(上接D17版)

3、应收账款坏账计提政策合理,坏账准备计提审慎合理

从公司分业务应收账款及坏账准备计提情况来看:2020年末公司口罩销售等业务形成应收账款余额仅有212,428.38元,账龄均为1年以内。2020年末应收账款主要系泰一指尚互联网广告业务、数据营销业务、以及新增电商业务、运营商号卡推广服务形成。

对于互联网广告业务、数据营销业务、以及新增电商业务、运营商号卡推广服务形成的应收账款,从账龄来看,截至2020年12月31日,该类应收账款余额1,213,845,449.49元,其中账龄6个月以内的应收账款余额为911,484,609.06元,占该类应收账款余额比例为75.09%,符合泰一指尚与主要客户合同约定的3-6个月的付款信用政策,账龄6-12个月的应收账款余额为206,609,099.59元,占应收账款余额比例为17.02%,符合泰一指尚为维护客户关系,给予部分客户延长至6-12个月的付款信用政策。账龄1年以内的应收账款余额合计1,118,093,708.65元,占比92.11%。账龄1年以上的应收账款余额合计95,751,740.84元(含单项计提减值准备的账龄1年以上的应收账款),坏账准备余额为55,452,726.45元,坏账准备计提比例57.91%,且从账龄分布来看,2020年末6个月以内的应收账款占比增加,6-12个月、1-2年、2-3年、3年以上的应收账款余额及占比有所下降。

同时,通过会计师核查泰一指尚2020年度收款情况,大部分客户能在泰一指尚合同约定信用期或实际给予客户的信用期内予以付款,且泰一指尚前期未发生坏账损失和经营索赔等情况,故泰一指尚应收账款的坏账风险总体可控,应收账款坏账准备已按制定的政策足额计提。

(五)年审会计师意见

年审会计师认为,公司2020年应收账款增幅远高于营业收入增幅,主要系公司传统业务板块剥离,纺织业、金属制品业、光伏电力业务自2020年10月起不再纳入合并财务报表范围所致;各业务板块下,大部分客户的回款情况与信用政策基本一致;应收账款坏账计提政策合理,应收账款坏账准备已按制定的政策足额计提。

问题4.年报显示,泰一指尚原业绩承诺期为2016-2018年并完成了业绩承诺。2018年11月26日,业绩承诺方江有归、付海鹏签订协议自愿追加2019年、2020年两年业绩承诺,为扣非后归母净利润分别不低于1.59亿元、2.07亿元,而实际分别实现7,538.36万元、2512.06万元,泰一指尚盈利能力持续下滑且连续两年未实现业绩承诺。2020年11月13日,公司与江有归、付海鹏达成一致,由二人于2021年12月31日前以现金方式向公司支付2019年度业绩补偿款8361.64万元。公司未在2020年财务报表中确认上述业绩补偿款,截止年报披露日亦未与二人就2020年度业绩补偿事宜达成一致,年审会计师对此出具了带强调事项段的标准无保留意见。请公司:(1)结合同行业可比上市公司经营情况、近年来行业发展状况、重组业绩承诺期应收账款的实际回款情况,说明泰一指尚在完成重组业绩承诺后即出现净利润连续两年大幅下滑的原因及合理性,并请公司财务顾问就泰一指尚前期业绩的真实性发表核查意见;(2)补充披露2019年业绩承诺款截至目前的回收情况,并说明未就上述应收业绩补偿款在报表中列报的原因及合理性,相关回款的保障措施,上述业绩补偿款的回收是否存在重大不确定性;(3)补充披露泰一指尚2020年业绩补偿事项的进展,包括公司是否启动相关工作、是否与业绩承诺补偿方达成一致意见、补偿方式、补偿金额、进度安排以及对财务报表的影响等。

回复:

(一)结合同行业可比上市公司经营情况、近年来行业发展状况、重组业绩承诺期应收账款的实际回款情况,说明泰一指尚在完成重组业绩承诺后即出现净利润连续两年大幅下滑的原因及合理性,并请公司财务顾问就泰一指尚前期业绩的真实性发表核查意见

