



## 福建青松股份有限公司 关于对深圳证券交易所2022年年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

福建青松股份有限公司（以下简称“公司”、“青松股份”）于2023年5月12日收到深圳证券交易所创业板公司管理部《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〔2023〕第125号）（以下简称“《年报问询函》”）。公司收到《年报问询函》后，立即组织相关人员及年审会计师、评估师共同开展《年报问询函》的回复工作，对相关问题进行认真核查，现就《年报问询函》相关事项回复如下：

（回复公告所列数据可能因四舍五入原因而与相关单项数据之和尾数不符；如无特别说明，本回复中各项释义与公司《2022年年度报告》一致。）

**问题一：年报披露，报告期内你公司实现营业收入29.17亿元，较上年同期下滑21.01%；归属于上市公司股东的净利润为亏损7.42亿元，较上年同期增长18.56%。请你公司：**

（1）分产品类型说明报告期内营业收入下滑的具体原因，并结合主营业务的实际运作情况、行业发展形势、订单获取情况、业务剥离情况和2023年一季度经营情况等方面说明你公司收入下滑趋势是否具有持续性。

（2）说明报告期内不考虑商誉减值因素情况下的营业利润规模和同比变动情况，结合前述情况说明你公司主营业务盈利能力是否出现不利变化，结合2023年一季度净利润继续亏损，说明你公司持续经营能力是否存在不确定，净利润亏损是否仍将持续，以及你公司为改善盈利能力已采取和拟采取的具体措施。

（3）结合同行业上市公司营业收入和净利润变动趋势，说明报告期内你公司化妆品业务的业绩表现与市场发展趋势是否一致，如否，请详细说明原因。

**请年审会计师对事项（1）和（2）进行核查并发表明确意见。**

回复：

一、分产品类型说明报告期内营业收入下滑的具体原因，并结合主营业务的实际运作情况、行业发展形势、订单获取情况、业务剥离情况和2023年一季度经营情况等方面说明你公司收入下滑趋势是否具有持续性。

**（一）报告期营业收入下滑的原因及合理性**

公司报告期内实现营业收入291,736.65万元，同比下降21.01%，分产品营业收入构成及变动情况如下：

单位：万元、%

业务板块	产品分类	2022年度		2021年度		同比变动	
		营业收入	占比	营业收入	占比	金额	变动率
化妆品业务	面膜系列	88,135.45	42.18	102,471.39	40.84	-14,335.94	-13.99
	护肤系列	66,166.29	31.66	72,707.68	28.97	-6,541.39	-9.00
	湿巾系列	38,831.26	18.58	58,927.46	23.48	-20,096.20	-34.10
	其他系列	15,842.02	7.58	16,828.08	6.71	-986.06	-5.86
	小计	<b>208,975.02</b>	<b>100.00</b>	<b>250,934.61</b>	<b>100.00</b>	<b>-41,959.59</b>	<b>-16.72</b>
松节油深加工业务	合成樟脑系列	63,313.85	76.50	96,153.96	81.22	-32,840.11	-34.15
	冰片系列	10,517.25	12.71	12,362.46	10.44	-1,845.21	-14.93
	其他系列	8,930.52	10.79	9,874.44	8.34	-943.92	-9.56
	小计	<b>82,761.62</b>	<b>100.00</b>	<b>118,390.86</b>	<b>100.00</b>	<b>-35,629.24</b>	<b>-30.09</b>
合计		<b>291,736.64</b>		<b>369,325.47</b>		<b>-77,588.83</b>	<b>-21.01</b>

注：公司处置子公司福建南平青松化工有限公司，于2022年11月23日完成股权变更登记，不再纳入公司本期合并财务报表范围，收入统计2022年1-11月数据（下同）。

从上表看，化妆品业务和松节油深加工业务营业收入同比分别下降16.72%、30.09%，各主要分类产品占比未明显变化，均出现较大比例下降。两大业务板块下降的具体原因分析如下：

**1、化妆品业务**

2022年度化妆品业务实现营业收入208,975.02万元，同比下降16.72%。其中：

（1）面膜系列和护肤系列产品营业收入较上年下降14,335.94万元和6,541.39万元，同比分别下降13.99%、9.00%，主要系宏观经济及行业环境等影



响，大消费及化妆品行业出现短暂不景气，市场需求减弱；同时受行业监管政策调整因素影响，市场产品备案数量明显下降，新品迭代速度降低，面膜消费需求受到抑制；

(2) 湿巾系列产品营业收入较上年下降 20,096.20 万元，同比下滑 34.10%，主要受海外需求减弱、海运价格仍在较高位影响，出口订单数量大幅下滑，而湿巾价格基本稳定；

(3) 其他系列营业收入同比下降 5.86%，主要系口罩的销售数量同比大幅下降所致。

## 2、松节油深加工业务

2022 年度松节油深加工业务实现营业收入 82,761.62 万元，同比下降 30.09%，主要系报告期内松节油深加工业务受合成樟脑等产品供给端竞争加剧及天然樟脑供给增加影响，主要产品销量、销售价格同比大幅下降；此外，子公司青松化工于 2022 年 11 月末出表，也导致营业收入同比下降。

## (二) 行业发展趋势分析

### 1、化妆品业务

#### (1) 国外化妆品行业发展概况

根据 Euromonitor（欧睿国际）数据，2020 年全球化妆品行业市场规模为 4,840.3 亿美元，受宏观经济及行业环境影响同比下滑 3.8%。2021 年全球化妆品市场明显回暖，行业规模增长至 5,249.1 亿美元，同比提升 8.4%。2015-2021 年，全球化妆品行业市场规模的年复合增长率为 2.7%。

按全球化妆品行业各国销售额占比看，美国为第一消费大国，2021 年占比 17.64%，中国为第二消费大国，2021 年占比 16.79%。日本、法国、韩国 2021 年化妆品行业销售额分别占全球的 7.30%、2.89%、2.66%。

#### (2) 国内化妆品行业发展概况

经过二十多年的迅猛发展，我国化妆品总体市场规模已超越欧盟、日本，仅次于美国，成为世界上化妆品第二消费大国。基于我国人口众多，人均消费水平还较低，还存在相当大的市场消费潜力，给化妆品企业带来很多发展机会。

中国化妆品市场是全球最大的新兴市场，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了初具规模、极富生机活

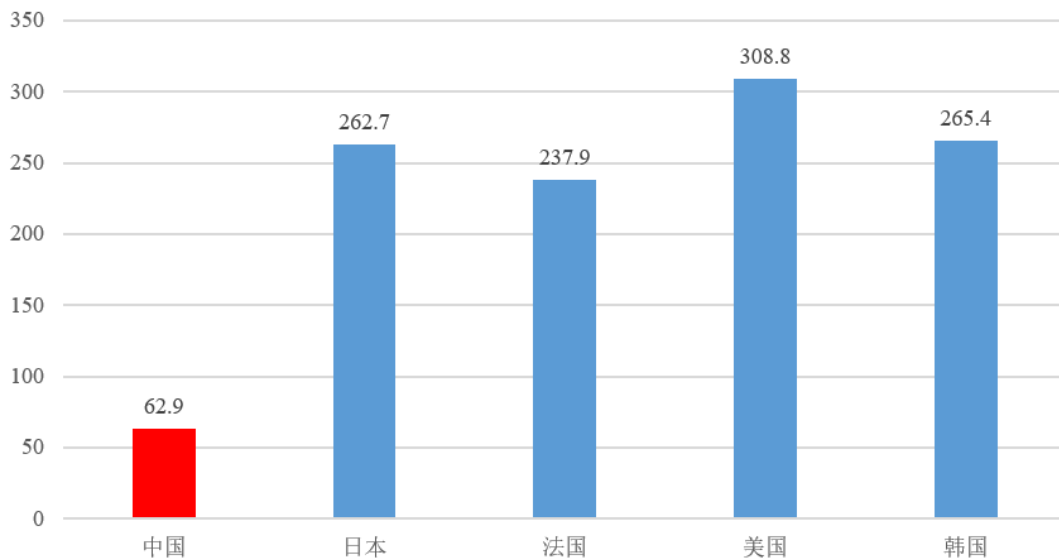


力的产业大军。化妆品企业如雨后春笋，化妆品品牌层出不穷，随着国货新锐品牌和电商品牌的崛起，国际品牌加速向中国市场扩张，市场竞争日趋激烈。

中国化妆品行业天花板较高，市场规模仍有较大提升空间。对比美国、日本、韩国，中国化妆品的人均消费额较低，提升空间大。根据 Euromonitor（欧睿国际）的研究数据显示，2021 年中国化妆品人均消费额为 62.9 美元，而美国/英国/日本/韩国的化妆品人均消费额约为 260-300 美元。

单位：美元

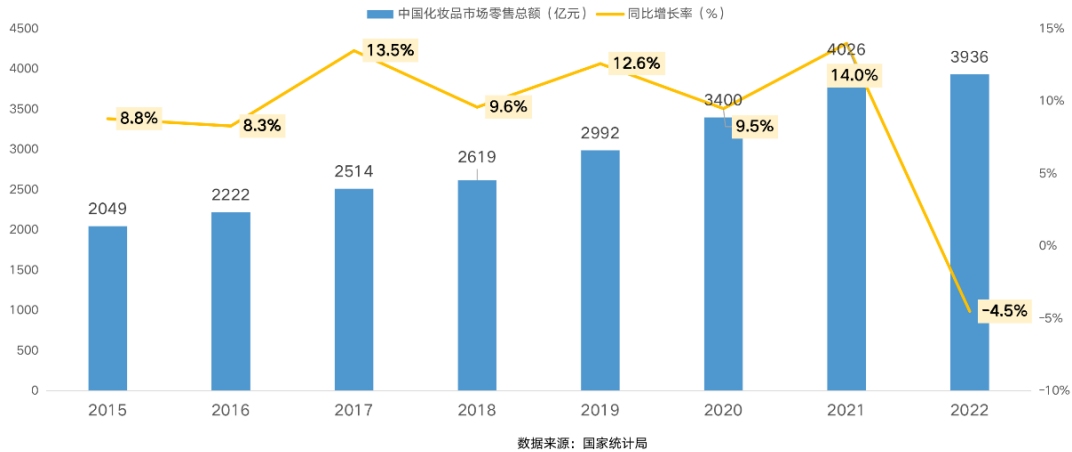
中国与海外化妆品人均支出



数据来源：欧睿国际、东方证券研究所、前瞻产业研究院

2015-2021 年，我国化妆品的消费规模从 2,049 亿元增长到 4,026 亿元，复合增长率达到 11.92%。受宏观经济及行业环境等影响，2022 年以来国内经济复苏节奏显著放缓，并伴随结构分化，其中消费市场影响较为严重。根据国家统计局发布的统计数据，2022 年全年社会消费品零售总额为 439,733 亿元，同比下降 0.2%，其中限额以上单位化妆品类商品零售额 3,936 亿元，同比下降 4.5%。2015-2022 化妆品类零售总额数据对比如下图表：

2015-2022年中国化妆品零售总额（亿元）



随着国家促进经济增长的各项政策陆续出台，以及国内行业环境恢复措施的有序放开，化妆品行业整体消费有望逐步恢复。此外，促进国内化妆品行业发展的有利因素，包括国内年轻消费者占比提升、电商持续高增并渗透、高端品牌消费升级、短视频直播/网红带货火爆等将继续作用，推动化妆品高速增长的趋势不变。

### （3）我国化妆品行业发展趋势

#### 1) 国内化妆品企业逐渐崛起

目前国内获得化妆品生产许可证的企业已有 5,700 多家，国产化妆品种类接近 50 万种，但欧美及日韩等跨国企业在国内化妆品市场仍处于优势地位，以化妆品市场份额最大的护肤品为例，Euromonitor（欧睿国际）的统计数据显示，2020 年国内市场销售排名前 20 的企业市占率 43.7%，其中跨国企业的市占率高达 30.5%。

与此同时，随着国内化妆品行业不断成长、消费理念逐步趋于理性、本土审美元素兴起以及近年来电商渠道的快速发展，注重品牌策划、技术研发及市场运营的国内化妆品企业不断加大投入，依靠本土优势，逐步抢占跨国企业的市场份额。包括百雀羚、珀莱雅、薇诺娜、御泥坊、上海家化等本土化妆品品牌出现在化妆品国内市场占有率排名前 20 的名单中，且大都呈现上升趋势。国内本土化妆品企业通过更好地贴近国内消费者需求，了解国内消费者的消费偏好，精准的品牌定位，灵活的供应链管理，以及与日化专营店、电商等渠道的默契配合，提升品牌知名度和信任度，本土化妆品品牌有望保持持续稳定增长。



## 2) 重视研发，构建差异化研发优势，夯实产品竞争力

消费者对化妆品的提亮美白、淡化痘印、抗初老、抗氧化等进阶功能性要求不断提高，对化妆品的核心研发能力提出了更高的要求。相比较而言，国际品牌更加重视底层研发和专利原料或配方，这也是国产品牌重点关注和后续突破的方向。目前，国内化妆品集团的研发人员占比也达到了较高的规模，后续仍将持续提升研发实力，夯实产品力，以取得并保持在专业性细分赛道的竞争力。

## 3) 人均消费水平提高带动中国化妆品市场结构向高端化升级

2017 年以来我国高端化妆品市场增长提速，2016-2021 年中国高端化妆品市场规模年化增幅达到 24.38%，高于大众化妆品市场 5.44% 的年化增幅。2021 年中国高端化妆品市场规模扩大至 2,143 亿元，后续国产化妆品品牌在逐渐打造的强产品力的基础上，也将顺应高端化升级趋势。

## 4) 人群、渠道、品牌多元化，促进 ODM/OEM 企业增长

①化妆品新品牌持续涌现：近年来，化妆品产品品牌持续涌现，品牌对于用户需求定位更加精准，精耕细分人群，进行差异化竞争。新品牌刚开始进入市场时，往往将更多的资源投入到品牌建设和营销，缺乏自主生产能力，因而促成对化妆品 OEM/ODM 业务需求的增长，进而给予具备竞争优势的 ODM/OEM 企业发展机遇。

②化妆品消费人群更加多元化：从性别看，随着中国男性的护肤意识不断提高，男性护肤品的消费需求不断提升。艾媒数据显示，2020 年中国男性护肤品市场规模为 80 亿元，2016~2020 年复合增速为 15.5%，2021 年达到 99 亿元，中国男性化妆品市场仍存在较大发展空间。此外，从消费城市看，三线及以下市场消费潜力巨大，根据腾讯营销洞察与波士顿咨询的《中国高端美妆市场数字化趋势洞察报告》，在高端美妆增量市场中，三线及以下城市的贡献从 2021 年的 27% 增长到 2022 年的 39%。随着男性及低能级城市需求增长，化妆品消费人群更加多元化。行业内品牌商需要不断推出新产品，通过多元化的产品组合以及健康时尚的设计理念来迎合消费者需求，以提升品牌整体的覆盖能力。对于不断更新的市场需求，较大部分品牌企业难以快速购建新产能，因而需要委托 OEM/ODM 企业进行生产。



③化妆品电商渠道迅速崛起：随着线上电商的高速增长，化妆品电商渠道占比逐年提升。根据 Euromonitor（欧睿国际）统计，化妆品电商渠道份额从2010年开始迅速提升，至2020年达38%，已成为第一大销售渠道。线上销售渠道迅速发展带来品牌推广方式的多元化，促使化妆品品牌商将更多的精力集中在化妆品的品牌经营及市场开拓，而将产品生产甚至研发环节委托给专业企业，从而实现新产品快速上市，降低生产运营成本。

5) 行业监管趋严，短期对行业有所冲击，长期将有利行业健康发展

近三年，国务院及国家药品监督管理局等监管部门相继出台了一系列政策规定，全面规范和促进化妆品行业，使行业向更规范、更高质量、更强竞争力的方向发展。近三年出台的部分化妆品行业法规、规范性文件如下表：

编号	法规、规范性文件名称	发文机关	发布日期	生效日期
1	化妆品监督管理条例	中华人民共和国国务院	2020年6月16日	2021年1月1日
2	化妆品注册备案管理办法	国家市场监督管理总局	2021年1月7日	2021年5月1日
3	化妆品注册备案资料管理规定	国家药品监督管理局	2021年2月26日	2021年5月1日
4	化妆品新原料注册备案资料管理规定	国家药品监督管理局	2021年2月26日	2021年5月1日
5	化妆品分类规则和分类目录	国家药品监督管理局	2021年4月8日	2021年5月1日
6	化妆品功效宣称评价规范	国家药品监督管理局	2021年4月8日	2021年5月1日
7	化妆品标签管理办法	国家药品监督管理局	2021年5月31日	2022年5月1日
8	化妆品生产经营监督管理办法	国家市场监督管理总局	2021年8月2日	2022年1月1日
9	儿童化妆品监督管理规定	国家市场监督管理总局	2021年9月30日	2022年1月1日
10	化妆品生产质量管理规范	国家药品监督管理局	2022年1月6日	2022年7月1日

2021年1月1日，《化妆品监督管理条例》正式实施，行业配套规范性文件逐步推出和落地，对原料与产品、生产经营、监督管理、法律责任等进行规范，涉及化妆品原料、检测、代工、品牌等环节。

2022年7月1日，《化妆品质量管理规范》等化妆品行业新规开始实施，对化妆品的物料采购、生产、检验、贮存、销售、召回等全过程进行控制和追溯，对化妆品企业的生产过程提出更高的要求。《化妆品质量管理规范》实施后难以达到生产质量要求及短期无法快速实现调整的品牌商将更多的依托代加工企业生产。

同时，由于新产品备案难度、备案成本、生产成本等各方面有所增加，化妆品生产企业的准入门槛不断提高，部分化妆品企业对监管政策的落地亦保持观望



态度。

长期来看，监管新规有利于行业经营及竞争的规范化，为行业中优质企业的健康成长创造良好的环境。对于研发投入更大、成本控制更强的化妆品企业，有望分享政策红利，成长为具备多重优势的市场势力。随着监管不断完善，市场机制下的优胜劣汰，国内化妆品企业的综合素质和产品竞争力将不断增强，长期将有利化妆品行业健康发展。

综上，国内化妆品市场竞争日趋激烈、受宏观经济及行业环境等因素影响行业短期增长放缓、消费人群及渠道等多元化导致化妆品企业机遇与挑战并存、行业监管政策趋严导致化妆品制造业增长短期承压等行业发展趋势，导致公司化妆品业务近年来面临一定的外部压力，也是公司报告期内化妆品业务毛利率水平波动下降的原因之一。

## 2、松节油深加工业务

松节油深加工业务即以松节油为主要原料，通过化学和物理加工方法生产合成樟脑、合成樟脑中间产品和副产品、冰片等精细化工产品。

公司松节油深加工业务主要产品为合成樟脑及其中间产品、副产品，主要生产企业集中在中国及印度，经过多年的行业竞争和整合，樟脑生产企业数量在过去几年降至历史低点，行业迎来高景气周期，行业效益在 2018 年实现历史较好水平。

在行业效益提升带动下，近年国内外竞争对手逐渐恢复、扩建合成樟脑及相关产品生产线，部分新进入者亦规划合成樟脑产能。一方面由于产品市场需求较为稳定，销售端将面临更加激烈的竞争；另一方面行业新增产能将推高主要原材料松节油价格。因此，松节油深加工行业供需两端承压，行业利润水平快速下滑，行业景气度回落明显。

公司原全资子公司青松化工系松节油深加工业务的主要经营主体，报告期内公司通过协议转让的方式转让子公司青松化工及香港龙晟 100% 股权，并于 2022 年 11 月完成青松化工的工商变更登记手续。公司未来不再经营松节油深加工业务。

### （三）松节油深加工业务剥离对公司主营业务和持续经营能力的影响分析

#### 1、出售业务背景





公司出售松节油深加工业务资产，系由于松节油深加工行业市场规模较小，未来发展空间有限，且近年来行业竞争加剧，行业景气度回落明显。同时，松节油深加工业务主要生产主体青松化工生产厂房离河不足 100 米，且为化工企业，根据建阳经济开发区总体规划和相关环保要求，规划为崇阳溪景观建设用地区，属计划内重点搬迁对象。考虑到青松化工厂面临政策性搬迁及重建的资金支出和经营风险，在松节油深加工业务面临业务持续低迷、发展空间受限的背景下，出售松节油深加工资产，进一步偿还银行贷款，改善财务状况，集中精力发展化妆品、大消费业务，成为公司的最优选择。

## 2、剥离业务对公司主营业务和持续经营能力的影响

基于以上因素，公司于 2022 年 10 月 31 日召开第四届董事会第二十五次会议和第四届监事会第十八次会议，审议通过《关于转让两家全资子公司 100% 股权暨被动形成财务资助的议案》，同意将子公司青松化工、香港龙晟 100% 股权转让给王义年先生，转让对价分别为人民币 25,600 万元和 2,822.47 万元，合计 28,422.47 万元，以现金方式支付。上述议案经公司 2022 年第五次临时股东大会批准。截至公司 2022 年年报披露日，公司已完成松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100% 股权转让事宜，青松化工和香港龙晟将不再纳入公司合并报表范围。公司未来不再经营松节油深加工业务。

结合近三年经营数据分析业务剥离对主营业务和持续经营能力的影响，详见如下分析：

### (1) 青松化工和香港龙晟近三年主要财务数据情况

#### 1) 2022 年度

单位：万元

项目	2022 年末余额/2022 年度发生额			合计
	青松化工	香港龙晟	抵销	
一.营业收入	82,298.92	4,792.22	4,303.50	82,787.65
其中：对外交易收入	77,995.43	4,792.22		82,787.65
分部间交易收入	4,303.50		4,303.50	
二.净利润	-3,615.04	-1.97		-3,617.02
三.资产总额	104,693.58	3,415.08		108,108.66

注：公司处置子公司福建南平青松化工有限公司，于 2022 年 11 月 23 日完成股权变更登记，不再纳入公司本期合并财务报表范围，本期青松化工资产总额为 2022 年 11 月 30 日时点数，收入及利润统计 2022 年 1-11 月数据。



## 2) 2021 年度

单位：万元

项目	2021 年末余额/2021 年度发生额			合计
	青松化工	香港龙晟	抵销	
一.营业收入	104,134.53	6,157.15	5,792.35	104,499.33
其中：对外交易收入	98,342.18	6,157.15		104,499.33
分部间交易收入	5,792.35		5,792.35	
二.净利润	2,619.04	132.72		2,751.76
三.资产总额	118,866.08	3,363.27	700.74	121,528.61

## 3) 2020 年度

单位：万元

项目	2020 年末余额/2020 年度发生额			合计
	青松化工	香港龙晟	抵销	
一.营业收入	13,611.94	16,847.81		30,459.75
其中：对外交易收入	13,611.94	16,847.81		30,459.75
分部间交易收入				
二.净利润	471.56	226.67		698.23
三.资产总额	37,348.32	5,103.03		42,451.35

(2) 青松化工和香港龙晟营业收入、净利润占公司营业收入、净利润的比重情况

单位：万元、%

项目	期间	青松化工&香港龙晟	公司	占比
营业收入	2022 年度	82,787.65	291,736.65	28.38
	2021 年度	104,499.33	369,325.47	28.29
	2020 年度	30,459.75	386,476.22	7.88
净利润	2022 年度	-3,617.02	-74,134.84	4.88
	2021 年度	2,751.76	-91,234.76	-3.02
	2020 年度	698.24	46,894.09	1.49

从上表看，近三年青松化工和香港龙晟合计营业收入占公司营业收入比重处在 7.88%~28.38% 区间，而青松化工和香港龙晟合计净利润占公司净利润比重绝对值均不高于 5%。2020 年度青松化工主要从事松节油深加工产品的生产加工作业，原材料采购及产品销售等业务仍以青松股份作为经营主体。因此，2020 年度青松化工和香港龙晟合计营业收入、净利润金额及占比较低。

在考虑青松股份本身松节油深加工业务的情况下，2020-2022 年松节油深加



工业业务合计营业收入分别为 119,428.58 万元、118,390.86 万元、82,761.62 万元，占公司营业收入比例分别为 30.90%、32.06%、28.37%；净利润分别为 18,518.61 万元、6,356.14 万元、-5,872.43 万元，占公司净利润比例分别为 39.49%、-6.97%、7.92%。

单位：万元、%

项目	期间	松节油深加工业务	公司	占比
营业收入	2022 年度	82,761.62	291,736.65	28.37
	2021 年度	118,390.86	369,325.47	32.06
	2020 年度	119,428.58	386,476.22	30.90
净利润	2022 年度	-5,872.43	-74,134.84	7.92
	2021 年度	6,356.14	-91,234.76	-6.97
	2020 年度	18,518.61	46,894.09	39.49

### (3) 本次交易对公司主营业务和持续经营能力的影响

松节油深加工业务的主要产品为合成樟脑系列产品及冰片系列产品。合成樟脑是以松节油为原材料经一系列化学反应而成的化工产品，产品主要用于医药中间体、香料添加剂、农药添加剂、宗教礼拜等。冰片主要通过松节油中  $\alpha$ -蒎烯经酯化水解得到，为左旋龙脑和右旋龙脑的混合物，主要作为中药及日化产品的辅料使用。合成樟脑及冰片虽然用途较为广泛，但目前还是主要作为辅料或添加剂使用，整体需求较为稳定，难以较快增长。

公司近年积极开拓市场，但产品销量增长乏力，松节油深加工业务收入自 2020 年以来逐年下降，净利润由盈转亏。随着前期因环保、安全生产等原因被关停的厂家重整或重建完成，叠加前几年行业高景气度影响，部分投资者亦通过投资建厂等方式进入合成樟脑领域，在市场容量稳定且相对有限的背景下，受 2016 年环保及安全生产政策影响的市场红利已消失，行业竞争加剧，行业景气度回落明显。另外考虑到青松化工厂面临政策性搬迁及重建的资金支出和经营风险，公司于 2022 年剥离松节油深加工业务。

### (四) 2023 年第一季度营业收入分析

公司 2023 年第一季度分类产品营业收入情况如下：

单位：万元、%

业务板块	产品分类	2023 年第一季度	2022 年第一季度	变动金额	变动率
化妆品业务	面膜系列	17,374.16	17,426.71	-52.55	-0.30



业务板块	产品分类	2023年第一季度	2022年第一季度	变动金额	变动率
	护肤系列	11,513.50	13,445.49	-1,931.99	-14.37
	湿巾系列	7,670.91	11,046.83	-3,375.92	-30.56
	其他系列	3,148.61	2,039.67	1,108.94	54.37
	<b>小计</b>	<b>39,707.18</b>	<b>43,958.70</b>	<b>-4,251.52</b>	<b>-9.67</b>
松节油深加工业务	合成樟脑系列		19,211.52	-19,211.52	-100.00
	冰片系列		2,824.97	-2,824.97	-100.00
	其他系列		2,727.14	-2,727.14	-100.00
	<b>小计</b>		<b>24,763.63</b>	<b>-24,763.63</b>	<b>-100.00</b>
<b>合计</b>		<b>39,707.18</b>	<b>68,722.33</b>	<b>-68,722.33</b>	<b>-100.00</b>

从上表看，2023年第一季度公司化妆品业务营业收入同比下滑9.67%，面膜系列产品营业收入总体保持稳定；护肤系列同比下滑14.37%，主要原因是国内行业环境及消费市场短暂不景气影响；湿巾系列同比下滑30.56%，主要原因是海外市场对消毒湿巾产品需求减弱；其他系列同比增长54.37%，主要原因为2023年第一季度面膜裁片订单增加所致。

化妆品制造端在2023年第一季度整体仍面临较大困难，公司下游客户主要为化妆品品牌商，公司营业收入下降反映了化妆品零售市场对短期市场需求保持谨慎态度。预计未来化妆品行业将随着消费市场的回暖、居民生活水平的提高及前期库存去化迎来恢复性增长。

松节油深加工业务主要经营主体青松化工于2022年11月已剥离，无可比性。

### （五）在手订单分析

1、2023年5月16日及2022年5月8日两个统计时点的在手订单对比情况如下：

单位：万元、%

分类产品	2023年5月16日		2022年5月8日		变动	
	在手订单金额	占2022年度该品类产品收入比重	在手订单金额	占2022年度该品类产品收入比重	金额	比例
面膜系列	47,734.63	54.16	38,787.43	44.01	8,947.20	23.07
护肤系列	38,123.94	57.61	26,768.09	40.46	11,355.85	42.42
湿巾系列	24,710.93	63.63	17,839.76	45.94	6,871.17	38.52
其他系列	6,447.63	40.70	2,376.72	15.00	4,070.91	171.28
<b>合计</b>	<b>117,017.13</b>	<b>56.00</b>	<b>85,772.00</b>	<b>41.04</b>	<b>31,245.13</b>	<b>36.43</b>

注：上表在手订单包括为当年第一季度实现销售收入订单及截至统计时点已签订业务合同但尚未交付货物的订单。



从上表看，截至2023年5月16日在手订单金额117,017.13万元，占2022年营业收入比重为56%，较上年2022年1月1日至5月8日在手订单增加31,245.13万元。

## 2、在手订单分析

化妆品作为潮流快消品，品牌商向代工厂下单具有小批量、多批次的特点，因此公司订单绝大部分为短期订单。化妆品业务具有较明显的季节性，对于面膜、膏霜类护肤产品，秋冬季为销售旺季；同时“双十一”“双十二”期间受互联网营销影响，为主要销售旺季。因此，上表在手订单金额不能完全反映全年预期。

从目前在手订单规模分析，虽较上年同期有所增长，但由于化妆品行业整体消费复苏短期仍存在较大不确定性，客户会基于其销售及库存情况要求调整订单（包括暂停或延迟订单生产），因此，在手订单的增长并不能说明短期内公司生产出库商品能实现同步增长。

公司管理层将不断收集上下游供需数据，分析行业当前形势，对近期生产经营作出审慎安排，积极推动降本增效，努力提升经营效益。

随着国家促进经济增长的各项政策陆续出台，以及国内行业环境恢复措施的有序放开，化妆品行业整体消费有望逐步恢复。在宏观经济及行业环境复苏短期仍存在较大不确定性、特别是居民消费倾向有待修复的背景下，公司在2023年将执行稳中求进的经营目标，公司仍然将在产品研发、市场开发、成本控制、结构调整和人力资源管理等方面深耕细作，强化公司化妆品业务的核心竞争力，同时积极采取措施进一步优化生产经营管理，以实现降本增效。

## （六）营业收入下滑的趋势是否具有持续性

### 1、化妆品业务

受宏观经济、行业市场等因素影响，诺斯贝尔订单及营收不及预期；部分产品市场供需关系发生改变、行业增长趋势短暂向下等导致销售价格下降，导致公司化妆品业务营业收入较大幅度下滑。

基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产品单位成本等不利因素预期将逐渐得到改善。因此，长期来看公司化妆品业务收入下滑不具有持续性。

## 2、松节油深加工业务

截至公司 2022 年年报披露日，公司已剥离了松节油深加工业务。

二、说明报告期内不考虑商誉减值因素情况下的营业利润规模和同比变动情况，结合前述情况说明你公司主营业务盈利能力是否出现不利变化，结合 2023 年一季度净利润继续亏损，说明你公司持续经营能力是否存在不确定，净利润亏损是否仍将持续，以及你公司为改善盈利能力已采取和拟采取的具体措施。

### （一）报告期内不考虑商誉减值因素情况下的营业利润规模和同比变动分析

报告期内不考虑商誉减值因素情况下营业利润变动情况如下表：

单位：万元、%

项目	2022 年度	2021 年度	变动金额	变动率
化妆品业务	-27,722.44	-6,823.56	-20,898.88	-306.28
松节油深加工业务	-6,658.31	7,457.56	-14,115.87	-189.28
<b>合计</b>	<b>-34,380.75</b>	<b>634.00</b>	<b>-35,014.75</b>	

从上表看，报告期营业利润-34,380.75 万元，同比减少 35,014.75 万元，由盈利转为亏损，两个业务板块营业利润均大幅下滑。

#### 1、化妆品业务营业利润变动分析

报告期化妆品业务营业利润-27,722.44 万元，同比减少 20,898.88 万元，同比下降 306.28%，营业利润两年持续为负、报告期亏损扩大，主要原因分析如下：

（1）2022 年大消费及化妆品行业出现短暂不景气，导致部分产品定价毛利下降，叠加海外需求趋于饱和，湿巾系列产品订单下滑

2022 年以来，受宏观经济及行业环境等影响化妆品零售市场销售额由前期高增长转为负增长；面膜品类在经历 20 多年高增长后迎来消费需求迭代，同时受行业监管政策调整因素影响，市场产品备案数量明显下降，新品迭代速度降低，面膜消费需求受到抑制。



(2) 受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，2022年公司部分原材料的采购价格继续上涨，导致单位成本上涨

报告期诺斯贝尔分类产品单位营业成本对比见下表：

单位：元、片、g、ml、%

分类产品	2022年度	2021年度	同比变动金额	同比变动比例
面膜系列	1.2811	1.1510	0.1301	11.30
护肤系列	0.0751	0.0604	0.0146	24.17
湿巾系列	0.0655	0.0639	0.0017	2.66
其他系列	0.1890	0.1012	0.0878	86.76

从上表看，报告期各分类产品单位营业成本同比均上升，主要产品护肤系列、面膜系列上升比例较大，湿巾系列上升比例较小。

2021年以来，受大宗商品价格上涨、供应链缺货等因素影响，公司部分主要材料的采购成本仍呈增长趋势，导致2022年较上年同期原材料成本增长，进而导致单位成本上涨、总体毛利率下滑。

(3) 2021年生产线改扩建项目建成投产，导致2022年折旧摊销进一步增加，而产品销售未有大幅提升，导致2022年单位成本进一步提升

报告期诺斯贝尔影响成本的资产折旧、长摊摊销及租金支出对比见下表：

单位：万元、%

成本/费用项目	2022年度	2021年度	变动金额	变动率
折旧	7,716.86	7,468.41	248.45	3.33
长摊摊销	7,389.02	6,522.16	866.86	13.29
租金及仓储服务费	7,109.66	6,630.52	479.14	7.23
<b>合计</b>	<b>22,215.54</b>	<b>20,621.09</b>	<b>1,594.45</b>	<b>7.73</b>

从上表看，报告期影响成本的资产折旧、长摊摊销及租金支出合计支出同比增加1,594.45万元。

由于2021年产线改扩建项目的建成投产并开始折旧摊销时点在2021年中，2021年未有完整的折旧摊销期间，而2022年为完整的折旧摊销期间，因此导致2022年的折旧摊销及租金等固定费用同比增加，而本期产销量较上年同比下降，从而抬升了产品单位成本。

(4) 报告期信用减值损失、资产减值损失较上年同期增加-4,247.28万元。

## 2、松节油深加工业务营业利润变动分析

报告期松节油深加工业务营业利润-6,658.31万元，同比减少14,115.87万元，



同比下降 189.28%，主要原因如下：

(1) 行业格局在近年发生较大变化。一方面由于产品市场需求较为稳定，销售端将面临更加激烈的竞争，因此，导致报告期公司松节油深加工业务主要产品销售价格和销售数量的双重下滑（详见本问询函问题二、（一）之回复），综合导致了公司松节油深加工业务销售收入、营业利润同比降幅较大；另一方面行业新增产能将推高主要原材料松节油价格。松节油深加工业务进入新一轮的行业竞争周期，产品毛利率快速回落。

