

证券代码:002702 证券简称:海欣食品 公告编号:2018-031

海欣食品股份有限公司关于收到深圳证券交所2017年年报问询函的回复公告

【本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。】

海欣食品股份有限公司(以下简称“公司”)于近日收到深圳证券交易所《关于海欣食品股份有限公司2017年年报的问询函》(中小板半年报问询函【2018第32号】),函中载有公司2017年年报审查过程中发现的问题要求公司进行回复。公司已按照相关要求向深圳证券交易所做出了回复,现公告如下:

问题一、2015年至2017年,你公司扣非后归属于母公司所有者的净利润分别为-4,376万元、756万元和-3,063万元。请结合所处行业特点、经营情况说明公司近年业绩低迷的主要原因,近期经营环境是否发生重大变化以及是否具备可持续盈利能力。

公司回复:
公司近年业绩低迷的主要原因为:公司建立了完善的营销网络,对销售渠道实施精细化管理,在推动公司产品销售的同时,也造成营销费用投入巨大。公司聚焦鱼肉类产品的生产和销售,业务结构单一,产品销售存在明显的淡旺季;在销售淡季,渠道价值未能充分发挥,导致公司营销费用占比比较大。

公司2015年营销费用占营业收入的比例达到27.41%,营销费用投入过大,导致2015年度出现亏损;2016年公司提高了营销费用的效能管理而降低了费比,同时强化对公司团队的销售考核,实现扭亏为赢;2017年公司持续加强管理,实现销售收入和销售毛利的同步提升,但因计提股权激励费用及长期股权投资减值准备共计3319.7万元,公司亏损2728.19万元。2018年一季度,公司业务继续保持强劲发展势头,实现营业收入大幅增长,营业收入同比增长42.94%,净利润同比增长409%。

公司在鱼肉制品行业建立了比较领先的竞争优势,未来通过深耕主业及整合食品行业的优质资源,可实现销售收入快速增长,降低营销费用占比,提升公司经营业绩。

一、公司所处行业特点分析

公司主营业务为鱼肉类产品的生产和销售,属于速冻食品行业。目前行业的主要特点为:总体规模持续增长;市场集中度较低,竞争激烈;市场规范性快速提升,竞争格局日渐清晰。

1.行业总体规模持续增长
随着国民经济的發展,居民收入水平的提高和城市生活节奏的加快,消费者对速冻食品的需求呈现增长态势,速冻食品的消费逐渐从节日型消费转为日常型消费。根据国家统计局数据显示,截止2017年末,我国城镇居民人口占比为58.52%,城镇常住人口达181347.7万。城镇化率的逐步提升培育了新的消费者,扩大了消费群体。速冻食品营养便捷的特点迎合了现代城市工薪阶层的快节奏生活需要。近年来,随着生产、冷链技术的进步,零售终端配套各式冷藏柜,冷链产业链得到逐步完善,从而保障了产品的供给。2017年全国规模以上速冻食品制造企业累计完成主营业务收入1040.12亿元(其中速冻火锅料制品约400亿元),同比增长5.99%。

2.市场集中度程度较低,竞争激烈
我国速冻鱼肉制品起步于上世纪90年代初,目前全国有四百多家生产厂家,行业龙头与大量中小企业并存,尚未形成完整的产业链。2012年前后,随着行业新人增多以及原有企业不同程度的产能扩张,行业时期内产能释放超过了局部市场需求,由此导致的传统鱼肉制品行业同质低价竞争激烈,延续至今行业仍处于洗牌阶段。

3.市场规范化程度快速提升,行业竞争格局日渐清晰
由于食品安全直接关系到国民的身体健康,政府相关部门对于生产企业的监管和社会舆论监督日益严格,行业标准不断出台,食品安全标准持续提升,部分小企业的监管得不到安全标准以及缺乏有效影响力的品牌优势将被市场淘汰。

随着行业不断规范,具备规模优势、全国性和全渠道市场布局等综合实力的行业领先企业获得更多的市场份额,市场份额集中趋势明显,行业竞争格局日渐清晰。

二、公司近年来的经营情况分析
公司业务聚焦于鱼肉制品,公司对产品品质和品牌影响力持续投入,对销售渠道进行精细管理,公司的鱼肉制品产业优势明显,具有较强的市场竞争力。同时,公司也存在业务结构单一,营销费用占比大的情况,制约了公司利润的提升。

