

---

北京德恒律师事务所

关于

中红普林医疗用品股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见（二）

---



北京德恒律师事务所  
DeHeng Law Offices

北京市西城区金融街 19 号富凯大厦 B 座 12 层

电话:010-52682888 传真:010-52682999 邮编:100033

## 目 录

一、 问题 1. 关于重大违法行为 .....	5
二、 问题 2. 关于高新技术企业资质续期情况 .....	8
三、 问题 3. 关于董事任职资格 .....	10
四、 问题 5. 关于销售模式和主要客户 .....	12

## 北京德恒律师事务所

### 关于中红普林医疗用品股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市的 补充法律意见（二）

德恒01F20191216-14号

**致：中红普林医疗用品股份有限公司**

北京德恒律师事务所（以下简称“本所”）受中红普林医疗用品股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）委托，担任发行人首次公开发行股票并在创业板上市事项（以下简称“本次发行上市”）的专项法律顾问。本所根据《公司法》《证券法》《首发办法》《律师事务所从事证券法律业务管理办法》和《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》（证监发[2001]37号）等有关法律、法规、部门规章、规范性文件和中国证监会、深圳证券交易所的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，于2020年4月3日出具了《北京德恒律师事务所关于中红普林医疗用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见》《北京德恒律师事务所关于中红普林医疗用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》；根据《注册管理办法》《上市规则》《上市审核规则》，于2020年6月22日出具了《北京德恒律师事务所关于中红普林医疗用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见（2020年第一季度报告更新稿）》（以下简称“《法律意见》”）、《北京德恒律师事务所关于中红普林医疗用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告（2020年第一季度报告更新稿）》（以下简称“《律师工作报告》”），于2020年9月18日出具了《北京德恒律师事务所关于中红普林医疗用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（一）》。以上文件统称为“《原法律意见》”。

2020年9月29日，深圳证券交易所向发行人出具《关于中红普林医疗用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》

（审核函[2020]010543号，以下简称“《第二轮审核问询函》”）。现本所就《第二轮审核问询函》中要求发行人律师核实、发表法律意见的有关问题进行核查并出具《北京德恒律师事务所关于中红普林医疗用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（二）》（以下简称“本补充法律意见”）。除非特别说明，本补充法律意见所述报告期指2017年、2018年、2019年、2020年1-6月。

为出具本补充法律意见之目的，本所按照中国有关法律、法规和规范性文件的规定，在《原法律意见》依据的事实的基础上，就本补充法律意见所涉及的相关事实和资料进行了补充调查，并就有关事项向发行人相关负责人员及其他相关人员进行询问和必要的讨论，并取得了相关证明材料。

本补充法律意见是对《原法律意见》的补充，并构成《原法律意见》不可分割的一部分，本所在《原法律意见》中所作的声明事项适用于本补充法律意见；本补充法律意见所使用的术语、名称、缩略语，除特别说明外，与本所出具的《原法律意见》中的含义相同。

本所同意将本补充法律意见作为发行人本次发行上市所必备的法定文件，随其他申报材料一同上报，并保证本补充法律意见的真实性、准确性和完整性。

基于上述，本所经办律师根据现行法律、法规、部门规章和规范性文件的要求，按照我国律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，在进行充分核查的基础上，出具补充法律意见如下：



## 一、问题 1. 关于重大违法行为

根据发行人首次披露的招股说明书，2018年6月7日，发行人一分公司在生产经营过程中因作业人员违规操作而引发一起火灾事故，造成一名当班工人死亡，发行人因此被滦南县安全生产监督管理局处以25万元罚款。更新后的招股说明书并未披露上述行政处罚罚款的金额。

请发行人披露：

（1）本次招股说明书未披露上述行政处罚罚款金额的原因，并补充披露相关行政处罚的具体情况；

（2）根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》关于重大违法的相关规定，披露发行人的上述违法行为是否构成重大违法行为，发行人董事、监事、高级管理人员是否因上述违法行为承担个人责任或因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查。

请保荐人、发行人律师对照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定，发表明确意见。

回复：

（一）本次招股说明书未披露上述行政处罚罚款金额的原因，并补充披露相关行政处罚的具体情况

### 1. 本次招股说明书未披露上述行政处罚罚款金额的原因

经核查，发行人在回复第一轮审核问询函时，对该次事故发生的原因、经过、整改措施、是否存在纠纷、是否构成重大违法行为、是否存在安全隐患等详情进行了说明，为保持信息披露一致性，发行人将招股说明书中相关内容按照第一轮审核问询函完整回复进行了补充和修改，而未再保留原招股说明书中相关表述。

### 2. 补充披露相关行政处罚的具体情况

根据滦南县安全生产监督管理局出具的《关于对中红普林医疗用品股份有限公司唐山一分公司“6·7”火灾事故的调查处理决定》及发行人出具的书面确认，

报告期内，公司曾发生一起安全生产事故，具体情况如下：2018年6月7日，发行人一分公司在生产经营过程中因作业人员违规操作而引发一起火灾事故，造成一名当班工人死亡、三人受轻微伤，公司因此被滦南县安全生产监督管理局处以25万元罚款。经滦南县安全生产监督管理局下达的火灾事故调查报告及调查处理决定书认定，该起火灾事故是一起因企业安全管理不到位、作业人员违章作业而引发的一般生产安全责任事故。

事故发生后，公司及一分公司对生产厂区进行全面安全检查，并加强了对车间的安全管理及对员工的安全教育培训工作，进一步完善安全操作规程，明确操作人员、监护人员及安全管理人员的职责，并严格实施作业现场安全监控，确保公司不再发生类似事故。除上述安全生产事故以外，报告期内发行人未发生其他安全生产责任事故。

**（二）根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》关于重大违法的相关规定，披露发行人的上述违法行为是否构成重大违法行为，发行人董事、监事、高级管理人员是否因上述违法行为承担个人责任或因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查**

1. 根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》关于重大违法的相关规定，披露发行人的上述违法行为是否构成重大违法行为

（1）《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关规定

问题 15:

对发行条件中“其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为”，应当如何理解？

答：最近3年内，发行人及其控股股东、实际控制人在国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域，存在以下违法行为之一的，原则上视为重大违法行为：被处以罚款等处罚且情节严重；导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等。

有以下情形之一且中介机构出具明确核查结论的，可以不认定为重大违法：违法行为显著轻微、罚款数额较小；相关规定或处罚决定未认定该行为属于情节严重；有权机关证明该行为不属于重大违法。但违法行为导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等并被处以罚款等处罚的，不适用上述情形。……”

（2）发行人发生的此次安全生产事故不构成重大违法违规行为，具体原因如下：

① 不存在导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等情形。根据滦南县安全生产监督管理局出具的《关于对中红普林医疗用品股份有限公司唐山一分公司“6.7”火灾事故的调查处理决定》，唐山一分公司“6.7”火灾事故造成一人死亡，三人受伤，直接经济损失 80.00 万元，被滦南县安全生产监督管理局处以 25.00 万元罚款。

根据《生产安全事故报告和调查处理条例》第三条规定，生产安全事故分为一般事故、较大事故、重大事故、特别重大事故，而一般事故指造成 3 人以下死亡，或者 10 人以下重伤，或者 1,000.00 万元以下直接经济损失的事故。根据《中华人民共和国安全生产法》第一百零九条的规定，生产安全事故为一般事故的，由安全生产监督管理部门处 20.00 万元以上 50.00 万元以下的罚款。基于上述规定，发行人此次安全生产事故属于一般事故，不存在导致严重环境污染、重大人员伤亡、社会影响恶劣等情形。

② 相关规定或处罚决定未认定该行为属于情节严重。根据滦南县安全生产监督管理局出具的《中红普林医疗用品股份有限公司唐山一分公司“6.7”火灾事故调查报告》《关于对中红普林医疗用品股份有限公司唐山一分公司“6.7”火灾事故的调查处理决定》，公司该次安全生产事故明确被认定为一般安全生产责任事故，未被认定为属于情节严重行为。

③ 有权机关证明该行为不属于重大违法。根据滦南县应急管理局于 2020 年 5 月 11 日出具的《关于安全情况的证明》，发行人自 2017 年 1 月 1 日至证明出具日，未发生一般以上生产安全事故，不存在安全生产方面的重大违法违规行为。

综上，发行人上述安全生产事故不构成重大违法违规行为。

2. 发行人董事、监事、高级管理人员是否因上述违法行为承担个人责任或因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查

根据滦南县安全生产监督管理局出具的《关于对中红普林医疗用品股份有限公司唐山一分公司“6·7”火灾事故的调查处理决定》，发行人董事、监事、高级管理人员未因该次安全生产事故承担个人责任，亦不存在因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查情形。

### （三）核查过程和依据、核查意见

#### 1. 核查过程和依据

（1）访谈发行人管理层，了解事故具体情况及处罚情况；

（2）查阅滦南县安全生产监督管理局出具的《中红普林医疗用品股份有限公司唐山一分公司“6.7”火灾事故调查报告》《关于对中红普林医疗用品股份有限公司唐山一分公司“6·7”火灾事故的调查处理决定》，核查事故具体情况、事故调查结果、处罚具体情况等；

（3）查阅《生产安全事故报告和调查处理条例》《中华人民共和国安全生产法》等，核查有关事故等级的规定；

（4）获取并查阅滦南县应急管理局出具的《关于安全情况的证明》；

（5）查阅发行人有关安全生产相关的管理制度；

（6）查阅发行人2018年营业外支出情况，查阅发行人提供的《河北省罚款统一收据》。

#### 2. 核查意见

经核查，本所经办律师认为，发行人本次火灾事故不构成重大违法行为，发行人董事、监事、高级管理人员不存在因本次火灾事故承担个人责任或因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查的情形。

## 二、问题 2. 关于高新技术企业资质续期情况

审核问询回复显示，发行人及其子公司北京研究院自 2018 年起享受高新技术企业税率优惠，有效期为 3 年。请发行人披露现有高新技术企业资质到期后续期是否存在障碍。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

1. 发行人现有高新技术企业资质到期后续期不存在实质性障碍

根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2016]32 号）、《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火[2016]195 号）的相关规定及发行人提供的书面确认等，发行人、北京研究院符合认定高新技术企业认定条件，具体如下：

高新技术企业认定条件	发行人情况	北京研究院情况	是否符合
企业申请认定时须注册成立一年以上	发行人成立于 2010 年，成立已满一年	北京研究院成立于 2014 年，成立已满一年	符合
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	发行人拥有 15 项自主研发及受让取得专利，能够对主要产品在技术上发挥核心支持作用	北京研究院拥有 13 项自主研发专利，能够对主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用	符合
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	对发行人主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》之“二、生物与新医药”中“(五)医疗仪器、设备与医学专用软件”范围	对北京研究院主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》之“五、高技术服务”中“(一)研发与设计服务”范围	符合
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	截至 2019 年末、2020 年 6 月末，发行人从事研发和相关技术创新活动的人员数占职工总数比例均不低于 10%	截至 2019 年末、2020 年 6 月末，北京研究院从事研发和相关技术创新活动的人员数占职工总数比例均不低于 10%	符合
企业近三个会计年度（实际经营期不满三年的按实际经营时间计算，下同）的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合如下要求：①最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%；②最近一年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元（含）的企业，比例不低于 4%；③最近一年销售收入在 2 亿元以上的企业，比例不低于 3%；④其中，企业在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	最近一年，发行人销售收入在 2 亿元以上；2017-2019 年最近三个会计年度及 2020 年 1-6 月，发行人研究开发支出总额占同期销售收入总额的比例超过 3%，且根据公司目前研发进展，预计 2020 年全年占比亦超过 3%；该等研究开发支出均在中国境内发生	最近一年，北京研究院销售收入在 5,000 万元以下；2017-2019 年最近三个会计年度及 2020 年 1-6 月，北京研究院研究开发支出总额占同期销售收入总额的比例超过 5%，且根据目前研发进展，预计 2020 年全年占比亦超过 5%；该等研究开发支出均在中国境内发生	符合
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	发行人 2019 年度高新技术产品（服务）收入占同期营业收入的比例在 60%以上	北京研究院 2019 年度高新技术产品（服务）收入占同期营业收入的比例在 60%以上	符合
企业创新能力评价应达到相应要求	发行人在自主知识产权、研究开发的组织管理水	北京研究院在自主知识产权、研究开发的组织管	符合

高新技术企业认定条件	发行人情况	北京研究院情况	是否符合
	平、科技成果转化能力、成长性指标四个指标方面能够达到认定要求	理水平、科技成果转化能力、成长性指标四个指标方面能够达到认定要求	
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	发行人 2019 年以来未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	北京研究院 2019 年以来未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	符合

综上，发行人及北京研究院符合高新技术企业认定条件，现有高新技术企业资质到期后，预计续期不存在实质性障碍。

## 2. 核查过程和依据、核查意见

### （1）核查过程和依据

① 查阅《高新技术企业认定管理办法》《高新技术企业认定管理工作指引》《国家重点支持的高新技术领域》等规定，对照相关认定条件进行核查；

② 查阅发行人、北京研究院报告期内存续或取得的高新技术企业证书、报告期内的企业所得税年度纳税申报表等，检查发行人研发台账、员工花名册等；

③ 取得主管机关出具的合规证明；

④ 核查发行人报告期内享受的各项税收优惠的政策文件；

⑤ 查阅申报会计师出具的《审计报告》，核查发行人及北京研究院专利权属证书。

### （2）核查意见

经核查，本所经办律师认为，发行人及北京研究院符合高新技术企业认定条件，现有高新技术企业资质到期后，预计续期不存在实质性障碍。

## 三、问题 3. 关于董事任职资格

招股说明书及审核问询回复显示，发行人董事长桑树军 2003 年 5 月至 2015 年 2 月任滦南县政协副主席，2003 年 2 月至今任中红普林集团副董事长/总经理等职。请发行人补充披露桑树军任职是否符合中组部《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》等相关规定。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。



回复：

1. 桑树军任滦南县政协副主席期间为不驻会的政协副主席，非专职人员，不属于公务员，不存在违反规定在企业兼职情形

《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18号，以下简称“《意见》”）规定，“现职和不担任现职但未办理退（离）休手续的党政领导干部不得在企业兼职（任职）”，“参照公务员法管理的人民团体和群众团体、事业单位领导干部，按照本意见执行；其他领导干部，参照本意见执行”。中共中央办公厅于2013年12月4日发布《执行中组发[2013]18号文件有关问题的答复意见》（以下简称“《答复意见》”），根据《答复意见》规定，“《意见》中所指的党政领导干部包括所有公务员和参照公务员法管理人员中担任领导职务的人员，也包括担任非领导职务的人员”。

根据中国人民政治协商会议河北省滦南县委员会（以下简称“滦南县政协”）出具的书面证明，“桑树军于2003年5月至2015年2月任政协滦南县委员会副主席，期间为不驻会的政协副主席，非专职人员，不属于公务员，不主持政协日常工作”。根据《公务员法》规定，“公务员，是指依法履行公职、纳入国家行政编制、由国家财政负担工资福利的工作人员”。经核查，桑树军在任不驻会的滦南县政协副主席期间未从财政资金中领取工资福利。

据此，桑树军任不驻会的滦南县政协副主席，其任职性质不属于公务员。期间担任发行人董事长及中红普林集团副董事长/总经理，不存在违反《意见》和《答复意见》规定在企业兼职情形。

2. 桑树军不属于国有企业领导人员，不属于根据《答复意见》规定应当履行国有企业领导人员在企业兼职（任职）审批程序的范围，不属于应当按照《意见》清理的人员范围

《答复意见》规定，担任不驻会的政协等领导职务的企事业单位负责人中，属国有企业领导人员的，按照国有企业领导人员在企业兼职（任职）有关答复意见掌握（即：按照干部管理权限任前备案或审批）；属事业单位领导人员的，按照事业单位领导人员在企业兼职有关答复意见掌握；其他人员不在清理范围。

根据厦门国贸控股出具的书面确认文件，中红普林集团副董事长/总经理、中红医疗董事长桑树军为社会资本方代表，不属于厦门市国资委/厦门国贸控股提名推荐人员，不属于国有企业领导人员。

据此，桑树军任不驻会的滦南县政协副主席，期间担任发行人董事长及中红普林集团副董事长/总经理，不属于根据《答复意见》规定应当履行国有企业领导人员在企业兼职（任职）审批程序的范围，不属于应当按照《意见》和《答复意见》清理的人员范围。

### 3. 核查过程和依据、核查意见

#### （1）核查过程和依据

① 查阅桑树军出具的《关联自然人基本信息调查表》及抽查其相关时期的银行流水，确认其历史任职、兼职及薪酬来源情况；

② 查阅厦门国贸控股出具的书面确认文件，确认桑树军不属于国有企业领导人员；

③ 获取中国人民政治协商会议河北省滦南县委员会出具的书面证明，确认桑树军属于不驻会的政协副主席，非专职人员；

④ 查阅《中华人民共和国公务员法》、中共中央组织部印发的《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18号）及中共中央办公厅发布的《执行中组发[2013]18号文件有关问题的答复意见》等，了解相关法律法规对企业兼职（任职）人员的禁止、限制规定。

#### （2）核查意见

经核查，本所经办律师认为，桑树军在担任不驻会的滦南县政协副主席期间，在发行人担任董事长及在中红普林集团担任副董事长/总经理，不属于应当按照《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》清理的人员范围，符合《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》的规定。

### 四、问题 5. 关于销售模式和主要客户



审核问询回复显示，报告期所有前五大客户中，除向盐城新云医疗器械有限公司及中国国际医药卫生有限公司销售“中红普林”自有品牌外，向其余客户均销售 ODM 授权品牌。

请发行人：

（1）补充披露报告期内前五大客户采购发行人产品后对外销售的品牌名称，除向盐城新云医疗器械有限公司及中国国际医药卫生有限公司销售自有品牌产品外，是否存在其他客户采购发行人自有品牌产品，上述客户为何采购发行人自有品牌产品，自有品牌和贴牌产品存在哪些差异，影响客户品牌选择的相关因素；

（2）补充披露境内 ODM 品牌和自有品牌的销售金额和比例，结合一次性手套境内外认证要求、销售渠道建设、直销客户类型、品牌认知度等因素，分析并披露发行人境外选择 ODM 直销模式、境内直销以 ODM 为主的原因，销售自有品牌产品面临的困难与挑战，未来品牌发展战略和拟采取的措施；

（3）补充披露内销客户中经营出口业务的医疗器械贸易商销售数量和比例，中国国际医药卫生有限公司、盐城新云医疗器械有限公司等主要内销客户的出口目的地与发行人境外销售地区是否存在重合，结合前述事项分析并披露 2020 年上半年内销毛利率显著高于外销的原因和合理性；

（4）补充披露报告期内前五大客户在各期向发行人采购的金额及比例，如存在交易金额变动较大的情形，请披露原因；

（5）结合发行人在境内和境外市场的客户拓展力度及难度、已有市场份额、境内外市场竞争激烈程度等情况补充披露报告期内境外新增客户收入贡献度远低于境内新增客户的原因；

（6）补充披露报告期各期境外和境内存量客户按销售额分层统计情况，结合境内和境外医疗器械及医疗耗材市场集中度、发行人境内和境外客户拓展策略等因素，分析并披露境内存量客户分散且平均销售金额低的原因，境内和境外客户结构存在较大差异的原因及合理性；

(7) 结合与客户 Cardinal Health 的合同条款，补充披露其退货是否符合合同规定，货物未能满足终端客户极端情况下使用需求的具体情况；

(8) 补充披露销售佣金是否属于取得合同发生的增量成本，对应的合同期限是否超过 1 年，佣金按发货订单支付还是合同签订之初一次性支付，销售佣金是否符合合同资产的确认条件；

(9) 报告期内对外销售是否存在商业贿赂。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

回复：

(一) 补充披露报告期内前五大客户采购发行人产品后对外销售的品牌名称，除向盐城新云医疗器械有限公司及中国国际医药卫生有限公司销售自有品牌产品外，是否存在其他客户采购发行人自有品牌产品，上述客户为何采购发行人自有品牌产品，自有品牌和贴牌产品存在哪些差异，影响客户品牌选择的相关因素

1. 补充披露报告期内前五大客户采购发行人产品后对外销售的品牌名称，除向盐城新云医疗器械有限公司及中国国际医药卫生有限公司销售自有品牌产品外，是否存在其他客户采购发行人自有品牌产品

经核查，报告期各期前五大客户合计 9 家，其采购发行人产品后对外销售的品牌名称如下：

序号	客户名称	对外销售品牌名称	对外销售品牌性质
1	S2S GLOBAL	PREMIERPRO、PROMEPLUS	客户 ODM 品牌
2	中国国际医药卫生有限公司	中红普林	发行人自有品牌
3	盐城新云医疗器械有限公司	中红普林	发行人自有品牌
4	ITOCHU CORPORATION	OKAMOTO、ASOURCE、KYOWA、ECO、MITAS、VC-250、ECO、MITAS、YAMASHITA、白十字	客户 ODM 品牌
5	CYPRESS MEDICAL PRODUCTS	CYPRESS、MCKESSON、RITEAID	客户 ODM 品牌
6	CARDINAL HEALTH	CARDINALHEALTH、AMBITEX	客户 ODM 品牌
7	EBUNO CO.,LTD.	EBUNO、CR	客户 ODM 品牌
8	AMERCARE LLC	SENSI-FLEX500、MED-EDGE550、CHAMELEON1200、NEIL、MED-EDGE、ANCHOR2299、PARADIGM899、	客户 ODM 品牌

序号	客户名称	对外销售品牌名称	对外销售品牌性质
		GLADIATOR3199、DOVECART、 VICTORIABAY、MSS、PACIFIC	
9	NACATUR INTERNATIONAL S.R.L	NATUREX 626、MED VINYL FREE、MED NITRYL FREE	客户 ODM 品牌

除向盐城新云医疗器械有限公司及中国国际医药卫生有限公司销售自有品牌产品外，各期前五大客户中不存在其他客户采购发行人自有品牌产品情况。

2. 上述客户为何采购发行人自有品牌产品，自有品牌和贴牌产品存在哪些差异，影响客户品牌选择的相关因素

在 2017-2019 年度，发行人主要客户为境外大型医疗器械与医疗耗材品牌商，其主要通过 ODM 模式向发行人购买贴牌产品。2020 年上半年度，发行人新增中国国际医药卫生有限公司、盐城新云医疗器械有限公司等境内贸易商客户，并主要向发行人购买自有品牌产品。

前述不同客户对于合作模式的差异主要由各方的合作关系及优势要素所决定。在本次新冠疫情爆发之前，发行人主要业务模式系境外 ODM 贴牌，境外品牌商在当地拥有良好的品牌口碑、高效的物流网络、稳定的终端资源，能够向终端客户提供不限于手套产品的综合性医疗器械集中采购服务。

新冠疫情爆发之后，全球范围内出现医疗物资供需失衡及信息错配。中国国际医药卫生有限公司、盐城新云医疗器械有限公司等境内贸易商虽不具备前述境外品牌商之品牌、渠道优势，但其具备强大的贸易信息网络。因自有品牌与贴牌产品品质上并无明显差异，其在利用信息优势开展贸易业务时，品牌差异已不具有明显重要性，因此选择更简便的直接采购生产厂商自有品牌产品经销。

**（二）补充披露境内 ODM 品牌和自有品牌的销售金额和比例，结合一次性手套境内外认证要求、销售渠道建设、直销客户类型、品牌认知度等因素，分析并披露发行人境外选择 ODM 直销模式、境内直销以 ODM 为主的原因，销售自有品牌产品面临的困难与挑战，未来品牌发展战略和拟采取的措施；**

1. 补充披露境内 ODM 品牌和自有品牌的销售金额和比例

报告期内，发行人境内 ODM 品牌和自有品牌的销售金额和比例如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售金额	占境内销售比例	销售金额	占境内销售比例	销售金额	占境内销售比例	销售金额	占境内销售比例
自有品牌直销	900.19	2.74%	40.32	0.55%	14.31	0.38%	16.77	0.85%
自有品牌经销	25,574.84	78.02%	4,144.20	56.24%	2,532.69	66.91%	1,532.10	77.33%
ODM品牌直销	6,306.27	19.24%	3,183.27	43.21%	1,238.38	32.71%	432.35	21.82%
合计	32,781.30	100.00%	7,367.77	100.00%	3,785.38	100.00%	1,981.22	100.00%

报告期内，发行人境内销售以自有品牌销售为主，其中自有品牌销售以经销为主。2017年至2019年，ODM品牌直销增速较快，占比逐年提高。

2. 结合一次性手套境内外认证要求、销售渠道建设、直销客户类型、品牌认知度等因素，分析并披露发行人境外选择ODM直销模式、境内直销以ODM为主的原因

境内外资质认证要求方面：一次性健康防护手套境内认证主要涉及医疗器械产品备案、注册及生产经营企业备案、审批，境外认证主要包括FDA、CE、PPE、日本医疗器械外国制造商注册、加拿大医疗器械许可等，发行人均已取得上述认证或许可，不存在因认证或许可障碍而影响市场开拓的情形，发行人以ODM销售为主的模式与资质认证相关性不大。

销售渠道建设及品牌认知度方面：（1）公司产品销往众多国家、地区及行业，终端用户分散，而境内外ODM品牌商客户通常在当地或某行业拥有丰富的渠道或终端资源积累，其在渠道建设及客户属地化服务方面较单一生产厂商具有较大优势；（2）由于医疗器械及耗材细分品类较多，经营单一细分产品生产商难以满足客户多样化、一站式采购需求，其在客户服务能力、品牌声誉建设方面较产品多样化经营的ODM品牌商客户而言具有一定劣势。

直销客户类型方面：因手套产品终端用户分散，ODM品牌商客户通常同时经营多种医疗器械或耗材产品，拥有丰富的终端用户资源积累，发行人自行开发、维护终端用户既不具有多样化供货能力、在成本控制等方面亦不及ODM客户，故公司目前境外、境内直销客户主要为ODM品牌商企业。

因此，为扩大经营规模，实现业务快速发展，公司前期重点开拓ODM品牌

商客户渠道，并依托其广泛的渠道和客户资源帮助公司产品快速覆盖更广阔的终端市场。随着公司规模扩大，发行人亦逐步重视自身品牌建设和推广，扩大自有品牌产品的产销规模，提升品牌影响力和市场竞争力。

### 3. 销售自有品牌产品面临的困难与挑战，未来品牌发展战略和拟采取的措施

#### （1）销售自有品牌产品面临的困难与挑战

一次性健康防护手套属一次性消费品，消费品的品牌树立及打造需要持续较大的推广投入，以及需要经历较长时间的积淀。同时，目前全球一次性手套主要消费国仍为美国、欧洲、日本等发达国家和地区，短期内在各国家和地区树立品牌形象存在较大困难。再者，销售自有品牌需掌握大量的渠道资源或终端客户资源，需投入较多资源布局自有终端销售力量，从而可能产生一定的经营压力。

目前及未来短期内，尽管公司仍将主要采用 ODM 模式进行销售，但为提升公司品牌影响力、市场竞争力，公司重视自有品牌建设，计划继续加强品牌管理，强化塑造“中红普林”诚信、优质、高效的品牌形象和商业信誉，在做好 ODM 出口外销的同时，着力提升自有品牌知名度和影响力。

#### （2）未来品牌发展战略和拟采取的措施

##### ① 内外销并举打造自有品牌

外销方面，公司在美国、欧洲设立了境外营销子公司，在进行 ODM 客户营销拓展的同时，亦将在所在地和周边国家/地区加大力度建立配送网络和经销渠道，尤其是面向终端用户的自有品牌销售渠道，提升公司产品在境外市场品牌知名度和影响力。

此外，随着新兴市场地区经济水平的提升，人民健康意识的不断增强，其对一次性健康防护手套的使用习惯亦逐渐培养起来，新兴市场庞大的人口基数将带来巨大的市场发展潜力。公司将以美国、欧洲子公司为支点，覆盖中东、南美、东欧等市场，并正积极组建一支拥有西班牙语、斯拉夫语、俄语、阿拉伯语、葡萄牙语等多国语种的销售团队，制定不同语言的自有品牌宣传策略，持续对员工进行销售管理培训，以开拓自有品牌更广阔的国际市场。

内销方面，在参加各类展会的同时，公司着力加强“中红普林”品牌建设、市场推广力度和销售渠道建设，通过上门拜访、电话沟通、经销商协作等方式积极开发自有品牌销售的终端或贸易商客户。

### ② 线下积极探索多样化产品品牌推广方式

公司为建立自有品牌知名度，采取了多样化的品牌推广及渠道开拓方式。在广告推广方面，公司积极尝试广告投放，在京津冀地区初步建立了品牌知名度。公司2020年3月与“新潮传媒”合作，在北京和唐山发布了5秒、10秒、15秒版本广告，两地共投放梯内、梯外2,000块屏幕，发布周期约3个月。

在渠道开发方面，公司积极参加医疗器械行业展会，以直接拓宽自有品牌销售渠道。2015年至2020年，公司在境外多次参加了德国杜塞尔多夫医疗设备展（MEDICA）、中东迪拜国际医疗设备展览会（Arab Health）、第八届国际橡胶手套研究会及博览会（8th IRGCE 2016）、第9届马来西亚国际橡胶手套展览会、美国国际医疗设备展览会 FIME 等知名国际展会；同时，公司在境内多次作为品牌商受邀参加国际医疗仪器设备展览会（CHINAMED）、中国国际医疗器械（春季）博览会（CMEF）、亚太手部隔离防护用品贸易展等等相关行业展会，在促进行业交流的同时较好地宣传推广了公司品牌，拓展了自有品牌销售渠道。

同时，公司积极打通零售药店、商超等自有品牌销售渠道。目前，公司在自有品牌线下销售拓展方面已与众多医疗器械耗材贸易商、部分连锁药店等建立了供销合作关系，自有品牌销售渠道不断丰富。

### ③ 线上通过互联网平台、新媒体拓展销售渠道

2020年以来，因新冠肺炎疫情引发全球医疗防疫物资供销热潮，发行人积极拓展电商平台销售渠道，现已在京东、天猫、微信商城等平台实现店铺上线与初步售卖。中红普林品牌天猫旗舰店推出了丁腈及PVC手套的品牌方直销。此外，公司积极利用新媒体进行线上品牌推广，如组织社群广告推广，在微信、微博、抖音、LinkedIn、Facebook、Instagram等新媒体渠道进行宣传推广等。

**（三）补充披露内销客户中经营出口业务的医疗器械贸易商销售数量和比例，中国国际医药卫生有限公司、盐城新云医疗器械有限公司等主要内销客户**



**的出口目的地与发行人境外销售地区是否存在重合，结合前述事项分析并披露  
2020 年上半年内销毛利率显著高于外销的原因和合理性**

1. 补充披露内销客户中经营出口业务的医疗器械贸易商销售数量和比例

报告期内，内销客户中经营出口业务的医疗器械贸易商销售数量和比例如下：

单位：金额/万元；数量/万箱；单价元/箱

年度	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
出口贸易商数量（家）	23	2	2	-
销售金额	21,927.38	99.97	169.48	-
占境内销售额比例	66.89%	1.36%	4.48%	-
销售数量	54.99	0.51	1.99	-
占境内销售数量比例	46.32%	0.83%	6.41%	-
平均销售单价	398.75	196.02	85.17	-
当期内销平均单价	276.11	119.73	121.82	-

2020 年二季度以来，海外疫情快速蔓延，海外市场一次性手套终端销售价格涨幅较大，发行人内销客户中经营出口业务的贸易商销售数量和比例增速较快。该等客户采购手套后直接用于出口，其终端客户资源丰富，其中不乏境外政府机构、社会组织等，终端需求量大、价格敏感度低，因此该类贸易商客户向发行人采购数量大、采购价格高。

2. 中国国际医药卫生有限公司、盐城新云医疗器械有限公司等主要内销客户的出口目的地与发行人境外销售地区是否存在重合

报告期内，主要内销客户的出口目的地与发行人境外销售地区存在重合的客户家数如下：

单位：家数

重合地区	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
美国	4	-	1	-
欧洲	15	1	1	-
日本	-	-	-	-
其他国家	7	1	1	-
合计	26	2	3	-

注：内销客户中经营出口业务的医疗器械贸易商存在销往境外多个地区的情形。

虽然部分境内贸易商客户的境外销售目的地与发行人境外销售目的地存在

重合，但各自客户群体、渠道资源不同，不存在直接竞争关系。

3. 结合前述事项分析并披露 2020 年上半年内销毛利率显著高于外销的原因和合理性

2020 年上半年内销毛利率高于外销，主要受两方面因素影响：

(1) 2020 年一季度，国内爆发新冠疫情，而同期海外疫情尚处于初期，国内市场手套销售价格上涨，而出口市场价格水平整体保持平稳，导致一季度内销毛利率高于外销。

(2) 2020 年第二季度，国内疫情趋于缓和，国外疫情 3 月份以来快速爆发，境外手套终端市场销售价格大幅上涨。在该等情况下：① 境内销售转向以经营出口业务的贸易商为主，该等客户主要对接境外优质客户资源，其中不乏政府机构、社会组织等，需求量大、价格敏感度低、对交货时间要求急，因而采购报价高、并愿以现款结算。② 境外销售基数较大，且客户集中于多年从事医疗器械、耗材业务的大型品牌商，其议价能力较强，因此价格涨幅普遍低于境内贸易商。

2020 年上半年，发行人内、外销单价及毛利率具体情况如下：

产品种类	销售区域	2020 年 1-3 月	2020 年 4-6 月	2020 年 1-6 月
价格 (元/箱)	内销	157.98	352.97	276.11
	外销	121.92	218.80	174.76
毛利率	内销	39.72%	72.17%	64.85%
	外销	20.38%	60.50%	47.78%

(四) 补充披露报告期内前五大客户在各期向发行人采购的金额及比例，如存在交易金额变动较大的情形，请披露原因

报告期各期前五大客户合计 9 家。报告期内，前述客户各期向发行人采购的金额及比例如下：

单位：万元

客户名称	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例
S2S GLOBAL	7,457.91	6.57%	17,823.99	15.22%	1,601.73	1.66%	2,418.78	2.54%
中国国际医药卫生有限公司	5,943.95	5.23%	-	-	-	-	-	-
盐城新云医疗器械有限公司	4,778.76	4.21%	-	-	-	-	-	-



客户名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例
司								
CYPRESS MEDICAL PRODUCTS	4,059.16	3.57%	8,988.51	7.68%	12,329.23	12.74%	10,233.50	10.76%
ITOCHU CORPORATION	4,468.03	3.93%	5,615.42	4.80%	6,772.82	7.00%	5,697.06	5.99%
CARDINAL HEALTH	2,716.76	2.39%	20,969.16	17.91%	14,583.89	15.07%	17,193.54	18.08%
EBUNO CO.,LTD.	3,779.85	3.33%	5,307.42	4.53%	7,003.25	7.24%	2,876.15	3.02%
AMERCARE LLC	1,267.80	1.12%	4,731.67	4.04%	6,861.58	7.09%	5,937.25	6.24%
NACATUR INTERNATIONAL S.R.L	1,046.09	0.92%	3,423.12	2.92%	3,300.49	3.41%	4,090.21	4.30%
合计	35,518.30	31.28%	66,859.29	57.10%	52,452.99	54.21%	48,446.49	50.93%

上述客户中，各期交易金额变动较大情形的主要原因如下：

序号	客户名称	交易额变动较大年份	交易额变动情况	变动原因
1	S2S GLOBAL	2019年	增加	S2S GLOBAL 为一家大型的美国医院采购联盟平台，2019年因其增加对丁腈手套的需求，且公司丁腈手套二期产线投产后供应能力增强，公司加大对该客户开拓力度，成功促成双方扩大丁腈手套购销规模合作，因此2019年交易金额增长幅度较大
2	中国国际医药卫生有限公司	2020年1-6月	新增	2020年1-6月受新冠疫情影响，海外市场手套价格上涨，中国国际医药卫生有限公司主动联系发行人签订大额订单，用于出口海外
3	盐城新云医疗器械有限公司	2020年1-6月	新增	2020年1-6月受新冠疫情影响，海外市场手套价格上涨，盐城新云医疗器械有限公司主动联系发行人签订大额订单，用于出口海外
4	CARDINAL HEALTH	2019年	增加	CARDINAL HEALTH 为全球医疗流通领域领先企业，2019年，其为满足自身业务需要，加大与发行人采购合作力度，当年采购规模进一步提升
		2020年1-6月	减少	2020年以来，手套价格受疫情影响快速上涨，CARDINAL HEALTH 采购报价相对更低，相比其他客户订单不具有价格优势，使得2020年1-6月签单量及交易额显著减少
5	EBUNO CO.,LTD.	2018年	增加	EBUNO CO.,LTD. 是日本知名食品卫生用品经营商，主要产品包括丁腈手套、口罩等。2016年其与发行人开展合作，随着需求增加，双方合作规模扩大，2018年向发行人采购量增加，使得当年交易额增加
6	AMERCARE LLC	2020年1-6月	减少	AMERCARE LLC 为美国一家较大的一次性防护及清洁用品经营企业。2020年以来，手套价格受疫情影响快速上涨，AMERCARE LLC 采购报价相比其他客户订单不具有价格优势，使得2020年1-6月签单量及交易额减少
7	ITOCHU CORPORATION	-	-	各期整体变动较小
8	CYPRESS MEDICAL	-	-	各期整体变动较小

序号	客户名称	交易额变动较大年份	交易额变动情况	变动原因
	PRODUCTS			
9	NACATUR INTERNATIONAL S.R.L	-	-	各期整体变动较小

**（五）结合发行人在境内和境外市场的客户拓展力度及难度、已有市场份额、境内外市场竞争激烈程度等情况补充披露报告期内境外新增客户收入贡献度远低于境内新增客户的原因**

1. 发行人内外销新增客户销售收入对当期收入贡献度情况

报告期内，发行人内外销新增客户销售收入对当期主营业务收入贡献度情况如下：

单位：万元

地区	项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
境外	新增客户销售金额	17,580.99	4,722.29	2,744.71	2,483.71
	当期外销金额	80,398.55	108,992.83	92,199.75	92,687.74
	新增客户销售金额占外销金额比	21.87%	4.33%	2.98%	2.68%
	新增客户销售金额占总收入比	15.53%	4.06%	2.86%	2.62%
境内	新增客户销售金额	27,383.00	3,667.61	1,257.68	872.52
	当期内销金额	32,781.30	7,367.77	3,785.38	1,981.22
	新增客户销售金额占内销金额比	83.53%	49.78%	33.22%	44.04%
	新增客户销售金额占总收入比	24.19%	3.15%	1.31%	0.92%

2. 发行人在境内和境外市场的客户拓展力度及难度、已有市场份额、境内外市场竞争激烈程度等情况

鉴于传统一次性手套消费格局，全球主要消费群体集中在欧美日等发达国家和地区。当前发达国家的竞争格局趋于集中化，产业链中的品牌商相对集中。该等竞争格局一方面无需布局过于复杂的营销网络，市场开拓效率更高；但另一方面令强者恒强，新晋厂商较难撼动传统厂商优势地位。发行人多年以来耕耘境外市场，与全球主流品牌商多建立了良好业务关系，已具有较高的市场份额。

国内市场方面，一次性手套的使用标准、习惯正在逐步形成，因此整体需求量较小，但增速较快。当前，国内产业链中的制造商、品牌商均相对分散，因此存在市场机遇，但所需投入市场开拓成本较高。报告期内，发行人逐步加强国内

市场开拓力度，并已取得一定成绩。

### 3. 报告期内境外新增客户收入贡献度低于境内新增客户的原因

2017年至2019年，发行人境外新增客户实现销售金额整体高于境内，但境内增速较高，体现出境内销售的市场潜力以及发行人加大境内市场开拓的成效。境内新增客户销售金额占内销金额比（客户收入贡献度）与外销相比较低，主要因境内市场处于成长期，基数较低所致。

