（上接D33版）

3、国外业务毛利率水平远高于国内业务的原因

国外毛利率高于国内的主要原因系国外的销售单价普遍较国内销售价格高所致，与产品成本构成无关。具体情况如下：

（1）国外销售的产品和国内销售的产品品种差异较大。

单位：元

国内销售主要产品	国内收入	毛利率	国外销售主要产品	国外收入	毛利率
磷酸奥司他韦胶囊	113,384,273.01	34.48%	SPD104	356,787,797.47	84.20%
SPC012	93,049,600.45	77.97%	SPC054	349,569,229.30	82.95%
SPD104	52,386,367.75	54.03%	APC IV	143,525,086.11	58.17%
SPC013	44,168,993.25	70.29%	SPC013	69,498,190.22	67.32%
SPC041	35,561,504.42	66.66%	APC I	67,442,597.21	66.70%
SPC054	35,419,284.42	83.21%	APC V	52,522,975.00	79.06%
注射用胸腺法新	27,848,649.19	30.00%	APC VI	47,115,017.19	83.18%
磷酸奥司他韦颗粒	16,991,912.00	-29.10%	磷酸奥司他韦中间体	34,077,163.79	40.02%
-	-	-	APC III	29,356,460.76	64.98%
-	-	-	APC VII	29,047,126.40	80.59%

①对于国内国外均有销售的产品，如：对于同一产品SPD104，虽然国内和国外均有销售，但由于地区、市场竞争格局、产品质量要求及GMP生产体系的不同，导致国外的销售单价明显高于国内，亦是导致国外的毛利率高于国内的一个重要因素。

②磷酸奥司他韦胶囊、磷酸奥司他韦颗粒、注射用胸腺法新等低毛利率制剂产品仅在国内销售，国外无销售，导致国内业务整体毛利率偏低。而APC VI、APC V、APC VII、APC I等定制类产品属于高端医药中间体，只销售给国外客户，国内无销售；导致国外业务整体毛利率偏高。

（2）海外客户更看重长期合作的信誉及供货稳定性，接受一定程度的产品溢价。国内的客户首先考虑的是产品价格因素。

（3）公司在国内销售的制剂产品，如磷酸奥司他韦胶囊、注射用胸腺法新等，因为国家集采的因素，销售价格较低，从而从整体上拉低了国内销售业务毛利率。

综上，公司对国外销售的产品毛利率高于国内销售的产品毛利率。

2、会计师说明

（一）对国外收入的审计程序及其充分性、有效性，包括但不限于境外客户的函证与走访情况，与出口退税、外管局收汇数据、中信保数据等第三方数据的验证及匹配情况等。

针对国外收入我们履行的审计程序及核查情况如下：

（1）了解公司销售业务流程及其关键控制点，获取与销售业务相关的内部控制制度，评价其有效性，执行穿行测试和控制测试；

（2）获取公司与主要国外客户签订的购销合同、补充合同及订单，对合同中约定的交货方式、货权转移及货款结算等关键条款进行检查，检查公司收入确认政策是否符合企业会计准则的规定；

（3）通过中信保资信调查12家主要外销客户的基本信息，包括基本情况、信用情况等，对客户注册地址、注册资本、经营范围、股权结构和设立时间等信息进行了核查，了解其与公司之间是否存在关联关系。具体核查比例如下：

单位：家、万元

项目	金额
境外核查家数	12
境外核查客户对应收入	105,024.66
外销收入	136,583.77
境外客户核查比例	76.89%

（4）分析性复核程序。①查阅出口地区的贸易政策，了解相关贸易政策的影响，分析境外销售收入的合理性；②从产品和客户角度分析销售收入变动原因及合理性；③分析主要客户订单的单价变动情况；④对主要产品和主要客户的毛利率进行分析；⑤查阅同行业可比公司定期报告等公开披露文件，比较分析公司销售收入及占比变动趋势的合理性。

（5）针对国外客户执行了函证程序，确认2025年度的外销收入情况，国外客户函证核查具体情况如下：

单位：万元

项目	金额
境外销售收入(a)	136,583.77
发函金额(b)	126,766.63
发函金额占收入(c=b/a)	92.81%
回函金额(d)	94,895.20
回函比例(e=d/a)	69.48%
其中：相符比例	59.00%
回函调节后相符金额(f)	94,895.20
回函调节后相符比例(g=f/a)	69.48%
未回函执行替代测试金额(h)	31,871.43
未回函执行替代测试比例(i=h/a)	23.33%
回函及执行替代测试合计比例(j=(f+h)/a)	92.81%

（6）针对回函不符的情况，我们检查了回函不符的原因，并在分析原因的基础上执行了以下进一步程序：①查看公司编制的调节表；②执行期后回款测试，检查银行资金流水，查验客户付款的银行单据或流水，核查应收客户的余额款项是否期后收回，核对付款方与客户名称是否一致，是否与收入相关；③结合销售收入的细节测试，进一步检查销售合同及订单、出库单、销售发票或报关单、物流签收记录等单据。

（7）对未回函客户执行替代程序以验证未回函客户收入真实性，具体替代程序如下：①获取未回函客户销售明细，检查未回函客户的销售合同或订单、发票、出库单、物流签收记录或报关单等原始凭证；②对未回函客户进行回款检查，检查客户回款的银行单据，核对回款方与客户名称是否一致，回款性质与收入是否相关；③获取资产负债表日后的有关销售退回、销售换货记录，检查是否存在差异订单期后退回或换货的情况；④检查未回函客户的期后回款情况，进一步验证收入真实性。

（8）获取外销收入明细表，对本年记录的收入交易选取样本，核对销售合同、发票、出库单、物流记录、出口报关单、航运单、银行收款记录等支持性文件，核查境外销售的准确性和真实性，2025年境外销售收入的核查比例为81.00%。

（9）就重要外销客户执行视频访谈程序，与公司交易明细、关联关系、合作背景等内容进行了解核实，并与公司提供的信息比较。视频访谈的境外客户具体核查比例如下：

单位：万元

项目	金额
视频访谈的境外客户销售额	69,706.81
外销收入	136,583.77
境外客户视频访谈销售额占外销收入比例	51.04%

（10）通过中国电子口岸(https://e.chinaport.gov.cn/)获取公司2025年度出口明细，并与公司财务记载的出口数据进行核对分析。经核查，公司出口金额与海关数据的差异主要系出口报关时点与收入确认时点不一致导致，不存在异常情况。公司境外销售数据与海关数据核对情况如下：

单位：万美元/万欧元/万元

项目	美元	欧元	人民币
当期收入	18,601.67	127.47	2,797.91
海关确认销售额	18,136.69	5.75	3,075.46
差异	464.98	121.72	-277.55
其中：			
技术服务及其他等电子口岸无需申报收入	-527.88	-121.79	-
免样广告品及其他等电子口岸申报收入	64.32	0.07	270.64
其他	-1.42	-	6.91

（11）获取外管局收汇数据，与公司境外销售进行匹配分析。外汇收汇金额与境外销售数据具有匹配性。具体情况如下：

项目	境外汇入美元(万美元)
出口销售回款金额	19,855.57
外管局收汇数据	20,253.42
差异	-397.85

公司2025年出口销售回款金额与外管局收汇数据差异主要系时间性差异所致，整体差异金额较小。

（12）获取公司及各子公司的增值税出口退税申报表，并与公司财务记载的出口数据进行核对分析。经核查，公司出口退税申报相比货物出口报关有一定延迟，剔除时间性差异影响，具有合理性。具体情况如下：

单位：万元

序号	项目	金额
1	境外销售额(a)	136,583.77
2	申报出口退税销售额(b)	122,681.43
3	前期报关本期退税收入(c)	29,399.29
4	当期报关当期未退税收入金额(d)	38,277.09
5	公司主动放弃退税销售额(e)	499.07
6	技术服务及其他等不能退税销售额(f)	4,524.52
7	考虑时间性差异后出口销售收入(g=b-c+d+e+f)	136,582.82
8	差异(h=a-g)	0.95
9	差异率(i=g/a)	0.00%