(2) 报告期固定资产减值损失、存货减值损失较上年同期增加-3,557.02 万元。

## （二）主营业务盈利能力是否出现不利变化

### 1、化妆品业务

报告期内影响化妆品业务业绩的主要因素有：

(1) 受宏观经济及行业环境等影响，面膜和护肤品消费需求受到抑制，化妆品零售市场销售额由前期高增长转为负增长。

(2) 报告期内海外市场对湿巾产品需求减弱，加上海运价格维持高位，导致湿巾出口订单大幅下滑，且部分湿巾生产后海外客户暂缓提货暂未确认收入。

(3) 公司内外部多重短暂不利因素导致化妆品业务毛利率持续下降。

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产品单位成本等不利因素预期将逐渐得到改善。因此，公司化妆品业务盈利能力短期承压，但长期来看，不会受到重大影响。

目前，未发现公司化妆品业务盈利能力存在重大不利变化情形。

### 2、松节油深加工业务

报告期内松节油深加工行业供需两端承压，行业景气度回落明显。由于产品市场需求缺乏增长空间，行业竞争加剧导致产品价格下行较快，公司松节油深加工业务主要产品销量及价格同比均有所下降。

截至 2022 年年报披露日，公司已剥离松节油深加工业务，未来不受该业务





影响。

### （三）2023年第一季度净利润继续亏损的原因分析

2023年第一季度公司分业务板块营业利润、净利润（未经审计，下同）同比如下：

单位：万元

项目	2023年第一季度		2022年第一季度		变动金额	
	营业利润	净利润	营业利润	净利润	营业利润	净利润
化妆品业务	-5,527.91	-4,776.54	-5,758.41	-4,979.28	230.50	202.74
松节油深加工业务			-594.86	-1,116.30	594.86	1,116.30
合计	<b>-5,527.91</b>	<b>-4,776.54</b>	<b>-6,353.27</b>	<b>-6,095.58</b>	<b>825.36</b>	<b>1,319.04</b>

从上表看，2023年第一季度营业利润为-5,527.91万元，同比减亏825.36万元；2023年第一季度净利润为-4,776.54万元，同比减亏1,319.04万元；公司化妆品业务2023年第一季度营业利润、净利润分别为-5,527.91万元、-4,776.54万元，同比分别减亏230.50万元、202.74万元；报告期松节油深加工业务已剥离，致2023年第一季度营业利润、净利润分别减亏594.86万元、1,116.30万元。导致公司化妆品业务2023年第一季度净利润继续亏损的主要原因如下：

（1）一季度是公司化妆品业务的淡季，影响化妆品业务利润水平的内在因素包括长期资产折旧、摊销以及租金支出等固定成本/费用对2023年第一季度利润水平仍产生较大影响。

（2）湿巾系列等产品由于海外行业环境、客户库存去化等因素，市场需求回升缓慢，导致公司订单不足。

### （四）持续经营能力分析

公司主要从事化妆品和松节油深加工两个板块的业务。2022年度公司实现营业收入291,736.65万元，较上年同期下降21.01%，下降原因详见前述回复。由于松节油深加工行业市场规模较小，未来发展空间有限，且近年来行业竞争加剧，行业景气度回落明显，同时避免青松化工厂面临政策性搬迁及重建的资金支出和经营风险，公司决定剥离松节油深加工业务，进一步偿还银行贷款，改善财务状况，集中精力发展化妆品、大消费业务。截至2022年年报披露日，公司已完成松节油深加工业务剥离。



## 1、财务方面

公司2022年末和2021年末资产负债率分别为56.82%和53.48%，资产负债率变动不大；公司2022年度和2021年度经营活动产生的现金流量净额分别为34,063.67万元、4,419.58万元。2023年1-5月银行借款净还款额5.24亿元、支付已到期应付票据1亿元，资产负债率已下降到45%以内，财务状况较为稳健。2023年公司将积极拓展优质订单，努力提升毛利率水平和盈利能力，进一步加强销售收款，增加公司经营性现金流净额。

公司目前筹资来源主要为银行借款，其中银行借款未出现到期不能偿还，或过度依赖短期借款为长期资产筹资的情形。公司一直拥有良好的信用记录，不存在债权人撤销财务支持的迹象。

## 2、经营方面

管理层无清算公司或终止营运的计划；不存在关键管理人员离职且无人替代的情况；公司化妆品业务基本稳定，不存在重要客户流失的情形。

## 3、其他方面

公司不存在影响持续经营能力的违法违规行为；不存在可能导致其无法支付索赔金额的未决诉讼或监管程序。目前，公司不存在影响持续经营的其他方面的情形。

经评估，目前公司持续经营能力不存在重大不确定性。

### （五）公司为改善盈利能力已采取和拟采取的具体措施

#### 1、化妆品业务

（1）优化人力资源配置方面，报告期内公司通过调整人员结构、精简人员比例，整合交叉职能岗位，不断提高人均生产效率，控制成本费用的支出。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。

化妆品业务主要经营主体诺斯贝尔2022年度员工人数与上年同期变动情况见下表：

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
2022年	5,966	5,420	5,182	5,340	5,477



2021年	7,622	9,652	8,366	7,624	8,316
变动人数	-1,656	-4,232	-3,184	-2,284	-2,839
变动比例	-21.73	-43.85	-38.06	-29.96	-34.14

经统计，报告期内诺斯贝尔员工平均人数减少 2,839 人（主要是生产部门员工），影响职工薪酬合计 18,444.44 万元。

（2）流程管理方面，公司加强生产全过程监督管理，对生产管理、设备管理、质量管理等重点环节、关键流程的运行情况进行跟踪，对冗余环节进行适当调整，通过优化生产工序实现降本增效。

（3）原材料采购方面，公司根据采购物料的金额、重要程度采用不同的询价模式，积极与供应商进行磋商、谈判，对于客户没有指定供应商的化工原料和纸箱等原材料采取集中采购的方式，利用规模优势进一步降低采购成本，从而缓解原材料价格上涨压力。公司 2022 年 8 月起加强物料招标工作，其中纸箱中标供应商在纸箱品类的采购占比从 2022 年全年的 31% 提升到 2023 年 1-5 月的 52%，采购单价也有所下降。

（4）产品定价方面，财务部门将不断加强产品成本核算，确保产品定价准确，为产品销售报价提供合理化建议，在充分发挥销售过程自主性的同时保证产品盈利水平。

（5）研发与市场相结合方面，在行业竞争加剧的大环境下，客户需求对产品研发的导向作用更加突出。为将产品研发创新立足于符合市场需求，公司进一步明确“充分进行市场可行性分析与调查”的产品研发方向，有效发挥研发资金的撬动作用，同时研发部门与业务部门不断加强部门协作，深入了解客户需求、行业动向，慎重评估研发项目的商品化率，确保新产品的开发进度与市场的发展同步，从而实现快速响应客户需求的目标，不断拓展客户资源和销售订单。

2021 年度诺斯贝尔新开发客户 150 多家，新开发客户产品销售金额 1.4 亿元；报告期内公司新开发客户 150 多家，新开发客户产品销售金额 1.7 亿元，同比增长 21.75%。

## 2、松节油深加工业务

（1）报告期内，公司采取主动降价、扩大销售，并与客户签订长期订单等策略，巩固市场地位。

（2）剥离松节油深加工业务



为集中发展化妆品等大消费相关业务，优化公司资产质量和资源配置，提升公司整体竞争力，同时避免青松化工厂面临政策性搬迁及重建的资金支出和经营风险，公司决定剥离松节油深加工业务，转让从事松节油深加工业务的全资子公司青松化工和香港龙晟 100% 股权。截止 2022 年年报披露日，公司已完成松节油深加工业务剥离。

综上，由于大消费及化妆品行业短暂的不景气尚未明显好转，公司化妆品业务的盈利能力尚未明显改善，公司短期内存在持续亏损的风险，公司持续经营能力不存在重大不确定性；但基于化妆品行业广阔的市场空间、公司位居前列的行业地位和良好的客户结构、公司正在采取的降本增效措施，以及公司未来不再经营松节油深加工业务、商誉已经全部计提减值准备等情形，预计公司不会长期持续亏损。

三、结合同行业上市公司营业收入和净利润变动趋势，说明报告期内你公司化妆品业务的业绩表现与市场发展趋势是否一致，如否，请详细说明原因。

#### （一）报告期诺斯贝尔和同行业上市公司营业收入及净利润变动情况

报告期内，公司化妆品业务由子公司诺斯贝尔作为主要业务经营主体，故本题中化妆品业务列示诺斯贝尔经营业绩情况。诺斯贝尔主营化妆品 ODM 业务，下游客户主要是化妆品品牌商；目前国内主营化妆品 ODM 的上市公司及新三板挂牌公司主要有嘉亨家化（300955）、洁雅股份（301108）、安特股份（871692）、芭薇股份（837023）。

报告期诺斯贝尔和同行业可比公司的营业收入及增长率、净利润及增长率的情况如下：

单位：万元、%

公司	项目	2022 年度	2021 年度
诺斯贝尔	营业收入	207,824.62	250,915.36
	营业收入增长率	-17.17	-6.05
	扣非后归母净利润	-23,618.00	-5,866.45
	扣非后归母净利润增长率	-302.59	-120.46
嘉亨家化 (300955)	营业收入	105,156.65	116,129.52
	营业收入增长率	-9.45	19.89



	扣非后归母净利润	6,748.27	9,427.64
	扣非后归母净利润增长率	<b>-28.42</b>	<b>3.89</b>
洁雅股份 (301108)	营业收入	66,656.28	98,444.87
	营业收入增长率	<b>-32.29</b>	<b>32.49</b>
	扣非后归母净利润	12,951.21	21,022.13
	扣非后归母净利润增长率	<b>-38.39</b>	<b>22.26</b>
芭薇股份 (837023)	营业收入	45,937.97	41,558.88
	营业收入增长率	<b>10.54</b>	<b>32.34</b>
	扣非后归母净利润	3,485.54	2,051.28
	扣非后归母净利润增长率	<b>74.54</b>	<b>-20.25</b>
安特股份 (871692)	营业收入	13,499.25	11,104.77
	营业收入增长率	<b>21.56</b>	<b>36.40</b>
	扣非后归母净利润	85.49	-209.29
	扣非后归母净利润增长率	<b>141.37</b>	<b>-194.84</b>
可比公司-营业收入增长率算术平均值		<b>-10.40</b>	<b>28.24</b>
可比公司-扣非后归母净利润增长率算术平均值		<b>2.58</b>	<b>1.97</b>
诺斯贝尔-营业收入增长率		<b>-17.17</b>	<b>-6.05</b>
诺斯贝尔-扣非后归母净利润增长率		<b>-302.59</b>	<b>-120.46</b>

注：由于安特股份（871692）规模较小，且报告期数据及比例波动过大，因此计算平均值时将其剔除。

## （二）报告期诺斯贝尔与可比公司营业收入和净利润变动趋势分析

1、报告期内化妆品业务由于受宏观经济、行业市场等因素影响，诺斯贝尔订单及营收不及预期；部分产品市场供需关系发生改变、行业增长趋势短暂向下等导致销售价格下降；大宗商品价格上涨、供应链紧张导致部分原材料采购价格上涨；诺斯贝尔新增较大产能并匹配相应员工，但实际产能利用率不足，导致折旧摊销及人工成本拉高了生产成本，以上因素综合导致诺斯贝尔报告期内营业收入和净利润同比分别下滑 17.17%、302.59%。

2、受宏观经济、化妆品行业消费增速短暂下滑等因素影响，公司化妆品业务同行业可比公司年营业收入和净利润增速大幅下滑，甚至出现较大负增长的趋势，与诺斯贝尔 2022 年度经营业绩下滑的整体趋势具有一致性，具体如下：

2022 年度同行业可比公司营业收入增长率算术平均值为-10.40%，指标明显低于 2021 年的 28.24%；同行业可比公司扣非后归母净利润增长率算术平均值为 2.58%，指标与 2021 年度 1.97% 基本持平，主要系 2022 年第四季度芭薇股份经



营业绩大幅增长，波动过大，剔除芭薇股份后，同行业可比公司扣非后归母净利润增长率算术平均值为-33.41%；诺斯贝尔 2022 年度营业收入增长率为-17.17%，扣非后归母净利润增长率为-302.59%，同行业可比公司 2022 年度营业收入和净利润出现较大负增长的趋势与诺斯贝尔 2022 年度经营业绩下滑的整体趋势具有一致性。

### 3、报告期诺斯贝尔营业收入和净利润下降幅度高于可比公司原因分析

2022 年度、2021 年度诺斯贝尔营业收入分别为 207,824.62 万元、250,915.36 万元，可比公司营业收入算术平均值分别为 85,906.47 万元、107,287.20 万元，诺斯贝尔业务规模远高于同行可比；报告期诺斯贝尔 2022 年度营业收入增长率为-17.17%，可比公司营业收入增长率算术平均值为-10.40%；诺斯贝尔扣非后归母净利润增长率为-302.59%，同行业可比公司扣非后归母净利润增长率算术平均值为 2.58%，指标与 2021 年度 1.97% 基本持平，主要系 2022 年第四季度芭薇股份经营业绩大幅增长，波动过大，剔除芭薇股份后，同行业可比公司扣非后归母净利润增长率算术平均值为-33.41%。报告期诺斯贝尔营业收入和净利润下降幅度高于可比公司，具体分析如下：

#### (1) 化妆品消费市场疲软，大额订单数量和平均单笔订单金额下降

相比可比公司而言，诺斯贝尔具有产线齐全、产线规模较大的特点，可以承接大额订单，业务规模远大于可比公司。2021 年以来，化妆品消费市场疲软、市场竞争激烈及法规更新等原因，诺斯贝尔客户大额订单数量和金额同时下降。2020 至 2022 年度，公司化妆品业务单笔订单 100 万元以上的订单笔数、单笔订单平均销售金额持续下滑。大额订单数量下降和平均单笔订单金额下降，导致诺斯贝尔大规模连续生产优势、原料规模采购优势无法有效发挥，也抬升生产成本，进而影响了业绩。

#### (2) 面膜市场由高速增长进入发展新常态

面膜市场经过连续 20 年的高速增长进入发展新常态。根据欧特欧国际咨询公司统计的数据显示，2022 年 2 月至 2023 年 1 月滚动年期间，全网面膜产品零售额同比下滑 14.91%，下滑幅度超过化妆品整体零售额下滑幅度。诺斯贝尔面膜品类占比较大，对其业绩产生更大不利影响。

#### (3) 湿巾产品海外市场需求大幅下滑



诺斯贝尔湿巾产品以出口消毒湿巾为主，产能规模大。报告期由于海外市场对湿巾需求大幅下滑，诺斯贝尔湿巾销售额同比下滑 34.10%，远高于公司整体营业收入下降幅度，与湿巾同行业公司洁雅股份相当。

#### 四、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) 执行分析性复核程序，了解营业收入、营业成本、毛利率、营业利润、净利润变动的原因并分析合理性；

(3) 获取报告期分产品类型营业收入数据，分析下滑的具体原因；了解公司实际运作情况、行业发展形势、业务剥离情况和 2023 年一季度经营情况；

(4) 获取并对比分析报告期在手订单情况，了解期后销售情况；

(5) 向管理层了解报告期整体经营计划和完成情况，外部经济环境和市场环境对公司经营能力的影响，是否存在超出管理层预期、对于公司偿债能力产生影响的事项，分析公司主要的财务状况、偿债能力变化及盈利能力水平；

(6) 获取和分析 2023 年一季度和上年同期经营数据，对比分析营业收入、营业利润、净利润变动情况，检查是否存在化妆品业务盈利能力重大不利变化情形；查阅公司近两年财务数据，向管理层了解公司持续亏损的原因，评价管理层持续经营能力的评估是否合理。

(7) 了解公司为改善盈利能力已采取和拟采取措施，分析其合理性。

##### 2、会计师核查结论

经核查，会计师认为：

(1) 公司报告期化妆品业务、松节油深加工业务营业收入同比均下滑的原因客观，具有合理性；

(2) 截至 2022 年年报披露日，松节油深加工业务已剥离，公司不再受此影响；公司判断化妆品业务营业收入下滑趋势短期仍将存在，但不具有长期的持续性，具有合理性；

(3) 公司报告期内不考虑商誉减值因素情况下的营业利润规模和同比变动原因客观、合理，未发现公司化妆品业务盈利能力存在重大不利变化情形；



(4) 未发现公司持续经营能力存在重大不确定性情形；公司判断净利润亏损短期仍将存在，但不具有长期的持续性，具有合理性；

(5) 公司为改善盈利能力已采取和拟采取措施恰当、合理。

**问题二：2020年至2022年，你公司综合毛利率分别为25.67%、13.01%、5.66%，其中化妆品业务的毛利率分别为22.35%、10.44%、4.92%，松节油深加工业务的毛利率分别为33.09%、18.45%、7.54%，2021年以来，你公司综合毛利率及两大主营业务的毛利率下降幅度较大。请你公司结合产品销售价格和营业成本的变动情况说明近两年内主要产品毛利率均持续同比下滑的原因及合理性，报告期营业成本归集是否完整、准确，毛利率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。**

**请年审会计师进行核查并发表明确意见。**

回复：

(一) 结合产品销售价格和营业成本的变动情况说明近两年主要产品毛利率均同比下滑的原因及合理性

报告期内，公司主要从事两大板块业务，即面膜、护肤品、湿巾等化妆品的设计、研发与制造业务，以及松节油深加工产品的研发、生产与销售。

近三年，公司化妆品业务及松节油深加工业务的营业收入及占比情况如下：

单位：万元、%

项目	2022年度		2021年度		2020年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
化妆品业务	208,975.02	71.63	250,934.60	67.94	267,047.64	69.10
松节油深加工业务	82,761.62	28.37	118,390.86	32.06	119,428.58	30.90
合计	<b>291,736.64</b>	<b>100.00</b>	<b>369,325.47</b>	<b>100.00</b>	<b>386,476.22</b>	<b>100.00</b>

公司化妆品业务、松节油深加工业务的营业收入占总营业收入的比例总体为70%、30%，2022年度受松节油深加工业务于11月完成剥离影响，占比略低。

近三年，公司总体毛利率及化妆品业务、松节油深加工业务的毛利率情况如下：

单位：%

项目	2022年度	2021年度	2020年度
----	--------	--------	--------





项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
<b>1、主营业务毛利率</b>	<b>5.44</b>	<b>12.80</b>	<b>25.78</b>
(1) 化妆品业务	4.59	10.07	22.45
(2) 松节油深加工业务	7.59	18.55	33.16
<b>2、其他业务毛利率</b>	<b>25.03</b>	<b>29.19</b>	<b>14.21</b>
(1) 化妆品业务	33.06	35.62	13.90
(2) 松节油深加工业务	2.55	7.41	16.10
<b>综合毛利率</b>	<b>5.66</b>	<b>13.01</b>	<b>25.67</b>

2020 年度、2021 年度、2022 年度，公司综合毛利率分别为 25.67%、13.01%、5.66%，整体呈现下降的趋势，主要受化妆品及松节油深加工两大主营业务毛利率下降的影响，具体原因详见下文分析。

### 1、化妆品业务

近三年，公司化妆品业务分产品类别的收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元、%

产品类型	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
面膜系列	88,135.45	84,923.92	3.64	102,471.39	90,470.01	11.71	99,126.79	75,731.70	23.60
护肤系列	66,166.29	64,843.12	2.00	72,707.68	67,137.95	7.66	65,881.57	52,719.69	19.98
湿巾系列	38,831.26	36,135.07	6.94	58,927.46	53,357.02	9.45	66,128.00	52,289.53	20.93
其他产品系列	13,383.28	11,140.63	16.76	13,226.33	11,459.79	13.36	32,937.95	24,048.23	26.99
其他业务	2,458.74	1,645.97	33.06	3,601.75	2,318.75	35.62	2,973.33	2,560.66	13.88
<b>合计</b>	<b>208,975.02</b>	<b>198,688.70</b>	<b>4.92</b>	<b>250,934.60</b>	<b>224,743.51</b>	<b>10.44</b>	<b>267,047.64</b>	<b>207,349.81</b>	<b>22.35</b>

近三年，公司化妆品业务综合毛利率分别为 22.35%、10.44%、4.92%。

近三年，公司化妆品业务各个产品的销售数量、销售单价、单位成本情况如下：

单位：万片、万支/100ml、元/片、元/支/100ml

项目	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	销售数量	销售单价	单位成本	销售数量	销售单价	单位成本	销售数量	销售单价	单位成本
面膜系列	66,290.40	1.3295	1.2811	78,601.42	1.3037	1.1510	79,717.02	1.2435	0.9500
护肤系列	8,636.52	7.6612	7.5080	11,109.04	6.5449	6.0435	13,277.50	4.9600	3.9706
湿巾系列	551,436.33	0.0704	0.0655	835,295.00	0.0705	0.0639	862,297.07	0.0767	0.0606
其他产品系列	58,952.90	0.2270	0.1890	113,213.07	0.1168	0.1012	112,121.40	0.2938	0.2145



(1) 公司化妆品业务 2021 年综合毛利率较 2020 年下降 11.91 个百分点，下降幅度较大

2021 年化妆品业务各产品类型的销售单价、单位成本等与 2020 年的比较情况如下：

单位：元/片、元/支/100ml、%

产品类型	销量单位	2021 年度						2020 年度		
		销售单价	单价变动率	单位成本	单成变动率	毛利率	销量变动率	销售单价	单位成本	毛利率
面膜系列	片	1.3037	4.84	1.1510	21.16	11.71	-1.40	1.2435	0.9500	23.60
护肤系列	支/100ml	6.5449	31.90	6.0435	52.21	7.66	-16.33	4.9619	3.9706	19.98
湿巾系列	片	0.0705	-8.01	0.0639	5.34	9.45	-3.13	0.0767	0.0606	20.93
其他产品系列		0.1168	-60.23	0.1012	-52.81	13.36	0.97	0.2938	0.2145	26.99

1) 受市场供求关系影响，消毒湿巾及口罩销售数量和销售价格大幅下降

2020 年受行业环境的影响，口罩及消毒湿巾产品曾一度供不应求，产品价格高企；但随着市场需求的减弱、市场供应量的增加，公司 2021 年以来口罩及消毒湿巾的销售数量和销售价格均出现较大幅下降，导致公司 2021 年湿巾系列产品平均销售单价同比下降 8.01%、其他产品系列（主要为无纺布裁片、口罩）平均销售单价同比下降 60.23%，因此公司 2021 年湿巾系列、其他产品系列毛利率大幅下降。

2) 受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，公司主要材料的采购价格上涨明显

近三年，公司化妆品业务采购的包装材料和化工原料占采购总额的比例超过 70%。受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等因素影响，公司化妆品业务采购的主要化工原料和包装材料的价格总体呈增长趋势，具体如下：

单位：%

主要原材料	2021 年度			2020 年度	
	采购额占采购总额的比例	2021 年平均价格	价格变动幅度	采购额占采购总额的比例	2020 年平均价格
包装材料（元/件）	43.59	0.29	7.41	43.74	0.27
化学原料（万元/吨）	31.05	5.62	5.64	28.50	5.32
无纺布纤维（万元/吨）	24.78	2.07	-4.17	27.51	2.16

由上表可见，公司化妆品业务中的包装材料 2021 年平均采购价格较 2020 年



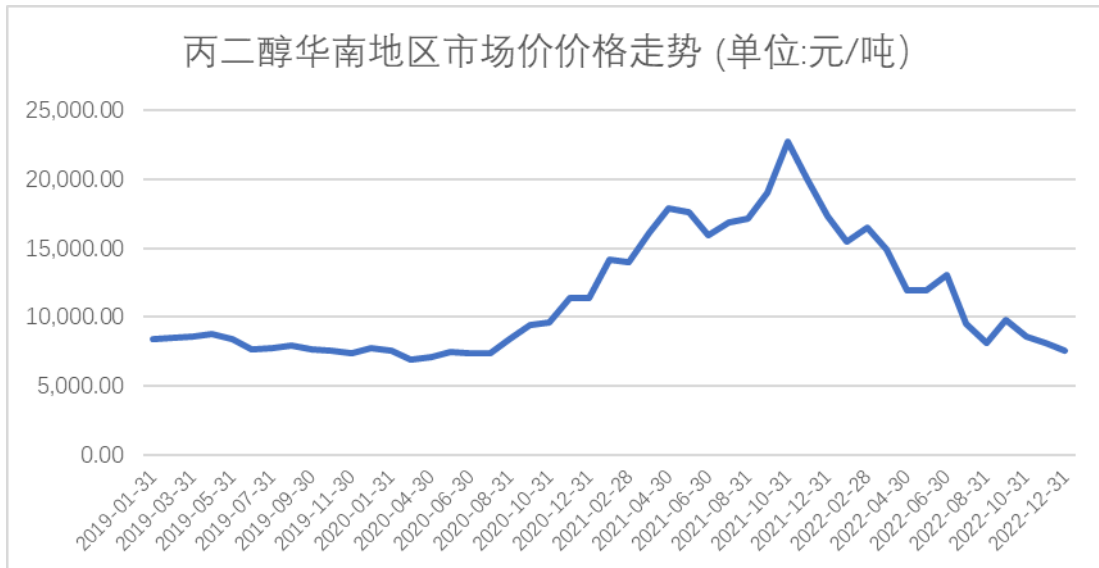
上涨 7.41%、化学原料 2021 年平均采购价格较 2020 年上涨 5.64%，涨幅较大。

公司化妆品业务中的包装材料、化学原料采购价格上涨的趋势与该等商品的市场价格变动趋势基本一致，具体如下：

①公司采购化学原料主要包括甘油、丙二醇等大宗商品，其市场价格走势具体如下：



数据来源：海关总署、iFind



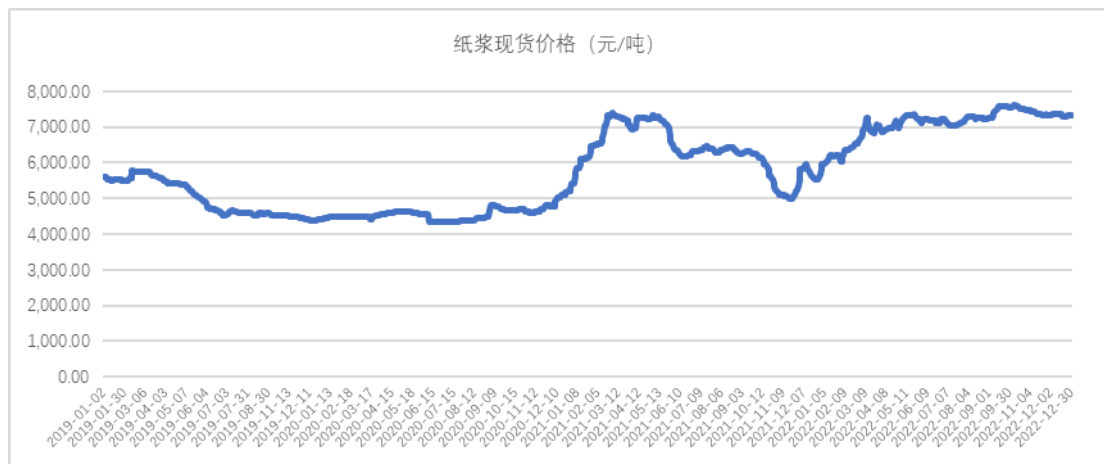
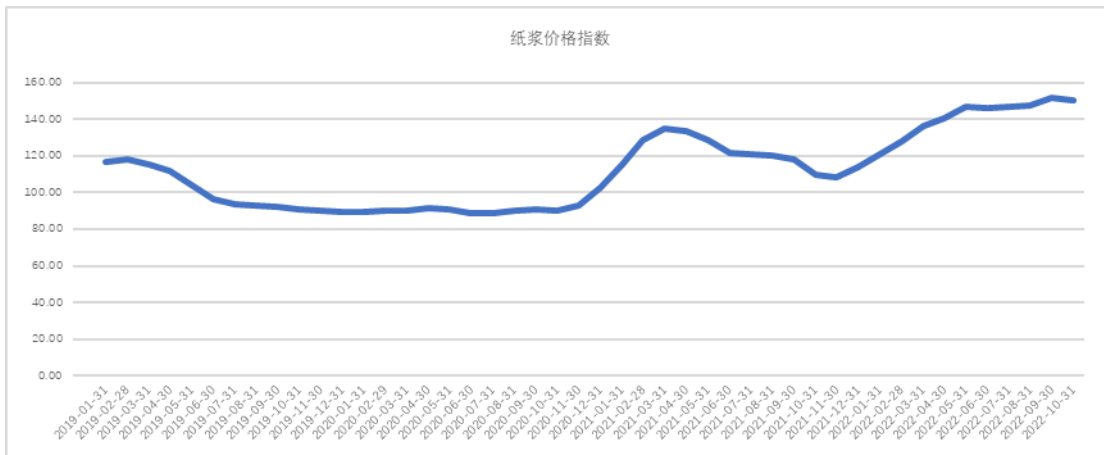
数据来源：海关总署、iFind

②公司采购的化学原料对羟基苯乙酮以苯酚作为原料，苯酚大宗商品的价格走势如下：



数据来源: iFind

③公司采购的包装材料主要为纸箱、铝箔袋等, 主要受纸浆、铝等大宗商品价格的影响, 具体如下:



数据来源: 中国造纸协会、iFind



数据来源：iFinD

3) 生产线改扩建陆续投产，但订单不及预期未形成规模效益，新增折旧摊销及扩充人员提高了单位成本

①公司按照既定的发展规划和经营目标，在收购诺斯贝尔后，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大幅度增长，导致单位成本同比增加。

公司化妆品业务 2021 年度主要新增投产的产线情况如下：

A、广东诺斯贝尔健康护理用品有限公司扩建项目一期新增 14 条护肤品生产线（10 条膏霜生产线，4 条水乳生产线），年产量 9,470 吨/年。二期新增 39 条湿巾生产线，年产量 192 亿片；1 条冻干面膜生产线，年产量 6,000 万片；1 条泡泡巾生产线，年产量 1.14 亿片。一期项目于 2021 年 3 月 13 日通过竣工环境保护验收；二期于 2021 年 3 月 30 日通过竣工环境保护验收。

B、诺斯贝尔化妆品股份有限公司改扩建项目：淘汰中央厂区 C 栋厂房 1 层的 10 条护肤品生产线，在中央厂区 C 栋厂房 1 层新增乳化机组 13 套，精华液年产量增加 24,000 吨。该项目已于 2021 年 4 月 17 日通过竣工环境保护验收。

C、诺斯贝尔中央工厂新增 8 条护肤品灌装包装生产线，并于 2021 年 5 月 15 日建成投产。

D、2021 年诺斯贝尔新增 3 套真空乳化机组，新增 4 条手足膜生产线、3 条护肤品灌装包装生产线、4 条泡罩生产线、4 条唇膏生产线和 1 条次抛产品的 BFS



吹灌封一体生产线。

E、2021年，诺斯贝尔下属全资子公司诺斯贝尔健康护理新增5条湿巾灌装包装生产线。

公司化妆品业务2020-2021年资产折旧、长摊摊销及租金支出对比情况如下：

单位：万元、%

成本/费用项目	2021年度	2020年度	增长金额	增长率
折旧	7,468.41	5,688.74	1,779.67	31.28
长摊摊销	6,522.16	3,777.85	2,744.31	72.64
租金及仓储服务费	6,630.52	5,748.72	881.80	15.34
<b>合计</b>	<b>20,621.09</b>	<b>15,215.31</b>	<b>5,405.78</b>	<b>35.53</b>

如上表所示，公司化妆品业务2021年资产折旧、长摊摊销及租金支出合计较2020年增加5,405.78万元，增幅35.53%，导致其2021年制造费用大幅增加，从而抬升了单位成本。

②为匹配新增产能，并基于对2021年度订单较为乐观的预估，公司化妆品业务在2021年初开始大规模招聘员工，员工数量同比较大幅度增加。同时由于2021年第一季度用工相对紧缺，公司在2021年提高了一线员工及部分办公室员工薪酬及补贴待遇，使得2021年化妆品业务用工成本大幅增加，在2021年各主要产品系列（如面膜系列、护肤系列、湿巾系列）销量均出现下滑的情况下，当期营业成本中的人工成本还增加了4,498.57万元，增幅13.23%，因此导致了2021年各类产品的单位成本同比增加、毛利率下降。

诺斯贝尔2020-2021年各季度平均在职人数对比见下表：

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
2020年季度平均人数	5,495	8,023	7,722	7,320	7,140
2021年季度平均人数	7,622	9,652	8,366	7,624	8,316
人数同比增长	2,127	1,629	644	304	1,176

③2021年度化妆品业务订单不及预期，2021年度面膜系列销量同比下降1.40%、护肤系列销量同比下降16.33%、湿巾系列同比下降3.13%，既影响营收规模，也导致新增产能无法快速释放并形成规模效益，产能利用率较低，抬升了产品单位成本。

公司化妆品业务2021年主要产品产能利用率与2020年的对比情况如下：

单位：%



产品	单位	2021年		2020年	
		产能	产能利用率	产能	产能利用率
面膜系列	万片	213,400.00	38.54	196,500.00	41.03
护肤品系列	万支/100ml	28,447.14	38.04	18,950.00	76.30
湿巾系列	万片	2,604,069.00	36.24	1,220,000.00	73.46

由上表可见，随着2021年新增产能的陆续投产，2021年的产能利用率明显低于2020年。

(2)公司化妆品业务2022年度综合毛利率较2021年度下降5.52个百分点，下降幅度较大：

单位：万元、%

产品分类	2022年度			2021年度			毛利率同比增减
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	
面膜系列	88,135.45	84,923.92	3.64	102,471.39	90,470.01	11.71	-8.07
护肤系列	66,166.29	64,843.12	2.00	72,707.68	67,137.95	7.66	-5.66
湿巾系列	38,831.26	36,135.07	6.94	58,927.46	53,357.02	9.45	-2.51
其他系列	13,383.28	11,140.63	16.76	13,226.33	11,459.79	13.36	3.4
其他业务收入	2,458.74	1,645.97	33.06	3,601.75	2,318.75	35.62	-2.56
<b>合计</b>	<b>208,975.02</b>	<b>198,688.70</b>	<b>4.92</b>	<b>250,934.60</b>	<b>224,743.51</b>	<b>10.44</b>	<b>-5.52</b>

由上表可知，化妆品业务2022年度综合毛利率为4.92%，较2021年同期下降5.52个百分点，具体原因如下：

1) 2022年大消费及化妆品行业出现短暂不景气，叠加海外需求趋于饱和，各类产品均出现销量较大幅度下跌的状况

2022年以来，受宏观经济及行业环境等影响，化妆品零售市场销售额由前期高增长转为负增长；同时，面膜品类在经历二十多年高增长后迎来消费需求迭代，根据北京欧特欧国际咨询有限公司数据显示，2022年滚动年7月面膜销售额为376.6亿元，同比下滑11.13%。同时受行业监管政策调整因素影响，市场产品备案数量明显下降，新品迭代速度降低，面膜消费需求受到抑制。

2) 2021年生产线改扩建项目建成投产导致2022年折旧摊销进一步增加，而产能利用率未有大幅提升，导致2022年度单位成本进一步提升

由于2021年产线改扩建项目的建成投产并开始折旧摊销时点在2021年中，2021年并未有完整的12个月的折旧摊销期间，而2022年为完整的12个月的折旧摊销期间，因此导致2022年度的折旧摊销及租金等固定费用增长并导致营业



