

(上接B093版)

市场薪酬的支付对象均为与公司签订推广服务商,与公司无关联关系。
2.职工薪酬核算内容,对应金额及确认依据
(1)销售人员工资明细如下:

项目	2020年度	2019年度	增长率
工资	5,011.16	6792.2	-26.34%
社保	1065.64	2016.1	-46.64%
奖金	979.06	567.1	72.10%
其他薪酬	36.31	22.91	58.53%
合计	6,132.07	9603.3	-35.57%

(2)人工工资变动如下:

项目	2020年度	2019年度	增长率
人工平均工资	90.18	17.96	402.11%

2019年及2020年,公司销售人员人均薪酬分别为1796万元/年及90.18万元/年,较2019年2020年销售人员人均薪酬大幅上升主要系美国MP公司销售人员薪酬较高所致,具体为:一方面,美国MP公司人均薪酬,本身较高,且2020年较2019年有所增长,导致公司销售人员人均薪酬有所上升;另一方面,2019年11月,公司完成对MP公司收购,开始纳入合并报表,并自月份为2个月,导致公司2019年销售人员人均薪酬有所上升,且2020年较2019年,公司销售人员人均薪酬有所上升,2020年,公司销售人员人均薪酬有所上升,较2019年有所增加。
①美国MP公司销售人员人均工资

项目	2020年度	2019年度	增长率
人工平均工资	183.40	138.57	32.36%

②除MP公司外,销售人员人均工资

项目	2020年度	2019年度	增长率
人工平均工资	17.68	12.70	39.16%

2020年,公司销售人员人均工资上涨主要系公司业务规模的扩大,公司结合销售人员的业务量,对销售人员的薪酬予以调整所致。2020年,公司向下游新增的制剂类业务保持快速增长的态势,较2019年度增长93.48%,销售人员除负责传统肝素原料药外,同时增加制剂类业务的销售推广,公司销售人员的工作量增加,增加销售人员的薪酬,导致2020年公司销售人员的薪酬有所增加。

(2)职工薪酬的确认依据
公司根据薪酬制度,产品类型、销售地区等方面确认公司的考核政策,以各级人员销售指标达成率进行量化考核,以客户开发、客户维护、渠道建设等专项考核进行业务人员绩效考核,并作为个人渠道建设考核的直接依据。销售人员薪酬考核完成业绩进行考核,公司根据业绩达成及绩效考核结果确认职工薪酬费用。

3.公司费用变动变动的合理性分析
公司主要通过第三方临床代技术推广的模式,利用临床代表的渠道资源直接实现与医院终端的对接,扩大市场活动范围。随着“两票制”的实施和公司国内制剂业务规模扩大,借助第三方临床代技术推广市场费用相应增加,公司以咨询服务费为主的市场推广费用大幅增长。

报告期内,公司与国内制剂销售推广业务的部分可比公司市场推广费用与制剂业务收入的比例比较情况如下:

公司简称	2020年度	2019年
康华股份	54.09	61.59
瑞普药业	60.02	65.86
普德药业	63.20	67.20
瑞普药业	54.70	66.88
瑞普药业	56.02	57.94
普德药业	60.05	61.37
普德药业	59.46	63.07

注:1.同行业公司可比公司数据来源于wind,市场推广费用根据各可比公司销售费用明细中的推广费用或营销服务费统计,公司制剂业务收入以国内制剂收入口径统计,可比公司若无明确区分非制剂业务收入则将其营业收入替代为分子;该指标并非适用于中国证监会公布的《上市公司行业分类目录》(2012年修订)中“C27医药制造业”下的所有A股公司,因此同行业可比公司无法完全计算。

2.平均销售费用不包括公司。
3.公司的销售费用及与咨询服务费为主的市场推广费用占国内制剂收入比例变化与行业趋势相符,与同行业可比公司不存在显著差异。

二、结合公司主要在国内销售推广的形式、内容、金额等具体情况,分析报告期销售费用增幅高于营业收入的具体原因

公司目前业务主要分为两大块:原料药和制剂。原料药主要是和大型药企进行合作,不涉及推广费用。制剂业务主要分为国内制剂和国外制剂。

1.国内制剂
(1)销售推广的形式
国内的销售推广上,对国内制剂销售而言,由于涉及地域广且专业性较强,行业内企业多数采用第三方临床代技术进行推广推广模式。

(2)市场推广的内容
报告期内公司的市场推广活动主要分为市场调研活动、学习研讨会、科室会及区域学术沙龙。2019年及2020年,公司市场推广费用情况如下:

项目	2020年度	2019年度
市场调研费	21,238.82	9,546.60
学习研讨会费	5,407.79	6,526.00
科室会费	4,203.48	6,628.98
区域学术沙龙费	5,100.00	11,572.22
合计	36,480.00	33,774.60

1)市场调研费用:公司将委托第三方对市场进行实地考察及调研,从患者、医务人员和医药经销商等处了解药品的使用情况和市场情况,以进一步分析市场需求,增加产品竞争力;
2)产品和学术研讨会:咨询拜访可作为加强与专业户人员面对面的交流,同时也可以进一步宣传和推广公司产品,提升公司影响力,加大与终端客户的开发力度,便于后续业务开展;此外还可以
3)科室会:公司通过拜访第三方推广商开展产品信息推介、临床使用反馈,帮助提高医务人员对公司产品的医学认知和临床认同,进而基于推广产品信息准确合理指导患者用药,进一步提升医务人员市场占有率;

4)区域学术沙龙:通过举办论坛、线上及线下研讨会等形式,促进临床专家与医务人员的有效交流,组织与人员,就相关领域学术研究成果进行探讨,开展相关药物的研究等,提升市场对公司的认可度。2020年,公司共举办学术研讨会、科室会及区域学术沙龙会议合计超过33场次,覆盖人员超过13.5万人(由于市场推广活动不涉及会议召开,因此不适用会议场次及人员规模),通过上述模式,公司新增住院院约164家,新建进院约100个城市,拓宽营销网络,同时也实现医疗终端客户的多层次化,带动国内制剂销售规模的进一步扩大。

2.国外制剂推广方式及内容
公司在美国市场产品均为通用名产品的无菌注射剂,以医院终端的使用处方为主。美国医药产品采购形式主要是通过药企联合采购组织(GPO)或采购联盟(IDN)通过招标的形式进行采购。公司美国销售公司MP,主要通过与各大GPO、IDN建立联系,跟踪相关采购及招标情况,来扩大产品销售,因此,美国销售、销售人员薪酬和差旅费是公司销售费用的重要组成部分。公司在美国没有自有仓库,药品仓储和物流需要租赁医药仓储服务公司的仓库,相应的仓储费用较高。

3.销售推广费用增幅高于营业收入的具体原因
对于销售费用增幅高于营业收入的主要原因,具体分析如下:

项目	2020年度	2019年度	增长率
市场推广费	6,132.07	9606.36	-35.81%
市场推广费	36,478.64	33,864.10	8.93%
差旅及会议费	1,466.04	506.19	189.80%
其他	141.22	960.39	-7.19%
合计	44,118.00	36,272.84	21.45%

报告期内,公司销售费用增长率为24.54%,营业收入增长率为18.03%,销售费用率增幅高于收入增长的主要原因:(1)销售人员数量的高速导致销售人员薪酬大幅增长,具体体现在向美国地区、补充完善上述市场推广、销售人员薪酬的核算中明确,对应金额,确认市场推广费用支出对象是否涉及关联方,并结合同行业公司可比公司销售费用金额合理性”之相互验证;(2)仓储及物流需求系(2019年11月开始)MP公司纳入合并范围。

二、结合经营活动、费用支出、确认的审批流程和内部控制,说明公司确保销售费用的真实性、合规性的具体保障措施

发行人已建立完善的内部控制体系,并能有效执行,可以从制度层面和人员层面保证销售费用真实性、合规性。
1.费用支出(由市场推广部)、《销售人员出差工作证》、《销售人员出差管理制度》、《市场推广及推广产品的管理制度》、《销售人员反商业贿赂政策》、《市场推广管理制度》、《制剂产品及管理制度》等相关制度,从预算、审批、报销等各个环节管理市场和学术推广,并用,并采用推广行为准则,日常行为管理等方面严格学术推广活动,明确禁止商业贿赂行为,发行人制定了《首营资料管理规范》、《应收账款管理制度》、《产品销售管理制度》、《费用报销管理制度》等内部控制制度,规范了客户的选择、合同签订及审批、发票开具等整个业务流程的要求。

在销售费用的控制上,由公司仓储部门根据客户订单生成销售订单,并由医药公司销售合同回款直接支付给人行公司,销售人员在公司销售合同中不直接接触客户和货款,同时,发行人建立了完善的销售资金管理控制制度,包括《销售管理制度》、《资金管理》、《采购付款管理制度》、《财务管理及内部控制制度》、《发票管理制度》、《财务收支管理制度》、《费用报销管理制度》等,强化了财务内部控制和营销费用支出审核制度,确保所有费用的支出均根据制度要求真实发生,并提供相应费用支出有效,有效防范了商业贿赂及情发生。

