

恒康大药房股份有限公司
关于全国股转公司挂牌公司管理一部
《关于对恒康大药房股份有限公司的年报问询函》
的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司挂牌公司管理一部：

恒康大药房股份有限公司（以下简称“公司”或“我公司”）于2024年7月12日接到贵部《关于对恒康大药房股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第184号）（以下简称“年报问询函”）函件后，公司董事会高度重视，立即组织公司有关人员对问询事项进行了认真分析和讨论，逐项落实，现就年报问询函中关注的问题回复如下：

问题一：关于商誉

2023年末，你公司商誉账面价值7,244.58万元，占当年总资产的比重为16.65%。其中，2023年度公司通过收购门店经营资产新增商誉1,479.97万元，本年度新增商誉主要是公司收购江华县7家药店、蓝山县九芝堂盛瑞大药房等5家门店、永州福康家药房康家店6家药店形成，收购支付对价1,348.00万元，可辨认净资产公允价值为0元，形成商誉1,348.00万元。

请你公司：

（1）说明相关门店经营资产的收购背景、收购完成后公司对相关门店经营资产的业务重组情况，包括但不限于药品销售品类、业务人员、药品采购配送体系、业务运营管理等方面的变化情况，对公司业务、经营业绩的具体影响；

（2）结合问题（1）说明公司将收购门店经营资产支付对价全部作为商誉的原因，是否存在可辨认无形资产的情况，商誉减值测试的过程，相关会计处理是否符合行业惯例，是否符合企业会计准则的规定。

【回复】

一、说明相关门店经营资产的收购背景、收购完成后公司对相关门店经营资产的业务重组情况，包括但不限于药品销售品类、业务人员、药品采购配送体系、业务运营管理等方面的变化情况，对公司业务、经营业绩的具体影响

(一) 相关门店经营资产的收购背景

1、深入湖南、广西市场布局，提高市场竞争力

目前，公司在湖南、广西地区拥有超过 454 家门店，门店覆盖永州、长沙、桂林等城市及周边地区，是永州市的医药零售行业的龙头企业。但从行业规模来看，根据商务部数据统计，2022 年我国药品零售市场销售额为 5,990 亿元，对比同行业上市公司的扩张速度，例如，益丰药房（603939）、一心堂（002727）、老百姓（603883）和大参林（603233）等近几年新增门店增长率保持在 20%-40%。整体来看，在这样激烈的市场竞争和广阔的行业前景下，公司目前的市场占有率和门店布局速度相较于同行都还存在较大的提升空间。

公司在永州市现有直营门店及加盟门店 411 家，在永州市药店数量上处于领先地位。公司未来将继续深入湖南和广西地区的地县级市场，提高企业的市场渗透，保证企业的市场竞争力。

本次收购的江华县 7 家药店、蓝山县九芝堂盛瑞大药房等 5 家门店、永州福康家药房康家店 6 家药店在当地的表现均较为良好，公司完成收购后，有利于巩固公司在永州市医药零售行业的龙头地位。

2、推动跨区域联动发展，持续扩大品牌影响力

公司将围绕永州、桂林等地原有的业务基础，进一步延伸周边市场范围，通过多地的联动发展，促进公司的品牌传播，持续提升品牌影响力，切实支撑公司的门店业务发展。

3、形成区域规模效应，降低企业运营成本

由于零售药店行业线下门店运营的优势和特性，行业中企业的线下门店业务呈现出较强的区域性和规模效应，行业企业要想保持自身的竞争优势，需要形成线下门店的区域性覆盖和精细化运营能力。

公司未来在深入湖南、广西市场的同时，对于永州市的核心区域，将门店管理与业务做精做细，形成绝对优势；对于永州周边区域，进一步提升区域覆盖的广度和深度，依托自身成熟的门店管理模式，争取市场份额；对于广西市场，公司已成立分公司，依托在桂林近 20 年的经营经验，实现门店的快速复制，降低企业运营成本。

4、提升专业服务水平，为客户创造价值

未来，随着“医药分开”政策的逐步落地，处方将逐步从医院流向药店，有望扩大零售药店终端市场规模，这对药店的专业服务能力提出了更高的要求，将一定程度上倒逼零售药店行业向专业化发展，具有专业化服务能力的零售药店将越来越有竞争力。

公司将加强后台支持体系建设和工作人员专业化培训，使工作人员能够更精准地了解顾客的需求，提供及时高效的专业化服务，为客户创造价值，增强客户粘性，同时形成自身服务特色，增加企业辨识度。

