

## **广汇汽车服务集团股份有限公司 关于上海证券交易所对公司 2022 年年度报告的信息 披露监管工作函的回复公告**

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

广汇汽车服务集团股份有限公司（以下简称“公司”或“广汇汽车”）于 2023 年 5 月 12 日收到上海证券交易所上市公司管理一部下发的《关于广汇汽车服务集团股份有限公司 2022 年年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2023】0485 号），公司对此高度重视，经认真核查并结合公司的实际情况，现就工作函相关事项回复如下：

如无特别说明，本回复中的简称与《广汇汽车服务集团股份有限公司 2022 年年度报告》的简称具有相同含义。本回复中部分合计数与各明细数相加之和在尾数上如有差异，这些差异均由于四舍五入造成。

一、关于经营业绩。公司本期归母净利润-26.69 亿元，扣非后归母净利润-29.63 亿元，同比均大额转亏，但营业收入同比仅下滑 15.71%。公司在前三季度均保持盈利的情况下，第四季度产生单季亏损-34.44 亿元，但各季度营业收入波动不大，分别为 351.39 亿元、306.25 亿元、357.37 亿元、320.43 亿元，净利润实现情况与营业收入变动出现严重背离。同时，季度间经营活动产生的现金流量净额波动较大，分别为-87.50 亿元、11.64 亿元、-4.26 亿元、49.64 亿元。

请公司（1）结合分季度营业收入、营业成本的具体构成，成本费用归集情况，进一步量化分析第四季度毛利率转负、产生大额单季亏损的具体原因及合理性，与以前年度第四季度情况及同行业可比公司是否存在差异及差异原因；

（2）结合各项业务的收付款政策等，说明报告期内各季度经营活动现金流波动较大的原因及合理性，是否符合行业惯例。

公司回复：

（一）结合分季度营业收入、营业成本的具体构成，成本费用归集情况，进一步量化分析第四季度毛利率转负、产生大额单季亏损的具体原因及合理性，与以前年度第四季度情况及同行业可比公司是否存在差异及差异原因。

2022 年度分季度营业收入、营业成本的具体构成，成本费用归集情况如下：

项目(亿元)	2022 年度				
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	全年合计
<b>营业收入</b>	<b>351.39</b>	<b>306.25</b>	<b>357.37</b>	<b>320.43</b>	<b>1,335.44</b>
其中：整车业务	302.17	258.38	309.65	281.91	1,152.11
维修业务	33.19	32.99	31.85	23.67	121.71
佣金业务	9.97	9.8	10.5	10.02	40.29
其他	6.06	5.08	5.37	4.83	21.33
<b>营业成本</b>	<b>(313.71)</b>	<b>(277.95)</b>	<b>(328.46)</b>	<b>(328.81)</b>	<b>(1,248.92)</b>
其中：整车业务	(285.67)	(251.42)	(300.94)	(309.00)	(1,147.03)
维修业务	(22.96)	(21.92)	(22.31)	(15.91)	(83.11)
佣金业务	(2.37)	(2.45)	(2.49)	(2.31)	(9.61)
其他	(2.71)	(2.16)	(2.72)	(1.59)	(9.17)
<b>经营毛利/(亏损)</b>	<b>37.68</b>	<b>28.30</b>	<b>28.91</b>	<b>(8.38)</b>	<b>86.52</b>
其中：整车业务	16.50	6.96	8.71	(27.09)	5.08
维修业务	10.23	11.07	9.54	7.76	38.60
佣金业务	7.60	7.35	8.01	7.71	30.68
其他	3.35	2.92	2.65	3.24	12.16
减：销售费用、管理费用及财务费用	(24.80)	(23.76)	(25.42)	(25.80)	(99.78)
减：信用减值损失及资产减值损失	(0.43)	(1.16)	(1.11)	(7.94)	(10.63)
其他综合影响	(1.01)	0.78	(0.29)	0.65	0.14
<b>税前利润/(亏损)</b>	<b>11.45</b>	<b>4.17</b>	<b>2.09</b>	<b>(41.47)</b>	<b>(23.76)</b>

### 1、2022 年第四季度毛利率转负、产生大额单季亏损的具体原因及合理性

公司第四季度税前亏损 41.47 亿元，并导致 2022 年全年净亏损。然而，广汽汽车业绩下滑并非仅产生于第四季度，第三季度已因各地超预期冲击而盈利水平下降，第三季度接近于盈亏平衡，第四季度宏观外部因素对各地的影响进一步扩大，产生大额亏损。结合 2022 年第四季度公司的实际情况，现就主要影响因素说明如下：

项目(亿元)	2022 年第四季度	占比	事项说明
经营毛利	(8.38)	20.21%	(1)

扣：期间费用	(25.80)	62.21%	
扣：信用减值损失及资产减值损失	(7.94)	19.15%	(2)
其他综合影响	0.65	-1.57%	
税前亏损	(41.47)	100.00%	

## (1) 经营毛利下降的原因

### 1) 收入端影响

2022 年度，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均处于闭店状态。特别是 2022 年第四季度以来，宏观外部因素带来的影响愈发严重，公司门店集中度高的几个地区，如西北、华北、陕西、西南等，都受到严重影响。2022 年第四季度，共有 488 家店面出现闭店停业的状态，受影响时间最长的店面超过 100 天，公司整体日常经营受到了极大冲击。在此背景下，公司第四季度整车销售及售后维修规模下降尤为明显。

截至 2022 年末，公司共有 4S 店 732 家。2021 年全年、2022 年全年及 2022 年第四季度，按各大区统计的受影响的店面数量和天数如下表：

大区	2021 年全年闭店情况		2022 年全年闭店情况		2022 年第四季度闭店情况		
	店面数量	闭店天数	店面数量	闭店天数	店面数量	闭店天数	第四季度闭店天数占当年比例(注 3)
西北	42	932	171	15,722	171	8,900	56.61%
华北	31	677	133	4,748	131	2,701	56.89%
陕西	32	232	62	2,584	61	1,556	60.22%
西南	4	19	59	1,388	46	792	57.06%
北区	15	427	56	2,473	36	528	21.35%
江西	8	155	41	582	15	184	31.62%
广西	2	4	24	355	10	110	30.99%
华中	-	-	10	176	2	23	13.07%
四川	-	-	41	657	12	69	10.50%
华东	6	142	26	960	4	22	2.29%
<b>小计</b>	<b>140</b>	<b>2,588</b>	<b>623</b>	<b>29,644</b>	<b>488</b>	<b>14,885</b>	<b>50.21%</b>
<b>占比(注 2)</b>	<b>19.13%</b>	<b>0.97%</b>	<b>85.11%</b>	<b>11.10%</b>	<b>66.67%</b>	<b>22.59%</b>	

注 1：店面数量系各区域受复杂多变的宏观外部因素影响出现闭店停业状况的门店总数量，闭店天数系各门店受影响的闭店天数总和；

注 2：闭店数量占比=闭店店面数量÷各年/期末 4S 店总数；闭店天数占比=闭店天数÷(各年/期末 4S 店总数×各年/期间天数)；

注 3：2022 年第四季度闭店天数的当年占比=2022 年第四季度闭店天数÷2022 年全年闭店天数。

结合上表闭店情况，2022 年第四季度，公司门店受复杂多变的宏观外部因素影响导致闭店天数增加，占 2022 年第四季度天数的 22.59%，即 2022 年第四

季度，公司门店平均约四分之一的時間因宏观外部因素影响导致关闭而无法营业。同时，公司 2022 年第四季度受宏观外部因素影响导致闭店总天数占 2022 年度全年比例高达 50.21%，可见门店日常经营受阻的情况在第四季度尤为明显。在整车业务销售规模方面，第四季度通常为销售旺季，而该时段广汇汽车门店受影响巨大，销售活动受到限制，整车销售下降。同时，因闭店时期较长导致维修业务无法正常开展，因此维修收入也大幅下降。

各期间单日整车业务、维修业务及佣金业务剔除闭店影响后的平均收入及毛利对比情况如下：

项目(万元)	2021 年度	2022 年度	2022 年度第四季度
单日整车业务收入	51.60	48.50	55.28
单日维修业务收入	5.77	5.12	4.64
单日佣金业务收入	1.65	1.70	1.96
<b>单日收入小计</b>	<b>59.02</b>	<b>55.32</b>	<b>61.89</b>
单日整车业务毛利	1.60	0.22	(5.31)
单日维修业务毛利	2.07	1.63	1.52
单日佣金业务毛利	1.23	1.29	1.51
<b>单日毛利小计</b>	<b>4.90</b>	<b>3.13</b>	<b>(2.27)</b>