综上，境内主体直接出口销售额与申报出口退税销售额具有匹配性。

（13）获取公司及其子公司对账单及银行序时账，核查销售收款对应的银行流水，将网银流水和银行对账单进行双向核对，并将回款记录与网银流水根据交易对手进行匹配，复核回款记录的准确性。公司境外销售回款测试如下：

单位：万元

项目	金额
外销销售收入	136,583.77
回款测试金额	106,774.47
测试比例	78.18%

（14）执行截止性测试，获取公司2025年期末前后10天境外销售明细，查验出库单、出口报关单、物流信息和签收记录，判断公司收入是否被记录于恰当的期间。

（15）公司中信保数据与境外销售匹配情况。公司根据行业特点，并结合自身生产经营状况，制定了审慎的整体信用政策，对于新增外销客户一般需要预付部分货款才予以发货，对于长期合作的客户，公司一般根据客户的基本情况、规模大小、订单及合同金额大小、以往合作情况、货款回款情况等多种因素给予一定的信用期。公司在对外销收入投保时，会结合历史交易金额、回款情况、逾期记录、中信保资信报告等进行综合考虑，评判客户是否为风险客户。若某一客户被公司评判为风险客户，则针对风险客户向中信保发起投保申请，中信保批复额度后，该客户即为公司的中信保投保客户；若某一客户被公司评判为非风险客户，则公司不对其投保。故公司未对所有外销客户的所有外销收入进行投保。具体情况如下：

单位：万元

项目	金额
中信保保险销售额	77,110.62
外销销售收入	136,583.77
中信保保险销售额占外销收入比重	56.46%

经履行上述审计程序，我们认为，公司境外收入真实，履行的审计程序具有充分性和有效性。公司境外收入与出口退税、外管局收汇数据具有匹配性，基于外销业务模式、订单特性，公司未对所有外销客户的所有外销收入进行投保，外销收入与中信保投保数据的差异具有合理性。

（二）对国外经销是否实现最终销售的核查情况，包括核查方法、比例、数据来源、结果和结论意见

针对国外经销业务我们履行的审计程序及核查情况如下：

（1）了解公司对境外经销商的管控措施，包括经销商准入资格、业务支持、库存管理等，公司经销业务均为买断式销售；期末均已实现终端销售。

（2）对境外经销商实施函证程序，本期境外经销收入函证比例为93.05%，回函比例为57.79%，对于未回函客户，执行替代测试程序。

（3）分析各个季度经销收入情况，各个季度经销收入占比较为均匀，不存在报告期末突击销售收入的情形。

（4）检查境外经销商应收账款期后回款情况，具体情况如下：

单位：万元

项目	金额
境外经销客户应收账款期末余额	320.00
境外经销客户应收账款期后回款金额	312.28
境外经销客户应收账款期后回款比例	97.59%

注：上述期后回款是指截至2026年5月31日回款。

（三）公司国外客户应收账款期后收回情况，是否存在第三方回款，未收回账款对应的客户及原因，销售商品、提供劳务收到的现金与收入是否匹配

公司应收账款回款不存在第三方回款的情况。销售商品、提供劳务收到的现金与收入匹配。相关说明如下：

（1）公司国外客户应收账款回款情况

公司国外客户应收账款回款情况如下：

单位：万元

项目	金额
境外客户应收账款期末余额	14,857.18
境外客户应收账款期后回款金额	13,320.79
境外客户应收账款期后回款比例	89.66%

注：上述期后回款是指截至2026年5月31日回款。

公司境外客户应收账款期后回款比例为89.66%，期后回款比例较高，回款情况良好。截至2026年5月31日，未收回境外客户应收账款余额为1,536.40万元，占比较小，主要系个别客户未达支付账期或客户资金周转安排所致。

（2）公司2025年第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	金额
第三方回款金额	2,508.85
外销销售收入	136,583.77
第三方回款占外销销售收入比例	1.84%

公司第三方回款占外销收入的比例为1.84%，占比较低。公司第三方回款均系海外客户基于结算的便利性通过同一集团内的其他主体代为支付货款，具有商业合理性。

（3）销售商品、提供劳务收到的现金与收入是否匹配

公司销售商品、提供劳务收到的现金与收入匹配情况如下：

单位：万元

项目	金额
营业收入	194,279.91
加：应交税费—应交增值税(销项税额)	7,970.46
应收账款原值的减少(期初-期末)	2,646.55
应收票据+应收款项融资的减少(期初-期末)	-146.05
合同负债的增加(期末-期初)	-1,309.34
汇率变动对应收账款的影响	-539.50
减：当期应收票据背书转让额	11,303.79
核销坏账减少的应收账款	2.79
销售商品、提供劳务收到的现金	191,595.45

如上表所示，公司营业收入与本期现金流量表中"销售商品、提供劳务收到的现金"勾稽关系合理，具有匹配性。

（四）针对国外货币资金或存货等资产的核查程序及其有效性

公司外币货币资金均为在境内银行开立的外币账户，由年审会计师项目组成员亲往银行获取银行对账单和独立执行函证程序，不存在存储于国外的货币资金。公司存货均存放于公司境内仓库，我们已执行存货监盘程序，公司未在境外租赁仓库，不存在存放于国外的存货。

3. 关于销售费用。2025年年报显示，公司本年度发生销售费用9,805.31万元，同比增长58.23%；其中佣金及市场推广费3,588.66万元，同比增长98.07%。2026年一季度，公司发生销售费用2,220.69万元。

请公司：(1)补充披露2025年度及2026年一季度推广费的前十大支付对象、金额、用途、最终流向，推广活动的实际开展情况与业务规模是否匹配，对应订单的客户情况，经销、直销模式的判断标准，是否存在经销模式下产生推广费的情形。(2)补充披露公司确定销售模式并发生销售费用的审批流程及内部控制，说明销售费用支付对象中是否涉及公司关联方、员工或其他利益相关方，公司是否存在虚构销售费用、为他方垫付资金或承担费用等变相利益输送情况。(3)结合上述问题及客户开拓、订单获取等情况，说明佣金及市场推广费、销售费用增长的原因及合理性。

请年审会计师发表明确意见。

回复：

【公司说明】

一、补充披露2025年度及2026年一季度推广费的前十大支付对象、金额、用途、最终流向，推广活动的实际开展情况与业务规模是否匹配，对应订单的客户情况，经销、直销模式的判断标准，是否存在经销模式下产生推广费的情形

（一）公司2025年市场推广费及佣金前十大支付对象、金额、用途、最终流向，推广活动的实际开展情况

公司销售费用中的市场推广费系公司主要为推广制剂类产品与合作推广商合作，由合作推广商协助公司进行制剂类产品在终端和渠道的推广，推广的方式主要为市场调研报告、终端拜访、PPT文件制作及文献资料收集和准备、日常拜访等，相关的市场推广费由公司承担。制剂经销商主要指符合国家法规要求的医药配送商业企业(公司与制剂经销商签订销售合同(含配送协议)，医药配送企业主要系赚取配送差价，以集采产品为例，公司以略低于中标价的价格销售至医药配送企业，医药配送企业以中标价销售至医院)。销售费用中的市场推广费与公司的经销商无关，公司不存在为经销商承担费用的情况。市场推广费用系推广商为公司开展推广活动产生的费用，与推广活动产生的销售收入不存在直接关系。

公司的佣金主要系原料药等产品销售过程中产生的第三方经销商拓展的费用，公司与经销商签订了经销协议，并约定相关的佣金比例。公司支付佣金的经销商主要为市场代理，公司的佣金政策通常会考虑市场商业惯例、经销商发挥的作用、终端客户资质、回款历史、能否建立长期合作关系等因素，与不同经销商协商佣金比例或金额。公司会在与经销商的合同中约定佣金率，或根据与客户的预计销售规模在合同中明确佣金金额。佣金按照销售额一定的比例支付，与对应收入挂钩。