1.公司对产品品质和品牌影响力持续投入,产品毛利率较高,具备较强的市场竞争力,为公司近年来销售收入持续增长。
经过多年发展,公司形成了以速冻鱼肉制品系列产品为核心的业务体系,建成覆盖鱼肉制品制造和销售的全产业链。公司坚持以深游海鱼为原料,打造“深游海鱼”公司品牌战略。公司的产品在市场上获得消费者高度认可,尽管目前速冻鱼肉制品行业市场竞争激烈,但公司凭借多年建立的产品和品牌优势,营业收入仍然保持持续增长,公司产品毛利率一直保持行业领先水平。

2015-2017年,公司营业收入增长情况如下:

2015年	2016年	2017年	
营业收入(元)	914,742,962.38	924,585,096.40	967,269,504.22
比上年同期	13.48%	10.97%	4.69%

2015-2017年,公司产品销售毛利率情况如下:

2015年	2016年	2017年
30.12%	30.74%	31.3%

2.公司建立了完善的营销网络,对销售渠道实施精细化管理,在推动公司产品销售的同时,也造成营销费用投入巨大,导致公司近年来的净利润较低。
公司在全国各重点城市设置7个全资子公司,23个办事处,终端网点17,000多个,公司产品进入各大型连锁商超系统,构筑了覆盖全国的营销网络,形成了顺畅的营销渠道网络。在营销推广上,公司采取“掌控终端,合作共赢”的联合分模式,对终端进行重点管控。通过对市场进行深耕细作,充分挖掘市场潜力,在增加销量的同时提升企业的品牌知名度,并有利于收集客户反馈信息,从而促进新产品的研究和提升产品竞争力。

但是,在建设全面覆盖的营销网络,对经销环节精细管理的过程中,公司的销售费用投入较大,导致公司的净利润处于低位。

公司2015-2017年营销费用投入情况如下:

2015年	2016年	2017年	
营业收入(元)	914,742,962.38	924,585,096.40	967,269,504.22
营销费用(元)	223,323,137.25	136,969,624.57	231,065,946.39
营销费用与营业收入的占比	24.41%	14.82%	23.89%

3.公司产品业务结构单一,需开拓产品品类,发挥公司的品牌优势
公司业务聚焦在鱼肉制品产业,业务结构过于单一。鱼肉制品在天气较冷的第一、第四季度为销售旺季,在第二、第三季度为销售淡季,存在明显的季节性消费特征。

在鱼肉制品销售业务,公司自有产品不能充分满足销售需求;公司近年在行业资源整合,拓展产品线宽度上进展较慢,未能形成外延式增长。公司的产品和品牌不匹配,形成“路好车少”的现象,销售渠道优势未能充分发挥出应有价值。

未来公司将以“产品互补、渠道共享”为原则,进一步拓展休闲食品系列,整合食品行业优质资源,积极开拓产品品类,提升淡季销售,使公司的渠道优势充分发挥。

三、公司所处经营环境的变化
我国速冻鱼肉产业从上世纪90年代初开始起步,经过20多年的发展,行业已经比较成熟,目前行业竞争较为激烈。随着全民食品安全意识和素质的提高,国家食品安全监管日益严格,行业日益朝着规范化方向发展。

公司自1996年创业以来,长期聚焦于鱼肉制品深加工产品的生产和销售,已经形成了完善的产品体系,在市场竞争中建立了公司的核心竞争优势。公司已经在规范化的行业环境中得到更好的发挥,长期来看,所处经营环境向好。

公司可持续盈利能力分析
1.公司核心竞争力分析
(1)品牌优势
公司自成立以来,专注研发、生产和销售速冻鱼肉制品。公司是速冻鱼肉制品行业“中国名牌”、“中国驰名商标”;“鱼极”品牌是目前行业内最高端的产品品类代表,在业内享有较高品牌声誉。近年来通过线上线下媒体广告及线下推广活动,很好的扩大了公司产品品牌的大众认知,提高了公司品牌的知名度和美誉度,使公司在行业内竞争中占据有利地位。

(2)研发优势
公司研发能力强,新品成功率率高,产品梯队丰富。公司一直致力于新品研发及口味提升,拥有行业内唯一的“国家鱼糜制品研发中心”,公司拥有一支专业的研发鱼肉制品研发团队,配备了行业领先的研发设备。近些年,公司针对不同区域、不同季节推出多款原创性新品,不但丰富了产品线,开拓了区域市场,提升淡季销售,也很好满足了消费者多元和组合消费需求,从而使公司产品具备持续发展的动力。

