



关于华熙生物科技股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件
第二轮审核问询函之回复报告

保荐机构（主承销商）



二零一九年五月

上海证券交易所：

根据贵所 2019 年 5 月 12 日上证科审（审核）[2019]106 号《关于华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函》（以下简称“第二轮审核问询”）的要求，华泰联合证券有限责任公司（以下简称“保荐机构”或“华泰联合证券”）作为华熙生物科技股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”、“申请人”或“华熙生物”）申请首次公开发行股票并在科创板上市的保荐机构，按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《证券发行上市保荐业务管理办法》等有关法律、法规和文件的规定，与华熙生物、北京市通商律师事务所（以下简称“发行人律师”）、致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“验资机构”）对贵所的第二轮审核问询所列问题进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

（如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与《华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书》中的相同。）

本回复报告的字体：

第二轮审核问询所列问题	黑体
对问题的回答	宋体
对《华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书》的修改	楷体、加粗

目 录

问题 1.....	3
问题 2.....	30
问题 3.....	38
问题 4.....	43
问题 5.....	51
问题 6.....	61
问题 7.....	64
问题 8.....	66
问题 9.....	92
问题 10.....	105
问题 11.....	107
问题 12.....	110
问题 13.....	128
问题 14.....	151
问题 15.....	158
问题 16.....	178

问题 1

关于前次审核问询函的相关问题，请发行人及中介机构继续补充回答相关问题。请发行人：（1）在“公司无形资产构成项目的主要内容”表格中，披露各类无形资产的具体内容及对应的无形资产金额、来源；另请披露江南大学若干项专利的授权的计价依据、计入无形资产的合理性及相关会计核算是否符合《企业会计准则》的规定；（2）披露2017年及2018年，发行人针对Revitacare的薪酬奖励为362.5万欧元的计算依据，并结合实际支付情况完善对上述薪酬奖励的对象、比例、计算方式及过程、发放条件及支付情况、预提的方式及金额、奖励金额上限的作用等情况的披露；（3）在“报告期内经销商的增减变动情况、相应经销收入的增减变动”表格中，披露本期增加经销商对应金额占经销收入的比例、本期减少经销商对应上期金额及占上期经销收入的比例、相关数据的正确单位，并披露终止合作及替换的经销商数量较多的原因及合理性、是否影响发行人持续经营、发行人经销商及经销体系是否稳定；（4）披露向前五大供应商采购金额占总采购额的比例，而非占成本的比例；（5）披露主营业务收入按产品构成中的“其他”的具体内容；（6）披露完整报告期内的应收账款账龄情况、逾期情况等；（7）根据提供的2019年一季度的财务数据，在做相关分析时一并分析2019年一季度相关财务数据的变动情况；（8）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第42号——首次公开发行股票并在科创板上市申请文件》的要求，提供发行人大股东或控股股东最近一年及一期的原始财务报表及审计报告。请发行人说明：（1）论证并说明报告期内因收购Revitacare而预提的或有薪酬对扣非归母净利润的影响，相关会计处理是否符合会计准则要求，不作为收购对价的具体依据，是否构成股份支付、是否需要计提预计负债；（2）由于KH-01-01视同发行人的关联方，要在主要客户相关内容中未披露关联关系的原因；（3）2018年收入大幅增长的情形是否符合行业趋势，与同行业可比公司收入的变化是否一致，并说明2018年收入的增长来源于老客户和新客户的金额和占比，大幅增长的趋势在未来是否具有可持续性；（4）成本结构是否合理、是否符合行业特点、是否与同行业可比公司存在较大差异及原因；（5）各类存货的主要品名、具体的保存方法、报告期各期末的库龄和有效期的情况、报告期内是否发生或因保存不当的损毁或超过有效期的情

形，并结合以上要素进一步分析存货跌价准备计提的充分性；（6）怀柔人民政府奖励资金和个税返还计入经常性损益的合理性；（7）Revitacare拥有的可辨认的商标、非专利技术及客户关系等确认为无形资产的入账价值确定依据、摊销年限及确认依据等；仅根据经销协议，将经销商网络作为客户关系并确认为无形资产是否合理；结合双方交易谈判过程及交易协议具体条款，说明是否对销售网络进行单独定价；（8）报告期内至2018年6月前，发行人是否实施公司收购或剥离；（9）说明本次申请豁免披露的信息与前次不同的原因、相关申请豁免披露的客户名单出现变化的原因，申请豁免披露事项理由的充分性、提供合同及合同条款等相关依据，并请进一步完善对豁免披露的客户的下游用途等相关信息的披露。请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表意见，并：

（1）说明对经销商业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据、核查结果等；（2）就怀柔人民政府奖励资金和个税返还计入经常性损益的合理性发表明确意见；（3）说明对申请豁免披露的信息的核查方式，并就销售真实性及信息披露豁免必要性发表意见。

回复：

（一）各类无形资产的具体内容及对应的无形资产金额、来源；江南大学若干项专利的授权的计价依据、计入无形资产的合理性及相关会计核算

1、截至2019年3月末，公司无形资产构成项目的主要内容如下：

单位：万元

类别	具体内容	计价依据	使用寿命	摊销年限的确定依据	账面价值	来源
软件	ERP 软件	历史成本	2-10年	预计受益年限	139.09	外购
	管理系统软件				95.07	外购
	其他软件				28.71	外购
客户关系	Revitacare 经销网络	购买日的公允价值	9年	预计受益年限	1,509.02	非同一控制下企业合并
土地使用权	发行人拥有的土地使用权	历史成本	50年	土地使用权年限	8,144.67	外购
	山东海御拥有的土地使用权				4,527.90	外购
专利使用权	软骨素专利技术许可权	历史成本	10年	预计受益年限	739.55	外购
非专利技术	RevitacareCT50 配方技术	购买日的公允价值			224.75	非同一控制下企业合并

	RevitacareCYT 0 532 配方技术	历史成本			192.60	外购
商标	Revitacare Cytocare 系列 商标	购买日的 公允价值	10 年	预计受益年 限	291.95	非同一控制 下企业合并
	Revitacarefil ler 商标	历史成本			27.40	外购
特许权	故宫系列品牌 合作授权	历史成本	3 年	按照合同约 定期限	292.45	外购

2、江南大学若干项专利的授权的计价依据、计入无形资产的合理性及相关会计核算

发行人与江南大学于 2018 年 10 月 24 日签订《专利实施许可合同》，双方约定江南大学授权发行人使用与透明质酸、软骨素相关的三项发明专利，许可方式为独占使用，许可期至 2034 年 9 月 11 日。依据《专利实施许可合同》约定的金额，三项专利使用权的入账价值为 776.70 万元。截至 2019 年 3 月 31 日，以上专利使用权账面价值为 739.55 万元。

江南大学上述发明专利于 2014 年 9 月申请，根据专利法的规定发明专利的期限为 20 年，许可期至 2034 年 9 月。发行人 2018 年取得上述专利使用权时，合同规定的许可期年限尚有 15 年。根据《中华人民共和国企业所得税法实施条例》第六十七条规定“无形资产的摊销年限不得低于 10 年”，考虑该专利技术预期为公司带来的经济利益的预期实现方式，出于谨慎性原则，公司在 10 年内按照直线法摊销。

公司按照取得上述专利使用权而发生的全部支出作为无形资产的成本，并于取得时依据专利实施许可合同等资料，谨慎估计使用寿命的年限，采用在预计受益年限内按照直线法进行摊销。

以上内容，发行人已于招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/十一、资产质量分析/（二）非流动资产构成及其变化分析/4、无形资产”中补充披露。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

公司对专利权的取得方式、入账价值符合相关合同规定，按照预计受益年限确定摊销年限，核算及会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

(二) 披露 2017 年及 2018 年，发行人针对 Revitacare 的薪酬奖励为 362.5 万欧元的计算依据，并结合实际支付情况完善对上述薪酬奖励的对象、比例、计算方式及过程、发放条件及支付情况、预提的方式及金额、奖励金额上限的作用等情况的披露

1、2017 年 1 月，开曼华熙下属公司 Bloomage Meso Holdings S.A. 对 Revitacare 100% 股权的收购对价为 1,427.50 万欧元，为保持 Revitacare 核心人员的稳定性及积极性，在收购协议中与对方核心管理人员进行了三年的薪酬奖励约定，并约定薪酬奖励为 1,087.50 万欧元。薪酬奖励分为两部分，分别为业绩对赌基本薪酬奖励与业绩对赌额外薪酬奖励，两项薪酬奖励均附带对赌条约。2018 年 9 月，发行人控股子公司 Gentix S.A. 向 Bloomage Meso Holdings S.A. 收购其持有的 Revitacare 股权时，交易双方约定由 Gentix S.A. 承继薪酬奖励相关的支付义务。薪酬奖励的具体情况如下：

(1) 对赌期限内业绩对赌基本薪酬奖励金额上限

单位：万欧元

年度	目标业绩收入	基本薪酬奖励
第一年（2017 年度）	600.00	112.50
第二年（2018 年度）	900.00	337.50
第三年（2019 年度）	1,300.00	337.50
合计	2,800.00	787.50

(2) 额外业绩薪酬奖励对赌要求

单位：万欧元

序号	业绩达成要求（同时满足）		额外奖励金额
	三年累计营业收入	三年累计税后净营业利润（NOPAT）	
1	≥2,800	≥970	300
2	2,520（包含）-2,800	≥485	三年累计税后净营业利润/970*300
3	1,680（包含）-2,520	≥三年累计营业收入的 30%	100
4	<1,680	-	0

根据收购协议约定的“追赶机制”，即当核心管理人员第三个服务期间结束时，累计实际收入超过全部三个服务期间的累计目标业绩收入时，对于之前

一个或多个服务期间的基本薪酬奖励金额未支付部分，应于第三个服务期间结束后根据追赶机制将未支付部分全部支付给核心管理人员。

额外业绩薪酬奖励的业绩要求需要同时满足三年累计营业收入及三年累计税后净营业利润两个条件，根据完成两个条件的情况支付对应的薪酬奖励。

①对于基本及额外薪酬奖励发行人最高支付金额列示如下：

单位：万欧元

年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	合计
基本薪酬奖励	112.50	337.50	337.50	787.50
额外薪酬奖励	-	-	300.00	300.00
最高支付金额	112.50	337.50	637.50	1,087.50

公司设置奖励金额上限，主要目的为保证薪酬激励金额与公司经营业绩处于合理范围内，保护股东利益。

综合上述条款，发行人对于业绩对赌基本薪酬奖励与业绩对赌额外薪酬奖励视同一个整体，发行人将一项费用归属于各个单独的服务期间，该费用以直线法为基础，在整个等待期内确认。

②对于基本及额外薪酬奖励发行人会计处理及损益影响列示如下：

发行人对于业绩对赌基本薪酬奖励与业绩对赌额外薪酬奖励会计处理，即整体薪酬奖励金额 1,087.50 万欧元，按照协议约定在核心管理人员 3 年服务期限内，采用直线法平均分摊，即每年 362.5 万欧元。

2、对赌完成及奖励发放情况

2017 年 Revitacare 实现的营业收入为 606.06 万欧元（约 4,620 万元人民币），完成 2017 年关于基本薪酬奖励对赌条件，公司已将按照直线法平均分摊的 362.5 万欧元计入 Revitacare 当年损益，并确认相应资本公积；Revitacare 原股东 Bloomage Meso Holdings S.A. 已于 2018 年 7 月按照收购协议约定支付基本薪酬奖励 112.5 万欧元。

2018 年 Revitacare 实现的营业收入为 904.60 万欧元（约 7,082 万元人民币），完成 2018 年基本薪酬奖励的支付条件。公司已将按照直线法平均分摊

的 362.5 万欧元计入 Revitacare 2018 年度损益，并确认相应资本公积；截至本回复出具日，Gentix S.A. 尚未完成支付薪酬奖励金额。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/三、发行人设立以来的重大资产重组情况/（三）发行人收购 Revitacare 的具体情况”中补充披露。

（三）在“报告期内经销商的增减变动情况、相应经销收入的增减变动”表格中，披露本期增加经销商对应金额占经销收入的比例、本期减少经销商对应上期金额及占上期经销收入的比例、相关数据的正确单位，并披露终止合作及替换的经销商数量较多的原因及合理性、是否影响发行人持续经营、发行人经销商及经销体系是否稳定

报告期内经销商的增减变动情况、相应经销收入的增减变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
新增经销商数量 (个)	16	310	276	130
新增经销商当期贡献收入	3,725.32	17,354.87	9,011.65	5,402.84
当年经销商收入总额	16,511.52	53,459.93	35,551.43	34,402.50
新增经销商收入占比	22.56%	32.46%	25.35%	15.70%
项目	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
减少经销商数量 (个)	8	212	50	43
减少经销商上年度贡献收入	4,269.58	3,301.40	3,306.74	1,278.85
上年度经销商收入总额	53,459.93	35,551.43	34,402.50	11,484.45
减少经销商上年度贡献收入占比	7.99%	9.29%	9.61%	11.14%

公司已制定《经销商管理制度》，为经销商管理提供系统的管理规范指引。报告期内，公司对经销商施行分区域管理的方式，在签订经销协议的基础上明确可销售产品范围、销售区域及预计销售任务。

公司替换经销商的主要原因包括：经销商业绩未达预期，公司主动选择更换合作对象；因公司销售策略调整、销售区域重新划分等，经友好协商双方不再合作；经销商自身发展方向调整或经营原因，双方停止合作。

公司在经销商体系的建设维护中，高度重视经销商对公司业务布局、发展

规划的认可度，优先选择能够在长期目标上相匹配的经销客户共同发展。2018年，公司经销商数量变动较多，主要是公司2018年经营策略和内部管理调整，按照产品及品牌划分了更明确的业务部门，医疗终端产品及护肤品业务的品牌、销售部门增加较多，各业务部门进一步优化各自的经销商体系，根据业务开展实际选择区域内分销实力较强的经销商，对部分前期合作效果不佳的经销商进行替换，因此2018年内减少的经销商数量相对较多，但上述经销商在2017年贡献的收入仅为3,301.40万元。报告期内，公司经销商网络总体呈扩张趋势，不影响发行人持续经营，公司经销商体系整体保持稳定。

以上内容，发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（二）主要客户情况”中补充披露。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

发行人2018年出现一定量的终止合作和替换经销商，系发行人对产品及品牌进行明确划分后对经销商体系的主动调整，相应变动具有合理性，不影响发行人持续经营，报告期内经销商体系整体保持稳定。

（四）披露向前五大供应商采购金额占总采购额的比例，而非占成本的比例

单位：万元

期间	供应商名称	金额	占年度采购总额比例
2019年1-3月	青岛捷迅汇通商贸有限公司	690.98	10.69%
	苏州佑嘉塑胶科技有限公司	566.44	8.76%
	碧迪医疗器械（上海）有限公司	493.83	7.64%
	山东福瑞达生物科技有限公司	473.43	7.32%
	烟台惠吉生物科技有限公司	373.98	5.78%
	合计	2,598.66	40.19%
2018年度	山东福瑞达生物科技有限公司	2,039.57	9.88%
	碧迪医疗器械（上海）有限公司	1,848.00	8.95%
	青岛捷迅汇通商贸有限公司	1,390.91	6.74%
	Valdepharm	878.81	4.26%
	HTL	690.78	3.35%

	合计	6,848.07	33.17%
2017年度	富雅投资	1,132.77	10.79%
	Valdepharm	601.64	5.73%
	碧迪医疗器械（上海）有限公司	485.05	4.62%
	HTL	480.39	4.58%
	山东福瑞达生物科技有限公司	405.46	3.86%
	合计	3,105.30	29.59%
2016年度	富雅投资	2,234.86	20.90%
	碧迪医疗器械（上海）有限公司	835.58	7.82%
	山东威高集团医用高分子制品股份有限公司	515.24	4.82%
	北京林特医药科技有限公司	499.15	4.67%
	维锶（上海）生物科技有限公司	310.07	2.90%
	合计	4,394.89	41.11%

（五）披露主营业务收入按产品构成中的“其他”的具体内容

2016年至2018年期间，公司存在采购美容仪器、医疗设备及耗材等产品，配合公司皮肤类医疗产品销往终端客户，属于设备代理及贸易业务，作为公司主营业务收入中的“其他”业务收入。2016年至2018年上述设备及耗材代理业务贡献的收入分别为1,335.02万元、1,351.14万元和559.51万元，占公司主营业务收入的比例仅为1.84%、1.66%和0.44%，占比逐年降低，主要原因为公司2018年开始调整为专注于自有产品的经营，逐步减少美容仪器、医疗设备及耗材的代理业务，2019年1-3月公司已不存在上述贸易类业务收入。

以上内容发行人已于招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（一）营业收入分析/2、主营业务收入按产品构成分析”中补充披露。

（六）披露完整报告期内的应收账款账龄情况、逾期情况等

报告期内，剔除单项计提坏账准备的应收账款后，发行人应收账款的账龄情况如下：

单位：万元

账龄结构	2019.03.31	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
------	------------	------------	------------	------------

	账面余额	比例 (%)	坏账准备	账面余额	比例 (%)	坏账准备	账面余额	比例 (%)	坏账准备	账面余额	比例 (%)	坏账准备
1年以内	22,464.88	98.02	1,123.24	20,926.77	98.09	1,046.34	14,270.29	88.21	713.51	16,886.61	88.76	844.33
1-2年	337.02	1.47	33.70	267.29	1.25	26.73	1,727.37	10.68	172.74	1,945.79	10.23	194.58
2-3年	72.68	0.32	14.54	94.59	0.44	18.92	146.69	0.91	29.34	193.55	1.02	38.71
3-4年	39.31	0.17	11.79	41.57	0.20	12.47	33.39	0.21	10.02	-	-	-
4-5年	3.96	0.02	1.98	3.96	0.02	1.98	-	-	-	-	-	-
5年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	22,917.86	100.00	1,185.26	21,334.18	100.00	1,106.43	16,177.73	100.00	925.61	19,025.95	100.00	1,077.62

报告期内，公司应收账款的逾期情况列示如下：

单位：万元

项目	2019年3月末	2018年末	2017年末	2016年末
期末应收账款金额	23,369.07	22,067.82	16,583.72	19,458.92
逾期金额合计值	8,150.83	2,223.37	1,179.12	4,571.85
其中：存在纠纷导致逾期	451.21	733.64	405.99	432.97
实际结算周期较长导致逾期	7,699.62	1,489.73	773.13	4,138.88
逾期总额/期末应收款总额	34.88%	10.08%	7.11%	23.49%
截至2019年5月15日逾期金额期后回款	5,325.35	1,783.67	1,017.75	4,437.46
逾期期后回款/逾期金额 (%)	65.34	80.22	86.31	97.06

报告期内公司存在纠纷导致逾期的应收账款，执行新金融工具准则前后期间，均按照单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款种类全额计提了坏账准备。

2019年3月末，公司应收账款逾期金额相对较大，主要原因系依照行业通常管理惯例，公司对业务人员年末应收账款回款考核更为严格，业务人员年末应收账款催收更为积极，客户已形成年末按期结清账款的惯例，因此各年末公司应收账款逾期金额相对较低。

上述情况，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十一、资产质量分析/（一）流动资产构成及其变化分析/2、应收票据及应收账款”进行了补充披露。

（七）根据提供的2019年一季度的财务数据，在做相关分析时一并分析

2019 年一季度相关财务数据的变动情况

发行人已在招股说明书全文根据 2019 年一季度相关财务数据进一步补充变动分析，主要包括 2019 年 1-3 月营业收入的同比比较、2019 年 1-3 月经营性现金流变化的原因等。

（八）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 42 号——首次公开发行股票并在科创板上市申请文件》的要求，提供发行人大股东或控股股东最近一年及一期的原始财务报表及审计报告

发行人已在本次申报文件中，补充提供发行人控股股东华熙昕宇最近一年及一期的原始财务报表及审计报告。

（九）论证并说明报告期内因收购 Revitacare 而预提的或有薪酬对扣非归母净利润的影响，相关会计处理是否符合会计准则要求，不作为收购对价的具体依据，是否构成股份支付、是否需要计提预计负债；

1、收购 Revitacare 预提的或有薪酬对扣非归母净利润的影响

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
扣非后归属母公司股东的净利润	10,875.17	42,365.99	22,296.37	23,131.00
薪酬奖励计提金额	272.26	2,836.49	2,738.54	-
薪酬奖励计提占当期净利润的比例	2.50%	6.70%	12.28%	-

注：2019 年 1-3 月，公司按照 Revitacare 第一季度实际实现的营业收入占 2019 年度业绩考核收入的比例，分摊计提业绩奖励费用。

公司已对上述或有薪酬奖励进行了预提，并进入应付职工薪酬。

2、或有薪酬的会计处理

（1）会计准则相关规定

《企业会计准则第 9 号-职工薪酬》（2014 年修订）第二条规定“职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。”

根据《企业会计准则》及中国证监会会计部《上市公司执行企业会计准则案例解析（2017）》的相关案例分析收购 Revitacare 或有薪酬奖励的会计处理，鉴于：

①收购协议中约定，核心管理人员需在 2017 年至 2019 年继续服务于 Revitacare，如核心管理人员在 2017 年至 2019 年服务期间离职或者不再持续受聘于 Revitacare，则将失去取得基本薪酬奖励与额外薪酬奖励的权利，即其薪酬奖励均以核心管理人员的任职为前提条件，或有支付的目的是为了获得核心管理人员的服务，为保持 Revitacare 的经营稳定且持续发展，根据收购协议约定，核心管理人员继续在 Revitacare 担任关键管理职位，属于职工薪酬的核算范畴；

②企业合并的初始对价参考基于 Revitacare 未来现金流预测的估值结果确定，而薪酬奖励的实际支付金额是以未来年度 Revitacare 实际经营业绩为基础；

因此，或有支付的安排是为了获取核心管理人员的服务，并通过业绩奖励的方式进行激励，作为职工薪酬核算符合《企业会计准则》的相关要求。

（3）或有支付作为收购对价与作为职工薪酬的不同处理结果对比

单位：万元

科目	项目	2019年1-3月 /2019年3月末	2018年度 /2018年末	2017年度 /2017年末
扣非后归属于母公司股东净利润	按照职工薪酬处理（A）	10,875.17	42,365.99	22,296.38
	按照或有对价处理（B）	11,147.44	45,202.48	25,034.92
	差异（B-A）	272.27	2,836.49	2,738.54
商誉	按照职工薪酬处理（C）	7,032.29	7,298.86	7,257.01
	按照或有对价处理（D）	15,254.56	15,832.80	15,742.01
	变动比例（D-C）	8,222.27	8,533.94	8,485.00

如将或有支付按照收购对价处理，则 2017 年度、2018 年度、2019 年 1-3 月的扣非后归属于母公司股东的净利润将分别增加 2,738.54 万元、2,836.49 万元和 272.27 万元，商誉账面价值将分别增加 8,485.00 万元、8,533.94 万元和 8,222.27 万元。因此，或有支付作为职工薪酬计算符合会计处理的谨慎性原则，亦符合《企业会计准则第 9 号-职工薪酬》的规定。

(4) 或有支付不构成股份支付

《企业会计准则第 11 号——股份支付》第二条指出：“股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

根据《企业会计准则第 9 号——职工薪酬》，职工薪酬是企业为获得职工提供的服务而给予的报酬，即企业支付款项是为了获取员工的服务。相应的，构成职工薪酬的或有支付中，或有事项大多是可以反映员工工作能力、服务水平的事项。

结合前述规定，虽然股份支付与职工薪酬均以获取职工提供的服务为前提，但鉴于对 Revitacare 核心管理人员的薪酬奖励：①以现金为支付方式，不作为以权益结算的股份支付；②与 Revitacare 未来经营业绩直接挂钩，不存在“以权益工具为基础确定负债”的处理，不应作为以现金结算的股份支付；③以换取 Revitacare 核心管理人员一定期间服务为基础，该交易安排是为了保持 Revitacare 的稳定发展以及运用核心管理人员长期积累的行业经验与关系网络促进 Revitacare 扩大经营规模，故作为职工薪酬核算，不作为股份支付处理。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

出于谨慎性考虑，发行人收购 Revitacare 所涉及的或有支付作为职工薪酬处理，符合会计处理的谨慎性原则，亦符合《企业会计准则第 9 号-职工薪酬》的规定，上述或有薪酬奖励不属于股份支付，发行人已预提了应付职工薪酬。

(十) 由于 KH-01-01 视同发行人的关联方，在主要客户相关内容中未披露关联关系的原因

公司主要客户 KH-01 集团系从事视力保健、眼科药品及白内障和玻璃体视网膜手术有关产品的知名大型外资跨国企业，成立于 19 世纪 50 年代，在全球多个国家地区均有生产基地。报告期内，公司与 KH-01 下属的北美、欧洲、中国等地企业均有发生交易。根据“受同一实际控制人控制的客户，应合并计算销售额”的披露原则，KH-01 下属企业组成的集团整体作为公司主要客户披露，KH-01 集团并非公司的关联方。

KH-01-01 为 KH-01 控股的国内知名的眼科药品生产企业，公司前董事王廷波任 KH-01-01 的董事。王廷波已于 2017 年 12 月 29 日离任公司董事职务，根据《上市规则》，2016 年至 2017 年 KH-01-01 为公司的关联方，2018 年视同公司的关联方，但不再作为 2019 年的关联方。KH-01-01 向公司采购医药级透明质酸原料用于其生产眼科药品，公司相关原料产品已实现最终销售。

以上内容，发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（二）主要客户情况”中补充披露。

（十一）2018 年收入大幅增长的情形是否符合行业趋势，与同行业可比公司收入的变化是否一致，并说明 2018 年收入的增长来源于老客户和新客户的金额和占比，大幅增长的趋势在未来是否具有可持续性

1、公司 2018 年收入增长符合行业趋势，收入增速高于同行业可比公司

2018 年度，发行人主营业务收入较上一年度增加 44,654.28 万元，增幅达到 54.90%，收入增速高于同行业可比公司：

公司	货币单位	2018年度收入	2017年度收入	增长额	增速	
昊海生科	万元	155,845.27	135,444.75	20,400.52	15.06%	
爱美客	万元	32,101.10	22,249.00	9,852.10	44.28%	
景峰医药	万元	258,569.69	258,365.23	204.46	0.08%	
欧舒丹	百万欧元	1,319.40	1,323.20	-3.80	-0.29%	
华熙生物	原料产品	万元	65,137.77	50,791.16	14,346.61	28.25%
	医疗终端产品		31,270.31	19,683.95	11,586.36	58.86%
	功能性护肤品		29,029.39	9,516.45	19,512.94	205.04%
	其他		559.51	1,351.14	-791.63	-58.59%
	主营业务合计		125,996.98	81,342.70	44,654.28	54.90%

根据研究机构 Frost & Sullivan 的分析，2018 年全球透明质酸原料销量达到 500 吨，较上一年度增长约 19.05%，发行人原料产品收入变动与行业趋势相符合。由于公司原料产品产率较高、生产成本更低，且规格较多、注册资质更齐，能够满足客户的定制化需求，产品受到下游客户的青睐，故收入增速略高于行业增速。

根据研究机构 Frost & Sullivan 的分析，2018 年中国医药级透明质酸终端产品（包括医疗美容产品、骨科产品和眼科产品）市场规模达到 68.8 亿元，较上一年度增长约 14.67%。发行人医疗终端产品收入变动与行业趋势相符合。2018 年度随着公司战略调整工作的逐步落地，含利多卡因的注射用修饰透明质酸钠凝胶等新产品逐步放量，公司在医疗终端产品领域覆盖的终端机构数量快速增加，带动了公司医疗终端产品收入的增长，且公司医疗终端产品 2017 年销售收入在行业中相对较小，使得 2018 年收入增速高于行业增速及可比公司收入增速。

2018 年度发行人功能性护肤品收入达到 29,029.39 万元，增速达 205.04%，增速明显高于行业增速及可比公司收入增速，主要系 2017 年公司功能性护肤品销售规模较小，且公司自 2018 年开始全面布局实施多品牌战略，着力推广线上渠道，带动了功能性护肤品收入的高速增长。

2、发行人 2018 年度收入的增长来源

2018 年度，发行人原料产品的新增收入主要来源于老客户，发行人医疗终端产品和功能性护肤品的新增收入主要来源于新客户，具体如下：

单位：万元

项目	增长来源	2018年度增长额	增长额占当年主营业务收入增长额的比例
原料产品	老客户	10,543.29	23.61%
	新客户	3,803.32	8.52%
医疗终端产品	老客户	54.78	0.12%
	新客户	11,531.58	25.82%
功能性护肤品	老客户	-900.15	-2.02%
	新客户	20,413.09	45.71%
其他	老客户	-878.32	-1.97%
	新客户	86.69	0.19%
合计	-	44,654.28	100.00%

3、发行人收入增长的可持续性

(1) 老龄化及居民健康理念提升，为公司收入增长提供充分的市场保障

随着我国老龄化进程的加快，骨科、眼科等和患者年龄相关性较强的医疗市场规模将会持续增长，以透明质酸为核心原料的医疗终端产品均拥有较大市场需求空间。随着城乡居民购买力水平的提高，居民消费结构及需求层次随之发生变化，消费者对自身健康与美丽的需求日益关注，在医疗管理、健康、护肤美容等方面的消费支出逐步增加，以透明质酸为核心原料的面部填充剂、功能性护肤品及保健食品的需求空间巨大。

透明质酸相关医疗类终端产品、化妆品、食品等终端产品需求的持续增长，也为透明质酸原料及相关衍生物的未来发展提供了广阔的市场前景，共同为公司收入的稳步增长提供了充分的市场保障。

（2）新技术驱动新产品，支撑公司收入的持续增长

公司十分注重终端应用领域的研发，未来公司将通过技术研发不断进行产品生产线的延伸和扩大，孵化更为全面的产品组合布局，并致力于各类新产品新方向的深入研究，持续提升公司的技术实力和产业化能力，通过不断拓展透明质酸等生物活性原料的终端应用领域，带动透明质酸等原料需求的高速增长，支撑公司收入的持续增长。

（3）利用终端产品的广阔市场空间，充分开发新渠道、新客户，促进公司收入的持续增长

现阶段，发行人医疗终端产品及功能性护肤品仍拥有众多新客户亟待挖掘覆盖，收入具备较大的增长空间。

对于眼科、骨科、功能性护肤品等目前市场占有率较低的终端产品，随着公司进一步拓展新渠道、新客户，优化经销商体系、不断丰富护肤品线上渠道类型，全面覆盖各类终端客户及消费者，同时凭借逐渐提升的品牌知名度和突出的产品功能性优势，该等产品的销售规模有望保持快速增长。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人 2018 年收入呈增长态势，符合行业趋势；发行人增速高于同行业可比公司，系战略调整及内部管理落地、新技术新产品带动收入增长等导致；2018 年度，发行人原料产品的新增收入主要来源于老客户，发行人医疗终端产品和功能性护肤品的新增收入主要来源于新客户；未来发行人的收入增长具有可持续性。

(十二) 成本结构是否合理、是否符合行业特点、是否与同行业可比公司存在较大差异及原因

报告期内，公司成本结构与同行业可比公司的比较情况如下：

公司		项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
未名医药 (002581.SZ)		直接材料	48.55%	64.47%	74.76%
		直接人工	6.87%	6.26%	5.42%
		制造费用	44.59%	29.26%	19.81%
翰宇药业 (300199.SZ)		直接材料	28.53%	31.45%	30.50%
		直接人工	9.78%	8.45%	7.97%
		制造费用	61.69%	60.10%	61.53%
昊海生科 (已申报)		直接材料	61.98%	64.22%	59.19%
		直接人工	12.19%	10.74%	11.22%
		制造费用	25.83%	25.05%	29.59%
爱美客 (已申报)		直接材料	48.26%	55.49%	51.74%
		直接人工	30.41%	23.61%	28.31%
		制造费用	21.33%	20.90%	19.95%
景峰医药 (000908.SZ)		直接材料	63.94%	66.00%	62.79%
		直接人工	9.73%	9.59%	12.00%
		制造费用	26.33%	24.41%	25.21%
华熙生物	原料产品	直接材料	28.99%	33.04%	37.46%
		人工成本	30.88%	26.76%	22.46%
		制造费用	40.13%	40.20%	40.09%
	医疗终端产品	直接材料	69.46%	59.65%	48.46%
		人工成本	11.30%	11.88%	12.32%
		制造费用	19.24%	28.47%	39.22%
	功能性护肤品	直接材料	58.51%	50.59%	51.87%
		人工成本	20.67%	18.45%	23.39%
		制造费用	20.82%	30.95%	24.74%

注：通化东宝、安科生物、欧舒丹未披露成本结构。

公司原料业务的工艺复杂，生产周期较长，对生产设备及工艺环境要求较高，制造费用占成本构成的比例相对较高，直接材料占比相对较低，符合行业及业务特点，成本构成与原料类可比公司相接近，具有合理性。

公司医疗终端业务、功能性护肤品对原材料的要求较高，直接材料占成本构成的比例相对较高，符合行业及业务特点，成本结构与终端类产品可比公司相接近，具有合理性。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

发行人成本结构符合行业及业务特点，与同行业可比公司不存在重大差异。

（十三）各类存货的主要品名、具体的保存方法、报告期各期末的库龄和有效期的情况、报告期内是否发生或因保存不当的损毁或超过有效期的情形，并结合以上要素进一步分析存货跌价准备计提的充分性

各类存货的主要品名、具体的保存方法、报告期各期末的库龄和有效期的情况如下：

单位：万元

存货		1年以内	1-2年	保存方法	有效期
2019年3月31日					
库存商品	原料产品	7,839.41	21.41	常温或低温	3年
	医疗终端产品	1,786.23	1.93	常温或低温	2年
	功能性护肤品	5,161.51	130.48	常温	3年
	其他	16.84	-	常温	5-10年
	合计	14,803.99	153.82	-	-
原材料	原辅料	1,611.26	55.48	常温	2年
	包材标签	2,589.32	300.43	常温	3年或者5年
	五金	1.84	10.34	常温	5年
	其他	213.09	0.77	常温	5年
	合计	4,415.51	367.02	-	-
发出商品	原料产品	132.61	-	常温或低温	3年
	医疗终端产品	167.71	-	常温或低温	2年
	功能性护肤品	115.56	-	常温	3年
	合计	415.88	-	-	-
在产品	原料产品	148.01	-	常温或低温	3年
	医疗终端产品	8.49	-	常温或低温	2年

	功能性护肤品	225.09	-	常温	3年
	合计	381.59	-	-	-
2018年12月31日					
库存商品	原料产品	6,259.04	41.5	常温或低温	3年
	医疗终端产品	1,413.08	-	常温或低温	2年
	功能性护肤品	4,104.62	113.58	常温	3年
	其他	854.64	-	常温	5-10年
	合计	12,631.38	155.08	-	-
原材料	原辅料	1,170.47	72.57	常温	2年
	包材标签	2,231.16	209.84	常温	3年或者5年
	五金	-	10.33	常温	5年
	其他	196.77	54.12	常温	5年
	合计	3,598.40	346.86	-	-
发出商品	原料产品	131.43	-	常温或低温	3年
	医疗终端产品	173.71	-	常温或低温	2年
	功能性护肤品	89.15	-	常温	3年
	其他	0.10	-	常温	3年
	合计	394.39	-	-	-
在产品	原料产品	287.88	-	常温或低温	3年
	医疗终端产品	68.34	-	常温或低温	2年
	功能性护肤品	200.05	-	常温	3年
	合计	556.27	-	-	-
2017年12月31日					
库存商品	原料产品	5,600.33	89.71	常温或低温	3年
	医疗终端产品	808.04	3.82	常温或低温	2年
	功能性护肤品	2,013.18	9.98	常温	3年
	其他	2,983.47	-	常温	5-10年
	合计	11,405.02	103.51	-	-
原材料	原辅料	656.7	90.84	常温	2年
	包材标签	819.29	271.54	常温	3年或者5年
	五金	0.14	11.19	常温	5年
	其他	197.37	6.74	常温	5年
	合计	1,673.50	380.31	-	-

发出商品	原料产品	126.92	-	常温或低温	3年
	医疗终端产品	13.09	-	常温或低温	2年
	功能性护肤品		-	常温	3年
	合计	140.01	-	-	-
在产品	原料产品	240.82	-	常温或低温	3年
	医疗终端产品	36.86	-	常温或低温	2年
	功能性护肤品	7.61	-	常温	3年
	合计	285.29	-	-	-
低值易耗品	办公用品	16.59	-	常温	5年
	生产实验器材	22.28	-	常温	5年
	合计	38.87	-	-	-
2016年12月31日					
库存商品	原料产品	6,511.17	250.24	常温或低温	3年
	医疗终端产品	1,485.95	87.72	常温或低温	2年
	功能性护肤品	839.43	40.88	常温	3年
	其他	3,622.84	-	常温	5-10年
	合计	12,459.39	378.84	-	-
原材料	原辅料	756.18	98.53	常温	2年
	包材标签	766.65	315.44	常温	3年或者5年
	五金	0.52	11.12	常温	5年
	其他	77.78	10.52	常温	5年
	合计	1,601.13	435.61	-	-
在产品	原料产品	249.44	-	常温或低温	3年
	医疗终端产品	42.27	-	常温或低温	2年
	功能性护肤品	31.88	-	常温	3年
	合计	323.59	-	-	-
低值易耗品	办公用品	18.92	-	常温	5年
	生产实验器材	22.28	-	常温	5年
	合计	41.20	-	-	-

公司已制定包括《库房管理规定》、《安全库存与库龄管理》、《接近或超过有效期、复验期物料的控制规程》等在内的一整套严格的存货管理类制度。

报告期内，发行人未发生存货因保存不当导致损毁的情形。ERP系统能够

实现对存货库龄的有效管理，在库存商品到期前一定时间（通常 3-6 个月），仓库工作人员将收到系统发出的提醒，并根据不同存货的用途，提起流程逐级报批，对于原料产品优先领用生产或是其他方式进行使用；对于终端产品，将以销售配合赠送、活动推广、折价销售等方式进行处理。报告期内，存在少量未能及时全部处置完毕的将到期产品，公司对该部分产品及时、足额计提了跌价准备。除此以外，公司其他存货不存在减值的情形。

公司每期末按照减值准备会计政策对存货进行减值测试，如存在减值迹象，及时计提减值准备，公司存货跌价准备的计提较为充分。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

报告期内，发行人未发生或因保存不当导致存货损毁的情形；发行人已制定严格有效的存货管理制度，存货跌价准备的计提充分。

（十四）怀柔人民政府奖励资金和个税返还计入经常性损益的合理性

1、怀柔人民政府奖励资金计入经常性损益的合理性

根据《北京市怀柔区人民政府关于调整镇乡财政管理体制的通知》（怀政发【2005】43 号文件）、《北京市怀柔区人民政府关于印发怀柔区促进区域经济发展财政政策的通知》（怀政发〔2016〕59 号文件精神），北京市怀柔区雁栖镇人民政府建立企业发展奖励资金，支持企业发展。对于在怀柔区注册、生产经营、合规纳税，符合国家产业政策和区域功能定位，依法发放职工工资，上缴各项社会保险的企业，年缴纳增值税、企业所得税区财政实际所得超过标准，可以享受企业发展奖励资金政策，企业申请使用企业发展资金，经审核确认，按申请企业实际上缴增值税、企业所得税财政部门留存部分安排资金给予支持。

2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-3 月，北京海御实际收到的企业发展奖励资金分别为 250.01 万元、250.90 万元、774.12 万元及 0 万元。

上述怀柔人民政府奖励资金属于与北京海御公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额持续享受的政府补助，采用总额法计入当期损益，为与收益相关的政府补助，奖励资金主要用于补偿企业实际发生的相关成本费用，2017 年 1 月 1 日前计入营业外收入，自 2017 年 1 月 1 日后计入

其他收益。

北京海御为发行人于 2018 年 6 月 30 日通过同一控制下合并取得的子公司，按照《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号-非经常性损益（2008）》（证监会公告[2008]43 号）的有关规定，同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益属于非经常性损益，因而北京海御 2016 年度、2017 年度、2018 年度，北京海御企业发展奖励资金中分别有 250.01 万元、250.90 万元、272.44 万元按照前述规定计入非经常性损益。2018 年 12 月 24 日，北京海御收到怀柔政府返还税款 501.68 万元，因与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准持续享受的特点，故该政府补助作为经常性损益。

2、个税手续费返还计入经常性损益的合理性

报告期内，个税手续费返还，系发行人作为个人所得税的扣缴义务人，根据《中华人民共和国个人所得税法》将收到的扣缴税款手续费在“其他收益/营业外收入”中列示。由于个人所得税的代扣代缴行为与企业日常经营密切相关，且具有持续性，故计入经常性损益。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