注：单日业务收入=各业务于各期间收入÷各期间剔除闭店天数后的运营天数。

如上表所示，剔除闭店天数后的各期间单日收入基本可比，可见公司 2022 年第四季度收入下降主要来源于闭店影响。2022 年第四季度单日整车业务收入略微上升。主要由于 12 月以来随着各项不利因素的逐步消除，加之燃油车购置税减半政策及新能源汽车补贴政策即将到期，公司为降低前期积攒的库存，加快资金回笼和库存的周转效率，于 2022 年 12 月对积压的库存车辆实施了集中让利销售，使得 12 月单月新车销量回升，同比恢复增长。2022 年度第四季度单日维修业务收入较低，主要由于门店虽恢复营业，但仍会受到周边交通系统管控、员工缺席、消费者对安全的顾虑等影响而导致客流减少或经营无法正常开展，并考虑到门店客流恢复时间，实际单日维修收入及毛利受影响情况更大。

2022 年度第四季度单日整车业务收入较高但毛利大幅下降且呈现毛利率转负，主要由于 2022 年第四季度整车市场折扣持续扩大，公司整车业务销售的价格低于进货价格的程度加剧，导致四季度公司整车毛利率较第三季度环比大幅下降，同时较前三季度下降较为明显，主要市场原因如下：

a. 市场库存压力急需释放。纵观整体市场，2022 年底在宏观外部因素消失后，经销商积累了大量的超期库存，年底库存压力大，急需释放，势必对新车售价产生一定的负面影响。

b. 冲刺汽车制造商的销售指标任务。2022 年第三季度结束后，汽车制造商普遍预计实现全年销售目标有较大缺口，而 12 月放开后，汽车制造商普遍对销量反弹有较高期待，因此对经销商下达高目标，但市场又由于需求收缩，汽车消费疲软，面临较高的销售指标，经销商通过折扣让利来吸引顾客购买，影响新车售价。

c. 国家鼓励汽车消费政策即将结束。根据财政部、税务总局发布关于减征部分乘用车车辆购置税的通知，对购置日期在 2022 年 6 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日期间内且单车价格(不含增值税)不超过 30 万元的 2.0 升及以下排量乘用车，减半征收车辆购置税，第四季度为购置税减半政策的最后阶段，经销商为了抓住国家鼓励汽车消费政策即将结束的黄金窗口期，整体市场的新车折扣率普遍扩大。

面对以上市场因素，公司则因四季度关闭店面较市场平均更多，需释放更多重的压力。因此，为了充分利用国家利好政策吸引消费者购买，达到提振销量、消化库存、加快资金周转率的目标，公司方面更是提高让价幅度以吸引消费者购买，负进销差持续扩大。以公司 9 月进销差为基准，10 月，公司共有 160 个车型进销差扩大，11 月有 182 个车型进销差扩大，12 月则增至 222 个车型。第四季度，公司各月车型进销差扩大的波及范围持续增加，导致四季度整车业务的毛利率转负。

其他配套服务收入如佣金业务收入在第四季度亦同趋势下降。例如，由于闭店，导致新车销售减少、客户返厂维修减少，公司银行按揭服务佣金、保险佣金服务的规模也相应减少。但由于佣金业务的毛利率相对较高，在不利情况下公司积极推动提升佣金业务的渗透率，因此该项业务受宏观外部因素的影响相较整车销售业务小。

## 2) 成本端影响

2022 年度，各季度的营业成本具体构成情况如下：

项目(亿元)	2022 年度					构成占比
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	全年合计	
<b>营业成本</b>	<b>313.71</b>	<b>277.95</b>	<b>328.46</b>	<b>328.81</b>	<b>1,248.92</b>	<b>100.00%</b>
<b>其中：整车业务</b>	<b>285.67</b>	<b>251.42</b>	<b>300.94</b>	<b>309.00</b>	<b>1,147.03</b>	<b>91.84%</b>
新车采购成本	319.09	281.55	336.53	314.00	1,251.18	100.18%
返利	(35.82)	(32.18)	(38.15)	(7.30)	(113.45)	-9.08%
其他	2.40	2.05	2.56	2.30	9.30	0.74%
<b>维修业务</b>	<b>22.96</b>	<b>21.92</b>	<b>22.31</b>	<b>15.91</b>	<b>83.11</b>	<b>6.65%</b>
零部件	18.44	18.29	17.96	12.26	66.95	5.36%
人工成本	2.40	2.20	2.35	1.72	8.67	0.69%
间接费用	2.12	1.43	2.00	1.93	7.48	0.60%
<b>佣金业务</b>	<b>2.37</b>	<b>2.45</b>	<b>2.49</b>	<b>2.31</b>	<b>9.61</b>	<b>0.77%</b>
人工成本	2.37	2.45	2.49	2.31	9.61	0.77%
<b>其他</b>	<b>2.71</b>	<b>2.16</b>	<b>2.72</b>	<b>1.59</b>	<b>9.17</b>	<b>0.73%</b>

营业成本中，按业务分类，包括整车、维修、佣金及其他业务。

#### 一、整车业务

整车业务成本占比 91.84%，影响整车业务成本的因素为新车采购成本、返利及其他三部分。

2022 年第四季度整车业务成本环比增加 8.06 亿元，以下，对第四季度整车业务成本变化进行说明：

1、新车采购成本环比下降 22.53 亿元，新车采购成本的总额与新车销量及销售车型对应的采购成本直接相关，第四季度销量下降相应计入营业成本的新车采购成本也随之下降；

2、净返利确认 7.30 亿元，环比下降 30.85 亿元，净返利确认的下降导致了整车业务成本上升。第四季度返利下降的主要包括两个原因：一方面，第四季度公司业务下降及恶化的市场环境影响当季和前期返利 27.22 亿元，另外一方面，第四季度关停并转一次性减损返利 3.63 亿元。

(1)第四季度为全年最后一个季度，前三季度的部分考核结果在此季度公布，且全年的完成情况在此季度也相对较为明晰，因此如在第四季度有突发原因导致全年目标未能达成，则应在当季及时进行返利冲销。在公司 2022 年实际经营中，第四季度经营状况大幅受到突发性非经营因素影响，公司部分门店无法达成汽车制造商当季及年度的考核指标，影响当季返利计提。此外，公司亦需对

前期因预估全年能正常达成任务而计提的返利等进行调整，因此进一步使得当期返利净计提金额下降。

## (2) 第四季度“关停并转”对成本的影响

公司着力优化品牌结构，持续布局新能源汽车领域，第四季度关停并转一次性增加当期成本 3.63 亿元，具体情况如下：

### 1) 已破产汽车制造商品牌“广汽菲克”导致的一次性损益影响

广汽集团于 2022 年 10 月 31 日的第六届董事会第 27 次会议决议公告，同意合营企业广汽菲亚特克莱斯勒汽车有限公司因资不抵债，按现行法律法规相关规定，向法院申请破产。公司受影响门店 12 家(广汽菲克 7 家、克莱斯勒 5 家)，公司已积极申报相应债权并已收回部分款项，但部分预付账款、品牌特许经营权及尚未摊销完毕的建店成本等存在回收风险。公司经初步评估将无法收回的部分债权、品牌特许经营权及尚未摊销完毕的建店成本等资产一次性确认损益。

### 2) 优化品牌导致的一次性损益影响

2022 年，全年国内汽车芯片供应短缺问题尚未得到彻底改善，加之国际油价及原材料价格的大幅上涨，汽车行业面临前所未有的困境和挑战。面对“危”与“机”并存的特殊时期，公司在董事会及管理层的有效带领下在新能源汽车销售和服务领域持续发力，依靠自身的经营管理口碑、服务能力以及终端资源，已同多个新能源品牌汽车制造商建立密切联系，从而整合现有资源，持续布局新能源汽车领域。

截至 2022 年底，已有多家门店转型经营新能源品牌，新品牌包括 AITO、小鹏、岚图、欧拉等。从老品牌转换为新品牌需要经过清理库存、售后转店、债权确认和回收等相应流程，公司于 2022 年第四季度陆续完成相应的事宜时，确认相应损益。2022 年度，相应的预付账款-未结算供应商的返利及品牌特许经营权等资产的一次性计入损失或者成本费用。此外，公司对部分销售业绩不佳的低效门店进行优化，优化包括转为经营强势品牌或低效品牌停止运营。

上述广汽菲克及优化品牌等导致的一次性损益影响利润 4.96 亿元(其中预付账款中未结算的供应商返利由于会计估计变化,影响营业成本 3.63 亿元;特许经营权加速摊销 1.33 亿元,计入销售费用)。

## 二、维修业务

维修业务成本占比营业成本 6.65%,主要包括零部件成本、人工成本及间接费用。零部件成本与维修业务量直接相关,不同维修业务类型对成本的耗用会有所不同。人工成本包含固定工资及与业务量挂钩的提成薪酬,其中提成薪酬与维修业务量正相关。间接费用主要是日常水电暖费、场地费及设备折旧等,部分为相对固定成本,变动成本受业务量和季节的影响产生波动。

