

(上接B096版)

企业的财务资助等,上述关联方关系的认定,系依据《企业会计准则第36号 证或的别为说的4,上处不成为不知的处于,那么多是是不好,但别多30多少数感》的相关规定。公司未有向在股股东及其关联方进行资金拆借情形。本年计提比例上升原因系一笔履约保证金预期部分无法收回,根据预期信用损失计提了较大额的坏 账损失 具体情况为:公司下属融资和凭公司为参股公司提供消费全融业务支持服务 %的分,各种自己分;公司一篇编版员在自分参数公司连续行政金融业分支行成为。 缴纳了履约保证金3,588.61万元,上述支持服务内容包括客户引流、货前资料收集和预 审核、贷后管理(如监控借款人信用状况、协助催收)等。公司在2022年度与对方的对账 沟通过程中了解到,对方认为公司在履约过程中存在资料审核不严等瑕疵,只认可部分保证金金额可退回。虽然,我方认为公司履约过程中不存在瑕疵且与对方进行了多 次沟通,未果。出于谨慎性原则,根据对账沟通结果,对上述保证金预计无法收回的1.696.61万元计提了坏账准备。除此事项外,其他应收关联方款项主要根据关联方公司的 财务状况,使用可比公司的信用评级测算信用减值损失,两年坏账计提比例无显著变

(3)应收原子公司款项 应收原子公司分红款,待与其他应付款中应付原子公司当前股东的相关往来款项

抹账对抵,应收款项与应付款项金额接近。由于两年情况未发生改变,因此坏账计提比 例无显著变动 (4)应收被收购单位原股东及其关联单位款项 因收购形成的公司在收购日应收老股东及关联单位往来所欠款项,为非关联方侧

公司对部分该等债权采取了追偿措施,同时有充足的抵押物,两年坏账计提比例无 务。公司》 显著变动。

(5)其他 主要包括代垫款项、员工备用金、应收房产土地处置款等。其他应收账款坏账准备 计提比例上升较大主要因2022年度单项计提减值准备增加导致。本年单项新增计提主 要为13,512.23万元的应收投资款,详见本题(二)的回复。 截至2022年12月31日,其他应收款账龄分布如下:

其他应收飲余額		2022年12月31日	2021年12月31日
	一年以内	179,715.01	239,672.89
	一到二年	20,699.40	14,684.34
组合计提	二到三年	15,313.43	49,613.03
	三年以上	31,314.17	22,738.56
thrij	计提	22,956.38	9,659.34
ê	rit	269,998.39	336,368.16
122年12日2	1口 细合计坦	冬账龄分布相比 上年变过	校小 单项计提全额较

增加13.297.04万元,涨幅为138%

3、2022年12月31日,长期应收款账面余额、坏账准备按性质分类及变动情况如下

长期应	PK BK		2022年12月31日			2021年12月31日			
項目	关联关系	账面余额	坏账准备	坏账计提比 例	账面余额	坏账准备	坏账计提比 例		
が 応收融资租赁款 非关联方	非关联方	388,498.89	(4,507.40)	1.16%	638,365.83	(7,104.51)	1.11%		
於州太州教育社社15年3 人	关联方	19.76	(0.05)	0.25%	3.95	(0.05)	1.23%		
应收保险佣金	非关联方	5,677.05	(2,411.29)	42.47%	-	-	_		
其他长期应收款 非关联方	非关联方	62,979.20	(3,195.25)	5.07%	98,407.20	(1,791.02)	1.82%		
項	关联方	75.63	(0.57)	0.75%	-	-	_		
合计		457,250.52	(10,114.56)	2.21%	736,776.98	(8,895.58)	1.21%		

应收融资和赁款是公司通过各区域4S店面或外部合作商渠道,为客户提供汽车融 资租赁服务产生的应收款项。上述应收融资租赁款尚未到期,两年坏账计提比例无显 伝变著

(2) 应收保险佣金

应收保险佣金是公司与第三方保险公司合作,向消费者促销保险项目所收取的佣 金。部分保险公司业务对接人员更换,后任对接人与本公司约定于2023年4月全面启动 历史数据的双方复核工作,并在双方全面复核确认后进行结算。由于历史数据庞杂,公 司预计双方复核确认工作所需时间较长,或将超过一年,因此列示为长期应收款。 2022年12月31日,由于上述款项账龄较长,公司对于上述5,677.05万元应收保险位累计确认2,411.29万元坏账准备,导致了坏账准备计提比例较高。 (3) 其他长期应收款项 其他长期应收款项主要包括承包经营店面押金、二手车业务合作保证金及其他应

收厂商债权等。2022年未坏账准备计提比例较上年末上升系因复杂多变的宏观外部因素影响,部分合作方经营困难,出现破产、失联等情形,导致其他应收债权无法收回,根 据会计准则单项计提坏账准备2,170.80万元。

路云灯保则平坝灯烧外赋信留之,170.8077元。 除上述款项外,剩余其他长期应收款项均未逾期,主要根据债务方公司可比公司 的信用评级测算信用减值损失,两年环账计提比例无显著变动。

综上所述,公司应收账款、其他应收款及长期应收款藏值严格按照《企业会计准则》的相关规定进行会计处理,不存在通过信用藏值准备进行财务"大洗澡"、跨期调 节利润的情形)说明以上应收投资款形成的具体背景、欠款方名称,欠款方是否与公司及董监

高、羟股股东、实际控制人存在关联关系、一致行动关系或其他可能造成利益倾斜的关系,并说明本期全额计提坏账准备的具体原因,导致坏账发生的因素在以前年度是否 已发生或可预计,以及前期计提的充分性。

本公司分别于2018、2019年与上海枫时资产管理有限公司(以下简称"上海枫时" 签订私募证券投资基金合同,合计投入42,900万元,由上海枫时作为私募基金的管理 人负责私募基金的日常运作。上海枫时每月末会向本公司提供基金资产估值报告,本 公司根据基金资产估值报告各项内容确认基金的资产与负债。同时,上海枫时与本公司根据基金资产估值报告各项内容确认基金的资产与负债。同时,上海枫时与本公司及本公司董监高、控股股东、实际控制人不存在关联关系、一致行动关系或其他可能 造成利益倾斜的关系。 在该私募基金的存续期间,基金管理人在收到本公司的赎回指令时,均按时兑付,

并按时分同投资利益。于2021年1月至2022年2月期间,本公司向上海枫时申请赎回本 金及相关收益3次,分别于2021年4月收到赎回本金19,100万元、收益1,394.30万元、于 2021年9月收到赎回本金7,552.89万元、收益664.66万元,于2022年2月收到赎回本金 2,734.88万元、收益1,065.12万元,三次赎回申请均正常兑付。于2021年12月31日,本 公司未识别出显著的信用风险,因此仅以预期信用损失为基础,按组合计提确认减值 准备347万元

