证券代码：600771　　证券简称：广誉远　　编号：临 2021-028

广誉远中药股份有限公司关于 2020 年年度报告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 2021 年 5 月 24 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 2020 年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2021】0489 号，以下简称“问询函”），经公司认真分析，现对函中所述问题回复公告如下：

问题 1：年报披露，2019、2020 年公司业绩持续大幅下滑，营业收入分别为 12.17 亿元、11.09 亿元，分别同比下滑 24.81%、8.85%；归母净利润分别为 1.30 亿元、0.32 亿元，分别同比下滑 65.23%、75.40%；扣非后归母净利润分别为 1.12 亿元、-859.28 万元，报告期由盈转亏。同时，报告期内公司营业成本 3.19 亿元，同比增加 17.99%。公司称业绩下滑主要受疫情影响营收下滑、加强推广销售费用增加及原材料价格上涨所致。

请公司：（1）结合主要产品适应症、疫情期间销售变化情况、销售费用增加的具体项目及明细金额、价格上涨的原材料具体名称及价格变动幅度等，量化分析公司业绩下滑的具体原因；（2）结合公司主营业务结构、主要产品销量结构变化、细分成本变化等情况，说明公司营业收入与营业成本变动方向不一致的具体原因；（3）结合公司主要产品竞争力、行业发展趋势，并对比同行业可比公司近两年业绩变化情况，说明公司近两年业绩持续大幅下滑的合理性，并提示未来可能存在的业绩风险（如有）。

回复：

（1）结合主要产品适应症、疫情期间销售变化情况、销售费用增加的具体项目及明细金额、价格上涨的原材料具体名称及价格变动幅度等，量化分析公司业绩下滑的具体原因。

一、量化分析公司业绩下滑的具体原因

（一）2020 年度公司主要产品治疗领域销售明细：

治疗领域	主要产品	营业收入			营业收入占年度总收入比重(%)		
		2020 年度	2019 年度	较上年同期增减(%)	2020 年度	2019 年度	较上年同期增减
内科扶正	龟龄集系列	20,356.04	33,256.76	-38.79	18.35	27.32	减少 8.97 个百分点
	加味龟龄集酒	1,025.89	1,680.95	-38.97	0.92	1.38	减少 0.46 个百分点
内科开窍	安宫牛黄丸、牛黄清心丸系列	46,761.08	18,362.54	154.65	42.15	15.09	增加 27.06 个百分点
妇科扶正	定坤丹系列	31,538.43	53,944.47	-41.54	28.43	44.32	减少 15.89 个百分点
保健酒	龟龄集酒系列	2,081.12	5,835.36	-64.34	1.88	4.79	减少 2.91 个百分点
其他	医药商业	7,661.91	8,074.84	-5.11	6.91	6.63	增加 0.28 个百分点
其他		1,518.53	554.83	173.69	1.37	0.46	增加 0.91 个百分点
合计		110,943.00	121,709.75	-8.85	100.00	100.00	

单位：万元

1、龟龄集和定坤丹属于补益类系列产品：2020 年整体补益类系列产品受新冠肺炎疫情影响，医院门诊和药店客流急剧下降，致使医疗终端和 OTC 终端市场销售均受到严重冲击，进而导致公司龟龄集系列和定坤丹系列产品营业收入较上年同期分别减少 38.79%和 41.54%，收入比重较上年下降 8.97 个百分点和 15.89 个百分点。

2、保健酒产品：2020 年，受新冠肺炎疫情影响，以餐饮、糖酒会和市场推介会为主要营销方式的保健酒订单减少，销售业绩下滑严重，营业收入较上年同期下滑 64.34%。

（二）2020 年疫情期间销售变化情况：

单位：万元

期间	主要产品	2020 年度		2019 年度		较上年同期增减(%)
		营业收入	占年度收入比重(%)	营业收入	占年度收入比重(%)	
1-6 月	定坤丹系列	14,180.40	12.78	24,642.53	20.25	-42.46
	龟龄集系列	5,728.12	5.16	14,498.76	11.91	-60.49
	牛黄清心丸系列	2,382.56	2.15	1,690.10	1.39	40.97
	安宫牛黄丸系列	15,551.05	14.02	6,053.75	4.97	156.88
	龟龄集酒系列	1,795.82	1.62	3,263.01	2.68	-44.96
	医药商业等	3,617.88	3.26	3,992.93	3.28	-9.39
	小计	43,255.83	38.99	54,141.08	44.48	-20.11
7-12 月	定坤丹系列	17,358.03	15.65	29,301.94	24.08	-40.76
	龟龄集系列	14,627.92	13.19	18,758.00	15.41	-22.02
	牛黄清心丸系列	4,269.92	3.85	4,294.53	3.53	-0.57
	安宫牛黄丸系列	24,557.55	22.14	6,324.17	5.20	288.31
	龟龄集酒系列	1,311.19	1.18	4,253.30	3.49	-69.17
	医药商业等	5,562.56	5.01	4,636.73	3.81	19.97
	小计	67,687.17	61.01	67,568.67	55.52	0.18
合计		110,943.00	100.00	121,709.75	100.00	-8.85

因公司核心产品龟龄集、定坤丹定价相对较高，疗效相对较好，需要通过较多的学术推广进行销售的产品，消费者教育与引导是拉动销售的核心，所以需要针对消费者的实际情况开展有针对性的宣传推广工作，而 2020 年上半年全面爆发、蔓延的新冠病毒疫情对药店、医院等终端造成严重影响，较长时间内无法正常运营，医院以及药店客流急剧下降，使得公司的龟龄集、定坤丹系列产品销售也相应在上半年出现大幅下滑，下滑幅度分别达 60.49%、42.46%。另外保健酒及加味龟龄集酒的销售也深受疫情影响，营业收入比上年同期下滑 44.96%。上述因素综合导致公司 2020 年 1-6 月营业收入整体比上年同期减少 20.11%。

2020 年下半年，随着全社会生产运营的逐步恢复，公司为了恢复因疫情丢失的市场份额，着眼未来，加大投入，通过终端促销、消费者教育、学术推广、广告投放和买赠活动等多种线下活动全力扭转销售下滑趋势，下半年销售收入下滑局面得以控制，实现销售 67,687.17 万元，销售增长 0.18%，但全年营业收入仍下滑 8.85%。

（三）2020 年度公司销售费用变动明细：

单位：万元

项目	2020 年上半年		2020 年下半年		2020 年度金额	2019 年度金额	较上年同期增减(%)
	金额	占比(%)	金额	占比(%)			
市场推广费	9,293.97	28.73	23,060.58	71.27	32,354.55	26,756.47	20.92
广告费	3,662.98	34.44	6,973.74	65.56	10,636.72	8,010.16	32.79
职工薪酬	5,129.38	51.00	4,927.36	49.00	10,056.74	10,761.10	-6.55
办公费	468.34	44.94	573.82	55.06	1,042.16	1,271.66	-18.05
交通费	358.55	35.08	663.43	64.92	1,021.98	1,394.04	-26.69
差旅费	329.99	41.09	473.02	58.91	803.01	2944.8	-72.73
业务招待费			673.28	100.00	673.28	455.09	47.94
会议费	596.53	92.61	47.60	7.39	644.13	1414.94	-54.48
运输费	280.37	44.47	350.15	55.53	630.52	729.26	-13.54
房租	48.50	10.94	394.94	89.06	443.44	345.02	28.53
其他	80.42	73.42	29.12	26.58	109.54	60.05	82.41
合计	20,249.03	34.66	38,167.04	65.34	58,416.07	54,142.59	7.89

