证券代码：603858　　证券简称：步长制药　　公告编号：2024-084

山东步长制药股份有限公司关于上海证券交易所对公司2023年年度报告的信息披露监管工作函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

山东步长制药股份有限公司（以下简称“公司”）于近日收到上海证券交易所的《关于山东步长制药股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2024】0772号）（以下简称“《监管工作函》”）。根据《监管工作函》要求，现将有关情况回复并公告如下（本公告中数据加总后与合计数存在尾差，系数据计算时四舍五入造成）：

依据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第2号-年度报告的内容与格式》（以下简称《格式准则第2号》）、上海证券交易所行业信息披露指引等规则的要求，经对你公司2023年年度报告的事后审核，为便于投资者理解，根据本所《股票上市规则》第13.1.1条的规定，请你公司进一步补充披露下述信息。

一、关于经营情况。

年报显示，报告期公司营业收入132.45亿元，同比下降11.41%。分业务板块看，七成收入来自心脑血管产品，相关营业收入为91.72亿元，同比下降9.26%，心脑血管产品近三年毛利率分别为82.28%、78.73%、71.68%，呈持续下降趋势；医疗器械商业业务近三年营业收入分别为15.64亿元、11.95亿元、6.49亿元，报告期大幅下降45.71%，毛利率分别为17.59%、12.36%、11.35%，持续下降；此外，“其他产品”营业收入为22.57亿元，营收占比17.04%，但公司未披露具体构成。请公司：

（一）按照治疗领域分别列示报告期内医药工业业务主要产品销售情况，包括产品名称、销量、价格及其变化、对应主要原材料的采购成本及价格变动情况，结合上述情况、行业政策变化等说明公司心脑血管业务营业收入、毛利率持续下降的原因；

回复：

1、报告期内，公司医药工业业务各治疗领域主要产品销售情况如下：

单位：万元、万盒（瓶、支、个），元/盒（瓶、支、个）

治疗领域	产品名称	2023年度			2022年度			变动比例		
		销售金额	销量	单价	销售金额	销量	单价	销售金额	销量	单价
心脑血管	脑心通胶囊	293,657.24	11,760.86	24.97	300,999.29	12,706.85	23.69	-2.44%	-7.44%	5.40%
	丹红注射液	229,746.05	13,637.30	16.85	179,791.44	10,704.56	16.80	27.78%	27.40%	0.30%
	稳心颗粒	219,353.32	8,752.28	25.06	170,247.75	7,218.97	23.58	28.84%	21.24%	6.28%
	复方脑肽节苷脂注射液	32,879.92	531.02	61.92	73,700.70	1,145.59	64.33	-55.39%	-53.65%	-3.75%
	复方曲肽注射液	30,308.88	458.90	66.05	64,266.21	977.94	65.72	-52.84%	-53.07%	0.50%
	谷红注射液	17,767.90	386.51	45.97	117,600.55	3,267.90	35.99	-84.89%	-88.17%	27.73%
	合计	823,713.31			906,605.94			-9.14%		
妇科	红核妇洁洗液	23,454.70	1,151.30	20.37	27,250.39	1,267.36	21.50	-13.93%	-9.16%	-5.26%
	康妇炎胶囊	18,523.51	773.86	23.94	20,720.80	857.62	24.16	-10.60%	-9.77%	-0.91%
	消乳散结胶囊	9,169.62	314.30	29.18	12,414.19	392.37	31.64	-26.14%	-19.90%	-7.77%
	合计	51,147.83			60,385.38			-15.30%		
泌尿	前列舒通胶囊	54,851.80	1,443.49	38.00	60,933.79	1,630.09	37.38	-9.98%	-11.45%	1.66%
	复方石韦胶囊	2,552.78	286.50	8.91	3,199.03	344.03	9.30	-20.20%	-16.72%	-4.19%
	合计	57,404.58			64,132.82			-10.49%		
其他	肝炎颗粒	52,557.79	1,404.12	37.43	52,614.48	1,431.39	36.76	-0.11%	-1.91%	1.82%
	宣肺败毒颗粒	26,589.90	638.63	41.64	29,151.03	665.52	43.80	-8.79%	-4.04%	-4.93%
	咳露口服液	18,644.81	1,304.41	14.29	15,598.69	1,263.12	12.35	19.53%	3.27%	15.71%
	合计	97,792.50			97,364.20			0.44%		