怀柔人民政府奖励资金和个税手续费返还计入经常性损益的相关处理，符合《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号-非经常性损益（2008）》（证监会公告[2008]43 号）的要求，具有合理性。

（十五）Revitacare 拥有的可辨认的商标、非专利技术及客户关系等确认为无形资产的入账价值确定依据、摊销年限及确认依据等；仅根据经销协议，将经销商网络作为客户关系并确认为无形资产是否合理；结合双方交易谈判过程及交易协议具体条款，说明是否对销售网络进行单独定价

《企业会计准则第 6 号——无形资产》中，对无形资产进行定义时提出“可辨认”相关概念。准则第三条：无形资产，是指企业拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，满足以下两者之一就符合可辨认性标准。

①能够从企业中分离或者划分出来，并能单独或者与相关合同、资产或负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或者交换。

②源自合同性权利或其他法定权利，无论这些权利是否可以从企业或其他权利和义务中转移或者分离。

截至 2019 年 3 月末，Revitacare 无形资产主要内容如下：

单位：万元

类别	具体内容	计价依据	使用寿命	摊销年限的确定依据	账面原值
商标	Revitacare 下属系列产品的商标	购买日的公允价值、历史成本	10 年	预计受益年限	404.60
非专利技术	Revitacare CT50 及 CYTO 532 的配方技术	购买日的公允价值	10 年	预计受益年限	668.23
客户关系	Revitacare 经销网络	购买日的公允价值	9 年	预计受益年限	1,960.72

商标、非专利技术、客户关系的价值依据是香港评估公司 Duff & Phelps China (HK) Limited 出具的《估值报告》，其中对 Revitacare 2016 年 12 月 31 日的可辨认净资产进行辨认及评估，对商标、非专利技术、客户关系等进行了辨认及估值。公司据此作为收购协议定价的基础，并开展交易谈判，公司认同无形资产的价值有助于公司的终端境外业务的发展，通过收购方式即时获得资源，节省公司的时间成本。公司完成收购 Revitacare 后，将具有定价依据和可辨认的非货币性资产作为无形资产，在公司账目中认定。

可辨认的 Revitacare 无形资产主要内容如下：

客户关系涉及的内容及作用价值如下：

公司名称	内容	作用价值
Revitacare	签署相关协议的经销商	建立了法国抗衰产品 Cytocare 丝丽动能素的销售网络及经销商团队

上述 Revitacare 客户关系即源于 Revitacare 与经销商签署的相关区域独家长期经销协议符合无形资产可辨认条件，并经香港评估公司 Duff & Phelps China (HK) Limited 进行辨认及评估，香港评估公司采用超额收益法对其客户关系进行评估，评估的重要基础来源于 Revitacare 与经销商签订的经销协议，在经销商签订的协议中约定，每个经销商在其所负责的区域内每年必须完成定额的销售金额任务。

通过经销协议未来预期销售情况，同时考虑销量以及价格波动的影响。通过估算客户关系在预期剩余寿命年限内每年产生的预期收益，基于以前年度经销商变动数据显示每年经销商平均流失率，再以适当的折现率将其折现，现值累加得出客户关系类无形资产的价值。因此，根据经销协议的相关约定，将经销商网络作为客户关系并确认为无形资产具有合理性。

公司收购 Revitacare，能够在较短时间内取得境外经销网络，上述经销网络是公司收购 Revitacare 的重要考虑因素。经销商与 Revitacare 的长期稳定合作，符合发行人全面发展的需求，因此双方谈判定价时，公司考虑了上述销售网络的价值，但未在交易价格中单独定价；公司根据第三方评估机构对经销网络的识别及估值，将经销网络的公允价值作为客户关系，进行账务处理。

（十六）报告期内至 2018 年 6 月前，发行人是否实施公司收购或剥离

2016 年 1 月至 2018 年 6 月前，发行人及现有控股子公司不存在实施收购或剥离的情况。

（十七）说明本次申请豁免披露的信息与前次不同的原因、相关申请豁免披露的客户名单出现变化的原因，申请豁免披露事项理由的充分性、提供合同及合同条款等相关依据，并请进一步完善对豁免披露的客户的下游用途等相关信息的披露

1、本次申请豁免披露的信息与前次不同的原因、相关申请豁免披露的客户名单出现变化的原因

与前次申请豁免披露的名单相比，本次申请名单中删除了淄博高迅商贸有限公司，主要系经发行人多次沟通，取得了淄博高迅商贸有限公司对公开披露其信息的许可。申请名单中新增了 KH-02、KH-04，主要系上述境外客户作为发行人医药级原料业务前五大客户，需在招股说明书等文件中进行披露；但是根据上述境外客户与发行人签署的保密协议，公司不得对外披露其任何相关信息，故发行人申请豁免披露上述客户的名称。

2、申请豁免披露事项理由的充分性

公司与申请豁免披露名称的客户均签署了保密协议，具体如下：

序号	客户代号	类型	申请豁免公开披露的依据
1	KH-01	原料客户	公司与该客户签署了保密协议，协议约定公司对外披露任何客户信息均需获得对方同意。公司已向客户申请披露其公司名称，未获得其同意。
2	KH-02	原料客户	公司与该客户签署了保密协议，协议约定公司不得对外披露任何客户相关信息。
3	KH-03	原料客户	公司与该客户签署了保密协议，协议约定公司不得对外披露任何客户相关信息。
4	KH-04	原料客户	公司与该客户签署了保密协议，协议约定公司不得对外披露任何客户相关信息。

发行人主要从事透明质酸原料及相关终端产品的销售，在国际市场主要销售透明质酸原料，部分核心客户为全球知名的药品、化妆品、功能性食品品牌企业。上述客户将其原料来源、产地视为其核心商业机密，严格禁止合作方对外披露。

根据公司与上述重要国际知名客户签署的保密协议，公司不得（在取得客户同意前）对外披露任何客户相关信息，一旦违约，公司将承担相应法律责任，对公司的品牌声誉造成重大不利影响，甚至可能失去上述国际重要客户，严重损害公司的利益。

综上，发行人申请豁免披露上述客户名称具有必要性和充分性。为便于投资者了解上述豁免披露名称的客户情况，公司增加披露了上述客户的基本情况，包括成立时间、主营业务、经营规模、合作历史、采购本公司产品的用途等。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

发行人对豁免披露信息的主要客户相关销售真实，信息豁免披露存在必要性。

3、豁免披露客户的下游用途

(1) KH-01

成立时间	19 世纪 50 年代
主营业务	主要从事视力保健、眼科药品及白内障和玻璃体视网膜手术有关产品。提供包括隐形眼镜，镜片护理产品，眼科药品，眼内镜片以及其他眼睛外科手术产品
经营规模	在眼科药品、外科药品、皮肤科药品及内科药品领域属于全球知名企业，在中国、欧洲、北美均有生产基地

报告期内合作历史	报告期内均有合作
销售产品的下游用途	眼科、皮肤科产品的生产自用

(2) KH-02

成立时间	2004年
主营业务	注册地在以色列，从事原料加工业务，客户遍布于美国、爱尔兰等地区
经营规模	员工规模约 900 人
报告期内合作历史	报告期内均有合作
销售产品的下游用途	皮肤科产品的生产自用

(3) KH-03

成立时间	20 世纪初
主营业务	注册地为日本，从事原料及食品的业务经营
经营规模	2018 年年收入 100 亿人民币以上，员工规模 2,500 余人，美国、欧洲、亚洲等都有分支机构
报告期内合作历史	报告期内均有合作
销售产品的下游用途	食品、保健食品的生产自用

(4) KH-04

成立时间	2003 年
主营业务	注册地为德国，主要从事皮肤科产品的生产销售业务
经营规模	员工规模超过 400 人
报告期内合作历史	报告期内均有合作
销售产品的下游用途	皮肤科产品的生产自用

以上内容发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（二）主要客户情况/2、发行人主要客户的简要情况”中修改并补充披露。

(十八) 核查过程及核查意见

1、说明对经销商业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据、核查结果等

主要核查过程如下：

(1) 访谈发行人管理层及相关业务部门负责人，详细了解了发行人业务模式，各销售模式下的销售流程，风险报酬转移的时点，核查发行人各销售模式

下收入确认方法是否准确，是否符合《企业会计准则第14号—收入》的相关规定；

(2) 核查了发行人销售业务相关的内部控制制度，查看发行人信息系统，对发行人不同销售模式下的销售循环执行穿行测试，对识别出的关键控制点进行控制测试；

(3) 了解企业的基本销售情况、销售模式以及采用经销商销售模式的原因和必要性，分析收入波动原因；

(4) 获取发行人各期的产品销售价格目录及各经销商产品销售单价，分析产品价格大额变动及不同经销商同一产品的价格差异原因，分析价格合理性；

(5) 计算不同业务模式、不同产品线于报告期各期的毛利率情况，分析其变化原因，核查发行人收入确认的真实性、完整性和准确性；

(6) 获取报告期内经销商销售合同，查阅有关客户收货以及与商品所有权有关的风险和报酬发生转移的关键条款（包括交货条款、退换货条款、收款条件、是否存在销售返利及销售退回），以检查发行人收入确认会计政策是否符合企业会计准则的规定；

(7) 比较同行业可比公司的收入确认政策，关注其经销销售收入会计政策与发行人是否存在重大差异；对报告期内主要产品的毛利率进行比较分析，并与同行业可比公司毛利率水平进行比较，分析差异原因；

(8) 核查发行人报告期各期主要经销商销售收入变动情况，结合其资金规模、销售规模，分析是否与发行人对其销售收入相匹配，针对当期新增和减少的经销商分析变动原因，核查发行人收入确认的真实性；

(9) 对比报告期内主要经销商客户名单，分析报告期经销商数量变动及总体分布情况；对主要经销商进行背景调查，从全国企业信用信息公示系统获取这些经销商的工商登记资料，并分析其是否合理；

(10) 通过函证方式对经销商客户的各期收入以及各期末发出商品、往来款余额等确认，其中2016年、2017年、2018年及2019年1-3月发函金额占当期经销模式的比例分别为71.54%、76.59%、89.06%及66.48%，回函确认金额占当期

经销模式的比例分别为67.07%、70.83%、83.38%及59.34%；

(11) 通过实地走访或电话、视频等方式结合，访谈报告期内60家经销商，了解经销商背景及其主营业务、与华熙生物的业务合作过程、定价情况、物流安排及运费承担、退换货情况，确认期末存货情况，及是否存在存货大量积压、产品最终流向，法律纠纷、关联关系等。2016-2018年度及2019年1-3月，通过实地走访或电话、视频等方式结合访谈的经销商收入合计占当期经销模式收入的比例分别为50.59%、58.36%、57.51%及25.78%；

(12) 对发行人及其关联方的银行资金流水进行核查；

(13) 核查了发行人对经销商管理的相关制度文件，就发行人经销商渠道管控、信息管理、授权管理的具体措施与发行人相关人员进行访谈；

(14) 结合收入真实性核查，核查发行人销售模式以及对经销商的信用政策；

(15) 核查与公司长期合作的经销商自采购后至下一次采购的周期，判断经销商的期末库存情况。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

发行人经销商模式下的销售收入真实，符合企业会计准则的规定，公司与主要经销商不存在关联关系。

2、就怀柔人民政府奖励资金和个税返还计入经常性损益的合理性发表明确意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

怀柔人民政府奖励资金和个税手续费返还计入经常性损益的相关处理，符合《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号-非经常性损益（2008）》（证监会公告[2008]43号）的要求，具有合理性。

3、说明对申请豁免披露的信息的核查方式，并就销售真实性及信息披露豁免必要性发表意见

主要核查过程如下：

- (1) 对申请豁免披露名称的相关客户进行函证和走访；
- (2) 抽样检查发行人与申请豁免披露名称的客户签订的销售合同、报关单据、电子口岸系统记录的出口信息、发票、收款凭证等原始凭证；
- (3) 获取和检查中国出口信用保险公司出具的申请豁免披露名称的客户的资信报告；
- (4) 获取和检查发行人与豁免披露的信息的相关主要客户签订的保密协议；
- (5) 阅读发行人关于豁免公开披露部分客户名称的申请文件，并分析相关信息披露是否符合企业会计准则及相关规定要求；
- (6) 了解发行人建立的关于商业秘密的内部管理制度及相关内部审计程序；
- (7) 与发行人治理层沟通计划的审计范围和时间安排的总体情况，并考虑发行人信息豁免披露对审计范围、审计证据充分性和对审计报告意见发表的影响。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

发行人对豁免披露名称的客户相关销售真实，信息豁免披露存在必要性。

问题 2

关于福瑞达生物科技，请发行人披露：（1）福瑞达生物科技与发行人的关系，发行人与其合作历史及该类业务是否影响发行人独立经营；（2）福瑞达生物科技是否仅与发行人发生业务、是否不存在其他业务，若是，请进一步披露发行人与其业务模式的商业逻辑；（3）发行人与福瑞达生物科技的交易是否会持续，并结合对交易价格的公允性分析情况，进一步披露交易持续的原因和合理性；（4）2018年发行人与福瑞达生物科技签署的《采购框架协议》的性质及相关条款与之前年度签署的《加工承揽协议》的差异，发行人与福瑞达生物的合作方式是否发生变化。请发行人说明与福瑞达生物科技的交易的会计处理，业务作为购销还是作为委托加工服务处理，是否符合相关业务实质及《企业会计准则》的规定，相关会计处理在报告期内是否一致。请保荐机构、申报会计

师核查并发表意见。

回复：

（一）请发行人披露福瑞达生物科技与发行人的关系，发行人与其合作历史及该类业务是否影响发行人独立经营

1、山东福瑞达生物科技有限公司（以下简称“福瑞达生物科技”）与发行人的关系

（1）股权方面的关系

福瑞达生物科技设立（2008年3月24日）至今，福瑞达集团为福瑞达生物科技的控股股东；发行人设立（2000年1月3日）至2017年12月，福瑞达集团为发行人的中方合资或合作方，持有公司的出资比例由25%逐步减少至5.63%。

2017年12月，福瑞达集团将其持有的发行人全部出资额转让，不再持有发行人股份。

（2）业务方面的关系

为解决公司短期产能不足的情况，报告期发行人存在向福瑞达生物科技采购透明质酸粗品、聚谷氨酸粗品的情况。

（3）人员上的关系

福瑞达生物科技现任董事长王廷波在2017年12月28日之前，曾担任发行人董事，在2017年12月29日后已离任。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/二、发行人设立情况 /（四）发行人与中方合作方福瑞达集团的人员、技术、业务往来情况”中补充披露。

2、发行人与其合作历史及该类业务不影响发行人独立经营

发行人与福瑞达生物科技的合作采购情况，不影响发行人的独立经营，公司在技术、产品、产能等方面不存在对福瑞达生物科技的依赖。

（1）公司透明质酸产品主要通过自有微生物发酵技术，自行生产。在发

行人产能短期无法满足销量需求的情况下，发行人会对外采购部分透明质酸粗品、聚谷氨酸粗品等原料，并经进一步精制加工后对外销售；市场上透明质酸粗品、聚谷氨酸粗品具有其他替代厂家，公司可以选择其他供应商。

(2) 2016年、2017年、2018年及2019年1月至3月，发行人向福瑞达生物科技采购透明质酸粗品、聚谷氨酸粗品的金额分别为281.68万元、405.46万元、2,039.57万元以及473.43万元，占发行人采购总额的比例为2.63%、3.86%、9.88%、7.32%，占比相对较低，对公司的影响相对较小。

(3) 发行人与福瑞达生物科技签署的《加工承揽协议》、《采购框架协议》中，公司具有对采购量、采购价格的主动权；相关协议未对发行人每年的采购量作出强制性要求，发行人按照自身产能、销售需求量等实际情况决定是否向福瑞达生物科技采购及采购数量，因此，发行人不存在受制或受限于相关协议的情形。

(4) 发行人目前已布局多项产能扩张项目，项目正式投产后将有效缓解发行人产能压力，从而减少对外采购透明质酸粗品、聚谷氨酸粗品的需求。

综上所述，发行人与福瑞达生物科技合作历史及该类业务，不影响发行人的独立经营。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/二、发行人设立情况 /（四）发行人与中方合作方福瑞达集团的人员、技术、业务往来情况”中补充披露。

（二）福瑞达生物科技是否仅与发行人发生业务、是否不存在其他业务，若是，请进一步披露发行人与其业务模式的商业逻辑

发行人与福瑞达生物科技之间，仅存在向福瑞达生物科技购买透明质酸粗品、聚谷氨酸粗品的情况。在发行人产能短期无法满足需求的情况下，发行人对外采购部分透明质酸粗品、聚谷氨酸粗品等原料，并经进一步精制加工制作后对外销售，具有合理的商业逻辑。

福瑞达生物科技主要产品还包括纳他霉素、乳酸链球菌素、普鲁兰多糖、金银花菌、高端生物肥料等。根据辽宁中科（872680）的信息披露文件，福瑞达生物科技为其重要供应商，因此除与发行人存在业务关系外，福瑞达生物科

技还存在其他业务和客户。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/二、发行人设立情况 /（四）发行人与中方合作方福瑞达集团的人员、技术、业务往来情况”中补充披露。

（三）发行人与福瑞达生物科技的交易是否会持续，并结合对交易价格的公允性分析情况，进一步披露交易持续的原因和合理性

1、发行人与福瑞达生物科技的交易是否会持续

基于短期产能和资源调配等方面考虑，发行人未来存在与福瑞达生物科技继续发生适量交易的可能性。但随着发行人多项产能建设项目的实施与投产，未来发行人将逐步减少对福瑞达生物科技的采购。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/二、发行人设立情况 /（四）发行人与中方合作方福瑞达集团的人员、技术、业务往来情况”中补充披露。

2、结合对交易价格的公允性分析情况，进一步披露交易持续的原因和合理性

①采购透明质酸粗品价格的公允性

报告期内，发行人与福瑞达生物科技的合作模式为公司授权并提供生产技术，由福瑞达生物科技自行采购原料并生产，产品仅可向发行人销售。在上述合作模式下，福瑞达生物科技并无独立生产及销售透明质酸粗品的权利及技术实力。公司向福瑞达生物科技的采购价格，由双方综合考虑前述生产技术、生产成本、销售情况后，由双方自主协商确定，定价公允。公司其他透明质酸粗品供应商均为经销商，供应价格系基于其他厂家自有技术生产、自有销售渠道销售，由双方经市场化比价后确定，定价公允。因此，发行人向福瑞达生物科技的采购价格及定价逻辑，与向其他供应商的采购价格存在不同，两者不具有可比性。

②采购聚谷氨酸粗品价格的公允性

报告期内，除福瑞达生物科技外，发行人未从其他第三方处采购聚谷氨酸

粗品。公司向福瑞达生物科技采购聚谷氨酸粗品的定价，依据生产成本、工艺复杂程度后协商确定，定价公允。

报告期内，发行人向福瑞达生物科技采购聚谷氨酸粗品的金额分别为 85.88 万元、405.46 万元、960.16 万元、102.59 万元，因为存在不同分子量级，发行人向福瑞达生物科技采购聚谷氨酸粗品的价格在每公斤 1,500-2,000 元之间，市场上聚谷氨酸供应厂家较多，市场平均定价在每公斤 1,500~3,500 元之间，成品价格略高于粗品价格，因此公司向福瑞达生物科技采购聚谷氨酸的定价公允。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/二、发行人设立情况 /（四）发行人与中方合作方福瑞达集团的人员、技术、业务往来情况”中补充披露。

（四）发行人披露 2018 年发行人与福瑞达生物科技签署的《采购框架协议》的性质及相关条款与之前年度签署的《加工承揽协议》的差异，发行人与福瑞达生物科技的合作方式是否发生变化

发行人和福瑞达生物科技于 2018 年 3 月 1 日的签署《采购框架协议》系采购协议。发行人为解决透明质酸原料产能不足问题，曾与福瑞达生物科技签署《加工承揽协议》，授权福瑞达生物科技使用发行人的透明质酸粗品生产技术，生产透明质酸粗品，并仅可向发行人销售。《加工承揽协议》明确约定，授权福瑞达生物科技生产的透明质酸粗品的原料均系福瑞达生物科技自有或由其自行采购，而非由发行人提供。《加工承揽协议》不存在与委托加工相关或类似的约定条款，因而双方签订的《加工承揽协议》均不是外协加工合同，业务实质属于产品购销。

2018 年 3 月签署的《采购框架协议》在技术和保密方面，延续了《加工承揽协议》中的相关约定，在协议有效期（2018 年 3 月 28 日至 2019 年 3 月 28 日）、采购数量（不少于 25 吨）和采购单价方面做了具体约定，除此之外在条款及执行上，与 2010 年 12 月 6 日签署的《加工承揽协议》不存在实质性差异。因此，发行人与福瑞达生物科技的合作方式未发生变化。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/二、发行人设立情况

/(四) 发行人与中方合作方福瑞达集团的人员、技术、业务往来情况”中补充披露。

(五) 请发行人说明与福瑞达生物科技的交易的会计处理，业务作为购销还是作为委托加工服务处理，是否符合相关业务实质及《企业会计准则》的规定，相关会计处理在报告期内是否一致

发行人与福瑞达生物科技之间的交易，报告期内在会计处理上均作为购销处理，不存在变化；相关会计处理符合业务相关实质及《企业会计准则》、《首发审核财务与会计知识问答》等规定。

发行人与福瑞达生物科技签订的《加工承揽协议》、《采购框架协议》明确约定，授权福瑞达生物科技生产的透明质酸粗品的原料均系福瑞达生物科技自有或由其自行采购，而非由发行人提供。《加工承揽协议》、《采购框架协议》不存在与委托加工相关或类似的约定条款，因而双方签订的相关协议不属于外协加工合同，业务实质属于产品购销。

报告期内，公司与山东福瑞达生物科技有限公司共签订两份协议，其中2016年公司与山东福瑞达生物科技有限公司签订了一份《加工承揽协议》，2018年公司与山东福瑞达科技股份有限公司签订了一份《采购框架协议》，具体分析如下：

序号	购销业务、委托加工业务区分要素	2016年签订的《加工承揽协议》业务实质分析	2018年签订的《采购框架协议》业务实质分析
1	双方签订合同的属性类别，合同中主要条款，如价款确定基础和定价方式、物料转移风险归属的具体规定	公司与福瑞达生物科技签订的合同实际为定制化采购合同；公司不向福瑞达生物科技销售原材料；双方约定每吨采购价格；公司有权派出专人对福瑞达生物科技生产的产品进行质量监督检查，产品合格后才能交付给本公司。	公司与福瑞达生物科技签订的合同实际为标的采购合同；双方约定每吨采购价格；福瑞达生物科技应确保标的产品的质量符合本公司提出的产品质量标准和要求。
2	生产加工方是否完全或主要承担了原材料生产加工中的保管和灭失、价格波动等风险	合同约定，乙方原材料采购需符合甲方关于产品原材料的各项标准和要求，且自担费用，对于原材料生产加工中的报关和灭失、价格波动的风险的承担方未进行约定，因此据常理推断，福瑞达生物科技完全承担原材料生产加工中的保管和灭失、	福瑞达生物科技完全承担原材料生产加工中的保管和灭失、价格波动等风险。

		价格波动等风险。	
3	生产加工方是否具备对最终产品的完整销售定价权	采购价格由双方协商确定，因此福瑞达生物科技具备对最终产品的销售定价权。	采购价格由双方协商确定，因此福瑞达生物科技具备对最终产品的销售定价权。
4	生产加工方是否承担了最终产品销售对应账款的信用风险	协议第 9 条约定的付款条款为：甲方在收到乙方产品检验合格后同时收到发票后，一个月内付清货款，货款以电汇或承兑方式结算。此外协议第 11 条约定，本协议任何一方违反本协议任何条款的，应当赔偿另一方因此遭受的全部经济损失。第 12 条约定因本协议而产生或本协议履行过程中发生的所有争议，均应由双方友好协商，协商不成的，任何一方均有权将争议提交北京仲裁委员会，按照该会届时有效的仲裁规则进行仲裁；仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。从上述条款约定可知，双方对于付款条款的约定及违约或争议的解决的约定合乎商业惯例，不存在违约或发生争议时由发行人或发行人的关联方进行补偿或裁决的约定，所以福瑞达生物科技承担最终产品销售对应收账款的信用风险。	福瑞达生物科技承担最终产品销售对应收账款的信用风险。
5	生产加工方对原材料加工的复杂程度，加工物料在形态、功能等方面变化程度等	福瑞达生物科技对原材料进行了复杂加工，物料的形态和功用方面发生了本质性的变化。	福瑞达生物科技对原材料进行了复杂加工，物料的形态和功用方面发生了本质性的变化。

综上，发行人与山东福瑞达生物科技有限公司签订的合同，其业务实质未发生变化。发行人在与山东福瑞达生物科技有限公司签订合同期间，未向福瑞达生物科技提供原材料，故该交易作为购销业务进行会计处理，符合相关业务实质及《企业会计准则》的规定，相关会计处理在报告期内保持一致。

（六）请保荐机构、申报会计师核查并发表意见

1、核查程序

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

（1）取得了发行人的工商登记资料，取得了发行人历次股权/出资变更、增资的相关资料；

（2）通过国家企业信用信息公示系统，查询福瑞达生物科技的基本信息及其历史上的股权变动情况；

(3) 取得了发行人与福瑞达生物科技于 2010 年 6 月 17 日签署的《加工承揽协议》、发行人与福瑞达生物科技于 2010 年 12 月 6 日签署的《加工承揽协议》、发行人与福瑞达生物科技于 2016 年 8 月 4 日签署的《加工承揽协议》、发行人和福瑞达生物科技于 2018 年 3 月 1 日签署的《采购框架协议》，查看相关协议条款，了解具体业务内容、结算方式等；

(4) 通过福瑞达集团官方网站了解福瑞达生物科技的基本情况，查询辽宁中科（872680）等公司公开信息披露文件，了解福瑞达生物科技主营业务、主要产品等情况；

(5) 访谈了福瑞达生物科技相关人员，了解福瑞达生物科技的主营业务和主要产品；

(6) 访谈公司相关负责人，了解公司产能建设规划及进展情况；

(7) 取得采购明细表，比较公司向不同透明质酸粗品供应商的平均采购价格及差异分析；

(8) 电话咨询聚谷氨酸成品商家了解聚谷氨酸成品的市场价格；

(9) 取得了发行人与福瑞达生物科技签订的合同，核查合同条款，分析业务实质，分析发行人相关业务会计处理合理性；

(10) 取得了销售台账，检查发行人是否向福瑞达生物科技销售原材料；

(11) 取得了采购台账，并抽样检查发行人向福瑞达生物科技采购的验收单、入库单、付款单据。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

(1) 福瑞达生物科技为福瑞达集团的控股子公司，福瑞达集团 2017 年 12 月之前曾经为发行人股东；发行人存在向福瑞达生物科技采购透明质酸粗品、聚谷氨酸粗品的情况；福瑞达生物科技现任董事长王廷波于 2017 年 12 月 29 日离任公司董事；

(2) 发行人与福瑞达生物科技的合作历史及相关交易，不影响发行人的独立经营；

(3) 福瑞达生物科技存在其他产品与客户，不仅只与发行人发生业务；

(4) 发行人基于短期产能和资源调配等方面因素，采购福瑞达生物科技的相关产品，采购交易具有商业合理性，且双方交易价格公允；随着发行人产能建设项目的实施及投产，发行人将逐步减少对福瑞达生物科技的采购；

(5) 2018 年发行人与福瑞达生物科技签署的《采购框架协议》与之前年度签署的《加工承揽协议》在性质和条款上不存在差异，均属于购销合同。《采购框架协议》延续执行《加工承揽协议》关于技术和保密方面的约定，仅对合同有效期、采购价格、采购量进行了具体约定，发行人与福瑞达生物科技的合作方式未发生变化；

(6) 发行人与福瑞达生物科技之间的交易属于购销业务，相关会计处理未发生变化，会计处理符合《企业会计准则》、《首发审核财务与会计知识问答》等相关规定。

问题 3

关于业务模式，请发行人明确披露采用委托生产模式的是否仅为“故宫系列”唇膏，对应的销售收入在“主营业务收入按产品构成分析”中的体现方式。请发行人说明：（1）“故宫系列”唇膏的委托生产模式下的定价方法、发行人销售“油分散透明质酸钠”给莹特丽的价格及莹特丽向发行人销售产成品的价格与市场价格相比是否公允，并说明发行人向外采购“润百颜故宫口红管”，与发行人披露的“莹特丽需向本公司认可的供应商自行采购原料及包装材料”是否矛盾；（2）发行人与福瑞达生物科技的业务模式是否属于委托生产，若是，发行人关于委托生产模式的描述是否有误；（3）发行人披露的“直接采购医疗设备等产品配合公司终端产品销售”的具体业务模式，并说明属于目前发行人披露的何种业务模式、是否属于贸易业务。请发行人详细核对招股说明书关于产、供、销、外协加工等业务模式的披露是否完整，是否存在未披露的业务模式；请发行人根据业务实质补充披露相关业务情况及数据分析，使得招股说明书的信息披露前后一致、财务与非财务信息互为对比印证。请保荐机构、申报会计师核查上述情况并发表意见。请中介机构提高执业质量及职业道德，按照要求督促发行人做好信息披露。

回复：

（一）关于业务模式，请发行人明确披露采用委托生产模式的是否仅为“故宫系列”唇膏，对应的销售收入在“主营业务收入按产品构成分析”中的体现方式

1、委托生产模式

报告期内，公司因短期产能不足或未建设相关生产线，存在委托第三方协助加工部分护肤品的情况，主要包括 Revitacare 系列产品、故宫口红、面膜、精华液、肌底液、唇膏、喷雾等产品。在第三方协助加工的合作模式下，公司向第三方提供用于协助加工产品的部分原料及包装材料，在提供时不作为公司的销售收入。

公司根据生产需求向委托加工厂商提供生产所需产品配方（原材料名称以代码代替）、原料和包装材料，少量包装材料和原辅料公司指定委托加工厂商向特定供应商采购，并派出专门人员进行指导监督。委托加工厂商为公司产品批量生产和包装提供委托加工服务，产品加工完成后交付至公司，公司向委托加工厂商支付加工费及额外原辅料费（如有），产品由公司对外销售。

以上内容发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（二）公司主要经营模式/2、生产模式/（2）委托生产”中修改并补充披露。

2、“故宫系列”产品的原料采购模式、生产模式及销售模式

公司“故宫系列”产品包括口红、面膜及唇膏，其中口红产品委托合格厂商生产，由公司对外销售；面膜产品由公司直接生产及销售；唇膏产品尚未进行生产及销售。

公司尚未建成口红产品生产线，因此公司指定合格厂商莹特丽科技（苏州工业园区）有限公司（以下简称“莹特丽”）委托生产。莹特丽成立于 1972 年，总部设在意大利米兰，在全球 9 个国家拥有 14 个办事处和 13 个生产基地，为全球领先的彩妆和护肤品 OEM/ODM 供应商，专注于彩妆、铅笔、指甲油和护肤品生产。

莹特丽作为公司化妆品级原材料的客户，报告期内存在持续业务合作。

口红产品主要由膏体、口红管、外包装构成。对于口红膏体所用原料、塑封膜、纸箱等，由莹特丽向公司认可的供应商自行采购进行加工生产。公司向莹特丽提供口红管、纸盒等包装材料，并由其进行膏体灌装加工、包装后形成成品。双方按照莹特丽承担的原材料成本、加工费成本为基础并考虑其合理利润加成协商确定采购价格。“故宫系列”产品由公司自主对外销售。

除故宫系列产品公司被授权使用他方品牌及商标的情况外，报告期内公司其他产品无类似合作模式。

以上内容发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（二）公司主要经营模式/5、公司主要经营模式在报告期内的变化情况及未来变化趋势”中修改并补充披露。

3、“故宫系列”产品销售收入及列示情况

2018年12月，公司与故宫博物院合作推出“故宫系列”产品，其中“故宫系列”口红产品2018年度及2019年1-3月分别实现销售收入67.56万元和2,416.30万元，按照产品构成对主营业务收入分类时，在“功能性护肤品-其他”中列示。

以上内容发行人已于招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（一）营业收入分析/2、主营业务收入按产品构成分析”中修改并补充披露。

（二）“故宫系列”唇膏的委托生产模式下的定价方法、发行人销售“油分散透明质酸钠”给莹特丽的价格及莹特丽向发行人销售产成品的价格与市场价格相比是否公允，并说明发行人向外采购“润百颜故宫口红管”，与发行人披露的“莹特丽需向本公司认可的供应商自行采购原料及包装材料”是否矛盾

1、“故宫系列”口红委托生产模式下的定价方法

对于委托加工的“故宫系列”口红产品，公司以莹特丽承担的原材料成本、加工费成本为基础，并考虑其合理利润加成，由双方协商确定定价。

2、公司与莹特丽交易价格的公允性

(1) 公司向莹特丽销售“油分散透明质酸钠”价格公允

公司于2018年12月开始委托莹特丽加工“故宫系列”口红，其中“油分散透明质酸钠”按照公允价格向莹特丽销售。2016年至2018年，莹特丽持续向公司采购“油分散透明质酸钠”原料，用于莹特丽其他客户的产品生产，2018年的采购量并非针对本公司故宫口红的委托生产。2018年公司向莹特丽销售“油分散透明质酸钠”的销售单价为3,418.80元/公斤，单批量相近的可比交易平均价格为3,315.98元/公斤，价格接近，定价公允。

(2) 莹特丽向发行人销售的产品价格公允

报告期内，发行人仅委托莹特丽生产加工“故宫系列”口红产品。莹特丽为公司独立第三方及行业内的知名OEM/ODM供应商，双方按照莹特丽承担的原材料成本、加工费成本为基础并考虑其合理利润加成协商确定采购价格，该销售价格为市场化谈判确定，具有公允性。

3、发行人向外采购“润百颜故宫口红管”，与发行人披露的“莹特丽需向本公司认可的供应商自行采购原料及包装材料”不存在矛盾

莹特丽加工生产“故宫系列”口红的过程中，发行人主要向其销售“油分散透明质酸钠”原料，并提供口红管、纸盒等包装材料。

对于口红膏体所用原料、塑封膜、纸箱等，由莹特丽向公司认可的供应商自行采购进行加工生产。

发行人已在招股说明书之“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（二）公司主要经营模式/5、公司主要经营模式在报告期内的变化情况及未来变化趋势”中，对公司与莹特丽之前的合作模式进行了修订并补充披露。

(三) 发行人与福瑞达生物科技的业务模式是否属于委托生产，若是，发行人关于委托生产模式的描述是否有误

发行人与福瑞达生物科技的业务模式属于购销业务，不属于委托生产。

具体分析参见本回复第2题之“（五）请发行人说明与福瑞达生物科技的交易的会计处理，业务作为购销还是作为委托加工服务处理，是否符合相关业务

实质及《企业会计准则》的规定，相关会计处理在报告期内是否一致”。

（四）发行人披露的“直接采购医疗设备等产品配合公司终端产品销售”的具体业务模式，并说明属于目前发行人披露的何种业务模式、是否属于贸易业务

2016年至2018年期间，公司存在采购美容仪器、医疗设备及耗材等产品，配合公司皮肤类医疗产品销往终端客户，属于设备代理及贸易业务，作为公司主营业务收入中的“其他”业务收入。2016年至2018年上述设备及耗材代理业务贡献的收入分别为1,335.02万元、1,351.14万元和559.51万元，占公司主营业务收入的比例仅为1.84%、1.66%和0.44%，占比逐年降低，主要原因为公司2018年开始调整为专注于自有产品的经营，逐步减少美容仪器、医疗设备及耗材的代理业务，2019年1-3月公司已不存在上述贸易类业务收入。

以上内容发行人已于招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（一）营业收入分析/2、主营业务收入按产品构成分析”中补充披露。

（五）请发行人详细核对招股说明书关于产、供、销、外协加工等业务模式的披露是否完整，是否存在未披露的业务模式；请发行人根据业务实质补充披露相关业务情况及数据分析，使得招股说明书的信息披露前后一致、财务与非财务信息互为对比印证

公司已对于招股说明书中的业务模式披露内容，特别是委托加工、故宫口红等生产模式进行了修订并补充披露，已完整披露采购、生产、销售、外协加工、设备代理等业务模式及情况，不存在未披露的业务模式。

公司已结合业务实质的具体情况，补充披露了设备代理业务、外协加工业务等业务情况及数据分析，做到信息披露前后一致、财务信息与非财务信息的一致与衔接、印证。

（六）保荐机构、申报会计师核查意见

1、核查方式及核查手段

（1）取得发行人与莹特丽签署的《产品供应框架协议》；

(2) 取得发行人与委托加工厂商签署的《委托加工合同书》等，了解公司采用委托生产模式的产品情况；

(3) 取得销售明细表，核查发行人销售“油分散透明质酸钠”给莹特丽的价格，以及与销售给其他批量相近的客户的价格对比情况；

(4) 取得发行人与福瑞达生物科技签署的历次合作协议，确定其合作模式；

(5) 取得发行人对于美容仪器、医疗设备及耗材等产品的相关采购合同及销售合同；

(6) 对发行人相关人员进行访谈，了解发行人采购美容仪器、医疗设备及耗材等产品，并销往终端客户的具体业务模式及业务背景；

(7) 审阅发行人披露的招股说明书，重点核对业务模式披露情况、按照产品及业务类别披露的收入情况。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

(1) 发行人销售“油分散透明质酸钠”给莹特丽的价格，及莹特丽委托加工的价格，定价公允；

(2) 发行人与福瑞达生物科技的业务模式属于购销业务，发行人不提供原辅料及包装等，不属于外协加工业务；

(3) 发行人采购美容仪器、医疗设备及耗材等产品，并销往终端客户的业务属于设备代理贸易业务，业务收入及占比均较小；发行人在报告期内已逐步减少上述业务，2019年1-3月已不存在设备代理业务收入；

(4) 中介机构已协助发行人对招股说明书相关内容进行了修订或补充披露。

问题 4

关于利润分配，发行人2019年进行大额现金分红。请发行人补充说明：

(1) 2019年进行利润分配的决策程序、主要理由、分配时点，大额现金分红是

否为持续稳定的利润分配政策，是否可能误导投资者关于公司利润分配政策的理解；（2）结合现金分红的资金来源、货币资金余额、营运资金周转、长期投资计划等，说明申请上市前大额现金分红的必要性和恰当性，本次申请上市融资的必要性，是否产生资金缺口，是否超额分配，是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响；（3）结合控股股东2018年1月低价入股、报告期尤其最后一年股东入股情况等，说明2019年大额现金分红是否存在法律风险；（4）2019年申请上市前大额现金分红对公司估值的影响，是否已向投资者作充分提示；（5）报告期内仅2018年度计提盈余公积的原因及合理性。请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查并发表意见。请中介机构督促发行人做好相关信息披露及风险揭示。

回复：

（一）补充说明 2019 年进行利润分配的决策程序、主要理由、分配时点，大额现金分红是否为持续稳定的利润分配政策，是否可能误导投资者关于公司利润分配政策的理解

2019 年至今，发行人未进行现金分红。

2018 年上半年，公司存在向原股东香港勤信现金分红 10.08 亿元的情况，其中华熙福瑞达于 2018 年 3 月决议现金分红 9.80 亿元，山东海御于 2018 年 5 月决议现金分红 0.28 亿元。上述分红的资金来源，最终来自控股股东华熙昕宇、赢瑞物源等 8 家股东于 2018 年 5 月及之前的增资款合计 10.55 亿元，未影响公司的经营性资金需求；现金分红总额在扣缴股利分配相关税款后，由公司支付至香港勤信，最终用于偿还港股上市公司的境外债务及私有化相关债务，满足拆除公司红筹架构的前提条件。因此，上述增资、分红、偿还债务及拆除红筹结构，属于公司股东及投资人认可的一揽子方案，与公司常规的年度分红计划存在背景差异；上述增资、分红、偿还债务的过程，均履行了审计、内部决策、纳税、换汇、告知投资人等完整程序，合法合规，不存在争议及法律风险。

以上内容已于招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/十三、偿债能力、流动性及持续经营能力分析/（二）报告期内股利分配的具体实施情

况”中补充披露。

公司上述分红的具体情况如下：

1、大额利润分配的原因及主要用途

上述对香港勤信的大额现金股利分配，主要目的为清偿境外主体的相关债务，以满足后续拆除发行人红筹架构的条件，最终用途为偿还香港勤信、开曼华熙、富雅投资等境外主体的公司债务及 Grand Full 的私有化相关债务。上述境外主体均由实际控制人赵燕直接或间接全资持有。