2020 年销售费用 58,416.07 万元，较上年同期增加 4,273.48 万元，增幅 7.89%。主要因为广告费和市场推广费投入加大所致。2020 年上半年，突发的疫情对医院就诊量、OTC 传统终端门店销售带来严重冲击，全国各企事业单位积极响应国家号召，采用居家办公方式，因此电视媒体的收视率较往年有了大幅提升，所以公司加大了电视媒体的投入，2020 年加强了与江苏卫视、北京卫视以及自媒体中影响较大节目的深度合作，加大品牌宣传，加深消费者对品牌的认知度，以期进一步提升品牌知名度。2020 年上半年广告支出比 2019 年同期增加 939 万元，增幅达 34.51%。2020 年下半年，疫情得以控制，国民生活逐步转入正常，公司全力恢复因疫情丢失的市场份额，不断加大市场投入，将广告投放与各种地推活动、市场促销活动、买赠活动等有机结合，努力扭转销售下滑局面，实现下半年销售同比增长 0.18%，但营销策略和重心的改变，使得广告费和市场推广费分别增加 32.79%和 20.92%。

（四）2020 年度公司主要产品原材料价格变动情况：

单位：元

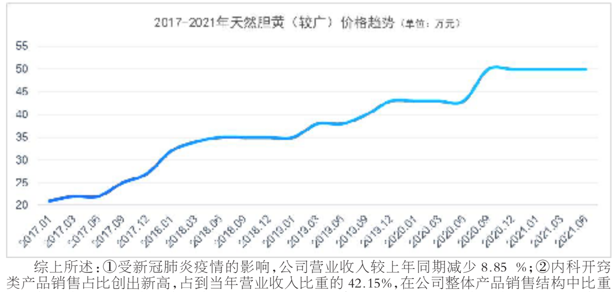
治疗领域	产品名称	主要原材料名称	单位	平均领用单价			2020 年占成本比重
				2020 年度	2019 年度	较上年同期增减(%)	
内科开窍	安宫牛黄丸、牛黄清心丸系列	牛黄	kg	471,338.96	366,394.23	28.64	41%——71%
内科扶正	龟龄集系列	雀脑	kg	5,455.00	5,454.55	0.01	3%-11%
		海马	kg	8,600.00	8,320.87	3.35	5%-15%
		蜻蜓	kg	11,921.44	9,240.37	29.01	5%-9%
妇科扶正	定坤丹系列	马鹿茸	kg	2,469.39	2,217.59	11.35	2%-3%

1、公司主要原材料价格的变动情况分析

受原材料市场供应价格上涨的影响，公司用于生产内科开窍类产品领用的主要原材料牛黄的平均单价较上年增长 28.64%，内科扶正类产品龟龄集系列生产领用的主要原材料蜻蜓、海马与雀脑以及妇科扶正产品使用的马鹿茸也均出现不同程度的涨幅，致使相应的生产成本有所上升。

2、2020 年度市场牛黄的价格变动趋势

据中药材天地网查询近几年动物类药材的价格均出现了不同上涨，其中公司主要用原材料天然牛黄市场价格上升幅度较大，趋势如下：



综上所述：①受新冠肺炎疫情的影响，公司营业收入较上年同期减少 8.85 %；②内科开窍类产品销售占比创出新高，占到当年营业收入比重的 42.15%，在公司整体产品销售结构中比重发生较大变化，而内科开窍类产品所需的主要原材料领用价格上涨，生产成本随之上升，综合使得营业成本较上年同期增加 17.99%；③由于公司加大终端营销及广告投入，市场推广费、广告费较上年同期分别增加 5,598.08 万元和 2,626.56 万元，使得当期销售费用率较上年同期有所上升；进而导致公司业绩出现下滑。

（2）结合公司主营业务结构、主要产品销量结构变化、细分成本变化等情况，说明公司营业收入与营业成本变动方向不一致的具体原因。

一、2020 年度公司分产品营业收入与营业成本变动情况分析：

单位：万元

项目	主要产品	营业收入			营业成本		
		2020 年度	2019 年度	变动比例(%)	2020 年度	2019 年度	变动比例(%)
医药工业	定坤丹系列	31,538.43	53,944.47	-41.54	8,057.13	13,033.48	-38.18
	龟龄集系列	20,356.04	33,256.76	-38.79	2,145.30	2,452.27	-12.52
	牛黄清心丸系列	6,652.47	6,027.02	10.38	2,625.47	1,299.55	102.03
	安宫牛黄丸系列	40,108.61	12,335.52	225.15	12,093.60	2,049.65	490.03
养生酒	龟龄集酒系列	3,107.01	7,516.31	-58.66	1,430.58	2,403.17	-40.47
医药商业	代理产品	7,661.91	8,074.84	-5.11	4,847.13	5,446.56	-11.01
其他		1,518.53	554.83	173.69	701.13	352.54	98.88
合计		110,943.00	121,709.75	-8.85	31,900.34	27,037.22	17.99

由上表可知，2020 年度，公司分产品营业收入与营业成本的变动方向是一致的。

二、公司营业收入与营业成本变动方向不一致的情况分析

公司主营业务结构和产品销售毛利率情况：

项目	主要产品	占营业收入比重(%)			毛利率较上年增减(%)
		2020 年度	2019 年度	增减变动	
医药工业	定坤丹系列	28.43	44.32	-15.89	-1.39
	龟龄集系列	18.35	27.32	-8.97	-3.17
	牛黄清心丸系列	6.00	4.95	1.05	-17.90
	安宫牛黄丸系列	36.15	10.14	26.01	-13.54
养生酒	龟龄集酒系列	2.80	6.18	-3.38	-14.07
医药商业	代理产品	6.91	6.63	0.28	4.19
其他		1.37	0.46	0.91	17.37
合计		100.00	100.00		-6.54

由上表可见，营业收入与营业成本变动方向不一致主要受产品销售结构变动及成本增长的影响。

2020 年度毛利较高的龟龄集系列产品的销售占比较上年同期减少 8.97 个百分点，而牛黄系列产品销售占比由 2019 年的 15.09%提升至 42.15%，增加 27.06 个百分点，同时牛黄系列产品因主要原材料牛黄价格较上年上涨 28.64%，致使安宫牛黄丸和牛黄清心丸两类产品的生产成本上升幅度较大。上述综合使得年度内公司营业成本在营业收入下降的情况下不降反升。