2020年1-6月，发行人境内新增客户实现销售大幅增加，主要因受疫情影响，当期境内出口贸易客户增量较大所致。

**（六）补充披露报告期各期境外和境内存量客户按销售额分层统计情况，结合境内和境外医疗器械及医疗耗材市场集中度、发行人境内和境外客户拓展策略等因素，分析并披露境内存量客户分散且平均销售金额低的原因，境内和境外客户结构存在较大差异的原因及合理性**

#### 1. 补充披露报告期各期境外和境内存量客户按销售额分层统计情况

报告期各期，境外和境内存量客户按销售额分层统计情况如下：

单位：万元

地区	销售金额	2020年1-6月		2019年度	
		家数	销售金额	家数	销售金额
境内	2,000万以上	4	13,991.05	-	-
	500万至2,000万（含）	12	9,866.13	1	761.86
	100万至500万（含）	24	4,781.94	22	4,198.66
	10万至100万（含）	114	3,593.64	61	2,194.47
	10万（含）以下	500	548.54	163	212.78
	合计	654	32,781.30	247	7,367.77
境外	2,000万以上	11	38,308.25	10	75,693.83
	500万至2,000万（含）	26	29,388.60	21	21,746.69
	100万至500万（含）	43	9,871.30	37	8,399.31
	10万至100万（含）	66	2,820.85	72	3,146.19
	10万（含）以下	30	9.55	20	6.81
	合计	176	80,398.55	160	108,992.83

续上表

地区	销售金额	2018年	2017年
----	------	-------	-------

		家数	销售金额	家数	销售金额
境内	2,000 万以上	-	-	-	-
	500 万至 2,000 万（含）	-	-	-	-
	100 万至 500 万（含）	12	2,300.33	6	1,006.20
	10 万至 100 万（含）	33	1,335.20	25	824.81
	10 万（含）以下	133	149.86	145	150.21
	合计	178	3,785.38	176	1,981.22
境外	2,000 万以上	9	59,295.67	11	60,662.13
	500 万至 2,000 万（含）	20	20,527.37	21	22,760.18
	100 万至 500 万（含）	44	9,902.44	30	6,746.92
	10 万至 100 万（含）	57	2,458.43	58	2,506.09
	10 万（含）以下	13	15.84	12	12.42
	合计	143	92,199.75	132	92,687.74

2. 结合境内和境外医疗器械及医疗耗材市场集中度、发行人境内和境外客户拓展策略等因素，分析并披露境内存量客户分散且平均销售金额低的原因，境内和境外客户结构存在较大差异的原因及合理性

在境内和境外客户拓展策略方面：对于境内、境外客户拓展，公司主要通过参加展会、业务人员主动联系拓展、客户介绍、客户主动联系、部分销售中间商促进等渠道开拓客户，客户拓展策略大体相似。

在境内和境外医疗器械及医疗耗材市场集中度方面：相比于国内市场，美国、欧洲、日本等发达国家和地区医疗器械及医疗耗材市场规模较大，发展较为成熟，并形成若干大型品牌企业，市场格局整体相对集中，如 Mckesson, Cardinal Health 等世界 500 强龙头企业以及若干大型品牌商占据较大市场份额。国内一次性手套市场规模整体较小，且发展历史较短，经销商、终端客户数量众多、地区分散，市场集中度较低。因此，境内、境外客户结构情况是由各自下游市场格局情况所决定，差异原因合理。

**（七）结合与客户 Cardinal Health 的合同条款，补充披露其退货是否符合合同规定，货物未能满足终端客户极端情况下使用需求的具体情况**

发行人与客户 CARDINAL HEALTH 的订单合同中，约定产品需符合买方要

求<sup>1</sup>；交易时买方有检验流程，如果产品未达要求买方有拒收和退货权<sup>2</sup>。

在本次与 CARDINAL HEALTH 的退货事项中，发行人向买方发出符合买方要求的产品，经买方检验流程通过后确认接收，并转手发出至终端客户。因此，本次退货不属于订单合同中约定的产品质量问题，亦不属于依合同规定执行的退货情形。根据向 CARDINAL HEALTH 业务人员现场访谈，发行人产品未出现过严重质量问题。

本次退货原因系 CARDINAL HEALTH 将手套产品发出至终端医院客户后，个别客户在佩戴手套接触特定成分的药物过程中，手套的耐化学性、抗穿刺性和抗撕裂性受到影响，出现易破损的情况。虽然前述情况不属于产品质量问题，但考虑到 CARDINAL HEALTH 是发行人重要客户，为维护公司市场信誉和双方合作关系，双方协商收回该批次产品。

#### **（八）补充披露销售佣金是否属于取得合同发生的增量成本，对应的合同期限是否超过 1 年，佣金按发货订单支付还是合同签订之初一次性支付，销售佣金是否符合合同资产的确认条件**

《企业会计准则第 14 号——收入》第二十八条规定：企业为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，应当作为合同取得成本确认为一项资产；但是，该资产摊销期限不超过一年的，可以在发生时计入当期损益。增量成本，是指企业不取得合同就不会发生的成本。销售佣金属于不取得合同就不会发生的开支，在

---

<sup>1</sup> 订单条款： Seller expressly warrants that the goods or services ordered shall be merchantable; shall conform to this order, to specifications, drawings, and other descriptions referenced in this order, and to any accepted samples; shall be free from defects in materials and workmanship; shall be free from defects in design unless the design was pursuant to a design supplied by Buyer. .

译文：卖方明确保证，订购的货物或服务应是可销售的；应符合本订单、本订单中引用的规范、图纸和其他说明的约定，以及与接受的样品相符合；在材料和工艺上没有缺陷；在设计方面没有缺陷，除非设计符合买方提供的设计要求。

<sup>2</sup> 订单条款： Goods or services purchased under this order are subject to Buyer's reasonable inspection, testing, and approval at the point of delivery Buyer reserves the right to reject and refuse acceptance of goods or services which are not in accordance with this order or Seller's representations or warranties, express or implied. Buyer will charge Seller for the cost of inspecting rejected goods or services. Rejected goods or services may be returned to Seller, or held by Buyer, at Seller's risk and expense. Payment for any goods or services under this order shall not be deemed acceptance of the goods or services.

译文：根据本订单购买的货物或服务须在交货时接受买方的合理检查、测试和批准。买方保留拒绝和拒绝接受不符合本订单或卖方明示或暗示的陈述或保证的货物或服务的权利。买方将向卖方收取检验拒收货物或服务的费用。拒收的货物或服务可退回卖方，或由买方持有，风险和费用由卖方承担。对本订单项下任何货物或服务的付款不应视为接受货物或服务。

新收入准则下属于增量成本。

发行人签订的佣金合同期限均在1年以内，其佣金是根据发货订单计提，在收到交易对方货款后予以支付。

根据发行人与居间人签订的合同，发行人在确认收入且交易对方尾款支付完毕后，方才支付佣金。因此，发行人在确认收入时根据佣金协议计提销售佣金，计入应付账款，待交易完成后支付佣金。由于销售佣金从确认到付款不超过一年，因此无需摊销，可以在发生时计入当期损益，不确认为合同资产。

### **（九）报告期内对外销售是否存在商业贿赂**

报告期内，发行人采用参加展会、主动拓展、被动响应、中介促进等多种方式拓展销售，具体如下：（1）参加展会：通过参与全球范围内大型医疗器械展会（如德国 Medica 展会、马来西亚 MARGMA 手套展会、迪拜国际医疗设备展览会等）尝试接触、拓展新客户；（2）主动拓展：组织自有销售人员，主动接洽主流品牌商并持续尝试匹配其合作需求；（3）被动响应：鉴于发行人已在行业内形成一定的影响力及商誉，部分客户会主动接洽发行人；（4）中介促进：根据行业惯例，与中间服务商签署佣金协议，中间服务商基于其专业能力与客户资源提供商业信息传达、客户关系维护、催收客户付款等服务，并按市场价格水平收取佣金。经核查，该等拓展销售方式符合行业惯例及相关法规规定。

发行人制定了完善的反商业贿赂制度等内控制度规范，就反商业贿赂事宜制定了《销售管理规范》《合同管理制度》《付款报销审批规定》《成本费用管理制度》等规章制度，通过加强销售与财务等环节的管理，防范商业贿赂风险。

经本所经办律师查阅发行人银行账户流水及发行人董事、监事、高级管理人员等核心人员的银行账户流水；并经查阅发行人费用支出明细，抽查费用凭证及发票单据等；实地走访发行人主要客户，对可能涉及商业贿赂相关情形进行访谈确认；查询中国裁判文书网、全国法院失信被执行人名单、国家企业信用信息公示系统等网站，确认发行人及其董事、监事、高级管理人员不存在因商业贿赂而被起诉或处罚的情形。经核查，报告期内发行人对外销售不存在商业贿赂。

### **（十）核查过程和依据、核查意见**



## 1. 核查过程和依据

(1) 对报告期内包括但不限于前五大客户进行走访，现场检阅和官网查阅发行人销售的自有品牌产品或贴牌产品；

(2) 获取发行人报告期各期销售明细，复核境内 ODM 品牌和自有品牌的销售金额和比例，访谈发行人管理层、销售负责人，了解资质认证要求、品牌发展战略、渠道建设情况；

(3) 获取内销客户中经营出口业务的医疗器械贸易商情况表，通过企查查、国家企业信用信息公示系统等公开渠道查询，对相关客户进行访谈，包括但不限于境外客户名称、客户类型、销售地区等；

(4) 获取发行人销售明细及前五大客户销售统计表，访谈发行人管理层、销售负责人，分析了解前五大客户交易金额变动的合理性；

(5) 获取报告期内境外新增客户和境内新增客户明细，结合发行人在境内和境外市场的客户拓展力度及难度、已有市场份额、境内外市场竞争激烈程度等情况分析变动的合理性；

(6) 根据历年的销售明细表，复核报告期各期境外和境内存量客户按销售额分层情况，访谈发行人管理层了解下游市场格局和集中度情况；

(7) 获取 Cardinal Health 退货相关的订单合同、退货协议和退货确认单，查阅发行人与 Cardinal Health 邮件往来，并通过询证方式确认退货金额准确性，根据相关规定分析退货的合理性；

(8) 获取与居间人签订佣金合同，复核佣金发放的相关约定，检查佣金计提和支付的审核情况，确定佣金计提与支付准确性、合理性；

(9) 访谈发行人销售、财务部门负责人，查看与商业贿赂相关的制度文件，同时执行下述程序：

① 检查佣金支付审批情况，同时对发行人大额费用的审批单据，对相关费用业务实质进行核查，不存在异常；

② 核查报告期各期末“其他应收款-员工借款及备用金”明细账余额及账

龄情况，不存在大额异常或长账龄情况，同时核查期后其他应收款贷方发生额，不存在跨期报销大额费用的情况；

③ 查阅发行人及其股东、董事、监事、高级管理人员出具的说明及承诺函，对发行人董事、高级管理人员访谈确认无商业贿赂行为；

(10) 查阅商业贿赂相关法律，检查发行人财务内控制度、银行流水、发行人董监高银行流水、费用明细账、费用凭证等；查询中国裁判文书网、全国法院失信被执行人名单、国家企业信用信息公示系统等网站，报告期内，发行人不存在因商业贿赂而被起诉或处罚的情形；

(11) 访谈发行人管理层，实地走访发行人主要客户，了解可能涉及商业贿赂相关资金往来或经济利益往来情况。

## 2. 核查意见

经核查，本所经办律师认为：

(1) 发行人披露报告期内前五大客户采购发行人产品后对外销售的品牌名称与核查结果一致；自有品牌和贴牌产品存在的差异情况和影响客户品牌选择的相关因素与核查结果一致，原因合理。

(2) 发行人披露境内 ODM 品牌和自有品牌的销售金额和比例与核查结果一致；发行人境外选择 ODM 直销模式、境内直销以 ODM 为主的原因与核查结果一致，原因合理；销售自有品牌产品面临的困难与挑战，未来品牌发展战略和拟采取的措施与核查结果一致。

(3) 发行人披露内销客户中经营出口业务的医疗器械贸易商销售数量和比例、主要内销客户的出口目的地与发行人境外销售地区存在重合情况与核查结果一致；2020 年上半年内销毛利率显著高于外销的原因与核查结果一致，原因合理。

(4) 发行人披露报告期内前五大客户在各期向发行人采购的金额及比例与核查结果一致；发行人披露的报告期内前五大客户交易金额变动较大的原因与核查的结果一致，原因合理。



（5）发行人披露的报告期内境外新增客户收入贡献度远低于境内新增客户的原因与核查结果一致，原因合理。

（6）发行人披露的报告期各期境外和境内存量客户按销售额分层统计情况与核查结果一致；发行人披露境内存量客户分散且平均销售金额低的原因和境内外客户结构存在较大差异的原因与核查结果一致，原因合理。

（7）发行人披露的退货相关合同约定，货物未能满足终端客户极端情况下使用需求的具体情况与核查结果一致。

（8）销售佣金属于取得合同发生的增量成本，签订的佣金合同期限均在 1 年以内且佣金按照发货订单、在收到交易对方货款后予以支付，销售佣金不计入合同资产。

（9）发行人报告期内对外销售不存在商业贿赂。

（本页以下无正文）

（此页无正文，为《北京德恒律师事务所关于中红普林医疗用品股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见（二）》之签署页）



负责人：\_\_\_\_\_ 

王 丽

经办律师：\_\_\_\_\_ 

徐建军

经办律师：\_\_\_\_\_ 

吴莲花

经办律师：\_\_\_\_\_ 

朱 敏

2020年10月11日