成本构成中的制造费用较上年同期增加 8,196.35 万元，增长比例 30.14%，而当期各系列产品的销量较上年均下降 15% 以上，从而导致当期产品单位成本较上年同期大幅增长。

化妆品业务 2022 年度的营业成本构成及同比情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年度			2021 年度			占营业成本比重同比增减	占营业收入比重同比增减
	发生额	占营业成本比重	占营业收入比重	发生额	占营业成本比重	占营业收入比重		
原材料	138,003.43	69.46	66.04	159,042.00	70.77	63.38	-1.31	2.66
人工成本	25,293.13	12.73	12.10	38,505.71	17.13	15.34	-4.40	-3.24
制造费用	35,392.15	17.81	16.94	27,195.80	12.10	10.84	5.71	6.10
合计	<b>198,688.70</b>	<b>100.00</b>	<b>95.08</b>	<b>224,743.51</b>	<b>100.00</b>	<b>89.56</b>		<b>5.52</b>

从上表看，报告期原材料、人工成本占营业成本比重较上年同期分别下降 1.31%、4.40%，而制造费用占营业成本比重较上年同期上升 5.71%。变动的主要原因是：通过优化生产工序、精简人员，采取较为保守的用工策略，人员减少，人工成本降低。前期生产线改扩建项目建成投产，导致的长期资产折旧摊销以及租金支出等同比增长，制造费用支出增长。

3) 受大宗商品价格上涨、部分供应链紧张等影响，2022 年公司部分原材料的采购价格继续上涨，导致单位成本上涨

2022 年度原材料占营业收入比重为 66.04%，较上年同期增长 2.66 个百分点。2021 年以来，受大宗商品价格上涨、供应链缺货等因素影响，公司部分主要材料的采购成本仍呈增长趋势，导致 2022 年度较上年同期原材料成本增长，进而导致单位成本上涨，总体毛利率下滑。

## 2、松节油深加工业务

近三年，公司松节油深加工业务分产品类别的收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元、%

产品	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
合成樟脑系列	63,313.85	59,234.45	6.44	96,153.96	78,233.47	18.64	89,087.74	59,926.76	32.73
冰片系列	10,517.25	7,322.45	30.38	12,362.46	7,901.52	36.08	15,796.74	7,995.04	49.39
其他林产化学品系列	8,052.44	9,111.11	-13.15	8,811.41	9,427.00	-6.99	14,056.94	11,573.35	17.67





其他业务	878.08	855.71	2.55	1,063.03	984.29	7.41	487.16	408.71	16.10
<b>合计</b>	<b>82,761.62</b>	<b>76,523.72</b>	<b>7.54</b>	<b>118,390.86</b>	<b>96,546.28</b>	<b>18.45</b>	<b>119,428.58</b>	<b>79,903.86</b>	<b>33.09</b>

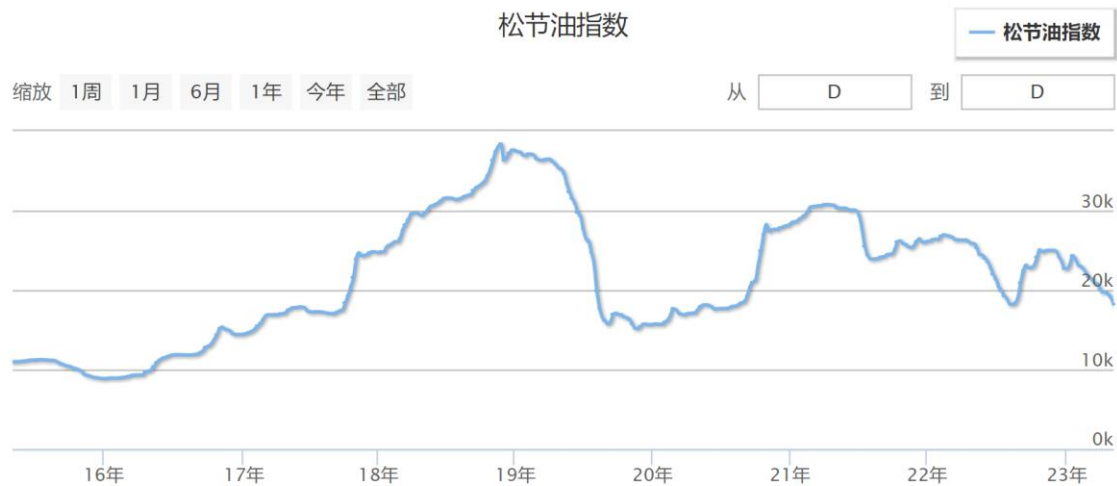
近三年，公司松节油深加工业务分产品类别的销售数量、销售单价、单位成本及毛利率情况如下：

单位：吨、元/吨、%

产品	2022年度				2021年度				2020年度			
	销售数量	销售单价	单位成本	毛利率	销售数量	销售单价	单位成本	毛利率	销售数量	销售单价	单位成本	毛利率
合成樟脑系列	25,612.80	24,719.62	23,126.90	6.44	33,600.49	28,616.83	23,283.43	18.64	30,624.28	29,090.56	19,568.38	32.73
冰片系列	670.51	156,854.47	109,207.11	30.38	958.09	129,032.37	82,471.57	36.08	984.57	160,443.01	81,203.38	49.39
其他林产化学品系列	3,168.28	25,415.78	31,458.11	-13.15	3,594.98	24,510.32	26,222.69	-6.99	5,750.28	24,445.66	20,126.58	17.67
其他业务				2.55				7.41				16.10
<b>合计</b>	<b>29,451.59</b>			<b>7.54</b>	<b>38,153.56</b>			<b>18.45</b>	<b>37,359.13</b>			<b>33.09</b>

近三年，公司松节油深加工业务综合毛利率分别为33.09%、18.45%、7.54%，毛利率呈现持续下降的趋势，主要系行业周期及市场竞争导致的产品销售价格和原材料采购价格变动所致。

松节油深加工业务的原材料成本占比超过90%，而其最核心的原材料松节油的价格在2020年触达低谷后快速回升，目前价格仍处于较高位，详见下图松节油指数。



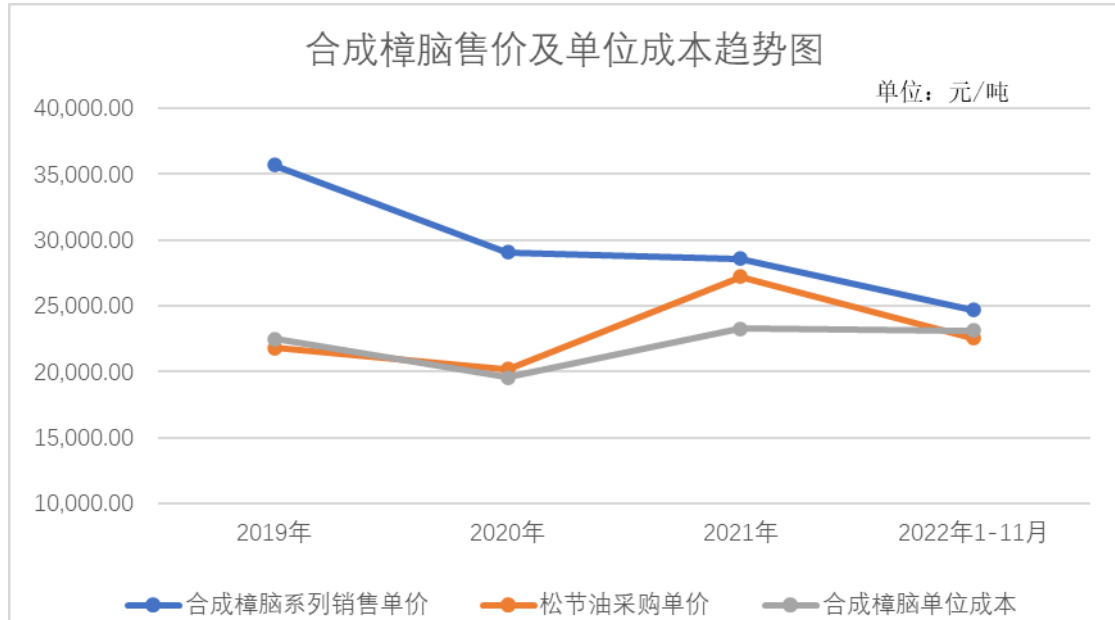
数据来源：松香网

2021年，公司松节油深加工业务毛利率为18.45%，同比下降14.64个百分点



点；2022年，公司松节油深加工业务毛利率进一步下降至7.54%，主要受行业景气度下行及市场竞争的影响，2021年以来公司主要原材料松节油采购价格上涨，加上主要产品合成樟脑系列销售价格的持续下降，导致了公司2021年以来松节油深加工业务销售毛利率的持续下滑。

2019-2022年11月，公司合成樟脑系列产品销售价格及单位成本，以及原材料松节油的采购价格趋势情况如下：



由上图可见，公司松节油采购单价2021年快速上涨，2022年1-11月采购单价虽然有所回落，但由于松节油采购备货的原因，原材料采购价格对单位成本的影响具有一定滞后性，导致公司2021年以来合成樟脑的单位成本持续上涨，再叠加合成樟脑的销售价格的持续下降，因此公司2021年以来合成樟脑的销售毛利率持续下降；由于合成樟脑销售收入占比接近80%，最终导致了公司2021年以来松节油深加工业务的销售毛利率的持续下降。

公司按既定战略发展规划，深挖化妆品等大消费业务产业价值，将主要资源向化妆品、大消费业务方向聚焦。截至2022年年报披露日，公司已完成松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟100%股权转让事宜，未来不再经营松节油深加工业务。

## （二）报告期营业成本归集是否完整、准确

### 1、产品生产成本的确认



公司生产成本包括直接材料、直接人工与制造费用，生产成本归集具体如下：

### （1）化妆品业务

利用 MRP 系统及 SAP 供应链系统进行订单投料管理。公司计划部将销售订单中的产品录入 MRP 系统，取得系统计算的 BOM 清单（产品生产所需物料清单）及所需原材料数量，如有缺料转采购部进行采购。生产部按 BOM 清单领料，物流部按 BOM 清单发料。投入的原材料根据销售订单产品及对应的 BOM 清单进行归集。完工产品入库时，先以 BOM 清单和订单产品实际入库数量计算标准材料金额，BOM 清单以原材料移动加权平均单价计价，再以该金额占总标准材料金额的比例作为分摊系数，对实际耗用的原材料金额进行分配。

人工费用按生产工时或件数分别核算计件工资和计时工资，按生产订单归集人工费用，在当月完工产品中按产量占比分摊。各产品系列独立的制造费用按产品系列归集，公共制造费用按当月产品系列产量占比分配，归集的制造费用按当月完工入库各系列产品的产量占比换算系数进行分摊。

### （2）松节油深加工业务

各产品的成本计算采用分步法，按产品类别分步计算产品成本，在产品 and 完工产品间的分配采用约当产量法。各完工产品成本为各产品成本明细账中归集的成本费用累计余额扣除月末在产品成本后的余额为当月完工产品成本。由于原料成本占公司产品成本的大部份，为了简化核算，除了主要原料以外，当期发生的其他费用如人工费等均由完工产品承担。月末在产品成本按各成本中心在产品的约当产量及原料单价计算确定。

## 2、产品销售成本的确认

当销售订单确认收入时，按照与收入配比的原则相应确认营业成本。

公司报告期营业成本归集完整、准确，符合企业会计准则的相关规定。

### （三）毛利率与同行业可比公司对比分析

#### 1、化妆品业务

公司选取了同为化妆品制造业务的嘉亨家化（300955）、洁雅股份（301108）作为同行业可比公司。公司与嘉亨家化、洁雅股份营业收入、毛利率情况对比如下表：

单位：万元、%



公司名称	2022 年度		2021 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）	54,180.28	21.60	63,034.50	22.59	-0.99
洁雅股份（301108）	66,656.28	31.47	98,444.87	32.84	-1.37
平均值		26.54		27.72	-1.18
公司化妆品业务	208,975.02	4.92	250,934.60	10.44	-5.52

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。

由上表可见，同行业可比公司 2021 年度、2022 年度的毛利率算术平均值分别为 27.72%、26.54%，整体呈现持续下降趋势，与报告期内公司化妆品业务毛利率下降的整体趋势相同。

公司化妆品业务报告期毛利率低于同行业可比公司的平均毛利率水平，主要系：

（1）2021 年以来公司化妆品业务生产线改扩建陆续投产，新增了较大的产能，但订单不及预期未形成规模效益，新增折旧摊销及扩充人员提高了单位成本，导致公司化妆品业务 2021 年以来的毛利率下降幅度高于同行业可比公司。

项目	公司化妆品业务 (2022 年度)			洁雅股份化妆品业务 (2022 年度)		
	发生额(万元)	占营业成本 比重 (%)	占营业收入 比重 (%)	发生额(万元)	占营业成本 比重 (%)	占营业收入 比重 (%)
原材料	138,003.43	69.46	66.04	35,539.79	77.80	53.32
人工成本	25,293.13	12.73	12.10	4,916.48	10.76	7.38
制造费用	35,392.15	17.81	16.94	5,226.43	11.44	7.84
<b>合计</b>	<b>198,688.70</b>	<b>100.00</b>	<b>95.08</b>	<b>45,682.70</b>	<b>100.00</b>	<b>68.53</b>

注：由于嘉亨家化包含化妆品与塑料包装容器两大体量相当业务且未分别披露不同业务板块成本构成，无法就成本构成进行直接比较。

从上表看，公司化妆品业务制造费用（主要为折旧摊销及厂区运营费用）、人工成本占比均高于同行业可比公司，其主要原因是产能及规模优势未能充分发挥。

（2）公司化妆品业务规模较大，客户主要为国内外知名品牌，由于知名品牌商的议价能力较强，也导致公司化妆品业务的毛利率低于同行业可比公司的平均水平。

综上，报告期公司毛利率水平波动的整体趋势与同行业可比公司具有一致



性，同时由于2021年以来公司化妆品业务新增较大产能并匹配相应员工，但实际产能利用率不足，导致折旧摊销及人工成本拉高了生产成本，导致公司化妆品业务2021年以来的毛利率下降幅度高于同行业可比公司；此外，公司化妆品业务规模较大，客户主要为国内外知名品牌商，由于知名品牌商的议价能力较强，也导致公司化妆品业务的毛利率低于同行业可比公司的平均水平。

## 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，通过化学和物理加工方法生产合成樟脑及其中间产品和副产品、冰片等精细化工产品。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。

### （四）毛利率下滑趋势是否具有持续性

#### 1、化妆品业务

受宏观经济、行业市场等因素影响，子公司诺斯贝尔订单及营收不及预期；部分产品市场供需关系发生改变、行业增长趋势短暂向下等导致销售价格下降；大宗商品价格上涨、供应链紧张导致部分原材料采购价格上涨；诺斯贝尔新增较大产能并匹配相应员工，但实际产能利用率不足，导致折旧摊销及人工成本拉高了生产成本。以上因素综合导致近两年公司化妆品业务毛利率大幅下滑。

自2021年下半年以来，公司逐步加强对新增投入和人员招聘控制，随着原材料价格近期开始趋于稳定，公司化妆品业务毛利率有望逐步得到改善。基于国内化妆品消费市场仍有较大成长空间，国民经济持续发展、居民收入水平不断提高、国家拉动内需政策以及城镇化发展等有利因素将为化妆品行业的发展提供有力支持。长期来看，随着消费市场复苏和化妆品行业在监管压力下不断整合，前期生产线改扩建项目建成投产导致的长期资产折旧摊销以及租金支出等同比增长、新增产能无法快速释放从而抬升产品单位成本等不利因素预期将逐渐得到改善。

因此，公司判断，影响化妆品业务毛利率下滑的不利因素预期将逐渐得到改善，毛利率下滑趋势不具有长期持续性。

#### 2、松节油深加工业务

受行业景气度下行及市场竞争的影响，主要产品合成樟脑系列销售价格的持续下降，2021年以来公司主要原材料松节油采购价格上涨，导致了公司2021年



以来松节油深加工业务销售毛利率的持续下滑。

截至2022年年报报告披露日，公司已完成松节油深加工业务剥离，未来不受该业务影响。

## （五）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）查阅化妆品行业、松节油深加工行业研究报告及行业政策情况，了解行业发展趋势、市场需求变动情况、市场竞争情况、同行业可比公司情况等；

（3）获取分业务的产品售价及销售数量、成本及费用等变动资料，了解两年内发行人毛利率下滑的具体原因并分析其合理性；

（4）对比分析报告期公司毛利率下滑情况与同行业可比公司是否存在重大差异；

（5）访谈公司相关人员，了解公司化妆品业务毛利率下滑趋势是否持续；

（6）取得企业成本核算相关内部控制制度，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行的有效性；

（7）了解公司产品的生产工艺、生产流程，检查存货/成本核算方法；

（8）抽取公司产品成本计算表，检查成本归集的完整性、核算的准确性；

（9）取得原材料入库和出库明细，核查计入生产成本的原材料成本的准确性和完整性，对比分析月度、年度波动情况；

（10）对各类存货执行计价测算，期末存货执行监盘程序；

（11）复核工资分配明细表，核查计入生产成本的人工成本的准确性和完整性，对比分析月度、年度波动情况；

（12）检查制造费用的准确性和完整性，对比分析月度、年度波动情况；

（13）查阅公司主要供应商采购合同，对主要供应商执行函证程序；

（14）获取主营业务成本明细表，与明细账和总账核对相符；抽查月主营业务成本结转明细清单，比较计入主营业务成本的品种、规格、数量和主营业务收入口径是否一致，是否符合配比原则；复核主营业务成本明细表的正确性，编制生产成本与主营业务成本倒轧表；



(15) 查阅发行人同行业可比公司营业成本构成情况，与发行人营业成本结构进行对比分析。

## 2、会计师核查结论

经核查，会计师认为：

(1) 公司两年内主要产品毛利率同比下滑的原因客观，具有合理性；

(2) 公司报告期营业成本核算符合《企业会计准则》规定，归集完整、准确；

(3) 公司报告期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；

(4) 公司判断，影响化妆品业务毛利率下滑的不利因素预期将逐渐得到改善，毛利率下滑趋势不具有长期持续性，具有合理性。

**问题三：年报披露，公司将主要资源向化妆品、大消费业务方向聚焦。截至年度报告披露日，公司已完成松节油深加工业务两家全资子公司福建南平青松化工有限公司（以下简称“青松化工”）、龙晟（香港）贸易有限公司（以下简称“香港龙晟”）100%股权转让事宜，并已收到全部股权转让款项；公司不再持有青松化工、香港龙晟的股权，公司对青松化工的拆借款及期间利息已全部收回，公司未来不再经营松节油深加工业务。请你公司：**

(1) 结合青松化工和香港龙晟最近三年财务数据及占你公司营业收入、净利润的比重情况，说明本次公司剥离松节油业务对你公司主营业务和持续经营能力的影响。

(2) 结合公司化妆品等大消费业务的研发能力、生产能力、客户情况、市场竞争格局、公司市场占有率等说明公司后续聚焦化妆品业务是否具备行业竞争力，在手订单是否充足，并提示相关风险。

回复：

一、结合青松化工和香港龙晟最近三年财务数据及占你公司营业收入、净利润的比重情况，说明本次公司剥离松节油业务对你公司主营业务和持续经营能力的影响。

**(一) 青松化工和香港龙晟近三年主要财务数据情况****1、2022 年度**

单位：万元

项目	2022 年末余额/2022 年度发生额			合计
	青松化工	香港龙晟	抵销	
一.营业收入	82,298.92	4,792.22	4,303.50	82,787.65
其中：对外交易收入	77,995.43	4,792.22		82,787.65
分部间交易收入	4,303.50		4,303.50	
二.净利润	-3,615.04	-1.97		-3,617.02
三.资产总额	104,693.58	3,415.08		108,108.66

注：公司处置子公司福建南平青松化工有限公司，于2022年11月末完成股权变更登记，不再纳入公司本期合并财务报表范围，本期青松化工资产总额为2022年11月30日时点数，收入及利润统计2022年1-11月数据，下同。

**2、2021 年度**

单位：万元

项目	2021 年末余额/2021 年度发生额			合计
	青松化工	香港龙晟	抵销	
一.营业收入	104,134.53	6,157.15	5,792.35	104,499.33
其中：对外交易收入	98,342.18	6,157.15		104,499.33
分部间交易收入	5,792.35		5,792.35	
二.净利润	2,619.04	132.72		2,751.76
三.资产总额	118,866.08	3,363.27	700.74	121,528.61

**3、2020 年度**

单位：万元

项目	2020 年末余额/2020 年度发生额			合计
	青松化工	香港龙晟	抵销	
一.营业收入	13,611.94	16,847.81		30,459.75
其中：对外交易收入	13,611.94	16,847.81		30,459.75
分部间交易收入				
二.净利润	471.56	226.67		698.23
三.资产总额	37,348.32	5,103.03		42,451.35

**(二) 近三年青松化工和香港龙晟营业收入、净利润占公司营业收入、净利润的比重情况如下：**

单位：万元、%

项目	期间	青松化工&香港龙晟	公司	占比
----	----	-----------	----	----





营业收入	2022 年度	82,787.65	291,736.65	28.38
	2021 年度	104,499.33	369,325.47	28.29
	2020 年度	30,459.75	386,476.22	7.88
净利润	2022 年度	-3,617.02	-74,134.84	4.88
	2021 年度	2,751.76	-91,234.76	-3.02
	2020 年度	698.24	46,894.09	1.49

从上表看，近三年青松化工和香港龙晟合计营业收入占公司营业收入比重处在 7.88%~28.38%，而青松化工和香港龙晟合计净利润占公司净利润比重绝对值均不高于 5%。2020 年度青松化工主要从事松节油深加工产品的生产加工业务，原材料采购及产品销售等业务仍以青松股份作为经营主体。因此，2020 年度青松化工和香港龙晟合计营业收入、净利润金额及占比较低。

在考虑青松股份本身松节油深加工业务的情况下，松节油深加工业务近三年营业收入、净利润占公司营业收入、净利润的比重情况如下：

单位：万元、%

项目	期间	松节油深加工业务	公司	占比
营业收入	2022 年度	82,761.62	291,736.65	28.37
	2021 年度	118,390.86	369,325.47	32.06
	2020 年度	119,428.58	386,476.22	30.90
净利润	2022 年度	-5,872.43	-74,134.84	7.92
	2021 年度	6,356.14	-91,234.76	-6.97
	2020 年度	18,518.61	46,894.09	39.49

从上表看，2020-2022 年松节油深加工业务合计营业收入分别为 119,428.78 万元、118,390.86 万元、82,761.62 万元，呈下降趋势，占公司营业收入比例分别为 30.90%、32.06%、28.37%；净利润分别为 18,518.61 万元、6,356.14 万元、-5,872.43 万元，占公司净利润比例分别为 39.49%、-6.97%、7.92%，净利润下降明显。

### （三）本次交易对公司主营业务和持续经营能力的影响

松节油深加工业务的主要产品为合成樟脑系列产品及冰片系列产品。合成樟脑是以松节油为原材料经一系列化学反应而成的化工产品，产品主要用于医药中间体、香料添加剂、农药添加剂、宗教礼拜等。冰片主要通过松节油中  $\alpha$ -蒎烯经酯化水解得到，为左旋龙脑和右旋龙脑的混合物，主要作为中药及日化产品的辅料使用。合成樟脑及冰片虽然用途较为广泛，但目前还是主要作为辅料或添加剂



使用，整体需求较为稳定，未来难以实现较快增长。

公司近年积极开拓市场，但产品销量增长乏力，松节油深加工业务收入自2020年以来逐年下降，净利润由盈转亏。随着前期因环保、安全生产等原因被关停的厂家重整或重建完成，叠加前几年行业高景气度影响，部分投资者亦通过投资建厂等方式进入合成樟脑领域，在市场容量稳定且相对有限的背景下，受2016年环保及安全生产政策影响的市场红利已消失，行业竞争加剧，行业景气度回落明显。另外考虑到青松化工厂面临政策性搬迁及重建的资金支出和经营风险，公司于2022年以转让全资子公司青松化工、香港龙晟100%股权的方式剥离松节油深加工业务。本次交易完成后，公司将不再经营松节油深加工业务。

同时，公司因转让全资子公司青松化工、香港龙晟100%股权事项，收到股权转让款及以分红抵扣股权转让款合计28,422.47万元，股权转让款主要用于公司化妆品业务经营周转以及偿还公司向金融机构的有息借款。截至2023年3月末，公司向金融机构的有息借款余额78,118.51万元，资产负债率为52.70%，较2022年9月末向金融机构的有息借款余额减少57,090万元，资产负债率下降7.45%，公司资产负债率逐步下降，财务结构得到优化。公司资产负债率变动情况如下表所示：

单位：万元、%

项目	2023年3月31日	2022年12月31日	2022年9月30日
资产总额	281,745.42	319,459.53	371,997.43
负债总额	148,466.81	181,320.70	225,094.05
向金融机构的有息借款余额	78,118.51	95,508.51	135,208.51
资产负债率	52.70	56.76	60.51
有息借款占负债总额比	52.62	52.67	60.07

未来，公司将集中资源，聚焦于以化妆品业务为主业的大消费业务布局，努力提升公司的可持续经营能力和盈利能力，提升公司市场价值，维护投资者利益。

二、结合公司化妆品等大消费业务的研发能力、生产能力、客户情况、市场竞争格局、公司市场占有率等说明公司后续聚焦化妆品业务是否具备行业竞争力，在手订单是否充足，并提示相关风险。

(一) 结合公司化妆品等大消费业务的研发能力、生产能力、客户情况、



## 市场竞争格局、公司市场占有率等说明公司后续聚焦化妆品业务是否具备行业竞争力

公司化妆品业务由子公司诺斯贝尔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 ODM 企业之一。近两年受行业环境及地缘政治危机影响，国内消费市场低迷、经济下行压力加大，行业竞争格局加剧，公司短期生产经营面临较大的风险挑战。但随着国家促进经济增长的各项政策陆续出台，以及国内行业环境恢复措施的有序放开，化妆品行业整体消费有望逐步恢复，化妆品行业高速增长长期趋势不变。

公司已完成松节油深加工业务两家全资子公司青松化工、香港龙晟 100% 的股权转让事宜。未来，公司业务将聚焦于化妆品、大消费业务方向。基于诺斯贝尔研发能力、生产能力、客户情况、市场竞争格局及市场占有率的分析，公司化妆品业务具备较强的行业竞争力，具体来说：

### 1、研发能力

#### （1）产研学方面

诺斯贝尔一直遵循着可持续发展和“产研共举、强强联合”的原则，在原料、配方、工艺、品类等领域不断创新。先后与暨南大学、广东暨大基因药物工程研究中心有限公司共建“暨南大学-诺斯贝尔联合研发中心”、“基因工程药物国家工程研究中心-诺斯贝尔联合实验室”，与浙江大学华南工业技术研究院共建“浙江大学（华南）诺斯贝尔联合研发中心”，与深圳大学共同进行中药-益生菌精准护肤功能研究及产业化技术开发。报告期内，诺斯贝尔与广东食品药品职业技术学院共建“油性和敏感肌肤研究中心”，与江苏海洋大学共同开发可电纺面膜用鱼胶原蛋白及产业化技术开发，与广东药科大学共同进行银耳提取物生化转化制备嗜热栖热菌发酵产物技术研究及产业化技术开发，与广州华玺生物科技有限公司针对雪莲的美白淡斑功效进行研究及产业化，并与圣泽松茸菌丝宝（深圳）生物集团有限公司就松茸菌丝体在化妆品中的研究及开发进行多维度合作。

#### （2）产品开发方面

诺斯贝尔作为全品类发展企业，拥有超过 180 人的专业技术研发和产品开发团队，一直致力于新产品的开发，迎合不同品牌客户的产品需求，为公司产品更



新和技术水平提升起到关键作用。全产业链的研发能力贯穿原料研发到包材开发环节，为客户提供全案深度服务。此外，青松股份全资子公司广东丽研主营化妆品原料开发，助推企业在原料端的升级，为产品提供更有技术壁垒的原料，增强竞争力。

面膜产品方面，诺斯贝尔在面膜品类上不断创新，研发出新一代速溶精华贴系列、冻干面膜系列、双腔鲜颜面膜系列、精华面膜系列、纯净美肌花研面膜系列、创新膜材面膜系列、臻贵水面膜系列等多款特色产品。同时，诺斯贝尔从差异化肤感及外观、热门功效、热门概念成分和使用场景四大维度出发，推出多款涂抹面膜，在面膜创新的路上为品牌逐步开拓市场。

护肤品方面，诺斯贝尔推出油痘肌护理系列产品，精准护理油痘肌肤问题；基于功能性护肤品市场的劲增，推出了以精粹水代替水的臻贵水水乳系列，融入 CLEANBEAUTY 的护肤理念，引领化妆品行业可持续的发展潮流；在身体护理精致化趋势下，与市场上大热的功效成分结合，推出了身体护理系列，以及具备面护级别的洗护发系列，含基础洗发系列、功效护发系列、头皮养护系列等。此外，诺斯贝尔还推出更丰富的冻干粉系列、美容仪耗材系列、卸妆系列、唇部护理系列、洁颜霜系列等紧跟市场趋势的新品。

### （3）配方储备方面

诺斯贝尔基于潮流市场发展趋势，集合市场产品需求及消费者对产品使用喜好，开发各种质地、各种功效、各个成本梯度的配方。诺斯贝尔在 2021 年设立了创新包材库和成熟配方库，能有效的缩短产品开发周期，为客户提供更快速、优质的服务。同时坚持绿色发展理念，选用天然植物原料，精简配方、减少防腐剂，推出更多可持续发展、高功效的化妆品，用科研创新形成一个良好的行业循环，实现多方的共生、共赢。在 2022 年 12 月公布的《广东省药品监督管理局生物医药产业重点项目、重点企业、重点地区创新服务管理办法》中，诺斯贝尔获批成为广东省药监局创新服务重点企业。

### （4）专利研发方面

截至本回复披露日，诺斯贝尔已拥有保护期内的专利 139 项，其中发明专利 30 项，实用新型专利 80 项，外观设计专利 29 项。上述专利成果为公司打造差异化定位产品提供有力背书。



## (5) 核心技术方面

公司通过自主研发，同时与高校和科研院所合作进行的产学研合作，生产技术已处于成熟阶段，并且不断提高、改进生产工艺，形成了具有自主知识产权的技术体系。公司主要核心技术如下：

序号	技术名称	核心技术描述	技术来源
1	以重组胶原蛋白和纤连蛋白的应用为主的功效护肤产品研究	采用生物发酵生产来源的纤连蛋白或重组胶原，通过冻干技术延长生物制品保质期，并通过体外细胞实验，斑马鱼动物模型实验以及人体修护功效实验等手段，多维度的对配方制得的纤连蛋白或重组胶原冻干粉的安全性、以及皮肤修护作用的实际功效进行评估，证实其具有促进皮肤修复、代谢更新、增强淡斑减少皱纹效果，原料生产技术与应用已获得发明专利证书。	自主开发配方和工艺，实现冻干粉等护肤产品的安全性和功效性
2	纳米脂质体的开发及其在化妆品中的应用	以微乳化和包裹技术为核心的制剂技术。通过使用高压微射流技术，通过对脂质体制备成分的合理选择及比例调配，包裹油溶性和水溶性功效成分。制备出稳定性良好，功效性明显的脂质体。所开发的脂质体可以单独作为精华使用，也可以添加到面膜、精华、喷雾、等多种剂型中，使用范围广泛。	自主研发
3	美白静电纺丝面膜的研发	将具有生物活性的纳米包裹体与胶原蛋白、透明质酸类天然聚合物配制成的精华液混合，制成生物活性纳米纤维纺丝液。利用静电纺丝技术，将生物活性纳米纤维纺丝液制备成海岛结构的生物质纳米纤维。开发以高分子胶原蛋白为架构，富含维生素C的静电纺丝面膜。	自主研发
4	具有海洋生态友好的绿鱼标志防晒产品的开发	部分防晒剂对人体存在一些安全性风险，对环境和生态也会产生有害影响。需要通过防晒剂的筛选、搭配和配方设计等，达到目标防晒指数的同时，也达到保护水生生物和环境的目标。利用斑马鱼在生理功能、免疫系统及生物信号传导通路等方面具有与人类高度的相似性，采用斑马鱼胚胎测试，如斑马鱼胚胎急性毒物测试（ATTTtest），转基因鲳鱼胚胎雌激素当量测试（EEQtest）等手段首先将安全性高的防晒剂筛选出来，再进行防晒配方的设计，这样对于人体安全及环境保护起到关键作用。	自主研发；委托水中银、环特生物等单位进行测试
5	桦树茸，灵芝，姜黄有效成分提取技术研究	分别使用普通的有机溶媒或以热水为溶媒的提取方法，超声波提取法，微波提取法对各植物进行提取，旨在确定和掌握其特性及效率。最后，以该实验结果为基础，找出提取这三种菌类的最适提取条件。	基于诺斯贝尔韩国研究所的技术进行开发、中试和产业化
6	对含有无纺布载体的面膜和湿巾进行防腐体系的构建和研究	研究不同的无纺布材质：如全棉无纺布、全粘胶无纺布、涤纶无纺布和混纺的无纺布对防腐测试造成的影响，构建出更适用于该种材质的防腐体系。	自主研发
7	马齿苋提取技术及功效研究	用不同的提取技术提取马齿苋，希望得到一种经济，有效的提取技术，得到高效的马齿苋提取物，为我司开发高品质的化妆品原料。	基于诺斯贝尔韩国研究所具备先进的植物提取技术
8	嗜热栖热菌发酵产物的功效研究及在化妆品中的应用	通过酪氨酸酶活性探究美白的功效评价、细胞测试探究抗氧化的功效评价及使用 Visia 皮肤测试仪器评价修复肌肤的效果，对嗜热栖热菌发酵产物本身进行功效研究；同时通过在面膜精华液配方体系中添加嗜热栖热菌发酵产物，并通过相应功效测试，探究嗜热栖热菌发酵产物在化妆品配方中的配伍性及应用前景。	与广东药科大学共同开发发酵工艺；由丽研公司实现大规模发酵；诺斯贝尔进行配方研发和功效研究
9	中药植物成分在头发和皮肤护理产品的应用	利用中草药的优化组合，从不同作用机制出发，研究作用于人体毛发及皮肤的具体功效，并研制出一款具有防止毛发脱落，促进毛发生长的产品，真正科学的做到“药食同源”。	自主开发



序号	技术名称	核心技术描述	技术来源
10	以深海鱼胶原蛋白为主要基材的速溶面膜的研究与开发	通过开发专有的技术，从深海鱼的鱼皮中提取具有完整三螺旋结构的胶原蛋白；将深海鱼来源的大分子胶原蛋白以静电纺丝的技术手段制作成纳米纤维速溶面膜；以水溶性纳米纤维的产品形式，解决大分子胶原难于透皮吸收的缺点，并作为载体将化妆品功效成分带到皮肤深处。	与江苏海洋大学合作开发胶原蛋白的提取方法并实现产业化