（3）结合公司主要产品竞争力、行业发展趋势，并对比同行业可比公司近两年业绩变化情况，说明公司近两年业绩持续大幅下滑的合理性，并提示未来可能存在的业绩风险（如有）。

一、公司主要产品竞争力分析

（一）产品优势：公司主要产品为定坤丹、龟龄集、安宫牛黄丸和牛黄清心丸，生产历史悠久，选材严苛，遵循古法炮制工艺。龟龄集是国内目前为止存世最完整的复方升炼技术的活标本，被誉为“中医药的活化石”，其与定坤丹均为国家保密品种。定坤丹、龟龄集、安宫牛黄丸的制作技艺先后入选国家级非物质文化遗产名录，牛黄清心丸的制作技艺则被列入山西省非物质文化遗产名录。

（二）工艺优势：公司主要产品具有独特的古法炮制工艺。在产品匠心打造的过程中，总结出炒、蒸、煮、熏、爆、日晒夜露、烧炭法、火燔法、土埋法、水润法、升炼法等诸多的特有炮制工艺，尤其是陈醋炮制、土炒白术、以及地黄九蒸九晒等传统而又独特的古法炮制工艺，是公司的核心竞争力之一。同时，公司利用现代技术手段，对中药传统炮制理论、方法、原理等方面进行了大量的研究，并将研究成果运用到实际生产当中，为传统中药技艺设定了关键工艺的控制点和控制参数，建立了相关工艺规程、操作 SOP 和内控标准，实现了生产全过程的 GMP 管理，真正做到了传统工艺的规范法和标准化生产。

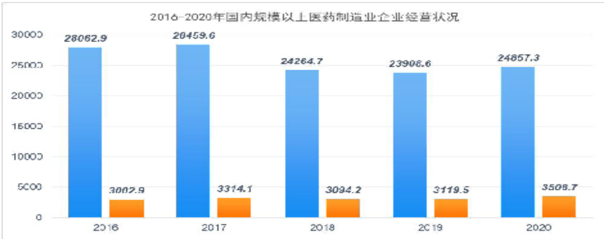
（三）学术研究优势：围绕打造“高品质中药战略”的目标方向，形成了“产 - 学 - 研”三位一体的强有力学术科研开发模式，公司投入大量人力物力，推动中医药与现代医学接轨。与多所大学和知名专家围绕公司核心产品开展了多项多中心循证医学研究，相应的学术成果先后在国内外知名期刊上发表。截至目前，已在国内外知名期刊上发表论文近 200 篇，其中 SCI 期刊收录论文 12 篇，其中定坤丹 8 篇，龟龄集 4 篇。

（四）质量优势：公司通过经典名方相关基础研究，尤其是中药制剂化学成分研究，已为所生产的中药制剂建立了中药指纹图谱，从而更加科学、精确地评价和控制传统经典名方产品的整体质量，目前，公司产品指纹图谱的差异率控制在 10%以内，一致性达到 92%以上。

二、行业发展趋势

近年来，受益于我国经济快速增长、医疗体制深化改革和政策红利等因素，医药行业一直保持着稳步发展。

2020 年，受经济下行压力以及新冠肺炎疫情影响，整体经济负重前行，医药行业也由于行业消费受限、供应收缩受到较大冲击，尤其是 2020 年上半年，行业发展呈短期受阻局面，国家统计局数据显示，2020 年全国医药制造业规模以上企业的营业收入和净利润保持弱增长。



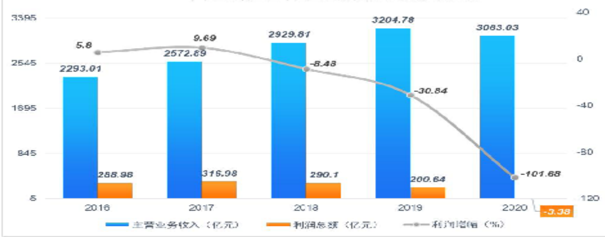
（数据来源：国家统计局）

中医药行业近年来行业监管政策日趋严格，在医保控费、规范西医医师开具中成药处方等政策叠加影响下，行业发展也面临着较大挑战。国家统计局数据，从全行业中成药产量数据看，2018 年开始出现大幅下滑，尤其 2020 年环比下降 18%。

项目	中成药产量(万吨)	中药饮片加工:主营业务收入/亿元
2016	374.6	1956.4
2017	383.6	2165.3
2018	259.0	1717.9
2019	282.4	1933.0
2020	231.9	–

（数据来源：国家统计局）

分析中医药行业 72 家上市公司近五年营收和归属于母公司所有者的净利润数据，营业收入虽呈持续上升的趋势，在 2020 年也首次出现下降。归属于母公司所有者的净利润指标，从 2017 年开始加速下滑，2019 年降幅 30.84%，2020 年出现首次利润总额为负，降幅达 101.68%。可见中医药上市企业面临发展和竞争压力在加剧，公司自身的发展也呈现与中成药行业趋同的走势，出现调整具有合理性。



（数据来源：上市公司年度报告）

整体来看，新冠肺炎疫情虽然对中医药行业短期造成较大冲击，但由于行业整体需求刚性，国家政策重点支持，中医药的发展责任艰巨，疫情抑制、冻结的需求将延后释放，疫情对整体行业冲击有限。另一方面，经济发展新格局对消费持续拉动、老龄化程度进一步加深、中医治未病理念愈发普及，在上述因素的刺激下，中医药行业将迎来新的发展机遇，公司作为传承近 500 年的中医药企业，也将搭乘国家政策和行业发展的快车，步入良性发展通道。

三、同行业可比公司对比分析

综合中成药行业产品属性相近、主营规模类似或超过、具有行业代表性和领先水平、销售模式可参照的同行业 24 家上市公司 2019 年和 2020 年年报数据，可以看出 15 家出现收入下降，其中 7 家降幅超过 10%；11 家公司归属于母公司所有者的净利润下滑，下滑幅度超过两位数 9 家。

序号	单位名称	营业收入同比增减(%)	归属于母公司所有者的净利润同比增减(%)
1	白云山	-5.05	-8.58
2	同仁堂	-3.40	4.67
3	东阿阿胶	14.79	-109.52
4	江中药业	-0.32	2.19
5	片仔癀	13.78	21.62
6	九芝堂	11.81	41.72
7	济川药业	-11.17	-21.30
8	中恒集团	-3.61	-24.45
9	寿仙谷	16.33	22.45
10	贵州百灵	8.32	-46.11
11	紫鑫药业	-66.77	-59.62
12	珍宝岛	3.40	6.76
13	昆药集团	-4.96	0.56
14	仁和药业	-10.37	5.74
15	太龙药业	8.03	-34.16
16	千金药业	2.89	0.94
17	天士力	-28.54	12.43
18	康缘药业	-33.59	-48.14
19	亚宝药业	-14.45	672.05
20	葫芦娃药业	-11.04	0.97
21	步长制药	12.28	-4.37
22	中新药业	-5.58	5.78
23	华润三九	-7.82	-23.89
24	神奇制药	-5.63	-506.32

（数据来源：上市公司年度报告）

综上分析，公司经营业绩在 2020 年出现较大下滑，与公司自身所处发展阶段，和所采取的营销策略有关，与行业发展趋势和市场竞争格局变化具有相关性，随着国家中医药发展政策的不断向好，后疫情时代，民众对中医药的认可度和接受度的提升，公司经历了几年的发展探索和总结，逐渐成熟，为良性发展奠定了一定的基础，短期的业绩波动属于正常，在风险可控范围内，不会对未来公司业绩带来较大影响。

问题 2：年报披露，2016-2020 年公司经营活动产生的现金流量净额持续为负，同期经营性应收项目持续增加。2020 年末，公司应收账款、应收票据及应收款项融资账面价值分别为 15.60 亿元、1.70 亿元、1.33 亿元，占营业收入的比例分别为 140.59%、15.34%、11.96%，合计达 167.89%；其中，应收账款、应收票据较期初增加 7.95%、100.12%，与营业收入变动方向不一致。按账龄披露的应收账款中，1 年以内、1-2 年、2 年以上的期末余额分别为 10.21 亿元、3.94 亿元、3.4 亿元，按组合计提坏账准备的应收账款 17.53 亿元，坏账计提比例 11.02%，共计提 1.93 亿元。

请公司：（1）分别披露应收账款、应收票据及应收款项融资前十名对象、是否关联方、是否当年新增客户、金额及同比变化、账龄分布情况，并结合期后回款情况，说明是否存在回收风险；（2）分析报告期应收票据、应收账款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，收入确认是否符合会计准则相关规定；（3）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；（4）说明应收账款按组合计提坏账准备的详细计算过程并列示账龄，结合期后回款及同行业可比公司情况，说明公司应收账款是否存在回收风险，报告期坏账计提是否充分；（5）详细披露公司的应收账款管控措施，包括对新增客户的背景调查方案、对比同行业说明对经销商的信用账期是否合理、是否存在大额应收账款未回款的情况下仍增加赊销额度、对逾期账款的追讨措施和对方违约责任承担情况，说明公司是否采取合理谨慎措施进行应收账款管控；（6）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）；（7）请会计师结合已执行的审计程序和已取得的审计证据，对问题（1）-（4）发表意见，请公司董事会对问题（5）（6）发表意见。

回复：

（1）分别披露应收账款、应收票据及应收款项融资前十名对象、是否关联方、是否当年新增客户、金额及同比变化、账龄分布情况，并结合期后回款情况，说明是否存在回收风险。

一、2020 年末公司应收账款、应收票据及应收款项融资前十名对象具体情况如下：（一）应收账款

1、基本情况

单位：万元

序号	单位名称	关联方(是/否)	新增客户(是/否)	2020 年 12 月 31 日应收账款余额	较上年期末增减(%)	账龄			2021 年 1-4 月回款金额
						1 年以内	1-2 年	2 年以上	
1	湖南凯信医药有限公司	否	否	14,899.51	21.71	14,536.15	363.36	–	113.28
2	河南九州通医药有限公司	否	否	11,408.67	750.84	11,367.41	24.47	16.79	500.00
3	石家庄冀德科健医药科技有限公司	否	否	8,581.30	15.21	2,313.08	6,268.22	–	100.00
4	山西九州通医药有限公司	否	否	7,394.69	27.11	3,286.53	4,108.16	–	–
5	陕西怡和生化药品有限公司	否	否	6,485.29	-6.49	–	–	6,485.29	114.16
6	山西广誉远医药有限公司	参股单位	否	6,189.42	36.37	2,566.11	1,886.70	1,736.61	371.77
7	江苏九州通医药有限公司	否	否	5,730.08	5.98	669.82	5,060.26	–	–
8	广东广盛康药业有限公司	否	否	4,702.05	113.54	4,177.03	525.02	–	766.55
9	浙江英特药业有限责任公司	否	否	4,401.35	-24.79	2,490.32	1,911.03	–	209.73
10	山西广誉远国药堂药店连锁有限公司	参股单位	否	4,390.67	-0.69	–	–	4,390.67	–
合计				74,183.03		41,406.45	20,147.23	12,629.35	2,175.49

部分应收账款的说明：

（1）湖南凯信医药有限公司（以下简称“湖南凯信”）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，使得其成为公司第一大客户，2021 年 1-4 月份，公司收到湖南凯信回款及其兑付的票据款共 2,113.28 万元。

（2）河南九州通医药有限公司（以下简称“河南九州通”）、广东广盛康药业有限公司（以下简称“广盛康”）期末余额比年初增长幅度较大，主要原因为：

①河南九州通是河南省的医药物流百强企业之一，长期深耕河南市场，在河南省拥有 911 家终端配送点、覆盖 95%以上的行政区域。公司一直与全国九州通体系保持着深度合作；

2020 年度，公司深耕河南市场，持续开展各终端药店的店员培训及“关于安宫牛黄丸在新冠肺炎预防、心脑血管疾病预防的重要作用”的消费者专题讲座，推动安宫牛黄丸在河南市场的持续增长，使其成为让更多河南消费者广泛认可的品牌，另外，借助 20 多位河南地市级自然合伙人资源，加大中医门诊等三终端市场的开发，在此基础上公司借助河南九州通强大的配送能力全面渗透河南终端市场，使得该商业客户的应收账款增幅较大。

②广东是中医药发展大省，也是公司重点市场之一。广东广盛康作为公司龟龄集产品的代理商，在广东省内有健全的销售网络，较高的终端覆盖率。特别是在广东男科和生殖领域有专业化的专家队伍和强大的终端推广队伍。2020 年，随着居民消费水平的提高和健康保健意识的增强，消费者的总体健康需求在不断扩大，进一步推动了公司产品在养生、慢性病、不孕不育等领域的发展，为此，广东广盛康加大了销售网络建设及终端的全面覆盖，使得公司对其的应收账款出现了大幅增长。

2、期后回款及回收风险分析情况

上述前 10 大客户因受疫情影响，致使其截至 2021 年 4 月末，只给公司回款 2,175.49 万元，公司前十大客户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，部分商业企业虽然存在逾期账款，但公司已制定清收方案，指定专人负责进行清收并按阶段跟踪落实清收情况，因此应收账款不存在回收风险。前十大客户中部分逾期应收账款具体原因如下：

（1）山西九州通医药有限公司、江苏九州通医药有限公司：九州通是公司的战略合作伙伴，是全国性的大型药品批发与物流配送企业集团，有强大的营销网络，加之，近几年，随着品牌知名度的提高，山西省市场需求日益增加，且出于对江苏省销售布局的考虑，公司通过九州通在山西和江苏的子公司以满足公司药品终端配送的需要，但由于受经济形势和行业政策的影响，终端动销未达到预期目标，公司将进一步加大市场的促销力度，以确保应收账款的加速收回。

