



健尔康医疗科技股份有限公司及

中信建投证券股份有限公司

关于

健尔康医疗科技股份有限公司

首次公开发行股票并在沪市主板上市

申请文件的审核问询函的回复

保荐人（主承销商）



中信建投证券股份有限公司
CHINA SECURITIES CO., LTD.

（北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼）

上海证券交易所：

贵所于 2023 年 12 月 4 日出具的上证上审〔2023〕786 号《关于健尔康医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件的审核问询函》（以下简称“问询函”）已收悉。健尔康医疗科技股份有限公司（以下简称“本公司”、“公司”、“健尔康”或“发行人”）会同中信建投证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、天衡会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）、上海市广发律师事务所（以下简称“发行人律师”）等中介机构，就问询函中所提问题进行了认真研究、核查和落实，现回复如下，请予审核。

本回复中所使用的术语、名称、缩略语，除特别说明者外，与其在《健尔康医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的含义相同。

本回复中的字体代表以下含义：

类别	字体
问询函所列问题	宋体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
招股说明书、问询函所列问题的回复补充、修订披露内容	楷体（加粗）

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和或相乘在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

目 录

问题 1. 关于 2023 年经营业绩.....	3
问题 2. 关于销售模式.....	17
问题 3. 关于居间费用.....	28
问题 4. 关于其他.....	33

问题1. 关于2023年经营业绩

根据申报材料，（1）受到防护类产品需求同比减少的影响，发行人2023年上半年发行人营业收入同比减少-7.68%，归母扣非净利润同比减少-18.18%；（2）2023年1-6月公司生产的非织造布类产品均为自用，无对外销售。

请发行人补充说明：（1）结合各类产品2023年上半年收入同比变化情况，分析产品需求变化、价量变化对2023年上半年收入波动的具体影响；结合产品毛利率及各项费用率变化情况，分析上半年净利润降幅大于收入降幅的原因；（2）结合发行人2020年前防护类产品的收入规模及盈利能力，分析外部因素消失后，防护类业务是否回归到原有水平、是否存在较大变化；（3）非织造布类产品在报告期前是否存在对外销售情况，未来是否仍存在对外销售计划；（4）结合市场环境变化、在手订单、期后销售情况，说明2023年全年业绩情况及各类产品销售变化原因，是否可能存在较大下滑，并充分揭示相关风险；（5）外部因素消除后，发行人的未来发展规划以及采取的具体措施。

请保荐机构、申报会计师核查以上情况，并发表明确意见。

【发行人补充说明】

一、结合各类产品 2023 年上半年收入同比变化情况，分析产品需求变化、价量变化对 2023 年上半年收入波动的具体影响；结合产品毛利率及各项费用率变化情况，分析上半年净利润降幅大于收入降幅的原因

（一）结合各类产品 2023 年上半年收入同比变化情况，分析产品需求变化、价量变化对 2023 年上半年收入波动的具体影响

2023 年及 2022 年，公司营业收入构成如下：

单位：万元

项目	2023 年		2022 年	
	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	103,212.86	99.86%	109,046.10	99.75%
其他业务收入	139.82	0.14%	277.12	0.25%

合计	103,352.67	100.00%	109,323.22	100.00%
----	------------	---------	------------	---------

报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重均在 99%以上，是营业收入变动的主要因素。

2023 年及 2022 年，发行人主营业务收入构成如下：

单位：万元

产品类别	具体产品	2023 年		2022 年		同比变化	
		收入金额	占比	收入金额	占比	增长金额	增长率
手术耗材类	手术巾	24,275.54	23.52%	21,190.23	19.43%	3,085.31	14.56%
	纱布垫	9,417.75	9.12%	7,930.17	7.27%	1,487.59	18.76%
	小计	33,693.29	32.64%	29,120.40	26.70%	4,572.90	15.70%
伤口护理类	纱布片	21,243.95	20.58%	18,843.63	17.28%	2,400.32	12.74%
	纱布卷	2,484.28	2.41%	1,884.47	1.73%	599.80	31.83%
	无纺布片	4,500.29	4.36%	4,869.44	4.47%	-369.15	-7.58%
	曲缩卷	2,570.56	2.49%	3,499.72	3.21%	-929.16	-26.55%
	其他	5,332.65	5.17%	3,693.65	3.39%	1,639.00	44.37%
	小计	36,131.73	35.01%	32,790.92	30.07%	3,340.81	10.19%
高分子及辅助类	润滑剂	6,340.73	6.14%	5,771.42	5.29%	569.31	9.86%
	连接管	5,854.16	5.67%	3,093.18	2.84%	2,760.97	89.26%
	其他	2,716.92	2.63%	4,214.26	3.86%	-1,497.33	-35.53%
	小计	14,911.81	14.45%	13,078.86	11.99%	1,832.95	14.01%
消毒清洁类	酒精片	6,872.30	6.66%	7,244.39	6.64%	-372.09	-5.14%
	湿巾	3,525.26	3.42%	1,665.24	1.53%	1,860.02	111.70%
	其他	4,067.46	3.94%	4,491.02	4.12%	-423.56	-9.43%
	小计	14,465.02	14.01%	13,400.64	12.29%	1,064.37	7.94%
防护类	口罩	3,474.52	3.37%	9,848.74	9.03%	-6,374.22	-64.72%
	防护服	400.93	0.39%	9,617.45	8.82%	-9,216.52	-95.83%
	其他	135.55	0.13%	1,084.42	0.99%	-948.87	-87.50%
	小计	4,011.00	3.89%	20,550.61	18.85%	-16,539.61	-80.48%
非织造布类	水刺无纺布	-	0.00%	104.67	0.10%	-104.67	-100.00%
	小计	-	0.00%	104.67	0.10%	-104.67	-100.00%
主营业务收入合计		103,212.86	100.00%	109,046.10	100.00%	-5,833.25	-5.35%

2023 年公司营业收入同比减少 5.46% 主要原因为防护类产品下游需求减少，收入同比下降 16,539.61 万元，降幅 80.48%。

2023 年及 2022 年，公司六大类产品中主要产品的价量波动对营业收入的影响如下：

产品类别	具体产品	产品计量单位	销售数量		销售单价（元）		收入变动（万元）	
			2023 年	2022 年	2023 年	2022 年	销量影响	单价影响
手术耗材类	手术巾	万条	17,011.92	14,634.63	14,269.73	14,479.52	3,442.20	-356.89
	纱布垫	万片	8,522.31	7,191.96	11,050.70	11,026.43	1,466.90	20.69
	小计						4,909.10	-336.20
伤口护理类	纱布片	万片	208,939.74	195,081.93	1,016.75	965.93	1,338.57	1,061.75
	纱布卷	万卷	194.66	97.69	127,623.04	192,901.09	1,870.49	-1,270.68
	无纺布片	万片	161,202.89	187,691.37	279.17	259.44	-687.21	318.06
	曲缩卷	万卷	1,282.13	1,435.14	20,049.24	24,385.94	-373.14	-556.02
	小计						2,148.71	-446.89
高分子及辅助类	润滑剂	万袋	18,565.07	16,571.14	3,415.41	3,482.82	694.45	-125.14
	连接管	万根	2,432.50	1,085.90	24,066.47	28,485.02	3,835.78	-1,074.81
	小计						4,530.23	-1,199.95
消毒清洁类	酒精片	万片	235,079.94	236,294.13	292.34	306.58	-37.22	-334.87
	湿巾	万片	92,984.79	27,523.68	379.12	605.02	3,960.53	-2,100.51
	小计						3,923.30	-2,435.37
防护类	口罩	万片	6,452.59	25,914.78	5,384.69	3,800.43	-7,396.48	1,022.26
	防护服	万件	21.14	353.47	189,688.12	272,085.13	-9,042.36	-174.16
	小计						-16,438.84	848.10
非织造布类	水刺无纺布	吨	/	72.56	/	14,424.07	-104.67	/
	小计						-104.67	/
合计							-1,032.16	-3,570.32

(1) 手术耗材类产品 2023 年收入同比上升 15.70%，主要原因为：2023 年公司下游客户需求增加，公司手术巾及纱布垫销量分别同比上升 16.24% 和 18.50%。

(2) 伤口护理类产品 2023 年收入同比上升 10.19%，主要原因为：①Cardinal

等主要客户纱布片需求量增加，纱布片销量增加使得收入上升 1,338.57 万元；
 ②受人民币贬值影响，纱布片 2023 年单位售价较 2022 年上涨 5.26%，带动收入上升 1,061.75 万元。

(3) 高分子及辅助类产品 2023 年收入同比上升 14.01%，主要原因为公司下游客户连接管需求增加，连接管销量增加带动收入增加 3,835.78 万元。

(4) 消毒清洁类产品 2023 年收入同比上升 7.94%，主要原因为：①公司持续拓展湿巾内销客户，湿巾销量上升使得收入上升 3,960.53 万元；②受酒精湿巾的收入占比减少影响，湿巾单位售价下降使得收入下降 2,100.51 万元，前述因素综合影响下，消毒清洁类产品收入有所上升。

