

# 目 录

一、关于经销模式	第 3—50 页
二、关于采购与主要供应商	第 50—70 页
三、关于收入增长	第 70—82 页
四、关于收入确认政策	第 82—94 页
五、关于成本和毛利率	第 94—117 页
六、关于研发费用	第 117—124 页
七、关于固定资产与产能、产量	第 124—130 页
八、关于存货	第 130—144 页
九、关于其他	第 144—152 页
附件一	第 153—204 页

# 关于北京朗视仪器股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2023〕862号

上海证券交易所:

由东兴证券股份有限公司转来的《关于北京朗视仪器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）〔2022〕318号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的北京朗视仪器股份有限公司（以下简称朗视仪器或公司）财务事项进行了审慎核查，并出具了《关于北京朗视仪器股份有限公司 IPO 审核问询函中有关财务事项的说明》（天健函〔2022〕1310号）。因朗视仪器补充了最近一期财务数据，我们为此作了追加核查，现汇报说明如下。（本说明所有表格数据除特别说明外，金额单位为人民币万元，表格中若出现总计数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成）。本说明中，除非文中另有所指，下列词语或简称具有如下特定含义：

## 一、一般释义

朗视仪器、公司	指	北京朗视仪器股份有限公司
朗视有限	指	北京朗视仪器有限公司
浙江朗视	指	浙江朗视仪器有限公司
三维数联	指	北京三维数联医疗科技有限公司
美亚光电	指	合肥美亚光电技术股份有限公司
联影医疗	指	上海联影医疗科技股份有限公司
怡友医疗	指	Value Added Technology Co.,Ltd. (Vatech)
万东医疗	指	北京万东医疗科技股份有限公司
伟杰科技	指	伟杰科技（苏州）有限公司
ARDET.	指	ARDET. Dental&MedicalDevicesS. r. l

佳能电子	指	佳能电子元器件材料贸易（上海）有限公司
博玮科技	指	博玮科技（北京）有限公司
杭州凯龙	指	杭州凯龙医疗器械有限公司
DALSA	指	Teledyne DALSA B.V.
滨松光子	指	滨松光子学商贸（中国）有限公司
VIEWWORKS	指	VIEWWORKS CO., LTD.
地太科特	指	地太科特电子制造（北京）有限公司
万睿视	指	万睿视影像设备（中国）有限公司
北京智造空间	指	北京智造空间科技有限公司
和佳股份	指	珠海和佳医疗设备股份有限公司
祥生医疗	指	无锡祥生医疗科技股份有限公司
康众医疗	指	江苏康众数字医疗科技股份有限公司
同方威视	指	同方威视技术股份有限公司
慧众同鑫	指	北京慧众同鑫投资管理有限公司
信汇科技	指	北京信汇科技有限公司
北京安江苑	指	北京安江苑投资顾问有限责任公司
中发展	指	中关村发展集团股份有限公司
利金科技	指	北京利金科技中心（有限合伙）
荷塘探索	指	北京荷塘探索创业投资有限公司
水木启程	指	北京水木启程创业投资中心（有限合伙）
水木创信	指	北京水木创信投资管理中心（普通合伙）
宁波鑫欧特	指	宁波梅山保税港区鑫欧特投资管理合伙企业（有限合伙）
安江生宏	指	宁波梅山保税港区安江生宏投资管理合伙企业（有限合伙）
奕瑞科技	指	上海奕瑞光电子科技股份有限公司
卓信大华	指	北京卓信大华资产评估有限公司
报告期	指	2020 年度、2021 年度和 2022 年度
报告期各期末	指	2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2022 年 12 月 31 日
元、万元	指	人民币元、人民币万元

## 二、专业释义

CT	指	Computed Tomography，计算机体层摄影设备，特指 X 射线计算机体层摄影设备；即利用对不同角度 X 射线透射数据进行计算机重建、生成对象横截面图像的成像设备，一般由 X 射线发生器、探测器、旋转机架、承载机构、计算机软件等部分组成
锥形束 CT、CBCT	指	采用锥形 X 射线的计算机体层摄影设备，在本招股说明书中

		特指采用平板探测器、圆轨道扫描方式的锥形束 CT，不包括多排线阵列探测器、螺旋扫描方式的锥形束 CT
牙片机	指	用于口内 X 射线摄影的 X 射线机，通常由 X 射线发生器、限束器、控制器、机架等部分组成
隐形矫治器	指	定制式无托槽隐形矫治器，俗称隐形牙套，是由计算机辅助设计和制作的一序列连续的可摘式活动矫正器，通常由医用透明高分子弹性材料热压制成，用于治疗错颌畸形
X 射线管、球管	指	由阴极、阳极、管壁等部分组成，在高压作用下可产生 X 射线的装置
X 射线发生器	指	由 X 射线球管、高压发生器和限束器等构成的组件
平板探测器	指	将 X 射线信号转化成为电信号、进而读出并保存为数字图像的器件，是 CBCT 系统的核心器件
伪影	指	与实际结构不符的影像，泛指影像失真

### 一、关于经销模式

根据招股说明书和保荐工作报告，1) 报告期各期，发行人经销模式收入占主营业务收入比例分别为 94.00%、93.39%和 93.99%；2) 发行人与经销商的合同中存在保证金、预付比例、阶梯定价、赠送设备和返点等条款，发行人针对不同经销商进行信用评级确认首付比例和尾款支付方式；3) 终端客户主要为基层医疗卫生机构，须在取得辐射安全许可证和放射诊疗许可证后方可开展诊疗工作，其他终端客户还包括私立医院和公立医院等；4) 保荐机构和申报会计师核查终端客户对应收入占比分别为 39%、42.67%和 42.29%。请发行人披露：经销模式下与阶梯定价、赠送设备和返点相关的会计处理方法。

请发行人说明：（1）按合作年限以及销售金额分层的经销商数量、新增、退出情况、销售收入及毛利占比，分析波动原因；（2）报告期各期前十大经销商的基本情况、销售金额、对应的终端销售客户、期末库存、信用期、期末应收账款和期后回款情况；（3）报告期内经销商、经销商的终端客户与发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在经销商入股、发行人前员工设立经销商等业务合作关系；（4）报告期各期发行人经销销售是否存在显著的地域性，如有，请说明原因及合理性；（5）报告期内发行人经销商返利政策及其变化情况，返利占经销收入的比例，返利计提的充分性，实物返利是否已按照视同销售处理进行增值税纳税申报；（6）发行人对新增和存量经销商信用评级采用的具体方法及其执行情况，各信用级别经销商回款周期与其评级对

应的信用政策是否匹配，是否存在背靠背付款安排；发行人对经销商的信用政策和结算模式、期末对经销商的应收款项余额规模是否与同行业可比公司存在重大差异；（7）报告期各期 Smart3D 和 HiRes3D 系列产品按不同类型终端客户分类的收入构成和客户数量、波动原因；（8）发行人在终端客户未取得相关许可证的情况下开展销售是否存在合规、回款、退换货或其他风险；（9）审计报告截止日后产品的退换货数量、金额及其占比，是否存在大额销售退回。

请保荐机构和申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见并说明：（1）报告期各期发行人设备对应终端客户的数量，不同核查手段的选样标准和过程，核查的样本量是否为核查结论提供合理基础且不存在人为随意调整样本选取的情形，终端客户是否取得了相关许可证及截至目前设备的使用情况；（2）执行收入穿行测试的核查内容、核查过程和核查比例，分层选样标准和过程；（3）针对未回函经销商客户执行的具体替代核查措施和核查结论；（4）报告期内新增经销商客户收入的核查程序、核查过程和核查结论。（审核问询函问题 4）

（一）按合作年限以及销售金额分层的经销商数量、新增、退出情况、销售收入及毛利占比，分析波动原因

1. 按合作年限分层的经销商情况

报告期各期，按合作年限分层经销商的数量、收入及毛利占比情况如下所示：

单位：家

经销商合作年限	2022 年				2021 年			
	数量	数量占比	收入占比	毛利占比	数量	数量占比	收入占比	毛利占比
5 年以上	21	10.61%	21.71%	21.86%	12	5.85%	12.92%	12.93%
5 年	7	3.54%	8.73%	8.64%	11	5.37%	14.36%	14.06%
4 年	15	7.58%	18.58%	17.89%	8	3.90%	9.45%	9.42%
3 年	17	8.59%	16.04%	16.37%	19	9.27%	17.58%	16.82%
2 年	39	19.70%	20.65%	20.44%	29	14.15%	18.71%	18.94%
1 年	99	50.00%	14.28%	14.80%	126	61.46%	26.98%	27.84%
合计	198	100.00%	100.00%	100.00%	205	100.00%	100.00%	100.00%
经销商合作年限	2020 年							
	数量	数量占比	收入占比	毛利占比				
5 年以上	5	4.27%	2.25%	2.34%				

5年	8	6.84%	15.86%	14.96%
4年	10	8.55%	18.29%	17.53%
3年	5	4.27%	12.56%	13.01%
2年	22	18.80%	21.50%	22.00%
1年	67	57.26%	29.54%	30.15%
合计	117	100.00%	100.00%	100.00%

注：上表合作年限计算标准为：该客户在公司首次形成收入的年度与本年度之差（不足一年按一年计算），合作期间内经销商可能个别年限未与公司合作，因此上表各年限层级存在断档的情况。例如，2020年合作3年层级的经销商为5家（该层级全部来自于2018年开始合作的经销商），这5家经销商在2021年有2家未产生收入，同时有另外5家新发生合作，因此2021年合作4年层级的经销商数量为 $5-2+5=8$ 家

(1) 按合作年限分层的经销商数量、收入及毛利情况

由上表，公司报告期内经销商数量分别为117家、205家及198家。2020-2022年，合作时间为1年的经销商数量较高，分别占各期经销商数量的57.26%、61.46%及50.00%，而收入及毛利主要由2年及以上经销商贡献，2年及以上经销商各期收入占比分别为70.46%、73.02%及85.71%，毛利占比分别为69.85%、72.16%及85.20%。

报告期内，合作1年的经销商数量分别为67家、126家及99家，变动较大，主要系该类经销商中一次性经销商占比较高，变动较为频繁；合作2年及以上的经销商累计数量逐年增加，主要系公司经销体系逐步完善，公司与经销商关系更加稳定。

在收入及毛利贡献方面，合作5年以上的收入毛利贡献占比先降后增，2022年成为收入毛利的最主要来源，2020年合作5年以上经销商收入毛利占比较低，主要系2019年第一大客户四川新华光医疗科技有限公司之体系公司销售金额降幅较大。该客户是国内知名的医疗器械经销公司，经营多种品牌的医疗器械产品，考虑到该公司在经销过程中同时代理其他品牌的CBCT产品，在销售推广时可能存在利益冲突，且公司希望分散经销商集中度，降低对单一经销商的依赖，以及增强对经销商管控力度，因此自2020年起公司主动停止与该客户的大规模合作。2021年后，该层级客户得到部分中期优质经销商的补充，销售金额及毛利占比

有所提升。合作 2-5 年的经销商收入及毛利占比总体较高，系公司收入毛利的稳定来源，不同层级（合作 2 年、3 年、4 年、5 年）的经销商收入及毛利占比因客户结构变动在各期之间略有波动，但合作 2-5 年的经销商收入及毛利占比总体上在各期仍保持稳定，公司与该层级经销商保持稳定的合作；合作 1 年的经销商数量占比高于收入及毛利占比，单家平均贡献占比较低，主要系该层级一次性经销商较多，与公司业务模式相匹配。

### (2) 新增经销商数量、收入及毛利占比

报告期各期新增经销商分别为 67 家、126 家及 99 家，2020-2021 年具体结构如下：

单位：家

新增经销商	2021 年				2020 年			
	数量	数量占比	收入占比	毛利占比	数量	数量占比	收入占比	毛利占比
一次性经销商	90	43.90%	7.30%	8.12%	38	32.48%	5.08%	5.45%
持续性经销商	36	17.56%	19.69%	19.72%	29	24.79%	24.45%	24.70%
合计	126	61.46%	26.98%	27.84%	67	57.26%	29.54%	30.15%

注：一次性经销商认定标准为仅在新增当期发生合作的经销商；由于 2022 年为报告期最后一期，因此无法判断新增经销商是否属于一次性经销商

由上表，一次性经销商在新增经销商中数量占比较高，但收入及毛利贡献较低，2020 年-2021 年一次性经销商单家平均收入占比分别为 0.13%及 0.08%，单家平均毛利占比分别为 0.14%及 0.09%。在一次性经销商中，销售设备台数为 1 台（或仅有配件收入）的经销商比例较大，2020 年-2021 年各期分别为 35 家及 79 家，占比达 92.11%及 87.78%。

报告期内一次性经销商主要面向公立医疗机构（公立医院、社区服务中心）、诊所及门诊部销售产品，同时还有部分境外产品及配件销售。2021 年一次性经销商数量大幅增加，主要系 2021 年公司开拓境外市场取得良好成效，境外一次性经销商由 2020 年的 1 家增至 14 家，同时向公立医院销售的一次性经销商数量同样增长较大，由 2020 年的 16 家增至 35 家。

### (3) 退出经销商数量、收入及毛利占比

2021 年及 2022 年退出经销商分别为 50 家及 109 家，经销商退出情况及收

入毛利占比如下：

单位：家

退出经销商合作年限	2022年（2021年当期经销商）			2021年（2020年当期经销商）		
	退出数量	上期收入占比	上期毛利占比	退出数量	上期收入占比	上期毛利占比
5年以上	3	0.96%	1.05%	1	0.02%	0.05%
5年	2	0.64%	0.81%	1	0.12%	0.13%
4年	2	0.12%	0.14%	2	0.00%	0.00%
3年	4	0.42%	0.44%	2	0.23%	0.24%
2年	12	1.43%	1.41%	6	1.17%	1.26%
1年	86	7.10%	7.94%	38	5.08%	5.45%
合计	109	10.67%	11.78%	50	6.63%	7.12%

注1：该表退出经销商统计标准为本年度及以后均未形成收入，且上期有收入的经销商；

注2：该表格以前年度数据存在更新，系少量因当年之后未发生交易而被认定成退出经销商的客户，在2022年下半年与公司发生交易往来，因此需从原有退出经销商剔除

在公司各层级退出经销商中，一次性经销商数量占比较大，主要系一次性经销商在购买当地医疗机构所需设备后，一般不再产生新的购买需求，随着公司在境内外市场销量的提升，报告期一次性经销商数量有所增加；除此之外，因自身业务重心转移至医疗其他领域、销售团队辞职创业或受公共卫生事件等因素影响致经营状况不佳等因素，部分经销商不再与公司开展合作，报告期内公司不同层级的经销商退出均具有合理原因，经销商的新增与退出符合公司业务模式。

## 2. 按销售金额分层的经销商情况

报告期各期，按销售金额分层的经销商数量、收入及毛利占比情况如下所示：

单位：家

层级	2022年			2021年		
	数量	收入占比	毛利占比	数量	收入占比	毛利占比
1,000万元以上(大型)	5	21.23%	20.66%	7	26.06%	25.15%
200-1,000万元(中型)	46	59.41%	59.03%	44	55.67%	55.10%
200万元以下(小型)	147	19.37%	20.31%	154	18.27%	19.75%



层级	2022 年			2021 年		
	数量	收入占比	毛利占比	数量	收入占比	毛利占比
合计	198	100.00%	100.00%	205	100.00%	100.00%

(续上表)

层级	2020 年		
	数量	收入占比	毛利占比
1,000 万以上(大型)	5	28.50%	27.86%
200-1,000 万元(中型)	23	51.45%	51.60%
200 万元以下(小型)	89	20.04%	20.54%
合计	117	100.00%	100.00%

#### (1) 按销售金额分层的经销商数量情况

从销售规模分层来看，公司中、小客户数量 2021 年大幅上升，并于 2022 年小幅下降，在数量变动上呈“小型扩张靠新增，中型增长靠留存”的结构。200 万元以下的小型客户数量增长主要来源于新增客户，2020 年、2021 年及 2022 年该层级新增客户分别为 64 家、125 家及 97 家；200 万-1,000 万元经销商的增长主要来源于持续合作的留存客户，部分小型客户销售规模增长，从 200 万元以下跃迁至该层级，2020 年、2021 年及 2022 年该层级中的留存客户分别为 15 家、31 家及 39 家。公司重视优质客户的培养与维持，建立较完善的经销商管理体系，实现了经销商质量的不断优化。大型客户较少，数量变化不大，其中 2021 年较 2020 年增加 2 家主要系 2020 年公司主动分散经销商集中度，次年新产品受到市场热烈反响，优质经销商大规模出货，经销收入得到增长。2022 年，公司经销商结构保持稳定。

#### (2) 按销售金额分层的经销商收入及毛利占比情况

在收入及毛利贡献方面，2020 年-2022 年 200 万-1,000 万元的中型经销商占比较高，各期收入占比分别为 51.45%、55.67%及 59.41%；1,000 万元以上经销商收入占比逐年下降，主要原因系公司优化经销商结构，加强对经销商的管控力度，自 2020 年开始逐步停止了与四川新华光医疗科技有限公司之体系公司的合作，同时在重点区域内培养多家经销商，充分激发经销商的下沉优势与营销积极性；200 万元以下的经销商收入占比相对较小，各期分别为 20.04%、18.27%

及 19.37%。

**(二) 报告期各期前十大经销商的基本情况、销售金额、对应的终端销售客户、期末库存、信用期、期末应收账款和期后回款情况**

1. 报告期各期前十大经销商的基本情况、销售金额、对应的终端销售客户

报告期各期前十大经销商的基本情况、销售金额及对应的终端用户如下表所示（对应的终端用户详见附件一）：

(1) 2022 年

序号	客户名称	销售收入 (万元)	成立日期	注册资本 (万元)	注册地址	股权结构(截至 2023 年 5 月 31 日)	业务合 作时 间
1	湖南申迪科 技有限公司	1,898.37	2020.7.14	200 万元	长沙高新开发 区谷苑路 229 号 海凭园生产厂 房六 904 房	杨露：100%	自 2021 年开始
2	四川峰高医 疗器械有限 公司	1,612.98	2019.12.12	100 万元	成都市郫都区 郫筒街道望丛 东路 125 号 1 栋 2 单元 1704、 1705、2112 号	高美荣：100%	自 2020 年开始
3	国药口腔集 团同体系公 司：	1,475.91					
	国药口腔医 疗器械（天 津）有限公司	712.54	1998.11.11	3514.8831 万元	天津市河北区 铁东路街志成 路 130 号（自创 区河北分园科 技招商展示服 务中心 B101-102 室）	国药口腔医疗器 械（上海）有限 公司：60% 王子臣：19.6% 王丽媛：11.6% 周宝珍：8.8%	自 2019 年开始
	国药康顺口 腔医疗器械 （广东）有限 公司	628.85	2019.1.9	2000 万元	佛山市禅城区 港口路 11 号三 座三层 301、303 （住所申报）	国药口腔医疗器 械（上海）有限 公司：60% 王军：24% 佛山市科宇企业 管理合伙企业 （有限合伙）： 16%	自 2021 年开始
	国药口腔医 疗器械（海 南）有限公司	83.19	2022.1.28	600 万元	海南省海口市 琼山区国兴街 道办大英山西 路融创海口壹 号一号楼 2301 室	国药口腔医疗器 械（上海）有限 公司：55% 罗贤曦：30% 海南省康源企业 管理咨询合伙 企业（有限合伙）： 15%	自 2022 年开始
	国药口腔天 观医疗器械 （大连）有限 公司	51.33	2020.5.14	1000 万元	辽宁省大连市 中山区祝贺街 35 号 4 层 1172 室	国药口腔天观医 疗器械（辽宁） 有限公司：100%	自 2022 年开始

4	广州市霆晖医疗器械有限公司	1,394.83	2016.1.21	1,000万元	广州市荔湾区鹤羚路16号203B	肖爱勋: 90.00% 郭妙萍: 10.00%	自2017年开始
5	河南山杰医疗器械销售有限公司	1,199.68	2013.2.26	301万元	郑州市中原区秦岭路西、建设路北西元国际广场B座11层1101	徐正明: 51.00% 易祖勇: 49.00%	自2017年开始
6	瑞诚医疗同体系公司:	973.21				史亚飞、郭瑞属于亲属关系	
	瑞诚医疗科技(深圳)有限公司	903.81	2020.8.25	500万元	深圳市福田区沙头街道天安社区深南大道6031号杭钢富春商务大厦2822、2803A	史亚飞: 100%	自2022年开始
	深圳市瑞诚医疗器械有限公司	69.41	2017.2.13	500万元	深圳市福田区沙头街道天安社区深南大道6031号杭钢富春商务大厦2802C	郭瑞: 100%	自2018年开始
7	重庆玖和医疗器械有限公司	972.17	2008.9.24	400万元	重庆市南岸区亚太路9号7幢23-1、23-2号	李勇: 51.00% 唐银: 49.00%	自2015年开始
8	青岛凯利医疗器械有限公司	861.81	2015.1.14	300万元	山东省青岛市胶州市三里河街道办事处北京路路北三官庙村429号	李克升: 100%	自2018年开始
9	长春市顺合医疗器械有限责任公司	849.28	2014.9.17	100万元	吉林省长春市朝阳区前进大街以西金苑大厦1单元10层1003号房	刘金芝: 95% 王世海: 5%	自2019年开始
10	深圳市尔瑞医疗器械有限公司	833.22	2013.4.22	500万元	深圳市罗湖区东门街道花场社区笋岗东路1001号同乐大厦同庆阁1204	李飞: 95.00% 曾向华: 5.00%	自2016年开始
总计		12,071.45					

(2) 2021年

序号	客户名称	销售收入	成立日期	注册资本	注册地址	股权结构(截至2023年5月31日)	业务合作时间
1	河南山杰医疗器械销售有限公司	1,722.37	2013.2.26	301万元	郑州市中原区秦岭路西、建设路北西元国际广场B座11层1101	徐正明: 51.00% 易祖勇: 49.00%	自2017年开始
2	深圳市瑞诚医疗器械有限公司	1,543.41	2017.2.13	500万元	深圳市福田区沙头街道天安社区深南大道6031号杭钢富春商务大厦2802C	郭瑞 100%	自2018年开始

3	湖南申迪科技有限公司	1,521.48	2020.7.14	200万元	长沙高新开发区谷苑路229号海凭园生产厂房六904房	杨露 100%	自2021年开始
4	广州市霆晖医疗器械有限公司	1,344.08	2016.1.21	1,000万元	广州市荔湾区鹤铃路16号203B	肖爱勋：90.00% 郭妙萍：10.00%	自2017年开始
5	重庆玖和医疗器械有限公司	1,283.63	2008.9.24	400万元	重庆市南岸区亚太路9号7幢23-1、23-2号	李勇：51.00% 唐银：49.00%	自2015年开始
6	四川峰高医疗器械有限公司	1,278.99	2019.12.12	100万元	成都市郫都区郫筒街道望丛东路125号1栋2单元1704、1705、2112号	高美荣 100%	自2020年开始
7	青岛凯利医疗器械有限公司	1,166.08	2015.1.14	300万元	山东省青岛市胶州市三里河街道办事处北京路路北三官庙村429号	李克升 100%	自2018年开始
8	深圳市尔瑞医疗器械有限公司	977.15	2013.4.22	500万元	深圳市罗湖区东门街道花场社区笋岗东路1001号同乐大厦同庆阁1204	李飞：95.00% 曾向华：5.00%	自2016年开始
9	长春市顺合医疗器械有限责任公司	936.88	2014.9.17	100万元	吉林省长春市朝阳区前进大街以西金苑大厦1单元10层1003号房	刘金芝：95.00% 王世海：5.00%	自2020年开始
10	山东宏盛祥医疗科技有限公司	936.54	2016.2.24	300万元	山东省滨州市滨城区渤海十六路601号国际大厦1号楼1603室	朱保宏：99.90% 单晓梅：0.10%	自2018年开始
总计		12,710.61					

注：2021年河南山杰医疗器械销售有限公司存在少量直销收入，该表仅统计其经销收入

(3) 2020年

序号	客户名称	销售收入	成立日期	注册资本	注册地址	股权结构(截至2023年5月31日)	业务合作时间
1	长沙民健医疗器械有限公司	1,289.89	2003.4.25	360万元	湖南省长沙市开福区新河街道芙蓉北路159号锦绣华天1319房	贺剑鸣：55.00% 上海松佰牙科器械有限公司：45.00%	自2016年开始
2	河南山杰医疗器械销售有限公司	1,211.33	2013.2.26	301万元	郑州市中原区秦岭路西、建设路北西	徐正明：51.00% 易祖勇：49.00%	自2017年开始

					元国际广场 B 座 11 层 1101		
3	深圳市尔瑞医疗器械有限公司	1,134.26	2013.4.22	500 万元	深圳市罗湖区东门街道花场社区笋岗东路 1001 号同乐大厦同庆阁 1204	李飞: 95.00% 曾向华: 5.00%	自 2016 年开始
4	深圳市瑞诚医疗器械有限公司	1,062.83	2017.2.13	500 万元	深圳市福田区沙头街道天安社区深南大道 6031 号杭钢富春商务大厦 2802C	郭瑞 100%	自 2018 年开始
5	青岛凯利医疗器械有限公司	1,013.73	2015.1.14	300 万元	山东省青岛市胶州市三里河街道办事处北京路路北三官庙村 429 号	李克升 100%	自 2018 年开始
6	广州市霆晖医疗器械有限公司	942.30	2016.1.21	1,000 万元	广州市荔湾区鹤岭路 16 号 203B	肖爱勋: 90.00% 郭妙萍: 10.00%	自 2017 年开始
7	四川峰高医疗器械有限公司	886.81	2019.12.12	100 万元	成都市郫都区郫筒街道望丛东路 125 号 1 栋 2 单元 1704、1705、2112 号	高美荣 100%	自 2020 年开始
8	北京图斯凯医疗器械有限公司	843.98	2005.8.11	300 万元	北京市丰台区富丰路 4 号楼 3 层 03B02-1 号	秦春: 50.00% 吕红丽: 50.00%	自 2019 年开始
9	国药控股(中国)融资租赁有限公司	693.54	2015.2.6	277,780 万元	中国(上海)自由贸易试验区正定路 530 号 A5 集中辅助区三层 318 室	国药控股股份有限公司: 22.6798% PAGACII-3(HK) LIMITED: 17.5526% 深圳峰顺投资企业(有限合伙): 15.7075% 嘉兴德祺弘投资合伙企业(有限合伙): 10.0007% 国药控股股份香港有限公司: 9.7199% 上海运想通远企业管理咨询合伙企业(有限合伙): 8.9819% 其他持股 5% 以下的股东: 15.3576%	自 2020 年开始
10	陕西欧瑞同体系公司						

陕西欧瑞医疗科技有限公司	668.14	2018.3.30	200万元	陕西省西安市经开区未央路以西长实中登大厦B座14层D号房	王毅: 60.00% 周晨艳: 20.00% 鲁周子: 20.00%	自2019年开始
乌鲁木齐诚康祥顺医疗器械有限公司	23.45	2014.8.12	200万元	新疆乌鲁木齐市新市区天津北路525号银城大厦B座1704室	王毅: 90.00% 刘长芳: 10.00%	自2020年开始
小计	691.59					
总计	9,770.26					

注：中国医药集团同体系公司包括国药控股（中国）融资租赁有限公司、国药（哈尔滨）口腔医院有限公司，其中经销模式下公司与国药控股（中国）融资租赁有限公司进行业务合作，国药（哈尔滨）口腔医院有限公司仅在直销模式下有少量业务往来，故上表仅列示国药控股（中国）融资租赁有限公司客户信息

## 2. 报告期各期前十大经销商的期末库存

经销模式下，经销商通常在获取终端用户的订单或需求后向公司采购设备。公司产品为专业医学影像设备，公司将设备直接发往经销商指定的终端用户地点进行安装调试。故报告期内公司经销商不存在期末库存。

## 3. 报告期各期前十大经销商的信用期

报告期各期，公司前十大经销商信用期一致，均为发货前预付全款或发货前预付一定比例首付款，尾款于终端用户验收后一年内分期支付。公司会结合经销商历史回款情况给予各经销商不同的预付首付款比例。报告期各期，前十大经销商中除国药控股（中国）融资租赁有限公司外，其他经销商预付首付款比例均为：Smart3D 系列产品发货前支付 50% 的首付款；HiRes3D 系列产品发货前支付 30% 的首付款。

(1) 国药控股（中国）融资租赁有限公司报告期各期信用政策为：合同签订后预付 90%，安装验收之后支付 10% 的尾款或合同签订后预付 90%，剩余 10% 的尾款验收后 1 年内支付。国药控股（中国）融资租赁有限公司主要从事融资租赁业务，其资金实力相对雄厚，故其与公司协商确定预付首付款比例提高，达到 90%，剩余 10% 尾款安装验收之后 1 年内支付。

(2) 河南山杰医疗器械销售有限公司报告期内出现部分订单回款晚于一年内约定的节点，公司考虑其整体回款仍在一年信用期内，且 2021 年河南受公共

卫生事件和洪水影响较大，故未对河南山杰医疗器械销售有限公司更改预付首付款比例。

报告期各期，公司前十大经销商的信用政策基本保持稳定，公司不存在向主要客户放宽信用政策的情形。

#### 4. 报告期各期前十大经销商期末应收账款和期后回款情况

截至 2023 年 5 月 31 日，报告期各期前十大经销商期末应收账款和期后回款情况如下：

##### (1) 2022 年 12 月 31 日期末应收账款和期后回款

序号	客户名称	应收账款余额	期后回款金额	期后回款比例
1	湖南申迪科技有限公司	446.34	234.55	52.55%
2	四川峰高医疗器械有限公司	102.61	78.56	76.56%
3	国药口腔集团同体系公司	183.81	98.30	53.48%
4	广州市霆晖医疗器械有限公司	208.74	122.80	58.83%
5	河南山杰医疗器械销售有限公司	265.50	133.80	50.40%
6	深圳市瑞诚同体系公司	151.66	92.13	60.74%
7	重庆玖和医疗器械有限公司	146.23	77.95	53.31%
8	青岛凯利医疗器械有限公司	199.72	150.86	75.53%
9	长春市顺合医疗器械有限责任公司	169.86	102.14	60.13%
10	深圳市尔瑞医疗器械有限公司	227.23	146.20	64.34%
	合计	2,101.70	1,237.29	58.87%

截至 2023 年 5 月 31 日，前十大经销商 2022 年期末的应收账款的期后回款比例为 58.87%，考虑到经销商存在分期收款的信用政策，期后回款情况较好。

##### (2) 2021 年期末应收账款和期后回款

序号	客户名称	应收账款余额	期后回款金额	期后回款比例
1	河南山杰医疗器械销售有限公司	488.20	488.20	100.00%
2	深圳市瑞诚医疗器械有限公司	422.35	422.35	100.00%
3	湖南申迪科技有限公司	459.95	459.95	100.00%
4	广州市霆晖医疗器械有限公司	305.09	305.09	100.00%
5	重庆玖和医疗器械有限公司	255.94	255.94	100.00%
6	四川峰高医疗器械有限公司	371.22	371.22	100.00%
7	青岛凯利医疗器械有限公司	384.07	384.07	100.00%
8	深圳市尔瑞医疗器械有限公司	222.34	222.34	100.00%

9	长春市顺合医疗器械有限责任公司	261.02	261.02	100.00%
10	山东宏盛祥医疗科技有限公司	249.00	249.00	100.00%
	合计	3,419.18	3,419.18	100.00%

前十大经销商 2021 年期末的应收账款的期后回款比例为 100.00%，回款情况较好。

### (3) 2020 年期末应收账款和期后回款

序号	客户名称	应收账款余额	期后回款金额	期后回款比例
1	长沙民健医疗器械有限公司	382.28	382.28	100.00%
2	河南山杰医疗器械销售有限公司	449.05	449.05	100.00%
3	深圳市尔瑞医疗器械有限公司	408.83	408.83	100.00%
4	深圳市瑞诚医疗器械有限公司	281.25	281.25	100.00%
5	青岛凯利医疗器械有限公司	418.03	418.03	100.00%
6	广州市霆晖医疗器械有限公司	333.53	333.53	100.00%
7	四川峰高医疗器械有限公司	290.05	290.05	100.00%
8	北京图斯凯医疗器械有限公司	281.93	281.93	100.00%
9	国药控股（中国）融资租赁有限公司	52.08	52.08	100.00%
10	陕西欧瑞同体系公司	137.99	137.99	100.00%
	合计	3,035.00	3,035.00	100.00%

2020 年前十大经销商期末应收账款的回款比例为 100.00%，回款情况良好。

**(三) 报告期内经销商、经销商的终端客户与发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在经销商入股、发行人前员工设立经销商等业务合作关系**

1. 报告期内经销商、经销商的终端客户与发行人及其控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员的关联关系或其他利益安排

报告期内，除 Nuotech Middle East FZCO 外，公司及其控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商及终端用户不存在关联关系。Nuotech Middle East FZCO 为公司股东同方威视控制的企业，公司与 Nuotech Middle East FZCO 于 2018 年签订合作协议，授权 Nuotech Middle East FZCO 在阿联酋、沙特阿拉伯、科威特等中东地区独家销售公司 CBCT 产品，



但报告期内公司并未向 Nucotech Middle East FZCO 实现销售。

报告期内，公司及控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在向经销商和经销商终端用户提供借款或担保等资金支持或其他利益安排的情况。

## 2. 不存在经销商入股情形以及前员工设立经销商进行合作的情形

报告期内，公司不存在经销商入股公司的情形，也不存在与前员工设立的经销商进行业务合作的情况。

### (四) 报告期各期发行人经销销售是否存在显著的地域性，如有，请说明原因及合理性

报告期内，公司主营业务收入中经销收入分布如下：

地区		2022 年度		2021 年度		2020 年度		
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	
境内	东北	2,168.31	6.09%	2,683.29	7.10%	953.83	4.78%	
	华北	北京	1,034.08	2.90%	230.53	0.61%	60.18	0.30%
		河北	2,283.42	6.41%	2,792.19	7.39%	1,579.12	7.91%
		内蒙古	914.28	2.57%	1,214.57	3.22%	471.24	2.36%
		山西	823.23	2.31%	1,013.66	2.68%	618.72	3.10%
		天津	731.31	2.05%	646.93	1.71%	360.93	1.81%
		小计	5,786.31	16.24%	5,897.88	15.62%	3,090.18	15.47%
	华东	安徽	629.40	1.77%	896.94	2.37%	437.43	2.19%
		福建	1,304.75	3.66%	966.83	2.56%	766.97	3.84%
		江苏	1,780.24	5.00%	2,766.18	7.32%	1,577.61	7.90%
		江西	240.16	0.67%	340.31	0.90%	44.69	0.22%
		山东	3,329.77	9.34%	4,568.28	12.10%	2,400.05	12.02%
		上海	870.83	2.44%	432.52	1.15%	171.68	0.86%
		浙江	1,798.82	5.05%	1,309.83	3.47%	480.60	2.41%
		小计	9,953.97	27.94%	11,280.89	29.87%	5,879.04	29.44%
	华南	广东	4,728.76	13.27%	4,998.49	13.23%	3,569.55	17.87%
		广西	547.66	1.54%	659.33	1.75%	366.90	1.84%
		海南	83.19	0.23%	94.34	0.25%		
		小计	5,359.60	15.04%	5,752.15	15.23%	3,936.45	19.71%
华中	河南	1,285.04	3.61%	1,856.42	4.92%	1,254.07	6.28%	

	湖北	1,277.31	3.58%	1,360.03	3.60%	434.07	2.17%
	湖南	2,258.30	6.34%	2,454.47	6.50%	1,286.35	6.44%
	小计	4,820.65	13.53%	5,670.92	15.01%	2,974.50	14.89%
	西北	1,840.08	5.16%	1,924.22	5.09%	1,032.39	5.17%
	西南	4,509.62	12.66%	3,875.32	10.26%	1,981.09	9.92%
	合计	34,438.55	96.65%	37,084.68	98.19%	19,847.47	99.38%
	境外	1,193.38	3.35%	683.92	1.81%	123.48	0.62%
	总计	35,631.92	100.00%	37,768.60	100.00%	19,970.95	100.00%

报告期内，公司主营业务经销收入主要集中在华东、华南、华中、华北地区，东北、西北、西南等地经销收入占比相对较低，存在一定地域性特征。公司销售形成该地域性特征的主要原因有两方面：1）销售分布与各级口腔医疗机构分布特点紧密相关；2）销售分布与公司经销商在当地的销售渠道及销售能力相关。

#### 1. 各级口腔医疗机构分布特点

华东、华南、华中、华北地区属于我国经济发达地区，也是我国人口集中地区，受经济发展水平影响，上述地区人口医疗消费能力较强，并且地区人口密度大，具有庞大的患者基数，因此相关地区医疗机构及医疗资源更加丰富，各级口腔医疗机构数量多，CBCT 等口腔医疗设备市场需求旺盛，从而形成了公司收入的地域性特征。

根据《中国卫生健康统计年鉴 2022》显示，2021 年我国医院及基层医疗卫生机构共计 101.44 万家，其中华东、华南、华中、华北地区分别为 25.04 万家、9.65 万家、16.86 万家及 16.69 万家，占比分别为 24.68%、9.51%、16.62%及 16.45%，相关地区医疗机构分布情况与公司经销收入地区分布基本保持一致。

#### 2. 公司经销商在当地的销售渠道及销售能力

在华北、华东、华南、华中等销售较为集中的地区中，公司在河北、山东、广东、河南及湖南等地区销售占比更高，主要系公司在上述省份进行合作的经销商具有较强的销售能力。经销商的销售渠道不仅覆盖省内主要城市，还深入省内各县级地区，深挖下沉市场，形成了较好的销售效果，显著提升了相应省份的销售规模。

综上，公司经销收入的地域性特点具有合理性。

**（五）报告期内发行人经销商返利政策及其变化情况，返利占经销收入的比例，返利计提的充分性，实物返利是否已按照视同销售处理进行增值税纳税申**

## 报

### 1. 报告期内发行人经销商返利政策及其变化情况

报告期内，公司针对经销商的主要返利政策及其变化情况具体如下表所示：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
返利类型	实物返利、现金返点		阶梯定价
具体返利政策	根据公司与经销商签署的《年度代理协议》，经销商完成年度销售任务后，公司给予经销商完成任务奖励如下：每完成 X 台送 1 台，或销售 Y 台以上的每台设备返利 Z 万元，现金返点以未来采购设备款的价格折扣形式执行		根据公司与经销商签署的《年度代理协议》，经销商采购的设备价格为不同销量区间相应递减销售单价，如：第 1-15 台 X 万元，16-20 台 X-Y 万元

报告期内，公司通过商业谈判的形式与经销商协商返利政策，并在每年签订的《年度代理协议》进行约定，2021 年和 2022 年返利政策变化主要系公司结合商业谈判结果、行业竞争情况、自身成本等因素进行的策略性调整。

### 2. 返利占经销收入的比例，返利计提的充分性

报告期内，公司经销商返利金额及其占经销收入的比例如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期初返利余额①	602.50		19.75
当期计提返利②	1,794.08	1,665.93	1.06
其中：阶梯定价 A			1.06
实物返利 B	1,565.68	1,410.33	
现金返点 C	228.40	255.60	
取消上期返利③	2.50		
当期使用返利④	1,743.37	1,063.43	20.81
期末返利余额⑤=①+②-③-④	650.71	602.50	
经销收入⑥	35,631.92	37,768.60	19,970.95
返利占经销收入比例⑦=②/⑥	5.04%	4.41%	0.01%
其中：阶梯定价占比 D=A/⑥			0.01%
实物返利占比 E=B/⑥	4.39%	3.73%	
现金返点占比 F=C/⑥	0.64%	0.68%	

报告期各期，公司经销返利占经销收入的比例分别为 0.01%、4.41%和 5.04%，整体占比较小。2020 年公司仅存在极少数阶梯定价，主要采用展会、促销等活动销售，每单销售实现时直接确认对应收入，无需分摊，因此 2020 年经销返利金额较小。2021 年和 2022 年返利政策变更为实物返利和现金返点后，经销返利

占经销收入比例基本持平。

公司按权责发生制计提返利，每个月末根据经销商季度实际采购额、历史上该经销商采购情况以及当年合同约定的返利政策进行合理的预计，并计提返利，期末再根据经销商当年实际采购额及合同约定返利政策计算年度实际应返金额，并与经销商进行核对确认，对实际应返金额与预计数的差额部分进行调整。公司返利的计提和使用过程如下：

项目	阶梯定价	实物返利	现金返点
计提过程	根据公司与经销商签订的经销协议所约定的经销期间、销售价格，并结合公司在该经销协议下的预计或实际销售量，计算经销商在经销协议期间内的产品收入，除以预计或实际销售量，计算出该经销商平均销售单价，每台产品实际销售价格与平均销售单价的差额即为应计提的返利金额	根据公司与经销商签订的经销协议所约定的经销期间、销售价格和实物返利条款，并结合公司在该经销协议下的预计或实际销售量，每台产品应计提的返利=每台产品实际销售价格-经销商在经销协议期间内的合计收入/实际销售量和赠送量的合计数	根据公司与经销商签订的经销协议所约定的经销期间、现金返点条款，按照实际销售量和每台返点金额计算应计提的返利金额
使用过程	随着经销协议下销售数量的增加以及销售价格的逐渐下降，当出现实际销售价格低于平均销售价格时，即开始使用原计提的返利，按照平均销售价格与实际销售的差额结转原计提的返利	在经销商满足赠送条件后，公司实际赠送产品，并经终端用户验收后，结转原已计提的返利；若达到预测销售量，每台产品结转的返利=每台产品计提的返利，若未达到预测销售量，则冲回已计提的返利	现金返点以未来采购设备款的价格折扣形式执行，在未来订单完成销售时，结转原已计提的返利

上述返利形式的具体会计处理情况如下：

项目	2021 年度、2022 年度		2020 年度
	实物返利	现金返点	阶梯定价
准则依据	2020 年、2021 年和 2022 年度公司适用新收入准则。新收入准则第十五条规定：“企业应当根据合同条款，并结合其以往的习惯做法确定交易价格。在确定交易价格时，企业应当考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。”新收入准则第十六条规定：“合同中存在可变对价的，企业应当按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，应当不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。企业在评估累计已确认收入是否极可能不会发生重大转回时，应当同时考虑收入转回的可能性及其比重。” 新收入准则应用指南指出，“企业与客户的合同中约定的对价金额可能是固定的，也可能会因折扣、价格折让、返利、退款、奖励积分、激励措施、业绩奖金、索赔等因素而变化。此外，企业有权收取的对价金额，将根据一项或多项或有事项的发生有所不同的情况，也属于可变对价的情形。”		

项目	2021 年度、2022 年度		2020 年度
	实物返利	现金返点	阶梯定价
返利会计处理分析	实物返利、阶梯定价： 对基于客户一定采购数量的实物返利或仅适用于未来采购的价格折扣，企业应当按照附有额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。经过评估，该额外购买选择权构成一项重大权利		
	现金返点： 对基于客户采购情况等给予的现金返点，因仅适用于未来采购设备款的价格折扣，故公司参照额外购买选择权的销售进行会计处理，评估该返利是否构成一项重大权利，以确定是否将其作为单项履约义务并分摊交易对价。经过评估，该额外购买选择权构成一项重大权利		
返利计算方式	实物返利、阶梯定价： 对于附有额外购买选择权的销售交易，由于该销售交易含有两项履约义务，一是当期销售商品，二是客户可以免费或折价购买额外产品的权利，即额外购买选择权，因此公司按照当期销售商品的单独售价及估计的返利货物的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至上述两项履约义务		
	现金返点： 按照经销协议对应的实际销售数量和每台返点金额计提现金返点金额，并以此作为额外购买选择权的公允价值		
会计处理	(1) 计提返利时 借：主营业务收入 贷：合同负债 (2) 返利结算时 ①若满足返利条件且客户选择执行额外购买选择权 销售确认： 借：合同负债 贷：主营业务收入 成本结转： 借：主营业务成本 贷：库存商品/发出商品 ②若不满足返利条件或客户选择不执行额外购买选择权 借：合同负债 贷：主营业务收入		

报告期内，公司返利政策由公司结合销售策略、市场环境等因素与客户协商确定，返利的具体政策均在协议中进行了明确约定，实际结算返利金额均来源于原已计提的返利。

综上所述，公司按权责发生制计提返利，当期确认收入对应产品所产生的返利均于当期确认，且实际结算返利金额均来源于原已计提的返利。报告期内，公司返利已充分计提。

### 3. 实物返利是否已按照视同销售处理进行增值税纳税申报

客户购买公司产品达到一定数量时，公司才会进行实物返利，赠送客户产品。因此，公司实物返利并非无偿赠送，是对客户购买公司产品行为的一种折扣、转让行为，实物返利本质上属于公司为促销产品采取的商业折扣行为。

根据《国家税务总局关于印发〈增值税若干具体问题的规定〉的通知》（国税发[1993]154号）第二条第（二）项规定：“纳税人采取折扣方式销售货物，如果销售额和折扣额在同一张发票上分别注明的，可按折扣后的销售额征收增值税”。纳税人采取折扣方式销售货物，销售额和折扣额在同一张发票上分别注明是指销售额和折扣额在同一张发票上的“金额”栏分别注明的，可按折扣后的销售额征收增值税。未在同一张发票“金额”栏注明折扣额，而仅在发票的“备注”栏注明折扣额的，折扣额不得从销售额中减除。

公司针对实物返利采取折扣方式销售货物的税务处理，在客户满足实物返利条件时，公司与客户签订包含赠送设备在内多台设备的销售合同，销售额和折扣额在同一张发票上的“金额”栏分别注明，符合折扣方式销售货物的税务要求。公司在返利支付前，均按照实际销售金额申报缴纳增值税。在返利支付时，开具的专用发票中折扣金额所对应的红字销项税抵减当期的销项税。

同时，根据《国家税务总局关于纳税人折扣折让行为开具红字增值税专用发票问题的通知》（国税函[2006]1279号），纳税人销售货物并向购买方开具增值税专用发票后，由于购货方在一定时期内累计购买货物达到一定数量，销货方给予购货方相应的价格优惠或补偿等折扣、折让行为，销货方可按规定开具红字增值税专用发票。

综上，公司实物返利属于商业折扣的一种方式，增值税税务处理符合税务的相关规定。

**（六）发行人对新增和存量经销商信用评级采用的具体方法及其执行情况，各信用级别经销商回款周期与其评级对应的信用政策是否匹配，是否存在背靠背付款安排；发行人对经销商的信用政策和结算模式、期末对经销商的应收款项余额规模是否与同行业可比公司存在重大差异**

1. 发行人对新增和存量经销商信用评级采用的具体方法及其执行情况，各信用级别经销商回款周期与其评级对应的信用政策是否匹配，是否存在背靠背付款安排

（1）公司对新增和存量经销商信用评级采用的具体方法及其执行情况

报告期内，公司制定了《销售渠道管理制度》及《销售过程控制程序》并严格执行。公司每年初结合对经销商销量任务和历史回款情况等综合信息，对经销商进行信用评级，具体如下：

经销商信用评级条件	经销商级别
销量任务	分为“A、B、C、D、E”五个等级
历史回款情况	分为“+、正常、-、--、---”五个级别

对于存量经销商，公司根据销量任务首先评定经销商级别（A-E级），其次根据历史回款情况给予“+、正常、-、--、---”的，合并组成对经销商的评级，如A正常、B-等。与历史回款情况挂钩的评级仅决定经销商的预付款比例，与对其信用期约定并无直接关系。公司对经销商一般给予1年的信用期。

对于新增经销商，按约定任务额评定A-E级别，并给予“正常”的信用政策。

报告期内，除河南山杰医疗器械销售有限公司因2021年内出现晚于约定节点分期付款，而从“A正常”级别被降到“A---”级别的情形，其他经销商均维持“正常”评级。河南山杰医疗器械销售有限公司虽部分订单回款晚于一年内约定节点，但整体回款仍在一年信用期内，考虑到2021年河南受公共卫生事件和洪水影响较大，虽将其评为“A---”级别，仍对其执行“正常”评级的首付比例要求。

(2) 各信用级别经销商回款周期与其评级对应的信用政策是否匹配

公司通常给予各信用级别经销商一年的信用期，经销商可根据实际情况选择一年内分期结算次数。各级别经销商实际回款期大多在一年以内，与合同约定及评级对应的信用期相匹配。公司一年以内的应收账款占比高，分别为95.32%、97.66%及94.47%。报告期内，存在一年以上应收账款的经销商列表如下：

存在1年以上应收账款经销商列表	1年以上应收账款余额			订单状态
	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31	
雅艺德智能数齿科技（江苏）有限公司	103.50	104.00	97.50	2019-2020年订单，正陆续回款中，截至2023年5月31日，未回款金额为103.50万元
天津奇英医疗器械销售有限公司	13.50	38.50	53.30	2017年、2020年订单，正陆续回款中，截至2023年5月31日，未回款金额为7.50万元
江西巨帆科技有限公司	5.00	19.40	19.40	2017年订单，截至2023年5月31日，已无欠款
西安迈世通医疗器械有限公司	31.23			2021年订单，正陆续回款中，截至

				2023年5月31日，未回款金额为13.69万元
山西鑫福腾医疗器械有限公司	2.75			2021年订单，截至2023年5月31日，已无欠款
济南静雅嘉业商贸有限公司			22.00	2017年订单，2021年全额核销
兰州轩朗广博商贸有限公司			16.67	2019年订单，已无欠款
石家庄科信医疗器械有限公司			1.00	2019年订单，已无欠款
保定市欣梦嘉泰医疗器械有限公司			2.00	2018年订单，已无欠款

西安迈世通医疗器械有限公司、山西鑫福腾医疗器械有限公司、保定市欣梦嘉泰医疗器械有限公司、石家庄科信医疗器械有限公司、兰州轩朗广博商贸有限公司等经销商因对账结算或客户内部程序较长等原因导致实际回款周期超过1年信用期，经充分沟通，截至2023年5月31日，除西安迈世通医疗器械有限公司仍有13.69万元未回款外，其余经销商均已全额回款。济南静雅嘉业商贸有限公司经营不善，公司预计无法收回，已于2021年全额核销。天津奇英医疗器械销售有限公司、江西巨帆科技有限公司资金周转存在困难，导致应收账款账龄较长，经公司积极沟通，截至2023年5月31日，天津奇英医疗器械销售有限公司仍有7.50万元未回款，江西巨帆科技有限公司已全额回款。雅艺德智能数齿科技（江苏）有限公司经营不善，已与公司终止合作，受公共卫生事件影响，回款困难，公司采取函告、电话、邮件等多种形式催收。

