

证券代码：600252

证券简称：中恒集团

编号：临 2016-45

广西梧州中恒集团股份有限公司 关于对 2015 年年度报告的事后审核意见函回复的公告

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个别及连带责任。

广西梧州中恒集团股份有限公司（以下简称“中恒集团”或“公司”）于 2016 年 5 月 12 日收到上海证券交易所《关于对广西梧州中恒集团股份有限公司 2015 年年度报告的事后审核意见函》（上证公函【2016】0488 号）（以下简称“《意见函》”）。根据《意见函》的要求，公司组织下属相关业务部门，对问询事项进行了认真分析，现就公司经营情况、医药行业信息等相关问题回复如下：

一、公司经营情况

1. 业绩波动。2015 年，公司经营业绩大幅下滑，营业收入 13.4 亿元，较去年同期下降 58%。净利润 5.2 亿元，较去年同期下降 67%，扣非后净利润 2.09 亿元，较去年同期下降 75%。公司营业收入、净利润主要是梧州制药产品销售下降影响所致。同时，公司营业收入、扣非后净利润自一季度开始每季度均较前一季度大幅下滑。请公司补充披露：（1）报告期内梧州制药产品销售下降的具体原因，公司采取的应对措施及效果；（2）结合公司业务特点、经营安排以及营业收入、利润的确认时点和政策等说明四个季度公司营业收入、扣非后净利润逐季度大幅下降的原因，并请公司年审会计师发表意见；（3）结合公司的医药制造业务销售渠道、销售模式，说明公司报告期内是否存在退货、退货的比例及相应的会计确认与处理，并请公司年审会计师发表意见。

公司回复：

（1）报告期内梧州制药产品销售下降的具体原因，公司采取的应对措施及效果。

2015 年，在医保控费、限价、限量、控制药占比等政策及市场竞争激烈的大背景下，梧州制药的产品在终端销售增速放缓。根据 IMS 抽样统计数据显示，

2014 年度终端销售金额排名前 10 的药品，仅有 1 种产品在 2015 年 1-11 月期间的增速比上年同期增速快，其余品种的增速均有不同程度的放缓。

2015 年第一季度，梧州制药产品销售平稳中有所增长，一是时值秋冬季节，气温变化饮食习惯等因素会诱发心脑血管疾病的发病率上升，终端市场产品需求旺盛，经销商对全年终端出货量态度乐观；二是公司 2014 年底与经销商签订《经销协议书》，经销商合作发展意愿十分强烈，主观上促进了经销商积极提货。

2015 年第二季度，公司产品环比销售出现大幅下降，一是二季度开始气温转暖，客观上心脑血管发病人群减少，终端市场用药需求降低；二是医药政策上，因医保控费，全国主要省份多家医疗机构停止了采购或限量采购上年度销售排名靠前的药品，招标政策的变化，也使得药品中标降价成为趋势，2015 度医药行业增速放缓成为业内共识；三是行业政策下经销商对新市场开发难度加大，医疗机构开发进药数量未达到预期目标，增量市场销量不能达到预期，经销商对前期制定的年度销售目标态度发生转变；四是经销商前期积压在手上的存货较多，提货意愿和提货量下降。

2015 年第三、第四季度，公司产品销售量进一步下滑，一是公司管理层变动，9 月公司原控股股东筹划转让公司控股权，经销商观望情绪加重；二是当前医保支付政策下，经销商从销售终端的回款周期加长，资金压力很大，在公司管理层和控股权变动期间，经销商只少量提货甚至退货，以减轻其资金压力。公司管理层为维系与经销商的良好合作关系，且退货产品均在有效期之内，基于对未来市场及产品的信心，公司决定与经销商共度难关，同意部分经销商的退货。由此，公司 2015 年第三、第四季度产品销售下降巨大。

公司目前产品的销售以代理销售为主，公司财务报表中的销售收入主要反映经销商的报告期内的提货数量。报告期内经销商提货数量的减少，直接导致公司 2015 年度财务报表的销售收入大幅下降。代理商主要通过消化渠道内的原有存货的方式满足终端用药需求，报告期公司除了密切加强与经销商的沟通外，还加大了学术推广等针对终端的营销活动力度，对公司产品实施相应的促销政策，因此产品的终端市场销量依然保持增长态势。

