



Ernst & Young Hua Ming LLP
Level 16, Ernst & Young Tower
Oriental Plaza
No. 1 East Chang An Avenue
Dong Cheng District
Beijing, China 100738

安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）
中国北京市东城区东长安街1号
东方广场安永大楼16层
邮政编码: 100738

Tel 电话: +86 10 5815 3000
Fax 传真: +86 10 8518 8298
ey.com

关于上海昊海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

第二轮审核问询函的回复说明

上海证券交易所：

根据贵所于 2019 年 5 月 23 日出具的《关于上海昊海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二轮审核问询函（上证科审（审核）[2019]171 号）》（以下简称“审核问询函”）的要求，安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“安永”或“我们”）作为上海昊海生物科技股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）的申报会计师，对审核问询函中涉及申报会计师的相关问题逐条回复如下：

问题1

发行人及中介机构未按前次审核问询函的要求回答下列问题，请继续回答：
请发行人：（1）披露增资上海柏越后又转让的原因，“发行人董事长作出决定”转让上海柏越股权的效力，相关转让是否符合内控规范；（2）完整披露报告期内被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目的具体占比；（3）进一步回答前次问询问题 13 中，关于新增供应商的原因；（4）明确回答前次问询问题 25 中关于产品保质期的问题，披露各类存货的保质期情况、结合生产情况披露部分原材料和半成品库龄较长的原因，存货跌价准备的计提与保质期是否存在关系、临近保质期的存货是否均已计提跌价准备；（5）列表披露非专利技术、客户关

系、品牌的原值及账面价值，并说明上述无形资产的具体评估过程及相关参数是否合理；（6）重新回答前次问询问题 29 之信息披露问题 2，请“结合发行人的业务模式、收款模式等”对销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例较高的情况进行分析；（7）补充说明使用的可比上市公司是否确实可比，及不使用行业内生产相同产品的公司，如冠昊生物，作为比较对象的原因。

请保荐机构、申报会计师、发行人律师：（1）进一步列表说明前次问询问题 14 中对经销商的核查情况，列表说明各种核查手段的比例、同时使用两种及以上核查手段的请一并在表格中列明，并进一步说明对经销商最终销售的核查手段、核查比例等；（2）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。

请保荐机构、申报会计师详细核查上述事项，并逐项发表意见。

【回复】

【补充披露情况与发行人说明事项】

（一）披露增资上海柏越后又转让的原因，“发行人董事长作出决定”转让上海柏越股权的效力，相关转让是否符合内控规范；

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”之“（七）增资上海柏越并出售上海柏越股权”部分补充披露如下：

3、发行人增资上海柏越并出售原因及内部流程

发行人 2015 年增资并控股上海柏越的主要原因是看重上海柏越医疗设备经营业务的发展前景，以及其相关人员的业务拓展能力和工作经历，希望通过其对上海医院的销售渠道优势开发新的医院直销渠道，并拟逐步将公司原上海地区的产品销售业务统一由上海柏越牵头管理，产生协同效应。

自控股上海柏越两年多以来，上海柏越未能有效开发上海的医院直销渠道、整合发行人上海地区的销售业务，且上海柏越两年多自身业务发展不佳，一直

处于亏损状态，发行人承担的累计亏损达 188.41 万元。考虑到原业务合作目的不能实现，且第三方愿以发行人原始投资成本加适当溢价收购发行人持有的上海柏越 60% 股权，因此，发行人投资发展部提出投资转让书面分析报告，提交发行人董事长审批，将上海柏越股权予以转让。

根据发行人内部相关规定：“公司收购出售资产、对外投资、受托经营、承包、租赁等属公司日常业务资本运作项目单笔交易金额为 500 万元以下（含 500 万元），总经理审批资金使用；单笔交易金额 500 万元以上及其根据《香港上市规则》第 14.07 条计算的资产比率、盈利比率、收益比率、代价比率及股本比率不超过 5%，由董事长审批；超过的需经董事会批准，必要时报股东大会决议。”上海柏越 60% 股权转让定价为 660 万元。因此，本次交易的定价金额属于董事长决策权限范围内。且本项交易经发行人投资发展部根据相关制度要求提出投资转让分析报告，提交发行人董事长作出审批，履行了相关的决策程序。“发行人董事长作出决定”转让上海柏越股权符合发行人的相关规章制度，符合内控规范，合法有效。

（二）完整披露报告期内被重组方重组前一个会计年度末的资产总额或前一个会计年度的营业收入或利润总额达到或超过重组前发行人相应项目的具体占比；

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”之“（八）资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人及经营业绩的影响”部分补充披露如下：

2016 年资产重组情况如下：

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额	2015 年末总资产	2015 年营业收入	2015 年利润总额
河南宇宙 100% 的股权	收购股权	3,327.54	2,554.53	2,013.58	174.09
珠海艾格 98% 的股权	收购股权	6,859.86	6,483.23	2,679.38	960.78
深圳新产业 60% 的股权	收购股权	36,000.00	12,532.39	14,089.33	293.33
Aaren 亲水折叠及 PMMA 人工晶状体业务 ¹	收购业务	8,916.96	8,916.96	5,682.61	597.84

标的名称	交易类型	交易金额	2015 年末总资产	2015 年营业收入	2015 年利润总额
合计	-	55,104.36	30,487.11	24,464.89	2,026.04
发行人 2015 年相应的财务数据	-		282,190.94	67,197.68	32,064.65
占发行人 2015 年相应财务数据的比例	-		10.80%	36.41%	6.32%

注：1、由于收购的业务为 Aaren Scientific Inc. 的部分业务，因此无法获得相关业务审计后数据。2015 年度营业收入和利润总额数摘录于安永（中国）企业咨询有限公司出具的 Aaren 亲水人工晶体业务财务尽职调查报告中所列示的数据，但 2015 年 12 月 31 日的总资产数据未测算，故以交易金额代替。

2017 年资产重组情况如下：

单位：万元

标的名称	交易类型	交易金额	2016 年末总资产	2016 年营业收入	2016 年利润总额
Contamac Holdings70% 的股权	收购股权	21,556.32	6,274.83	11,333.75	2,492.23
China Ocean100%的股权	收购股权	4,100.00	9,497.64	428.67	-136.35
合计		25,656.32	15,772.47	11,762.42	2,355.88
发行人 2016 年相应的财务数据		-	369,341.28	86,121.23	36,588.43
占发行人 2016 年相应财务数据的比例		-	4.27%	13.66%	6.44%
上海柏越 60%的股权	出售股权	660.00	975.89	744.57	21.89
占发行人 2016 年相应财务数据的比例		-	0.26%	0.86%	0.06%

（三）进一步回答前次问询问题 13 中，关于新增供应商的原因；

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司销售及采购情况”之“（三）主要原材料、产品和能源采购情况”之“3、公司报告期内前五名供应商的采购情况”部分补充披露如下：

年份	新增供应商	采购商品
2018 年度	Cornelius Group PLC	视光材料试剂
	Medicel AG	人工晶状体推注器
	华熙福瑞达生物医药有限公司	HA 精粉
2017 年度	Relita Technology Ltd.	人工晶状体
	Nidek	人工晶状体

2018 年公司新增前五大供应商为 Cornelius Group PLC（“Cornelius”）、Medicel AG（“Medicel”）和华熙生物。Cornelius 系为公司子公司 Contamac 提供视光材料试剂的供应商，Contamac 主要利用视光材料试剂开发及制造视光材料，Cornelius 作为 Contamac 上游主要原材料供应商之一，双方在过往 20 余年的合作中已建立起了长期稳定的关系。Contamac 于 2017 年 6 月被公司控股并纳入公司合并范围，因 Contamac 2018 年全年从 Cornelius 的采购额较大使得其成为公司 2018 年的新增前五大供应商。Medicel 主要为公司 2016 年末收购的子公司深圳新产业和河南宇宙提供人工晶状体推注器，人工晶状体推注器主要用于在白内障手术中将人工晶状体折叠和辅助植入到眼球晶状体囊袋中。报告期内，随着公司人工晶状体产品业务的拓展，人工晶状体推注器采购金额相应增加，故 Medicel 成为公司 2018 年的新增前五大供应商。2018 年公司 HA 粗粉精制车间进行扩产改造，公司于当年扩大对华熙生物 HA 精粉的采购量以部分增加 HA 精粉的安全库存，因此华熙生物成为公司 2018 年新增前五大供应商。

2017 年公司新增前五大供应商为 Relita Technology Ltd.（“Relita”）和 Nidek，主要为公司 2016 年末新收购子公司深圳新产业和珠海艾格供应进口品牌人工晶状体。深圳新产业自 2010 年起从 Relita 采购 Lenstec 品牌人工晶状体产品，珠海艾格自 2007 年起经销 Nidek 品牌人工晶状体产品。深圳新产业和珠海艾格于 2016 年末被公司控股并纳入公司合并范围，因深圳新产业和珠海艾格 2017 年全年向 Relita 和 Nidek 的采购金额较大使得其成为 2017 年公司新增前五大供应商。

（四）明确回答前次问询问题 25 中关于产品保质期的问题，披露各类存货的保质期情况、结合生产情况披露部分原材料和半成品库龄较长的原因，存货跌价准备的计提与保质期是否存在关系、临近保质期的存货是否均已计提跌价准备；

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、对于资产质量的分析”之“（一）流动资产”之“5、存货”部分补充披露如下：

各类存货报告期各期末的库龄和保质期的情况如下：

单位：万元

2018年12月31日						
库存种类	一年以内	一至两年	两年到三年	三年以上	保质期	
原材料	注射器	1,419.44	40.87	-	-	3年
	HA精粉	274.69	-	-	-	3年
	HA粗粉	204.45	-	-	-	2年
	酒精	280.71	-	-	-	2年
	针头	154.78	6.65	-	2.62	3年-5年
	晶坯	134.84	89.16	-	-	6年
	吸塑盒	120.07	4.59	-	-	4年
	喷雾泵	103.20	-	-	-	4年
	透析纸	122.21	-	-	-	4年
	推注器	76.68	3.14	-	-	4年
	视光材料试剂及其他原材料	847.16	31.23	44.10	14.33	3个月-长期
	包装材料及其他辅材	1,276.30	140.46	14.61	27.66	长期
	合计	5,014.54	316.10	58.72	44.62	
自制半成品	眼科产品	518.27	-	0.94	20.96	未完工，不适用；完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	376.24	11.04	19.00	-	
	骨科产品	822.41	44.39	-	-	
	防粘连及止血产品	319.91	126.00	3.61	8.61	
	其他	0.07	-	-	-	
	合计	2,036.90	181.43	23.55	29.57	
在产品	眼科产品	677.54	-	-	-	未完工，不适用；完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	-	-	-	-	
	骨科产品	0.04	-	-	-	
	防粘连及止血产品	10.16	-	-	-	
	其他	-	-	-	-	
	合计	687.74	-	-	-	
产成品	眼科产品	2,428.24	450.93	46.55	5.03	2-7年
	整形美容与创面护理产品	596.96	34.36	-	-	3年
	骨科产品	562.85	0.02	-	-	2-3年
	防粘连及止血产品	1,121.51	3.11	-	-	2-3年
	其他	872.17	70.09	18.20	-	2-3年
	合计	5,581.72	558.51	64.75	5.03	
贸易商品	人工晶状体	4,321.47	469.59	-	-	5年
	其他	546.76	11.21	-	-	3-5年
	合计	4,868.23	480.80	-	-	

2017年12月31日						
库存种类	一年以内	一至两年	两年到三年	三年以上	保质期	
原材料	注射器	1,422.53	8.49	0.45	-	3年
	HA精粉	-	-	-	-	3年
	HA粗粉	36.62	-	-	-	2年
	酒精	29.29	-	-	-	2年
	针头	91.16	-	1.16	1.46	3年-5年
	晶坯	240.41	6.70	-	2.45	6年
	吸塑盒	96.30	1.17	-	-	4年
	喷雾泵	17.45	-	-	-	4年
	透析纸	130.28	-	-	-	4年
	推注器	3.50	-	-	-	4年
	视光材料试剂及其他原材料	718.71	76.50	4.43	24.60	3个月-长期
	包装材料及其他辅材	682.90	51.17	12.13	70.38	长期
	合计	3,469.15	144.02	18.18	98.89	
自制半成品	眼科产品	283.17	3.03	21.62	4.39	未完工, 不适用; 完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	273.11	23.61	6.56	-	
	骨科产品	983.91	6.47	-	-	
	防粘连及止血产品	554.55	3.90	13.49	1.97	
	其他	-	-	-	-	
	合计	2,094.74	37.01	41.66	6.36	
在产品	眼科产品	671.97	-	-	-	未完工, 不适用; 完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	-	-	-	-	
	骨科产品	-	-	-	-	
	防粘连及止血产品	-	-	-	-	
	其他	-	-	-	-	
	合计	671.97	-	-	-	
产成品	眼科产品	1,671.66	130.49	33.41	2.64	2-7年
	整形美容与创面护理产品	377.70	5.38	6.96	13.91	3年
	骨科产品	376.88	2.09	-	-	2-3年
	防粘连及止血产品	786.46	30.79	10.33	-	2-3年
	其他	624.65	16.66	73.26	-	2-3年
	合计	3,837.34	185.40	123.95	16.55	-
贸易商品	人工晶状体	6,207.21	108.02	-	-	5年
	其他	538.92	34.19	-	-	3-5年
	合计	6,746.12	142.21	-	-	
2016年12月31日						
库存种类	一年以内	一至两年	两年到三年	三年以上	保质期	