报告期内,发行人执行第三方咨询服务商之间存在合法有效的服务合同,在业务过程中根据咨询服务活动进行的工作情况,以完成工作的成果进行费用的支付,同时执行咨询服务商分类,其支付价格遵守公司财务管理规定,报告期内,发行人各项采购制度得到有效执行,咨询服务商支付对应完整资料,如审批单、发票、建立清单、会议现场照片以及调研报告等,各项资料均得到系统的归集和管理。在风险控制方面,发行人建立了严格的客户、事前和事后检查机制,并通过开展反商业贿赂培训使得销售人员对于行业内如何预防商业贿赂行为已具备清晰的认识,严禁商业贿赂行为及通过咨询服务活动进行利益输送或利益交换等情形的发生。

四、注册会计师发表意见
经核查,会计师认为市场推广费、销售人员薪酬的核算真实完整,市场推广费支出对象不涉及关联方,与同行业公司不存在重大差异;公司相关制度、费用支出、确认的审批流程和内部控制设计能够有效执行,保证公司销售费用的真实性、合规性。

问题7: 年报披露, 报告期末商誉原值1.26亿元, 系公司2019年以无形资产换取现金收购美国公司 meithoa pharmaceuticals,inc.(以下简称“MP”)83.33%股权形成。本期因外币报表折算减少8130.00万元, 期末测试减值发生减值, 期末余额1.18亿元。MP作为公司在美国医药制剂营销本部, 报告期内实现营业收入6.89亿元, 净利润-0.56亿元。此外, 报告期末公司其他无形资产原值1.16亿元, 同比增加181.29%, 主要系报告期内预付工程设备款增加所致。请公司补充披露:(1)MP收购时的具体情况, 2019、2020年各报告期末主要财务数据;(2)MP期末商誉减值测试的具体过程, 包括测试方法、资产组或资产组组合认定的标准、依据和结果, 以及商誉减值测试详细过程和具体指标选取依据; 选取依据及合理性, 包括收入、成本费用率、毛利率、费用率、折现率等重量指标的来源及合理性, 并对比前期收购时的盈利预测情况和实际业绩实现情况, 说明是否存在差异及差异原因;(3)结合MP本期业绩情况, 说明报告期末计提商誉减值的具体依据及合理性, 是否存在行业政策、境外市场环境及销售业务开展情况, 分析未来是否存在商誉减值风险;(4)补充披露预付工程设备款的具体情况、交易对方、是否关联方、发生原因及对公司经营业绩的影响;(5)注册会计师、评估师(如有)分别发表意见

一、MP收购时的盈利预测, 2019、2020年各报告期末主要财务数据
MP收购时的盈利预测数据如下:

项目	2020年度	2021年	2022年	2023年	2024年
营业收入	6,907.58	9,043.89	10,179.06	11,264.17	12,199.79
营业成本	8,407.58	6,489.09	7,421.43	8,220.02	9,103.81
净利润	-246.75	2535.3	785.52	1,053.17	1,107.47
毛利率(%)	21.87	28.92	27.10	27.26	28.89

MP2019年、2020年的主要财务数据如下:

项目	2020年度/2020年12月31日	2019年度/2019年12月31日	增长率
流动资产	9,342.74	4,726.69	97.26%
非流动资产	845.31	960.15	-11.54%
资产总额	10,188.05	5,686.84	79.66%
流动负债	7,566.69	2,372.41	221.42%
非流动负债	-	-	-
负债总额	7,566.69	2,372.41	221.42%
所有者权益合计	2,591.46	3,304.43	-21.00%
负债所有者权益合计	10,188.05	5,686.84	79.66%
收入	9,244.60	2,832.72	223.72%
成本	7,386.74	2,041.00	263.62%
净利润	-832.97	-620.92	32.53%
净利润率	-8.93%	-6.93%	27.42%

二、MP期末商誉减值测试的具体情况, 包括测试方法、资产组或资产组组合认定的标准、依据和结果, 以及商誉减值测试详细过程和具体指标选取依据; 选取依据及合理性, 包括收入、成本费用率、毛利率、费用率、折现率等重量指标的来源及合理性, 并对比前期收购时的盈利预测情况和实际业绩实现情况, 说明是否存在差异及差异原因