如上表所示，报告期内公司心脑血管领域主要产品为脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒、复方脑肽节苷脂注射液、复方曲肽注射液和谷红注射液。2023年度，上述产品合计销售金额为823,713.31万元，占公司心脑血管领域销售金额比例为89.81%，其主要原材料及收入、毛利率变动情况如下：

单位：万元

产品名称	主要原材料	2023年度			2022年度			变动比例		
		营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
脑心通胶囊	水蛭、金蝎	293,657.24	89,096.05	69.66%	300,999.29	81,487.48	72.93%	-2.44%	9.34%	-3.27%
丹红注射液	红花、丹参	229,746.05	37,731.06	83.58%	179,791.44	27,270.69	84.83%	27.78%	38.36%	-1.25%
稳心颗粒	黄精、三七、党参	219,353.32	101,704.72	53.63%	170,247.75	73,576.33	56.78%	28.84%	38.23%	-3.15%
复方脑肽节苷脂注射液	白条兔、猪脑、胰蛋白酶	32,879.92	1,418.46	95.69%	73,700.70	1,907.05	97.41%	-55.39%	-25.62%	-1.73%
复方曲肽注射液	猪脑、曲克芦丁、三氯甲烷	30,308.88	1,641.59	94.58%	64,266.21	1,532.19	97.62%	-52.84%	7.14%	-3.03%
谷红注射液	衢甲胺、红花、乙酰谷酰胺	17,767.90	1,147.28	93.54%	117,600.55	7,237.08	93.85%	-84.89%	-84.15%	-0.30%
合计		823,713.31	232,739.16	71.75%	906,605.94	193,010.82	78.71%	-9.14%	20.58%	-6.96%

2、公司心脑血管业务营业收入、毛利率持续下降的原因

如上表所示，2023年度，公司上述心脑血管领域主要产品实现营业收入合计823,713.31万元，较2022年度减少82,892.63万元，下滑9.14%。毛利率71.75%，较2022年度下滑6.96个百分点。

其中，营业收入的减少主要系复方脑肽节苷脂注射液、复方曲肽注射液和谷红注射液受医保政策影响，销售金额大幅下滑所致。根据《国家医保局人力资源社会保障部关于印发〈国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录〉的通知》（医保发〔2019〕46号），对于原省级药品目录内按规定调增的乙类药品，应在3年内（2020年-2022年）逐步消化。公司全资子公司通化谷红制药有限公司（以下简称“通化谷红”）的产品谷红注射液、控股子公司吉林天成制药有限公司（以下简称“吉林天成”）的产品复方脑肽节苷脂注射液、复方曲肽注射液属于省级增补医保药品，于2020至2022年度期间逐步退出各省级医保目录，截止2022年底，已全部退出。受该原因影响，复方脑肽节苷脂注射液、复方曲肽注射液和谷红注射液2023年度营业收入较2022年度减少174,610.76万元。

复方脑肽节苷脂注射液、复方曲肽注射液和谷红注射液属于公司心脑血管领域毛利率相对较高的产品，2022年度、2023年度，复方脑肽节苷脂注射液、复方曲肽注射液和谷红注射液合计平均毛利率分别为95.82%和94.80%，同期，公司心脑血管领域平均毛利率分别为78.73%和71.68%，由于其销售金额及占比的大幅下滑导致公司心脑血管领域整体毛利率出现下滑。

此外，报告期内，脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒的主要原材料金蝎、水蛭、黄精、党参、三七、红花等中药材采购价格呈现不同程度的上升趋势，该原因也导致上述产品毛利率出现一定程度下滑，报告期内，上述主要原材料采购价格情况如下：

