

证券代码：600771

证券简称：广誉远

编号：临 2020-027

广誉远中药股份有限公司

关于 2019 年年度报告的信息披露监管问询函的回复公告

特别提示

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。

广誉远中药股份有限公司（以下简称“公司”）于 2020 年 6 月 2 日收到上海证券交易所上市公司监管一部《关于广誉远中药股份有限公司 2019 年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2020】0643 号，以下简称“问询函”），经公司认真分析，现将相关事项的回复公告如下：

一、关于公司业绩大幅下滑

根据年报，公司报告期业绩大幅下滑，实现营业收入 12.17 亿元，同比下降-24.81%，归母净利润 1.30 亿元，同比下降-65.23%。而 2016-2018 年业绩增速较快，连续三年营业收入、归母净利润同比均实现大幅增长。前期，公司于 2016 年 12 月发行股份收购控股股东西安东盛集团有限公司（以下简称东盛集团）等相关方持有的山西广誉远国药有限公司（以下简称山西广誉远或并购标的）40%股权，东盛集团承诺并购标的 2016—2018 年的扣非净利润分别不低于 1.33 亿元、2.35 亿元、4.33 亿元，远高于并购标的 2015 年的扣非净利润 973.73 万元，各期扣非净利润完成率分别为 111.02%、92.20%、95.84%，累计完成率 97.30%。承诺期满后，并购标的 2019 年归母净利润大幅下滑至 1.87 亿元，山西广誉远系公司核心控股子公司，对公司业绩影响较大。同时，报告期公司存在赊销率高、存货增速较快、销售费用率较高的情况。

1、请公司：（1）补充披露山西广誉远 2016-2019 年主要财务数据，并解释各年度数据同比变动较大的原因；（2）将山西广誉远毛利率、销售费用率、管理费用率、应收账款周转天数、存货周转天数、经营活动产生的现金流量净额等主要经营及财务指标与同行业上市公司进行比较，说明相关指标的合理性，并分析山西广誉远业绩 2016-2018

年业绩大幅提升，承诺期后业绩大幅下滑的具体原因及合理性；（3）说明山西广誉远的销售政策等是否发生变化，收入确认是否合规，是否存在采用激进销售或提前确认收入等措施完成业绩承诺，或存在其他损害公司利益的情形；（4）请会计师发表意见。

回复：

（1）山西广誉远 2016-2019 年主要财务数据及各年度数据同比变动较大的原因

一、山西广誉远 2016-2019 年主要财务数据

单位：万元

主要财务数据	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	121,295.18	161,640.98	116,311.89	93,735.01
销售费用	54,027.93	62,685.05	51,395.12	43,068.38
销售费用率	44.54%	38.78%	44.19%	45.95%
归属于母公司所有者的净利润	18,717.54	41,625.37	25,511.01	15,359.33
经营活动产生的现金流量净额	-21,513.08	-25,433.26	-21,015.91	20,647.15
主要财务数据	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
应收账款	144,726.00	133,830.63	73,644.78	46,629.58
应收票据	8,506.19	24,375.55	24,279.84	15,971.82
应收款项融资 ^注	14,491.33	-	-	-
归属于母公司股东的净资产	187,809.67	169,992.97	128,367.60	19,235.48
总资产	341,831.84	297,060.25	244,327.59	124,695.51

注：2019 年，根据新金融工具准则将应收银行承兑汇票在初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，在应收款项融资项目列报。

二、各年度财务数据同比变动较大的原因

山西广誉远是公司的核心子公司，2016 年公司通过发行股份购买少数股权成功将其的持股比例由 55%提高到了 95%，目前公司对其持股比例为 96.03%。

追溯山西广誉远的发展历史，因其在 2003 年国企改制之前积累了大量历史遗留债务，难以获得银行融资，加之公司相当部分精力也处于解决历史债务之中，流动资金严重不足，无法为山西广誉远经营发展提供资金支持，使得山西广誉远在较长一段时间内只能依靠自身经营造血，发展缓慢。2013 年，公司在解决完多年历史遗留问题后，全面启动“高品质中药战略”，以山西广誉远为核心，专注于中医药的发展，围绕“传统中药+精品中药+养生酒”三大业务板块，逐步布局市场。2015 年 8 月之后，随着公司

将非公开发行股票募集的流动资金补充给山西广誉远，山西广誉远与品牌重塑、营销策略、生产改造相关的活动相继得以开展，生产经营逐渐进入良性运转。尤其是 2016 年全面启动 OTC 战略后，山西广誉远在品牌宣传、OTC 营销活动、队伍建设、百强连锁药店合作及区域连锁药店合作、终端开发等方面均加大投入，推动了营业收入和净利润的快速提升，使得山西广誉远迈入了发展的快车道，经过三年的快速发展，山西广誉远渠道建设、终端数量、品牌知名度等均实现了飞跃，市场占有率不断提升，推动了营业收入和净利润快速增长。

单位：家

项目	2018 年末	2017 年末	2016 年末	2015 年末	三年增长数量	三年增长率
一级经销商	220	186	103	93	127	136.55%
二级经销商	700	450	350	211	489	231.75%
医院终端	5,200	4,000	1,834	1,100	4,100	372.73%
OTC 终端（药店）	150,000	100,000	59,336	20,000	130,000	650.00%

（一）2016 年-2019 年山西广誉远财务数据变动原因

1、2016-2018 年山西广誉远营业收入和归属于母公司所有者的净利润变动原因

2016 年-2018 年营业收入和净利润增长额及增长率如下：

单位：万元

项目		营业收入	归属于母公司所有者的净利润
2018 年	增长额	45,329.09	16,114.36
	增长率	38.97%	63.17%
2017 年	增长额	22,576.88	10,151.68
	增长率	24.09%	66.09%
2016 年	增长额	50,918.36	13,395.32
	增长率	118.92%	682.04%

（1）2016 年山西广誉远营业收入、归属于母公司所有者的净利润分别增长 50,918.36 万元、13,395.32 万元，增幅分别为 118.92%、682.04%，主要是因为随着流动资金的补充，山西广誉远进一步强化市场拓展和渗透，完善、深化营销渠道，医院、OTC、商务、品牌互相配合，使得销售收入实现大幅提升。随着收入提升，加之山西广誉远自 2016 年度开始享受高新技术企业所得税税收优惠，企业所得税率由 2015 年的 25%下降至 15%，使得归属于母公司所有者的净利润出现大幅增长，增长率达到

682.04%。

(2) 2017 年山西广誉远营业收入、归属于母公司所有者的净利润分别增长 22,576.88 万元、10,151.68 万元，增幅分别为 24.09%、66.09%，主要是因为当年山西广誉远坚持以学术为根本，通过与九州通、国药控股等大型医药公司建立战略合作关系，同时商务和终端销售方面组织开展了“春蕾行动”和“秋收行动”以及持续推进“好孕中国”计划等大型活动促进了营业收入和归属于母公司所有者的净利润的增长。

(3) 2018 年山西广誉远营业收入、归属于母公司所有者的净利润分别增长 45,329.09 万元、16,114.36 万元，增幅分别为 38.97%、63.17%，主要是因为当年山西广誉远进一步整合营销资源，深入与百强连锁的战略合作，全方位、深层次推进“好孕中国”及线下地推活动，强化市场开发力度，细化产品营销策略及市场服务方案，各业务板块协同效应日渐凸显，品牌影响力和产品知名度不断提高，终端渠道建设及产品覆盖率稳步提升。同时，山西广誉远坚持全业务链精细化管理，强化销售费用管控，优化广告投放策略，强化运营质量和效率，在确保品牌传播力度的同时，适当减少广告投放，广告投放费用较上年同期减少 17.18%，综合推动山西广誉远整体盈利能力进一步提高。

2、2019 年山西广誉远营业收入和归属于母公司所有者的净利润变动原因

单位：万元

项目		营业收入	归属于母公司所有者的净利润
2019 年	增长额	-40,345.79	-22,907.83
	增长率	-24.96%	-55.03%

2019 年，山西广誉远营业收入、归属于母公司所有者的净利润分别较上年同期减少 40,345.79 万元、22,907.83 万元，减幅分别为 24.96%、55.03%，主要是受以下因素综合影响所致：

(1) 营业收入下滑

① 内部因素影响

首先是票折的影响。为加强各级经销商及连锁药店的合作，充分调动其积极性，满足部分连锁对毛利率的要求，山西广誉远给部分重点客户提供了一定的销售支持，同时为了促进终端动销，让利消费者，在部分连锁做了消费者让利活动，这些让利和支持以票折的方式进行，2019 年票折对销售收入的影响为 19,164.33 万元，导致山西广誉

营业收入出现一定程度的下滑。

其次是应收账款管控的影响。2016年山西广誉远全面启动OTC战略，以医院学术引领+OTC品牌战略为核心，在销售收入快速增长的同时信用期内应收账款也随之出现持续增长，为加强应收账款管控，山西广誉远在加大应收账款回收力度、加强应收账款考核的同时，适当控制销售，进一步控制风险，以确保应收账款的安全回收，对山西广誉远销售收入造成一定影响。

② 外部因素影响

2019年，宏观经济加速下行，经济发展水平的下降导致居民消费水平出现一定程度的下滑，对保健消费品需求的增长起到了一定的抑制作用。据米内网终端格局数据库显示，2019年中国实体药店销售收入分品类占比中，保健品销售额同比下滑，较2018年下降了0.6个百分点。山西广誉远核心产品兼具了药品和保健品的双重属性，因此消费降级对其产品销售造成了一定影响，导致2019年销售收入出现一定程度的下滑。

同时，2019年，医药行业改革进入深水区，医保控费、处方药监管和西医不能开中药等一系列政策的出台也对山西广誉远产品销售造成一定程度的影响。以上综合使得山西广誉远销售收入出现一定程度的下滑。

同行业可比公司2019年营业收入变动的情况

单位：万元

公司	2019年	2018年	2019年同比增速
白云山（中成药）	466,705.10	384,733.20	21.32%
同仁堂（医药工业）	753,087.48	841,370.43	-10.49%
东阿阿胶	295,862.23	733,831.62	-59.68%
江中药业	244,940.44	175,522.90	39.55%
片仔癀（医药工业）	227,230.16	188,026.56	20.85%
九芝堂（中成药）	231,014.66	239,870.96	-3.71%
济川药业（中药）	468,611.48	511,691.24	-8.42%
中恒集团	381,405.61	329,876.53	15.62%
寿仙谷	54,675.85	51,145.19	6.90%
贵州百灵	285,058.53	313,684.32	-9.13%
紫鑫药业	85,928.92	132,496.11	-35.15%
珍宝岛（中药制剂）	166,236.15	164,693.86	0.91%
山西广誉远	121,295.18	161,640.98	-24.96%

由上表可见，外部因素对部分同行业可比公司的营业收入也造成了一定的冲击。另外，如果剔除票折因素的影响，山西广誉远 2019 年营业收入实际下滑比例为 14.84%，在营业收入下滑的可比公司中接近中位水平。

（2）归属于母公司所有者的净利润下滑

① 营业收入下滑影响

受上述内外因素综合影响，2019 年山西广誉远营业收入较 2018 年同期下降了 24.96%。

② 加大营销力度影响

为应对宏观经济下滑、消费降级及国家医保控费、处方药监管等行业政策的不利影响，山西广誉远持续加大终端营销投入和动销力度，在全国大型医药连锁开展了一系列养生大讲堂和终端营销培训，同时积极优化销售策略，下沉开拓地县级销售渠道，销售费用率较 2018 年同期相应提高了 5.76 个百分点，导致山西广誉远归属于母公司所有者的净利润出现一定程度的下滑。

③ 新厂投产影响

2018 年 9 月，山西广誉远新建中医药产业项目在通过 GMP 认证后由在建工程转入固定资产，增加固定资产 61,710.79 万元，按照会计政策，山西广誉远于 2018 年 10 月相应开始计提折旧，因此，2019 年较 2018 年增加折旧计提 1,849.34 万元，导致山西广誉远生产成本相应上升。

④ 原材料采购影响

山西广誉远核心产品龟龄集、定坤丹均出自皇家，其组方精妙、用料讲究，其生产所需的药材分别达 28 味和 30 味，尤其贵细药材麝香、红花、羚羊角等价格波动较大，且呈现逐年上涨趋势，为此，山西广誉远从 2018 年陆续开始加大贵细原材料以及管控原材料的储备，在保持合理资产负债率的基础上，充分发挥融资杠杆效应，加大融资力度，使得报告期内信用证议付费用、银行借款利息及承兑汇票贴现等财务费用较上年增加 2,018.21 万元，对山西广誉远归属于母公司所有者的净利润造成一定影响。

3、2016 年-2019 年经营活动产生的现金流量净额变动原因

2016 年-2019 年经营活动产生的现金流量净额如下：

单位：万元

项目	经营活动产生的现金流量净额	与上年同期变动金额	变动率
2019 年	-21,513.08	3,920.18	不适用

项目	经营活动产生的现金流量净额	与上年同期变动金额	变动率
2018年	-25,433.26	-4,417.36	不适用
2017年	-21,015.91	-41,663.06	不适用
2016年	20,647.15	10,259.93	98.77%

(1) 2016年-2019年经营活动产生的现金流量净额的变动原因

① 2016年山西广誉远经营活动产生的现金流量净额较上年同期增加 10,259.93 万元,增幅为 98.77%,主要是因为年度内公司向其提供了 39,064.76 万元流动资金支持,用于生产经营所需,该资金支持较上年增加了 24,350.26 万元。

② 2017年山西广誉远经营活动产生的现金流量净额较上年同期减少 41,663.06 万元,主要是因为 2016 年度公司向其提供了 39,064.76 万元流动资金支持,而 2017 年度山西广誉远不仅未取得公司资金支持,而且向公司归还经营资金借款 670.77 万元。

③ 2018年山西广誉远经营活动产生的现金流量净额较上年同期减少 4,417.36 万元,主要是因为年度内山西广誉远向公司归还经营资金借款 3,360.36 万元。

④ 2019年山西广誉远经营活动产生的现金流量净额较上年同期增加 3,920.18 万元,主要是因为年度内山西广誉远销售商品提供劳务收到的现金较上年增加 18,127.21 万元,且在年度内向公司归还经营资金借款 12,080.22 万元。