公司对上述应收账款按账龄组合计提坏账准备，计提的坏账准备金额及占应收账款余额比例如下：

项目	2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	坏账准备	计提比例	坏账准备	计提比例	坏账准备	计提比例
雅艺德智能数齿科技（江苏）有限公司	74.85	72.32%	44.05	42.36%	20.83	16.79%
天津奇英医疗器械销售有限公司	13.40	99.26%	38.34	99.58%	42.65	79.72%
江西巨帆科技有限公司	5.00	100.00%	19.40	100.00%	15.52	80.00%
西安迈世通医疗器械有限公司	7.50	13.33%				
山西鑫福腾医疗器械有限公司	0.55	20.00%				



济南静雅嘉业商贸有限公司					17.60	80.00%
兰州轩朗广博商贸有限公司					3.33	20.00%
石家庄科信医疗器械有限公司					0.20	20.00%
保定市欣梦嘉泰医疗器械有限公司					1.00	50.00%

(3) 是否存在背靠背付款安排

“背靠背”经销合同通常约定在终端用户向经销商付款后，经销商向公司同比例支付货款。报告期内，公司与经销商签订的合作协议及销售订货单中均不涉及与终端用户的结算安排相关的条款，不存在背靠背安排。

2. 发行人对经销商的信用政策和结算模式、期末对经销商的应收款项余额规模是否与同行业可比公司存在重大差异

(1) 公司和同行业可比公司对经销商的信用政策和结算模式比较

项目	主要信用政策	结算模式
美亚光电	未披露	电汇为主
万东医疗	未披露	未披露
联影医疗	一般会要求客户于发货前支付 100% 预付货款。对于部分信用资质较好的经销商，与客户的销售合同一般约定在发货前客户支付部分款项，通常为合同金额的 10%-30% 不等，在发货安装调试后再支付一定比例的货款，亦有部分客户会约定在质保期后支付剩余尾款	未披露
怡友医疗	未披露	未披露
朗视仪器	主要信用期有两种方式：发货前预付全款；发货前预付一定比例首付款，尾款于验收后一年内分期支付	电汇

公司主要信用政策与联影医疗相比，均采用预付全款或预付一定比例收付款的方式，仅预付首付款比例及尾款支付周期存在部分差异。公司结算模式与美亚光电相似，美亚光电公司主要采取电汇结算，公司报告期内全部采取电汇。

综上，公司和同行业可比公司对经销商的信用政策和结算模式不存在重大差异。

(2) 公司和同行业可比公司期末对经销商应收款项余额规模的比较

报告期期末	项目	美亚光电	万东医疗	联影医疗	平均值	公司
2022.12.31	应收账款余额	40,419.78	39,949.96	91,974.14	57,447.96	5,836.13
	营业收入	211,725.57	112,120.35	595,376.88	306,407.60	35,720.01
	占比	19.09%	35.63%	15.45%	23.39%	16.34%
2021.12.31	应收账款余额	23,856.34	28,280.83	46,315.69	32,817.62	7,730.66

	营业收入	181,287.87	115,617.47	471,314.87	256,073.40	37,768.60
	占比	13.16%	24.46%	9.83%	15.82%	20.47%
2020.12.31	应收账款余额	28,303.32	24,295.96	35,472.61	29,357.30	5,385.49
	营业收入	149,596.92	113,190.48	385,651.74	216,146.38	19,970.95
	占比	18.92%	21.46%	9.20%	16.53%	26.97%

注 1：公司应收账款余额为对经销商的应收账款余额，公司营业收入为经销业务收入

注 2：由于同行业公司美亚光电、万东医疗未披露经销应收账款余额，上表中为全部应收账款余额占其营业收入的比例；怡友医疗公开数据未披露，上表中未列示

美亚光电主要产品为色选机、X 射线检测设备和高端医疗设备，口腔 CBCT 业务仅是美亚光电一部分业务，占其营业收入的 30%左右，无法获取其口腔 CBCT 业务对经销商的应收账款余额规模及占比情况。报告期各期，公司经销商应收账款余额占营业收入比例与同行业可比公司相比不存在重大差异。除 2020 年末外，公司经销商应收账款余额占营业收入比例均处于同行业可比公司相应比例区间。2020 年，受公共卫生事件影响，公司经销商回款及时性有所下降，导致经销商应收账款余额占营业收入比例较高。2021 年，公司经销商应收账款余额占营业收入比例均处于同行业可比公司相应比例区间。2022 年公司期末经销商应收款项余额规模低于同行业可比公司的平均值，系由于 2022 年预收全款订单占比提高导致。

### （七）报告期各期 Smart3D 和 HiRes3D 系列产品按不同类型终端客户分类的收入构成和客户数量、波动原因

#### 1. Smart3D 系列

报告期各期，Smart3D 系列产品不同类型终端用户收入构成及客户数量如下：

单位：家、万元

2022 年				
项目	终端用户数量	数量占比	主营业务收入	收入占比
境内	1,622	95.98%	32,342.12	96.57%
医院	188	11.12%	4,201.91	12.55%
其中：公立医院	121	7.16%	2,840.05	8.48%
私立医院	67	3.96%	1,361.86	4.07%

基层医疗卫生机构		1,434	84.85%	28,140.21	84.03%
其中： 诊所	公立				
	私立	833	49.29%	16,214.14	48.42%
	小计	833	49.29%	16,214.14	48.42%
门诊部	公立				
	私立	574	33.96%	11,449.81	34.19%
	小计	574	33.96%	11,449.81	34.19%
社区卫生 服务中心	公立				
	私立	7	0.41%	123.27	0.37%
	小计	7	0.41%	123.27	0.37%
卫生院	公立	4	0.24%	80.12	0.24%
	私立	1	0.06%	18.15	0.05%
	小计	5	0.30%	98.26	0.29%
其他	公立				
	私立	15	0.89%	254.73	0.76%
	小计	15	0.89%	254.73	0.76%
境外		68	4.02%	1,147.11	3.43%
合计		1,690	100.00%	33,489.23	100.00%

2021年

项目	终端用户数量	数量占比	主营业务收入	收入占比	
境内	1,683	97.62%	34,639.25	98.06%	
医院	148	8.58%	3,368.08	9.54%	
其中：公立医院	67	3.89%	1,684.44	4.77%	
私立医院	81	4.70%	1,683.64	4.77%	
基层医疗卫生机构	1,535	89.04%	31,271.17	88.53%	
其中： 诊所	公立				
	私立	959	55.63%	19,334.16	54.74%
	小计	959	55.63%	19,334.16	54.74%
门诊部	公立				
	私立	537	31.15%	11,089.23	31.39%
	小计	537	31.15%	11,089.23	31.39%
社区卫生 服务中心	公立	9	0.52%	209.62	0.59%
	私立	12	0.70%	250.93	0.71%
	小计	21	1.22%	460.55	1.30%

卫生院	公立				
	私立				
	小计				
其他	公立				
	私立	18	1.04%	387.22	1.10%
	小计	18	1.04%	387.22	1.10%
境外		41	2.38%	683.92	1.94%
合计		1,724	100.00%	35,323.17	100.00%

2020年

项目	终端用户数量	数量占比	主营业务收入	收入占比
境内	829	99.28%	18,055.44	99.32%
医院	82	9.82%	1,881.46	10.35%
其中：公立医院	39	4.67%	939.16	5.17%
私立医院	43	5.15%	942.30	5.18%
基层医疗卫生机构	747	89.46%	16,173.98	88.97%
其中：诊所				
公立				
私立	478	57.25%	10,295.25	56.63%
小计	478	57.25%	10,295.25	56.63%
门诊部				
公立				
私立	257	30.78%	5,592.13	30.76%
小计	257	30.78%	5,592.13	30.76%
社区卫生服务中心				
公立	3	0.36%	72.65	0.40%
私立	4	0.48%	93.02	0.51%
小计	7	0.84%	165.67	0.91%
卫生院				
公立				
私立				
小计				
其他				
公立				
私立	5	0.60%	120.93	0.67%
小计	5	0.60%	120.93	0.67%
境外	6	0.72%	123.48	0.68%
合计	835	100.00%	18,178.92	100.00%

注1：以上分类口径来源于《中国卫生健康统计年鉴（2022）》“2021年各类医疗卫生机构数统计”，下表同

注 2：存在一家终端用户因需求量大一年内购买多台的情形，故终端用户数量小于等于当年销量，下表同

注 3：其他指医疗健康咨询、医疗美容等医疗服务机构，下表同

报告期内，公司 Smart3D 系列产品终端用户以基层医疗卫生机构为主，各期客户数量占比及收入占比均在 83%以上，主要原因系我国基层医疗卫生机构占医疗机构的比重较大，且 Smart3D 系列产品设计定位于基层医疗卫生机构。基层医疗卫生机构中以诊所、门诊部为主，其数量占比及金额占比均在 80%以上。终端用户中医院客户数量及收入占比稳定在 8%-13%左右，变动不大。境外终端用户数量及收入占比均有所增长，客户数量占比由 0.72%上升至 4.02%，收入占比由 0.68%上升至 3.43%，主要系公司积极开拓海外市场所致。

## 2. HiRes3D 系列

报告期各期,HiRes3D 系列产品不同类型终端用户收入构成及客户数量如下：

2022 年				
项目	终端用户数量	数量占比	主营业务收入	收入占比
境内	109	98.20%	3,778.97	98.36%
医院	44	39.64%	1,782.80	46.40%
其中：公立医院	29	26.13%	1,232.71	32.09%
私立医院	15	13.51%	550.09	14.32%
基层医疗卫生机构	65	58.56%	1,996.17	51.96%
其中：诊所				
公立				
私立	24	21.62%	717.67	18.68%
小计	24	21.62%	717.67	18.68%
门诊部				
公立				
私立	40	36.04%	1,250.12	32.54%
小计	40	36.04%	1,250.12	32.54%
社区卫生服务中心				
公立				
私立				
小计				
卫生院				
公立				
私立				
小计				
其他				
其他				
公立				

	私立	1	0.90%	28.38	0.74%
	小计	1	0.90%	28.38	0.74%
境外		2	1.80%	62.93	1.64%
合计		111	100.00%	3,841.90	100.00%

2021 年

项目		终端用户数量	数量占比	主营业务收入	收入占比
境内		146	100.00%	4,849.17	100.00%
医院		44	30.14%	1,622.12	33.45%
其中：公立医院		18	12.33%	779.82	16.08%
私立医院		26	17.81%	842.30	17.37%
基层医疗卫生机构		102	69.86%	3,227.04	66.55%
其中： 诊所	公立				
	私立	35	23.97%	1,112.57	22.94%
	小计	35	23.97%	1,112.57	22.94%
门诊部	公立				
	私立	63	43.15%	1,989.99	41.04%
	小计	63	43.15%	1,989.99	41.04%
社区卫生 服务中心	公立				
	私立	1	0.68%	30.44	0.63%
	小计	1	0.68%	30.44	0.63%
卫生院	公立				
	私立				
	小计				
其他	公立				
	私立	3	2.05%	94.04	1.94%
	小计	3	2.05%	94.04	1.94%
境外					
合计		146	100.00%	4,849.17	100.00%

2020 年

项目		终端用户数量	数量占比	主营业务收入	收入占比
境内		101	100.00%	3,204.74	100.00%
医院		23	22.77%	742.92	23.18%
其中：公立医院		8	7.92%	271.68	8.48%
私立医院		15	14.85%	471.24	14.70%

基层医疗卫生机构		78	77.23%	2,461.82	76.82%
其中： 诊所	公立				
	私立	43	42.57%	1,351.91	42.18%
	小计	43	42.57%	1,351.91	42.18%
门诊部	公立				
	私立	34	33.66%	1,078.90	33.67%
	小计	34	33.66%	1,078.90	33.67%
社区卫生 服务中心	公立				
	私立				
	小计				
卫生院	公立				
	私立				
	小计				
其他	公立				
	私立	1	0.99%	31.00	0.97%
	小计	1	0.99%	31.00	0.97%
境外					
合计		101	100.00%	3,204.74	100.00%

报告期内，HiRes3D 系列产品终端用户中医院占比为 20%-40%，高于 Smart3D 系列中医院 10% 的占比，主要系 HiRes3D 系列产品主要面向公立医院及高端民营医疗机构。2020-2022 年，终端用户中医院数量占比由 22.77% 上升至 39.64%，收入占比由 23.18% 上升至 46.40%，主要系以公司为代表的国产 CBCT 品牌不断加大研发和生产投入，凭借优异产品性能和技术服务水平，逐渐获得各级医疗机构认可，在以医院为终端用户的高端医学影像设备市场中份额不断提升。报告期内，基层医疗卫生机构数量及收入占比持续下降，主要系基层医疗卫生机构日常诊疗以全科常规诊疗为主，集成度高及占地面积小的 Smart3D 系列更能满足其日常需求，对性能更高的 HiRes3D 系列产品购买数量相对较少。

**(八) 发行人在终端客户未取得相关许可证的情况下开展销售是否存在合规、回款、退换货或其他风险**

1. 终端用户未取得相关许可证的情况下开展销售不存在合规风险

(1) 终端用户购买公司产品事项不属于事前审批许可类项目

公司日常生产销售需要按照《医疗器械生产监督管理办法》、《医疗器械经

营监督管理办法》及《医疗器械注册与备案管理办法》等法规取得医疗器械生产、经营许可证，产品注册证。终端用户使用锥形束 CT 则属于医疗器械使用过程，终端用户需按照《放射诊疗管理规定》及《放射诊疗许可证发放管理程序》等相关法律法规在开展放射诊疗时取得相关许可。终端用户购买公司产品并非事前审批许可类项目，无需在购买时取得相关许可。公司在向终端用户销售产品时既无义务也无权利查验用户的相关资质。

(2) 公司不存在因终端用户未取得相关许可证而受到处罚的风险

根据《医疗机构管理条例》、《放射性同位素与射线装置安全许可管理办法》及《放射诊疗管理规定》等相关法律法规的规定，医疗机构使用放射性同位素与射线装置开展诊疗工作，需要取得《医疗机构执业许可证》、《辐射安全许可证》及《放射诊疗许可证》，未取得前述许可的，该等医疗机构面临受到主管部门行政处罚的风险。但是，前述规定并未将医疗器械生产者作为承担医疗机构违规使用放射诊疗设备责任的主体，公司不存在因终端用户未取得相关许可开展放射诊疗工作而受到前述规定项下的行政处罚的风险。

(3) 公司开展生产、销售口腔锥形束 CT 符合相关法律法规的要求

公司严格按照《医疗器械监督管理条例》及《放射性同位素与射线装置安全和防护条例》等法规规定开展生产经营。报告期内，母公司持续拥有开展该类医疗器械产品生产经营活动所需的医疗器械生产许可证及辐射安全许可证，浙江朗视自 2020 年 7 月起持续拥有医疗器械生产许可证及辐射安全许可证，三维数联自 2020 年 4 月起持续拥有医疗器械经营许可证并完成了医疗器械经营备案。公司及子公司生产和销售的口腔锥形束 CT 等产品均已取得国家或地方药品监督管理部门核发的医疗器械注册证，公司及子公司的医疗器械注册证等医疗器械产品相关许可的取得时间与该等医疗器械的生产经营时间相符，公司生产经营符合相关法律法规的要求。

(4) 报告期内公司不存在因违反相关法律法规受到处罚的情形

报告期内，公司及子公司不存在因违反市场监督管理法律法规受到相应部门行政处罚的记录，不存在因公司日常生产经营或因终端用户未取得相关许可证而受到有关部门行政处罚的情况。

综上所述，公司在终端用户未取得相关许可证的情况下开展销售不会导致生产经营违反相关法律法规的规定，不会对公司形成合规风险。



2. 相关许可证办理门槛较低，终端用户未按照规定办理相关许可证不会对公司业务造成重大不利影响

根据《放射性同位素与射线装置安全许可管理办法》及《放射诊疗管理规定》等规定，公司口腔锥形束 CT 产品是用于 X 射线诊断的包含 III 类射线装置的医疗器械，使用公司产品属于相关管理分类中对人体健康和环境的潜在危害程度最低的分类级别。因此，相关规定对于使用公司产品的终端用户的监管要求较为简易，其申领相关许可证的门槛也较低。

终端用户办理辐射安全许可证的一般必备条件有：（1）具有符合辐射安全标准的放射诊疗场所；（2）在当地环境主管部门完成环境影响登记表备案；（3）具有经培训及考核的辐射安全与环境保护管理工作人员以及辐射安全制度及方案等。

终端用户办理放射诊疗许可证的一般必备条件有：（1）取得医疗机构执业许可证；（2）具有相应的放射诊疗工作人员；（3）取得辐射安全许可证或具有放射诊疗建设项目竣工验收批复；（4）确定放射诊疗设备。

综上，终端用户申请相关许可证所需条件基本为医疗机构的基础配备要求，满足其对防护设施要求的成本较低，获取相应人员资质的培训体系较为成熟，终端用户较易满足相关要求。因此即使终端用户存在未按照规定办理相关许可证的情况，终端用户较易完成整改，相关情况不会对公司经营情况造成重大不利影响。

3. 终端用户未取得相关许可证的情况下开展销售不存在回款、退换货或其他风险

（1）公司与客户签署的销售合同效力不受终端用户是否取得相关许可证的影响

《医疗机构管理条例》、《放射性同位素与射线装置安全和防护条例》及《放射诊疗管理规定》等法规及规范主要通过行政处罚等方式对未经许可使用放射性同位素与射线装置开展诊疗工作等行为进行管理，但并未规定购买放射性同位素与射线装置的行为无效。

根据《中华人民共和国民法典》及原有效的《中华人民共和国合同法》的相关规定，依法成立的合同通常自成立时生效，存在违反法律、行政法规的强制性规定情形的无效。终端用户向公司采购产品并非事前审批事项，采购行为并不存在违反法律、行政法规的强制性规定情形，公司与客户签署的销售合同效力不受

终端用户是否取得相关许可证影响，销售合同生效后即使终端用户未取得相应经营资质，其亦无法以此为理由向公司申请退货。

(2) 终端用户未取得相关许可证的情况下开展销售不会导致公司出现回款和退换货风险

报告期内，公司的销售模式以经销模式为主，直销模式为辅，公司 2020 年度、2021 年度以及 2022 年度经销模式收入占比分别为 93.39%、93.99% 及 95.24%。经销模式下公司直接与经销商签署合同、进行货款结算，且公司与经销商之间的结算不存在背靠背付款安排，直销模式下公司则与终端用户直接签署合同。根据合同约定，经销商或直销模式下的终端用户负有付款的义务，且付款义务均不以终端用户是否取得相关许可为前提，经销商及终端用户向公司的回款义务不受终端用户是否取得相关许可证的影响。

(3) 报告期内，公司不存在因终端用户未取得相关许可证原因导致的回款、退换货问题

1) 报告期内公司回款良好，不存在经销商或者终端用户以未取得相关许可证为由拖欠公司货款的情形

报告期内，公司应收账款账龄基本集中在一年以内，报告期各期末一年以内的应收账款占全部应收账款余额的比例分别为 95.32%、97.66% 及 94.47%。整体来看，公司销售回款情况良好。账龄较长的应收账款对应客户主要为经销商，该类客户多因自身经营不善导致流动资金紧张，难以及时支付货款；直销客户中部分医疗机构因经营状况不佳导致关停或注销，经确认，该类终端用户关停或注销均与其是否取得相关许可无关，公司已对该类应收账款进行核销。报告期内不存在经销商或者终端用户以未取得相关许可证为由拖欠公司货款的情形。

2) 报告期内公司整体退换货情况极少，不存在因终端用户未取得相关许可证情况导致的退换货

报告期内公司主要产品退货数量及金额如下表所示：

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	退货	换货	退货	换货	退货	换货
数量（台）	1	25	4	40		17
数量占销量比例	0.06%	1.38%	0.21%	2.13%		1.82%

金额	22.57	570.15	85.26	916.13		415.93
金额占营业收入比例	0.06%	1.52%	0.21%	2.28%		1.95%

报告期内公司退换货数量占比较小，2020年至2022年公司退货数分别为0台、4台以及1台，换货数量分别为17台、40台及25台。上述退换货中，发生在客户安装验收确认后的退货数量各期分别为0台、1台及1台，换货数量分别为5台、27台及14台，报告期内发生的产品退货主要原因系终端用户因自身经营变化导致对不再有购买需求，发生的产品换货主要原因系客户在试用产品后结合诊疗需求提出产品配置、产品功能等方面的变更，从而进行产品型号更换。

报告期内，公司不存在因终端用户未取得相关许可证导致相关口腔锥形束CT产品退换货的情形。

综上所述，公司在终端用户未取得相关许可证情况下开展销售不影响公司销售合同的效力，报告期内公司回款情况良好，不存在因终端用户未办理放射诊疗许可证导致实际回款坏账或退换货的情况，因此公司在终端用户未取得相关许可证的情况下开展销售不存在回款、退换货的风险。

#### **(九) 审计报告截止日后产品的退换货数量、金额及其占比，是否存在大额销售退回**

报告期内公司整体退换货情况较少，统计情况请参见本说明“一关于经销模式”之“（八）发行人在终端客户未取得相关许可证的情况下开展销售是否存在合规、回款、退换货或其他风险”。

报告期各期截止后一个月内公司退换货情况如下表所示：

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
退货数量（台）			1
换货数量（台）	2	1	3
退货金额(a)			24.78
换货金额(b)	41.86	19.47	67.70
当期主营业务收入(c)	37,412.12	40,181.89	21,385.38
退货金额占比(a÷c)			0.12%
换货金额占比(b÷c)	0.11%	0.05%	0.32%
退换货合计金额占比[(a+b)÷c]	0.11%	0.05%	0.44%

报告期内，公司存在期后退换货情况，各期合计金额分别为92.48万元、19.47万元及41.86万元，金额较小，占主营业务收入比重较低。公司制定了《产

品退换货控制程序》等程序文件对退换货进行管理，对产品返厂申请、返厂复核执行、产品接受及检验、检验及质量问题分析、返厂产品的处理等关键节点作出了规定，针对各部门职责、流程及记录保存等方面建立了较为完善退换货机制，公司报告期内退换货数量较少，不存在大额销售退回的情形。

**(十) 说明：**（1）报告期各期发行人设备对应终端客户的数量，不同核查手段的选样标准和过程，核查的样本量是否为核查结论提供合理基础且不存在人为随意调整样本选取的情形，终端客户是否取得了相关许可证及截至目前设备的使用情况；（2）执行收入穿行测试的核查内容、核查过程和核查比例，分层选样标准和过程；（3）针对未回函经销商客户执行的具体替代核查措施和核查结论；（4）报告期内新增经销商客户收入的核查程序、核查过程和核查结论

1. 报告期各期发行人设备对应终端用户的数量，不同核查手段的选样标准和过程，核查的样本量是否为核查结论提供合理基础且不存在人为随意调整样本选取的情形，终端用户是否取得了相关许可证及截至目前设备的使用情况

（1）报告期各期公司设备对应终端用户的数量

公司销售模式以经销模式为主，直销模式为辅。经销模式下公司与经销商进行交易，由经销商将公司产品销售给口腔医疗机构等终端用户；直销模式下公司直接与口腔医疗机构等终端用户进行交易。下文中各类终端用户情况包含经销模式及直销模式下所有口腔锥形束 CT 终端用户。

普遍情况下，单台口腔锥形束 CT 设备即可满足单个基层口腔医疗卫生机构日常诊疗需求；大型口腔诊疗机构由于业务量较大，则需要配备多台口腔锥形束 CT 设备。报告期内，公司主营业务产品口腔锥形束 CT 主要客户群体为各级口腔医疗机构，其中以基层口腔医疗卫生机构为主，报告期各期占比均在 84%以上。因此公司产品对应终端用户较为分散，终端用户数量基本与口腔锥形束 CT 销量保持同一水平。

报告期各期公司终端用户数量及其对应收入规模情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
终端用户数量（家）	1,797	1,868	936
口腔锥形束 CT 产品销量（台）	1,814	1,875	936
对应产品销售收入	37,331.13	40,172.34	21,383.66

（2）我们对公司设备对应终端用户核查情况

由于公司终端用户数量多且较为分散，我们通过外部核查和内部核查两方面对公司终端用户销售真实性进行了核查。

#### 1) 外部核查

外部核查方面，我们主要通过实地走访、电话确认、视频拍摄、函证等四种形式复合式核查终端销售的真实性。总体上我们对终端用户主要采取随机抽样的方式进行核查，对于部分核查方式则在考虑核查针对性及便利性的情况下，根据销售规模及销售地域对样本进行分层抽样，执行的具体核查程序如下：

① 获取公司报告期内每台设备销售对应的终端用户名单，获取终端用户收货人联系方式，对终端用户按照销售年度、地区、所属经销商进行分类；

② 通过实地走访、电话确认、视频拍摄、函证等四种形式对终端用户进行核查：

A 实地走访：由于公司终端用户较为分散，分布于我国各省、直辖市、自治区的各市、区、县级地区。为了在保证核查有效性的前提下提升核查效率，我们采用了非统计抽样的方式，围绕公司主要经销商所在城市进行实地走访。我们以走访城市中的所有终端用户作为抽样范围，随机抽取一定比例终端用户，查看终端用户经营情况，查看公司产品在终端用户处的使用情况以及设备编号，对终端用户工作人员进行访谈，并通过留存受访者签字的访谈问卷、访谈合影、公司产品照片等方式记录访谈情况，共计实地走访公司 543 家终端用户。

B 电话确认：由于电话核查能够采用未预约的方式直接对终端用户进行核查，因此我们增加了该方式的核查范围，采用统计抽样及非统计抽样相结合的方式进行核查。非统计抽样下，选取报告期内各期前 20 大经销商对应终端用户，对其进行随机抽样，抽样比例达 60%；统计抽样下，从非统计抽样选择标准以外的终端用户中进行随机抽样。

由于公司产品均直接发往终端用户并由公司进行产品的现场安装调试，因此公司具有终端用户收货人信息及联系方式。确认抽样样本后，我们匹配获取相应终端用户联系人及其联系方式，在未预约情况下直接致电访谈，确认其身份、对应终端用户名称、购买公司产品的时间、型号、使用状况等信息，并将相应信息与销售信息相比对。

我们共计致电 3,039 家终端用户，其中接听 2,158 家，接听率为 71.01%，确认信息 1,822 家，确认率为 59.95%，确认信息的受访者主要为终端用户实际

控制人、法定代表人、主要股东、医生等相关人员。部分受访者未对购买信息进行确认主要系受访者为终端用户前台或其他非相关岗位工作人员，其并不了解具体产品购买时间及型号等情况，因此未能对访谈内容进行完全确认。针对该类未确认及未接听的终端用户，我们执行了如下替代措施以确认相关终端销售实现的真实性：1) 对相关订单执行相关单据测试，覆盖相关订单数量的70%以上；2) 在公司售后服务记录中查询相关终端用户对应的记录，通过查验相应终端用户的售后需求来验证相应订单的终端销售实现情况。

C 函证确认：我们采用统计抽样方式随机抽取终端用户进行函证，确认其购买公司产品型号、设备编号、产品安装日期等信息，共计函证确认 297 家终端用户。

D 视频确认：我们采用统计抽样随机抽取终端用户，取得相应终端用户提供的门诊店面、经营场所、公司产品使用情况及设备编号等连续视频，共计视频确认 312 家终端用户。

由于公司终端用户数量较多，且公司与大多数终端用户不存在直接的交易关系，除日常售后服务外，公司与终端用户并无联系，造成我们采取函证方式核查的回函率较低、视频确认核查配合度不佳。因此我们主要采取实地走访和电话确认核查方式以提高终端用户的核查效率及核查质量，采用函证及视频确认方式的核查比例较低。

经我们执行上述终端用户核查程序，去除重复终端用户后，共计核查 2,761 家终端用户，对应公司相应产品订单收入金额及覆盖比例如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
实地走访终端数量（家）	226	212	105
实地走访终端对应收入	4,864.60	4,548.33	2,484.91
电话确认终端数量（家）	725	712	385
电话确认终端对应收入	14,989.14	15,144.61	8,735.94
视频确认终端数量（家）		208	104
视频确认终端对应收入		4,527.04	2,306.88
函证确认终端数量（家）	218	69	10
函证确认终端对应收入	4,502.93	1,542.09	222.35

核查终端用户总数量（家） （去重后）	1,025	1,153	583
核查终端用户对应总收入（去重后）	21,373.88	24,746.42	13,219.10
公司主营业务收入	37,412.12	40,181.89	21,385.38
核查终端用户对应收入占比	57.13%	61.59%	61.81%

## 2) 内部核查

在通过外部核查直接对终端用户销售实现情况进行确认的基础上，我们通过获取公司内部凭证及业务记录，对公司终端用户销售真实性进行了核查，主要核查方式包括：对收入执行相关单据测试以及查验公司产品售后服务记录。

### ① 收入相关单据测试

我们对报告期内与确认收入相关的内外部单据（包括销售框架合同、销售订单、发货单、物流单、出口报关单、提单、现场安装调试合格确认单、销售发票、银行回单等）通过分层抽样方式进行抽查，重点关注物流单、现场安装调试合格确认单等与终端用户直接相关的单据，并结合其他单据及凭证综合分析终端用户销售的真实性。

我们执行收入相关单据测试总体情况如下，具体分层抽样方法及各层级对应抽样比例参见本题之“（十）说明：（1）报告期各期发行人设备对应终端客户的数量……”之“2. 执行收入穿行测试的核查内容、核查过程和核查比例，分层选样标准和过程”。

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
测试抽样数量	1,363	1,400	751
测试抽样金额	29,431.41	31,563.56	17,334.90
订单总数	1,814	1,875	936
主营业务收入金额	37,412.12	40,181.89	21,385.38
测试抽样金额占比	78.67%	78.55%	81.06%

### ② 售后服务记录查验

公司建立了完善的产品售后服务体系，终端用户在产品使用过程中遇到的产品使用、软件操作、设备调试等方面的问题主要会通过售后服务系统进行咨询，公司会在业务系统中对每项客户售后服务需求建立工单并进行跟踪与解决。因此我们获取了公司终端用户售后服务记录，以侧面验证终端用户设备使用情况。

公司为终端用户提供了较为丰富的售后服务咨询渠道，包括售后服务电话直

接咨询，以及通过公司销售人员、微信公众号等渠道提出售后咨询申请。我们获取了公司 2021 年 1 月 1 日至 2023 年 3 月 31 日的各类渠道售后服务工单记录，其中能够对应至报告期内实现销售的终端用户数量及收入情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
售后服务电话记录（家）	993	1,310	625
售后服务电话记录对应收入	20,547.80	28,517.89	14,345.16
其他渠道售后咨询（家）	944	1,397	750
其他渠道售后咨询对应收入	19,574.96	30,603.22	17,104.88
具有售后服务记录的终端用户总数量（家）（去重后）	1,347	1,598	794
具有售后服务记录的终端用户对应总收入（万元）（去重后）	27,805.41	34,785.94	18,126.73
公司主营业务收入	37,412.12	40,181.89	21,385.38
核查终端用户对收入占比	74.32%	86.57%	84.76%

我们对上述收入相关单据测试、售后服务记录查验等内部核查情况进行了梳理，对不同核查方式下重复覆盖的终端用户数量进行去重后，内部核查能够覆盖的终端用户情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
内部核查终端用户数量（家）	1,681	1,815	885
内部核查终端用户金额	34,844.56	38,965.81	20,271.29
终端用户总数	1,814	1,875	936
主营业务收入金额	37,412.12	40,181.89	21,385.38
内部核查金额占比	93.14%	96.97%	94.79%

经过上述内外部核查，我们认为，公司终端销售真实、有效。外部核查中终端用户核查样本采用统计抽样与非统计抽样相结合的方式选取，内部核查中的收入相关单据测试样本采用非统计抽样方式选取，抽样范围总体覆盖全部终端用户，核查的样本量能够为核查结论提供合理基础且不存在人为随意调整样本选取的情形。

### (3) 终端用户相关许可证取得情况

报告期内，公司实现销售的口腔锥形束 CT 产品共计 4,625 台，涉及终端用户共计 4,601 家。我们重点对终端用户是否取得放射诊疗许可证进行了核查，通过公司向终端用户提出了提供放射诊疗许可证的请求，取得了部分终端用户的放



射诊疗许可证；对于未能配合核查的终端用户，我们通过信用中国

(www.creditchina.gov.cn/)、终端用户所在地政务信息公示网站等公开渠道对终端用户相关许可证情况进行了查询。经核查，我们共计取得 1,015 家终端用户的放射诊疗许可证。

由于放射诊疗许可证由终端用户所在县级卫生行政部门进行发放，管理较为分散，各县级政务信息公开程度差异较大，部分地区未披露放射诊疗许可证发放信息。而医疗执业许可证是公司终端用户进行诊疗的基本资质，相关执业信息具有全国性公开查询渠道，我们在医疗执业许可维度对公司终端用户的资质进行了补充核查，具体如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
已收取或已查询到放射诊疗许可证或医疗执业许可证的终端用户数量（家）	1,543	1,701	882
已收取或已查询到放射诊疗许可证或医疗执业许可证的终端用户对应收入金额	31,914.53	37,048.31	20,096.85
主营业务收入金额	37,412.12	40,181.89	21,385.38
占比	85.31%	92.20%	93.97%

#### (4) 终端用户设备使用情况

公司终端用户分布较为分散，报告期各期终端用户数量分别为 936 家、1,868 家以及 1,797 家。针对公司终端用户分布分散的特点，我们采用外部核查以及内部核查两方面对终端用户设备使用情况进行核查。外部核查方面，主要以实地走访、函证、视频、电话等方式与终端用户直接确认其设备使用情况；内部核查方面，则主要通过对公司客户服务记录进行核查来确认终端用户设备使用情况。

##### 1) 外部核查

我们在 2021 年 12 月至 2023 年 5 月间持续对公司终端用户进行了实地走访、电话确认、视频拍摄、函证等核查手段。具体核查情况请参见本题之“（十）说明：（1）报告期各期发行人设备对应终端用户的数量”之“1. 报告期各期公司设备对应终端用户的数量……”之“（2）我们对公司设备对应终端用户核查情况”之“1) 外部核查”。

##### 2) 内部核查

我们获取了公司 2021 年 1 月 1 日至 2023 年 3 月 31 日的各类渠道售后服务工单记录，对公司终端用户售后服务情况进行了核查以验证终端用户设备使用情

况，具体核查情况请参见本题之“（十）说明：（1）报告期各期发行人设备对应终端用户的数量”之“1. 报告期各期公司设备对应终端用户的数量……”之“（2）我们对公司设备对应终端用户核查情况”之“2）内部核查”。

在获取公司售后服务工单记录的基础上，我们对售后服务工单记录的真实性进行了复核验证，核查方式包括抽样重听录音、抽样查验工单相关信息、抽样查阅工单对应的由终端用户签署的单据等，具体复核方式如下：

售后服务工单建立来源	售后服务模式	核查方式
售后服务电话	远程支持服务	对售后服务电话记录中来自同一终端用户的记录进行去重，各终端用户保留一通售后服务电话记录，并随机抽取其中 5%的电话录音进行重听
	现场支持服务	
其他渠道售后咨询	远程支持服务	对该类型下工单记录随机抽取 5%进行复核，核验预留的终端用户手机号码归属地是否与终端用户所在地匹配、终端用户预留售后服务要求以及公司解决情况是否合理、是否能够对应
	现场支持服务	对该类型下工单记录随机抽取 5%进行复核，查阅抽取工单所对应的由终端用户签署的《售后服务现场确认单》或《巡检保养单》

经我们对售后服务工单记录进行抽样复核，认为公司售后服务工单记录系根据真实售后服务情况所形成，相应记录能够辅助证明公司终端用户设备使用情况。

在对上述外部核查和内部核查的终端用户进行去重后，我们共计对 4,283 家终端用户设备使用情况进行了确认，具体情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
核查终端用户数量(家)	1,611	1,784	888
核查终端用户对应收入	33,327.30	38,320.18	20,257.75
主营业务收入金额	37,412.12	40,181.89	21,385.38
核查终端用户对应收入占比	89.08%	95.37%	94.73%

2. 执行收入穿行测试的核查内容、核查过程和核查比例，分层选样标准和过程

我们对报告期内与确认收入相关的内外部单据（包括销售框架合同、销售订单、发货单、物流单、出口报关单、提单、现场安装调试合格确认单、销售发票、银行回单等）进行抽查。核查过程为以每一笔订单为起始点，向前追溯至其所属的框架合同，向后核对其出库单、发货单、物流单、出口报关单、提单、现场安装调试合格确认单，并核对财务记账凭证、发票、以及后续回款的银行回单。抽

凭时关注公司和客户的签章或签名有无异常，不同合同中相同人员的签名笔迹是否一致；销售合同主要条款是否明确、产品型号及配置是否齐全；检查收入确认时点、销售数量及设备唯一编号是否与现场安装调试合格确认单等收入确认单据一致；检查客户名称、销售数量、销售金额是否与销售发票一致；检查银行回单显示的客户名称、回款金额是否同账面一致，回款是否符合合同结算安排。

我们执行收入相关单据测试时，抽凭样本总体覆盖报告期内全部收入，对于单笔金额 30 万元以上的大额订单全部核查，对于单笔金额 30 万元以下的订单在对样本分层后结合重要性水平针对各层级执行不同的抽样标准，具体为：对于报告期内各期收入的前 5 大客户，抽凭金额覆盖其当期收入的 90%，对于第 6-10 名客户，抽凭金额覆盖其当期收入的 80%，对于第 11-20 名客户，抽凭覆盖其当期收入的 70%，第 21 名及以后客户覆盖其当期收入的 70%，核查情况如下表所示：

项目		订单总数	总体金额	抽样数量	抽样金额	抽样金额占比
2022 年度						
1-5 名	单笔 30 万以上	24	782.12	24	782.12	100.00%
	单笔 30 万以下	355	6,791.08	312	6,222.21	91.62%
	小计	379	7,573.21	336	7,004.34	92.49%
6-10 名	单笔 30 万以上	10	321.77	10	321.77	100.00%
	单笔 30 万以下	215	4,159.72	168	3,415.60	82.11%
	小计	225	4,481.49	178	3,737.37	83.40%
11-20 名	单笔 30 万以上	12	376.11	12	376.11	100.00%
	单笔 30 万以下	321	6,198.27	224	4,486.19	72.38%
	小计	333	6,574.37	236	4,862.30	73.96%
第 21 名及以后	单笔 30 万以上	65	2,448.03	65	2,448.03	100.00%
	单笔 30 万以下	812	16,335.02	548	11,379.37	69.66%
	小计	877	18,783.05	613	13,827.40	73.62%
单笔 30 万以上		111	3,928.03	111	3,928.03	100.00%
单笔 30 万以下		1,703	33,484.09	1,252	25,503.38	76.17%
合计		1,814	37,412.12	1,363	29,431.41	78.67%
项目		订单总数	总体金额	抽样数量	抽样金额	抽样金额占比
2021 年						

1-5 名	单笔 30 万以上	16	501.77	16	501.77	100.00%
	单笔 30 万以下	349	6,901.78	304	6,220.71	90.13%
	小计	365	7,403.55	320	6,722.48	90.80%
6-10 名	单笔 30 万以上	16	510.75	16	510.75	100.00%
	单笔 30 万以下	241	4,777.47	180	3,835.03	80.27%
	小计	257	5,288.22	196	4,345.78	82.18%
11-20 名	单笔 30 万以上	28	892.04	28	892.04	100.00%
	单笔 30 万以下	330	6,809.51	222	4,773.67	70.10%
	小计	358	7,701.54	250	5,665.71	73.57%
第 21 名及以后	单笔 30 万以上	92	3,194.25	92	3,194.25	100.00%
	单笔 30 万以下	803	16,594.33	542	11,635.34	70.12%
	小计	895	19,788.58	634	14,829.59	74.94%
单笔 30 万以上		152	5,098.81	152	5,098.81	100.00%
单笔 30 万以下		1,723	35,083.09	1,248	26,464.75	75.43%
合计		1,875	40,181.89	1,400	31,563.56	78.55%
项目		订单总数	总体金额	抽样数量	抽样金额	抽样金额占比

2020 年

1-5 名	单笔 30 万以上	25	806.19	25	806.19	100.00%
	单笔 30 万以下	230	4,897.38	211	4,471.20	91.30%
	小计	255	5,703.57	236	5,277.40	92.53%
6-10 名	单笔 30 万以上	16	518.58	16	518.58	100.00%
	单笔 30 万以下	160	3,538.05	130	2,870.13	81.12%
	小计	176	4,056.64	146	3,388.72	83.54%
11-20 名	单笔 30 万以上	21	654.42	21	654.42	100.00%
	单笔 30 万以下	171	3,675.46	122	2,611.11	71.04%
	小计	192	4,329.88	143	3,265.53	75.42%
第 21 名及以后	单笔 30 万以上	28	928.58	28	928.58	100.00%
	单笔 30 万以下	285	6,366.70	198	4,474.67	70.28%
	小计	313	7,295.29	226	5,403.25	74.06%
单笔 30 万以上		90	2,907.79	90	2,907.79	100.00%
单笔 30 万以下		846	18,477.59	661	14,427.11	78.08%
合计		936	21,385.38	751	17,334.90	81.06%

3. 针对未回函经销商客户执行的具体替代核查措施和核查结论

报告期内，公司经销商未回函的具体情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
经销收入①	35,719.96	37,830.18	20,041.19
经销发函金额②	32,941.00	33,287.40	17,802.68
经销发函金额占比③=②/①	92.22%	87.99%	88.83%
经销回函确认金额④	30,550.71	27,115.08	15,014.32
经销回函确认金额占比⑤=④/②	92.74%	81.46%	84.34%
对未回函经销商执行替代测试金额⑥	2,390.30	6,172.31	2,788.35
替代测试确认金额⑦	2,390.30	6,172.31	2,788.35
替代测试确认金额占执行替代测试金额比例⑧=⑦/⑥	100.00%	100.00%	100.00%
替代测试确认金额占比⑨=⑦/②	7.26%	18.54%	15.66%
回函确认金额及替代测试确认金额占发函金额比例⑩=⑤+⑨	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内经销商客户回函情况良好，对于经销商未回函的情形，我们执行了如下替代核查程序：

(1) 获取未回函经销商销售明细，通过公开信息检索未回函经销商客户的工商信息，了解其基本情况并检查未回函经销商的代理协议、销售订单、销售发票、出库单、海关报关单、现场安装调试合格确认单、银行回款凭证及期后回款情况等支持性文件，核实公司各期营业收入及各期末应收账款余额是否真实、准确；

(2) 对未回函经销商进行回款检查，检查客户回款的银行单据，核对回款方与客户名称是否一致，回款性质与收入是否相关；

(3) 获取资产负债表日后的有关销售退回、销售换货记录，检查是否存在大额订单期后退回或换货的情况；

(4) 检查未回函经销商客户的期后回款情况，进一步验证收入真实性；

(5) 对经销商的终端用户进行核查，核查程序包括向终端用户寄发询证函、电话访谈、视频访谈和实地走访等，报告期内对经销商未回函部分已进行终端穿透核查的比例为 51.51%、51.21%、45.66%。

经核查，我们认为：通过对未回函经销商执行替代程序，替代程序核查比例为 100%，公司未回函经销商的收入真实、准确、完整。

#### 4. 报告期内新增经销商客户收入的核查程序、核查过程和核查结论

公司报告期内新增经销商各期情况如下：

项目	2022 年	2021 年	2020 年
新增经销商（家）	99	126	67
新增经销商对应收入贡献额	5,101.98	10,208.45	5,919.36
新增占当期经销收入占比	14.28%	26.98%	29.54%

注：该表新增经销商统计口径为该经销商本年度确认收入以前年度未确认收入，如，客户 A 于 2020 年首次与公司发生业务往来，则该客户 A 为 2020 年新增经销商

我们对新增经销商客户核查程序和过程如下：

(1) 访谈公司管理层及业务人员，了解公司对新增经销商的开拓方式及选取背景、定价原则、结算政策和信用政策；

(2) 通过全国企业信用信息公示系统或第三方信息平台查询报告期内新增经销商的基本工商信息，了解经销商的主体资格及资信能力；重点核查和了解其成立时间、注册资本、注册地址、经营范围、法定代表人、股东结构及董监高等情况，与公司是否存在关联关系。

经核查，公司各期新增经销商中，成立一年内即与公司开展合作的经销商情况如下：

项目	2022 年	2021 年	2020 年
数量（家）	3	14	5
对应收入	521.11	2,381.30	1,038.50
占当期经销收入比重	1.46%	6.29%	5.18%

由上表，成立当年即与公司开展合作的新增经销商各期数量较少，分别为 5 家、14 家及 3 家，对应收入各期分别为 1,038.50 万元、2,381.30 万元及 521.11 万元。2021 年新增经销商数量及收入大幅增加，主要系 2021 年新增经销商湖南申迪科技有限公司、山东合盛德医疗科技有限公司收入贡献较大，前者为公司原大客户长沙民健医疗器械有限公司销售团队辞职创业成立，具有客户资源优势，后者业务骨干之前具有医疗器械销售经验，同时山东市场需求旺盛，因此销量较好。

在前十大新增经销商中，成立时间较短的新增经销商情况如下：

年度	前十大新增经销商	新增原因
2022 年度	沈阳中奉华起科技有限公司	沈阳中奉华起科技有限公司于 2021 年 11 月成立，并于 2022 年成为公司新增经销商中第二大客户，主要系其为公司 2020-2021 年经销商沈阳鸿乐康健商贸有限公司

年度	前十大新增经销商	新增原因
		司销售团队离开公司后设立组成,为维持在辽宁地区的销售稳定性,公司与上述销售团队继续合作
2021 年度	湖南申迪科技有限公司	湖南申迪科技有限公司于 2020 年 7 月成立,并于 2021 年成为公司新增经销商第一大客户,主要系其为 2019 年、2020 年前五大客户长沙民健医疗器械有限公司原骨干销售团队因自身原因离开公司后设立组成,为维持在湖南地区的销售稳定性,公司与上述销售团队继续开展合作
	山东合盛德医疗科技有限公司	山东合盛德医疗科技有限公司于 2020 年 9 月成立,于 2021 年成为公司新增经销商中第八大客户,主要系该经销商主要代理区域为山东省潍坊市,该地区口腔市场需求较为旺盛,导致其销量好,成为前十大新增经销商
2020 年度	四川峰高医疗器械有限公司	四川峰高医疗器械有限公司于 2019 年 12 月成立,于 2020 年成为公司新增经销商中第一大客户,主要系该经销商团队原以义齿加工为主营业务,为从事医疗器械销售而专门成立四川峰高。公司看重其客户资源,为开拓四川新市场,选择与该经销商进行合作

(3) 进行实地走访或视频访谈,核查新增经销商的销售情况和终端流向等信息;

1) 实地及视频访谈新增经销商。根据报告期内经销商数量和重要性水平,采取非统计抽样的方式,主要选取当期收入大于 200 万元的新增经销商并随机选取剩余新增经销商进行核查。访谈了解其主营业务、关联关系、经营规模;与公司的合作方式、结算方式、信用政策等业务往来情况;与终端用户的合作情况等信息。具体核查比例如下:

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
实地访谈金额 (a)	2,023.43	3,482.43	2,299.82
视频访谈金额 (b)	200.71	1,607.57	114.60
访谈金额合计 (c=a+b)	2,224.13	5,090.01	2,414.58
新增经销商销售金额 (d)	5,101.98	10,140.31	5,831.75
访谈金额占比 (e=c/d)	43.59%	50.20%	41.40%

2) 对新增经销商的终端用户进行了穿透核查,主要选取当期收入大于 200 万元的新增经销商并随机选取其余新增经销商的终端用户,通过实地走访、电话确认、视频拍摄、函证等四种形式核查,了解终端用户与经销商之间合作程序、终端用户对公司产品的使用评价,并核实经销商向终端用户销售的公司产品的数量、型号,核实经销商是否实现终端销售,具体核查比例如下:

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
终端用户核查金额 (a)	2,620.33	5,880.93	2,750.58
新增经销商销售金额 (b)	5,101.98	10,140.31	5,831.75
终端用户核查占比 (c=a/b)	51.36%	58.00%	47.17%

(4) 取得应收账款明细账及退换货明细表，检查新增经销商销售回款情况，分析是否存在经销商囤货并期后退货情形。

经核查，我们认为：

(1) 经销商增长较快系公司不断加大经销网络拓展力度，拓展新经销商；公司严格按照《销售渠道管理制度》对新增经销商进行管理，综合考虑经营规模、管理能力、资金实力等因素后纳入经销商体系；对新增经销商信用政策、定价方式与存量经销商不存在显著差异；

(2) 报告期各期前十大新增经销商中存在四家经销商成立时间较短，合作背景具有合理性，不存在与公司存在关联关系或主要股东或管理人员为公司员工或前员工的情形；

(3) 报告期各期，新增经销商期末无库存，已实现终端销售；

(4) 前十大新增经销商回款情况良好，未发生过逾期；期后未发生退货，经销收入真实、准确。

#### (十一) 核查程序及核查结论

##### 1. 核查程序

针对经销模式，我们主要实施了以下程序：

(1) 访谈销售部门负责人，获取公司的经销商管理、合同管理等内控制度，了解公司市场拓展、经销商选择、销售合同条款拟定、销售合同执行等全部销售流程；获取报告期内公司各年经销销售台账，并按合作年限、销售金额进行分层，核查各年主要经销商的收入规模、新增和退出情况；

(2) 通过国家企业信用信息公示系统等公开渠道查询客户工商登记信息，并与公司的经销商清单进行对比；获取了公司的销售台账，检查并统计经销商对应的终端销售情况；查看公司的营业收入明细表，核对经销商的期末应收账款及期后回款情况；获取了公司与主要客户的合作协议，了解双方合作的细节、信用政策及业务合作模式等情况；对公司主要经销商进行走访，了解了经销商的主要情况、与公司的合作模式、信用政策、经销商库存等情况；获取报告期内前十大经