## 2、生产能力

诺斯贝尔拥有较强的生产制造能力，产能规模优势明显，主要表现在：

(1) 拥有多名高学历且经验丰富的设备开发工程师和设备操作工程师，具备较强的生产设备开发及制造能力。

(2) 配置了全球领先的全自动生产线，可以快速满足各品牌商大批量和紧急订单的需求，并能够根据客户的需求定制生产线。

(3) 主要产品的产能情况

产品	单位	产能
面膜系列	万片	221,179.20
湿巾系列	万片	2,736,684.00
护肤系列	万支/100ml	29,924.32

截至本函回复披露日，诺斯贝尔拥有 43 套真空乳化设备、55 条面膜自动灌装包装生产线、3 条与韩国知名设备制造商共同开发的水凝胶面膜生产线、42 条护肤品灌装包装生产线、1 条次抛产品 BFS 吹灌封一体产线、7 条自动化唇膏生产线、1 条冻干粉护肤品生产线、2 条冻干面膜生产线、3 条静电纺丝面膜生产线、14 条泡罩护肤品生产线、8 条 80 片全自动湿巾生产线、19 条 10 片装全自动湿巾生产线、11 条单片装全自动湿巾生产线、4 条桶装湿巾生产线、4 条 200 片湿巾生产线、1 条水刺无纺布生产线、1 条干态凝胶生产线、20 条全自动面膜无纺布冲裁生产线，具备较强的生产制造能力及产能优势。

## 3、客户情况

诺斯贝尔是国内较早将无纺布及日用化工技术结合起来进行生产及拥有超过十年信誉的知名化妆品 ODM 研发生产企业之一，目前已发展成为中国最大的化妆品 ODM 企业之一。诺斯贝尔的目标客户以主营面膜、护肤品及湿巾系列等化妆品及相关产品的国内外化妆品品牌企业为主，发展至今，先后与国内外众多知名客户建立了稳定的 ODM 合作关系。



诺斯贝尔的主要客户包括国际知名品牌、国内知名品牌、知名渠道商品牌、社交电商品牌、新锐电商品牌、微商品牌等。国际知名品牌包括联合利华、宝洁、丝芙兰、屈臣氏、资生堂、妮维雅、elf、滴露、GAMA、爱茉莉、曼秀雷敦、斯维诗、蜜丝婷等；国内知名品牌包括上海家化、植物医生、自然堂、高姿、韩后、相宜本草、伊贝诗、薇诺娜、欧诗漫、百雀羚、福瑞达、华熙生物、佩莱等；新锐电商品牌包括完美日记、花西子、肤漾、半亩花田、三草两木、纽西之谜、云集、谷雨、花皙蔻、HBN、PMPM、C咖等。

多年来，诺斯贝尔的客户较为稳定，且客户集中度较低。报告期内，诺斯贝尔前十大客户的收入占比为49.49%，前二十大客户的收入占比为67.00%。

#### 4、市场竞争格局及公司市场占有率

根据艾瑞咨询数据，2020年中国化妆品制造商的市场规模为300-500亿元，2016-2020年CAGR为15%-20%。

生产制造商是整个产业链运营的基础，化妆品制造包括品牌商自主生产及代工模式，其中代工模式分为ODM和OEM。化妆品代工行业发展较为成熟，全球规模靠前的代工厂商包括韩国科丝美诗、意大利莹特丽和韩国科玛等；国内化妆品代工的A股上市公司主要是青松股份和嘉亨家化，新三板挂牌公司主要包括安特股份（871692）和芭薇股份（837023）等。

根据申万宏源2020年发布的《中韩化妆品ODM行业深度报告》，国内化妆品代工行业大体可以分为四个梯度。第一梯队：销售规模在20亿元左右，主要是诺斯贝尔和韩国科丝美诗的中国工厂；第二梯队：销售规模在10亿元左右，主要是台湾制造企业和外资企业的中国分支，包括10亿级别的台湾系代工太和生技、大江生医、全丽；第三梯队：销售规模在5亿级别的台湾贝豪、科玛中国分支、意大利莹特丽中国分支和本土彩妆代工上海臻臣。第四梯队：为其他销售规模为其他销售规模在1-2亿元的化妆品制造商。

现阶段，我国化妆品ODM/OEM市场行业竞争格局呈现如下特征：

（1）国内化妆品ODM/OEM市场整体集中度仍较低，行业格局较为分散，2020年国内共计有5000多家持证化妆品生产企业，行业竞争格局较分散，国内代工企业大部分代工产品为低端劳动密集型，在规模、工艺设备、研发能力、精细化管理水平方面有很大提升空间。国际化妆品代工行业发展较为完善，外资成



熟代工企业成立时间较长，研发方面、配方储备相对深厚，且在上下游产业链均有布局，具有全产业链优势。

(2) 随着《化妆品生产质量管理规范》2022年7月1日开始实施，强监管时代启幕，行业生产标准进一步规范化。受国家高质量发展趋势的引导，代工厂的产品质量、工厂规模、工厂品牌效应等方面因素被市场列入考量范围，部分生产配置条件较低、管理流程不够规范、研发落后的中小企业将被迫出局或走向规范化，行业集中度有望提升。

(3) 受宏观经济及行业环境等影响，化妆品 ODM/OEM 市场竞争更加激烈，一些以低价为核心竞争力的中小代工企业抗风险能力相对较弱，而大型代工企业相对具有更加充足的现金流以及社会信誉做保障，抵御风险能力较强，因此各品牌商也更愿意与名气大、口碑好的头部代工厂合作。同时，随着国内化妆品监管法律法规不断完善，原料审批、功效宣称、资质审核、产品备案等要求不断细化，其中功效宣称评价体系需要较大固定资产投资及团队建设成本，而品牌商自身产能有限，产线投资需要较长时间并且占用大量资金，代工环节规模经济效应愈加显著。品牌商愈加依赖代工生产，大型化妆品代工厂市场地位也将进一步提高。

## (二) 在手订单分析

详见本问询问题一/一/（五）之回复。

## (三) 相关风险提示

### 1、市场竞争风险

近年中国化妆品行业快速发展，不断扩大的市场规模吸引了更多的化妆品企业进入制造及品牌经营领域，化妆品代工行业竞争将更加激烈。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的风险。同时，由于 ODM 业务模式是按客户订单生产产品，若客户因市场竞争加剧、经营不善、战略失误等内外原因导致其市场份额缩减，或者公司在产品配方、生产设备、质量控制、交货时间等方面不能满足客户需求导致主要客户转向其他厂商，公司的销售收入将受到较大影响。

公司将持续进行新产品开发，继续保持较强的产品创新优势，不断推出高附加值、高技术含量产品，扩充产品种类，提升公司整理盈利能力。





## 2、经营业绩下滑及持续亏损的风险

2022年，公司实现营业收入为291,736.65万元，同比下降21.01%，其中化妆品业务主要经营主体诺斯贝尔实现营业收入207,824.62万元，同比下降17.17%；营业利润-27,595.52万元，同比下降316.09%，营业利润两年持续为负、报告期亏损扩大。2023年第一季度，诺斯贝尔营业收入39,465.72万元，同比下降9.65%。截至2023年3月31日，公司已完成转让两家全资子公司青松化工、香港龙晟100%股权，未来不再经营松节油深加工业务，不受该部分影响。

公司化妆品业务2022年度以及2023年第一季度营业收入同比下滑，主要原因系受宏观经济、行业市场等因素影响，部分产品市场供需关系发生改变、行业增长趋势短暂向下等导致销售价格下降；大宗商品价格上涨、供应链紧张导致部分原材料采购价格上涨；诺斯贝尔新增较大产能并匹配相应员工，但实际产能利用率不足，导致折旧摊销及人工成本拉高了生产成本，以上因素综合导致诺斯贝尔销售毛利率和经营业绩大幅下滑。

如果未来宏观经济增速难以较快恢复或者行业环境恢复后消费者偏好趋于保守，可能会对居民消费支出产生不利影响，进而使行业未能及时恢复较快增长；另外，如果公司业务发展、经营战略等未能有效应对市场竞争或经营成本上升等不利因素，公司出现不能巩固和提升市场竞争优势、市场开拓及新接订单不足以提升公司产能利用率或销售不及预期，公司将存在经营业绩下滑及持续亏损的风险。

**问题四：年报披露，报告期内出口业务实现收入7.16亿元，同比下滑29.31%，报告期内海外市场对湿巾产品需求减弱，加上海运价格维持高位，导致湿巾出口订单大幅下滑，且部分湿巾生产后海外客户暂缓提货暂未确认收入。请你公司说明主要出口国家（地区）的政治经济形势与贸易政策是否对你公司出口业务产生不利影响，公司海外收入下降的原因及合理性，对比同行业公司是否存在差异，海外客户暂缓提货未确认收入相关存货金额，是否充分考虑该部分暂缓提货商品存货跌价风险，相关跌价准备计提情况以及计提是否充分。**

**请年审会计师进行核查并发表明确意见，以及说明针对境外销售收入真实性实施的审计程序、覆盖范围及比例、审计结论。**



回复：

（一）报告期公司海外收入下降的原因及合理性

公司报告期出口销售收入 71,639.35 万元，同比减少 29,706.44 万元，下降 29.31%。其中，化妆品业务出口销售收入 40,677.97 万元，同比减少 18,545.51 万元，下降 31.31%；松节油深加工业务出口销售收入 30,961.38 万元，同比减少 11,160.93 万元，下降 26.50%。

1、报告期按出口地区分类销售情况

（1）化妆品业务

单位：万元、%

地区	分类产品	单位	2022 年度		2021 年度		变动率	
			数量	收入	数量	收入	数量	收入
欧洲	面膜系列	片	40,239,370	6,486.68	62,319,184	10,017.40	-35.43	-35.25
	护肤系列	g/ml	244,189,200	522.84	327,513,340	573.06	-25.44	-8.76
	湿巾系列	片	3,339,363,313	23,277.05	5,747,961,792	37,087.44	-41.90	-37.24
	其他产品系列	片	945,364	62.58	25,357,940	1,040.30	-96.27	-93.98
	小计			<b>30,349.16</b>		<b>48,718.20</b>		<b>-37.70</b>
美洲	面膜系列	片	9,188,480	1,768.63	2,650,526	448.34	246.67	294.48
	湿巾系列	片	1,023,224,967	4,899.27	1,152,960,137	5,729.68	-11.25	-14.49
	其他产品系列	片	1,073,584	38.63	112,704	18.55	852.57	108.29
	小计			<b>6,706.53</b>		<b>6,196.58</b>		<b>8.23</b>
亚洲	面膜系列	片	3,067,228	594.01	6,885,394	1,106.92	-55.45	-46.34
	护肤系列	g/ml	109,521,990	910.42	78,846,516	628.23	38.91	44.92
	湿巾系列	片	277,252,740	1,765.75	373,595,586	1,876.02	-25.79	-5.88
	其他产品系列	片	8,562,270	241.66	11,607,971	543.01	-26.24	-55.50
	小计			<b>3,511.84</b>		<b>4,154.17</b>		<b>-15.46</b>
非洲	湿巾系列	片	9,500,580	61.10	9,945,600	52.10	-4.47	17.27
	小计			<b>61.10</b>		<b>52.10</b>		<b>17.27</b>
大洋洲	护肤系列	g/ml			296,363	22.59	-100.00	-100.00
	湿巾系列	片	3,252,880	49.35	4,973,760	79.85	-34.60	-38.20
	小计			<b>49.35</b>		<b>102.44</b>		<b>-51.83</b>
合计			<b>40,677.97</b>		<b>59,223.48</b>		<b>-31.31</b>	

从上表看，报告期公司化妆品业务出口收入 40,677.97 万元，同比下降 31.31%；出口地区主要为欧洲、美洲、亚洲，各地区湿巾系列销售金额及数量均出现下降，而公司重点出口地区欧洲湿巾系列、面膜系列销售金额及数量地区出



现大幅度下降。报告期公司化妆品业务出口收入下降的主要原因包括：需求减弱，加上海运价格维持高位，导致湿巾出口订单大幅下滑；同时，部分湿巾生产后海外客户暂缓提货暂未确认收入，也进一步导致公司出口收入下降。

## (2) 松节油深加工业务

单位：万元、%、吨

地区	2022 年度		2021 年度		变动率	
	数量	收入	数量	收入	数量	收入
欧洲	2,121.43	9,430.49	2,923.93	13,682.54	-27.45	-31.08
美洲	1,416.25	6,165.16	1,625.84	7,473.99	-12.89	-17.51
亚洲	3,380.25	15,287.00	3,911.61	20,692.57	-13.58	-26.12
非洲	12.65	67.28	38.33	253.45	-67.00	-73.45
大洋洲	3.04	11.45	3.63	19.76	-16.25	-42.05
合计	<b>6,933.62</b>	<b>30,961.38</b>	<b>8,503.33</b>	<b>42,122.31</b>	<b>-18.46</b>	<b>-26.50</b>

从上表看，报告期公司松节油深加工业务出口收入 30,961.38 万元，同比下降 26.50%，销售数量 6,933.62 吨，同比下降 18.46%；从出口地区看，各地区销售金额及数量均存在较大幅度下降，销售金额及数量下降幅度整体匹配性强。报告期公司松节油深加工业务出口收入下降的主要原因包括：2022 年 11 月末松节油深加工业务主要经营主体青松化工已剥离；海外需求减弱。

## 2、报告期按出口产品分类销售情况

### (1) 化妆品业务

单位：万元、%

分类产品	单位	2022 年度		2021 年度		变动率	
		数量	收入	数量	收入	数量	收入
面膜系列	片	52,495,078.00	8,849.31	71,855,104.00	11,572.67	-26.94	-23.53
护肤系列	g/ml	353,711,190.00	1,433.27	406,656,218.50	1,223.88	-13.02	17.11
湿巾系列	片	4,652,594,480.00	30,052.52	7,289,436,875.00	44,825.08	-36.17	-32.96
其他产品系列	片	10,581,218.00	342.87	37,078,615.00	1,601.85	-71.46	-78.60
合计			<b>40,677.97</b>		<b>59,223.48</b>		<b>-31.31</b>

从上表看，公司出口产品主要为湿巾系列，报告期公司化妆品业务出口收入 40,677.97 万元，同比下降 18,545.51 万元，下降比例 31.31%；除护肤系列外，各类产品均出现较大幅度下降，其中湿巾系列报告期销售金额 30,052.52 万元，同比下降 14,772.56 万元，下降比例为 32.96%；各分类产品销售金额及数量下降幅度整体匹配性强。报告期公司化妆品业务出口收入下降的主要原因详见本问询函



问题四/（一）报告期公司海外收入下降的原因及合理性/1、报告期按出口地区分类销售情况/（1）之回复。

（2）松节油深加工业务

单位：万元、%、吨

分类产品	2022 年度		2021 年度		变动率	
	数量	收入	数量	收入	数量	收入
合成樟脑系列	6,479.85	27,238.73	8,028.60	37,803.30	-19.29	-27.95
冰片系列	249.04	2,953.80	286.93	3,664.11	-13.21	-19.39
其他系列	204.73	768.85	187.81	654.90	9.01	17.40
合计	<b>6,933.62</b>	<b>30,961.38</b>	<b>8,503.34</b>	<b>42,122.31</b>	<b>-18.46</b>	<b>-26.50</b>

从上表看，公司出口产品主要为合成樟脑系列，报告期公司松节油深加工业务出口收入 30,961.38 万元，同比下降 11,160.93 万元，下降比例 26.50%；其中：合成樟脑系列报告期销售金额 27,238.73 万元，同比下降 10,564.57 万元，下降比例为 27.95%。报告期公司松节油深加工业务出口收入下降的主要原因详见本问询函问题四/（一）报告期公司海外收入下降的原因及合理性/1/（2）之回复。

3、主要出口国家（地区）的政治经济形势与贸易政策对公司出口业务是否存在重大不利变化

公司出口业务主要销往亚洲和欧洲，报告期未发现主要出口国家（地区）的政治经济形势与贸易政策存在对公司出口业务产生不利影响的重大变化。

（二）报告期海外收入对比同行业公司分析

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，因此无法取得公开数据进行对比分析。

公司选取了同为化妆品制造涉及出口业务的洁雅股份（301108）和安特股份（871692），公司化妆品出口业务与洁雅股份、安特股份的出口销售情况对比如下表：

单位：元、%

公司名称	2022 年度	2021 年度	同比增减变动
洁雅股份	373,961,954.85	717,432,108.83	-47.87
安特股份	31,997,929.99	45,352,513.33	-29.45
公司化妆品出口业务	406,779,734.00	592,234,843.93	-31.31



由上表可见，公司化妆品出口业务与同行业公司均存在较大幅度下降，二者下降趋势具有一致性。

### （三）海外客户暂缓提货未确认收入相关存货减值测试情况

截止 2022 年 12 月 31 日，海外客户暂缓提货未确认收入相关存货余额 45,740,590.64 元，减值测试过程如下：

单位：元

存货类别	预计售价	存货金额	预计税费	计提跌价准备
库存商品	62,209,453.77	45,740,590.64	1,213,084.35	

注：根据公司与客户签订的《供货合同》及后续补充协议，客户已按约定的价格预付公司货款。

从上表看，存货金额+预计税费=46,953,674.99 元，预计售价大于存货金额和预计税费之和，故上述存货不存在减值，无需计提存货跌价准备。

### （四）会计师核查程序及核查意见

#### 1、会计师执行的核查程序

针对境外业务，我们实施的核查程序主要包括：

（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，以确认出口收入的真实性及准确性，报告期函证出口收入发生额为 47,552.65 万元，占比 66.38%；

（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；



(9) 通过问询、访谈企业了解主要出口国家（地区）政治经济形势和贸易政策是否发生重大变化，并通过网络渠道了解信息是否存在差异；

(10) 了解海外收入下降的主要原因并分析其合理性；

(11) 对比同行业公司海外收入情况，分析其变动趋势与公司是否具有 consistency；

(12) 检查海外客户暂缓提货未确认收入相关存货跌价准备计提情况，分析其合理性。

## 2、会计师审计结论

经核查，会计师认为：

(1) 报告期未发现主要出口国家（地区）的政治经济形势与贸易政策存在对公司出口业务产生不利影响的重大变化；

(2) 报告期公司海外收入下降的原因客观，具有合理性；

(3) 报告期公司海外收入对比同行业公司，下降趋势具有一致性；

(4) 报告期公司海外客户暂缓提货未确认收入相关存货不存在减值情形；

(5) 报告期公司境外销售收入真实、准确。

**问题五：2020年至2022年，你公司面膜系列产品产能利用率分别为41.03%、38.54%和32.14%，护肤品系列产品产能利用率分别为76.30%、38.04%和28.34%，湿巾系列产品产能利用率分别为73.46%、36.24%和18.69%。产能利用率持续下降，但你公司报告期内化妆品业务存在新建产能情况。请你公司：**

(1) 说明2020年以来你公司化妆品业务产能利用率持续下降的具体原因，前期规划与实际订单是否存在较大差异，产生差异的主要原因，公司相关生产线是否仍符合客户的质量及性能要求，你公司为改善产能利用率已采取及拟采取的措施。

(2) 说明报告期内化妆品业务在建产能的具体情况，并说明产能利用率较低的情况下新建产能的合理性、必要性。

(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，减值准备计提是否充分，以及2023年度是否存在进一步减值风险。

**请年审会计师对事项（3）进行核查并发表明确意见。**

回复：

一、说明2020年以来你公司化妆品业务产能利用率持续下降的具体原因，前期规划与实际订单是否存在较大差异，产生差异的主要原因，公司相关生产线是否仍符合客户的质量及性能要求，你公司为改善产能利用率已采取及拟采取的措施。

**（一）2020年以来公司化妆品业务产能利用率持续下降的具体原因**

2020年、2021年、2022年面膜系列产能利用率分别为41.03%、38.54%和32.14%，护肤品系列产能利用率分别为76.30%、38.04%和28.34%，湿巾系列产能利用率分别为73.46%、36.24%和18.69%。具体如下表所示：

单位：万片、万支/100ml、%

期间	产品	产能	产量	产能利用率
2022年度	面膜系列	221,179.20	71,076.77	32.14
	护肤品系列	29,924.32	8,479.96	28.34
	湿巾系列	2,736,684.00	511,377.71	18.69
2021年度	面膜系列	213,400.00	82,251.38	38.54
	护肤品系列	28,447.14	10,821.47	38.04
	湿巾系列	2,604,069.00	943,804.17	36.24
2020年度	面膜系列	196,500.00	80,628.82	41.03
	护肤品系列	18,950.00	14,459.50	76.30
	湿巾系列	1,220,000.00	896,260.11	73.46

受化妆品业务ODM模式对产能较高的要求、公司各系列产品具体种类较多且部分种类无法共用设备产线，以及由于气候和消费习惯的差异、公司部分产品的生产和销售存在淡旺季区分等影响，公司产能利用率总体不高。

此外，基于历史业绩长期增长和对未来市场乐观的预期，公司从2020年下半年开始投入了较大规模的化妆品生产线改扩建项目，使得公司近两年化妆品业务产能有了较大的提升；但受宏观经济环境变动、行业增长趋势短暂向下等影响，自2021年以来公司化妆品业务既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，因此导致了公司2021年以来产能利用率的下降和不足。具体分析如下：

**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**

公司基于历史业绩长期增长和对市场乐观预期，自2020年起对诺斯贝尔化妆品生产线投入较多，产能近两年增加较快，具体产能投入包括：

(1)“诺斯贝尔化妆品股份有限公司一分厂改扩建项目”新增1条泡罩生产线，新增泡罩年产量11,080万粒；新增1条冻干面膜生产线，新增冻干面膜年产量3,000万片；新增2条静电纺丝面膜生产线，新增静电纺丝面膜年产量3,000万片。项目于2020年12月30日通过竣工环境保护验收。

(2)广东诺斯贝尔健康护理用品有限公司扩建项目一期新增14条护肤品生产线（10条膏霜生产线，4条水乳生产线），年产量9,470吨/年。二期新增39条湿巾生产线，年产量192亿片；1条冻干面膜生产线，年产量6,000万片；1条泡泡巾生产线，年产量1.14亿片。一期项目于2021年3月13日通过竣工环境保护验收；二期于2021年3月30日通过竣工环境保护验收。

(3)诺斯贝尔化妆品股份有限公司改扩建项目：淘汰中央厂区C栋厂房1层的10条护肤品生产线，在中央厂区C栋厂房1层新增乳化机组13套，精华液年产量增加24,000吨。该项目已于2021年4月17日通过竣工环境保护验收。

(4)诺斯贝尔中央工厂新增8条护肤品灌装包装生产线，并于2021年5月15日建成投产。

(5)2021年，诺斯贝尔新增3套真空乳化机组，新增4条手足膜生产线、3条护肤品灌装包装生产线、4条泡罩生产线、4条唇膏生产线和1条次抛产品的BFS吹灌封一体生产线。

(6)2021年，诺斯贝尔下属全资子公司诺斯贝尔健康护理用品有限公司新增5条湿巾灌装包装生产线。

**2、2021年以来整体订单不及预期**

受宏观经济及行业环境等影响，国内经济复苏节奏显著放缓，并伴随结构分化，其中消费市场影响较为严重，大消费及化妆品行业出现短暂不景气，面膜和护肤品消费需求受到抑制，既有客户及新增客户下单量不及预期。叠加海外市场对湿巾产品需求减弱，加上海运价格维持高位，导致湿巾出口订单大幅下滑。

2020-2022年公司化妆品业务各系列产品的销售数量情况如下：

单位：万片、万支/100ml、%

项目	2022年	2021年	2020年
----	-------	-------	-------





	销售数量	同比上升/ 下降	销售数量	同比上升/ 下降	销售数量	同比上升/ 下降
面膜系列	66,290.40	-15.66	78,601.42	-1.40	79,717.02	-21.32
护肤系列	863,652.34	-22.26	1,110,904.20	-16.33	1,327,750.04	30.94
湿巾系列	551,436.33	-33.98	835,295.00	-3.13	862,297.07	74.42
其他产品系列	58,952.90	-47.93	113,213.07	0.97	112,121.40	24.39

## （二）前期规划与实际订单是否存在较大差异，产生差异的主要原因

### 1、前期规划与实际订单存在较大差异

公司对化妆品业务的产能扩张，主要基于公司对化妆品消费市场的长期看好所作出的经营决策。公司化妆品 ODM 业务的下游客户主要是化妆品品牌商，公司对未来合理产能规划主要取决于化妆品消费市场增长情况、下游客户拓展及客户订单量的增长，具体来说：

（1）化妆品零售市场过去 20 年来呈现较高增长态势，且化妆品业务主要经营主体诺斯贝尔过去近 20 年来业务规模持续保持了较快增长。同时，基于我国人口众多，人均消费水平还较低，还存在相当大的市场消费潜力，给化妆品企业带来很多发展机会。基于以上因素，公司管理层总体按照扩张战略进行业务规划。

（2）化妆品属于潮流快消品，特别是近些年在电商、网红等新经济形态带动下，产品概念不断推陈出新，产品更迭速度加快。这些变化一方面要求生产企业随时保持业务敏感度，根据市场情况变化新增适应新品生产的产线，另一方面也带来产品及客户品牌市场接受度的不确定性。

（3）2020 年下半年，国内行业环境趋于稳定，部分研究机构预测经济将迎来高增长，消费市场大幅反弹。根据公司与多家具有业务增长潜力的下游客户的多次沟通，以及公司对化妆品消费市场的调研，客户普遍对次年业务给予较高预期，尤其看好功能性护肤品（包含面膜）和湿巾的发展潜力。公司决定加大对功能性护肤品和湿巾的生产设备的投入并扩大车间规模。

2020 年下半年及 2021 年初消费品市场呈短暂复苏迹象，客户普遍对当年市场表达乐观态度并计划共同推广新产品。2021 年第一季度，诺斯贝尔实现营业收入 55,445.31 万元，同比增长 50.51%，化妆品销售规模创历史新高。2021 年二季度开始受行业环境反复、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，化妆品类社会零售额增长率呈前高后低走势，2021年下半年以来，公司化妆品业务销售收入与前期规划相差较大。

2020年以来预计订单与实际销售规模对比如下表：

单位：万元、%

年份	分类产品	预计订单金额	实际销售金额	实际与预计差异金额	差异率
2020年	面膜系列	121,924.55	99,126.79	-22,797.76	-18.70
	护肤系列	72,713.66	65,881.57	-6,832.09	-9.40
	湿巾系列	44,860.20	66,128.00	21,267.80	47.41
	其他系列	14,531.95	35,911.28	21,379.33	147.12
	总计	<b>254,030.36</b>	<b>267,047.64</b>	<b>13,017.28</b>	<b>5.12</b>
2021年	面膜系列	105,959.68	102,471.39	-3,488.29	-3.29
	护肤系列	90,670.92	72,707.68	-17,963.24	-19.81
	湿巾系列	96,329.19	58,927.46	-37,401.73	-38.83
	其他系列	10,993.33	16,828.08	5,834.75	53.08
	总计	<b>303,953.12</b>	<b>250,934.61</b>	<b>-53,018.51</b>	<b>-17.44</b>
2022年	面膜系列	87,098.48	88,135.45	1,036.97	1.19
	护肤系列	86,254.98	66,166.29	-20,088.69	-23.29
	湿巾系列	42,613.37	38,831.26	-3,782.11	-8.88
	其他系列	10,589.92	15,842.02	5,252.10	49.60
	总计	<b>226,556.75</b>	<b>208,975.02</b>	<b>-17,581.73</b>	<b>-7.76</b>

## 2、前期规划与实际订单产生差异的主要原因

由于宏观经济环境变动、行业增长趋势短暂向下等影响，自2021年以来公司化妆品业务既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。

(1) 湿巾系列销售额明显低于预期，主要是海外行业环境形势变化及海运价格高企，湿巾需求超预期下跌。

(2) 护肤系列销售不及预期，主要是根据客户需求上线的泡罩产品后期客户销售较弱，全年下单数量明显低于预测，其余品类销量也略低于预期。

(3) 面膜系列产品销售低于预期主要是部分客户对冻干面膜产品市场推广大幅弱于前期计划，致全年下单数量与预计差异较大，其他面膜产品销售则优于预期。

### (三) 公司相关生产线是否仍符合客户的质量及性能要求



截至本函回复披露日，诺斯贝尔拥有43套真空乳化设备、55条面膜自动灌装包装生产线、3条与韩国知名设备制造商共同开发的水凝胶面膜生产线、42条护肤品灌装包装生产线、1条次抛产品BFS吹灌封一体产线、7条自动化唇膏生产线、1条冻干粉护肤品生产线、2条冻干面膜生产线、3条静电纺丝面膜生产线、14条泡罩护肤品生产线、8条80片全自动湿巾生产线、19条10片装全自动湿巾生产线、11条单片装全自动湿巾生产线、4条桶装湿巾生产线、4条200片湿巾生产线、1条水刺无纺布生产线、1条干态凝胶生产线、20条全自动面膜无纺布冲裁生产线，具备较强的生产制造能力及产能优势。

公司通过引进国内外先进的自动化生产设备及相应的品质检测设备，公司资产整体在更新过程当中，生产设备维持较高成新率，诺斯贝尔技术部门主要负责生产线日常维护、工艺制程、生产设备改进及产效提升等，现有机器设备使用状况均较为良好，不存在实体性损坏或无法正常使用的固定资产。

经过公司多年的发展，公司与下游客户形成了长期稳定的合作关系，客户对公司的满意度和认可度较高，公司优良的产品质量和稳定的运行体性，在行业内树立了良好的品牌形象，得到了市场的广泛认可。公司生产产品除了通过国内药品GMP检查外，公司取得了欧盟REACH、美国FDA及日本GMP等多项认证，公司产品质量受到广泛的认可。

#### （四）公司为改善产能利用率已采取及拟采取的措施

公司产能利用率主要取决于客户需求和产品结构，近年来，受宏观经济及行业环境等影响，面膜和护肤品等消费需求受到抑制，短期内化妆品整体订单需求减少，公司产能利用率下降幅度较大。为此，公司采取如下措施改善产能利用率：

1、公司根据市场需求不断调整产品结构，持续进行新产品研发，保持较强的产品创新优势，不断推出高附加值、高技术含量产品，扩充产品种类。

2、拟通过清退转让部分利用率或自动化程度较低的生产设备，优化资源配置、减少无效资产占用，提高设备使用效率。

3、公司各工厂内部在料、工、费等各环节全面梳理，通过加强精细化管理降低生产成本，以满足部分客户的需求，提高产品订单量。

4、公司不断加强研发部门与业务部门协作，持续关注行业前沿发展趋势，提高新品上市速度及市场契合度，积极拓展客户资源和销售订单。



5、公司将进一步加强产品的营销工作。针对公司长期合作的优质客户，通过强化销售服务全过程深度了解客户需求，合作模式尽可能的由单一产品供应商演进为综合问题解决方案提供商，形成多态合作模式并存，不断增加客户依赖度，进一步扩大合作服务领域；对于增量市场，通过利用互联网、自媒体、社交媒体、展会等多种渠道，做好公司产品的宣传推广工作，加快市场拓展。

**二、说明报告期内化妆品业务在建产能的具体情况，并说明产能利用率较低的情况下新建产能的合理性、必要性。**

**（一）报告期内化妆品业务新建/在建产能的具体情况**

1、诺斯贝尔一分厂新增建设 1 条纳米静电纺丝面膜生产线，报告期内按计划推进设备安装调试工作。该项目预计投入 110 万元，至报告期末已投入 99 万元。

2、诺斯贝尔新增建设 1 条干态凝胶生产线，报告期内按计划推进设备安装调试工作。该项目预计投入 185 万元，至报告期末已投入 166.50 万元。

**（二）产能利用率较低的情况下，新建产能的合理性、必要性。**

**1、诺斯贝尔新建产能决策基于对化妆品消费市场的长期看好**

公司对化妆品业务的产能扩张，主要基于公司对化妆品消费市场的长期看好所作出的经营决策。近两年，受行业环境及地缘政治危机影响，国内消费市场低迷、出口物流受阻，经济下行压力加大，公司化妆品业务短期生产经营面临较大的风险挑战，但随着国家促进经济增长的各项政策陆续出台，以及国内行业环境恢复措施的有序放开，化妆品行业整体消费有望逐步恢复。同时，考虑到当下市场及产能利用率情况，公司对 2022 年固定资产投资较以前年度进行了大幅压缩。

2、化妆品作为潮流快销品，公司投资新项目旨在满足新产品市场需求以及技术创新需求，公司根据市场变化的技术需求、新应用领域产品的新趋势对设备与工艺进行客制化的设备投资，从而顺应下游客户变化趋势和技术发展，有效满足产品、市场不断变化的创新需求，保持公司技术和规模门槛，巩固提升公司在市场的领先地位。



3、新增建设1条纳米静电纺丝面膜生产线，主要基于客户订单的增长，以及公司对该类产品前景的看好，针对性地增加该类产品的产能投入。

4、新增建设1条干态凝胶生产线，主要用于干态凝胶类面膜产品的研发创新，丰富公司产品品类，增强公司产品竞争力。

三、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，减值准备计提是否充分，以及2023年度是否存在进一步减值风险。

#### （一）诺斯贝尔2022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
3年以内	28,965.11	51.56	6,042.67	4,347.98	18,574.46	67.81	13,787,179.20	41.93	否
3年以上	27,213.84	48.44	18,395.71	2.12	8,816.01	32.19	19,095,000.00	58.07	否
其中：已提足折旧	5,159.00	9.18	4,658.85		500.15	1.83	3,619,889.92	11.01	否
<b>合计</b>	<b>56,178.95</b>	<b>100.00</b>	<b>24,438.38</b>	<b>4,350.10</b>	<b>27,390.47</b>	<b>100.00</b>	<b>32,882,179.20</b>	<b>100.00</b>	

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28,965.11万元，新增机器设备账面原值占比51.56%；产能增加13,787,179.20万片或L，新增产能占比41.93%；已提足折旧的机器设备账面原值及产能占比分别为9.18%、11.01%，比例总体相对较低。

#### （二）诺斯贝尔2022年产能利用率较低的主要原因

诺斯贝尔2022年度产能利用率面膜系列为32.14%、护肤系列为28.34%、湿巾系列为18.69%，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。基于历史业绩长期增长和对未来市场乐观的预期，公司对生产线进行了丰富、对产能进行了更新及扩大，使得公司近两年化妆品业务产能有了较大的提升；但由于受宏观经济环境变动、行业增长趋势短暂向下等影响，自2021年以来公司化妆品业务既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，因此导致了公司2021年以来的产能利用率的下降和不足。

## 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更低。

## （三）诺斯贝尔2022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。评估选用预计未来现金流量现值法对生产线相关资产的可收回金额进行计算，以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。

报告期内海外市场对湿巾产品需求减弱，加上海运价格维持高位，导致湿巾出口订单大幅下滑，订单数量及产品单价均有所下降，湿巾生产线资产组存在减值迹象。评估机构对湿巾生产线资产组进行减值评估测试。经测试，2022年末诺斯贝尔湿巾生产线资产组减值2,423.02万元，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）化妆品业务相关的生产设备2023年度是否存在进一步减值风险**

2023年4月末，公司对化妆品业务相关的生产设备进行减值测试，未发现2023年度存在进一步减值情形。未来，公司将根据市场宏观环境及企业自身经营情况，及时对固定资产减值迹象做出判断。

#### **（五）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；

(9) 获取期后主要生产设备相关资料，了解是否存在进一步减值情形，并分析其合理性。

## 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：2022 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；2022 年末存在减值迹象的湿巾生产线机器设备已足额计提减值准备，其他生产设备未发现存在减值迹象，也未发现 2023 年度需要进一步计提减值准备情形。

