

关于南京麦澜德医疗科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市  
申请文件的审核问询函的回复

【天衡专字(2022)00558号】



0000202203006743

报告文号：天衡专字[2022]00558号

天衡会计师事务所（特殊普通合伙）

**关于南京麦澜德医疗科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
审核问询函的回复**

天衡专字(2022)00558 号

上海证券交易所：

根据贵所于 2021 年 7 月 20 日出具的《关于南京麦澜德医疗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审核问询函》（上证科审（审核（2021）436 号）（以下简称“《问询函》”）的要求，天衡会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“本所”或“申报会计师”）作为南京麦澜德医疗科技股份有限公司（以下简称“公司”或“发行人”）的申报会计师对问询函中涉及申报会计师的相关问题认真进行了逐项落实，现回复如下：

#### 4.关于收入

4.1 根据招股说明书，公司实行“经销为主、直销为辅”的销售模式。发行人的收入确认政策具体如下：对于需要安装的商品，公司以终端客户验收清单签署时作为控制权转移时点并确认收入；对于不需要安装的商品，公司以货物发出后，客户或客户指定的第三方签收时，作为控制权转移时点并确认收入。

请发行人说明：（1）经销商各期末库存变化及期后终端实现销售的情况；（2）经销商是否曾为发行人员工、是否同发行人及其关联方存在购销关系以外的特殊关系。

请申报会计师按照经销、直销模式分别说明核查程序、核查比例能否覆盖公司收入风险，并对收入是否真实、准确、完整，是否存在截止性问题发表明确核查意见。

#### 【回复】

##### （一）经销商各期末库存变化及期后终端实现销售的情况

##### 1、经销商各期末库存变化情况

报告期内，公司分别取得了 103 家、122 家及 157 家重要经销商（主要为 2019 年及 2020 年内任意一年销售额 50 万元以上的经销商，2021 年销售额 35 万元以上的经销商）的期末库存，各期库存情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
重要经销商家数	157	122	103
重要经销商各期期末库存金额（a）	818.84	682.60	726.06
重要经销商各期经销收入金额（b）	21,477.79	17,902.45	13,233.26
经销收入金额（c）	28,176.36	25,676.59	18,515.11
重要经销商各期收入占比（d=b/c）	76.23%	69.72%	71.47%
重要经销商期末库存占比（e=a/b）	3.81%	3.81%	5.49%

报告期内，公司取得期末库存的重要经销商的收入占比分别为 71.47%、69.72% 及 76.23%，期末库存占比分别为 5.49%、3.81% 及 3.81%，主要经销商采购的公司产品期末库存合理，不存在期末库存大量积压的情形。

## 2、经销商期后终端实现销售的情况

报告期内，发行人占主营业务-经销收入 75% 以上的产品均由经销商订货后直接发往终端客户，经销商一般根据终端客户订单进行采购。

### (1) 报告期内公司经销商终端客户分布情况

报告期内，发行人经销商的产品主要销往医院（包括公立和民营）、基层医疗卫生机构、专业公共卫生机构等医疗机构以及月子中心、产后恢复中心、母婴中心等专业机构。根据发行人报告期内的发货地址及终端验收单，公司统计了分别占主营业务-经销收入 80.96%、79.33% 和 81.60% 的产品的最终销售情况，具体如下：

单位：万元

终端客户类别	2021 年度		2020 年		2019 年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
医疗机构客户	19,569.89	69.45%	16,774.44	65.33%	11,463.58	61.91%
非医疗机构等客户	3,421.80	12.14%	3,593.62	14.00%	3,526.96	19.05%
合计	22,991.69	81.60%	20,368.06	79.33%	14,990.55	80.96%

报告期内，经销模式下公司产品盆底诊疗系列和产后恢复系列经销收入占主营业务-经销收入的比例分别为 65.53%、71.56% 和 63.20%，为公司经销收入的主要来源，根据发行人发货地址及终端验收单，公司统计了分别占盆底诊疗系列、产后恢复系列合计经销收入 96.38%、93.41% 和 92.03% 的产品销售的最终销售情况，具体如下：

单位：万元

终端客户类别	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
盆底诊疗系列	13,740.50	77.16%	13,998.26	76.18%	8,564.60	70.59%
产后恢复系列	2,648.98	14.87%	3,165.95	17.23%	3,129.71	25.79%
合计	16,389.47	92.03%	17,164.21	93.41%	11,694.31	96.38%

### 1) 盆底诊疗系列

终端客户类别	2021 年度				2020 年度				2019 年度			
	数量 (家)	数量 占比 (%)	金额 (万元)	金额 占比 (%)	数量 (家)	数量 占比 (%)	金额 (万元)	金额 占比 (%)	数量 (家)	数量 占比 (%)	金额 (万元)	金额 占比 (%)
医院	962	53.56	7,766.41	56.52	931	51.98	7,747.43	55.35	633	53.55	5,111.61	59.68
其中：公立医院-三甲	164	9.13	1,909.73	13.90	95	5.30	1,201.72	8.58	131	11.08	1,439.64	16.81
民营医院-三甲	9	0.50	127.91	0.93	2	0.11	66.47	0.47	3	0.25	25.82	0.30
公立医院-其他	586	32.63	4,234.77	30.82	553	30.88	4,400.70	31.44	370	31.30	2,726.18	31.83
民营医院-其他	203	11.30	1,494.00	10.87	281	15.69	2,078.56	14.85	129	10.91	919.97	10.74
专业卫生机构	281	15.65	2,695.59	19.62	306	17.09	3,023.91	21.60	240	20.30	1,630.47	19.04
基层医疗机构	539	30.01	3,209.15	23.36	531	29.65	3,077.18	21.98	296	25.04	1,749.22	20.42
其他机构	14	0.78	69.35	0.50	23	1.28	149.73	1.07	13	1.10	73.29	0.86
合计	1,796	100.00	13,740.50	100.00	1,791	100.00	13,998.26	100.00	1,182	100.00	8,564.60	100.00

注：专业卫生机构包括妇幼保健院（所），基层医疗机构包括社区卫生服务中心（站）、乡镇卫生院、诊所和医务室等。

### 2) 产后恢复系列

终端客户类别	2021 年度				2020 年度				2019 年度			
	数量 (家)	数量 占比 (%)	金额 (万元)	金额 占比 (%)	数量 (家)	数量 占比 (%)	金额 (万元)	金额 占比 (%)	数量 (家)	数量 占比 (%)	金额 (万元)	金额 占比 (%)
月子中心、产后恢复中心等专业机构	<b>462</b>	<b>100</b>	<b>2,648.98</b>	<b>100</b>	524	100	3,165.95	100	484	100	3,129.71	100
合计	<b>462</b>	<b>100</b>	<b>2,648.98</b>	<b>100</b>	<b>524</b>	<b>100</b>	<b>3,165.95</b>	<b>100</b>	<b>484</b>	<b>100</b>	<b>3,129.71</b>	<b>100</b>

