

(上接 A28 版)

(二)前十名股东  
本次发行前,公司前十名股东的持股情况如下:

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例
1	季俊礼	2,554.86	36.77%
2	方俊投资	1,848.00	26.60%
3	邓晓娟	660.00	9.50%
4	高美华	352.44	5.07%
5	信德汇金	330.60	4.76%
6	李孝常	296.34	4.27%
7	广州广生(S.S)	105.36	1.52%
8	广州天津	92.64	1.33%
9	吴秀银	66.00	0.95%
10	王清	66.00	0.95%
11	许学余	66.00	0.95%
12	张安	66.00	0.95%
13	薛开强	66.00	0.95%

(三)前十名自然人股东及其在发行人处的任职情况  
本次发行前,前十名自然人股东及其在本公司的任职情况如下:

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例(%)	在本公司担任职务
1	季俊礼	2,554.86	36.77	董事长
2	邓晓娟	660.00	9.50	董事、总经理
3	高美华	352.44	5.07	董事、副总经理
4	李孝常	296.34	4.27	药物化学部总工程师
5	吴秀银	66.00	0.95	证券部员工
6	王清	66.00	0.95	本部工厂总经理
7	许学余	66.00	0.95	副总经理
8	张安	66.00	0.95	营销事业部副总经理兼市场推广部经理
9	薛开强	66.00	0.95	数据信息总监
10	赵红虹	56.10	0.81	营销事业部总经理

(四)发行人国有股份和外股股份情况  
1. 国有股份情况  
截至招股说明书摘要签署之日,万联药业为国有全资企业,持有发行人股份 105.36 万股。2019 年 9 月,广东省人民政府国有资产监督管理委员会下发《粤国资产函[2019]93 号》《关于合肥立方制药有限公司国有股权管理方案的批复》,批复内容主要为:经综合各方论证,同意合肥立方制药有限公司国有股权管理方案,合肥立方制药有限公司国有股权 9,948 万股,其中,万联药业持有 105.36 万股,占总股本 1.52%,股份性质为国有法人股(SS)。

2. 外资股份情况  
截至招股说明书摘要签署之日,公司股份中无外资股份。

(五)股东中的战略投资者的持股情况  
本公司股东中无战略投资者。

(六)本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例  
1. 季俊礼持有方俊投资 100%的股权。本次发行前,季俊礼和方俊投资分别持有公司股份 2,554.86 万股和 1,848.00 万股,合计持有公司 4,402.86 万股股份,占公司总股本的 63.37%。

2. 季俊礼、方俊投资系母子关系。本次发行前,季俊礼、方俊投资各持有公司 15.18 万股股份,合计持有 30.36 万股股份,占公司总股本的 0.44%。

3. 广德汇金是信德汇金的普通合伙合伙人,信德汇金持有万联药业 330.60 万股股份。本次发行前,广德汇金、信德汇金分别持有公司股份 17.40 万股和 330.60 万股,合计持有 348.00 万股股份,占公司总股本的 5.01%。

4. 广州天津的执行董事合伙人方联天泽资本投资有限公司与万联广生同为万联证券股份有限公司全资子公司。本次发行前,广州天津、万联广生分别持有公司股份 92.64 万股和 105.36 万股,合计持有 198.00 万股股份,占公司总股本的 2.85%。

除上述情形外,本次发行前公司各股东间无其他关联关系。

5. 本次发行前各股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺  
本次发行前各股东所持股份的流通限制和自愿锁定的承诺详见招股说明书摘要“第一节 重大事项提示”之“一、股东关于股份锁定及锁定期届满后减持的承诺”。

四、发行人的主营业务情况  
(一)公司主要经营业务  
公司业务主要围绕医药工业产品的研发、生产及销售,医药批发配送及医药零售等板块。公司业务由方制剂及其子公司执行,具体业务分工如下:

类别	子公司	股权关系	主要开展的业务	主要产品或服务
医药工业	立方制药	母公司	医药中间体、原料药、制剂制剂和中药产品的研发及生产	非洛地平缓释片(II)、甲磺酸多沙唑啉缓释片、丹皮酚软膏、丹参酮 II 乙注射液、克霉唑软膏等制剂,二甲双胍缓释片、克霉唑软膏等制剂
	诚生生物	100%控股	生物药品生产	壳聚糖溶液及壳聚糖微球
	金囊立方	100%控股	植物成分提取与分离	发行人持有中成药制剂品种的前处理及提取;备案提取物物料
医药商业	大禹制药	100%控股	原料药生产,目前尚未实际开展业务	本公司公开发行募投项目中“原料药生产车间建设项目”的实施主体
	立方药业	100%控股	药品及医疗器械批发、配送	药品、医疗器械批发、配送等
医药工业业务	立方连销	100%控股	药品及医疗器械零售	药品、医疗器械等零售