(3)产品优势
公司产品系列覆盖中高端,尤其是近几年传统中高端冷冻鱼肉制品市场的同质低价竞争情况愈演愈烈,公司在高端产品发力跳出中低端价格竞争的泥潭,生产差异化竞争优势,为公司构筑新的利润增长点。此外公司在行业内率先推出常温休闲食品系列,具备营养、健康、快捷的特点,符合电子商务消费潮流和消费结构的升级趋势,销量增长迅速,发展前景良好。

(4)营销网络优势
公司一直注重营销网络的搭建和营销渠道的建设,公司在全国各重点城市设置7个全资子公司,23个办事处,终端网点17,000多个,公司产品进入各大连锁商超系统,包括沃尔玛、永辉、大润发、家乐福、麦德龙等著名连锁超市,7-11、万家、快餐等社区便利店以及沃尔玛、华莱士、中石化等特通客户,公司构筑了覆盖全国的营销网络,形成了顺畅的营销渠道网络。公司拥有一支经验丰富的营销推广队伍,针对不同渠道特点,开展营销推广活动,进行市场开发和业务拓展,快速提升公司产品销售。

(5)上市公司平台优势
公司是行业内第一家上市公司,拥有规范的运作,严格的内控制度和高效的融资渠道,更有利于吸引优秀的专业人才加盟公司,更有利于公司通过并购等方式进行行业整合,促进产业链条搭建和产业链扩张。

2.公司未来的发展前景
(1)通过产品差异化竞争策略,提升现有业务规模,降低营销费用占比
公司将充分发挥海欣冷冻鱼肉制品,通过持续提升产品品质,深耕市场,扩大鱼糜高端系列产品培育和培育肉食品类常温和冷冻产品。以差异化竞争策略,保持鱼肉制品的行业领先地位,提升现有产品品质规格,提高盈利能力。

(2)拓展产品品类,整合食品行业优质资源,将企业价值有效转化为盈利
公司遵循“产品互补、渠道共享”的原则,通过合作共赢的方式,积极寻求食品行业内的合作机会。公司以用户和消费者为中心,积极通过产品研发、模式创新、资源整合等方式进行并购等方式,达成产品研发、品牌扩大、品类多元、业务革新和产业拓展的目标。充分发挥公司渠道优势,快速提升公司的业务体量,降低营销费用的占比,提升竞争力。

问题二、报告期内,你公司营业收入同比增长4.69%,管理费用同比增长25.77%,主要是提前终止股权激励计划所致。请说明提前终止股权激励计划费用确认的计算过程与具体的会计处理,以及是否符合《企业会计准则》的相关规定。请年审会计师发表明确意见。

公司回复:
公司于2016年7月19日召开2016年第一次临时股东大会,审议通过了《关于海欣食品股份有限公司〈限制性股票激励计划(草案修订稿)及其摘要〉的议案》。

2016年8月18日,公司召开第十四届董事会第十六次会议,审议通过了《关于向激励对象授予限制性股票的议案》,确定2016年8月19日为授予日,对162名激励对象授予1,028.00万股限制性股票。

2016年9月12日,公司召开第十四届董事会第十七次会议,审议通过了《关于向暂缓授予的激励对象授予限制性股票的议案》,确定2016年9月12日为授予日,向暂缓授予的4名激励对象授予500.00万股限制性股票。

4.限制性股票激励计划时间安排如下:

解锁条件	解锁期间	可解锁限制性股票数量占激励股票总数的比例
第一次解锁	自授予日起满12个月的第四个交易日起至授予日起24个月内的最后一个交易日止	50%
第二次解锁	自授予日起满24个月的第四个交易日起至授予日起36个月内的最后一个交易日止	30%
第三次解锁	自授予日起满36个月的第四个交易日起至授予日起48个月内的最后一个交易日止	20%

股票激励总费用如下表所示:

项目	总费用	分摊月份数
一年期(2016年8月起分摊)	15,546,130.80	12
两年期(2016年8月起分摊)	6,719,722.88	24
三年期(2016年8月起分摊)	9,575,628.92	36
首次授予限制性股票总费用	26,839,482.60	28
一年期(2016年9月起分摊)	3,677,046.90	12
两年期(2016年9月起分摊)	979,807.13	24
三年期(2016年9月起分摊)	228,585.10	36
暂缓授予的限制股票总费用	4,884,438.13	28
合计	30,724,120.63	