注：月子中心、产后恢复中心等专业机构中连锁机构按照单个门店统计。

(2) 2021 年前十大经销商期后终端实现销售的情况

2021 年前十大经销商期后终端实现销售的情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	2021 年主营业务收入	2021 年末库存金额	2021 年末库存期后销售的主要终端客户	截至 2022 年 2 月 28 日, 2021 年末库存已实现终端销售金额
1	成都元朝科技发展有限公司	1,433.81	104.24	绵阳市中医院、川北医学院附属医院、眉山市东坡区妇幼保健院、宜宾市第一人民医院、广州市第一人民医院	70.47
	成都格蕾热健康管理有限公司	92.55	4.14	四川大学华西第二医院、自贡市第四人民医院、成都市武侯区人民医院、中江县妇幼保健院、南部县妇幼保健院	3.29
	成都利安惠科技有限公司	141.49	10.42	岳池县妇幼保健院、四川省第二中医医院、宜宾市中西医结合医院、宜宾高县妇幼保健院、犍牛县人民医院	6.10
	四川澜婷科技发展有限公司	133.32	2.79	达州市通川区红十字医院、泸州杏鹤中医诊所有限公司、巴中仁和医院、德阳校泉镇卫生院、珙县大众医院	1.47
2	郑州海汇医疗设备有限公司	1,439.93	126.50	项城市第一人民医院、唐河县人民医院、商城县人民医院、周口人合医院、郑州大桥医院	68.13
	郑州海汇医疗科技有限公司	251.54	0.00		-
	河南丰沛医疗器械有限公司	48.10	0.00		-
3	河北霖厚商贸有限公司	972.96	16.64	承德市中心医院、武强县人民医院、邢台市信都区中心医院、霸州妇幼、徐水区人民医院	16.64
	河北迅伍科技有限公司	65.49	0.00		-
4	贵州鸿业智成医疗科技有限公司	677.87	22.72	遵义五院、职工医院、仁怀市中医院、红花岗区人民医院、普安县人民医院	8.94
	贵州新博朗医疗科技有限公司	163.33	1.33		-

	贵州福佑康健医疗科技有限公司	76.29	2.65	江口县中医院	2.65
5	南京乐风医疗科技有限公司	664.72	0.00		-
	安徽娅今商贸有限公司	75.39	0.00		-
	南京见康见美医院管理有限公司	62.43	0.00		-
6	南通百思得健康管理有限公司	693.32	0.00		-
7	山东顶贝医疗科技有限公司	647.24	49.97	临沂市兰山区人民医院、马站人民医院、日照市人民医院、临沂市妇幼保健院、青岛同安妇婴医院	26.57
	青岛顶贝康医疗器械有限公司	28.58	0.00		-
	青岛垚胜鑫贸易有限公司	6.20	0.00		-
8	陕西卓成医疗器械有限公司	635.27	4.66	西安交通大学、定边县妇幼保健院、西北有色医院、神木市中医院、延安市第四人民医院	4.66
	陕西优特瑞思医疗科技有限公司	32.35	0.00		-
9	山东景达医疗科技有限公司	572.23	20.90	济宁市泗水人民医院、聊城市人民医院、枣庄妇幼、淄博沂源中医院、邹城市鳧山社区卫生服务中心	3.12
10	深圳市颐安科技有限公司	531.82	51.04	深圳市龙岗中心医院、深圳市龙岗妇幼保健院、香港大学深圳医院、深圳市坪山区妇幼保健院	34.48
	合计	9,446.21	418.00		246.52

综上，截至 2022 年 2 月 28 日，公司 2021 年前十大经销商 2021 年末库存已有 58.97% 实现终端销售，未实现终端销售金额为 171.49 万元，主要为耗材及配件，占 2021 年前十大经销商主营业务收入的比例为 1.82%，占比较小。

## (二) 经销商是否曾为发行人员工、是否同发行人及其关联方存在购销关系以外的特殊关系

报告期内的经销商除麦豆健康控股股东郑伟峰曾为发行人员工、5% 以上股东外，其他经销商均不存在曾为发行人员工的情形。发行人经销商中麦豆健康 2019 年 10 月至 2020 年 12 月为发行人关联方或曾经关联方，麦澜格为公司参

股企业、关联方，其他经销商均与发行人及其关联方不存在购销关系以外的特殊关系。

### （三）申报会计师核查程序及核查意见

#### 1、核查程序

##### （1）经销模式核查程序

- 1) 访谈发行人管理层，了解发行人的销售模式及采用相关销售模式的原因；
- 2) 查阅发行人同行业可比公司招股说明书及定期报告等资料，与同行业可比公司进行销售模式比较分析；
- 3) 查阅了发行人与主要经销商签署的经销协议，了解协议中关于交付、收款等安排的条款；对照企业会计准则的相关规定，分析发行人收入确认时点及依据的合理性；
- 4) 就经销商管理等事项访谈公司销售人员，查阅发行人经销商管理相关的内控制度；
- 5) 获取发行人营业收入明细表，了解发行人报告期内经销客户和经销收入的情况；
- 6) 对发行人营业收入执行分析性复核程序，分析其变动趋势及原因；
- 7) 检查营业收入明细表、销售合同或订单、出库单、验收单、发票、银行回单等资料，以验证销售的真实性和完整性；
- 8) 对报告期各期末收入进行截止性测试，核查收入是否存在跨期现象；
- 9) 对主要经销客户及其主要终端客户执行实地走访、视频访谈等程序，以了解发行人对经销商的选取标准、日常管理、定价机制（包括营销、运输费用承担和补贴等）、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制、经销商与发行人的关联关系、对经销商的信用政策、经销商期末库存、终端客户采购和使用发行人产品的情况等信息；对主要经销商及其主要终端客户执行函证程序，以验证经销收入的真实性。

##### ①对 2021 年经销商核查情况

2021 年因受新冠肺炎疫情影响，申请会计师主要采取视频访谈和函证方式对经销收入进行核查，申报会计师主要选取了收入大于 35 万元新增经销商或随机选取部分收入小于 35 万元的新增经销商执行视频访谈,对覆盖经销收入 80%

以上的客户执行函证程序，两种方式共核查了 306 家经销商，经销收入的核查比例为 86.49%。具体核查情况如下：

项目	2021 年度			
	经销商数量 (家)	经销收入 (万元)	经销商数量 占比	经销收入 占比
视频访谈	104	7,402.31	8.11%	26.27%
函证回函	285	23,766.89	22.23%	84.35%
其中：前期实地走 访或视频访谈	145	19,671.79	11.31%	69.82%
合计核查	306	24,370.81	23.87%	86.49%

注：a.2021 年经销商收入回函无差异。b.对于未回函的经销商，申报会计师执行了替代程序包括核查未回函经销商的销售合同或订单、出库单、物流信息、验收单、发票、银行回款凭证及存在信用期的未回函经销商的期后回款情况等与收入确认相关的支持性文件。

②对 2019 年及 2020 年经销商的核查情况

2019 年及 2020 年申请会计师主要选取报告期内收入大于 50 万元的经销商、随机抽取部分收入小于 50 万元的经销商执行实地走访、视频访谈，以及选取了期末余额较大或者或者交易额较大的经销商履行函证程序，选取比例在 80%以上。

2019 年及 2020 年，申请会计师通过实地访谈、视频访谈的方式分别核查了 117 家、135 家经销商，占经销收入比例分别为 75.09%及 72.40%，具体情况如下：

