证券代码：603963　　证券简称：大理药业　　公告编号：2023-042

# 大理药业股份有限公司关于上海证券交易所《关于大理药业股份有限公司 2023 年半年度报告的信息披露监管工作函》的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

近日，公司收到上海证券交易所上市公司管理一部下发的《关于对大理药业股份有限公司 2023 年半年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函〔2023〕1102 号，以下简称“《监管工作函》”）。公司对所涉及的问题进行了认真分析与核查，现对《监管工作函》中相关问题进行回复并公告如下：

问题一、关于业绩表现。半年报显示，2023 年上半年，公司营业收入为 5957.05 万元，同比下降 14.51%，自 2017 年上市以来呈持续下降趋势；营业成本为 2918.64 万元，同比下降 5.71%，小于营业收入降幅；归母净利润为-1078.24 万元，2021 年至今持续亏损。半年报披露称主要受中成药集中带量采购的影响，公司主营产品销量有所下滑，毛利下降。

请公司：（1）分区域、分产品列示报告期内公司主要产品的销量、销售收入、产品价格区间；（2）结合历次中成药带量采购政策实施情况，分别说明受影响的产品销量同比、环比变化情况，量化分析相关政策对营业收入、毛利率等相关指标的影响情况；（3）补充披露主要产品对应的主要中药材近期价格走势及其对公司营业成本的具体影响，结合原材料价格变化等情况说明营业成本变动幅度小于营业收入的原因，是否存在成本压力并提示风险；（4）结合上述情况及行业政策、公司发展战略、产品竞争力等，说明公司近年业绩持续亏损的原因，公司产品价格和销量是否存在继续下滑的风险并进行相应的风险提示。

（1）分区域、分产品列示报告期内公司主要产品的销量、销售收入、产品价格区间；

回复：

一、报告期醒脑静注射液销售区域、销量、收入及价格区间情况表：

| 分地区 | 销量（万 ml） | 销售收入（万元） | 产品价格区间（元 /ml） |
|---|---|---|---|
| 东北 | 184.14 | 514.73 | 1.11-3.72 |
| 华北 | 320.64 | 716.16 | 1.19-6.37 |
| 华东 | 678.33 | 1,660.13 | 0.97-4.74 |
| 西北 | 202.26 | 531.96 | 1.19-4.28 |
| 西南 | 161.16 | 482.83 | 1.19-3.80 |
| 中南 | 403.55 | 754.54 | 1.15-4.13 |
| 合计 | 1,950.08 | 4,660.35 | - |

二、报告期参麦注射液销售区域、销量、收入及价格区间情况表：

| 分地区 | 销量（万 ml） | 销售收入（万元） | 产品价格区间（元 /ml） |
|---|---|---|---|
| 东北 | 382.80 | 74.18 | 0.12-0.54 |
| 华北 | 118.80 | 16.52 | 0.12-0.70 |
| 华东 | 2,202.25 | 688.23 | 0.12-0.96 |
| 西北 | 166.80 | 34.17 | 0.12-0.52 |
| 西南 | 293.04 | 65.23 | 0.12-0.60 |
| 中南 | 1,185.78 | 241.75 | 0.12-0.46 |
| 合计 | 4,349.47 | 1,120.08 | - |

（2）结合历次中成药带量采购政策实施情况，分别说明受影响的产品销量同比、环比变化情况，量化分析相关政策对营业收入、毛利率等相关指标的影响情况；

回复：

公司参与的历次中成药集中带量采购中选情况：

| 序号 | 省份 | 涉及品种 | 中选情况 | 具体执行时间 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 湖北、河北、辽宁、河南、海南、贵州、西藏、陕西、甘肃、宁夏、新疆、兵团、内蒙古、四川、重庆、福建、山西、江西、湖南（以下简称“湖北 19 省联盟区域”） | 参麦注射液 | 未中选 | 湖北省于 2022 年 4 月 30 日开始执行，其他省区于 2022 年下半年陆续执行 |
| 2 | 广东、山西、河南、海南、宁夏、青海（以下简称“广东 6 省联盟区域”） | 醒脑静注射液 | 拟备选 | 2023 年 1 月陆续执行 |
| 3 | 山东 | 参麦注射液（100ml/瓶、50ml/瓶） | 中选 | 2023 年 1 月执行 |
| 4 | 湖北、北京、天津、河北、山西、内蒙古、辽宁、吉林、黑龙江、上海、江苏、浙江、安徽、江西、山东、河南、广东、广西、海南、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆、兵团等联盟地区（以下简称“湖北 30 个省联盟区域”） | 醒脑静注射液 | 中选 | 未确定 |

一、湖北 19 省联盟区域参麦注射液的销售情况

1.湖北 19 省联盟区域执行带量采购对参麦注射液销量的影响情况对比表：

| 品种 | 2023 年半年度销量（万 ml） | 2022 年下半年销量（万 ml） | 2022 年上半年销量（万 ml） | 环比（%） | 同比（%） |
|---|---|---|---|---|---|
| 参麦注射液 | 534.05 | 554.95 | 1,791.59 | -3.77 | -70.19 |

湖北 19 省联盟区域于 2021 年 12 月 27 日发布中成药省级联盟集中带量采购拟中选结果公示，公司产品未中选。湖北省率先于 2022 年 4 月 30 日开始执行新标，其他省区于 2022 年下半年开始陆续执行，执行新标后该联盟区域公司产品销售已经产生重大影响，在该联盟区域内公司产品销量 2022 年下半年环比下降 69.02%。由于风险已经释放，2023 年上半年环比下降幅度有所收窄，仅为下降 3.77%，但同比降幅较大，降幅达 70.19%。

2.湖北 19 省联盟区域执行带量采购对参麦注射液销售收入、毛利率的影响情况对比表：

| 品种 | 2023 年半年度 | | 2022 年下半年 | | 2022 年上半年 | | 环比 | | 同比 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 营业收入（万元） | 毛利率（%） | 营业收入（万元） | 毛利率（%） | 营业收入（万元） | 毛利率（%） | 营业收入（%） | 毛利率 | 营业收入（%） | 毛利率 |
| 参麦注射液 | 98.84 | 15.59 | 107.22 | 21.03 | 534.21 | 48.36 | -7.82 | 下降 5.44 个百分点 | -81.50 | 下降 32.77 个百分点 |

注：毛利率指标的计算剔除了停工损失及运输费用的影响。

湖北 19 省联盟区域该产品销售收入的下降趋势与销量情况相同，由于销量大幅下滑及销售价格联动下降的原因，报告期湖北 19 省联盟区域参麦注射液销售收入同比大幅下降 81.5%，环比下降 7.82%；毛利率同比下降 32.77 个百分点，环比下降 5.44 个百分点。

二、广东 6 省联盟区域醒脑静注射液销售情况

1.广东 6 省联盟区域执行带量采购对醒脑静注射液销量的影响情况对比表：

| 品种 | 2023 年半年度销量（万 ml） | 2022 年下半年销量（万 ml） | 2022 年上半年销量（万 ml） | 环比（%） | 同比（%） |
|---|---|---|---|---|---|
| 醒脑静注射液 | 156.78 | 267.88 | 314.16 | -41.47 | -50.10 |

广东 6 省联盟区域于 2022 年 4 月 8 日发布中成药集中带量采购拟中选/备选结果公示表，公司产品为备选。虽然各省区在 2022 年 12 月 20 日之前开始陆续执行，但对该联盟区域公司产品销量已经产生影响：该产品销量 2022 年下半年环比下降 14.73%，2023 年上半年环比下降 41.47%，同比则下降 50.1%。

2.广东 6 省联盟区域醒脑静注射液销售收入、毛利率情况对比表：

| 品种 | 2023 年半年度 | | 2022 年下半年 | | 2022 年上半年 | | 环比 | | 同比 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 营业收入（万元） | 毛利率（%） | 营业收入（万元） | 毛利率（%） | 营业收入（万元） | 毛利率（%） | 营业收入（%） | 毛利率 | 营业收入（%） | 毛利率 |
| 醒脑静注射液 | 337.72 | 69.27 | 590.63 | 67.18 | 753.30 | 72.56 | -42.82 | 增加 2.09 个百分点 | -55.17 | 下降 3.29 个百分点 |

注：毛利率指标的计算剔除了停工损失及运输费用的影响。

联盟区域产品销售收入的下降趋势与销量相同，报告期广东 6 省联盟区域醒脑静注射液销售收入同比下降 55.17%，环比下降 42.82%；同时由于公司产品价格联动下调的原因，该联盟区域产品的毛利率也同比出现下滑，环比增加 2.09 个百分点主要是 2022 年下半年销售成本较高所致。

三、山东参麦注射液（100ml/瓶、50ml/瓶）销量情况

1.山东执行带量采购对参麦注射液（100ml/瓶、50ml/瓶）销量的影响情况对比表

| 品种 | 2023 年半年度销量（万 ml） | 2022 年下半年销量（万 ml） | 2022 年上半年销量（万 ml） | 环比（%） | 同比（%） |
|---|---|---|---|---|---|
| 参麦注射液（100ml/瓶，50ml/瓶） | 1,354.55 | 385.73 | 207.60 | 251.17 | 552.48 |

2022 年 11 月 9 日山东省发布第三批药品（中成药专项）集中带量采购拟中选结果公示信息，公司产品拟中选本次集中带量采购。2023 年 1 月 1 日开始执行以来，山东省该产品销量 2023 年上半年环比大幅增长 251.17%，同比大幅增长 552.48%。