2022 年第一季度、第二季度、第三季度维修收入分别 33.19 亿元、32.99 亿元和 31.85 亿元,维修成本分别 22.96 亿元、21.92 亿元和 22.31 亿元,可以看出,前三季度维修收入及成本相对平稳。第四季度维修业务量受闭店影响大幅下降,环比收入下降 8.18 亿元(25.7%),维修成本下降 6.40 亿元(28.69%),其中主要零部件成本下降 5.70 亿元;另外,公司虽然闭店仍然按期支付了人员的固定工资,由于维修人员业务量下降,导致无法获取部分提成薪酬,致使人工成本下降 0.64 亿元;间接费用第四季度当期 1.93 亿元,环比基本持平。

## 三、佣金业务

佣金业务成本占比 0.77%,主要为保险代理、车贷、上牌代理等业务人员的人工成本,包含固定工资及与业务量挂钩的提成薪酬,其中提成薪酬与维修业务量正相关。

2022 年第一季度、第二季度、第三季度、第四季度佣金收入分别 9.97 亿元、9.80 亿元、10.50 亿元、10.02 亿元,佣金成本分别 2.37 亿元、2.45 亿元、2.49 亿元、2.31 亿元,各季度基本保持稳定,但随业务规模变化略有波动。

## 四、其他

其他成本包括汽车融资租赁业务成本和其他租赁及服务成本。

此外,在因闭店而无业务收入的时段内,店面相关的固定成本支出(如 2022 年度门店长期资产折旧摊销、人员薪酬费用、租赁费、财务费用等固定成本)在此期间仍然继续发生,因此 2022 年第四季度期间费用与前三季度基本持

平，而收入空白期导致费用转换率较低，进一步影响公司第四季度的营业利润率。

## (2) 资产减值情况分析

项目(亿元)	2022 年第四季度
应收款项信用减值损失	4.16
存货跌价损失	1.79
长期股权投资减值损失	1.99
合计	7.94

各项资产减值情况如下：

### 1) 应收款项信用减值损失

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的规定，须对以摊余成本计量的金融资产，以预期信用损失为基础确认损失准备。对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收账款、其他应收款及长期应收款等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收账款、其他应收款及长期应收款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征将应收账款、其他应收款及长期应收款等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。2022 年第四季度，应收款项信用减值损失较大主要由于第四季度单项计提坏账准备的应收款项增加及按组合计提坏账准备的应收款项账龄结构变长导致。

### 2) 存货跌价准备

公司根据《企业会计准则第 1 号——存货》第十五条的规定，在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，按存货成本高于其可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益。可变现净值按日常活动中，以存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的合同履约成本和销售费用以及相关税费后的金额确定。2022 年受宏观外部因素影响，年末库存车量 8.88 万台，较上年增长 10.79%。此外，2022 年 12 月，随着宏观外部因素的逐步消除，加之购置税减半补贴政策即将到期，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，存货余额的上升、销售进销差扩大及预计市

场价格持续下降等因素，导致 2022 年第四季度计提的存货跌价损失上升导致资产减值损失计提增加。

### 3) 长期股权投资减值

上海爱卡投资中心(有限合伙)(以下简称“上海爱卡”)长期股权投资减值准备计提情况，如下表所示：

单位：万元

长期股权投资名称	2021 年度减值金额	2022 年度减值金额	年末余额
上海爱卡	17,897.07	19,900.65	66,500.00

公司按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，对持有的上海爱卡的长期股权投资进行减值测试。2021 年，在上海爱卡出现近两年来首次亏损，且预计 2021 年全年无法扭亏为盈的情况下，公司识别出长期股权投资可能发生减值迹象并计提长期股权投资减值准备 1.78 亿元。2022 年度，上海爱卡线下业务战略推进不达预期且继续出现业绩亏损，公司于 2022 年底经过持续观察和评估，识别长期股权投资可能发生进一步减值迹象，并进行了减值测试，同时聘请了外部评估师对长期股权投资可收回金额进行评估。在对该长期股权投资进行减值测试时，公司将长期股权投资的账面价值与其可收回金额进行比较，如果可收回金额低于账面价值，相关差额计入当期损益。长期股权投资的可收回金额为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的较高者。公司采用现金流量折现方法确定公允价值，最终以公允价值减处置费用作为相关资产的可收回金额。

基于所执行的减值测试，该长期股权投资的可收回金额小于账面价值，公司据此于 2022 年 12 月 31 日进一步计提了减值准备 1.99 亿元，并确认了相应资产减值损失。

减值测试过程中涉及的关键参数主要为：公司根据历史经验及对市场发展的预测，确定的增长率和毛利率；基于管理层批准的预算，确定的预期增长率；稳定期增长率为预测期后所采用的增长率，与行业报告所载的预测数据一致，不超过行业的长期平均增长率。公司采用能够反映相关资产组的特定风险的折现率。

## 2、公司 2022 年第四季度与 2021 年第四季度比较

第三季度末至第四季度通常为车市传统销售旺季，但 2022 年第四季度受复杂多变的宏观外部因素影响导致门店正常经营受限的情况较 2021 年第四季度更为广泛，所以 2022 年第四季度较 2021 年第四季度，公司经营业绩下滑明显。同时，于 2022 年第四季度，“关停并转”导致一次性减损 4.96 亿元，而 2021 年第四季度并无该项损失。2022 年第四季度，因整车销售进销差扩大导致整车存货跌价计提金额较 2021 年第四季度增长。此外，上海爱卡于 2022 年底计提长期股权投资减值，以及信用减值损失上升，共同导致了 2022 年度第四季度较 2021 年度第四季度业绩下滑显著。

## 3、公司及同业的业绩变动趋势分析

### (1) 复杂多变的宏观外部因素扰乱使得汽车经销商行业整体承压

2022 年，受宏观外部因素冲击，汽车经销行业的经营活动造成较大的影响。从分月数据来看，1 月-2 月乘用车市场开局良好，产销量稳定增长；3 月-5 月部分地区产销受，阻叠加产业链冲击，产销量出现断崖式下降；6 月开始，随着购置税优惠落地，厂商开展促销，产销量得以恢复。进入四季度，消费者信心疲软，门店客流量骤减，叠加物流不畅等因素，终端消费市场增长乏力，使得经销商的库存当量不断增加，于 11 月份达到历史高位。根据汽车流通协会“汽车经销商库存”调查结果显示，2022 年 10 月，汽车经销商综合库存系数为 1.76，环比上升 19.7%，同比上升 36.4%；11 月，汽车经销商综合库存系数为 1.88，环比上升 6.8%，同比上升 39.3%。12 月份，随着各项不利因素的逐步消除，加之燃油车购置税减半政策及新能源汽车补贴政策即将到期，经销商为降低前期积攒的库存，大力开展各类促销活动，年末乘用车终端市场出现“翘尾行情”。

根据 2022 年汽车经销商行业上市同业的业绩发布情况(如表 1 所示)，A 股同业全年净利润、经营活动产生的现金流量净额均较 2021 年有明显下降。

表 1：2022 年度广汇汽车及同业主要业绩及库存情况

同业公司	业绩情况	库存车台次
------	------	-------

	营业收入	净利润	经营活动产生的现金流量净额	
广汇汽车	2022年营业收入1335.43亿，同比下降15.71%	2022年归属于上市公司股东的净利润为-26.69亿，同比减少265.9%	2022年经营活动产生的净现金流为-30.48亿，较上一年减少48.69亿	2022年底，库存车为88,834台，库存量同比增加10.79%
庞大集团	2022年营业收入260.21亿，同比下降9.12%	2022年归属于上市公司股东的净利润为-14.41亿，同比减少259.7%	2022年经营活动产生的净现金流为-6.87亿，较上一年减少5.58亿	2022年底，库存车为14,517台，库存量同比增加11.75%
申华控股	2022年营业收入59.49亿，同比下降16.19%	2022年归属于上市公司股东的净利润为-1.73亿元，同比减少517.8%	2022年经营活动产生的净现金流为1.39亿，较上一年减少2.91亿	2022年底，库存车为1,181台(均为华晨宝马)，同比下降6.93%

数据来源：wind，同业对外公布的定期报告等

(2) 公司新车销量与综合毛利率变化趋势同行业基本一致

2022年广汇汽车新车销量58.9万台，同比下降15.4%，A股上市同业庞大集团下降8.2%，申华控股下降8.4%；广汇汽车综合毛利率6.5%同比下降2.5个百分点，同行业庞大集团下降2.9个百分点，申华控股下降3.7个百分点。