单位：元/kg

原材料	适用药品	2023年度采购单价区间（不含税）	2022年度采购单价区间（不含税）
金蝎	脑心通胶囊	2,660.55-2,706.42	1,825.69-2,541.28
水蛭	脑心通胶囊	2,100.92-2,614.68	1,422.02-2,155.96
黄精	稳心颗粒	81.65-82.11	82.11
党参	稳心颗粒	62.84-165.14	62.84
三七	稳心颗粒	154.13-259.63	142.2-211.93
红花	丹红注射液、谷红注射液	210.09-229.82	172.02-237.61
丹参	丹红注射液	27.34-29.82	22.94-27.34

综上，公司心脑血管业务营业收入、毛利率呈下滑趋势主要是受部分毛利率较高产品退出省级医保目录以及原材料价格上升综合影响所致，具有合理性。

（二）补充披露医疗器械商业业务的经营及盈利模式、下游客户性质、收入确认方法、结合业务实质说明相关收入确认是否符合准则要求；

回复：

1、公司医疗器械商业业务的经营及盈利模式、下游客户性质

公司医疗器械商业业务主要系子公司上海合璞医疗科技有限公司（以下简称“上海合璞”）通过与多家全球知名高值医用耗材生产厂商合作，对生产厂商授权产品进行销售并在销售过程中提供仓储物流配送、流通渠道管理、流通过程信息管理服务。上海合璞在年初时综合考虑下游经销商销售情况、库存水平、未来销售预期及生产厂商商业指标等因素后制定当年采购计划。同时，上海合璞在制定采购计划时遵循耗材分类原则，对采购耗材按照轻重缓急分为不同的等级，参考公司库存结构、效期考量等综合指标，对重点物料或急需物料要确保优先安排采购，对于部分通用性较强的耗材，则适当安排一定数量的超前采购。上海合璞采购的医疗器械产品均存放至公司设立的仓库中，上海合璞设立的仓库主要位于上海市奉贤区海湾旅游区及庄行镇。上海合璞盈利来源为在医疗器械销售过程中所提供的综合服务产生的附加价值，具体体现为公司产品购销价差。

上海合璞的销售模式主要包括直销和经销商分销两种模式。经销商分销模式是指公司先将产品销售给经销商，再由经销商销售给终端客户，直销模式是指公司直接将产品销售给终端客户。公司以分销为主、直销为辅，绝大部分产品通过公司遍布全国的销售网络进行销售，分销客户主要系国内大型医疗器械经销商，其余部分产品由公司向医院等终端客户直接销售。

2、公司医疗器械业务收入确认方法及合理性

（1）公司收入确认的一般原则：

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时，确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司考虑下列迹象：①本公司就该商品或服务享有现时收款权利；②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户；③本公司已将该商品的实物转移给客户；④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户；⑤客户已接受该商品或服务等。

（2）公司医疗器械商业业务收入确认的具体方法：

经销商分销模式：公司向客户发货，以客户签收作为客户取得商品的控制权的时点，按照履约义务的交易价格确认收入。

直销：以客户实际耗用商品作为客户取得商品控制权的时点，公司在与客户确认实际耗用商品的情况后确认收入。

（3）公司医疗器械商业业务同行业上市公司收入确认方法：

序号	上市公司名称	收入确认方法
1	威高骨科（688161）	经销、OEM：公司向客户发货，客户收货后作为客户取得商品的控制权的时点，按照履约义务的交易价格确认收入； 医院直销：公司在出库消耗后作为客户取得商品的控制权的时点，按照履约义务的交易价格确认收入。
2	乐普医疗（300003）	经销方式销售的商品，在确认对方已取得商品并在物流单据上签收后确认收入，本公司经销的医疗设备，按合同或协议的要求，将设备及相关资料提交给购买方，且购买方验收合格后，确认商品销售收入； 本公司直接销售给医院的商品，在医院确认商品已使用，本公司将发票账单交付给医院后，确认商品销售收入；
3	爱博医疗（688050）	以客户签收为收入确认时点：公司按照合同约定交付产品并经客户签收后确认收入。通常经销商和一般直销客户以该种方式签署合同并确认收入。 以客户实际使用为收入确认时点：根据合同约定，产品发出且客户签收后，公司仍保留所有权，仅当客户实际使用后所有权才转移至客户，客户提供实际使用量结算单，公司依据实际使用数量确认收入。
4	惠泰医疗（688617）	本公司销售给国内经销商或配送商的商品：在商品发出并取得对方签收记录后，确认销售收入； 本公司直接销售给医院的商品：在商品发出且对方签收后，以医院确认结算的数量，确认销售收入。
5	步长制药（603858）	经销商分销模式：公司向客户发货，以客户签收作为客户取得商品的控制权的时点，按照履约义务的交易价格确认收入。 直销：以客户实际耗用商品作为客户取得商品控制权的时点，公司在与客户确认实际耗用商品的情况后确认收入。

