

**关于华熙生物科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件  
的第三轮审核问询函中有关财务会计问题的  
专项说明**

**致同会计师事务所（特殊普通合伙）**

## 关于华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票 并在科创板上市申请文件的第三轮审核问询函中 有关财务会计问题的专项说明

上海证券交易所：

根据贵所 2019 年 5 月 26 日上证科审（审核）[2019]181 号《关于华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第三轮审核问询函》（以下简称“第三轮审核问询”）的要求，致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“致同”、“我们”）对贵所的第三轮审核问询所列问题中需要申报会计师说明或发表意见的问题进行了审慎核查。现将有关问题的核查情况和核查意见说明如下：

华熙生物科技股份有限公司以下简称“公司”或“发行人”。

1. 关于福瑞达生物科技请发行人：（1）进一步披露采购粗品进行生产加工和自行使用发酵方法生产，产品在质量、效果、成本等方面的差异情况，并披露发行人报告期内各种方式生产的原材料产品的具体数据；（2）明确披露发行人是否为福瑞达生物科技的最主要客户，发行人的采购占福瑞达生物科技销售的占比情况；（3）披露“未来发行人将逐步减少对福瑞达生物科技的采购”的原因是发行人更多向替代供应商采购，还是发行人自行生产相关产品；（4）明确披露发行人向福瑞达生物科技的采购价格与向其他供应商的采购价格存在的具体差异，结合商业逻辑、发行人自产成本等因素分析发行人认为价格公允的充分性；（5）披露发行人与福瑞达生科及其关联公司是否存在其他利益安排。请发行人说明：（1）“相关协议未对发行人每年的采购量作出强制性要求”、“在协议有效期（2018 年 3 月 28 日至 2019 年 3 月 28 日）、采购数量（不少于 25 吨）和采购单价方面做了具体约定”两项描述是否存在矛盾；（2）存在采购数量限制的情况与“未来发行人将逐步减少对福瑞达生物科技的采购”的描述是否存在矛盾。请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

申报会计师回复：

（一）申报会计师采取了如下核查程序：

（1）访谈发行人管理层、采购人员，了解与福瑞达生物科技的关系、合作时间、合作关系密切程度、交易内容、交易定价方式、未来合作计划等情况；

（2）核查报告期发行人与福瑞达生物科技签署的《加工承揽协议》、《采购框架协议》中对采购数量、采购价格的内容约定；

(3) 获取发行人与福瑞达生物科技的采购台账，获取并审核与福瑞达生物科技的业务合同，查看采购业务内容和其他重要合同条款；

(4) 获取发行人与其他外采透明质酸粗品供应商青岛捷迅汇通商贸有限公司、烟台惠吉生物科技有限公司的采购台账、采购合同/订单、入库单、发票、付款、实际执行价格情况，对同一原材料在不同供应商之间的采购价格差异情况与市场公开价格差异情况进行比对。分析报告期内发行人向福瑞达生物科技与向其他供应商采购的透明质酸粗品价格情况；

(5) 复核发行人计算的报告期外采和自己生产透明质酸粗品的产量、单位成本、成本差异数据；

(6) 走访福瑞达生物科技公司，就双方合作事项进行访谈，并与发行人访谈了解的情况比对验证，了解其生产经营情况，确认是否仅有发行人一家客户，并了解是否存在除销售商品以外的业务；

(7) 对外采透明质酸粗品供应商青岛捷迅汇通商贸有限公司、烟台惠吉生物科技有限公司执行函证与走访程序；

(8) 根据实地走访福瑞达生物科技公司情况，了解其重大客户情况。根据所了解信息，查阅辽宁中科（872680）的信息披露文件，福瑞达生物科技为其重要供应商，核查福瑞达生物科技的最主要客户，核查发行人的采购占福瑞达生物科技销售的占比情况。

## （二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人报告期外采和自产透明质酸成本不存在重大差异。

福瑞达生物科技除与发行人存在业务关系外，福瑞达生物科技还存在其他业务和客户，发行人为福瑞达生物科技的最主要客户之一。公司向福瑞达生物科技采购聚谷氨酸粗品的定价，依据生产成本、工艺复杂程度后协商确定，定价公允。根据合同条款和实际执行情况，发行人与福瑞达生物科技的交易实质都为商品购销行为，不存在委托加工的情形，相关会计处理符合会计准则的规定并在报告期内保持一致。

报告期内，福瑞达生物科技、福瑞达生物工程、福瑞达医疗器械、福瑞达医药集团均系发行人的关联方，发行人及其子公司存在向福瑞达集团及相关企业销售透明质酸钠原料等产品，用于其进一步生产药品、护肤品、食品等；此外，报告期内福瑞达医药集团、福瑞达医疗器械向公司租赁仓库用于经营使用。除上述情况外，发行人与福瑞达生物科技及其关联公司不存在其他利益安排。

发行人与福瑞达生物科技签署的《加工承揽协议》、《采购框架协议》中，公司具有对采购量、采购价格的主动权；相关协议约定发行人在协议有效期内向福瑞达生物科技采购透明质酸钠粗品合计不少于 25 吨，发行人按照自身阶段性产

能、销售需求量等实际情况决定向福瑞达生物科技的具体采购时间及采购数量，该类业务不影响发行人独立经营。

2.关于前次问询函未充分回复的问题，请发行人继续回答：请发行人：（1）披露发行人被授权使用的专利的技术水平及其与发行人自有专利的技术差异，是否涉及未来发行人的核心技术发展方向，发行人未来是否可以依靠自身的技术进行生产经营；（2）明确披露怀柔人民政府奖励资金与公司正常经营业务存在何种密切关系，符合国家政策规定的具体依据、按照何种标准持续享受；个税返还具体符合经常性损益定义的依据；请发行人谨慎判断并提供充分的相关依据；（3）结合经销协议的签订方式、签订期限、销售保障措施等，谨慎判断经销商网络作为客户关系是否符合无形资产的定义，其摊销年限是否合理；（4）简要披露各类产品的经销商下游销售渠道及经销商最终销售情况，是否存在较大数量的囤货或期后退货情况；（5）对于 2018 年大额现金分红相关事项，请做重大事项提示；（6）重新回复前次问询问题 5 中同行业可比公司相关费用变化情况的问题，请发行人使用同口径数据进行分析；（7）明确回复前次问询问题 12 中能否获得重复客户的情况；（8）结合原材料产品售价变化情况，进一步披露原材料与最终产品一并报批的政策变化对发行人经营的影响。

