华熙生物科技股份有限公司

首次公开发行股票并在科创板上市

发行注册环节反馈意见落实函之回复报告

保荐机构（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司

HUATAI UNITED SECURITIES CO., LTD

二〇一九年九月

中国证券监督管理委员会、上海证券交易所：

上海证券交易所转发的《关于华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市发行注册环节反馈意见落实函》（以下简称“反馈意见落实函”）已收悉，根据反馈意见落实函的有关要求，华泰联合证券有限责任公司（以下简称“保荐机构”或“华泰联合证券”）作为华熙生物科技股份有限公司（以下简称“公司”、“发行人”、“申请人”或“华熙生物”）申请首次公开发行股票并在科创板上市的保荐机构，与华熙生物对反馈意见落实函所列问题进行了逐项落实，现回复如下，请予审核。

（如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与《华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书》中的相同。）

本回复报告的字体：

反馈意见落实函所列问题	**黑体**
对问题的回答	宋体
对《华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书》的修改	**楷体、加粗**

目 录

问题一 关于 Cytocare 透明质酸无源植入物产品 3
问题二 关于 Cytocare C Line 产品 11
问题三 关于外部检查进展.....71
问题四 关于收购 Revitacare 股权.....78
问题五 关于非经常性损益.....116
问题六 关于补充披露.....120

问题一

发行人的历次反馈回复中均提到，Cytocare（丝丽动能素）系列产品，取得了欧盟Ⅲ类医疗器械资质，根据发行人提供的附件，关于 Cytocare 的欧盟企业证书中注明该证书属于“Design-examination Certificate”，适用的是 annex II(4)，同时，证书显示发行人的产品如“For marketing of these devices an additional Annex II certificate is mandatory”。证书有效期的开始时间为 2019 年 3 月 22 日。此外，根据发行人提供的其他证明，发行人自 2015 年起，取得产品 Design-examination Certificate 的产品仅包括 Cytocare 502、516 和 532 三款产品。

同时，发行人披露其取得欧盟Ⅲ类医疗器械的 Cytocare 等产品透明质酸、钼酸铵、硫酸铁、亚硒酸钠、氯化锡、氯化胆碱等 53 种成分。

请发行人：（1）补充披露取得欧盟Ⅲ类医疗器械资质需要符合的法规要求，发行人的产品是否符合作为欧盟Ⅲ类医疗器械需要符合的 Annex II 内容，发行人销售的 Cytocare 系列产品在报告期内，是否仅符合设计要求，是否均取得符合除 Annex II（4）以外的其他 annex II 要求；发行人披露其产品取得欧美Ⅲ类医疗器械资质的相关陈述是否真实、准确、完整；（2）补充披露报告期内，发行人的全部 Cytocare 系列产品是否如发行人所披露的，均取得了欧盟Ⅲ类医疗器械资质；（3）在欧盟申请Ⅲ类医疗器械的注射用 Cytocare 各种产品的具体成份是否与前述 53 种成分的表述一致，并补充提供相关证明文件及中文译本；说明上述关于成分的披露内容是否真实、准确；发行人在报告期内销售的产品（包括在境内或在境外销售的产品），是否实际掺入了超过申请欧盟Ⅲ类医疗器械的产品范围以外的其他成分，是否存在违法违规情形。

请发行人补充提供官方出具的其产品符合 annex II 的证明文件，以及上述事项的证明文件；就上交所审核阶段发行人出具的各项证明附件，以及本次出具的相关文件提供中文翻译文本，并就内容一致性请发行人律师鉴证。

请保荐机构、律师核查上述情况，核查发行人生产销售的合法合规性，对照其他的欧盟Ⅲ类医疗器械证明文件，结合境外合格律师出具的法律意见，就欧盟Ⅲ类医疗器械资质的相关规定，欧盟Ⅲ类医疗器械证书的文本真实性及适

用性，发行人 Cytocare 是否取得了欧盟Ⅲ类医疗器械资质，进行充分核查，提供核查依据，详细说明核查过程，说明核查依据是否充分，发表明确意见。

请保荐机构、律师说明发行人通过认证的注射用产品是否包含 53 种成分，如不是，请充分核查发行人报告期内在境内外，或向经销商销售的产品是否实际掺入了超过了申报产品范围以外的其他成分，说明核查过程和依据，是否存在违法违规情形。

回复：

（一）报告期内，发行人销售的 **Cytocare** 透明质酸无源植入物产品均取得了符合 **Annex II** 要求和 **Annex II**（4）要求的欧盟 **III** 类医疗器械资质认证

1、欧盟III类医疗器械资质的法规要求

对于医疗器械产品，欧盟制订了《医疗器械指令（Medical Devices Directive 93/42/EEC）》（以下简称“MDD 指令”），规定在欧盟市场销售医疗器械必须通过 CE 认证。MDD 指令将医疗器械分为三个管理类别，分别是Ⅰ类、Ⅱa/Ⅱb 类和Ⅲ类，低风险性医疗器械属于Ⅰ类、中度风险性医疗器械属于Ⅱa 类或Ⅱb 类，高度风险性医疗器械属于Ⅲ类。除部分低风险器械外，医疗器械 CE 认证由公告机构（Notified Body）负责执行，CE 公告机构由欧盟各国政府负责指定并告知欧盟委员会，欧盟委员会为 CE 公告机构指定识别码并公布。

MDD 指令第 11 款规定，对于Ⅲ类医疗器械（定制或为临床调查而制造的医疗器械除外），厂方需要选择适合的路径进行 CE 认证：（a）按照 MDD 指令附录Ⅱ（Annex Ⅱ）的规定进行“全面质量保证认证”（Full Quality Assurance）；或（b）按照 MDD 指令附录Ⅲ的规定进行“EC 型式试验认证”（EC type-examination），且另需同步完成附录Ⅳ或附录Ⅴ规定的认证程序。

对于选择 MDD 指令附录Ⅱ（Annex Ⅱ）路径进行Ⅲ类医疗器械 CE 认证的机构，还需要按照附录Ⅱ第 4 款（Annex Ⅱ(4)）的规定，向 CE 公告机构申请进行Ⅲ类医疗器械产品的设计文档验证，由 CE 公告机构审核并出具欧盟委员

会设计检验证书（EC design-examination certificate）。取得前述证书的机构可从事相应Ⅲ类医疗机械的设计、生产、销售等经营活动。

以上内容已于招股说明书之“第六节 业务和技术/二、发行人所处行业的基本情况/（二）行业管理情况/2、行业监管体制/（2）国外行业监管体制”中补充披露。

2、报告期内，发行人销售的 Cytocare 透明质酸无源植入物均取得了符合 Annex II 规定的欧盟委员会全面质量保证体系认证（EC Certificate: Full Quality Assurance System），同时取得了符合 Annex II(4)规定的欧盟委员会设计检验认证（EC Certificate: EC Design-Examination Certificate），即取得了欧盟III类医疗器械的完整 CE 认证资质

（1）报告期内，发行人销售的III类医疗器械 Cytocare 透明质酸无源植入物产品，均按照 MDD 指令附录Ⅱ（Annex Ⅱ）的规定，取得了公告机构出具的欧盟委员会全面质量保证体系认证（EC Certificate: Full Quality Assurance System），具体如下：

序号	公告机构	证书编号	持有人	有效期间	认证产品/范围
1	Société Nationale de Certification et d'Homologation S. à r.l.（以下简称：SNCH）	0543773-09	Revitacare	2015.03.16 至 2020.03.15	Injectable implants made from hyaluronic acid（透明质酸植入物）
2	TÜV SÜD Product Service GmbH Zertifizierstellen（以下简称：TÜV SÜD）	NO. G1 17 10 95298 005	Revitacare	2018.02.06 至 2023.02.05	Injectable implants made from hyaluronic acid（透明质酸植入物）

（2）报告期内，对于各细分类型的III类医疗器械产品，发行人均已按照 MDD 指令附录Ⅱ第 4 款（Annex Ⅱ(4)）的规定，向 CE 公告机构申请III类医疗器械产品的设计文档验证，并取得了公告机构出具的欧盟委员会设计检验认证（EC Certificate: EC Design-Examination Certificate），具体如下：

序号	公告机构	证书编号	持有人/制造商	有效期间	认证产品/范围
1	SNCH	1344956-01	Revitacare	2014.06.30 至 2018.11.28	Injectable implants made from hyaluronic acid（透

序号	公告机构	证书编号	持有人/制造商	有效期间	认证产品/范围
					明质酸植入物） Haircare
2	SNCH	1445128-00	Revitacare	2014.09.30 至 2019.09.29	Injectable implants made from hyaluronic acid（透明质酸植入物） Viscoderm Skinko, Viscoderm Skinko E
3	SNCH	0543776-05	Revitacare	2015.03.16 至 2020.03.15	Injectable implants made from hyaluronic acid（透明质酸植入物） Revitacare Bio-Revitalisation
4	SNCH	0944398-06	Revitacare	2015.03.16 至 2019.09.29	Injectable implants made from hyaluronic acid（透明质酸植入物） Cytocare 502, Cytocare 502/5, Cytocare 516, Cytocare 516/5, Cytocare 532, Cytocare 532/5, Cytocare S Line
5	TÜV SÜD	G7 16 03 95298 003	Revitacare	2018.01.19 至 2019.09.29	Non-Active Implants Injectable implants made from hyaluronic acid（透明质酸无源植入物） Models: Cytocare 502, Cytocare 502/5, Cytocare 516, Cytocare 516/5, Cytocare 532, Cytocare 532/5, Cytocare S Line, Viscoderm Skinko, Viscoderm Skinko E
6	TÜV SÜD	G7 095298 0006 Rev.00	Revitacare	2019.03.22 至 2023.11.28	Non-Active Implants Injectable implants made from hyaluronic acid（透明质酸无源植入物） Models: Haircare

考虑到欧盟医疗器械新法规 MDR（Medical Devices Regulation, Regulation (EU) 2017/745）将于 2020 年 5 月实施，2018 年度公司选择了更有可能取得 MDR 审核资格的公告机构 TÜV SÜD 对产品重新进行了 CE 认证，此前公告机构 SNCH 向发行人出具的认证文件在新的认证文件取得后相应失效。

报告期内，发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品，均在取得了符合 Annex II 规定的欧盟委员会全面质量保证体系认证、符合 Annex II(4)规定的欧盟委员会设计检验认证后，即取得了完整的欧盟III类医疗器械 CE 认证资质后，才对外进行销售，符合欧盟的监管法规要求。

根据法国 Foley Hoag AARPI 律师于 2019 年 9 月 11 日出具的法律意见书，确认 Revitacare 的 Cytocare 透明质酸无源植入物均取得了欧盟III类医疗器械认证，给予前述认证的机构为有权认证的机构，相关产品具有对外销售的合法资质。

3、发行人披露其 Cytocare 透明质酸无源植入物产品取得欧盟Ⅲ类医疗器械资质的相关陈述真实、准确、完整

发行人已在招股说明书之“附表三：华熙生物主要经营资质一览表”中披露了 Revitacare 取得的现行有效的欧盟委员会全面质量保证体系认证以及欧盟委员会设计检验认证（见第 65、66 项资质），发行人披露其 Cytocare 透明质酸无源植入物产品取得欧盟III类医疗器械资质的相关陈述真实、准确、完整。

（二）报告期内，发行人的全部 Cytocare 透明质酸无源植入物均取得了欧盟III类医疗器械资质

报告期内，发行人法国子公司 Revitacare 的 Cytocare 透明质酸无源植入物均按照 MDD 指令的规定，先后由公告机构 SNCH 和 TÜV SÜD 检验并出具了欧盟委员会全面质量保证体系认证（符合 Annex Ⅱ要求）、欧盟委员会设计检验认证（符合 Annex Ⅱ(4)要求）。综上，发行人的全部 Cytocare 透明质酸无源植入物产品，均取得了销售欧盟Ⅲ类医疗器械所需的 CE 认证资质。

欧盟III类医疗器械资质相关证书的内容详见本题第一问回复。

以上内容已于招股说明书之“第六节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（一）公司主营业务、主要产品及主营业务收入构成/2、公司主要产品/（2）医疗终端产品”中补充披露。

（三）发行人关于欧盟Ⅲ类医疗器械 Cytocare 产品成分的披露真实、准确；报告期内，发行人销售的 Cytocare 透明质酸无源植入物未掺入超过申请欧盟Ⅲ类医疗器械的成分范围以外的其他成分，不存在违法违规情形

1、发行人 Cytocare 系列产品的成分明细

根据发行人向公告机构提交的欧盟III类医疗器械 CE 认证的产品说明书，发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物的成分具体如下：

产品明细	产品成分
Cytocare 502, Cytocare 502/5, Cytocare 516, Cytocare 516/5, Cytocare 532, Cytocare 532/5, Cytocare S Line, Viscoderm Skinò, Viscoderm Skinò E	**未交联的透明质酸，钼酸铵，偏钒酸铵，氯化钙，硫酸亚铁，氯化钾，硫酸铜，氯化镁，硫酸锰，乙酸钠，碳酸氢钠，氯化钠，磷酸氢钠，硅酸钠，亚硒酸钠，氯化锡，硫酸锌，丙氨酸，精氨酸，天东酰胺，天东氨酸，半胱氨酸，古氨酰胺，古氨酸，甘氨酸，组氨酸，异亮氨酸，亮氨酸，赖氨酸，甲硫氨酸，苯丙氨酸，脯氨酸，丝氨酸，苏氨酸，色氨酸，酪氨酸，缬氨酸，腺嘌呤，生物素，泛酸钙，氯化胆碱，叶酸，肌醇，烟酰胺，吡哆醇，核黄素，硫胺素，氰钴氨素，脱氧胸苷，葡萄糖胺，腐胺，丙酮酸钠，硫辛酸，共 53 种成分**

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（三）主要客户情况/1、发行人按产品细分类别的主要客户情况/（2）医疗终端产品业务”中补充关于 Cytocare 透明质酸无源植入物产品成分的表述，确保披露内容真实、准确。

2、报告期内，发行人销售的 Cytocare 透明质酸无源植入物未掺入超过申请欧盟Ⅲ类医疗器械的成分范围以外的其他成分，不存在违法违规情形

报告期内，发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品未在境内销售，且未将中国大陆纳入经销商经销区域；Cytocare 透明质酸无源植入物产品均在境外进行销售，产品类型为欧盟III类医疗器械。

（1）发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品的设计、生产和销售全流程的合规性和质量控制水平已通过公告机构审核，审核过程中已检查产品实际成分构成，并取得了欧盟III类医疗器械 CE 认证和医疗器械质量管理体系认证

在欧盟III类医疗器械 CE 认证过程中，公告机构需要对申请人产品设计、生产、销售环节全流程进行充分检查。产品成分是 CE 认证过程中的重要核查内容，为此公告机构会在现场检查过程中，对生产工艺、流程、原料采购记录、原料使用记录和原料检验报告等内容进行全面核查，若发现申请人产成品成分与申请文件列示的成分不符，则无法通过审核。

发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品经公告机构全面核查后，取得了欧盟委员会全面质量保证体系认证、欧盟委员会设计检验认证，产品获得了完整的 CE 认证；公告机构定期对发行人进行跟踪检查的过程中，均未对发行人产品成分及相应资质提出异议。同时，发行人在产品设计、生产和销售全流程

的质量控制水平已经公告机构审核，并获得了公告机构出具的医疗器械质量管理体系认证（ISO 13458: 2016）。

综上，报告期内发行人产品设计、生产和销售全流程严格遵循医疗器械指令的规定，并建立了完善的质量管理体系，能够保证 Cytocare 透明质酸无源植入物的产品成分与申请资质认证的成分相一致。

（2）产品外协加工厂商具备欧盟 GMP 认证资质，产品生产和质量管理流程严格遵守各项规范体系的要求

发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品通过外协加工方式生产。发行人产品的外协加工厂商 Valdepharm 具备欧盟 GMP 认证资质，Cytocare 透明质酸无源植入物产品的生产和质量控制流程严格遵守欧盟 GMP 等规范体系的要求，产品规格和批次记录均符合 GMP 要求，实际生产管理能够确保按照注册的产品配方进行生产。

（3）法国律师已出具关于制造过程中未掺入超过 EC 认证申请文件中所列范围物质的法律意见

根据 Foley Hoag AARPI 律师于 2019 年 9 月 11 日出具的法律意见书，Cytocare 透明质酸无源植入物的制造过程中未掺入超过 EC 认证申请文件中所列范围的物质；Revitacare 的生产、销售行为符合 MDD 指令的主要规定，没有针对 Revitacare 的 EC 证书方面的诉讼被提起或正在进行中。

综上，欧盟对于产品成分的注册检查过程、日常监管及生产过程监管具有严格的监管制度，发行人在报告期内销售的 Cytocare 透明质酸无源植入物，未掺入超过申请欧盟III类医疗器械的成分范围以外的其他成分，不存在违法违规情形。

（四）发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品的资质证明文件、产品成分等证明文件的补充提供情况

在交易所审核阶段，发行人已提供相关资质证明及成分证明文件，本次回复补充提供了官方出具的其产品符合 Annex II 及 Annex II(4)的相关文件，上述文件本次一并作为附件（申报文件附件之 8-4-1）提供，相关资质文件已提供中文翻译文本（申报文件附件之 8-4-2），并经律师鉴证。

（五）核查过程及核查意见

1、对发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品资质、取得完整的欧盟Ⅲ类医疗器械资质及生产销售合规性的核查

（1）核查过程

1）查询 MDD 指令等欧盟有关III类医疗器械的监管指令或法规；

2）取得发行人 Cytocare 产品报告期内获得的欧盟III类医疗器械资质证明，包括公告机构出具的编号为 0543773-09 和 NO. G1 17 10 95298 005 的欧盟委员会全面质量保证体系认证，以及编号为 1344956-01、1445128-00、0543776-05、0944398-06、G7 16 03 95298 003 和 G7 095298 0006 Rev.00 的欧盟委员会设计检验认证，审阅前述资料的真实性、准确性、完整性和适用性；

3）取得 Revitacare 针对 Cytocare502，516，532 等产品合规性出具的说明；

4）检索 Cytocare 产品欧盟III类医疗器械资质的公告机构 TÜV SÜD 和 SNCH 的资格；

5）取得 Revitacare 获得的医疗器械质量管理体系（ISO 13485: 2016）认证；

6）取得法国 Foley Hoag AARPI 律师于 2019 年 9 月 11 日出具的法律意见书、备忘录及说明。

上述核查对应的底稿文件，已作为本次回复的附件同步报送。

（2）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

报告期内，发行人严格遵守欧盟《医疗器械指令》等有关规定开展生产销售，发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品取得了完整的欧盟III类医疗器械资质，相关资质真实，具有适用性，发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品生产销售合法合规；相关核查依据充分，中介机构核查底稿已作为本次回复的附件报送。

2、关于发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物产品成分的核查

（1）核查过程

1）赴法国实地访谈 Revitacare 管理层，了解 Cytocare 系列产品的构成及背景，了解各类产品的注册批件、使用方法、产品内容、销售区域和销售过程合规性情况；

2）赴法国实地走访 Cytocare 产品外协加工商 Valdepharm，了解与 Revitacare 的外协加工合作关系，实地核查外协加工生产流程，了解欧盟对于生产环节的监管政策；

3）取得 Cytocare 透明质酸无源植入物的注册批件、向公告机构提交的产品说明书且实际使用的产品生产说明书，核查透明质酸无源植入物的使用方法、产品内容、产品成分；

4）抽样取得 Valdepharm 出具的产品生产加工记录；抽样取得 Valdepharm 部分批次产品生产和质量控制流程符合 GMP 等规范要求的证明文件；

5）检索 EUDRAGMP 网址，核查外协加工商 Valdepharm 目前拥有的欧盟 GMP 认证证书情况；取得发行人 Cytocare 产品外协加工商 Valdepharm 的欧盟 GMP 认证证书。

上述第 3）、4）、5）项核查对应的底稿文件，已作为本次回复的附件同步报送。

（2）核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

报告期内，发行人销售的 Cytocare 透明质酸无源植入物的产品成分，与其申请欧盟III类医疗器械时提交的产品成分及说明书载明的产品成分一致，不存在实际掺入超过申请注册欧盟III类医疗器械的产品说明书中载明的成分的情形，不存在违法违规情形。

问题二

发行人的反馈意见回复显示，发行人在境内销售对 Cytocare C line 的产

品均为涂抹用。请发行人：

（1）说明上述产品的产地，生产流程；（2）说明除去中文包装后，作为化妆品进口时的原产包装形态；结合各类产品的包装和瓶装的图片，充分对比并补充披露反馈意见所说的在国内销售 Cytocare C line 502、516、532 等的产品包装和瓶装等产品形态，是否存在以化妆品包装销售，但产品实际需要注射使用的情形；是否存在实际销售没有取得国家Ⅲ类医疗器械的医用品情形，是否存在违法违规情形；（3）说明市场上的 Cytocare C line 502、532 等产品需要通过注射使用的原因；说明发行人反馈意见中所说 Cytocare C line 502 等进口妆字化妆品在国内的具体销售网点、销售过程情况及最终客户情况，最终客户使用发行人产品的方式为涂抹或注射。

请保荐机构、律师、申报会计师详细核查上述情况，详细说明对发行人 Cytocare C line502、532 与注射用产品 Cytocare 502、532 的产品形态、生产过程、生产线具体核查过程；详细说明对上述产品在外包装、内包装、实际用途方面的核查过程，是否实地核查；详细说明对境内外销经销商的核查过程，以及发行人上述产品最终销售的核查过程，是否实现最终销售；说明发行人是否存在明确知悉的情况下，通过经销商将欧盟Ⅲ类医疗器械产品在境内销售、或将注册用产品作为化妆品在境内销售的情形，是否存在违法违规情形，提供相关核查底稿，发表明确意见。

回复：

2016 年 6 月，Revitacare 的 Cytocare C Line 产品（护肤品）取得法国化妆品中小企业协会出具的欧盟自由销售证明后，开始在欧盟地区销售；2017 年初，Revitacare 被发行人相关主体收购，2017 年 4 月开始其 Cytocare C Line 产品在国内陆续取得国家食品药品监督管理总局的进口化妆品备案（商品名为丝丽精华液）后，通过海关检验检疫后合法进口至中国大陆，并开始在境内合法销售，发行人的丝丽精华液产品的生产、进口、销售过程及行为均合法合规。

2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-3 月，发行人由法国进口并在境内销售的丝丽精华液护肤品，实现收入分别为 1,396.35 万元、2,274.94 万元和 670.08 万元，占当期营业收入的比例分别为 1.71%、1.80%和 1.89%，整体占比较低。

发行人 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品在法国生产并包装为成品后，进口至国内销售，产品包装已明确标识 Cytocare C Line（丝丽精华液）为涂抹使用，产品包装能够与 Cytocare 透明质酸无源植入物产品明显区分，不存在混同销售、混同使用的情形；

Cytocare C Line（丝丽精华液）产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械）的配方及加工费存在差异，产品配方设计方案已明确 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品不能用于注射，包括：（1）Cytocare C Line（丝丽精华液）核心成分为小分子量透明质酸，便于皮肤直接渗透吸收；Cytocare 透明质酸无源植入物核心成分为大分子量透明质酸，需要通过注射方式穿透皮肤，且维持时间更持久；（2）丝丽精华液为护肤品，未添加硫酸铁作为止血剂，假如进行皮肤注射，理论上出现皮肤创伤反应后无法快速愈合创口。

Revitacare 作为发行人全资子公司，发行人宣传过程中介绍 Revitacare 的全产品线具有商业合理性，发行人不存在向中国境内销售 Cytocare 透明质酸无源植入物等违法违规行为。发行人在品牌推广过程中，曾使用中胚层护肤方案、美塑解决方案等用语，上述用语指“治疗项目”+“涂抹修复”的综合解决方案，其中“治疗项目”可包括注射直至真皮层的方式，丝丽精华液为术后“涂抹修复”项目，因此公司宣传过程合法合规，不存在违法违规行为。

Cytocare C Line（丝丽精华液）为功能性护肤品，与普通护肤品相比更强调专业性、功能性和安全性，其在医疗美容机构中主要与其他治疗类项目联合使用，因此主要在医疗机构销售。

发行人在丝丽精华液产品的推广及培训过程中，明确介绍使用方法为涂抹使用，并严格管控产品正确宣传。发行人的产品推广、培训过程合法合规。

针对下游市场可能存在的不当宣传或涉嫌违规使用行为，发行人尽力采取措施规范市场。针对电商平台、终端客户线上销售渠道、第三方医美服务推广平台涉嫌产品的不当宣传或涉嫌违规使用，发行人通过与相关平台或商家进行沟通、投诉的方式，要求其整改产品宣传信息或下架相应产品，并视整改情况采取停止向其供货等方式，以规范产品的市场宣传和正规使用。

未来，发行人将进一步采取严格措施，规范丝丽精华液产品的下游市场，主要包括：产品包装进一步明确标明“严禁用于注射”；完善销售协议及其附件模板，明确产品仅用于涂抹，严禁注射，严禁宣传为注射；加强对公司内、外部参与方培训管理，高度重视其行为规范；高度重视终端消费者反馈，积极配合监管部门对违规行为查处；公司市场监察部、法务部进一步加强对医疗美容机构产品宣传及使用的日常监测；加快推进 Cytocare 透明质酸无源植入物产品在中国境内的III类医疗器械临床及注册进度。

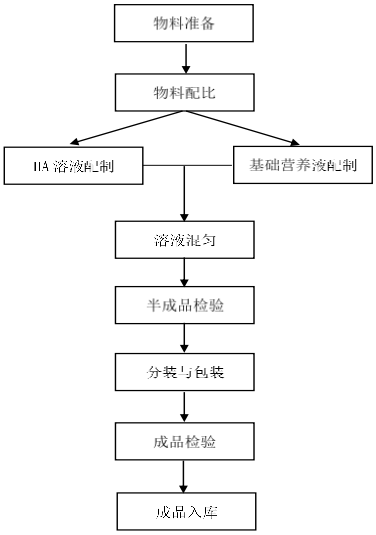
发行人控股股东已出具承诺，如因 Cytocare C Line 产品（丝丽精华液）在中国大陆地区的销售行为及宣传行为，导致发行人出现诉讼、仲裁或处罚的情形，将由控股股东承担发行人全部经济损失且不向发行人追偿。

综上，发行人 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品的生产、进口、销售、推广、培训、市场管理等过程及行为，均合法合规，不存在违法违规行为。

（一）Cytocare C Line 产品的产地和生产流程

发行人的 Cytocare C Line 产品的产地为法国。报告期内，发行人法国子公司 Revitacare 采购主要生产原料后，以外协加工方式由外协加工厂商制成 Cytocare 系列产品。

Cytocare C Line 产品的生产流程均由外协加工厂商完成，具体如下：



法国外协工厂在加工过程中，会区分 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械）产品，产品配方不同、质量控制及生产环境的要求不同，其中 Cytocare 透明质酸无源植入物

（欧盟Ⅲ类医疗器械）的质量控制要求更高；法国外协工厂会完成产品的分装、密封和外包装等全部包装工序，后续对外销售时，产品不会再分包或更换包装，以原装成品的形式直接销售。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（二）公司主要经营模式/2、生产模式/（2）外协加工”处，对以上内容进行了补充披露。

（二）Cytocare C Line（丝丽精华液）产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械）的配方和加工费用不同，因此生产成本存在差异，产品设计及生产情况已明确 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品不能用于注射

1、Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械）的原材料、加工费成本，均高于 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品

丝丽抗皱精华液（Cytocare 516 C Line ）及丝丽晶透精华液（Cytocare 532 C Line ）为报告期内公司销售的丝丽精华液产品主要型号，其中丝丽抗皱精华液（Cytocare 516 C Line ）2017 年、2018 年及 2019 年 1-3 月占公司 Cytocare C Line 产品销售收入的比例分别为 76.88%、68.54%和 50.97%，丝丽晶透精华液（Cytocare 532 C Line ）2017 年、2018 年及 2019 年 1-3 月占公司 Cytocare C Line 产品销售收入的比例分别为 22.96%、29.19%、43.44%。

Cytocare C Line（丝丽精华液）产品与对应的透明质酸无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械）的 2018 年度成本差异比较如下：

（1）丝丽抗皱精华液（Cytocare 516 C Line ）与 Cytocare 516 透明质酸无源植入物（透明质酸无源植入物）的 2018 年成本差异

单位：欧元/瓶

项目	Cytocare 透明质酸无源植入物（Cytocare 516 ）	丝丽精华液（Cytocare 516 C Line）	差额
原材料	0.4522	0.3969	0.0553
其中：透明质酸	0.4270	0.3843	0.0427
加工费	1.0612	0.9552	0.1060
包装材料	0.0967	0.0967	0.0000

每瓶成本	1.6101	1.4488	0.1613

（2）丝丽抗皱精华液（Cytocare 532 C Line ）与 Cytocare 532（透明质酸无源植入物）的2018年成本差异

单位：欧元/瓶

项目	Cytocare透明质酸无源植入物（Cytocare 532 ）	丝丽精华液（Cytocare 532 C Line）	差额
原材料	0.8915	0.7950	0.0965
其中：透明质酸	0.8670	0.7803	0.0867
加工费	1.0571	0.9728	0.0843
包装材料	0.0981	0.0981	0.0000
每瓶成本	2.0467	1.8659	0.1808

从以上比较可知，除包装材料成本一致外，每瓶 Cytocare 透明质酸无源植入物与每瓶丝丽精华液（均为 5ml/瓶）的原材料及核心原材料透明质酸、加工费成本均高于丝丽精华液产品。

导致 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械）生产成本存在差异的具体原因如下：

首先，原材料种类、具体规格、数量等配方均不同，因此生产成本中的原材料成本存在差异：

①Cytocare C Line（丝丽精华液）产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械）的配方及成分不同，医疗器械产品均为 53 种成分，而除丝丽缓释焕龄精华液为17种成分外，其他丝丽精华液产品均为46种成分；

②Cytocare C Line（丝丽精华液）核心成分为小分子量透明质酸，便于皮肤直接渗透吸收；Cytocare 透明质酸无源植入物核心成分为大分子量透明质酸，需要通过注射方式穿透皮肤，且维持时间更持久。

其次，Cytocare C Line（丝丽精华液）产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械）对质量控制及生产环境的要求不同，其中 Cytocare 透明质酸无源植入物作为欧盟类医疗器械，其生产环境洁净级别的要求应符合ISO13485 体系，相比丝丽精华液有更严格的生产标准，检验检测要求更高，因此公司支付的加工费更高。

2、鉴于使用方法的不同以及产品安全性等综合考虑，Cytocare C Line（丝丽精华液）产品在配方制定及生产时，已明确仅用于涂抹，不能用于注射

（1）丝丽精华液产品作为涂抹用的护肤品，与注射用的欧盟Ⅲ类医疗器械产品在产品配方上存在显著差异

Cytocare 系列透明质酸无源植入物与丝丽精华液产品均以透明质酸为核心原料，但两类产品选用的透明质酸和其他添加成分仍存在显著差异。

首先，两类产品针对不同使用方式，所选用透明质酸的分子量存在差异，具体如下：

项目	丝丽精华液	透明质酸无源植入物
透明质酸性质	小分子透明质酸，一般分子量在 300 kDa 以下	大分子透明质酸，主要为分子量 1,000 kDa 以上的产品
作用功效	涂抹于皮肤表面后，可以快速有效地提高皮肤的水合程度和渗透性，更有利于营养物质通过毛孔被皮肤吸收	透明质酸分子量越高，注射使用后在皮肤中的降解时间更长，改善皮肤的效果更持久