(2) 山西广誉远经营活动产生的现金流量净额持续为负的原因

山西广誉远在 2013 年启动“高品质中药战略”后,市场推广、品牌宣传等多方业务发展对资金的需求较大,但因其于在国企改制之前形成的历史遗留债务负担较重,自身经营发展缓慢、积累较少,难以获得银行融资,因此在 2018 年之前山西广誉远经营发展所需资金主要由公司给予提供。若扣除该部分资金往来后,山西广誉远经营活动产生的现金流量净额如下:

单位:万元

项目	经营活动产生的现金流量净额	与上年同期变动金额	变动率
2019年	-9,432.86	12,640.04	不适用
2018年	-22,072.90	-1,727.77	不适用
2017年	-20,345.13	-1,927.52	不适用
2016年	-18,417.61	-14,090.33	不适用

由上表可知,山西广誉远 2016 年-2019 年经营活动产生的现金流量持续为负,其原因如下:

① 作为快速成长型企业，山西广誉远近年来业务保持持续的快速增长，但由于其尚处于市场培育期，受制于品牌知名度的影响，产品议价能力较弱，为了快速占领市场、覆盖终端渠道，山西广誉远给予了商业客户一定的信用账期，导致应收账款增长较快，期末余额处于较高水平，同时，由于商业客户以银行承兑汇票方式向山西广誉远支付货款的比重较高，而山西广誉远为了节约财务费用，一般不采用银行承兑汇票贴现的方式获取现金，以上综合对其经营性现金流入产生了重大影响。

② 2013年以来，山西广誉远持续加大市场投入，加快市场终端网络建设，尤其是2016年3月启动OTC战略以来，销售队伍逐步完善扩大，形成以商务、医学、KA为核心，品牌、市场为辅助的传统中药以及精品中药、养生酒的专业营销团队，不断创新营销，加强市场拓展、市场活动和终端覆盖、广告投放等一系列营销工作，使得销售费用大幅增加，再加之山西广誉远根据中药材市场价格波动情况，及时进行原材料战略储备等，综合使得经营性现金流出持续增多。

③ 为了给山西广誉远长远发展赋能，其自2016年起加大了研发投入的力度，围绕核心产品的剂型改造、工艺改进、药理药效及质量标准提升等方面，积极推进与高校、研究所、医院等机构的科研合作，充分依托外部优势资源开展多课题研究，尤其与山西大学、厦门大学、中国药科大学等院校联合实验室持续开展的重大项目，均取得了显著成效。

4、2016-2019年山西广誉远总资产、归属于母公司股东净资产变动原因

单位：万元

项目		总资产	归属于母公司股东净资产
2019年	增长额	44,771.59	17,816.70
	增长率	15.07%	10.48%
2018年	增长额	52,732.67	41,625.37
	增长率	21.58%	32.43%
2017年	增长额	119,632.07	109,132.12
	增长率	95.94%	85.02%
2016年	增长额	68,699.08	15,359.32
	增长率	122.68%	396.25%

(1) 总资产变动的原因

① 2016年较2015年总资产增加68,699.08万元，增幅122.68%，主要因为：

A. 山西广誉远营业收入较上年同期增加 118.92%，使得信用期内应收账款净额增加 30,052.18 万元；

B. 随着营业收入的增长，年末货币资金较期初增加 7,129.13 万元，同时以银行承兑汇票为主要结算方式收取的票据较上年同期增加 14,999.50 万元；

C. 山西广誉远中医药产业项目和新建研发中心项目在建工程增加投入 11,478 万元及新增土地使用权使得无形资产增加 1,387 万元。

② 2017 年较 2016 年总资产增加 119,632.07 万元，增幅 95.94%，主要因为：

A. 2017 年公司对山西广誉远增资 83,621.11 万元，使其期末货币资金增加 14,801.55 万元、其他流动资产中购买结构性存款产品增加 30,000 万元，以及当期广誉远中医药产业项目建设投资增加 26,100.44 万元；

B. 销售收入较上年同期增长 24.09%，使得应收票据较上年同期增加 8,308.02 万元，同时，信用期内的应收账款净额增加 27,015.20 万元；

C. 公司利用中药材市场价格波动，对牛黄、西红花等贵细药材进行储备性采购，增加原材料 1,905.26 万元，以及为市场销售备货增加库存商品、在产品 6,470.59 万元。

③ 2018 年较 2017 年总资产增加 52,732.67 万元，增幅 21.58%，主要因为：

A. 山西广誉远营业收入较上年同期增长 38.97%，致使信用期内应收账款净额增加 60,185.86 万元；

B. 山西广誉远中医药产业项目和新建研发中心项目建设投资增加 17,632.01 万元。

④ 2019 年较 2018 年总资产增加 44,771.59 万元，增幅 15.07%，主要因为：

A. 山西广誉远年末货币资金较期初增加 10,645.14 万元；

B. 信用账期内沉淀的应收账款净额较上年增加 10,895.36 万元；

C. 在价格低点对原材料增加战略性储备，使得原材料增加 5,354.02 万元；以及根据市场生产需求备货库存商品增加 9,300 万元；

D. 公司为提升市场终端动销增速，山西广誉远加强各区域地办建设，机构设置数量随之增加，使得向市场支付的备用金及其他业务往来款增加 4,706.89 万元。

(2) 归属于母公司股东净资产变动的原因

① 2017 年比 2016 年增加 109,132.12 万元，主要因为公司对山西广誉远增资 83,621.11 万元使得其实收资本与资本公积相应增加，以及当期山西广誉远实现归属于母公司所有者净利润 25,511.01 万元，未分配利润随之增加；

② 除 2017 年以外,其余年度归属于母公司股东净资产的增加都主要是因为当年山西广誉远归属于母公司所有者的净利润使得未分配利润相应增加。

(2) 将山西广誉远毛利率、销售费用率、管理费用率、应收账款周转天数、存货周转天数、经营活动产生的现金流量净额等主要经营及财务指标与同行业上市公司进行比较,说明相关指标的合理性,并分析山西广誉远业绩 2016-2018 年业绩大幅提升,承诺期后业绩大幅下滑的具体原因及合理性。

一、同行业可比公司 2019 年相关财务数据

公司名称	毛利率 (%)	销售费用率 (%)	管理费用率 (%)	应收账款周转天数	存货周转天数	经营性现金流净额 (亿元)
白云山	19.82	9.83	3.93	64.92	64.71	50.22
同仁堂	46.76	19.75	10.98	32.59	311.74	22.74
东阿阿胶	47.65	44.85	16.88	131.73	800.53	-11.20
江中药业	66.66	35.47	8.75	15.57	91.32	6.41
片仔癀	44.24	9.14	6.86	28.74	212.35	-8.79
九芝堂	61.55	40.47	10.39	71.91	168.71	8.51
济川药业	84.00	49.70	6.75	98.88	106.46	21.48
中恒集团	83.47	59.42	6.42	19.76	245.72	6.54
寿仙谷	84.38	42.73	21.68	41.57	481.99	2.08
贵州百灵	60.12	34.04	7.32	198.50	297.05	4.67
紫鑫药业	76.50	10.71	27.58	434.15	11,464.97	-3.23
珍宝岛	60.08	25.58	13.21	157.45	265.45	2.21
山西广誉远	77.74	44.54	3.76	413.37	597.58	-2.15

企业毛利率、销售费用率的差异主要是因为如上所述企业间产品结构、销售模式不同所致,而应收账款周转天数以及存货周转天数则与各企业所处发展阶段、产品特点、生产能力、议价能力、原材料供给因素等相关,通过与上述同行业可比公司的对比分析,山西广誉远管理费用率处于较低水平,而应收账款周转天数则因为:①公司积极推进 OTC 战略使得终端覆盖数量快速增长、②产品所具有的“三高”特性等因素影响综合使得报告期内应收账款较高而处于行业高水平,而存货周转天数亦因:①原材料战略储备及低点采购、②季节性备货等因素影响综合使得报告期内存货增长较多而处于高水平,经营性现金流净额因为前述原因影响处于行业低水平。关于应收账款和存货的变化情况及具体原因详见第 2 题和第 3 题回复。

二、山西广誉远业绩 2016-2018 年业绩大幅提升，承诺期后业绩大幅下滑的具体原因及合理性。

(一) 变动原因

山西广誉远 2016-2018 年业绩大幅提升，承诺期后业绩大幅下滑的具体原因如前“2019 年山西广誉远财务数据变动原因”所述。

(二) 合理性说明

2016 年-2018 年山西广誉远业绩大幅提升，是公司启动 OTC 战略、加大对终端空白市场的快速覆盖而加强铺货，提高品牌知名度的必然结果，而 2019 年出现大幅下滑，与整体宏观经济、行业政策以及自身发展相关，不存在不合理性。

(3) 说明山西广誉远的销售政策等是否发生变化，收入确认是否合规，是否存在采用激进销售或提前确认收入等措施完成业绩承诺，或存在其他损害公司利益的情形。

一、关于销售政策

2019 年山西广誉远的销售政策未进行重大调整，在销售模式、信用期、授信额度、折扣等方面与 2016-2018 年基本保持一致。为达成年度经营目标，应对宏观经济下滑、消费降级及行业监管政策趋严的影响，公司在销售活动方面采用了灵活多样的促销手段促进销售。

二、关于销售收入确认

(一) 销售确认原则

公司收入确认方法严格按照公司制定的会计政策执行。

《企业会计准则》规定，收入的确认条件为：在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

公司依据相关规定，制定收入的相关政策，明确确认收入的具体时点：公司收入主要系销售药品收入，收入确认的具体政策：①一般销售：公司于货物实际出库或独立第三方物流（运输）公司签收货物后确认收入，②网上销售：公司于客户网上签收后确认收入。

公司与商业签订的《一级经销商协议》中明确规定公司不接受“非质量问题的退、换货”，而药品由于属性的特殊性，出厂时均配有《质量检验报告》。同时，公司与商

业客户签订的《购销合同》中明确规定“货到购货方十日内，若供方未收到购货方的书面通知即视为货物合格”，截止回复日，公司未收到任何购货方对 2019 年所发货物的关于质量问题的书面通知，也未曾出现过非质量原因的退货，公司不存在回购和退货等不满足收入确认条件的事项。

（二）其他

公司所有销售收入真实，严格按照企业会计准则确认，不存在采用激进销售或提前确认收入完成业绩承诺的情况，更不存在其他损害公司利益的情形。

（4）会计师意见

一、会计师核查程序

针对公司回复问题（1）（2）情况，结合年报审计工作，实施如下核查程序：

（一）查询历史数据，复核 2016-2019 年主要财务数据列示准确性；

（二）重新计算广誉远公司主要经营及财务指标，复核计算结果准确性，并查询同行业上市公司复核列示数据准确性。

针对问题（3）情况，实施如下核查程序：

（一）了解公司所处行业、领域、同行业公司、采销生产及商业模式等相关信息；

（二）了解公司产品用途、目标客户分布情况，产品相关行业、法律规定等信息；

（三）了解和评价公司内控制度的合理性，以及内部控制设计、运行的有效性；

（四）了解和分析公司收入确认政策，以及具体的确认时点、标志的合理性；

（五）检查销售业务相关合同、发货申请单、出库单、发票、客户签收单等依据，确认收入发生额的真实性、完整性、准确性，和归属期间的合理性；

（六）检查采购业务相关合同、质检单、入库单、发票等依据；对存货实施监盘，检查存货的数量及状况；测算存货发出计价的准确性；确认存货余额和成本发生额的真实性、完整性、准确性；

（七）检查费用相关合同以及与费用计量相关的资料附件，核实费用内容的真实性、完整性、准确性和归属期间的合理性；

（八）选取客商样本，对往来款余额、销售采购发生额等信息实施函证程序，核实往来款余额、销售采购发生额的真实性、完整性、准确性。

二、核查意见

通过上述核查程序，我们认为山西广誉远其主要财务指标中应收账款周转天数及存

货周转天数在同行业中处于较高水平，其他主要财务指标均处于适中水平，应收账款周转天数是因公司产品所具有的“三高”特点及山西广誉远公司的议价能力等原因造成，而存货周转天数受原材料战略储备的影响。山西广誉远 2016-2018 年业绩大幅提升，是加大对终端空白市场的快速覆盖而加强铺货，提高品牌知名度的结果，而 2019 年出现大幅下滑，与整体宏观经济、国家的医药政策以及山西广誉远快速增长后适当控制销售、新厂投入使用增加折旧费用等相关，具备合理性。

未发现山西广誉远销售政策的重大变化，收入确认符合公司收入确认政策及会计准则规定，未发现其他损害公司利益的情形。

2、年报披露，2016-2019 年公司经营活动产生的现金流量净额持续为负，主要系经营性应收项目增加的影响，同期公司应收账款、应收票据及应收款项融资账面价值合计分别为 6.23 亿元、9.78 亿元、15.82 亿元、16.75 亿元，同比增速较快。同时，公司应收款项占营业收入的比例逐年增加，报告期末达到 137.63%，但本期营业收入同比下滑 24.81%，应收款项与营业收入变动方向不一致。报告期末公司应收账款账面价值 14.45 亿元，应收款项融资 1.45 亿元，按账龄披露的应收账款中，1 年以内、1 至 2 年、2 至 3 年的期末余额分别为 9.75 亿元、4.12 亿元、1.31 亿元，坏账准备按组合计提比例为 9%。请公司：（1）分别披露应收账款及应收款项融资前五名对象、是否为关联方、是否为当年新增客户、金额及同比变化、账龄，并结合期后回款情况，说明是否存在回收风险；（2）结合主要产品的销售模式，披露下游客户的信用政策、回款期限、回款是否存在销售条件，是否存在逾期情形，如有，请按时间顺序披露逾期情况明细，包括逾期主体、金额、原因、预计回收时间及回收风险；（3）分析说明 2016 年以来赊销率逐年上升、报告期应收款项与营业收入变动方向不一致的原因及合理性，并结合同行业对比，说明是否存在向下游压货或提前确认收入的情形，是否存在销售退货条款及退货风险，结合收入确认流程，说明收入确认政策是否符合会计准则相关规定；（4）说明应收账款科目中，预期信用损失法下坏账准备计提的测算过程及依据，并结合期后回款、坏账准备按账龄组合计提比例及同行业可比公司情况，说明 3 年以内的应收账款是否存在回收风险，报告期应收账款坏账计提是否充分，是否符合会计准则相关规定；（5）结合应收款项对经营活动产生的现金流量净额的影响，说明相关事项是否对公司正常生产经营产生影响，以及公司的应对措施（如有）；（6）请会计师对问题（1）、（2）、（3）、（4）发表意见。