由于公司产品波动,原激励计划难以达到预期的激励效果,经过审慎论证后,公司董事会决定终止实施2016年限制性股票激励计划,对原164名激励对象已获授但尚未解锁的2,594.20万股限制性股票全部进行回购并予以注销。

公司于2017年9月13召开的第五届董事会第二次会议审议通过了《关于终止实施2016年限制性股票激励计划暨回购注销已授予未解锁的全部限制性股票的议案》。

公司授予员工限制性股票激励计划的股权激励总费用以及各期分摊明细如下所示:

项目	总费用	分摊月份数	2016年分摊金额	2017年1-4月分摊金额	截至2017年4月30日累计分摊金额
一年期(2016年8月起分摊)	15,546,130.80	12	6,460,181.31	9,086,949.49	
两年期(2016年8月起分摊)	6,719,722.88	24	1,402,472.65	2,207,249.88	3,079,672.47
三年期(2016年8月起分摊)	9,575,628.92	36	407,223.93	703,215.40	2,283,226.05
首次授予限制性股票总费用	26,839,482.60	28	8,269,878.89	12,096,364.88	5,363,133.60
一年期(2016年9月起分摊)	3,677,046.90	12	1,225,681.97	2,451,365.03	
两年期(2016年9月起分摊)	979,807.13	24	153,134.52	326,280.04	489,403.57
三年期(2016年9月起分摊)	228,585.10	36	38,097.52	50,796.69	139,008.89
暂缓授予的限制股票总费用	4,884,438.13	28	2,828,428.66	629,094.48	
合计	30,724,120.63		9,817,100.50	14,914,776.54	5,992,247.96

2016年分摊股权激励费用共计9,817,100.50元金额,账务处理如下:
借:管理费用 9,817,100.50
贷:资本公积 9,817,100.50

2017年9月提前终止股权激励计划之前分摊的股权激励费用共计14,914,776.54元,账务处理如下:
借:管理费用 14,914,776.54
贷:资本公积 14,914,776.54

根据财政部2009年8月《关于印发企业会计准则解释第3号的通知》第五条,在等待期内如果取消了授予的权益工具,企业应当对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理,将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益,同时确认资本公积。2017年9月提前终止股权激励计划并将剩余等待期内应确认的金额5,992,247.96元计入当期损益,同时确认资本公积,账务处理如下:
借:管理费用 5,992,247.96
贷:资本公积 5,992,247.96

综上所述,公司提前终止股权激励计划费用确认的计算过程合理准确,具体的会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

关于该次事项,福建华兴会计师事务所(特殊普通合伙)发表意见如下:
(一)事实依据
1、公司关于终止实施2016年限制性股票激励计划暨回购注销已授予未解锁的全部限制性股票的董事会决议;
2、公司于2017年9月提前终止股权激励计划并将剩余等待期内应确认的金额计入当期损益,同时确认资本公积的会计处理分录。

(二)复核过程
1、我们查阅了公司关于终止实施2016年限制性股票激励计划暨回购注销已授予未解锁的全部限制性股票的董事会决议,审核了公司关于2017年9月提前终止股权激励计划并将剩余等待期内应确认的金额计入当期损益同时确认资本公积的账务处理的审批手续;

2、我们测算了关于2017年9月提前终止股权激励计划并将剩余等待期内应确认的金额计入当期损益同时确认资本公积的金额,并复核相应的会计处理分录。

(三)复核结论
经复核,我们认为,公司报告期内股权激励费用已按照《企业会计准则》的规定进行计算,计算过程合理合规并进行了恰当的账务处理。

问题三、报告期内,你公司对联营企业上海鼎诚电子商务有限公司(以下简称“鼎诚股份”)计提减值准备1,229万元。请说明截至目前鼎诚股份的行业状况、经营情况,上述长期股权投资减值的具体测算过程,包括但不限于关键假设、方法及合理性,并对2016年度的减值测算过程,说明以前年度是否给予了充分的减值准备。请年审会计师发表明确意见。