其次，相比丝丽精华液产品，透明质酸无源植入物产品的其他主要添加成分作为溶液中的营养补充成分，通过皮下注射方式补充供给到皮肤组织，调节细胞新陈代谢活动，以达到促进细胞生长，减缓细胞衰亡的目的，具体添加成分和作用主要包括：

成分	主要作用
硫酸铁	硫酸铁作为止血剂和收敛剂，用于无源植入产品可减少产品注射后的出血反应，促进创口愈合
钼酸铵	钼酸铵是体内多种酶的组成部分，添加钼酸铵可以提高酶活性，提高细胞新陈代谢效率
亚硒酸钠	亚硒酸钠用于补充体内硒元素，实验证明高浓度的亚硒酸钠能促进细胞 DNA 的增殖活性，延缓细胞衰老。亚硒酸钠和 VE 混用，起到抗氧化的作用
氯化锡	氯化锡可用于补充体内锡元素，锡元素是诸多细胞内新陈代谢反应的催化剂
腐胺	低浓度腐胺可促进组织细胞的生长与增殖
脱氧胸苷	脱氧胸苷为细胞 DNA 合成的基础物质，补充脱氧胸苷可有效调节皮肤细胞生长，改善皮肤、减缓老化
氯化胆碱	氯化胆碱用于体内营养补充，以改善皮肤状态。氯化胆碱作为卵磷脂的重要组成成分，对维持细胞膜结构具有重要作用

（2）丝丽精华液产品的配方成分已明确产品设计目的为涂抹使用，不能用于皮肤注射

①丝丽精华液产品的主要成分决定其适用于涂抹使用，不得用于注射

注射类医疗器械产品上市前，需要进行注册检验、动物实验、临床试验等一系列严格评估。丝丽精华液为护肤品，没有亦无需进行注射使用相关的人体临床测试，无法保证该产品被注射使用的有效性和安全性。

从产品成分的角度进行理论分析，一方面丝丽精华液产品使用小分子量透明质酸作为核心成分，便于直接通过皮肤渗透吸收，若采取注射使用的方式，将会在真皮层下快速降解，无法实现注射类产品的长效保持作用；另一方面，丝丽精华液为护肤品，未添加硫酸铁作为止血剂，假如进行皮肤注射，理论上出现皮肤创伤反应后无法快速愈合创口。

②透明质酸无源植入物的主要成分符合医疗器械产品的要求

过量使用钼酸铵、亚硒酸钠、氯化锡、腐胺等成分可导致皮肤富集毒性，易引起不良反应，存在一定安全隐患。因无源植入类产品作为欧盟III类医疗器械，由专业医护人员操作，操作规范严格，通过控制单次植入量和注射周期能够有效控制前述成分在注射部位的含量，在保证安全性的同时可以达到预期治疗效果；相反，考虑到丝丽精华液产品作为护肤品的使用量及频率，为防止成分富集致使皮肤毒性产生，丝丽精华液产品中未添加上述成份。

氯化胆碱成分属于《化妆品卫生规范》（2015 版）中明确规定的化妆品禁用原料，因此丝丽精华液产品不添加此成分，满足相关规范及法规的要求。

综上所述，鉴于使用方法不同，以及产品安全性的差别等因素，Cytocare C Line（丝丽精华液）产品在配方制定过程中，设计目的已明确仅用于涂抹，不能用于注射。

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务的情况/（二）公司主要经营模式/2、生产模式/（2）外协加工”处，对以上内容进行了补充披露。

（三）Cytocare C Line 产品进口时的原产包装形态为盒装，且产品包装盒和瓶装等产品形态与III类医疗器械产品的形态存在显著区别，C Line 产品注册、生产和销售过程与欧盟III类医疗器械产品保持独立，发行人不存在混淆两种产品进行销售的情形

1、Cytocare C Line 产品进口时的原产包装形态为盒装

2016 年 6 月，Cytocare C Line 产品取得法国化妆品中小企业协会（The French Cosmetics Association for SMEs (COSMED)）出具的欧盟自由销售证明（ATTESTATION N 13873-003554 / 13872-003553 / 13871-003552 / 14645-004283）后，开始在欧盟地区销售；2017 年 1 月发行人相关方收购 Revitacare 100%股权，自 2017 年 4 月开始北京海御陆续完成 Cytocare C Line 产品在国家食品药品监督管理总局的进口化妆品备案（商品名为丝丽精华液）后，通过海关检验检疫后合法进口至中国大陆，并开始在境内合法销售。

在国内销售的 Cytocare C Line 产品均由外协加工商进行包装，产品的外包装为纸盒形式，并标识有产品信息、使用方法、主要成分和生产信息等；内包装包括西林瓶包装的化妆品溶液和固定西林瓶的泡罩，产品进口后无需再进行包装。Cytocare C Line 产品进口时的原产包装形态如下：

Cytocare C line 产品	进口时的原产包装形态
丝丽修复精华液 （Cytocare 502 C Line）	包装规格：盒，数量：10*5ml/盒
丝丽抗皱精华液 （Cytocare 516 C Line）	包装规格：盒，数量：10*5ml/盒
丝丽晶透精华液 （Cytocare 532 C Line）	包装规格：盒，数量：10*5ml/盒
丝丽缓释焕龄精华液 （Cytocare 715 C Line）	包装规格：盒，数量：5*5ml/盒

2、Cytocare C Line 产品与境外销售的Ⅲ类医疗器械产品的外包装盒存在显著区别

两类产品的外包装样式主要差异包括：

（1）Cytocare C Line 产品的外包装盒正面和反面均带有“C Line”标识，Cytocare Ⅲ类医疗器械产品无该标识；

（2）Cytocare Ⅲ类医疗器械产品包装盒按照法规要求标识了“CE 0123”认证标识以及产品追溯唯一标识码，以及多种警示图标；Cytocare C Line 产品外包装无 CE 标识，无警示图标；

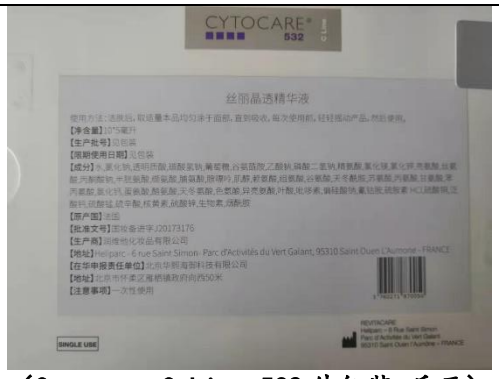
（3）对于在国内销售的 Cytocare C Line 产品，Revitacare 外协加工厂生产时即在产品包装盒上添加中文产品介绍及说明，列明产品名称、使用方

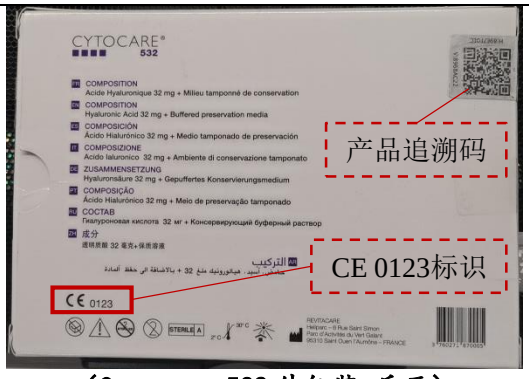
法、组成成分、生产信息等；Cytocare Ⅲ类医疗器械产品的外包装盒只以多种语言列明了组成成分，未列明其他信息。

以 Cytocare 532 C Line 与 Cytocare 532 透明质酸无源植入物两款产品为例，两类产品的外包装盒比较图示具体如下：

<table>
<tr><th colspan="2">包装盒示例</th></tr>
<tr><th>Cytocare C Line</th><th>Cytocare 透明质酸无源植入物</th></tr>
<tr><td>

（Cytocare C Line 532 外包装-正面）</td><td>

（Cytocare 532 外包装-正面）</td></tr>
<tr><td>

（Cytocare C Line 532 外包装-反面）</td><td>

（Cytocare 532 外包装-反面）</td></tr>
</table>

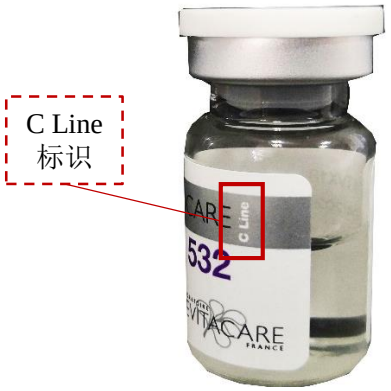
3、Cytocare C Line 产品与Ⅲ类医疗器械产品的瓶体包装存在显著区别

Cytocare C Line 产品和 Cytocare Ⅲ类医疗器械产品的瓶装均为西林瓶包装，但两类产品的瓶装样式仍存在显著差异：

（1）Cytocare C Line 产品作为化妆品瓶签侧面标有“C Line”专属标识，不存在Ⅲ类医疗器械“CE 0123”认证标识；

（2）Cytocare Ⅲ类医疗器械产品瓶签侧面按照法规要求标注“CE 0123”认证标识，不存在“C Line”标识。

以 Cytocare 532 C Line 与 Cytocare 532 透明质酸无源植入物两款产品为例，两类产品的瓶体包装比较图示具体如下：

<table>
<tr><th colspan="2">瓶体包装示例</th></tr>
<tr><th>Cytocare C Line</th><th>Cytocare 透明质酸无源植入物</th></tr>
<tr><td>

（Cytocare C Line 532 瓶体包装侧面 1）</td><td>

（Cytocare 532 瓶体包装侧面 1）</td></tr>
<tr><td>

（Cytocare C Line 532 瓶体包装侧面 2）</td><td>

（Cytocare 532 瓶体包装侧面 2）</td></tr>
</table>

4、Cytocare C Line 产品与Ⅲ类医疗器械产品的内附文件不同

Cytocare C Line 产品作为化妆品，未附带产品说明书。产品信息、使用方法、生产信息等内容在外包装标识中列明，产品内附带有《产品验证说明》，以供消费者鉴别真伪。

Cytocare Ⅲ类医疗器械产品按照法规要求附带有产品说明书，并详细列明产品预期用途、组成成分、使用方法、注意事项、副作用、临床信息、生产信息等内容，并附有追踪标签。

5、Cytocare C Line 产品采用西林瓶式包装，密封性高，有利于提高产品品质，符合其配合其他治疗项目涂抹使用的产品定位

Cytocare C Line 产品采用西林瓶式包装，主要是因为密封性高的小瓶装能够有效降低产品遭受污染的可能，同时可以减少防腐剂的使用，从而减轻皮肤的使用负担，符合其适用于配合其他皮肤类治疗项目的产品定位。但

Cytocare C Line 产品在实际使用过程中并不能注射，亦无需取得欧盟或国家Ⅲ类医疗器械认证。

西林瓶是化妆品行业内常见的内包装材料，众多精华类、冻干粉产品均采用西林瓶式玻璃制品的形式进行包装。如珀莱雅的烟酰胺雪肌精华液、韩后的烟酰亮肤修护冻干粉、联合利华的夏士莲雪花系列冻干粉/精华液等产品，产品图示如下：

西林瓶包装化妆品示例		
珀莱雅：烟酰胺雪肌精华	韩后：烟酰亮肤修护冻干粉	联合利华：夏士莲雪花系列冻干粉+精华液
		

注：产品图片分别取自珀莱雅天猫旗舰店、韩后天猫旗舰店、联合利华天猫旗舰店的产品介绍内容。

综上，发行人 Cytocare C Line 产品和 Cytocare Ⅲ类医疗器械产品的包装样式和标识内容，分别根据其预期用途及相应规定的标识要求进行设计包装，两类产品在外包装、内包装样式和标识内容、附带文件等各方面，存在显著区别，发行人不存在混淆两种产品进行销售的情形。

发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（三）主要客户情况/1、发行人按产品细分类别的主要客户情况/（3）护肤品终端业务/③Cytocare C Line 产品进口时的包装情况及与欧盟Ⅲ类医疗器械产品的显著差异”处，对上述内容进行了补充披露。

（四）发行人 Cytocare C Line 产品为功能性护肤品，产品实际使用过程中不能注射，无需取得国家Ⅲ类医疗器械认证，产品进口及销售过程中不存在违法违规情形

1、Cytocare C Line 产品系功能性护肤品，配合医疗美容机构其他项目涂抹使用，产品品质要求较高，因此销售渠道主要为医疗美容机构

Cytocare C Line 产品系功能性护肤品，作用于皮肤表面，通过经皮吸收的方式渗透入皮肤组织，起到抗氧化、补充组织营养、调节细胞生长、延缓衰老等多重作用。

区别于普通护肤品，Cytocare C Line 产品富含的多种有效成分具有快速改善和促进皮肤更新、愈合的功效，故主要适用于配合其他皮肤类治疗项目，在治疗过程前后使用以实现稳定皮肤、促进皮肤恢复的独特效果，从而改善医疗美容治疗（如光子嫩肤、射频除皱等物理手段，或化学剥落等化学手段）相伴引致的发红、肿胀、返黑等后续皮肤问题。

作为功能性护肤品，Cytocare C Line 产品相比普通护肤品，更强调专业性、功能性和安全性，其在医疗美容机构中与其他治疗类项目联合使用的方式主要包括：

（1）与光电治疗项目结合使用：非剥脱性激光治疗会造成皮肤组织的微小损伤，在光电治疗前涂抹 Cytocare C Line 产品可有效促进皮肤微损伤的愈合，更快恢复皮肤健康。

（2）与微整治疗项目结合使用：患者接受填充剂或肉毒素治疗改善面部轮廓或表情后，该类治疗方式通常会在皮肤表面留下微小创口。如果患者存在皮肤干燥或敏感症状时，为患者在术前涂抹 Cytocare C Line 产品，有利于促进创口愈合，同时改善患者皮肤的干燥敏感状态，提升患者的整体治疗效果和满意度；

（3）与果酸治疗项目结合：果酸治疗使皮肤浅表角质层剥脱，造成深层皮肤细胞暴露，患者会因此感觉皮肤过于干燥。果酸治疗术后恢复期，在皮肤表面涂抹使用 Cytocare C Line 产品，可有效改善皮肤湿润度，促进皮肤细胞的新陈代谢，缩短恢复期，尽快恢复正常屏障；

（4）与热玛吉、超声刀项目结合：该类项目在改善皮肤深层组织的同时会导致肤感变差，易存在触痛等敏感症状。治疗项目的前后涂抹使用 Cytocare C Line 产品，可镇静肌肤、修护皮肤微损伤，使皮肤状态尽快恢复，实现更好的治疗效果。

发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/

（三）主要客户情况/1、发行人按产品细分类别的主要客户情况/（3）护肤品终端业务/④ Cytocare C Line 产品系功能性护肤品，配合医疗美容机构其他项目涂抹使用，产品品质要求较高，因此销售渠道主要为医疗美容机构”处，对上述内容进行了补充披露。

2、发行人 Cytocare C Line 产品在进口及销售过程中不存在违法违规情形，北京市怀柔区市场监督管理局已出具不存在违法违规的证明；终端机构如果存在不当宣传、超范围使用等不规范行为，将由政府主管部门予以严格监管

（1）发行人 Cytocare C Line 产品为功能性护肤品，产品进口销售已取得国家药监局备案，并通过海关检验检疫进口至国内，能够合法在中国境内销售；该系列产品的生产、进口、销售行为均合法合规

Cytocare C Line 产品属于护肤品，于 2016 年 6 月取得欧盟自由销售证明后，开始在欧盟地区销售。2017 年 1 月发行人收购 Revitacare 后，自 2017 年 4 月陆续完成 Cytocare C Line 产品在国家药监局的进口化妆品备案后，由北京海御通过海关检验检疫进口后，通过直销或经销的方式开始在中国大陆境内进行销售。

发行人 Cytocare C Line 系列产品均已完成国内进口化妆品备案，且历次进口产品时均取得了检验检疫合格证明。销售过程中发行人严格遵守《化妆品卫生监督条例》、《化妆品卫生监督条例实施细则》等相关法律法规的要求，确保销售过程中不存在违法违规情形。

北京海御作为 Cytocare C Line 系列产品的境内经销商，报告期内未因 Cytocare C Line 系列产品的进口及销售行为，受到工商部门、市场监督管理部门出具的任何行政处罚，也未收到工商部门、市场监督管理部门就其他机构不当宣传或超范围使用公司产品而需要公司配合调查的要求。

北京市怀柔区市场监督管理局已于 2019 年 9 月 6 日出具证明，证明北京海御在境内销售 Cytocare C Line 产品，未发生违反工商行政管理、质量技术监督管理、食品药品监督管理的法律、法规的情况，也不存在受到行政处罚的情况。

（2）终端机构如果存在不当宣传、超范围使用等不规范或违规行为，将由政府主管部门对其依法处理，发行人不存在被处罚的法律责任及风险，并已明确要求下游机构规范宣传及使用

市场监督管理部门、食品药品监督管理部门、卫健委、当地卫生监督所等主管部门依据各自职责，对医疗美容机构的经营行为进行监督管理。

发行人的丝丽精华液护肤品在法国生产，生产销售资质齐全，并已按照《化妆品卫生监督条例》、《化妆品行政许可申报受理规定》、《卫生部关于简化进口非特殊用途化妆品卫生许可程序的通知》等法律法规和规范性文件规定完成了进口化妆品备案程序，通过海关依法进口至中国大陆境内并合法销售，公司的进口及销售丝丽精华液护肤的行为合法合规，当地政府主管部门（北京市怀柔区市场监督管理局）已出具不存在违法违规行为的证明。

《医疗器械监督管理条例》规定，（1）医疗器械经营使用单位不得使用未依法注册的医疗器械。使用未依法注册的医疗器械的，由县级以上人民政府食品药品监督管理部门责令改正，没收违法生产、经营或者使用的医疗器械；违法生产、经营或者使用的医疗器械货值金额不足 1 万元的，并处 2 万元以上 5 万元以下罚款；货值金额 1 万元以上的，并处货值金额 5 倍以上 10 倍以下罚款；情节严重的，责令停产停业，直至由原发证部门吊销医疗器械注册证、医疗器械生产许可证、医疗器械经营许可证。（2）广告发布者发布医疗器械广告不得发布未取得批准文件的医疗器械广告。发布未取得批准文件的医疗器械广告的，由工商行政管理部门依照有关广告管理的法律、行政法规的规定给予处罚。

因此，如医疗美容机构存在未按照产品使用说明，擅自以注射方式使用丝丽精华液的行为，或不当宣传产品使用方式和功效的行为，可能导致被行政处罚或其他法律责任，但上述法律后果由该等机构承担，发行人不存在违规行为，不存在上述法律责任及风险。

发行人如发现终端医疗美容机构存在超范围使用、不当宣传行为，会主动要求其规范前述行为，如该等机构拒不规范或屡次违规，发行人可停止向其销售相应产品；此外，终端医疗美容机构若因前述不规范行为被予以行政处罚或

其他法律责任，可能无法继续经营公司该类产品，上述情形可能对公司 Cytocare C Line 产品的销售收入及品牌声誉产生不利影响。

发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（三）主要客户情况/1、发行人按产品细分类别的主要客户情况/（3）护肤品终端业务/⑨发行人 Cytocare C Line 产品在进口及销售过程中不存在违法违规情形，行业主管部门已出具不存在违法违规的证明；终端机构如果存在不当宣传、超范围使用等不规范行为，将由政府主管部门予以严格监管”处，对上述内容进行了补充披露。

（五）发行人在 C Line 产品推广及培训过程中，明确介绍使用方法为涂抹使用，并严格管控产品正确宣传

1、发行人在子公司 Revitacare 公司 Cytocare 系列产品的产品发布及品牌宣传活动中，不存在违法违规行为

（1）发行人在产品发布会介绍全资子公司 Revitacare 全系列产品，具有合理的商业背景，相关宣传活动不存在违法违规行为

2017 年 1 月，发行人相关方收购了 Revitacare 100%股权后，自 2017 年 4 月陆续完成 Cytocare C Line 产品在国家药监局的进口化妆品备案，由北京海御通过海关检验检疫进口后，通过直销或经销的方式开始在中国大陆境内进行销售，并开始着手将丝丽精华液产品向中国境内市场宣传推广。

2017 年 4 月前，Revitacare 旗下系列产品未来国内市场销售，仅在欧洲等境外市场销售；2017 年 4 月 C Line 系列产品取得进口化妆品备案后，作为国内功能性护肤品市场的新进入者，终端机构、消费者等潜在客户均缺乏足够产品认知度。为迅速提升品牌知名度、加强市场宣传，发行人在对 Cytocare C Line 产品宣传推广时，全面介绍其厂商 Revitacare 的发展历史、产品线、技术理念、经营状况和产品构成等具体情况，包括其已取得欧盟 CE 认证并在境外市场销售的 Cytocare 透明质酸无源植入物系列产品，使市场对 Revitacare 具备更全面、清晰的认识，形成对厂商技术背景雄厚、品质保障可靠的整体印象，有利于 C Line 系列产品在中国境内逐步打开销售渠道。

因此，发行人在产品发布会介绍子公司 Revitacare 的全系列产品，具有合理的商业背景，系正常经营行为，但并不存在介绍 C Line 产品可注射使用等不当宣传，亦未将 Cytocare 透明质酸无源植入物在境内推广销售，相关宣传推广活动不存在违法违规行为。

发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（三）主要客户情况/1、发行人按产品细分类别的主要客户情况/（3）护肤品终端业务/⑤发行人在子公司 Revitacare 公司 Cytocare 系列产品的产品发布及品牌宣传活动中，不存在违法违规行为”处，对上述内容进行了补充披露。

（2）宣传活动中提及中胚层疗法的相关文字，上述表述不存在违法违规行为

中胚层疗法（Mesotherapy），系沿用中国台湾地区的中文翻译名词，欧洲地区称为“美塑疗法”。法律法规及医疗行业中，并无对中胚层产品、中胚层疗法的明确界定。

在广义上，该类疗法通常主要指可作用于皮肤（广义皮肤包括表皮、真皮及皮下组织三个层次）的多种应用方法，其功效包括改善皮肤、镇痛、治疗关节疾病等多个方向。

在医学美容领域中，中胚层疗法一般指通过微针注射/毛囊吸收/无针导入等操作形式，将营养物质、治疗药物等直接输送到真皮层组织中，并通过真皮层组织的快速吸收、发挥作用并产生疗效的治疗方法，是皮肤治疗及修护综合解决方案的统称。

发行人在品牌推介及宣传过程中，希望推出“治疗项目”+“涂抹修复”的综合解决方案，统称为美塑应用方案、中胚层护肤方案，推广产品组合使用的服务方案，使公司的产品能够与市场现有其他产品及服务组合配套使用，有利于新产品顺利推向市场。因此，提出美塑应用方案、中胚层解决方案等概念，主要为推广组合使用的理念，但并不存在宣传某款产品为“中胚层”产品、“美塑”产品的情形。

在组合产品、组合服务的整体方案设计中，公司 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品可结合市场现有其他治疗类项目如光电治疗项目、微整治疗项目、

果酸治疗项目、超声刀治疗项目等，在治疗项目的前后涂抹使用 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品，通过毛囊孔快速被真皮层吸收，促进皮肤修护，有利于 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品顺利推向市场。

因学术界及医疗行业对“中胚层疗法”无明确定义，为避免可能产生的歧义，发行人自 2018 年底开始，在 C Line 产品宣传推广时已不再使用“中胚层疗法”的称呼，直接称为产品“联合应用”方案，指导机构客户将公司产品如丝丽精华液与其他治疗类项目如光电治疗项目、微整治疗项目、果酸治疗项目、超声刀治疗项目联合使用，通过涂抹公司的护肤产品达到更好的修护效果。

发行人在使用美塑应用方案、中胚层解决方案、中胚层护肤方案等用语推广产品时，不存在向中国境内推广并销售 Cytocare 透明质酸无源植入物产品的行为，也不存在将 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品宣传为注射用产品的情形，因此上述推广用语，不存在违规宣传、违规销售等违法违规行为。

2、发行人在产品推广培训过程中，明确介绍使用方法为涂抹使用，并严格管控产品正确宣传

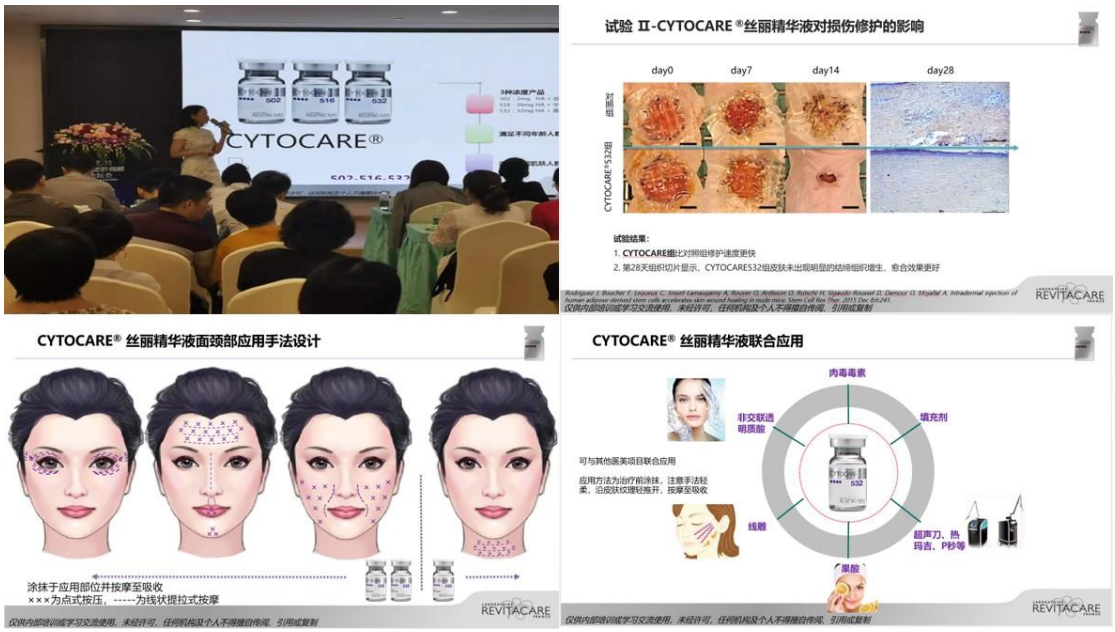
报告期内，发行人会对最终客户终端医疗机构、生活美容机构提供 Cytocare C Line 产品培训，内容主要包括公司及 Revitacare 介绍、产品配方及功效介绍等。培训过程中，培训人员会讲解 Cytocare C Line 的产品类型属于功能性护肤品，并介绍产品作为功能性护肤品的正确使用方法为配合皮肤类治疗项目，在治疗过程前后涂于皮肤使用。

对于经销商覆盖的最终客户，发行人与经销商在《经销协议》中明确约定，其广告或宣传材料中有关经销产品的信息必须属实，并在正式发布上述材料前提供相关材料供发行人确认。发行人能够有效约束经销商不得将丝丽精华液作为医疗产品进行宣传、推广和销售，对于违规经销商，公司有权要求其整改或提前终止其经销资格，从而保证经销商向最终客户介绍产品的正确使用方式为涂抹。

发行人 Cytocare C Line 系列产品属于功能性护肤品，使用方法为面部、颈部、手部皮肤涂抹使用。Cytocare C Line 系列产品提交并经批准的《国家

食品药品监督管理局化妆品产品技术要求》中明确说明，产品的具体使用方法为洁肤后，取适量产品均匀涂于面部，直到吸收。产品在使用过程中应当遵照产品技术要求的规定涂抹于面部使用，不能作为注射使用。发行人 Cytocare C Line 产品也已在包装盒显著位置注明了产品使用方法为“洁肤后，取适量均匀涂于面部，直到吸收”。

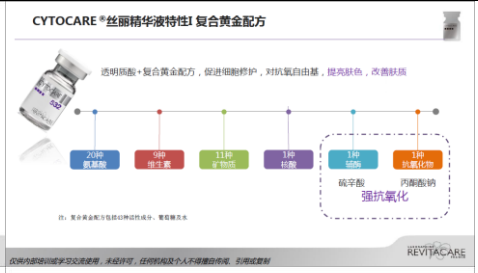
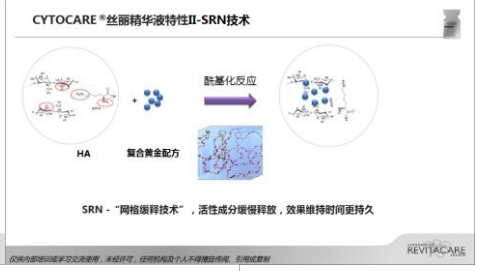
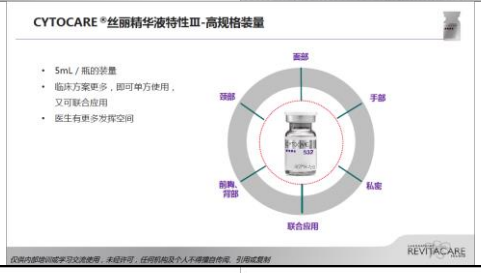
发行人在产品推广及培训过程中，对医疗终端客户明确介绍使用方式为涂抹使用，其在培训材料中特别对于面颈部细分区域的涂抹剂量和具体应用手法进行详细介绍，不存在对 C Line 产品注射使用的相关内容。培训情况及培训材料中关于使用方法的说明如下：



发行人在 Cytocare C Line 系列产品的推广培训及销售过程中，均严格按照产品技术要求向下游客户传递产品的正确使用方法（涂抹使用，严禁注射），并严格管控其他相关方对产品信息的宣传，不存在以化妆品名义实际销售欧盟Ⅲ类注射用产品或其他注射用产品的情形。

根据对医疗机构医生的访谈，医生知晓丝丽精华液为护肤品，涂抹使用，无创伤，且不允许注射使用，并积极推荐结合激光美容等其他项目，通过购买治疗类项目的套餐结合丝丽精华液使用，亦能说明公司的培训内容合规，培训讲解的使用方法为涂抹、结合其他治疗类项目使用。

发行人其他培训材料及内容现场培训情况介绍如下：

项目	内容
Revitacare公司介绍	 
丝丽精华液产品及特性介绍	    
丝丽精华液产品面部应用介绍	  

丝丽精华液产品培训现场记录	 

发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（三）主要客户情况/1、发行人按产品细分类别的主要客户情况/（3）护肤品终端业务/⑥发行人在产品推广及培训过程中，明确介绍使用方法为涂抹使用，并严格管控产品正确宣传”处，对上述内容进行了补充披露。

（六）下游医疗美容服务行业尚处于发展过程中，可能存在部分机构或推广平台超范围使用、不当宣传等不规范行为，发行人已通过与相关平台或商家进行沟通、投诉的方式，要求其整改产品宣传信息或下架相应产品，并视整改情况采取停止向其供货等方式，以规范产品的市场宣传和正规使用

1、下游可能存在不规范行为的情形及相关原因

尽管发行人在产品推广及培训过程中明确介绍使用方法为涂抹使用，并严格管控产品宣传内容，但仍可能存在部分终端客户或医美服务推广平台为提高医美服务项目售价，可能将公司产品不当宣传为可注射使用或在产品实际使用过程中进行注射的风险，发行人下游客户可能出现超范围使用公司产品的违规行为。

保荐机构及发行人律师通过网络搜索知名医疗美容机构的知名医生介绍，并由女性同事以匿名、普通消费者身份，实地走访访谈了北京某医疗美容院刘某医生、北京某医疗美容诊所张某某医生，以电话方式访谈了上海某整形医院的刘某医生、上海某整形美容医院的邱某医生、广州某美容医院的王某某医生、深圳某医院的丁某某医生。

访谈中，医生知晓丝丽精华液为护肤品，属涂抹使用，无创伤，不能注射使用，并积极推荐结合激光美容等其他项目，通过购买治疗类项目的套餐结合

丝丽精华液使用，并告知在医疗机构通过设备使用后便于分解吸收，因此不建议在家由消费者自主使用。

访谈人员展示网络链接中某天猫卖家的 Cytocare 产品图片后，医生表示图片中的 Cytocare 产品是只在国外销售的产品，与国内销售的丝丽精华液产品不同，正规医疗机构应当不会实际开展提供注射丝丽精华液的服务的情形，市场上该类注射服务的宣传，可能系少数医疗机构的营销引流措施，实际提供服务时，可能推荐其他国产等注射类产品，并结合丝丽精华液产品涂抹使用。

2、发行人已在招股说明书中披露了客户可能存在不当宣传或超范围使用公司产品的风险提示

发行人已在招股说明书风险因素部分，修改并补充披露了“下游客户可能存在不当宣传或超范围使用公司产品的风险”，内容如下：

“公司产品主要包括原料产品、医疗终端产品及功能性护肤品，并在境内外均有销售，其中医疗终端产品包括国内药品、国内医疗器械、欧盟医疗器械等，护肤品产品包括境内生产的功能性护肤品及进口的法国子公司 Revitacare 的丝丽精华液产品。公司销售的相关产品，均已获得相应批准文号，并向具有相应资质的经销商或终端客户销售，销售行为及销售过程合法合规。尽管公司与直接发生业务往来的经销商、直销客户之间均有明确的销售范围、使用要求及约束措施，并对其宣传文件提前审核或并提出明确要求，对发现的不当宣传及时沟通、发函要求修改或交行业监管部门处理，但仍可能存在部分下游客户在采购公司医疗器械或功能性护肤品后，可能存在对产品使用方法、使用范围宣传不当，或可能存在超范围、超区域违规使用的风险，最终造成影响公司的品牌声誉并对公司的经营造成不利影响的风险。”

3、发行人已采取有效措施，对下游市场可能存在的不当宣传或超范围使用严格规范管控

各级市场监督管理部门、食品药品监督管理部门和卫健委是医疗美容行业的主管部门，对于医疗终端或医美服务推广平台可能存在的不当宣传或超范围使用产品等违规行为，由上述行业主管部门进行监管并给予相应的处罚。消费

者如发现相关机构存在不当宣传、超范围使用的情形，亦可以向市场监督、食品药品监管部门等主管部门举报、投诉，维护自己的合法权益。

对于电商平台、终端客户线上销售渠道、第三方医美服务推广平台，如公司发现其存在对 Cytocare C Line 系列产品的不当宣传，会通过与该平台或商家进行沟通并向平台投诉的方式，要求其整改产品宣传信息或下架相应产品，并将视处理结果保留采取法律途径的权利。如电商平台、终端客户拒绝配合整改，公司将采取停止向其供货等方式，以规范产品的市场宣传。

发行人在市场监测过程中，通过公开信息检索，如获悉个别电商平台、终端客户、第三方医美服务推广平台存在对 Cytocare C Line 系列产品的不当宣传，公司会坚决规范、要求其规范宣传、宣传内容应与产品说明书一致、不得欺诈消费者，并保留向相应监管部门投诉的权利。对于上述情形，发行人已通过与相关平台、商家进行沟通、投诉的方式要求其整改直至下架相应产品，并已对下游客户涉嫌违规使用的情形，坚决向市场监管部门进行了投诉处理。

公司已采取的具体规范措施及进展如下：

（1）针对京东平台海外代购的投诉及处理

针对京东平台上由海外商家开设的海外直邮店铺如某海购官方旗舰店、某美妆专营店，涉嫌将不得在境内销售的 Cytocare 无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械），以及将 Cytocare C Line 产品宣传为注射使用等涉嫌违规销售、违规宣传等行为，发行人直接向京东平台提交投诉，要求其审核平台卖家的宣传、规范平台商家的行为；因京东平台未及时处理上述问题，发行人此后向京东集团发送邮件及沟通函，要求其按照 Cytocare C Line 产品的正确宣传内容和使用方式，协助规范前述商家的经营行为。目前公司正在积极跟进京东平台处理进度。

（2）针对淘宝、天猫、阿里健康平台等交易平台的投诉及处理

针对阿里健康平台上，重庆某医院、佛山某医疗美容医院、重庆某整形美容医院、成都某医院整形美容中心、昆明某医疗美容医院、深圳某整形美容医院、深圳某医疗美容诊所等医疗美容机构，在网页宣传中使用了不得在大陆地区销售的 Cytocare 无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械）的图片，或者将

Cytocare C Line 丝丽精华液产品违规宣传为注射使用等情形，发行人已向天猫平台、阿里健康发出沟通函，明确指出阿里平台该类服务的宣传内容涉嫌违规，要求平台正确使用包装图片并按正确的产品使用方式进行宣传。

同时，发行人已向其他相关医疗机构发出《关于丝丽精华液产品宣传及使用的沟通函》，要求其更正或删除对产品/服务的不当宣传内容，并切实对服务项目予以规范。

经过发行人的函告和线下有效沟通，目前佛山某医疗美容医院、重庆某整形美容医院、深圳某整形美容医院、重庆某整形美容医院等机构的相关服务项目已从阿里健康平台下架，公司正在催促阿里巴巴和相关医疗机构继续规范其他内容。

（3）针对医疗美容机构网络不当宣传的投诉及沟通

针对医疗美容服务机构在电商平台开设自营店铺，宣传内容涉及违规的情形，如某医疗美容医院集团、重庆某整形美容医院、四川某医学美容医院、成都某诊所等，在电商平台开设的店铺中，宣传内容涉嫌违规引用不得在境内销售的 Cytocare 无源植入物（欧盟Ⅲ类医疗器械）的图片，或者将 Cytocare C Line 丝丽精华液违规宣传为注射使用等情形，发行人已向上述医疗美容机构发出《关于丝丽精华液产品宣传及使用的沟通函》，要求其更正或删除对产品/服务的不当宣传内容，并切实对服务项目予以规范。目前公司正在积极跟进上述医疗美容机构对投诉的处理情况，如整改情况未达预期则公司将停止供货。

（4）对于第三方服务推广平台不当宣传的投诉及沟通

针对新氧、悦美、更美等第三方医美服务推广平台中，对发行人相关产品宣传及描述不当的情况，发行人已与其沟通并向其发送投诉邮件，要求其更正或者删除误导信息，并加强对其他机构对发行人产品信息宣传内容的审核力度。目前上述平台正在规范相应内容。

（5）对线下服务机构涉嫌超范围使用或违规宣传的投诉及处理

发行人在产品培训和销售人员走访过程中对线下终端机构和经销商的产品使用方式、宣传内容进行监测。对于线下终端机构客户及经销商，如公司发现其涉嫌存在对 Cytocare C Line 产品超范围使用或不当宣传的情况，会及时通

过销售人员进行沟通，要求其规范使用方式或更正宣传信息。如终端客户拒绝配合改正相应行为，公司将采取停止向其供货等方式，以规范产品的市场宣传和正规使用，对于涉嫌违规使用的机构，公司将保留向监管机构投诉的权利。

例如，2019 年 8 月，发行人发现山东济南某医疗美容诊所存在涉嫌违规使用 Cytocare 不合规产品的情况，因此于 2019 年 8 月中旬向济南市市场监督局稽查大队进行投诉举报，由市场监督局记录案情后转交当地食药监局办理，食药监局已于 2019 年 8 月中旬对该诊所进行了现场查处。经食药监局充分调查，最终认定该医疗美容诊所不涉及超范围使用或违规宣传的情形。

发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（三）主要客户情况/1、发行人按产品细分类别的主要客户情况/（3）护肤品终端业务/⑦发行人已采取的对下游市场不当宣传或超范围使用的规范措施”处，对上述内容进行了补充披露。

（七）发行人未来拟采取进一步措施，严格规范丝丽精华液产品的下游市场

除前述已采取的市场规范、管控措施外，发行人后续将通过以下多种措施，从厂商角度进一步规范产品下游市场的各个参与主体，提高对 Cytocare C Line 产品的产品宣传及使用的规范性：

A. 产品包装进一步明确标明“严禁用于注射”

经行业监管部门批准后，公司将改进产品内外包装设计，在内、外部包装的显著位置均明确标识 Cytocare C Line 产品为护肤品，并非医疗器械，使用方式仅为涂抹，并特别提示“严禁注射使用”。

B. 完善销售协议及其附件模板，明确产品仅用于涂抹，严禁注射，严禁宣传为注射

公司后续与下游客户、经销商等签订销售合同或经销协议时，明确约定所售 Cytocare C Line 产品系护肤品，并非医疗器械产品，严禁作为医疗产品宣传、售卖或使用。

同时，公司将要求客户签订《专项承诺书》作为销售协议的附件，承诺已

明确知晓并遵守上述事项。如下游机构、经销商被发现存在将产品作为医疗器械产品宣传甚至违规使用的情形，则公司有权利不再供货，且全部法律及商业责任由下游客户承担，公司将通过罚没保证金、终止合作，保留投诉、诉讼等进一步规范整改措施，以推动产品的正确宣传和使用。

C. 加强对公司内、外部参与方培训管理，高度重视其行为规范

a. 对公司内部销售、市场人员的严格培训，如出现违规将从重处罚

公司将对丝丽事业部销售人员的销售行为合规性作为专项考核，纳入年度绩效考核维度，法务部配合进行监督。如发现销售人员在日常销售过程中，对下游客户宣传的丝丽精华液的使用方法有误（正确使用方法为涂抹，严禁注射），将采取对责任人进行扣减奖金、停职、调岗等处罚，迅速反应、严肃处理。此外，丝丽事业部将联合法务部定期对销售人员的产品宣传和使用合规性开展专题培训，树立、提高合规意识，加强培训力度并进行考试，成绩合格者方可开展销售行为。

公司将进一步完善现有的对外宣传文案审核制度及内容规范，以保证宣传资料及文案，特别是丝丽精华液产品相关宣传、培训资料的合规性、严谨性。未经法务部书面审核同意，市场人员不得将培训资料等重要文案发布和使用，一旦发现发布未经审核的违规文案，公司将对责任人进行扣减奖金、停职、调岗等处罚，迅速反应、严肃处理，公司今后将进一步落实该制度的执行并定期检查执行情况。

b. 对公司下游医疗机构客户、经销商的培训管理

对于下游医疗机构客户、经销商，公司将要求其使用公司提供的宣传资料，从源头统一使用方式的宣传口径。

销售人员定期拜访医疗终端机构，现场介绍产品生产研发背景、产品成分、产品的相关研究以及仅能涂抹、不得注射的使用方法等，并对下游客户组织产品培训活动，不断向其传输正确的产品知识（正确使用方法为涂抹，严禁注射）。

c. Cytocare 透明质酸无源植入物未取得可注射使用的国内医疗产品资质前，发行人及其经销商将严禁向中国大陆地区销售

Cytocare 透明质酸无源植入物为已取得欧盟III类医疗器械资质的注射用产品，目前尚未在中国大陆完成注册，因此不能亦尚未在中国大陆销售。Cytocare 透明质酸无源植入物在国内完成临床试验并取得III类医疗器械等可注射使用的医疗类产品资质之前，发行人将严禁向中国大陆地区销售该类产品，也将有效管理、约束其经销商，严禁经销商向中国大陆地区销售。

D. 高度重视终端消费者反馈，积极配合监管部门对违规行为查处

公司将高度重视终端消费者的反馈信息，设立专门沟通渠道，广泛接受消费者对相关产品的投诉、举报等线索，并做到持续追踪每一条意见，直至有明确处理结果。公司法务部将对发现的不合规案件进一步调查处理，积极配合市场监督管理局等主管部门对违规行为查处。

E. 公司市场监察部、法务部进一步加强对医疗美容机构产品宣传及使用的日常监测

公司市场监察部将与法务部联合形成常态化工作机制，将医疗美容机构对公司丝丽精华液产品的宣传及使用合规情况的监测纳入日常监测工作。

市场监察部常设合规岗位，高度重视合规经营，定期抽查下游客户对销售协议约定宣传、使用条款的实际执行情况，通过实地走访等主动调查手段，及时发现并处理下游客户可能存在的不规范行为，并通过沟通、发函、投诉等方式严肃处理，降低、防止医疗美容机构不当宣传甚至可能存在违规使用的风险。

F. 加快推进 Cytocare 透明质酸无源植入物产品在中国境内的III类医疗器械临床及注册进度

Cytocare 透明质酸无源植入物目前没有在中国大陆取得产品注册批准，因此不能在中国大陆销售，公司及其经销商也没有向中国大陆地区销售。上述产品在取得中国大陆地区注册前，发行人及其经销商将严禁向中国大陆地区销售该类产品。

公司加快推动 Cytocare 透明质酸无源植入物产品（欧盟III类医疗器械）进入中国境内的临床试验及报批等相关工作，以满足境内市场对于 Revitacare 医疗器械类产品的需求，从根本上解决下游市场可能存在的不规范问题。

发行人已依据《含药医疗器械产品注册申报资料撰写指导原则》、《无源植入性医疗器械产品注册申报资料指导原则》及相关法规要求，确定 Cytocare 透明质酸无源植入物的注册申报流程与注册申报所需资料，并已按申报流程准备相关资料，启动临床前的相关工作，已梳理临床试验思路，整理出临床试验方案框架。

发行人已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（三）主要客户情况/1、发行人按产品细分类别的主要客户情况/（3）护肤品终端业务/⑧发行人已采取的对下游市场可能存在不当宣传或超范围使用的规范措施”处，对上述内容进行了补充披露。

发行人已于招股说明书“重大事项提示”处，补充披露了关于丝丽精华液产品为护肤品，不得用于注射，以及后续的市场监管措施如下：

“五、公司丝丽精华液产品为涂抹用护肤品，不得用于注射，公司将采取一系列有效措施，进一步规范下游客户的宣传及使用

公司自法国子公司 Revitacare 进口的丝丽精华液（Cytocare C Line）产品为涂抹用护肤品，不是医疗器械产品，严禁注射使用。丝丽精华液（Cytocare C Line）产品已在国家食品药品监督管理局完成进口化妆品产品备案，通过海关检验检疫合格后在国内作为化妆品销售，产品生产、备案、进口、宣传培训等销售行为及销售过程合法合规。

丝丽精华液（Cytocare C Line）产品为护肤品，公司在内外包装、宣传推广、培训、销售等过程中，均已明确表示产品使用方法为涂抹使用。尽管公司与直接发生业务往来的经销商、直销客户之间均有明确的使用要求及约束措施，并对其宣传文件提前审核或并提出明确要求，但仍可能存在部分下游客户在采购公司该系列功能性护肤品后，对产品使用方法（正确使用方法为涂抹，严禁注射）、使用范围宣传不当，甚至可能存在超范围、超区域违规使用的风险，最终可能影响公司的品牌声誉并对公司的经营造成不利影响。

对于部分机构或推广平台可能存在的超范围使用、不当宣传等不规范行为，发行人已通过与相关平台或商家进行沟通、投诉的方式，要求其整改产品宣传信息或下架相应产品，并视整改情况采取停止向其供货等方式，以规范产

品的市场宣传和正规使用。

发行人未来将进一步采取有效措施，包括进一步在产品包装明确禁止注射使用、完善销售协议及其附件以明确涂抹使用方法、加强内部销售和市场人员以及下游客户管理培训、高度重视终端消费者反馈并积极配合监管部门对违规行为查处、加强日常宣传和使用监测、从厂商角度规范产品下游市场的各个参与主体，提高对丝丽精华液产品的宣传及使用的规范性。控股股东华熙昕宇亦出具承诺，承诺如因丝丽精华液产品在中国大陆地区的销售及宣传行为导致发行人承担相关责任，将由控股股东代为承担相应经济损失，防止发行人可能的利益损失。”

（八）发行人控股股东华熙昕宇已出具承诺，如因发行人 Cytocare 丝丽精华液产品在中国大陆地区的销售及宣传行为，导致发行人承担相关责任，将由控股股东代为承担相应经济损失，防止发行人可能的利益损失

针对公司法国子公司 Revitacare 的 Cytocare 丝丽精华液产品在中国大陆地区的销售行为及宣传行为，发行人控股股东华熙昕宇投资有限公司确认并承诺如下：

“本企业作为华熙生物科技股份有限公司（以下简称“公司”）的控股股东，针对公司法国子公司 Revitacare 的 Cytocare C Line 产品（以下简称“丝丽精华液”）在中国大陆地区的销售行为及宣传行为，确认并承诺如下：

1、公司自法国进口并在中国大陆地区销售的丝丽精华液产品，已按照中国相关法律、行政法规规定完成进口化妆品备案，并通过海关依法进口至中国大陆境内并合法销售，公司进口及销售丝丽精华液产品的行为合法合规。

2、如因法国进口的丝丽精华液在中国大陆地区的销售行为及宣传行为，导致公司引起诉讼、仲裁等纠纷并承担民事赔偿责任，或者导致公司因此受到有关行政管理机关的行政处罚，将由本企业代为承担相应的赔偿或补偿责任，且不得向公司追偿。

3、本企业愿意承担因违反上述承诺而给公司造成的经济损失。

本承诺函一经作出即具有法律约束力，未经公司同意不得单方修改、解除、废止或撤销，在本企业作为公司控股股东期间持续有效。”

控股股东的上述承诺，已于招股说明书之“第六节 业务和技术/四、销售情况和主要客户/（三）主要客户情况/1、发行人按产品细分类别的主要客户情况/（3）护肤品终端业务/⑩发行人已采取的对下游市场不当宣传或超范围使用的规范措施”，以及“第十节 投资者保护/五、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施以及已触发履行条件的承诺事项的履行情况/（九）控股股东的其他承诺”中补充披露。

（九）发行人 Cytocare C Line 产品在国内的销售情况、最终客户情况及最终客户对产品的使用情况

1、发行人 Cytocare C Line 产品在国内的销售情况、最终客户情况

Cytocare C Line 产品于 2016 年 6 月取得欧盟自由销售证明后，开始在欧盟地区销售；2017 年 1 月发行人收购 Revitacare 后，自 2017 年 4 月开始，北京海御陆续完成 Cytocare C Line 的进口产品备案后，开始进口并在国内通过线下直销和经销的方式销售。报告期内，发行人未设立线下零售销售网点进行销售，亦未通过线上渠道自行销售或授权线上经销商销售丝丽精华液系列产品。

2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-3 月，Cytocare C Line 产品的境内直销收入分别为 546.36 万元、907.18 万元和 288.18 万元，直销客户主要包括艺星医疗美容集团股份有限公司、芘丽芙集团、联合丽格(北京)医疗美容投资连锁有限公司等医疗机构。

2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-3 月，Cytocare C Line 产品的境内经销收入分别为 849.99 万元、1,367.77 万元和 381.90 万元，经销客户主要包括武汉欧博雅美业科技有限公司、上海仁福医疗器械有限公司、成都施美德医疗设备有限公司等公司。丝丽精华液系列产品的最终销售对象主要为医疗机构和生活美容机构，如上海洁铭医疗美容门诊部有限公司、四川晶肤医学美容医院有限公司、成都爱丽化妆品有限公司、广汉斯可米美容健康管理中心等。

2、发行人 Cytocare C Line 最终客户的产品使用情况

报告期内，发行人会对最终客户终端医疗机构、生活美容机构提供 Cytocare C Line 产品培训，内容主要包括公司及 Revitacare 介绍、产品配方及功

效介绍等。培训过程中，培训人员会讲解 Cytocare C Line 的产品类型属于功能性护肤品，并介绍产品作为功能性护肤品的正确使用方法为配合皮肤类治疗项目，在治疗过程前后涂于皮肤使用；发行人 Cytocare C Line 产品也已在包装盒显著位置注明了产品使用方法为“洁肤后，取适量均匀涂于面部，直到吸收”。

对于经销商覆盖的最终客户，发行人与经销商在《经销协议》中明确约定，其广告或宣传材料中有关经销产品的信息必须属实，并在正式发布上述材料前提供相关材料供发行人确认。发行人能够有效约束经销商不得将丝丽精华液作为医疗产品进行宣传、推广和销售，对于违规经销商，公司有权要求其整改或提前终止其经销资格，从而保证经销商向最终客户介绍产品的正确使用方式为涂抹。

在对最终客户的培训或拜访过程中，如公司发现其可能存在对产品超范围使用或不当宣传的情况，会及时通过销售人员进行沟通，要求其规范使用方式或更正宣传信息。如终端客户拒绝配合改正相应行为，公司将采取停止向其供货、投诉等方式，以保证产品的市场宣传和合规使用。

综上所述，发行人认为：

1、公司的 Cytocare C Line 系列产品，在法国生产及包装，生产过程合法合规，生产过程的配方、生产环境及品质要求等方面与透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械）产品明确区分，不存在产品在生产阶段混同的情形；

2、公司 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械）在原材料、加工费等方面的生产成本存在差异，主要为产品配方、加工环境及品质要求不同导致，均表明公司 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品在配方研制及生产时，已明确仅用于涂抹，产品不能用于注射；

3、公司 Cytocare C Line 和 Cytocare 透明质酸无源植入物的两类产品，在外包装、内包装样式和标识内容、内附文件上存在显著差异，区别明显，不存在产品无法明确区分并导致混同销售、混用的情形；Cytocare C Line 的包装及说明书中已明确标明产品使用方法为涂抹使用；

4、公司进口并销售丝丽精华液产品的行为合法合规。发行人已在国家食药监局完成丝丽精华液产品的进口产品备案，通过海关检验检疫后在国内作为化妆品销售，合法合规，不存在违法违规行为，政府主管部门亦出具了公司丝丽精华液产品经营过程中不存在违法违规行为的证明；

5、公司收购法国 Revitacare 100%股权后，作为股东宣传 Revitacare 的品牌及全产品线具有商业合理性，发行人不存在在境内推广销售 Revitacare 的透明质酸无源植入物产品的行为，不存在将 Cytocare C Line 作为医疗产品注射使用的宣传，因此品牌宣传及产品推广活动合法合规，不存在违法违规行为；

6、公司在丝丽精华液产品的客户培训及产品推广过程中，已明确说明产品为结合其他治疗项目，涂抹使用，并告知涂抹区域、用量及手法，不存在指导下游客户注射使用的情形，发行人的产品培训及推广过程合法合规，不存在违法违规行为；

7、公司下游客户知悉 Cytocare C Line 产品与其他治疗类项目结合使用组合营销，知晓 Cytocare C Line 产品的使用方法为术前术后涂抹使用；下游客户在实际经营过程中，实际使用情况为结合其他治疗项目术前术后涂抹使用，不存在违规注射使用的情况；

8、公司已尽可能采取的有效手段如沟通、发函、投诉等，积极规范下游部分客户可能存在的不当宣传的情形，并已向监管部门投诉举报发现的可能涉嫌违规使用的机构客户，已取得显著成效；

9、公司在历次申请文件中关于丝丽精华液产品的相关表述真实、准确、完整，历次披露前后保持一致，与实际经营情况不存在矛盾或重大差异；发行人已在招股说明书中，进一步补充完善了“下游客户可能存在不当宣传或超范围使用公司产品的风险”；在重大事项提示部分，增加了丝丽精华液产品为涂抹用护肤品的说明，并详细列举了公司未来拟采取的进一步规范下游市场的具体措施；

10、公司丝丽精华液产品的生产、进口及销售、宣传培训推广、市场规范措施等经营过程及行为，符合行业有关法律法规的要求，合法合规，不存在违法违规行为，符合《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十三

条所述“发行人生产经营符合法律、行政法规的规定”的要求，不存在影响本次发行有关条件的情况；

11、公司丝丽精华液产品的销售情况真实，产品实现了最终销售。

（十）保荐机构核查过程及核查意见

1、关于发行人 Cytocare 系列产品形态、生产过程、生产线的核查

（1）核查过程

1）现场核查北京海御，取得发行人 Cytocare C line 系列产品样品，核查其产品形态情况；

2）取得发行人收购 Revitacare 以来北京海御的 Cytocare C line 海关进口货物报关单，核查其向 Revitacare 进口产品的情况，核查发行人进口 Cytocare C line 系列产品时的原产包装形态；

3）赴法国现场核查 Revitacare 公司，访谈 Revitacare 公司管理层，取得发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物样品，核查其产品形态；

4）赴法国走访外协加工供应商 Valdepharm，实地核查 Cytocare C line 系列产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物的生产过程、生产线情况。

（2）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1）发行人 Cytocare C Line 和 Cytocare 透明质酸无源植入物的产品形态均为西林瓶装的液体，但内容物、标签内容及标识存在差异；

2）发行人法国子公司 Revitacare 采购原料后，以外协加工方式由 Valdepharm 等外协加工厂商制成 Cytocare 系列产品，外协加工过程中会完成产品的分装、密封和外包装等全部包装工序，销售过程中不再改变包装；

3）Cytocare C Line 和 Cytocare 透明质酸无源植入物产品，均由法国外协工厂 Valdepharm 生产，但配方、质量控制及生产环境的要求均存在差异。

2、关于 Cytocare C line 产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物产品成本差异的核查

（1）核查过程

1）赴法国实地访谈 Revitacare 管理层，了解透明质酸无源植入物、Cytocare C line 两种产品的成本构成、委托加工生产商、生产线、产品配方、生产环境要求等情况；

2）赴法国实地走访外协加工供应商 Valdepharm，实地核查 Cytocare C line 系列产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物的生产过程、生产环境及实际用于生产的说明书情况，了解双方合作模式、合作期间、加工费定价政策及实际支付金额、各期间委托生产产品品种、生产数量、生产耗用主要原辅料情况；

3）访谈公司财务、业务部门人员，了解生产流程，查阅 Cytocare 产品成本核算、归集、结转的具体核算方法和核算过程；

4）访谈丝丽精华液业务部门相关人员，根据 Revitacare 产品生产成本明细表及差异情况，了解主要产品丝丽精华液（Cytocare 516 C Line、Cytocare 532 C Line 等）和 Cytocare 透明质酸无源植入物产品配方中的原辅料及其规格，了解分析产品成本结构、产品成分、预期用途、情况，核实 Cytocare 和 C Line 产品的配方差异、生产环境差异对成本的影响；

5）与发行人审计机构进行沟通，了解 Cytocare 产品成本的核算方法及审计机构的审计确认情况，并复核发行人、会计师提供的 Cytocare 各类产品的成本构成；

6）取得 Cytocare C Line 产品和 Cytocare 透明质酸无源植入物产品的收入成本明细表、费用明细表，检查成本和期间费用的核算口径及界定范围，检查成本核算项目是否符合会计准则的要求；

7）复核发行人提供的报告期内成本倒轧表，了解成本构成及各类产品的成本结构差异，并分析其合理性；

8）对期末存货执行监盘程序，核查资产负债表日后的会计凭证等单据，关注营业成本的截止性测试情况。

（2）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1）Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械）在原材料、加工费等方面的生产成本，均高于 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品；

2）Cytocare C Line 产品和 Cytocare 透明质酸无源植入物产品的单位成本差异，主要系两者在原材料成本、外协加工费用方面存在差异，原因为产品配方、质量控制及生产环境的要求不同导致，符合两类产品的实际情况，具有合理性；

3）Cytocare C Line 产品和 Cytocare 透明质酸无源植入物产品在产品配方、质量控制及生产环境要求的差异，与公司研发设计及生产 Cytocare C Line 的目的为涂抹使用直接相关，表明公司 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品在配方研制及生产时，已明确仅用于涂抹，不能用于注射。

3、关于发行人 Cytocare 系列产品外包装、内包装的核查

（1）核查过程

1）现场核查北京海御，取得发行人 Cytocare C line 系列产品样品，核查其产品外包装、内包装、内附文件等情况；

2）检索取得 Cytocare C line 系列产品的备案信息，以及提交并经批准的《国家食品药品监督管理局化妆品产品技术要求》，核查产品的使用方法和实际用途；

3）赴法国现场走访 Revitacare 公司，取得发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物样品及在境内外销售的 Cytocare C line 系列产品，核查其产品外包装、内包装的差异情况；

4）取得发行人向公告机构提交的 Cytocare 透明质酸无源植入物产品说明书，核查产品的使用方法和实际用途；

5）网络搜索其他化妆品企业，使用西林瓶包装化妆品的情况；

6）访谈发行人丝丽事业部业务人员，了解化妆品行业使用西林瓶包装的原因，以及 Cytocare C line 产品与未在中国境内销售的 Cytocare 透明质酸无源植入物产品，在产品内外包装方面的差异情况；

7）由女性同事以匿名、普通消费者身份实地走访 2 家医疗机构、电话访谈 4 家医疗美容机构的医生，询问医生丝丽精华液产品的使用方法、组合运用情况，是否可以注射或曾用于注射，核实下游客户实际使用的规范情况。

（2）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1）Cytocare C Line 和 Cytocare 透明质酸无源植入物的两类产品，在外包装、内包装样式和标识内容、内附文件上存在显著差异，区别明显，不存在产品无法明确区分并导致混同销售、混用的情形；

2）两类产品的使用方法和实际用途存在显著差异，并已在包装及说明书中明确标明。Cytocare C Line 产品的包装及说明书上，已明确标明产品为功能性护肤品，使用方法为涂抹使用，用途为促进修复皮肤表面和深层的细纹、皱纹，给皮肤补充水分；Cytocare 透明质酸无源植入物为欧盟III类医疗器械，产品使用说明书上标明使用方法为注射使用；产品用途为注入皮肤的浅层或中皮层，预防或改善皮肤皱纹和细纹；

3）西林瓶包装为化妆品行业的常用包装方式，使用西林瓶包装并不表明产品可用于注射；

4）医疗机构的医生知晓 Cytocare C Line 产品为护肤品，应涂抹使用，不得用于注射。

4、关于发行人 Cytocare C Line 系列产品注册备案及进口过程合规性的核查

（1）核查过程

1）取得国家食品药品监督管理总局关于 Cytocare C Line 系列各产品出具的进口非特殊用途化妆品备案凭证；

2）在国家食品药品监督管理总局网站检索 Cytocare C line 系列产品的备案信息；

3）取得海关部门出具的报告期内北京海御进口 Cytocare C Line 系列产品历次检验检疫合格证明；

4）查阅《医疗器械监督管理条例》等法规，了解生产及销售、经营企业未合规使用产品的责任主体、法律责任及后果等；

5）取得 Foley Hoag AARPI 律师于 2019 年 3 月 12 日出具的法律意见书，取得北京市工商行政管理局怀柔分局、北京市怀柔区市场监督管理局出具的无违规证明，核查 Cytocare C Line 和 Cytocare 透明质酸无源植入物产品销售过程中的合法合规性。

（2）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1）发行人在中国境内销售 Cytocare C Line 产品的行为合法合规，不存在违反违规情形：发行人 Cytocare C Line 产品为功能性护肤品，产品已取得国家药监局的备案批准，并通过海关检验检疫后进口至国内销售，已履行完备的法律程序，合法合规；

2）下游客户如果存在不当宣传、超范围使用等不规范或违规行为，将由政府行业主管部门予以处罚，并由下游客户作为责任主体，发行人并不存在相关法律责任。

5、关于发行人对 Cytocare C Line 系列产品品牌宣传及推广行为规范性的核查

（1）核查过程

1）登陆发行人官方网站以及检索主要搜索引擎，检查发行人是否存在对 Cytocare C Line 产品作为医疗器械注射使用的宣传推广图片等资料；

2）访谈发行人丝丽事业部的主要负责人，向其了解发行人在产品发布会上介绍 Revitacare 全系列产品的背景原因；了解中胚层疗法的来源、发行人后续处理方式；

3）取得发行人在市场宣传推广过程中的相关文案资料，检查是否存在于中国境内推广 Cytocare 无源植入物的情形。

（2）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1）发行人作为持股法国 Revitacare 公司 100%的股东，在品牌宣传及产品发布会上，介绍子公司 Revitacare 全系列产品，旨在提升全球市场对法国子公司的品牌认可、提高品牌整体影响力，有利于在中国境内推广已备案的丝丽精华液产品，为正常的商业推广行为，具有合理商业背景；

2）发行人在品牌宣传及产品发布会上，不存在向中国境内客户推广销售未在中国境内注册的 Cytocare 无源植入物产品的情形，公司未在中国境内销售 Cytocare 无源植入物，不存在违法违规情形；

3）发行人在丝丽精华液品牌及产品宣传过程中，明确介绍使用方法为涂抹使用，并严格管控产品正确宣传，不存在其作为注射使用的有关介绍，相关品牌宣传及产品推广活动不存在违法违规行为。

4）发行人在品牌推介及宣传过程中，提出美塑应用方案、中胚层解决方案等概念，主要为推广组合使用的理念，但并不存在宣传某款产品为“中胚层”产品、“美塑”产品的情形。发行人在使用美塑应用方案、中胚层解决方案、中胚层护肤方案等用语推广产品时，不存在向中国境内推广并销售 Cytocare 透明质酸无源植入物产品的行为，也不存在将 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品宣传为注射用产品的情形，因此上述推广用语，不存在违规宣传、违规销售等违法违规行为。

6、关于发行人对 Cytocare C Line 系列产品培训过程行为规范性的核查

（1）核查过程

1）取得发行人在培训推广丝丽精华液产品过程中的活动现场照片等资料，检查是否存在介绍使用 Cytocare 透明质酸无源植入物图像、是否明确指出仅可用于涂抹使用、是否存在指导机构注射使用方法等情形；

2）取得发行人在培训推广丝丽精华液产品时的有关素材，检查其中关于丝丽精华液产品的产品使用方法介绍以及相关表述；

3）访谈发行人丝丽事业部有关人员，了解培训目的、培训方式、培训内容、培训材料的情况，确认是否明确告知下游客户 Cytocare C Line 仅可用于涂抹，是否明确告知产品不得用于注射，是否存在培训推广 Cytocare 透明质酸无源植入物产品的行为；

4）实地走访 34 家下游终端客户，并电话访谈 20 家丝丽产品的下游客户，通过网络公开查询后由女性同事匿名实地走访 2 家医疗机构、匿名电话访谈 4 家医疗机构，了解其是否采购过 Cytocare 透明质酸无源植入物产品，是否知悉 Cytocare C Line 的使用方法，是否存在将 Cytocare C Line 用于注射的情形。

（2）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1）发行人的产品培训过程合法合规。发行人在 Cytocare C Line 系列产品的培训过程中，已明确指出其使用方法为作为护肤品以涂抹方式使用，并告知其涂抹区域、用量及按摩手法，培训过程中不存在介绍 Cytocare C Line 产品可注射使用或指导注射方法等违法违规情形；

2）经培训，下游机构客户及医护人员明确知悉 Cytocare C Line 产品使用方法为术前术后涂抹，结合其他治疗项目配合使用并组合销售，不存在发行人指导或培训下游机构客户及医护人员注射使用 Cytocare C Line 产品的情形。

7、关于 Cytocare C Line 系列产品最终实际用途的核查

（1）核查过程

1）通过网络公开渠道查询后，由女性同事以匿名、普通消费者身份实地走访 2 家医疗机构、电话访谈 4 家医疗美容机构，询问医护人员是否存在丝丽精华液项目，如何配合其他医美项目联合使用及其预期效果，了解丝丽精华液产品的使用方式、使用周期、价格或市场活动等信息，了解下游市场对丝丽精华液产品的认知、宣传、使用是否准确，核实下游客户实际使用的规范情况；

2）对境内的医疗机构进行访谈，其中电话访谈 20 家 Cytocare C Line 产品的客户，了解是否存在采购 Cytocare 透明质酸无源植入物、是否存在注射使用 Cytocare C Line 产品的情况等；实地走访 34 家经销商覆盖的医疗机构，确认是否存在相应资质，是否存在违规行为或被处罚的行为；

3）访谈发行人丝丽业务部门的主要负责人员，了解丝丽精华液产品在医美机构的主要运用场景、医疗机构对消费者销售 Cytocare C Line 产品及项目的方式，确认是否存在注射使用的情况。

（2）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1）发行人下游客户知悉 Cytocare C Line 产品与其他治疗类项目结合使用、组合营销，知晓 Cytocare C Line 产品的使用方法为术前术后涂抹使用；

2）发行人下游客户在实际经营过程中，按照与其他治疗项目组合营销的方式，推荐客户在术前术后涂抹使用丝丽精华液产品，促进皮肤恢复，实际使用情况为术前术后涂抹使用，不存在违规注射使用的情况，也不存在下游客户销售 Cytocare C Line 产品或服务而被监管机构处罚的情形。

8、关于发行人规范 Cytocare C Line 系列产品下游客户使用规范性的核查

（1）核查过程

1）取得发行人向电商平台、终端客户、第三方医美服务推广平台发送的沟通邮件或《沟通函》及快递信息，核查发行人规范 Cytocare 产品市场采取的措施；

2）通过网络公开信息检索渠道，搜索 Cytocare 产品及服务的销售信息、宣传信息，核查发行人规范 Cytocare 产品市场的进展情况；

3）访谈发行人 Cytocare 产品业务负责人，了解发行人进一步规范丝丽精华液产品下游市场拟采取的措施；

4）查阅关于化妆品、医疗器械经营相关的法律法规，了解市场各类主体对产品不当宣传或超范围使用情况分别需承担的法律责任；

5）取得发行人控股股东华熙昕宇针对 Cytocare 丝丽精华液产品因被超范围使用或不当宣传等情况导致发行人承担相关责任时，愿意承担相应经济损失且不追偿的《承诺函》。

（2）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1）发行人作为市场经营主体，已尽可能采取有效手段如沟通、发函、投诉等，规范下游部分客户可能存在的不当宣传的情形，并已向监管部门投诉举报

发现的可能涉嫌违规使用的机构客户，已取得显著成效，部分客户已修改宣传或下架公司产品，济南当地市场监督管理、食药监局已对公司投诉举报的机构客户进行了查处；

2）发行人已制定未来进一步规范下游客户宣传及使用产品的规范措施及计划，未来将进一步规范下游市场；

3）终端医疗美容机构如存在不当宣传产品使用方式和功效，或未按照产品使用说明超范围使用，甚至擅自以注射方式使用丝丽精华液的行为，可能导致其承担法律责任和行政处罚，但上述法律后果由该等机构自行承担，发行人不存在违规行为、无需承担相应责任；

4）发行人控股股东已出具承诺函，承诺假如发行人因进口销售 Cytocare 丝丽精华液产品导致被诉讼或处罚，将由控股股东代为承担赔偿或补偿责任，避免发行人利益受到损失。

9、关于发行人境内、境外经销商及最终销售情况的核查

中介机构对发行人整体境内、境外经销商、经销收入及最终销售情况，进行了充分核查。发行人主要产品（原料产品、医疗终端产品和功能性护肤品）均存在通过经销商销售给下游终端客户的情形。根据发行人产品类型的不同，经销商主要下游渠道包括药品、化妆品、食品类生产商，公立、民营医疗机构，医疗美容、生活美容等机构，电商平台及个人消费者。

中介机构对 Revitacare 相关产品的经销商、经销收入及最终销售情况亦进行了充分核查。报告期内，Cytocare 透明质酸无源植入物的经销商均为境外经销商；Cytocare C Line 系列产品 2016 年 6 月取得法国化妆品中小企业协会（The French Cosmetics Association for SMEs (COSMED)）出具的欧盟自由销售证明（ATTESTATION N 13873-003554 / 13872-003553 / 13871-003552 / 14645-004283），并开始在欧盟地区销售；2017 年经北京海御陆续在境内完成进口产品注册后，Cytocare C Line 系列产品开始在中国大陆地区，由北京海御进口后通过直销或经销的方式进行销售。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：发行人已制定《经销商管理制度》等完善的销售管理制度体系，为境内外经销商管理提供系统的管理规范指引及

约束，建立了有效的经销商管理体系。经销商基于对市场预判、客户需求、合理库存水平等因素综合确定对公司的采购规模及频次，发行人不会向下游经销商压货调节收入和利润，下游经销商在合理时间范围内可实现产品的最终销售。发行人对经销商的销售收入是真实的。

（1）对公司整体（境内、境外）经销商及收入真实性、最终销售实现情况的核查

保荐机构、申报会计师通过发询证函、实地走访/电话及视频访谈、走访经销商下游客户、取得经销商背景资料、取得经销商销售流向及期末库存资料、实施分析性程序等方式，对公司境内、境外经销商及其销售收入的真实性进行了核查。经销商函证、走访、取得经销存资料、期末存货说明、经销商覆盖的医疗机构客户的样本选择方面，根据重要性原则及各产品覆盖，并对经销商大额新增、大额减少等进行针对性分析。经销商整体核查的重要工作特别是外部核查工作主要内容如下：

①函证

根据重要性原则，按照报告期各期销售收入排序，兼顾重要、新增大额、大额减少、异常、各类产品品种不同销售模式前五大、其中对 2018 年度经销商收入实际发函比例控制在 85%以上，其余销售收入金额较小的经销商随机抽样发函，通过函证方式对经销商客户的各期收入以及各期末发出商品、往来款余额等确认。对于未回函的经销商执行替代程序，检查收入对应的经销协议、销售订单、产品出库单、客户验收单、银行回单等原始单据。

保荐机构、申报会计师对经销商的整体函证情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
函证情况：				
经销商客户发函金额	10,976.86	46,349.76	26,720.45	24,439.54
发行人经销商收入	16,511.52	53,459.93	35,551.43	34,402.50
经销商客户发函金额占经销收入比	**66.48%**	**86.70%**	**75.16%**	**71.04%**
经销商客户回函金额	9,797.94	43,147.51	24,971.32	23,111.60
经销商客户回函金额占经销收入比	**59.34%**	**80.71%**	**70.24%**	**67.18%**

经销商客户回函金额占发函金额比	**89.26%**	**93.09%**	**93.45%**	**94.57%**

②走访

通过实地走访及视频/电话等方式结合，访谈报告期内重要的境内外经销商（含客户集团），了解经销商背景及其主营业务、下游渠道及客户类型、与华熙生物的业务合作过程、定价情况、物流安排及运费承担、退换货情况、采购周期及合理库存，确认是否存在存货大量积压、法律纠纷、关联关系等。

保荐机构、申报会计师通过实地走访或视频/电话等方式结合，访谈境内、境外经销商（九州通等同一集团客户合并列示）情况如下表，表格中单个客户列示的报告期收入金额为客户自华熙生物采购原料、医疗终端及功能性护肤品产品的合并金额。

单位：万元

经销商访谈名单	访谈方式	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
Techmate Ltd	实地	-	2,035.42	2,036.80	1,925.63
Cellmark USA LLC Cellmark FRANCE Cellmark	实地	-	1,219.65	581.01	645.51
BeautyMed	实地	-	1,208.04	436.65	-
LEHVOSS C.D.Iberia S.L., Lehvoss France SARL, Lehvoss Italia S.R.L	视频	-	1,140.10	981.35	1,083.86
CAREGEN CO., LTD.	实地	-	1,079.81	644.39	202.49
IMCD Switzerland AG, Imcd Deutschland Gmbh & Co. Kg	实地	-	1,010.73	702.75	114.02
Glenmark Pharmaceuticals Ltd.	实地	-	927.58	-	1,175.93
富雅投资（香港）	实地	-	782.51	529.23	-
Cornelius Polska Sp. Z O. O., Cornelius Group Plc Cornelius Rus LLC	实地	-	735.55	733.05	615.85
Pharmore Ingredients Inc.	视频	-	719.37	568.52	490.99
Chungwoo Life Science Co., Ltd.	实地	-	535.28	153.26	38.20
Ace C&C Co., Ltd.	实地	-	532.74	357.69	431.90
Top Rhyme Interntional Co.,Ltd	视频	-	411.85	139.21	101.35
SEBBIN - FRANCE & SEBBIN IBERICA PRODUCTOS MEDICOS	电话	64.82	372.11	354.16	-
Ibsa Farmaceutici Italia SRL	电话	71.40	292.54	293.86	-

Orlicom SRL	电话	72.16	241.45	186.21	-
ACIC Fine Chemical Inc.	视频	-	-	694.17	2,631.28
淄博高迅商贸有限公司	实地	951.85	2,243.85	1,469.42	515.26
上海康汝医疗器械有限公司	实地	-	1,830.30	1,273.59	18.66
上海仁福医疗器械有限公司	实地	-	1,383.96	732.65	691.84
北京尚诚怡美生物科技股份有限公司	实地	-	1,332.02	940.97	2,145.90
江苏洵都医疗器械有限公司	实地	-	1,248.09	572.81	-
北京瑞康方际医疗器材有限公司	实地	-	1,043.09	61.86	-
北京京东世纪贸易有限公司	实地	-	957.79	-	-
上药控股四川生物制品有限公司	实地	-	806.64	-	-
河南景安医疗器械有限公司	实地	427.47	783.90	5.30	-
上海佑荟商贸有限公司	实地		770.39	-	-
赫颜辰信息咨询（北京）有限公司	实地	-	679.00	-	-
广州兆益生物科技有限公司	实地	-	658.33	479.54	109.60
淘宝店铺“白富美管家婆”	实地		637.42	200.45	-
朝阳纳晶电子商务有限公司	实地	-	591.90	-	-
南京易乐医疗器械有限公司	实地	-	425.28	-	-
鞍山菲悦医疗器械有限公司	实地	-	408.01	-	-
北京林特医药科技有限公司	实地	-	394.90	385.09	285.92
武汉欧博雅美业科技有限公司	实地	-	387.75	40.58	119.84
河北华健天诚医药有限公司	实地	-	384.40	327.46	218.77
杭州蒙悦纳医疗科技有限公司	实地	-	347.79	361.23	392.51
山东华辰天逸商贸有限公司	实地	-	343.25	-	-
北京老兵装饰工程有限公司	实地	-	342.48	-	-
深未（上海）医疗科技有限公司	实地	-	318.59	-	-
重庆富鼎医疗器械有限公司	实地	-	312.22	-	-
福州汇洋同创医药科技有限公司	实地	-	303.01	-	-
行吟信息科技（上海）有限公司	实地	-	291.59	-	-
安徽乐明生物科技有限公司	实地	-	290.85	37.41	437.37
云南檀雅商贸有限公司	实地	-	260.29	921.69	1,237.58

赵琦	实地		248.01		
九州通集团	实地	-	10.12	3,833.92	4,774.73
北京康胜嘉信商贸有限公司	实地	-	-	12.01	1,329.72
成都禾创医疗器械有限公司	实地	-	-	21.03	1,159.54
上海雨施医疗科技股份有限公司	实地	1,763.83	-	-	-
淄博迅通国际贸易有限公司	实地	1,113.69	-	-	-
访谈经销商客户收入合计		**4,465.22**	**33,279.95**	**21,069.32**	**22,894.25**
发行人经销商总收入		**16,511.52**	**53,459.93**	**35,551.43**	**34,402.50**
访谈经销商金额占比		**27.04%**	**62.32%**	**59.20%**	**66.55%**

注：2019 年年初（3 月）访谈了申报期 2016 至 2018 年度的经销商客户，2019 年一季度加期审计时，在首次申报访谈客户的基础上增加样本进行访谈，故 2019 年 3 月完成的访谈客户在 2019 年 1-3 月实现收入金额处未列示。

中介机构对境外客户（经销/直销）销售收入的走访核查情况如下：实地走访、视频/电话访谈 20 家境外经销商、9 家境外直销客户，访谈确认的收入及占境外销售收入的比例如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
境外销售收入合计	31,397.40	22,827.95	18,259.96
访谈的境外直销客户实现的收入	10,168.10	6,404.79	3,873.19
访谈的境外经销商客户实现的收入	**13,422.16**	**10,305.84**	**8,222.21**
境外直销、经销客户访谈收入合计	23,590.26	16,710.63	12,095.40
访谈的直销客户收入占境外收入比例	32.39%	28.06%	21.21%
访谈的经销客户占境外收入的比例	**42.75%**	**45.15%**	**45.03%**
访谈的境外直销、经销客户占境外收入比例	**75.13%**	**73.20%**	**66.24%**

③对报告期新增大额经销商的函证及走访核查情况

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
新增大额经销商各期贡献收入	3,725.32	17,354.87	9,011.65	5,402.84
新增大额经销商回函确认收入	3,182.07	15,992.02	5,164.10	1,364.75
新增大额经销商访谈确认收入	2,877.51	9,242.96	4,603.46	744.69
新增大额经销商回函收入占经销收入比	**85.42%**	**92.15%**	**57.30%**	**25.26%**
访谈新增大额经销商收入占经销收入比	**77.24%**	**53.26%**	**51.08%**	**13.78%**

注：新增大额经销商是指当年度或者当期交易金额大于等于 100 万元的经销商。

④取得经销商进销存明细表、说明函、流向表等资料，核查经销商期末库存

对报告期前 5 大以及 2018 年度前 40 大经销商，取得经销商提供的进销存明细表或者经销商出具的说明函、经销商流向表资料，核查经销商的期末库存情况；

取得的经销商提供的存货余额、进销存明细表或者经销商出具的说明、经销商流向表资料的经销商名单、各期收入情况如下表所示：

单位：万元

经销商名称	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
Ace C&C Co., Ltd.	-	532.74	357.69	431.90
BeautyMed	29.89	1,208.04	436.65	-
Cellmark USA LLC Cellmark FRANCE Cellmark	7.10	1,219.65	581.01	645.51
Chungwoo Life Science Co., Ltd.	225.29	535.28	153.26	38.20
Ibsa Farmaceutici Italia SRL	71.40	292.54	293.86	-
IMCD Deutschland GmbH & Co. KG IMCD Switzerland AG	377.87	1,010.73	702.75	114.02
Orlicom SRL	72.16	241.45	186.21	-
SEBBIN - FRANCE & SEBBIN IBERICA PRODUCTOS MEDICOS	64.82	372.11	354.16	-
Techmate Ltd	465.45	2,035.42	2,036.80	1,925.63
Top Rhyme Interntional Co.,Ltd	136.66	411.85	139.21	101.35
富雅投资（香港）	-	782.51	529.23	-
九州通集团	-	10.12	3,833.92	4,774.73
安徽乐明生物科技有限公司	16.95	290.85	37.41	437.37
北京老兵装饰工程有限公司	11.99	342.48	-	-
上海佑荟商贸有限公司	-	770.39	-	-
淘宝店铺“白富美管家婆”	-	637.42	200.45	-
北京林特医药科技有限公司	31.03	394.90	385.09	285.92
北京瑞康方际医疗器材有限公司	179.57	1,043.09	61.86	-
北京尚诚怡美生物科技股份有限公司	263.10	1,332.02	940.97	2,145.90
北京康胜嘉信商贸有限公司	-	-	12.01	1,329.72
成都禾创医疗器械有限公司	-	-	21.03	1,159.54

福州汇洋同创医药科技有限公司	1.12	303.01	-	-
杭州蒙悦纳医疗科技有限公司	340.22	347.79	361.23	392.51
河北华健天诚医药有限公司	35.94	384.40	327.47	218.77
河南景安医疗器械有限公司	427.47	783.90	5.30	-
赫颜辰信息咨询（北京）有限公司	163.79	679.00	-	-
江苏洵都医疗器械有限公司	-	1,248.09	572.81	-
南京易乐医疗器械有限公司	77.61	425.28	-	-
山东华辰天逸商贸有限公司	453.34	343.25	-	-
上海仁福医疗器械有限公司	117.17	1,383.96	732.65	691.84
上海雨施医疗科技股份有限公司	1,763.83	-	-	-
上药控股四川生物制品有限公司	-	806.64	-	-
武汉欧博雅美业科技有限公司	96.59	387.75	40.58	119.84
云南檀雅商贸有限公司	610.48	260.29	921.69	1,237.58
重庆富鼎医疗器械有限公司	-	312.22	-	-
淄博高迅商贸有限公司	951.85	2,243.85	1,469.42	515.26
淄博迅通国际贸易有限公司	1,113.69	-	-	-
取得经销商提供的进销存明细表或者经销商出具的存货说明函的经销商收入合计	**8,106.38**	**23,373.02**	**15,694.72**	**16,565.59**
经销总收入	**16,511.52**	**53,459.93**	**35,551.43**	**34,402.50**
取得经销商提供存货进销存明细或说明函占经销商收入比	**49.10%**	**43.72%**	**44.15%**	**48.15%**

⑤从发行人信息系统或销售业务台账中，核查经销商的期末库存和终端销售情况，抽查经销商进销存及流向信息

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 3 月，通过上述方式抽查的经销商进销存及流向的经销商收入占经销总收入比分别为 51.35%、53.82%、55.44%及 58.30%；

⑥对大额新增经销商期后采购的核查

核查 2018 年度及 2019 年一季度大额新增经销商客户在期后 1 至 3 个月期间的首笔销售订单日期、首笔订单金额、下一会计期间收入金额、发货、物流/快递、期后经销商动销数据、销售回款等；核查的 2018 年度及 2019 年一季度大额新增的经销商客户收入占当期新增经销收入比例分别为 80.49%及 81.03%。

⑦核查经销商的回款情况

从应收账款贷方发生额选取样本，核对银行对账单回单记录，将所列客户名称与银行对账单所列交易对手名称进行核对，核查公司销售收款真实性，是否存在第三方回款情况等；

2016 年、2017 年、2018 年及 2019 年 3 月，核查经销商回款金额占经销客户全部回款比例分别为 78.76%、77.87%、88.51%及 75.79%。

⑧对函证对应的经销商执行背景资料与交易资料的核查

核查经销协议、经销商资质、经销商工商信息、销售订单、发货通知单、出库单、物流/快递签收单、销售发票、银行回单等，核查是否存在提前或者延后确认收入的情形；

2016 年至 2019 年 3 月，对于函证样本客户，执行上述核查程序的经销商收入金额占经销总收入比例分别为 69.78%、81.08%、79.26%及 70.04%。

（2）对 Revitacare 经销商、销售收入真实性、最终销售情况的核查

保荐机构通过发询证函、实地走访/电话及视频访谈经销商、取得内部资料、实施分析性程序等方式，对 2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-3 月发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械产品）及功能性护肤品 C Line 产品的经销商及最终销售情况进行了核查。重要的核查程序特别是外部核查工作如下：

①函证

保荐机构及会计师通过函证方式，对 Cytocare 透明质酸无源植入物经销商客户的各期收入以及各期末发出商品、往来款余额等确认。对于未回函的经销商执行替代程序，检查收入对应的经销协议、销售订单、产品出库单、客户验收单、银行回单等原始单据。保荐机构及申报会计师对 Cytocare 透明质酸无源植入物经销商的函证情况如下：

单位：万元

函证情况	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度
Cytocare 透明质酸无源植入物经销商客户回函金额	392.92	3,702.85	2,467.08

Cytocare 透明质酸无源植入物经销商收入	954.74	4,862.67	3,678.78
经销商客户回函金额占经销收入比	41.15%	76.15%	67.06%

保荐机构及申报会计师通过函证方式，对丝丽精华液系列产品客户的各期收入以及各期末发出商品、往来款余额等确认。对于未回函的客户执行替代程序，检查收入对应的合同、协议、销售订单、产品出库单、客户验收单、银行回单等原始单据。对丝丽精华液系列产品的函证情况如下：

单位：万元

函证情况	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度
丝丽精华液产品直销、经销客户回函金额	285.20	1,459.16	686.68
丝丽精华液产品销售收入	670.08	2,303.60	1,406.45
直销、经销客户回函金额占比	**42.56%**	**63.34%**	**48.82%**

②访谈 Revitacare 的境内外经销商，确认交易真实性

通过实地走访或电话方式结合，访谈报告期内境外 5 家 Cytocare 透明质酸无源植入物经销商（其中 2 家实地走访，3 家电话访谈并邮件确认），了解经销商背景及其主营业务、与 Revitacare 的业务合作过程、定价情况、物流安排及运费承担、退换货情况，是否存在法律纠纷、关联关系等，确认客户真实性及交易的真实性等。

单位：万元

期间	经销商名称	访谈确认方式	金额	占 Cytocare 透明质酸无源植入物销售总额比例
2018 年度	BeautyMed	实地走访	1,208.04	22.28%
	富雅投资（香港）	实地走访	782.51	14.43%
	SEBBIN - FRANCE & SEBBIN IBERICA PRODUCTOS MEDICOS	电话	372.11	6.86%
	Ibsa Farmaceutici Italia SRL	电话	292.54	5.40%
	Orlicom SRL	电话/邮件	241.45	4.45%
	合计		**2,896.65**	**53.42%**
2017 年度	富雅投资（香港）	实地走访	529.23	13.78%
	BeautyMed	实地走访	436.65	11.37%
	SEBBIN - FRANCE	电话	354.16	9.22%
	Ibsa Farmaceutici Italia SRL	电话	293.86	7.65%

	Orlicom SRL	电话/邮件	186.21	4.85%
	合计		**1,800.11**	**46.87%**

经现场访谈确认，Revitacare 2018 年第一大经销商 BeautyMed 采购额增长较大，主要原因一是 2018 年起 BeautyMed 拓宽销售渠道，开始与电商平台（如当地电商 WhoSalers 等）合作；二是用 Revitacare 产品替代了该经销商原代理分销的 Dermaheal 品牌的同类型产品，Revitacare 产品取代了 Dermaheal 在当地的市场渠道和份额。

实地走访境内负责销售丝丽精华液（C Line）的 13 家重要经销商，确认交易真实性，并取得进销存情况及说明函等资料：

单位：万元

序号	客户名称	是否走访	2018 年度 C Line 收入	2017 年度 C Line 收入
1	北京瑞康方际医疗器材有限公司	实地访谈	47.00	4.84
2	北京尚诚怡美生物科技股份有限公司	实地访谈	-	53.85
3	广东东方新特药有限公司	实地访谈	36.62	47.69
4	杭州蒙悦纳医疗科技有限公司	实地访谈	8.55	49.85
5	江苏洵都医疗器械有限公司	实地访谈	16.62	106.15
6	九州通医疗器械集团有限公司	实地访谈	-	124.62
7	上海九州通医疗器械有限公司	实地访谈	4.66	58.15
8	安徽壹加壹控股股份有限公司	实地访谈	16.48	2.11
9	上海仁福医疗器械有限公司	实地访谈	62.81	7.26
10	武汉欧博雅美业科技有限公司	实地访谈	174.66	-
11	西安旭阳医疗器械有限公司	实地访谈	27.34	20.09
12	云南檀雅商贸有限公司	实地访谈	12.93	81.20
13	重庆昊斯敦医疗器械有限公司	实地访谈	88.56	57.69
	实地访谈客户收入合计		**496.23**	**613.50**
	北京海御丝丽精华液收入合计		**2,303.60**	**1,406.45**
	实地访谈丝丽精华液客户收入占比		**21.54%**	**43.62%**

③对经销商销售流向、合理库存及期末库存、是否存在压货情况的核查

对于 Cytocare 透明质酸无源植入物的境外经销商，保荐机构通过访谈了解其产品销售流向及下游客户类型，了解其销售区域，并于经销协议约定的经销

区域对比，并重点询问其实际是否向中国大陆地区销售 Cytocare 透明质酸无源植入物；

同时，取得报告期内重要经销商关于采购政策、期末库存情况的说明，并确认经销商按照正常采购周期及合理库存采购，Revitacare 不存在要求经销商客户期末临时增加采购量、通过临时调整经销商信用政策以促进经销商销售的情况。重要经销商对期末库存、销售情况的说明如下：

单位：万元

期间	经销商名称	金额	对存货及最终销售的确认
2018 年度	BeautyMed	1,208.04	保持 2 个月左右的安全库存
	富雅投资（香港）	782.51	全部销售，2018 年已启动注销，没有库存
	SEBBIN - FRANCE & SEBBIN IBERICA PRODUCTOS MEDICOS	372.11	维持 3 个月的库存
	Orlicom SRL	241.45	保持平稳的库存、订单基于 Orlicom 销售预测；Revitacare 从未要求 Orlicom 购买过多的产品
	合计	**2,604.11**	取得存货说明的经销商收入占 2018 年透明质酸无源植入物经销收入的 53.55%
2017 年度	富雅投资（香港）	529.23	维持 1.5 至 2 个月的库存
	BeautyMed	436.65	保持 2 个月左右的安全库存
	SEBBIN - FRANCE	354.16	维持 3 个月的库存
	Orlicom SRL	186.21	保持平稳库存，订单是基于 Orlicom 销售预测；Revitacare 从未要求 Orlicom 购买过多的产品
	合计	**1,506.25**	取得存货说明的经销商收入占 2018 年透明质酸无源植入物经销收入的 40.94%

取得经销商提供的进销存明细表或者经销商出具的说明函的丝丽精华液产品的经销商客户清单如下：

单位：万元

序号	经销商名称	进销存资料或说明函	2018 年度营业收入	2017 年度营业收入
1	上海仁福医疗器械有限公司	是	62.81	7.26
2	北京尚诚怡美生物科技股份有限公司	是	-	53.85
3	江苏洵都医疗器械有限公司	是	16.62	106.15
4	北京瑞康方际医疗器材有限公司	是	47.00	4.84

5	武汉欧博雅美业科技有限公司	是	174.66	-
6	杭州蒙悦纳医疗科技有限公司	是	8.55	49.85
7	云南檀雅商贸有限公司	是	12.93	81.20
8	上海九州通医疗器械有限公司	是	4.66	58.15
9	广东柯尼兹医疗器械有限公司	是	6.98	23.08
10	九州通医疗器械集团有限公司	是	-	124.62
取得经销商提供的进销存明细表或者经销商出具的存货说明函的经销商收入合计			**334.21**	**509.00**
经销总收入			**1,396.42**	**860.09**
取得经销商提供存货进销存明细或说明函占经销商收入比			**23.93%**	**59.18%**

④穿透走访经销商服务的下游机构客户，确认最终销售情况

实地走访经销商覆盖的 34 家终端医疗机构，电话访谈 20 家丝丽精华液的下游终端机构客户，了解对丝丽精华液的采购情况、使用情况及其使用规范性：

实地走访的经销商覆盖的下游 34 家终端机构客户的名单如下：

走访经销商的下游终端机构名称	
上海伊莱美医疗美容医院	四川米兰柏羽医学美容医院有限公司
上海生命树医疗美容门诊部	四川悦好医学美容医院有限公司
上海愉悦美联臣医疗美容医院	昆明韩辰医疗美容医院有限公司
杭州瑞丽医疗美容医院有限公司	昆明市一医院星耀医院有限公司
杭州时光医疗美容医院有限公司	昆明维多利亚医疗美容门诊有限公司
杭州连天美医疗美容医院有限公司	昆明博美医疗美容门诊部
北京爱颜国际医疗美容诊所	北京华韩医疗美容有限公司
成都武侯安莎贝拉医疗美容门诊部有限公司	北京明德医院有限公司
四川娇点医学美容医院有限公司	北京如颜慧芳医疗美容诊所
四川汉密尔顿美容医院有限公司	新面孔医疗美容医院
四川华美紫馨医学美容医院有限公司	北京东方瑞丽尚品医疗美容诊所有限公司
成都军大医院有限公司	北京美莱医疗美容医院
上海复美医疗美容医院	上海铂诗玥医疗美容诊所有限公司
江苏施尔美整形美容医院	河南整形美容医院有限公司
南京米尚恩医院管理有限公司	河北医科大学附属第三医院
南京韩辰整形美容医院	河北大学附属医院

郑州市金水区至美医疗美容门诊部	郑州市金水区丽天医疗美容门诊部

电话访谈经销客户覆盖的 20 家丝丽精华液产品的终端机构客户名单如下：

访谈的丝丽精华液的经销商覆盖的终端机构客户名称	
上海洁铭医疗美容门诊部有限公司	四川晶肤医学美容医院有限公司
苏州紫馨美容医院有限公司	广州华美医疗美容医院有限公司
杭州珈禾医疗美容医院	武汉市江岸区诠美医疗美容门诊部
南京华韩奇致美容医院有限公司	武汉艺星医疗美容医院有限公司
南京艺星医疗美容医院有限公司	武汉五洲莱美整形美容医院有限公司
上海至仁医疗美容门诊部	华中科技大学同济医学院医院医疗美容门诊部
上海玫瑰整形医院	武汉市江岸区美基元医疗美容门诊部
上海万丽医疗美容门诊部	南京鼓楼美莱医疗美容门诊部有限公司
上海鸥美药妆医疗美容	昆明玺兰医疗美容门诊
北京美莱医疗美容医院有限公司	成都武侯天使之翼整形美容医院有限公司

⑤对 Revitacare 销售 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械产品）经销收入的分析性核查情况

A. 报告期内 Revitacare 经销商的增减变动情况、相应经销收入的增减变动情况

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度
新增经销商数量（个）	10.00	9.00
新增经销商当期贡献收入	163.85	43.36
当年经销商收入总额	4,862.67	3,678.78
新增经销商收入占比	3.37%	1.18%
项目	**2018 年度**	**2017 年度**
减少经销商数量（个）	10.00	1.00
减少经销商上年度贡献收入	38.60	14.18
上年度经销商收入总额	3,678.78	2,632.64
减少经销商上年度贡献收入占比	1.05%	0.54%

B. Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械产品）应收账款变动情况分析

单位：万元

项目	2018 年末/2018 年度	2017 年末/2018 年度
Cytocare 透明质酸无源植入物应收账款余额	880.18	711.28
当期 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械产品）收入（含直销客户）	5,421.93	3,840.91
应收账款周转率	6.16	5.40

C. 通过分析 Revitacare 2017 年、2018 年重要经销商的采购频次合理性、12 月采购占比、下一期首笔采购的时间及金额，判断是否存在期末大额采购及囤货情况，核查经销商的期末库存情况：

2018 年 Revitacare 的 Cytocare 透明质酸无源植入物主要经销商采购频次及期后采购情况如下：

单位：万元

经销商名称	销售收入	采购次数	12 月销售占比%	2019 年首笔订单日期	2019 年 1 季度收入
BeautyMed	1,208.04	9	19.78	2019/1/21	29.89
富雅投资（香港）	782.51	8	-	-	-
Bazargan Iranian Owj Andisheh	385.52	7	-	2019/4/18	-
SEBBIN - FRANCE & SEBBIN IBERICA PRODUCTOS MEDICOS	372.11	11	9.71	2019/1/24	71.40
Ibsa Farmaceutici Italia SRL	292.54	4	20.78	2019/2/15	72.16
Orlicom SRL	241.45	8	15.50	2019/1/29	72.16
Re-Aesthetic Limited	167.67	3	-	2019/4/4	-
Noif Trade Co. Ltd	133.32	2	-	2019/1/15	103.33
Seltek Estetik Pazarlama ve Tic AS	106.05	6	-	2019/1/22	39.13
Mothmir	83.11	2	-	2019/3/20	23.23
Diesse Ltd	80.93	8	12.47	2019/1/14	88.25
Cg Med SAS	75.79	6	-	2019/3/11	17.60
Congres	54.44	5	-	2019/2/7	29.89

2018 年 12 月份，BeautyMed 期末单月采购额为 238.95 万元人民币，占 2018 年全年的 19.48%，与其保持 2 个月左右安全库存的采购政策无重大差异，且本次采购形成的应收账款已于 2019 年 2 月 25 日及 4 月 1 日分两笔全部收回，与其信用政策无重大差异。

2017 年 Revitacare 的 Cytocare 透明质酸无源植入物主要经销商采购频次及期后采购情况如下：

单位：万元

经销商名称	销售收入	采购次数	12 月销售收入占比%	2018 年首笔订单日期	2018 年 1 季度收入
富雅投资（香港）	529.23	9	5.58	2018/1/16	268.19
BeautyMed	436.65	5	-	2018/1/25	281.10
SEBBIN - FRANCE & SEBBIN IBERICA PRODUCTOS MEDICOS	354.16	8	-	2018/1/12	45.54
Ibsa Farmaceutici Italia SRL	293.86	2	-	2018/4/1	-
Seltek Estetik Pazarlama ve Tic AS	191.21	7	-	2018/1/17	32.33
Orlicom SRL	186.21	6	-	2018/1/26	61.32
Re-Aesthetic Limited	158.01	4	7.23	2018/2/22	39.43
Mothmir	157.60	4	-	2018/4/9	-
Sia M7 Beauty	117.69	9	18.47	2018/7/16	-
Diesse Ltd	106.46	7	-	2018/2/16	18.84
Md Trades SA	101.43	4	-	2018/5/14	-
Iyad Hayouti Trade、	98.34	2	-	2018/4/24	-
New Medic Era AB	80.93	11	1.92	2018/5/16	-

⑥期后退货情况的核查核查

核查报告期内法国公司产品是否存在大额退货的情形，特别关注是否存在期后大额退货，并了解退货的原因。报告期内，Cytocare 透明质酸无源植入物产品不存在实际退货的情形。北京海御丝丽精华液产品的退货金额较小，情况如下：

项目	2019 年 1-3 月	2018 年度	2017 年度
丝丽精华液产品退货金额（万元）	10.28	-	1.03
占当期丝丽精华液产品销售收入的比例	1.53%	0.00%	0.07%

（3）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

法国子公司 Revitacare 在境外销售的 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械）产品、主要在中国大陆地区销售的丝丽精华液系列产品（妆字

号产品），销售收入真实，不存在向下游经销商压货以调节收入、利润的情况；经销商采购频次及周期合理，保持合理库存，产品销售情况正常，均在合理周期内实现产品的最终销售；发行人整体经销商销售收入真实、不存在刻意压货等情形，经销商保持合理库存，并实现了最终销售。

10、关于发行人 Cytocare 系列产品在境内销售情况的核查

（1）核查过程

1）取得 Revitacare 的销售明细表，核查 Cytocare 系列产品的客户名单及销售区域；

2）抽查发行人 Cytocare 系列产品的《经销协议》，了解经销协议中经销商销售区域约束、销售合法合规性要求、产品推广管理措施等内容；

3）通过实地走访或电话方式结合，访谈报告期内 5 家 Cytocare 透明质酸无源植入物产品经销商，了解经销商背景及其主营业务、与 Revitacare 的业务合作情况、经销区域限制、是否向中国境内销售等；

4）对境内的医疗机构进行访谈，其中电话访谈 20 家以了解是否存在采购 Cytocare 透明质酸无源植入物、是否存在注射使用 Cytocare C Line 产品的情况等；实地走访 34 家经销商覆盖的医疗机构，确认是否存在相应资质，是否存在违规行为或被处罚的行为；

5）取得发行人针对 Cytocare 透明质酸无源植入物在境内销售的维权资料（包括发行人在电商平台进行公开信息检索、申诉的截图），核查发行人针对相关情况采取的措施；

6）取得丝丽精华液系列产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物的注册批件、产品说明书、产品外包装，核查两款产品的差异情况；

7）取得发行人收购 Revitacare 以来北京海御的海关进口货物报关单，核查其向 Revitacare 进口产品的情况；

8）取得 Foley Hoag AARPI 律师于 2019 年 3 月 12 日出具的法律意见书，取得北京市工商行政管理局怀柔分局、北京市怀柔区市场监督管理局出具的无

违规证明，核查 Cytocare C Line 和 Cytocare 透明质酸无源植入物产品销售过程中的合法合规性。

（2）核查内容及核查情况

1）Cytocare 透明质酸无源植入物的直销和经销客户均为境外公司，且不存在向中国大陆地区销售的情况

报告期内，发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物通过线下直销和经销的方式进行销售，产品均在境外进行销售。报告期内，发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物的直销客户主要包括 Clinique Matignon、Dr Nicolas Christophorou、Chan Yin Yung、Dr Lalosevic、Medispa Wilmslow Dr Nyla's Clinic 等医疗机构；经销客户主要包括 BeautyMed、VENUS-Rx GmbH、Sebbin 及关联企业等公司。

对于经销商的管理与约束，Revitacare 与经销商在协议中对其销售区域、销售合法合规性作出了明确约定：（1）经销商不得在协议约定的经销国家或地区之外宣传或销售相关产品；（2）经销商应当确保相关产品取得经销国家或地区的注册或许可，并向 Revitacare 提供相应的证明文件；（3）如果经销商违反相应约定，Revitacare 有权取消其经销资格。

鉴于 Cytocare 透明质酸无源植入物尚未在国内取得注册批件，中国大陆暂未纳入经销区域，根据经销协议的相关约束，Revitacare 能够确保相关经销商将产品销往境外约定的各经销区域，Revitacare 的授权经销商未向中国大陆地区销售透明质酸无源植入物产品。

2）发行人可通过欧盟医疗器械追溯体系，根据取得的产品批号，反向追溯查询该产品的经销商及销售区域。发行人市场监测过程中，曾发现个别第三方通过电商平台向境内销售欧盟III类产品的情形，并已发函投诉处置，但发行人不存在协助或参与相关欧盟III类产品在境内销售的情形。

根据欧盟的医疗器械追溯体系，Revitacare 可根据具体产品的批号，反向追溯该产品的经销商信息，但欧盟医疗器械追溯体系并不要求、亦无法实现 Revitacare 正向追溯其具体产品的各级流向。

发行人知悉相关产品在境内销售的情况后，均主动采取相应的措施维护自

身权益，例如：

发行人在市场监测过程中，通过公开信息检索，获悉个别电商平台存在销售 Cytocare 透明质酸无源植入物的情形。对于上述情形，发行人已通过与该平台商家进行沟通并向电商平台投诉的方式要求其整改下架相应产品，并将视处理结果保留采取法律途径的权利。目前该电商平台正在审核此事项。

发行人销售人员在走访中，发现某医疗美容诊所存在销售 Cytocare 透明质酸无源植入物的情况。发行人及时向当地市场监督局稽查大队进行举报，并由市场监督局工作人员记录案情后转交食药监局办理，食药监局已对该诊所进行了现场查处，罚没了相关产品并向该诊所发出了询问通知单。

此外，对于能够掌握批号或获得追溯标签的境内获得的 Cytocare 透明质酸无源植入物产品，发行人会将相关信息反馈至 Revitacare，并由 Revitacare 核实是否存在经销商将产品违规销往中国境内的情形，以追究其违约责任。截至目前，发行人未发现 Revitacare 的经销商向中国境内销售 Cytocare 透明质酸无源植入物产品的情况。

鉴于 Cytocare 透明质酸无源植入物尚未在国内取得注册批件，发行人子公司 Revitacare 未向中国境内客户销售透明质酸无源植入物产品，同时在经销协议中对经销商的销售行为做出了约束。对于产品通过其他途径在境内销售的情况，发行人知悉后会主动采取相应的维权措施，积极维护市场秩序和自身权益。综上，发行人不存在协助或参与相关欧盟III类医疗器械产品在境内销售的情形，不存在通过经销商将 Cytocare 透明质酸无源植入物在境内销售的情形。

3）发行人不存在将注射用产品作为化妆品在境内销售的情形

①丝丽精华液系列产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物存在明显差异

丝丽精华液系列产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物系两类不同产品，二者在产品资质、组成成分、预期用途、使用方法、产品包装、销售区域等方面存在诸多明显差异。

②发行人境内子公司仅向 Revitacare 进口功能性护肤品，不存在进口其他欧盟III类医疗器械或注射用产品的情形

经核查 Revitacare 的产品销售明细表以及发行人子公司北京海御的海关进口货物报关单，报告期内，发行人子公司北京海御仅向 Revitacare 进口已取得境内化妆品批件的丝丽精华液系列产品，不存在进口 Cytocare 透明质酸无源植入物等欧盟III类医疗器械或其他注射类产品的情形。

4）发行人 Cytocare 系列产品销售过程中不存在违法违规情形

发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物已取得欧盟III类医疗器械认证等产品经营资质，并由 Revitacare 向欧洲等境外医疗机构或有资质的经销商销售。销售过程中 Revitacare 严格遵守欧盟医疗器械指令（MDD）、ISO 13485:2016 等产品相关法规或质量管理体系的要求，确保销售过程的合法合规性。

发行人 Cytocare C Line 系列产品于 2016 年 6 月取得法国化妆品中小企业协会（The French Cosmetics Association for SMEs (COSMED)）出具的欧盟自由销售证明（ATTESTATION N 13873-003554 / 13872-003553 / 13871-003552 / 14645-004283），能够在境外合法销售。

Cytocare C Line 系列产品已取得中国国内进口化妆品备案，且历次进口产品时均取得了检验检疫合格证明。销售过程中发行人严格遵守《化妆品卫生监督条例》、《化妆品卫生监督条例实施细则》等相关法律法规的要求，确保销售过程中不存在违法违规情形。

报告期内，发行人 Cytocare 系列产品的销售过程符合相关法律法规。根据 Foley Hoag AARPI 律师于 2019 年 3 月 12 日出具的法律意见书，Revitacare 持有所有在法国运营的证照、许可或批准文件；自 2016 年 12 月 31 日（开曼华熙于 2017 年 1 月收购了 Revitacare 100%股权）至法律意见书出具日，不存在任何行政处罚或潜在处罚事项。

北京市怀柔区市场监督管理局已于 2019 年 9 月 6 日出具证明，证明北京海御在境内销售 Cytocare C Line 产品过程中，不存在违反工商行政管理、质量技术监督管理、食品药品监督管理的法律、法规的情况，不存在受到行政处罚的情况。

（3）核查结论

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

1）发行人 Cytocare 透明质酸无源植入物的直销和经销客户均为境外公司，发行人不存在协助或参与相关欧盟III类医疗器械产品在境内销售的情形，不存在通过经销商将 Cytocare 透明质酸无源植入物在境内销售的情形；

2）发行人不存在将 Cytocare 透明质酸无源植入物等欧盟III类医疗器械产品作为化妆品在境内销售的情形；

3）发行人 Cytocare 系列产品的销售过程符合相关法律法规，不存在违法违规或受到行政处罚的情形，行业主管部门北京市怀柔区市场监督管理局已对此出具了不存在违法行为的证明文件。

综上所述，经充分核查，保荐机构发表总体核查意见如下：

1、发行人的 Cytocare C Line 系列产品，在法国生产及包装，生产过程合法合规，生产过程的配方、生产环境及品质要求等方面与透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械）产品明确区分，不存在产品在生产阶段混同的情形；

2、Cytocare C Line（丝丽精华液）产品与 Cytocare 透明质酸无源植入物（欧盟III类医疗器械）在原材料、加工费等方面的生产成本存在差异，主要为产品配方、加工环境及品质要求不同导致，均表明公司 Cytocare C Line（丝丽精华液）产品在配方研制及生产时，已明确仅用于涂抹，产品不能用于注射；

3、Cytocare C Line 和 Cytocare 透明质酸无源植入物的两类产品，在外包装、内包装样式和标识内容、内附文件上存在显著差异，区别明显，不存在产品无法明确区分并导致混同销售、混用的情形；Cytocare C Line 的包装及说明书中已明确标明产品使用方法为涂抹使用；

4、发行人进口并销售丝丽精华液产品的行为合法合规。发行人已在国家食药监局完成丝丽精华液产品的进口产品备案，通过海关检验检疫后在国内作为化妆品销售，合法合规，不存在违法违规行为，政府主管部门亦出具了公司丝丽精华液产品经营过程中不存在违法违规行为的证明；

5、发行人收购法国 Revitacare 100%股权后，作为股东宣传 Revitacare 的品牌及全产品线具有商业合理性，发行人不存在在境内推广销售 Revitacare 的透明质酸无源植入物产品的行为，不存在将 Cytocare C Line 作为医疗产品注射使用的宣传，因此品牌宣传及产品推广活动合法合规，不存在违法违规行为；

6、发行人在丝丽精华液产品的客户培训及产品推广过程中，已明确说明产品为结合其他治疗项目，涂抹使用，并告知涂抹区域、用量及手法，不存在指导下游客户注射使用的情形，发行人的产品培训及推广过程合法合规，不存在违法违规行为；

7、发行人下游客户知悉 Cytocare C Line 产品与其他治疗类项目结合使用组合营销，知晓 Cytocare C Line 产品的使用方法为术前术后涂抹使用；下游客户在实际经营过程中，实际使用情况为结合其他治疗项目术前术后涂抹使用，不存在违规注射使用的情况；

8、发行人已尽可能采取的有效手段如沟通、发函、投诉等，积极规范下游部分客户可能存在的不当宣传的情形，并已向监管部门投诉举报发现的可能涉嫌违规使用的机构客户，已取得显著成效；

9、发行人在历次申请文件中关于丝丽精华液产品的相关表述真实、准确、完整，历次披露前后保持一致，与实际经营情况不存在矛盾或重大差异；发行人已在招股说明书中，进一步补充完善了“下游客户可能存在不当宣传或超范围使用公司产品的风险”；在重大事项提示部分，增加了丝丽精华液产品为涂抹用护肤品的说明，并详细列举了公司未来拟采取的进一步规范下游市场的具体措施；

10、发行人丝丽精华液产品的生产、进口及销售、宣传培训推广、市场规范措施等经营过程及行为，符合行业有关法律法规的要求，合法合规，不存在违法违规行为，符合《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》第十三条所述“发行人生产经营符合法律、行政法规的规定”的要求，不存在影响本次发行有关条件的情况；

11、发行人丝丽精华液产品的销售情况真实，产品实现了最终销售。

问题三

根据公开信息，目前财政部等多部门正开展对发行人所属行业企业的检查工作，发行人为检查对象之一。请发行人说明对其相关检查的内容、检查的具体情况、检查的进展和检查的结果，发行人是否存在违法违规生产、经营和销

售的情形。请保荐机构、律师核查并发表意见。

回复：

发行人近期先后接受财政部就医药行业会计信息质量检查、美国 FDA 有关 cGMP 现场检查、国家药监局有关药品生产企业 GMP 认证检查等。

（一）财政部本次医药行业检查的具体情况

1、按照“双随机、一公开”原则，发行人被随机抽中接受医药行业会计信息质量检查

财政部于 2019 年 5 月 23 日发布《财政部关于开展 2019 年度医药行业会计信息质量检查工作的通知》（财监【2019】18 号）（以下简称“《通知》”），2019 年 6 月 4 日本次检查及抽查企业名单在财政部监督监察局网站公开。本次检查的目的，主要是剖析药品从生产到销售各个环节的成本利润构成，揭示药价形成机制，为综合治理药价虚高、解决人民群众“看病贵”问题提供第一手资料，促进更加公平、更可持续的医疗保障体系建设。

根据上述通知，财政部于 2019 年 6 月至 7 月开展医药行业会计信息质量检查，由财政部所属监管局及各省财政厅（局）具体负责检查工作。财政部会同国家医疗保障局按照“双随机、一公开”的要求，随机选取了 77 户医药企业检查，其中 15 户由财政部监管局负责，62 户由地方财政厅（局）负责。上述《通知》的附件中，明确公司被随机抽中，成为由山东省财政厅具体负责检查的 2 家企业之一。

2、检查组 7 月 1 日进场，并已按计划于 8 月 2 日完成现场检查

2019 年 6 月 26 日，山东省财政厅监督检查局向发行人出具《财政检查通知书》，具体内容为根据财政部《通知》的要求，定于 7 月 1 日开始对华熙生物的会计信息质量进行检查。

2019 年 7 月 1 日，山东省财政厅监督检查局到达发行人，进行了初步沟通及调研。同日，山东省财政厅聘请的中准会计师事务所（特殊普通合伙）审计人员入场，拟定的现场检查工作时间预计为 4 周。

2019 年 8 月 2 日，山东省财政厅监督检查局及中准会计师事务所已按照检

查计划，完成全部现场检查工作，并离开现场。

8 月 3 日至 8 月 25 日，检查组跟公司保持沟通，并由公司进一步补充提供相关资料。

3、本次检查的主要内容

山东省财政厅监督检查局及其聘请的中准会计师事务所等人员组成的检查组，对公司的财务情况进行了全面检查，检查内容包括企业遵守会计法律法规、财务会计制度、内部控制规范以及国家财税政策等有关情况，并重点关注费用真实性、成本真实性、收入真实性及其他等方面。

检查人员查阅了公司报表，固定资产、存货、收入、成本、费用等各类明细账；审查了检查期间（2018 年度）内的全部会计凭证，检查具体情况如下：

（1）对于费用真实性检查，核查了费用发票、公司费用审批的内部控制程序、调取了相关业务协议、以及相关支持性资料包括：合作方营业执照、广告播放排期、会议费相关的会议日程、签到表等资料；

（2）对于成本的真实性检查，调取了全部进销存数据，检查了领料单、工时统计表、生产成本的结转过程、制造费用分摊等资料，复核了部分直接材料、直接人工、制造费用分摊过程；

（3）对于收入的真实性检查，调取了订单、销售发票、发运记录等资料；

（4）其他方面，重点检查了人员薪酬、库存管理、合同签订等内部控制流程及合规性。此次会计信息质量检查，不仅检查公司内部相关资料，同时走访了部分客户、供应商。

4、本次检查的结果

按照财政部《通知》的要求，山东省财政厅监督检查局拟按照财政部的统一部署，后续将检查材料报送财政部监督评价局，由财政部统一汇总处理本次检查的结果。

经过一个月的现场检查，经检查人员核查，发行人不存在会计核算及收入、成本、费用的真实性、准确性等方面的问题，不存在虚增收入、虚构成本费用、不存在通过关联方等代为支付市场推广费、不存在“两票制”下医药行

业市场推广费的合规性、规范性等方面的问题；经过本次检查，发行人在会计信息质量方面不存在重大违法违规的情形。

济南市地方金融监督管理局与山东省财政厅相关负责同志及现场检查人员沟通后，于 2019 年 8 月 6 日向上海证券交易所出具《关于华熙生物科技股份有限公司会计信息质量检查有关情况的说明》，确认“此次现场检查中未发现该企业在会计信息质量方面存在可能影响财务核算真实性、准确性、规范性的重大瑕疵”。

（二）美国 FDA 本次现场检查具体情况（2019.4.22-2019.4.26）

1、FDA 对生产线的定期检查

按照联邦法规关于药品和食品的监管要求，美国 FDA 于 2019 年 4 月 22 日至 4 月 26 日派检查官依据制造、加工、包装或者保存药品的现行良好制造规范（cGMP）对发行人出口美国的用于生产人用药品的活性药物成分生产线进行现场检查。

检查频率为每两年一次，2019 年为发行人第四次接受美国 FDA 的检查。

2、本次检查内容

2019 年 4 月 22 日，美方检查官与发行人召开会议，美方检查官出具官方检查员证明，并介绍此次检查的目的和检查流程，按生产工艺流程由原辅料进厂仓储管理、菌种管理、生产过程、空调水系统、产品检验等对仓储、车间、质量控制等现场进行检查；并依次对人员、厂房设施、设备清洁、维修保养、电子计算机系统、生产工艺、批生产记录、供应商管理、产品放行、偏差、变更、实验室检验结果超标调查、清洁验证、方法验证、投诉、退换货以及产品召回、运输等相关文件进行详细审核。

3、检查结果及获证情况

经过五天的现场检查及文件审核，认定发行人符合美国联邦法规关于人用药品制造、加工、包装或者保存药品的现行良好制造规范（cGMP）的要求，并于 2019 年 6 月底向发行人发出美国 FDA 官方的审核通过报告。

（三）有关药品生产企业 GMP 认证检查（2019.5.18-2019.5.21）

1、山东省药品监督管理局审评认证中心对 GMP 换证检查

由于发行人生产玻璃酸钠注射液的 GMP 认证证书将于 2019 年 7 月 23 日到期，根据《山东省药品生产质量管理规范认证管理办法》鲁食药监安〔2012〕82 号 “第七条 已取得《药品 GMP 证书》的药品生产企业应在证书有效期届满前 6 个月，重新申请药品 GMP 认证”的要求，2019 年 5 月 18 日至 21 日由山东省药品监督管理局审评认证中心依据《药品生产质量管理规范》（2010 年修订）及附录要求对发行人生产玻璃酸钠注射液的生产线进行换证检查，这是发行人第五次接受药品 GMP 的认证检查。

2、具体检查内容概述

2019 年 5 月 18 日，发行人与 GMP 专家组召开首次会议。专家组针对厂房周围环境、总体布局；仓储设施、物料接收；车间生产管理；空调水系统；仪器设备校准、验证和维护进行了现场检查；并对人员配置、培训；生产和质量管理文件、年度质量回顾、偏差、变更、实验室检验结果超标调查、台账、注册、再注册资料、灭菌柜确认、工艺规程、供应商审计档案、工作对照品管理规程等资料进行全方位审核。

3、检查结果及获证情况

发行人根据 GMP 的要求制定了质量管理的体系框架，建立了质量保证系统等文件体系，配备了相应的质量和生产管理人员，保障 GMP 在企业内的有效实施。经过 4 天的现场检查和文件审核，专家组认定发行人生产检验设施设备与生产品种规模基本相适应，生产检验设施设备较为完善，文件体系较全面，质量保证系统运行有效并能持续改进，玻璃酸钠注射液生产符合《药品生产质量管理规范》（2010 年版）的要求，并于 2019 年 7 月 17 日向发行人发出新的药品 GMP 证书。

（四）发行人在生产、经营和销售等各环节，不存在重大违法违规及相应的行政处罚

1、报告期内，发行人在生产及销售等经营环节不存在重大违法违规行为

报告期内，发行人建立了完善的业务管理及内部控制制度，并能够得到有效执行，能够保证在生产、经营及销售各环节合规经营，不存在重大违法违规

行为。

在生产方面，发行人按照产能建设的要求，取得了产能建设的规划、环评及各项验收文件，取得了《药品生产许可证》、《医疗器械生产许可证》、《化妆品生产许可证》、《食品生产许可证》等各项资质，药品相关的生产设施均通过GMP认证、FDA现场检查等，环保设施正常运转，能够保证公司生产环节的合法合规性。

在销售方面，公司建立了严格的背景调查、资质审查、协议签署及执行等客户管理规范，取得了产品销售所需的《医疗器械注册证》、《药品再注册批件》、《药用辅料再注册批件》、《出口欧盟原料药证明文件》《药品销售证明书》、《CE 证书》等境内外的产品注册及备案文件，取得了《医疗器械经营许可证》、《食品经营许可证》、《进口非特殊用途化妆品备案凭证》等经营许可，按照相关法规建立了药品电子标签及追溯体系等，能够实现销售环节的合法合规经营。

2、相关政府主管部门已出具证明或访谈结果，发行人报告期内不存在重大违法违规行为，未受到重大行政处罚

根据发行人主要经营所在地山东省、济南市及北京市相关政府主管部门如食品药品监督管理局、市场监督管理局（食品药品主管部门）、山东省卫生健康委员会等出具的证明/合规函，并与市场监督管理局（食品药品主管部门）、药品监督管理局等相关政府主管部门的访谈结果，发行人报告期内不存在重大违法违规行为、未受到重大行政处罚。

（五）核查过程及核查意见

1、核查方式及核查过程

保荐机构及发行人律师通过以下方式，对财政部等多部门对发行人进行的医药行业会计信息质量检查、美国FDA有关cGMP现场检查、国家药监局有关药品生产企业GMP认证检查、发行人合法经营情况进行了核查：

（1）取得《财政部关于开展 2019 年度医药行业会计信息质量检查工作的通知》（财监【2019】18号）；

（2）取得财政部办公厅《关于进一步严明纪律做好 2019 年财政监督检查工作的通知》（财办监[2019]9 号）；

（3）取得发行人向山东省财政厅监督检查局提供的各类财务资料、查阅发行人向检查人员提供的各类文件资料及底稿；

（4）与山东省财政厅监督检查局及中准会计师事务所现场检查人员沟通了解检查情况，并希望检查人员接受访谈，检查人员出示财政部办公厅《关于进一步严明纪律做好 2019 年财政监督检查工作的通知》，表示按照要求不得接受访谈；

（5）与发行人财务人员交流访谈，了解财政部本次检查的主要内容、关注重点、进度安排、外部访谈、检查人员在现场检查过程中要求发行人提供的各类资料情况，发行人按照检查人员要求提交的反馈说明文件等资料；

（6）取得济南市地方金融监督管理局出具的《关于华熙生物科技股份有限公司会计信息质量检查有关情况的说明》；

（7）取得发行人生产、销售及经营相关的各项资质、证照文件；

（8）取得政府主管部门出具的发行人报告期内合法合规经营的证明文件，或通过与政府主管部门访谈的方式核查发行人报告期内合法合规经营情况，包括访谈济南市负责食品药品监督管理的市场监督管理局、山东省药品监督管理局，并取得山东省卫生健康委员会等部门出具的证明，核查公司是否存在商业贿赂特别是对医院渠道的商业贿赂、是否存在产品质量纠纷等；

取得北京市怀柔区市场监督管理局出具的证明，确认发行人在药品及医疗器械、化妆品经营中，不存在重大违法违规行为；

（9）检索中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询网站、北京、济南地区的市场监督、质量技术监督、生态环境等政府主管部门的网站披露的公开信息，核查发行人报告期内生产经营及销售方面的合法合规情况；

（10）登录国家卫计委官网并查询“商业贿赂不良记录”专栏，检索检察院案件信息公开数据、全国法院被执行人信息查询网站等，核查公司、公司销售人员、公司经销商及经销商主要销售人员、公司推广服务商等是否涉及医药

等行业的商业贿赂情形；

（11）获取 FDA 现场检查、GMP 认证检查的相关资料，包括：FDA 审核文件清单、FDA 向发行人出具的符合现行良好制造规范（cGMP）要求的回执信、药品 GMP 现场检查方案、药品 GMP 证书（2019 年 7 月 17 日）。

2、核查意见

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

（1）发行人被随机抽中，接受财政部组织的医药行业会计信息质量检查，不属于发行人涉嫌或存在违法违规行为而被立案调查的情形；

（2）经过本次医药行业会计信息质量现场检查，发行人在会计核算方面不存在涉及收入、成本、费用的真实性、准确性等问题，不存在虚增收入、虚构成本费用，不存在通过关联方等代为支付市场推广费的情形，发行人在会计信息质量方面不存在重大违法违规的情形；

（3）本次医药行业会计信息质量现场检查，发行人不存在涉及医疗保险、“两票制”下医药行业市场推广费的合规性、规范性等问题，不存在涉及医药行业商业贿赂等违法行为。发行人不存在与医药行业“两票制”、市场推广等规范性相关的重大违法违规行为；

（4）发行人在生产、经营及销售过程中，资质齐全、规范运营，能够保证合法合规经营，报告期内不存在生产经营方面的重大违法违规行为，山东省、济南、北京等公司经营所在地相关政府及行业主管部门亦出具了合规性证明。

问题四

发行人收购 Revitacare 公司股权，形成较大金额的无形资产（主要为非专利技术、客户关系、商标等）和商誉。请发行人进一步说明和披露：（1）结合发行人与交易对手的谈判过程、协议主要条款等，逐项说明交易双方达成的交易价格的具体构成或主要考虑因素，谈判过程是否及如何考虑被收购企业的非专利技术、客户关系、商标、商誉等因素；发行人是否通过修改被收购单位公司章程，完善内部制度，派驻董事监事高管财务人员核心人员等具体方式，实

现对被收购企业的控制，双方是否存在重大分歧导致公司对其失去控制。（2）逐项列表说明交易价格、资产评估结果、被收购企业净资产及可辨认净资产、交易溢价具体构成之间的关系，出现差异的主要原因，交易价格是否体现公允价值。（3）逐项详细说明被收购企业收购前后的主要业务与技术、产供销模式、主要客户及供应商、主要经营及财务数据、高管及经营团队等具体情况及是否发生重大不利变化。（4）逐项列表说明资产评估具体过程与结果，并与被收购企业收购前后主要经营及财务数据作对比，说明资产评估过程预测数据或参数是否与被收购企业实际经营的主要经营及财务数据存在重大差异，资产评估结果是否谨慎合理，是否符合评估准则的规定。（5）确认的客户关系主要依据被收购企业的经销网络，请结合被收购企业与下游客户签订合同的具体类别、期限、销售金额、合同约束力，经销商性质、经销区域及与发行人业务收入占其整体收入比例等，说明确认客户关系为无形资产是否符合企业会计准则的规定，是否源自合同性权力或其他法定权利，是否能够确保企业在较长时期内获得稳定收益且能够核算价值；若仅从被收购方取得客户资料，而客户并未与其签订独家或长期买卖合同，通常不应确认为无形资产，而应视为获取客户渠道而发生的费用；招股书披露客户关系摊销年限确定为 9 年的依据，是否谨慎，客户流失率是否远超预期。（6）发行人对确认为无形资产的客户关系、非专利技术、商标等单独进行评估，与被收购企业整体评估之间的关系，比较两项评估具体参数或预测数据之间的差异，是否存在矛盾或重大不一致的情况。（7）收购协议存在业绩激励条款，请说明业绩激励条款中核心管理人员的具体范围、其薪酬在收购前后的变化、业绩激励条款到期后是否将采取持续的薪酬激励政策，若到期终止是否将对经营产生重大不利影响；在此基础上说明此项并购产生相关资产减值测试的具体过程及结果，是否符合企业会计准则、评估准则的规定，是否充分考虑业绩激励条款是否持续等各项因素的影响。请保荐机构、会计师核查上述情况，并发表明确意见，同时说明核查方式、核查过程、核查证据等是否足以支持核查结论。

回复：

（一）逐项说明交易双方达成的交易价格的具体构成或主要考虑因素，谈判过程是否及如何考虑被收购企业的非专利技术、客户关系、商标、商誉等因

素；发行人是否通过修改被收购单位公司章程，完善内部制度，派驻董事监事高管财务人员核心人员等具体方式，实现对被收购企业的控制，双方是否存在重大分歧导致公司对其失去控制

1、交易双方达成交易价格的主要考虑因素

2017 年 1 月，开曼华熙子公司 Bloomage Meso Holdings S.A.以 1,427.50 万欧元作价收购 Revitacare 100%股权，上述作价依据为参考香港评估公司 Duff & Phelps China （HK） Limited 的估值报告中以市场法的估值结果 1,450.00 万欧元。

在交易双方的谈判过程中，对 Revitacare 作价和相关资产的主要考虑因素如下：

（1）Revitacare 对华熙生物的战略意义

2017 年 1 月，收购 Revitacare 的交易发生时，开曼华熙作为港股上市公司，希望通过境外并购及合作，加强对境外市场、国际领先技术的接触及掌握。因此，收购 Revitacare 是开曼华熙开启国际化进程的重大突破，也是未来将公司品牌及产品延伸至海外市场、发展境外业务的重要布局之一。

Revitacare 是法国一家高端的以皮肤护理研究为方向的企业，主要从事以透明质酸等活性物质为核心的研发及产品销售，产品类型覆盖皮肤修护、生发和塑形多个领域，专注于面部注射、抗衰、提拉、紧致，具有针对不同年龄段的多种型号，服务于全球范围内的医药、医疗机构及终端用户。发行人是一家产业化规模居国际前列的透明质酸生产企业，微生物发酵生产透明质酸技术全球领先。发行人作为提供优质透明质酸原料的供应商收购以透明质酸为产品基础原料的知名皮肤护理企业 Revitacare 后，进一步完善透明质酸全产业链的国际化，并形成了良好的上下游协同效应。

因此，实现对 Revitacare 的全资控股，一方面可全面掌握 Revitacare 在皮肤管理领域的先进技术和新产品，进一步丰富公司产品线，同时利用其技术优势及产品研发的延展性，不断扩展产品组合，发展更多产品及组合解决方案，实现研发技术、产品多元化以及财务投资等多项效益；另一方面，通过欧洲/法国制造的高端品牌形象拓展更多国际市场，有助于开启多产品、多品

牌、多渠道的国际化进程，进一步提升竞争力。此外，收购交易也有利于 Revitacare 布局日益增长的亚洲市场，护肤品产品得以利用华熙生物的销售渠道进入中国境内。

（2）以海外市场可比公司、可比并购交易的作价，作为 Revitacare 的整体作价的参考

在对 Revitacare 交易作价的谈判过程中，参考了与 Revitacare 接近的可比公司以及与本次交易接近的可比并购交易的估值水平，在此基础上也将控制权溢价和流动性折价综合纳入考虑。香港评估机构 Duff & Phelps China（HK） Limited 对此采用市场法的估值逻辑，并出具了合并对价分摊的相关估值报告，对交易作价的公允性和合理性进一步验证。

市场法估值充分考虑了同类型企业在基准日时点市场环境下的市场公允价值，能够反映投资者对该企业及其所处行业的认可程度及发展预期，同时也符合境外并购交易惯例。

2、收购完成后，对被收购企业的非专利技术、客户关系、商标等可辨认无形资产的考虑

并购后，为充分识别并购 Revitacare 时可辨认无形资产的价值，特别对除固定资产、应收账款、存货等账面资产外，Revitacare 拥有的对业务开展、未来收入增长具有重要价值的可辨认资产进行单独辨认，其价值和作用具体如下：

①非专利技术：具体指 CT50 配方技术（涉密考虑，故未申请专利）及资质，CT50 配方具有 Cytocare 独有的复合营养成分组合，可作为细胞营养剂同时用于真皮层的成纤维细胞和表皮层的表皮形成细胞，达到修复皮肤屏障效果；目前该项技术所应用的系列产品已取得有权机构认证，并取得相应资质证书；

②Cytocare 等相关型号的商标：Revitacare 于 2003 年成立，主打产品 Cytocare 系列注册商标，具有较高的知名度和市场价值；

③客户关系：具体指经销商网络，Revitacare 建立了 Cytocare 系列产品在重要市场的销售网络，形成了稳定的长期经销商合作关系，客户流失率较

低，同时签署有长期、排他性的独家经销协议。

Revitacare 收购前的财务报表中不包括商誉。

3、发行人采取一系列措施，能够实现对 Revitacare 的有效控制，双方不存在重大分歧导致发行人对其失去控制

（1）华熙生物根据 Revitacare 公司章程行使股东权利

收购完成后，华熙生物全资间接持有 Revitacare 100%股权，根据 Revitacare 公司章程以及 Foley Hoag AARPI 律师对 Revitacare 公司治理事项出具的法律备忘录，Bloomage Meso Holdings S.A./ Gentix S.A.作为 Revitacare 的单一股东，①可以无条件地委任和解除其总裁；② 在重要决策上具有独占性权利，包括：决定总裁/总经理薪资；批准公司财务报表；决定股利支付；指定公司法定审计机构；将公司变更组织形式；合并、停止公司业务，将公司资产捐赠至第三方。

前述条款均明确了华熙生物下属公司作为 Revitacare 唯一股东的排他性权利，能够充分保证华熙生物的控制力。

（2）华熙生物制定有《子公司管理制度》，规范对控股子公司的管理行为，使控股子公司实现高效、有序运作

开曼华熙及发行人均制定了有效的《子公司管理制度》，加强对子公司的管理，规范子公司在日常经营管理、投资、资产抵押、担保、重大决策等方面的行为，对公司资源、资产投资等建立有效的控制机制，提高公司的投资收益和风险防范能力，在董事、监事、高级管理人员的委派和职责、财务管理及内部审计、经营及投资决策管理、重大信息内部报告、人力资源管理等方面作出详细规定。

（3）发行人对 Revitacare 的人员委派及财务、业务管理情况

发行人董事 Lim Ling Li 统筹负责包括 Revitacare 在内的境外业务战略管理及执行运营。Revitacare 创始人兼 CEO Martine Buzon 负责日常具体运营，包括采购、销售和行政管理等，并向发行人董事 Lim Ling Li 汇报；Lim Ling Li 对 Revitacare 的产品规划、市场开拓、研发方向等具体业务深度参

与，全面统筹监管 Revitacare 的发展方向和战略重点；发行人派驻一名国际注册人员负责对接产品注册业务。除此以外，涉及重要/大额固定资产投入、对外投资等支出，亦需要得到发行人的特别许可。

财务管理方面，发行人派遣全职财务人员常驻 Revitacare，负责 Revitacare 的日常财务管理及信息对接。Revitacare 每月向公司财务中心报送月度财务报表数据和运营分析报告，财务中心对月度报表/报告复核审阅，包括收入确认时点、成本计算、存货盘点、应收账款管理等，通过分析、复核程序实现对 Revitacare 财务行为的控制和管理，有效防范境外子公司的重大财务问题或隐患。

业务管理方面，自收购 Revitacare 100%股权后，发行人已与 Revitacare 在诸多方面形成全方位合作，主要包括：①共享研发技术：双方在皮肤管理领域充分交流先进技术和新产品，共同研发，进一步丰富公司产品线，同时利用其技术优势及产品研发的延展性，不断扩充产品组合，发展更多产品及解决方案，例如 Revitafill 针剂产品的推出；②开拓销售渠道：发行人充分利用 Revitacare 在欧洲等国家及地区的广泛销售网络，进一步拓宽销售渠道，实现业务规模的扩张；③人才团队培育：Revitacare 作为法国一线皮肤管理领域的知名机构，发行人境内研发团队借此平台，加强交流学习，开拓国际视野，帮助发行人未来研发储备的持续积累。

综上所述，收购完成后，发行人通过公司章程约定、内控制度完善、人员委派等方式明确并行使股东权利，对 Revitacare 形成有效管控。此外，双方已在研发、销售、人才团队培育等方面开展全方位合作，发行人与 Revitacare 不存在企业经营理念上的重大分歧或矛盾，不存在无法继续合作、进而可能导致对其失去控制的情形。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/三、发行人设立以来的重大资产重组情况/（三）发行人收购 Revitacare 的具体情况”中补充披露。

（二）逐项列表说明交易价格、资产评估结果、被收购企业净资产及可辨认净资产、交易溢价具体构成之间的关系，出现差异的主要原因，交易价格是否体现公允价值

2017 年 1 月，交易双方确定的交易价格、资产评估结果、被收购企业净资产及可辨认净资产公允价值、交易溢价具体构成之间的关系如下：

项目名称	金额（万欧元）
交易价格（A）	1,427.50
资产评估结果（B）	1,450.00
被收购企业账面净资产（C）	243.49
可辨认净资产的公允价值（D）	497.39
交易价格较原账面净资产溢价（A-C）	1,184.01
其中：无形资产增值（考虑递延所得税负债的影响）（D-C）	253.90
商誉（A-D）	930.11

本次交易作价，参照香港评估公司 Duff & Phelps China （HK） Limited 相关估值报告中以市场法估值的结果 1,450.00 万欧元，并考虑交易费用后，经交易双方协议后确定为 1,427.50 万欧元。

最终交易作价，较 Revitacare 原账面净资产值增值 1,184.01 万欧元，其中 253.90 万欧元增值（考虑递延所得税负债的影响）系在收购交易中识别出的被购买方拥有但在其财务报表中未确认的、满足会计准则规定的可辨认标准的无形资产，具体由商标、非专利技术、客户关系等构成，按照非同一控制下企业合并的会计准则，逐项确认为无形资产；另外 930.11 万欧元，系合并成本（即交易作价）高于 Revitacare 可辨认净资产公允价值的部分，计入合并财务报表的商誉科目。

本次交易价格的确定参考了评估机构市场法估值的结果。评估机构在估值中，综合考虑了可比上市公司、可比收购交易的不同经济指标（企业价值（EV）分别与销售额、EBITDA、EBIT 的比例），在此基础上对控制权溢价和流动性折价进行调整，最终得出估值结果。市场法估值充分考虑了同类型企业在基准日时点市场环境下的市场公允价值，能够反映投资者对该企业及其所处行业的认可程度及发展预期，同时也符合境外并购交易惯例。

因此，估值结果及以此确定的交易价格具备公允性和合理性。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/三、发行人设立以来的重大资产重组情况/（三）发行人收购 Revitacare 的具体情况/”中补充披露。

（三）逐项详细说明被收购企业收购前后的主要业务与技术、产供销模式、主要客户及供应商、主要经营及财务数据、高管及经营团队等具体情况及是否发生重大不利变化

1、收购前后 Revitacare 主要业务与技术未发生不利变化

收购交易发生前，Revitacare 已是法国皮肤护理领域内领先企业，主要从事以透明质酸等活性物质为核心的研发和产品销售工作，产品类型覆盖皮肤修护、生发和塑形多个领域，专注于面部注射、抗衰、提拉、紧致，具有针对不同年龄段的多种型号，服务于全球范围内的医药、医疗机构及终端用户。

收购交易完成后，Revitacare 的主要业务与技术未发生不利变化。

2、收购前后 Revitacare 产供销模式未发生不利变化

收购交易发生前，Revitacare 已拥有自主研发能力，形成了独特的专利、技术等研究成果；Revitacare 的系列产品均以外协加工的方式生产，主要包括 Cytocare 透明质酸无源植入物、丝丽（C Line）系列护肤品等，公司向第三方采购用于协助加工产品的部分原料及包装材料，并由外协加工厂商负责具体生产环节；销售环节由 Revitacare 独立搭建覆盖主要国家及地区的销售网络，业务人员负责与经销商、直销客户等洽谈合作细节并对外销售。

收购交易完成后，Revitacare 前述产供销模式未发生重大变化，销售收入实现快速增长。

3、主要客户及供应商合作稳定、交易额整体稳步提高，无重大不利变化

（1）收购前主要客户在收购后与 Revitacare 的交易情况

收购前（2016 年度）的 Revitacare 前五大客户在收购后（2017-2018 年度）与 Revitacare 的交易情况如下：

单位：万欧元

客户名称	2016 年度	2017 年度	2018 年度
BEAUTYMED	51.93	57.79	155.31
IBSA FARMACEUTICI ITALIA SRL	50.95	39.85	37.30
SEBBIN FRANCE & SEBBIN IBERICA PRODUCTOS MEDICOS	32.74	46.76	47.71

富雅投资	28.72	135.85	101.36
ORLICOM SRL	25.31	24.54	30.96

注：收购完成后富雅投资取得 Revitacare 产品在亚太地区的独家代理权，因此销售收入快速增长；为进一步规范关联交易，2018 年 9 月起，富雅投资已关停产品代理权业务，2018 年底已进入公司注销阶段，已向香港税务部门提交清算财务报告。

（2）收购前主要供应商在收购后与 Revitacare 的交易情况

收购前（2016 年度）Revitacare 的前五大供应商在收购后（2017-2018 年度）与 Revitacare 的交易情况如下：

单位：万欧元

供应商名称	2016 年度	2017 年度	2018 年度
VALDEPHARM	70.10	79.64	112.31
HTL	6.13	63.59	88.28
GRAFI SCHE GROEP MATTHYS	3.51	5.68	7.89
BIO-STERIL	3.10	6.04	19.82
CONTIPRO	1.48	1.51	19.36

因此，**收购前后，Revitacare 与主要客户及供应商的交易金额整体呈持续增长态势，未发生重大不利变化。**

4、主要经营及财务数据不断向好，未发生重大不利变化

被收购前后，Revitacare 的主要财务及经营数据如下：

单位：万欧元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度
总资产	290.39	647.16	927.04
净资产	243.49	476.87	820.41
营业收入	377.69	606.06	904.60
净利润	82.67	-149.40	-18.96
剔除收购方支付的薪酬奖励金额后的 Revitacare 的净利润	82.67	213.10	343.54

注：因 Revitacare 管理层完成了业绩条件，发行人将由收购方支付的对 Revitacare 核心人员的薪酬激励费用，计入 Revitacare 的当期管理费用，导致 Revitacare 2017 年及 2018 年报表净利润显示为亏损。剔除薪酬奖励后 2017-2018 年净利润分别为 213.10 万欧元、343.54 万欧元。

通过对 Revitacare 奖励薪酬的安排，收购方充分调动其核心管理人员的积极性，Revitacare 2017 年度营业收入同比增长 60.46%，2018 年度较 2017 年增长 49.26%，2019 年 1-6 月，Revitacare 已实现收入占 2018 年度全年总收入的 66.43%，预计 2019 年度仍将实现较快增长。剔除薪酬奖励对净利润的影响后，公司销售净利润率相对平稳并有所提高，收入增长能够带动经营净利润的快速增长。随着收购后 Revitacare 经营管理水平的不断提升及合作、融合的加深，形成了高效稳健的运营机制，Revitacare 持续盈利能力与未来发展潜力稳步提高，未发生不利变化。

5、核心高管及经营团队稳定，员工人数稳步增长，未发生重大不利变化

收购交易发生前后，Revitacare 的高管团队中 CEO 均由 Martine Buzon 女士担任，总经理（General Manager）人选亦未发生改变，有效保障了收购前后主要管理人员的稳定性。

Revitacare 的经营团队及员工主要负责研发、管理及销售，生产由外协加工厂商进行。收购前后，人员结构未发生重大变化，随着经营规模扩大，人员数量持续增加，核心团队及员工未发生重大不利变化。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/三、发行人设立以来的重大资产重组情况/（三）发行人收购 Revitacare 的具体情况”中补充披露。

（四）逐项列表说明资产评估具体过程与结果，并与被收购企业收购前后主要经营及财务数据作对比，说明资产评估过程预测数据或参数是否与被收购企业实际经营的主要经营及财务数据存在重大差异，资产评估结果是否谨慎合理，是否符合评估准则的规定

1、资产评估具体过程与结果

为保证收购定价的公允性，香港评估机构 Duff & Phelps China （HK）Limited 通过市场法评估，对 Revitacare 进行了整体价值评估；另外，为确定非同一控制下企业合并中单项可辨认资产的价值，评估机构对 Revitacare 2016 年 12 月 31 日原账面未反映的商标、非专利技术、客户关系进行了识别、辨认、估值，并出具了相关估值报告。

（1）对 Revitacare 的整体价值评估

香港评估机构利用市场法（Market Approach），对 Revitacare 的整体价值进行了评估，作为交易双方谈判及作价的参考依据。

市场法是以现实市场上的可参照交易来评价估值对象的现行公平市场价值，具有估值数据直接取材于市场，估值结果说服力强、易于被交易双方接受的特点。市场法的相关参数能够直接、客观地取得，且境外并购市场上可以查到多个已完成交易的行业并购案例，其并购价格均已由并购双方共同认可，故评估结果的公允性具有较强保障。

①参数选择

A. 可比公司选择及企业价值的计算

评估机构通过公开信息选取了与 Revitacare 经营业务类似的同行业可比上市公司，分别是 Beiersdorf AG、L'Oreal SA、Ales Groupe。评估机构获取 3 家同行业可比上市公司的销售额、EBIT 以及 EBITDA，分别计算各公司企业价值（EV）与前述指标的比例，经比较中位数、平均值后调整，采用的参数分别系 EV/销售额为 2.5 倍、EV/EBITDA 为 9.5 倍、EV/EBIT 为 11.5 倍。代入 Revitacare 2017 年预测数据，其企业价值具体测算如下：

单位：万欧元

项目名称	销售额	EBITDA	EBIT
2017 年盈利预测结果	600.0	101.4	96.7
倍数	2.5	9.5	11.5
企业价值	1,500.0	963.6	1,111.6

B.可比并购交易选择及企业价值的计算

评估机构通过公开信息选取了健康医疗领域内与收购 Revitacare 同类型并购交易的目标公司，分别是 Silhouette Lift SL、Rui Kang Pharmaceutical Group、Magic Holdings International Ltd，交易完成时间分别在 2014 年 5 月、2016 年 5 月和 2014 年 4 月。获取 3 家可比公司的销售额、EBIT 以及 EBITDA，分别计算各公司企业价值（EV）与前述指标的比例，经比较中位数、平均值后调整，采用的参数分别系 EV/销售额为 4.0 倍、EV/EBITDA 为 27.0 倍、EV/EBIT 为 21.0 倍。代入 Revitacare 2017 年预测数据，其企业价值具体测算如下：

单位：万欧元

项目名称	销售额	EBITDA	EBIT
2017 年预测结果	600.0	101.4	96.7
倍数	4.0	27.0	21.0
企业价值	2,400	2,738.8	2,029.9

②市场法评估结果

将上述计算出的企业价值赋予均衡权重，同时考虑：（i）控制权溢价，对 Revitacare 的收购系全资收购，参考医学美容领域内的并购交易，选取上浮 20%；（ii）流动性折价，Revitacare 系非上市公司，参考美国市场并购交易数据统计（2016）的实证研究，选取下浮 25%，得到市场法评估的结果，具体如下：

单位：万欧元

项目名称	企业价值	控制权溢价	流动性折价	小计	权重比例
参考可比公司					
EV/销售额	1,500.0	300.0	-450.0	1,350.0	16.67%
EV/EBITDA	963.6	192.7	-289.1	867.3	16.67%
EV/EBIT	1,111.6	222.3	-333.5	1,000.4	16.67%
参考可比并购交易					
EV/销售额	2,400.0	-	-600.0	1,800.0	16.67%
EV/EBITDA	2,738.8	-	-684.7	2,054.1	16.67%
EV/EBIT	2,029.9	-	-507.5	1,522.4	16.67%
经营性资产价值					1,432.4
加：非经营性资产价值					54.9
权益资本价值					1,487.3
减：未偿债务					37.3
企业价值					1,450.0

（2）无形资产-商标的评估方法及过程

在对无形资产-商标的估值过程中，评估机构采用权利金节省法（Relief from Royalty Method）进行了评估，具体情况如下：

在公开市场选取部分与 Revitacare 可比的医药、护肤品行业公司，基于前述可比公司商标授权使用费的有关数据，将 Revitacare 商标提成率确认为

5.5%，并以前 2 年历史维护费用数据将相应费用率确认为 4.5%。每年商标产生的预期收益，以适当的折现率将其折现，现值累加得出商标的价值。

①商标价值的税前现金流量预测

单位：万欧元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
营业收入	600.0	900.0	1,300.0	1,495.0	1,569.8	1,601.2	1,633.2	1,665.9	1,699.2	1,733.2	1,767.9
按照 5.5%提成率商标产生收入	33.0	49.5	71.5	82.2	86.3	88.1	89.8	91.6	93.5	95.3	97.2
减：按照 4.5%费用率商标产生的费用	27.0	40.5	58.5	67.3	70.6	72.1	73.5	75.0	76.5	78.0	79.6
所得税	2.0	3.0	4.3	5.0	5.2	5.3	5.4	5.6	5.7	5.8	5.9
预计未来净现金流量	4.0	6.0	8.7	10.0	10.5	10.7	10.9	11.1	11.3	11.6	11.8

②折现率的确定

a.无风险收益率，以法国政府 30 年长期国债利率作为本次评估的无风险收益率，为 0.17%。

b.β值，选取同类可比上市公司，以可比公司股票的历史市场平均风险系数作为β值，为 0.43。

c.股权风险溢价，考虑历史已实现回报以及未来风险溢价的估计，股权风险溢价为 9.06%。

d.风险调整系数，主要由小公司保险费及公司个体间差异构成，参照历史经验数据选取为 10.67%。

将上述参数代入 CAPM 模型，由此计算得到权益折现率为 14.76%。在此基础上，充分考虑低流动性的个别风险，最终确认为 15.5%。

③收益法评估结果

单位：万欧元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
预计未来净现金流量	4.0	6.0	8.7	10.0	10.5	10.7	10.9	11.1	11.3	11.6	11.8
年限	0.4740	1.4479	2.4479	3.4479	4.4479	5.4479	6.4479	7.4479	8.4479	9.4479	10.4479
折现系数	0.9340	0.8117	0.7028	0.6084	0.5268	0.4561	0.3949	0.3419	0.296	0.2563	0.2219
现值	3.7	4.9	6.1	6.1	5.5	4.9	4.3	3.8	3.4	3.0	2.6

累计现金流量现值	48.2
对非年初评估基准日的调整	-0.2
商标估值金额	48.0

（3）无形资产-非专利技术的评估方法及过程

在对无形资产-非专利技术的估值过程中，评估机构采用权利金节省法（Relief from Royalty Method）进行了评估，具体情况如下：

在公开市场选取部分与 Revitacare 可比的医药、护肤品行业公司，基于可比公司技术授权使用费的有关数据，对 Revitacare 非专利技术提成率确认为 6.5%，并以前 2 年历史维护费用数据将相应费用率确认为 5.5%。每年非专利技术产生的预期收益，以适当的折现率将其折现，现值累加得出非专利技术的价值。

①非专利技术相关的税前现金流量预测

单位：万欧元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
营业收入	600.0	900.0	1,300.0	1,495.0	1,569.8	1,601.2	1,633.2	1,665.9	1,699.2
非专利技术相关的收入	600.0	855.0	1,040.0	1,046.5	1,020.3	880.7	734.9	333.2	254.9
按照 6.5%提成率计算非专利技术产生的收益	39.0	55.6	67.7	68.1	66.3	57.2	47.7	21.7	16.6
减：按照 4.5%费用率计算非专利技术产生的费用	33.0	47.1	57.3	57.6	56.1	48.4	40.5	18.3	14.0
所得税	2.0	2.8	3.5	3.5	3.4	2.9	2.5	1.1	0.8
预计未来净现金流量	4.0	5.7	6.9	7.0	6.8	5.9	4.7	2.3	1.8

②折现率的确定

同上述应用于无形资产-商标的折现率计算过程，考虑个别风险调整后，最终确认折现率为 15.5%。

③收益法评估结果

单位：万欧元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
预计未来净现金流量	4.0	5.7	6.9	7.0	6.8	5.9	4.7	2.3	1.8
年限	0.4740	1.4479	2.4479	3.4479	4.4479	5.4479	6.4479	7.4479	8.4479
折现系数	0.9340	0.8117	0.7028	0.6084	0.5268	0.4561	0.3949	0.3419	0.296

现值	3.7	4.6	4.8	4.3	3.6	2.7	1.9	0.8	0.5
累计现金流量现值	26.9								
对非年初评估基准日的调整	-0.2								
对摊销收益调整	*1.24								
非专利技术估值金额	33.0								

（4）无形资产-客户关系的评估方法及过程

在对无形资产-客户关系的估值过程中，评估机构采用超额收益法（Excess Earnings Method）进行了评估，具体情况如下：

综合考虑基准日前四年的经销商年流失率（10%）、截至 2016 年末的 43 家经销商的预期未来收益以及相对应的成本费用等因素，在预期寿命年限内，每年客户关系产生的预期收益，以适当的折现率将其折现，现值累加得出客户关系的价值。

①企业税前现金流量预测

单位：万欧元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
营业收入	600.0	900.0	1,300.0	1,495.0	1,569.8	1,601.2	1,633.2	1,665.9	1,699.2	1,733.2
客户关系产生的收入	294.7	270.5	248.4	228.0	209.3	192.1	176.4	161.9	148.6	136.5
减：客户关系产生的成本	59.8	55.5	51.4	47.2	43.3	39.8	36.5	33.5	30.8	28.2
客户关系产生的费用	162.6	184.7	158.8	68.6	63.0	57.8	53.1	48.8	44.8	41.1
所得税	24.1	10.1	12.7	37.4	34.3	31.5	28.9	26.5	24.4	22.4
贡献资产回报	7.1	6.4	5.6	5	4.7	4.1	3.8	3.5	3.2	3
预计未来净现金流量	41.2	13.9	19.8	69.7	64.0	58.9	54.1	49.6	45.6	41.8

②折现率的确定

同上述应用于无形资产-商标的折现率计算过程，考虑个别风险调整后最终确认折现率为 15.5%

③收益法评估结果

单位：万欧元

项目	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
预计未来净现	41.2	13.9	19.8	69.7	64.0	58.9	54.1	49.6	45.6	41.8

金流量										
年限	0.4740	1.4479	2.4479	3.4479	4.4479	5.4479	6.4479	7.4479	8.4479	9.4479
折现系数	0.9340	0.8117	0.7028	0.6084	0.5268	0.4561	0.3949	0.3419	0.2960	0.2563
现值	38.5	11.2	13.9	42.4	33.7	26.9	21.3	17.0	13.5	10.7
累计现金流量现值	218.0									
对非年初评估基准日的调整	-2.0									
客户关系估值金额	216.0									

2、资产评估过程预测数据或参数与被收购企业实际经营的主要经营及财务数据不存在重大差异，资产评估结果谨慎、合理

（1）Revitacare 盈利预测主要财务数据

年度	营业收入（万欧元）	增长率	毛利率	费用率
2017 年	600.00	58.86%	79.70%	28.08%
2018 年	900.00	50.00%	79.50%	25.23%
2019 年	1,300.00	44.44%	79.30%	22.60%

（2）Revitacare 实际经营主要财务数据

年度	营业收入（万欧元）	增长率	毛利率	费用率
2017 年	606.06	60.46%	79.63%	23.67%
2018 年	904.60	49.26%	78.45%	20.50%

根据上表所示，Revitacare 盈利预测收入金额与实际营业收入金额差异较小，收入增长趋势相同；毛利率、费用率均相当，反映出实际经营成果与盈利预测较为接近。因此，资产评估过程中的预测数据或参数与被收购企业实际经营的主要经营及财务数据不存在重大差异，资产评估结果谨慎、合理。

3、境内具有证券业务的评估机构对资产评估过程复核，并且已出具复核报告予以确认

2017 年 1 月 Bloomage Meso Holdings S.A. 收购 Revitacare 100%股权的过程中，出具相应评估报告的香港评估机构 Duff & Phelps China （HK） Limited 不具有中国证券业务资质。

对此，发行人已聘请中联资产评估集团有限公司进行评估复核，认为评估过程“基本完整，依据国际估价标准理事会提出的要求编写，以已经修订的香港财务报告准则第三号财务报告准则(“HKFRS 3R”)为基准有一定的准则依据，报告基本合规。”

《复核报告》（中联评咨字[2019]第 955 号）的复核结论为：1、评估所依据的相关评估法规及政策具有合理性；2、基本符合会计准则对收购价格分摊的有关规定；3、评估方法选用恰当，实施了必要的评估程序，遵循了评估的基本原则；4、评估结果反映了资产在评估基准日的价值；5、评估参数的选取合理，相关依据有一定的充分性。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/三、发行人设立以来的重大资产重组情况/（三）发行人收购 Revitacare 的具体情况”中补充披露。

（五）确认的客户关系主要依据被收购企业的经销网络，请结合被收购企业与下游客户签订合同的具体类别、期限、销售金额、合同约束力，经销商性质、经销区域及与发行人业务收入占其整体收入比例等，说明确认客户关系为无形资产是否符合企业会计准则的规定，是否源自合同性权力或其他法定权利，是否能够确保企业在较长时期内获得稳定收益且能够核算价值；若仅从被收购方取得客户资料，而客户并未与其签订独家或长期买卖合同，通常不应确认为无形资产，而应视为获取客户渠道而发生的费用；招股书披露客户关系摊销年限确定为 9 年的依据，是否谨慎，客户流失率是否远超预期。

1、Revitacare 与下游主要经销商签订经销协议的主要情况

Revitacare 与经销商均签署相关特定区域的独家经销协议，经销协议约定的销售任务周期一般为 3-5 年，根据经销商所负责区域的不同相对应调整任务周期；相关区域经销商每年需要完成协议所约定的定额销售任务。

经销协议对经销商的约束通常主要体现在：（1）经销商在约定的区域内开展分销经营，未经 Revitacare 书面同意，不得在指定区域外销售；如经销商在指定区域外销售或宣传相关产品，则 Revitacare 提前一定时间（1/3 个月等）通知经销商后，解除经销协议项下的履行责任；（2）经销商应尽其最大努力实现销售目标；如经销商未能完成销售目标，则 Revitacare 可提前一定

时间（1/3 个月等）通知经销商后，解除经销协议项下 Revitacare 的相关履约责任；（3）如经销商未按照付款条件支付货款，Revitacare 有权拒绝发货直到款项支付完成；（4）经销商在指定区域内/（外）均不得生产、销售或分销与 Revitacare 产品形成直接竞争关系的其他产品；（5）Revitacare 保留停止生产和供应具体某类产品给经销商的权利（也即 Revitacare 保留调整经销产品范围的权利），且经销商无权就此要求任何赔偿。

通常情况下，经销协议约定的周期届满后，双方协商确定下一个周期持续时间与定额销售任务，整体协议续签率较高，Revitacare 的经销商体系维持稳定。相关经销商除在相应区域内具有销售 Revitacare 产品的独家代理权利外，经销协议并未约定其不得从事代理业务，各经销商实际也从事其他公司、其他非竞争性产品的销售，Revitacare 并非其唯一供应商。例如，对于经销商 Orlicom 对外销售规模中约 40%为 Revitacare 系列产品。

评估基准日重要经销商与 Revitacare 签订的经销协议基本条款如下：

单位：万欧元

经销商名称	形成日期	经销商性质	销售区域	协议周期	协议约定的每年最低定额销售目标	2017 年度销售额	2018 年度销售额
BeautyMed	2013/12/12	区域独家买断式	波兰	合同签订周期为 5 年，周期期满后可根据双方协商重新制定下一个周期最低采购量	①2014：25.00 ②2015：37.00 ③2016：39.00 ④2017：41.00 ⑤2018：43.00	57.79	155.31
IBSA Farmaceutici Italia SRL	2010/5/30	区域独家买断式	意大利	每年最低采购量于本年末 11 月书面通知下一年最低采购要求	①SKINKO 2mg;每单最少 400 盒，每年最少 1,200 盒 ②SKINKO'E 32mg;每单最少 400 盒，每年最少 1200 盒	39.85	37.30
SELTEK Estetik Pazarlama ve Tic AS	2015/1/30	区域独家买断式	土耳其	合同签订周期为 3 年，周期期满后可根据双方协商重新制定下一个周期最低采购量	①2015：15.00 ②2016：18.00 ③2017：20.00	20.04	13.70
DIESSE Ltd	2013/7/27	区域独家买断式	希腊	合同签订周期为 5 年，周期期满后可根据双方协商重新制定下一个周期最	①2014：11.50 ②2015：15.00 ③2016：18.50 ④2017：22.00	24.08	28.36

				低采购量	⑤2018：25.50		
IYAD HAYOUTI TRADE	2016/1/5	区域独家买断式	约旦	合同签订周期为 3 年，周期期满后可根据双方协商重新制定下一个周期最低采购量	①2016：15.00 ②2017：20.00 ③2018：25.00	25.88	28.68

重要经销商与 Revitacare 签订的部分经销协议，见本次申报文件附件之 8-4-5.

2、企业合并过程中形成的客户关系确认为无形资产的合规性、合理性

（1）相关规则规定了符合条件的可辨认资产应确认为无形资产

①《企业会计准则第 6 号——无形资产》的规定

《企业会计准则第 6 号——无形资产》第三条规定，无形资产是指企业拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。第四条规定无形资产同时满足下列条件的，才能予以确认：（1）与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业；（2）该无形资产的成本能够可靠地计量。

客户关系需要满足无形资产确认条件，符合无形资产的（1）可辨认性应源自合同性权利或其他法定权利，（2）并且只有在与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业，（3）该无形资产的成本能够可靠地计量，才能确认无形资产。

②《企业会计准则解释第 5 号》的规定

《企业会计准则解释第 5 号》规定，“非同一控制下的企业合并中，购买方在对企业合并中取得的被购买方资产进行初始确认时，应当对被购买方拥有的但在其财务报表中未确认的无形资产进行充分辨认和合理判断，满足以下条件之一的，应确认为无形资产：（一）源于合同性权利或其他法定权利；（二）能够从被购买方中分离或者划分出来，并能单独或与相关合同、资产和负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或交换。”

③中国证监会《首发业务若干问题解答》的规定

中国证监会《首发业务若干问题解答（二）》规定：“问题 6、部分首发企业在合并中识别并确认无形资产，以及对外购买客户资源或客户关系等事项，

实务中应注意哪些方面？

答：对于无形资产的确认，应符合《企业会计准则第 6 号——无形资产》的相关规定。根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》，符合无形资产的可辨认性应源自合同性权利或其他法定权利，并且只有在与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业，该无形资产的成本能够可靠地计量，才能确认无形资产；企业在判断无形资产产生的经济利益是否很可能流入时，应当对无形资产在预计使用寿命内可能存在的各种经济因素作出合理估计，并且应当有明确证据支持。

对于客户资源或客户关系，只有在合同或其他法定权利支持，确保企业在较长时期内获得稳定收益且能够核算价值的情况下，才能确认为无形资产。如果企业无法控制客户关系、人力资源等带来的未来经济利益，则不符合无形资产的定义，不应将其确认为无形资产。发行人在开拓市场过程中支付的正常营销费用，或仅从出售方购买了相关客户资料，而客户并未与上述出售方签订独家或长期买卖合同，即在没有明确合同或其他法定权利支持情况下，“客户资源”或“客户关系”通常理解为发行人为获取客户渠道而发生的费用。”

④中国证监会会计部《2013 年上市公司年报会计监管报告》的说明

中国证监会会计部《2013 年上市公司年报会计监管报告》说明“近年来，上市公司的并购行为比较活跃，上市公司通过企业合并取得了被购买方的一系列资产，这不仅包括有形资产以及被购买方财务报表中已确认的无形资产，还可能包括一些被购买方拥有的、但其财务报表中没有确认的无形资产，例如内部研发形成的非专利技术、内部产生的品牌等。在被购买方层面，这些内部产生的无形资产不符合会计准则规定的确认条件，未体现在被购买方的财务报表中。而在购买方层面，购买方在初始确认企业合并中购入的被购买方资产时，应充分识别这些被购买方拥有的、但在其财务报表中未确认的无形资产，对于满足会计准则规定的可辨认标准的，应当确认为无形资产。

企业合并中无形资产的识别及确认不充分，直接结果是应确认为无形资产的金额被计入商誉，进而影响合并日后上市公司的经营业绩。商誉和无形资产在经济利益消耗方式、受益年限、后续计量方面都存在较大差异。无形资产应

在使用寿命内系统地摊销，而商誉无需摊销、定期进行减值测试。由于商誉减值的判断受主观因素影响较大，因此，企业合并中无形资产确认不充分很可能会对购买日后上市公司的经营业绩产生影响，使得上市公司的经营业绩被高估。”

⑤中国证监会《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》（2018 年 11 月）

中国证监会 2018 年 11 月 16 日公布的《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》认为：“在实务操作中，公司在商誉初始确认环节，往往存在…未充分识别被购买方拥有但未在单独报表中确认的可辨认资产和负债（如合同权益、客户关系、未决诉讼、担保）等问题”。

（2）发行人客户关系确认依据与前述规则的对照分析

①逐条对照《企业会计准则》关于无形资产的规定

准则规定	公司情况对照分析
（1）可辨认性应源自合同性权利或其他法定权利	基于 Revitacare 与经销商签订的经销协议，在与经销商签订协议中约定，每个经销商在其所负责的区域内每年需要完成定额的销售任务。在购买日存在的已经签订的待执行合同产生的客户关系，这些客户关系来自于合同权利，因此符合无形资产所规定可辨认性源自合同性权利
（2）并且只有在与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业	经销协议约定经销商从 Revitacare 采购产品在所负责的区域内销售，与客户建立了持续稳定的合同关系，如果经销商要完成每年定额的销售任务，需持续从 Revitacare 采购产品进行销售，因此与该客户关系有关的经济利益非常可能流入 Revitacare
（3）该无形资产的成本能够可靠地计量	发行人根据评估机构采用的超额收益评估方式考虑 Revitacare 历史客户流失率等因素得出的评估结果对客户关系成本进行确认，经评估专家对评价估值方法、估值模型中所采用的关键假设及评估结果等方面的复核结果，该无形资产的成本能够可靠地计量

②逐条对照《首发业务若干问题解答》关于客户关系的规定

《首发业务若干问题解答》	逐条对照规定的分析
对于客户资源或客户关系，只有在合同或其他法定权利支持，确保企业在较长时期内获得稳定收益且能够核算价值的情况下，才能确认为无形资产	Revitacare 在与经销商签订协议中约定，每个经销商在其所负责的区域内每年需要完成定额的销售任务，其销售任务周期一般为 3-5 年；但续签率较高，故实际受益年限通常长于经销协议约定的销售任务期间。因此，符合所述的存在合同权力支持并确保长期稳定收益的条件
如果企业无法控制客户关系、人力资源等带来的未来经济利益，则不符合无形资产的定义，不应将其确认为无形资产	Revitacare 在与经销商签订协议中约定，经销商从 Revitacare 采购产品在所负责的区域内销售，因此，Revitacare 可以控制与该客户关系有关的经济利益的流入

发行人在开拓市场过程中支付的正常营销费用，或仅从出售方购买了相关客户资料，而客户并未与上述出售方签订独家或长期买卖合同，即在没有明确合同或其他法定权利支持情况下，“客户资源”或“客户关系”通常理解为发行人为获取客户渠道而发生的费用	Revitacare 与经销商签署的协议安排系相关区域的独家经销协议，不属于发行人为获取客户渠道而发生的费用

Revitacare 与经销商均签订长期、独家经销协议，拥有的客户关系源自合同性权力或其他法定权利，能够确保企业在较长时期内获得稳定收益且能够核算价值。因此，发行人将满足以上无形资产确认条件的客户关系作为无形资产确认，符合会计准则及相关规定。

3、Revitacare 的实际客户流失率低于评估预期，摊销年限确定为 9 年基于评估方法科学测算，客户关系的实际受益年限长于经销协议约定的销售任务期间，摊销年限的设定具有合理性

（1）实际客户流失率低于评估预期

评估过程中对客户流失率采用每年 10%的历史平均值作为假设参数。针对 2016 年末的 43 家经销商，实际经营情况显示截至 2017 末、2018 年末时，前述 43 家经销商分别仍留存 41 家、37 家，经销商略有流失但低于预测流失率，不存在远超预期的情况。

（2）客户关系的实际受益年限，整体显著长于现有经销协议约定的销售任务期间

Revitacare 自 2003 年成立以来，通过多年持续稳定经营，已在医学美容、护肤领域内积累下良好的品牌口碑与深厚的行业经营，也与行业内众多优质经销商形成长期、稳定的合作关系。尽管按照行业惯例，Revitacare 与经销商签署协议中的销售任务周期为 3-5 年，但大部分经销商的实际合作年限显著长于 5 年，即构成客户关系的资产收益年限长于合同约定的销售任务周期。

从 Revitacare 实际经营情况来看，原有经销商网络保持了相对稳定的状态，发挥了收购时的预期作用和效果。经销商在约定的销售任务周期结束后，如无特殊情况产生，继续与 Revitacare 保持合作关系。依托经销商网络建立客户关系的受益年限不同于经销协议约定的销售任务周期。

（3）具体摊销年限的确定是基于评估方法的科学测算

经香港评估机构按照超额收益法的测算结果，2026 年经销商网络产生的超额收益现值占 2017-2026 年累计超额收益现值的比例首次低于 5%，则以 2025 年为最后一个受益年份，客户关系剩余期限是基于从资产中获得的经济效益的估计周期，因此通过估算该客户关系剩余期限为 9 年，按照 9 年进行摊销。

此外，发行人按照 9 年摊销客户关系，与 A 股上市公司如药明康德、迈瑞医疗、华宝股份等关于客户关系的摊销年限相比，不存在重大差异。

（4）对 Revitacare 客户关系摊销年限的敏感性测算

当 Revitacare 客户关系摊销年限在 2-8 年变化时，对 Revitacare 净利润的影响额相对较小，占发行人 2018 年合并报表净利润的比例在 1.49%-0.05%之间，其中如按照 3-5 年的经销协议销售任务周期摊销，对 2018 年净利润的影响在 0.85%-0.34%之间，影响较小，具体测算如下：

摊销年限（年）	2	3	4	5	6	7	8	9
税前利润影响值（万欧元）	108.00	72.00	54.00	43.20	36.00	30.86	27.00	24.00
税前利润影响值（万元人民币）	809.10	539.41	404.55	323.64	269.70	231.20	202.28	179.80
与 2018 年度摊销金额的差异（万元人民币）	629.30	359.60	224.75	143.84	89.90	51.39	22.48	-
差异占 2018 年度发行人净利润的比例	1.49%	0.85%	0.53%	0.34%	0.21%	0.12%	0.05%	-

注：折算汇率按照 2018 年度月平均汇率计算。

综上，发行人将收购 Revitacare 过程中产生的客户关系按照 9 年摊销，具有明确的依据及合理性；不同年限下的摊销金额对公司 2018 年度净利润的影响较小。

（六）发行人对确认为无形资产的客户关系、非专利技术、商标等单独进行评估，与被收购企业整体评估之间的关系，比较两项评估具体参数或预测数据之间的差异，是否存在矛盾或重大不一致的情况

1、对客户关系、非专利技术、商标等单独进行评估，与被收购企业整体评估之间的关系

依据评估对象的不同特征，评估机构对不同类型无形资产、被收购企业整体采用不同的评估方法。其中，对被收购企业整体评估采用市场法（Market Approach）评估，评估目的是为并购双方的谈判提供作价参考；对无形资产-客户关系评估时采用超额收益法（Excess Earnings Method）评估，对无形资产-非专利技术、商标采用权利金节省法（Relief from Royalty Method）评估，评估目的为辨认并估值可辨认无形资产，为并购中取得的可辨认无形资产提供计量及入账依据。

对无形资产具体项目的单独评估是基于客户关系、非专利技术、商标各自产生的独立现金流，可产生超过贡献资产回报率或因拥有相关资产而节省的现金流；Revitacare 整体评估时参照可比上市公司、可比收购交易，可充分反映当下资本市场投资者对该企业及其所处行业的认可程度及发展预期。

因此，企业整体价值评估、单项资产评估的评估目的、评估方法均存在差异。交易双方参照企业整体价值评估作价，并据此确定企业合并成本。根据企业合并成本与原账面记载的净资产值以及境外评估机构识别辨认、评估的上述单项资产价值的差额，收购方在合并层面确认为商誉。除上述情况外，两项评估之间不存在直接联系。

2、因评估方法不同，两类评估具体参数或预测数据之间不存在矛盾或重大不一致的情况

对客户关系、非专利技术、商标等项目的评估，是以预测的单项资产未来现金流量为起点；对被收购企业的整体评估是参考可比上市公司、可比收购交易的情况。由于评估方法的不同，两项评估仅在 2017 年预测收入、EBIT、EBITDA 的参数运用上存在交集，并且使用了相同的 2017 年度预测数据；除此以外，其他评估参数的选择本身不存在重合，因此亦不存在矛盾或重大不一致的情况。对客户关系、非专利技术、商标的评估，所使用的相同科目的预测值、参数均保持一致。

综上，企业整体价值评估与各单项资产的评估，两类评估具体参数或预测数据之间，不存在矛盾或重大不一致的情况。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/三、发行人设立以来的重大资产重组情况/（三）发行人收购 Revitacare 的具体情况”中补充披露。

（七）收购协议存在业绩激励条款，请说明业绩激励条款中核心管理人员的具体范围、其薪酬在收购前后的变化、业绩激励条款到期后是否将采取持续的薪酬激励政策，若到期终止是否将对经营产生重大不利影响

1、业绩奖励的考核方式下，可按达标比例领取业绩奖励，有利于公司业务的健康、可持续增长

根据交易双方对业绩激励条款的约定，业绩奖励分为基本薪酬奖励和额外薪酬奖励两部分，奖励金额与业绩达标情况呈一定比例，具体为：

①基本薪酬奖励金额=当期实现营业收入/目标营业收入*期限内基本薪酬奖励金额上限（上限为 787.50 万欧元）

②额外业绩薪酬奖励金额

单位：万欧元

序号	业绩达成要求（同时满足）		额外奖励金额
	三年累计营业收入	三年累计税后净营业利润（NOPAT）	
1	≥2,800	≥970	300
2	2,520（包含）-2,800	≥485	三年累计税后净营业利润/970*300
3	1,680（包含）-2,520	≥三年累计营业收入的 30%	100
4	＜1,680	-	0

对于上述**业绩激励指标与条款的设定，已经开曼华熙、发行人详细论证并由内部投资决策机构审议，指标的达成对激励对象具有相当挑战性；且激励对象所获奖励金额与业绩实际实现情况呈一定比例，并不存在因未达到业绩目标而完全失去奖励金额的情形，激励对象也并不存在突击实现业绩的强烈动机。该种薪酬考核方式下，既能有效促进其业务的快速发展和可持续增长，又能够有效降低 Revitacare 核心管理人员对实际经营业绩进行刻意调整的动机。**

2、业绩激励条款中核心管理人员的具体范围

业绩激励条款中的核心管理人员系收购交易的出售方，即 Martine Buzon 女士，其担任 Revitacare CEO 职务，负责 Revitacare 的研发及销售等具体业

务经营，是 Revitacare 的最主要管理人员。

3、除业绩奖励条款外，**Martine Buzon** 基本薪酬在收购后有一定幅度提高，且业绩奖励与公司收入增幅挂钩，是收购交易中为保证经营平稳的阶段性特殊安排；发行人目前未制定业绩激励条款到期后的特殊薪酬奖励政策；根据目前的收购后双方整合及合作情况，原收购相关的特殊业绩激励条款到期，不会对公司经营产生重大不利影响

收购前，Martine Buzon 女士作为 Revitacare 的唯一股东、创始人兼 CEO，其主要通过分红获取个人所得，基本薪资大约为市场正常水平的 50%；2017 年收购完成后，发行人对 Martine Buzon 女士的基本薪资进行了一次性调整，以与市场正常水平保持一致，并在 2018 年保持基本稳定。除此以外，截至目前，业绩考核期（2017-2019 年）因完成既定业绩指标而收到额外奖励薪酬分别为 112.50 万欧元（实际于 2018 年取得）、337.50 万欧元（实际于 2019 年取得）。

收购方在收购的同时，授予与标的核心管理人员与任职、收入增长直接相关的特殊业绩奖励，为收购交易中的常用方式，与正常的企业薪酬奖励在背景、考核方式、持续性、商业逻辑等方面均存在不同。收购方 2017 年初给予 Revitacare 核心管理人员 Martine Buzon 女士的特殊薪酬奖励，与任职要求、销售收入大幅增长的考核指标直接相关，且由收购方支付约定的特殊薪酬奖励，主要是希望在收购后的整合、双方融合期间内，保证公司经营及人员的稳定及整合、统一管理的顺利推进，并充分调动公司管理层的积极性，属并购过程中过渡期间内的阶段性安排，具有特殊性。

经过收购后 2 年多的整合、管理调整及融合，特别是在收购后 Revitacare 经营状况、营业收入大幅增长，其经营团队及员工对未来发展充满信心，积极推动与发行人的深度融合、技术及产品、市场合作，Revitacare 经营、管理及团队保持稳定，已成功度过收购后的整合期，实现经营管理正常化，未来可以按照正常状态下的公司业绩实现情况制定薪酬及考核政策。

4、并购整合期内与业绩挂钩的薪酬激励条款到期后的相关人员、薪酬、管理安排，不会对 **Revitacare** 的未来经营产生重大不利影响

发行人目前尚未确定对 Revitacare CEO 职位人选的任命。2020 年薪酬激励条款到期后，原 CEO、总经理（General Manager）将仍在公司担任职务，发行人将充分考虑 Revitacare 的发展阶段、经营管理熟悉程度等因素，以保证相关人员能够推动 Revitacare 未来实现健康、可持续的发展。

并购后整合阶段的特殊业绩激励条款到期后，发行人目前未制定或采取特殊的薪酬奖励计划，发行人除将采取与核心管理人员续签劳动合同、要求定期汇报和加强特殊事项审批等措施加强对 Revitacare 的管理以外，还将对 Revitacare 采用发行人内部现行的销售业绩激励机制，保持其经营业绩的有效增长。

自 2017 年初收购完成以来，发行人已采取多项控制管理手段与 Revitacare 全面对接和整合，包括委派董事 Lim Ling Li 对 Revitacare 的产品规划、市场开拓、研发方向等具体业务深度参与，全面统筹监管 Revitacare 的发展方向和战略重点；双方研发团队之间相互交流探讨；派遣全职财务人员常驻在 Revitacare，负责财务部门与 Revitacare 的日常财务信息对接；定期/不定期开展内外部审计等，能够保证 2020 年后发行人对子公司的有效管理。同时，由于整个收购过程双方合作融洽、过渡顺利，Revitacare 的核心管理人员也愿意继续服务，为 Revitacare 业务平稳发展提供保障。

因此，发行人已实现对 Revitacare 的成功整合及有效管理，通过各项管理制度及正常的薪酬考核制度，发行人能够对 Revitacare 实施控制和有效管理，已形成一套行之有效的常态化管理机制，Revitacare 已实现健康、稳定可持续发展，并购整合阶段的特殊业绩激励条款到期后，不会对 Revitacare 的未来经营产生重大不利影响。

以上内容已于招股说明书之“第五节 发行人基本情况/三、发行人设立以来的重大资产重组情况/（三）发行人收购 Revitacare 的具体情况”中补充披露。

（八）在此基础上说明此项并购产生相关资产减值测试的具体过程及结果，是否符合企业会计准则、评估准则的规定，是否充分考虑业绩激励条款是否持续等各项因素的影响

1、2017 年末商誉减值测试的相关情况

2018 年初，针对合并 Revitacare 形成的商誉，发行人管理层依据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的要求，对商誉进行减值测试，具体过程如下：

单位：万欧元

项目	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	永续期
营业收入	900.00	1,300.00	1,365.00	1,433.25	1,504.91	1,504.91
减：营业成本	184.75	282.06	303.79	324.92	367.52	367.52
营业费用	105.12	151.84	159.43	167.40	175.77	175.77
管理费用	470.80	518.93	164.25	172.46	181.08	181.08
加：折旧摊销	7.72	7.72	7.72	7.72	7.72	7.72
EBITDA	147.06	354.90	745.25	776.19	788.25	788.25
减：资产更新	7.72	7.72	7.72	7.72	7.72	7.72
营运资本增加额	198.69	270.37	43.94	46.13	48.44	-
预计未来净现金流量	-59.35	76.80	693.59	722.33	732.09	780.53
折现率	0.1694	0.1694	0.1694	0.1694	0.1694	0.1694
年限	1	2	3	4	5	6
折现系数	0.8552	0.7313	0.6254	0.5348	0.4573	2.7003
现值	-50.76	56.16	433.76	386.31	334.82	2,107.66
现值合计	3,318.71					
铺底营运资金	673.71					
预计未来现金流量现值	2,645.00					

管理层 2018 年初进行商誉减值测试过程中，在预测未来现金流时，基于 2017 年实际经营和行业发展情况，假设 2018-2019 年均可实现收入业绩指标，并在 2019 年起的后续预测期内保持 5%的增长速度，毛利率略微下降、费用率在后续预测期内参考 2017 年度的水平，以此测算未来净现金流。

税前折现率的计算基于采用资本加权平均成本模型（WACC）确定的税后折现率，选取五年内境外市场无风险收益率和预期回报率的平均水平、境外国家同类可比上市公司股票计算得出的权益资本预期风险系数、Revitacare 自身资本结构等进行综合计算调整，最终得出税前折现率为 16.94%。

根据收益法预测结果，截至 2017 年 12 月 31 日，Revitacare 相关资产组预计未来现金流量现值为 2,645.00 万欧元，高于当期末资产组可辨认净资产

账面价值与商誉之和1,809.15万欧元，经测试商誉不存在减值。

2、2018年末商誉减值测试的相关情况

（1）中联评估对Revitacare商誉及相关资产组可收回价值的评估

中联评估根据《企业会计准则第8号——资产减值》、《以财务报告为目的的评估指南》等规定，以2018年12月31日为评估基准日，对合并Revitacare所形成的商誉及相关资产组，即包含直接归属于资产组的固定资产、无形资产以及商誉，采用现金流折现的方式，估计含商誉相关资产组的可回收金额，并出具了《对合并Revitacare形成的商誉进行减值测试项目资产评估报告》（中联评报字（2019）第434号）。具体过程如下：

1）主要评估假设

一般假设：根据被评估资产按目前的用途和使用的方式、规模、频度、环境等情况继续使用，或者在有所改变的基础上使用，相应确定评估方法、参数和依据。

特殊假设：国家现行的宏观经济、金融以及产业等政策不发生重大变化；评估对象在未来预测期内所处的社会经济环境以及所执行的税赋、税率等政策无重大变化；未来的经营管理班子尽职，并继续保持现有的经营管理模式持续经营；评估对象产权持有者及管理层对未来经营规划能够如期落实，如企业的实际经营情况与经营规划发生偏差，产权持有者及时任管理层能采取相应补救措施弥补偏差；商誉及相关资产组在未来经营期内涉及的主营业务、收入与成本的构成以及经营策略等仍保持其最近几年的状态持续，而不发生较大变化。

2）收益法评估的主要参数及选取方法

收益法评估的涉及的历史期和预测期主要参数如下：

项目名称	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	永续期
营业收入（万欧元）	606.06	904.60	943.60	989.90	1,038.51	1,089.56	1,143.15	1,143.15
收入增长率	60.46%	49.26%	4.31%	4.91%	4.91%	4.92%	4.92%	0.00%
毛利率	79.63%	78.45%	78.30%	77.78%	77.35%	75.58%	75.58%	75.58%
营业费用率	11.68%	8.29%	8.29%	8.29%	8.29%	8.29%	8.29%	8.29%

管理费用率	12.03%	12.30%	12.32%	11.89%	11.48%	11.09%	10.72%	10.72%
税前折现率	16.94%	16.94%	16.94%	16.94%	16.94%	16.94%	16.94%	16.94%

①营业收入

报告期内，Revitacare 的营业收入由皮肤修护类产品、生发类和塑形类产品构成，其中前两者占营业收入比例达到 97%以上。评估机构以 2018 年度的营业收入数据为基础，假设皮肤修护类产品、生发类产品逐步进入稳定发展期，预计 2019-2023 年的收入增长率保持 5%的水平，永续期后（自 2024 年开始）不再增长；塑形类产品尚在开发期，规模较小，故谨慎预测收入不增长。

根据德勤中国《中国医疗美容市场分析报告》有关资料，近年来全球透明质酸填充剂市场以年复合增长率 12%的速度增长；Euromonitor 数据亦显示，2017 年国内护肤品市场的增速超过 10%。

因此，对营业收入的预计增长率相对整体行业增速较为谨慎，具有合理性。2019 年 1-6 月，Revitacare 已实现的收入占 2018 年度全年收入的 66.43%，亦说明中联评估对 2019 年度收入预测偏于谨慎。

②毛利率

2017 年及 2018 年，Revitacare 毛利率分别为 79.63%和 78.45%，结合对未来分产品结构的变动情况分析，预计自 2019-2023 年，综合毛利率分别为 78.30%、77.78%、77.35%、75.58%和 75.58%，稳中有降，具有较强的合理性和可实现性。

③营业费用率

营业费用主要由广告宣传费、房租物业费等项目构成，预测期内假设营业费用占收入的比例基于 2018 年的情况（8.29%），费用率未来保持不变。

④管理费用率

管理费用主要由职工薪酬、研发费用和折旧摊销等构成。其中，职工薪酬的预测参考 Revitacare 目前的管理团队情况，人员结构已趋于稳定，仅存在因正常招聘、人员流失等导致的变动，人员数量不再增加，人均工资参考国际劳工组织（International Labour Organization）*Global Wage Report* 相关

资料，法国 2016-2017 的薪资增长率分别为 0.8%、0.1%，因此在预测期前 5 年（2019 年至 2023 年）按照基于 2018 年管理费用-职工薪酬（不包括业绩奖励）1%的增长速率、永续期内保持不变的假设具有合理性。

研发费用的预测参考在研项目以及未来潜在研发方向进行估计，较 2018 年度少量增加。折旧摊销基于 2018 年末的资产情况，预测期内的折旧摊销金额维持一致。

⑤税前折现率

税前折现率的计算基于采用资本加权平均成本模型（WACC）确定的税后折现率，并通过单变量求解方式，锁定税前现金流的折现结果与税后现金流折现结果一致，计算对应的税前折现率。具体参考 Bloomberg 资讯金融终端数据，选取最近五年境外市场无风险收益率和预期回报率的平均水平、境外国家同类可比上市公司股票计算得出的权益资本预期风险系数、Revitacare 自身资本结构等进行综合计算调整，最终得出税前折现率为 16.94%。

3）可收回金额的计算结果

根据上述方法及过程，中联评估测算的截至 2018 年 12 月 31 日 Revitacare 相关资产组预计未来现金流量现值为 2,779.00 万欧元，高于当期末资产组可辨认净资产账面价值与商誉之和 2,057.35 万欧元（因特殊业绩奖励费用由收购方支付，因此 2018 年末 Revitacare 账面净资产有所提高），故不存在减值。

（2）致同会计师对 Revitacare 进行的商誉减值测试

致同会计师在对 Revitacare2018 年末是否涉及商誉减值事项进行审计时，根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》、《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》等相关规定，基于中联评估的相关工作，并将 Revitacare 股东 Gentix S.A.或有业绩薪酬奖励纳入考虑，再次计算相关资产组预计未来现金流量现值。具体过程如下：

1）收益法评估的主要参数及选取方法

相比中联评估对于合并 Revitacare 所形成的商誉及相关资产组预计未来

现金流量现值的评估过程，致同会计师在其商誉减值测试过程中进行了调整，将考虑收入实现与薪酬奖励的挂钩，具体情况包括：

①营业收入

鉴于将 2019 年 Gentix S.A.或有支付的业绩薪酬奖励纳入计算，即相应考虑 2019 年 Revitacare 可完成业绩奖励目标，达到 1,300 万欧元；2020 年至 2023 年假设营业收入以 5%的速率递增，2024 年开始永续期的增长率为 0%，即自 2020 年开始的收入增长率与中联评估保持一致。

2019 年 1-6 月，Revitacare 已实现的收入占 2018 年度全年收入的 66.43%，预计较 2018 年全年实现 43.71%的增长率，具有可行性。

②管理费用

2019 年度，管理费用-职工薪酬在中联评估的预测基础上，额外增加 362.50 万欧元薪酬奖励，2020 年起与中联评估的各年度数据预测均保持不变。

除上述调整以外，其他项目的参数设置均与中联评估的参数假设一致。

2）可收回金额的计算结果

根据上述假设参数，预计未来现金流量现值的估算如下：

单位：万欧元

项目/年度	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	永续期
营业收入	1,300.00	1,365.00	1,433.25	1,504.91	1,580.16	1,580.16
营业成本	282.06	303.25	324.68	367.52	385.89	385.89
营业费用	107.82	113.21	118.87	124.81	131.05	131.05
其中：职工薪酬	14.28	15.00	15.75	16.54	17.36	14.28
管理费用	478.77	117.72	119.25	120.85	122.53	122.53
其中：职工薪酬	75.82	76.57	77.34	78.11	78.89	78.89
奖励薪酬	362.50	-	-	-	-	-
加：折旧摊销	7.72	7.72	7.72	7.72	7.72	7.72
EBITDA	439.08	838.55	878.18	899.45	948.40	948.40
减：资产更新	7.72	7.72	7.72	7.72	7.72	7.72
营运资本增加额	317.65	52.22	54.83	57.57	60.45	-

税前现金流	113.71	778.61	815.63	834.16	880.23	940.68
折现率	0.1694	0.1694	0.1694	0.1694	0.1694	0.1694
年限	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00
折现系数	0.8552	0.7313	0.6254	0.5348	0.4573	2.7003
现值	97.24	569.40	510.08	446.11	402.57	2,540.11
现值合计	4,565.50					
铺底营运资金	726.73					
预计未来现金流量现值	3,838.77					

经上述方法计算，截至 2018 年 12 月 31 日，Revitacare 相关资产组预计未来现金流量现值为 3,838.77 万欧元，高于当期末资产组可辨认净资产账面价值与商誉之和 2,057.35 万欧元，故不存在减值。

3、2019 年 3 月末商誉减值测试的相关情况

由于 2019 年一季度，Revitacare 所处行业持续向好，自身经营情况未发生异常，不存在经营不及预期、行业政策变化、技术落后等特定减值迹象，故 2019 年 3 月末商誉减值测试时，沿用本问题（八）“2、2018 年末商誉减值测试的相关情况/（2）致同会计师对 Revitacare 进行的商誉减值测试”中的**相关假设和参数。经测算，截至 2019 年 3 月 31 日，Revitacare 相关资产组预计未来现金流量现值为 4,031.88 万欧元，高于当期末资产组可辨认净资产账面价值与商誉之和 2,088.61 万欧元，故不存在减值。**

4、收入增长率、职工薪酬增长率对商誉减值测试结果的敏感性分析

根据致同会计师商誉减值测试的计算方法和过程，收入增长率、薪酬增长率对预计未来现金流量的敏感性分析如下：

（1）假设预测期后四年（2020-2023 年）仍存在因核心管理人员业绩奖励对管理费用造成的 362.50 万欧元/年的影响

假设 2020 年至 2023 年，因对核心管理人员延续业绩奖励政策，导致管理费用每年额外增加 362.50 万欧元，当 2020 年至 2023 年期间收入增长率分别为 0%、5%、10%时，预计未来现金流量现值的情况如下：

单位：万欧元

项目	收入增长率		
	0%	5%	10%
未来现金流量现值	2,358.69	2,987.32	3,699.96

整体来看，当 Revitacare 实现 2019 年业绩目标后，假设收入不再增长，且假设未来 4 年仍按照原每年 362.5 万欧元向管理层支付特殊业绩奖励（收入增长率仅为 0%、5%、10%的情况下，假设每年仍支付 362.5 万欧元的特殊业绩奖励，已属极端不合理的假设情形），未来现金流现值为 2,510.29 万欧元，高于 2018 年末资产组可辨认净资产账面价值与商誉之和 2,057.35 万欧元，仍不存在商誉减值。

（2）2019 年不同收入水平下，预测未来收入、整体薪酬变动对预计未来现金流量的影响

①假设 2019 年完成业绩目标、收入低增长、薪酬高增长的情形

假设公司 2019 年完成业绩目标（2019 年上半年已实现全年收入目标的 46.22%），2020 年至 2023 年，收入增长率分别为-5%、0%、5%，当薪酬总额（含营业费用、管理费用中的职工薪酬）增长率在 0-25%变化时，预计未来现金流量现值的情况如下：

单位：万欧元

项目		2020 年至 2023 年薪酬每年增长率					
		0%	5%	10%	15%	20%	25%
收入增长率	-5%	2,689.90	2,587.56	2,467.01	2,325.74	2,161.01	1,969.84
	0%	3,252.68	3,150.34	3,029.79	2,888.52	2,723.80	2,532.62
	5%	3,893.67	3,791.33	3,670.78	3,529.52	3,364.79	3,173.61

从前述对收入增长、薪酬增长的敏感性分析来看，当 Revitacare 实现 2019 年业绩目标、发行人亦支付相应薪酬奖励金额的情况下，出现商誉减值的可能性较小。仅当假设 2020 年至 2023 年 Revitacare 收入每年较上年度下降 5%、同时公司总体薪酬每年均较上年度增长 25%的极端不合理情况下（收入每年下降的情况下，管理层及员工不具有大幅加薪的合理性），才可能出现商誉减值的情况。该种极端情形下的收入、薪酬预测情况如下：

项目/年度	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	永续期
营业收入（万欧元）	1,300.00	1,235.00	1,173.25	1,114.59	1,058.86	1,058.86
薪酬总额（万欧元）	85.00	106.26	132.82	166.02	207.53	259.41

②假设 2019 年部分完成业绩目标、收入低增长、薪酬高增长的情形

假设 2019 年未完成业绩目标，仅按照实际收入实现比例支付基本薪酬奖励，2020 年至 2023 年假设营业收入以 5%的速率递增，2024 年开始永续期的增长率为 0%，即自 2020 年开始的收入增长率与中联评估保持一致，分析收入增长率与薪酬增长率对未来现金流量现值的影响。

A：假设 2019 年实现收入 1,000 万欧元

假设 2019 年全年实现收入 1,000 万欧元（较 2018 年仅增长 10.55%；2019 年 1-6 月实际已实现全年假设收入的 60%以上），当 2020 年至 2023 年收入增长率分别为-5%、0%、5%，当薪酬总额（含营业费用、管理费用中的职工薪酬）增长率在 0-25%变化时，预计未来现金流量现值的情况如下：

单位：万欧元

项目		2020 年至 2023 年薪酬每年增长率					
		0%	5%	10%	15%	20%	25%
收入增长率	-5%	1,870.99	1,768.65	1,648.10	1,506.84	1,342.11	1,150.94
	0%	2,303.90	2,201.56	2,081.01	1,939.75	1,775.02	1,583.84
	5%	2,796.97	2,694.63	2,574.08	2,432.82	2,268.09	2,076.91

B：假设 2019 年全年实现收入 1,100 万欧元

假设 2019 年实现收入 1,100 万欧元（较 2018 年度全年增长 21.60%；2019 年上半年实际已实现全年假设收入的 55%左右），当收入增长率分别为-5%、0%、5%、当薪酬总额（含营业费用、管理费用中的职工薪酬）增长率在 0-25%变化时，预计未来现金流量现值的情况如下：

单位：万欧元

项目	2020 年至 2023 年薪酬每年增长率					
	0%	5%	10%	15%	20%	25%

收入增长率	-5%	2,143.96	2,041.62	1,921.07	1,779.81	1,615.08	1,423.90
	0%	2,620.16	2,517.82	2,397.27	2,256.01	2,091.28	1,900.10
	5%	3,162.54	3,060.20	2,939.65	2,798.38	2,633.65	2,442.48

C：假设 2019 年全年实现收入 1,200 万欧元

假设 2019 年实现收入 1,200 万欧元（较 2018 年度全年增长 32.66%；2019 年上半年实际已实现全年假设收入的 50%左右），当收入增长率分别为-5%、0%、5%，当薪酬总额（含营业费用、管理费用中的职工薪酬）增长率在 0-25%变化时，预计未来现金流量现值的情况如下：

单位：万欧元

项目		2020 年至 2023 年薪酬每年增长率					
		0%	5%	10%	15%	20%	25%
收入增长率	-5%	2,416.93	2,314.59	2,194.04	2,052.78	1,888.05	1,696.87
	0%	2,936.42	2,834.08	2,713.53	2,572.27	2,407.54	2,216.36
	5%	3,528.10	3,425.76	3,305.22	3,163.95	2,999.22	2,808.05

从上述假设及敏感性分析看，仅当假设 Revitacare 未来收入逐年下降的同时，管理层仍要求逐年、大幅加薪的情况下，因收购 Revitacare 形成的商誉存在减值压力，而上述假设属极端不合理情形，与薪酬占营业收入比例相对稳定的经营管理常规明显不符。因此，在正常经营情况下，收购 Revitacare 形成的商誉不存在减值的情况。

上述情况，主要与 Revitacare 的盈利能力较强有关，销售净利润率持续保持在 35%以上，其中 2018 年 Revitacare 实现营业收入 904.60 万欧元，不考虑特殊薪酬奖励后的净利润为 343.54 万欧元，按照前述净利润计算的收购对价的 PE 倍数仅为 4.16 倍（合并成本 1,427.50 万欧元/净利润 343.54 万欧元）。

以上内容已于招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/十一、资产质量分析/（二）非流动资产构成及其变化分析/5、商誉”中补充披露。

（九）保荐机构及核查情况

1、核查方式及核查过程

（1）2019 年 3 月 20 日，保荐机构与申报会计师前往法国 Revitacare 办公地，结合 Revitacare 财务报表情况，访谈 Revitacare CEO 及财务人员，了解 Revitacare 收购背景、谈判及定价过程、业务发展等情况，了解其客户关系、非专利技术、商标等包涵内容及价值；

（2）检查 2017 年 1 月开曼华熙下属 Bloomage Meso Holdings S.A.收购 Revitacare 100%股权的收购协议、收购时点审计报告、资产评估报告、有关收购的董事会决议及其他相关文件，以识别包括收购条件及收购完成日期等与影响合并会计处理相关的关键交易条款及交易条件；将转移对价明细与银行对账单、银行汇款单及其他相关支付单据进行核对；

（3）取得收购完成后的 Revitacare 公司章程，取得开曼华熙《子公司管理制度》、发行人《控股子公司管理制度》，并获得 Foley Hoag AARPI 律师对 Revitacare 公司治理事项出具的法律备忘录，查阅作为 Revitacare 的单一股东享有的权利；

（4）与香港评估机构 Duff & Phelps China （HK） Limited 交流，了解无形资产、企业整体价值的评估情况，包括但不限于评估方法、主要参数及依据、对客户关系确认无形资产的依据，基于 Revitacare 与经销商签订的经销协议评估情况，Revitacare 与经销商协议约定的在其所负责的区域内每年必须要完成的销售金额任务及实际实现情况；

（5）评价发行人聘请的外部评估机构的胜任能力、专业素质和客观性；取得中联资产评估集团有限公司对香港评估机构 Duff & Phelps China （HK） Limited 的估值报告相关内容出具的《复核报告》（中联评咨字[2019]第 955 号）；

（6）检查评估报告、评估说明等底稿，通过将资产管理规模、预算收入、长期增长率及利润率等关键输入值与过往业绩、董事会批准的财务预测、近期的行业研究报告及行业统计资料进行比较，根据与经销协议所约定的定额销售收入期后实现情况，审慎评价估值模型中采用的关键假设及判断；

核查收购时点评估报告载明的主要参数与收购后实际情况的比较及差异原因，根据与经销协议所约定的定额销售收入核查期后经销商收入实现情况；

评估发行人管理层对各期末商誉减值测试时采用的关键假设，包括：未来现金流的预测、未来增长率和适用的折现率等相关假设，评价管理层关键假设的合理性。检查以前年度商誉减值测试预期结果的实现性；

（7）发行人将无形资产、商誉及 Revitacare 的其他资产作为一个资产组进行减值测试，审计机构对其资产组的认定及其测试过程进行了复核、重新计算，保荐机构进行了复核；

（8）抽查 Revitacare 与经销商签订的《经销协议》，了解经销协议中经销商销售区域约束、持续时间、任务目标等内容，并考察其完成情况；其中，Revitacare 与 BeautyMed、SELTEK Estetik Pazarlama ve Tic AS、IYAD HAYOUTI TRADE 签订的经销协议已作为底稿附件报送。

（9）对商誉减值测试实施敏感性分析。

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

（1）发行人与交易对手关于交易价格的谈判过程中，充分考虑被并购单位对发行人的战略意义以及市场估值情况；在并购后的入账过程中，参考被收购企业的非专利技术、客户关系、商标等的作用和价值，并对可辨认部分单独确认；发行人借由公司章程约定、内控制度完善、人员委派等方式明确股东权利，从而对 Revitacare 形成有效管控；双方已在研发、销售、人才团队培育等方面开展全方位合作，双方不存在重大分歧进而导致对其失去控制的情形；

（2）交易价格的确定参考市场法估值的结果，综合考虑了可比上市公司、可比收购交易的不同经济指标，充分考虑了同类型企业在基准日时点市场环境下的市场公允价值，因此，估值结果及以此确定的交易价格具备公允性和合理性；

（3）Revitacare 收购前后的主要业务与技术、产供销模式、主要客户及供应商、主要经营及财务数据、高管及经营团队不存在发生重大不利变化的情形；

（4）资产评估过程预测数据或参数不存在与被收购企业实际经营的主要经

营及财务数据存在重大差异，资产评估结谨慎合理，符合评估准则的规定；

（5）Revitacare 与经销商签订独家经销协议，拥有的客户关系源自合同性权力或其他法定权利，能够确保企业在较长时期内获得稳定收益且能够核算价值。因此，发行人将满足以上无形资产确认条件的客户关系作为无形资产确认，符合会计准则及相关规定；客户流失率不存在远超预期的情形；摊销年限确定为 9 年的依据具有谨慎性、合理性；

（6）企业整体价值评估与各单项资产的评估，两类评估具体参数或预测数据之间不存在矛盾或重大不一致的情况；

（7）收购协议约定的业绩激励条款到期后不再持续；发行人已采取多项控制管理手段与 Revitacare 全面对接和整合，激励条款到期终止不会对 Revitacare 经营产生重大不利影响；

（8）经充分测试，收购 Revitacare 形成的商誉及其他资产不存在减值情形；商誉减值测试的具体过程及结果符合企业会计准则、评估准则的规定，已充分考虑业绩激励条款是否持续等各项因素的影响，并已做充分的敏感性分析。

（9）保荐机构和申报会计师认为目前已履行的核查方式、核查过程、核查证据等足以支持核查结论。

问题五

发行人部分政府补助计入经常性损益。请发行人进一步说明和披露：计入经常性损益的政府补助的具体情况，包括但不限于依据、计量标准及结果，政府补助是否与公司正常业务密切相关、是否符合国家政策规定、其发放标准是否公司经营活动的产量或者销量相关、是否按照一定标准定额或定量持续享受。请在此基础上，谨慎判断相关政府补助确认为经常性损益是否符合规定。请保荐机构、会计师核查上述情况，并发表明确意见。

回复：

（一）发行人收到怀柔区人民政府奖励资金和个税代扣代缴手续费返还的

相关情况

1、发行人收到怀柔区人民政府奖励资金的情况及原认定情况

根据《北京市怀柔区人民政府关于印发怀柔区促进区域经济发展财政政策的通知》（怀政发[2016]59 号），北京市怀柔区人民政府建立企业发展奖励资金，支持企业发展。对于在怀柔区注册、生产经营、合规纳税且符合国家产业政策和区域功能定位、依法发放职工工资及上缴各项社会保险的企业，年缴纳增值税、企业所得税区财政实际所得超过标准，可以按照规定的比例及标准计算享受企业发展奖励资金政策。

《怀柔区促进区域经济发展财政政策》中规定的非占地经营企业奖励标准为：“（一）年财政奖励基数=年增值税*25%+年企业所得税*20%。（二）对年区财政奖励基数 50 万元（含）以上的企业，按以下分档累进原则给予奖励：年区财政奖励基数低于 100 万元部分给予 45%资金支持；100 万元（含）—300 万元部分给予 50%资金支持；300 万元（含）—500 万元部分给予 55%资金支持；500 万元（含）—1,000 万元部分给予 60%资金支持；1,000 万元（含）以上部分给予 65%资金支持。”

符合财政奖励标准的企业申请奖励资金，应向区财政局提出书面申请，经区财政局审核通过后，原则上按季度拨付，按年结算。

报告期各期，北京海御实际收到的企业发展奖励资金分别为 250.01 万元、250.90 万元、774.12 万元及 0 万元。

2018 年 8 月，发行人通过内部重组取得北京海御 100%股权，因同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益属于非经常性损益，因此发行人将北京海御 2016 年度、2017 年度及 2018 年 1-8 月取得的奖励资金 250.01 万元、250.90 万元、272.44 万元计入非经常性损益。

2018 年 12 月 24 日，北京海御取得怀柔区人民政府企业发展奖励资金 501.68 万元，发行人原将其列入经常性损益核算。

2、发行人收到个税手续费返还的情况及原认定情况

《中华人民共和国个人所得税法》第十七条规定，“对扣缴义务人按照所扣缴的税款，付给百分之二的手续费。”

报告期内，发行人在“其他收益/营业外收入”中列示的个税代扣代缴手续费返还，系其作为个人所得税的扣缴义务人收到的扣缴税款手续费。

发行人于 2018 年内通过同一控制下企业合并分别取得北京海御、山东海御 100%控制权，在合并日前北京海御、山东海御取得的个税手续费返还，按照规定属于“同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益”，已计入非经常性损益，合并日后北京海御、山东海御未收到新增个税代扣代缴手续费返还。

发行人母公司报告期内收到的个税代扣代缴手续费返还金额分别为 4.55 万元、4.96 万元、4.66 万元、0 万元，公司将该部分手续费所得原计入经常性损益。

（二）发行人取得的前述收入符合相关法律或政策，能够按照一定标准持续享受，但与经营活动中的主营业务、实际产量或销量不直接相关，经进一步论证及谨慎判断，发行人将前述收入调整认定为非经常性损益

北京海御按照《怀柔区促进区域经济发展财政政策》规定的标准、程序享受企业发展奖励资金，发行人报告期内持续收到该项奖励；发行人按照《个人所得税法》的规定代扣代缴员工个人所得税并取得代扣税款手续费收入，报告期内持续收到该项奖励，均具有按照一定标准定额或定量持续享受的特征，因此发行人在第一、二、三轮问询回复中，均将相应收入计入经常性损益。

考虑到发行人主营业务为透明质酸等生物活性物质及其终端产品的生产、研发和销售，怀柔区人民政府企业发展奖励资金和个税代扣代缴手续费返还收入，与公司经营活动中的主营业务、实际产量、销量不直接相关，且怀柔区政府相关政策存在随着国家或者北京市相关政策调整而随之调整的情况，经发行人进一步论证并审慎判断后，在本次回复中将收到的上述奖励资金和个税手续费返还，调整计入非经常性损益。

上述调整，导致发行人 2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-3 月扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润分别减少 3.87 万元、4.22 万

元、380.22 万元及 0 万元，占归属于母公司股东净利润的比例分别为 0.01%、0.02%、0.91%和 0.00%，影响较小，且财务处理更加谨慎。

发行人第一届董事会第九次会议已审议通过上述调整事项。根据前述调整，发行人已相应修订招股说明书“第二节 概览”、“第八节 财务会计信息与管理层分析”等相关章节，并对其他申请文件的相关内容进行修订。

（三）中介机构核查意见

1、核查过程

（1）向发行人相关人员了解怀柔区人民政府奖励资金和个税代扣代缴手续费相关背景、内容及奖励资金、个人所得税代扣代缴手续费的特点，包括了解是否与公司正常经营业务密切相关，是否符合国家政策规定，是否按照一定标准定额或定量计算，是否能够持续享受等；

（2）取得和复核公司政府补助的相关批准文件、政府补助及个税代扣代缴手续费的收款凭证等原始凭证；

（3）登录北京市怀柔区人民政府网站，查阅《北京市怀柔区人民政府关于印发怀柔区促进区域经济发展财政政策的通知》（怀政发[2016]59 号）及其中的《怀柔区促进区域经济发展财政政策》；

（4）查阅《中华人民共和国个人所得税法》；

（5）进一步了解和评估怀柔区人民政府奖励资金和个税代扣代缴手续费的性质，与公司主营业务收入、产量及销量的相关性，判断财务处理的依据及合理性。

2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

（1）发行人在前期问询回复中，根据符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受、与公司正常经营业务密切相关的情况，将相应的怀柔人民政府奖励资金及个税代扣代缴手续费返还计入经常性损益；

经发行人进一步审慎论证，鉴于前述收入与公司经营活动中的主营业务、实际产量、销量不直接相关，本次回复中发行人已将相应收入调整计入非经常

性损益。

（2）发行人本次关于政府补助及个税手续费返还性质认定的调整，会计处理及列示更为谨慎，对扣除非经常性损益后的归属于母公司股东的净利润影响较小，不涉及对发行人财务报表的调整，亦不对本次发行条件构成障碍。

问题六

招股说明书第八节未披露与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准，第十一节“其他重要事项……一、重大合同”未披露合同价款或报酬、实际履行情况等，不符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》第六十八条、第九十四条的规定。请发行人查漏补缺，严格根据招股书准则的具体规定披露相关信息。请保荐机构督促发行人严格履行信息披露义务，对信息披露是否符合招股书准则出具核查意见。

回复：

（一）补充披露

1、发行人参照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》相关规定，已于招股说明书之“第十一节 其他重要事项/一、重要合同”中对重大合同的合同价款或报酬、实际履行情况等补充披露如下：

“（一）重大销售合同

发行人及子公司 2016 年累计发生的销售金额在 2,000 万元以上的销售合同情况如下：

序号	客户名称	协议名称	合同标的	合同期间	合同价款	履行情况	当年实际销售金额（万元）
1	acic fine chemical inc.	Purchase Order	Sodium Hyaluronate	2016.1-2016.12	按照订单约定金额	已履行	2,631.28
2	KH-01-01	采购协议	HA-E1、HA-I-001、HA-EP2-002、HA-E2	2016.1-2016.12	按照订单约定金额	已履行	2,382.54
3	北京尚诚怡美生物科技股份有限公司	经销协议	润百颜注射用修饰透明质酸钠凝胶	2016.1-2016.12	按照订单约定金额	已履行	2,145.90

发行人及子公司2017年累计发生的销售金额在2,000万元以上的销售合同情况如下：

序号	客户名称	协议名称	合同标的	合同期间	合同价款	履行情况	当年实际销售金额（万元）
1	KH-01-01	采购协议	API	2017.1-2018.12	按照订单约定金额	已履行	2,418.73
2	KH-01-02	Purchase Order	Sodium Hyaluronate	2017.1-2017.12	按照订单约定金额	已履行	2,261.18
3	湖州上美全通供应链管理有限公司	湖州上美全通供应链管理有限公司采购合同	透明质酸钠	2017.1-2017.12	按照订单约定金额	已履行	2,181.66

发行人及子公司2018年累计发生的销售金额在2,000万元以上的销售合同情况如下：

序号	客户名称	协议名称	合同标的	合同期间	合同价款	履行情况	当年实际销售金额（万元）
1	KH-01-01	采购协议	API	2017.1-2018.12	按照订单约定金额	已履行	3,287.63

2	KH-03	Basic Agreement of Manufacture and Sale	hyaluronic acid for use	2016.1 至今	按照订单约定金额	正在履行	3,069.00
3	湖南御家化妆品制造有限公司	采购合同（原料类）	透明质酸原料	2018.1-2020.12	按照订单约定金额	正在履行	2,334.31
4	KH-01-02	Supply Agreement	Sodium Hyaluronate	2017.6.14-2020.6.13	$2.4120/gram,双方可协议调整	正在履行	2,317.65
5	淄博高迅商贸有限公司	销售合同	透明质酸钠	2018.1-2018.12	按照订单约定金额	已履行	2,243.85

发行人及子公司 2019 年 1-3 月累计发生的销售金额在 1,000 万元以上的销售合同情况如下：

序号	客户名称	协议名称	合同标的	合同期间	合同价款	履行情况	当年实际销售金额（万元）
1	上海雨施医疗科技股份有限公司	经销协议	润月雅医用皮肤保护剂	2019.1-2019.12	按照订单约定金额	正在履行	1,763.83
2	KH-01-01	生产物料采购协议	玻璃酸钠	2019.2-2023.12	框架协议约定	正在履行	1,114.24
3	淄博迅通国际贸易有限公司	销售合同	透明质酸	2019.1-2019.3	按照订单约定金额	已履行	1,113.69

（二）重大采购合同

发行人及子公司 2016 年累计发生的采购金额在 1,000 万元以上的采购合同情况如下：

序号	供应商名称	协议名称	合同标的	合同期间	合同价款	履行情况	当年实际销售金额（万元）
1	富雅投资	购销合同	针剂设备	2016.1-2016.12	按照订单约定金额	已履行	2,234.86

发行人及子公司 2017 年累计发生的采购金额在 1,000 万元以上的采购合同情况如下：

序号	供应商名称	协议名称	合同标的	合同期间	合同价款	履行情况	当年实际销售金额（万元）
1	富雅投资	购销合同	针剂设备	2017.1-2017.12	按照订单约定金额	已履行	1,132.77

发行人及子公司2018年累计发生的采购金额在1,000万元以上的采购合同情况如下：

序号	供应商名称	协议名称	合同标的	合同期间	合同价款	履行情况	当年实际销售金额（万元）
1	山东福瑞达生物科技有限公司	采购框架协议	G-HA[10kg/箱]	2018.3-2019.3	790元/千克	已履行	2,039.57
2	山东福瑞达生物科技有限公司	加工承揽协议	G-HA[10kg/箱]	2016.8-2018.3	850元/千克	已履行	
3	碧迪医疗器械（上海）有限公司	订单：碧迪医疗器械（上海）有限公司订单	预灌封注射器用硅硼玻璃针管、活塞	2018.1-2018.12	按照订单约定金额	已履行	1,848.00
4	青岛捷迅汇通商贸有限公司	工矿产品购销合同/采购合同	G-HA[10kg/箱]	2018.1-2018.12	按照订单约定金额	已履行	1,390.91

发行人及子公司2019年1-3月累计发生的采购金额在400万元以上的采购合同情况如下：

序号	供应商名称	协议名称	合同标的	合同期间	合同价款	履行情况	当年实际销售金额（万元）
1	青岛捷迅汇通商贸有限公司	采购合同	透明质酸钠	2019.1-2019.3	按照订单约定金额	已履行	690.98
2	苏州佑嘉塑胶科技有限公司	买卖合同	瓶盖、瓶底	2019.1-2019.3	按照订单约定金额	已履行	566.44
3	碧迪医疗器械（上海）有限公司	订单：碧迪医疗器械（上海）有限公司订单	预灌封注射器用硅硼玻璃针管、活塞	2019.1-2019.3	按照订单约定金额	已履行	493.83

4	山东福瑞达生物科技有限公司	采购框架协议	G-HA[10kg/箱]	2018.3-2019.3	790 元/千克	已履行	473.43

报告期内，发行人按照实际生产需求分批采购原材料，主要以订单合同形式与供应商签订采购合同，协议履行周期较短。故截至本招股说明书签署日，报告期内签订的采购合同均已履行完毕。”

2、发行人已于招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/二、审计意见及关键审计事项”中对与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准补充披露如下：

“（三）与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。在此基础上，公司进一步判断项目金额的重要性，主要考虑项目金额是否超过经常性业务的税前利润（扣除非经常性损益）的5%。”

3、发行人已于招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析/十、经营成果分析/（五）利润表其他项目/5、所得税费用及税收缴纳情况”中对重大税收政策变化及税收优惠对发行人的影响补充披露如下：

“（3）重大税收政策变化及税收优惠对发行人的影响

按照《关于调整增值税税率的通知》财税〔2018〕32 号的规定，公司自2018 年 5 月 1 日起增值税税率由 17%调整为 16%，因税率调整幅度较小，且增值税为价外税，该项税收政策变化不会对发行人经营成果、现金流造成重大影响。

报告期内，公司享受的高新技术企业所得税税收优惠金额占同期税前利润的比例分别为 10.00%、11.81%、10.59%和 10.29%，整体占比不高，发行人不存在对高新技术企业税收优惠政策的严重依赖。

生物发酵法制取透明质酸及交联技术相关产品，均系国家重点支持的领域，报告期内公司研发人员占比、研发费用占收入比例、拥有核心关键知识产权的所有权情况、高新技术产品收入占收入比例等均符合《高新技术企业认定管理办法》及《国家重点支持的高新技术领域》等相关法律法规的要求，公司预计未来可以继续享受上述税收优惠政策，不会对发行人造成重大不利影响。”

4、发行人已于招股说明书之“第二节 概览/二、本次发行的概况/（一）本次发行的基本情况”中对募集资金及发行费用补充披露如下：

“

股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	本次拟公开发行股票不超过 49,562,556 股，不低于发行后总股本的 10%；公司与主承销商可行使超额配售选择权，超额配售选择权不得超过 A 股发行规模的 15%	**占发行后总股本比例**	10.33%
其中：发行新股数量	不超过 49,562,556 股（不含超额配售选择权）	**占发行后总股本比例**	10.33%
股东公开发售股份数量	无	**占发行后总股本比例**	-
发行后总股本	不超过 480,000,000 股（不含超额配售选择权）		
每股发行价格	**【】**		
发行市盈率	**【】**		
发行前每股净资产	-	**发行前每股收益**	-
发行后每股净资产	**【】**元/股	**发行后每股收益**	**【】**元/股
发行市净率	**【】**倍		
发行方式	采用战略投资者配售、网下向询价对象配售和网上向符合资格的社会公众投资者申购定价发行相结合的方式或监管部门认可的其他发行方式		
发行对象	符合资格的询价对象和在中国证券登记结算有限责任公司上海分公司开户的境内自然人、法人及其他机构（国家法律、法规禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	无		
募集资金总额	**【】**		
募集资金投资项目	**华熙生物研发中心提升改造项目**		
	华熙天津透明质酸钠及相关项目		
	华熙生物生命健康产业园项目		
发行费用概算	**【】**		

”

（二）核查意见

保荐机构比照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》（证监会公告[2019]6 号）的相关规定，仔细检查《华熙生物科技股份有限公司科创板首次公开发行股票招股说明书（注册稿）》信息披露情况，督促发行人就不符合披露要求的内容进行补充完善，严格根据招股书准则履行披露义务。

经核查，发行人更新后的《华熙生物科技股份有限公司科创板首次公开发行股票招股说明书（注册稿）》已严格按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》（证监会公告[2019]6 号）披露相关信息，履行了完整的信息披露义务。

（本页无正文，为华熙生物科技股份有限公司、华泰联合证券有限责任公司关于《华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市发行注册环节反馈意见落实函之回复报告》之签章页）

华熙生物科技股份有限公司

2019年9月26日

（本页无正文，为华熙生物科技股份有限公司、华泰联合证券有限责任公司关于《华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市发行注册环节反馈意见落实函之回复报告》之签章页）

保荐代表人：

祁玉谦　　吕瑜刚

华泰联合证券有限责任公司

2019年9月26日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读《华熙生物科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市发行注册环节反馈意见落实函之回复报告》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，反馈意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

马 骁

华泰联合证券有限责任公司

2019 年 9 月 26 日