于2022年4月,本公司向上海枫时申请赎回基金剩余投资份额,该基金出现无法收 回投资本金及收益的情况,公司已及时征求法律专业人士意见,正在评估诉讼方案,将 采取适当的行动减少公司的损失。截至2022年12月31日,本公司对该基金的剩余投资款仍未收回。本公司认为该剩余款项的可收回性存在重大不确定性,基于谨慎性原则, 将该笔应收款项单项并全额计提减值准备。

公司认为,导致以上应收款坏账发生的因素在以前年度并不可预计,公司在财务 报表各期间均已充分计提相应的减值准备。 普华永道的回复:

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对广汇汽车2022年度财务报表执行了

审计工作。旨在对广汇汽车2022年度财务报表的整体发表意见。 我们将广汇汽车对上述问题的回复中与2022年度财务报表相关的内容,与我们在 审计广汇汽车2022年度财务报表时取得的审计证据及从管理层获得的解释进行了比

较,我们没有发现在所有重大方面存在不一致之处。 在上述审计过程中,针对应收款项的减值,我们执行的主要审计程序包括: 1.了解、评估了管理层与应收款项减值相关的内部控制,并测试了关键控制设计

2、采用抽样的方法,测试了应收款项的账龄,并获取管理层对应收款项坏账准备

的计算表,检查应收款项坏账准备计算的准确性;

3、采用抽样的方法,测试了单项减值的应收款项的合理性,检查了相关的支持性 证据,包括了解客户的信用历史、经营情况。当期收款情况,还款能力和期后收款情况; 4、复核了预期信用损失模型计量方法的合适性,对组合划分、模型选择等重大判

断和假设的合理性进行了评估, 5、评估了管理层在预期信用损失模型中采用的前瞻性信息,包括评估管理层对经 济指标、经济情景和权重选择的模型分析,并评估经济指标预测、经济情景应用和权重

254 58亿元 基本保持稳定, 但近四年账龄超过 为 4271.85 万元、29.63 亿元、36.29 亿元、44.24亿元,主要为未结算供应商返利、预付

整车及零部件款项,金额逐年增加且增幅超过预付款项增加幅度。 请公司:(1)列示公司近四年预付款项的具体构成、前五大预付款项对象的情况,包 括对象名称、关联关系、交易背景、交易金额、款项支付政策变化、账龄等,说明近年预 行款项中账龄超过一年的金额持续提升的原因及合理性;(2)结合业务的具体开展模式,进一步说明对返利相关各环节的会计处理,过程中是否涉及管理层判断,量化披露

近四年供应商返利确定的依据。返利取得方式、取得的时间节点。返利是否按约定取得及具体结算情况等,说明大额返利未结算的具体原因;(3)结合公司对相关事项的内部 控制,说明是否存在大额返利无法收回的风险,前期对返利相关各环节的会计处理是 公司回复

(一)列示公司近四年预付款项的具体构成、前五大预付款项对象的情况,包括对象 水、关联关系、交易背景、交易金额、款项支付政策变化、账龄等,说明近年预付款项 中账龄超过一年的金额持续提升的原因及合理性。

1、预付款项的主要构成、变动情况 2022年12月31日、2021年12月31日、2020年12月31日及2019年12月31日,预付款

项主要构成如下: 单位:万元

预付整车款	402,381.32	522,707.56	358,180.43	309,498.71	
未结算的供应商返利	2,070,657.90	2,103,007.84	2,094,595.06	2,165,061.92	
写配件及装饰装潢件款	38,368.51	46,301.83	35,128.46	24,442.16	
其他	34,384.10	41,812.43	46,269.79	50,188.14	
合计	2,545,791.83	2,713,829.66	2,534,173.74	2,549,190.93	
2、前五大预付对象	情况,包括对象	象名称、关联关	系、交易背景、	交易金额、款项	支付

	合计	2,545,791.83	2,713,829.	2,534,173	2,549,190.93	
	2、前五大预付对象	情况,包括对	象名称、关联总	关系、交易背景	、交易金额、款项	支付
女策	变化、账龄等					
	公司近四年前五大	预付款项对象	没有重大变化	七,具体情况如	下:	
	2022年12月31日,	前五大预付对	象情况如下:			
					单位:	万元

单位名称	关联关系	交易背景	金額	占比	一年以内	一年以上	款项支付政 策变化
宝马(中国)汽车贸易有限 公司(注)	非关联方	整车及配件购销产 生	538,575.28	21.16%	465,759.44	72,815.84	无
上汽通用销售汽车有限公 司	非关联方	整车及配件购销产 生	321,839.66	12.64%	296,641.28	25,198.38	无
一汽-大众销售有限责任 公司	非关联方	整车及配件购销产 生	262,834.39	10.32%	217,230.0B	45,604.31	无
捷豹路虎(中国)投资有限 公司	非关联方	整车及配件购销产 生	245,557.37	9.65%	187,909.15	57,648.22	无
上海上汽大众汽车销售有 限公司	非关联方	整车及配件购销产 生	157,836.87	6.20%	96,889.72	60,947.15	无
승난			1,526,643.57	59.97%	1,264,429.67	262,213.90	

2021年12月31日,前五大预付对象情况如下:

单位名称	关联关系	交易背景	金額	市比	一年以内	一年以上	款项支付政 策变化
宝马(中国)汽车贸易有限 公司	非关联方	整车及配件购销 产生	692,118.96	25.50%	600,089.38	92,029.58	无
一汽-大众销售有限责任 公司	非关联方	整车及配件购销 产生	293,321.64	10.81%	253,591.32	39,730.32	无
上汽通用销售汽车有限公 司	非关联方	整车及配件购销 产生	287,611.28	10.60%	287,611.28	-	无
捷豹路虎(中国)投资有限 公司	非关联方	整车及配件购销 产生	174,683.61	6.44%	126,947.10	47,736.51	无
上海上汽大众汽车销售有 限公司	非关联方	整车及配件购销 产生	166,068.98	6.12%	152,904.10	13,164.88	无
合计			1,613,804.47	59.47%	1,421,143.18	192,661.29	