项目	2020 年度			
	经销商数量 (家)	经销收入 (万元)	经销商数量占比	经销收入占比
实地走访	102	15,514.32	9.81%	60.42%
视频访谈	33	3,075.63	3.17%	11.98%
合计	135	18,589.95	12.98%	72.40%
项目	2019 年度			
	经销商数量 (家)	经销收入 (万元)	经销商数量占比	经销收入占比
实地走访	104	12,949.60	14.33%	69.94%
视频访谈	13	954.28	1.79%	5.15%
合计	117	13,903.88	16.12%	75.09%

2019 年及 2020 年，发行人经销客户回函金额分别为 16,469.30 万元及 22,131.03 万元，核查比例分别为 88.95%及 86.19%，具体情况如下：

项目	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------

回函相符数量（家）	317	220
回函相符金额（万元）	22,131.03	16,445.77
回函差异数量（家）	-	2.00
回函差异金额（万元）	-	23.53
回函数量（家）	317	222
回函金额（万元）	22,131.03	16,469.30
主营-经销收入（万元）	25,676.59	18,515.11
回函经销商收入占主营-经销收入的比例	86.19%	88.95%

注：a.回函差异为时间性差异导致，发行人以经销商或经销商指定的第三方或终端客户签收确认收入，经销商通常情况下以发行人开具发票进行账务处理。b.对于未回函的经销商，申报会计师执行了替代程序包括核查未回函经销商的销售合同或订单、出库单、物流信息、验收单、发票、银行回款凭证及存在信用期的未回函经销商的期后回款情况等与收入确认相关的支持性文件。

2019 年及 2020 年申报会计师通过实地走访、视频访谈及函证两种方式分别核查了 238 家、317 家经销商，经销收入的核查比例分别为 89.76%、86.19%，具体情况如下：

项目	2020 年度			
	经销商数量（家）	经销收入（万元）	经销商数量占比	经销收入占比
实地走访	102	15,514.32	9.81%	60.42%
视频访谈	33	3,075.63	3.17%	11.98%
函证	317	22,131.03	30.48%	86.19%
合计核查	317	22,131.03	30.48%	86.19%
项目	2019 年度			
	经销商数量（家）	经销收入（万元）	经销商数量占比	经销收入占比
实地走访	104	12,949.60	14.33%	69.94%
视频访谈	13	954.28	1.79%	5.15%
函证	222	16,469.30	30.58%	88.95%
合计核查	238	16,619.03	32.78%	89.76%

### ③报告期内，对终端客户的核查情况

报告期内，公司终端客户主要为医院（包括公立和民营）、基层医疗卫生机构、专业公共卫生机构、其他医疗机构以及月子会所、产后恢复中心、母婴中心等专业机构，遍布全国，数量众多。报告期内，结合公司终端客户实际情况，参考同行业可比公司核查比例，申报会计师对主要经销商前五大且金额 5 万元以上

的终端客户执行实地走访、视频或电话访谈、函证等程序，对报告期内终端客户执行实地走访、视频或电话访谈及函证程序的收入占经销收入的比例具体如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
实地走访终端客户收入（万元）	-	2,401.14	2,756.90
视频或电话访谈终端客户收入（万元）	8,064.08	4,195.01	1,450.75
函证终端客户收入（万元）	-	458.87	255.68
实地走访、视频或电话访谈、函证终端客户收入（万元）	8,064.08	7,055.02	4,463.34
主营-经销收入（万元）	28,176.36	25,676.59	18,515.11
实地走访、视频或电话访谈、函证终端客户收入占主营-经销收入的比例	28.62%	27.48%	24.11%

10) 查阅报告期内及期后发行人银行流水，核查经销客户收款及期后回款情况，以验证销售金额的准确性和销售的真实性。

11) 获取发行人报告期末在职员工名单和报告期内离职员工名单进行对比分析，获取发行人股东、董监高出具的调查表和员工出具的承诺函，访谈发行人销售负责人和主要经销商，核查发行人经销商是否曾为发行人员工、是否同发行人及其关联方存在购销关系以外的特殊关系。

## (2) 直销模式核查程序

公司直销模式下收入确认的方法与经销模式一致，故申报会计师执行的核查程序与经销模式基本一致。报告期内，对直销客户的走访、函证情况如下：

### 1) 实地走访和视频访谈核查情况

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
实地走访收入（万元）	-	1,793.92	1,398.33
视频访谈收入（万元）	2,176.01	231.63	-
实地走访和视频访谈收入（万元）	2,176.01	2,025.55	1,398.33
主营-直销收入（万元）	5,693.67	7,758.08	6,869.31
实地走访和视频访谈收入占主营-直销收入的比例	38.22%	26.11%	20.36%

### 2) 函证核查情况

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
回函相符金额（万元）	2,873.64	4,357.20	3,128.16
回函差异金额（万元）	-	-	-
回函直销收入（万元）	2,873.64	4,357.20	3,128.16
主营-直销收入（万元）	5,693.67	7,758.08	6,869.31

回函直销收入占主营-直销收入的比例	50.47%	56.16%	45.54%
-------------------	--------	--------	--------

。

## 2、核查意见

经核查，申报会计师认为经销、直销模式下的核查程序和核查比例能够覆盖公司收入风险，公司收入真实、准确、完整，不存在截止性问题。

**4.3 根据公开信息查询，部分主流电商平台销售发行人产品。若发行人存在线上销售，请发行人补充披露报告期内网络销售情况，收入确认时点及会计政策，主要线上销售渠道、销售产品、线上销售金额、毛利等。**

**请发行人说明线上销售模式的相关内控及实施情况。请申报会计师核查上述事项发表核查意见。**

**【回复】**

**（一）若发行人存在线上销售，请发行人补充披露报告期内网络销售情况，收入确认时点及会计政策，主要线上销售渠道、销售产品、线上销售金额、毛利等。**

“报告期内，公司线上销售（电商模式）采用直销模式。报告期内，公司线上销售模式收入分别为 437.26 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占公司直销收入的比例分别为 6.37%、0.00%和 0.00%，占公司主营业务收入的比例分别为 1.72%、0.00%和 0.00%，占比较小。报告期内，公司线上销售模式毛利分别为 379.79 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占公司主营业务毛利的比例分别为 1.87%、0.00%和 0.00%，占比较小。

报告期内，公司线上销售渠道主要为京东、天猫、淘宝等第三方电商平台开立的自营店，主要销售家用系列、相关耗材及配件。

报告期内，公司收入确认时点及会计政策为公司收到电商平台订单后发货给最终客户，最终客户签收订单后进行收入确认。”

**（二）请发行人说明线上销售模式的相关内控及实施情况。**

公司线上销售模式的相关内控节点如下：

内控节点	描述	相关单据
订单生成	最终客户在电商平台上下达订单，公司运营人员通过网上自主查询方式获取订单后在用友 U8 系统中生成内部销售订单	销售订单
发货及出库	公司仓储人员在用友 U8 系统中根据内部销售订单核对发货数量及产品规格等信息，核对无误后根据订单上的商品信息生成发货单，根据发货单配货并交予快递公司发出，在用友 U8 系统中生成出库单	发货单、出库单

