

证券代码:300146

证券简称:汤臣倍健

公告编号:2020-002

汤臣倍健股份有限公司 关于对深圳证券交易所关注函的回复公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

汤臣倍健股份有限公司（以下简称“公司”）于2019年12月31日收到深圳证券交易所下发的《关于对汤臣倍健股份有限公司的关注函》（创业板关注函【2019】第302号）（以下简称《关注函》）。公司高度重视，针对《关注函》中所提到的问题逐项进行核查，现就有关情况回复如下：

1、截至2019年三季度末，你公司形成商誉215,358.73万元。请说明上述商誉的具体情况，包括但不限于具体组成、形成过程及以前期间计提减值的情况。

答复：

截至2019年三季度末，商誉215,358.73万元全部系2018年8月公司非同一控制下企业合并澳洲Life-space Group Pty Ltd（以下简称“LSG”）100%股权形成的，与购买日商誉金额的差异全部系汇率变动引起。于收购当年即2018年年末，公司对商誉进行了减值测试，未发现需计提商誉减值准备的情况。具体形成及减值测试情况在公司2018年年报中已作说明，详见公司《2018年年度报告》第九节财务报告部分附注五(15)。

2、截至2019年三季度末，你公司未就LSG形成的商誉计提减值准备，本次一次性计提100,000万元-105,000万元。请结合LSG销售模式，分季度分渠道说明具体的销售数据，以及《电子商务法》对LSG产品销售的影响，说明商誉出现减值迹象的具体时点，以前期间未计提商誉减值的原因及其合理性。

答复：

(1) 2019年度LSG分季度分渠道销售数据（未经审计，根据最新财务数据核算，与减值测试时使用的预测数可能存在差异）。

LSG 主要收入渠道分为澳新市场（澳新地区药店、超市、健康产品专营店等）、跨境电商、出口经销（主要是澳新地区的礼品店、代发仓、出口经销商等），以及代工业务。

单位：澳元千元							
渠道	2019Q1	2019Q2	2019Q3	2019Q4	2019 合计	2018 合计	同比变动
澳新市场	7,720	8,845	4,313	8,553	29,431	69,891	-57.9%
跨境电商	5,252	13,563	7,498	7,384	33,697	19,438	73.4%
出口经销	2,439	6,299	3,482	3,430	15,650	49,737	-68.5%
代工业务	1,229	1,759	898	869	4,755	6,480	-26.6%
合计	16,641	30,465	16,191	20,236	83,533	145,546	-42.6%
同比变动	-43.8%	-22.2%	-54.1%	-51.3%	-42.6%		

注 1：澳新市场渠道中，根据公司内部及促销期及非促销期数据的监控和内部估算，代购采购的比例在 2018 年约为 40%，而该比例在 2019 年下降至不足 20%。

注 2：出口经销渠道中，主要客群是代购商家。

（2）《电子商务法》对 LSG 产品销售的影响

《电子商务法》及其他相关法律法规的发布和在 2019 年初的实施，对澳洲代购市场造成较大冲击。上述法律法规中关于代购的关注点主要体现在：（1）代购/淘宝卖家必须注册为经营实体且须依法纳税；（2）代购/淘宝卖家必须为售卖的产品或服务对消费者生命及健康的影响负责；（3）出售给消费者的货品只能作为私人使用，不可进行二次贩卖。

电商法实施之前，部分中小代购商家在所驻平台或微信等发布广告、销售产品的商业模式未完全纳入监管范围。电商法实施后原来的代购模式，有一些环节被彻底打破，导致很多海外品牌在营销方式、渠道、消费者沟通、产品送达等方面都发生了变化。

随着电商法的实施，对代购行业的影响逐步显现：（1）由于纳税及对消费者健康所需承担的责任，代购的运营成本增加超出预期；（2）合法注册为代购经营实体的法律流程比较复杂，部分中小商家退出市场；（3）中国的代购私人仓库被禁，消费者收到快递的时间推迟，可能导致消费者转而购买本地产品或一般贸易进口的产品，从而降低了对代购的需求。