原材料	注射器	2,463.24	216.81	26.71	-	3年
	HA精粉	-	-	-	-	3年
	HA粗粉	-	-	-	-	2年
	酒精	6.58	-	-	-	2年
	针头	78.63	1.16	1.50	0.04	3年-5年
	晶坯	99.33	2.34	-	-	6年
	吸塑盒	67.86	-	-	-	4年
	喷雾泵	13.06	25.26	-	-	4年
	透析纸	107.31	-	-	-	4年
	推注器	4.19	-	-	-	4年
	视光材料试剂及其他原材料	526.77	9.38	4.45	40.37	3个月-长期
	包装材料及其他辅材	521.83	107.68	80.57	16.35	长期
	合计	3,888.81	362.63	113.22	56.76	
自制半成品	眼科产品	274.12	21.62	4.31	0.08	未完工，不适用；完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	43.91	7.04	-	-	
	骨科产品	361.12	12.61	-	-	
	防粘连及止血产品	179.52	13.49	1.97	-	
	其他	-	-	-	-	
	合计	858.66	54.76	6.28	0.08	
在产品	眼科产品	284.21	-	-	-	未完工，不适用；完工后与产成品相同
	整形美容与创面护理产品	-	-	-	-	
	骨科产品	43.01	-	-	-	
	防粘连及止血产品	13.47	-	-	-	
	其他	-	-	-	-	
	合计	340.69	-	-	-	
产成品	眼科产品	631.35	73.11	9.39	-	2-7年
	整形美容与创面护理产品	110.77	29.40	19.19	-	3年
	骨科产品	350.70	-	-	-	2-3年
	防粘连及止血产品	374.75	27.92	3.93	-	2-3年
	其他	76.51	78.29	13.30	-	2-3年
	合计	1,544.07	208.73	45.82	-	
贸易商品	人工晶状体	3,609.06	6.44	-	-	5年
	其他	692.78	48.42	-	-	3-5年
	合计	4,301.83	54.86	-	-	

原材料中，库龄较长的主要系保质期较长的包装材料、视光材料试剂，对应原材料均在其保质期内且被妥善保存。2016年公司对原材料计提的存货跌价

准备主要系河南宇宙部分产品更换包装、停止生产导致原包装停用等，从而对相应包装材料计提跌价准备。除上述原材料减值外，报告期内，公司未对原材料计提存货跌价准备。

自制半成品中，库龄较长的主要系医用几丁糖、眼科粘弹剂等未完成最终包装的产品，该等产品已被公司指定作为工艺变更及稳定性试验之用，将在研发部门实际领用检测时计入研发费用，因此公司也未对其计提存货跌价准备。

公司已制定包括《存货内部控制制度》、《财务管理制度》等在内的存货管理类制度，对存货的仓储、保管进行规范与管理，及时掌握存货的价值变动情况。报告期内，存在少量冷门度数规格未能及时全部销售且将到期的人工晶状体产品以及少量不再继续使用的原材料，公司对该部分产品及时、足额计提了存货跌价准备。除此以外，公司其他存货不存在减值的情形，也无需计提存货跌价准备。

公司每期末按照会计政策对存货进行减值测试，对于可变现净值低于账面价值的存货，公司已充分计提存货跌价准备。

（五）列表披露非专利技术、客户关系、品牌的原值及账面价值，并说明上述无形资产的具体评估过程及相关参数是否合理；

1、补充披露事项

发行人已在招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、对于资产质量的分析”之“（二）非流动资产”之“5、无形资产”中更新并补充披露了以下内容：

非专利技术、客户关系、品牌的原值及账面价值如下所示：

单位：万元

类别	子公司	原值	截至 2016 年 12 月 31 日止账面价值	截至 2017 年 12 月 31 日止账面价值	截至 2018 年 12 月 31 日止账面价值
客户关系	深圳新产业	19,735.81	19,485.99	17,987.07	16,488.15
	河南宇宙	305.24	305.24	284.89	264.54
	珠海艾格	1,999.06	1,999.06	1,865.79	1,732.52
	合计	22,040.11	21,790.29	20,137.75	18,485.21

非专利技术	Aaren	3,951.95	3,952.36	3,471.89	3,383.08
	Contamac	11,306.00	-	10,842.48	9,972.02
	合计	15,257.95	3,952.36	14,314.37	13,355.10
品牌	Aaren	3,510.67	3,550.49	3,344.33	3,512.71
	Contamac	6,953.85	-	6,938.60	6,857.19
	合计	10,464.52	3,550.49	10,282.93	10,369.90

2、补充说明事项

公司客户关系、非专利技术、品牌无形资产于具体评估过程中的主要相关参数如下表所示：

类别	子公司	永续增长率	税后折现率	客户流失率	技术流失率	品牌许可费率
客户关系	深圳新产业	3%	15.5%	7.5%	n. a	n. a
	河南宇宙	3%	14.8%	5%	n. a	n. a
	珠海艾格	3%	14.6%	6%	n. a	n. a
非专利技术	Aaren	2%	11.4%	n. a	6.7%	n. a
	Contamac	2%	12.5%	n. a	6.7%	n. a
品牌	Aaren	2%	11.4%	n. a	n. a	5%
	Contamac	2%	12.5%	n. a	n. a	5%

(1) 客户关系的具体评估过程及相关参数说明

公司聘请有证券业务资质的评估师（即上海众华资产评估有限公司，或“评估师”）采用收益法-多期超额收益法对其客户关系进行评估，评估的重要基础来源于被收购子公司与其经销商签订的经销协议以及和医院客户的订单。具体过程如下：

通过经销协议和医院客户订单的未来预期销售情况，估算客户关系在预期经济使用年限内每年产生的超额收益，再以适当的折现率将其折现，现值累加得出客户关系类无形资产的价值，其中客户关系的经济使用年限是基于以前年度经销商和医院客户的变动数据得到的客户流失率估算得到。

相关参数主要为永续增长率、客户流失率和折现率。永续增长率的确定是评估师充分考虑了所处行业的长期增长前景、宏观经济长期的通货膨胀，同时也参考了预测期最后一年的自由现金流的增长率；客户流失率的确定是评估师基于被收购子公司的收购前历史数据分析得到，且该阶段客户的购买行为模式对未来的预测较具参考性；税后折现率是评估师根据加权平均资本成本和资本

资产定价模型计算得到，同时考虑到无形资产风险较高，在此基础上还增加考虑了额外风险溢价。因此综上所述，评估师评估过程中采用的永续增长率、客户流失率和折现率参数是合理的。

（2）非专利技术的具体评估过程及相关参数说明

上海众华资产评估有限公司采用收益法-多期超额收益法对非专利技术进行评估，Aaren 的非专利技术评估的重要基础来源于 Aaren 拥有的 PMMA 及亲水质人工晶状体的开发和生产工艺，包含基础防盲型的 PMMA 人工晶状体、非球面人工晶状体、肝素表面修饰人工晶状体等产品；Contamac 的非专利技术评估的重要基础来源于 Contamac 拥有的角膜接触镜及人工晶状体等眼科视光材料的开发和生产工艺。具体过程如下：

通过非专利技术的未来预期对收入的影响情况，估算非专利技术在预期经济使用年限内每年产生的超额收益，再以适当的折现率将其折现，现值累加得出非专利技术类无形资产的价值。其中非专利技术的经济使用年限是基于技术流失率估算得到。

相关参数主要为永续增长率、技术流失率和折现率。永续增长率的确定是评估师充分考虑了所处行业的长期增长前景、宏观经济长期的通货膨胀，同时也参考了预测期最后一年的自由现金流的增长率；技术流失率的确定同时受技术进步和使用频率的影响，一方面由于技术（或产品）的不断更新而使其逐渐丧失先进性，直至不为所有者带来超额利润；另一方面由于时间的推移传播面的扩大，其他企业普遍掌握这种发明而使其获利能力降低，评估师综合考虑了以上因素确定了技术流失率，由此确定的预期经济使用年限与同行业上市公司基本一致，符合行业惯例；税后折现率是评估师根据加权平均资本成本和资本资产定价模型计算得到，同时考虑到无形资产风险较高，在此基础上还增加考虑了额外风险溢价。因此综上所述，评估师评估过程中采用的永续增长率、技术流失率和折现率参数是合理的。

（3）品牌的具体评估过程及相关参数说明

上海众华资产评估有限公司采用收益-许可费节省法对品牌进行评估，Aaren 品牌评估的重要基础来源于 Aaren 这一专注于研发、生产及销售人工晶状

体产品的品牌，Aaren 每年向中国销售超过 30 万片人工晶状体产品，每年中国白内障手术实施例数为 300 万台，以每台手术植入一片人工晶状体计，Aaren 及 HexaVision 品牌的人工晶状体产品的市场占有率超过 10%；Contamac 品牌评估的重要基础来源于 Contamac 这一于 1991 年在英国注册成立的全球最大的角膜接触镜及人工晶状体视光材料的供应商之一的品牌。具体过程如下：

通过品牌许可费率计算品牌对产品未来收益的贡献，再以适当的折现率将其折现，现值累加得出品牌类无形资产的价值。其中由于品牌可以为经营者带来长期的收益，其经济使用年限为永续期，发行人会在每年末对其进行减值测试。

相关参数主要为永续增长率、品牌许可费率和折现率。永续增长率的确定是评估师充分考虑了所处行业的长期增长前景、宏观经济长期的通货膨胀，同时也参考了预测期最后一年的自由现金流的增长率；品牌许可费率是评估师对商标使用费率进行了市场研究，并根据目标公司的盈利能力以及其他定性因素综合确定；税后折现率是评估师根据加权平均资本成本和资本资产定价模型计算得到，同时考虑到无形资产风险较高，在此基础上还增加考虑了额外风险溢价。因此综上所述，评估师评估过程中采用的永续增长率、品牌许可费率和折现率参数是合理的。

（六）重新回答前次问询问题 29 之信息披露问题 2，请“结合发行人的业务模式、收款模式等”对销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例较高的情况进行分析

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、对于偿债能力、流动性与持续经营能力的分析”之“（四）现金流量”之“1、经营活动现金流量”部分补充披露如下：

（2）销售商品、提供劳务收到的现金均高于营业收入的原因分析

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	155,845.27	135,444.75	86,121.23
+当期收到的增值税	14,443.36	13,154.79	8,319.65
+应收账款及票据变动影响	-11,053.59	-8,258.34	-8,544.35
+预收款变动影响	-1,938.32	1,907.25	1,598.96
销售商品、提供劳务收到的现金	157,296.72	142,248.45	87,495.49
销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例	100.93%	105.02%	101.60%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金情况较好，主要原因是公司的市场竞争优势较为明显，公司各产品均处于行业优势地位，与下游销售客户的销售结算周期较短。同时，公司建立了良好的应收账款管理内部制度，报告期内公司信用政策执行情况良好，应收款项管控严格，主要客户在信用期内能够及时付款。

报告期内，发行人销售商品、提供劳务收到的现金均高于同期营业收入，主要原因是：

①公司销售商品、提供劳务收到的现金包含向公司客户收取的增值税，而营业收入则不含增值税。2016年、2017年及2018年，公司收到的销项增值税金占当期营业收入的比重分别为9.66%、9.71%和9.27%，保持基本稳定。因此发行人销售商品、提供劳务收到的现金高于当期的营业收入；

②报告期内，公司信用政策执行情况良好，应收款项总体管控较好，主要客户在信用期内能够及时付款。公司2017年及2018年的应收款项的增长均低于营业收入的增长。但是，报告期内公司应收款项随着直销业务的增加依然逐年增长，部分抵消了前述①中提及的增值税的影响；

③此外，预收款变动也是发行人销售商品、提供劳务收到的现金与同期营业收入存在差异的原因之一，但是总体影响较小。

（七）补充说明使用的可比上市公司是否确实可比，及不使用行业内生产相同产品的公司，如冠昊生物，作为比较对象的原因。

发行人选取的可比公司主要从事生物医药类产品的研发、生产及销售，均

与发行人存在类似产品及技术或与公司产品的治疗领域类似，因此选择该类可比公司具有合理性。

发行人已选择冠昊生物作为可比公司之一，比较分析了经营模式、毛利率、偿债能力、资产运营效率等指标。冠昊生物全资子公司珠海祥乐为发行人自产 Aaren 和 HexaVision 品牌人工晶状体产品在中国的独家经销商，因此未将冠昊生物列入发行人人工晶状体产品的主要竞争对手进行对比分析。

【申报会计师说明事项】

（一）进一步列表说明前次问询问题 14 中对经销商的核查情况，列表说明各种核查手段的比例、同时使用两种及以上核查手段的请一并在表格中列明，并进一步说明对经销商最终销售的核查手段、核查比例等；

1、对经销商的核查情况

（1）核查手段

A. 访谈

申报会计师对报告期内的主要经销商执行了访谈程序，具体包括现场访谈和电话访谈两种方式。访谈主要覆盖了 2018 年前 30 大经销商、部分报告期内新增经销商及其他随机抽取的经销商，该选取标准涵盖的报告期内销售额覆盖率见下文。通过执行访谈程序，核实了发行人与经销商的关联关系、业务合作情况、签订的合同情况、货款结算方式、产品价格情况、退换货、返利政策、经销商终端销售情况及期末库存情况等信息。

纳入核查范围的经销商共计为 88 家，申报会计师对其中 85 家经销商进行了访谈，其中现场访谈 69 家，电话访谈 16 家。2016 年、2017 年和 2018 年，执行访谈程序的经销商收入占当年经销收入比例分别为 45.60%、50.99%和 50.33%。

B. 函证

申报会计师对公司报告期内的主要经销商执行了函证程序，主要覆盖了 2018 年前 30 大经销商、部分报告期内新增经销商及其他随机抽取的经销商，该

选取标准涵盖的报告期内销售额覆盖率见下文。函证程序主要核查报告期内发行人与经销商销售交易金额及往来余额的真实性。

申报会计师对 88 家经销商进行了函证，除少数经销商终止合作未回函以外，其他经销商全部回函，回函率为 94.32%，回函金额与发函金额不存在重大差异；对于未回函的经销商，通过抽查销售原始单据等执行替代程序；2016 年、2017 年和 2018 年，取得经销商回函的收入覆盖报告期内经销收入比例分别为 44.28%、49.73%和 50.23%。