需要说明的是，因为产品疗效确切，不良反应比例低，深受终端患者信赖，且 2016 年年初公司控股权转让完成，新控股股东广西投资集团有限公司进驻，

公司正积极采取应对措施，优化公司管理层架构，完善公司内部管理，加强销售队伍建设。目前公司主要采取以下应对措施：①确定 2016 年度的已开发市场的营销计划；②对未开发市场进行梳理，协助经销商进行开发，提高销量；③对销售渠道及营销团队进行整合、优化，为今后的销售工作夯实基础。公司初步预计 2016 年度的产品销售数量较 2015 年度增长 5%-30%。

(2) 结合公司业务特点、经营安排以及营业收入、利润的确认时点和政策等说明四个季度公司营业收入、扣非后净利润逐季度大幅下降的原因，并请公司年审会计师发表意见。

公司产品营业收入确认时点：商品已经发出，客户已验收并在《商品发货清单》上签字时确认营业收入的实现。

①公司四个季度营业收入逐季度大幅下降的主要原因如下：

a. 政策变化影响，根据国办发[2015]7号文、国卫药政发（2015）70号文和各省药品集中采购及挂网工作方案，对公司产品产生了重要影响的政策主要有：分类采购，上下联动，动态调整，带量采购，医院按照不低于上年度药品实际使用量的80%制定采购计划，规定药品采购的剂型原则上不超过3种，每种剂型对应的规格原则上不超过2种，逐步实现药占比总体降到30%以下，对独家、专利产品开展多方参与的国家谈判制度等；随着新医改进程的加快及目前的医药政策新形势下，越来越多的省份进行二次议价，全国各省进行左右联动、动态调整是常态，医保控费、药品降价也是大趋势，新一轮的医保、基药目录即将调整，国家药品谈判在即，还有医保支付制度的改革等等，给公司产品前景带来很多不确定因素，不同程度影响产品的销售情况，也给经销商带来观望情绪，公司产品终端增速放缓，销售数量逐季度大幅下降，相应营业收入也逐季度大幅下降；

b. 心脑血管系列用药销售有较为明显的季节性特点，因秋冬季节，气温变化饮食习惯等因素会诱发心脑血管疾病的发病率上升，适合使用产品的患者数量大量增加，导致第一季度经销商提货量增加，相应营业收入较大；

c. 第二季度适合使用产品的患者人数减少，加之第一季度经销商库存尚未消化完毕，第二季度提货量下降，相应营业收入也出现下降；

d. 2015年5月-11月公司管理层变动，导致经销商观望情绪严重，提货意愿下降，尽力消化第一季度提货库存，第二、三、四季度提货量出现大幅下滑，同

时存在退货，相应营业收入也大幅减少；

e. 2015年9月公司原控股股东筹划转让公司控股权，经销商观望情绪进一步加重，提货量进一步下滑，导致营业收入第四季度继续出现大幅下降。

②公司四个季度扣非后净利润逐季度大幅下降的主要原因如下：

a. 公司四个季度营业收入逐季度大幅下降，相应营业利润也逐季度大幅下降；

b. 公司四个季度营业收入逐季度大幅下降，但运营所需的固定成本和费用如管理费用、财务费用等未同比下降，导致扣非后净利润也逐季度大幅下降；

c. 2015年第四季度根据促销政策计提了促销奖励费用3,948.10万元，导致相应季度扣非净利润出现大幅下降；

d. 2015年第四季度房地产分公司对恒祥花苑二期、恒祥豪苑项目土地增值税进行清算，公司计提了1,420.00万元的土地增值税，导致相应季度扣非净利润出现大幅下降。

年审会计师意见：上述原因，导致公司2015年度四个季度营业收入、扣非后净利润逐季度出现大幅下降。

需要说明的是，2016年年初公司控股权转让完成，新控股股东广西投资集团有限公司进驻后，公司积极采取应对措施，优化管理层架构，完善内部控制，加强销售队伍建设，预计2016年产品销量同比有较大提升。