物流发货	每天固定时间点各快递公司到公司仓库收取包裹，同时将相关物流信息回传至各电商平台	快递单
公司收款	最终客户在网上平台确认收货或系统默认收货，公司即可收到款项，财务人员及时将网上平台收入转入银行账户	网上平台的货款到账记录
确认收入	财务人员每月获取网上平台收款明细，根据用友 U8 系统里的发货明细将客户已确认收货的明细订单确认收入	记账凭证
开具发票	在确认收入的同时，财务人员核对相关信息后在税务局发票系统中开具发票	销售发票
财务经理复核	财务经理对记账凭证进行复核	记账凭证

公司与线上销售模式相关的内控基本得到有效执行，公司与线上销售模式相关的内控不存在重大缺陷。

### （三）申报会计师核查程序及核查意见

#### 1、核查程序

（1）访谈公司线上销售业务相关负责人，了解线上销售业务的具体情况、内控节点及内控执行情况；

（2）对公司线上销售业务流程进行穿行测试；

（3）对公司线上销售业务流程进行内控测试；

（4）数据验证

从网上销售平台端获取公司 2018 年 1 月 1 日至 2019 年 9 月 30 日的订单数据，将获取的订单数据与用友 U8 系统中订单记录进行比对，验证线上销售数据的完整性和准确性；

（5）业务数据分析

根据江苏天衡管理咨询有限公司出具的《南京麦豆健康管理有限公司数据分析专项 IT 审计报告》（天衡管理(2021)00010 号）（以下简称“专项 IT 审计报告”），对公司电商平台的销售、发货、退货等系统业务数据进行了多维度的统计与分析，列示了多维度分析结果。通过复核江苏天衡管理咨询有限公司出具的专项 IT 审计报告对公司电商业务的真实性、合理性执行实质性分析程序。

## 2、核查意见

经核查，申报会计师认为，公司与线上销售模式相关的内控得到有效执行，公司与线上销售模式相关的内控不存在重大缺陷。

## 5.关于销售客户

报告期内，河南中瀚医疗器械有限公司、河南丰沛医疗器械有限公司、四川澜婷科技发展有限公司、河北迅伍科技有限公司等主要客户于近一两年内注册成立，2019年前五大新增客户前五大新增客户为武汉盛世名洲生物科技有限公司。

请发行人说明（1）报告期内成立及新增的客户数量，发行人对于上述客户的销售模式、销售内容、报告期各期累计销售金额；（2）上述客户的信用期、售价等销售条款是否显著优于其他客户，公司与上述客户是否存在突击销售的情形，上述客户期后回款情况。

请申报会计师核查并发表核查意见。

### 【回复】

一、报告期内成立及新增的客户数量，发行人对于上述客户的销售模式、销售内容、报告期各期累计销售金额

#### （一）经销模式

报告期内，经销模式下新增客户情况如下：

期间	新增经销商数量（家）	新增经销商销售金额（万元）	当年成立经销商数量（家）	当年成立经销商销售金额（万元）	主要销售内容
2021年度	690	6,824.58	40	467.06	盆底及产后康复设备、耗材及配件
2020年度	616	6,684.74	42	790.53	盆底及产后康复设备、耗材及配件
2019年度	472	5,657.84	38	545.74	盆底及产后康复设备、耗材及配件

#### （二）直销模式

报告期内，直销模式下新增客户情况如下：

期间	新增直销客户数量（家）	新增直销客户销售金额（万元）	当年成立直销客户数量（家）	当年成立直销客户销售金额（万元）	主要销售内容
2021年度	782	3,133.21	36	285.65	盆底及产后康复设备、耗材及配件
2020年度	344	3,645.60	27	309.08	盆底及产后康复设备、耗材及配件
2019年度	5,134	4,568.98	32	381.14	盆底及产后康复设备、耗材及配件

注：2018年、2019年新增客户数量较多主要系2018年及2019年公司存在线上销售模式，2018年、2019年线上销售模式新增客户数量分别为833家、4722家。

二、上述客户的信用期、售价等销售条款是否显著优于其他客户，公司与上述客户是否存在突击销售的情形，上述客户期后回款情况。

报告期内，公司一般采取先款后货的结算方式，同时亦会根据客户的业务规模、合作时间等因素，适当调整客户预付货款的比例，非100%预付货款客户的剩余款项一般在发货后12个月内付清。

在考虑成本和利润的基础上，公司主要参照终端市场价格确定一个指导价格，并经与经销商协商后确定具体产品价格。公司对经销商进行分层管理，针对不同层级执行不同指导价格，通常总经销商指导价格低于紧密经销商指导价格，紧密经销商指导价格低于特约经销商指导价格，特约经销商指导价格低于一般经销商指导价格。直销客户的价格通常要高于经销客户的价格。

报告期内，公司应收账款余额情况如下：

项目	2021年末	2020年末	2019年末
应收账款账面余额（万元）	1,164.93	1,993.52	2,031.48
营业收入（万元）	34,164.25	33,651.97	25,566.65
应收账款余额占比	3.41%	5.92%	7.95%

报告期内，公司新增客户及新成立客户的应收账款余额情况如下：

报告期内新增客户			
期间	销售金额（万元）	应收账款账面余额（万元）	应收账款余额占比
2021年/2021年末	9,957.79	284.97	2.86%
2020年/2020年末	10,330.35	448.51	4.34%
2019年/2019年末	10,226.82	1,014.88	9.92%
报告期各期新成立客户			
期间	销售金额（万元）	应收账款账面余额（万元）	应收账款余额占比
2021年/2021年末	752.7	17.84	2.37%
2020年/2020年末	1,099.61	29.15	2.65%
2019年/2019年末	926.88	71.34	7.70%

报告期内，公司新增客户和各期新成立客户的应收账款余额占比与公司整体应收账款余额占比无重大差异，且变动趋势保持一致。

报告期内新增客户的信用期、售价等销售条款均遵循公司销售相关制度，未显著优于其他客户，公司与新增客户之间不存在突击销售的情形。

报告期内，公司新增客户的应收账款余额及截至 2022 年 2 月 28 日期后回款情况如下：

报告期内新增客户				
期间	销售金额 (万元)	应收账款账面 余额 (万元)	期后回款金额 (万元)	期后回款比率
2021 年/2021 年末	9,957.79	284.97	6.14	2.16%
2020 年/2020 年末	10,330.35	448.51	374.98	83.61%
2019 年/2019 年末	10,226.82	1,014.88	988.90	97.44%
报告期各期新成立客户				
期间	销售金额 (万元)	应收账款账面 余额 (万元)	期后回款金额 (万元)	期后回款比率
2021 年/2021 年末	752.7	17.84	0.80	4.49%
2020 年/2020 年末	1,099.61	29.15	22.12	75.87%
2019 年/2019 年末	926.88	71.34	62.34	87.38%

报告期内公司新增客户期后回款良好，不存在大额坏账情形。

### 三、申报会计师核查程序及核查意见

#### (一) 核查程序

1、访谈公司销售负责人、查阅公司销售相关制度、查阅主要客户与公司签订的销售合同或订单，了解公司对客户的信用政策、销售定价机制等信息；

2、取得公司客户收入和应收账款明细表，对新增客户收入和应收账款执行分析性复核程序，分析其变动趋势及原因；

3、对主要新增客户执行函证、实地走访、视频访谈等程序，以便了解发行人对客户的交易情况、日常管理、定价机制、信用政策、是否存在突击销售、与发行人的关联关系等信息，具体核查情况如下：