公司坚持以技术创新为方向,以“专、精、特、新”为企业发展定位,已研发成合心血管类用药、消化系统用药、皮肤科用药在内的产品矩阵。其中:

(1)公司拥有以缓释剂片剂透皮给药技术为核心的透皮制剂研发及生产平台,并具备控制制剂产品的产业化生产能力。公司运用透皮给药技术的主要制剂品种包括:片剂、半透膜释片、小孔二部分组成,在口服后随肠道的水分通过半透膜进入人体,产生缓释作用,缓释作用由膜内外巨大的渗透压差作用,通过释药孔孔被控制实现。相比之下,该类产品吸收更为平缓,且不因患者的胃肠功能强弱等不可控因素而发生较大波动,可获得更稳定、可预期的降压效果。透皮控释技术系目前国内领先的缓释控释技术。公司现有在研的透皮产品适应症涵盖心脏病、糖尿病、止痛、精神疾病等领域,代表产品包括非洛地平缓释片(II)和甲磺酸多沙唑啉缓释片,其中非洛地平缓释片(II)是国内首个也是目前唯一的非洛地平透皮缓释剂上产品,为国家独家品种。《2018 年中国高血压防治指南》(修订版)指出,对于高血压合并慢性心力衰竭的患者,非洛地平为推荐用药。

(2)公司拥有多个特色医药产品,包括益气胃药、壳聚糖微球、丹皮酚软膏、丹参酮 II 乙注射液和壳聚糖凝胶等品种,涉及透皮、皮肤科用药和原料药等多个领域。其中益气胃药为国家独家品种,由广州方制剂为国家独家品种。

(3)除药品制剂外,公司还有部分自主研发、生产的原料药及医药中间体,主要包括非洛地平、原素、流化二、丹皮酚和甲磺酸多沙唑啉等。制剂产品非洛地平缓释片(II)、原素缓乳剂、丹皮酚软膏、甲磺酸多沙唑啉缓释片已实现关联原料的自主供给。

公司主要生产的药品制剂及主要功能如下:

序	产品名称	剂型	独家品种	国家药监局批准文号
1	非洛地平缓释片(II)	片剂	独家品种	国药准字 H20150104
2	甲磺酸多沙唑啉缓释片	片剂	独家品种	国药准字 H20150105
3	丹皮酚软膏	软膏剂	独家品种	国药准字 Z20050001
4	丹参酮 II 乙注射液	注射液	独家品种	国药准字 H20050001
5	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150106
6	壳聚糖溶液	溶液剂	独家品种	国药准字 H20150107
7	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150108
8	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150109
9	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150110
10	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150111
11	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150112
12	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150113
13	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150114
14	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150115
15	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150116
16	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150117
17	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150118
18	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150119
19	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150120
20	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150121
21	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150122
22	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150123
23	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150124
24	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150125
25	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150126
26	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150127
27	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150128
28	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150129
29	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150130
30	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150131
31	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150132
32	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150133
33	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150134
34	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150135
35	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150136
36	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150137
37	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150138
38	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150139
39	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150140
40	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150141
41	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150142
42	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150143
43	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150144
44	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150145
45	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150146
46	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150147
47	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150148
48	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150149
49	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150150
50	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150151
51	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150152
52	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150153
53	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150154
54	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150155
55	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150156
56	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150157
57	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150158
58	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150159
59	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150160
60	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150161
61	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150162
62	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150163
63	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150164
64	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150165
65	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150166
66	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150167
67	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150168
68	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150169
69	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150170
70	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150171
71	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150172
72	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150173
73	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150174
74	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150175
75	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150176
76	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150177
77	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150178
78	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150179
79	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150180
80	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150181
81	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150182
82	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150183
83	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150184
84	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150185
85	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150186
86	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150187
87	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150188
88	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150189
89	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150190
90	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150191
91	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150192
92	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150193
93	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150194
94	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150195
95	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150196
96	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150197
97	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150198
98	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150199
99	壳聚糖微球	微球	独家品种	国药准字 H20150200

2. 医药商业业务  
(1) 医药批发配送业务  
公司主要立足于安徽省市场开展药品、医疗器械、保健食品等的批发配送业务,以及部分药品品种的代理销售业务。子公司立方药业建设有现代化物流配送中心,购、销、存系统全面实现 ERP、WMS、TMS 集成化管理,建设有高位货架、自动分拣系统、电子标签系统,并开展第三方医药物流服务的软硬件条件。在此基础上,公司通过发展与上游生产企业的直接合作关系,同时加强下游各类终端客户的市场开发,具备较强的、同时向医药终端和终端销售的能力,逐步发展成为安徽省内具有一定规模优势和特色、市场覆盖率高的大型医药批发配送企业。

(2) 医药零售业务  
在医药零售业务上,子公司立方连销在合肥市及周边地区共有 40 余家连锁药房,为医疗机构、住宅社区及重要商业区域周边的零售客户提供高性价比的医药产品和服务。  
报告期内,发行人主营业务及产品未发生重大变化。

(二) 主要销售模式  
1. 医药工业产品销售模式  
医药工业产品主要由公司自行生产的产品销售。报告期内,公司医药工业产品主要采取经销模式进行销售,同时,公司亦存在少量医药工业产品直接销往终端客户的情况。公司的经销模式可进一步分为招商代理模式和“专业化学术推广”模式。

(1) 招商代理模式  
招商代理模式为公司的下游客户为代理型经销商,所谓代理型经销商,指具有市场推广能力、终端客户资源,通过公司遴选后负责代理特定区域的市场开发、产品推广及配送等工作,并承担相关费用。公司代理型经销商提供医药学、药理学等方面的专业支持与服务。

公司以代理型经销商签署年度销售框架协议,约定销售区域、终端类别、期间销售任务等,并将产品价格与销售给代理型经销商,通常以现款交易,先款后货的方式进行。代理型经销商在配合公司整体销售策略的前提下自行开发、维护终端客户,并将公司产品直接面向终端(委托经销商)销往终端客户。公司根据代理型经销商的订单达成、市场推广、协议履行等情况进行日常跟踪及定期考核。

(2) 专业化学术推广模式  
专业化学术推广模式下,公司的下游客户为配送型经销商,公司在各中标地区选择终端覆盖率高、服务优良的医药流通企业作为配送型经销商向公立医疗机构配送药品。配送型经销商主要负责公司产品在销往医疗机构过程中产品库存管理、物流配送等职能。终端市场的开发和客户推广等活动则由公司负责并承担相应费用。

公司与配送型经销商签订年度销售框架协议,约定配送的终端客户范围、运输及质量保证、供货价格与账期等条款。公司以目标市场公立医院集中采购的中标价格为基础定价,代理型经销商在配合公司整体销售策略的前提下自行开发、维护终端客户,并将公司产品直接面向终端(委托经销商)销往终端客户。公司根据代理型经销商的订单达成、市场推广、协议履行等情况进行日常跟踪及定期考核。

(3) 两种销售模式的比较  
公司医药工业产品所采取的招商代理模式与专业化学术推广模式符合医药行业内的惯例,近年来公司的销售模式逐步转变为以专业学术推广模式为主,也是为了更好地贯彻国家两票制政策并加强对终端市场掌控能力而采取的模式。

两票制在全国范围内开始实施后,公司最终销往公立医疗机构的产品逐步转为采用专业化学术推广的方式进行销售,逐步减小了“招商代理模式”与“招商代理模式”之间的代理型经销商在配合公司整体销售策略中的权重,但其在一定程度上加强与终端客户的直接沟通,使公司产品学术信息更准确、及时的传递,更好的了解终端客户需求,从而保证终端的销售更加稳定。此外,专业化学术推广有利于提高公司产品学术影响力,并提升公司产品专业品牌形象。

经销商的主要作用  
招商代理模式下,经销商(暨代理型经销商)负责公司特定产品在特定区域的市场开发、产品推广、医疗机构客户维护及配送等工作,并承担相关费用。公司对代理型经销商提供医药学、药理学方面的专业支持与服务。

专业化学术推广模式下,经销商(暨配送型经销商)承担公司产品在销往医疗机构过程中产品库存管理、物流配送等职能。终端市场的开发和客户推广、医疗机构客户维护等活动则由公司负责并承担相应费用。公司一般选择第三方市场推广公司组织或实施市场推广活动。

定价机制、信用政策  
招商代理模式下,公司与经销商(暨代理型经销商)定价一般根据经销商预计与公司交易规模、合作稳定性并结合原材料价格走势参照市场价格协商确定。信用政策上,公司与代理型经销商可多交易现款,先款

后货的方式结算。

专业化学术推广模式下,公司与经销商(暨配送型经销商)定价一般以发行人产品在目标市场公立医疗机构采购的中标价格为基础,下浮一定比例作为配送型经销商的销售价格。信用政策上,公司大多给予配送型经销商 2-6 个月的信用期。

③物流、资金管理  
招商代理模式下,公司产品销售的物流通常为:发行人—代理型经销商—配送型经销商—医疗机构或零售药房等终端客户。资金流为:代理型经销商—发行人。

专业化学术推广模式下,公司产品销售的物流通常为:发行人—配送型经销商—公立医疗机构,资金流为:配送型经销商—发行人。

两种销售模式在公司业务、盈利能力等方面的比较如下:

类别	招商代理模式	专业化学术推广模式
两票制实施后终端客户类	基本为零售药房及其他非公立医疗机构	公立医疗机构
药品流通环节	发行人—代理型经销商—配送型经销商—终端客户	发行人—配送型经销商—终端客户
市场推广方式	一般由代理型经销商自行负责	发行人策划,自行组织或委托推广服务商策划,配送型经销商不承担相关职责
药品出厂价	较低	较高,接近终端市场价格
销售毛利率	较低	较高
销售费用率	较低	较高,发行人需支付市场推广相关费用
净利润	基本一致	基本一致

2. 医药商业销售模式  
医药商业主要涉及药品、医疗器械等医药产品的营销推广、物流配送和零售业务的细分行业,不涉及生产和加工环节,是医药工业的下游细分行业。

(1) 医药批发和配送  
公司通过子公司立方药业主要经营安徽省内区域医药批发和配送业务,其主要客户类别包括:医疗机构、零售药店和其他医药批发配送企业。按业务惯例,医疗机构和零售药店可视为医药产品的终端客户,即立方药业对该两类客户的销售为直销,而对其他医药批发配送企业的销售为经销。

在所有下游客户中,我国公立医疗机构的采购行为受招标和药政监管约束,以发行人所在的安徽省的药品采购为例,全省公立医疗机构采购药品由集中采购中心进行,各医药工业企业的药品首先需要通过集中采购中心统一招投标,统一议价,单独议价等方式确定最终销售价格,同时政府主管部门组织对配送进行招标遴选,公立医疗机构在遴选结果中选定一定数量的医药商业企业作为配送商,最终终端客户对其自身特定药品的配送予以确认,立方药业可在通过上述政府遴选、产销两端双向确认的前提下,每个公立医疗机构对药品采购时,立方药业方可对其进行销售和配送。

而非公立医疗机构、零售药店和其他医药批发配送企业,主要根据市场状况及自身需求向立方药业进行自主采购各类医药产品。公司通过销售人员与该等企业建立业务沟通渠道,及时取得客户采购计划,制作销售单并进行销售与配送。

(2) 医药零售渠道  
公司通过子公司立方连销经营零售终端医药业务,通过线下自营门店与少量线上销售相结合的方式对消费者直接销售各类医药产品。公司立足合肥及周边区域,在医疗机构周边、商业热点区域或住宅区共开设有 40 余家直营连锁门店,主要经营处方药、非处方药、医疗器械及计生产品等。

五、行业竞争情况及发行人的竞争地位  
(一) 行业竞争情况  
1. 医药工业  
(1) 行业竞争格局与市场化程度  
国外的医药产业经过长期的发展,产业链已较为成熟,市场集中度较高,已形成一些跨国药企集团,包括强生(Johnson&Johnson)、诺华(Novartis)、辉瑞(Pfizer)、罗氏(Roche)、默克(Merck&Co)、葛兰素史克(GlaxoSmithKline)等,主要分布在北美、欧洲和亚洲地区,研发实力强大,与我国药企相比,我国的医药产业起步较晚,产业化发展相对滞后,在我国医药行业发展的初期阶段,产业集中度较低,企业发现水平参差不齐,一定程度上导致了行业产能重复建设,过度竞争及资源浪费等情况。

</