7705-1197	7007A	3C300 F4 3RC	342,164	LIFU	-T-6AF1	THOLE	策变化
宝马(中国)汽车贸易有限 公司	非关联方	整车及配件购销 产生	613,516.30	24.21%	507,501.03	106,015.27	无
一汽-大众销售有限责任 公司	非关联方	整车及配件购销 产生	327,839.30	12.94%	327,839.30	-	无
上汽通用销售汽车有限公 司	非关联方	整车及配件购销 产生	273,857.07	10.81%	273,857.07	-	无
捷豹路虎(中国)投资有限 公司	非关联方	整车及配件购销 产生	221,071.55	8.72%	162,581.19	58,490.36	无
上海上汽大众汽车销售有 限公司	非关联方	整车及配件购销 产生	161,151.33	6.36%	153,105.72	8,045.61	无
습计			1,597,435.55	63.04%	1,424,884.31	172,551.24	
2019年12月31日	L 日,前五:	L 大预付对象			1,424,004.31	172,00124	
							单位
							放项支

单位名称	关联关系	交易背景	金額	占比	服約	款项支 付政策 变化
宝马(中国)汽车贸易有限公司	非关联方	整车及配件购销产生	594,564.81	23.32%	一年以内	无
一汽-大众销售有限责任公司	非关联方	整车及配件购销产生	314,360.85	12.33%	一年以内	无
上汽通用销售汽车有限公司	非关联方	整车及配件购销产生	279,969.50	10.98%	一年以内	无
捷豹路虎中国股资有限公司	非关联方	整车及配件购销产生	221,429.60	8.69%	一年以内	无
上海上汽大众汽车销售有限公司	非关联方	整车及配件购销产生	170,337.71	6.68%	一年以内	无
合計			1,580,662.47	62.01%		

账龄超过一年以上的预付款项主要为未结算供应商返利,相应金额持续提升的原

因及合理性

(1)由于返利主要以后续采购车辆时抵减车款的方式进行结算,而广汇汽车整车销售规模逐年下降,从2019年的89.6万台,到2022年的58.9万台,对应车辆采购也随之减少,因而通过采购车辆实际使用返利的周期延长、结算比例下降导致一年以上的未 (2)部分汽车制造商为了刺激经销商全年业绩完成,加大了对经销商的全年业绩的

相关考核,此部分返利需在年度结束经销商业绩确认后回款,年度确认的返利比例增加,导致返利结算周期变长;

(3)部分汽车制造商分区制定的商务政策, 在汽车制造商内部需要经过不同层级的 层层考核、相应的内部审核及签址的同步以来,记 (十一)适同的印刷品来至是几个问题级的 层层考核、相应的内部审核及签址的同变长、导致返利结算周期变长 (4)部分返利周期较长的业务,如大客户、二手车的业务量增加,此部分返利需要经

销商提供完整资料,且需经汽车制造商业务部门进行检核及审计,导致返利结算周期 ·, (5)2020年复杂多变的宏观外部因素影响开始后,经济整体下行,汽车制造商的业

绩普遍未能达成年和目标、经济效益逐年下降、经销商起利作为汽车制造商其中一项主要的经营支出,在汽车制造商利润下降及经营现流锁紧的情况下,相应的结算周期

综上,除了公司自身采购规模下降导致返利使用周期延长外,汽车制造商的返利 发放周期延长,商务政策所对应的返利审核及审批时间延长、结算周期较长的返利如 大客户及二手车返利等占比上升,及汽车制造商利润下滑及经营现流锁紧因而减缓返 利发放节奏等因素,综合导致超一年的预付款项金额有所上升,但仍在合理范围。

(二)结合业务的具体开展模式,进一步说明对返利相关各环节的会计处理,过程中是否涉及管理层判断,量化披露近四年供应商返利确定的依据、返利取得方式、取得的时间节点、返利是否按约定取得及具体结算情况等,说明大额返利未结算的具体原因。

出于提升管理效率、加快返利回收,以及门店考核需求等因素的考量,广汇汽车参考了市场上部分经销商集团的做法,在门店层面以实际收到的返利金额(包括实际收到 的现金返利和厂商开具的红字发票/折扣发票金额),记录相应的返利。与此同时,各门 店会在每个资产负债表日编制返利权责发生制计提表,提交至上级管理区域,并最终在公司合并财务报表层面进行整体权责发生制的调整及合并。

1、相关环节的会计处理 (1) 门店返利的计提

首先,门店在月末以当月实际结算的返利为基础确认返利,主要账务处理如下:

借:预付款项 – 返利 贷:主营业务成本 - 返利转销

条件达成情况等判断的预估返利。门店管理层返利预估原则如下: 1)可预估的返利是指主机厂返利政策清晰,返利金额能与整车销售数量、采购数量 或其他考核结果直接挂钩的,根据实际业务达成结果及主机厂商务政策直接准确计算

2)客户满意度、市场份额、星级奖等需要主机厂考评后,再颁布考核级次结果和奖

的,按历史情况、现行标准、往来邮件、厂商函件、商务会议等结合实际业务情况进行合 ;;;;。 最后,门店会将需要应提或冲销的返利金额上报到每个上级管理区域,由区域财

务进行汇总 (2) 区域层面返利调整 区域合并层面月末根据汇总的各门店应提或冲销的返利金额与账面已经确认的

返利金额的差额,在合并层面进行统一调整。主要账务处理如下: 借/贷:预付款项-返利

贷/借·主营业务成本 返利转销 根据汽车制造商的商务政策及实际业务结算安排,返利主要通过公司后续采购车

辆时抵扣车款,结算时进行会计处理,具体账务处理如下 借:库存商品 贷:预付账款 、、供应商返利确定的依据、返利取得方式、取得的时间节点、返利是否按约定取得

及具体结算情况 返利政策具有多样性及复杂性,公司现经营近50个汽车品牌,不同品牌返利政策不尽相同,且同一汽车制造商,在不同时段对不同区域和不同表现的经销商,返利政策也存在差异。因此,各品牌的返利计提比例差异较大,根据各品牌的商务政策,公司主 品牌的经营返利计提比例在7%至30%之间。公司2020年度至2022年度集团平均 合返利计提及结算比例随着近年来复杂多变的宏观外部因素影响,基本保持稳中微降

(1)返利的确认依据 返利包括以购买量为基础的采购返利、指定汽车型号的销售返利、业绩返利及其 他返利等各种类型。返利计算所依据的返利政策主要来源于汽车制造商公布的商务政策、返利通函、历史情况、与汽车制造商的沟通邮件及会议纪要等。 (2)返利确认的方式及审批流程

返利需要调整的情况。返利的计提及冲销均由业务部门发起、财务部门审核、门店负责 人审批。最后上报到每个上级管理区域,由区域财务进行汇总并调整。具体流程如下: 1)门店以实际收到的返利确认。