项目	2021 年	2020 年	2019 年
核查数量 (家)	213	271	232
函证、实地走访、视频访谈收入 (万元)	5,971.95	6,467.02	6,068.57
新增客户主营业务收入 (万元)	9,957.79	10,330.35	10,226.82
新增客户函证、实地走访、视频 访谈收入占新增客户主营业务收 入的比例	59.97%	62.60%	59.34%

4、查阅报告期内及期后公司银行流水，核查新增客户收款及期后回款情况，以验证销售金额的准确性和销售的真实性。

## **（二）核查意见**

经核查，申报会计师认为，报告期内新增客户的信用期、售价等销售条款均遵循公司销售相关制度，未显著优于其他客户，公司与新增客户之间不存在突击销售的情形。

## 6.关于成本及毛利率

根据招股说明书，报告期各期直接材料占主营业务成本的比例在 80%左右；就类似产品分析，2019 年伟思医疗电刺激类产品单位售价为 3.99 万元/台、自主生产电刺激类产品毛利率为 79.63%；发行人电刺激类产品单位售价为 4.77 万元/台，毛利率为 86.02%。

请发行人说明：（1）公司原材料采购金额和采购结构与主营业务成本中直接材料金额和结构的勾稽关系、与各期末存货余额和结构的关系；（2）电刺激产品单位售价、毛利率高于伟思医疗的合理分析，公司产品是否在技术上、性能上优于同类产品。

请申报会计师核查发表核查意见。

### 【回复】

一、公司原材料采购金额和采购结构与主营业务成本中直接材料金额和结构的勾稽关系、与各期末存货余额和结构的关系

报告期内，公司原材料采购金额与主营业务成本及期末存货的勾稽关系如下：

单位:万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初原材料余额	682.52	737.68	382.67
加：本期原材料采购额	6,492.63	4,845.70	4,824.77
委外入库金额	990.21	933.04	609.75
委外加工费	221.43	152.82	94.08
购买日子公司原材料余额	0.00	-	27.16
减：期末原材料余额	1,336.04	682.52	737.68
委外出库金额	1,098.19	830.58	732.44
研发办公维修等领用金额	135.61	118.77	70.91
处置日子公司原材料余额	0.00	-	17.37
直接材料成本	5,816.95	5,037.37	4,380.01
加：直接人工成本	912.71	699.94	493.99
制造费用	894.30	581.42	341.36
运输费用	281.82	252.49	-
产品生产成本	7,905.78	6,571.22	5,215.36
加：在产品期初余额	144.05	91.85	41.58

减：在产品期末余额	68.81	144.05	91.85
库存商品成本	7,981.02	6,519.02	5,165.09
加：库存商品期初余额	696.91	500.50	516.92
本期库存商品采购额	2,712.59	1,522.51	781.11
自制半成品期初余额	443.18	228.29	139.88
周转材料期初余额	2.95	4.14	-
购买日子公司库存商品			73.55
减：库存商品期末余额	993.83	696.91	500.50
自制半成品期末余额	478.20	443.18	228.29
周转材料期末余额	8.84	2.95	4.14
研发办公维修等领用金额	431.57	371.71	210.63
处置日子公司库存商品	0.00	-	106.33
发出商品成本	9,924.22	7,259.71	5,626.66
加：发出商品期初余额	156.93	864.22	288.23
减：发出商品期末余额	849.41	156.93	864.22
减：存货跌价准备转销	26.36	27.44	-
加：权益法核算调整	10.89	28.63	-13.55
主营业务成本（计算数）	9,216.27	7,968.19	5,037.12

由上表可见，报告期内公司原材料采购额、主营业务成本中直接材料金额、各期末存货金额相互勾稽。

二、电刺激产品单位售价、毛利率高于伟思医疗的合理分析，公司产品是否在技术上、性能上优于同类产品

（一）电刺激产品单位售价、毛利率高于伟思医疗的合理分析

伟思医疗电刺激类产品与公司主要产品盆底诊疗系列（不含磁刺激仪）和产后恢复系列（不含脉冲磁训练仪）（以下简称“麦澜德电刺激类”）类似。

伟思医疗电刺激类产品与麦澜德电刺激类产品单位售价、单位成本及毛利率比较情况如下：

公司名称	项目	2021 年度		
		单位售价 (万元/台)	单位成本 (万元/台)	毛利率
伟思医疗	电刺激类	未披露	未披露	69.42%
麦澜德	麦澜德电刺激类	3.70	0.66	82.16%
公司名称	项目	2020 年		
		单位售价 (万元/台)	单位成本 (万元/台)	毛利率

伟思医疗	电刺激类	3.64	1.06	70.75%
麦澜德	麦澜德电刺激类	4.16	0.69	83.37%
公司名称	项目	2019 年度		
		单位售价 (万元/台)	单位成本 (万元/台)	毛利率
伟思医疗	电刺激类	3.99	1.06	73.43%
麦澜德	麦澜德电刺激类	4.77	0.66	86.07%
公司名称	项目	2018 年		
		单位售价 (万元/台)	单位成本 (万元/台)	毛利率
伟思医疗	电刺激类	4.13	1.03	74.94%
麦澜德	麦澜德电刺激类	4.14	0.61	85.26%

注：上表中伟思医疗数据来源于其对外披露的招股说明书和定期报告。

### 1、公司电刺激类产品单位售价高于伟思医疗的合理分析

2018 年，麦澜德电刺激类产品售价与伟思医疗基本一致，2019 年麦澜德电刺激类产品售价高于伟思医疗电刺激产品。

2018 年及 2019 年，伟思医疗主要电刺激类产品的产品单价、单位成本及毛利率情况如下：

产品类型	项目	产品单价（万元）		单位成本（万元）		毛利率	
		2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度	2019 年度	2018 年度
代理 TT	SA9800 系列	5.76	5.73	1.69	1.45	70.67%	74.75%
自主生产	MyoTrac 系列	4.80	4.96	1.35	1.32	71.94%	73.39%
	瑞翼系列	2.60	2.18	0.57	0.50	78.19%	76.86%
电刺激类产品		3.99	4.13	1.06	1.03	73.43%	74.94%

根据伟思医疗招股说明书，伟思医疗代理的电刺激类产品主要为 TT 公司的 SA9800 系列产品，自主生产的电刺激类产品主要为 MyoTrac 系列产品、瑞翼系列产品及搭配产品销售的自主研发软件。SA9800 生物刺激反馈仪主要定位于医疗盆底中高端市场、康复市场，定价较高；MyoTrac 系列产品主要定位于医疗盆底中低端市场、康复市场，定价较低；瑞翼系列产品主要定位于医疗盆底评估市场、便携式产康及康复市场、非医疗盆底及产康市场，应用科室也更加广泛，售价较低。2018 年及 2019 年，伟思医疗电刺激产品中代理 TT 公司产品及自主生产的收入占比具体如下：