请发行人说明：（1）“公司向第三方提供用于协助加工产品的部分原料及包装材料，在提供时不作为公司的销售收入”相关的会计处理，“莹特丽加工生产‘故宫系列’口红的过程中，发行人主要向其销售‘油分散透明质酸钠’原料”与上述描述是否矛盾；（2）发行人骨科注射液产品售价低于同行业公司同类型产品的价格的原因、报告期内售价逐年下降对发行人持续经营的影响；（3）是否存在通过主要经销商向关联公司销售的情形，是否存在关联交易非关联化情形；（4）报告期内历年华熙学院的培训的具体课程次数、参课人员数量，授课时长、授课方式、培训方式等，如何由 9 人培训完成，培训人员是否有资质、参训人员是否均为医院持有资质的医生，能否覆盖到发行人全部产品的直销和经销医院，如不是，说明发行人对其他医疗机构的相关人员的具体培训方式；（5）提供信息披露豁免涉及的相关保密协议，并标明所涉条款。请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。另请保荐机构、申报会计师说明针对全部经销商的期末库存及终端销售的核查情况。请保荐机构核查招股说明书中引用的评估报告所涉评估机构是否有证券业务资质，如无，请聘请有证券业务资质的评估机构复核。

申报会计师回复：

一（2）明确披露怀柔人民政府奖励资金与公司正常经营业务存在何种密切关系，符合国家政策规定的具体依据、按照何种标准持续享受；个税返还具体符合经常性损益定义的依据；请发行人谨慎判断并提供充分的相关依据；

（一）申报会计师采取了如下核查程序

(1) 登录北京市怀柔区人民政府网站，查阅《北京市怀柔区人民政府关于印发怀柔区促进区域经济发展财政政策的通知》（怀政发[2016]59号）及其中的《怀柔区促进区域经济发展财政政策》；

(2) 向发行人相关人员了解怀柔人民政府奖励资金和个税返还相关背景、内容及奖励资金、个人所得税手续费返还的特点，包括了解该补助是否与公司正常经营业务密切相关，是否符合国家政策规定，是否按照一定标准定额或定量计算，是否能够持续享受等；

(3) 取得和复核公司政府补助的相关批准文件、政府补助及个税返还的收款凭证等原始凭证；

(4) 了解和评估发行人将怀柔人民政府奖励资金和个税返还计入经常性损益的依据及其合理性；

(5) 与律师讨论、交流关于怀柔人民政府奖励资金、个税手续费返还的合规性和持续性。

## 核查过程

### 1、报告期的政府补助具体情况

2016年度、2017年度、2018年度及2019年1-3月，北京华熙海御科技有限公司（以下简称北京海御）实际收到的企业发展奖励资金分别为250.01万元、250.90万元、774.12万元及0万元。

北京海御为发行人于2018年6月30日通过同一控制下合并取得的子公司，按照《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号-非经常性损益（2008）》（证监会公告[2008]43号）的有关规定，同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益属于非经常性损益，因而北京海御2016年度、2017年度、2018年度企业发展奖励资金中分别有250.01万元、250.90万元、272.44万元按照前述规定计入非经常性损益。2018年12月24日，北京海御收到怀柔政府返还税款501.68万元，该笔政府补助作为经常性损益。

### 2、认定政府奖励为经常性损益的理由

#### (1) 政府奖励的政策文件依据

经北京市怀柔区区长办公会议2016年第12次会议审议通过，北京市怀柔区人民政府制定了《怀柔区促进区域经济发展财政政策》，以《北京市怀柔区人民政府关于印发怀柔区促进区域经济发展财政政策的通知》（怀政发[2016]59号），发布，并在北京市怀柔区人民政府网站-政务公开-规范性文件（[www.bjhr.gov.cn/main/\\_133460/gfxwj/605816/index.html](http://www.bjhr.gov.cn/main/_133460/gfxwj/605816/index.html)）中公开。

根据《怀柔区促进区域经济发展财政政策》，北京市怀柔区人民政府建立企业财政奖励政策，支持企业发展。对于在怀柔区注册、生产经营、合规纳税，符

合国家产业政策和区域功能定位，依法发放职工工资，上缴各项社会保险的企业，年缴纳增值税、企业所得税区财政实际所得超过标准，可以按照规定的比例及标准计算享受企业发展奖励资金政策。符合财政奖励标准的企业申请奖励资金，应向区财政局提出书面申请，经区财政局审核通过后，原则上按季度拨付，按年结算。

《怀柔区促进区域经济发展财政政策》中规定的非占地经营企业奖励标准为：“（一）年财政奖励基数=年增值税\*25%+年企业所得税\*20%。（二）对年区财政奖励基数 50 万元（含）以上的企业，按以下分档累进原则给予奖励：年区财政奖励基数低于 100 万元部分给予 45%资金支持；100 万元（含）—300 万元部分给予 50%资金支持；300 万元（含）—500 万元部分给予 55%资金支持；500 万元（含）—1000 万元部分给予 60%资金支持；1000 万元（含）以上部分给予 65%资金支持。”

因此，公司按照上述政策取得奖励资金，符合国家政策规定。

### **（2）相关政府补助与公司正常经营业务密切相关**

北京海御主要从事医疗终端产品及功能性护肤品的销售业务，在北京市怀柔区缴纳增值税及企业所得税。怀柔区政府颁布的《怀柔区促进区域经济发展财政政策》中，财政奖励资金的计算及发放标准与公司实际缴纳的增值税及企业所得税金额密切相关。因此，上述财政奖励资金与北京海御的日常经营活动密切相关。

### **（3）符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助**

《怀柔区促进区域经济发展财政政策》，经北京市怀柔区区长办公会议 2016 年第 12 次会议审议通过，以《北京市怀柔区人民政府关于印发怀柔区促进区域经济发展财政政策的通知》（怀政发[2016]59 号）公开发布，并在北京市怀柔区人民政府网站-政务公开-规范性文件中依法公开，网站为 [www.bjhr.gov.cn/main/\\_133460/gfxwj/605816/index.html](http://www.bjhr.gov.cn/main/_133460/gfxwj/605816/index.html)。因此，公司按照上述政策取得奖励资金，符合国家政策规定；

《怀柔区促进区域经济发展财政政策》中规定的企业财政奖励标准，具有明确的计算标准、计算公式，企业可以按照固定标准计算并申请享受。公司按照上述政策规定，按照政策规定的计算标准，定量、持续申请并取得奖励资金。

综上所述，公司将北京海御 2018 年 9 月后取得的怀柔区财政奖励资金计入经常性损益，具有合理性。

### **3、认定个税代扣代缴手续费为经常性损益的理由**

报告期内，公司收到的个税代扣代缴手续费返还，系发行人作为个人所得税的扣缴义务人，根据《中华人民共和国个人所得税法》第 17 条“对扣缴义务人按照所扣缴的税款，付给百分之二的手续费”的规定，收到的扣缴税款手续费。

由于个人所得税的代扣代缴行为与企业日常经营密切相关，按照《中华人民共和国个人所得税法》的规定及固定标准，定额、持续享受，因此公司将收到的个税代扣代缴手续费，计入经常性损益。