]店业务人员提交返利计算/冲销表 3)财务人员对返利计算/冲销表进行复核

4)门店负责人对财务复核后的返利计算/冲销表进行审批,并提交至上级管理区域

5)区域财务人员依据汇总后返利计算/冲销表进行相应账务处理。 (3) 返利爾认的时间計点 公司经营各类汽车品牌,返利类型繁多,不同品牌返利政策及返利确认时点不尽

相同,且针对同一汽车制造商,不同时段和不同区域的返利政策和返利确认时点也存在差异。按业务类型分,返利主要涉及新车、维修配件和装饰配件三大业务类型,其中 新车相关返利占主要部分。按返利类型分,返利主要包括以购买量为基础的购买返利 制于山大岛市上安市市。 这是市场主力,是时上安全市区外大量为金融的对象运动,指定汽车型号的销售返利,业绩返利及其他运利等,又可以进一步细分为终端采购,销售指标达成类返利、市场占有率返利、客户满意度考核类返利、门店日常管理类返利、 金融保险等衍生渗透类返利、大客户返利等。不同汽车制造商制定的返利考核指标及确认时点各不相同,指标主要包括车辆采购量、车辆销售量、市场占有率、客户满意度、门店管理考评、金融保险渗透率等。所以,返利确认时点主要有月度、季度、年度等。

(4) 返利取得及具体结算情况 返利取得即为返利结算,主要以后续采购车辆时抵减车款的方式进行。相应的结 算受到采购量及汽车制造商审核周期及期后采购量影响,与返利的计提存在一定的滞

公司注重返利的结算情况,区域总部定期与门店就返利回收情况进行沟通,对返 利回收异常情况做出提醒。对于超过正常到账周期的返利,以店总为主要责任人,与厂家积极进行沟通,加速返利收回。对于未能按期收回的返利,由区域运营、相关品牌负

责人,门店负责人一同与汽车制造商总部及大区等对接,积极进行返利储收, 3. 大额返利未结算的具体原因 公司销售规模大,部分品牌的返利比例较高,对应返利额也相应较大,未结算的主 要原因为:(1)由于返利主要以后续采购车辆时抵减车款的方式进行结算,因公司采购

(2)以年度为考核周期的返利,其正常回款时间超过一年,以年度为考核周期的返

利比例增加导致返利余额较大;
(3)部分资料提交、审查、核准及厂家内部签发流程较长的返利如小区政策、大客户 返利、二手车返利等,当年无法到账,相关业务的增加导致未结算返利增加:

(4)2020年复杂多变的宏观外部因素影响开始后,发光路体下行,整车制造商销售公司的业绩普遍未能达成年初目标,经济效益逐年下降,经销商返利作为汽车制造商

其中一项主要的经营支出,在汽车制造商利润下降及经营现流收缩的情况下,结算周 年度返利计提、调整及结算的示例:

公司年初获取A汽车制造商年度商务政策,设定了B车型的年度销售目标120台,并约定若全年100%达成销售目标,则每台B车型车辆销售可获得返利1万元;若未达成 100%的销售目标,则每台仅能获得返利0.8万元。

该门店前三季度正常经营,并预计全年销量达标,因此各月末按照1万元/台返利金 额及当月B车型销量预估返利并进行相应会计处理。假设每月销量均为10台,每月会计 分录如下

借·新付账款 返利 10万元

信: [刘刘熙叔_返利 10万元 贷: 主营业务成本_返利转销 10万元 1–8月B车型共销售80台车,累计确认返利80万元。

亥门店9月因复杂多变的宏观外部因素影响导致闭店,当月闭店天数累计超过10 天,销量受到影响,但鉴于10月-12月为传统销售旺季,门店预计9月的10天闭店不会影响到全年100%销售达标,因此当月虽仅销售5台车,但仍然按照1万元/台返利进行计

借:预付账款、返利 5万元 贷:主营业务成本_返利转销 5万元 9月B车型共销售5台车,确认返利5万元。故1-9月累计确认返利85万元。

亥门店10月继续因复杂多变的宏观外部因素影响导致闭店,当月无B型车销售,何 时开店存在不确定因素,门店经理综合评判后认为全年销量可能无法达标。因此,在月 的开启任任个明定因素,加充建筑合作开启成为宝年用量可能无法这种。因此,在月末对1-9月返利进行调整,即将单台1万元/台返利调整为0.8万元/台,在10月当月冲销1-9月返利17万元(85×(1-0.8)=17)。会计分录如下:

借:主营业务成本_返利转销 17万元 贷:预付账款_返利 17万元

经过上述调整后,1-10月B车型共销售85台车,累计确认返利68万元。

4,11-12月 11月继续闭店,当月无B车型销售;12月经营逐步恢复正常,当月完成B车型销售 15台,但由于前期闭店影响,导致全年目标无法按期达成,12月当月的销售按照单台返 利0.8万元在月末计提,会计分录如下:

借:预付账款、返利 12万元 贷:主营业务成本_返利转销 12万元 50. 主营业务成本_返利转销 12万元 1—12月全年累计计提返利为85—17+12=80万元。至此,截至2022年12月31日,该 门店账面因销售B车型车辆计提2022年年度返利,产生的返利余额为80万元。

次年2月,该门店向A汽车制造商采购车辆,应支付采购款共计100万元,汽车制造 商允许该门店使用前期返利10万元,用以结算10%的采购款。公司减少返利余额10万元,以银行承兑汇票支付剩余采购款90万元,并形成库存商品—新车100万元。会计分录

借:库存商品-新车 100万元 贷:预付账款_返利 10万元 贷:应付票据 90万元

)结合公司对相关事项的内部控制,说明是否存在大额返利无法收回的风险,前 期对返利相关各环节的会计处理是否审慎、恰当

公司对供应商返利保持一贯性的处理原则,其内部控制环节主要分为: 区域运营部需及时收集各品牌商务政策,提供给区域管理层,作为管理层对各门

店返利合理性的判断依据。区域每月召集经营管理会议,由门店负责人及财务经理店区域管理层、运营部、相关品牌负责人、分区总经理总就上月计提返利进行汇报,并由 区域管理层在会议中核定该店上月计提返利。门店将应计提的返利提交至区域,由各 人员满足率等考核结果对应的主机厂商务政策、通知,按权责发生制原则逐项计算

预估返利。 ~ 1) 可预估的返利是指汽车制造商返利政策清晰 返利金额能与整车销售数量 采 购数量或其他考核结果直接挂钩,可以根据实际业务达成结果及主机厂商务政策直接 准确计算的返利。

2)客户補意度、市场份额、星级奖等需要汽车制造商考评后,再颁布考核级次结果和奖励金额的,需按预期可获得的级次进行预估。
3)对汽车制造商发放的模糊返利、大红包等事先没有商务政策但实际存在的返利类别,可按历史情况、现行标准、往来邮件、厂商函件、商务会议等结合实际业务情况进