**问题六：你公司于 2019 年 5 月因收购完成诺斯贝尔化妆品股份有限公司（以下简称“诺斯贝尔”）90%股权形成商誉 13.66 亿元，2021 年度已计提商誉减值准备 9.13 亿元。年报披露，受宏观经济、行业市场等因素影响，诺斯贝尔订单及营收不及预期，诺斯贝尔 2022 年 1-9 月销售毛利率和经营业绩大幅下滑。2022 年 9 月末，你公司经对商誉进行减值测试后计提商誉减值准备 4.53 亿元。本次计提商誉减值准备后，公司商誉账面价值为零。请你公司：**

(1) 结合诺斯贝尔以前年度和报告期内行业发展情况、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，说明诺斯贝尔业绩出现大幅下滑的原因，较同行业公司变化趋势是否一致。

(2) 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2022年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，并说明评估参数与2021年年度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。

(3) 请说明诺斯贝尔商誉报告期出现进一步减值迹象的具体时点，并结合前述回复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，以前年度商誉减值准备计提是否充分。

请年审会计师及评估机构对事项(2)和(3)发表明确意见。

回复：

一、结合诺斯贝尔以前年度和报告期内行业发展情况、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，说明诺斯贝尔业绩出现大幅下滑的原因，较同行业公司变化趋势是否一致。

#### (一) 行业发展情况

行业发展情况详见本问询函“问题一/一、分产品类型说明报告期内营业收入下滑的具体原因，……/（二）行业发展趋势分析/1、化妆品业务”回复内容。

#### (二) 诺斯贝尔2019年度至2022年度前二十大客户分类产品销售收入及占比变动情况

单位：元、%

产品分类	2022年度		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
面膜系列	580,126,654.03	41.67	610,314,080.90	37.86	564,876,785.15	29.19	801,781,433.62	49.88
护肤系列	402,908,954.24	28.94	484,707,506.15	30.07	559,661,765.03	28.92	439,787,476.05	27.36
湿巾系列	320,585,203.02	23.02	482,529,226.41	29.93	574,122,853.88	29.67	278,383,961.47	17.32
其他系列	84,394,228.27	6.06	30,726,136.57	1.91	235,067,622.82	12.15	85,422,684.73	5.31
其他业务收入	4,327,194.39	0.31	3,898,489.77	0.23	1,390,113.01	0.07	2,132,609.78	0.13
<b>合计</b>	<b>1,392,342,233.95</b>	<b>100.00</b>	<b>1,612,175,439.80</b>	<b>100.00</b>	<b>1,935,119,139.89</b>	<b>100.00</b>	<b>1,607,508,165.65</b>	<b>100.00</b>
年度营业收入	2,078,246,243.32		2,509,153,599.19		2,670,637,688.72		2,178,458,892.85	



产品分类	2022 年度	2021 年度	2020 年度	2019 年度
占年度营业收入比例	67.00	64.25	72.46	73.79

从上表看，诺斯贝尔 2019 年度至 2022 年度前二十大客户销售收入占比较高，2019 至 2021 年呈逐年下降趋势，2022 年因整体营收下降，前二十大客户营收占比相比 2021 年上升 2.75 个百分点，主要是受消费需求周期波动、行业监管新规及宏观经济环境影响，化妆品消费需求受到抑制，补偿性消费并不显著，同时诺斯贝尔加大了市场及客户资源开发，以降低客户集中风险。

2019 年度面膜系列金额及占比高，2020 年度下降而 2021 年度和 2022 年度上升，主要原因为 2021 年度新增产能并形成业绩效益；护肤系列 2019 年度上升后趋于稳定，主要原因为 2018 年度新增产能效益于 2019 年度显现；湿巾系列 2019 年度金额及占比较小，2020 年度快速上升、2021 年度后金额下降，主要原因为 2020 年度产能大幅增加，因市场需求短期脉冲式上涨影响湿巾系列市场需求显著增加，2021 年度后受海外市场对湿巾产品需求减弱，加上海运价格仍维持相对高位，导致湿巾出口订单大幅下滑；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 年初受国内外需求失衡影响，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；2022 年其他系列金额及占比上升，主要原因是面膜裁片类销售订单增加；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 2019 年至 2022 年度前二十大客户销售收入及产品结构的变化与产能变化正相关；2022 年度受市场与政策环境、消费市场周期、大宗商品价格波动等因素影响，2020 年下半年以来新增产能业绩效益未得到显现。

### （三）诺斯贝尔 2019 年度至 2022 年度前二十大客户分类产品单价、毛利率情况

单位：元/片、元/g、元/ml、%

产品分类	2022 年度		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	产品单价	毛利率	产品单价	毛利率	产品单价	毛利率	产品单价	毛利率
面膜系列	1.36	3.11	1.28	9.64	1.23	21.70	1.12	27.11



护肤系列	0.0664	1.15	0.0545	7.65	0.0483	19.81	0.0466	24.14
湿巾系列	0.0680	6.69	0.0665	8.90	0.0752	21.15	0.0719	19.28
其他系列	0.23	7.83	0.12	5.25	0.26	22.88	0.12	16.62

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2019年度至2022年度前二十大客户面膜系列产品 and 护肤系列产品单价逐年上升，湿巾系列产品单价从2019年度至2020年呈上涨，2021年度呈下降，2022年度基本持平，上述三大系列产品毛利率却逐年下降，主要受产品结构变化和成本上涨所致；其他系列2020年度毛利率高，系2020年初受市场需求快速上升影响，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2019年度至2020年度前二十大客户各类产品单价均上行，毛利率在较高区间波动；2021年度至2022年度面膜系列、护肤系列产品、其他系列产品单价有一定幅度上涨，湿巾系列产品单价则下降，受产能扩张而单位固定成本增加、单位人工成本增加、材料价格上行等因素影响，致单位成本抬升，形成2022年度各类产品毛利率均大幅下滑情形。

#### （四）订单获取方式及在手订单情况

诺斯贝尔采用直接销售的模式，根据客户需求安排生产和销售，在与客户沟通需求后，需按客户方所需产品特点确认参数，最终经方案确认再签订订单并进行生产。诺斯贝尔凭借多年的专业技术水平以及行业经验赢得了市场的良好口碑，深得国内外等众多知名品牌客户认可，与许多客户建立了相互信任和依赖的稳定合作关系，具有较高的客户忠诚度。

诺斯贝尔截至2023年5月16日公司在手订单统计如下表：

单位：万元

分类产品	在手订单金额
面膜系列	47,734.63
护肤系列	38,123.94
湿巾系列	24,710.93



其他系列	6,447.63
合计	<b>117,017.13</b>

注：上表“在手订单”包括 2023 年第一季度实现销售收入订单及截至上表统计日已签订业务合同但尚未交付货物的订单。

化妆品作为潮流快消品，品牌商向代工厂下单具有小批量、多批次的特点，因此公司订单绝大部分为短期订单，且化妆品业务具有较明显的季节性，对于面膜、膏霜类护肤产品，秋冬季为销售旺季；同时“双十一”“双十二”期间受互联网营销影响，为主要销售旺季。从目前在手订单规模分析，化妆品行业整体消费复苏短期仍存在较大不确定性。

### （五）诺斯贝尔 2022 年度业绩出现大幅下滑的原因及合理性分析

2022 年度诺斯贝尔营业收入 207,824.62 万元，较上年同期 250,915.36 万元下降 17.17%；2022 年度营业利润-27,595.52 万元，较上年同期-6,632.05 万元减少 20,963.47 万元；2022 年度毛利率 4.39%，较上年同期 10.44%下降 6.05 个百分点；2022 年度净利润-23,013.91 万元，上年同期净利润-5,514.31 万元，2022 年度净利润绝对值减少 17,499.60 万元。

诺斯贝尔 2022 年度业绩大幅下滑，主要原因如下：

1、受消费需求周期波动、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。2022 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。

2、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较上年同期上涨，导致 2022 年度化妆品业务材料成本上升。基于当前情况下的行业消费市场增长乏力，原材料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，销售价格无法同步提升，压缩了化妆品制造企业的利润空间。因此，原材料涨价对诺斯贝尔产品毛利率构成压力。

3、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。经测算，2022年度折旧、长摊摊销及租金支出增加对诺斯贝尔2022年净利润影响金额为1,355.28万元。

#### 4、利息支出同比增加，影响业绩

2022年度利息支出2,894.66万元，较上年同期增加1,495.11万元，主要原因为诺斯贝尔扩产后，资金需求增加，月平均贷款增加额37,727.73万元。

#### 5、集装箱航运价格高企，影响海外业务。

2020年2月28日，诺斯贝尔与客户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》，约定双方已确认订单且诺斯贝尔已生产并将产品存储于诺斯贝尔仓库，产品的所有权在客户支付产品货款时转移至客户。截止2022年12月31日，诺斯贝尔收取此合同项下货款8,932,236.42美元尚未出货（折合人民币62,209,453.77元），诺斯贝尔将已收到货款确认为合同负债，暂未确认收入。经测算，对诺斯贝尔2022年度净利润影响金额约390万元。

#### 6、各项资产减值准备金额增加，影响业绩

2022年度计提应收款项减值金额较上年同期增加581.00万元，计提存货跌价金额较上年同期增加1,485.35万元，计提长期资产减值金额较上年同期增加2,157.29万元，上述各项资产减值准备金额增加对诺斯贝尔2022年度净利润影响金额合计为3,162.31万元。

综上，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、结算周期等方面未发生重大变化，受行业、市场、扩产等因素叠加影响，报告期诺斯贝尔业绩大幅下滑。

### （六）同行业公司变化趋势

可比公司嘉亨家化、安特股份营业利润、净利润情况对比如下表：

单位：万元

项目	嘉亨家化（300955）			安特股份（871692）		
	2022年度	2021年度	变动金额	2022年度	2021年度	变动金额
营业利润	8,070.51	11,844.00	-3,773.49	57.22	-221.30	278.52
净利润	6,966.60	9,716.93	-2,750.33	85.49	-206.64	292.13

2022年以来受消费需求周期波动、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，由上表可以看出，同行



业公司中嘉亨家化本期营业利润和净利润较上年同期均出现大幅下滑，同行业公司安特股份本期营业利润和净利润较上年同期略微上涨。

二、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2022年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，并说明评估参数与2021年年度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。

#### （一）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，公允价值减去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

## （二）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；
- 11、假设资产组未来的税后现金流不考虑各类所得税抵扣政策的影响。

### （三）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 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年	永续期
营业收入	46,466.69	212,227.45	249,437.75	281,680.64	315,532.10	315,532.10
营业成本	42,194.00	190,980.09	217,895.27	240,116.81	263,015.58	263,015.58
毛利率	9.20	10.01	12.65	14.76	16.64	16.64
各项费用	6,969.75	25,905.01	28,386.37	29,454.04	31,261.66	30,613.19
息税前营业利润	-2,697.06	-4,657.65	3,156.10	12,109.80	21,254.86	21,903.33
加：折旧/摊销	4,872.04	19,866.93	19,205.28	18,442.20	18,874.33	16,408.34
减：资本性支出		2,000.00	2,000.00	18,067.40	2,000.00	18,672.95
减：营运资本变动	44,100.12	4,303.75	8,114.07	6,938.15	7,197.90	
税前自由现金流	-41,925.13	8,905.53	12,247.31	5,546.44	30,931.29	19,638.72
折现率（税前）	12.23	12.23	12.23	12.23	12.23	12.23
折现期（年）	0.13	0.75	1.75	2.75	3.75	
折现系数	0.9857	0.9171	0.8172	0.7282	0.6488	5.3069
自由现金流现值	-41,324.97	8,167.49	10,008.62	4,038.80	20,069.70	104,221.09

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2022年1-9月的实际经营情况修正了2022年度收入预算，本次评估的营业收入预测以管理层根据当前市场行情所做判断编制的2022年度收入目标为基础，结合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和毛利率改善目标，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 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年
营业收入	46,466.69	212,227.45	249,437.75	281,680.64	315,532.10
增长率		10.57	17.53	12.93	12.02
营业成本	42,194.00	190,980.09	217,895.27	240,116.81	263,015.58
毛利率	9.20	10.01	12.65	14.76	16.64



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 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年
城建税	76.90	389.62	457.94	517.13	579.28
教育费附加	46.14	233.77	274.76	310.28	347.57
地方教育费附加	30.76	155.85	183.18	206.85	231.71
房产税	31.18	124.68	124.68	124.68	124.68
土地使用税	4.95	9.91	9.91	9.91	9.91
印花税	17.97	95.50	112.25	126.76	141.99
车船使用税	0.20	1.44	1.44	1.44	1.44
环保税	0.21	0.83	0.83	0.83	0.83
韩国研究所税金	0.04	0.19	0.19	0.19	0.19
<b>合计</b>	<b>208.35</b>	<b>1,011.81</b>	<b>1,165.18</b>	<b>1,298.08</b>	<b>1,437.61</b>

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，占收入的比例增大，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，占营业收入的逐步下降，但仍然高于历史盈利年度水平，详情如下：

单位：万元、%

项目	2022年 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年
职工薪酬	769.42	3,353.19	3,941.12	4,225.21	4,732.98
折旧与摊销费用	1.66	6.76	6.53	6.27	6.42
出口费用	41.47	146.14	171.76	193.96	217.28
保险费用	1.46	6.34	7.46	8.42	9.43
展览费用	69.27	106.11	124.72	140.84	157.77
广告宣传费用	114.24	297.12	349.21	394.35	441.74
业务招待费	39.35	250.25	294.13	332.15	372.07
差旅费用	107.04	165.91	195.00	220.21	246.68
办公费用	24.71	83.65	98.31	111.02	124.36
业务费	28.03	107.88	126.80	143.19	160.40
样品费及设计费	32.20	92.14	108.29	122.29	136.99
其他	12.20	44.96	52.85	59.68	66.85
<b>合计</b>	<b>1,241.05</b>	<b>4,660.47</b>	<b>5,476.19</b>	<b>5,957.60</b>	<b>6,672.96</b>
占收入比重	2.67	2.20	2.20	2.12	2.11



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，管理费用占收入的比重将在逐年小幅下降，但预计仍略高于历史盈利年度水平，管理成本整体上升，详情如下：

单位：万元、%

项目	2022年 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年
职工薪酬	1,296.68	5,093.46	5,737.07	5,633.61	5,679.58
折旧与摊销费用	1,279.52	5,217.57	5,043.80	4,843.40	4,956.89
事务费用	401.32	1,273.36	1,496.63	1,690.08	1,893.19
差旅费用	3.91	106.11	124.72	140.84	157.77
保险费用	32.83	106.11	124.72	140.84	157.77
咨询费	105.02	349.45	410.72	463.81	519.55
诉讼费	6.51	0.35	0.41	0.46	0.52
残疾人就业保障金	136.29	123.48	145.13	163.88	183.58
排污及绿化费	0.68	10.75	12.64	14.27	15.98
其他	4.82	49.20	57.83	65.31	73.16
<b>合计</b>	<b>3,267.59</b>	<b>12,329.85</b>	<b>13,153.66</b>	<b>13,156.51</b>	<b>13,637.98</b>
占收入比重	7.03	5.81	5.27	4.67	4.32

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 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年
人员人工费用	786.33	2,716.51	2,993.25	3,098.49	3,786.39
直接投入费用	1,057.74	3,077.30	3,242.69	3,380.17	4,101.92
折旧摊销	145.12	591.77	572.06	549.33	562.20
委托外部研究开发费用	253.37	212.23	249.44	281.68	315.53
其他相关费用		1,273.36	1,496.63	1,690.08	662.62
追加相关费用					37.31
<b>合计</b>	<b>2,242.56</b>	<b>7,871.17</b>	<b>8,554.07</b>	<b>8,999.75</b>	<b>9,465.96</b>
占收入比重	4.83	3.71	3.43	3.20	3.00



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 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年
手续费	10.20	31.72	37.28	42.10	47.15
<b>合计</b>	<b>10.20</b>	<b>31.72</b>	<b>37.28</b>	<b>42.10</b>	<b>47.15</b>

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，除折旧摊销外的永续期经营情况保持2026年水平不变：

单位：万元、%

项目	2022年 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年	永续期
一、营业收入	46,466.69	212,227.45	249,437.75	281,680.64	315,532.10	315,532.10
减：营业成本	42,194.00	190,980.09	217,895.27	240,116.81	263,015.58	263,015.58
税金及附加	208.35	1,011.81	1,165.18	1,298.08	1,437.61	1,437.61
销售费用	1,241.05	4,660.47	5,476.19	5,957.60	6,672.96	6,672.12
管理费用	3,267.59	12,329.85	13,153.66	13,156.51	13,637.98	12,990.34
研发费用	2,242.56	7,871.17	8,554.07	8,999.75	9,465.96	9,465.96
财务费用	10.20	31.72	37.28	42.10	47.15	47.15
减：资产/信用减值						
加：公允价值变动						
投资收益						
其他						
二、息税前利润	-2,697.06	-4,657.65	3,156.10	12,109.80	21,254.86	21,903.33
占收入比重	-5.80	-2.19	1.27	4.30	6.74	6.94

近年来由于行业环境及宏观经济因素导致化妆品行业短期产生较大不利影响。另外，原材料、人工涨价的传导路线不明确，基于当前宏观经济背景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2022年1-9月出现了下滑，预计在居民消费意愿和消费水平逐步恢复之前，化妆品业务的增长将较为有限，但化妆品作为居民日常生活必须的基本消费品，预计化妆品消费市场未来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



稳步恢复，盈利能力逐渐向着以前合理水平靠拢，但仍然低于以往正常盈利年度的水平，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按照远期更新后的年金法反推预测，预测方法合理，预测详情如下：

单位：万元

项目	2022年 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年	永续期
资本性支出：		2,000.00	2,000.00	18,067.40	2,000.00	18,672.95
折旧与摊销：	4,872.04	19,866.93	19,205.28	18,442.20	18,874.33	16,408.34

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10-12月的营运资金需求额，并在2022年10-12月预测营运资金从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 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年	永续期
营运资本净额	44,100.12	48,403.87	56,517.94	63,456.09	70,653.99	70,653.99
占收入比重	23.17	22.81	22.66	22.53	22.39	22.39
营运资本追加额	44,100.12	4,303.75	8,114.07	6,938.15	7,197.90	

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，显示资产组未来的周转效率难以显著提升，符合当前的市场竞争形势和宏观经济形势，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 2.76%，本资产评估报告以 2.76% 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 2022 年 9 月 30 日的  $\beta_U$  值，并取其平均值 0.7527 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	D/E	$\beta_U$ 值
1	300740.SZ	水羊股份	23.56%	0.7297
2	600315.SH	上海家化	6.07%	0.9197
3	603605.SH	珀莱雅	1.97%	0.8432
4	300132.SZ	青松股份	57.08%	0.5180
平均值			22.17%	0.7527

取可比上市公司资本结构的平均值 22.17% 作为诺斯贝尔的目标资本结构。

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。

$$\begin{aligned} \beta_L &= [1 + (1 - t) \times D/E] \times \beta_U \\ &= 0.8945 \end{aligned}$$

### (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 2.76%，即市场风险溢价为 7.19%。

#### (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 3.00%。

#### (5) 预测期折现率的确定

##### 1) 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。

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

$$= 12.19\%$$

##### 2) 计算加权平均资本成本

评估基准日的 LPR 年利率约为 3.65%，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。

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

$$= 10.54\%$$

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	2.76%
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	7.19%
无财务杠杆风险系数	根据可比上市公司股价表现测算	0.7527
目标资本结构	根据可比上市公司资本结构测算	22.17%
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	0.8945
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	3.00%



项目	解释	取值
Ke	通过上述参数测算取得的股权资金报酬率	12.19%
付息债务成本	一年期 LPR 利率	3.65%
WACC (税后)	通过上述参数测算取得的税前加权平均资本成本	10.54%
WACC (税前)	以税后口径估值和税前现金流反算取得	12.23%

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 10-12月	2023年	2024年	2025年	2026年	永续期
息税前现金流	-41,925.13	8,905.53	12,247.31	5,546.44	30,931.29	19,638.72
税前折现率	12.23	12.23	12.23	12.23	12.23	12.23
折现期(年)	0.13	0.75	1.75	2.75	3.75	
折现系数	0.9857	0.9171	0.8172	0.7282	0.6488	5.3069
现金流现值	-41,324.97	8,167.49	10,008.62	4,038.80	20,069.70	104,221.09
<b>现值合计：</b>	<b>105,180.73</b>					

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 82.39 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 105,180.73 万元，对比含少数股权的资产组账面值 155,551.78 万元折合 P/B 倍数为 0.68，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=55.71 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可收回金额为 105,125.02 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仅商誉形成时的技术类无形资产评估增值部分摊余额发生了减值。





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）	155,469.39
可收回金额（注2）	105,125.02
商誉资产组减值额（100%）	50,344.37
归属于青松股份（90%）的商誉净额账面值	45,270.37
归属于青松股份（90%）的商誉减值额（注3）	45,270.37

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；

注2：上表可收回金额已剔除归属少数股权的可收回金额；

注3：经独立测算确定商誉资产组整体减值额超出商誉余额的部分减值归属于商誉形成时的技术类无形资产评估增值部分摊余额。

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如下：

项目	2019~ 2020年	2021年	2022年 1-9月	2023年	2024年	2025年	2026年
	历史年度	评估年度	历史期	预测期	预测期	预测期	预测期
净利率	11%~12%	-2%	-9.08%	-2.19%	1.08%	3.65%	5.73%

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，从上述净利率对比表可知，净利率2021-2022年9月期间发生了大幅下降，预计在未来短期内仍将继续亏损，未来实现盈利后也较历史盈利水平发生了较大下滑，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。

#### （四）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	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	永续期
营业收入 (本次评估)	191,936	212,227	249,438	281,681	315,532	315,532
营业收入 (2021评估)	249,671	278,781	298,296	319,176	319,176	319,176
毛利率 (本次评估)	5.18	10.01	12.65	14.76	16.64	16.64
毛利率 (2021评估)	11.80	13.64	15.52	17.21	17.21	17.21
息税前利润 (本次评估)	-16,358	-4,658	3,156	12,110	21,255	21,903
息税前利润 (2021评估)	2,060	7,641	14,986	21,922	25,054	24,474

除上述盈利预测关键参数外，2021年度商誉减值测试评估和本次评估的永续期增长率均为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2021年度发生了大幅下调。

2020年出现经济周期较大变化导致期间个人外出减少等因素整体抑制了化妆品消费需求，原预计2022年市场环境将优于往年，但实际情况却刚好相反，导致化妆品产业链和下游市场受到不同程度的影响，营业收入继续下滑。国际局势的持续动荡，以俄乌战争为代表的重大国际事件的发展超出了2022年初的预期情况，由此也带动了以石油和大宗商品为代表的基础原材料成本居高不下。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2022年1-9月出现了下降，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。而2022年1-9月营业收入也未达预期，且较2021年度有所下滑。两因素叠加，导致诺斯贝尔2022年1-9月毛利率出现大幅下降。

宏观经济形势的巨大变动导致2022年1-9月的国内消费市场十分低迷，供应链受阻严重，这些导致诺斯贝尔经营状况下滑的原因在2022年初时点难以合理预测，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调整了对策并下调了盈利预测。

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，且基于目前可选消费市场增长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以前水平，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	2021 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	2.78%	2.76%
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%	7.19%
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	0.7527
目标资本结构	根据可比上市公司资本结构测算	9.05%	22.17%
未来年度企业所得税率	采用诺斯贝尔所执行实际税率	15.00%	15.00%
有财务杠杆风险系数	根据上述参数测算	1.0575	0.8945
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	1.00%	3.00%
Ke	通过上述参数测算取得的股权资金报酬率	11.36%	12.19%
付息债务成本	五年期 LPR 利率/一年期 LPR 利率	3.80%	3.65%
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%	10.54%
WACC（税前）	以税后口径估值和税前现金流反算取得	12.07%	12.23%

经比较，本次评估对于诺斯贝尔含商誉资产组的折现率较前次评估发生了小幅上涨，这主要是因为诺斯贝尔在 2022 年度 1-9 月出现重大亏损后，评估师适当调高了企业特有风险参数，由 1%的低风险水平上调到了 3%的中风险水平。综合调整后，虽然市场客观参数较前次评估略有下降，但折现率取值较前次评估有所上升，充分反映了诺斯贝尔的预期风险水平，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，2022 年 9 月末青松股份需对收购诺斯贝尔形成的商誉计提减值准备 45,270.37 万元。

## （五）会计师核查程序及核查意见

### 1、会计师核查程序



(1) 对关键假设的采用及资产组范围的进行复核；与诺斯贝尔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；

(2) 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；

(3) 对比分析了诺斯贝尔 2021 年度商誉减值测试评估报告，复核了 2021 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。

## 2、会计师核查意见

经核查，会计师认为，未发现公司 2022 年 9 月末诺斯贝尔商誉减值测试评估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，与 2021 年年度进行的商誉减值测试相比，评估参数根据报告期实际情况进行调整，具有合理性，评估结论合理。

### (六) 评估机构核查意见

评估师在对诺斯贝尔含商誉资产组可收回金额的评估过程中，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；与诺斯贝尔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；对比分析了诺斯贝尔 2021 年度商誉减值测试评估报告，复核了 2021 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，我们未发现本次诺斯贝尔商誉减值测试评估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。

三、请说明诺斯贝尔商誉报告期出现进一步减值迹象的具体时点，并结合前述回复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，以前年度商誉减值准备计提是否充分。

### （一）诺斯贝尔商誉出现明确减值迹象的具体时点

根据正常经营且未计提商誉减值的历史年度诺斯贝尔的经营规律，下半年是诺斯贝尔生产和销售的旺季。从半年度收入和毛利额占全年的比例来看，上半年属于诺斯贝尔正常经营状态下的淡季，半年度业绩无法反映全年业绩的预期，而下半年秋、冬季气候干燥寒冷护肤需求增加叠加双十一双十二等营销活动影响，化妆品业务主要业绩集中在下半年特别是三季度。因此2022年1-6月诺斯贝尔的经营业绩虽然较2022年初的预测水平有差距，但相关商誉减值迹象并不明显，难以综合判断商誉存在减值情形。

2022年三季度以后，诺斯贝尔的传统生产销售旺季已经结束，管理层在分析诺斯贝尔2022年1-9月的经营情况后，对2022年度的整体业绩有了较为明确的预测，可以确认无法实现2022年初的利润目标且发生了亏损。考虑到2022年1-9月份新出现了2022年初无法预测的重大变化，诸如国内宏观经济形势未如预期持续恢复、俄乌战争等国际紧张局势带来的大宗商品价格上涨未如2022年初预期的恢复正常。管理层在综合分析了诺斯贝尔1-9月经营情况和上述2022年宏观形势后认为，需要对2022年初作出的诺斯贝尔中远期盈利预测进行调整，以调整后的盈利预测进行商誉资产组可收回金额测试后，确认商誉资产组发生减值，出现了明确的商誉减值迹象。

### （二）历史评估商誉减值计提充分、合理

诺斯贝尔商誉首次计提减值出现在2021年度商誉减值测试后，2021年度诺斯贝尔出现了近年来的首次利润大幅下滑，管理层基于2021年度遇到新问题对未来作出了谨慎判断，大幅下调了盈利预测，经测算后2021年度诺斯贝尔商誉出现了大额减值。

2022年1-9月，出现了2022年初管理层未曾预料到的新情况和国内市场环境的重大变化，如国内消费市场并未如预期得到好转，反而较2021年度更加低迷，多地区出现的大面积、长时间停工停摆情况进一步降低了化妆品市场需求、加剧了市场竞争；2022年初爆发的俄乌战争大大提高了以原油为代表的大宗商品价格，原预计俄乌战争会快速结束且大宗商品价格会在俄乌战争结束后回落，



但俄乌战争却演变成了持久战，对未来国际局势的影响更加复杂。基于以上2022年新出现的情况，管理层基于谨慎考虑，再次下调了诺斯贝尔未来的盈利预测。

近年来历次盈利预测的主要参数对比如下：

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)		191,936	212,227	249,438	281,681	315,532	315,532
营业收入 (2021评估)	225,406	249,671	278,781	298,296	319,176	319,176	319,176
营业收入 (2020评估)	303,291	355,363	406,129	446,520	475,891	475,891	475,891
毛利率 (本次评估)		5.18	10.01	12.65	14.76	16.64	16.64
毛利率 (2021评估)	10.44	11.80	13.64	15.52	17.21	17.21	17.21
毛利率 (2020评估)	20.54	20.65	20.65	20.77	21.26	21.26	21.26
息税前利润 (本次评估)		-16,358	-4,658	3,156	12,110	21,255	21,903
息税前利润 (2021评估)	-5,663	2,060	7,641	14,986	21,922	25,054	24,474
息税前利润 (2020评估)	31,440	39,015	46,277	52,774	60,324	60,324	60,324

经分析，近年来历次盈利预测以编制时点的宏观形势和对未来预期综合判断均具备合理性，管理层结合不断出现的内外部新情况对诺斯贝尔盈利预测的下调理由合理充分。

折现率方面，近年来历次商誉减值测试取值的主要参数对比如下：

项目	取值逻辑	2020评估	2021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%	2.78%	2.76%
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	6.71%	7.17%	7.19%
无财务杠杆风险系数	根据可比上市公司股价表现测算	0.9469	0.9819	0.7527
目标资本结构	根据可比上市公司资本结构测算	3.06%	9.05%	22.17%
未来年度企业所得税率	采用诺斯贝尔所执行实际税率	15.00%	15.00%	15.00%
有财务杠杆风险	根据上述参数测算	0.9715	1.0575	0.8945



项目	取值逻辑	2020 评估	2021 评估	本次评估
系数				
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	1.50%	1.00%	3.00%
Ke	通过上述参数测算取得的股权资金报酬率	11.16%	11.36%	12.19%
付息债务成本	五年期 LPR 利率/一年期 LPR 利率	4.65%	3.80%	3.65%
WACC (税后)	通过上述参数测算取得的税前加权平均资本成本	10.95%	10.69%	10.54%
WACC (税前)	以税后口径估值和税前现金流反算取得	12.82%	12.07%	12.23%

经对比分析，诺斯贝尔近年来商誉减值评估所使用的折现率较为稳定，无重大变化，不存在通过折现率调整商誉减值结论的情况。折现率所依赖的客观市场参数取值标准一致，主观参数取值充分反应了诺斯贝尔实际经营情况变化。

因此，近年来历次商誉减值评估均合理编制了盈利预测，正确测算了折现率，评估结论合理，商誉减值计提充分。

### （三）会计师核查程序及核查意见

#### 1、会计师核查程序

（1）了解分析历史年度诺斯贝尔的经营规律，检查诺斯贝尔报告期各季度经营数据；

（2）了解分析报告期宏观形势、行业环境和行业市场变化对诺斯贝尔的影响；

（3）获取报告期公司商誉减值测试评估报告，对比分析了诺斯贝尔以往年度商誉减值测试评估报告，复核了以往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。

#### 2、会计师核查意见

经核查，会计师认为，公司对诺斯贝尔商誉报告期出现进一步减值迹象的具体时点判断恰当；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合理、谨慎，具备一致性和连续性，以前年度商誉减值准备计提充分，在所有重大方面符合《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》的要求，评估结论合理。

### （四）评估机构核查意见



本次诺斯贝尔商誉出现明确减值迹象的时点是2022年第三季度，管理层于2022年3季度结束后及时委托评估师开展了商誉减值测试工作。评估师在对诺斯贝尔含商誉资产组2022年9月可收回金额的评估过程中，对比分析了诺斯贝尔以往年度商誉减值测试评估报告，复核了以往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。诺斯贝尔资产组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合理、谨慎、具备一致性和连续性，以前年度商誉减值准备计提充分，在所有重大方面均符合《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》的要求，评估结论合理。

**问题七：年报披露，报告期末你公司货币资金余额7.15亿元，较期初增长24.61%，其中其他货币资金中票据保证金1亿元使用受限，应付银行承兑汇票余额1亿元，短期借款余额2.35亿元，长期借款余额4.53亿元，一年内到期的长期借款2.67亿元。请你公司：**

(1) 请你公司说明货币资金的具体用途、存放地点、存放类型、是否存在其他权益受限情形，并结合日常运营资金需求及安排、有息负债规模、存贷款利率、利息费用和利息收入发生额等说明公司存贷款规模均较高的合理性，是否已存在资金被挪用或占用的情形。

(2) 请说明银行承兑汇票的主要应付对象、交易内容、票据期限、付款情况、应付对象与公司是否存在关联关系，并结合与银行签署相关协议中约定的票据保证金比例、实际存放的保证金比例等测算保证金规模与票据规模的匹配性，说明在银行存款期末余额较高时采用承兑汇票结算的原因及合理性。

请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、请你公司说明货币资金的具体用途、存放地点、存放类型、是否存在其他权益受限情形，并结合日常运营资金需求及安排、有息负债规模、存贷款利率、利息费用和利息收入发生额等说明公司存贷款规模均较高的合理性，是否已存在资金被挪用或占用的情形。





### （一）报告期末，公司货币资金具体情况

报告期末，公司货币资金余额 71,521.19 万元，具体情况如下：

#### 1、货币资金的构成

单位：万元

项目	余额	用途	存放地点
库存现金	6.49	内部日常现金业务需要	公司保险柜
银行存款	54,255.67	公司日常经营收付业务余额	公司及各子公司银行账户，其中存放在境外款项 2,084.39 万元
其他货币资金	17,044.42	开具承兑汇票保证金	建行中山市分行 10,000.00 万元
		大额存单本金	工行中山南头支行 2,037.69 万元、广州银行中山分行 5,000.00 万元
未到期应收利息	214.61	保证金、大额存单利息计提	无
<b>合计</b>	<b>71,521.19</b>		

#### 2、权利受限的货币资金情况：

单位：万元、%

项目	金额	合计
因抵押、质押或冻结等对适用有限制的款项总额	银行承兑汇票保证金	10,000.00
	票据保证金未到期应收利息	117.49
受限制的货币资金占比	14.15	14.15

#### 3、存放于境外的货币资金情况：

单位：万元

地点	银行	币种	原币金额	折合人民币金额
韩国	KTUP BARK	韩元	3,210.12	17.73
香港	大新银行	美元	0.74	5.17
		港元	16.74	14.96
		人民币	6.32	6.32
		欧元	1.51	11.23
	汇丰银行	人民币	205.59	205.59
		港元	90.71	81.03
		美元	250.18	1,742.36
<b>合计</b>			<b>2,084.39</b>	

### （二）公司存贷款规模均较高的合理性分析

#### 1、日常运营资金需求

根据公司 2022 年度财务数据，充分考虑公司日常经营付现成本、费用等，



并考虑公司现金周转效率等因素，在现行运营规模下日常经营需要保有的货币资金约为 57,430.76 万元，具体测算如下：

单位：万元、次、天

财务指标	计算公式	计算结果
最低货币资金保有量（最低现金保有量）①	①=②÷⑥	57,430.76
2022 年度付现成本总额②	②=③+④-⑤	207,899.35
2022 年度营业成本③	③	200,359.93
2022 年度期间费用总额④	④	33,779.58
2022 年度非付现成本总额⑤	⑤	26,240.16
货币资金周转次数（现金周转率）（次）⑥	⑥=365÷⑦	3.62
现金周转周期（天）⑦	⑦=⑧+⑨-⑩	100.75
存货周转周期（天）⑧	⑧	99.73
经营性应收项目周转期（天）⑨	⑨	98.32
经营性应付项目周转期（天）⑩	⑩	97.30