经查阅医疗器械同行业上市公司乐普医疗、威高骨科、爱博医疗及惠泰医疗的年度报告和招股说明书，该等上市公司的产品销售均在客户签收作为确认收入的时点（销售给经销商），客户消耗作为收入确认的时点（直销），公司医疗器械商业业务的收入确认与上述同行业上市公司不存在重大差异。

综上，公司医疗器械商业业务收入确认符合《企业会计准则》的规定。

（三）分别列示公司近三年心脑血管产品和医疗器械商业业务前五大客户的名称、主要销售产品类别、所涉关联关系、交易金额、期末应收款余额等；

回复：

1、公司近三年心脑血管领域前五大客户情况如下：

单位：万元

2023年度				
客户名称	主要销售产品类别	是否关联方	交易金额	应收余额
国药控股股份有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒等	否	205,584.24	30,601.87
九州通医药集团股份有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒等	否	123,236.29	15,923.81
华润医药商业集团有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒等	否	102,552.86	18,427.59
上海医药集团股份有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒等	否	61,435.37	10,384.62
重药控股股份有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒等	否	37,771.07	8,299.02
合计			530,579.83	83,636.91
2022年度				
客户名称	主要销售产品类别	是否关联方	交易金额	应收余额
国药控股股份有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒等	否	221,633.86	33,563.83
九州通医药集团股份有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒等	否	125,478.37	17,326.58
华润医药商业集团有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒等	否	86,753.93	15,537.84
重药控股股份有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、谷红注射液等	否	49,800.08	5,908.51
上海医药集团股份有限公司	脑心通胶囊、丹红注射液、稳心颗粒等	否	46,751.15	10,955.17
合计			530,417.39	83,291.93
2021年度				
客户名称	主要销售产品类别	是否关联方	交易金额	应收余额
国药控股股份有限公司	脑心通胶囊、稳心颗粒、谷红注射液等	否	216,949.48	29,718.26
九州通医药集团股份有限公司	脑心通胶囊、稳心颗粒、谷红注射液等	否	103,035.36	13,581.52
华润医药商业集团有限公司	脑心通胶囊、稳心颗粒、复方脑肽节苷脂注射液等	否	96,423.07	15,553.53
重药控股股份有限公司	脑心通胶囊、谷红注射液、复方脑肽节苷脂注射液等	否	53,782.41	5,442.35
上海医药集团股份有限公司	脑心通胶囊、稳心颗粒、复方曲肽注射液等	否	45,611.28	7,069.02
合计			515,801.60	71,364.68

2、公司医疗器械商业业务前五大客户

单位：万元

2023年度				
客户名称	主要销售产品类别	是否关联方	交易金额	应收余额
华瑞大昌商业（上海）有限公司	关节、创伤	否	18,622.87	-
西安市红会医院	创伤、敷料	否	16,643.00	15,340.39
苏州微创关节医疗科技有限公司	关节	否	11,424.32	9,324.11
山东中盈健康科技有限公司	关节、创伤	否	6,694.49	1,362.79
国药控股股份有限公司	运动医学、神经外科	否	4,901.21	282.25
合计			58,285.89	26,309.54
2022年度				
客户名称	主要销售产品类别	是否关联方	交易金额	应收余额
重药控股股份有限公司	关节、创伤	否	41,061.48	2,720.25
上海泰美医疗器械有限公司	关节、创伤、运动医学	否	19,871.86	81.79
西安市红会医院	创伤、敷料	否	11,734.02	10,718.55
华瑞大昌商业（上海）有限公司	关节、创伤	否	4,845.04	
东丰县中医院	医疗设备	否	1,592.04	341.22
合计			79,104.44	13,861.81
2021年度				
客户名称	主要销售产品类别	是否关联方	交易金额	应收余额
西安市红会医院	创伤、敷料	否	11,629.64	10,462.84
喜姆（上海）医疗科技发展中心	创伤	否	6,795.01	
广州宝灵曼电子科技有限公司	关节、运动医学	否	5,021.93	
潍坊鼎煜商贸中心	创伤	否	4,891.38	
重药控股股份有限公司	创伤	否	4,803.54	32.80
合计			33,141.50	10,495.64

（四）进一步拆分披露“其他产品”项目中包含的产品情况，包括但不限于营业收入、营业成本、毛利率及变动情况；

回复：

公司“其他产品”项目中的主要产品类型情况如下：

单位：万元

分产品	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
消化系统	91,847.61	19,071.39	79.24	-2.06	4.78	-1.35
呼吸系统	66,421.53	29,413.53	55.72	0.40	6.58	-2.57
其他	67,399.33	27,068.37	59.84	-5.12	-3.23	-0.79

（五）结合行业政策、产品竞争力、可比公司情况等，说明公司各业务毛利率是否存在继续下滑的风险及采取的措施。

回复：

1、行业政策

近年来，医药行业持续迎来政策利好，从顶层设计的系统规划逐步推及到医药、医保、医疗等多个方面。《中共二十大报告》《“十四五”医药工业发展规划》及《扩大内需战略规划纲要（2022—2035年）》等纲领性文件，基本确定了医药产业未来的发展基调，提出了推进健康中国建设，把保障人民健康放在优先发展的战略位置，促进中医药传承创新发展；深化医药卫生体制改革，促进医保、医疗、医药协同发展和治理。在优化行业结构的同时，加快传承创新，有利于进一步推动医药行业高质量发展。

（1）医药政策

2023年2月，国务院办公厅发布《中医药振兴发展重大工程实施方案》，提出建设目标，到2025年，优质高效中医药服务体系加快建设，中医药防病治病水平明显提升，中西医结合服务能力显著增强，中医药科技创新能力显著提高，高素质中医药人才队伍逐步壮大，中药质量不断提升，中医药文化大力弘扬，中医药国际影响力进一步提升，符合中医药特点的体制机制和政策体系不断完善，中医药振兴发展取得明显进展，中医药成为全面推进健康中国建设的重要支撑。

2023年3月，国家药监局药品审评中心发布《药审中心加快创新药上市许可申请审评工作规范（试行）》，鼓励儿童用药、罕见病用药创新研发进程，通过早起介入、研审联动、滚动提交、核查检验工作前置的方式加快创新药品种审评审批速度。

2023年7月，国家药监局发布《药品标准管理办法》，旨在规范和加强药品标准管理，建立最严谨的药品标准，保障药品安全、有效和质量可控。

（2）医保政策

2023年2月，国家医保局、财政部、国家税务总局发布《关于做好2023年城乡居民基本医疗保障工作的通知》，提出合理确定城乡居民基本医疗保险筹资标准，健全待遇保障机制，扎实推进参保扩面，推动医保助力乡村振兴，完善医保支付管理，抓好医药集中采购和价格管理工作等，不断增强基本医疗保障能力，努力解除人民群众看病就医后顾之忧。

2023年3月，国家医保局发布《关于做好2023年医药集中采购和价格管理工作的通知》，旨在推进药品耗材集中带量采购，提高集采精细化管理水平，加强药品价格综合治理、推进医疗服务价格改革和管理。2023年度，国家药品集中带量采购工作常态化开展至第九批，持续优化完善采购规则，加强药品供应保障和质量监管。