2.山东参麦注射液（100ml/瓶、50ml/瓶）销售收入、毛利率情况对比表：

| 品种 | 2023 年半年度 | | 2022 年下半年 | | 2022 年上半年 | | 环比 | | 同比 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 营业收入（万元） | 毛利率（%） | 营业收入（万元） | 毛利率（%） | 营业收入（万元） | 毛利率（%） | 营业收入（%） | 毛利率 | 营业收入（%） | 毛利率 |
| 参麦注射液 | 532.94 | 62.31 | 158.74 | 67.00 | 88.42 | 67.22 | 235.73 | 下降 4.69 个百分点 | 502.74 | 下降 4.91 个百分点 |

注：毛利率指标的计算剔除了停工损失及运输费用的影响。

报告期山东省参麦注射液销售收入的增长趋势与销量相同，报告期山东省参麦注射液销售收入同比增长 502.74%，环比增长 235.73%；由于公司整体产量下调及标价下降等原因，该区域产品的毛利率同比小幅下滑 4.91 个百分点，环比下降 4.69 个百分点。

（3）补充披露主要产品对应的主要中药材近期价格走势及其对公司营业成本的具体影响，结合原材料价格变化等情况说明营业成本变动幅度小于营业收入的原因，是否存在成本压力并提示风险；

回复：

公司主要产品为醒脑静注射液和参麦注射液，其主要原材料为人工麝香、红参及麦冬等。人工麝香的采购全部来自中国中药有限公司，公司与中国中药有限公司一直保持着良好的合作关系，供货价格稳定，2018 年 10 月至今采供价格未发生变化，对近期醒脑静注射液成本无影响；红参作为公司 2017 年购入的战略储备原材料，后期未发生采购，一直使用库存，对近期参麦注射液成本亦无影响。麦冬价格 2021 年 8 月之前基本稳定，之后价格呈逐月上涨趋势，截至报告期末采购价格最高涨了四倍多，但其在参麦注射液的生产成本中占比较低，约为 10%，对参麦注射液总成本影响有限。

一、报告期营业收入和营业成本变动情况表单位：万元

| 项目 | 2023 年 1-6 月 | 2022 年 1-6 月 | 同比（%） |
|---|---|---|---|
| 营业收入 | 5,957.05 | 6,968.23 | -14.51 |
| 其中：醒脑静注射液 + 参麦注射液 | 5,780.43 | 6,940.55 | -16.72 |
| 其他收入 | 176.62 | 27.68 | 538.08 |
| 营业成本 | 2,918.64 | 3,095.30 | -5.71 |
| 其中：醒脑静注射液 + 参麦注射液 | 2,661.42 | 3,076.65 | -13.50 |
| 其他成本 | 257.22 | 18.65 | 1,279.20 |

由上表可见，公司主要产品醒脑静注射液和参麦注射液报告期销售收入较上年同期降幅为 16.72%，醒脑静注射液和参麦注射液销售成本较上年同期降幅为 13.50%，成本的降幅与收入的降幅基本趋同，成本降幅略低于收入降幅主要系量价下降，但固定成本未下降所致。

报告期公司的其他收入较上年同期增加 148.94 万元，而其他成本增加 238.57 万元，收入的增幅远低于成本的增幅，其他收入增加主要是本期新增的投资性房地产租金和黄芪注射液销售收入，由于期初投资性房地产出租率不足，黄芪注射液生产批次较少，固定成本较高，因此，导致其他收入的增幅远低于其他成本的增幅。

综上，由于其他收入与其他成本同比增幅存在较大差异，导致营业成本变动幅度小于营业收入变动幅度。

二、可能面对的风险：

1.停工损失风险

公司因生产线部分压力容器达到使用年限后进行更换，设备更换期间涉及的生产线均出现停工停产的情况；同时因销售需求受到政策影响的原因，按以销定产的原则安排生产，导致产能利用不饱和，已根据各生产线的生产状况计提了停工损失。停工损失包含生产线的折旧费用、维护保养费用以及因减产待岗人员的工资、社保等费用。若公司后续因清场、设备维护及更换规格件等主动停产因素或公司产品需求不足等被动停产因素对生产线进行停工的，亦存在继续确认停工损失的风险。

应对措施：公司根据生产经营现状，计划性恢复公司自有品种的生产，加大产能利用，合理和精准配置人力资源，提高管理效能和生产效率；强化人员素质培养和提升工作效率，多种措施进一步提升公司经营管理效能和降低成本。

2.原材料价格及供应风险

中药材价格一直受到诸如宏观经济、货币政策、自然灾害、种植户信息不对称等多种因素影响，容易出现较大幅度的波动，从而对中药制药企业的生产成本产生影响。国家安全、环保等政策的施行，化学原材料成本上升，同时，随着人工成本等生产要素价格的上升，经营成本上涨，企业成本控制面临较大压力。公司主要产品有醒脑静注射液和参麦注射液。其中中药原料药和中药材主要包括人工麝香、红参等。人工麝香是国家一类新药和国家保密品种，由北京联馨药业有限公司独家生产，并由中国中药有限公司作为其独家全国总经销商，公司每年度与中国中药有限公司确定年度采购量意向，每月按合约实施采购计划，公司对人工麝香生产和销售厂商存在一定的依赖。

应对措施：公司对人工麝香的生产和销售厂商虽存在一定的依赖，但并不存在重大依赖的风险。公司与中国中药有限公司历史合作关系稳定，是中国中药有限公司人工麝香产品的重要客户，公司主要通过加大人工麝香战略储备以及加强产品多元化两方面来降低人工麝香的采购风险。公司另一主要原料红参，其市场的供给端和需求端竞争比较充分，单个参与者的供求量和需求量占比较小，对市场走势不会构成重大影响，市场成交价格受全国市场总体供求情况影响而不断波动。

3.设备设施综合分析及所面临的风险

（1）公司的设备设施随着使用年限的增加故障率会有所提高。特别对于有设计使用年限的压力容器等特种设备，达到使用年限后的按照规定需要进行更换，故需要逐渐淘汰更新设备和不断引进自动化程度更高、性能更先进的生产设备。设备的更新淘汰会在一定程度上增加公司的生产经营成本，带来利润降低的风险。

（2）现在国家对环保监管越来越严格，各项政策也在不断调整变化，随着环保政策调整需要加大污水处理成本的投入，增加公司的生产经营成本，可能会带来利润降低的风险。

应对措施：公司结合设备设施各项管理制度，继续加强预防性维护保养工作，以及操作人员使用过程中发现问题时的及时请修，维修人员巡查时对检查出问题的及时维修处理，做到设备设施故障问题早发现、早处理、早预防，降低生产过程中设备故障的发生和备品备件的损耗量。并持续对设备设施进行技术改造和更新升级，保持设备设施的完好正常使用及始终处于行业领先水平和符合国家政策要求。

（4）结合上述情况及行业政策、公司发展战略、产品竞争力等，说明公司近年业绩持续亏损的原因，公司产品价格和销量是否存在继续下滑的风险并进行相应的风险提示。

回复：

一、业绩持续亏损的原因

近年，受医保支付限制、医院处方限制及中成药集中带量采购等政策的影响，公司主营产品销量逐年有所下滑，毛利下降，业绩出现持续亏损状况。具体情况为：一是医保控费，公司主要产品醒脑静注射液和参麦注射液均为限二级及二级以上医疗机构使用，并伴有病种的限制；二是仅限持中药师资格证的医生开具中药处方；三是带量采购的影响。具体情况如下：

1. 公司主要产品参麦注射液参与的湖北 19 省中成药省际联盟集中带量采购未中选，中标结果 2022 年 4 月 30 日之后开始陆续执行，随后公司产品在联盟区域销量出现持续下滑；

2.公司主要产品醒脑静注射液参与的广东联盟清开灵等中药集中带量采购结果为备选，中标结果 2023 年年初开始陆续执行，至 2023 年 5 月公司该联盟区域的公立医院销量微乎其微；

3.公司主要产品参麦注射液参与的 2022 年 11 月 9 日山东省发布第三批药品（中成药专项）集中带量采购拟中选结果公示信息，公司产品拟中选本次集中带量采购。2023 年 1 月 1 日开始执行以来，在该省的销量有所增长，但毕竟只有一个省，对公司总体销售占比有限。

4.公司主要产品醒脑静注射液参与的 2023 年湖北 30 省中成药采购联盟集中带量采购，联合采购办公室于 6 月 21 日发布了拟中选结果，公司主要产品醒脑静注射液拟中选。中选结果发布之前，经销商、医院都处于等待观望状态，订单量下滑。

综上，由于带量采购或价格联动的原因，公司产品量价总体呈下降趋势，但是从公司主要产品参麦注射液参与的 2022 年 11 月 9 日山东省发布第三批药品（中成药专项）集中带量采购中选后，2023 年 1 月 1 日开始执行以来的销售情况看，公司主要产品醒脑静注射液参与的 2023 年湖北 30 省中成药采购联盟集中带量采购已中选的结果，目前尚未开始执行，但销量上可能存在向上发展的机遇。

二、风险提示

1.多种形式省级联盟集中带量采购风险

湖北 19 省中成药省际联盟采购已经全部落地执行，公司参麦注射液产品在此次联盟带量采购中未中选，参麦注射液原有等级医院市场的销量基本全部失去。广东 6 省中成药联盟集采，醒脑静注射液中了备选，广东、海南、山西、青海、河南已经执行中标结果，因大部分医院选择使用中选产品，备选作为中选不供货的替代，公司醒脑静注射液在联盟 6 省销量将有较大比例下滑。

应对措施：首先，用完中选报量后，医院有权力采购价格合适、质量优良的未中选、备选产品，针对该种情况，公司联合配送企业做好准备工作，待完成报量后建议医院选择使用公司产品。其次，开发民营医院、第三终端、诊所等渠道进行销售，该渠道不受集采报量限制，医疗机构可完全按照各自对产品质量的实际需求进行采购使用。以上两点措施可以补偿公司产品在未中标情况下减少的一部分市场份额。

2.药品采购不能中标的风险

我国推行以省为单位的药品集中采购制度，药品参加以省为单位的药品招投标采购并且中标后，才具备进入公立医院的资格。如公司产品不能中标某一省的集中招标采购，则将失去该省公立医院销售市场，对公司产品销量产生不利影响。

应对措施：对于未中标地区及产品，公司一方面持续关注地方招标进程，继续梳理优化营销网络和客户群体架构，通过充分研究未中标省份地方招标方案，争取区域市场中标，增加区域市场销售机会。另一方面，在公司学术推广支持下，对现有产品重新梳理，结合公司现行销售模式，在坚持以产品质量、疗效优势、成本分析等客观指标前提下，积极开发政策性市场中的空白医疗机构，督促销售人员加强在民营医院等第三终端非政策性市场的开拓力度。

3.医保控费和用药控制的风险

2019 年 1 月 30 日国务院办公厅印发了《关于加强三级公立医院绩效考核工作的意见》，在意见中明确：用使用合理用药的相关指标取代了单一使用药占比进行考核。包括 2019 年 7 月 1 日国家卫健委公布《第一批国家重点监控合理用药药品目录》，目录中涉及的 20 个品种均为生物药品和化学药品，但是通知指出要对纳入目录中的药品制订用药指南或技术规范，明确规定临床应用的条件和原则；明确了未取得中医药培训资格的普通西医不再具备中成药处方权。这也在一定程度上对中成药的销售造成影响。后续国家和全国各省区相继发布实施的一系列用药政策措施，仍然是以明确医院药占比考核为目标，对辅助用药、医院超常规药品的跟踪监控制度，重点监控药品品规数，建立健全以基本药物为基础的临床用药评价体系等医保控费政策措施仍然在实施，医药生产企业产品在医院终端的用量依然受到抑制。

应对措施：面对受到医保控费等因素影响，呈现低速增长的中成药市场，公司充分运用主导产品醒脑静注射液、参麦注射液疗效确切、安全性高、有很强市场认同的良好基础，不断通过学术推广提升品牌影响力，巩固存量市场份额，拓宽渠道、突破增量。通过对核心产品的再评价和二次开发；加强学术部与销售经理、终端业务员的紧密联系；为临床医生提供药物信息、合理用药指导、国内外相关专业信息等资料，并及时收集回馈药物使用情况；进行上市后药品安全监测，确保临床用药安全；此外，公司还通过协助专业学会组织国内外专家对企业相关产品进行学术研讨、交流、临床使用研究等方式，对临床医师形成良好学术影响力，确保产品销售持续健康增长。

4.药品降价风险

随着新版医保目录的出台、医保控费的深度推进，控费的趋势更加明显。2019 年，各省地市医保局相继成立，控费仍然是医保局第一要务。比如各省医保局推进和招标挂网药品的挂网限价动态调整，就让制药企业的挂网药品降价成为必然趋势，药品降价将直接影响到医药生产企业的主营收益。

应对措施：药价的不断走低以及药品的带量采购模式，必将对企业原有的业务经营策略和思路造成根本性的改变。公司在国家政策导向下，积极探索和布局，加强营销管理，继续开展对核心产品的再评价和二次开发。通过提高产品质量标准等方式，提高产品性价比；通过提升现有产品的科技竞争力来提高市场竞争力。同时在多个省份分别与国内大型的药品流通企业签订了配送合作协议，借助医药分流的大趋势应对来自市场的机遇和挑战，从而赢取更多的市场份额，以减除药品降价的风险。

问题二、关于销售费用。半年报显示，公司 2023 年上半年销售费用为 3032.50 万元，销售费用率为 50.91%，处于中药行业较高水平。销售费用的主要构成为学术及市场费用，发生金额 2669.72 万元，占比为 88.04%。

请公司：（1）补充披露销售费用前五大支付对象情况，包括对应金额、发生原因、成立时间、交易对方及是否关联方等；（2）补充披露学术及市场费用主要核算内容明细、对应发生额、确认依据，结合学术推广活动的形式、场次、费用、参会人数，销售人员数量及薪酬变动等具体情况，分析相关费用支出的合理性；并对比同行业可比公司，进一步分析销售费用率高于同行业平均水平的原因及合理性；（3）说明销售费用支付对象中是否涉及公司经销商、关联方、公司员工或其他利益相关方，公司是否存在为他方垫付资金、承担费用等变相利益输送情况；（4）说明公司相关营销活动及费用支出的申请、审批流程及负责人，形成的相关单证，以及公司确保销售费用真实性、合规性的具体措施。

（1）补充披露销售费用前五大支付对象情况，包括对应金额、发生原因、成立时间、交易对方及是否关联方等；

回复：

报告期销售费用前五大支付对象情况表

| 服务商名称 | 金额（万元） | 发生原因 | 是否为经销商 | 是否为关联方 | 成立时间 |
|---|---|---|---|---|---|
| 开化尚科医药技术服务部 | 142.50 | 品牌宣传服务采购 | 否 | 否 | 2020 年 4 月 |
| 烟台邦正企业咨询服务有限公司 | 132.30 | 咨询服务、产品推广服务采购 | 否 | 否 | 2017 年 4 月 |
| 烟台博辰企业咨询服务有限公司 | 115.00 | 咨询服务采购 | 否 | 否 | 2017 年 4 月 |
| 长春市腾高企业管理有限公司 | 107.70 | 咨询服务、产品推广服务采购 | 否 | 否 | 2022 年 10 月 |
| 陕西润沣和生物医药科技有限公司 | 105.90 | 调研服务采购 | 否 | 否 | 2021 年 7 月 |
| 合 计 | 603.40 | - | - | - | - |

报告期公司与前五大服务商发生服务采购共计 603.40 万元，占公司全部学术及市场推广费用的 22.60%，其主要包括市场调研（咨询）、学术推广、产品推广等服务活动，销售费用前五大支付对象均不是公司的经销商及关联方。

（2）补充披露学术及市场费用主要核算内容明细、对应发生额、确认依据，结合学术推广活动的形式、场次、费用、参会人数，销售人员数量及薪酬变动等具体情况，分析相关费用支出的合理性；并对比同行业可比公司，进一步分析销售费用率高于同行业平均水平的原因及合理性；

回复：

一、报告期公司学术及市场费用构成明细表：

| 项目 | 金额（万元） | 占比（%） |
|---|---|---|
| 咨询费 | 2,053.72 | 76.93 |
| 推广会议费 | 403.30 | 15.11 |
| 宣传费 | 212.70 | 7.96 |
| 合计 | 2,669.72 | 100.00 |

公司开展学术及市场推广服务活动所发生的费用按权责发生制的原则处理，于服务活动发生时根据相关协议及具体服务内容按期计提销售费用，后续根据公司相关制度规定进行支付，相关会计处理符合会计准则规定。

1.报告期公司开展咨询活动 200 多次。主要内容包括市场分析、竞品分析、临床病例分析、医院使用情况分析、配送商遴选分析及市场前景分析等项目，发生服务费用 2,053.72 万元，具体明细如下：

| 类型 | 次数 | 金额（万元） | 占学术及市场费用比（%） |
|---|---|---|---|
| 市场分析 | 72 | 656.52 | 24.59 |
| 竞品分析 | 20 | 145.40 | 5.45 |
| 临床病例分析 | 43 | 462.10 | 17.31 |
| 医院使用情况分析 | 33 | 290.70 | 10.89 |
| 配送商遴选分析 | 43 | 491.70 | 18.42 |
| 市场前景分析 | 2 | 7.30 | 0.27 |
| 合计 | 213 | 2,053.72 | 76.93 |

由上表可见，在开展咨询活动中市场分析、配送商遴选分析、临床病例分析和医院使用情况分析所发生的费用占比均超 10%，其分别达 24.59%、18.42%、17.31%和 10.89%，具体情况如下：

（1）市场分析：人口结构老龄化、慢性疾病发病率提高、公众医疗保障意识增强等因素，因中药凭借其良好疗效受到越来越多的关注和使用，中药的消费需求在持续增加，带动了中成药进一步发展，且发展空间很大。分析中成药市场的发展现状和竞争格局，对于公司制定销售策略发展规划具有重要的现实性意义。

（2）配送商遴选分析：药品配送是医药行业中至关重要的环节之一，对于确保药品质量和安全具有重要意义。随着药品招标和集中带量采购的推进，药品配送集中度提高，药品配送企业的选择对医疗机构、患者和药品生产企业来说都至关重要，因此需要制定一个科学合理的遴选方案，以确保配送的高效性、安全性和可靠性。

（3）临床病例分析：为了收集临床上罕见和常见的疑难病例，供广大医务工作者参考，同时体现了公司对产品和患者高度负责任的态度。

（4）医院使用情况分析：公司产品自上市以来，在全国各级医院得到了广泛应用，对医院使用情况的观察和分析是对患者治疗效果的关注，也是摸清产品应用情况的需要。

2.报告期公司开展 60 余场产品及学术推广及宣传会议。主要内容包括公司产品相关的临床疗效专题研讨、宣传产品学术知识、产品及临床使用介绍、介绍产品安全性及治疗效果、企业形象等，参加人次 3,200 余人次，发生费用合计 616 万元。

二、销售人员情况统计表

| 项目 | 2023 年上半年度 | 2022 年上半年度 | 变动率 |
|---|---|---|---|
| 销售人员数量 | 44 | 47 | -6.38% |
| 人力成本（万元） | 220.75 | 277.07 | -20.33% |

由上表可见，报告期公司销售人员基本稳定，同比减少 3 人，降幅为 6.38%，对应的人力成本却下降 20.33%，主要系报告期销售人员减员及销售提成减少所致。

公司昆明销售中心统一负责管理销售业务，包括销售政策的制定，配送商与服务商的选择和管理，销售合同的签订，专业化的学术推广及学术支持，并负责售后服务工作。

昆明销售中心设立综合内务部、学术推广部和招投标部等部门，并根据区域和产品的特点实施产品销售、学术推广工作，与配送商和服务商建立长期稳定的合作关系。公司已形成覆盖全国（除港、澳、台地区）的营销网络。

随着带量采购、DRGs、DIP 等政策在全国范围内全面展开，为稳定销售，促进增长，公司通过探索销售渠道整合，进一步掌控终端销售网络、建立直接配送体系、完善配送渠道，实现以直接配送销售为主的销售模式。同时强化存量市场，积极开发空白医疗机构，启动民营医疗机构、第三终端市场的开发及销售，从而保证公司的销售市场份额。

三、同行业可比公司销售费用占营业收入比例的对比情况：

| 同行业可比公司 | 销售费用（万元） | 销售费用占营业收入比例（%） |
|---|---|---|
| 神威药业 | 102,515.00 | 42.74 |
| 龙津药业 | 2,847.32 | 65.25 |
| 上海凯宝 | 41,436.76 | 48.96 |
| 中恒集团 | 69,847.95 | 47.21 |
| 珍宝岛 | 41,487.43 | 16.02 |
| 平均销售费用率 | 44.04 | |
| 公司报告期销售费用总额 | 3,032.50 | |
| 公司报告期销售费用占营业收入比例 | 50.91 | |

注：同行业可比公司数据来源于 2023 年半年报

各公司药品由于在治疗领域、销售渠道、销量、品种多寡、市场知名度、认可度、报告所合并子公司数量及配送业务规模情况等方面存在较大差异，因此开展的宣传及推广力度也不一致，导致各公司销售费用占营业收入比例存在差异，但医药行业特别是中医药行业销售费用率整体处于较高水平。公司销售费用总额较同行业可比上市公司虽然很低，但占公司营业收入的比例略高于可比上市公司的平均水平，主要原因系公司由于药品品种较少而且销量不大，销售公司配送业务营业收入占比较低，加上受药品集中带量采购等诸多不利因素的影响，产品销量下滑，公司为能保住现有市场份额，持续开展市场推广工作增加了费用支出所致。

（3）说明销售费用支付对象中是否涉及公司经销商、关联方、公司员工或其他利益相关方，公司是否存在为他方垫付资金、承担费用等变相利益输送情况；

回复：

公司报告期内向 76 家服务商进行服务采购，包括市场调研（咨询）、学术推广、产品推广等相关营销服务，按照合同约定，款项直接支付给服务商。服务商均不是公司的经销商及关联方。公司不存在为他方垫付资金、承担费用等变相利益输送情况；亦不存在通过销售费用将款项间接支付给经销商从而实现销售回款的情形。

（4）说明公司相关营销活动及费用支出的申请、审批流程及负责人，形成的相关单证，以及公司确保销售费用真实性、合规性的具体措施。

回复：

为了有效规范营销及学术推广行为，在合作服务商筛选、服务协议签订、服务项目落实检查、发票管理、付款审批等环节建立了严格的内部控制制度。公司根据《市场费用管理制度》、《货币资金管理办法》等相关制度的规定支付市场费用。

营销活动及费用支付的具体内控流程如下：

一、公司省区经理为遴选目标服务供应商的第一责任人，省区经理结合当地市场情况与目标服务供应商进行接洽，充分了解对方的情况。并对服务供应商进行审核，包括但不限于相关资质、证照、人员情况、业务情况、报税情况等。

二、公司昆明销售中心负责对服务供应商进行尽职调查，完成《服务供应商风险评估表》，并对服务供应商提供纸质版资料备案。省区经理对目标服务供应商进行实地走访，核查无误后，填写《服务供应商审批表》，并交销售总监审批，审批后纳入合格供应服务商库。

三、省区经理根据市场情况及费用预算提起合作申请，申请表上注明合作的服务供应商、活动费用预算、地点、时间、预计达到的目的，提交昆明销售中心综合内务部负责人审核，销售总监审批。

四、昆明销售中心综合内务部负责在公司发起合同审批流程，经昆明销售中心综合内务部负责人、财务总监、分管总监、总经理审核同意后，省区经理与服务供应商签订服务协议书。

五、省区经理负责督促服务供应商严格执行服务协议，检查其是否按照协议中的条款进行市场服务工作；是否在整个项目完成过程中有违约、违规、不达标等行为；是否达到服务预期目的；是否按照合同约定形成完整的服务成果报告。服务供应商向公司提供相关资料，包括但不限于：咨询调研市场分析、竞品分析、临床病例分析、医院使用情况分析、配送商遴选分析、市场前景分析等信息资料；

学术会议资料包括相关会议议程、会议文件、签到表、幻灯片、照片、效果评估报告及访谈问卷等资料；其他相关材料。

六、昆明销售中心综合内务部根据服务供应商提供的合格成果报告及服务发票，在 OA 系统发起服务费用的审批流程，经昆明销售中心综合内务部负责人、销售总监、财务审核员、财务总监审核同意后公对公付款。

问题三、关于业务结构。2021 年 10 月，公司《关于大理药业股份有限公司募集资金补流事项的监管工作函》的回复公告显示，公司拟将 1.05 亿元募集资金永久补流，其中 8000 万元用于商业配送项目铺底流动资金，新增商业配送业务。公司子公司大理药业销售有限公司于 2020 年 10 月成功取得配送资质，并签订了为期 3 年的《大理州公立医疗卫生机构药品配送服务协议》（以下简称配送服务协议）。定期报告显示，截至目前公司尚未有商业配送业务收入。

请公司：（1）补充披露用于商业配送项目铺底流动资金的实际使用情况；（2）结合配送服务协议执行情况，说明商业配送业务的具体开展情况，未实际产生收入的具体原因及障碍；（3）结合公司目前主业经营状况、业绩表现及未来战略规划，说明公司持续经营能力是否存在不确定性，公司已采取及拟采取的措施。

（1）补充披露用于商业配送项目铺底流动资金的实际使用情况；

回复：

2021 年 10 月 12 日，公司召开了第四届董事会战略委员会 2021 年第二次会议、第四届董事会第八次会议、第四届监事会第七次会议，审议通过了《关于将已终止的募集资金投资项目剩余募集资金及部分闲置募集资金永久补充流动资金的议案》，公司独立董事、监事会及保荐机构对该事项发表了明确同意意见，同意将已终止募集资金投资项目剩余募集资金及部分闲置募集资金永久性补充流动资金，并同意将该议案提交公司股东大会审议；2021 年 10 月 28 日，公司召开了 2021 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于将已终止的募集资金投资项目剩余募集资金及部分闲置募集资金永久补充流动资金的议案》。

2021 年 11 月 12 日，公司将永久补充流动资金 1.05 亿元存入公司自有资金账户。根据《关于将已终止的募集资金投资项目剩余募集资金及部分闲置募集资金永久补充流动资金的议案》，永久补充流动资金 1.05 亿元中的 8,000 万元专项用于商业配送项目，但由于三、（2）中所述原因，截至目前该资金尚未投入商业配送项目。为此，公司履行了相关的审批流程后，将暂时闲置的自有资金购买了理财产品，从而增加了公司收益。

公司使用暂时闲置自有资金投资理财的具体情况如下：

| 受托方名称 | 理财产品名称 | 收益类型 | 购买金额（万元） | 起息日 | 到期日 | 收益（万元） | 预计年化收益率 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 建设银行大理分行 | 建信理财“惠众”（日申周赎）开放式净值型人民币理财产品 | 固定收益类，非保本浮动收益型 | 10,000.00 | 2022 年 1 月 13 日 | 无固定期限，最长不超过一年 | 215.29 | - |
| 建设银行大理分行 | 中国建设银行云南省分行单位人民币定制型结构性存款 | 保本浮动收益型产品 | 8,000.00 | 2023 年 1 月 18 日 | 2023 年 7 月 18 日 | 122.98 | - |
| 建设银行大理分行 | 中国建设银行云南省分行单位人民币定制型结构性存款 | 保本浮动收益型产品 | 7,000.00 | 2023 年 8 月 9 日 | 2024 年 2 月 9 日 | | 1.7%—3.0% |

（2）结合配送服务协议执行情况，说明商业配送业务的具体开展情况，未实际产生收入的具体原因及障碍；

回复：

公司自 2021 年度开始产生商业配送收入，各年商业配送收入情况如下：

| 年度 | 商业配送收入（万元） | 占主营业务收入比例（%） |
|---|---|---|
| 2021 年度 | 46.22 | 0.27 |
| 2022 年度 | 95.77 | 0.72 |
| 2023 年半年度 | 55.23 | 0.95 |

由上表可见，商业配送业务基数小、占比低，商业配送业务的增长缓慢的具体原因及障碍如下：

公司发展遇到的困难较多，配送业务的开展情况不如预期。就配送业务而言，目前公司所面临的问题是产品少，市场配送份额小、配送企业多、竞争大，上下游的资源缺失、业务拓展困难，没有成熟的销售团队等方面的原因。具体表现在：

一、因公司进入该领域时间较短，医院有长期合作的供货单位，不愿意更换或者调整配送企业。医院配送的竞争激烈，很多品种购进成本已经高于中标价格，现在有很多配送企业为了抢占市场份额都是负毛利配送。

二、与上游厂商争取商业配送合