2、利润分配的决策程序及分配时点

2018年3月15日，江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具《审计报告》（苏公J[2018]第02071号），确认截至2017年11月末华熙福瑞达未分配利润为10.13亿元。

2018年3月26日，华熙福瑞达唯一股东香港勤信作出分红决定：将公司截至2017年11月30日的经审计的累计未分配利润中的9.80亿元整，向香港勤信分配现金股利。2018年3月末，华熙福瑞达已确认上述对香港勤信的应付股利，相应减少公司净资产，并向当地税务机关申报。

2018年5月30日，江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具《审计报告》（苏公J[2018]第02087号），确认截至2017年12月末，山东海御计提盈余公积后的未分配利润为2,826.39万元。

2018年5月31日，山东海御唯一股东香港勤信作出分红决定：将山东海御未分配利润2,826.39万元中的2,800万元整，向香港勤信分配现金股利。2018年5月末，山东海御已确认上述对香港勤信的应付股利，相应减少公司净资产，并向当地税务机关申报。2018年6月，发行人收购山东海御100%股权，构成同一控制下的企业合并，上述2,800万元分红计入发行人2018年度合并报表范围内的分红。

分红对象、具体金额、股利分配决策时间及实际支付时间的具体情况如下：

单位：万元

分红主体	分红对象	分红金额	宣布分派时间	实际支付时间	实际支付金额（税前）
华熙福瑞达	香港勤信	98,000	2018.3.26	2018.4.23	40,000
	香港勤信			2018.5.28	23,000
	香港勤信			2018.5.28	35,000
山东海御	香港勤信	2,800	2018.5.31	2018.6.20	2,800

3、2018 年大额现金股利分配为公司拆除红筹架构前的一揽子方案之一，不属于常规年度股利分配，已提醒投资者关注

公司已制定上市后适用的《公司章程（草案）》，公司股东大会已审议通过了《公司未来三年（2019-2021 年）分红回报规划》，未来三年在满足现金分红条件下，以现金方式分配利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，提高利润分配的可预期性。2018 年上半年现金分红，属于公司股东增资、分红、股东偿还债务、拆除红筹架构的整体方案的一部分，满足最终拆除公司红筹架构的条件，具有明确的商业目的，与公司常规的年度分红存在背景差异。公司已在招股说明书风险因素章节补充披露相关风险，提醒投资者关注。

（二）结合现金分红的资金来源、货币资金余额、营运资金周转、长期投资计划等，说明申请上市前大额现金分红的必要性和恰当性，本次申请上市融资的必要性，是否产生资金缺口，是否超额分配，是否对发行人持续经营能力产生重大不利影响

1、股利分配的最终资金来源为股东增资资金，且分红后略有结余，不影响公司营运资金需求，不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响

2018 年 3 月华熙福瑞达现金分红，最终资金来源均来自于华熙昕宇、赢瑞物源等股东的增资款，详细情况如下：

分红公司	现金分红支付时间	现金分红金额（万元）	资金来源（万元）
华熙福瑞达	2018.4.23	40,000	华熙昕宇增资款 30,000 万元； 赢瑞物源等 7 家股东增资款 75,500 万元；
	2018.5.28	23,000	
	2018.5.28	35,000	
山东海御	2018.6.20	2,800	
合计		100,800	105,500

华熙昕宇、赢瑞物源等 8 家股东的增资款合计 10.55 亿元，扣除对香港勤信的分红金额 10.08 亿元后，尚有 4,700 万元结余，用于公司经营需求，因此 2018 年上半年大额现金股利分配，不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响。

2、大额现金分红的必要性和恰当性，本次申请上市融资的必要性

2018 年上半年发行人对股东香港勤信的大额现金分红，主要目的为最终用于偿还港股上市公司开曼华熙的境外债务及私有化相关债务，满足拆除公司红筹架构的前提条件；上述分红的最终资金来源，来自控股股东华熙昕宇、赢瑞物源等 8 家股东于 2018 年 5 月及之前的增资款合计 10.55 亿元，在支付现金股利后尚有 4,700 万元结余，因此上述现金分红不会对公司的经营性资金需求造成不利影响；上述增资、分红、偿还债务及拆除红筹结构，属于公司股东及投资人认可的一揽子方案，与公司常规的年度分红计划存在差异。

发行人本次募集资金投资项目，一方面用于研发体系的提升改造，另一方面通过在济南及天津新建生产基地，解决公司产能不足的问题，增强公司的市场竞争力，提升公司的持续盈利能力。上述项目的建设投资规模较大，公司现有资金难以满足上述项目建设的资金需求，本次公开发行股份募集资金具有必要性。

（三）结合控股股东 2018 年 1 月低价入股、报告期尤其最后一年股东入股情况等，说明 2019 年大额现金分红是否存在法律风险

1、2018 年上半年公司现金分红履行了内部决策程序

2018 年 3 月 26 日，华熙福瑞达唯一股东香港勤信作出决定现金分红 9.8 亿元。2018 年 5 月 31 日，经山东海御股东决议，审议通过了现金分红 2,800 万元的决议。上述分红均符合相关公司《公司章程》的规定，履行了内部决策程序。

2、按经审计的未分配利润分红，不存在超额分配

经审计，截至 2017 年 11 月 30 日华熙福瑞达未分配利润为 10.13 亿元；截至 2017 年 12 月 31 日，山东海御未分配利润为 2,826.39 万元。因此，华熙福瑞达 98,000 万元利润分配及山东海御 2,800 万元利润分配，不存在超额分配。

3、分红决策及确认应付股利在新增股东入股或内部重组之前，且投资者已知悉分红事宜

2018年3月26日，华熙福瑞达唯一股东香港勤信作出决定现金分红9.8亿元。2018年3月末，华熙福瑞达已确认上述对香港勤信的应付股利，相应减少公司净资产，并向当地税务机关申报；2018年5月31日，山东海御的唯一股东香港勤信作出决定现金分红2,800万元。2018年5月末，山东海御已确认上述对香港勤信的应付股利，相应减少公司净资产，并向当地税务机关申报。

2018年4月华熙昕宇增资，发行人、香港勤信、华熙昕宇均为实际控制人赵燕间接全资持有的主体，主要目的为实现实际控制人通过境内主体控股发行人，本次增资过程合法合规，不影响华熙福瑞达之前作出的分红决议。

2018年6月，赢瑞物源、天津润美、天津华绣、天津熙美、天津润熙、百信利达、天津玉熙向发行人增资，及 Luminescence 受让香港勤信持有的发行人部分股权，成为发行人新增股东。上述新增股东入股时间均晚于分红决策生效时间，发行人已事先向投资者出具分红及内部重组方案，上述投资者事先知悉公司的前述分红方案及实际分配情况，并已在投资估值中充分考虑，在投资协议中对分红事项及投资者不享有上述分红进行了明确约定。因此，公司及公司股东之间就分红事项不存在纠纷等法律风险。

4、分红履行了纳税、购汇汇出等法律程序，合法合规

华熙福瑞达、山东海御就2018年分红事项，已履行了股东应缴所得税的代扣代缴义务，并已足额缴纳相关税收，股利支付过程中已履行了购汇、汇出的相关手续，相关纳税、购汇汇出的法律程序合法合规。

综上所述，发行人2018年的现金股利分配不存在法律风险。

（四）2019年申请上市前大额现金分红对公司估值的影响，是否已向投资者作充分提示

发行人2018年上半年大额现金分红已在2018年3月-5月决策并完成分派。

2018年6月，赢瑞物源、天津润美、天津华绣、天津熙美、天津润熙、百

信利达、天津玉熙向发行人增资，及香港勤信向 Luminescence 转让其持有的发行人股权，成为发行人新增股东。上述新增股东入股时间均晚于分红决策生效时间，发行人已事先向投资者出具分红及内部重组方案，上述投资者事先知悉公司的前述分红方案及实际分配情况，并已在投资估值中充分考虑，在相关投资协议中对分红事项及投资者不享有上述分红进行了明确约定。因此，公司就上述分红事项已对当时的潜在投资者做出充分告知。

为避免 2018 年上半年公司大额现金分红事项影响公众投资人对公司上市后股利分红政策的判断，公司已在招股说明书增加风险提示内容。

(五) 发行人补充说明报告期内仅 2018 年度计提盈余公积的原因及合理性

《公司法》第一百六十六条规定，“公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。”

2016 年末、2017 年末，公司盈余公积均为 10,613.52 万元，已达到当时注册资本 8,880.00 万元的百分之五十以上，故 2016 年及 2017 年末提取盈余公积。

2018 年末，公司注册资本增加至 43,043.7444 万元，盈余公积已不足注册资本的百分之五十，故根据《公司法》的相关规定，按照母公司报表 2018 年度实现净利润的百分之十，提取盈余公积 3,984.22 万元，因此报告期内仅 2018 年度计提盈余公积。

(六) 请中介机构督促发行人做好相关信息披露及风险揭示

发行人已在招股说明书中补充披露了 2018 年上半年现金股利分配的具体情况，并在风险因素章节中补充披露了以下风险：

2018 年上半年大额现金股利分配与未来分红政策存在差异的风险：

未来三年在满足现金分红条件下，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，当年未分配的可分配利润可留待下一年度进行分配。2018 年上半年公司分配现金股利 10.08 亿元，实际资金来源为股东增资，主要用途为股东偿还债务，满足拆除公司红筹架构的条件，增资、分红及拆除

红筹架构属一揽子方案，具有明确的商业目的，不属于常规的年度分红计划，与公司常规的年度分红政策及分红目的存在背景差异，提请投资者关注 2018 年上半年公司大额现金股利分配与公司未来分红政策、常规年度分红的目的存在差异的风险。

以上内容已于招股说明书之“第四节 风险因素/八、2018 年上半年大额现金股利分配与未来分红政策存在差异的风险”中补充披露。

(七) 请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查并发表意见

1、保荐机构、发行人律师及申报会计师核查过程及核查程序

保荐机构、发行人律师及申报会计师履行了以下核查程序：

- (1) 取得了华熙福瑞达、山东海御 2018 年现金分红的股东决定；
- (2) 取得了华熙福瑞达、山东海御现金分红的资金汇出凭证及税收完税证明；
- (3) 取得了华熙福瑞达《公司章程》及 2017 年 11 月末的审计报告、山东海御《公司章程》及 2017 年 12 月末的审计报告；
- (4) 取得了香港勤信、开曼华熙、富雅投资、Grand Full 的银行贷款偿还凭证；
- (5) 取得了华熙昕宇增资的增资协议和验资报告、赢瑞物源等股东增资的增资协议和验资报告，核查关于不享受相关分红的条款；
- (6) 取得了公司向赢瑞物源、百信利达等 2018 年 5 月共 8 名新增股东出具的分红及内部重组方案，其中列明了分红计划；
- (7) 取得了致同会计师出具的发行人 2016 年至 2018 年审计报告；
- (8) 查阅了《公司法》关于利润分配的相关规定；
- (9) 复核了发行人提取盈余公积的金额计算的准确性。

2、保荐机构、发行人律师及申报会计师核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师及申报会计师认为：

- (1) 发行人 2018 年共计现金分红 10.08 亿元，分红资金实际来自于相关

股东的增资款，主要用途为偿还境外主体的公司债务及私有化债务，满足拆除公司红筹架构的前提条件，上述增资、分红及偿还股东境外债务，为公司拆除红筹架构的一揽子方案，具有明确的商业目的，与常规的年度分红存在背景差异；

(2) 2018 年上半年公司大额现金分配不属于常规的年度利润分配，公司已在招股说明书风险因素部分，对上述情况进行了风险揭示，不会误导投资者关于公司利润分配政策的理解；

(3) 上述分红履行了内部决策程序，不存在超额分配，并已向当时的潜在投资人告知了分红情况及后续计划，投资者已知悉分红事宜，并履行了纳税、汇出的法律程序，不存在法律风险；

(4) 华熙福瑞达及山东海御现金分红的资金来源为股东增资，且增资与现金分红属一揽子方案，增资款在支付分红额后尚有结余，不会对发行人持续经营能力产生重大不利影响；发行人 2018 年上半年大额现金分红主要目的为满足拆除红筹架构的前提条件，具有必要性和恰当性；公司募投项目投资规模较大，本次申请上市融资具有必要性；

(5) 发行人 2018 年大额现金分红已在 2018 年 3 月-5 月决策并完成，届时的投资人在投资前，上述分红已确认为对香港勤信的应付股利，投资者知晓分红用途，并已在投资估值中充分考虑；

(6) 发行人已在招股说明书补充披露 2018 年上半年分红的情况，并在风险因素章节提示投资者关注相关风险，不会影响公众投资者对公司估值的判断；

(7) 2016 年末、2017 年末及 2018 年末，发行人盈余公积计提情况符合《公司法》第一百六十六条的相关要求。

问题 5

关于期间费用，请发行人披露：(1) 2018 年销售费用中职工薪酬、广告宣传费、市场开拓费大幅增长且增长幅度高于收入增长幅度的原因和合理性；

(2) 2018 年大力投入广告宣传和开拓市场的原因，是否与下游市场发生重大变化有关，与同行业可比公司相关费用的变化情况是否匹配。请发行人说明：

(1) 销售费用中的广告宣传费、市场开拓费、线上推广服务费等项目支出的支付对象，主要支付对象与发行人是否有关联关系和其他利益安排，相关交易价格的制定依据、是否公允，公司内部控制政策、支出审批流程、风险防范措施；

(2) 在研发费用率低于同行业可比公司的情形下保持国际领先地位的方法和合理性、相关的披露是否准确、研发费用的投入是否充足、是否存在资本化的研发费用、是否存在关联方替公司支付费用或体外支付费用的情形。请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

(一) 2018 年销售费用中职工薪酬、广告宣传费、市场开拓费大幅增长且增长幅度高于收入增长幅度的原因和合理性

1、2018 年销售费用中职工薪酬增长的合理性

2018 年内，公司陆续设立多个终端产品的新品牌事业部，如润致、德玛润、肌活、夸迪等。出于对新产品客户群建设、渠道开发及内部管理需要，公司业务部门人员薪酬较去年增长 103.11%。其中，原料业务 2018 年人员数量增长 49.13%，职工薪酬增长 59.81%，对应收入增长 28.25%；终端业务（医疗终端产品及功能性护肤品）销售人员数量增长 40.36%，薪酬增长 122.49%，对应收入增长 106.50%。

因新产品业务相关的人员费用投入通常需要通过打造产品、品牌传播、渠道开发等活动后才能转化为客户购买行为，不能立即带来大规模收入增长，即存在收入实现滞后于费用投入的情况，因此职工薪酬增长幅度高于收入增长幅度具有合理性。

2、2018 年销售费用中广告宣传费增长的合理性

广告宣传费按发生的业务部门分类情况如下：

单位：万元

部门	2018 年度	2017 年度	变动金额	同比增幅
原料产品	877.36	480.11	397.25	82.74%
医疗终端产品	732.47	204.17	528.31	258.76%
功能性护肤品	2,422.81	131.99	2,290.82	1,735.55%

公司层面相关费用	1,299.19	97.80	1,201.38	1,228.35%
合计	5,331.83	914.08	4,417.76	483.30%

公司广告宣传费的增加主要系整体品牌形象建设与终端产品业务的宣传产生，具体如下：

①整体品牌形象建设：公司逐步加大了对企业品牌的宣传力度，在中央电视台播出宣传短片，并通过微信、微博等媒体，扩大公司知名度；

②功能性护肤品：2018 年公司加大对终端产品业务的推广力度，相继推出夸迪、米蓓尔、润月雅、BIO-MESO 及德玛润等新品牌，相应在社交媒体、网络媒体、微博、微信等渠道进行宣传。由于消费者对终端产品，特别是推出不久的新品牌的认知需要一定时间，因此广告宣传活动从触及目标人群，到转化成为有效购买力通常具有滞后性的特点，使当期广告宣传费用的增加幅度大于销售收入的增长幅度；

③医疗终端产品：公司对原有润百颜品牌做品牌升级，增加了在广告宣传方面的投入；同时 2018 年新上市的润致品牌开始投入产品宣传活动。上述基于对产品品牌的投入增加了经销商及医生对产品的认知和口碑，从而实现对终端用户的推广；

④原料业务：报告期内，公司为扩大传统优势原料产品和新研发原料产品的知名度，推动行业需求增长，在专业媒体及杂志上加大产品推广宣传活动，增加了 10 场以上有关医药原料、口腔等新领域产品展示展览活动；在专业媒体及杂志上广泛宣传公司、展示公司技术实力；同时，配合新产品上市组织开展多次技术研讨会及大型经销商品牌宣传会等。

3、2018 年销售费用中市场开拓费增长的合理性

市场开拓费按发生的业务部门分类情况如下：

单位：万元

部门	2018 年度	2017 年度	变动金额	同比增幅
原料产品	333.56	349.74	-16.17	-4.62%
医疗终端产品	2,224.96	290.48	1,934.47	665.95%
功能性护肤品	973.17	88.76	884.41	996.44%
公司品牌相关费用	816.60	291.91	524.69	179.75%

合计	4,348.29	1,020.88	3,327.40	325.93%
----	----------	----------	----------	---------

公司市场开拓费的增加主要系终端产品业务产生，具体如下：

①医疗终端产品：公司持续向市场推出新产品，例如透明质酸软组织填充剂、术后修复系列产品等，对医疗机构及医生进行产品培训和使用指导，并投入更多培训费；同时持续参加国内外专业会议及会展活动，增加产品推广力度；

②功能性护肤品：2018年公司推出多个功能性护肤品品牌，相关产品设计、推广及市场开拓活动，如招商会、展会等对应的费用亦随之提高；

③公司整体品牌及渠道建设：2018年公司加大开展线下品牌推广活动，参与境内外各大展会，达到开拓市场的目的；

④原料业务：公司在2018年继续保持推广力度，两年间费用基本稳定。

与广告宣传费对销售收入拉动效果的特点类似，市场开拓活动在新产品、新品牌的导入期通常投入金额较大，公司需要通过市场调研活动、推广活动更精准定位产品和消费人群，以一系列展会、推介活动等增加产品曝光度，带来知名度提升与新渠道覆盖，当期市场开拓费的投入增幅很可能高于经济利益流入的增幅。

上述情况，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（四）期间费用/1、销售费用”进行了补充披露。

（二）2018年大力投入广告宣传和开拓市场的原因，是否与下游市场发生重大变化有关，与同行业可比公司相关费用的变化情况是否匹配

1、2018年大力投入广告宣传和开拓市场的原因，是否与下游市场发生重大变化有关

公司基于透明质酸原料产品的深厚积累，不断向产业链下游延伸、向各应用领域拓展。2018年前，公司终端产品业务规模、收入占比及资源投入均较小；公司自2018年开始调整经营策略，在保持原料业务的优势基础上，更加重视终端产品业务，对终端产品的各类费用投入相应增加。

2018 年以来，公司推出润致、夸迪、米蓓尔、润月雅、BIO-MESO 及德玛润等新品牌，并相应推出不同品牌定位下的医疗终端产品和功能性护肤品。公司加大对新品牌、新产品的市场开发投入，一方面是源于公司长期以来在终端产品上的研发积累，具备针对不同人群开发出不同功效特点的产品，相应加强了对新品的宣传推广力度；另一方面，由于下游终端产品市场广阔，以终端个人消费者为主，公司需要以全新品牌形象提高知名度、增加曝光率以加大触及面。

综上所述，公司主营业务所处市场保持持续高速增长，公司在 2018 年大力投入广告宣传和开拓，系公司在延伸产业链、更加重视终端产品市场背景下，对公司品牌形象建设的必然需求，以及针对新产品、新品牌采取的主动市场开发策略。医疗终端产品及功能性护肤品市场空间广阔，整体增速较高，市场不存在不利变化。

2、同行业可比公司相关费用的变化情况

2016-2018 年，发行人同行业可比公司的广告宣传费如下：

证券代码	证券简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度	科目名称
600867.SH	通化东宝	5.25%	2.97%	3.72%	广告费和宣传费
300009.SZ	安科生物	0.82%	2.88%	3.74%	广告宣传费
已申报	昊海生科	2.56%	2.41%	1.71%	广告宣传费
已申报	爱美客	1.28%	1.79%	2.44%	广告宣传费
000908.SZ	景峰医药	12.57%	12.78%	11.90%	业务宣传费
0973.HK	欧舒丹	未公告	10.82%	10.18%	广告成本

注：未名医药、翰宇药业未在定期报告中披露列示广告宣传类费用。

2016-2018 年，发行人同行业可比公司的市场开拓费如下：

证券代码	证券简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度	科目名称
600867.SH	通化东宝	0.48%	0.83%	0.25%	慢病平台技术及市场服务费
002581.SZ	未名医药	40.72%	22.64%	19.42%	市场开发与学术推广费
300009.SZ	安科生物	15.57%	3.31%	0.52%	市场推广费
300199.SZ	翰宇药业	6.50%	1.16%	0.00%	市场推广费

已申报	昊海生科	17.49%	15.75%	18.80%	市场费用
已申报	爱美客	1.89%	1.72%	1.20%	销售促进费
000908.SZ	景峰医药	21.13%	21.51%	15.49%	市场推广服务费

注：欧舒丹未在定期报告中披露列示市场开拓相关费用。

公司大力投入广告宣传和开拓，系根据自身发展需要的主动行为，故与同行业可比公司相关费用的投入变化不存在直接配比关系。

上述情况，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（四）期间费用/1、销售费用”进行了补充披露。

（三）销售费用中的广告宣传费、市场开拓费、线上推广服务费等项目支出的支付对象，主要支付对象与发行人是否有关联关系和其他利益安排，相关交易价格的制定依据、是否公允，公司内部控制政策、支出审批流程、风险防范措施

1、销售费用中的广告宣传费、市场开拓费、线上推广服务费等项目支出的支付对象，主要支付对象与发行人是否有关联关系和其他利益安排，相关交易价格的制定依据及公允性

（1）广告宣传费

报告期各期，广告宣传费的主要支付对象如下：

单位：万元

期间	支付对象	金额	是否存在关联关系
2019年1-3月	北京雅迪文化有限公司	436.55	否
	北京华熙百润文化传媒有限公司	67.76	是
	北京华熙九州文化发展有限公司	60.19	是
	北京联华盛世品牌管理有限公司	50.49	否
	北京卿云国际文化传媒有限公司	47.44	否
2018年度	北京雅迪文化有限公司	949.20	否
	北京亦信科技有限公司	98.41	否
	北京五棵松文化体育中心有限公司	95.24	是
	上海声画文化传播公司	75.47	否
	华熙国际文化体育发展有限公司	47.62	是

2017年度	华夏时代（北京）广告传媒有限公司	37.74	否
	成都市瑞晶星广告有限公司	20.00	否
	北京知行知美科技有限公司	14.56	否
	北京丙丁伟业科贸有限公司	10.45	否
	深圳沃利创意工程有限公司	8.05	否
2016年度	湖南中文传媒有限公司	40.00	否
	深圳千百艺广告有限公司	31.50	否
	深圳市华语传媒股份有限公司	29.99	否
	广州图视广告有限公司	28.30	否
	成都益宝电子科技有限公司	24.53	否

上述主要支付对象中，除北京五棵松文化体育中心有限公司、华熙国际文化体育发展有限公司、北京华熙百润文化传媒有限公司、北京华熙九州文化发展有限公司外，其他单位与发行人不存在关联关系和其他利益安排。相关交易价格的制定，综合参考投放受众程度、曝光率等因素，由双方协商制定，价格不存在显失公允的情况。

（2）市场开拓费

报告期各期，市场开拓费的主要支付对象如下：

单位：万元

期间	支付对象	金额	是否存在 关联关系
2019年1-3月	富民维絮商务咨询有限公司	65.90	否
	东道品牌创意集团有限公司	58.58	否
	郑州花无语商贸有限公司	45.86	否
	北京文福兴印刷技术有限公司	44.31	否
	INFORMA MONACO S.A.M	43.42	否
2018年度	东阳市丰千市场营销服务部	152.32	否
	郑州花无语商贸有限公司	121.35	否
	武汉天雅泰科技有限公司	115.00	否
	雨山亿策（北京）文化传媒发展有限公司	65.23	否
2017年度	中国医师协会	48.43	否
	北京世界说科技有限公司	19.42	否
	北京华泰圣达科技发展有限公司	16.96	否

	上海泓博会展服务有限公司	15.84	否
	中国整形美容协会	14.15	否
2016年度	天时展览展示北京有限公司	14.08	否
	高塔品牌顾问（北京）有限公司费用	20.44	否
	中国药学会科技开发中心	3.30	否
	北京宇扬公关顾问有限公司	2.81	否
	大连博信通信息咨询有限公司	1.94	否

上述主要支付对象与发行人不存在关联关系和其他利益安排，与发行人之间的合作系正常商业往来。相关交易价格的制定，综合参考调研项目应用范围、问卷数量、承接单位专业能力与行业地位等因素，由双方协商制定，价格公允。

（3）线上推广服务费

报告期各期，线上推广服务费的主要支付对象如下：

单位：万元

期间	支付对象	金额	是否存在 关联关系
2019年1-3月	阿里巴巴相关企业	556.95	否
	上海棠煌网络科技有限公司	211.09	否
	广州成序信息科技有限公司	88.82	否
	北京麦奇创想电子商务有限公司	68.80	否
	北京亦信科技有限公司	67.33	否
2018年度	阿里巴巴相关企业	922.53	否
	行吟信息科技（上海）有限公司	44.78	否
	支付中合经纬（北京）科技有限公司	12.68	否
	杭州南讯软件科技有限公司	12.17	否
	江西省爱尚它文化传媒有限公司	11.00	否
2017年度	上海棠煌网络科技有限公司	60.26	否
	杭州觉色科技有限公司	49.07	否
	阿里巴巴相关企业	18.80	否
	浙江搜道网络技术有限公司	11.32	否
	杭州起码科技有限公司	3.00	否
2016年度	北京世纪卓越信息技术有限公司	22.53	否

	北京京东世纪信息技术有限公司	22.20	否
	北京五洲在线信息技术有限公司	17.06	否
	济南淘掌柜电子商务有限公司	1.68	否
	广州信步网络科技有限公司	1.55	否

注：阿里巴巴相关企业主要包括浙江天猫技术有限公司、淘宝（中国）软件有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司等。

上述主要支付对象与发行人不存在关联关系和其他利益安排，与发行人之间的合作系正常商业往来。相关交易价格的制定，依据曝光数量、广告时段、渠道流量费用等综合确定，价格公允。

2、公司内部控制政策、支出审批流程、风险防范措施

公司就销售活动相关费用支出建立了完善的内部控制体系，主要制度包括《市场推广费用管理制度》、《销售人员及其销售行为管理制度》、《反商业贿赂管理制度》、《员工借款及报销管理制度》等，有关销售费用在公司战略规划和业务经营层面作出了相应安排，并定期复核执行情况；同时在公司品牌宣传计划、市场开拓项目等具体方面做了年度规划及预算管理。

公司根据前述费用、销售行为管理制度，严格审核费用支出。由业务部门提出费用发生计划，经过部门主管领导（或销售区域大区经理）初审，主管副总经理复审、财务审核后方可批准支出。各级审批人员根据经由公司统一发布的授权表进行审批。

公司禁止没有实际业务的、报销单据/合同/发票不完整的费用支出，同时严格执行反商业贿赂的要求。公司内部审计部门对内部控制的有效性进行监督检查，不定期抽查各类费用真实性情况，有效进行风险防范。

（四）在研发费用率低于同行业可比公司的情形下保持国际领先地位的方法和合理性、相关的披露是否准确、研发费用的投入是否充足、是否存在资本化的研发费用、是否存在关联方替公司支付费用或体外支付费用的情形

公司主要产品类型与同行业可比公司的研发费用率对比如下：

证券代码	证券简称	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
600867.SH	通化东宝	2.75%	3.63%	4.68%	4.28%

002581.SZ	未名医药	8.22%	6.91%	3.36%	3.48%
300009.SZ	安科生物	6.12%	11.49%	11.92%	9.18%
300199.SZ	翰宇药业	9.66%	7.50%	7.17%	7.06%
平均值		6.69%	7.38%	6.78%	6.00%
华熙生物原料产品业务		2.86%	3.19%	2.97%	2.84%
已申报	昊海生科	-	6.12%	5.64%	5.49%
已申报	爱美客	-	7.01%	7.11%	5.67%
000908.SZ	景峰医药	10.18%	6.05%	7.11%	5.67%
平均值		10.18%	6.39%	6.62%	5.61%
华熙生物医疗终端产品业务		8.71%	7.99%	4.69%	5.73%
0973.HK	欧舒丹	-	1.41%	1.33%	1.18%
华熙生物功能性护肤品业务		3.13%	2.44%	1.45%	-

与同行业公司相比，公司在医疗终端产品、功能性护肤品业务方面的研发费用率相当；在原料产品业务上，公司研发费用率相对较低，一方面是由于多年来公司已在微生物发酵法生产透明质酸技术上具有深厚的积累，技术储备较为成熟，产品收率和产品质量均处于国际领先水平；研发团队专业能力较强且保持稳定；并持续对菌种筛选、技术改进、及衍生品开发进行投入，费用率相对较低具有合理性。

另一方面，除费用化的研发费用外，公司重视新产品开发、工艺改进、技术储备相关的研发投资，在财务中未进入研发费用核算，主要包括投入肉毒素的安全性及药效评价研究及产品注册、Revitacare 核心研发人员薪酬奖励。

公司关于研发相关的披露准确：公司研发相关活动的投入，能够使公司保持透明质酸原料领域的领先地位，并有利于公司不断向终端产品领域延伸；公司不存在资本化的研发费用，亦不存在关联方替公司支付费用或体外支付费用的情形。

（五）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人销售费用中的广告宣传费、市场开拓费、线上推广服务费等项目支出真实，具有合理的商业背景；

2、除北京五棵松文化体育中心有限公司、华熙国际文化体育发展有限公司、北京华熙百润文化传媒有限公司、北京华熙九州文化发展有限公司外，其他支付对象与发行人不存在关联关系，发行人与广告宣传费、市场开拓费、线上推广服务费等项目的支付对象不存在其他利益安排；公司与关联方之间的关联交易均为广告费投入，金额较小，定价公允；

3、公司关于销售费用支出的相关内部控制设计和执行有效；

4、发行人不存在资本化的研发费用、不存在关联方替公司支付费用或体外支付费用的情形。

问题 6

关于2019年适用新金融准则，请发行人披露：（1）2019年按照整个存续期预期信用损失计量坏账准备的方法的谨慎性，与可比公司的计提方式是否存在重大差异；（2）适用新的准则后相关会计科目及会计处理的变动情况。请发行人补充测算假设未变更坏账准备计提方法对发行人的影响。请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

（一）2019年按照整个存续期预期信用损失计量坏账准备的方法的谨慎性，与可比公司的计提方式是否存在重大差异

1、2019年按照整个存续期预期信用损失计量坏账准备的方法的谨慎性

按照新金融工具准则，企业应当在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加，并按照下列情形分别计量其损失准备、确认预期信用损失及其变动：

金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

按照整个存续期预期信用损失计量坏账准备的比例如下：

组合计提项目：应收境内企业客户		组合计提项目：应收境外企业客户	
种类	整个存续期预期信用损失率(%)	种类	整个存续期预期信用损失率(%)
未逾期	1.00	未逾期	-
逾期 90 天以内	10.00	逾期 90 天以内	20.00
逾期 90-180 天	15.00	逾期 90-180 天	50.00
逾期 180-360 天	30.00	逾期 180-360 天	80.00
逾期 360 天以上	50.00	逾期 360 天以上	100.00

公司 2018 年 12 月 31 日应收账款逾期金额为 2,223.37 万元，2019 年 3 月 31 日逾期金额为 8,150.83 万元，逾期金额与 2018 年 12 月 31 日相比增幅较高，虽存在由于未到年终集中催款时点导致未能及时回款的背景，但仍存在风险显著增加的可能性，公司对纠纷导致逾期的应收账款在报告期内已全额计提坏账准备，并按照整个存续期预期信用损失计量坏账准备，会计估计更加谨慎。

2、与可比公司的计提方式的比较情况

发行人可比公司中，除昊海生科外，其余公司均暂未披露适用新金融准则的相关情况。昊海生科关于金融工具减值的会计政策如下：

对于不含重大融资成分的应收款项，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述采用简化计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加，如果信用风险自初始确认后未显著增加，处于第一阶段，公司按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入；如果信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入；如果初始确认后发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。

昊海生科每个账龄区间段的预期损失率情况如下：

账龄区间	预期信用损失率
1年以内	4.61%
1年至2年	34.77%
2年至3年	69.57%
3年以上	100.00%

从实际计提比例来看，与昊海生科相比，公司新金融准则下的坏账计提方式及比例不存在重大差异。

（二）适用新准则后相关会计科目及会计处理的变动情况

适用新准则后，坏账准备计提计入“信用减值损失”科目，会计分录为：

借：信用减值损失；贷：应收账款-坏账准备。

（三）假设未变更坏账准备计提方法对发行人的影响

假设未变更坏账准备计提方法，仍按照单项及账龄计提坏账准备，则截至2019年3月末，公司计提坏账准备的金额对比情况如下：

单位：万元

项目	坏账准备计提金额
执行新金融工具准则后	1,249.17
未执行新金融工具准则	1,185.26
差异	63.91

与原应收账款坏账准备计提政策相比，公司执行新金融工具准则后，2019年3月末计提的坏账准备增加63.91万元，对当期报表的影响较小。

上述情况，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十一、资产质量分析/（一）流动资产构成及其变化分析/2、应收票据及应收账款”进行了补充披露。

（四）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人根据2019年3月末的应收账款实际情况，按照整个存续期预期信用损失计量坏账准备，方法更加谨慎；公司与可比公司的计提方式及计提比

例不存在重大差异；

2、公司适用新金融准则后，相关会计科目及处理符合企业会计准则规定；

3、2019年3月末，按照新金融准则计提坏账准备金额，与原按账龄法计提坏账准备金额，计提结果不存在重大差异，对公司财务报表的影响较小。

问题 7

关于华熙学院请发行人补充披露：华熙学院的建成时间、投入、规模，相关员工人数、每年入学人数情况。结合学校情况、发行人产品的医疗终端产品在终端医疗机构的售卖时间、市场占有率、报告期内的相关推广费用、与有资质医生交流的情况，以及发行人的产品较主流进口用品和国产用品的售价及产品质量、客户满意度、医生推荐度情况，补充披露发行人的产品报告期内是否具有相关竞争力，是否具有客户粘性及其报告期内各类产品的复购率情况，是否被专业医生广泛推荐。请保荐机构、发行人律师核查并发表意见。

回复：

（一）华熙学院的建成时间、投入、规模，相关员工人数、每年入学人数情况

华熙学院为发行人针对具备医疗执业资质的医疗机构和医生开展的一系列培训项目的统称，不属于实体办学机构。华熙学院项目的培训内容主要包括：培训医疗从业者了解发行人医疗终端产品的安全性和有效性，培训相关医生掌握使用公司产品必需的安全性及临床应用知识。

华熙学院项目于2013年开始举办，旨在向相关医生介绍注射用修饰透明质酸钠凝胶等产品的医疗应用，发行人目前共有9名员工从事该项工作。报告期内，华熙学院项目累计投入培训推广费用约1,400.00万元，累计培训超过1.2万人次，投入的培训推广费用支出类型主要包括人员差旅费、场地租赁费用、会议费用、培训资料制作费用等。

以上内容发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（二）公司主要经营模式/4、培训推广模式”进行了补充披露。

(二) 结合学校情况、发行人产品的医疗终端产品在终端医疗机构的售卖时间、市场占有率、报告期内的相关推广费用、与有资质医生交流的情况，以及发行人的产品较主流进口用品和国产用品的售价及产品质量、客户满意度、医生推荐度情况，补充披露发行人的产品报告期内是否具有相关竞争力，是否具有客户粘性及其报告期内各类产品的复购率情况，是否被专业医生广泛推荐

1、发行人于 2012 年开始陆续推出医疗终端产品，目前皮肤类和骨科类产品已具有一定的市场占有率，具备较强的竞争力

发行人开发的“润百颜®”注射用修饰透明质酸钠凝胶2012年获得CFDA批准上市，是国内首家获得批准文号的国产交联透明质酸软组织填充剂。公司随后于2013年推出眼科用医用透明质酸钠凝胶，于2014年推出玻璃酸钠注射液（骨科），并于2016年推出含利多卡因的注射用修饰透明质酸钠凝胶。随着公司医疗终端产品线的不断扩充，市场知名度稳步提升，市场竞争力逐步提高。根据研究机构Frost & Sullivan的分析，发行人皮肤类医疗产品2018年度的市场占有率为11.5%（按销量占比）；发行人骨科注射液产品2018年度的市场占有率为9.1%。

2、公司积极开展培训推广工作，持续提升医生认可度和产品竞争力

报告期内，公司皮肤类医疗终端产品不同品牌及规格的产品执行不同的定价策略，总体售价低于同类型进口产品售价、与国内同类型产品的价格较为接近；2016年末、2017年末和2018年末，公司骨科产品陆续中标的省份累计达8个、16个和20个，市场覆盖率逐步提高。公司基于完善的质量管理体系组织生产工作，产品指标符合各项质量标准的规定，不存在产品质量问题的诉讼、纠纷。整体而言，公司医疗终端产品的功效、售价及质量水平能够满足医疗机构的诉求。

公司通过积极开展各项产品的培训推广工作，以及与中国整形美容协会、中华医学会、中国医师协会等行业协会积极开展学术年会、专家共识会、临床研究等合作及交流，有效提升了相关医生对公司产品的认知程度，获得专家及医生的广泛认可和推荐。报告期内，公司累计投入培训推广费用约1,400.00万元。2017年度和2018年度，公司皮肤类医疗终端产品的复购率分别为45.74%和

86.54%；公司骨科注射液产品的复购率分别为47.92%和55.25%，充分体现了客户粘性及其对公司产品的认可度。

以上内容发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/三、发行人在行业中的竞争情况/（一）发行人的行业地位”进行了补充披露。

（三）保荐机构、发行人律师核查意见

1、核查方式及核查手段

（1）访谈华熙学院项目相关负责人，了解华熙学院项目的模式、内容、投入及规模；

（2）访谈各类医疗终端产品负责人，了解各产品售卖时间、售价及产品质量情况，各类产品的复购率情况；

（3）取得公司医疗终端产品推广费用明细表，向相关人员了解医疗终端产品推广费用的核算内容。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

（1）华熙学院为发行人针对具备医疗执业资质的医疗机构和医生开展的一系列培训项目的统称，不属于实体办学机构；

（2）发行人于2012年开始陆续推出医疗终端产品，报告期内皮肤类和骨科类产品总体销售收入不断提高，已具有一定的市场占有率。报告期内发行人医疗终端产品的售价、质量、满意度、复购率等情况良好，具有较好的市场竞争力。

问题 8

关于关联交易报告期内，发行人实际控制人控制大量企业，部分从事医疗业务并与发行人存在关联交易。请发行人说明实际控制人控制的企业实际从事的业务，主要财务情况，是否存在大额亏损，如是，说明原因。发行人与多名关联方存在关联交易，关联方包括酒店、电影城、健身房、投资公司、旅游公司等，请发行人补充披露上述关联交易是否存在为发行人分担成本费用，协助发行人的终端产品开展推广的情形，发行人是否支付相关推广费用。请保荐机

构、发行人律师核查并发表意见。

回复：

（一）请发行人说明实际控制人控制的企业实际从事的业务，主要财务情况，是否存在大额亏损，如是，说明原因

实际控制人控制的其他企业分为 5 个板块，分别为医疗美容服务板块、房地产板块、投资板块、金融板块、其他板块。其中医疗美容服务板块企业因医疗美容服务行业人工成本、房租成本较高，且相关企业进入该行业较晚，需要积累管理经验及探索合适的经营模式，现处于亏损状态，但经营状况正在好转；个别房地产板块企业因所持投资性房地产公允价值变动、处于前端开发阶段等原因导致 2018 年大额亏损；除上述企业外，投资板块、金融板块和其他板块业务经营和财务状况正常。

