

关于漱玉平民大药房连锁股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的第二轮审核问询函回复

天职业字[2020]37261号

深圳证券交易所：

根据贵所 2020 年 10 月 6 日下发的《关于漱玉平民大药房连锁股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》（审核函〔2020〕010582 号）（以下简称“审核问询函”）的要求，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”或“申报会计师”）作为漱玉平民大药房连锁股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”或“漱玉平民公司”）的申报会计师，对审核问询函中涉及申报会计师的相关问题，逐条回复如下：

如无特别说明，本答复使用的简称与《漱玉平民大药房连锁股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的释义相同。

本回复中部分合计数与各明细直接相加之和在尾数上如有差异，均为四舍五入所致。

目录

问题 5.....	3
问题 6.....	9
问题 7.....	15
问题 8.....	21

问题 5

审核问询回复显示，报告期内发行人促销、陈列与咨询服务收入分别为 8,570.29 万元、8,947.31 万元、11,572.94 万元、4,738.52 万元。发行人在实际收到服务费款项时确认收入。请发行人：

(1) 补充披露收到服务费款项时确认收入是否符合权责发生制的要求；

(2) 结合同行业可比公司促销、陈列与咨询服务收入的规模、对应促销、陈列商品的销售金额，补充披露报告期内发行人促销、陈列与咨询服务收入变动的合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复说明】

一、补充披露收到服务费款项时确认收入是否符合权责发生制的要求

发行人促销、陈列与咨询服务主要是发行人为供应商或产品制造商提供商品陈列、广告、促销以及收集顾客对产品建议等服务，具体包括印制海报、柜台展示、灯箱广告制作、开展促销活动、广告宣传、市场推广和收集客户反馈意见等。发行人通过为供应商或产品制造商提供该等服务，使得供应商或产品制造商能够及时把握市场走向、改进产品、增强对消费者的吸引力，实现双方共赢。

(一) 促销、陈列与咨询服务业务的收入确认方法，是否符合《企业会计准则》的相关规定

发行人促销、陈列与咨询服务业务收入，按签订的协议或其他约定，根据提供的具体服务种类和内容收取服务费，公司出于谨慎性考虑，在相关服务完成并实际收到服务费款项时确认收入。公司向供应商提供的促销、陈列与咨询服务具有以下典型特点：

1、服务提供方式多样、收费标准不一。基于促销、陈列与咨询服务业务的特点及行业惯例，促销、陈列与咨询服务收入金额会根据商品促销方式（主题促销、门店推广、专柜陈列、货架陈列等）、商品陈列位置、货架管理服务内容，以及门店和员工推荐模式、广告促销规模、方式、次数等因素与供应商协商确定，而不同的促销陈列服务方式，收费标准存在一定的差异。

2、促销陈列服务活动较多、单笔金额较小且调整频繁复杂。具体情形如下：

(1) 由于供应商极为分散，公司每年为供应商提供数千次促销陈列服务，单次服务平均金额较小；(2) 在服务过程中，供应商会结合营销活动预算及活动效果预期，对参与活动及接受服务的商品品类、陈列方式、促销活动规划及规模等进行季节性、临时性调整；(3) 在双方实际结算时，根据促销陈列方式、规模及促销陈列效果，双方存在一定价格调整空间。

由于促销、陈列与咨询服务业务存在上述特点，双方实际结算、收款金额很有可能不同于协议初步约定金额，且持续变更修订协议在实际工作中不具备可操作性。因此，在双方结算确认前，无法可靠计量促销陈列服务收入金额，不符合“收入的金额能够可靠计量”的确认条件。

同时，根据企业会计准则基本准则的要求，在重要性和成本效益原则的前提下，应保证会计信息的完整性。因此，在双方结算确认前需要耗费大量人力负责促销陈列费统计和计算工作，并且无法得到可靠的计量结果，亦不符合会计准则成本效益及重要性原则。

因此，公司根据《企业会计准则》规定，同时参考行业惯例，并严格遵循谨慎性原则，根据服务提供后双方实际结算时签署的《促销陈列服务费用结算单》确认收费金额，并于实际收到服务款项时确认收入。同时，公司以实际收到服务款项金额作为供应商对服务提供情况的补充认定，等同于服务收入确认的金额获得了客观的外部确认，使其满足“收入的金额能够可靠计量”的条件。

综上所述，公司在服务完成后以实际收到服务费款项时作为促销、陈列与咨询服务收入确认的时点。

公司促销、陈列与咨询服务业务的收入确认与会计准则的对比情况，具体如下：

提供劳务收入确认原则	公司实际情况
收入金额能够可靠计量	公司实际操作中，并不仅以原始协议约定的时间和金额作为收入确认依据，而是在服务提供后，双方结算时签署《促销陈列服务费用结算单》确认实际收费金额，同时在实际收到款项时确认收入。
相关经济利益很可能流入企业	公司在实际收到款项时确认收入，因此在确认收入时点相关的经济利益能够确认可流入公司。

综上所述，促销、陈列与咨询服务业务的收入确认方法符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）促销、陈列与咨询服务业务的收入确认方法与同行业公司保持一致

发行人促销、陈列及咨询收入确认会计政策与同行业上市公司保持一致，具体情况如下：

同行业上市公司	会计政策
大参林	公司在提供促销服务且收到或很可能收到款项的情况下确认收入，同时开具服务费发票。公司在实际操作中，出于谨慎性考量，并不以合同约定的时间和金额作为收入确认依据，而是在实际收到款项时或基本确定能收到时确认收入
老百姓	本集团为供应商提供商品宣传、推广等服务。按实际提供的服务确认收入
益丰药房	公司在提供促销服务且收到款项或基本确定款项能够收到的情况下确认收入，同时开具服务费发票。公司在实际操作中，出于谨慎性考量，并不以合同约定的时间和金额作为收入确认依据，而是在实际收到款项时或基本确定能收到时确认收入
一心堂	公司在提供促销服务且收到款项或基本确定款项能够收到的情况下确认收入，同时开具服务费发票

注：同行业可比上市公司会计政策源自招股说明书、定期报告。

此外，2020年9月3日证监会审核通过的云南健之佳健康连锁店股份有限公司，招股说明书中披露的促销陈列收入会计政策为“公司对向供应商提供促销、市场推广、仓储配送等服务并收取的服务费，在以下条件同时满足、依据充分时确认收入：（1）服务协议已签署，服务已提供，且双方对公司提供服务的进展、质量和结算达成共识：服务提供后，双方结算时签署《服务及结算确认书》，其效力等同于对服务协议的补充确认及结算书，用于确定已提供服务的进展、质量及结算成果等。（2）已实际收到款项或能够确定款项可以收到时”。

综上，发行人促销、陈列与咨询服务业务的收入确认政策符合《企业会计准则》的规定，并与同行业可比公司保持了一致。发行人的会计政策更能反映业务的实际情况，更加合理和谨慎。