(5) 防护类产品 2023 年收入同比下降 80.48%，主要原因是防护类产品市场需求降低，防护服销量及售价均同比下降使得防护类收入下降 9,042.36 万元，口罩销量下降使得防护类收入下降 7,396.48 万元。

(6) 非织造布类产品自 2022 年以来下游市场需求减少，且市场竞争较为激烈，公司 2023 年非织造布类产品均为自用，对整体收入变动影响较小。

(二) 结合产品毛利率及各项费用率变化情况，分析上半年净利润降幅大于收入降幅的原因

2023 年，公司经营业绩及同比变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	变动率
营业收入	103,352.67	109,323.22	-5.46%
归属于母公司所有者的净利润	12,354.62	15,733.68	-21.48%
净利润率	11.95%	14.39%	-16.94%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	12,052.38	14,810.18	-18.62%

2023 年，公司归母扣非净利润同比下降 2,757.80 万元，降幅为 18.62%，大于收入降幅 5.46%，主要原因是净利润率同比下降 2.44 个百分点，降幅为 16.94%。

2023 年及 2022 年，公司净利润率分解如下：

项目	2023 年	2022 年	变动百分点
营业收入	100.00%	100.00%	-
减：营业成本率	77.17%	75.85%	1.32
毛利率	22.83%	24.15%	-1.32
减：期间费用率	7.65%	5.80%	1.85
其中 销售费用率	2.52%	2.38%	0.14
管理费用率	2.77%	2.87%	-0.10
研发费用率	3.54%	3.23%	0.31
财务费用率	-1.18%	-2.67%	1.49
减：其他利润表项目占比	3.23%	3.96%	-0.73
净利润率	11.95%	14.39%	-2.44

2023 年，公司净利润率同比下降 2.44 个百分点，主要原因为：1) 公司综合毛利率下降 1.32 个百分点；2) 公司期间费用率同比上升 1.85 个百分点，具体分析如下：

1、产品毛利率变化

2023 年，公司主营业务毛利率下降 1.35 个百分点，具体构成如下：

单位：万元

产品	2023 年			2022 年			同比变动		
	毛利额	毛利率	收入占比	毛利额	毛利率	收入占比	毛利额	毛利率	对整体毛利率变动影响
手术耗材类	5,675.83	16.85%	32.64%	5,038.84	17.30%	26.70%	636.99	-0.45%	0.88%
伤口护理类	7,989.68	22.11%	35.01%	6,973.34	21.27%	30.07%	1,016.34	0.84%	1.35%
消毒清洁类	2,689.36	18.59%	14.01%	3,009.41	22.46%	12.29%	-320.05	-3.87%	-0.15%
防护类	1,398.72	34.87%	3.89%	7,371.65	35.87%	18.85%	-5,972.93	-1.00%	-5.40%
高分子及辅助类	5,737.89	38.48%	14.45%	3,910.48	29.90%	11.99%	1,827.41	8.58%	1.97%
非织造布类	-	-	-	-9.14	-8.74%	0.10%	9.14	8.74%	0.01%
合计	23,491.47	22.76%	100.00%	26,294.58	24.11%	100.00%	-2,803.11	-1.35%	-1.35%

2023 年，公司主营业务毛利率变动主要原因为：1) 高分子及辅助类、伤口护理类毛利率和销售占比上升，分别使得整体毛利率上升 1.97 和 1.35 个百分

点；2) 毛利率较高的防护类产品销售占比下降，使得整体毛利率下降 5.40 个百分点。

2023 年，公司六大类产品毛利率变动具体原因为：

(1) 手术耗材类产品毛利率同比下降 0.45 个百分点，主要原因为手术耗材类产品中，销售占比较高的手术巾产品受燃气费上涨影响，制造费用归集增加，进而导致毛利率下降。

(2) 伤口护理类产品毛利率同比上升 0.84 个百分点，主要原因为人民币贬值影响下，纱布片单位售价上升，纱布片毛利率增加 3.24 个百分点。

(3) 消毒清洁类产品毛利率同比下降 3.87 个百分点，主要原因为消毒清洁类产品中，毛利率较高的酒精片及酒精湿巾销售占比减少。

(4) 防护类产品毛利率同比下降 1.00 个百分点，主要原因为销售占比较高的 N95 口罩毛利率下降。

(5) 高分子及辅助类产品毛利率同比上升 8.58 个百分点，主要原因为：① 润滑剂毛利率同比上升 4.07 个百分点，主要系公司所售高克重润滑剂收入占比增加，其毛利率相对较高；② 连接管毛利率同比上升 2.42 个百分点，主要系连接管产量上升使得单位成本降低。

(6) 2023 年非织造布类产品均为自用，对整体毛利率影响较小。

2、各项费用率变化

2023 年，公司期间费用率同比变化如下：

单位：万元

项目	2023 年		2022 年		同比变动	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	2,601.09	2.52%	2,597.07	2.38%	4.02	0.14%
管理费用	2,862.54	2.77%	3,135.70	2.87%	-273.15	-0.10%
研发费用	3,658.67	3.54%	3,529.94	3.23%	128.73	0.31%
财务费用	-1,217.52	-1.18%	-2,920.95	-2.67%	1,703.44	1.49%
合计	7,904.79	7.65%	6,341.75	5.80%	1,563.04	1.85%

2023年，公司期间费用率同比上升1.85个百分点，主要受财务费用波动影响，财务费用同比增加1,703.44万元，从而导致公司期间费用率上升，具体分析如下：

公司财务费用主要受汇兑损益影响。公司主要持有美元货币资金和应收账款。2023年和2022年，美元均升值，故公司均获得汇兑收益。2023年及2022年公司汇兑收益构成具体如下：

单位：万元

项目	2023年	2022年	同比变动额
货币资金汇兑收益	492.09	1,035.35	-543.27
应收账款汇兑收益	376.38	1,815.66	-1,439.28
应付账款汇兑收益	-1.24	4.11	-5.35
汇兑收益合计	867.23	2,855.12	-1,987.89

2023年，公司汇兑收益同比减少1,987.89万元，主要系货币资金和应收账款汇兑收益减少。

公司期末美元货币资金、美元应收账款以及汇率变动情况如下：

单位：万美元

项目	2023年12月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
美元货币资金	707.20	178.99	373.13
美元应收账款	3,101.78	2,684.35	3,200.58
美元/人民币	7.0827	6.9646	6.3757
汇率较上年末变动率	1.70%	9.24%	/

注：表中汇率为中国人民银行公告的美元兑人民币汇率中间价

2023年，公司货币资金汇兑收益同比减少主要系2022年下半年美元快速升值而2023年下半年美元汇率相对稳定，使得2023年美元货币资金结汇产生的汇兑收益同比减少；公司美元应收账款汇兑收益同比减少主要系2023年美元升值幅度小于2022年。

二、结合发行人2020年前防护类产品的收入规模及盈利能力，分析外部因素消失后，防护类业务是否回归到原有水平、是否存在较大变化

2019-2023年，发行人防护类产品收入及毛利情况如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
销售收入	4,011.00	20,550.61	6,255.61	78,233.66	937.05
占主营业务收入比例	3.89%	18.85%	8.02%	48.44%	1.26%
毛利（剔除运输费用影响后）	1,458.76	7,848.29	3,359.18	53,573.41	459.14
毛利率（剔除运输费用影响后）	36.37%	38.19%	53.70%	68.48%	49.00%

2019 年，公司防护类产品收入为 937.05 万元，收入规模与报告期各期相比较低。2019 年公司防护类产品毛利率为 49.00%，盈利能力与报告期各期相比差异较小。

自 2023 年外部因素消失后，公司防护类业务收入有所下滑，产品毛利率较 2020 年已回归合理区间。但自 2020 年以来，居民的疾病防护意识普遍增强，防护类产品市场需求在未来将持续存在，并且将高于 2019 年水平。此外，公司亦保持防护类产品市场开拓，**2023 年**防护类产品客户数量为 **363** 家，而 2019 年防护类产品客户数量仅为 103 家。整体来看，随着下游需求已回落至正常市场需求水平，2023 年以来公司防护类产品业务规模亦回落至正常稳定状态，整体规模高于 2019 年原有水平，未来公司防护类业务回归至原有水平的可能性较小，不会发生较大变化。

三、非织造布类产品在报告期前是否存在对外销售情况，未来是否仍存在对外销售计划

公司非织造布类产品为水刺无纺布，属于自制半成品。公司会根据市场需求情况对外销售水刺无纺布，同时公司会根据生产需要将水刺无纺布自用加工成湿巾、无纺布片等无纺布类成品后进行销售。

2020 年以前，公司非织造布类产品存在对外销售情况。2019 年-**2023 年**，公司非织造布类产品销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非织造布类	-	104.67	1,134.53	5,234.98	1,363.43