代购业务的毛利相对较低，讲求快速周转，而在电商法等多重影响下，代购商家经营难度增加，由此带来了代购行业的洗牌。一方面，中小商家退出市场，导致这部分渠道的消费者丢失，需要重新整合渠道以再次建立终端消费者触达，

这个过程在时间、方式、效果上均具有不确定性，需要时间观察和应对。另一方面，这些退出市场的中小商家，以及为应对电商法影响的其他渠道商，自电商法实施后开始退出或转型，由此带来的渠道库存的清理、价格体系的重构，对市场价格稳定和渠道库存管理带来挑战。

根据 IRI Scan Sales data, Pharmacy 统计数据显示，澳大利亚本地药房渠道各品牌零售业绩大多出现下滑，尤其是受代购追捧的几大知名品牌大多出现 15%-30% 或以上的同比下滑。在 LSG 收入结构中，受电商法影响较大的代购业务占比较重，导致 2019 年度 LSG 业绩受到较大影响。公司于 2018 年完成并购后，积极组织实施业务整合，但上述行业洗牌的诸多不确定性给公司经营带来了较大压力，且跨国并购整合本身复杂性高、海外及跨国业务的商业环境与原有业务差异较大，也增加了 LSG 经营的复杂度。

(3) 商誉出现减值迹象的具体时点，以前期间未计提商誉减值的原因及其合理性

公司对电商法的实施持续关注，并主动实施了库存管理、渠道价格管控、市场资源向主动管理的渠道倾斜等一系列管理措施，应对市场变化带来的挑战。同时，也密切关注业绩实现情况及对资产减值的影响。

公司内部于 2019 年 6 月进行了业绩评估和减值评估，暂未发现明显减值迹象。考虑到 2019 年是中国线下销售第一年，且处于与 LSG 整合的第一年，同时考虑到电商渠道的销售节奏，下半年占比较高，在年中时点尚无法可靠预计全年情况。第四季度是公司启动下一年经营规划及订立经销商合约计划的时期，故第四季度公司可以相对可靠预计 2019 年全年业绩及 2020 年业绩情况，盈利预测存在可靠基础。公司对减值时点的判断具备合理性。

3、请结合 LSG 商誉减值测算过程中的重要假设、关键参数（如预计未来现金流现值时的预测期增长率、稳定期增长率、利润率、折现率、预测期等）等说明 2019 年减值测算过程及其合理性，是否符合会计准则的相关规定，是否存在通过计提大额商誉减值调节利润的情形。

答复：

(1) 2019 年减值测试过程重要假设及关键参数

LSG 资产组业务分为澳洲原有业务和中国线下业务两部分，此次商誉减值测试按此分别进行测算，具体测算的重要假设及关键参数如下表：

澳洲原有业务						
参数名称	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续期
预测收入期增长率	25.38%	20.00%	15.00%	10.00%	5.00%	
稳定期增长率						0.00%
毛利率	60.19%	60.23%	60.27%	60.23%	60.23%	60.23%
市场费用率	33.46%	29.10%	25.70%	24.78%	24.48%	24.48%
管理费用率	19.24%	15.40%	13.80%	13.02%	12.52%	12.52%
利润率	4.32%	10.09%	13.62%	14.78%	15.34%	15.34%
税前折现率	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%
预测期	5年					
中国线下业务						
参数名称	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续期
预测收入期增长率	50.00%	40.31%	23.32%	15.35%	7.40%	
稳定期增长率						0.00%
毛利率	69.20%	69.20%	69.20%	69.20%	69.20%	69.20%
市场费用率	60.00%	41.60%	32.80%	28.24%	26.16%	26.16%
管理费用率	7.50%	5.40%	4.70%	4.36%	4.14%	4.14%
利润率	0.42%	15.80%	22.92%	26.60%	28.32%	28.32%
税前折现率	11.56%	11.56%	11.56%	11.56%	11.56%	11.56%
预测期	5年					

(2) 2019年减值测试关键参数的合理性分析

A: 澳洲原有业务

销售收入：LSG 原有业务主要为澳洲线下业务以及中国线上业务。2019年，受电商法、标的公司管理及业务整合、渠道管理等因素的影响，LSG 销售收入低于收购前预期，但主要销售渠道之一的中国跨境电商业务保持较快增长。针对澳洲市场，公司将继续维持“Life-space”在当地的品牌声量，进一步加大跨境电商平台的开拓力度。同时，适应新的法规变化实施新的渠道战略，加速业务转型，并利用一切现有资源积极推进整合步伐。未来收入预测增长存在合理性。

毛利率：未来预测毛利率维持在60%以上，基本与LSG历史平均毛利水平相当，具备合理性。

市场费用率和管理费用率：市场费用率和管理费用率永续期分别为24.48%和12.52%，市场费用率较高主要是品牌持续推广，管理费用率较高主要是既定管理职能不受销售规模影响。预测期随着收入的逐渐增加而市场及管理费率缓慢降低，具备合理性。

利润率：利润率随毛利率、市场费用率和管理费用率变动，具备合理性。

税前折现率：税前折现率采用税后折现率倒算得出，税后折现率主要利用了市场无风险报酬率、市场回报率、同行业上市公司贝塔等数据，符合行业惯例与取值习惯，具备合理性。

B：中国线下业务

销售收入：中国线下业务目前分为药线渠道（含电商）和母婴渠道。2019年药线渠道销售收入略低于预期，主要原因为药线渠道受2019年行业及相关政策影响，导致销售收入低于预期；而母婴渠道的销售收入则高于预期。公司将继续加大市场投入、丰富产品组合、加强渠道渗透和终端覆盖，预测依据具备合理性。

毛利率：未来预测毛利率维持在69.2%，低于2019年毛利水平，而高于澳洲原有业务毛利率，主要原因为Life-space国内产品的剂型、渠道特点等导致定价模式区别于澳洲市场。因此，该毛利具备合理性。

市场费用率和管理费用率：市场费用率和管理费用率永续期分别为26.2%和4.1%，市场费用率较高主要原因是品牌持续推广；而管理费用率较低，则主要是LSG原有业务部分已承担了大部分的管理功能。预测期随着收入的逐渐增加而市场及管理费率缓慢降低，具备合理性。

利润率：利润率随毛利率、市场费用率和管理费用率变动，具备合理性。

税前折现率：税前折现率采用税后折现率倒算得出，税后折现率主要利用了市场无风险报酬率、市场回报率、同行业上市公司贝塔等数据，符合行业惯例与取值习惯，具备合理性。

综上，2019年减值测试关键参数的取值具备合理性，符合减值测试及会计准则的相关规定，不存在通过计提大额商誉减值调节利润的情形。

4、请对比本次LSG商誉减值测算过程中使用的重要参数与收购LSG评估时所采用的重要参数，说明是否存在重大差异，如存在，请说明原因及合理性，并请结合上述情况说明收购LSG评估结果的合理性。

