



信永中和会计师事务所

ShineWing
certified public accountants

北京市东城区朝阳门北大街
8号富华大厦A座9层

9/F, Block A, Fu Hua Mansion,
No.8, Chaoyangmen Beidajie,
Dongcheng District, Beijing,
100027, P.R.China

联系电话: +86(010)6554 2288
telephone: +86(010)6554 2288

传真: +86(010)6554 7190
facsimile: +86(010)6554 7190

关于对大理药业股份有限公司 2018 年年度报告 的事后审核问询函的回复

上海证券交易所:

贵所发来的关于对大理药业股份有限公司（以下简称“上市公司”、“公司”或“大理药业”）2018 年年度报告的事后审核问询函（上证公函【2019】0664 号）已收悉，经本所与大理药业共同实施核查程序，对贵所的审查意见中涉及会计师的部分回复如下：

【问询函】

问题 2. 销售费用大幅增长。公司上市以来销售费用大幅增加。2017 年公司销售费用 1.07 亿，同比增长 3.58 倍，占当期营业收入近 39%；2018 年公司销售费用 2.7 亿，同比增加 1.52 倍，占当期营业收入近 67%，高于同行业平均水平。其中，报告期内，公司促销、推广费 2.55 亿元，较上年同期增长 188.35%。公司解释销售费用大幅增长是由于“两票制”全面推行，销售费用由原代理商承担，转移至公司自身，公司在开展销售活动时，再将部分工作委托给第三方，并与第三方签订相关协议，约定其相关服务内容，由其协助公司进行会议和宣传活动的组织、部分市场信息的收集及分析等，在服务完成后，由其提供服务相关的业务资料进行结算，公司以对公汇款形式支付相关费用。请公司补充披露：

（1）公司报告期内促销及推广费的具体内容、金额，具体科目确认的依据，以及公司报告期内开展的主要会议、宣传活动情况，包括但不限于场次、参加人数、费用等；（2）结合公司与第三方推广服务商签订的协议条款、第三方服务代理商提供的各项服务内容，具体说明各项服务内容涉及的销售费用确认的依据及条件；（3）报告期内销售费用支付的前五名对象及交易金额、是否涉及关联方、服务的主要内容、签订协议的主要内容、涉及费用的会计处理情况；（4）分析说明在主要产品销售大幅下滑情况下，公司销售费用大幅上涨是否合理，并结合同行业同类型产品的可比公司情况，说明公司销售费用率明显高于行业平均水平的原因和合理性；（5）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，以及公司是否有相关措施确保销售费用真实性、合规性；（6）请会计师核查并发表意见。

公司回复：

一、 公司报告期内促销及推广费的具体内容、金额，具体科目确认的依据，以及公司报告期内开展的主要会议、宣传活动情况，包括但不限于场次、参加人数、费用等；

公司 2018 年促销费及推广费的具体构成如下：

项目	金额（万元）	占比
推广会议费	12,618.50	49.40%
咨询费	11,584.95	45.36%
宣传费	1,306.20	5.11%
其他	32.52	0.13%
合计	25,542.17	100.00%

推广会议费、咨询费、宣传费的区别是：1、推广会议费指学术及市场推广，主要系通过培训会议，向医生提供疾病医学信息、产品使用方法等；2、咨询费指信息收集及市场调研，主要包括对政策法规、产品销售情况、客户满意度、不良反应信息等内容的收集；3、宣传费指品牌宣传，主要包括向销售客户说明公司产品的优势和对应用途，提升客户对品牌的认知及市场投放广告提升公司及品牌认知。三种费用按照提供服务的成果、推广人群、提供发票的服务类型分别计入对应费用科目。

公司与第三方合作，对单次服务签订协议，根据协议的约定及提供服务实际完成的时间，依据每次提供的服务内容以及第三方提供的结算资料确认具体销售费用，各项费用入账凭证依据详见“问题 2. 二”之回复。

报告期公司开展 1800 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 86,000 余人次，发生费用合计 13,000 万余元。

公司五次大型推广宣传活动（按单次发生额）情况如下：

序号	会议主题	会议地点	人数	参会人员	费用（万元）	确认内容
1	推广醒脑静注射液临床应用的效果及安全性	青海	80 人	销售客户	29.80	宣传费
2	推广醒脑静注射液的临床疗效和药理作用	浙江	152 人	医院医师	21.50	推广会议费
3	引导医生、患者合理用药，理性对待疾病，了解醒脑静注射液	贵州	118 人	医院医生以及患者	20.00	推广会议费
4	普及醒脑静注射液知识，提升品牌意识	陕西	106 人	医生、专家、学者	12.50	推广会议费
5	普及醒脑静注射液知识，提升品牌意识	陕西	103 人	销售客户	12.00	宣传费