## （二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人收购北京海御后，北京海御收到的怀柔区政府奖励资金 501.68 万元，与公司的纳税等正常经营活动密切相关，符合《怀柔区促进区域经济发展财政政策》等国家政策规定，并可按照上述政策规定的标准定额或定量持续享受，因此将其列入经常性损益；

发行人收到的个人所得税代扣代缴手续费，符合《中华人民共和国个人所得税法》第 17 条“对扣缴义务人按照所扣缴的税款，付给百分之二的手续费”的规定，与企业日常经营密切相关，且按照一定标准定额持续收取，故计入经常性损益具有合理性。

## 二（3）结合经销协议的签订方式、签订期限、销售保障措施等，谨慎判断经销商网络作为客户关系是否符合无形资产的定义，其摊销年限是否合理；

（一）申报会计师核查程序及过程如下：

### 1、客户关系具体情况

随着经济发展全球化及中国企业境外资产收购的增加，中国会计监管相关法规、规则对于企业合并过程中可辨认无形资产的认识及要求不断提高，实务中将非同一控制下合并过程中形成的经销商协议等辨认并确认为无形资产-客户关系的情形不断增加。

2017 年 1 月，开曼华熙子公司 Bloomage Meso Holdings S.A. 收购 Revitacare 100% 股权时，聘请香港评估机构 Duff & Phelps China (HK) Limited 对 2017 年 1 月 19 日的可辨认净资产进行辨认及评估，并出具相应的《估值报告》，Bloomage Meso Holdings S.A. 对被购买方拥有的但在其财务报表中未确认的无形资产进行了充分辨认和合理判断，据此将收购产生的可辨认的各项净资产的公允作价入账。2018 年 9 月，公司自 Bloomage Meso Holdings S.A 收购 Revitacare 100% 股权时，对上述资产亦进行了辨认，并按照同一控制下企业合并的原则，按照原账面价值确认为合并报表的可辨认无形资产。

上述客户关系的确认，具有长期经销协议等合同性权利的约定；与上述经销协议有关的经济利益通过执行经销协议很可能流入企业，且报告期内实际经营情况高于预期；上述客户关系的取得成本经香港评估机构估值确认而能够可靠地计量，且经具有证券期货业务资格的中联评估实施了评估复核，符合无形资产的定义，因此公司将上述经销商协议确认为可辨认的无形资产，具有谨慎性；

上述无形资产按照 9 年摊销的依据，为预测期第 10 年的收益现值占累计收益现值的影响小于 5%，判断为第 10 年客户关系经济寿命结束，因此按照 9 年摊销。

上述客户关系相关的评估情况及评估复核情况、摊销年限的依据、减值测试情况、相关规则及对照分析情况、A 股 IPO 相关案例等，具体情况如下：

## 2、无形资产-客户关系的评估方法识别并确认经销商网络作为无形资产-客户关系的理由

在对无形资产-客户关系的估值过程中，评估机构采用超额收益法（Excess Earnings Method）进行了评估，具体情况如下：

综合考虑基准日前 4 年的经销商年流失率（10%）、截至 2016 年末的 43 家经销商的预期未来收益以及相对应的成本费用后，按照一定折现率计算未来数年的净现值。当该年度的现金流对累计贴现现金流的影响小于 5% 时，预计客户关系的经济寿命将结束。经计算，2026 年经销商网络产生的超额收益现值占 2017-2026 年累计超额收益的比例首次低于 5%，则认为 2025 年为最后一个受益年份，故将 2017-2025 年的累计净现值之和作为无形资产-客户关系的初始入账金额，9 年（2017-2025）作为摊销年限。在预期剩余寿命年限内每年产生的预期收益，以适当的折现率将其折现，现值累加得出客户关系的价值。

## 3、无形资产-客户关系按照 9 年摊销的原因及合理性

香港评估机构 Duff & Phelps China (HK) LIMITED 采用超额收益法对其客户关系进行评估时，当预测年度的收益现值占累计收益现值的影响小于 5% 时，预计客户关系的经济寿命将结束。

经计算，2026 年经销商网络产生的超额收益现值占 2017-2026 年累计超额收益的比例首次低于 5%，则认为 2025 年为最后一个受益年份，客户关系剩余期限是基于从资产中获得的经济效益的估计周期，因此通过估算该客户关系剩余期限为 9 年，按照 9 年进行摊销。

## 4、具有证券期货业务资格的评估机构对原评估报告的复核情况

2019 年 5 月 31 日，中联评估出具中联评咨字[2019]第 955 号《复核报告》，对香港评估机构 Duff & Phelps China (HK) LIMITED 2017 年出具的评估报告进行了复核，结论为：1、评估所依据的相关评估法规及政策具有合理性；2、基本符合会计准则对收购价格分摊的有关规定；3、评估方法选用恰当，实施了必要的评估程序，遵循了评估的基本原则；4、评估结果反映了资产在评估基准日的价值；5、评估参数的选取合理，相关依据有一定的充分性。

## 5、公司企业合并过程中形成的客户关系确认为无形资产的合理性

### （1）相关规则规定了符合条件的客户关系应确认为无形资产

### 《企业会计准则第 6 号——无形资产》第三条

无形资产，是指企业拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。第四条规定无形资产同时满足下列条件的，才能予以确认：（1）与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业；（2）该无形资产的成本能够可靠地计量。

客户关系需要满足无形资产确认条件，符合无形资产的（1）可辨认性应源自合同性权利或其他法定权利，（2）并且只有在与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业，（3）该无形资产的成本能够可靠地计量，才能确认无形资产。

### 《企业会计准则解释第 5 号》

非同一控制下的企业合并中，购买方在对企业合并中取得的被购买方资产进行初始确认时，应当对被购买方拥有的但在其财务报表中未确认的无形资产进行充分辨认和合理判断，满足以下条件之一的，应确认为无形资产：

（一）源于合同性权利或其他法定权利；（二）能够从被购买方中分离或者划分出来，并能单独或与相关合同、资产和负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或交换。

**证监会《首发业务若干问题解答》（二）** “问题 6、部分首发企业在合并中识别并确认无形资产，以及对外购买客户资源或客户关系等事项，实务中应注意哪些方面？”

答：对于无形资产的确认，应符合《企业会计准则第 6 号——无形资产》的相关规定。根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》，符合无形资产的可辨认性应源自合同性权利或其他法定权利，并且只有在与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业，该无形资产的成本能够可靠地计量，才能确认无形资产；企业在判断无形资产产生的经济利益是否很可能流入时，应当对无形资产在预计使用寿命内可能存在的各种经济因素作出合理估计，并且应当有明确证据支持。