1、近三年泰一指尚财务经营状况

单位:元

项目	2020年度	2019年度	2018年度	2020年较2019年变动	2019年较2018年变动
营业收入	2,094,455,629.22	1,681,071,655.90	1,329,623,639.03	413,383,973.32	351,448,016.87
营业成本	1,930,143,940.93	1,454,347,307.33	1,073,668,736.84	475,796,633.60	380,678,570.49
营业毛利	164,311,688.29	226,724,348.57	255,954,902.19	-62,412,660.28	-29,230,553.62
综合毛利率	7.85%	13.49%	19.25%	-5.64%	-5.76%
期间费用	113,359,243.65	98,646,042.10	86,497,150.39	14,713,201.55	12,148,891.71
信用减值损失/资产减值损失	-8,904,003.95	-36,029,445.28	-5,256,499.16	27,125,441.33	-30,772,946.12
净利润	35,618,197.48	86,607,254.47	144,192,723.29	-50,989,056.99	-57,585,468.82
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润(不包括业绩奖励对净利润的影响额)	25,120,606.45	75,383,646.54	131,957,765.75	-50,263,040.09	-56,574,119.21

由上表可见,2019年度泰一指尚营业收入增加,而扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润较2018年度大幅下滑,主要系2019年度综合毛利率下降较多,加之期间费用和信用减值损失/资产减值损失较2018年度增加较多,从而导致2019年度扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润较2018年度减少5,657.41万元,减少幅度为42.87%。2020年度泰一指尚营业收入进一步增加,而扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润较2019年度大幅下滑,主要系2020年度综合毛利率进一步下降,加之期间费用较2019年度增加以及信用减值损失较2019年度减少,从而导致2020年度扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润较2019年度减少5,026.30元,减少幅度为66.68%。

2、泰一指尚扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润下降原因分析

(1)主营业务毛利率的下降

近三年泰一指尚收入结构及毛利率变化情况如下:

单位:元

项目		2020年度	2019年度	2018年度
主营业务收入	互联网营销服务收入	1,877,882,266.84	1,516,422,375.06	1,146,146,695.63
	营销数据分析服务收入	169,736,435.83	163,790,614.43	179,850,122.87
	运营商号卡推广服务	37,202,974.70		
	其他收入	9,134,768.20		2,342,928.10
其他业务收入		499,183.65	858,666.41	1,283,892.43
营业收入		2,094,455,629.22	1,681,071,655.90	1,329,623,639.03
主营业务成本	互联网营销服务成本	1,815,099,771.10	1,426,955,371.17	1,011,426,991.30
	营销数据分析服务成本	70,899,339.46	26,667,547.10	59,308,432.32
	运营商号卡推广服务	43,634,426.72		
	其他成本	11,220.00		1,651,170.36
其他业务成本		499,183.65	724,389.06	1,282,142.86
营业成本		1,930,143,940.93	1,454,347,307.33	1,073,668,736.84
互联网营销服务收入占营业收入比		89.66%	90.21%	86.20%
营销数据分析服务收入占营业收入比		8.10%	9.74%	13.53%
互联网营销服务毛利率		3.34%	5.90%	11.75%
营销数据分析服务毛利率		58.23%	83.72%	67.02%
毛利率		7.85%	13.49%	19.25%

由上表可见,2018-2020年度,泰一指尚互联网产告业务毛利率呈逐年下降趋势,数据营销业务一直保持较高的毛利水平,但2019年度毛利率增长较多,2020年则下降较多。电商业务和运营商号卡推广业务系2020年新发展的业务,电商业务2020年度毛利率较高,2020年度公司电商业务收入主要系电商代运营业务以及电商代理销售业务产生。电商代运营业务系为客户提供品牌直播代运营服务,负责运作直播的操作流程,包括达人直播、店铺直播策划与执行、营销活动策划等,按照客户当期直播销售金额和计算比例结算确认服务费收入,相关成本主要系人工成本,本期该业务规模尚小,相关人员兼做其他业务,因此相应的人工成本在相应的期间费用列报;电商代理销售业务:公司根据与第三方电商平台签订的协议采购货物并向电商客户发出货物,于收到第三方电商平台签收单后按照实际应向其收取的款项扣除相关采购货物成本后的净额确认销售收入,因此无销售成本,上述原因导致2020年度电商业务毛利率较高。运营商号卡推广服务2020年度毛利率为负数主要系该业务前推广成本较高而收入分期确认所致。

泰一指尚总体毛利率呈逐年下降趋势,尤其是互联网营销服务业务毛利率本期下降较多,主要原因如下:

1)行业毛利率下降

泰一指尚属于互联网营销行业,互联网营销行业经过几年的发展,虽仍保持增长的态势,但行业整体增速放缓,互联网广告市场从追求流量向追求优质流量转型。另外,随着互联网广告媒体端头部化趋势日益明显,前几大媒体渠道平台如腾讯、今日头条、百度信息流、爱奇艺等占据了较大的市场份额,媒体资源集中度较高。根据《2019中国互联网广告发展报告》,2019年度,中国互联网广告收入TOP10由高到低分别为阿里巴巴、字节跳动、百度、腾讯、京东、美团点评、新浪、小米、奇虎360和58同城,这些企业集中了中国互联网广告份额的94.85%,较2018年同期数据增加了2.18%,头部效应进一步突显;根据《2020中国互联网广告数据报告》显示,2020广告市场份额TOP10企业排行榜中,阿里巴巴与字节跳动仍保持前两位,京东、小米仍处第五与第八位,快手挤进前十,位居第六,58同城跌出前十,百度、美团点评、新浪、奇虎360虽仍居前十,但位次均有不同程度的下降。媒体资源集中度仍然较高。与此同时,与媒体资源的集中相比,互联网广告代理服务公司数量大、市场准入门槛较低,竞争格局则较为分散,面对强势品牌主与集中的媒体资源,广告代理公司议价能力不断降低,广告主压价情况严重,而同时头部投放平台的媒体资源采购成本逐年上升,因此导致行业毛利率下滑。

2017年-2020年广告代理商在中国发展规模及经营状况如下:

类别	2017年数量(家)	2020年数量(家)	数量同比增长	2017年营收(亿元)	2020年营收(亿元)	营收同比增长
本土	40,859	46,336	13.40%	795.23	888.74	11.76%
跨国	285	324	13.68%	240.87	264.77	9.92%

数据来源:胜三管理咨询

由上表可知,2017年至2020年中国本土广告代理商增加了5,477家,广告代理商增长率超过营收增长率。同时由于泰一指尚面对的客户和供应商基本均是广告代理商,而代理级次越多,各层级的利润空间越少,因此导致泰一指尚互联网广告业务毛利率逐年下降。

同行业可比上市公司毛利率情况:

公司名称	业务类型	2020年度	2019年度	2018年度	2020年较2019年变动情况	2019年较2018年变动情况
利欧股份	营销业务	4.00%	5.42%	11.51%	-1.42%	-6.09%
蓝色光标	营销业务	6.43%	8.92%	11.72%	-2.49%	-2.80%
华扬联众	广告业务	12.96%	11.72%	11.54%	1.24%	0.18%
省广集团	广告业务	10.37%	15.10%	14.34%	-4.73%	0.76%
同行业可比上市公司平均		8.44%	10.29%	12.28%	-1.85%	-1.99%
泰一指尚	互联网营销服务	3.34%	5.90%	11.75%	-2.56%	-5.85%

(续上表)

公司名称	业务类型	2020年度	2019年度	2018年度	2020年较2019年变动情况	2019年较2018年变动情况
美亚柏科	网络空间安全产品	67.88%	82.48%	83.21%	-14.60%	-0.73%
	电子数据鉴定及信息安全相关服务	62.22%	71.78%	72.62%	-9.56%	-0.84%
拓尔思	软件安全产品	73.49%	75.17%	83.73%	-1.68%	-8.56%
汇纳科技	客流分析系统软件	65.70%	71.97%	80.89%	-6.27%	-8.92%
同行业可比上市公司平均		67.32%	75.35%	80.11%	-8.03%	-4.76%
泰一指尚	营销数据分析服务	58.23%	83.72%	67.02%	-25.49%	16.70%

由上表可知,同行业可比上市公司的互联网营销服务、营销数据分析服务毛利率均呈现下降趋势,泰一指尚除2019年度数据营销业务因使用较多2018年度采购数据导致毛利率增长外,其余年度毛利率变动趋势与同行业一致。