2023年5月，国务院办公厅发布《关于加强医疗保障基金使用常态化监管的实施意见》，促进规范合理使用医保基金，保障人民群众的健康权益。

2023年12月，国家医保局人力资源社会保障部、印发《国家基本医疗保险、工伤保险和生育保险药品目录（2023年）》，医保目录调整工作常态化推进，其谈判续约规则边际优化，商业化环境逐步向好。

（3）医疗政策

2023年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于进一步完善医疗卫生服务体系的意见》，着力促进优质医疗资源扩容和区域均衡布局，到2025年，医疗卫生服务体系进一步健全，资源配置和服务均衡性逐步提高，重大疾病防控、救治和应急处置能力明显增强，中西医发展更加协调，有序就医和诊疗体系建设取得积极成效。到2035年，形成与基本实现社会主义现代化相适应，体系完整、分工明确、功能互补、连续协同、运行高效、富有韧性的整合型医疗卫生服务体系。

2023年5月，国家卫健委、财政部、国家税务总局、国家医保局等十四部门联合印发了《关于印发2023年纠正医药购销领域和医疗服务中不正之风工作要点的通知》，健全完善新时代纠风工作体系，整治行业重点领域的不正之风问题，强化医保基金监督管理，深入治理医疗领域乱象推动卫生健康事业的高质量发展。

医药卫生体制改革向纵深推进，国家部委及地方政府不断完善医保端、医药端和医疗端“三医联动”的顶层设计与具体政策布局。在药品带量采购工作常态化、医保目录动态调整机制基本建成的背景下，医药行业集中度进一步提升，行业竞争进入药品成本控制以及质量提升的新阶段，上述政策会对公司产品毛利率产生一定影响。

2、公司产品竞争力

公司产品覆盖心脑血管、妇科、泌尿、糖尿病、恶性肿瘤、消化系统和呼吸系统等大病种治疗领域。形成了立足心脑血管市场，并积极开拓妇科、泌尿、糖尿病、恶性肿瘤等领域，在紧紧依靠中成药的传统优势上，布局化药、生物药、医药“互联网+”、基因测序等领域，聚焦大病种、培育大品种的立体产品格局。随着国家医保目录全面实施、基本药物制度加速推进，公司优势将得到进一步发挥。

3、可比公司情况

可比公司	2023年毛利率(%)	2022年毛利率(%)	毛利率变动情况(%)
恒瑞医药	84.55	83.61	0.94
复星医药	47.84	47.28	0.55
健康元	62.16	63.53	-1.37
天士力	66.80	63.87	2.93
济川药业	81.52	82.91	-1.39
西藏药业	95.05	94.26	0.79
步长制药	68.15	71.69	-3.54

报告期内，受毛利率较高产品退出省级医保目录后销量下滑影响，公司整体毛利率下滑幅度略高于上述可比公司，剔除上述影响后，公司毛利率变动与同行业可比公司基本一致。

4、公司产品毛利率是否存在继续下滑的风险

公司毛利率下滑主要原因系部分毛利率较高产品退出各省级医保目录后导致的销量下滑，由于截止2022年底涉及产品已全部退出各省级医保目录，上述原因对公司毛利率的影响将逐步减弱，但公司仍将面临药品降价、中药材价格波动等原因带来的毛利率下滑风险。

5、公司采取的应对措施

公司对主要产品原材料采取战略储备等措施，以对冲中药材价格变动对毛利率的影响；同时，公司持续加强营销能力建设，自建学术推广队伍，强化临床应用和市场服务工作，不断提升市场竞争能力，从而稳定和提升高毛利率产品的销售规模。

此外，为了适应心脑血管市场的快速增长及中药行业政策的变化，公司坚持研发创新，围绕既定产品线布局，加大研发投入力度，加快创新药品、特色仿制药的开发进度，积极布局化药与生物药，完善质量管理体系，提高产品竞争力和公司产品毛利率水平。

请年审会计师对问题（一）至（四）发表意见，并补充说明所执行的相关审计程序及获取的审计证据。

回复：

针对上述问题（一）至（四）我们主要执行的程序包括：1、了解和评价与营业收入确认相关的内部控制的设计及运行的有效性；2、了解公司市场环境、行业政策、主要客户变化情况、主要产品原材料价格变动情况等因素。结合产品类别对收入及毛利率情况执行分析性复核程序，分析各治疗领域销售产品毛利率波动原因及合理性，分析公司营业收入连续下降的主要原因及合理性；3、获取公司成本计算过程及销售订单明细，结合公司本年度市场及行业政策，进一步分析营业收入和毛利率下降的原因及合理性；4、与公司管理层进行访谈，了解医疗器械业务开展情况及销售模式；5、抽查销售收入的相关合同、发票、出库单、发运单等支持性证据；6、结合应收/预收款项，对营业收入执行函证程序，对未回函的样本进行替代测试；7、进行截止性测试，关注是否存在重大跨期。

基于我们执行的审计程序及获取的审计证据，我们认为：1、公司心脑血管业务营业收入、毛利率呈下滑趋势主要是受部分产品退出省级医保目录影响以及原材料价格上升影响，具有合理性；2、公司医疗器械商业业务收入确认符合《企业会计准则》的规定；3、公司披露的前五大客户的销售情况，包括销售产品类别、所涉关联关系、交易金额、期末应收款余额与经我们审计的金额相符；4、公司披露的“其他产品”的产品情况与经我们审计的金额相符。

二、关于销售费用。

年报显示，公司2023年度销售费用63.69亿元，占营业收入比重48.08%，费用发生额及占比均处于同行业较高水平。其中市场、学术推广费及咨询费60.31亿元，占比94.70%，根据公司前期工作函回复，市场、学术推广费及咨询费主要包括市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费四大明细类别。请公司：

（一）补充披露近三年前十大销售费用支付对象、金额、费用性质、是否关联方等，说明公司主要销售费用支付对象是否存在重大变化及其原因；

回复：

公司近三年前十大销售费用支付对象具体情况如下：

单位：万元

2023年度				
序号	支付对象	金额	费用性质	是否关联方
1	海南椰云众包科技有限公司	44,923.18	市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费	否
2	宝鸡新安睿企业管理有限公司	29,440.30	市场推广费、市场调研费	否
3	山西字节数字科技有限公司	7,689.41	市场推广费、学术交流费	否
4	山西晋薪宝科技有限公司	4,633.44	市场推广费、市场调研费、学术活动费	否
5	贵州名帅酒业销售有限公司	1,576.94	购买商品	是
6	杭州嘉铭凯越健康发展有限公司	1,279.99	市场推广费、学术活动费	否
7	北京医百科技有限公司	1,149.31	市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费	否
8	杭州通汇融健康管理咨询有限公司	1,131.94	学术活动费	否
9	杭州凌凡昆达健康管理咨询有限公司	915.33	学术活动费	否
10	杭州研臻商策市场营销策划有限公司	914.05	市场活动费、市场调研费	否
合计		93,653.89		
2022年度				
序号	支付对象	金额	费用性质	是否关联方
1	海南海云椰信息咨询服务有限公司	12,929.91	市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费	否
2	湖南炊云网络科技有限公司	6,577.48	市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费	否
3	海南椰云众包科技有限公司	5,152.82	市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费	否
4	贵州名帅酒业销售有限公司	2,018.10	购买商品	是
5	上海瑞利胜医疗科技有限公司	1,484.01	市场服务费	否
6	上海吴赢利医疗科技有限公司	1,412.83	市场服务费	否
7	北京医百科技有限公司	724.81	市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费	否
8	北京华夏尚德企业策划有限公司	506.36	市场活动费	否
9	河南钮云医药科技有限公司	498.35	学术活动费	否
10	上高县夏埠商务服务有限公司	474.56	市场活动费、市场调研费	否
合计		31,779.21		
2021年度				
序号	支付对象	金额	费用性质	是否关联方
1	海南海云椰信息咨询服务有限公司	23,351.85	市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费	否
2	长沙繁空科技有限公司	4,111.99	市场活动费	否
3	贵州名帅酒业销售有限公司	2,137.52	购买商品	是
4	南京中之旅国际旅行社有限公司	725.21	学术交流费	否
5	西安中国国际旅行社集团有限责任公司	721.24	学术交流费	否
6	北京医百科技有限公司	695.25	市场活动费、市场调研费、学术活动费	否
7	上海东保营销策划中心	465.50	市场活动费、市场调研费	否
8	上海载阳营销策划中心	449.26	市场活动费、市场调研费	否
9	重庆市潼南区村聚商务信息咨询经营部	418.49	市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费	否
10	重庆若玄企业管理咨询有限公司	416.04	学术活动费	否
合计		33,492.35		

