原材料期初库存	2,683.02	2,893.49	1,702.11	2,130.51
加：采购入库	4,443.47	9,550.39	10,623.94	8,408.55
减：生产领用	4,634.59	9,411.49	8,914.79	8,097.14
减：材料配件销售出库	87.60	58.91	151.75	410.61
减：其他领用[注]	163.35	290.46	366.02	329.20
原材料期末库存	2,240.97	2,683.02	2,893.49	1,702.11

原材料领用与产品产量（生产入库）匹配情况：

原材料生产领用	4,634.59	9,411.49	8,914.79	8,097.14
加：生产成本-直接人工	1,257.69	2,475.16	2,135.71	1,945.54
加：生产成本-制造费用	929.37	1,753.48	1,590.59	1,429.37
减：在产品增加	191.64	-7.89	-10.24	159.73
减：其他领用[注]	3.35	13.37	16.85	16.19
测算本期成品生产入库金额	6,626.66	13,634.65	12,634.48	11,296.13
本期成品实际生产入库金额	6,670.06	13,617.61	12,615.48	11,285.73

匹配率	99.35%	99.88%	99.85%	99.91%
产品产量（生产入库）与销量（销售出库）、期末库存匹配情况：				
本期成品实际生产入库金额	6,670.06	13,617.61	12,615.48	11,285.73
加：外购成品	459.07	929.84	1,345.64	1,244.89
加：库存商品期初库存	2,621.18	1,874.22	1,814.26	1,417.24
减：库存商品期末库存	2,323.50	2,621.18	1,874.22	1,814.26
减：其他领用 [注]	37.22	102.37	175.24	64.88
减：发出商品增加	39.66	-244.31	73.33	58.02
测算成品销售出库金额	7,349.92	13,942.43	13,652.59	12,010.70
测算主营业务成本	7,349.92	13,942.43	13,652.59	12,010.70
实际主营业务成本剔除运费	7,260.50	13,953.25	13,742.12	12,097.05
匹配率	98.78%	99.92%	99.35%	99.29%

[注]其他领用主要系研发等费用性质领料

公司各期主要产品的产销量如下：

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
产量（万件/套）	1,030.95	2,097.26	1,746.35	1,594.31
销量（万件/套）	1,038.61	1,958.43	1,720.31	1,463.00

注：上表销量部分已剔除委托生产产品销量

如上表所示，原料采购入库、生产领用、期末库存与各期产品产量、销量、期末库存的匹配程度高。

4. 说明主要原材料领用量及金额的配比关系，直接材料、直接人工和制造费用的归集、分配、结转方法；说明各类产品成本构成、变动及原因，与可比公司的差异及合理性；说明委外加工产品成本的构成、核算、列报情况

主要原材料领用量及金额的配比关系如下：

数量：万（个、只、千克、片、根）；金额：万元

2022 年度								
原料类别	名称	生产领用数量	生产领用金额	价格单位	采购单价（不含关税）	生产领用单价	采购单价（含关税）	领用单价与含关税采购单价差异
塑料制类	多通旋塞阀	223.61	485.94	元/个	1.93	2.17	2.07	4.83%[注 1]
	灌注阀	142.16	554.65	元/个	3.70	3.90	3.96	-1.52%
	呼吸袋	106.34	426.73	元/只	4.00	4.01	4.00	0.25%
	麻醉面罩	88.84	338.05	元/只	3.81	3.81	3.81	

电 子 类	压力传感器芯片	140.87	717.63	元/个	4.86	5.09	4.86	4.73%
	温度传感器套件	26.14	120.71	元/个	4.70	4.62	4.70	-1.70%
塑 料 类	EVA	11.88	263.34	元/千克	21.94	22.17	21.94	1.05%
	PP	13.61	155.64	元/千克	11.18	11.44	11.18	2.33%
	K 聚酯	4.83	83.43	元/千克	17.31	17.27	17.31	-0.23%
包 材 类	压力传感器吸塑盒	141.04	108.17	元/片	0.77	0.77	0.77	
	麻醉包塑盒	235.03	164.41	元/只	0.66	0.70	0.66	6.06%
金 属 类	螺旋加强钢丝	18.97	104.09	元/根	5.49	5.49	5.49	
	弹簧（加强插管用）	76.52	105.32	元/根	1.36	1.38	1.36	1.47%
	导丝	10.80	62.52	元/根	5.79	5.79	5.79	

2023 年度

原料类别	名称	生产领用数量	生产领用金额	价格单位	采购单价（不含关税）	生产领用单价	采购单价（含关税）	领用单价与含关税采购单价差异
塑 料 类	多通旋塞阀	297.10	732.17	元/个	2.10	2.46	2.25	9.33%[注 1]
	灌注阀	196.81	812.77	元/个	3.93	4.13	4.21	-1.90%
	呼吸袋	119.80	419.87	元/只	3.45	3.50	3.45	1.45%
	麻醉面罩	110.53	389.04	元/只	3.48	3.52	3.48	1.15%
电 子 类	压力传感器芯片	193.80	948.18	元/个	4.89	4.89	4.89	
	温度传感器套件	47.82	216.21	元/个	4.54	4.52	4.54	-0.44%
塑 料 类	EVA	13.63	260.85	元/千克	18.78	19.14	18.78	1.92%
	PP	17.59	193.81	元/千克	10.78	11.02	10.78	2.23%
	K 聚酯	5.18	88.30	元/千克	16.87	17.05	16.87	1.07%
包 材 类	压力传感器吸塑盒	193.98	148.77	元/片	0.77	0.77	0.77	
	麻醉包塑盒	150.14	87.44	元/只	0.64	0.58	0.64	-9.38%
金 属 类	螺旋加强钢丝	15.69	86.07	元/根	5.49	5.49	5.49	
	弹簧（加强插管用）	63.06	83.79	元/根	1.33	1.33	1.33	
	导丝	9.66	56.43	元/根	5.96	5.84	5.96	-2.01%

2024 年度

原料类别	名称	生产领用数量	生产领用金额	价格单位	采购单价（不含关税）	生产领用单价	采购单价（含关税）	领用单价与含关税采购单价差异
塑 料 类	多通旋塞阀	270.89	614.18	元/个	2.31	2.27	2.47	-8.10%[注 1]
	灌注阀	185.73	774.30	元/个	3.77	4.17	4.03	3.47%
	呼吸袋	162.26	544.00	元/只	3.35	3.35	3.35	
	麻醉面罩	142.90	499.62	元/只	3.50	3.50	3.50	
电 子 类	压力传感器芯片	185.72	932.43	元/个	5.20	5.02	5.20	-3.46%

类	温度传感器套件	81.85	287.23	元/个	3.34	3.51	3.34	5.09%
塑 料 类	EVA	18.08	303.59	元/千克	16.73	16.79	16.73	0.36%
	PP	25.63	273.85	元/千克	10.88	10.68	10.88	-1.84%
	K 聚酯	7.73	126.63	元/千克	16.35	16.38	16.35	0.18%
包 材 类	压力传感器吸塑盒	182.39	134.09	元/片	0.74	0.74	0.74	
	麻醉包塑盒	179.75	102.68	元/只	0.55	0.57	0.55	3.64%
金 属 类	螺旋加强钢丝	24.24	130.00	元/根	5.31	5.36	5.31	0.94%
	弹簧（加强插管用）	87.56	114.57	元/根	1.30	1.31	1.30	0.77%
	导丝	12.28	72.20	元/根	5.82	5.88	5.82	1.03%

2025 年 1-6 月

原料类别	名称	生产领用数量	生产领用金额	价格单位	采购单价（不含关税）	生产领用单价	采购单价（含关税）	领用单价与含税采购单价差异
塑 料 品 类	多通旋塞阀	156.77	278.30	元/个	2.63	1.78	2.82	-36.88%[注 1]
	灌注阀	81.71	338.43	元/个	3.91	4.14	3.91	5.88%
	呼吸袋	94.67	319.35	元/只	3.35	3.37	3.35	0.60%
	麻醉面罩	71.18	248.99	元/只	3.50	3.50	3.50	
电 子 类	压力传感器芯片	86.13	442.77	元/个	5.20	5.14	5.20	-1.15%
	温度传感器套件	22.27	74.96	元/个	1.95	3.37	1.95	72.82% [注 2]
塑 料 类	EVA	8.40	137.60	元/千克	16.19	16.39	16.19	1.24%
	PP	15.85	170.45	元/千克	10.37	10.75	10.37	3.66%
	K 聚酯	4.01	65.47	元/千克	16.37	16.34	16.37	-0.18%
包 材 类	压力传感器吸塑盒	83.65	65.71	元/片	0.78	0.79	0.78	1.28%
	麻醉包塑盒	86.26	49.12	元/只	0.57	0.57	0.57	
金 属 类	螺旋加强钢丝	16.00	84.94	元/根	5.31	5.31	5.31	
	弹簧（加强插管用）	41.64	53.55	元/根	1.28	1.29	1.28	0.78%
	导丝	7.43	42.36	元/根	5.70	5.70	5.70	

[注 1]多通旋塞阀领用单价高于采购单价主要系细分规格型号较多，领用规格与采购规格差异造成

[注 2]系外购规格型号变化(外购小批量测试用型号)导致本期采购单价低，而领用的期初结存单价高

多通旋塞阀细分规格后如下：

数量：万个、万只、万千克、万片、万根；金额：万元

2022 年度

名称	生产领用数量	生产领用金额	价格单位	采购单价 (不含关税)	生产领用单价	采购单价 (含关税)	领用单价与含 关税采购单价 差异
多通旋塞阀	223.61	485.94	元/个	1.93	2.17	2.07	4.83%
其中：单通	137.01	103.67	元/个	0.70	0.76	0.75	1.33%
二通	18.01	74.68	元/个	3.97	4.15	4.25	-2.35%
三通	29.90	142.73	元/个	4.51	4.77	4.83	-1.24%
无针三通	27.13	94.69	元/个	3.34	3.49	3.57	-2.24%
四通	10.28	60.62	元/个	5.52	5.90	5.91	-0.17%
五通	1.29	9.56	元/个	6.90	7.41	7.38	0.41%

2023 年度

名称	生产领用数量	生产领用金额	价格单位	采购单价 (不含关税)	生产领用单价	采购单价 (含关税)	领用单价与含 关税采购单价 差异
多通旋塞阀	297.10	732.17	元/个	2.10	2.46	2.25	9.33%
其中：单通	161.56	125.94	元/个	0.73	0.78	0.78	
二通	28.01	119.92	元/个	3.98	4.28	4.26	0.47%
三通	41.72	206.87	元/个	4.61	4.96	4.93	0.61%
无针三通	51.20	190.31	元/个	3.50	3.72	3.75	-0.80%
四通	13.69	82.48	元/个	5.72	6.02	6.12	-1.63%
五通	0.91	6.65	元/个	6.95	7.28	7.44	-2.15%

2024 年度

名称	生产领用数量	生产领用金额	价格单位	采购单价 (不含关税)	生产领用单价	采购单价 (含关税)	领用单价与含 关税采购单价 差异
多通旋塞阀	270.89	614.18	元/个	2.31	2.27	2.47	-8.10%
其中：单通	170.51	134.14	元/个	0.76	0.79	0.81	-2.47%
二通	24.55	104.12	元/个	4.05	4.24	4.33	-2.08%
三通	31.41	160.36	元/个	4.81	5.11	5.15	-0.78%
无针三通	27.29	107.63	元/个	3.62	3.94	3.87	1.81%
四通	16.53	103.65	元/个	5.82	6.27	6.23	0.64%
五通	0.61	4.73	元/个	7.24	7.74	7.75	-0.13%

2025 年 1-6 月

名称	生产领用数量	生产领用金额	价格单位	采购单价 (不含关税)	生产领用单价	采购单价 (含关税)	领用单价与含 关税采购单价 差异
多通旋塞阀	156.77	278.30	元/个	2.63	1.78	2.82	-36.88%
其中：单通	117.76	93.80	元/个	0.73	0.80	0.78	2.56%
二通	0.02	0.07	元/个	4.03	4.49	4.31	4.18%

三通	10.58	53.71	元/个	4.69	5.08	5.02	1.20%
无针三通	20.44	79.52	元/个	3.79	3.89	4.05	-3.95%
四通	7.00	43.71	元/个	5.80	6.24	6.21	0.48%
五通	0.98	7.48	元/个	7.01	7.65	7.50	2.00%

多通旋塞阀细分规格看领用单价与采购单价差异小。

综上公司主要原材料领用量和领用金额计算出的加权平均领料成本与当期采购单价差异小，配比关系强。

公司成本核算采用分步法核算，按照产品品种和生产步骤计算成本，产品生产成本构成项目为：直接材料、直接人工、制造费用。公司不同车间对应不同的生产工序，按生产车间建立设置成本中心进行成本归集和分配，直接材料成本按实际领料直接归集及分配至对应成品、半成品，直接材料按 BOM 表标准耗用量进行分配，直接人工及制造费用按车间归集按标准工时分配至当月产成品，在产品考虑各月末结存量较少未分配人工及制造费用，成品发出按月末一次加权平均法计价并结转入主营业务成本。

各类产品成本构成如下：

金额：万元

项 目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
麻醉类耗材	3,827.77	100.00%	7,736.61	100.00%	6,966.11	100.00%	6,400.38	100.00%
直接材料	2,319.42	60.59%	4,843.38	62.60%	4,304.10	61.79%	4,140.05	64.68%
直接人工	739.63	19.32%	1,391.68	17.99%	1,253.86	18.00%	1,076.02	16.81%
制造费用	559.69	14.62%	1,032.71	13.35%	985.47	14.15%	803.83	12.56%
运输费用	209.03	5.46%	468.84	6.06%	422.67	6.07%	380.48	5.94%
监护类耗材	2,698.14	100.00%	4,706.65	100.00%	4,929.83	100.00%	4,152.32	100.00%
直接材料	2,135.75	79.16%	3,743.92	79.55%	4,065.38	82.46%	3,369.13	81.14%
直接人工	320.81	11.89%	545.15	11.58%	478.78	9.71%	435.17	10.48%
制造费用	203.52	7.54%	352.65	7.49%	317.79	6.45%	289.03	6.96%
运输费用	38.06	1.41%	64.93	1.38%	67.88	1.38%	58.99	1.42%
手术及护理类耗材	993.67	100.00%	2,036.79	100.00%	2,352.05	100.00%	1,977.74	100.00%
直接材料	715.81	72.04%	1,501.57	73.72%	1,715.15	72.92%	1,455.16	73.58%
直接人工	146.37	14.73%	279.03	13.70%	336.46	14.30%	268.3	13.57%
制造费用	105.65	10.63%	198.84	9.76%	235.70	10.02%	194.92	9.86%

运输费用	25.85	2.60%	57.35	2.82%	64.75	2.75%	59.36	3.00%
------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

公司各类产品的成本构成相对稳定，麻醉类医疗器械直接材料 2023 年度、2025 年 1-6 月占比下降，主要系原材料塑料粒子的采购单价下降明显，EVA2023 年度采购单价下降 14.40%，2025 年 1-6 月采购单价下降 3.21%，PP2025 年采购单价下降 4.7%，监护类医疗器械 2024 年至 2025 年 6 月直接材料占比下降，主要系一次性脉搏血氧饱和度传感器采购单价 2024 年下降 8.61%，2025 年下降 13.39%，手术及护理类耗材各期成本构成较为稳定。

公司产品成本构成与可比公司的差异及合理性具体如下：

公 司	项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司	直接材料	68.77%	69.72%	70.68%	71.55%
	直接人工	16.05%	15.28%	14.58%	14.19%
	制造费用等	15.18%	15.00%	14.74%	14.26%
三鑫医疗	直接材料	未披露	71.05%	71.81%	72.86%
	直接人工		10.19%	10.26%	9.82%
	制造费用等		18.75%	17.94%	17.32%
天益医疗	直接材料		55.19%	51.13%	54.50%
	直接人工		25.70%	33.43%	30.71%
	制造费用等		19.12%	15.44%	14.80%
维力医疗	直接材料		59.46%	62.58%	60.78%
	直接人工		20.92%	19.98%	20.79%
	制造费用等		19.62%	17.44%	18.42%

公司产品成本构成中，直接材料占比约为 70%，与可比公司三鑫医疗公司接近，高于维力医疗以及天益医疗，主要系公司监护类耗材原材料包括压力传感器等电子类原材料，报告期内监护类产品收入占主营业务收入比例在 35%-40%之间，监护类耗材直接材料占比约 80%，拉高了公司整体材料占比，因此公司直接材料占比比同行业公司偏高，具有合理性。

报告期内，公司不存在部分生产环节委外加工，仅存在委托生产。公司委托生产系根据《医疗器械生产监督管理办法》的规定委托其他生产企业生产产成品。公司对产品外观和结构、技术参数、性能指标、LOGO、包装等进行研发和设计，产品的备案、注册证、品牌、商标均为公司所有，公司仅将生产制造环节委托给

合格供应商完成。委托生产的产品定价为成本加成定价，公司测算自制成本作为参考再与供应商谈判确定采购价格。

报告期内，公司委托生产产品情况如下：

金额：万元				
产品名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
一次性使用脉搏血氧饱和度传感器	320.28	656.48	1,080.55	977.03
二氧化碳吸收剂	130.91	243.44	207.12	228.43
小计	451.19	899.92	1,287.67	1,205.46
主营业务成本	7,533.57	14,545.87	14,299.24	12,600.97
占比	5.99%	6.19%	9.01%	9.57%

公司委托生产，成品入库时增加库存商品，销售领用时按月末一次加权平均结转至主营业务成本，期末结存列报于库存商品。

（二）存货规模合理性及跌价准备计提充分性

1. 结合采购备货周期、客户下单周期、生产周期、发货运输周期、签收周期等，说明各期末原材料、在产品、库存商品规模的合理性，与公司在手订单及业务规模的匹配情况；说明春节备货对各期期末库存商品期末余额的影响，发行人存货周转率及变动与可比公司是否存在差异及合理性。

（1）采购与生产及销售周期与公司存货规模的合理性

公司各业务周期如下：

采购备货周期	塑料制品类	海外进口原材料如灌注阀、多通旋塞阀等阀类塑料制品采购周期较长，从计划采购到入库需要 3-4 个月
	电子类	压力传感器芯片等电子类，芯片一般在前一年三季度末向供应商下达下年的年度采购计划，锁定年度采购量，供应商按采购计划对应的月份发货
	塑料颗粒类	采购周期一般为 1-2 周
	包材类	3-4 周
	金属类	1 周
生产周期	2-4 周	
客户下单周期（下单至发货的时间）	内销客户订货及交货周期较短，内销产品在有库存的前提下交期 1 周左右，外销交期 1-2 个月，外销定制产品部分时间达到 3 个月	

发货运输及签收周期	1 周左右
-----------	-------

报告期各期，公司存货规模、存货结构及存货周转天数如下：

金额：万元				
项 目	2025 年 6 月	2024 年末	2023 年末	2022 年末
原材料	2,226.44	2,667.52	2,886.84	1,677.20
在产品	659.39	467.76	475.64	485.88
库存商品	2,313.76	2,611.50	1,864.79	1,805.68
发出商品	63.64	23.97	268.28	194.95
存货账面价值合计	5,263.23	5,770.75	5,495.56	4,163.71
原材料周转天数	58	69	57	54
在产品周转天数	13	12	12	10
库存商品周转天数	59	55	46	46
发出商品周转天数	1	4	6	5
存货总体周转天数	131	140	121	115

注：周转天数=360 天/(营业成本÷各类存货期初期末平均)

公司的存货规模主要受各业务周期及公司的备货政策影响，公司采购周期长，生产、客户下单交付、发货及运输周期短，为防止原料的缺货及保证成品的交付公司需要对原材料及成品进行一定量的安全库存储备。公司存货结存、存货周转情况与各业务周期、备货政策吻合，各期末原材料、在产品、库存商品规模具有合理性。

(2) 存货规模与公司在手订单及业务规模的匹配情况

报告期各期，公司期末在手订单对应存货情况如下：

单位：万元			
项 目	2025 年 6 月		
	账面余额	在手订单对应存货	在手订单覆盖率
原材料	2,240.97	——	——
在产品	659.39	——	——
库存商品	2,323.50	205.70	8.85%
发出商品	63.64	63.64	100.00%
合 计	5,287.50	269.34	5.09%
项 目	2024 年末		

	账面余额	在手订单对应存货	在手订单覆盖率
原材料	2,683.02	——	——
在产品	467.76	——	——
库存商品	2,621.18	196.75	7.51%
发出商品	23.97	23.97	100.00%
合 计	5,795.93	220.72	3.81%
项 目	2023 年末		
	账面余额	在手订单对应存货	在手订单覆盖率
原材料	2,893.49	——	——
在产品	475.64	——	——
库存商品	1,874.22	72.34	3.86%
发出商品	268.28	268.28	100.00%
合 计	5,511.64	340.63	6.18%
项 目	2022 年末		
	账面余额	在手订单对应存货	在手订单覆盖率
原材料	1,702.11	——	——
在产品	485.88	——	——
库存商品	1,814.26	180.16	9.93%
发出商品	194.95	194.95	100.00%
合 计	4,197.20	375.11	8.94%

公司各期末在手订单对应存货金额小，主要系客户订单分散，下单周期短，公司快速交货履约，存货规模与期末在手订单量不存在明显的关系。

(3) 说明春节备货对各期期末库存商品期末余额的影响，公司存货周转率及变动与可比公司是否存在差异及合理性

受客户春节备货影响，公司各年 12 月末库存商品余额相比 10 月末、11 月末均有一定减少，具体如下：

金额：万元	
月 份	库存商品账面余额
2022 年 10 月	2,378.28
2022 年 11 月	2,464.31
2022 年 12 月	1,814.26

2023 年 10 月	2,519.24
2023 年 11 月	2,738.73
2023 年 12 月	1,874.22
2024 年 10 月	3,329.78
2024 年 11 月	3,341.88
2024 年 12 月	2,621.18

报告期内，公司存货周转率与同行业公司对比如下：

项 目	公司名称	2025 年 6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
存货周转率 (次)	三鑫医疗	5.05	4.91	4.28	5.07
	天益医疗	3.40	3.16	3.20	5.17
	维力医疗	4.45	5.37	4.91	4.67
	平均值	4.30	4.48	4.13	4.97
	公司	2.73	2.58	2.97	3.10
仅计算库存商 品的存货周转 率(次)	三鑫医疗	8.68	7.55	7.58	11.74
	天益医疗	7.02	6.69	5.92	10.50
	维力医疗	6.49	8.10	7.94	7.78
	平均值	7.40	7.45	7.15	10.01
	公司	6.12	6.50	7.81	7.85

综上，受经销商春节备货影响，公司各期期末库存商品余额相比 10 月、11 月均有一定减少，库存商品备货金额整体保持稳定。公司报告期各期库存商品周转率与同行业公司接近，整体存货周转率受期末多通旋塞阀、灌注阀、芯片等原材料储备影响，比同行业略低。

2. 说明发行人各类存货跌价准备的具体测算过程、可变现净值的确认依据，结合各类产品销售价格变动及毛利率波动影响、可比公司存货跌价准备计提情况等，说明发行人存货跌价准备计提的充分性；说明长库龄存货种类、金额、占比、对应产品情况；说明无订单对应存货的具体构成、库龄、用途、金额及占比，是否为定制化产品或原材料，跌价准备的计提是否充分；按照行业平均跌价计提比例模拟测算对净利润的影响

(1) 公司主要产品毛利率及销售价格的变化情况及对存货跌价的影响

主要产品系列的销售价格和销量、毛利率的变动情况具体如下：

单位：元/件、只、套；销售量：万（件、只、套）；毛利率：%

项 目	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	平均单价	销售量	毛利率	平均单价	销售量	毛利率
麻醉类耗材	12.51	629.15	51.38	12.76	1,251.48	51.54
监护类耗材	29.64	203.87	55.35	31.65	350.79	57.61
手术及护理类耗材	6.40	252.92	38.57	6.73	472.57	35.91

（续上表）

项 目	2023 年度			2022 年度		
	平均单价	销售量	毛利率	平均单价	销售量	毛利率
麻醉类耗材	14.57	1,003.55	52.37	14.81	875.22	50.62
监护类耗材	34.58	344.44	58.61	37.06	279.74	59.95
手术及护理类耗材	7.61	511.75	39.58	7.69	425.72	39.59

公司主要产品单价下降，但毛利率稳定，不会对存货跌价造成异常影响。

(2) 公司报告期各期库龄，长库龄存货种类、金额、占比、对应产品情况；

报告期各期末，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

2025 年 6 月末					
项 目	账面余额	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料	2,240.97	2,155.09	73.04	6.18	6.66
在产品	659.39	646.81	11.76	0.79	0.03
库存商品	2,323.50	2,310.07	5.83	2.57	5.03
发出商品	63.64	63.64			
小 计	5,287.50	5,175.61	90.63	9.54	11.72
占 比	100.00%	97.88%	1.71%	0.18%	0.22%
2024 年末					
项 目	账面余额	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料	2,683.02	2,620.00	51.11	6.74	5.17
在产品	467.76	454.65	11.41	1.70	
库存商品	2,621.18	2,608.92	6.99	1.41	3.86
发出商品	23.97	23.97			

小 计	5,795.93	5,707.54	69.51	9.85	9.03
占 比	100.00%	98.47%	1.20%	0.17%	0.16%

2023 年末

项 目	账面余额	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料	2,893.49	2,828.99	39.96	18.25	6.29
在产品	475.64	465.85	8.65	1.14	
库存商品	1,874.22	1,855.10	13.48	2.06	3.58
发出商品	268.28	268.28			
小 计	5,511.64	5,418.23	62.09	21.45	9.87
占 比	100.00%	98.31%	1.13%	0.39%	0.18%

2022 年末

项 目	账面余额	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料	1,702.11	1,650.36	38.28	12.30	1.17
在产品	485.88	480.36	5.19	0.31	0.02
库存商品	1,814.26	1,792.44	17.27	2.26	2.29
发出商品	194.95	194.95			
小 计	4,197.20	4,118.11	60.74	14.87	3.48
占 比	100.00%	98.12%	1.45%	0.35%	0.08%

公司原材料库龄 1 年以上库存主要系年消耗量较少的特殊规格的原料备货，库龄 1 年以上的在产品主要系生产余量的自制半成品。2025 年 6 月末库龄 1 年以上的产成品具体如下：

单位：万元

产品大类	1 年以上金额
麻醉类	4.84
监护类	5.34
手术及护理类	0.94
其他	2.30
小 计	13.42

(3) 无订单对应存货的具体构成、库龄、用途、金额及占比，是否为定制化产品或原材料

公司 2025 年 6 月末无订单存货对应的库龄情况如下：

单位：万元

项 目	2025 年 6 月		
	期末 无订单存货	库龄（1 年以内）	库龄（1 年以上）
原材料	2,240.97	2,155.09	85.88
在产品	659.39	646.81	12.58
库存商品	2,117.80	2,104.37	13.43
小 计	5,018.16	4,906.27	111.89

公司的无订单存货主要为非定制产品及原料。

(4) 公司各类存货跌价具体测算过程，可变现净值确认依据

1) 计提存货跌价准备的会计政策

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；

2) 各类存货可变现净值的具体确认方法如下：

①通过盘点，查看各类库存商品、原材料是否存在变质、破损、近效期等减值迹象；

②检查期末及期后材料成本单价，确认外购材料单价是否存在大幅变动情况，若存在，考虑其可能涉及的产品类别；

③对于库存商品、发出商品和用于连续加工生产的原材料、在产品，结合销售单价、毛利率、销售费用率等情况来考虑期末可变现净值；对库龄较长、公司判断已有很大可能不再用于连续加工生产的各类材料、在产品等，通过对比历史价格、下一季度价格等合理方式取得其对应的可变现净值；

④根据公司可变现净值的确定方法分别测算库存商品、原材料、在成品等存货的可变现净值，并与其期末单位成本进行对比，考虑是否计提相应的存货跌价

准备。

(5) 可比公司存货跌价准备计提情况，及按照行业平均跌价计提比例模拟测算对净利润的影响

项 目	2025 年 6 月末	2024 年度	2023 年度	2022 年度
维力医疗	7.25%	8.75%	12.86%	7.03%
三鑫医疗	1.59%	1.54%	0.74%	0.37%
天益医疗	1.89%	2.05%	0.59%	0.50%
平均计提比例	3.58%	4.11%	4.73%	2.63%
剔除维力医疗平均计提比例	1.74%	1.79%	0.67%	0.44%
公司	0.46%	0.43%	0.29%	0.80%

同行业公司中，维力医疗公司存货跌价计提比例高于其他公司，剔除维力医疗计提比例影响，公司与三鑫医疗、天益医疗计提比例接近。

项 目	2025 年 6 月末	2024 年度	2023 年度	2022 年度
可比公司平均计提比例	3.58%	4.11%	4.73%	2.63%
公司	0.46%	0.43%	0.29%	0.80%
按照行业平均跌价计提比例 模拟测算对存货跌价准备的 影响（万元）	165.02	213.29	244.72	76.81
模拟对净利润影响（万元）	41.03	26.71	-142.72	-35.95
剔除维力医疗 可比公司平均计提比例	1.74%	1.79%	0.67%	0.44%
剔除维力医疗后模拟测算对 存货跌价准备的影响（万元）	67.77	79.08	20.76	-15.25
剔除维力医疗后模拟对净利 润影响（万元）	9.61	-49.57	-30.61	25.46

可比公司平均计提比例比公司高，主要系可比公司中维力医疗公司存货跌价准备计提比例明显高于其他公司，系其存货受公共卫生事件囤货以及海外大客户去库存等特殊影响，其存货跌价准备计提比例明显比同行业其他公司偏高，公司与三鑫医疗、天益医疗计提比例不存在显著差异。按可比公司平均跌价计提比例模拟测算对净利润影响较小。

综上，公司主要产品毛利率稳定，库龄结构较好，2 年以上长库龄存货占比低于 1%，公司存货结存主要为非定制化结存，虽然报告期末在手订单对应的存

货较少，但期后消化结转情况良好。公司存货跌价政策、可变现净值确认方法合理，跌价准备的计提充分。

3. 说明存货盘点情况，包括盘点时间、地点、范围、方法、程序、比例、结果，是否存在盘点差异及产生的原因和处理措施

公司在资产负债表日对仓库、车间的存货进行了盘点，具体盘点情况如下：

项 目	2025 年 6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
盘点范围	全面盘点			
盘点地点	公司仓库、车间			
盘点范围	原材料、库存商品、车间在制品			
盘点程序	盘点前，公司编制盘点计划，确定盘点时间范围及人员，下发盘点通知，盘点前公司仓库停止收发、车间停工。 盘点过程中，以小组为单位，对照盘点表的名称、规格、数量及存放地点逐项进行核对，仓库货车间人员清点数量，财务人员记录，审计人员监盘，同时关注存货状态，检查各类存货是否出现毁损陈旧等情况。 盘点结束后，观察盘点现场，确定应纳入盘点范围的存货是否均已盘点，查明发放的盘点表单是否均已收回，汇总盘点结果，登记电子表单，将实盘数据和系统结存数据核对，对盘点结果进行复核并编制盘点总结。			
盘点方法	根据计量单位清点数量，对无法清点数量的塑料粒子等原料进行称重			
盘点时间	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 30 日 -2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 30 日 -2022 年 12 月 31 日
执行盘点人员	公司仓管员、车间班组长、财务部员工			
存货余额扣除发出商品（万元）	5,223.86	5,771.96	5,243.35	4,002.25
盘点金额（万元）	5,113.58	5,742.75	5,132.99	3,599.95
盘点比例	97.89%	99.49%	97.90%	89.95%
盘点差异（万元）	-0.12	0.04	无差异	-0.90

注：盘点差异正数表示盘盈，负数表示盘亏

盘点零星差异主要系原料及车间在制品期末未及时出入库引起，差异小，公司已根据盘点结果计入账内。

公司存货各期末盘点情况良好，盘点结果与账面记录不存在重大差异。

（三）毛利率高于可比公司的合理性

1. 说明经销毛利率高于直销、内销毛利率高于外销的原因，与可比公司是否存在差异及合理性。结合业务拓展及销售模式、产品结构、定价策略、成本结构差异、市场需求变化等，说明报告期内发行人外销毛利率持续提升的合理性，经销商毛利率波动下降、直销毛利率持续提升的合理性；说明主要客户中

是否存在毛利率显著异常的客户、原因及报告期内合作情况

(1) 说明经销毛利率高于直销、内销毛利率高于外销的原因，与可比公司是否存在差异及合理性。

报告期内，公司经销毛利率以及直销毛利率的对比情况具体如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
经销	54.14	83.16	54.34	85.06	54.85	89.57	54.62	90.43
直销	38.83	16.84	39.13	14.94	38.57	10.43	35.95	9.57

报告期内，公司内销毛利率以及外销毛利率的对比情况具体如下：

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
境内	53.16	86.27	53.75	86.98	54.61	90.67	54.42	91.42
境外	41.55	13.73	40.83	13.02	38.95	9.33	36.03	8.58

报告期内，公司直销和经销以及销售区域的销售额占比情况具体如下：

销售模式	销售区域	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
		主营收入占比	主营收入占比	主营收入占比	主营收入占比
经销	境内	83.16%	85.06%	89.57%	90.43%
直销	境内	3.12%	1.92%	1.09%	0.98%
	境外	13.73%	13.02%	9.33%	8.58%
	小计	16.84%	14.94%	10.43%	9.57%

报告期内，经销毛利高于直销以及内销毛利率高于外销，主要系直销业务之中大部分均为外销，公司外销业务主要以 OEM 模式开展，公司需根据客户需求定制化生产并贴牌，OEM 模式下公司利润空间相对有限。同行业公司之中，维力医疗外销毛利率也低于内销，具体情况如下：

可比公司	销售区域	2025 年 1-6 月 毛利率	2024 年毛利率	2023 年毛利率	2022 年毛利率
维力医疗	境内销售	未披露	56.05%	57.00%	56.87%
	境外销售	未披露	35.60%	34.15%	28.57%

综上，报告期内，公司经销及直销毛利率差异具有合理性，其中直销毛利率较低主要系境外 OEM 业务导致直销毛利率偏低，OEM 模式毛利率较低具有商业合

理性。

(2) 结合业务拓展及销售模式、产品结构、定价策略、成本结构差异、市场需求变化等，说明报告期内公司外销毛利率持续提升的合理性，经销商毛利率波动下降、直销毛利率持续提升的合理性；

报告期内，公司外销业务主要以 OEM 模式开展，公司需根据客户需求定制化生产并贴牌，主要产品包括麻醉、监护、手术及护理三大类麻醉相关医疗器械产品，考虑市场供需、产品成本等因素进行综合定价。

报告期内，外销业务收入产品结构比例情况具体如下：

单位：万元				
期 间	产品大类	收入	毛利率	收入占比
2022 年度	监护类耗材	570.38	40.59%	24.88%
	麻醉类耗材	1,345.72	38.18%	58.69%
	手术护理类耗材	345.51	19.49%	15.07%
	其他	31.35	42.93%	1.37%
小 计		2,292.96	36.03%	100.00%
2023 年度	监护类耗材	580.07	42.13%	20.36%
	麻醉类耗材	1,887.05	40.24%	66.24%
	手术护理类耗材	370.25	27.17%	13.00%
	其他	11.26	44.93%	0.40%
小 计		2,848.63	38.95%	100.00%
2024 年度	监护类耗材	558.4	43.84%	14.13%
	麻醉类耗材	3,133.29	41.32%	79.30%
	手术护理类耗材	244.98	27.81%	6.20%
	其他	14.44	41.97%	0.37%
小 计		3,951.10	40.83%	100.00%
2025 年 1-6 月	监护类耗材	401.25	39.80%	18.79%
	麻醉类耗材	1,621.63	42.64%	75.95%
	手术护理类耗材	103.33	32.00%	4.84%
	其他	8.79	33.48%	0.41%
小 计		2,135.01	41.55%	100.00%

由上表可见，报告期内，公司外销业务中，毛利率较高的麻醉类耗材和监护类耗材占比逐年提升，而毛利率较低的手术护理类耗材在销量有所波动增长的前提下占比逐渐减少。报告期内，手术护理类耗材占外销业务收入比重分别为

15.07%、13.00%和 6.20%和 4.84%，其毛利率分别为 19.49%、27.17%、27.81%和 32.00%，手术护理类耗材相关产品以一次性使用湿化鼻氧管、输氧面罩等耗材为主，外销市场供应充分，因此毛利率较低。

报告期内，公司经销业务毛利率整体稳定，略有下降主要系产品结构有所变化，其次部分产品因市场竞争等因素价格有所调整，直销业务毛利率有所增长主要系直销业务之中，以境外 OEM 模式为主，毛利率较高的麻醉类耗材销售占比逐年提升，因此直销业务毛利率逐年提升具有合理性。

(3) 说明主要客户中是否存在毛利率显著异常的客户、原因及报告期内合作情况。

报告期内，公司各期前五大客户毛利率情况以及合作情况具体如下：

客户	2025 年上半年		2024 年度		2023 年度		2022 年度		报告期合作情况
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	
广州融盛医疗器械有限公司	1,258.66	56.27%	2,078.26	53.49%	2,599.99	53.64%	2,265.08	53.34%	合作正常
浙江百谷医疗科技有限公司	1,108.54	54.70%	2,032.44	53.50%	1,986.65	49.81%	2,334.62	51.73%	合作正常
山西锦旭通生物科技有限公司	435.12	52.06%	1,082.63	51.67%	914.86	52.20%	497.77	51.71%	合作正常
EXXIMMED 2000	370.41	38.81%	512.47	39.58%	126.88	43.87%	144.19	39.61%	合作正常
COVIDIEN JAPAN INC.	335.57	44.75%	574.04	44.23%	399.02	43.83%	48.65	37.76%	合作正常
江苏美康商贸有限公司	297.95	44.64%	288.73	49.88%	717.69	55.13%	466.81	51.59%	合作正常
广西朱江医疗设备有限公司	286.89	52.90%	814.34	47.73%	698.44	50.59%	678.52	47.98%	合作正常
镇江赫力医疗器械有限公司	173.59	55.34%	470.43	55.89%	539.01	56.21%	576.15	55.22%	合作正常

报告期内，公司各期前五大客户毛利率整体稳定，其中广西朱江医疗设备有限公司毛利率较低主要系其采购的产品一次性使用麻醉穿刺包毛利率较低；COVIDIEN JAPAN INC. 系公司外销主要客户，其系美敦力日本子公司，公司向其销售的主要产品一次性使用麻醉面罩和一次性使用麻醉呼吸管路，公司以 OEM 模式向其销售，毛利率低于境内客户具有合理性。综上，公司主要客户中不存在毛利率显著异常的情形。

2. 结合可比公司的选取标准，同类产品在定价模式、成本构成、主要性能指标、应用领域、下游客户、销售模式、销售区域等的具体差异，说明发行人综合毛利率高于可比公司平均水平的合理性；分析麻醉类产品低于可比公司维

力医疗同类产品且变动趋势不一致的原因，说明发行人监护类耗材、手术及护理类耗材毛利率水平与行业平均水平、变动趋势是否存在差异及合理性

(1) 结合可比公司的选取标准，同类产品在定价模式、成本构成、主要性能指标、应用领域、下游客户、销售模式、销售区域等的具体差异，说明公司综合毛利率高于可比公司平均水平的合理性

公司同行业可比上市公司主营业务产品覆盖面的情况具体如下：

项 目	主要产品以及应用领域	注册证情况
维力医疗	公司主要从事麻醉、导尿、泌尿外科、护理、呼吸、血液透析等领域医疗器械的研发、生产和销售，在临床上广泛应用于普通开放手术、微创手术，急救和护理等。	国内 154 项，其中三类 8 项
三鑫医疗	现有主要产品涵盖血液净化、给药器具、心胸外科三大系列	102 项注册证
天益医疗	主要从事血液净化及病房护理领域医用高分子耗材等医疗器械的研发、生产与销售的高新技术企业，公司主要产品包括血液净化装置的体外循环血路、一次性使用动静脉穿刺器、血液透析浓缩液/血液透析干粉、一次性使用一体式吸氧管、喂食器及喂液管等	38 项，其中三类 15 项
公司	主营业务为各类麻醉、监护类医疗器械产品的研发、生产和销售	53 项，其中三类 11 项

由上表可见，其中维力医疗的麻醉类、呼吸类产品与公司麻醉类以及手术及护理类产品接近，三鑫医疗、天益医疗均从事血液净化类的医用导管类产品。因此上述可比公司均从事医用导管类的医疗器械产品。相关产品根据生产成本、市场供需等因素进行定价。

从销售模式角度，公司与可比公司的销售模式均包含直销与经销，同时经销模式是医疗器械耗材行业普遍采用的销售模式，同行业可比上市公司维力医疗（603309.SH）、三鑫医疗（300453.SZ）和天益医疗（301097.SZ）等也采用经销模式。公司采取经销模式具有必要性，符合行业惯例，具体情况如下：

公司名称	销售模式
维力医疗 (603309.SH)	在内销中，公司主要采取经销商销售模式，通过各省市经销商覆盖区域内各级医疗机构。随着医疗器械集中带量采购的展开，公司相应调整业务管理的模式，加大对终端医院的资源投放
三鑫医疗 (300453.SZ)	按公司产品类型和客户类型的不同特点，公司实行经销和直销相结合的销售模式，并以经销为主、直销为辅
天益医疗 (301097.SZ)	公司目前采用经销方式为主、直销方式为辅的销售模式
公司	公司采用“经销为主，直销为辅”的销售模式。其中，经销模式均为境内经销；直销模式下，公司主要为境外销售，兼具少部分境内直销。公司境外销售主要以 OEM 方式生产销售

从销售区域来看，公司与可比公司销售区域均同时面向境内外市场，具体情

况如下：

单位：万元

项目	销售区域	2024 年度销售金额	占比
维力医疗	境内	68,262.42	46.13%
	境外	79,719.19	53.87%
三鑫医疗	境内	122,631.81	81.73%
	境外	27,412.03	18.27%
天益医疗	境内	25,947.87	61.93%
	境外	15,947.81	38.07%
公司	境内	26,395.70	86.98%
	境外	3,951.10	13.02%

报告期内，公司与可比公司毛利率比较情况具体如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
维力医疗	46.65%	45.04%	46.22%	43.36%
三鑫医疗	34.87%	35.34%	34.79%	33.50%
天益医疗	35.29%	36.22%	36.98%	34.14%
平均数	38.94%	38.87%	39.33%	37.00%
公司	51.56%	52.07%	53.15%	52.84%

报告期内，公司产品综合毛利率高于三鑫医疗、天益医疗，略高于维力医疗，主要系产品结构差异，三鑫医疗和天益医疗以血液净化类产品为主，从事血液净化类产品的上市公司还包括威高血净等，血液净化管路等相关产品市场竞争较为激烈，毛利率较低，而公司整体毛利率水平与维力医疗麻醉类产品接近，略高于维力医疗综合毛利率，主要系维力医疗整体产品种类较多，还包括护理、血液透析等毛利率较低的产品。由此可见，公司毛利率整体高于可比公司主要系产品结构差异，具有商业合理性。

报告期内，公司麻醉类以及主营业务综合毛利率与维力医疗麻醉类产品的毛利率比较情况具体如下：

单位：%				
项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
维力医疗麻醉类	未披露	56.78	56.41	54.81
公司麻醉类	51.38	51.54	52.37	50.62
公司主营业务综合毛利率	51,56	52.07	53.15	52.84

报告期内，维力医疗麻醉类产品规模整体高于公司，因此具有一定的规模经济优势，大批次采购使得成本降低。

(2) 分析麻醉类产品低于可比公司维力医疗同类产品且变动趋势不一致的原因，说明公司监护类耗材、手术及护理类耗材毛利率水平与行业平均水平、变动趋势是否存在差异及合理性。

报告期内，公司麻醉类以及主营业务综合毛利率与维力医疗麻醉类产品的毛利率比较情况如下：

单位：%				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
维力医疗麻醉类产品	未披露	56.78	56.41	54.81
公司麻醉类产品	51.38%	51.54	52.37	50.62
公司主营业务综合毛利率	51,56%	52.07	53.15	52.84

维力医疗与公司麻醉类产品比较情况具体如下：				
项 目	主要产品	用途		
维力医疗麻醉类	气管插管、喉罩、支气管插管可视支气管插管、气管切开插管、麻醉面罩、人工鼻、麻醉呼吸管路、电子镇痛泵	和麻醉呼吸机相配套使用，用于各种吸入全麻手术预防和处理呼吸道梗阻、呼吸功能不全以及急救时建立人工通气道；术后镇痛、分娩镇痛、癌痛镇痛、肿瘤化疗等临床治疗中药液的精确输注和监测。		
公司麻醉类	气管插管、喉罩气道导管、麻醉呼吸管路、呼吸过滤器、麻醉面罩、全麻气管插管包、气管插管固定器、喉镜片、麻醉废气吸附器、麻醉视频喉镜、麻醉穿刺包、麻醉机用二氧化碳吸收剂、输注泵	产品与医院麻醉科、ICU、急诊室等临床科室的麻醉呼吸机配套使用，适用于临床在患者和麻醉机间建立人工气道用；与麻醉剂配套使用，用于循环密闭麻醉时吸收二氧化碳气体；用于临床微量给药治疗中持续输注药液		

报告期内，维力医疗麻醉类产品规模整体高于公司，因此具有一定的规模经济优势，大批次采购使得成本降低，因此其毛利率略高于公司具有合理性。2022年至2023年度，公司与维力医疗毛利率均有所提升，2024年度，维力医疗毛利率保持基本稳定，公司毛利率有所下降，主要系各自主力产品结构有所不同，根据2024年维力医疗年度报告，维力医疗麻醉类产品主要包括全麻气道管理耗材