表2：2019-2022年度广汇汽车及A股上市同业新车销量及综合毛利率变动趋势

新车销量(万台)	2019年	同比%	2020年	同比%	2021年	同比%	2022年	同比%
广汇汽车	89.7	1.70%	75.1	-16.20%	69.7	-7.20%	58.9	-15.40%
庞大集团	11.3	-55.20%	14.1	25.10%	14.1	0.20%	13.0	-8.20%
申华控股	2.8	-24.10%	2.2	-22.50%	2	-8.60%	1.8	-8.40%
综合毛利率(%)	2019年	同比%	2020年	同比%	2021年	同比%	2022年	同比%
广汇汽车	9.80%	-0.50%	8.20%	-1.60%	9.00%	0.70%	6.50%	-2.50%
庞大集团	6.90%	6.20%	10.40%	3.50%	8.10%	-2.30%	5.20%	-2.90%
申华控股(新车+售后)	5.20%	3.50%	6.40%	1.10%	8.20%	1.80%	4.50%	-3.70%

数据来源：wind，同业对外公布的定期报告等

(3) 四季度复杂多变的宏观外部因素对公司影响较同业尤甚

2022年下半年，全国多地受复杂多变的宏观外部因素影响加剧，从上市同业发布的2022年度业绩报告分析，公司及同业下半年业绩同比下滑幅度，较上半年持续扩大。公司二季度以来业绩持续下滑，尤其是进入下半年，下滑程度

加剧，与同业保持了一致的变化趋势。如下表 3 所示，2022 年表中列示的 A 股同业公司下半年业绩下降幅度加剧，均处于亏损状态。而公司因门店网络布局与同业不同，第四季度受到的宏观外部因素影响以及亏损情况较其他上市同业更为严重。一方面，因公司门店众多且分布广泛，受到的影响面更大。2022 年全年，公司受宏观外部因素影响而出现闭店停业状态的店面达 623 家，占比达 75%以上，影响时间最长的店面超过 100 天。另一方面，2022 年四季度以来，全国范围内多地为了应对宏观外部因素政策端变化，取消了车展及宣传活动，造成了多个汽车消费强势区域汽车销量损失严重，尤其是在公司门店覆盖度较高的地区(如西部、华北等)受影响较为严重。

表 3：2022 年度同业归母净利润对比情况

单位：亿元，%

同业公司	2022 上半年		2022 下半年		2022 年度	
	归母净利润	同比	归母净利润	同比	归母净利润	同比
广汇汽车	7.7	-48.8%	-34.4	-3491.1%	-26.69	-265.9%
庞大集团	0.24	-95.9	-14.65	-564.3%	-14.41	-259.7%
申华控股	-0.11	-301.4%	-1.61	-552.1%	-1.73	-2053.3%

数据来源：wind，同业对外公布的定期报告等

2022 年四季度，公司共有 488 家店面出现关店停业状态，闭店数超过公司总店数的 60%；特别是公司门店占比较大的几个地区，如新疆、重庆、华北等，有 382 家店面处于关店停业的状态(见表 5)。对于 A 股同业(见表 4)，如庞大集团，按其披露的网络结构，店面覆盖度较高的地区集中于华北(京津冀地区)，同受宏观外部因素影响导致下半年盈利水平大幅下降，但对其的影响程度及范围较广汇汽车均偏小。在以上背景下，公司下半年(尤其第四季度)新车销售及售后维修规模下降较同业尤为明显。

表 4：2022 年广汇汽车及上市同业 4S 店布局情况

同业公司	4S 店(家)	覆盖度较高的地区
广汇汽车	732	西部地区(新疆、甘肃、宁夏、陕西、四川、重庆、广西等)、华北地区、东北地区
庞大集团	267	华北地区(京津冀地区)
申华控股	31	华东地区、东北地区

表 5：广汇汽车四季度影响较大的省市网点情况统计

省区	四季度闭店数统计(家)
新疆	90
河北	40
山东	40
陕西	39
甘肃	37
重庆	35
宁夏	30
河南	27
北京	23
黑龙江	21
合计	382

(4) 与公司重点区域重叠的上市公司利润表现趋同

2022 年度，复杂多变的宏观外部因素极大影响了日常生产经营活动以及线下客流量，零售行业受到重挫，特别是公司在西北、西南地区门店数量较多，第四季度受到影响更为明显。因此，选取了汇嘉时代、友好集团、重庆百货作为西部地区的零售业上市公司进行比较，其 2022 年分季度业绩及变动情况如下表 6 所示：

汇嘉时代、友好集团、重庆百货主营业务均为百货零售，但其经营网点分布有所不同：汇嘉时代、友好集团均分布于新疆地区，重庆百货则集中分布于重庆。虽然上述零售行业上市公司的产品结构、客户群体等要素与公司存在差异，但从表中数据依然可以看出，宏观外部因素影响的西部地区零售行业 2022 年各季度收入呈逐渐下降趋势，净利润出现大幅亏损，尤其是在第四季度亏损加剧。

表 6：经营网点区域重合的上市公司业绩情况

单位：亿元，%

对比公司		2022 年第一季度		2022 年第二季度		2022 年第三季度		2022 年第四季度	
		营业收入	归母净利润	营业收入	归母净利润	营业收入	归母净利润	营业收入	归母净利润
广汇汽车	金额	351.39	6.67	306.25	1.05	357.37	0.04	320.43	-34.44
	同比	-16.78%	2.38%	-26.76%	-87.78%	-3.96%	-96.99%	-13.83%	-18357.67%
汇嘉时代	金额	7.22	0.56	5.19	0.16	3.78	-0.36	2.88	-1.91
	同比	6.17%	51.14%	-2.42%	-32.88%	-26.71%	-626.24%	-56.87%	-1,191.49%
友好集团	金额	5.64	0.12	4.38	0.66	2.73	-1.46	1.66	-1.50
	同比	-5.29%	-72.94%	-8.96%	391.36%	-40.69%	-933.57%	-62.05%	-165.6%
重庆百货	金额	52.71	4.14	46.24	1.74	46.02	2.52	38.06	0.43

对比公司		2022 年第一季度		2022 年第二季度		2022 年第三季度		2022 年第四季度	
		营业收入	归母净利润	营业收入	归母净利润	营业收入	归母净利润	营业收入	归母净利润
	同比	-19.04%	-5.03%	-12.3%	-12.89%	0.64%	7.87%	-20.37%	-47.25%

数据来源：wind，同业对外公布的定期报告等

综上所述，公司四季度毛利率转负、产生单季亏损主要因复杂多变的宏观外部因素的影响所致，与同行业可比公司趋势一致。

**(二)结合各项业务的收付款政策等，说明报告期内各季度经营活动现金流波动较大的原因及合理性，是否符合行业惯例。**

公司主要经营汽车经销业务，2022 年度整车销售及维修服务收入分别占营业总收入的 86.27%和 9.11%。公司各项经营业务收入主要为现金收款，但存在部分大客户或政府采购车辆以及佣金业务等产生的应收款项收款期较长。整车采购付款以应付票据及厂家金融融资为主，现金付款为辅，其中，应付票据到期日一般为 3-6 个月，厂家金融信用期一般为 2-6 个月。维修业务采购付款主要为现金付款。

### 1、公司历年情况分析

公司 2020 年-2022 年分季度经营活动净现金流如下表所示，均呈现第一季度最低，第四季度最高，二、三季度相对平稳的趋势，主要系前三季度所用票据及厂家金融信用期一般为 3 个月内，而第三季度末至第四季度是传统车市销售旺季，同时也是公司采购高峰期，为避免银行承兑汇票和厂家金融借款集中到期兑付，减轻集中兑付压力，公司在汽车制造商政策允许的合理范围内，策略性延长或调整票期，因此采购车所需票据及厂家金融信用期一般超过 3 个月，采购付款期限延迟的同时，销售收款因主要为现金收款而相对平稳，故经营净现金流呈现先低后高的趋势。

单位：亿元

经营活动净现金流	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	趋势图
2022 年度	-87.50	11.64	-4.26	49.64	
2021 年度	-91.55	12.25	4.27	93.25	
2020 年度	-118.76	69.55	-23.36	114.47	

## 2、2022 年度同行业分析

2022 年度各季度，同行业公司庞大集团主要相关数据如下表所示，广汇汽车与庞大集团存货占当季度营业收入比均为 50-60%，差异不大；申华控股存在房地产、新能源等与汽车消费服务无关的业务，根据其年报数据显示，2022 年度汽车消费服务业务收入(商业收入及服务业收入)为 57.88 亿元，截至 2022 年末库存商品及在途物资余额为 5.17 亿元，存货占平均营业收入比约为 35.73%，而各季度报告未单独披露汽车消费业务收入及存货数据，因此不可比。2022 年度，公司各季度销售规模及存货余额变动趋势与同行业公司趋同。但公司充分利用应付票据及厂家金融等方式以减少资金占用，应付票据余额占存货比远高于同行业公司，其中：庞大集团应付票据占存货比在 10%左右，而公司占比为 80%左右。因此，公司采购现金支出受票据信用期限影响较大，加之公司不同期间信用融资期限不同，故公司整体经营净现金流变动趋势虽与同行业公司庞大集团趋势一致，但波动幅度存在差异，该差异主要系结算方式及各结算方式结算比例不同造成。