产品类型	收入占比	
	2019 年度	2018 年度
代理 TT	30.59%	44.36%
自主生产	69.41%	55.64%

随着伟思医疗 2019 年自主生产产品占比的提升其单位售价随之降低。

2018 年及 2019 年，麦澜德电刺激产品中各类产品具体产品的产品单价、收入占比情况如下：

产品类型	2019 年		2018 年	
	单位售价（万元）	收入占比	单位售价（万元）	收入占比
B580plus/B280	7.48	26.20%	-	-
其他产品	4.23	73.80%	4.14	100.00%
麦澜德电刺激类	4.77	100.00%	4.14	100.00%

公司依托自主研发创新平台和系列技术平台，不断改进产品外观设计、优化产品功能，产品不断推陈出新。2019 年公司根据市场需求情况推出了产后恢复系列盆底训练仪旗舰型号 B580plus 和 B280，B580Plus 在具备全面丰富的评估和训练功能的同时，推出紧致检测、分娩体验等高端高性能集成化模块，让评估训练平台更加专业与丰富；B280 拥有全新的工业设计、核心的盆底评估训练功能，可一站式解决拓客、评估、训练的需求。鉴于公司产后恢复系列盆底训练仪旗舰型号 B580plus 和 B280 的功能和特点，公司定价相对较高。在公司大力推广之下，2019 年盆底训练仪旗舰型号 B580plus 和 B280 在麦澜德电刺激类产品中的销售占比达到 26.20%，带动了麦澜德电刺激类产品售价的提高。

因此，2019 年公司电刺激产品单位售价高于伟思医疗。

## 2、公司电刺激产品毛利率高于伟思医疗的合理分析

2018 年及 2019 年，伟思医疗电刺激类产品毛利率分别为 74.94%和 73.43%，公司电刺激类产品毛利率分别为 85.26%和 86.07%。

2018 年，公司电刺激类单位售价与伟思医疗基本一致，而单位成本较伟思医疗低 40.99%，因此 2018 年公司电刺激类毛利率高于伟思医疗。2019 年，公司电刺激类单位售价较伟思医疗高 19.57%，而单位成本较伟思医疗低 37.06%，因此 2019 年公司电刺激类毛利率高于伟思医疗。

2018年及2019年，伟思医疗电刺激类中代理TT公司产品的收入占比分别为44.36%及30.59%，代理产品成本相对较高。此外，2018年及2019年，伟思医疗向TT公司采购的原材料零部件主要为编码器、信号处理器等电器类部件，该等电器类部件应用于自主生产的电刺激类产品MyoTrac系列，因此，伟思医疗MyoTrac系列生产成本也相对较高。而公司的电刺激产品均为自主生产，因此，公司电刺激类单位成本要低于伟思医疗。

因此，2018年及2019年公司麦澜德电刺激类产品毛利率略高于伟思医疗电刺激类产品毛利率具备合理性。

## （二）公司产品是否在技术上、性能上优于同类产品

与同类产品相比，公司产品在技术上、性能上的优势，电生理技术是指以多种形式的能量（声、光、电、磁等）刺激生物体，测量、记录和分析生物体发生电现象及其电特性的技术，是电生理学研究的的主要技术及临床上非常有用的治疗手段。公司盆底及产后康复设备运用的电生理技术主要包括电刺激技术和电生理测量分析技术，其先进性评价标准及发行人对核心技术的掌握情况如下：

项目	主要类别	先进性评价标准	发行人是否掌握核心技术
电生理技术	电刺激技术	电刺激波形的种类、电刺激脉冲的频率范围及步进精度、电刺激脉冲的宽度及步进精度、电刺激强度及调节的精度	是
	表面肌电测量分析技术	通道数、采样率、测量范围、分辨率、通频带、共模抑制比、肌电信号分析处理的算法	是

公司在盆底及产后康复领域深耕多年，始终坚持以科技创新为驱动，形成了电生理技术平台，已掌握可编程波形恒流电刺激技术、肌电采集与分析技术、多肌群参与度甄别技术、多源融合肌力评定技术等多项核心技术并形成多项具有自主知识产权的专利及软件著作权，具体情况如下：

技术类别	核心技术名称	先进表征	对应的专利、软件著作权
电刺激技术	可编程波形恒流电刺激技术	恒流源技术在医疗领域应用难以突破电流比较大，调节不够精细，电流方向大部分为单向的限制，无法应用于一些双向微小电流且要求精细调节的领域。本技术基于可编程的数字电路和模拟电路设计，可以实现2-16通道电气互相隔离，通过人机交互输入设定电流参数实现可编程波形的恒流电刺激输出，可实现0.1mA的极低电流，从	已获发明专利1项、实用新型专利1项、软件著作权10项，2项发明专利申请中

技术类别	核心技术名称	先进表征	对应的专利、软件著作权
		而满足不同类型神经和肌肉的电刺激治疗临床需求。	
表面肌电测量分析技术	肌电采集与分析技术	人体生物电非常微弱，容易受到外界电磁波的干扰。由于信号干扰导致医生很难判断信号是肌肉收缩信号还是干扰信号。针对现有技术的不足，本技术基于高抗干扰放大电路设计，实现高精度、高抗干扰的肌电信号采集；运用数字信号处理软件算法，实现肌电生物反馈训练，肌力、肌张力、疲劳度等方面的评估，提供一种能够直观地指示肌电信号干扰程度的方法，以帮助医生辨别信号的可信程度，提高判断准确度。	1项专有技术、已获9项软件著作权
	多肌群参与度甄别技术	本技术可根据盆底通道表面肌电与腹肌、臀大肌、大腿内侧肌表面肌电之间的相关关系，自动甄别患者盆底肌评估时其他肌群的参与程度，并指示给患者和临床医生，进而促使患者正确收缩盆底肌、帮助临床医生判断患者的盆底肌筛查、评估数据是否受到其他肌群的影响。	1项专有技术
	多源融合肌力评定技术	本技术联合采用压力传感器、流量传感器，运用符合人体生理结构的柔性探头，融合表面肌电信号，运用相应的测量算法，并结合多肌群参与度甄别技术，对盆底肌功能进行多维度的定量分析和客观评定。	已申请4项发明专利

公司已将在电生理技术方面掌握的多项核心技术应用于盆底及产后康复设备，公司产品与同行业其他公司同类产品的性能指标比较情况如下：

项目	公司	主要竞品	国家或行业标准
通道数	可实现8个独立全功能（包含肌电采集、电刺激、肌电触发电刺激、生物反馈功能）物理通道；1个压力检测通道，自动化定量充气	个别竞品可实现8个独立电刺激通道，部分通道是全功能（包含肌电采集、电刺激、肌电触发电刺激、生物反馈功能）物理通道；1个压力检测通道	/
分辨率	≤0.2μV	≤2μV	≤2μV
采样率	8,192Hz	2,048Hz 或 8,192Hz	/
测量范围	1-3,000μV	1-3,000μV（个别竞品）	/
通频带	不窄于 20-550Hz	不窄于 20-500Hz	不窄于 20-500Hz
共模抑制比	大于 100dB	大于 100dB	大于 100dB
刺激强度	0-100mA	0-100mA	/
电流脉宽	10-1,000μs、步进精度 10μs	10-1000μs、精度 10μs（个别竞品）	/
刺激频率	0.5-1,000Hz，步进精度 1Hz	个别竞品高限可到 2,000Hz，但未实现全范围的 1Hz 精度可调	/
治疗模式	神经肌肉电刺激	神经肌肉电刺激	/