1)测试方法: 本次测试, 资产组没有销售费用, 不存在销售价格, 资产组没有活跃交易市场, 也无法以可获取的最佳信息为基础, 估计资产组的公允价值减去处置费用后的净额。故本次测试根据所取的数据无法可靠估计资产组的公允价值减去处置费用后的净额来估计可收回金额。根据《企业会计准则第8号-资产减值》, 无法可靠估计资产组的公允价值减去处置费用后的净额时, 应当以资产组预计未来现金流量的现值作为其可收回金额。故本次测试结合测试目的和对象、价值类型、资料收集情况和数据

来源等, 以资产组预计未来现金流量的现值作为其可收回金额, 即采用收益法进行测试。
2)未来现金流量的现值: 根据会计准则的相关规定, 并将收购的主营业务经营性资产(不包括营运资金)认定为一个资产组, MP公司主营业务的产品直接与市场对接, 由市场定价, 符合资产组的相关性, 因此确定将主营业务经营性资产(不包括营运资金)认定为一个资产组, 并以该资产组为基础进行相关商誉的测试。资产组范围如下:

序号	项目	Meithoa Pharmaceuticals, Inc. 账面价值与公允价值孰低者的净额	Meithoa Pharmaceuticals, Inc.公允价值与公允价值孰低者的净额	美国医药生产企业的收购中公允价值与公允价值孰低者的净额
一	非流动资产			
其中: 固定资产	7.83	-	7.83	
无形资产	837.48	-	837.48	
二	不兼容的资产组合计	845.31	-	845.31
三	减: 商誉减值准备			1,981.60
四	未确认的归属于少数股东的权益的商誉准备			390.42
五	商誉减值准备合计			3,007.29

3)商誉减值测试过程:
a.基本评估思路
根据基本评估思路对对象资产构成和主营业务特点, 本次减值测试的基本思路是以减值测试对象经审计的业务财务报表为基础, 采用收益法, 选取的现金流量口径为企业自由现金流量, 其息税前利润(EBIT), 按照收益途径采用现金流折现法(DCF), 计算相关资产负值的价值为可收回金额。

b.现金流量折现法的具体实施
本次现金流量折现法减值测试, 根据具体情况和所收集的资料, 选用了现金流量折现法(DCF), 选取的现金流量口径为企业自由现金流量, 现金流量模型选择了息税前利润(EBIT)模型。计算公式为:

$E = B$
式中: E-资产组可收回金额
B-资产组的现金流量的现值;
 $B = P$

式中: P-资产组的经营性资产价值;
 $P = \frac{R_1}{r} + \frac{R_2}{r} \times (1 - r)^n$
式中: R1-资产组未来第一年的预期收益
r-折现率
n-永续期的增长率, 本次减值测试 $n = 0$
n-未来预测期
c.各参数的确定

1.营业收入及营业成本预测
收益预测是MP公司根据企业会计报表, 遵循我国现行的有关法律、法规的规定, 根据国家宏观政策, 研究行业市场的现状与趋势, 分析公司的优势与劣势, 尤其是所处的市场环境和发展前景及潜力, 并结合MP公司战略规划, 签订的战略性的现金流量, 进行过程分析预测编制的。由于MP公司在美国销售的产品均为母公司采购, 其定价权在母公司, 对于肝素类和依诺肝素两个主打产品, 随着销量的增加, 会逐步降低MP公司的采购价格。

收入预测方面, 2018年至2020年, 公司复合增长率为30.93%, MP公司为美国医药公司, 在美国具有一定的销售渠道优势, 后续可销售推广公司。近年来, 公司制剂类产品陆续在美国取得注册批件, 由于公司深耕肝素原料药20多年, 生产制剂类产品具备成本方面的优势, 公司与MP公司具备良好的协同作用, 本次收入测算基于谨慎的原则, 设定MP公司2021年至2025年的增长率为20%、15%、15%、10%和10%。

MP为销售贸易公司, 且主要销售母公司生产产品, 根据现有产品毛利和公司未来对MP的产品销售计划, 测算出分摊之后的综合毛利率为19.43%、20.15%、20.87%、21.59%、21.94%。

2.销售费用预测
Meithoa销售费用主要为销售人员工资、差旅费、市场营销费、外部服务费、运输及包装费等, 具体如下:

首先根据费用变动项目构成情况, 根据各费用项目与营业收入的依存关系, 将其再划分为与收入直接相关的费用项目和与收入无关的两类:
对于与营业收入/营业成本不成线性关系的费用项目参考企业以前年度的该类管理费用项目与营业收入的比例并对其进行合理分析后进行预测, 例如: 市场推广费、运输费等预测是在分析企业历史费用占收入的比例的基础上, 预测未来销售费用占收入的比例确定;

对于与营业收入不成线性关系的费用项目根据费用的实际情况单独进行测算, 例如: 工资的预测首先分析历史人工费用情况、人员、平均工资水平及历史工资增长情况, 对其变动原因进行分析, 在此基础上考虑未来工资增长, 预测工资;

MP公司2019年销售费用率为23.87%, 2020年销售费用率为10.74%, 公司根据制定的销售人员薪酬政策, 对未来年度的销售费用进行预测, 预测2021年-2025年销售费用率分别为8.09%、7.52%、6.99%、6.72%、6.46%, 随着销售团队建立完成, 销售规模不断扩大, 销售人员逐步降低且趋于稳定, MP公司的销售费用率主要销售人员工资、运输及仓储费、咨询费、其他费用, 占比分别为68.54%、19.28%、10.04%、2.13%, 销售费用中的变动费用主要为运输及仓储费, 固定费用主要为人工、咨询和材料费用。由于MP公司的销售模式主要为药品联合采购组织(GPO)或采购联盟(IDN)通过招标的形式进行销售, 根据MP的近几年销售计划, 目前公司的销售人员配置基本能够满足公司近几年产品的推广需求, 销售费用中的人工工资和咨询费增长幅度远低于收入的增长幅度, 随着公司销售收入不断增加, 固定费用占收入比重呈下降趋势, 销售费用中主要用于固定费用, 固定费用占销售收入比重约为78.58%, 销售费用占收入的比重会逐步降低, 公司的销售费用不存在低估的情况, 具有合理性。

3.管理费用预测
Meithoa管理费用内容主要是工资、折旧费、设施、工具、软件、物业费、物流费、奖金等, 具体如下:
首先根据管理费用项目构成情况, 各费用项目与营业收入/营业成本的依存关系, 将其再划分为与收入直接相关的费用项目和与收入无关的两类:
对于与营业收入/营业成本不成线性关系的费用项目参考企业以前年度的该类管理费用项目与营业收入/营业成本的占比并对其进行合理分析后进行预测;

对于与营业收入/营业成本不成线性关系的费用项目根据费用的实际情况单独进行测算, 例如: 工资的预测首先分析历史人工费用情况、人员、平均工资水平及历史工资增长情况, 对其变动原因进行分析, 在此基础上考虑未来工资增长, 预测工资;

对于固定费用参考企业该类费用以前年度实际发生情况, 经综合分析后进行预测, 例如: 折旧费的预测是在参考企业未来需要购置的固定资产的基础上, 根据企业折旧政策及折旧年限在费用中的分摊情况进行分析预测。

MP公司2019年管理费用率为20.05%, 2020年管理费用率为6.11%, MP公司根据公司的运营模式及对主要管理费用的分析, 对未来年度的管理费用进行预测, 预测2021年-2025年管理费用率分别为6.52%、5.90%、5.17%、4.81%、4.48%, 随着公司的运营逐步稳定, 收入规模不断增长, 管理费用率逐步降低, 公司的管理费用率主要为人工工资、中介机构服务费、租赁费、软件使用费等, 上述管理费用是相对固定的费用, 基本不会随着销售人员的增加而发生大幅变动, 公司的管理费用不存在低估的情况, 具有合理性。

4.研发费用
Meithoa管理费用内容主要是工资、折旧费、设施、工具、软件、物业费、物流费、奖金等, 具体如下:
首先根据管理费用项目构成情况, 各费用项目与营业收入/营业成本的依存关系, 将其再划分为与收入直接相关的费用项目和与收入无关的两类:
对于与营业收入/营业成本不成线性关系的费用项目参考企业以前年度的该类管理费用项目与营业收入/营业成本的占比并对其进行合理分析后进行预测;

对于与营业收入/营业成本不成线性关系的费用项目根据费用的实际情况单独进行测算, 例如: 工资的预测首先分析历史人工费用情况、人员、平均工资水平及历史工资增长情况, 对其变动原因进行分析, 在此基础上考虑未来工资增长, 预测工资;

对于固定费用参考企业该类费用以前年度实际发生情况, 经综合分析后进行预测, 例如: 折旧费的预测是在参考企业未来需要购置的固定资产的基础上, 根据企业折旧政策及折旧年限在费用中的分摊情况进行分析预测。