单位：元

2025年佣金及推广费前十大支付对象	金额	用途	最终流向	推广活动的实际开展情况
支付对象一	6,686,730.20	业务推广费	支付对象一	通过全国重点连锁药店的进场覆盖，各连锁药店的陈列，定期出具产品推广总结报告，选择重点省份的零售市场进行调研，并出具省零售市场调研报告，对制剂产品关键市场进行日常专业的品牌拜访，定期出具市场信息反馈表，面向全国各省市各城市零售终端(连锁药店，单体药房)进行问卷调研，了解和收集产品陈列，动销，竞品对比，营销支持等相关反馈，为产品开展全国零售市场营销推广，优化动销策略提供数据支撑。定期对各连锁药店的店员进行专业化的培训和辅导，提高店员对产品的适应症和禁忌症有全面的了解，从而实现产品专业性的拓展
支付对象二	6,648,094.98	销售佣金	支付对象二	不适用
支付对象三	5,179,502.95	销售佣金	支付对象三	不适用
支付对象四	3,381,000.00	业务推广费	支付对象四	通过走访医院，市场调研，搜集客户源，通过定期的品牌日常拜访，对于药物安全使用进行专业性的处理及提出改进措施，定期召开科室会议，对于制剂产品调节机制和临床用药经验进行分享，强调要求按照说明书和指南专业性使用该产品，定期开展市场调研，出具市场推广调研报告，为产品市场策略的制定提供专业支撑
支付对象五	2,393,292.00	业务推广费	支付对象五	通过走访医院，市场调研，搜集客户源，展开专题学术会议，精准传递产品说明书适应症和指南要求的产品使用原则
支付对象六	1,698,482.12	销售佣金	支付对象六	不适用
支付对象七	1,500,359.80	业务推广费	支付对象七	通过走访医院，市场调研，搜集客户源，展开专题学术会议，精准传递产品说明书适应症和指南要求的产品使用原则
支付对象八	1,455,830.99	销售佣金	支付对象八	不适用
支付对象九	1,296,605.37	销售佣金	支付对象九	不适用
支付对象十	1,147,869.83	销售佣金	支付对象十	不适用

（二）公司2026年第一季度市场推广费前十大支付对象、金额、用途、最终流向，推广活动的实际开展情况

单位：元

2026Q1佣金及推广费前十大支付对象	金额	用途	最终流向	推广活动的实际开展情况
支付对象一	1,777,850.75	销售佣金	支付对象一	不适用
支付对象二	1,232,873.52	销售佣金	支付对象二	不适用
支付对象三	1,058,714.00	销售佣金	支付对象三	不适用
支付对象四	1,021,000.00	业务推广费	支付对象四	通过走访医院，市场调研，搜集客户源，通过定期的品牌日常拜访，对于药物安全使用进行专业性的处理及提出改进措施，定期召开科室会议，对于制剂产品调节机制和临床用药经验进行分享，强调要求按照说明书和指南专业性使用该产品，定期开展市场调研，出具市场推广调研报告，为产品市场策略的制定提供专业支撑
支付对象五	818,374.26	业务推广费	支付对象五	国外原料药市场前期调研服务：据我司要求对肌肉保护类药物的靶点选择、技术路径与竞争壁垒；偶联药物的靶点热度、临床开发策略与市场准入机会；新兴技术平台的成熟度、知识产权布局与合作可行性；业务拓展交易标的的估值逻辑与合作结构设计进行深度调研，支持我司在靶点选择、管线布局与业务拓展合作方面的立项决策与战略规划，助力我司把握研发方向与商业机会
支付对象六	619,416.85	业务推广费	支付对象六	通过定期的品牌日常拜访，对于药物安全使用进行专业性的处理及提出改进措施，定期召开科室会议，对于制剂产品调节机制和临床用药经验进行分享，强调要求按照说明书和指南专业性使用该产品，定期开展市场调研，出具市场推广调研报告，为产品市场策略的制定提供专业支撑
支付对象七	325,669.62	销售佣金	支付对象七	不适用
支付对象八	220,077.94	销售佣金	支付对象八	不适用
支付对象九	170,000.00	业务推广费	支付对象九	开展学术会议，科室会围绕制剂产品的药理机制、适应症、用法用量、临床应用价值及用药安全展开系统讲解。重点明确了该药物作为神经氨酸酶抑制剂，可通过阻碍流感病毒释放发挥治疗与预防作用；强调治疗需在流感症状出现48小时内启动，才能最大化降低重症风险；梳理了成人、青少年及儿童的规范给药方案，以及肾功能不全患者的剂量调整原则。同时，结合呼吸科临床场景，分析了制剂产品在流感季治疗高危人群、预防院内交叉感染、联合其他药物对症支持等方面的应用要点，并详细罗列了胃肠道反应、神经精神症状等不良反应的识别与处理方式
支付对象十	110,366.83	销售佣金	支付对象十	不适用

（三）推广活动的实际开展情况与业务规模是否匹配，对应订单的客户情况，经销、直销模式的判断标准

推广活动的实际开展情况与业务规模不存在匹配关系。①在医院内市场，推广商开展推广活动主要针对医生进行学术教育及处方习惯培养。具体来说，推广商通过定期的品牌日常拜访，对于药物安全使用进行专业性的处理及提出改进措施，定期召开科室会议，对于药物机制和临床用药经验进行分享，强调要求按照说明书和指南专业性使用该产品，定期开展市场调研，出具市场推广调研报告，为产品市场策略的制定提供专业支撑。根据实际经验得知，推广活动的效果一般滞后6-18个月。推广活动取得效果后，实际的销量往往受医保控费、药占比、集采中标等多重因素决定，推广只是这些因素发挥作用的前置条件，无法决定最终处方量。②在零售市场即医院外市场，推广活动面向药店店员和药品消费者，侧重产品知识培训、陈列及促销活动，但零售销量还受竞品拦截、医保刷卡限制、患者自主选择等因素影响；同时推广投入常前置用于铺货率和首推权谈判，与最终动销存在时间错配。

综上，无论医院内或医院外市场，均存在多变量驱动与滞后效应，推广活动与公司的订单不存在直接的对应关系。但因为外在因素的影响，公司又不得不加强推广活动，主要系：

①公司制剂品种主要依托国家集采及经销商进行市场销售推广，公司已获批制剂品种及在审制剂品种存在未能集采中标及市场销售推广不及预期的风险；所以加强医院外市场的推广属于行业内企业的通行做法。

②市场竞争加剧，对于以往产生销售额的产品，公司需要通过加强推广，以提高覆盖率和拓展渠道，提高产品可及性；对于公司新推出的产品，第一年的推广更为重要，需要选择相应的推广商，帮助新产品的推广和拓展，提高产品的知晓度，最终实现市场份额的提高。

（三）是否存在经销模式下产生推广费的情形

报告期内，公司的销售以研发创新为驱动，主要通过参加行业展会、行业论坛、直接客户拜访、借助经销商等方式进行市场推广。在制剂销售方面，公司一直以来利用现有资源积极搭建销售网络，同时也利用具有较强市场营销能力和渠道资源的经销商进行市场拓展。报告期内公司不存在经销模式下产生推广费的情形。

二、补充披露公司确定销售模式并发生销售费用的审批流程及内部控制，说明销售费用支付对象中是否涉及公司关联方、员工或其他利益相关方，公司是否存在虚构销售费用、为他方垫付资金或承担费用等变相利益输送情况。