和电子镇痛泵，而公司则主要为一次性使用麻醉管路套件、一次性使用呼吸过滤器和一次性使用麻醉穿刺包等，因此毛利率波动略有差异。

单位：万元

维力医疗-麻醉类	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
收入	仅披露 2.09 亿元	47,718.14	46,773.39	40,945.17
成本	未披露	20,624.79	20,389.88	18,504.49
毛利	未披露	27,093.34	26,383.51	22,440.68
毛利率（%）	未披露	56.78	56.41	54.81
公司麻醉类收入	7,872.21	15,963.31	14,626.01	12,960.30
成本	3,827.77	7,736.62	6,966.11	6,400.38
毛利	4,044.44	8,226.69	7,659.90	6,559.92
毛利率（%）	51.38	51.54	52.37	50.62

综上，相关毛利率变动情况具有商业合理性。

从手术及护理类耗材毛利率情况来看，公司与同行业可比公司比较情况具体如下：

公司名称	分类	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
维力医疗	呼吸类	未披露	33.32%	38.31%	37.69%
公司	手术及护理类	38.57%	35.91%	39.58%	39.59%

维力医疗手术及护理类产品与海圣医疗的比较情况具体如下：

项 目	主要产品	用途
维力医疗呼吸类	氧气面罩、氧浓度可调面罩药物吸入雾化器	主要适用于病人输氧用。主要用于各种呼吸系统疾病给药时使用。
海圣医疗手术及护理类	1) 电外科系列产品 公司电外科系列产品主要包括一次性使用单极手术电极、一次性使用中性极板、一次性使用多功能手术解剖器（消融电极）和电刀清洁片等； 2) 公司动静脉通路系列产品主要包括一次性使用中心静脉导管穿刺包、一次性使用多通旋塞阀等； 3) 公司氧疗系列产品主要包括一次性使用湿化鼻氧管、一次性使用加湿输氧面罩和一次性使用输氧面罩等。	产品与高频电凝设备配套，供临床在手术时电切、电凝用；产品供临床手术时与高频手术器械配套作中性电极使用本产品供临床输液、输血、营养及连续监测中心静脉压用；用于临床输液、输血过程中通过切换输液、输血流路，实现单路输注或多路混合输注用，可用于压力输注；产品供医疗单位作急救给氧和对缺氧患者进行氧气吸入用等。

公司手术及护理类耗材与维力医疗的呼吸类产品重合度较高，其毛利变化在报告期内趋势接近，2024 年度整体有所下降。综上，相关毛利率变动情况具有商业合理性。

从监护类耗材毛利率情况来看，公司与同行业可比公司比较情况具体如下：

公司名称	分类	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
深圳市美连医疗 电子股份有限公司(833504.NEEQ)	生命信息监测类有源耗材	60.37%	60.82%	58.12%	56.05%
公司	监护类	55.35%	57.61%	58.61%	59.95%

公司监护类耗材与美连医疗相关产品的比较情况具体如下：

项 目	主要产品
美连医疗	①呼吸监测类：脉搏血氧饱和度传感器、呼气末二氧化碳传感器、温度和脉搏血氧仪、微型呼吸末二氧化碳监测仪、积水杯及气路采样管配件等； ②心电\脑电\肌电监测类：心电传感器、脑电传感器、盆底肌肉治疗用体内电极、心电导联线、脑电导联线、动态心电记录仪、一次性使用阻抗传感器、一次性使用除颤电极片； ③血压监测类：血压袖带、压力传感器、输液加压袋、电子血压计等； ④体温监测类：温度传感器、医用红外体温计等； ⑤电外科类：高频手术电极、一次性使用中性电极、一次性吸引管；
海圣医疗监护类	生命信息监测系列产品主要包括一次性使用压力传感器、一次性使用脉搏血氧饱和度传感器和一次性使用体温传感器等，

从整体来看，公司监护类耗材毛利率与美连医疗接近。

（四）核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

（1）访谈公司主要原材料供应商，查阅企查查等工商信息网站，了解各类原材料主要供应商的基本情况、性质（生产商或贸易商）、业务规模、报告期内合作情况，获取公司报告期内采购明细数据，分析同类原材料向贸易商、生产商的采购金额及占比，向贸易商采购的原因及合理性，判断是否符合行业惯例。获取主要原材料供应商财务报表等财务数据材料，分析公司采购占主要供应商销售同类产品的比重，判断存在主要向公司销售产品的供应商，确认与公司是否存在关联关系。查阅同行业可比公司公开披露文件，分析公司前五大供应商采购占比与可比公司是否存在差异及合理性；

（2）查阅中国报告大厅等与公司原材料有关的市场报价网站，分析其主要原材料的采购价格与市场价格的对比情况，获取公司报告期内采购明细数据，分析同种原材料向不同供应商采购价格的差异及合理性；访谈公司采购主要负责人，了解主要原材料供应商的定价及调价机制对原材料采购价格、生产成本的影响；

（3）获取公司收入成本表，分析各类产品材料占比，获取采购明细数据、材

料出库单、期末库存结存清单，统计各类原材料采购入库、生产领用、期末库存情况，编制主营业务成本测算表，检查各期产品产销量及期末库存的匹配性；

(4) 获取公司的材料出库单，分析领料单价与采购单价的差异及偏差幅度从而检查主要原材料领用量及金额的配比关系。了解公司直接材料、直接人工和制造费用的归集、分配、结转方法。获取收入成本大表，了解各类产品料工费成本构成及变动的原因，与可比公司公开披露的料工费情况进行对比，分析与可比公司料工费差异原因及合理性。获取委外加工采购成品的明细，了解委外加工采购成品的背景及原因，了解委外加工采购成品的核算及列报情况；

(5) 了解公司各业务流程周期，包括采购周期，客户下单周期、生产周期、发运周期、签收周期等，计算公司存货周转天数，判断各类型存货的周转天数与业务周期是否匹配，判断存货规模的合理性。获取公司的期末在手订单明细，计算期末在手订单对应存货的比例，了解在手订单与存货结存无直接对应关系的原因。统计四季度各月存货结存情况，分析春节备货对期末库存的影响。计算可比公司的存货周转率并与公司进行比较，分析公司周转率与可比公司周转率差异的原因；

(6) 了解公司存货跌价准备计提政策、计算方法及可变现净值确认的依据，结合各类产品销售价格及毛利率的变动，分析是否会对存货跌价造成影响。了解公司各项存货库龄情况及长库龄的原因。统计无订单存货对应的构成、库龄等，了解无订单存货是否为定制化产品或原料，考虑无订单存货、定制化存货是否会对存货跌价造成影响。查阅同行业可比公司公开披露文件，计算可比公司存货跌价计提比例并模拟测算对净利润的影响；

(7) 获取公司收入成本表，比较经销、直销、境内、境外销售情况，结合不同销售模式及境内外销售的产品结构、定价策略等，分析直销业务、境外销售业务毛利率偏低但持续提升，经销毛利波动下降的合理性，检查主要客户的毛利率及合作情况，分析主要客户的毛利率波动情况；

(8) 查阅同行业公司年度报告、产品介绍，了解麻醉类毛利率差异原因以及可比公司毛利率差异原因。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 主要原材料采购及成本核算的准确性

公司各类原材料主要供应商整体成立时间较早，主要供应商与公司合作年限较长且合作较为稳定，经营规模与公司采购规模具有匹配性，报告期内合作情况良好、稳定。公司除塑料粒子类主要通过贸易商采购外，主要原材料主要通过生产商直接采购对应原材料，塑料粒子类原材料向贸易商采购具有合理性，通过贸易商进行集中采购，可有效发挥规模化采购效应，更有利于公司集约化经营发展，符合行业惯例。公司主要供应商不存在主要向公司销售产品的情况，公司并非其唯一或主要客户。可比上市公司中前五大主要供应商的采购占比集中度普遍在25%-50%左右，公司前五大供应商采购占比与可比公司不存在明显差异；

公司采购的塑料颗粒类原材料的相关采购价格与市场行情不存在较大差异，塑料制品类、电子类、包装材料类、金属类以及其他材料等类别，属于根据医疗器械耗材生产企业的具体需求而衍生出的细分需求，相比于其他原材料，产品规格较多且不同产品工艺品质不同，不具有公开市场价格，公司一般通过询价、谈判协商方式确定价格，主要原材料供应商与公司之间的定价模式和供应商的其他客户之间不存在较大差异。公司采购的主要原材料在不同供应商的采购价格差异较小或仅从一家供应商采购。公司与主要供应商之间建立清晰、明确的定价机制和调价机制；公司各类产品原材料占比约70%；各类原材料采购入库、生产领用、期末结存与各期产品产销量、期末库存匹配程度高。

主要原材料领用量与金额具有配比关系，加权平均领用单价与采购单价差异小；直接材料、直接人工和制造费用的归集、分配、结转方法合理；各类产品料工费成本构成具有合理性；委托生产采购成品成本构成、核算及列报准确。

(2) 存货规模合理性及存货跌价准备计提充分性

公司采购备货周期长，客户下单交付及发货运输签收周期短，各期末存货规模及结构与采购生产交付周期匹配，存货规模具有合理性；各期末未履约完毕的在手订单金额小，与存货规模不构成直接关系；春节备货会造成各期期末库存商品余额相比较于10月末、11月末库存商品余额下降；公司库存商品的存货周转率与同行业可比公司不存在明显差异，整体存货周转率受原料备货影响比同行业略低；

公司各类产品毛利率稳定，长库龄存货结存金额及占比小，无订单存货主要为非定制化产品和原料；存货跌价计提测算及可变现净值确认过程合理，公司存货跌价与三鑫医疗、天益医疗计提比例接近，按行业平均跌价计提比例模拟测算

对净利润影响小，跌价准备计提充分；公司存货各期末盘点情况良好，盘点结果与账面记录不存在重大差异。

(3) 毛利率高于可比公司的合理性

公司经销毛利高于直销毛利，内销毛利高于外销毛利主要系直销业务中大部分为 OEM 外销业务，毛利率相比经销业务低，与同行业表现一致；报告期外销、直销毛利率持续提升的原因系毛利率较高的麻醉类产品外销销量及销售占比提升，拉高外销、直销整体毛利率。经销毛利率波动下降主要系产品结构变化及市场竞争调价，具有合理性；公司各期前五大客户合作正常，毛利率整体稳定；

公司主要根据市场供需、产品技术含量、产品生产成品综合定价，毛利率高于同行业可比公司主要系公司产品类别和应用领域与可比公司存在差异，天益医疗和三鑫医疗以血液净化产品为主，相对毛利率较低，公司整体毛利率与维力医疗麻醉类产品接近，麻醉类产品毛利率略低于维力医疗主要系维力医疗生产规模较大，具有规模经济效益，因此毛利率略高于公司，公司监护类耗材、手术及护理类耗材毛利率水平与行业平均水平接近，整体趋势与同行业公司一致。

(五) 供应商采购真实性，存货真实性、完整性采取的核查程序、方法、比例、结论

1. 了解与采购付款相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行的有效性；

2. 了解主要供应商的基本情况，通过国家企业信用信息公示系统、企查查等查询主要供应商的基本信息，分析主要供应商经营规模与公司采购规模的匹配性；

对主要供应商实施访谈程序，了解公司与其合作情况，访谈结果如下：

金额：万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
访谈供应商家数	27	27	23	22
访谈覆盖的供应商采购额	3,811.58	8,329.29	9,655.44	7,233.66
采购总额	4,900.08	10,480.23	11,969.58	9,653.44
占比	77.79%	79.48%	80.67%	74.93%

对主要供应商实施函证程序，具体情况如下：

金额：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购总额	4,900.08	10,480.23	11,969.58	9,653.44
发函金额	4,183.44	9,534.54	10,693.85	8,031.39
发函比例	85.37%	90.98%	89.34%	83.20%
回函确认金额	4,052.76	9,534.54	10,528.79	7,627.58
回函确认比例	82.71%	90.98%	87.96%	79.01%
应付账款函证	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
应付账款余额	2,141.07	2,647.97	3,707.46	1,882.89
发函金额	1,911.07	2,426.09	3,495.56	1,613.67
发函比例	89.26%	91.62%	94.28%	85.70%
回函确认金额	1,847.94	2,426.09	3,495.56	1,613.67
回函确认比例	86.31%	91.62%	94.28%	85.70%

3. 获取报告期内公司实控人、董监高及核心采购人员的银行流水，核查实控人、董监高及核心采购人员与主要供应商之间是否存在异常资金往来，核实是否存在关联关系或其他利益输送

4. 了解公司采购备货、客户下单交付、生产及发运签收周期，分析期末存货余额规模及结构与采购及生产销售周期、存货周转率的匹配及合理性，分析存货周转率的变化，并与同行业公司进行对比分析；

5. 获取公司存货库龄表，了解库龄分布情况，了解存货跌价计提政策，评价政策合理性，获取存货跌价计算过程并进行复核；

6. 了解公司存货各项目的发生、计价、分配与结转的情况；

我们执行的程序主要有：(1) 采购测试；(2) 计价测试；(3) 编制成本测算表，检查采购入库、生产领用、期末结存、成本结转的匹配性；(4) 实施分析性程序，分析各期料工费成本构成比例是否出现大幅波动，各期产品单位成本是否出现异常波动。

经核查我们认为公司供应商采购真实，存货期末结存真实完整准确。

(六) 存货监盘情况

报告期各期末，我们实施存货监盘程序，获取了公司的盘点计划和盘点表，了解存货存放地点以及存放方式等，核对了抽盘结果与企业自盘结果，监盘结果

如下：

项 目	2025 年 6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
监盘时间	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 30 日 -2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 30 日 -2022 年 12 月 31 日
监盘地点	绍兴厂区仓库及车间			
监盘人员	黄潇、袁子华等审计人员	田国林、袁子华等审计人员	陈卓炎、许烁然等审计人员	许文字、何路易等审计人员
存货余额扣除发出商品（万元）	5,223.86	5,771.96	5,243.35	4,002.25
监盘金额（万元）	5,113.58	5,742.75	5,132.99	3,599.95
监盘比例	97.89%	99.49%	97.90%	89.95%
抽盘金额（万元）	4,989.29	5,448.78	4,567.21	3,411.40
抽盘比例	95.51%	94.40%	87.10%	85.24%

公司严格遵守存货的内部控制制度，存货管理情况较好，盘点过程中，公司各类原材料、库存商品和在产品均摆放整齐，公司仓储人员对存货的摆放位置熟悉，监盘情况较好，内控管理规范，公司存货账实相符。

五、销售费用率高于可比公司合理性

根据申请文件：（1）发行人各期销售费用分别为 2,539.03 万元、3,030.02 万元和 3,268.83 万元，占收入比例分别为 9.48%、9.91%和 10.76%，高于可比上市公司平均水平。销售费用主要由职工薪酬、业务推广费、业务招待费和差旅费构成，业务推广中的咨询服务由上海秉程医疗器械有限公司（以下简称“秉程医疗”）提供。（2）发行人各期期末员工人数分别为 472、467、516，劳务派遣人数分别为 8、40、16。各期支付给职工以及为职工支付的现金持续上涨。

请发行人：（1）结合销售模式、销售费用构成及报告期内变动情况等，分析发行人以境内经销为主且部分区域试行“两票制”的情况下，销售费用率高于同行业可比上市公司的合理性。（2）说明不同销售模式、销售区域销售费用的具体构成、业务宣传推广的职责分工（发行人、经销商、第三方服务机构等）及开展情况、费用构成及承担主体；说明销售人员规模与销售分工的匹配性、销售费用中职工薪酬与销售人员数量的匹配性。（3）说明业务推广费的主要构成，推广方式、频次、推广费用率与同行业可比公司是否存在显著差异及原因；

说明推广活动开展情况、费用金额与发行人以境内经销为主的销售模式是否匹配；说明相关推广服务活动的合规性，是否存在代垫成本费用或其他利益安排；说明秉程医疗的主营业务，与公司合作的具体情况，向公司提供咨询服务的形式，相关收入金额占其同类业务收入的比例，服务收费标准、费用预提及后续支付、费用金额与咨询服务的匹配性，相关支持性证据是否齐备可验证。（4）说明报告期各期各类人员数量与业务规模是否匹配，平均薪酬水平与同行业可比公司、当地平均水平是否存在显著差异及合理性；说明劳务派遣人员岗位、职责与正式员工的职能分工，劳务派遣相关费用及变动情况，劳务人员数量及变动与相关业务成本费用、收入的匹配性；说明离职、新增人员变动对岗位职责、生产经营的影响；说明关键管理人员薪酬的确定依据、与发行人业绩的匹配性。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见。（2）说明针对销售费用的核查方式、取得的核查证据、核查比例。（3）说明销售人员销售活动开展合规性，是否存在代垫成本费用及体外资金循环，销售费用是否真实、准确、完整。（4）说明对第三方销售费用支付对象的核查情况，相关主体是否与发行人存在关联关系，对相关主体的访谈、函证等核查情况，是否存在异常资金往来等。（审核问询函问题5）

（一）结合销售模式、销售费用构成及报告期内变动情况等，分析发行人以境内经销为主且部分区域试行“两票制”的情况下，销售费用率高于同行业可比上市公司的合理性

报告期内，公司销售费用的构成情况具体如下：

项 目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
职工薪酬	1,115.16	67.43	1,971.20	60.30	1,994.59	65.83	1,640.93	64.63
业务推广费	242.51	14.66	621.57	19.02	471.43	15.56	460.86	18.15
差旅费	141.91	8.58	346.10	10.59	269.04	8.88	182.74	7.20
业务招待费	123.24	7.45	278.69	8.53	253.45	8.36	225.01	8.86
其他	30.87	1.87	51.27	1.57	41.50	1.37	29.49	1.16
合 计	1,653.69	100.00	3,268.83	100.00	3,030.02	100.00	2,539.03	100.00

报告期内，公司销售费用率与同行业比较情况具体如下：

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
维力医疗	8.40%	10.48%	11.42%	11.44%
三鑫医疗	4.87%	5.60%	6.02%	6.71%
天益医疗	5.47%	4.86%	4.07%	1.86%
平均数	6.25%	6.98%	7.17%	6.67%
公司	10.63%	10.76%	9.91%	9.48%

公司销售费用率略高于同行业，与维力医疗接近，报告期内，公司以经销模式为主，整体经销商数量规模较大，因此销售人员数量占比较高，具体情况如下：

单位：人数

公司名称	2024 年度		
	销售人员	总人数	占比
维力医疗	308	2,763	11.15%
三鑫医疗	226	2,157	10.48%
天益医疗	77	1,222	6.30%
平均数	204	2,047	9.95%
公司	100	516	19.38%

同行业可比上市公司经销模式产生的收入占主营业务收入的比重情况如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月			2024 年		
	主营业务收入	经销商模式收入	经销商模式收入占比	主营业务收入	经销商模式收入	经销商模式收入占比
公司	15,553.26	12,933.43	83.16%	30,346.81	25,811.59	85.06%
维力医疗	73,090.27	未披露	未披露	147,981.61	未披露	未披露
三鑫医疗	75,912.96	53,217.57	70.10%	149,658.78	106,973.36	71.48%
天益医疗	22,462.83	未披露	未披露	41,392.98	28,564.29	69.01%
公司名称	2023 年			2022 年		
	主营业务收入	经销商模式收入	经销商模式收入占比	主营业务收入	经销商模式收入	经销商模式收入占比
公司	30,519.66	27,337.02	89.57%	26,718.48	24,162.84	90.43%
维力医疗	136,576.16	未披露	未披露	135,372.20	未披露	未披露
三鑫医疗	129,639.77	99,529.24	76.77%	133,362.64	94,998.09	71.23%
天益医疗	37,571.32	23,690.18	63.05%	39,201.57	26,420.27	67.40%

由上表可见公司整体销售结构与可比公司类似，均以经销为主。客户分散程度较高，2024 年度，公司前五大客户占销售收入比重与可比公司比较情况具体如下：

公司名称	2024 年度前五大客户占比
维力医疗	32.28%
三鑫医疗	9.71%
天益医疗	44.12%
平均数	28.70%
公司	21.66%

天益医疗前五大客户集中度较高，销售人员数量占比较小，因此销售费用率较低，三鑫医疗前 5 大客户占比较低的同时，销售费用率较低，主要系其规模较大，具有一定的规模效应。三鑫医疗收入规模较小的年度内，销售费用率较高，具体情况如下：

单位：万元							
三鑫医疗	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业总收入	150,043.84	130,006.10	133,600.26	116,428.88	94,038.56	72,166.81	53,130.24
销售费用	8,405.72	7,830.72	8,957.93	8,665.18	6,962.47	10,162.09	6,444.68
销售费用率	5.60%	6.02%	6.71%	7.44%	7.40%	14.08%	12.13%

此外，从产品角度来看，三鑫医疗、天益医疗等整体聚焦于血液净化领域，相关产品覆盖面集中，而公司产品线品类多、规格广，因此三鑫医疗及天益医疗费用率较低，具有合理性。

同行业可比上市公司，主营业务产品覆盖面的情况具体如下：

公司名称	主要产品
维力医疗	公司主要从事麻醉、导尿、泌尿外科、护理、呼吸、血液透析等领域医疗器械的研发、生产和销售，在临床上广泛应用于普通开放手术、微创手术，急救和护理等。
三鑫医疗	现有主要产品涵盖血液净化、给药器具、心胸外科三大系列
天益医疗	主要从事血液净化及病房护理领域医用高分子耗材等医疗器械的研发、生产与销售的高新技术企业，公司主要产品包括血液净化装置的体外循环血路、一次性使用动静脉穿刺器、血液透析浓缩液/血液透析干粉、一次性使用一体式吸氧管、喂食器及喂液管等
公司	主营业务为各类麻醉、监护类医疗器械产品的研发、生产和销售

由上表可见，维力医疗与公司整体产品覆盖面较广，三鑫医疗和天益医疗聚焦于血液净化领域，因此公司与维力医疗销售费用率接近，而高于三鑫医疗、天

益医疗具有合理性

(二) 说明不同销售模式、销售区域销售费用的具体构成、业务宣传推广的职责分工（发行人、经销商、第三方服务机构等）及开展情况、费用构成及承担主体；说明销售人员规模与销售分工的匹配性、销售费用中职工薪酬与销售人员数量的匹配性

1. 说明不同销售模式、销售区域销售费用的具体构成、业务宣传推广的职责分工（公司、经销商、第三方服务机构等）及开展情况、费用构成及承担主体

(1) 不同销售模式、销售区域销售费用的具体构成情况

报告期内，公司销售费用的构成情况具体如下：

单位：万元								
项 目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
职工薪酬	1,115.16	67.43	1,971.20	60.30	1,994.59	65.83	1,640.93	64.63
业务推广费	242.51	14.66	621.57	19.02	471.43	15.56	460.86	18.15
差旅费	141.91	8.58	346.10	10.59	269.04	8.88	182.74	7.20
业务招待费	123.24	7.45	278.69	8.53	253.45	8.36	225.01	8.86
其他	30.87	1.87	51.27	1.57	41.50	1.37	29.49	1.16
合 计	1,653.69	100.00	3,268.83	100.00	3,030.02	100.00	2,539.03	100.00

报告期内，公司直销和经销收入占比以及对应销售区域的对比情况具体如下：

销售模式	销售区域	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
		主营收入占比	主营收入占比	主营收入占比	主营收入占比
经销	境内	83.16%	85.06%	89.57%	90.43%
直销	境内	3.12%	1.92%	1.09%	0.98%
	境外	13.73%	13.02%	9.33%	8.58%
	小计	16.84%	14.94%	10.43%	9.57%

报告期内，公司销售费用分销售模式的构成情况具体如下：

项目	销售费用明细
直销	职工薪酬、业务推广费、差旅费、业务招待费及其他
经销	职工薪酬、业务推广费、差旅费、业务招待费及其他

根据直销和经销团队人员构成、销售活动的区分，具体销售费用拆分明细如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
职工薪酬	1,115.16	1,971.20	1,994.59	1,640.93
其中：经销	974.74	1,732.30	1,911.09	1,520.77
直销	140.42	238.90	83.50	120.16
业务推广费	242.51	621.57	471.43	460.86
其中：经销	193.11	509.70	419.77	427.27
直销	49.40	111.87	50.66	33.59
业务招待费	123.24	278.69	253.45	225.01
其中：经销	104.70	276.39	252.25	223.69
直销	18.54	2.30	1.21	1.32
差旅费	141.91	346.10	269.04	182.74
其中：经销	114.43	310.81	259.51	176.58
直销	27.48	35.29	9.54	6.16
其他	30.87	51.27	41.50	29.49
合计	1,653.69	3,268.83	3,030.02	2,539.03
其中：经销	1,386.98	2,829.20	2,842.60	2,348.30
直销	235.84	388.40	144.90	161.20
其他	30.87	51.27	41.50	29.49

(2) 业务宣传推广的职责分工（公司、经销商、第三方服务机构等）及开展情况、费用构成及承担主体

公司产品在向下游销售活动的过程中存在相关的业务宣传推广活动。公司、经销商及第三方服务机构在各自业务范围内履行相关业务宣传推广活动，相关功能及范围并不重合。

公司销售中主要作为厂商，负责经销商开发及管理，自身注册医疗器械产品的推广，包括展会、学术推广、市场调研服务商的费用，主要目的在于开发及管理客户（经销商），市场的教育和产品的推广。公司的业务推广活动主要包括：

（1）境内经销商的开发、维护及管理 and 境外 OEM 客户的开发；（2）公司进行的产品推广及售后、产品终端开发与学术推广（产品专家共识的宣讲、产品专业学术交流及推广会议）等活动，相关推广活动公司在部分区域可能委托第三方服务商进行；（3）公司参加大型国内国外专业会议或者展会产生的费用。因此，上述活动产生的销售费用由公司自行承担。

就公司委托第三方服务商提供相关服务来看，根据与第三方服务商签署的推广服务合同，推广服务商的主要工作内容如下：

项目	工作内容
学术推广	具体工作形式为学术会议和学术交流。学术交流是推广服务商对医生进行拜访，沟通交流产品定位、产品特点、适应症、药理药效、市场竞争情况、联合用药方案以及适应症临床用药情况等信息；学术会议是推广服务商邀请医药领域专家、学者、临床医生等参加学术会议。
管理服务	具体工作形式为商务管理和终端管理。商务管理工作是推广服务商定期统计、汇总并反馈服务商的销售推广服务等情况；终端管理工作是推广服务商对终端客户进行渠道管理，售后关系维护。
市场调研	具体工作形式为政策信息收集和调研活动。政策信息服务是推广服务商收集并反馈推广区域内招标动态、议价动态、医保政策、竞品信息等；调研活动是推广服务商通过问卷的形式调查产品在相关应用领域的市场情况、竞争状况等。

公司的经销商则独立负责其业务范围内的销售活动。经销商销售活动主要在于销售业务的落地，以及后续的物流、入院及结算等服务，承担对于医疗器械产品的流通、配送以及入院服务、医保结算等职能。该等经销商自身销售活动产生的销售费用由经销商承担。

2. 说明销售人员规模与销售分工的匹配性、销售费用中职工薪酬与销售人员数量的匹配性

报告期各期末，公司销售人员数量情况具体如下：

项 目	2025 年 6 月末	2024 年末	2023 年末	2022 年末
经销销售人员数量	87	84	79	78
直销销售人员数量	16	16	6	11
合 计	103	100	85	89

报告期各期，公司直销和经销销售情况具体如下：

销售模式	销售区域	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
		主营收入占比	主营收入占比	主营收入占比	主营收入占比
经销	境内	83.16%	85.06%	89.57%	90.43%
	境外	13.73%	13.02%	9.33%	8.58%
直销	境内	3.12%	1.92%	1.09%	0.98%
	小计	16.84%	14.94%	10.43%	9.57%

报告期各期，整体销售人员规模与销售业务规模分工较为匹配。2024 年，公司加强外销团队投入，带动 2024 年境外销售占比有所提升。

报告期各期，销售费用职工薪酬与销售人员数量的比较情况具体如下：

单位：万元、人

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年末	2023 年末	2022 年末
营业收入	15,563.06	30,373.35	30,588.18	26,772.11
销售费用职工薪酬	1,115.16	1,971.20	1,994.59	1,640.93
销售人员数量	103	100	85	89
人均薪酬	10.83	19.71	23.47	18.44
人均创收	151.10	303.73	359.86	300.81

注：销售人员数量按照年底进行模拟计算

整体来看，公司销售人员人均薪酬与人均创收水平保持同趋势变动，2023 年公司销售人员人均创收水平较高，因此人均薪酬水平较高，2024 年，因市场供需以及产品竞争等因素变化，公司同时加强销售团队建设，新招聘部分销售人员，导致人均创收水平有所减少，因此人均薪酬水平也有所降低，整体具有合理性。

（三）说明业务推广费的主要构成，推广方式、频次、推广费用率与同行业可比公司是否存在显著差异及原因；说明推广活动开展情况、费用金额与发行人以境内经销为主的销售模式是否匹配；说明相关推广服务活动的合规性，是否存在代垫成本费用或其他利益安排；说明秉程医疗的主营业务，与公司合作的具体情况，向公司提供咨询服务的形式，相关收入金额占其同类业务收入的比例，服务收费标准、费用预提及后续支付、费用金额与咨询服务的匹配性，相关支持性证据是否齐备可验证

1. 说明业务推广费的主要构成，推广方式、频次、推广费用率与同行业可比公司是否存在显著差异及原因；说明推广活动开展情况、费用金额与公司以境内经销为主的销售模式是否匹配

业务推广费主要系公司为提升产品知名度和市场份额而投入的广告宣传、市场推广等费用。报告期内，业务推广费分别为 460.86 万元、471.43 万元、621.57 万元及 242.51 万元。2024 年度，随着公司加大力度参加各类境内外展会，推广自产产品，导致业务推广费有所增长。

报告期内业务推广费明细具体如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
咨询服务费	147.48	351.02	314.20	370.24
展览费	40.01	110.41	59.99	17.96
广告宣传费	0.37	0.71	2.44	7.89
样品费	15.41	37.63	28.92	29.80
市场推广费	7.92	28.61	18.58	17.35
会议费	31.32	93.19	47.31	17.62
总 计	242.51	621.57	471.43	460.86

报告期内，公司业务推广费占营业收入的比例与同行业公司对比如下：

单位：万元

指标	公司	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
业务推广费率	维力医疗	1,061.87	1.43%	2,783.72	1.84%	2,726.38	1.96%	3,183.66	2.34%
	三鑫医疗	1,032.32	1.36%	2,625.54	1.75%	2,271.14	1.75%	3,702.85	2.77%
	天益医疗	142.27	0.63%	295.09	0.70%	449.64	1.18%	119.73	0.30%
	平均值	745.49	1.14%	1,901.45	1.43%	1,815.72	1.63%	2,335.41	1.80%
	海圣医疗	242.51	1.56%	621.57	2.05%	471.43	1.54%	460.86	1.72%

注：为统一口径，维力医疗业务推广费为其销售费用之中的会务及展览费；三鑫医疗业务推广费为其销售费用之中的市场推广费以及广告宣传费；天益医疗业务推广费为其销售费用之中的推广费

报告期内，公司业务推广费率有所增长，但整体规模较小，2024 年度公司为促进外销销售，扩大了对于境外展会参展的投入，同时增加国内学术会议相关投入，因此业务推广费率有所增长，2022 年度以及 2023 年度与可比公司平均水平不存在显著差异。

公司同行业可比上市公司经销模式产生的收入占主营业务收入的比重情况如下：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月			2024 年		
	主营业务收入	经销商模式收入	经销商模式收入占比	主营业务收入	经销商模式收入	经销商模式收入占比
发行人	15,553.26	12,933.43	83.16%	30,346.81	25,811.59	85.06%
维力医疗	73,090.27	未披露	未披露	147,981.61	未披露	未披露
三鑫医疗	75,912.96	53,217.57	70.10%	149,658.78	106,973.36	71.48%

天益医疗	22,462.83	未披露	未披露	41,392.98	28,564.29	69.01%
公司名称	2023 年			2022 年		
	主营业务收入	经销商模式收入	经销商模式收入占比	主营业务收入	经销商模式收入	经销商模式收入占比
发行人	30,519.66	27,337.02	89.57%	26,718.48	24,162.84	90.43%
维力医疗	136,576.16	未披露	未披露	135,372.20	未披露	未披露
三鑫医疗	129,639.77	99,529.24	76.77%	133,362.64	94,998.09	71.23%
天益医疗	37,571.32	23,690.18	63.05%	39,201.57	26,420.27	67.40%

由上表可见，公司整体销售结构与可比公司类似，均以经销为主。整体来看公司业务推广费金额较小，整体比例与同行业公司接近，推广方式系医疗器械行业惯例。

报告期内，公司各项业务推广费支出情况具体如下：

(1) 咨询服务费

报告期内咨询服务费系公司聘请上海秉程医疗器械有限公司（以下简称秉程医疗）作为公司销售服务商，进行销售推广服务。相关费用根据结算单据实报实销，公司审核后通过银行转让进行付款。

报告期内，根据公司与推广服务商签订的年度销售市场服务协议，公司与推广服务商秉程医疗的服务费结算方式具体如下：

单位：元				
序号	主要职责	明细职责	执行/结算方式	合同单价
1	专业教育	举办区域学术活动-研讨会	实际举办的活动次数	单独计费
		举办手把手专家带教	实际组织的带教台数	560
2	培训协助及产品宣讲	配合进行学术会议及短期培训	实际协调及陪同参会乙方人次	3,200
		举办产品宣讲	实际的医院拜访或产品宣讲次数	320
3	入院支持	协助完成入院	实际服务医院家数	640
		举办科内会	实际举办的活动次数	2,300
4	市场信息	收集医院详细信息	按实际完成的医院信息收集家数	500
5	甲方的其他主要工作要求	客情维护	实际的拜访次数	320

报告期内，公司各期向秉程医疗支付咨询服务费分别为 351.60 万元、299.23 万元和 334.29 万元。

(2) 展览费

报告期内展览费系公司每年参加中国国际医疗器械博览会、全国麻醉学会的展台搭建、设计以及费用。

单位：万元

展会名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
德国医疗展		19.56		
阿拉伯国际医疗展	15.49	16.45	12.38	
巴西医疗展		14.59	10.52	
中国国际医疗器械博览会		14.27		13.15
中华医学会		13.05	10.57	
俄罗斯国际医疗展会		11.14		2.37
南非医疗展会		8.48		
新加坡展会		6.64		
印尼医疗用品展会		6.24		
美国展会	5.74			
其他	18.78		26.52	2.45
总 计	40.01	110.41	59.99	17.96

(3) 广告宣传费

报告期内，广告宣传费主要系公司拍摄日常宣传视频、印刷日常客户拜访宣传册的费用。

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
广告费			0.81	5.27
宣传册	0.18	0.15	1.55	1.03
其他	0.19	0.56	0.07	1.59
合 计	0.37	0.71	2.44	7.89

(4) 会议费

报告期内，会议费主要系公司自主举办以及销售人员参加第三方举办的各类学术会议或者销售会议。分类来看，不同会议支出项目具体如下：

1) 参加学术会议

单位：万元

会议名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
麻醉年会费		17.45	9.44	3.16
安徽麻醉年会			2.00	
广东省抗癌协会		2.83	0.94	
重庆医师协会麻醉分会学术年会	4.71	7.55	2.83	
山西省医学会		5.00	1.20	
中国心胸血管麻醉学会麻醉学术会			2.83	
中国医疗保健国际交流促进会学术会议		3.77		
上海市医师协会疼痛科医师分会		2.83		
成都高新医学会		9.43		
山西省专家学者协会		3.00		
宁夏老年医学会		2.00		
陕西省非公立医疗机构协会	1.99			
精确麻醉与舒适化医疗围术期学术会议	2.83			
山东省转化医学会	1.42			
河北省医学会	0.94			
其他		7.61	5.04	7.29
合计	11.89	61.47	24.28	10.45

2) 公司销售会议

2023 年公司销售会议费较 2022 年增长 15.85 万元，主要系 2023 年公共卫生事件影响减弱，公司加强下游销售推广，整体会议频次和参与人数均大幅增长。2024 年在 2023 年基础上有所增长，2025 年上半年由于相对举办会议次数较少，整体场均支出受到单次会议影响较大，因此场均支出金额较大。

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
销售团队会议次数	9	21	19	8
销售团队会议支出	19.43	31.72	23.03	7.18
场均支出	2.16	1.51	1.21	0.90

2. 说明相关推广服务活动的合规性，是否存在代垫成本费用或其他利益安排
报告期内，公司推广服务主要包括学术推广、参加展会、举办/参加各类学术会议或者举办销售团队会议等。

报告期内，公司开展业务推广合作的机构主要为山东省属上市公司新华医疗

控股子公司秉程医疗，主要服务内容包括医院拜访、新开发医院、经销商拜访、举办科内会和医院收集信息等。相关推广服务系行业惯例，相关推广服务活动合法合规。

公司在生产经营过程中严格遵循国家有关反商业贿赂的相关法律法规规定。公司已根据《中华人民共和国刑法》《反不正当竞争法》《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律、法规、规章及有关司法解释的相关规定，严格规范在业务活动中的具体行为，制定了《反商业贿赂管理办法》等管理制度。公司建立了较为健全的内控体系，保障公司有效监管各项费用的发生过程，不存在代垫成本费用或者其他利益安排。

公司严格执行公司制定的学术推广相关制度，按照相关法律法规合法开展学术推广活动，不存在商业贿赂行为，公司及其营销人员不存在因商业贿赂而受到政府监管部门处罚的情形，销售人员签署了反商业贿赂的承诺，也不存在因商业贿赂行为被立案调查或受到刑事处罚的情形。

3. 说明秉程医疗的主营业务，与公司合作的具体情况，向公司提供咨询服务的形式，相关收入金额占其同类业务收入的比例，服务收费标准、费用预提及后续支付、费用金额与咨询服务的匹配性，相关支持性证据是否齐备可验证。

秉程医疗系山东省属国资主板上市公司山东新华医疗器械股份有限公司（600587.SH）的控股子公司，主要从事医药以及医疗器械产品的专业推广服务。

其具体情况如下：

服务商名称	成立时间	注册资本	经营范围	股权结构	公司简介	业务规模
秉程医疗	2013-07-30	1,500 万元人民币	从事医疗器械（一类、二类、三类）（详见医疗器械经营企业许可证）的批发、进出口，商务信息咨询，市场营销策划，在生物科技领域内从事技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理商品的，按国家有关规定办理申请）。	山东新华医疗（上海）有限公司 68.5291% 北京东方国为投资管理有限公司 21.0709% 上海圆桐商务咨询合伙企业（有限合伙）	秉程医疗作为山东新华医疗集团（股票代码 600587）旗下的子公司，公司位于上海市闸北区，公司成立后发展迅速，目前已与巴德科技医疗，3M 中国等国际知名大公司成为渠道战略合作伙伴。公司主要提供从事医疗器械（一类，二类，三类）的批发，进出口，商务信息咨	2024 年度新华医疗营业收入 100.21 亿元

				10.4000%	询，市场营销策划等服务。	
--	--	--	--	----------	--------------	--

公司是一家专注于麻醉、监护类医疗器械产品的研发、生产和销售的医药制造企业高新技术企业，公司主营业务涵盖麻醉类、监护类、手术及护理类医用耗材及器械设备三大类产品，产品广泛应用于麻醉科、ICU 病房、急诊科等科室的终端临床需求。公司产品需要委托专业的推广服务商负责产品推广活动。

公司采用秉程医疗作为推广服务商而不直接与下游服务商合作主要原因为：

1) 医疗器械产品的使用方法、技术性能和应用范围均属于医疗器械领域的专业理论知识，医疗器械产品的推广工作需要具备一定的医学知识，专业能力要求较高，需要通过专业团队向医生、护士或患者群体进行合适的宣传推广；

2) 公司主要产品需要长期持续对产品的临床应用进行跟踪并及时反馈问题，完成上述工作需要庞大的专业人员队伍，推广服务商在相关领域具有丰富的临床推广经验，熟悉当地医疗终端区域布局及诊疗特点。多数推广服务人员深耕所在区域，对当地的政策变化及市场情况较为熟悉，能够快速将公司产品优势、特点传递到医疗终端。公司通过秉程医疗联系服务商，其具有比较全面的推广服务商网络，能提供专业、持续性的推广跟踪服务，具有较高的经济性。

报告期内，根据公司与推广服务商签订的销售市场服务协议，公司与推广服务商秉程医疗的服务费结算方式具体如下：

单位：元				
序号	主要职责	明细职责	执行/结算方式	合同单价
1	专业教育	举办区域学术活动-研讨会	实际举办的活动次数	单独计费
		举办手把手专家带教	实际组织的带教台数	560
2	培训协助及产品宣讲	配合进行学术会议及短期培训	实际协调及陪同参会乙方人次	3,200
		举办产品宣讲	实际的医院拜访或产品宣讲次数	320
3	入院支持	协助完成入院	实际服务医院家数	640
		举办科内会	实际举办的活动次数	2,300
4	市场信息	收集医院详细信息	按实际完成的医院信息收集家数	500
5	甲方的其他主要工作要求	客情维护	实际的拜访次数	320

结算金额=合同单价*完成次数*绩效考评。

秉程医疗系新华医疗控股子公司，新华医疗的主营业务包括秉程医疗向公司提供服务的整体业务占其公司营业收入比例较低，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
咨询服务费—秉程医疗	351.02	314.20	369.18
秉程医疗营业收入	20,676.40	23,329.89	21,906.97
占秉程医疗营业收入比例	1.70%	1.35%	1.69%
新华医疗医疗服务业部分营业收入	83,411.07	92,175.30	84,242.56
占新华医疗医疗服务业务收入占比	0.42%	0.34%	0.44%

分年度实际结算以及计提金额具体如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	合计
计提金额	147.48	351.02	314.20	369.18	1,181.88
实际结算	153.68	288.77	360.59	337.84	1,140.88

报告期内，公司计提的咨询服务费金额与实际结算差异率仅为 3.47%。相关费用金额与咨询服务匹配性较好，具体支持性依据可以验证。

（四）说明报告期各期各类人员数量与业务规模是否匹配，平均薪酬水平与同行业可比公司、当地平均水平是否存在显著差异及合理性；说明劳务派遣人员岗位、职责与正式员工的职能分工，劳务派遣相关费用及变动情况，劳务人员数量及变动与相关业务成本费用、收入的匹配性；说明离职、新增人员变动对岗位职责、生产经营的影响；说明关键管理人员薪酬的确定依据、与公司业绩的匹配性

1. 公司各类人员数量及与业务规模匹配性

人员（人）	2025 年 1-6 月	2024 年末	2023 年末	2022 年末
行政管理人员	101	103	96	88
研发技术人员	53	58	47	41
生产人员	244	255	239	254
销售人员	103	100	85	89
总人数	501	516	467	472
人均创收（万元）	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司	30.61	61.80	65.15	59.69

三鑫医疗	35.27	73.48	68.35	71.14
维力医疗	26.97	56.06	53.20	53.25
天益医疗	18.60	35.34	33.56	30.87

注：由于可比公司半年度无需披露人员情况，故 2025 年 1-6 月可比公司人均创收使用 2024 年末人数进行模拟测算；此处行政管理人员包含财务人员

报告期内，公司人员总体稳定，公司人均创收（营业收入/（期初人数+期末人数）*2）在 55 万-65 万之间，与可比公司三鑫医疗、维力医疗人均创收接近，公司人员数量与业务规模相匹配。

公司人均薪酬与可比公司、当地平均水平比较如下：

单位：万元				
人均薪酬	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
公司	7.85	15.00	13.72	12.81
三鑫医疗	6.52	12.22	12.26	12.72
维力医疗	7.62	15.34	15.01	14.81
天益医疗	6.85	13.27	11.05	9.13
绍兴市平均工资	未披露	7.29	6.97	6.58

注 1：人均薪酬=当期薪酬总额/（期初人数+期末人数）*2

注 2：绍兴市平均工资来源于绍兴市国民经济和社会发展统计公报

注 3：由于可比公司半年度未披露人员情况，故 2025 年 1-6 月可比公司人均薪酬使用 2024 年末人数进行模拟测算

报告期内，公司人均薪酬呈上升趋势，在 12 万-15 万元之间，处于可比公司中间水平，高于绍兴当地平均水平。

报告期内，公司人员变动情况：

2025 年 1-6 月				
人员（人）	新增人数	离职人数	期末人数	人员流动率
行政管理人员	6	8	101	6.58%
研发技术人员	-2[注]	3	53	0.95%
生产人员	15	26	244	7.76%
销售人员	11	8	103	9.10%
总人数	30	45	501	7.03%

2024 年度				
人员（人）	新增人数	离职人数	期末人数	人员流动率
行政管理人员	18	11	103	14.20%
研发技术人员	16	5	58	20.99%
生产人员	50	34	255	16.34%
销售人员	45	30	100	38.01%
总人数	129	80	516	20.52%
2023 年度				
人员（人）	新增人数	离职人数	期末人数	人员流动率
行政管理人员	17	9	96	13.94%
研发技术人员	9	3	47	13.98%
生产人员	20	35	239	10.32%
销售人员	28	32	85	29.41%
总人数	74	79	467	15.07%
2022 年度				
人员（人）	新增人数	离职人数	期末人数	人员流动率
行政管理人员	7	6	88	7.21%
研发技术人员	10	9	41	21.50%
生产人员	119	84	254	39.59%
销售人员	20	11	89	18.00%
总人数	156	110	472	27.76%

注：2025 年 1-6 月新增研发人员为负数系兼职研发人员调岗所致；

人员流动率=（员工进入率+员工离职率）/2；

员工进入率=新增人数/期初人数；

员工离职率=离职人员/（期初人数+当期新增人数）

报告期内，公司整体人员较为稳定，销售人员变动率较高主要系公司根据业绩指标筛选销售人员，且主要区域经理较为稳定，部分基层销售人员有所变动。同时，公司与可比公司整体人均创收水平接近，高于天益医疗，人均薪酬水平与可比公司接近，整体高于所在地平均水平，具有合理性。

2. 劳务派遣人员岗位、职责与正式员工的职能分工，劳务派遣相关费用及变动情况，劳务人员数量及变动与相关业务成本费用、收入的匹配性

报告期内，公司存在劳务派遣用工，具体情况如下：

金额：万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
期末劳务派遣人数	12	16	40	8
月均劳务派遣用工人 数	13	34	30	22
劳务费金额	37.96	203.65	191.16	112.95
人均劳务费	2.92	5.99	6.37	5.13

公司劳务派遣人员主要从事简单的产线生产工作，工作内容非核心生产环节，与正式员工比，其工作岗位的固定性较弱，且工作时长通常较短，主要从事临时、辅助性工作。

公司的劳务派遣人员主要为生产性人员，相关人员劳务费费用主要计入生产成本，主要系按工时计算，由于不涉及销售人员，故相关成本与公司业务收入及销售费用无匹配关系。

综上，公司离职、新增人员变动对岗位职责、生产经营无重大影响影响。

3. 关键管理人员薪酬确定的依据，与公司业绩的匹配性

公司关键管理人员包括：董事、原监事、总经理、副总经理、董秘及财务总监，公司薪酬确定的依据主要为：1）保障公司长期稳定发展；2）参考行业及地区工资水平，与市场价值规律相符；3）遵循按岗位确定薪酬原则，结合公司及具体岗位实际情况，最终确定其报酬。

报告期内，公司关键管理人员薪酬占营业收入比例具体如下：

单位：万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
关键管理人员报酬	322.81	675.55	609.44	588.86
营业收入	15,563.06	30,373.35	30,588.18	26,772.11
关键管理人员报酬 占比	2.07%	2.22%	1.99%	2.20%

公司关键管理人员薪酬占比较为稳定，与公司业绩较为匹配，公司高级管理人员主要实行年薪制，公司采用短期薪酬与高管持股及股权激励结合的方式，完善激励与约束机制，促使关键管理人员勤勉尽责。

（五）核查程序及核查意见

1. 核查程序

- (1) 了解同行业可比公司销售费用构成，分析销售费用率差异原因；
- (2) 了解公司销售模式，以及销售团队结构组成分工，了解销售人员数量分布以及工作职责分工情况；
- (3) 访谈主要销售服务商，通过企查查等公开信息平台查阅主要服务商股权结构，业务开展情况，并了解其主要业务规模等；
- (4) 了解销售费用业务推广费用构成，统计报告期各期业务推广费用以及开展频次情况；
- (5) 查阅可比公司年度报告，了解可比公司销售费用的业务推广费占营业收入比例，了解可比公司销售业务模式；
- (6) 查阅了公司花名册，查阅了公司劳务派遣结算单，查询了社会平均工资情况，取得了公司有关劳务派遣人员工作情况的说明。

2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司销售费用率与维力医疗接近，高于三鑫医疗、天益医疗，主要系天益医疗、天益医疗产品以血液净化类为主，较为集中，且外销占比较高，外销业务天益医疗等以 OEM 模式为主，销售费用率较低，因此相关销售费用率差异具有合理性；

(2) 报告期内，公司直销模式与经销模式下，销售费用均包括职工薪酬、业务推广、会议费等类型，公司主要负责产品总体市场推广，销售服务商负责产品推广及售后、产品终端开发与学术推广（产品专家共识的宣讲、产品专业学术交流及推广会议）等活动，相关费用计入业务推广费中的咨询服务费，经销商独立负责终端医院机构销售等服务，公司负责销售服务商相关费用支出；

(3) 报告期内，公司直销、经销销售人员占比与销售规模相符，职工薪酬与销售人员变动情况相符；

(4) 报告期内，公司业务推广费主要包括咨询服务费、会议费、会务费、广告宣传费、展览费等，推广费率与公司业务模式相匹配，与可比公司的业务推广费率接近，推广服务不存在代垫成本等情况；

(5) 秉程医疗系山东省属上交所主板上市公司新华医疗的控股子公司，主营业务包括医疗器械经销，商务信息咨询，市场营销策划等，与公司合作情况合理，提供服务种类包括专业教育、培训协助及产品宣讲、入院支持、市场信息等，相

关收入占其同类业务收入比例较低，服务收费情况与咨询服务匹配，费用预提金额与后续支付情况相匹配，相关支持性证据齐备；

(6) 报告期各期各类人员数量与业务规模匹配，平均薪酬水平与同行业可比公司、当地平均水平不存在显著差异；劳务派遣人员主要从事临时性、替代性辅助性工作，主要为生产人员，由于不涉及销售人员，故相关成本与公司业务收入及销售费用无匹配关系；离职、新增人员变动对岗位职责、生产经营无重大影响；关键管理人员薪酬的依据合理，与公司业绩匹配。

(六) 说明针对销售费用的核查方式、取得的核查证据、核查比例

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

(1) 对主要销售人员进行个人流水核查；

(2) 对主要销售服务商上海秉程医疗器械有限公司实施实地走访、函证、查阅合同和其他细节测试等；

(3) 对经销商进行走访，了解公司与其销售模式等情况，了解是否存在代垫成本费用、资金循环等情况；

(4) 查阅同行业上市公司年度报告，了解其销售人员占比以及销售费用职工薪酬等情况，比较差异原因与合理性；

2. 核查结论

经核查，我们认为报告期内公司销售费用真实、准确，销售费用支出合理，整体销售费用规模较小，不存在经销商代垫成本费用的情况，不存在体外资金循环等情形。

(七) 说明销售人员销售活动开展合规性，是否存在代垫成本费用及体外资金循环，销售费用是否真实、准确、完整

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

(1) 了解销售人员销售活动类型；

(2) 核查主要销售人员个人流水；

(3) 走访主要经销商，了解是否存在相关体外资金循环等情况；

(4) 查验销售人员报销情况。

2. 核查结论

经核查，我们认为报告期内公司销售人员活动开展合规，不存在代垫成本费用以及体外资金循环情况，相关费用真实、准确、完整。

(八) 说明对第三方销售费用支付对象的核查情况，相关主体是否与发行人存在关联关系，对相关主体的访谈、函证等核查情况，是否存在异常资金往来等

1. 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

(1) 了解秉程医疗相关股东结构，核实其与公司、实际控制人及其董监高是否存在关联关系，查阅其年度报表；

(2) 访谈主要销售服务商，并对报告期内业务往来情况进行函证；

(3) 获取主要销售人员个人流水。

2. 核查结论

经核查，我们认为报告期内公司对第三方销售费用支付对象不存在关联关系，不存在异常资金往来。

六、其他问题

(1) 在建工程真实性及准确性。根据申请文件，发行人在建工程各期末余额分别为 273.14 万元、6,622.46 万元和 11,948.84 万元。请发行人：①说明报告期内在建工程的具体情况，包括项目名称、内容、计划工期、开工时间、预计完工时间、预算金额及具体测算依据、编制主体、各期实际投入金额、进度等。②说明报告期内在建工程主要建设方或供应商的基本情况、是否与发行人及其关联方存在关联关系或潜在利益安排、异常资金往来，说明发行人向其采购的具体内容、采购定价方式及价格公允性，在建工程对应采购款的具体支付情况、支付对象、付款周期与建设进度及合同约定是否匹配、资金往来是否存异常。③说明在建工程具体明细项目及金额，成本归集方式及依据，是否涉及在建工程无关的支出，说明在建工程转固时点是否符合《企业会计准则》的规定。④说明购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与固定资产、无形资产等长期资产各期原值增加额的勾稽关系。⑤说明固定资产、在建工程盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、方法、比例、结果。（审核问询函问题 7（3））

(2) 研发投入核算及列报准确性。根据申请文件，发行人各期研发投入分别为 1,354.39 万元、1,809.65 万元和 1,615.78 万元。研发人员薪酬持续上涨，材料能源费、产品注册认证费、委托开发费、折旧摊销费等均波动下降。请发行人：①说明研发人员的认定方法、工时统计方法，是否存在兼职研发人员，相关研发支出核算是否真实、准确、完整；各期研发人员数量、研发项目数量、研发人员平均薪酬变动情况与各期研发投入明细变动是否匹配。②说明研发费用-其他核算、列报的内容，研发投入归集是否准确、合规，研发人员的职工薪酬、材料领用是否据实列支，能源费、折旧摊销费等是否能在研发活动与生产活动之间明确区分、准确归集与核算，是否存在成本费用混同的情形。③结合合同的主要权利义务条款，说明报告期内委外研发项目的具体情况，说明相关定价公允性、成本费用的分摊合理性、相关研发投入核算的合规性及准确性。④说明研发相关内控制度是否健全且有效执行；是否建立研发支出审批程序及执行有效性。（审核问询函问题 7（4））

(3) 货币资金及应收账款相关情况。根据申请文件，发行人 2023 年末货币资金余额增加 9,218.58 万元，短期借款同期期末余额为 6,287.84 万元。请发行人：①说明借款的基本情况，分析利息费用与利率、期限、规模的匹配性，结合借款原因及资金用途、借款资金流向等说明是否存在存贷双高的情况。②说明期末应收账款对应的主要客户报告期内销售及回款情况；说明报告期内对境内外客户、新老客户、不同类别经销商等差异化信用政策、结算条件及变动情况；结合发行人经销、内销比例高于可比公司等要素说明发行人坏账计提比例低于同行业可比公司的原因，应收账款坏账准备计提是否充分；说明账龄 3 年以上的其他应收款形成的商业背景、未收回的原因、发行人与欠款方是否存在关联关系或其他利益安排。（审核问询函问题 7（5））

(4) 投资性房地产减值计提充分性。请发行人：①说明投资性房地产列报的抵债房产的形成原因、原值、余额、账龄、折旧、减值及坏账情况，保证责任主体、抵债资产相关主体与发行人的多方协议签订、不动产权证明办理、房产交接办理情况，保证责任履行发行人代偿金额、抵债资产金额是否存在差异及原因，交易安排的商业合理性，前述主体间是否存在关联关系或其他利益安排。②说明已处置房产核算及列报合规性，截至目前仍有大部分抵债房产尚未处置的原因及后续处理计划，是否存在市场价格大幅下降或不易处置的情况，

相关减值计提是否充分。（审核问询函问题 7（6））

（5）财务内控规范性。根据申请文件：①发行人 2022 年计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费 4.62 万元。②发行人各期通过员工向客户收取样品费或运费 2.99 万元、0 元、0.4 万元。③发行人境外客户因外汇管制指定第三方付款，各期第三方回款金额分别为 323.52 万元、327.21 万元、490.02 万元。请发行人：①说明资金占用费的相关资金往来情况、借款协议、利率、本息归还情况、会计处理合规性。②说明各类代收代付款项的金额、账户情况、客户情况、结算流程，是否属于个人账户收付款的情形、报告期后是否仍有发生、规范措施有效性。③说明报告期内第三方回款相关情况，所涉客户、合同金额、对应付款方、代付金额、代付原因，第三方回款与相关销售收入是否勾稽一致；采用第三方回款的必要性及商业合理性，是否符合行业特点。④结合前述情况说明财务内控规范性是否符合《2 号指引》2-10 的相关规定，并说明是否存在其他财务内控不规范情形及整改情况。（审核问询函问题 7（7））

请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见。请发行人律师对问题（1）（2）进行核查并发表明确意见。请申报会计师对问题（3）-（7）进行核查并发表明确意见。

请保荐机构、申报会计师说明按照《2 号指引》2-4 研发投入、2-10 财务内控不规范情形、2-12 第三方回款相关要求情况进行核查的情况，说明核查方式、过程、范围和结论。

（一）在建工程真实性及准确性

1. 说明报告期内在建工程的具体情况，包括项目名称、内容、计划工期、开工时间、预计完工时间、预算金额及具体测算依据、编制主体、各期实际投入金额、进度等

报告期各期末，公司在建工程余额分别为 273.14 万元、6,622.46 万元、11,948.84 万元和 15,576.98 万元，在建工程主要为研发检测及营销服务基地、总部办公建设项目。报告期内，公司主要在建工程项目具体情况如下：

(1) 主要在建工程基本情况

项目名称	主要内容	计划工期	开工时间	预计完工时间	预算金额 (万元)	具体测算依据	编制主体
研发检测及营销服务基地、总部办公建设项目	建设研发、营销场地及建设总部办公项目，提升公司经营管理效率	土建 850 天	2022 年支付前期费用，2023 年正式施工	2025 年底完成主体建设	24,300.00	设计图纸、浙江省建设工程计价依据（2018 版）、浙江造价管理信息等	绍兴市恒正建设咨询有限公司对土建、安装等项目进行预算编制

注：受客观环境因素以及建设方案更新等因素影响，实际工期略长于计划工期

(2) 主要在建工程各期实际投入金额、进度

报告期内，公司主要在建工程研发检测及营销服务基地、总部办公建设项目各期投入及进度情况如下：

单位：万元

期 间	期初余额	本期增加金额	期末余额	工程累计投入 占预算比例（%）
2025 年 1-6 月	11,868.31	3,506.02	15,374.33	63.27
2024 年度	6,187.60	5,680.71	11,868.31	48.84
2023 年度	258.04	5,929.56	6,187.60	25.46
2022 年度	-	258.04	258.04	1.06

2. 说明报告期内在建工程主要建设方或供应商的基本情况、是否与发行人及其关联方存在关联关系或潜在利益安排、异常资金往来，说明发行人向其采购的具体内容、采购定价方式及价格公允性，在建工程对应采购款的具体支付情况、支付对象、付款周期与建设进度及合同约定是否匹配、资金往来是否存异常

(1) 说明报告期内在建工程主要建设方或供应商的基本情况、是否与公司及其关联方存在关联关系或潜在利益安排、异常资金往来

报告期内，公司新增在建工程对应的主要工程供应商情况如下：

供应商名称	成立时间	与公司起始合作时间	注册资本（万元）	主营业务	经营规模[注]	股东情况	主要人员	公司当期采购占供应商同类业务比重	是否为公司关联方
中鑫建设集团有限公司	1996 年	2023 年	31,800	房屋建筑施工总承包等	2024 年收入约 100 亿元	王桦 68.00%、朱亮 32.00%	王桦：董事长 朱亮：经理, 董事 王水鑫：董事 王水木：董事 金云香：董事 徐敏：监事 王月江：监事	小于 1%	否
浙江中南建设集团有限公司	1984 年	2022 年	210,600	建设工程施工；建设工程设计等	2024 年收入约 100 亿元	浙江中南控股集团有限公司 95.3466%、杭州工商信托股份有限公司 4.6534%	吴建荣：董事长 朱水良：总经理, 董事, 财务负责人 张观贤：董事 童林明：董事 吴伟：董事 来德兴：监事会主席 童满娟：监事 吴引东：监事	小于 1%	否

注：相关数据系通过走访了解取得

上述在建工程相关建设方或供应商与公司及其关联方不存在关联关系或潜在利益安排，不存在异常资金往来。

(2) 说明公司向其采购的具体内容、采购定价方式及价格公允性

报告期内，公司向主要在建工程供应商采购的主要内容、采购定价方式如下：

序号	供应商名称	主要采购内容	定价方式
1	中鑫建设集团有限公司	土建工程	根据市场价进行协商
2	浙江中南建设集团有限公司	幕墙工程	根据市场价进行协商

公司采购以上土建工程、幕墙工程的价格公允性如下：

1) 土建工程造价公允性分析

针对造价合理性，公司主要对比了相关单位平米造价以及浙江省内当地其他

类似建筑物造价，整体价格合理。具体情况如下：

项目	合同总价	建设内容	面积	单位造价
研发检测及营销服务基地、总部办公建设项目	15,600 万元	总部办公，其中地上建筑面积约 53,270.02 平方米，地下建筑面积约 14,545.63 平方米。	67,815.65 m ²	2,300.35 元 / 平方米
浙江省某商务楼建设项目	21,922.63 万元	项目北区 T8#商业商务楼(含裙房)及地下室。	93,237.38 m ²	2,351.27 元 / 平方米

整体来看，土建工程造价不存在异常。

2) 幕墙工程造价公允性分析

针对幕墙工程造价合理性，公司主要对比了相关单位平米造价以及市场案例中幕墙造价，整体价格合理。具体情况如下：

项目	合同总价	建设内容	面积	单位造价
研发检测及营销服务基地、总部办公建设项目幕墙工程	4,150.92 万元	总幕墙面积约 33,400 m ² ，其中玻璃幕墙面积约 25,869 m ² ，铝板幕墙面积约 5,078 m ² ，铝合金百叶 1,225 m ² ，铝合金格栅面积约 1,227 m ² 。	33,400.00 m ²	1,242.79 元 / 平方米
深桑达 A (000032.SZ)	7,276.13 万元	中国电子云研发基地一期项目外立面幕墙工程	66,146.60 m ²	1,100.00 元 / 平方米

整体来看，幕墙工程因材料种类、施工难度等因素影响导致造价存在一定的差异，公司整体幕墙工程造价符合市场行情，不存在异常。

基于上述分析，公司采购以上土建工程、幕墙工程的价格公允，具有合理性。

(3) 在建工程对应采购款的具体支付情况、支付对象、付款周期与建设进度及合同约定是否匹配、资金往来是否存异常

报告期内，公司向主要在建工程供应商支付采购款的具体情况如下：

单位：万元

序号	供应商	采购内容	合同金额	支付情况	支付对象	付款入账金额				付款入账进度（%）				付款进度与合同约定是否一致
						2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月	2022 年度	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-6 月	
1	浙江中南建设有限公司	幕墙工程设计	57.50	按建设进度及合同约定付款	浙江中南建设有限公司	11.50	40.25			20.00	90.00	90.00	90.00	一致
		幕墙工程	4,150.92	按建设进度及合同约定付款			207.55	1,452.82	1,245.28		5.00	40.00	70.00	一致
2	中鑫建设集团有限公司	土建工程	15,600.00	按建设进度及合同约定付款	中鑫建设集团有限公司		5,307.70	3,332.36	1,635.00		34.02	55.39	65.87	一致

公司向主要在建工程供应商支付的主要采购款按建设进度及合同约定付款，付款周期与建设进度及合同约定总体具有匹配性，相关款项均为正常业务采购付款，均直接支付至供应商，报告期内公司与上述在建工程供应商不存在异常资金往来，不存在利用施工供应商进行资金占用或利益输送等情形。

3. 说明在建工程具体明细项目及金额，成本归集方式及依据，是否涉及在建工程无关的支出，说明在建工程转固时点是否符合《企业会计准则》的规定

(1) 在建工程具体明细项目报告期变动情况

报告期内，在建工程具体明细项目变动情况如下：

单位：万元					
工程名称	2022 年 1 月 1 日	本期增加	转入固定资 产	转入无形资产	2022 年 12 月 31 日
研发检测及营销服务基 地、总部办公建设项目		258.04			258.04
新厂净化系统车间项目					
其他零星工程		15.10			15.10
小 计		273.14			273.14

续上表

单位：万元					
工程名称	2023 年 1 月 1 日	本期增加	转入固定资 产	转入无形资产	2023 年 12 月 31 日
研发检测及营销服务基 地、总部办公建设项目	258.04	5,929.56			6,187.60
新厂净化系统车间项目		416.28			416.28
其他零星工程	15.10	3.48			18.58
小 计	273.14	6,349.32			6,622.46

续上表

单位：万元					
工程名称	2024 年 1 月 1 日	本期增加	转入固定资 产	转入无形资产	2024 年 12 月 31 日
研发检测及营销服务基 地、总部办公建设项目	6,187.60	5,680.71			11,868.31
新厂净化系统车间项目	416.28	25.51	441.79		
其他零星工程	18.58	151.73	89.78		80.53
小 计	6,622.46	5,857.95	531.57		11,948.84

续上表

单位：万元					
工程名称	2025 年 1 月 1 日	本期增加	转入固定资产	转入无形资产	2025 年 6 月 30 日
研发检测及营销服务基 地、总部办公建设项目	11,868.31	3,506.02			15,374.33
新厂净化系统车间项目					

工程名称	2025 年 1 月 1 日	本期增加	转入固定资产	转入无形资产	2025 年 6 月 30 日
其他零星工程	80.53	202.65	56.15	24.38	202.65
小 计	11,948.84	3,708.67	56.15	24.38	15,576.98

(2) 成本归集方式及依据，是否涉及在建工程无关的支出

公司在建工程成本归集根据设备采购合同、土建施工合同、发票、工程进度单、支付凭证等确认相关成本。公司在建工程主要是研发检测及营销服务基地、总部办公建设项目和新厂净化系统车间项目。其中：土建工程主要包括房屋、构筑物及土建工程施工，根据工程进度计入在建工程；设备主要包括十万级空调净化设备等，设备及安装施工成本，按设备的合同采购价格、运输费、安装施工费共同确定；其他支出主要包括工程相关的测评费、勘察费、设计费、可研费用等其他相关支出，公司各期均已按照实际发生成本计入在建工程项目。

公司在建工程成本归集均为与在建项目密切相关的支出，款项内容符合《企业会计准则》相关规定，不存在与在建工程无关的支出计入在建工程的情况。

(3) 在建工程转固时点是否符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第 4 号-固定资产》规定,自行建造固定资产的成本,由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

《企业会计准则讲解 2010》明确，企业自行建造固定资产，发生的工程成本应通过“在建工程”科目核算，工程完工达到预定可使用状态时，从“在建工程”科目转入“固定资产”科目。

公司各在建项目工程完工达到预定可使用状态时转入固定资产。公司各类型固定资产的转固时点及实际使用记录如下：1) 房屋及建筑物在消防合规性、结构安全性等方面达到竣工的硬性要求时，表明达到可以正常投入使用，在达到预定可使用状态的当月由资产管理专员发起资产验收程序，《资产验收单》依次经资产使用部门、资产管理专员审批后，财务部门据此转固；2) 机器设备在已经试运行或试生产，并且其结果表明能够正常运行或者能够稳定地生产出合格产品时，认定其达到预定可使用状态，并于达到预定可使用状态的当月由资产管理专员发起资产验收程序，《资产验收单》依次经资产使用部门、资产管理专员审批后，财务部门据此转固。

各报告期期末，公司结合建设项目进度、可使用状态等情况，评估在建项目

是否达到预定可使用状态，并作对应处理，在建工程转固时点符合《企业会计准则》的规定。

4. 说明购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与固定资产、无形资产等长期资产各期原值增加额的勾稽关系

报告期内，公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”项目的发生额与资产负债表相关科目的勾稽关系如下：

单位：万元				
项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
固定资产原值增加	300.91	1,650.47	621.57	834.64
无形资产原值增加	41.33	75.67	189.09	6,349.18
在建工程余额增加[注]	3,563.23	5,196.97	6,212.68	209.50
其他非流动资产增加	-92.81	20.70	69.25	66.35
加：增值税进项税额	328.83	591.78	566.65	133.49
减：应付长期资产购置款余额增加	-457.99	189.71	515.97	-5.81
合 计	4,599.48	7,345.87	7,143.27	7,598.97
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,599.48	7,345.87	7,143.27	7,598.97
是否匹配	匹配一致	匹配一致	匹配一致	匹配一致

[注]不包括计入在建工程的应付职工薪酬及无形资产摊销

5. 说明固定资产、在建工程盘点情况，包括盘点时间、地点、人员、范围、方法、比例、结果

报告期内固定资产盘点情况如下：

单位：万元				
项 目	2025 年期中盘点	2024 年末盘点	2023 年末盘点	2022 年末盘点
盘点时间	2025. 7. 1	2025. 1. 2	2024. 1. 4	2023. 1. 5
盘点地点	公司办公区域及车间			
盘点人员	资产管理人员、公司财务人员			
盘点范围	抽盘账面原值 20 万元以上的本期新增资产、账面原值 20 万以上的往期购入资产			
盘点方法	对房屋及建筑物，获取不动产权证书，与实物进行核对；对机器设备，现场查看并核对设备铭牌、数量、运行状况等；对运输工具，获取车辆行驶证，与实物进行核对；对电子及其他设备，根据规格情况与实物进行核对			
账面原值(万元)	20,098.28	19,797.36	18,176.49	17,557.40

盘点金额(万元)	16,796.16	16,243.42	15,176.11	14,884.71
盘点比例	83.57%	82.05%	83.49%	84.78%
盘点结果	公司固定资产账实相符、状况良好,不存在闲置资产	公司固定资产账实相符、状况良好,不存在闲置资产	公司固定资产账实相符、状况良好,不存在闲置资产	公司固定资产账实相符、状况良好,不存在闲置资产

报告期内在建工程盘点情况如下：

单位：万元				
项 目	2025 年期中盘点	2024 年末盘点	2023 年末盘点	2022 年末盘点
盘点时间	2025.7.1	2025.1.2	2024.1.5	2023.1.6
盘点地点	滨海新区 YC-11-01-09 地块、公司厂区			
盘点人员	资产管理人员、公司财务人员			
盘点方法	对在建厂房，结合监理报告，现场查看建设状态及进度情况；对在安装设备，现场查看设备安装状态及进度情况			
账面原值(万元)	15,576.98	11,948.84	6,622.46	273.14
盘点金额(万元)	15,576.98	11,948.84	6,622.46	273.14
盘点比例	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
盘点结果	在建工程账实相符	在建工程账实相符	在建工程账实相符	在建工程账实相符

6. 核查程序及核查结论

(1) 核查程序

针对上述事项我们执行了以下核查程序：

- 1) 了解公司在建工程项目及预算情况；获取报告期公司在建工程明细、与在建工程主要供应商签订的工程合同、设备合同等资料；
- 2) 访谈相关供应商，了解其与公司的业务往来情况，了解与公司是否存在关联关系、潜在利益安排或异常资金往来；查询市场上相关工程造价，分析在建工程造价公允性；
- 3) 检查报告期公司在建工程项目入账价值、转固时点等，并结合《企业会计准则》判断其转固时点是否恰当；
- 4) 将现金流量表中购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金与相关科目进行勾对，检查具体资金流向，判断在建工程增加与现金流出是否匹配；
- 5) 获取公司固定资产、在建工程盘点计划及自盘表；对各期末固定资产、在建工程执行监盘程序。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 报告期内，公司在建工程期末余额呈增长趋势，主要系因业务发展需要建设研发检测及营销服务基地、总部办公楼项目所致，具有合理性；

2) 报告期内在建工程主要供应商与公司及关联方不存在关联关系或潜在利益安排、异常资金往来，公司向其采购的价格具有公允性，在建工程对应采购款的具体支付情况与合同约定匹配，资金往来不存在异常；

3) 报告期内，公司在建工程成本归集合理，在建工程转固时点符合《企业会计准则》的规定；

4) 公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”项目的发生额与资产负债表相关科目匹配；

5) 报告期各期末，对公司固定资产、在建工程进行监盘，未见差异。

(二) 研发投入核算及列报准确性

1. 说明研发人员的认定方法、工时统计方法，是否存在兼职研发人员，相关研发支出核算是否真实、准确、完整；各期研发人员数量、研发项目数量、研发人员平均薪酬变动情况与各期研发投入明细变动是否匹配

公司对于研发技术人员的认定范围为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，具体包括公司研究院所属人员以及参与研发活动的兼职人员。

公司研发工时统计方法为研发部门人员根据参与研发项目的情况，按日填报研发项目工时表，经研发部门负责人复核后提交人力资源部，人力资源部编制工资表抄送财务部进行成本费用归集。

公司存在兼职研发技术人员，主要系研发支持人员，公司根据其参与研发活动的考勤记录，分摊计入研发费用。

公司各期研发项目数量、研发人员数量、研发人员平均薪酬变动情况与各期研发投入明细如下：

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发项目数量（个）	9	16	12	15
研发技术人员数量（人）	53	58	47	41
其中：兼职研发技术人员数量（人）	4	11	12	5
研发技术人员平均薪酬（万元）	12.29	19.03	14.83	16.06
研发技术人员薪酬总额（万元）	651.54	1,103.46	697.06	658.37
研发投入总额（万元）	863.00	1,615.78	1,809.65	1,354.39
研发技术人员薪酬占比	75.50%	68.29%	38.52%	48.61%

注：研发项目包括对应年度有相关费用发生的研发项目

公司研发人员薪酬持续上涨主要系研发人员数量逐年递增，2023 年研发项目数量虽然较少，但在研发方向上开始向监护仪器类研发转变，相较于公司以前年度医疗耗材类研发项目，仪器设备类研发项目会消耗更多的材料，同时外部技术支持的需求也增强，因此研发投入大幅增加。同时 2023 年非全时研发技术人员数量有所增加，企业内部协作增强，但由于非全时人员仅部分薪酬计入研发，导致平均薪酬有所降低。

2024 年公司建立了深圳研发中心，招聘研发技术人才，研发技术人员增加，同时研发项目增多，因此研发技术人员薪酬总额增长。2024 年度，研发材料支出、产品注册及认证费用和委外研发因项目进展原因导致支出有所减少，因此研发支出总额较 2023 年度有所下降。

2. 说明研发费用-其他核算、列报的内容，研发投入归集是否准确、合规，研发人员的职工薪酬、材料领用是否据实列支，能源费、折旧摊销费等是否能在研发活动与生产活动之间明确区分、准确归集与核算，是否存在成本费用混同的情形

公司研发费用-其他具体明细如下：

单位：万元

项 目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
差旅费	3.49	13.43	7.39	3.60
办公费	11.22	10.19	1.30	1.23
模具开发费			95.90	44.98

房租费	23.75	38.70		
小 计	38.47	62.32	104.59	49.81

2024 年因在深圳设立研发中心，故自 2024 年开始研发费用中办公费以及房租费增加，同时差旅费也随之有所增长。2022 年、2023 年模具开发费较多主要系麻醉专用可视化产品研究等项目产生。

公司研发投入归集包括从事研发活动的人员的薪酬费用，研发活动直接耗用的材料费用，新产品注册及认证费用，委托外部单位的服务费以及与研发相关的资产设备的折旧费等。

公司研发人员的职工薪酬包含工资薪金、社会保险费、住房公积金、职工福利费等。公司研发技术人员根据实际参与研发项目情况填制工时表并汇总提交研发负责人复核后，提供给人力资源部，由人力资源部负责统计各研发项目人力成本投入情况，抄送财务部进行成本费用归集。

公司研发领料系根据研发实际需求发生，相关流程与生产领料流程独立，不存在将生产领料计入研发费用的情形。

公司研发所用办公区域、设备与生产厂房、生产线分开，不存在产研共线的情形，水电费、折旧摊销能在研发活动与生产活动之间明确区分、准确归集与核算，不存在成本费用混同的情形。

3. 结合合同的主要权利义务条款，说明报告期内委外研发项目的具体情况，说明相关定价公允性、成本费用的分摊合理性、相关研发投入核算的合规性及准确性

公司委托开发费系委托第三方主体进行研究开发活动所发生的费用。公司《研发费用管理制度》明确规定，研发过程中需要与外部单位合作或委托其进行的，必须签订研究开发项目技术合作合同或委托研发合同，并提交审批、盖章。

报告期内，公司委外研发具体情况如下：

单位：万元

项 目	服务商	约定交付成果	当前研发成果	约定支付条件	委托开发费		
					2024 年度	2023 年度	2022 年度
呼吸功能监护仪技术研究及产业化项目	深圳市惟拓力医疗电子有限公司	呼吸功能监护仪产品生产转化文件、产品注册文档、产品设	输出研发样机及样机相关的产品技术要求、使用说明、硬件测试报告软件测试报告、产品性能测	分期支付，在公司收到服务商提供首样之日起 7 日内支付 130 万人		122.64	

		计文档	试验报告、结构图纸、 线缆图纸、组装图纸	人民币			
无创脑电传感技术研究及产业化项目	杭州电子科技大学	麻醉深度监测仪和脑电传感器样品及所有软件及技术文档	注册证：麻醉深度监护仪（国械注准 20233070806）、一次性无创脑电传感器（浙械注准 20232071298）； 专利：一种一次性无创脑电传感器，2023200808906，已授权；一种基于电刺激诱导的全麻镇痛监测方法，2022104573524，申请中	分期支付，在 2021 年 10 月 30 日、2022 年 12 月 30 日、2023 年 4 月 30 日分别支付 50 万人民币		90.48	29.52
麻深脑氧监护仪技术研究及产业化项目	深圳市惟拓力医疗电子有限公司	麻醉深度监护仪产品生产转化文件、产品注册文档、产品设计文档及医疗器械注册证	输出研发样机及样机相关的产品技术要求、使用说明、硬件测试报告软件测试报告、产品性能测试验证报告、结构图纸、线缆图纸、组装图纸	分期支付，其中合同签订后第一期项目启动费支付 30 万人民币		28.30	
疼痛精准治疗产品技术研究及产业化项目	桐乡昊屹电子有限公司	WIFI 电子泵设备应用程序及操作文档	专利：2023108629627 一种电子输注泵报警装置，申请中	合同签订后，公司向服务商提供 30 万元的预付款。当完成项目第二阶段后，公司向服务商支付 30 万元。完成第六阶段后，公司向服务商支付 20 万元			75.47
	深圳石头智慧工业设计有限公司	镇痛泵外观效果图、丝印及配色图、专利利用图、推广宣传图、CMF 工艺说明文件及结构三维拆件模型	专利：2022303999639 遥控器（镇痛泵），已授权	合同生效后，项目启动前 1-3 个工作日预付项目总额的 60%（人民币：27000.00 元）；外观造型设计（ID）确认并签署确认函后，在公司完成结构设计之后 1-3 个工作日支付项目总额的 40%（人民币：18000.00 元）。			4.25
一次性脑电波监测用导电凝胶的制备项目	浙江大学绍兴研究院	一次性脑电波监测用导电凝胶详细实验记录、技术总结报告、实验室筛选配方样品	持续研发阶段，未最终形成专利、非专利技术等标志性成果	合同签订 30 日内一次性支付 10 万人民币	10.00		
合计					10.00	241.42	109.24

注：2025 年 1-6 月无委外研发费用

公司委外研发合同的相关定价是依据市场行情、行业标准及项目的复杂性、技术难度、和预期成果价值综合评估，确保双方利益平衡且符合市场化原则。委外研发条款经双方充分协商，结合具体研发目标及资源配置进行市场化定价。

公司委外研发费用均系公司实际业务需要，列为公司研发费用支出具有合理性，相关研发费用支出核算真实、准确。

4. 说明研发相关内控制度是否健全且有效执行；是否建立研发支出审批程序及执行有效性

公司建立了《研发费用管理制度》，在项目立项、研发的设计和开发、项目的运行和控制以及项目验收等关键节点均制定了完善的制度和流程，具体执行情况如下：

(1) 在研发项目立项阶段，各项目组必须做好前期市场调研工作形成项目立项可行性报告，立项申请经审批同意后，方可开展研发工作。

公司研发项目立项可行性报告，其内容包括研究内容、预期目标、市场需求、研究参与成员、项目预算等。

(2) 在研发项目设计、开发和管控阶段，研究经费由财务部统一归口管理，结合研究开发项目立项书的立项内容及经费预算，对实际发生的研究开发费用进行审核、支付。

研究开发过程中需要与外单位合作或委托其进行的，必须签订研究开发项目外部委托技术合作合同，公司根据实际数额按时按额拨付研发费用。

项目人员领用研发物料时，需列明项目名称，由项目负责人审批后方可到仓库领取。

(3) 研发项目实际活动结束后，项目负责人须提交《结项报告》报告内容，包括但不限于研究的最终结果、成果展示、质量评估等内容。

5. 核查程序及核查结论

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

(1) 核查程序

1) 了解公司研发相关内控流程，检查公司研发项目立项文件、研发项目可行性报告以及研发项目结项报告等相关文件是否按照内控制度要求执行，验证相关制度的有效性；

2) 检查公司研发工时表、研发技术人员相关学历背景及工作经历是否与公司研发相匹配, 核查辅助研发人员工资分摊计入研发费用是否真实、准确;

3) 通过公司委外研发合同、付款流水、发票等原始凭证以及相对应研发成果, 核查公司委外研发具体情况及相关研发投入核算是否合规、准确;

4) 检查公司研发材料出库清单、领料人以及材料费用是否准确归集与核算。

(2) 核查结论

经核查, 我们认为:

1) 公司研发相关内控制度健全且有效执行;

2) 研发技术人员相关研发支出核算真实、准确、完整; 各期研发人员数量、研发项目数量、研发人员平均薪酬变动情况与各期研发投入明细变动相匹配;

3) 研发投入归集准确、合规, 研发人员的职工薪酬、材料领用据实列支, 折旧摊销费等能在研发活动与生产活动之间明确区分、准确归集与核算, 不存在成本费用混同的情形;

4) 报告期内委外研发项目相关定价公允、成本费用分摊合理、相关研发投入核算具有合规性及准确性。

(三) 货币资金及应收账款相关情况

1. 说明借款的基本情况, 分析利息费用与利率、期限、规模的匹配性, 结合借款原因及资金用途、借款资金流向等说明是否存在存贷双高的情况

报告期内, 公司除 2023 年末存在短期借款 6,287.84 万元外, 其它年份均不存在银行借款。2023 年末短期借款系母公司收到子公司海圣销售的银行承兑汇票贴现后形成。公司票据贴现的具体情况如下:

单位: 万元							
序号	票面金额	出票日	到期日	贴现日	贴现率	贴现净额	贴现利息
1	1,325.00	2023/11/15	2024/5/15	2023/11/22	1.45%	1,315.34	9.66
2	5,000.00	2023/11/21	2024/5/21	2023/11/22	1.50%	4,962.29	37.71

上述贴现票据的出票日为 2023 年 11 月 15 日和 2023 年 11 月 21 日, 到期日为 2024 年 5 月 15 日和 2024 年 5 月 21 日, 公司于 2023 年 11 月 22 日向银行贴现, 贴现率分别为 1.45% 和 1.50%。银行承兑汇票的贴现利息与利率、期限和规模相匹配。

子公司海圣销售因采购业务向母公司开立银行承兑汇票，具有真实业务背景，母公司票据贴现后资金主要用于支付材料采购款和设备工程款。截至 2024 年年末，公司不存在存贷双高的情况。

2. 说明期末应收账款对应的主要客户报告期内销售及回款情况；说明报告期内对境内外客户、新老客户、不同类别经销商等差异化信用政策、结算条件及变动情况；结合发行人经销、内销比例高于可比公司等因素说明公司坏账计提比例低于同行业可比公司的原因，应收账款坏账准备计提是否充分；说明账龄 3 年以上的其他应收款形成的商业背景、未收回的原因、发行人与欠款方是否存在关联关系或其他利益安排

(1) 说明期末应收账款对应的主要客户报告期内销售及回款情况

报告期各期末，公司前五大应收账款客户报告期内销售及回款情况如下：

1) 2025 年 1-6 月

单位：万元				
客户名称	应收账款余额	销售额	期后回款金额	期后回款率
广州融盛医疗器械有限公司	593.14	1,258.66	593.14	100.00%
浙江百谷医疗科技有限公司	192.63	801.23	192.63	100.00%
上海泰悦医疗器械商行	152.87	305.50	152.87	100.00%
山西康丽泽科贸有限公司	117.86	334.44	117.86	100.00%
江苏美康商贸有限公司	117.57	297.95	117.57	100.00%

2) 2024 年度

单位：万元				
客户名称	应收账款余额	销售额	期后回款金额	期后回款率
广州融盛医疗器械有限公司	533.56	2,078.26	533.56	100.00%
浙江百谷医疗科技有限公司	327.01	1,389.48	327.01	100.00%
镇江赫力医疗器械有限公司	187.36	476.87	187.36	100.00%
四川鲁鸿医疗器械有限公司	120.01	257.06	120.01	100.00%
四川高研医疗器械有限公司	110.56	276.33	110.56	100.00%

3) 2023 年度

单位：万元

客户名称	应收账款余额	销售额	期后回款金额	期后回款率
广州融盛医疗器械有限公司	818.38	2,599.99	818.38	100.00%
浙江百谷医疗科技有限公司	312.60	1,199.27	312.60	100.00%
江苏美康商贸有限公司	230.87	717.69	230.87	100.00%
镇江赫力医疗器械有限公司	216.60	449.32	216.60	100.00%
浙江瑞谊医疗科技有限公司	127.14	205.40	127.14	100.00%

4) 2022 年度

单位：万元

客户名称	应收账款余额	销售额	期后回款金额	期后回款率
浙江百谷医疗科技有限公司	635.36	1,621.29	635.36	100.00%
江西贯白科技有限公司	274.36	414.13	274.36	100.00%
广州融盛医疗器械有限公司	247.62	2,265.08	247.62	100.00%
湖南海特医疗器械有限公司	146.48	455.19	146.48	100.00%
镇江赫力医疗器械有限公司	142.62	397.77	142.62	100.00%

注 1：期后回款时间截至 2025 年 8 月 31 日

注 2：上述客户销售额为单体口径，未考虑受同一主体控制的其他主体的销售数据

由上表可见，公司报告期各期末前五大应收账款客户报告期内销售及回款情况良好。

(2) 说明报告期内对境内外客户、新老客户、不同类别经销商等差异化信用政策、结算条件及变动情况

报告期内，公司对境内外客户、新老客户、不同类别经销商的差异化信用政策、结算条件总体保持一贯性，报告期内无重大变动，具体情况如下：

销售区域	销售模式	经销商类别	信用政策	结算条件
内销	经销	签约经销商	原则上先款后货，对于优质经销商或对接重点终端医院的经销商，公司应经销商的需求给予适当的信用期支持经销商业务开展，信用期通常为 1-2 个月，最长不超过 4 个月	主要采用银行电汇方式，原则上先款后货，对于有信用期的客户按照授信情况进
		非签约经销商	原则上先款后货且不给予账期，特殊情况给予 1 个月的信用期	

	直销	/	基本采用先款后货的信用政策；个别客户经申请采用月结方式	行结算
外销	直销	/	通常采用全额预付款或者预付定金，发货前付清全款的形式；经客户申请，给予一定账期，包括提单后 30 天、提单后 60 天等	

对于新老客户，公司执行的信用政策和结算条件无重大差异，系考虑客户商业信用、资信状况、所在区域市场的战略意义、经销商的经销业务规模、市场拓展能力等因素综合确定。

(3) 结合公司经销、内销比例高于可比公司等因素说明公司坏账计提比例低于同行业可比公司的原因，应收账款坏账准备计提是否充分

报告期内，公司与同行业可比上市公司坏账计提比例、经销模式收入占比及内销售占比情况如下：

公司名称	2025 年 1-6 月			2024 年度		
	坏账准备 计提比例	经销模式 收入 占比	内销收入 占比	坏账准备 计提比例	经销模式 收入 占比	内销收入 占比
公司	5.00%	83.16%	86.27%	5.15%	85.06%	86.98%
维力医疗	0.98%	未披露	未披露	0.99%	未披露	46.13%
三鑫医疗	12.93%	70.10%	75.59%	12.83%	71.48%	81.94%
天益医疗	12.95%	未披露	63.86%	12.29%	69.01%	62.69%

(续上表)

公司名称	2023 年度			2022 年度		
	坏账准备 计提比例	经销模式 收入 占比	内销收入 占比	坏账准备 计提比例	经销模式 收入 占比	内销收入 占比
公司	5.51%	89.57%	90.67%	5.14%	90.43%	91.42%
维力医疗	0.99%	未披露	52.83%	1.21%	未披露	52.28%
三鑫医疗	9.75%	76.77%	85.15%	8.68%	71.23%	79.89%
天益医疗	6.69%	63.05%	60.46%	6.42%	67.40%	59.69%

报告期内，公司坏账计提比例分别为 5.14%、5.51%、5.15%和 5.00%，高于维力医疗坏账计提比例，低于三鑫医疗和天益医疗坏账计提比例。

公司采用以经销为主的销售模式，报告期内经销收入占比高于同行业可比上市公司三鑫医疗和天益医疗。相较于直销模式下直接对接的医院、诊所等终端客

户，经销商款项支付更为灵活，公司执行的是“先款后货”或以月结为主的短期信用政策，相比同行业公司回款更快。三鑫医疗和天益医疗计提比例高系因为存在账龄较短但单项计提坏账准备的情况，拉高了坏账准备计提比例。

报告期内，公司内销收入占比分别为 91.42%、90.67%、86.98%和 86.27%，内销收入占比较高，公司外销业务处于发展阶段，外销收入占比低于同行业公司维力医疗、三鑫医疗和天益医疗。外销客户存在信用评估难度大、跨境催收成本高的特点，可比公司天益医疗 2022 年报披露的应收账款单项计提均为外销客户。针对外销业务应收账款坏账风险，公司一方面与信用情况较好的国际知名医疗器械企业合作，例如 MEDTRONIC/COVIDIEN（美敦力/柯惠医疗公司），另一方面公司在外销信用政策上通常采用全额预付款或预付定金发货前付清全款的形式，只给予信用情况良好的客户较短的账期。

报告期内，公司与同行业可比公司坏账计提政策如下：

项 目	三鑫医疗	天益医疗	维力医疗	公司
1 年以内（含 1 年）	5.00%	5.00%	0.88%	5.00%
1-2 年（含 2 年）	10.00%	10.00%	60.29%	10.00%
2-3 年（含 3 年）	30.00%	30.00%		30.00%
3-4 年	50.00%	50.00%	100.00%	100.00%
4-5 年	80.00%	80.00%	100.00%	100.00%
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注：维力医疗基于客户类别、账龄等作为共同风险特征，将其划分为不同组合，在组合基础上计算预期信用损失，列示的为 2024 年年报综合计提比例

从上表可见，公司与同行业可比公司坏账计提政策不存在重大差异。公司坏账计提比例低于同行业可比公司主要受内外销比例、信用政策等因素影响，具有合理性，公司应收账款坏账准备计提充分。

（4）说明账龄 3 年以上的其他应收款形成的商业背景、未收回的原因、公司与欠款方是否存在关联关系或其他利益安排

截至 2025 年 6 月末，公司 3 年以上的其他应收款明细如下：

单位：元

公司名称	款项性质	期末余额
深圳市威浩康医疗器械有限公司	押金保证金	600,000.00
绍兴市禹建物业管理有限公司	押金保证金	4,000.00
小 计		604,000.00

上述其他应收款均已全额计提坏账准备，对各公司的其他应收款具体情况说明如下：

1) 深圳市威浩康医疗器械有限公司

深圳市威浩康医疗器械有限公司（以下简称深圳威浩康公司）系国内知名的麻醉深度监测设备研发制造厂商，近年来在麻醉深度监测方面取得了较大的研发成果，具有较强的技术实力，其相关信息如下：

名称	成立时间	注册资本	经营范围	股权结构	技术情况
深圳威浩康公司	2006-11-22	350 万元人民币	电子元器件的购销；医疗器械的研发及技术咨询、技术转让、企业管理咨询；贸易信息咨询；监护仪的技术开发及服务；从事货物进出口业务（以上根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）第一类医疗器械生产。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）II类、III类 6821 医用电子仪器设备（III类 6821-1、6821-2、6821-3 除外）的销售；II类 6822 医用光学器具、仪器及内窥镜设备；II类、III类 6823 医用超声仪器及有关设备的销售；II类、III类 6826 物理治疗及康复设备的销售；II类、III类 6828 医用磁共振设备的销售；II类、III类 6830 医用 X 射线设备的销售；II类 6831 医用 X 射线附属设备及部件的销售；II类、III类 6840 临床检验分析仪器的销售；II类 6857 消毒和灭菌设备及器具的销售；医疗器械的安装与维修。第二类医疗器械生产；第三类医疗器械生产。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）	卞汉道 94.00%； 叶志伟 6.00%	拥有发明专利 11 项、外观设计专利 1 项、软件著作权 11 项

对深圳威浩康公司的其他应收款形成的商业背景及未收回的原因如下：

2021 年 1 月，公司与深圳威浩康公司签订《麻醉深度监护仪开发与产品国内注册合作协议》，深圳威浩康公司协助公司开发麻醉深度监护仪，并协助公司完成产品的第三方检测及产品注册，为双方合作开发提供技术支持。合作协议明确为确保公司取得麻醉深度监护仪注册证后向深圳威浩康公司采购麻醉深度监护仪相关模块，公司需向其支付 160 万保证金，该保证金后续可作为监护仪模块采购的货款使用。2023 年 8 月，公司取得麻醉深度监护仪注册证，向其陆续采购材料用于批量生产。截至 2025 年 6 月末，公司已向深圳威浩康公司采购了价值 100 万元的货物，100 万元保证金已抵作货款，剩余 60 万元将陆续采购并结转。

公司与深圳威浩康公司不存在关联关系或其他利益安排。

2) 绍兴市禹建物业管理有限公司

2019 年 8 月，公司房产新地大厦 606 室装修，向物业支付了装修保证金和水电保证金合计 4,000.00 元。

3. 核查程序及核查结论

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1) 获取并核查公司开具及贴现银行承兑汇票的相关资料；访谈公司管理层，了解公司资金支出安排；

2) 获取公司营业收入明细表和应收账款明细表，核查公司主要客户报告期内销售及回款情况；

3) 查阅报告期内各类主要客户合同或订单，了解公司与客户合同约定的差异化信用政策、结算条件，并检查报告期内变动情况；

4) 计算公司经销、内销比例及应收账款坏账计提比例，并与同行业可比公司进行比较，分析公司坏账计提比例低于同行业可比公司的原因及合理性，检查公司应收账款坏账准备计提是否充分；

5) 获取公司账龄 3 年以上的其他应收款对应合同，了解合同商业背景，分析长期挂账原因是否合理；通过工商信息公示网站获取相关欠款方的股东情况及董事、监事、高管情况，获取公司及控股股东、实控人、主要股东、董事、原监

事、高级管理人员报告期内银行流水，核查报告期内公司与相关欠款方及其主要人员是否存在资金往来等。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 公司报告期内因子公司流动资金需求，申请开具银行承兑汇票支付采购成本，公司银行承兑汇票的贴现利息与利率、期限和规模相匹配，公司不存在存贷双高的情况；

2) 公司坏账计提政策谨慎，计提比例低于同行业可比公司具有合理性，应收账款坏账准备计提充分；

3) 公司账龄 3 年以上的其他应收款未收回具有合理性；公司与欠款方不存在关联关系或其他利益安排。

(四) 投资性房地产减值计提充分性

1. 说明投资性房地产列报的抵债房产的形成原因、原值、余额、账龄、折旧、减值及坏账情况，保证责任主体、抵债资产相关主体与发行人的多方协议签订、不动产权证明办理、房产交接办理情况，保证责任履行公司代偿金额、抵债资产金额是否存在差异及原因，交易安排的商业合理性，前述主体间是否存在关联关系或其他利益安排

报告期内，公司投资性房地产为车位使用权，具体内容如下：

单位：万元

项 目	绍兴金色江东 小区车位	安徽润泽雅苑 小区车位	合 计
账面原值			
2022 年 1 月 1 日	622.62	335.29	957.91
2022 年度处置减少	11.10		11.10
2022 年 12 月 31 日	611.52	335.29	946.81
2023 年度处置减少	41.91		41.91
2023 年 12 月 31 日	569.61	335.29	904.90
2024 年度处置减少	10.31		10.31
2024 年 12 月 31 日	559.30	335.29	894.59

2025 年 6 月 30 日	559.30	335.29	894.59
累计折旧			
2022 年 1 月 1 日	128.96		128.96
2022 年度计提折旧	30.62		30.62
2022 年度处置减少	1.67		1.67
2022 年 12 月 31 日	157.92		157.92
2023 年度计提折旧	29.26		29.26
2023 年度处置减少	10.58		10.58
2023 年 12 月 31 日	176.60		176.60
2024 年度计提折旧	28.48		28.48
2024 年度处置减少	4.64		4.64
2024 年 12 月 31 日	200.44		200.44
2025 年 1-6 月计提	13.98		13.98
2025 年 6 月 30 日	214.42		214.42
资产减值准备			
2022 年 1 月 1 日		335.29	335.29
2025 年 06 月 30 日		335.29	335.29
账面价值			
2022 年 1 月 1 日	493.66		493.66
2022 年 12 月 31 日	453.60		453.60
2023 年 12 月 31 日	393.01		393.01
2024 年 12 月 31 日	358.86		358.86
2025 年 6 月 30 日	344.87		344.87

(1) 绍兴金色江东小区车位

1) 2015 年入账车位

2014 年 8 月 26 日，海圣有限作为保证人与债权人浙江绍兴恒信农村合作银行斗门支行（以下简称恒信银行斗门支行）签订《最高额保证合同》（编号：8971320140001141），海圣有限为浙江绍兴数奥城科技发展有限公司（以下简称绍兴数奥城）与恒信银行斗门支行在 2014 年 8 月 26 日至 2015 年 8 月 25 日签订

的全部主合同提供最高额保证担保，担保债权最高额本金 1,300 万元，保证方式为连带责任保证。

因债务人绍兴数奥城未能按时足额偿还债务，2015 年 9 月 15 日，海圣有限与恒信银行斗门支行签订了《协议》，约定海圣有限于 2015 年 9 月 30 日前向恒信银行斗门支行支付 455 万元以清偿债务人绍兴数奥城的部分债务。恒信银行斗门支行同意海圣有限在支付相关款项后享有向绍兴数奥城追偿的权利，同时免除剩余担保责任。2015 年 9 月 24 日，海圣有限通过银行转账支付给恒信银行斗门支行 455 万元。

2015 年 11 月 23 日，海圣有限与绍兴数奥城及浙江兆城房产开发有限公司（与绍兴数奥城系同一控制下企业）签订《抵债协议书》，浙江兆城房产开发有限公司同意作为债务加入人与绍兴数奥城共同承担对海圣有限的还款责任，三方约定以浙江兆城房产开发有限公司名下位于绍兴市越城区金色东江小区的 45 只地下车位的使用权用于抵偿海圣有限对绍兴数奥城及浙江兆城房产开发有限公司共计 464.1 万元（包括 455 万元本金及 9.1 万元利息）的债权，车位使用权期限为自 2015 年 11 月 23 日起至金色东江小区商品房土地使用权期限届满时止，且海圣有限可自由转让车位使用权。同日，浙江兆城房产开发有限公司将车位移交海圣有限并出具了《地下车位使用权权利凭证》。

2) 2019 年入账车位

2014 年 12 月 11 日，海圣有限与温州银行股份有限公司杭州分行（以下简称温州银行杭州分行）签订了《最高额保证合同》（编号：温银 903002014 年高保字 01202 号），约定海圣有限为温州银行杭州分行对浙江鼎盛交通建设有限公司（以下简称鼎盛交通）在 2014 年 12 月 11 日至 2016 年 2 月 29 日之间最高额为 2,200 万元人民币的债权提供连带责任保证，保证期间为决算日（2016 年 2 月 29 日）起两年。2014 年 12 月 19 日，温州银行杭州分行与鼎盛交通签订了金额为 1,000 万元的借款合同，借款期限为 2014 年 12 月 19 日至 2015 年 12 月 19 日。

2015 年 8 月，因鼎盛交通温州银行杭州分行未能按时足额支付利息，温州银行杭州分行对债务人鼎盛交通、保证人海圣有限等向杭州市下城区人民法院提起诉讼，法院经审理作出（2015）杭下商外初字第 00108 号《民事判决书》，判

决鼎盛交通归还借款本金 1,000 万元及相应利息，保证人海圣有限等对上述债务承担连带清偿责任。后续海圣有限与温州银行杭州分行签订《执行和解协议》，海圣有限合计承担保证责任 706.89 万元。

2019 年 1 月 25 日，海圣有限与浙江兆城房产开发有限公司（上述债务发生期间，系鼎盛交通关联企业）签订《抵债协议书》，浙江兆城房产开发有限公司同意代鼎盛交通偿还其对海圣有限共计 706.89 万元的债务，并约定浙江兆城房产开发有限公司以名下绍兴市越城区金色东江小区 44 只地下车位的使用权用于抵偿该债务，车位使用权期限为自 2019 年 1 月 25 日起至金色东江小区商品房土地使用权期限届满时止，且海圣有限可自由转让车位使用权。同日，浙江兆城房产开发有限公司将车位移交海圣有限并出具了《车位使用权权利凭证》。

（2）安徽相关车位

1）对腾翔纺织与恒信银行马山支行相关债务提供担保

2014 年 9 月 16 日，绍兴腾翔纺织服装有限公司（以下简称腾翔纺织）与浙江绍兴恒信农村合作银行马山支行（以下简称恒信银行马山支行）签订数额为 500 万元人民币的《流动资金保证借款合同》（编号：8971120140005881），借款期限为 2014 年 9 月 16 日至 2015 年 9 月 15 日，并约定由海圣有限、黄海生等人为其全部借款提供连带责任保证，保证期间为借款期限届满之日起两年。

因腾翔纺织未能按时足额偿还债务，2015 年 9 月 15 日，海圣有限、黄海生与恒信银行马山支行签订了《协议》，约定海圣有限、黄海生于 2015 年 9 月 30 日前向恒信银行马山支行支付 175 万元，前述款项支付完毕后享有向腾翔纺织追偿的权利且剩余担保责任解除。2015 年 9 月 24 日，海圣有限向恒信银行马山支行支付 175 万元。

2）对腾翔纺织与银丰小额贷款公司相关债务提供担保

2014 年 12 月 11 日，腾翔纺织与绍兴市越城区银丰小额贷款股份有限公司（以下简称银丰小额贷款公司）签订数额为 100 万元人民币的保证借款合同（编号：银丰保借字第 1411050024 号）、腾翔纺织法定代表人谢牧民与银丰小额贷款公司签订数额为 100 万元人民币的保证借款合同（编号：银丰保借字第 1411050023 号）、腾翔纺织股东王云珍与银丰小额贷款公司签订数额为 100 万元人民币的保证借款合同（编号：银丰保借字第 1411050022 号），借款期限均

为 2014 年 12 月 11 日至 2015 年 3 月 11 日，海圣有限、黄海生、吴晓晔等人同意为前述三笔借款提供连带责任保证，保证期间均为借款期限届满之日起两年。

因以上借款到期未偿还，银丰小额贷款公司于 2015 年 4 月 8 日分别诉至法院。2015 年 5 月 13 日，浙江省绍兴市越城区人民法院分别作出（2015）绍越商初字第 57 号、（2015）绍越商外初字第 58 号、（2015）绍越商外初字第 59 号《民事判决书》，判决债务人腾翔纺织、谢牧民、王云珍分别归还银丰小额贷款公司借款本金及相应利息，海圣有限、黄海生、吴晓晔对上述债务承担连带清偿责任。

2015 年 9 月 28 日，海圣有限、黄海生及吴晓晔与银丰小额贷款公司就上述三笔担保债务签订了三份《执行和解协议》，约定海圣有限、黄海生及吴晓晔于 2015 年 9 月 30 日前向银丰小额贷款公司支付共计 150 万元，前述款项支付完毕后有权向腾翔纺织、谢牧民、王云珍追偿并同意免除剩余担保责任。同日，海圣有限向银丰小额贷款公司支付 150 万元。

2015 年 12 月 30 日，海圣有限与腾翔纺织、谢牧民、王云珍及淮北恒昌置业有限公司签订《抵债协议书》，淮北恒昌置业有限公司同意作为债务加入人承担共同还款责任，约定以淮北恒昌置业有限公司名下安徽淮北市濉溪县经济开发区润泽雅苑小区 99 个地下车位的使用权用于抵偿海圣有限对腾翔纺织、谢牧民、王云珍共计 335.28 万元（包括海圣有限为履行保证责任而向恒信银行马山支行及银丰小额贷款公司支付的合计 325 万元的本金及相应利息）的债权，车位使用权期限为自 2015 年 12 月 30 日起至润泽雅苑小区商品房土地使用权期限届满时止，且海圣有限可自由转让车位使用权。同日，淮北恒昌置业有限公司将车位移交海圣有限并出具了《车位使用权权利凭证》。

上述抵债车位已按照相关的抵债协议书完成移交手续，但由于车位的特殊性，根据绍兴市不动产登记政策的要求暂时无法办理权属证书。《民法典》第二百七十五条规定，“建筑区划内，规划用于停放汽车的车位、车库的归属，由当事人通过出售、附赠或者出租等方式约定”。浙江兆城房产开发有限公司系金色东江小区开发商，淮北恒昌置业有限公司系润泽雅苑小区开发商，根据上述抵债协议书及相关车位使用权权利凭证，公司拥有上述车位完整的使用权，权属清晰，未办理不动产权证书不影响公司实际占有、使用和转让等权利。

公司根据车位抵偿时间及抵偿债务情况，确认初始价值和入账时间，账面按照保证责任履行公司抵债资产金额记为车位账面价值。上述主体间不存在关联关系或其他利益安排。

2. 说明已处置房产核算及列报合规性，截至目前仍有大部分抵债房产尚未处置的原因及后续处理计划，是否存在市场价格大幅下降或不易处置的情况，相关减值计提是否充分

(1) 绍兴金色东江小区车位

针对已处置的车位，公司账面将处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益（将实际收到的处置收入计入其他业务收入，所处置投资性房地产的账面价值计入其他业务成本）。

根据《企业会计准则第3号—投资性房地产》，公司已经永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，应当终止确认该项投资性房地产。公司会计处理符合会计准则要求。

截至报告期末，仍有部分车位未处置主要系公司仅通过小区物业公司获取有意向购买的客户，未安排专人销售。后续公司准备加速出售相关车位，目前公司已与第三方渠道接触，商议车位整体出售计划。

金色东江小区位于浙江省绍兴市越城区涂山东路288号，建成于2007年。住户248户，地下207个车位，入住率95%，地下车位价格在10万元以上。2023年至今，公司已出售5个车位，均价为14.68万元。

截至2025年6月末，金色东江小区单位车位账面价值为6.51万元，市场价格高于账面价值，不存在减值迹象。后续公司拟加速对该小区车位的处置并回收资金。

(2) 安徽相关车位

经检查润泽雅苑后发现相关车位利用效率低，整体未出租，因此做全额减值处理，相关资产依然列报在公司投资性房地产科目核算，目前相关减值计提充分。

3. 核查程序及核查结论

(1) 核查程序

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1) 了解上述投资性房地产形成的原因以及抵债协议，查阅相关资产交接手

续；

- 2) 取得并核查了公司及公司主要人员的银行流水；
- 3) 取得了公司的征信报告；
- 4) 取得了公司、实际控制人出具有关不存在民间借贷、对外担保的承诺；
- 5) 查阅了公司有关资金担保及费用支付的制度；
- 6) 向公司报告期内所有银行账户实施函证程序；
- 7) 检查车位历史出售记录及相关会计处理；
- 8) 检查公司针对投资性房产计提减值的相关依据。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 公司投资性房地产主要系因债务抵偿产生，具有商业合理性，车位资产未办理不动产权证，公司主要通过出售回笼资金，符合投资性房地产定义，公司及控股股东、实际控制人与上述主体无关联关系或其他利益安排；

2) 公司已制定了《对外担保管理制度》《资金费用支付制度》，明确审批权限，以规范资金管理及对外担保行为。公司 2022 年、2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月均未与关联方之间发生资金拆借行为；公司截至本报告出具之日，不存在对外担保及民间借贷；公司及实际控制人已经出具不存在民间借贷及对外担保的承诺；

3) 公司投资性房产减值计提充分。

(五) 财务内控规范性

1. 说明资金占用费的相关资金往来情况、借款协议、利率、本息归还情况、会计处理合规性

经核查，杭州宝地信息科技有限公司（以下简称杭州宝地）执行董事兼总经理李保荣系黄海生多年朋友，海圣销售于 2020 年 7 月向杭州宝地借出 40 万元。报告期外，公司及子公司内部控制制度尚不健全。截至 2022 年 12 月，上述款项一直无法收回，黄海生作为款项出借的责任人，由其承担给海圣销售造成的损失。黄海生同意代杭州宝地归还 40 万元借款本金及利息，利息按照中国人民银行同期贷款利率计算，并通过协议约定黄海生偿还借款后，成为杭州宝地债权人，李保荣对该笔债务承担连带保证责任。2022 年 12 月 28 日，黄海生向海圣销售归

还上述全部借款及本息。

资金占用费的相关资金往来情况、借款协议、利率、本息归还情况具体如下：

单位：元

承担人	事由	借款本金	借款日	还款日	借款天数	利率(年化)	利息(不含税)	税额	本息合计(含税)
黄海生	代杭州宝地信息科技有限公司	400,000.00	2020-7-17	2022-12-28	894	5%	46,213.49	2,772.81	448,986.30

上述事项的还款会计处理如下：

借：银行存款 448,986.30

贷：投资收益 46,213.49

其他应收款 400,000.00

应交税费/应交增值税/销项税额 2,772.81

黄海生归还杭州宝地对海圣销售借款具有合理性，相关会计处理符合准则要求。

2. 说明各类代收代付款项的金额、账户情况、客户情况、结算流程，是否属于个人账户收付款的情形、报告期后是否仍有发生、规范措施有效性

报告期内，公司存在代收样品费和运费的情形，代收代付汇总情况如下：

单位：万元

类型	明细	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
通过公司员工代为收取	样品费		0.40		1.62
	运费				1.37

因需客户承担样品费和运费较为零星，公司 2022 年存在通过员工代为收取的情况，单个客户金额较小；2024 年度因参加展会，员工现金收取外商客户样品费 4,000 元。

公司上述代收行为不属利用个人账户进行收付款的情形。公司已针对上述财务内控不规范的情形做出了整改和纠正，具体包括：①公司已根据企业内部控制相关规定和其他内部控制监管要求，建立健全货币资金相关管理制度，加强对客户回款、收取和开具发票的规范性管理；②公司不断加强对财务人员、销售人员、高级管理人员等的培训工作，以提升会计核算和财务管理的规范，避免财务内控

不规范情况的再次发生。

报告期内，公司不存在代付。报告期后，公司未发生代收代付情况，公司规范措施有效。

3. 说明报告期内第三方回款相关情况，所涉客户、合同金额、对应付款方、代付金额、代付原因，第三方回款与相关销售收入是否勾稽一致；采用第三方回款的必要性及商业合理性，是否符合行业特点

报告期内，公司第三方回款金额分别为 323.52 万元、327.21 万元、490.02 万元和 192.07 万元，占营业收入比例分别为 1.21%、1.07%、1.61%和 1.23%，占比较低。

报告期内，公司第三方回款所涉客户、合同金额、对应付款方、代付金额、代付原因等具体情况如下：

单位：万元

客户名称	回款主体	第三方回款原因	国家	销售金额（合同金额）				第三方回款金额			
				2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
GHC Healthcare, Inc	EASTEVER INTERNATIONAL CO	同一集团付款	哥伦比亚	55.08	125.77	78.47	63.78	52.77	122.32	85.83	59.03
Metko Medikal ve Tibbi Cihazlar Dis Tic.Ltd.Sti	TECON INTERNATIONAL CO., LIMITED	同一集团付款	土耳其		67.58	116.03	119.24		67.41	115.77	119.20
EASPRO TRADING (PTY) LTD	RANDI INDUSTRIES LIMITED	境外指定付款	南非	26.56	64.30			26.44	64.31		
Monir Teb Basir Co., Ltd	EFRUZTEKS. VEMAKINA TIC.LTD.STI.	境外指定付款	伊朗		63.68				62.98		
	HAHEL TEKS.MAKINA VE DIS TIC.LTD.	境外指定付款	伊朗								
Medimcom Company LTD	MATAKOTA SMART DISTRIBUTION	境外指定付款	俄罗斯	34.34	55.58				20.19		
	WATS COMPANY LIMITED	境外指定付款	俄罗斯					34.06			
DISPRO L.L.C	SLM INVESTMENT PTE LTD	境外指定付款	乌兹别克斯坦	65.24	35.57	53.28	49.96			32.23	
	PRIMARY INVESTMENT PTE. LTD.									15.54	
	HOVER TRADING PTE. LTD.									9.53	
	BMG MED SUPPLIES CO RP							23.65	73.28		
Al-Ebtkar Al Jadeed LLC	GAURD MED L.1.CFZ	境外指定付款	伊拉克					10.03			
BIOMEDICAL AND TECHNOLOGIE SSUPPORT PANAMA, S. A	ORTOMEDIC PANAMA SA	境外指定付款	巴拿马	14.77	33.54				33.49		
MONTECRISTO MEDICALS. R.L	LATIN IN CHINA COMPANY LIMITED	境外指定付款	玻利维亚	14.13	18.23	25.07	13.59		14.14		

客户名称	回款主体	第三方回款原因	国家	销售金额（合同金额）				第三方回款金额			
				2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	HINOJOSA PANIAGUA MARIA DEL CARMEN	境外指定付款	玻利维亚					0.69			
	JH SAFE INVESTMENTS SAC	境外指定付款	玻利维亚					9.70			
MAS INTAN JAYA ENTERPRISE	HOE CHIN KEE	境外指定付款	马来西亚		6.07		16.21		6.13		15.93
SAHAND BEHSAZ TEBJAMCO., LTD.	FLEXGLOBE TRADING SDN. BHD.	境外指定付款	伊朗		6.03			27.04			
	INERTIA SOLUTION SDN. BHD.	境外指定付款	伊朗						6.01		
MERIL ENDO SURGERY PVT LTD	PAUSTER INDUSTRIAL CO., LIMITED	境外指定付款	香港	4.93	6.00	11.06	4.30	4.84	4.18	5.70	
DISTRIBUIDORA MEDIC AANDARES, C. A.	PEDRO GUERRA	境外指定付款	委内瑞拉	1.70	1.20			1.69	1.19		
Dalel Alsaha Company	KHALED MASAUD ETALEB TRIPOLI-LIBYA	境外指定付款	利比亚	1.16				1.16			
Basis Medical Ltd	PROACT OUTSOURCING LTD	境外指定付款	俄罗斯	13.02					13.43		
Muhamad Shahoud company	MHDRAMI	境外指定付款	叙利亚						0.96		
HOSPITECNICA LTDA	MENEHER GROUP LLC	同一集团付款	哥伦比亚	27.95	55.96	40.99	105.39			38.09	28.86
PROVEEDORES QUIRURGICOS SA DE CV	SUPLIMED SA DE CV	同一集团付款	萨尔瓦多			23.70	20.51			11.77	
CRITIKON MEDICAL SERVICE CA.	JOSE ALEJANDRO MERA	境外指定付款	委内瑞拉	4.57	51.95	30.40	24.36			10.92	30.03
LLC “AlfaMed”	FORMEX FZE	境外指定付款	俄罗斯			1.32				1.03	
	OSOO INERTO									0.27	

客户名称	回款主体	第三方回款原因	国家	销售金额（合同金额）				第三方回款金额			
				2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
BISSAN CO	JOANNA ALLOUSH	境外指定付款	叙利亚							0.54	
MAXBIO SRL[注]	UGMARDI SA	境外指定付款	多米尼加				72.41				70.47
小 计				263.45	591.46	380.32	489.75	192.07	490.02	327.21	323.52
营业收入								15,563.06	30,373.35	30,588.18	26,772.11
第三方回款占营业收入比重								1.23%	1.61%	1.07%	1.21%

注：MAXBIO SRL 包括同一控制下 MAXBIO SRL 和 ANEST SRL

如上表所示，公司第三方回款和销售收入基本一致，差异系汇兑损益影响。

公司第三方回款均来源于境外销售，部分境外客户所在地区受外汇管制影响，外汇支付存在障碍，故委托第三方支付货款；部分境外客户由于付款便捷性、汇率优惠或交易习惯，通过所属集团公司或指定第三方账户向公司支付货款。

公司可比同行业上市公司中，天益医疗在上市申报的报告期内存在经销商第三方回款的情况，维力医疗、三鑫医疗和健帆生物未披露，同行业（专用设备制造业）爱迪特境外客户亦存在三方回款情形，因此，公司报告期内存在第三方回款符合行业惯例。

4. 结合前述情况说明财务内控规范性是否符合《2号指引》2-10的相关规定，并说明是否存在其他财务内控不规范情形及整改情况

公司除存在报告期前期非关联方资金拆借、销售人员代收小额样品费运费等财务不规范情形外，不存在其他财务不规范情形，且相关事项已整改完毕。公司财务内控符合《2号指引》2-10的相关规定。

5. 核查程序及核查结论

(1) 针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1) 查阅了资金占用费形成的往来会计凭证以及还款银行回单，并对利息费用进行了重新计算；

2) 了解员工向客户收取样品费、运费的原因、具体结算流程、涉及客户，检查相关银行流水及明细账，检查是否存在类似代收代付的情形；了解公司规范措施，获取期后明细账及银行流水，检查期后是否发生相关代收代付情况；

3) 获取公司第三方回款客户清单、收入明细、网银明细及回款明细，复核第三方回款金额、对应付款方；对第三方回款与相关收入进行勾稽；检查公司第三方付款协议，了解第三方回款的必要性和商业合理性；

4) 对照《2号指引》2-10规定所列的其他财务不规范情形，我们执行如下程序：

① 访谈公司财务负责人和销售负责人，浏览公司银行存款、短期借款及往来明细账，了解是否存在无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道；

② 获取公司报告期各期应收、应付票据台账，核实是否存在向关联方或供

应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现获取银行融资的情形；

③ 获取公司序时账和银行流水，核查公司与杭州宝地资金拆借明细，分析计提拆借利息是否在合理水平范围之内，黄海生替杭州宝地归还借款及利息真实性和合理性，并检查是否存在其他与关联方或第三方直接进行资金拆借的情况；

④ 查阅公司关联方交易相关制度，执行公司大额银行流水核查，检查是否存在通过关联方或第三方收付款项；

⑤ 查阅公司银行存款、应收账款、应付账款及其他往来明细账，结合个人卡流水核查，确认是否存在利用个人账户对外收付款项的情形；

⑥ 获取报告期内公司已开立账户清单，检查账面核算的银行账户是否完整，结合银行流水核查，确认是否存在出借公司账户为他人收付款项的情形；

⑦ 了解并测试公司与货币资金管理相关的关键内部控制，执行公司大额银行流水核查，确认是否存在违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金的情形；

⑧ 查阅公司关联方交易相关制度，执行公司大额银行流水核查，确认是否存在被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金的情形；

⑨ 获取公司的应收票据台账以及了解公司印章管理的内部控制制度规定，核实公司是否存在票据与印章管理不规范的情形；

⑩ 取得公司的会计账簿及凭证，核查相关管理是否存在不规范的情形，是否存在账外账的情形；

⑪ 访谈公司财务负责人及各业务部门负责人，同时查阅了公司的内部控制制度，了解并测试公司与重要业务相关的关键内部控制的设计和执行，确认公司在销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中是否存在财务内控重大缺陷的情形。

(2) 核查结论

经核查，我们认为：

1) 资金占用费主要原因系资金拆借形成，相关资金本息已经全部足额偿还。相关会计处理符合会计准则要求。

2) 经核查，公司存在通过销售人员代收小额样品费运费的情形，不属于个人账户收付款情形，报告期后无发生，公司规范措施有效；

3) 报告期内公司第三方回款与相关收入勾稽一致，因境外客户所在地区实

施外汇管制，出于付款便捷性、汇率优惠或交易习惯委托第三方支付货款具有必要性和商业合理性；

4) 我们参考《2 号指引》中“2-10 财务内控不规范”规定的财务不规范事项进行核查，核查结果如下表所示：

序号	财务内控不规范情形	是否存在	整改情况
1	无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道（简称“转贷”行为）	否	
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现获取银行融资	否	
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	是	公司实控人黄海生已替借款人归还本金和利息
4	频繁通过关联方或第三方收付款项，金额较大且缺乏商业合理性	否	
5	利用个人账户对外收付款项	否	
6	出借公司账户为他人收付款项	否	
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金	否	
8	被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金	否	
9	票据与印章管理不规范	否	
10	会计账簿及凭证管理不规范，存在账外账	否	
11	在销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中存在财务内控重大缺陷	否	

经核查，公司除存在报告期前期非关联方资金拆借等财务不规范情形外，不存在上述规定所列的其他财务不规范情形，且相关事项已整改完毕。

（六）请保荐机构、申报会计师说明按照《2 号指引》2-4 研发投入、2-10 财务内控不规范情形、2-12 第三方回款相关要求进行核查的情况，说明核查方式、过程、范围和结论。

1. 按照《2 号指引》2-4 研发投入相关要求进行核查的情况，说明核查方式、过程、范围和结论。

（1）保荐机构及申报会计师应对报告期内公司的研发投入归集是否准确、相关数据来源及计算是否合规、相关信息披露是否符合招股说明书准则要求进行核查，并发表核查意见

针对上述事项，我们执行了以下核查程序：

1) 获取公司各期花名册、研发人员统计表，访谈公司研发负责人，了解报告期内公司是否存在研发人员兼任非研发岗位的情况；获取公司工资表、研发工时表，复核计入研发费用的职工薪酬是否正确。

经核查，研发人员与生产、管理、销售等其他人员能明确区分。对于研发人员从事研发工作的同时还从事其他业务工作的，根据从事不同活动的工时占比分配工资薪金，公司研发工时有工时登记记录，确保了研发工时统计的准确性。相关研发支出核算真实、准确、完整，依据充分、客观。

2) 获取了公司研发费用明细账，检查研发费用明细项目的设置是否符合规定的核算内容与范围，复核研发费用的核算是否准确；获取并查阅员工名册，将研发项目中的研发人员与员工名册进行核对，核实研发人员身份是否属实；获取并复核公司研发项目领料单，核实研发费用直接投入归集是否准确；抽查研发投入中差旅费等其他费用的报销凭证，核实差旅费等其他费用归集是否准确。

经核查，我们认为：

公司研发费用按照项目进行归集和开支，公司研发所用办公区域、设备与生产厂房、生产线分开，不存在产研共线的情形，水电费、折旧摊销能在研发活动与生产活动之间明确区分、准确归集与核算，不存在成本费用混同的情形。公司研发领料系根据研发实际需求发生，相关流程与生产领料流程独立，不存在将生产领料计入研发费用的情形。报告期内，公司不存在研发产品对外销售的情况，公司不存在股份支付费用计入研发支出的情形。公司研发投入归集准确，相关数据来源及计算合规，相关信息披露符合招股书准则要求。

(2) 保荐机构及申报会计师应对公司研发相关内部控制制度是否健全且被有效执行进行核查，就公司以下事项作出说明，并发表核查意见：1) 是否建立研发项目的跟踪管理系统，有效监控、记录各研发项目的进展情况，并合理评估技术上的可行性；2) 是否建立与研发项目相对应的人财物管理机制；3) 是否已明确研发支出开支范围和标准，并得到有效执行；4) 研发人员的认定标准是否符合相关法律法规规定，与同行业可比公司是否存在显著差异，相关标准在报告期内是否得到一贯执行，研发人员薪酬支出相关核算及内部控制制度是否健全有效；5) 报告期内是否严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，是否存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形；6) 是否建立研发支出审批程序

1) 是否建立研发项目的跟踪管理系统,有效监控、记录各研发项目的进展情况,并合理评估技术上的可行性;是否建立与研发项目相对应的人财物管理机制

针对上述事项,我们执行了以下核查程序:

获取公司《研发费用管理制度》内控文件,了解公司研发相关内控流程,检查公司研发项目立项文件、研发项目可行性报告以及研发项目结项报告等相关文件是否按照内控制度要求执行,评价研发相关内部控制制度是否健全,评价研发相关的关键内部控制的设计与执行。

经核查,我们认为:

公司已建立研发项目管理内部控制制度,有效监控各研发项目的进展情况,并合理评估技术上的可行性,建立了与研发项目相对应的人财物管理机制,研发相关内控制度健全且有效执行。

2) 是否已明确研发支出开支范围和标准,并得到有效执行;

针对上述事项,我们执行了以下核查程序:

获取公司研发费用明细账,检查研发费用明细项目的设置是否符合规定的核算内容与范围,复核研发费用的核算是否准确;获取并复核公司研发项目领料单,核实研发费用直接投入归集是否准确;抽查研发投入中差旅费等其他费用的报销凭证,核实差旅费等其他费用归集是否准确。

经核查,我们认为:

公司制定了《研发费用管理制度》等内控制度,明确了研发支出范围和标准。公司按项目设置研发费用辅助核算账目,根据所发生费用的实际情况对研发活动所发生的费用进行分类分项目归集。

3) 研发人员的认定标准是否符合相关法律法规规定,与同行业可比公司是否存在显著差异,相关标准在报告期内是否得到一贯执行,研发人员薪酬支出相关核算及内部控制制度是否健全有效

公司研发部人员的职工薪酬全部计入研发费用-职工薪酬,兼职研发人员按照工时比例计入研发费用-职工薪酬。研发部每月根据各研发项目人员名单统计研发项目工时,经研发负责人审批,并由人事专员核对每月员工考勤情况后,将员工工时考勤表抄送财务部,财务部根据经审批后的工时表将归集的研发人员职工薪酬分摊至各研发项目。公司研发人员薪酬支出相关核算及内部控制制度健全

有效。

4) 报告期内是否严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出, 是否存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形, 是否存在为获取高新技术企业资质或所得税加计扣除等原因虚增研发支出的情形

公司报告期内严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出, 不存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形, 不存在为获取高新技术企业资质或所得税加计扣除等原因虚增研发支出的情形。

5) 是否建立研发支出审批程序

公司研发费用按照项目进行归集和开支, 只有符合研发费用预算的开支范围和会计准则、税收法规等规章制度的研发费用才能开支, 所有研发费用开支均经审批。公司按研发项目进行费用归集, 并协助各项目组做好研发费用的预算编制和控制。综上, 公司报告期内建立了研发支出审批程序。

6) 核查意见

我们查阅公司与研发活动相关的关键内部控制、了解公司研发费用的会计核算和研发项目核算内容与范围; 获取并查阅公司的研发项目立项文件等相关资料, 访谈公司研发负责人, 获取公司研发结项报告或研发成果, 确认其是否与公司业务及产品相匹配。经核查, 我们认为公司研发相关内控制度健全且被有效执行。

(3) 对于合作研发项目, 核查项目的基本情况并发表核查意见, 基本情况包括项目合作背景、合作方基本情况、相关资质、合作内容、合作时间、主要权利义务、知识产权的归属、收入成本费用的分摊情况、合作方是否为关联方; 若存在关联方关系, 需要进一步核查合作项目的合理性、必要性、交易价格的公允性

针对上述事项, 我们执行了以下核查程序:

访谈公司研发负责人, 了解公司是否存在合作研发情况; 获取公司委外研发合同、付款流水、发票等原始凭证以及相对应研发成果, 了解委外研发公司基本情况、合作内容、知识产权归属以及是否为关联方等情况, 对公司委外研发具体情况及相关研发投入核算是否合规、准确进行核查。

经核查, 我们认为:

报告期内, 公司不存在合作研发项目情形, 存在委外研发, 公司与委外研发公司不存在关联关系, 各项目方按照各自分工内容承担自身的研发支出, 不涉及收入成本费用交叉分配的情况。

(4) 对于研发支出资本化

报告期内，公司研发支出均费用化，不存在研发支出资本化情况。

2. 按照《2号指引》2-10 财务内控不规范情形相关要求进行核查的情况，说明核查方式、过程、范围和结论。

核查程序及核查结果见本回复问题六之“（五）5. 核查程序及核查结论”之回复。经核查，公司报告期前期除存在非关联方资金拆借等财务不规范情形外，已整改完毕，不存在上述规定所列的其他财务不规范情形。

3. 按照《2号指引》2-12 第三方回款相关要求进行核查的情况，说明核查方式、过程、范围和结论

(1) 第三方回款的真实性，是否存在虚构交易或调节账龄的情形

为落实第三方回款的真实性，我们主要实施了如下核查程序：

1) 询问公司相关人员，了解公司销售与收款的流程、制度规定及执行情况。公司第三方回款客户付款前通常会通过电子邮件或微信提前告知业务人员付款方和付款金额，业务人员将相关情况告知财务人员，财务人员根据实际情况进行回款账务处理；

2) 结合银行流水核对，检查收款流水。通过全额核对报告期内公司收款户银行流水，检查公司披露的第三方回款金额是否完整；

3) 根据银行流水核对结果编制第三方回款明细表，并根据明细表延伸抽查合同、订单、发票、提单和报关单等；

4) 抽查了公司第三方付款客户与公司业务员联系业务的邮件及微信等通讯聊天记录，重点关注和检查了客户向公司下达订单的信息，付款的信息。

经核查，我们认为，公司第三方回款真实，不存在虚构交易的情形。公司第三方回款仅涉及境外部分客户，该部分客户一般采取部分预付款，固定账期的结算方式，不存在利用第三方回款调节账龄的情形。

(2) 第三方回款形成收入占营业收入的比例

我们编制了客户通过第三方回款形成的收入明细表，并计算其占营业收入的比例。经核查，报告期内，第三方回款形成收入占营业收入的比例为1.21%、1.07%、1.61%和1.23%。

(3) 第三方回款的原因、必要性和商业合理性

公司第三方回款来源于境外销售客户，部分境外客户所在地区实施外汇管制，

在外汇支付方面存在一定障碍，故委托第三方支付货款；部分境外客户由于付款便捷性、汇率优惠或交易习惯，通过所属集团公司或指定第三方账户向公司支付货款，具有必要性和合理性。报告期内，第三方回款的付款方均不是公司的关联方，第三方回款与相关销售收入勾稽一致，具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定。

为落实第三方回款的原因、必要性和商业合理性，我们实施了如下主要核查程序：

1) 访谈公司财务部、销售部相关负责人以及访谈部分客户，了解第三方回款的具体原因、必要性以及商业合理性；

2) 了解海外第三方回款国家的外汇政策，确认境外客户通过第三方回款的商业合理性。

经核查，报告期内客户通过第三方回款具有商业合理性。

(4) 公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的付款方是否存在关联关系或其他利益安排

为落实公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的付款方是否存在关联关系或其他利益安排，我们主要实施了如下核查程序：

1) 将第三方回款的付款方名称与公司关联方清单进行比对，核实第三方回款的付款方不涉及公司及实际控制人、董监高或其他关联方；

2) 访谈部分第三方回款客户，了解第三方回款的付款方与公司及实际控制人、董监高或其他关联方是否不存在其他关联关系或其他利益安排；

3) 获取公司及实际控制人、董监高与通过第三方回款的主要客户无关联关系的声明；

4) 通过检查实际控制人、董监高的资金流水，关注其是否存在与客户及回款的第三方存在大额资金往来的情形。

经核查，我们认为，公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与其他第三方回款的付款方均不存在关联关系。公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的付款方无其他利益安排。

(5) 境外销售涉及境外第三方的，其代付行为是否具有商业合理性、合法合规性

我们了解海外第三方回款国家的外汇政策及商业环境，确认境外客户通过第

三方回款的商业合理性。

经核查，我们认为，由于客户资金安排、所在地区外汇管制等原因不能及时向公司支付货款，而被委托方能够提供足额的美元或成本较低、结算较为便利，故客户在不能自己付汇的情况下会委托第三方向公司支付货款，符合客户所在国的交易惯例，境外第三方的代付行为具有商业合理性。

(6) 报告期内是否存在第三方回款导致的货款归属纠纷

为落实报告期内是否存在第三方回款导致的货款归属纠纷，我们主要实施了如下核查程序：

1) 取得公司报告期内存在第三方代付款行为的客户名单和第三方付款协议，确认第三方回款所涉及的委托付款行为系客户真实意思表示，该委托付款行为不存在争议、纠纷或潜在争议、纠纷；

2) 检查公司是否发生因第三方回款事项导致的诉讼、纠纷以及因而引起的货款无法及时回收等情况；

3) 获取公司在报告期内未因第三方回款导致货款归属纠纷或存在潜在纠纷的声明。

经核查，我们认为，公司报告期内未发生因第三方回款导致的货款归属纠纷。

(7) 如签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款，该交易安排是否具有合理原因

公司不存在第三方回款的境外客户在签订合同时即以三方协议或在销售合同中明确约定委托第三方代为支付货款的情况。客户一般在付款前后通知公司，告知其通过第三方向公司付款的相关情况。

(8) 资金流、实物流与合同约定及商业实质是否一致

经核查，报告期内公司与第三方付款客户签订的订单、产品入库单、出库单及海关报关单和提单等，以及结合公司业务人员与客户的日常邮件、微信往来以及公司收款银行账户流水记录，我们认为，公司第三方回款客户销售的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

补充说明：

除上述问题外，请公司、保荐机构、申报会计师、公司律师对照《北京证券

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

我们已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定，对涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项进行了梳理，不存在需要补充说明的其他重要事项。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

姚本霞



中国注册会计师：

陈卓炎



二〇二五年十月十日



名称 天健会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人 钟建国

许可项目：注册会计师业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：企业管理咨询；企业管理咨询；税务咨询；会议及展览服务；商务秘书服务；技术推广服务、技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、软件销售、软件开发、网络与信息安全软件开发；软件外包服务；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；信息系统运行维护服务；安全咨询服务；公共安全管理咨询服务；互联网运营服务；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

主要经营场所 浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路128号

2025 年 02 月 27 日



国家企业信用信息公示系统网址: <http://www.gsxt.gov.cn>

国家市场监督管理总局监制

第 256 页 共 259 页

			
会计师事务所 执业证书		说明	
证书序号: 0019886			
名称: 天健会计师事务所 (特殊普通合伙)		1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批, 准予执行注册会计师法定业务的凭证。	
首席合伙人: 钟建国		2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的, 应当向财政部门申请换发。	
主任会计师:		3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。	
经营场所: 浙江省杭州市西湖区灵隐街道西溪路 128 号		4、会计师事务所终止或执业许可注销的, 应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。	
组织形式: 特殊普通合伙		发证机关:	
执业证书编号: 330000001		2024 年 20 日	
批准执业文号: 浙财会〔2011〕25 号		中华人民共和国财政部制	
批准执业日期: 1998 年 11 月 21 日设立, 2011 年 6 月 28 日改制			

本复印件仅供 浙江海圣医疗器械股份有限公司天健函 (2023) 1063 号报告后附之用, 证明天健会计师事务所 (特殊普通合伙) 具有合法执业资质, 他用无效且不得擅自外传。



本复印件仅供 浙江海圣医疗器械股份有限公司天健函(2025)1063 号报告后附之用, 证明姚本霞是中国注册会计师, 他用无效且不得擅自外传。

1836



姓名

Full name

性别

Sex

出生日期

Date of birth

工作单位

Working unit

身份证号码

Identity card No.

陈卓炎

男

1992-10-22

天健会计师事务所(特殊普通合伙)

330624199210228275



年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。

This certificate is valid for another year after this renewal.



证书编号

No. of Certificate

批准注册协会

Authorized Institute of CPAs

发证日期

Date of Issuance

330000010973

浙江省注册会计师协会

2020 年 04 月 08 日

本复印件仅供 浙江海圣医疗器械股份有限公司天健函(2025) 1063 号报告后附之用，证明陈卓炎是中国注册会计师，他用无效且不得擅自外传。