2)泰一指尚目前发展阶段因素

泰一指尚目前仍处于业务快速发展期,需要不断积累客户资源、提升业内口碑,为抢占资源、占据市场,自2018年8月开始,泰一指尚开始介入腾讯广告、今日头条和抖音平台相关业务,2019年度泰一指尚在该等平台相关业务实现营业收入金额及占当期营业收入的比例均较2018年度大幅增加,2020年度泰一指尚与今日头条、抖音平台的合作进一步加深,通过今日头条以及抖音平台实现收入进一步增加。同时2020年7月开始,泰一指尚正式与快手平台进行合作,在该平台实现较多收入。且该等平台业务业务量大,但毛利率相对较低,导致整体毛利率下降。

3)数据迭代成本增加导致营销收据分析服务毛利率下降

泰一指尚营销数据分析服务前期毛利高,一方面复用了运营商数据,另一方面客户需求也以标准数据为多,随着互联网营销模式的不断创新,互联网营销服务呈现出多元化增长,消费者对各行业的需求随疫情表现出不同的弹性,数据方面迭代加速,导致2020年度采购成本上升,因此数据营销业务毛利率下降。

(2)期间费用的增加

泰一指尚2019年度期间费用较2018年有所增加系2018年未泰一指尚应收帐款指标没有达到要求,浙江富润公司取消对其的业绩奖励冲回原计提的业绩奖励13,123,898.34元及2019年度财务费用利息支出增加。2020年度期间费用较2019年度增加主要系2020年度泰一指尚对杭州卡赛科技有限公司增资取得其85%的股权,自2020年9月起将其纳入合并财务报表范围导致期间费用有所增加,另外2020年度泰一指尚因业务转型从而加大研发投入导致研发费用增加较多。

(3)信用减值损失/资产减值损失的增减变动

1)2019年度信用减值损失/资产减值损失增加

2019年度泰一指尚部分客户回款不及时导致部分应收账款无法按期收回,2019年末账龄1年以上的应收账款余额较2018年末增加较多,导致2019年度按照会计政策计提的应收账款坏账准备较2018年度增加较多。

① 应收账款坏账准备总体情况

2019年末及2018年末,泰一指尚应收账款坏账准备总体情况如下:

单位:元

种类	2019.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项计提坏账准备	7,292,015.40	0.71	7,292,015.40	100.00	
按组合计提坏账准备	1,014,064,743.51	99.29	55,160,078.76	5.44	958,904,664.75
合 计	1,021,356,758.91	100.00	62,452,094.16	6.11	958,904,664.75

(续上表)

单位:元

种类	2018.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项计提坏账准备	1,361,359.40	0.16	1,361,359.40	100.00	
按组合计提坏账准备	867,328,622.54	99.84	25,786,226.25	2.97	841,542,396.29
合 计	868,689,981.94	100.00	27,147,585.65	3.13	841,542,396.29

由上表可知,泰一指尚应收账款坏账准备计提比例由2018年末的3.13%增加至2019年末的6.11%,单项计提坏账准备和按账龄组合计提坏账准备金额均有较大幅度增加。

② 单项计提坏账准备

2019年末单项计提坏账准备情况如下:

单位名称	账面余额	账龄	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
中电智讯(北京)科技有限公司	5,930,656.00	1-2年	5,930,656.00	100.00	预计款项无法收回
杭州探索文化传媒有限公司	1,361,359.40	3年以上	1,361,359.40	100.00	公司无法正常经营,与主要人员无法取得联系
小 计	7,292,015.40		7,292,015.40	100.00	

③ 按账龄组合计提坏账准备

2019年末按账龄组合计提坏账准备对比情况如下:

单位:元

账龄	2019.12.31				2018.12.31		坏账准备增加金额
	账面余额		坏账准备		账面余额	坏账准备	
6个月以内	911,444,291.12		4,557,221.45		568,290,524.95	2,841,452.63	1,715,768.82
6-12个月	206,609,099.59		10,330,454.98		354,774,592.43	17,738,729.62	-7,408,274.64
1-2年	44,014,664.14		4,401,466.41		48,769,798.14	4,876,979.81	-475,513.40
2-3年	1,371,633.31		685,816.65		25,053,822.58	12,526,911.29	-11,841,094.64
3年以上	13,304,827.99		13,304,827.99		17,176,005.41	17,176,005.41	-3,871,177.42
小 计	1,176,744,516.15		33,279,787.48		1,014,064,743.51	55,160,078.76	-21,880,291.28

由上表可知,2020年末应收账款账面余额中账龄为6-12个月、1-2年、2-3年及3年以上部分均较2019年末坏账准备减少,主要系泰一指尚2020年度回款情况较好,账龄1年以上的应收账款收回较多。

泰一指尚2019年度扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润较2018年度大幅减少主要系受互联网广告行业竞争激烈、毛利率下降较多以及期间费用和信用减值损失/资产减值损失增加所致;2020年度扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润大幅减少主要系受互联网广告行业毛利率进一步下滑以及期间费用增加和信用减值损失减少所致,具有合理性。

3、重组业绩承诺期应收账款的实际回款情况

截至2018年12月31日,泰一指尚应收账款余额为86,869万元,其中2019年泰一指尚收回2018年末的应收账款78,442.03万元,2020年1-3月收回2018年末的应收账款5,782.30万元,合计收回84,224.33万元,未收回2,644.67万元。针对未收回部分的2,644.67万元应收账款,因客户注销或经营异常或多次催收无果,预计无法收回,因此泰一指尚在2019年末针对尚未回收的应收账款计提坏账准备2,072.22万元,2020年3月31日对剩余572.46万元部分全额计提坏账准备。

(二)独立财务顾问关于泰一指尚前期业绩真实性的核查意见

1、前期业绩的整体情况

单位:元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入	1,329,623,639.03	691,101,803.88	538,767,175.46
营业成本	1,073,668,736.84	493,262,627.01	358,155,725.53
营业毛利	255,954,902.19	197,839,176.87	180,611,449.93
毛利率	19.25%	28.63%	33.52%
净利润	144,192,723.29	95,276,715.95	62,595,886.49
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润(不包括业绩奖励对净利润的影响额)	131,957,765.75	86,672,000.65	61,532,899.49

如上表所示,2016-2018年度泰一指尚营业收入及扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润逐年增长。泰一指尚2016年-2018年业绩相关的财务数据已经由天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,并分别出具了编号为天健审〔2017〕5144号、天健审〔2018〕5157号、天健审〔2019〕4684号标准无保留意见的审计报告。

2、前期业绩增长的原因

(1)国家政策支持以及技术进步促进行业快速发展

近年来中国互联网广告业呈现稳步发展势态,一方面得益于国家政策的支持,国务院、工商总局等相关部委相继发布《关于促进广告业发展的指导意见》《文化产业振兴规划》、《广告产业发展“十三五”规划》、《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》、《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》等政策全面支持互联网广告业的发展,加快了行业技术创新,引领数字营销行业健康有序的发展;另一方面得益于技术的进步,AI、大数据、智能投放等创新技术的普及应用,5G网络的推行及智能手机的不断更新,带动了直播、短视频、信息流和社交电商等领域的流量激增,大幅拉低了广告投放门槛,拓宽了广告市场空间。

根据艾瑞咨询2018年度中国网络广告核心数据显示,中国网络广告市场规模达到4,844.00亿元,同比增长29.20%,且从绝对值来看,中国网络广告产业发展仍旧显示出较好的前景,根据《2020中国互联网广告数据报告》,中国网络广告产业在2020年市场规模已破万亿元,达到10,457亿元。受益于互联网广告行业的快速发展,泰一指尚自2018年开始营业收入实现了跨越式增长。

(2)泰一指尚积极抢占市场资源促进营业收入增长

自2018年8月开始,泰一指尚开始介入腾讯广告、今日头条和抖音平台的互联网营销服务业务。2018年第四季度该等平台业务实现营业收入明显增大,该等平台的业务相比泰一指尚原有业务业务量较大。

(3)泰一指尚信用期的适当延长对营业收入增长的影响

泰一指尚互联网服务业务的主要客户信用期一般为3-6个月,与行业惯例一致。但实际因泰一指尚目前仍处于业务快速发展中,客户资源、业内口碑等仍处于积累阶段,鉴于维护客户关系的需要,对于信用良好的长期合作客户,泰一指尚适当延长其信用期,使得部分客户实际收款周期延长至6-12个月,信用期的延长一定程度上促进了营业收入的增长。

3、审计情况

上市公司聘请天健会计师事务所(特殊普通合伙)对泰一指尚年度财务报表进行了审计,泰一指尚2016年-2018年业绩相关的财务数据业经由天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,分别出具了编号为天健审〔2017〕5144号、天健审〔2018〕5157号、天健审〔2019〕4684号标准无保留意见的审计报告,并对泰一指尚承诺业绩完成情况出具了天健审〔2017〕1271号、天健审〔2018〕2182号、天健审〔2019〕2662号鉴证报告。