（二）收购完成后公司对相关门店经营资产的业务重组情况

根据与转让方的转让协议，江华县 7 家药店、蓝山县九芝堂盛瑞大药房等 5 家门店、永州福康家药房康家店 6 家药店被收购后相关资产转让已交付至公司。收购完成后，公司对收购形成的资产组进行单独管理，相关门店的经营业务与药品销售品类根据公司及门店实际需求，由公司统一将商品采购、配送至各门店。原有业务人员遵循自愿原则，与公司签署劳动合同后由公司安排或者由原门店自行处理，业务重组过程中不存在争议或纠纷。

（三）对公司业务、经营业绩的具体影响

通过收购江华县 7 家药店、蓝山县九芝堂盛瑞大药房等 5 家门店、永州福康家药房康家店 6 家药店，公司进一步增强了在永州市医药零售行业的市场占有率。收购的相关资产组在 2023 年度的主要经营业绩及其贡献程度具体如下：

单位：万元

项目	营业收入	营业利润
永州福康家药房康家店 6 家药店资产组	621.45	30.22
蓝山县九芝堂 5 家药店资产组	360.49	61.00
江华县 7 家药店资产组	165.45	2.55
合计	1,147.39	93.77
2023 年度公司财务业绩	48,000.21	3,488.20
收购资产组业绩贡献率	2.39%	2.69%

注 1：永州福康家药房康家店 6 家药店于 2023 年 8 月完成交割纳入公司合并财务报表；

注 2：蓝山县九芝堂 5 家药店于 2023 年 7 月完成交割纳入公司合并财务报表；

注 3：江华县 7 家药店于 2023 年 7 月完成交割纳入公司合并财务报表。

二、结合问题（1）说明公司将收购门店经营资产支付对价全部作为商誉的原因，是否存在可辨认无形资产的情况，商誉减值测试的过程，相关会计处理是否符合同行业惯例，是否符合企业会计准则的规定

（一）收购门店经营资产支付对价全部作为商誉的原因，是否存在可辨认无形资产的情况

1、交易标的的定价情况及定价依据

公司聘请了具备从事证券、期货业务资格的北京坤元至诚资产评估有限公司分别以 2023 年 6 月 30 日为基准日，对江华县 7 家药店收购进行了资产评估，出具了《恒康大药房股份有限公司收购资产涉及的金国月拥有的永州江华县七家零售药店经营性资产组市场价值资产评估报告》（京坤评报[2024]0411 号），以 2023 年 6 月 30 日为基准日，为蓝山县九芝堂盛瑞大药房等 5 家门店收购进行了评估，出具了《恒康大药房股份有限公司资产收购涉及的王旭、陈平拥有的永州蓝山县五家零售药店经营性资产组市场价值资产评估报告》（京坤评报字[2024]0409 号），以 2023 年 7 月 31 日为基准日，为永州福康家药房康家店 6 家药店收购进行了评估，出具了《恒康大药房股份有限公司资产收购涉及的王达、曾军勇拥有的永州冷水滩区六家零售药店经营性资产组市场价值资产评估报告》（京坤评报字 I2024]0410 号）。

2、商誉形成过程中不存在应单独确认可辨认无形资产

（1）会计准则及相关监管法规的规定

《企业会计准则解释第5号》中关于非同一控制下的企业合并中，对于购买方确认取得的在被购买方财务报表中未确认的无形资产的原则，规定如下：非同一控制下的企业合并中，购买方在对企业合并中取得的被购买方资产进行初始确认时，应当对被购买方拥有的但在其财务报表中未确认的无形资产进行充分辨认和合理判断，满足以下条件之一的，应确认为无形资产：①源于合同性权利或其他法定权利；②能够从被购买方中分离或者划分出来，并能单独或与相关合同、资产和负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或交换。

根据《监管规则适用指引——发行类第5号》之“5-3 客户资源或客户关系及企业合并涉及无形资产的判断”：客户资源或客户关系，只有源自合同性权利或其他法定权利且确保能在较长时期内获得稳定收益，才能确认为无形资产。公司无法控制客户资源或客户关系带来的未来经济利益的，不应确认无形资产。公司开拓市场过程中支付的营销费用，或仅购买相关客户资料，而客户并未与出售方签订独家或长期买卖合同，有关“客户资源”或“客户关系”支出通常应为公司获取客户渠道的费用。

(2) 公司上述收购门店经营资产不存在可辨认无形资产

根据上述监管要求以及无形资产准则的规定，没有实物形态的非货币性资产要符合无形资产的定义，关键要看其是否满足可辨认性标准，即是否能够从企业中分离或者划分开来，并能单独或者与相关合同、资产、负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或者交换；或者应源自于合同性权利或其他法定权利，无论这些权利是否可以从企业或其他权利和义务中转移或分离。”