二、 结合公司与第三方推广服务商签订的协议条款、第三方服务代理商提供的各项服务内容，具体说明各项服务内容涉及的销售费用确认的依据及条件；

(1) 推广会议费：公司与第三方签订的产品推广服务协议，主要内容涉及：推广服务商按照双方约定的期限及区域提供专业性的学术介绍、临床疗效等相关服务（主要为医疗机构），包括根据合作期限内公司的品牌推广目标，制定推广思路及工作计划，提出包括但不限于市场拓展策略、品牌推广规划等方面，并负责实施；在合同约定范围内对相关人员进行培训；负责推广活动材料的整理，包括会议交流材料的整理；公司应于推广服务商提交服务成果验收合格并收到发票后七个工作日内付清服务费。就已完成的推广活动，服务代理商需提交以下资料：签订的服务协议及推广活动总结，包括但不限于会议通知、会议计划、会议内容、签到表、会议总结等，同时公司完成费用申请及相关审批手续后，依此入账凭证及服务发生的时间在恰当的会计期间确认为“推广会议费”。

(2) 咨询费：公司与第三方签订的咨询服务协议或调研服务协议，主要内容涉及：推广服务商按照双方约定的期限及区域提供专业性的调研咨询服务，通过各种专业化的服务，进行具体深入的市场咨询、调研，包括根据合作期限内公司的市场调研、咨询，制定相关思路及工作计划，提出包括但不限于市场调研、咨询等方面，并负责实施；负责公司市场策略研究工作，在分析目标客户的基础上，作出适合于品牌的行之有效的市场策略和具体实施计划；走访和调研，在合同约定的范围内对公司品牌进行调研走访；形成市场调查服务报告或销售市场预测咨询报告；公司应于推广服务商提交服务成果验收合格并收到发票后七个工作日内付清服务费。就已完成的咨询、调研服务活动，服务代理商需提交以下资料：签订的咨询协议或调研服务协议、产品咨询报告或市场调研报告等，同时公司完成费用申请及相关审批手续后，依此入账凭证及服务发生的时间在恰当的会计期间确认为“咨询费”。

(3) 宣传费：公司与第三方签订的品牌宣传服务协议，主要内容涉及：推广服务商按照双方约定的期限及区域提供品牌、产品使用等相关服务（主要为销售客户），负责公司市场策略宣传研究工作，在合同约定范围内对公司品牌进行市场宣传服务；负责宣传资料整理，包括宣传报告的出具；公司应于推广服务商提交服务成果验收合格并收到发票后七个工作日内付清服务费。就已完成的宣传服务活动，服务代理商需提交以下资料：签订的服务协议及宣传活动总结，包括但不限于会议通知、会议计划、会议内容、签到表、会议总结等，同时公司完成费用申请及相关审批手续后，依此入账凭证及服务发生的时间在恰当的会计期间确认为“宣传费”。

三、 报告期内销售费用支付的前五名对象及交易金额、是否涉及关联方、服务的主要内容、签订协议的主要内容、涉及费用的会计处理情况；

报告期公司推广服务商共 592 家，其中促销及推广费前五名情况如下：

序号	单位	是否关联方	服务内容	金额（万元）
1	上海灿标医疗科技有限公司	否	主要提供咨询及推广服务	406.10
2	江西一心医药有限公司	否	主要提供咨询及推广服务	392.78
3	贵州美林康咨询有限公司	否	主要提供咨询及推广服务	350.20
4	西安丰泽广告文化传播有限公司	否	主要提供咨询、推广及宣传服务	345.83
5	乌鲁木齐诚圣荣信医药咨询有限公司	否	主要提供咨询服务	335.79
合计		-	-	1,830.70

(1) 上海灿标医疗科技有限公司主要针对胞二磷胆碱注射液对医生进行产品及学术推广，同时为公司的销售活动提供市场咨询及调研服务。就产品及学术推广服务而言，上海灿标医疗科技有限公司主要通过专题研讨学术会的形式，推广胞二磷胆碱注射液的临床使用等学术知识；就咨询服务而言，上海灿标医疗科技有限公司主要以咨询调研的方式，为公司提供胞二磷胆碱注射液市场调研报告等。

(2) 江西一心医药有限公司主要针对醒脑静注射液及少量参麦注射液对医生进行产品及学术推广，同时为公司的销售活动提供市场咨询及调研服务。就产品及学术推广服务而言，江西一心医药有限公司主要通过会议的形式，推广醒脑静注射液的运用等学术知识；就咨询服务而言，江西一心医药有限公司主要以咨询调研的方式，为公司提供醒脑静注射液使用调研报告等。

(3) 贵州美林康咨询有限公司主要针对醒脑静注射液及少量参麦注射液对医生进行产品及学术推广，同时为公司的销售活动提供市场咨询及调研服务。就产品及学术推广服务而言，贵州美林康咨询有限公司主要通过会议的形式，推广醒脑静注射液的运用等学术知识；就咨询服务而言，贵州美林康咨询有限公司主要以咨询调研的方式，为公司提供醒脑静注射液使用调研报告等。

(4) 西安丰泽广告文化传播有限公司主要针对醒脑静注射液及少量参麦注射液对医生进行产品及学术推广，为公司的销售活动提供市场咨询及调研服务，为公司醒脑静注射液品牌对销售客户进行宣传服务。就产品及学术推广服务而言，西安丰泽广告文化传播有限公司主要通过会议的形式，推广醒脑静注射液的运用等学术知识；就咨询服务而言，西安丰泽广告文化传播有限公司主要以咨询调研的方式，为公司提供醒脑静注射液的使用情况及市场容量等调研报告等。就品牌宣传服务而言，西安丰泽广告文化传播有限公司主要以会议的形式，宣传公司企业形象、产品简介、使用注意事项及使用建议等。

(5) 乌鲁木齐诚圣荣信医药咨询有限公司主要针对醒脑静注射液及参麦注射液提供市场咨询及调研服务。就咨询服务而言，乌鲁木齐诚圣荣信医药咨询有限公司主要以咨询调研的方式，为公司提供醒脑静注射液及参麦注射液产品的使用情况、销售情况及治疗作用等调研报告等。

推广服务完成后，公司根据该次服务的推广协议、推广活动总结资料、费用申请、公司呈批单等凭证，审核服务商相关工商及税务信息后，以此作为入账依据；咨询服务完成后，公司根据该次服务的咨询协议、调查报告、费用申请、公司呈批单等凭证，审核服务商相关工商及税务信息后，以此作为入账依据；品牌宣传服务完成后，公司根据该次服务的品牌宣传服务协议、宣传活动总结资料、费用申请、公司呈批单等凭证，审核服务商相关工商及税务信息后，以此作为入账依据，及时计提具体销售费用，后期根据公司相关制度进行逐步支付，会计处理符合会计准则规定。

四、 分析说明在主要产品销售大幅下滑情况下，公司销售费用大幅上涨是否合理，并结合同行业同类型产品的可比公司情况，说明公司销售费用率明显高于行业平均水平的原因和合理性；

由于各省市“两票制”政策推行的时间先后不一，2017年公司产品销售区域陆续推行“两票制”，2018年全面推行“两票制”，“两票制”全面实施后销售费用由代理商转移至公司自身。同时受到医药监管新政、医药流通体制改革和医保用药控费等政策影响，产品销量下滑明显，公司为能保住现有市场份额，进一步加大了市场推广费用投入，故公司2018年销售费用大幅上涨。

“两票制”实施之前，公司销售模式采用区域代理制，即公司通过各区域代理商将产品分销到各家终端医院，公司负责生产和区域代理商管理，获取生产和销售环节利益，代理商负责区域渠道开拓、市场和学术推广工作，获取区域销售环节利益，配送商负责将药品配送至终端医院，获取固定比例（行业惯例一般为药品终端价格的8%-15%）的配送收益。“两票制”实施以后，公司继续负责生产、区域管理等方面的职能，但产品不經由代理商流通，而是由公司直接销售给配送商，并由配送商直接销售至医院，公司相关产品的销售单价提高至原代理商向配送商销售的价格，即同等销量下，公司销售收入提升；区域渠道开拓、市场和学术推广等工作由推广服务商承担，公司就相关的区域渠道开拓、市场和学术推广等工作向其支付服务费，公司销售费用支出大幅增加。同时受到医保控费、辅助用药限制等政策因素影响，公司必须加大市场营销力度，积极开发非医保市场及私立医院等增量市场的开拓，因此2017、2018年度公司销售费用呈现逐年增加的趋势。

按照主营产品的可比性选取了以下同行业可比公司：龙津药业2018年度营业收入为3.36亿元，其中中药冻干粉针剂销售占比为100%；神威药业2018年度营业收入为25.70亿元，其中注射液产品销售占比为52.31%；上海凯宝2018年度营业收入15.01亿元，其

中针剂销售占比 94.22%；中恒集团 2018 年营业收入 32.99 亿元，其中中药注射液销售占比 90.96%；珍宝岛 2018 年营业收入 27.81 亿元，其中中药制剂销售占比 59.12%。报告期内，公司同行业可比公司销售费用情况如下：

同行业可比公司	销售费用（万元）	销售费用占营业收入比例（%）
龙津药业	24,260.77	72.21
神威药业	99,735.10	38.80
上海凯宝	77,351.29	51.54
中恒集团	211,904.00	64.24
珍宝岛	87,662.67	31.52
同行业报告期内销售费用占营业收入比例（%）		51.66
公司报告期内销售费用总额（万元）		27,091.00
公司报告期内销售费用占营业收入比例（%）		67.48

注：同行业数据来源于公司 2018 年年度报告，同行业平均数据系为 5 家公司的算术平均数。

受到公司主要产品治疗领域、性质、性状、销售渠道、市场知名度及认可度不一致的影响，以及各公司宣传及推广力度不一致，导致各公司销售费用占营业收入比例存在差异，但医药行业销售费用率整体处于较高水平。公司受市场认可程度及医药监管新政、医药流通体制改革和医保用药控费等政策的影响，产品销量下滑明显，公司为能保住现有市场份额，进一步加大了市场推广费用投入，因此销售费用占营业收入比例高于同行业平均水平，并处于可比公司靠前位置。

五、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，以及公司是否有相关措施确保销售费用真实性、合规性；

公司在年初制定年度市场推广计划，对全年市场推广做年度安排后，由销售中心根据区域和产品的特点制定营销策略，实施产品招商及学术推广工作，并与第三方推广服务商合作，通过学术推广或学术研讨会、市场调研及产品咨询活动等，传递产品最新信息，收集客户及药品不良反应等信息，从而提高产品的知名度和医生认可度，更好的为产品最新的临床应用研究提供保障。

费用达到结算条件时，服务商将相关结算资料提交至公司销售中心，由该中心经办人员提出费用支付申请，经由部门负责人、销售总监、财务部负责人及财务总监审批后方可按公司制度进行支付，同时公司形成一套完整的费用支付资料，包括：合同审批表、费用申请、与第三方公司签订的服务协议、成果报告（包括会议记录、会议图片、调研报告等成果资料）、付款申请单、服务发票及汇款凭证等。在与第三方公司签订服务协议前，由销售中心审核服务商资质；在实际支付费用时要求服务商提供相关完税证明等，以监督和保证公司发生的推广或咨询费用真实、合规。

会计师意见:

我们在 2018 年财务报表审计过程中, 关注销售费用的发生及完整性, 设计并执行包括但不限于以下审计程序: (1) 了解医疗政策变动情况, 分析是否与公司经营情况相符; (2) 对销售费用实施分析程序, 对销售费用率做多期对比, 对月波动合理性进行分析; 并选取了同行业上市公司数据, 进行可比分析; (3) 我们获取公司销售费用支出预算、合同台账、原始凭证等资料, 进行抽凭检查, 检查用款申请是否进行相关审批, 合理评估该部分费用处理是否在合理范围内, 费用报销是否符合规定、原始单据是否齐全, 是否经过恰当审批; (4) 对销售费用进行截止测试, 检查是否存在重大跨期情况。

我们认为, 公司 2018 年度销售费用大幅增长主要系“两票制”实施后公司销售环节发生了一定变化, 销售费用由代理商转移至公司自身所致, 销售费用大幅增加符合行业及公司实际情况, 也与我们执行相关审计程序后了解的情况一致。同时公司的销售费用发生和完整性认定具有适当证据, 列报恰当, 内部控制得到有效执行, 据实反映公司实际情况, 未发现主要支付对象为关联方的情况, 公司销售费用的确认符合会计准则相关规定。

问题 3. 分季度财务数据变动较大。年报显示, 公司 2018 年各季度营业收入差异较小, 但分季度净利润、扣非后净利润、经营活动现金流差异较大。其中, 第二季度净利润为-778 万元, 扣非后净利润为-949 万元, 其余各季度净利润、扣非后净利润均为正; 第四季度扣非后净利润为 67 万元, 远低于第一、第四季度。同时, 四个季度经营活动产生的现金流量净额差异较大。请补充披露: (1) 结合公司主要产品销售情况、业务特点、经营模式、费用计提情况等, 以及同行业可比公司情况, 分析各季度净利润、扣非后净利润、经营活动产生的现金流量等财务数据变动较大的原因; (2) 净利润与经营活动现金流出现背离的原因; (3) 请会计师核查并发表意见。

公司回复:

一、结合公司主要产品销售情况、业务特点、经营模式、费用计提情况等, 以及同行业可比公司情况, 分析各季度净利润、扣非后净利润、经营活动产生的现金流量等财务数据变动较大的原因;

报告期内, 公司各季度收入、成本及费用情况如下:

单位: 万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	11,008.49	9,290.07	10,395.77	9,453.98
营业成本	2,480.55	1,374.37	2,225.32	1,862.92
毛利率	77.47%	85.21%	78.59%	80.29%
销售费用	6,284.26	7,483.04	7,108.78	6,214.93

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
销售费用率	57.09%	80.55%	68.38%	65.74%
扣除销售费用模拟毛利率	0.47	0.24	0.32	0.42
管理费用	1,117.58	1,089.31	617.86	605.15
管理费用率	10.15%	11.73%	5.94%	6.40%
净利润	866.82	-778.24	452.04	529.42
非经常性损益	231.32	171.11	384.19	51.21
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	635.50	-949.35	67.85	478.21

注：扣除销售费用模拟毛利率=（主营业务收入-主营业务成本-销售费用）/（主营业务收入-销售费用）

公司各季度主要产品销售情况：

单位：万 ml

品种及类别	2018 年一季度	2018 年二季度	2018 年三季度	2018 年四季度
醒脑静注射液	2,896.48	951.59	1,801.59	1,890.91
参麦注射液	8,572.50	6,206.58	7,826.31	7,164.53

依据公司经营模式及产品特点，销售没有明显的季节性波动。第一季度销量较好，在计提停工损失的影响下仍能保持较好的业绩；第二季度销量受到河北、四川等省市发布与公司产品有关的辅助用药/重点监控药品相关政策及医保控费的影响，销量明显下滑，为此公司加大推广宣传力度，销售费用增长较快，同时公司在本季度还计提了停工损失，双重因素导致公司净利润下降至-778.24 万元；第三季度在公司积极销售的带动下市场有所回暖，公司销量回升带来了扭亏为盈；第四季度公司销量趋于平稳，净利润增加至 529.42 万元。

报告期内，公司各季度经营活动产生的现金流量各项目明细如下：

单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	10,527.37	10,278.97	11,491.25	12,703.19
收到其他与经营活动有关的现金	892.43	288.98	70.77	159.63
经营活动现金流入小计	11,419.80	10,567.95	11,562.02	12,862.82
购买商品、接受劳务支付的现金	1,496.62	970.55	590.70	1,319.82

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
支付给职工以及为职工支付的现金	709.92	833.02	743.21	805.53
支付的各项税费	1,954.91	1,774.71	1,603.27	2,102.50
支付其他与经营活动有关的现金	5,111.92	5,557.18	5,074.98	7,952.20
经营活动现金流出小计	9,273.37	9,135.46	8,012.16	12,180.05
经营活动产生的现金流量净额	2,146.43	1,432.49	3,549.86	682.77

公司各季度的经营活动产生的现金流量净额均为正数，在各季度中的差异主要是：第一季度收到政府补助拨款；第三季度公司销售回款增加，经营活动产生的现金流量净额涨幅较大；第四季度大幅减少系公司年末支付的市场推广费用增加所致。

同行业可比公司各季度的净利润、归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润、经营活动产生的现金流量净额情况如下：

单位：万元

同行业可比公司	指标	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
龙津药业	净利润	724.22	368.04	360.13	-65.37
	归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	446.26	-387.64	-235.81	472.21
上海凯宝	净利润	9,958.08	8,355.61	5,531.45	-1,163.90
	归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	9,772.52	7,949.27	4,744.65	1,418.92
中恒集团	净利润	11,761.99	21,939.12	14,064.54	13,569.55
	归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	10,908.73	15,009.05	13,822.07	11,641.82
珍宝岛	净利润	15,712.32	9,104.53	12,454.56	8,972.24
	归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	11,980.11	5,305.36	12,266.58	7,548.84

续表

同行业可比公司	指标	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
龙津药业	经营活动产生的现金流量净额	1,134.33	-710.03	442.15	2,303.43
上海凯宝	经营活动产生的现金流量净额	1,520.66	9,300.86	7,256.30	8,158.32
中恒集团	经营活动产生的现金流量净额	17,108.64	20,355.41	28,611.53	19,264.40
珍宝岛	经营活动产生的现金流量净额	448.13	7,277.65	20,187.06	8,827.47

如上表所示，各公司均依据实际生产经营情况对报表作出列示，同行业可比公司分季度的指标无明显规律可循，因此公司分季度财务数据与其不具有明显可比性。

二、 净利润与经营活动现金流出现背离的原因；

公司一季度盈利且经营活动现金流为正数，两个指标无背离情况；二季度净利润亏损、经营活动现金流为正数，主要原因系受当期销量下滑、计提停工损失及存货销毁的影响，净利润出现亏损，但经营活动现金流量同时受到销量及货款实际到账时间的影响，且计提停工损失及存货销毁不影响经营活动现金流，因此当期两个指标出现背离；三季度盈利且经营活动现金流为正数，且当期货款回款情况良好，收到的现金有所增加，经营活动现金流净流入增加；四季度盈利且经营活动现金流为正数，但当期销售费用支付金额增加，因此当期现金流出增加，经营活动现金流净流入减少。

会计师意见：

我们认为，公司 2018 年报披露的各季度净利润、扣非后净利润、经营活动产生的现金流量出现波动合理，分季度的净利润与经营活动现金流虽出现背离，但符合公司的实际经营情况。公司上述与财务报表相关的回复说明与我们在执行公司 2018 年财务报表审计过程中了解的信息一致。

问题 4. 存货及存货销毁。报告期内，因公司销售计划未能如期实现公司按规定销毁了到效期产品存货 330.53 万元。同时，公司报告期末存货账面余额近 6963 万元，其中包括原材料近 5084 万元、在产品 603 万元、库存商品 806 万元等，仅库存商品计提存货跌价准备 201 万元。公司于 2017 年也按规定销毁了到效期产品存货 329.42 万元。请公司补充披露：（1）公司报告期内销毁的到效期产品存货涉及的具体产品及销毁原因；（2）存货中原材料、在产品、库存商品的明细项目及金额；（3）2017 年公司报告期末库存商品账面余额为 2703 万元，仅计提存货跌价准备 84.3 万元。结合公司报告期内销毁存货的情况，说明公司是 2017 年存货跌价准备是否计提充分、合理；（4）结合公司存货构成及其保质期，说明公司未来是否可能继续存在存货销毁的情况及其对公司的影响；（5）结合用药限制等政策措施以及公司的产销情况，说明公司存货跌价准备是否计提充分；（6）请会计师核查并发表意见。

公司回复：

一、 公司报告期内销毁的到效期产品存货涉及的具体产品及销毁原因；

公司 2018 年销毁的到效期产品存货 329.42 万元涉及的具体产品为醒脑静注射液。销毁原因：公司受到医药监管新政、医药流通体制改革和医保用药控费等政策影响，

根据 2017 版医保目录，公司主要产品醒脑静注射液限二级及以上医疗机构采购使用，并且在医保支付范围的适用症上限定在有中风昏迷、脑外伤昏迷或酒精中毒昏迷抢救的患者使用，随着相关政策的执行，对公司产品的销售带来了较大的压力，公司销售计划未能如期实现，公司销毁到效期产品。

二、 存货中原材料、在产品、库存商品的明细项目及金额；

公司期末原材料、在产品、库存商品主要构成表：

项目	产品名称	金额（万元）	占各项目比例
原材料	红参	4,320.27	84.97%
	人工麝香	565.27	11.12%
	其他产品	199.05	3.91%
	小计	5,084.59	100.00%
在产品	参麦注射液	147.62	24.47%
	醒脑静注射液	452.98	75.08%
	其他产品	2.74	0.45%
	小计	603.34	100.00%
库存商品	参麦注射液	348.78	43.25%
	醒脑静注射液	235.97	29.26%
	亮菌甲素注射液	159.07	19.72%
	胞二磷胆碱注射液	62.67	7.77%
	小计	806.49	100.00%

三、 2017 年公司报告期末库存商品账面余额为 2703 万元，仅计提存货跌价准备 84.3 万元。结合公司报告期内销毁存货的情况，说明公司 2017 年存货跌价准备是否计提充分、合理；

公司 2017 年存货减值准备计提情况如下所示：

单位：万元

项目	存货原值	存货减值准备			
		年初余额	本年计提	本年转回 或转销	年末余额
在产品	926.96	46.41	4.44	0.00	50.85
库存商品	2,703.73	5.39	84.30	5.39	84.30
合计	3,630.69	51.80	88.74	5.39	135.15

2017 年，公司存货不存在已过有效期报损的存货，年末公司分析存货库龄，结合产品有效期及公司销售计划，共计提存货跌价准备 135.15 万元，2017 年存货跌价准备已计提充分、合理。2018 年公司实际未能如期完成销售计划，库存产品到效期已成事实，故根据 2018 年实际情况，公司销毁存货 329.42 万元。

四、 结合公司存货构成及其保质期，说明公司未来是否可能继续存在存货销毁的情况及其对公司的影响；

截止 2018 年 12 月 31 日，公司存货库龄如下所示：

单位：万元

项目	产品名称	保质期	金额	其中：一年内到期	两年内到期	计提减值金额
原 材 料	红参	无明确规定	4,320.27			
	人工麝香	2 年	565.27	565.27		
库 存 商 品	参麦注射液	2 年	348.78	0.01	348.77	0.01
	醒脑静注射液	2 年	235.97	64.13	171.84	64.13
	亮菌甲素注射液	2 年	159.07	159.07		137.81
	胞二磷胆碱注射液	2 年	62.67	13.06	49.61	

公司原材料主要系红参，红参没有规定有效期。根据 GMP 要求，没有规定有效期的物料应确定贮存期。应根据稳定性试验结果确定原辅料的贮存期。公司原料红参贮存已满两年，根据公司的稳定性试验结果及日常监控的数据显示，红参仍为有效原材料，不存在到效期减值迹象。人工麝香虽库龄为一年内到期，但期后该部分原料已消耗完毕，不存在减值迹象。

受到 2017、2018 年连续两年销售下滑的影响，公司在 2018 年下半年已及时调整产品生产计划及销售，合理安排生产。在期末认真分析存货库龄，结合产品有效期及公司销售计划，公司未来可能继续存在存货销毁的情况，但公司已充分考虑该情况，并已计提减值准备 201.95 万元，未来对公司影响较小。

五、 结合用药限制等政策措施以及公司的产销情况，说明公司存货跌价准备是否计提充分；

2018 年 8 月 3 日，国务院公布了《关于改革完善医疗卫生行业综合监管制度的指导意见》，提出要建立综合监管制度，健全多元化综合监管体系；严控辅助用药，推行临床应用评价标准；破除以药养医，控制医疗费用不合理增长。2018 年 12 月 12 日，国家卫健委发布《关于做好辅助用药临床应用管理有关工作的通知》，强调将制订和公布全国版

辅助用药目录，明确医疗机构辅助用药范围，对辅助用药管理目录中的全部药品进行重点监控。辅助用药更是监控的重点，若公司产品列入辅助用药管理目录，产品销售将带来进一步的挑战。

2018年9月19日，国务院发布了《关于完善国家基本药物制度的意见》，提出了以省为单位明确公立医疗机构基本药物使用比例，不断提高医疗机构基本药物使用量。10月25日，国家卫健委发布《关于印发国家基本药物目录（2018年版）的通知》，公司主要产品参麦注射液已被列入基本药物目录中，带来了新的竞争优势。

公司主要产品产销情况：

单位：万 ml

项目	2018年 12月31 日库存量	2018年度			2019年一季度		
		产量	销量	产销率	产量	销量	产销率
醒脑静注射液	618.11	5,597.25	7,540.57	134.72%	2,794.38	2,034.91	72.82%
参麦注射液	3,911.18	23,539.81	29,769.92	126.47%	5,998.42	5,901.60	98.39%

报告期公司已及时调整生产，减少生产任务，积极消化公司库存，库存量较期初大幅减少，对临效期产品已计提减值准备 201.95 万元，公司存货跌价准备计提充分。

会计师意见：

我们在 2018 年年度财务报表审计过程中，重点关注存货减值情况，设计并执行以下审计程序：（1）了解和测试公司存货跌价准备相关内部控制的设计和运行有效性；（2）对年末存货实施监盘，检查存货的数量、状况及产品有效期等；（3）获取公司存货的年末库龄清单，结合产品的有效期及生产销售计划，对库龄较长的存货进行分析性复核，分析存货跌价准备是否合理；（4）获取公司存货跌价准备计算表，执行存货减值测试，检查是否按相关会计政策执行，检查以前年度计提的存货跌价准备本期的变化情况等，分析存货跌价准备计提是否充分。

我们认为，公司报告期内销毁到效期产品符合公司实际情况。公司的存货跌价准备是在结合存货可变现净值、存货库龄及保质期等因素综合分析后进行估计计提的，我们没有发现公司 2017 年、2018 年对应报表时点的存货减值计提依据错误。公司存货跌价准备计提充分、合理，我们也对期后存货销毁情况进行关注，未来公司仍可能继续存在存货到效期销毁的情况，公司已考虑该因素的影响并计提存货跌价准备。

问题 5. 营业成本。报告期内公司营业成本 7943 万元，同比下降 9.48%。化学药品营业成本 186 万元，同比增加 77%，其中制造费用 122 万元，较去年增加 105%；中药营业成本 7756 万元，同比下降 10%，其中直接材料 5038 万元，同比下降 22%，直接人工费用

614万，同比增加13.6%，制造费用2103万元，同比增加31%。请公司补充披露：（1）化学药品、中药对应的具体主要产品的成本构成及其变动情况；（2）结合具体主要产品的生产量及其变动情况，说明公司是否存在生产量变动与各项营业成本构成变动不匹配的情况及其原因；（3）请会计师核查并发表意见。

公司回复：

一、 化学药品、中药对应的具体主要产品的成本构成及其变动情况；

公司主要产品的成本构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	成本构成项目	2018年度	占比(%)	2017年度	占比(%)
化学药品(胞二磷胆碱注射液)	直接材料	19.35	0.24		
	直接人工	32.28	0.41		
	制造费用	105.93	1.33		
	小计	157.56	1.98		
化学药品(亮菌甲素注射液)	直接材料	5.70	0.07	23.13	0.26
	直接人工	6.34	0.08	22.14	0.25
	制造费用	16.83	0.21	59.82	0.69
	小计	28.87	0.36	105.09	1.20
中药(醒脑静注射液)	直接材料	3,120.04	39.28	3,826.71	43.61
	直接人工	211.63	2.66	168.87	1.92
	制造费用	720.59	9.08	471.80	5.38
	小计	4,052.26	51.02	4,467.38	50.91
中药(参麦注射液)	直接材料	1,918.16	24.15	2,678.70	30.53
	直接人工	402.95	5.07	368.49	4.20
	制造费用	1,383.37	17.42	1,117.51	12.73
	小计	3,704.48	46.64	4,164.70	47.46

公司主要产品单耗比情况：

项目	成本构成项目	2018年度 单位成本(元/ml)	2017年度 单位成本(元/ml)
中药(醒脑静注射液)	销量(万ml)	7,540.57	9,606.02
	直接材料	0.41	0.40
	直接人工	0.03	0.02

项目	成本构成项目	2018年度 单位成本(元/ml)	2017年度 单位成本(元/ml)
	制造费用	0.10	0.05
	小计	0.54	0.47
中药(参麦注射液)	销量(万/ml)	29,769.92	42,261.02
	直接材料	0.06	0.06
	直接人工	0.01	0.01
	制造费用	0.05	0.03
	小计	0.12	0.10

公司报告期主要产品为醒脑静注射液和参麦注射液，两种产品的成本较上期减少，主要系产品销量下滑所致。主要产品单位成本中的直接人工及制造费用小幅增加系报告期公司生产任务减少，产量下滑远超过减产停工损失的影响，从而引起固定单位成本增加。

二、结合具体主要产品的生产量及其变动情况，说明公司是否存在生产量变动与各项营业成本构成变动不匹配的情况及其原因；

公司主要产品产量情况如下表所示：

单位：万 ml			
产量	2018年	2017年	变动比例
醒脑静注射液	5,597.25	10,582.16	-47.11%
参麦注射液	23,539.81	52,603.80	-55.25%

公司报告期产量较上期大幅下滑，主要产品直接材料单位营业成本无较大波动；直接人工及制造费用单位成本存在小幅上涨的原因系公司已根据本期实际生产情况计提停工损失，但生产不饱和导致直接人工及制造费用单位成本有所增加，同时受到公司期初库存在本期实现销售的影响，直接人工及制造费用成本增加的影响略微滞后，因此公司各项营业成本构成变动符合公司实际情况。

会计师意见：

我们在2018年年度财务报表审计过程中，设计并执行以下审计程序：（1）了解和测试公司生产与仓储相关内部控制的设计和运行有效性；（2）合理评估公司成本分配方法，并检查供应链系统与财务数据对接，抽取各月生产部门的工时统计表、领料单等相关资料；（3）获取原材料采购合同、入库单及采购发票进行检查，并对主要原料采购情况进行函证；（4）对公司生产单位成本变动情况进行分析，并抽取部分批次产品的成本计算单进行追踪检查；（5）对单位成本结转是否正确进行测试。

我们认为，公司报告期产量较上期大幅下滑，主要产品直接材料单位营业成本无较大波动，但直接人工及制造费用单位成本存在小幅上涨的原因系计提停工损失后生产仍不饱和和导致直接人工及制造费用单位成本有所增加；同时受到公司期初库存在本期实现销售的影响，直接人工及制造费用成本增加的影响略显滞后，因此我们认为公司营业成本构成及其变动符合公司实际情况。

问题 6. 其他应付款大幅增长。年报披露，公司报告期内其他应付款近 1 亿元，增加近 76%。2017 年其他应付款 5707 万元，增加 117%，连续两年均大幅增长。公司均解释为支付的渠道开拓、学术推广等费用增加所致。其中，报告期内应付市场推广费及促销费 6077 万元，应付保证金 3811 万元，分别较去年增加近 120%和 41%。请公司补充披露：（1）销售费用的确认原则及时点，按季度列示应付促销费的归属期间及对应金额，是否已确认销售费用，相关会计处理是否符合会计准则规定；（2）应付促销费前五名支付对象及金额、发生时间（分季度）、发生原因、是否为关联方、预计支付时间（按季度），主要入账凭证；（3）应付保证金前五名涉及对象及金额、发生时间、发生原因、是否为关联方；（4）公司主要产品销量大幅下降的情况下，应付促销费大幅增加的具体原因；（5）请会计师核查并发表意见。

公司回复：

一、 销售费用的确认原则及时点，按季度列示应付促销费的归属期间及对应金额，是否已确认销售费用，相关会计处理是否符合会计准则规定；

公司根据销售中心签订及完成的服务协议，按月或按季度进行统计，对当月或当季度已签订并已提供的服务协议进行统计，同时结合当月实际已支付的服务费用，对全月或全季度已发生的销售费用进行确认。根据该原则 2018 年公司已确认销售费用—促销及市场推广服务费用 25,542.17 万元，当期已支付 19,464.20 万元，当期末支付 6,077.97 万元，相关会计处理符合会计准则规定。

销售费用发生额按季度列示如下表：

项目	金额（万元）	占比
第一季度	6,049.64	23.68%
第二季度	6,913.45	27.07%
第三季度	6,731.66	26.36%
第四季度	5,847.42	22.89%
合计	25,542.17	100.00%

二、 应付促销费前五名支付对象及金额、发生时间（分季度）、发生原因、是否为关联方、预计支付时间（按季度），主要入账凭证；

单位：万元

序号	供应商	金额	发生时间	性质	是否系关联方	预计支付时间	期后支付情况	主要入账凭证
1	安阳洛博医药科技有限公司	179.50	2018年3、4季度	推广费	否	2019年2季度	支付完毕	推广协议、推广会议结算资料
2	开化县雷斯医药技术服务有限公司	177.76	2018年度	推广费	否	2019年1、2季度	支付完毕	推广协议、推广会议结算资料
3	江西一心医药有限公司	153.28	2018年2、3、4季度	推广及咨询费	否	2019年1、3季度	部分支付	咨询协议、咨询报告，推广协议、推广会议结算资料
4	开化县盈凯信息技术有限公司	115.10	2018年3、4季度	推广及宣传费	否	2019年1季度	支付完毕	推广协议、推广会议结算资料，宣传协议、宣传会议结算资料
5	上海怡培医药科技服务中心	96.90	2018年4季度	推广费	否	2019年1季度	支付完毕	推广协议、推广会议结算资料
合计		722.54	-	-	-	-	-	-

注：江西一心医药有限公司期末余额为向公司提供咨询服务及推广服务尚未支付完毕的款项；安阳洛博医药科技有限公司、开化县雷斯医药技术服务有限公司、上海怡培医药科技服务中心期末余额为向公司提供推广服务尚未支付完毕的款项；开化县盈凯信息技术有限公司期末余额为向公司提供推广服务及宣传服务尚未支付完毕的款项。

三、 应付保证金前五名涉及对象及金额、发生时间、发生原因、是否为关联方；

单位：万元

序号	供应商	金额	发生时间	发生原因	是否系关联方
1	浙江康福医药有限公司	797.13	2年以内	资信保证	否
2	浙江长典医药有限公司	550.00	2年以内	资信保证	否
3	江西一心医药有限公司	189.91	1年以内	资信保证	否
4	合肥凯正医药有限公司	150.00	3年以内	资信保证	否
5	西安市长安区医药公司	117.74	3年以内	资信保证	否
合计		1,804.78	-	-	-

四、 公司主要产品销量大幅下降的情况下，应付促销费大幅增加的具体原因；

应付促销费大幅增加的原因：1)2018年度销售费用增加，详见“问题2、四”之回复；

2) 公司按照相关制度对促销及市场推广费用进行结算及支付, 截止 2018 年 12 月 31 日, 尚余 6,077.97 万元未支付, 期后已陆续安排支付。公司不存在超过信用期未进行支付或故意拖延支付的情况。

会计师意见:

针对上述往来款项, 我们执行的主要程序包括: (1) 复核公司往来款项账龄、性质划分的合理性; (2) 检查款项期后支付情况; (3) 查询全国企业信息公示系统信息, 复核公司之间的关联关系。

我们认为, 公司的销售费用在发生及达到结算条件时已正确、完整进行会计确认与计量, 入账凭证完整, 符合企业会计准则相关规定; 我们没有发现主要支付对象为关联方的情况; 期末应付促销费大幅增长系结算与实际支付存在时间差, 符合公司实际情况。

本专项说明仅作为大理药业股份有限公司回复上海证券交易所《关于对大理药业股份有限公司 2018 年年度报告的事后审核问询函》（上证公函【2019】0664 号）之用，除将本专项说明作为大理药业股份有限公司提交的书面说明的必备文件，随其他说明材料一起上报外，不得用作任何其他目的。

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一九年五月二十七日