MP公司2019年研发费用率为20%, 2020年研发费用率为24.46%, MP公司研发费用主要用于部分委外研发和产品检测费用, 根据公司的未来研发产品管理研发计划进行预测, 对未来年度的研发费用进行预测, 预测2021年-2025年研发费用率分别为0.04%、2.02%、2.00%、2.00%、2.00%, 随着公司的研发投入不断加大, 收入规模不断增长, 研发费用率逐步降低且趋于稳定, 具有合理性。

5.折旧及摊销费用
折旧及摊销费用的预测按照企业会计准则计提标准且满足未来正常经营活动必须承担的固定资产无形资产支出, 根据企业目前固定资产无形资产, 采用直线法进行折旧预测。

MP公司的折旧与摊销金额主要是与产品批件相关的摊销, 根据公司未来发展的规划, 预计相关的摊销不会大于相关的资产性支出, 基本谨慎性原则, 以上年度为基准, 确认后续年度摊销金额, 同时以摊销金额不大于资产性支出。

6.营运资金追加额
营运资金追加额是指在不变改变当前主营业务条件下, 为保持企业持续经营能力所需的新增营运资金。

追加营运资金金额的计算公式为:
根据MP公司的经营特点, 年营运资金需要额预测是根据企业往年年度营运资金占用占营业收入的比例, 经综合评估后得出的营运资金构成情况, 经综合分析, 按以前年度收入的平均比例并加以修正进行预测。

MP公司根据客户的账期和供应商的付款账期等因素进行综合预测, 预计2021年-2025年营运资金需求占收入的比例分别为40.00%、39.96%、39.73%、39.63%、39.57%, 营运资金的需求占收入的比例基本在40%左右。

7.资本性支出预测
MP公司的资本性支出包括购置资产的正常更新改造支出、增量资产的资本支出, 本次采用现金流法对与商誉相关的资产的不可收回金额进行价值评估, 是假设未来经营规模不发生大规模变化, 因此确定追加资本性支出是以能够确保企业未来正常活动所必须的存量资产以及适当的增量资产资本性支出为依据进行预测。

增量资产资本性支出包括: 房屋建筑物为保持正常使用状况下的日常维护、维护支出; 机器设备、电子设备及其他资产等正常更新投资; 本次价值评估采用资产资本性支出与当年固定资产和无形资产的折旧及摊销金额相等。

8.资产减值准备的计提
经实施以上分析预测, 详细预测期资产组现金流量汇总如下表所示:

行次	项目/年度	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	永续期
1	一、营业收入	11,933.62	13,723.16	15,782.08	17,390.29	19,096.32	19,096.32
2	减: 营业成本	9,614.94	10,958.26	12,489.39	13,812.29	15,000.59	15,277.68
3	新增销售	965.04	1,031.43	1,102.79	1,186.70	1,232.79	1,232.79
4	研发费用	777.6	796.44	816.41	835.43	854.34	854.34
5	管理费用	243.85	276.02	276.02	276.02	285.65	281.21
6	二、息税前利润总额	3214	6650.0	1,050.32	1,394.41	1,719.40	1,348.03
7	三、息税前利润净额	3214	6650.0	1,050.32	1,394.41	1,719.40	1,348.03
8	折旧与摊销	209.3	209.3	209.3	209.3	209.3	209.3
9	减: 营运资金追加	4,773.30	606.8	800.6	610.03	675.5	675.5
10	资本性支出	209.3	209.3	209.3	209.3	209.3	209.3
11	五、自由现金流量	-4,441.16	-36.48	264.49	789.39	1,043.81	1,066.66
12	七折现率	10.67%	10.67%	10.67%	10.67%	10.67%	10.67%
13	七折现因子	0.160	1.624	2.50	3.59	4.60	5.079
14	八、折现现金流量现值	-4,222.40	-31.26	267.57	664.20	682.31	6,864.20
15	九、资产组现金流量现值	5,218.95					
16	资产组的账面价值	3,007.29					
17	溢余						资产组现金流量现值大于资产组账面价值, 无需计提减值

三、结合MP本期业绩情况, 说明报告期末计提商誉减值的具体原因及合理性, 并结合行业政策、境外市场环境及销售业务开展情况, 分析未来是否存在商誉减值风险

MP公司2020年收入利润分别为: 944.60万美元、-833.97万美元, 收入超过2020年度预测数, 净利润低于2020年预测数, 净利润低于预测数主要有: