

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

关于对福建青松股份有限公司

年报问询函的回复

大华核字[2022]009584 号

大 华 会 计 师 事 务 所 ( 特 殊 普 通 合 伙 )

Da Hua Certified Public Accountants (Special General Partnership)

大华会计师事务所(特殊普通合伙)  
关于对福建青松股份有限公司  
年报问询函的回复

| 目  | 录                         | 页 次  |
|----|---------------------------|------|
| 一、 | 关于对福建青松股份有限公司年报问询函的<br>回复 | 1-42 |

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 12 层 [100039]

电话：86 (10) 5835 0011 传真：86 (10) 5835 0006

[www.dahua-cpa.com](http://www.dahua-cpa.com)

## 关于对福建青松股份有限公司 年报问询函的回复

大华核字[2022]009584 号

深圳证券交易所创业板公司管理部：

由福建青松股份有限公司（以下简称青松股份或公司）转来贵部《深圳证券交易所关于对福建青松股份有限公司的年报问询函》（创业板年报问询函【2022】第 236 号，以下简称问询函）收悉，根据相关要求，我们对需要会计师发表意见的相关问题回复如下：

问题一、年报披露，报告期内你公司实现营业收入 36.93 亿元，较上年同期下滑 4.44%；归属于上市公司股东的净利润为亏损 9.12 亿元，较上年同期下滑 297.85%；经营活动产生的现金流量净额为 0.44 亿元，较上年同期下滑 94.52%。请你公司：

（3）结合产品销售价格和营业成本的变动情况说明报告期内主要产品毛利率均同比下滑的原因及合理性，与同行业公司是否存在重大差异，以及毛利率下滑趋势是否具有持续性。

（5）结合应收账款回款、销售信用政策、经营收付现情况等说明你公司报告期内经营活动产生的现金流量净额大幅下降的原因及合理性，以及与经营业绩的匹配性。

请年审会计师对事项（3）和（5）进行核查并发表意见，以及说明对境外业务实施的审计程序及审计结论。

回复：

（一）公司报告期内主要产品毛利率均同比下滑的原因及合理性分析

1、报告期内分类产品销售价格分析

(1) 化妆品业务

单位：元、片、g、ml

| 产品分类   | 2021 年度          |                |        | 2020 年度          |                |        | 销售价格<br>同比增减 |
|--------|------------------|----------------|--------|------------------|----------------|--------|--------------|
|        | 营业收入             | 销量             | 销售价格   | 营业收入             | 销量             | 销售价格   |              |
| 面膜系列   | 1,024,713,889.22 | 786,009,398    | 1.3037 | 991,267,894.82   | 797,170,199    | 1.2435 | 0.0602       |
| 护肤系列   | 727,076,781.91   | 11,109,042,037 | 0.0654 | 658,815,732.81   | 13,277,500,367 | 0.0496 | 0.0158       |
| 湿巾系列   | 589,274,586.46   | 8,352,949,988  | 0.0705 | 661,280,005.95   | 8,622,970,651  | 0.0767 | -0.0062      |
| 其他系列   | 132,263,292.08   | 1,132,130,682  | 0.1168 | 329,379,546.76   | 1,121,213,965  | 0.2938 | -0.1770      |
| 其他业务收入 | 36,017,482.24    |                |        | 29,733,252.97    |                |        |              |
| 合计     | 2,509,346,031.91 | 21,380,132,105 |        | 2,670,476,433.31 | 23,818,855,182 |        |              |

注：其他业务收入主要为包材销售，收取的样品费、检测费、版辊费、模具费等，为简化核算，样品费、检测费未分摊成本，基于其他业务收入金额及占比很小，故上表未列示数量及销售价格。

从上表看，化妆品业务面膜系列 2021 年度销量较 2020 年度微降，销售价格较 2020 年度上升 0.0602 元/片，主要是成本上升以及产品结构变化。销售价格上升比例为 4.84%，两因素导致营业收入同比增加 3.37%；护肤系列销量较 2020 年度下降，下降比例 16.33%，销售价格上升 0.0158 元/g/ml，上升比例 31.85%，销售价格上升的主要原因是护肤系列内产品销售结构变化，2021 年度单位价值较高的精华液、乳液同比销量增加，而单位价值较低的卸妆水、爽肤水销量同比减少，量价两因素导致营业收入同比上升 10.36%；湿巾系列销量较 2020 年度下降，下降比例 3.13%，销售价格下降 0.0062 元/片，下降比例 8.08%，两因素导致营业收入同比下降 10.89%；其他系列主要产品为膜布裁片、无纺布干布制品、口罩等，2021 年度较 2020 年度销量及销售价格大幅下降，主要原因为 2020 年初受疫情影响，新增口罩产能并获得大量订单，2021 年度则因全球口罩产能过剩，口罩销量大幅萎缩、价格回落。

(2) 松节油深加工业务

单位：元、吨、元/吨

| 产品分类   | 2021 年度          |           |            | 2020 年度          |           |            | 销售价格<br>同比增减 |
|--------|------------------|-----------|------------|------------------|-----------|------------|--------------|
|        | 营业收入             | 销量        | 销售价格       | 营业收入             | 销量        | 销售价格       |              |
| 合成樟脑系列 | 961,539,627.49   | 33,600.49 | 28,616.83  | 890,877,401.36   | 30,624.28 | 29,090.56  | -473.80      |
| 冰片系列   | 123,624,623.95   | 958.09    | 129,032.37 | 157,967,375.62   | 984.57    | 160,443.01 | -31,411.33   |
| 其他系列   | 98,744,390.43    | 3,594.98  | 27,467.30  | 145,441,004.48   | 5,750.28  | 25,292.86  | 2,174.46     |
| 合计     | 1,183,908,641.87 | 38,153.56 |            | 1,194,285,781.46 | 37,359.13 |            |              |

从上表看，合成樟脑系列 2021 年度销售量较 2020 年度上升 2,976.21 吨，上升比例为 9.72%，销售价格同比下降 473.80 元/吨，销售价格下降比例为 1.63%，两因素导致营业收

入同比增加 7.93%。冰片系列 2021 年度销售量较 2020 年度略有下降，销售价格同比下降 31,411.33 元/吨，下降比例为 19.58%，导致营业收入同比下降 21.74%。其他系列 2021 年度销量较 2020 年度下降 2,155.30 吨，下降比例为 37.48%，销量下降的主要原因为龙涎酮、乙酸苄酯产品线于 2020 年 9 月 1 日出表；销售价格同比上升 2,174.46 元/吨，销售价格上升比例为 8.60%，主要原因为 2021 年度单位价值较高的产品销量高于 2020 年度；两因素导致营业收入同比下降 32.11%。

## 2、报告期内分类产品营业成本分析

### (1) 营业成本构成分析

#### ①化妆品业务

单位：元、%

| 项目   | 2021 年度          |         | 2020 年度          |         | 占营业成本比重同比增减 |
|------|------------------|---------|------------------|---------|-------------|
|      | 发生额              | 占营业成本比重 | 发生额              | 占营业成本比重 |             |
| 原材料  | 1,590,420,002.83 | 70.77   | 1,486,682,308.22 | 71.70   | -0.93       |
| 人工成本 | 385,057,114.54   | 17.13   | 340,071,357.60   | 16.40   | 0.73        |
| 制造费用 | 271,958,024.56   | 12.10   | 246,744,434.72   | 11.90   | 0.20        |
| 合计   | 2,247,435,141.93 | 100.00  | 2,073,498,100.54 | 100.00  |             |

从上表看，化妆品业务人工成本、制造费用占比 2021 年度较 2020 年度分别上升 0.73%、0.20%，主要系化妆品生产线改扩建项目陆续建成投产，长期资产折旧和摊销以及租金支出等同比增长；为匹配新增产能，并基于对 2021 年度订单较为乐观的预估，诺斯贝尔在 2021 年初开始大规模招聘员工（主要为生产部门员工），员工数量同比较大幅度增加，从而导致 2021 年度用工成本特别是产品人工成本大幅增加。

#### ②松节油深加工业务

单位：元、%

| 项目   | 2021 年度        |         | 2020 年度        |         | 占营业成本比重同比增减 |
|------|----------------|---------|----------------|---------|-------------|
|      | 发生额            | 占营业成本比重 | 发生额            | 占营业成本比重 |             |
| 原材料  | 895,179,765.70 | 92.72   | 725,575,212.06 | 90.80   | 1.92        |
| 人工成本 | 21,234,432.19  | 2.20    | 21,377,639.98  | 2.68    | -0.48       |
| 制造费用 | 49,048,572.32  | 5.08    | 52,085,756.84  | 6.52    | -1.44       |
| 合计   | 965,462,770.21 | 100.00  | 799,038,608.88 | 100.00  |             |

从上表看，松节油深加工业务原材料占比 2021 年度较 2020 年度上升 1.92%，制造费用、人工成本相对分别下降 1.44%、0.48%，主要原因为主要原材料松节油采购价格高位运行，导致 2021 年度原材料成本高于 2020 年度。

### (2) 单位营业成本分析

①化妆品业务

单位：元、片、g、ml

| 产品分类   | 2021 年度          |                |        | 2020 年度          |                |        | 单位营业成本同比增减 |
|--------|------------------|----------------|--------|------------------|----------------|--------|------------|
|        | 营业成本             | 销量             | 单位营业成本 | 营业成本             | 销量             | 单位营业成本 |            |
| 面膜系列   | 904,700,056.50   | 786,009,398    | 1.1510 | 757,317,038.97   | 797,170,199    | 0.9500 | 0.2010     |
| 护肤系列   | 671,379,483.25   | 11,109,042,037 | 0.0604 | 527,196,863.87   | 13,277,500,367 | 0.0397 | 0.0207     |
| 湿巾系列   | 533,570,201.32   | 8,352,949,988  | 0.0639 | 522,895,289.49   | 8,622,970,651  | 0.0606 | 0.0032     |
| 其他系列   | 114,382,135.80   | 1,132,130,682  | 0.1010 | 240,482,288.18   | 1,121,213,965  | 0.2145 | -0.1135    |
| 其他业务成本 | 23,403,265.06    |                |        | 25,606,620.03    |                |        |            |
| 合计     | 2,247,435,141.93 | 21,380,132,105 |        | 2,073,498,100.54 | 23,818,855,182 |        |            |

注：其他业务成本主要为包材销售、版辊费、模具费成本等，基于其他业务成本金额及占比很小，故上表未列示数量及单位成本。

从上表看，化妆品业务 2021 年度营业成本较 2020 年度上升 173,937,041.39 元，上升比例为 8.39%，2021 年度除其他系列产品单位营业成本下降外，各产品线单位营业成本均较 2020 年度上升。具体分析如下：

面膜系列 2021 年度单位营业成本 1.1510 元/片，较 2020 年度上升 0.2010 元/片，上升比例为 21.16%，销量较 2020 年度微降，两因素导致营业成本上升 147,383,017.53 元，上升比例为 19.46%。从产品结构上看，冻干面膜、凝胶天丝面膜、手足膜销量上升，天丝精华面膜等经典产品销量有所下降，新品成本高于传统经典产品成本。

护肤系列 2021 年度单位营业成本 0.0604 元/g/ml，较 2020 年度上升 0.0207 元/g/ml，上升比例为 52.14%，单位营业成本较快上升原因包括护肤系列内产品销售结构变化，2021 年度单位价值较高的精华液、乳液同比销量增加，而单位价值较低的卸妆水、爽肤水销量同比减少；销量较 2020 年度下降，下降比例 16.33%，两因素导致营业成本上升 144,182,619.38 元，上升比例为 27.35%。

湿巾系列 2021 年度单位营业成本 0.0639 元/片，较 2020 年度上升 0.0032 元/片，上升比例为 5.28%，销量较 2020 年度下降，下降比例 3.13%，两因素导致营业成本上升 10,674,911.83 元，上升比例为 2.04%。

其他系列主要产品为膜布裁片、无纺布干布制品、口罩等，2021 年度单位营业成本 0.1010 元/片/g/ml，较 2020 年度下降 0.1135 元/片/g/ml，下降比例为 52.91%，销量较 2020 年度基本持平，两因素导致营业成本下降 126,100,152.38 元，下降比例为 52.44%。导致其他系列 2021 年度单位营业成本大幅变动的主要原因是其他系列内产品销售结构变化所致，口罩产品单位营业成本较高，2021 年度因全球口罩产能过剩，口罩销量大幅萎缩，而单位营业成本较低的膜布裁片、无纺布干布制品等销量同比增加。

②松节油深加工业务

单位：元、吨、元/吨

| 产品分类   | 2021 年度        |           |           | 2020 年度        |           |           | 单位营业成本同比增减 |
|--------|----------------|-----------|-----------|----------------|-----------|-----------|------------|
|        | 营业成本           | 销量        | 单位营业成本    | 营业成本           | 销量        | 单位营业成本    |            |
| 合成樟脑系列 | 782,334,704.05 | 33,600.49 | 23,283.43 | 599,267,596.77 | 30,624.28 | 19,568.38 | 3,715.05   |
| 冰片系列   | 79,015,187.17  | 958.09    | 82,471.57 | 79,950,414.42  | 984.57    | 81,203.38 | 1,268.19   |
| 其他系列   | 104,112,878.99 | 3,594.98  | 28,960.63 | 119,820,597.69 | 5,750.28  | 20,837.35 | 8,123.28   |
| 合计     | 965,462,770.21 | 38,153.56 |           | 799,038,608.88 | 37,359.13 |           |            |

从上表看，松节油深加工业务 2021 年度营业成本较 2020 年度上升 166, 424, 161. 33 元，上升比例为 20.83%，2021 年度各产品线单位营业成本均较 2020 年度上升。合成樟脑系列 2021 年度单位营业成本 23,283.43 元/吨，较 2020 年度上升 3,715.05 元/吨，上升比例为 18.98%，销售量较 2020 年度上升 2,976.21 吨，上升比例为 9.72%，两因素导致营业成本上升 183,067,107.28 元，上升比例为 30.55%。冰片系列 2021 年度单位营业成本 82,471.57 元/吨，较 2020 年度上升 1,268.19 元/吨，上升比例为 1.56%，销售量较 2020 年度略有下降，两因素导致营业成本下降 935,227.25 元，下降比例为 1.17%。其他系列 2021 年度单位营业成本 28,960.63 元/吨，较 2020 年度上升 8,123.28 元/吨，比例为 38.98%，单位营业成本上升较快原因为销售的产品结构变化；销量较 2020 年度下降 2,155.30 吨，下降比例为 37.48%；两因素导致营业成本下降 15,707,718.70 元，下降比例为 13.11%。

3、报告期内分类产品营业收入、毛利率情况

(1) 化妆品业务

单位：万元、%

| 产品分类   | 2021 年度    |       | 2020 年度    |       | 毛利率同比增减 |
|--------|------------|-------|------------|-------|---------|
|        | 营业收入       | 毛利率   | 营业收入       | 毛利率   |         |
| 面膜系列   | 102,471.39 | 11.71 | 99,126.79  | 23.60 | -11.89  |
| 护肤系列   | 72,707.68  | 7.66  | 65,881.57  | 19.98 | -12.32  |
| 湿巾系列   | 58,927.46  | 9.45  | 66,128.00  | 20.93 | -11.48  |
| 其他系列   | 13,226.33  | 13.52 | 32,937.95  | 26.99 | -13.47  |
| 其他业务收入 | 3,601.74   | 35.02 | 2,973.33   | 13.88 | 21.14   |
| 合计     | 250,934.60 | 10.44 | 267,047.64 | 22.35 | -11.91  |

从上表看，化妆品业务 2021 年度营业收入 250,934.60 万元，较 2020 年度下降 16,113.04 万元，下降比例为 6.03%；综合毛利率 10.44%，较 2020 年度下降 11.91%，各分类产品毛利率下降幅度在 11.48%-13.47%区间，下降幅度较均衡。其他业务收入主要为包材销售，收取的样品费、检测费、版辊费、模具费等，为简化核算，样品费、检测费未分

摊成本，因此，2021 年度其他业务金额及毛利率虽较 2020 年度均有上升，具有不可比性。

(2) 松节油深加工业务

单位：万元、%

| 产品分类   | 2021 年度    |       | 2020 年度    |       | 毛利率同比增减 |
|--------|------------|-------|------------|-------|---------|
|        | 营业收入       | 毛利率   | 营业收入       | 毛利率   |         |
| 合成樟脑系列 | 96,153.96  | 18.64 | 89,087.74  | 32.73 | -14.09  |
| 冰片系列   | 12,362.46  | 36.08 | 15,796.74  | 49.39 | -13.31  |
| 其他系列   | 9,874.44   | -5.44 | 14,544.10  | 17.62 | -23.06  |
| 合计     | 118,390.86 | 18.45 | 119,428.58 | 33.09 | -14.64  |

从上表看，松节油深加工业务 2021 年度营业收入 118,390.86 万元，较 2020 年度下降 1,037.72 万元，下降比例为 0.87%；合成樟脑系列、冰片系列 2021 年度营业收入合计 108,516.42 万元，占比 91.66%；综合毛利率 18.45%，较 2020 年度下降 14.64%，合成樟脑系列、冰片系列下降幅度较均衡；其他系列主要产品为月桂烯等，公开销售市场较小，因此 2021 年度毛利率降幅更大并亏损，2020 年度其他系列产品还包括龙涎酮、乙酸苄酯，该产品线于 2020 年 9 月 1 日出表。

4、报告期内主要产品毛利率均同比下滑的原因及合理性

(1) 化妆品业务

公司化妆品业务主要由子公司诺斯贝尔及其附属公司作为主要业务经营主体。诺斯贝尔专注于面膜、护肤品、湿巾和无纺布制品等产品的设计、研发和制造，是中国本土规模最大的综合型化妆品生产企业之一。诺斯贝尔以化妆品 ODM 业务为主，所处的产业链主要包括上游的原料、包材制造行业，下游的化妆品品牌商等。

基于前述对报告期化妆品业务行业、主要产品销售价格、营业成本构成、单位产品营业成本、毛利率变动情况分析，公司认为，报告期化妆品业务毛利率下滑的主要原因如下：

①受市场竞争、行业消费需求增速放缓影响，企业难以将成本上涨压力传导给下游，2021 年度化妆品业务主要产品销售价格并无明显变化；

②2020 年下半年以来，按照既定的发展规划和经营目标，积极布局化妆品业务，2021 年化妆品生产线改扩建项目陆续建成投产，长期资产折旧和摊销以及租金支出等同比较大幅度增长，导致单位营业成本同比增加，也导致制造费用在单位营业成本中的比例提高；

③为匹配新增产能，并基于对 2021 年度订单较为乐观的预估，诺斯贝尔在 2021 年初开始大规模招聘员工（主要是生产部门员工），员工数量同比较大幅度增加，从而导致 2021 年度用工成本特别是产品人工成本大幅增加，也导致人工成本在单位营业成本中的比例提高；

④2021 年度化妆品业务订单不及预期，影响营收规模，也导致新增产能无法快速释放

并形成规模效益，抬升了产品单位成本。

⑤受大宗商品价格波动、部分上游供应链紧张等因素影响，化妆品主要原材料价格呈持续上涨趋势，导致 2021 年度化妆品业务材料成本上升。

## （2）松节油深加工业务

公司是国内松节油深加工行业龙头企业，主要产品包括合成樟脑及其中间产品和副产品、冰片系列产品等。在细分产品方面，公司是全球规模较大的合成樟脑及其中间产品的供应商之一。当前，我国松节油深加工行业市场化程度较高，下游市场需求保持稳定。近年来受环保监管及供给侧改革影响而关停的部分企业逐渐恢复生产，行业产能加速扩张；此外，在前期行业效益提升的影响下，行业受到资本的青睐，出现了越来越多的新进入者，市场竞争将不断加剧。

基于前述对报告期松节油深加工业务行业、主要产品销售价格、营业成本构成、单位产品营业成本、毛利率变动情况分析，公司认为，报告期松节油深加工业务毛利率下滑的主要原因如下：

①受行业产能加速扩张、行业竞争加剧影响，下游市场需求保持较稳定的情况下，公司主要产品销售价格均不同程度下降；

②主要原材料松节油价格高位运行，同时，受国际大宗商品价格上涨影响，其他材料价格上涨，导致主要产品材料成本上升，营业成本构成中原材料占比提高。

## 5、毛利率与同行业可比公司对比分析

公司的主营业务由化妆品业务和松节油深加工业务构成，同行业可比上市公司营业收入、毛利率具体如下：

### （1）化妆品业务

公司的化妆品业务主营面膜、护肤品、湿巾等系列产品的设计、研发与制造，业务模式以 ODM 为主，OEM 为辅。创业板上市公司嘉亨家化（300955）、新三板公司安特股份（871692）主要从事日化产品 OEM/ODM 代工，嘉亨家化销售的日化产品包括护肤类、洗护类、香水等化妆品以及香皂、消毒液、洗手液等家庭护理产品，安特股份销售的日化产品包括粉妆类、膏霜类、蜡基类等化妆品，与公司属于同行业企业。

报告期公司与嘉亨家化（300955）、安特股份（871692）营业收入、毛利率情况对比如下表：

单位：万元、%

| 公司名称         | 2021 年度   |       | 2020 年度   |       | 毛利率同比变动 |
|--------------|-----------|-------|-----------|-------|---------|
|              | 营业收入      | 毛利率   | 营业收入      | 毛利率   |         |
| 嘉亨家化（300955） | 63,034.50 | 22.59 | 37,127.54 | 25.35 | -2.76   |
| 安特股份（871692） | 11,104.77 | 17.09 | 8,141.12  | 22.72 | -5.63   |

| 公司名称    | 2021 年度    |       | 2020 年度    |       | 毛利率同比变动 |
|---------|------------|-------|------------|-------|---------|
|         | 营业收入       | 毛利率   | 营业收入       | 毛利率   |         |
| 公司化妆品业务 | 250,934.60 | 10.44 | 267,047.64 | 22.35 | -11.91  |

注：嘉亨家化业务包含化妆品业务及塑料制品业务，上表嘉亨家化数据为化妆品业务相关数据。

如上表所示，2020 年度公司化妆品业务与同行业可比公司毛利率基本一致；而 2021 年度，受疫情反复、行业监管政策趋严、宏观经济环境及大宗商品价格上行等因素影响，化妆品制造业整体承压，致公司化妆品业务与同行业可比公司毛利率同比均呈下降趋势。公司化妆品业务 2021 年度毛利率相较同行可比公司，下降幅度更大，主要原因：

①2020 年下半年以来，按照既定的发展规划和经营目标，积极布局化妆品业务，2021 年化妆品生产线改扩建项目陆续建成投产，长期资产折旧和摊销以及租金支出等同比大幅增长，导致营业成本同比增加，也导致制造费用在单位营业成本中的比例提高；

②为匹配新增产能，并基于对 2021 年度订单较为乐观的预估，诺斯贝尔在 2021 年初开始大规模招聘员工（主要是生产部门员工），员工数量同比较大幅度增加，从而导致 2021 年度用工成本特别是产品人工成本大幅增加，也导致人工成本在单位营业成本中的比例提高；

③2021 年度化妆品业务订单不及预期，影响营收规模，也导致新增产能无法快速释放并形成规模效益，抬升了产品单位成本。

## （2）松节油深加工业务

公司松节油深加工业务系以松节油为主要原料，通过化学加工方法研发、生产与销售合成樟脑、冰片等系列产品，目前 A 股市场无主营业务为松节油深加工业务的可比上市公司。

## 6、毛利率下滑趋势是否具有持续性

### （1）化妆品业务

受疫情、行业监管政策及宏观经济因素的短期影响，以及产能扩张及员工人数增长、原材料价格上涨等因素影响，公司 2021 年度化妆品业务毛利率同比大幅下滑。

由于国内化妆品消费市场规模仍有较大成长空间，国民经济持续发展、居民收入水平不断提升、国家拉动内需政策以及城镇化发展等预期因素，为化妆品行业的发展提供了良好环境和市场空间。公司化妆品生产线改扩建项目建成投产导致的长期资产折旧和摊销以及租金支出等同比增长、新增产能无法快速释放并形成规模效益从而抬升了产品单位成本等不利因素预期将逐渐得到改善，公司化妆品业务盈利能力长期来看不会受到重大影响。

### （2）松节油深加工业务

2021 年度公司松节油深加工业务受行业产能加速扩张、市场行业竞争加剧，原材料价

格上涨等因素影响，主要产品毛利率同比下滑。

松节油深加工业务近年来市场规模一直保持稳定，行业成长空间有限，行业新增产能将加剧行业竞争。公司将利用在行业深耕多年与客户形成的良好合作关系及产品稳定性，让公司保持市场竞争力。但如果行业竞争进一步加剧，将会进一步影响公司松节油深加工业务的毛利率和盈利能力。

## 7、会计师核查情况及核查意见

### （1）会计师执行的核查程序

- ①了解、测试销售与收款有关的内部控制制度、财务核算制度的设计和执行情况；
- ②了解、测试生产与存货有关的内部控制制度、财务核算制度的设计和执行情况；
- ③执行分析性复核程序，对不同的产品、客户、地区等进行分析，判断营业收入、营业成本和毛利率变动的合理性；
- ④获取同行业公司可比资料，进行统计、对比、检查，分析、判断报告期内主要产品毛利率变动的合理性。

### （2）会计师核查结论

经核查，会计师认为，公司报告期主要产品毛利率均同比下滑的原因客观，具有合理性；化妆品业务毛利率下滑趋势与同行业可比公司存在一致性，松节油深加工业务无公开同行可比公司；影响化妆品业务毛利率和盈利能力的不利因素预期将逐渐得到改善，公司化妆品业务盈利能力长期来看不会受到重大影响；如果松节油深加工业务行业竞争进一步加剧，将会进一步影响公司松节油深加工业务的毛利率和盈利能力。

## （二）报告期内经营活动产生的现金流量净额大幅下降的原因及合理性，以及与经营业绩的匹配性

### 1、报告期内经营活动产生的现金流量净额大幅下降的原因及合理性

公司化妆品业务和松节油深加工业务均采用直接销售模式，报告期公司主要客户的销售信用政策较为稳定，未发生重大变化。报告期经营活动产生的现金流量各项目变动情况如下：

单位：万元、%

| 项目                  | 2021 年度           | 2020 年度           | 变动额               | 变动比率         |
|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| <b>经营活动产生的现金流量：</b> |                   |                   |                   |              |
| 销售商品、提供劳务收到的现金      | 387,665.86        | 407,991.20        | -20,325.34        | -4.98        |
| 收到的税费返还             | 8,472.24          | 7,811.53          | 660.71            | 8.46         |
| 收到其他与经营活动有关的现金      | 2,418.11          | 3,407.89          | -989.78           | -29.04       |
| <b>经营活动现金流入小计</b>   | <b>398,556.21</b> | <b>419,210.62</b> | <b>-20,654.41</b> | <b>-4.93</b> |
| 购买商品、接受劳务支付的现金      | 292,394.46        | 249,537.26        | 42,857.20         | 17.17        |
| 支付给职工以及为职工支付的现金     | 71,473.23         | 53,938.75         | 17,534.48         | 32.51        |

| 项目                   | 2021 年度           | 2020 年度           | 变动额               | 变动比率          |
|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------|
| 支付的各项税费              | 15,969.81         | 20,351.13         | -4,381.32         | -21.53        |
| 支付其他与经营活动有关的现金       | 14,299.13         | 14,799.92         | -500.79           | -3.38         |
| <b>经营活动现金流出小计</b>    | <b>394,136.63</b> | <b>338,627.06</b> | <b>55,509.57</b>  | <b>16.39</b>  |
| <b>经营活动产生的现金流量净额</b> | <b>4,419.58</b>   | <b>80,583.56</b>  | <b>-76,163.98</b> | <b>-94.52</b> |

从上表看，2021 年度公司经营活动现金流入下降 20,654.41 万元，下降比例为 4.93%；经营活动现金流出增长 55,509.57 万元，增长比例为 16.39%，经营活动现金流出大于流入，经营活动产生的现金流量净额同比减少 94.52%，主要原因是：

（1）2021 年度营业收入下降 4.44%，导致销售商品、提供劳务收到的现金同比减少 20,325.34 万元。

（2）松节油深加工业务主要原材料松节油采购存在季节性因素，一般 7-12 月为主采购期。松节油采购价格自 2020 年 9 月之后快速上行，并在高位运行，故公司在第四季度减少了采购量，2020 年末松节油库存量也低于正常年度；2021 年度松节油采购价格仍在高位运行，基于生产需求公司加大采购，故而 2021 年度采购量也高于上年同期。同时，受大宗商品价格上行影响，公司其他材料价格均不同程度上涨。因此，2021 年度松节油采购量及价格高于上年以及其他材料价格上涨，导致购买商品、接受劳务支付的现金同比增加 42,857.20 万元。

（3）为匹配新增产能，并基于对 2021 年度订单较为乐观的预估，子公司诺斯贝尔在 2021 年初开始大规模招聘员工，员工数量同比较大大幅度增加，以及本年度社保减免政策取消，导致支付给职工以及为职工支付的现金同比增加 17,534.48 万元。

（4）2021 年度业绩大幅下降，而子公司诺斯贝尔同比由盈转亏，导致支付的各项税费减少 4,381.32 万元。

综上，报告期公司销售模式、销售信用政策未发生重大变化，前述因素导致报告期内经营活动产生的现金流量净额大幅下降。

## 2、报告期内经营活动产生的现金流量净额与经营业绩的匹配性分析

### （1）净利润变动幅度与经营活动产生的现金流量净额变动情况

单位：万元、%

| 项目               | 2021 年度    | 2020 年度   | 变动额         | 变动比率    |
|------------------|------------|-----------|-------------|---------|
| 净利润              | -91,234.76 | 46,894.09 | -138,128.85 | -294.55 |
| 其中：归属于上市公司股东的净利润 | -91,166.56 | 46,079.57 | -137,246.13 | -297.85 |
| 经营活动产生的现金流量净额    | 4,419.58   | 80,583.56 | -76,163.98  | -94.52  |