对于客户资源或客户关系，只有在合同或其他法定权利支持，确保企业在较长时期内获得稳定收益且能够核算价值的情况下，才能确认为无形资产。如果企业无法控制客户关系、人力资源等带来的未来经济利益，则不符合无形资产的定义，不应将其确认为无形资产。发行人在开拓市场过程中支付的正常营销费用，或仅从出售方购买了相关客户资料，而客户并未与上述出售方签订独家或长期买卖合同，即在没有明确合同或其他法定权利支持情况下，“客户资源”或“客户关系”通常理解为发行人为获取客户渠道而发生的费用。”

**《2013 年上市公司年报会计监管报告》** 非同一控制下企业合并中无形资产的识别与确认 “近年来，上市公司的并购行为比较活跃，上市公司通过企业合并取得了被购买方的一系列资产，这不仅包括有形资产以及被购买方财务报表中已确认的无形资产，还可能包括一些被购买方拥有的、但其财务报表中没有确认的无

形资产，例如内部研发形成的非专利技术、内部产生的品牌等。在被购买方层面，这些内部产生的无形资产不符合会计准则规定的确认条件，未体现在被购买方的财务报表中。而在购买方层面，购买方在初始确认企业合并中购入的被购买方资产时，应充分识别这些被购买方拥有的、但在其财务报表中未确认的无形资产，对于满足会计准则规定的可辨认标准的，应当确认为无形资产。

企业合并中无形资产的识别及确认不充分，直接结果是应确认为无形资产的金额被计入商誉，进而影响合并日后上市公司的经营业绩。商誉和无形资产在经济利益消耗方式、受益年限、后续计量方面都存在较大差异。无形资产应在使用寿命内系统地摊销，而商誉无需摊销、定期进行减值测试。由于商誉减值的判断受主观因素影响较大，因此，企业合并中无形资产确认不充分很可能对购买日后上市公司的经营业绩产生影响，使得上市公司的经营业绩被高估。”

## (2) 发行人客户关系确认依据与前述规则的对照分析

### 逐条对照会计准则-客户关系的规定

准则规定	发行人逐条对照规定
(1) 可辨认性应源自合同性权利或其他法定权利	基于 Revitacare 与经销商签订的经销协议，在与经销商签订协议中约定，每个经销商在其所负责的区域内每年需要完成定额的销售任务。在购买日存在的已经签订的待执行合同产生的客户关系，这些客户关系来自于合同权利，因此符合无形资产所规定可辨认性的第二个标准源自合同性权利。
(2) 并且只有在与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业	经销协议约定经销商仅从 Revitacare 采购产品在所负责的区域内销售，与客户建立了持续稳定的合同关系，如果经销商要完成每年定额的销售任务，需持续从 Revitacare 采购产品进行销售，因此与该客户关系有关的经济利益非常可能流入 Revitacare。
(3) 该无形资产的成本能够可靠地计量	<p>发行人根据评估机构采用的超额收益评估方式考虑 Revitacare 历史客户流失率等因素得出的评估结果对客户关系成本进行确认，评估方法为收益法中的超额收益法</p> <p>综合考虑基准日前 4 年的经销商年流失率（10%）、截至 2016 年末的 43 家经销商的预期未来收益以及相对应的成本费用后，按照一定折现率计算未来数年的净现值。当该年度的现金流对累计贴现现金流的影响小于 5% 时，预计客户关系的经济寿命将结束。</p> <p>经计算，2026 年经销商网络产生的超额收益现值占 2017-2026 年累计超额收益的比例首次低于 5%，则认为 2025 年为最后一个受益年份，故将 2017-2025 年的累计净现值之和作为无形资产-客户关系的初始入账金额，9 年（2017-2025）作为摊销年限。在预期剩余寿命年限内每年产生的预期收益，以适当的折现率将其折现，现值累加得出客户关系的价值。</p> <p>经评估专家对评价估值方法、估值模型中所采用的关键假设及评估结果等方面的复核结果，该无形资产的成本能够可靠地计量。因此发行人将满足上述条件的客户关系作为无形资产确认，并按</p>

	照预期为企业带来经济利益的期限进行摊销符合会计准则的规定。
--	-------------------------------

### (3) 对照《首发业务若干问题解答》-客户关系

《首发业务若干问题解答》	发行人对照
<p>(二) 问题 6 对于客户资源或客户关系，只有在合同或其他法定权利支持，确保企业在较长时期内获得稳定收益且能够核算价值的情况下，才能确认为无形资产。</p>	<p>Revitacare 在与经销商签订协议中约定，每个经销商在其所负责的区域内每年需要完成定额的销售任务，其销售任务周期一般为 3-5 年。符合解答所述的存在合同权力支持并确保长期稳定收益的条件。</p>
<p>如果企业无法控制客户关系、人力资源等带来的未来经济利益，则不符合无形资产的定义，不应将其确认为无形资产。</p>	<p>Revitacare 在与经销商签订协议中约定，经销商仅从 Revitacare 采购产品在所负责的区域内销售，因此 Revitacare 可以控制与该客户关系有关的经济利益的流入。</p>
<p>发行人在开拓市场过程中支付的正常营销费用，或仅从出售方购买了相关客户资料，而客户并未与上述出售方签订独家或长期买卖合同，即在没有明确合同或其他法定权利支持情况下，“客户资源”或“客户关系”通常理解为发行人为获取客户渠道而发生的费用。”</p>	<p>Revitacare 主打的 Cytocare 品牌皮肤修护类产品成为公司境外的主要医疗终端产品。Cytocare 作为法国知名的美塑抗衰老品牌，客户资源较为丰富，Cytocare-透明质酸无源植入物为 III 类医疗器械，用于改善面部细小皱纹。发行人 II 类、III 类医疗器械产品均销往具备《药品经营许可证》、《医疗器械经营许可证》等相应资质的经销商，或直接销往具备《医疗机构执业许可证》等相应资质的终端医疗机构。医疗器械行业属于市场壁垒较高的行业之一。经销商网络的建立和完善需要大量的资金投入，长期对市场的开拓和维护，以及不断为客户创造价值所形成的品牌效应。发行人通过收购 Revitacare 100% 股权，全面掌握其在皮肤管理领域的先进技术和新产品，进一步丰富公司产品线，同时利用其技术优势及产品研发的延展性，不断扩充产品组合，发展更多产品及解决方案，从而实现产品多元化及在研品、收入和利润扩大等多项协同效应。同时，通过 Revitacare 多年经营积累形成的高端品牌形象拓展更多国际市场，有助于发行人发展多产品、多品牌、多渠道的国际化进场，进一步提升竞争力。Revitacare 与经销商签署的相关区域独家（长期）经销协议，不属于发行人为获取客户渠道</p>

	而发生的费用。
--	---------

#### (4) 利用外部及内部评估专家的工作

发行人聘请的中联资产评估集团有限公司对香港评估公司 Duff & Phelps China (HK) Limited 基于收购 Revitacare 出具的《估值报告》进行了评估复核。申报会计师同时利用了外部及内部评估专家的工作，基于企业会计准则的要求，协助我们评价估值方法、主要参数选取、估值模型中所采用的关键参数假设、评估结果合理性、主要参数与收购后实际情况的比较等等；根据与经销协议所约定的经销商的定额销售收入以及期后实现收入情况，评价估值模型中采用的关键假设等等；

致同内部评估专家根据发行人提供的资料，通过复核认为，估值方法符合行业规范，评估参数及评估结论基本合理。

2019 年 5 月 31 日，中联评估出具中联评咨字【2019】第 955 号《复核报告》，对香港评估机构 DUFF AND PHELPS 2017 年出具的评估报告进行了复核，结论为：①评估所依据的相关评估法规及政策具有合理性；②基本符合会计准则对收购价格分摊的有关规定；③评估方法选用恰当，实施了必要的评估程序，遵循了评估的基本原则；④评估结果反映了资产在评估基准日的价值；⑤评估参数的选取合理，相关依据有一定的充分性。

#### (5) A 股 IPO 相关企业关于客户关系确认为无形资产的情况

上市公司名称	上市时间	客户关系内容	客户关系确认依据	《招股说明书》披露客户关系金额	无形资产-客户关系摊销年限
迈瑞医疗 (300760.SZ)	2018 年 10 月 16 日	因迈瑞医疗收购子公司所建立的稳定销售与合作关系	公司根据评估师依据被收购方历史客户流失率等因素得出的评估结果，对客户关系进行确认并在受益期间内进行摊销	截至 2018 年 3 月末，无形资产-客户关系的账面价值为 8,367.06 万元，占无形资产的 10.11%，占资产总额的 0.58%。	按预计可收益期限 3-13 年平均摊销
华宝股份 (300741.SZ)	2018 年 3 月 1 日	客户关系项目包括客户关系及非同业竞争协议，形成于非同一控制下的企业合并过程，根据购买日被收购公司资产评估价格入账。	发行人收购标的公司以后，为发行人带来的协同效应确定，包括客户群体增加带来的市场份额进一步扩大，获取更多的配方和配方研发能力，规模效益带来的毛利的增加等。	截至 2017 年 12 月末，无形资产-客户关系的账面价值为 274.28 万元，占无形资产的 3.81%，占资产总额的 0.04%。	摊销期限按照业务关系可维持的期限 5-10 年确定
药明康德 (6038)	2018 年 5 月 8 日	客户关系的主要形成自历年来对外股权收购，例如 2017 年公司	公司聘请外部评估机构对辉源生物进行评估以确定其各项可辨认资产和负债的公允价值。	截至 2017 年 12 月末，无形资产-客户关系的账面价值为	按照 10-15 年摊销。

259.S H)		之子公司上海药明收购辉源生物股权。该股权购买交易涉及非同一控制下企业合并的会计处理。药企客户一般在长期考核及评估后才与医药研发服务企业建立合作关系，并在较长时间内维持稳定状态，形成了医药研发服务行业中较高的客户合作关系。	包括对被购买方之前未确认的可辨认的客户关系及专利等无形资产的确认依据以及未来可使用寿命的估计。	17,609.71 万元，占无形资产的 41.33%，占资产总额的 1.40%。	
爱朋 医疗 (300 753.S Z)	2018 年 12 月 13 日	公司客户关系系公司收购爱普科学而形成的销售渠道整合，2016 年 1 月，公司非同一控制下收购爱普科学 100% 股权，公司对取得被收购方的各项资产予以辨认，并将爱普科学所拥有的商标专用权、专利专有技术、销售渠道作为可辨认资产予以确认，	通过本次收购及销售渠道整合，公司获取了与销售渠道相关的资源，该等销售渠道不具有实物形态，能够给企业带来经济利益的流入，并且该等价值经坤元资产评估有限公司评估并出具《资产评估报告》，其成本和价值能够可靠计量，符合《企业会计准则》关于无形资产的确认证件。	截至 2018 年 6 月末，无形资产-客户关系的账面价值为 1,427.03 万元，占无形资产的 40.77%，占资产总额的 3.92%。	并购形成销售渠道的受益期限按照《产品总经销协议》剩余期限摊销。
大烨 智能 (300 670.S Z)	2017 年 7 月 3 日	公司“客户关系”系合并安能电气所建立的无形资产。	根据中国资产评估协会 2008 年 11 月 28 日颁布的《资产评估准则》第十六条“可辨认无形资产包括专利权、商标权、著作权、专有技术、销售网络、客户关系、特许经营权、合同权益等。不可辨认无形资产是指商誉。”因此，客户关系作为一项无形资产核算。	截至 2016 年 12 月末，无形资产-客户关系的账面价值为 37.59 万元，占无形资产的 1.18%，占资产总额的 0.10%。	公司于合并日（2012 年 11 月 30 日）取得该项无形资产，摊销期 5 年。

数据来源：各上市公司招股说明书

因此，随着经济发展全球化及中国企业境外资产收购的增加，以及会计监管相关法规、规则对于企业合并过程中可辨认无形资产的认识及要求提高，实务中将非同一控制下合并过程中形成的营销网络、客户关系等作为可辨认资产予以确认、在无形资产科目列示的情形有所增加。

### （6）客户关系减值测试

《企业会计准则第 8 号—资产减值》第二十二条规定“资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的（总部资产和商誉分摊至某资产组或者资产组组合的，该资产组或者资产组组合的账面价值应当包括相关总部资产和商誉的分摊额），应当确认相应的减值损失。减值损失金额应当先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值”。

报告期内各期内，发行人外部经营环境不存在重大不利变化，且相关业务关系良好，客户关系未出现减值的迹象，不存在需要对客户关系计提减值的情形。

发行人的客户关系已归属在对应资产组组合连同各合并业务产生的商誉在各期末进行了减值测试，测试情况表明对应资产组组合的可收回金额大于账面价值，无需计提减值。

#### （二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人的客户关系，源于港股上市期间开曼华熙子公司 Bloomage Meso Holdings S.A 非同一控制下的企业合并，根据购买日被收购公司 R； evitacare 资产评估价格入账。2018 年 9 月，发行人通过同一控制下合并自 Bloomage Meso Holdings S.A 收购 Revitacare 100% 股权时，并按照同一控制下企业合并的原则，按照原收购时可辨认资产的价值确认为公司的可辨认无形资产。

发行人通过收购 Revitacare 后，获取了与经销商网络相关的资源，能够给企业带来经济利益的流入，并且该等价值经资产评估机构评估并出具《估值报告》，其成本和价值能够可靠计量，符合《企业会计准则》关于无形资产的确认条件，符合《企业会计准则》、《企业会计准则解释第 5 号》、证监会《首发业务若干问题解答》等对于客户关系的确认条件和年报监管规定，基于从资产中获得的经济效益的估计周期，估算该客户关系剩余期限为 9 年。其摊销年限与其他境外生物医药、医疗器械公司客户关系摊销期限相比，具备合理性。