（2）山西广誉远国药堂药店连锁有限公司 2012 年成立，公司持股 6.07%；山西广誉远医药有限公司是公司 2017 年参股的企业，持股 10%，2020 年 5 月不再持股。公司充分利用在山西省的品牌优势，与当地资本合作，以开办国药堂专卖店和广誉远国医馆的形式，充分挖掘品牌优势，以达到提升广誉远高品质中药的品牌发展、带动产品销售的目的。在其业务发展过程中公司给予相应支持。目前已拥有自营门店 14 家、合作门店 12 家、国医馆 9 家，随着产品认知度上升，销售逐步向好，运营走向成熟，故认为不存在应收账款回收风险。

（3）石家庄冀德科健医药科技有限公司：是河北省的大型医药批发企业，销售网络覆盖河北省内 90%的三甲、二甲医院，药品配送能力和配送业务量位于河北省前列， 2021 年一季度受疫情影响，石家庄市一直处于“封城”状态，医药终端销售受到较大冲击，造成回款缓慢。

（4）陕西怡和生化药品有限公司：业务遍布西安市各大公立医院，进行药品配送及合作的医疗机构和医药流通企业达 130 余家，该企业经营运转正常，公司已制定了专项清收计划，加大清收力度。

（二）应收票据

1、基本情况

单位：万元

序号	单位名称	关联方(是/否)	新增客户(是/否)	2020 年 12 月 31 日应收票据余额	较上年期末增减(%)	截止 2020 年 12 月 31 日票据剩余持有期限(月)
1	湖南凯信医药有限公司	否	否	10,100.00	236.67	3-12 个月
2	山西九州通医药有限公司	否	否	378.63	-9.91	10 个月
3	陕西海通医药有限公司	否	是	948.00		12 个月
4	陕西医药控股集团兴庆医药有限公司	否	否	995.40		12 个月
5	重药控股山西康美徕医药有限公司	否	是	3,000.00		12 个月
6	山西广誉远医药有限公司	参股单位	否	858.58		10 个月
7	银行质押			2,000.00		5 个月
合计				18,280.61		

上述应收票据均为公司长期合作伙伴，信誉良好，不存在回收风险。

（三）应收款项融资

1、基本情况

单位：万元

序号	单位名称	关联方(是/否)	新增客户(是/否)	2020 年 12 月 31 日应收款项融资余额	较上年期末增减(%)	截止 2020 年 12 月 31 日票据剩余持有期限(月)
1	湖南凯信医药有限公司	否	否	3,434.35	-19.84	1-7 个月
2	浙江省医疗健康集团有限公司医药分公司	否	是	740.00		2-3 个月
3	湖南和盛医药有限公司	否	否	715.20	1,599.08	6 个月
4	昆药集团医药商业有限公司	否	否	706.71	1,470.47	3-6 个月
5	陕西医药控股集团兴庆医药有限公司	否	否	700.00	17.49	5-6 个月
6	浙江英特药业有限责任公司	否	否	609.00		6 个月
7	江西九州通药业有限公司	否	否	500.00		7 个月
8	广东广盛康药业有限公司	否	否	407.90		3 个月
9	北京九州通医药有限公司	否	否	400.00	-55.56	6 个月
10	辽宁九州通医药有限公司	否	否	400.00	71,801.06	6 个月
合计				8,613.16		

2、期后回款及回收风险分析情况

单位：万元

序号	单位名称	2020 年 12 月 31 日余额	2021 年 1-3 月			2021 年 3 月 31 日余额
			票据贴现	票据托收	票据背书	
1	湖南凯信医药有限公司	3,434.35	2,662.71	653.78	117.86	
2	浙江省医疗健康集团有限公司医药分公司	740.00		740.00		
3	湖南和盛医药有限公司	715.20	715.20			
4	昆药集团医药商业有限公司	706.71	447.45	159.26	100.00	
5	陕西医药控股集团兴庆医药有限公司	700.00			500.00	200.00
6	浙江英特药业有限责任公司	609.00	95.00		514.00	
7	江西九州通药业有限公司	500.00	500.00			
8	广东广盛康药业有限公司	407.90		407.90		
9	北京九州通医药有限公司	400.00			400.00	
10	辽宁九州通医药有限公司	400.00			300.00	100.00
合计		8,613.16	4,420.36	1,960.94	1,931.86	300.00

公司应收款项融资全部为银行承兑汇票，截止 2021 年 3 月 31 日票据变动情况如上表所示，上述票据承兑方均为银行金融机构，不存在回收风险。

（2）分析报告期应收票据、应收账款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，收入确认是否符合会计准则相关规定。

一、应收票据、应收账款与营业收入变动方向不一致的原因：

单位：万元

项目	2020 年 12 月 31 日余额	2019 年 12 月 31 日余额	较上年期末增减(%)
应收票据	17,022.54	8,506.19	100.12
应收账款	155,971.44	144,490.24	7.95
营业收入	110,943.00	121,709.75	-8.85

（一）截至 2020 年末应收账款较高的原因分析：

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，通过品牌重塑与市场投入相结合，持续提升品牌力，传统中药、精品中药、养生酒三大业务板块不断创新营销，加快市场拓展和渠道建设。公司通过与全国及区域龙头商业的合作，建立战略合作伙伴关系，以大型医药公司为核心的一级经销商网络，依靠其拥有的优势资源，快速占领终端零售渠道，提升产品市场占有率，但由于产品尚处于市场拓展期，议价能力较弱，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。经过 5 年持续的市场覆盖，2020 年末，公司二级以上医院终端（含院外药房）发展至近 18,000 余家，OTC 终端 150,000 余家，在推动销售增长的同时，也使应收账款在信用账期内形成了较大的沉淀。

随着终端布局的逐步完成，公司将进一步加强对应收账款的管理，加之，市场终端纯销持续改善，应收账款增速放缓的趋势将日趋明显。具体如下：

					单位：万元
应收账款	2020 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2016 年度
年初余额	144,490.24	133,838.98	73,536.33	46,287.64	17,245.58
年末余额	155,971.44	144,490.24	133,838.98	73,536.33	46,287.64
较年初增减变动(%)	7.95	7.96	82.00	58.87	168.40

（二）应收票据、应收账款与营业收入变动方向不一致的原因分析

2020 年，受到外部经济环境变化及新冠肺炎疫情的影响，公司营业收入出现一定程度的下滑，加之商业客户受市场变化以及经济形势的影响，回款较为缓慢，继续沉淀了一部分应收账款，导致截止 2020 年末应收账款余额仍然处于较高水平，使得公司 2020 年度营业收入下滑 8.85%的情况下，应收账款、应收票据出现增长的趋势。

1、市场需求

新冠肺炎疫情爆发后，公司核心产品安宫牛黄丸销量大幅增长，公司以此为契机，疫情期间，率先恢复安宫牛黄丸生产以保证市场供应，2020 年度共实现销售 4.01 亿元，同比增长 225.15%。但由于疫情期间，很多省区规定药店不能卖退烧药，安宫牛黄丸也被列入其中，导致终端动销受到一定影响，应收账款也相应出现增加。

2、经济形势

2020 年受新冠肺炎疫情影响，终端市场销售受到较大的冲击，商业客户也出现资金周转紧张的情况，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或者以商业承兑汇票的方式进行结算，使得公司应收账款周转天数延长，应收票据较大幅的增加。

