

众泰汽车股份有限公司关于深圳证券交易所2019年年报问询函回复的公告

证券代码:000980 证券简称:ST众泰 公告编号:2020-046

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

众泰汽车股份有限公司(以下简称“公司”或“众泰汽车”)于2020年6月29日收到深圳证券交易所《关于对众泰汽车股份有限公司的年报问询函》(公司部年报问询函[2020]第186号),公司高度重视,对问询事项进行了认真分析和核查,现就相关问题逐项回复公告如下:

1.年报显示,你公司2019年营业收入29.86亿元,同比下降79.78%;净利润-111.91亿元,同比下降1,498.98%。2019年,公司合计生产汽车1.62万辆,同比下降68.87%;销售汽车2.12万辆,同比下降46.30%。天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)对你公司出具了无法表示意见的审计报告,具体原因无法持续经营能力相关重大不确定性,无法持续可回收性,重大预付款项相关不确定性,递延所得税资产确认及或有事项获取充分、适当的审计证据。

(1)请你公司结合汽车行业及可比上市公司产销量,说明2019年经营业绩、产销量大幅下滑的原因及合理性。

A.行业发展情况
我国汽车市场在经历了十年的快速发展,截止2019年底全国汽车保有量达到2.6亿辆。自2016年起,我国汽车产销呈现连续五年以来的首次下降,除限购、消费升级以及近年来我国城市公共交通的完善、高铁线路网的扩散、城市限行等因素影响外,而造成了汽车销量低迷的现状,是我国汽车产销量首次出现负增长。2019年国内面对复杂多变的宏观经济形势以及中美贸易摩擦反复不断,同时,为积极响应国家助力打赢“蓝天保卫战”号召,全国21省市发布将要提前实施国六排放标准,加之新能源汽车补贴退坡等不利因素影响,中国汽车市场进一步低迷,企业承压压力较大。2019年,中国国内汽车产销量双双下降,其中,SCV销量同比增长,商用车产销量分别完成257.21万辆和257.9万辆,同比分别下降7.5%和8.2%,产销量增幅比上年分别扩大3.3和5.4个百分点;其中,乘用车产销量分别为2136万辆和2144.4万辆,同比下降2.9%和4.0%;新能源汽车产销量分别为124.2万辆和120.6万辆,同比分别下降2.3%和1.6%;中国品牌乘用车产销量840.7万辆,同比下降15.8%。2019年度产销量同比下滑幅超过2018年。

B.各车企汽车产销量情况
具体到各大汽车生产制造商集团来看,2019年度汽车产销量前十名企业与上年一致,上汽集团仍处于绝对领先地位。与上年同期相比,汽车销量前十名企业中仅一汽集团和华晨汽车小幅提升外,奇瑞和长城基本持平,其他企业汽车产销量均出现不同程度下滑。

C.同行业可比公司经营业绩情况分析
通过查阅资讯查询网证券证券行业汽车制造行业的相关的高马汽车、力帆、长安及江淮汽车等上市企业的经营业绩及产销情况。海马汽车、力帆汽车、长安汽车及江淮汽车与众泰汽车同属于国内民族品牌,具有一定的可比性。以这些企业的平均值为同行业可比公司,结合本报告自身经营情况进行对比如下:

Table with 4 columns: 可比上市公司, 2018年, 2019年, 同比. Rows include 众泰汽车, 海马汽车, 力帆汽车, 长安汽车, 江淮汽车, and 平均下降率.

Table with 4 columns: 可比上市公司, 2018年, 2019年, 同比. Rows include 众泰汽车, 海马汽车, 力帆汽车, 长安汽车, 江淮汽车, and 平均下降率.

D.企业经营业绩、产销量大幅下降的主要原因及合理性:
(1)宏观经济影响:受宏观经济形势的影响,汽车行业整体景气度不高,行业竞争日趋激烈,公司自主品牌知名度不高,且自2019年以来负面信息较多,口碑较差,前在客户流失较大;加之公司流动资金短缺,生产处于低效状态,产品在市场上出现较大降价现象等导致产销量大幅下降,未达预期。由于产销量大幅下降,公司营业收入大幅下降,经营成本相对上升,导致经营亏损扩大。二是汽车行业整体毛利率水平有所下滑,产品溢价能力下降,导致公司毛利率下降幅度较大。三是公司生产产能利用率下降,部分分摊的成本(固定成本)增加。四是由于公司部分主要销售市场提前实施国六排放标准,造成公司国五排放标准燃油车产品销量受到较大负面影响。五是新能源汽车补贴退坡,导致新能源汽车的售价下降。六是产能利用率下降,导致单位成本增加。