三、请发行人说明：（1）“公司向第三方提供用于协助加工产品的部分原料及包装材料，在提供时不作为公司的销售收入”相关的会计处理，“莹特丽加工生产‘故宫系列’口红的过程中，发行人主要向其销售‘油分散透明质酸钠’原料”与上述描述是否矛盾；

（一）申报会计师采取了如下核查程序：

（1）访谈发行人管理层、采购人员，了解与莹特丽科技的购销业务背景、合作时间、交易内容、交易定价方式、未来合作计划等情况；

(2) 核查双方于报告期内签订的交易合同，查看合同主要条款，确认双方交易实质，并核查会计处理是否符合交易实质、企业会计准则和证监会《首发业务若干问题解答》的规定。

(3) 走访莹特丽科技公司，就双方合作事项进行访谈，并与发行人访谈了解的情况比对验证，核查发行人向对方提供用于协助加工产品的部分原料及包装材料的情况；

(4) 获取发行人采购台账，查看其向莹特丽科技公司的采购业务内容和其他重要合同条款；

(5) 将发行人销售“油分散透明质酸钠”给莹特丽的价格与给国内其他销售批量相近客户的销售价格进行比较；

#### (二) 申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人向莹特丽提供口红管、纸盒等包装材料，并由其进行膏体灌装加工、包装后形成“故宫系列”口红成品的业务，属于外协加工业务，并进行相应会计处理；报告期内，莹特丽向公司采购“油分散透明质酸钠”并非针对公司的“故宫系列”口红外协加工业务，因此公司做为销售业务核算，与外协加工的会计处理及描述不存在矛盾。

#### 四、请发行人说明：(2) 发行人骨科注射液产品售价低于同行业公司同类型产品的价格的原因、报告期内售价逐年下降对发行人持续经营的影响；

##### (一) 申报会计师采取了如下核查程序：

(1) 访谈发行人管理层、销售人员，取得公司骨科注射液产品的销售价格政策与价格表和审批权限等，了解骨科注射液产品售价变动情况、了解不同销售模式下不同期间产品售价变动合理性、与同行业公司同类型产品价格差异情况；

(2) 复核发行人骨科注射液直销、经销模式下收入、销量、销售均价的计算过程；

(3) 复核发行人骨科注射液产品区分直销、经销模式销售均价与同行业公司同类型产品销售均价的比较情况；

(4) 比较复核发行人不同销售模式骨科注射液产品在报告期内的单价变动情况，了解变动原因及合理性。

##### (二) 申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人骨科注射液产品售价低于同行业公司同类型产品的价格主要原因系发行人骨科注射液产品进入市场较晚，为实现产品的快速拓展推广，提高产品市场

份额，发行人设置的产品售价相对较低。报告期内发行人骨科注射液产品售价和毛利率水平逐年上升，对发行人持续经营无不利影响。

**五、请发行人说明：（3）是否存在通过主要经销商向关联公司销售的情形，是否存在关联交易非关联化情形；**

**申报会计师回复：**

（一）申报会计师采取了如下核查程序：

（1）对报告期内公司主要经销商实地走访，确认经销商与公司及其关联方是否存在经济往来或其他交易；

（2）与公司主要业务经办人员、财务负责人访谈，了解公司关联方的相关经营情况，确认是否存在通过主要经销商向公司关联方销售的情形；

（3）取得主要经销商的销售流向表，查看是否存在销售给公司关联方的情况；

（4）查询主要经销商的基本工商信息，确认与公司及其关联方是否存在关联关系；

（5）获取发行人主要关联方的审计报告、财务报表及主要账户银行存款流水，抽样检查发行人及发行人关联方的相关资金流水，核查是否存在经销商向关联公司销售的情形；

（6）与发行人关联方审计师沟通，就发行人关联方审计师审计过程中所关注到的与发行人之间关联方交易的披露、关注是否存在关联交易非关联化情形等；

（7）取得第一届董事会第二次会议和 2019 年第一次临时股东大会审议通过的《关于确认公司近三年（2016-2018 年）关联交易的议案》决议文件。

（二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：报告期内，公司主要经销商不存在向公司关联公司销售的情形，不存在关联交易非关联化的情形。

**六、请发行人：（4）简要披露各类产品的经销商下游销售渠道及经销商最终销售情况，是否存在较大数量的囤货或期后退货情况；请发行人说明：（3）是否存在通过主要经销商向关联公司销售的情形，是否存在关联交易非关联化情形；另请保荐机构、申报会计师说明针对全部经销商的期末库存及终端销售的核查情况。**

### 申报会计师回复：

核查标准：按照证监会《首发业务若干问题解答》中关于经销商的问题解答进行发行人的经销商收入真实性、期末库存、终端销售、经销商合规性进行核查。

申报会计师根据重要性原则，按照报告期各期销售收入排序，兼顾重要、新增大额、大额减少、异常、各类产品品种不同销售模式前五大、对覆盖报告期各期销售收入 80% 以上的经销商全部发函，并在剩余 20% 的经销商中随机抽取样本，以确保抽样样本合理覆盖总体，通过函证方式对经销商客户的各期收入以及各期末发出商品、往来款余额等确认。对于未回函的经销商执行替代程序，我们已检查收入对应的经销协议、销售订单、产品出库单、客户验收单、银行回单等原始单据。

#### 经销商及终端医疗机构样本选取：

经销商：主要选取发行人报告期各年销售金额占比前 70% 的经销商，并在剩余 30% 的经销商中随机抽取样本，以确保抽样样本合理覆盖总体；

终端医院：主要选取经销商销售区域内，销售金额较大的终端医院进行走访，同时抽取部分销售金额较小的终端医院样本，以确保抽样总体的完整性。在走访终端医院时，同时走访医院设备科室的工作人员及使用华熙生物产品的临床科室的医生。

### 核查结果情况汇总

核查内容及程序简述	核查营业收入占比			
	2019 年 1-3 月	2018 年 度	2017 年 度	2016 年 度
收入真实性：选样样本对经销商发函，核查经销商提前或者延后确认收入的情况	66.48%	86.70%	75.16%	71.04%
收入真实性：收到经销商回函情况	59.34%	80.71%	70.24%	67.18%
期末库存和终端销售：获取经销商进销存明细表或者经销商出具的说明函情况，核查期末库存及终端销售流向	49.21%	39.54%	39.61%	44.78%
期末库存和终端销售：从发行人信息系统或销售业务台账，核查期末库存和终端销售	58.30%	55.44%	53.82%	51.35%
期末库存和终端销售、收入真实性：走访前十大经销商覆盖的医疗机构 34 家，核查经销收入的真实性及销售流向等情况。	24.27%	18.92%	25.46%	31.07%
期末库存及最终销售流向：核查 2016-2018 及 2019 年一季度大额新增、大额减少的经销商客户在期后 2-3 个月的销售订单、发货、物流/快递、发票、	81.03%	80.49%	71.03%	58.95%