项目	公司	主要竞品	国家或行业标准
	肌电触发电刺激 Kegel 模板训练 多媒体游戏 刺激反馈模式 独立电刺激模式 智能牵张训练	肌电触发电刺激 Kegel 模板训练 多媒体游戏 功能电刺激（个别竞品） 智能电刺激（个别竞品） 交互电刺激（个别竞品）	
使用模式	单台主机双人同时进行盆底肌电反馈的诊疗：双人同时进行盆底肌电反馈评估、双人同时进行盆底肌电反馈治疗、一人进行盆底肌电反馈评估同时另一人进行盆底肌电反馈治疗，互不干扰	无类似功能	/
对称性评估	具备高兼容性的双通道电极；软件具备对称性评估模块；全面的量化对称性评估报告	无类似功能	/
张力检测	专人专用压力探头，避免交叉感染；自动定量充气，精准易操作；可提供盆底肌动静态张力相关测试值、张力-体积曲线等	传统压力探头，无自动定量充气；可进行盆底肌的压力评估	/
牵张训练	利用压力探头程序化充放气牵张盆底肌进行被动牵张训练，以降低盆底肌张力	无类似功能	/
治疗方案	可根据盆底筛查或评估结果一键自动生成个性化疗程化的盆底治疗方案	个别竞品可实现	/
数据同步	可实现多台设备筛查评估及治疗数据的自动实时同步	个别竞品可实现	/
分级诊疗	盆底疾病分级诊疗信息系统拥有独立二类医疗器械注册证，实现医联体组建、共享数据、科研协作、病患转诊、本地病员管理等功能	无盆底分级诊疗信息系统的独立二类医疗器械注册证	/

注：1、选取的主要竞争对手为广州市杉山医疗器械实业有限公司、广州龙之杰科技有限公司、南京伟思医疗科技股份有限公司等；2、产品信息来源为各主要竞争对手已上市主要产品的产品说明书；3、伟思医疗招股说明书。

从上表可以看出，公司盆底及产后康复设备在通道数、分辨率、采样率、测量范围、通频带、电流脉宽、刺激频率、治疗模式等指标方面处于同类产品领先水平。在临床应用上，通道数越多，可以同时检测的部位就越多，越能提高临床效率和客观数据的全面性；分辨率体现了对肌电信号分析的精细程度，精细程度越高结果越准确；采样率越高，单位时间内采集的信号数据就越多，可用于分析的基础数据就越多；测量范围越广，可应用的检测领域更多；通频带越宽，信号

保真性范围就越大；电流脉宽范围越大，步进越精细，可选择的参数方案越丰富；电流刺激频率范围越大，步进越精细，可选择的参数方案越丰富；治疗模式越多，可选择的治疗方案组合越丰富，临床的应用更有针对性。此外，公司盆底及产后康复设备较同类产品功能更丰富，可同时对两个患者进行盆底筛查评估或盆底治疗，还具有对称性评估、张力检测、牵张训练、诊疗方案智能生成、设备间数据自动实时同步、分级诊疗等功能。

综上所述，公司已掌握可编程波形恒流电刺激技术、肌电采集与分析技术、多肌群参与度甄别技术、多源融合肌力评定技术等多项核心技术，并在产品中得以应用，且已形成多项具有自主知识产权的专利及软件著作权，具备创新性和先进性，产品并非仅运用电生理基础技术或通用技术。

### **三、申报会计师核查程序及核查意见**

#### **（一）核查程序**

1、编制主营业务成本倒轧表，检查原材料采购金额、采购结构与主营业务成本和各期末存货余额的勾稽关系，并分析差异原因；

2、取得发行人电刺激类产品收入成本明细表，分析单位售价、单位成本、毛利率的变动情况及变动原因；

3、查阅伟思医疗招股说明书、定期报告等资料，了解伟思医疗电刺激类产品单位售价、单位成本、毛利率的变动情况及变动原因，并与发行人电刺激类产品单位售价、单位成本、毛利率进行对比分析；

4、访谈发行人管理层，了解发行人与同行业可比公司产品在技术、性能等方面的对比情况及公司产品的优势，了解发行人产品单位售价、单位成本及毛利率与同行业可比公司存在差异的原因。

#### **（二）核查意见**

经核查，申报会计师认为：

1、公司原材料采购金额和采购结构与主营业务成本中直接材料金额和结构的勾稽关系、与各期末存货余额和结构的关系合理。

2、公司电刺激产品单位售价、毛利率高于伟思医疗具备合理性。

## 7.关于主要供应商

根据招股说明书，苏州欧宝祥精密科技有限公司（下称欧宝祥）于2019年6月成为发行人控股子公司，欧宝祥2018年、2019年分别为公司第一大、第四大供应商。请发行人：结合同类采购品种在不同供应商的采购价格比较情况，说明公司从欧宝祥处的采购是否公允、是否存在通过供应商承担成本、费用的情形。

请申报会计师核查发表核查意见。

### 【回复】

一、结合同类采购品种在不同供应商的采购价格比较情况，说明公司从欧宝祥处的采购是否公允、是否存在通过供应商承担成本、费用的情形。

欧宝祥系一家专业从事注塑加工业务的公司，自设立至成为发行人控股子公司前，欧宝祥一直为发行人的耗材生产提供注塑环节的外协服务。近年来，发行人业务规模增长迅速，耗材需求量不断攀升，耗材产品的注塑外协需求进一步增长。同时，注塑环节系发行人耗材产品生产流程的重要环节之一，直接关系到耗材的最终产品质量。因此，为满足业务发展需求、保证耗材的稳定供应、同时确保耗材的产品质量不受影响，发行人2019年通过增资控股的方式收购欧宝祥。

2018年、2019年1-6月，公司与欧宝祥之间的交易情况如下：

单位：万元

采购内容	2019年1-6月	2018年
注塑件及模具等	314.03	386.20

2018年、2019年1-6月，公司向欧宝祥采购的主要产品情况如下：

单位：万元

采购内容	2019年1-6月		2018年度	
	金额	占比	金额	占比
阴道电极注塑件	135.42	43.12%	209.47	54.24%
阴道探头注塑件	49.88	15.88%	19.59	5.07%
一次性使用阴道电极注塑件	86.49	27.54%	95.89	24.83%
一次性使用阴道探头注塑件	12.38	3.94%	18.88	4.89%
合计	284.17	90.49%	343.83	89.03%

2018年度、2019年1-6月，公司向欧宝祥主要采购阴道电极注塑件、一次

性使用阴道电极注塑件、一次性使用阴道探头注塑件及阴道探头注塑件，前述产品的采购额占公司向欧宝祥采购总额的比例分别为 89.03%和 90.49%。

收购前后前述产品的采购单价具体如下表所示：

单位：元/件

采购内容	2020 年度	2019 年度	2019 年 1-6 月	2018 年度
阴道电极注塑件	8.00	8.24	8.17	8.14
阴道探头注塑件	8.11	8.26	8.20	8.12
一次性使用阴道电极注塑件	2.21	2.26	2.25	2.29
一次性使用阴道探头注塑件	2.21	2.27	2.28	2.27