单位：亿元

项目	2022 年 第一季度	2022 年 第二季度	2022 年 第三季度	2022 年 第四季度
<b>广汇汽车</b>				
营业收入	351.39	306.25	357.37	320.43
经营净现金流	(87.50)	11.64	(4.26)	49.64
存货	182.41	181.51	202.03	182.42
应付票据	144.66	155.13	163.16	171.86
应付票据占存货比	79.30%	85.47%	80.76%	94.21%
存货占当季营业收入比	51.91%	59.27%	56.53%	56.93%
<b>庞大集团</b>				
营业收入	65.34	60.99	75.26	58.62
经营净现金流	-5.53	0.17	-7.34	5.83
存货	35.39	33.97	38.20	34.05
应付票据	3.70	3.48	2.05	3.13
应付票据占存货比	10.45%	10.24%	5.36%	9.19%
存货占当季营业收入比	54.16%	55.71%	50.75%	58.08%
<b>申华控股</b>				
营业收入	16.57	13.20	16.21	13.50
经营净现金流	0.61	0.46	0.31	0.02
存货	10.00	11.92	11.79	11.35
应付票据	2.01	2.67	1.42	1.90
应付票据占存货比	20.06%	22.41%	12.08%	16.75%
存货占营业收入比	60.35%	90.28%	72.70%	84.07%

综上所述，公司报告期内各季度经营活动现金流波动趋势与同行业一致，且结合采购结算方式及各结算方式结算比例的差异，各季度经营活动现金流波动幅度较同行业更大是合理的。

#### 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。

二、关于现金流及偿债能力。公司期末货币资金余额 150.93 亿元，同比下滑 41.68%，其中非受限货币资金 35.80 亿元，仅占货币资金额的 23.72%。公司本年度经营活动产生的现金流量净额-30.48 亿元，为近五年首次转负。同时，公司短期借款余额 341.58 亿元、一年内到期的非流动负债 81.41 亿元，合计短期债务规模远超非受限货币资金。

请公司：(1) 进一步说明报告期经营活动产生的现金流量净额为负、货币资金余额大幅下降的具体原因；(2) 结合主要有息负债的具体情况，同行业可比公司情况，量化分析公司短期及长期偿债能力，是否存在流动性风险；(3) 说明在改善增加整体流动性、保障短期债务偿还等方面已采取或拟采取的相关措施。

#### 公司回复：

(一) 进一步说明报告期经营活动产生的现金流量净额为负、货币资金余额大幅下降的具体原因。

##### 1、报告期经营活动产生的现金流净额为负的具体原因

2022 年度，从营业毛利出发，调节至经营活动现金净流量的情况如下：

项目(亿元)	金额
营业毛利	86.52
销售费用及管理费用	-74.90
折旧与摊销	22.28
存货的变动	-22.87
预付款项的变动	16.80
经营性应付项目的变动	-45.06
合同负债的变动	-4.79
税金	-8.70
其他	0.24
经营活动现金净流量	-30.48

通过上述列示：

(1)营业毛利较低及期间费用现金支出的影响：公司 2022 年度，营业毛利为 86.52 亿元，新车销售及售后维修等主营业务规模及毛利较以前年度同期均出现较大幅度下滑。2022 年度，受国内外宏观经济严峻复杂形势的影响，汽车行业受到多重超预期的压力冲击，公司正常的生产经营活动也受到了前所未有的挑战，全年新车销售量为 58.94 万台，整体导致公司 2022 年度营业收入及主营业务的毛利较低，而店面固定营业成本及期间费用现金支出(如门店售后服务人员薪酬费用、租赁费等)仍然继续发生。

(2)存货增加：2022 年 12 月末，公司存货同比上升 22.98 亿元。2022 年度，在汽车市场需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力下，经销商普遍面临销量下降、库存增加、资金承压、效益下滑的巨大困难，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，汽车市场旺季走弱，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。基于此，公司冲刺年度销量目标计划搁置，并且消费者对购车信心不足，市场需求转弱也导致终端库存难以消化，库存达到高位。同时，因 2023 年春节较早，部分地区 2022 年底存货备货较上年末上升。

(3)经营性应付项目的变动：2022 年 12 月末，经营性应付项目较年初净减少 43.73 亿元，主要系公司当年归还了大量应付票据，形成了经营性现金流出。

上述原因综合导致 2022 年度经营活动产生的现金流净额为负。

## 2、货币资金余额大幅下降的具体原因

截至 2022 年 12 月 31 日及 2021 年 12 月 31 日的货币资金具体情况如下：

项目(亿元)	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
库存现金	0.06	0.02
银行存款	36.09	72.06
其他货币资金	115.13	187.00
应计利息	0.59	0.67
<b>合计</b>	<b>151.88</b>	<b>259.75</b>

其中其他货币资金的明细如下：

项目(亿元)	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
为存入银行用于开立银行承兑汇票的票据保证金	76.44	124.31
为公司向金融机构申请借款所存入的保证金存款	38.21	62.36
其他	0.49	0.33
<b>合计</b>	<b>115.13</b>	<b>187.00</b>

2022 年 12 月末，公司货币资金余额 151.88 亿元，较 2021 年末 259.75 亿元减少 107.87 亿元，下降 41.53%，其中：

(1) 银行存款减少 35.97 亿元，主要由于受宏观外部因素影响，公司 2022 年度经营活动现金流为净流出 30.48 亿元，导致货币资金余额下降，具体分析详见上方关于“2022 年度经营活动产生的现金流净额为负的具体原因”问题回复。

(2) 银行承兑汇票保证金减少：2022 年末公司应付票据余额为 171.86 亿元，较 2021 年末应付票据余额 244.35 亿元减少 72.49 亿元，即 2022 年度公司归还了到期票据，同时增加了厂家金融借款进行采购整车的占比，导致用于存入银行用于开立银行承兑汇票的票据保证金减少 47.87 亿元，下降 38.51%。

(3) 银行、金融机构质押借款减少：公司为提升资金使用效率，主动压降了以保证金存款质押方式获取的银行及金融机构借款，公司向银行、金融机构申请借款所存入的保证金存款减少 24.15 亿元，下降 38.73%。

(4)主动调整债务结构，偿还部分有息债务：公司在确保资金流动性安全的前提下，不断推进资金运营效率优化工作，主动降低有息负债规模，和调整债务结构，主动利用银行存款偿还了部分有息债务。

(二)结合主要有息负债的具体情况，同行业可比公司情况，量化分析公司短期及长期偿债能力，是否存在流动性风险。

截至 2022 年 12 月 31 日及 2021 年 12 月 31 日，公司账面主要有息负债具体情况如下：

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	同比变动	主要借款方
<b>短期借款：</b>	<b>341.58</b>	<b>314.87</b>	<b>8.48%</b>	
银行借款或金融机构借款	245.52	248.23	-1.09%	工商银行、中国银行、兴业银行、中信银行、平安银行、广发银行、招商银行、华夏银行、光大银行、农业银行、桂林银行、广西北部湾银行等约 160 家银行及金融机构
厂家金融	96.06	66.64	44.15%	宝马金融、奔驰金融、上汽财务、大众金融、日产金融、北京汽车集团财务、丰田金融、广汽汇理等 18 个金融公司
<b>一年内到期的非流动负债</b>	<b>77.56</b>	<b>146.63</b>	<b>-47.11%</b>	同上
<b>长期借款</b>	<b>56.82</b>	<b>59.97</b>	<b>-5.25%</b>	
银行借款或金融机构借款	56.82	59.97	-5.25%	同上
<b>应付债券</b>	<b>50.14</b>	<b>55.74</b>	<b>-10.05%</b>	
公司债	50.14	55.74	-10.05%	
<b>合计</b>	<b>526.10</b>	<b>577.21</b>	<b>-8.85%</b>	

按照公司外部信用评级、金融机构内部评级、行业特性及宏观金融环境，公司的融资成本在合理范围内，与同行业其他经销商总体融资成本相比，处于中间水平，有进一步下降空间。近年来，公司通过主动偿还部分成本相对较高的金融机构借款，积极拓展新的金融机构融资渠道，获取年利率更低的借款，同时积极与现有合作机构商谈，在现有借款业务续贷时，获得更低的借款利率，从而降低总体融资成本。

截至 2022 年 12 月 31 日及 2021 年 12 月 31 日，公司长短期偿债能力情况如下：

(亿元)	项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	同比变动
长期偿债能力	资产负债率	65.10%	66.79%	-1.69%
	流动比率	1.11	1.09	1.83%
短期偿债能力	速动比率	0.83	0.88	-5.68%

### 1、公司授信额度充足、稳定

2023 年第一季度，公司已按期足额偿还所有到期债务。公司设有完善的资金预测管理体系，通过资金计划管控，将公司持有的非受限资金维持在一个合理的水平，既确保公司到期债务如期归还，又保证公司正常经营，公司合理有效的资金安排，确保了相关债务能够得到按时、足额偿付，无重大偿债压力。具体分析如下：