结合公司的现有合同以及客户资源的具体情况，被收购标的作为医药零售企业，客户大多为自然人消费者，流动性和价格敏感性较强，受门店的区位优势、整体服务能力、专业水平影响较大。因此，对于门店而言，一般难以控制上述客户关系。综上所述，由于公司无法控制其带来的未来经济利益，不符合无形资产的定义，收购门店经营资产不存在可辨认无形资产，公司的商誉确认符合相关会计准则的规定（相关评估报告详见附件二）。

综上，收购门店经营资产不存在可辨认无形资产。

（二）商誉减值测试的过程

1、评估方法选择

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定：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。只要有一项超过了资产的账面价值，就表明资产没有发生减值，不需再估计另一项金额。

资产的公允价值减去处置费用后的净额，应当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。

不存在销售协议但存在资产活跃市场的，应当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。

在不存在销售协议和资产活跃市场的情况下，应当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。

企业按照上述规定仍然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。

本次采用预计未来现金流量的现值作为资产组的可收回金额。

2、预计未来现金流量折现法

《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定的“资产预计未来现金流量的现值”是指被评估资产在剩余使用寿命内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。

预计未来现金流量折现法是将预期现金净流量进行折现以确定评估对象价值的具体方法。与《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定的“资产预计未来现金流量的现值”内涵一致。其估算公式如下：

式中：P—资产组预计未来现金流量的现值

R_t —未来第 t 年资产组预计现金流量

t—预测期数

r—折现率

n—剩余经济寿命

在具体操作过程中，一般选用两段式折现模型。即将评估对象的预计未来现金流量分为详细预测期和稳定期两个阶段进行预测，首先预计详细预测期（一般为5年）各年的现金净流量；在详细预测期最后一年的预计现金净流量的基础上预测稳定期现金净流量。最后将预测的预计未来现金流量进行折现后求和，即得到评估对象的预计未来现金流量的现值。其基本估算公式如下：

即：

$$P = \sum_{i=1}^t \frac{A_i}{(1+r)^i} + \frac{A_{(t+1)}}{(r-g) [(1+r)]^t}$$

上式中：

P—评估对象预计未来现金流量的现值

g—永续年度净现金流增长率

t—明确预测期收益年限，本次评估取评估基准日后5年

A_i —预测前段第*i*年预期现金流量

$A_{(t+1)}$ —永续期预期企业自由现金流量

i—折现计算期（年），根据本项目实际情况采用期中折现

资产组自由现金流量 = 息税前利润 + 折旧及摊销 - 资本性支出 - 营运资金追加额

评估对象息税前利润 = 营业收入 - 营业成本 - 税金及附加 - 销售费用 - 管理费用

上述预计未来现金流量是根据委估资产组或资产组组合在其经营者现有管理水平和经营模式，以资产组或资产组组合当前的经营规模为基础，并维持其持续经营能力的前提下的正常经营活动预计产生现金净流量最佳估算数。不涉及企业筹资活动产生的现金流入或者流出以及与所得税收付有关的现金流量。

r—折现率：根据折现率应与所选收益指标配比的原则，本次评估采用税前口径折现率。

根据国际会计准则 ISA36--BCZ85 指导意见，无论税前、税后现金流及相应折现率，均应该得到相同计算结果。本次评估根据该原则将税后折现率加权平均资本成本（WACC）计算结果调整为税前折现率口径。

WACC 模型可用下列数学公式表示：

$$\begin{aligned} \text{WACC} &= E / (D+E) \times \text{Re} + D / (D+E) \times (1-t) \times \text{Rd} \\ &= 1 / (D/E+1) \times \text{Re} + D/E / (D/E+1) \times (1-t) \times \text{Rd} \end{aligned}$$

上式中：WACC：加权平均资本成本；

D：债务的市场价值；

E：股权市值；

Re：权益资本成本；

Rd：债务资本成本；

D/E：资本结构；

t：企业所得税率。

计算权益资本成本时，采用资本资产定价模型（CAPM）的估算公式如下：

$$\begin{aligned} \text{CAPM 或 Re} &= \text{Rf} + \beta (\text{Rm} - \text{Rf}) + \text{Rs} \\ &= \text{Rf} + \beta \times \text{ERP} + \text{Rs} \end{aligned}$$

上式中：Re：权益资本成本；

Rf：无风险收益率；

β ：Beta 系数；

Rm：资本市场平均收益率；

ERP：即市场风险溢价（Rm - Rf）；

Rs：企业特定风险调整系数。

3、商誉减值测试具体过程

根据公司聘请的北京坤元至诚资产评估有限公司出具的《恒康大药房股份有限公司对并购形成的商誉进行减值测试涉及的含商誉资产组可收回金额资产评估报告》（京坤评报字〔2024〕0186号），截至2023年末，公司包含商誉的资产组及资产组组合均高于账面价值，商誉未发生减值。商誉减值测试具体过程如下：