注：公司报告期内向欧宝祥采购的主要产品单价各期略有波动，主要系 2018 年以来增值税税率逐年调减；随着公司上述产品采购规模逐年增加，采购单价逐年有所下降所致。

由上表可知，收购前后公司采购欧宝祥产品定价政策无重大变化，阴道电极注塑件及阴道探头注塑件的材料及工序类似采购价格接近，一次性使用阴道电极注塑件及一次性使用阴道探头注塑件的材料及工序类似采购价格接近。

2017 年以来，公司阴道电极注塑件和阴道探头注塑件的供应商除欧宝祥外无其他供应商，故阴道电极注塑件和阴道探头注塑件选取了以前年度其他供应商（非关联方）的采购价格进行比较。

公司其他供应商相同或类似产品采购单价如下：

单位：元/件

供应商名称	采购内容	2016 年	2015 年
苏州东昊塑胶五金有限公司	阴道电极注塑件	7.95	7.95

单位：元/件

供应商名称	采购内容	2020 年度	2019 年度	2018 年度
苏州春盛塑胶有限公司	一次性使用阴道电极注塑件	2.21	2.27	2.26

报告期内，公司向欧宝祥采购前述主要产品的价格与其他供应商无重大差异，公司与欧宝祥之间交易定价公允，不存在通过欧宝祥承担成本、费用的情形。

## 二、申报会计师核查程序及核查意见

### （一）核查程序

1、获取公司供应商采购管理制度，了解采购的关键内控程序，并核查相关内

控制度是否得到有效执行；

2、访谈发行人采购部门负责人，了解发行人报告期内的总体采购情况；

3、获取供应商的采购明细和主要供应商合同或订单，将公司向欧宝祥采购主要产品的价格与其他供应商（非关联方）的采购价格进行比较分析；

4、就双方业务合作情况、关联关系、是否存在为发行人代垫成本费用的情况等事项对欧宝祥及其他主要供应商进行实地走访或视频访谈。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：公司从欧宝祥处的采购公允，不存在通过欧宝祥承担成本、费用的情形。

## 9.关于税收优惠

根据招股说明书，报告期内所得税、增值税税收优惠金额分别为 1,650.37 万元、2,549.29 万元和 2,467.26 万元，占当期利润总额的比例分别为 27.20%、22.90% 及 19.15%。

请发行人说明：报告期内增值税的进项税额与原材料采购金额、销项税额与销售收入之间的关系，报告期软件销售收入与增值税退税之间的勾稽关系。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表意见。

### 【回复】

一、报告期内增值税的进项税额与原材料采购金额、销项税额与销售收入之间的关系，报告期软件销售收入与增值税退税之间的勾稽关系

#### （一）报告期内增值税的进项税额与原材料采购金额之间的关系

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
原材料采购额	6,492.63	4,845.70	4,824.77
减：原材料暂估金额	-136.00	-134.53	165.09
原材料应税采购额	6,628.64	4,980.23	4,659.67
加：外购非原材料应税采购额	2,816.27	763.18	707.44
存货应税采购额	9,444.91	5,743.41	5,367.12
加：合并范围内公司之间存货应税采购额	3,303.54	2,247.12	3,323.18
母子公司存货应税采购总额	12,748.45	7,990.53	8,690.29
母子公司存货增值税进项税额（账面）	1,638.77	1,036.80	1,167.72
母子公司存货增值税进项税额占存货应税采购总额的比例	12.85%	12.98%	13.44%
适用税率	1%、3%、13%	1%、3%、13%、16%	3%、13%、16%

报告期内，公司进项税额与采购金额之间的勾稽关系未见异常。进项税额占应税采购额比例与适用税率略有差异，主要系不同税率的商品加权平均计算导致。

#### （二）报告期内销项税额与销售收入之间的关系

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	34,164.25	33,651.97	25,566.65
加：合并抵消收入	4,003.01	3,375.98	3,903.30
应税收入合计	38,167.27	37,027.94	29,469.95
销项税额（账面金额）	5,087.21	4,482.02	4,260.23
销项税额占应税收入比例	13.33%	12.10%	14.46%
适用税率	1%、6%、 9%、13%	6%、9% 13%	6%、9% 13%、16%

报告期内，公司销项税额与营业收入的勾稽关系未见异常。销项税额占应税收入比例与适用税率略有差异，主要系不同税率的商品加权平均计算导致。

### （三）报告期软件销售收入与增值税退税之间的勾稽关系

报告期内各期软件收入与纳税申报表中的软件收入对比列示如下：

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合并报表软件收入	13,853.66	16,460.31	11,751.30
加：母子公司内部软件销售	363.74	82.06	1,499.20
母子公司软件收入合计	14,217.40	16,542.37	13,250.50
纳税申报表中的软件收入	14,974.55	14,406.61	12,891.84
差 异	-757.15	2,135.76	358.66

报告期内，纳税申报表中的软件收入与各主体主营业务收入中的软件收入合计的差异主要系公司部分外购软件产品不能申报退税、公司销售软件产品时的开票时点与收入确认时点存在差异所致。

报告期内各期实际收到退税金额与对应的软件收入之间的勾稽关系如下：

单位：万元

项 目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
申报表中的软件收入 (a)	14,974.55	14,406.61	12,891.84
增值税税率(b)	13%	13%、16%	13%、16%
销项税额(c)=a*b	1,946.69	1,879.09	1,751.02
3%税额(d)=3%*a	449.24	432.20	386.76
进项税额(e)	128.18	380.15	97.51
测算应退税金额(f)=c-d-e	1,369.27	1,066.74	1,266.75
实际退税金额(g)	917.21	1,354.32	1,109.74
核对差异金额(h)=f-g	452.07	-287.58	157.01

报告期内，应退税金额与实际退税金额之间存在差异，主要系退税发放期与退

税对应的销售期间通常存在 1-3 个月的时间差所致。

## 二、申报会计师核查程序及核查意见

### （一）核查程序

1、获取报告期内发行人增值税纳税申报表、即征即退申报表，获取发行人原材料采购明细表、收入明细表及应交税费明细表，执行重新计算、分析性复核等程序核对报告期内增值税的进项税额与原材料采购金额、销项税额与销售收入之间的关系，软件销售收入与增值税退税之间的勾稽关系；

2、对发行人销售部、财务部相关人员进行访谈，了解发行人软件产品与硬件产品的关系、软件产品相关定价依据、发行人确认收入与开具发票的时点；

3、查阅同行业可比公司的收入确认政策，与发行人收入确认政策进行比较分析，了解发行人销售设备类产品同时开具软件和硬件发票是否属于行业惯例。

### （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：报告期内增值税的进项税额与原材料采购金额、销项税额与销售收入之间的关系，报告期软件销售收入与增值税退税之间的勾稽关系合理。

(此页无正文，为天衡会计师事务所（特殊普通合伙）《关于南京麦澜德医疗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审核问询函的回复》之签章页)



中国注册会计师：



中国注册会计师：



2022年3月30日