二、结合同行业可比公司促销、陈列与咨询服务收入的规模、对应促销、陈列商品的销售金额，补充披露报告期内发行人促销、陈列与咨询服务收入变动的合理性。

（一）发行人与同行业可比公司促销、陈列与咨询服务收入的规模对比情况

报告期内，发行人与同行业可比公司促销、陈列与咨询服务收入金额及占营业收入比重情况，具体如下：

单位：万元

公司名称	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	促销、陈列与咨询服务收入	占营业收入比重	促销、陈列与咨询服务收入	占营业收入比重	促销、陈列与咨询服务收入	占营业收入比重	促销、陈列与咨询服务收入	占营业收入比重
一心堂	8,002.47	1.33%	25,139.65	2.40%	23,071.16	2.51%	18,044.00	2.33%
益丰药房	16,505.16	2.69%	29,935.35	2.91%	23,850.12	3.45%	14,510.92	3.02%
老百姓	未披露	未披露	未披露	未披露	25,611.84	2.70%	24,260.86	3.23%
大参林	14,096.84	2.03%	25,906.03	2.33%	23,078.54	2.61%	16,740.09	2.26%
健之佳	未披露	未披露	19,090.72	5.41%	14,594.45	5.28%	12,601.19	5.37%
平均比重	-	2.02%	-	3.26%	-	3.31%	-	3.24%
发行人	4,738.52	2.11%	11,572.94	3.34%	8,947.31	3.10%	8,570.29	3.45%

注：可比上市公司未单独披露促销、陈列与咨询服务收入，基于其年报或招股说明书分析，一心堂、益丰药房和大参林其他业务收入中主要为促销、陈列与咨询服务收入，因此以其他业务收入计算相应指标；老百姓商品宣传、推广等服务收入占主营业务收入-其他的比例较高，故以主营业务收入-其他计算相应指标；健之佳直接选取招股说明书中披露的促销服务收入及市场推广收入之和计算相应指标。

如上表所示，报告期内，公司促销、陈列与咨询服务收入分别为 8,570.29 万元、8,947.31 万元、11,572.94 万元和 4,738.52 万元，占营业收入的比例分别为 3.45%、3.10%、3.34% 和 2.11%，基本保持稳定，且促销、陈列与咨询服务收入占营业收入比重与同行业可比公司平均水平基本保持一致。

2019 年度促销、陈列与咨询服务收入较 2018 年增长了 2,625.63 万元，增幅为 29.35%，增长较快，主要原因为：

(1) 公司门店数量和经营规模持续增长，经营区域和零售网络不断扩张，供应商更加注重与公司进行营销合作，公司促销、陈列与咨询服务收入亦相应增长。

(2) 药品市场竞争日益激烈，公司作为山东省内最大的医药零售连锁企业，在山东地区具有较强的品牌优势，供应商为提高商品市场竞争力而加大促销陈列力度。

(3) 2019 年度，随着阿胶类产品促销去库存政策实施，其供应商加大了零售终端陈列推广及促销服务投入。此外，汤臣倍健、拜耳保健及中美华东等医药

生产企业，基于对公司前期提供的陈列促销服务效果的认可，相应地增加了其产品在门店终端的陈列推广及促销服务投入。

2020 年上半年公司和同行业可比公司促销、陈列与咨询服务收入占营业收入比重均出现一定幅度下降，主要系受新冠疫情影响，供应商减少了在门店的促销陈列推广活动。

综上所述，公司促销、陈列与咨询服务收入变动具有合理性。

（二）发行人促销、陈列与咨询服务收入与其对应促销、陈列商品的销售金额对比情况

公司销售商品中，如舒筋健腰丸、益安宁丸等知名广告商品，供应商对其宣传推广主要以电视及网络宣传为主，商品本身知名度较高，顾客一般根据自身需求自行购买。中药饮片一般不区分生产厂家，以统货形式对外销售。此外，如注射用卡瑞利珠单抗、瑞舒伐他汀钙片等抗肿瘤免疫调节药、心脑血管疾病用药及其他 DTP 相关慢病处方药，其生产厂商为江苏恒瑞、阿斯利康、诺华、赛诺菲及默沙东等知名药企，一般由顾客持医院处方到门店进行购买。因此，上述供应商对该类商品较少在门店零售终端进行陈列推广或举办促销活动，公司收取的促销、陈列与咨询服务收入与该类商品的销售金额不具有对应关系。

发行人促销、陈列与咨询服务收入所对应促销、陈列商品种类主要以中西成药中的中成药、补益类药品等非处方药及保健食品为主，该部分商品同质性及可替代性较强，一般需要持续在门店零售终端进行陈列推广、举行促销活动或服务投入，以提高消费者对该类产品的认可度和知名度，因此，公司收取的促销、陈列与咨询服务收入与该类商品的销售金额存在部分对应关系。

报告期，发行人促销、陈列与咨询服务收入与其对应促销、陈列商品的销售金额对比情况，具体如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
促销、陈列与咨询服务收入	4,738.52	11,572.94	8,947.31	8,570.29
对应促销、陈列商品销售金额	49,049.63	113,965.82	94,535.23	82,626.37
占比	9.66%	10.15%	9.46%	10.37%

如上表所示，发行人促销、陈列与咨询服务收入与其所对应促销、陈列商品销售金额占比保持稳定，促销、陈列与咨询服务收入变动具有合理性。

三、中介机构核查程序及核查意见

（一）申报会计师核查程序

1、获取同行业上市公司定期报告，分析其促销、陈列、咨询服务的收入确认政策，查询企业会计准则；

2、针对促销、陈列、咨询服务，访谈了发行人商品中心人员和财务人员，获取了发行人促销、陈列、咨询服务协议、结算单、发票，对促销、陈列、咨询服务业务进行了函证和走访；

3、将发行人与同行业可比公司促销、陈列与咨询服务收入的规模进行对比，分析报告期内促销、陈列与咨询服务收入与所对应促销、陈列商品销售金额的配比情况；

4、分析发行人收到的主要促销、陈列与咨询收入的波动情况，检查是否存在变动异常且无合理解释的情况。

（二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人收到服务费款项时确认收入符合《企业会计准则》的规定，会计处理与同行业可比上市公司不存在差异；

2、发行人促销、陈列与咨询服务收入占营业收入比重与同行业公司平均水平基本一致，同时与所对应促销、陈列商品销售金额具有匹配性，发行人促销、陈列与咨询服务收入变动具有合理性。

发行人已在《招股说明书》“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（二）营业收入构成及变动分析”之“2、主营业务收入构成”之“促销、陈列与咨询服务收入分析”中补充披露。

问题 6

审核问询回复显示，报告期内发行人批发业务收入分别为 1,676.04 万元、5,690.90 万元、16,494.54 万元和 15,927.44 万元，青岛紫光为发行人批发业务第一大客户，2018 年针对青岛紫光的信用期由账期 30 天放宽为账期 12 个月，批发业务毛利率分别为 6.72%、1.74%、0.35%、6.01%，模拟计算还原后发行人批发业务毛利率分别为 6.72%、4.74%、4.34%、4.71%。请发行人：

(1) 结合青岛紫光应收账款周转率，补充披露 2018 年针对青岛紫光大幅度放宽信用期的原因及合理性，是否存在刻意放宽信用期刺激销售增长的情形；

(2) 补充披露报告期内各期采购返利金额、模拟计算还原后的各期折让金额，进一步详细披露毛利率较低的情况下仍然开展批发业务的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复说明】