公司回复:
(一)公司投资鼎诚股份总体情况
2015年3月6日,公司第四届董事会第三次会议审议通过了《关于使用部分超募资金进行对外投资的议案》,公司董事会同意公司使用超募资金4,400.00万元用于受让鼎诚股份的部分股权并针对鼎诚股份进行增资投入,本次对外投资完成后,公司将持有鼎诚股份40%股权。经过鼎诚股份多次股份变更,截至2017年12月31日,公司持有鼎诚股份的股权比例为37.96%。

根据企业会计准则的规定,采用权益法核算鼎诚股份的长期股权投资,经编制近两年度的经营情况及股份变动,从初始投资至2017年12月31日,公司共确认了损益总额1,516,581.50元,其他权益变动4,886,335.44元,其他综合收益6.84元以及合并报表中抵消关联交易未实现的利润-29,134.94元,截至2017年12月31日,公司对鼎诚股份长期股权投资的账面价值及减值情况如下表所示:

项目	期末账面余额	减值准备期末余额	期末账面价值
投资成本	44,000,000.00		
损益调整	1,516,581.50		
其他权益变动	4,886,335.44		
关联交易未实现利润抵消	-29,134.94		
其他综合收益	6.84		
合计	50,373,788.04	12,203,740.98	38,180,047.06

(二)行业的发展状况及鼎诚股份的经营状况
鼎诚股份为一家主营休闲食品的网络零售和批发电子商务公司,主要通过自有B2C网站(www.morefond.com)和天猫、京东等主流电商渠道从事休闲食品B2C、B2C电子商务贸易,并于2015年11月27日起在全国子公司入股股份转让系统挂牌公开转让,股票代码为834500。历史年度的主要产品包括:速冻蛋糕糕、膨粉、张君雅唯等。行业发展平稳,但随着近年电子商务的快速发展,休闲食品的竞争愈发激烈。

鼎诚股份的历史年度经营业绩数据如下:

项目	2015年	2016年	2017年
一、营业收入	16,575,424	24,454,035	38,380,000
二、营业成本	12,065,675	17,475,531	26,777,474
三、营业利润	-741.88	29,035	44,324
四、利润总额	-681.89	22,439	60,506
五、净利润	-681.89	22,439	60,506
净利润增长率	-126.64%	132.66%	124.60%

目前鼎诚股份发展状况良好,2017年1-9月较多合作品牌,收入增长规模较快,但行业竞争越来越激烈,公司毛利水平趋于下降,同时推广费用水平亦较高。

根据行业分析:2015年我国休闲食品行业市场规模为7,365.00亿元,2010年-2015年复合增速12.90%,预计2015年-2020年复合增速将保持在12.00%左右。其中,休闲食品制品增长最快,2010年-2015年复合增速18.00%,预计2015年-2020年复合增速将达到18.00%,2020年零售额将接近1,235.00亿元。

(三)2017年鼎诚股份的评估预测情况
根据2017年中国品牌电商服务行业研究报告,品牌电商服务2018年的增长率约为38.40%。2019年-2020年的复合增长率考虑到竞争的不断加剧,谨慎预测约18.00%,2021年至2022年趋于稳定。

根据鼎诚股份2017年的业务收入37,641.9元,2016年的营业收入增幅分别为47.53%、48.77%。2017年度北京中企华资产评估有限责任公司出具的减值测试目的的中企华评报字(2018)第3173号评估报告(简称“2017年报告”)预测的2018年收入增长比例为38.40%,2018年收入为55,041.9元,2017年报告的主要假设参数及计算的股东权益价值过程如下表所示:

项目	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	期间
营业收入	50,360,011	62,404,019	69,380,019	74,820,019	77,062,019	77,062,019	77,062,019	
毛利率比率	38.40%	24.09%	32.00%	32.00%	32.00%	32.00%	32.00%	
净利润	15,670,019	15,670,019	15,670,019	15,670,019	15,670,019	15,670,019	15,670,019	
净现金流量	182,288	14,406	87,407	1,410,932	1,761,392	15,364,019		
折现率	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	12.00%	
折现值	172,016	11,271	64,104	926,711	1,029,871	8,879,131		
折现值合计	11,652,616							
评估师评估价值	1,000,000							
股东权益价值	10,039,300							

2017年报告折现率取值为12.98%,该取值采用加权平均资本成本(WACC)模型计算,其中:无风险报酬率取评估基准日10年以上一般市场国债利率,计算的权益资本成本13.42%、债务资本成本为7.32%,计算的加权平均资本成本(WACC)为12.98%。