1) 授信额度充足：公司积极拓展融资渠道，维持合理的货币资金总额，公司近三年的授信总额均超过 900 亿元。截至 2022 年 12 月 31 日，公司累计已获得银行、金融机构授信总额(不含债券发行额度)910.16 亿元，其中已使用授信额度 553.22 亿元，剩余未使用授信额度 356.94 亿元，未使用授信额度占比达 39.22%，同时，公司尚未使用的公司债额度 25 亿元，公司将根据资金需求情况择机发行。于 2023 年 3 月 31 日，公司下属一级子公司广汇汽车服务有限责任公司已成功发行公司债 5 亿元。

2) 压缩资本性开支：针对当前宏观环境，公司严格控制资本性开支。

综上，公司有充足的授信额度保障公司正常经营和相关债务得到按时、足额偿付。

2、长期偿债能力：通过上述列示，公司整体债务结构得到优化，2022 年 12 月末，资产负债率由年初 66.79%下降至 65.10%，同比下降 1.69%；2022 年，公司受外部宏观经济严峻复杂形势因素的影响，经营业绩受到了巨大冲击，导致全年利润总额较去年同期减少 52.93 亿元。但公司在 2022 年初制定了有息负债压降计划，并于 2022 年上半年持续压降负债且持续主动调节债务结构，导致资产负债率同比下降。2022 年外部的宏观经济不利影响是一个阶段性的突发情况，2023 年度随着公司持续开展组织架构调整、品牌优化、压降负债、提质增

效等各项经营提升工作，增长动能将得到逐步恢复，业绩将稳步回归至正常水平，公司的长期偿债能力也进一步提升，2022 年度阶段性突发情况不会对公司的长期偿债能力产生明显的影响。

3、短期偿债能力：2022 年度，公司尽管面临外部宏观经济形势多重不利因素的冲击，但得益于强大的精细化管理能力、作为头部经销商在市场上的能力以及主动优化债务结构的效应释放，公司短期偿债能力仍维持在 2021 年同期水平，公司速动比率变化不大、流动比率得到了提升。

4、2023 年第一季度公司的业绩表现恢复迅速，在汽车市场逐步恢复的大背景下，2023 年 1-3 月，公司各项业务正常开展，已经扭亏为盈，实现未经审计的净利润 6.05 亿元，经营活动产生的现金流净额为-22.24 亿元，较 2022 年一季度的-87.50 亿元，减少了流出净额 65.30 亿元。

综上所述，公司不存在流动性风险。

同行业可比公司对比情况如下：

同业公司	2022 年 12 月 31 日			2021 年 12 月 31 日			同比变动		
	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率	资产负债率	流动比率	速动比率
广汇汽车	65.10%	1.11	0.83	66.79%	1.09	0.88	-1.69%	1.83%	-5.68%
庞大集团	53.11%	1.42	0.92	48.87%	1.83	1.24	4.24%	-22.40%	-25.81%
申华控股	67.23%	1.24	0.52	65.44%	1.34	0.56	1.79%	-7.46%	-7.14%

数据来源：wind，同业对外公布的定期报告等

通过上述列示，公司偿债能力指标变动趋势好于同行业公司变化。2022 年度宏观外部因素带来的扰动，对汽车行业的经营活动造成了较大的影响、整体经济大环境带来的消费预期转弱等因素，均传导至汽车流通环节，直接对汽车经销商的日常经营活动带来了较大的影响，但公司依靠自身强大的经营管理能力，所有到期债务均按时、足额兑付。

1、公司主动调整债务结构、压降负债，在同行业大部分公司资产负债率均上升的情况下，实现了资产负债率下降 1.69%，整体债务结构得到进一步优化；

2、提升流动比率，通过对比，2022 年同行业大部分公司都出现了流动比率的下滑，而公司的流动比率得到了进一步的提升，提高 1.83%；

3、速动比率的下滑低于同行业公司，在同行业大部分公司速动比率出现较大幅度下滑的同时，公司速动比率仅下降了 5.68%。

**(三)说明在改善增加整体流动性、保障短期债务偿还等方面已采取或拟采取的相关措施。**

为提升公司的市场竞争力，公司提质增效方面多措并举。针对 2022 年度业绩下滑，公司始终围绕汽车经销商根基业务这条主轴，顺应市场发展趋势，持续推进品牌优化战略，加强新能源品牌的建设，并积极采取各类降本增效管理措施，优化公司运营效率，提升整体经营质量，降低外部因素对公司经营产生的系统性风险，提升未来业绩。具体措施如下：

1、持续品牌优化工作。公司紧跟市场趋势，积极翻建、盘活弱势品牌和低效店面，重点发展高端豪华品牌及新能源品牌，提升资产回报率；

2、强化精益管理。公司持续推进降本增效策略，加强精细化管理力度，对固定费用和变动费用进行动态分析跟踪，提升费用使用效率，2023 年度销管费用将进一步得到有效管控；

3、持续优化债务结构。公司在确保资金流动性安全的前提下，不断推进资金运营效率优化工作，主动降低有息负债规模，调整债务结构。截至 2022 年末，资产负债率从年初的 66.79%降至 65.10%。同时，公司流动比率同比上升 1.83%，负债更趋合理，公司整体债务结构持续得到优化；

4、提高资金使用效率。公司将不断加强财务管理，降低融资成本和融资风险，增强流动性安全。同时，公司加大对各大品牌库存优化管理，降低库存中超期库存占比，促进库存变现能力，提高资金使用效率。

综上所述，公司 2022 年度的业绩亏损仅为阶段性表现，基于目前日常经营活动的正常推进，业绩将稳步回归至正常水平。随着公司持续开展组织架构调整、品牌优化、压降负债、提质增效等各项经营提升工作，业绩增长动能将得到逐步释放，公司精细化管控会使公司走向更加稳健发展的道路。

**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。

三、关于信用减值。公司 2022 年度计提信用减值准备 6.37 亿元，主要为应收账款、其他应收款、长期应收款减值，对年度经营业绩有重要影响。相关科目的坏账计提比例均较上年度增加，其中应收账款坏账准备期末余额 1.62 亿元，计提比例 8.22%，较上年增加 3.51 个百分点；其他应收款坏账准备期末余额 2.91 亿元，计提比例 10.79%，较上年增加 5.68 个百分点；长期应收款坏账准备 1.01 亿，计提比例 2.21%，较上年增加 1 个百分点。此外，其他应收款中应收投资款 1.35 亿元，账龄 3-4 年，全额计提坏账准备，但以前年度未见此项计提。

请公司：(1) 结合以上科目所涉及的欠款方具体情况，如欠款金额、交易背景、关联关系、应收账款账龄、信用政策等，补充披露相关坏账准备的计提比例较上年大幅提升的具体原因及合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定，是否存在通过信用减值准备进行财务“大洗澡”、跨期调节利润的情形；(2) 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、控股股东、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。

公司回复：

(一) 结合以上科目所涉及的欠款方具体情况，如欠款金额、交易背景、关联关系、应收账款账龄、信用政策等，补充披露相关坏账准备的计提比例较上年大幅提升的具体原因及合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定，是否存在通过信用减值准备进行财务“大洗澡”、跨期调节利润的情形。

公司根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的规定，对以摊余成本计量的金融资产，以预期信用损失为基础确认信用减值。对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收账款、其他应收款及长期应收款等单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收账款、其他应收款及长期应收款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收账款、其他应收款及长期应收款等划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。

1、2022 年 12 月 31 日，应收账款账面原值及坏账准备按性质分类如下：

单位：万元

应收账款		2022 年 12 月 31 日			2021 年 12 月 31 日		
项目	关联关系	账面余额	坏账准备	计提比例	账面余额	坏账准备	计提比例
应收 POS 机款项	非关联方	9,258.44	(47.33)	0.51%	2,827.07	(11.27)	0.40%
应收整车及车贷款项	非关联方	83,975.81	(8,397.60)	10.00%	80,746.61	(4,538.88)	5.62%
应收维修及装饰装潢款项	非关联方	57,378.70	(1,733.80)	3.02%	51,722.61	(1,238.96)	2.40%
应收佣金款项	非关联方	42,921.19	(5,974.00)	13.92%	34,990.21	(2,250.80)	6.43%
应收关联方款项	关联方	2,121.58	(56.71)	2.67%	594.07	(17.19)	2.89%
应收其他款项	非关联方	1,371.28	(13.32)	0.97%	7,111.54	(329.09)	4.63%
<b>合计</b>		<b>197,027.00</b>	<b>(16,222.76)</b>	<b>8.23%</b>	<b>177,992.11</b>	<b>(8,386.19)</b>	<b>4.71%</b>