一、结合青岛紫光应收账款周转率，补充披露 2018 年针对青岛紫光大幅度放宽信用期的原因及合理性，是否存在刻意放宽信用期刺激销售增长的情形；

(一) 青岛紫光应收账款周转率及信用期情况

报告期内，公司严格按照《应收账款管理制度》，制定针对青岛紫光的信用期，具体如下：

单位：万元

批发客户名称	期间	销售收入	信用政策
青岛紫光	2020 年 1-6 月	4,416.86	账期 12 个月
	2019 年度	6,287.49	账期 12 个月
	2018 年度	4,588.35	账期 12 个月
	2017 年度	301.95	账期 30 天

报告期内，青岛紫光为发行人批发业务第一大客户。发行人对青岛紫光的批发业务收入分别为 301.95 万元、4,588.35 万元、6,287.49 万元和 4,416.86 万元。报告期各期末，发行人应收青岛紫光的批发款分别为 19.36 万元、2,555.19 万元、5,053.04 万元和 6,018.63 万元。报告期内，青岛紫光应收账款周转率分别为 15.60 次/年、3.56 次/年、1.65 次/年和 1.60 次/年（年化），具体情况如下：

单位：万元、次/年

项目	2020.6.30/ 2020年1-6月	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度
对青岛紫光的批发收入	4,416.86	6,287.49	4,588.35	301.95
应收青岛紫光批发款	6,018.63	5,053.04	2,555.19	19.36
青岛紫光应收账款周转率	1.60	1.65	3.56	15.60

2017年度，发行人向青岛紫光的批发业务规模较小且处于早期尝试阶段，给予的信用额度较低，账期为30天，当年度对青岛紫光应收账款周转率较高，为15.60次/年。自2018年起，发行人开始寻求与省内区域医药零售连锁优势企业或参股企业进行合作，采用高额度、长账期的策略扩展批发业务，随着对青岛紫光批发业务规模的增加，发行人调整了对青岛紫光的信用期及信用额度，因此青岛紫光应收账款周转率呈下降趋势。

（二）2018年针对青岛紫光放宽信用期的原因及合理性

1、2018年度，发行人批发业务尚处发展初期，需要通过高额度、长账期等优势扩展业务

医药批发行业竞争激烈，公司批发业务发展初期，业务团队成立时间短，存在优势产品较少、各项成本费用较高等劣势，因此公司批发业务发展战略为优先通过高额度、长账期、高效服务、较低价格等优势寻求与省内区域医药零售连锁优势企业或参股企业进行合作，培育重点客户，达到完善品类结构、增强市场影响力的目的，同时稳固山东省区域市场，以形成规模效应，最终获得厂商低价药品供应竞争优势，提升盈利能力。

青岛紫光作为青岛地区区域优势医药零售连锁企业，在终端销售方面具备竞争优势。发行人基于开拓青岛市场、实施医药零售行业战略合作的需要，结合公司批发业务发展战略，给予青岛紫光12个月的信用期以获得批发业务发展机会。

2、发行人参股青岛紫光，给予参股公司较长的信用期符合行业惯例

2018年5月，公司参股青岛紫光，实现战略合作，持股比例为4.87%，给予参股公司较长的信用期符合行业惯例。

同行业大参林招股说明书披露的类似情形如下：大参林持有赣州大参林华尔

康连锁药店有限公司（以下简称“赣州大参林华尔康”）19%股权，批发业务为发行人向参股公司供应商品，是大参林开拓江西市场、实施医药零售行业整合的战略需要。为加快江西地区品牌影响力、促进赣州大参林华尔康的发展角度，大参林给予其信用期为 12 个月。

3、2018 年度，发行人对青岛紫光的批发业务规模增长较快，放宽信用期符合公司《应收账款管理制度》

2017 年度，发行人对青岛紫光的批发业务收入为 301.95 万元，占当期营业收入比例为 0.10%，2018 年度，发行人对青岛紫光的批发业务收入为 4,588.35 万元，增长较快，占当期营业收入比例为 1.85%，总体处于较低比例。随着公司对青岛紫光批发业务收入快速增长，公司严格按照《应收账款管理制度》，对青岛紫光信用等级、信用额度、信用期限进行后续评定。因此，公司 2018 年度将对青岛紫光的信用期调整为 12 个月。

综上所述，公司给予青岛紫光 12 个月的信用期符合公司长远发展战略，同时也符合行业惯例，不存在刻意放宽信用期刺激销售增长的情形。

二、补充披露报告期内各期采购返利金额、模拟计算还原后的各期折让金额，进一步详细披露毛利率较低的情况下仍然开展批发业务的原因及合理性。

（一）报告期内各期采购返利金额、模拟计算还原后的各期折让金额

1、报告期内批发业务各期采购返利金额、模拟计算还原后的各期折让金额

2017 年度及 2018 年度，公司批发业务处于早期尝试阶段，规模较小，主要系在承担漱玉平民门店配送任务的基础上，由子公司飞跃达医药利用原有零售采购渠道尝试开展与省内医药零售连锁企业及部分单体药房的批发配送业务，未获得供应商的独立采购返利政策支持，因此公司未对批发业务收取的返利进行单独核算。

2019 年起，随着医药现代物流中心（一期）投入运营，发行人医药物流配送能力大幅提高，公司重新制定了批发业务战略规划，取得了如正大青岛、恒瑞医药、正大天晴、扬子江等部分医药生产企业在山东地区“独家代理”、“一级经销”或“协议分销”授权，并就批发业务取得了独立的采购返利政策支持，因此，公司开始组建专业的批发业务团队，同时对批发业务返利进行单独的核算。

报告期内，发行人批发业务各期采购返利金额及模拟计算还原后的各期折让金额如下表：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
批发业务各期采购返利金额	1,744.54	522.71	-	-
模拟计算还原后的批发业务各期折让金额	1,534.63	1,181.37	171.09	-

注：2017年度，发行人批发业务收入仅为1,676.04万元，占主营业务收入的比重仅为0.67%，批发业务票折跨期较少，因此未将批发业务票折还原。

2、模拟计算还原前后批发业务的毛利率

报告期内，发行人批发业务收入分别为1,676.04万元、5,690.90万元、16,494.54万元和15,927.44万元，批发业务毛利率分别为6.72%、1.74%、0.35%和6.02%，模拟后批发业务毛利率分别为6.72%、4.74%、4.34%和4.71%。

发行人批发业务收入大幅增长，主要系公司通过与上游供应商加深合作，取得了如正大青岛、恒瑞医药、正大天晴、扬子江等部分医药生产企业在山东地区“独家代理”、“一级经销”或“协议分销”授权，并就批发分销的产品单独签订返利协议。但根据返利协议约定，公司一般于上半年与供应商结算确认并收取上一年度的年度协议返利，时间具有滞后性，公司在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后，进行会计处理，冲减收到返利当期的“营业成本”，导致2018年及2019年批发业务毛利率较低。返利会计处理方法与同行业可比上市公司相同或相似，关于返利金额及会计处理详见“问题7”相关回复。

因此，由于返利入账时间问题可能导致批发业务收入与成本不配比的情况，如果将公司期后实际收取的返利按照权责发生制还原至应收返利当期进行模拟计算，公司各期模拟计算后的毛利率情况具体如下：

单位：万元

年度	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
批发业务收入	15,927.44	16,494.54	5,690.90	1,676.04
批发业务成本	14,967.93	16,436.75	5,592.02	1,563.35
批发业务毛利率	6.02%	0.35%	1.74%	6.72%
应模拟计算还原票面折让金额	-209.91	658.66	171.09	-
模拟计算后批发业务成本	15,177.84	15,778.09	5,420.94	1,563.35
模拟计算还原后批发业务毛利率	4.71%	4.34%	4.74%	6.72%