注：1、期间费用包括管理费用、研发费用、销售费用以及财务费用；2、非付现成本总额包括当期固定资产折旧、无形资产摊销以及长期待摊费用摊销；3、存货周转期=365\*平均存货账面余额/营业成本；4、经营性应收项目周转期=365\*（平均应收账款账面余额+平均应收票据账面余额+平均应收款项融资账面余额+平均预付款项账面余额）/营业收入；5、经营性应付项目周转期=365\*（平均应付账款账面余额+平均应付票据账面余额+平均预收款项账面余额+平均合同负债余额）/营业成本（执行新收入准则后，预收款项调整到合同负债和其他流动负债）；6、以上指标均为剔除青松化工出表影响后数据。

公司报告期末货币资金余额 71,521.19 万元，剔除权利受限的货币资金 10,117.49 万元之后，报告期末货币资金余额为 61,403.70 万元，略高于测算的最低货币资金保有量 57,430.76 万元，合理性分析详见下述回复。

## 2、利息收入与货币资金余额的匹配情况

单位：万元、%

项目	2022 年度
期初货币资金余额（注 3）	35,749.68
期末货币资金余额	71,521.19
货币资金平均余额	53,635.43
利息收入（注 4）	556.3
平均存款年化利率	1.04
中国人民银行公布的银行存款利率	0.35-1.50

注：1、货币资金平均余额为当期各月末货币资金余额平均数；2、平均存款年化利率=利息收入/货币资金平均余额；3、期初货币资金余额剔除青松化工出表影响金额 21,644.65



万元；4、2022年度利息收入剔除青松化工出表影响金额 84.68 万元。

如上表，报告期内，公司利息收入与货币资金平均余额的平均年化存款利率为 1.04%。2015 年 10 月 24 日至今，中国人民银行公布的活期存款、协定存款、半年期存款和一年期存款基准利率分别为 0.35%、1.15%、1.30% 和 1.50%。公司平均年化存款利率处于中国人民银行 0.35%-1.50% 的存款基准利率区间，属于合理区间范围，利息收入与货币资金余额相匹配。

### 3、有息负债与利息支出的匹配情况

单位：万元、%

项目	2022 年 12 月 31 日	2022 年 1 月 1 日
短期借款	23,474.56	43,649.23
一年内到期的非流动负债（注 3）	31,121.41	41,404.51
长期借款	45,352.95	63,214.76
租赁负债（注 4）	12,570.73	15,016.25
有息负债合计余额	112,519.65	163,284.75
有息负债平均余额	137,902.20	
利息支出（注 5）	6,207.72	
平均融资利率	4.50	

注：1、有息负债平均余额为报告期的期初期末有息负债余额平均数；2、平均融资利率=利息支出/有息负债平均余额；3、该部分期初数剔除青松化工出表影响金额 34.29 万元；4、该部分期初数剔除青松化工出表影响金额 90.62 万元；5、利息支出剔除青松化工出表影响金额 68.46 万元（包括租赁利息 4.40 万元、青松化工贷款利息 64.06 万元），还原 12 月份青松化工计提拆借款利息 137.23 万元（利息支出=合并口径利息支出-青松化工租赁利息-青松化工贷款利息+12 月青松化工拆借款利息）。

中国人民银行公布的金融机构人民币贷款基准利率情况如下：

单位：%

项目	一年以内	一至五年	五年以上
贷款基准利率	4.35	4.75	4.90

报告期内，公司对外借款产生的有息负债主要由金融机构借款、融资租赁等构成。报告期末，公司有息负债总金额为 112,519.65 万元，有息负债测算的平均融资利率为 4.50%，处于中国人民银行公布的金融机构人民币贷款基准利率 4.35%-4.90% 区间，公司报告期的平均融资利率与中国人民银行公布的金融机构人民币贷款基准利率不存在重大差异，公司利息费用与负债规模匹配良好。

### 4、存、贷款规模均较高情况说明



截止2022年12月31日，公司货币资金余额为61,403.70万元（已剔除权利受限金额），银行贷款余额95,508.51万元，公司存、贷款规模均较高的主要原因如下：

（1）公司为重资产公司，营收规模较大，资金需求量亦相对较大；

（2）报告期末，部分银行借款尚未到还款期，期后已到期偿还或提前偿还部分银行借款。

截止2023年5月19日，公司银行贷款余额变动情况如下：

单位：万元

主体	所属银行	贷款类别	币种	2022年12月31日余额	期后还款金额	2023年5月19日余额
福建青松股份有限公司	中国工商银行股份有限公司建阳支行	并购贷	人民币	22,800.00	8,560.00	14,240.00
	中国工商银行股份有限公司建阳支行	流贷	人民币	4,500.00	4,500.00	
	兴业银行股份有限公司建阳支行	流贷	人民币	9,900.00	8,900.00	1,000.00
	中国进出口银行福建省分行	流贷	人民币	7,840.00	7,840.00	
诺斯贝尔化妆品股份有限公司	中国建设银行股份有限公司中山分行	流贷	人民币	18,000.00	200.00	17,800.00
	中国工商银行股份有限公司中山南头支行	流贷	人民币	9,000.00		9,000.00
	招商银行股份有限公司中山分行	流贷	人民币	4,400.00	4,400.00	
	中国银行股份有限公司中山分行	流贷	人民币	10,000.00	10,000.00	
	招商银行股份有限公司中山分行	流贷	人民币	8,000.00	8,000.00	
	招商银行股份有限公司中山分行	流贷	人民币	626.02		626.02
	招商银行股份有限公司中山分行	流贷	人民币	442.50		442.50
	<b>合计</b>			<b>95,508.51</b>	<b>52,400.00</b>	<b>43,108.51</b>

从上表看，公司报告期末银行贷款余额为95,508.51万元，期后还款金额52,400.00万元，银行贷款余额降至43,108.51万元（截止2023年5月19日），银行贷款规模快速下降。截至2023年5月19日，公司货币资金余额为57,479.63万元（已剔除权利受限金额），较报告期末货币资金余额为61,403.70万元有一定下降。期后偿还银行贷款的资金主要来源于青松化工期后偿还的拆借款本金42,183.27万元及利息353.20万元以及公司报告期末的货币资金。

公司根据业务特点，从资金运营安全角度出发，考虑公司日常经营需求及偿债因素，保持了较高的货币资金保有量。因此，公司报告期末存、贷款规模均较高，具有合理性。

经核查，公司不存在资金被挪用或占用的情形。



二、请说明银行承兑汇票的主要应付对象、交易内容、票据期限、付款情况、应付对象与公司是否存在关联关系，并结合与银行签署相关协议中约定的票据保证金比例、实际存放的保证金比例等测算保证金规模与票据规模的匹配性，说明在银行存款期末余额较高时采用承兑汇票结算的原因及合理性。

### （一）报告期开立银行承兑汇票情况

单位：万元、%

票据号码	应付对象	汇票金额	交易内容	票据期限	付款情况	是否存在 关联关系	票据保证金 比例
1 105603000483 20220531 25308376 4	广东诺斯贝尔健康 护理有限公司	5,000	货款及加工费	1年	票据已贴 现未支付	是	100
1 105603000483 20220531 25308375 6	广东诺斯贝尔健康 护理有限公司	5,000	货款及加工费	1年	票据已贴 现未支付	是	100

2022年5月30日，子公司诺斯贝尔与中国建设银行股份有限公司中山市分行（以下简称“建行中山市分行”）签订了《银行承兑协议》及《保证金质押合同》，协议约定建行中山市分行对诺斯贝尔开出的两张5,000万元的1年期商业汇票进行承兑，诺斯贝尔向在建行中山市分行开立的保证金专户内存入100%保证金10,000万元。该10,000万银行承兑汇票全部用于支付诺斯贝尔全资子公司广东诺斯贝尔健康护理有限公司（以下简称“健康护理”）货款及加工费。

### （二）实际存放的保证金比例等测算保证金规模与票据规模的匹配性

诺斯贝尔与建行中山市分行签署的2022年承字第65号《银行承兑协议》约定，缴存保证金比例为100%。经测算，实际存放保证金规模与票据规模匹配，具体情况如下：

单位：万元、%

汇票金额	保证金比例	测算应缴存保证金金额	实际存放保证金金额
10,000.00	100	10,000.00	10,000.00

### （三）银行存款期末余额较高时采用承兑汇票结算的原因及合理性

银行存款期末余额较高时采用银行承兑汇票结算的原因系该交易双方为母子公司，于集团合并角度，该笔交易可以获取收益，收益测算如下：

单位：元

项目	金额	合计



保证金		100,000,000.00	100,000,000.00
票据贴现净额		99,138,194.44	99,138,194.44
贴现费用	开立承兑手续费	100,000.00	961,805.56
	贴息	861,805.56	
测算保证金未到期应收利息		2,000,000.00	2,000,000.00
净收益（不考虑所得税影响）		1,038,194.44	1,038,194.44

诺斯贝尔向建行中山市分行开立银行承兑汇票 10,000 万元，支付 0.1% 的承兑手续费即 10 万元，同时，诺斯贝尔将该银行承兑汇票向健康护理背书，健康护理收到票据后即向建行中山市分行申请贴现，支付贴现息 86.18 万元。而该笔承兑汇票对应的保证金 10,000 万元，按诺斯贝尔与建行中山市分行约定利率 2% 计息，诺斯贝尔未到期应收利息 200 万元。因此，从合并角度测算，该项业务在不考虑未到期应收利息 200 万元货币时间价值的情况下，预计净收益 103.82 万元。

综上，该笔交易从合并角度不会给公司带来重大风险的情况下，能够赚取收益，具有合理性。

### 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) 核查公司报告期各期银行存款日记账、库存现金日记账，抽查银行账户对账单，计算银行存款的平均余额，测算日常运营资金需求、存款利息收入、贷款利息支出的合理性；

(2) 核查公司已开立银行结算账户清单、征信报告，与账面记载信息核对，对货币资金及有息负债执行函证程序，核实货币资金、有息负债的存在性和完整性，检查货币资金权利受限及其他权益受限情形，检查资金是否存在被挪用或占用的情形；

(3) 统计分析期后货币资金余额、银行贷款余额及归还借款情况；

(4) 了解银行存款期末余额较高时采用承兑汇票结算的原因，并分析其合理性；



(5) 检查与银行签订银行票据承兑协议、实际缴存保证金情况，核查应付票据关联方交易真实性；

(6) 比较分析近年银行存款存贷款利率情况；

(7) 执行货币资金、借款、应付票据、财务费用等细节测试、截止测试。

## 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：

(1) 公司报告期末除已披露的权利受限的货币资金之外，不存在其他权益受限情形；

(2) 公司报告期末存贷款规模均较高原因真实，具有合理性；

(3) 公司报告期不存在资金被挪用或占用的情形；

(4) 公司报告期应付票据交易内容真实、合理，经测算保证金规模与票据规模的相匹配，银行存款期末余额较高时采用承兑汇票结算的原因真实，具备合理性。

**问题八：年报披露，报告期末你公司固定资产账面价值为 4.45 亿元，较期初减少 39.84%，报告期内公司计提固定资产减值损失 0.73 亿元。请你公司结合出售子公司固定资产情况、在建工程转固情况等说明固定资产变动的的原因，是否对公司后续正常生产经营产生不利影响，说明报告期固定资产减值的测算过程及主要参数，进一步核实你公司报告期固定资产减值准备计提的准确性、充分性、合理性。**

请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

### (一) 固定资产变动情况

单位：万元、%

项目	期初余额				期末余额				账面价值变动金额	账面价值变动占比
	账面余额	累计折旧	减值准备	账面价值	账面余额	累计折旧	减值准备	账面价值		
青松化工	39,003.02	16,754.74		22,248.28					-22,248.28	75.44
化妆品业务	80,668.66	26,843.38	2,053.37	51,771.91	82,242.85	33,343.59	4,369.12	44,530.14	-7,241.77	24.56
合计	119,671.68	43,598.12	2,053.37	74,020.19	82,242.85	33,343.59	4,369.12	44,530.14	-29,490.05	100.00

从上表看，报告期末固定资产账面余额为 82,242.85 万元，较期初减少



37,428.83 万元，同比下降 31.28%；报告期末固定资产账面价值为 44,530.14 万元，较期初减少 29,490.05 万元，同比下降 39.84%；剥离子公司青松化工导致期末固定资产账面价值较期初减少 22,248.28 万元，占减少总额的比例为 75.44%，化妆品业务期末固定资产账面价值较期初减少 7,241.77 万元，占减少总额的比例为 24.56%。固定资产账面价值期末数较期初数下降的主要原因包括剥离子公司青松化工、计提固定资产累计折旧及减值准备等。具体分析如下：

### 1、松节油深加工业务

报告期内公司业务战略规划调整，已剥离松节油深加工业务，导致报告期末固定资产账面余额较期初减少 39,003.02 万元、账面价值较期初减少 22,248.28 万元。

### 2、化妆品业务

化妆品业务报告期末固定资产账面余额为 82,242.85 万元，较期初增加 1,574.19 万元，同比上升 1.95%；报告期末账面价值为 44,530.14 万元，较期初账面价值减少 7,241.77 万元，同比下降 13.99%。化妆品业务固定资产账面价值变动情况具体如下：

单位：万元

期初账面价值	本期购置	在建工程转入	外币折算影响	累计折旧	减值准备	处置/报废	期末账面价值
51,771.91	1,315.75	2,039.19	13.21	7,851.16	2,423.02	335.74	44,530.14

(1) 报告期在建工程完工转入 2,039.19 万元、购置固定资产 1,315.75 万元，导致期末固定资产账面余额增加合计 3,354.94 万元，该部分固定资产主要是前期已规划的产能于报告期完工，其对应产能占比低于报告期末总产能的 5%；

(2) 报告期计提各类固定资产折旧合计 7,851.16 万元；

(3) 报告期末湿巾生产线资产组存在减值迹象，公司聘请评估机构对湿巾生产线资产组进行减值测试。经测试，报告期末湿巾生产线资产组发生减值 2,423.02 万元，故计提固定资产减值 2,423.02 万元。

(4) 因设备使用年限较长，严重老化，无法满足生产需求等原因，报告期出售或报废部分固定资产，导致报告期末固定资产账面价值减少 335.74 万元。

(5) 外币报表折算影响，导致报告期末固定资产账面价值增加 13.21 万元。

### (二) 对后续正常生产经营影响分析





## 1、松节油深加工业务

截至2022年年报披露日，公司已完成松节油深加工业务剥离。基于此，松节油深加工业务固定资产的变化不会对公司未来产生影响。

## 2、化妆品业务

报告期化妆品业务新增固定资产主要是前期已规划的产能于报告期完工，其对应产能占比低于报告期末总产能的5%，对后续正常生产经营不存在重大影响。

基于行业环境变化、监管政策、宏观经济环境变动及行业增长趋势短暂下降等影响，近两年公司化妆品业务既有客户及新增客户下单量不及预期，产品未能实现进一步市场推广，近年新增产能短期未能得到释放，但国内化妆品市场规模仍有较大成长空间，随着国家促进经济增长的各项政策陆续出台，以及国内行业环境恢复措施的有序放开，化妆品行业整体消费有望逐步恢复。

因此，公司判断，化妆品业务近年新增产能无法快速释放、产能利用率不足等不利因素预期将逐渐得到改善，固定资产变动不会对公司后续正常生产经营产生重大不利影响。

### （三）固定资产减值的测算过程及主要参数

报告期内公司计提固定资产减值损失0.73亿元，其中松节油深加工业务主体青松化工计提固定资产减值准备4,834.50万元，化妆品业务主体诺斯贝尔计提固定资产减值准备2,423.02万元。

#### 1、青松化工固定资产减值准备的计提依据和测算过程

##### （1）相关设备计提减值准备的原因及合理性

报告期内计提减值准备的固定资产组为樟脑三产线，樟脑三产线的初始设计产能为5,000吨/年，其设计原理为将白乙酯、对二甲苯、液碱按规定比例进入皂化釜，升温反应，经取样分析合格后加入定量水和二甲苯，静置分层，下层乙酸钠溶液分至乙酸钠工段处理。上层异龙脑二甲苯溶液进入脱氢反应器，反应后的合格物料经脱溶塔回收二甲苯后转入升华釜后升华进入多级凝华器凝华，得到的樟脑分别通过输送带冷却后进入各自的料仓，最后进入包装机包装。与传统樟脑生产线需要定期停机并由人工收集樟脑产品相比，樟脑三产线可以实现连续自动化的生产，大幅降低人工成本并提高生产效率。

樟脑三产线资产组计提减值准备前的账面值信息如下：



单位：万元

项目	2022年6月30日
建筑物原值	316.54
建筑物净值	251.39
机器设备原值	6,811.24
机器设备净值	6,177.41
资产总计	6,428.80
负债合计	
资产组账面价值	6,428.80

在樟脑三产线验收并投入稳定生产一段时间后，原先设计阶段未曾预计到的新问题开始出现，导致樟脑三产线的自动化工艺无法实现，同时产品质量无法达标。技术层面的主要问题如下：

1) 在樟脑蒸汽的凝华阶段，原设计无需人工参与即可自动出料的樟脑凝华器工段，一级凝华器内壁樟脑成品结料厚度比预期要厚，在长时间运行时一级凝华器内壁会产生樟脑大量附着的现象，影响凝华器的导热导致凝华器换热效果变差，导致凝华器内温度失控。原始设计的多级凝华器会通过不同温度设定来凝华分离各种等级的樟脑产品，前述一级凝华器结料过厚导致温度失控后，凝华器中各级樟脑产品均开始附着，使后续各级凝华器的管道及锥体出现不定期积料、堵料的问题，此时需停产进行人工清理，后方可继续生产，造成初始设计的自动化不间断生产工艺无法实现，产能利用率下降和物料损耗加大，也导致了人工成本及反复启停机的能耗上升。

2) 为了能够让凝华器内部凝结的樟脑产品顺利脱落而设计在内壁上的涂层会在生产过程中意外脱落，污染樟脑产品。另外，樟脑成品的输送线路密封不严，容易混杂蚊虫等异物。以上问题导致樟脑产品质量问题反复出现，所产出樟脑产成品品质和价格整体下降，大大增加了质检成本和客户赔付支出。

3) 樟脑三产线末端的自动连续包装系统的初始设计是将不断凝华脱落的樟脑成品输送至包装线，但受凝华器内樟脑成品凝华结料厚度过大的影响，樟脑成品进入包装线的数量不再是持续适量的，而是间断大量的，当凝华器内凝结过厚的樟脑产品脱落时，樟脑块将会直接堵塞自动连续包装系统，导致系统无法正常运行，需要停机并由人工进行清理。这一问题加剧了樟脑三产线不定期停机的情况，也因为频繁的人工排障导致人工成本的上升。



4) 在樟脑三产线生产前段的坎烯催化剂脱氢工艺中, 因催化剂质量稳定性无法满足初始设计的连续生产要求, 催化剂会在持续生产中不定时损坏, 可能影响催化效果和后续产品的质量, 故而催化剂的更换频率和消耗量远高于初始设计标准, 导致成本大幅上升且连续生产无法进行。

考虑到工厂面临的搬迁预期以及现有樟脑三产线配套建筑物的空间已经不足, 导致管理层判断目前投入大量资金对樟脑三产线资产组进行技术改造是不经济的, 且通过技改投入解决上述产线技术问题存在一定程度的不确定性。樟脑三产线在初始规划时, 其设计目标是以先进的自动化工艺来替代老旧的樟脑一和樟脑二生产线的半自动生产工艺, 因此樟脑三产线停产造成的产能缺失并不对公司运营造成重大影响, 预期樟脑三产线技术问题解决之前将长期停产闲置。

综合上述原因和考虑, 管理层确认樟脑三产线出现了明显减值迹象, 委托评估机构开展了相关减值测试。

#### (2) 减值测试方法及减值计提的充分性

樟脑三产线资产组可收回金额参照《企业会计准则第8号——资产减值》相关要求, 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。

##### 1) 公允价值减去处置费用后的净额

根据《企业会计准则第8号——资产减值》(2006) 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。

樟脑三产线包含的设备和建筑物的市场价格可以良好估计, 本次资产评估采用成本法对樟脑三产线资产组的公允价值进行计算。

##### 2) 预计未来现金流量的现值



根据《企业会计准则第8号——资产减值》（2006）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來收益预测资料，并以此为基础计算樟脑三产线资产组的可收回金额。

管理层判断樟脑三产线资产组在当前产品质量问题无法克服和樟脑行情价格预期不佳的前提下能够实现的最佳生产状态仍为原材料/人力投入远高于樟脑产值，且无法在可预见的未來得到改善，故而可以明确资产组预计未來现金流量的现值方法得出的评估结论为负数。

综上分析，本次评估选用公允价值减去处置费用后的净额法对樟脑三产线资产组的可收回金额进行评估。

### 3) 评估测算过程

对樟脑三产线资产组中的房产和设备类资产的公允价值分别采用如下评估方法：

#### ①设备类资产公允价值评估方法

根据各类设备的特点、评估价值类型、资料收集情况等相关条件，主要采用成本法评估，部分采用市场法评估。

成本法计算公式如下：

$$\text{评估值} = \text{重置成本} \times \text{综合成新率}$$

#### I. 重置成本的确定

对于需要安装的设备，重置成本一般包括：设备购置价、运杂费、安装工程费、建设工程前期及其他费用和资金成本等；对于不需要安装的设备，重置成本一般包括：设备购置价和运杂费。同时，根据增值税相关规定，对于增值税一般纳税人，符合增值税抵扣条件的设备，设备重置成本应该扣除相应的增值税。设备重置成本计算公式如下：

需要安装的设备重置成本=设备购置价+运杂费+安装工程费+前期及其他费用+资金成本-设备购置价中可抵扣的增值税和运费中可抵扣的增值税

不需要安装的设备重置成本=设备购置价+运杂费-设备购置价中可抵扣的增值税和运费中可抵扣的增值税

#### A、购置价

对于大型关键设备，主要是通过向生产厂家咨询评估基准日市场价格，或参



考评估基准日近期同类设备的合同价确定购置价；对于小型设备主要是通过查询评估基准日的市场报价信息确定购置价；对于没有市场报价信息的设备，主要是通过参考同类设备的购置价确定。

#### B、运杂费

运杂费是指设备在运输过程中的运输费、装卸搬运费及其他有关各项杂费。运杂费计算公式如下：

$$\text{运杂费} = \text{设备购置价} \times \text{运杂费率}$$

运杂费率参照石油化工工程建设费用定额 2018 确定。

国内采购设备运费		
序号	建设项目所在地	运输费率 (%)
1	吉林、辽宁、河北、山东、山西、江苏、浙江、安徽、北京、天津、上海	4.00
2	河南、陕西、湖北、湖南、江西、四川、重庆、福建、广东、黑龙江	4.64
3	甘肃、宁夏、内蒙古、广西、海南、贵州、青海、云南	5.38
4	新疆、西藏	6.00

#### C、安装工程费

安装工程费参照石油化工工程建设费用定额 2018 确定。

如果设备基础与建筑物密不可分，设备基础费在房屋建（构）筑物类资产评估中考虑，其余情形的设备基础费在设备安装工程费中考虑。

#### D、前期及其他费用

建设工程前期及其他费用按照被评估单位的工程建设投资额，根据行业、国家或地方政府规定的收费标准计取。前期及其他费用名称、计费基础、计费标准、计费依据如下表：

单位：%

序号	费用名称	计算公式	费率（含税）	费用依据
1	工程建设管理费	工程费×费率	3.52	2018 版《石油化工工程建设费用定额》
2	工程建设监理费	工程费×费率	2.10	
3	环境影响评价及验收费	工程费×费率	0.11	
4	可行性研究报告编制费	工程费×费率	0.50	
5	工程勘察设计费	工程费×费率	4.80	
6	工程保险费	工程费×费率	0.20	
7	生产人员准备费	工程费×费率	1.00	
合计			12.23	



## E、资金成本

资金成本按照被评估单位的合理建设工期，参照评估基准日中国人民银行发布的同期金融机构人民币贷款 LPR 利率，以设备购置价、运杂费、安装工程费、前期及其他费用等费用总和为基数按照资金均匀投入计取。被评估单位的合理建设工期为 2.5 年。资金成本计算公式如下：

资金成本=（设备购置价+运杂费+安装工程费+前期及其他费用）×合理建设工期×利率×0.5

## F、设备购置价中可抵扣的增值税

根据增值税相关文件的规定，对于符合增值税抵扣条件的设备，计算出可抵扣的增值税。

## II.综合成新率的确定

A、对于专用设备和通用机器设备，主要依据设备经济寿命年限、已使用年限，通过对设备使用状况、技术状况的现场勘查了解，确定其尚可使用年限，然后按以下公式确定其综合成新率。

综合成新率=尚可使用年限/（尚可使用年限+已使用年限）×100%

B、对于电子设备、空调设备等小型设备，主要依据其经济寿命年限来确定其综合成新率；对于大型的电子设备还参考其工作环境、设备的运行状况等来确定其综合成新率。计算公式如下：

年限法成新率=（经济寿命年限-已使用年限）/经济寿命年限×100%

综合成新率=年限法成新率×调整系数

## III.评估值的确定

评估值=重置成本×综合成新率

### ②房屋建筑物资产公允价值评估方法

根据各类房屋建（构）筑物的特点、评估价值类型、资料收集情况等相关条件，采用成本法评估。房屋建筑物类资产评估值计算式如下：

评估值=重置成本×综合成新率

### I.重置成本的确定

房屋建（构）筑物的重置成本一般包括：建筑安装工程费用、建设工程前期及其他费用和资金成本。房屋建（构）筑物重置成本计算公式如下：



重置成本=建安工程造价+前期及其他费用+资金成本-增值税进项税

#### A、建安工程造价

对于大型、价值高、重要的建（构）筑物，采用预决算调整法确定其建安工程造价，即以待估建（构）筑物决算中的工程量为基础，根据当地执行的定额标准和有关取费文件，分别计算土建工程费用和安装工程费用等，得到建安工程造价。

对于价值量小、结构简单的建（构）筑物采用单方造价法确定其建安工程造价。

#### B、前期及其他费用

前期及其他费用根据调查当地同类建设项目的平均费用水平并参考2018版《石油化工工程建设费用定额》结合本建设项目的规模和性质确定各项费率。各项费用的费率、计费基数等见下表：

单位：%

序号	费用名称	计算公式	费率（含税）	增值税率
1	工程建设管理费	建筑安装工程费×费率	3.52	2.00
2	工程建设监理费	建筑安装工程费×费率	2.10	6.00
3	环境影响评价及验收费	建筑安装工程费×费率	0.11	6.00
4	可行性研究报告编制费	建筑安装工程费×费率	0.50	6.00
5	工程勘察设计费	建筑安装工程费×费率	4.80	6.00
6	工程保险费	建筑安装工程费×费率	0.20	6.00
7	生产人员准备费	建筑安装工程费×费率	1.00	不抵扣
合计			12.23	

#### C、资金成本

根据房屋建筑物类资产所在建设项目正常的建设期和评估基准日有效的贷款市场报价利率，以建筑安装工程费、前期及其他费之和为基数按照资金均匀投入计算。参考相关工期定额并结合被评估房屋建筑物所在建设项目的规模、性质，经分析测算，确定该项目正常的建设期为2.5年。根据中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布的评估基准日有效的贷款市场报价利率，采用插值法推算，确定年贷款利率为3.98%。资金成本计算式如下：

资金成本=（建安工程造价+前期及其他费用）×合理建设工期×利率×1/2

#### D、增值税进项税

根据增值税相关文件的规定，增值税进项税包括建筑安装工程费中的增值税



进项税（税率9%）、前期及其他费中的增值税进项税（税率6%）。

## II.成新率的确定

A、对于大型、价值高、重要的建（构）筑物，依据其经济寿命年限、已使用年限，通过对其进行现场勘查，对结构、装饰、附属设备等各部分的实际使用状况作出判断，综合确定其尚可使用年限，然后按以下公式确定其综合成新率。

$$\text{综合成新率} = \text{尚可使用年限} / (\text{尚可使用年限} + \text{已使用年限}) \times 100\%$$

B、对于价值量小、结构简单的建（构）筑物，主要依据其经济寿命年限确定成新率，然后结合现场勘查情况进行调整。计算公式如下：

$$\text{年限法成新率} = (\text{经济寿命年限} - \text{已使用年限}) / \text{经济寿命年限} \times 100\%$$

$$\text{综合成新率} = \text{年限法成新率} \times \text{调整系数}$$

## III.评估值的确定

$$\text{评估值} = \text{重置成本} \times \text{综合成新率}$$

### 4) 评估测算结果

樟脑三产线资产组可收回金额等于公允价值减去处置费用后的净额。公允价值的评估结果如下：

单位：万元

科目	账面价值		评估价值	
	原值	净值	原值	净值
机器设备	6,811.24	6,177.41	7,324.12	1,179.07
建筑物	316.54	251.39	535.19	465.61
<b>合计</b>	<b>7,127.78</b>	<b>6,428.80</b>	<b>7,859.31</b>	<b>1,644.68</b>

处置费用根据会计准则的规定，处置费用是指可以直接归属于资产处置的增量成本，包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用等，但是财务费用和所得税费用等不包括在内。设定樟脑三产线公允价值3%的契税和1万元相关杂费作为处置费用。

经公允价值减去处置费用后的净额法评估，樟脑三产线资产组公允价值的评估结果为1,644.68万元，资产组处置费用评估结果为50.34万元，公允价值减去处置费用后的净额为1,594.30万元（取整）。以樟脑三资产组账面值6,428.80万元，可收回金额1,594.30万元，计提减值损失约4,834.50万元，减值计提充分，考虑了各项不利因素的影响。

## 2、诺斯贝尔固定资产减值准备的计提依据及测算过程





### (1) 相关设备计提减值准备的原因及合理性

公司化妆品业务子公司诺斯贝尔近两年收入下降、发生连续亏损，各类产品的产线产能利用率明显下降，且预计短期内难以恢复到正常经营年份的水平，管理层判断已出现产线减值迹象，故委托具备证券业从业资质的评估机构对诺斯贝尔各类产品生产线资产的可收回金额进行了减值测试。

### (2) 减值测试方法及减值计提的充分性

参照《企业会计准则第8号——资产减值》相关要求，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。在确信对生产线资产进行单项处置情况下的公允价值减处置费用后的净额远低于预计未来现金流量的现值的情况下，评估师采用未来现金流量现值法对生产线相关资产的可收回金额进行了测算。

可收回金额采用预计未来现金流量现值法计算，计算模型如下：

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

其中：P：评估基准日各组资产的可收回金额；

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

其中，未纳入减值测试范围的长期资产产生的折旧摊销费用作为付现成本考虑，不在现金流量计算时进行加回。

根据产成品的类型、业务同质化程度、资产管理和财务数据的可拆分程度，对诺斯贝尔的生产线资产分七个业务组进行减值测试，分别为：面膜——面贴膜、面膜——水凝胶、面膜——冻干面膜、湿巾、护肤品——膏霜乳液、护肤品——唇膏、无纺布制品。

#### 1) 统计纳入减值测试范围的资产账面价值



各业务类别的账面价值的统计方式按以下步骤和原则进行：第一步由企业管理层、财务部门及生产管理部门根据设备的用途、物理位置等因素将设备分类至具体业务线或者其中几条业务线的共用类别；第二步统计单一用途设备的账面价值；第三步以单一用途设备的账面原值为基础计算共用类别账面价值的分配权重。单一用途设备的账面价值加上按照一定权重分配的共用资产的账面价值得到各业务类别生产线账面价值。根据以上方式统计出纳入减值测试范围的生产线相关资产账面价值如下表：

单位：万元

序号	业务组	构成	账面原值	账面价值
1	面膜——面贴膜	固定资产	13,089.87	5,345.73
		长期待摊费用	9,171.84	3,520.86
		<b>业务组小计</b>	<b>22,261.71</b>	<b>8,866.59</b>
2	面膜——水凝胶	固定资产	517.07	274.02
		长期待摊费用	257.04	117.96
		<b>业务组小计</b>	<b>774.11</b>	<b>391.98</b>
3	面膜——冻干面膜	固定资产	2,016.34	1,442.19
		长期待摊费用	3,099.49	1,505.25
		<b>业务组小计</b>	<b>5,115.83</b>	<b>2,947.44</b>
4	湿巾	固定资产	12,085.09	7,694.41
		长期待摊费用	11,868.63	5,676.75
		<b>业务组小计</b>	<b>23,953.72</b>	<b>13,371.16</b>
5	护肤品——膏霜乳液	固定资产	18,970.67	12,191.70
		长期待摊费用	7,679.03	3,401.13
		<b>业务组小计</b>	<b>26,649.70</b>	<b>15,592.83</b>
6	护肤品——唇膏	固定资产	560.71	299.84
		长期待摊费用	6.21	3.88
		<b>业务组小计</b>	<b>566.92</b>	<b>303.72</b>
7	无纺布制品	固定资产	1,506.99	763.44
		长期待摊费用	450.37	277.93
		<b>业务组小计</b>	<b>1,957.36</b>	<b>1,041.37</b>
<b>合计</b>			<b>81,279.35</b>	<b>42,515.09</b>

其他非生产类或者属于非生产类与生产类共用的固定资产（如房屋建筑物、车辆、电子设备）、无形资产（如土地使用权、软件）、使用权资产等属于单项判断不存在减值的，本次不纳入减值测试范围。

## 2) 计算各业务组资产对应的未来现金流量



各业务组的息税前净现金流量的各项目的预测原则为：销售收入、销售成本、税金及附加（城建税、教育费附加）、加回的折旧和摊销以及单一用途设备的更新资本性支出采用直接预测的方式；而无法按业务组核算的税金及附加（房产税、土地使用税、印花税等）、管理费用、销售费用、研发费用、财务费用（手续费）、营运资金以及共用部分的资本性支出采用先预测诺斯贝尔预期发生总数，再根据各业务组当期预计销售收入的占比进行分配。基于上述原则，结合公司管理层对各业务组未来发展的判断，计算出各业务组的息税前现金净流量如下：

### 业务组 1-面膜——面贴膜息税前现金净流量表

单位：万元

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
销售收入	85,515.52	95,777.38	105,355.12	115,890.63	125,161.88	125,161.88
减：销售成本	80,484.05	87,437.87	93,296.21	99,547.06	105,360.60	105,360.60
税金及附加	387.04	421.95	454.66	491.58	524.24	524.24
管理费用	5,424.79	5,439.11	5,459.27	5,449.31	5,437.84	5,437.84
销售费用	1,706.86	1,818.48	1,959.18	2,126.50	2,155.18	2,155.18
研发费用	3,003.50	3,093.82	3,270.68	3,608.29	3,869.31	3,869.31
财务费用（手续费）	19.52	19.57	19.64	19.91	20.17	20.17
<b>息税前利润</b>	<b>-5,510.24</b>	<b>-2,453.42</b>	<b>895.48</b>	<b>4,647.98</b>	<b>7,794.54</b>	<b>7,794.54</b>
加：折旧摊销	3,404.73	3,288.74	1,634.14	139.58	111.61	2,430.64
减：资本性支出	268.53	268.53	268.53	268.53	268.53	3,585.02
减：营运资金变动额	23,162.92	2,475.54	2,257.78	2,519.36	2,198.02	
<b>息税前现金净流量</b>	<b>-25,536.96</b>	<b>-1,908.75</b>	<b>3.31</b>	<b>1,999.67</b>	<b>5,439.60</b>	<b>6,640.16</b>