(2) 返利回收及差异处理 区域管理层定期与门店就返利回收情况进行沟通,对返利回收异常情况做出提醒。对于未能按期收回的返利,由区域运营、相关品牌负责人、门店负责人一同与汽车制造商总部及大区等对接,积极进行返利催收。对于经过积极催收后仍未能收回的返利,及时进行返利调整,包括但不限于厂家承诺经销商的特殊贡献返利、大区或小区承 诺的额外返利。因对考核结果有异议而走申诉流程的返利等。 另外,门店返利还会接受公司内部审计机构的审计监督。对违反公司返利管理规则的行为,会按公司审计操作细则追究相关人员责任,并责令纠正差错。

乘用生经销业务盈利来源主要为汽车进销差价和汽车制造商返利。近几年,基于市场环境的变化,汽车制造商为了品牌的发展,更多采用的是压缩进销差价,通过制定 返利目标和返利政策来鼓励经销商提车。因此,汽车制造商返利是经销商的毛利重要 来源。一直以来,公司高度重视汽车制造商关系的维系,并对重点品牌公司成立品牌事

业部,加强同汽车制造商的沟通及做好内部品牌经营质量管理,以获得更优质的汽车 制造商资源及返利支持。同时,公司具有行业龙头地位优势,是宝马、奥迪、捷豹路虎 那是一切的发生的人的。中间,从一场中门里在大地区地方,是上一场全面的影片的大环天,到莎拉蒂等众多品牌中国最大的经销商之一,并和众多汽车制造商建立了战略伙伴关系;近年来,公司保持着高水平的销售及服务质量,得到众多汽车制造商的认 可。公司与汽车制造商的良好关系、高质量的经营管理水平及出色的行业表现,保障了 可。公司一个干利应用的几条双大米,后则是10公百百至小十次山台1971至农场,除降了公司返利获取的最优化及回收的可靠性。 综上,公司返利确认流程合理、监督控制有效、金额确认依据客观。因此,不存在大

额返利无法收回的风险,前期对返利相关各环节的会计处理是审慎、恰当的。 普华永道的回复:

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对广汇汽车2022年度财务报表执行了

34.们次就行居江河公村中的旧类相对旅之分,11.1年4322年及别为旅文公司于上工作。旨在对于汇汽车2022年度财务报表的整体发表意见。 我们将广汇汽车对上述问题的回复中与2022年度财务报表相关的内容,与我们在 审计广汽车2022年度财务报表时取得的审计证据及从管理层获得的解释进行了比较,我们没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

在上述审计过程中,针对预付账款-未结算的供应商返利的确认,我们执行的主要 审计程序包括: 1、了解、评估了管理层与未结算供应商返利的计提相关的内部控制,并测试了关

键控制设计及执行的有效性 2、采用抽样的方法对管理层计提的未结算供应商返利实施下列测试

测试以前年度管理层计提的未结算供应商返利在本期的实际结算以及年末未结 算返利在期后的结算情况,以评价管理层对未结算供应商返利估计的可靠性 将各类返利的计算,包括返利类型、授予条件等,与各汽车制造商的返利政策进行

交叉核对: 将各类返利计算使用的基础数据及条件与对应的购买数量、销售数量、返利比率 及其他指定标准进行核对;

根据返利政策与基础数据,重新计算干资产负债表口的未结管供应商返利全额 商品新增计提几:71亿元,转回或转销6463.65万元。 请公司:(1)结合存货主要内容、存放地点、存货状态、库龄、对应在手订单及执行情

况、可变现净值测算依据、存货联价准备测试过程等,说明公司各项存货跌价准备计提的合理性,以及较上年大幅增长的合理性;(2)本期存货跌价准备转回或转销的具体情 况,转回或转销金额较高的原因及合理性,公司本期及前期是否存在计提不谨慎、利用 存货跌价准备调节利润的情形。 公司回复: (一)结合存货主要内容、存放地点、存货状态、库龄、对应在手订单及执行情况、可

空规净值测算依据,存货账价准备测试过程等,说明公司各项存货账价准备计捷的合理性,以及较上年大幅增长的合理性。 1、截至2022年12月31日,公司存货主要内容、存放地点、存货状态如下

在途在途 公司存货主要为整车、零配件及装饰装潢件等 公司将已获取控制权但尚未入库

2、截止2022年12月31日,公司存货库龄如下: 单位:万元

的存货计人在途物资,已入库的存货计入库存商品和周转材料

4、可变现净值测算依据、存货跌价准备测试过程

(1)可变现净值测算依据

应

3 对应在毛订单及执行情况 由于公司为汽车零售行业,主要为零售销售,无在手订单。

在资产负债表日,存货按照成本与可变现净值孰低计量。其中可变现净值测算时, 采用存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本。估计的销售费用以及相关税 的金额。在确定存货的可变现净值时,存货的估计售价以取得的确凿证据为基础 对未来市场销售价格进行预估 (2)存货跌价准备测试过程 当可变现净值低于成本时,提取存货跌价准备。存货跌价准备通常按单个存货项

目的成本高于其可变现净值的差额提取。计提存货跌价准备后,如果以前减记存货价值的影响因素已经消失,导致存货的可变现净值高于其账面价值的,在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回,转回的金额计入当期损益。 5、公司各项存货跌价准备计提的合理性及充分性,以及较上年大幅增长的合理性 (1)公司各项存货跌价准备计提的合理性及较上年大幅增长的合理性

截止2022年末,公司整车存货跌价准备余额为2.15亿元,较上年末增加1.63亿元。 2022年受复杂多变的宏观外部因素影响,公司期末库存车量8.83万,台较上生增长 10.79%;此外,2022年12月,随着宏观外部因素的逐步消除,加之购置税减半政策补贴 政策即將到期, 经销商为降低前期积攒库存, 大力开展各类优惠促销活动, 造成市场价 格持续下行,导致公司2022年度第四季度整车销售进销差较前期扩大。综上 的上升及进销差扩大导致2022年度存货跌价准备计提上升,根据公司会计政策对存货 计提存货跌价损失2.28亿元 公司对零配件、装饰装潢件等存货,因技术改进、损坏等原因确定不能使用的,按

全部成本计提跌价准备。若属于因厂家维修政策及其他商业合理原因要求为停产车型 准备:一年至两年的计提比例为30%,两年以上计提比例为100%

	2022年末较	2021年末,公	司存货跌价准	备计提方式	未发生变更,	公司严格按	照相
	会计政策计拟						
	同时,2022年	末公司与同	5业可比公司4	字货跌价准值	备计提比例是	虽然不尽相同	司,但
]较	2021年末上升	斗,趋势一致。	具体情况对比	如下:			
	同业公司			2022年12月31日		2021年12月31日	l