回复：

(1) 分别披露应收账款及应收款项融资前五名对象、是否为关联方、是否为当年新增客户、金额及同比变化、账龄，并结合期后回款情况，说明是否存在回收风险。

一、2019 年末公司应收账款及应收款项融资前五名对象具体内容如下：

(一) 应收账款

1、基本情况

单位：万元

序号	商业单位名称	期末余额	账龄	较上年同期变动比例 (%)	关联方 (是/否)	新增客户 (是/否)
1	湖南凯信医药有限公司	12,242.26	1 年以内	1,596.48 ^注	否	否
2	石家庄冀德科健医药科技有限公司	7,448.44	1 年以内		否	是
3	陕西怡和生化药品有限公司	6,935.09	1-2 年: 2,333.57; 2-3 年: 4,601.52	-2.12	否	否
4	浙江英特药业有限责任公司	5,851.89	1 年以内 2,878.12; 1-2 年 2,973.77	4.78	否	否
5	山西九州通医药有限公司	5,817.45	1 年以内	-47.66	否	否
	合计	38,295.12				

注：湖南凯信医药有限公司可迅速覆盖湖南省内医药商业和中大型连锁渠道，特别是总部位于湖南的三家 TOP10 连锁，老百姓大药房、益丰大药房和养天和大药房，并对第三终端市场拥有较高的覆盖率和较强的配送能力。为深耕湖南市场，公司借助其建立的销售渠道，一方面实现在湖南省内医药商业和连锁药店的快速覆盖，尤其是对三家全国 TOP10 连锁的覆盖，另一方面积极开发第三终端资源，将商业网络延伸到地县级市场，达到不断下沉业务链条、扩大终端商业覆盖面的目的，以上综合使得湖南凯信医药有限公司的期末余额出现大幅增长。

2、期后回款及回收风险分析情况

上述前五大客户因受疫情影响，致使其截至 2020 年 3 月末，仅给公司回款 4,144.88 万元，但因其均为全国及区域龙头商业企业，与公司合作多年，信用良好，且其覆盖区域销售正常，因此不存在回收风险。石家庄冀德科健医药科技有限公司作为公司 2019 年新增客户，公司已在业务开展前对其财务、信用等基本情况进行了相应的调查，认为不存在应收账款回收风险。

（二）应收款项融资

1、基本情况

单位：万元

序号	商业单位名称	期末余额	账龄	较上年同期变动比例 (%)	关联方 (是/否)	新增客户 (是/否)
1	山西九州通医药有限公司	3,101.46	1年以内	-37.97	否	否
2	重庆医药（集团）股份有限公司	1,646.16	1年以内	-35.94	否	否
3	湖南凯信医药有限公司	1,284.20	1年以内		否	否
4	北京九州通医药有限公司	900.00	1年以内	350.00	否	否
5	国药控股黑龙江有限公司	650.00	1年以内	828.57	否	否
合计		7,581.82				

2、期后回款及回收风险分析情况

单位：万元

序号	商业单位名称	票据贴现	票据托收	票据背书	目前持有
1	山西九州通医药有限公司	1,837.37	244.35	1,019.75	0.00
2	重庆医药（集团）股份有限公司	929.88	220.00	456.28	40.00
3	湖南凯信医药有限公司	756.20	0.00	528.00	0.00
4	北京九州通医药有限公司	0.00	200.00	700.00	0.00
5	国药控股黑龙江有限公司	650.00	0.00	0.00	0.00

上述应收款项融资除尚持有重庆医药（集团）股份有限公司 40 万元以外，其他票据全部背书用于支付广告费或者材料款，公司客户信誉良好，目前不存在回收风险。

（2）结合主要产品的销售模式，披露下游客户的信用政策、回款期限、回款是否存在销售条件，是否存在逾期情形，如有，请按时间顺序披露逾期情况明细，包括逾期主体、金额、原因、预计回收时间及回收风险。

一、销售模式

公司自产药品均采用买断销售方式进行销售，下游客户包括医药批发经销商、连锁药店、国药堂等，目前采用的销售模式具体可细分为三种销售模式，包括协作经销模式、代理销售模式和经销模式，具体如下：

（一）协作经销模式

公司传统中药的大部分药品、以及养生酒中的加味龟龄集酒、金钻龟龄集酒和蓝宝

石系列产品采用协作经销模式进行销售，协作经销是一种公司将产品采取买断经销方式销售给医药商业批发企业、并协助批发企业开发维护医疗机构和零售药店等终端客户的销售模式。公司自有销售队伍在各自的区域内寻找到合适的协作经销商，在签订经销合同后，公司与区域经销商整合资源，开拓区域内零售药店，以及通过临床推广、学术推广共同开发区域内的医院终端市场，并提供销售及售后服务，公司销售队伍同时对医药商业批发客户提供相应的服务支持。

（二）代理销售模式

公司对于部分药品采取代理销售模式，由具有一定经济实力或市场渠道资源的代理商在特定区域代理公司产品，代理商在特定区域自主开拓销售渠道、开拓终端市场，并协调公司产品在代理区域内的市场准入工作，包括物价备案、产品检验、招标投标、进入医保、农保等，确保公司产品中标。公司将产品销售给代理商合作的区域性医药商业企业后，一般不提供其他后续支持和服务，亦不承担市场风险。

（三）经销模式

公司的精品中药及养生酒中的红宝石系列产品采取经销模式，即将产品以买断方式销售给与区域合作伙伴设立的国药堂（公司大多仅参股 10%左右）、经销商，由其零售给消费者。

二、信用政策、回款期限等销售政策

（一）信用政策及回款期限

报告期内，公司对新老商业客户采取平等的信用政策。公司根据销售模式，将合作的医药商业划分为综合商业、医院商业和 OTC 商业三种类别，并结合商业类型及销售规模，经审批后给予不同的信用账期，具体如下：

商业类别	信用账期	备注
综合商业	6-9 个月	同时为医院终端和 OTC 终端配送的商业
医院商业	9-12 个月	医保欠款周期较长，因此给予较长的信用账期
OTC 商业	3-6 个月	

（二）回款是否存在销售条件的说明

公司产品销售采用买断方式进行销售，回款不存在销售条件。

（三）逾期回款

公司账龄超过一年以上的应收账款金额为 61,510.89 万元，具体说明如下：

1、五年以上应收账款

公司账龄超过五年的应收账款金额为 3,221.41 万元，其中大部分为山西广誉远改制前形成的历史遗留款项，预计无法回收，公司已经按会计政策全额计提了信用减值损失。

2、其他

扣除账龄五年以上的应收账款，其他账龄超过一年以上的应收账款金额为 58,289.48 万元，其中前三十大应收账款占比为 84%，具体情况如下：

单位：万元

序号	逾期主体	2019 年末	逾期金额	逾期原因	预计回收时间	回收风险
1	陕西怡和生化药品有限公司	6,935.09	6,935.09	(3)	2020 年 12 月	无
2	北京九州通医药有限公司	5,659.09	4,760.30	(1) (2)	2020 年 12 月	无
3	山西广誉远国药堂药店连锁有限公司	4,421.15	4,421.15	(3)	2020 年 12 月	无
4	广州采芝林药业有限公司	3,670.86	3,670.86	(1) (2)	2020 年 12 月	无
5	商丘市华杰医药有限公司	3,192.71	3,191.50	(1) (2)	2020 年 9 月	无
6	浙江英特药业有限责任公司	5,851.89	2,973.77	(1) (2)	2020 年 12 月	无
7	山西广誉远医药有限公司	4,538.85	2,652.15	(3)	2020 年 12 月	无
8	苏州恒鼎物流有限公司	4,707.44	1,875.66	(1) (2)	2020 年 12 月	无
9	河北顺泽医药有限公司	1,819.74	1,819.74	(1)	2020 年 12 月	无
10	深圳市南北医药有限公司	1,503.86	1,443.29	(1)	2020 年 9 月	无
11	九州通医药集团有限公司	1,733.06	1,368.00	(1) (2)	2020 年 9 月	无
12	辽宁时利和医药有限公司	2,224.29	1,360.78	(1) (2)	2020 年 12 月	无
13	威海海晨医药有限公司	1,298.63	1,298.63	(1) (2)	2020 年 12 月	无
14	山东天保医药有限公司	1,858.38	1,182.01	(1) (2)	2020 年 12 月	无
15	湖北万年福医药有限公司	1,052.88	1,052.88	(1) (2)	2020 年 12 月	无
16	河南安仁医药有限公司	899.97	899.97	(1) (2)	2020 年 12 月	无
17	新疆清湖生态旅游度假有限公司	1,190.40	860.05	(4)	2020 年 12 月	无
18	兰州紫光药业有限公司	1,125.20	849.19	(1) (2)	2020 年 12 月	无
19	陕西医药控股集团兴庆医药有限公司	4,150.59	754.23	(1) (2)	2020 年 8 月	无
20	杭州广誉远贸易有限公司	1,020.83	664.78	(3)	2020 年 12 月	无
21	陕西广誉远国药堂医药有限公司	962.10	634.77	(3)	2020 年 12 月	无
22	东北制药集团公司供销公司	919.40	584.32	(1) (2)	2020 年 12 月	无
23	北京永泰康大药房有限公司	519.75	519.75	(1) (2)	2020 年 9 月	无

序号	逾期主体	2019 年末	逾期金额	逾期原因	预计回收时间	回收风险
24	江西九州通药业有限公司	900.64	505.86	(1) (2)	2020 年 12 月	无
25	辽宁九州通医药有限公司	615.82	497.86	(1) (2)	2020 年 12 月	无
26	云南医药工业销售有限公司	1,038.33	449.54	(1) (2)	2020 年 9 月	无
27	辽宁成大方圆医药有限公司	425.06	425.06	(1) (2)	2020 年 12 月	无
28	石家庄九州通医药有限公司	399.98	399.98	(1) (2)	2020 年 12 月	无
29	国药控股国大药房广东有限公司	496.25	399.42	(1) (2)	2020 年 9 月	无
30	河北华越医药进出口有限责任公司	505.12	379.48	(1) (2)	2020 年 12 月	无
合计		65,637.35	48,830.07			

3、逾期原因

(1) 公司产品特性及市场承接能力的影响

2016 年公司启动 OTC 战略后，2018 年全面与 TOP100 连锁建立合作关系，由于公司产品单价较高，需要向一部分连锁提供铺底货，高单价、高疗效产品的特点需要通过高学术推广达成，故公司通过培训到位、铺货到位、陈列到位、客情到位等不断的渗透和精耕细作，从而使消费者产生对产品的认知和认可，产品在从学术向消费的转型过程中，会产生部分市场承接能力弱，部分连锁动销未达到预期目标的情况，从而产生铺底货逾期。目前，公司经营过程中，不断优化各市场的综合能力，以促进各市场的顺利承接，从而缩短应收账款的回款周期。

(2) 医保结算时效及医院压款的影响

目前，我国医保结算由各市区县的医保中心与医保定点医疗机构及药店进行结算，根据各区县的医保结算政策、经济发展水平及医保基金运行情况，医保结算周期存在较大的地区差异性。而受宏观经济持续下行的影响，部分地区出现医保欠费及医院压款的情形，导致部分医院及药店对商业的回款延长，造成了部分商业对公司回款相应延长，但该类应收账款风险可控，不存在回收风险。

(3) 支持国医馆、国药堂建设发展的影响

公司在“全产业链打造高品质中药战略”目标的驱动下，为加快国药堂专卖店和广誉远国医馆建设，公司给予一些战略合作伙伴相应支持，如山西、北京、陕西、四川和上海等地，以达到提升广誉远高品质中药的品牌发展、尽快为当地目标客户提供整体健康解决方案的目的。随着当地国医馆及国药堂的运营走向成熟，该类应收账款也将正常

收回，不存在回收风险。

（4）团购特殊客户的影响

随着品牌传播的进一步提升、产品力得到认可，公司获得了一些大型企业、金融机构、证券公司等团购订单，为建立长期合作关系，公司在团购特殊客户回款 70%以上后，对剩余款项给予其高于经销商账期的资信。该类应收账款风险可控，不存在回收风险。

4、回收风险分析

公司账龄超过一年以上应收账款的占比虽有所增加，但应收账款整体风险可控，理由如下：

（1）公司选择经销商的标准为拥有全国性医疗机构资源、OTC 渠道覆盖广泛、资信良好且业务人员具有较强专业能力的商业公司，目前合作的商业公司 70%以上均为与公司有五年以上合作基础的经销商，而且合作关系一直保持良好状态；

（2）公司对经销商的经营运转情况保持着密切关注，销售人员须按周对经销商开展业务沟通或拜访，并定期与经销商核对往来账务，从而能够及时掌握经销商的经营运转情况，将应收账款回收风险控制的最小范围之内；

（3）2018 年以来，公司不断加强队伍建设和培训，优化和淘汰一批单产低的人员，目前已经打造出一支 1,591 人的会培训、会带教、会动销的销售队伍，使终端销售持续提升，从而缩短应收账款的回款周期。

（3）分析说明 2016 年以来赊销率逐年上升、报告期应收款项与营业收入变动方向不一致的原因及合理性，并结合同行业对比，说明是否存在向下游压货或提前确认收入的情形，是否存在销售退货条款及退货风险，结合收入确认流程，说明收入确认政策是否符合会计准则相关规定。

一、公司 2016-2019 年赊销率、应收账款与营业收入的变动情况

（一）公司 2016-2019 应收款项、营业收入与赊销率的相关数据如下：

单位：万元

项目	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
应收款项融资	14,491.33	-	-	-
应收票据	8,506.19	24,375.55	24,279.84	16,011.82
应收账款	144,490.24	133,838.98	73,536.33	46,287.64
项目	2019 年度	2019 年度	2019 年度	2019 年度
营业收入	121,709.75	161,876.40	116,868.48	93,699.32

项目	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
累计赊销率（期末应收账款/当期营业收入）	118.72%	82.68%	62.92%	49.40%
当年赊销率（当年新增应收账款/当期营业收入）	8.75%	37.25%	23.32%	30.99%