（1）营业收入预测

主营业务收入为药品、中药饮片、食品、保健食品、医疗器械等。本次根据各个资产组的当地市场情况、门店药品情况、业务发展、历史销售增长率及湖南省医药及医疗器材专门零售总额增长率来确定各个资产组的营业收入增长率。

（2）营业成本的预测

主营业务成本主要是销售商品的成本。本次根据各个资产组的当地市场情况、门店药品情况、业务发展以及历史毛利率来确定各个资产组的现金流预测中的毛利率。

（3）税金及附加的预测

税金及附加主要为应交城建税、教育费附加、地方教育附加、印花税等，本次根据各项税费根据与营业收入比例进行预测。

（4）销售费用预测

销售费用主要为职工薪酬、房租费、折旧费、促销费、水电费、装修改造费等，本次根据资产组各类费用与主营业务收入的比例关系，以及对其总体费用水平和各费用项目水平逐项进行分析：对于职工薪酬费用，本次参照资产组历史年度销售人员数量及薪酬绩效和福利水平，结合当地和行业社会平均劳动力成本变化趋势及产权持有人销售收入的增长水平进行估算；房租费以房屋租赁协议为基础进行预测；折旧费主要为办公设备、电子设备等固定资产的计提折旧，除了定期的设备更新，将基本保持评估基准日的规模水平并按企业会计准则正常预测；长期待摊费用为门店装修费，除了定期的装修更新，将基本保持评估基准日的规

模水平并按企业会计准则正常预测，这部分为固定费用，按企业会计准则正常预测；其他项目根据与营业收入比例进行预测。

(5) 财务费用预测

财务费用为银行手续费。银行手续费将随着企业销售收入的增长保持同步增长，银行手续费预测将在现有规模的基础上，结合销售收入增长比例预测。

(6) 营运资金增加净额预测

营运资金（净营运资金增加额）预测根据资产组的经营特点、年度付现成本及资金的周转情况估算出以后各年度的合理营运资金，与上期末合理营运资金的差额，即为当期追加营运资金数额。由于此次资产组的范围仅包含经营性长期资产及商誉不包含营运资金，因此在第一年，包含一笔一次性的现金流量，就如同该资产组“购买”了营运资金以开展其业务。

(7) 资本性支出预测

本次在测算资本性支出时，主要考虑现有设备的更新支出、未来新增设备的购置支出以及新增设备未来的更新支出。对存量固定资产的更新支出，根据固定资产的经济使用年限进行预测。其中：对预测期内需要更新的资产，假设其于经济使用年限到期后进行更新；对于预测期外需要更新的资产，本次评估根据未来年度应当安排的资本性支出总额折算为年金。

(8) 折旧与摊销预测

固定资产折旧预测考虑的因素：一是资产组固定资产折旧的会计政策；二是现有固定资产的构成及规模，预计未来年度不改变用途持续使用并按各类资产经济寿命不断更新；三是现有固定资产投入使用的时间；四是未来五年的固定资产投资计划（未来五年资本性支出形成的新增固定资产）；五是每年应负担的现有固定资产的更新形成的固定资产和未来投资形成的固定资产应计提的折旧。预测中折旧额与其相应资产占用保持相应匹配；预计当年新增的固定资产在当年开始计提折旧。摊销费用主要为长期待摊费用（装修费）的摊销，预测时考虑的因素：一是现有长期待摊的规模，二是长期待摊的更新及资本性支出新增的长期待摊，三是长期待摊的摊销政策。

(9) 收益期限的估算

被评估资产组经营正常，不存在必然终止的条件，故本次评估设定其收益期限为无限年期。评估时分两段进行预测，第一段为5年（从2024年1月初至2028年底）；第二段为2029年初至未来永续期。

(10) 折现率的估算

根据折现率应与所选收益指标配比的原则，本次评估采用税前口径折现率。

根据国际会计准则ISA36--BCZ85指导意见，无论税前、税后现金流及相应折现率，均应该得到相同计算结果。本次评估根据该原则将税后折现率加权平均资本成本（WACC）计算结果调整为税前折现率口径。

WACC模型可用下列数学公式表示：

$$\begin{aligned} WACC &= E / (D+E) \times Re + D / (D+E) \times (1-t) \times Rd \\ &= 1 / (D/E+1) \times Re + D/E / (D/E+1) \times (1-t) \times Rd \end{aligned}$$

上式中：WACC：加权平均资本成本；

D：债务的市场价值；

E：股权市值；

Re：权益资本成本；

Rd：债务资本成本；

D/E：资本结构；

t：企业所得税率。

计算权益资本成本时，采用资本资产定价模型（CAPM）的估算公式如下：

$$\begin{aligned} \text{CAPM 或 } Re &= Rf + \beta (Rm - Rf) + Rs \\ &= Rf + \beta \times ERP + Rs \end{aligned}$$

上式中：Re：权益资本成本；

Rf: 无风险收益率;

β : Beta 系数;

Rm: 资本市场平均收益率;

ERP: 即市场风险溢价 ($R_m - R_f$);

Rs: 资产组特定风险调整系数。

(11) 永续期增长

永续增长率主要参考我国近 5 年居民消费价格指数平均值,同时考虑到近年来国内随着居民生活水平的提高以及人口老龄化加剧的情况对医药产品的需求在未来会逐年有所增加等因素,永续年度净现金流增长率 g 取 2.00%。

(12) 初始营运资金

此次申报的含商誉资产组不包含营运资金,因此在第一年,包含一笔一次性的现金流量,就如同该资产组“购买”了营运资金以开展其业务。未来现金流量的现值需扣除初始营运资金。

商誉减值测试具体过程详见“附件一 《恒康大药房股份有限公司对并购形成的商誉进行减值测试涉及的含商誉资产组可收回金额资产评估报告》”。

(三) 相关会计处理是否符合行业惯例,是否符合企业会计准则的规定

1、公司资产组和资产组组合的认定符合会计准则的规定

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》,资产组是企业可以认定的最小资产组合,其产生的现金流入应当基本上独立于其他资产或者资产组。资产组应当由与创造现金流入相关的资产构成。资产组的认定,应当考虑企业管理层对生产经营活动的管理或者监控方式(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。结合公司的业务特点和管理模式以及会计准则的要求,本公司资产组都是收购门店形成,每一笔收购形成的资产组都进行单独管理,资产组经营业务都是医药零售,因此公司对资产组和资产组组合的认定符合会计准则的规定。

2、公司商誉的初始计量符合会计准则的规定

根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》第三章 非同一控制下的企业合并第十一条（一）：“一次交换交易实现的企业合并，合并成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值”；第十三条（一）：“合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，应当确认为商誉”。

本公司将本期收购门店业务及相关资产的合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，作为一项资产确认为商誉并按成本进行初始计量符合会计准则的要求。

3、公司商誉减值准备的计提符合会计准则的规定

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》，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。商誉应当结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

企业进行资产减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，应当自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，应当将其分摊至相关的资产组组合。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，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（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组的可收回金额低于其账面价值的，应当确认商誉的减值损失。

公司对于企业合并所形成的商誉，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。公司采用现金流量估值模型，以预计未来现金流量的现值来估算包含商誉在内的各个资产组的可回收金额，公司关于资产组的认定、可收回金额的具体确定方法与同行业公司大参林、益丰药房、老百姓一致，相关会计处理符合同行业惯例，符合企业会计准则的规定。

问题二：关于其他业务收入

年报披露，你公司的盈利主要来源于零售业务的综合毛利。包括两个方面：一是通过商品的进销差价获得盈利，为公司盈利的主要来源；二是为供应商开展商品促销服务、市场推广、仓储配送服务等商业服务和技术支持获得的商业服务收入，是公司主要盈利来源的重要补充。报告期内，公司其他业务收入 2,057.25 万元，同比增长 91.52%，其他业务毛利率为 98.14%。

请你公司：

(1) 按照业务类型补充说明其他业务的构成，相关业务的销售收入、销售成本及占比情况；

(2) 说明为供应商提供商品宣传和推广等服务具体内容、定价依据、成本构成，该部分业务毛利率较高的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致；相关的宣传和推广服务如何与公司的业务宣传活动进行区分，是否存在将相关业务的成本计入销售费用的情形。

【回复】

一、按照业务类型补充说明其他业务的构成，相关业务的销售收入、销售成本及占比情况

公司其他业务收入主要包括公司为上游供应商提供商品促销、陈列、咨询等服务所获得的收入，向加盟店收取的加盟管理费以及公司处置药品展示样品等的收入。

相关业务的销售收入、销售成本及占比情况如下：

单位：万元

其他业务类型	销售收入	销售成本	收入占比
促销、陈列与咨询	1,964.27	33.75	95.48%
加盟费	83.50	-	4.06%
其他	9.48	5.47	0.46%
合计	2,057.25	39.21	100.00%

二、说明为供应商提供商品宣传和推广等服务具体内容、定价依据、成本

构成，该部分业务毛利率较高的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致；相关的宣传和推广服务如何与公司的业务宣传活动进行区分，是否存在将相关业务成本计入销售费用的情形

（一）为供应商提供商品宣传和推广等服务具体内容、定价依据、成本构成

公司为供应商提供商品宣传和推广等服务主要是公司为供应商或产品制造商提供产品促销、陈列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、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。

公司向供应商提供的促销、陈列与咨询服务具有以下特点：

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

（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。

医药零售连锁企业收取促销、陈列与咨询服务费属于行业惯例。公司根据其产品促销活动所提供的场地、人员、道具及其他成本，同时结合推广促销活动效果，经双方确认无误后，公司向供应商收取相应的服务费。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或基本确认可以收到时确认收入。

（二）该部分业务毛利率较高的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致

其他业务中促销、陈列与咨询业务的相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，公司在实际财务核算中将所有促销成本统一在销售费用中核算，因此该部分业务毛利率较高。

同行业上市公司 2023 年其他业务销售收入、销售成本如下：

单位：万元

公司名称	其他业务收入	其他业务成本	毛利率
一心堂	50,372.51	10,572.40	79.01%
益丰药房	51,066.49	4,869.75	90.46%
老百姓[注 2]	44,604.77	475.89	98.93%
大参林	59,994.50	100.59	99.83%
恒康药房	1,964.27	33.75	98.28%

注 1：可比上市公司未单独披露促销、陈列与咨询服务收入，基于其年报及其他公开披露文件分析，大参林、一心堂、益丰药房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；

注 2：老百姓促销陈列服务收入以其年度报告中披露的为客户提供服务的收入成本列示。

因此，上述为供应商提供商品宣传和推广等服务毛利率偏高属于行业惯例，具有合理性。

（三）公司其他业务收入波动的合理性

公司 2023 年度其他业务收入 2,057.25 万元，同比增长 91.52%，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，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，公司作为永州市内最大的医药零售连锁企业，在永州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) 受全球卫生事件影响，2022年度供应商减少了在门店的促销陈列推广活动。

2021-2023 年度，公司与同行业公司促销服务费等收入及占当期营业收入的比例如下：

公司名称	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	促销服务等收入	占当期营业收入比例	促销服务等收入	占当期营业收入比例	促销服务等收入	占当期营业收入比例
一心堂	50,372.51	2.90%	30,741.53	1.76%	31,220.90	2.14%
益丰药房	51,066.49	2.26%	50,461.72	2.54%	51,899.71	3.39%
老百姓	44,604.77	1.99%	35,568.76	1.76%	35,207.77	2.24%
大参林	59,994.50	2.45%	46,766.50	2.20%	46,777.26	2.79%
恒康药房	1,964.27	4.09%	1,043.65	2.13%	1,346.17	3.46%

从上表可知，2022 年度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，2023 年又回升。公司 2023 年促销服务费等收入占当期营业收入比例相比同行业公司变动较大主要系公司营业收入规模相比同行业公司较小，较小的波动即体现出较大的波动率。

综上所述，公司促销、陈列与咨询服务收入变动具有合理性。

(四) 相关的宣传和推广服务如何与公司的业务宣传活动进行区分，是否存在将相关业务的成本计入销售费用的情形

1、公司将促销、陈列与咨询服务的成本计入销售费用的原因及合理性

公司相关的宣传和推广服务主要包括为供应商提供印制海报、柜台展示、开展促销活动、广告宣传等，这些促销手段属于公司药品零售门店销售的必要组成部分，即使不向供应商收取服务费，这些促销活动也会实施，公司不会配置专门人员从事对供应商的促销、陈列和咨询服务，而是与正常营销活动统一筹备和开

展。由于相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，故公司在实际财务核算中将促销、陈列与咨询服务成本在销售费用中核算。

2、同行业上市公司促销、陈列与咨询服务成本核算情况

公司同行业上市公司亦将促销、陈列与咨询业务相关的成本计入当期销售费用，未在其他业务成本或者主营业务成本科目列示，具体如下表所示：

公司名称	是否分摊促销、陈列与咨询服务收入对应的成本	相关说明
大参林	否	由于相关材料成本、销售人员工资等费用均为统一核算，无法准确区分，公司在实际财务核算中将所有促销成本统一在销售费用中核算
益丰药房	否	
老百姓	否	

通过上表可知，公司将促销、陈列与咨询服务的成本计入销售费用的方式与同行业上市公司不存在重大差异。

问题三：关于加盟门店管理

年报披露，公司目前采用“直营连锁为主，加盟连锁为辅”的发展策略，药品配送主要通过直营门店和加盟店进行配送。2023年末，公司拥有294家直营门店、160家加盟门店，主要分布在永州市、桂林市。加盟门店按合同规定，在连锁企业统一的业务模式下从事经营活动，并向连锁企业支付相应的加盟费。公司对加盟店实行统一品牌标识、统一管理制度、统一计算机系统、统一人员培训、统一采购配送、统一票据管理、统一价格管理、统一药学服务。

请你公司：

(1) 结合医药行业相关监管要求，说明采用加盟门店销售的原因及必要性，公司加盟管理系统是否可以掌握加盟门店实际进销存数据，加盟连锁业务推广模式是否合法合规；公司是否对加盟门店存在财务支持，如有请说明报告期发生金额及利率水平；

(2) 说明报告期加盟费收入及占比、加盟费标准及收取方式、公司与加盟商的合作模式、产品定价原则、交易结算方式，说明是否为买断销售，相关退换货政策，是否存在期末压货或大额退换货情形，收入确认是否符合企业会计准则的规定。

【回复】

一、结合医药行业相关监管要求，说明采用加盟门店销售的原因及必要性，公司加盟管理系统是否可以掌握加盟门店实际进销存数据，加盟连锁业务推广模式是否合法合规；公司是否对加盟门店存在财务支持，如有请说明报告期发生金额及利率水平；

(一) 结合医药行业相关监管要求，说明采用加盟门店销售的原因及必要性

根据《中华人民共和国药品管理法》（2019年国家主席令第31号），第五十三条第二款规定：国家鼓励、引导药品零售连锁经营。从事药品零售连锁经营活动的企业总部，应当建立统一的质量管理制度，对所属零售企业的经营活动履行管理责任。

公司在加盟连锁发展中将商标、经营模式等以特许经营协议的形式授予加盟店使用。加盟店按合同规定向连锁企业支付相应的加盟费，在连锁企业统一的业务模式下从事经营活动，并对加盟店的经营活动履行管理责任。“直营+加盟”模式是医药零售行业普遍采取的经营模式，并符合连锁化、标准化的发展趋势，具备合理性及必要性。

(二) 公司加盟管理系统是否可以掌握加盟门店实际进销存数据，加盟连锁业务推广模式是否合法合规

公司按照相关法律法规之规定，对加盟店实行统一品牌标识、统一管理制度、统一计算机系统、统一人员培训、统一采购配送、统一票据管理、统一价格管理、统一药学服务等管理制度。公司通过统一的计算机系统可以查询加盟门店实际进销存数据，加盟连锁业务推广模式合法合规。

(三) 公司是否对加盟门店存在财务支持，如有请说明报告期发生金额及利率水平

公司未对加盟门店提供财务支持。

二、说明报告期加盟费收入及占比、加盟费标准及收取方式、公司与加盟商的合作模式、产品定价原则、交易结算方式，说明是否为买断销售，相关退换货政策，是否存在期末压货或大额退换货情形，收入确认是否符合企业会计准则的规定。

(一) 报告期加盟费收入及其占比

2023 年度，公司的加盟费收入及其占比情况具体如下：

单位：万元

项目	金额或占比
加盟费收入	83.50
其他业务收入	2,057.25
加盟费收入占其他业务收入比重	4.06%
营业收入	48,000.21
加盟费收入占营业收入比重	0.17%

根据上表可知，2023 年度，公司营业收入中，加盟费收入及占比情况均较低。

（二）加盟费标准及收取方式

加盟费为公司与加盟商签订《特许经营协议》的合同期内向加盟商提供加盟门店加盟管理费、品牌使用费、系统维护费而取得的收入，根据特许经营协议规定，加盟商在合同期内，需一次性向公司缴纳加盟管理费 3,600 元/每年，品牌使用费 2,000 元/每年，系统维护费 800 元/每年。

（三）公司与加盟商的合作模式、产品定价原则、交易结算方式

1、合作模式

加盟连锁合作模式系公司将商标、经营模式等以特许经营协议的形式授予加盟店使用，加盟店按合同规定，在连锁企业统一的业务模式下从事经营活动，并向连锁企业支付相应的加盟费等费用。公司对加盟店实行“八统一”，分别是统一品牌标识、统一管理制度、统一计算机系统、统一人员培训、统一采购配送、统一票据管理、统一价格管理、统一药学服务。

2、产品定价原则

根据公司与加盟门店签署的《湖南恒康大药房连锁有限公司特许经营协议》（甲方：湖南恒康大药房连锁有限公司、乙方：特许加盟店）第六条第 4、5 款之规定：

“4、特许加盟店经销的商品由甲方统一配送，运输费用由甲方承担，并可享受甲方的统一配送供货优惠政策。但其他小额特殊配送费和非甲方原因造成的配送退回的运输费用由门店自己承担，甲方将不再承担费用。

5、特许加盟店销售的商品需执行甲方统一核定的商品销售价格，实行明码标价，未经甲方同意，不得擅自抬价、降价，不得通过其他的进货渠道采购商品及上柜销售，不得代理销售其他单位或个人委托销售的其他商品。如市场状况特殊，商品价格由乙方根据实际情况提出草案，待公司审核批准后实施。同一区域有两家以上连锁分店的价格必须统一，由运营部对价格进行协调制定。”

公司对加盟店销售商品定价采用的价格，与公司对外批发销售业务定价相同，符合市场交易规则。

3、交易结算方式

根据公司与加盟门店签署的《湖南恒康大药房连锁有限公司特许经营协议》（甲方：湖南恒康大药房连锁有限公司、乙方：特许加盟店）第六条第6款之规定：

“6、甲方对乙方管理的特许加盟店商品配送执行先款后货原则，当请货金额超过乙方特许加盟店在甲方往来账存余额时，乙方应自接到甲方通知（含电话、短信、微信等方式）1个工作日内补足货款，在货款未补全时，甲方有权采取停止开票、停配货物及其它处罚措施。”

公司与加盟店的交易结算方式执行先款后货原则。

（四）是否为买断销售，相关退换货政策，是否存在期末压货或大额退换货情形

1、公司与加盟店签署的《特许经营协议》中的相关约定

根据公司与加盟门店签署的《湖南恒康大药房连锁有限公司特许经营协议》（甲方：湖南恒康大药房连锁有限公司、乙方：特许加盟店）第六条第7、8款之规定：

“7、乙方向甲方请求单独定购的特殊商品（含特色处方药、广告商品、生物制剂等），经甲方采购人员审核后视情况予以引进，一经订购，非质量问题不准退货。

8、公司首配的新品（除特殊商品外）质量若未改变（不影响二次销售），门店按公司的相关规定执行：有效期在一年以上的商品可在两个月内退回公司，有效期在一年以内的商品在一个月內退回公司（以销售开票之日算起）。”

2、公司对加盟店配送收入的具体情况

2021-2023年度，公司主营业务收入构成情况以及对加盟店配送收入的具体情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
零售业务	39,319.15	85.58%	39,958.98	83.54%	31,769.72	84.58%
加盟业务	3,733.03	8.13%	4,387.09	9.17%	3,927.27	10.46%
其他业务	2,890.78	6.29%	3,483.38	7.28%	1,861.51	4.96%
合计	45,942.94	100.00%	47,829.45	100.00%	37,558.50	100.00%

根据上表可知，2021-2023 年度，公司对加盟店配送收入占各期主营业务收入的比例较低且基本保持稳定。

综上所述，根据《特许经营协议》中的相关约定及最近三年公司对加盟店配送收入的具体情况，公司向加盟店的销售为买断式销售，除新加盟门店的首配新品可在特定情形下退回外，其余公司配送商品非质量问题不准退换货，不存在期末压货或大额退换货情形。

（五）收入确认是否符合企业会计准则的规定

1、加盟管理费等收入

根据《企业会计准则——收入》第十一条规定满足下列条件之一的，属于在某一时间段内履行的履约义务：

- 1、客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益；
- 2、客户能够控制企业履约过程中在途的商品；
- 3、企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。如不满足，属于在某一时点履行的履约义务，在控制权转移的时点确认收入。

结合《湖南恒康大药房连锁有限公司特许经营协议》条款，加盟管理费等收入为加盟期间内向加盟商提供的某一时段内履行的单项履约义务，在履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完

成的履约部分收取款项。故加盟管理费等的收入根据《湖南恒康大药房连锁有限公司特许经营协议》签订的期限在其服务收益期限内进行分期摊销确认收入符合企业会计准则的规定。

2、配送商品收入

公司对加盟门店的商品销售业务，仅包括转让商品的履约义务，在商品已经发出并收到客户的签收单时，商品的控制权转移，因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回，本公司在该时点确认收入实现，相关收入确认符合会计准则的规定。

综上，公司的加盟费管理收入及公司对加盟店的商品销售业务收入确认均符合企业会计准则的规定。

附件一：《恒康大药房股份有限公司对外并购形成的商誉进行减值测试涉及的含商誉资产组可收回金额资产评估报告》

附件二：2-1《恒康大药房股份有限公司收购资产涉及的金国月拥有的永州江华县七家零售药店经营性资产组市场价值资产评估报告》

2-2《恒康大药房股份有限公司收购资产涉及的王旭、陈平拥有的永州蓝山县五家零售药店经营性资产组市场价值资产评估报告》

2-3《恒康大药房股份有限公司收购资产涉及的王达、曾军用拥有的永州冷水滩区六家零售药店经营性资产组市场价值资产评估报告》

恒康大药房股份有限公司

2024年7月23日