4、独立财务顾问核查程序

独立财务顾问通过查阅上市公司报告及相关公告、查阅会计师出具的相关审计报告和业绩承诺审核报告、与有关人员访谈沟通等方式对泰一指尚前期业绩的真实性进行了核查,具体程序如下:

(1)访谈泰一指尚管理层,了解泰一指尚经营业务及收入确认情况;

(2)结合业务类别和客户单位,对业绩承诺期泰一指尚营业收入波动情况进行关注,了解泰一指尚销售情况变化与行业趋势及其自身状况是否吻合;

(3)获取泰一指尚的主要客户合同等,复核会计师的函证,并抽取部分客户进行现场走访;

(4)获取主要客户出具的关于交易真实性《确认函》;

(5)抽取泰一指尚大额销售回款的银行流水,核对回款金额和回款单位;

(6)获取主要供应商的年度框架协议、订单等;

(7)对泰一指尚相关员工进行访谈,了解泰一指尚职工薪酬发放政策的一致性;

(8)获取泰一指尚期间费用明细表,分析期间费用的构成。

5、独立财务顾问意见

独立财务顾问通过查阅公司报告及相关公告、查阅会计师出具的相关审计报告和业绩承诺审核报告、与有关人员访谈沟通等核查方式,对泰一指尚前期业绩情况进行了核查。泰一指尚2016年-2018年业绩相关的财务数据业经由天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,并分别出具了标准无保留意见的审计报告。综上,独立财务顾问认为:泰一指尚2016年-2018年的业绩具有真实性。

(三)补充披露2019年业绩承诺款截至目前的回收情况,并说明未就上述应收业绩补偿款在报表中列报的原因及合理性,相关回款的保障措施,上述业绩补偿款的回收是否存在重大不确定性

1、关于2019年度业绩补偿款的补充约定及回收情况

公司于2020年11月13日召开的第九届董事会第六次会议审议通过《公司与江有归、付海鹏签署(关于自愿追加业绩承诺的承诺函)之补充约定的议案》:经公司与江有归、付海鹏友好协商,就补偿事宜达成补充约定:由江有归、付海鹏于2021年12月31日前以现金方式向公司支付2019年度业绩补偿款83,616,353.46元。截至回询函回复日,公司尚未收到江有归、付海鹏支付的2019年度业绩补偿款。

2、《企业会计准则》及会计监管的相关规定

根据《企业会计准则讲解(2010)》关于或有对价的规定:某些情况下,合并各方可能在合并协议中约定,根据未来一项或多项或有事项的发生,购买方通过发行额外证券、支付额外现金或其他资产等方式追加合并对价,或者要求返还之前已经支付的对价。其他情况下(超过购买日后12个月的)发生的或有对价变化或调整,应当区分以下情况进行会计处理:(1)或有对价为权益性质的,不进行会计处理;(2)或有对价为资产或负债性质的,按照企业会计准则有关规定处理:如果属于金融工具,应采用公允价值计量,公允价值变化产生的利得和损失应按该准则规定计入当期损益或计入资本公积;如果不属于金融工具,应按照《企业会计准则第13号——或有事项》或其他相应的准则处理。

中国证监会会计部发布的会计监管工作通讯(2017年第1期)中提到:业绩补偿所形成的金融资产的公允价值的计量,不仅要考虑当期标的企业实际利润和承诺利润的差异,还需要充分考虑支付方的信用风险、货币时间价值以及剩余业绩承诺期预期利润的风险等。

3、2019年度业绩补偿款未确认为资产的原因及合理性、回款保障措施

公司与江有归、付海鹏签订的业绩补偿条款属于或有对价,且属于金融工具,应按公允价值进行计量。根据上述相关协议约定,因2019年度泰一指尚业绩未实现承诺利润,江有归、付海鹏需要补偿公司83,616,353.46元,鉴于截至公司2020年年度报告出具日,公司尚未收到上述业绩补偿款,且未获得补偿款收回的明确付款计划安排,具体回收时间存在不确定性,因此在充分考虑信用风险后,2020年度未将2019年度未完成业绩补偿款确认为资产。

根据相关约定,江有归、付海鹏应于2021年12月31日前以现金方式向公司支付2019年度业绩补偿款,目前尚未到期限。公司将从维护业务稳定长远发展,保护股东利益的角度充分考量,督促其履行义务。

(四)补充披露泰一指尚2020年业绩补偿事项的进展,包括公司是否启动相关工作、是否与业绩承诺补偿方达成一致意见、补偿方式、补偿金额、进度安排以及对财务报表的影响等

泰一指尚2020年度经审计的扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润为2,512.06万元,较2020年度承诺的净利润少18,187.94万元,实际完成2020年度业绩承诺的12.14%。2021年4月27日,公司董事会就此事项出具了专项说明:“鉴于此承诺属于自愿追加,并考虑2020年度受新冠肺炎疫情等客观因素影响,根据《上市公司监管指引第4号》精神,公司将与江有归、付海鹏友好协商处理办法。”截至本回询函回复日,公司尚未就泰一指尚2020年度净利润完成情况引致的业绩补偿事宜,与江有归、付海鹏等达成一致意见,公司尚未启动对江有归、付海鹏的追偿。公司将从维护业务稳定长远发展,保护股东利益的角度充分考量,本着对各方负责的原则,尽快与江有归、付海鹏协商,江有归、付海鹏所持公司股份继续锁定,公司未给予该部分股份少用于上市流通手续。

2020年5月7日,公司披露了《发行股份购买资产部分限售股上市流通公告》,独立财务顾问对该事项发表了核查意见,根据《业绩补偿补充协议(二)》约定的股份解锁条件,独立财务顾问已对泰一指尚截至2018年12月31日的应收账款余额收回情况进行了核查,独立财务顾问认为,泰一指尚根据《业绩补偿补充协议(二)》约定的2018年末应收账款余额已全部收回。此外,江有归、付海鹏所持公司股票自上市之日起已满36个月。因此,江有归和付海鹏股份限售相关承诺已履行完毕,其所持上市公司股份已满足上市流通的条件,公司于2020年5月15日办理完成该部分限售股上市流通手续。

公司董监高重视应收款的回收情况,在江有归、付海鹏所持公司股票申请上市流通之时,及时提醒独立财务顾问对泰一指尚截至2018年12月31日的应收账款余额收回情况进行核查,已就上述事项勤勉尽责地履行义务。

2、2020年11月13日,公司与江有归、付海鹏就2019年度业绩补偿事宜达成补充约定后,公司于2020年11月16日发出了《关于尽快履行业绩补偿义务的告知函》,公司董监高非常重视江有归、付海鹏自愿追加业绩的完成及补偿情况,与其保持密切沟通,及时了解相关事项进展,包括聘请律师协助解决业绩承诺事项。鉴于江有归、付海鹏均为董事及高级管理人员,考虑到公司业务发展需要及保持团队稳定性,公司尽可能通过友好协商方式解决业绩补偿问题,公司董监高多次与承诺人协商解决办法,已就该事项履行了勤勉尽责义务。

问题6.年报显示,公司报告期末商誉账面原值为8.09亿元,其中2016年收购泰一指尚形成商誉7.94亿元,2016-2018年未计提商誉减值。2019年泰一指尚业绩承诺实现率47.41%,公司计提商誉减值2757.39万元;报告期业绩承诺实现率12.14%,大额计提商誉减值4.94亿元,远高于以前年度。请公司补充披露:(1)最近两年泰一指尚商誉减值测试具体步骤和详细计算过程,并结合行业现状、未来行业发展趋势说明具体指标选取审定、选取依据及合理性,包括营业收入、收入增长率、净利润、毛利率、费用率、净利率水平、自由现金流、折现率等重点指标的来源及合理性,并对两年的参数和指标进行对比,说明差异及原因;(2)泰一指尚报告期内主要财务数据以及与以前年度商誉减值测试预测的差异情况,并结合上述情况说明公司本期商誉减值计提是否充分、准确,是否符合谨慎性要求;(3)以前年度是否存在应当计提减值而未计提的情况;(4)请年审会计师说明针对商誉减值执行的审计程序与获取的审计证据,并就公司商誉减值准备计提时点是否恰当,金额是否充分、谨慎,前期会计处理是否存在重大会计差错等发表核查意见。

回复:

(一)最近两年泰一指尚商誉减值测试具体步骤和详细计算过程,并结合行业现状、未来行业发展趋势说明具体指标选取情况、选取依据及合理性,包括营业收入、收入增长率、净利润、毛利率、费用率、净利率水平、自由现金流、折现率等重点指标的来源及合理性,并对两年的参数和指标进行对比,说明差异及原因

1、商誉减值测试具体步骤

被投资单位	资产组组合可回收价值与账面价值之间的差额(元)			若C<0,商誉发生减值(元)		
	可收回价值(A)	账面价值(B)	差额(C) C=B-A	计提商誉减值准备D=-C*持股比例	以前年度计提的商誉减值准备(E)	累计计提的商誉减值准备(D+E)
泰一指尚(前次商誉减值)	1,795,000,000.00	1,822,573,889.51	-27,573,889.51	27,573,889.51	0.00	27,573,889.51
泰一指尚(本次商誉减值)	1,408,000,000.00	1,901,907,612.30	-493,907,612.30	493,907,612.30	27,573,889.51	521,481,501.81

(1)资产组组合可回收金额计算过程

1)评估方法的选择

根据本次评估的资产特性、评估目的及《以财务报告为目的的评估指南》和企业会计准则的相关规定,本次评估所选用的价值类型为资产组组合的可回收价值。可回收价值等于委估资产组组合预计未来现金流量的现值或者公允价值减去处置费用的净额的孰高者。

A. 预计未来现金流量现值

资产组组合预计未来现金流量的现值,按照资产组组合在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量,选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。

B. 公允价值减去处置费用后净额

资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额,根据公平交易中销售协议价格减去可直接归属于该资产组组合处置费用的金额确定。不存在销售协议但存在活跃市场的,按照该资产组组合的市场价格减去处置费用后的金额确定。在不存在销售协议和活跃市场的情况下,则以可获取的最佳信息为基础,估计资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额,该净额参考同行业类似资产组组合的最近交易价格或者结果进行估计。

由于前一次商誉减值测试时对相关资产组组合评估人员采用收益法测算,在此期间,资产组组合所在企业外部经营环境及企业经营状况与前次相比未发生重大变化,故本次商誉减值测试也延用收益法进行测算。

2)商誉减值测试具体测算过程

A. 前次商誉减值测试过程

单位:万元

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续期
一、营业收入	168,017.00	169,818.70	171,602.30	173,330.50	174,963.70	174,963.70
减:营业成本	145,504.20	146,152.90	146,832.60	147,532.50	148,239.50	148,239.50
税金及附加	126.90	128.30	129.60	130.90	132.10	132.10
销售费用	1,356.80	1,411.60	1,467.90	1,511.10	1,555.70	1,554.60
管理费用	1,531.60	1,599.10	1,670.50	1,724.90	1,785.80	1,775.50
研发费用	5,021.90	5,139.30	5,264.00	5,355.30	5,458.00	5,436.20
财务费用	5.04	5.09	5.15	5.20	5.25	5.25
资产减值损失	168.00	169.80	171.60	173.30	175.00	175.00
加:公允价值变动损益	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
投资收益	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
资产处置收益	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
其他收益	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
二、营业利润	14,302.56	15,212.61	16,060.95	16,897.30	17,612.35	17,645.55
加:营业外收入	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
减:营业外支出	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
三、息税前利润	14,302.56	15,212.61	16,060.95	16,897.30	17,612.35	17,645.55
加:折旧及摊销	241.55	274.26	314.60	325.15	352.39	319.19
减:资本支出	564.47	210.44	319.89	42.09	109.14	290.99
减:营运资金增加	-348.96	-16,596.12	-7,655.78	-7,856.74	-2,815.00	0.00
四、息税前现金流	14,328.59	31,872.55	23,711.45	25,037.11	20,670.61	17,673.75
折现率	11.73%	11.73%	11.73%	11.73%	11.73%	11.73%
折现期	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	4.50
折现系数	0.9461	0.8467	0.7578	0.6783	0.6071	5.1753
五、现金流现值	13,560.00	26,990.00	17,970.00	16,980.00	12,550.00	91,470.00
六、税前现金流评估值	179,500.00					

B. 本次商誉减值测试过程

单位:万元

项目	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	永续期
一、营业收入	167,230.60	144,696.00	131,926.40	122,732.30	114,273.70