上述企业实际从事的业务、主要财务情况、大额亏损的原因如下表所示：

1、医疗美容服务板块

医疗美容服务板块：主要经营业务为个人提供医疗美容、健康服务等服务					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
1	沈阳沈河臻瑞恒美医疗美容门诊部有限公司	医疗美容服务。（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）	提供医疗美容服务（注销中）	亏损	医疗美容服务板块处于亏损状态的原因：1、医疗美容行业人工成本较高、且不断上升；2、房租费用较高，且呈上升趋势；3、进入行业时间较短，需要积累管理经验及探索经营模式，目前经营状况正在好转
2	北京臻瑞尚美医疗美容诊所有限公司	医疗美容科医疗服务。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;医疗美容科医疗服务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）	提供医疗美容服务		
3	深圳臻瑞芝美医疗美容门诊部有限公司	医疗美容科医疗服务	提供医疗美容服务		
4	华熙综合门诊（天津）有限公司	诊疗服务、医疗器械经营。（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）	提供医疗美容服务		
5	重庆臻瑞解放碑医疗美容有限公司	医疗机构执业（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）（以上范围法律、法规、国务院决定禁止经营的不得经营;法律、法规、国务院决定规定应经审批而未获审批前不得经营）	提供医疗美容服务（转让中）		
6	成都高新美瑞紫荆皮肤医疗美容诊所有限公司	美容皮肤科、美容中医科（凭医疗机构执业许可证在有效期内经营）	提供医疗美容服务		
7	成都美瑞皮肤医疗美容门诊部有限公司	美容外科、美容皮肤科。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可展开经营活动）	提供医疗美容服务		
8	成都雅缇丽肤医学美容有限公司	营利性医疗机构。（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）	提供医疗美容服务（注销中）		
9	北京东方大班健身中心有限公司	健身服务;以下项目限分支机构经营:美发、美容、制作小吃、向来店客人提供酒、饮料。（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）	提供生活美容服务		

医疗美容服务板块：主要经营业务为个人提供医疗美容、健康服务等服务					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
10	北京润祺盈悦美容服务有限公司	美容。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;美容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）	提供生活美容服务	已停止运营	-
11	北京杏林佳医医疗美容门诊部有限责任公司	美容科医疗服务。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;美容科医疗服务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）	提供医疗美容服务（2016年关店后无实际经营业务）	未实际经营	-
12	成都锦江五二八医疗美容门诊部有限公司	美容皮肤科,美容外科,美容中医科。（以上经营范围不含国家法律、行政法规、国务院决定禁止或限制的项目,依法须批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）	提供医疗美容服务（未实际经营业务）		
13	成都武侯臻瑞新美医疗美容门诊部有限公司	美容皮肤科、美容牙科、美容外科、麻醉科。（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）	提供医疗美容服务（2018年办理转让）		
14	北京星火岩科技有限公司	技术推广服务;计算机系统服务;销售计算机、软件及辅助产品。（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）	为东方大班提供网络服务、ERP维护	财务状况正常	-

2、房地产板块

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
1	北京华熙中环物业管理有限公司	出租、出售规划范围内的房屋及规划范围内的物业管理;机动车公共停车场服务。（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。）	华熙国际中心房屋出租业务	亏损金额较大	持有的不动产为投资性房地产,按公允价值入账,2018年度公允价值

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
					变动损益导致公司账面亏损。公司资产规模较大，亏损金额占比较小，且扣除该项公允价值变动损益后公司盈利状况良好，经营性现金流净流入额较高
2	四川华熙龙禧投资有限公司	项目投资及投资的资产管理；企业管理咨询；房地产开发经营；物业管理	开发及运营华熙LIVE.528文博区项目	亏损金额较大	基于公司对房地产市场未来的预期，2018年未销售住宅，营业收入下降导致当年亏损
3	西双版纳颐保国际休闲养生发展有限公司	康体养生、文化旅游开发、房地产开发经营、市政工程、房屋拆迁（不含爆破作业）物业管理、房产咨询服务	华熙 ENJOY.版纳项目，项目包括：医疗美容、房地产开发经营、物业管理（项目于2018年开始启动，暂无收入产生）	亏损金额较大	处于项目启动阶段，前期投入较大
4	华熙国际文化体育发展有限公司	体育场馆经营；体育运动项目经营；文艺创作；从事文化经纪业务；大型活动策划；组织、筹备、策划运动会；承办展览展示活动；文艺演出、体育赛事、展览会、博览会票务代理；剧务、舞台美工、服装道具、灯光音响等设备租赁；机动车公共停车场服务；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；项目投资；投资管理；销售日用杂货、服装鞋帽、化妆品、工艺品、玩具、首饰、文化用品、体育用品；文艺表演；演出经纪。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；演出经纪、文艺表演以及依	IP内容运营（文化演艺类运营）、场馆拓展咨询、市场开发	财务状况正常	-

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		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。)			
5	华熙国际文化体育赛事有限公司	体育场馆服务;体育运动项目经营(高危险性体育项目除外);文艺创作;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;机动车公共停车场服务;技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、技术推广;软件开发;设计、制作、代理、发布广告;教育咨询(不含中介服务);市场调查;经济贸易咨询;计算机技术培训(不得面向全国招生);销售服装、鞋帽、化妆品、日用品、玩具、首饰、文化用品、体育用品、电子产品、工艺品、计算机、软件及辅助设备;筹备、策划、组织大型庆典;筹备、策划、组织运动会;文艺演出票务代理、体育赛事票务代理、展览会票务代理、博览会票务代理;剧务、舞台、美工、服装道具、灯光音响;机械设备租赁(不含汽车租赁);演出经纪;文艺表演。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;演出经纪、文艺表演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。)	体育赛事、体育活动、训练营	财务状况正常	-
6	华熙上旅全域文化旅游发展有限公司	旅游景区开发、建设及管理;房地产开发;房屋租赁及销售;体育赛事组织、策划、宣传推广;体育用品开发、销售;展览展示服务;会议会展服务;票务代理;文化艺术交流活动组织、策划;舞台艺术造型策划;舞台道具、服装、灯光、音响租赁;旅行社服务;旅游纪念品销售;旅游信息咨询服务;酒店管理;物业管理;房屋中介服务;工程项目管理;停车场服务;工程管理服务。(依法须经批准的项目,经相关部门批准批	开发华熙 LIVE 信江项目,主要包含旅游集散中心、大型综合演艺场馆、会议会展中心、五星级酒店及精品酒店群、风情水街、创意办公楼、体	财务状况正常	-

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		准后方可开展经营活动)	验型特色商业区、青少年轻探险拓展中心、住宅、学校等复合型业态		
7	华熙（深圳）文化体育发展有限公司	体育赛事活动组织、策划、宣传推广;文艺创作;大型活动策划;展览展示活动策划;票务代理;舞台设备、演出设备、服装道具、灯光音响设备租赁;销售日用杂货、服装鞋帽、化妆品、工艺品（象牙及其制品除外）、玩具、珠宝首饰、文化用品、体育用品。（法律、行政法规禁止的项目除外;法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营） ^体育场馆经营管理;提供机动车停放服务;设计、制作、代理、发布广告;演出经纪。（法律、行政法规禁止的项目除外;法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）	赛事运营	财务状况正常	-
8	华熙安宁温泉健康产业投资有限公司	房地产开发及经营;旅游资源开发、旅游重点项目、旅游基础设施、旅游景区及相关配套产业的投资建设和经营管理;商品房销售及租赁服务;对医疗卫生以及健康服务业投资、运营和管理;对养老养生项目、抗衰老及亚健康治疗项目投资、运营和管理;会务展览展示服务;旅行社服务;旅行交通服务;美容服务;停车服务;酒店管理;物业管理;旅游产品、旅游纪念品、化妆品的销售;国内贸易、物资供销（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）	华熙安宁温泉健康美丽小镇的开发建设及经营	财务状况正常	-
9	华熙国际（北京）文化商业运营管理有限公司	企业管理;物业管理;房地产开发;投资管理;项目投资;资产管理;企业策划、设计;公共关系服务;市场调查;经济贸易咨询;承办展览展示活动;组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）;销售机械设备;出租办公用房;计算机系统服务;软件开发;技术推广、技术服务;货物进出口、技术进出口;代	华熙 LIVE 商街的管理运营	财务状况正常	-

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		理进出口;设计、制作、代理、发布广告。(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。)			
10	成都华熙国际文化商业运营管理有限公司	企业管理服务(不含投资与资产管理);物业管理;房地产开发经营;房地产中介服务;会议及展览服务;企业策划、设计组织文化艺术交流活动(不含营业性演出);设计、制作、代理、发布广告等	主要负责为华熙LIVE.528文博区商业项目的商户提供运营支持、品牌推广服务	财务状况正常	-
11	华熙鑫安(重庆)物业管理有限公司	物业管理(三级);城市园林绿化维护;停车场管理服务;房地产中介服务;销售;机械设备、五金交电、灯具、家具;货物及技术进出口;商务信息咨询;建筑工程技术咨询。(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)	物业服务、物业管理	财务状况正常	-
12	华熙鑫安成都物业管理有限公司	物业管理服务、城市园林绿化服务、停车场服务、家庭服务等	目前主要负责华熙LIVE.528文博区商业项目物业服务、展示中心物业服务、住宅项目物业服务	财务状况正常	-
13	华熙国际(重庆)文化体育产业发展有限公司	体育场馆经营管理;体育赛事活动组织、策划、宣传推广;文艺创作;大型活动策划;承办展览展示活动;票务代理;舞台设备、演出设备、服装道具、灯光音响设备租赁;停车场服务;设计、制作、代理、发布广告;销售:日用杂货、服装鞋帽、化妆品、工艺品(象牙及其制品除外)、玩具、珠宝首饰、文化用品、体育用品;承办经批准的文化艺术交流活动;提供专业演出场地及服务;演出经纪(须经审批的经营	体育场馆运营、活动策划	财务状况正常	-

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		项目,取得审批后方可从事经营)。(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)			
14	华熙鑫安(北京)物业管理有限公司	物业管理;城市园林绿化;机动车公共停车场服务;家庭劳务服务;销售机械设备、五金交电、仪器仪表、灯具、家具、日用杂货、文化用品、针纺织品、计算机、软件及辅助设备;货物进出口、代理进出口、技术进出口;投资咨询;经济贸易咨询;工程技术咨询。(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)	五棵松华熙 LIVE 片区物业管理	财务状况正常	-
15	北京华熙中环房地产开发有限公司	房地产开发、商品房销售。(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)	房地产开发、园林管理	财务状况正常	-
16	重庆华熙国信体育文化产业发展有限公司	房地产开发、销售。(按行政许可核定期限从事经营)房地产开发、销售;体育场馆开发、建设及管理;工程项目管理;工程管理服务;体育场馆经营管理;体育运动推广;体育赛事活动、文化演出、文化艺术交流大型活动组织、策划、宣传推广;演出经纪;文艺创作(以上范围均须经审批的经营项目,取得审批后方可从事经营);舞台艺术造型策划;承办会务服务及展览展示活动;承办经批准的文化艺术交流活动;体育产品开发;票务代理;商场经营管理;企业管理咨询;企业营销策划;公共关系策划;市场调查;物业管理;房屋中介服务;房屋租赁;停车场服务;出租:舞台道具、演出设备、服装道具、灯光、音响;销售:机械设备、日用百货、服装鞋帽、化妆品、工艺品(象牙及其制品除外)、玩具、珠宝	房地产开发、销售	财务状况正常	-

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		首饰、文化用品、体育用品;货物及技术进出口;设计、制作、代理、发布广告。(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)			
17	华熙国际文化体育产业发展(成都)有限公司	体育场馆;文艺创作;文化娱乐经纪人;大型活动组织服务;展览展示活动;票务代理;服装、道具、灯具、音响租赁;停车场服务等	主要为演唱会、体育赛事、品牌发布会等各类型活动提供场地租赁服务,冠名、包厢和广告位提供商务合作	财务状况正常	-
18	华熙上旅国际文化产业有限公司	旅游景区开发、建设及管理;房地产开发;房屋租赁及销售;体育赛事组织、策划、宣传推广;体育用品开发、销售;展览展示服务;会议会展服务;票务代理;文化艺术交流活动组织、策划;舞台道具、服装、灯光、音响租赁;旅行社服务;旅游纪念品销售;旅游信息咨询服务;酒店管理;物业管理;房屋中介服务;工程项目管理;停车场服务;工程管理服务。(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)	景区开发、房地产开发、销售、体育场馆运营(未实际经营业务)	财务状况正常	-
19	华熙国际(重庆)文化商业运营管理有限公司	商业运营管理;企业管理咨询;物业管理(须经审批的经营项目,取得审批后方可从事经营);企业营销策划;公共关系策划;市场调查;承办展览展示活动;组织文化艺术交流活动(不含营业性演出);销售;机械设备;房屋租赁;货物及技术进出口;设计、制作、代理、发布广告。(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)	房屋出租、物业管理	财务状况正常	-
20	华熙滦平文化旅游发展有限公司	旅游资源开发;旅游景区管理;凭取得的资质证书在其核定的期限范围内从事景观和绿地设施工程施工、房地产开发经营、娱乐设施工程服务、室外体育设施工程施工、园	开发华熙 Enjoy 滦平健康美丽小镇项目	财务状况正常	-

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		林绿化工程服务；自有房地产经营活动；会议及展览服务；企业形象策划服务；大型活动组织服务；休闲健身活动（不含弩射）；农村土地整理服务；老年人养护服务；美容服务；销售百货、化妆品；专业停车场服务；绿化管理（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）			
21	民航房地产开发有限公司	房地产开发、经营；提供房地产方面的咨询；室内外装饰、装修服务；自有房屋出租、物业管理。（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。）	房地产开发，对外投资	财务状况正常	-
22	北京中显诚房地产开发有限公司	房地产开发、商品房销售。（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。）	房地产开发，商品房销售（目前未实际经营业务）	未实际经营	-
23	华熙国际（北京）五棵松体育场馆运营管理有限公司	经营演出及经纪业务；体育馆（含演出场所经营）；体育场馆经营；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；文艺创作；组织、筹备、策划体育赛事；承办展览展示活动；文艺演出、体育赛事、展览会、博览会票务代理销售；机动车公共停车场服务；销售体育用品、服装、日用杂货；技术服务。（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）	凯迪拉克中心、篮球公园等场馆运营管理	财务状况正常	-
24	北京北方华熙投资有限公司	项目投资；房地产开发、销售商品房；物业管理；市政配套设施技术开发；企业管理咨询（不含中介服务）。（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，	项目投资；房地产开发、销售商品房；物业管理（目前未实际	未实际经营	-

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		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。）	经营业务）		
25	华熙浩克体育管理（北京）有限公司	体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；体育咨询；承办展览展示活动；技术推广、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；建设工程项目管理；机械设备租赁（不含汽车租赁）；企业管理；企业策划；会议服务；销售体育用品、文化用品、工艺品、服装、鞋帽、针织仿品、日用杂货、电子产品、机械设备；公共关系服务；工程勘察；工程设计。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；工程勘察、工程设计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。）	场馆运营、冰上运动业务、冰雪 IP 活动、冰球球员海外留学服务、冰雪衍生品服务	财务状况正常	-
26	华熙国际（宁波）文化体育产业发展有限公司	体育场馆经营；体育运动项目经营；文艺创作；从事文化经纪业务；大型活动策划；组织、筹备、策划运动会；承办展览展示活动；文艺演出、体育赛事、展览会、博览会的票务代理；剧务、舞台美工、服装道具、灯光音响的设备租赁；停车服务；广告服务；文艺表演服务；演出经纪；日用杂货、服装、鞋帽、化妆品、工艺品、玩具、首饰、文化用品、体育用品的批发、零售。（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）	赛事运营	财务状况正常	-
27	宁波创立实业投资有限公司	实业投资；项目投资；投资管理咨询；企业管理咨询；市场开发；房地产开发经营；旅游景点开发；酒店管理；物业管理；机械设备、房屋及场地租赁；建筑材料、机械设备、电子及通讯产品、汽车零配件、五金、家私、木制品、金属制品、塑料制品、日用品、文教用品及家电的加	房地产开发，酒店经营、管理	财务状况正常	-

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		工、批发、零售；燃料油、化工原料及产品（除危险化学品）的批发、零售；自营或代理货物和技术的进出口，但国家限定经营或禁止进出口的货物和技术除外。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（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）			
28	北京生物产业孵化基地有限责任公司	科技企业孵化；生物技术开发、技术咨询；项目投资；组织文化交流活动（演出除外）；承办展览展示；房地产开发；销售自行开发的商品房。（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）	主要负责中国生物技术的开发利用	财务状况正常	-
29	北京华熙国际酒店管理有限公司	酒店管理；物业管理（含配套设施）；公共停车场管理；出租办公用房（配套公建、地下车库部分）；销售日用百货、服装、鞋帽、花卉；信息咨询（中介除外）投资管理；投资咨询；餐饮管理；租摆花卉；销售食品；游泳	经营名下自有产权“华熙国际公寓”提供酒店式服务，长租短租业务	财务状况正常	-
30	北京五棵松文化体育中心有限公司	组织文化艺术交流活动；体育场馆经营；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；文艺创作；从事文化经纪业务；筹备、策划、组织运动会、筹备、策划、组织大型庆典；承办展览展示活动；会议服务；文艺演出票务代理、体育赛事票务代理、展览会票务代理、博览会票务代理；租赁服装道具、灯光音响；销售日用品、针纺织品、服装、鞋帽、家具、灯具、玩具、花、草及观赏植物、工艺品、化妆品、化工产品（不含一类易制毒化学品及危险化学品）、首饰、通讯设备、文化用品、医疗器械 I 类、机械设备；计算机系统服务；软件开发；货物进出口、技术进出口、代理进	在建冬奥会冰球场及配套综合楼项目	财务状况正常	-

房地产板块：主要经营业务为房地产投资与开发					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		出口;技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务;企业管理;物业管理;机动车公共停车场服务;出租办公用房;出租商业用房;房地产开发;销售自行开发的商品房;设计、制作、代理、发布广告;企业策划、设计;公共关系服务;市场调查;经济贸易咨询;销售食品;演出经纪。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;演出经纪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。)			
31	华熙(长沙)文化体育发展有限公司	体育竞赛组织;体育保障组织;体育经营场馆;健身服务;全民健身科技服务;体育器材装备安装服务;体育健康服务;营业性文艺表演;文艺创作服务;艺术、美术创作服务;艺术表演场馆管理;美术馆;群众参与的文艺类演出、比赛等公益性文化活动的策划;娱乐场所经营;文化娱乐经纪;体育经济;演出经济;房地产开发经营;物业管理;自有房地产经营活动;房屋租赁;场地租赁;自建房屋的销售;房地产经纪服务;土地管理服务	华熙 LIVE·长沙国际体育中心项目投资、建设、运营,体育场馆运营、商业管理、物业管理、房地产开发及销售	财务状况正常	-

3、金融板块

金融板块：主要经营业务为金融服务					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
1	广州华熙汇控商业保理有限公司	其他金融业(具体经营项目请登录广州市商事主体信息公示平台查询。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。)	应收账款的转让业务	财务状况正常	-
2	广州华熙汇控小额贷款有限公司	货币金融服务(具体经营项目请登录广州市商事主体信息公示平台查询。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。)	供应链金融贷款业务	财务状况正常	-

4、投资板块

投资板块：主要经营业务为对外投资及投资管理					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
1	华熙投资	项目投资及投资管理；企业形象策划；组织国内文化艺术交流活动（演出除外）；承办展览展示活动；经济信息咨询（不含中介）；企业管理咨询。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；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。）	项目投资及投资管理；企业形象策划	财务状况正常	-
2	开曼华熙	-	投资控股	财务状况正常	-
3	北京臻颐美医疗投资管理有限公司	投资管理；资产管理；项目投资；投资咨询；企业管理咨询；承办展览展示活动；会议服务；市场调查；计算机系统服务；技术开发；技术咨询、技术服务、技术转让；组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、发布广告；销售日用品、文具用品。	对健康项目、医疗项目进行项目投资和项目管理	财务状况正常	-
4	华熙国际医学皮肤管理科技（北京）有限公司	技术开发、技术咨询、技术服务、技术推广、技术转让；医学研究与试验发展；健康管理（须经审批的诊疗活动除外）、健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）；美容科医疗服务	对健康项目、医疗项目进行项目投资和项目管理	财务状况正常	-
5	北京翔美兴投资有限公司	投资管理；信息咨询（不含中介服务）；企业形象策划；组织文化艺术交流。（1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益；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。）	对外投资	财务状况正常	-

投资板块：主要经营业务为对外投资及投资管理					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
6	北京华熙汇美文化创意投资有限公司	项目投资；投资管理；承办展览展示活动；工艺美术设计；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；设计、制作、代理、发布广告；电脑动画设计；产品设计；城市园林绿化；工程勘察；工程设计。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；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。）	企业管理、对外投资	财务状况正常	-
7	北京华熙颐美投资有限公司	项目投资、投资管理；经济信息咨询；承办展览展示活动；工艺美术设计；组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；电脑动画设计；产品设计；工程勘察；工程设计。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；工程勘察、工程设计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。）	企业管理、对外投资	财务状况正常	-
8	美塑投资	-	投资控股	财务状况正常	-
9	中山市顺安和成投资企业（有限合伙）	投资办企业（国家禁止的行业除外）投资咨询；投资管理服务。（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）	对西安华通新能源股份有限公司的投资	财务状况正常	-
10	北京汇兴投资有限公司	投资管理、咨询；项目投资；信息咨询（不含中介服务）；企业形象策划；组织国内文化艺术交流活动（除演出）。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企	企业管理、对外投资	财务状况正常	-

投资板块：主要经营业务为对外投资及投资管理					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
		业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；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。）			
11	北京汇腾投资有限公司	投资管理；投资咨询；项目投资；信息咨询（不含中介服务）；企业管理咨询；企业形象策划；组织国内文化艺术交流活动（演出除外）；组织展览展示活动（限国内）。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；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。）	投资管理；投资咨询；项目投资；信息咨询	财务状况正常	-
12	北京华熙普安投资有限公司	投资管理；投资咨询；项目投资；企业管理咨询；企业策划。（1、不得以公开方式募集资金；2、不得公开交易证券类产品和金融衍生品；3、不得发放贷款；4、不得向所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益；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。）	对外投资；企业管理	财务状况正常	-
13	Farstar	-	投资控股	财务状况正常	-
14	臻瑞大健康管理有限公司	健康管理（须经审批的诊疗活动除外）；企业管理咨询；化妆品、医疗器械I类的批发；投资信息咨询；医疗信息咨询（不含诊疗活动）；货物进出口、技术进出口	项目投资；投资管理；投资咨询；企业管理咨询；销售化妆品；健康管理	财务状况正常	-

投资板块：主要经营业务为对外投资及投资管理					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
15	Valuerank	-	投资控股	财务状况正常	-
16	北京臻尚美投资管理有 限公司	投资管理；项目投资；投资咨询；技术推广服务；经济贸易咨询；承办展览展示活动；电脑图文设计、制作；计算机系统服务；企业策划；销售文具用品。	对健康项目、医疗项目 进行项目投资和项 目管理	财务状况正 常	-
17	华熙医疗美容有限公司	美容科医疗服务	对健康项目、医疗项 目进行项目投资和项 目管理	财务状况正 常	-
18	西藏华熙悦泽投资咨询 有限公司	投资管理、投资咨询（不含金融和经纪业务；不得以公开方式募集资金、吸收公众存款、发放贷款；不得从事证券、期货类投资；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务）；企业管理咨询（不含投资咨询和投资管理业务）；企业形象策划（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目）	对外投资	财务状况正 常	-
19	西藏鸿华睿翔投资咨询 有限公司	投资管理、投资咨询（不含金融和经纪业务；不得以公开方式募集资金、吸收公众存款、发放贷款；不得从事证券、期货类投资；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务）；企业管理咨询（不含投资管理和投资咨询业务）；企业形象策划（依法需经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目）	对外投资（目前未实 际经营业务）	未实际经营	-
20	御美投资	-	投资控股	财务状况正 常	-
21	华瑞明泰（天津）股权 投资基金合伙企业（有 限合伙）	从事对未上市企业的投资；对已上市非公开发行股票的投资以及相关咨询服务（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）	对中山市顺安和成投 资企业（有限合伙） 和海南华兴合创创业 投资中心（有限合	财务状况正 常	-

投资板块：主要经营业务为对外投资及投资管理					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
			伙)投资		
22	Grand Full	-	投资控股	财务状况正常	-
23	北京华熙汇投资资本管理有限公司	资产管理;投资管理;项目投资。(“1,未经有关部门批准,不得以公开方式募集资金;2.不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动;3,不得发放贷款;4,不得对所投资企业以外的其他企业提供担保;5.不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”;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。)	以自有资金开展项目投资(2019年4月开始实缴注册资金,此前未发生业务)	未实际经营	-
24	华熙御美(BVI)	-	投资控股	境外持股平台,未编制财务报表	-
25	Pando	-	投资控股	境外持股平台,未编制财务报表	-
26	华熙美塑(BVI)	-	投资控股	境外持股平台,未编制财务报表	-
27	Aim First	-	投资控股	境外持股平台,未编制财务报表	-
28	Goodwell Management Limited(金盛管理有限公司)	-	投资控股	境外持股平台,未编制财务报表	-
29	Jumbo Brand Limited	-	投资控股	境外持股平	-

投资板块：主要经营业务为对外投资及投资管理					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
	(骏保有限公司)			台，未编制财务报表	
30	Profit Rising Holdings Limited (俊升集团有限公司)	-	投资控股	境外持股平台，未编制财务报表	-
31	Top Glory Investment (Group) Limited (骏耀投资(集团)有限公司)	-	投资控股	境外持股平台，未编制财务报表	-
32	Better Wide Investments Limited (佳广投资有限公司)	-	暂无业务	未实际经营	-
33	Bloomage Investment (Hong Kong) Limited (华熙投资(香港)有限公司)	-	暂无业务	未实际经营	-
34	华熙国际健康管理有限公司	健康管理、健康咨询(须经审批的诊疗活动除外); 医学研究与试验发展; 技术开发、技术推广、技术服务、技术转让; 机械设备租赁(不含汽车租赁); 市场调查; 企业管理; 企业策划; 会议服务; 承办展览展示活动; 货物进出口、技术进出口、代理进出口。	对健康项目、医疗项目进行项目投资和项目管理	未实际经营	-
35	华熙国际医学抗衰老管理科技(北京)有限公司	抗衰老医疗科技的技术开发(不含医学临床研究); 生物诊断技术、生物治疗技术、抗衰老医学诊断技术、抗衰老医学调理技术的技术转让、技术咨询; 货物进出口、技术进出口、代理进出口; 销售自行开发后的产品	对健康项目、医疗项目进行项目投资和项目管理	未实际经营	-
36	北京华熙东方大班健康管理有限公司	健康管理; 体育运动项目经营(高危险性体育运动项目除外); 经济贸易咨询	健康管理、健康咨询	未实际经营	-

投资板块：主要经营业务为对外投资及投资管理					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
37	阳光不锈（北京）企业管理咨询有限公司	企业管理咨询;投资管理;会议及展览服务;市场调查;企业策划;技术开发、技术咨询、技术服务;组织文化艺术交流活动（不含演出）;设计、制作、代理、发布广告;销售五金交电（不从事实体店铺经营、不含电动自行车）、日用品、文具用品、建筑材料（不从事实体店铺经营）。（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。）	企业咨询、企业管理（未实际经营业务）	未实际经营	-

5、其他业务板块

其他业务板块：文化、餐饮、酒店等其他业务					
序号	实际控制人控制的其他企业名称	经营范围	主要经营业务	财务情况	备注
1	华熙国际影院投资管理有限公司	项目投资；投资管理；企业管理；门票销售代理；版权转让、版权代理；产品设计；设计、制作、代理、发布广告；技术咨询、技术服务、技术开发、技术转让；货物进出口、技术进出口、代理进出口。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；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。）	电影院投资、企业管理	财务状况正常	-
2	北京华熙鑫隆科技产业发展有限公司	技术转让、技术推广、技术咨询、技术服务、技术开发；房地产开发；销售商品房、建筑材料（不从事实体店铺经营）、机械设备；物业管理；机动车公共停车场服务。（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。）	项目投资	财务状况正常	-

3	北京华熙美育科技发展有限公司	技术推广服务；承办展览展示活动；会议服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；设计、制作、代理、发布广告；企业管理咨询；经济贸易咨询；教育咨询（不含出国留学咨询及中介服务）；绘画技术培训（不得面向全国招生）；声乐技术培训（不得面向全国招生）；舞蹈技术培训（不得面向全国招生）；销售日用品、工艺品。（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。）	艺术教育、文化交流；幼儿教育、培训	财务状况正常	-
4	北京合禧文化产业发展有限公司	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；筹备、策划、组织晚会；筹备、策划、组织大型庆典；筹备、策划、组织艺术大赛；筹备、策划、组织文化节；筹备、策划、组织电影节；公共关系服务；影视策划；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；销售文化用品、工艺品、电子产品、乐器、服装；文艺演出票务代理；演出经纪；演出场所经营；餐饮服务；歌舞娱乐。（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。）	主营演出经纪业务	财务状况正常	-
5	成都华熙国际电影城有限公司	经营范围：电影放映；餐饮服务；销售：预包装食品、乳制品（不含婴幼儿配方乳粉）、工艺美术品（不含象牙及其制品）、文化用品、服装、玩具、小饰品；广告制作与发布；房屋租赁；展览展示服务（以上经营范围不含国家法律、行政法规、国务院决定禁止或限制的项目，依法须批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	电影放映、场地出租、预包装食品售卖	财务状况正常	-
6	重庆华熙电影城有限公司	电影放映；餐饮服务（须经审批的经营项目，取得审批后方可从事经营）；销售：预包装食品、散装食品（以上须经审批的经营项目，取得审批后方可从事经营）、文具用品、服装、玩具、日用品、工艺美术品（象牙及其制品除外）；广告制作、发布；展览展示服务；场地租赁；房屋租赁。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可展开经营活动）	电影放映、场地出租、预包装食品售卖	财务状况正常	-
7	北京薄荷糯米葱服装服饰有限责任公司	销售服装、鞋帽、针纺织品、工艺美术品、文具用品、花卉、日用品、电子产品、五金交电（不从事实体店铺经营）、家具（不从事实体店铺经营）；经济贸易咨询；服装设计；委托加工；室内装饰工程设计；产品设计；互联网信息服务（不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械、电子公告服务）（电信与信息服务业务经营许可证有效期至2019年12月02日）；销售食品；零售出版物、批发出版物。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物批发、	服装设计、服装销售	财务状况正常	-

		出版物零售、销售食品、互联网信息服务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。）			
8	北京圣翔嘉轩酒店管理有限公司	酒店管理;餐饮管理;企业管理咨询;会议服务;承办展览展示活动;销售日用品;餐饮服务。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;餐饮服务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。）	主营五棵松华熙 LIVE 片区的员工食堂	财务状况正常	-
9	北京华熙国际时代美术馆有限公司	组织文化艺术交流活动（不含演出）;承办展览展示活动;经济贸易咨询;企业管理咨询;企业策划;设计、制作、代理、发布广告;销售工艺美术品;文艺创作;室内装饰工程设计;风景园林工程设计;电脑动画设计;货物进出口;餐饮服务;销售食品。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;餐饮服务、销售食品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。）	组织文化艺术交流活动，销售食品	财务状况正常	-
10	华熙国际艺术教育科技发展有限公司	技术开发、技术服务、技术转让、技术推广、技术咨询；软件开发；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；承办展览展示活动；会议服务；销售文化用品、工艺品、体育用品。（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。）	技术开发、艺术教育交流	财务状况正常	-
11	北京华熙珺安餐饮娱乐管理有限公司	餐饮管理;酒店管理;组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）;会议服务;承办展览展示活动;销售食品;餐饮服务;零售烟草;歌舞娱乐。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;销售食品、餐饮服务、零售烟草、歌舞娱乐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。）	主要经营 PARTY 汇餐饮娱乐服务	财务状况正常	-
12	北京合禧餐饮娱乐管理有限公司	餐饮管理;餐饮服务;销售食品;文艺表演;演出经纪。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;餐饮服务、销售食品、文艺表演、演出经纪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。）	主要经营胡桃里音乐餐吧	财务状况正常	-
13	北京华熙盈美生物科技	技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询;货物进出口、技术进出口、代理进出	投资控股（注	注销中	-

	有限公司	口。（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。）	销中)		
14	株式會社プラムーン	-	无业务	未开展业务	-

(二) 发行人与多名关联方存在关联交易，关联方包括酒店、电影城、健身房、投资公司、旅游公司等，请发行人补充披露上述关联交易是否存在为发行人分担成本费用，协助发行人的终端产品开展推广的情形，发行人是否支付相关推广费用

报告期内，发行人与关联方中的酒店、电影城、健身房、投资公司、旅游公司存在关联交易，主要为销售功能性护肤品，交易金额较小，主要系替内部职工采购，或作为公司礼品采购。具体关联交易情况如下：

单位：万元

关联方	主要销售产品类别	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
北京五棵松文化体育中心有限公司	功能性护肤品	5.09	86.7	1.19	-
四川华熙龙禧投资有限公司	功能性护肤品	16.27	51.52	23.36	30.85
华熙国际文化体育发展有限公司	功能性护肤品	7.05	45.79	-	136.75
北京东方大班健身中心有限公司	功能性护肤品	15.05	43.91	50.32	101.89
北京华熙颐美投资有限公司	功能性护肤品	-	35.86	12	-
重庆华熙国信体育文化产业发展有限公司	功能性护肤品	11.23	12.48	0.85	-
华熙安宁温泉健康产业投资有限公司	功能性护肤品	3.2	9.51	2.02	-
华熙上旅全域文化旅游发展有限公司	功能性护肤品	39.56	5.91	-	-
华熙涪平文化旅游发展有限公司	功能性护肤品	-	2.66	-	-
华熙国际（重庆）文化体育产业发展有限公司	功能性护肤品	1.58	2.31	-	-
华熙国际投资集团有限公司	功能性护肤品	-	1.57	4.92	2.22
北京华熙国际酒店管理有限公司	功能性护肤品	1.51	0.79	-	-
华熙国际影院投资管理有限公司	功能性护肤品	-	0.68	0.27	-
华熙国际文化体育产业发展（成都）有限公司	功能性护肤品	0.45	0.58	-	-
重庆华熙电影城有限公司	功能性护肤品	-	0.51	-	-
华熙综合门诊（天津）有限公司	功能性护肤品	-	0.18	-	-
北京圣翔嘉轩酒店管理股份有限公司	功能性护肤品	-	0.04	-	-

关联方	主要销售产品类别	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
北京华熙百润文化传播有限公司	功能性护肤品	0.41	-	8.14	-
北京华熙现场科技有限公司	功能性护肤品	-	-	0.42	-
成都华熙国际电影城有限公司	功能性护肤品	0.07	-	-	-
合计		101.47	301.00	103.49	271.71

公司关联方未利用酒店、电影城、健身房等贴近消费者的行业特性协助发行人的终端产品开展推广，仅华熙国际文化体育发展有限公司、北京五棵松文化体育中心有限公司、北京华熙百润文化传播有限公司、北京华熙九州文化发展有限公司等向发行人提供了广告宣传展示服务，北京圣翔嘉轩酒店管理股份有限公司、北京华熙国际酒店管理有限公司向发行人提供了会议服务。且上述广告宣传展示服务、会议服务具有商业合理性，采购金额较小，关联交易遵循市场化原则确定采购价格，不存在显失公允的情况，不存在为发行人承担成本费用的情形。

发行人已在招股说明书之“第七节 公司治理与独立性/九、关联方与关联交易/(二) 关联交易/1、报告期内经常性关联交易/(1) 销售产品/③ 对关联方中的酒店、电影城、健身房、投资公司、旅游公司的关联销售”中，对上述情况进行了补充披露。

(三) 请保荐机构、发行人律师核查并发表意见

1、核查手段、核查方式

保荐机构及发行人律师履行了如下核查程序：

- (1) 取得了全部相关关联方的《营业执照》、财务报表或者审计报告；
- (2) 取得相关关联交易合同、合同价款支付凭证；
- (3) 与发行人相关负责人进行访谈，了解关联交易相关的背景及定价依据；
- (4) 向相关关联方的审计机构发出《沟通函》并取得回复；

(5) 与相关关联方的审计机构沟通，了解其审计过程中所关注到的与发行人之间发生关联交易的核算、披露以及是否存在替发行人支付费用等情形；

(6) 检查发行人广告宣传费、市场开拓费、线上推广服务费相关的合同、发票及付款结算单据，并复核是否存在关联交易，关联交易定价情况。

2、核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

(1) 报告期内，发行人实际控制人控制的部分企业存在亏损的情形，其中医美板块企业亏损主要原因为医疗美容服务行业人工成本、房租成本较高，且相关企业进入该行业较晚，需要积累管理经验及探索合适的经营模式，目前经营状况正在好转；房地产板块企业亏损主要原因为所持投资性房地产公允价值变动、处于前端开发阶段等原因；除上述企业外，其他企业不存在大额亏损的情况，财务状况正常。

(2) 报告期内，发行人与关联方中的酒店、电影城、健身房、投资公司、旅游公司存在关联交易，主要为销售功能性护肤品，交易金额较小，主要系替内部职工采购，或作为公司礼品采购；同时存在由少量上述关联方提供广告投放服务的情况，关联交易金额均较小，定价公允，且不存在为发行人分担成本费用的情形。

问题 9

关于与福瑞达集团相关的股权转让。根据招股说明书和首轮问询回复，发行人前身山东福瑞达，系成立于2000年1月3日的中外合资经营企业，由生化公司（福瑞达集团）和相关公司共同出资设立，其中生化公司（福瑞达集团）持有发行人25%的股份。此后，发行人经过多次增资和股权变更，生化公司（福瑞达集团）的股权比例被逐步稀释，直至2017年12月以人民币11,833.23万元的价格将其持有的发行人5.63%股份转让给香港勤信。福瑞达集团在向香港勤信转让公司出资额时，系以其剩余合作期内享有的优先利润分配权和合作到期时应享有的财产权益为基础，对其5.63%出资额的价值进行评估，并以评估结果作为出资额转让的定价依据。请发行人补充说明：（1）山东福瑞达成立之初，创始股东正大福瑞达、美国福瑞达、生化公司合计持有发行人75%的股份，请说明

上述股东的基本情况，是否为国有企业福瑞达集团相关关联企业；（2）山东福瑞达作为国有出资的相关企业，其历次增资和股权变动中，福瑞达集团等相关国有股东参与增资、放弃优先购买权和增资认购权、出让股权等事项中（例如：2008年6月放弃通过现金分红以1元/每元注册资本的价格认购增资；2009年6月放弃以1元/每元注册资本的价格参与增资等）是否履行了国资管理的相关程序，如程序存在瑕疵，是否取得有权部门关于改制合法性、是否造成国有资产流失的意见；（3）华熙福瑞达原《公司章程》关于20年合作期限届满后公司是否继续存续及福瑞达集团所持5.63%出资额的处置方案的规定内容，该规定对评估价格有效性的影响；山东省商业集团有限公司是否为有权进行国有资产评估报告备案的机构；（4）福瑞达集团2017年12月以人民币11,833.23万元的价格将其持有的发行人5.63%股份转让给香港勤信，是否已取得国资主管部门关于是否导致国有资产流失的确认；（5）福瑞达集团为鲁商置业的全资子公司，其与发行人历史上的业务合作是否公允，是否履行鲁商置业的相关决策程序，是否存在损害鲁商置业（上市公司）、中小投资者或国有资产的合法权益的情形；（6）根据首轮问题回复意见，报告期内发行人与福瑞达集团相关关联交易，请说明上述关联交易是否履行发行人的关联交易相应决策程序。请保荐机构、发行人律师就上述事项进行核查，并发表意见。

回复：

（一）山东福瑞达成立之初，创始股东正大福瑞达、美国福瑞达、生化公司合计持有发行人 75%的股份，请说明上述股东的基本情况，是否为国有企业福瑞达集团相关关联企业

发行人前身山东福瑞达于 2000 年 1 月 3 日设立，设立时的股东为正大福瑞达、美国福瑞达、生化公司和正达科技，各持股 25%。生化公司即系国有企业福瑞达集团前身，各创始股东在山东福瑞达设立时的基本情况如下：

1、生化公司

生化公司即福瑞达集团的前身（2005 年 7 月生化公司名称变更为山东福瑞达医药集团公司）。生化公司于 1993 年 4 月 17 日成立，注册资本为 2,000 万元人民币，成立时唯一的出资人为山东省生物药物研究院。

2、正大福瑞达

正大福瑞达于 1992 年 3 月 31 日成立，注册资本为 2,000 万元人民币，股东及持股比例为：香港中外科技有限公司出资 1,100 万元人民币，持股 55%；生化公司出资 800 万元人民币，持股 40%；美国福瑞达出资 100 万元人民币，持股 5%。生化公司持有正大福瑞达 40%的股权，因而正大福瑞达为国有企业福瑞达集团（当时为生化公司）的参股企业，属于关联方。

3、美国福瑞达

美国福瑞达系一家设立于美国加利福尼亚州的企业，成立于 1991 年 4 月 4 日，外籍人士 Mrs. Freda Davis 系其唯一出资人，美国福瑞达与国有企业福瑞达集团（当时为生化公司）之间不存在关联关系。

4、正达科技

正达科技于 1999 年 11 月 11 日成立，注册资本为 300 万元人民币，股权结构为：魏忠起出资 30 万元人民币，持股 10%；杨茂林出资 30 万元人民币，持股 10%；张天民出资 30 万元人民币，持股 10%；耿鸿祥出资 21 万元人民币，持股 7%；单孟渤出资 21 万元人民币，持股 7%；胡怀红出资 21 万元人民币，持股 7%；庞晓阳出资 21 万元人民币，持股 7%；孙爱玲出资 21 万元人民币，持股 7%；王玉华出资 21 万元人民币，持股 7%；李金泉出资 21 万元人民币，持股 7%；何山出资 21 万元人民币，持股 7%；辛军出资 21 万元人民币，持股 7%；王守礼出资 21 万元人民币，持股 7%。正达科技均为自然人出资，与国有企业福瑞达集团（当时为生化公司）之间不存在关联关系。

（二）补充说明山东福瑞达作为国有出资的相关企业，其历次增资和股权变动中，福瑞达集团等相关国有股东参与增资、放弃优先购买权和增资认购权、出让股权等事项中（例如：2008 年 6 月放弃通过现金分红以 1 元/每元注册资本的价格认购增资；2009 年 6 月放弃以 1 元/每元注册资本的价格参与增资等）是否履行了国资管理的相关程序，如程序存在瑕疵，是否取得有权部门关于改制合法性、是否造成国有资产流失的意见

山东福瑞达自设立以来至 2017 年 12 月国有合作方福瑞达集团退出期间，山东福瑞达历次增资、股权/出资及权益变动及相关国资管理程序履行情况如下

表所示:

事项类别	变更事项	说明	履行国资管理程序情况
各股东同比例增资	2003年4月发行人注册资本由300万元人民币增至500万元人民币，原合资各方出资比例不变	均系利用发行人发展基金和储备基金或盈余公积金同比例转增注册资本。	同比例增资，未规定国资监管程序
	2005年11月发行人的注册资本由500万元人民币增至800万元人民币，原合资各方出资比例不变		
	2007年12月发行人的注册资本由人民币800万元增至人民币2,000万元，原合资各方出资比例不变		
其他股东增资，福瑞达集团未参与增资	2008年6月发行人注册资本由人民币2,000万元增至人民币5,880万元，福瑞达集团放弃本次增资	福瑞达集团放弃增资权，未参与增资，但不影响其享有的权益。	按照中外合作企业的协议及章程，福瑞达集团放弃增资并不影响其享有的权益。山东省人民政府于2019年4月12日出具《关于对华熙生物科技股份有限公司历史沿革中两次增资合法性予以确认的批复》（鲁政字[2019]66号），已对两次增资合法性予以确认。
	2009年6月发行人注册资本由人民币5,880万元增加到人民币8,880万元，福瑞达集团放弃本次增资		
其他股东转让权益，福瑞达集团无优先购买权或未行使优先购买权	2000年11月正大福瑞达将其持有的发行人的25%的权益以75万元人民币的对价全部转让给山东正达	福瑞达集团未参与权益转让，其出资/权益比例未变更，不影响其享有的权益。	本次股权转让双方均系发行人原股东，根据相关法律法规及公司章程，福瑞达集团不存在优先购买权，不涉及放弃优先购买权。
	2004年10月山东正达将其持有的发行人的50%的权益以人民币315万元的价格全部转让给AIM First		福瑞达集团拥有优先购买权，并出具了《关于同意股权转让及放弃优先购买权的函》；相关法律法规并未要求放弃优先购买权需要履行国资监管程序。
	2005年8月约定AIM First将其持有的发行人50%的出资及相应权益全部转让给Valuerank；美国福瑞达将其持有的发行人的25%的出资及其权益全部转让给Farstar		按照公司章程的约定，福瑞达集团需放弃优先购买权，且出具了《关于关于同意出资及权益转让并放弃优先购买权的函》。
	2009年3月Valuerank将其持有的发行人61%的出资及其权益全部转让给香		

事项类别	变更事项	说明	履行国资管理程序情况
	港勤信；同意 Farstar 将其持有的发行人 30.5%的出资及其权益全部转让给香港勤信		
企业类型变更	2004 年 10 月发行人由中外合资企业变更为中外合作企业	-	已经山东省对外贸易经济合作厅批准，当时法律法规并未规定需履行国资监管程序。
福瑞达集团退出	2017 年 12 月福瑞达集团将其持有的发行人 5.63%股权公开转让	国有权益退出	本次股权转让已经按照国资监管法规的要求履行了相关程序，包括但不限于进场交易、评估、评估结果备案、国资审批等。

山东省国资委于 2019 年 5 月 17 日出具《关于华熙生物科技股份有限公司历史沿革有关事项的说明》，确认发行人历史沿革中未发现国有资产流失的情形。

(三) 发行人补充说明华熙福瑞达原《公司章程》关于 20 年合作期限届满后公司是否继续存续及福瑞达集团所持 5.63% 出资额的处置方案的规定内容，该规定对评估价格有效性的影响；山东省商业集团有限公司是否为有权进行国有资产评估报告备案的机构

1、原《公司章程》有关合作期限届满及出资额处置方案的相关规定

华熙福瑞达原《公司章程》（第 64 条和第 65 条）和原《合资合同》（第 66 条和第 67 条）约定合作期限届满后，各方一致同意后可以延长合作期限，如果届时没有能够经各方一致同意延长，华熙福瑞达应当解散清算并且不再继续存续。

华熙福瑞达原《公司章程》（第 71 条）和原《合资合同》（第 74 条）明确约定，在华熙福瑞达清算时，在支付清算费用、清偿各项债务后，剩余财产应优先分配给福瑞达集团，以保证福瑞达集团权益优先得到实现，此后剩余财产全部归香港勤信所有。福瑞达集团届时应享有的权益，为根据确定公式计算出的固定金额，且在合作期限内每年递增 8%。

2、上述规定对评估价格有效性的影响

2017 年 12 月，福瑞达集团转让其持有的华熙福瑞达全部权益，系合作期限届满前提前退出，即福瑞达集团已无意图在华熙福瑞达 20 年合作期限届满后继续延长合作，福瑞达集团退出后不再为华熙福瑞达的股东，也不存在延长 20 年合作期限的情形，因此在计算其退出的权益价值时仅按 20 年合作期限计算。

2017 年 11 月 8 日，北京中企华资产评估有限责任公司出具《山东福瑞达医药集团公司拟转让持有的华熙福瑞达生物医药有限公司股权项目所涉及华熙福瑞达生物医药有限公司 5.63% 股东权益价值资产评估报告》（中企华评报字（2017）第 4165 号，以下简称“《评估报告》”）。《评估报告》中，评估机构基于上述原《公司章程》的约定，并且基于评估基准日合作双方无延长合作期的意思表示的情况下，按照截至合作期限届满之日福瑞达集团应当在剩余财产中取得优先分配的权益金额及福瑞达集团应当得到优先分配但尚未分配的利润金额，计算得出福瑞达集团上述 5.63% 出资的评估价值。上述评估价值已经充分考虑了上述原《公司章程》约定的影响。

3、山东省商业集团有限公司为有权进行国有资产评估报告备案的机构

根据《山东省国资委关于取消和下放一批审批、核准、备案事项的通知》（2014年12月18日下发，并自2015年1月1日起执行）第11条（除需经省政府或省国资委批准之外的经济行为涉及的资产评估项目下放给集团公司备案），山东省商业集团有限公司为有权进行国有资产评估报告备案的机构。山东省国资委于2019年5月17日出具《关于华熙生物科技股份有限公司历史沿革有关事项的说明》，确认山东省商业集团有限公司对2017年12月山东福瑞达医药集团有限公司转让所持华熙生物股权行为、评估结果具有批准、备案权限。

（四）发行人补充说明福瑞达集团2017年12月以人民币11,833.23万元的价格将其持有的发行人5.63%股份转让给香港勤信，是否已取得国资主管部门关于是否导致国有资产流失的确认

福瑞达集团就本次股权转让，履行了以下国资监管程序：

2017年11月8日，北京中企华资产评估有限责任公司出具了《山东福瑞达医药集团公司拟转让持有的华熙福瑞达生物医药有限公司股权项目所涉及华熙福瑞达生物医药有限公司5.63%股东权益价值资产评估报告》（中企华评报字〔2017〕第4165号），以2017年3月31日为评估基准日，福瑞达集团持有的发行人5.63%股权评估净值11,833.23万元。

2017年11月14日，山东省商业集团有限公司出具《国有资产评估项目备案表》，对前述评估报告予以备案。

2017年11月16日，山东省商业集团有限公司出具《山东省商业集团有限公司关于华熙福瑞达生物医药有限公司5.63%国有产权处置有关问题的批复》（鲁商投资字〔2017〕24号），同意福瑞达集团将其持有的发行人5.63%的国有股权通过产权交易市场公开转让；根据2017年3月31日发行人经审计评估后的净资产及企业的实际情况，确定其5.63%的国有股权转让底价为11,833.23万元。

2017年11月23日至2017年12月20日，福瑞达集团所持的发行人的5.63%股权在山东产权交易中心挂牌交易。

2017年12月15日，香港勤信向山东产权交易中心提交了《产权购买申请书》。

2017年12月21日，福瑞达集团与香港勤信签署《产权交易合同》（2017年378号），约定福瑞达集团将其持有的发行人5.63%的国有股权转让给香港勤信，转让价格为11,833.23万元。

2017年12月22日，济南市投资促进局出具了鲁外资济高备字201700137号《外商投资企业变更备案回执》，对上述股权转让事宜进行了备案。

2017年12月25日，山东产权交易中心出具鲁产权鉴字第1711号《产权交易凭证》，证明上述国有股权转让行为符合法定程序。

山东省国资委于2019年5月17日出具《关于华熙生物科技股份有限公司历史沿革有关事项的说明》，确认华熙生物历史沿革中未发现国有资产流失的情形；山东省商业集团有限公司对2017年12月山东福瑞达医药集团有限公司转让所持华熙生物股权行为、评估结果具有批准、备案权限。

综上，本次股权转让已经按照国资监管法规的要求履行了相关程序，包括但不限于进场交易、评估、评估结果备案、国资审批等，不存在国有资产流失。

（五）发行人补充说明福瑞达集团为鲁商置业的全资子公司，其与发行人历史上的业务合作是否公允，是否履行鲁商置业的相关决策程序，是否存在损害鲁商置业（上市公司）、中小投资者或国有资产的合法权益的情形

根据“国家企业信用信息公示系统”（www.gsxt.gov.cn）查询结果，以及鲁商置业股份有限公司（即鲁商置业）于2019年1月5日发布的《关于受让山东福瑞达医药集团有限公司100%股权暨关联交易进展的公告》，鲁商置业从山东省商业集团有限公司受让福瑞达集团100%股权，并于2018年12月26日完成工商变更登记。自2018年12月26日起，福瑞达集团成为鲁商置业的子公司。

2017年12月，福瑞达集团已将其持有的发行人全部出资转让，不再向公司委派董事，已与发行人解除关联关系。因此2018年12月26日福瑞达集团成

为鲁商置业子公司时，福瑞达集团已不再为发行人的关联方，其与发行人的交易也不属于关联交易。福瑞达集团历史上与发行人的关联交易，无需履行鲁商置业的关联交易审批程序。

综上，2018年12月26日前，福瑞达集团系鲁商置业的关联公司而非鲁商置业的子公司，福瑞达集团2017年12月前与发行人之间的关联交易，无需履行鲁商置业的相关决策程序，亦不存在损害鲁商置业（上市公司）、中小投资者或国有资产的合法权益的情形；2018年12月26日后，福瑞达集团与发行人不存在关联关系，其与发行人的交易不属于关联交易，福瑞达集团与发行人之间的交易无需履行鲁商置业关于关联交易的相关审议程序，亦不存在相关交易损害鲁商置业（上市公司）、中小投资者或国有资产的合法权益的情形。

（六）根据首轮问题回复意见，报告期内发行人与福瑞达集团相关关联交易，请说明上述关联交易是否履行发行人的关联交易相应决策程序

2019年3月22日，发行人召开第一届董事会第二次会议，审议通过了《关于确认公司近三年（2016-2018年）关联交易的议案》，对报告期内发行人的关联交易（包括与福瑞达集团之间的关联交易）的交易内容、交易金额及定价原则给予确认，独立董事亦发表了肯定的独立意见。2019年3月28日，发行人召开2019年第一次临时股东大会对前述议案进行表决并审议通过。因此，发行人与福瑞达集团的相关关联交易，已履行了发行人的关联交易决策程序。

（七）请保荐机构、发行人律师就上述事项进行核查，并发表意见

1、核查程序

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

（1）取得正大福瑞达于山东福瑞达设立时的工商登记资料，包括：当时的营业执照、公司章程等；

（2）取得正达科技于山东福瑞达设立时的工商登记资料，包括：当时的营业执照、公司章程等；

（3）取得了美国福瑞达的商业登记文件；

(4) 通过国家企业信用信息公示系统查询发行人、福瑞达集团、鲁商置业的基本信息及其历史上的股权变动情况；

(5) 取得了发行人及其前身的工商登记资料；取得了自发行人设立以来至 2017 年 12 月国有企业福瑞达集团退出期间，发行人及其前身历次增资、股权/出资变更及履行相关国资管理程序的相关资料，包括发行人 2003 年 4 月增资、2005 年 11 月增资、2007 年 12 月增资、2008 年 6 月增资、2009 年 6 月增资、2000 年 11 月股权转让、2004 年 10 月股权转让、2005 年 8 月出资变更、2009 年 3 月出资变更的相关资料；

(6) 取得了山东省人民政府于 2019 年 4 月 12 日出具《关于对华熙生物科技股份有限公司历史沿革中两次增资合法性予以确认的批复》（鲁政字[2019]66 号），对发行人 2008 年 1 月、2009 年 4 月进行的两次增资的合法性予以确认；

(7) 取得了山东省国资委于 2019 年 5 月 17 日出具的《关于华熙生物科技股份有限公司历史沿革有关事项的说明》，确认华熙生物历史沿革中未发现国有资产流失的情形；山东省商业集团有限公司对 2017 年 12 月山东福瑞达医药集团有限公司转让所持华熙生物股权行为、评估结果具有批准、备案权限；

(8) 取得 2017 年 12 月福瑞达集团退出发行人出资过程中履行相关程序的资料：包括《山东福瑞达医药集团公司拟转让持有的华熙福瑞达生物医药有限公司股权项目所涉及华熙福瑞达生物医药有限公司 5.63% 股东权益价值资产评估报告》（中企华评报字[2017]第 4165 号）、山东省商业集团有限公司于 2017 年 11 月 14 日出具的《国有资产评估项目备案表》、山东省商业集团有限公司于 2017 年 11 月 16 日出具的《山东省商业集团有限公司关于华熙福瑞达生物医药有限公司 5.63% 国有产权处置有关问题的批复》（鲁商投资字[2017]24 号）、香港勤信向山东产权交易中心提交的《产权购买申请书》、福瑞达集团与香港勤信签署的《产权交易合同》（2017 年 378 号）、《山东产权交易中心产权交易凭证（A 类）》（鲁产权鉴字第 1711 号）、济南市投资促进局于 2017 年 12 月 22 日出具的鲁外资济高备字 201700137 号《外商投资企业变更备案回执》、华熙福瑞达关于本次股权转让作出的董事会决议，就股权转让事项签署

的《公司章程》等相关资料；

(9) 取得公司历次《合资合同》、《章程》等相关资料；

(10) 取得山东省国资委 2014 年 12 月 18 日发布的《山东省国资委关于取消和下放一批审批、核准、备案事项的通知》；

(11) 查阅鲁商置业股份有限公司于 2019 年 1 月 5 日发布的《关于受让山东福瑞达医药集团有限公司 100% 股权暨关联交易进展的公告》；

(12) 取得发行人于 2019 年 3 月 22 日召开的第一届董事会第二次会议、于 2019 年 3 月 28 日召开的 2019 年第一次临时股东大会的相关文件，包括：董事会、股东大会会议通知、会议议案（包括《关于确认公司近三年（2016-2018 年）关联交易的议案》）、会议决议、会议记录等相关资料。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

(1) 山东福瑞达成立之初，创始股东生化公司即福瑞达集团的前身，正大福瑞达系国有企业福瑞达集团（当时为生化公司）的参股企业，存在关联关系；美国福瑞达、正达科技与国有企业福瑞达集团（当时为生化公司）之间不存在关联关系；

(2) 发行人 2003 年 4 月、2005 年 11 月、2007 年 12 月增资，均系股东或合作方同比例转增注册资本，无需履行国资监管程序，不存在国有资产流失的情形；

2008 年 1 月和 2009 年 4 月增资过程中，福瑞达集团放弃增资权，山东省人民政府已于 2019 年 4 月 12 日出具《关于对华熙生物科技股份有限公司历史沿革中两次增资合法性予以确认的批复》（鲁政字[2019]66 号）对前述两次增资合法性予以确认；

对于 2000 年 11 月正大福瑞达将其持有的发行人 25% 权益转让给山东正达，福瑞达集团并不拥有优先购买权，也不涉及放弃优先购买权的国资程序；

2004 年 10 月发行人的权益转让属于关联方之间的权益转让，福瑞达集团

已出具放弃优先购买权的书面文件，相关法律法规并未规定放弃优先购买权需要履行国资监管程序；

2005年8月和2009年3月发行人的权益转让属于关联方之间的股权转让，按照公司章程的规定福瑞达集团必须放弃优先购买权，且福瑞达集团已出具放弃优先购买权的书面文件；

2004年10月发行人由中外合资企业变更为中外合作企业，已经山东省对外贸易经济合作厅批准，相关法律法规并未规定相关国资监管程序；

2017年12月福瑞达集团将其持有的发行人5.63%出资额及权益公开转让，已经按照国资监管法规的要求履行了相关程序，包括但不限于进场交易、评估、评估结果备案、国资审批等，合法合规，不存在国有资产流失；

(3) 北京中企华资产评估有限责任公司于2017年11月8日出具的《山东福瑞达医药集团公司拟转让持有的华熙福瑞达生物医药有限公司股权项目所涉及华熙福瑞达生物医药有限公司5.63%股东权益价值资产评估报告》（中企华评报字〔2017〕第4165号，以下简称“《评估报告》”）中，评估师基于发行人原《公司章程》的约定，并且基于评估基准日合作双方无延长经营期的意思表示的情况下，按照截至合作期限届满之日福瑞达集团应当在剩余财产中取得优先分配的权益金额，加上福瑞达集团应当得到优先分配但尚未分配的利润金额，计算得出福瑞达集团上述5.63%出资的评估价值。上述评估价值已经充分考虑了上述原《公司章程》对于合作期限及股东权利的约定的影响；

(4) 根据山东省国资委的相关文件，山东省商业集团有限公司为有权进行国有资产评估报告备案的机构；

(5) 福瑞达集团2017年12月将其持有的发行人5.63%出资额及权益公开挂牌转让，已经按照国资监管法规的要求履行了相关程序，包括但不限于进场交易、评估、评估结果备案、国资审批等，不存在国有资产流失，并已取得山东省国资委于2019年5月17日出具的《关于华熙生物科技股份有限公司历史沿革有关事项的说明》；

(6) 福瑞达集团与发行人历史上及未来的交易，无需履行鲁商置业关联交

易决策程序，不存在因为相关交易而损害鲁商置业（上市公司）、中小投资者或国有资产的合法权益的情形；

（7）发行人与福瑞达集团的相关关联交易，已履行了发行人的关联交易决策程序。

问题 10

关于营业外支出，2018年度，公司营业外支出金额较大，主要为公司因经营策略调整，提前终止对经销商的独家品牌授权，公司向对方支付解约款。请发行人说明：（1）上述解约的原因、解约的对象，是否存在纠纷；（2）相关经销商是否存在违法违规行为、是否引起对公司的诉讼；（3）相关经销商解约对公司持续经营活动是否造成重大影响，后续替代经销商的相应安排等。请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

（一）公司因经营策略调整，与北京尚诚怡美生物科技股份有限公司解除经销权，双方不存在纠纷

2017年10月20日，公司与北京尚诚怡美生物科技股份有限公司（以下简称“尚诚怡美”）签署了《经销协议》，指定尚诚怡美为公司“含利多卡因注射用修饰透明质酸钠凝胶产品”的全国范围内经销商，经销权自2017年11月1日起至2018年11月30日止。2018年1月1日，公司与尚诚怡美签署《经销协议》，指定尚诚怡美为公司“皮肤修护贴产品”的全国范围内经销商，经销权自2018年1月1日起至2018年12月31日止。

因业务发展及经营策略调整需要，公司决定不再对上述产品设置全国范围内的经销商。经过友好协商，双方同意提前解除上述经销协议。

2018年8月6日，发行人与尚诚怡美签署《终止协议》，约定：1、自协议签署日起终止前述两份《经销协议》的效力，发行人不再指定尚诚怡美为相关产品的全国经销商；2、鉴于双方提前终止前述《经销协议》，同时尚诚怡美此前为履行前述《经销协议》而在市场、渠道推广等方面支出了相关费用，发行人对尚诚怡美支付解约款人民币934万元；3、双方确认对于前述《经销协议》的

履行没有任何争议，双方自愿放弃依据前述《经销协议》向对方提出任何权利主张、提出诉讼或仲裁的权利。

（二）相关经销商不存在违法违规行为、不存在引起对公司诉讼的情况

报告期内，北京尚诚怡美生物科技股份有限公司与公司的业务合作过程中，不存在违法违规行为，也不存在引起对公司提起诉讼的情况。

（三）相关经销商解约对公司持续经营活动不会造成重大影响

发行人自2018年开始对经营策略进行调整，设置专门事业部进行“含利多卡因注射用修饰透明质酸钠凝胶产品”和“皮肤修护贴产品”的市场开拓。发行人解除与尚诚怡美的经销协议后，新事业部采取多地区经销商布局的经营策略，与北京、上海、四川、浙江、广东等地的多家地区性经销商达成经销协议，由其负责销售“含利多卡因注射用修饰透明质酸钠凝胶产品”和“皮肤修护贴产品”。

与尚诚怡美解除经销协议后，公司“含利多卡因注射用修饰透明质酸钠凝胶产品”和“皮肤修护贴产品”销售情况良好，与尚诚怡美的解约未对公司经营造成重大不利影响。

（四）保荐机构、申报会计师核查意见

1、核查方式及核查手段

- （1）取得发行人与尚城怡美签署的《经销协议》、《终止协议》；
- （2）实地走访尚城怡美相关人员，了解双方合作的背景及解除合作的原因、解决款的计算依据、是否存在纠纷、是否存在违法违规行为等；
- （3）对尚城怡美实施函证，确定双方的交易情况及应收款金额；
- （4）访谈公司相关业务负责人，了解解除与尚城怡美合作的背景、后续经销商定位及策略调整及执行情况、相关产品销售情况；
- （5）查询中国裁判文书网等相关网站，检查发行人、尚城怡美是否存在与解约相关的诉讼；

(6) 核查发行人是否存在大额违约金额支付，并复核确认相关支付是否计入恰当会计期间。

2、核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

(1) 发行人与尚诚怡美解除经销协议，主要为发行人调整全国性经销商的定位及经营策略，选择区域性经销商合作；

(2) 发行人与尚城怡美已签署解约协议并已支付完毕相关价款，不存在纠纷；尚诚怡美在与公司的业务合作过程中不存在违法违规行为、不存在引起对公司诉讼的情况；

(3) 发行人解除与尚城怡美的全国性经销协议后，已与多家区域性经销商达成合作，销售相关产品且经营情况良好，解约事项未对公司持续经营活动造成重大不利影响。

问题 11

关于在建工程。请发行人说明：(1) 报告期内是否存在利息资本化的情况，若存在，请披露银行借款用途、支出的时间、金额、利息资本化的确定方式及具体金额；(2) 在建工程转固对公司未来经营业绩的影响；(3) 在建工程减值测试过程与方法、可收回金额的确定方法、减值计提情况及对报告期及未来期间业绩的影响。请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

(一) 说明报告期内是否存在利息资本化的情况，若存在，请披露银行借款用途，支出的时间、金额、利息资本化的确定方式及具体金额

报告期内，公司不存在利息资本化的情况，公司构建在建工程的资金来源均为自有资金。

(二) 说明在建工程转固对公司未来经营业绩的影响

截至 2019 年 3 月末，公司主要在建工程明细及转固后对公司未来经营业绩

的影响情况如下：

单位：万元

序号	工程名称	预算金额	工程进度	预计转固时间	折旧年限(年)	残值率	转固后年折旧额
1	年产 150 吨透明质酸钠项目	12,685.02	在建过程中/安装验收中	2019 年 5-12 月	10-20	10%	637.64
2	节能型三效差压淡酒精回收系统	1,520.00	安装验收中	2019 年 5 月	10	10%	117.93
3	阴凉库自动化立体库系统	855.00	安装验收中	2019 年 6 月	10	10%	66.34
4	动力中心机电安装工程	799.00	安装验收中	2019 年 6 月	10	10%	61.99
5	吹灌封三合一设备	435.00	安装验收中	2019 年 7 月	10	10%	33.75
合计		16,294.03					917.65

截至 2019 年 3 月末的在建工程，转为固定资产后，产能的增加将带来公司未来生产经营规模的提升，有利于增强公司未来持续盈利能力。同时，在建工程转固后，预计每年将增加折旧 917.65 万元。

（三）说明在建工程减值测试过程与方法、可收回金额的确定方法、减值计提情况及对报告期及未来期间业绩的影响

1、公司对在建工程计提资产减值的会计政策

公司对在建工程的资产减值，按以下方法确定：于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可收回金额，进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

2、公司对在建工程计提减值情况及对报告期及未来期间业绩的影响

报告期各期末，公司依据《企业会计准则第8号——资产减值》，评估在建工程是否存在减值迹象的过程如下：

序号	减值迹象标准	未计提减值的依据
1	资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌	在建工程的市价并未大幅下跌
2	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响	企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期未发生重大变化，预计近期也不会发生重大变化，故不会对企业产生不利影响
3	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低	市场利率或者其他市场投资报酬率在当期未明显提高，基本不会影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率。
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	报告期各期末的盘点结果显示，在建工程不存在陈旧过时或者其实体已经损坏的情形。
5	资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	报告期各期末的盘点结果显示，在建工程未被闲置、终止使用或者计划提前处置。
6	企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等	报告期内，各期收入呈增长趋势，且毛利率比较稳定。在建工程转固后，预期将提高产能，进一步提高经济效益。
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	未发现其他可能导致减值的迹象

报告期各期末，公司按照上述标准对在建工程进行排查，未发现减值迹象，故报告期内公司未对在建工程计提减值准备。

（四）核查意见

1、核查过程

保荐机构、申报会计师履行了如下核查程序：

（1）获取“在建工程”立项台账和预算资料，分析工程项目的合理性及资金来源；

（2）取得报告期内的银行借款合同，核对是否与在建工程投入相关；

（3）取得在建工程明细账，与报表、余额表及财务明细账进行比对。核对

无误后抽查记账凭证，检查后附结算和付款单据；

(4) 实地盘点在建工程，观察工程进度，并观察是否存在减值迹象；

(5) 访谈现场施工负责人，了解在建工程实际进度及投入情况，并询问是否存在减值迹象；

(6) 了解发行人对在建工程计提减值的依据，复核发行人在各报告期末对在建工程的减值测试，评估发行人未对在建工程计提减值的合理性；

(7) 取得发行人的可行性研究报告，对发行人在项目投产后对未来营业利润的评估结果进行复核。

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

报告期内发行人不存在利息资本化的情况；发行人在建工程转固后有利于发行人生产经营能力的提升，预计年增加折旧金额 917.65 万元；报告期各期末，发行人在建工程不存在减值迹象，不需计提减值准备。

问题 12

关于发行人产品请发行人披露：（1）发行人的产品线较同行业公司在数量、产品特性、单价方面的差别；（2）不同级别的原材料产品在售价、盈利能力、纯度、杂质低、葡萄糖醛酸含量、蛋白质、性能等方面的差异，并披露不同级别原材料是否存在混用的情形；（3）发行人的医疗终端产品是否可以全流程追溯，以及能否获得重复客户情况；（4）医疗终端产品销售费用占医疗产品的比例；（5）医疗终端产品和功能性护肤品的原材料来源是否均为发行人的自产品；（6）发行人医疗终端的产品是否取得相关资质认证，发行人医疗产品是否存在对个人或药店销售的情形；报告期内，使用发行人医疗产品的医生是否具备相关资质，是否存在违法违规情形；（7）发行人医用皮肤类细分产品的具体内容，及相应的收入结构；（8）发行人皮肤类和骨科注射液对民营医院和公立医院的收入占比；以及皮肤类各细分产品对民营和公立医院的收入占比；发行人医用产品的最终用户是否均为医院。请发行人：（1）说明1ml一支的透明质酸钠凝胶和皮肤类产品占比，其余的产品一支的单位容量；结合单位容量情

况，说明其他皮肤类产品的每ml单价情况，及其与注射用透明质酸钠凝胶的盈利能力差异；（2）说明医疗终端产品面对的医疗终端类别（医院、美容院等）和前10名相关医院；（3）区分终端医疗机构类别，说明发行人各类医疗终端产品对应的主要前10名医疗终端，说明2018年新增终端及收入增长最快的10名终端；（4）说明发行人报告期内对医院的推广策略，售价方面是否低于同行业公司，发行人报告期内对2018年主要新增医院、诊所、收入增长较快的医院的相关医生的培训方案，培训过程，和接触时间；（5）结合目前市场中化妆品级产品竞争激烈的情况和相关价格波动的情况，进一步说明发行人不同级别原材料产品在报告期内盈利能力变化的情况；（6）结合原材料不再需要与最终产品一并报批的政策改变情况，说明发行人原材料的优势是否可以持续。请保荐机构、发行人律师、申报会计师核查并发表意见。

回复：

（一）发行人的产品线较同行业公司在数量、产品特性、单价方面的差别

1、公司原料产品线较同行业公司的差别

中国是全球最大的透明质酸原料生产销售国，2018年中国透明质酸原料的总销量占全球总销量的86%。全球透明质酸原料销量排名前五的企业均为中国企业，其中华熙生物是世界最大的透明质酸生产及销售企业，2018年销量占比约为36.0%。海外企业包括日本Kewpie、捷克Contipro、法国Soliance、韩国Bioland、德国Evonik、日本资生堂等，以及专注于医药级透明质酸原料生产的法国HTL、美国Lifecore等公司。

透明质酸产品基于不同质量标准具有不同的产品特性，公司可生产出医药级、外用级、食品级等多种规格的透明质酸原料产品以及其他生物活性物质产品，原料产品规格已达200余种，产品线布局、国际范围内的产品注册相较同行业公司更为全面。公司的医药级透明质酸原料产品在全球范围内具有较强的竞争优势，全球范围内取得了28项注册及备案。

根据研究机构Frost & Sullivan的分析，中国透明质酸原料生产企业基于规模化成本优势，出口价格低于境外公司同等产品。同行业公司与本公司在原料产品的单价方面的差别如下：

产品		平均售价（2018年度）
华熙生物	原料产品-注射级	113,831.19 元/KG
	原料产品-滴眼液级	18,798.96 元/KG
	原料产品-化妆品级	2,440.81 元/KG
	原料产品-食品级	1,258.36 元/KG
中国企业出口 均价	医药级透明质酸原料	2,700-25,000 美元/KG
	其它级别透明质酸原料	150-500 美元/KG
海外企业	医药级透明质酸原料	7,000-50,000 美元/KG
	其它级别透明质酸原料	400-1,200 美元/KG

2、公司医疗终端产品线较同行业公司的差别

公司自主研发生产透明质酸生物医用材料领域的医疗终端产品，主要包括注射用透明质酸钠凝胶、医用皮肤保护剂等医疗器械产品，以及骨关节腔注射针剂等药品。

公司主要医疗终端产品与同行业公司的差别情况如下：

公司	产品线布局	产品特性	平均售价（2018年度）
华熙生物	注射用透明质酸钠凝胶（注）	III类医疗器械，适用于面部真皮组织中层至深层注射以纠正中重度鼻唇部皱纹	266.95 元/支
	医用皮肤保护剂	I类医疗器械，适用于皮肤保护，阻碍外部刺激对皮肤的伤害	26.16 元/ml
	Cytocare-透明质酸无源植入物	III类医疗器械，用于改善面部细小皱纹	15.96 元/ml
	玻璃酸钠注射液	化学药品，适用于膝关节骨关节炎、肩关节周围炎	45.88 元/支
昊海生科	整形美容与创面护理产品（玻尿酸）	III类医疗器械，适用于面部真皮组织下中层至深层注射以纠正中重度鼻唇沟及鼻唇沟皱纹	285.35 元/支
	玻璃酸钠注射液	主要成份为玻璃酸钠，适应症为膝关节退行性骨关节炎	64.67 元/支
爱美客	医用羟丙基甲基纤维素-透明质酸钠溶液	III类医疗器械，注射层次为皮肤真皮深层至皮下浅层，适用范围为额部、鼻唇部	300.52 元/支
	医用含聚乙烯醇凝胶微球的透明质酸钠-羟丙基甲基纤维素凝胶	III类医疗器械，注射层次为皮肤真皮中层至深层，适用范围为鼻唇沟	315.63 元/支
	注射用修饰透明质酸	III类医疗器械，注射层次为皮	2,316.32 元/支

	钠凝胶	内真皮层，适用范围为颈部	
	注射用透明质酸钠复合溶液	III类医疗器械，注射层次为皮肤真皮深层至皮下浅层，适用范围为额部、鼻唇部	1,264.68 元/支
	医用透明质酸钠-羟丙基甲基纤维素凝胶	III类医疗器械，注射层次为皮肤皮下浅层至深层之间，适用范围为额部、鼻唇沟	1,009.85 元/支

注：发行人注射用透明质酸钠凝胶的产品规格较多，且涉及境内外多个渠道销售，全口径单位价格缺乏直接可比性。因此，此处以该类产品中销量最大的“润百颜”、“润致”品牌境内销售产品（不含0.5ml规格产品）单价进行比较分析。

3、公司功能性护肤品产品线较同行业公司的差别

公司以自产透明质酸等生物活性物质及其交联衍生物为核心成分，研制开发了次抛原液、面膜、“故宫系列”口红、各类膏霜乳液等一系列功能性护肤品，目前产品线规格已超过400项。公司功能性护肤品拥有针对敏感皮肤、皮肤屏障受损、面部红血丝、痤疮等皮肤问题的产品特性，与同行业公司相比拥有较强的特质性，产品因规格和功能性差异具备不同的单价。

以上内容发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/三、发行人在行业中的竞争情况/（三）发行人所处行业内的主要企业”进行了补充披露。

（二）不同级别的原材料产品在售价、盈利能力、纯度、杂质低、葡萄糖醛酸含量、蛋白质、性能等方面的差异，并披露不同级别原材料是否存在混用的情形

透明质酸原料产品根据应用领域不同，划分为不同级别，根据法规和应用的的不同，对原料有不同的质量要求。

原料产品类别	售价	盈利能力	性能	公司产品质量	
				透明质酸钠含量	杂质水平
医药级	高	强	黏弹性 润滑性	95%-105%	内毒素<0.5IU/mg（滴眼液级） 内毒素<0.05IU/mg（注射级）
化妆品级	中等偏高	中等	保湿性 成膜性 生物活性	≥95%	无内毒素控制； 蛋白质≤0.05%
食品级	低	低	溶解性 堆积密度	≥91%	无内毒素、无蛋白质控制

医药领域多利用透明质酸良好的生物相容性、优异的黏弹性和润滑性，用

于制备关节腔注射、真皮层注射以及滴眼液、外用制剂等医疗终端产品，因此医药级透明质酸的质量控制最为严格，需要控制原料“内毒素”等杂质水平以确保终端制剂产品的安全性。2018年度，公司注射级、滴眼液级原料的平均销售价格分别为11.38万元/kg和1.88万元/kg，产品毛利率水平分别为91.03%和87.28%。

透明质酸在化妆品领域的应用最为广泛，对蛋白质含量有严格控制。2018年度，公司化妆品级原料的平均销售价格为0.24万元/kg，产品毛利率水平为74.63%。

食品级透明质酸钠是用于口服产品的原料，含透明质酸钠的终端产品口服后经肠胃吸收，对重金属、特殊微生物等有严格控制，此外因口服产品多为胶囊、片剂、口服液等剂型，所以对透明质酸钠原料的溶解性、堆积密度有特别要求。2018年度，公司食品级原料的平均销售价格为0.13万元/kg，产品毛利率水平为53.44%。

综上，不同级别透明质酸的质量标准存在差异，制备相应终端产品时需选择满足质量需求的不同级别原料，华熙生物不同级别的原料不存在混用的情形。

以上内容发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（一）公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成/2、公司主要产品”进行了补充披露。

（三）发行人的医疗终端产品是否可以全流程追溯，以及能否获得重复客户情况

公司对药品追溯使用电子监管码，目前采用第三方技术机构提供的系统，建立了“华熙生物防伪溯源管理平台”，按照要求编制了药品追溯码，对本公司药品进行追溯。

公司目前已经建立了“华熙生物防伪溯源管理平台”，按照要求编制了医疗器械追溯码，能够对医疗器械的整个生产、出入库、经销过程进行追溯，并具有唯一性和稳定性，及时、准确的获得医疗器械的流通过程信息。

公司通过鼓励和约束经销商使用上述系统，对于按要求使用扫描系统的产品，公司能够追踪产品至终端医疗机构的流向。对于难以获得流向的经销商或医疗机构，要求其保留销售记录。

以上内容发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（二）公司主要经营模式/3、销售模式”进行了补充披露。

（四）医疗终端产品销售费用占医疗产品的比例

公司医疗终端产品销售费用占医疗产品的比例情况如下：

单位：万元

项目		2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
医疗终端产品	销售费用	2,551.26	9,529.80	4,071.62	4,121.51
	收入	8,882.91	31,270.31	19,683.95	19,147.32
	销售费用率	28.72%	30.48%	20.68%	21.53%

以上内容发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（四）期间费用/1、销售费用”进行了披露。

（五）医疗终端产品和功能性护肤品的原材料来源是否均为发行人的自产品

发行人医疗终端产品和功能性护肤品的原材料中，透明质酸、透明质酸衍生物以及氨基丁酸、依克多因等生物活性物质系发行人自产品。发行人医疗终端产品的其他原材料如针管、助推杆、针头等，以及发行人功能性护肤品的其他原材料如戊二醇、口红管、包装盒等均为发行人外购产品。

以上内容发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（二）公司主要经营模式/1、采购模式”进行了补充披露。

（六）发行人医疗终端的产品是否取得相关资质认证，发行人医疗产品是否存在对个人或药店销售的情形；报告期内，使用发行人医疗产品的医生是否具备相关资质，是否存在违法违规情形

发行人医疗终端产品的生产及销售均已取得境内外药品或医疗器械的相关资质认证，具体披露参见招股说明书“附表三：华熙生物主要经营资质一览表”。

发行人严格遵守相关法律法规的要求，公司药品及II类、III类医疗器械产品均销往具备《药品经营许可证》、《医疗器械经营许可证》等相应资质的经销商，或直接销往具备《医疗机构执业许可证》等相应资质的终端医疗机构，不存在对个人销售的情形。公司I类医疗器械无需由具备《医疗机构执业许可证》等相应资质的终端医疗机构使用，因此存在通过电商销售给个人消费者的情形，符合相关法规的要求；公司全部医疗终端产品均不存在直接向药店销售的情形。

使用公司药品及III类医疗器械产品的医生需要具备相关资质。报告期内，发行人医疗终端产品最终主要销往国家正式批准、具有相应资质的医疗机构，由各地卫生行政部门、卫生主管部门对医疗机构履行监督管理职责，以确保相关从业医生具备相关医生资质并持证上岗。发行人医疗终端产品的销售不存在违法违规情形。

以上内容发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（二）公司主要经营模式”进行了补充披露。

（七）发行人医用皮肤类细分产品的具体内容，及相应的收入结构

单位：万元

类别	2019年1-3月		2018年		2017年		2016年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
注射用透明质酸钠凝胶	4,732.72	59.30%	13,115.50	53.47%	9,140.25	54.17%	12,012.34	70.64%
医用皮肤保护剂	1,514.69	18.98%	4,962.30	20.23%	3,394.46	20.12%	4,460.91	26.23%
Cytocare 透明质酸无源植入物	1,461.49	18.31%	5,421.92	22.10%	3,840.92	22.76%	-	-
其他	272.54	3.41%	1,030.78	4.20%	497.84	2.95%	532.72	3.14%
合计	7,981.43	100.00%	24,530.50	100.00%	16,873.48	100.00%	17,005.97	100.00%

上述情况，发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（一）营业收入分析”进行了补充披露。

(八) 发行人皮肤类和骨科注射液对民营医院和公立医院的收入占比；以及皮肤类各细分产品对民营和公立医院的收入占比；发行人医用产品的最终用户是否均为医院

1、皮肤类和骨科注射液对境内医疗机构的直接销售情况

(1) 皮肤类产品的收入分布

发行人皮肤类医疗产品以境内销售为主，销售模式包括以卖断方式销售给经销商后再由其向终端客户销售，以及公司向医院、诊所、门诊部等医疗机构直接销售的情形。

报告期内，发行人皮肤类医疗产品向境内医疗机构及客户的直接销售情况如下：

单位：万元

模式	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
民营医院	921.44	46.39%	3,658.62	60.92%	2,239.95	62.89%	3,310.88	75.18%
公立医院	18.67	0.94%	74.47	1.24%	11.49	0.32%	28.41	0.65%
诊所/门诊部	1,046.27	52.67%	2,272.30	37.84%	1,310.06	36.78%	1,064.68	24.18%
合计	1,986.38	100.00%	6,005.40	100.00%	3,561.50	100.00%	4,403.97	100.00%

(2) 骨科注射液产品的收入分布

报告期内，骨科注射液产品在民营医院、公立医院的销售情况如下：

单位：万元

模式	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
民营医院	365.49	41.46%	2,282.13	38.47%	1,989.59	81.99%	1,865.44	100.00%
公立医院	516.03	58.54%	3,649.49	61.53%	437.13	18.01%	-	-
合计	881.52	100.00%	5,931.62	100.00%	2,426.72	100.00%	1,865.44	100.00%

2、皮肤类各细分产品对民营和公立医院的收入占比

报告期各期，发行人注射用透明质酸钠凝胶向境内医疗机构的直接销售情况如下：

单位：万元

模式	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
民营医院	444.03	43.58%	2,754.58	68.24%	1,399.16	62.83%	2,485.37	83.65%
公立医院	13.04	1.28%	59.18	1.47%	4.20	0.19%	4.42	0.15%
诊所/门诊部	561.73	55.14%	1,223.01	30.30%	823.39	36.98%	481.34	16.19%
合计	1,018.80	100.00%	4,036.77	100.00%	2,226.75	100.00%	2,971.13	100.00%

报告期各期，发行人医用皮肤保护剂产品向境内医疗机构的直接销售情况如下：

单位：万元

模式	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
民营医院	476.40	49.72%	903.69	46.67%	838.24	63.43%	821.15	57.80%
公立医院	5.63	0.59%	15.29	0.79%	6.24	0.47%	22.22	1.56%
诊所/门诊部	476.11	49.69%	1,017.28	52.55%	477.02	36.09%	577.34	40.63%
合计	958.14	100.00%	1,936.26	100.00%	1,321.50	100.00%	1,420.70	100.00%

3、发行人医用产品的最终用户

发行人医用产品的最终用户除医院外，还包括诊所、门诊部等医疗机构。

(九) 说明 1ml 一支的透明质酸钠凝胶和皮肤类产品占比，其余的产品一支的单位容量；结合单位容量情况，说明其他皮肤类产品的每 ml 单价情况，及其与注射用透明质酸钠凝胶的盈利能力差异

1、1ml 一支的透明质酸钠凝胶和皮肤类产品占比，及透明质酸钠凝胶的单位容量

公司透明质酸钠凝胶产品的单位容量包括 0.5ml、0.75ml、1ml、1.5ml、2ml 等，其中 1ml 规格占比较高。公司 1ml/支的透明质酸钠凝胶占凝胶总收入及皮肤类产品收入的占比情况如下：

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
占透明质酸钠凝胶总收入占比	85.69%	82.88%	87.19%	81.00%
占皮肤类产品收入占比	50.81%	44.31%	47.23%	57.21%

2、结合单位容量情况，说明其他皮肤类产品的每 ml 单价情况

单位：元/ml

产品种类	规格	2019年 1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
医用皮肤保护剂	1.5ml、2ml、 2.5ml、3ml、5ml	38.78	26.16	69.12	105.72
Cytocare 透明质酸无源植入物	5ml	17.61	15.96	14.92	-

3、其他皮肤类医疗产品与注射用透明质酸钠凝胶的盈利能力差异

其他皮肤类医疗产品与注射用透明质酸钠凝胶，均包含多品牌系列下的多规格产品，尽管产品间销售单价存在一定差异，但各产品间毛利率相差不大，报告期内基本均维持在 80%-90%左右，故其他皮肤类医疗产品与注射用透明质酸钠凝胶的盈利能力差异较小。

（十）说明医疗终端产品面对的医疗终端类别（医院、美容院等）和前 10 名相关医院

1、皮肤类医疗产品的前十名医院

报告期内，皮肤类医疗产品面对的医疗终端类别主要包括民营医院、诊所、门诊部等，公司直接销售的前 10 名医院情况如下：

期间	医院名称	类别
2019年 1-3月	成都暄妍医学美容医院有限公司；艺星医疗美容集团股份有限公司；北京伊美尔医疗科技集团股份公司；联合丽格(北京)医疗美容投资连锁有限公司；禾丽医疗美容集团；芘丽芙集团；昆明吴氏嘉美美容医院有限公司；壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司；重庆军美医疗美容医院有限公司；成都大华医学美容医院股份有限公司	民营医院
2018年度	壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司；芘丽芙集团；艺星医疗美容集团股份有限公司；北京伊美尔医疗科技集团股份公司；成都军大医院有限公司；西婵医疗美容集团；重庆军美医疗美容医院有限公司；石家庄雅芳亚医疗美容医院；保定市竞秀区蓝山医疗美容医院；成都美容整形医院有限公司	民营医院
2017年度	芘丽芙集团；北京伊美尔医疗科技集团股份公司；艺星医疗美容集团股份有限公司；西婵医疗美容集团；南京韩辰医院有限公司；壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司；成都军大医院有限公司；南京华韩奇致美容医院有限公司；无锡大尚美整形美容医院有限公司；南京连天美医院有限公司	民营医院

2016年度	美莱医疗美容集团；北京伊美尔医疗科技集团股份公司；壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司；爱思特医疗美容集团；西婵医疗美容集团；深圳鹏爱医疗美容医院；福州海峡美容医院有限公司；南昌同济美容医院有限公司；南京韩辰医院有限公司；深圳阳光整形美容医院	民营医院
--------	--	------

(2) 骨科注射液产品

报告期内，骨科注射液产品面对的医疗终端类别均为医院，前 10 名医院情况如下：

期间	医院名称	类别
2019年1-3月	舟山广华骨伤医院；太康济民骨科医院；浦江天仙骨科医院；重庆远大中西医结合医院；运城同德医院；西安仲德骨科医院；西安高新医院；昆明骨科医院	民营医院
	河北大学附属医院；广东省中医院	公立医院
2018年度	舟山广华骨伤医院；太康济民骨科医院；天津天穆骨科医院；浦江天仙骨科医院；重庆远大中西医结合医院；运城同德医院；西安仲德骨科医院	民营医院
	河北大学附属医院；南方医科大学南方医院；雅安市中医医院	公立医院
2017年度	舟山广华骨伤医院；太康济民骨科医院；浦江天仙骨科医院；天津天穆骨科医院；运城同德医院；天津河东常氏骨科医院；临泉骨伤医院	民营医院
	南方医科大学南方医院；雅安市中医医院；开鲁县蒙医医院	公立医院
2016年度	舟山广华骨伤医院；太康济民骨科医院；天津天穆骨科医院；浦江天仙骨科医院；舟山广安骨伤医院；运城同德医院；天津河东常氏骨科医院；临泉骨伤医院；山西龙城医院；开鲁县蒙医医院	民营医院

(十一) 区分终端医疗机构类别，说明发行人各类医疗终端产品对应的主要前 10 名医疗终端，说明 2018 年新增终端及收入增长最快的 10 名终端

1、各类医疗终端产品对应的主要前 10 名医疗终端

(1) 注射用透明质酸钠凝胶的前十名医疗终端

期间	医疗终端名称	医疗终端类别
2019年1-3月	艺星医疗美容集团股份有限公司、壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司、芑丽芙集团、联合丽格(北京)医疗美容投资连锁有限公司、禾丽医疗美容集团、西婵医疗美容集团、南京美贝尔美容医院有限公司、重庆军美医疗美容医院有限公司、锦州斯美诺医疗美容医院有限公司	民营医院

	北京五维医疗美容门诊部有限公司	门诊部
2018年度	壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司、茈丽芙集团、艺星医疗美容集团股份有限公司、华美整形、保定市竞秀区蓝山医疗美容医院、成都军大医院有限公司、重庆军美医疗美容医院有限公司	民营医院
	桐庐华美美瑞医疗美容门诊部有限公司、南京美贝尔美容医院有限公司、哈尔滨奥康医疗美容门诊有限责任公司	门诊部、诊所
2017年度	茈丽芙集团、壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司、西婵医疗美容集团、福州海峡美容医院有限公司、华美整形、成都军大医院有限公司、南京华韩奇致美容医院有限公司、无锡大尚美整形美容医院有限公司、南京韩辰医院有限公司	民营医院
	上饶尚美医疗美容门诊部	门诊部
2016年度	壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司、西婵医疗美容集团、鹏爱集团、爱思特医疗美容集团、华美整形、美莱医疗美容集团、福州海峡美容医院有限公司、广州健丽医疗美容有限公司、南京韩辰医院有限公司、深圳江南春天医疗美容医院有限公司	民营医院

(2) 医用皮肤保护剂的前十名医疗终端

期间	医疗终端名称	医疗终端类别
2019年1-3月	成都暄妍医学美容医院有限公司、北京伊美尔医疗科技集团股份公司、艺星医疗美容集团股份有限公司、联合丽格(北京)医疗美容投资连锁有限公司、深圳阳光整形美容医院、上海美容医院有限公司、成都大华医学美容医院股份有限公司、昆明吴氏嘉美美容医院有限公司	民营医院
	北京伊美康医疗美容门诊部、广州韩妃医学美容门诊部有限公司	门诊部
2018年度	北京伊美尔医疗科技集团股份公司、壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司、艺星医疗美容集团股份有限公司、西婵医疗美容集团、联合丽格(北京)医疗美容投资连锁有限公司、四川米兰柏羽医学美容医院有限公司、成都暄妍医学美容医院有限公司、南京华韩奇致美容医院有限公司、昆明吴氏嘉美美容医院有限公司	民营医院
	广州韩妃医学美容门诊部有限公司	门诊部
2017年度	北京伊美尔医疗科技集团股份公司、艺星医疗美容集团股份有限公司、西婵医疗美容集团、成都暄妍医学美容医院有限公司、美莱医疗美容集团、深圳鹏爱医疗美容医院、福州海峡美容医院有限公司、深圳阳光整形美容医院、南京韩辰医院有限公司、南京医科大学友谊整形外科医院有限责任公司	民营医院
2016年度	北京伊美尔医疗科技集团股份公司、美莱医疗美容集团、艺星医疗美容集团股份有限公司、西婵医疗美容集团、福州海峡美容医院有限公司、华美整形、青岛艾戴克医学美容管理有限公司	民营医院

广州紫馨医疗美容门诊部有限公司、北京悦美好医医疗美容门诊部有限公司、福州市鼓楼区名韩医疗美容门诊部	门诊部
---	-----

2、2018年新增医疗终端机构及收入增长最快的10名医疗终端机构

(1) 2018年前十名新增医疗终端机构

序号	医疗终端类别	医疗终端名称
1	民营医院	保定市竞秀区蓝山医疗美容医院
2	民营医院	成都美容整形医院有限公司
3	民营医院	南京美贝尔美容医院有限公司
4	民营医院	成都大华医学美容医院股份有限公司
5	民营医院	昆明梦想医疗美容医院有限公司
6	民营医院	辽宁协和整形外科医院
7	民营医院	重庆军科医院有限公司
8	民营医院	太原丽都整形美容医院有限公司
9	民营医院	成都棕南医院有限责任公司
10	民营医院	北京苏亚医疗美容医院有限公司

(2) 2018年收入增长最快的10名终端

序号	医疗终端类别	医疗终端名称
1	民营医院	壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司
2	门诊诊所	成都武侯暄妍医疗美容门诊部有限公司
3	民营医院	北京伊美尔医疗科技集团股份公司
4	民营医院	艺星医疗美容集团股份有限公司
5	民营医院	茈丽芙集团
6	民营医院	石家庄雅芳亚医疗美容医院
7	民营医院	保定市竞秀区蓝山医疗美容医院
8	民营医院	成都军大医院有限公司
9	民营医院	重庆军美医疗美容医院有限公司
10	民营医院	南昌同济美容医院有限公司

(十二) 说明发行人报告期内对医院的推广策略，售价方面是否低于同行业公司，发行人报告期内对2018年主要新增医院、诊所、收入增长较快的医院的相关医生的培训方案，培训过程，和接触时间

1、发行人报告期内对医院的推广策略

对于皮肤类产品，发行人对医院的推广策略主要包括：

(1) 针对医院运营/管理层，公司积极参与各项行业协会/论坛会议或自行主办的交流会议，通过邀请临床专家介绍发行人产品特点及竞争优势、开展专业及市场趋势讨论等策略，使医疗机构决策者更深入地了解公司产品优势及市场发展趋势；

(2) 针对医院医生，公司通过邀请行业专家对公司产品的使用及临床优势进行专业解读，使医生了解并使用公司产品。

对于骨科类产品，发行人对医院的推广策略主要为，通过参与或举办学术交流会议，向医院的医生介绍发行人骨科产品的特点及竞争优势，使其更深入地了解公司产品，从而实现产品推广。

2、发行人医疗终端产品售价情况

报告期内，发行人注射用修饰透明质酸钠凝胶产品与同行业公司同类型产品的价格较为接近；发行人骨科注射液产品售价低于同行业公司同类型产品的价格，具体如下：

单位：元/支

公司	产品	2018年度	2017年度	2016年度
华熙生物	注射用透明质酸钠凝胶（注）	266.95	398.06	425.85
	玻璃酸钠注射液	45.88	35.83	30.68
昊海生科	整形美容与创面护理产品（玻尿酸）	285.35	290.55	288.00
	玻璃酸钠注射液	64.67	65.21	67.78
爱美客	医用羟丙基甲基纤维素-透明质酸钠溶液	300.52	310.41	368.01
	医用含聚乙烯醇凝胶微球的透明质酸钠-羟丙基甲基纤维素凝胶	315.63	285.01	-
	注射用修饰透明质酸钠凝胶	2,316.32	2,451.31	2,530.37
	注射用透明质酸钠复合溶液	1,264.68	1,277.78	-

	医用透明质酸钠-羟丙基甲基纤维素凝胶	1,009.85	649.43	931.76
--	--------------------	----------	--------	--------

注：发行人注射用透明质酸钠凝胶的产品规格较多，且涉及境内外多个渠道销售，全口径单位价格缺乏直接可比性。因此，此处以该类产品中销量最大的“润百颜”、“润致”品牌境内销售产品（不含 0.5ml 规格产品）单价进行比较分析。

3、发行人报告期内对 2018 年主要新增医院、诊所、收入增长较快的医院的相关医生的培训及接触情况

(1) 对2018年主要新增医院及相关医生的培训及接触情况

主要新增医疗机构	培训方案	培训过程	接触时间
保定市竞秀区蓝山医疗美容医院	培训对象：全院培训 培训内容：产品知识、美学设计等培训 培训讲师：公司员工	2018 年度共开展 3 次培训，培训 300 人次左右	于 2018 年 3 月建立联系
成都美容整形医院有限公司	培训对象：全院培训 培训内容：润百颜产品介绍等培训 培训讲师：公司员工	2018 年共开展 2 次培训，共培训 180 人次左右	于 2018 年 1 月建立联系
南京美贝尔美容医院有限公司	培训对象：全院培训 培训内容：润百颜产品介绍等培训 培训讲师：公司员工	2018 年共开展 3 次培训，共培训 50 人次左右	于 2018 年 11 月建立联系
成都大华医学美容医院股份有限公司	培训对象：全院培训 培训内容：润百颜产品介绍等培训 培训讲师：公司员工	2018 年度共开展 2 次培训，共培训 100 人次左右	于 2018 年 3 月建立联系
昆明梦想医疗美容医院有限公司	培训对象：医生及无创护士团队 培训内容：注射不良反应的处理和润百颜产品注射技巧等培训 培训讲师：外部临床专家	2018 年度共开展 1 次培训，共培训 10 人次	于 2018 年 2 月建立联系

(2) 对2018年收入增长较快医院及相关医生的培训及接触情况

主要新增医疗机构	培训方案	培训过程	接触时间
壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司	培训对象：下属各医疗机构的医护人员 培训内容：产品介绍等培训 培训讲师：公司员工	对各主体分别开展培训	每月定期拜访
成都武侯暄妍医疗美容门诊部有限公司	培训对象：医生、护士 培训内容：产品知识、项目搭配等培训 培训讲师：公司员工	2018 年度共开展 3 次培训，共培训 400 人次左右	每月定期拜访
北京伊美尔医疗科技集团股份公	培训对象：下属各医疗机构的医护人员	对各主体分别开展培训	每月定期拜访

司	培训内容：产品介绍等培训 培训老师：公司员工		
艺星医疗美容集团股份有限公司	培训对象：下属各医疗机构的医护人员 培训内容：产品介绍等培训 培训老师：公司员工	对各主体分别开展培训	每月定期拜访
茈丽芙集团	培训对象：下属各医疗机构的医护人员 培训内容：产品介绍等培训 培训老师：公司员工	对各主体分别开展培训	每月定期拜访

（十三）结合目前市场中化妆品级产品竞争激烈的情况和相关价格波动的情况，进一步说明发行人不同级别原材料产品在报告期内盈利能力变化的情况

报告期内，随着市场需求的持续扩大，化妆品级原料的供应商逐步增加，市场整体竞争态势有所加剧。化妆品级原料的竞争力主要来自两方面，首先是研发层面，行业对于原料的创新要求非常高，新技术、新产品、新应用不断迭代，华熙生物基于透明质酸原料方面的研发优势，新技术、新产品能够为客户持续提供新创新支持，客户粘性较高；另一方面是生产成本，对于大宗采购产品，客户存在一定的成本控制需求，华熙生物基于技术优势及产能优势取得了成本优势，能够提供更具竞争力的销售价格，同时收率的不断提高亦能够持续保证成本优势。

2018年和2019年1-3月，公司化妆品级原料的平均售价呈下降趋势，但产品年销量的增长抵消了价格下降的不利影响，仍然带动了收入的快速增长：

单位：万元

产品类别	项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
原料产品-化妆品级	收入金额（万元）	8,791.91	34,282.05	28,002.06	24,392.42
	销量（kg）	39,504.81	140,453.51	107,779.79	95,983.18
	平均售价（元/kg）	2,225.53	2,440.81	2,598.08	2,541.32
	收入金额比上年变动	-	22.43%	14.80%	-
	平均售价变动对收入的影响	-	-7.89%	-2.23%	-
	销量变动对收入的影响	-	28.48%	12.56%	-

凭借技术优势、产品质量优势以及成本优势，公司能够良好应对行业竞争加剧的挑战。报告期内，公司各级别原料产品的销售收入整体均保持稳定增长的趋势，医药级原料和化妆品级原料的毛利率均保持在较高水平，食品级原料

的毛利率亦有所上升。

（十四）结合原材料不再需要与最终产品一并报批的政策改变情况，说明发行人原材料的优势是否可以持续

根据2017年10月8日中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《关于深化审评审批制度改革鼓励药品医疗器械创新的意见》，和国家药品监督管理部门2017年11月30日发布的《总局关于调整原料药、药用辅料和药包材审评审批事项的公告（2017年第146号）》相关要求，政府实行药品与药用原辅料关联审批，原料药、药用辅料在审批药品注册申请时一并审评审批，不再发放原料药批准文号，生产企业可通过登记平台按要求提交原料药、药用辅料的登记资料，获得原料药、药用辅料登记号，待关联药品制剂提出注册申请后一并审评。

对于此前已获得批准的药品制剂，如果不更换所使用的原料药，则无需再次提出注册申请；如果选择更换所使用的原料药，则需要重新进行申报，同时对相关原料药、药用辅料进行一并评审。因此，对于此前已选用公司原料药或药用辅料的药品制剂，考虑到重新申报评审所需的时间以及不确定性，通常不会选择更换原料。

新型药品制剂提出注册申请时，需要按规定与所使用的原料药、药用辅料进行一并审评审批。在审评过程中，如原料药、药用辅料无法达到相应的质量标准，则关联药品制剂产品亦无法通过审评。对于新型药品制剂的生产商而言，此前已取得批准文号的原料药、药用辅料在产品质量方面更有保障，通过一并审评审批的确定性更高。

公司2项原料药（滴眼液级玻璃酸钠、注射级玻璃酸钠）、1项药用辅料在该政策发布之前都已取得批准文号。2018年度，公司已按要求在国家药品监督管理局药品审评中心“原料药、药用辅料和药包材登记信息公示”平台上登记备案了滴眼液级原料药玻璃酸钠、注射级原料药玻璃酸钠、滴眼液级原料药玻璃酸钠、药用辅料玻璃酸钠4项产品，可以直接与相关药品制剂进行关联审评。

综上，公司在原料药、药用辅料已取得批准文号的情况，使公司在前述政策调整后，下游客户更倾向于与本公司合作一并报批，公司的原料资质较全的优势能够持续，不会对发行人透明质酸原料的业务产生重大不利影响。

（十五）保荐机构、发行人律师、申报会计师核查意见

1、核查方式及核查手段

（1）获取不同级别的原材料产品价目表、抽样检查不同级别原材料销售合同，复核不同级别原材料的售价差异；

（2）获取和复核发行人收发存明细表，期末存货盘点表，并结合监盘情况复核不同级别原材料是否存在混用情形及医疗终端产品和功能性护肤品的原材料来源是否均为发行人的自产品；

（3）复核发行人对医疗终端产品销售费用占医疗产品的比例的计算过程；

（4）获取发行人销售收入明细表，复核发行人是否存在对个人或药店销售的情形；

（5）复核发行人医用皮肤类细分产品的收入结构计算过程；

（6）复核发行人皮肤类和骨科注射液对民营医院和公立医院的收入占比以及皮肤类各细分产品对民营和公立医院的收入占比的计算过程；

（7）复核发行人 1ml 一支的透明质酸钠凝胶和皮肤类产品占比的计算过程及其他皮肤类产品的每 ml 单价的计算过程；

（8）复核发行人对医疗终端产品前十名医院的筛选计算过程，各类医疗终端产品对应的主要前 10 名医疗终端的筛选计算过程，2018 年新增终端及收入增长最快的 10 名终端筛选计算过程；

（9）复核发行人对医院售价方面与同行业公司的比较情况；

（10）选取客户样本抽查双方签订的购销合同/订单，检查货物交付、货款支付、授信等关键合同条款，检查销售合同对应的出库单据、物流信息及回款单据，核实交易是否按照合同约定真实发生，销售回款是否存在异常第三方支付；

(11) 比较复核发行人不同级别原材料产品在报告期内的单价变动及毛利率变动情况，了解变动原因及合理性。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

(1) 发行人不同级别的原料不存在混用的情形；

(2) 发行人已建立 ERP 管理系统及防伪追溯系统，对于按要求使用扫码系统的产品，公司能够追踪产品至终端医疗机构的流向，满足可追溯和识别终端客户，获得重复客户信息；

(3) 发行人医疗终端产品和功能性护肤品的部分原材料为发行人的自产品，其余为发行人外购产品；

(4) 发行人医疗终端的产品均已取得相关资质认证；发行人 I 类医疗器械产品存在销售给个人消费者的情形，符合相关法规的要求；发行人医疗终端产品不存在直接向药店销售的情形；发行人医疗终端产品的销售不存在违法违规情形；

(5) 发行人医用产品的最终用户除医院外，还包括诊所、门诊部等医疗机构；

(6) 发行人原料药、药用辅料已取得批准文号，政策调整后，下游客户更倾向于与公司合作一并报批，公司的原料资质较全的优势能够持续，不会对发行人透明质酸原料的业务产生重大不利影响。

问题 13

关于电商销售模式请发行人明确披露发行人具体在何种产品类型中使用电商模式，电商模式是否仅针对于功能性护肤品类产品，并在招股说明书中披露报告期内电商收入的金额、占对应产品总收入及占主营业务总收入的比例情况、同类产品电商渠道销售价格与其他渠道销售价格的差异情况。请发行人说明：(1) 发行人的电商模式销售的具体产品，各渠道销售的产品情况，及线上

线下销售模式与直销经销模式的对应情况及收入数据匹配情况；（2）发行人的相关销售是否涉及会员或代理加盟模式，是否涉及传销模式，是否存在违法违规情形；（3）报告期内，线上产品收入集中度分布和单价变化情况，是否存在单个账户大额采购的情形；（4）发行人线上业务的基本运营情况，包括但不限于：报告期历年发行人日均处理订单量、客单均价、推广方式和平均获客成本、付费用户数、浏览付费转化率，天猫商城等主要销售渠道报告期历年的最高单日销售金额和发生时间、相应类目的排名、重复下单率等，以及数据的来源，是否有效、完整；（5）报告期内历年，发行人主要各第三方销售平台的流量情况：包括但不限于访问量、页面浏览量、新增付费用户人数（说明对新客户的定义）、新增用户付费金额，整体和新增用户的平均访问时长、整体和新增用户的付费转化率、平均日活跃用户数、独立访问数；获客情况，包括报告期历年主要推广渠道，付费客户主要获取渠道和付费用户平均获取成本；第三方平台表现包括：报告期历年，各主要平台的平均客单价、新客户平均客单价，新老客户的重复购买次数，各主要平台的订单笔数、订单金额、订单买家数、浏览-下单转化率、浏览-支付买家转化率、退款率；市场竞争情况指标包括但不限于市场占有率、成交额排名等；（6）报告期内，主要第三方平台的买家评价数、买家评价率及非默认评价率、买家评论上传图片数、差评率、投诉（申诉）数、纠纷退款率；（7）发行人与第三方平台的合作模式和分成比例等情况；（8）如何对存放于第三方的资金进行管理、对账，以防范资金损失、挪用等；（9）与电商模式销售的同类产品，其线下销售的具体模式，并说明是否存在线下体验店，若存在请说明线下体验店的名称、面积、员工数量、销售收入的金额、同类产品与线上模式下定价策略的差异，线下店购买客户的数量、平均消费金额。请保荐机构和会计师结合客户姓名对象、送货地址、购买数量、消费次数、客单量、消费金额及付款情况进行分析，对电商渠道销售收入真实性以及电子交易环境进行核查，说明核查方法、程序、内容、金额、比例等情况，说明核查结果或结论，明确发表核查意见。

回复：

报告期各期，发行人在线上渠道销售的产品，具体情况如下：

单位：万元

产品种类	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
功能性护肤品	5,350.61	17,312.34	3,715.63	1,650.02
原料产品	16.87	40.26	20.30	-
合计	5,367.48	17,352.60	3,735.93	1,650.02

报告期各期，线上渠道销售产品占对应品类销售总收入及主营业务总收入的比例具体如下：

产品种类	项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
功能性护肤品	占对应品类收入比例	57.07%	59.64%	39.04%	25.84%
	占主营业务收入比例	15.06%	13.74%	4.57%	2.27%
原料产品	占对应品类收入比例	0.10%	0.06%	0.04%	-
	占主营业务收入比例	0.05%	0.03%	0.02%	-

次抛原液为公司线上渠道销售的主要产品，其中线上渠道以对消费者零售为主，并存在电商定制规格；线下渠道为对经销商或大客户的规模销售，不存在线下零售的情况，因此公司的线上、线下销售模式、定价策略存在差异。选取同时在线上、线下销售的相同次抛原液产品的价格对比情况如下：

项目	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	线上	线下	线上	线下	线上	线下	线上	线下
次抛原液（元/ml）	7.69	3.33	6.43	3.97	8.82	4.53	8.91	4.43
面膜（元/张）	5.74	6.05	10.82	10.94	25.34	31.07	45.73	33.22

（一）发行人的电商模式销售的具体产品，各渠道销售的产品情况，及线上线下销售模式与直销经销模式的对应情况及收入数据匹配情况

1、线上销售的具体产品

单位：万元

具体产品	2019年1-3月	2018年	2017年	2016年
次抛原液	1,931.15	12,304.79	1,988.51	1,000.66
面膜	226.10	1,783.57	665.73	305.94
唇膏口红	2,026.26	37.07	18.46	7.43
霜膏乳液等	1,167.10	3,186.91	1,042.93	335.99

原料产品	16.87	40.26	20.30	-
合计	5,367.48	17,352.60	3,735.93	1,650.02

2、线上销售实现的销售金额

单位：万元/%

平台	2019年1-3月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
阿里平台	3,080.51	57.39	8,650.17	49.85	2,083.03	55.76	982.98	59.57
京东	293.67	5.47	1,000.32	5.76	142.96	3.83	-	-
有赞平台	548.57	10.22	1,471.98	8.48	1,019.23	27.28	525.47	31.85
其他平台	226.51	4.22	1,524.29	8.78	-	-	-	-
其他线上经销	1,218.22	22.70	4,705.84	27.12	490.71	13.13	141.57	8.58
合计	5,367.48	100.00	17,352.60	100.00	3,735.93	100.00	1,650.02	100.00

注：阿里平台、京东、有赞平台、其他平台均系公司平台自营；其他线上经销包括平台自营店铺与授权分销商开设店铺。

报告期内，公司逐步开拓终端产品业务，利用自有透明质酸核心原料的优势开发功能性护肤品，并重点通过线上渠道销售，其中按照药品生产标准，在无菌环境下采用吹灌封一体化技术生产的次抛原液产品等销售规模快速增长、品牌知名度迅速提高，并针对不同人群定位开发了多个子品牌，充分利用电商平台口碑传播效率高的特点，使报告期内来自电商平台的收入大幅增加。

各渠道销售的产品以功能性护肤品为主，各渠道销售的产品无显著差异，均为次抛原液、水乳膏霜、面膜及唇膏口红等。

3、线上线下销售模式与直销经销模式的对应情况及收入数据匹配情况

公司主营业务收入按照线上线下、直销经销的模式划分的情况如下：

单位：万元

销售模式	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
线下直销	15,242.01	61,391.73	42,609.75	36,662.68
线下经销	14,916.51	47,252.65	34,997.01	34,306.72
线上直销	3,772.47	11,145.32	3,181.51	1,554.23

线上经销	1,595.01	6,207.28	554.42	95.78
合计	35,526.00	125,996.98	81,342.70	72,619.42

（二）发行人的相关销售是否涉及会员或代理加盟模式，是否涉及传销模式，是否存在违法违规情形

发行人的线上销售不涉及代理加盟模式，不涉及传销模式，不存在违法违规情形。

公司不存在通过会员（发生过购买行为的客户）向更多用户销售产品的情况。公司的会员赠送积分为用户在线上平台前次消费额产生的积分，可以在下次消费时抵用。

（三）报告期内，线上产品收入集中度分布和单价变化情况，是否存在单个账户大额采购的情形

1、线上产品收入集中分布情况

(1) 润百颜

单位：万元

渠道名称	单笔交易金额								含税交易总额	
	TOP20		TOP100		TOP1000		TOP10000			
	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比
2016年度										
淘宝	49.15	4.27%	94.61	8.23%	269.44	23.43%	916.03	79.65%	1,150.09	100.00%
有赞	54.29	8.83%	105.08	17.09%	270.53	44.00%	581.99	94.66%	614.80	100.00%
2017年度										
有赞	17.48	1.47%	51.71	4.34%	246.92	20.71%	900.1	75.48%	1,192.50	100.00%
淘宝	12.33	1.34%	37.62	4.07%	181.76	19.68%	727.51	78.77%	923.53	100.00%
天猫	11.39	0.75%	39.02	2.58%	197.85	13.07%	921.77	60.90%	1,513.61	100.00%
蜜芽	0.27	79.41%	-	-	-	-	-	-	0.34	100.00%
京东 POP	3.09	2.16%	8.75	6.12%	-	-	-	-	142.96	100.00%
大 V	0.14	36.84%	-	-	-	-	-	-	0.38	100.00%
2018年度										
有赞	35.13	2.09%	91.35	5.44%	342.89	20.42%	1,191.49	70.94%	1,679.54	100.00%

淘宝	11.98	1.81%	36.96	5.57%	167.22	25.22%	583.39	87.97%	663.15	100.00%
天猫	14.86	0.16%	51.09	0.56%	280.47	3.08%	1,514.43	16.64%	9,099.03	100.00%
蜜芽	1.27	8.51%	4.73	31.71%	12.76	85.55%	-	-	14.92	100.00%
京东 POP	4.35	8.82%	12.44	25.21%			-	-	49.34	100.00%
大 V	0.86	1.52%	3.69	6.53%	29.79	52.70%	-	-	56.52	100.00%
小红书	5.55	1.64%	15.42	4.56%	77.3	22.85%	323.74	95.71%	338.25	100.00%
2019年 1-3月										
淘宝	3.84	13.59%	11.12	39.35%	26.11	92.40%	-	-	28.26	100.00%
天猫	36.9	1.17%	91.9	2.91%	271.31	8.60%	1,181.25	37.46%	3,153.43	100.00%
有赞	80.14	13.20%	237.36	39.09%	455.11	74.96%	607.14	100.00%	607.14	100.00%
蜜芽	0.98	13.24%	3.46	46.75%	-	-	-	-	7.40	100.00%
京东 POP	3.5	18.09%	8.08	41.77%	-	-	-	-	19.34	100.00%
大 V 店	0.65	22.46%	2.01	69.46%	-	-	-	-	2.89	100.00%
小红书	6.47	5.95%	15.83	14.56%	59.94	55.12%	-	-	108.74	100.00%

注：上述润百颜消费金额集中度统计列示中，占比=（交易前 X 笔合计金额/当年含税交易金额）*100%。。

(2) 肌活&颐宝

单位：万元

渠道名称	单笔交易金额								含税交易总额	
	TOP20		TOP100		TOP1000		TOP10000			
	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比
2018年度										
天猫	2.25	1.56%	7.55	5.22%	34.67	23.97%	135.12	93.43%	144.62	100.00%
有赞	2.05	8.67%	4.67	19.76%	14.69	62.15%	21.11	89.30%	23.64	100.00%
2019年1-3月										
天猫	1.88	0.80%	7.25	3.08%	48.80	15.32%	220.27	93.72%	235.02	100.00%
有赞	6.52	17.71%	12.69	34.46%	28.31	75.00%	-	-	36.82	100.00%

注：上述肌活&颐宝消费金额集中度统计列示中，占比=（交易前 X 笔合计金额/当年交易收入金额）*100%。

2、单价变化情况

公司开设的天猫平台定位于获取新用户，有赞平台的客户群体以粉丝、会员运营为主，定位不同将导致单笔交易价格存在一定差异。报告期各期，单笔交易价格的变动主要受公司各期主推产品结构的价格变动影响，同时因各平台促销力度的侧重也有所差异。

报告期内，公司不存在单个账户大额异常采购的情况。

（四）发行人线上业务的基本运营情况，包括但不限于：报告期历年发行人日均处理订单量、客单均价、推广方式和平均获客成本、付费用户数、浏览付费转化率，天猫商城等主要销售渠道报告期历年的最高单日销售金额和发生时间、相应类目的排名、重复下单率等，以及数据的来源，是否有效、完整

发行人线上销售分为公司自营店铺、平台自营店铺和授权分销商开设店铺，由于电商平台 B2C 模式下发行人直接对接各电商平台客户，除天猫、淘宝、有赞平台外，发行人不掌握其他电商平台终端消费者信息，无法获取相关指标的分层情况；各平台的交易及运营业务数据情况如下：

1、有赞平台的指标及定义

序号	数据名称	数据定义
----	------	------

1	日均处理订单量（个）	总的付款订单数/365天
2	客单均价（元）	报告期内全年销售额/全年成交订单总数
3	付费用户数（个）	店铺全年产生购买的用户数量
4	浏览付费转化率	实际成交的客户/统计时间段内的独立访客
5	平均获客成本（元）	主要推广方式为公众号流量推广，大号推广以及公众号增粉推广的花费金额/推广带来的用户数
6	最高单日销售金额（元）	统计时间段内单日最高销售额
7	最高单日销售金额发生时间	统计时间段内单日最高销售额发生时间
8	相应类目的排名（位）	店铺在各个平台护肤品类目排名
9	重复下单率	购买2次及以上的用户/总用户数量

注：1、数据来源为 CRM 系统、有赞平台后台；2、平均获客成本（元）、相应类目的排名（位）无法获得相关数据信息。

（1）润百颜有赞商城

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
1	日均处理订单量（个）	80	163	118	45
2	客单均价（元）	692	298	289	376
3	付费用户数（个）	6,096	21,360	17,417	8,562
4	浏览付费转化率	4.2%	3.4%	3.8%	4.7%
5	平均获客成本（元）	-	-	-	-
6	最高单日销售金额（元）	216,164	1,155,783	1,257,206	716,731
7	最高单日销售金额发生时间	2019/3/7	2018/11/11	2017/11/10	2016/11/11
8	相应类目的排名（位）	-	-	-	-
9	重复下单率	30.5%	19.1%	31.3%	23.4%

（2）肌活&颐宝有赞商城

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年7-12月
1	日均处理订单量（个）	116.67	137.16
2	客单均价（元）	43.06	25.60
3	付费用户数（个）	8,600	19,000
4	浏览付费转化率	15.7%	19.7%
5	平均获客成本	-	-

6	最高单日销售金额（元）	31,200	29,100
7	最高单日销售金额发生时间	2019/3/29	2018/12/10
8	相应类目的排名	-	-
9	重复下单率	21.71%	16.76%

注：1、平均获客成本无数据原因：有赞商城的推广形式主要依靠图文推送，以公众增粉、会员短信为主要流量来源，很少涉及其他付费推广，整体投入的规模也非常小；2、相应类目的排名无数据原因系有赞商城行业数据暂无法提供排名分析；3、肌活&颐宝有赞商城开设于2018年7月，故2018年7月前无相关运营信息。

2、淘宝、天猫平台的数据及定义

序号	数据名称	数据定义	数据来源
1	日均处理订单量（个）	总的付款订单数/365天	2017-2019年数据来源CRM系统
2	客单均价（元）	报告期内全年销售额/全年成交订单总数	2017-2019年数据来源CRM系统
3	付费用户数（个）	店铺全年产生购买的用户数量	2017-2019年数据来源CRM系统
4	浏览付费转化率	实际成交的客户/统计时间段内的独立访客	2017-2019年数据来源天猫平台
5	平均获客成本（元）	主要推广方式直通车、钻展、品销宝等付费推广工具，主要付费推广工具的花费金额/推广带来的用户数	2017-2019年数据来源天猫平台
6	最高单日销售金额（元）	统计时间段内单日最高销售额	2017-2019年数据来源CRM系统
7	最高单日销售金额发生时间	统计时间段内单日最高销售额发生时间	2017-2019年数据来源CRM系统
8	相应类目的排名（位）	店铺在各个平台护肤品类目排名	生意参谋（部分月份）
9	重复下单率	购买2次及以上的用户/总用户数量	2017-2019年数据来源CRM系统

注：数据来源为CRM系统、生意参谋。

（1）润百颜天猫

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年	2017年
1	日均处理订单量（个）	1,261	756	135
2	客单均价（元）	311	351	360
3	付费用户数（个）	77,549	179,342	26,879
4	浏览付费转化率	1.4%	3.8%	3.3%
5	平均获客成本（元）	1.9	2.3	3.2
6	最高单日销售金额（元）	4,984,343	27,109,004	4,205,836
7	最高单日销售金额发生时间	2019/3/1	2018/11/11	2017/11/11

8	相应类目的排名（位）	165	89	202
9	重复下单率	12.4%	21.9%	23.1%

注：润百颜天猫店铺开设于 2017 年 1 月，故 2017 年 1 月前无相关运营信息。

（2）肌活&颐宝天猫

序号	数据名称	2019 年 1-3 月	2018 年 9-12 月
1	日均处理订单量（个）	285.7	112.22
2	客单均价（元）	176.69	172.62
3	付费用户数（个）	6861	1391
4	浏览付费转化率	3.32%	2.5%
5	平均获客成本（元）	2.63	3.63
6	最高单日销售金额（元）	1,687,345.86	398,283.7
7	最高单日销售金额发生时间	2019/3/7	2018/10/27
8	相应类目的排名（位）	157	909
9	重复下单率	14.04%	23.60%

注：肌活&颐宝天猫店铺开设于 2018 年 9 月，故 2018 年 9 月前无相关运营信息。

（3）润百颜淘宝

序号	数据名称	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	日均处理订单量（个）	8	60	66	109
2	客单均价（元）	383	321	372	310
3	付费用户数（个）	695	13,759	12,688	23,595
4	浏览付费转化率	2.0%	2.9%	2.4%	3.2%
5	平均获客成本（元）	2.5	2.8	3.6	2.8
6	最高单日销售金额（元）	34,913	688,327	1,792,959	3,291,510
7	最高单日销售金额发生时间	2019/1/7	2018/11/11	2017/11/11	2016/11/11
8	相应类目的排名（位）	-	-	-	-
9	重复下单率	10.6%	24.0%	31.0%	25.2%

3、数据来源的有效、完整性

前述运营基本数据信息的主要来源，除各电商平台的后台数据外，还包括第三方 CRM 系统（客道、数据赢家等）、生意参谋等，该等系统系专门为电子商务店铺客户运营管理设计的管理系统，数据完整性和准确性具有可靠性。

(五) 报告期内历年，发行人主要各第三方销售平台的流量情况：包括但不限于访问量、页面浏览量、新增付费用户人数（说明对新客户的定义）、新增用户付费金额，整体和新增用户的平均访问时长、整体和新增用户的付费转化率、平均日活跃用户数、独立访问数；获客情况，包括报告期历年主要推广渠道，付费客户主要获取渠道和付费用户平均获取成本；第三方平台表现包括：报告期历年，各主要平台的平均客单价、新客户平均客单价，新老客户的重复购买次数，各主要平台的订单笔数、订单金额、订单买家数、浏览-下单转化率、浏览-支付买家转化率、退款率；市场竞争情况指标包括但不限于市场占有率、成交额排名等

1、有赞平台

序号	数据名称	数据定义
1	访问量（个）	即店铺 UV（独立访问 IP）
2	页面浏览量（次）	统计日期内，通过该渠道访问该商品的次数，一个人在统计时间内访问多次记为多次。
3	新增付费用户人数（个）	报告期内各年度第一次下单的客户（ID 用户数）去重数量，每个客户在所有报告期中 ID 只记录一次
4	新增用户付费金额（元）	报告期内各年度新用户总付款金额合计
5	整体用户的平均访问时长（秒）	报告期内各店铺各期全部购买用户平均访问时长
6	新增用户的平均访问时长（秒）	报告期内各店铺各期新增购买用户平均访问时长
7	整体用户的付费转化率	报告期内店铺付款用户/期间的店铺 UV
8	新增用户的付费转化率	报告期内各店铺各期新增用户/统计时间段内按 IP 去重的用户浏览用户数
9	平均日活跃用户数（个）	全年平均店铺访客数
10	独立访问数（个）	同访问量，即店铺 UV（独立访问 IP）
11	付费用户平均获取成本（元）	店铺搜索、推广、平台活动等，获取成本=推广费/付费推广成交的客户数
12	平均客单价（元）	报告期内店铺付款金额/成交客户数
13	新客户平均客单价（元）	报告期内店铺新客付款金额/成交新客户数
14	新客户的重复购买率	报告期内各期各店铺新增用户购买过 2 次及以上的用户/报告期内各期各店铺新增用户数
15	老客户的重复购买率	报告期内各期各店铺老用户购买过 2 次及以上的用户/报告期内各期各店铺

		老用户数
16	订单笔数（个）	报告期内各期各店铺成交订单总数
17	订单金额（含税，元）	报告期内各期各店铺成交订单总金额
18	订单买家数（个）	报告期内各期各店铺下单且付款买家总数
19	浏览-下单转化率	报告期内下单客户数/统计时间段内按IP去重的用户浏览用户数
20	浏览-支付买家转化率	报告期内支付客户数/统计时间段内按IP去重的用户浏览用户数
21	退款率	报告期内各店铺各期退款金额/订单总金额
22	市场占有率	-
23	成交额排名（位）	-

注：1、数据来源为CRM系统、有赞平台；2、新增用户的平均访问时长（秒）、付费用户平均获取成本（元）、市场占有率、成交额排名（位）无法获取相关数据信息。

（1）润百颜有赞商城

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
1	访问量（个）	143,966	625,005	462,179	182,968
2	页面浏览量（次）	724,339	3,125,025	2,310,895	914,840
3	新增付费用户人数（个）	1,432	17,731	15,798	8,010
4	新增用户付费金额（元）	1,869,654	10,630,094	8,813,670	4,098,425
5	整体用户的平均访问时长（秒）	107	-	-	-
6	新增用户的平均访问时长（秒）	-	-	-	-
7	整体用户的付费转化率	4.2%	3.4%	3.8%	4.7%
8	新增用户的付费转化率	2.8%	-	-	-
9	平均日活跃用户数（个）	1600	1,712	1,266	501
10	独立访问数（个）	143,966	625,005	462,179	182,968
11	付费用户平均获取成本（元）	-	-	-	-
12	平均客单价（元）	818	829	715	727
13	新客户平均客单价（元）	1,306	600	558	512
14	新客户的重复购买率	16.0%	19.1%	29.0%	20.7%
15	老客户的重复购买率	38.6%	60.6%	53.7%	62.5%
16	订单笔数（个）	7,205	59,405	43,034	16,538
17	订单金额（含税，元）	4,987,367	17,701,741	12,450,168	6,220,523

18	订单买家数（个）	6,096	21,360	17,417	8,562
19	浏览-下单转化率	5.1%	5.0%	4.6%	5.6%
20	浏览-支付买家转化率	4.2%	3.4%	3.8%	4.7%
21	退款率	0.9%	0.3%	0.7%	2.4%
22	市场占有率	-	-	-	-
23	成交额排名（位）	-	-	-	-

（2）肌活&颐宝有赞商城

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年7-12月
1	访问量（个）	53,400	138,600
2	页面浏览量（次）	445,400	1,313,800
3	新增付费用户人数（个）	7,900	19,000
4	新增用户付费金额（元）	181,800	646,500
5	整体用户的平均访问时长（秒）	150.2	-
6	新增用户的平均访问时长（秒）	-	-
7	整体用户的付费转化率	15.70%	19.72%
8	新增用户的付费转化率	31.45%	-
9	平均日活跃用户数（个）	1,268.84	711.19
10	独立访问数（个）	53,400	138,600
11	付费用户平均获取成本	-	-
12	平均客单价（元）	43.06	25.60
13	新客户平均客单价（元）	23.02	25.60
14	新客户的重复购买率	18.21%	16.76%
15	老客户的重复购买率	21.71%	16.76%
16	订单笔数（个）	10,500	25,100
17	订单金额（元）	384,300	646,500
18	订单买家数（个）	8,500	19,000
19	浏览-下单转化率	16.46%	21.52%
20	浏览-支付买家转化率	15.70%	19.72%
21	退款率	0.89%	0.81%
22	市场占有率	-	-
23	成交额排名	-	-

注：肌活&颐宝有赞商城开设于2018年7月，故2018年7月前无相关运营信息。

2、淘宝、天猫平台

序号	数据名称	数据定义
1	访问量（个）	即店铺 UV（独立访问 IP）
2	页面浏览量（个）	统计日期内，通过该渠道访问该商品的次数，一个人在统计时间内访问多次记为多次。
3	新增付费用户人数（个）	报告期内各年度第一次下单的客户（ID 用户数）去重数量，每个客户在所有报告期中 ID 只记录一次
4	新增用户付费金额（元）	报告期内各年度新用户总付款金额合计
5	整体用户的平均访问时长（秒）	报告期内各店铺各期全部购买用户平均访问时长
6	新增用户的平均访问时长（秒）	报告期内各店铺各期新增购买用户平均访问时长
7	整体用户的付费转化率	报告期内店铺付款用户/期间的店铺 UV
8	新增用户的付费转化率	报告期内各店铺各期新增用户/统计时间段内按 IP 去重的用户浏览用户数
9	平均日活跃用户数（个）	全年平均店铺访客数
10	独立访问数（个）	同访问量，即店铺 UV（独立访问 IP）
12	付费用户平均获取成本（元）	店铺搜索、推广、平台活动等，获取成本=推广费/付费推广成交的客户数
13	平均客单价（元）	报告期内店铺付款金额/成交客户数
14	新客户平均客单价（元）	报告期内店铺新客户付款金额/成交新客户数
15	新客户的重复购买率	报告期内各期各店铺新增用户购买过 2 次及以上的用户/报告期内各期各店铺新增用户数
16	老客户的重复购买率	报告期内各期各店铺老用户购买过 2 次及以上的用户/报告期内各期各店铺老用户数
17	订单笔数（个）	报告期内各期各店铺成交订单总数
18	订单金额（含税，元）	报告期内各期各店铺成交订单总金额
19	订单买家数（个）	报告期内各期各店铺下单且付款买家总数
20	浏览-下单转化率	报告期内下单客户数/统计时间段内按 IP 去重的用户浏览用户数
21	浏览-支付买家转化率	报告期内支付客户数/统计时间段内按 IP 去重的用户浏览用户数
22	退款率	报告期内各店铺各期退款金额/订单总金额
23	市场占有率	-
24	成交额排名（位）	美容护肤品单月排名。

注：1、数据来源为 CRM 系统、生意参谋；2、新增用户的付费转化率、市场占有率无法获取相关数据信息。

（1）润百颜天猫

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年	2017年
1	访问量（个）	5,602,227	4,659,250	810,994
2	页面浏览量（个）	19,225,572	15,989,489	2,783,147
3	新增付费用户人数（个）	65,496	172,633	26,879
4	新增用户付费金额（元）	27,378,112	89,253,571	16,308,544
5	整体用户的平均访问时长（秒）	16	20	18
6	新增用户的平均访问时长（秒）	-	-	-
7	整体用户的付费转化率	1.4%	3.8%	3.3%
8	新增用户的付费转化率	1.2%	2.9%	2.5%
9	平均日活跃用户数（个）	62,247	12,765	2,222
10	独立访问数（个）	5,602,227	4,659,250	810,994
12	付费用户平均获取成本（元）	1.9	2.3	3.2
13	平均客单价（元）	455	540	607
14	新客户平均客单价（元）	418	517	607
15	新客户的重复购买率	10.9%	21.1%	26.3%
16	老客户的重复购买率	20.5%	41.4%	0.0%
17	订单笔数（个）	113,477	275,818	45,327
18	订单金额（含税，元）	35,284,873	96,883,066	16,308,544
19	订单买家数（个）	77,549	179,342	26,879
20	浏览-下单转化率	1.1%	5.0%	3.7%
21	浏览-支付买家转化率	1.4%	3.8%	3.3%
22	退款率	7.4%	2.8%	3.4%
23	市场占有率	-	-	-
24	成交额排名（位）	165	89	202

注：润百颜天猫店铺开设于2017年1月，故2017年1月前无相关运营信息。

（2）肌活&颐宝天猫

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年9-12月
1	访问量（个）	298,964	223,133
2	页面浏览量（个）	3,169,455	1,644,333
3	新增付费用户人数（个）	6,861	1,391
4	新增用户付费金额（元）	544,313	202,214
5	整体用户的平均访问时长（秒）	19.12	28.78
6	新增用户的平均访问时长（秒）	-	-

7	整体用户的付费转化率	3.32%	2.5%
8	新增用户的付费转化率	6.2%	3.5%
9	平均日活跃用户数（个）	3,321	1,907
10	独立访问数（个）	298,964	223,133
12	付费用户平均获取成本（元）	2.63	3.63
13	平均客单价（元）	176.69	172.62
14	新客户平均客单价（元）	172	172.62
15	新客户的重复购买率	13.87%	23.6%
16	老客户的重复购买率	22.16%	-
17	订单笔数（个）	25,713	13,691
18	订单金额（含税，元）	4,681,736	1,901,120
19	订单买家数（个）	24,828	10,187
20	浏览-下单转化率	8.3%	4.57%
21	浏览-支付买家转化率	7.06%	4.24%
22	退款率	14.13%	5.14%
23	市场占有率	-	-
24	成交额排名（位）	157	909

注：肌活&颐宝天猫店铺开设于2018年9月，故2018年9月前无相关运营信息。

（3）润百颜淘宝

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
1	访问量（个）	34,023	471,037	523,412	727,372
2	页面浏览量（个）	225,684	3,626,985	3,663,884	5,091,604
3	新增付费用户人数（个）	435	11,879	9,758	22,889
4	新增用户付费金额（元）	134,295	4,950,405	5,591,584	10,778,410
5	整体用户的平均访问时长（秒）	13	16	15	14
6	新增用户的平均访问时长（秒）	-	-	-	-
7	整体用户的付费转化率	2.0%	2.9%	2.4%	3.2%
8	新增用户的付费转化率	1.3%	2.6%	2.1%	2.9%
9	平均日活跃用户数（个）	378	1,291	1,434	1,993
10	独立访问数（个）	34,023	471,037	523,412	727,372
12	付费用户平均获取成本（元）	2.5	2.8	3.6	2.8

13	平均客单价（元）	385	513	705	521
14	新客户平均客单价（元）	309	417	573	471
15	新客户的重复购买率	8.5%	20.9%	26.7%	23.9%
16	老客户的重复购买率	14.2%	43.8%	45.3%	66.1%
17	订单笔数（个）	698	21,964	24,027	39,694
18	订单金额（含税，元）	267,667	7,057,360	8,946,785	12,289,287
19	订单买家数（个）	695	13,759	12,688	23,595
20	浏览-下单转化率	2.2%	3.3%	2.7%	3.5%
21	浏览-支付买家转化率	2.0%	2.9%	2.4%	3.2%
22	退款率	4.4%	3.9%	2.4%	1.5%
23	市场占有率	-	-	-	-
24	成交额排名（位）	-	-	-	-

（六）报告期内，主要第三方平台的买家评价数、买家评价率及非默认评价率、买家评论上传图片数、差评率、投诉（申诉）数、纠纷退款率

1、有赞平台

序号	数据名称	数据定义
1	买家评价数（个）	报告期内各期各店铺评价总数量
2	买家评价率	报告期内各期各店铺评价总数量/报告期内各店铺各期店铺订单总数
3	非默认评价率	报告期内各期各店铺非默认评价总数/报告期内各期各店评价总数
4	买家评论上传图片数（张）	报告期内各期各店铺用户上传图片评论数
5	差评率	报告期内各期各店铺差评数量/报告期内各期各店评价总数
6	投诉（申诉）数（个）	报告期内各期各店铺投诉（申诉）到平台的订单数量
7	纠纷退款率	报告期内各期各店铺投诉（申诉）到平台的订单数量/报告期内各期各店铺订单总数

数据来源：有赞店铺后台，有赞平台不涉及默认评价，所以所有评价都为主动评价。差评数统计方式为 5 星以下（不包括 5 星）。店铺后台如没有专门统计图片数量，则根据随机取样估计。

（1）润百颜有赞商城

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年	2017年	2016年
1	买家评价数（个）	119	480	574	466
2	买家评价率	1.7%	0.8%	1.3%	2.8%

3	非默认评价率	1.7%	0.8%	1.3%	2.8%
4	买家评论上传图片数（张）	15	50	45	38
5	差评率	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%
6	投诉（申诉）数（个）	0	0	0	0
7	纠纷退款率	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

(2) 肌活&颐宝有赞商城

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年7-12月
1	买家评价数（个）	76	112
2	买家评价率	0.70%	0.30%
3	非默认评价率	0.70%	0.30%
4	买家评论上传图片数（张）	9	45
5	差评率	5.36%	2.63%
6	投诉（申诉）数	0	0
7	纠纷退款率	0%	0%

2、淘宝、天猫平台

序号	数据名称	数据定义
1	买家评价数（个）	报告期内各期各店铺评价总数量
2	买家评价率	报告期内各期各店铺评价总数量/报告期内各店铺各期店铺订单总数
3	非默认评价率	报告期内各期各店铺非默认评价总数/报告期内各期各店评价总数
4	买家评论上传图片数（张）	报告期内各期各店铺用户上传图片评论数
5	差评率	报告期内各期各店铺差评数量/报告期内各期各店评价总数
6	投诉（申诉）数（个）	报告期内各期各店铺投诉（申诉）到平台的订单数量
7	纠纷退款率	报告期内各期各店铺投诉（申诉）到平台的订单数量/报告期内各期各店铺订单总数

注：数据来源为CRM系统、生意参谋。

(1) 润百颜天猫

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年度	2017年度
1	买家评价数（个）	26,095	75,392	16,315
2	买家评价率	100%	100%	100%
3	非默认评价率	40%	42%	44%

4	买家评论上传图片数（张）	3,404	9,835	2,128
5	差评率	0%	0%	0%
6	投诉（申诉）数（个）	9	8	9
7	纠纷退款率	0.00%	0.00%	0.03%

(2) 肌活&颐宝天猫

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年9-12月
1	买家评价数（个）	5,840	3,643
2	买家评价率	100%	100%
3	非默认评价率	12.4%	16.1%
4	买家评论上传图片数（张）	643	880
5	差评率	3.25%	3.5%
6	投诉（申诉）数（个）	7	0
7	纠纷退款率	0.0%	0.0%

(3) 润百颜淘宝

序号	数据名称	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
1	买家评价数（个）	1,636	21,274	22,065	36,453
2	买家评价率	100%	100%	100%	100%
3	非默认评价率	87%	81%	78%	80%
4	买家评论上传图片数（张）	52	654	678	1,120
5	差评率	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%
6	投诉（申诉）数（个）	0	3	1	2
7	纠纷退款率	0.00%	0.02%	0.01%	0.01%

(七) 发行人与第三方平台的合作模式和分成比例等情况

平台	收益分成方式
天猫平台	代扣返点积分：0.5% 天猫佣金：4% 花呗支付服务费：0.8% 花呗分期服务费：1.8% 聚划算佣金：3%；淘抢购实时划扣技术服务费：3% 村淘服务：11% 如意投：2%；信用卡支付服务费：0.8% 其他促销服务费
淘宝平台	无交易佣金 花呗支付服务费：1%

平台	收益分成方式
	花呗分期服务费：1.8% 信用卡支付服务费：0.8% 其他促销服务费
京东平台	平台使用费：毛利保证率：6% 京东白条服务费：按照产品价格一定比率计算收取，具体费率平台适时调整； 毛利保护率：18%、0.5%平台服务费、其他促销服务费

合作模式：公司通过淘宝、天猫、有赞等互联网电商平台直接销售商品，消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发出商品，消费者收到货物后，公司在收到货款时确认收入。

（八）如何对存放于第三方的资金进行管理、对账，以防范资金损失、挪用等

与公司存在业务关系的第三方支付平台包括支付宝、财付通、京东钱包和网银在线，公司在第三方支付平台的收款账户均以公司名义开立，相关收付行为符合公司内部资金管理规定。相关款项收付与公司账户对应，具有唯一性。

与公司有业务合作关系的第三方支付平台支付宝、财付通、京东钱包、网银在线均取得《支付业务许可证》等相关资质。公司在上述第三方支付平台的收款账户均以公司唯一名义开立，相关收付行为均依据公司的内部资金管理规定执行，且相关款项收付与公司账户对应关系具有唯一性，款项定期转入公司银行对公账户。公司对存放于第三方平台支付宝、财付通、京东钱包和网银在线的资金，平均每周提现一次至对公银行账户，每月末财务部门根据第三方平台的对账单核对收入、支出、期末余额，与账面日记账余额核对。

公司通过第三方支付平台的资金收付行为合法合规，不存在坐支现金、挪用、资金损失等情形，公司资金管理内控制度设计合理并能得到有效执行，能够保证资金的安全性。

（九）与电商模式销售的同类产品，其线下销售的具体模式，并说明是否存在线下体验店，若存在请说明线下体验店的名称、面积、员工数量、销售收入的金额、同类产品与线上模式下定价策略的差异，线下店购买客户的数量、平均消费金额

发行人与电商模式销售的同类产品，其线下销售的主要对象包括经销商以及医疗美容、生活美容等机构。

报告期内，与电商模式销售的同类产品主要为功能性护肤品，公司不存在线下体验店模式，公司不存在线下零售模式。

（十）中介机构的核查过程及核查意见

1、保荐机构和申报会计师的核查程序及核查意见

保荐机构及申报会计师通过以下方式，对发行人的线上销售业务进行了核查：

（1）了解及评价发行人与电商销售业务的收入确认有关的内部控制，并进行关键内部控制测试；

（2）登录相关电商平台，核查相关发行人是否在相关电商平台存在相关账户及网店；

（3）结合平台合作合同、对电商业务负责人进行访谈，了解电商行业惯例及与同行业可比公司对比，确认发行人关于线上销售收入确认政策的合理性；

（4）获取发行人报告期内各期分销售模式、店铺、客户或电商平台的销售收入台账，分析不同销售模式、不同客户于报告期各期的销售收入波动原因，评估合理性；

（5）对电商平台执行函证程序，根据线上销售模式的不同，对大额线上销售收入进行函证，2019年1-3月、2018年度、2017年度及2016年度发函金额占各期线上渠道收入比例分别为83.21%、79.59%，90.88%和93.54%，回函金额占各期线上渠道收入比例分别为70.04%、76.32%，90.88%和93.54%；

（6）执行走访程序，对与发行人线上销售相关主要电商平台进行了走访，包括京东商城、天猫、小红书、有赞等；

（7）对部分个人客户进行电话访谈；

（8）将发行人财务关于线上销售相关数据、与业务系统相关线上销售数据、电商平台后台相关数据进行比对；

(9) 抽样检查与收入确认相关的支持性文件，包括与各电商平台签订的合同、物流单、定期结算单和线上收款记录等；

(10) 对销售收入执行截止测试；

(11) 对期后退货情况实施检查，确认是否存在改变或撤销销售订单的情况，以及是否存在退款的情况；检查期后一定时间的总账和明细账，确认是否存在销售收入冲回或大额销售退回的情况；

(12) 取得公司各开户行银行流水，检查是否存在通过公司对公账户直接对支付宝等客户转账情况，核查资金支出的业务实质，是否存在无业务实质的资金收付；

(13) 获取发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员等（以下简称“董监高”）的银行卡清单信息及对应银行卡的流水，结合对上述流水的检查分析是否存在“刷单”情形；

(14) 获取并审阅计算机信息系统审计师出具的发行人线上销售的收入真实性专项核查报告，并与计算机信息系统审计师进行了沟通。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

(1) 发行人线上渠道主要销售功能性护肤品，存在极少量原料业务通过线上渠道销售；

(2) 公司功能性护肤品业务不存在会员制、加盟模式、传销、线下零售店、线下体验店等业务模式，不存在违法违规情形；

(3) 发行人与电商平台的业务合作及第三方支付业务，合法合规，并具有良好的内部控制制度，能够保证公司的规范运作及资金安全；

(4) 发行人线上销售平台的订单数据如每月消费情况、消费金额分布、消费时间分布、消费集中度分布、同一秒下单情况等，异常增长、异常波动情况主要与公司开店、渠道活动等促销手段相关，具有合理的背景；

(5) 发行人线上销售收入真实，不存在刷单等情形；发行人的线上终端客户过于分散，通过虚增终端用户进而虚增收入的可能性极低；发行人的业务管理系统如网店管家、旺店通等和天猫、淘宝、京东、有赞等第三方平台数据记

录比对，可以有效防范数据篡改风险，能够保证信息系统用户及业务数据的真实性、准确性和有效性。

2、计算机信息系统审计师的核查方法和核查意见

计算机信息系统审计师的核查方法如下：

计算机信息系统审计师对发行人进行了计算机辅助审计测试，审计目标是评价发行人自身使用及业务所依赖的信息系统是否可以合理保证发行人业务数据和财务数据的真实性（含可篡改性）、及时性、准确性及有效性。

计算机信息系统审计师首先对发行人涉及信息系统的业务进行完整的流程梳理、并形成全业务流程图；在此基础上逐一识别出风险点（即：可能进行数据篡改的环节）并在流程图中进行标识；之后针对所识别的风险点进行点对点的风险应对分析与判断。最后，针对重大与重要风险点及其应对进行了测试与专项核查。计算机辅助审计方法是基于合理的计算机辅助审计程序来获取审计证据。计算机辅助审计执行了关键用户访谈、资料审阅、系统测试、程序代码审查、接口验证、穿行测试以及抽样数据核对等专项核查方法。

计算机信息系统审计师的核查结论如下：

通过对发行人进行计算机辅助审计测试，共抽取了 1.5G 数据，其偏差率 0.27%。偏差原因均已确认且具有合理解释。在计算机辅助审计中发现：发行人的业务管理系统可以有效防范数据篡改风险，能够保证信息系统用户及业务数据的真实性、准确性和有效性。由于发行人的终端用户过于分散，终端用户的身份验证情况难度较高，通过虚增终端用户进而虚增收入的可能性极低。

通过执行关键业务数据统计、用户情况分析、用户地域分布分析、用户重复购买情况分析、高消费用户分析及用户收货情况分析等六项测试，未发现发行人出现收入错误、恶意刷单等虚构收入数据的情况。

通过执行各在线销售平台订单数据核查统计，针对平台每月消费情况、消费金额分布、消费时间分布、消费集中度分布、同一秒下单情况，未发现收入数据存在重大偏差、虚构虚增收入数据的情况。

问题 14

关于经销商销售模式发行人的医用产品以经销商为主。请发行人：（1）补充披露发行人的皮肤类和骨科产品是否需要厂家指导、培训后可以使用，是否需要医生持证上岗，报告期内使用发行人产品的医生是否均持证上岗；（2）结合发行人医用产品的民营和公立医院占比，补充披露经销商如何对相关医生开展指导和培训，是否需要发行人参与，如是发行人相关模式和具体费用情况，以及在与医生建立联系的情况下，使用经销商的原因。请发行人：（1）如由经销商对医生展开培训，说明相关医用产品，特别是透明质酸钠凝胶毛利率较高的原因；（2）说明前10名经销商对应的主要医院情况；说明发行人主要皮肤类各主要产品和骨科类产品对应的主要医院情况，发行人对经销商相关价格之间的差异；（3）说明报告期内发行人的医用产品是否存在质量纠纷，是否存在退货情形；（4）说明报告期内发行人主要医院的稳定性，结合玻尿酸的客户对产品质量要求较高的情况，说明在曾经出现纠纷的医院，相应医院及经销商对发行人的后续销售情况。请保荐机构、律师核查并发表意见。

回复：

（一）补充披露发行人的皮肤类和骨科产品是否需要厂家指导、培训后可以使用，是否需要医生持证上岗，报告期内使用发行人产品的医生是否均持证上岗

发行人皮肤类产品包括Ⅲ类医疗器械和Ⅰ类医疗器械，其中Ⅲ类医疗器械产品注射用透明质酸钠凝胶需要厂家指导、培训后方可使用；Ⅲ类医疗器械产品仅限于在国家正式批准的医疗机构中，由具有相关专业医师资格的人员，严格按照产品使用说明书的要求进行使用。Ⅰ类医疗器械产品的风险较低，使用简便，产品使用无需厂家进行指导、培训；Ⅰ类医疗器械产品对使用者无资质要求。

骨科产品成熟度较高，并在医院渠道使用。医院及医生对于用药注射操作流程培训体系较为完善，相关医生对注射操作的掌握程度较高，产品操作和使用通常大多无需厂家专程指导、培训；发行人骨科产品需要具有相关专业医师资格的医生进行使用。

报告期内，发行人医疗终端产品最终主要销往国家正式批准、具有相应资质的医疗机构，由各地卫生行政部门、卫生主管部门对医疗机构履行监督管理职责，以确保相关从业医生具备相关医生资质并持证上岗。

以上内容发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/一、公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成的销售模式/（二）公司主要经营模式/3、销售模式/（2）终端医疗产品”进行了补充披露。

（二）结合发行人医用产品的民营和公立医院占比，补充披露经销商如何对相关医生开展指导和培训，是否需要发行人参与，如是发行人相关模式和具体费用情况，以及在与医生建立联系的情况下，使用经销商的原因

发行人皮肤类医疗产品直接销售至公立医院的情况较少，并主要销往民营医院、门诊部/诊所，2018年度公司皮肤类产品在直接销售模式下，在民营医院、门诊部/诊所、公立医院的销售占比分别为60.92%、37.84%和1.24%。在经销模式下，通常由发行人和经销商共同完成对相关医生的指导和培训工作，其中经销商首先与相关医疗机构、医生建立联系，并主要负责组织工作；发行人负责具体培训工作。

发行人对皮肤类医疗产品相关医生的培训模式主要包括：（1）发行人专业销售人员培训产品知识；（2）发行人医学部专业人士进行适应症内的产品使用专业指导；（3）发行人聘请行业专家，并组织区域性/全国性的医学专业知识教育和培训。

公司骨科类产品直接向医院销售的金额较小，主要通过配送商及推广经销商对医院销售，2018年公立医院、民营医院的销售收入比例分别为61.53%、38.47%。对于公立医院，公司按照“两票制”的要求，采用配送商模式进行销售，主要由公司组织相关人员自行向相关医生介绍产品特点；对于民营医院，公司骨科类产品主要由推广经销商进行销售，并主要由经销商通过举办学术会议、论坛等方式，向相关医生介绍产品的特点及竞争优势。

报告期内，公司医疗终端产品相关的培训推广费用逐步增加，累计投入约1,400.00万元。培训推广费用支出类型主要包括人员差旅费、场地租赁费用、会议费用、培训资料制作费用等。

以上内容发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/一、公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成的销售模式/（二）公司主要经营模式/4、培训推广模式”进行了补充披露。

（三）如由经销商对医生展开培训，说明相关医用产品，特别是透明质酸钠凝胶毛利率较高的原因

发行人皮肤类医疗产品，在经销模式下，主要由发行人对相关医疗机构及医生进行培训，并由当地经销商协助。皮肤类医疗产品中，行业内同行业公司的透明质酸钠凝胶产品毛利率均较高，公司与同行业公司的业务模式及毛利率相比不存在显著差异，行业毛利率较高与产品技术含量、产品周期有关，具有合理性。

发行人骨科类产品，经销模式下主要由经销商开展产品推广介绍；配送商模式下，主要由公司开展产品推广活动。因此发行人骨科类产品在配送商模式下的毛利率水平高于经销模式下的毛利率水平，具有合理性。

（四）说明前 10 名经销商对应的主要医院情况；说明发行人主要皮肤类各主要产品和骨科类产品对应的主要医院情况，发行人对经销商相关价格之间的差异

1、报告期前 10 名经销商对应的主要医院情况

报告期内，公司医疗终端产品的各期前 10 名经销商对应的主要医院情况如下：

序号	经销商名称	对应的主要医院
1	九州通集团	张家港唯恩医疗美容医院有限公司、上海美立方医疗美容医院、上海玫瑰医疗美容医院、上海仁爱医院
2	上海康汝医疗器械有限公司	美莱医疗美容集团、贵阳华美整形美容医院
3	江苏洵都医疗器械有限公司	苏州美贝尔美容医院有限公司、南京华韩奇致美容医院有限公司
4	上海雨施医疗科技股份有限公司	广州名韩医疗美容医院有限公司、上海美立方医疗美容医院有限公司
5	北京尚诚怡美生物科技股份有限公司/北京康胜嘉信商贸有限公司	郑州都市风韵整形医院、唐山金荣医院、河南整形美容医院、哈尔滨瑞丽整形医院
6	云南檀雅商贸有限公司	昆明韩辰医疗美容医院有限公司、昆明市一院星耀医院有

	司	限公司
7	BeautyMed	通过经销商模式覆盖境外终端市场，下游主要客户是境外诊所，医院等
8	成都禾创医疗器械有限公司	四川悦好医学美容医院管理有限公司、四川军大医学研究所（普通合伙）附属医院
9	上海仁福医疗器械有限公司	上海禾新医院有限公司、民航上海医院、上海喜美医疗美容医院、上海韩镜医疗美容医院有限公司、上海茸城医院、上海诺诗雅医疗美容医院有限公司
10	杭州蒙悦纳医疗科技有限公司	杭州甄美医疗美容医院有限公司、温州和平整形医院
11	河北华健天诚医药有限公司	河北医科大学附属第三医院、河北大学附属医院、张家口宣化市医院、迁西康力医院、泊头市人民医院、邢台巨鹿县医院、河间市人民医院、定州市二院、满城县医院、武强德仁医院
12	上药控股四川生物制品有限公司	成都大华医学美容医院股份有限公司、四川汉密尔顿美容医院有限公司、四川米兰柏羽医学美容医院有限公司、江油茗汇整形美容医院有限公司
13	赫颜辰信息咨询（北京）有限公司	北京丽都医疗美容医院有限公司、北京明德医院有限公司、北京华韩医疗美容医院有限公司
14	河南景安医疗器械有限公司	河南整形美容医院有限公司、郑州东方整形美容医院、郑州新生医院有限公司
15	北京瑞康方际医疗器械有限公司	北京凯润婷医疗美容医院有限公司、吉林铭医整形美容医院有限公司、哈尔滨雅美整形医疗美容医院有限公司、锦州斯美诺医疗美容整形医院、鞍山齐敏美容医院

2、发行人前述主要经销商销售医疗终端产品对应的主要医院情况

主要产品	对应的主要医院
骨科注射液	河北医科大学附属第三医院、河北大学附属医院、张家口宣化市医院、迁西康力医院、泊头市人民医院、邢台巨鹿县医院、河间市人民医院、定州市二院、满城县医院、武强德仁医院
医用皮肤保护剂	成都大华医学美容医院股份有限公司、四川米兰柏羽医学美容医院有限公司、四川汉密尔顿美容医院有限公司、北京亚辰医疗美容医院有限公司、北京世济医疗美容医院有限公司
注射用透明质酸钠凝胶	郑州都市风韵整形医院、河南整形美容医院有限公司、杭州瑞丽医疗美容医院有限公司、唐山金荣医院、郑州东方整形美容医院

3、发行人对经销商相关价格之间的差异

对于皮肤类医疗产品，发行人根据经销商的销售规模、覆盖地域情况，对经销商设置不同的销售价格。

对于骨科产品，发行人对公立医院的销售采取配送商模式，对各配送商的销售价格依据所在地区的中标价格确定；发行人对于民营医院的销售主要采取经销模式，并根据经销商的销售规模、覆盖地域情况设置不同的销售价格。

（五）说明报告期内发行人的医用产品是否存在质量纠纷，是否存在退货情形

报告期内，发行人基于完善的质量管理体系组织生产工作，产品指标符合各项质量标准的规定，发行人医用产品不存在质量纠纷。

报告期内，发行人医用产品存在合理原因导致的退货，金额较小，具体如下：

单位：万元

项目	2019年1-3月	2018年度	2017年度	2016年度
医疗终端产品退货金额	19.08	50.56	17.47	93.92
医疗终端产品收入	8,882.91	31,270.31	19,683.95	19,147.32
占比	0.21%	0.16%	0.09%	0.49%

公司报告期内退货金额较小，占当期医疗终端产品收入的比例较低，退货主要原因系运输过程中外包装或内包装破损，客户要求退换货导致；少量情形为少数经销商与公司不再合作，经公司同意，公司收回其未实现销售的存货。

（六）说明报告期内发行人主要医院的稳定性，结合玻尿酸的客户对产品质量要求较高的情况，说明在曾经出现纠纷的医院，相应医院及经销商对发行人的后续销售情况

报告期内，发行人医疗终端产品面对的前10名相关医院情况详见本回复报告之问题12之“（十）说明医疗终端产品面对的医疗终端类别（医院、美容院等）和前10名相关医院”。

报告期内，公司皮肤类医疗产品的前10名相关医院中，成都暄妍医学美容医院有限公司、艺星医疗美容集团股份有限公司、北京伊美尔医疗科技集团股份有限公司、芭丽芙集团、重庆军美医疗美容医院有限公司、壹加壹医疗美容连锁医院管理股份有限公司、西婵医疗美容集团、成都军大医院有限公司、南京韩

辰医院有限公司等医院与公司在报告期内均保持合作，发行人合作的主要医院具有较高的稳定性。

发行人医疗终端产品中，注射用修饰透明质酸钠凝胶产品需要对面部进行注射、骨科注射液产品需要对骨关节进行注射，因而对产品质量具备较高的要求。报告期内，发行人基于完善的质量管理体系组织生产工作，产品指标符合各项质量标准的规定，发行人与医用产品下游经销商、医疗机构之间未出现因产品质量问题引发的医疗事故、纠纷或诉讼，不存在因产品质量问题影响销售合作的情况。

(七) 保荐机构、发行人律师核查意见

1、核查方式及核查手段

(1) 访谈公司各类医疗终端产品业务负责人，取得各类医疗终端产品的说明书、注册批件，了解使用各类医疗终端产品的操作培训要求及人员资质要求；

(2) 访谈公司产品培训相关负责人，了解公司对相关医生的指导培训情况，了解经销商进行产品推广培训的情况；

(3) 查阅公司溯源管理平台及业务人员的跟踪资料，取得公司部分经销商对应的主要医院情况，取得公司各类产品对应的主要医院情况；

(4) 访谈公司各类医疗终端产品业务负责人，了解发行人对经销商销售价格的差异情况及原因；

(5) 走访山东省卫生健康委员会，访谈发行人是否存在产品质量问题及医疗事故情况，并取得其出具的发行人报告期内不存在因产品质量问题而导致的医疗事故的证明文件；

(6) 走访山东省食药监局，了解报告期内公司是否存在产品质量问题而导致的纠纷或处罚；走访济南市食药监局，了解报告期内公司是否存在产品质量问题而导致的纠纷或处罚，并取得其出具的相关证明；

(7) 取得发行人医疗终端产品销售的医院情况，核查发行人主要医院的稳定性情况；

(8) 网络搜索，了解是否存在因发行人产品质量问题而导致的医疗事故、医疗纠纷信息。

2、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

(1) 发行人已充分披露医疗终端产品业务对相关医生的指导、培训，以及发行人医疗产品的销售渠道及用户的资质要求，对医生持证上岗的要求；

(2) 发行人皮肤类医疗产品通常需要自行参与产品培训及推广，产品销售及推广模式、毛利率与行业内公司不存在显著差异，具有合理性；

(3) 发行人分别采取配送商模式和经销模式销售骨科产品，并分别由发行人和经销商主要开展产品推广活动，不同销售模式下毛利率及推广投入存在差异；

(4) 发行人基于合理的商业逻辑，对各产品经销商设置合理的销售价格，经销商采购价格存在差异具有合理性；

(5) 报告期内，发行人医疗终端产品不存在质量纠纷；发行人存在因合理原因而导致的退货情形；

(6) 报告期内，发行人合作的主要医院具有较高的稳定性；发行人与医用产品下游经销商、医疗机构之间未出现因产品质量问题引发医疗事故、纠纷或诉讼，不存在因产品质量问题影响销售合作的情况。

问题 15

其他需要说明的问题：(1) 发行人曾为外商投资企业，后转为内资企业。请发行人说明上述事项对税收缴纳的影响，是否存在需补缴税收优惠的情形。请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。(2) 请发行人补充说明结构性存款、理财产品协议内容、存续期、本金收益约定、对公司的财务影响，结构性存款、理财产品（银行理财、货币基金等）资金流向、是否构成关联方资金占用。(3) 招股说明书披露部分原材料采购情况，且酵母粉等采购金额下降，与营业成本、购买商品、接受劳务支付的现金存在一定差异。请发行人按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第41号——科创板公司招股说明

书》相关规定补充披露上述信息，并说明采购、营业成本与现金流量相关科目的匹配关系。请保荐机构、申报会计师核查上述事项（1）、（2）、（3），并发表意见。（4）根据首轮问题回复，发行人及其子公司于2018年6-9月分别收购境内公司山东海御、华熙医疗器械、北京海御的100%股权，境外公司 Revitacare 100%股权、Medybloom 50%股权以及香港勤信相关资产及业务，实施了同一控制下的内部重组。请保荐机构、发行人律师就上述收购事项是否符合交易当时法律、法规的相关规定以及交易当时公司的相关制度的要求，是否存在损害公司及其他非关联方的利益，是否存在损害中小股东利益的情形等进行核查并发表明确意见。（5）根据招股说明书和首轮问询回复，2017年赵燕通过全资持股的香港公司Grand Full对开曼华熙进行要约收购退市，收购资金为中信银行（国际）35亿港元私有化贷款授信协议项下31.29亿元港币借款，截至2019年3月18日，私有化交易借款的本息均已清偿完毕。请发行人说明私有化交易借款清偿的还款方式和还款资金来源。（6）根据首轮问询回复，发行人独立董事肖星、臧恒昌、曹富国在高校任职。请发行人说明上述独立董事任职是否符合高校党员领导干部兼职管理的相关规定。（7）发行人股东金晟硕宏未取得私募基金备案。请发行人说明最新进展情况，预计取得私募基金备案的时间。（8）发行人曾在境外上市，后拆除相关架构，反馈意见显示发行人履行了相关税收缴纳义务。请发行人说明，发行人实际控制人在相关架构搭建、拆除、及公司注销清理、股份变化过程中，是否履行了税收缴纳义务，是否存在欠税情形，是否存在重大违法违规。（9）请发行人补充说明私有化回国上市的原因，选择发行人作为上市主体的原因。请保荐机构、发行人律师核查上述事项（5）、（6）、（7）、（8）、（9）并发表意见。

回复：

（一）发行人曾为外商投资企业，后转为内资企业。请发行人说明上述事项对税收缴纳的影响，是否存在需补缴税收优惠的情形。

1、外商投资企业享受的税收优惠政策

《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》（主席令第四十五号，1991年7月1日生效、2008年1月1日废止）第八条规定“对生产性外商投资企业，经营期在十年以上的，从开始获利的年度起，第一年和第二年免征

企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税，但是属于石油、天然气、稀有金属、贵重金属等资源开采项目的，由国务院另行规定。外商投资企业实际经营期不满十年的，应当补缴已免征、减征的企业所得税税款”。

根据《国家税务总局关于外国投资者出资比例低于 25%的外商投资企业税务处理问题的通知》（国税函[2003]422 号），外资低于 25%企业适用税制一律按照内资企业处理，不得享受外商投资企业税收待遇。

2、发行人及其子公司享受外商投资企业优惠政策的情况

发行人合并范围内的外商投资企业共计三家，分别为发行人、山东海御、北京海御。山东海御、北京海御均成立于 2011 年 12 月，未享受过外资企业税收优惠政策。发行人设立后，曾享受过上述法律规定的两免三减半税收优惠政策。

3、发行人由外商投资企业转为内资企业的影响

发行人自 2000 年 1 月成立至 2018 年 4 月，公司性质一直为外商投资企业且外国投资者出资比例不低于 25%。2018 年 4 月，发行人外国投资者出资比例低于 25%，但公司作为外商投资企业已经存续满十年，根据《关于外商投资企业和外国企业原有若干税收优惠政策取消后有关事项处理的通知》（国税发[2008]23 号）的规定，不存在需要进行补缴外资企业税收优惠的情形，对发行人税收缴纳无影响。

4、核查意见

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人及发行人合并范围内境内子公司，仅发行人享受过《中华人民共和国外商投资企业和外国企业所得税法》规定的两免三减半税收优惠政策。发行人自 2000 年 1 月成立至 2018 年 4 月，公司性质一直为外商投资企业且外国投资者出资比例不低于 25%，作为外商投资企业已经存续满十年，不存在补缴外资企业税收优惠的情形，发行人由外商投资企业转为内资企业对发行人税收缴纳无影响。

（二）请发行人补充说明结构性存款、理财产品协议内容、存续期、本金

收益约定、对公司的财务影响，结构性存款、理财产品（银行理财、货币基金等）资金流向、是否构成关联方资金占用

报告期内，发行人结构性存款的主要情况如下：

购买银行	产品名称	协议内容	存续期	本金收益约定
中信银行（国际）	结构性存款	保本浮动收益型产品，受托方保证到期归还本金，浮动收益与三个月汇率挂钩	45天/90天/396天	保本浮动收益
兴业银行	结构性存款	保本浮动收益型产品，受托方保证到期归还本金，浮动收益与挂钩标的上海黄金交易所之上海金上午基准价的波动情况挂钩	7天/14天/31天	保本浮动收益
招商银行	结构性存款	保本浮动收益型产品，受托方保证到期归还本金，浮动收益与伦敦金银市场协会每天下午发布的黄金价格挂钩	7天/90天	保本浮动收益

报告期各期，公司通过结构性存款获得的投资收益分别为 0 万元、260.15 万元、272.01 万元及 0 万元。

报告期内，发行人购买理财产品的主要情况如下：

购买银行	产品名称	协议内容	存续期	本金收益约定
农业银行	安心灵动 X 天	投向：银行间债券市场的国债、央行票据、金融债、回购、高等级信用债券、非公开定向债务融资工具、现金、存款，投资比例约 20-40%；货币市场工具、投资类信托计划、非标准化债权及其他固定收益类投资工具，投资比例约 60-80%，以上投资比例在[-10%，10%]区间内浮动	14天/20天/45天	非保本浮动收益
农业银行	天天利滚利	主要投资于国债、金融债、央行票据、货币市场工具、较高信用等级的信用债货币市场基金、债券型基金以及低风险类其他基金，低风险同业资金业务、掉期等可锁定风险收益的本外币货币资金市场工具，商业银行或其他符合资质的机构发行的固定收益类投资工具、收益权、委托类资产（含委托债权投资、券商定向资产管理计划等、以及前期已成立的存量委托贷款），以及符合监管要求的信托计划及其他投资品种	随时可赎回	非保本浮动收益
中国银行	日积月累	投资于货币市场工具的比例不低于组合总资产规模的 10%，投资于固定收益证券的比例为组合总资产规模的 0-80%，投资于符合监管规定的非标准化资产的比例为组合总资产规模的 0-10%，投资于监管部门认可的其他金融投资工具的比例为组合总资产规模的 0-50%	随时可赎回	非保本浮动收益
中国银行	现金管家	投资于购买经中国证监会 2016 年 8 月 26 日证监许可[2016]1943 号文准予注册募集的货币市场基金	26 天	非保本浮动收益
中国银行	黄山 18 号	投资于固定收益类资产，现金类资产	31 天	非保本浮动收益
兴业	金雪球	投向：1) 债券回购等货币市场工具，银行存款及其它	随时可赎回	非保本

银行	X号	银行间资金融通工具；（2）国债、政策性金融债、央行票据、短期融资券、中期票据、企业债、公司债等银行间、交易所市场债券及债务融资工具，其它固定收益类短期投资工具；（3）符合监管机构规定的信托计划（受益权），基金、证券和保险资产管理计划，保险债权计划等其它金融资产及其组合。	回	浮动收益
----	----	---	---	------

报告期各期，公司购买理财产品获得的投资收益分别为 151.08 万元、286.82 万元、144.76 万元及 0 万元。

由前述结构性存款、理财产品协议中约定的资金投向来看，相关资金不存在被发行人关联方占用的情况。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

发行人用于结构性存款、理财产品的资金，不存在被关联方占用的情况。

（三）招股说明书披露部分原材料采购情况，且酵母粉等采购金额下降，与营业成本、购买商品、接受劳务支付的现金存在一定差异。请发行人按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》相关规定补充披露上述信息，并说明采购、营业成本与现金流量相关科目的匹配关系

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度	累计值
购买商品、接受劳务支付的现金	7,066.08	33,443.98	13,445.42	12,997.01	66,952.49
营业成本	7,992.63	25,358.16	20,059.22	16,597.27	70,007.28
营业成本付现比	88.00%	132.00%	67.00%	78.00%	95.64%
存货余额变动影响	-2,870.45	-3,655.60	667.19	-4,706.73	-10,565.59
应付账款、预付款项波动影响	339.32	-687.05	894.67	-2,943.40	-2,396.46
进项税	4,422.61	8,274.72	3,723.23	5,302.47	21,723.03

最近三年一期，公司 2016 年、2017 年及 2019 年 1-3 月存在购买商品接受劳务支付的现金均低于营业成本，2018 年存在购买商品接受劳务支付的现金高于营业成本的情况，但三年一期累计的营业成本付现比为 95.64%，总体匹配性较高，仅在各年度存在波动，原因主要包括：

①营业成本经存货余额变动、预付款/应付款变动的影响调整后，与购买商品接受劳务支付的现金金额，差异主要受增值税进项税额的影响；

②报告期公司生产用固定资产、无形资产逐年增加，计入成本中的折旧摊销等无实际现金流出的支出逐年增加；

③随着报告期业务规模增长，公司对预付款项、应付账款加强管理，主要供应商给予公司一定的付款账期，应付账款、预付款项波动影响较小。

以上内容已于招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/十三、偿债能力、流动性及持续经营能力分析/（三）现金流量情况分析/1、经营活动产生的现金流量变动分析”中补充披露。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

报告期内，公司采购金额与营业成本、购买商品、接受劳务支付的现金具有匹配性。

（四）根据首轮问题回复，发行人及其子公司于 2018 年 6-9 月分别收购境内公司山东海御、华熙医疗器械、北京海御的 100% 股权，境外公司 Revitacare 100% 股权、Medybloom 50% 股权以及香港勤信相关资产及业务，实施了同一控制下的内部重组。请保荐机构、发行人律师就上述收购事项是否符合交易当时法律、法规的相关规定以及交易当时公司的相关制度的要求，是否存在损害公司及其他非关联方的利益，是否存在损害中小股东利益的情形等进行核查并发表明确意见

发行人2018年6-9月的内部重组履行的内外部决策程序、交易价格公允性、纳税情况如下：

1、收购山东海御100%股权

（1）发行人已经履行了全部内部决策程序

2018年6月20日，山东海御股东香港勤信及山东海御董事会作出股东决定及董事会决议，同意香港勤信将其持有的山东海御100%股权转让给华熙福瑞达。2018年6月20日，华熙福瑞达作出董事会决议，同意华熙福瑞达受让香港勤信持有的山东海御100%股权，并授权公司相关人员签订正式的股权转让文件及其他

所需交易文件。华熙福瑞达及山东海御均已经履行了全部的内部决策程序。

(2) 发行人已经履行了全部外部审批及备案程序

2018年6月26日，山东海御就上述事项办理了工商登记变更手续，并取得济南高新技术产业开发区管委会市场监管局颁发的《营业执照》，山东海御由有限责任公司（台港澳法人独资）变更为有限责任公司（外商投资企业法人独资）。华熙福瑞达收购山东海御已取得相关主管机关的审批或备案。

(3) 本次交易定价公允，未损害第三方利益

香港勤信将持有的山东海御100%的股权转让给华熙福瑞达，转让价格为人民币21,303.19万元。该转让价格的定价依据为中联资产评估集团有限公司出具的《华熙福瑞达医药有限公司拟收购山东华熙海御生物医药有限公司股权项目净资产价值估值报告》（中联估值字[2018]第1091号）所载明的公司截至2017年12月31日净资产估值结果并扣除期后现金分红的影响。该等收购价格参照第三方评估机构的评估值，定价公允。

(4) 履行了相关纳税手续

香港勤信本次转让的股权转让收益为11,728,710元，华熙福瑞达就前述股权转让税款已完成代扣代缴。

2、收购华熙医疗器械100%股权

(1) 转让双方已履行了全部内部决策程序

2018年7月2日，华熙国际医学皮肤管理科技（北京）有限公司作出股东决定，同意将其持有的华熙医疗器械100%股权转让给华熙福瑞达。2018年6月20日，华熙福瑞达董事会作出董事会决议，同意华熙福瑞达受让华熙国际医学皮肤管理科技（北京）有限公司持有的华熙医疗器械100%股权，并授权公司相关人员签订正式的股权转让文件及其他所需交易文件。华熙福瑞达及华熙医疗器械均已经履行了全部的内部决策程序。

(2) 转让双方已履行全部外部审批及备案程序

2018年7月13日，华熙医疗器械就上述事项办理了工商登记变更手续，并取得济南高新区市场监管局颁发的《营业执照》，收购华熙医疗器械事项已取得

相关主管机关的审批或备案。

(3) 本次交易定价公允，未损害第三方利益

2018年7月2日，华熙国际医学皮肤管理科技（北京）有限公司及华熙福瑞达签署了《关于华熙医疗器械销售有限公司的股权转让协议》，约定华熙国际医学皮肤管理科技（北京）有限公司以4,918,262.93元转让其持有的华熙医疗器械100%股权。该转让价格的定价依据为华熙医疗器械于2017年12月31日所对应的净资产数额。该等转让价格定价公允。

(4) 履行了相关纳税手续

本次股权转让过程中，转让方未取得转让收益，无所得税纳税义务。

3、收购北京海御100%股权

(1) 发行人已经履行了全部内部决策程序

2018年8月16日，北京海御股东富雅及董事会作出股东决定及董事会决议，同意富雅将其持有的北京海御100%股权转让给华熙福瑞达。2018年8月16日，华熙福瑞达董事会作出董事会决议，同意华熙福瑞达受让富雅持有的北京海御100%股权，并授权公司相关人员签订正式的股权转让文件及其他所需交易文件。华熙福瑞达及北京海御均已经履行了全部的内部决策程序。

(2) 发行人已经履行了全部外部审批及备案程序

2018年8月23日，北京海御就上述事项办理了工商登记变更手续，并取得北京市工商行政管理局怀柔分局颁发的《营业执照》。华熙福瑞达收购北京海御已取得相关主管机关的审批或备案。

(3) 本次交易定价公允，未损害第三方利益

2018年8月16日，富雅与华熙福瑞达签署《股权转让协议》，约定富雅将持有的北京海御100%的股权转让给华熙福瑞达，转让价格为人民币2,910.63万元，该转让价格系参考中联资产评估集团有限公司出具的《华熙福瑞达生物医药有限公司拟收购北京华熙海御科技有限公司股权项目估值报告》（中联评估字[2018]第1357号）所载明的北京海御截至2017年12月31日的市场价值人民币3,844.63万元并参考评估基准日之后北京海御的损益情况确定。该等收购价格参

照第三方评估机构的评估值，定价公允。

(4) 履行了相关纳税手续

本次转让的股权转让收益为8,195,670元，华熙福瑞达就前述股权转让已完成全部税款的代扣代缴。

4、收购Revitacare的100%股权

(1) 转让双方已经履行了全部内部决策程序

2018年9月26日，Bloomage Meso Holdings S.A.作出股东决议，同意将其持有的Revitacare100%股权转让给华熙福瑞达全资控股子公司Gentix S.A.。2018年9月26日，Gentix S.A.董事会作出董事会决议，同意Gentix S.A.受让Bloomage Meso Holdings S.A.持有的Revitacare100%股权。DSM AVOCATS A LA COUR出具了法律意见书，确认上述董事会决议充分且有效。

(2) 转让双方已经履行了全部外部审批及备案程序

DSM AVOCATS A LA COUR出具了法律意见书，确认该次收购已履行完毕全部所需程序。山东省商务厅于2018年8月31日出具了《企业境外投资证书》（境外投资证第N3700201800239号），山东省发展和改革委员会于2018年9月19日出具了项目备案通知（鲁发改外资[2018]1053号）。因此，华熙福瑞达通过Gentix S.A.收购Revitacare已经按照相关法律法规履行了必要的对外投资审批手续。

(3) 本次交易定价公允，未损害第三方利益

2018年9月11日，Gentix S.A.与Bloomage Meso Holdings S.A.签署收购协议，约定Bloomage Meso Holdings S.A.在Revitacare的权利义务转让给Gentix S.A.，由Gentix S.A.收购Revitacare100%股权，并向Bloomage Meso Holdings S.A.支付股权转让对价，股权转让对价为1,784万欧元，该股权转让对价系参考中联资产评估集团有限公司出具的《华熙福瑞达生物医药有限公司拟收购Revitacare（法国）股权项目估值报告》（中联评估字[2018]第1193号）中的整体估值即1,784.35万欧元（13,922.04万元人民币），经双方协商确定。该等收购价格参照第三方评估机构的评估值确定，定价公允。

(4) 履行了相关纳税手续

Foley Hoag律师事务所出具了法律意见书，确认本次转让已依据法国税法缴纳相关税款。因前述股权转让为境外主体之间的转让，华熙福瑞达无需在中国境内缴纳税款。

5、收购Medybloom的50%股权

(1) 转让双方已经履行了全部内部决策程序

2018年5月30日，Medybloom股东及董事会签署了有关批准股份转让的相关文件，同意开曼华熙将其持有的Medybloom 50%股权转让给华熙福瑞达全资控股子公司香港钜朗。2018年5月30日，香港钜朗股东及董事会签署了有关批准股份转让的股东会决议及董事会决议，同意香港钜朗受让开曼华熙持有的Medybloom的50%股权，并授权公司相关人员签订正式的股权转让文件及其他所需交易文件。龙炳坤、杨永安律师行出具了法律意见书，确认上述签署的股东会纪录及董事会纪录充分且有效。

(2) 发行人已经履行了全部外部审批及备案程序

龙炳坤、杨永安律师行出具了法律意见书，确认该次收购已履行完毕全部所需内部程序且无需履行外部审批程序。山东省商务厅于2018年8月31日出具了《企业境外投资证书》（境外投资证第N3700201800240号），山东省发展和改革委员会于2018年9月19日出具了项目备案通知（鲁发改外资[2018]1051号）。因此，华熙福瑞达通过香港钜朗收购Medybloom的股权事项，已经按照中国相关法律法规履行了必要的对外投资审批手续。

(3) 本次交易定价公允，未损害第三方利益

香港钜朗与开曼华熙签署了《Agreement for Sale and Purchase of 1,250,000 Shares》，由开曼华熙将其持有的Medybloom 50%股权，即1,250,000股股份转让给香港钜朗，转让对价为1,678万元港币，该股权转让对价系参考中联资产评估集团有限公司出具的《华熙福瑞达生物医药有限公司拟收购中国华熙美得妥股份有限公司（香港）50%项目净资产价值估算报告》（中联估字[2018]第1162号）所确认的净资产估值结果即956.62万元港币（799.64万元人民币）及2018年1月19日Medybloom收到原股东注资共计2400万元港币的情况，经双方协商确

定。该等收购价格参照第三方评估机构的评估值确定，定价公允。

(4) 履行了相关纳税手续

龙炳坤、杨永安律师行出具了法律意见书，确认本次转让已依据香港《印花税条例》等缴纳相关税款。因前述股权转让为境外主体之间的转让，华熙福瑞达无需在境内缴纳税款。

6、收购香港勤信透明质酸原料贸易业务及相关经营性资产

(1) 交易各方已经履行了全部内部决策程序

2018年9月5日，香港勤信股东及董事会签署了有关批准股份转让的股东决议及董事会决议，同意香港勤信将其持有的透明质酸原料贸易业务及相关资产转让给华熙福瑞达全资控股子公司香港捷耀。2018年9月5日，香港捷耀股东及董事会已签署了有关批准受让勤信经营性业务的股东决议及董事会决议，同意香港捷耀受让香港勤信透明质酸原料贸易业务及相关经营性资产，转让对价为3,628万元港币。龙炳坤、杨永安律师行出具了法律意见书，确认上述签署的股东决定充分且有效。

(2) 履行了全部外部审批及备案程序

山东省商务厅于2018年9月3日出具了《企业境外投资证书》（境外投资证第N3700201800247号），山东省发展和改革委员会于2018年9月19日出具了项目备案通知（鲁发改外资[2018]1057号）。因此，华熙福瑞达通过香港捷耀收购香港勤信透明质酸原料贸易业务及相关经营性资产，已经按照中国相关法律法规履行了必要的对外投资手续。

(3) 本次交易定价公允，未损害第三方利益

香港捷耀与香港勤信签署了《购买资产及业务转让协议》，由香港捷耀购买香港勤信透明质酸原料贸易业务及相关经营性资产，转让对价为3,628万元港币。中联资产评估集团有限公司出具了《华熙福瑞达生物医药有限公司拟收购香港勤信有限公司（香港）透明质酸业务涉及的资产与负债项目净资产价值估算报告》（中联估值字[2018]第1163号），参照净资产估值值3,628.09万元港币，最终定价为3,628万元港币。该等收购价格参照第三方评估机构的评估值作

价，定价公允。

(4) 履行了相关纳税手续

因前述转让为境外主体之间发生的资产转让，华熙福瑞达无需在境内缴纳税款。

2019年3月22日，发行人召开第一届董事会第二次会议，会议通过了《关于确认公司近三年（2016年-2018年）关联交易的议案》，独立董事发表了肯定的独立意见。2019年3月28日，发行人召开2019年第一次临时股东大会，会议审议通过了《关于确认公司近三年（2016年-2018年）关联交易的议案》，公司非关联股东及非关联董事已对2016年至2018年期间发生的包括上述并购在内关联交易进行审议并予以确认，且均未提出异议。

7、保荐机构及发行人律师核查程序及核查意见

(1) 保荐机构及发行人律师核查程序

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1) 核查了发行人及其子公司于2018年6-9月分别收购境内公司山东海御、华熙医疗器械、北京海御的100%股权，境外公司 Revitacare 100% 股权、Medybloom 50% 股权以及香港勤信相关资产及业务过程中的收购方及被收购方的股东会/董事会决议或纪录、公司章程、历次股权转让协议/出资及权益转让协议、评估报告、转让支付凭证、外部审批文件及其工商档案；

2) 核查了华熙医疗器械2017年12月31日的资产负债表，并取得了华熙医疗器械当时无实际经营的说明函；

3) 取得了境外律师就境外公司股权及资产转让过程中合法合规性的法律意见书；

4) 核查了发行人提供的华熙福瑞达就境内公司股权转让事宜纳税的完税证明；

5) 核查了2018年度至今Grand Full的财务报表，并取得了发行人对于转股收益、增资款项及注销清理剩余财产的说明；

6) 核查了发行人第一届董事会第二次会议，及2019年第一次临时股东大会

审议通过的《关于确认公司近三年（2016年-2018年）关联交易的议案》的会议文件。

（2）保荐机构及发行人律师核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

华熙福瑞达及其子公司收购山东海御的100%股权、华熙医疗器械的100%股权、北京海御的100%股权、Revitacare的100%股权、Medybloom的50%股权、香港勤信透明质酸原料贸易业务及相关资产，已履行全部内部及外部审批流程，且收购价格公允，符合相关法律法规的规定及公司相关制度的要求，不存在损害公司及其他非关联方的利益或损害中小股东利益的情形。

（五）根据招股说明书和首轮问询回复，2017年赵燕通过全资持股的香港公司 Grand Full 对开曼华熙进行要约收购退市，收购资金为中信银行（国际）35亿港元私有化贷款授信协议项下 31.29 亿元港币借款，截至 2019 年 3 月 18 日，私有化交易借款的本息均已清偿完毕。请发行人说明私有化交易借款清偿的还款方式和还款资金来源。

1、私有化交易借款清偿的还款方式和还款资金来源说明

发行人私有化交易借款清偿的还款方式为现金还款，还款资金来源为：1）华熙福瑞达通过向香港勤信及其直接、间接股东逐层分红的方式，将其包括部分股东增资款在内的自有资金支付至Grand Full账户的分红款项；2）山东海御通过向香港勤信及其直接、间接股东逐层分红的方式，将其自有资金支付至Grand Full账户的分红款项；3）Bloomage Meso Holdings S.A.通过向开曼华熙及其直接、间接股东逐层分红的方式，将其出售其持股子公司股份所获取的转股对价支付至Grand Full账户的分红款项；4）富雅投资通过向其直接、间接股东逐层分红的方式，将其向发行人转让所持有子公司股份所获取的转股对价支付至Grand Full账户的分红款项；及5）香港勤信通过向其直接、间接股东逐层分红的方式，将其向境内及境外投资人/股东融资的转让所持有的发行人股份及山东海御股份所获取的转股对价支付至Grand Full账户的分红款项。

具体资金来源及途径如下所示：

还款时间	还款金额 (万港元)	资金来源	还款方式
2018.05.31	9,126.07	由赢瑞物源等7家新进股东投入的增资款	发行人通过股东分红的方式将其中9,126.07万港元通过向香港勤信及其直接、间接股东逐层分红的形式支付至Grand Full账户
2018.06.29	12,269.36	山东华熙海御使用自有资金向香港勤信分红2800万人民币及香港勤信向Luminescence 转让发行人股权收到的股权转让款	山东海御及香港勤信通过股东分红的方式将其中12,269.36万港元通过向香港勤信及其直接、间接股东逐层分红的形式支付至Grand Full账户
2018.07.04	24,909.15	发行人使用其自有资金向香港勤信支付购买山东华熙海御股权的股权转让款	香港勤信通过股东分红的方式将其中24,909.15万港元通过向其直接、间接股东逐层分红的形式支付至Grand Full账户
2018.07.19	64,389.31	Bloomage Meso Holdings S.A. 卖出其持股卢森堡公司V Plus S.A. 股权收到的股权转让款	Bloomage Meso Holdings S.A. 通过股东分红的方式将其中64,389.31万港元通过向开曼华熙及其直接、间接股东逐层分红的形式支付至Grand Full账户
2018.09.28	16,140.10	发行人使用其自有资金支付的购买Revitacare股权及北京华熙海御股权的股权转让款	Bloomage Meso Holdings S.A. 及富雅投资通过股东分红的方式将其中16,140.10万港元通过向其直接、间接股东逐层分红的形式支付至Grand Full账户
2019.02.21	27,588.22	香港勤信向两家境内外投资人转让发行人股权收到的股权转让款	香港勤信通过股东分红的方式将其中27,588.22万港元通过向其直接、间接股东逐层分红的形式支付至Grand Full账户
2019.03.12	45,721.61	香港勤信向两家境内外投资人转让发行人股权收到的股权转让款	香港勤信通过股东分红的方式将其中45,721.61万港元通过向其直接、间接股东逐层分红的形式支付至Grand Full账户
2019.03.18	130,510.42	香港勤信向两家境内投资人转让发行人股权收到的股权转让款	香港勤信通过股东分红的方式将其中130,510.42万港元通过向其直接、间接股东逐层分红的形式支付至Grand Full账户
合计	330,654.23	—	—

Grand Full共计提款33.065亿港元，其中包括用于支付私有化对价的私有化贷款31.29亿港元，以及用于支付银行收取的贷款费用、相关中介费用、贷款利息等费用利息贷款1.77亿港元。

2、保荐机构及发行人律师核查程序及核查意见

(1) 保荐机构及发行人律师核查程序

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1) 核查了发行人及其股东、间接股东（包括但不限于Grand Full）的银行账户流水单及上述主体同意向股东分红的内部决议；

2) 核查了Grand Full偿还私有化借款的付款凭证及相关文件。

(2) 保荐机构及发行人律师核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

发行人私有化交易借款清偿的还款方式为现金还款，还款资金来源为：1) 华熙福瑞达通过向香港勤信及其直接、间接股东逐层分红的方式，将其包括部分股东增资款在内的自有资金支付至Grand Full账户的分红款项；2) 山东海御通过向香港勤信及其直接、间接股东逐层分红的方式，将其自有资金支付至Grand Full账户的分红款项；3) Bloomage Meso Holdings S.A.通过向开曼华熙及其直接、间接股东逐层分红的方式，将其出售其控股子公司股份所获取的转股对价支付至Grand Full账户的分红款项；4) 富雅投资通过向其直接、间接股东逐层分红的方式，将其向发行人转让所持有子公司股份所获取的转股对价支付至Grand Full账户的分红款项；及5) 香港勤信通过向其直接、间接股东逐层分红的方式，将其向境内及境外投资人/股东融资的转让所持有的发行人股份及山东海御股份所获取的转股对价支付至Grand Full账户的分红款项。

(六) 根据首轮问询回复，发行人独立董事肖星、臧恒昌、曹富国在高校任职。请发行人说明上述独立董事任职是否符合高校党员领导干部兼职管理的相关规定

1、独立董事肖星、臧恒昌、曹富国任职符合高校党员领导干部兼职管理的相关规定

中共教育部党组《关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》（教党〔2011〕22号）规定：“直属高校处级（中层）党员领导干部原则上不得在经济实体和社会团体等单位中兼职，确因工作需要兼职的，须经学校党委审批。”

发行人独立董事肖星、臧恒昌、曹富国在高校任职。其中肖星任清华大学经济管理学院教授，臧恒昌任山东大学药学院研究员，曹富国任中央财经大学法学院教授，以上三位独立董事均不属于处级（中层）党员领导干部。

综上，发行人独立董事肖星、臧恒昌、曹富国对外兼职均不需要任职学校党委审批。肖星、臧恒昌、曹富国担任发行人独立董事符合高校党员领导干部兼职管理的相关规定。

2、保荐机构、发行人律师核查程序及核查意见

(1) 核查程序

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1) 登陆肖星、臧恒昌、曹富国在职业院校官方网站，检索了前述人员的职务信息；

2) 查阅教育部《关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》（教党〔2011〕22号）的相关规定；

3) 对肖星、臧恒昌、曹富国进行了关于其任职情况及职级的电话访谈。

(2) 核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

发行人独立董事肖星、臧恒昌、曹富国不属于处级（中层）党员领导干部，担任发行人独立董事符合高校党员领导干部兼职管理的相关规定。

（七）发行人股东金晟硕宏未取得私募基金备案。请发行人说明最新进展情况，预计取得私募基金备案的时间

1、金晟硕宏私募基金备案情况

根据发行人股东金晟硕宏提供的说明，金晟硕宏于 2019 年 5 月 13 日向中国证券投资基金业协会提交了反馈回复，并于 2019 年 5 月 17 日取得基金业协会的反馈，金晟硕宏将尽快完成私募基金备案。

2、保荐机构、发行人律师核查程序及核查意见

(1) 核查程序

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序：

1) 取得了金晟硕宏的说明文件；

2) 查询了中国证券投资基金业协会基金备案公示信息。

(2) 核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

金晟硕宏已向基金业协会提交了私募基金备案申请资料，将尽快完成私募基金备案，备案后符合上市相关规则和监管要求对上市公司股东的要求。

(八) 发行人曾在境外上市，后拆除相关架构，反馈意见显示发行人履行了相关税收缴纳义务。请发行人说明，发行人实际控制人在相关架构搭建、拆除、及公司注销清理、股份变化过程中，是否履行了税收缴纳义务，是否存在欠税情形，是否存在重大违法违规。

1、发行人实际控制人个人所得税纳税义务情况

涉及发行人境外架构搭建、拆除、公司注销清理及股份变化过程中实际控制人的个人所得税纳税义务的情况如下：

(1) 境外架构搭建

境外架构搭建期间，实际控制人赵燕所间接控股的正达科技曾于 2004 年 10 月将其持有的山东福瑞达 50% 股权转让给 Aim First，转让价格为 315 万元人民币。正达科技因此取得 648,660.2 元人民币投资收益并已相应缴纳所得税。实际控制人赵燕个人并未因上述投资收益而取得任何股息、红利或其他应纳税个人收益，无需缴纳个人所得税。

(2) 境外架构拆除

1) 华熙福瑞达于 2018 年 4 月至 2018 年 5 月期间向香港勤信分红 9.8 亿元；山东海御于 2018 年 6 月向香港勤信分红 2800 万元。香港勤信在履行完毕境内的纳税义务并由境内主体代扣代缴后，累计获取税后收益 9.576 亿元。

2) 实际控制人赵燕所间接控股的香港勤信于 2018 年 6 月至 2019 年 3 月期间将其持有的华熙福瑞达全部股权分别转让给境内外投资者及华熙福瑞达员工持股平台，累计转让对价约为 29.97 亿元，香港勤信在履行完毕境内的纳税手续后，累计获取税后转让收益约 25.63 亿元。

3) 实际控制人赵燕所间接控股的香港勤信于 2018 年 6 月将其持有的山东

海御 100%股权转让给华熙福瑞达，转让对价为 21,303.19 万元人民币，香港勤信在履行完毕境内的纳税手续后，获取税后转让收益约 11,728,710 元。

4) 实际控制人赵燕所间接控股的富雅投资于 2018 年 9 月将其持有的北京海御 100%股权转让给华熙福瑞达，转让对价为 2,910.63 万元人民币，富雅投资在履行完毕境内的纳税手续后，获取税后转让收益约 8,195,670 元。

5) 实际控制人赵燕所间接控股的华熙国际医学皮肤管理科技（北京）有限公司于 2018 年 7 月将其持有的华熙医疗器械 100%股权转让给华熙福瑞达，转让对价为 491.83 万元人民币，因本次转让为平价转让，无应纳税所得，故无转让收益。

6) 实际控制人赵燕所间接控股的 Bloomage Meso Holdings S.A.于 2018 年 9 月将其持有的 Revitacare 100%股权转让给 Gentix S.A.，转让对价为 1,784 万欧元，Bloomage Meso Holdings S.A.在履行完毕境外的纳税手续后，获取税后转让收益 242 万欧元。

7) 实际控制人赵燕间接控股的开曼华熙于 2018 年 5 月将其持有的 Medybloom 50%股权转让给香港捷耀，转让对价为 1,678 万元港币，开曼华熙在履行完毕境外的纳税手续后，转让亏损约 3,329 万元港币。

8) 实际控制人赵燕所间接控股的香港勤信于 2018 年 6 月将其持有的香港勤信透明质酸原料贸易部分资产转让给香港捷耀，转让对价为 3,628 万元港币，香港勤信在履行完毕境外的纳税手续后，获取税后转让收益 0 元。

在上述股份变化过程中，所取得的各项资金主要用于偿还境外公司债务及私有化债务，实际控制人赵燕个人并未因此而取得任何股息、红利或其他应纳税个人收益。

(3) 公司注销清理及其他股份变化

1) 实际控制人赵燕所间接控股的香港勤信、富雅投资正在注销过程中，Valuerank、Farstar 亦将在香港勤信、富雅投资注销完成后予以注销；实际控制人赵燕所间接控股的 Bloomage Meso Holdings S.A.已完成企业注销，即将启动华熙美塑（BVI）及美塑投资的注销程序。实际控制人赵燕个人并未因此取得任何股息、红利或其他应纳税个人收益。

2) 境外架构拆除过程中, 除上述各项外, 实际控制人赵燕所直接、间接持股的境内外企业并未有其他股份变化, 实际控制人赵燕个人并未因此而取得任何股息、红利或其他应纳税个人收益。

2、保荐机构及发行人律师核查程序及核查意见

(1) 保荐机构及发行人律师核查程序

保荐机构、发行人律师履行了以下核查程序:

1) 核查了正达科技转让山东福瑞达50%股权的对价支付凭证及纳税凭证, 并核查了其财务报表;

2) 核查了发行人及其子公司于2018年6-9月分别收购境内公司山东海御、华熙医疗器械、北京海御的100%股权, 境外公司 Revitacare 100% 股权、Medybloom 50% 股权以及香港勤信相关资产及业务过程中的历次股权转让协议/ 出资及权益转让协议、评估报告及相关财务报表、转让支付凭证、纳税凭证;

3) 核查了2019年第一次临时股东大会审议通过的《关于确认公司近三年(2016年-2018年) 关联交易的议案》的会议文件;

4) 取得了境外律师就境外公司股权及资产转让过程中合法合规性的法律意见书;

5) 核查了2018年度至今Grand Full的财务报表, 并取得了发行人对于转股收益、增资款项及注销清理剩余财产的说明;

6) 取得了实际控制人对于其未从境外架构搭建、拆除、公司注销清理及股份变化过程中取得收益的确认函。

(2) 保荐机构及发行人律师核查意见

经核查, 保荐机构及发行人律师认为:

在发行人境外架构搭建、拆除、公司注销清理及股份变化过程中, 实际控制人赵燕个人并未取得过任何股息、红利或其他应纳税个人收益, 不存在应缴未缴个人所得税的情形, 亦不存在重大税务违规行为。

(九) 请发行人补充说明私有化回国上市的原因, 选择发行人作为上市主

体的原因

1、私有化回归 A 股上市的原因

2017 年发行人原股东开曼华熙选择从港股私有化，主要从内部战略调整及长期资本市场选择的角度考虑，具体原因如下：

(1) 私有化退市后，便于公司全面战略调整及内部管理调整

开曼华熙从港股私有化的主要目的，为通过私有化退市，便于明确战略方向、进行全面战略调整及内部管理调整，更加重视终端产品的研发投入及市场投入，对产品线重新梳理、管理架构及管理团队的优化、激励考核机制的明确及执行等。

近几年，公司在原料业务领域已建立了稳定的市场地位及竞争优势，但终端产品业务的扩展较晚。为便于在终端产品业务方面重新布局，实现原料业务及终端产品业务并重，公司需要自上而下、由内而外地启动战略调整和内部管理调整，作为港股上市公司，公司不便做全局性的调整。开曼华熙私有化后，2018 年公司在内部重组的同时，开展了战略、管理、人员、品牌等方面的调整，基本完成了战略调整的目的，使华熙生物以新面貌重新出发，员工积极性及凝聚力、执行力显著提高。

(2) 登陆 A 股资本市场更贴近公司的客户与市场

近年来，发行人主营业务由向各大医药企业、食品企业等提供透明质酸原料，拓展至向医疗机构及消费者销售透明质酸及其他生物活性物质终端产品，业务模式逐步从 B 端供应商业务为主，变成 B 端供应商与 C 端终端产品并重。面对中国庞大的医疗、化妆品级及食品市场，发行人未来终端产品业务占比将会逐渐提高。A 股市场的投资者、媒体与公司的消费者重叠性、匹配性更强，公司登陆 A 股市场更贴近公司的客户与市场。

2、选择华熙福瑞达为上市主体的原因

(1) 华熙福瑞达为开曼华熙核心资产

开曼华熙的主要境内运营主体及核心资产为华熙福瑞达，拥有其核心技术、核心产能、核心业务及行业声誉。同时，华熙福瑞达历史沿革规范、股权

结构清晰，拥有完整的研发、生产、销售体系，具有健全的管理架构及良好的运营情况，资产、人员、财务、机构、业务独立，产权关系清晰。

(2) 华熙福瑞达规模较大，内部重组不会导致主营业务发生重大变化

发行人为了避免同业竞争、调整业务布局、发挥协同效用，在 2018 年 6-9 月进行了内部重组。华熙福瑞达资产规模较大、盈利能力较强，主营业务突出，以其为上市主体进行内部重组不会导致主营业务发生重大变化。

综上所述，华熙福瑞达历史沿革规范、股权清晰、主业突出、资产优质、盈利能力强，故将华熙福瑞达确定为上市主体，并以此为核心构建上市架构。

3、核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人实际控制人选择自香港联交所私有化原因为：通过私有化切实明确战略方向、完成内部变革、实现集中统一管理，提高执行力、凝聚力；

2、公司选择登陆 A 股上市，主要目的为公司终端产品业务占比逐步提高，登陆 A 股资本市场更贴近公司的客户与市场；

3、选择发行人作为上市主体的原因为：（1）华熙福瑞达拥有核心技术、核心产能、核心业务及行业声誉；（2）历史沿革规范、股权结构清晰，拥有完整的研发、生产、销售体系，具有健全的管理架构及良好的运营情况，资产、人员、财务、机构、业务独立；（3）华熙福瑞达规模较大，内部重组不会导致主营业务发生重大变化。

问题 16

请发行人对招股说明书披露内容进行整理和精炼，切实提高招股说明书的可读性，并以投资者投资需求为导向编制招股说明书，为投资者作出价值判断和投资决策提供充分且必要的信息，保证相关信息的内容真实、准确、完整。

回复：

发行人已根据审核问询函的要求，在对招股说明书适当位置进行补充披露的情况下，通过索引的方式对重复之处进行整理，并尽量减少相似内容的重复披露，对较长的表格内容在招股说明书附录中列示，对招股说明书披露内容进

行了适当的整理和精炼，提高招股说明书的可读性，在保证相关信息内容真实、准确、完整的基础上，以投资者投资需求为导向，尽量为投资者作出价值判断和投资决策提供充分且必要的信息。

（本页无正文，为《华熙生物科技股份有限公司、华泰联合证券有限责任公司对上海证券交易所<关于华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函>之回复报告》之签章页）

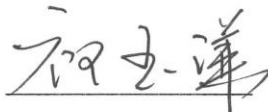
华熙生物科技股份有限公司


2019年5月17日



（本页无正文，为《华熙生物科技股份有限公司、华泰联合证券有限责任公司对上海证券交易所<关于华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函>之回复报告》之签章页）

保荐代表人：


祁玉谦


吕瑜刚

华泰联合证券有限责任公司

2019年5月17日

保荐机构总经理关于审核问询回复报告的声明

本人已认真阅读《华熙生物科技股份有限公司、华泰联合证券有限责任公司对上海证券交易所<关于华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函>之回复报告》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，反馈意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：



江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2019年 5月 17日