(二) 毛利率较低的情况下仍然开展批发业务的原因及合理性

1、发行人开展批发业务有利于提升物流中心的产能利用率，增加新的盈利点

2018年12月，为提升公司山东医药零售市场占有率，进一步获取竞争优势，子公司飞跃达医药现代物流中心（一期）正式开始运营，该物流中心建筑面积29,045.13平方米，是原物流中心面积的263.06%，设计的药品配送规模为50亿元/年，公司医药物流配送能力大幅提高，在满足漱玉平民体系内门店的仓储物流配送业务的基础上，现代物流中心（一期）尚有闲置的产能。

因此，发行人开展批发业务，有利于提升物流中心的产能利用率，增加新的盈利点，一定程度上摊薄物流中心带来的折旧、人工成本。

2、发行人开展批发业务有利于发行人自身商品力的提升

发行人拓展批发业务可将原本优势产品进一步推广到新区域，有利于公司在原有基础上抢占更多的市场份额及终端资源。此外，商品销量的提升进一步加强了公司与上游供应商谈判时的议价能力，使公司有望获得更低的供货价，从而增强自身商品力，也增强了商品端的盈利能力。

3、发行人批发业务起步阶段毛利率较低，符合行业惯例

报告期内，发行人还原票面折让后的批发业务毛利率较低，分别为6.72%、4.74%、4.34%和4.71%，主要是因为发行人批发业务目前销售规模在1-2亿元水平，与大型医药批发企业差距较大，只有主动采取高额度、长账期、高效服务、较低价格等优势扩大批发业务规模，从而不断提升市场份额和市场占有率。

未来随着发行人批发业务规模扩大，平台规模优势将进一步凸显，发行人批发业务将逐步向效益化和专业化的医药商业公司发展，公司将完善产品品类，拓展代理品种、贴牌产品，产生新的效益增长点和盈利点，提升批发业务毛利率。

根据老百姓《招股说明书》披露，老百姓自2012年开始尝试拓展对外医药批发业务，2012年至2014年，批发业务收入分别为535.22万元、6,835.53万元、9,286.91万元，毛利率分别为1.53%、2.66%和3.25%。

因此，批发业务起步阶段的毛利率较低属于行业内正常情况。

4、取得供应商“独家代理”、“一级经销”或“协议分销”授权后，发行人批发业务毛利率将进一步提升

发行人积极与上游医药生产企业加深合作，对于较大批发规模的主要品种，公司直接向医药生产企业进行采购，取得了部分医药生产企业在山东地区“独家代理”、“一级经销”或“协议分销”授权，并就批发业务取得了独立的采购返利政策支持。取得供应商授权后，发行人可以直接对接医药生产企业，取代原有流通产品通过商业公司的购进渠道，减少中间流通环节，享有更为优惠的采购价格和更高的盈利空间，未来发行人批发业务毛利率将进一步上升。

5、发行人将大力发展自有品牌，提升批发业务毛利率

医药零售企业的利润主要来自商品的进销差价。一般而言，常规品种由于市场竞争激烈，毛利率较低，而自有品牌具有独家的采购渠道和品牌优势，毛利率较高。

目前发行人批发业务产品主要为外采产品，而同行业可比上市公司批发业务产品以自产产品、自有品牌为主，如一心堂批发业务主要是销售自产的中药饮片，大参林以自有品牌、代理品种为主，具体情况如下：

公司	批发业务情况
一心堂	一心堂医药批发业务主要是发行人子公司中药科技向其它的药品生产企业销售中药材原料和向其它的药品零售企业销售中药饮片。
大参林	大参林主要采取“从供应商集中采购产品及向子公司与第三方批发”的模式，所推广的品种以自有品牌、代理品种为主

发行人已拥有“乐活法”系列产品、“鹊华”中药饮片、“阿斯康健”保健品等多种自有品牌，发行人将在未来批发业务中大力推广自有品牌，以提升批发业务毛利率及盈利能力。

综上所述，发行人开展批发业务具有合理性。

三、中介机构核查程序及核查意见

(一) 申报会计师核查程序

1、访谈发行人业务部门主要负责人，了解发行人的销售模式、信用政策、结算方式等；核查青岛紫光的基本情况、交易背景、销售协议主要条款等；

2、走访了青岛紫光在青岛、日照的门店以及部分关联公司，访谈了青岛紫

光总经理、相关门店店长以及部分关联公司的业务负责人；

3、获取公司收取供应商返利明细台账，并与账面进行核对；

4、获取公司主要供应商收取返利对应的返利协议、返利计算表及返利结算单，并结合在信息系统中导出的基础数据，复核收取返利计算的依据；

5、选取公司主要供应商对本期收取返利金额（金额为0也进行函证）进行函证，复核公司账面入账票折的真实性、完整性及准确性；

6、选取公司主要供应商进行了实地走访，并就是否支付返利，支付返利的的原因、金额由供应商进行确认，复核收取返利的真实性及合理性；

7、获取本期收取返利的原始会计凭证进行抽凭检查，复核返利收取的真实性、完整性及准确性。

（二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、2018年对青岛紫光放宽信用期，主要是因为发行人批发业务尚处发展初期，需要通过高额度、长账期等优势扩展业务，青岛紫光为发行人参股公司，发行人对参股公司的信用期较长符合行业惯例。因此，不存在刻意放宽信用期刺激销售增长的情形；

2、发行人开展批发业务，主要是基于提升物流中心产能利用率、增加新的盈利点、提升自身商品力等原因，具备合理性；批发业务开展初期毛利率较低，符合同行业惯例，具备合理性。未来，发行人将通过“独家代理”、“一级经销”或“协议分销”产品、自有品牌提升批发业务毛利率。

发行人已在《招股说明书》“第六节 业务与技术”之“四、采购情况和主要供应商”、“第六节 业务与技术”之“三、公司销售情况和主要客户”和“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、经营成果分析”之“（四）毛利率分析”之“4、批发业务毛利率分析”补充披露。

问题 7

审核问询回复显示，报告期内发行人采购返利金额分别为 3,635.68 万元、5,807.40 万元、6,413.24 万元、7,397.99 万元，其中最近一期返利比例大幅度

增长主要系批发业务采购返利金额增加，发行人在实际收到采购返利金额时冲减主营业务成本。请发行人补充披露报告期内不同业务的采购返利金额，最近一期批发业务返利金额大幅度增加的原因及合理性，发行人针对采购返利的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复说明】

一、补充披露报告期内不同业务的采购返利金额

报告期内，公司零售业务及批发业务的采购返利金额情况，具体如下：

单位：万元

采购返利	2020年1-6月份	2019年度	2018年度	2017年度
零售业务	5,653.45	5,890.53	5,807.40	3,635.68
批发业务	1,744.54	522.71	-	-
合计采购返利金额	7,397.99	6,413.24	5,807.40	3,635.68

如上表所示，随着公司不断拓展零售终端覆盖网络，日益增长的零售业务显著增强了面对上游供应商的议价能力，同时发行人与重点供货商加大了合作力度，随着采购规模的逐年增长，供应商针对零售业务给予的采购返利金额亦逐年增长。

2017年度及2018年度，公司批发业务处于早期尝试阶段，主要系子公司飞跃达医药利用原有零售采购渠道开始开展批发配送业务，规模较小，未获得供应商独立的采购返利政策支持，未单独核算批发业务返利金额。2019年以来随着医药现代物流中心（一期）投入运营，发行人医药物流配送能力大幅提高，另外发行人取得了正大青岛、恒瑞医药、正大天晴、扬子江等部分医药生产企业在山东地区“独家代理”、“一级经销”或“协议分销”授权后，批发业务收入大幅增加，批发业务返利金额也随之增长。

报告期内，公司收取供应商采购返利金额及与同行业上市公司对比情况如下表：

单位：万元

项目	期间	返利金额	营业成本	占比
发行人	2020年1-6月	7,397.99	157,520.20	4.70%

项目	期间	返利金额	营业成本	占比
	2019 年度	6,413.24	231,333.58	2.77%
	2018 年度	5,807.40	184,096.26	3.15%
	2017 年度	3,635.68	157,343.60	2.31%
益丰药房	2019 年 1-9 月	16,833.38	446,087.25	3.77%
	2018 年度	15,067.10	416,608.19	3.62%
	2017 年度	7,200.18	288,258.34	2.50%
	2016 年度	4,871.72	225,542.59	2.16%
老百姓	2018 年 1-6 月	10,817.66	284,615.68	3.80%
	2017 年度	12,642.93	485,287.37	2.61%
	2016 年度	9,950.44	389,652.99	2.55%
	2015 年度	8,092.32	286,790.10	2.82%

注 1：由于同期返利相关数据同行业上市公司未在年报中进行披露，因此我们获取同行业上市公司最近一次披露的返利相关数据进行对比。

注 2：益丰药房返利相关数据摘自益丰药房公开披露的“益丰药房关于中信证券股份有限公司关于公开发行可转换公司债券申请文件反馈意见的回复”。

注 3：老百姓返利相关数据摘自老百姓公开披露的“公开发行可转换公司债券募集说明书”。

注 4：可比期间内，大参林、一心堂已公开披露文件均未披露返利相关数据。

如上表所示，发行人采购返利占营业成本比例与同行业上市公司基本保持一致。2020 年 1-6 月收取的采购返利金额较高，主要原因系：公司通过与上游供应商加深合作，取得了部分医药生产企业在山东地区一级经销商资格，并就对外批发分销的产品签订返利协议，随着公司批发收入规模大幅增长，2020 年 1-6 月批发业务实际收取返利金额较 2019 年大幅增加。

2020 年 1-6 月采购返利金额占营业成本比例较高，主要原因系：公司一般于上半年与供应商结算确认并收取上一年度的年度协议返利，时间具有滞后性，导致上半年度实际收取的返利金额占营业成本比例高于全年占比，与同行业上市公司不存在重大差异。

二、最近一期批发业务返利金额大幅度增加的原因及合理性

经过多年深耕医药零售市场，公司建立了完善的商品供应体系和物流体系。为充分利用现有医药物流配送平台及发挥商品优势，公司在专注于医药零售业务基础上，逐步尝试拓展对外医药批发业务。

2017 年度及 2018 年度，公司批发业务处于早期尝试阶段，批发客户数量较少，主要系在承担漱玉平民自有门店配送任务的基础上，由子公司飞跃达医药利用原有采购渠道开展批发业务，未获得供应商独立的采购返利政策支持。

2018 年 12 月，为提升公司山东医药零售市场占有率，进一步获取竞争优势，子公司飞跃达医药现代物流中心（一期）开始正式运营，该物流中心建筑面积 29,045.13 平米，是原物流中心面积的 263.06%，设计的药品配送规模为 50 亿元/年，公司医药物流配送能力大幅提高。

2019 年起，为充分利用现有医药物流配送平台及发挥商品优势，公司重新制定批发业务战略规划，并开始组建专业的批发业务团队，大力拓展批发客户，公司批发客户数量由 2018 年度的 70 余家上升至 340 余家。

同时，公司积极与上游医药生产企业展开合作，对于较大批发规模的主要品种，公司直接向医药生产企业进行采购，取得了如正大青岛、恒瑞医药、正大天晴、扬子江等部分医药生产企业在山东地区批发业务的授权，并就批发业务取得了独立的采购返利政策支持，以获得更高的盈利空间，逐步向效益化的医药流通公司和专业化的医药物流公司转变。

综上所述，2017 年及 2018 年，公司主要利用原有采购渠道开展批发业务，规模较小，未获得供应商独立的采购返利政策支持，未单独核算批发业务返利。2019 年起，公司取得批发业务授权的厂家及品种数量大幅增长，同时与越来越多的供应商就批发业务签订独立的返利协议，批发业务收入随之大幅增长，公司批发业务应收取的返利金额亦随着增长。但根据返利协议约定，公司一般于上半年与供应商结算确认并收取上一年度的采购返利，时间具有滞后性，因此 2019 年度批发业务返利绝大部分在 2020 年上半年集中收取。综上导致公司 2020 年 1-6 月实际收取的批发业务返利金额大幅度增加。

三、发行人针对采购返利的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

（一）发行人针对采购返利的会计处理符合《企业会计准则》

根据行业惯例，医药零售行业公司在进行采购时，供应商为了维护产品市场价格体系的稳定或者充分调动零售终端客户采购的积极性，通常会通过签订返利协议的形式进行奖励。当零售终端客户在约定的结算周期内（年度、半年度、季

度、月度)完成合同规定的配送量(金额)、采购量(金额)或供应商收到的回款额等返利指标,双方按照返利标准定期进行结算,确认无误后,供应商以票面折扣的形式给予零售终端客户返利奖励。

公司日常经营商品品规约 1.2 万个,而与公司签订返利协议的供应商数量极多,且返利协议中涉及商品、返利标准及计算条件复杂多样,并区分月度、季度、半年度、年度多个期间来计算确认,因此发行人在短时间内无法准确计算出返利周期内的具体返利金额,需要在返利期间结束一段时间之后,才能初步梳理并计算出应收返利金额,且往往与最终实收金额存在差异,仍需公司与供应商共同对账后,才能最终确定实际应收返利。同时,供应商为充分调动客户采购的积极性,亦对大部分客户给予了返利政策支持,因此供应商也需要一定的时间才能完成所有客户的返利的计算、内部审核工作及与公司对账工作。综上因素,上一周期实际返利金额一般于返利计算周期结束后 1-3 个月内,才能由公司与供应商共同对账后最终进行确定实际返利金额,并由供应商于确认当月开具返利发票。

综上所述,考虑到最终与供应商共同对账结算确认前,公司无法确定实际应收取的返利金额,出于谨慎性考虑,发行人在实际收取返利时进行会计处理。对于发行人而言,收取的供应商返利实际降低了采购批次商品的采购价款,最终影响了采购成本。同时由于返利收取时间具有滞后性,而公司存货周转率较高,因此发行人在实际收取返利时,其所对应的商品绝大部分均已完成销售。

因此,发行人在实际收到返利时将返利金额冲减当期“营业成本”,同时减少应付供应商采购款。公司收取供应商返利的具体会计处理为:

借:应付账款

贷:主营业务成本

应交税费-增值税-进项税额转出

(二) 发行人针对采购返利的会计处理与同行业可比上市公司保持一致

发行人对采购返利会计处理方法与同行业可比上市公司保持一致,均是在实际收到或基本确认可以收到供应商返利后,进行会计处理,并冲减收到返利当期“营业成本”。同行业可比公司会计政策具体情况如下:

同行业上市公司	会计政策
大参林	根据《大参林招股说明书》披露：公司收到供应商返利或基本确定可以收到供应商返利后，由于公司存货周转率较高，均是在收到供应商返利当月冲减相应销售成本，同时减少当期增值税进项税金。
老百姓	根据《老百姓招股说明书》披露：由供应商在出具的增值税专用发票上进行金额折扣或出具专门的负数增值税专用发票，公司按照确定的返利金额扣减应付供应商的采购款，并将返利入账。 依照零售行业惯例，公司在收到返利时，根据确认的返利金额，相应冲减主营业务成本和对应的增值税进项税金。
益丰药房	根据《益丰药房招股说明书》披露：根据公司与供应商签署的采购合同，返利收入一般以季度和年度为主，由于在签署合同时无法预计采购量是否达到标准，故均在满足条件收到供应商返利后再确认、进行会计处理。 公司收到供应商返利后，由于公司产品的存货周转率较高，目前均是在收到供应商返利的当月冲减相应的销售成本。
一心堂	根据《一心堂招股说明书》披露：因公司采购数量较大，依据行业惯例，供应商会按照采购合同进行返利，对这部分返利，公司冲减主营业务成本。

此外，2020年9月3日证监会审核通过的云南健之佳健康连锁店股份有限公司，招股说明书披露：公司在满足合作约定条件且收到供应商的返利或者基本确定可以收到供应商返利额当期进行会计处理。

综上所述，公司依照行业惯例，并出于谨慎性的考虑，在实际收到返利时冲减当期“营业成本”，同时减少应付供应商采购款，能够更加真实、客观、谨慎的反映公司的财务状况以及经营成果，符合谨慎性、合理性和稳健性原则，并与同行业可比公司的会计处理保持一致。

因此，发行人针对采购返利的会计处理方法符合《企业会计准则》的规定。

四、中介机构核查程序及核查意见

（一）申报会计师核查程序

1、分析《企业会计准则》关于采购返利相关的规定，查阅同行业可比上市公司采购返利的会计处理，与发行人进行对比；

2、分析发行人最近一期返利金额增长较快的合理性；

3、获取公司收取供应商返利明细台账，并与账面进行核对；

4、获取公司主要供应商收取返利对应的返利协议、返利计算表及返利结算单，并结合在信息系统中导出的基础数据，复核收取返利计算的依据；

5、选取公司主要供应商对本期收取返利金额（金额为0也进行函证）进行

函证，复核公司账面入账票折的真实性、完整性及准确性；

6、选取公司主要供应商进行了实地走访，并就是否支付返利，支付返利的原由、金额由供应商进行确认，复核收取返利的真实性及合理性；

7、获取本期收取返利的原始会计凭证进行抽凭检查，复核返利收取的真实性、完整性及准确性。

（二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内发行人采购返利金额真实、准确，最近一期返利金额增长较快，主要是因为 2019 年度取得了较多供应商“独家代理”、“一级经销”或“协议分销”资质，返利收取具有滞后性，部分 2019 年度返利于 2020 年 1-6 月收回，具有合理性；

2、发行人采购返利的会计处理符合《企业会计准则》，与同行业可比上市公司采购返利会计处理不存在差异。

发行人已在《招股说明书》“第六节 业务与技术”之“四、采购情况和主要供应商”中补充披露。

问题 8

审核问询回复显示，报告期内发行人商誉金额分别为 19,688.84 万元、19,688.84 万元、30,608.84 万元、31,275.17 万元，其中 2019 年增长较快主要系高溢价收购青岛紫光日照门店形成商誉 10,920.00 万元，商誉减值测试时发行人预测青岛紫光 36 家门店资产组的预期增长率远高于其他资产组。

请发行人补充披露在进行商誉减值测试时预测青岛紫光 36 家门店资产组的预期增长率远高于其他资产组的原因及合理性，相关资产组的划分是否合规、相关基础假设是否合理，商誉减值计提是否充分。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

【回复说明】

一、在进行商誉减值测试时预测青岛紫光 36 家门店资产组的预期增长率远

高于其他资产组的原因及合理性；

发行人对青岛紫光 36 家门店资产组和其他资产组在进行商誉减值测试时，使用的均是同一个增长率模型，由于收购时间不同，不同资产组预测期所处的业务增长阶段不同，导致预测期增长率不同。

青岛紫光 36 家门店收购时间为 2019 年 11 月，预测期五年主要处于整合期及成长期前期，增长率较高，其他资产组预测期处于成长期后期及成熟期，增长率较低。

1、商誉减值测试增长率模型

根据发行人历史经验及同行业惯例，收购门店业务增长一般会经历整合期、成长期及成熟期（稳定期）三个阶段。

（1）整合期为发行人对收购门店的品牌、业务及管理模式整合阶段，一般为两年，上半年完成收购的收购当年为整合期第一年，下半年完成收购的，收购次年为整合期第一年。

（2）成长期为发行人整合后门店的业务自然增长阶段，一般为五年，五年期间增长率逐渐降低。

（3）成熟期为门店资产组经历五年的成长期后，经营进入成熟阶段，业务规模趋于稳定，销售收入不会有较大增长。

发行人以评估基准日后五年作为预计门店资产组未来现金流量的预测期，五年之后为永续期。由于收购门店与新开门店业务增长趋势一致，每年末，发行人以其自身历史上新开门店的销售收入数据为基础，并计算统计其整合期和成长期的销售收入增长率，将其作为年末所有商誉资产组预测期的销售收入增长率。

预计商誉资产组未来现金流量时，预测期各年度的销售收入增长率根据被收购门店资产组所处整合期、成长期或成熟期三阶段中对应的年度销售收入增长率确认，同时基于谨慎性原则，成熟期的销售收入增长率为 0%。

按照上述计算原则，在对青岛紫光 36 家门店资产组进行商誉减值测试时，发行人所有资产组各阶段对应年度的销售收入增长率如下表：

评估基准日	各阶段销售收入增长率
-------	------------

	整合期		成长期					成熟期
	第1年	第2年	第1年	第2年	第3年	第4年	第5年	
2020年06月30日	12.00%	24.60%	15.30%	8.90%	7.60%	4.40%	2.50%	0.00%
2019年12月31日	12.00%	24.60%	15.30%	8.90%	7.60%	4.40%	2.50%	0.00%

注：2020年6月30日与2019年12月31日不同阶段的增长率保持了一致，主要原因为：2020年爆发的新型冠状病毒肺炎疫情为非正常因素，疫情物资的销售增长对发行人经营业绩存在一定的正向影响；同时2020年仅为1-6月数据，无法据以合理计算年度增长率。因此出于谨慎性考虑，2020年6月30日的不同阶段销售收入增长率与2019年12月31日保持了一致。

2、青岛紫光 36 家门店资产组与其他资产组预期增长率比较情况

2019年12月31日，青岛紫光36家门店资产组与其他资产组预测期的销售收入增长率详见下表：

资产组	收购时间	预测期增长率				
		2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
康通华泰 57 家门店资产组	2014年6月	2.50%	0%	0%	0%	0%
益生堂	2015年8月	7.60%	4.40%	2.50%	0%	0%
康杰药房 23 家门店资产组	2016年8月	8.90%	7.60%	4.40%	2.50%	0%
青岛康杰 50 家门店资产组	2017年1月	8.90%	7.60%	4.40%	2.50%	0%
青岛宏泰 70 家门店资产组	2017年7月	15.30%	8.90%	7.60%	4.40%	2.50%
青岛紫光 36 家门店资产组	2019年11月	12.00%	24.60%	15.30%	8.90%	7.60%

2020年6月30日，青岛紫光36家门店资产组与其他资产组预测期的销售收入增长率详见下表：

资产组	收购时间	预测期增长率				
		2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
康通华泰 57 家门店资产组	2014年6月	0%	0%	0%	0%	0%
益生堂	2015年8月	4.40%	2.50%	0%	0%	0%
康杰药房 23 家门店资产组	2016年8月	7.60%	4.40%	2.50%	0%	0%
青岛康杰 50 家门店资产组	2017年1月	7.60%	4.40%	2.50%	0%	0%
青岛宏泰 70 家门店资产组	2017年7月	8.90%	7.60%	4.40%	2.50%	0%
青岛紫光 36 家门店资产组	2019年11月	24.60%	15.30%	8.90%	7.60%	4.40%

由上表可知，发行人对青岛紫光36家门店资产组和其他商誉资产组在进行商誉减值测试时，使用的是同一个增长率模型，由于收购时间不同，不同资产组预测期所处的业务增长阶段不同，导致预测期增长率不同。青岛紫光36家门店

收购时间为 2019 年 11 月，收购整合期为 2020 年和 2021 年，整合期预测增长率为 12.00%和 24.60%，2022 年至 2026 年为成长期，增长率逐渐下降。其他资产组由于收购时间较长，已经度过了快速增长的整合期，业务规模趋于稳定，逐步进入成长期中后期或成熟期，增长率逐渐降低。

3、发行人对青岛紫光 36 家门店整合情况及业绩实现情况

青岛紫光 36 家门店在日照地区经营多年，门店所处地理位置在医院周边或社区附近，属于稀缺药店资源。发行人完成收购后，对青岛紫光 36 家门店在品牌形象、商品体系、运营和会员体系、信息系统和培训体系等进行了全面整合，进一步提升了市场竞争力。

(1) 通过品牌形象升级，进一步改善门店环境，提升消费者购物体验

发行人历经多年的经营积累，“漱玉平民”的品牌在山东市场深入人心。2019 年，公司的商标“漱玉平民”被认定为中国驰名商标。发行人通过对青岛紫光 36 家门店内部进行整体形象升级和改造，规划门店的商品布局及 VI 形象，逐步与漱玉门店统一形象标准，提升店内环境，进一步提升消费者购物体验，有助于进一步提升门店的销售。

(2) 导入漱玉平民商品体系及有竞争力的独家商品

通过逐步导入漱玉平民独有的商品体系及上百种总代理品种，青岛紫光 36 家门店可以进一步优化商品成本，用更好的商品及价格服务顾客。通过引进漱玉平民的品牌商品和优势品种，包括但不限于带量采购品种、DTP 特药品种、自有贴牌品种等，青岛紫光 36 家门店可以进一步开发新客户资源，增强顾客粘性和忠诚度，提高在当地市场的竞争优势。

(3) 导入漱玉平民精细化的运营体系和会员体系

公司对青岛紫光 36 家门店导入标准化的运营体系，涵盖门店、区域管理、选址拓展、商品管理、客户管理等各方面，有效提升青岛紫光 36 家门店的坪效和人效。同时逐步导入公司特有的慢病中心、营养管家项目以及中医馆项目，对慢病人群、保健人群以及中医药人群进行定向深度挖掘，提供个性化营销方案和整体的健康解决方案。通过引入漱玉的会员管理系统，进一步锁定目标会员，分级分类管理并实施精准化服务，进行健康指标跟踪提醒，提供合理的用药方案和

健康咨询，做健康管理的专家，使得客户粘性大幅提升。

(4) 导入信息管理系统，提升运营效率

公司已对青岛紫光 36 家门店全面更换 SAP 系统、G3 系统等现代化的信息管理系统，上述信息管理系统在保证整个运营体系信息数据实时高速传输的基础上，兼具商业智能分析能力。基于全流程一体化管理，可对终端信息数据变化进行分析，对产品的未来销售状况作出预测，为管理层作出决策提供依据。

(5) 导入漱玉培训体系，进一步加强人员专业性建设

青岛紫光 36 家门店人员基础较好，基层员工比较稳定。发行人将逐步导入漱玉平民培训体系，设立日照区域的门店兼职讲师，导入线上学习平台，培训全体员工的医药专业知识、营销服务技能等，并且配合营运中心各个项目的实施，在日照地区选拔培养营养管家、慢病专员、骨病专员等专业人才，进一步提升员工的销售和服务能力。

收购后随着发行人的进一步整合，青岛紫光 36 家门店 2020 年 1-6 月实现营业收入 5,434.52 万元，收入增长率为 15.37%，高于评估基准日 2019 年 12 月 31 日预测期 2020 年 12% 的收入增长率，实现了快速增长，随着发行人对青岛紫光 36 家门店进一步规划和整合，在日照地区的市场竞争力和市场占有率进一步提高，未来仍具有增长潜力。

综上所述，发行人在进行商誉减值测试时预测青岛紫光 36 家门店资产组的预期增长率高于其他资产组，主要由于收购时间较晚，预测期五年主要处于整合期及成长期前期，预测期增长率较高，另外，借助漱玉平民的品牌优势、先进的管理模式、商品体系、运营体系等，2020 年 1-6 月青岛紫光 36 家门店已超额完成预测收入，因此评估基准日青岛紫光 36 家门店资产组的预期增长率高于其他资产组具有合理性。

二、相关资产组的划分是否合规、相关基础假设是否合理，商誉减值计提是否充分；

1、相关资产组的划分是否合规

《企业会计准则第 8 号——资产减值》第 18 条规定：“资产组的认定，应当

以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。同时，在认定资产组时，应当考虑企业管理层管理生产经营活动的方式（如是按照生产线、业务种类还是按照地区或者区域等）和对资产的持续使用或者处置的决策方式等。”

青岛紫光 36 家门店是从青岛紫光收购而来的，主营业务为医药零售连锁业务，拥有单独的药品销售品类及结构、组织人员架构及运营体系，资产组产生的主要现金流入能够独立于其他资产或者资产组的现金流入，收购后管理层对青岛紫光 36 家门店定期分析和评价经营情况，单独管理。发行人进行商誉减值测试时将青岛紫光 36 家门店划分为独立的资产组进行减值测试，与收购时的资产组保持了一致，资产组划分符合企业会计准则的规定。

2、相关基础假设是否合理

（1）商誉减值测试的关键假设

①公开市场假设：公开市场假设是对资产拟进入的市场的条件以及资产在这样的市场条件下接受何种影响的一种假定。公开市场是指充分发达与完善的市场条件，是指一个有自愿的买方和卖方的竞争性市场，在这个市场上，买方和卖方的地位平等，都有获取足够市场信息的机会和时间，买卖双方的交易都是在自愿的、理智的、非强制性或不受限制的条件下进行。