(3) 结合公司的医药制造业务销售渠道、销售模式，说明公司报告期内是否存在退货、退货的比例及相应的会计确认与处理，并请公司年审会计师发表意见。

《企业会计准则15-收入》中销售退回，是指企业售出的商品由于质量、品种不符合要求等原因而发生的退货。对于销售退回，企业应分别不同情况进行会计处理：对于已确认收入的售出商品发生退回的，企业一般应在发生时冲减当期销售商品收入，同时冲减当期销售商品成本。如该项销售退回已发生现金折扣的，应同时调整相关财务费用的金额；如该项销售退回允许扣减增值税额的，应同时调整“应交税金——应交增值税(销项税额)”科目的相应金额。已确认收入的售出商品发生的销售退回属于资产负债表日后事项的，应当按照有关资产负债表日后事项的相关规定进行会计处理。

梧州制药的退货政策：梧州制药制订了QT/T0006-05.04号《退换货管理办

法》，退换货条件为 a. 经法定检验机构检验或公司质量部确认产品存在质量问题的。b. 货到客户卸货地发现产品有外包装破损、污染、淋湿等情况的。c. 公司认可的其他原因。

梧州制药 2015 年度共发生退货金额为 33,497.36 万元，其中：因产品包装破损原因退货金额为 390.26 万元；因其他原因退货金额为 33,107.10 万元；退货额占中恒集团 2015 年度收入比重为 24.94%。

2015 年度四个季度主要心脑血管系列用药退货情况见下表：

项目	计量单位	一季度	二季度	三季度	四季度	合计
销售出库数量	万盒	670.29	370.20	283.04	87.15	1,410.67
退货数量	万盒		-139.43	-189.98	-81.52	-410.93
实际销售数量	万盒	670.29	230.77	93.06	5.63	999.74

其他原因退货：因医药流通环节政策变化和市场竞争加剧，导致公司产品终端销售下滑，经销商积压库存增多，加之公司治理层和管理层的波动，经销商观望情绪加重，向公司申请退货，公司管理层为维系与经销商的良好合作关系，且退货产品均在有效期之内，基于对未来市场及产品的信心，公司决定与经销商共度难关，同意部分经销商的退货。

退货的流程：经销商发起退货申请，经公司审批同意退货，退货产品退回仓库或指定地点，财务根据经审批的退货申请、物流凭证、《开具红字增值税专用发票信息审批单》开具红字销售发票，并进行如下会计处理：

借：营业收入
借：应交税金
贷：应收账款

借：存货-库存商品
贷：营业成本

年审会计师意见： 综上，梧州制药退货的会计确认和处理在 2015 年度已全部实施完毕，符合《企业会计准则 15-收入》的相关规定，截至目前为止未发生新的其他原因退货，其他原因退货事项预计不会对 2016 年度产生影响。

2. 核心竞争力及主要产品优劣势。 公司年报披露，公司在三七类注射剂产品中，终端销售额排名第一，市场占有率超过其他同类竞争者之总和。公司主打产品注射用血栓通与主要竞争产品保持有较大优势。请公司补充披露：（1）公司核心竞争力分析；（2）公司主要产品注射用血栓通具体的竞争优劣势；（3）根据公司药（产）品的主要治疗领域，披露同行业毛利率对比情况。

公司回复：

(1) 公司核心竞争力分析

①梧州制药在第十届中国制药工业百强榜排名第 65 名，在广西省制药企业中排名第一。先后被广西工信委、科技厅授予“国家火炬计划重点高新技术企业”、“广西第一批创新型企业”、“四星级绿色环保企业”，拳头产品注射用血栓通为“高新技术产品”。

②以梧州制药为依托的企业研发中心，是广西区人民政府批准授牌的医药产业工程院，同时还是广西自治区级企业技术中心、千亿元产业研发中心，获认定为广西第一批院士工作站，是目前梧州市唯一一家获批设立博士后科研工作站，2014 年获国家中医药管理局批准，建设“三七产品深度开发与资源利用重点研究室”，为公司拳头产品注射用血栓通注入活力，深入探索三七类中药制剂二次开发，为产品质量保驾护航。公司与北京大学、四川大学、天津中医药大学、上海药物研究所等多家高校及科研机构建立深度紧密的合作关系，聘请以中国中医科学院院长等七位医药领域知名院士作为公司院士顾问，上海药物研究所首席科学家为公司特聘教授，开展新产品研究开发及已有产品的二次开发工作。