(2)结合公司目前经营情况,在手订单、业务竞争情况说明你公司是否具备持续经营能力,按照持续经营假设编制报表是否符合会计准则要求。
答:公司目前经营情况正常,生产订单充足,即将复产的车型原都有订单,经销商保有库存充足,资金链紧张,但通过积极筹措资金,保障生产,通过提前交付,部分订单提前交付,生产订单提前交付,有保障的。如T600和T700复产车型去就有近万份订单交付,T300小强版2019年上市时经销商预订量在一周内就达到了5000台,T55经销商意向订单已经接近100%。

首先,公司整车研发、制造、销售体系持续完善,设备与产能充分,核心业务基地集团化管理,调配公司资源和各地骨干人员进行质量和产能提升;研发:三大研发中心整合成一个研究院,工作即做,将“按图”方式精细化研发;售后:销售体系“三合一”工作也即将完成,并推出“大区代理制”和“扩大经销商销售服务网络”,能迅速恢复市场份额。

其次,公司新车型储备充足,研发投入能力强。燃油车方面已上市一款新能源车T55,年底拟上市一款备受市场期待自主设计研发的燃油车,在销售上,另外还有一款新能源车Z51,年底拟上市一款备受市场期待自主设计研发的燃油车,后期还将推出插电混动小轿车车型“众泰新能源W15”及纯电动多功能新能源车“众泰新能源V1A”,抢占具有巨大市场潜力的宜居家多功能用车市场。这些新能源车是按公司“细分市场领先”的新战略方向进行研发的,上述新能源车在上海车展上都得到经销商和消费者的强烈认可,有较强的市场竞争力。

第三,供应链方面,公司与部分核心供应商经过有效沟通,并通过预付货款方式确保公司复工复产,零部件的准时交付。同时公司已与其相关核心供应商签订了多轮降本、供应保障方面的战略合作协议。
第四,公司融资方面已经有了明确的渠道与具体的安排,可保障公司持续经营,正向现金流的需求。一是已与某家电商平台洽谈进行供应链融资;二是大股东承诺支持名下资产抵押融资;三是通过供应链金融,降低采购成本;四是通过银行授信,降低采购成本;五是国家新能源汽车支持资金支持将持续到位。

综上所述,公司整车生产、研发及产能充分,研发投入效果明显,新车型储备丰富,营销体系完善,目标市场明确,品牌指向明确,供应链保障能力充分,可保障公司经营持续性和盈利性,按照持续经营假设编制中期报告符合会计准则要求。(3)请公司说明2020年经营计划,说明公司提升产能、拓宽销售渠道、增强盈利能力的必要措施,并充分提示相关风险。

公司2020年按“细分市场领先”的战略方向和规划恢复正常生产经营。在质量上按“零缺陷”出厂要求,进行全流程质量控制。在销售上建立“大区代理制”及扩大终端销售点网络,由大区经理对深入终端消费者的汽贸市场,大卖场等终端网络进行管理,同时加大出口及国际合作力度,提升销售的品牌,增强竞争力。同时增加售后网络服务能力,代理售后,加强配件供应及售后服务,增强客户粘性,在增强盈利能力。一方面按照细分市场领先战略方向优化车型结构,另一方面通过车型技术和配降成本的方式实现盈利能力的提升。

A.提高质量措施方面:
(1)产品性能提升:通过项目成熟度管理确保交付物质量,通过小批量和大批量生产,吸取产销经验,提升产销能力;原辅料及配件的采购,增加经销商服务能力,完善DMS系统平台,收集经销商反馈,听取产品意见,提供经销商定制车选择;继续原产区域区域的成功经验,覆盖四川、湖北、河南等重点区域,县域、连片、逐步拓展新市场;各产销中心、省区销售代表下沉式管理,跟进进店销售,降低建店成本,力争在经销商网络准入方面,包括不限于广告输出、技术支持输出、内厨产能输出。
(2)提升盈利能力方面:
(1)优化产品布局:重塑现有产品线,减少产品内部竞争;以SUV为主导主力产品,下一代产品布局RMV,旅行车等车型,寻求细分市场突破;放弃B级以上市场,主攻A-A+市场,集合优势资源夺取细分市场领先地位。
(2)产品线规划方面:动力形式规划仍以燃油为主,中期在现有燃油基础上进行油改电开发,形成燃油+电,通过小排量、低油耗产品,吸引经销商和消费者;电则以纯电动平台开发纯电车型,并实际与在其他其他的大批量车型开发;重新定义小强版车型,在维持现有小强版低价销售的定价下,精简配置、从前装配件加装的模式转移。精简配置,各产品线仅开发并销售2-3个配置,并对配置进行精确定义,降低开发成本,提高单一产品品质的出货率,提升规模效应;精简成型工艺,提高各产品性能及通用通用性,制定动力总成、三电模块战略,提供定制化产品适用范围。
(3)成本优化方面:全面竞品对标,包含设计、工艺、质量标准、原材料、供应链等方面;优化设计:包含零件模块化、系统集成化、结构简化、制造工艺、新材料及新工艺的选择等。公司虽然制定了上述措施并予以实施,但由于资金短缺问题尚未得到有效改善,实施效果存在不确定性。
(4)新市场开发:公司当前或未来可能面对的重大风险、对公司当期及未来经营业绩的影响以及采取应对措施。
公司当前或未来可能面对的重大风险主要有以下方面:
(1)持续经营能力:受宏观经济影响,2019年度,公司经营业绩下滑严重,营业收入较上年下降较多,净利润亏损巨大,主要由于公司大股东众泰汽车有限公司(以下简称“众泰汽车”)股权质押平仓风险,导致众泰汽车无法支付,众泰汽车股权质押平仓,导致众泰汽车破产,因此公司持续经营能力存在不确定性。
(2)新冠肺炎疫情:一是延迟复工导致部分供应链配套不及时;二是疫情影响,导致公司生产组织难度加大,部分产品无法及时满足市场需求;三是消费者在疫情期间到店购车客流量大幅下降,销售终端配套受到影响;四是部分小微企业经营陷入困境,导致收入下降,消费信心受挫,抑制汽车消费。
(3)宏观经济及政策风险:国内宏观经济仍处于下行压力下,经济增速并没有走

向快车道,汽车行业行业景气度下降,受宏观经济波动影响较大。我国汽车行业近年来以增长停滞甚至倒退。行业整体下降原因是在多方面影响因素的综合,短期内影响较大的压力,同时2020年的新冠肺炎疫情也将明显抑制短期经济发展,对整个宏观经济、经营环境、市场环境产生不利影响。
(4)市场竞争激烈:公司所处的汽车制造业是充分竞争的行业,市场竞争仍然激烈,受宏观经济、政策、股市供求状况及突发事件等因素的影响,因公司股价波动较大,且近年来随着新能源汽车、互联网等新技术领域的持续发展和大众在消费理念的日益成熟,消费者对汽车产品的关注点逐渐向价格之外的质量及服务方面转移,并对产品的技术水准、制造工艺提出了更高的要求,汽车市场的竞争将更加激烈。因此,若未来公司无法及时跟进市场需求的变化,市场竞争的加剧将会对公司发展产生一定的影响。

(5)股价波动的风险:股票价格的变化除受公司经营状况等因素的影响外,还会受宏观经济、政策、股市供求状况及突发事件等因素的影响。因公司2019年财务报告被会计师事务所出具非标准意见,公司股票已被实施退市风险警示,上市公司股票价格可能出现较大波动,若公司股票连续20个交易日低于1元,公司将退市,有可能给投资者造成重大损失。

应对措施:公司将继续加大宏观经营形势研判,深入分析行业格局,集中产品开发力度,提高产品品质,提升市场导向,实施营销战略,利用T55等新款产品上市契机,增加品牌曝光度,提升品牌溢价,提高产品竞争力,增强公司可持续发展能力。公司将积极复工复产,提升产能,提高产品品质,提升品牌溢价,提高产品竞争力,增强公司可持续发展能力。公司将积极复工复产,提升产能,提高产品品质,提升品牌溢价,提高产品竞争力,增强公司可持续发展能力。公司将积极复工复产,提升产能,提高产品品质,提升品牌溢价,提高产品竞争力,增强公司可持续发展能力。

(1)2019年10月,铁牛集团因有履行能力而拒不履行生效法律文书确定义务,被上海市浦东新区人民法院列为失信被执行人,你公司说明你公司是否与你公司相关,是否对你公司构成义务(如适用),并对你公司是否与你公司及其控股股东、实际控制人诚信状况“相关信息核查控股股东、实际控制人诚信状况”。

因铁牛集团与上海聚群万合广告有限公司(以下简称:聚群广告)存在合同纠纷,聚群广告向上海市浦东新区人民法院提起诉讼,2019年10月,铁牛集团因有履行能力而拒不履行生效法律文书确定义务,被上海市浦东新区人民法院列为失信被执行人,你公司说明你公司是否与你公司相关,是否对你公司构成义务(如适用),并对你公司是否与你公司及其控股股东、实际控制人诚信状况“相关信息核查控股股东、实际控制人诚信状况”。

经核查,你公司控股股东铁牛集团有限公司为失信被执行人,公司实际控制人应建二、徐余夫妇均为失信被执行人。因公司相关人员未能关注到公司控股股东失信状况的变化,导致年报中“公司及其控股股东、实际控制人诚信状况”一披露存在瑕疵,特此更正。

(2)请你公司结合2020年5月浙江证监局对铁牛集团采取责令改正措施的决定,说明你公司为保证铁牛集团业绩承诺履行所采取的避免、未执行补救、截至回日的进展,并自查是否存在控股股东及相关方逃避业绩补偿责任上市公司利益的情形。

自铁牛集团提交整改报告至回函回复日,铁牛集团名下房地产开发公司已与意向合作方签订了关于汽车小慎项目的合作备忘录,并在当地相关管理部门的协调下,组织召开了一次多债权人沟通会。双方在合作协议中约定,签署正式合作协议后,由合作方向铁牛集团提供1亿元借款,且该借款仅限于铁牛集团用于支付对上市公司的业务款。

截至回函回复日,房地产开发公司尚未与意向合作方签署正式协议,项目工作正在有序推进中。铁牛集团在整改报告中披露了盘活小慎项目资产,还其多个资产在盘活过程中,以及工业用地的盘活,退出二进一等等也在与主管部门沟通中。除上述措施之外,铁牛集团将资产盘活所得偿还全部债权,释放被冻结资产但未经质押的138,401,317股股份,释放后,用于偿还上市公司。同时,铁牛集团将与战略合作伙伴协商一致,计划为铁牛集团提供流动资金支持,同时,铁牛集团将与汽车金融公司合作,计划为铁牛集团提供流动资金支持,同时,铁牛集团将与汽车金融公司合作,计划为铁牛集团提供流动资金支持,同时,铁牛集团将与汽车金融公司合作,计划为铁牛集团提供流动资金支持。

经与铁牛集团管理层、实控人深入沟通,以及公司所掌握的相关信息,你认为,铁牛集团及相关方一直在想方设法支付债务,全力以赴解决相关问题,虽然暂时不能按时履行债务,但主观上不存在逃避业绩补偿责任上市公司利益的情形。

(3)请你公司结合众泰汽车2019年生产经营的具体情况说明未确认2019年应业绩补偿款的原因及合理性。

2019年度,你公司子公司永康汽车经营业绩出现亏损,工资逾期未支付,供应商货款逾期起诉,银行汽车贷款等,业绩承诺未实现事项,根据补充协议,永康汽车业绩未实现承诺,铁牛集团所有资金需要由本公司做出补偿,且根据补充协议约定,铁牛集团所有资金需要由本公司做出补偿,由补偿义务人予以现金补偿。

截至报告出具日,铁牛集团因资金紧张导致资产冻结、信用等级下降,未偿还2019年度业绩补偿款。根据《企业会计准则第13号——或有事项》相关规定,对于购买以及后续核算,你公司应结合实际情况,判断该或有事项是否满足确认条件,并支付信用风险,货币时间价值以及剩余公允价值等风险与费用,评估业绩补偿款的可回收性及金额,只有在基本确定能够收到补偿款时才确认为一项资产。公司考虑到铁牛集团目前的信用风险,2019年业绩补偿款尚未确认。

(1)请你公司说明截至目前公司业绩补偿金额,逾期债务情况占比。
截止目前,公司流动资产119.85亿元,流动负债136.51亿元,资产负债率由2018年的45.88%,上升至68.74%。截至2019年6月30日,逾期债务47.73亿元,逾期率18.99%,应付账款43.57亿元,现金及等价物12.38亿元。

(2)请你公司说明逾期债务,具体由哪些资产提供,预计经营现金流情况,你公司偿债能力,融资安排等说明具体偿债资金来源等,说明你公司应对流动性风险、提高偿债能力的具体措施,逾期债务是否达成延期偿付安排,并充分提示风险。
截止到目前,公司有息负债金额62.34亿元,其中到期逾期金额10.07亿元。公司资产资金余额11.40亿元,其中金融资产余额0.62亿元。三季度预计经营现金流11.40亿元,其中金融资产余额0.62亿元。

A.应对流动性风险,提高偿债能力的具体措施:
为保证生产经营,尽快复工复产,公司多方筹措筹集资金,采取支持一系列保障措施,积极应对流动性风险,改善经营状况。
1.加大应收账款催收力度,保证日常现金流。
2.应收账款催收:出售非主业资产,与供应商及金融机构沟通协商,争取政府支持等一系列措施,积极应对流动性风险,改善经营状况。

B.出售非主业资产,保证主业生产经营。
为确保整车业务的生产经营,公司计划出售闲置资产及非主业资产实现“瘦身”,以所筹集资金,保障主业,保证主业生产经营。
C.争取政府支持。
目前,公司面临很大的流动性压力,多个主导车型产品未能恢复正常生产状态,新能源车也不能按期量产,企业经营受到很大影响。融资渠道受阻是企业产能2019年30亿银根违约之后获得多笔流动资金支持的结果。公司通过争取各级政府更多的支持,多渠道获得资金支持,缓解企业面临的压力。

(1)加强政府部门的沟通,把握政策导向,企业发展方向,及时向政府申请产品与产品结构,公司在不同省份布局了多个生产基地,各区域政策的差异对公司产品在不同省份上存在区别,如不同省份对网约车、新能源汽车的政策有所不同,有针对性的产品才能获得更多市场份额。
(2)由政府获得银行、银企对接,争取到地方政府专项平台的支持,为公司提供信用支持,助力公司获得银行等金融机构的资金支持。
(3)争取地方政府对公司控股股东的支持,加快盘活其闲置资产,督促其尽快完成2019年业绩补偿款支付,同时,公司积极与地方政府沟通,争取获取专项基金,申请政府专项基金、专项资金等,如新能源汽车专项基金、科技专项基金、技改补助资金等。

D.引入外部战略投资者,帮助公司解决目前流动性问题
加快引入战略投资者,力争在最短时间内完成战略投资者引入及新增流动资金到位,从根本上解决公司资金紧张问题,同时增强企业信用,恢复融资能力,全面改善公司持续经营能力,使公司生产经营恢复正常。
(2)逾期债务延期偿付安排
主动与有贷款的金融机构沟通,保持现有贷款额度,确保利息正常支付,借用当地财政贴息或新还息等方式进行贷款延期,截至目前,公司逾期贷款敞口10.07亿元,其中已经和金融机构沟通好达成延期续贷展期展期的有敞口7.85亿元,已进入办理流程,敞口2.42亿元,目前未进入诉讼程序在继续沟通谈判商业条款。D.3.
主动与经销商沟通联系,说明公司目前状况,取得经销商的理解,尽量在保持现有欠款余额的情况下以款收账,保持现有的业务合作,共同渡过难关,为恢复正常生产经营提供基础。

公司为了应对流动性风险,提高偿债能力的采取了以上措施,为复工复产所需资金做铺垫,但仍存在供应商经销商大面积积压货款,金融机构逾期无法归还等流动性风险与偿债压力。
4.报告期内,你公司计提资产减值损失79.72亿元,其中,对子公司永康汽车计提商誉减值损失61.07亿元,占资产减值损失总额76.61%;对无形资产计提减值损失11.73亿元,占资产减值损失总额19.21%。

(1)请你公司说明2018年、2019年前三季度对永康汽车计提减值准备的具体情况,是否存在减值准备在过去报告期内已经存在或在可预见范围内的情形,以及过去未足额计提减值准备的原因及合理性。

1.减值准备计提情况
2018年、2019年前三季度公司对永康汽车计提长期资产减值如下:
单位:万元

Table with 3 columns: 项目, 2018年前三季度减值准备计提金额, 2019年1-3季度减值准备计提金额. Rows include 无形资产, 商誉.

2018年,公司对不包含商誉资产组及包含商誉的资产组分别进行了减值测试,比较这些资产组账面价值与可收回金额,根据孰低原则计提了商誉减值。无形资产减值为一项非商誉相关的非专利技术减值。2019年1-3季度,公司未对永康汽车进行减值测试。

2.2018年商誉减值合理性
2018年进行商誉减值测试时,资产组组合内公司营收下滑,但生产线仍处于正常生产状态,采购、研发等部门仍在正常工作。公司对2018年收益下滑原因进行了分析,并对预期采取多项改进措施,包括降低低价值小强版车型,推出家族版旗舰版车型,推出燃油车国六代换车型,提高新能源车续航里程及其配置等。2018年商誉减值测试时,公司共生产13款国六排放标准车型已完成公告及3C认证,新车型研发已完成立项,并投入大量研发资金,新能源车续航里程已达到300公里,达到行业平均水平。

基于上述分析,2018年商誉减值测试选用了预计未来现金流量折现的现值作为资产组组合的可收回金额测试。首先按照资产组组合的公允价值范围进行减值测试,比较这些资产组账面价值与可收回金额,根据孰低原则计提了商誉减值。无形资产减值为一项非商誉相关的非专利技术减值。2019年1-3季度,公司未对永康汽车进行减值测试。

预测过程中综合考虑了永康汽车历史年度经营情况,经过核算的2019年1至3月企业实际经营数据,4至6月各车型经营订单及2019年全年经营任务书等,预测收入如下:
(1)2019年后预测期增长率:在分析历史年度企业经营发展情况,行业政策影响,市场发展前景的基础上,燃油车增长率参考了前瞻产业研究院发布的《汽车销售行业发展模式与投资策略战略分析报告》,其中提到随着汽车销量的持续增长,我国乘用车新车市场2018年~2020年增速约~3%左右,总体处于低速增长状态,出于谨慎性考虑,选取1%的增速预测燃油车2020年~2023年销量。
(2)在预测期增长率2019年后预测期增长率35.89%,2019年~2023年新能源车销量下降,主要为永康汽车车型老化,未适时推出改款车,续航里程无法满足市场需求及新能源车补贴政策的影响。公司拟在2019年推出各款新能源车改款,包括元100改ES30, E200改E30, Z500V改E250等,续航里程等参数已达到行业平均水平,产品仍存于市场。根据Wind数据库统计,2018年新能源车市场销量共计105.31万辆,较上年同比增长84.39%,2019年一季度新能源车销量共计55.7万辆,较上年同期增长97.9%,较2018年新能源车销量复合增长76.97%,根据中国汽车工业协会预测,2019年中国新能源车预计销量160万辆左右,同比增长率30%左右。综合来看,2019年中国新能源车增长率(30%)与往年三年复合增长率(76.97%),谨慎性考虑选用30%作为2020年新能源车增长率,并在后续预测年度逐年降低,至2023年达到稳定状态。

公司在上述基础上,确定商誉所在资产组预测期经营数据,结合合理的折现率计算出资产组组合可收回金额。

3.2018年无形资产减值合理性
根据《企业会计准则第8号——资产减值》第二十一条,资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的,应当确认相应的减值损失。减值损失金额应当先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值,再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重,按比例抵减其他各项资产的账面价值。

2018年对长期资产组组合进行减值测试时,对于商誉相关资产组组合,根据资产组组合可收回金额与资产组账面价值之差,抵减了部分商誉账面价值后,商誉仍有剩余,故无需再抵减无形资产账面价值。对于非商誉相关资产,单独进行减值测试,分析无形资产减值测试中的一项非专利技术减值。

综上分析,在2018减值测试时,不存在明显可预见的大幅减值情形,选择的参数及减值准备均已充分。
(2)你公司结合永康汽车实际经营情况和未来发展展望,说明减值测试的具体过程,包括但不限于评估假设、各年现金流量及未来参数,并说明本次计提的充分性及评估参数的合理性。

1.2019年度永康汽车实际经营情况
受宏观经济形势的影响,加之环保标准趋紧、新能源汽车补贴退坡、国六排放标准升级等因素影响,汽车行业整体景气度不高,行业竞争日趋激烈。2019年下半年永康汽车由于经营资金短缺等原因导致产销量持续下降,全年合计销售汽车21,224辆,其中燃油车18,945辆,新能源车2,279辆。全年完成营业收入173,569.31万元,同比下降87.30%,实现利润总额-390,545.06万元,同比下降402.59%。

2.永康汽车未来发展展望
(1)宏观环境情况
我国汽车市场在多年稳步增长后呈现阶段性下行压力,2018年我国汽车产销量分别下降1.9%和2.1%,根据中汽协口径,2019年乘用车产销量分别完成2352.9万辆和2371万辆,比上年同期分别下降5.2%和4.1%。2019年各月产销量持续出现负增长,根据中汽协口径,2019年乘用车产销量分别完成2,136万辆和2,144.4万辆,同比分别下降2.9%和4.0%,降幅较2018年上升。

此前一直快速增长的新能源汽车在2019年出现了下滑,2019年,新能源汽车产销分别完成124.2万辆和120.6万辆,同比分别下降2.3%和4.0%。这是我国大力推广新能源汽车10年来,年度产销首次出现负增长。主要原因包括国六切换引发国五车型的恐慌性换购,补贴退坡及较长的过渡期导致企业成本调升压力。2019年,各个车企采取了降低价格的营销手段,包括整车降价、金融贴息、整车质保及终身免费保养等政策吸引客户。公司受制于2019年的生产环境,未发布相关商务政策,而是以降价的方式进行库存清理。

从2019年行业政策变化情况来看,国家陆续发布了多项扶持政策,对公司后续经营起到良好的促进作用。但随着国六排放标准实施,2019年下半年起全国大部分车企直销已切换为国六排放标准,公司拟复产车型中大部分已达到国六排放标准,但2019年生产环境,无国六车型投放市场,广东、重庆、河南等销量排名靠前的车企可产销,严重影响了对公司销量。

2018年度商誉减值测试时,永康汽车虽然处于亏损状态,但采购、生产、销售、研发等部门仍在持续运营,生产线处于正常生产状态,而2019年由于经营资金短缺,原材料供应不及时,导致永康汽车车型生产停滞,小强版车型实际产量未能满足订单需求,交付数量少于订单量,模具开发不及时导致新能源车上市时间延迟,原拟在2019年上市的主力车型A16、B21未能生产,其车型也因为产能不足,售后配件等综合性价比下降导致销量不佳。与2018年相比,2019年经营情况恶化。

针对2019年实际经营情况,公司制定了2020年永康汽车复产计划,确定有市场前景且具备生产运营条件车型包括:T300、T500、T600、T700、T800、A16(新能源车)、B21(新能源车)、E200、Z500V及云100。公司同时拟采购多项长期资产,包括新能源汽车,优化车型配置等,但受制于资金短缺,复产计划目前未能实施。

3.减值测试过程
(1)减值测试方法
根据《企业会计准则第8号——资产减值》第二十五条,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的可收回金额低于其账面价值的,应当对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,计算可收回金额,并与相关账面价值相比较,确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试,比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值与其可收回金额。

本次减值测试中,首先对不包含商誉的资产组组合进行减值测试,长期资产组组合的可收回金额应根据公允价值减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。
(2)主要假设
公允价值确定:根据公允价值测试范围内资产负债已经处在交易的过程中,根据交易条件进行市场进行减值测试。
公开市场假设:公开市场假设是假定在市场上交易的资产,或拟在市场上交易的资产,资产交易双方彼此地位平等,彼此都有获取足够数量的机会和时间,以便于对资产的价值,以此及其他交易价格等取平均值判断。公开市场假设的运用在市场上以公开买卖为基础。

资产持续使用假设是指减值测试时需根据资产按目前的用途和使用方式、规模、频率、环境等情况继续使用,或者在有所改变的基础上使用,相应确定其计算价值、参数和假设。
公开市场假设:公开市场假设是假定在市场上交易的资产,或拟在市场上交易的资产,资产交易双方彼此地位平等,彼此都有获取足够数量的机会和时间,以便于对资产的价值,以此及其他交易价格等取平均值判断。公开市场假设的运用在市场上以公开买卖为基础。

资产持续使用假设是指减值测试时需根据资产按目前的用途和使用方式、规模、频率、环境等情况继续使用,或者