2022 年以来，非织造布类产品下游市场需求减少，且市场竞争较为激烈，公司生产的水刺无纺布转为自用为主，对外销售金额较小，2023 年公司生产的水刺无纺布均为自用。公司系根据市场行情暂停对外销售非织造布类产品，在未来供需情况好转后，公司仍将安排非织造布类产品的下游市场开拓并对外销售。

四、结合市场环境变化、在手订单、期后销售情况，说明 2023 年全年业绩情况及各类产品销售变化原因，是否可能存在较大下滑，并充分揭示相关风险；

（一）市场环境变化

1、防护类产品

随着外部因素影响消失，2023 年公司防护类产品市场需求下降，销售收入同比下滑。但自 2020 年以来，居民的疾病防护意识普遍增强，防护类产品市场需求将持续存在，目前防护类产品市场供求情况已趋于稳定，公司防护类业务未来继续下滑可能性较小。

2、手术耗材类、伤口护理类、消毒清洁类

公司手术耗材类、伤口护理类、消毒清洁类产品所处医用敷料行业市场整体需求保持稳定增长趋势。根据 BMI Research 的数据，2015-2021 年，我国医用敷料市场规模由 46.87 亿元增长至 92.33 亿元，预计 2022 年中国医用敷料市场规模将达到 110.12 亿元。2016-2022 年，中国医用敷料出口规模快速增长，2022 年达到 **23.10 亿美元**，复合增长率达到 **10.13%**。

报告期内，公司医用敷料出口销售收入分别为 62,348.76 万元、77,606.65 万元和 **86,321.40 万元**，2021 年受国外需求、国际海运和宏观经济形势影响，公司出口规模略有下滑，整体来看报告期内公司医用敷料出口规模呈增长态势，**报告期内**复合增长率为 **17.66%**，与国内医用敷料出口增长趋势相一致。

3、高分子及辅助类产品

公司高分子及辅助类产品属于医用高分子材料行业，中国医用高分子材料行业市场规模呈现快速增长的趋势。根据 QYResearch，2017-2021 年中国医用高分子材料行业市场规模由 824.84 亿元增长至 2,469.98 亿元，年复合增长率为 31.55%。

报告期内，公司高分子及辅助类产品销售收入分别为 7,106.89 万元、13,078.86 万元和 **14,911.81 万元**，报告期内复合增长率达到 **44.85%**。

（二）在手订单情况

报告期各期末，发行人的在手订单金额及覆盖次年度收入情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
在手订单金额	21,158.74	16,255.01	21,674.38
次年度营业收入	/	103,352.67	109,323.22
在手订单覆盖次年度营业收入比例	/	15.73%	19.83%

报告期各期末，发行人的在手订单金额分别为 21,674.38 万元、16,255.01 万元和 **21,158.74 万元**，公司在手订单金额整体较为稳定，收入规模具有较强的可持续性。

此外，发行人的产品主要为耗材类产品，生产周期相对较短，故发行人产品在某时点的在手订单并非全年需求及销售规模的完整反映，除了在手订单外，发行人产品的下游市场需求、发行人自身竞争力的提升以及未来新客户的拓展情况等均会对发行人的业绩产生影响。

（三）期后销售情况及各类产品销售变化原因

2023 年，公司主营业务收入分六大类构成情况如下：

单位：万元

产品类别	2023 年	2022 年	2023 年同比变动率
手术耗材类	33,693.29	29,120.40	15.70%
伤口护理类	36,131.73	32,790.92	10.19%
消毒清洁类	14,465.02	13,400.64	7.94%
防护类	4,011.00	20,550.61	-80.48%
高分子及辅助类	14,911.81	13,078.86	14.01%
非织造布类	-	104.67	-100.00%
合计	103,212.86	109,046.10	-5.35%

2023 年，公司六大类产品销售变动原因为：1) 随着外部影响因素消除，国

内出口贸易逐渐恢复，同时国外下游需求增长，发行人手术耗材类、伤口护理类销售收入同比增长；2）高分子及辅助类产品中连接管产品销售规模上升，带动收入同比上升；3）防护类产品下游需求减少，收入下滑；4）2023 年公司非织造布类产品均为自用，未对外销售。

（四）2023 年业绩情况

2023 年，公司经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	变动率
营业收入	103,352.67	109,323.22	-5.46%
利润总额	14,262.46	17,782.98	-19.80%
净利润	12,354.62	15,733.68	-21.48%
归属于母公司所有者的净利润	12,354.62	15,733.68	-21.48%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	12,052.38	14,810.18	-18.62%

2023 年公司业绩同比有所下滑，主要原因为公司毛利率相对较高的防护类产品销售收入下滑，但公司手术耗材类、伤口护理类、高分子及辅助类等传统优势产品业务线收入稳步增长，从而导致公司营业收入略有下滑，同时受汇兑收益同比下降影响，净利润下滑幅度相对较高。

综上所述，2023 年公司业绩不存在较大下滑。

五、外部因素消除后，发行人的未来发展规划以及采取的具体措施。

1、通过技术创新持续提升已有产品线的竞争优势及产品市场占有率

近年来，发行人在已有产品线的基础上，根据行业发展和下游需求，在传统医用敷料产品基础上不断研发具有改良功能的医用敷料产品，如新型抑菌型无纺布手术巾、高效杀菌防渗透气纱布垫、促愈合止血无纺布、高效杀菌防感染擦拭棉片、高效灭菌医用润滑剂等。通过新型改良功能的产品研发，不断优化产品性能和生产工艺，提高公司技术水平和核心竞争力。

报告期内，发行人通过研发具备改良功能的产品实现销售收入分别为 334.38

万元、3,141.38 万元和 **5,093.09 万元**，增长迅速，快速实现了产品研发到生产成果转化。

2022 年发行人新增产品医用袜开始实现销售，2022 年和 **2023 年**销售金额分别为 42.47 万元和 **1,931.11 万元**，截至本回复签署日，发行人医用袜已达到满产状态，预计未来收入进一步增长。

此外，随着发行人与客户合作的持续深入以及持续的市场开拓，发行人与原有客户以及潜在客户的新项目陆续落地，发行人传统产品如手术巾、纱布垫、药棉类产品、载体消毒剂等产品未来销售将进一步增长，推动公司业绩增长。

未来，发行人将进一步利用自身在医用敷料行业深厚的技术优势和生产经验积累，通过技术创新和产品改良不断优化和丰富传统医用敷料产品，扩大销售规模，以进一步提高市场占有率。

2、充分发挥公司在高分子产品领域的优势，不断丰富产品类别，为公司业绩增长提供长久动力

发行人于 2017 年开始不断加大医用高分子产品的研发和生产投入，根据下游需求不断拓展产品种类，目前发行人高分子及辅助类产品主要包括润滑剂、连接管、针盒等。发行人凭借在高分子类产品领域的研发创新优势和与同行业可比公司的产品差异化竞争优势，以及从原材料到成品的产业链化生产优势，与国外大客户建立了深度合作关系。

报告期内，发行人高分子及辅助类产品销售收入分别为 7,106.89 万元、13,078.86 万元和 **14,911.81 万元**，**报告期内**复合增长率达到 **44.85%**，成为发行人业绩增长的新动力。此外，发行人新建的氧气湿化瓶生产线项目已进入调试状态，相关产品已通过客户初步验证，发行人已与大客户 Medline 签署了针对氧气湿化瓶产品的合作协议，预计 2024 年实现批量销售，进一步带动发行人高分子及辅助类产品销售收入的增长，为公司业绩提供长久动力。

3、顺应行业发展，提前布局高端医用敷料

随着居民消费能力提升和健康意识加强、行业政策大力支持以及自主研发技术水平提高等多因素的驱动下，医用敷料需求向高端产品转移，新型高端敷料研

发及产业化成为行业发展方向。

发行人自 2015 年便开始布局高端医用敷料产品，截至本回复签署日，发行人已完成壳聚糖伤口敷料、藻酸盐敷料、无菌敷贴、活性碳纤维敷料、透明敷料、水胶体敷料、聚氨酯泡沫敷料等产品的研发和注册。报告期内，发行人高端医用敷料销售收入分别为 145.93 万元、218.30 万元和 **215.70 万元**，整体销售规模较小，主要原因系开展高端医用敷料生产经营需要大量固定资产投资和销售渠道建立及营销投入，发行人受限于目前资金实力和发展阶段，相关投入较小，难以进入国际市场，此外高端医用敷料由于产品附加值较高，相较于传统医用敷料价格较高，国内受众群体和普及度受到一定限制。

为促进公司在高端医用敷料领域产品布局和市场开拓，报告期内发行人凭借现有的优质境外大客户资源，陆续向主要客户提供高端医用敷料样品并报价，加强合作沟通和需求交流，努力寻求在适时情况下切入国际市场。发行人拟通过本次申请首次公开发行并在主板上市募集资金投资于高端医用敷料和无纺布及其制品项目，加大在高端医用敷料产品领域的投入，同时利用自身已在高端医用敷料领域积累的技术优势，不断进行研发创新和工艺优化，有效降低成本，实现规模化供应，为打开国际市场和开拓国内市场创造有利条件，促进公司未来业绩进一步提升。

【中介机构核查意见】

一、核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

1、查阅发行人 **2023 年及 2022 年**收入成本明细表、期间费用明细表，访谈发行人总经理、销售负责人和财务负责人，分析产品需求变化、价量变化、产品毛利率及各项费用率变化情况，分析 **2023 年**收入和净利润同比变动原因；

2、查阅发行人 **2019-2023 年**各类产品收入成本明细表，分析发行人 2020 年前防护类产品的收入规模及盈利能力，分析外部因素消失后，防护类业务是否回归到原有水平、是否存在较大变化，分析 **2023 年**全年业绩情况及各类产品销售变化原因，是否存在较大下滑风险；

3、访谈发行人董事长、总经理、销售负责人，了解发行人未来对外销售非织造布类产品计划、未来发展规划以及采取的具体措施。

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人 **2023 年**收入同比下降主要系防护类产品需求减少；发行人 **2023 年**净利润降幅大于收入降幅的原因是公司毛利率较高的防护类产品收入占比减少且公司期间费用率同比上升 **1.85** 个百分点；

2、外部因素消失后，未来公司防护类业务回归至原有水平的可能性较小，不会发生较大变化；

3、发行人非织造布类产品在报告期前存在对外销售情况，未来仍存在对外销售计划；

4、2023 年公司业绩不存在较大下滑；

5、外部因素消除后，发行人未来将通过技术创新持续提升已有产品线的竞争优势及产品市场占有率，充分发挥公司在高分子产品领域的优势，不断丰富产品类别，同时顺应行业发展布局高端医用敷料，为公司业绩增长提供长久动力。

问题2. 关于销售模式

根据申报材料，1) 发行人除经销商客户外，还存在部分贸易商客户。经销商和贸易类客户统一为非终端客户；2) 报告期内，发行人非终端销售占比分别为22.84%、8.12%、21.49%以及8.79%，存在一定波动。

请发行人补充说明：（1）经销商和贸易类客户的定义，发行人同其合作的主要差异，包括管理方式、合作模式、销售区域、销售政策、退换货及返利安排等，发行人存在两种模式的非终端销售，是否符合行业惯例；（2）报告期内经销商和贸易类客户的客户数量、平均销售规模和销售单价、库存情况、内外销占比等，是否符合销售模式所属特征；（3）列表说明两种模式下的前五大客户的销售情况，是否专门销售发行人产品，如有请分析原因及销售真实性；（4）结合市场需求变化、贸易类客户数量变化等因素，分析报告期内非终端销售占比波动的原因。

请保荐机构、申报会计师核查以上情况，并分别说明针对经销商和贸易类客户的具体核查方式、核查比例，并对非终端客户销售真实性发表明确意见。

【发行人补充说明】

一、经销商和贸易类客户的定义，发行人同其合作的主要差异，包括管理方式、合作模式、销售区域、销售政策、退换货及返利安排等，发行人存在两种模式的非终端销售，是否符合行业惯例；

（一）经销商和贸易类客户的定义

发行人非终端销售模式下客户包括经销商和贸易类客户。经销商是指与发行人签订经销协议，发行人对其销售区域和价格进行约定的主要从事商品经销业务的客户；贸易类客户（贸易商）则是指与发行人签署常规销售合同，拥有自有销售渠道、区域以及自主决定价格权利的主要从事贸易业务的客户。

（二）发行人同其合作的主要差异，包括管理方式、合作模式、销售区域、销售政策、退换货及返利安排等

发行人同经销商和贸易类客户合作的主要差异情况如下：

项目	经销商	贸易类客户
管理方式	经销商在授权范围内的区域进行经销，发行人对其销售价格、销售指标等进行指导或约定	贸易类客户是完全独立的市场主体，发行人无权干预其经营行为
合作模式	买断式销售，发行人与经销商签订正式经销协议，协议中约定对经销商的管理制度和措施	买断式销售，发行人与贸易类客户签订常规销售合同
销售区域	与经销商在协议中约定具体的销售区域	贸易类客户自主决定其销售区域
销售政策	发行人与部分经销商约定年度销售目标；发行人与经销商在经销协议中约定具体的信用期或授予经销商一定的信用额度并在达到信用额度后在约定的时间内回款	贸易类客户自主决定其销售计划；发行人与贸易类客户在销售合同中约定具体的信用期，不存在授予信用额度的情形。
退换货政策	不涉及退换货机制（质量问题导致的退换货除外）	
返利安排	发行人与部分经销商在经销协议中约定销售返利	不涉及返利

（三）发行人存在两种模式的非终端销售，是否符合行业惯例

根据同行业可比公司振德医疗、奥美医疗、稳健医疗的招股说明书、定期报告等公开资料，上述企业仅披露了其销售模式包含经销和直销，未披露终端销售和非终端销售的具体情况，亦未披露直销模式下贸易类客户的情况。

发行人所处医疗器械行业，主要产品包括医用敷料等一次性医疗器械及消毒卫生用品，医疗器械行业产品种类繁多，下游销售渠道丰富，贸易商拥有一部分国内及国外的销售渠道和资源，能够满足下游多样化需求，因此发行人向贸易类客户存在销售具备合理性。根据公开信息，发行人选取了其他所处医疗器械行业或产品、应用领域存在重叠或相似的企业进行对比，非终端销售模式均包含经销商和贸易商，具体情况如下：

企业名称	主营业务及产品	非终端销售客户构成
采纳股份 (301122.SZ)	主要从事注射穿刺器械及实验室耗材的研发、生产和销售，主要产品为穿刺针、注射器、实验室耗材及口罩	经销商和贸易商
天益医疗 (301097.SZ)	主要从事血液净化及病房护理领域医用高分子耗材等医疗器械的研发、生产与销售，主要产品包括血液净化装置的体外循环血路、一次性使用动静脉穿刺器、一次性使用一体式吸氧管、喂食器及喂液管、口罩等	经销商和贸易商

企业名称	主营业务及产品	非终端销售客户构成
怡和嘉业 (301367.SZ)	主要从事呼吸健康领域医疗设备与耗材产品的生产制造,主要产品包括家用无创呼吸机、通气面罩、睡眠监测仪、高流量湿化氧疗仪等	经销商和贸易商
中红医疗 (300981.SZ)	主要从事高品质丁腈手套、PVC手套等医用及工业用一次性防护手套的研发、生产与销售,主要产品包括健康防护用一次性丁腈手套及PVC手套	经销商和贸易商

综上所述,发行人存在两种模式的非终端销售,符合行业惯例。

二、报告期内经销商和贸易类客户的客户数量、平均销售规模和销售单价、库存情况、内外销占比等,是否符合销售模式所属特征;

1、报告期内发行人经销商和贸易类客户的客户数量、平均销售规模、库存情况、内外销占比情况

①经销商

项目	2023年	2022年	2021年
数量A(家)	119	157	119
销售收入B(万元)	3,714.16	9,279.92	5,861.33
内销占比	100.00%	100.00%	100.00%
外销占比	-	-	-
平均销售规模 C=B/A(万元)	31.21	59.11	49.25
期末库存余额(万元)	120.38	827.03	584.24
期末库存占比	4.83%	11.56%	12.40%

注:期末库存余额和期末库存占比系根据主要经销商数据统计,报告期内公司对主要经销商收入占经销收入比例分别为80.38%、77.10%和**67.17%**;期末库存占比=主要经销商期末库存金额/公司对主要经销商当期收入。

报告期内,发行人经销商数量基本保持稳定,2022年经销商数量较多主要原因系受下游需求影响,发行人防护服产品产销规模扩大,相应产品销售的经销商增加;发行人经销商均为注册在境内的拥有下游销售渠道的国内企业,因此报告期内发行人向经销商销售均为内销;报告期内发行人向经销商平均销售规模及期末库存占比基本保持稳定。**2023年向经销商平均销售规模及库存占比下降主要受防护类产品销售下降影响。**

②贸易类客户

报告期内发行人贸易类客户数量、平均销售规模、库存情况、内外销占比情况如下：

项目	2023 年	2022 年	2021 年
数量 A（家）	296	441	222
销售收入 B（万元）	2,894.88	14,211.36	491.19
内销占比	100.00%	100.00%	100.00%
外销占比	-	-	-
平均销售规模 C=B/A（万元）	9.78	32.23	2.21
期末库存余额（万元）	4.25	148.04	4.80
期末库存占比	0.15%	1.62%	1.59%

注：期末库存余额和期末库存占比系根据主要贸易类客户数据统计，报告期内公司对主要贸易类客户收入占贸易类客户收入比例分别为 61.45%、64.37%和 **63.25%**；期末库存占比=主要贸易类客户期末库存金额/公司对主要贸易类客户当期收入。

报告期内，2022 年发行人贸易类客户较多主要原因系受下游需求影响，发行人防护服产品产销规模扩大，新增较多贸易类客户向发行人采购防护服。**2023 年贸易类客户同比下降主要系防护类产品需求减少。**

发行人贸易类客户主要为国内拥有下游销售渠道的贸易类企业，因此报告期内发行人向贸易类客户销售**均为境内销售。**

报告期内发行人向贸易类客户平均销售规模波动较大，主要原因为贸易类客户均为独立的市场销售主体，其根据下游客户以及自身业务需求向发行人进行采购，报告期内贸易类客户主要向发行人采购防护类产品，2022 年下游防护类产品需求较大，因此贸易类客户向发行人采购规模较大。

报告期各期末，贸易类客户期末库存占比较低。

2、报告期内发行人经销商和贸易类客户的平均销售单价情况

报告期内，发行人向经销商销售产品主要包括防护类、伤口护理类、消毒清洁类等，明细产品种类繁多；发行人向贸易类客户销售产品主要为防护类产品，其他类产品销售较少。

报告期内，发行人向经销商和贸易类客户销售重叠产品主要为防护类产品。报告期各期，发行人对经销商销售收入中，防护类产品占比为 44.08%、63.41% 和 **34.95%**；发行人对贸易类客户销售收入中，防护类产品占比为 30.26%、85.26% 和 **79.60%**。

报告期内，发行人防护类产品销售单价情况如下：

客户类型	产品名称	2023 年	2022 年	2021 年
经销商	平面口罩（元/万片）	2,007.86	1,872.98	2,470.39
	N95 口罩（元/万片）	10,436.24	15,017.91	/
	防护服（元/件）	/	22.95	/
贸易类客户	平面口罩（元/万片）	1,636.11	1,969.29	2,504.60
	N95 口罩（元/万片）	11,322.27	20,313.15	/
	防护服（元/件）	18.59	27.49	17.08

整体来看，发行人向经销商销售产品价格低于贸易类客户。2023 年，发行人向经销商销售**平面口罩**价格高于贸易类客户，主要系销售口罩产品的类型结构差异所致。发行人向贸易商销售的主要为普通平面口罩，向经销商销售的口罩包括柳叶型、儿童款、普通平面等类型口罩，柳叶型、儿童款等口罩售价较高，从而导致向经销商销售平均价格高于贸易类客户。综上所述，报告期内发行人经销商和贸易类客户的客户数量、平均销售规模和销售单价、库存情况、内外销占比等波动具备合理原因，符合销售模式所属特征。

三、列表说明两种模式下的前五大客户的销售情况，是否专门销售发行人产品，如有请分析原因及销售真实性；

报告期内，发行人前五大经销商客户销售情况如下：

年度	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额（万元）	占营业收入比例
2023 年	1	江苏瑞恩医疗器械有限公司	口罩、敷贴、湿巾等	372.57	0.36%
	2	江苏森众医疗科技有限公司	敷贴、口罩、弹性绷带等	305.57	0.30%
	3	杭州楚越汇健康科技有限公司	口罩、干巾等	199.40	0.19%

年度	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额 (万元)	占营业收入 比例
	4	湖南四季道健康发展有限公司	口罩、酒精消毒液等	191.41	0.19%
	5	广东宏元药业有限公司	口罩、湿巾、干巾等	184.23	0.18%
	合计			1,253.17	1.21%
2022年	1	江苏瑞恩医疗器械有限公司	口罩、免洗手消毒凝胶、湿巾	1,600.93	1.46%
	2	湖南四季道健康发展有限公司	口罩、酒精消毒液等	514.26	0.47%
	3	广东宏元药业有限公司	口罩、酒精消毒液等	471.44	0.43%
	4	甘肃嘉星商贸有限公司	防护服、口罩等	452.06	0.41%
	5	合肥曼伦电子商务有限公司	酒精消毒液	379.99	0.35%
	合计			3,418.67	3.13%
2021年	1	江苏森众医疗科技有限公司	口罩、酒精消毒液等	927.70	1.19%
	2	广东宏元药业有限公司	口罩、酒精消毒液等	468.32	0.60%
	3	江苏瑞恩医疗器械有限公司	口罩、湿巾等	439.81	0.56%
	4	河南张仲景医药物流有限公司	棉签、创口贴等	263.14	0.34%
	5	合肥曼伦电子商务有限公司	酒精消毒液、免洗手消毒凝胶等	227.79	0.29%
	合计			2,326.77	2.98%

报告期内，发行人前五大贸易类客户销售情况如下：

年度	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额 (万元)	占营业收入 比例
2023年	1	南京雨仁医疗器械有限公司	口罩、防护服	463.87	0.45%
	2	青岛康普瑞医疗科技有限公司	口罩、碘伏消毒液、纱布片等	354.29	0.34%

年度	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额 (万元)	占营业收入 比例
	3	上海珀思医疗科技有限公司	口罩、隔离衣等	261.15	0.25%
	4	山东伟立康医学科技有限公司	口罩、防护服	226.22	0.22%
	5	杭州一苇医疗器械有限公司	口罩、防护服	176.42	0.17%
	合计			1,481.95	1.43%
2022年	1	国药控股山西有限公司大同分公司	防护服、口罩、隔离面罩	1,079.20	0.99%
	2	杭州一苇医疗器械有限公司	防护服、隔离面罩、口罩	984.56	0.90%
	3	山西德信诚医疗科技有限公司	防护服、口罩	734.78	0.67%
	4	南京雨仁医疗器械有限公司	防护服、口罩、隔离衣	565.46	0.52%
	5	常州市金坛区疾病预防控制中心	防护服、口罩	528.34	0.48%
	合计			3,892.34	3.56%
2021年	1	杭州一苇医疗器械有限公司	防护服	79.67	0.10%
	2	中国国际医药卫生有限公司	脱脂棉(棉卷)	59.78	0.08%
	3	中国对外贸易中心集团有限公司	免洗手消毒凝胶	28.04	0.04%
	4	上海金奎生物科技有限公司	湿巾	21.72	0.03%
	5	山东祥瑞东升医疗器械有限公司	脱脂棉(棉卷)	21.06	0.03%
	合计			210.26	0.27%

报告期内,发行人前五大经销商和贸易类客户均不存在专门销售发行人产品的情形。

四、结合市场需求变化、贸易类客户数量变化等因素,分析报告期内非终端销售占比波动的原因。

报告期内,发行人非终端销售占比情况如下:

项目	主要销售产品	2023 年	2022 年	2021 年
非终端销售占比		6.39%	21.49%	8.12%
其中：				
非终端经销商占比	防护类、消毒清洁类、伤口护理类	3.59%	8.49%	7.49%
非终端贸易类客户占比	防护类、高分子类	2.80%	13.00%	0.63%

报告期内发行人非终端销售占比波动主要受贸易类客户销售占比波动影响。报告期内发行人贸易类客户销售收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	2021 年
贸易类客户销售收入	2,894.88	14,211.36	491.19
贸易类客户销售收入占营业收入比例	2.80%	13.00%	0.63%
剔除防护类产品后贸易类客户销售收入	590.52	646.60	342.57
剔除防护类产品后贸易类客户销售收入占营业收入（剔除防护类产品）比例	0.59%	0.74%	0.48%

报告期内，发行人贸易类客户销售占比波动主要受防护类产品销售情况影响，防护类产品主要面向下游消费者，销售渠道部分集中在贸易商手中，在下游需求旺盛时，贸易商会加大向发行人采购。2022 年防护类产品需求旺盛，发行人贸易类客户销售收入占比较高具备合理性。剔除防护类产品影响后，报告期内发行人贸易类客户销售收入占比分别为 0.48%、0.74%和 0.59%，整体占比较低；2022 年受防护服业务增长影响，发行人贸易类客户数量增加，带动贸易类客户收入占比有所提升；2023 年防护类产品需求回落，贸易类客户收入占比下降。

综上所述，受下游防护类产品需求变动影响，贸易类客户销售占比出现较大波动，从而导致报告期内发行人非终端销售占比出现波动，具备合理原因。

【中介机构核查意见】

一、核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、访谈了发行人总经理、销售负责人、财务负责人；
- 2、查阅了发行人与经销商、贸易类客户签署的协议或合同；
- 3、取得发行人报告期内销售收入明细表、销售相关原始单据；
- 4、取得了主要经销商和贸易类客户报告期各期末的库存明细及相关说明，具体核查比例如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	2021 年
经销商收入	3,714.16	9,279.92	5,861.33
主要经销商收入金额	2,494.62	7,154.82	4,711.19
经销商核查比例	67.17%	77.10%	80.38%
贸易类客收入	2,894.88	14,211.36	491.19
主要贸易类客户收入金额	1,831.15	9,147.91	301.83
贸易商核查比例	63.25%	64.37%	61.45%

5、复核了报告期内发行人经销商和贸易类客户的客户数量、平均销售规模和销售单价、库存情况、内外销占比等情况；

6、查阅了同行业可比公司的招股说明书、定期报告等公开信息资料；

7、检查经销商和贸易类客户合同订单、出库单、运输单、发票、客户签收单、回款单据等资料，执行销售细节测试，细节测试比例如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	2021 年
经销商收入	3,714.16	9,279.92	5,861.33
经销商细节测试核查金额	3,229.01	6,283.42	4,422.26
经销商核查比例	86.94%	67.71%	75.45%
贸易类客户收入	2,894.88	14,211.36	491.19
贸易类客户细节测试核查金额	2,459.23	12,714.19	167.48
贸易商核查比例	84.95%	89.47%	34.10%

8、对发行人主要经销商、贸易类客户实施了函证程序，对于未回函的客户，执行检查销售出库单、收入确认单据、销售发票及期后收款等替代性程序，具体

函证核查情况如下：

①经销商函证核查情况

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	2021 年
收入金额 A	3,714.16	9,279.92	5,861.33
发函金额 B	3,229.01	6,283.42	4,696.75
发函金额占比 C=B/A	86.94%	67.71%	80.13%
回函确认金额 D	3,229.01	6,006.80	4,696.75
回函确认金额占比 D/A	86.94%	64.73%	80.13%
未回函替代程序测试确认金额 E	-	276.62	-
回函及替代程序确认金额合计 F=D+E	3,229.01	6,283.42	4,696.75
回函及替代程序可以确认金额占比 F/A	86.94%	67.71%	80.13%

②贸易类客户函证核查情况

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	2021 年
收入金额 A	2,894.88	14,211.36	491.19
发函金额 B	2,459.23	12,714.19	282.75
发函金额占比 C=B/A	84.95%	89.47%	57.56%
回函确认金额 D	2,438.84	12,675.26	282.75
回函确认金额占比 D/A	84.25%	89.19%	57.56%
未回函替代程序测试确认金额 E	20.39	38.94	-
回函及替代程序确认金额合计 F=D+E	2,459.23	12,714.19	282.75
回函及替代程序可以确认金额占比 F/A	84.95%	89.47%	57.56%

9、对主要经销商、贸易类客户执行走访访谈程序，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	2021 年
经销商走访金额 A	2,126.51	5,712.32	3,625.28
经销商收入金额 B	3,714.16	9,279.92	5,861.33
经销商走访金额占比 A/B	57.25%	61.56%	61.85%
贸易类客户走访金额 C	1,530.59	10,122.90	97.13
贸易类客户收入金额 D	2,894.88	14,211.36	491.19

贸易类客户走访金额占比 C/D	52.87%	71.23%	19.77%
-----------------	--------	--------	--------

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

- 1、发行人存在两种模式的非终端销售，符合行业惯例；
- 2、报告期内发行人经销商和贸易类客户的客户数量、平均销售规模和销售单价、库存情况、内外销占比等符合销售模式所属特征；
- 3、报告期内发行人前五大经销商和贸易类客户不存在专门销售发行人产品的情形；
- 4、受下游防护类产品需求变动影响，贸易类客户销售占比出现较大波动，从而导致报告期内发行人非终端销售占比出现波动，具备合理原因；
- 5、报告期内发行人非终端客户销售真实。

问题3. 关于居间费用

根据申报材料，（1）发行人2020年通过居间方式获取防护产品的境内收入为3.12亿元，且均集中在5月份；获取境外收入为8605万元；（2）两家主要居间商，南京盛达瑞于2020年2月成立，上海帅岚于2020年6月成立，成立时间较短即同发行人存在居间合作。

请发行人补充说明：（1）结合2020年防护产品境内供求关系，分析2020年在境内通过居间方式获取订单的合理性；（2）2020年同发行人存在居间合作的居间商，是否仅同发行人存在合作；居间商对应的终端客户情况、销售订单是否均已销售完毕并收回货款、是否存在期后退回情况；（3）居间商成立时间较短即同发行人合作的合理性，对应的终端客户是否持续同发行人存在交易。

请保荐机构和申报会计师核查以上情况，并结合资金流水核查，说明是否存在居间费用体外循环、虚增销售收入的情形，说明对南京盛达瑞和上海帅岚的核查情况，是否存在利益输送或不当获取订单等情况。

【发行人补充说明】

一、结合2020年防护产品境内供求关系，分析2020年在境内通过居间方式获取订单的合理性；

2020年初，国内口罩需求旺盛，发行人开始扩大口罩业务规模以满足国内市场需求，发行人系通过自有销售渠道和体系获取国内销售终端在境内的客户，不存在通过居间方式获取销售终端在境内的客户订单的情形。

随着发行人口罩产能不断扩大加之国内口罩行业整体产能的逐渐释放，销售终端在境内的订单减少，而届时国外口罩需求激增，境外客户开始寻求国内口罩生产供应商以满足其需求，由于境内外口罩供应和销售渠道存在信息差，境外客户为及时获得口罩供应，开始通过国内的个人或企业资源获取口罩生产商信息，相应的个人或企业主要从事进出口贸易，能够获取境外的需求信息，从而以居间方式促成发行人与相应客户的合作落地。因此，发行人在国内口罩产能释放、需求放缓且国外需求旺盛的背景下，通过居间商获取口罩客户订单资源，具备合理

性。发行人通过居间商获取的口罩客户均系相关居间商拥有口罩订单资源，主动上门与发行人接洽促成了发行人与相关客户的业务合作并收取居间费，获取的口罩客户终端销售均为境外。

综上所述，发行人 2020 年在境内通过居间方式获取订单具备合理性。

二、2020 年同发行人存在居间合作的居间商，是否仅同发行人存在合作；居间商对应的终端客户情况、销售订单是否均已销售完毕并收回货款、是否存在期后退回情况；

2020 年，发行人与主要居间方合作情况、终端客户情况、销售订单回款情况以及期后退回情况如下：

单位：万元

序号	居间方名称	合作起始时间	是否仅同发行人存在合作	获取订单金额	对应客户名称	销售产品	客户终端销售区域	截止 2020 年 12 月 31 日客户订单回款情况	是否存在期后退回情况
1	南京盛达瑞进出口贸易有限公司	2020 年 5 月	否	17,878.23	江苏苏美达纺织有限公司	口罩	境外	17,878.23	否
2	南通方圆电子有限公司		否						
3	淮安永拓企业管理咨询服务服务有限公司		否						
4	孙加宇		否						
5	上海帅岚信息咨询服务中心	2020 年 5 月	是	7,525.66	上海天强实业有限公司	口罩	境外	7,525.66	否
6	潘俊	2020 年 5 月	否	5,805.31	安徽华泰纺织有限公司	口罩	境外	5,805.31	否
7	KINGSTAR MEDICAL PRODUCTS CO.,LTD	2020 年 8 月	否	4,310.18	DOVILAB	口罩	境外	4,310.18	否
8	AUSTRALIAN BENCHMARK TRADING DORPORTION PTY LTD		否						
9	XIAOLAN ALLOUIS DAI	2020 年 8 月	否	1,408.25	DOVILAB	口罩	境外	1,408.25	否
10	HORSE CARE CO.,LTD	2019 年 10 月	否	1,310.71	MEDICAL STORES DEPARTMENT	纱布卷、纱布绷带	境外	900.64 ^[注 1]	否

11	ANTOINE VIDAL	2020年8月	否	769.03	DOVILAB、CAM NEGOCE	口罩	境外	769.03	否
12	ARROW MEDSOURCE GROUP LTD ADD.2.TAI	2020年7月	否	715.71	SVS LLC DBA S2S GLOBAL	手术巾、纱布垫	境外	715.71	否
13	CANALWAY OVERSEAS LTD ADD.YAMRAS BL	2019年9月	否	91.74	LORENZO JIMENEZ E HIJO LTDA	纱布垫	境外	91.74	否

注：上述均为不含税金额，发行人存在同一客户由不同居间商促成业务合作的情形，主要因为在当时背景下，口罩需求旺盛且市场混乱，不具备合理的商业环境，境内外口罩产品上下游市场存在严重信息不对称，境外口罩需求客户由于缺少境内资源遂通过境内一些企业或者个人寻求口罩供应商，因此存在由多个个人或者企业一同寻找到发行人从而促进发行人与客户业务合作落地的情形。

注 1：MEDICAL STORES DEPARTMENT 订单已在 2021 年 3 月完成全部回款

由上表可知，2020 年同发行人合作的居间商，除上海帅岚信息咨询服务中心（简称“上海帅岚”）外，不存在仅同发行人合作的情形。

发行人与上海帅岚具体合作背景为：2020 年，上海帅岚实际控制人蔡晓燕拥有口罩需求方资源，主动联系发行人提供居间服务，促成发行人与上海天强实业有限公司的口罩销售业务合同落地，出于业务规范性考虑，蔡晓燕成立了个人独资企业上海帅岚与发行人签订居间协议进行合作。

发行人相关销售订单均已销售完毕并收回货款，不存在期后退回情况。

三、居间商成立时间较短即同发行人合作的合理性，对应的终端客户是否持续同发行人存在交易。

发行人居间商中成立时间较短的居间商及对应的终端客户情况如下：

序号	居间商名称	成立时间	主营业务	对应的终端客户	对应的终端客户是否持续同发行人存在交易
1	南京盛达瑞进出口贸易有限公司	2020年2月24日	进出口贸易	江苏苏美达纺织有限公司	否（仅在2020年存在交易，销售产品为口罩）
2	上海帅岚信息咨询服务中心	2020年6月11日	未从事实际经营	上海天强实业有限公司	否（仅在2020年存在交易，销售产品为口罩）

2020 年，发行人通过居间商获取客户主要系在口罩需求旺盛的背景下，部分有境外客户口罩需求资源的企业通过居间方式达成与发行人合作。南京盛达瑞

进出口贸易有限公司系从事进出口贸易的企业，在当时背景下能够获得境外客户或境外客户需求资源企业的相关需求信息，并联系到发行人从而促成与相应客户的合作，具备合理性；上海帅岚系个人独资企业，其实际控制人蔡晓燕拥有口罩需求方相应的客户资源信息，主动联系发行人并促成了发行人与上海天强实业有限公司的口罩销售业务合同落地，具备合理性。

综上所述，上述居间商成立时间较短即同发行人合作具备合理性，相关业务系发生在 2020 年特殊背景下，发行人向对应的终端客户销售产品均为口罩。报告期内发行人与上述居间商对应的终端客户的业务往来仅发生在 2020 年，2021 年以来不存在交易。

【中介机构核查意见】

一、核查程序

保荐机构、申报会计师执行了以下核查程序：

- 1、访谈了发行人总经理、财务负责人、销售负责人；
- 2、查阅了发行人主要居间商的工商资料，对主要居间方进行了访谈；
- 3、查阅了发行人佣金台账、与居间商签署的居间协议或合同、通过居间商获取的客户订单及销售明细、收入确认等相关单据、回款凭证等资料；
- 4、取得并核查了发行人及董事、监事、高级管理人员、主要销售管理人员等关键人员的银行资金流水；
- 5、取得并查阅了南京盛达瑞和上海帅岚的工商资料以及上海帅岚的银行流水，对其主要负责人进行了访谈，核查并复核了发行人向其支付居间费的相关协议、支付凭证等依据，并对促成合作的相应客户进行了走访访谈及函证。

二、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

- 1、2020年发行人在境内通过居间方式获取订单具备合理性；
- 2、2020年同发行人存在居间合作的居间商，除上海帅岚外，不存在仅同发

行人存在合作的情况，发行人居间商对应的终端客户的销售订单均已销售完毕并收回货款，不存在期后退回的情形；

3、南京盛达瑞和上海帅岚成立时间较短即同发行人合作具备合理性，对应的终端客户与发行人的业务往来仅发生在2020年，2021年以来不存在交易；

4、发行人除根据相关居间协议向居间商支付居间费用外，与居间商不存在其他的资金往来，发行人董事、监事、高级管理人员以及主要销售管理人员等关键人员与居间商不存在资金往来，发行人居间费用不存在体外循环、虚增销售收入的情形；

5、发行人与南京盛达瑞和上海帅岚不存在利益输送或不当获取订单等情况。

问题4. 关于其他

问题4.1

根据申报文件，2023年上半年末公司存货跌价准备余额为1,288.94万元，占比为7.58%，2023年上半年存在增长。

请发行人补充说明：2023年上半年防护类相关存货的具体情况，结合防护类产品市场需求变化，分析产品跌价准备的计提是否充分；防护类产品存货规模同2020年以前存货规模的比较情况，是否回归到原有水平。

【发行人补充说明】

一、2023年上半年防护类相关存货的具体情况，结合防护类产品市场需求变化，分析产品跌价准备的计提是否充分；

2023年末发行人防护类相关存货的具体情况以及跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	产品类型	2023年12月31日			
		账面余额	占存货期末余额比例	跌价准备	计提比例
库存商品	一次性平面口罩	717.34	4.21%	85.16	11.87%
	N95口罩	942.62	5.53%	4.32	0.46%
	纱布口罩	39.87	0.23%	39.87	100.00%
	防护服	165.45	0.97%	7.76	4.69%
	其他	156.07	0.92%	16.19	10.37%
半成品	一次性平面口罩	65.83	0.39%	47.79	72.60%
	N95口罩	36.93	0.22%	-	0.00%
	防护服	230.55	1.35%	-	0.00%
原材料	一次性平面口罩	37.38	0.22%	10.03	26.83%
	N95口罩	106.38	0.62%	7.48	7.04%
	防护服	125.45	0.74%	7.92	6.31%
	其他	2.50	0.01%	0.33	13.06%
合计	一次性平面口罩	820.56	4.81%	142.98	17.42%
	N95口罩	1,085.93	6.37%	11.81	1.09%
	纱布口罩	39.87	0.23%	39.87	100.00%
	防护服	521.45	3.06%	15.68	3.01%
	其他	158.57	0.93%	16.52	10.42%
	合计	2,626.38	15.40%	226.86	8.64%
	账面价值	2,399.52			

注：其他主要包括隔离面罩、隔离衣等防护产品，期末结存金额较小。

1、库存商品存货跌价准备计提情况

公司测算库存商品可变现净值的具体方式为：可变现净值=预计售价*期末库存数量-预计销售费用-相关税费，其中：预计售价若有对应销售合同则取产品期末合同销售价格，若无销售合同则取产品近期销售价格；相关税费=各公司当年的税金及附加/当年的营业收入*预计收入；预计销售费用=各公司当年的销售费用/各公司当年的营业收入*预计收入。

2023年末，公司一次性平面口罩、N95口罩和防护服平均单位成本及2023年12月平均销售价格情况如下表所示：

产品名称	2023年末结存金额（万元）	计量单位	2023年末单位成本（元/片、件）	2023年12月平均售价（元/片、件）
一次性平面口罩	717.34	片	0.14	0.17
N95口罩	942.62	片	0.52	0.64
防护服	165.45	件	14.89	17.70

经测试，2023年末一次性平面口罩跌价准备余额为85.16万元，N95口罩跌价准备余额为4.32万元，防护服跌价准备余额为7.76万元。

受居民日常健康防护意识的提高，仅有防尘防沙功能的纱布口罩需求减少，发行人对纱布口罩已全额计提存货跌价准备。同时，发行人对库龄超出有效期的存货全额计提跌价准备。

2、原材料和半成品计提情况

报告期内，公司依据适用产品的生产、销售情况判断原材料是否存在减值迹象。对于呆滞的原材料和半成品以及因破损、残次的等原因经技术部门判断后确认无法投入生产的原材料和半成品，公司基于谨慎性原则全额计提跌价准备。此外，针对库龄较长、呆滞风险较高的存货，公司全额计提跌价准备。

3、防护类所涉存货的跌价准备计提充分

2023年末，发行人已根据下游需求以及市场情况对防护类产品充分计提跌价准备。

2023年以来，随着外部因素影响的消除，防护类产品需求下降，防护类产品价格目前已基本回落至较低水平，相关产品价格持续下跌的可能性较小。2024年1月至今，防护类产品的平均售价与2023年12月对比情况如下：

产品名称	2024年1月至今平均售价	变动率	2023年12月平均售价
一次性平面口罩（元/片）	0.16	-2.32%	0.17
N95口罩（元/片）	0.60	-6.25%	0.64

产品名称	2024年1月至今平均售价	变动率	2023年12月平均售价
防护服（元/件）	16.80	-5.08%	17.70

根据上表，从期后销售价格变动来看，一次性平面口罩和防护服价格受客户结构、市场需求影响有所下滑，N95口罩受市场影响较大，价格大幅下降。由于外部因素影响已经基本消除，防护类产品价格基本回落至正常水平，相关产品价格持续下跌的可能性较小。同时，截至**2023年12月31日**，公司已按照成本与可变现净值孰低原则对防护类存货计价，**未出现**进一步大额减值损失。

2023年末公司防护类产品存货库龄主要集中在一年以内，所涉存货的余额水平与公司业务规模相匹配。**2024年1月至今**，公司防护类产品已实现销售收入**355.90万元**，期后销售情况良好。