综上，受公司所处发展阶段的影响，公司应收账款与营业收入变动方向不一致具有合理性。

二、营业收入的真实性

公司严格按照《企业会计准则》相关规定，制定相关收入确认会计政策，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：

（一）一般销售：公司根据合同约定将商品交付给购货方，商品控制权已经转移至客户，且已经收取货款或者取得收款权力时确认收入。

公司与商业签订的《一级经销商协议》中明确规定不接受“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”。

（二）网上销售：公司于客户网上签收后确认收入。

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，收入确认政策符合会计准则的相关规定。

（3）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，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

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
OTC 商业	3-6 个月	
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	医院欠款周期较长，因此给予较长的信用账期

（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

公司逾期回款的客户，超过 90%以上为有医院业务的商业，医院商业账龄基本为 1 年，按账龄超过一年以上计算的应收账款金额为 73,337.17 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账龄金额为 3,271.66 万元，其中大部分为山西广誉远国药有限公司（以下简称“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 70,065.51 万元，其中前 39 家应收账款占比为 85.86%，具体情况如下：

单位：万元

逾期主体	2020 年 12 月 31 日余额	逾期金额			逾期原因	截止 2021 年 4 月 30 日回款金额	剩余款项预计回收时间	回收风险
		1-2 年	2-3 年	3 年以上				
北京九州通医药有限公司	3,413.55	416.16	1,739.97		（二）	381.53	2021 年 12 月	风险较小
北京永泰康大药房有限公司	519.75		519.75		（二）		2021 年 12 月	风险较小
东北制药集团供销有限公司	1,010.05	281.99	418.43		（一）	77.04	2021 年 12 月	风险较小
甘肃健友医药有限公司	651.82	506.14			（一）	66.54	2021 年 12 月	风险较小
广东广盛康药业有限公司	4,702.05	525.02			（二）	766.55	2021 年 12 月	风险较小
广州采芝林药业有限公司	1,579.87		1,579.87		（二）	400.00	2021 年 12 月	风险较小
国药控股安徽省医药有限公司	723.55	629.07			（一）		2021 年 12 月	风险较小
国药控股黑龙江有限公司	439.44	302.24			（一）		2021 年 6 月	风险较小
国药控股济南有限公司	820.29	735.18			（一）	10.00	2021 年 12 月	风险较小
杭州广誉远贸易有限公司	1,051.58	338.27	314.57	193.07	（二）（三）	52.75	2021 年 12 月	风险较小
河北冀德医药有限公司	828.96	828.50			（一）		2021 年 12 月	风险较小
河北顺泽医药有限公司	1,203.41			1,203.41	（一）		2021 年 12 月	风险较小
河南安仁医药有限公司	1,149.90		639.97		（一）		2021 年 12 月	风险较小
湖北万年福医药有限公司	932.88		932.88		（一）	213.07	2021 年 12 月	风险较小
湖南九州通医药有限公司	1,019.80	958.66			（一）	228.00	2021 年 6 月	风险较小
湖南凯信医药有限公司	14,899.51	363.36			（一）	113.28	2021 年 12 月	风险较小
江苏九州通医药有限公司	5,730.08	5,060.26			（二）		2021 年 12 月	风险较小
揭阳宏洲药业有限公司	548.08	548.08			（二）		2021 年 12 月	风险较小
兰州紫光药业有限公司	820.25	276.01	161.40	181.12	（一）		2021 年 12 月	风险较小
辽宁成大方圆医药有限公司	334.81		334.81		（一）		2021 年 12 月	风险较小
辽宁时利和医药有限公司	1,939.37	863.51	581.20	494.66	（一）		2021 年 12 月	风险较小
山东天保医药有限公司	1,498.81	676.36	822.44		（一）		2021 年 12 月	风险较小
山西广誉远国药堂药店连锁有限公司	4,170.83			4,170.83	（三）		2021 年 12 月	风险较小
山西广誉远国药堂有限公司	219.83		121.79	98.04	（三）		2021 年 12 月	风险较小
山西广誉远医药有限公司	6,189.42	1,886.70	1,736.61		（三）	35.00	2021 年 12 月	风险较小
山西九州通医药有限公司	7,394.69	4,108.16			（一）		2021 年 9 月	风险较小
陕西广誉远国药堂医药有限公司	979.52	180.69	423.08	80.89	（三）	122.05	2021 年 12 月	风险较小
陕西怡和生化药品有限公司	6,485.29		2,333.57	4,151.72	（一）	114.16	2021 年 12 月	风险较小
商丘市华杰医药有限公司	1,466.34	490.67	106.66		（一）	300.00	2021 年 12 月	风险较小
上海海康门诊部	369.52		323.32		（二）		2021 年 12 月	风险较小
深圳市南北医药有限公司	571.70	60.57	469.89		（二）		2021 年 12 月	风险较小
石家庄冀德科健医药科技有限公司	8,581.30	6,268.22			（一）	100.00	2021 年 12 月	风险较小
苏州恒鼎物流有限公司	3,827.20	2,831.78	439.42		（二）	142.00	2021 年 12 月	风险较小
威海海晨医药有限公司	1,063.68		339.65	141.70	（一）	608.62	2021 年 12 月	风险较小
五家渠青湖医院有限公司	1,452.99	1,409.07	43.92		（一）		2021 年 12 月	风险较小
新疆清湖生态旅游度假有限公司	1,190.40	330.35	860.05		（一）		2021 年 12 月	风险较小
云南医药工业销售有限公司	452.28	369.41			（一）	123.77	2021 年 12 月	风险较小
浙江英特药业有限责任公司	4,401.35	1,911.02			（二）	209.73	2021 年 12 月	风险较小
重庆医药(集团)股份有限公司	3,823.05	1,041.87			（一）	1,693.71	2021 年 12 月	风险较小
合计	98,457.24	34,197.32	15,243.24	10,715.44		5,757.80		

三、逾期原因

（一）疫情及经济下行的影响

2020 年整个疫情对国内和国际的影响贯穿全年，上半年国内医院和药店、诊所终端正常营业受疫情影响严重，客流的受限和固定成本的压力，渠道周转显著放缓，终端纯销下降的压力，传递给医药流通企业也同样承受较大的资金压力。除与疫情防控和疾病治疗长期必须的药物外，大部分医药品种都出现了销量萎缩。医药流通企业也在综合统筹有限的资金，保证运营的正常运转，使得回款周期延长。

（二）新医保政策的影响

国家对中医药发展的重视，既体现在对行业的鼓励支持，也反映在对民生关注的医疗服务水平的严格管理上，近几年，陆续出台的新医保政策，使公司原来销售较好的一些品种和省区，产品销量受到一定影响，从商业和连锁的回款上，也出现了一些实际的困难，使得回款账期延长。

（三）支持国医馆、国药堂发展的需要

公司围绕“全产业链打造高品质中药战略”的目标，持续投入较大的支持帮助国药堂专卖店和广誉远国医馆的建设，国医馆和国药堂，不仅承接精品中药的销售推广，以及名医诊疗服务，也是公司品牌形象展示和提升的重要路径，传承中医药文化的重要载体。传统的医院和药店销售，是公司核心的业务阵地，具有广誉远品牌形象直接展示效果的国医馆和国药堂，未来将成为精品中药实现大健康战略转型的重要通路。公司的持续支持，各主要地区的店面发展已基本成熟，进入良性循环。

其中：①杭州广誉远贸易有限公司是公司 2015 年公司深度开发华东地区市场，于 2015 年出资设立的持股 43.33%的联营企业。该公司目前下设 2 家自营门店，2020 年营业收入 522.67 万元。为支持其继续开发门店和医馆，不断扩大业务规模，公司适当放宽其回款账期；②陕西广誉远国药堂医药有限公司于 2014 年设立，为充分利用公司在陕西当地的医药资源，公司出资 180 万元，持股 30%。该公司目前下设 1 家国医馆，业务覆盖陕北、关中地区。2020 年营业收入 762.27 万元，运营情况良好。

四、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：

（一）公司选择经销商的标准为拥有全国性医疗机构资源或区域有影响力和优质资源、OTC 渠道覆盖广泛、资信良好且销售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；

（二）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在最小范围之内；

（三）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，形成了一支会培训、会带教、会动销的卓越的销售队伍，且内部合伙人制度的推行，极大的调动了销售人员的积极性，进一步促进了终端销售的持续提升和货款的加速回收。

（4）说明应收账款按组合计提坏账准备的详细计算过程并列示账龄，结合期后回款及同行业可比公司情况，说明公司应收账款是否存在回收风险，报告期坏账计提是否充分。

一、应收账款按组合计提坏账准备的详细计算过程

按照会计政策，对于不含重大融资成分的应收款项和合同资产，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备；对于包含重大融资成分的应收款项和租赁应收款，选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。除了单项评估信用风险的应收账款外，基于其信用风险特征，将其划分为账龄组合和合并范围内关联方组合。对于划分为账龄组合的应收账款，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。对于合并范围内关联方组合具有较低信用风险不计提损失准备，此项两年末没有余额，账龄组合坏账准备详细计算过程如下：

单位：万元

账龄	2020 年期末余额	占比(%)	计提比例(%)	坏账准备金额	2020 年末账面价值
1 年以内	102,149.45	58.28	3.00	3,064.48	99,084.97
1~2 年(含 2 年)	39,374.32	22.46	10.00	3,937.43	35,436.89
2~3 年(含 3 年)	18,710.42	10.67	20.00	3,742.08	14,968.33
3~4 年(含 4 年)	8,444.69	4.82	40.00	3,377.88	5,066.82
4~5 年(含 5 年)	3,536.08	2.02	60.00	2,121.65	1,414.43
5 年以上	3,067.75	1.75	100.00	3,067.75	
合计	175,282.71	100.00		19,311.27	155,971.44

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： LINK Excel.Sheet.12 C:\\Users\\TangYun\\Desktop\\ 费用率表 2.xlsx Sheet2!R1C1:R26C8 \a \f 4 \h * MERGEFORMAT

序号	公司名称	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
1	白云山	1%	10%	30%	50%	80%	100%
2	东阿阿胶	1.01%	19.96%	–	–	–	–
3	江中药业	3%	32%	50%	100%	100%	100%
4	片仔癀	3 个月以内：0.99% 4-6 个月：3.02% 7-9 个月：8.5% 10-12 个月：24.73%	45.66%	98.62%	100%	100%	100%
5	九芝堂	5%	10%	50%	100%	100%	100%
6	济川药业	5%	10%	30%	100%	100%	100%
7	中恒集团	2.13%	30.15%	49.60%	61.52%	81.85%	100%
8	寿仙谷	5%	10%	20%	50%		
9	贵州百灵	5%	10%	30%	50%	50%	100%
10	紫鑫药业	6%	8%	10%	20%	30%	50%
11	昆药集团	5%	15%	30%	84.86%	84.86%	84.86%
12	仁和药业	–	5%	10%	30%	80%	100%
13	天士力	1%	30%	50%	100%	100%	100%
14	康缘药业	0.5%	10%	30%	50%	100%	100%
15	葫芦娃药业	5%	10%	50%	100%	100%	100%
16	步长制药	5%	15%	30%	50%	80%	100%
17	中新药业	0.03%	20%	50%	100%	100%	100%
18	华润三九	半年以内：0.1%，半年至一年：4%	20%	50%	100%	100%	100%
19	广誉远	3%-	10%-	20%-	40%-	60%-	100%-

账龄分析，公司 3 年以内应收账款占比为 91.41%，而公司 3 年以内应收账款坏账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。

同行业公司应收账款坏账准备计提比例情况：

公司名称	2019 年度坏账准备按组合计提比例	2020 年度坏账准备按组合计提比例
白云山	1.51%	1.63%
同仁堂	6.18%	9.21%
东阿阿胶	10.78%	6.84%
江中药业	3.53%	5.12%
片仔癀	2.08%	2.14%
九芝堂	1.76%	2.13%
济川药业	5.50%	5.55%
中恒集团	1.40%	6.51%
寿仙谷	5.08%	5.18%
贵州百灵	10.66%	14.44%
紫鑫药业	7.48%	8.28%
珍宝岛	5.09%	5.00%
昆药集团	9.27%	9.74%
仁和药业	0.98%	1.37%
太龙药业	5.01%	6.40%
千金药业	5.59%	6.03%
天士力	1.63%	1.12%
康缘药业	1.34%	1.58%
亚宝药业	7.59%	6.35%
葫芦娃药业	5.73%	5.91%
步长制药	6.26%	6.00%
中新药业	9.49%	7.98%
华润三九	2.65%	3.02%
神奇制药	11.73%	30.28%
广誉远	9.00%	11.02%

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 2020 年末坏账准备按组合计提比例为 11.02%，与同行业公司比较处于偏高水平，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。

二、2021 年 1-4 月销售回款 26,748.39 万元，较上年同期增加 28.82%，回收情况良好，终端动销同比增长 31.46%。

综上所述，2020 年公司应收账款坏账计提充分，结合期后的回款情况，公司也在加大终端动销力度，加快货款回收，公司认为应收账款不存在回收风险。

（5）详细披露公司的应收账款管控措施，包括对新增客户的背景调查方案、对比同行业说明对经销商的信用账期是否合理、是否存在大额应收账款未回款的情况下仍增加赊销额度、对逾期账款的追讨措施和对方违约责任承担情况，说明公司是否采取合理谨慎措施进行应收账款管控。

一、加强应收账款管控的措施

（一）事前管控

主要是指对新增商业客户的管理，公司为了防范风险，对新增客户，公司制定了详细的背景调查方案，内容包括：企业注册资本、企业规模、经营状况、经营资质、销售网络覆盖能力及财务状况等多方面，背景调查符合要求后，公司商务人员按要求申报开户并逐级审批，经审核批复以后方可进行业务合作。

（二）过程管控

对应收账款采取的主要管控措施如下：

1、落实管理责任

公司明确各部门的岗位职责，严格落实应收账款的审批管理及催收管理机制。

（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 每月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 每周拜访并掌握商业客户经营状况，每周上报商业库存情况，根据财务部提供的对账资料，积极协调督促商业回款；协助财务进行应收账款核对工作，就对账差异及时进行处理，保证应收账款账目清晰，对不配合核对账务并处理对账差异的商业客户，公司将一律停止发货。

（3）精品中药事业部

① 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；

② 各区域经理与各自区域内重点经销商落实前期应收款的还款计划，确定前期欠款的清收计划，落实还款结果，未按约定进行还款的，将从区域活动支持、进货配额与销售政策等方面进行管控。

（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、强化工作流程

（1）授信管理：

① 在对商业公司信用风险进行调查和充分分析评估的基础上，进行合理授信；

② 根据各商业公司上年度销售及回款情况进行发货额度授信，该授信额度作为商业公司全年发货额度的审核依据；

③ 公司审批信用额度时，由销售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。

（2）责任落实：

① 实行管理责任源头追踪制。即谁开发的商业谁负责清收货款，在货款未清收完毕以前，除岗位发生变动，开发人的责任不解除；在岗位发生变动的情况下，交接人需要和接收人进行应收账款交接，交接完成前应收账款管理责任仍归交接人，交接完成并出具交接报告后，应收账款管理责任转归接手人；

② 将各级销售员年度关键业绩指标考核与应收账款帐期、收货确认书回执签收等相关应收账款挂钩，从而提升各级人员应收账款管理的责任意识。

3、进行动态管理

（1）根据应收账款账龄，按月对商业客户、欠款金额、账龄情况等进行列表分析，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。

（2）持续加大终端动销力度，面对疫情对传统门店终端的销售影响，公司积极组织开展线上培训、线上直播、与连锁合作线上专场推广等活动，在加强销售人员队伍建设与提升销售人员产品分销能力的基础上，实现与消费者的有效互动沟通；通过大力开发 TOP400 连锁，打造黄金单店，拓展优质单体店、门诊和中医馆，严格执行终端四到位，强化日常管理，优化绩效考核，提高团队人员的积极性和主动性，进一步挖掘区域产能，提高公司产品零售终端覆盖率和产出率。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。

（三）事后管控

1、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；

2、停止向逾期商业再发货；

3、对严重逾期商业，通过诉讼形式追讨货款。

二、公司对经销商信用账期合理性分析

（一）公司对商业的帐期一般要求如下：

公司根据销售模式，将合作的医药商业划分为 OTC 商业、综合商业和医院商业三种类别，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
OTC 商业	3-6 个月	
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	医院欠款周期较长，因此给予较长的信用账期

（二）合理性分析

对比同行业，公司产品的品牌定位主要在养生、女性健康、不孕不育、心脑血管及慢性病等方面，由于公司产品具有“高学术、高单价、高疗效”的特性，则决定了产品在终端市场的推广运营方面，需要通过“培训到位、铺货到位、陈列到位、客情到位”的“四到位”等手段不断的渗透和精耕细作，从而提升消费者对产品的认可度。产品从学术向消费转型，是需要一定的周期和过程的，同时，受当前经济形势下行影响，商业客户资金周转困难，公司综合考虑商业客户的合作年限、财务状况等情况，延长了 3-6 个月不等对部分商业客户的信用账期，因此，公司信用账期和公司目前所处的发展阶段基本适应，基本合理，但和同行业公司相比，因品种特性和营销模式不同，以及所处发展阶段的差异，不具可比性。

三、是否存在大额应收账款未回款的情况下仍增加赊销额度

公司目前所处发展阶段和经营实际情况，确实存在为保证市场供应而对部分商业客户在大额应收未回款情况下仍增加赊销额度的情况，此种情形具体情况见“问题 2（3）二”。

该情形的出现主要是基于如下原因：

（一）公司产品规格较多，不同产品终端动销存在差异化，加之新规格、新产品的陆续推出，为了保证不同规格、不同类别产品市场供应的延续性。

（二）该部分客户是公司的核心客户，已合作多年，拥有持续覆盖区域市场的能力和资源，该部分客户有较强的营销影响力，财务状况基本良好，运营正常，发展成熟，回款风险较小，基本可控，公司对其也保持持续关注。

针对应收账款现状，公司高度重视，严格落实应收账款各项管控措施，加大清收力度，确保应收账款安全，积极改善财务结构。

四、对逾期账款的追讨措施和对方违约责任承担情况

对逾期的应收账款，在不影响终端供货的前提下，公司按照上述管理办法相应采取措施，以确保债权安全，目前，公司已组织专门队伍针对陕西怡和生化药品有限公司、山西广誉远国药堂连锁有限公司、山西广誉远医药有限公司等运营虽然正常但回款较为缓慢的企业，进行专项货款清收；其他逾期的商业客户基本为多年合作的各地全国或者区域性的医药商业企业，经营情况良好，公司已经加大了市场的各种促销活动，以确保应收款的快速收回，以保证公司利益不受损害。

（6）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、2019 年至 2021 年一季度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	2021 年 3 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
应收款项融资	7,700.43	13,268.17	14,491.33
应收票据	15,022.54	17,022.54	8,506.19
应收账款	154,316.65	155,971.44	144,490.24
项目	2021 年一季度	2020 年度	2019 年度
经营性现金流净额	-3,159.00	-7,552.48	-14,081.97

二、对公司正常生产经营产生的影响，以及公司的应对措施

近几年来公司经营净现金流量一直为负数，但由于公司销售回款中，可随时变现用于日常支付的银行承兑汇票（应收款项融资）所占比重较大，因此上表中应收款项融资调整计入经营性现金流入后，公司 2019 年、2020 年和 2021 年一季度，实际与经营相关的现金流量净额分别为 409.36 万元、5,715.69 万元和 4,541.43 万元，故目前公司的资金情况基本可以满足日常生产经营的需求。

针对公司目前应收账款居高的实际状况，公司将多角度、全方面的采取各种措施，不断加强应收账款管控、加大催收力度，确保应收账款安全、及时回收，使公司的财务结构趋于合理，从而实现公司良性、稳健运营。

（7）请会计师结合已执行的审计程序和已取得的审计证据，对问题（1）-（4）发表意见，请公司董事会对问题（5）（6）发表意见。

一、会计师意见：

（一）针对问题（1）：

我们结合工作底稿复核了应收账款、应收票据及应收款项融资前十名对象名称、期末余额、关联方关系、金额及账龄分布情况，查验了期后回款情况。在 2020 年度审计工作中，我们对上述主要应收账款客户进行工商查询，对部分客户执行了访谈和实地察看程序，对其资信状况进行了解和判断，对重要客户寄发了函证并取得回函。经核查，我们认为公司应收账款、应收票据及应收款项融资前十名客户情况已经充分披露，报告期间回款未见重大异常。

（下转 B6 版）