②持续使用假设：持续使用假设是对资产拟进入市场的条件以及资产在这样的市场条件下的资产状态的一种假定。首先被评估资产正处于使用状态，其次假定处于使用状态的资产还将继续使用下去。在持续使用假设条件下，没有考虑资产用途转换或者最佳利用条件，其评估结果的使用范围受到限制。

③资产组持续经营假设：即资产组作为经营主体，在所处的外部环境下，按照经营目标，持续经营下去。资产组经营者负责并有能力担当责任；资产组合法经营，并能够获取适当利润，以维持持续经营能力。

④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；无其他不可预测和不可抗力因素造成的重大不利影响。

⑤有关利率、汇率、赋税基准及税率，政策性征收费用等不发生重大变化。

⑥假设资产组在现有的管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与现时方向保持一致。

⑦假设资产组的经营完全遵守所有有关的法律和法规。

⑧假设评估基准日后资产组的产品或服务保持目前的市场竞争态势。

⑨无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响。

(2) 评估假设的合理性

上述资产组评估的假设是根据评估对象目前经营情况、未来几年的经营预测，并考虑了资产组以后的发展情况，本着求实、稳健的原则作出的，符合国家现行法律、法规和相关制度的有关规定，遵循了资产评估基本准则与通用惯例，符合评估对象的实际情况及其所处的市场环境，评估假设具有合理性。

3、商誉减值计提是否充分

根据《企业会计准则》及相关规定：企业合并所形成的商誉，至少应当在每年年度终了进行减值测试。考虑到包含商誉资产组的可收回金额确定的复杂性及专业性，报告期各期末，发行人聘请具有证券期货从业资格的北京天健兴业资产评估有限公司进行了以减值测试为目的的评估，以协助发行人进行减值测试。根据发行人商誉减值测试的结果，发行人收购青岛紫光 36 家门店资产组形成的商誉未发生减值，无需计提商誉减值准备。报告期内，发行人收购青岛紫光 36 家门店资产组形成的商誉减值测试结果如下：

单位：万元

评估基准日	不包含商誉资产组价值 ①	商誉金额 ②	包含商誉的资产组价值 ③=①+②	包含商誉的资产组可收回金额 ④	商誉减值金额 ⑤=③-④	评估报告号
2020年6月30日	-	10,920.00	10,920.00	12,386.00	-	天兴苏评报字(2020)第0105号
2019年12月31日	-	10,920.00	10,920.00	11,496.83	-	天兴苏评报字(2020)第0023号

综上，报告期内发行人在对收购青岛紫光 36 家门店相关资产组形成对商誉进行减值测试时，相关资产组的划分合规、相关基础假设合理，商誉减值计提充分。

三、中介机构核查程序及核查意见

（一）申报会计师核查程序

1、查阅了形成商誉相关交易的收购协议、收购时的资产评估报告、收购标的审计报告等资料，了解发行人收购时主要资产评估情况，检查了收购价格的确认依据是否充分、定价是否公允；

2、访谈发行人收购业务主要负责人员及管理层，了解发行人收购决策过程，包括收购标的的选择、收购时所考虑的关键因素、被收购标的评估、定价及交割情况等；

3、访谈了青岛紫光人员，走访了部分青岛紫光日照门店，了解发行人收购青岛紫光 36 家门店的过程、定价依据、是否存在关联关系及利益输送情况；

4、查阅发行人收购相关资金付款凭证，核对收购款项支付金额、收款方是否与协议约定一致，复核发行人收购时商誉确认的计算过程及准确性；

5、了解并测试了与商誉减值测试相关的关键内部控制设计及执行的有效性；

6、与发行人管理层及评估师讨论商誉所在资产组的确定是否恰当；获取并检查了外部评估师出具的评估报告，评价外部评估师的胜任能力、专业素质和客观性；

7、参考同行业可比上市公司披露信息，评估管理层商誉减值测试的方法是否恰当，评价各资产组可收回价值时采用的评估方法的适当性、关键假设及折现率等关键参数的合理性；

8、获取被收购门店资产组报告期内盈利数据，评估商誉减值测试所采用的未来现金流预测中所使用的关键假设及参数，包括预计销售收入增长率、毛利率、营业费用率等是否合理；

9、复核预计可收回金额的计算过程是否准确，检查发行人对商誉减值测试结果的会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

（二）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为，发行人在进行商誉减值测试时预测青岛紫光 36 家门店资产组预期增长率高于其他资产组，系资产组处于的业务增长阶段不同所致，具有合理性，相关资产组的划分合规、相关基础假设合理，商誉减值计提充

分。

发行人已在《招股说明书》“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、资产质量分析”之“3、非流动资产构成及变动分析”之“(7) 商誉”中补充披露。

[以下无正文]

关于漱玉平民大药房连锁股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市

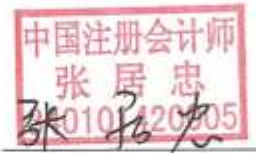
申请文件的第二轮审核问询函回复（续）

天职业字[2020] 3726

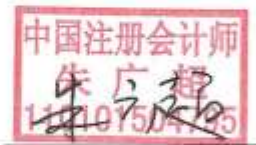
[此页无正文]



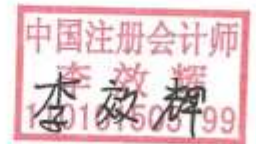
中国注册会计师
(项目合伙人):



中国注册会计师:



中国注册会计师:



说明

1. 《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
2. 《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
3. 《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
4. 会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

北京市财政局
 发证机关：
 二〇一八年七月二十六日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所

执业证书

天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）

名称：



邱靖会计师事务所(特殊普通合伙)
北京市海澱区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域

首席合伙人：

主任会计师：

经营场所：

特殊普通合伙

组织形式：

11010150

执业证书编号：

京财会许可[2011]0105号

批准执业文号：

2011年11月14日

批准执业日期：

年度检验公告
Annual Renewal Registration
2018年
注册会计师
年检公告
注册会计师
年检公告
注册会计师
年检公告

本证书有效一年，到期后顺延一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.



2018年 3月 15日
中 国
注 册 会 计 师 协 会

340102701016301

注册会计师协会
Institute of Certified Public Accountants of China

2018年 01月 01日



本证书有效一年，到期后顺延一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.

1701000220



2017年 02月 23日



中国注册会计师协会



姓名 张居忠

性别 男

出生日期 1970-10-18

工作单位

天职国际会计师事务所(特殊普
通合伙)-山东分所

身份证号码

340102701016301

Identity card No.



姓 名	朱广超
Sex	男
出生日期	1981-10-08
工作单位	天职国际会计师事务所(特殊普 通合伙) 山东分所
身份证号码	372520198110080711



证书编号: 110101504795
No. of Certificate

批准注册协会: 山东省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2014 年 09 月 18 日
Date of issuance



2015年 3月 13日



姓名 李效辉
 Full name
 性别 男
 Sex
 出生日期 1989-10-13
 Date of birth
 工作单位 天职国际会计师事务所(特殊普通合伙) 山东分所
 Working unit
 身份证号码 372928198910131251
 Identity card No.



年 度 检 询 备 记
 Annual Renewal Registration
 2020 年
 注册会计师
 本证书自 2020 年 1 月 1 日起有效，延续有效一年。
 This certificate is valid for another year after
 this renewal.

证书编号: 110101505191
 No. of Certificate
 批准注册协会: 山东省注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs
 发证日期: 2017 年 04 月 24 日
 Date of Issuance /y /m /d