综上，公司防护类产品跌价准备的计提充分。

二、防护类产品存货规模同**2020年**以前存货规模的比较情况，是否回归到原有水平。

2023年末与**2019年末**的防护类产品存货规模情况如下：

单位：万元

项目	2023年末/2023年	2019年末/2019年
防护类产品存货余额	2,626.38	26.86
防护类产品销售收入	4,011.00	937.05

2023年末，发行人防护类产品存货余额大幅高于**2019年末**防护类产品存货余额，主要原因为：2020年以前发行人防护类产品产能及产销规模较小，2020年随着防护类产品下游需求增加，发行人进行了大规模的扩产，产销规模均大幅提升。同时，2022年底至2023年初，由于防护类产品需求较为旺盛，发行人进行了一定备货，导致**2023年末**防护类产品存货规模相对较高。**2024年1月至今**，公司防护类产品已实现销售收入**355.90万元**，期后销售良好。整体来看，发行人防护类产品存货余额与公司业务规模相匹配。

问题4.2

根据申报材料，报告期内发行人高分子及辅助类毛利率分别为**38.13%**、

40.49%、29.90%以及37.88%。发行人高分子及辅助类主要产品为润滑剂产品，润滑剂产品报告期内毛利率分别为54.38%、53.40%、53.92%和59.27%，波动趋势同高分子及辅助类产品的毛利率波动趋势相反。

请发行人补充说明：高分子及辅助类还包括哪些产品，主要产品的毛利率波动情况，润滑剂作为高分子及辅助类主要产品，两者毛利率波动趋势不一致的原因，是否存在异常。

【发行人补充说明】

一、高分子及辅助类还包括哪些产品，主要产品的毛利率波动情况

发行人高分子及辅助类产品主要包括润滑剂、连接管、针盒及其他。报告期内，发行人高分子及辅助类产品销售收入构成如下：

单位：万元

产品名称	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	销售收入	占比	销售收入	占比	销售收入	占比
高分子及辅助类	14,911.81	100.00%	13,078.86	100.00%	7,106.89	100.00%
其中						
润滑剂	6,340.73	42.52%	5,771.42	44.13%	5,153.65	72.52%
连接管	5,854.16	39.26%	3,093.18	23.65%	3.61	0.05%
针盒	1,537.23	10.31%	1,710.95	13.08%	1,298.94	18.28%
其他	1,179.69	7.91%	2,503.31	19.14%	650.70	9.16%

注：其他主要包括喉罩、检查手套、洗手刷等产品

报告期内，发行人高分子及辅助类产品中主要产品的毛利率情况如下：

产品名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
高分子及辅助类	38.48%	29.90%	40.49%
其中：			
润滑剂	56.88%	52.38%	51.63%
连接管	25.36%	22.21%	-45.44%
针盒	19.51%	16.24%	10.27%
剔除运输费用影响后			
高分子及辅助类	40.52%	32.24%	42.51%

产品名称	2023 年度	2022 年度	2021 年度
其中：			
润滑剂	57.99%	53.92%	53.40%
连接管	28.61%	26.19%	-43.88%
针盒	21.53%	18.34%	13.05%

二、润滑剂作为高分子及辅助类主要产品，两者毛利率波动趋势不一致的原因，是否存在异常。

报告期内发行人高分子及辅助类毛利率分别为 40.49%、29.90%以及 **38.48%**，其中润滑剂产品毛利率分别为 51.63%、52.38%和 **56.88%**。剔除运输费用影响后，报告期内发行人高分子及辅助类毛利率分别为 42.51%、32.24%和 **40.52%**，其中润滑剂产品毛利率分别为 53.40%、53.92%和 **57.99%**，润滑剂作为高分子及辅助类主要产品，其毛利率与高分子及辅助类产品毛利率波动不一致的原因具体分析如下：

剔除运费影响后，报告期内发行人高分子及辅助类产品毛利率波动具体分析如下：

产品名称	2023 年		2022 年		2021 年
	毛利贡献率	毛利率波动影响	毛利贡献率	毛利率波动影响	毛利贡献率
润滑剂	24.66%	0.87%	23.79%	-14.93%	38.72%
连接管	11.23%	5.04%	6.20%	6.22%	-0.02%
针盒	2.22%	-0.18%	2.40%	0.01%	2.39%
其他	2.40%	2.55%	-0.15%	-1.58%	1.43%
合计	40.52%	8.27%	32.24%	-10.27%	42.51%

注：毛利率波动影响=（本期期销售占比-上期销售占比）*上期毛利率+本期销售占比*（本期毛利率-上期毛利率）

2022 年，高分子及辅助类产品毛利率下降 10.27 个百分点，主要原因为 2022 年低毛利率的连接管销售占比大幅提高。2022 年开始，发行人连接管产品开始批量生产和销售，由于规模化效应具有一定迟滞性，连接管的毛利率相对较低，但较 2021 年大幅提高，**2023 年**连接管销售占比和毛利率进一步提高，带动 **2023 年**高分子及辅助类产品毛利率回升。

综上所述，报告期内发行人润滑剂产品毛利率与高分子及辅助类产品毛利率波动趋势不一致具备合理性。

问题4.3

根据申报材料，发行人棉纱采购占比约为30%左右，占比最大，纱布棉纱与棉花价格息息相关。2021年棉花价格存在上涨趋势，影响了发行人单位成本及毛利率。

请发行人补充说明：针对原材料价格大幅波动的情况，发行人采取的应对措施，原材料价格波动是否能够较快传导到下游客户，对发行人单位成本是否存在长期不利影响。

【发行人补充说明】

一、针对原材料价格大幅波动的情况，发行人采取的应对措施

针对原材料价格大幅波动的情况，发行人采取的应对措施如下：

1、及时将上游原材料价格波动传导至下游客户

报告期内，发行人外购原材料价格存在一定波动，为应对原材料价格上涨，发行人通过与下游客户进行相应产品价格谈判和协商，以提高售价，将原材料价格上涨压力及时传递至下游客户，降低自身承受的原材料价格波动风险。

2、根据市场行情变化，及时调整原材料库存和采购计划

发行人采购部门会根据原材料以及上游商品的实时行情，同时结合生产计划，及时调整原材料库存和采购计划，当原材料价格波动较大或者上涨较快时，会进行一定的备货，满足生产需求的同时降低生产成本。

3、原材料价格上涨时，通过与供应商协商尽可能降低采购价格

当原材料价格上涨时，发行人会与供应商就原材料采购价格进行协商和谈判，尽可能降低采购价格以减少原材料上涨对发行人生产成本的影响。

4、加强生产管理，提高生产效率

发行人建立了完善的生产管理体系，对原材料采购、原材料检测、产品生产、

产品出库及质量检测等各个环节的管理均有效执行。发行人通过加强原材料管理以及生产环节把控，降低原材料损耗，同时优化生产支出，提高生产效率，以减少原材料价格波动对发行人生产成本的负面影响。

二、原材料价格波动是否能够较快传导到下游客户，对发行人单位成本是否存在长期不利影响

发行人原材料价格波动能够较快传导到下游客户，为应对原材料价格上涨，发行人会及时与客户对相关产品价格做出提价调整，降低自身承受的原材料价格波动风险。以纱布棉纱为例，纱布棉纱系发行人纱布垫、纱布片、纱布卷等主要产品的核心原材料，纱布棉纱价格波动主要受上游原材料棉花价格影响报告期内发行人纱布棉纱采购平均价格与棉花价格波动情况如下图所示：



2021年下半年，受上游棉花价格上涨影响，发行人纱布棉纱采购单价较2020年大幅上涨，为应对原材料价格上涨对产品单位成本上升的影响，发行人开始与纱布垫、纱布片、纱布卷等产品主要客户协商上调销售单价，产品提价逐步在2021年底及2022年产品销售中体现。由于纱布棉纱上游原材料棉花为大宗商品，其价格受市场影响存在一定波动，从报告期内的价格波动情况来看，不会对发行人单位成本造成长期不利影响，同时在原材料价格大幅上涨时，发行人能够及时地与客户协商提价，从而降低自身的原材料价格波动风险。

综上所述，发行人原材料价格波动能够较快传导到下游客户，对发行人单位成本不存在长期不利影响。

【保荐机构关于发行人回复的总体意见】

对本回复材料中的发行人回复（包括补充披露和说明的事项），本保荐机构均已进行核查，确认并保证其真实、完整、准确。

（以下无正文）

(本页无正文，为健尔康医疗科技股份有限公司《关于健尔康医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件的审核问询函的回复》之盖章页)

健尔康医疗科技股份有限公司



发行人董事长声明

本人已认真阅读健尔康医疗科技股份有限公司本次审核问询函回复的全部内容，确认本次审核问询函回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对本次审核问询函回复的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

董事长签名：



陈国平

健尔康医疗科技股份有限公司

2024年5月13日



(本页无正文，为中信建投证券股份有限公司《关于健尔康医疗科技股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件的审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人签名： 朱北航 吕岩
朱北航 吕岩



关于本次问询意见回复报告的声明

本人已认真阅读健尔康医疗科技股份有限公司本次问询意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，问询意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人/董事长签名：



王常青