### 业务组 2-面膜——水凝胶息税前现金净流量表

单位：万元

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
销售收入	2,207.00	2,471.85	2,719.05	2,990.95	3,230.21	3,230.21
减：销售成本	2,037.33	2,213.36	2,361.67	2,519.90	2,639.83	2,639.83
税金及附加	9.99	10.89	11.73	12.69	13.53	13.53
管理费用	140.00	140.37	140.90	140.64	140.34	140.34
销售费用	44.05	46.93	50.56	54.88	55.62	55.62
研发费用	77.52	79.85	84.41	93.12	99.86	99.86
财务费用（手续费）	0.50	0.51	0.51	0.51	0.52	0.52
<b>息税前利润</b>	<b>-102.39</b>	<b>-20.06</b>	<b>69.27</b>	<b>169.21</b>	<b>280.51</b>	<b>280.51</b>
加：折旧摊销	88.27	89.53	90.79	92.05	19.97	73.65
减：资本性支出	10.61	10.61	10.61	10.61	10.61	109.96



项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
减：营运资金变动额	597.79	63.89	58.27	65.02	56.72	
<b>息税前现金净流量</b>	<b>-622.52</b>	<b>-5.03</b>	<b>91.18</b>	<b>185.63</b>	<b>233.15</b>	<b>244.20</b>

## 业务组 3-面膜——冻干面膜息税前现金净流量表

单位：万元

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
<b>销售收入</b>	<b>7,622.00</b>	<b>8,536.64</b>	<b>9,390.29</b>	<b>10,329.32</b>	<b>11,155.67</b>	<b>11,155.67</b>
减：销售成本	6,856.21	7,448.59	7,947.63	8,567.55	9,252.95	9,252.95
税金及附加	34.50	37.61	40.52	43.81	46.73	46.73
管理费用	483.51	484.79	486.59	485.70	484.67	484.67
销售费用	152.13	162.08	174.62	189.54	192.09	192.09
研发费用	267.70	275.75	291.52	321.61	344.87	344.87
财务费用（手续费）	1.74	1.74	1.75	1.77	1.80	1.80
<b>息税前利润</b>	<b>-173.79</b>	<b>126.08</b>	<b>447.66</b>	<b>719.34</b>	<b>832.56</b>	<b>832.56</b>
加：折旧摊销	861.79	866.71	517.17	256.63	256.63	496.92
减：资本性支出	41.36	41.36	41.36	41.36	41.36	684.35
减：营运资金变动额	2,064.51	220.65	201.23	224.55	195.91	
<b>息税前现金净流量</b>	<b>-1,417.87</b>	<b>730.77</b>	<b>722.24</b>	<b>710.06</b>	<b>851.92</b>	<b>645.13</b>

## 业务组 4-湿巾息税前现金净流量表

单位：万元

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
<b>销售收入</b>	<b>26,903.51</b>	<b>30,939.04</b>	<b>34,651.72</b>	<b>38,116.89</b>	<b>41,166.24</b>	<b>41,166.24</b>
减：销售成本	24,284.44	27,089.29	29,429.81	32,372.79	34,962.61	34,962.61
税金及附加	121.76	136.30	149.54	161.68	172.42	172.42
管理费用	1,706.66	1,757.01	1,795.58	1,792.30	1,788.53	1,788.53
销售费用	536.99	587.42	644.38	699.42	708.84	708.84
研发费用	944.91	999.40	1,075.74	1,186.78	1,272.63	1,272.63
财务费用（手续费）	6.14	6.32	6.46	6.55	6.64	6.64
<b>息税前利润</b>	<b>-697.39</b>	<b>363.30</b>	<b>1,550.21</b>	<b>1,897.37</b>	<b>2,254.57</b>	<b>2,254.57</b>
加：折旧摊销	3,823.55	3,852.99	2,438.00	1,538.15	1,452.78	2,310.20
减：资本性支出	247.92	247.91	247.92	247.92	247.92	3,335.82
减：营运资金变动额	7,287.14	994.87	893.17	828.63	722.94	
<b>息税前现金净流量</b>	<b>-4,408.90</b>	<b>2,973.51</b>	<b>2,847.12</b>	<b>2,358.97</b>	<b>2,736.49</b>	<b>1,228.95</b>

## 业务组 5-护肤品——膏霜乳液息税前现金净流量表

单位：万元

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
<b>销售收入</b>	<b>67,170.08</b>	<b>73,887.08</b>	<b>79,798.05</b>	<b>84,585.94</b>	<b>87,969.37</b>	<b>87,969.37</b>



项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
减：销售成本	62,854.09	67,065.32	70,257.62	72,238.89	72,874.59	72,874.59
税金及附加	304.01	325.51	344.37	358.79	368.46	368.46
管理费用	4,261.02	4,195.98	4,134.95	3,977.33	3,821.96	3,821.96
销售费用	1,340.69	1,402.85	1,483.92	1,552.09	1,514.75	1,514.75
研发费用	2,359.17	2,386.72	2,477.28	2,633.61	2,719.52	2,719.52
财务费用（手续费）	15.33	15.10	14.88	14.53	14.18	14.18
<b>息税前利润</b>	<b>-3,964.23</b>	<b>-1,504.40</b>	<b>1,085.03</b>	<b>3,810.70</b>	<b>6,655.91</b>	<b>6,655.91</b>
加：折旧摊销	3,811.68	3,857.89	2,697.82	2,414.52	2,393.84	2,560.06
减：资本性支出	389.17	389.17	389.17	389.17	389.17	3,795.76
减：营运资金变动额	18,193.83	1,584.85	1,350.48	1,070.49	722.65	
<b>息税前现金净流量</b>	<b>-18,735.55</b>	<b>379.47</b>	<b>2,043.20</b>	<b>4,765.56</b>	<b>7,937.93</b>	<b>5,420.21</b>

## 业务组 6-护肤品——唇膏息税前现金净流量表

单位：万元

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
<b>销售收入</b>	<b>3,871.39</b>	<b>4,258.53</b>	<b>4,599.21</b>	<b>4,875.16</b>	<b>5,070.17</b>	<b>5,070.17</b>
减：销售成本	3,560.73	3,799.30	3,980.15	4,092.38	4,128.40	4,128.40
税金及附加	17.52	18.76	19.85	20.68	21.24	21.24
管理费用	245.59	241.84	238.32	229.24	220.28	220.28
销售费用	77.27	80.85	85.52	89.45	87.30	87.30
研发费用	135.97	137.56	142.78	151.79	156.74	156.74
财务费用（手续费）	0.89	0.87	0.86	0.84	0.82	0.82
<b>息税前利润</b>	<b>-166.58</b>	<b>-20.65</b>	<b>131.73</b>	<b>290.78</b>	<b>455.39</b>	<b>455.39</b>
加：折旧摊销	68.51	69.87	71.24	71.52	10.24	58.26
减：资本性支出	11.50	11.50	11.50	11.50	11.50	90.03
减：营运资金变动额	1,048.61	91.35	77.84	61.70	41.65	
<b>息税前现金净流量</b>	<b>-1,158.18</b>	<b>-53.63</b>	<b>113.63</b>	<b>289.10</b>	<b>412.48</b>	<b>423.62</b>

## 业务组 7-无纺布制品息税前现金净流量表

单位：万元

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
<b>销售收入</b>	<b>14,840.39</b>	<b>16,621.23</b>	<b>18,283.36</b>	<b>19,746.03</b>	<b>20,930.79</b>	<b>20,930.79</b>
减：销售成本	12,658.59	14,177.62	15,595.38	16,843.01	17,853.59	17,853.59
税金及附加	67.17	73.23	78.90	83.76	87.67	87.67
管理费用	941.42	943.90	947.40	928.48	909.37	909.37
销售费用	296.20	315.58	340.00	362.32	360.41	360.41
研发费用	521.23	536.90	567.60	614.80	647.06	647.06
财务费用（手续费）	3.39	3.40	3.41	3.39	3.37	3.37
<b>息税前利润</b>	<b>352.39</b>	<b>570.60</b>	<b>750.67</b>	<b>910.27</b>	<b>1,069.32</b>	<b>1,069.32</b>



项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	永续期
加：折旧摊销	270.87	274.54	278.21	171.78	12.85	199.58
减：资本性支出	30.92	30.92	30.91	30.92	30.92	300.90
减：营运资金变动额	4,019.70	429.60	391.82	341.24	271.60	
<b>息税前现金净流量</b>	<b>-3,427.36</b>	<b>384.62</b>	<b>606.15</b>	<b>709.89</b>	<b>779.65</b>	<b>968.00</b>

### 3) 采用税前折现率计算各业务组的未来现金流现值并判断是否减值

在发生减值迹象的期间，生产线相关资产属于企业的核心资产且占比较高，其要求的报酬率与企业整体资产要求的报酬率相当，故本次采用加权平均资本成本模型（WACC）计算税后折现率，并采用 WACC 除以（1-所得税率）的方式得到税前折现率（即“WACCBT”），计算 WACCBT 得 12.80%。基于各业务组的息税前现金净流量及税前折现率得到各业务组的可收回金额，并与各业务组账面价值进行对比，结果汇总如下表：

单位：万元

业务组	构成	账面原值	账面价值	可收回金额	减值金额
面膜——面贴膜	固定资产	13,089.87	5,345.73		
	长期待摊费用	9,171.84	3,520.86		
	<b>业务组小计</b>	<b>22,261.71</b>	<b>8,866.59</b>	<b>9,010.30</b>	
面膜——水凝胶	固定资产	517.07	274.02		
	长期待摊费用	257.04	117.96		
	<b>业务组小计</b>	<b>774.11</b>	<b>391.98</b>	<b>844.04</b>	
面膜——冻干面膜	固定资产	2,016.34	1,442.19		
	长期待摊费用	3,099.49	1,505.25		
	<b>业务组小计</b>	<b>5,115.83</b>	<b>2,947.44</b>	<b>3,701.91</b>	
湿巾	固定资产	12,085.09	7,694.41		
	长期待摊费用	11,868.63	5,676.75		
	<b>业务组小计</b>	<b>23,953.72</b>	<b>13,371.16</b>	<b>9,160.50</b>	<b>4,210.66</b>
护肤品——膏霜乳液	固定资产	18,970.67	12,191.70		
	长期待摊费用	7,679.03	3,401.13		
	<b>业务组小计</b>	<b>26,649.70</b>	<b>15,592.83</b>	<b>16,558.19</b>	
护肤品——唇膏	固定资产	560.71	299.84		
	长期待摊费用	6.21	3.88		
	<b>业务组小计</b>	<b>566.92</b>	<b>303.72</b>	<b>1,303.14</b>	
无纺布制品	固定资产	1,506.99	763.45		
	长期待摊费用	450.37	277.92		
	<b>业务组小计</b>	<b>1,957.36</b>	<b>1,041.37</b>	<b>2,859.85</b>	
	<b>合计</b>	<b>81,279.35</b>	<b>42,515.09</b>	<b>43,437.93</b>	<b>4,210.66</b>



经减值测试分析诺斯贝尔湿巾业务组账面价值 13,371.16 万元，可收回金额 9,160.50 万元，可收回金额较账面价值低 4,210.66 万元，按账面价值中固定资产、长期待摊费用账面价值占比对 4,210.66 万元进行分配，其中固定资产应计提减值准备 2,423.02 万元，长期待摊费用应计提减值准备 1,787.64 万元。

诺斯贝尔在 2020、2021 年基于乐观的市场预期对湿巾产能进行了扩张，但由于市场周期因素及外部市场竞争环境的变化，诺斯贝尔当前及预计未来湿巾订单不及预期，湿巾产线产能利用率明显较低，导致湿巾业务组的可收回金额测试结果低于其账面价值。

综上，公司报告期固定资产减值准备计提所依据的可收回金额的评估方法选取合理、模型选择及参数取值恰当；纳入减值测试的资产范围准确、充分，资产范围的账面价值统计方法合理、统计结果准确；生产线资产减值的计提与业务所面临的现状事实相符。

#### （四）会计师核查程序及核查意见

##### 1、会计师执行的核查程序

针对报告期公司固定资产变动及减值计提等情况，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）执行细节测试，检查固定资产增加、减少相关的凭证、合同、发票、验收记录、审批、银行水单等；

（3）对于在建工程转入的固定资产，检查其竣工决算报告、移交验收报告等，与在建工程相关记录进行核对；

（4）对重要的及本期新增的固定资产进行实地监盘，重点关注是否存在报废、毁损状态的固定资产；

（5）复核本期固定资产累计折旧金额是否准确，并与上期相比，确认是否存在重大差异；

（6）了解并分析报告期产能变动情况以及对后续生产经营的影响；

（7）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，复核主要参数选取，验证减值测试模型的计算准确性；



(8) 复核固定资产减值测试的计算准确性。

## 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：公司报告期内固定资产账面价值变动原因真实、合理；公司判断，近年新建产能无法快速释放、产能利用率不足等不利因素预期将逐渐得到改善，固定资产变动不会对公司后续正常生产经营产生重大不利影响，具有合理性；公司报告期末固定资产减值准备计提依据充分，主要参数选取恰当，减值测算过程及金额计算准确，具有合理性。

**问题九：年报披露，报告期末你公司存货账面价值为 4.22 亿元，较期初减少 60.16%。请你公司结合公司收入变动、在手订单、子公司剥离情况说明存货大幅下降的原因，并结合存货的类别、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) 存货账面价值变动原因分析

#### 1、存货分类情况

单位：万元

项目	期末余额			期初余额		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	15,494.71	1,471.45	14,023.26	42,694.67	1,448.58	41,246.09
库存商品	20,918.37	1,742.36	19,176.01	37,350.90	1,464.11	35,886.79
自制半成品	6,477.22	394.22	6,083.00	18,226.49	100.43	18,126.06
在产品				5,896.43		5,896.43
发出商品	1,930.87		1,930.87	3,520.85		3,520.85
在途物资	627.66		627.66	652.62		652.62
委托加工物资	333.27		333.27	338.28		338.28
周转材料				204.11		204.11
<b>合计</b>	<b>45,782.10</b>	<b>3,608.03</b>	<b>42,174.07</b>	<b>108,884.35</b>	<b>3,013.12</b>	<b>105,871.23</b>

从上表看，公司存货主要包括原材料、库存商品、自制半成品。报告期末公司存货账面价值为 42,174.07 万元，较期初 105,871.23 万元减少 63,697.16 万元，





下降比例为 60.16%。报告期公司剥离松节油深加工业务，经统计，松节油深加工业务存货期初账面价值为 38,554.88 万元。剔除此影响后，公司存货期初账面价值为 67,316.36 万元，期末存货账面价值较期初下降 25,142.29 万元，下降比例为 37.35%。

## 2、化妆品业务存货分类变动情况

单位：万元

项目	期末余额			期初余额		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	15,494.71	1,471.45	14,023.26	23,640.80	746.74	22,894.06
库存商品	20,918.37	1,742.36	19,176.01	24,874.51	909.76	23,964.75
自制半成品	6,477.22	394.22	6,083.00	18,226.49	100.43	18,126.06
发出商品	1,930.87		1,930.87	1,340.59		1,340.59
在途物资	627.66		627.66	652.62		652.62
委托加工物资	333.27		333.27	338.28		338.28
<b>合计</b>	<b>45,782.10</b>	<b>3,608.03</b>	<b>42,174.07</b>	<b>69,073.28</b>	<b>1,756.93</b>	<b>67,316.36</b>

从上表看，存货期末账面价值为 42,174.07 万元，较期初下降 25,142.29 万元，下降比例为 37.35%。经统计，报告期化妆品业务营业收入同比下降 16.72%，2023 年第一季度营业收入较 2022 年第一季度下降 9.67%。公司化妆品业务规模缩小，导致报告期末原材料、库存商品、自制半成品账面余额较期初相应下降；同时，计提跌价准备也导致报告期末存货账面价值较期初下降。

综上，子公司剥离、化妆品业务规模缩小、计提跌价准备导致报告期末存货账面价值下降。

### （二）报告期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、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	
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	库龄 2-3 年的半成品除无纺布半成品以外全额计提，无纺布半成品减半计提。3 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
特定客户	属于屈臣氏的库龄 2-3 年的原材料全额计提、书然产品全额计提	库龄 1 年以上的屈臣氏、自然堂产品全额计提、书然产品全额计提	库龄 1 年以上的屈臣氏、自然堂产品全额计提、书然产品全额计提

公司使用金蝶 K3/SAP 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；2022 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	13,292.28	1,782.47	419.96		15,494.71
库存商品	20,759.31	124.40	34.66		20,918.37
半成品	5,852.98	549.79	72.59	1.86	6,477.22
其他存货	2,891.80				2,891.80
<b>合计</b>	<b>42,796.37</b>	<b>2,456.66</b>	<b>527.21</b>	<b>1.86</b>	<b>45,782.10</b>



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		948.40		948.40
库龄	274.04	34.67	70.50	379.21
产品属性	1,170.20	163.04	74.25	1,407.49
特定客户	27.21	596.25	249.47	872.93
<b>合计</b>	<b>1,471.45</b>	<b>1,742.36</b>	<b>394.22</b>	<b>3,608.03</b>

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	1.65
	自制半成品	0.61
自然堂	自制半成品	38.54
深圳凯联	原材料	27.21
	库存商品	594.59
	自制半成品	210.33
<b>合计</b>		<b>872.93</b>

经测算，2022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	1,009.22	188.18	274.05		1,471.45
库存商品	1,667.48	40.22	34.66		1,742.36
半成品	70.33	253.38	68.65	1.86	394.22
<b>合计</b>	<b>2,747.03</b>	<b>481.78</b>	<b>377.36</b>	<b>1.86</b>	<b>3,608.03</b>

根据测算结果，公司2022年末按照存货类别计提了跌价准备。

### （三）同行业可比公司对比

报告期公司主营业务由松节油深加工业务和化妆品业务构成，松节油深加工业务已剥离。

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。公司选取了同为化妆品制造业务的嘉亨家



化（300955）、安特股份（871692）和芭薇股份（837023）作为同行业可比公司。公司及嘉亨家化（300955）、安特股份（871692）和芭薇股份（837023）2022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 (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）	54,180.28	16,130.74		
安特股份（871692）	13,499.25	2,425.21		
芭薇股份（837023）	45,937.97	5,672.96	459.82	8.11
公司化妆品业务	208,975.02	45,782.10	3,608.02	7.88

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2022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为7.88%，同行业可比公司计提比例在0%-8.11%之间，不存在重大差异。同时，公司与可比上市公司计提存货跌价准备的会计政策基本一致，各公司计提金额不同主要是报告期末各公司存货成本、状态不同。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。

#### （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）了解收入变动、在手订单以及剥离松节油深加工业务情况，分析期末存货下降的原因及合理性；

（3）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；

（4）对存货进行计价测试，以确认存货期末余额的准确性；



(5) 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；

(6) 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；

(7) 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；

(8) 对公司的销售成本倒轧测试表进行了复核；

(9) 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2022年末存货大幅下降原因客观；存货跌价准备计提合理、依据充分，与同行业公司相比更为谨慎。

**问题十：报告期内，你公司向前五大客户的销售额为7.29亿元，占销售总额的24.97%，较上年同期上升1.36个百分点，公司向前五大供应商采购额为3.60亿元，占比19.78%，较上年同期上升2.84个百分点。报告期末，你公司应收账款账面余额5.22亿元，其中期末余额前五名应收账款合计2.26亿元，占应收账款余额的43.28%。**

(1) 请补充说明报告期前五名客户/供应商的名称、销售/采购涉及的具体业务和产品、定价方式、合作年限、业务模式、销售回款情况，并说明与你公司以及你公司董事、监事、高级管理人员、持股5%以上股东以及上述客户、供应商之间是否存在关联关系或其他业务往来，相关业务是否具备商业实质。

(2) 请说明前五名应收账款对象的具体情况，包括交易对方名称、交易内容、是否存在商业实质、应收账款金额、账龄、坏账准备计提金额、履约能力及信用风险、期后回款情况、与你公司是否存在关联关系，前五名应收账款占比较高的原因及合理性、与主要客户是否匹配、是否存在放宽信用政策促进销售情形。

(3) 请说明报告期前五名客户、供应商是否发生变化，如有，请说明变化原因，并请结合公司所处行业特点、经营情况、销售及采购模式等说明公司是



否存在对主要客户及供应商的依赖、是否存在客户流失风险，并提示相关风险。

请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、请补充说明报告期前五名客户/供应商的名称、销售/采购涉及的具体业务和产品、定价方式、合作年限、业务模式、销售回款情况，并说明与你公司以及你公司董事、监事、高级管理人员、持股5%以上股东以及上述客户、供应商之间是否存在关联关系或其他业务往来，相关业务是否具备商业实质。

### （一）报告期前五名客户具体情况

单位：万元

序号	客户名称	销售金额 (不含税)	销售回款	产品	定价方式	合作年限	业务模式
1	植物医生	26,626.59	30,911.46	面膜、护肤品、湿巾、无纺布制品	投标形式	5年以上	OEM和ODM
2	GAMA集团	12,611.97	14,180.71	护肤品、湿巾、无纺布制品	直接报价/投标形式	15年以上	OEM和ODM
3	利洁时集团	12,043.54	14,630.86	面膜、湿巾	成本加成	10年以上	OEM
4	华熙生物科技股份有限公司	11,794.33	10,885.98	面膜、护肤品	协商定价	2年	ODM
5	联合利华集团	9,773.85	9,764.26	面膜、护肤品、湿巾、无纺布制品	投标形式	3年	ODM
	<b>前五合计</b>	<b>72,850.28</b>	<b>80,373.27</b>				

### （二）报告期前五名供应商具体情况

单位：万元

序号	供应商名称	业务模式	采购金额	产品	定价方式	合作年限
1	尤溪县翰松化工贸易有限公司	询比价采购	11,481.89	松节油	议价	8年
2	南宁市武鸣区朝燕林场松香厂	询比价采购	9,889.21	松节油	议价	10年
3	中山市聚达包装制品有限公司	询比价采购	5,679.92	包材	议价	9年
4	浙江正荣香料有限公司	询比价采购	4,769.50	松节油、蒎烯	议价	13年
5	中山市贝利斯特包装制品有限公司	询比价采购	4,187.80	包材	议价	6年
	<b>前五合计</b>		<b>36,008.32</b>			

（三）报告期前五名客户/供应商与公司、公司董监高、持股5%以上股东以及上述客户、供应商之间是否存在关联关系或其他业务往来，相关业务是否



## 具备商业实质

单位名称	与公司及公司董监高、持股5%以上股东是否存在关联关系或其他业务往来	前五大客户/供应商之间是否存在关联关系或其他业务往来	相关业务是否具备商业实质
植物医生	否	否	是
GAMA 集团	否	否	是
利洁时集团	否	否	是
华熙生物科技股份有限公司	否	否	是
联合利华集团	否	否	是
尤溪县翰松化工贸易有限公司	否	否	是
南宁市武鸣区朝燕林场松香厂	否	否	是
中山市聚达包装制品有限公司	否	否	是
浙江正荣香料有限公司	否	否	是
中山市贝利斯特包装制品有限公司	否	否	是

二、请说明前五名应收账款对象的具体情况，包括交易对方名称、交易内容、是否存在商业实质、应收账款金额、账龄、坏账准备计提金额、履约能力及信用风险、期后回款情况、与你公司是否存在关联关系，前五名应收账款占比较高的原因及合理性、与主要客户是否匹配、是否存在放宽信用政策促进销售情形。

单位：万元

序号	客户名称	应收账款金额	账龄	坏账准备	截止 2023 年 5 月 23 日回款	产品
1	北京植物医生生物科技有限公司	8,933.39	1 年以内	470.18	10,088.38	面膜、护肤品、湿巾、无纺布制品
2	联合利华（中国）有限公司	6,460.02	1 年以内	340.00	7,397.02	面膜、护肤品、湿巾
3	上海家化联合股份有限公司	3,353.92	1 年以内	176.52	2,994.34	面膜、护肤品、湿巾
4	广州宝洁有限公司	2,165.01	1 年以内	113.95	2,048.57	面膜、护肤品
5	上海新高姿化妆品有限公司 广州分公司	1,694.37	1 年以内	89.18	1,800.00	面膜、护肤品
合计		22,606.71		1,189.83	24,328.31	

续：



履约能力	信用政策	信用风险	占比较高的原因及合理性	与主要客户是否匹配	是否存在放宽信用政策促进销售情形	是否存在关联关系
具备	开票后 60 天	低	属于前五大客户，信用期还款	是	否	否
具备	开票后月结 90 天	低	属于前五大客户，信用期还款	是	否	否
具备	开票后 120 天	低	属于前八客户，信用期还款	是	否	否
具备	开票后月结 180 天	低	属于前三十大客户，信用期还款	是	否	否
具备	开票后月结 60 天	低	属于前三十大客户，信用期还款	是	否	否

从上表看，前五名应收账款对象期后回款金额为 24,328.31 万元，回收率为 107.62%，期后回款好。

三、请说明报告期前五名客户、供应商是否发生变化，如有，请说明变化原因，并请结合公司所处行业特点、经营情况、销售及采购模式等说明公司是否存在对主要客户及供应商的依赖、是否存在客户流失风险，并提示相关风险。

#### （一）前五大客户情况及变化

单位：万元、%

2021 年前五大客户				
序号	客户名称	销售金额	占年度销售总额比例	备注
1	北京植物医生生物科技有限公司	24,530.34	6.64	
2	GAMA 集团	22,307.41	6.04	
3	利洁时集团	15,578.60	4.22	
4	联合利华（中国）有限公司	15,312.57	4.15	
5	广州逸仙电子商务有限公司	9,481.47	2.56	
	<b>合计</b>	<b>87,210.39</b>	<b>23.61</b>	
2022 年前五大客户				
序号	客户名称	销售金额	占年度销售总额比例	备注
1	北京植物医生生物科技有限公司	26,626.59	9.13	连续 4 年保持前五大
2	GAMA 集团	12,611.97	4.32	连续 3 年保持前五大
3	利洁时集团	12,043.54	4.13	连续 3 年保持前五大
4	华熙生物科技股份有限公司	11,794.33	4.04	2022 年新增前五大
5	联合利华（中国）有限公司	9,773.85	3.35	2021、2022 年均为前五大
	<b>合计</b>	<b>72,850.28</b>	<b>24.97</b>	
6	广州逸仙电子商务有限公司	8,781.59	3.01	2022 年退出 2021 年前五大，但仍保持前十大





从上表看，报告期前五大客户中第四名为新增，广州逸仙电子商务有限公司从2021年第五名退至报告期第六名，前五大客户总体较稳定；2022年度前五大客户占营业收入比例为24.97%，较2021年度的上升了1.36个百分点，客户集中程度基本保持稳定。公司不存在向单一客户销售比例超过总额的30%，或严重依赖于少数客户的情形。

## （二）前五大供应商情况及变化

单位：万元、%

2021年前五大供应商					
序号	供应商名称	产品	采购金额	占年度采购总额比例	备注
1	尤溪县翰松化工贸易有限公司	松节油	13,462.44	5.12	
2	南宁市武鸣区朝燕林场松香厂	松节油	13,024.47	4.95	
3	海南欣龙无纺股份有限公司	无纺布	7,266.77	2.76	2022年退出前五大，但仍保持前二十大
4	尤溪县鑫益化工有限公司	松节油	5,420.29	2.06	2022年退出前五大，但仍保持前二十大
5	佛山市南海昌伟非织造材料有限公司	无纺布	5,386.34	2.05	2022年退出前五大，但仍保持前十大
	<b>合计</b>		<b>44,560.31</b>	<b>16.94</b>	
2022年前五大供应商					
序号	供应商名称	产品	采购金额	占年度采购总额比例	备注
1	尤溪县翰松化工贸易有限公司	松节油	11,481.89	6.31	2021、2022年均均为前五大
2	南宁市武鸣区朝燕林场松香厂	松节油	9,889.21	5.43	2021、2022年均均为前五大
3	中山市聚达包装制品有限公司	包材	5,679.92	3.12	2021年第六名
4	浙江正荣香料有限公司	松节油、蒎烯、龙脑	4,769.50	2.62	2021年前二十大
5	中山市贝利斯特包装制品有限公司	包材	4,187.80	2.30	2021年第八名
	<b>合计</b>		<b>36,008.32</b>	<b>19.78</b>	

从上表看，报告期公司向前五大供应商采购额为3.60亿元，占比19.78%，较上年同期上升2.84个百分点，总体基本保持稳定。无纺布为湿巾系列的主要原材料，2022年海外市场对湿巾产品需求减弱，加上海运价格维持高位，2022年湿巾系列收入同比上期降低34.10%，故本期向海南欣龙无纺股份有限公司和



佛山市南海昌伟非织造材料有限公司采购额同比上期减少,两家供应商退出2022年前五大;2022年对中山市聚达包装制品有限公司和中山市贝利斯特包装制品有限公司采购额同比上期持平,两家供应商由2021年前十大变为2022年前五大。

2022年公司对浙江正荣香料有限公司增加松节油的采购,本期采购额同比上期增加1,999.93万元,增长72.21%,故本期由2021年前二十大变为2022年前五大;2022年公司对尤溪县鑫益化工有限公司减少松节油采购,本期采购额同比上期减少2,978.55万元,下降54.95%,故本期由2021年前五大变为2022年前二十大。截至财务报告批准报出日,公司已剥离松节油深加工业务,公司不再经营松节油深加工业务,不受该部分影响。

### (三) 公司报告期前五大客户与供应商业务类型不匹配的原因分析

报告期,化妆品业务营业收入208,975.02万元,占比71.63%,松节油深加工业务营业收入82,761.62万元,占比28.37%,化妆品业务规模远大于松节油深加工业务;前五大客户均为化妆品业务客户,但公司近两年前五大供应商中有三家为松节油深加工业务原料供应商,形成前五大客户与供应商业务类型不匹配情形,主要原因分析如下:

#### 1、松节油深加工业务原料较单一,供应商集中度高

公司松节油深加工业务均以松节油及其衍生品作为主要原材料,生产所需原料较为单一,报告期内(2022年1-11月)相关原料采购占该业务采购总额的72.67%。同时,松节油来源于松脂采集后加工而成,供应商一般靠近松脂主产区如广西、云南、湖南等地,供应商集中度较高。报告期内松节油深加工业务原材料供应商131家,松节油及其衍生品前十大供应商采购额占松节油深加工业务当期采购总额的比例为60.54%。

#### 2、化妆品业务产品及原料品类多,供应商分散

化妆品业务产品种类众多,涉及面膜、护肤品、湿巾等不同类别。原材料包含包材、化学原料、无纺布纤维不同种类,且不同产品配方、客户对产品品质和包装等要求也不相同,导致公司原材料采购较为分散。报告期内,化妆品业务原材料供应商超过700家,物料明细超过1.5万个,化妆品业务前十大供应商采购额占化妆品业务当期采购总额的比例为27.96%。报告期化妆品业务各类原材料采购构成情况如下表所示:



化妆品业务原材料	采购模式	采购额占采购总额的比例
包材	询比价采购	44.78%
原料	询比价采购	34.87%
无纺布纤维	询比价采购	19.98%
其它	询比价采购	0.37%
合计		100.00%

从上表看，化妆品业务前三类原材料采购占比分散，集中度不高。

### 3、松节油深加工业务和化妆品业务两类业务产品生产特性不同，导致两类业务产品成本构成差异较大

报告期松节油深加工业务材料成本占营业成本的比重为91%，化妆品业务材料成本占营业成本69%，两类业务产品具有不同的生产特性，导致两类业务产品成本构成差异较大。在假定存货余额不变的情况下，松节油深加工业务采购额占公司采购总额比重也会大于松节油深加工业务销售额占公司销售总额比重。

#### （四）结合公司所处行业特点、经营情况、销售及采购模式等说明公司是否存在对主要客户及供应商的依赖、是否存在客户流失风险

##### 1、松节油深加工业务

（1）行业特点：公司是国内松节油深加工行业龙头企业，主要产品为合成樟脑及其中间产品、副产品，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。近年国内外竞争对手逐渐恢复、扩建合成樟脑及相关产品生产线，部分新进入者亦规划合成樟脑产能，一方面由于产品市场需求较为稳定，销售端将面临更加激烈的竞争；另一方面行业新增产能将推高主要原材料松节油价格。因此，松节油深加工行业供需两端承压，行业利润水平快速下滑，行业景气度回落明显。

（2）经营情况：松节油深加工业务行业竞争趋于激烈，行业景气度回落，市场成长空间有限，且生产厂房将面临搬迁及重建的风险，公司于2022年10月31日召开董事会，审议通过《关于转让两家全资子公司100%股权暨被动形成财务资助的议案》，截至财务报告批准报出日，公司已剥离松节油深加工业务，公司不再经营松节油深加工业务，不受该部分影响。

（3）采购模式：行业新增产能将推高主要原材料松节油价格，公司为建立稳定的松节油供应体系，降低采购成本和原料供应风险，以直接与松节油生产企



业建立稳定的合作关系作为主要采购模式，合作供应商覆盖广西、云南、广东、江西、福建等主要松节油产区，公司不存在向单一供应商采购比例超过总额的 30%，或严重依赖于少数供应商的情况。

(4) 销售模式：公司产品用途广泛，市场分布在世界各地，客户群体分散，一方面由于不依赖于某个市场或某几个客户，客户集中度风险较低，另一方面由于市场、客户分散对公司销售能力提出了较高的要求。为此，公司根据国内、国际市场的市场成熟度、市场需求特点的不同，结合公司产品线的分类和生产情况，采取不同的销售策略，通过建立多级销售渠道强化公司的销售能力。公司经过多年拓展国内和国际市场，积累了稳定的客户群体，不存在客户流失风险。

## 2、化妆品业务

(1) 行业特点：化妆品属于快速消费品，其需求量和家庭收入水平、消费观念有较大关系，但整体周期性波动较小。随着国内化妆品企业逐渐崛起，化妆品产品品牌持续涌现，新品牌刚开始进入市场时，往往将更多的资源投入到品牌建设和营销，缺乏自主生产能力，促成对化妆品 OEM/ODM 业务需求的增长，进而给予具备竞争优势的 OEM/ODM 企业发展机遇；此外，化妆品消费人群更加多元化，品牌商需要不断推出新产品，通过多元化的产品组合以及健康时尚的设计理念来迎合消费者需求，进而给予具备竞争优势的 OEM/ODM 企业发展机遇。与此同时，行业监管趋严，行业配套规范性文件逐步推出和落地，对原料与产品、生产经营、监督管理、法律责任等进行规范，在监管新规的规范下，众多难以达到生产质量要求及短期无法快速实现调整的品牌商将更多的依托代加工企业生产，有利于提高公司的竞争力和市场占有率。

(2) 经营情况：报告期内，受宏观经济及行业环境等影响，国内经济复苏节奏显著放缓，并伴随结构分化，其中消费市场影响较为严重。受行业环境及地缘政治危机影响，国内消费市场低迷、出口物流受阻，经济下行压力加大。同时行业竞争格局加剧，公司生产经营面临较大的风险挑战。面对复杂多变的国内外环境，公司贯彻落实各项年度经营计划，努力开展各项工作。报告期内公司实现营业收入 291,736.65 万元，同比下降 21.01%；营业成本 275,212.42 万元，同比下降 14.34%；归属于上市公司股东的净利润-74,242.07 万元，同比增长 18.56%。化妆品及相关业务主要由诺斯贝尔作为经营主体。报告期内诺斯贝尔实现营业收



入 207,824.62 万元，同比下降 17.17%；营业利润-27,595.52 万元，同比下降 316.09%；毛利率 4.39%，同比下降 6.05 个百分点；实现归属于诺斯贝尔所有者权益的净利润-23,013.48 万元。

(3) 采购模式：公司全资子公司诺斯贝尔主要从事化妆品 ODM 业务，化妆品及相关业务产品的原材料主要包括化工原材料、无纺布、纤维和包装材料，近年来受能源价格上涨及通货膨胀等因素的影响，化妆品原料和包装材料的价格都出现了一定程度的上涨。部分化妆品原料依赖于国外进口，2020 年以来受到国外原材料供应商减产、航运价格高企等因素影响，出现进口原材料短缺、价格上涨情形，对化妆品制造企业的生产、销售及业绩均产生了一定影响。为了保证原材料的稳定供给，公司建立了严格的采购管理制度，进行物料的受控采购、采购成本管理等；建立了供应商遴选标准，由 QA 部（质量保证部）组织相应部门依据诺斯贝尔《供应商质量体系审核规程》进行供应商质量体系审核。通过对物资的质量、价格、供货期等进行综合比较，对供应商进行评价与选择，并积极寻求新供应商，建立稳定的《合格供应商名录》，经过多年的信赖合作，诺斯贝尔已与 30 多家全球知名原料供应商或其代理商建立长期合作关系，不存在单一供应商依赖的问题。

(4) 销售模式：诺斯贝尔采用直接销售的模式，根据客户需求安排生产和销售，在与客户沟通需求后，需按客户方所需产品特点确认参数，最终经方案确认再签订订单并进行生产。诺斯贝尔凭借多年的专业技术水平以及行业经验赢得了市场的良好口碑，深得国内外等众多知名品牌客户认可，与许多客户建立了相互信任和依赖的稳定合作关系，主要客户包括国际知名品牌、国内知名品牌、社交电商品牌、新锐电商品牌、微商品牌等。多元化的客户类型有利于诺斯贝尔长期、可持续稳定的发展。

### 3、主要客户/供应商稳定性分析

诺斯贝尔凭借多年的专业技术水平以及行业经验与下游客户保持长期、可持续的合作，而且随着诺斯贝尔新客户的开发，客户集中度不断降低。2022 年诺斯贝尔前十大客户的收入占比为 49.49%，前二十大客户的收入占比为 67.00%。经过多年的信赖合作，诺斯贝尔已与 30 多家全球知名原料供应商或其代理商建立长期合作关系，2022 年诺斯贝尔前十大供应商采购额占比为 27.95%，前二十



大供应商采购额占比为42.38%。因此，公司主要客户/供应商较为稳定。

#### 四、会计师核查程序及核查意见

##### 1、会计师执行的核查程序

(1) 了解、评价公司销售与收款、采购与付款相关的内部控制设计合理性，测试关键内部控制运行有效性；

(2) 获取前五大客户销售合同、出库单、报关单、签收单、发票等执行细节测试，核查收入确认真实性；访谈销售负责人，了解与主要客户的合作方式、交易习惯、结算方式、客户性质、客户规模、有无特殊约定等；

(3) 获取并检查主要供应商及新增供应商档案，获取前五大供应商采购合同、送货单、入库单、发票等执行购货测试，核查采购业务真实性；访谈采购负责人，了解公司与主要供应商的合作模式、采购内容、结算模式及交易情况；

(4) 获取公司组织结构图和董监高、持股5%以上股东名单等关联方名单；通过企查查、国家工商信息网等公开网站，查询前五名客户/供应商经营地址、经营范围、股权结构、主要人员、投资关系等工商信息及背景资料，核查前五大客户/供应商与董监高、持股5%以上股东是否存在关联关系或其他业务往来以及前五大客户/供应商之间是否存在关联关系或其他业务往来；

(5) 获取并检查主要客户及新增客户档案，检查前五大应收账款对象合同履行情况、历史回款情况、信用政策等；通过企查查、国家工商信息网等公开网站，查询前五大应收账款对象经营状况，抗风险能力，核查前五大应收账款对象履约能力及信用风险；

(6) 对前五大客户/供应商本期交易金额、期末余额进行函证，未回函的均执行替代测试、期后回款/付款检查等程序；

(7) 获取本期及上期前五名客户/供应商明细资料，对比前五大客户/供应商销售/采购金额及变动情况，核实前后期变化的合理性；验证双方业务的真实性与合理性，相关业务是否具备商业实质。

(8) 复核报告期前五名应收账款客户名称、销售内容、销售金额、账龄、合同约定的收款进度、期后回款情况；



(9) 了解询问及上网查询报告期前五名应收账款与公司及其主要股东、董监高、持股5%以上股东是否存在关联关系或其他业务往来情形。

## 2、会计师核查结论

经核查，会计师认为：

(1) 报告期公司前五名客户/供应商与公司以及公司董监高、持股5%以上股东不存在关联关系或其他业务往来，前五名客户/供应商之间不存在关联关系或其他业务往来，未发现相关业务不具备商业实质情形；

(2) 报告期公司前五名应收账款对象与公司不存在关联关系，占比较高原因客观，具有合理性，与主要客户相匹配；未发现存在放宽信用政策促进销售情形；

(3) 报告期公司前五大客户/供应商较上期变化原因客观，具有合理性；公司不存在对主要客户及供应商的重大依赖情形，未发现存在客户流失的重大风险。

**问题十一：年报披露，报告期内，你公司发生管理费用1.96亿元，同比上升6.33%，管理费用率6.74%，管理费用率同比增加1.73个百分点。请你公司结合管理人员变动、设备折旧摊销、业务剥离情况等详细说明管理费用发生额及费用率上升的原因及合理性，结合公司2023年一季度管理费用率进一步上升的情况说明费用率上升趋势是否仍将持续，是否存在改善的措施。**

请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

### (一) 报告期管理费用变动合理性分析

#### 1、报告期管理费用发生额变动合理性分析

单位：万元、%

项目	本期发生额	上期发生额	变动金额	变动率
职工薪酬	7,693.08	7,126.43	566.65	7.95
租赁及仓储服务费	3,778.69	3,572.49	206.20	5.77
事务费用	2,709.29	2,486.56	222.73	8.96
折旧摊销	3,155.71	2,584.45	571.26	22.10
中介咨询费	1,340.60	1,262.99	77.61	6.14



修善、修理费	6.70	200.44	-193.74	-96.66
差旅费	239.53	257.49	-17.96	-6.98
安全费用	120.45	142.36	-21.91	-15.39
其他	632.83	872.37	-239.54	-27.46
<b>合计</b>	<b>19,676.87</b>	<b>18,505.57</b>	<b>1,171.30</b>	<b>6.33</b>

从上表看，报告期内管理费用发生额为 19,676.87 万元，较上期增加 1,171.30 万元，同比上升 6.33%。管理费用增加的主要项目包括职工薪酬、折旧摊销等，具体分析如下：

(1) 报告期管理费用-职工薪酬发生额为 7,693.08 万元，较上期增加 566.65 万元，同比上升 7.95%，增加的主要原因分析如下：

1) 2021 年 3 月诺斯贝尔调整工资政策，管理人员薪资水平均有一定程度提高；同时，2021 年 7 月国家统一提高社保项目缴费基数，导致公司社保及公积金支出增加，从而影响职工薪酬 2022 年度较上年有所增长等。经测算，上述因素导致报告期薪酬支出同比增加约 350 万元。

2) 诺斯贝尔为提高人均效能，对人员结构整体进行优化，陆续与部分管理人员协商解除劳动合同协议，报告期诺斯贝尔支付员工补偿金 79.01 万元。

3) 广东丽研系 2021 年 7 月成立的子公司，报告期为完整年度，导致管理人员薪酬支出同比增加 100.53 万元。

(2) 报告期管理费用-折旧摊销发生额为 3,155.71 万元，较上期增加 571.26 万元，同比增长 22.10%。主要原因系：

1) 2021 年 12 月，诺斯贝尔购入无形资产-土地，摊销同比增加 215.61 万元；

2) 报告期诺斯贝尔终止租赁部分仓库，导致长期待摊费用摊销增加 82.36 万元；

3) 报告期购入软件系统和新增装修工程完工，以及 2021 年度购入软件系统和装修工程完工上期非完整摊销年度，导致折旧摊销同比增加 166.67 万元；

4) 杭州颐唯实为 2021 年 7 月成立的子公司，报告期折旧摊销期间为完整年度，导致折旧摊销同比增加 80.40 万元。

(3) 报告期管理费用-租赁服务费发生额为 3,778.69 万元，较上期增加 206.20 万元，同比增长 5.77%。主要原因系部分仓储场所合同到期续签，价格上涨，导致租赁费上升。





(4) 报告期管理费用-事务费用发生额为 2,709.29 万元，较上期增加 222.73 万元，同比增长 8.96%。事务费用主要增加了业务招待费、办公费，系外部接待、业务拓展等开支增加。

(5) 报告期管理费用-中介咨询费发生额为 1,340.60 万元，较上期增加 77.61 万元，同比增长 6.14%。主要原因系报告期启动了松节油深加工业务剥离、向特定对象发行股票等事项，导致财务顾问费、审计费及评估费等增加。

## 2、报告期管理费用率变动合理性分析

单位：万元、%

项目	本期发生额	上期发生额	变动金额	变动率
管理费用	19,676.87	18,505.57	1,171.30	6.33
营业收入	291,736.65	369,325.47	-77,588.82	-21.01
管理费用率	6.74	5.01		1.73

从上表看，报告期内管理费用率 6.74%，同比增加 1.73 个百分点。受宏观经济及行业环境、市场需求下降等影响，报告期营业收入同比下降 21.01%（详见本问询函问题一/一、分产品类型说明报告期内营业收入下滑的具体原因，……/（一）报告期营业收入下滑的原因及合理性之回复）。在营业收入较大幅度下降情况下，管理费用发生额小幅上升 6.33%，二者叠加，导致报告期内管理费用率上升 1.73 个百分点。

### （二）2023 年度第一季度管理费用率变动合理性分析

单位：万元、%

项目	本期发生额 (未经审计)	上期发生额 (未经审计)	变动金额	变动率
管理费用	3,832.69	4,951.00	-1,118.31	-22.59
其中：青松化工		787.96	-787.96	-100.00
剔除青松化工后管理费用	3,832.69	4,163.04	-330.35	-7.94
营业收入	39,707.19	68,722.32	-29,015.13	-42.22
其中：青松化工		24,763.63	-24,763.63	-100.00
剔除青松化工后营业收入	39,707.19	43,958.69	-4,251.50	-9.67
管理费用率	9.65	7.20		2.45
剔除青松化工后管理费用率	9.65	9.47		0.18

从上表看，2023 年一季度公司实现营业收入 39,707.19 万元，同比减少 29,015.13 万元，同比下降 42.22%；管理费用 3,832.69 万元，同比减少 1,118.31



万元，同比下降 22.59%；管理费用率 9.65%，同比增加 2.45 个百分点。报告期公司已剥离松节油深加工业务主体青松化工，剔除青松化工对上年同期影响后，管理费用同比下降 7.94%，营业收入同比下降 9.67%，管理费用率同比上升 0.18 个百分点，费用率不存在明显上升趋势。

### （三）针对管理费用采取的措施

针对管理费用，公司已实施以下措施：

- 1、通过精简管理层次、减少管理人员数量、调整管理职能等方式来优化管理团队结构，提高人均效能，降低管理费用率。
- 2、加强费用管控，进一步降低费用率。

### （四）会计师核查情况及核查意见

#### 1、会计师执行的核查程序

针对报告期及 2023 年一季度公司管理费用，会计师执行的核查程序包括：

- （1）了解公司费用管理相关制度、费用改善措施情况。
- （2）检查主要费用项目相关合同、协议、发票、结算单据以及会计处理等，以判断管理费用发生是否真实、准确。
- （3）了解报告期及 2023 年一季度管理费用各主要费用项目及营业收入变动原因，分析和判断其变动的合理性。

#### 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：报告期内管理费用发生额及费用率上升的原因客观，具有合理性；2023 年一季度管理费用率进一步上升原因客观、合理，预计费用率不存在明显上升趋势，采取的改善措施恰当。

**问题十二：年报披露，报告期内，你公司发生研发费用 1.22 亿元，同比下降 1.96%，研发费用率 4.18%，研发费用率同比增加 0.82 个百分点，报告期末研发人员数量 252 人，相比 2021 年研发人数减少 31.71%。**

**（1）请你公司结合研发人员岗位分工、新业务研发进展、剥离业务子公司研发人员等详细说明研发人数减少的原因，是否对公司研发能力、核心产品研发进度构成影响。**



(2) 请你公司进一步列示上述研发费用投入的研发项目具体情况，包括项目名称、研发目的、项目开始时间、预计完成时间、投资预算、研发进度等，相关费用归集是否符合《企业会计准则》的规定。

请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、请你公司结合研发人员岗位分工、新业务研发进展、剥离业务子公司研发人员等详细说明研发人数减少的原因，是否对公司研发能力、核心产品研发进度构成影响。

### (一) 研发人员减少原因分析

公司2022年年度报告披露报告期公司研发人员252人（其中松节油深加工业务按全年平均数统计的研发人员54人、报告期末化妆品业务研发人员198人），较年初369人减少117人，相比2021年研发人数减少31.71%。

#### 1、松节油深加工业务

研发人员54人，系从事松节油深加工业务主体青松化工按全年平均数统计的研发人员，较2021年末松节油深加工业务研发人员73人，减少19人，报告期公司已剥离松节油深加工业务，未来不再构成影响。

#### 2、报告期化妆品业务研发人员变动情况如下：

单位：人、%

岗位	2022年末	2021年末	变动数量	变动率
<b>核心岗位人员：</b>				
产品测试工程师	3	4	-1	-25.00
产品工程师	34	36	-2	-5.56
生产工艺工程师	5	6	-1	-16.67
市场调研负责人	4	4	0	0.00
试制工程师	9	11	-2	-18.18
功效评价工程师	6	0	6	
<b>小计</b>	<b>61</b>	<b>61</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>非核心岗位人员</b>				
产品测试员	20	38	-18	-47.37
产品助理	25	34	-9	-26.47
生产工艺员	16	27	-11	-40.74
市场调研员	26	46	-20	-43.48



试制助理	50	90	-40	-44.44
<b>小计</b>	<b>137</b>	<b>235</b>	<b>-98</b>	<b>-41.70</b>
<b>合计</b>	<b>198</b>	<b>296</b>	<b>-98</b>	<b>-33.11</b>

注：核心岗位包括各类工程师、市场调研负责人，其他人员归类为非核心岗位人员。

从上表看，报告期末公司化妆品研发人员 198 人，较上期减少 98 人，均为非核心岗位研发人员。公司化妆品研发人员减少的主要原因系公司为提高人均效能，对研发人员结构进行了优化，缩减了非核心岗位研发人员规模；核心岗位研发人员也进行了优化和调整，但人数未发生变动。因此，报告期研发人员减少不会对公司化妆品业务研发能力、核心产品研发进度构成重大影响。

二、请你公司进一步列示上述研发费用投入的研发项目具体情况，包括项目名称、研发目的、项目开始时间、预计完成时间、投资预算、研发进度等，相关费用归集是否符合《企业会计准则》的规定。

### （一）报告期研发项目具体情况

#### 1、报告期松节油深加工业务

研发项目 9 个，发生研发费用 3,034.05 万元，报告期公司已剥离青松化工。

#### 2、报告期化妆品业务研发项目具体情况

单位：万元

序号	项目名称	起止时间	项目预算	报告期研发费用	研发进度	研发目的
1	化妆品在微生态中的应用	2019.03.01-2022.03.31	2,200	182.73	已完成	研究皮肤微生物种群对皮肤影响，并基于此开发出能保持皮肤微生态平衡的化妆品。
2	口罩脸解决方案的研究	2020.05.01-2022.01.31	650	31.12	已完成	该项目意指在研发于佩戴口罩或者其他特殊情况下，皮肤也能保持稳定的屏障功能。
3	重组蛋白在配方中的开发和应用	2020.06.01-2022.06.30	600	194.70	已完成	使用重组蛋白 FN 为核心，应用于修护肌肤功效作用的护肤产品。
4	基于 VC 及植物美白原料的功效研究	2020.06.01-2023.03.31	550	288.98	91.18%	开发一项协同增效，美白祛斑效果出众，安全温和，稳定性良好的美白功效原料组合物。
5	纳米液晶结构载体的开发及其在化妆品中的应用	2020.08.01-2022.09.30	1,000	254.07	已完成	使用高压微射流技术，制备包裹油性功效成分、稳定性良好、功效性明显的纳米液晶结构载体，应用于各类护肤产品中。



序号	项目名称	起止时间	项目 预算	报告期研 发费用	研发进 度	研发目的
6	胶原蛋白面膜的开发	2020.08.01- 2022.09.30	1,000	266.94	已完成	选用安全的具有超强的修护功能的重组胶原，开发一款胶原蛋白面膜贴，能够适用于受损及敏感肌肤人群，达到修复肌肤屏障，回复肌肤弹力的效果。
7	具有海洋生态友好的绿鱼标志防晒产品的开发	2020.09.01- 2022.07.31	600	157.75	已完成	对现有的防晒产品，对于其毒理性，和环境友好性做进一步的研究，以致力于开发具有对环境友好，且毒理安全的防晒产品。
8	活性多肽祛皱紧致化妆品的开发	2020.09.01- 2022.06.30	700	157.04	已完成	开发一款活性多肽祛皱紧致组合物，应用于祛皱紧致化妆品中。
9	皮肤均衡保湿的技术研究与产品开发	2020.09.01- 2022.06.30	700	166.03	已完成	针对干燥肌肤部位具有带负电荷较多的特点，设计一种包裹优选的保湿成分的带正电荷微囊，用于定位修复皮肤角质层的干燥部位。
10	植物舒缓成分在化妆品中的应用与研究	2021.01.01- 2022.12.31	600	326.38	已完成	通过将植物舒缓成分应用于化妆品中，阻止化妆品原料带来的刺激，修复及强化肌肤屏障功能，从而解决肌肤敏感问题。
11	桦树茸，灵芝，桑黄有效成分提取技术研究	2021.01.01- 2023.8.31	800	299.74	75.00%	分别使用普通的有机溶媒或以热水为溶媒的提取方法、超声波提取法及微波提取法对抗氧化效果很好的桦树茸、灵芝及姜黄进行提取，旨在确定和掌握其特性及效率，再以该实验结果为基础，找出提取这三种菌类的最适提取条件。
12	基于皮肤微生态的化妆品研究与开发	2021.02.01- 2022.12.31	600	376.05	已完成	通过研究基于皮肤微生态的化妆品成分和原料对皮肤微环境、皮肤微生物群以及皮肤微生态的影响；研究其作用机理和护肤功效；以及研究其在化妆品配方中的实际应用，开发出基于皮肤微生态且具有一定护肤功效的化妆品，保障人体皮肤健康。
13	美白静电纺丝面膜的研发	2021.03.01- 2022.12.31	600	382.58	已完成	研究生物活性纳米纤维在化妆品领域的关键制备技术，将具有美白功效的提取物与胶原蛋白、透明质酸类天然聚合物配制成的精华液混合，制成美白纳米纤维纺丝液。利用螺旋静电纺丝技术，将美白纳米纤维纺丝液制备成海岛结构的生物质纳米纤维，迎合市场对这类功效显著化妆品的需求。
14	新型肤感水凝胶产品的开发	2021.03.01- 2022.09.30	400	255.57	已完成	在于研发一种无论从状态、肤感、生产形式都和以往的热塑性水凝胶或者化学反应水凝胶均有不同的新型肤感的水凝胶产品。



序号	项目名称	起止时间	项目 预算	报告期研 发费用	研发进 度	研发目的
15	纳米脂质体的开发及其在化妆品中的应用	2021.04.01- 2022.09.30	400	232.47	已完成	使用高压微射流技术,通过对脂质体制备成分的合理选择及比例调配,包裹油溶性和水溶性功效成分,从而制备出稳定性良好,功效性明显的脂质体。
16	含有无纺布载体的化妆品防腐体系的构建和研究	2021.05.01- 2023.04.30	1,150	526.42	83.33%	通过研究不同的无纺布对防腐测试造成的影响,避免因材质问题导致防腐失,为配方设计提供参考。
17	防晒粉底液的开发	2021.07.01- 2022.06.30	200	117.70	已完成	研发一种聚彩妆、护肤和防晒一体的粉底液产品。
18	发酵成分在面膜中的应用	2021.07.01- 2023.06.30	400	319.44	75.00%	将不同微生物的发酵及产生的功效性成分,应用于面膜产品中,提高面膜的的功效性。
19	马齿苋提取技术及功效研究	2021.07.01- 2022.12.31	600	441.25	已完成	研究马齿苋在不同的提取技术下得到的活性成分的差异,试图寻找到一种最有利的提取方法,兼顾活性成分含量和能耗,环境等方面。
20	不同工艺对于含硬脂酸泥膜产品的影响	2021.08.01- 2022.07.31	800	326.97	已完成	对产品在生产过程中及后期存储中的产品黏度和稠度进行细致的研究,以达到很好的控制最终产品外观,黏度的目的。
21	基于依卡多系统进行生产工艺的放大性研究	2021.09.01- 2023.08.31	700	464.96	66.67%	研究选择怎样的生产设备放大实验研究提高生产的效率,提高能源和物料节约程度甚至会决定产品的质量,改善目前化妆品中时常使用的生产锅和系统的生产可控参数比较少,控制条件相对简单的问题。
22	嗜热栖热菌发酵产物的功效研究及在化妆品中的应用	2021.10.01- 2023.09.30	700	445.91	62.50%	顺应酵素化妆品的热点,利用发酵产物活性成分更多、功效更强、且无化工成分添加的天然特性,开发新型发酵产物类型化妆品,满足消费者对于“天然、健康、高效”护肤品的期待,应用于新型“天然、高效、健康、无添加”等概念的产品开发与推广。
23	基于图像分析判断敏感性皮肤与非敏感性皮肤的研究方法	2021.12.01- 2023.11.30	800	455.39	54.17%	基于现有的评估方法或技术,通过借助主观评估和半主观评估的方式筛选敏感性皮肤,收集敏感性皮肤和非敏感性皮肤表面的角质层图片,用于探索敏感性皮肤和非敏感性皮肤在表现方面的差异;将图片转化为数据进行分析,为判断敏感性皮肤和非敏感性皮肤提供新评估途径或辅助手段
24	适用于敏感肌人群的洁面产品开发	2022.01.01- 2023.12.31	400	297.99	50.00%	研发一种适用于敏感肌人群的可卸妆温和洁面剂,能兼顾清洁力和卸妆力的同



序号	项目名称	起止时间	项目 预算	报告期研 发费用	研发进 度	研发目的
	发					时, 保证其温和性。
25	中药植物成分在头发和皮肤护理产品中的应用	2022.03.01-2024.02.29	800	316.95	41.67%	深入研究中草药各成分对于毛发及皮肤护理的作用机制, 并优化组合不同中草药植物成分, 制备一种具有防止毛发脱落, 甚至具有促进毛发生长功效的制剂。
26	天然温和无刺激卸妆油产品的开发	2022.04.01-2023.03.31	400	295.75	37.50%	开发一种卸妆能力和乳化能力优异、适合所有肤质、原料天然安全、温和无刺激的卸妆油。
27	以深海鱼胶原蛋白为主要基材的速溶面膜的研究与开发	2022.04.01-2023.03.31	1,300	596.12	37.50%	寻找一款来源于深海鱼且安全的大分子胶原, 能通过静电纺丝技术制作成速溶面膜, 并通过渗透实验验证此形式的产品具有更好的渗透性能, 进一步验证此形式产品能够带来更好的护肤功效。
28	儿童防晒产品的研究与开发	2022.05.01-2023.04.30	600	257.87	33.33%	结合儿童的皮肤结构特征, 来研究各防晒剂的渗透性及安全性, 并结合儿童防晒产品的开发设计出一个验证方法, 并对终产品进行产品的防晒效果及安全性的验证。
29	含不溶性粉体化妆品配方的稳定性研究	2022.07.01-2024.06.30	800	208.99	25.00%	研发通过不同增稠剂的搭配达到协同增效的作用, 少量添加, 也可以达到很好的悬浮稳定的作用, 改善此品类货架期上长期的稳定性。
30	不同表面活性剂的用量对皮肤温和性及刺激性的研究	2022.08.01-2024.07.31	800	192.29	29.17%	目的在于研究不同表面活性剂的搭配和用量对皮肤的影响, 考察各种配方对皮肤的温和性和刺激性, 从而开发清洁能力优异、发泡能力好、稳定性高、适合大部分肤质、原料安全、温和无刺激的清洁类产品。
31	天然来源保湿成分与皮肤屏障功能关系的研究	2022.11.01-2024.10.31	800	86.09	8.33%	目的在于探讨多种植物提取物的在化妆品中使用对产品保湿功能的提升, 以及皮肤屏障功能的影响。
32	利用 Micro Fluidics technology 开发无需乳化剂即可封装精油的技术	2022.02.01-2023.10.30	27.62	9.32	67.74%	研发在没有乳化剂的情况下制造透明的油/水混合物, 解决使用的乳化剂偶尔会刺激皮肤, 乳化剂使用时, 会出现液体透明度下降的问题
33	开发具有保湿和改善皱纹效果的绣球菌发酵过滤物	2022.02.01-2023.07.31	33.14	18.66	75.00%	开发具有保湿和改善皱纹效果的绣球菌发酵过滤物, 改善目前市面上部分具有保湿和改善皱纹效果的原料中会对皮肤产生刺激从而致敏现状。
34	EXOSOME 技术和市场分析	2022.02.01-2022.12.31	11.05	9.32	已完成	利用 EXOSOME 技术开发高附加值的化妆品原料。



序号	项目名称	起止时间	项目 预算	报告期研 发费用	研发进 度	研发目的
35	利用绿茶干细胞 发酵过滤物的化 妆品组成物	2021.03-202 2.06	13.81	4.66	已完成	研发含有儿茶素成分的绿茶提取物从而 开发可去除皮肤老废角质舒缓肌肤的化 妆品原料,迎合现今消费者对可舒缓敏 感性肌肤的基础化妆品及清洁喜好度
36	桑黄、灵芝、桦 树茸提取技术的 应用与特性分析	2022.02.01- 2023.07.31	77.32	37.29	75.00%	以该实验结果为基础,找出提取桑黄,灵 芝,桦树茸这三种菌类的最适提取条件, 将其卓越的抗癌效果运用到化妆品中
37	其他公共费用	2022.01.01- 2022.08.31	30	29.71	已完成	
38	便携式皮肤检测 仪的研发	2022.10.01- 2022.6.30	30	29.84	已完成	获得实用新型专利2项,进行性能测试, 成功应用于产品中。
39	后台信息管理系 统的研发	2022.10.01- 2022.6.30	23	22.14	已完成	获得软件著作权2项,进行性能测试,成 功应用于产品中。
40	化妆品质量溯源 系统的研发	2022.07.01- 2022.12.31	65	62.09	已完成	获得软件著作权2项,进行性能测试,成 功应用于产品中。
41	化妆品质量管控 分析系统的研发	2022.07.01- 2022.12.31	35	32.73	已完成	获得软件著作权3项,进行性能测试,成 功应用于产品中。
合计				<b>9,178.00</b>		

从上表看,报告期公司化妆品业务研发项目合计41个,其中已完成研发项目23个、预计于2023年完成研发项目14个、预计于2024年完成研发项目4个,报告期末不存在超出预期时间未完成的研发项目。

综上所述,报告期研发人员减少均为非核心岗位人员,也不存在超出预期时间未完成的研发项目。因此,不会对公司化妆品业务研发能力、核心产品研发进度构成重大影响。

## (二) 研发费用归集和核算情况

单位:元

项目	本期发生额	核算内容
直接投入	59,086,665.14	项目研究阶段所产生的研发领料、样品费、检测费等
职工薪酬	35,267,713.16	研发部门人员工资、奖金、五险一金等
折旧及摊销	12,292,964.89	项目研究阶段所使用的办公场所、固定资产等所产生的折旧摊销费用
委托外部研究费用	6,511,578.27	企业委托境内外其他机构进行研究开发活动所发生的费用按照业务类型计入到研发费用
燃料及动力	1,713,480.22	项目研究阶段所产生水电费等
其他费用	6,929,014.53	项目研究阶段所产生其它费用,如研发人员差旅费、技术咨询费等





项目	本期发生额	核算内容
合计	121,801,416.21	

报告期公司研发投入发生的费用均为项目研究阶段发生的支出，不满足资本化的条件，根据《企业会计准则第6号——无形资产》第七条、第八条规定，于发生时计入当期损益。因此，公司研发费用的归集和核算符合《企业会计准则》的规定。

### 三、会计师核查情况及核查意见

#### 1、会计师执行的核查程序

针对报告期公司研发费用，会计师执行的核查程序包括：

- (1) 了解公司研发费用的管理制度建立及执行情况；
- (2) 了解和分析研发人数减少的原因及合理性，分析是否对公司研发能力、核心产品研发进度构成影响；
- (3) 检查研发立项报告、研发进度报告，了解和分析研发项目名称、研发目的、项目开始时间、预计完成时间、投资预算、研发进度等；
- (4) 比较分析研发费用中归集的主要费用变动情况，检查研发费用归集是否符合《企业会计准则》的规定；
- (5) 检查相关合同、协议、发票、结算单据以及会计处理等，以判断研发费用发生是否真实、准确。

#### 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：报告期内研发人员减少原因客观，不会对公司化妆品业务研发能力、核心产品研发进度构成重大影响；公司相关研发费用归集符合《企业会计准则》规定。

**问题十三：年报披露，你公司递延所得税资产报告期末余额 7,666.77 万元，较期初增长 154.97%，其中因可抵扣亏损确认递延所得税资产 4,473.89 万元。请你公司结合递延所得税资产的具体构成、可抵扣亏损的到期日、确认递延所得税资产对应主体的经营情况等说明未来期间能否产生足够的应纳税所得额弥补亏损，确认各项递延所得税资产的依据，相关确认是否审慎，是否符合《企**

**业会计准则》的相关规定。****请年审会计师核查并发表明确意见。**

回复：

**(一) 报告期末未经抵销的递延所得税资产构成如下：**

单位：元、%

项目	可抵扣暂时性差异		递延所得税资产	
	金额	占比	金额	占比
资产减值准备	139,345,814.07	29.14	25,261,712.74	32.95
内部交易未实现利润	2,639,037.67	0.55	395,855.65	0.52
政府补助	21,705,693.79	4.54	3,499,724.66	4.57
可抵扣亏损	297,968,764.91	62.32	44,738,904.59	58.35
无形资产摊销	5,693,031.31	1.19	853,954.70	1.11
租赁负债影响	10,797,169.62	2.26	1,917,568.88	2.50
<b>合计</b>	<b>478,149,511.37</b>	<b>100.00</b>	<b>76,667,721.22</b>	<b>100.00</b>

从上表看，公司报告期末未经抵销的递延所得税资产主要由可抵扣亏损、资产减值准备构成，金额分别为 44,738,904.59 元、25,261,712.74 元，占比分别为 58.35%、32.95%，二者占比合计 91.30%。

**(二) 报告期末未经抵销的递延所得税资产按经营主体分布如下：**

单位：元

经营主体	可抵扣暂时性差异				报告期应纳税所得额是否为正数
	可抵扣亏损	资产减值准备	其他	合计	
福建青松股份有限公司		154,943.30	16,610.00	171,553.30	是
诺斯贝尔化妆品股份有限公司	44,259,416.22	14,309,339.67	4,818,339.03	63,387,094.92	否
广东诺斯贝尔健康护理用品有限公司		10,694,526.80	1,419,924.35	12,114,451.15	是
诺斯贝尔（亚洲）有限公司	479,488.37			479,488.37	是
其他		102,902.97	412,230.51	515,133.48	是
<b>合计</b>	<b>44,738,904.59</b>	<b>25,261,712.74</b>	<b>6,667,103.89</b>	<b>76,667,721.22</b>	

从上表看，报告期各经营主体除诺斯贝尔外，应纳税所得额均为正数，公司判断相关主体可抵扣暂时性差异可以转回，故确认了递延所得税资产。诺斯贝尔确认了递延所得税资产 63,387,094.92 元，占比 82.68%。诺斯贝尔 2021 年度、2022 年度应纳税所得额分别为 -55,057,215.54 元、-240,005,559.26 元。公司认为，上



述未弥补亏损可以在未来纳税年度弥补，主要依据如下：

### 1、行业长期增长，短期内可以扭亏为盈

长期以来诺斯贝尔盈利情况良好，近两年亏损主要原因为：受宏观经济及行业环境等影响，面膜和护肤品消费需求受到抑制，化妆品零售市场销售额由前期高增长转为负增长。海外市场对湿巾产品需求减弱，加上海运价格维持高位，导致湿巾出口订单大幅下滑。随着国家促进经济增长的各项政策陆续出台，以及国内行业环境恢复措施的有序放开，化妆品行业整体消费有望逐步恢复。诺斯贝尔将继续遵循精准把握客户需求，不断加大研发投入及新产品开发力度，注重以技术优势打造行业领先地位的经营策略，增强可持续盈利能力和发展潜力，为品牌商提供从创意到产品、设计与制造等全案服务，深挖产业纵深，扩大市场份额，成为国际一流的化妆品制造服务商。因此，从长远来看，诺斯贝尔未来将会是一个逐步向好、扭亏为盈的过程。

根据 2022 年度公司和评估机构测算，诺斯贝尔未来息税前利润从 2025 年开始为正数，累计至 2032 年税前利润总额将达到 119,096 万元，远远覆盖上述未弥补亏损金额。

### 2、高新企业，弥补期限 10 年

根据《财政部税务总局关于延长高新技术企业和科技型中小企业亏损结转年限的通知》（财税〔2018〕76 号）的规定，自 2018 年 1 月 1 日起，当年具备高新技术企业或科技型中小企业资格（以下统称资格）的企业，其具备资格年度之前 5 个年度发生的尚未弥补完的亏损，准予结转以后年度弥补，最长结转年限由 5 年延长至 10 年。诺斯贝尔 2021、2022 年度均为高新技术企业，因此上述亏损诺斯贝尔可在未来 10 年内弥补。

诺斯贝尔（亚洲）有限公司为设立于香港的子公司，可抵扣亏损产生于 2019 年度，2020-2022 年均盈利，同时，香港也无可抵扣亏损抵补期限的限制。因此，诺斯贝尔（亚洲）有限公司可抵扣亏损，公司确认了递延所得税资产。

## （三）会计师核查情况及核查意见

### 1、会计师执行的核查程序

（1）了解和分析 2021 年以来诺斯贝尔业绩大幅下降的原因及合理性。



(2) 了解和分析诺斯贝尔未来盈利预测的合理性，了解香港利得税相关规定。

(3) 获取和检查公司各主体相关年度企业所得税汇算报告、税审报告。

(4) 获取诺斯贝尔高新技术企业证书，检查其弥补期限 10 年的符合性。

## 2、会计师核查结论

经核查，会计师认为，公司确认各项递延所得税资产的依据充分，相关确认审慎，符合《企业会计准则》的相关规定。

特此公告。

福建青松股份有限公司

董事会

二〇二三年六月二日