生:存货跌价准备计提比例 =年末存货跌价准备/年末存货余额 2022年复杂多变的宏观外部因素反复冲击及国内外经济形势复杂严峻 汽车市场 整体销售疲软,存货库存积压等因素叠加影响造成市场可变现净现值降低,公司对各 项存货跌价准备的计提符合谨慎性原则。

(二)太期存货跌价准备转回或转销的具体情况,转回或转销金额较高的原因及合 理性,公司本期及前期是否存在计提不谨慎、利用存货跌价准备调节利润的情形。 公司2022年度存货跌价准备转回及转销的具体情况如下

应的跌价准备也应当予以结转。公司对存货库龄严格管控,对长库龄存货会采用多种措施加速销售,因此,公司上年度的存货,大部分会在下一年度完成销售,相应计提的存货跌价准备,也将随之转销,计人营业成本。公司2022年度实现存货销售,并相应结 转进营业成本的存货跌价准备为6,463.65万元,主要来源于销售2021年末已计提存货 若以前减记存货价值的影响因素已经消失的,减记的金额应当予以恢复,并在原

日记制邮记行员所自办。时间是一层行为,但是一层行为,就是几步的企业,不是一层一层的存货跌价准备金额内转回,转回的金额冲销资产减值损失。2022年度,存货跌价转回主要系部分车型价格回升,但该情况发生较少,转回金额仅为578.23万元。 对存货跌价准备的计提方式与 则的相关要求。各年计提合理且不存在计提不谨慎、利用存货跌价准备调节利润的情

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对广汇汽车2022年度财务报表执行了 审计工作,旨在对广汇汽车2022年度财务报表的整体发表意见

我们将广汇汽车对上述问题的回复中与2022年度财务报表相关的内容,与我们在 审计广汇汽车2022年度财务报表时取得的审计证据及从管理层获得的解释进行了比 较,我们没有发现在所有重大方面存在不一致之处。 在上述审计过程中,针对存货跌价准备的确认,我们执行的主要审计程序包括:

1、了解公司对存货跌价准备计提的会计政策及其中运用的重要会计估计,评估其 2、了解及评价与存货跌价准备计提相关的内部控制,并测试关键控制设计及执行

的有效性; 3、采用抽样的方法,测试管理层编制的存货库龄表的准确性; 4、了解及评估存货跌价准备计提方法的合理性:

5. 获取管理层存货跌价准备计算表,检查计算的准确性。采用抽样的方式,评价并测试了管理层在计算可变现净值时使用的相关参数,包括: ?抽样检查期后售价及接近资产负债表日的近期售价并与管理层的估计售价进行

, ?对于估计的销售费用以及相关税费等,将其与历史成本、销售费用及税费等数据 6、我们在存货监盘现场,关注存货的状况,了解及观察是否有滞销、过时、陈旧或 毁损的存货项目,并将了解及观察到的此类存货项目与管理层存货跌价准备清单进行

股顶的存货项目,并将了解及观察到的此类存货项目与官埋层存货跌价准备清单进行比较,以评估存货跌价准备计提的充分性。 六、关于商誉。2022年未公司商誉余额187.49亿元,占净资产比例48.17%,本年度 未计提商誉减值。请公司结合商誉减值测试的情况,说明公司本年度在巨额亏损的情况下,商型2016年

公司回复:

公司经验。 (一)2022年商誉减值测试情况 公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》及《会计监管风险提示第8号—商 營减值》的相关规定,在每年年末对企业合并所形成的商誉进行减值测试。公司委托外 鄂评估师对与商誉相关资产组(组合)2022年12月31日的可收回金额进行评估,并依据 其评估结果作为2022年12月31日商誉减值测试分析工作的依据。根据商誉减值测试结 公司无需计提商誉减值准备 2022年12月31日,对于包含商誉的各资产组组合减值测试的结果如下:

何念全驱避智的资产 太年度易否存在商誉 木年度商誉結婚 其中,印展于份公

	资产组组合名称	组组合账面价值	可收回金額	被他	损失	的商谱减值损失	
		a	b	是(a \ b)/ 否(a \ b)	c=b-a		
	广汇宝信	1,438,386	1,560,900	否	-	-	
	西北区域	564,972	1,075,900	香	-	-	
	华北区城	488,672	926,300	否	-	-	
	西南区域	373,325	424,200	香	-	-	
	陕西区域	334,809	362,600	否	-	-	
	四川区域	196,255	212,600	否	-	-	
	北方区域	271,348	296,200	香	-	-	
	广西区域	210,328	249,200	否	-	-	
	华中区域	107,667	211,500	香	-	-	
	江西区域	104,335	156,700	香	-	-	
	合计	4,090,097	5,476,100		-	-	
i	在进行减值》	则试时,公司料	将商誉的账面 [®]	价值按能够从	人企业合并	的协同效应中	受益
的情	兄分摊到资产	空组组合,并沿	则试包含商誉	的资产组组合	的可收回	金额是否低于	其账

面价值。 通过比较资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额与资产组组合预计未来 现金流量现值,管理层采用公允价值减去处置费用后的净额确定其可收回金额。管理层在确定资产组组合的可收回金额时,聘请外部评估师进行评估。由于基准日不存在相同资产组组合在活跃市场上未经调整的报价,也不存在相关资产组组合的直接或间 接可观察的輸入值,因此以可获取的最佳信息为基础来分析资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额。基于资产组的组成以及经营情况,评估师采用了收益法—现金流

量折现模型对资产组组合的公允价值减去处置费用的净额进行了估值分析。 (現代主) 別、日本日日15人日日 | 10年 | 10日 | 10 形势 以及政治 经济和社会环境无重大变化 、假设评估基准日后国家宏观经济政策、产业政策和区域发展政策除公众已获知 的变化外,无其他重大变化;

3. 假设与被评估资产组(组合)相关的税收政策、信贷政策不发生重大变化,税率、利率、政策性征收费用率基本稳定; 4、假设评估基准日后被评估资产组(组合)的管理层是负责的、稳定的,且有能力担 5、假设资产组(组合)所在单位完全遵守所有相关的法律法规,不会出现影响公司 发展和收益实现的重大违规事项; 6、假设评估基准日后无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对被评估资产组

(组合) 造成重大不利影响: 7.假设评估基准日后被评估资产组(组合)采用的会计政策与编写资产评估报告时所采用的会计政策在重要方面基本保持一致;

8、假设评估基准日后被评估资产组(组合)在现有管理方式和管理水平的基础」 经营范围、方式、业务结构与目前基本保持一致,不考虑未来可能由于管理层、经营贸 略以及商业环境不可预见性变化的潜在影响;

9、假设评估基准日后被评估资产组(组合)的现金流人为平均流人,现金流出为平

.假设资产组(组合)所在单位拥有的各项特许经销权未来到期后可以顺利续期 根据被评估资产组(组合)所处行业、经营模式、发展趋势等情况,本次收益法评估 选用自由现金流折现模型,即将未来收益年限内的自由现金流量采用适当折现率折到

并加总,得到资产组(组合)的价值。 公司根据历史经验、对市场发展的预测及市场参与者的管理水平确定增长室和手 利率,并采用能够反映相关资产组和资产组组合的特定风险的利率为折现率,稳定期增长率为本集团五年预测期后的现金流量所采用的加权平均增长率,与权威行业报告

主要参数		区间	
土安学和	2022年度	2021年度	2020年度
5年详細預測期增长率	2.58%-28.83%	0.30%-13.40%	3.01%-10.88%
稳定期增长率	2.30%	2.50%	3.00%
毛利率	6.07%-9.46%	6.63%-9.62%	6.74%-10.01%
税前折现率	11.40%-14.27%	11.97%-14.30%	12.24%-14.21%
税后折现率	9.70%-11.10%	9.70%-11.10%	10.00%-11.10%

新期增长家及毛利家的卖源及合理性 公司管理区域的管理层基于该资产组(组合)过去的业绩、行业的发展趋势和管理 层对市场发展的预期估计以及市场参与者的管理水平,对未来5年的营业收入及毛利 安照业务类别(主要包括:整车零售业务、装潢业务、售后服务业务、佣金业务、其他 务)分别进行预测。其中整车零售业务收入作为最主要的收入,按经销品牌对销售数量 和销售单价讲行细分预测。 公司拥有专业的管理团队,在中国的乘用车市场拥有丰富的经验和知识,公司的

高级管理层成员干汽车经销及服务行业具备的经验平均超逾10年。预期增长率及毛利 率充分考虑管理层对未来市场的最新信息的掌握、判断及行业趋势,并与公司以往业 绩和未来发展趋势保持一致。 公司收入水平受品牌市场占有率。车型再新上市。国家排放标准提高。 购车补贴的

策、车载芯片供给等诸多因素影响,于2020年电摩至2022年度存在一定瞩度的效动。公司属零售行业,于商誉减值测试中对预测期营业收入增长率的判断系于充分获悉主机厂 排产计划的基础上结合各经销品牌于所属管理区域的推广阶段、适应性、行业政策导 向及行业预期等作出。 根据公安部统计数据,2022年全国汽车保有量已达3.19亿辆,已连续三年位居全球 一,但千人拥车仅为226辆,全球排名第16,不及马来西亚、俄罗斯、泰国等发展中国

家,更远不及欧美发达国家——约是意大利、法国、德国等欧洲发达国家的1/3,仅是美

考虑到我国在汽车普及方面拥有诸多有利条件,诸如中国是世界上汽车品牌最多 考虑到我国住气牛首及万间拥有自夕中和东門,但知叶自承巴尔人(十年间7年80年)的市场,竞争最充分、选择最多;截止2022年底,全国高速公路通车里程17.7万公里,位居世界第一、基础设施日益完善等都为国内汽车的普及提供有利的增长条件。国家信息中心副主任徐长明曾表示:"我们的饱和点是干人400辆—450辆,管理比较科学的话能达到450辆,如果管理上简单粗暴可能就干人400辆。",由此可见,目前我国的干人

拥车水平仍有非常大的提升空间。

根据中汽协数据显示,2022年,高端品牌乘用车销量完成388.6万辆,同比增长 11.1%,高于乘用车增速1.6个百分点,占乘用车销售总量的16.5%,占比高于上年0.7个百分点。伴随居民收入水平的逐步提高,乘用车高端化购车的需求提升明显。

考虑到①幅员辽阔居民需要交通工具通勤;②高速公路越建越好,为汽车普及创造了环境;③西部大开发、扶贫政策之下人们生活水平提高等原因,西部区域对汽车消费的需求刚性远高于其他省份,而我国西部正是公司门店覆盖度较高的地区。 结合上述实证研究及统计数据,管理层以自身对未来市场最新信息的掌握、判断编制的预算销售量、营业收入增长水平等与中国干人汽车保有量增长趋势、各地区经济水平、地形地貌、消费理念特征及居民乘用车消费高端化趋势相匹配。

2020年度至2022年度,商誉减值测试中使用的5年详细预测期营业收入增长率汇

商誉相关资产组组合名称	预测期第一年营业收入增长率
广汇宝信	14.77%
西北区域	20.62%
华北区域	13.54%
西南区域	10.69%
陕西区域	28.83%
四川区域	12.93%
北方区域	14.00%
广西区域	8.77%
华中区域	7.00%
江西区域	10.69%

体判断下,考虑到各商誉相关资产组组合因各经销品牌结构于所属管理区域的推广阶段、适应性等存在特性,公司于商誉减值测试中对其营业收入增长率作出差异化判断。 部分资产组组合例如陕西区域、西北区域预测期第一年营业收入增长率离差较大, 要由于相关管理区域于2022年度闭店停业周期较长、区域内重要经销品牌车载芯片供应紧张导致主机厂排产后置等原因导致2022年度收入水平受到更大的冲击。 总体而言。受复杂多变的宏观外部因素影响。公司相当一部分店面连续数月外司

总体而言,变复宗多变的宏观外部因素影响,公司相当一部分店面建築数月处于 防店状态,全年销售收入出现较大幅度下降,造成比较基期收入水平较低,然而相关不 利因素影响已逐步消除,公司日常经营活动已基本恢复正常。预计2023年度收入规模 将回归正常经营水平。考虑到相关不利因素均未实质影响公司获利能力且不具长期持 续性,故于商誉减值测试中对其进行剔除,造成2022年度商誉减值测试中预测期第一 年的营业收入增长率水平较历史年度有所上升。同时,2022年度商誉减值测试中预测 期第一年汽车销售服务经营分部整体的营业收入增长率水平为14.56%,考虑到2022年度汽车销售服务经营分部整体的营业收入同比下降水平15.71%,预测指标实际仅考虑 相关不利因素消除的影响,整体收入水平的预测符合审值性的要求 2、稳定期增长率的来源及合理性: 公司预测五年期预算后的现金流量所采用的加权平均增长率,参考中国长期通货

3、税前折现率、税后折现率的来源及合理性 3、他即介现举、她后介现举的米娜汉合理性: 通过比较资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额与资产组组合预计未来 现金流量现值,管理层采用公允价值减去处置费用后的净额确定其可收回金额。在公 允价值减去处置费用后的净额法中,采用税后现金流量,并使用与之相匹配的税后机 现率进行折现;而在预计未来现金流量现值法中,则采用税前现金流量和与之匹配的

(1)采用加权平均资本成本(WACC)的方法计算税后折现率: 公司根据自身运营情况,考虑市场整体状况、行业经验及市场权威机构的行研信 息,结合地域因素计算资产组组合的加权平均资本成本(WACC=E(/E+D))*Re+(D/ (E+D))*Rd*(1-T))。其中,债资比(D/E)参考了可比公司的公开信息。权益资本成本Re、付息债务资本成本Rd及企业税率T的选取都是依据资产组组合所处行业平均水平及

各经营分部加权平均企业所得税税率确定。 (2) 基于税后未来现金流对应税后折现率应得出与采用税前未来现金流对应税前 折现率相同的计算结果的原则,使用税后现金流、税后折现率与税前现金流,通过迭代

对于其他对可收回金额的估计有影响的指标,如费用率、营运

(二)公司本年度在巨额亏损的情况下,商誉是否存在重大减值风险,减值计提是否

2022年度,受全国多地限流、年末集中让利销售加快资金回笼和库存周转效率等因素影响,公司经营业绩存在一定幅度下滑。复杂多变的宏观外部因素扰动对汽车行 业的经营活动造成了较大的影响,特别是进入第四季度后,影响范围持续扩大,汽车市 场旺季走弱。宏观外部因素下,多地经销商经营受阻,各地车展及宣传活动也无法顺利展开,多个汽车消费强势区域汽车销量损失严重。全年公司受影响的店面达600多家,占比达75%以上,影响时间最长的店面超过100天。尤其是在公司下设门店覆盖度较高 地区(如西部、华北等)受影响较为严重,正常经营受到极大冲击,致使公司本年度经

2、相关不利因素正逐渐消除

1、本年度发生亏损的主要原因

税前折现率进行折现。

汽车消费对提振内雲消费 稳定工业和经济发展且有重要音》 国家尼面始终高 度重视汽车消费在国民经济中的重要作用。2023年政府工作报告制确提出着力扩大国内需求,把恢复和扩大消费摆在优先位置,特别是稳定大宗消费,推动生活服务消费恢 复。汽车消费无疑是重要抓手。2023年3月以来,工信部、商务部、发改委、财政部等部门 密集发声,从税收优惠、开展汽车下乡、完善配套设施、扩大二手车流通等多方面对拉 动汽车消费的政策措施进行部署,地方上促进汽车消费的举措也密集落地。根据中汽 307(十四、100-307)。 协的分析,2023年,随着相关配套政策措施的实施,将会进一步激发市场主体和消费活力,加之新的一年芯片供应短缺等问题已获得较大缓解,预计2023年汽车市场将继续 呈现稳中向好发展态势。

公司所经营的品牌具有一定周期性,不同于新造车势力,公司合作的品牌方都是

具有国企背景的合资企业,深耕汽车行业时间较长,综合实力推厚。会及时根据自身品牌销量调整品牌策略,推出具有市场竞争力的车型。在经历了复杂多变的宏观外部因

素呈到整体车市萎靡的情况下,大部分汽车制造商年度销量目标制定趋于理性,根据

市场趋势,制定了合理的批发零售增长目标。多数品牌仅制定了保持一定增速的目标,以减轻经销商的库存压力,维持终端价格的合理区间,给予经销商盈利恢复的空间。同时,汽车制造商为了与经销商共同对抗环保升级等不可抗因素带来的利空影响,会更 于根据市场实际情况及经销商的反馈及时给予经销商额外的支持及补贴,以适度 恢复经销商的盈利能力。

恢复空销商的盈利能力。 由于乘用车市场整体已呈现边际改善趋势,同时乘用车普及率和汽车后市场的天 花板远远未达到,而随着厂家促销和国家减税政策的刺激,我国乘用车市场即将筑底 回升。公司作为行业龙头,市场占有率有望进一步得到提升。公司经营业绩已有改观, 影响2022年经营业绩下滑的主要因素正在逐渐改善,不会对公司以后年度业绩产生重

堂萱业 客流量也持续恢复.日常经营活动在2023年1月份已基本恢复正常。2023年第 多度,公司已经担守为盈,实现净利润605亿元(未经审计)。 参度,公司已经担守为盈,实现净利润605亿元(未经审计)。 综上所述,公司商誉不存在重大减值风险,对商誉减值的计提符合《企业会计准 则》的规定,是充分、适当的。

"新十条"等政策实施后,广汇汽车各门店于2022年12月中旬开始全面恢复正

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对广汇汽车2022年度财务报表执行了 工作,旨在对广汇汽车2022年度财务报表的整体发表意见。 我们将广汇汽车对上述问题的回复中与2022年度财务报表相关内容,与我们在审

计广汇汽车2022年度财务报表时取得的审计证据及管理层获得的解释进行了比较,我们没有发现在所有重大方面存在不一致之处。 在上述审计过程中,针对商誉的减值,我们执行的主要审计程序包括: 了解、评估了管理层与商誉减值评估相关的内部控制,并测试了关键控制设计

2、复核了管理层将商誉的账面价值按能够从企业合并的协同效应中受益的情况 分據到资产组组合的情况,并将相关资产组组合本年度(2022年度)的实际经营结果与以前年度相应的预测数据进行了比较,以评价管理层对现金流量的预测是否可靠。 3、通过参考行业惯例,评估了管理层在估计可收回金额时使用的估值方法的适当

4. 将本期现金流量预测所使用的数据与历史数据及经审批的预算等进行了比较

5、获取了管理层聘请的外部评估师出具的评估报告,并对外部评估师的胜任能力、专业素质和客观性进行了评估。 6、同时,通过实施下列程序对管理层的关键假设讲行了评估。 、同时,通过实验。1996年7月日 生运行了关键版及过17年间: 将预测期收入增长率与资产组合的历史收入增长率以及行业数据进行比较; 将稳定期收入增长率与我们根据经济数据作出的独立预期值进行比较;

特预测的毛利率与15亿业绩进行比较,并考虑市场趋势; 结合地域因素,通过参考市场数据,包括市场无风险利率、市场风险溢价及风险 系数等,重新计算同行业可比公司和各资产组组合的加权平均资本成本,评估了管理

考虑管理层采用的关键假设可能出现的合理波动的潜在影响。 7、测试了现金流量折现的计算是否准确。

广汇汽车服务集团股份公司董事会 2023年6月10日

所载的预测数据一致,不超过汽车销售服务行业的长期平均增长率。2020年度至2022年度,公司采用现金流量折现方法的主要假设具体列示如下: