

优宁维集团内部交易价格管理办法

1. 目的

优化资源配置、促进业务协同发展，规范公司内部交易价格管理。

2. 适用范围

上海优宁维生物科技股份有限公司及直接、间接控股（控制）的分、子公司之间的交易行为。

3. 定义

3.1. 内部交易：是指各公司之间的商品、服务的交易行为。

3.2. 内部交易价格：是指内部交易中的产品价格或服务的收费标准。

3.3. 重大交易：是指单次交易金额大于 1 万元的交易，或交易金额小于 1 万元但预计每月都会发生的交易。

3.4. 一般交易：不属于重大交易范围内的其他交易，即偶发的、小额的内部交易。

4. 职责

4.1. 财务部

4.1.1. 财务部是内部交易价格的管理部门，负责制定并修订内部交易价格管理办法；

4.1.2. 组织确定公司制定的内部交易价格；

4.1.3. 组织监督内部交易价格的执行。

4.2. 相关部门

4.2.1. 配合制定并修订内部交易价格管理办法；

4.2.2. 提出公司指定的内部交易价格建议；

4.2.3. 提供市场价格信息。

5. 管理原则

5.1. 内部交易价格管理应遵循国家法律、法规和相关政策规定，遵循资源配置最大化、效益最大化的原则。

5.2. 内部交易价格应遵循市场经济规律，体现价格公允性，重大交易价格应充分论证、慎重定价，一般交易价格从简定价。

6. 内部交易类型及定价方式

6.1. 商品类交易：是指内部交易的采购方将用于对外部客户的销售、赠送，或用于研发活动，或用于日常生产经营活动的消耗。

6.2. 商品类交易定价：

6.2.1. 自有品牌商品定价：

6.2.1.1. 基于对外销售目的：以采购方最终对外部客户销售价格的 95%作为内部交易价格（终端销售价格 $\times$ 95%=内部交易价格）。

6.2.1.2. 基于内部自用目的，以商品目录价的 50%作为内部交易价格（目录价 $\times$ 50%=内部交易价格）。

6.2.2. 外部品牌商品定价：

6.2.2.1. 供应商提供目录价：以供应商目录价乘以采购折扣的价格（即对外采购价格）加成 10%作为内部交易价格（供应商目录价 $\times$ 采购折扣 $\times$ 1.10=内部交易价格），此规则不适用近效期库和过期库的商品；

6.2.2.2. 无供应商目录价：以终端客户销售订单价格的 85%作为内部交易价格（终端销售价格 $\times$ 85%=内部交易价格）。如采购方用于非销售行为，由采购部门询价加成 5%作为内部交易价格（询价 $\times$ 1.05），此规则不适用近效期库和过期库的商品；

6.2.2.3. 近效期库商品：采购方指定采购销售方的近效期库商品，交易价格由品牌经理指定。

6.2.2.4. 过期库商品：采购方指定采购销售方的过期库商品，交易价格由财务部按成本价指定。

6.3. 资产类交易：是指内部交易的购买方将所购商品或服务作为固定资产或无形资产使用、管理（即交易商品达到了固定资产的标准，交易服务达到了无形资产的标准）。

6.4. 资产类交易定价：

6.4.1. 如需通过对外采购的，按照对外采购价格作为内部交易价格（对外采购价格=内部交易价格）；

6.4.2. 如将自用资产用于内部交易，按照资产账面价值作为内部交易价格（账面价值=内部交易价格）。

6.5. 其他类交易：除上述列举的交易类型以外的内部交易。

6.6. 其他类交易价格：

6.6.1. 市场开拓服务定价：各子公司为母公司提供特定区域市场推广、业务承接、

合同/订单签订、合同/订单跟踪、发货及物流配送服务、应收款管理及回款服务，结算金额按照以公司所完成承揽金额乘以服务费率（子公司开拓业务金额×服务费率=内部交易金额）；（详见附件）

6.6.2. IT 运维服务定价：以 IT 运维人员工时乘以工费率（工时×费用/工时=内部交易金额）；

6.6.3. IT 开发服务定价：以开发预计工时乘以工费率（工时×费用/工时=内部交易金额）；

6.6.4. 采购服务定价：南京优爱公司采购部员工为集团内所有组织提供的采购服务，结算金额按照各组织采购金额乘以服务费率（采购订单价税合计×5%=内部交易金额）

6.6.5. 其他内部交易业务采取一事一议方式定价方法。

7. 检测与监督

7.1. 财务部定期汇总内部交易价格信息，组织优化内部交易定价方式，修订管理办法。

7.2. 财务部、业务部门定期对内部交易价格进行监督，提出改进意见。

8. 附则

8.1. 本办法由财务部修订，报总经理会议批准后生效。

8.2. 本办法由财务部附则解释。

上海优宁维生物科技股份有限公司

2025 年 4 月 20 日

附件：

市场开拓服务定价根据各子公司业务规模暂按下述表格比例收取服务费用，公司总经理会议可根据市场因素、环境变化等进行具体比例调整

销售规模（不含税）	服务费率
5000 万元及以下（含）	12%
5000 万元<销售规模≤8000 万元（含）	10%
8000 万元以上	8%