公司自 2016 年启动 OTC 战略以来，随着终端覆盖数量的快速增长，公司产品销售也稳步提升，根据行业惯例，公司与客户大部分采用票据的形式进行结算，因此票据的金额也保持在较高水平。票据的风险较小，因此在考虑赊销的相关数据时，仅以应收账款进行计算。2016-2019 年，公司期末应收账款余额逐年上升，使得累计赊销率也呈现逐年上升的趋势，同时报告期内与营业收入的变动方向不一致。而以当期赊销率测算，其在 2016-2018 年随着期末应收账款余额的增长也呈现变动中上升的趋势，但在 2019 年开始大幅下降。

（二）应收账款逐年增长带动赊销率增长及报告期内与营业收入不一致的原因及合理性

应收账款自 2016 年以来逐年上升，带动累计赊销率也逐年上升，而当期赊销率在 2016-2018 年也呈现变动中上升的趋势，同时 2019 年末应收账款与营业收入的变动方向不一致，其主要原因及合理性如下：

1、销售战略

公司 2016 年启动 OTC 战略，以“全产业链打造广誉远高品质中药”的发展战略为指导，紧紧围绕“传统中药+精品中药+养生酒”三大业务板块，不断创新营销，积极推动产能提升和产品结构优化。同时，通过品牌重塑与市场投入相结合，进一步加快市场拓展和渠道建设。因公司处于市场拓展期，市场议价能力薄弱，公司根据商业公司覆盖终端的类型，分别给予其 3-6 个月、6-9 个月和 9-12 个月不等的信用账期。2019 年末，公司二级以上医院终端（含院外药房）从 2015 年末的 1,498 家增加至 7,000 余家，OTC 终端从 2015 年底 20,000 家增加至 150,000 余家。销售终端的快速增长带动了公司销售的稳步提升，但也使应收账款在信用账期内相应形成了较大的沉淀。

2019 年，随着公司产品在终端的覆盖数量已经达到一定规模、公司品牌力持续提升，公司不断完善销售战略，重视终端销售的拉动，加之受到外部环境变化的影响，导致报告期内公司营业收入出现一定程度的下滑。但随着公司终端销售的持续向好，以及公司加强了对应收账款的管控，2019 年公司当期赊销率较 2018 年同期大幅下降，但由于在信用账期内沉淀的应收账款较多，导致 2019 年末应收账款余额仍然处于较高水平，

使得累计赊销率也继续增长，且应收账款与 2019 年营业收入变动方向呈现不一致的趋势。

2、产品特性

公司主要产品属于“高单价、高学术、高疗效”的“三高”品种，需要药店销售人员能够针对消费者的实际情况开展有针对性的宣传推广工作，从而对公司 OTC 销售队伍提出了较高的要求，而公司各省区销售队伍在终端推广和培训能力上存在不同程度的差异，致使终端销售出现相应的地区差异，进而对信用期内应收账款造成一定的影响。

3、经济形势

2018 年以来，受经济形势下行影响，商业客户存在临时性的资金周转紧张，为了确保与商业客户的良好合作，公司同意个别商业客户延期付款，使得公司应收账款周转天数延长。

(三) 2016-2019 年同行业公司赊销率的相关数据如下：

1、累计赊销率（期末应收账款/当期营业收入）的相关数据如下：

公司名称	2016	2017	2018	2019
白云山	7.91%	28.53%	25.18%	14.94%
同仁堂	7.66%	8.77%	8.41%	9.10%
东阿阿胶	6.11%	6.85%	12.30%	42.69%
江中药业	0.87%	0.92%	0.24%	8.48%
片仔癀	16.40%	11.56%	9.31%	8.21%
九芝堂	7.91%	28.53%	25.18%	14.94%
济川药业	28.47%	29.89%	27.27%	26.62%
中恒集团	3.19%	5.25%	5.77%	5.99%
寿仙谷	12.09%	9.97%	12.40%	11.49%
贵州百灵	29.58%	36.99%	50.69%	54.50%
紫鑫药业	75.32%	56.06%	69.48%	134.06%
珍宝岛	23.28%	33.77%	41.26%	52.62%
广誉远	49.40%	62.92%	82.68%	118.72%

2016-2019 年，大部分同行业公司的累计赊销率也呈现上升的趋势，公司的累计赊销率在同行业中处于高水平，主要是因为公司 2016-2018 年处于开拓市场的快速发展阶段，导致应收账款随着公司收入的快速提升也大幅增加，2019 年虽然应收账款的增速

开始大幅放缓，但公司收入因为内外环境的影响也有一定程度的下滑，以上综合使得公司累计赊销率逐年提升。随着应收账款管控措施的进一步深化，应收账款有望在增速大幅放缓的基础上开始逐步下降，预计累计赊销率也将下降。

2、当期赊销率（当期新增应收账款/当期营业收入）的相关数据如下：

公司名称	2016	2017	2018	2019
白云山	0.28%	0.03%	23.11%	2.59%
同仁堂	0.51%	1.85%	0.16%	0.10%
东阿阿胶	1.24%	1.61%	5.42%	12.19%
济川药业	4.98%	6.29%	3.87%	-1.70%
片仔癀	3.33%	1.36%	0.30%	0.46%
中恒集团	1.92%	2.64%	2.51%	1.00%
九芝堂	2.38%	22.96%	-9.08%	-10.07%
贵州百灵	9.71%	11.72%	20.13%	-1.27%
珍宝岛	13.35%	16.02%	3.17%	17.77%
江中药业	0.14%	0.14%	-0.68%	8.31%
紫鑫药业	7.90%	9.55%	13.33%	26.92%
寿仙谷	-0.06%	-0.32%	5.19%	-0.11%
广誉远	30.99%	23.32%	37.25%	8.75%

2016-2018年，公司当期赊销率在同行业可比公司中也处于较高水平，但随着公司应收账款管控措施的持续发力，2019年公司当期赊销率已经下降到了行业中等水平。

二、营业收入的真实性

公司严格按照公司制定的会计政策确认收入，且与以前年度保持一致，不存在调节收入和经营业绩的情形。公司收入主要系销售药品收入，收入确认的具体政策如下：

1、一般销售：公司于货物实际出库或独立第三方物流（运输）公司签收货物后确认收入；

2、网上销售：公司于客户网上签收后确认收入。

同时，公司与商业签订的《一级经销商协议》中明确规定公司不接受“非质量问题的退、换货”，而药品由于属性的特殊性，出厂时均配有《质量检验报告》。同时，公司与商业客户签订的《购销合同》中明确规定“货到购货方十日内，若供方未收到购货方的书面通知即视为货物合格”。

综上所述，公司不存在向下游压货或提前确认收入的情形，不存在销售退货条款及退货风险，所有销售收入真实，收入确认政策符合会计准则的相关规定。

(4) 说明应收账款科目中，预期信用损失法下坏账准备计提的测算过程及依据，并结合期后回款、坏账准备按账龄组合计提比例及同行业可比公司情况，说明3年以内的应收账款是否存在回收风险，报告期应收账款坏账计提是否充分，是否符合会计准则相关规定。

一、预期信用损失法下坏账准备计提的测算过程

2019年，公司执行新金融工具准则，制定相应会计政策，将应收账款归类为以摊余成本计量的金融资产，期末管理层对应收账款余额按照信用风险进行分类，对信用风险显著不同的应收账款单项评价信用风险，除了单项评估信用风险的应收账款外，公司基于共同风险特征将应收账款划分为不同的组合。对于具有较低信用风险的应收账款组合不计提损失准备，如合并范围内应收账款。对于较低风险以外的应收账款，公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及未来经济状况的预测，确定存续期信用损失率计提坏账。信用损失率计算过程如下：

首先编制合并范围内各公司2016-2019年应收账款账龄计提坏账组合明细，第二步在组合明细的基础上计算迁徙率；第三步按照计算出的迁徙率计算历史损失率，第四步考虑前瞻性信息；第五步比较历史损失率与原会计政策坏账计提比率确定预期损失率。

公司经上述程序计算所得的预期信用损失率低于原坏账计提比例，考虑到公司客户质量、信用状况对比以前年度未发生重大变化，基于谨慎性原则，采用原账龄分析法计提比例作为账龄组合的预期信用损失率。

以山西广誉远单体为例说明2019年账龄组合应收账款坏账准备计提的具体计算过程，具体如下：

第一步：确定历史应收账款余额及对应账龄

单位：万元

账龄	2016年末	2017年末	2018年末	2019年末	近三年平均余额	结构比
1年以内	30,948.10	60,811.63	92,881.89	84,350.06	79,347.86	78.43%
1~2年(含2年)	2,860.99	1,723.88	15,800.78	30,855.71	16,126.79	15.94%
2~3年(含3年)	332.89	536.34	1,119.87	6,290.39	2,648.87	2.62%
3~4年(含4年)	21.50	98.51	295.73	687.31	360.51	0.36%
4~5年(含5年)	3.93	1.00	86.43	107.75	65.06	0.06%

账龄	2016年末	2017年末	2018年末	2019年末	近三年平均余额	结构比
5年以上 ^(注1)	3,150.71	-	1.00	1.30	0.77	0.00%
5年以上 ^(注2)	-	2,641.90	2,608.58	2,609.45	2,619.98	2.59%
合计	37,318.11	65,813.26	112,794.27	124,901.96	101,169.83	100.00%

注 1：上年末为 4-5 年账龄，本年继续迁徙部分；注 2：上年末为 5 年以上账龄，本年继续迁徙部分。

第二步：计算迁徙率

账龄	2016年-2017年	2017年-2018年	2018年-2019年	三年平均
1年以内	5.57%	25.98%	33.22%	21.59%
1~2年(含2年)	18.75%	64.96%	39.81%	41.17%
2~3年(含3年)	29.59%	55.14%	61.37%	48.70%
3~4年(含4年)	4.65%	87.74%	36.43%	42.94%
4~5年(含5年)		100.00%	1.50%	33.83%
5年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

第三步：确定预期损失率

账龄	调整过程			确定预期损失率	差异	说明
	历史违约损失率	前瞻性估计调整	调整后违约损失率			
1年以内	0.63%	0.31%	0.94%	3.00%	-2.06%	前瞻性估计为历史违约率上调 50%
1~2年(含2年)	2.91%	1.46%	4.37%	10.00%	-5.63%	
2~3年(含3年)	7.08%	3.54%	10.61%	20.00%	-9.39%	
3~4年(含4年)	14.53%	7.26%	21.79%	40.00%	-18.21%	
4~5年(含5年)	33.83%	16.92%	50.75%	60.00%	-9.25%	
5年以上	100.00%		100.00%	100.00%		

二、应收账款期后收回情况

(一) 2019年12月31日应收账款期后收回整体情况

单位：万元

项目	金额或比例	备注
2019年12月31日应收账款余额	159,035.65	
截至2020年3月31日回款金额	17,672.74	
回款比例	11.11%	

(二) 3 年以内应收账款余额中前 15 名客户收回情况如下:

1、2019 年末应收账款前 15 名客户期后收回情况

单位: 万元

序号	单位名称	年末余额	占应收余额比重	2020 年 1 季度收回
1	湖南凯信医药有限公司	12,242.26	7.70%	
2	石家庄冀德科健医药科技有限公司	7,448.44	4.68%	4,000.00
3	陕西怡和生化药品有限公司	6,935.09	4.36%	
4	浙江英特药业有限责任公司	5,851.89	3.68%	
5	山西九州通医药有限公司	5,817.45	3.66%	144.88
6	北京九州通医药有限公司	5,659.09	3.56%	
7	江苏九州通医药有限公司	5,406.82	3.40%	
8	苏州恒鼎物流有限公司	4,707.44	2.96%	
9	陕西海川医药物流有限公司	4,619.79	2.90%	8.06
10	山西广誉远医药有限公司	4,538.85	2.85%	
11	山西广誉远国药堂药店连锁有限公司	4,421.15	2.78%	
12	陕西医药控股集团兴庆医药有限公司	4,150.59	2.61%	14.76
13	广州采芝林药业有限公司	3,670.86	2.31%	
14	重庆医药(集团)股份有限公司	3,283.31	2.06%	432.45
15	商丘市华杰医药有限公司	3,192.71	2.01%	
合计		81,945.73	51.53%	4,600.15
应收账款原值:		159,035.65		

2、2018 年末应收账款前 15 名客户期后收回情况

单位: 万元

序号	单位名称	年末余额	占应收余额比重	2019 年收回	2020 年 1 季度收回
1	山西九州通医药有限公司	11,115.68	7.79%	11,115.68	
2	河北顺泽医药有限公司	10,549.71	7.39%	1,293.44	
3	陕西怡和生化药品有限公司	7,085.09	4.96%		
4	北京九州通医药有限公司	5,570.22	3.90%	1,756.58	1,397.49
5	商丘市华杰医药有限公司	5,290.61	3.71%	15.67	500.00
6	浙江英特药业有限责任公司	5,209.09	3.65%	2,475.36	
7	山西广誉远国药堂药店连锁有限公司	4,421.15	3.10%		
8	重庆医药(集团)股份有限公司	4,201.23	2.94%	4,201.23	
9	广州采芝林药业有限公司	4,120.86	2.89%	4,120.86	

序号	单位名称	年末余额	占应收余额比重	2019 年收回	2020 年 1 季度收回
10	苏州恒鼎物流有限公司	3,546.43	2.48%	1,670.77	230.16
11	陕西润启医药有限责任公司	3,186.89	2.23%	3,186.89	
12	五家渠青湖医院有限公司	3,043.92	2.13%	3,000.00	
13	揭阳宏洲药业有限公司	3,020.05	2.12%	3,020.05	
14	广东斯玛特药械股份有限公司	2,925.00	2.05%	2,925.00	
15	山西广誉远医药有限公司	2,695.95	1.89%	43.81	
合计		75,981.88	53.23%	38,825.34	2,127.65
应收账款原值:		142,748.91			

3、2017 年末应收账款前 15 名客户期后收回情况

单位：万元

序号	单位名称	年末余额	占应收余额比重	2018 年收回	2019 年收回	2020 年 1 季度收回
1	河北顺泽医药有限公司	8,740.02	11.05%	1,303.50	7,436.52	
2	山西九州通医药有限公司	5,101.85	6.45%	5,101.85		
3	浙江英特药业有限责任公司	4,941.55	6.25%	4,941.55		
4	陕西怡和生化制品有限公司	4,766.35	6.02%	14.83	150.00	
5	北京九州通医药有限公司	3,381.10	4.27%	3,127.33	253.77	
6	山西广誉远国药堂药店连锁有限公司	2,511.99	3.17%			
7	威海海晨医药有限公司	2,272.44	2.87%	2,272.44		
8	商丘市华杰医药有限公司	1,909.19	2.41%	806.46	1,102.73	
9	陕西兴庆医药有限公司	1,794.02	2.27%	1,794.02		
10	揭阳宏洲药业有限公司	1,655.43	2.09%	1,655.43		
11	河南鹏远药业有限公司	1,590.94	2.01%	1,590.94		
12	兰州紫光药业有限公司	1,395.39	1.76%	330.09		
13	重庆医药(集团)股份有限公司	1,315.74	1.66%	1,315.74		
14	石家庄九州通医药有限公司	1,286.68	1.63%	300.00	802.37	
15	辽宁时利和医药有限公司	1,118.70	1.41%	59.00		
合计		43,781.39	55.33%	24,613.18	9,745.39	0.00
应收账款原值:		79,127.51				

从上表可以看出,受疫情影响公司第一季度应收账款收回比例为 11.11%。截止 2019 年 12 月 31 日公司应收账款客户数量约为 1,300 家,其中应收账款余额前 15 名合计占

整体应收账款余额的比例高于 50%，经统计前 15 名客户历年收回情况，即使部分大额客户结算较慢未能收回的经后期跟踪也未发现存在回收风险的情形，同时公司对于未能回收客户的应收账款按照会计政策计提了坏账准备，公司也在组织业务人员积极催收，综上 3 年以内的应收账款收回的风险可控。

(三) 公司应收账款账龄组合坏账准备计提情况

单位：万元

账龄	2019 年 12 月 31 日			
	应收账款	占比 (%)	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	97,524.76	61.32	2,925.74	3.00
1 至 2 年	41,157.88	25.88	4,115.79	10.00
2 至 3 年	13,130.95	8.26	2,626.19	20.00
3 至 4 年	3,866.29	2.43	1,575.67	40.00
4 至 5 年	134.36	0.08	80.62	60.00
5 年以上	3,221.41	2.03	3,221.41	100.00
合计	159,035.65	100.00	14,545.41	

续：

账龄	2018 年 12 月 31 日			
	应收账款	占比 (%)	坏账准备	计提比例 (%)
1 年以内	113,572.74	79.56	3,209.13	3.00
1 至 2 年	23,879.14	16.73	2,097.18	10.00
2 至 3 年	1,668.02	1.17	267.65	20.00
3 至 4 年	322.34	0.23	110.81	40.00
4 至 5 年	87.94	0.06	6.43	60.00
5 年以上	3,218.72	2.25	3,218.72	100.00
合计	142,748.91	100.00	8,909.93	

其中，公司按单项计提坏账 252.49 万元，计提比例 100%，公司整体计提比例为 9.15%，按账龄组合计提比例为 9.00%。

此外，同行业可比公司应收账款按账龄分析法计提坏账准备的比例如下：

公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
白云山	1%	10%	30%	50%	80%	100%
同仁堂	5%	10%	20%	50%	80%	100%

公司名称	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
东阿阿胶	5%	20%	50%	100%		
江中药业	3%	32%	50%	50%	50%	100%
片仔癀	1.25%	49.63%	84.13%	100%		
九芝堂	5%	10%	50%	100%		
济川药业	5%	10%	30%	100%		
中恒集团	2%	10%	20%	40%	60%	100%
寿仙谷	5%	10%	20%	50%	80%	100%
贵州百灵	5%	10%	30%	50%	50%	100%
紫鑫药业	6%	8%	10%	20%	30%	50%
广誉远	3%	10%	20%	40%	60%	100%

按账龄分析，公司3年以内应收账款占比为90%，而公司3年以内应收账款计提比例与同行业可比公司相比处于中等水平，因此公司应收账款坏账计提准备比较充分，具有合理性。

（四）同行业公司应收账款坏账准备计提情况

公司名称	坏账准备按组合计提比例
白云山	1.51%
同仁堂	6.18%
东阿阿胶	11.69%
江中药业	3.53%
片仔癀	2.94%
九芝堂	1.76%
济川药业	5.50%
中恒集团	1.40%
寿仙谷	5.08%
贵州百灵	10.66%
紫鑫药业	8.28%
珍宝岛	5.09%
广誉远	9.00%

公司2019年应收账款坏账准备按组合计提比例为9.00%，在同行业可比公司中处于中等偏上水平。

综上所述，公司对应收账款按照单项和组合的方式计提坏账准备，坏账准备计提及预期信用损失率计算符合会计准则相关规定；经统计公司大额客户历年的应收账款收回情况，未发现大额不能收回的情况，综合考虑坏账准备计提情况，公司的应收账款风险可控；公司截止 2019 年末坏账准备按组合计提比例为 9.00%，与同行业公司比较处于中等偏上水平，应收账款坏账准备计提充分，已经计提的坏账准备能够涵盖预期发生的损失。

(5) 结合应收款项对经营活动产生的现金流量净额的影响，说明相关事项是否对公司正常生产经营产生影响，以及公司的应对措施（如有）。

一、2016-2019 年公司应收款项与经营活动现金流净额的相关数据如下：

单位：万元

项目	2019 年末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
应收款项融资	14,491.33	-	-	-
应收票据	8,506.19	24,375.55	24,279.84	16,011.82
应收账款	144,490.24	133,838.98	73,536.33	46,287.64
经营性现金流净额	-14,081.97	-29,797.03	-18,367.32	-21,178.71
资产负债率	30.97%	23.47%	21.35%	19.30%

二、对公司正常生产经营产生的影响，以及公司的应对措施

(一) 对生产经营产生的影响

公司自 2016 年启动 OTC 战略以来，期末应收账款余额逐年增加，导致公司自有资金较为紧张，但由于公司 2016 年-2017 年的资产负债率维持在 20%左右，处于较低水平，故公司通过银行融资等方式对生产运营资金进行补充，在保持合理资产负债率水平的基础上，充分满足了公司正常生产经营活动对资金的需求，因此应收账款的增加对公司正常生产经营活动并没有造成影响。

预计随着公司对应收账款采取的管控措施进一步落实到位，公司期末应收账款有望开始下降，公司经营现金流净额也将取得进一步改善和好转。

(二) 加强应收账款管控的措施

公司对应收账款采取的主要管控措施如下：

1、进一步落实管理责任

(1) 财务部门

① 严格按照公司制定的会计政策规范核算应收账款，确保核算准确无误；

- ② 每月财务部将应收账款账龄分析通知销售部门；
- ③ 每月将超账期应收账款通知销售部门，督促其加速清收；
- ④ 定期（根据商业客户的等级或回款情况按季或半年）与商业客户核对应收账款，确认债权；
- ⑤ 将对账情况反馈给销售体系，以便销售人员及时催收回款。

（2）经典国药事业部

- ① 销售人员严格依据公司批准授予商业的资信额度，与商业签订购销合同；
- ② 定期拜访并掌握商业客户经营状况，定期上报商业库存情况，根据财务部提供的对账资料，积极协调督促商业回款；
- ③ 对于超账龄的应收账款或发生经营风险的商业，及时提请公司下发催款函或提起诉讼等相关法律程序进行催收。

（3）精品中药事业部

落实应收账款区域销售经理负责制，应收账款的清收与区域绩效紧密挂钩，确定每季度清收前期应收账款的 20-30%，进而达到降低应收账款的目的。

（4）销售行政部

- ① 根据年度预算，按季度分解应收账款清收指标，落实到各销售区域负责人，并由区域负责人分解到每一名销售人员；
- ② 按月统计汇总各商业回款，比照清收指标进行业绩完成考核给予奖惩。

2、进行商业客户再评估

（1）对现有的商业客户重新进行梳理，建立赊销客户信用等级档案，并进行分级管理，严格管控应收账款风险。

（2）根据年度经营目标和上年度的销售回款情况，在逐年递减的基础上确定各商业公司资信额度。公司审批信用额度时，由业务经办人员在充分尽调的基础上提出申请，按照权限逐级予以上报、审批。公司应收账款的管理遵循“审批即负责”的原则，即由各级资信额度签批人员共同承担清收责任，相应进行应收账款催收。

3、加强应收账款的动态管理

（1）根据应收账款账龄，按月对商业客户、欠款金额、账龄情况等列表分析，关注应收账款变动情况。同时，对于不同类型、不同规模的商业单位，实施分级管理，对于信用期内不能足额收款的商业单位给予警示关注，严格控制发货。

(2)持续加大终端动销力度。终端动销的快速提升必将促进应收账款的快速回收，为此公司将进一步加大终端动销力度，重点围绕全国排名 TOP200 的连锁药店，以市场为依托，以目标消费者为核心，针对性的深入开展各类市场营销活动。同时，公司充分利用与九州通、国药股份、华润医药、重药股份、浙江英特等大型商业公司的战略合作关系，进一步加强商业分销力度，开拓、发展地县级基层市场，全面拉动终端销售的快速增长，进而加快应收账款周转，促进应收账款的回收。

综上所述，公司 2019 年末应收账款余额 159,035.65 万元，账龄一年以上应收账款余额 61,510.89 万元，公司坏账准备计提比例为 9.15%，提请投资者注意相关事项。

(6) 会计师意见

一、会计师核查程序

针对公司回复问题（1）（2）（3）情况，结合年报审计工作，实施如下核查程序：

- （一）复核应收账款及应收款项融资前五名对象名称、期末余额等信息的准确性；
- （二）检查对应收账款的期后收回情况；查询客户的信用报告等相关信息；根据关联方的确认条件核实广誉远公司与客户关系；
- （三）了解和分析公司收入确认政策，以及具体的确认时点、标志的合理性；
- （四）检查销售业务相关合同、发货申请单、出库单、发票、客户签收单等依据，确认收入发生额真实性、完整性、准确性，和归属期间的合理性。

针对问题（4）情况，实施如下核查程序：

- （一）对应收账款有关的交易事项，采用勾稽、检查、核对、函证、访谈等方法检查了广誉远公司所编制的应收账款明细表余额的真实性、完整性和准确性，以及账龄表期间划分的准确合理性；
- （二）了解和评价公司应收账款坏账准备相关计提政策的合理性，以及相关内部控制设计、运行的有效性；检查应收账款坏账准备计提程序，评价计提坏账准备所依据的资料、假设及方法；
- （三）复核应收账款坏账准备是否按既定政策和比例提取，检查应收账款坏账准备计算过程中计算方法的选择、计算结果和会计处理是否正确。

二、核查意见

通过上述核查程序，我们认为广誉远公司与 2019 年末应收账款余额前五名均不存在关联关系，为正常经营客户，除石家庄冀德科健医药科技有限公司外其他公司均合作

多年，信用良好；公司账龄超过一年以上的应收账款 58,289.48 万元（不含已全额计提坏账的账龄五年以上部分），较 2018 年有所提高，但因公司客户多为资信良好的商业公司且 70%以上与公司合作五年以上，所以应收账款整体风险可控，不存在回收重大风险。

公司累计赊销率逐年上升，但 2019 年当期赊销率已经显现下降趋势。公司预期信用损失法下的坏账计提符合会计准则的规定，与同行业相比处于中上水平，3 年以内应收账款回收风险可控。收入确认符合公司收入确认政策及会计准则相关规定。

3、年报披露，公司存货期末账面价值 5.24 亿元，较期初增加 40.43%，其中，原材料 2.63 亿元，较期初增加 26.44%，跌价准备计提比例小于 0.01%；在产品 0.49 亿元，未计提跌价准备；库存商品 1.82 亿元，较期初增加 104.49%，跌价准备计提比例 0.17%。请公司：（1）结合存货中原材料及库存商品的变化、相关产品的产销量情况和价格，说明报告期内存货增幅较大的原因及合理性；（2）补充披露上述存货项下的具体品类名称、金额、库龄结构、保质期等具体情况；（3）结合存货明细情况、价格变化、在手订单及同行业可比公司情况，说明公司存货跌价准备计提是否充分；（4）请会计师发表意见。

回复：

（1）结合存货中原材料及库存商品的变化、相关产品的产销量情况和价格，说明报告期内存货增幅较大的原因及合理性。

一、存货中原材料及库存商品的变化

单位：万元

项目	2019 年末	2018 年末	增减变动	变动比例 (%)
原材料	26,250.18	20,796.72	5,453.46	26.22
库存商品	18,175.26	8,877.89	9,297.37	104.73

二、相关产品的产销量和价格

主要产品	计量单位	生产量	销售量	产量增减比例 (%)	销量变动比例 (%)	零售价 (元) ^注
龟龄集(精品)	粒	1,068,522	894,492	-60.42	-67.79	107.67
龟龄集	粒	33,338,880	31,216,230	-10.93	-18.82	19.93
龟龄集(珍藏)	粒		1,080	-	-88.16	133.33
加味龟龄集酒	公斤	55,542	33,165	21,180.46	2,022.83	996.00

主要产品	计量单位	生产量	销售量	产量增减比例 (%)	销量变动比例 (%)	零售价 (元) 注
安宫牛黄丸 (双天然)	丸	486,873	217,473	706.19	820.17	798.00
安宫牛黄丸 (精品)	丸		34,614		-79.02	680.00-1,580.00
安宫牛黄丸	丸		144,970		-81.81	560.00
牛黄清心丸 (精品)	丸		44,436		-76.79	200.00-280.00
牛黄清心丸	丸	3,832,276	2,446,096	-13.01	-35.27	67.00
定坤丹口服液	支	643,540	399,670	67.01	39.29	140.00
定坤丹大蜜丸	丸	26,601,096	21,700,180	59.51	17.97	21.33
定坤丹大蜜丸 (珍藏)	丸		2,700		-87.50	400.00
定坤丹水蜜丸	瓶	35,158,944	30,886,901	31.94	19.01	13.50-56.00
龟龄集酒	公斤	705,929	363,801	172.07	9.02	272.00-596.00

注：因供货价属于公司商业机密，为保护公司正常生产经营活动不受影响，公司不便披露供货价。

三、存货增幅较大的原因及合理性说明

2019 年末，公司存货中原材料和库存商品分别较上年同期增长 26.22%和 104.73%，主要为以下原因：

1、原材料增长变动原因

2019 年末，公司原材料 26,250.18 万元，较上年同期增加 5,453.46 万元，增幅 26.22%，主要是因为年度内公司根据原材料采购规划，增加雀脑战略储备 1,501.92 万元，同时逢低采购马茸、海马及红参，分别增加 1,270.66 万元、525.58 万元和 855.40 万元。

2、库存商品增长变动原因

2019 年末，公司库存商品余额 18,175.26 万元，较同期增加 9,297.37 万元，增幅 104.73%，主要是因为：①为消除春节放假停产对公司销售的影响，公司根据 2020 年第一季度销售计划相应安排生产，增加产品储备，以确保市场供货充足；②2019 年下半年，公司在经典国药体系新增双天然安宫牛黄丸产品、在养生酒体系新增金钻、金质、龟龄露酒系列产品，因而相应增加库存商品 4,185.03 万元。

(2) 存货项下的具体品类名称、金额、库龄结构、保质期等具体情况。

单位：万元

项目	明细	金额	占账面余额的比重	库龄结构			保质期
				1年以内	1-2年	2年以上	
原材料	细料	18,915.77	36.04%	13,146.26	5,769.51		定期复检 (注1)
	净料	5,700.89	10.86%	5,057.29	603.50	40.09	
	毛料	1,293.30	2.46%	1,293.30			
	辅助材料	340.22	0.65%	340.22			注2
	小计	26,250.18		19,837.07	6,373.02	40.09	
库存商品	定坤丹系列	5,447.36	10.38%	5,447.36			3年
	龟龄集系列	1,728.86	3.29%	1,728.86			5年
	安宫牛黄丸系列	4,519.63	8.61%	4,519.63			5年
	牛黄清心丸系列	2,571.02	4.90%	2,571.02			5年
	养生酒	2,425.96	4.62%	2,425.96			2-5年
	其他普药品种	320.27	0.61%	320.27			3年
	代理产品	1,162.16	2.21%	1,131.88		30.28	2-5年
	小计	18,175.26		18,144.98		30.28	
在产品		4,936.65	9.41%	4,936.65			
委托加工物资		15.87	0.03%	15.87			
包装物		3,101.24	5.91%	3,101.24			
合计:		52,479.20	100.00%	46,035.81	6,373.02	70.37	

注 1：公司通过定期检查、养护，保证原材料在安全有效的条件下贮存。

注 2：公司辅助材料品类较多，保质期在 6 个月至 2 年之间不等。

(3) 结合存货明细情况、价格变化、在手订单及同行业可比公司情况，说明公司存货跌价准备计提是否充分。

一、存货跌价准备的计提原则及方法

资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。公司在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因已霉烂变质、市场价格持续下跌且在可预见的未来无回升的希望、全部或部分陈旧过时，产品更新换代等原因，使存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，并计入当期损益。公司按照单个存货项目计提存货跌价准备。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费后的金额。

二、存货跌价准备计提充分性分析

（一）存货明细

经分析存货明细表可见：

1、库存商品：根据存货跌价准备的计提原则和方法，公司对拉萨医药商业代理品种 6 个月以内近效期产品 30.28 万元计提了跌价准备，其余公司自产产品库龄均在一年以内，可变现价值高于成本，不存在减值迹象。

2、原材料：公司原材料主要为中药材，其市场价格波动较大，目前处于上涨趋势，变现净值明显高于成本，不存在减值迹象。辅助材料中的胶囊壳有 1.55 万元超过效期，公司相应计提减值准备 1.55 万元。

3、包装物：根据存货跌价准备的计提原则和方法，公司对养生酒系列产品中，不再生产的个别规格所用包装材料相应计提跌价准备 15.50 万元。

4、在产品：公司的在产品包括正在各个生产工序加工的产品和已经加工完毕但尚未检验入库的待检产品，公司的成品合格率为 100%，不存在减值的迹象。

（二）价格变化

1、2019 年，公司产品销售价格平稳，无达到或接近效期情形，不存在减值迹象。

2、2019 年，公司主要的原材料花鹿茸、阿胶、海马的市场供应价格较为平稳，牛黄的价格昂贵且走势上扬，公司通过战略储备、低点储备等方式使采购价格处于较低价位，原材料和产成品可变现净值明显高于成本，不存在减值迹象。

（三）订单

截至 2020 年 3 月 31 日，公司经典国药体系与经销商签署的经销协议合计 6.19 亿元，涉及公司龟龄集、定坤丹、安宫牛黄丸、牛黄清心丸普药系列产品，现有的库存在保持合理库存的基础上满足了市场销售的需要。精品中药、养生酒因营销模式的不同，未采用签署年度经销商协议方式，故无年度销售订单，而是在销售时双方再行签署购销合同。

（四）同行业存货减值准备计提情况

同行业可比公司 2019 年存货跌价准备计提比例的情况：

公司名称	存货跌价准备计提比例（%）
白云山	0.79
同仁堂	4.08

公司名称	存货跌价准备计提比例 (%)
东阿阿胶	0.14
江中药业	22.06
片仔癀	0.46
九芝堂	0.36
济川药业	0
中恒集团	0.23
寿仙谷	0
贵州百灵	1.06
紫鑫药业	0
珍宝岛	6.06
广誉远	0.09

与同行业可比公司相比，公司存货跌价准备计提比例处于较低水平，主要是因为存货中占比较大的原材料（50.02%）、库存商品（34.63%）和在产品（9.41%）如前所述不存在减值迹象，因此公司存货跌价准备计提比例虽然较低，但具有合理性。

（4）会计师意见

一、会计师核查程序

针对公司回复问题（1）（2）情况，结合年报审计工作，复核了列示数据准确性。

针对公司回复问题（3）情况，结合年报审计工作，实施如下核查程序：

- （一）了解和评价公司存货相关的内部控制设计和运行的有效性；
- （二）对存货实施监盘，检查存货的数量及状况等；
- （三）编制存货明细表，确认大额变动项目，检查采购业务相关合同、质检单、入库单、发票等依据；确认原材料及库存商品的变化合理性；
- （四）分析公司存货减值测试各要素是否合理；
- （五）重新复核存货减值测试计算过程中计算方法的选择、计算金额和会计处理的结果是否正确。

二、核查意见

通过上述核查程序，我们认为广誉远公司报告期末存货的增加主要是战略性储备及季节性备货所致，具备合理性。

报告期内广誉远公司存货跌价准备计算方法合理，期末已经按照会计政策充分计提

存货跌价准备。

4、年报披露，公司本期销售费用 5.41 亿元，占营业收入的 44.48%，销售费用率同比增加 5.65 个百分点。销售费用构成中，主要为市场推广费 2.68 亿元、职工薪酬 1.08 亿元、广告宣传费 0.80 亿元，请公司：（1）分类披露上述市场推广费、职工薪酬、广告宣传费的核算内容明细、对应金额、确认依据、支付对象是否涉及关联方，并结合同行业公司可比公司情况分析销售费用率增加的原因及合理性；（2）结合相关活动、费用支出、确认的审批流程和内控制度，说明公司确保销售费用的真实性、合规性的具体措施；（3）请会计师发表意见。

回复：

（1）分类披露上述市场推广费、职工薪酬、广告宣传费的核算内容明细、对应金额、确认依据、支付对象是否涉及关联方，并结合同行业公司可比公司情况分析销售费用率增加的原因及合理性。

一、市场推广费、职工薪酬、广告宣传费的相关情况

公司专注中成药的生产与销售，核心产品龟龄集、定坤丹、安宫牛黄丸、牛黄清心丸、龟龄集酒等涉及众多治疗领域。为推广公司产品，公司建立了以覆盖零售渠道药店为主的 OTC 部、以临床处方学术推广模式为主的医学部、以广大基层市场为受众群体的第三终端、以聚焦高端精准人群为主的精品中药部、以养生保健为主的养生酒部等营销体系，各体系按战略规划进行产品线或品种划分，各自独立开展营销活动。通过多年在医药领域的深耕细作，截止 2019 年底，公司营销网络已覆盖全国一二线城市及基层终端市场。针对不同产品及受众群体，公司在 2019 年开展了各类推广宣传事项，合理发生了相应的销售费用。

（一）市场推广费核算内容明细、对应金额及确认依据

1、市场推广费核算的内容明细及对应的金额

单位：万元

序号	项目	2019 年发生额	占市场推广费比重	支付对象是否涉及关联方
1	商业主题活动费	12,868.75	48.10%	否
2	学术推广费	8,419.81	31.47%	否
3	样品	2,135.48	7.98%	否
4	市场管理费	1,188.43	4.44%	否

5	市场调研费	1,056.34	3.95%	否
6	渠道分销费	824.34	3.08%	否
7	其他费用	263.32	0.98%	否
合 计		26,756.47	100.00%	

(1) 商业主题活动费：主要包括公司各体系面向连锁药店、单体药店、乡镇卫生院等 OTC 及基层医疗终端开展的各类药品宣传与推广活动；对患者及相关人群等开展的产品知识培训、消费者教育；药店陈列、包装、店员培训；产品性能、安全用药咨询及介绍等。2019 年，公司面向药店开展集中培训会 2,482 场、执业药师培训 18 场，“好孕中国”活动开展好孕启动会 135 场、好孕专柜陈列 7,644 个，面向消费者开展各类门店地推活动 16,757 场、健康养生大讲堂活动 1,368 场。

(2) 学术推广费：主要包括开展医院专业科室学术会议以及中医妇科，中西医结合妇科，妇科内分泌巡讲、中医男科、中西医结合男科等全国性或地方性学术研讨，宣讲医学或产品知识、药品性能及最新基础理论和临床研究成果，加强相关人员对公司产品的认知；针对专家、医生、医护人员等介绍公司产品在临床的应用，使其准确地了解药品的适应症、作用机理、药物禁忌以及最新研究动态等，减少药品的错误使用，保障诊治效果，提升产品在医疗终端的认知度；收集产品在相关科室的使用意见，和信息调研反馈。其中，2019 年公司组织参加全国及省级重大学术会议 40 余场。

(3) 样品：主要包括公司开展各类活动时所发生的宣传物料、彩页、产品手册、药品试用、试饮、买赠活动等所发生的药品等领用。

(4) 市场管理费：各级业务人员在开发、推广市场过程中所发生的业务相关费用。

(5) 市场调研费：主要包括对空白市场的开发、医疗机构的开发，药品准入终端的市场调研分析，适应症分析及客户材料准备；新品调研、适应症调研、包含学术咨询、数据收集、学术书籍购买、资料印刷等费用。

(6) 渠道分销费：主要包括对各级经销商在分销产品时开展的产品推荐会、分销订货会、渠道商产品培训；地县级市场、基层医疗市场在第三终端建设时所发生的宣传推广促销费、渠道管理费、营销策划费等。

(7) 其他费用：主要包括配送补差费、咨询服务费等。

2、市场推广费确认依据

公司按照权责发生制原则进行学术推广费的确认，日常营销推广中所开展各类市

场营销活动、学术会议组织与学术活动召开等各项费用支出均按照权责发生制原则，在收入确认的期间同步进行确认。

市场业务人员根据各市场、渠道、终端的需求计划，结合公司经营目标，有针对性的提出推广需求计划，并根据要求开展阶段性的会议、促销活动，对活动、调研、推广、培训等项目，根据执行情况，向公司提供相关资料，如活动照片、活动总结、会议纪要、宣讲培训会签到册等。经相关业务负责人确认后，由财务人员根据推广活动发生时间确认销售费用的归属期间。根据推广活动报告、相关协议、发票等安排费用拨付与销售费用确认。对期末未收到发票的已拨付市场推广资金进行合理的预提。

（二）职工薪酬核算内容明细、对应金额及确认依据

1、职工薪酬核算的内容明细及对应的金额

单位：万元

序号	项目	2019年发生额	占职工薪酬比重	支付对象是否涉及关联方
1	工资	7,371.03	68.50%	否
2	奖金	2,256.67	20.97%	否
3	养老保险	616.16	5.73%	否
4	医疗保险	401.02	3.73%	否
5	住房公积金	66.66	0.62%	否
6	失业保险	23.73	0.22%	否
7	福利费	14.60	0.14%	否
8	生育保险	6.39	0.06%	否
9	工伤保险	4.56	0.04%	否
10	工会费	0.27	0.00%	否
	合计	10,761.10	100.00%	

2、职工薪酬的确认依据

公司根据各体系销售指标、销售模式、产品类型确认多维度分级、分档薪酬政策和考核政策,以各级人员销售指标达成率时行量化考核,以市场管理、团队管理、渠道建设等质化考核进行业务人员绩效考核评定,并作为个人职级晋降的直接依据。销售人员薪酬按完成的业绩进行考核,公司根据业绩达成率及绩效考核结果确认职工薪酬费用。

（三）广告费核算内容明细、对应金额及确认依据

1、广告费核算的内容明细

单位：万元

项目	2019年发生额	占广告宣传比重	支付对象是否涉及关联方
电视广告	3,154.53	39.38%	否
户外广告	1,962.87	24.50%	否
互联网广告	1,149.35	14.35%	否
平面广告	714.15	8.92%	否
植入广告	565.34	7.06%	否
其他	463.93	5.79%	否
合计	8,010.16	100.00%	

2、广告费的确认依据

公司依据签署的广告宣传合同，结合各项广告宣传推广进度，协调媒体进行广告投放，对年度内已经执行完毕的广告项目以排期表、确认函等确认广告宣传费。

二、结合同行业可比公司情况分析销售费用率增加的原因及合理性

（一）销售费用率增加的原因

2019年公司销售费用率为44.49%，同比增加5.65个百分点，增加的主要原因如下：

1、市场投入加大

为应对宏观经济下滑、消费降级及国家医保控费、处方药监管等行业政策的不利影响，公司加大了终端营销投入和动销力度，在全国大型医药连锁开展了一系列养生大讲堂和终端营销培训，使得市场投入加大，销售费用增加。

2、覆盖终端增长

2019年公司合作连锁药店600多家，覆盖近15万家终端门店，其中管理药店50,000家，医疗终端达7,700家。终端体量的增长，导致公司对市场促销投入的加大，从而使销售费用有所提升。