### （2）净利润与经营活动产生的现金流量净额差异情况

单位：万元、%

| 项目 | 2021 年度 | 2020 年度 | 变动额 | 变动比率 |
|----|---------|---------|-----|------|
|----|---------|---------|-----|------|

| 项目                       | 2021 年度           | 2020 年度           | 变动额               | 变动比率           |
|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|
| 经营活动产生的现金流量净额            | 4,419.58          | 80,583.56         | -76,163.98        | -94.52         |
| 净利润                      | -91,234.76        | 46,894.09         | -138,128.85       | -294.55        |
| <b>净利润与经营活动净现金流的差额</b>   | <b>95,654.34</b>  | <b>33,689.47</b>  | <b>61,964.87</b>  | <b>183.93</b>  |
| <b>差异原因：</b>             |                   |                   |                   |                |
| <b>1、非付现费用</b>           | <b>116,963.91</b> | <b>14,357.61</b>  | <b>102,606.30</b> | <b>714.65</b>  |
| 其中：信用减值损失                | 212.39            | 174.59            | 37.80             | 21.65          |
| 资产减值准备                   | 96,408.78         | 1,254.07          | 95,154.71         | 7,587.67       |
| 固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧  | 9,555.66          | 8,191.95          | 1,363.71          | 16.65          |
| 使用权资产摊销                  | 4,761.75          |                   | 4,761.75          |                |
| 无形资产摊销                   | 1,189.23          | 1,183.82          | 5.41              | 0.46           |
| 长期待摊费用摊销                 | 6,542.39          | 3,781.88          | 2,760.51          | 72.99          |
| 递延所得税资产减少                | -1,520.58         | -96.25            | -1,424.33         | 1,479.82       |
| 递延所得税负债增加                | -185.71           | -132.45           | -53.26            | 40.21          |
| <b>2、非经营性净损失</b>         | <b>4,323.56</b>   | <b>4,556.46</b>   | <b>-232.90</b>    | <b>-5.11</b>   |
| 其中：处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失 | 21.71             |                   | 21.71             |                |
| 固定资产报废损失                 | 767.90            | 1,571.61          | -803.71           | -51.14         |
| 公允价值变动损失                 | -118.80           | -54.24            | -64.56            | 119.03         |
| 财务费用                     | 3,646.87          | 4,865.87          | -1,219.00         | -25.05         |
| 投资损失（收益以“-”号填列）          | 5.88              | -1,826.78         | 1,832.66          | -100.32        |
| <b>3、存货的减少</b>           | <b>-34,137.26</b> | <b>7,868.34</b>   | <b>-42,005.60</b> | <b>-533.86</b> |
| <b>4、经营性应收项目的减少</b>      | <b>-7,466.35</b>  | <b>-11,264.99</b> | <b>3,798.64</b>   | <b>-33.72</b>  |
| <b>5、经营性应付项目的增加</b>      | <b>14,107.77</b>  | <b>17,266.06</b>  | <b>-3,158.29</b>  | <b>-18.29</b>  |
| <b>6、其他</b>              | <b>1,862.71</b>   | <b>905.99</b>     | <b>956.72</b>     | <b>105.60</b>  |
| <b>合计影响额</b>             | <b>95,654.34</b>  | <b>33,689.47</b>  | <b>61,964.87</b>  | <b>183.93</b>  |

从上表看，2021 年公司经营活动产生的现金流量净额与净利润存在差异的主要原因为计提的资产减值准备、信用减值准备、固定资产折旧等非付现费用、非经营性净损失影响，以及随着公司生产规模的扩大，存货及待抵扣进项税额等经营性应收项目增加金额大于经营性应付项目及其他增加金额所致。

### 3、会计师核查程序及核查意见

#### （1）会计师执行的核查程序

了解报告期销售模式、主要客户的销售信用政策重大变化情况；检查应收账款回款、经营收付现情况；检查复核现金流量表的编制过程，对金额变动较大的项目进行逐项分析；结合公司其他报表科目的内容和变动情况，进一步分析经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异的主要原因并分析其合理性。

#### （2）会计师核查意见

经核查，我们认为，公司 2021 年度经营活动产生的现金流量净额数据准确，其大幅下降的原因客观，具有合理性；2021 年度经营活动产生的现金流量净额与经营业绩的匹配。

### （三）对境外业务实施的审计程序及审计结论

#### 1、会计师执行的审计程序

针对境外业务，我们实施的审计程序主要包括：

（1）了解、测试境外业务销售与收款有关的内部控制制度、财务核算制度的设计和执行情况；

（2）执行分析性复核程序，对不同的产品、客户、地区等进行分析，判断营业收入和毛利率变动的合理性；

（3）针对境外业务执行细节测试，检查及核对仓库的存货发出记录、海关报关单、提单与财务入账记录及出口退税系统数据，确认境外业务的准确性；

（4）通过对境外业务主要客户执行函证程序以确认营业收入的真实性及准确性；

（5）对境外业务应收账款进行账龄分析，检查其授信情况，回款记录及期后回款情况等，以确认应收账款的真实性；

（6）对境外业务实施截止性测试，以确认境外业务是否在恰当的期间确认；

（7）对重要客户的背景资料进行调查，尤其是新增的客户，以便发现潜在的关联方，进而发现虚增收入的可能等。

（8）检查期后退货情况，以确认境外业务的真实性。

#### 2、会计师审计结论

经核查，会计师认为，2021 年度公司境外业务真实、准确。

问题二、年报披露，报告期末你公司对收购诺斯贝尔化妆品股份有限公司（以下简称“诺斯贝尔”）形成商誉计提减值准备 9.13 亿元，2021 年为诺斯贝尔业绩承诺期结束后的第一年。请你公司：

（1）说明诺斯贝尔业绩承诺期内和报告期内每一年前 5 大客户的名称、销售金额、应收账款期末余额，以及前述客户是否按照合同约定回款，是否与你公司、主要股东、董监高存在关联关系。

（2）结合诺斯贝尔承诺期内和报告期内主要客户、产品结构、在手订单、订单获取方式、产品单价、毛利率、结算方式、结算周期等方面的变化情况，说明其承诺期内业绩“精准达标”而承诺期后业绩即出现大幅下滑的原因及合理性。

（3）说明诺斯贝尔承诺期内主要客户的期后回款及应收账款坏账计提情况，是否存在提前确认收入情形，结合前述情况等说明诺斯贝尔承诺期内是否存在通过虚增收入和利

润完成业绩承诺的情形。

(4) 按照《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》和《监管规则适用指引——评估类第 1 号》的要求，说明诺斯贝尔 2021 年度商誉减值测试的具体过程与方法，包括但不限于可收回金额的确定方法、重要假设、关键参数（如预计未来现金流量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）及其确定依据等信息，并说明相关情况与承诺期内进行的商誉减值测试是否存在差异，如是，请说明差异形成的原因及合理性，以及对评估结果的影响。

(5) 结合前述情况说明诺斯贝尔历次商誉减值测试时对未来收入的预测和折现率等关键参数的确定是否合理、谨慎，承诺期内和 2021 年度商誉减值准备计提是否充分、合理，以及诺斯贝尔 2022 年度是否仍存在商誉减值风险。

请年审会计师及评估机构对上述事项进行核查并发表明确意见。

回复：

#### (一) 诺斯贝尔 2018-2021 年度前五大客户回款情况及关联关系核查

##### 1、诺斯贝尔 2021 年度前五大客户

单位：元

| 客户名称         | 销售金额<br>(不含税)  | 应收账款<br>期末账面余额 | 是否按照合同<br>约定回款 | 与公司、主要股东、董监<br>高是否存在关联关系 |
|--------------|----------------|----------------|----------------|--------------------------|
| 利洁时集团        | 245,303,436.95 | 9,800,349.44   | 是              | 否                        |
| 植物医生         | 223,074,073.06 | 103,126,395.97 | 是              | 否                        |
| GAMA 集团      | 155,786,011.65 | 26,860,372.03  | 是              | 否                        |
| 广州逸仙电子商务有限公司 | 153,125,664.41 | 24,272,814.42  | 是              | 否                        |
| 联合利华集团       | 94,814,705.74  | 58,555,200.39  | 是              | 否                        |
| 合计           | 872,103,891.81 | 222,615,132.25 |                |                          |

##### 2、诺斯贝尔 2020 年度前五大客户

单位：元

| 客户名称         | 销售金额<br>(不含税)  | 应收账款<br>期末账面余额 | 是否按照合同<br>约定回款 | 与公司、主要股东、董监<br>高是否存在关联关系 |
|--------------|----------------|----------------|----------------|--------------------------|
| 利洁时集团        | 226,339,247.60 | 41,829,806.33  | 是              | 否                        |
| GAMA 集团      | 193,794,210.52 | 14,362,092.68  | 是              | 否                        |
| 广州逸仙电子商务有限公司 | 186,592,205.03 | 66,417,166.91  | 是              | 否                        |
| 植物医生         | 166,096,268.24 | 69,642,350.97  | 是              | 否                        |
| 屈臣氏集团        | 158,829,364.91 | 69,381,403.15  | 是              | 否                        |
| 合计           | 931,651,296.30 | 261,632,820.04 |                |                          |

### 3、诺斯贝尔 2019 年度前五大客户

单位：元

| 客户名称             | 销售金额<br>(不含税)  | 应收账款<br>期末账面余额 | 是否按照合同<br>约定回款 | 与公司、主要股东、董监<br>高是否存在关联关系 |
|------------------|----------------|----------------|----------------|--------------------------|
| 屈臣氏集团            | 272,300,421.54 | 114,184,677.33 | 是              | 否                        |
| 浙江贡鑫科技有限<br>公司   | 139,102,624.12 | 29,806,002.87  | 是              | 否                        |
| 植物医生             | 138,575,542.62 | 37,734,961.95  | 是              | 否                        |
| 伽蓝集团             | 126,760,581.01 | 55,312,408.25  | 是              | 否                        |
| 广州逸仙电子商务<br>有限公司 | 113,549,381.57 | 74,106,075.32  | 是              | 否                        |
| 合计               | 790,288,550.86 | 311,144,125.72 |                |                          |

### 4、诺斯贝尔 2018 年度前五大客户

单位：元

| 客户名称     | 销售金额<br>(不含税)  | 应收账款<br>期末账面余额 | 是否按照合同<br>约定回款 | 与公司、主要股东、董监<br>高是否存在关联关系 |
|----------|----------------|----------------|----------------|--------------------------|
| 屈臣氏集团    | 319,866,423.19 | 102,321,756.65 | 是              | 否                        |
| 伽蓝集团     | 204,176,552.13 | 18,006,182.02  | 是              | 否                        |
| 御泥坊集团（注） | 159,646,593.89 | 35,188,984.31  | 是              | 否                        |
| 利洁时集团    | 87,175,108.57  | 44,070,666.99  | 是              | 否                        |
| 植物医生     | 85,450,266.78  | 38,441,855.75  | 是              | 否                        |
| 合计       | 856,314,944.56 | 238,029,445.72 |                |                          |

注：2021 年 3 月御泥坊集团股份有限公司更名为水羊集团股份有限公司（股票代码 300740），下同。

从 2018 年度至 2021 年度诺斯贝尔前五大客户统计情况看，客户植物医生四年均为前五大客户，屈臣氏集团、利洁时集团、广州逸仙电子商务有限公司三年均为前五大客户，伽蓝集团、GAMA 集团二年均为前五大客户，御泥坊集团（已更名水羊集团）、浙江贡鑫科技有限公司、联合利华集团一年为前五大客户，诺斯贝尔前五大客户总体较稳定；诺斯贝尔前五大客户年度销售金额在 7.90-9.31 亿元区间波动，应收账款期末账面余额在 2.23-3.11 亿元区间波动，年度销售金额与应收账款期末账面余额关系匹配好；诺斯贝尔前五大客户均已按照合同约定回款，与公司、持股 5%以上股东以及董监高之间不存在关联关系。

### 5、会计师核查程序及核查意见

会计师结合对营业收入、应收账款审计程序，统计分析 2018 年度至 2021 年度诺斯贝尔前五大客户销售金额、应收账款期末账面余额情况，获取并检查销售合同，检查是否按照合同约定回款，检查客户回款单位与合同单位的一致性；就 2018 年度至 2021 年度诺斯贝尔前五大客户与公司、持股 5%以上股东以及董监高之间是否存在关联关系分别向 2018 年度至 2021 年度诺斯贝尔前五大客户、公司持股 5%以上股东以及董监高发函问询，查询国家企业信用信息公示系统、企查查等工商查询网站以及百度搜索等。

经检查，会计师认为，2018 年度至 2021 年度诺斯贝尔前五大客户销售金额、应收账款期末账面余额数据准确，均已按照合同约定回款；未发现 2018 年度至 2021 年度诺斯贝尔前五大客户与公司、公司持股 5%以上股东以及董监高之间存在关联关系情形。

## （二）诺斯贝尔承诺期内（2018-2020 年）业绩达标，承诺期后业绩出现大幅下滑的原因及合理性分析

### 1、诺斯贝尔 2018 年度至 2021 年度前二十客户分类产品营业收入及占比变动情况

单位：元、%

| 产品分类      | 2021 年度          |        | 2020 年度          |        | 2019 年度          |        | 2018 年度          |        |
|-----------|------------------|--------|------------------|--------|------------------|--------|------------------|--------|
|           | 金额               | 占比     | 金额               | 占比     | 金额               | 占比     | 金额               | 占比     |
| 面膜系列      | 610,314,080.90   | 37.86  | 564,876,785.15   | 29.19  | 801,781,433.62   | 49.88  | 922,221,881.96   | 59.10  |
| 护肤系列      | 484,707,506.15   | 30.07  | 559,661,765.03   | 28.92  | 439,787,476.05   | 27.36  | 241,759,958.18   | 15.49  |
| 湿巾系列      | 482,529,226.41   | 29.93  | 574,122,853.88   | 29.67  | 278,383,961.47   | 17.32  | 253,367,162.65   | 16.24  |
| 其他系列      | 30,726,136.57    | 1.91   | 235,067,622.82   | 12.15  | 85,422,684.73    | 5.31   | 139,617,226.30   | 8.95   |
| 其他业务收入    | 3,898,489.77     | 0.24   | 1,390,113.01     | 0.07   | 2,132,609.78     | 0.13   | 3,415,220.32     | 0.22   |
| 合计        | 1,612,175,439.80 | 100.00 | 1,935,119,139.89 | 100.00 | 1,607,508,165.65 | 100.00 | 1,560,381,449.41 | 100.00 |
| 年度营业收入    | 2,509,153,599.19 |        | 2,670,637,688.72 |        | 2,178,458,892.85 |        | 1,978,042,889.26 |        |
| 占年度营业收入比例 | 64.25            |        | 72.46            |        | 73.79            |        | 78.89            |        |

从上表看，诺斯贝尔 2018 年度至 2021 年度前二十客户营业收入绝对金额大，金额均在 15.60 亿元以上，占比也高，占比均在 64%以上，但呈逐年下降趋势，主要是诺斯贝尔加大市场及客户资源开发，以降低客户集中风险。2018 年度、2019 年度面膜系列金额及占比高，2020 年度下降而 2021 年度上升，主要原因为 2018 年度及 2021 年度新增产能并形成业绩效益；护肤系列 2018 年度金额及占比较小，2019 年度快速上升后趋于稳定，主要原因为 2018 年度新增产能效益于 2019 年度显现；湿巾系列 2018 年度、2019 年度金额及占比较小，2020 年度快速上升、2021 年度呈稳定上升，主要原因为 2020 年度产能大幅增加，因疫情影响湿巾系列市场需求显著增加；其他系列包括无纺布及制品、口罩和其他产品，其他系列 2020 年度金额及占比快速上升，系 2020 年初受疫情影响，新增口罩产能并获得大量订单，2021 年度则因全球口罩产能过剩，诺斯贝尔口罩销量大幅萎缩、价格回落；其他业务收入金额及占比很小，主要为包材销售，收取的样品费、检测费、版辊费、模具费等。

总体而言，诺斯贝尔 2018 年至 2021 年度前二十客户营业收入产品结构的变化与产能变化正相关，匹配性强；2021 年度受市场与政策环境、疫情反复、大宗商品价格上行等因素影响，2020 年下半年以来新增产能业绩效益未得到显现。

### 2、诺斯贝尔 2018 年度至 2021 年度前二十客户分类产品单价、毛利率情况

单位：元/片、元/g、元/ml、%

| 产品分类 | 2021 年度  |      | 2020 年度  |       | 2019 年度  |       | 2018 年度  |       |
|------|----------|------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
|      | 产品<br>单价 | 毛利率  | 产品<br>单价 | 毛利率   | 产品<br>单价 | 毛利率   | 产品<br>单价 | 毛利率   |
| 面膜系列 | 1.28     | 9.64 | 1.23     | 21.70 | 1.12     | 27.11 | 1.00     | 25.94 |
| 护肤系列 | 0.0545   | 7.65 | 0.0483   | 19.81 | 0.0466   | 24.14 | 0.0447   | 23.27 |
| 湿巾系列 | 0.0665   | 8.90 | 0.0752   | 21.15 | 0.0719   | 19.28 | 0.0620   | 11.05 |
| 其他系列 | 0.12     | 5.25 | 0.26     | 22.88 | 0.12     | 16.62 | 0.12     | 18.58 |

注：诺斯贝尔其他业务收入主要为包材销售，收取的样品费、检测费、版辊费、模具费等，为简化核算，样品费、检测费未分摊成本，基于其他业务收入金额及占比很小，故上表未列示。

从上表看，诺斯贝尔 2018 年度至 2021 年度前二十客户面膜系列产品单价逐年上升，2021 年度较 2020 年度产品单价上升 0.05 元/片、上涨 4.07%，2018 年度至 2020 年度毛利率在 21.70%-27.11%区间波动，2021 年度毛利率下降至 9.64%；护肤系列产品单价逐年上升，2021 年度较 2020 年度产品单价上升 0.0062 元/g（元/ml）、上涨 12.84%，主要原因是护肤系列内产品销售结构变化，2021 年度单位价值较高的精华液、乳液同比销量增加，而单位价值较低的卸妆水、爽肤水销量同比减少，2018 年度至 2020 年度毛利率在 19.81%-24.14%区间，2021 年度下降至 7.65%；湿巾系列产品单价 2018 年度至 2020 年从 0.062 元/片上升至 0.0752 元/片，毛利率也相应提升，2021 年度较 2020 年度产品单价下降 0.0087 元/片、下降 11.57%，2021 年度与 2020 年度相比，毛利率下降 12.25%；其他系列 2020 年度毛利率高，系 2020 年初受疫情影响，新增口罩产能并获得大量订单，2021 年度则因全球口罩产能过剩，诺斯贝尔口罩销量大幅萎缩、价格回落。因上述产品系列内包括的产品、规格数量繁多，各产品间的单位价值也存在较多的差异性，致年度内产品系列价格与毛利率可以不同向变动情形。

综上，诺斯贝尔 2018 年度至 2020 年度前二十客户各类产品单价均上行，毛利率在较高区间波动；2021 年度面膜系列、护肤系列产品单价有一定幅度上涨，湿巾系列、其他系列产品单价则下降，受产能扩张而固定成本增加、人工成本增加、材料价格上行等因素影响，致单位成本抬升，形成 2021 年度各类产品毛利率均大幅下滑情形。

### 3、诺斯贝尔 2021 年度业绩出现大幅下滑的原因及合理性分析

2021 年度诺斯贝尔营业收入 250,915.36 万元，较上年同期 267,063.77 万元下降 6.05%；2021 年度营业利润-6,632.05 万元，较上年同期 33,346.05 万元减少 39,978.10 万元；2021 年度毛利率 10.44%，较上年同期 22.36%下降 11.92%；2021 年度净利润-5,514.31 万元（其中长期资产减值因素对净利润影响-1,745.37 万元），上年同期净利润 28,927.83 万元，2021 年度净利润绝对值减少 34,442.14 万元。

诺斯贝尔 2021 年度营业收入小幅下降，但营业利润、毛利率、净利润均大幅下降，主要原因如下：

（1）诺斯贝尔按照既定的发展规划和经营目标，积极布局化妆品业务，化妆品生产线

改扩建项目陆续建成投产，长期资产折旧和摊销以及租金支出等同比增长。受行业整体增速下降影响，未能实现营业收入增长，新增投入侵蚀利润。

诺斯贝尔 2021 年度与 2020 年度折旧、长摊摊销及租金支出对比如下：

单位：万元、%

| 成本/费用项目  | 2021 年度   | 2020 年度   | 增长金额     |
|----------|-----------|-----------|----------|
| 折旧       | 7,468.41  | 5,688.74  | 1,779.67 |
| 长摊摊销     | 6,522.16  | 3,777.85  | 2,744.31 |
| 租金及仓储服务费 | 6,630.52  | 5,748.72  | 881.80   |
| 合计       | 20,621.09 | 15,215.31 | 5,405.78 |

经测算，2021 年度折旧、长摊摊销及租金支出增加对诺斯贝尔 2021 年度净利润影响金额为 4,594.91 万元。

(2) 员工人数增长，人工支出增加。

为匹配新增产能，并基于对 2021 年度订单较为乐观的预估，诺斯贝尔在 2021 年初开始大规模招聘员工，员工数量同比较大大幅度增加，从而导致 2021 年度用工成本特别是产品人工成本大幅增加。诺斯贝尔 2021 年度、2020 年度平均在职人数对比如下：

单位：人

| 项目           | 第一季度  | 第二季度  | 第三季度  | 第四季度  | 平均人数  |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 2021 年季度平均人数 | 7,622 | 9,652 | 8,366 | 7,624 | 8,316 |
| 2020 年季度平均人数 | 5,495 | 8,023 | 7,722 | 7,320 | 7,140 |
| 在职人数同比增加     | 2,127 | 1,629 | 644   | 304   | 1,176 |

新增员工主要为生产部门员工，经统计，员工增加及薪资政策调整影响数合计 11,352.95 万元（含五险一金）；同时，2020 年度因疫情当地政府部门给予的社保、医保减免合计 2,689.22 万元。经测算，二者合计对诺斯贝尔 2021 年度净利润影响金额为 11,935.85 万元。

(3) 受疫情多变、行业监管政策及宏观经济因素影响，化妆品制造业整体承压，竞争格局嬗变。2021 年度诺斯贝尔订单不及预期，影响营收规模，同时也导致新增产能无法快速释放并形成规模效益，抬升了产品单位成本。

(4) 受大宗商品价格波动、部分上游供应链紧张等因素影响，化妆品主要原材料价格呈持续上涨趋势，导致 2021 年度化妆品业务材料成本上升。基于疫情下的行业消费市场增长乏力，原材料、人工涨价的传导路线不明确，部分化妆品制造企业难以将成本上涨压力传导给下游，压缩了化妆品制造企业的利润空间。因此，原材料、人工涨价对诺斯贝尔产品毛利率构成压力。

(5) 口罩生产线业绩贡献大幅回落

2020 年初新增口罩产能并获得大量订单，2021 年度则因全球口罩产能过剩，诺斯贝尔口罩销量大幅萎缩、价格回落。经统计，2020 年度口罩生产线实现营业利润 6,977.87 万元，2021 年度为 237.59 万元，下降 6,740.28 万元。经测算，口罩生产线业绩贡献下降对诺斯贝尔 2021 年度净利润影响金额为 5,729.24 万元。

(6) 集装箱航运价格高企，影响海外业务。

2020 年 2 月 28 日，公司与客户 RECKITT BENCKISER ENA B.V. 签订《供货合同》，2021 年 8 月该客户就本供货合同与诺斯贝尔签订《供货合同之补充协议》。截止 2021 年 12 月 31 日，诺斯贝尔已收取此合同项下货款 6,365,555.41 美元（折合人民币 40,584,871.63 元），但双方尚未交接该批货物。因集装箱航运价格高企，影响此单海外业务业绩实现。经测算，对诺斯贝尔 2021 年度净利润影响金额为 1,058.44 万元。

(7) 口罩生产线减值及存货减值增加，影响业绩

2021 年末口罩生产线计提减值 2,053.37 万元，2021 年计提存货减值金额较 2020 年末增加 1,116.33 万元，二者对诺斯贝尔 2021 年度净利润影响金额为 2,694.25 万元

(8) 利息支出同比增加，影响业绩

2021 年度利息支出 1,399.55 万元，较上年同期增加 1,298.04 万元，主要原因为诺斯贝尔扩产后，资金需求增加，同比新增借款 41,320.75 万元；2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，诺斯贝尔使用权资产相对较多，2021 年度摊销未确认的融资费用也多。经测算，增加的利息支出对诺斯贝尔 2021 年度净利润影响金额为 1,103.34 万元。

综上，公司认为，诺斯贝尔承诺期内和报告期内主要客户订单获取方式、结算方式、结算周期等方面的未发生重大变化，受行业、市场、疫情多变、扩产等因素叠加，导致报告期诺斯贝尔业绩大幅下滑。

#### 4、会计师核查程序及核查意见

会计师结合对诺斯贝尔营业收入、应收账款审计程序，统计分析 2018 年度至 2021 年度诺斯贝尔前二十客户分类产品营业收入、产品单价、毛利率及变动情况；了解和检查主要客户订单获取方式、结算方式、结算周期情况；对主要客户执行函证程序，函证发生额及余额；执行细节测试，检查销售合同、销售单、发票（出口发票）、报关单中产品、价格信息的一致性，检查主要客户合同执行和回款情况，检查客户回款单位与合同单位的一致性；对比分析主要客户销售收入、应收账款账面余额变动情况；针对公司及诺斯贝尔治理层、管理层及业务部门负责人进行访谈，了解化妆品行业发展趋势、监管政策以及诺斯贝尔业绩大幅下滑原因；对比分析主要原材料价格变动、主要产品价格变动情况；了解分析新增产能投入情况，对比分析折旧、长摊摊销和租金支出等变动情况；比较分析成本结构变动情况、主要产品的毛利率波动情况；重点统计分析平均人工变动情况；查询及分析集装箱航运价格变动情况；统计和测算主要变动因素对 2021 年度业绩影响。

经检查，会计师认为，诺斯贝尔 2018 年度至 2021 年度前二十客户分类产品营业收入、产品单价、毛利率及变动情况数据准确；主要客户在订单获取方式、结算方式、结算周期等未发生重大变化；2021 年度业绩出现大幅下滑的原因客观，具有合理性。

**（三）诺斯贝尔承诺期（2018-2020 年）主要客户期后回款、坏账计提及提前确认收入情况以及是否存在通过虚增收入和利润完成承诺业绩情形核查**

**1、2020 年度前二十客户期后回款、坏账计提及提前确认收入情况**

单位：元

| 序号          | 客户名称         | 应收账款期末<br>账面余额        | 期后回款                  | 坏账准备<br>计提比例        | 坏账准备                 | 是否存在提前确认<br>收入情形 |
|-------------|--------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|----------------------|------------------|
| 1           | 客户一          | 41,829,806.33         | 41,829,806.33         | 5%                  | 2,091,490.32         | 否                |
| 2           | 客户二          | 14,362,092.68         | 14,362,092.68         | 5%                  | 718,104.63           | 否                |
| 3           | 客户三          | 66,417,166.91         | 66,417,166.91         | 5%                  | 3,320,858.35         | 否                |
| 4           | 客户四          | 69,642,350.97         | 69,642,350.97         | 5%                  | 3,482,117.55         | 否                |
| 5           | 客户五          | 69,381,403.15         | 69,381,403.15         | 5%                  | 3,469,070.16         | 否                |
| 6           | 客户六          | 66,485,129.90         | 66,485,129.90         | 5%                  | 3,324,256.50         | 否                |
| 7           | 客户七          | 8,253,815.15          | 8,253,815.15          | 5%                  | 412,690.76           | 否                |
| 8           | 客户八          | 50,745,910.58         | 50,745,910.58         | 5%                  | 2,537,295.53         | 否                |
| 9           | 客户九          | 1,588,141.02          | 1,588,141.02          | 5%                  | 79,407.05            | 是（注 1）           |
| 10          | 客户十          | 18,298,804.91         | 18,298,804.91         | 5%                  | 914,940.25           | 否                |
| 11          | 客户十一         | 197,200.10            | 197,200.10            | 5%                  | 9,860.01             | 否                |
| 12          | 客户十二         | 7,053,218.93          | 7,053,218.93          | 5%                  | 352,660.95           | 否                |
| 13          | 客户十三         | 604,750.00            | 604,750.00            | 5%                  | 30,237.50            | 否                |
| 14          | 客户十四         |                       |                       | 5%                  |                      | 否                |
| 15          | 客户十五         | 16,221,283.42         | 16,221,283.42         | 5%                  | 811,064.17           | 否                |
| 16          | 客户十六         | 7,395,365.43          | 7,395,365.43          | 5%                  | 369,768.27           | 否                |
| 17          | 客户十七         | 14,801,308.82         | 14,801,308.82         | 5%                  | 740,065.44           | 否                |
| 18          | 客户十八         | 13,936,483.67         | 13,936,483.67         | 5%                  | 696,824.18           | 否                |
| 19          | 客户十九         | 9,818,251.67          | 9,818,251.67          | 5%                  | 490,912.58           | 否                |
| 20          | 客户二十         | 2,282,512.07          | 2,282,512.07          | 5%                  | 114,125.60           | 否                |
| <b>1-20</b> | <b>前二十小计</b> | <b>479,314,995.71</b> | <b>479,314,995.71</b> | <b>5%</b>           | <b>23,965,749.80</b> | <b>注 1</b>       |
| 21          | 其他           | 120,980,153.64        | 116,846,089.84        | 5%、70%、<br>91%、100% | 10,477,500.32        | 否                |
|             | 合计           | 600,295,149.35        | 596,161,085.55        |                     | 34,443,250.12        |                  |

注 1：2020 年度公司未发现前九客户 CHIARA AMBRA GMBH 外销收入 313.32 万元存在跨期，系诺斯贝尔 2020 年 12 月末已申报出口，于 2021 年 1 月初装船并取得提单。该事项导致 2020 年度诺斯贝尔提前确认了营业收入 313.32 万元、营业成本

201.15 万元、营业利润 112.16 万元，对 2020 年度净利润的影响金额为 82.02 万元，净利润的影响金额占诺斯贝尔 2018 年度至 2020 年度累计完成承诺业绩 74,005.75 万元的比例为 0.11%。

## 2、2019 年度前二十客户期后回款、坏账计提及提前确认收入情况

单位：元

| 序号   | 客户名称  | 应收账款期末<br>账面余额 | 期后回款           | 坏账准备<br>计提比例    | 坏账准备          | 是否存在提前确<br>认收入情形 |
|------|-------|----------------|----------------|-----------------|---------------|------------------|
| 1    | 客户一   | 114,184,677.33 | 114,184,677.33 | 5%              | 5,709,233.87  | 是（注 2）           |
| 2    | 客户二   | 29,806,002.87  | 29,806,002.87  | 5%              | 1,490,300.14  | 否                |
| 3    | 客户三   | 37,734,961.95  | 37,734,961.95  | 5%              | 1,886,748.10  | 否                |
| 4    | 客户四   | 55,312,408.25  | 55,312,408.25  | 5%              | 2,765,620.41  | 否                |
| 5    | 客户五   | 74,106,075.32  | 74,106,075.32  | 5%              | 3,705,303.77  | 否                |
| 6    | 客户六   | 8,252,078.65   | 8,252,078.65   | 5%              | 412,603.93    | 否                |
| 7    | 客户七   | 9,599,154.51   | 9,599,154.51   | 5%              | 479,957.73    | 否                |
| 8    | 客户八   | 10,885,149.94  | 10,885,149.94  | 5%              | 544,257.50    | 否                |
| 9    | 客户九   | 34,262,752.89  | 34,262,752.89  | 5%              | 1,713,137.64  | 否                |
| 10   | 客户十   | 23,006,647.22  | 23,006,647.22  | 5%              | 1,150,332.36  | 否                |
| 11   | 客户十一  | 1,904,054.09   | 1,904,054.09   | 5%              | 95,202.70     | 否                |
| 12   | 客户十二  | 5,525,871.59   | 5,525,871.59   | 5%              | 276,293.58    | 否                |
| 13   | 客户十三  | 54,998,522.56  | 54,998,522.56  | 5%              | 2,749,926.13  | 否                |
| 14   | 客户十四  | 23,527,138.54  | 23,527,138.54  | 5%              | 1,176,356.93  | 否                |
| 15   | 客户十五  | 2,032,363.79   | 2,032,363.79   | 5%              | 101,618.19    | 否                |
| 16   | 客户十六  | 6,811,215.10   | 6,811,215.10   | 5%              | 340,560.76    | 否                |
| 17   | 客户十七  | 2,706,286.45   | 2,706,286.45   | 5%              | 135,314.32    | 否                |
| 18   | 客户十八  | 1,970,095.13   | 1,970,095.13   | 5%              | 98,504.76     | 否                |
| 19   | 客户十九  | 7,380,405.85   | 7,380,405.85   | 5%              | 369,020.29    | 否                |
| 20   | 客户二十  | 910,203.20     | 910,203.20     | 5%              | 45,510.16     | 否                |
| 1-20 | 前二十小计 | 504,916,065.23 | 504,916,065.23 | 5%              | 25,245,803.27 | 注 2              |
| 21   | 其他    | 95,090,201.87  | 89,894,077.42  | 5%、71%、<br>100% | 8,641,957.73  | 否                |
|      | 合计    | 600,006,267.10 | 594,810,142.65 |                 | 33,887,761.00 |                  |

注 2：2019 年度公司未发现前一客户武汉屈臣氏存在收入跨期 554.29 万元，导致诺斯贝尔 2019 年提前确认营业收入 554.29 万元、营业成本 396.08 万元、营业利润 158.21 万元，对 2019 年度净利润的影响额为 107.86 万元，该收入跨期事项对诺斯贝尔 2018 年度至 2020 年度累计完成承诺业绩 74,005.75 万元不存在实质影响。

## 3、2018 年度前二十客户期后回款、坏账计提及提前确认收入情况

单位：元

| 序号   | 客户名称  | 应收账款期末<br>账面余额 | 期后回款           | 坏账准备<br>计提比例    | 坏账准备          | 是否存在提前确<br>认收入情形 |
|------|-------|----------------|----------------|-----------------|---------------|------------------|
| 1    | 客户一   | 102,321,756.65 | 102,321,756.65 | 5%              | 5,116,087.83  | 否                |
| 2    | 客户二   | 18,006,182.02  | 18,006,182.02  | 5%              | 900,309.10    | 否                |
| 3    | 客户三   | 35,188,984.31  | 35,188,984.31  | 5%              | 1,759,449.22  | 否                |
| 4    | 客户四   | 44,070,666.99  | 44,070,666.99  | 5%              | 2,203,533.35  | 否                |
| 5    | 客户五   | 38,441,855.75  | 38,441,855.75  | 5%              | 1,922,092.79  | 否                |
| 6    | 客户六   | 6,762,159.19   | 6,762,159.19   | 5%              | 338,107.96    | 否                |
| 7    | 客户七   | 36,709,719.24  | 36,709,719.24  | 5%              | 1,835,485.96  | 否                |
| 8    | 客户八   | 10,011,987.44  | 10,011,987.44  | 5%              | 500,599.37    | 否                |
| 9    | 客户九   | 18,259,896.80  | 18,259,896.80  | 5%              | 912,994.84    | 否                |
| 10   | 客户十   | 34,017,624.57  | 34,017,624.57  | 5%              | 1,700,881.23  | 否                |
| 11   | 客户十一  |                |                | 5%              |               | 否                |
| 12   | 客户十二  | 4,055,456.43   | 4,055,456.43   | 5%              | 202,772.82    | 否                |
| 13   | 客户十三  | 687,094.37     | 687,094.37     | 5%              | 34,354.72     | 否                |
| 14   | 客户十四  | 1,307,180.38   | 1,307,180.38   | 5%              | 65,359.02     | 否                |
| 15   | 客户十五  | 3,503,140.58   | 3,503,140.58   | 5%              | 175,157.03    | 否                |
| 16   | 客户十六  | 1,759,997.84   | 1,759,997.84   | 5%              | 87,999.89     | 否                |
| 17   | 客户十七  | 4,228,254.64   | 4,228,254.64   | 5%              | 211,412.73    | 否                |
| 18   | 客户十八  | 1,841,634.33   | 1,841,634.33   | 5%              | 92,081.72     | 否                |
| 19   | 客户十九  |                |                | 5%              |               | 否                |
| 20   | 客户二十  |                |                | 5%              |               | 否                |
| 1-20 | 前二十小计 | 361,173,591.53 | 361,173,591.53 | 5%              | 18,058,679.58 | 否                |
| 21   | 其他    | 85,968,438.27  | 82,206,742.69  | 5%、30%、<br>100% | 9,640,566.13  | 否                |
|      | 合计    | 447,142,029.80 | 443,380,334.22 |                 | 27,699,245.71 |                  |

从诺斯贝尔承诺期（2018-2020 年）主要客户期后回款、坏账计提及提前确认收入统计情况看，前二十客户期末账面余额分别为 361,173,591.53 元、504,916,065.23 元、479,314,995.71 元，占期末全部账面余额比例分别为 80.77%、84.15%、79.85%，占比较大且区间稳定；前二十客户期后均已全部回款，故账龄均为一年以内并按 5%计提坏账准备，同时，2020 年、2018 年部分前二十客户存在期末无欠款情形；除 2019 年客户武汉屈臣氏、2020 年客户 CHIARA AMBRA GMBH 存在提前确认收入外（金额及影响详见前述注 1、注 2），诺斯贝尔承诺期不存在其他提前确认收入情形，也不存在其他通过虚增收入和利润完成业绩承诺的情形。

#### 4、会计师核查程序及核查意见

会计师结合对诺斯贝尔营业收入、应收账款审计程序，统计分析 2018 年度至 2020 年度诺斯贝尔前二十客户应收账款期末账面余额、期后回款、坏账计提情况；对主要客户执行函证程序，函证发生额及余额；执行细节测试，检查销售合同、发票（出口发票）、出

库单、报关单、货物提单或签收单等；执行截止测试；对比分析主要客户销售收入、应收账款账面余额变动情况及合理性等。

经检查，会计师认为，诺斯贝尔承诺期内主要客户的期后回款及应收账款坏账计提数据准确；2019 年客户武汉屈臣氏存在提前确认收入 554.29 万元，对诺斯贝尔 2019 年度净利润的影响额为 107.86 万元，对诺斯贝尔 2018 年度至 2020 年度累计完成承诺业绩不存在实质性影响；2020 年客户 CHIARA AMBRA GMBH 存在提前确认外销收入 313.32 万元，对诺斯贝尔 2020 年度净利润的影响金额为 82.02 万元，净利润的影响金额占诺斯贝尔 2018 年度至 2020 年度累计完成承诺业绩 74,005.75 万元的比例为 0.11%。除此之外，未发现存在其他提前确认收入情形，也未发现存在其他通过虚增收入和利润完成业绩承诺的情形。

#### **（四）诺斯贝尔 2021 年度商誉减值测试的具体过程与方法，相关情况是否与承诺期内商誉减值测试存在差异及合理性分析**

##### **1、可收回金额的确定方法**

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定，“资产存在减值迹象的，应当估计其可收回金额。可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。”

包含商誉的资产组可收回金额应当根据公允价值减去处置费用后的净额与预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》第八条规定，按照公允价值计量层次，公允价值减处置费用的确定依次考虑以下方法计算：

- （1）根据公平交易中销售协议价格减去可直接归属于该资产处置费用的金额确定。
- （2）不存在销售协议但存在资产活跃市场的，按照该资产的市场价格减去处置费用后的金额确定。资产的市场价格通常应当根据资产的买方出价确定。
- （3）在不存在销售协议和资产活跃市场的情况下，以可获取的最佳信息为基础，估计资产的公允价值减去处置费用后的净额，该净额可以参考同行业类似资产的最近交易价格或者结果进行估计。

本次资产评估对诺斯贝尔包含商誉的资产组的公允价值进行计算，上述三种评估方法不具备使用条件，因此无法可靠估计包含商誉资产组的公允价值。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》第八条规定，无法可靠估计资产的公允价值减去处置费用后的净额的，应当以该资产预计未来现金流量的现值作为其可收回金额。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》第十一条第二款规定，资产评估师应当取得经管理层批准的未来收益预测资料，并以此为基础计算包含商誉的资产组的可收回金额。资产评估师、企业管理层认为：无市场因素或者其他因素表明其他市场参与者按照其他用途使用诺斯贝尔包含商誉的资产组可以实现更大价值，故评估对象的现行用途仍可以视为

最佳用途。在此前提下，采用收益法计算的资产组的公允价值等同于资产组预计未来现金流量现值，故通过收益法计算的基准日资产组的公允价值减去处置费用后的净额会低于预计未来现金流量的现值。按照确定可回收金额的孰高原则，本次评估采用预计未来现金流量的现值确定资产组的可回收金额。

本次资产评估中，我们取得了企业提供的经管理层批准的未来预测资料，并对其预测数据的可行性进行了核实，因此，可选用预计未来现金流量现值法对包含商誉的资产组的可收回金额进行计算。

预计未来现金流量现值法以包含商誉的资产组预测期息税前现金流量为基础，采用税前折现率折现，得出评估对象可收回金额。计算模型如下：

$$P = \sum_{i=m}^n \frac{F_i}{(1+r)^i} + P_{n+1}$$

其中：P：评估基准日资产组可收回金额；

Fi：评估基准日后第 i 年息税前现金流量；

r：税前折现率；

n：详细预测期；

i：详细预测期第 i 年；

Pn+1：预测期后现金流量现值。

其中，息税前现金流量计算公式如下：

息税前现金净流量=息税前利润+折旧和摊销-资本性支出-营运资金追加额

## 2、重要评估假设

(1) 假设国家现行的有关法律法规及政策、国家宏观经济形势无重大变化，本次交易各方所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化；

(2) 假设评估对象在未来预测期持续经营、评估范围内资产持续使用；

(3) 假设和评估对象经营相关当事人相关的利率、汇率、赋税基准及税率、政策性征收费用等评估基准日后不发生重大变化；

(4) 假设评估基准日后评估对象经营相关当事人的管理层是负责的、稳定的，且有能力担当其职务；

(5) 除非另有说明，假设公司完全遵守所有有关的法律法规；

(6) 假设未来预测期评估对象经营相关当事人是负责的，且管理层有能力担当其责任，在预测期主要管理人员和技术人员基于评估基准日状况，不发生影响其经营变动的重大变

更，管理团队稳定发展，管理制度不发生影响其经营的重大变动；

（7）假设评估基准日后无不可抗力及不可预见因素对评估对象经营相关当事人造成重大不利影响；

（8）假设评估基准日后评估对象经营相关当事人采用的会计政策和编写本资产评估报告时所采用的会计政策在重要方面保持一致；

（9）假设评估基准日后评估对象经营相关当事人在现有管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前保持一致；

（10）假设评估基准日后评估对象经营相关当事人的现金流入为平均流入，现金流出为平均流出。

### 3、现金流预测过程及关键参数

由于评估基准日诺斯贝尔经营正常，没有对影响企业继续经营的核心资产的使用年限进行限定和对企业生产经营期限、投资者所有权期限等进行限定，故本资产评估报告假设包含商誉资产组评估基准日后永续经营，相应的收益期为无限期。由于企业近期的收益可以相对合理地预测，而远期收益预测的合理性相对较差，按照通常惯例，评估人员将企业的收益期划分为预测期和预测期后两个阶段。评估人员经过综合分析，预计企业于 2027 年达到稳定经营状态，故预测期截止到 2026 年底。诺斯贝尔包含商誉资产组在永续期产生的自由现金流不增长，即永续增长率为 0。

资产组未来现金流现值的测算过程及关键参数如下：

单位：万元

| 项目      | 2022 年     | 2023 年     | 2024 年     | 2025 年     | 2026 年     | 永续期        |
|---------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 营业收入    | 225,406.36 | 249,671.27 | 278,781.01 | 298,295.55 | 319,176.26 | 319,176.26 |
| 营业成本    | 198,813.98 | 215,621.41 | 235,526.26 | 246,972.73 | 264,260.84 | 264,260.84 |
| 毛利率     | 11.80%     | 13.64%     | 15.52%     | 17.21%     | 17.21%     | 17.21%     |
| 各项费用    | 24,532.45  | 26,408.98  | 28,268.45  | 29,400.49  | 29,861.44  | 30,441.17  |
| 息税前营业利润 | 2,059.93   | 7,640.88   | 14,986.29  | 21,922.33  | 25,053.98  | 24,474.24  |
| +折旧/摊销  | 22,361.19  | 22,512.13  | 21,878.45  | 20,740.04  | 16,582.39  | 19,110.64  |
| -资本性支出  | 2,000.00   | 5,912.98   | 20,600.33  | 2,000.00   | 2,000.00   | 19,110.64  |
| -营运资本变动 | 57,900.81  | 5,939.16   | 7,140.54   | 4,661.57   | 5,647.49   |            |
| 税前自由现金流 | -35,479.70 | 18,300.86  | 9,123.88   | 36,000.79  | 33,988.88  | 24,474.24  |
| 折现率（税前） | 12.07%     | 12.07%     | 12.07%     | 12.07%     | 12.07%     | 12.07%     |
| 折现期（年）  | 0.50       | 1.50       | 2.50       | 3.50       | 4.50       |            |
| 折现系数    | 0.9446     | 0.8429     | 0.7521     | 0.6711     | 0.5989     | 4.9625     |
| 自由现金流现值 | -33,515.00 | 15,425.86  | 6,862.40   | 24,161.68  | 20,354.97  | 121,453.45 |

其中，各项主要参数的确定依据如下：

(1) 营业收入、息税前营业利润——管理层根据其对市场行情判断审慎编制了 2022 年度收入预算, 本次评估的营业收入预测以管理层根据其对市场行情判断所编制的 2022 年度收入目标为基础, 结合中远期宏观经济趋势及企业自身经营预期, 对各业务线未来年度的经营收入分别进行了预测。在营业收入预测的基础上, 参照诺斯贝尔各业务线历史年度的综合毛利率水平, 结合未来年度的成本管理计划预测未来年度的产品毛利率和主营业务成本, 详情如下:

单位: 万元

| 项目   | 2022 年     | 2023 年     | 2024 年     | 2025 年     | 2026 年     |
|------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 营业收入 | 225,406.36 | 249,671.27 | 278,781.01 | 298,295.55 | 319,176.26 |
| 增长率  | -10.17%    | 10.76%     | 11.66%     | 7.00%      | 7.00%      |
| 营业成本 | 198,813.98 | 215,621.41 | 235,526.26 | 246,972.73 | 264,260.84 |
| 毛利率  | 11.80%     | 13.64%     | 15.52%     | 17.21%     | 17.21%     |

未来年度营业税金及附加的预测, 按照诺斯贝尔实际执行的税收政策, 结合相关科目的预测情况逐项预测如下:

单位: 万元

| 项目      | 2022 年   | 2023 年   | 2024 年   | 2025 年   | 2026 年   |
|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 城建税     | 413.82   | 458.37   | 511.81   | 547.64   | 585.97   |
| 教育费附加   | 248.29   | 275.02   | 307.09   | 328.58   | 351.58   |
| 地方教育费附加 | 165.53   | 183.35   | 204.72   | 219.05   | 234.39   |
| 房产税     | 124.68   | 124.68   | 124.68   | 124.68   | 124.68   |
| 土地使用税   | 9.91     | 9.91     | 9.91     | 9.91     | 9.91     |
| 印花税     | 67.62    | 74.90    | 83.63    | 89.49    | 95.75    |
| 车船使用税   | 1.44     | 1.44     | 1.44     | 1.44     | 1.44     |
| 环保税     | 0.56     | 0.56     | 0.56     | 0.56     | 0.56     |
| 韩国研究所税金 | 0.19     | 0.19     | 0.19     | 0.19     | 0.19     |
| 合计      | 1,032.04 | 1,128.42 | 1,244.04 | 1,321.54 | 1,404.48 |

未来年度各项费用的预测, 基于历史年度的各项费用实际发生逻辑和金额, 结合管理层对于未来年度费用管控的计划, 逐科目进行预测。

销售费用方面, 未来市场开拓和业务推广的难度将比往年有所增加, 预期未来年度的销售费用将在 2022 年度基础上保持低速增长, 占营业收入的比例基本维持不变, 详情如下:

单位: 万元

| 项目      | 2022 年   | 2023 年   | 2024 年   | 2025 年   | 2026 年   |
|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 职工薪酬    | 2,302.25 | 2,550.09 | 2,847.41 | 3,046.72 | 3,259.99 |
| 折旧与摊销费用 | 7.76     | 7.99     | 8.23     | 8.43     | 8.43     |

| 项目      | 2022 年   | 2023 年   | 2024 年   | 2025 年   | 2026 年   |
|---------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 出口费用    | 125.61   | 139.13   | 155.35   | 166.23   | 177.86   |
| 保险费用    | 8.21     | 9.10     | 10.16    | 10.87    | 11.63    |
| 展览费用    | 311.05   | 344.54   | 384.71   | 411.63   | 440.45   |
| 广告宣传费用  | 396.41   | 439.09   | 490.28   | 524.60   | 561.32   |
| 业务招待费   | 239.88   | 265.71   | 296.69   | 317.45   | 339.68   |
| 差旅费用    | 218.03   | 241.50   | 269.66   | 288.53   | 308.73   |
| 办公费用    | 71.85    | 79.58    | 88.86    | 95.08    | 101.74   |
| 业务费     | 33.20    | 36.77    | 41.06    | 43.93    | 47.01    |
| 样品费及设计费 | 122.42   | 135.60   | 151.41   | 162.01   | 173.35   |
| 其他      | 32.70    | 36.22    | 40.45    | 43.28    | 46.31    |
| 合计      | 3,869.38 | 4,285.31 | 4,784.25 | 5,118.77 | 5,476.49 |
| 占收入比    | 1.72%    | 1.72%    | 1.72%    | 1.72%    | 1.72%    |

管理费用方面，占主要比例的是人工、各项正常办公费用和折旧摊销等，诺斯贝尔未来将努力压缩管理费开支，其中折旧摊销按照现有资产规模和会计政策，结合未来追加投资预期综合预测，其余费用的预测按照绝对费用逐年小幅增长进行，但管理费用占收入的比重将在逐年小幅下降至历史合理水平，详情如下：

单位：万元

| 项目       | 2022 年    | 2023 年    | 2024 年    | 2025 年    | 2026 年    |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 职工薪酬     | 4,087.30  | 4,527.29  | 5,055.14  | 5,409.00  | 5,787.63  |
| 折旧与摊销费用  | 5,965.71  | 5,919.99  | 5,488.93  | 5,093.67  | 3,809.95  |
| 事务费用     | 1,429.63  | 1,583.53  | 1,768.16  | 1,891.93  | 2,024.37  |
| 差旅费用     | 163.75    | 181.38    | 202.52    | 216.70    | 231.87    |
| 保险费用     | 67.98     | 75.30     | 84.08     | 89.97     | 96.27     |
| 咨询费      | 320.17    | 354.63    | 395.98    | 423.70    | 453.36    |
| 诉讼费      | 0.23      | 0.26      | 0.29      | 0.31      | 0.33      |
| 残疾人就业保障金 | 161.42    | 178.80    | 199.65    | 213.62    | 228.58    |
| 排污及绿化费   | 10.43     | 11.55     | 12.90     | 13.80     | 14.76     |
| 其他       | 38.38     | 42.51     | 47.47     | 50.79     | 54.34     |
| 合计       | 12,245.01 | 12,875.25 | 13,255.12 | 13,403.49 | 12,701.45 |
| 占收入比     | 5.43%     | 5.16%     | 4.75%     | 4.49%     | 3.98%     |

研发费用方面，占主要比例的是人工和折旧摊销等。诺斯贝尔采用 ODM 为主的经营模式，研发新产品并向客户推广是正常业务的一部分，因而研发费用占营业收入的比例较为稳定，未来将加强研发方面的投入，保持研发费用占收入比例基本稳定，且满足高新技术企业认证标准的要求，详情如下：

单位：万元

| 项目         | 2022 年   | 2023 年   | 2024 年   | 2025 年   | 2026 年    |
|------------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| 人员人工费用     | 2,989.87 | 3,311.73 | 3,697.86 | 3,956.70 | 4,233.67  |
| 直接投入费用     | 2,913.90 | 3,227.58 | 3,603.89 | 3,856.16 | 4,126.09  |
| 折旧费用及长摊摊销  | 644.30   | 657.28   | 662.39   | 652.91   | 588.42    |
| 无形资产摊销     | 29.25    | 27.67    | 20.72    | 20.72    | 20.72     |
| 委托外部研究开发费用 | 418.18   | 463.20   | 517.20   | 553.40   | 592.14    |
| 其他相关费用     | 356.83   | 395.24   | 441.33   | 472.22   | 670.27    |
| 合计         | 7,352.33 | 8,082.70 | 8,943.38 | 9,512.11 | 10,231.32 |
| 占收入比       | 3.26%    | 3.24%    | 3.21%    | 3.19%    | 3.21%     |

因诺斯贝尔包含商誉的资产组不包含融资性负债，故财务费用的预测仅预测正常的手续费支出，不预测利息支出和收入，详情如下：

单位：万元

| 项目  | 2022 年 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 | 2026 年 |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 手续费 | 33.69  | 37.31  | 41.66  | 44.58  | 47.70  |
| 合计  | 33.69  | 37.31  | 41.66  | 44.58  | 47.70  |

在前述收入、成本和费用的预测基础上，结合企业执行的会计政策预测息税前营业利润如下：

单位：万元

| 项目          | 2022 年     | 2023 年     | 2024 年     | 2025 年     | 2026 年     |
|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 一、营业收入      | 225,406.36 | 249,671.27 | 278,781.01 | 298,295.55 | 319,176.26 |
| 减：营业成本      | 198,813.98 | 215,621.41 | 235,526.26 | 246,972.73 | 264,260.84 |
| 主营业务税金及附加   | 1,032.04   | 1,128.42   | 1,244.04   | 1,321.54   | 1,404.48   |
| 销售费用        | 3,869.38   | 4,285.31   | 4,784.25   | 5,118.77   | 5,476.49   |
| 管理费用        | 12,245.01  | 12,875.25  | 13,255.12  | 13,403.49  | 12,701.45  |
| 研发费用        | 7,352.33   | 8,082.70   | 8,943.38   | 9,512.11   | 10,231.32  |
| 财务费用        | 33.69      | 37.31      | 41.66      | 44.58      | 47.70      |
| 减：资产/信用减值损失 |            |            |            |            |            |
| 加：公允价值变动净收益 |            |            |            |            |            |
| 投资收益        |            |            |            |            |            |
| 其他          |            |            |            |            |            |
| 二、息税前营业利润   | 2,059.93   | 7,640.88   | 14,986.29  | 21,922.33  | 25,053.98  |
| 占收入比        | 0.91%      | 3.39%      | 6.65%      | 9.73%      | 11.12%     |

近年来出现的新冠疫情复杂，病毒潜伏期长、传染性强，控制疫情的有效途径包括减少外出，勤洗手，保持个人卫生等，外出尤其是在公共场所需佩戴口罩。因此，疫情期间个人外出减少和佩戴口罩对面部的遮挡整体抑制了化妆品消费需求；同时，疫情反复导致化妆品行业短期受疫情影响较大。

另外，原材料、人工涨价的传导路线不明确，基于疫情下的消费市场增长放缓，部分化妆品制造企业难以将成本上涨压力传导给下游，压缩了化妆品制造企业的利润空间。

因此，诺斯贝尔营业收入 2021 年度出现了下滑，但预测在全球疫情得到有效控制后，年轻消费者占比提升、电商持续高增长和高渗透、高端品牌消费升级、短视频直播/网红带货火爆等有利因素将继续作用，推动化妆品消费市场仍将保持较高速增长的长期趋势不变。基于前述分析，管理层结合对中远期市场的判断，预计未来诺斯贝尔的营业收入将会稳步上升，盈利能力逐渐向着疫情前的水平恢复，预测具备合理性。

(2) 折旧摊销和资本性支出——本次评估的资本性支出根据诺斯贝尔的管理层对未来工厂设施的新增投入计划和现有生产设施的更新计划预测；折旧摊销根据诺斯贝尔在评估基准日的固定资产/无形资产余额、未来年度的预期资本性支出、公司所执行的折旧摊销计提会计政策综合测算，永续期按照资本性支出等于折旧摊销的逻辑预测，预测方法合理，预测详情如下：

单位：万元

| 项目     | 2022 年    | 2023 年    | 2024 年    | 2025 年    | 2026 年    | 永续期       |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 资本性支出： | 2,000.00  | 5,912.98  | 20,600.33 | 2,000.00  | 2,000.00  | 19,110.64 |
| 折旧与摊销： | 22,361.19 | 22,512.13 | 21,878.45 | 20,740.04 | 16,582.39 | 19,110.64 |

(3) 营运资本变动——本次诺斯贝尔包含商誉的资产组内不包含资产组运营所必须的营运资金，因此需要根据资产组历史年度的运营情况估算预测期首年 2022 年的营运资金需求额，并在 2022 年度预测营运资金从 0 追加至满足正常经营需求，其后各年度在 2022 年基础上结合收入成本预测测算追加额，永续期不再预测营运资本变动。测算详情如下：

单位：万元

| 项目      | 2022 年    | 2023 年    | 2024 年    | 2025 年    | 2026 年    | 永续期       |
|---------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 营运资本净额  | 57,900.81 | 63,839.97 | 70,980.52 | 75,642.09 | 81,289.58 | 81,289.58 |
| 占收入比    | 25.69%    | 25.57%    | 25.46%    | 25.36%    | 25.47%    | 25.47%    |
| 营运资本追加额 | 57,900.81 | 5,939.16  | 7,140.54  | 4,661.57  | 5,647.49  |           |

根据测算，未来各年度诺斯贝尔包含商誉的资产组所需营运资金净额占营业收入的比例基本稳定，预测合理。

(4) 税前折现率——根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的要求，折现率的确认按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为税前净现金流量，则折现率选取税前资本成本（WACCBT）。折现率测算过程如下：

#### ①无风险收益率的确定

国债收益率通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小，可以忽略不计。根据 WIND 资讯系统所披露的信息，10 年期国债在评估基准日的到期年收益率

为 2.78%，本资产评估报告以 2.78%作为无风险收益率。

## ②权益系统风险系数的确定

产权持有单位的权益系统风险系数计算公式如下：

$$\beta_L = [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U$$

式中： $\beta_L$ ：有财务杠杆的权益的系统风险系数；

$\beta_U$ ：无财务杠杆的权益的系统风险系数；

t：产权持有单位的所得税税率；

D/E：产权持有单位的目标资本结构。

根据诺斯贝尔的业务特点，评估人员通过 WIND 资讯系统查询了 4 家沪深 A 股可比上市公司 2021 年 12 月 31 日的 $\beta_U$ 值，并取其平均值 0.9819 作为诺斯贝尔的 $\beta_U$ 值，具体数据见下表：

| 序号            | 股票代码       | 公司简称 | $\beta_L$ 值 | $\beta_U$ 值 |
|---------------|------------|------|-------------|-------------|
| 1             | 300,740.SZ | 水羊股份 | 0.0790      | 1.3502      |
| 2             | 600,315.SH | 上海家化 | 0.0398      | 0.7430      |
| 3             | 603,605.SH | 珀莱雅  | 0.0048      | 0.9614      |
| 4             | 300,132.SZ | 青松股份 | 0.2385      | 0.8731      |
| $\beta_U$ 平均值 |            |      |             | 0.9819      |

取可比上市公司资本结构的平均值 9.05%作为诺斯贝尔的目标资本结构。诺斯贝尔评估基准日执行的名义所得税税率为 15%。

将上述确定的参数代入权益系统风险系数计算公式，计算得出产权持有单位的权益系统风险系数。

$$\begin{aligned}\beta_L &= [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U \\ &= (1 + (1 - 15\%) \times 6.82\%) \times 0.9814 \\ &= 1.0575\end{aligned}$$

## ③市场风险溢价的确定

市场风险溢价是市场投资报酬率与无风险报酬率之差。其中，市场投资报酬率以上海证券交易所和深圳证券交易所股票交易价格指数为基础，选取 1992 年至 2021 年的年化周收益率加权平均值，经计算市场投资报酬率为 9.95%，无风险报酬率取评估基准日 10 年期国债的到期收益率 2.78%，即市场风险溢价为 7.17%。

## ④特定风险调整系数的确定

结合资产组的规模、经营能力、抗风险能力等因素，特定风险溢价取值 1.00%。

## ⑤预测期折现率的确定

A、计算权益资本成本

将上述确定的参数代入权益资本成本计算公式，计算得出产权持有单位的权益资本成本。

$$K_e = R_f + \beta \times MRP + R_c$$

$$= 11.36\%$$

#### B、计算加权平均资本成本

评估基准日的 LPR 年利率约为 3.80%，将上述确定的参数代入加权平均资本成本计算公式，计算得出产权持有单位的加权平均资本成本。

$$WACC = K_e \times \frac{E}{D + E} + K_d \times (1 - t) \times \frac{D}{D + E}$$

$$= 10.69\%$$

资产组减值测试应以税前口径测算，即税前折现率搭配税前现金流计算，但是以现有的折现率模型，无法直接测算税前折现率。从理论上来说，采用税后折现率根据税后现金流量的折现结果与采用税前折现率根据税前现金流量的折现结果应该一致。因此，可以根据税后现金流量的折现结果与税前现金流量测算出税前折现率，过程及主要参数如下：

| 项目         | 解释                                 | 取值     |
|------------|------------------------------------|--------|
| 无风险报酬率     | 采用基准日银行间国债 10 年期年收益（复利）率           | 2.78%  |
| 市场风险溢价     | 市场投资报酬率与无风险收益率之差，市场投资报酬率取中国股市长期收益率 | 7.17%  |
| 无财务杠杆风险系数  | 根据可比上市公司股价表现测算                     | 0.9819 |
| 目标资本结构     | 根据可比上市公司资本结构测算                     | 9.05%  |
| 未来年度企业所得税率 | 采用诺斯贝尔所执行所得税率                      | 15.00% |
| 有财务杠杆风险系数  | 根据上述参数测算                           | 1.0575 |
| 企业特有风险调整值  | 评估师根据诺斯贝尔的业务规模和经营表现测算              | 1.00%  |
| Ke         | 通过上述参数测算取得的股权资金报酬率                 | 11.36% |
| 付息债务成本     | 一年期 LPR 利率                         | 3.80%  |
| WACC（税后）   | 通过上述参数测算取得的税前加权平均资本成本              | 10.69% |
| WACC（税前）   | 以税后口径估值和税前现金流反算取得                  | 12.07% |

（5）资产组息税前现金流计算结果——以税前自由现金流和税前折现率计算的包含商誉资产组可收回金额如下：

单位：万元

| 项目     | 2022 年     | 2023 年    | 2024 年   | 2025 年    | 2026 年    | 永续期       |
|--------|------------|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| 息税前现金流 | -35,479.70 | 18,300.86 | 9,123.88 | 36,000.79 | 33,988.88 | 24,474.24 |
| 税前折现率  | 12.07%     | 12.07%    | 12.07%   | 12.07%    | 12.07%    | 12.07%    |
| 折现期（年） | 0.50       | 1.50      | 2.50     | 3.50      | 4.50      |           |
| 折现系数   | 0.9446     | 0.8429    | 0.7521   | 0.6711    | 0.5989    | 4.9625    |

| 项目    | 2022 年     | 2023 年    | 2024 年   | 2025 年    | 2026 年    | 永续期        |
|-------|------------|-----------|----------|-----------|-----------|------------|
| 现金流现值 | -33,515.00 | 15,425.86 | 6,862.40 | 24,161.68 | 20,354.97 | 121,453.45 |
| 现值合计: | 154,743.37 |           |          |           |           |            |

(6) 归属少数股权的可收回金额评估值——基准日时点合并口径含商誉资产组账面值归属少数股权部分为 105.47 万元，本次对少数股权的评估借助资产组整体评估结论完成：即首先通过收益法确定含少数股权的资产组可收回金额评估值为 154,743.37 万元，对比含少数股权的资产组账面值 256,277.44 万元折合 P/B 倍数为 0.60，以该 P/B 倍数作为少数股权的价值比率，测算归属少数股权的资产组评估值=账面值×P/B 倍数=63.68 万元。诺斯贝尔包含商誉的资产组扣减归属少数股权的可收回金额后的归属母公司所有者包含商誉的资产组账面价值为 154,679.69 万元。

(7) 除商誉外其他长期资产的减值测试——根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，应当先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试。本次评估依照准则要求，对诺斯贝尔包含商誉的资产组中除商誉外的各项长期资产进行了全面分析，对于存在减值迹象的长期资产进行了单独评估，确认资产组中除商誉外的各项长期资产均未发生减值。

(8) 商誉减值测试的结果及合理性——本次资产组商誉减值测试评估的结果如下：

单位：万元

| 项目                        | 金额         |
|---------------------------|------------|
| 归属母公司所有者包含商誉的资产组账面价值（注 1） | 256,171.97 |
| 可收回金额（注 2）                | 154,679.69 |
| 包含商誉的资产组减值额               | 101,492.28 |
| 扣减包含商誉的资产组中非商誉长期资产减值额     |            |
| 100%商誉减值额                 | 101,492.28 |
| 归属于青松股份（90%）的商誉减值额        | 91,343.05  |

注 1：上表归属母公司所有者包含商誉的资产组账面价值已剔除归属于少数股权的资产组账面值 105.47 万元；

注 2：上表可收回金额已剔除归属少数股权的可收回金额 63.68 万元。

根据评估结果，商誉发生减值。从测算层面分析，本次商誉测算符合会计准则的要求，过程严谨，各类参数的取值合理，数据来源可靠。商誉测试结论显示发生减值，与诺斯贝尔的经营状况和预测情况相符。

历史年度、评估年度及预测期净利率对比

| 项目  | 2019~<br>2020 年 | 2021 年 | 2022 年 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 | 2026 年 |
|-----|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|     | 历史年度            | 评估年度   | 预测期    | 预测期    | 预测期    | 预测期    | 预测期    |
| 净利率 | 11%~12%         | -2%    | 1%     | 3%     | 5%     | 6%     | 7%     |

商誉作为不可确指的无形资产，对企业/资产组具有重要价值，是企业预期发展速度和预期盈利能力优于行业水平的支撑和体现。对比近年来诺斯贝尔的利润数据，从上述净利润率对比表可知，净利润率 2021 年度发生了大幅下降，我们预计在未来短期内难以恢复到历史水平，显示诺斯贝尔获取超额收益能力的下降，对应的正是商誉减值的测试结果。因此，综合判断本次商誉减值评估结论合理。

#### 4、本年度评估与历史年度评估的差异说明

(1) 本年度盈利预测与历史年度评估的预测差异如下表：

单位：万元

| 项目              | 2021 年  | 2022 年  | 2023 年  | 2024 年  | 2025 年  | 2026 年  | 永续期     |
|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 营业收入(本次评估)      | 225,406 | 249,671 | 278,781 | 298,296 | 319,176 | 319,176 | 319,176 |
| 营业收入(2020 年评估)  | 303,291 | 355,363 | 406,129 | 446,520 | 475,891 | 475,891 | 475,891 |
| 营业收入(2019 年评估)  | 296,963 | 337,371 | 369,514 | 393,014 | 393,014 | 393,014 | 393,014 |
| 毛利率(本次评估)       | 10.44%  | 11.80%  | 13.64%  | 15.52%  | 17.21%  | 17.21%  | 17.21%  |
| 毛利率(2020 年评估)   | 20.54%  | 20.65%  | 20.65%  | 20.77%  | 21.26%  | 21.26%  | 21.26%  |
| 毛利率(2019 年评估)   | 25.72%  | 25.83%  | 26.14%  | 26.41%  | 26.41%  | 26.41%  | 26.41%  |
| 息税前利润(本次评估)     | -5,663  | 2,060   | 7,641   | 14,986  | 21,922  | 25,054  | 24,474  |
| 息税前利润(2020 年评估) | 31,440  | 39,015  | 46,277  | 52,774  | 60,324  | 60,324  | 60,324  |
| 息税前利润(2019 年评估) | 40,584  | 47,426  | 53,710  | 58,675  | 58,675  | 58,675  | 58,675  |

除上述盈利预测关键参数外，历史年度商誉减值测试评估和本次评估的永续其增长率均为 0。

经比较，本年度对于诺斯贝尔含商誉资产组的盈利预测较以前年度发生了大幅下调，调整的原因和合理性如下：

近年来的出现新冠疫情，疫情期间个人外出减少和佩戴口罩对面部的遮挡整体抑制了化妆品消费需求，2021 年度的疫情反复导致化妆品产业链受到不同程度的影响，此外，原材料、人工涨价后化妆品制造企业难以将成本上涨压力传导给下游，压缩了化妆品制造企业的利润空间。因此，诺斯贝尔营业收入在 2021 年度出现了下降，不及前次商誉减值测试评估的预期。诺斯贝尔主营业务成本的构成为原材料、人工和制造费用，由于诺斯贝尔对 ODM 客户的报价策略为基于成本考虑，故而历史年度的毛利率较为稳定。但随着近年来所扩充的产能在 2021 年上线，导致制造费用中折旧摊销的增加；同时，诺斯贝尔为配合新增产能而新招聘的员工（主要为生产部门员工）也增加了人工成本的支出，因此营业成本大幅增加。而 2021 年度营业收入也未达预期，且较 2020 年度有所下滑。两因素叠加，导致诺斯贝尔 2021 年度毛利率出现大幅下降。

这些导致诺斯贝尔经营状况下滑的原因在 2019 年和 2020 年时点难以合理预测，管理层在彼时依照公司的发展状况和经营目标对未来的盈利进行了合理预测，并在本次评估中

结合上述原因及时制定了对策和措施并调整了盈利预测。

公司管理层为改善诺斯贝尔盈利能力已采取和拟采取的具体措施包括：①通过优化生产工序、精简人员，以提高生产和管理效率、降低生产成本。同时在消费市场未明显复苏前，采取较为保守的用工策略，在保证订单交付的情况下，节省用工成本。②原材料采购方面，与供应商积极磋商，利用诺斯贝尔规模采购优势，减轻原材料价格上涨压力。③产品定价方面，财务部门加强产品成本核算，协助业务部门调整产品报价。④研发部门与业务部门加强部门协作，提高新品上市速度，积极拓展客户资源和销售订单。通过促进收入增长、控制可变成本、摊薄固定成本的方式，逐步恢复诺斯贝尔业务的毛利率水平。

同时，公司管理层判断诺斯贝尔业绩大幅下滑和毛利率大幅下降无法在短期内得到全面改善，且基于目前新冠疫情的不确定性和国际宏观形势动荡等，难以在可预见的未来将诺斯贝尔的盈利能力恢复到疫情前水平，故而大幅下调了未来的经营预期，下调的理由充分。

(2) 折现率与历史年度评估的预测差异如下表：

| 项目         | 取值逻辑                               | 2019 年评估 | 2020 年评估 | 本次评估   |
|------------|------------------------------------|----------|----------|--------|
| 无风险报酬率     | 采用基准日银行间国债 10 年期年收益（复利）率           | 3.14%    | 3.14%    | 2.78%  |
| 市场风险溢价     | 市场投资报酬率与无风险收益率之差，市场投资报酬率取中国股市长期收益率 | 7.12%    | 6.71%    | 7.17%  |
| 无财务杠杆风险系数  | 根据可比上市公司股价表现测算                     | 0.8388   | 0.9469   | 0.9819 |
| 目标资本结构     | 根据可比上市公司资本结构测算                     | 5.12%    | 3.06%    | 9.05%  |
| 未来年度企业所得税率 | 采用诺斯贝尔所执行实际税率                      | 15%      | 15%      | 15%    |
| 有财务杠杆风险系数  | 根据上述参数测算                           | 0.8753   | 0.9715   | 1.0575 |
| 企业特有风险调整值  | 评估师根据诺斯贝尔与可比上市公司的业务规模差异调整          | 1.5%     | 1.50%    | 1.00%  |
| Ke         | 通过上述参数测算取得的股权资金报酬率                 | 10.87%   | 11.16%   | 11.36% |
| 付息债务成本     | 五年期 LPR 利率/一年期 LPR 利率              | 4.35%    | 4.65%    | 3.80%  |
| WACC（税后）   | 通过上述参数测算取得的税前加权平均资本成本              | 10.53%   | 10.95%   | 10.69% |
| WACC（税前）   | 以税后口径估值和税前现金流反算取得                  | 12.39%   | 12.82%   | 12.07% |

经比较，本年度对于诺斯贝尔含商誉资产组的折现率较上一年度发生了小幅下降，这主要是因为 2021 年度无风险利率下降、可比公司资本结构 D/E 等客观参数的变化导致的；同时诺斯贝尔经过 2021 年度产能提升、资产规模提高后，拉低了与可比上市公司的规模差距，评估师适当调低了企业特有风险。综合调整后，折现率较前次评估有所下降，调整理由充分。

(3) 上述调整对估值的影响

使用上述调整后的参数进行评估测算，2021 年度公司需对收购诺斯贝尔形成的商誉计

提减值准备 9.13 亿元。

#### 5、会计师核查情况及核查意见

为检查诺斯贝尔 2021 年度含商誉资产组减值测试过程和评估结果，会计师实施的主要程序包括：对关键假设的采用及资产组范围的复核；与公司管理层讨论商誉减值测试过程中所使用方法、关键评估假设、参数选择、预测未来收入等方面的合理性；通过比照诺斯贝尔含商誉资产组的历史表现以及经营发展计划，复核现金流量预测水平的合理性，测试管理层对预计未来现金流量的计算是否准确；对比分析了公司 2019 年度、2020 年度商誉减值测试评估报告，复核了 2019 年度、2020 年度商誉减值测试过程中所使用方法、关键评估假设、参数选择、预测未来收入等方面的合理性。

经检查，我们未发现 2021 年度公司在商誉减值测试评估的过程在所有重大方面存在不符合《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》和《监管规则适用指引——评估类第 1 号》的情况，评估结论合理；公司对 2019 年度、2020 年度商誉减值测试的工作流程得当，评估结论合理，未发现承诺期商誉减值结果需要调整情形。

**（五）诺斯贝尔历次商誉减值测试关键参数的确定是否合理、谨慎，承诺期内和 2021 年度商誉减值准备计提是否充分、合理，以及诺斯贝尔 2022 年度是否仍存在商誉减值风险。**

#### 1、对于管理层未来现金流预测的复核

会计师检查和分析了历史年度诺斯贝尔含商誉资产组的经营状况和盈利情况，与管理层讨论分析诺斯贝尔 2021 年度出现业绩大幅下滑的内/外部原因，了解管理层应对诺斯贝尔业绩大幅下滑的策略和措施，检查分析管理层编制的 2022 年度销售预算的合理性及可实现性，结合化妆品行业新规和宏观经济发展趋势分析了诺斯贝尔中远期营业收入、盈利预测的可实现性，综合判断管理层编制的未来年度现金流量预测依据充分、结果合理，现金流预测编制过程准确。

#### 2、对于折现率的复核

会计师检查和分析了 2019 年度、2020 年度商誉减值评估所使用的折现率各项参数的取值逻辑和计算过程，认为 2019 年度、2020 年度评估折现率计算合理。因此在延续前次评估参数取值思路和商誉减值测试模型一致性的前提下，评估师结合《监管规则适用指引——评估类第 1 号》的要求，对本年度评估使用的折现率进行测算，测算过程和参数取值符合规定，折现率计算结果合理。

#### 3、对于 2019 年度、2020 年度商誉减值评估结论的复核

会计师获取并检查了公司 2019 年度、2020 年度商誉减值评估的计算过程和基础数据，询问评估师 2019 年度、2020 年度评估所使用的模型是否符合资产评估准则和专家指引文件的相关要求，计算公式及过程准确，客观参数的选取具备合理性。2019 年度、2020 年度

商誉减值测试评估发生时，诺斯贝尔之前年度及 2021 年 1 月 1 日至 2020 年度商誉减值测试评估出具日的盈利状况良好，增长趋势明显，导致诺斯贝尔 2021 年度业绩大幅下滑的主要原因尚未形成且无法预测，管理层编制的盈利预测符合当时诺斯贝尔经营的正常判断，2019 年度、2020 年度商誉减值评估师依照上述条件测算的商誉减值结论合理。

#### 4、会计师核查意见

经检查，我们认为，公司在对诺斯贝尔含商誉资产组 2021 年度可收回金额的评估过程中所使用的管理层编制的未来现金流量预测合理、谨慎，所使用的关键评估假设恰当、参数合理，承诺期内和 2021 年度商誉减值准备计提充分、合理；除非 2022 年度发生意料之外的影响行业和宏观经济环境的重大变化，诺斯贝尔 2022 年度存在商誉减值风险的可能性较低。

**问题三、年报披露，报告期内你公司化妆品业务的产能利用率水平较低，但你公司报告期内化妆品业务存在产能扩张情况。请你公司：**

**（3）说明化妆品业务相关的生产设备是否因产能利用率较低存在闲置情况，是否已存在减值迹象，是否已足额计提减值准备，以及 2022 年度是否需要进一步计提减值准备。**

**请年审会计师对事项（3）进行核查并发表明确意见。**

**回复：**

#### **（一）诺斯贝尔 2021 年末机器设备及对应产能情况**

单位：万元、万片或 L、%

| 已使用年限    | 账面原值      | 账面原值占比 | 累计折旧      | 减值准备     | 账面价值      | 账面价值占比 | 产能            | 产能占比   | 是否存在闲置 |
|----------|-----------|--------|-----------|----------|-----------|--------|---------------|--------|--------|
| 2 年以内    | 26,552.50 | 48.06  | 2,932.01  | 2,034.35 | 21,586.14 | 63.76  | 15,206,137.20 | 44.33  | 否      |
| 2 年以上    | 28,692.15 | 51.94  | 16,421.22 |          | 12,270.93 | 36.24  | 19,095,000.00 | 55.67  | 否      |
| 其中：已提足折旧 | 2,768.42  | 5.01   | 2,493.26  |          | 275.16    | 0.81   | 4,089,053.40  | 11.92  | 否      |
| 合计       | 55,244.65 | 100.00 | 19,353.23 | 2,034.35 | 33,857.07 | 100.00 | 34,301,137.20 | 100.00 |        |

公司化妆品业务实施主体主要为诺斯贝尔及其子公司。从上表看，2020 年以来，诺斯贝尔机器设备账面原值增加 26,552.50 万元，新增机器设备账面原值占比 48.06%；产能增加 15,206,137.20 万片或 L，新增产能占比 44.33%；已提足折旧的机器设备账面原值及产能占比分别为 5.01%、11.92%，比例总体相对较低。

#### **（二）诺斯贝尔 2021 年产能利用率较低的主要原因**

诺斯贝尔 2021 年度产能利用率面膜系列为 38.54%、护肤系列为 39.68%、湿巾系列为 36.24%，总体产能利用率较低，主要原因如下：

### 1、公司从 2020 年下半年开始投入较大规模的化妆品生产线改扩建项目影响

公司基于历史业绩长期增长和对市场乐观预期，近两年对诺斯贝尔化妆品生产线投入较多，但报告期原有客户及新增客户下单量不及预期，部分新品生产线投入后，产品尚需进一步市场推广，新增产能短期未能得到释放。

### 2、ODM 业务模式限制

公司化妆品业务以 ODM 为主，ODM 模式系指公司根据客户要求的品类、规格、功能和质量，设计产品配方和包装并进行生产，生产的产品贴上客户的品牌。如果公司在产品配方、生产设备、质量控制、交货时间等方面不能满足客户需求，会面临主要客户转向其他厂商。同时，由于 ODM 模式是按客户订单生产产品，主要客户产品的市场需求变化会影响公司产品的订单情况，继而影响公司的生产情况。因此，ODM 订单生产的模式会导致公司生产设备的产能利用率出现波动的情况。

### 3、产品类型影响（主要影响护肤品的产能利用率）

生产特种护肤品（如唇膏、卸妆膏、冻干粉、安瓶等）的生产设备不能用于生产水乳护肤品和膏霜护肤品。护肤品生产设备主要分为水乳灌装机和膏霜灌装机。（1）水乳灌装机主要生产爽肤水、润肤水及各种水乳液护肤品，这些产品主要用于春天和夏天。（2）膏霜灌装机主要生产手霜、润体霜、面霜等膏霜护肤品，这些产品主要用于秋天和冬天。这两种生产设备不可混用。因此由于产品季节性的特质，导致水乳灌装机及相关设备在秋、冬季的使用率偏低，膏霜灌装机及相关设备在春、夏季的使用率偏低。

### 4、单个品类由于气候和消费习惯的影响，使用和销售存在淡旺季的区分。

对于膏霜类护肤产品，春夏季为销售淡季、秋冬季为销售旺季；对于防晒类产品，夏季为主要销售旺季，其他季节则销售情况一般；而对于面膜类产品，“双十一”“双十二”期间受互联网营销影响，为主要销售旺季。诺斯贝尔主要产能以满足旺季最大订单需求进行配备，从而也导致诺斯贝尔的产能利用率较低。

5、化妆品作为快销品、潮流品，各年度市场需求不断变化，公司部分设备具有专用性，需要根据市场需要不断调整产品线。

6、部分产能投放时间较早，相关设备已经或即将提足折旧，但基于设备仍然在继续使用，故公司未予以处置。一般此类设备利用率相对较低。

### （三）诺斯贝尔 2021 年末生产设备减值测试情况

根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》的规定，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。资产存在减值迹象的，应当估计其可收回金额。可收回金额应当根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。可收回金额的计量结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，应当将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同

时计提相应的资产减值准备。

按照上述准则规定，公司已于资产负债表日评估了账面与化妆品业务相关的生产设备是否存在减值迹象。对于存在减值迹象的生产设备进行了减值测试，评估方法包括收益法、市场法等，收益法测试时使用的关键假设包括未来的产销量、产品售价、生产成本、经营费用以及折现率等。

口罩生产线资产组系 2020 年初因疫情原因新增产线。2021 年全球口罩产能过剩，诺斯贝尔口罩销量大幅萎缩，至 2021 年末诺斯贝尔基本无口罩订单，口罩生产线资产组存在减值迹象。评估机构按市场法对口罩生产线资产组进行减值评估测试。经测试，2021 年末诺斯贝尔口罩生产线资产组减值 2,034.35 万元，诺斯贝尔其他与化妆品业务相关的生产设备未发生减值。

#### （四）会计师核查情况及核查意见

##### 1、会计师执行的核查程序

针对报告期公司化妆品业务相关产能利用、生产设备闲置和减值情况，会计师执行的核查程序包括：

- （1）了解、测试固定资产管理相关内部控制制度、财务核算制度的设计和执行情况；
- （2）对固定资产进行实地监盘，检查生产设备数量、状况，检查生产设备是否存在毁损、闲置情形；
- （3）执行细节测试，检查生产设备增加、减少相关的凭证、合同、发票、验收记录、审批、银行水单等；
- （4）统计分析报告期公司化妆品业务相关的产能、产品产销量情况，检查其匹配性；
- （5）检查分析 2020 年以来新增的产能情况，询问管理层新增产能的原因及合理性、报告期产能利用率低的原因及合理性；
- （6）了解、评估管理层对固定资产减值迹象的判断及其依据；
- （7）对固定资产进行减值测试；
- （8）了解和评价管理层利用其评估专家的工作，评估减值测试方法和关键假设的合理性，验证减值测试模型的计算准确性。

##### 2、会计师核查意见

基于已执行的上述审计程序，会计师认为，2021 年公司化妆品业务相关产能利用率低的原因客观、合理，未发现化妆品业务相关生产设备存在闲置情况；2021 年末存在减值迹象的口罩线生产设备已足额计提减值准备，未发现其他生产设备存在减值迹象，也未发现 2022 年度需要进一步计提减值准备情形。

**问题四、年报披露，报告期末你公司存货账面价值为 10.59 亿元，较期初增加 41.78%。**

请你公司结合存货的类别、库龄和成新率、市场需求、主要产品市场价格、存货跌价准备的计提方法和测试过程、可变现净值等情况说明存货跌价准备的计提是否谨慎、充分，与同行业公司是否存在重大差异。请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

### （一）存货跌价准备计提的依据、测算过程及合理性分析

#### 1、公司的存货跌价准备计提方法

公司的存货跌价准备计提方法为：存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。具体如下：

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

#### 2、松节油深加工业务存货跌价准备的计提依据和测算过程

松节油深加工业务模式下，存货类别中原材料、库存商品占比较高，其中原材料以松节油、外购龙脑为主；库存商品包括合成樟脑、冰片等化工产品。该业务模式下存货周转较快、库龄较短（1 年以内），期末公司综合考虑盘点情况、在手订单、主要产品市场价格等因素，根据各类别存货不同的持有目的测算期末存货跌价情况。

##### （1）松节油深加工业务 2021 年末存货分类及库龄情况：

单位：万元

| 存货分类 | 1 年以内     | 合计        |
|------|-----------|-----------|
| 原材料  | 19,053.88 | 19,053.88 |
| 库存商品 | 12,476.39 | 12,476.39 |
| 在产品  | 5,896.43  | 5,896.43  |
| 其他存货 | 2,384.37  | 2,384.37  |
| 合计   | 39,811.07 | 39,811.07 |

##### （2）松节油深加工业务的库存商品均用于出售，其可变现净值计算过程如下表：

单位：万元

| 存货类别 | 期末账面余额    | 估计售价总额    | 达到可售状态成本及费用合计 | 期末可变现净值   | 本期跌价金额 |
|------|-----------|-----------|---------------|-----------|--------|
| 库存商品 | 12,476.39 | 13,651.22 | 296.23        | 13,354.99 | 554.34 |

| 存货类别         | 期末账面余额   | 估计售价总额   | 达到可售状态成本及费用合计 | 期末可变现净值  | 本期跌价金额 |
|--------------|----------|----------|---------------|----------|--------|
| 其中：存在跌价的库存商品 | 7,301.16 | 6,896.47 | 149.65        | 6,746.82 | 554.34 |

上表中估计售价总额为截止日前后产品的平均销售价格；达到可售状态的成本及费用主要包括预计的销售费用、计入营业成本的运输费用、税金及附加等，根据上述费用 2021 年度发生额占营业收入的比例予以测算。

根据测算结果，公司对 2021 年末账面余额低于可变现净值的库存商品计提了跌价准备。

(3) 松节油深加工业务的原材料、在产品主要用于继续生产加工。在公司松节油深加工业务产品成本构成中，材料成本占比高，而人工及费用占比低，故为简化核算，期末在产品只分摊材料成本。因此，公司将在产品按其主要原材料构成，参照原材料进行减值测试。

原材料、在产品可变现净值计算过程如下表：

单位：万元

| 存货类别        | 期末账面余额    | 估计售价总额    | 期末可变现净值   | 本期跌价金额 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 原材料、在产品     | 24,950.31 | 30,419.98 | 29,019.44 | 701.84 |
| 其中：存在跌价的原材料 | 5,851.21  | 5,486.39  | 5,149.37  | 701.84 |

根据测算结果，公司对 2021 年末账面余额低于可变现净值的原材料计提了跌价准备。

### 3、化妆品业务存货跌价准备的计提依据和测算过程

公司的化妆品业务主营面膜、护肤品、湿巾等系列产品的的设计、研发与制造，业务模式以 ODM 为主，OEM 为辅，即根据客户提出的订单要求，对客户所需的产品进行策划、设计、研发和生产，最终产品贴客户商标由客户进行销售。故该业务模式下的自制半成品与产成品均按照客户的订单要求生产，原材料按照订单及安全需求采购，公司自有产品占比极小。

存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货类别成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。由于大部分客户不接受库龄较长、不合格、超过保质期和超出订单范畴（尾货、尾料）的化妆品，故影响可变现净值的情形主要与产品售价、库龄、产品属性和成新率相关。综上，公司期末化妆品业务存货跌价准备主要根据可变现净值计提，并考虑特定客户及产品特性，计提依据如下表：

| 存货类别 | 原材料                 | 库存商品                | 半成品                    |
|------|---------------------|---------------------|------------------------|
| 预估售价 | 可售状态成本与预估售价差额计提     | 可售状态成本与预估售价差额计提     | 可售状态成本与预估售价差额计提        |
| 库龄   | 2-3 年减半计提，3 年以上全额计提 | 2 年以上全额计提           | 2 年以上全额计提              |
| 产品属性 | 过期和不合格材料全额计提，尾料减半计提 | 过期和不合格材料全额计提，尾货减半计提 | 过期和不合格材料全额计提，尾料或尾货减半计提 |

| 存货类别 | 原材料                    | 库存商品                   | 半成品                    |
|------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 特定客户 | 属于屈臣氏的库龄 2-3 年的原材料全额计提 | 库龄 1 年以上的屈臣氏、自然堂产品全额计提 | 库龄 1 年以上的屈臣氏、自然堂产品全额计提 |

公司使用金蝶 K3 中的供应链模块对存货进行管理，库龄根据各存货在系统中的入库时间确定；2021 年末公司按照存货类别编制原材料、库存商品、自制半成品等库龄表，具体如下：

单位：万元

| 存货分类 | 1 年以内     | 1-2 年    | 2-3 年 | 3 年以上 | 合计        |
|------|-----------|----------|-------|-------|-----------|
| 原材料  | 21,225.04 | 2,415.61 | 0.15  |       | 23,640.80 |
| 库存商品 | 23,928.21 | 946.30   |       |       | 24,874.51 |
| 半成品  | 17,826.63 | 392.65   | 6.46  | 0.75  | 18,226.49 |
| 其他存货 | 2,331.48  |          |       |       | 2,331.48  |
| 合计   | 65,311.36 | 3,754.56 | 6.61  | 0.75  | 69,073.28 |

注：上表公司化妆品业务存货账面余额包括诺斯贝尔化妆品股份有限公司及其子公司、广东丽研生物科技有限公司存货账面余额。

根据可变现净值影响因素计提存货跌价情况如下：

单位：万元

| 存货类别 | 原材料    | 库存商品   | 半成品    | 合计       |
|------|--------|--------|--------|----------|
| 预估售价 |        | 675.55 |        | 675.55   |
| 库龄   | 0.15   |        | 7.22   | 7.37     |
| 产品属性 | 746.59 | 135.62 | 78.82  | 961.03   |
| 特定客户 |        | 98.59  | 14.39  | 112.98   |
| 合计   | 746.74 | 909.76 | 100.43 | 1,756.93 |

其中特定客户单独考虑计提跌价准备的存货具体如下：

单位：万元

| 客户名称 | 存货类别  | 1-2 年  |
|------|-------|--------|
| 屈臣氏  | 库存商品  | 98.59  |
|      | 自制半成品 | 11.61  |
| 自然堂  | 自制半成品 | 2.78   |
| 合计   |       | 112.98 |

经测算，2021 年末计提的存货跌价准备明细如下表：

单位：万元

| 存货类别 | 1 年以内  | 1-2 年  | 2-3 年 | 3 年以上 | 合计     |
|------|--------|--------|-------|-------|--------|
| 原材料  | 281.40 | 465.19 | 0.15  |       | 746.74 |
| 库存商品 | 679.67 | 230.09 |       |       | 909.76 |
| 半成品  | 33.55  | 59.67  | 6.46  | 0.75  | 100.43 |

| 存货类别 | 1 年以内  | 1-2 年  | 2-3 年 | 3 年以上 | 合计       |
|------|--------|--------|-------|-------|----------|
| 合计   | 994.62 | 754.95 | 6.61  | 0.75  | 1,756.93 |

根据测算结果，公司 2021 年末按照存货类别计提了跌价准备。

## （二）同行业可比公司对比

公司的主营业务由松节油深加工业务和化妆品业务构成，同行业可比上市公司存货规模及存货跌价准备计提情况具体如下：

### 1、松节油深加工业务

公司经营的松节油深加工业务系以松节油为主要原料，通过化学加工方法研发、生产与销售合成樟脑、冰片等系列产品，目前 A 股市场无主营业务为松节油深加工业务的可比上市公司。

### 2、化妆品业务

公司的化妆品业务主营面膜、护肤品、湿巾等系列产品的设计、研发与制造，业务模式以 ODM 为主，OEM 为辅。创业板上市公司嘉亨家化（300955）主要从事日化产品 OEM/ODM 及塑料包装容器的研发设计、生产，其销售的日化产品包括护肤类、洗护类、香水等化妆品以及香皂、消毒液、洗手液等家庭护理产品，与公司属于同行业企业。

公司及嘉亨家化（300955）2021 年化妆品板块营业收入、存货规模及存货跌价准备计提情况详见下表：

单位：万元

| 公司名称         | 营业收入<br>(化妆品业务) | 存货账面余额    | 存货跌价准备   | 存货跌价准备计提比例 |
|--------------|-----------------|-----------|----------|------------|
| 嘉亨家化（300955） | 63,034.50       | 17,110.47 |          |            |
| 公司化妆品业务      | 250,915.36      | 69,073.28 | 1,756.93 | 2.54%      |

注：嘉亨家化业务包含化妆品业务及塑料制品业务，上表嘉亨家化 2021 年末存货账面金额包括与塑料制品业务相关的存货。

如上表所示，公司化妆品业务存货跌价准备计提比例与同行业上市公司相比更为谨慎。

综上所述，公司遵照企业会计准则及公司会计政策，基于谨慎性原则，充分考虑各项存货跌价风险的影响，结合期末存货盘点情况、库龄及成新率、在手订单、主要产品市场价格等因素对存货进行减值测试并计提跌价准备，存货跌价准备计提充分、适当。

## （三）会计师核查情况及核查意见

### 1、会计师执行的核查程序

针对上述问题，我们实施的审计程序主要包括：

（1）了解、测试采购与付款、生产与仓储管理相关内部控制制度、财务核算制度的设计和执行情况；

（2）对存货进行实地监盘，检查存货数量、状况，分析了公司结存量与库存容积率及

产销量相匹配；

（3）对存货进行计价测试，以确认存货期末余额的准确性；

（4）获取公司存货跌价准备计算表，执行存货减值测试，结合存货库龄对其可变现净值进行重新计量，以确认其跌价准备计提的充分性及存货期末余额的准确性；

（5）对存货进行截止测试，以确认相关成本是否在恰当的期间确认；

（6）对重要供应商进行函证，函证其原材料采购金额及应付预付余额；对委托加工物资、发出商品、存放于租赁仓库等存货执行函证程序，以确认存货期末余额的真实性、准确性；

（7）对公司的销售成本倒轧测试表进行了复核；

（8）基于对同行业的了解，评价管理层对存货计提跌价准备的合理性。

## **2、会计师核查意见**

基于已执行的上述审计程序，会计师认为，公司 2021 年末存货跌价准备计提合理、依据充分。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2022 年 5 月 20 日