答复：

（1）LSG商誉减值测算过程中使用的重要参数与收购LSG评估时所采用的重要参数对比

LSG商誉减值测试时点为2019年12月31日，而并购评估评估基准日则为2017

年12月31日，相隔2年，两者重要参数对比如下：

A：澳洲原有业务

澳洲原有业务 LSG 商誉减值测算过程中使用的重要参数与收购 LSG 评估时参数对比如下表：

本次评估	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
收入（千澳元）	145,729	81,839	102,607	123,128	141,598	155,757	163,545
预测收入期增长率	57.64%	-43.84%	25.38%	20.00%	15.00%	10.00%	5.00%
稳定期增长率							
毛利率	60.35%	53.11%	60.19%	60.23%	60.27%	60.23%	60.23%
市场费用率	20.78%	46.96%	33.46%	29.10%	25.70%	24.78%	24.48%
管理费用率	13.88%	21.89%	19.24%	15.40%	13.80%	13.02%	12.52%
利润率	16.33%	-20.29%	6.18%	14.42%	19.5%	21.12%	21.92%
税前折现率			13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%
预测期			5年				
前次评估	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
收入（千澳元）	148,803	189,365	226,150	259,912	289,956	314,845	342,166
预测收入期增长率	60.97%	27.26%	19.43%	14.93%	11.56%	8.58%	8.68%
稳定期增长率							
毛利率	60.48%	60.65%	60.88%	61.02%	61.12%	61.23%	61.33%
市场费用率	20.89%	20.89%	20.89%	20.89%	20.89%	20.89%	20.89%
管理费用率	11.85%	11.34%	10.95%	10.65%	10.44%	10.22%	10.01%
利润率	26.23%	27.40%	28.27%	28.80%	29.20%	29.52%	29.84%
税后折现率	10.38%	10.41%	10.52%	10.52%	10.52%	10.52%	10.52%
预测期			5年				
差异	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
收入（千澳元）	-3,074	-107,526	-123,543	-136,784	-148,358	-159,087	-178,621
收入降低幅度	-2.07%	-56.78%	-54.63%	-52.63%	-51.17%	-50.53%	-52.20%
预测收入期增长率	-3.33%	-71.10%	5.95%	5.07%	3.44%	1.42%	-3.68%
稳定期增长率							
毛利率	-0.13%	-7.54%	-0.69%	-0.79%	-0.85%	-1.00%	-1.10%
市场费用率	-0.11%	26.08%	12.58%	8.21%	4.81%	3.89%	3.59%
管理费用率	2.03%	10.55%	8.29%	4.75%	3.36%	2.80%	2.51%
利润率	-9.90%	-47.69%	-22.09%	-14.38%	-9.74%	-8.41%	-7.92%
税后折现率			-1.23%	-1.23%	-1.23%	-1.23%	-1.23%

注：2019年减值测试中的2018年和2019年数据为实际发生，而并购评估则为预测数据。

由上，两次数据对比，2019年减值测试澳洲原有业务销售收入较并购评估销售收入大幅降低，毛利略有降低，市场费用率和管理费用率大幅增加，最终导致利润率大幅下跌。税后折现率较并购评估略低。

B: 中国线下业务

中国线下业务 LSG 商誉减值测算过程中使用的重要参数与收购 LSG 评估时参数对比如下表:

本次评估	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
收入(千元人民币)		126,280	189,419	265,772	327,752	378,058	406,052
预测收入期增长率			50.00%	40.31%	23.32%	15.35%	7.40%
稳定期增长率							
毛利率	未开展业务	71.93%	69.20%	69.20%	69.20%	69.20%	69.20%
市场费用率		88.97%	60.00%	41.60%	32.80%	28.24%	26.16%
管理费用率		5.20%	7.50%	5.40%	4.70%	4.36%	4.14%
利润率		-23.38%	0.56%	21.06%	30.56%	35.46%	37.76%
税前折现率			11.56%	11.56%	11.56%	11.56%	11.56%
预测期							
前次评估	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
收入(千元人民币)		104,000	267,200	444,364	615,892	739,079	816,299
预测收入期增长率			156.92%	66.30%	38.60%	20.00%	10.45%
稳定期增长率							
毛利率	未开展业务	63.00%	63.00%	63.00%	63.00%	63.00%	63.00%
市场费用率		19.15%	19.32%	19.37%	19.40%	19.41%	19.42%
管理费用率		15.00%	14.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%
利润率		28.46%	28.46%	28.46%	28.46%	28.46%	28.46%
税后折现率		10.41%	10.52%	10.52%	10.52%	10.52%	10.52%
预测期							
差异	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
收入(千元人民币)		22,280	-77,781	-178,592	-288,139	-361,020	-410,248
收入降低幅度		21.42%	-29.11%	-40.19%	-46.78%	-48.85%	-50.26%
预测收入期增长率		0.0%	-106.9%	-26.0%	-15.3%	-4.7%	-3.0%
稳定期增长率							
毛利率	未开展业务	8.9%	6.2%	6.2%	6.2%	6.2%	6.2%
市场费用率		69.8%	40.7%	22.2%	13.4%	8.8%	6.7%
管理费用率		-12.5%	-6.5%	-7.6%	-8.3%	-8.6%	-8.9%
利润率		-49.2%	-27.9%	-7.4%	2.1%	7.0%	9.3%
税后折现率			-1.2%	-1.2%	-1.2%	-1.2%	-1.2%

注: 2019 年减值测试中的 2018 年和 2019 年数据为实际发生, 而并购评估则为预测数据。

由上, 两次数据对比, 2019 年减值测试中, 2020 年开始中国线下销售收入较并购评估销售收入大幅降低, 同时毛利率增加和管理费用率降低冲抵了销售费用率的增加, 导致利润率提升。税后折现率则略低。

(2) 盈利预测出现重大差异的原因

2019 年减值测试较收购时 LSG 收益法盈利预测存在重大差异。主要原因如下：

A: 销售收入下滑

并购评估时，澳洲原有业务参照历史业绩、历史增长趋势以及行业增长率进行预测，当时时点无法准确预测到宏观政策、标的公司管理及业务整合、渠道管理等因素的影响；同时中国线下业务尚未开始，是参照的已有大单品战略下的其他产品情况进行预测。

2019 年减值测试评估时，宏观政策方面电商法出台、标的公司管理及业务整合、渠道管理等各种因素对市场和业务的影响已基本体现，因此，对该事项进行了重新评估，调整未来盈利预测。另一方面，2019 年 Life-space 国内产品开始在中国生产并销售，药线实际销售比并购评估略低，而母婴销售收入则高于并购评估的预测，2019 年中国业务整体收入则高出并购预测。2019 年减值测试时，参照 2019 年实际销售情况以及 2020 年预算，考虑到行业及政策不确定性，公司调低了未来药线收入，同时考虑到母婴市场规模有限且单店销售略低，因此也进行了调整，永续期收入也较并购评估时略低。

销售收入大幅降低是导致两次估值差异的主要原因。

B: 费用率提高

并购评估时，销售费用率和管理费用率均根据 LSG 自身情况以及汤臣倍健整体情况进行预测。

并购完成后，公司对 LSG 管理团队、销售策略、销售渠道进行了调整和规划，导致销售费用和管理费用出现不同程度的变化，最终导致利润率变化。

综上所述，2019 年减值测试和收购 LSG 收益法评估参数取值主要差异系公司根据整体经营环境、法律法规以及自身战略调整而做出的，具备合理性。

(3) 收购 LSG 评估结果具备合理性

A: 收益法盈利预测具备一定合理性

由上所述，收购完成后，整体市场环境变化较大，同时公司根据 LSG 的实际情况进行了内部整合及战略调整，导致未来预期发生变化。而收购评估时，盈利预测均根据 LSG 自身高速增长的历史数据为基础进行预测，并参考汤臣倍健线下业务预测数据进行预测，预测期的增长率已经较历史期大幅降低。在电商法的影

响方面，虽然公司对法规的制定及颁布持续跟踪，公司内部也组织学习并对法规进行了分析和探讨，但介于法规颁布和实施时，具体影响尚未体现出来，公司也尚正处于对澳洲业务实际整合的初期，由于跨国并购复杂性高、商业环境与原有业务差异较大，对法规对业务可能造成的影响缺乏准确判断。

B: 由于收益法盈利预测具有一定不确定性，收购评估是以市场法评估结果定价，具备合理性

收购评估时，对 LSG 采用了收益法和市场法进行评估。但考虑到 LSG 尚处于成长期，历史增长速度很快，但是未来预测存在不确定性，因此最终选取了市场法的评估结果作为评估结论，符合该行业国际收购惯例，且数据相对公开和可靠，具备合理性。

综上，在收购 LSG 100%股权的评估时点，所采用的评估方法及评估结果具备合理性。

5、截至 2019 年第三季度末，你公司形成 156,293.18 万元无形资产，本次计提约为 54,000 万元-59,000 万元减值准备。请说明无形资产的具体明细和金额，本次计提减值准备的测算依据和过程，以及计提是否充分，时点是否合理，并说明相应的会计处理过程。

答复：

(1) 无形资产的具体明细和金额

无形资产分为两类，一类为与 LSG 相关的商标，另一类为与 LSG 澳洲原有业务相关的客户关系，均为公司收购 LSG 时形成，具体金额如下表：

名称	入账价值	2019 年底账面价值	减值测试金额	减值额
客户关系（亿元人民币）	3.37	2.86	1.16~1.26	1.55~1.64
商标(亿人民币)	10.77	9.16	4.86~5.26	3.85~4.26
合计	14.14	12.02	6.02~5.52	5.40~5.90

(2) 计提减值的测算依据及过程

此次减值测试采用利润分割法进行测算，具体是在 LSG 相关收益预测基础上，根据商标和客户关系的贡献比率计算对应的净利润，折现后得到各自的价值。

客户关系的测算过程如下（单位：澳元千元）：

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
收入	102,607	123,128	141,598	155,757	163,545
成本	-40,849	-48,965	-56,251	-61,948	-65,045
期间费用	-55,421	-56,408	-57,789	-60,920	-62,658

营业利润	6,337	17,756	27,558	32,889	35,842
利润分成率	28%	28%	28%	28%	28%
利润分成额	1,774	4,972	7,716	9,209	10,036
所得税率	30%	30%	30%	30%	30%
税后分成额	1,242	3,480	5,401	6,446	7,025
客户保有率	95%	89%	84%	79%	74%
客户关系实际	1,180	3,108	4,534	5,086	5,211
折现率	9.60%	9.60%	9.60%	9.60%	9.60%
折现系数	0.9552	0.8716	0.7952	0.7256	0.6621
分成额现值	1,127	2,709	3,606	3,691	3,450
项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
收入	163,545	163,545	163,545	163,545	163,545
成本	-65,045	-65,045	-65,045	-65,045	-65,045
期间费用	-62,658	-62,658	-62,658	-62,658	-62,658
营业利润	35,842	35,842	35,842	35,842	35,842
利润分成率	28%	28%	28%	28%	28%
利润分成额	10,036	10,036	10,036	10,036	10,036
所得税率	30%	30%	30%	30%	30%
税后分成额	7,025	7,025	7,025	7,025	7,025
客户保有率	70%	66%	62%	58%	54%
客户关系实际	4,898	4,604	4,328	4,068	3,824
折现率	9.60%	9.60%	9.60%	9.60%	9.60%
折现系数	0.6041	0.5512	0.5029	0.4589	0.4187
分成额现值	2,959	2,538	2,176	1,867	1,601

商标测算分中国线下和澳洲原有业务两部分，分别如下：

中国线下部分测算过程（单位为千元人民币）

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
收入	189,419	265,772	327,752	378,058	406,052
成本	-58,341	-81,858	-100,948	-116,442	-125,064
期间费用	-130,012	-127,936	-126,635	-127,548	-127,653
营业利润	1,065	55,978	100,169	134,069	153,335
利润分成率	45%	45%	45%	45%	45%
利润分成额	479	25,190	45,076	60,331	69,001
所得税率	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
税后分成额	360	18,893	33,807	45,248	51,751
折现率	9.63%	9.63%	9.63%	9.63%	9.63%
折现系数	0.9551	0.8712	0.7947	0.7249	0.6613
分成额现值	343	16,460	26,867	32,802	34,221
项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
收入	406,052	406,052	406,052	406,052	406,052
成本	-125,064	-125,064	-125,064	-125,064	-125,064
期间费用	-127,653	-127,653	-127,653	-127,653	-127,653

营业利润	153,335	153,335	153,335	153,335	153,335
利润分成率	45%	45%	45%	45%	45%
利润分成额	69,001	69,001	69,001	69,001	69,001
所得税率	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%	25.00%
税后分成额	51,751	51,751	51,751	51,751	51,751
折现率	9.63%	9.63%	9.63%	9.63%	9.63%
折现系数	0.6032	0.5502	0.5019	0.4578	0.4176
分成额现值	31,216	28,475	25,975	23,694	21,613

澳洲原有部分测算过程（单位为千澳元）

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
收入	102,607	123,128	141,598	155,757	163,545
成本	-40,849	-48,965	-56,251	-61,948	-65,045
期间费用	-55,421	-56,408	-57,789	-60,920	-62,658
营业利润	6,337	17,756	27,558	32,889	35,842
利润分成率	45%	45%	45%	45%	45%
利润分成额	2,852	7,990	12,401	14,800	16,129
所得税率	30%	30%	30%	30%	30%
税后分成额	1,996	5,593	8,681	10,360	11,290
折现率	9.60%	9.60%	9.60%	9.60%	9.60%
折现系数	0.9552	0.8716	0.7952	0.7256	0.6621
分成额现值	1,907	4,875	6,903	7,517	7,475
项目	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
收入	163,545	163,545	163,545	163,545	163,545
成本	-65,045	-65,045	-65,045	-65,045	-65,045
期间费用	-62,658	-62,658	-62,658	-62,658	-62,658
营业利润	35,842	35,842	35,842	35,842	35,842
利润分成率	45%	45%	45%	45%	45%
利润分成额	16,129	16,129	16,129	16,129	16,129
所得税率	30%	30%	30%	30%	30%
税后分成额	11,290	11,290	11,290	11,290	11,290
折现率	9.60%	9.60%	9.60%	9.60%	9.60%
折现系数	0.6041	0.5512	0.5029	0.4589	0.4187
分成额现值	6,820	6,223	5,678	5,181	4,727

(3) 此次计提的充分性、时点合理性，以及相应的会计处理。

A: 此次计提的充分性：无形资产的计提采用利润分成法进行估算，其预测数据与商誉减值测试基本一致，如上所述，商誉减值测试的未来预测相对稳妥和谨慎，因此无形资产的计提也相对充分。

B: 按会计准则要求，企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。商标和客户关系形成于 2018 年，其减值与否与 LSG 自身经营业绩

相关。2018 年底，LSG 基本完成计划目标，因此不存在减值迹象，2019 年 LSG 受各种因素影响，收入利润大幅下滑，出现明显的减值迹象，因此对其进行了测试。

C: 会计处理：公司将于减值金额最终确定后依据《企业会计准则》相关规定借记：资产减值损失，贷记：无形资产减值准备，后续无形资产将按减值后的账面价值在剩余摊销年限内分期摊销。

6、截至 2019 年三季度末，你公司长期股权投资 28,458.11 万元，本次对部分参股企业长期股权投资计提 7,000 万元-9,000 万元减值准备，请补充说明对应参股企业的名称，投资金额，计提减值准备的依据和测算过程。

答复：

根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》及公司《资产减值及损失处理制度》、《对外投资管理制度》相关规定，公司 2019 年拟对下列参股企业的股权投资计提减值准备：

参股企业名称	截至 2019.12.31 持股比例	截至 2019.11.30 长期股权投资账面价值（万元）	拟计提减值准备（万元）	减值说明注释
上海凡迪基因科技有限公司	8.7845%	5,785.22	4,615	1
东台市赐百年生物工程有限公司	25%	5,128.22	2,546	2
上海臻鼎健康科技有限公司	20%	1,627.57	1,320	3
合计		12,541.01	8,481	

注：由于公司及被投资企业 2019 年尚未结账，以上长期股权投资的账面价值尚未确认和计入对被投资企业的 2019 年度损益调整数等。

1、截至 2019 年 11 月末，上海凡迪基因科技有限公司（简称“上海凡迪”）营业收入下滑、亏损扩大，经营性现金流净额持续为负，货币资金余额为 305.07 万元，加上受其大股东三胞集团债务危机及资金占用的影响，其未来发展存在不确定性。因此，管理层拟基于对上海凡迪的投资溢价和其被占用资金减值损失估计，对其股权投资计提 4,615 万元的减值准备。

2、受产业转型升级和水产养殖行业环保政策压力等影响，我国近年来螺旋藻行业产能开始下滑，螺旋藻市场情况出现较大不利变化。截至 2019 年 11 月末，东台市赐百年生物工程有限公司（简称“赐百年”）营业收入下滑，货币资金余

额为 106.70 万元，经营现金短缺，经营业绩持续达不到预期。因此，管理层预计无法全额收回对赐百年的股权投资账面价值，拟基于对赐百年的投资溢价对其股权投资计提约 2,546 万元的减值准备。

3、截至 2019 年 11 月末，上海臻鼎健康科技有限公司(简称“臻鼎”)账面净资产 365.70 万元，货币资金 47.81 万元，亏损扩大，经营性现金流净额持续为负，经营业绩持续达不到预期。因此，管理层拟基于对臻鼎的投资溢价对其股权投资计提约 1,320 万元的减值准备。

以上系基于最新可获得信息所作的综合判断，最终减值金额将合理考虑期后事项的影响进行确定。

特此公告。

汤臣倍健股份有限公司

董 事 会

二〇二〇年一月三日