公司近三年前十大销售费用支付对象存在些许变化，一方面原因是公司在保有稳定推广商的同时，为增加推广渠道的多样性及广泛性，以应对市场环境发展变化，对行业内推广商进行挑选，优胜劣汰；另一方面是国家为支持小微企业发展，推出各项优惠政和政策，公司选择这部分推广服务商相应可以享受价格优惠，因此公司销售费用支付对象会存在部分变动。

（二）分别列示报告期内市场活动费、市场调研费、学术活动费、学术交流费各明细类别支付金额前十笔的支付对象名称、发生时间、地点、发生原因、费用最终使用方、相关入账原始单据；

回复：

1、市场活动费

单位：万元

序号	支付对象	金额	发生时间	地点	发生原因	费用最终使用方	入账原始单据
1	贵州名帅酒业销售有限公司	159.98	2023年1月	不适用	日常活动使用	贵州名帅酒业销售有限公司	报销单、发票、合同等
2	宁波国帅酒业销售有限公司	156.20	2023年11月	不适用	日常活动使用	宁波国帅酒业销售有限公司	报销单、发票、合同等
3	宁波国帅酒业销售有限公司	131.07	2023年11月	不适用	市场推广	宁波国帅酒业销售有限公司	报销单、发票、合同等
4	贵州名帅酒业销售有限公司	123.41	2023年1月	不适用	日常活动使用	贵州名帅酒业销售有限公司	报销单、发票、合同等
5	杭州诚泰海禾商业管理咨询有限公司	110.75	2023年3至4月	山西、山东、四川等	产品市场推广	杭州诚泰海禾商业管理咨询有限公司	发票、合同、报告等
6	杭州通汇融健康管理咨询有限公司	109.39	2023年6至7月	浙江、河南等	市场推广	杭州通汇融健康管理咨询有限公司	发票、合同、报告等
7	西安中国国际旅行社集团有限责任公司	100.00	2023年4月	陕西	中医药文化交流	西安中国国际旅行社集团有限责任公司	合同、发票、会议议程等
8	泰和县合裕科技有限公司	100.00	2023年5月	江西	市场推广、活动策划、健康教育活动	泰和县合裕科技有限公司	发票、合同、报告等
9	宁波国帅酒业销售有限公司	98.16	2023年11月	不适用	日常活动使用	宁波国帅酒业销售有限公司	报销单、发票、合同等
10	泰和县合裕科技有限公司	98.00	2023年7月	江西	市场管理、拜访服务、活动策划、健康教育活动	泰和县合裕科技有限公司	发票、合同、报告等

2、市场调研费

单位：万元

序号	支付对象	金额	发生时间	地点	发生原因	费用最终使用方	入账原始单据
1	山西晋薪宝科技有限公司	427.90	2023年9至10月	苏州、无锡、常州、石家庄、重庆、西安、天津、杭州、武汉	市场调研服务	山西晋薪宝科技有限公司	报销单、发票、合同、报告等
2	山西字节数字科技有限公司	417.95	2023年11月	杭州、西安、长沙、苏州、无锡、常州、重庆、郑州、天津、石家庄	市场调研服务	山西字节数字科技有限公司	报销单、发票、合同、报告等
3	山西字节数字科技有限公司	245.00	2023年12月	西安、郑州、天津、苏州、无锡、常州、长沙、石家庄、杭州	市场调研服务	山西字节数字科技有限公司	报销单、发票、合同、报告等
4	山西字节数字科技有限公司	126.80	2023年11月	杭州、西安、苏州、常州、重庆、石家庄	市场调研服务	山西字节数字科技