回款、进销存明细和期末库存

收入真实性：核查报告期新增大额经销商的销售最终实现情况，新增经销商回函情况	85.42%	92.15%	57.30%	25.26%
收入真实性：实地走访新增占新增经销收入比例	77.24%	53.26%	51.08%	13.78%
收入真实性、期末库存及终端销售流向：以发函客户作为样本，随机选取一定，从经销销售收入明细账追查支持性依据，核查经销协议、经销商资质、经销商工商信息、经销客户背景调查、关联方关系、销售订单、退换货、物流运费、发货通知单、出库单、物流/快递签收单、销售发票、银行回单、信息系统或者业务台账记录的经销商进销存明细及期末库存	70.04%	79.26%	81.08%	69.78%
收入真实性：从应收账款贷方发生额选取样本，核对至银行对账单回单记录，将所列客户名称与银行对账单所列交易对手名称进行核对，核查公司销售收款真实性，是否存在第三方回款情况。	75.79%	88.51%	77.87%	78.76%
走访 9 家境外直销客户，16 家境外经销商，境外经销客户收入占境外收入比例		37.37%	36.89%	45.03%
走访的境外直销、经销客户占境外收入比例		69.76%	64.95%	66.24%

## 1、对经销商销售收入真实性的核查程序及核查情况

申报会计师通过发询证函、实地走访/电话及视频访谈经销商、走访经销商下游客户、取得内部资料、实施分析性程序等方式，对公司经销商销售的真实性进行了核查。经销商函证、走访、取得经销存资料、期末存货说明、经销商覆盖的医疗机构客户的样本选择方面，根据重要性原则及各产品覆盖，并新增大额、大额减少、异常情况。具体方式、核查情况及核查结论如下：

### (1) 函证

根据重要性原则，按照报告期各期销售收入排序，兼顾重要、新增大额、大额减少、异常、各类产品品种不同销售模式前五大、对覆盖报告期各期销售收入 80% 以上的经销商全部发函，其余销售收入金额较小的经销商随机抽样发函，通过函证方式对经销商客户的各期收入以及各期末发出商品、往来款余额等确认。对于未回函的经销商执行替代程序，检查收入对应的经销协议、销售订单、产品出库单、客户验收单、银行回单等原始单据。

申报会计师对经销商的函证情况如下：

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
函证情况				
经销商客户发函金额	10,976.86	46,349.76	26,720.45	24,439.54
发行人经销商收入	16,511.52	53,459.93	35,551.43	34,402.50
<b>经销商客户发函金额占比</b>	<b>66.48%</b>	<b>86.70%</b>	<b>75.16%</b>	<b>71.04%</b>
经销商客户回函金额	9,797.94	43,147.51	24,971.32	23,111.60
<b>经销商客户回函金额占比</b>	<b>59.34%</b>	<b>80.71%</b>	<b>70.24%</b>	<b>67.18%</b>

### (2) 走访经销商

通过实地走访或电话、视频等方式结合，访谈报告期内 60 家经销商，了解经销商背景及其主营业务、与华熙生物的业务合作过程、定价情况、物流安排及运费承担、退换货情况，确认是否存在存货大量积压、法律纠纷、关联关系等。

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
访谈经销商覆盖的金额	4,256.67	30,742.32	20,748.35	17,404.77
发行人经销商收入	16,511.52	53,459.93	35,551.43	34,402.50
<b>访谈经销商金额占比</b>	<b>25.78%</b>	<b>57.51%</b>	<b>58.36%</b>	<b>50.59%</b>

### (3) 对报告期新增大额经销商的函证核查情况

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
新增经销商各期贡献收入	3,725.32	17,354.87	9,011.65	5,402.84
新增经销商回函收入	3,182.07	15,992.02	5,164.10	1,364.75
新增经销商访谈收入	2,877.51	9,242.96	4,603.46	744.69
<b>新增经销商回函收入占比</b>	<b>85.42%</b>	<b>92.15%</b>	<b>57.30%</b>	<b>25.26%</b>
<b>访谈新增经销商收入占比</b>	<b>77.24%</b>	<b>53.26%</b>	<b>51.08%</b>	<b>13.78%</b>

### (4) 对大额新增经销商期后采购的核查

核查 2018 年度及 2019 年一季度大额新增经销商客户在期后 19 年 1-2 个月的销售订单、发货、物流/快递等；核查 2018 年度及 2019 年一季度大额新增的经销商客户收入占当期新增经销收入比例分别为 80.49%及 81.03%；

### (5) 核查经销商的回款情况

从应收账款贷方发生额选取样本，核对银行对账单回单记录，将所列客户名称与银行对账单所列交易对手名称进行核对，核查公司销售收款真实性，是否存

在第三方回款情况。2016年至2019年3月，核查经销商回款金额占经销客户全部回款比例分别为78.76%、77.87%、88.51%及75.79%；

(6) 对函证对应的经销商执行背景资料与交易资料的核查

核查经销协议、经销商资质、经销商工商信息、销售订单、发货通知单、出库单、物流/快递签收单、销售发票、银行回单等，核查是否存在提前或者延后确认收入的情形；2016年至2019年3月，对于函证样本客户，执行细节测试经销商收入金额占经销收入比例分别为69.78%、81.08%、79.26%及70.04%；

(7) 对经销商存货余额及流向的核查

对报告期前5大以及2018年度前40大的经销商，自经销商处取得说明函及采购华熙产品进销存明细表，占经销总收入比分别为44.78%、39.61%、39.54%及49.21%；从发行人信息系统或销售业务台账抽查经销商的期末库存和终端销售，占经销总收入比例分别为51.35%、53.82%、55.44%及58.30%；对发行人报告期医疗终端产品的前十大经销商覆盖的医疗机构进行走访，共实地走访34家终端医疗机构，确认经销收入的真实性及销售流向等情况。

(8) 对境外销售的核查。

走访9家境外直销客户，16家境外经销商，其中走访的16家境外经销商的收入及占境外销售收入的比例如下：

项目	2018年度	2017年度	2016年度
境外销售收入合计	31,397.40	22,827.95	18,259.96
走访的境外直销客户实现的收入	10,168.10	6,404.79	3,873.19
走访的境外经销商客户实现的收入	11,733.55	8,421.96	8,222.21
境外直销、经销客户走访收入合计	21,901.65	14,826.75	12,095.40
走访的直销客户收入占境外收入比例	32.39%	28.06%	21.21%
走访的经销客户占境外收入比例	37.37%	36.89%	45.03%
走访的境外直销、经销客户占境外收入比例	69.76%	64.95%	66.24%

(9) 访谈发行人管理层及相关业务部门负责人，详细了解了发行人业务模式，各销售模式下的销售流程，风险报酬转移的时点，以评价发行人各销售模式下收入确认方法及时点是否准确；