③公司拥有丰富产品资源。产品资源位居同行业前列，拥有化学原料药、中药注射剂等 13 个剂型（含原料药）217 个品种（其中中药制剂 135 个，化学制剂 82 个），拥有药品注册证 309 个，注射用血栓通等国家专利产品 5 个，全国独家生产品种 23 个，收载于 2015 年版《中国药典》品种 102 个，2012 年版《国家基本药物目录》品种 45 个，其中中成药共入选 31 个品种，化学药共 14 个品种，拥有“中华”、“晨钟”和“中恒”等知名商标品牌。产品在心血管、神经、内分泌、骨伤、眼科、泌尿、呼吸、消化、妇科、儿科、中医科等治疗领域具有突出的优势，其中注射用血栓通、血栓通注射液、中华跌打丸、妇炎净胶囊、炎见宁片、结石通片、肾炎安胶囊、荧光素钠注射液等产品具有很强的市场竞争力。

④公司拥有严谨高效的科研团队。共有科技人员 552 名，占公司总职工人数 28%。其中科研开发人员 226 人，硕士以上 37 人，教授级高级工程师 3 人，高级职称 14 人，具备一流的研发创新能力，获得发明专利 40 件；

⑤公司拥有德国 Bosch 生产线等一流生产设备。

⑥公司拥有覆盖全国三十一个省、直辖市、自治区的销售渠道，在医院临床、

OTC 终端和第三终端产品具有极高的市场知名度和市场占有率，品牌优势明显。

(2) 公司主要产品注射用血栓通具体的竞争优劣势

公司主要产品注射用血栓通的竞争优势：

①注射用血栓通作为全国独家剂型，为《国家基本药物目录》品种和国家医保目录甲类品种；②注射用血栓通作为原研产品，拥有独特、先进的生产技术，获国家发明专利，产品质量稳定，质量标准高于同类三七注射制剂；③注射用血栓通国家标准规定已知 5 个主要有效成分总含量不低于 85%，为三七类注射剂最高，内控标准不低于 90%，实际生产甚至在 95%以上，在中药注射剂里是首屈一指的产品；④注射用血栓通临床安全性较高，临床观测不良反应发生率为“罕见”级别；⑤注射用血栓通正在开展上市后再评价工作，以天津中医药大学为首的研究团队开展物质基础、药理药效、工艺质量控制、临床疗效观测、多中心不良反应监测等项目的研究，为产品提供更加深入、全面的临床应用依据；⑥注射用血栓通上市 20 年来得到广大患者和临床医生的认可，市场份额已经遥遥领先其他同类产品。

公司主要产品注射用血栓通的竞争劣势：

公司血栓通系列产品属中药注射剂，此类品种受国家相关政策影响可能较大。

(3) 根据公司药（产）品的主要治疗领域，披露同行业毛利率对比情况。

同行业企业比较	心脑血管治疗领域药物	营业收入 (万元)	营业成本 (万元)	毛利率 (%)	营业收入 比上年增长 (%)	营业成本 比上年增长 (%)	毛利率 比上年增长 (%)
中恒集团	血栓通系列产品	103,610.91	16,581.92	83.4	-64.03	-65.07	-0.12
昆药集团	含：注射用血塞通、天麻素注射液、血塞通软胶囊	109,709.00	22,435.26	79.55	15.54	-33.76	15.22
珍宝岛	含：注射用血塞通、舒血宁注射液	153,908.84	24,684.29	83.96	22.96	-41.14	17.47

3. 库存。公司期末存货账面余额为 8.82 亿元。其中，库存商品为 1.54 亿元，原材料账面余额 3.58 亿元，且均未计提存货跌价准备；开发产品账面余额为 2.63 亿，仅计提存货跌价准备 28 万。同时，报告期内公司注射用血栓通(瓶)生产量 164,026,870，销售量 99,973,540，库存量 84,421,520，库存较去年增

加 313%。请公司补充披露：（1）存货中原材料、库存商品、开发产品的主要构成；（2）注射用血栓通库存同比大幅增加的具体原因；（3）结合公司存货减值测试的具体会计政策，以及主要材料、产成品价格走势、保质期等，说明公司存货跌价准备的计提是否充分，并与同行业对比；（4）结合注射用血栓通的保质期，说明公司存货的注射用血栓通中的一年内到期、两年内到期的存货量，到期后相关存货的会计处理及对公司的影响。请公司年审会计师发表意见。

公司回复：

（1）存货中原材料、库存商品、开发产品的主要构成情况如下：

金额单位：万元

项目	计量单位	数量	金额	比例	备注
原材料			35,834.79		
其中： 三七(主根)	kg	1,287,659.38	18,910.12	52.77%	梧州制药
三七总皂苷（粉针用）	g	33,244,420.00	12,649.44	35.30%	梧州制药
库存商品			15,408.99		
其中： 注射用血栓通系列	万盒	844.22	13,781.75	89.44%	梧州制药
开发产品			26,310.69		
其中： 旺甫豪苑	万平方米	7.79	20,698.23	78.67%	房地产开发分公司
恒祥豪苑	万平方米	0.82	3,036.67	11.54%	房地产开发分公司

（2）注射用血栓通库存同比大幅增加的具体原因

项目	计量单位	生产量	销售量	产销比
2015 年度	万盒	1,640.27	999.74	60.95%
2014 年度	万盒	2,580.11	2,659.10	103.06%

因 2015 年注射用血栓通销售量同比大幅下滑，而生产量下降幅度低于销售量下降幅度，在 2015 年产销比大幅下降的情况下，注射用血栓通库存同比出现了大幅增加。2015 年末注射用血栓通系列库存截止 2016 年 5 月 13 日已销售 62.81%。按目前的销售进度，剩余库存将在保质期内全部销售完毕，不会对公司产生影响。

（3）结合公司存货减值测试的具体会计政策，以及主要材料、产成品价格

走势、保质期等，说明公司存货跌价准备的计提是否充分，并与同行业对比。

中恒集团存货减值测试的会计政策：资产负债表日，存货按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。

可变现净值的确定方法：为生产而持有的材料等，用其生产的产成品的可变现净值高于成本的，该材料仍然按照成本计量；材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本的，该材料按照可变现净值计量。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算；可变现净值为在正常生产过程中，以存货的估计售价减去至完工估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税金后的金额。

2015 年期末，梧州制药的主要材料-三七账面余额占中恒集团原材料的 88.07%，梧州制药的产成品-注射用血栓通系列账面余额占中恒集团库存商品的 89.44%，中恒集团房地产分公司开发产品-旺甫豪苑和恒祥豪苑账面余额占中恒集团开发产品的 90.21%，我们以上述主要材料、产成品价格趋势来说明减值的测试情况。

梧州制药注射用血栓通系列产品的主要材料为三七，2015 年三七价格出现一路下跌的价格走势，但 2016 年开始价格出现回升，目前三七市场单价高于梧州制药 2015 年期末库存平均单价；注射用血栓通系列产品的终端和零售价格保持相对稳定；注射用血栓通系列产品的有效期为两年，梧州制药 2015 年末库存的注射用血栓通系列全部在药品有效期内；旺甫豪苑 2014 年全部竣工开始销售，楼盘位于梧州市工业园区，恒祥豪苑 2012 年全部竣工，目前只剩部分尾盘待售，楼盘位于梧州市长洲区。

减值测试情况：

梧州制药对产成品-注射用血栓通系列产品进行了减值测试，注射用血栓通系列产品的终端和零售价格 2015 年度波动较小，预计未来一段时间也会维持相对稳定，因注射用血栓通系列产品毛利率较高，预计售价减去估计的销售费用及相关税金后的可变现净值高于账面成本，且期末库存注射用血栓通系列产品全部在有效期之内，不存在减值迹象，无需计提存货跌价准备；

梧州制药的主要材料-三七是为生产注射用血栓通系列产品而持有的，所生产的注射用血栓通系列产品预计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的可变现净值高于账面成本，不存在减值迹象，无需计提存货跌价准备；

中恒集团房地产分公司对开发产品-旺甫豪苑和恒祥豪苑进行了减值测试，开发产品预计售价减去估计的销售费用及相关税金后的可变现净值高于账面成本，不存在减值迹象，无需计提存货跌价准备；

中恒集团房地产分公司开发的步埠小区面积为 356.26 平方米的商品房因存在产品瑕疵，按账面价值全额计提存货跌价准备 28.44 万元。

存货及存货跌价准备与同行业比较如下：

金额单位：万

元

同行业单位名称	项目	2015 年期末余额			存货跌价准备计提比例
		账面余额	跌价准备	账面价值	
珍宝岛	原材料	70,046.39	42.12	70,004.27	0.06%
	库存商品	15,236.14	882.84	14,353.30	5.79%
昆药集团	原材料	16,812.49	16.82	16,795.67	0.10%
	库存商品	40,247.23	153.34	40,093.89	0.38%

通过与同行业 2015 年末存货及存货跌价准备情况进行对比，未发现公司存在明显异常的情况。

(4) 结合注射用血栓通的保质期，说明公司存货的注射用血栓通中的一年内到期、两年内到期的存货量，到期后相关存货的会计处理及对公司的影响。

注射用血栓通系列产品有效期为两年，2015 年期末注射用血栓通系列产品有效期分年到期情况如下表：

存货名称	计量单位	2015 年 12 月 31 日库存量	其中：有效期一年内到期存货量	其中：有效期一至两年内到期存货量
注射用血栓通系列	万盒	844.22	0.04	844.18

2015 年末注射用血栓通系列库存截止 2016 年 5 月 13 日已销售 62.81%。按目前的销售进度，剩余库存将在保质期内全部销售完毕，不会对公司产生影响。

年审会计师意见：因 2015 年注射用血栓通销售量同比大幅下滑，而生产量下降幅度低于销售量下降幅度，在 2015 年产销比大幅下降的情况下，注射用血栓通库存同比出现了大幅增加。2015 年末注射用血栓通系列库存截止 2016 年 5 月 13 日已销售 62.81%。按目前的销售进度，剩余库存将在保质期内全部销售完毕，不会对公司产生影响。通过与同行业 2015 年末存货及存货跌价准备情况进行对比，未发现公司存在明显异常的情况。我们认为公司 2015 年末存货跌价准备的计提是适当的。

4. 销售模式和销售费用。报告期内，公司销售费用近4.97亿元，较上年同期下降58.03%。其中，促销费用3.91亿元，占销售费用78.63%。扣除营业收入下降导致的费用减少的因素，销售费用下降主要是2015年度制药公司血栓通产品通过直销方式的销售占比较2014年度下降，销售费用中的促销费下降幅度较大影响。请公司补充披露：（1）公司血栓通产品直销方式与非直销方式的销售收入和利润实现情况；（2）公司前5大客户、销售金额及占比、关联关系，合作的可持续性；（3）结合同行业公司情况，说明公司应收账款周转率等财务指标的合理性；（4）公司促销费用的明细，及大幅下降的原因；（5）根据《上市公司行业信息披露指引第七号医药制造》第九条的要求，结合主要客户类型、客户地区分布等，补充披露公司主要销售模式、销售渠道、主要药（产）品终端市场定价原则及其可能存在的经营风险。

公司回复：

（1）公司血栓通产品直销方式与非直销方式的销售收入和利润实现情况。

项目	2015 年度		2014 年度	
	数量（万盒）	金额（万元）	数量（万盒）	金额（万元）
非直销方式	850.70	62,338.01	2,101.74	153,850.91
直销方式	149.04	39,996.20	550.14	133,166.32
其中直销价差		28,831.84		95,142.57
直销方式比重	15%	39%	21%	46%
合计	999.74	102,334.21	2,651.88	287,017.23

公司血栓通产品直销方式与非直销方式收入如上表所示，2015年直销方式销量比重比2014年下降6%，因营业收入中的直销价差收入同时也反映在促销费科目中，直销方式和非直销方式的销售对利润的实现情况没有直接的影响。

（2）公司前5大客户、销售金额及占比、关联关系，合作的可持续性。

客户名称	金额（万元）	占制药公司营业收入的比例	关联关系	合作的持续性
客户一	8,685.04	7.16%	否	持续
客户二	7,862.01	6.48%	否	持续
客户三	6,739.05	5.55%	否	持续
客户四	5,658.82	4.66%	否	持续
客户五	5,250.59	4.33%	否	持续
合计	34,195.51	28.18%		

(3) 结合同行业公司情况，说明公司应收账款周转率等财务指标的合理性。

2015年期末，本公司应收账款的周转率是717.53%，同行业的昆明制药应收账款周转率为803.83%，与同行业相比，没有明显异常。因此，本公司认为期末应收账款周转率是合理的。

(4) 公司促销费用的明细，及大幅下降的原因。

制药公司促销费用明细表

项目	2015年度	2014年度
	金额(万元)	金额(万元)
制药公司促销费用	38,691.79	104,718.67
其中：促销奖励	9,860.10	9,576.10
直销费	28,831.69	95,142.57
占公司促销费用的比例	98.82%	99.64%

制药公司2015年度促销费用合计3.87亿元，占集团公司促销费用的98.82%。其中促销奖励0.99亿元，直销费用为2.88亿元。

公司促销费用大幅下降，主要是2015年度制药公司销量大幅下滑，收入减少，直销费同比也相应大幅下降6.63亿元。

(5) 根据《上市公司行业信息披露指引第七号医药制造》第九条的要求，结合主要客户类型、客户地区分布等，补充披露公司主要销售模式、销售渠道、主要药（产）品终端市场定价原则及其可能存在的经营风险。

公司主要销售模式：直销和分销方式。

直销方式：厂家将药品发货到医药商业公司，商业公司进行配送至医院终端进行销售。

分销方式：在各省市委托代理商进行销售，其代理商通过医药商业公司，商业公司进行配送至医院终端进行销售。

销售渠道主要是医院、第三终端（卫生院）。

定价原则主要由省市招投标产生执行；其主要风险在于如不中标将会影响药品在当地的销售。

5. 捐赠。报告期内，公司营业外支出共计4468万元，其中，对外捐赠合计4242万元，请公司补充披露对外捐赠的明细，包括金额、对象、关联关系、捐赠原因及捐赠是否附条件等。

公司回复：

2015年公司主要捐赠明细表

捐赠公司	被捐赠单位	金额（万元）	是否公益性捐赠	关联关系
梧州制药	中国红十字会总会	1,439.16	是	否
梧州制药	中国初级卫生保健基金会	1,000.00	是	否
梧州制药	广东省教育基金会	1,000.00	是	否
鼎恒升制药	中国红十字会总会（中恒博爱基金）	222.35	是	否
梧州制药	南宁市教育基金会	200.00	是	否
梧州制药	广东省慈善总会	182.17	是	否
	合计	4,043.68		

本公司捐赠的原因主要是为了提升公司的形象、回报社会、支持慈善事业等，所有捐赠没有附条件。

二、医药行业信息

6. 医药政策影响。请公司补充披露对公司有影响的各省市在医药招标过程中对前期用量较大的部分药品实行限量、限价措施的具体情况，对公司主要产品及经营业绩的具体影响。

公司回复：

根据国办发[2015]7号文、国卫药政发〔2015〕70号文和各省药品集中采购及挂网工作方案，对公司产品中标情况产生重要影响的政策主要有：分类采购，上下联动，动态调整，带量采购，医院按照不低于上年度药品实际使用量的80%制定采购计划，规定药品采购的剂型原则上不超过3种，每种剂型对应的规格原则上不超过2种，逐步实现药占比总体降到30%以下，对独家、专利产品开展多方参与的国家谈判制度等。

受上述政策影响，公司产品在这一轮已经结束的药品集中采购及挂网的省份或已经进行动态调整的省份的中标价格均有所下降，随着新医改进程的加快及目前的医药政策新形势下，越来越多的省份进行二次议价，全国各省进行左右联动、动态调整是常态，医保控费、药品降价也是大趋势，新一轮的医保、基药目录的即将调整，国家药品谈判在即，还有医保支付制度的改革等等，给产品的前景带来很多的不确定因素，也不同情况的影响产品的销售情况，因此也给经销商带来

观望情绪。

2015年度，公司产品进入各省/直辖市药品集中采购，受前述的药品限量、限价措施影响，公司产品在浙江省、湖南省、湖北省等省份中标价格有所下降，因消费终端采购价格和数量的下降，导致公司业绩大幅下滑。

根据IMS抽样统计数据显示，2014年度终端销售金额排名前10位的药品中，仅有1种产品在2015年1-11月期间的增速比上年同期增速快，其余品种的增速均有不同程度的放缓。

2016年公司经过营销整合、优化，确定年度的已开发市场的营销计划，对未开发市场进行有序梳理，协助经销商进行合理开发，提高销量。2016年第一季度梧州制药销售收入3.29亿元。初步预计2016年度的产品销售数量较2015年度增长5%-30%。

7. 医药行业资质。由于行业的特殊性，医药制造公司具有的相关资质证书对其影响重大。请公司补充披露：（1）公司药品生产许可证及其期限；（2）2016年将到期的药品生产许可证等续期存在的障碍、涉及产品的收入及占比，及到期未能续期对公司的影响及应对措施；（3）报告期内公司GMP认证的情况。

公司回复：

梧州制药的药品生产许可证及GMP认证的情况如示：

（1）报告期内梧州制药持有药品生产许可证有效期至2020年12月31日。

（2）不存在2016年到期药品生产许可证的情况。

（3）报告期内梧州制药持有药品GMP证书两张，分别为有效期至2018年5月2日和2018年8月6日。

8. 中药药材情况。根据《指引》第十二条的要求，按照治疗领域补充披露公司主要中药产品涉及的重要药材品种、供求情况、采购模式以及其价格波动对公司药（产）品成本的影响情况。

公司回复：

公司重要中药产成品涉及的重要中药材为三七，市场上三七的价格从2014年5月至11月出现较大幅度下降，价格由450元/公斤左右下降至150元/公斤左右；2014年12月至2015年12月三七价格维持在150元/公斤左右的较低价位；2016年1月以来三七价格有所回升，目前价位约200元/公斤。

公司对三七原材料的采购采用批次询价、比价、议价的模式，同时子公司梧州制药采购部门每天对中药材网上交易平台，市场行情进行跟踪。2015年度分批次采购三七原材料，采购价格为130-160元/公斤，该部分三七原材料足够今年及未来一段时间的使用。三七采购成本下降造成2015年梧州制药产成品成本中原材料占比为44.15%，较2014年的占比76.66%大幅下降。目前原材料储备充足，药材价格波动对2016年公司主要产成品成本影响较小。

9. 研发会计政策。根据《指引》第十一条的要求，结合药品研发流程补充披露公司研发的会计政策，研究阶段和开发阶段的划分标准，开发阶段有关支出资本化的具体条件，以及与研发相关的无形资产计量、摊销的具体会计政策。

公司回复：

公司研发的会计政策：

研究阶段：项目开展可行性调查研究、立项及前期预试验研究作为研究阶段，研究阶段包括新药（品）研究和药品二次开发研究。研究阶段起点为项目组将项目立项资料提交公司，内部研究、审核通过；研究阶段的终点，为项目经过前期的预试验研究，形成系统研究方案、完成规范研究并形成阶段性研究总结，可以进入临床试验或者进入申报期（已有国家药品标准的原料药和制剂），或完成阶段性目标、通过专家验收。内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

开发阶段：公司临床试验和样品生产申报的阶段作为开发阶段。开发阶段的起点为新药项目可以进入临床试验或者进入申报期（已有国家药品标准的原料药和制剂），或通过阶段性验收项目的再次启动开发。终点为项目取得新药证书或生产批件，或完成项目成果向生产力转化、应用于生产。公司进入开发阶段的项目支出，先在“项目支出”科目分项目进行明细核算，满足资本化条件的，在项目取得新药证书或生产批件形成无形资产时转入“无形资产”科目分项目进行明细核算。

公司每个年度会计均要求内部研究部门整理各项目研发情况，对于开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，归集于研发支出科目，符合条件的予以资本化，不符合资本化条件的计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出资本化的条件是：（1）完成该无形资产以

使其能够使用或出售在技术上具有可行性；(2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；(3) 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；(4) 有足够的技术支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司本期的研究开发项目仍处于研究阶段，未满足资本化条件，所以当期发生的研发费用属于研究阶段支出，已全部计入了当期损益，不涉及与研发相关的无形资产计量、摊销的具体会计政策事项。

特此公告。

广西梧州中恒集团股份有限公司董事会

2016年5月28日