其中：

(1) 应收 POS 机款项

应收 POS 机款项为客户使用银联 POS 机等刷卡形式购买车辆等产生的应收款，因银行结算需要时间，年底尚未到达公司银行账户而形成的应收款项。公司参考可比公司的信用评级，根据会计准则按其预期违约率和违约概率，对整体应收 POS 机款项计提信用减值损失。对于上述应收 POS 机款项，两年坏账计提比例无显著变动。

(2) 应收整车及车贷款项

应收整车及车贷款项为公司长期合作的大客户（二级经销商网点、汽车贸易公司、租车公司等批量采购的客户）通过赊销方式购买车辆形成的应收款项及汽车贷款尚未实际到账形成的应收账款。本年末坏账准备余额较上年末增加 3,858.72 万元，导致计提比例上升，主要原因为部分款项由于个别对手方于 2022 年度被公安执行强制措施，信用状况恶化，经公司个别认定评估后，按照扣除预计可收回款项后的剩余金额，单项计提坏账准备 1,775.92 万元，导致 2022 年末坏账计提比例上升；此外，按组合计提各账龄分布计提的坏账准备余额较上年增加 2,082.80 万元。

### （3）应收维修及装饰装潢款项

应收维修款项系因提供维修日常经营活动向第三方公司客户收取的款项；如厂家索赔保养款，定期结算的大客户款项等。对于上述款项，两年坏账计提比例无显著变动。

### （4）应收佣金款项

应收佣金款项系公司在整车销售时向客户促销保险、车贷等增值服务而向保险公司、金融机构等收取佣金形成的应收款项。本年计提比例上升原因为：部分应收佣金由于个别小型规模的保险公司保费规模下降及监管环境的变化，保险公司对未结算款项的支付予以拖延，在与其多次沟通后仍未支付，且公司已与其终止合作，经公司个别认定评估出现无法收回的可能性，单项计提坏账准备 3,813.64 万元。

### （5）应收关联方款项

应收关联方款项主要为应收佣金服务费和应收经营租赁款。应收佣金服务费系公司下属融资租赁公司为参股公司提供消费金融业务支持服务，向该参股公司收取佣金服务收入产生的应收款项。应收经营租赁款系公司销售整车时为关联公司提供经营租赁业务，并向关联公司收取服务收入产生的应收款项。公司根据关联方公司的财务状况，按会计准则要求，使用可比公司的信用评级测算预期信用减值损失，对于上述应收关联方款项，两年坏账计提比例无显著变动。

### （6）应收其他款项

不归属于上述款项，但和公司日常车辆销售及维修服务业务相关的业务形成的应收款项。

综上所述，公司 2022 年末应收账款余额较上年末增加 19,034.89 万元，坏账准备较上年末增加 7,836.57 万元，其中个别认定评估后单项计提坏账准备余额 9,626.06 万元，较上年末增加 5,903.07 万元，导致本年度坏账准备的计提比例上升；按组合计提的坏账准备余额较上年末增加 1,933.50 万元，计提比例较上年末变动较小。

截至 2022 年 12 月 31 日，应收账款账龄分布如下：

单位：万元

应收账款余额		2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
组合计提	一年以内	174,942.34	156,728.60
	一到二年	9,002.14	10,864.82
	二到三年	864.73	4,126.00
	三年以上	2,591.73	2,549.70
单项计提		9,626.06	3,722.99
合计		197,027.00	177,992.11

2、2022 年 12 月 31 日，其他应收款账面原值按性质分类如下：

单位：万元

其他应收款	2022 年 12 月 31 日				2021 年 12 月 31 日		
	项目	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
保证金	非关联方	124,792.08	(2,026.01)	1.62%	160,957.29	(2,173.51)	1.35%
应收关联方款项	关联方	25,891.09	(4,538.49)	17.53%	31,287.25	(3,533.04)	11.29%
应收原子公司款项	非关联方	25,039.48	(336.52)	1.34%	25,039.48	(344.58)	1.38%
应收被收购单位原股东及其关联单位款项	非关联方	23,240.84	(2,248.99)	9.68%	24,060.79	(3,180.91)	13.22%
其他款项	非关联方	71,034.90	(19,995.43)	28.15%	95,023.35	(7,940.91)	8.36%
合计		269,998.39	(29,145.44)	10.79%	336,368.16	(17,172.95)	5.11%

其中：

(1) 保证金

主要包括生产厂家、金融机构保证金、押金及其他各类保证金：生产厂家保证金指向整车厂商支付的整车及配件保证金等，为非关联方业务。金融机构保证金指公司因融资安排需要，向金融机构支付的保证金，为非关联方业务。押金及其他各类保证金为公司支付的押金及其他保证金，如招/投标保证金、保险保证金、二级经销商保证金、工程质保金等，均为非关联方业务。两年坏账计提比例无显著变动。

## (2) 应收关联方款项

应收关联方款项主要为参股公司应收关联方股利、应收保证金及经批准的对合营企业的财务资助等，上述关联方关系的认定，系依据《企业会计准则第36号——关联方披露》的相关规定。公司未有向控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：公司下属融资租赁公司为参股公司提供消费金融业务支持服务，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、贷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动。

## (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，为非关联方业务。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：

单位：万元

其他应收款余额		2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
组合计提	一年以内	179,715.01	239,672.89
	一到二年	20,699.40	14,684.34
	二到三年	15,313.43	49,613.03
	三年以上	31,314.17	22,738.56
单项计提		22,956.38	9,659.34
合计		269,998.39	336,368.16

2022 年 12 月 31 日，组合计提各账龄分布相比上年变动较小，单项计提金额较上年增加 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：

单位：万元

长期应收款		2022 年 12 月 31 日			2021 年 12 月 31 日		
项目	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
应收融资租赁款	非关联方	388,498.89	(4,507.40)	1.16%	638,365.83	(7,104.51)	1.11%
	关联方	19.75	(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%	-	-	-
其他长期应收款项	非关联方	62,979.20	(3,195.25)	5.07%	98,407.20	(1,791.02)	1.82%
	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%

其中：

(1) 应收融资租赁款

应收融资租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著变动。

## (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。于 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 万元应收保险佣金累计确认 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 年末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。

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，两年坏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减值严格按照《企业会计准则》的相关规定进行会计处理，不存在通过信用减值准备进行财务“大洗澡”、跨期调节利润的情形。

(二)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、控股股东、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。

单位：万元

项目	欠款方名称	关联关系	计提坏账金额
应收投资款	上海枫时资产管理有限公司	非关联方	13,512.23

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,并按时分回投资利益。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及执行的有效性；

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设定是否合理。

四、关于预付款项。近四年公司预付款项余额分别为 254.92 亿元、253.42 亿元、271.38 亿元、254.58 亿元，基本保持稳定；但近四年账龄超过一年的预付款项金额分别为 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，说明近年预付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否审慎、恰当。

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

预付分类明细	2022年 12月31日	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
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
零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

公司近四年前五大预付款项对象没有重大变化，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	金额	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	非关联方	整车及配件购销	262,834.39	10.32%	217,230.08	45,604.31	无

任公司		产生					
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
合计			1,526,643.57	59.97%	1,264,429.67	262,213.90	

注：包含华晨宝马汽车有限公司，下同。

2021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	金额	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	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	

2020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	金额	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	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
合计			1,597,435.55	63.04%	1,424,884.31	172,551.24	

2019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	金额	占比	账龄	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)投资有限公司	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

合计			1,580,662.47	62.01%		
----	--	--	--------------	--------	--	--

### 3、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

单位：万元

账龄	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
一年以内	2,103,328.70	2,350,976.34	2,237,852.73	2,544,919.08
一年以上	442,463.13	362,853.32	296,321.01	4,271.85
合计	2,545,791.83	2,713,829.66	2,534,173.74	2,549,190.93

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结算返利余额增加；

(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批时间变长，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，导致返利结算周期变长；

(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金流锁紧的情况下，相应的结算周期有所延长。

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

现金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，广汽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

其次，门店根据汽车制造商的商务政策，并匹配门店实际经营及汽车制造商考核条件达成情况等判断应预估返利。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的返利。

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励金额的，按预期可获得的级次进行预估。

3)对主机厂发放的模糊返利、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理预估。

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

## (3) 门店返利的结算/收回

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

2、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，公司主要品牌的经营返利计提比例在 7%至 30%之间。公司 2020 年度至 2022 年度集团平均综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，基本保持稳中微降的趋势。

## (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

门店根据汽车制造商的商务政策，并匹配门店实际经营及汽车制造商考核条件达成情况等计算应计提的返利。同时，门店也会计算并评估因为各种原因导致前期预计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。

2) 门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汇总并审批。

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) 返利确认的时间节点

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、指定汽车型号的销售返利、业绩返利及其他返利等，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后。

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，积极进行返利催收。

#### 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，因公司采购规模下降，返利结算变慢；

(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，经济整体下行，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金流收缩的情况下，结算周期变长。

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。

### 1、1-8 月

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：预付账款\_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。