销商的年度代理协议和主要订单，并询问公司管理层相关人员，了解公司对前十大经销商的信用政策发生变化的原因，分析是否异常；

(3) 查阅国家企业信用信息公示系统、境外主要经销商的中信保报告等，获得主要经销商的注册资本、股权结构、董监高任职等基本情况，并实地走访或视频访谈主要经销商，获取公司控股股东、主要股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写的调查表，核查公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员及其他重要关联方与经销商及终端用户是否存在关联关系；查阅公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员的银行流水，实地走访或视频访谈主要经销商，核查公司及其控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员是否存在向经销商和经销商终端用户提供借款或担保等资金支持或其他利益安排的情况；查阅国家企业信用信息公示系统等公开信息，获取公司直接股东及各级间接股东清单，与经销商及其股东、董监高情况进行比对，并实地走访或视频访谈主要经销商，核查是否存在经销商入股的情形；取得公司员工花名册、近5年离职人员清单，与公司主要经销商股东、董监高情况进行比对，获取与经销商关键人员重名的员工出具的说明，核查是否存在公司与员工或前员工设立的经销商进行合作的情形；

(4) 查阅公司销售收入明细表，核查经销收入的地区分布情况；访谈公司高级管理人员，了解公司经销收入存在一定地域性特征的原因；查阅《中国卫生健康统计年鉴2022》等公开资料，分析公司经销地域性特征的合理性；

(5) 访谈公司销售业务负责人，查阅返利相关的内部制度，了解、评价并测试与销售返利计提相关的内部控制；查阅合同中对相关返利政策的约定，分析公司是否存在通过调整返利政策调节经营业绩的情况，并根据返利协议约定的销售返利政策重新测算销售返利计提金额；对销售返利执行分析程序，分析公司销售返利政策是否存在异常变动及变动的合理性；对销售返利合同条款和金额与客户函证确认；

(6) 获取报告期内对经销商信用管理制度及每年评定的经销商信用评级表；询问销售人员经销商信用评级过程，核查制度执行情况；获取客户销售合同、结合客户信用政策、结算政策及回款检查，计算回款周期，核查经销商回款周期与信用周期的匹配度；获取报告期内与经销商签订的合同，查看合同约定的付款与

支付条款；对客户进行访谈，询问经销商支付货款是否以终端用户回款为前提，对回复存在该情形的客户核查其回款条件是否与合同中约定的信用条款一致；查阅同行业公司的披露信息，了解同行业公司对其主要经销商的信用政策，比较其信用政策与公司对其主要经销商信用政策的差异情况；获取报告期各期末应收账款明细表及客户期末回款情况，查阅相关会计凭证及银行回单，对逾期未回款订单，向销售人员进一步了解逾期原因，考虑是否影响坏账计提；

(7) 获取公司收入成本表及终端用户清单，通过公开信息查询网站及《中国卫生健康统计年鉴 2022》对终端用户进行分类，分产品分析各年度终端用户波动原因；

(8) 查阅了《医疗机构管理条例》、《放射性同位素与射线装置安全许可管理办法》、《放射诊疗管理规定》及《医疗器械监督管理条例》等相关法律法规，取得公司各项医疗器械注册证、医疗器械生产许可证及辐射安全许可证，查阅了公司及其子公司所在地市场监督管理部门出具的合规证明，查阅国家企业信用信息公示系统、北京市企业信用信息网及信用中国查询，访谈公司销售人员了解公司销售流程与终端用户申请相关许可证的关系，核查公司在终端用户未取得相关许可证的情况下开展销售是否存在合规风险，终端用户办理相关许可证是否存在较高的资质门槛，是否会对公司经营造成不利影响。抽查公司与经销商、直销客户签订的销售合同，查阅《中华人民共和国合同法》及《中华人民共和国民法典》等法律法规，统计公司报告期内应收账款及回款情况、产品退换货情况，核查终端用户未办理相关许可是否影响相关销售合同的有效性，是否存在回款及退换货风险；

(9) 访谈了公司销售部门负责人，获取了《产品退换货控制程序》等制度文件，查阅了公司主要客户的合作协议，了解公司退换货的有关规定；检查公司客户关系管理系统（CRM），获取报告期各期退换货订单，检查是否具有大额销售退回等情况，是否存在异常退换货情形；获取公司营业收入明细表，计算审计报告截止日后一个月内产品的退换货比例，并向公司销售部门负责人了解退换货原因及合理性。

## 2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内公司经销商数量快速增长，各层级客户数量变动合理，合作

2-5年、销售规模在200万元-1,000万元的经销商是公司经销收入的主要贡献来源，各层级客户收入、毛利波动具有合理性；

(2) 报告期各期前十大经销商均正常开始经营活动，不存在期末库存，前十大经销商的信用政策与期末应收账款期后回款情况基本匹配；

(3) 报告期内，除Nuctech Middle East FZCO外，公司及其控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员与经销商、经销商的终端用户不存在关联关系。公司及其控股股东、实际控制人、公司主要关联方、董事、监事、高管、关键岗位人员不存在向经销商和经销商终端客户提供借款或担保等资金支持或其他利益安排的情况。公司不存在经销商入股、公司前员工设立经销商进行业务合作的情形；

(4) 公司经销收入存在一定地域性特征，主要系公司终端用户为各级口腔医疗机构，该类机构在经济发达及人口密集区域分布更为广泛，因此造成公司在华东、华南、华中、华北等地销售占比较高。此外，公司在上述区域中的河北、山东、广东、河南及湖南等省份的经销商销售能力较强、销售渠道较为广泛，提高了相关区域的销售规模。因此公司经销收入地域性特征具有合理性；

(5) 公司各期返利计提充分，不存在通过调整返利政策调节经营业绩的情况；公司实物返利属于商业折扣的一种方式，增值税税务处理符合税务的相关规定；

(6) 公司已制定了规范的信用评级制度，并通过监控回款情况动态调整，严格执行评级制度；公司经销商回款周期与其评级对应的信用政策相匹配，应收账款周转情况良好；公司与经销商销售合同中不存在背靠背付款安排；公司对经销商的信用政策和结算模式、期末对经销商的应收款项余额规模与同行业可比公司相比不存在重大差异；

(7) Smart3D和HiRes3D产品因产品定位不同而终端用户结构不同，但报告期内结构波动较小，公司终端用户结构较稳定；

(8) 公司在终端用户未取得相关许可证的情况下开展销售不会导致公司的生产经营违反相关法律法规的规定，不会对公司形成合规、回款、退换货等风险；

(9) 公司报告期各期审计报告截止日后一个月内产品的退换货数量较少，不存在大额销售退回或异常退换货情况。

## 二、关于采购与主要供应商

根据招股说明书和保荐工作报告，1) 报告期各期，发行人采购主要包括核心部件、电气类物料、机械类物料和计算机类物料；2) 报告期内发行人核心器件类供应商变动较大，计算机类物料主要向北京伟博向上科技有限公司采购，机械类物料供应商上海澜定医疗器械厂注册资本较小；3) 2021 年发行人对第一大供应商奕瑞科技的采购额与其披露的前五大客户销售额均存在差异，奕瑞科技主要向发行人提供国产平板探测器及 X 射线发生器的加工服务；4) 报告期各期，供应商回函不符可确认金额分别为 3,569.16 万元、1,697.41 万元和 3,698.52 万元。

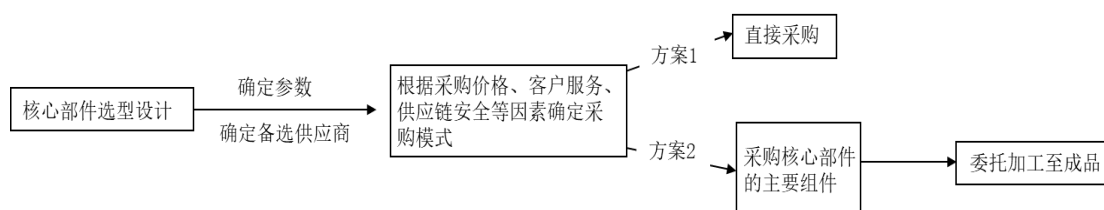
请发行人说明：（1）报告期各期核心部件主要供应商情况及变动原因，是否对相关核心原材料供应商构成依赖；（2）计算机类物料主要向北京伟博向上科技有限公司采购的原因，发行人对上海澜定医疗器械厂的采购额与其经营规模是否匹配；（3）报告期各期发行人与奕瑞科技的合作模式，发行人对奕瑞科技的采购内容、金额和定价依据，发行人披露的采购额与奕瑞科技年报披露信息存在差异的原因；（4）报告期各期核心部件、电气类物料、机械类物料和计算机类物料原材料采购价格及其变动原因，与公开市场价格和第三方可比价格是否存在显著差异；（5）报告期各期相关核心原材料的采购量、耗用量和产品产量的匹配关系。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，说明供应商回函金额不符的具体情况和核查结果。（审核问询函问题 5）

（一）报告期各期核心部件主要供应商情况及变动原因，是否对相关核心原材料供应商构成依赖

1. 报告期各期核心部件主要供应商情况及变动原因

锥形束 CT 的核心部件包括 X 射线发生器、平板探测器以及主要组件，如球管、传感器模块。公司根据产品市场定位、整机性能要求、成本目标、供应链安全等因素确定核心部件选型或定制要求，并选择供应商和采购模式。公司核心部件的主要采购流程如下：



公司对核心部件的采购模式包括直接采购、委托加工两大类。其中直接采购模式针对 X 射线发生器、球管、平板探测器及传感器模块等，委托加工模式主要针对 X 射线发生器，具体流程为：公司首先向 X 射线管厂家采购球管（主要为“佳能电子”），然后将 X 射线管提供给 X 射线发生器供应商（包括“奕瑞科技”和“博玮科技”），该供应商将 X 射线管加工成 X 射线发生器后交付给公司。

报告期各期，公司核心部件主要供应商情况如下：

X 射线发生器及其组件				
供应商	2022 年	2021 年	2020 年	采购物料/内容
伟杰科技	486.50	442.88	1,215.37	X 射线发生器（CBCT 摄影用）
ARDET.	459.26	394.98	96.94	X 射线发生器（牙片摄影用）
佳能电子	339.65	303.01	141.42	球管
博玮科技	1,097.16			1. X 射线发生器委托加工（CBCT 摄影用） 2. X 射线发生器直接采购（CBCT 摄影用）
奕瑞科技	78.05	1,078.30	251.73	1. X 射线发生器委托加工（CBCT 摄影用） 2. 少量 X 射线发生器直接采购（CBCT 摄影用）
平板探测器及其组件				
供应商	2022 年	2021 年	2020 年	采购物料
DALSA	835.64	993.19	585.38	平板探测器
滨松光子	701.10	1,477.84	3,624.91	平板探测器、传感器模块
VIEWWORKS	1,911.49	1,797.02	733.17	平板探测器
奕瑞科技	3,980.97	4,769.79	605.14	平板探测器、传感器模块
地太科特			651.38	平板探测器

注 1：上表仅列示公司向各供应商直接采购或委托加工核心部件的金额，向上述供应商采购的少量试制物料、一次性物料、物料返修或研发物料未在该表列

示

注 2：奕瑞科技已于 2022 年 10 月取得博玮科技控制权，采购金额需合并计算，该表为展示公司核心部件采购情况，故分开列示

报告期各期核心部件主要供应商变动与公司不同产品的核心部件选型或定制直接相关，具体如下：

(1) X 射线发生器及其组件

2020 年，X 射线发生器及组件供应商仍以伟杰科技为主，与公司当期 Smart3D 型号产品及 HiRes3D 系列销量较高相对应。新增供应商奕瑞科技、佳能电子和 ARDET 主要因公司当期推出新品 Smart3D-X，公司通过向佳能电子采购特定参数的 X 射线发生器组件（球管），并委托奕瑞科技进行 X 射线发生器加工；四合一产品牙片拍摄使用的 X 射线发生器由 ARDET 提供。

2021 年，公司向伟杰科技的采购规模下降，向奕瑞科技、佳能电子及 ARDET 采购规模快速上升，主要受 Smart3D 系列产品更新换代的影响，Smart3D 型号产品销量下降，新品 Smart3D-X/Xs 持续快速增长。

2022 年，公司委托博玮科技进行 X 射线发生器加工，同时向其直接采购少量 X 射线发生器成品。

(2) 平板探测器

2020 年，公司平板探测器及其组件供应商仍以 DALSA、滨松光子及地太科特为主，但 DALSA 采购规模大幅减少，主要系应用于 Smart3D 型号产品的部件部分被滨松光子替代。新开发供应商 VIEWWORKS 及奕瑞科技，主要系公司推出 Smart3D-X 新品，选用了 VIEWWORKS 及奕瑞科技的平板探测器。

2021 年，DALSA 采购金额小幅上升，主要系 2021 年公司 HiRes3D 系列销量略有增加，公司向 DALSA 采购适用该产品的平板探测器数量增加。VIEWWORKS 及奕瑞科技采购规模快速增长，原因系 Smart3D-X/Xs 销量大幅提升，相应平板探测器采购量增加。滨松光子及地太科特的采购金额有所下滑一方面系 Smart3D 型号产品产量继续下降的影响，另一方面系其平板探测器在 Smart3D-X/Xs 中应用较少。

2022 年，公司 Smart3D-X/Xs 产品市场继续向好，新产品销量占比较高，因此向能够供应新产品适配型号平板探测器的奕瑞科技、VIEWWORKS 等供应商采购量较大。

## 2. 公司是否对相关核心原材料供应商构成依赖

公司为保证核心部件的稳定供应，对每一类核心部件均开发了两家及以上的供应商。不存在对单一核心原材料供应商构成依赖的情形。如个别核心部件供应商供应不及时甚至断供，会影响个别型号的生产和交付，但不会导致整个产品线的供应困难。

### (二) 计算机类物料主要向北京伟博向上科技有限公司采购的原因，发行人对上海澜定医疗器械厂的采购额与其经营规模是否匹配

#### 1. 计算机类物料主要向北京伟博向上科技有限公司采购的原因

公司销售的锥形束 CT 设备随机配备一台定制计算机，用于扫描控制、数据采集、CT 重建和图像处理，主要定制内容包括增加通讯卡、显卡等部件。

报告期内公司采购的计算机以惠普、联想等品牌为主，在当前采购规模下，计算机品牌方无法提供定制改装服务，建议通过代理渠道进行采购。公司经品牌方推荐与其代理商进行接洽，在经过多家代理商对比后，公司从价格、货期、定制服务等方面综合考虑，最终确定了与北京伟博向上科技有限公司建立合作关系。北京伟博向上科技有限公司主要从事电脑及其配件的代理销售业务，能够凭借其广泛的渠道资源整合多种品牌零配件，提供改装服务。双方于 2016 年开始合作，并保持了良好稳定的业务关系。双方往来均为正常的商业合作，不存在利益输送的情形，北京伟博向上科技有限公司及其实际控制人与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间亦不存在关联关系。

综上所述，公司基于计算机供应链特点、产品改装定制等因素考量，选取了代理商北京伟博向上科技有限公司作为计算机物料的主要供应商，具有合理性。

#### 2. 公司对上海澜定医疗器械厂的采购额与其经营规模是否匹配

##### (1) 上海澜定医疗器械厂出资额与其经营规模的关系

上海澜定医疗器械厂属于个人独资企业，出资额 10 万元，实控人姚建兵不仅以其出资额对企业承担责任，还要以个人其他财产承担无限责任，该出资额系投资人自愿填报，无需通过注册验资，因此其出资额与企业实际经营规模不相关。

##### (2) 上海澜定医疗器械厂经营规模与公司采购额的匹配关系

报告期内，上海澜定医疗器械厂的经营规模及与公司的往来情况如下所示：

项目	2022 年	2021 年	2020 年
----	--------	--------	--------

经营规模（万元）	850 左右	1,840 左右	1,100 左右
采购额（万元）	496.76	1,594.58	674.57
员工人数	40 人左右		
生产厂房面积	约 2,500 平方米		
业务范围	医用及检测设备外壳的生产，一类医疗器械的销售，模具、金属制品的销售，道路货物运输。【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】		

报告期内，公司主要向上海澜定医疗器械厂采购锥形束 CT 外壳部件、铸铝件及喷漆服务等。早期，公司采取吸塑工艺进行外壳件的加工制造，在医用器械外壳制造中，该工艺属于小众领域，参与者较少。在供应商开发过程中，公司与上海澜峰电器制造有限公司（姚建兵控制的其他企业，现已注销）建立了合作关系，其工艺水平、供货质量均能满足公司要求。

2015 年，为响应上海城市规划及轻量减排政策，姚建兵在上海老巷工业园区成立上海澜定医疗器械厂，并陆续将原有业务转移至该主体进行。此时公司尚处于起步阶段，年产量相对较低，对于外壳件的采购量不大，因此上海澜定医疗器械厂能够满足公司业务初期的采购需求。随着双方合作的不断深入以及公司生产规模的扩大，上海澜定医疗器械厂不断提高自身产能，同时改良了加工工艺、提高制造效率，在响应速度、供货质量及数量上均能保持原有水平。公司与上海澜定医疗器械厂实控人姚建兵合作多年，双方建立了稳定、良好的合作关系，上海澜定医疗器械厂及其实际控制人姚建兵与公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及关键经办人员之间不存在关联关系，公司在各发展阶段对上海澜定医疗器械厂的采购规模与其经营规模相匹配。

**（三）报告期各期发行人与奕瑞科技的合作模式，发行人对奕瑞科技的采购内容、金额和定价依据，发行人披露的采购额与奕瑞科技年报披露信息存在差异的原因**

**1. 报告期各期公司与奕瑞科技的合作模式，公司对奕瑞科技的采购内容、金额和定价依据**

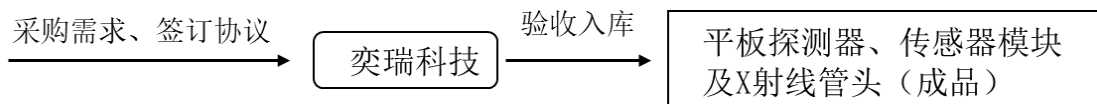
**（1）公司与奕瑞科技的合作背景及模式介绍**

奕瑞科技主要从事平板探测器研发、生产、销售与服务，以医疗为主要应用领域。近年来，奕瑞科技进一步建立了高压发生器、X 射线发生器、CT 准直器等新部件产线。公司与奕瑞科技通过展会建立联系，于 2020 年正式开始业务合作，

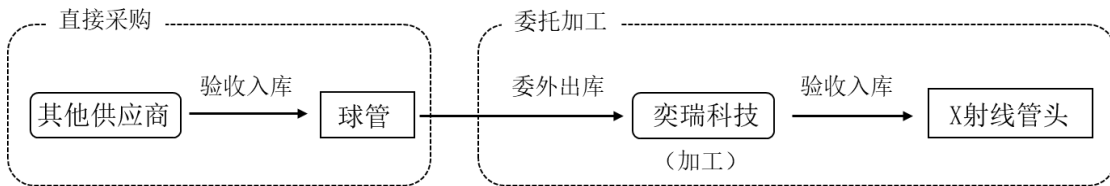


公司的采购内容主要包括平板探测器、平板探测器组件（传感器模块）、X射线发生器委托加工服务及少量X射线发生器成品。公司与奕瑞科技的合作模式分为以下三类：

1) 直接采购核心部件：公司主要向奕瑞科技采购平板探测器、传感器模块（平板探测器的主要组成部分）及X射线发生器，双方签订框架协议，约定规格型号、技术参数、采购总体数量、采购价格、合同有效期、交货验收条款等主要事项，并通过采购合同执行具体购销业务，直接采购如下图所示：



2) 委托加工X射线发生器产品：公司向奕瑞科技提供某型号球管（球管为X射线的主要发生装置，是组成X射线发生器的重要部分），并规定X射线发生器技术要求，奕瑞科技按照规定的参数要求将球管加工成X射线发生器，该加工模式如下图所示：



### 3) 其他

除直接采购核心部件、委托加工外，公司还存在原材料返修、因研发或其他设计需求进行物料采购的情况。

#### (2) 公司与奕瑞科技的采购内容、金额及定价依据

报告期各期公司与奕瑞科技的采购情况如下表所示：

项目	2022年	2021年	2020年
直接采购原材料			
其中：			
平板探测器及其组件	3,976.01	4,769.79	605.14
X射线发生器	244.63	4.78	
委托加工	935.54	1,073.52	251.73
其他	9.16	15.57	
合计	5,165.35	5,863.66	856.87

注：2022年奕瑞科技收购博玮科技，该表格2022年数据已进行合并处理

报告期各期，公司向奕瑞科技采购额分别为 856.87 万元、5,863.66 万元及 5,165.35 万元，其中直接采购原材料及委托加工占比较大。除此之外，公司报告期还存在向奕瑞科技采购少量研发物料的情况。

在核心部件采购方面，双方以相关原材料的市场行情作为参考依据，协商确定价格并在框架协议中明确采购价格及价格调整机制；在委托加工方面，双方根据加工难度、所需辅料及加工时长等因素，谈判确定加工价格。上述价格系双方按照自愿、平等的原则协商确定，交易定价合理。

## 2. 发行人披露的采购额与奕瑞科技年报披露信息存在差异的原因

报告期内，公司对奕瑞科技的采购额与奕瑞科技披露的销售额差异情况如下：

披露主体	项目	2022 年度	2021 年度
公司	采购额 a	5,165.35	5,863.66
奕瑞科技	销售额 b	未披露	5,775.71
差异 c=a-b			87.95

公司针对报告期内采购情况与奕瑞科技年报披露差异进行了分析，对形成差异事项的销售合同、发货签收单、入库单进行检查，经核实差异原因为入账时间性差异。具体为：公司以产品验收入库时间为采购确认时点，奕瑞科技以客户收到货物并签收为收入确认时点，因存在产品质检时间、签收物料录入采购系统时间，导致期末一批货物入库单时间晚于发货签收单时间，进而导致双方入账时间有所不同，公司确认的采购额高于奕瑞科技确认的销售额。

奕瑞科技 2022 年年度报告中仅披露对前五大客户的销售金额，其对第五大客户的销售额为 6,240.71 万元，而公司向奕瑞科技及其子公司采购额为 5,165.35 万元，不属于其前五大客户，奕瑞科技未披露与公司之间的往来金额。

公司已向奕瑞科技实施函证程序，询证本期发生的采购金额及相应的应付账款余额，函证结果相符。

## (四) 报告期各期核心部件、电气类物料、机械类物料和计算机类物料原材料采购价格及其变动原因，与公开市场价格和第三方可比价格是否存在显著差异

报告期各期，公司各类原材料采购价格及变动情况如下表所示：

单位：元/件

分类	2022 年		2021 年		2020 年	
	采购均价	变动率	采购均价	变动率	采购均价	变动率
核心部件	13,025.69	-13.14%	14,996.04	-24.91%	19,971.16	-26.63%
电气类物料	25.85	-18.58%	31.75	-18.79%	39.10	-1.17%
机械类物料	14.36	6.16%	13.53	32.65%	10.20	-11.39%
计算机类物料	1,094.34	22.38%	894.25	-7.21%	963.73	-4.87%

(1) 核心部件类

锥形束 CT 为实现成像功能，每台设备需至少安装一个 X 射线发生器及一块平板探测器，而多功能锥形束 CT 则需要在原有基础上，根据成像功能的不同额外配备其他型号的 X 射线发生器或平板探测器，设备与核心部件的安装关系、如下：

设备类型	锥形束 CT	多功能锥形束 CT	
		三合一锥形束 CT	四合一锥形束 CT
实现功能	CBCT 摄影、全景摄影	CBCT 摄影、全景摄影、头颅侧位摄影	CBCT 摄影、全景摄影、头颅侧位摄影、口内牙片摄影
X 射线发生器数量	1 个	1 个	2 个
平板探测器数量	1 个	2 个	2 个
备注		CBCT 摄影及全景摄影共用一块主平板探测器、头颅侧位摄影使用一块平板探测器（头颅侧位平板探测器价格相对主平板探测器价格稍低）	CBCT 摄影及全景摄影共用一块主平板探测器、头颅侧位摄影使用一块平板探测器（头颅侧位平板探测器价格相对主平板探测器价格稍低）；CBCT 摄影、全景摄影及头颅侧位共用一个 X 射线发生器，口内牙片摄影使用一个 X 射线发生器（口内牙片 X 射线发生器价格相对较低）
应用型号	HiRes3D 系列	Smart3D 型号、Smart3D-X/Xs 型号（不装配牙片摄影）	Smart3D-X/Xs 型号（装配牙片摄影）

公司采购的锥形束 CT 核心部件类主要包括 X 射线发生器及其组件（球管）、平板探测器两类，其中直接应用于锥形束 CT 生产的部件为 X 射线发生器、平板探测器，球管通过采购入库后发送至委托加工商，经加工后形成 X 射线发生器再用于生产。成品 X 射线发生器及平板探测器的采购价格及变动情况如下表所示：

单位：万元/个

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	单价	变动	单价	变动	单价	变动
X 射线发生器	0.81	-2.14%	0.83	-34.59%	1.27	-24.37%
平板探测器	2.05	-4.79%	2.15	-20.21%	2.69	-19.15%

注：上表仅列示成品 X 射线发生器（包括直接采购及委托加工）价格，球管作为其中的零部件，价值与成品 X 射线发生器有一定差异，故未在该表单独列示

#### 1) X 射线发生器

报告期内，直接采购的成品 X 射线发生器采购单价分别为 1.27 万元/个、0.83 万元/个及 0.81 万元/个，变动率分别为-34.59%及-2.14%，价格逐年下降，报告期内公司针对 X 射线发生器采购结构进行了主动调整，是导致其单价变动的主要原因，但就具体型号来看，X 射线发生器的单价较为稳定。

2019 年，公司产品为 HiRes3D 系列及 Smart3D 型号产品，两类产品共用同一型号的成品 X 射线发生器（型号 A）；2020 年推出 Smart3D-X 产品，该设备具备牙片摄影功能，每台四合一设备需安装两个 X 射线发生器（其一用于 CBCT 摄影，另一用于牙片摄影）。在 CBCT 成像部分，公司采用购买球管并委托加工的形式生产 X 射线发生器（型号 B），在牙片摄影部分，公司使用另一型号的 X 射线发生器（型号 C），上述 B、C 型号的零部件单价略低，当期合计数量占比为 44.59%，是导致平均单价下降的主要原因；2021 年，随着 Smart3D-X/Xs 产销量大幅增加，型号 B、C 零部件的数量占比进一步上升，增至 85.60%，进一步导致原材料采购价格下降；2022 年，Smart3D-X/Xs 继续在销量结构中占据主要地位，采购结构较 2021 年变化不大，单价保持稳定。

公司基于产品设计要求，对 X 射线发生器开展选型和定制工作，所采购的 X 射线发生器不存在公开市场的可比价格。在从事 X 射线源业务的上市/拟上市公司中，无锡日联科技股份有限公司具有 X 射线源部件的少量销售，其 2021 年单独销售 X 射线源收入为 162.92 万元，销量为 195 个，计算其 X 射线源单价为 0.84 万元/个，与 X 射线发生器整体价格不存在重大差异。

#### 2) 平板探测器

报告期各期，公司平板探测器采购单价分别为 2.69 万元/个、2.15 万元/个及 2.05 万元/个，变动率为-20.21%及-4.79%，平板探测器单价变动主要系采购结构变动所致。

2019年，公司产品为HiRes3D系列及Smart3D型号产品，2020年公司推出Smart3D-X新产品，新产品采用新型号的平板探测器部件，公司为此开发了奕瑞科技国产供应商。与海外供应商相比，国产厂商的产品性能优异，供货速度快、服务质量好，且具有一定的价格优势。此外，Smart3D型号产品使用的平板探测器型号有所调整，上述两方面的结构变动是导致单价下降的主要原因。2021年及2022年，Smart3D-X/Xs销量增长，多功能系列在收入结构中占比进一步增加，相关型号平板探测器采购量增加，推动采购单价进一步下降。

公司生产的锥形束CT产品使用动态平板探测器，根据奕瑞科技公开披露资料显示，奕瑞科技2019年动态数字化X射线探测器营业收入为6,268.82万元，销售数量为842台，计算其平均单价为7.45万元/台，高于公司同期采购单价。单价差异原因系两者的尺寸、型号不同，奕瑞科技销售的动态X射线探测器属于普放有线系列，尺寸约在12英寸至17英寸之间（约在33厘米至43厘米）。动态平板探测器的面积尺寸对其价格影响程度较高，而公司同期使用的平板探测器面积约在15厘米×9厘米，面积小于奕瑞科技销售的动态探测器，因此平均单价与奕瑞科技销售价格差异较大，具有合理性。

## (2) 电气类物料

报告期内，锥形束CT所需的电气类物料主要包括电机控制板、电路板、线束及电机等。报告期各期，电气类物料平均单价分别为39.10元/件、31.75元/件及25.85元/件，具体变动情况如下：

单位：元/个

分类	2022年		2021年		2020年	
	采购价格	变动率	采购价格	变动率	采购价格	变动率
电气类物料	25.85	-18.58%	31.75	-18.79%	39.10	-1.17%

2020年电气类物料平均单价变动较为平稳，2021年平均单价下降18.79%，主要原因系Smart3D-X使用的电气类物料与老产品略有差异，随着新产品产销量大幅提高，电气类物料的采购结构发生变动，导致整体单价有所波动；2022年，新产品销量保持稳定，公司加大对应电气类物料的采购规模，导致平均价格继续下降。

锥形束CT的电气类物料分为标准品（如各类开关、继电器等）以及定制程度较高的定制品（如线缆接头、电路控制板等）。对于标准品而言，该类物料用

量较大，单价较低，具有成熟市场，价格透明，公司该类物料与市场价格不存在较大差异；对于定制品而言，公司往往需要与供应商进行一对一谈判报价，双方根据参数要求、采购数量进行磋商，因此通常难以获得精确的可比市场报价。

### (3) 机械类物料

锥形束 CT 所需的机械类物料主要包括各类外壳件、底座、连接件及机械总成件等，报告期各期，机械类物料采购价格分别为 10.20 元/件、13.53 元/件及 14.36 元/件，变动情况如下：

单位：元/件

分类	2022 年		2021 年		2020 年	
	采购价格	变动率	采购价格	变动率	采购价格	变动率
机械类物料	14.36	6.13%	13.53	32.65%	10.20	-11.39%

报告期内各机械类细分物料采购金额占比分散，受报告期内产品生产结构的变化，整体单价发生波动，但就具体明细物料而言，各类明细物料单价变动较为稳定。2022 年公司机械类物料采购单价继续上升，主要系公司采购了一批用于耳鼻喉 CBCT 的机械部件，该部分物料单价较高。公司采购的通用机械类物料，如螺钉螺母等，量大价小，市场成熟且价格透明，公司采购价格与市场价格无较大差异，对于定制类物料，如外壳件、各类钣金件等，大多由供应商按要求进行定制，个性化程度较高，价格由公司和供应商协商确定，因此不存在公开市场参考价格。

### (4) 计算机类物料

公司采购的计算机类物料主要包括工作站、显卡、显示器、网卡及触摸屏等原材料，报告期各期计算机类物料采购价格分别为 963.73 元/件、894.25 元/件及 1,094.34 元/件，变动情况如下：

单位：元/件

分类	2022 年		2021 年		2020 年	
	采购价格	变动率	采购价格	变动率	采购价格	变动率
计算机类物料	1,094.34	22.38%	894.25	-7.21%	963.73	-4.87%

报告期内公司计算机类物料因采购的规格型号不同，2020-2021 年采购价格持续下降，2022 年公司计算机类物料采购价格有所上升，主要系当年采购的触

摸屏、网卡、显卡及显示器等单价均有所上涨。

在公司各类计算机类物料中，工作站在各期采购金额中占比均超过 50%，以下选取工作站各年度采购情况，比较计算机类采购价格与公开市场报价，具体情况如下：

单位：元/台

型号	采购价格			同型号相近配置市场价格区间
	2022 年	2021 年	2020 年	
工作站：				
联想型号 1	9,744.17	9,680.84	9,468.23	9,099-9,849
惠普型号 2	未采购	5,756.41	5,843.57	4,699-5,849
惠普型号 3	未采购	5,683.54	未采购	4,950-6,299
惠普型号 4	4,967.51	5,409.14	未采购	4,459-5,699
惠普型号 5	5,176.99	未采购	未采购	5,099-5,599

报告期内公司工作站采购价格处于市场价格区间之内，公司计算机类采购价格与公开市场报价相符，不存在显著差异。

#### (五) 报告期各期相关核心原材料的采购量、耗用量和产品产量的匹配关系

##### 1. 报告期各期相关核心原材料的采购量和耗用量匹配关系

报告期内，公司相关核心原材料 X 射线发生器、平板探测器的采购量与耗用量匹配情况如下：

单位：件

项目	2022 年			2021 年		
	采购数量	耗用数量	采购耗用率	采购数量	耗用数量	采购耗用率
X 射线发生器	3,358.00	2,744.00	0.82	2,606	2,634	1.01
平板探测器	3,648.00	3,905.00	1.07	4,257	3,923	0.92
合计	7,006.00	6,649.00	0.95	6,863	6,557	0.96

(续上表)

项目	2020 年		
	采购数量	耗用数量	采购耗用率
X 射线发生器	1,542	1,046	0.68

平板探测器	2,348	1,815	0.77
合计	3,890	2,861	0.74

注 1: 耗用数量仅包括核心原材料的生产领用数量

注 2: 采购耗用率=耗用数量/采购数量

公司根据销售订单预测、生产需求及安全库存储备情况安排采购相应的原材料。报告期内，公司核心原材料采购耗用率分别为 0.74、0.96 和 0.95，除 2020 年度较低外，其他年度公司核心原材料采购量与耗用量基本匹配。2020 年 X 射线发生器和平板探测器采购耗用率比较低主要受备货影响，2020 年下半年，随着公共卫生事件影响减弱以及公司推出了全球首款四合一口腔 CBCT 并取得医疗器械注册证，公司取得了大量销售订单，并预计将在 2021 年实现销售。基于此，公司于 2020 年增加了核心原材料的备货，以将因公共卫生事件对公司原料采购带来的不确定性风险减小，防止订单不能及时交付，因此 2020 年采购耗用比相对较低。

报告期各期，公司核心原材料的收入、使用及结存情况如下：

单位：件

年度	核心原材料类别	期初结存数量	采购入库数量	其他入库数量	生产领用数量	其他出库数量	期末结存数量
2022 年度	X 射线发生器	510	3,358	51	2,744	23	1,152
	平板探测器	1,035	3,648	79	3,905	7	850
2021 年度	X 射线发生器	651	2,606	1	2,634	114	510
	平板探测器	702	4,257	2	3,923	3	1,035
2020 年度	X 射线发生器	163	1,542		1,046	8	651
	平板探测器	184	2,348		1,815	15	702

注 1: 期初期末结存数量为原材料和委托加工物资中核心原材料的数量

注 2: “X 射线发生器” 采购入库数量包括直接采购的成品 X 射线发生器及球管；生产领用数量包括成品 X 射线发生器及加工后形成的 X 射线管头

注 3: 期初结存数量+采购入库数量+其他入库数量-生产领用数量-其他出库数量=期末结存数量

报告期各期，核心原材料的期初期末库存数量与采购入库、其他入库、生产领用及其他出库数量勾稽一致。其他入库主要系退换货产成品返回工厂后拆解形成核心原材料入库，其他出库主要为售后领用及研发领用。公司退换货产品返回工厂后有两种处理方式，其一，如产品无需调整配置，返厂后进行清洁、重新检



测，必要时返工，确认合格后重新包装入库；其二，如产品需要调整配置，返厂清洁后对整机进行拆解并对原材料进行检验，将检验合格的原材料按其他入库方式退回库房，供后续生产使用或用于研发、客户服务。2022 年，核心原材料其他入库数量较大，主要为 2021 年换货返厂且需要拆解的情况较多，且当年销量快速增长、生产任务较重，未对换货返厂产品进行处理。

2021 年度 X 射线发生器其他出库数量较大，主要系领用 X 射线发生器进行使用可靠性试验，测试产品故障率，并通过多台同时测试以加快试验进程，其余为售后领用。

整个报告期内，公司核心原材料的采购耗用情况如下：

单位：件

项目	2020 至 2022 年度（累计）		
	采购数量	耗用量	采购耗用比
X 射线发生器	7,506	6,424	0.86
平板探测器	10,253	9,643	0.94
合计	17,759	16,067	0.90

报告期内，公司核心原材料的采购耗用比为 0.90，核心原材料的采购量与耗用量相匹配，随着公司业务规模扩大带来的核心原材料备货增加，采购数量略大于耗用量。

## 2. 报告期各期相关核心原材料的耗用量和产品产量匹配关系

报告期内，公司相关核心原材料 X 射线发生器、平板探测器的耗用量和产品产量匹配情况如下：

单位：件、件/台

项目	2022 年度			2021 年度		
	耗用数量	产量	单位产量耗用	耗用数量	产量	单位产量耗用
X 射线发生器	2,744	2,108	1.30	2,634	2,033	1.30
平板探测器	3,905	2,108	1.85	3,923	2,033	1.93

（续上表）

项目	2020 年度		
	耗用数量	产量	单位产量耗用

X 射线发生器	1,046	900	1.16
平板探测器	1,815	900	2.02

注 1: 单位产量耗用=当期耗用数量/当期产量

注 2: 上述产量不包含领用成品返工改制的产量

报告期内,公司核心部件的单位产量耗用变化主要系产品产量结构变动影响。公司各类口腔锥形束 CT 产品单台生产耗用的核心原材料数量不同,具体情况参见本说明报告之“二、关于采购与主要供应商”之“(四)报告期各期核心部件、电气类物料、机械类物料和计算机类物料原材料采购价格及其变动原因,与公开市场价格和第三方可比价格是否存在显著差异”之“(1)核心部件类”相关内容。报告期内,公司各型号成品产量如下:

单位:台

项目	2022 年	2021 年	2020 年
HiRes3D 系列	127	143	106
Smart3D 三合一系列	1,294	1,278	747
Smart3D 四合一系列	673	569	42
其他系列	14	12	5
合计	2,108	2,002	900

注:上述产量不包含领用成品返工改制的产量

按照产量和各型号产品核心原材料耗用需求折算的核心原材料理论耗用数量如下:

单位:件

项目	2022 年	2021 年	2020 年
X 射线发生器	2,781	2,571	942
平板探测器	4,075	3,849	1,686

报告期内,公司核心原材料实际耗用量与理论耗用量匹配情况如下:

单位:件、件/台

项目	2022 年			2021 年		
	实际耗用数量	理论耗用数量	实际与理论耗用比	实际耗用数量	理论耗用数量	实际与理论耗用比
X 射线发生器	2,744	2,781	0.99	2,634	2,571	1.02
平板探测器	3,905	4,075	0.96	3,923	3,849	1.02

(续上表)

项目	2020 年		
	实际耗用数量	理论耗用数量	实际与理论耗用比
X 射线发生器	1,046	942	1.11
平板探测器	1,815	1,686	1.08

注 1：理论耗用量=各类产品产量\*单位产量核心部件耗用量

注 2：实际与理论耗用比=实际耗用/理论耗用量

报告期内，公司核心原材料的耗用数量与理论耗用数量基本匹配，且较为稳定，2020 年及 2021 年实际与理论耗用比均略大于 1，系当期领料投入大于当期完工结转产成品，与 2021 年末在产品增加相一致。2022 年实际与理论耗用比略小于 1，系当期领料投入小于当期完工结转产成品，与 2022 年末在产品减少相一致。

报告期各期，公司期初期末在产品中核心原材料数量、当期实际耗用数量、当期理论耗用数量情况如下：

单位：件

期间	核心原材料类别	期初在产品包含核心原材料数量①	当期实际耗用数量②	当期理论耗用数量③	期末在产品包含核心原材料推算数量④=①+②-③	期末在产品包含核心原材料实际结存数量⑤	差异⑥=⑤-④
2022 年度	X 射线发生器	212	2,744	2,781	175	175	
	平板探测器	297	3,905	4,075	127	127	
2021 年度	X 射线发生器	149	2,634	2,571	212	212	
	平板探测器	223	3,923	3,849	297	297	
2020 年度	X 射线发生器	45	1,046	942	149	149	
	平板探测器	94	1,815	1,686	223	223	

注：当期实际耗用数量为当期生产领用核心原材料数量；当期理论耗用数量为当期完工入库结转核心原材料数量

报告期各期，期末在产品中核心原材料的推算数量与实际结存数量相一致。

综上所述，报告期内，公司相关核心原材料的采购量、耗用量和产品产量相匹配。

#### (六) 说明供应商回函金额不符的具体情况和核查结果

报告期内，供应商函证存在回函不符的情况，差异情况统计如下：

项目	2022年	2021年	2020年
采购额①	21,212.73	24,574.72	14,491.61
回函不符采购额②	1,328.32	3,698.52	1,697.41
回函不符采购额占比③=②/①	6.26%	15.05%	11.71%
回函不符采购额差异金额绝对值合计④	225.91	166.98	203.89
回函不符采购额差异金额绝对值合计占比⑤=④/①	1.06%	0.68%	1.41%

注：“回函不符采购额差异金额绝对值”合计系回函不符的发函采购额与回函采购额差异金额的绝对值之和

报告期各期，回函不符对应的采购额差异金额绝对值合计分别为 203.89 万元、166.984 万元和 225.91 万元，回函不符采购额差异金额绝对值合计占比仅为 1.41%、0.68%和 1.06%，回函不符差异相对较小，主要供应商采购额及回函差异情况如下：

供应商	项目	2022年	2021年	2020年
DALSA	公司账面	835.64	1,015.03	583,90
	回函金额	942.63	1,007.75	488.34
	回函不符采购额差异金额绝对值	106.99	7.28	95.55
奕瑞科技	公司账面	4,066.54	5,863.66	856.87
	回函金额	4,066.54	5,775.71	908.87
	回函不符采购额差异金额绝对值		87.95	52.00
佳能电子	公司账面	40.71	104.96	99.29
	回函金额	40.71	104.96	73.98
	回函不符采购额差异金额绝对值			25.31
北京智造空间	公司账面	342.65	488.96	100.72
	回函金额	252.40	436.97	72.30
	回函不符采购额差异金额绝对值	90.24	51.99	28.42
主要供应商回函不符采购额差异金额绝对值合计		197.23	147.22	201.29
主要供应商回函不符采购额差异金额绝对值占总回函不符采购额差异金额绝对值比例		87.31%	88.17%	98.72%

注：浙江朗视与奕瑞科技函证回函相符，未统计入上表回函不符采购额中；

表中与奕瑞科技的采购额为朗视仪器及浙江朗视向奕瑞科技的采购额，不含向奕瑞科技子公司博玮科技的采购；因三维数联向奕瑞科技采购额较小，公司未对三维数联的采购额函证，上述采购额亦不包含该部分

报告期各期，回函不符的原因主要系供应商以开票时间或签收时间记账，而公司以实际入库时间确认采购额，双方账务处理方式不同导致存在记账时间性差异，进而导致采购函证回函不符。报告期内，回函不符采购额较大，主要系公司对奕瑞科技、佳能电子、北京智造空间和 DALSA 等公司供应商回函不符，而公司对该等供应商各期的采购总额较大，因此导致以发函采购额之和（而非采购额差异金额绝对值合计）统计的回函不符采购额较大。

我们对于回函结果显示有差异的供应商，编制差异调节表，核实差异原因并分析差异的合理性。核实差异原因的方式包括：要求公司和供应商重新对账，分别询问供应商和公司差异的原因，并分析原因是否合理；获取包括采购合同、发票、送货单、验收入库单等相关支持性单据，并检查发票时间、送货时间及入库时间，判断公司入账期间是否准确。

经核查，我们认为报告期内各期相关差异原因具有合理性，相关测试结果显示公司报告期各期采购额记录准确，不存在涉及调整的情形。

## **（七）核查程序及核查结论**

### **1. 核查程序**

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

（1）获取公司采购台账，了解报告期各期公司核心部件的采购金额、对应供应商的采购情况，计算不同核心部件供应商的采购金额变动趋势；访谈公司采购负责人，了解公司产品与核心部件的对应关系，获取报告期内各期产品生产情况，了解公司与核心部件供应商的合作模式，未来采购计划等，了解核心部件供应商变动趋势；

（2）检查公司采购台账，整理报告期各期公司与北京伟博向上科技有限公司、上海澜定医疗器械厂的采购金额、采购内容，了解其变动趋势，将采购金额与上海澜定医疗器械厂销售规模进行对比；获取北京伟博向上科技有限公司的采购订单，访谈了北京伟博向上科技有限公司实际控制人，了解公司与北京伟博向上科技有限公司合作背景及合作模式、采购内容，了解代理商相比原厂的优势；获取早期上海澜峰电器制造有限公司的采购订单、上海澜定医疗器械厂的采购订单，

访谈了上海澜定医疗器械厂管理人员，了解公司与其合作的背景、报告期各期经营规模，了解该供应商注册资本较低的原因；通过国家信用信息公示系统等平台查询北京伟博向上科技有限公司、上海澜峰电器制造有限公司及上海澜定医疗器械厂的工商信息，并与公司员工花名册、关联方名单、现股东及历史股东名单等进行比对，与公司实控人、股东及董监高等流水进行比对，检查是否存在异常往来或关联关系；访谈了公司采购部门负责人，了解公司对于计算机物料的采购需求，了解公司向北京伟博向上科技有限公司、上海澜定医疗器械厂的采购内容及采购计划；

(3) 访谈了奕瑞科技有关人员，了解公司与其合作模式，了解两者信息披露不一致的原因；获取了公司与奕瑞科技的采购订单及框架协议，了解了采购内容、对物料的技术要求、双方物料交接程序等事项，了解采购入库与验收时点的情况；查阅奕瑞科技历年年度报告，就该等文件披露的奕瑞科技与公司交易数据同公司《招股说明书（申报稿）》披露的相关数据进行逐一核对；核查产生入账时间差的物料入库单、签收单等单据，验证双方确认时间是否与单据一致；

(4) 获取公司采购明细，计算各类物料的主要采购金额、采购价格及变动趋势；查阅 X 射线发生器、平板探测器相关产品的上市公司、拟上市公司公开资料，计算原材料单价，查阅中关村在线（<https://www.zol.com.cn/>）电脑第三方平台，获取公开报价；访谈公司采购部门负责人，了解主要物料定制化程度、同类物料的市场价格情况及各期价格变动原因，了解公司对供应商的管控程序等；获取公司供应商谈判的比价单，对比公司物料及相关市场价格，分析原材料是否存在差异；

(5) 访谈公司生产负责人，了解公司原材料、产品的主要类别和生产领用的具体流程，以及核心原材料与各类产品的匹配关系；取得公司原材料的采购明细表、产量明细表以及核心部件进销存汇总表，并分析核心原材料的采购量、耗用量和产品产量的匹配关系。

## 2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内公司核心部件主要供应商存在结构性变动，主要原因为公司产品结构变动及采购模式调整，变动原因具有合理性，公司建立了较为完善的采购、供应商管理机制，其核心原材料供应商的变动主要是根据产品结构变化采取的主

动采购调整，对核心原材料供应商不存在重大依赖，但如个别核心原材料供应商交货不及时甚至断供，会影响公司个别型号产品的生产和交付，但不会导致公司整体产品线的供应困难；

(2) 公司计算机类物料向北京伟博向上科技有限公司采购的原因主要出于自身定制化的集成需求以及采购价格的考虑，原因具有合理性；公司与上海澜定医疗器械厂实控人姚建兵合作多年，该供应商生产能力、经营经验较为丰富，其经营规模与公司的采购额匹配，双方合作具有合理性；

(3) 公司与奕瑞科技主要分为直接采购核心原材料、委托加工球管两大类模式，采购规模各期有所增长，具有合理性，双方依据市场价格、成本加成进行确定不同物料的交易价格，交易价格公允。公司与奕瑞科技披露信息存在差异的主要原因为双方入账时间性差异；

(4) 公司各类物料采购价格变动原因具有合理性，公司大部分物料定制程度较高，因此不存在可参考的公开市场价格，采购价格由公司和供应商协商确定，定价合理；具有参考价格的物料与可比价格不存在显著差异；

(5) 报告期内，公司相关核心原材料的采购量、耗用量和产品产量基本匹配。

### 三、关于收入增长

根据招股说明书，1) 报告期内，Smart3D 系列产品收入快速增长，HiRes3D 系列下降后略有增长；2) Smart3D 系列产品主要定位基层医疗机构，HiRes3D 系列产品主要面向公立医院及高端民营医疗机构；3) 发行人的销售收入区域主要分布在华北、华东、华南和华中地区等境内区域；4) 截至 2021 年 12 月 31 日发行人应收账款余额为 8,550.29 万元。

请发行人说明：(1) 报告期内 Smart3D 系列产品销售收入快速增长，HiRes3D 系列产品销售收入规模较小且波动较小的原因，报告期内产品销量主要来源于新设机构需求还是存量替换需求；(2) 在新产品推出的背景下，经销收入显著大幅增长而直销收入增长较少的原因；2021 年是否针对 Smart3D 新产品的推出采取了相关促进销售的措施，是否存在相关采购需求提前释放，导致后续相关产品收入增长大幅放缓以及下滑的风险；审计报告截止日后的发行人销售收入和经营业绩情况，截止目前的在手订单情况；(3) 发行人销售收入区域较为集中的原因；(4) 软硬件收入如何划分，软件收入与设备销售金额或数量的匹配

关系，申报的软件收入与增值税即征即退的匹配关系；（5）报告期各期应收账款的期后回款情况，是否存在坏账风险。

请保荐机构和申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。（审核问询函问题 6）

（一）报告期内 Smart3D 系列产品销售收入快速增长，HiRes3D 系列产品销售收入规模较小且波动较小的原因，报告期内产品销量主要来源于新设机构需求还是存量替换需求

1. 报告期内 Smart3D 系列产品销售收入快速增长，HiRes3D 系列产品销售收入规模较小且波动较小的原因

报告期内，Smart3D 系列和 HiRes3D 系列产品收入占比变动如下：

收入占比		2022 年	2021 年	2020 年
Smart3D 系列	Smart3D	6.17%	5.95%	74.36%
	Smart3D-X	49.13%	35.86%	10.66%
	Smart3D-Xs	34.42%	46.11%	
	小计	89.71%	87.93%	85.01%
HiRes3D 系列	HiRes3D	6.02%	8.27%	11.33%
	HiRes3D-Plus	3.14%	3.32%	3.66%
	HiRes3D-Max	1.13%	0.48%	
	小计	10.29%	12.07%	14.99%
合计		100.00%	100.00%	100.00%

在锥形束 CT 产品进入中国口腔医疗领域的早期阶段，市场被进口产品垄断，产品价格较高，仅口腔专科医院及大型综合医院口腔科室能够负担高额的设备价格，民营口腔门诊受限于资金实力，大多选择牙片机、全景机等传统影像设备进行诊断。随着国产锥形束 CT 设备厂商技术水平的不断提升，国产设备性能不逊于进口设备，并且具有更好的本地化服务，性价比突出，民营口腔门诊开始逐步采购国产锥形束 CT 设备置换传统影像设备，口腔专科医院及综合型医院对国产设备的认可度也日益提升。同时，随着我国口腔医疗诊疗市场规模的扩大和医生多点执业政策的放开，口腔医疗机构数量稳步增长，国产锥形束 CT 设备市场需求在持续增加。

公司设立初期定位于中高端产品的研发、生产及销售，并于 2012 年成功研



发出首款国产坐式锥形束 CT 设备 (HiRes3D), HiRes3D 系列产品价格相对较高。随着锥形束 CT 设备市场需求持续增长, 市场需求不断下沉, 基层医疗卫生机构逐渐成为国产锥形束 CT 设备采购的主力军, 公司适时把握市场需求群体的结构性变化, 针对该类客户群体于 2016 年推出性价比更高的 Smart3D 型号产品。报告期内, Smart3D 系列产品收入规模持续扩张, 产品实现从 Smart3D 型号到 Smart3D-X/Xs 的更新迭代。HiRes3D 系列产品主要面向公立医院及高端民营医疗机构, 该目标群体市场空间相对较小, 采购需求平稳, 因此报告期内整体销售规模较小且波动不大。综上, 锥形束 CT 市场容量的扩张及需求群体的变化带来公司产品策略的整体转变, 导致报告期内产品结构的相对变化。

## 2. 报告期内产品销量主要来源于新设机构需求还是存量替换需求

在 2012 年以前, 国内口腔锥形束 CT 只有进口产品, 由于设备价格高昂等因素, 只有专科口腔医疗机构和三甲医院有少量采购, 整体保有量不高。2012 年以后, 随着国产口腔锥形束 CT 的问世, 价格逐步降低, 但早期整体的市场规模仍然较小。近年来, 随着居民对口腔诊疗需求的释放以及多点执业等促进政策的落地, 市场对口腔锥形束 CT 的需求呈现爆发式的增长。由于此类产品设计寿命一般为 10 年, 目前市场整体上仍以新增的需求为主, 尚未进入存量设备替换的爆发期。

新设口腔医疗机构及存量口腔医疗机构均有口腔锥形束 CT 产品的采购需求。如下表所示, 口腔锥形束 CT 需求可分为新设机构新购需求、存量机构新购需求及存量机构替换需求。报告期内公司产品销量的增加主要依靠新设机构及存量机构新购推动, 存量机构替换需求较少。新购需求较多主要原因在于: (1) 随着国家产业政策支持及医疗卫生体制改革的推动下, 口腔医疗行业持续稳定增长; (2) 随着居民收入的逐年提升及口腔健康意识的提高, 口腔诊疗需求不断释放。存量替换需求较少主要因口腔锥形束 CT 设备引入我国时间较晚, 产品寿命约为 10 年, 相对较长, 更新换代需求暂时较低。

机构类型	需求类型	需求驱动
新设机构	新购需求	新设机构展业所需
存量机构	新购需求	原有牙片机、全景机等设备, 初次购入 CBCT 产品
	替换需求	原有 CBCT 产品, 因旧产品老化而替换

鉴于公司境外销售占比较低, 此处以境内终端用户为对象论证公司产品销量

为新购需求或替换需求。报告期内，公司各需求类型下实现的销量及占比如下表所示，其中新设机构新购需求占比 70%左右，存量机构新购需求占比 20%-25%左右，公司销量以新购需求为主。根据华创证券研究所统计，2014 年我国口腔锥形束 CT 的保有量约为 1,400 台，结合一般 8-10 年的产品设计寿命，目前存量市场升级、替换需求较少但逐步释放，公司存量机构替换数量较少且持续增长，与行业趋势保持一致。

单位：台

类型	2022 年		2021 年		2020 年	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
新设机构新购需求	1,182	67.85%	1,290	70.41%	668	71.83%
存量机构新购需求	452	25.95%	409	22.33%	190	20.43%
存量机构替换需求	108	6.20%	133	7.26%	72	7.74%
合计	1,742	100.00%	1,832	100.00%	930	100.00%

**(二) 在新产品推出的背景下，经销收入显著大幅增长而直销收入增长较少的原因；2021 年是否针对 Smart3D 新产品的推出采取了相关促进销售的措施，是否存在相关采购需求提前释放，导致后续相关产品收入增长大幅放缓以及下滑的风险；审计报告截止日后的发行人销售收入和经营业绩情况，截止目前的在手订单情况**

1. 新产品推出的背景下，经销收入显著大幅增长而直销收入增长较少的原因

报告期内，公司主营业务收入区分销售模式的收入及增速如下：

销售模式分布	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
经销	35,631.92	-5.66%	37,768.60	89.12%	19,970.95	-3.94%
直销	1,780.20	-26.23%	2,413.30	70.62%	1,414.42	6.63%
合计	37,412.12	-6.89%	40,181.89	87.89%	21,385.38	-3.31%

报告期内直销收入分别增长 6.63%、70.62%及-26.23%，其中 2020 年、2021 年与经销收入增速差异不大。2022 年度直销收入同比下降主要系公司直销客户以大型口腔连锁机构和公立医院为主，而大型连锁医疗机构大多集中于北京、上海等地，受公共卫生事件影响，其开业和扩张受限，直接导致了需求下降。报告

期内公司直销客户总体金额及占比较小主要系公司采用以经销为主的销售模式。

公司采用经销为主的销售模式是考虑自身规模发展及产品特点的结果。其一，从公司定位考虑，公司致力于打造以技术和产品研发为驱动的科技公司，加强研发投入，突破和推动产品技术进步是公司竞争的主要着眼点，因此公司主要依赖经销渠道且并无投入资金和精力打造直销渠道的短期战略；其二，从产品特点考虑，公司产品具有单价高、使用寿命长、单一客户采购数量少、频次低的特点，因此采用直销的方式会增加公司拓客成本；其三，公司 2020 年推出的新产品主要定位客户群体为基层医疗卫生机构，该类客户对产品销售渠道的下沉具有更高要求，公司对该类产品主要销售策略即为通过经销商推广为主，直销为辅。由于经销商通常在特定行业或地域拥有稳定的销售渠道及丰富的客户资源，能够使产品下沉到更广泛的目标客户群体。

2. 2021 年是否针对 Smart3D 新产品的推出采取了相关促进销售的措施，是否存在相关采购需求提前释放，导致后续相关产品收入增长大幅放缓以及下滑的风险

公司 2021 年 Smart3D 新产品销售情况良好主要系新产品具有较强的产品力，受到终端用户的欢迎，同时公共卫生事件影响缓和也释放了部分终端用户的需求，公司针对 Smart3D 新产品的促销措施仅是公司传统的产品促销方式，例如展会促销、实物返利、现金返点等，并没有针对 Smart3D 新产品进行特殊的、大力度的促销。

(1) 报告期各期销售折扣政策及金额

报告期各期，公司针对下游客户推出不同的折扣政策。2020 年主要采用展会、促销等活动，2021 及 2022 年主要采用实物返利、现金返点政策。具体如下：

年份	折扣政策	具体规定
2020 年	阶梯定价	不同销量区间相应递减销售单价，通常为 1-X 台定价为正常订单价，X 台后为正常定价减去一定折扣
2021 年、2022 年	实物返利	经销商完成销售任务时，公司免费赠送设备，通常为销售满 X 台赠送 Smart3D 系列销量最多的型号配置一台
	现金返点	经销商完成返利期间销售任务后，可获取未来采购设备款的价格折扣。通常为销售 X 台以上的未来每台返利 Y 万元
2020-2022 年	展会促销	直接给予采购价格折扣，折扣金额因产品型号和结算方式而不同

报告期各期，各类销售政策下折扣金额如下表所示：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

阶梯定价			1.06
展会促销	366.00	112.75	461.55
实物返利	1,565.68	1,410.33	
现金返点	228.40	255.60	
合计	2,160.08	1,778.68	462.61
主营业务收入	37,412.12	40,181.89	21,385.38
占主营业务收入比重	5.77%	4.43%	2.16%

公司针对 Smart3D 新产品的推出采取了与其它产品一致的展会促销、实物返利及现金返点等销售折扣活动，2021 年及 2022 年公司对 Smart3D 新产品折扣金额分别为 581.29 万元及 924.22 万元，占折扣总额的 32.68%及 42.79%，与其在主营业务收入中占比 28.68%及 34.40%的水平相当。

(2) 报告期内公司年度经销返利的整体框架未发生重大变化，销售返利对应的销量档数等各类政策标准未发生变化。2021 年与 2022 年公司销售折扣相较于 2020 年占主营业务收入比例提高，主要系 2021 年与 2022 年公司采取了实物返利及现金返点的促销政策，激发了经销商积极性；公司新产品深受市场欢迎，完成销售任务的经销商数量增多，实现返利的数量及金额也相应提高。

(3) 公司虽针对新产品推出采取了相关促进销售的措施，但并未导致相关采购需求提前释放，进而产生后续相关产品收入增长大幅放缓以及下滑的风险

Smart3D 新产品销量增长主要系公司创新产品满足下游客户不断增长的需求，CBCT 装机量与门店开业具有强关联性，不存在受促销活动影响大量囤货的情形。广阔的市场空间、产品的技术壁垒、公司坚持研发创新的能力将为公司产品收入增长提供持续不断的动力。

1) 报告期内公司经营规模快速增长，下游行业市场规模大，收入增长具有持续性

报告期内，公司以 Smart3D 新产品为代表的 CBCT 产品收入快速增长，主要受益于下游旺盛的市场需求。公司所处行业的产业链下游包括口腔医疗机构及科室等，随着居民收入的逐年提升，口腔诊疗需求的不断释放，以及多点执业等行业、产业政策的促进作用，口腔医疗行业持续稳定增长。在 2020 年公共卫生事件影响得到控制后市场逐步恢复，对公司的销售增长产生推动作用。

我国 60 岁以上人口比例不断提高，根据第七次全国人口普查<sup>1</sup>主要数据 显示，2020 年 60 岁以上人口占总人口的比例为 18.7%，相较于 2011 年 13.7% 上升 5%，每年提升约 0.6 个百分点；根据《第四次全国口腔健康流行病学调查报告》显示，从年龄分布来看，我国居民牙齿患龋在儿童和老年人中较为普遍，3-5 岁、65-74 岁年龄组居民患龋率分别为 71.9%、98.0%。我国口腔问题将越发突出，且随着居民口腔健康保护意识的增强和人均收入和就诊率的提高，口腔医疗市场需求潜力巨大。

在全球范围内，口腔 CBCT 目前渗透率较低，存在较大的增量市场。从国内市场来看，随着我国人口老龄化趋势加快、口腔诊治需求提升以及口腔机构的快速扩张，口腔 CBCT 市场规模高速增长，市场空间巨大。

#### 2) 产品已形成一定技术壁垒和先发优势，竞争对手模仿难度较高

Smart3D 新产品是公司在掌握完整核心技术，于产品设计上迭代升级的成果，从研发、试验到最终大规模生产均需要大量的投入和长期的技术积累，且在生产的过程中还需要不断地进行技术改进，以保障产品质量，其体现了公司经过多年研发积累，形成了丰富的技术储备，具有较高的技术壁垒和较强的核心竞争力，短时间内很难被模仿或替代。

#### 3) 公司持续加大研发投入，保持核心技术的创新性和先进性，为新客户的开拓提供有力支撑

Smart3D 新产品是公司从临床应用场景出发，切合客户需求及痛点而创新形成的产品。公司始终坚持自主创新，研发部门致力于进行新技术、新产品的研究、设计与开发，不断推出符合市场需求和客户习惯的新产品，一方面对现有口腔锥形束 CT 产品和生产工艺持续改进升级，一方面涵盖耳鼻喉锥形束 CT、隐形矫治器等新产品研发。公司研发布局紧贴公司发展战略和行业发展方向，持续进行研发创新以深化业务布局，有效保持公司技术和产品的领先性，为公司不断增强持续经营能力奠定坚实基础。

### 3. 审计报告截止日后的发行人销售数据和经营业绩情况，截止目前的在手订单情况

#### (1) 审计报告截止日后的公司销售数据和经营业绩情况

公司 2023 年 1-5 月的经营业绩情况如下：

---

<sup>1</sup> 注：数据来源：国家统计局

项目	2023年1-5月
营业收入	15,231.03
营业毛利	5,958.95
期间费用	5,542.75
营业利润	836.59
利润总额	837.50
净利润	864.96
归属于母公司股东的净利润	864.96
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	709.76

注：2023年1-5月财务数据未经审计或审阅

审计报告截止日（2022年12月31日）后，受公共卫生事件影响，公司生产及物流运输受到了一定影响。受下游消费需求复苏影响，2023年1-5月销售收入为15,231.03万元，较上年同期增长11.25%；受研发、销售费用增长和其他收益下滑影响，公司2023年1-5月净利润下降至864.96万元。公司经营状况整体良好，不存在重大不利变化。

## 2. 在手订单情况

截至2023年5月31日，公司的在手订单情况如下：

产品	数量（台）	不含税销售金额
HiRes3D系列	28.00	938.58
Smart3D系列	282.00	5,135.56
合计	310.00	6,074.15

截至2023年5月31日，公司在手订单充足。

### （三）发行人销售收入区域较为集中的原因

公司销售区域主要集中在华东、华南、华中、华北等地区，存在一定地域性特征，造成该地域性特征的主要原因系该等地区经济发达或人口密度大，医疗设备市场需求旺盛。具体原因及合理性可参见本说明报告之“一、关于经销模式”之“（四）报告期各期发行人经销销售是否存在显著的地域性，如有，请说明原因及合理性”相关内容。

### （四）软硬件收入如何划分，软件收入与设备销售金额或数量的匹配关系，申报的软件收入与增值税即征即退的匹配关系

#### 1. 软硬件收入如何划分

公司软件收入包括独立软件收入和软件组件收入。其中，独立软件为单独售

卖的口腔图像处理软件，软件组件为口腔锥形束 CT 产品中嵌入的公司自主研发的配合设备成像的软件。根据《关于软件产品增值税政策的通知》对软件产品的界定及分类，公司软件组件属于嵌入式软件产品。公司在与客户签订锥形束 CT 销售合同时，参照关于嵌入式软件产品增值税即征即退税额的相关规定，采用组成计税价格计算方式对产品的软硬件收入进行拆分，按照硬件部分收入不低于硬件成本加成 10% 的原则在销售合同中明确约定了硬件售价和软件售价，并与客户协商一致签订合同。报告期内，公司根据国家税收征管政策对口腔锥形束 CT 产品采用一致的定价方式，同一产品的软件定价仅受到整体产品定价及硬件生产成本波动（即产品毛利率）影响，软件定价因此有所波动。

## 2. 软件收入与设备销售金额或数量的匹配关系

报告期内，公司软件收入与设备销售金额及数量的匹配情况如下：

产品类别	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
口腔锥形束 CT 产品	软件收入	11,252.66	13,843.18	7,627.67
	硬件收入	26,128.10	26,931.66	13,736.24
	返利收入	-48.20	-602.50	19.75
	设备总收入	37,332.56	40,172.34	21,383.66
	软件收入占设备总收入比例	30.14%	34.46%	35.67%
	设备销量	1,814.00	1,875	936
	单台设备软件收入	6.20	7.38	8.15
口腔图像处理软件	软件收入	79.57	9.56	1.72

报告期内，公司口腔锥形束 CT 产品软件收入占设备总收入比例以及单台设备软件收入基本保持稳定，存在一定波动，主要受到产品结构变动和销售定价变化的影响。公司软件收入与设备销售金额及数量相匹配，与公司业务情况一致。

## 3. 申报的软件收入与增值税即征即退的匹配关系

根据财政部、国家税务总局（财税〔2011〕100号）《关于软件产品增值税政策的通知》等有关部门的规定，增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，按 17%（2018 年 5 月 1 日后税率为 16%，2019 年 4 月 1 日后税率为 13%）的法定税率征收增值税后，对增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退政策。公司独立软件收入及软件组件收入满足增值税退税相关规定。

报告期内，公司营业收入中软件部分收入与增值税即征即退软件收入存在一定差异，主要系跨期收入调整所致。报告期内，公司营业收入中软件部分收入与增值税即征即退软件收入匹配情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
口腔锥形束 CT 嵌入式软件收入①	11,252.66	13,843.18	7,627.67
口腔图像处理软件收入②	79.57	9.56	1.72
当期软件收入合计③=①+②	11,332.22	13,852.74	7,629.39
减：本期确认收入未在本期开票或申报金额④	136.55	84.07	479.43
加：本期开票或申报未在本期确认收入金额⑤	574.84	634.09	500.09
当期申请享受增值税退税软件部分收入⑥	11,770.51	14,402.76	7,650.05
差异⑦=③-④+⑤-⑥	0.00	0.00	0.00

报告期内，公司申请享受增值税退税软件部分收入与增值税即征即退匹配关系如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
申请享受增值税退税软件部分收入①	11,770.51	14,402.76	7,650.05
软件部分对应进项税额②	64.03	87.92	0.14
测算可享受增值税即征即退额③=①×(法定增值税率-3%)-②	1,113.02	1,352.35	764.86
账面确认增值税即征即退额④	1,415.93	1,013.91	873.10
上期收入本期退税审核通过且收到增值税即征即退额⑤	423.63	85.19	193.43
本期收入下期退税审核通过且收到增值税即征即退额⑥	120.73	423.63	85.19
调整后增值税即征即退额⑦=④-⑤+⑥	1,113.02	1,352.35	764.86
差异⑧=③-⑦	0.00	0.00	0.00

报告期内，公司申请享受的增值税即征即退额与申报的软件收入测算的增值税即征即退结果一致。

公司销售的独立软件及软件组件均取得相关软件著作权，相关软件著作权均已在税务部门进行备案，软件销售收入均已在税务系统中备案，增值税退税金额计算准确。报告期内，公司软件退税对应销售的软件均按规定取得软件登记证书，软件定价及退税收入依据充分，公司根据国家税务政策确认软件退税金额，符合



相关规定。此外，主管税务机关出具的《涉税信息查询结果告知书》及《证明》中，已告知：母公司及三维数联在 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间“根据税务核心系统记载，该企业在此期间未接受过行政处罚”；浙江朗视“该企业自 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日年未发生因违反税收法律法规而受到我局行政处罚的情形”。

#### **(五) 报告期各期应收账款的期后回款情况，是否存在坏账风险**

报告期各期应收账款的期后回款情况如下：

报告期期末	应收账款余额	期后回款金额	期后回款比例
2022 年 12 月 31 日	6,626.36	3,689.20	55.67%
2021 年 12 月 31 日	8,550.29	8,327.27	97.39%
2020 年 12 月 31 日	5,826.94	5,707.83	97.96%

注：应收账款期后回款金额统计至 2023 年 5 月 31 日

2022 年 12 月 31 日的应收账款余额尚在信用期内，故回款比例较低；2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日的应收账款期后回款比例较高。

公司已建立了比较完善的应收账款管理制度，并根据客户情况给予适当的信用期和信用额度，客户基本能按照合同约定在信用期内支付货款，长期合作的客户信誉度较高，因此，公司期后回款比例较高。此外，公司管理层根据各项应收账款的信用风险特征，以应收账款组合为基础，采用账龄组合法计提了应收账款坏账准备，报告期各期末，公司应收账款坏账计提比例分别为 7.26%、6.16%和 6.92%，计提比例较高。

综上，公司期后回款情况良好，公司已充分、合理计提坏账准备，不存在坏账风险。

#### **(六) 核查程序及核查结论**

##### **1. 核查程序**

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

(1) 获取并核查公司各年度收入明细表，计算各年度 Smart3D 系列和 HiRes3D 系列收入变动比例，访谈公司总经理，了解锥形束 CT 市场及产品的发展历程、市场规模及发展趋势、公司两系列产品的客户群体定位、客户需求情况及产品演变历程，分析报告期内收入增速变动原因；查询公司终端用户注册或成立时间，经营范围，判断其为新设机构或存量机构，从而确认其购机需求为新购

需求或替换需求；访谈部分终端用户，了解其口腔锥形束 CT 的需求及设备购买情况；

(2) 获取公司各年度经销和直销收入中各型号产品明细表，分析影响经销、直销客户需求的主要因素；访谈公司总经理及销售运营部部长，对公司整体战略及具体销售策略进行了解；收集整理报告期各期折扣政策，统计新产品各期实现的折扣数量及金额，并对年度间折扣比例变化进行分析；获取期后销售明细表，与对应的销售订单、现场安装调试合格确认单进行校对，核实期后销售明细的真实性、准确性；获取公司报告期在手订单明细表，对长时间未验收订单，进一步核实订单状态；

(3) 查阅公司销售收入明细表，核查经销收入的地区分布情况；访谈公司高级管理人员，了解公司经销收入存在一定地域性特征的原因；查阅《中国卫生健康统计年鉴 2022》等公开资料，分析公司经销地域性特征的合理性；

(4) 获取报告期内口腔锥形束 CT 产品的主要销售合同、订单等，并询问公司管理层相关人员，了解销售合同中软硬件定价方式及变化；获取并复核报告期内软件收入明细表，分析与设备销售金额及数量的匹配性；查阅增值税即征即退税优惠文件，核查报告期内的增值税纳税申报表，将其与公司营业收入进行匹配；根据增值税纳税申报表对公司增值税即征即退金额进行重新计算，检查增值税退税软件收入与营业收入差异并分析其合理性，分析增值税即征即退金额与公司软件收入的匹配性；

(5) 获取报告期各期末应收账款明细表及客户期末回款情况，查阅相关会计凭证及银行回单，期末未回款情况与应收账款核对检查是否异常，对逾期未回款订单，向销售人员进一步了解逾期原因，考虑是否影响坏账计提。

## 2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) Smart3D 系列产品销售收入快速增长主要系新产品推出满足了基层医疗卫生机构需求，带来了销量的激增；HiRes3D 系列产品销售收入规模较小且波动较小主要系其定位于公立医院和大型连锁机构，市场规模较小且终端用户需求较为稳定；报告期内整体销售规模与 Smart3D 系列相比较小且波动不大。报告期各期口腔锥形束 CT 市场容量的扩张及需求群体的变化带来公司产品策略的整体转变，导致报告期内产品结构的相对变化；报告期内公司 CBCT 产品销量的增加主

要依靠新设机构及存量机构初次购买带来的需求，鉴于我国口腔 CBCT 引入时间较晚，产品生命周期较长，更新换代需求较低；

(2) 公司 2020 年推出的新产品主要定位客户群体为基层医疗卫生机构，该类客户对产品销售渠道的下沉具有更高要求，公司对该类产品主要销售策略即为通过经销商推广为主，直销为辅，从而促使产品快速下沉到更广泛的目标客户群体；2021 年针对 Smart3D 新产品的推出采取了销售折扣活动，因实现销售任务及享受返利的经销商增多，折扣比例较前两年增加；我国口腔医疗需求潜力大，CBCT 设备目前市场渗透率低，为公司产品销售提供了广阔市场空间；公司虽针对新产品推出采取了相关促进销售的措施，但并未导致相关采购需求提前释放，进而产生后续相关产品收入增长大幅放缓以及下滑的风险；审计报告截止日后公司销售收入和经营业绩较好；截至 2023 年 5 月 31 日的在手订单充足；

(3) 公司收入在华东、华南、华中、华北等地区较为集中，主要系公司终端用户为各级口腔医疗机构，该类机构在经济发达及人口密集地区分布更为广泛，因此造成公司在华东、华南、华中、华北等地销售占比较高。公司收入地域性分布特征与我国医疗机构地域分布基本保持一致，公司经销收入地域性特征具有合理性；

(4) 公司软件收入划分符合《关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号）的规定，软件收入与设备销售金额及数量相匹配，且申报的软件收入与增值税即征即退金额匹配；报告期内公司软件退税对应销售的软件均按规定取得软件登记证书，软件定价及退税收入依据充分，公司根据国家税务政策确认软件退税金额，符合相关规定；公司已获取主管税务机关就报告期内公司无重大税收违法行为出具的无违法违规证明，享受的软件增值税退税合法合规；

(5) 报告期各期公司应收账款的期后回款良好，不存在坏账风险。

#### **四、关于收入确认政策**

**根据招股说明书和保荐工作报告，1) 根据发行人的收入确认政策，销售合同是否约定安装对收入确认构成影响；2) 销售合同约定的交付确认包括终端用户签收和买方出具收货确认单，2021 年以后签署的框架合同后附了收货确认单模板；3) 申报会计师以抽样方式检查安装调试单、出口报关单和提单等支持性文件，保荐机构穿行测试核查的支持性文件为物流单、终端客户的确认单，两**

者核查文件不完全一致。

请发行人说明：（1）不同销售模式收入确认的时点、取得的收入确认单据及其出具方，报告期内发行人的收入确认单据是否发生变化；（2）区分安装和直接交付说明报告期内产品销售数量、金额及其占比，发行人设备在终端用户处的安装调试过程，报告期内发行人产品的平均发货周期、安装调试周期和验收周期及其变动原因，是否存在通过调整交付方式提前确认收入的情形；（3）经销商客户在产品交付过程具体承担的职责和作用，区分签收（验收）方说明销售收入金额及其占比、对应的收入确认凭证，是否均取得了终端用户确认。

请保荐机构和申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，说明：（1）发行人收入确认单据获取的完整性以及收入支持性凭证的核查情况；（2）申报会计师和保荐机构抽查的支持性凭证不一致的原因，与合同约定均存在差异的原因；（3）对安装调试人员出差和安装调试记录的核查情况以及与收入确认的匹配关系。（审核问询函问题7）

（一）不同销售模式收入确认的时点、取得的收入确认单据及其出具方，报告期内发行人的收入确认单据是否发生变化

公司主要销售口腔CBCT等产品，经销和直销模式下收入确认的时点如下：

销售模式	合同约定	实际情形	取得的收入确认单据及其出具方
经销	根据公司与经销商签订的《年度代理协议》，经销商通过以下方式之一完成公司设备的交付确认：1. 经销商在订货单中指定的终端用户验收确认；2. 因特殊原因终端用户不能验收时，由经销商出具《收货确认单》	公司根据经销商/直销客户要求将货物发往至指定终端用户地点，根据销售合同履行设备安装调试等义务，由终端用户进行验收。报告期内，公司仅存在1台终端用户不能验收的情形，该订单已由经销商出具免安装说明函	由终端用户在现场安装调试合格确认单上签字或盖章确认销售收入，或由经销商出具对具体订单合同的免安装说明函
直销	直销模式下，直销客户即为终端用户。根据公司与直销客户签订的《销售合同》，设备运到交货地点且现场具备安装条件后，公司进行安装调试。安装调试完毕后，按合同附件规定的指标和功能进行验收。由终端用户签署《现场验收报告》后，完成公司向直销客户正式交付设备。如因直销客户原因造成设备无法按照合同约定时间安装调试或验收的，需直销客户出具《收货确认单》完成设备交付		

报告期内，公司的收入确认单据未发生变化。

（二）区分安装和直接交付说明报告期内产品销售数量、金额及其占比，发

行人设备在终端用户处的安装调试过程，报告期内发行人产品的平均发货周期、安装调试周期和验收周期及其变动原因，是否存在通过调整交付方式提前确认收入的情形

1. 区分安装和直接交付说明报告期内产品销售数量、金额及其占比

报告期内，公司绝大多数口腔CBCT产品均需要安装后进行交付，部分展示样机无需安装直接交付。报告期内公司口腔CBCT区分安装和直接交付的销售数量、金额及其占比情况如下：

项目	2022年			2021年		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比
安装	1,813	37,310.33	99.94%	1,875	40,172.34	100.00%
直接交付	1	20.80	0.06%			
合计	1,814	37,331.13	100.00%	1,875	40,172.34	100.00%

(续上表)

项目	2020年		
	数量	金额	占比
安装	935	21,376.58	99.97%
直接交付	1	7.08	0.03%
合计	936	21,383.66	100.00%

报告期内，安装确认产品收入占口腔CBCT销售收入的比例分别为99.97%、100.00%和99.94%。其中2020年1台直接交付设备系向境外经销商销售的展示机，无需安装调试，公司以报关后提单日期确认相应收入；2022年1台直接交付系该台设备的终端用户因诊所经营原因长期无法安装，后由经销商出具免安装说明函，证明公司已完成设备交付，因终端自身原因未能装机，同意取消设备安装义务；公司已将产品运送至合同约定交货地点并由终端用户确认接受，达到收入确认条件，产品款项业已全部收回。

2. 发行人设备在终端用户处的安装调试过程

公司根据经销商要求将货物发往至经销商指定的终端用户地点，客户服务部在CRM系统中指派工单，工程师接单后前往终端用户处进行安装调试，具体安装调试过程如下：

(1) 勘测场地。发货前，向终端用户提供设备安装场地环境要求。工程师到达现场后观察、测量安装场地是否符合设备安装要求，如不符合，向终端用户相

关人员提出改进建议；

(2) 设备组装。清点设备零部件，安装底座，并依次安装立柱、悬臂、X射线发生器、平板探测器、头颅臂等零部件，并进行线路连接；

(3) 工作站安装和开机检查。接通工作站电源，查看显示器和主机，观察工作站开机启动过程无异常；

(4) 设备调试。对设备进行成像功能测试，测试通过后，精细调节系统参数使系统达到最佳状态，最后通过扫描测试模体进行图像质量检测；

(5) 设备各项指标达到产品技术要求后，完成设备安装调试。填写现场安装调试合格确认单，由终端用户签字确认，完成产品交付。

3. 报告期内发行人产品的平均发货周期、安装调试周期和验收周期及其变动原因，是否存在通过调整交付方式提前确认收入的情形

报告期内，公司产品的平均发货周期、运输及安装调试准备周期、安装调试周期和验收周期如下：

单位：天

项目	2022 年	2021 年	2020 年
平均发货周期[注 1]	22	21	32
平均运输及安装调试准备周期[注 2]	10	10	10
平均安装调试周期[注 3]	4	4	3
平均验收周期[注 4]	1	1	1

[注1]平均发货周期指公司口腔CBCT产品从客户下订单到出库的间隔天数

[注2]平均运输及安装调试准备周期指公司口腔CBCT产品从出库到开始安装调试的间隔天数

[注3]平均安装调试周期指公司口腔CBCT产品从开始安装调试到安装调试完成的间隔天数

[注4]平均验收周期指公司口腔CBCT产品从安装调试完成到验收完成的间隔天数

报告期内，公司产品的平均发货周期、运输及安装调试准备周期、安装调试周期和验收周期无较大变动。2020年平均发货周期较长主要受公共卫生事件影响，部分地区发货时间延迟所致。

报告期内，公司产品在经销商指定的终端用户或直销客户验收确认、签署现场安装调试合格确认单后完成公司向客户的正式交付。报告期内，公司产品交付方式未发生改变，平均安装调试周期和平均验收周期较为稳定，不存在通过调整

交付方式提前确认收入的情形。

**(三) 经销商客户在产品交付过程具体承担的职责和作用，区分签收（验收）方说明销售收入金额及其占比、对应的收入确认凭证，是否均取得了终端用户确认**

1. 经销商客户在产品交付过程具体承担的职责和作用

公司经销模式下，经销商和公司在产品交付过程具体承担的职责和作用如下：

销售环节	主体	职责或作用	相关说明
客户拓展	经销商	经销商全面负责客户挖掘、商机对接、关系建立和维护等渠道开拓工作，主动推广公司产品、传递技术资料、收集市场信息，经销商应尽商业上的最大能力销售公司产品	从经销商在客户拓展环节的具体职能以及终端用户的来源可以看出，经销商能够独立拓展并面向终端用户，以其自身的名义、作为供应商与终端用户独立建立购销关系
	公司	公司在客户开拓过程中一般仅提供必要的技术交流、针对在客户开拓中遇到的经销商无法解决的技术问题，应其需求以原厂身份对接并提供技术咨询，协助其完成客户导入工作	
产品销售	经销商	(1) 根据意向确认、商务洽谈、投标等销售活动的结果与终端用户建立购销关系，并参照公司产品市场指导价区间自主确定销售价格； (2) 接收、整理和汇总下游不同终端用户需求并向公司独立下单	(1) 经销商作为主要责任人独立向终端用户承担责任、义务以及相关风险； (2) 经销商在公司产品市场指导价区间内具有自主定价的权利，并从中获得其几乎全部的经济利益
	公司	根据经销商的需求，与经销商独立签订购销合同	
产品交付及验收	经销商	(1) 根据终端用户要求向公司下达具体送货时间和地点的指令； (2) 跟踪物流状态和验收情况； (3) 保持与终端用户的对接、沟通和协调，为公司送货及安装调试提供支持	(1) 在公司送货或安装之前，经销商可根据自己客户的安排，作出调整送货安装地址以及终端用户等安排，公司不能主导或影响经销商对终端用户的销售； (2) 合同中明确约定指定的终端用户验收确认即完成设备交付。终端用户验收后，公司已将该商品控制权转移给客户
	公司	根据经销商的要求发货至终端用户，并获取终端用户验收单据	

销售环节	主体	职责或作用	相关说明
销售回款环节	经销商	(1) 与终端用户独立协商付款周期、结算方式等； (2) 根据产品送货和验收情况，独立向终端用户收款； (3) 独立承担信用期资金成本以及终端用户的回款风险	(1) 在销售回款方面，在完成产品交付后，公司已实质上完成了合同约定的履约义务，已对所销售的产品享有现时收款权利，经销商须无条件按约定的付款条件和方式全额付款，与经销商是否收到终端用户的回款无关； (2) 经销商与终端用户之间的付款周期、结算方式等由其独立协商，并由终端用户向经销商独立回款； (3) 销售回款环节的风险已经全部转移至经销商，因终端用户回款给经销商带来的信用期资金成本及信用风险，由经销商独立承担
	公司	向经销商收款，不承担终端用户对经销商的回款风险	

综上，经销商在各环节均承担了相应的工作并发挥了重要作用。结合经销商具体工作职责和发挥的作用，也体现出经销商承担了向终端用户转让商品的主要责任，经销商需要对产品的交付和终端用户的验收结果独立承担责任。

2. 区分签收（验收）方说明销售收入金额及其占比、对应的收入确认凭证，是否均取得了终端用户确认

报告期内公司口腔CBCT区分验收方的数量、销售收入金额和占比情况如下：

项目	2022年			2021年		
	数量	金额	占比	数量	金额	占比
经销模式下的终端用户验收	1,747	35,591.07	95.34%	1,779	37,759.13	93.99%
直销客户验收	66	1,719.26	4.61%	96	2,413.21	6.01%
报关后取得提单确认						
取得免安装说明函确认	1	20.80	0.06%			
合计	1,814	37,331.13	100.00%	1,875	40,172.34	100.00%

(续上表)

项目	2020年		
	数量	金额	占比
经销模式下的终端用户验收	881	19,962.15	93.35%
直销客户验收	54	1,414.42	6.61%
报关后取得提单确认	1	7.08	0.03%



项目	2020 年		
	数量	金额	占比
取得免安装说明函确认			
合计	936	21,383.66	100.00%

经销模式下的终端用户和直销客户验收对应的收入确认凭证均为终端用户签字或盖章的现场安装调试合格确认单。报告期内，除2020年销售1台展示机公司以报关后提单日期确认收入以及2022年1台设备交付终端用户后以经销商免安装说明函日期确认收入之外，其余口腔CBCT产品均取得了终端用户的确认。

**(四) 说明：（1）发行人收入确认单据获取的完整性以及收入支持性凭证的核查情况；（2）申报会计师和保荐机构抽查的支持性凭证不一致的原因，与合同约定均存在差异的原因；（3）对安装调试人员出差和安装调试记录的核查情况以及与收入确认的匹配关系**

1. 发行人收入确认单据获取的完整性以及收入支持性凭证的核查情况

根据合同约定，对于需要安装调试的产品，公司在产品完成安装调试时完成合同约定的履约义务，并以此时点作为收入确认时点。公司的收入确认支持性文件包括销售框架合同、销售订单、发货单、物流单、销售发票、现场安装调试合格确认单、出口报关单和提单等支持性凭证。公司收入确认单据完整，与收入确认政策相匹配。

我们检查了收入确认单据的完整性，包括销售框架合同、销售订单、发货单、物流单、销售发票、现场安装调试合格确认单、出口报关单和提单等。我们结合公司的收入确认政策，对公司收入确认相关的关键支持性凭证现场安装调试合格确认单和提单（2022年一台直接交付的设备检查了经销商免安装说明函）进行了全部核查，具体核查情况如下：

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
检查现场安装调试合格确认单	1,813	37,310.33	1,875	40,172.34	935	21,376.58
检查提单					1	7.08
检查经销商免安装说明函	1	20.80				
合计	1,814	37,331.13	1,875	40,172.34	936	21,383.66

经核查，我们认为，公司的收入确认与支持性凭证一致，收入确认真实、准确。

2. 申报会计师和保荐机构抽查的支持性凭证不一致的原因，与合同约定均存在差异的原因

我们和保荐机构对收入相关单据测试时抽查的支持性凭证保持一致，对于境内销售，抽查销售框架合同、销售订单、发货单、物流单、现场安装调试合格确认单等支持性凭证；对于境外销售，抽查销售合同、出口报关单、提单、Onsite Acceptance Checks Report（海外版现场安装调试合格确认单）等凭证。我们检查的“安装调试单”和保荐机构核查的“终端用户确认单”均是指由终端用户盖章或签字的现场安装调试合格确认单，仅是对该单据称呼略有差异。

对于境内销售，公司按约定发货并完成安装，在经终端用户验收合格后确认收入。现场安装调试合格确认单上详细记载了终端用户名称、产品信息、设备验收记录（包含技术指标要求及功能要求）、验收确认意见。安装调试完成后，终端用户进行验收，并在现场安装调试合格确认单签字或盖章确认。现场安装调试合格确认单上终端用户验收确认时点可视为客户取得商品控制权时点，我们以此作为收入测试支持性文件符合收入确认政策。2022年存在一台设备交付至终端用户后，因终端用户自身原因公司无需进行安装，经销商出具了免安装说明函，公司以免安装说明函日期作为该笔订单的收入确认时点。

对于境外销售，对于合同约定无需公司安装或指导安装的外销产品，公司已根据合同约定将产品报关，取得提单后确认收入；除合同约定无需公司安装或指导安装之外的外销产品，公司按约定发货并完成安装或指导安装，在经终端用户验收合格后确认收入。报告期内，仅于2020年存在一台外销展示机无需安装，公司在取得提单后确认收入，其余均以取得终端用户Onsite Acceptance Checks Report（海外版现场安装调试合格确认单）为收入确认依据。出于重要性考虑，保荐机构仅陈列了收入确认的支持性单据，未将获取到的出口报关单、提单等加以单独列示。

合同约定的支持性文件及实际取得的单据如下所示：

销售模式	合同约定	实际情形	取得的收入确认单据及其出具方
经销	根据公司与经销商签订的《年度代理协议》，经销商通过以下方式之一完	公司根据经销商/直销客户要求将货物发	由终端用户在现场安装调试合格确认单上

	成公司设备的交付确认：1. 经销商在订货单中指定的终端用户验收确认；2. 因特殊原因终端用户不能验收时，由经销商出具《收货确认单》	往至指定终端用户地点，根据销售合同履行设备安装调试等义务，由终端用户进行验收。报告期内，公司仅存在1台终端用户不能验收的情形，该订单已由经销商出具免安装说明函	签字或盖章确认销售收入，或由经销商出具对具体订单合同的免安装说明函
直销	直销模式下，直销客户即为终端用户。根据公司与直销客户签订的《销售合同》，设备运到交货地点且现场具备安装条件后，公司进行安装调试。安装调试完毕后，按合同附件规定的指标和功能进行验收。由终端用户签署《现场验收报告》后，完成公司向直销客户正式交付设备。如因直销客户原因造成设备无法按照合同约定时间安装调试或验收的，需直销客户出具《收货确认单》完成设备交付		

除少量展示机及客户自身原因无需进行安装外，公司均以终端用户的现场安装调试合格确认单为收入确认的关键支持性凭证，与销售合同中约定的：（1）经销模式下，“经销商在订货单中指定的终端用户验收确认”；（2）直销模式下，直销客户即为终端用户，“终端用户签署《现场验收报告》”等验收条款的约定并无实质区别，仅是对验收单据称呼不同。报告期内，公司实际执行的现场安装调试合格确认单未发生变化，不同客户的现场安装调试合格确认单也不存在差异。

### 3. 对安装调试人员出差和安装调试记录的核查情况以及与收入确认的匹配关系

公司将产品发至终端用户后，客户服务部指派安装调试工单，工程师接单后前往终端用户处进行安装调试。公司通过CRM系统对安装调试、售后服务等工作进行管理，2019年在CRM系统中记录现场勘验单，并通过安装工程师外勤绩效统计表对安装调试人员出差情况、安装调试情况进行记录；2020年公司在CRM系统中上线“安装单”工单模块，安装工程师在CRM系统中接单，并在CRM系统中上传安装调试过程的记录，包括现场勘验单、外勤打卡签到时间和签到地点、安装现场的设备外观照片、质保卡图片、产品装箱记录单以及测试模体扫描图像和现场安装调试合格确认单。针对安装调试人员出差和安装调试记录，我们主要实施了以下程序：

（1）获取报告期内安装工程师外勤绩效统计表，检查安装调试出差记录、安装调试验收记录；检查CRM系统中安装调试过程的记录，包括外勤打卡签到时间

和签到地点、安装现场的设备外观照片、现场勘测单、质保卡图片、产品装箱记录单以及测试模体扫描图像。同时我们将上述出差记录、安装调试记录与收入确认相关的现场安装调试合格确认单勾稽核对，具体情况如下：

1) 报告期内，安装调试人员出差记录与收入匹配情况

单位：台

项目		2022 年		2021 年		2020 年	
		数量	金额	数量	金额	数量	金额
出差时间与收入确认相匹配(设备验收年份与出差结束年份一致)		1,734	35,971.40	1,830	39,450.37	933	21,332.79
出差时间与收入确认时间存在差异		1	24.78				
未核查出差记录	设备发往境外，公司指导安装，无出差记录[注]	78	1,314.15	45	721.97	2	43.79
	直接交付，无出差记录	1	20.80			1	7.08
合计		1,814	37,331.13	1,875	40,172.34	936	21,383.66

[注]包括境内经销商的境外终端用户

2022年存在1台设备相关人员出差时间与收入确认匹配存在差异，该设备相关人员开始出差和结束出差均为2019年，收入确认在2022年，系该台设备为客户试用机。客户于2019年安装调试后开始试用，客户因自身资金安排未与公司达成购销合同。公司考虑其对开拓市场有益，故供其试用，2022年客户与公司协商一致，签订合同并在现场安装调试合格确认单上签字确认，公司据此确认收入，因此出差时间与收入确认时间存在差异。

受公共卫生事件影响，部分境外终端用户无法进行现场安装，由公司安装工程师通过邮件、在线视频等形式指导安装，指导安装完成后，由终端用户签署 Onsite Acceptance Checks Report（海外版现场安装调试合格确认单）。我们检查了全部境外终端用户的指导安装调试记录，包括邮件记录、视频记录、现场安装照片等，并与收入确认相关的Onsite Acceptance Checks Report（海外版现场安装调试合格确认单）勾稽核对，经核查，全部相符。

2) 报告期内，安装调试记录与收入匹配情况

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
安装						

项目	2022年		2021年		2020年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
其中：检查CRM系统中的安装调试记录及现场安装调试合格确认单	1,734	35,971.40	1,830	39,450.36	899	20,568.32
检查安装工程师外勤绩效统计表中的安装调试记录、CRM系统中的现场勘验单及现场安装调试合格确认单	1	24.78			31	691.86
指导安装,检查指导安装调试记录及现场安装调试合格确认单	78	1,314.15	45	721.97	5	116.40
直接交付						
检查报关单和提单					1	7.08
检查经销商免安装说明函	1	20.80				
合计	1,814	37,331.13	1,875	40,172.34	936	21,383.66

(2) 采用抽样的方法检查了安装调试人员的出差报销记录,判断分析收入确认时间的合理性。我们执行安装调试人员出差记录测试时,抽凭样本总体覆盖报告期内全部收入,对于报告期内各期前20大客户或单笔金额30万元以上的大额订单对应出差报销记录全部核查,对于报告期内各期剩余总体部分,采用随机抽样方式,核查覆盖其当期收入的60%以上,核查情况如下表所示:

单位:台

项目	2022年		2021年		2020年	
	数量	金额	数量	金额	数量	金额
报销记录与收入确认相匹配(设备验收年份与报销记录结束年份一致)	1,707	35,412.75	1,764	38,653.09	820	18,790.56
报销记录时间与收入确认时间存在差异[注]	1	24.78				
未核查报销记录(设备发往境外,公司指导安装,无报销记录)[注]	78	1,314.15	30	459.26	2	43.79
未核查报销记录(终端用户放弃安装)[注]	1	20.80				
合计	1,787	36,772.48	1,794	39,112.35	822	18,834.36

公司 CBCT 产品收入	1,814	37,331.13	1,875	40,172.34	936	21,383.66
样本量收入占比		98.50%		97.36%		88.08%
剔除无报销记录核查的 CBCT 产品收入	1,709	35,458.33	1,764	38,653.09	820	18,790.56
核查报销记录对应收入占比		94.98%		96.22%		87.87%

[注]详见本题上述“报告期内，安装调试人员出差记录与收入匹配情况”之说明

经核查，我们认为，公司安装调试过程的记录真实、准确，安装调试人员出差和安装调试记录与收入确认相匹配。

## （五）核查程序及核查结论

### 1. 核查程序

针对收入确认政策，我们主要实施了以下程序：

（1）访谈公司销售部门负责人，了解经销及直销模式下自合同签订到确认收入时点之间的主要环节、时间周期、各环节公司主要的履约义务，并分析公司产品的平均发货周期、运输及安装调试准备周期、安装调试周期和验收周期变动的合理性；

（2）分别获取公司经销及直销模式下销售合同，结合不同销售模式下公司的履约义务分析不同销售模式下产品控制权转移的时点以及相应的支持性凭证；

（3）获取公司设备安装的《作业指导书》，了解公司设备在终端用户处的安装调试过程；

（4）访谈公司总经理和销售部门负责人，了解公司经销商在经销过程中承担的角色和职责、经销商在客户拓展、产品销售、产品交付与验收、销售回款等环节中发挥的具体作用；

（5）检查报告期内产品的安装调试人员出差和安装调试记录，分析公司安装调试人员出差与收入是否匹配；

（6）检查收入确认单据的完整性，包括销售合同、发货单、物流单、销售发票、现场安装调试合格确认单、出口报关单、提单、免安装说明函等支持性凭证。

### 2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 不同销售模式收入确认的时点合理，取得的收入确认单据为终端用户签署的现场安装调试合格确认单，报告期内公司的收入确认单据未发生变化；

(2) 报告期内公司产品的平均发货周期、运输及安装调试准备周期、安装调试周期和验收周期未发生大幅变动，不存在通过调整交付方式提前确认收入的情形；

(3) 经销商在客户拓展、产品销售、产品交付、售后回款等销售环节均发挥了重要作用，承担了向终端用户转让商品的主要责任；报告期内，除了2020年销售1台展示机公司以报关后提单日期确认收入以及2022年1台设备交付终端用户后以经销商免安装说明函日期确认收入之外，其余口腔CBCT产品均取得了终端用户的确认；

(4) 公司的收入确认与支持性凭证一致，收入确认真实、准确；我们和保荐机构收入测试抽查的支持性凭证保持一致；除少量展示机及直接交付设备外，公司均以终端用户的现场安装调试合格确认单为收入确认的关键支持性凭证，与销售合同中验收条款的约定并无实质区别；公司安装调试人员出差和安装调试记录与收入确认相匹配。

## 五、关于成本和毛利率

根据招股说明书，1) Smart3D 系列产品毛利率逐年上升，HiRes3D 系列产品毛利率存在波动，主要产品 Smart3D 系列产品毛利率低于同行业可比公司同类业务毛利率；2) 报告期各期发行人主营业务成本分别为 13,089.51 万元、13,042.45 万元和 23,574.82 万元，直接材料为其主要构成，直接人工、制造费用和委托加工费均有所增长；3) 发行人承担销售产品的运费，2020 和 2021 年发行人将运杂费计入了制造费用；4) 报告期各期，发行人计入销售费用的售后服务费分别为 1,126.10 万元、1,067.82 万元和 1,535.54 万元。

请发行人说明：（1）结合定价策略、产品特点和目标客户群体等因素，说明 Smart3D 系列产品毛利率较低且低于同行业可比公司同类业务的原因；（2）报告期各期两类产品的单位成本构成及其变动原因、对毛利率波动的影响，单位直接材料金额变动是否与原材料采购价格变动匹配；（3）计入直接人工的人员数量和人均薪酬，与同行业可比公司或当地平均工资水平是否存在显著差异；（4）报告期各期与销售产品相关的运杂费支出金额以及与销售收入的匹配关系；

(5) 委托加工的具体环节、主要供应商及其基本情况、定价依据和公允性，报告期内各类型委托加工的具体内容、金额和变动原因；(6) 发行人产品的质量约定、质量保证金的计提比例和相关会计处理，结合售后服务费实际支出情况、管理层判断依据和同行业可比公司情况，说明质量保证金的计提是否充分。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。(审核问询函问题 8)

(一) 结合定价策略、产品特点和目标客户群体等因素，说明 Smart3D 系列产品毛利率较低且低于同行业可比公司同类业务的原因

### 1. 定价策略

口腔锥形束 CT 市场竞争充分，公司主要产品的定价系市场决定。每个订单的价格主要依据市场竞争环境、产品配置及性能参数差异、客户采购数量、历史合作情况以及未来合作空间等因素综合考虑确定。公司会根据市场情况适当采取促销活动，在经销模式下亦会给予经销商一定的价格折让，一定程度上降低了 Smart3D 系列产品的销售单价和毛利率。

### 2. 产品特点

公司产品由 X 射线发生器、平板探测器、电气类物料、机械类物料、计算机类物料等零部件组装调试而成，各类原材料的采购、委托加工费用是产品成本的主要组成部分，合计占 90%左右。而原材料采购和委托加工的价格，又与采购数量密切相关。报告期内，公司 Smart3D 系列产品生产规模小于同行业可比公司，导致采购成本较高，产品毛利率偏低。近两年来，公司不断改进产品设计、在产量增加的同时加强供应商议价和新供应商开发，Smart3D 系列产品毛利率持续上升，与可比公司差距逐步缩小。

### 3. 目标客户群体

Smart3D 系列产品主要定位广大基层医疗机构（特别是民营诊所），终端用户价格敏感性较高，销售单价相对较低，从而使得报告期内 Smart3D 系列产品毛利率相对较低。

报告期内，公司 Smart3D 系列产品毛利率与同行业可比公司同类业务毛利率比较情况如下：

同行业可比公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度
---------	---------	---------	---------



美亚光电（CBCT 板块）	55.87%	59.00%	58.21%
联影医疗（CT 板块）	48.46%	49.56%	51.00%
万东医疗（医疗器械板块）	42.94%	44.73%	50.23%
怡友医疗	51.90%	48.85%	46.43%
可比公司同类业务平均值	49.79%	50.53%	51.47%
公司 Smart3D 系列	42.53%	39.52%	36.61%
公司 HiRes3D 系列	54.21%	54.40%	52.60%

在同行业可比公司中，美亚光电主要经营口腔锥形束 CT 业务，是公司国内厂商中的直接竞争对手。怡友医疗总部设在韩国，为市场上锥形束 CT 产品的主要外资品牌之一。报告期内，Smart3D 系列产品毛利率分别为 36.61%、39.52% 及 42.53%，毛利率水平持续增长。

国内口腔锥形束 CT 市场中，可比公司披露的信息有限，导致对毛利率的对比分析受到一定的限制。美亚光电 2012 年登陆深圳主板，当年医疗设备板块毛利率为 37.20%，与公司报告期内 Smart3D 系列产品毛利率水平相当。2013 年，美亚光电通过优化设计及降低采购成本，使得当期医疗设备板块毛利率水平由上年同期的 37.20% 大幅提升至 61.58%，并自此保持较高水平。公司与可比公司之间的毛利率差异主要由于成本因素导致。

## （二）报告期各期两类产品的单位成本构成及其变动原因、对毛利率波动的影响，单位直接材料金额变动是否与原材料采购价格变动匹配

### 1. 报告期各期两类产品的单位成本构成及其变动原因

#### （1）Smart3D 系列产品

报告期内，Smart3D 系列产品单位成本构成及变动情况如下：

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
单位直接材料	9.49	-8.43%	10.37	-12.95%	11.91	-10.00%
单位直接人工	0.83	-6.94%	0.90	4.41%	0.86	26.14%
单位制造费用	0.50	3.10%	0.48	-29.34%	0.68	98.40%
单位委托加工费	0.50	-20.60%	0.62	79.08%	0.35	38.50%
单位成本合计	11.32	-8.48%	12.37	-10.36%	13.80	-4.89%

报告期内，Smart3D 系列产品单位成本变动原因如下：

## 1) 单位直接材料及单位委托加工费

① 受益于采购规模的扩大，议价能力的提高及公司不断优化供应商结构，在保障产品性能的同时寻求价格更优的物料供应来源，单位直接材料不断下降。

Smart3D 系列报告期内单位直接材料下降较多主要系公司推出的新品 Smart3D-X/Xs 优化了核心部件供应商，使得整体采购价格下降。

② 2020 年、2021 年公司对部分原材料由直接购买成品材料逐渐向购买其核心材料并进行委托加工转变，使得单位直接材料降低，单位委托加工费上升。

2020 年 Smart3D 系列产品单位委托加工费的增长主要系当年新增委托奕瑞科技加工 X 射线发生器，加工费单价较高带动单位委托加工费快速上升。2021 年委托加工比例进一步上升，使得单位委托加工费继续上涨。2022 年单位委托加工费有所下滑主要系 A. 公司直接采购 X 射线发生器成品的占比小幅上升；B. 浙江海宁生产基地自主完成喷漆流程，无需委外，其产销量占比的提高拉低了单位委托加工费。

③ 总体来看，报告期内，Smart3D 系列产品单位直接材料及单位委托加工费合计分别为 12.26 万元、10.99 万元及 9.99 万元，变动率分别为-9.10%、-10.34% 及-9.12%。单位直接材料及单位委托加工费合计金额持续降低，一方面系原材料类别变动及原材料采购价格下降所致，具体情况请参见本说明“二、关于采购与主要供应商”之“（四）报告期各期核心部件、电气类物料、机械类物料和计算机类物料原材料采购价格及其变动原因，与公开市场价格和第三方可比价格是否存在显著差异”，另一方面系部分直接采购调整为委托加工方式所致。

## 2) 单位直接人工

2020 年公司海宁生产基地建成，为扩大生产，公司招聘较多生产人员，但受公共卫生事件影响，2020 年销量仅增长 4.12%，直接人工薪酬增长幅度大于销量增长幅度，导致 2020 年单位直接人工上涨明显。2021 年公司对员工实施整体涨薪政策，单位直接人工上升。2022 年受公共卫生事件影响，公司销量小幅下降，员工薪酬下降，带动单位直接人工下降。

## 3) 单位制造费用

公司自 2020 年起执行新收入准则，将与合同履行直接相关、发生在商品或服务的控制权转移之前、不构成单项履约义务的运费计入营业成本。扣除运费影响，公司 2020 年因海宁生产基地投产导致折旧等制造费用增长较快，而销量受

公共卫生事件影响未显著增加，单位制造费用上涨较快。2021 年公司生产及销售规模扩大，规模效应对固定成本分摊效果明显，单位制造费用快速下降。2022 年单位制造费用上升主要系公司新开发模具的摊销费用增长所致。

(2) HiRes3D 系列产品

报告期内，HiRes3D 系列产品单位成本构成及变动情况如下：

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
单位直接材料	13.57	3.50%	13.11	-0.21%	13.14	-3.51%
单位直接人工	0.84	-8.16%	0.92	15.12%	0.80	18.22%
单位制造费用	0.51	1.45%	0.50	-20.66%	0.63	84.64%
单位委托加工费	0.51	24.30%	0.41	-12.97%	0.47	233.10%
单位成本合计	15.43	3.29%	14.94	-0.65%	15.04	1.79%

报告期内，HiRes3D 系列产品单位成本变动原因如下：

1) 单位直接材料及单位委托加工费

报告期内 HiRes3D 系列产品单位直接材料变动不大，一定程度上因公司采购规模扩大而价格有所下降，但降幅较小。2022 年度 HiRes3D 系列单位直接材料金额上升主要系适配的核心部件 X 射线发生器及平板探测器售价稍有上升所致。

2020 年单位委托加工费增长较快主要系公司为降低成本，委托加工比例上升较快所致；2021 年公司委托加工比例小幅下滑，单位委托加工费下降；2022 年委托加工费单价略有上涨导致单位委托加工费提高。

总体来看，报告期内 HiRes3D 系列产品单位直接材料及单位委托加工费合计为 13.61 万元、13.52 万元、14.08 万元，变动率为-1.06%、-0.65%、4.14%，HiRes3D 系列材料成本较为稳定。2022 年度上升主要系直接材料中核心部件价格上升。

2) 单位直接人工

2020 年单位直接人工上升主要系公司生产人员增多，而销量受公共卫生事件影响增幅不大所致；2021 年单位直接人工继续上升系公司生产人员薪酬增长；2022 年受公共卫生事件影响，公司销量小幅下降，员工奖金减少，且平均薪酬较低的浙江海宁地区生产人员人数增加，带动单位直接人工下降。

3) 单位制造费用

2020 年单位制造费用上升较快主要系公司将不构成单项履约义务的运费计

入主营业务成本及公司海宁生产基地建成导致折旧费增长；2021年起单位制造费用快速下降系规模效应对固定成本分摊效果明显。

## 2. 对毛利率波动的影响

报告期内，Smart3D系列产品单位成本构成变动对毛利率波动影响如下：

项目	2022年度	2021年度	2020年度
单位成本变动影响	5.33%	6.99%	3.26%
其中：单位直接材料影响	4.43%	7.54%	6.08%
单位直接人工影响	0.32%	-0.19%	-0.82%
单位制造费用影响	-0.08%	0.98%	-1.56%
单位委托加工费影响	0.65%	-1.35%	-0.44%

Smart3D系列产品单位成本下降使得2020年、2021年及2022年毛利率分别提升3.26%、6.99%及5.33%，具体如下：(1)原材料采购价格下降使得单位直接材料降低，带动毛利率上升6.08%、7.54%及4.43%。(2)公司部分X射线发生器由直接购买转为委托加工模式使得单位委托加工费上升，拉低2020年及2021年毛利率0.44%及1.35%，2022年受X射线发生器直接采购小幅增加及浙江海宁喷漆由委外转为自行完成的影响，单位委托加工费下降，带动毛利率上升0.65%。(3)生产人工的扩招及薪酬的增长使得单位直接人工有所增长，2020年及2021年分别拉低毛利率0.82%、0.19%；2022年度薪酬下降拉高毛利率0.32%。(4)公司将不构成单项履约义务的运费计入成本及海宁生产基地建成导致折旧费增长等原因使得2020年单位制造费用增长，拉低毛利率1.56%。随着公司规模扩大，固定成本摊销明显，拉高2021年毛利率0.98%。公司改进生产工艺、开发模具导致摊销费用增长，单位制造费用上升，拉低2022年毛利率0.08%。

报告期内，HiRes3D系列产品单位成本构成变动对毛利率波动影响如下：

项目	2022年度	2021年度	2020年度
单位成本变动影响	-1.46%	0.30%	-0.84%
其中：单位直接材料影响	-1.36%	0.08%	1.51%
单位直接人工影响	0.22%	-0.37%	-0.39%
单位制造费用影响	-0.02%	0.40%	-0.91%
单位委托加工费影响	-0.30%	0.19%	-1.05%

HiRes3D系列产品单位成本变动使得2020年、2021年及2022年毛利率分别

下降 0.84%，上升 0.30%，下降 1.46%，具体如下：(1)原材料采购价格下降使得单位直接材料降低，带动毛利率上升 1.51%、0.08%；2022 年度直接材料中适配的核心部件价格上升，拉低毛利率 1.36%。(2)2020 年委托加工数量的快速增加使得单位委托加工费增长，拉低毛利率 1.05%；2021 年委托加工费规模小幅减少，带动毛利率上升 0.19%；2022 年委托加工费单价小幅提高拉低毛利率 0.30%。(3)生产人工的扩招及薪酬的增长使得单位直接人工有所增长，拉低毛利率 0.39%、0.37%；2022 年度薪酬下降拉高毛利率 0.22%。(4)公司将不构成单项履约义务的运费计入成本及海宁生产基地建成导致折旧费增长等原因导致单位制造费用增长，拉低 2020 年毛利率 0.91%，随着海宁一期生产基地投产，规模效应开始显现，提升 2021 年毛利率 0.40%。2022 年单位制造费用较为稳定。

### 3. 单位直接材料金额变动是否与原材料采购价格变动匹配

#### (1) Smart3D 系列产品

报告期内，Smart3D 系列产品单位直接材料金额、变动比例及占比如下：

单位直接材料	2022 年			2021 年			2020 年		
	金额	变动比例	占比	金额	变动比例	占比	金额	变动比例	占比
核心部件	4.91	-4.92%	51.69%	5.16	-32.27%	49.79%	7.62	-14.02%	63.98%
其中：X 射线发生器	0.91	-4.40%	9.58%	0.95	-33.63%	9.17%	1.43	-12.74%	12.03%
平板探测器	4.00	-5.04%	42.11%	4.21	-31.95%	40.61%	6.19	-14.31%	51.95%
机械类物料	2.65	-17.47%	27.97%	3.22	3.80%	31.03%	3.10	-2.94%	26.02%
计算机类物料	0.92	4.60%	9.68%	0.88	35.54%	8.47%	0.65	-4.19%	5.44%
电气类物料	0.49	-1.90%	5.17%	0.50	60.42%	4.82%	0.31	9.67%	2.62%
其他类	0.52	-14.48%	5.50%	0.61	164.79%	5.88%	0.23	6.18%	1.93%

注：其他类包括包装类物料及其他类物料，因其金额较小，此处合并列示，

下同

报告期内，单位直接材料中，核心部件占比总体呈下降趋势，机械类物料占比呈先上升后下降趋势，计算机类物料及电气类物料占比均呈持续上升趋势。

报告期内，公司产品采购均价及变动比例如下：

单位：万元/个、万元/件

原材料采购价格	2022 年	2021 年	2020 年
---------	--------	--------	--------

	单价	变动比例	单价	变动比例	单价	变动比例
核心部件	1.30	-13.14%	1.50	-24.91%	2.00	-26.63%
其中：X射线发生器	0.81	-2.14%	0.83	-34.59%	1.27	-24.37%
平板探测器	2.05	-4.79%	2.15	-20.21%	2.69	-19.15%
机械类物料	0.0014	6.16%	0.0014	32.61%	0.0010	-11.39%
计算机类物料	0.11	22.38%	0.09	-7.21%	0.10	-4.87%
电气类物料	0.0026	-18.58%	0.0032	-18.79%	0.0039	-1.17%

注：原材料采购价格取自本回复“二、关于采购与主要供应商”之“（四）报告期各期核心部件、电气类物料、机械类物料和计算机类物料原材料采购价格及其变动原因，与公开市场价格和第三方可比价格是否存在显著差异；”，下同

Smart3D系列单位直接材料金额变动与原材料采购价格变动匹配关系分析如下：

1) 核心部件中 X 射线发生器、平板探测器单位直接材料均价与采购均价皆呈下降趋势，主要系公司于 2020 年推出 Smart3D 新型号，并优化调整供应商，使得核心部件采购价格下滑，两者趋势一致。单位直接材料均价与采购均价存在差异主要系：A、不同产品型号配置不同，三合一产品需要一个 X 射线发生器，两个平板探测器，四合一产品需要两个 X 射线发生器，两个平板探测器，导致 Smart3D 系列中核心部件成本既受到当期产品结构的影响，亦受到各型号核心部件组成数量差异的影响，使得单位直接材料均价与采购均价不完全一致；B、产品采购至结转成本存在时间差，成本中单位直接材料下滑较采购均价的下滑存在一定滞后性。

2) 机械类物料单位直接材料均价与采购均价变动趋势一致。2021 年两者均上升主要系公司产品结构发生变化，Smart3D 新型号结构更复杂，所需机械类物料增多且铝材等原材料上涨所致；2022 年机械类物料成本中直接材料下降主要系公司通过开发外壳注塑模具等技术改进降低了机械类物料成本所致，采购价格上升，主要系其受采购部分耳鼻喉 CT 高值物料影响所致。

3) 计算机类物料单位直接材料均价与采购均价除 2021 年外变动趋势一致。2021 年两者变动趋势不同，其中单位直接材料均价上升主要系显卡供不应求，价格上涨较快；采购均价下滑主要系公司采购的计算机类物料中还包括独立软件产品生产所需的光盘，光盘单价低、当期采购量增大，拉低采购均价。

4) 2020-2021 年度电气类物料单位直接材料均价与采购均价变动趋势不一致，主要系 Smart3D 新型号使用的电气类物料与老产品略有差异，需要的物料更多，单位产品中电气类金额上升，而采购均价受新增物料价低量大影响而下降。2022 年度两者均呈下降趋势，主要是新型号销售占比逐渐稳定，采购均价下降带动单位直接材料均价下降。

(2) HiRes3D 系列产品

报告期内，HiRes3D 系列产品单位直接材料金额、变动比例及占比如下：

单位直接材料	2022 年			2021 年			2020 年		
	金额	变动比例	占比	金额	变动比例	占比	金额	变动比例	占比
核心部件	6.45	1.53%	47.50%	6.35	-5.08%	48.43%	6.69	-8.31%	50.91%
其中：X 射线发生器	1.85	5.41%	13.66%	1.76	5.09%	13.41%	1.67	-2.54%	12.74%
平板探测器	4.59	0.04%	33.84%	4.59	-8.48%	35.01%	5.02	-10.08%	38.18%
机械类物料	2.94	3.14%	21.65%	2.85	2.79%	21.73%	2.77	-1.09%	21.09%
计算机类物料	1.82	5.53%	13.44%	1.73	11.92%	13.19%	1.54	-0.59%	11.76%
电气类物料	1.36	12.78%	9.99%	1.20	4.43%	9.17%	1.15	0.82%	8.76%
其他类	1.01	2.42%	7.41%	0.98	0.01%	7.49%	0.98	19.20%	7.47%

单位直接材料中，核心部件占比总体呈下降趋势，其中 X 射线发生器占比上升，平板探测器占比下降；计算机物料占比呈上升趋势，机械类物料及电气类物料占比稳定。

报告期内，公司产品采购均价及变动如下：

原材料采购价格	2022 年		2021 年		2020 年	
	单价	变动比例	单价	变动比例	单价	变动比例
核心部件	1.30	-13.14%	1.50	-24.91%	2.00	-26.63%
其中：X 射线发生器	0.81	-2.14%	0.83	-34.59%	1.27	-24.37%
平板探测器	2.05	-4.79%	2.15	-20.21%	2.69	-19.15%
机械类物料	0.0014	6.16%	0.0014	32.61%	0.0010	-11.39%
计算机类物料	0.11	22.38%	0.09	-7.21%	0.10	-4.87%
电气类物料	0.0026	-18.58%	0.0032	-18.79%	0.0039	-1.17%

HiRes3D 系列单位直接材料金额变动与原材料采购价格变动匹配关系分析如下：

1) 核心部件中 X 射线发生器单位直接材料均价与采购均价趋势不同。其中单位直接材料自 2021 年起上升主要系供应商伟杰科技于 2021 年受上游原材料价格上涨等影响而涨价；采购均价下降主要系公司产品结构中 Smart3D 系列占比较高，其 X 射线发生器价格下降较为明显，而 HiRes3D 系列所用 X 射线发生器价格上涨对整体均价影响较小；

2) 平板探测器单位直接材料均价与采购均价皆呈下降趋势，主要系市场竞争加剧，价格随之下降；

3) 机械类物料、电气类物料单位直接材料均价与采购均价趋势存在一定差异，单位直接材料均价基本稳定，而采购均价主要受数量占比较高的 Smart3D 系列、含高价值物料的耳鼻喉 CT 产品物料影响；

4) 计算机类物料单位直接材料均价与采购均价变动趋势不同。单位直接材料上升主要系显卡市场供给紧张，价格上涨；采购均价下降主要因独立软件产品生产所需的光盘单价低，采购量增大。

### (三) 计入直接人工的人员数量和人均薪酬，与同行业可比公司或当地平均工资水平是否存在显著差异

#### 1. 计入直接人工的人员数量和人均薪酬

公司生产人员主要包括装配工、调试技工、喷漆技工及库管员等，主要负责产品的装配、喷漆及调试工作。此外，公司计入直接人工的人员还包括现场安装人员，主要负责产品发货后在终端用户现场的安装调试工作。

报告期内公司直接人工各期对应人员数量和平均薪酬情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
薪酬总额（万元）	1,470.97	1,453.28	679.60
月均人数（人）	133	115	59
平均薪酬（万元/人）	11.06	12.64	11.52

注：薪酬总额为生产人员和现场安装人员薪酬，不包含劳务费及实习生薪酬，月均人数同上一口径

报告期内，公司直接人工平均薪酬比较稳定。2021 年，公司业绩达成情况较好，期末奖金发放较多，平均薪酬较高。2022 年，受宏观环境影响公司业绩不达预期，相应奖金发放不及 2021 年度，同时平均薪酬较低的浙江海宁地区生产人员人数增加，综合导致了公司安装和生产人员的平均薪酬有所下降。



## 2. 工资与同行业可比公司或当地平均工资水平的比较情况

### (1) 与同行业可比公司比较情况

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
美亚光电	15.32	13.28	10.99
联影医疗	7.77	7.51	未披露
万东医疗	12.15	13.68	15.21
怡友医疗	未披露	未披露	未披露
行业平均	13.73	11.49	13.10
公司	11.06	12.64	11.52

注 1：同行业可比公司直接人工平均薪酬=主营业务中人工费/年报披露相应类别人员的期初期末平均值；联影医疗仅披露其 2021 年末及 2022 年末各类费用中人数，因此未计算其生产人员 2020 年平均工资，2021 年及 2022 年直接人工平均薪酬=主营业务中人工费/招股书或年度报告中披露相应类别人员的期初期末加权数

注 2：因同行业可比公司美亚光电未披露主营业务的人工费，其直接人工平均薪酬=（应付职工薪酬计提数-各类费用中人员薪酬）/年报披露相应类别人员的期初期末平均值；

注 3：怡友医疗未披露其生产人员人数及薪酬数据，故未计算平均工资

报告期内，因公司与同行业可比公司经营地和当地薪酬水平存在一定差异，公司直接人工的员工薪酬水平，与同行业平均水平接近，不存在重大差异。

### (2) 与当地平均水平比较情况

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
公司直接人工人均工资	11.06	12.64	11.52
北京城镇私营单位就业人员平均工资[注]	暂未披露	10.00	9.06
浙江省城镇私营单位就业人员平均工资[注]	暂未披露	6.92	6.05

[注]2020 及 2021 年度数据来源国家统计局中国统计年鉴，2022 年度数据尚未公布

报告期内，公司主要生产基地在北京市及浙江省嘉兴海宁市，公司直接人工的员工薪酬水平高于当地城镇私营单位就业人员平均工资。

### (四) 报告期各期与销售产品相关的运杂费支出金额以及与销售收入的匹

## 配关系

报告期内，公司与销售产品相关的运杂费支出金额及主营业务收入匹配关系如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
与销售产品相关的运杂费	337.40	359.43	194.24
主营业务收入	37,412.12	40,181.89	21,385.38
运杂费占主营业务收入比重	0.90%	0.89%	0.91%

报告期内，公司运杂费占主营业务收入的比重分别为 0.91%、0.89%及 0.90%，比重较为稳定，与销售产品相关的运杂费支出金额与销售收入匹配程度较高。

### (五) 委托加工的具体环节、主要供应商及其基本情况、定价依据和公允性，报告期内各类型委托加工的具体内容、金额和变动原因

#### 1. 委托加工的具体环节、主要供应商及其基本情况、定价依据和公允性

公司委托加工的具体环节包括向供应商提供参数标准、发配待加工原材料、供应商加工及委外成品验收入库等。公司在产品设计和研究试验的基础上，确定原材料的规格参数，并向加工商发送相关参数文件或设计图纸，提供待加工的原材料，加工商根据参数要求进行生产加工，经公司检验合格后入库，形成公司的原材料组件并应用于下一步的组装、调试和检测环节。

公司报告期各期前五大委托加工供应商的采购内容、金额及占比如下所示：

序号	供应商名称	加工内容	委托加工费	加工费占采购金额比重
2022 年度				
1	博玮科技	核心部件加工	895.54	4.22%
	奕瑞科技	核心部件加工	40.00	0.19%
	奕瑞科技体系公司小计		935.54	4.41%
2	北京智造空间	电气类物料加工	195.43	0.92%
3	北京京北通科技有限公司	喷漆及部分机械类物料加工	63.37	0.30%
4	苏州市恒升机械有限公司	机械类物料加工	37.36	0.18%
5	北京云水同创科技有限公司	电气类物料加工	24.10	0.11%
合计			1,255.80	5.92%

2021 年度				
1	奕瑞科技	核心部件加工	1,071.19	4.36%
2	北京京北通科技有限公司	喷漆及部分机械类物料加工	72.31	0.29%
3	苏州市恒升机械有限公司	机械类物料加工	50.87	0.21%
4	北京智造空间	电气类物料加工	49.02	0.20%
5	苏州多维精密机电有限公司	机械类物料加工	25.28	0.10%
合计			1,268.67	5.16%

2020 年度				
1	奕瑞科技	核心部件加工	251.73	1.74%
2	北京键舟机械设备租赁有限公司	机械类物料加工	46.50	0.32%
3	北京京北通科技有限公司	喷漆及部分机械类物料加工	41.54	0.29%
4	北京三鑫机械制造有限公司	机械类物料加工	37.16	0.26%
5	苏州多维精密机电有限公司	机械类物料加工	31.03	0.21%
合计			407.98	2.82%

报告期内公司主要通过委托供应商进行原材料部件加工及部件喷漆等。2020年、2021年公司陆续推出 Smart3D-X/Xs 新产品，所需 X 射线发生器通过采购球管并委托奕瑞科技加工的方式进行生产，该部件相对其他物料加工费用较高，且委托加工规模较大，带动奕瑞科技 2020 年、2021 年委外费用占比较高。

2022 年，公司与奕瑞科技控股子公司博玮科技开展 X 射线发生器委托加工业务合作，同时，公司根据生产设备的物料升级需求，加大了对北京智造空间科技有限公司的采购力度。

公司主要委托加工供应商的基本情况如下表所示：

(1) 奕瑞科技体系公司

公司名称	博玮科技（北京）有限公司	
成立时间	2016.12.30	
注册地址	北京市昌平区中关村科技园区昌平园何营路 9 号院 3 号楼-1 至 5 层 01 内 5 层 509	
注册资本	883.5371 万元人民币	
实际控制人	上海奕瑞光电子科技股份有限公司	
股权结构	股东	持股比例
	上海奕瑞光电子科技股份有限公司	50.2002%

	天津博瑞玮宸科技发展合伙企业（有限合伙）	34.5203%
	聘励科技发展（天津）合伙企业（有限合伙）	15.2795%
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；技术进出口；货物进出口；进出口代理；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；机械设备销售；计算机软硬件及辅助设备零售；机械设备研发；电子产品销售；试验机销售；电子元器件制造；电子专用材料制造；电子专用材料销售；电子专用材料研发；机械电气设备制造；机械电气设备销售；电子元器件与机电组件设备销售；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；其他电子器件制造；电子（气）物理设备及其他电子设备制造。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	
与公司开始合作时间	2022 年	

（续上表）

公司名称	上海奕瑞光电子科技股份有限公司	
成立时间	2011.3.7	
注册地址	上海市浦东新区瑞庆路 590 号 9 幢 2 层 202 室	
注册资本	7,254.7826 万元人民币	
实际控制人	顾铁、曹红光、邱承彬、杨伟振	
股权结构	股东	持股比例
	上海奕原禾锐投资咨询有限公司	16.3921%
	上海和毅投资管理有限公司	10.9498%
	天津红杉聚业股权投资合伙企业（有限合伙）	7.9403%
	上海常则投资咨询合伙企业（有限合伙）	5.9812%
	其他 5%以下股东	58.74%
经营范围	从事光电子科技、医疗器械科技、电子设备科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，医疗器械生产，电子配件组装，电子产品、医疗器械及辅助设备的销售，计算机软件开发、销售，从事货物与技术的进出口业务，知识产权代理，商务咨询，企业管理咨询，市场营销策划，财务咨询。【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】	
与公司开始合作时间	2020 年	

## (2) 北京智造空间

公司名称	北京智造空间科技有限公司	
成立时间	2015.4.16	
注册地址	北京市海淀区成府路 45 号中关村智造大街 F 栋一层西侧 101	
注册资本	1,148 万元人民币	
实际控制人	中关村科技园区管理委员会	
股权结构	中关村硬创空间集团有限公司 100%控股	

经营范围	技术推广、技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；技术检测；产品设计；电脑动画设计；企业管理咨询；市场调查；影视策划；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；基础软件服务；应用软件开发服务；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；承办展览展示活动；会议服务；产品设计；模型设计；销售工艺美术品、电子产品、电子元器件、金属材料、通讯设备、机械设备、计算机、软件及辅助设备；技术进出口、货物进出口、代理进出口；电子信息产品样机制造（含中试、研发、设计等）；智能硬件产品样机制造（含中试、研发、设计等）；医疗器械产品样机制造（含中试、研发、设计等）；生产电子信息产品。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
与公司开始合作时间	2019 年

### (3) 北京京北通科技有限公司

公司名称	北京京北通科技有限公司
成立时间	2016. 7. 1
注册地址	北京市密云区鼓楼东大街 3 号山水大厦 313 室-1361 (云创谷经济开发中心集中办公区)
注册资本	200 万元人民币
实际控制人	刘晓娟
股权结构	刘晓娟 100%控股
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术推广、技术服务；室内装饰工程设计；风景园林工程设计；城市园林绿化；电脑动画设计；销售汽车零配件、五金、交电、电子产品、日用杂货、礼品、专用设备、仪器仪表、金属制品、机械设备、塑料制品、橡胶制品、办公用品、化妆品、电气机械、通用设备、空调制冷设备；租赁建筑工程设备、建筑工程机械；委托加工；货物进出口；维修空调制冷设备。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
与公司开始合作时间	2018 年

### (4) 苏州市恒升机械有限公司

公司名称	苏州市恒升机械有限公司	
成立时间	2000. 6. 9	
注册地址	苏州市吴中区横泾街道尧南路 37 号	
注册资本	1, 000 万元人民币	
实际控制人	刘彩霞	
股权结构	股东	持股比例
	刘彩霞	90. 00%
	刘碧霞	10. 00%

经营范围	生产、加工、销售：机械配件，轴承，仪器仪表配件，竹、麻原料及其制品；销售：金属材料、装饰装潢材料；金属表面处理；生产、加工、销售：注塑件；道路货物运输；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）一般项目：第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售；家具制造；家具销售；家具零配件生产；家具零配件销售；日用品销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
与公司开始合作时间	2017 年

(5) 北京云水同创科技有限公司

公司名称	北京云水同创科技有限公司	
成立时间	2018. 3. 26	
注册地址	北京市密云区西大桥路 67 号十里堡镇政府办公楼 407 室-3245（十里堡镇集中办公区）	
注册资本	200 万元人民币	
实际控制人	贾洋洋	
股权结构	股东	持股比例
	贾洋洋	100.00%
经营范围	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售电气机械、电子产品、电子器件和元件、仪器仪表、计算机、软件及辅助设备、通讯设备、机械设备、汽车零配件、办公文具、五金交电（不含电动自行车）、机械设备、专用设备、通用设备、空调制冷设备；委托加工；货物进出口；建筑物清洁服务；维修空调制冷设备；专业承包。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；工程勘察以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	
与公司开始合作时间	2018 年	

(6) 苏州多维精密机电有限公司

公司名称	苏州多维精密机电有限公司	
成立时间	2004. 2. 5	
注册地址	苏州市吴中区木渎镇金枫南路 1289 号	
注册资本	25 万美元	
实际控制人	金戎	
股权结构	股东	持股比例
	苏州鸿顺自动化设备有限公司	75.00%
	神力洋一	25.00%
经营范围	生产销售 BK 移栽机、TT 着脱装置等电子专用设备；测试仪器，工模具，及相关软件产品的开发、生产和销售服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务。（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）一般项目：机械零件、零部件加工；机械	

	零件、零部件销售；通用零部件制造；电子元器件制造；电子元器件批发；电子元器件零售；电子元器件与机电组件设备销售；机械电气设备制造；汽车零部件及配件制造；汽车零配件批发；汽车零部件研发；汽车零配件零售；紧固件制造；紧固件销售；塑料制品制造；气压动力机械及元件制造；气压动力机械及元件销售；模具制造；模具销售；机床功能部件及附件制造；机床功能部件及附件销售；电工器材制造；电工器材销售；金属制品销售；金属制品修理；金属加工机械制造；电子产品销售；仪器仪表销售；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；五金产品制造；五金产品零售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
--	--

与公司开始合作时间	2018 年
-----------	--------

(7) 北京键舟机械设备租赁有限公司

公司名称	北京键舟机械设备租赁有限公司	
成立时间	2002. 9. 28	
注册地址	北京市密云区果园西里 4 号楼 5 单元 102	
注册资本	200 万元人民币	
实际控制人	王桂新	
股权结构	股东	持股比例
	王桂新	65.00%
	王晓颇	20.00%
	陶凤芹	15.00%

经营范围	一般项目：机械设备租赁；机械设备销售；机械设备研发；普通机械设备安装服务；电子、机械设备维护（不含特种设备）；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；租赁服务（不含许可类租赁服务）；装卸搬运；专业保洁、清洗、消毒服务；机械电气设备制造；机械电气设备销售；园林绿化工程施工；城市绿化管理；汽车零配件零售；五金产品零售；消防器材销售；停车场服务；工程管理服务；电线、电缆经营；劳务服务（不含劳务派遣）；包装服务；国内货物运输代理；工业工程设计服务；电气设备修理；电气设备销售；家用电器销售；矿山机械销售；发电机及发电机组销售；建筑工程用机械销售；普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目）；通用设备修理；室内木门窗安装服务；住宅水电安装维护服务；家具安装和维修服务；家用电器安装服务；环境卫生公共设施安装服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：建设工程施工；公路管理与养护；职业中介活动；施工专业作业；建筑劳务分包；劳务派遣服务；道路货物运输（不含危险货物）；建设工程设计；电气安装服务；输电、供电、受电电力设施的安装、维修和试验；人防工程防护设备安装；特种设备安装改造修理。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
------	--

与公司开始合作时间	2019 年	
(8) 北京三鑫机械制造有限公司		
公司名称	北京三鑫机械制造有限公司	
成立时间	1993. 5. 21	
注册地址	北京市密云区十里堡镇隆源工业园区	
注册资本	1,018 万元人民币	
实际控制人	李占利	
股权结构	股东	持股比例
	李占利	50.0884%
	饶书平	49.9116%
经营范围	一般项目：齿轮及齿轮减、变速箱制造；机械零件、零部件加工；非居住房地产租赁；机械设备销售；金属丝绳及其制品制造；体育用品及器材制造；金属材料制造；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；通用设备制造（不含特种设备制造）；机械电气设备制造；五金产品制造；汽车零部件及配件制造；制冷、空调设备制造；通信设备制造；环境保护专用设备制造；电子产品销售；电子元器件制造；金属结构制造；仪器仪表制造；计算机软硬件及辅助设备零售；园林绿化工程施工；计算机系统服务；建筑工程机械与设备租赁；软件开发；计算机及办公设备维修；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；工业设计服务；广告发布；广告设计、代理；广告制作；会议及展览服务；包装服务；第一类医疗器械销售；五金产品零售；液压动力机械及元件制造；气压动力机械及元件制造；建筑装饰、水暖管道零件及其他建筑用金属制品制造；建筑工程用机械制造；建筑工程用机械销售。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	
与公司开始合作时间	2017 年	

由于公司委托加工形成的产品定制化程度较高，为保障采购价格的公允性，公司根据委托加工物料的类型不同，评估每种物料的加工成本，严格履行三家以上供应商询价比价程序，并最终确定加工价格，加工价格主要影响因素为装配工序的复杂程度以及委托加工的包含内容。委托加工费价格为双方在合作谈判中按照自愿、平等的原则协商确定，交易定价合理，交易价格公允。

## 2. 报告期内各类型委托加工的具体内容、金额和变动原因

公司报告期内主要通过委托加工进行部分原材料部件的加工工作及喷漆工作，报告期内加工与喷漆的委托加工金额如下：

类别	2022 年	2021 年	2020 年
----	--------	--------	--------



部件加工	1,226.70	1,240.33	398.97
其中：核心部件加工	937.85	1,074.66	251.73
其他部件加工	288.85	165.67	147.24
喷漆	64.21	75.01	46.36
合计	1,290.91	1,315.34	445.33

报告期内公司委托加工以原材料加工为主，2020-2022年委托加工规模持续上升。在零部件加工方面，核心部件加工的主要内容为X射线发生器的加工组装，该加工物资用于Smart3D-X/Xs中，随着该产品销量的大幅增长，该类核心部件的委托加工额有所增加；其他部件加工主要包括设备座椅骨架、线束等机械类和电气类物料，公司出于经济性考虑，委托加工商进行生产。报告期内该类部件的加工费用先降后增，主要原因系2020年浙江海宁生产基地投产，公司将部分委外物料转移至生产基地自行完成，物料加工费随之下降，2021年公司产量大幅增长，拉动其他物料委托加工费增加。原材料喷漆方面，受公司产品销量的不断提升，报告期各期喷漆费用有所增长。2022年，公司保持原有采购模式，委托加工仍以核心部件为主。

**(六) 发行人产品的质量保证约定、质量保证金的计提比例和相关会计处理，结合售后服务费实际支出情况、管理层判断依据和同行业可比公司情况，说明质量保证金的计提是否充分**

**1. 公司产品的质量保证约定、质量保证金的计提比例和相关会计处理**

根据公司的质量保证政策，公司一般给予客户2-5年产品免费质保期。其中，Smart3D系列产品整机质保期一般为2-4年(平均质保期为3年)，计算机部分质保期一般为2年；HiRes3D系列产品整机质保期一般为5年，计算机部分质保期一般为2年。对于质保期内发生故障的产品，除因客户操作不当引起外，相关维修费由公司承担。由于计算机部分的供应商一般给予公司2年的质保期，报告期内，公司客户在计算机质保期内提出质保需求时，公司一般交由相应的计算机供应商解决。

根据上述质保条款约定，公司评估历史实际免费维修支出水平并考虑未来技术及质量的逐步提升、客户对产品使用成熟度的逐步提升，综合确定公司口腔锥形束CT产品的质量保证金计提比例为口腔锥形束CT产品销售收入的4.5%。

公司按照当期实现的HiRes3D系列产品和Smart3D系列产品收入的4.5%预

提产品质量保证金。基于谨慎考虑，公司在每个资产负债表日，保留尚在质保期内的产品所对应的产品质量保证金，即前五年(含当年，下同)销售的 HiRes3D 系列产品和前三年销售的 Smart3D 系列产品预计未来要发生的质量保证金。由于质量保证金支出主要为负责售后的技术服务人员薪酬，且人员薪酬在质保期内较为均匀的发生，因此质量保证金在质保期内均匀分布。根据质保期分布，前五年销售的 HiRes3D 系列产品所对应的质保费用分布于前五年和未来五年，前三年销售的 Smart3D 系列产品所对应的质保费用分布于前三年和未来三年，因此在每个资产负债表日，按照(前五年 HiRes3D 系列产品收入和前三年 Smart3D 系列产品收入)\*4.5%/2 保留质量保证金余额。

相关会计处理具体为：

项目	会计处理
按照当期口腔 CBCT 销售收入的 4.5%计提质量保证金	借：销售费用-售后服务费 贷：预计负债
实际发生售后服务费用时	借：预计负债 贷：应付职工薪酬/存货等
期末按最佳估计数保留预计负债	借：销售费用-售后服务费 贷：预计负债 (或相反分录)

2. 结合售后服务费实际支出情况、管理层判断依据和同行业可比公司情况，说明质量保证金的计提是否充分。

报告期内，公司根据上述政策各年计提的产品质量保证金如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
质保产品收入	37,331.13	40,172.34	21,383.66
计提比例	4.50%	4.50%	4.50%
计提金额	1,679.90	1,807.76	962.26

为提高工作效率和节约成本，公司的售后服务部门同时负责公司产品的安装和售后维修服务，因此售后服务部门发生的费用应分别归属于主营业务成本和销售费用。公司对于与安装过程直接相关的薪酬、差旅费采用工时占比分配的方法分别计入主营业务成本和销售费用；对于与售后维修直接相关的物料消耗，以及与安装过程不直接相关的办公费、折旧及摊销等费用，均计入销售费用。

报告期内，公司售后服务费实际支出情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
----	---------	---------	---------

薪酬	1,032.62	552.61	487.11
物料消耗	229.86	236.16	89.20
差旅费	246.63	162.72	123.03
办公费	63.05	52.80	33.77
其他	65.99	41.44	35.93
合计	1,638.15	1,045.73	769.05

综上，报告期内，公司质量保证金的具体计提及使用情况见下表：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期初余额 A	2,176.10	1,686.29	1,387.51
本期计提 B	1,679.90	1,807.76	962.26
本期使用 C	1,638.15	1,045.73	769.05
期末余额 D	2,512.69	2,176.10	1,686.29
补提或冲销 E	294.84	-272.22	105.57

上表数据的勾稽关系为 $C+D-A-B=E$ 。公司按照质量保证金计提政策计算出“预计负债-质量保证金”期末应当保有的余额，期初余额加上本期应计提数，扣减本期售后服务费用实际发生额后，与计算的期末应当保有的余额相比较，对差额进行补提或者冲销。报告期内，公司累计补提售后服务费 128.19 万元，售后服务费用实际支出金额小于当期计提的质量保证金金额，计提的预计负债能够覆盖各期的实际支出。因此，公司质保金的计提比例合理，质量保证金计提金额充足。随着公司业务增长，质量保证金的计提与使用均呈上升趋势。

公司与同行业可比公司质量保证金计提政策和具体计提比例比较情况如下：

公司名称	产品质量保证金计提方法	具体计提比例
美亚光电	未计提	
联影医疗	根据销售合同，公司为产品提供一年或多年的产品质量保证。一年期的质量保证为标准保证类质量保证，公司相应确认预计负债。超过一年期的质量保证为服务类质量保证，公司将其作为一项单独的履约义务，递延至保修服务提供的期间确认收入	2020-2021 年度联影医疗质量保证金计提金额占主营业务收入比例分别为 1.38%、1.73%，2022 年度未披露
万东医疗	未计提	
怡友医疗	未披露	未披露
公司	公司按照当期实现的 HiRes3D 系列产品和 Smart3D 系列产品收入的 4.5% 预提产品质量保证金，并在	2020-2022 年度公司质量保证金计提金额占主营

	每个资产负债表日调整应保留产品质量保证金余额	业务收入比例分别为4.99%、3.82%、5.28%
--	------------------------	----------------------------

同行业可比公司中，上市公司美亚光电、万东医疗未计提产品质量保证金，在实际发生时直接计入当期费用；联影医疗对一年期的标准保证类质量保证计提预计负债，对于超过一年期的服务类质量保证，将其作为单独履约义务递延至服务期间确认收入。公司提供的全部为标准保证类质量保证，与联影医疗同类保证服务计提政策无差异。公司的口腔 CBCT 产品具有较高的专用性且客户对产品的质量要求较高，公司也十分关注售后的客户使用体验和服务需求，配备了较为充足的售后人员，导致公司的产品质量保证费用较高。

另经查询，奕瑞科技、和佳股份、祥生医疗、康众医疗等公司均存在产品质量保证金，均详细披露了产品质量保证金的计提方法：

公司名称	质量保证金计提政策
奕瑞科技	公司每年按照产品销售收入的1%计提预计负债，并确认相关销售费用（产品维修费）。当公司实际发生产品保修支出时，冲减预计负债
和佳股份	预计负债是产品保修费，本公司预计产品保修费约为销售收入的1.5%
祥生医疗	公司按照不同产品不同质保期加权计算综合维修比例，然后乘以当期销售收入确定当期应计提的售后维修费，具体计算方法如下：近三年折算收入=近三年各机型销售收入/各机型质保期；当年维修费计提比例=近三年质保期内实际维修费/近三年折算收入；当年维修费计提额=当年销售收入*当年维修费计提比例
康众医疗	公司按当年平板探测器销售额及预计质保费率进行质保费计提，确认预计负债及销售费用，质保费用实际发生时冲减预计负债

公司质量保证金的计提和使用政策与上述公司相比不存在重大差异。公司管理层结合公司产品的质量保证金约定条款及历史实际免费维修支出等情况确定了质量保证金计提政策。同行业可比公司中，联影医疗免费维修的质保期限为1年，其2020至2021年度预计负债计提/销售收入比例分别为1.38%及1.73%。同行业其他可比公司美亚光电、万东医疗未计提产品质量保证金。公司质量保证金计提金额占主营业务收入比例高于同行业可比公司，主要系各家公司售后政策、质保服务期及所销售产品均存在一定区别。结合公司现阶段维修支出水平及产品质量提升等实际情况，公司制定的产品质量保证金计提比例符合当前所处的发展阶段，预计负债总额能够覆盖质保金的实际支出水平，公司质量保证金计提充分，符合企业会计准则的规定。

## （七）核查程序及核查结论

### 1. 核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

(1) 访谈公司管理层，了解公司产品定价的主要原则、产品特点、目标市场等；获取公司销售收入与成本匹配表，分析 Smart3D 产品毛利率波动且较低的原因，并与同行业上市公司毛利率比较，分析差异原因；

(2) 取得公司成本明细表，复核公司成本核算方法及直接材料、直接人工、制造费用和委托加工费用的归集和分配过程、产品结转方法；针对报告期各期成本结构及变动情况执行分析性复核程序，分析变动情况的原因及合理性；分产品类型分析毛利率波动的原因；采用因素分析法，计算直接材料、直接人工、制造费用和委托加工费用变动对毛利率产生的影响；获取公司主要物料的采购价格表，并与营业成本中直接材料趋势进行对比；了解并分析公司报告期内采取的降低成本举措及其可持续性；

(3) 获取报告期内直接人工薪酬明细表，复核薪酬明细表并计算平均薪酬；从公开网站获取同行业可比公司及同地区的薪酬水平信息；

(4) 取得公司与销售产品相关的运杂费支出明细并复核，并结合公司业务情况将其与收入进行匹配分析；取得并检查主要运输单位的运输合同，了解公司与主要运输单位的结算单价变动情况；

(5) 获取公司采购台账，统计委托加工的主要供应商情况、委托加工金额及变动趋势；通过国家信息公示系统查询相关供应商工商信息，并与公司员工花名册、关联方名单、现股东及历史股东名单等进行比对、与公司实控人、股东及董监高等流水进行比对，检查是否存在异常情况；访谈公司采购负责人，了解委托加工的主要类型及环节、委托加工物资内容，同时获取与委托加工供应商的采购订单，了解双方定价依据；

(6) 查阅公司销售合同中的质量保证约定，获取公司管理层对质量保证金计提政策的判断依据，复核相关判断的合理性；获取公司针对质保金提取及售后维修费用台账，评估并复核报告期内公司质保金计提比例的合理性，测算质保金计提及支出的准确性；查询同行业可比公司关于质保金的计提政策及售后服务费情况，验证公司质保金计提标准的合理性。

## 2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 报告期内，Smart3D 系列产品毛利率低于同行业可比公司水平，主要系

产品成本中硬件占比大，拉低了毛利率，以及 Smart3D 系列产品面向基层民营医疗机构，利润空间小导致，具有合理性；

(2) Smart3D 系列和 HiRes3D 系列产品单位成本变动系直接材料、直接人工、制造费用、委托加工费用综合所致，变动原因与实际经营活动相符；Smart3D 系列产品毛利率变动主要受直接材料影响较大，HiRes3D 系列产品毛利率整体波动不大，比较稳定；单位直接材料金额变动与原材料采购价格变动相匹配，均为下降趋势，两者变动趋势不一致主要受时间周期及各产品中原材料结构占比影响；

(3) 报告期内，公司直接人工的员工薪酬水平与同行业公司不存在重大差异；公司直接人工的员工薪酬水平高于当地城镇私营单位就业人员平均工资；

(4) 公司与销售产品相关的运杂费与销售收入情况相匹配；

(5) 公司报告期内委托加工包括向供应商提供参数标准、发配待加工原材料、供应商加工及委外成品验收入库等环节；加工供应商主要提供部件加工、喷漆等服务，各委托加工供应商均正常经营，公司与委托加工供应商定价依据合理，具有公允性。报告期内由于公司生产基地建设、产品结构变化等原因，委托加工金额有所变动，变动原因具有合理性；

(6) 公司的质量保证金计提充分、符合公司实际业务情况，具有合理性。

## 六、关于研发费用

根据招股说明书，报告期各期，发行人研发费用分别为 2,095.91 万元、2,363.76 万元和 3,628.50 万元，职工薪酬占比超过 60%，报告期内研发人员人均薪酬下降后快速上升、人员数量上升后下降。

请发行人说明：（1）报告期内研发人员人均薪酬和人员数量的变动原因，项目组中非研发部门人员的职工薪酬计入研发费用的金额、归集范围、标准和依据，相关内部控制措施及其执行情况；（2）研发项目完成的标志性节点及相关内控文件，研发样机的库存管理和产品去向，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐机构和申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。（审核问询函问题 9）

（一）报告期内研发人员人均薪酬和人员数量的变动原因，项目组中非研发部门人员的职工薪酬计入研发费用的金额、归集范围、标准和依据，相关内部

## 控制措施及其执行情况

### 1. 报告期内研发人员人均薪酬和人员数量的变动原因

报告期内研发人员人均薪酬变动如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
职工薪酬（万元）	2,789.11	2,253.35	1,673.67
月均员工数量（人）	92	69	66
人均薪酬（万元）	30.32	32.66	25.36
其中：工资、津贴、奖金等	23.37	25.83	21.89
公积金	2.10	2.08	1.85
社会保险费	4.80	4.72	1.57
福利费	0.06	0.03	0.05

报告期内，公司研发人员的人均薪酬分别为 25.36 万元、32.66 万元及 30.32 万元。

2021 年研发人员平均薪酬较 2020 年增长幅度较大，主要系：（1）2021 年起，相关社保减免取消且公司社保缴纳基数提高，人均社会保险费发生额增加；（2）公司于 2021 年对员工实施小幅涨薪政策；2021 年公司业绩较好，研发工作取得良好进展，研发人员项目绩效与年终奖增加。

2022 年研发人员平均薪酬与上年大致相当。

报告期内研发人员数量变动如下：

单位：人

类别	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期初人数 a	66	72	56
新增人数 b	55	12	22
离职人数 c	14	18	6
期末人数 d=a+b-c	107	66	72

报告期内研发人员数量波动上升，主要系公司为丰富产品线配置及改进工艺，加大对口腔锥形束 CT 工艺研发，开发耳鼻喉 CT、车载 CT 和隐形矫治器设计及智能制造等领域的研究所致。公司根据研发项目内容和工作量新增研发人员，研发人员数量增长与研发项目相关。公司研发项目数量、新增立项及平均研发人员数量如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
新增立项项目数量（个）	7	10	7
研发项目数量（个）	21	21	16
平均研发人员数量（人）	92	69	66

2022 年新增研发人员较多主要系公司在研项目既有对现有口腔锥形束 CT 产品和生产工艺的持续改进，又涵盖耳鼻喉锥形束 CT、隐形矫治器等新产品研发，公司不断加大研发投入，扩大研发团队规模。新增研发人员大多具有本科以上学历，具有计算机、电气工程、工业工程及机械设计等专业领域的学历背景或工作经验，其背景能力与所从事的研发工作匹配，具有合理性。

2021 年度离职研发人员较多，主要受职业发展规划、回乡发展、继续深造等个人原因导致，属于正常人员流动。2021 年度离职的 18 位研发人员，主要为公司工作 2 年以下的基础岗位员工，可替代性较高。报告期内，公司核心技术人员团队较为稳定。

2. 项目组中非研发部门人员的职工薪酬计入研发费用的金额、归集范围、标准和依据

报告期内，公司研发费用职工薪酬中仅归集专职研发人员薪酬，未归集项目组中非研发部门人员的职工薪酬。

公司研发费用中职工薪酬的归集范围为：岗位编制在研发部门，且专业从事研发工作的人员，即专职研发人员的工资、奖金、津贴、补贴、社会保险费、住房公积金等。

公司产品具有技术要求高，行业监管严格的特点。产品研发需开展全方位评审、验证和确认活动，以保证设计开发输出质量和可实现性。在新产品开发及老产品升级的研发过程中，涉及评估立项、设计开发、样品验证、产品注册等多个环节，公司会根据研发进度和需求，由研发部门牵头，协调采购部门、生产技术部门、质量控制部及客户服务部等其他部门人员开展供应商开发、样机物料采购、制程设计、样机试制等辅助工作。上述非研发部门人员主要为根据自身部门职责和分工发挥作用，其薪酬没有归集到研发费用中。

3. 相关内部控制措施及其执行情况

公司建立了研发相关内部控制制度，包括《研发经费管理办法》、《项目立项和结项审批工作流程说明书》及《部门职责》等。在上述文件中，公司明确了



研发部门的组织架构及管理职责，研发人员的管理、研发人员薪酬的归集和核算等具体操作流程和审批程序。

报告期内，公司研发人员工时具有完整可靠的记录，公司按研发项目归集研发工时。公司在研发立项报告中即确定参与研发人员名单及具体分工，由研发项目负责人指定专人统计研发人员从事不同研发项目的工时，编制月度研发项目工时统计表，并提交研发项目负责人审批。财务部根据研发项目工时统计表和人力资源部编制的工资表将研发人员工资分摊至各研发项目进行归集和核算。

## **(二) 研发项目完成的标志性节点及相关内控文件，研发样机的库存管理和产品去向，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定**

### **1. 研发项目完成的标志性节点及相关内控文件**

#### **(1) 研发项目完成的标志性节点**

公司研发项目过程主要包括项目建议、立项申报和审批、项目实施、项目总结及评审。项目总结及评审阶段，项目组总结项目研发成果，综合管理部组织结项评审，形成评审意见；主管领导批准评审意见，标志着研发项目完成。公司研发项目根据研究内容的不同，一般可分为技术预研、新产品研发、产品升级改进、工艺开发四类，不同类别的研发项目成果有所不同。

#### **1) 技术预研**

此类研发旨在预研前沿技术或产品所需关键技术并验证其有效性、可行性，必要时形成样机或样品供研究和验证使用。此类研发项目完成的主要成果一般为调研报告、技术方案、验证报告等，必要时包含样机或样品。

#### **2) 新产品研发**

此类研发旨在形成全新产品设计，通常会形成样机或样品用于验证、确认和注册。此类研发项目完成的主要成果包括全套技术文件、验证报告、确认报告、样机或样品、医疗器械注册证书等。根据产品类型不同，样机或样品的具体形式包括设备样机（如口腔锥形束 CT）、耗材样品（如隐形正畸矫治器）、软件样品（如图像处理软件）等。

#### **3) 产品升级改进**

此类研发旨在对原有产品进行升级或改进，通常形成样机或样品用于验证、确认，并按照法规要求进行必要的变更注册。此类研发项目的主要成果包括升级或改进相关的全套技术文件、验证报告、确认报告、样机或样品、变更注册批件

等。

#### 4) 工艺开发

此类研发旨在研发产品制造过程所需工艺、工装并验证其有效性、可行性，通常不形成产品样机或样品，有时会形成工装样品。此类研发项目的主要成果为工艺技术文件、工装设计文件、工装样品等。

#### (2) 研发相关内控文件

研发管理制度方面，公司制定了完善的《设计开发控制程序》、《项目立项和结项审批工作流程说明书》、《软件产品设计开发控制程序》、《产品技术文件管理规定》及《研发物料采购流程》等系列研发管理制度文件，保证了研发项目的规范性、可控性、创新性、严谨性及科学性。

根据公司《项目立项和结项审批工作流程说明书》，公司研发项目各阶段的主要工作内容情况如下：

1) 项目建议阶段，立项申请部门将来自客户、市场、公司业务发展需要的信息需求进行初始需求分析、整理后编制《项目建议书》，经部门负责人、副总经理审核，总经理批准后，启动立项工作；

2) 立项申报和审批阶段，依据已批准的《项目建议书》，立项申请部门编制《立项报告》，并经部门负责人批准后，提交至综合管理部，综合管理部根据项目情况组织评审，提交公司领导审批；

3) 项目实施阶段，项目组负责项目专项实施和管理，财务部负责进行项目专项财务核算，综合管理部负责进行项目实施过程中流程接口的协调；

4) 项目总结及评审阶段，项目组对项目运作情况进行总结，并撰写结项报告，同时整理出项目成果文件和清单。由财务部对照结项报告中经费开支情况提供项目成本数据，项目组负责将财务提供的数据、尚未结算的支出及相关关联单位的支出估算在结项报告中列示。项目组将《结项报告》提交综合管理部，综合管理部将《立项报告》、《结项报告》和项目成果文件清单组织结项评审，出具评审意见并提交主管领导批准。结项后，综合管理部备案并分发结项通知至项目组及财务部等相关部门。

2. 研发样机的库存管理和产品去向，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

#### (1) 研发样机的库存管理和产品去向

公司研发样机主要为研发部门根据研发项目需要开发的或在研发项目中开发的概念机型、功能机型，公司研发过程中对样机的功能和指标的测试和验证，是研发过程中的重要一环。公司制定了《研发样机管理办法》，对样机的管理环节进行控制，具体情况如下：

1) 项目完成时，项目组对于研发样机进行盘点，建立台账，通知财务等相关部门，研发样机根据样机状态和用途交接给下一个项目组继续用于研发测试、确认为固定资产或确认为存货；

2) 对于研发完成后形成存货的样机，公司按照存货进行管理；形成固定资产的样机，公司按照固定资产进行管理；对于未形成资产、继续用于测试的样机，公司将其在研发样机台账进行登记，财务部门不定期抽查。

报告期内，公司研发形成的研发样机的去向包括：1) 经检测合格满足销售要求且准备对外出售时，符合资产确认条件，确认为存货，并在实际出售时结转销售成本；2) 不满足资产确认条件的研发样机则存放于公司，继续用于公司的研发测试或其他研究用途。

报告期内，公司研发样机的去向情况如下：

序号	样机名称	对应研发项目	样机数量	样机完工时间	样机去向	账务处理
1	低剂量、超高分辨力颞骨专用锥形束CT	低剂量、超高分辨力颞骨专用锥形束CT (CBCT) 研制	2	2020年	继续用于公司研发测试	确认为研发费用
2	口腔颌面锥形束计算机体层摄影设备	多功能口腔影像系统研发	4	2020年	继续用于公司研发测试	确认为研发费用
3	耳鼻喉双源锥形束计算机体层摄影设备	耳鼻喉双源CBCT样机研制及产品注册	2	2021年	首都医科大学附属北京友谊医院和首都医科大学附属北京同仁医院试用中	确认为存货
4	车载口腔X射线影像检查设备	车载口腔X射线影像检查设备关键问题研究	1	2021年	空军军医大学第三附属医院（原第四军医大学附属口腔医院）试用中	确认为存货
5	冻伤及颌面创伤移动式智能化诊疗平台	冻伤及颌面创伤移动式智能化诊疗平台的研发	1	2021年	已成功应用于北京2022年冬奥会及冬残奥会测试赛及正赛，在各个赛区间转场3,000余公里，为冬奥会的医疗保障工作提供了有力支撑，目前继续用于研究	确认为研发费用

其中，确认为存货的研发样机均系2021年度完成，具体情况如下：

样机名称	对应研发项目	库存数量	库存金额	目前状况	预计销售情况
耳鼻喉双源锥形束计算机体层摄影设备	耳鼻喉双源CBCT样机研制及产品注册	1	55.74	首都医科大学附属北京友谊医院试用中	客户已有初步意向采购，尚未签订正式合同
		1	55.74	首都医科大学附属北京同仁医院试用中	客户已有初步意向采购，尚未签订正式合同

车载口腔 X 射线影像检查设备	车载口腔 X 射线影像检查设备关键问题研究	1	41.25	空军军医大学第三附属医院（原第四军医大学附属口腔医院）试用中	客户已有初步意向采购，尚未签订正式合同
-----------------	-----------------------	---	-------	--------------------------------	---------------------

(2) 相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

公司在研发样机形成阶段，按照研发项目归集其发生的料工费，在研发费用中核算，不形成资产，当研发样机满足资产确认条件时，确认为存货，具体会计处理如下：

项目	会计处理
研发过程中，由于公司研发成果未来能否销售存在较大不确定性，公司将该部分支出计入研发费用	借：研发费用 贷：原材料/应付职工薪酬/累计折旧等
研发成果形成样机，经检测合格满足销售要求且准备对外出售时	借：存货 贷：研发费用
对外销售时	借：应收账款 贷：主营业务收入 应交税费 借：主营业务成本 贷：存货

根据《企业会计准则—基本准则》第二十条规定：“资产是指企业过去的交易或者事项形成的、由企业拥有或者控制的、预期会给企业带来经济利益的资源。”及《企业会计准则—基本准则》第二十一条规定：“符合本准则第二十条规定的资产定义的资源，同时满足以下条件时，确认为资产：（一）与资源有关的经济利益很可能流入企业；（二）该资源的成本或者价值能够可靠地计量。”

财政部于 2021 年 12 月 30 日发布《企业会计准则解释第 15 号》中要求：“企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售（以下统称试运行销售）的，应当按照《企业会计准则第 14 号——收入》、《企业会计准则第 1 号——存货》等规定，对试运行销售相关的收入和成本分别进行会计处理，计入当期损益，不应将试运行销售相关收入抵销相关成本后的净额冲减固定资产成本或者研发支出。”

公司研发成果形成样机，经检测合格满足销售要求且准备对外出售时，已符合资产确认条件，公司及时将其入库转入存货并冲减研发费用。报告期内，公司样机仅在 2021 年存在入库并冲减 2021 年研发费用 152.72 万元。公司研发样机会计处理基于公司业务特点且符合《企业会计准则》的规定。

(三) 核查程序及核查结论

## 1. 核查程序

针对上述事项，我们主要执行了以下核查程序：

(1) 获得研发人员薪酬表及研发费用明细表，分析研发费用的发生情况及其构成的变动原因；通过人力资源社会保障部、国家医保局官方网站查询社会保险减免规定；

(2) 访谈研发部门及人事部门负责人，获取报告期内花名册及离职人员清单，结合研发项目数量、业务规模、新入及离职员工学历、专业及工作背景等分析研发人员数量变动的原因；

(3) 取得公司制定的研发费用相关核算制度，了解公司研发活动相关内部控制，检查公司研发人员的认定标准是否合理；获取研究部门人员名单及岗位介绍，综合其参与的研发项目及实际工作内容等判断公司对研发人员划分的准确性；

(4) 获取公司关于研发的相关内部控制制度，访谈公司研发部门负责人，了解报告期内公司研发项目完成的标志性节点；

(5) 访谈公司研发负责人及财务负责人，了解公司与研发样机相关的内部控制制度及其执行情况，了解研发样机去向，样机的会计处理方法，取得公司研发样机备查簿，并实地查看研发样机的保管存放或使用状态，对于确认为存货的研发样机，访谈客户经办人员有关的样机使用情况、购买意向等。

## 2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司研发人员人均薪酬和人员数量变动具有合理性；公司研发项目组中非研发部门人员参与工时较短，且为履行其所属部门本职工作，其薪酬不计入研发费用，仍按照员工所在部门、工作性质及内容对其薪酬进行归集；

(2) 报告期内，公司制定了完善的研发制度，研发项目严格按照制度执行，研发项目完成具有明确的标志节点；公司建立了健全的研发样机相关内部控制制度，并在报告期内严格执行；报告期内，公司研发样机会计处理基于公司业务特点且符合《企业会计准则》的规定。

## 七、关于固定资产与产能、产量

**招股说明书披露，1) 发行人锥形束 CT 设备的调试为关键生产环节，产能受制于调试屏蔽间数量和调试工人数量；2) 报告期各期发行人锥形束 CT 设备**

产能为 1,000 台、1,308 台和 2,500 台；3) 报告期各期，新增固定资产金额分别为 154.01 万元、7,899.31 万元和 429.25 万元，新增在建工程分别为 6,465.19 万元、1,193.11 万元和 189.90 万元，与“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”列报金额存在较大差异。

请发行人说明：（1）锥形束 CT 设备生产各环节所需装配车间、调试屏蔽间、专用设备、通用设备情况；报告期各期固定资产规模和生产人员数量是否与发行人产能、产量变化匹配；（2）“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”列报金额与长期资产增加不匹配的原因，报告期初是否存在预付大额工程款的情形，付款进度是否与合同约定和工程进度匹配，房屋及建筑物的单位造价与同地区其他厂房的造价是否存在显著差异。

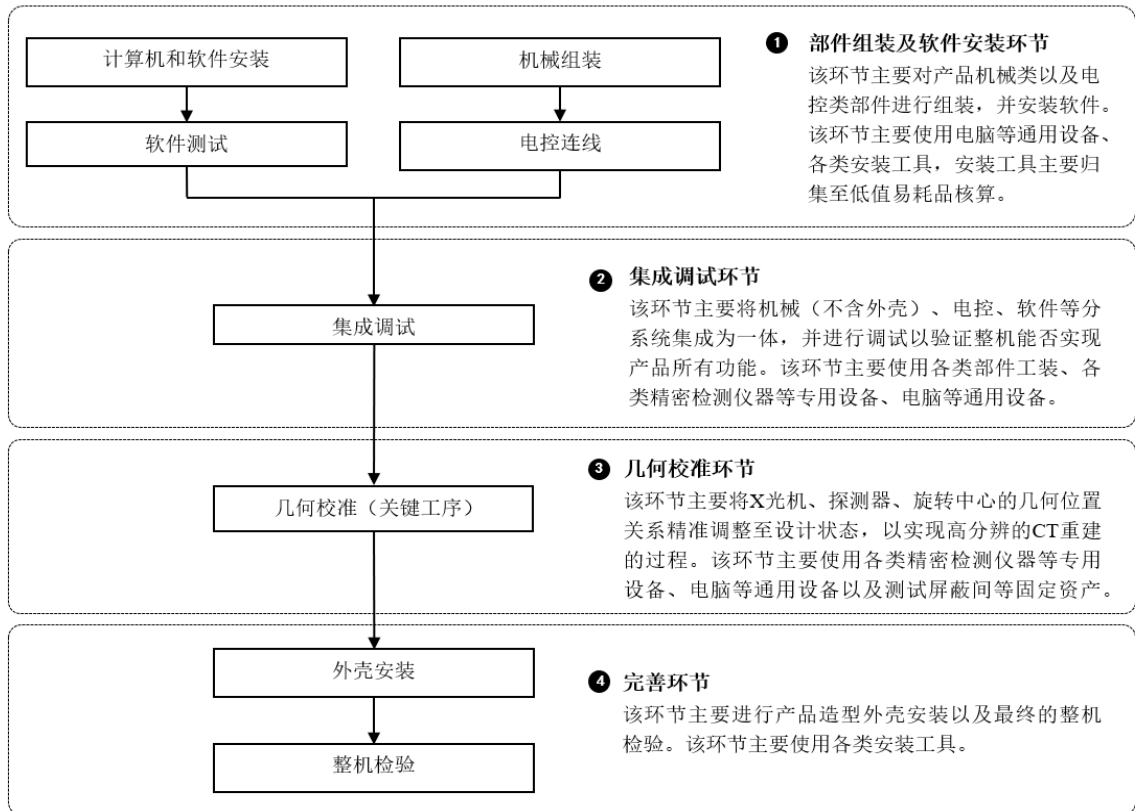
请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。（审核问询函问题 10）

（一）锥形束 CT 设备生产各环节所需装配车间、调试屏蔽间、专用设备、通用设备情况；报告期各期固定资产规模和生产人员数量是否与发行人产能、产量变化匹配

1. 锥形束 CT 设备生产各环节所需车间、设备情况

公司坚持以技术和产品研发为公司发展的核心驱动力，始终将主要的资源和精力集中于产品的研发和创新，因此形成了以整机集成为主、零部件加工为辅的生产模式。公司将部分关键部件生产环节通过定制化采购或者委托加工的形式进行，使生产环节主要集中在部件集成、整机调试、检验等方面，从而有效减少生产环节资产配置，更加聚焦核心业务发展。公司集成、调试等生产环节在公司自有及租赁的装配车间内进行，涉及生产设备较少，主要为电脑等通用设备，各类精密测量仪器、部件工装等专用设备以及调试屏蔽间等固定资产。

公司产品主要生产环节以及各环节所需设备情况如下：



## 2. 固定资产规模和生产人员数量与发行人产能、产量匹配情况

影响公司口腔锥形束 CT 产能的主要因素为屏蔽间数量，影响公司实际产量的因素则为生产人员数量、生产所用的通用设备和专用设备 etc 固定资产数量。

### (1) 公司产能匹配情况

报告期内，公司屏蔽间数量与产能的对应关系如下：

项目	2022 年度 /2022.12.31	2021 年度 /2021.12.31	2020 年度 /2020.12.31
年产能（台）	2,500	2,500	1,308
期末屏蔽间数量（间）	25	25	25
单位屏蔽间产能（台/间）	100	100	52.32

公司产能具体计算公式为：产能=调试屏蔽间数量×年调试工时/单位产品调试工时，因此报告期内公司产能与屏蔽间数量对应关系保持稳定。2020 年，公司单位屏蔽间产能相对较低，主要原因系 2020 年四季度公司浙江海宁生产基地新增多间屏蔽间。

### (2) 公司产量匹配情况

报告期内，公司生产人员数量、生产所用的通用设备和专用设备 etc 固定资产

数量与产量的对应关系如下：

项目	2022 年度 /2022. 12. 31	2021 年度 /2021. 12. 31	2020 年度 /2020. 12. 31
产量（台）	2,221	2,095	1,015
期末生产人员数量（人）	102	85	60
期末生产设备数量（个）	271	256	210
人均产量（台/人）	21.77	24.65	16.92
单位生产设备产量（台/个）	8.20	8.18	4.83

报告期内，公司生产所需通用设备及专用设备数量以及生产人员数量、单位生产设备产量均稳步增长，与产量变动趋势一致，但人均产量存在一定波动。

2020 年单位生产设备产量、人均产量均较低，原因系 2020 年四季度浙江海宁生产基地全面投产，配置大量生产设备及生产人员，但受 2020 年公共卫生事件影响，市场需求受到抑制，公司相应减少产量，致使单位生产设备产量以及人均产量较低。

随着公共卫生事件影响减弱以及市场回暖，公司产品销售持续向好，2021 年，公司加大产品产量，并基于未来销售增长预判，持续进行生产人员以及生产设备预投，期末生产人员数量、期末生产设备数量及单位生产设备产量、人均产量均明显提升。2022 年，公司产量及期末生产设备数量小幅上涨，浙江朗视生产人员持续增长使得期末生产人员数量增幅高于同期产量及生产设备增长，从而导致人均产量下降，单位生产设备产量增速回落。

综上，报告期内公司固定资产规模和生产人员数量与公司产能、产量相匹配。

**（二）“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”列报金额与长期资产增加不匹配的原因，报告期初是否存在预付大额工程款的情形，付款进度是否与合同约定和工程进度匹配，房屋及建筑物的单位造价与同地区其他厂房的造价是否存在显著差异**

1. “购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”列报金额与长期资产增加不匹配的原因

公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”列报金额与长期资产增加的匹配情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------	---------	---------



项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
固定资产本期增加	210.21	429.25	7,899.31	154.01
在建工程本期增加		189.90	1,193.11	6,465.19
无形资产本期增加	17.05	501.36	20.39	57.04
长期待摊费用本期增加	119.53	233.37	22.91	
其他非流动资产(预付工程设备款)本期增加	24.73	-131.74	-50.96	-5,557.96
长期资产增值税进项税	28.48	33.15	145.99	319.28
应付账款(工程设备款)本期减少	169.97	-102.21	168.06	-236.21
在建工程领用存货		-93.78	-45.73	
在建工程结转至其他长期资产		-245.10	-7,549.24	-121.53
合计	569.96	814.19	1,803.84	1,079.82

公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”列报金额与固定资产、在建工程新增金额不匹配，主要系“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”除受到固定资产、在建工程项目增减变动外，还受到无形资产、其他非流动资产(预付工程设备款)、长期待摊费用、应付账款(工程设备款)等项目增减变动的综合影响。

2019 年度“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”与固定资产、在建工程新增金额差异较大，主要系 2019 年初存在预付大额工程款的情形。

2020 年度“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”与固定资产、在建工程新增金额差异较大，主要系 2020 年度固定资产新增金额中包括 7,528.86 万元系从在建工程结转转入，并非固定资产购置新增。

2021 年度及 2022 年度“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”与固定资产、在建工程新增金额差异较小，期初不存在预付大额工程款。

2. 报告期初是否存在预付大额工程款的情形，付款进度是否与合同约定和工程进度匹配

如上问所述，报告期各期初，仅 2019 年年初存在大额预付工程款，主要系

浙江朗视于 2018 年年底购买土地、房产和设备形成。

2018 年 11 月 23 日，浙江江南要素交易中心有限公司对海宁市海昌街道双园路 1 号土地、房产和设备转让项目（项目编号：CQ2018110）交易信息在浙江江南要素交易中心网站进行披露。该土地、房产和设备的持有人为浙江钱塘江投资开发有限公司，浙江钱塘江投资开发有限公司的最终出资人为海宁市人民政府国有资产监督管理办公室和浙江省财务开发公司，与公司不存在关联关系。

浙江朗视基于自身未来生产场地的需求情况，参与了该次竞价，并于 2018 年 12 月 24 日以 5,700 万元的交易价格竞拍成功，同日浙江江南要素交易中心有限公司与浙江朗视公司签署《成交确认书》。截至 2018 年 12 月 31 日，浙江朗视已根据成交价格向浙江江南要素交易中心有限公司全额支付了交易价款和竞价服务费共计 5,722.60 万元。因此，在报告期初存在预付购建房屋及建筑物和土地使用权的款项 5,722.60 万元。

2019 年 3 月 6 日，浙江朗视完成上述房产及建筑物和土地使用权的产权变更手续，因上述房产及建筑物需进行装修改造，浙江朗视将上述预付款项转入在建工程核算。

综上，浙江朗视 2018 年年底购买房屋及建筑物和土地使用权形成大额预付工程款，相关付款进度与合同约定相匹配。

### 3. 房屋及建筑物的单位造价与同地区其他厂房的造价是否存在显著差异

该房屋及建筑物和土地使用权系浙江朗视通过浙江江南要素交易中心以公开竞价购得。浙江江南要素交易中心系海宁市国有企业性质的公共资源交易中心，主要负责建设工程招投标、政府采购、土地、产权等各类要素进场交易服务工作。

经统计浙江江南要素交易中心公告的 16 项 2019 年海宁土地二级市场转让交易信息，海宁当地工业用地及厂房平均成交价格为 2,089.76 元/平方米。浙江朗视本次购得房屋及建筑物和土地使用权的价格为 5,722.60 万元，土地使用权面积为 32,679.00 平方米，平均单价为 1,751.16 元/平方米，该价格与当地平均交易价格不存在显著差异。

综上，相关资产原产权方与公司不存在关联关系，浙江朗视通过该交易中心公开竞价购得相关资产定价公允，不存在与同地区其他房屋及建筑物和土地使用权转让价格存在显著差异的情形。

### （三）核查程序及核查结论

## 1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下程序：

(1) 查阅公司生产流程制度等文件，了解公司生产过程中的设备使用情况；查阅公司固定资产台账、员工花名册等文件，核查公司固定资产规模和生产人员数量与产能、产量的匹配关系，并分析该匹配关系是否合理；

(2) 复核公司现金流量表的编制过程，对现金流量各项目与相关科目的勾稽关系进行核查，对现金流量各项目的变动趋势的合理性进行分析；查阅与浙江朗视房屋及建筑物和土地使用权等资产有关的会议记录、审批文件、委托文件、挂牌转让信息和资产评估报告，查阅双方签署的《成交确认书》及转让协议、竞拍款项支付单据，查阅浙江江南要素交易中心网站公告的交易信息，核实浙江朗视购买房屋及建筑物和土地使用权的财务处理及价格的合理性。

## 2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 公司生产环节主要为部件集成、整机调试、检验等方面，无需大量生产机器设备，主要使用电脑等通用设备，各类精密测量仪器、部件工装等专用设备，以及屏蔽间等固定资产。公司报告期各期固定资产规模和生产人员数量与产能、产量相匹配；

(2) 公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”列报金额与固定资产、在建工程新增金额不匹配，主要系受到固定资产、在建工程、无形资产、其他非流动资产(预付工程设备款)、长期待摊费用、应付账款(工程设备款)等项目增减变动的综合影响；公司报告期期初存在预付大额工程款的情形，其付款进度符合合同约定，公司通过公开竞拍方式拍得房屋及建筑物和土地使用权等资产，相关资产原产权方与公司不存在关联关系，定价公允，不存在与同地区其他房屋及建筑物和土地使用权转让价格存在显著差异的情形。

## 八、关于存货

根据招股说明书和保荐工作报告，1) 报告期各期末存货账面价值分别为 5,130.82 万元、7,463.43 万元和 10,128.59 万元，增速较快；2) 报告期各期末，库龄 1 年以上的存货账面余额分别为 112.09 万元、359.55 万元和 753.34 万元；3) 截至 2021 年末发行人发出商品账面余额为 1,533.51 万元；4) 报告

期各期末发出商品的回函比例为 68.76%、69.88%和 62.41%，2021 年末监盘比例为 59.00%，申报会计师对 2019 和 2020 年末存货执行了监盘。

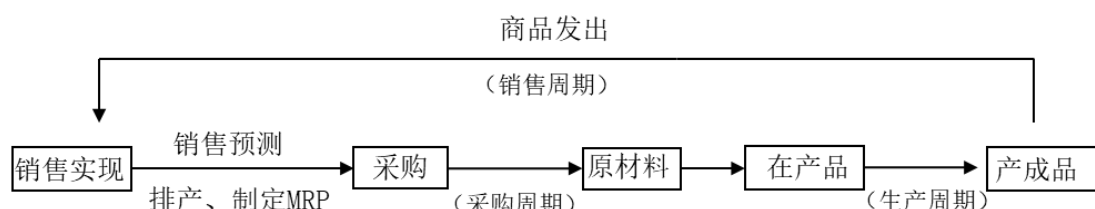
请发行人说明：（1）发行人产品的生产备货政策和周期，报告期各期末原材料和在产品增长的原因，2021 年期后原材料耗用和在产品生产入库情况；（2）库龄 1 年以上存货的明细构成，期末库龄 1 年以上存货逐年增长的原因，存货跌价准备计提是否充分；（3）2021 年末库存商品和发出商品的订单覆盖率和期后销售实现情况；（4）报告期各期末发行人存货盘点结果和差异处理情况。

请申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，说明对未回函的发出商品履行的替代核查程序、报告期各期末存货监盘的选择标准和过程、盘点差异的核查情况。（审核问询函问题 11）

（一）发行人产品的生产备货政策和周期，报告期各期末原材料和在产品增长的原因，2021 年期后原材料耗用和在产品生产入库情况

#### 1. 发行人产品的生产备货政策和周期

公司采取销售预测为主、安全库存为辅的总体计划模式。市场营销部门每个月进行各个型号的销售预测，生产部门根据销售预测和库存情况制订成品入库计划和相应的物料需求计划，进而安排物料采购和整机生产。具体的生产流程如下所示：



为保证生产的连续性，满足客户订单的及时需求，公司针对原材料、产成品设置了一定量的安全库存，公司原材料、产成品的生产周期及备货政策情况如下：

#### （1）产成品备货政策及生产周期

为应对实际销售与销售预测的可能差异，保证销售供货，公司为各型号建立可满足约一个月销量的产成品作为安全库存。产品生产从原材料领用到完工入库平均约在一个月，根据产品型号的不同，生产周期略有差异。

#### （1）原材料备货政策及采购周期

公司原材料种类繁多，为保证生产的连续性和采购的经济性，公司为每一种原材料设置一定数量的安全库存。主要原材料的采购周期及备货政策情况如下：

项目	采购周期	备货政策
核心器件类	一般在 1-2 个月左右	设置 1-2 个月的预计消耗量作为计划采购量，平均安全库存数量约为 1.5 个月的消耗量。 核心部件类视当前市场情况、采购环境等因素适当增加储备。
电气类物料	一般在 1-2 个月左右	
机械类物料	一般在 1.5-2 个月左右	
计算机类物料	一般在 1 个月左右	
包装类物料	一般在 1 个月左右	设置半个月的预计消耗量作为安全库存，每周下单一次，平均库存数量约为一周的消耗量。
其他类物料	根据实际情况确认	根据实际需求制定

报告期内，公司推出了 Smart3D-X/Xs 型号产品并逐步扩大了其生产规模，同时对 Smart3D 型号产品进行有计划的减产。考虑到海外及部分国内客户对于 Smart3D 型号产品的需求及采购经济性，公司提前对一定数量的 Smart3D 型号产品原材料进行备货。

## 2. 报告期各期末原材料和在产品增长的原因

报告期各期末，公司原材料和在产品逐年增长，具体情况如下：

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	账面余额	变动比率	账面余额	变动比率	账面余额	变动比率
原材料	5,238.32	-2.32%	5,362.69	30.43%	4,111.40	140.24%
在产品	1,151.37	-23.17%	1,498.68	11.15%	1,348.39	121.26%
合计	6,389.70	-6.87%	6,861.37	25.67%	5,459.79	135.25%

### (1) 原材料

报告期各期末原材料账面余额分别为 4,111.40 万元、5,362.69 万元及 5,238.32 万元，2021 年公司期末原材料持续增长，变动率为 30.43%，2022 年公司期末原材料较 2021 年末略有下降。公司贯彻以销售为导向、以安全库存为辅助的生产理念，原材料库存与订单需求、销售计划密切相关，因此原材料金额变动的原因主要系支持在手订单、积极备货两方面。

2021 年末公司在手订单增多，为应对客户订单需求，公司扩大了生产规模；另一方面，为了降低因公共卫生事件可能导致的海外供应商延迟交货的风险，公司增加了对核心部件的备货采购力度。同时，公司计划未来对 Smart3D 型号产品进行减产，部分定制的原材料供应量将减少，因此公司提前采购进行备货。上述两方面共同导致 2021 年末原材料金额有所上升。

## (2) 在产品

报告期各期末在产品账面余额分别为 1,348.39 万元、1,498.68 万元及 1,151.37 万元，变动率为 11.15%及-23.17%。2020 年、2021 年公司陆续推出 Smart3D-X/Xs 产品，产品上市后受到市场热烈反响，公司 2021 年期末在手订单增加，因此公司加大了新产品的生产规模以应对订单需求。

2022 年公司优化生产管理，加快了生产周期，期末在产品账面余额下降。

### 3. 2021 年后期原材料耗用和在生产生产入库情况

截至 2023 年 5 月 31 日，公司 2021 年后期原材料耗用和在生产生产入库情况具体如下：

项目	金额
原材料期末金额①	5,362.69
期后耗用金额②	4,928.77
期后耗用比例③=②÷①	91.91%
在产品期末金额④	1,498.68
在产品期后生产入库金额⑤	1,487.73
期后完工结转比例⑥=⑤÷④	99.27%

由上表，公司在产品周转速度较快，期后在产品生产入库情况较好。公司原材料期后结转率相对较低的主要原因系：(1)2021 年公司逐步实现了 Smart3D-X/Xs 新产品的更新换代，用于 Smart3D 型号产品的平板探测器及其他组件因销售需求降低导致消耗较慢；(2)受公共卫生事件影响，部分核心部件交期延长，为保证生产需求，需对部分核心部件提前备货；(3)受公共卫生事件影响，公司生产基地北京和浙江海宁地区出现偶发性停产，对公司 2022 年部分月份的生产产生了一定影响。

## (二) 库龄 1 年以上存货的明细构成，期末库龄 1 年以上存货逐年增长的原因，存货跌价准备计提是否充分

### 1. 库龄 1 年以上存货的明细构成，期末库龄 1 年以上存货逐年增长的原因

公司生产模式以销售预测、安全库存理念为指导，根据销售需求的变化灵活调整不同产品的生产安排，并据此执行物料需求计划，因此，为保证生产及销售稳定性，公司对于主要原材料及部分产成品均设置了一定程度的安全库存。报告期内，公司库龄 1 年以上的存货主要以原材料和库存商品为主，具体明细如下：

项目	2022. 12. 31		2021. 12. 31	
	库龄一年以上的 存货余额	库龄一年以上 占比	库龄一年以上的 存货余额	库龄一年以上 占比
原材料	674.07	12.87%	590.91	11.02%
在产品	11.02	0.96%	64.61	4.31%
库存商品	228.23	5.21%	84.78	4.78%
委托加工物资	16.67	17.84%		
发出商品	63.88	4.08%	13.03	0.85%
合计	993.87	8.00%	753.34	7.30%

(续上表)

项目	2020. 12. 31	
	库龄一年以上的 存货余额	库龄一年以上 占比
原材料	147.91	3.60%
在产品	49.33	3.66%
库存商品	131.34	9.28%
委托加工物资		
发出商品	30.97	5.13%
合计	359.55	4.76%

报告期各期，公司库龄 1 年以上的存货余额逐年增加，主要系占比较高的长库龄原材料及库存商品期末余额增幅较大。

#### (1) 库龄 1 年以上的原材料情况

报告期各期末，库龄 1 年以上原材料明细情况如下：

项目	2022. 12. 31		2021. 12. 31		2020. 12. 31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
核心器件类	513.07	76.11%	469.99	79.54%	69.30	46.85%
机械类物料	97.10	14.40%	49.18	8.32%	28.20	19.07%
电气类物料	32.92	4.88%	30.55	5.17%	32.86	22.22%
计算机类物料	3.83	0.57%	4.08	0.69%	3.46	2.34%
包装物料	2.97	0.44%	1.22	0.21%	1.02	0.69%
其他类物料	24.19	3.59%	35.89	6.07%	13.07	8.83%
合计	674.07	100.00%	590.91	100.00%	147.91	100.00%

在原材料方面，1 年以上核心部件金额的快速增加是长库龄原材料增长的主要原因，由于核心部件采购周期相对较长，公司为保证生产的连续性，提前采购

一定量的原材料作为安全库存；另一方面，报告期内公司针对 Smart3D 型号产品执行停产计划，为支持 Smart3D 型号产品的后续生产及售后需求，公司于 2020 年下半年采购了相关部件进行备货，上述两方面原因共同导致库龄 1 年以上原材料快速增加，且在 2021 年末增幅明显。2022 年末库龄 1 年以上原材料略有增长主要系公司 Smart3D-X/Xs 系列部分配置的核心部件于 2021 年提前备货，但 2022 年消耗较慢。

报告期各期末，公司 1 年以上原材料中专用为 Smart3D 型号产品的原材料金额及占比情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
Smart3D 型号产品专用原材料	367.97	446.29	34.80
占 1 年以上的原材料比例	54.59%	75.53%	23.53%

公司 1 年以上原材料在 2021 年末增速明显，且主要为 Smart3D 型号产品对应的原材料，一方面 Smart3D 型号产品在国内外市场仍存在一定市场需求；另一方面，Smart3D 型号产品原为公司主打产品，具有较高的市场保有量，公司仍需要为客户提供持续的高质量售后服务，因此公司需保持一定的 Smart3D 型号产品相关的原材料库存，以提供 Smart3D 型号产品的售后服务。随着 2022 年 Smart3D 型号产品的陆续销售，公司 2022 年末 1 年以上 Smart3D 型号产品对应的原材料余额有所下降。

## (2) 库龄 1 年以上的库存商品情况

报告期各期末，库龄 1 年以上库存商品明细情况如下：

项目	2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
Smart3D 系列	57.90	25.37%	70.53	83.19%	102.83	78.29%
HiRes3D 系列	14.25	6.24%	14.25	16.81%	28.51	21.71%
其他	156.07	68.39%				
合计	228.22	100.00%	84.78	100.00%	131.34	100.00%

公司 1 年以上的库存商品金额报告期内先降后升。2022 年上升主要系 2021 年转入存货的研发样机耳鼻喉双源锥形束计算机体层摄影设备和车载口腔 X 射线影像检查设备暂未实现销售，截至本说明出具日销售订单尚在洽谈阶段。

除上述之外，公司 1 年以上的库存商品金额主要系 Smart3D 型号产品。2019



年，Smart3D 型号产品是公司当期收入的主要来源，占营业收入比例为 73.78%，公司为保证经营销售的及时性，进行排产备货，形成 2020 年末的长库龄库存商品。2020 年、2021 年，公司在国内推出 Smart3D-X/Xs 新产品，产品一经落地即受到市场青睐，并在 2021 年逐步完成了对 Smart3D 型号产品的迭代。但因多个海外国家尚未完成新产品升级注册工作，部分国内客户已做采购计划等原因，对 Smart3D 型号产品还有一定需求，公司根据销售预测，预留了部分安全库存量，形成了报告期各期末的长库龄库存商品。随着 Smart3D 型号产品的陆续销售实现，报告期内 1 年以上 Smart3D 型号产品余额逐年下降。

## 2. 存货跌价准备计提是否充分

### (1) 跌价准备计提的总体情况

存货分类	2022 年 12 月 31 日			2021 年 12 月 31 日		
	原值	跌价准备	净值	原值	跌价准备	净值
原材料	5,238.32	147.11	5,091.21	5,362.69	137.42	5,225.27
在产品	1,151.37	2.66	1,148.71	1,498.68	23.04	1,475.64
库存商品	4,382.59	61.93	4,320.66	1,774.89	25.43	1,749.46
委托加工物资	93.45		93.45	147.34		147.34
发出商品	1,565.02	12.78	1,552.24	1,533.51	2.61	1,530.90
合计	12,430.76	224.48	12,206.27	10,317.10	188.51	10,128.59

(续上表)

存货分类	2020 年 12 月 31 日		
	原值	跌价准备	净值
原材料	4,111.40	37.44	4,073.96
在产品	1,348.39	22.92	1,325.47
库存商品	1,416.00	26.27	1,389.73
委托加工物资	81.44		81.44
发出商品	603.86	11.02	592.84
合计	7,561.08	97.65	7,463.43

公司存货跌价准备计提政策为：资产负债表日，当存货成本高于可变现净值时，存货按可变现净值计量，同时按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益。

经过测试，公司正常库存以及为生产准备的正常原材料不存在跌价的情况，

一年以上的存货由于可能存在滞销或呆滞的风险，存在减值迹象，公司结合业务实际情况以及一年以上存货滞销或呆滞的可能性估计可变现净值，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。报告期内，公司分别计提存货跌价准备 97.65 万元、188.51 万元和 224.48 万元，存货跌价准备逐年增加，公司已充分考虑了部分存货因市场需求降低而发生跌价的风险。

报告期内，公司存货库龄在 1 年以内的比例分别为 95.24%、92.70%和 92.00%，占比较高，库龄结构良好。2020 年和 2021 年公司 1 年以上库存商品主要为 Smart3D 型号产品，主要系为境外客户预留产品。2022 年公司 1 年以上库存商品主要为耳鼻喉双源锥形束计算机体层摄影设备和车载口腔 X 射线影像检查设备，相关设备于 2021 年由研发样机转入存货，目前尚未实现销售。

报告期各期末，公司 1 年以上库存商品中 Smart3D 型号产品和其他产品账面余额及存货跌价准备余额具体情况如下：

项目	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
1 年以上 Smart3D 型号产品账面余额	30.35	70.53	102.84
1 年以上其他产品账面余额	156.07		
合计	186.42	70.53	102.84
占 1 年以上库存商品账面余额比例	81.68%	83.19%	78.29%
1 年以上 Smart3D 型号产品和其他产品存货跌价准备余额	46.54	21.16	20.57

公司 Smart3D 型号受新产品迭代影响，长库龄存货增加，但其在国内外市场上仍具有一定的销售需求。报告期内，Smart3D 型号产品在境外分别实现销售收入为 123.48 万元、523.21 万元及 687.97 万元，逐年增长；Smart3D 型号产品在境内仍存在一定市场需求，2021 年度和 2022 年年度该类产品分别实现销售收入 1,868.88 万元及 1,613.98 万元。公司 1 年以上原材料主要为 Smart3D 型号产品对应的原材料，一方面 Smart3D 型号产品仍存在一定市场需求；另一方面，Smart3D 型号产品原为公司主打产品，具有较高的市场保有量，公司仍需要为客户提供持续的高质量售后服务，因此公司需保持一定的 Smart3D 型号产品相关的原材料库存，以提供 Smart3D 型号产品的售后服务。

2022 年公司 1 年以上其他库存商品主要为 2021 年转入存货的研发样机耳鼻喉双源锥形束计算机体层摄影设备和车载口腔 X 射线影像检查设备，经客户试用，

能够满足客户的客户需求，且客户已有初步采购意向，但暂未实现销售，截至本说明出具日销售订单尚在洽谈中，公司预计将在 2023 年度实现销售。

公司定期对库龄较长的存货进行甄别，结合生产计划、领用情况、使用价值及市场需求情况，根据成本与可变现净值孰低对存货计提跌价准备。报告期内，公司存货跌价准备逐年增加，主要系公司产销规模增加、存货相应增加，导致部分存货市场需求降低发生跌价风险，公司严格执行存货跌价准备计提政策，谨慎测算，相应增加计提存货跌价准备。

报告期各期末，公司已按照《企业会计准则》及公司相关会计政策的规定，执行存货跌价准备测试。经测试，公司已充分计提存货跌价准备。

(2) 公司存货跌价准备各期末计提比例与同行业可比公司比较情况如下：

企业名称	存货跌价准备/存货账面余额		
	2022 年末	2021 年末	2020 年末
美亚光电	0.48%	1.17%	
联影医疗	3.25%	3.14%	4.35%
万东医疗	9.81%	14.62%	15.09%
平均值	4.51%	6.31%	9.72%
公司	1.81%	1.83%	1.29%

注：怡友医疗未披露存货跌价准备计提金额，美亚光电 2020 年末计提存货跌价准备

同行业可比公司中，美亚光电主要产品为色选机、X 射线检测设备和医疗设备，口腔 CBCT 业务仅是美亚光电一部分业务，占其营业收入的 30%左右；公司与万东医疗、联影医疗的产品结构和客户群体存在较大差异，公司主要产品面向的客户群体是基层民营医疗机构，万东医疗、联影医疗主要面向的客户群体是公立医院等机构。

报告期内，公司的存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均水平，主要系产品结构存在差异，但高于产品与公司存在重合的美亚光电。

此外，报告期内，公司主要产品的毛利率稳定且较高，公司存货库龄 1 年以内比例分别为 95.24%、92.70%和 92.00%，公司期末存货转销率良好，故公司存货跌价风险较低，公司存货跌价准备计提充分。

### (三) 2021 年末库存商品和发出商品的订单覆盖率和期后销售实现情况

#### 1. 2021 年末库存商品和发出商品的订单覆盖率情况

2021 年末，公司库存商品和发出商品订单覆盖情况如下：

项目		发出商品		库存商品	
		金额	占比	金额	占比
HiRes3D 系列	有订单覆盖	137.91	100.00%	80.67	100.00%
	无订单覆盖				
Smart3D	有订单覆盖	355.59	100.00%	125.44	22.71%
	无订单覆盖			427.00	77.29%
Smart3D-X/Xs	有订单覆盖	1,039.99	100.00%	971.56	100.00%
	无订单覆盖				

注 1：在手订单系期末已下单而尚未验收确认收入的订单

注 2：在手订单覆盖金额=在手订单对应收入金额\*（1-当年销售毛利率）

注 3：2021 年末库存商品中公司还有部分其他硬件库存商品未在该表列示

2021 年末，公司 HiRes3D 系列、Smart3D-X/Xs 的发出商品、库存商品以及 Smart3D 型号发出商品的订单覆盖率均为 100%，Smart3D 型号产品的库存商品订单覆盖率为 22.71%，未覆盖部分主要系为应对海外及部分国内客户对 Smart3D 型号产品需求而进行提前生产备货，与公司部分长库龄库存商品相匹配。

## 2. 2021 年末库存商品和发出商品的期后销售实现情况

截至 2023 年 5 月 31 日，公司 2021 年末库存商品和发出商品期后转销情况如下：

项目	期末余额	期后销售对应的库存金额	期后转销率
发出商品	1,533.51	1,533.51	100.00%
库存商品	1,774.89	1,582.91	89.18%
合计	3,308.40	3,116.42	94.20%

2021 年末，公司发出商品期后已全部实现销售，库存商品期后销售金额为 1,582.91 万元，期后销售结转率为 89.18%，未结转产品主要为少量长库龄 Smart3D 型号产品和 2021 年转入存货的研发样机耳鼻喉双源锥形束计算机体层摄影设备和车载口腔 X 射线影像检查设备。报告期内公司已逐步完成 Smart3D-X/Xs 新产品的迭代，公司仍维持了部分 Smart3D 型号产品的安全库存以满足未来几年内海外市场及部分国内客户的需求，该部分库存商品相比新产品销售进展略缓慢。

2021 年转入存货的研发样机耳鼻喉双源锥形束计算机体层摄影设备和车载

口腔 X 射线影像检查设备，经客户试用，能够满足客户的客户需求，且客户已有初步采购意向。截至本说明出具日相关销售订单尚在洽谈中，预计将在 2023 年度实现销售。

#### (四) 报告期各期末发行人存货盘点结果和差异处理情况

报告期各期末，公司存货盘点情况如下：

1. 公司确定盘点日期、编制盘点计划，组建盘点小组，盘点人员由仓库人员、财务人员组成。
2. 存货盘点范围：公司的原材料、库存商品和在产品。
3. 在盘点过程中，一般由仓库人员和车间人员按照存货摆放顺序依次清点并记录存货名称、规格、编码及数量，财务部门和仓库人员或车间人员共同进行复盘并由财务部门记录复盘过程。
4. 盘点结束后所有盘点人员在盘点记录表上签字确认，对存货盘点中出现账实差异的，财务部负责对盘点结果汇总差异并查找原因，并根据差异原因提交盘点报告。
5. 盘点结果和差异情况

报告期各期末，公司盘点情况如下：

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
盘点范围	仓库人员、车间人员对除发出商品和委托加工物资外的存货进行全面盘点，并由财务人员和仓库人员或车间人员共同进行复盘		
存货余额	12,430.76	10,317.10	7,561.08
复盘金额	9,268.21	6,087.01	4,203.83
复盘比例	74.56%	59.00%	55.60%

报告期内，公司对在仓库或车间保管的存货已进行全面盘点，并由财务人员和仓库人员或车间人员共同进行复盘，复盘比例分别为 55.60%、59.00%、74.56%；对期末不在仓库或车间保管的存货，其中发出商品通过核对发货运输单据、海关报关单等来检查期末账面结存数量的准确性，委托加工物资主要通过受托方对账等方式来核对期末账面结存数量的准确性。

公司严格遵守存货的内部控制制度，仓库人员、车间人员于每月末对各自管辖范围内的材料、在产品或成品进行全面盘点，公司每半年组织一次全面盘点工作。每次盘点前，负责人员均制定盘点计划；在盘点过程中，盘点人员对各类原

材料、库存商品和在产品进行清点，并与账面数据进行核对；各仓库保管员和车间人员对存货的存放位置熟悉，财务部复盘情况较好，内控管理规范。报告期各期末公司存货实际盘点数量与盘点表记录的数量存在少量差异，主要是盘点期间存在零星借用的情况，公司已通过获取借用单等进行确认，除此之外，公司存货账实相符，未见异常情况。

#### **(五) 说明对未回函的发出商品履行的替代核查程序、报告期各期末存货监盘的选择标准和过程、盘点差异的核查情况**

##### 1. 对未回函的发出商品履行的替代核查程序

报告期内，发出商品函证情况如下：

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
期末发出商品余额①	1,565.02	1,533.51	603.86
函证金额②	1,440.70	1,359.31	535.69
回函确认金额③	1,153.97	957.03	405.49
回函确认比例④=③/①	73.74%	62.41%	67.15%
期末未回函发出商品金额⑤	411.05	576.48	198.37
替代测试核查金额⑥	411.05	576.48	198.37
核查比例⑦=⑥/⑤	100.00%	100.00%	100.00%

报告期各期末，未回函发出商品金额分别为 198.37 万元、576.48 万元和 411.05 万元，我们对于未回函发出商品已全部执行替代核查程序，核查比例为 100.00%。针对未回函发出商品我们实施了以下替代措施：

(1) 获取报告期各期末发出商品明细，对发出商品自发货起至各期末的天数进行分析，识别是否存在发货日期较早但期末未结转销售成本的发出商品；

(2) 检查其期后结转情况及相关收入确认资料，销售合同、销售订单、销售出库单、发货运输单、现场安装调试合格确认单、报关单、提单等资料。

##### 2. 报告期各期末存货监盘的选择标准和过程、盘点差异的核查情况

报告期各期末，我们对公司的原材料、库存商品、在产品进行了监盘，存货监盘的选择标准为：库存商品基本实地监盘，原材料和在产品由于种类较多，因此选取单项存货余额高于 5 万元金额的物料并随机抽取其他物料进行实地监盘。

我们对存货监盘的过程如下：

(1) 获取公司的盘点计划，评估盘点计划是否合理、是否可操作，了解各存放场所中存货的内容、性质、数量及重要程度，并相应制定了具体监盘计划；

(2) 监盘过程中对公司盘点人员的工作进行观察，关注盘点人员是否遵守盘点计划、是否准确地记录存货的数量和状况；关注存货发送和验收场所，确定这里的存货应包括在盘点范围之内还是排除在外，盘点时出入库是否停止；关注存货是否存在积压、呆滞和毁损的情况；

(3) 对公司盘点结果进行抽盘复核，从存货盘点记录中选取项目追查至存货实物，以测试盘点记录的准确性；从存货实物中选取项目追查至存货盘点记录，以测试存货盘点记录的完整性。盘点结束后，获取包含盘点人、监盘人签字记录的盘点表，并根据盘点结果，形成存货监盘小结；

(4) 对于存货盘点日不是资产负债表日的情形，核查从盘点日到资产负债表日的存货收发存，确定盘点日与资产负债表日之间存货的变动是否已作出正确的记录；并获取相关单据，确定相关存货变动的真实性。

报告期各期，监盘结果如下：

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
监盘时间	2022 年 12 月 31 日及 2023 年 1 月 4 日	2021 年 12 月 30 日至 2021 年 12 月 31 日	2020 年 11 月 30 日及 2020 年 12 月 3 日
监盘地点	公司仓库、车间	公司仓库、车间	公司仓库、车间
盘点人员	仓管员、车间人员及财务人员		
监盘人员	项目组成员		
盘点范围	仓库人员、车间人员对除发出商品和委托加工物资外的存货进行全面盘点，并由财务人员和仓库人员或车间人员共同进行复盘，我们进行监盘		
存货抽盘金额	9,268.21	6,087.01	4,203.83
存货余额	12,430.75	10,317.10	7,561.08
抽盘比例	74.56%	59.00%	55.60%

(5) 确认公司对盘点差异已进行适当处理。

根据监盘结果显示，公司存货管理相对规范，各类存货数量真实、准确，存货账面记录与实际盘点数量不存在重大异常差异，差异主要是盘点期间存在零星借用的情况，已通过获取并查看借用单等进行确认。

公司期末发出商品为已发货客户尚未签收的产品，故未对发出商品进行监盘，主要通过函证以及检查相关销售合同、销售订单、销售出库单、客户签收单、现场安装调试合格确认单、物流记录、报关单、提单等作为替代性测试，核实发出商品的真实性，经过函证程序或替代性测试，验证相符的发出商品为 100%。

## （六）核查程序及核查结论

### 1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下程序：

（1）了解与采购相关的关键内部控制，包括原材料采购流程、成本费用核算方法及核算流程，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（2）访谈了公司董事长、总经理、财务总监、采购、生产与销售负责人，了解公司主要原材料的采购政策、备货政策，不同产品的主要生产环节、生产周期；

（3）了解存货管理政策、产品生产流程，获取报告期各期末存货余额明细，分析各主要项目占比是否符合生产经营情况，分析公司存货的变动是否合理，与公司业务规模、存货备货政策是否匹配；

（4）获取公司报告期各期销售订单情况及报告期各期末在手订单情况，将存货余额明细与在手订单进行勾稽，分析存货余额与在手订单匹配的合理性；

（5）了解公司存货盘点制度及其执行情况，获取公司 2020 年末、2021 年末和 2022 年末存货盘点表并与账面核对，并结合现场监盘情况了解公司主要仓库存货状态，关注是否存在积压、呆滞或毁损等情况；

（6）获取发出商品明细表，抽查发出商品对应的销售合同、销售订单、销售出库单、现场安装调试合格确认单、物流记录、报关单、提单等原始单据，确认发出商品的存在性、完整性，并向主要客户函证确认；

（7）访谈公司相关管理人员，了解公司存货跌价准备计提具体计算过程、存货跌价准备计提政策及方法，复核其合理性；

（8）获取公司各类存货的库龄情况，检查是否存在库龄较长的存货，复核存货跌价准备计提依据，核查存货跌价准备计提是否充分。

### 2. 核查结论

经核查，我们认为：

（1）公司针对不同类别的原材料、产成品制定了不同的采购政策及备货政策，报告期内原材料、产成品、在产品结构较为稳定，为满足及时供货、合理安排生产，并综合考虑市场需求预测、原材料市场价格等因素通常保持一定的原材料和产成品储备规模，具有合理性；

（2）报告期各期末，公司存货余额变动和实际生产经营吻合，公司发出商品、



库存商品期末余额与在手订单金额匹配；

(3) 报告期内，公司库龄 1 年以上存货形成的原因合理，公司已对存在减值迹象的存货充分计提存货跌价准备，并采取相关内控措施积极提高存货周转速度；对于报告期各期末 1 年以上库龄的存货，公司已充分考虑期后领用或销售情况、销售可实现情况等因素，公司存货跌价准备计提较为充分，存货跌价计提政策符合《企业会计准则》的要求；

(4) 报告期内，公司已建立健全的存货盘点制度并有效执行。报告期各期末，公司均执行了存货盘点工作，我们对公司履行了监盘程序。公司存货盘点存在少量差异，主要是盘点期间存在零星借用的情况，原材料、库存商品、在产品摆放整齐，不存在存货积压、呆滞或毁损等异常情况；

(5) 公司存货管理较好，相关内部控制健全有效，各类存货数量真实、准确，存货账面记录与实际盘点数量不存在重大异常差异；发出商品的真实性、准确性可以确认。

## 九、关于其他

根据招股说明书及申报材料，1) 钱志明、吴宏新、张文宇、俞冬梅、王亚杰、钱晓峰之间存在诸多资金往来；2) 发行人已于 2022 年 6 月 6 日与全体股东签署股东特殊权利条款终止协议。

请发行人说明：（1）钱志明、吴宏新、张文宇、俞冬梅、王亚杰、钱晓峰之间资金往来情况，交易背景和原因，借款是否偿还，是否存在股份代持或其他利益安排；2020 年 8 月王亚杰转让利金科技出资额的对价及其公允性，剩余未转让部分是否属于对王亚杰的股权激励，是否存在须计提股份支付费用的情形；（2）发行人历史上是否签订过对赌协议或其他特殊权利条款，如有，说明目前解除情况；关于股东特殊权利条款的相关约定是否涉及发行人，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。请保荐机构、发行人律师、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。（审核问询函问题 13）

（一）钱志明、吴宏新、张文宇、俞冬梅、王亚杰、钱晓峰之间资金往来情况，交易背景和原因，借款是否偿还，是否存在股份代持或其他利益安排；2020 年 8 月王亚杰转让利金科技出资额的对价及其公允性，剩余未转让部分是否属于对王亚杰的股权激励，是否存在须计提股份支付费用的情形

1. 钱志明、吴宏新、张文宇、俞冬梅、王亚杰、钱晓峰之间资金往来情况  
报告期内，公司实际控制人、高级管理人员之间存在资金往来，该等资金往来的背景和原因、还款情况等相关具体情况如下：

(1) 2017年12月-2018年1月，王亚杰向钱志明借款

2017年12月至2018年1月期间，为向朗视有限出资，利金科技新增出资额19,500万元，其中王亚杰认缴1,000万元出资额，由于自有资金不足，王亚杰向钱志明借款1,000万元用于向利金科技出资。

截至本说明出具日，王亚杰的上述借款已全部还清。上述王亚杰认缴的1,000万元利金科技出资额不存在代持或其他利益安排，具体还款时间及还款金额情况如下：

债务人	借款金额	还款时间	还款金额
王亚杰	1,000.00	2020年9月	605.00
		2020年11月	200.00
		2021年1月	50.00
		2022年5月	45.00
		2022年8月	100.00
		小计	1,000.00

(2) 2018年8月，吴宏新、张文宇、王亚杰、俞冬梅向钱志明借款

根据荷塘探索、水木创信、北京水木扬帆创业投资中心（有限合伙）与朗视有限及当时朗视有限的全体股东于2016年10月签署的《投资框架协议》，荷塘探索、水木创信、北京水木扬帆创业投资中心（有限合伙）与朗视有限及除利金科技、荷塘探索、水木创信以外的当时朗视有限的其他全体股东于2017年10月签署的《投资框架协议补充协议》，投资人荷塘探索、水木创信希望朗视有限的管理团队能够持有朗视有限股权，以激发经营活力，经各方协商一致，荷塘探索、水木创信及朗视有限高级管理人员代表王亚杰共同出资成立利金科技并参与增资。

根据《投资框架协议》及其补充协议的约定，朗视有限董事会认可的团队成员应分步以现金993万元购买荷塘探索、水木创信持有的利金科技全部财产份额，每次需购买荷塘探索、水木创信各自所持利金科技财产份额的三分之一，其中前两次交易应当在朗视有限2016年12月增资完成之日起18个月内完成，第三次交易应当在朗视有限2016年12月增资之日起36个月内完成。

2018 年，朗视有限高级管理人员按上述约定受让荷塘探索和水木创信各自所持利金科技三分之二份额，对应转让价格为 662 万元。由于朗视有限高级管理人员自有资金不足，故提出向实际控制人钱志明借款，具体借款金额及流向如下：

资金借出方	金额	债务人	金额	借款流向	金额	
钱志明	662.00	吴宏新	186.40	荷塘探索	135.40	
				水木创信	51.00	
				小计	186.40	
		张文宇	186.40		荷塘探索	135.40
					水木创信	51.00
					小计	186.40
		王亚杰	181.74		荷塘探索	132.01
					水木创信	49.72
					小计	181.74
		俞冬梅	107.45		荷塘探索	78.05
					水木创信	29.40
					小计	107.45

截至本说明出具日，吴宏新、张文宇、俞冬梅、王亚杰的上述借款已全部还清，上述朗视有限高级管理人员受让的利金科技财产份额不存在代持或其他利益安排，具体还款时间及还款金额情况如下：

债务人	借款金额	还款时间	还款金额
吴宏新	186.40	2020 年 4 月	74.00
		2021 年 2 月	21.00
		2021 年 12 月	91.40
		小计	186.40
张文宇	186.40	2021 年 3 月	85.00
		2022 年 1 月	101.40
		小计	186.40
王亚杰	181.74	2021 年 12 月	59.13
		2022 年 1 月	50.00
		2022 年 3 月	72.61
		小计	181.74
俞冬梅	107.45	2021 年 2 月	5.00
		2021 年 12 月	50.00
		2022 年 1 月	52.45
		小计	107.45

(3) 2019年11月，张文宇、王亚杰、俞冬梅向吴宏新借款

如上所述，2019年，朗视有限高级管理人员按约定受让荷塘探索和水木创信各自所持利金科技剩余三分之一份额。由于朗视有限高级管理人员自有资金不足，经协商，张文宇、王亚杰、俞冬梅委托时任朗视有限总经理的吴宏新统一筹措本次朗视有限高级管理人员受让利金科技财产份额的资金，后续由张文宇、王亚杰、俞冬梅向吴宏新归还借款，具体借款金额及流向如下：

资金借出方	金额	债务人	金额	借款流向	金额
吴宏新	237.80	张文宇	93.20	荷塘探索	67.70
				水木创信	25.50
				小计	93.20
		王亚杰	90.87	荷塘探索	66.01
				水木创信	24.86
				小计	90.87
		俞冬梅	53.73	荷塘探索	39.03
				水木创信	14.70
				小计	53.73

截至本说明出具日，张文宇、王亚杰、俞冬梅的上述借款已全部还清，上述朗视有限高级管理人员受让的利金科技份额不存在代持或其他利益安排，具体还款时间及还款金额情况如下：

债务人	借款金额	还款时间	还款金额
张文宇	93.20	2021年11月	93.20
王亚杰	90.87	2021年12月	90.87
俞冬梅	53.73	2021年11月	53.73

(4) 2020年11月，吴宏新向钱晓峰借款

2020年8月20日，朗视有限股东会作出决议，同意实施股权激励计划并增加注册资本145.15万元，由朗曜投资、吴宏新、张文宇、王亚杰、俞冬梅认购。其中，吴宏新认购新增注册资本8.50万元，认购价格为118.58万元，由于其自有资金不足，故向公司财务负责人钱晓峰借款100.00万元用于本次增资。

截至本说明出具日，吴宏新的上述借款及利息均已全部还清，上述吴宏新认缴的朗视有限8.5万元出资额不存在代持或其他利益安排，具体还款时间及还款金额情况如下：

债务人	借款金额	还款时间	还款金额
-----	------	------	------

吴宏新	100.00	2020年12月	50.25
		2021年11月	53.00
		小计	103.25

2. 2020年8月王亚杰转让利金科技出资额的对价及其公允性，剩余未转让部分是否属于对王亚杰的股权激励，是否存在须计提股份支付费用的情形

(1) 2020年8月王亚杰转让利金科技出资额的对价及其公允性

2020年8月，朗视有限召开第四届董事会第三次会议和2020年第五次临时股东大会，决议实施股权激励计划。王亚杰按照激励计划确定的激励份额，将此前持有的1,000万元利金科技预留份额分别转让给张文宇、吴宏新、钱晓峰、俞冬梅。本次转让利金科技份额的对价为1元/出资额，对应朗视仪器股权价格为13.95元/注册资本。

本次王亚杰转让利金科技出资额的定价依据为卓信大华于2020年5月28日出具的卓信大华评报字(2020)第2122号资产评估报告，根据该评估报告，朗视有限截至2019年12月31日采用收益法评估的股东权益价值为45,120.00万元，即13.89元/注册资本。本次利金科技份额转让价格公允，不存在需计提股份支付费用的情形。

(2) 剩余未转让部分是否属于对王亚杰的股权激励

根据朗视有限2020年第五次临时股东大会审议通过的《北京朗视仪器有限公司股权激励计划(高级管理人员)》，经综合考虑职位职级、司龄时间等因素，确定激励对象的具体授予额度如下：

序号	姓名	股权激励对应的受让利金科技出资额	认购对价
1	吴宏新	160.425	160.425
2	张文宇	216.225	216.225
3	王亚杰	188.325	188.325
4	钱晓峰	348.750	348.750
5	俞冬梅	86.275	86.275
合计		1,000.00	1,000.00

根据上述分配额度，利金科技执行事务合伙人王亚杰向钱晓峰转让348.75万元出资额，向张文宇转让216.23万元出资额，向吴宏新转让160.43万元出资额，向俞冬梅转让86.28万元出资额，剩余未转让的188.33万元出资额为对王亚杰本人的股权激励。

2017年12月王亚杰认缴利金科技1,000万元出资额时的认购价格为1元/出资额，对应朗视仪器股权价格为13.95元/注册资本，系根据中资资产评估有限公司于2017年11月16日出具的中资评报(2017)487号资产评估报告定价，朗视有限截至2017年10月31日的评估净资产价值为24,729.42万元，王亚杰认购价格为当时公允价值。

2017年-2020年公司平稳运行，2019年-2020年实现的扣非净利润和每股收益相比2017年并未出现增长，同时根据卓信大华于2020年5月28日出具的卓信大华评报字(2020)第2122号资产评估报告，公司截至2019年12月31日采用收益法评估的股东权益价值为45,120.00万元，即13.89元/注册资本，与2017年12月出资时价格13.95元/注册资本相当。

综上所述，公司2020年8月实施的股权激励价格公允，与王亚杰2017年12月取得利金科技份额时的对价相同，不存在需计提股份支付费用的情形。

**(二) 发行人历史上是否签订过对赌协议或其他特殊权利条款，如有，说明目前解除情况；关于股东特殊权利条款的相关约定是否涉及发行人，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定**

公司历史上未签署过对赌协议，公司历史上曾签署过包含回购条款、随售条款、优先清算条款等与股东特殊权利条款相关的投资协议，相关条款的主要内容如下：

序号	协议名称	签署日期	签署主体	股东特殊权利条款类型	股东特殊权利条款主要内容	是否终止
1	《政府股权投资协议》	2012.06.20	中发展、朗视有限、同方威视、慧众同鑫、信汇科技、北京安江苑、王永刚、张丽、吴宏新、张文宇、王亚杰、俞冬梅、李建军、杨光明、马晓昕	监事委派权	中发展有权委派一名监事	是
				购买权	朗视有限的其他股东有权自股权交割之日起5年内按照协议约定的价格收购中发展持有的朗视有限股权	
				回购权	如存在朗视有限其他股东投入朗视有限的资产不真实等协议约定情形的，中发展有权要求朗视有限及/或朗视有限的其他股东按照约定的价格收购中发展持有的朗视有限股权	
				随售权	如朗视有限的其他股东出售朗视有权股权导致合计持股比例低于50%的，中发展有权按照约定的价格优先于朗视有限的其他股东出售朗视有限的全部或部分股权	
2	《关于北京朗	2016.10.26	朗视有限、荷塘探索、水木创信、利	董事监事委派权	荷塘探索有权提名一名董事和一名监事	是

序号	协议名称	签署日期	签署主体	股东特殊权利条款类型	股东特殊权利条款主要内容	是否终止
	视仪器有限公司之投资协议》		金科技、同方威视、慧众同鑫、水木启程、北京安江苑、王永刚、张丽、吴宏新、张文宇、王亚杰、俞冬梅、李建军、杨光明	股权转让限制及回购权	朗视有限上市前，朗视有限的其他股东转让朗视有限股权导致实际控制权发生变更的，应征得荷塘探索、水木创信及利金科技的同意；如荷塘探索、水木创信及利金科技不同意的，新的实际控制人应当按照约定的价格回购荷塘探索、水木创信及利金科技持有的朗视有限股权	
				随售权	朗视有限的实际控制人出售其持有的朗视有限股权时，荷塘探索、水木创信及利金科技有权跟随出售其持有的朗视有限全部或部分股权	
3	《关于北京朗视仪器有限公司之投资协议》	2017.10.25	荷塘探索、水木创信、同方威视、宁波鑫欧特、水木启程、安江生宏、王永刚、张丽、吴宏新、张文宇、王亚杰、俞冬梅、李建军、杨光明、利金科技、朗视有限	最优惠权	如朗视有限除荷塘探索、水木创信及利金科技外的任何股东享有比荷塘探索、水木创信在本次投资协议项下享有的权利更为优惠或享有其他优先权利的，则荷塘探索、水木创信有权享有同样的权利，朗视有限及其他股东应当予以配合	
				股权转让限制及回购权	朗视有限上市前，朗视有限的股东转让朗视有限股权导致实际控制权发生变更的，应征得荷塘探索、水木创信的同意；如荷塘探索、水木创信不同意的，新的实际控制人应当按照约定的价格回购荷塘探索、水木创信本次认购的朗视有限股权	
				随售权	朗视有限的实际控制人出售其持有的朗视有限股权时，荷塘探索、水木创信有权跟随出售其持有的朗视有限全部或部分股权	是
				优先清算权	朗视有限及朗视有限股东确认并承诺，朗视有限在股份制改造前清算的，荷塘探索、水木创信有权优先于朗视有限的其他股东获得其本次全部投资本金及按照10%的年利率计算的利息和按照朗视有限已公布分配方案应享有的累计为付分红；如朗视有限在股份制改造后清算，且荷塘探索、水木创信按照持股比例分配的剩余财产达不到按照前述标准计算的金额的，就差额部分，朗视有限除荷塘探索、水木创信及利金科技外的其他股东应当按照各自的持股比例以其可分得的剩余财产无偿赠与荷塘探索、水木创信	
4	《关于北京朗视仪器有限公司之投资协议》	2017.12.18	利金科技、同方威视、宁波鑫欧特、水木愿景、安江生宏、王永刚、张丽、吴宏新、张文宇、王亚杰、俞冬梅、李建军、杨光明、荷塘探索、水木创	董事委派权	利金科技有权提名两名董事	是

序号	协议名称	签署日期	签署主体	股东特殊权利条款类型	股东特殊权利条款主要内容	是否终止
			信、朗视有限			

2022年6月6日，公司及其全体股东签署《股东特殊权利条款终止协议》，各方约定，公司历次投资协议中约定的股东特殊权利条款自签署之日起终止，相应条款自始无效。

根据《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》的规定，“PE、VC等机构在投资时约定估值调整机制（一般称为对赌协议）情形的，原则上要求公司在申报前清理对赌协议，但同时满足以下要求的对赌协议可以不清理：一是公司不作为对赌协议当事人；二是对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的约定；三是对赌协议不与市值挂钩；四是对赌协议不存在严重影响公司持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。”公司股东在投资时均未约定估值调整机制，不存在公司作为对赌协议当事人的情形，不存在与市值挂钩、可能导致公司控制权变化、严重影响公司持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的对赌约定。根据《股东特殊权利条款终止协议》，公司历次投资协议中约定的股东特殊权利条款均已自协议签署之日起终止且相应条款自始无效。

综上，公司历史上未签订过对赌协议，但历史上的投资协议中曾约定股东特殊权利条款。其中，2012年6月20日签署的《政府股权投资协议》涉及特殊情况下的公司回购承诺，公司虽作为当事人，但回购义务触发条件为资产不真实等特殊情况，不涉及估值调整机制，且中发展已于2015年退出公司，并将所持全部出资额转让给公司其他股东。除此之外，公司历史上特殊权利条款均不涉及公司作为履行当事人的情况，因此，公司无需进行相应会计处理。

### （三）核查程序及核查结论

#### 1. 核查程序

针对上述事项，我们主要实施了以下程序：

（1）取得并核查了公司实际控制人钱志明、高级管理人员张文宇、吴宏新、王亚杰、俞冬梅、钱晓峰报告期内的全部银行账户流水，取得实际控制人、高级管理人员之间的全部借款协议，核查借款资金路径及还款情况；针对公司实际控制人、高级管理人员之间的资金往来情况，对相关人员进行访谈，了解相关交易背景、还款情况以及是否存在代持或者其他特殊安排；取得并核查了公司股权



激励相关的董事会、股东大会文件、工商登记资料、评估报告、转账凭证等；

(2) 取得并核查了公司的历次增资协议，查阅了公司全体股东提供的调查表，查阅了公司及其全体股东签署的《股东特殊权利条款终止协议》。

## 2. 核查结论

经核查，我们认为：

(1) 钱志明、吴宏新、张文字、俞冬梅、王亚杰、钱晓峰之间资金往来背景真实、合理，不存在股份代持或其他利益安排；相关借款均已偿还；2020年8月王亚杰转让利金科技出资额的对价公允，剩余未转让部分为对王亚杰的股权激励，不存在须计提股份支付费用的情形；

(2) 公司历史上未签署对赌协议，曾在增资协议中约定回购条款、随售条款、优先清算条款等与股东特殊权利相关的条款，部分特殊权利条款涉及公司，前述股东特殊权利条款已经依法解除，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

吴慧



中国注册会计师：

朱俊峰



二〇二三年六月二十一日

附件一：

1. 2022 年

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
1	湖南申迪科技有限公司	沅江佰益口腔医院狮山路门诊	常德武陵区海鹏口腔门诊部
		南华大学附属第七医院 (湖南省荣军优抚医院)	宜章县彭小铎口腔诊所
		澧县张波口腔医院有限公司 澧县解放路分公司	长沙微美口腔门诊有限责任公司
		保靖萧湘口腔医院有限责任公司	郴州青春口腔有限责任公司
		西安莲湖北城海涛口腔医院有限公司 莲湖北关口腔医院	常德市立固口腔有限公司
		衡阳市石鼓区欧亚协合口腔医院	郴州市北湖区何永清口腔诊所
		长沙经开医院有限公司	常德新兰鑫口腔诊所
		冷水江市德雅医院	郴州市北湖区罗志华口腔诊所
		平江县第二人民医院	湘潭高新区齿香口腔诊所
			郴州市六六六口腔有限责任公司
			益阳市赫山区益康牙科诊所
			道县健齿口腔诊所
			张家界市永定区瑞田口腔诊所
			道县周氏博雅口腔
			长沙市恒齿口腔门诊有限公司
			鼎城区十美堂镇兴镇居委会卫生室
			长沙市岳麓区循力源洛云口腔门诊有限公司
			衡南县康齿雅口腔有限公司
			安化县瑞佳博口腔门诊有限责任公司
			衡阳德贝口腔有限公司
			湘阴县文星杨福口腔诊所
			安化新方健口腔有限责任公司羊角塘分公司
	益阳赫山骏海口腔诊所		
	衡阳市珠晖区爱牙牙口腔诊所		
	永顺县鼎昇口腔诊所		
	湖南好乐齿涉外口腔有限公司		

	沅陵县壹口康口腔有限公司
	湖南省常德市王氏口腔医疗管理有限公司
	长沙安馨口腔有限公司
	湖南湘李氏口腔门诊有限公司
	长沙亲民口腔门诊有限公司
	湖南暄美口腔医疗管理有限公司
	长沙市开福区鸿图口腔门诊部
	湖南牙闪闪医疗管理有限公司
	长沙市雨花区牙康乐口腔门诊部有限公司
	湖南牙祖口腔集团有限公司
	长沙市岳麓区优圣口腔门诊部
	江华瑶族自治县魏氏口腔门诊有限公司
	长沙县星沙街道周登口腔诊所
	冷水江市曾浩繁口腔门诊部
	常德市乐森口腔有限责任公司
	安化紫薇口腔门诊部
	湘潭县石潭镇大桥口腔门诊部
	保靖县民族口腔诊所
	新化县娄益口腔诊所
	醴陵陈君医牙科诊所
	益阳赫山恒康牙科诊所
	临澧县新安镇鑫岳口腔诊所
	益阳赫山王兰口腔诊所
	浏阳市大瑶镇阳光口腔门诊部
	永顺明月牙科诊所
	浏阳市古港镇桃园居委会桐坑口腔诊所
	永兴县刘肖文口腔诊所
	南湖新区牙格美口腔门诊部
	沅江市南大刘磊口腔诊所
	安化新方健口腔有限责任公司低庄分公司
	张家界市武陵源区熊朝辉口腔诊所
	宁乡市贝尔口腔门诊部
	张家界万代口腔门诊有限责任公司

	宁乡周克关口腔科诊所
	长沙齿拜口腔门诊有限公司
	长沙市开福区暄美世纪金源口腔门诊有限公司
	长沙开福合家口腔
	长沙市天心区晶皓口腔门诊部
	长沙青禾口腔门诊有限公司
	长沙市天心区文飞口腔有限责任公司
	长沙市开福区辰雅齿诺口腔门诊部
	长沙市望城区高塘岭镇鹏飞口腔科诊所
	长沙市开福区精典口腔诊所
	长沙市望城区向日葵口腔有限公司
	长沙市叶子口腔有限公司
	长沙市天心区欧州城门诊部
	祁阳市龙山街道社区卫生服务中心盘龙东路口腔诊所
	长沙市天心区新佳口腔门诊部
	祁阳县白水镇王氏牙科
	长沙市望城区桥驿镇皓洁口腔门诊部
	屈原区昊伟口腔科诊所
	长沙市湘大夫口腔门诊有限公司
	双峰县青树镇南方牙科诊所
	长沙市雨花区好牙依锦绣口腔门诊部
	桃江鲍习春口腔诊所
	长沙市岳麓区滨江口腔门诊部
	桃江县伢美口腔诊所
	长沙市岳麓区映日口腔门诊有限公司
	桃源县漳江社区卫生服务中心口腔门诊
	长沙市岳麓区正雅口腔门诊部
	天元区新南光口腔栗雨门诊部
	长沙县好牙依湘龙口腔门诊有限公司
	武冈市协群牙科诊所
	长沙优乐口腔门诊有限公司
	武冈市玉龙路莱尚口腔门诊有限公司
	武陵区紫菱医疗门诊部

2	四川峰高医疗器械有限公司	成都武侯西南医院有限公司	四川一诺口腔门诊有限公司
		兰州华西牙科医院管理有限责任公司	泸州微米口腔门诊部有限责任公司
		甘洛华医医院	锦江一丹口腔诊所
			成都成华七零兴星口腔门诊部有限公司
			彭山区帅磊口腔诊所
			成都高新美洲博济口腔门诊部有限责任公司
			仪陇县马鞍镇爱心口腔诊所
			成都高新怡禾综合门诊部有限公司
			泸州飞祥口腔门诊部有限公司
			成都高新长益禾贝口腔门诊部有限公司
			绵阳市涪城区张坤先口腔诊所
			成都金牛西宸青苗口腔门诊部有限公司
			青羊区一丹口腔门诊部
			成都锦江四六八楷祥口腔门诊有限公司
			武胜传承口腔诊所有限公司
			成都龙泉驿壹家和悦口腔门诊部有限公司
			资中博美口腔诊所
			成都郫都嘉仁口腔门诊部有限公司
			成都成华橙心口腔门诊部有限公司
			成都郫都区冬冬口腔门诊部有限公司
			泸州江阳微笑口腔门诊部有限责任公司
			成都青白江刘氏博亦口腔门诊部有限公司
			绵阳市涪城区康厚勤口腔诊所
			成都青白江兴柯口腔门诊部有限公司
			绵阳市牙牙口腔医疗管理有限公司
			成都青羊美他口腔门诊部有限公司
			郫都品源口腔诊所
			成都青羊亚之泰口腔门诊部有限公司
			四川辰笛口腔诊所有限公司
			成都双流铂灵远达口腔门诊部有限公司
	通江县新区医院有限公司		
	成都双流嘉木口腔门诊部有限公司		

	西昌雅乐康口腔诊所
	成都双流美嘉尔口腔门诊部有限公司
	越西县越城镇中心卫生院
	成都双流维尔口腔诊所有限公司
	成都成华好牙易口腔门诊部有限公司
	成都天府新区惠康美口腔门诊部有限公司
	九寨沟县和平口腔门诊部
	成都天府新区诺贝德口腔诊所有限公司
	泸定县城内牙科诊所
	成都温江杏林艾雅口腔门诊部有限公司
	泸州慧美博雅口腔诊所有限公司
	成都温江雅正口腔门诊部有限公司
	泸州龙马潭区康齿健口腔诊所有限公司
	成都武侯欢聚口腔门诊部有限公司
	绵阳泊尊医疗美容有限公司
	成都武侯荣康再嚼口腔门诊部有限责任公司
	绵阳市涪城区欧阳青城口腔诊所
	成都铂灵科技有限公司双流铂灵口腔门诊部
	绵阳市高新区佳洁口腔门诊部
	成都武侯好洁口腔诊所有限公司
	绵竹睿尔口腔诊所
	成都武侯重美佳口腔门诊部有限公司
	彭山区徐兴胜口腔诊所
	成都新都繁城口腔诊所有限公司
	郫都区小白兔口腔门诊部
	成都新都品口口腔诊所有限公司
	仁寿县文林镇田玲口腔诊所
	成都新都鑫铂菲特口腔门诊部有限公司
	四川省医博旌城口腔诊所有限公司
	成都新都兴枫泽口腔门诊部有限公司
	遂宁皓朗口腔诊所有限公司
	成华皓康仁口腔诊所
	武侯百合惠康口腔诊所

			崇州曹云翔口腔诊所有限责任公司
			西昌市繁华里河马口腔诊所有限公司
			崇州友禾口腔门诊部有限公司
			新津王莲口腔诊所
			达州正雅口腔诊所有限公司
			宜宾众植博仕口腔诊所有限责任公司
			峨眉山普乐米口腔门诊部有限公司
			中江一诺口腔门诊部有限公司
			巴中市华瑞口腔诊所管理有限公司
			自贡市高新区乙时代口腔诊所
			犍为县民德口腔诊疗有限公司
			简阳锦誉口腔门诊部有限公司
3	国药口腔集团同体系公司	中国医科大学附属口腔医院	天津市蓟州区纪瑞然口腔诊所
		深圳市罗湖区中医院	天津静海皓泽口腔诊所
		佛山市顺德区伦教医院	天津希泉口腔门诊有限公司
		佛山市禅城区石湾镇街道城南社区卫生服务中心	广东德利康口腔门诊部有限公司
		天津河北国泰医院	天津拾贰拾伍口腔诊所有限公司
		广东韩妃医疗美容互联网医院有限公司	德嘉口腔门诊（天津）有限公司
		乐昌市中医院	天津市智美口腔门诊有限公司
		深圳大学附属华南医院	佛山市南海好佰年季华口腔门诊部有限公司
		天津津南杏林春韩立明医院	海南中齿口腔医疗管理有限公司凤翔路口腔门诊部
		广东省第二荣军医院	临高临城亚文口腔门诊部
		天津南开明丰医院	广州穗华圃东口腔门诊部有限公司
		海南植之道口腔医院有限公司	广州鹿鸣口腔门诊部有限公司
		新兴县人民医院	广州穗华万博口腔门诊部有限公司
		江门市新会区会城街道办事处社区卫生服务中心	广州名正口腔门诊部有限公司
		江门市新会区中医院	天津市西青区慧安康门诊部有限公司
			天津北辰区瑞麟口腔诊所有限责任公司
			天津武清泽诚口腔门诊有限责任公司
			天津北辰瑞宁健民门诊部
			东方口腔门诊（天津）有限公司

		天津市滨海新区塘沽中心庄卫生院
		天津滨海拜尔口腔门诊部有限公司
		广州穗华口腔门诊部有限公司
		天津滨海南益凯恩口腔门诊有限公司
		天津南开拜欧口腔门诊有限公司
		天津滨海月德口腔门诊部有限公司
		天津欧诺口腔门诊有限责任公司
		天津东丽区华瑞口腔诊所有限公司
		天津市宝坻区盛德综合门诊有限公司
		澄迈老城焦敏敏口腔诊所
		天津市河西区雅诺美口腔门诊有限公司
		天津河北匠心宇辰口腔门诊有限公司
		天津市津南区嘉萱口腔门诊部
		天津河北区汤氏口腔诊所有限公司
		天津市欣百信口腔门诊部有限公司
		天津河东明皓口腔诊所有限公司
		天津武清恒盛泽美口腔诊所有限公司
		天津河东区舒意口腔诊所有限责任公司
		天津西青康豫佳口腔诊所
		天津河西区禹润口腔诊所有限公司
		广州穗华新港口腔门诊部有限公司
		天津蓟州区益鑫堂口腔诊所
		中山市海之星口腔门诊部有限责任公司
		天津津南津乐匠心海教园口腔门诊部有限公司
		天津津南区好牙医矫正联合口腔诊所有限公司
4	广州市霆晖医疗器械有限公司	广州东方医院有限公司
		英德市现代口腔门诊有限公司
		开平市艺齿医疗投资有限责任公司
		广州正德口腔门诊部有限公司
		广州春萌口腔门诊有限公司
		四会维美臻品口腔门诊部
		广州邓添运口腔诊所有限公司
		广州市粤齿奥口腔医疗有限公司
		第一健康（清远）医疗管理有限公司健康体检中心



	华洋口腔医疗科技（韶关市）有限公司
	广州东璟健拓口腔门诊部有限公司
	南雄繁荣口腔诊所
	广州凤仪大一口腔门诊部有限公司
	阳春焕颜口腔门诊部
	广州冠华俊园口腔门诊部有限公司
	湛江市新湖光口腔门诊部有限公司
	广州广二广盛口腔门诊部有限公司
	广州市智仁口腔门诊部有限公司
	广州健齿口腔诊所有限公司
	广州卓悦口腔医疗有限公司
	广州匠心口腔门诊有限公司
	江门市萃臻口腔门诊部有限公司
	广州锦杰口腔诊所有限公司
	林克口腔门诊部（广州）有限公司
	广州美斯口腔门诊部有限公司
	韶关市曲江区麦芽口腔诊所
	广州缪氏口腔门诊部有限公司
	武江区坝厂口腔诊所
	广州诺亚智慧门诊部有限公司
	阳西县微笑口腔诊所
	广州启美口腔门诊部
	郁南都城至醒口腔门诊部
	广州桥惠口腔门诊有限公司
	广州市研科口腔门诊部有限公司清湖分部
	广州仁天口腔门诊部有限公司
	广州市增城冬萍口腔门诊
	广州润博鹤洞口腔门诊部有限公司
	广州曙光口腔门诊部有限公司
	广州市白云区澳齿洁口腔门诊部有限公司
	广州中研南珠口腔门诊部有限公司
	广州市白云区比邻口腔门诊部有限责任公司
	鹤山沙坪微笑口腔门诊部

			广州市白云区太和朱观成口腔门诊部
			化州市康齿健口腔门诊有限公司
			广州市白云区同德津元堂口腔门诊部
			江门市美美口腔医疗有限公司
			广州市从化街口康城口腔门诊部
			乐昌市罗国兵私人口腔诊所
			广州市广二益宁口腔门诊部有限公司
			茂名市电白谢氏口腔医疗科技有限公司
			广州市花都区花城盟创口腔门诊
			曲江区瑞祥口腔门诊部
			广州市花都区花之都植芽口腔门诊部有限公司
			始兴县谢苑妃口腔诊所
			广州市花都区新华张庭章牙科诊所
			遂溪县华迪口腔门诊有限公司
			广州市花都区秀全雅乐美口腔门诊部
			亚美（广州）口腔诊所有限公司
			广州市花都区牙博仕口腔门诊部有限公司
			广州市天河区珠吉街吉山社区卫生服务站
			阳江市江城区贝壳口腔门诊部
			广州市荔湾区雅道芳华口腔门诊部
			阳西永耀三仁口腔有限公司
			广州市缪氏齿祖金梦口腔医疗有限公司
			优雅联合（广州）口腔门诊部有限责任公司
			广州市舒尔口腔医疗有限公司
			湛江圣瑞口腔门诊部有限公司
			中山市齿王医疗有限公司南沙齿王口腔门诊部
			高州市新铭冠口腔门诊有限公司
			中山市上医口腔门诊部有限公司
			德庆雅之美口腔诊所
			广州市欣诚口腔门诊部有限公司
5	河南山杰医疗器械销售	开封优博雅口腔医院有限公司	杞县毛志刚口腔诊所

有限公司	鄢陵县劳动医院	郑州市中原区皓雅口腔门诊部
	兰考县第三人民医院（兰考县兰阳卫生院）	新乡市红旗区维美口腔门诊有限公司
	安阳雅之道口腔医院有限公司	封丘县黄陵镇王金龙口腔门诊诊所
	河南宏阳景苑口腔医院有限公司	平顶山市卫东区慧雅口腔门诊部
	郑州瑞柏口腔医院有限公司	巩义市小精灵口腔门诊有限公司
		商丘市睢阳区谢中典口腔门诊部
		河南恒健口腔门诊有限公司
		郸城邢兰花口腔科卫生室
		安阳文峰东正口腔门诊部
		驻马店博恩口腔门诊部
		河南齐贝口腔医院有限公司
		平舆县美尔口腔门诊部
		河南舒乐适口腔门诊有限公司
		商丘市麦芽口腔门诊部有限公司
		河南一而十口腔医疗科技有限公司
		卫辉市望京中医院有限责任公司
		回隆镇同仁口腔
		荥阳市华诺口腔门诊部
		获嘉县位庄李海胜口腔诊所
		郑州市惠济区芽芽口腔养护服务中心
		开封市道士房牙科
		周口市川汇区牙贝康口腔门诊部
		开封市兰考县张二伟牙科诊所
		宁陵县李辉口腔门诊所
		开封市示范区思美口腔门诊部
		平顶山市新华区八艺口腔门诊部
		开封市顺河回族区菲凡口腔门诊部有限公司
		淇县张岗玲口腔诊所
		安阳市北关区冯国彬口腔门诊诊所
		三门峡市陕州区仁尚口腔诊所
	郸城县乐含口腔诊所	
	商丘市睢县后台乡王庄牙科	

		利玲牙科诊所
		通许县田树方口腔诊所有限公司
		灵宝市会芳口腔诊所
		卫辉市心连心口腔门诊部
		郸城县牙博士口腔医疗连锁管理有限公司
		新郑周彩朋口腔诊所
		郑州市二七区华巍口腔诊所
		荥阳市王宁牙科诊所
		郑州市管城回族区薛金力口腔诊所
		郑州市管城区乐尚口腔门诊部
		洛阳和瑞佳口腔医院管理有限公司
		郑州市二七区自立口腔门诊部
		洛阳纳尔斯口腔门诊部有限公司
		郑州市管城区口福口腔门诊部
		洛阳市瀍河回族区禾木口腔门诊部
		郑州市惠济区薛永福口腔诊所
		洛阳市涧西区梅平口腔门诊部
		郑州市郑东新区利兹口腔诊所
		洛阳市老城区圆图口腔门诊部
		中牟县顺驰口腔门诊部
		洛阳市洛龙区张梁口腔门诊部
		周口市德正口腔医院有限公司
		洛阳牙仙子口腔门诊部有限公司
		安阳市北关区丁一口腔门诊诊所
		南阳牙博仕口腔门诊有限公司
6	瑞诚医疗同 体系公司	深圳恒生医院
		深圳市福田区沙头街道翠湾社区健康服务中心
		深圳李春余口腔医疗管理有限公司
		东莞市常平李杨练口腔诊所
		东莞市黄江牙宝口腔门诊部
		深圳铭德欧景口腔诊所
		东莞市魏凤口腔门诊有限公司
		深圳舒美口腔门诊部
		东莞市伊航口腔门诊部有限公司

	深圳御牙禧口腔诊所
	东莞市长安睿智口腔门诊部有限公司
	深圳龙盛口腔诊所
	东莞长安爱齐口腔门诊部有限公司
	深圳荣耀口腔门诊部
	揭阳市牙宜达口腔医学有限公司
	深圳市汪洋齿科管理有限公司爱牙宝贝口腔门诊部
	睿齿口腔（东莞市）有限公司
	深圳魏展平口腔诊所
	深圳安致口腔诊所
	深圳优尔口腔门诊部
	深圳奥柔口腔诊所
	深圳朱飞口腔诊所
	深圳贝博口腔门诊部
	深圳林灼苗口腔诊所
	深圳池铭阁口腔诊所
	深圳蒙恩口腔诊所
	深圳德贝美景龙口腔门诊部
	深圳诺亚智慧诊所
	深圳德林口腔门诊部
	深圳市博耀齿科医疗有限公司晟峰口腔诊所
	深圳尔汇德邻口腔门诊部
	深圳市坪山区碧玲街道澳子头社区健康服务中心
	深圳冠诚宝壹口腔门诊部
	深圳舒美碧海口腔诊所
	深圳国奇创城口腔诊所
	深圳同源口腔门诊部
	深圳何锋口腔诊所
	深圳五冠口腔医疗管理连锁有限公司五和口腔门诊部
	深圳医博仕口腔门诊部
	深圳宜嘉口腔诊所
	深圳奕泽口腔诊所

			深圳锦阳口腔诊所
			深圳优悦口腔门诊部
			深圳君翔口腔门诊部
			深圳众智口腔门诊部
			深圳凯瑞口腔诊所
			东莞莞城美富口腔门诊有限公司
			深圳兰璟瑞芽口腔门诊部
7	重庆玖和医疗器械有限公司	重庆团圆口腔医院有限公司	北京运佳康泰商贸有限公司澳康第二口腔诊所
		重庆市合川口腔医院	北京瑞佳口腔门诊部有限公司
		北京傲适医院管理中心(有限合伙)	北京君涛口腔门诊部
		北京京城皮肤医院有限公司	北京贝仕口腔门诊部有限公司
			北京牙匠齿科口腔门诊部有限公司
			北京倍纳斯口腔门诊部有限公司
			榕江县邓茜口腔诊所
			北京朝青瑞鲨舒适口腔门诊部有限公司
			北京麦植口腔诊所有限公司
			北京诚和口腔诊所
			北京舒适亿家口腔门诊部有限责任公司
			北京诚瑞口腔诊所有限责任公司
			北京义和庄东里诊所
			北京齿安口腔门诊部有限责任公司贵仕口腔诊所
			江北高庭和牙乐访口腔诊所
			北京德益美雅口腔诊所有限责任公司
			重庆铖家牙博士口腔诊所管理连锁有限公司大足北环中路口腔诊所
			北京恩典嘉美口腔门诊部有限公司
			北京康乐诚和口腔门诊部有限公司
			北京恒贝口腔诊所有限责任公司
			北京清诚口腔门诊部有限公司
			北京华钦一涵口腔诊所有限公司
			北京邦加北苑口腔诊所有限责任公司
			北京华烨新北口腔门诊有限公司西北旺口腔门诊部

			北京通州德馨综合门诊部
			北京百立医院管理有限公司百立中医门诊部
			北京雅仕望京口腔门诊部有限公司
			北京京东艺口腔诊所
			北京煜健长远亲子口腔门诊部有限公司
			北京京诺东区口腔门诊部有限公司
			北京真美口腔医院管理有限公司麦田口腔诊所
			北京京旗威尔默口腔门诊部有限公司
			湄潭湄江谭书波口腔诊所
			北京百美达口腔门诊部有限公司
			重庆佰年康齿口腔诊所管理连锁有限公司北碚区蔡家岗镇云榭路口腔诊所
			重庆牙美士口腔门诊部有限公司
			北京宝山金悦诊所有限公司
			北京晶林缘科技有限公司芝桐口腔诊所
			北京京雅口腔门诊有限公司
			北京爱美门诊部有限责任公司
			北京京中植美口腔门诊部有限责任公司
			北京市海淀区时雨园社区卫生服务站
		8	青岛凯利医疗器械有限公司
	董记口腔(烟台)有限公司		
	高密宏康口腔门诊部		
	高密华益医疗服务有限公司晏子路口腔诊所		
	高密鹏派医疗服务有限公司		
	高密市恩诺健康管理有限公司		
	高密薛建华口腔诊所		
	红岛经济区张洪亮康美口腔诊所		
	黄岛区李磊磊口腔科诊所		
	黄岛区润泽口腔诊所		
	胶州市薛永超口腔诊所店		
	莱州市文峰路街道李文亮口腔诊所		
	李沧区德馨口腔诊所		
	李沧区皓齿口腔诊所		

	临沂兰山区笑然口腔门诊部
	平度市南村镇郭庄卫生院
	平度市于涛口腔诊所
	青岛爱卫医疗有限公司市南爱卫口腔诊所
	青岛博纳口腔医疗有限公司
	青岛晟平医疗服务有限公司城阳杰然口腔诊所
	青岛齿贝家医疗有限公司市北南京路口口腔诊所
	青岛春好健康管理有限公司市北利民口腔诊所
	青岛翠霞医疗有限公司青岛胶州尚齿口腔诊所
	青岛福馨源医疗管理有限公司胶州固齿口腔诊所
	青岛皓之辉医疗管理有限公司市北惠正好口腔诊所
	青岛赫伦美医疗科技有限公司
	青岛恒志鑫医疗管理有限公司李沧恒志上臧口腔诊所
	青岛恒志岳泽医疗管理有限公司市北恒志口腔诊所
	青岛胶州市新尚口腔健康管理有限公司胶州新尚口腔诊所
	青岛洁美医疗服务有限公司胶州洁美口腔诊所
	青岛晶玉口腔健康管理有限公司
	青岛全好健康管理有限公司李沧区南崂路口口腔门诊部
	青岛瑞栋中康口腔咨询管理有限公司
	青岛瑞健口腔诊所有限公司胶州瑞健口腔诊所
	青岛瑞斯莱医疗管理有限公司青岛圣皓口腔诊所
	青岛微美口腔医疗管理有限公司
	青岛笑合口腔医疗有限公司
	青岛雅瑞健康管理有限公司城阳雅瑞口腔诊所
	青岛一加一口腔医疗有限公司李沧一加一口腔诊所
	青岛殷在霞医疗管理有限公司
	青岛誉悦口腔医疗有限公司
	青岛越胜名皓医疗管理有限公司崂山名皓口腔诊所



			青岛卓悦佳口腔医疗有限责任公司莱西团岛路口腔诊所
			青一医疗管理（青岛）有限公司崂山青一口腔诊所
			山东贝凡医疗设备有限公司市北贝齿口腔诊所
			市南区卓越口腔诊所
			新泰市徐新华口腔诊所
9	长春市顺合医疗器械有限责任公司	吉林国健口腔医院	长白山保护开发区池北金山口腔诊所
		吉林大学口腔医院	深圳医诺口腔诊所
		海林市口腔医院	南关区健民口腔门诊部
		长春市绿园区万嘉综合医院有限公司	朝阳区开运卓越口腔门诊部
			松原瑞博口腔门诊部
			朝阳区吴迪口腔门诊部
			绿园区万晟口腔门诊部
			敦化市三好口腔门诊部
			南关区美林口腔门诊部
			二道欧乐口腔门诊部
			四平市铁东区石刚口腔诊所
			二道区安昕口腔门诊部
			通化市东昌区贝齿康口腔门诊部
			高新技术产业开发区爱馨口腔门诊部
			朝阳区爱馨口腔门诊部
			高新技术产业开发区刘东晓口腔诊所
			梅河口市李鑫口腔诊所
			高新技术产业开发区珑玺口腔门诊部
			南关区景晨口腔门诊部
			高新技术产业开发区马金荣口腔诊所
			南关区优嘉口腔门诊部
			高新技术产业开发区优齿嘉口腔门诊部
			双阳区雅美口腔门诊部
			白山市浑江区万润口腔诊所
	四平市铁西区阳光口腔诊所		
	白山市浑江区众诚口腔诊所		
	松原市宁江区王国政口腔诊所		

			博硕为医口腔门诊部长春市绿园区有限公司
			榆树圣安口腔门诊部
			长春市金予雅贝嘉口腔门诊有限公司南关门诊部
			长春市二道区佳美惠口腔门诊部
			长春市雅贝嘉口腔门诊有限公司
			绿园区代氏口腔门诊部
			吉林省春诚口腔医疗有限责任公司绿园春诚口腔门诊部
			白城市牙博士口腔门诊部
			吉林市船营区木清口腔门诊部
10	深圳市尔瑞医疗器械有限公司	河源市源城区岭南综合医院有限公司	潮州市湘桥区吴瑞华口腔诊所
			惠州市雅安健医疗投资管理有限公司
			蔡国泰牙科诊所
			大埔嘉诚口腔门诊有限公司
			陆丰市欣十口腔诊所
			东莞东城齿颜盛世口腔门诊部有限公司
			汕头市万吉口腔医疗有限公司
			东莞黄江瑞鲨口腔诊所
			惠州市美佳口腔医疗有限公司
			东莞如一口腔门诊部有限公司
			揭阳市揭东区锡场镇卫生院
			东莞市厚街宝屯登峰康门诊部有限公司
			萌小爱口腔门诊部（惠州）有限公司
			东莞市佳洁口腔门诊部有限公司
			汕头市康兴医疗有限公司
			东莞市雅思口腔诊所有限公司
			深圳市光明区玉萌社区健康服务中心
			东莞塘夏天悦口腔门诊部有限公司
			惠州市惠阳区新圩朱志彬口腔诊所
			东莞长安圣越口腔门诊部有限公司
			惠州市秋叶口腔门诊有限公司
			丰顺县林定河小宝口腔医疗有限公司
			惠州市紫仁美医疗投资有限公司惠城区紫仁美口腔诊所

		广东杰雅医疗健康科技有限公司
		康合口腔医疗（汕头）有限公司
		海丰县皓美口腔有限公司
		梅州乾丰口腔门诊有限公司
		海丰雄胜口腔门诊部
		普宁市池尾李绪周牙科诊所
		蔷薇齿科（惠州市）有限公司
		汕头常乐口腔医疗有限公司
		汕头市澄海区张创旭口腔科诊所
		惠州德艺医疗有限公司
		汕头市龙湖区李怀希口腔诊所
		惠州市佰合齿科技术服务有限公司
		汕头市雅汇悦口腔门诊有限公司
		惠州市陈墨口腔门诊有限公司
		深圳众健口腔诊所
		惠州市惠齿健口腔门诊管理有限公司惠尔口腔门诊部
		惠州市惠大口腔医疗有限公司

2. 2021 年

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
	河南山杰医疗器械销售有限公司	安阳德奥口腔医院服务有限公司	郑州市二七区德正口腔门诊部
		郑州桐乐口腔医院有限公司	安阳市滑县植道口腔
		西华第一医院	舞钢市府东口腔门诊部
		滑县志霞口腔医院有限公司	河南乐适美口腔门诊部有限公司
		郑县太朴寨骨伤医院	汝阳小白鸽口腔门诊部
		登封三康医院	安阳市北关区雅仕口腔门诊部
		河南悦尔医院管理有限公司	河南勇创口腔医疗有限公司
		河南不凡口腔医院有限公司	南阳市卧龙区现代口腔门诊部
		郑州星雅口腔医院有限公司	郑州市松果口腔有限公司
		郑州华睿口腔医院有限公司	安阳市曜白口腔门诊部有限公司
		太康华森口腔门诊部	郑州同赫口腔医院管理有限公司

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			商丘市睢阳区董氏口腔门诊部
			永城市雅品口腔门诊部
			偃师爱牙仕口腔门诊部
			商丘市睢阳区小老虎口腔门诊部
			太康雅好口腔门诊部
			河南美伢口腔医院有限公司
			新蔡县燕华口腔门诊部
			郑州白巍口腔门诊部
			河南束贝口腔医疗有限公司
			杞县城关镇南街医疗门诊部
			郑州市郑东新区冠齿口腔门诊部
			鹤壁市淇滨区荣森门诊部
			中牟县顺驰口腔门诊部
			洛阳市老城区三十二颗口腔门诊部
			开封市众乐口腔门诊部
			偃师崔满超口腔门诊部有限公司
			郾城区杰美口腔门诊部
			河南博美口腔医疗服务有限公司
			林州市开元区王银松口腔诊所
			新乡市凤泉区连坤口腔门诊有限公司
			长垣市三禾口腔门诊部
			新野县圣贝口腔门诊部
			商丘市三和口腔门诊部
			夏邑县友好口腔门诊部
			洛阳市涧西区张俊祥口腔门诊部
			新乡市红旗区大虎牙口腔门诊部
			虞城县进攻口腔门诊部
			漯河市召陵区栗俊亭口腔诊所
			洛阳雅美口腔门诊有限公司
			洛宁县木易牙科

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			杞县郭宝英口腔诊所
			新乡卫辉市卫兰口腔
			新乡市封丘县振阳口腔
			信阳皓康口腔医疗服务有限公司
			开封尉氏县水坡镇红彬口腔
			新乡市高新区贝森口腔门诊部有限公司
			鹤壁市淇水口腔门诊部
			洛阳市瀍河区棟乐口腔
			封丘县王帅礼口腔诊所
			郑州市二七区多乐口腔医疗有限责任公司
			宁陵县董传勤口腔医疗服务有限公司
			宁陵县金象口腔诊所
			巩义市朱河镇张香芬口腔诊所
			西平县刘海顺口腔诊所
			中牟县张强友好牙科诊所
			开封市顺河回族区郭玲莉口腔诊所
			孟州市协鸿口腔
			长垣市雅美口腔诊所
			杞县刘慧口腔诊所
			开封市城乡一体化示范区王芳口腔诊所
			濮阳市开发区历山路爱尔口腔诊所
			夏邑县二工局牙科微创美学修复中心
			尉氏县康贝齿乐口腔诊所有限公司
			毛氏口腔
			安阳雅立美口腔医院有限公司
			洛阳市伊滨区李村镇悦好口腔诊所
			为民口腔
			长垣市韩子臣口腔诊所
			新乡辉县占城口腔
			西安市莲湖区诚济医疗服务有限公司莲湖开远半岛口腔门诊部

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			西华县西华营镇牟庄牙科
			长垣市皓德口腔诊所
			东新区文昌办事处许彬口腔诊所
			郑州市金水区臻杰口腔门诊部
			临颍县繁城镇祝伟涛牙科
			长垣市赵巧利口腔诊所
2	深圳市瑞诚 医疗器械有 限公司	深圳市一树口腔医院投资管理 有限公司大运颐安口腔门诊部	广州穗康口腔门诊部有限公司
		惠州惠城麦芽口腔医院有 限公司东平分公司	广州市优玥口腔门诊部有限公司
		东莞天使口腔医院有限公司	雅圣口腔医疗管理（温州）有 限公司瓯江口腔门诊部
		东莞市友睦丽得医院有限公 司友睦丽得口腔门诊部	深圳瀚霖门诊部
		深圳宝兴医院	深圳雅宝凯伦口腔门诊部
			深圳市龙华区思迈尔口腔门诊部
			东莞市信德过口腔门诊部有 限公司
			深圳美好博森口腔门诊部
			揭阳市惠来县臻正口腔门诊部
			深圳爱赛亚口腔门诊部
			深圳思乐美口腔门诊部
			深圳佳悦口腔门诊部
			深圳夕诺口腔门诊部
			深圳夕诺口腔门诊部
			东莞南城美富口腔门诊部有 限公司
			东莞市康盛美口腔门诊有限 公司
			广东森麦口腔医疗投资有限 公司
			深圳悦和青苗口腔门诊部
			深圳意之心口腔门诊部
			普宁市逸生口腔门诊部
	深圳凯伦口腔门诊部		
	深圳润笑口腔门诊部		
	深圳友泰口腔门诊部		

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			深圳怡禾星门诊部
			深圳康贝尔珠莉口腔门诊部
			深圳林立鸿口腔诊所
			深圳市光明区石围社区健康服务中心
			深圳市龙华区民治街道新锦社区健康服务中心
			广州王淑范口腔医疗诊所
			深圳芮德口腔诊所
			深圳市光明区张近新口腔诊所
			深圳守正口腔诊所
			深圳加美口腔管理有限公司尚景诊所
			汕头市爱雅口腔医疗服务有限公司
			深圳弘杰孔子任口腔诊所
			惠东县平山杨国良口腔诊所
			深圳温德口腔诊所
			深圳乐家口腔诊所
			深圳大树口腔诊所
			丰顺黄立雄达强口腔诊所
			惠州市众鑫医疗管理有限公司
			深圳佳茗口腔诊所
			深圳品一口腔诊所
			揭阳市陈梅山医疗有限公司
			深圳李春余九龙台口腔诊所
			深圳唯思口腔诊所
			潮州市湘桥区正钊口腔诊所
			大埔县刘兆武牙科诊所
			汕头澄海王彤斐口腔科诊所
			深圳翁云彬口腔诊所
			深圳广康优口腔诊所
			深圳华锐口腔诊所
			深圳晓君口腔医疗管理有限公司圣廷口腔诊所

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			深圳幸运草口腔诊所
			深圳时代微笑口腔诊所
			深圳德诚口腔诊所
			惠州市博善口腔管理有限公司
			深圳佳美口腔医疗管理有限公司
			深圳品致口腔诊所
			深圳市爱齿康医疗投资有限公司曾昭发口腔诊所
			深圳市江涛医疗投资有限公司盈万里口腔诊所
			揭阳市榕城区杨洪口腔门诊部
			深圳黄琛口腔诊所
			深圳康贝尔口腔诊所
			深圳康贝尔口腔诊所
			深圳市云尚医疗管理有限公司
			汕头市金平区韩秀佳口腔科诊所
3	湖南申迪科技有限公司	洞口县中医医院	娄底市娄星区盛康源口腔门诊
		醴陵皇贝口腔医疗有限公司	长沙县星沙千乐口腔门诊部
		临澧县张波口腔医院	长沙市开福区卫牙仕口腔门诊部
		永州中南口腔医院有限公司东安门诊部	衡山雅康现代口腔诊所
		永州中南口腔医院有限公司愿景分部	株洲朗朗时代口腔门诊有限公司
		吉首市斑马牙医口腔医院有限责任公司	长沙雅丽口腔门诊有限公司
		匠心齿科医院	桃源丘林口腔门诊部
		长沙中诺口腔医院有限公司	长沙市天心区齿邦博林口腔门诊部
			岳阳楼区华岳口腔门诊部
			长沙市岳麓区佻贝健口腔门诊部
			衡阳市蒸湘区亚美口腔门诊
			长沙县湘龙佻都口腔门诊部
			岳阳楼区铭远口腔诊所
			长沙奥华口腔有限公司
	长沙开福区合家口腔门诊有限公司		



序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			长沙市岳麓区伢贝健口腔门诊部
			益阳赫山芽白白口腔诊所
			娄底市娄星区中兴牙科诊所
			沅江市肖医生口腔诊所
			湘潭市雨湖区品冠口腔门诊部
			武冈市爱牙士口腔有限责任公司
			汉寿县植德口腔门诊部
			澧县保健口腔
			郴州市苏仙区仁楚口腔有限责任公司
			城步苗族自治县凯瑞口腔门诊部
			炎陵县余泽凡牙科诊所
			长沙亚雅口腔（马王堆店）
			长沙县黄兴镇朱连海口腔诊所
			安化县城南齿友口腔门诊部
			鼎城区江南城区王进波口腔诊所
			祁东牙贝康口腔门诊有限公司
			新田县黎新平口腔诊所
			郴州格伦口腔
			岳阳湘阴值得口腔（刘伟口腔）
			常德武陵区爱尚舒适口腔诊所
			长沙市天心区固德口腔门诊部
			衡南县大众牙科诊所
			长沙治邦口腔门诊有限公司
			长沙市雨花区壹齿口腔门诊部有限公司
			长沙齿小白口腔
			长沙市望城区伢乐口腔门诊有限公司
			衡阳市高新技术产业开发区麦芽口腔诊所
			浏阳唇依口腔门诊有限公司
			长沙市雨花区佐美口腔门诊部
			慈利县粟开均口腔诊所

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			桃源县湘唐氏口腔诊所
			芷江张晓菊牙科诊所
			长沙牙贝康口腔
			湘潭市萌牙口腔诊所
			常德兰叶口腔
			荷塘区佳仁口腔门诊部
			安乡锦华口腔科诊所
			岳阳经济技术开发区黄健口腔门诊部
			耒阳复兴口腔
			湘雅华每牙科
			天元区齿帮口腔诊所
			宁乡市博宁口腔有限公司城郊分公司
			株洲市科雅口腔门诊部
			临澧佳善口腔诊所有限公司
			衡阳市珠晖区众康口腔诊所
			长沙市岳麓区艾美齿口腔门诊部
			澧县澧州口腔诊所
			益阳高新区齐美口腔诊所
			祁阳县李长青口腔诊所
			耒阳市百姓牙所
			衡南县阳辉牙科诊所
			长沙市雨花区皓皓口腔门诊部
			益阳赫山亮亮口腔诊所
			衡阳陆好华泰口腔
			湘潭县易俗河镇翡翠口腔门诊部
			益阳赫山齿艺口腔诊所
			芷江博雅口腔诊所
4	广州市霆晖 医疗器械有 限公司	广东协大口腔医院	茂名铭冠口腔门诊有限公司
		广州长安医院有限公司	广州市增城尹小玲口腔门诊部
		广东世客口腔医院有限公司	广州凯盈口腔门诊有限责任公司

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
		广州华美医疗美容医院有限公司	珠海市杰齿医疗服务有限公司
			广州市番禺区洛浦康贤口腔门诊部
			广州市世强口腔门诊部有限公司
			广州市研科口腔门诊部有限公司太和分部
			广州市黄埔区艺间齿科门诊部有限公司
			广州青柠口腔门诊部有限公司
			广州夏阳口腔门诊部有限公司
			广州广穗口腔门诊部有限公司
			广州市增城雅金口腔门诊部
			广州市乐大口腔门诊有限公司
			广州中南口腔门诊部有限公司
			广州梁辉口腔门诊部有限公司
			广州市苇达口腔诊所有限公司
			中山市爱齿口腔门诊有限公司
			阳春德意口腔门诊部
			新会冈州联合医疗门诊部
			中山市舒齿口腔门诊部有限公司
			广州穗德口腔门诊部有限公司
			广州泰皓口腔门诊部有限公司
			广州太营口腔门诊部有限公司
			广州医庆堂综合门诊部有限公司
			广州呀呀口腔门诊部有限公司
			广州番禺友倍亲综合门诊部有限公司
			广州保柏卓健综合门诊部有限公司
			卓悦口腔门诊部
			广州市南岭口腔门诊部有限公司
			肇庆肇齿口腔门诊有限公司端州阳光华庭口腔门诊部
			广州牙医世家口腔门诊部有限公司
			广州晨耀口腔门诊部有限公司
			珠海市青春口腔门诊有限公司

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			佛山市广澳口腔门诊有限公司
			广州家乐口腔门诊部有限公司
			珠海市华博口腔门诊部有限公司
			广州宝齿口腔门诊部有限公司
			广州盛康口腔门诊部有限公司
			佛山健拓金名都口腔门诊有限公司
			广州市番禺区麦迪龙鸣翠苑社区卫生服务站
			广州牙艺世家东荟口腔诊所有限公司
			广州越尔医疗有限公司新塘分公司
			广州福荣口腔诊所
			广州市秦艺睿齿口腔医疗有限公司
			江门新会有口福口腔医疗有限公司
			广州市番禺区钟村张桂生口腔诊所
			茂名铭冠口腔高州分店
			广州市增城朱丽桥口腔门诊
			中山市田立波口腔诊所
			广州卓美口腔医疗有限公司
			广州诺贝口腔医疗有限公司
			广州好好口腔医疗有限公司
			广州优谛思口腔诊所有限责任公司
			湛江市麻章区莫霞口腔诊所
			云城区冯均昌口腔诊所
			中山市乐乐口腔医疗有限公司
			云浮市唯美口腔医疗有限公司
			广州市增城李剑辉牙科诊所
			慈康（广州）医疗投资有限公司
			江门市嘉美齿科有限公司
			南雄市金叶口腔诊所
			广州市越秀区其明诊所
			广州市义德口腔医疗有限公司

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			涪江区建广口腔诊所
5	重庆玖和医疗器械有限公司	北京市双文医院管理有限公司北京佳仕爱齿口腔诊所	北京三十二贝天润口腔门诊部有限责任公司
		北京康铂宾泰医院管理服务有限责任公司	北京众洁口腔门诊部有限公司
		北京悦德诺美医院管理有限公司	北京众洁口腔门诊部有限公司
			北京朝青瑞鲨舒适口腔门诊部有限公司
			北京海豚口腔门诊部有限公司
			北京齐遇口腔门诊部有限责任公司
			北京美刻口腔门诊部有限公司
			北京顺康蓓靛雅口腔门诊部有限公司
			北京嘉和口腔门诊部
			北京华烨新北口腔门诊有限公司安河桥北口腔诊所
			重庆爱牙仕口腔医院管理连锁有限公司
			北京弘瀛清源口腔门诊部
			北京依诺口腔门诊部有限公司
			重庆市奉节县雯华口腔门诊有限公司
			重庆美美牙口腔门诊连锁有限公司
			重庆市潼南区潼嘉口腔门诊部有限公司
			北京雅瑞口腔门诊部有限公司
			北京安健科星医疗技术有限公司安健口腔门诊部
			北京安健科星医疗技术有限公司安诚口腔门诊部
			北京郎志口腔诊所有限公司
			北京永康宾泰口腔诊所有限公司
			北京荣盛关爱口腔医疗有限公司关爱同心口腔诊所
			六枝特区仁心口腔诊所
	北京现英剑美齿科技有限公司牙美口腔诊所		
	北京京顺祥和大药房有限公司佳宜口腔诊所		
	北京嘉信口腔诊所		

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			北京贰零捌零口腔诊所有限公司
			北京鑫兆口腔诊所有限公司
			北京春青口腔诊所
			耐尔斯（北京）口腔诊所有限公司
			北京欣愉口腔诊所有限公司
			瓮安县张德豪口腔诊所
			北京同康宁医院管理有限公司瑞康达口腔诊所
			北京一诺羽洁口腔诊所有限公司羽洁口腔诊所
			北京运佳康泰商贸有限公司及佳口腔诊所
			北京柳元春口腔诊所
			汇川区涂海口腔诊所
			北京高清科苑口腔诊所
			北京高清科苑口腔诊所
			重庆瑞睦家口腔门诊有限公司
			重庆小白牙渝南口腔诊所连锁有限责任公司鱼胡路口腔诊所
			重庆小白牙渝南口腔诊所连锁有限责任公司
			重庆渝北罗卉宁口腔诊所
			重庆爱惜牙口腔诊所管理连锁有限公司渝北紫荆路诊所
			重庆博晶口腔诊所连锁有限公司大渡口区春晖路诊所
			重庆渝北何鹏口腔诊所
			重庆爱牙士口腔诊所有限公司廊桥水乡口腔诊所
			重庆维家口腔诊所管理有限公司合川假日大道口腔诊所
			重庆明悦口腔诊所连锁有限公司
			重庆拜瑞口腔诊所管理连锁有限责任公司渝北同茂大道口腔诊所
			重庆乐观医疗管理有限公司南岸金辉广场口腔诊所
			北京无瑕口腔诊所有限公司无瑕聚贝口腔诊所
			遵义市南部新区铂菲口腔门诊部

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			北京贝佳口腔诊所有限公司
			重庆小白兔口腔诊所有限公司
			重庆好牙宜口腔诊所有限责任公司
			北京邦加口腔诊所有限责任公司
			重庆小石头口腔医院管理有限公司
6	四川峰高医疗器械有限公司	四川省林业中心医院	成都高新百灵鸟口腔门诊部有限公司
		成都五六四医院	成都温江艾牙口腔门诊部有限公司
		广元口腔医院有限公司	成都温江岐林口腔门诊部有限公司
			成都龙泉驿盛泰口腔门诊部有限公司
			成都高新爱嘉雅口腔门诊部有限公司
			四川绵阳牙米口腔门诊部有限责任公司
			成都金牛釉芽口腔门诊部有限公司
			眉山彭山壹牙口腔门诊有限公司
			成都美伦口腔门诊部有限公司
			成都青羊星海舒雅口腔门诊部有限公司
			绵阳科创区卓益佳口腔门诊部有限公司
			成都高新美奥美口腔门诊部有限公司
			绵阳市益佳贝尔口腔科门诊部有限公司
			成都成华四月华羽口腔门诊部有限公司
			成都新都庆美口腔门诊部有限公司
			成都双流空港翰林口腔门诊部有限公司
			成都高新安德英伦综合门诊部有限公司
			成都温江来福隆口腔门诊部有限公司
			绵阳市贝佳美口腔门诊有限公司
			眉山东坡华协口腔门诊部
			成都高新一丫齿科口腔门诊部有限公司
			乐山京鲨口腔门诊部
			重庆市合川区普罗米口腔门诊部有限公司
	成都亚非牙科有限公司双楠口腔门诊部		
	成都市龙泉驿区龙华社区卫生服务中心		

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			虎牙口腔
			成都郫都博亿牙科诊所有限公司郫都红光口腔门诊部
			武侯区千之羽口腔诊所
			成都双流微美微笑口腔门诊部有限公司
			绵阳市经开区尹氏口腔诊所
			武侯区丽齿安谕口腔诊所
			成都锦江何氏新齿口腔门诊部有限公司
			攀枝花市仁和区德馨牙科诊所
			内江艾芽口腔诊所有限责任公司
			金牛滋大诊所
			金堂县陈平牙科诊所
			绵阳汉城卫生服务中心
			成都新津皓敏口腔诊所有限公司
			资阳雁江雅美天使口腔诊所有限责任公司
			西昌嘉乐口腔诊所有限责任公司
			船山区黄仕英口腔诊所
			成都成华普惠华医惠康医疗美容诊所有限公司
			简阳木木口腔诊所有限公司
			什邡洛水汪明洪口腔诊所
			绵阳市涪城区缪先磊口腔诊所
			成都双流美邻百瑞口腔诊所有限公司
			遂宁仁美口腔诊所有限公司
			成都双流景尚口腔诊所有限公司
			成都金牛晴川口腔诊所有限公司
			朝天区朝天镇泰康牙科诊所
			三台县芦溪镇蔡云凤诊所
			达州市达川区谢氏口腔诊所
			成都龙泉驿乐艾口腔门诊部有限公司
			绵阳市经开区吕晓良口腔诊所
			广安三颗牙口腔诊所有限责任公司



序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			贡井区微笑牙科诊所
			成都新都康祥口腔诊所有限公司
			成都双流美佳博济口腔门诊部有限公司
			绵阳市游仙区王健康口腔诊所
7	青岛凯利医疗器械有限公司	烟台笑颜口腔医院有限公司(越秀门诊部)	青岛杰润杰口腔门诊有限公司胶州怡和口腔诊所
		博兴尚美口腔医院有限公司	平度市滕颖口腔门诊部
		东营鸿港医院有限公司	黄岛区美冠口腔门诊部
			烟台市众和仁峰口腔门诊部管理有限公司
			山东恒贝医疗管理有限公司菏泽中央公馆口腔门诊部
			烟台尚和仁锋口腔门诊有限公司
			海阳市仁峰口腔门诊部有限公司
			高密诺贝口腔门诊部
			黄岛区健君口腔门诊部
			青岛优冠口腔医疗有限公司崂山优冠口腔门诊部
			市北区洛阳路街道社区卫生服务中心
			青岛炳材口腔医疗有限公司莱州夏邱口腔诊所
			胶州市孙加义口腔诊所
			青岛上京口腔医疗有限公司
			青岛恒仁医疗管理有限公司市南恒仁口腔诊所
			高密王琦医疗管理有限公司
			青岛宸熙康健康管理有限公司灵山湾路口腔诊所
			山东贝凡医疗设备有限公司市北贝齿口腔诊所
			青岛海合舒心口腔医疗有限责任公司李沧益牙家口腔诊所
			青岛良先口腔医疗有限公司
	高密溟程医疗器械有限公司密水大街口腔诊所		
	黄岛区可人口腔科诊所		
	莱阳市洪林口腔诊所		

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			城阳区孙长龙乐齿口腔诊所
			青岛昊诺医疗管理有限公司市北昊诺口腔诊所
			青岛阳光丽齿健康管理服务有限公司市北宁化路口腔诊所
			青岛春泉口腔医疗投资管理有限公司黄岛春泉口腔诊所
			崂山区港西口腔诊所
			青岛臻合医疗服务有限公司市北臻合口腔诊所
			山东小松鼠口腔医疗有限公司
			青岛德济诚信口腔医疗投资管理有限公司灵山湾路店
			芝罘区宫丽梅口腔诊所
			青岛厚朴医疗管理有限公司市北区春和堂诊所
			青岛铭凡口腔医疗有限公司
			青岛辰悦口腔健康管理服务有限公司崂山辰悦口腔诊所
			黄岛区佳音口腔诊所
			市北区安博口腔诊所
			高密王琳口腔诊所
			青岛汇泽健康管理服务有限公司市南汇泽口腔诊所
			青岛合创合医疗管理有限公司李沧品冠口腔诊所
			青岛华诺口腔医疗有限公司
			青岛好的伢健康管理服务有限公司李沧义美康口腔诊所
			青岛雅悦口腔医疗有限公司
			城阳区曲蕾林家口腔诊所
			青岛泊康医疗管理有限公司市南景仁诊所
			黄岛区邹文口腔诊所
			青岛艺霖医疗有限公司莱西王琪口腔诊所
			枣庄嘉益口腔有限公司
			东营区炳书口腔诊所
			青岛恒致远健康管理服务有限公司

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			青岛思迈尔健康管理有限公司南宁路口腔诊所
			青岛恒泰源健康管理有限公司皓齿口腔分公司
			青岛予芽医疗有限公司
			青岛全局美学医疗管理有限公司城阳俊榕口腔诊所
			黄岛区丁新红口腔诊所
			青岛思迈尔健康管理有限公司南宁路口腔诊所
8	深圳市尔瑞医疗器械有限公司	东莞市人民医院	惠城区正心口腔门诊部
		惠州市雅贝康医院管理有限公司	深圳中诚口腔门诊部
		东莞市北栅医院有限公司	东莞长安英骏口腔门诊部
			东莞贝齐口腔门诊部有限公司
			揭阳市楚嘉口腔门诊有限公司
			惠东华奥口腔门诊部
			五华县横陂镇魏少鉴现代牙科中心
			惠州博罗县冠凯口腔门诊部
			东莞东城天然口腔门诊部
			东莞市塘厦维美口腔门诊部
			深圳思美口腔门诊部
			东莞市莞城壹心齿科口腔门诊部有限责任公司
			东莞捌壹捌口腔门诊部有限公司
			深圳禾宜口腔门诊部
			惠州凯尔口腔门诊部
			东莞市清溪名雅口腔门诊部
			深圳市坪山区马峦街道马峦社区健康服务中心
			潮州市湘桥区育聪口腔诊所
			丰顺县黄立新壹佳口腔诊所
			五华恒升口腔诊所
	梅州市梅江区黄兰香郑荣梅口腔诊所		
	深圳缪伟平口腔诊所		
	饶平县陈少真口腔诊所		

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			梅州雅乐口腔医疗有限公司
			惠东县康强口腔医疗服务有限公司
			惠州市惠阳区淡水叶均良牙科诊所
			汕头市澄海区田楚群口腔科诊所
			汕头市龙湖区华海平口腔诊所
			潮州市开发区刘俊口腔诊所
			惠东县平山伍闵莉口腔诊所
			磐东街道乔南第七卫生室（道生口腔）
			揭阳黄时山口腔诊所
			深圳承恩口腔诊所
			东莞东坑雅至美口腔门诊部
			惠州市缪权威牙科有限公司
			陈小裕口腔诊所
			深圳铭杰口腔诊所
			揭阳市榕城区陈梅山口腔诊所
			汕头市金平区小贝壳口腔科诊所
			梅州市米立医疗科技有限公司
			东莞市常平桥南口腔诊所
			惠州市惠阳区淡水曾建平口腔诊所
			臻齐（汕头市）口腔医疗有限公司
	兴宁市杨作汉牙科诊所		
9	长春市顺合 医疗器械有 限责任公司	吉林高新区华仁医院	汽车经济技术开发区欣诺口腔门诊部
		长春红星医院	高新技术产业开发区博医口腔门诊部
			绿园区吉佳综合门诊部
			通化市东昌区永意口腔门诊部
			敦化市佳美口腔科诊所
			宽城区敬业口腔门诊部
			叁肆伍口腔门诊部(长春高新技术产业开发区)有限公司
			松原市宁江区鑫金益口腔门诊部
			公主岭任仕口腔门诊部

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			厚德口腔门诊部
			长春市双阳区云山街道社区卫生服务中心（长春市双阳区云山防保站）
			松原市郑兴武口腔诊所有限公司
			伊通满族自治县崔岩口腔诊所
			通榆县精益口腔诊所
			上海诚至口腔门诊部有限公司
			伊通满族自治县伊通镇程浩口腔门诊
			辽源市龙山区皓雅口腔有限公司
			伊通满族自治县伊通镇惠鑫爱口腔门诊服务所
			辽源市龙山区高鹏元口腔门诊
			吉林市丰满区展洁口腔诊所
			吉林市船营区江城赵延辉口腔科诊所
			农安县农安镇牙博仕口腔门诊部
			白山市浑江区赵景玉口腔诊所
			洮南市朱荣牙科
			延吉市圣雅口腔诊所
			高新园区爱雅口腔门诊部
			敦化市佳美口腔科诊所
			汽车经济技术开发区赵晓宇口腔诊所
			吉林省佳鑫口腔医院有限公司
			双阳区博煌口腔门诊部
			徐志峰口腔诊所
			净月高新技术产业开发区名德口腔门诊部
			公主岭王强口腔门诊部
			集安市王学峰口腔门诊部
			吉林市龙潭区龙潭刘英浩口腔科诊所
			朝阳区达瓦口腔门诊部
			延吉市海江兰口腔诊所
			吉林市船营区精工口腔门诊部

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			沈阳吉迦医疗服务有限公司苏家屯口腔门诊部
			明珠口腔
			辽源市龙山区张兴文口腔诊所
			梅河口市观齿口腔门诊有限公司
			佳艺口腔
			吉林市昌邑区唯美口腔门诊部
10	山东宏盛祥医疗科技有限公司	东营中珏口腔医院有限公司（西四路喜光口腔）	日照经济技术开发区卓沅口腔门诊部
			滨州市滨城区笑意生口腔门诊部有限公司
			滨城区源美口腔门诊部
			滨城康乐口腔门诊部
			邹平力维口腔门诊部
			滨城区乐恩口腔门诊部
			滨城区泽美口腔门诊部
			滨州市滨城区洁美口腔门诊部
			滨州市滨城区启程口腔门诊部有限公司
			日照经济技术开发区尚齿口腔门诊部
			临沂兰山区金美冠口腔门诊部有限公司
			德州慈玉美和口腔有限公司
			博兴心诺口腔诊所
			河口区宋静口腔门诊店
			德州市德城区圣一爱口腔诊所
			日照经济技术开发区淑翠口腔诊所
			阳信县劳店镇森林口腔诊所
			日照市东港区成琳牙科诊所
			东营区广军口腔诊所
			德州皓德口腔有限公司
	阳信县温店镇国强牙科诊所		
	东营天皓口腔有限公司		
	东营市爱良口腔医疗有限责任公司		
	滨州市滨城区王亮亮口腔诊所		

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			无棣谷氏口腔医疗有限公司水湾曙光口腔诊所
			滨城区闫保华口腔诊所
			贝齿口腔（日照）有限公司
			日照市东港区建翠牙科诊所
			庆云县文国口腔诊所
			博兴县固德口腔有限公司
			博兴博硕口腔诊所
			无棣县陈家口腔诊所
			阳信县丽齿健口腔诊所
			博兴诚志口腔诊所
			东营文华医疗服务有限公司滨河路口腔诊所
			日照玥洁口腔健康咨询中心
			日照经济技术开发区进英牙科诊所
			乐陵市开元秀忠口腔诊所
			河口区六合孝丽口腔诊所
			无棣县余家镇刘尚增口腔诊所
			惠民县鲁华口腔诊所
			无棣县恒美口腔医疗有限公司
			无棣县皓齿口腔诊所
			鱼台惠齿口腔有限公司
			日照市东港区石臼街道张亚农口腔诊所
			邹平高克福口腔诊所
			惠民顺颐口腔诊所

### 3. 2020 年

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
1	长沙民健医疗器械有限公司	祁东县中医医院	长沙市雨花区都市口腔门诊部
		汨罗市人民医院	长沙好乐齿中农口腔门诊有限公司
		湘潭县人民医院	宁远县维笑口腔门诊
		隆回县第二人民医院	长沙市芙蓉区亚雅口腔门诊部
		汉寿县人民医院	天元区品冠口腔门诊部

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
		常德柳叶口腔医院有限责任公司	天元区新南光口腔杨英门诊部
		汉寿县矫形医院	长沙乐佳口腔门诊有限公司
		沅江佰益口腔医院	长沙市雨花区暄美美亚口腔门诊部
		张家界牙博仕口腔门诊有限公司	长沙市芙蓉区致美口腔门诊有限公司
			长沙市望城区雅尔口腔门诊部有限公司
			衡阳市南岳区尚美口腔门诊部
			长沙市岳麓区青山杏林口腔门诊部
			江永县齿缘口腔门诊部
			张家界鑫成口腔
			浏阳经济技术开发区牙贝康口腔门诊部
			邵阳市大祥区城西钟宝驹口腔诊所
			湖南瑞尔口腔有限公司
			岳阳楼区艾尔口腔门诊部
			宜章程双玉口腔诊所
			汉寿县曾达山牙科诊所
			湘潭市岳塘区龚德祥口腔诊所
			郴州市北湖区合美冯亚平口腔诊所
			新宁于树民口腔
			临澧县王林宏口腔二诊所
			宁乡敖德萨口腔门诊部
			凤凰盛旗牙博仕口腔有限公司
			湘乡黄春明口腔诊所
			星沙志成口腔
			道县康美口腔诊所
			安仁县安平司牙科诊所
			长沙市开福区齿诺口腔门诊部
			长沙市岳麓区康齿堂口腔门诊部
			益阳市高新区陈小芳牙科诊所
			长沙奥华口腔有限公司
			汉寿县饶先德口腔科诊所



序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			益阳高新区优牙美口腔诊所
			汝城陈海龙口腔诊所
			桂东县沅江镇扶启宏口腔诊所
			荷塘区新南光口腔谌洋妹门诊部
			邵阳市北塔区北塔三微口腔门诊部
			长沙市岳麓区佻贝健口腔门诊部
			蓝山县晟嘉口腔门诊有限公司
			长沙市望城区德林口腔门诊部
			长沙市岳麓区齿刻口腔门诊部
			耒阳市谢新芽口腔诊所
			长沙雅哲口腔门诊有限公司
			湖南凯瑞口腔医疗管理有限公司绥宁分公司
			株洲市荷塘区凌重石口腔诊所
			双牌县凯熠口腔诊所
			茶陵凤凤口腔诊所
			长沙雨花区逸芽口腔门诊部有限公司
			娄底市娄星区齿邦永康口腔门诊部
2	河南山杰医疗器械销售有限公司	沁阳联盟医院	长葛美恩口腔门诊部
			河南华韶口腔医院有限公司人和路分公司
			郑州市二七区庆安门诊部
			新乡市牧野区雅士口腔门诊部
			济源霍氏口腔第一门诊部
			河南尚齿口腔医疗有限公司
			郑州美刻成长口腔门诊部有限公司
			新乡市红旗区开元口腔门诊部
			洛阳市洛龙区三好口腔门诊部
			洛阳市涧西区洛康口腔科门诊部
			郑州市金水区如约口腔门诊部
			鹤壁市益康口腔门诊部
			河南亿康口腔管理有限公司

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			郑州市金水区恒洁口腔门诊部
			信阳市平桥区德仁口腔门诊部
			郑州嘉美口腔门诊有限公司
			开封市示范区雅卓口腔门诊部
			郑东常乐口腔门诊部
			信阳市羊山新区皓瑞口腔医院有限公司
			郑州市高新区明皓口腔门诊部
			郑州市二七区仁和口腔门诊部
			商丘市健康口腔门诊部
			新郑市新华奥口腔门诊部
			商丘市梁园区金运口腔门诊部
			商丘任桂莲口腔医疗科技有限公司
			洛阳市涧西区泓云口腔门诊部
			开封市示范区优尚口腔门诊部
			郑州金水区萌芽口腔门诊部
			济源李占平口腔门诊
			安阳市殷都区明皓口腔
			商丘市双八镇宋氏牙科
			夏邑县一美臣口腔诊所有限公司
			洛阳市西工区刘春艳口腔诊所
			河南省满天星口腔医疗有限公司
			三门峡市湖滨区王学民口腔诊所
			温县太极牙科
			伊川县城关区万欢口腔诊所
			信阳市平桥区李丹口腔诊所
			汤阴县郑玲口腔诊所
			周口市沈丘县德正口腔
			沁阳市薛知知牙科诊所
			新乡市红旗区王道亮口腔诊所
			郑州市二七区芦松娥口腔诊所

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			安阳舒仕口腔门诊有限公司
			湛河辰星口腔门诊部
			洛阳市涧西区高士洁口腔诊所
			郾城区龙城镇潘保胜口腔诊所
			郑州市金水区付庆玲口腔诊所
			民权县绿洲博大口腔诊所
			河南哲西口腔医院有限公司
			商丘市夏邑县济阳镇利民牙科
			漯河市召陵区岗赵口腔诊所
			郑州市管城区张琼丹口腔诊所
			栾川县爱民牙科诊所
			现代口腔连锁开封新区店
			灵宝江平口腔诊所
			河南省大板牙医疗科技有限公司
3	深圳市尔瑞 医疗器械有 限公司	潮州市中医医院	揭阳市牙卫士口腔门诊有限公司
		深圳春天阳光医院	惠东县吉隆维新口腔门诊部
		揭阳市慈云医院	东莞沙田丽城口腔门诊部
		龙川启蒙口腔医院有限公司	海口琼山笛特口腔门诊部
			深圳茵齿乐加仕达口腔门诊部
			惠州市佰年口腔门诊有限公司
			深圳圣浩怡美口腔门诊部
			深圳壹昕口腔门诊部
			海口茹家口腔门诊部有限公司
			惠阳新雅口腔门诊部
			陆丰市臻正口腔门诊有限公司
			惠州市凯尔口腔实业有限公司
			东莞大朗金明口腔门诊部
			惠东县白花镇嘉惠口腔门诊部
	深圳圣浩锦上口腔门诊部		
	深圳友善口腔门诊部		

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			汕头市潮阳区棉北丽如口腔诊所
			普宁市柏木口腔门诊部有限公司
			深圳刚瀚松园口腔门诊部
			揭阳市榕城区方航口腔门诊部
			深圳林春芬口腔门诊部
			东莞樟木头益佳口腔门诊部有限公司
			惠州市科达威装饰工程有限公司陈威门诊部
			汕头市博康口腔门诊有限公司
			东莞市长安靓齿口腔门诊部有限公司
			深圳市坪山新区龙田街道龙湾社区健康服务中心
			深圳市龙岗区杜创伟口腔诊所
			章伟健个体口腔科诊所
			万宁万城如雄口腔诊所
			深圳浩齿口腔诊所
			大埔县张国佳口腔诊所
			惠州市盛丰诺德齿科有限公司
			曾丽君口腔诊所
			海口龙华胡文晋口腔诊所
			海口琼山卢章在口腔诊所
			缪永宁个体口腔诊所
			深圳圣鸿口腔诊所
			惠州市惠城区缪翠林个体牙科诊所
			惠东县平山张袁通口腔诊所
			深圳市雀记齿科医疗有限公司雀记口腔诊所
			梅州市梅县区刘笑平口腔诊所
			澄海张朝优口腔科诊所
			海口龙华成莉莎口腔诊所
			深圳利仁口腔诊所
			深圳市福田区陈闯口腔诊所
			深圳张伟山口腔诊所

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
4	深圳市瑞诚 医疗器械有 限公司	五华县人民医院	广州颂雅门诊部有限公司
		深圳东进中医院	潮州市康固口腔门诊有限公司
			深圳唯宇思门诊部
			东莞厚街珊美永鲨口腔门诊部有限公司
			东莞沙田金鲨口腔门诊部有限公司
			深圳加贝口腔门诊部
			深圳贝格口腔门诊部
			东莞大朗齿居口腔门诊部
			深圳吉华中天口腔门诊部
			深圳格瑞思口腔门诊部
			东莞塘厦莲子口腔门诊部有限公司
			深圳桦美口腔门诊部
			深圳兰璟瑞芽口腔门诊部
			深圳王府井口腔门诊部
			深圳雅圣口腔门诊部
			深圳瑞贝尔口腔门诊部
			深圳雅之乐口腔诊所
			广州青苗金穗口腔门诊部有限公司
			深圳齿艺会口腔门诊部
			深圳一欣口腔门诊部
			东莞市凯斯口腔门诊有限公司
			深圳市龙华区观澜街道逸康社区健康服 务中心
			深圳郭悦龙口腔诊所
			深圳普世美口腔诊所
			惠阳大亚湾开明口腔诊所
			东莞市凤岗大雁口腔门诊部
	深圳雅韦思口腔诊所		
	深圳君胜口腔诊所		
	东莞望牛墩望联口腔		
	深圳尚诚口腔诊所		

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			深圳德沐口腔诊所有限公司德沐口腔诊所
			深圳迪芽口腔诊所
			深圳誉健口腔诊所
			深圳唯爱佳口腔诊所
			潮州市智康口腔技术有限公司
			深圳市宝立康医药有限公司南庄分店
			深圳市固然美健康科技有限公司
			深圳佰仕口腔诊所
			汕头澄海田宁宁口腔科诊所
			深圳十禾口腔诊所
			陈育琛口腔诊所
			陈育琛口腔诊所
			仙桥顶六村第四卫生站
5	青岛凯利医疗器械有限公司	无	菏泽永齐医疗管理有限公司口腔门诊部
			青岛名冠口腔门诊有限公司
			龙口市爱牙士口腔门诊部
			青岛尚正顺安医疗管理有限公司
			烟台德贝口腔门诊部有限公司
			青岛扬帆启航健康管理服务有限公司胶州启航口腔门诊部
			菏泽永齐超盟医疗服务有限公司口腔门诊部
			青岛魏氏医疗有限公司中大口腔门诊部
			日照市东港区乙刚口腔门诊部
			青岛臻圣美医疗管理有限公司市北博森口腔诊所
			青岛浩泽医疗管理有限公司市北至爱口腔诊所
			青岛博霖医疗管理有限公司博霖第一口腔门诊部
			黄岛区王海菊口腔诊所
			天桥区奥齿口腔诊所
		青岛恒泰源健康管理服务有限公司皓齿口腔分公司	

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			青岛天舒星美医疗管理有限公司市北山东路口腔诊所
			青岛睿柔雅医疗有限公司
			莱州市云峰南路张莉口腔诊所
			莱州固美口腔医疗有限公司口腔诊所
			青岛蔚蓝口腔医疗有限公司李沧宾川路口腔诊所
			胶州孙龙龙口腔诊所
			平度市李明康口腔诊所
			青岛市市北区德颐一牙科诊所
			青岛东哲医疗管理有限公司爱诺第一口腔门诊部
			城阳区姜登榜锦益口腔诊所
			青岛博奕瑞医疗管理有限公司金博瑞口腔诊所
			青岛鲁大夫口腔健康管理有限公司瑞鹏口腔诊所
			历城杏林堂诊所
			黄岛区黄立平口腔诊所
			胶州市胶东街道办事处中心卫生院
			青岛亚欣企业管理有限公司李沧亚欣口腔诊所
			莱州市东莱路口腔诊所
			黄岛区李绍琴口腔诊所
			青岛德济诚信口腔医疗投资管理有限公司
			城阳区王刚口腔诊所
			平度蒲佳口腔诊所
			青岛伟宇口腔医疗有限公司胶州伟宇口腔诊所
			市北区太阳岛牙科诊所
			青岛恒志医疗管理有限公司李沧口腔诊所
			菏泽美尔齐美口腔医疗有限公司
			青岛雅皓口腔医疗有限公司
			青岛仁康医疗管理有限公司路加易口腔门诊
			莱州市圣洁口腔医疗有限责任公司

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			莱州市三山岛街道宿希波口腔门诊部
			青岛锐馨康健康管理有限公司
			青岛罗恩医疗管理有限公司市南罗恩口腔诊所
6	广州市霆晖 医疗器械有 限公司	广州市越秀区欧缇医院合 伙企业（普通合伙）	佛山市禅城区雅爱口腔门诊部
			佛山市禅城区丽爱口腔门诊部
			广州市南沙区榄核松枫口腔专科门诊部
			广州尚善德雅口腔门诊部有限公司
			广州佳旭口腔门诊有限公司
			广州爱舒笑口腔门诊部有限公司
			广州市番禺区桥南杨明口腔门诊部
			中山明康口腔门诊部
			广州市沈氏口腔门诊部有限公司
			广州市增城湛俊豪口腔门诊部
			广州市易美口腔门诊部有限公司
			华南医疗门诊部
			广州棣华口腔门诊部有限公司
			广州岗城口腔门诊有限公司
			广州番禺冶金口腔门诊部
			英德市现代口腔门诊有限公司
			中山市郑刘卫劲口腔门诊有限公司
			广州越秀区维美口腔门诊部（有限合伙）
			广州爱齿美口腔门诊部
			中山晶美口腔门诊部
			广州市花都区花城武玉海口腔门诊部
			佛山市佛冠口腔门诊有限公司
			广州健拓口腔门诊部有限公司
			佛山顺德大良曙康口腔门诊部有限公司
			广州优德平康口腔门诊部有限公司
	广州凤凰口腔门诊部有限公司		
	曲江区马坝镇詹发全牙科诊所		



序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			茂名市妇幼保健院
			广州健拓金碧口腔门诊部有限公司
			广州佳德口腔医疗有限公司
			珠海晶天口腔医疗有限公司
			佛山市三水区白坭镇李锦光牙科诊所
			阳西县雅洁牙科诊所
			翁源县陈晓辉口腔诊所
			广州白云友倍亲尊善门诊有限公司
			佛山市顺德容桂胡永华口腔诊所
			广州市番禺区钟村甘乔瑞口腔诊所
			广州贝颐美诊所有限公司
			广州市花都区新华李育成牙科诊所
			郁南时代精瑞口腔诊所
			顺德陈村陈增德口腔诊所
			信宜市妇幼保健院
7	四川峰高医疗器械有限公司	蓬安县人民医院	彭山区胡牙科口腔门诊部
		成都东篱医院有限公司	成都双流兆华口腔门诊部有限公司
		成都东区医院有限公司	眉山市东坡区民生口腔门诊部
		成都新丽美医疗美容医院有限公司	绵阳市经开区家禾口腔门诊部
		四川美巨力医院管理有限公司（龙泉驿美巨力口腔门诊部）	成都武侯恒和口腔门诊部有限公司
		平昌耳鼻喉专科医院	资阳雁江鑫兰益美口腔门诊部有限公司
			成都成华普乐米口腔门诊部有限公司
			成华百姓缘综合门诊部
			成都楷祥医疗科技有限公司苏坡东路分公司
			眉山市华伟口腔诊所有限公司
			成都成华雅贝口腔门诊部有限公司
			雅安市雨城区李晓雪口腔诊所
			成都新都康祥口腔门诊部有限公司
			广汉和沐家口腔诊所有限责任公司

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			邛崃牙卫士口腔诊所有限公司
			自贡市品品牙科有限公司
			成都市博硕医疗管理有限公司华阳齿科诊所
			成都青羊众齿乐口腔诊所有限公司
			彭州钟氏牙科诊所
			成都郫都博亿牙科诊所有限公司
			南部县蜀北街道时代口腔诊所
			合江县榕山天泉路综合诊所
			双流匀岸口腔诊所
			广汉星博口腔医疗有限公司
			泸州市龙马潭区和美家口腔诊所
			崇州市艾伦口腔诊所
			青羊标致牙科诊所
			崇州吕奥贝口腔诊所有限公司
			广安普乐米口腔医疗有限公司
			成都鑫奥贝口腔诊所有限公司
			成都郫都星奥贝口腔诊所有限公司
			成都成华菲尔德口腔门诊部有限公司
			青羊区杏林牙科诊所
			成都高新青苗口腔门诊部有限公司
8	北京图斯凯 医疗器械有 限公司	阜平县医院	安新县斯迈尔口腔门诊部（普通合伙）
		北京京一口腔门诊部	北京嘉北口腔门诊部有限公司
		北京五洲妇儿医院有限 责任公司	唐山曹妃甸区京林口腔门诊部有限 责任公司
		北京普惠东博口腔诊 所有限公司	南宫市美宜口腔门诊部有限公司
		北京爱育华妇儿医院有 限公司	北京纯熙口腔诊所有限公司
		廊坊圣洁口腔医院	北京领医小禾北苑妇儿门诊部有限 责任公司
			秦皇岛皓海医疗管理有限公司万象城 口腔门诊部
			北京晓舒口腔门诊部
			天津市宁河区德升口腔诊所

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			北京奔跑口腔诊所有限公司
			宁晋县小宁口腔诊所
			宁晋县恒美口腔医疗服务有限公司
			秦皇岛经济技术开发区康博诊所
			香河大爱城医疗中心
			北京邱彬彬增光口腔诊所
			滦平向德口腔诊所
			丰润瑞尔牙科诊所
			廊坊市广阳区郭凯口腔诊所
			唐山市丰润区双喜口腔诊所
			唐山恩尚口腔医院有限公司
			秦皇岛工人康复口腔
			北京嘉悦口腔诊所
			王中卫口腔诊所
			廊坊市广阳区愉景温泉小区董培月口腔诊所
			邢台锦皓口腔门诊部
			新店子镇宋会南口腔诊所
			宁晋翠贞牙科
			宁晋县武志然口腔诊所
			北京伙伴口腔诊所
			秦皇岛市博善医疗科技有限公司
			隆尧县东良镇周村卜红革口腔诊所
9	国药控股(中国)融资租赁有限公司	西安优牙口腔医院管理有限公司(雁塔口腔门诊部)	中山市佳禾医疗投资有限公司
		西安优牙口腔医院管理有限公司(未央北大学城口腔诊所)	温州经济技术开发区滨海佳佳口腔门诊部
			长春经济技术开发区泰合口腔门诊部
			河北护齿康口腔门诊有限公司
			连山区郭义武口腔诊所
			深圳美牙牙口腔门诊部
			江门市台山壹心维美口腔门诊有限公司

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			无锡蒲公英口腔门诊有限公司
			奇台县靓齿口腔诊所
			沙依巴克区努尔加玛丽口腔诊所
			济宁高新区卞志强口腔诊所
			英德市英城天保牙科诊所
			丽水莲都旭勇口腔诊所
			新康口腔
			南宁市陈东口腔诊所
			巴马韦忠代口腔诊所
			连山区站前街孙志勇口腔诊所
			运城经济技术开发区海娥口腔诊所
			昆明市五华区彤格口腔诊所
			云南昆安佳齿口腔医疗管理有限公司
			西安曲江新区致爱惠民口腔门诊部
			灌南博美口腔有限公司
			陆丰市晴天口腔诊所有限公司
			汕尾市城区益植美口腔诊所
			银川市西夏区瑞固口腔诊所
			中山市坦洲镇杨广口腔诊所
			淄川松龄韩笑口腔诊所
10	陕西欧瑞同体系公司	石河子市人民医院	阿拉尔市亿美口腔门诊部
		榆林市中医医院（市脑肾病医院）	宝塔区小海豚口腔门诊部
		镇巴县人民医院	岐山县秀玲美皓口腔门诊部
		西安安琪尔口腔医院管理有限公司	西安珀菲特口腔医疗管理有限公司未央景嘉口腔门诊部
		西安大兴医院	西安西美口腔门诊部有限公司高新口腔门诊部
		府谷尚甫医院	石泉县君护口腔诊所
		府谷尚甫医院（口腔科室）	西安佳禾口腔
			渭南高新区李娜口腔科诊所
			西安仁乐雅口腔医院有限公司未央渭滨路口口腔诊所

序号	经销商名称	医院	基层医疗机构
			陕西艾斯美康口腔医疗管理有限公司凤翔分公司
			西安雨燕口腔医疗管理有限责任公司
			镇安县爱尔口腔诊所
			咸阳秦都恒芮口腔诊所有限公司
			咸阳市渭城区好医生口腔门诊部
			陕西艾斯美康口腔医疗管理有限公司咸阳秦都分公司
			西安未央牙伯伯口腔诊所有限公司
			富平县王玺艾洁口腔门诊部
			西安碑林和荣口腔诊所
			韩城闫亚楠口腔诊所
			西安市长安区佳成宋巍口腔诊所管理有限公司