(2) 各种核查程序比例情况

申报会计师各种核查程序覆盖经销商数量如下表：

项目	公式	覆盖经销商数量
访谈	①	85
函证	②	83
同时执行访谈和函证两种程序	③	82
至少使用访谈或函证一种方式核查	①+②-③	86

注：函证覆盖经销商数量为回函覆盖数量。

申报会计师各种核查手段覆盖公司经销收入占比情况如下表：

项目	2018 年	2017 年	2016 年
访谈	50.33%	50.99%	45.60%
函证	50.23%	49.73%	44.28%
同时执行访谈和函证两种程序	49.80%	49.73%	44.28%
至少使用访谈或访谈一种方式核查	50.76%	50.99%	45.60%

注：函证覆盖经销收入占比为回函覆盖比例。

2、对经销商最终销售的核查情况

(1) 核查手段

申报会计师针对经销商的最终销售履行了如下核查程序：

A. 对主要经销商进行访谈，了解经销商向发行人采购的产品、经销商销售区域、主要终端客户等信息；

B. 在访谈的基础上，选取 2018 年前 20 大经销商，并随机抽取 28 家 2018 年销售金额在 200 万以上的经销商，由其出具书面的《终端销售确认函》，说明其销售区域、下游主要客户及各期末库存情况。

(2) 核查比例

对经销商的访谈核查比例详见本题“1、对经销商的核查情况”有关内容。

出具《终端销售确认函》的经销商收入占经销收入的比例如下：

项目	2018年	2017年	2016年
出具《终端销售确认函》的经销商收入占经销收入的比例	45.88%	40.03%	20.66%

(二) 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。

招股说明书中引用的评估报告及其所涉评估机构主要情况如下：

评估对象	报告出具日	报告名称	评估报告文号	评估机构	证券业务资质
上海昊海生物科技有限公司	2010年7月1日	上海昊海生物科技有限公司拟变更设立股份有限公司项目企业价值评估报告	沪东洲资评报字第DZ100419024号	上海东洲资产评估有限公司	具有证券业务资质
河南宇宙人工晶状体研制有限公司	2016年6月30日	鹤壁煤业（集团）有限责任公司（以下简称“鹤煤集团”）拟转让所持有的河南宇宙人工晶状体研制有限公司48.103%股权事宜涉及的河南宇宙人工晶状体研制有限公司股权全部权益价值项目资产评估报告	豫金方评报字[2016]第P1-061号	河南金方资产评估事务所有限责任公司	无，评估机构根据国有产权转让相关规定向鹤煤集团出具评估报告，主要供鹤煤集团履行国有产权转让程序使用
	2017年3月25日	上海昊海医药科技发展有限公司拟编制合并财务报表涉及的河南宇宙人工晶状体研制有限公司可辨认资产公允价值评估项目资产评估报告	沪众评报字[2017]第1125号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质

评估对象	报告出具日	报告名称	评估报告文号	评估机构	证券业务资质
深圳市新产业眼科新技术有限公司	2019年1月4日	上海昊海医药科技发展有限公司股权转让涉及深圳市新产业眼科新技术有限公司股东全部权益价值追溯评估报告	沪众评报字[2018]第0699号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质
Aaren Scientific Inc 部分资产	2018年9月30日	上海昊海医药科技发展有限公司以收购为目的涉及的 Aaren Scientific Inc 部分资产追溯评估报告	沪众评报字[2018]第0698号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质
珠海艾格医疗科技开发有限公司	2017年3月27日	上海昊海医药科技发展有限公司拟编制合并财务报表涉及的珠海艾格医疗科技开发有限公司可辨认资产公允价值评估项目资产评估报告	沪众评报字[2017]第1124号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质
Contamac Holdings Limited	2018年9月30日	上海昊海医药科技发展有限公司股权收购项目涉及的 Contamac Holdings Limited 股东全部权益价值追溯评估报告	沪众评报字[2018]第0700号	上海众华资产评估有限公司	具有证券业务资质

除河南金方资产评估事务所有限责任公司外，其他涉及的评估机构均具有证券业务资质。

豫金方评报字[2016]第 P1-061 号评估报告的出具机构河南金方资产评估事务所有限责任公司不具有证券业务资质，发行人未聘请有证券业务资质的评估机构进行复核，主要原因如下：

1、豫金方评报字[2016]第 P1-061 号评估报告涉及的资产交易事项为鹤煤集团以进场交易方式对外公开转让所持有的河南宇宙 48.103%股权，资产评估的委托方为资产出售方鹤煤集团，且鹤煤集团的主管单位河南能源化工集团有限公司对前述评估结果进行了备案；

2、豫金方评报字[2016]第P1-061号评估报告涉及的股权评估值是股权对外公开转让的底价（评估值为1,538.73万元），并非以上述资产评估结果为最终交易的定价依据，河南中原产权交易有限公司对此次股权转让出具了《产权交易鉴证报告》；

3、发行人完成对河南宇宙的股权收购后，另行聘请有证券业务资质的上海众华资产评估有限公司对河南宇宙于2016年11月30日的可辨认资产公允价值进行了评估，并出具了沪众评报字[2017]第1125号资产评估报告，用于发行人及其下属子公司编制合并财务报表。该次评估的评估基准日距离前次评估约7个月，评估范围覆盖了河南宇宙整体可辨认净资产，对河南宇宙的整体评估价值为3,270.00万元，对应的48.103%股权的价值为1,572.97万元，与前次评估值1,538.73万元的差异不大。

【申报会计师核查】

（一）申报会计师核查过程

针对上述事项，申报会计师执行了如下核查程序：

（1）了解发行人增资上海柏越后又转让的原因，获取转让相关的内部决策文件，检查其是否符合内控规定；

（2）获取报告期内各被重组方的历史财务报表和数据并执行核对程序，核对各被重组方重组前一个会计年度末的资产总额、前一个会计年度的营业收入和利润总额，重新计算各项目占重组前发行人的具体比例；

（3）了解发行人新增供应商的原因，分析其合理性；

（4）检查发行人期末存货的库龄，关注残次冷背情况，了解发行人部分原材料和半成品库龄较长的原因，获取发行人《存货内部控制制度》、《财务管理制度》等在内的存货管理类制度，对年末存货是否存在可变现净值低于年末账面净值的情况进行测试，检查存货是否已充分计提存货跌价准备；

（5）检查发行人披露的非专利技术、客户关系、品牌的原值及账面价值；

（6）检查评估报告所涉评估机构是否有证券业务资质；

（7）了解无形资产中客户关系、品牌、非专利技术的评估情况，包括但不

限于评估方法、主要参数及依据、将客户关系确认为无形资产的书面依据，检查评估报告、评估说明等底稿。发行人聘请外部评估专家参与企业合并的相关估值工作，我们邀请内部评估专家参考历史经验、管理层所作的估计和市场实务对非流动资产估值所采用的估值方法和估值假设（包括折现率及增长率）进行复核；

（8）获取发行人预收账款的明细账及后附支持性附件，检查销售商品、提供劳务收到的现金；

（9）获得经销商确认函，检查经销商报告期采购额和期末库存情况。

（二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）发行人对于上海柏越的转让符合内控规范；

（2）补充披露的各被重组方重组前一个会计年度末的资产总额、营业收入和利润总额占发行人相应项目的比例，与我们了解到的情况基本一致；

（3）发行人关于新增供应商的原因说明具有合理性；

（4）发行人披露的库龄较长的原因，与我们了解到的情况基本一致，存货跌价准备的计提充分、合理；

（5）除河南金方资产评估事务所有限责任公司外，招股说明书引用的其他评估报告所涉及的评估机构均具有证券业务资质。河南金方资产评估事务所有限责任公司出具豫金方评报字[2016]第 P1-061 号评估报告的目的是为鹤煤集团转让河南宇宙股权提供评估基准日公允价值参考意见，发行人未将该评估报告的评估结果用于编制合并财务报表目的。发行人已聘请具有证券业务资质的上海众华资产评估有限公司对河南宇宙 2016 年 11 月 30 日的可辨认资产公允价值进行了评估，并以该次评估的评估结果用于发行人编制合并财务报表；

（6）发行人说明的无形资产评估过程与我们了解到的情况基本一致，相关参数具有合理性；

（7）发行人对于销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例较高的说明，与我们了解到的情况基本一致。

问题4

关于发行人产品价格差异

请发行人在对各类产品的主营业务收入进行量价分析时，区分不同规格、不同渠道或不同定位的同类型产品进行进一步分析，进一步披露同类产品不同规格、渠道、定位等条件下价格差异较大的原因，并结合上述情况补充披露报告期内各类产品收入变化的原因和合理性。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

【回复】

【补充披露情况】

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、对于经营成果的分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入变动分析”部分补充披露如下：

（1）眼科产品收入变动分析

①人工晶状体收入变动分析

报告期内，公司人工晶状体产品平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量（万片）	110.33	95.02	8.75
销售量变动对收入的影响（万元）	6,030.00	39,751.48	-
平均销售价格（元/片）	390.80	393.90	460.79
销售价格变动对收入的影响（万元）	-342.72	-6,355.07	-
累计变动影响（万元）	5,687.28	33,396.41	-

报告期内，公司人工晶状体产品收入分别为 4,032.56 万元、37,428.97 万元和 43,116.25 万元，其增长主要来自于人工晶状体产品销量的增加。2017 年人工晶状体产品销售数量较 2016 年大幅增长 985.76%，主要由于公司自 2016 年

第四季度起陆续合并了深圳新产业、Aaren、河南宇宙和珠海艾格等人工晶状体公司后，公司 2017 年对上述公司的人工晶状体收入进行了全年的合并；2018 年人工晶状体产品销售数量较 2017 年增长 16.11%，主要由于公司持续对人工晶状体产业的整合，经销和直销渠道的人工晶状体销售数量均持续上升，导致销售收入进一步上升。

2017 年及 2018 年公司人工晶状体产品平均销售价格分别较上一年分别下降 14.51%、0.79%。2017 年平均销售价格下降较大，主要由于 2016 年公司合并人工晶状体产品收入主要来自于深圳新产业，其主要从事中高端及高端亲水折叠式 Lenstec 人工晶状体产品的销售，平均销售单价较高。随着河南宇宙 2016 年 11 月被纳入公司合并范围，其自产的中端亲水折叠式人工晶状体产品的销售占公司眼科产品销售比重的提高，导致公司 2017 年及 2018 年人工晶状体产品的平均售价的下降。

报告期，公司人工晶状体按销售渠道、业务模式及产品定位划分的收入、销量及单价如下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入 (万元)	销量 (万片)	单价 (元/片)	收入 (万元)	销量 (万片)	单价 (元/片)	收入 (万元)	销量 (万片)	单价 (元/片)
按销售渠道划分									
直销模式	17,433.04	27.27	639.25	15,039.93	22.20	677.53	1,479.97	2.24	660.85
经销模式	25,683.21	83.06	309.22	22,389.04	72.82	307.45	2,552.60	6.51	391.98
合计	43,116.25	110.33	390.80	37,428.97	95.02	393.90	4,032.56	8.75	460.79
按业务模式及产品定位划分									
贸易业务									
高端产品	8,598.37	1.50	5,730.72	8,279.62	1.44	5,763.74	906.81	0.22	4,171.18
- 直销	6,405.79	0.91	7,040.10	6,426.72	0.89	7,247.09	394.45	0.05	8,033.61
- 经销	2,192.58	0.59	3,713.10	1,852.90	0.55	3,370.74	512.36	0.17	3,044.35
中高端产品	4,922.40	3.81	1,291.56	3,154.18	2.28	1,383.66	263.54	0.28	940.87
- 直销	2,506.40	1.13	2,211.79	1,463.74	0.53	2,745.72	5.39	0.01	3,852.99
- 经销	2,416.00	2.68	902.16	1,690.44	1.75	967.90	258.14	0.28	926.24
中端产品	17,580.06	25.71	683.72	15,293.84	22.60	676.87	2,314.97	3.20	723.99
- 直销	6,983.99	9.55	731.58	5,943.81	7.12	835.21	959.18	0.99	965.45

经销	10,596.06	16.17	655.45	9,350.03	15.48	604.07	1,355.79	2.20	615.15
自产业务									
中高端产品	1,301.40	5.14	253.24	1,236.53	4.86	254.50			
经销	1,301.40	5.14	253.24	1,236.53	4.86	254.50			
中端产品	9,775.50	53.96	181.15	8,259.82	43.72	188.91	433.80	2.65	163.99
直销	1,052.02	6.07	173.19	636.33	3.69	172.49	83.87	0.38	218.47
经销	8,723.48	47.89	182.16	7,623.49	40.03	190.42	349.93	2.26	154.74
基础型产品	938.53	20.20	46.46	1,204.98	20.13	59.87	113.44	2.41	47.05
直销	484.84	9.61	50.47	569.33	9.97	57.09	37.07	0.81	45.68
经销	453.69	10.60	42.82	635.66	10.15	62.60	76.37	1.60	47.74
合计	43,116.25	110.33	390.80	37,428.97	95.02	393.90	4,032.56	8.75	460.79

公司主要通过经销模式销售人工晶状体。与经销模式相比，公司直销模式的人工晶状体平均销售单价较高，主要由于经销模式下，市场推广和品牌宣传活动由经销商进行，因此公司对其平均售价相对较低。

按照贸易和自产人工晶状体来分，公司的贸易人工晶状体产品基本覆盖中端至高端产品，自产人工晶状体产品覆盖基础型至中高端产品。总体而言，报告期内贸易及自产产品的单位价格受到各地招标价格的影响而逐步下降。具体而言，贸易高端产品在 2017 年及 2018 年的平均经销价格有所上升主要是由 Lenstec 品牌多焦点人工晶状体 SBL-3 产品上市后销量逐步扩大所致。贸易中高端产品的平均经销价格在 2017 年有所上升是由于当年发行人子公司珠海艾格纳入发行人合并报表范围，其所经销的单价较高的 Nidek 品牌预装式非球面人工晶状体 SZ-1 产品收入占比提升所致。公司自产中高端产品系 HexaVision 品牌的肝素非球面人工晶状体，其经销对象是珠海祥乐，销售价格按照长期供货价格结算，故报告期内没有显著差异。公司自产中端产品的直销对象主要是爱尔眼科医院集团股份有限公司、华夏眼科医院集团股份有限公司等民营连锁医院集团，其集团采购价格与经销商价格接近或略低。