### 2、9 月

该门店 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/台返利进行计提，会计分录如下：

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。

### 3、10 月

该门店 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( $85 \times (1 - 0.8) = 17$ )。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，但由于前期间店影响，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

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。

#### 5、次年 2 月

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。会计分录如下：

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

**(三)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：

### (1) 返利预估

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向区域管理层、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，由各区域在合并层面进行处理。

门店业务部门根据当月购进、销售、订单、市场、飞行检查、客户满意度、本地上牌率、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) 客户满意度、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行合理预估。

### (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。

乘用车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、沃尔沃、玛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，重新计算于资产负债表日的未结算供应商返利金额。

五、关于存货。2022 年末公司存货账面余额 184.57 亿元，存货跌价准备 2.15 亿元，主要涉及在途物资和库存商品，计提比例 1.16%，但上年计提比例仅 0.32%。本年度对库存商品新增计提 1.71 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、存货跌价准备测试过程等，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、可变现净值测算依据、存货跌价准备测试过程等，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。

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：

单位：万元

存货主要内容	账面余额	存货跌价准备	账面价值	存放地点	存货状态
在途物资	681,498.92	(5,676.96)	675,821.96	在途	正常

其中：新车	681,498.92	(5,676.96)	675,821.96	在途	正常
库存商品	1,164,179.74	(15,780.33)	1,148,399.41	仓库	正常
其中：新车	1,078,256.84	(14,357.92)	1,063,898.92	仓库	正常
零配件及其他	85,922.90	(1,422.41)	84,500.49	仓库	正常
周转材料	12.16	-	12.16	仓库	正常
合计	1,845,690.82	(21,457.29)	1,824,233.53		

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的存货计入在途物资，已入库的存货计入库存商品和周转材料。

2、截止 2022 年 12 月 31 日，公司存货库龄如下：

单位：万元

项目	账面余额	存货库龄	
		一年以内	一年以上
在途物资	681,498.92	681,498.92	-
库存商品	1,164,179.74	1,157,331.17	6,848.57
周转材料	12.16	12.16	-
合计	1,845,690.82	1,838,842.25	6,848.57

3、对应在手订单及执行情况

由于公司为汽车零售行业，主要为零售销售，无在手订单。

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

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费后的金额。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 8.88 万，较上年增长 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将到期，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，存货余额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或其他原因储备的零部件或装饰装潢库存，该类库存预计未来闲置可能性较低，因此不计提跌价准备。除以上情形外其他零配件以及装饰装潢件按存货库龄计提跌价准备：一年至两年的计提比例为 30%，两年以上计提比例为 100%。

单位：万元

项目	账面余额	存货库龄		对应的存货跌价准备	
		一年以内	一年以上	一年以内	一年以上
新车	1,759,755.76	1,756,563.80	3,191.96	(19,874.34)	(160.54)
零配件及其他	85,935.06	82,278.45	3,656.61	-	(1,422.41)
合计	1,845,690.82	1,838,842.25	6,848.57	(19,874.34)	(1,582.95)

2022 年末较 2021 年末，公司存货跌价准备计提方式未发生变更，公司严格按照相应的会计政策计提存货跌价准备。

同时，2022 年末公司与同行业可比公司存货跌价准备计提比例虽然不尽相同，但均较 2021 年末上升，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
广汇汽车	1.16%	0.32%

庞大集团	7.62%	6.37%
申华控股	22.95%	16.44%

注：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) 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 2022 年度存货跌价准备转回及转销的具体情况如下：

(万元)	2022 年度转回	2022 年度转销
存货跌价准备	578.23	6,463.65

根据企业会计准则的相关规定，对于已售存货，应当将其成本结转为当期损益，相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，计入营业成本。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 年末已计提存货跌价准备的存货。

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，并在原已计提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。

公司 2022 年度，对存货跌价准备的计提方式与 2021 年度一致，且符合企业会计准则的相关要求。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形。

**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，评估其合理性；
- 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比；
  - 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进行比较。
- 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比较，以评估存货跌价准备计提的充分性。

六、关于商誉。2022 年末公司商誉余额 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，商誉是否存在重大减值风险，减值计提是否充分。

公司回复：

(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——商誉减值》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。公司委托外部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果，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：

单位：万元

资产组组合名称	包含全部商誉的资产组组合账面价值	可收回金额	本年度是否存在商誉减值	本年度商誉减值损失	其中：归属于母公司股东的商誉减值损失
	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	否	-	-
华北区域	488,672	926,300	否	-	-
西南区域	373,325	424,200	否	-	-
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	否	-	-
广西区域	210,328	249,200	否	-	-
华中区域	107,667	211,500	否	-	-
江西区域	104,335	156,700	否	-	-
合计	4,090,097	5,476,100		-	-

在进行减值测试时，公司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摊到资产组组合，并测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输入值，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。

评估主要假设具体如下：

1、假设评估基准日后被评估资产组(组合)所处国家和地区的法律法规、宏观经济形势，以及政治、经济和社会环境无重大变化；

2、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，且有能力担当其职务；

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上, 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、经营策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)的现金流入为平均流入, 现金流出为平均流出;

10、假设资产组(组合)所在单位拥有的各项特许经营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现并加总, 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率和毛利率, 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:

主要参数	区间		
	2022 年度	2021 年度	2020 年度
5 年详细预测期增长率	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%

其中 2022 年度商誉减值测试参数指标概况:

主要参数	预测期					
	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	稳定期
营业收入增长率	7.00%-28.83%	3.37%-5.58%	3.14%-5.58%	2.58%-3.00%	2.59%-2.99%	2.30%
毛利率	6.07%-9.22%	6.09%-9.31%	6.09%-9.41%	6.12%-9.45%	6.15%-9.46%	6.15%-9.46%
税前折现率	11.40%-14.27%	11.40%-14.27%	11.40%-14.27%	11.40%-14.27%	11.40%-14.27%	11.40%-14.27%
税后折现率	9.70%-11.10%	9.70%-11.10%	9.70%-11.10%	9.70%-11.10%	9.70%-11.10%	9.70%-11.10%

## 1、预期增长率及毛利率的来源及合理性：

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按照业务类别(主要包括：整车零售业务、装潢业务、售后服务业务、佣金业务、其他业务)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进行细分预测。

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于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、车型更新上市、国家排放标准提高、购车补贴政策、车载芯片供给等诸多因素影响，于 2020 年度至 2022 年度存在一定幅度的波动。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第一，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，仅是美国的 27%。

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：“我们的饱和点是千人 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千人 400 辆。”，由此可见，目前我国的千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千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总如下：

	2022 年度	2021 年度	2020 年度
预测期第一年	7.00%-28.83%	0.30%-13.40%	4.06%-10.88%
预测期第二年	3.37%-5.58%	2.65%-3.79%	3.11%-5.08%
预测期第三年	3.14%-5.58%	2.66%-3.65%	3.06%-4.30%
预测期第四年	2.58%-3.00%	2.67%-3.25%	3.03%-3.57%
预测期第五年	2.59%-2.99%	2.66%-3.26%	3.01%-3.33%

其中，2022 年度各商誉相关资产组组合预测期第一年营业收入增长率具体列示如下：

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%

公司商誉全部归属于汽车销售服务经营分部，在对行业政策导向及行业预期的整体判断下，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，主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处于闭店状态，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 14.55%，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慎性的要求。

## 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，参考中国长期通货膨胀率、公司自身经营及汽车销售服务行业情况，与行业的预测数据一致，不超过汽车销售服务行业的长期平均增长率。

## 3、税前折现率、税后折现率的来源及合理性：

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折现率进行折现；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税前折现率进行折现。

### (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，通过迭代计算得出税前折现率。

对于其他对可收回金额的估计有影响的指标，如费用率、营运资金等指标，公司综合考虑了以前年度的历史数据、经批准的财务预算、宏观经济情况及未来的业务发展需求，确保该些假设有合理的理由及内外部的信息所支持。

## **(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，减值计提是否充分**

### **1、本年度发生亏损的主要原因**

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的地区(如西部、华北等)受影响较为严重，正常经营受到极大冲击，致使公司本年度经营亏损。

### **2、相关不利因素正逐渐消除**

#### **(1) 行业政策**

汽车消费对提振内需消费、稳定工业和经济发展具有重要意义，国家层面始终高度重视汽车消费在国民经济中的重要作用。2023 年政府工作报告明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。

## (2) 产业链政策

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，综合实力雄厚。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导致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，会更倾向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。

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大不利影响。

## (3) 公司业绩恢复情况

在“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常营业，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年第一季度，公司已经扭亏为盈，实现净利润6.05亿元(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。

## 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：

1、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及执行的有效性。

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摊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性。

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进行了评估：

- 将预测期收入增长率与资产组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；
- 将预测的毛利率与以往业绩进行比较，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，评估了管理层采用的折现率是否恰当；
- 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。

特此公告。

广汇汽车服务集团股份有限公司

董事会

2023年6月10日