(10) 核查了发行人销售业务相关的内部控制制度，查看发行人信息系统，对发行人不同销售模式下的销售循环执行穿行测试，对识别出的关键控制点进行控制测试；

(11) 获取了发行人报告期各期的产品销售价格目录及各经销商产品销售单价，分析产品价格大额变动及不同经销商同一产品的价格差异原因，核查发行人收入确认的准确性；

(12) 核查了发行人报告期季度及月度收入变动情况，核查是否存在期末大额收入，分析其变化原因以核查发行人收入确认的真实性、完整性和准确性；

(13) 核查与公司长期合作的经销商自采购后至下一次采购的周期，判断是否存在期末大额采购及囤货情况，核查经销商的期末库存情况；

(14) 核查经销模式相关收入于报告期各期的毛利率情况，分析其变化原因，核查发行人收入确认的真实性、完整性和准确性；

(15) 比较同行业可比公司的收入确认政策，关注其经销销售收入会计政策与发行人是否存在重大差异；对报告期内主要产品的毛利率进行比较分析，并与同行业可比公司毛利率水平进行比较，分析差异原因；

(16) 核查发行人报告期各期主要经销商销售收入变动情况，结合其资金规模、销售规模，分析是否与发行人对其销售收入相匹配，针对当期新增和减少的经销商分析变动原因，核查发行人收入确认的真实性；

(17) 对比报告期内主要经销商客户名单，分析报告期经销商数量变动及总体分布情况；对所有经销商进行背景调查，从全国企业信用信息公示系统获取这些经销商的工商登记资料，并分析其是否合理；

(18) 核查了发行人与上述经销商客户签署的经销协议及授权文件，将其授权范围与其销售明细和销售记录进行核对；

(19) 结合收入真实性核查，核查和评估发行人销售模式以及对经销商的信用政策，检查报告期公司对经销商的信用额度的执行情况，是否存在期末信用额度异常增加情形，分析计算直销、经销模式下信用政策差异、直销/经销模式应收账款周转天数指标情况；

(20) 打印发行人董事、监事、高级管理人员的个人银行流水，核查上述人员是否与发行人的经销商存在资金往来；

(21) 获取发行人主要关联方的审计报告、财务报表及主要账户银行存款流水，抽样检查发行人及发行人关联方的相关资金流水，核查是否经销商向关联公司销售的情形；

(22) 与发行人关联方审计师沟通，就发行人关联方审计师审计过程中所关注的与发行人之间关联方交易的披露、关注是否存在关联交易非关联化情形等。

## 2、对经销商期末库存及终端销售的核查

在收入真实性核查的基础上，针对经销商期末库存及最终销售情况，申报会计师制定了针对性的核查方案，具体核查程序及核查情况如下：

(1) 对报告期前 5 大以及 2018 年度前 40 大经销商，取得经销商提供的进销存明细表或者经销商出具的说明函、经销商流向表资料，核查经销商的期末库存情况；

项目	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
取得经销商进销存明细或说明函的经销商收入（万元）	8,124.68	21,137.09	14,082.94	15,404.92
经销总收入（万元）	16,511.52	53,459.93	35,551.43	34,402.50
取得存货进销存明细或说明函占走访经销商收入比	190.86%	68.76%	67.87%	88.51%
取得存货进销存明细或说明函占经销总收入比	49.21%	39.54%	39.61%	44.78%

(2) 从发行人信息系统或销售业务台账中，核查经销商的期末库存和终端销售，抽查经销商进销存及流向信息，2016 年至 2019 年 3 月，抽查进销存及流向的经销商收入占经销总收入比分别为 51.35%、53.82%、55.44%及 58.30%；

(3) 实地走访经销商过程中，询问其采购周期、期末存货余额、期末信用政策调整、主要客户、最终销售去向等情况，了解是否存在期末压货的情况。2016 年至 2019 年 3 月，访谈经销商核查其期末库存情况、最终销售情况验证经销收入占经销总收入比分别为 50.59%、58.36%、57.51%及 25.78%

(4) 核查与公司长期合作的经销商自采购后至下一次采购的周期，判断是否存在期末大额采购及囤货情况，核查经销商的期末库存情况；

(5) 核查报告期期末大额采购经销商在期后 2 个月的采购情况，判断其是否存在期末集中采购及压货的情况、期后是否存在退货的情况等；

(6) 核查医疗终端产品经销商对终端医疗的销售情况，对发行人报告期前十大经销商覆盖的医疗机构进行走访，共实地走访 34 家终端医疗机构，确认经销收入的真实性及销售流向等情况。

## 3、经销商向下游客户销售的合规性和规范性的核查

在收入真实性核查、经销商期末库存及最终销售情况的过程中，关注了经销商向下游客户销售的合规性和规范性事项，具体核查程序及核查情况如下：

(1) 与发行人律师沟通、交流，查阅发行人各类医疗器械资质文件；

(2) 了解并核查了发行人建立的 ERP 管理系统及“华熙生物防伪溯源管理平台”，抽查了药品及医疗器械追溯码的编制情况；

(3) 抽查了发行人经销商提供的进销存货明细及流向数据；

(4) 选取经销商样本抽查双方签订的经销协议，检查对限制经销商最终销售范围、禁止串货等关键合同条款；

(5) 取得公司《经销商管理制度》，了解控制的内部控制管理制度；取得了主要经销商的说明，确认其不存在将发行人的 II、III 级产品销售至美容院等非医疗机构的情形，亦不存在将相关医疗产品作为一般产品使用的情形；

(6) 对发行人报告期前十大经销商覆盖的终端医疗机构进行走访，共实地走访 34 家终端医疗机构，确认产品流向追溯、医疗机构资质、医生资质、培训情况等，核查经销商向下游客户销售的合规性和规范性。

### (三) 申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

公司将产品以卖断方式销售给经销商，再由经销商销售给终端客户。经销商基于对市场预判、客户需求、资金实力等因素综合确定对公司的采购规模及频次，报告期内公司经销商体系整体及信用政策体系相对稳定，经销商基于自身经济利益考虑，不存在大额囤货的情况，相关产品的最终销售情况真实。

发行人药品及医疗器械直接销售的民营医疗机构具有相关医疗资质；发行人已建立追溯系统及体系，能够获取经销商对于药品、II 类、III 类医疗器械的最终销售情况；发行人的经销商管理体系，能够保证经销商不存在串货或与发行人直销发生冲突的情形；发行人的内部管理有效；报告期内，不存在发行人经销商将发行人的药品、III 类医疗器械产品销售至美容院等非医疗机构的情形，亦不存在将相关医疗产品作为一般产品使用的情形。

我们根据审核问询的落实情况及再次履行审慎核查义务之后，提供了本落实审核问询的专项说明。



中国·北京

中国注册会计师



中国注册会计师



二〇一九年六月二日