

关于青岛百洋医药股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环

节反馈意见落实函之回复

信会师报字[2021]第 ZG10763 号

目录

问题一 关于发行人与安士系公司合作.....	2
问题二 关于迪巧产品质量稳定性.....	31

关于青岛百洋医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函之回复

信会师报字[2021]第 ZG10763 号

中国证监会、深圳证券交易所：

深圳证券交易所于 2021 年 4 月 1 日转发的《发行注册环节反馈意见落实函》（简称“落实函”）（审核函〔2021〕010428 号）已收悉，立信会计师事务所（特殊普通合伙）作为青岛百洋医药股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）的申报会计师，对落实函所列问题认真进行了落实，现回复如下，请予审核。

问题一 关于发行人与安士系公司合作

(1)请发行人说明并补充披露与安士系公司关于迪巧系列产品品牌引进费、美国安士基准报关单价、中山安士基准批发单价的具体定价原则及调价机制；2010年以来历次调整价格的原因及合理性；列表说明2010年以来发行人向安士系采购主要商品的含税采购价格、品牌引进费、不含税采购价格，说明价格波动的原因及合理性；说明相关定价及因此形成的利益切分格局是否公允，是否具有稳定性，是否存在业绩操控情形；(2)请发行人说明自2010年以来对迪巧系列产品的对外销售价格及其变动情况，部分产品价格长期保持不变的合理性，与国内市场同类产品定价政策及调价机制是否存在显著差异，迪巧系列产品销售的真实性；(3)请发行人说明安士系报告期各期主要产品毛利率、综合毛利率及利润率，说明毛利率水平与发行人差异是否合理，综合毛利率及利润率波动趋势与发行人是否一致，如不一致，说明原因及合理性；(4)发行人与美国安士、中山安士签订的合作协议及后续补充协议均未设定对发行人销售业绩等方面的考核指标，与其他品牌方合作协议条款存在差异，请发行人说明商业合理性；说明发行人与美国安士、中山安士违约责任条款的可执行性并在招股说明书中披露相应风险；(5)请保荐机构、发行人律师、申报会计师说明走访的110家经销商中，获取经销商进销存情况的经销商家数、金额占比，获取的进销存情况是否与发行人自身产品流向查询系统所统计的数据存在差异，如存在，请说明原因及合理性，说明相应经销收入实现最终销售的真实性，并对产品流向查询系统数据真实性、系统可靠性进行核查并发表明确意见；(6)说明前次申报与本次申报招股说明书中关于迪巧、泌特等产品成本单价、销售数量存在差异的原因，是否涉及会计差错，公司的内部控制制度是否得到了有效执行。

请保荐机构、申报会计师核查并发表明确意见。

一、请发行人说明并补充披露与安士系公司关于迪巧系列产品品牌引进费、美国安士基准报关单价、中山安士基准批发单价的具体定价原则及调价机制；2010年以来历次调整价格的原因及合理性；列表说明2010年以来发行人向安士系采购主要商品的含税采购价格、品牌引进费、不含税采购价格，说明价格波动

的原因及合理性；说明相关定价及因此形成的利益切分格局是否公允，是否具有稳定性，是否存在业绩操控情形；

发行人说明：

（一）安士系公司关于迪巧系列产品品牌引进费、美国安士基准报关单价、中山安士基准批发单价的具体定价原则及调价机制；2010 年以来历次调整价格的原因及合理性；列表说明 2010 年以来发行人向安士系采购主要商品的含税采购价格、品牌引进费、不含税采购价格，说明价格波动的原因及合理性

报告期内，成人迪巧及儿童迪巧是迪巧系列最重要的产品，报告期内，成人迪巧（60 片/盒）、成人迪巧（120 片/盒）、儿童迪巧（30 片/盒）及儿童迪巧（60 片/盒）四个产品合计占发行人收入平均比例为 89.44%，以上述产品的业务开展情况进行说明，具体如下：

1、迪巧系列品牌引进费

2010 年至今，迪巧系列品牌引进费情况如下：

单位：美元

报关单价	2010 年 1 月-2016 年 3 月	2016 年 4 月至今
成人迪巧（60 片/盒）	0.30	0.10
成人迪巧（120 片/盒）	0.60	0.20
儿童迪巧（30 片/盒）	0.15	0.10
儿童迪巧（60 片/盒）	0.30	0.20

注：根据协议约定，对成人迪巧，美国安士以大包装方式报关进口迪巧产品，统一按 60 片/盒的规格折算后计算品牌引进费。以此类推，120 片/盒的引进费为 60 片/盒的 2 倍；儿童迪巧采用同样的方式，60 片/盒的引进费为 30 片/盒的 2 倍。

2、美国安士基准报关单价

2010 年至今，美国安士迪巧产品的基准报关单价情况如下：

单位：美元

报关单价	2010 年 1 月-2016 年 3 月	2016 年 4 月至今
成人迪巧（公斤）	16	13.21
成人迪巧（60 片/盒）	1.15	0.95

报关单价	2010年1月-2016年3月	2016年4月至今
成人迪巧(120片/盒)	2.30	1.90
儿童迪巧(公斤)	20.87	19.46
儿童迪巧(30片/盒)	0.75	0.70
儿童迪巧(60片/盒)	1.50	1.40

注：成人迪巧、儿童迪巧以大包装进行报关，成人迪巧（60片/盒）及儿童迪巧（30片/盒）价格为换算为小包装后价格，以此类推的得到其他规格产品的报关单价。

3、中山安士基准批发单价（发行人采购含税价）及发行人采购不含税价

2010年至今，发行人向中山安士采购的基准批发单价（含税）情况如下：

单位：元

基准批发单价(含税)	2010年-2016年3月	2016年3月-2020年7月	2020年8月至今
成人迪巧(60片/盒)	13.83	12.24	12.45
成人迪巧(120片/盒)	24.55	21.38	21.84
儿童迪巧(30片/盒)	9.48	9.08	9.29
儿童迪巧(60片/盒)	17.28	16.48	16.72

2010年至今，发行人向中山安士采购的不含税单价情况如下：

单位：元

基准批发单价(不含税)	2010年-2016年3月	2016年3月-2018年5月	2018年6月-2019年3月	2019年4月-2020年7月	2020年8月至今
成人迪巧(60片/盒)	11.82	10.46	10.55	10.83	11.02
成人迪巧(120片/盒)	20.98	18.27	18.43	18.92	19.33
儿童迪巧(30片/盒)	8.10	7.76	7.83	8.04	8.22
儿童迪巧(60片/盒)	14.77	14.09	14.21	14.58	14.80

发行人与安士系公司约定的采购价格为含税价格，报告期内，增值税税率两度下降导致不含税价格相应上升(增值税率2018年5月由17%调整至16%；2019年3月，由16%调整至13%)。

4、价格调整原因

(1) 2016年3月，同步调整品牌引进费、美国安士报关单价及中山安士基准批发单价

①调整情况

2016年3月，发行人和安士系公司签订《合作协议》，协议约定：发行人及安士系公司同步调整品牌引进费、美国安士报关单价及中山安士基准批发单价，具体情况如下：

品名	结算价格	2010年-2016年3月	2016年4月-2020年8月
成人迪巧（60片/盒）	美国安士报关单价（美元/盒）	1.15	0.95
	品牌引进费单价（美元/盒）	0.30	0.10
	中山安士销售含税单价（元/盒）	13.83	12.24
成人迪巧（120片/盒）	美国安士报关单价（美元/盒）	2.30	1.90
	品牌引进费单价（美元/盒）	0.60	0.20
	中山安士销售含税单价（元/盒）	24.55	21.38
儿童迪巧（30片/盒）	美国安士报关单价（美元/盒）	0.75	0.70
	品牌引进费单价（美元/盒）	0.15	0.10
	中山安士销售含税单价（元/盒）	9.48	9.08
儿童迪巧（60片/盒）	美国安士报关单价（美元/盒）	1.50	1.40
	品牌引进费单价（美元/盒）	0.30	0.20
	中山安士销售含税单价（元/盒）	17.28	16.48

该次调价对安士系公司的利益影响如下：

单位：元

品名	安士公司收益增加因素		安士公司收益减少因素	调价总影响 ①+②-③
	美国安士报关单价降低导致关税降低①	品牌引进费单价降低②	中山安士销售价格降低③	
成人迪巧（60片/盒）	0.08	1.28	1.36	0.00
成人迪巧（120片/盒）	0.16	2.56	2.72	0.00
儿童迪巧（30片/盒）	0.02	0.32	0.34	0.00
儿童迪巧（60片/盒）	0.04	0.64	0.68	0.00

注 1：美国安士报关单价降低=报关单价降低幅度×美元汇率×关税税率；

注 2：品牌引进费单价降低=品牌引进费单价降低幅度×美元汇率；

注 3：中山安士销售单价降低=中山安士销售含税单价降低幅度/（1+增值税率）；

注 4：按照调价时的进口关税税率 6%、增值税率 17%、美元汇率按 6.4 进行测算。

由上述测算可见，该次调价并未实质性改变双方利益格局。自 2010 年引入中山安士作为迪巧产品分包装商以来，发行人与安士公司之间的利益分配未发生实质变化。

②调整原因

2016年1月，美国安士提出降低品牌引进单价的诉求，主要原因是：迪巧产品的发展状况良好，销量稳步提升，品牌引进工作渐趋常态化和稳定化，对整个产品链的贡献作用相对推广前期降低。由于品牌引进费在美国安士报表中主要体现为销售费用，美国安士认为降低品牌引进费支出使其财务报表能够更加符合其经营迪巧产品业务的实际情况。

发行人考虑到美国安士的诉求具备一定合理性，但单方面降低引进费会打破双方之间现有利益格局，且由于迪巧产品的销售量在发行人的成功运营下连年高速增长，已远超合作当初的预期和考核标准，美国安士、中山安士也享有了合作规模的提升带来的单位成本降低和总体利益提升的好处。因此，发行人提出依据《合作协议》中维持实际结算价格的长期稳定性的精神，在降低引进费的同时，同步降低结算采购价格，不改变现有利益格局。

经双方谈判协商达成一致，双方于2016年3月18日签订《品牌引进合作补充协议》，同时调整品牌引进费和采购价格，决定自2016年3月20日起开始执行新的结算价格。

(2) 2020年8月，调整发行人向中山安士采购的基准批发价

2020年8月，发行人、美国安士及中山安士签订《合作协议之补充协议之四》，约定：根据市场需求，“迪巧”系列产品包装进行了重新设计，纸盒、标签、说明书等均有升级，增加防伪标识（二维码）等。包装升级变更之后，由于成本增加，对迪巧各产品供应丙方的含税价格进行调整。新的价格自2020年8月10日开始执行。价格调整具体情况如下：

单位：元

基准批发单价（含税）	2016年3月-2020年7月	2020年8月至今
成人迪巧（60片/盒）	12.24	12.45
成人迪巧（120片/盒）	21.38	21.84
儿童迪巧（30片/盒）	9.08	9.29
儿童迪巧（60片/盒）	16.48	16.72

本次调整系2010年以来，迪巧首次更换包装，因此导致价格调整。本次价

格调整的调价依据系根据迪巧系列包装成本变动所确定，即经中山安士测算因更换包装而导致的成本上涨规模后，等规模提升对发行人的销售价格，具有合理性。

(3) 2018年5月、2019年3月，增值税税率调整导致不含税价格调整

发行人与安士系公司约定的采购价格为含税价格。2018年5月，增值税税率由17%调整至16%；2019年3月，增值税税率由16%调整至13%，增值税税率两度下降导致不含税价格相应上升。

5、定价原则及调价机制

根据发行人和安士系公司约定，关于迪巧业务的定价原则及调价机制情况如下：

(1) 安士公司获得稳定的生产加工收益，发行人根据品牌运营效果获得浮动收益，双方根据行业合理水平协商确认相关合作价格及利益格局。

(2) 自2010年引入中山安士作为分包装商以来，双方利益分配格局通过合作协议中明确价格的方式进行明确约定并维持至今，同时合作协议中明确约定，鉴于美国安士生产的价格构成因素比较稳定，各方确认除非出现关税、贸易政策、汇率、原辅料、包材、能源、人力成本等生产成本、市场竞争环境、中国价格政策、产品质量等可能影响价格构成的因素出现重大变化，否则，非经三方协商一致，任何一方不得单方面变更三方约定的价格；

自合作以来，除2020年8月因包材变动导致采购价格调整外，美国安士、中山安士在迪巧产品生产的其他方面未发生重大变化，因此各方未调整迪巧系列的采购成本，发行人与安士公司之间的利益分配长期保持稳定。

(二) 相关定价及因此形成的利益切分格局是否公允，是否具有稳定性，是否存在业绩操控情形；

1、相关定价及因此形成的利益切分格局公允

(1) 安士系公司毛利率的公允性

报告期内，在迪巧业务的合作上，安士系公司获得迪巧系列稳定的生产加工收益，其综合利润率和同行业可比公司康远制药（迪巧主要竞争对手朗迪产品生产商）对比如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年平均
安士系公司	39.49%	42.85%	46.40%	43.03%
公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度	三年平均
康远制药	41.73%	55.64%	54.16%	48.48%

注 1：综合利润率=（销售收入-销售成本-销售费用）/销售收入，本题所提综合利润率均为此口径。鉴于安士系公司除迪巧系列的产品买卖外，存在向发行人支付服务费的情况，该部分费用计入中山安士的销售费用。相比于毛利率，采用综合利润率更加能反映安士系公司在迪巧系列上的实际业务情况。

注 2：康远制药数据来自于其公开披露的审计报告计算所得；

注 3：安士系综合利润计算过程见本题第三问回复。

经对比，相比于康远制药，安士系公司综合利润率略低，主要系美国的生产成本较高所致。康远制药的平均综合利润率水平和安士系公司基本一致，安士系毛利率水平具有公允性。

(2) 百洋医药毛利率的公允性

报告期内，发行人迪巧业务的毛利率分别为 67.26%、67.33%和 65.62%，和同行业公司之间不存在显著差异。具体分析如下：

① 发行人泌特系列产品

泌特系列系发行人代理的扬州一洋公司产品，扬州一洋和发行人无关联关系。泌特系列为发行人 2006 年开始代理的产品，和迪巧系列均为发行人设立初期即开始代理的产品，亦采用了相同的代理模式。

由于泌特系列产品采用服务费模式结算，结算模式和迪巧系列不同。若将泌特系列产品采用迪巧相同的模式结算，则泌特系列的毛利率水平情况如下：

单位：万元

泌特系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度	平均
模拟销售收入合计	32,811.76	31,775.96	29,460.65	31,349.46

泌特系列	2020 年度	2019 年度	2018 年度	平均
模拟销售成本合计	11,825.51	11,041.07	9,662.63	9,867.34
模拟销售毛利率	63.96%	65.25%	67.20%	68.44%
发行人迪巧业务	65.62%	67.33%	67.26%	66.74%

注：泌特系列将服务费模拟为产品销售的过程和迪巧系列一致，参见本题第三问回复。

可见，在相同的结算模式下，泌特系列的毛利率水平和迪巧系列基本一致，不存在显著差异。

②康哲药业（HK.0867）及中国先锋医药（HK.1345）

康哲药业、中国先锋医药均为品牌运营行业的可比公司，其整体业务模式和发行人迪巧业务相似。

康哲药业、中国先锋医药的毛利率水平如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	平均
康哲药业	73.92%	74.85%	72.09%	73.62%
中国先锋医药	66.00%	67.40%	65.70%	66.37%
发行人迪巧业务	65.62%	67.33%	67.26%	66.74%

注：中国先锋医药的毛利率为其通过提供综合性营销、推广及渠道管理服务销售的药品的毛利率。

可见，百洋医药在迪巧匹配运营环节的毛利率水平和康哲药业、中国先锋医药之间不存在显著差异。

③广东泰恩康医药股份有限公司

泰恩康自 1999 年开始代理运营“和胃整肠丸”，作为中国唯一总代理全权负责其中国市场的报关、报检、市场推广、经销商选择、销售定价等工作，并将其运营推广成为我国肠胃用药的知名产品。对“和胃整肠丸”产品，泰恩康采用和发行人迪巧业务相似的模式运营。

泰恩康运营“和胃整肠丸”产品的毛利率情况如下：

泰恩康	2020 年度	2019 年度	2018 年度	平均
和胃整肠丸	67.89%	74.92%	73.69%	72.17%
发行人迪巧业务	65.62%	67.33%	67.26%	66.74%

注：泰恩康尚未公告 2020 年度数据，其 2020 年度数据为 2020 年 1-6 月数据。

泰恩康运营和胃整肠丸和发行人运营迪巧的模式基本一致，主要生产厂商均主要经营一种产品，也基本一致，迪巧业务的毛利率水平和和胃整肠丸不存在显著差异，迪巧业务毛利率水平具有合理性。

迪巧系列的毛利率水平和同行业公司之间不存在显著差异，具有合理性。

综上，在现有的利益格局下，安士系公司及百洋医药和同行业公司毛利率水平不存在重大差异，相关定价及因此形成的利益切分格局公允。

2、相关定价及利益格局具有稳定性，不存在业绩操控的情形

自 2010 年以来，迪巧系列产品开始由美国安士开发生产，经中山安士分包装后销售至百洋医药，形成稳定的合作格局，合作模式保持至今。除因增值税税率调整、迪巧产品更换包装的因素，存在极小幅度的价格调整外，各方的利益格局保持稳定，未发生重大变化。发行人及安士系公司严格按照《合作协议》约定开展业务，相关定价及利益格局具有稳定性，不存在业绩操控的情形。

申报会计师核查情况

1、核查程序

申报会计师执行了以下主要核查程序：获取发行人与安士系公司之间的合作协议以及发行人向安士系公司的采购数据；访谈发行人实际控制人以及安士系公司实际控制人，了解双方合作情况以及价格约定情况；复核计算发行人及安士系公司的综合毛利率，比较双方利润空间，根据产品特性、双方投入情况等分析利润空间的合理性；查询同行业上市公司的公开资料，对比分析毛利率水平。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：针对发行人的相关回复，与我们了解到的相关情况，发行人与安士系关于迪巧产品的合作价格具有稳定性，价格变动具有合理性，与双方合同约定一致。

二、请发行人说明自 2010 年以来对迪巧系列产品的对外销售价格及其变动情况，部分产品价格长期保持不变的合理性，与国内市场同类产品定价政策及调价机制是否存在显著差异，迪巧系列产品销售真实性；

发行人说明：

（一）请发行人说明自 2010 年以来对迪巧系列产品的对外销售价格及其变动情况，部分产品价格长期保持不变的合理性

以迪巧系列的主要规格产品为例，发行人 2010 年以来对经销商的平均销售价格（不含税）的变动情况如下表所示：

单位：元/瓶

产品名称	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
成人迪巧 (60片/盒)	29.28	29.15	29.04	28.91	28.90	29.34	30.96	30.50	30.51	31.48	35.81
成人迪巧 (120片/盒)	-	-	-	-	-	57.56	61.19	62.76	60.46	62.29	70.49
儿童迪巧 (30片/盒)	21.14	21.11	21.12	21.11	21.21	21.51	23.10	28.82	28.92	28.64	24.88
儿童迪巧 (60片/盒)	-	-	-	-	-	44.87	42.57	60.56	58.25	57.65	58.02

1、成人迪巧

2010 年至 2019 年期间，成人迪巧对经销商平均销售价格无重大变化。主要原因为：发行人在结合国内市场同类产品定价情况以及自身进口产品的产品定位后，制定了相关价格体系。成人迪巧系列的用户群体稳定性、黏性较高，一般而言，一旦选择补钙品牌后更倾向于长期持续服用同一品牌，频繁调整价格不利于维护消费者忠诚度，因此发行人更倾向于维持成人迪巧系列的价格稳定性。

2020 年 1 月 1 日始，基于对迪巧产品市场供求情况的判断以及品牌定位，发行人对成人迪巧系列产品的终端销售价格进行了一定的提价，对应的平均销售价格相应提升。

2、儿童迪巧

2010年至2015年期间，儿童迪巧对经销商平均销售价格无重大变化。

2016年至2019年期间，儿童迪巧系列对经销商平均销售价格有上升趋势。主要原因为：发行人通过分析对迪巧品牌的市场地位及对相关人群的影响力，作为唯一进口且品牌美誉度和知名度较高的产品，认为儿童迪巧的定价具备提升空间，同时考虑到随着二胎政策的逐步开放，使得其目标用户群体数量有所增长等原因，故提升了对经销商的销售价格，具有合理性。

2020年，尽管2020年1月1日开始发行人对儿童迪巧系列产品的出厂价格有所提升，但2020年度，儿童迪巧对经销商的平均售价有所下降，具体原因如下：①2019年，发行人小儿碳酸钙D3颗粒剂重新上市。小儿碳酸钙D3颗粒剂主要针对0-3岁儿童，儿童迪巧针对3-12岁儿童，具有较强的衔接性，为了配合小儿碳酸钙D3颗粒剂产品重新打开市场，对儿童迪巧进行较大力度的促销，导致售价有所下降；②成人迪巧主要面对12岁以上人群使用。一般情况下，长期服用儿童迪巧的用户群体有较高概率继续服用成人迪巧。2020年，在疫情影响下，发行人迪巧产品的市场需求受到一定影响，发行人考虑开展促销活动。在制定促销策略时，发行人认为：从长远战略考虑，开展儿童迪巧的促销比开展成人迪巧的促销的市场效果更好。因此，发行人主要针对儿童迪巧进行促销，导致售价有所下降。

（二）与国内市场同类产品定价政策及调价机制是否存在显著差异

迪巧产品及市场上主要钙片产品的产品功能及其市场定位如下：

生产厂商	品牌	市场定位及宣传口号	产品功能及销售对象
美国安士	迪巧	定位为“进口钙，销量遥遥领先”，突出迪巧为进口产品，安全性好，销量高	钙补充剂，帮助防治骨质疏松症，包括成人、儿童、婴幼儿、更年期妇女等群体的多种产品
康远制药	朗迪	定位为“为国人设计的钙”，强调是	钙补充剂，帮助防治骨质疏松症，适用于儿童、

生产厂商	品牌	市场定位及宣传口号	产品功能及销售对象
		符合中国人体质和吸收的产品。	妊娠和哺乳期妇女、更年期妇女、老年人等
惠氏制药	钙尔奇 D	定位为“源自美国知名的钙补充剂品牌”，突出生产厂商惠氏制药的行业地位。	用于预防和治疗由于钙和维生素 D 缺乏所引起的疾病，如骨质疏松症、骨折、佝偻病、妊娠及哺乳期妇女缺钙等

由上表可见，发行人及各竞争对手的产品剂型、用户群体、市场定位存在一定差异。其中钙尔奇的剂型和产品种类最多，而朗迪与迪巧的剂型最为接近。

上述产品的规格以及定价情况具体如下：

销售群体	品牌	商品名称	规格	价格(元)	推荐每日用量	用户每日开销(元)
成年人	迪巧	迪巧维 D 钙咀嚼片	60 片/瓶	76.00	2 片	2.53
	钙尔奇	钙尔奇碳酸钙 D3 片 600D	60 片/瓶	64.00	1-2 片	2.10
	朗迪	朗迪碳酸钙 D3 片(II)	60 片/瓶	78.00	1-2 片	2.60
儿童	迪巧	迪巧儿童维 D 钙咀嚼片	60 片/瓶	127.00	1 片	2.12
	钙尔奇	钙尔奇小添佳儿童补钙咀嚼片	50 片/瓶	118.00	1 片	2.36

注 1：上述价格取自天猫商城各产品的官方旗舰店或阿里健康药房旗舰店的零售价格（2021 年 4 月查询），均为含税价（不包含折扣）；

注 2：朗迪官方旗舰店未销售儿童咀嚼钙片产品；

注 3：用户每日开销按照说明书最大推荐用量计算。

由上表可见，按照说明书推荐服用量测算用户日均开销，发行人销售迪巧产品终端零售价格与钙尔奇、朗迪等品牌的对标产品具有可比性，部分产品具备一定价格优势，定价合理。

近十年来，迪巧产品与市场上主要钙片产品的销售价格变动情况如下所示：

单位：元/瓶

产品名称	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	CAGR
成人迪巧 (60片/盒)	39.02	39.29	40.28	39.04	39.30	44.94	44.76	46.63	48.33	51.20	3.06%
成人迪巧 (120片/盒)	-	-	-	-	90.01	91.15	87.84	89.86	90.07	98.88	1.90%
儿童迪巧 (30片/盒)	30.01	29.12	30.39	29.90	30.18	32.31	39.93	41.60	42.13	46.32	4.94%
儿童迪巧 (60片/盒)	-	-	-	-	64.40	65.80	66.12	79.69	82.35	88.35	6.53%
钙尔奇碳酸钙 D3片600D(30 片/盒)	27.19	27.37	27.82	28.15	29.52	28.94	28.97	29.60	30.50	30.58	1.31%
朗迪碳酸钙 D3 片(II)(30片/盒)	29.68	28.02	28.27	29.44	31.52	32.00	31.37	31.79	32.42	33.49	1.35%
朗迪碳酸钙 D3 片(II)(60片/盒)	-	-	-	-	-	-	65.37	66.10	66.28	67.29	0.97%

数据来源:中康咨询零售终端市场调研。中康咨询系医药健康产业专业第三方服务机构,其发布数据被益丰药房、大参林、康恩贝等多家上市公司引用。

从2011年至今,迪巧系列终端销售的价格增长幅度略高于类似产品价格。主要原因为:相比于类似产品,迪巧系列早期的价格相对较低,发行人逐步涨价后,最终实现了产品售价(元/片)和类似产品趋于一致。

(三) 迪巧系列产品销售的真实性

公司迪巧系列产品销售真实。

申报会计师核查情况

1、核查程序

申报会计师履行了如下主要核查程序:

(1) 访谈发行人相关业务负责人及财务负责人,了解公司品牌运营业务中的产品销售收入的具体依据和标准,了解公司与经销商合作的主要流程和模式;

(2) 通过公开资料查询相关产品目标销售群体、主要功能、市场定位等信息，了解国内市场上的补钙类同类产品情况，通过天猫旗舰店查询其零售终端销售价格，并分销售群体比较迪巧产品零售价格与上述产品的差异情况；

(3) 取得发行人自 2010 年以来迪巧系列产品各主要品规的销售金额和数量、以及调价情况；获取销售收入明细表，对迪巧品牌收入进行统计，并分析变动原因；

(4) 核对申报期抽凭样本对应的销售订单、销售发票、出库单、物流凭证与收入确认记录是否一致，同时通过查阅税控机发票清单验证销售发票的真实性、查阅银行流水记录和银行对账单验证销售回款的真实性；

(5) 获取发行人与主要经销商的销售合同，了解合同中规定的业务流程、销售模式、结算方式、退换货政策等内容；

(6) 对发行人经销模式销售的真实性进行核查，包括获取经销商的流向数据，选取样本量对发行人经销收入进行细节测试、对经销商进行现场走访访谈、向经销商进行函证确认等；(7) 通过检索国家企业信用信息公示系统 (<http://www.gsxt.gov.cn/>)，对公司经销商的股权结构、主要人员、经营范围等工商信息进行了审慎核查。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：针对发行人的上述相关回复，与我们了解到的相关情况，发行人 2010 年以来迪巧系列产品价格基本保持稳定，与国内市场同类产品定价政策及调价机制不存在显著差异；部分产品长期保持不变主要与产品定位和用户群体特征有关，具有合理性；迪巧系列产品销售具备真实性。

三、请发行人说明安士系报告期各期主要产品毛利率、综合毛利率及利润率，说明毛利率水平与发行人差异是否合理，综合毛利率及利润率波动趋势与发行人是否一致，如不一致，说明原因及合理性；

发行人说明：

（一）安士系报告期各期主要产品毛利率、综合毛利率及利润率

报告期各期，安士系主要产品为迪巧系列产品，其报告期各期产品毛利率、综合利润率情况如下：

1、中山安士销售迪巧系列产品毛利率及综合利润率情况

单位：万元

中山安士	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
迪巧系列销售收入①	46,634.59	47,012.24	43,807.56	137,454.39
迪巧系列销售成本②	26,562.94	28,100.96	26,717.04	81,380.94
迪巧系列毛利率	43.04%	40.23%	39.01%	40.79%
迪巧系列品牌服务费③	10,402.83	8,240.57	7,149.06	25,792.46
迪巧系列综合利润额 ④=①-②-③	9,668.82	10,670.71	9,941.46	30,280.99
综合利润率④/①	20.73%	22.70%	21.99%	22.03%
模拟综合利润率④/(①-③)	26.69%	27.52%	27.12%	27.12%

对模拟综合利润率情况解释如下：中山安士的业务模式分为销售至发行人及销售至经销商两种模式。对面向经销商销售时，由中山安士向下游经销商销售产品后，向发行人支付服务费的模式进行结算。以成人迪巧（60片/盒）为例，说明中山安士销售至发行人销售和面向经销商销售模式产品的毛利率和综合利润率水平情况：

单位：元

结算方式	医院渠道	零售渠道
销售收入①	31.48	10.37
销售成本②	7.46	7.46
支付发行人品牌服务费③	21.11	-
综合利润额④=①-②-③	2.91	2.91
毛利率（①-②）/①	76.30%	28.06%
综合利润率④/①	9.24%	28.06%
模拟综合利润率④/（①-②）	28.06%	28.06%

注：上述数据仅为了说明方便，和实际数据情况存在差异。

为了剔除不同模式结算对中山安士利润率的影响，将中山安士销售至经销商

的业务模拟为销售至发行人的业务模式，举例说明如下：

结算方式	销售至经销商	模拟为销售至发行人
销售收入①	31.48	10.37
销售成本②	7.46	7.46
销售费用③	21.11	0
综合利润额④=①-②-③	2.91	2.91

模拟后，中山安士的业务模式为迪巧的生产制造，全部迪巧产品均视同直接销售至发行人，销售收入为迪巧系列对发行人的收入，成本为对应生产制造成本，不发生为迪巧推广而产生的销售费用。

经测算，报告期内，中山安士的模拟综合利润率情况分别为 27.12%，27.52% 及 26.69%。2020 年，中山安士销售的小儿碳酸钙 D3 颗粒剂产品收入占比上升，该产品毛利率较低，因此导致综合利润率下降。

2、美国安士销售迪巧系列产品综合利润率情况

单位：万元

美国安士	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
迪巧系列销售收入①	21,004.33	34,532.46	26,181.27	81,718.06
美国安士整体毛利率②	45.56%	34.25%	55.97%	44.12%
迪巧系列毛利额③=①×②	9,569.57	11,827.17	14,654.61	36,051.35
迪巧系列品牌引进费④	3,420.45	4,662.36	4,161.60	12,244.41
迪巧系列综合利润 ⑤=③-④	6,149.12	7,164.80	10,493.01	23,806.93
综合利润率	29.28%	20.75%	40.08%	29.13%

注：品牌引进费收入为美国安士支付发行人品牌推广的费用，为美国安士的销售费用。

2018 年度，美国安士整体毛利率较高；2019 年度，美国安士整体毛利率较低，主要原因为：根据 CFDA 规定，美国安士持有的成人迪巧产品注册证于 2019 年 8 月到期需要换证（每 5 年需要换证一次）；中山安士持有的药品补充申请批件（分包装）于 2019 年 8 月到期。为了避免换证可能会对迪巧产品的生产、分包装造成的影响，2018 年度，美国安士提前安排生产计划，进行产品备货，当

年生产规模较大，人工及固定成本的分摊占比下降，导致当年毛利率水平上升。由于安排提前生产计划，2018年末美国安士的存货规模大幅增长（2018年、2019年末，美国安士的存货规模分别为11,063.51万元及4,862.74万元）；2019年度，美国安士的生产规模下降，人工及固定成本的分摊占比上升，导致当期毛利率水平较低。

2020年度，美国安士全年生产不存在其他影响，毛利率水平保持正常水平。

3、安士系销售迪巧系列产品综合利润率情况

报告期内，安士系迪巧系列的收入情况如下：

单位：万元

迪巧系列收入	2020年度	2019年度	2018年度	三年合计
中山安士直接销售至发行人①	31,909.13	34,871.59	33,630.53	100,411.25
美国安士直接销售至发行人②	2,995.93	2,372.04	6,774.03	12,142.00
安士系直接销售合计③=①+②	34,905.06	37,243.64	40,404.57	112,553.27
品牌服务费收入模拟为产品销售④	5,146.53	4,380.63	3,631.57	13,158.73
安士系合计模拟迪巧系列收入③+④	40,051.59	41,624.27	44,036.13	125,711.99

报告期内，安士系迪巧系列的综合利润率情况如下：单位：万元

美国安士+中山安士	2020年度	2019年度	2018年度	三年合计
中山安士 迪巧系列综合利润额①	9,668.82	10,670.71	9,941.46	30,280.99
美国安士 迪巧系列综合利润额②	6,149.12	7,164.80	10,493.01	23,806.93
安士系合计 综合利润额③=①+②	15,817.94	17,835.51	20,434.47	54,087.92
安士系合计 模拟迪巧系列收入④	40,051.59	41,624.27	44,036.13	125,711.99
安士系合计 综合利润率③/④	39.49%	42.85%	46.40%	43.03%

注 1：中山安士迪巧系列综合利润额①参见本题“1、中山安士销售迪巧系列产品毛利率及综合利润率情况”中计算过程。

注 2：美国安士迪巧系列综合利润额②参见本题“2、美国安士销售迪巧系列产品综合利润率情况”中计算过程。

2020年，安士系合计综合利润率较2019年、2018年有所下降，主要原因为：

①汇率波动影响。2018年、2019年及2020年，人民币对美元的汇率分别为6.86、6.98及6.52，由于人民币升值，美国安士以美金计量的综合收益额折算成人民币后下降，导致安士系的综合利润率出现一定下滑；②2020年，小儿碳酸钙D3颗粒剂等毛利率相对较低的产品销售收入占比上升，导致安士系整体利润率水平有所下降。报告期内，美国安士、中山安士销售迪巧系列产品的合计综合利润率为43%左右，基本保持平稳。

(二) 说明毛利率水平与发行人差异是否合理，综合毛利率及利润率波动趋势与发行人是否一致，如不一致，说明原因及合理性

为剔除不同业务结算模式对发行人财务数据的影响，假设迪巧系列产品的销售全部由发行人销售，将服务费收入冲减成本，测算发行人扣除成本及销售费用的综合利润率情况，举例说明如下：

以成人迪巧（60片/盒）的销售情况为例，说明迪巧系列在收取产品买卖差价及收取服务费情况下的财务表现：

单位：元/瓶

结算方式	产品买卖	收取服务费
销售收入①	31.48	-
服务费收入①	-	21.11=31.48-10.37
采购成本②	10.37	-
推广支出③	6.41	6.41
综合利润额（①-②-③）	14.70	14.70
毛利率	$67.06\% = (31.48 - 10.37) / 31.48$	$69.63\% = 14.70 / 21.11$

注：上述数据仅为了说明方便，和实际数据情况存在差异。

如上所示，公司采用相同的品牌运营的方式，卖出相同数量产品的相同产品时，取得相同的综合利润额，但是由于结算方式不同，导致了毛利率存在差异。

将报告期内发行人迪巧产品服务费结算方式的销售情况模拟为产品买卖方式（以成人迪巧（60片/盒）为例，即将21.11元/瓶的服务费收入模拟为31.48元/瓶的产品销售收入），具体如下：

结算方式	收取服务费	服务费模拟为产品销售
销售收入①	21.11	31.48
销售成本②	6.41	10.37

销售费用③	0	6.41
综合利润额④=①-②-③	14.70	14.70

模拟后，发行人迪巧业务均采用买卖差价的方式获取利润，销售收入为对经销商的收入，成本为对应的采购成本，发行人的推广支出计入销售费用。

模拟测算后，报告期内，发行人迪巧系列销售具体情况如下：

单位：万元

百洋医药	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
产品销售收入①	104,525.94	112,320.32	114,280.66	331,126.92
服务费模拟销售收入②	15,549.36	12,620.43	10,708.02	38,877.81
模拟迪巧系列收入③=①+②	120,075.30	124,940.75	124,988.68	370,004.73
产品销售成本④	34,088.41	36,996.74	37,668.46	108,753.61
服务费模拟销售成本⑤	5,146.53	4,379.86	3,558.96	13,085.35
引进费成本⑥	461.05	450.24	408.43	1,319.72
引进费收入⑦	3,420.45	4,662.36	4,161.60	12,244.41
模拟销售成本合计⑧=④+⑤+⑥-⑦	36,275.54	37,164.48	37,474.25	110,914.27
迪巧系列模拟销售费用⑨	48,939.86	48,509.70	49,440.77	146,890.33
迪巧系列综合利润额⑩=③-⑧-⑨	34,859.90	39,266.57	38,073.66	112,200.13
模拟综合毛利率 (⑩-⑧)/⑩	69.79%	70.25%	70.02%	70.02%
综合利润率 (⑩-⑧-⑨)/⑩	29.03%	31.43%	30.46%	30.32%

注：品牌引进费收入为美国安士支付发行人品牌推广的费用，测算时应抵减发行人的销售费用；品牌引进费成本为发行人为品牌引进推广所发生的成本，主要为相关推广人员工资。

报告期内，迪巧产品的模拟综合毛利率较为稳定，2020 年略有下降主要系发行人针对儿童迪巧进行促销，销售价格略有下降所致。

报告期内，迪巧产品的综合利润率较为稳定，2020 年综合利润率略有下降，一方面系因儿童迪巧促销而导致的销售价格略有下降所致；另一方面，系发行人销售费用率上升所致。发行人销售费用率增加主要原因包括：①2020 年，受疫情影响，发行人为保障迪巧系列的市场需求，加大了广告投入，相比于 2019 年，2020 年广告费用增加了 3,166.40 万元；②2019 年，迪巧系列产品小儿碳酸钙 D3 颗粒剂重新上市，为了促进该产品的市场推广，发行人加大了对该产品的市场推广力度，最终实现小儿碳酸钙 D3 颗粒剂收入由 2019 年的 3,182.82 万元上升至 2020 年的 9,461.18 万元；③2020 年 8 月，发行人更换迪巧系列产品包装，结合

国际知名咨询机构里斯咨询的意见，发行人为了向消费者传递产品升级信息，加大了迪巧产品的市场推广力度。

综上，上述因素导致了发行人 2020 年销售费用的增加，导致了 2020 年发行人综合利润率略有下降。

1、毛利率水平与发行人差异是否合理

报告期内，在迪巧业务的合作上，安士系公司获得迪巧系列稳定的生产加工收益，其综合利润率和同行业可比公司康远制药（迪巧主要竞争对手朗迪产品生产商）对比如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年平均
安士系公司	39.49%	42.85%	46.40%	43.03%
公司名称	2017 年度	2016 年度	2015 年度	三年平均
康远制药	41.73%	55.64%	54.16%	48.48%

注：鉴于安士系公司除迪巧系列的产品买卖外，存在向发行人支付服务费的情况，该部分费用计入中山安士的销售费用。相比于毛利率，采用综合利润率更加能反映安士系公司在迪巧系列上的实际业务情况。

经对比，康远制药的平均综合利润率水平和安士系公司基本一致。安士系公司综合利润率略低，主要系美国的生产成本较高所致。

发行人根据营销推广效果获得浮动收益，发行人的利润水平和同行业可比公司康哲药业、中国先锋制药对比如下：

公司名称	2020 年度	2019 年度	2018 年度	平均
康哲药业	73.92%	74.85%	72.09%	73.62%
中国先锋医药	66.00%	67.40%	65.70%	66.37%
发行人迪巧业务	65.62%	67.33%	67.26%	66.74%

注：中国先锋医药的毛利率为其通过提供综合性营销、推广及渠道管理服务销售的药品的毛利率

由上表可见，百洋医药在迪巧运营环节的毛利率水平和康哲药业、中国先锋医药之间不存在显著差异。综上，发行人与安士系公司各自获得的利润空间和其产业角色相一致，利润分配比例和业务角色具有匹配性，利润水平差异具有合理性。

2、综合毛利率及利润率波动趋势与发行人是否一致

报告期内，发行人与安士系公司就迪巧系列产品生产、运营销售的综合利润率对比情况如下：

公司名称	业务角色及分工	2020 年度	2019 年度	2018 年度	三年合计
美国安士（综合利润率）	迪巧系列的生产	29.28%	20.75%	40.08%	29.13%
中山安士（综合利润率）	迪巧系列的分包装	20.73%	22.70%	21.99%	22.03%
安士系（综合利润率）	迪巧系列的生产、分包装	39.49%	42.85%	46.40%	43.03%
百洋医药（综合利润率）		29.03%	31.43%	30.46%	30.32%
百洋医药（报表毛利率）	迪巧系列的品牌运营	65.62%	67.33%	67.26%	66.74%
百洋医药（模拟毛利率）		69.79%	70.25%	70.02%	70.02%

注 1：百洋医药（综合利润率）=（销售收入-销售成本-销售费用）/销售收入，和安士系公司的综合利润率水平为相同口径。

注 2：百洋医药（报表毛利率）为发行人利润表数据测算毛利率。百洋医药（模拟毛利率）为将百洋医药全部迪巧业务均模拟为产品买卖模式后的毛利率。

根据发行人与中山安士、美国安士的约定，安士公司获得稳定的生产加工收益，发行人根据品牌运营效果获得浮动收益。鉴于在报告期内，发行人与安士系公司之间的结算价格未发生重大调整，因此安士系的综合利润率水平主要由其生产制造环节成本所决定，发行人的综合利润率水平主要由发行人在品牌运营环节的成本决定。

综上，在结算价格未发生重大调整的条件下，发行人及安士系公司的毛利率受各自生产经营管理影响，毛利率的波动具有合理性，发行人与安士系公司的毛利率的波动情况不具显著的有相关性。

申报会计师核查情况

1、核查程序

申报会计师就公司迪巧产品毛利率情况进行了如下主要核查程序：计算发行人运营迪巧系列产品模拟销售毛利率和综合利润率；取得安士系公司财务报表以及迪巧产品销售数据，计算安士系公司综合利润率；查询发行人同行业以及安士系公司同行业可比公司的年度报告、公开披露信息等对其业务模式、财务数据、财务指标等进行统计分析，并与发行人以及安士系公司相关数据进行对比及分析。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：针对发行人的相关回复，与我们了解到的相关情况，发行人与安士系公司各自获得的利润空间和其产业角色基本相一致，利润分配比例和业务角色具有匹配性，利润水平差异具有合理性；报告期内，安士系公司生产销售迪巧系列产品的综合利润率变动趋势与发行人运营迪巧系列产品的综合利润率以及综合毛利率受各自经营情况影响，不具有显著的相关性。

四、发行人与美国安士、中山安士签订的合作协议及后续补充协议均未设定对发行人销售业绩等方面的考核指标，与其他品牌方合作协议条款存在差异，请发行人说明商业合理性；说明发行人与美国安士、中山安士违约责任条款的可执行性并在招股说明书中披露相应风险；

发行人说明：

（一）发行人与美国安士、中山安士签订的合作协议及后续补充协议均未设定对发行人销售业绩等方面的考核指标，与其他品牌方合作协议条款存在差异，请发行人说明商业合理性

1、发行人与安士系公司签订的合作协议及后续补充协议已约定了销售业绩方面的考核指标

发行人与安士系公司签署的产品合作协议及相关协议中约定迪巧系列主要产品的销售目标如下：

发行人所获得的共有商标权在一定范围内不随销售减少而降低。但是，当连续 2 年迪巧补钙剂销售量低于 500 万瓶时，除非发行人能够提出足够理由令安士系公司同意发行人维持其已拥有的共有商标权，否则发行人所占商标权份额应降为 10%。如发行人能够把迪巧商标产品（既可以是补钙产品也可以是其他与健康有关的新产品）的销量在一年内恢复至销售额相当于 500 万瓶迪巧补钙剂的水平，则发行人对迪巧商标可以恢复至原来共有商标权的对等份额。此外，发行人在任何时候至少拥有 10% 的商标权，以保障其对迪巧商标在中国市场使用的继续参与。但当发行人所占商标权份额降至 10% 时，安士系公司有权与第三方合伙来

为迪巧商标产品寻找新的出路。发行人在新的三方合作关系中维持 10% 的权利和义务。

2、迪巧系列销售业绩考核指标的约定与其他系列的差异具有商业合理性

发行人在与泌特系列、迈蓝系列、武田系列、哈乐系列的厂商签订合作协议时，合作双方对合作期间各年的销售业绩形成了考核指标约定，与迪巧系列产品的约定有一定差异，主要与产品成熟度、双方合作习惯有关，具有商业合理性，具体如下：

(1) 合同签订初期，迪巧系列产品较其他系列而言处于成长早期，业绩考核指标的设置方式具有合理性

对于迪巧系列而言，合作双方签订合作协议时，迪巧品牌价值较低，产品整体销量较小，市场仍处于较早期阶段。

在此背景下，双方对补钙产品市场容量、迪巧产品推广前景的判断较为谨慎。一方面，由于产品处于培育初期，品牌的未来市场空间不明确，品牌运营的市场风险较大，因此对于合作期内各年的业绩预测和考核存在一定难度；另一方面，合作时，迪巧产品整体销量较小，市场仍处于较早期阶段，在当时实现 500 万瓶销量已能为合作双方带来较为可观的收益，且在当时能对发行人形成一定的业绩考核压力和激励作用；此外，美国安士出于认可发行人团队核心成员在医药商业行业营销推广的成功经历，经双方协商通过共有商标的方式激励发行人持续投入资源推广迪巧产品，500 万瓶/年的采购指标与商标所有权份额挂钩，也是美国安士对于自身权益所设置的一种保护。

对于泌特系列产品而言，合作双方签订合作协议时，泌特系列品牌价值较低，市场仍处于较早期阶段，其考核指标设置和迪巧具有相似性。根据协议约定，泌特系列的业绩考核指标为：2016 年至 2024 年分别实现销售“泌特 20 片”340 万盒、360 万盒、380 万盒、400 万盒、420 万盒、440 万盒、460 万盒、480 万盒和 500 万盒。2020 年度，发行人销售泌特 20 片销售数量已超过 1,000 万盒，上述指标对发行人的考核压力较低，和迪巧系列的考核指标设置情况相似。

对于武田系列、迈蓝系列及哈乐系列产品而言，合作双方签订合作协议时品牌已经具有一定的成熟度或者知名度。在其品牌价值已经被市场所接受的背景下，发行人的品牌运营主要为其提供产品成熟期的渠道拓展，运营的风险相对较小，品牌方在参考过往业绩后与发行人协商设置合作期内的销售业绩考核指标，具有切实可行性和必要性，能够保护品牌方的自身权益，也能对发行人形成一定的业绩考核压力和激励作用。

(2) 迪巧产品销量随着发行人的推广营销持续快速增长，重新在协议中设置业绩考核指标的必要性较低

其一，发行人承接迪巧产品运营推广以来，投入了长期的、大规模的品牌运营精力，包括在医院渠道的学术会议及零售渠道的推广活动等全方面运营，目前迪巧产品成为发行人重要的利润来源之一。同时，《合作协议》中已明确约定发行人不能代理其他同类产品，合作双方通过商标共有、发行人参股中山安士等方式进行深度利益绑定。因此，迪巧产品对于发行人具有重要意义，发行人具备进一步推动迪巧系列产品的销售的动力，重新在协议中设置业绩考核指标的必要性较低。

其二，迪巧产品的示范效应促进了发行人其他品类产品推广业务的开展。发行人以迪巧产品的成功运营经验作为证明自身品牌运营能力的例证，近年来得到了众多国外知名公司的认可，运营品牌新增哈乐系列产品、武田系列产品及迈蓝系列产品等。因此，发行人有充分的积极性去通过维持迪巧产品的持续增长以维护和提升自身的专业性和美誉度。

其三，发行人与美国安士保持长期稳定的合作，美国安士设置业绩考核指标进而替换发行人的必要性较低。发行人与美国安士保持长期稳定的合作，迪巧产品亦已成长为年销量超过 10 亿的产品品种。在此销售规模下，美国安士寻找其他替代代理商的难度较高，通过设置业绩考核指标进而替换发行人的必要性较低。

综上所述，迪巧系列销售业绩考核指标的约定与其他品牌产品系列存在一定差异，一方面与合同签订初期迪巧系列产品较其他系列而言处于成长早期有关，

另一方面随着发行人对迪巧系列的成功运营，双方重新在协议中设置业绩考核指标的必要性较低，上述约定的差异具有商业合理性。

（二）说明发行人与美国安士、中山安士违约责任条款的可执行性并在招股说明书中披露相应风险

1、违约条款情况

根据协议约定，美国安士、中山安士和发行人的合作中，对合作各方均约定了严格的违约条款，相关条款具有可执行性。具体如下：

（1）如美国安士违反协议约定，给百洋医药造成损失的，美国安士应该按照违约事实发生前的历史最高年度百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向美国安士或中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向百洋医药支付违约补偿。同时，百洋医药将自动、无需给付任何报酬和补偿地取得对“迪巧”商标用于其独占生产、销售的补钙产品的使用许可。

（2）如中山安士终止对本协议合作产品的分包装或违反“独家代理权和独家经销权”的约定或承诺，给百洋医药造成损失的，中山安士应按照违约事实发生前的历史年度最高百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向百洋医药支付违约补偿。

（3）未经三方协商一致，百洋医药不得终止对迪巧系列产品的总代理销售，百洋医药及其关联方不得在中国境内生产、销售与迪巧系列产品相竞争或类似产品，或接受中国境内生产、销售与迪巧系列产品竞争或类似的企业委托，从事该类产品的托管经营及/或提供营销策划服务；不得对中国境内外第三方非“迪巧”品牌的任何补钙产品提供地区性或全国性独家及非独家代理（零售业务除外）；在中国境内外不能从事非“迪巧”品牌的任何补钙产品的生产、加工服务。如百洋医药违反约定，给美国安士造成损失的，百洋医药应按照违约事实发生前的历史年度最高百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向美国安士或中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向美国安士支付违约补偿。同时，美国安士有权无偿将“迪巧”商标的使用、所有权收回。

2、违约条款的可执行性

（1）关于“商标权”相关条款

协议中关于“商标权”归属的约定清晰，能够明确界定合作方的权力及义务，具有可执行性。

(2) 关于“违约赔偿”相关条款

① 设定较高标准违约赔偿条款等措施旨在维持长期稳定合作关系

迪巧产品合作以来，合作各方对维持长期稳定合作关系均有较强意愿。为保障合作的稳定性和持续性，最大程度避免因合作终止给各方带来重大损失，合作各方根据合作环境、条件的变化情况，经协商，逐步采取签署长期协议、共同持股境内分包装厂、共有商标、设定较高标准违约赔偿条款等措施，强化合作关系，提高违约成本。

② 就协议本身而言，违约赔偿条款约定清晰，具有可执行性

根据各方签署的协议，协议中关于“违约赔偿”的约定清晰，能够明确界定合作方的权力及义务，具有可执行性。

③ 就经济能力而言，发行人及安士系公司的经济能力均无法在履行违约赔偿的条件下，继续开展正常经营。

根据各方签署的协议，百洋医药及安士系公司在触发“违约赔偿”条款下，均会面临巨额的赔偿，发行人及安士系公司的经济能力均无法在履行违约赔偿的条件下，继续开展正常经营，发行人及安士系公司均可能存在履约不能的情况。因此，发行人及安士系公司均不存在通过违约赔偿并选择其他合作方继续开展迪巧业务合作的可能性，各方的合作具有持续性及稳定性。同时，在美国安士违约的情况下，发行人能够获取“迪巧”商标的独占权利，可自行在国内外寻找优质的生产厂商进行补钙产品的代工生产并继续在目前销售区域形成销售。由于迪巧产品的品牌推广及经销商渠道维护均由发行人负责，发行人有能力有效运用“迪巧”商标维持自身的持续盈利能力。因此，在美国安士、中山安士违约的情况下，即使其由于资金能力有限，不能完全赔偿违约损失，发行人可以继续开展国内市场的迪巧业务，能够有效保障自身的合法权益。

综上，设定较高标准违约赔偿条款等措施旨在维持长期稳定合作关系。违约

赔偿条款约定清晰，具有可执行性。由于合作各方在实际违约时，均可能存在履约不能的情况，各方的违约风险较低，各方的合作具有持续性及稳定性。

3、违约赔偿风险

根据协议约定，美国安士、中山安士和发行人的合作中，对合作各方均约定了严格的违约条款，包括巨额违约赔偿条款：

如百洋医药违反约定，给美国安士造成损失的，百洋医药应按照违约事实发生前的历史年度最高百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向美国安士或中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向美国安士支付违约补偿。尽管发行人不存在违反上述协议的意愿及动机，上述违约赔偿金额巨大，提醒投资者关注发行人的违约赔偿风险。

如美国安士、中山安士违反约定，美国安士、中山安士应按照违约事实发生前的历史年度最高百洋医药总代理销售合作产品总金额（指百洋医药按照向中山安士购货价格计算的总金额）的二十倍向百洋医药支付违约补偿。由于美国安士、中山安士资产有限，其违约赔偿能力将难以覆盖合同约定，存在无法履行赔偿能力的风险。提醒投资者关注美国安士及中山安士的违约赔偿风险。

申报会计师核查情况：

1、核查程序

申报会计师履行了如下主要核查程序：

- （1）查阅迪巧产品相关合作协议，了解合作双方关于业绩考核的约定情况；
- （2）取得发行人提供的 2006 年迪巧产品销量情况，了解上述考核指标设定时迪巧产品的销量情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：截至本回复出具日，发行人与安士系公司签订的合作协议中已约定了销售业绩方面的考核指标；迪巧系列销售业绩考核指标的约定与其他系列的差异主要与产品成熟度、双方合作习惯有关，具有商业合理性；

根据协议约定，美国安士、中山安士和发行人的合作中，对合作各方均约定了严格的违约条款，我们理解相关条款具有可执行性。

五、请保荐机构、发行人律师、申报会计师说明走访的 110 家经销商中，获取经销商进销存情况的经销商家数、金额占比，获取的进销存情况是否与发行人自身产品流向查询系统所统计的数据存在差异，如存在，请说明原因及合理性，说明相应经销收入实现最终销售的真实性，并对产品流向查询系统数据真实性、系统可靠性进行核查并发表明确意见；

发行人说明：

品牌产品的销售流向跟踪系发行人品牌运营业务主要服务内容之一，发行人亦需要对产品流向进行归集、整理、分析以保障产品价格稳定、覆盖充分，因此发行人高度重视经销商流向的日常管理工作。

发行人已建立经销商产品流向查询系统用于日常经销商产品流向管理，该系统中经销商销售流向数据来源主要如下：

1、经销商定期汇报：根据合作协议约定，发行人经销商有义务向公司汇报最终产品流向。公司各办事处业务员每月向其负责的经销商获取销售流向数据，将其录入公司系统。

2、系统直接抓取：公司通过第三方的药品流向系查询系统确认产品流向。通过该系统，发行人可以直接接入主要经销商的库存系统，提取产品流向。

综上，公司流向查询系统中所统计数据均来源于经销商直接汇报以及经销商库存系统直接抓取，可通过上述销售流向数据计算其报告期内进销存情况。中介机构走访的 110 家经销商均已通过定期汇报或系统抓取的形式提供其报告期内进销存情况，覆盖家数、金额占比为 100%。

申报会计师核查情况：

1、核查程序

(1) 对经销商采购商品的最终销售去向和收入实现情况进行了核查，包括获取经销商的流向数据、函证验证经销商最终销售流向的准确性等；截至本回复出具日，对于走访的 110 家经销商，发函及回函情况具体如下：

函证情况	2020 年度	2019 年度	2018 年度
发函数量	100.00	108.00	108.00
发函金额覆盖经销商收入的比例	99.79%	99.98%	100.00%
回函数量	56.00	75.00	75.00
回函率	56.00%	69.44%	69.44%
回函金额覆盖经销商收入的比例	61.71%	83.95%	86.16%

(2) 通过查阅发行人经销商清单、主要合同、对经销商进行走访等形式了解发行人经销商结构，实地查看经销商的存货规模，与经销商确认流向数据；

(3) 对药品流向系查询系统提供商上海寰通商务科技有限公司相关人员进行访谈；

(4) 对于系统中经销商提供或系统抓取的对外销售数据，会计师向经销商发函确认上述数据，进一步确认其统计数据的真实性、准确性。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：走访的 110 家经销商，通过发行人产品流向查询系统获取的经销商进销存数据，与通过走访及函证程序和经销商确认的数据一致，相应经销收入实现最终销售具有真实性，基于查询系统在行业内的使用情况，产品流向查询系统具有一定真实可靠性。

六、说明前次申报与本次申报招股说明书中关于迪巧、泌特等产品成本单价、销售数量存在差异的原因，是否涉及会计差错，公司的内部控制制度是否得到了有效执行。

发行人说明

发行人对迪巧、泌特等产品成本单价、销售数量分类汇总的过程如下：1、各公司从系统中导出销售明细台账。发行人合并范围包括 20 家以上的主体，部分为收购后纳入合并范围，因此使用了多个系统进行管理。各主体所使用系统包括 ECP、海典、NC、浪潮、千方百剂；2、对各公司的销售明细按照产品品类进行汇总分析；3、将内部交易中未实现的收益进行抵消，按照产品品类细分至各产品；4、按照抵消后产品品类明细进行披露。

综上，迪巧、泌特等产品成本单价、销售数量个别明细分类在内部抵消时存在串户，差异金额为 45 万，占发行人毛利总额不超过 0.04%，影响金额微小，不构成重大会计差错。尚未构成重大内控缺陷，公司的内部控制制度得到了有效执行。

申报会计师核查情况

1、核查程序

(1) 获取发行人内部控制制度，了解发行人内部控制制度的执行情况，并选取部分重要循环进行穿行测试、控制测试以确定发行人内部控制是否有效执行；

(2) 复核发行人合并报表编制工作，对内部交易抵消明细进行核查；

(3) 获取销售明细表，对汇总及抵消结果进行复核。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：上述因抵消明细串户导致的差异微小，本次申报已经更正上述差异，不影响财务报表列报且公司已在本次申报自查纠偏，该差异未导致公司内部控制存在重大缺陷，公司与财务报表相关内部控制制度在所有重大方面保持了有效执行。

问题二 关于迪巧产品质量稳定性

请发行人说明并补充披露小儿碳酸钙 D3 颗粒停产是否与 FDA 对美国安士的检查结果相关，发行人产品质量是否存在问题，说明上述事项对发行人的影响程度。

请保荐机构、律师、申报会计师核查并发表明确意见。

发行人说明：

一、小儿碳酸钙 D3 颗粒停产与 FDA 对美国安士的检查结果无关，美国安士所生产的迪巧系列产品不存在质量问题

(一) 小儿碳酸钙 D3 颗粒停产前 FDA 对美国安士的检查情况

小儿碳酸钙 D3 颗粒产品曾于 2017 年至 2019 年 3 月间停止生产，停产前三年内，FDA 对美国安士的主要检查情况如下：

2014 年 6 月、2015 年 3 月，FDA 针对美国安士位于 180 Oser Avenue Suite 300 Hauppauge, NY 11788, US 生产场所进行了现场检查；2017 年 11 月，FDA 针对美国安士位于 350E Wireless Blvd Hauppauge, NY 11788, US 生产场所进行了现场检查。

上述三次检查后，FDA 出具的检察意见类别均为 VAI（Voluntary Action Indicated），FDA 出具的检察意见类别均为 VAI（Voluntary Action Indicated）。根据 FDA 相关法规，FDA 对检查结果分为 NAI（No Action Indicated）、VAI（Voluntary Action Indicated）、OAI（Official Action Indicated）三种，其中 NAI 指检查中未发现不利情形，无需采取措施；VAI 指检查中发现存在不利情形，但不需要官方采取行动；OAI 指检查中发现违规情形，需采取进一步措施。在 OAI 情形下，FDA 才会进一步签发警告信（Warning Letter）或采取其他措施。因此，FDA 不会因上述三次对美国安士的检查而对美国安士采取进一步措施，未对美国安士生产经营产生重大影响。

美国安士及中山安士在各自出厂前均需进行出厂检验，在进口环节均需根据相关规定接受进口检验、检疫，在境内销售均接受国家食品、药品监督管理部门抽检等监管程序，美国安士所生产的迪巧系列产品不存在质量问题。

(二) 小儿碳酸钙 D3 颗粒产品的停产情况

发行人迪巧系列中的小儿碳酸钙 D3 颗粒产品曾于 2017 年至 2019 年 3 月间短暂停止生产，其与 FDA 对美国安士的检查无关。停产的具体原因如下：

小儿碳酸钙 D3 颗粒原由美国安士委托 ULTRAtab Laboratories, Inc. 生产，因 ULTRAtab Laboratories, Inc. 产能不足，且与美国安士业务量有限，美国安士于

2016 年与该公司终止合同，暂时停止该产品生产及出口。停产后美国安士对小儿碳酸钙 D3 颗粒剂生产线进行了投资建设。

美国安士在对生产线投资建设完成后，于 2016 年 9 月向国家药监局申请变更生产场地及进口药品再注册，两项申请同步进行导致相关审批注册流程较长。同时，根据《药品注册管理办法》相关规定，申请进口药品注册过程中需进行注册检验。美国安士于 2017 年 12 月完成药品注册检验抽检；2018 年 12 月，美国安士于取得小儿碳酸钙 D3 颗粒新的进口药品注册证，并于 2019 年初恢复该产品生产；2019 年 4 月，小儿碳酸钙 D3 颗粒产品重新上市销售。

迪巧产品为进口药品、保健食品，在注册或备案、进口、销售各个环节均受到严格监管，需履行注册或备案检验、进口检验、日常抽检等产品检查程序。报告期内，发行人不存在因迪巧产品质量问题受到行政处罚的情形。

因此，小儿碳酸钙 D3 颗粒产品的停产主要因为美国安士变更该产品生产场所、调整生产工艺，与 FDA 对美国安士的检查结果无关，美国安士所生产的迪巧系列产品不存在质量问题。

二、上述事项未对发行人造成重大不利影响

在小儿碳酸钙 D3 颗粒产品的停产期间，为了维持碳酸钙颗粒剂市场的品牌知名度和用户黏性，发行人与美国安士陆续于 2017 年和 2018 年引入替代产品小儿碳酸钙 K2&D3 颗粒、迪巧钙维生素 D 颗粒（15 袋/盒），在 2018 年分别实现产品销售收入 1,253.17 万元和 5,018.79 万元，弥补当年小儿碳酸钙 D3 颗粒产品的市场空白。

2019 年 4 月，小儿碳酸钙 D3 颗粒产品重新上市销售，并在 2019 年和 2020 年分别实现产品销售收入 3,182.82 万元和 9,461.18 万元。

综上，上述事项未对发行人造成重大不利影响。

申报会计师核查情况

1、核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

- (1) 访谈发行人相关业务负责人，了解小儿碳酸钙 D3 颗粒停产具体原因；
- (2) 查阅进口药品变更生产场所、再注册相关规定，了解变更生产场所、再注册相关要求、流程；
- (3) 查询并取得小儿碳酸钙 D3 颗粒变更生产场所、再注册申请情况及新的进口药品注册证，了解变更生产场所、再注册具体情况。

2、核查结论

基于实施的核查程序，申报会计师认为：上述公司说明与我们执行公司申报财务报表审计过程中了解的相关情况没有重大不一致。

（本页无正文，为《立信会计师事务所（特殊普通合伙）<关于青岛百洋医药股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函之回复报告>之回复》之签章页）

签字注册会计师：



张帆



石爱红

立信会计师事务所（特殊普通合伙）





营业执照

(副本)

统一社会信用代码

91310101568093764U

证照编号: 01000000202102190010

扫描二维码
“国家企业信用信息公示系统”
了解更多登记、备案、许可、监管信息。



此证复印件不能作为报告附件使用，不能作其他用途。

成立日期 2011年01月24日

合伙期限 2011年01月24日 至 不约定期限

主要经营场所 上海市黄浦区南京东路61号四楼



名称 立信会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙

执行事务合伙人 朱建弟, 杨志国

经营范围 审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具相关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、法律、法规规定的其他业务。
【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】



登记机关

2021年02月19日

证书序号 0001247

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关：

二〇一八年六月一日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所 执业证书



名称：立信会计师事务所(普通合伙)

首席合伙人：朱建弟

主任会计师：

经营场所：上海市黄浦区南京东路61号四楼

组织形式：特殊普通合伙制

执业证书编号：31000006

批准执业文号：沪财会〔2000〕26号（转制批文 沪财会〔2010〕82号）

批准执业日期：2000年6月13日（转制日期 2010年12月31日）



此证复印件仅作为报告附件使用，
不能作为他用

证书序号：000396

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部 中国证券监督管理委员会审查，批准
立信会计师事务所（特殊普通合伙） 执行证券、期货相关业务。



首席合伙人：朱建弟



证书号：34 发证时间：二〇一二年七月十日
证书有效期至：二〇一三年七月十日

此证复印件仅作为报告附件使用，不能作为他用。



姓名: 张帆
 Full name: Zhang Jian
 性别: 男
 Sex: Male
 出生日期: 1977-11-09
 Date of birth: 1977-11-09
 工作单位: 立信会计师事务所有限公司
 Working unit: Lixin Accounting Firm Co., Ltd.
 身份证号码: 422103197711090039
 Identity card No.: 422103197711090039



年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书自检验合格之日起有效一年
 This certificate is valid for another year after this renewal.

注册会计师协会
 CPA

经办人: 郭诗恩
 2008年5月28日

注册会计师工作单位变更事项登记
 Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意办理
 Agree to handle to be transferred from

同意办理
 Agree to handle to be transferred to

年度检验合格
 Annual Renewal Registration

注册会计师协会
 This certificate is valid for another year after this renewal.



50004229 9 8日



注册会计师协会
 证书编号: 43000304231



50102208 1 0日

年度检验合格
 Annual Renewal Registration

注册会计师协会
 This certificate is valid for another year after this renewal.



50114045 5 0日

50154024 0 3日

此证复印件仅作为报告附件使用，
不能作为他用。



年度综合登记
Annual Renewal Registration

本证书应在有效期内使用，逾期无效。
This certificate is valid for use within the year after its renewal.



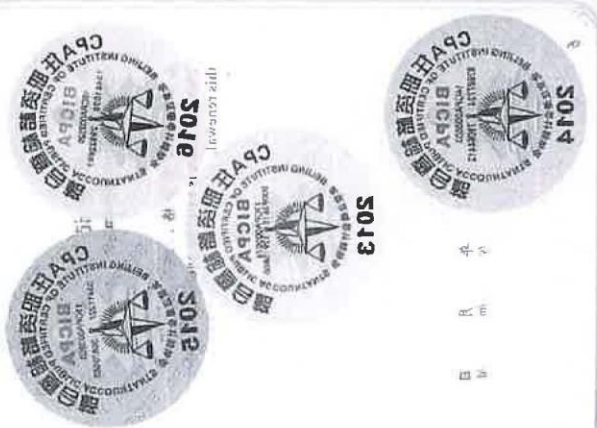
姓名 石爱红
Full name
性别 女
Sex
出生日期 1984-10-12
Date of birth
工作单位 中审亚太会计师事务所
有限公司天津分所
Working unit
身份证号码 130732198410122364
Identity card No.

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit of CPA

同意登记
Agree to be the new CPA
同意登记
Agree to be the new CPA

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit of CPA

同意登记
Agree to be the new CPA
同意登记
Agree to be the new CPA

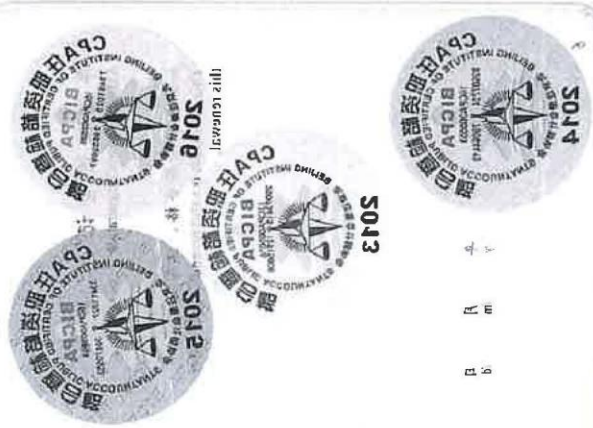


年度综合登记
Annual Renewal Registration

此证书应在有效期内使用，逾期无效。
This certificate is valid for use within the year after its renewal.



年 月 日



年度综合登记
Annual Renewal Registration

此证书应在有效期内使用，逾期无效。
This certificate is valid for use within the year after its renewal.



年 月 日



证书编号 11000510071a
姓名 石爱红