3、营销人员薪资待遇的调整

公司2019年员工薪资标准较2018年有所提升，员工奖金发放比例也有所提高。加之公司销售组织架构调整，较上年度更加完善，使得销售人员工资薪酬增加。

4、第三终端队伍的组建，

公司2019年优化销售策略，强化终端市场的建设与深入开发，在原有30个省级

覆盖区域内开拓地县级“第三终端”市场，年度内新设 80 个地级办事处；同时，公司继续深层次推广“好孕中国”，积极在终端市场开展各类营销活动，提高终端网络覆盖和深层渗透，提升品牌知名度，进一步带动终端销售。

5、收入下滑

2019 年，受内外部环境影响，公司销售收入较上年同期下滑 24.81%，也使得销售费用率有所上升。

（二）与同行业可比公司对比情况及合理性分析

同行业可比公司的销售费用率如下：

公司名称	销售费用率（%）
白云山	9.83
同仁堂	19.75
东阿阿胶	44.85
江中药业	35.47
片仔癀	9.14
九芝堂	40.47
济川药业	49.70
中恒集团	59.42
寿仙谷	42.73
贵州百灵	34.04
紫鑫药业	10.71
珍宝岛	25.58
广誉远	44.49

由以上数据可知，公司销售费用率与同行业可比公司相比，处于较高水平，但其符合公司发展实际情况，与公司的销售模式吻合，不存在不合理的情形。

（2）结合相关活动、费用支出、确认的审批流程和内控制度，说明公司确保销售费用的真实性、合规性的具体措施。

为确保销售费用真实、合规、有效，同时为有效规范市场各渠道业务推广活动，公司对各渠道建立严格的申请、审批、资金拨付、核销等内部控制制度。主要包括：《资金管理制度》、《资金审批流程》等。公司制定的相关内部控制制度确保销售费用支出的真实、合规。

《资金管理制度》主要包括：明确各级人员在营销资金借支过程中所起到的职责，建立相互稽核、交叉管理、信息反馈的资金管理要求，明确资金借支的要求、权限。要求对每项借款必须事前进行报告申请，经公司各级人员在授权范围内批复后方可开展，根据批复的报告由借款人填写《借款单》，注明具体事项或内容、款项用途等，经办人、审核人、分管领导签名后安排支付。核销时，报销人需填写《费用报销单》，同时附有有效票据及支持件，经财务部复核、分管领导签字确认后方可予以报销。凡与资金管理制度不符，或执行效果未达要求的，分管领导、财务部有权予以纠正或不予报销。

公司销售费用的核算采用预算制模式。每年初根据销售任务、销售指标和近年实际费用情况等提出费用控制目标，经审议批准后对各销售区域下达分解后的费用预算指标。销售人员可按预算指标预支部分款项作为备用金借款，待费用实际发生后再按月汇总报销。费用票据经由区域经理和销售部审核后递交公司财务部。经公司财务部审核票据的合法有效性后予以报销。对关联多部门的费用报销，由经办人进行跨部门逐级审批报销；对于大额款项报销，报公司总经理、分管副总裁、董事长审批后方可报销。

《资金审批流程》主要对各部门、各项费用借支明确审批结点、授权额度，且进行OA数字化审批，确保每项支出有依据。

综上所述，公司制定了相关内部控制制度，规范了相应的审批流程，所有销售费用支出严格按照内部控制制度和审批流程执行，真实、合规。

（3）会计师意见

一、会计师核查程序

针对公司回复情况，结合年报审计工作，实施如下核查程序：

（一）了解销售模式、部门职责与功能，销售人员的人数、考核标准、激励模式等，了解公司销售费用归集部门的范围，并判断归集口径合理性；

（二）了解和评价销售费用相关活动费用支出、确认的审批流程和内控制度的合理性，以及相关内部控制设计、运行的有效性；

（三）查询同行业可比公司销售费用率情况，对比分析销售费用合理性；

（四）选择与销售规模变动有比例关系的费用项目，分析其变动与营业收入变动之间的合理性；

（五）检查销售费用合同以及与费用计量相关的资料附件，核实费用内容的真实性、完整性、准确性和归属期间的合理性；

(六) 根据关联方的确认条件核实广誉远公司与对方公司的关系;

(七) 复核回复列示数据准确性。

二、核查意见

通过上述核查程序,我们认为报告期内广誉远公司销售费用与其产品特点和经销模式相关,增长具备合理性。

销售费用支出、确认的审批流程和内控制度设计合理、运行有效,能够确保销售费用支出的真实、合规。

5、年报披露,报告期公司业绩下滑的主要原因系行业政策影响,以及对部分重点商业客户的销售支持采用票折方式进行,导致销售收入下滑。请公司:(1)结合主要产品分类别及分地区销售情况,说明行业政策对销售收入的具体影响;(2)补充披露票折政策的主要内容、重点商业客户的确认依据、折扣比例、会计处理方式及近三年变化情况,并结合市场竞争、主要产品保质期及同行业可比公司情况,说明报告期公司在产品毛利率整体下滑的情况下,采用票折方式销售的原因及合理性,并分析其对销售收入的具体影响。

回复:

(1)结合主要产品分类别及分地区销售情况,说明行业政策对销售收入的具体影响。

(一) 2018年-2019年,公司主要产品分类别及分地区销售情况

单位:万元

期间	产品	东北	华北	华东	华中	西北	西南
2019年	内科扶正	2,457.63	1,419.61	10,718.72	6,867.75	7,855.12	5,618.88
	内科开窍	2,507.01	2,233.01	621.79	3,427.56	7,923.73	1,649.43
	妇科扶正	2,875.09	3,299.52	12,571.82	14,876.12	9,291.14	11,030.77
	保健酒	478.21	69.11	1,706.75	1,123.17	2,355.31	102.81
	其他普药	13.00	6.37	195.63	22.79	26.76	26.28
	小计	8,330.95	7,027.61	25,814.72	26,317.40	27,452.06	18,428.19
	较上年增减	-36.58%	-28.25%	-28.42%	15.82%	-49.86%	1.14%
2018年	内科扶正	5,738.04	4,973.89	12,182.64	6,433.52	17,965.77	5,568.73
	内科开窍	2,792.79	946.43	6,393.60	5,965.93	23,396.55	2,287.60
	妇科扶正	3,962.35	3,774.06	15,594.58	10,036.72	11,366.66	10,252.92

期间	产品	东北	华北	华东	华中	西北	西南
	保健酒	641.96	99.69	1,848.38	286.43	2,017.54	111.54
	其他普药	0.41	-	44.83	-	0.26	-
	小计	13,135.55	9,794.08	36,064.04	22,722.60	54,746.79	18,220.78

（二）行业政策对销售收入的具体影响

2019年，医药行业改革进入深水区，行业政策趋严使得公司在全国各省市的销售收入都受到一定程度的影响，其中，华中地区因为公司深耕湖南市场，围绕老百姓大药房连锁将商业网络延伸到地县级市场，不断下沉业务链条扩大终端商业覆盖面和产品动销，抵消了行业政策带来的不良影响，实现了一定程度的增长，而其他地区直面宏观经济下行导致的消费降级和行业政策趋严的双重影响，销售收入出现不同程度的下滑。行业政策当中，医保控费、处方药监管和西医不能开中药等，对公司核心产品在全国的销售都造成了一定的影响。

2019年全国各省市持续加大医保控费力度，对公司核心产品定坤丹的销售造成一定影响，如浙江地区由于医保控费导致销售整体下滑55%，同样情况在上海、苏州、深圳等地区也造成了不同程度的销售下滑，使得华东、东北等地区销售下滑；其次是处方药监管方面，2019年3月全国零售药店开展大整治活动，加强了对处方药凭处方销售等行为的监管，导致短期内药店销售处方药行为遭遇“一刀切”，各地区销售都受到一定影响，公司核心产品中处方药品种内科扶正系列和内科开窍系列的销售分别下滑了34%和56%；另外西医不能开中药方面，2019年7月国家卫健委发布了《关于印发第一批国家重点监控合理用药药品目录（化药及生物制品）的通知》，通知中对开具中药处方的医师进行了条件限制，未参加过中医相关系统学习或培训的西医将不能轻易开具中药处方，导致公司产品在医院销售受到一定影响，未达预期。

（2）补充披露票折政策的主要内容、重点商业客户的确认依据、折扣比例、会计处理方式及近三年变化情况，并结合市场竞争、主要产品保质期及同行业可比公司情况，说明报告期公司在产品毛利率整体下滑的情况下，采用票折方式销售的原因及合理性，并分析其对销售收入的具体影响。

一、票折的主要内容

票折的主要内容为，为了进一步深化与重点商业的合作力度，拉动终端动销，促进商业终端分销及回款的积极性，公司对部分经销商在发货时直接采取票面折扣的方式提

供赠品、终端配送等支持。

二、重点商业客户的确认依据

2019 年公司共签订经销商 700 余家，产品覆盖药店数量为 150,000 家，其中管理药店 50,000 家。管理药店大部分是全国或区域连锁龙头的下属门店，客流量大、客单价高、市场竞争激烈，为了强化与管理药店的合作，拉动终端动销，公司将覆盖这些门店的经销商列为重要商业客户，在销售时进行了票折的支持。2019 年，公司确认的重点商业客户为 93 家，公司对前二十大销售客户的合计票折金额占到票折总额的 70%。

三、折扣比例及会计处理方式

年度内，公司票折项目占销售额的比重为 16.7%。该业务的会计处理方式为，在折扣当期按照折扣后的销售净额确认收入，同时借记应收账款。

四、近三年变化情况

公司自 2018 年下半年开始采取票折，票折核算的内容未发生变化，2018 年、2019 年票折对销售收入的影响分别为 3,299.52 万元和 19,164.33 万元。

2018-2019 年票折对销售收入的影响存在差异的主要原因为：因为市场竞争激烈，为了让利给药店和消费者，拉动终端动销，公司 2018 年下半年开始对公司与 TOP20 连锁合作的管理药店所对应的商业进行票折，由于效果明显，2019 年公司对管理门店所对应的商业都采取了票折，加之公司管理门店数量在 2019 年也增加了 10,000 家，综合使得 2018-2019 年票折对销售收入的影响存在较大差距。

五、同行业可比公司的情况

票折内容涉及赠品、配送和销售返利等，企业通常会结合自身实际情况进行综合选择，在折让比例等量化指标上没有可比性。

公司名称	票折形式	主要会计处理方式
普利制药	公司对符合条件的经销商可以协议返利的形式对其进行激励，其中协议返利采用销售折让形式，即在每个考核期间的最后一次开具发票的销售总额中扣除应返利金额。	协议返利采用销售折让形式，即在每个考核期间的最后一次开具发票的销售总额中扣除应返利金额。
凯普生物	发行人给予部分优质经销商一定的销售激励。根据发行人与经销售合同约定，在经销商完成年度销售任务后，发行人根据经销商的年度销售总金额，给以一定的返利。	返利通过价格折让的方式，在下一经销年度兑现。

公司名称	票折形式	主要会计处理方式
华森制药	发行人与经销商结算返利时采取票折的方式，对实际应支付的返利于开具销售发票时抵减相应的发票金额，达到支付返利的目的。	按照将销售产品应计的收入金额与返利金额之间的差额计入营业收入，同时借记应收账款。

六、票折的原因及合理性

（一）票折的原因

近两年，全国连锁药店的集中度进一步提升，连锁药店的话语权进一步加强，同时，宏观经济持续下行和消费降级愈发明显，使得公司核心产品因其“高学术、高疗效、高单价”的三高属性而面临激烈的市场竞争。为了满足连锁药店对毛利率的要求让利给药店和消费者，降低消费者的体验门槛，拉动终端销售，公司 2018 年下半年开始对管理药店对应商业进行票折，对终端销售的增长起到了积极的作用。

（二）票折的合理性

2019 年票折对销售收入造成了一定的影响，但公司 2016-2019 年医药工业毛利率整体变动不大，票折对公司 2019 年医药工业的毛利率影响较小，为了应对市场竞争变化，通过票折提升连锁以及商业合作的积极性，是目前医药行业常用的促销行为，符合行业常规操作。

公司 2016-2019 年医药工业毛利率的相关数据如下：

项目	2019	2018	2017	2016
医药工业毛利率	81.95%	83.95%	84.10%	81.53%

综上所述，票折是公司采取的一种会计处理方式，符合《企业会计准则》的相关规定，具有合理性。

二、其他信息披露问题

6、根据年报，按治疗领域划分的公司主营业务中，内科扶正领域 2017-2019 年的营业收入分别为 4.79 亿元、5.29 亿元、3.49 亿元，毛利率分别为 92.17%、93.36%、92.19%，毛利率持续较高。请公司结合产品类别、原料来源、生产模式、市场竞争及同行业可比公司情况，分析上述产品毛利率较高的原因及合理性。

回复：

一、同行业可比公司分析

2019年同行业可比公司医药板块的毛利率情况如下：

可比公司	产品类别	营业收入（万元）	营业成本（万元）	毛利率（%）
白云山	医药（中药）	466,705.10	271,665.50	41.79
同仁堂	医药	753,087.48	391,462.96	48.02
东阿阿胶	医药	206,946.96	67,540.65	67.36
江中药业	医药	243,607.89	81,249.99	66.65
片仔癀	医药	227,230.16	46,576.64	79.50
九芝堂	医药	227,488.41	53,950.65	76.28
济川药业	医药（中药）	468,611.48	73,736.56	84.26
中恒集团	医药	339,530.67	27,458.30	91.91
寿仙谷	医药	53,693.43	7,377.25	86.26
贵州百灵	医药	230,628.62	75,667.81	67.19
紫鑫药业	医药	85,928.92	20,192.44	76.50
珍宝岛	医药	203,977.10	32,453.01	84.09
广誉远	医药	121,709.75	27,037.22	77.79