（一）公司的销售模式

1、销售模式概述

（1）自主选择产品

对于自主选择的原料药及中间体，美国、欧洲、印度等海外市场的制剂厂商是公司的重要目标客户，公司在自主进行客户拓展的同时，也借助个别熟悉海外市场且具有一定客户资源的经销商进行市场拓展。对于自主选择的制剂，公司主要通过经销商进行销售。

（2）定制类产品及技术服务

对于定制类产品，公司主要采取直销的销售模式。公司与国内外多家知名创新药企建立了稳固的合作关系，有助于公司持续取得客户的定制研发生产订单。除直接向最终客户进行销售外，部分贸易商凭借其客户资源优势，也会为公司带来一定的业务机会，向公司采购相关产品后向最终客户进行销售。对于技术服务，公司凭借成熟的研发体系采用主动与潜在客户进行沟通，促进双方合作；同时也接受客户主动寻求合作的互动商业模式。

2、市场开拓方式

在市场开发方面，公司坚持国际化战略，通过国际化的品种和业务布局、人才队伍和生产体系建设，使公司具备了较强的全球竞争力，海外市场成为公司高级医药中间体定制类产品业务、自主选择的原料药和中间体业务着力拓展的最终目标市场。公司以研发创新为驱动，主要通过参加行业展会、行业论坛、直接客户拜访、借助经销商等方式进行市场推广，部分客户也会基于公司的市场知名度、公司在美国FDA网站DMF列表的情况主动与公司进行接洽。公司与客户初步接洽后，一般需向客户提供样品，客户评估样品并确认质量后，根据其制剂研发进程情况对公司进行现场审计，并逐步放大对公司的采购量。

在制剂方面，公司正积极搭建销售网络，重点利用具有较强市场营销能力和渠道资源的经销商进行市场拓展。随着国家"带量采购"逐步推广，如公司产品被纳入带量采购目录，公司将凭借原料药-制剂的一体化带来的成本优势，积极参与投标，以赢得市场。未来，公司将在立足国内市场的基础上，稳步推进部分全球市场需求庞大的品种在国际市场的上市销售。

（二）公司销售费用的审批流程及内部控制

1、公司销售费用的入账审批流程和销售费用支付流程

公司销售费用中，除职工薪酬、折旧、差旅费及小额零星等费用外，公司其他销售费用均与商品或劳务提供方签署合同或者协议。合同由需求部门发起后，经公司法务、财务、审计等部门通过OA系统对相关合同进行逐级审批，审批通过后，正式签署合同。公司合同审批流程为逐级审核，多层审核，确保业务为真实发生。

业务经手人按合同约定及结算凭据或费用报销凭据，财务部门据以计入销售费用核算，且由业务经手人在OA系统提交付款申请，并经相关负责人逐级审批后，财务进行款项支付。

2、公司销售费用的内部控制

公司的销售费用秉承着不相同职务相分离的内部控制基本原则。

公司的销售费用均需要通过预算管理，公司每年根据销售目标、产品规划制定销售费用预算，再选择有资质满足要求的推广商或第三方中介。公司的合同审批流程需要逐级审核后才能完成合同签订。接受公司委托的第三方服务机构按照合同规定的内容完成推广活动或中介业务后，根据合同约定合作内容进展，经过公司支付审批流程逐级审批后才能支付。

3、公司的销售费用支付对象中不涉及公司关联方、员工或其他利益相关方，公司不存在虚构销售费用、为他方垫付资金或承担费用等变相利益输送情况

从公司目前的销售模式来看，公司目前的销售活动以现有业务为导向。公司制定了严格的销售费用审批流程及内部控制制度，并严格实施。

经自查，报告期内，公司的销售费用支付对象中不涉及公司关联方、员工或其他利益相关方，公司不存在虚构销售费用、为他方垫付资金或承担费用等变相利益输送情况。

三、结合上述问题及客户开拓、订单获取等情况，说明佣金及市场推广费、销售费用增长的原因及合理性

（一）2025年度公司客户开拓、订单获取情况

2025年度，公司新开拓重点客户50余个，获取订单金额合计超过1亿元。

（二）佣金增长的主要原因及合理性

报告期内，公司一方面在积极调整销售团队，按现有的销售模式积极实施市场开拓战略；另一方面，公司通过向部分有客户资源优势的服务商支付佣金的方式进行市场开拓，可以有效降低市场开拓风险，提高客户开拓效率。公司严格把关市场行情及趋势，结合具体市场及产品销售、客户后续采购数量等，最终与其签订大框架佣金协议或佣金合同。对于不同销售市场及不同产品，佣金支付比例存在一定差异。公司佣金均是为开拓市场，按照销售比例支付对服务商的佣金费用。

公司2024年全年、2025年全年及2026年第一季度佣金平均支付比例分别为2.68%、3.33%及3.41%，整体无明显差异。公司佣金增长的主要原因是随着公司销售收入规模增长而增长，佣金支付比例无明显差异，佣金增长具有合理性。

（三）市场推广费增长的主要原因及合理性

市场推广费增长的主要原因详见本题"一、补充披露2025年度及2026年一季度推广费的前十大支付对象、金额、用途、最终流向，推广活动的实际开展情况与业务规模是否匹配，对应订单的客户情况，经销、直销模式的判断标准，是否存在经销模式下产生推广费的情形"。公司市场推广费增长系不断加强产品的推广活动所致，推广活动与公司的订单不存在直接的对应关系。因外部市场竞争环境不断加剧，所以加强医院外市场的推广属于行业内企业的通行做法。

（四）销售费用增长的主要原因及合理性

业务规模扩大是销售费用增长的主要原因。公司客户群体分布区域较为分散，销售人员及销售推广活动增加，样品及展览费用也增加；公司通过多种方式开拓客户，近些年来，收入规模均有所增长。公司引入丰富行业经验及国际化背景的销售团队，随着销售人员增多、业务规模增大，销售人员薪酬及招待费用也有所增长。销售费用增长，与业务开展模式相符，与收入增长趋势匹配，具有合理性。

公司与同行业可比公司的销售费用占营业收入比例的对比情况如下：

单位：万元

项目	诺泰生物	博腾股份	凯莱英	翰宇药业	博瑞医药	同行业可比公司平均数
2025年销售费用	9,805.31	17,505.23	21,044.18	10,696.42	7,802.15	14,262.00
2025年营业收入	194,279.91	341,982.95	667,018.10	96,635.21	122,364.01	307,000.07
2025年销售费用占营业收入比	5.05%	5.12%	3.15%	11.07%	6.38%	4.65%

由上表可知，公司与同行业可比公司的销售费用占营业收入占比不存在明显差异。

2、会计师核查程序及意见

（一）核查程序

（1）了解与推广费有关的内控制度，检查公司与市场推广费相关的内控制度，询问公司销售、市场相关负责人及财务人员，了解关键控制点的设计情况，并对关键控制点进行了穿行测试，以识别内部控制是否得到有效执行；

（2）检查主要推广服务商的工商信息，查询股东、实际控制人和高管信息，检查是否存在关联关系；

（3）对主要推广服务商的本期推广费发生额及应付余额进行函证，确认与其交易数据的真实性；

（4）对推广费发生额进行了真实性测试，获取了大额推广服务费合同、业务材料、费用结算表、发票、银行回单等进行核查；

（5）检查主要服务商合同及审批情况，费用结算单、付款单及付款审批情况，同时抽样检查市场推广费的计算过程；

（6）执行分析性复核程序，对公司推广费构成进行分析，并与可比公司、往年推广费用的变化趋势进行比对，并分析其合理性。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

公司制定了销售费用与推广费相关的审批制度，内部控制运行有效，公司推广费均基于真实的推广服务业务发生，公司与推广服务商根据合同约定开票结算推广服务费，取得的发票金额与入账金额一致，且合法合规，不存在利益输送，推广费具有真实性。

4. 关于固定资产与在建工程。年报显示，公司2025年固定资产期末账面价值为22.53亿元，同比增长48.54%；在建工程期末账面价值为6.93亿元，同比增长103.74%，二者合计占总资产的比例约43.71%，且未计提减值准备。

请公司：(1)各在建项目的建设周期、目前的状态、预计未来支出及资金安排，并结合公司财务状况说明是否有足够的资金支持项目建设；(2)主要在建工程项目的预定用途，目前各产品管线的产能与在建工程完工后的产能及利用率，是否存在长期未转固的在建工程或闲置的固定资产，并结合在研原料药的进展、客户的药品研发进展及生产计划，以及在研制剂的进展、市场容量及竞争格局等，说明是否有充足的订单与扩建产能相匹配，固定资产及在建工程减值测试过程、未计提任何减值准备的合理性。

请年审会计师发表明确意见。

回复：

【公司说明】

一、公司2025年末各在建项目的建设周期、目前的状态、预计未来支出及资金安排，并结合公司财务状况说明是否有足够的资金支持项目建设。

（一）公司2025年末各在建项目的建设周期、目前的状态、预计未来支出及资金安排情况

单位：万元

工程项目名称	项目建设周期	目前状态	预算数	2022-2025年累计投入	预计未来支出	是否属于长期未转固的在建工程
多肽原料药产品技改606车间	12个月	完工	25,711.54	21,006.41	1,488.84	否
中华药港项目	81个月	203、210及211车间完工；206、207车间机电安装中；209车间部分产线完工	34,400.00	31,878.32	13,393.56	否
原料药制造与绿色生产提升项目105车间	36个月	完工	26,239.16	25,803.42	8,433.78	否
寡核苷酸单体产业化项目	36个月	土建完工、机电安装中	16,400.28	11,975.43	4,467.79	否
多肽原料药车间建设项目601、602车间	32个月	完工	44,030.00	33,493.65	5,331.56	否
长链多肽药物规模化生产项目	24个月	土建完工、机电安装中	45,684.00	19,142.85	18,933.73	否
小核酸原料药车间建设项目	27个月	设备调试中	25,000.00	21,977.54	3,081.56	否
709车间建设项目	36个月	土建完工、机电安装中	6,720.00	4,826.08	2,300.75	否
中华药港多肽研发中心实验室建设项目	20个月	基础装修已完成，实验室装修以及配套设备安装中	7,399.00	1,510.73	5,888.27	否
溶剂回收车间建设项目	19个月	完工	4,500.00	3,470.96	525.67	否
小计	-	-	236,083.98	175,085.39	63,845.52	否

（续）

工程项目名称	2022年期初余额	2022年增加	2022年转入固定资产	2023年增加	2023年转入固定资产	2024年增加
多肽原料药产品技改606车间				20,536.58	19,694.51	165.19
中华药港项目		2,281.52		3,586.27	5,635.54	3,109.91
原料药制造与绿色生产提升项目105车间				2,689.16		13,424.73
寡核苷酸单体产业化项目				1,388.57		3,940.92
多肽原料药车间建设项目601、602车间						10,677.92
长链多肽药物规模化生产项目						704.14
小核酸原料药车间建设项目						
709车间建设项目						
中华药港多肽研发中心实验室建设项目						
溶剂回收车间建设项目						
小计		2,281.52		28,200.58	25,330.05	34,006.99

（续）

工程项目名称	2024年转入固定资产	2024年其他减少	2025年增加	2025年转入固定资产	期末余额
多肽原料药产品技改606车间	720.67	127.34	304.64	434.29	29.61
中华药港项目	664.75	647.73	22,900.62	19,357.44	5,572.87
原料药制造与绿色生产提升项目105车间	1,239.01		9,689.53	18,502.53	6,061.88
寡核苷酸单体产业化项目	997.55		6,645.94	7,372.11	3,605.77
多肽原料药车间建设项目601、602车间	6,459.60		22,815.74	24,036.08	2,997.97
长链多肽药物规模化生产项目			18,438.71	1,403.67	17,739.18
小核酸原料药车间建设项目			21,977.54		21,977.54
709车间建设项目			4,826.08		4,826.08
中华药港多肽研发中心实验室建设项目			1,510.73		1,510.73
溶剂回收车间建设项目			3,470.96	3,058.89	412.08
小计	10,915.50	775.07	113,259.70	75,994.48	64,733.69

从上表可以看出，在建工程逐年增加，在达到预定可使用状态，每年及时转固，不存在长期未转固的在建工程。公司主要在建项目后续投入资金的需求相对较低。

（二）公司当前的财务状况确保有足够的资金支持当前的项目建设

截至2025年末，公司货币资金余额9.14亿元(包含募集资金0.12亿元)，公司总资产67.40亿元，资产负债率55.47%；近三年经营活动现金流量净额持续为正，分别为3.50亿元、4.00亿元及6.81亿元，财务状况良好。2026年一季度，公司经营活动现金流量净额为1.48亿元，公司各在建项目预计未来支出6.4亿元，公司目前现金流健康稳定，可为在建项目建设提供充足的资金保障。

预计未来资金支出和安排：资金来源主要为公司自有资金、自筹资金以及募集资金。

①自有资金：可以通过出售库存、催收外部货款等方式支付在建项目剩余资金，即利用未来获取的经营性现金流；

②自筹资金：公司可以通过银行贷款，非银行金融机构筹资等解决在建工程剩余资金；

③募集资金：部分在建项目属于首发IPO募投项目及可转债募投项目，公司可以按规定利用募集资金支付此类在建项目的剩余所需资金；

④可能的政府补助：部分当前在建项目属于当地政府重点关注项目，未来获取政府补助款的可能性较大。

二、主要在建工程项目的预定用途，目前各产品管线的产能与在建工程完工后的产能及利用率，是否存在长期未转固的在建工程或闲置的固定资产，并结合在研原料药的进展、客户的药品研发进展及生产计划，以及在研制剂的进展、市场容量及竞争格局等，说明是否有充足的订单与扩建产能相匹配，固定资产及在建工程减值测试过程、未计提任何减值准备的合理性。

（一）公司2025年末主要在建工程项目的预定用途，目前各产品管线的产能与在建工程完工后的产能及利用率

截至2025年末，主要在建工程情况如下：

工程项目名称		预定用途	设计产能	产能利用率	对应在手订单或预留产能情况
多肽原料药产品技改606车间		利拉鲁肽、司美格鲁肽等多肽原料药生产	多肽原料药500kg： 1)生产线一：替尔泊肽200kg； 2)生产线二：定制类多肽300kg	31%： 1)生产线一：生产替尔泊肽143kg； 2)生产线二：完成定制类多肽工艺验证3批共13.5kg	1)生产线一：对应在手订单替尔泊肽58kg； 2)生产线二：对应订单无，预留300kg产能用于定制类多肽
中华药港项目	203车间	片剂，胶囊剂，颗粒剂等生产	1)胶囊剂产能22.5亿粒； 2)片剂产能22.5亿片； 3)颗粒剂产能3,600万瓶	1)胶囊剂1.84%：年产磷酸奥司他韦胶囊4,138万粒； 2)片剂0.25%：依折麦布阿托伐他汀钙片284万片；奥美沙坦酯氨氯地平片272万片；司美格鲁肽片16万片； 3)颗粒剂2.97%：磷酸奥司他韦颗粒107万瓶	在手订单无；为公司自主研发制剂产品预留产能
	206车间	小容量注射剂，安瓿瓶线(分终端灭菌和非终端灭菌线)	建设中：安瓿瓶2亿支	不适用	在手订单无；预留产能无
	207车间	小容量注射剂生产线(预充针)	建设中：预充针1亿支	不适用	在手订单无；预留产能无
	209车间	注射剂车间：卡式瓶线，西林瓶线(冻干粉针及小容量)	卡式瓶产能1亿支；建设中：西林瓶3亿支	0.49%： 生产定制类多肽注射液7.6万支；司美格鲁肽注射液37.5万支；盐酸阿扑吗啡注射液4万支	在手订单：定制类多肽注射液52万支； 预留产能：定制类多肽注射液2,500万支，预计2027年生产
	210车间	口服固体(片剂)雌激素制剂生产	片剂6亿片	0.98%： 生产雌二醇地屈孕酮片84万片；雌二醇片/雌二醇地屈孕酮片427万片；戊酸雌二醇片79万片	在手订单无；为公司自主研发制剂产品预留产能，对应产品尚在研发中
	211车间	口服固体(片剂)孕激素制剂生产	片剂6亿片	0.14%： 生产地屈孕酮片83万片	在手订单无；为公司自主研发制剂产品预留产能，对应产品尚在研发中
原料药制造与绿色生产提升项目105车间		主要生产磷酸奥司他韦原料药、中间体等	小分子化药原料药及中间体70吨	5.7%： 磷酸奥司他韦原料药1.2吨；定制类化药85kg； 磷酸奥司他韦中间体2吨	1)供应公司磷酸奥司他韦制剂自用原料药10吨左右(以1亿粒磷酸胶囊对应原料药需求估算)； 2)磷酸奥司他韦中间体根据客户年需求10~20吨进行预留产能； 3)定制类化药项目在手订单255kg，目前处于验证阶段，预计2028年第三季度获批上市，预留产能3吨用于商业化需求
寡核苷酸单体产业化项目		主要生产寡核苷酸单体	建设中：寡核苷酸单体400kg：PMO-A100kg/a，PMO-C100kg/a，PMO-G100kg/a，PMO-T100kg/a	不适用	在手订单无；预留产能无
多肽原料药车间建设项目601、602车间		主要生产司美格鲁肽、替尔泊肽、胸腺法新、醋酸奥曲肽、醋酸兰瑞肽等多肽原料药	多肽原料药5.8吨： 1)601车间4.5吨； 2)602车间1.3吨	4.7%： 1)601车间：生产司美格鲁肽113kg；替尔泊肽97kg； 2)602车间：生产利拉鲁肽61kg；醋酸地非法林1kg	1)601车间在手订单：替尔泊肽57kg、司美格鲁肽2kg； 预留产能： 定制类多肽项目预留4吨/年多肽原料药产能； 2)602车间在手订单无；预留产能无
长链多肽药物规模化生产项目		主要生产司美格鲁肽原料药	多肽原料药8吨： 1)一期3吨建设中； 2)二期5吨未开工	不适用	在手订单无；预留产能无
小核酸原料药车间建设项目		主要生产小核酸及PMO等	建设中：小核酸原料药1吨	不适用	在手订单无；预留产能无
709车间建设项目		主要生产依帕司他、罗沙司他等小分子化药原料药	建设中：化药原料药25.5吨： 阿格列汀10吨，艾普拉唑1.5吨，依帕司他8吨，罗沙司他6吨	不适用	在手订单无； 预留产能：为客户预留舒林酸产能约1.5吨
中华药港多肽研发中心实验室建设项目		主要用于研发	用于研发，不涉及产能	不适用	不适用
溶剂回收车间建设项目		对多肽车间乙腈废液和DMF废液回收预处理	18,500吨： 年处理乙腈废液约15,000吨；年处理DMF废液约3,500吨	处理乙腈废液75%；处理DMF废液35%	不适用

由上表可知，公司目前在建工程主要以公司经营的主力产品为主，具体为：多肽原料药、小分子化药原料药、磷酸奥司他韦原料药及制剂；此外，公司目前在建工程涉及未来小核酸药品及其单体、产品研发及废液回收等辅助工作。

根据公司近年来市场预测，同时为维持公司在细分行业中的竞争力，公司审慎制定业务发展计划和长期资产投资。尽管目前公司部分产线产能利用率尚未完全释放，但未来产品需求往往并非呈现线性增长的趋势，拥有充足的产能才能得到市场机会。

（二）公司是否存在长期未转固的在建工程或闲置的固定资产

公司不存在长期未转固的在建工程，参见本题"一、公司2025年末各在建项目的建设周期、目前的状态、预计未来支出及资金安排，并结合公司财务状况说明是否有足够的资金支持项目建设。"之"（一）公司2025年末各在建项目的建设周期、目前的状态、预计未来支出及资金安排情况"。

根据公司的内控制度及会计核算制度，公司每个会计年度期末均进行固定资产盘点。2025年末，经过公司工作人员盘点，未发现公司存在闲置的固定资产。

公司的内审部门及年审会计师事务所也对盘点结果进行复盘并确认公司的盘点结果。

（三）公司目前在研原料药的进展、在研制剂的进展、市场容量及竞争格局

报告期末，公司重点在研原料药及制剂的进展、市场容量及竞争格局情况：

产品名称	研发进展	市场容量(注)	竞争格局
司美格鲁肽原料药	多国申报，部分国家已获批	2025年终端制剂销售约346亿美元	FDA DMF可引用数量16家；CDE登记数量7家；出口欧盟原料药证明文件5家
替尔泊肽原料药	多国申报，部分国家已获批	2025年终端制剂销售约365亿美元	FDA DMF可引用数量2家；CDE登记数量2家；出口欧盟原料药证明文件7家
利拉鲁肽原料药	多国申报，部分国家已获批	2025年终端制剂销售约50-60亿美元	FDA DMF可引用数量15家；CDE登记数量5家；出口欧盟原料药证明文件5家
瑞他鲁肽原料药	小试研究	尚无终端制剂上市销售	FDA DMF可引用数量0家；CDE登记数量0家；出口欧盟原料药证明文件0家
醋酸兰瑞肽原料药	多国申报，部分国家已获批	终端制剂销售约10亿美元规模	FDA DMF可引用数量6家；CDE登记数量2家；出口欧盟原料药证明文件1家
醋酸奥曲肽原料药	多国申报，部分国家已获批	终端制剂销售约10亿美元规模	FDA DMF可引用数量13家；CDE登记数量22家；出口欧盟原料药证明文件2家
英克司兰原料药	待中试	2025年终端制剂销售约12亿美元规模	FDA DMF可引用数量1家；CDE登记数量0家；出口欧盟原料药证明文件0家
司美格鲁肽注射液	完成临床，待申报	2025年司美格鲁肽注射剂医院端销售47.7亿元，实体药店端销售6.3亿元，共54亿元	CDE已获批数量1家，审评审批中8家
司美格鲁肽片	中国已申报IND	2025年司美格鲁肽片医院端销售1068万元，实体药店销售3265万元，共4333万元	CDE已获批数量1家，IND审评审批中1家
利拉鲁肽注射液	美国已申报ANDA，中国临床中	2025年利拉鲁肽注射剂医院端销售14.88亿元，实体药店端销售2.27亿元，共17.15亿元	CDE已获批数量5家，审评审批中2家
替尔泊肽注射液	完成展示批	2025年替尔泊肽注射液全年收入为19.51亿美元	CDE已获批数量1家，审评审批中0家
英克司兰注射液	小试	2025年英克司兰注射剂医院端销售2.4亿元，实体药店端销售1.8亿元，共4.2亿元	CDE已获批数量1家，审评审批中0家
磷酸奥司他韦胶囊	中国已获批	2025年奥司他韦胶囊医院端销售13.06亿元，实体药店端销售29.30亿元，共42.36亿元	CDE已获批数量56家，审评审批中15家
磷酸奥司他韦颗粒	中国已获批	2025年奥司他韦颗粒医院端销售28.63亿元，实体药店端销售23.16亿元，共51.79亿元	CDE已获批数量10家，审评审批中12家
磷酸奥司他韦干混悬剂	中国已获批	2025年奥司他韦干混悬剂医院端销售1.17亿元，实体药店端销售0.48亿元，共1.65亿元	CDE已获批数量49家，审评审批中7家
依帕司他片	中国已获批	2025年依帕司他片医院端销售4.05亿元，实体药店端销售0.94亿元，共4.99亿元	CDE已获批数量19家，审评审批中10家
罗沙司他片	中国已获批	2025年罗沙司他片医院端销售5192万元，实体药店销售217万元，共5409万元	CDE已获批数量26家，审评审批中10家