公司测算的鼎诚股份2017年的股东权益价值为10,039,300元。依据该测算金额,公司计算了长期股权投资减值准备1,229.13万元。

(四)2016年鼎诚股份的评估预测情况
根据北京中同资产评估有限公司上海分公司出具的《关于对上海鼎诚电子商务有限公司编制的企业自由现金流折现模型测算说明复核意见》(简称“2016年报告”),测算的鼎诚股份2017年的股东权益价值为13,390.00万元,2016年报告的主要参数及计算的股东权益价值如下表所示:

项目	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	期间
营业收入	34,446.35	47,464.01	61,010.26	70,903.17	77,183.40	77,183.40	77,183.40	
收入增长率比率	60.80%	37.76%	26.58%	16.36%	8.72%	3.00%		
毛利率比率	17.00%	16.80%	16.00%	15.81%	15.72%	16.72%		
净现金流量	-646.57	-311.80	130.52	897.66	1,566.54	22,316.71		
折现率	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%		
折现值	-436.90	-174.91	97.91	676.27	886.40	12,822.04		
股东权益价值	13,390.00							

2016年报告重要参数假设折现率取值为13.00%,该取值采用风险溢价法计算。即:折现率=无风险报酬率+风险报酬率(行业风险溢价率+经营风险溢价率+财务风险溢价率),其中:无风险报酬率取为评估基准日10年以上一般市场国债利率,各风险溢价率根据评估师测算,最终计算的折现率为13.50%。

公司测算的鼎诚股份2016年报告期的股东权益价值为13,390.00万元,依据该测算金额,公司长期股权投资未发生减值情形。

(五)2017年报告与2016年报告的对比如分析
2017年报告与2016年报告相比,主要差异为:

1.鼎诚股份的总体毛利率水平下降:鼎诚股份2017年度的B2B占比比较2016年度预测提高较多,B2B的业务性质导致其毛利水平低于B2C业务,此外由于行业竞争趋于激烈,2017年预测的综合毛利率与2016年相比有所下降,对股东权益价值产生不利影响;

2.2017年鼎诚股份新增了天猫等货款,金额约1,600.00万元,但随着资本规模的增加,企业的营收规模将由于竞争加剧,未有相应提升,贷款资金成本未能全额覆盖相关财务费用,估值相比2016年有所降低;

以上两点变化对股东权益价值产生较大的负面影响。

(六)分析结论
综上所述,结合行业的发展状况及趋势,分析鼎诚股份的经营状况以及未来的发展情况,基于谨慎性原则,公司2017年对鼎诚股份计提长期股权投资减值准备。

关于该次事项,福建华兴会计师事务所(特殊普通合伙)发表意见如下:
(一)事实依据
1、北京中企华资产评估有限责任公司出具的中企华评报字(2018)第3173号《评估报告》;

2、北京中同资产评估有限公司上海分公司出具的《关于对上海鼎诚电子商务有限公司编制的企业自由现金流折现模型测算说明复核意见》;

3、鼎诚股份2014-2017年度经审计后的财务报表。

(二)复核过程
1、我们分析、测算了鼎诚股份2014-2017年度各期财务报表的主要财务指标及变动情况,包括收入增长率、毛利率、净利润率等;

2、我们复核了鼎诚股份未来现金流量预测期间的收入增长率和毛利率等与其历史情况进行比较分析;

3、我们取得了北京中企华资产评估有限责任公司出具的中企华评报字(2018)第3173号《评估报告》,北京中同资产评估有限公司上海分公司出具的《关于对上海鼎诚电子商务有限公司编制的企业自由现金流折现模型测算说明复核意见》,我们评估外部评估机构的客观性以及专业性能力;

4、分析鼎诚股份对鼎诚股份长期股权投资减值测试时采用的关键假设和方法,检查相关的假设和方法的合理性;

5、我们复核评估报告中所涉及的评估模型是否符合现行的企业会计准则,复核评估模型中采用折现率的合理性和计算数据的准确性;

(三)复核结论
经复核,结合行业的发展状况及趋势,分析鼎诚股份的经营状况以及未来的发展情况,我们认为,公司减值测试选取的主要参数合理谨慎,可变现净值计算过程准确,公司2017年对鼎诚股份计提长期股权投资减值准备,符合《企业会计准则》的有关规定。