②视光材料收入变动分析

报告期内，公司视光材料产品平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量(万件)	1,298.93	867.13	-
销售量变动对收入的影响(万元)	3,609.06	-	-
平均销售价格(元/件)	9.42	8.36	-
销售价格变动对收入的影响(万元)	1,373.88	-	-
累计变动影响(万元)	4,982.94	-	-

公司的视光材料产品均直接销售至终端客户，细分规格、品种众多，具有“定制化”特征，因此难以区分不同规格进行收入分析。

公司视光材料产品收入主要来自于子公司 Contamac。公司 2017 年 6 月完成对 Contamac 的收购后，2017 年公司的视光材料收入反映 Contamac 自收购日后形成的约七个自然月度的视光材料业务收入，而 2018 年则反映 Contamac 完整年度的视光材料业务收入。其对公司 2017 年和 2018 年的视光材料产品收入贡献分别为 7,247.73 万元和 12,230.67 万元。

(2) 整形美容与创面护理产品收入变动分析

报告期内，公司整形美容与创面护理业务产品的收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2018年		2017年		2016年
	金额	变动	金额	变动	金额
玻尿酸	26,610.83	4.33%	25,505.26	34.78%	18,923.09
重组人表皮生长因子	7,266.29	36.20%	5,334.94	40.96%	3,784.82
合计	33,877.13	9.85%	30,840.20	35.81%	22,707.90

公司整形美容与创面护理业务产品收入和收入变动主要来自玻尿酸和重组人表皮生长因子。

①玻尿酸收入变动分析

报告期内，公司玻尿酸产品平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量(万支)	93.26	87.78	65.70
销售量变动对收入的影响(万元)	1,590.43	6,358.36	-
平均销售价格(元/支)	285.35	290.55	288.00

项目	2018年	2017年	2016年
销售价格变动对收入的影响（万元）	-484.86	223.81	-
累计变动影响（万元）	1,105.58	6,582.17	-

报告期内，公司玻尿酸产品收入分别为 18,923.09 万元、25,505.26 万元和 26,610.83 万元。2017 年，公司玻尿酸产品销量较 2016 年增长 33.60%，主要由于随着国内医美市场的增长，以及公司对玻尿酸产品的不断投入和宣传，医生、咨询师和消费者对公司“海薇”和“姣兰”产品的认可度不断上升，公司逐步建立国内玻尿酸填充剂产品的品牌优势，公司的玻尿酸产品产量与销量同步增长。

2018 年，公司玻尿酸产品的销量较 2017 年增长 6.24%，增幅相对较小，主要由于国内医美市场竞争逐渐加剧，且由于医美行业治疗手段的增多，医美机构将玻尿酸作为皮肤填充物的选择出现了多样化，导致经销商采购和经销意愿受到影响；但公司玻尿酸产品具有较好的品牌基础，直销业务收入进一步提升，产品销量仍保持一定增长，同时公司第二代玻尿酸“姣兰”产品的销售数量和收入分别保持较快的增幅。

报告期，公司玻尿酸产品按销售渠道、品牌及规格划分的收入、销量及单价如下：

项目	2018年度			2017年度			2016年度		
	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)
按销售渠道划分									
直销模式	18,237.41	54.44	335.01	12,329.90	38.33	321.65	9,270.37	25.52	363.21
经销模式	8,373.42	38.82	215.72	13,175.36	49.45	266.45	9,652.71	40.18	240.23
合计	26,610.83	93.26	285.35	25,505.26	87.78	290.55	18,923.09	65.70	288.00
按主要产品品牌及规格划分									
海薇 1.0ml/支	17,080.58	54.56	313.04	18,696.04	55.97	334.05	15,338.05	42.60	360.06
姣兰 1.0ml/支	3,002.41	3.86	778.61	614.67	0.76	810.27	-	-	-
其他	6,527.84	34.84	187.37	6,194.54	31.06	199.44	3,585.03	23.10	155.20
合计	26,610.83	93.26	285.35	25,505.26	87.78	290.55	18,923.09	65.70	288.00

与经销模式相比，直销模式平均单价较高，主要因为在直销模式下，公司需进行市场推广和品牌宣传，而在经销模式下，市场推广和品牌宣传活动由经

销商进行，因而直销模式下销售单价较高。报告期内，公司加大对玻尿酸产品直销渠道的建设，因此虽然玻尿酸产品竞争逐渐激烈，玻尿酸产品直销模式销量的增加部分抵消了产品价格的下降。

“海薇”是公司第一代玻尿酸产品，定位相对较低，而“姣兰”是第二代玻尿酸产品，定位中高端，因而销售单价较高。报告期内，公司“海薇”玻尿酸产品平均销售价格随着市场竞争的日趋激烈有所下降，但是定位中高端的“姣兰”玻尿酸产品的销售收入的增长，部分抵消了“海薇”玻尿酸产品平均销售价格下降的影响。

②重组人表皮生长因子收入变动分析

报告期内，公司重组人表皮生长因子产品主要为外用重组人表皮生长因子，以及其他 EGF 产品。具体如下：

单位：万元

项目	2018年	2017年	2016年
外用重组人表皮生长因子	6,086.67	4,525.26	3,348.24
其他 EGF 产品	1,179.62	809.68	436.58
合计	7,266.29	5,334.94	3,784.82

报告期内，公司外用重组人表皮生长因子产品的平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量（万盒）	136.58	100.21	75.69
销售量变动对收入的影响（万元）	1,642.36	1,084.90	-
平均销售价格（元/盒）	44.56	45.16	44.24
销售价格变动对收入的影响（万元）	-80.95	92.12	-
累计变动影响（万元）	1,561.41	1,177.02	-

报告期内，公司外用重组人表皮生长因子产品的收入分别为 3,348.24 万元、4,525.26 万元和 6,086.67 万元。外用重组人表皮生长因子产品的收入增长主要来自于销量的增长，2017 年及 2018 年的总体销量分别较上一年增加 32.40%及 36.29%，主要由于 2017 年 2 月国家医保目录将公司重组人表皮生长因子产品列入乙类医保目录，市场需求增加较快，公司的外用重组人表皮生长因子产品在

各个销售渠道下的销量增长迅速，此外公司于 2018 年 5 月完成了生产线的扩产，增加了产量，一定程度上满足了销售增长的需求。

报告期内，公司外用重组人表皮生长因子产品分渠道、规格的销售情况如下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入 (万元)	销量 (万盒)	单价 (元/盒)	收入 (万元)	销量 (万盒)	单价 (元/盒)	收入 (万元)	销量 (万盒)	单价 (元/盒)
按销售渠道划分									
直销模式	986.47	17.80	55.43	640.78	11.54	55.53	341.07	6.14	55.52
经销模式	5,100.20	118.78	42.94	3,884.48	88.67	43.81	3,007.17	69.54	43.24
合计	6,086.67	136.58	44.56	4,525.26	100.21	45.16	3,348.24	75.69	44.24
按主要产品规格划分									
5 万 IU/瓶 (盒)	4,724.82	107.31	44.03	3,485.69	78.57	44.36	3,176.65	69.17	45.93
其他规格	1,361.86	29.27	46.52	1,039.57	21.64	48.03	171.59	6.52	26.32
合计	6,086.67	136.58	44.56	4,525.26	100.21	45.16	3,348.24	75.69	44.24

注：一盒外用重组人表皮生长因子产品含一瓶外用重组人表皮生长因子产品。

发行人主要通过经销模式销售外用重组人表皮生长因子产品，各销售模式下的产品的销售均价在报告期内相对稳定，经销模式下的销售均价低于直销模式。

公司销售的外用重组人表皮生长因子产品的主要规格为 5 万 IU/瓶，报告期各期占有所有规格的收入比例均在 70%以上，各期销售均价保持相对稳定，销量逐步增长。

(3) 骨科产品收入变动分析

报告期内，公司骨科产品的收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年		2017 年		2016 年
	金额	变动	金额	变动	金额
玻璃酸钠注射液	21,149.44	15.27%	18,348.51	-10.12%	20,414.72
医用几丁糖（关节腔内注射用）	8,934.81	6.09%	8,422.19	-1.64%	8,562.27
合计	30,084.25	12.38%	26,770.71	-7.61%	28,976.99

公司骨科产品的收入变动，主要来自玻璃酸钠注射液。

报告期内，公司玻璃酸钠注射液产品的平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018年	2017年	2016年
销售量（万支）	327.06	281.37	301.18
销售量变动对收入的影响（万元）	2,979.79	-1,342.91	-
平均销售价格（元/支）	64.67	65.21	67.78
销售价格变动对收入的影响（万元）	-178.86	-723.30	-
累计变动影响（万元）	2,800.93	-2,066.21	-

报告期内，公司玻璃酸钠注射液产品收入分别为 20,414.72 万元、18,348.51 万元和 21,149.44 万元。2017 年，公司玻璃酸钠注射液产品收入的减少主要来自销量的下降。2017 年玻璃酸钠注射液的销量下降 6.58%，主要由于自 2015 年国家出台了对于药品采购模式、药品价格的政策以来，各省市相应陆续出台了地方政策，公司根据相关政策调整玻璃酸钠注射液的招投标和平均销售价格。在各省市招投标完成前，受价格不确定的影响，公司经销商的采购意愿有所下降，均有不同程度的减少备货以减少价格波动的风险。

2018 年，公司玻璃酸钠注射液产品收入增加主要来自于销量的上升。2018 年玻璃酸钠注射液的销量上升 16.24%，主要由于：1）公司推出 2.5ml 玻璃酸钠注射液的新规格产品；2）随着公司玻璃酸钠注射液产品价格的企稳和确定，公司经销商陆续恢复正常备货，产品销量得以提升。

报告期，公司玻璃酸钠注射液按销售渠道、规格划分的收入、销量及单价如下：

项目	2018年度			2017年度			2016年度		
	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)
按销售渠道划分									
直销模式	5,546.73	53.31	104.05	4,150.32	38.95	106.55	3,916.00	36.27	107.97
经销模式	15,602.71	273.75	57.00	14,198.19	242.42	58.57	16,498.71	264.91	62.28
合计	21,149.44	327.06	64.67	18,348.51	281.37	65.21	20,414.72	301.18	67.78
按主要产品规格划分									
2.0ml	14,045.03	250.77	56.01	13,465.54	237.55	56.69	15,839.07	259.18	61.11
其他规格	7,104.41	76.29	93.12	4,882.97	43.82	111.43	4,575.64	42.00	108.95

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)
合计	21,149.44	327.06	64.67	18,348.51	281.37	65.21	20,414.72	301.18	67.78

公司玻璃酸钠注射液主要以经销模式销售为主。与经销模式相比，直销模式平均单价较高。

玻璃酸钠注射液的产品规格包括 2.0ml、2.5ml 和 3.0ml 三种，2.0ml 的销售占比最高，平均销售单价较低。2018 年其他规格产品的平均销售价格有所下降主要是新推出的 2.5ml 玻璃酸钠注射液拉低了原 3ml 的平均价格。

(4) 防粘连及止血产品收入变动分析

报告期内，公司防粘连及止血产品的收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年		2017 年		2016 年
	金额	变动	金额	变动	金额
医用几丁糖（防粘连用）	10,902.78	-15.15%	12,849.49	10.21%	11,658.87
医用透明质酸钠凝胶	7,719.75	12.53%	6,860.45	-14.70%	8,042.42
胶原蛋白海绵	1,500.06	0.11%	1,498.44	-5.95%	1,593.22
防粘连及止血产品	20,122.59	-5.12%	21,208.37	-0.40%	21,294.51

报告期内，公司防粘连及止血产品收入变动主要来自医用几丁糖（防粘连用）产品。

报告期内，公司医用几丁糖（防粘连用）产品的平均销售价格和销售数量对于营业收入的影响分析如下：

项目	2018 年	2017 年	2016 年
销售量（万支）	83.42	85.97	80.41
销售量变动对收入的影响（万元）	-382.12	806.91	-
平均销售价格（元/支）	130.70	149.46	145.00
销售价格变动对收入的影响（万元）	-1,564.58	383.70	-
累计变动影响（万元）	-1,946.70	1,190.61	-

公司医用几丁糖（防粘连用）产品收入分别为 11,658.87 万元、12,849.49 万元和 10,902.78 万元。2017 年，公司医用几丁糖（防粘连用）产品的收入增加主要来自于医用几丁糖（防粘连用）产品的市场需求增加导致的销售数量增

加。

2018 年，公司医用几丁糖（防粘连用）收入减少的主要原因是：1）随着 2017 年下半年医疗保险支付改革、医院控费控量的推进，单价较高的医用几丁糖（防粘连用）产品受到限制使用的影响，直销模式的销量和收入均降幅较大；2）随着京津冀等地招投标价格的下降，公司部分规格产品的出厂价格有所下调。

报告期，公司医用几丁糖（防粘连用）按销售渠道、规格划分的收入、销量及单价如下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)	收入 (万元)	销量 (万支)	单价 (元/支)
按销售渠道划分									
直销模式	3,749.76	10.44	359.27	5,300.24	14.20	373.20	4,416.66	11.68	378.03
经销模式	7,153.03	72.98	98.01	7,549.25	71.77	105.18	7,242.21	68.73	105.38
合计	10,902.78	83.42	130.70	12,849.49	85.97	149.46	11,658.87	80.41	145.00
按主要产品规格划分									
2ml	1,593.36	16.62	95.87	2,054.76	21.12	97.31	2,174.54	24.25	89.66
3ml	2,366.71	22.40	105.67	3,415.38	22.65	150.82	2,757.05	17.66	156.11
5ml	2,662.03	15.36	173.36	2,704.45	16.68	162.11	3,155.06	17.42	181.07
8ml	1,447.66	9.57	151.21	1,442.05	6.66	216.57	1,072.19	5.19	206.46
其他规格	2,833.03	19.47	145.51	3,232.84	18.87	171.32	2,500.04	15.87	157.53
合计	10,902.78	83.42	130.70	12,849.49	85.97	149.46	11,658.87	80.41	145.00

公司的医用几丁糖（防粘连用）产品以经销渠道销售为主。与经销模式相比，直销模式平均单价较高。

公司的医用几丁糖（防粘连用）产品的主要规格为 2ml、3ml、5ml 和 8ml，报告期各期占有所有规格的收入比例均在 70%以上。2016 年及 2017 年期间，公司直销模式和经销模式的销售单价基本保持稳定，但是 2018 年中随着京津冀等地招标价格下降的影响，导致公司在当地销售的医用几丁糖（防粘连用）产品价格有所下降。同时，由于公司的 3ml 规格的经销收入占比从 2017 年的 45%上升到 2018 年的 64%，8ml 规格的经销收入占比从 2017 年的 56%上升到 2018 年的 61%，从而降低了其 2018 年的销售均价。而 5ml 规格产品在 2018 年的直销占比从 2017 年 40%上升到 2018 年的 45%，而直销单价相对较高，从而 5ml 的销售均

价提升。

【申报会计师核查】

（一）申报会计师核查过程

针对上述事项，申报会计师执行了如下核查程序：

（1）获取发行人不同规格和不同渠道的收入明细表，检查发行人阐述的价格差异的原因，分析其合理性；

（2）结合发行人披露的价格差异检查各类产品收入变化的原因，分析其合理性。

（二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人补充披露的报告期内不同规格和不同渠道的收入明细表、同类产品不同规格、渠道、定位等条件下价格差异的原因、各类产品价格差异和收入变化与我们了解到的情况基本一致。

问题5

关于发行人的销售及销售渠道

请发行人：（1）明确披露发行人产品的最终用户是否均为医院；补充披露发行人药品和医疗器械各细分类别产品对民营医院和公立医院的收入占比；（2）进一步披露发行人的产品是否需要厂家指导、培训后方可使用，是否需要医生持证上岗，报告期内使用发行人产品的医生是否均持证上岗；（3）结合发行人医用产品的民营和公立医院占比，补充披露经销商如何对相关医生开展指导和培训，是否需要发行人参与，如是，请披露发行人相关模式和具体费用情况，以及在与医生建立联系的情况下，使用经销商的原因；（4）分产品类别披露经销商最终销售情况；（5）补充披露发行人的每款医用产品是否可追溯，以及获

得重复客户的情况；（6）补充披露报告期内发行人的医用产品是否存在质量纠纷、是否存在退货情形，说明发行人对曾经出现纠纷的医院及相关经销商的后续销售情况。

请发行人说明：（1）发行人各主要产品对应的主要医院情况，发行人对经销商相关价格之间的差异；（2）发行人报告期内对医院的推广策略，售价方面是否低于同行业公司；补充披露发行人报告期内对 2018 年主要新增医院、收入增长较快的医院的相关医生的培训方案，培训过程，和接触时间；（3）对于 II、III 级以上的各类医疗产品，区分民营医院、公立医院和经销商，说明相关产品的最终销售金额和主要客户；说明相关民营医院是否具有相关医疗资质；（4）经销商是否存在将发行人的 II、III 级产品销售至美容院等非医疗机构的情形，是否存在将相关医疗产品作为一般产品使用的情形，如是，结合目前行业监管政策，发行人是否知晓相关行为，是否配合经销商从事相关销售，相关事项是否存在违法违规情形，以及发行人可能承担的相关法律责任。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查并发表意见。

【回复】

【补充披露情况】

（一）明确披露发行人产品的最终用户是否均为医院；补充披露发行人药品和医疗器械各细分类别产品对民营医院和公立医院的收入占比；

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（三）公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”部分补充披露如下：

（4）发行人产品的最终用户情况及对民营医院和公立医院的收入占比

发行人生产的视光材料产品主要来自于子公司 Contamac，视光材料产品的最终用户是人工晶状体、角膜接触镜等眼科产品的生产厂商，相应的销售模式全部为直销。报告期内，视光材料产品的销售收入及占公司主营业务收入的比

例情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
视光材料	12,230.67	7.86%	7,247.73	5.36%	-	-

除视光材料外，其他眼科、整形美容与创面护理产品、骨科产品和防粘连与止血产品最终用户均为相关领域的医疗机构。

经销模式下，发行人的终端医疗产品系经销商从公司买断，并由经销商或者其下游经销网络将产品再销往各医疗机构。针对每家医疗机构，公司书面授权相应的经销商进行销售，以准确划分经销商的销售范围，规避串货及恶性竞争。此外，为保证产品的可追溯性，公司根据国家相关法律法规的要求，建立严谨的分销制度，要求经销商能够对每批产品进行追溯。但公司建立并执行相关追溯制度的目的是为了在出现客户投诉和不合格产品时，可追溯到原材料的批号及来源、生产批记录和产品销售场所，确保相关可能存在质量问题的产品可召回、责任可追究。公司虽然要求经销商保存相关分销记录，但在日常经营中并不会要求经销商提供，仅会根据需要做一定抽查。同时，由于公司与经销商的下游经销网络或者相关医疗机构不发生直接交易，公司的计算机信息系统与经销商的信息系统并不对接，故公司无法准确统计经销商的终端销售数据。

直销模式下，发行人报告期内主要产品（不含视光材料和其他产品）对民营医院和公立医院的收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
眼科产品						
人工晶状体	17,433.04		15,039.93		1,479.97	
其中：公立医院	12,005.40	68.87%	10,584.15	70.37%	1,129.93	76.35%
民营医院	5,427.64	31.13%	4,455.78	29.63%	350.04	23.65%
眼科粘弹剂	2,952.67		2,872.01		2,171.85	
其中：公立医院	2,007.31	67.98%	1,686.21	58.71%	1,133.58	52.19%
民营医院	945.36	32.02%	1,185.80	41.29%	1,038.27	47.81%
整形美容与创面护理产品						

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
玻尿酸	18,237.41		12,329.90		9,270.37	
其中：公立医院	62.72	0.34%	66.12	0.54%	177.17	1.91%
民营医院	18,174.70	99.66%	12,263.77	99.46%	9,093.20	98.09%
外用重组人表皮生长因子	986.47		640.78		341.07	
其中：公立医院	851.45	86.31%	537.42	83.87%	304.30	89.22%
民营医院	135.02	13.69%	103.36	16.13%	36.77	10.78%
骨科产品						
玻璃酸钠注射液	5,546.73		4,150.32		3,916.00	
其中：公立医院	5,519.77	99.51%	4,066.99	97.99%	3,891.61	99.38%
民营医院	26.96	0.49%	83.33	2.01%	24.39	0.62%
医用几丁糖（关节腔内注射用）	3,818.12		3,851.77		3,129.39	
其中：公立医院	3,001.30	78.61%	2,970.75	77.13%	2,500.13	79.89%
民营医院	816.82	21.39%	881.02	22.87%	629.26	20.11%
防粘连及止血产品						
医用几丁糖（防粘连用）	3,749.76		5,300.24		4,416.66	
其中：公立医院	3,461.73	92.32%	4,912.58	92.69%	4,130.74	93.53%
民营医院	288.03	7.68%	387.66	7.31%	285.92	6.47%
医用透明质酸钠凝胶	994.42		413.68		662.03	
其中：公立医院	352.21	35.42%	368.67	89.12%	650.27	98.22%
民营医院 ¹	642.21	64.58%	45.01	10.88%	11.76	1.78%
胶原蛋白海绵	586.13		377.29		367.85	
其中：公立医院	565.60	96.50%	346.51	91.84%	358.87	97.56%
民营医院	20.54	3.50%	30.77	8.16%	8.99	2.44%
公立医院小计	27,827.49	51.24%	25,539.40	56.43%	14,276.61	55.43%
民营医院小计	26,477.27	48.76%	19,716.96	43.57%	11,481.27	44.57%

注 1：报告期内，公司医用透明质酸钠凝胶产品对公立医院的销售占比持续下降，对民营医院的销售占比持续提高，主要原因受医保“控费控量”政策影响，医用透明质酸钠凝胶等外科产品对公立医院的销售影响较大，公司转而扩大了对民营医院的营销力度。

(二) 进一步披露发行人的产品是否需要厂家指导、培训后方可使用，是否需要医生持证上岗，报告期内使用发行人产品的医生是否均持证上岗

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“(二) 主要产品情况”之“2、公司主要产品分类”部分补充披露如下：

依据监管准入限制，公司的主要产品分为药品和医疗器械两大类，此外公司亦生产销售视光材料等医疗器械原材料。公司主要药品和医疗器械产品在终端使用中是否需要厂家指导、培训及是否需要医生持证上岗情况如下表所示：

治疗领域	产品名称	产品类别	是否需要厂家指导、培训以及医生持证上岗
眼科产品	人工晶状体	三类医疗器械	需要具有相关专业医师资格的医生进行使用。在首次使用产品时，需要厂家或其授权经销商进行光学性能解读及手术装载演示等培训
	眼科粘弹剂	三类医疗器械	需要具有相关专业医师资格的医生进行使用。医疗机构对于手术过程中该产品使用的操作流程培训体系较为完善，相关医生对使用操作的掌握程度较高，产品操作和使用通常无需厂家专门指导或培训
	润眼液	三类医疗器械	患者可以自行按照产品说明书的指导进行使用
整形美容与创面护理产品	玻尿酸	三类医疗器械	依照国家食品药品监督管理总局颁发的产品注册证要求，仅限于在国家正式批准的医疗机构中由具有相关专业医师资格的人员，经申请人或其委托/指定机构的专业培训并获得培训合格证书后，方能按照产品使用说明书的要求进行使用
	重组人表皮生长因子	生物药品	医生和患者可以自行按照产品说明书的指导进行使用
骨科产品	玻璃酸钠注射液	化学药品	需要具有相关专业医师资格的医生进行使用。医疗机构对于该产品使用的操作流程培训体系较为完善，相关医生对使用操作的掌握程度较高，产品操作和使用通常无需厂家专门指导或培训
	医用几丁糖（关节腔内注射用）	三类医疗器械	
防粘连及止血产品	医用几丁糖（防粘连用）	三类医疗器械	
	医用透明质酸钠凝胶	三类医疗器械	
	医用胶原蛋白海绵	三类医疗器械	

医疗机构均受各地卫生行政监管部门的监督管理，包括并不限于确保相关医生具备相关医生资质并持证上岗、合规使用公司的医疗终端产品。

此外，对于玻尿酸产品，公司严格按照法规要求检查医疗机构的资质，并

对医疗机构及医生进行专业培训，指导医疗机构及医生严格按照产品使用说明书的要求进行使用。

（三）结合发行人医用产品的民营和公立医院占比，补充披露经销商如何对相关医生开展指导和培训，是否需要发行人参与，如是，请披露发行人相关模式和具体费用情况，以及在与医生建立联系的情况下，使用经销商的原因

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（三）公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”部分补充披露如下：

公司的玻尿酸产品最终主要销售到民营医疗机构，销往公立医院的情况较少。2016年、2017年和2018年，公司直销模式下玻尿酸产品销售到民营医院的收入占比分别达98.09%、99.46%和99.66%，与玻尿酸产品以民营医院使用为主的行业现状相符。根据玻尿酸产品注册证要求，玻尿酸产品仅限于在国家正式批准的医疗机构中由具有相关专业医师资格的人员经培训后方能按照产品使用说明书的要求进行使用。因此，对于玻尿酸产品，经销模式下对于医疗机构及医生的培训主要由公司负责，经销商则负责医疗机构的对接及培训协调工作。公司对于医疗机构和医生的培训与直销模式下的相关培训基本一致，主要由公司编制相关培训材料，并委派市场、销售人员到相关医疗机构对医生进行培训和产品使用方法的讲解。

除玻尿酸外，公司其他终端医疗产品主要销售至公立医院。2016年、2017年和2018年，上述产品直销模式下销售到公立医院的收入占比分别达85.52%、77.36%和76.98%。该等产品成熟度较高，医院对于相关产品使用的操作流程培训体系较为完善，同时使用产品的医生均为具有相关专业医师资格的人员，对产品使用的掌握程度较高。因此，对于上述产品，经销模式下通常由经销商自行向相关医院科室及医生进行产品特点介绍，部分情况下公司市场部也会根据经销商需求陪同参加。

报告期内，公司发生相关的培训费用主要是培训人员的差旅费用。因实际发生金额较小，该等费用未予以单独归集，包括在“销售费用”的“差旅费”

等二级科目中。

在经销模式下，公司虽然通过产品介绍或者培训与医生发生一定程度的联系，但经销商仍然承担产品开发进院、售后服务等重要职能，多数情况下产品进院需要经过医疗机构的严格筛选和通过竞价采购流程。经销商拥有丰富的资源对当地医疗机构进行深度覆盖，同时医用耗材的特点是使用的频次高，使用的机会多，特别是外科领域的产品常常需要即刻提供送货服务，因此公司需要更有效和经济地为当地医疗机构提供产品配送、使用跟踪、后续回访等服务工作，可以促进公司各类产品的专业化使用和良性增长。因此，在与医生建立联系的情况下，公司选择使用经销商来实现销售。

（四）分产品类别披露经销商最终销售情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“（三）公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”部分补充披露如下：

1、眼科产品

报告期内，公司眼科产品主要经销商最终销售情况如下表所示³：

序号	客户名称	主要终端	2018年			2017年			2016年		
			采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比
1	耀昌国际贸易有限公司 ¹	沈阳市第四人民医院、南方医科大学南方医院、云南省第二人民医院、江苏省人民医院	6,104.48	2,923.81	47.90%	6,749.21	4,041.67	59.88%	177.43	2,955.64	1,665.84%
2	深圳清清视界眼科产品有限公司	河北医科大学第二医院、深圳市眼科医院	1,728.40	144.03	8.33%	2,306.11	192.18	8.33%	632.56	151.81	24.00%
3	成都金纬医疗科技有限公司	成都第二人民医院、自贡第一人民医院	1,607.00	102.80	6.40%	1,248.67	190.32	15.24%	120.50	96.40	80.00%
4	泗洪县帝一医疗器械有限公司	泗洪县人民医院、泗洪中兴医院、泗洪县分金亭医院	1,214.33	14.41	1.19%	175.01	10.33	5.90%	14.40	3.77	26.19%
5	苏州博雅医疗器械有限公司	宁波博视眼科医院、慈溪明光医院、宁海眼科医院有限公司	730.85	58.14	7.96%	268.55	32.26	12.01%	84.33	-	-

注1：报告期内耀昌国际贸易有限公司（珠海祥乐子公司）期末库存占当期采购金额比重较高主要是由于珠海祥乐系公司 Aaren 及 HexaVision 品牌人工晶状体的中国境内独家代理经销商，其为满足下游经销商对不同型号人工晶状体的需求通常需要保留较高的库存水平；

注2：眼科板块主要经销商 2016 年末库存占当期采购金额比重较高主要是由于当年采购金额仅反映了自 2016 年末纳入合并范围起发生的金额；

注3：上述经销商为公司眼科产品的前五大经销商。由于部分经销商采购内容包含本公司销售的其他类别产品，上表中采购金额反映了经销商采购本公司各类产品整体情况。采购金额系公司对该经销商的销售收入，期末库存系根据经销商终端销售确认函取得。

2、整形美容与创面护理产品

报告期内，公司整形美容与创面护理产品主要经销商最终销售情况如下表所示：

序号	客户名称	主要终端	2018年			2017年			2016年		
			采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比
1	广州市艾一生物科技有限公司	广州曙光医学美容医院有限公司、广州韩妃医学美容门诊部有限公司、广州韩后医疗美容门诊部有限公司	1,807.12	495.43	27.42%	2,133.98	69.80	3.27%	1,508.71	104.20	6.91%
2	浙江英特药业有限责任公司	浙江大学医学院附属邵逸夫医院、浙江大学医学院附属第一医院、浙江大学医学院附属第二医院	1,208.91	48.06	3.98%	782.43	36.78	4.70%	554.45	22.48	4.05%
3	湖南识捷生物科技有限公司	湖南雅美医疗美容医院有限公司、长沙亚韩医学美容医院有限公司德美医疗美容(集团)	973.69	47.96	4.93%	304.91	21.80	7.15%	9.32	0.75	8.02%
4	福州鹭燕医药有限公司	福建省肿瘤医院、福建医科大学附属第一医院、福建医科大学附属协和医院	903.71	25.08	2.78%	692.89	156.99	22.66%	2.55	-	-
5	静御前贸易(上海)有限公司	昆明贝泰妮生物科技有限公司、广州励斐力贸易有限公司	653.34	0	0%	-	-	-	-	-	-

注：上述经销商为公司整形美容与创面护理产品的前五大经销商。由于部分经销商采购内容包含本公司销售的其他类别产品，上表中采购金额反映了经销商采购本公司各类产品整体情况。采购金额系公司对该经销商的销售收入，期末库存系根据经销商终端销售确认函取得。

3、骨科产品

报告期内，公司骨科产品主要经销商最终销售情况如下表所示：

序号	客户名称	主要终端	2018年			2017年			2016年		
			采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比
1	河北恒泰医药 有限责任公司	河北医科大学第三医院、 石家庄市第三医院、河北 医科大学第二医院	1,341.04	166.40	12.41%	844.78	135.82	16.08%	1,045.64	83.20	7.96%
2	北京博瑞祥成 医学科技有限 公司	北京大学第一医院、北京 大学人民医院、中国中医 科学院广安门医院	1,091.88	258.25	23.65%	1,600.12	427.18	26.70%	604.27	208.74	34.54%
3	江西一心医药 有限公司	杨浦区中医医院、上海市 杨浦区老年医院、杨浦区 市东医院、上海邮电医院	1,151.66	110.17	9.57%	1,524.48	39.24	2.57%	211.64	28.36	13.40%
4	河南省医药有 限公司	郑州市第二人民医院，河 南省人民医院，郑州大学 第一附属医院	860.79	48.13	5.59%	596.00	25.80	4.33%	274.74	37.61	13.69%
5	北京康琪璐科 技发展有限公 司	北京医院、北京医科大学 附属北京朝阳医院、北京 中医院大学附属东方医院	811.65	194.17	23.92%	411.17	-	-	-	-	-

注：上述经销商为公司骨科产品的前五大经销商。由于部分经销商采购内容包含本公司销售的其他类别产品，上表中采购金额反映了经销商采购本公司各类产品整体情况。采购金额系公司对该经销商的销售收入，期末库存系根据经销商终端销售确认函取得。

4、防粘连与止血产品

报告期内，公司防粘连与止血产品主要经销商最终销售情况如下表所示：

序号	客户名称	主要终端医院	2018年			2017年			2016年		
			采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比	采购金额 (万元)	期末库存 (万元)	占比
1	上海森埃医疗器械有限公司	杭州市妇产科医院、浙江大学医学院附属妇产科医院	873.69	168.16	19.25%	959.61	79.11	8.24%	430.64	4.48	1.04%
2	河北亚信医疗器械有限公司	河北医科大学第二医院、河北医科大学第四医院、河北医科大学第一医院、沧州市中心医院	976.75	85.31	8.73%	464.40	32.98	7.10%	582.04	77.40	13.30%
3	河南省厚泽药业有限公司	郑州大学第一附属医院、河南省人民医院	659.23	48.94	7.42%	-	-	-	-	-	-
4	安徽海华医疗科技有限公司	南方医科大学第五附属医院、中山大学附属第五医院、中山市人民医院、蚌埠市第一人民医院	505.44	129.92	25.70%	15.25	-	-	-	-	-
5	河南加速度医药科技发展有限公司	中国人民解放军第一五三中心医院、长葛市人民医院、睢县中医院、周口市中心医院、邓州市中心医院	469.44	115.90	24.69%	515.68	129.99	25.21%	563.89	125.41	22.24%

注：上述经销商为公司防粘连与止血产品的前五大经销商。由于部分经销商采购内容包含本公司销售的其他类别产品，上表中采购金额反映了经销商采购本公司各类产品整体情况。采购金额系公司对该经销商的销售收入，期末库存系根据经销商终端销售确认函取得。

(五) 补充披露发行人的每款医用产品是否可追索，以及获得重复客户的情况

1、补充披露发行人的每款医用产品是否可追索

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、质量控制情况”之“(一) 质量控制标准和措施”之“2、质量控制措施”部分补充披露如下：

公司设立了符合医疗器械经营质量管理要求的计算机信息管理系统，以保证对医疗器械产品生产、出入库、销售过程的追索。同时，公司要求经销商根据《医疗器械经营监督管理办法》建立并执行进货查验制度和销售记录制度，购进、贮存、销售等记录应当符合可追溯的要求。

根据《国家药监局关于药品信息化追溯体系建设的指导意见》等相关法律法规，公司为其药品类产品玻璃酸钠和外用重组人表皮生长因子编制电子监管码，并使用第三方技术系统进行追溯。

公司建立并执行相关追溯制度是为了在出现客户投诉和不合格产品时，可追溯到原材料的批号及来源、生产批次记录和产品销售场所，确保相关可能存在质量问题的产品可召回、责任可追究。公司虽然要求经销商保存相关分销记录，但在日常经营中并不会要求经销商提供，仅会根据需要做一定抽查。

2、发行人获得重复客户的情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品基本情况”之“(三) 公司主要经营模式分析”之“4、销售模式”部分补充披露如下：

公司凭借产品线组合优势、稳定的产品质量和优质的品牌建立了广泛的客户基础，并与其中较多的大客户保持了超过 3 年以上良好的合作关系。报告期内，公司获得较大比例的重复客户。发行人重复客户于报告期内各年的销售收入情况如下表列示：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
重复客户产生的主营业务收入	128,459.83	129,023.16	76,787.34
主营业务收入	155,569.54	135,302.70	85,862.29

占比	82.57%	95.36%	89.43%
----	--------	--------	--------

注：重复客户是指报告期三年至少有两年有销售的客户

2016年、2017年及2018年，发行人重复客户产生的主营业务收入占比分别为89.43%、95.36%及82.57%，维持在较高水平。2018年占比相对较低的原因主要是发行人继续开发新的客户所致。

（六）补充披露报告期内发行人的医用产品是否存在质量纠纷、是否存在退货情形，说明发行人对曾经出现纠纷的医院及相关经销商的后续销售情况

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“六、质量控制情况”部分补充披露如下：

（二）质量纠纷情况

.....

上述两起质量问题涉及的产品在召回事件后的生产及销售均正常，相关公司亦未受到重大行政处罚，故其存货不存在引起减值的事项，无需对此计提特别存货跌价准备及预计负债。

截至本招股说明书签署之日，公司上述产品质量抽检不合格未造成产品事故或引致重大纠纷，上述产品召回未对公司正常生产经营产生重大不利影响。

除上述已披露的情况外，报告期内，公司生产的药品、医疗器械及其他产品未发生产品质量纠纷，亦不存在因公司产品质量问题而导致的医疗事故或医疗纠纷，不存在因质量纠纷影响后续销售的情形。

（三）报告期内退货情况

报告期内，公司的退货情况如下：

单位：万元

项目	2018年	2017年	2016年
退货金额	1,206.24	1,790.63	841.71
营业收入	155,845.27	135,444.75	86,121.23
占比	0.77%	1.32%	0.98%

公司发生退货的主要原因包括：（1）客户没有意愿销售公司产品或由于产品和/或规格未能进入新的招标范围，从而导致产品和/或经销的规格不能在当

地销售，公司为避免其抛售产品、冲击其他经销商授权经营的医疗机构、影响产品市场定价，或者影响中标产品/规格的供应会根据客户的实际情况允许其进行退货；（2）产品运输过程中，因包装破损导致的客户拒收产品形成的零星退货。退回产品按照国家相应的法规在经过质量检验后重新入库，进入销售渠道。

【发行人说明事项】

（一）发行人各主要产品对应的主要医院情况，发行人对经销商相关价格之间的差异

发行人主要产品对应的主要医院如下：

治疗领域	主要产品名称	对应的主要医院
眼科产品	人工晶状体	首都医科大学附属北京同仁医院、中山大学中山眼科中心、上海交通大学医学院附属仁济医院、上海交通大学医学院附属瑞金医院、北京大学第三医院、爱尔眼科医院集团股份有限公司、华夏眼科医院集团股份有限公司等
	眼科粘弹剂	爱尔眼科医院集团股份有限公司、浙江大学医学院附属第二医院、上海第一人民医院、中山大学中山眼科中心、山东省眼科研究所、温州医科大学附属眼视光医院、首都医科大学附属北京天坛医院等
整形美容与创面护理产品	玻尿酸	美莱医疗美容医院（集团）、艺星医学美容医院（集团）、爱思特医疗美容医院（集团）、华美医疗美容医院（集团）、美立方医疗美容医院（集团）、华韩医疗美容医院（集团）、伊美尔医疗美容医院（集团）等
	重组人表皮生长因子	福建医科大学附属第一医院、南方医科大学南方医院、哈尔滨医科大学附属第一医院、中南大学湘雅医院、上海长征医院、浙江大学医学院附属第一医院、浙江大学医学院附属邵逸夫医院等
骨科产品	玻璃酸钠注射液	解放军三〇六医院、中国中医科学院望京医院、解放军四五八医院、深圳市人民医院、郑州市骨科医院、南京军区南京总医院、浙江大学医学院附属第一医院等
	医用几丁糖（关节腔内注射用）	北京朝阳医院、中日友好医院、北京医院、体育总局医院、上海市第六人民医院、广州红十字会医院、上海市徐汇区中心医院等
防粘连及止血产品	医用几丁糖（防粘连用）	北京协和医院、首都医科大学附属北京同仁医院、浙江大学医学院附属邵逸夫医院、湖南省肿瘤医院、重庆医科大学附属第一医院、上海东方肝胆外科医院、上海市第六人民医院、上海长征医院、上海市第一妇婴保健院、郑州大学第一附属医院、中国医科大学附属盛京医院等

治疗领域	主要产品名称	对应的主要医院
	医用透明质酸钠凝胶	中国医学科学院肿瘤医院、北京市妇产科医院、上海市第一人民医院、上海国际和平妇幼保健院、复旦大学附属妇产科医院、浙江大学医学院附属邵逸夫医院、浙江省肿瘤医院、浙江省人民医院、苏州大学附属第一医院等
	胶原蛋白海绵	北京市积水潭医院、北京市中医院、北京大学附属人民医院、中国人民解放军空军大学附属医院、新疆军区总医院、复旦大学附属华山医院、上海市同济医院、浙江省人民医院等

根据《中华人民共和国药品管理法》的规定，药品生产企业、药品经营企业、医疗机构必须从具有药品生产、经营资格的企业购进药品。根据《药品经营质量管理规范》的规定，企业应当将药品销售给合法的购货单位。目前，公立医院一般都指定具有药品经营资格的药品商业公司比如中国医药集团有限公司、上海医药集团股份有限公司、九州通医药集团股份有限公司等为其配送和结算药品。故发行人对医院的药品销售均采用配送商模式，对各配送商的药品销售价格依据所在地区的中标价格确定。民营医院由于采购规模较小，包括发行人在内的药品生产企业一般也不与其发生直接的销售业务，而是要求其从上述商业公司采购，保持药品价格的一致性。

根据《医疗器械生产质量管理规范》的规定，直接销售自产产品或者选择医疗器械经营企业，应当符合医疗器械相关法规和规范要求。根据《医疗器械经营质量管理规范》的规定，从事医疗器械批发业务的企业，应当将医疗器械批发销售给合法的购货者。目前，医疗器械的招标和配送暂未像药品招标和配送一样严格，包括发行人在内的医疗器械生产企业对医院的医疗器械产品销售存在直销或者配送商两种模式，医疗器械产品的销售价格参考所在地区的中标价格与医院或其指定的配送商协商确定。

而经销模式业务，发行人向经销商销售药品和医疗器械产品的定价一般低于对配送商或医院的销售价格，主要原因是经销商销售公司产品时需要承担终端客户的开发和拓展。

（二）发行人报告期内对医院的推广策略， 售价方面是否低于同行业公司； 补充披露发行人报告期内对 2018 年主要新增医院、 收入增长较快的医院的相关 医生的培训方案， 培训过程， 和接触时间

1、 发行人报告期内对医院的推广策略

报告期内， 公司积极参加中华医学会、 中国医师协会召开的各类全国性及 省市级专业会议， 并通过召开学术研讨会、 卫星会、 座谈会、 科内会等形式， 通过公司医学部人员向医院、 医生介绍公司产品特点及竞争优势， 使相关科室 医生能更深入地了解公司产品的特性和功效， 以提升公司品牌在医生群体中的 知名度。

2、 发行人产品售价与同行业公司比较

报告期内， 发行人玻璃酸钠注射液产品销售单价较同行业可比公司销售单 价较高， 主要是由于销售产品规格结构差异； 发行人玻尿酸产品销售单价较同 行业可比公司销售单价与同行业可比公司相比较不存在重大差异， 具体情况如 下：

单位： 元/支

产品	公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度	
玻尿酸	昊海生科	285.35	290.55	288.00	
	其中：海薇 1 ml（主要规格）	313.04	334.05	360.06	
	华熙生物 ¹	266.95	398.06	425.85	
	爱美客 ²	注射用修饰透明质酸钠凝胶（爱芙莱）	300.52	310.41	368.01
		注射用透明质酸钠复合溶液（嗨体）	315.63	285.01	-
玻璃酸钠注射液	昊海生科	64.67	65.21	67.78	
	华熙生物	45.88	35.83	30.68	

数据来源： 同行业可比公司招股说明书及公开披露文件。

注1： 华熙生物玻尿酸产品单价仅包括其境内销售产品（不含0.5ml规格产品） 单价；

注2： 爱美客产品仅包含产品成份与发行人较为类似的玻尿酸产品。

除上述披露情况外， 发行人其他产品销售单价的同行业可比数据较难从公 开渠道取得。

3、发行人 2018 年主要新增医院的相关医生培训情况

序号	新增医院	医生培训方案	培训过程	首次开展业务时间
1	中国医科大学附属盛京医院	培训范围：妇产科医生及护士 培训内容：防粘连产品知识、防粘连相关共识解读 培训讲师：公司市场部员工	2018 年开展 2 次培训，共培训 30 人次左右	2018 年 8 月份建立联系
2	成都武侯爱美蒂亚医疗美容门诊部有限公司	培训范围：全院培训 培训内容：海薇产品知识 培训讲师：公司销售部员工	2018 年开展 1 次培训，共培训 100 人次左右	2018 年 5 月份建立联系
3	田家庵区美橙医疗美容门诊部	培训范围：全院培训 培训内容：海薇产品知识，在面部的应用 培训讲师：公司销售部员工	2018 年开展 3 次培训，共培训 90 人次左右	2018 年 3 月份建立联系
4	杭州恒颜健康管理咨询有限公司余杭南苑世纪大道医疗美容诊所	培训范围：全院培训 培训内容：海薇产品知识 培训讲师：公司销售部员工	2018 年开展 3 次培训，共培训 60 人次左右	2018 年 6 月份建立联系
5	联合丽格（北京）医疗美容投资连锁有限公司	培训范围：院长，医生，咨询师 培训内容：海薇、姣兰等全系产品介绍 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年开展 2 次培训，共培训 100 人次左右	2018 年 8 月份建立联系

4、发行人 2018 年收入增长较快医院的相关医生培训情况

序号	新增医院	医生培训方案	培训过程	首次开展业务时间
1	上海市第六人民医院	培训范围：妇产科、骨科、眼科医生和护士 培训内容：防粘连、骨科产品知识、防粘连相关共识解读等；人工晶状体产品介绍、手术装载演示等 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年度开展培训 6 次，共培训 145 人次左右	2013 年 7 月建立联系
2	爱尔眼科医院集团股份有限公司	培训范围：眼科医生、护士 培训内容：人工晶状体产品介绍、人工晶体手术装载演示等； 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年度开展培训 50 次，共培训 750 人次左右	2009 年 12 月份建立联系
3	中山大学中山眼科中心	培训范围：手术室医生、护士 培训内容：人工晶体产品介绍、人工晶体手术装载；眼舒康产品培训及常见问题解答 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年度开展培训 5 次，共培训 30 人次左右	2017 年 6 月份建立联系
4	上海康汝医疗器械有限公司 注	培训范围：美莱及华美连锁机构全院培训 培训内容：全系列玻尿酸医美产品培	2018 年开展 95 次培训，共培训 1500	2015 年 5 月份建立联系

序号	新增医院	医生培训方案	培训过程	首次开展业务时间
		训；姣兰面部无创四部测量法培训等 培训讲师：公司市场部及销售部员工	人次左右	
5	南京维多利亚美容门诊部有限公司	培训范围：全院培训 培训内容：玻尿酸产品知识、咨询技巧、美学评估 培训讲师：公司市场部及销售部员工	2018 年开展 8 次培训，共培训 240 人次左右	2017 年 12 月份建立联系

注：上海康汝医疗器械有限公司系美莱集团采购中心

(三) 对于 II、III 级以上的各类医疗产品，区分民营医院、公立医院和经销商，说明相关产品的最终销售金额和主要客户；说明相关民营医院是否具有相关医疗资质

1、眼科

(1) 民营医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的眼科产品前五名民营医院客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入的比例
2018 年度	爱尔眼科医院集团股份有限公司	人工晶状体、眼科粘弹剂等	4,855.75	7.22%
	驻马店眼科医院	人工晶状体	116.36	0.17%
	青岛华夏眼科医院有限公司	人工晶状体等	103.58	0.15%
	成都美睦医疗科技有限公司	眼科粘弹剂等	75.78	0.11%
	吉安市康明眼科医院	人工晶状体等	55.01	0.08%
	合计		5,206.48	7.74%
2017 年度	爱尔眼科医院集团股份有限公司	人工晶状体、眼科粘弹剂等	3,614.93	6.57%
	北京远程视界眼科医院管理有限公司	人工晶状体、眼科粘弹剂等	409.06	0.74%
	海南爱尔新希望眼科医院有限公司	人工晶状体	213.95	0.39%
	恩平爱尔新希望眼耳鼻喉医院有限公司	人工晶状体	94.42	0.17%
	青岛华夏眼科医院有限公司	人工晶状体等	70.23	0.13%
	合计		4,402.58	8.00%
2016 年度	北京远程视界眼科医院管理有限公司	人工晶状体、眼科粘弹剂等	379.15	3.13%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入的比例
	爱尔眼科医院集团股份有限公司	人工晶状体、眼科粘弹剂等	336.71	2.78%
	青岛华夏眼科医院有限公司	人工晶状体等	25.18	0.21%
	成都青羊春芽医疗美容门诊部有限公司	眼科粘弹剂	20.21	0.17%
	临邑洛北医院	眼科粘弹剂	16.41	0.14%
	合计		777.66	6.42%

(2) 公立医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的眼科产品前五名公立医院（包括直接销售至公立医院及通过配送商销售至公立医院）客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入的比例
2018 年度	首都医科大学附属北京同仁医院	人工晶状体	5,945.60	8.84%
	西安九州通晶明医疗器械有限责任公司	人工晶状体、眼科粘弹剂等	2,245.29	3.34%
	中山大学中山眼科中心	人工晶状体、眼科粘弹剂	573.06	0.85%
	五莲县残疾人联合会	眼科粘弹剂	525.73	0.78%
	中国人民解放军总医院海南分院	人工晶状体	314.52	0.47%
	合计		9,604.20	14.27%
2017 年度	首都医科大学附属北京同仁医院	人工晶状体	6,019.23	10.94%
	西安九州通晶明医疗器械有限责任公司	人工晶状体、眼科粘弹剂	766.52	1.39%
	五莲县残疾人联合会	眼科粘弹剂	310.68	0.56%
	上海交通大学医学院附属仁济医院	人工晶状体	278.50	0.51%
	中山大学中山眼科中心	人工晶状体、眼科粘弹剂	270.14	0.49%
	合计		7,645.06	13.89%
2016 年度	首都医科大学附属北京同仁医院	人工晶状体	644.46	5.32%
	沈阳市第四人民医院	润眼液	180.78	1.49%
	北京大学第三医院	人工晶状体	125.19	1.03%
	山东省眼科研究所	眼科粘弹剂	98.25	0.81%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入的比例
	浙江大学医学院附属第二医院	眼科粘弹剂	81.70	0.67%
	合计		1,130.38	9.33%

(3) 经销商

2016年度、2017年度、2018年度，公司眼科II、III级以上的产品前五名经销商客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占眼科收入的比例
2018年度	耀昌国际贸易有限公司	人工晶状体	6,104.48	9.07%
	深圳清清视界眼科产品有限公司	人工晶状体等	1,728.40	2.57%
	成都金纬医疗科技有限公司	人工晶状体、眼科粘弹剂等	1,612.48	2.40%
	泗洪县帝一医疗器械有限公司	眼科粘弹剂	1,214.33	1.80%
	苏州博雅医疗器械有限公司	人工晶状体、眼科粘弹剂	730.85	1.09%
	合计		11,390.54	16.93%
2017年度	耀昌国际贸易有限公司	人工晶状体	6,749.21	12.26%
	深圳清清视界眼科产品有限公司	人工晶状体等	2,306.11	4.19%
	上海兴靓医疗器械有限公司	人工晶状体、眼科粘弹剂	1,854.27	3.37%
	成都金纬医疗科技有限公司	人工晶状体等	1,249.13	2.27%
	陕西晶明医疗器械有限责任公司	人工晶状体、眼科粘弹剂	1,032.68	1.88%
	合计		13,191.39	23.97%
2016年度	泰兴市爱博医疗器械有限公司	眼科粘弹剂	1,160.19	9.58%
	北京千福恒业医疗器械有限责任公司	人工晶状体、眼科粘弹剂	638.80	5.27%
	深圳清清视界眼科产品有限公司	人工晶状体等	567.87	4.69%
	江苏日月明医疗器材有限公司	眼科粘弹剂、人工晶状体	471.61	3.89%
	陕西晶明医疗器械有限责任公司	人工晶状体、眼科粘弹剂等	271.69	2.24%
	合计		3,110.16	25.68%

注：上表中销售收入仅反映了公司向经销商销售眼科产品的情况。

2、整形美容与创面护理

(1) 民营医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的整形美容与创面护理产品前五名民营医院客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容与创面护理收入的比例
2018 年度	上海康汝医疗器械有限公司	玻尿酸	2,900.31	8.56%
	成都武侯爱美蒂亚医疗美容门诊部有限公司	玻尿酸	649.94	1.92%
	杭州祯爱医疗美容门诊部有限公司	玻尿酸	553.82	1.63%
	上海玫瑰医疗美容医院有限公司	玻尿酸	414.32	1.22%
	杭州恒颜健康管理咨询有限公司余杭南苑世纪大道医疗美容诊所	玻尿酸	402.91	1.19%
	合计		4,921.30	14.53%
2017 年度	上海康汝医疗器械有限公司	玻尿酸	1,656.50	5.37%
	杭州祯爱医疗美容门诊有限公司	玻尿酸	815.53	2.64%
	合肥壹尚医疗器械有限公司	玻尿酸	576.92	1.87%
	长沙爱思特医疗美容有限公司	玻尿酸	419.81	1.36%
	上海玫瑰医疗美容医院有限公司	玻尿酸	302.06	0.98%
	合计		3,770.82	12.23%
2016 年度	合肥壹尚医疗器械有限公司	玻尿酸	583.01	2.57%
	长沙美莱医疗美容医院有限公司	玻尿酸	395.34	1.74%
	南京连天美医院有限公司	玻尿酸	380.58	1.68%
	长沙爱思特医疗美容有限公司	玻尿酸	358.06	1.58%
	四川西婵泛亚整形美容医院有限公司	玻尿酸	240.78	1.06%
	合计		1,957.77	8.62%

注 1：上海康汝医疗器械有限公司系美莱集团采购中心

注 2：合肥壹尚医疗器械有限公司系壹加壹医疗美容连锁医院的采购中心

(2) 公立医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的整形

美容与创面护理产品前五名公立医院（包括直接销售至公立医院及通过配送商销售至公立医院）客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容与创面护理收入的比例
2018 年度	中国医药集团有限公司	外用重组人表皮生长因子	372.30	1.10%
	上海医药集团股份有限公司	外用重组人表皮生长因子	225.94	0.67%
	江苏省医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	183.32	0.54%
	陆军军医大学第一附属医院	玻尿酸	33.98	0.10%
	九州通医药集团股份有限公司	外用重组人表皮生长因子	31.85	0.09%
	合计		847.40	2.50%
2017 年度	上海医药集团股份有限公司	外用重组人表皮生长因子	198.11	0.64%
	江苏省医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	160.33	0.52%
	中国医药集团有限公司	外用重组人表皮生长因子	136.10	0.44%
	第三军医大学第一附属医院	玻尿酸	37.38	0.12%
	昆明医科大学第一附属医院	玻尿酸	16.89	0.05%
	合计		548.81	1.78%
2016 年度	第三军医大学第一附属医院	玻尿酸	135.92	0.60%
	上海医药集团股份有限公司	外用重组人表皮生长因子	132.10	0.58%
	江苏省医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	124.94	0.55%
	中国医药集团有限公司	外用重组人表皮生长因子	35.24	0.16%
	昆明医科大学第一附属医院	玻尿酸	22.14	0.10%
	合计		450.34	1.98%

(3) 经销商

2016年度、2017年度、2018年度，公司II、III级以上的整形美容与创面护理产品前五名经销商客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容与创面护理收入的比例
2018 年度	广州市艾一生物科技有限公司	玻尿酸	1,769.90	5.22%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占整形美容与创面护理收入的比例
	浙江英特药业有限责任公司	外用重组人表皮生长因子	1,064.80	3.14%
	湖南识捷生物科技有限公司	玻尿酸	973.69	2.87%
	福州鹭燕医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	899.67	2.66%
	哈尔滨日润商贸有限公司	玻尿酸	542.21	1.60%
	合计		5,250.28	15.50%
2017年度	广州市艾一生物科技有限公司	玻尿酸	2,063.41	6.69%
	杭州伊佳生物科技有限公司	玻尿酸	1,941.77	6.30%
	武汉博瑞康商贸有限公司	玻尿酸	861.04	2.79%
	河南善臻医疗器械有限公司	玻尿酸	704.51	2.28%
	福州鹭燕医药有限公司	外用重组人表皮生长因子	689.46	2.24%
	合计		6,260.19	20.30%
2016年度	广州市艾一生物科技有限公司	玻尿酸	1,481.36	6.52%
	北京创丽科技有限公司	玻尿酸	1,185.24	5.22%
	南京华东医药有限责任公司	玻尿酸	924.85	4.07%
	上海亚孟实业有限公司	玻尿酸	758.83	3.34%
	北京丽博行科技发展有限公司	玻尿酸	627.18	2.76%
	合计		4,977.48	21.92%

注：上表中销售收入仅反映了公司向经销商销售整形美容与创面护理产品的情况。

3、骨科

(1) 民营医院

2016年度、2017年度、2018年度，公司直销模式下II、III级以上的骨科产品前五名民营医院客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入的比例
2018年度	上海开元骨科医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	397.84	1.32%
	公惠医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	295.48	0.98%
	上海江东医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	69.52	0.23%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入的比例
	君康综合医院（上海）有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	13.24	0.04%
	上海航道医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	11.57	0.04%
	合计		787.66	2.62%
2017年度	上海开元骨科医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	535.55	2.00%
	公惠医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	170.19	0.64%
	上海江东医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	109.25	0.41%
	上海怀德护理院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	47.86	0.18%
	天津河东钟山医院	玻璃酸钠注射液	21.65	0.08%
	合计		884.51	3.30%
2016年度	上海开元骨科医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	422.64	1.46%
	公惠医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	167.24	0.58%
	上海江东医院有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	23.17	0.08%
	上海怀德护理院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	8.25	0.03%
	武义谢氏骨伤医院	玻璃酸钠注射液	7.05	0.02%
	合计		628.36	2.17%

(2) 公立医院

2016年度、2017年度、2018年度，公司直销模式下II、III级以上的骨科产品前五名公立医院（包括直接销售至公立医院及通过配送商销售至公立医院）客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入的比例
2018年度	中国医药集团有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	3,639.55	12.10%
	上海医药集团股份有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,276.84	4.24%
	上海市徐汇区中心医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	671.30	2.23%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入的比例
	华东医药股份有限公司	玻璃酸钠注射液	389.09	1.29%
	上海市第六人民医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	341.17	1.13%
	合计		6,317.95	21.00%
2017年度	中国医药集团有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	2,778.43	10.38%
	上海医药集团股份有限公司	玻璃酸钠注射液	1,048.02	3.91%
	上海市徐汇区中心医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	659.21	2.46%
	华东医药股份有限公司	玻璃酸钠注射液	473.61	1.77%
	上海市普陀区曹杨街道社区卫生服务中心	医用几丁糖（关节腔内注射用）	237.24	0.89%
	合计		5,196.51	19.41%
2016年度	中国医药集团有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	2,452.79	8.46%
	上海医药集团股份有限公司	玻璃酸钠注射液	1,214.37	4.19%
	上海市徐汇区中心医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	577.56	1.99%
	华东医药股份有限公司	玻璃酸钠注射液	465.00	1.60%
	上海龙华医院	医用几丁糖（关节腔内注射用）	360.31	1.24%
	合计		5,070.03	17.50%

(3) 经销商

2016年度、2017年度、2018年度，公司骨科产品前五名经销商客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入的比例
2018年度	河北恒泰医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	1,302.86	4.33%
	北京博瑞祥成医学科技有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,003.56	3.34%
	江西一心医药有限公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	846.68	2.81%
	河南省医药有限公司	玻璃酸钠注射液	828.71	2.75%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占骨科收入的比例
	北京康琪璐科技发展有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	811.65	2.70%
	合计		4,793.46	15.93%
2017年度	北京博瑞祥成医学科技有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,526.98	5.70%
	江西一心医药有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,149.80	4.29%
	安徽阜阳新特药业有限责任公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	941.76	3.52%
	河北恒泰医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	837.99	3.13%
	河南省迪康医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	803.85	3.00%
	合计		5,260.38	19.65%
2016年度	上海善水实业有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,594.27	5.50%
	安徽阜阳新特药业有限责任公司	玻璃酸钠注射液、医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,239.13	4.28%
	延古堂（北京）科技发展有限公司	医用几丁糖（关节腔内注射用）	1,107.77	3.82%
	河北恒泰医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	1,044.62	3.60%
	重庆易美医药有限责任公司	玻璃酸钠注射液	955.41	3.30%
	合计		5,941.19	20.50%

注：上表中销售收入仅反映了公司向经销商销售骨科产品的情况。

4、防粘连及止血

(1) 民营医院

2016年度、2017年度、2018年度，公司直销模式下II、III级以上的防粘连及止血产品前五名民营医院客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连及止血收入的比例
2018年度	如皋博爱医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	83.18	0.41%
	上海康汝医疗器械有限公司	透明质酸钠凝胶	80.51	0.40%
	无锡虹桥医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	48.54	0.24%
	郑州圣玛妇产医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	44.68	0.22%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连及止血收入的比例
	南通长城医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	41.50	0.21%
	合计		298.42	1.48%
2017年度	沈阳东方菁华医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	191.42	0.90%
	如皋博爱医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	75.84	0.36%
	南通长城医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	66.41	0.31%
	成都美睦医疗科技有限公司	医用透明质酸钠凝胶	40.04	0.19%
	无锡虹桥医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	34.95	0.16%
	合计		408.66	1.93%
2016年度	沈阳东方菁华医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	124.29	0.58%
	南通长城医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	74.71	0.35%
	无锡虹桥医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	33.98	0.16%
	如皋博爱医院有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	32.29	0.15%
	上海杨思医院	医用胶原蛋白海绵	8.06	0.04%
	合计		273.34	1.28%

注 1：上海康汝医疗器械有限公司系美莱集团采购中心

(2) 公立医院

2016 年度、2017 年度、2018 年度，公司直销模式下 II、III 级以上的防粘连及止血产品前五名公立医院（包括直接销售至公立医院及通过配送商销售至公立医院）客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连及止血收入的比例
2018年度	湖南省肿瘤医院	医用几丁糖（防粘连用）	539.35	2.68%
	中国医科大学附属盛京医院	医用几丁糖（防粘连用）	380.79	1.89%
	重庆医科大学附属第一医院	医用几丁糖（防粘连用）	349.43	1.74%
	复旦大学附属华山医院	医用几丁糖（防粘连用）、医用胶原蛋白海绵	230.07	1.14%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连及止血收入的比例
	中国人民解放军联勤保障部队第九〇九医院	医用几丁糖（防粘连用）、医用胶原蛋白海绵	224.91	1.12%
	合计		1,724.54	8.57%
2017年度	重庆医科大学附属第一医院	医用几丁糖（防粘连用）	601.34	2.84%
	湖南省肿瘤医院	医用几丁糖（防粘连用）	556.42	2.62%
	广西医科大学第一附属医院	医用几丁糖（防粘连用）	441.00	2.08%
	首都医科大学附属北京同仁医院	医用几丁糖（防粘连用）	267.37	1.26%
	中国医药集团有限公司	医用几丁糖（防粘连用）、医用胶原蛋白海绵	259.79	1.22%
	合计		2,125.92	10.02%
2016年度	湖南省肿瘤医院	医用几丁糖（防粘连用）	535.93	2.52%
	广西医科大学第一附属医院	医用几丁糖（防粘连用）	461.12	2.17%
	复旦大学附属华山医院	医用胶原蛋白海绵、医用几丁糖（防粘连用）	381.89	1.79%
	首都医科大学附属北京同仁医院	医用几丁糖（防粘连用）	243.80	1.14%
	中国人民解放军第一七五医院（原福建漳州175医院）	医用几丁糖（防粘连用）、医用胶原蛋白海绵	198.40	0.93%
	合计		1,821.14	8.55%

(3) 经销商

2016年度、2017年度、2018年度，公司II、III级以上的防粘连及止血产品前五名经销商客户销售收入如下表所示：

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连及止血收入的比例
2018年度	上海森埃医疗器械有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	840.00	4.17%
	河北亚信医疗器械有限公司	医用几丁糖（防粘连用）、医用透明质酸钠凝胶、医用胶原蛋白海绵	761.14	3.78%
	河南省厚泽药业有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	654.86	3.25%

年度	客户名称	销售内容	销售收入 (万元)	占防粘连及止血收入的比例
	河南加速度医药科技发展有限公司	医用透明质酸钠凝胶、医用胶原蛋白海绵	469.44	2.33%
	安徽海华医疗科技有限公司	医用几丁糖（防粘连用）、医用透明质酸钠凝胶、医用胶原蛋白海绵	462.76	2.30%
	合计		3,188.20	15.84%
2017年度	上海森埃医疗器械有限公司	医用几丁糖（防粘连用）	923.24	4.35%
	上海吉首贸易商行	医用胶原蛋白海绵	590.28	2.78%
	深圳市德远生物科技有限公司	医用透明质酸钠凝胶	556.15	2.62%
	河南加速度医药科技发展有限公司	医用透明质酸钠凝胶	515.68	2.43%
	南昌荣轩科技有限公司	医用几丁糖（防粘连用）、医用透明质酸钠凝胶、医用胶原蛋白海绵	449.72	2.12%
	合计		3,035.07	14.31%
2016年度	河南省新华药业有限公司	医用几丁糖（防粘连用）、医用透明质酸钠凝胶（防粘连用）	777.62	3.65%
	上海裕喜实业有限公司	医用胶原蛋白海绵、医用透明质酸钠凝胶、医用几丁糖	672.90	3.16%
	重庆润源医疗器械有限公司	医用几丁糖（防粘连用）、医用胶原蛋白海绵、医用透明质酸钠凝胶	581.98	2.73%
	河南加速度医药科技发展有限公司	医用透明质酸钠凝胶	563.89	2.65%
	苏州益海邦生物科技有限公司	医用透明质酸钠凝胶、医用胶原蛋白海绵	498.90	2.34%
	合计		3,095.28	14.54%

注：上表中销售收入仅反映了公司向经销商销售防粘连及止血产品的情况。

经销模式下，公司通过经销商销售 II、III 级以上各类医疗产品，与经销商的下游经销网络或者相关医疗机构并不发生直接交易，故公司无法精确统计经销模式下的最终销售金额。

直销模式下，公司在与民营医院建立业务关系时均要求其提供《医疗执业机构许可证》和相关资质证照，对其是否具有相关医疗资质进行审核；经销模式下，公司亦要求经销商销售至具有相关资质的下游客户。报告期内，公司主要民营医院客户均具有相关医疗资质。

（四）经销商是否存在将发行人的 II、III 级产品销售至美容院等非医疗机构的情形，是否存在将相关医疗产品作为一般产品使用的情形，如是，结合目前行业监管政策，发行人是否知晓相关行为，是否配合经销商从事相关销售，相关事项是否存在违法违规情形，以及发行人可能承担的相关法律责任

报告期内，发行人及其下属子公司主要销售产品包含二类和三类医疗器械，其中，二类医疗器械主要为人工晶状体推注器、眼科手术刀、带线缝合针等产品，发行人销售上述产品与人工晶状体产品配套用于白内障手术。根据发行人与经销商签署的三类医疗器械产品经销协议以及发行人制定的《商务销售管理制度》，经销商应当将发行人的三类医疗器械产品销售至发行人授权的医院，经销商须根据相关质量体系要求，对产品进行记录控制。因此，发行人已按照相关法律法规要求就经销商销售发行人产品制定了相关管理控制规范。报告期内，发行人未发现经销商将公司的三类医疗器械产品销售至美容院等非医疗机构的情形，亦未发现将相关医疗产品作为一般产品使用的情形。

【申报会计师核查】

（一）申报会计师核查过程

针对上述事项，申报会计师执行了如下核查程序：

- （1）了解发行人各主要产品对应的主要医院情况，核对发行人药品和医疗器械各细分类别产品对民营医院和公立医院的收入占比，分析其合理性；
- （2）获得经销商确认函，检查经销商报告期采购额和期末库存情况；
- （3）检查报告期内发行人的医用产品是否存在退货情形，检查退货金额；
- （4）分析发行人对医院和经销商销售价格差异原因；
- （5）取得发行人分产品和客户的收入构成明细表，执行相对应的核查程序，

包括抽取样本对该部分收入执行细节测试，核对账面收入、物流单据及销售发票等原始单据等，并查阅相关销售合同/订单，以及执行函证程序。


（二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人药品和医疗器械各细分类别产品对民营医院和公立医院的收入占比分析具有合理性；根据我们执行的核查程序，发行人报告期内经销收入真实，经销商终端销售情况无异常；发行人的医用产品的退货情况，与我们了解到的基本情况基本一致；发行人补充披露的相关产品的最终销售金额和主要客户，与我们了解的情况基本一致。

(本页无正文，为安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）《关于上海昊海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二轮审核问询函的回复说明》之签署页。)




中国注册会计师：汪 阳




中国注册会计师：鲍小刚

中国 北京

2019年 5月 27日