注：市场容量均引用第三方公开数据，原料药为全球市场数据，制剂为国内市场数据。

由上表可知，公司重点在研原料药及制剂均属于在未来拥有较大的市场容量的产品品种，同时，大部分产品也将面临激烈的市场竞争。

（四）客户的药品研发进展及生产计划以及与公司新建产能匹配情况

近年来，公司重点多肽原料药产品在全球各主要地区注册申报陆续获批，推动公司多肽原料药产品实现放量：公司司美格鲁肽、利拉鲁肽原料药已于2023年先后获得美国First Adequate Letter；2026年2月，公司司美格鲁肽原料药获得印度国家药品监管机构签发的司美格鲁肽FORM CT-19证书，获准进入印度市场；2026年5月，司美格鲁肽原料药获得巴西CADIFA批准，成为国内首家拿到巴西市场合规准入资质的司美格鲁肽原料药企业。

公司在全球多肽仿制药客户拓展已取得一些进展，对于全球多肽头部原研药企业务尚未取得积极进展，未来公司将加大BD拓展力度，争取原研大厂订单以提升产能利用率。

公司在进行客户拓展过程中，部分大客户会视公司现有产能及在建产能情况，评估公司是否具备商业化大规模稳定供货能力，再决定是否开展进一步商务沟通。并且，产能建成后尚需经过技术工艺转移、工艺验证、GMP检查、客户审计、商业化试生产等多个步骤，距离能够稳定供货之间尚存在较长时间周期。

公司针对部分重点客户的药品研发进展、生产计划情况，匹配新建产能情况如下：

1、某国内客户已完成某GLP-1多肽创新药：公司已在606车间为该产品的原料药供应预留相应多肽原料药产能，预计将在2027年上半年开启商业化订单交付；公司在中华药港制剂产线为该产品的制剂供应预留相应产能。

2、某海外创新药企GLP-1多肽创新药：公司已在601车间为该产品的原料药供应预留4吨/年的多肽原料药产能，该产品目前处于临床二期。公司产能利用情况会根据客户临床进展及新药申报进度制定相应生产计划，预计会在2028年末开始生产。

3、某海外客户司美格鲁肽注射液：公司在中华药港制剂产线为该产品的制剂供应预留相应卡式瓶产能，该产品预计在2026年下半年在东欧获批。

4、某海外客户司美格鲁肽注射液：公司在中华药港制剂产线为该产品的制剂供应预留相应卡式瓶产能，该产品预计在2027年在南美获批。

5、公司已为欧美主流客户供应司美格鲁肽原料药，待相关地区专利到期后，预计将有较大销售贡献；公司是印度药企司美格鲁肽注射液及口服剂型的原料药供应商；公司是南美当地头部药企司美格鲁肽注射液及口服剂型的原料药供应商。

6、目前已有7家药企利拉鲁肽注射液在美国FDA获批，公司是其中三家药企该产品的原料药供应商。

7、公司已为欧美主流首仿客户供应替尔泊肽原料药，待相关地区专利到期后，预计将有较大销售贡献。

8、公司中华药港中有多个制剂产线是为公司自主研发制剂产品预留相应产能，目前部分产品尚处于研发或审评审批阶段，如公司自研产品地屈孕酮片、司美格鲁肽片、司美格鲁肽注射液等均处于研发阶段，尚未获批，因此相关产线的产能利用率较低。

（五）公司是否有充足的订单与扩建产能相匹配

1、公司目前已投产产能，优先匹配在手订单，剩余产能锁定关键客户的长期合作关系与公司的自研管线

（1）多肽原料药的核心产能(601车间、602车间、606车间)订单匹配程度相对较高；

（2）中华药港项目已建成车间中，除209车间卡式瓶生产线有明确订单或客户意向需求外，其余均为自研管线预留，整体产能利用率较低，产能释放需依赖自研管线的研发进展与商业化落地；

（3）原料药制造与绿色生产提升项目105车间整体匹配公司多维度小分子化药产能需求：①公司磷酸奥司他韦制剂自用原料药需求；②磷酸奥司他韦中间体客户需求；③为客户定制类产品商业化需求预留相应产能。主要生产产品磷酸奥司他韦原料药及中间体以销定产，受公司奥司他韦系列制剂产品销量影响及客户定制类产品获批供货仍需要时间，存在当前产能利用率较低的情形。

2、建设中或未开工产能

一般情况下，公司处于建设中或未开工产能往往没有在手订单或明确供货意向，包括：206车间、207车间、209车间西林瓶生产线、寡核苷酸单体产业化项目、小核酸原料药车间、长链多肽药物规模化生产项目，目前未锁定对应需求，建成后存在潜在产能闲置风险。

3、新增产能无在手订单或意向需求相匹配的潜在风险

公司存在增量产能无明确订单需求支撑的情况。建设中或未开工的原料药、制剂产能，多数无在手订单或明确合作意向，若对应市场环境、行业政策发生变化，极易出现产能闲置的情形。

已投产制剂产能利用率极低：203、210、211等已投产制剂车间无外部订单，仅靠自研管线支撑，若自研管线研发失败/审批受阻或商业化销售不及预期，将出现产能闲置。

客户预留产能落地依赖项目进展：部分定制类多肽等项目的预留产能，完全依赖合作项目的临床推进及获批上市进度，若项目研发失败/审批受阻、商业化销售不及预期或客户变更/增加供应商，在无其他订单或生产需求补充的情况下，预留产能将无法实现预期产能利用率，造成产能闲置。

4、公司订单与扩建产能无法做到绝对匹配的原因

与同行业公司的情况类似，公司与客户签订的销售订单部分为长期合作并持续合作的长期合同；部分为通过合理的生产备货，在交货时间一次性提供确定数量和确定金额产品的合同。

公司作为长期深耕本行业的公司，对近年来的产能扩建具有理性的安排。出于对行业趋势的预判和前瞻性布局，公司会综合在手订单情况、潜在市场需求、客户商务谈判进展、潜在客户意向、在研产品研发进展及获批上市节奏、产能投放节奏等多方面考虑，提前布局，决定产能扩建计划。

风险提示：公司目前扩建产能与公司生产经营计划、公司对未来行业趋势的判断相匹配。未来受行业供给格局变化、客户需求变化、产品迭代风险、地缘政治风险等影响，存在产能利用率提升不及预期的风险。

（六）固定资产及在建工程减值测试过程、未计提任何减值准备的合理性

公司根据《企业会计准则第8号——资产减值》的相关规定，判断固定资产及在建工程是否存在可能发生减值的迹象，每个资产负债表日的固定资产减值测试方法如下：

①公司于资产负债表日判断是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，公司将估计其可回收金额，进行减值测试；

②可回收金额根据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。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用等。资产的公允价值减去处置费用后的净额，是根据市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格减去可直接归属于该资产处置费用的金额确定。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的税前折现率对其进行折现后的金额加以确定；

③可收回金额的计量结果表明，可收回金额低于其账面价值的，应当将账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的减值准备。

报告期末，公司结合《企业会计准则第8号——资产减值》关于减值迹象的规定，对固定资产及在建工程是否存在减值迹象进行了分析，具体如下：

序号	企业会计准则规定	具体分析	是否存在减值迹象
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	固定资产市场价格近几年未发生重大不利变化，不存在资产市价大幅度下跌且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的情形；在建工程主要为生产线及定制化设备，未见市价大幅下跌情形	否
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	公司所处的行业领域和相关上下游行业领域处于正常的发展状态，报告期内，公司整体经营环境未发生较大变化，技术或者法律等环境以及资产所处的市场近期未发生重大变化	否
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，导致固定资产可收回金额大幅度降低	报告期内，市场利率或者其他市场投资报酬率保持在正常水平，未发生明显波动	否
4	有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏	根据盘点及使用年限情况，公司固定资产未发生陈旧过时或者实体损坏且其价值明显高于因时间的推移预计的账面余额；在建工程项目处于建设或安装调试阶段，资产状态良好，无损坏、报废情况	否
5	已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置	报告期内公司对固定资产的投入不断增加，公司配置的机器设备均为满足存量客户及新增客户的订单增长需求，各项目建设按计划正常推进	否
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	公司经营状况稳定，未出现资产的经济绩效已经低于或者将低于预期情况；在建工程尚未产生经济效益，不存在经济绩效低于预期的情况	否
7	其他表明资产可能已经发生减值的迹象	公司未识别出其他表明固定资产可能已经发生减值的迹象；各在建项目正积极推进，项目可行性未发生变化	否

综上，截至2025年12月31日，公司固定资产及在建工程涉及的主要机器设备、生产线主要用于生产定制类及自主选择类产品，目前公司生产经营正常，各项固定资产及在建工程均处于正常、有效的使用状态，维护保养得当，不存在陈旧过时、实体损坏等情形；公司生产所用的机器设备、生产线及在建工程所处的市场未发生重大变化，同类型/同性能设备采购价格未见大幅度下降；公司定期对机器设备监盘，机器设备状况良好，均在正常生产使用中，未出现闲置、终止使用或者计划提前处置的情况。期末公司主要机器设备、生产线及在建工程未见明显的减值迹象，无需计提减值准备。

2、会计师核查程序及意见

（一）核查程序

（1）执行穿行测试和控制测试，了解和评价管理层与固定资产、在建工程相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

（2）获取固定资产和在建工程明细，检查新增资产的合同、发票、付款单据、结算单、验收报告、工程进度表等支持性文件；

（3）对期末重要固定资产和在建工程进行监盘和实地查看；

（4）结合验收报告、运行测试报告、竣工决算报告等，检查在建工程转固时点是否准确；

（5）获取并查阅了公司固定资产减值测试的相关会计政策，了解公司固定资产减值测试情况，复核管理层进行的减值测试的具体过程、依据、参数等信息及结果，分析相关资产是否存在减值迹象。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

（1）公司固定资产及在建工程投入真实、完整，支持项目建设的资金充足，在建工程转固时点准确；

（2）期末公司固定资产和在建工程不存在重大减值迹象，减值准备计提充分、合理。

5. 关于存货。年报显示，公司存货期末账面价值为8.60亿元同比增长47.17%。其中原材料、在产品账面余额分别为2.57亿元、2.68亿元，同比增89.93%、60.38%，相应的存货跌价准备仅分别增长7.80%、12.07%；而库存商品期末账面余额为3.64亿元，仅同比增长7.53%，存货跌价准备大幅增长71.81%。

请公司：(1)报告期末存货的主要产品、类型、库龄数量、跌价准备计提金额、是否存在对应的在手订单等，结合公司发展战略，说明存货规模大幅增加的原因；(2)各主要产品的存货跌价准备计提方式、主要参数及测算过程，并结合公司的生产、采购模式，说明原材料、在产品跌价准备计提比例下降而库存商品跌价准备计提比例上升的原因。

请年审会计师发表明确意见。

回复：

【公司说明】

一、报告期末存货的主要产品、类型、库龄数量、跌价准备计提金额、是否存在对应的在手订单等，结合公司发展战略，说明存货规模大幅增加的原因

公司2025年末和2024年末的存货情况如下：

单位：元

项目	2025年末			2024年末		
	账面余额	存货跌价准备/合同履约成本减值准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备/合同履约成本减值准备	账面价值
原材料	257,450,897.90	3,345,798.57	254,105,099.33	135,549,702.03	3,103,383.36	132,446,318.67
在产品	267,732,514.76	24,014,956.28	243,717,558.48	166,939,431.61	21,428,679.20	145,510,752.41
库存商品	363,918,654.40	69,557,711.19	294,360,943.21	338,437,329.03	40,485,294.52	297,952,034.51
合同履约成本	34,872,470.53	5,020,311.50	29,852,159.03	7,024,412.16	1,316,121.37	5,708,290.79
发出商品	37,615,279.26	130,652.71	37,484,626.55	2,423,176.02		2,423,176.02
	961,589,816.85	102,069,430.25	859,520,386.60	650,374,050.85	66,333,478.45	584,040,572.40

由上表可知，公司2025年末存货规模大幅增加主要体现在：原材料和在产品分别增加了12,190.12万元和10,079.31万元。

（一）报告期末存货的主要产品、类型、库龄数量、跌价准备计提金额

2025年末，公司主要存货的品名、库龄数量、跌价准备计提金额情况如下：

1）主要库存商品：

单位：元

存货项目	库龄1年以内		库龄1-2年		库龄2-3年		库龄3年以上		跌价准备计提金额	在手订单金额
	数量	存货账面余额	数量	存货账面余额	数量	存货账面余额	数量	存货账面余额		
SPC054(g)	203,440.85	77,173,807.79	230.35	85,110.82					8,847.15	
磷酸奥司他韦胶囊(盒)	807,139.00	3,691,618.74	4,070,541.00	17,918,017.02					1,791,801.70	
APC IV(kg)	12,230.17	20,435,293.34								50,269,977.60
SPC034(kg)	5,101.77	19,165,943.64	0.09	306.30					2,736,522.79	
SPC013(g)	28,390.61	15,937,525.75								
APC I(kg)	13,194.93	13,660,666.66								41,427,747.20
APC VIII(kg)	10,610.04	12,391,345.17								
APC IX(kg)					2,817.96	11,874,328.45			4,887,994.69	
APC X(kg)	921.43	11,853,177.30								28,952,000.00
AT008(g)	2,678.80	11,716,086.27								15,000,000.00
AT002(g)	7,524.72	11,053,435.18							986,298.89	2,995,674.56
磷酸奥司他韦中间体(kg)	7,862.50	10,281,233.72								
上述主要库存商品合计		207,360,133.56		18,003,434.14		11,874,328.45			10,411,465.22	138,645,399.36
2025年末库存商品期末账面余额		253,348,545.10		52,826,622.02		23,256,240.36		34,487,246.91	69,557,711.19	
占比		81.85%		34.08%		51.06%		0.00%	14.97%	

2）主要在产品：

单位：元

存货项目	库龄1年以内		库龄1-2年		库龄2-3年		库龄3年以上		跌价准备计提金额	在手订单金额
	数量	存货账面余额	数量	存货账面余额	数量	存货账面余额	数量	存货账面余额		
SPC013		63,433,677.42								
SPD104		25,623,475.29								
APC V		14,172,801.21		3,057,875.48					305,787.55	125,815,520.00
SPC054		13,333,071.67								
APC IV		11,464,803.08		760,564.13		13,104.48			82,608.65	50,269,977.60
SPC034		7,592,874.40								
SPC012		7,579,197.00								
APC XI		7,480,016.75								10,637,807.65
APC XII		5,739,831.51		281,904.64				143,364.61	171,555.07	72,220,920.00
APC XIII								5,294,732.34	5,294,732.34	
APC XIV		5,212,921.17						24,168.73	24,168.73	4,235,000.00
APC XV		5,123,392.50								
上述主要在产品合计		166,756,062.00		4,100,344.25		13,104.48		5,462,265.68	5,878,852.34	263,179,225.25
2025年末在产品期末账面余额		237,854,120.68		7,273,073.98		3,359,493.44		19,245,826.66	24,014,956.28	
占比		70.11%		56.38%		0.39%		28.38%	24.48%	

（下转D35版）