各企业之间毛利率出现较大差异的原因主要是企业间定价策略与产品结构不同所致。从上表可知，与同行业可比公司相比，公司整体毛利率处于中等水平。

二、公司内科扶正领域产品毛利率较高的原因

公司内科扶正领域产品为龟龄集系列产品，因其产品的独特性，毛利率一直维持在较高水平，现结合产品类别、原料来源、生产模式、市场竞争等分析如下：

（一）产品类别

公司内科扶正领域为龟龄集系列药品，现有龟龄集、加味龟龄集酒两种产品，具体毛利率情况如下：

单位：万元

产品	2017年度			2018年度			2019年度		
	销售收入	销售成本	毛利率	销售收入	销售成本	毛利率	销售收入	销售成本	毛利率
龟龄集	47,659.56	3,723.87	92.19%	52,603.30	3,476.08	93.39%	33,255.76	2,452.27	92.63%
加味龟龄集酒	208.42	25.53	87.75%	259.28	35.27	86.40%	1,680.95	278.08	83.46%
合计	47,867.98	3749.4	92.17%	52,862.58	3,511.35	93.36%	34,937.71	2,730.35	92.19%

2019年，公司实现内科扶正领域营业收入34,937万元，其中毛利率在92%以上的龟龄集占全部内科扶正领域营业收入的95.19%，进一步影响并提升了公司内科扶正领域产品的整体毛利率水平。

2、原料来源

近年来，中药材市场价格逐年上涨，公司为减少中药材市场价格波动对公司经营成本带来的不利影响，在确保药材质量的基础上，加强“生产安全库存”管理，提前做好核心品种的战略储备。同时，公司强化药材价格趋势追踪和数据库建设，在价格低点对鹿茸、红参、西红花、蜻蜓、三七等原材料增加采购。为了保证上述原材料价格和质量稳定，公司加强招标采购管理，加强对供应商管控，与优质供应商建立了长期合作关系。通过上述方式，公司有效地降低了原材料价格上涨对成本带来的不利影响，使得内科扶正领域的整体毛利率保持在较高的水平。

3、生产模式

公司生产模式主要采用“以销定产”的方式，原则上按照销售需求制定生产计划，并保持一定量的安全缓冲库存，以免发生市场销售断货情况。在生产过程中，公司一方面加强对产品各环节的监控，对每批完工半制品的收率进行分析并查找原因，提高原料半制品的收率，降低包装材料损耗率；另一方面完善生产工人薪酬考核办法，合理调配生产人员班次，降低人工成本。公司在生产模式中采取的成本管控等举措进一步降低了产品的生产成本，使得产品的毛利率保持在了较高水平。

4、市场竞争

龟龄集是国家保密品种，其产品组方独特、用料苛刻、疗效显著，无可替代产品，更加奠定了龟龄集系列产品的竞争优势，因此具有较高的定价权，同样导致了龟龄集系列产品保持了较高的毛利率水平。

综合以上因素，公司龟龄集系列产品具有较大的竞争优势，同时，公司从成本管控方面积极采取多种措施，使得公司内科扶正领域产品毛利率基本维持在较高水平，但在同行业中属于合理范围之内。

7、年报披露，其他应收款期末余额1.20亿元，较期初增加81.82%，其中主要为备用金0.86亿元、其他0.28亿元，且备用金较期初增82.98%。请公司补充披露：（1）上述备用金的具体性质、主要对象、是否为关联方、对应金额、对公司经营业务的具体

影响，并说明报告期内备用金科目大幅上升的原因及合理性；（2）其他项目的性质、交易对方、是否为关联方、对应金额、形成原因，是否存在资金占用等违规情形，是否存在回收风险；（3）请会计师发表意见。

回复：

（1）备用金的具体性质、主要对象、是否为关联方、对应金额、对公司经营业务的具体影响，并说明报告期内备用金科目大幅上升的原因及合理性。

一、备用金的具体性质、主要对象、是否为关联方、对应金额、对公司经营业务的具体影响

（一）备用金的基本情况

2019 年末，公司备用金余额 8,602.08 万元，具体情况如下：

单位：万元

其他项目	2019 年末余额	具体性质	主要对象	是否关联方
省区备用金	8,355.22	市场周转金	销售人员	否
员工备用金	246.86	临时业务借款	员工	否
合计	8,602.08			

（二）备用金对公司经营业务的具体影响

公司给予全国各省区一定金额的市场开拓备用金，以方便各省区销售队伍缩短费用审批的中间环节，加强市场应对的灵活性，提高市场开拓效率，拉动终端销售，对公司经营销售业务产生积极影响。

二、报告期内备用金科目大幅上升的原因及合理性

（一）销售模式对备用金的影响

目前公司拥有一支 1,591 人的自有销售队伍，分布在全国 28 个省级办事处和 80 个地级办事处，其下分设医学部、商务部、OTC 部、第三终端、电商部、市场部、市场财务部、销管部等部门。自有销售队伍根据分管的渠道及工作职责，负责：在各自区域内寻找合适的协作经销商，签订经销合同；开展药品宣传与推广、产品知识培训、安全用药咨询服务、消费者教育，药店陈列包装；医患推荐用药咨询、医院市场分析、产品临床应用及信息调研；基层市场建设，渠道管理；线上产品宣传推广等。

鉴于自有队伍的营销模式，使公司在开展各区域营销活动的过程中，需要根据不同渠道、客户，及产品属性拨付各级营销人员市场备用金，以增强销售人员市场应对的灵活性、提高市场开拓效率，保障市场营销活动的正常开展和推进，拉动终端销售。

（二）备用金上升的原因

2019年备用金较2018年同期增长3,923.92万元，主要是因为省区备用金的增加，其原因如下：

1、公司开拓第三终端市场，机构备用金增加

近年来受益于分级诊疗制度的推行，以地县终端为代表的第三终端在药品终端市场的占比逐年提升。为了响应行业发展趋势，2019年公司积极开拓第三终端市场，组建了专门的销售队伍，即商务分销团队，截至2019年底，公司设立地级办事处数量达到80个。同时，公司对各地办提出1+1+1工程，每个地办开展1家备案商业的平台促销铺货活动，每月完成1家连锁的开发目标，每月每人召开1场圆桌会。地办建设的推进和第三终端市场营销活动的开展，使得机构备用金相应增加，同时随着商务分销团队人员规模从无到有达到220人，公司拨付给销售人员的备用金也相应增加。

2、终端数量的持续增多

公司根据终端的数量和类别拨付市场备用金，2019年公司在终端建设上，医疗终端、OTC终端、第三终端三大渠道并行，新增管理医院终端1,000多家、OTC管理终端近一万家、地级连锁600余家。终端数量的持续增多，加大了公司拨付市场各级人员市场备用金的规模。

3、重点市场地推活动的开展

为加大重点市场建设，提升重点市场终端覆盖度和消费者认知度，公司对河南、山西、湖南、广东、四川五个省区开展了“地推总动员”活动，旨在打造核心重点样板市场，实现重点市场的爆破增量。

活动通过公司线上品牌广告与线下地推活动相结合，以广告为引子，以地推为载体，通过详细介绍产品并引流到附近药店，带动消费者购买欲望，最终实现产品的快速增长。通过在楼宇、写字间、客流密集商业区开展地推活动，对产品进行普及和推广。引导消费者就近药店购买产品，通过宣讲、知识问卷、抽奖等形式开展地推。公司对五个省区的活动备用金提供支持。

基于以上原因，公司备用金增长是合理的，也是业务发展所必须的。

(2) 其他项目的性质、交易对方、是否为关联方、对应金额、形成原因，是否存在资金占用等违规情形，是否存在回收风险。

单位：万元

序号	其他项目	2019 年末 账面余额	是否关 联方	形成原因	占其他项目 比重
1	威海海晨医药有限公司	1,271.59	否	往来款	46.06%
2	山西广誉远改制前形成	298.02	否	改制前形成	10.79%
3	陕西广誉远国药堂医药有限公司	171.29	是 ^{注1}	往来款	6.20%
4	石家庄正奥医药科技有限公司	134.00	否	股权转让	4.85%
5	待扣职工个人社保	109.19	否	待扣职工个人社保	3.95%
6	姜东阳 ^{注2}	100.00	否	往来款	3.62%
7	阿里健康大药房医药连锁有限公司	93.00	否	往来款	3.37%
8	杭州广誉远贸易有限公司	80.85	是 ^{注1}	往来款	2.93%
9	北京博乐货运代理服务有限公司	56.91	否	往来款	2.06%
10	太谷县洁源天然气有限公司	43.37	否	天然气预付款	1.57%
11	陕西广誉远龟龄集商贸有限公司	36.67	是 ^{注1}	往来款	1.33%
12	湖北广誉远商贸有限公司	35.14	否	往来款	1.27%
13	国网山西省电力公司晋中供电公司	30.22	否	预付购电款	1.09%
14	江阴医药股份公司	17.00	否	往来款	0.62%
15	江苏镇江通华电器有限公司	15.10	否	往来款	0.55%
16	其他（38 家）	268.48	否	其他往来	9.72%
	合计	2,760.82			

注 1：陕西广誉远国药堂医药有限公司、杭州广誉远贸易有限公司和陕西广誉远龟龄集商贸有限公司为公司联营公司，公司为支持其在本地开展国药堂和国医馆的建设发展形成了往来款。

注 2：姜东阳为公司博物馆收集中医药古籍支付的往来款。

上述往来项目不存在资金占用等情形，除山西广誉远改制前形成的往来已全额计提坏账准备外，其他不存在回收风险。

(3) 会计师意见

一、会计师核查程序

针对公司回复情况，结合年报审计工作，实施如下核查程序：

对其他应收款相关的交易事项，采用检查、函证、分析、访谈等方法实施核查。通过检查相关的协议、凭证等财务资料，查询对方公司的信用报告等相关信息，检查是否

存在回收风险；根据关联方的确认条件核实广誉远公司与对方公司的关系；检查相关合同核实资金形成原因及资金用途的合规性。

二、核查意见

通过上述核查程序，我们认为广誉远公司其他应收款备用金是各省区市场开拓备用金，其增长是受开展的推介活动影响，具有合理性。

其他项目的其他应收款形成原因及资金用途正常合规，未见重大回收风险。

8、年报披露，应付账款期末余额 2.98 亿元，较期初增加 24.17%，其中主要为货款 1.97 亿元，工程设备款 0.83 亿元，且货款较期初增 66.95%。请公司补充披露：（1）上述货款和工程设备款的具体情况、前五名对象、是否为关联方、对应金额，并结合报告期采购情况，说明公司货款增加较多的原因及合理性；（2）请会计师发表意见。

回复：

（1）上述货款和工程设备款的具体情况、前五名对象、是否为关联方、对应金额，并结合报告期采购情况，说明公司货款增加较多的原因及合理性。

一、货款和工程设备款的具体情况

2019 年末，公司应付账款余额 2.98 亿元，其中货款 1.97 亿元，较期初增加 7,970.71 万元，增幅 67.75%，主要为公司采购原材料和包装材料欠付的往来款；工程设备款 8,328.09 万元，较期初减少 2,186.47 万元，减幅 20.79%，主要为欠付的旬阳县中药材深加工及医药物流园项目工程款、山西广誉远新增工程款以及新建广誉远中医药产业项目工程保证金等。

二、前五名对象、是否为关联方、对应金额情况

（一）应付货款前五名情况

单位：万元

单位名称	期末余额	业务内容	是否关联方
安徽省亳州市药材总公司药材公司	3,035.53	红参、西红花、鹿角霜、花鹿茸	否
铁岭春天药业有限公司	1,739.94	鹿角霜、马鹿茸、花鹿茸	否
安徽省亳州市药材总公司新特药公司	1,540.18	西红花	否
山西杏花源酒业有限公司	943.22	白酒	否
盛实百草药业有限公司	910.24	红参、人参	否
合计	8,169.11		

（二）应付工程款前五名情况

单位：万元

单位名称	期末余额	主要业务内容	是否关联方
陕西建工第四建设集团有限公司	4,441.54	山西广誉远新增土建工程	否
陕西建工安装集团有限公司	1,621.92	山西广誉远安装工程	否
上海远跃制药机械有限公司	416.10	山西广誉远生产设备	否
陕西筠泰净化科技有限公司	345.12	山西广誉远净化工程	否
山西布鲁泽科贸有限公司	175.96	山西广誉远研发设备	否
合计	7,000.64		

三、贷款增加较多的原因及合理性

（一）公司 2019 年度原辅包材采购及领用情况如下：

单位：万元

项目	期初结存	本期采购	本期领用	期末结存
原料	20,097.13	23,123.44	17,310.61	25,909.96
辅助材料	699.59	1,877.33	2,236.70	340.22
包装材料	2,420.05	7,000.86	6,319.67	3,101.24
合计	23,216.77	32,001.63	25,866.98	29,351.42

（二）公司贷款增加较多的主要原因与合理性

1、战略储备

公司主要原料天然牛黄、天然麝香、羚羊角、雀脑等受市场供应价格、养殖数量、人为炒作等因素影响较大，战略储备性采购能有利于提高公司议价能力。且近年来，珍稀药材价格呈上涨趋势。因此，公司针对天然牛黄、天然麝香、羚羊角、雀脑等限制性采购的紧缺原材料，公司根据市场监管审批额度以及市场供货情况，采购备货 2-3 年的生产用量，以便控制成本满足生产需要，本年累计采购 1,945.80 万元。

2、逢低采购

鹿茸、红参、西红花、蜻蜓、三七等受季节性影响，价格波动较大的原材料，公司在其价格波动的低谷时期进行批量采购，保证 1 年生产所需备货，适当降低成本，2019 年上述原材料处于近五年较低价位，公司在满足正常生产需求后，结合公司生产发展需要额外进行了适当的储备，上述原材料本年累计采购 16,633.29 万元。

3、付款方式

公司在采购时，通常与主要原材料、包装材料供应商在年度招标签订合同以后，年度内向固定供应商进行采购，通过与供应商签订采购合同，约定付款期限 3-6 个月不等，合作时间较长的供应商也会适当延长公司的付款期限，该种付款方式也利于公司规避中药材价格波动风险相应进行原材料的合理储备。

基于上述原因，公司货款增加是合理的也是必要的。

（2）会计师意见

一、会计师核查程序

针对公司回复情况，结合年报审计工作，实施如下核查程序：

对应付账款以及与采购相关的交易事项，采用检查、核对、函证、分析等方法核查了广誉远公司应付账款的真实性、完整性和准确性。根据关联方的确认条件核实广誉远公司与供应商关系。

二、核查意见

通过上述核查程序，我们认为广誉远公司应付账款期末余额前五名的供应商与广誉远公司无关联关系；其增长是因其采购策略影响，具备合理性。

特此公告。

广誉远中药股份有限公司董事会

二〇二〇年六月十六日