

一、重要提示
1. 本公司根据报告摘要自年度报告全文, 投资者欲了解详细内容, 应当仔细阅读同时刊载于上海证券交易所网站等中国证监会指定网站上的年度报告全文。

1.2 公司简介

| | | | |
|----------|----------------|----------------|--------|
| 股票简称 | 力帆股份 | 股票代码 | 601777 |
| 股票上市交易所 | 上海证券交易所 | | |
| 联系人和联系方式 | 董事会秘书 | 证券事务代表 | |
| 姓名 | 陈巧凤 | 周雷宇 | |
| 电话 | 023-61663050 | 023-61663050 | |
| 传真 | 023-65213175 | 023-65213175 | |
| 电子信箱 | tzqa@lifan.com | tzqa@lifan.com | |

二、主要财务数据和股东变化

2.1 主要财务数据

单位: 元 币种: 人民币

| | 2012年(末) | 2011年(末) | 本年(末)比上年(末)增减(%) | 2010年(末) |
|------------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| 总资产 | 14,049,519,582.60 | 10,789,089,265.14 | 30.22 | 10,149,462,572.22 |
| 归属于上市公司股东的净资产 | 4,309,796,201.92 | 4,766,763,523.82 | 3.00 | 4,717,505,703.85 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -639,428,187.87 | 143,422,005.59 | -545.84 | 173,104,657.47 |
| 营业收入 | 8,678,739,436.63 | 8,630,354,473.37 | 0.56 | 6,770,774,178.28 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 321,421,332.69 | 390,263,235.00 | -17.64 | 381,906,415.24 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 251,122,514.17 | 332,230,187.77 | -24.41 | 365,946,551.70 |
| 每股平均净资产收益率(%) | 6.69 | 8.28 | 减少1.59个百分点 | 19.07 |
| 基本每股收益(元/股) | 0.3378 | 0.4102 | -17.65 | 0.4972 |
| 稀释每股收益(元/股) | 0.3378 | 0.4102 | -17.65 | 0.4972 |

2.2 前10名股东持股情况表

单位: 股

| 报告期股东总数 | 年度报告披露日前第5个交易日 | | | 55,396 |
|----------------------|--|----------------|-------------|-------------|
| | 5月末股东总数 | 年度报告披露日前第5个交易日 | 5月末股东总数 | |
| 前10名股东持股情况 | | | | |
| 股东名称 | 股东性质 | 持股比例(%) | 持股总数 | 持有有限售条件股份数量 |
| 重庆力帆控股有限公司 | 境内非国有法人 | 65.01 | 618,592,650 | 618,592,650 |
| 爵舜有限公司 | 境外法人 | 10.66 | 101,445,087 | 无 |
| 覃利平 | 境内自然人 | 3,043,800 | 无 | |
| 刘少卿 | 境内自然人 | 1,990,000 | 无 | |
| 中国建设银行-国泰基金-瑞信精选平衡基金 | 未知 | 1,912,068 | 无 | |
| 上属股东关联关系或一致行动的说明 | 本公司-国泰基金-瑞信精选平衡基金-覃利平、尹明善、陈巧凤、尹喜地、尹素微、周雷宇、陈雪松、周雷宇、陈巧凤、尹喜地、尹素微四人系公司实际控制人,公司未知其他股东之间是否存在关联关系或属于《上市公司持股变动信息披露管理办法》规定的-致行动人。 | | | |

2.3 以方框图描述公司与实际控制人之间的产权及控制关系



三、管理层讨论与分析

1. 概述

2012年,全球经济形势复杂严峻,中国GDP增速下滑至7.8%。乘用车行业继续保持平稳增长。中国汽车协会数据,2012年乘用车销量为1,549.52万辆,较2011年增长7.07%,摩托车行业低位运行。面对挑战,公司在“创新、出口、信誉好”的经营理念指引下,坚持自主品牌、自主研发和国际化战略,深化产品创新、技术创新和管理创新,提升产品品质和服务质量,加强海外市场拓展力度,实现了营业总收入规模的中幅增长。

2012年度,公司实现营业收入86.79亿元,比上年同期增长0.56%;销售乘用车11.73万辆,实现销售收入51.04亿元,同比增长7.77%;归属母公司股东的净利润3.21亿元,出口金额36.29亿元。公司在自主品牌乘用车出口中排名全国第一,出口金额保持重庆市民营企业第一。

2. 经营回顾

①乘用车方面

2012年度,根据中国汽车工业协会数据,2012年乘用车销量为1,549.52万辆,较2011年增长7.07%。

2012年度,乘用车销售增长11.73万辆,实现销售收入51.04亿元,同比增长7.77%,高于行业水平,上

述乘用车销售增长是公司在俄罗斯的销售模式发生变化,对收入确认口径发生改变的情况下取得的,若按原口径计算增长将达18.8%,同时“力帆720”在2012年广州车展发布上市,公司的产品线继续得以为完善,在渠道建设方面,力帆销售服务网络已覆盖全国31个省、直辖市、自治区。经销商数量、硬件配

置和服务质量均稳步提升。

2012年度,公司乘用车销售13.66万辆,实现销售收入18.76亿元,位居自主品牌轿车出口第三位。公司主要出口国家遍及亚洲、拉美、非洲的42个国家和地区,基本覆盖全球的主要汽车消费市场。

公司出口业务在巩固终端零售市场的基础上,加大了政府采购、团体采购、出租车定购等销售力度,包括

配件供应用于售后的服务体系得到进一步完善,服务水平提升,公司汽车出口业务得以快速发展。

②摩托车方面

2012年度,根据中国汽车工业协会数据,2012年乘用车销量为1,549.52万辆,较2011年增长7.07%。

2012年度,乘用车销售乘用车11.73万辆,实现销售收入51.04亿元,同比增长7.77%,高于行业水平,上

述乘用车销售增长是公司在俄罗斯的销售模式发生变化,对收入确认口径发生改变的情况下取得的,若按原口径计算增长将达18.8%,同时“力帆720”在2012年广州车展发布上市,公司的产品线继续得以为完善,在渠道建设方面,力帆销售服务网络已覆盖全国31个省、直辖市、自治区。经销商数量、硬件配

置和服务质量均稳步提升。

2012年度,摩托车行业整体销量同比提升,行业集中度逐步提高。

随着销量和品牌提升以及产品结构的调整完善,传统内燃机行业仍然有较好的发展机会。未来内燃机产品将向体积小、轻量化、大批功率的方向发展,市场和资源逐步向重品牌、重质量、重创新的企业倾斜。

③摩托车方面

2012年度,受世界经济环境影响,全球通机消费市场需求的下降,公司通过品牌打造、质量提升、新品推广、诚信营销等措施,公司机车销售收入3.06亿元,同比增长9.2%。

④研发方面

公司拥有国家级技术中心、国家级检测站和博士后科研工作站,截止2012年底,公司在全球累计获

专利授权6000多项,在全球获得注册商标有1400多个,居行业领先地位。

2012年,公司拟投资建设研发中心,包括汽车、摩托车研发及检测中心,将引入为先

进的汽车工业协会数据,2012年乘用车销量为1,549.52万辆,较2011年增长7.07%。

2012年度,乘用车销售乘用车11.73万辆,实现销售收入51.04亿元,同比增长7.77%,高于行业水平,上

述乘用车销售增长是公司在俄罗斯的销售模式发生变化,对收入确认口径发生改变的情况下取得的,若按原口径计算增长将达18.8%,同时“力帆720”在2012年广州车展发布上市,公司的产品线继续得以为完善,在渠道建设方面,力帆销售服务网络已覆盖全国31个省、直辖市、自治区。经销商数量、硬件配

置和服务质量均稳步提升。

2012年度,摩托车行业整体销量同比提升,行业集中度逐步提高。

随着销量和品牌提升以及产品结构的调整完善,传统内燃机行业仍然有较好的发展机会。未来内燃机产品将向体积小、轻量化、大批功率的方向发展,市场和资源逐步向重品牌、重质量、重创新的企业倾斜。

⑤公司发展战略

根据中国汽车工业协会数据,2012年乘用车销量为1,549.52万辆,较2011年增长7.07%。

2012年度,乘用车销售乘用车11.73万辆,实现销售收入51.04亿元,同比增长7.77%,高于行业水平,上

述乘用车销售增长是公司在俄罗斯的销售模式发生变化,对收入确认口径发生改变的情况下取得的,若按原口径计算增长将达18.8%,同时“力帆720”在2012年广州车展发布上市,公司的产品线继续得以为完善,在渠道建设方面,力帆销售服务网络已覆盖全国31个省、直辖市、自治区。经销商数量、硬件配

置和服务质量均稳步提升。

2012年度,摩托车行业整体销量同比提升,行业集中度逐步提高。

随着销量和品牌提升以及产品结构的调整完善,传统内燃机行业仍然有较好的发展机会。未来内燃机产品将向体积小、轻量化、大批功率的方向发展,市场和资源逐步向重品牌、重质量、重创新的企业倾斜。

⑥经营计划

进一步夯实乘用车的产品基础,在对原有汽车产品改款升级优化的基础上,开发新产品,丰富汽车产品系

列,摩托车型继续精雕产品品质基础上,着重开发大排量、个性化、休闲运动类汽车产品,提高高附加值

产品占比;加大新能源产品开发力度,贴近市场需求;加强研发设计,提高产品品质,提升产品竞争力。

⑦财务报告

进一步夯实乘用车的产品基础,配套基础、渠道基础和生产基础,扩充产能,完善产品线,提升公司乘

用车市场竞争和品牌影响力。

⑧摩托车

继续优化产品品质,做好新产品的推广工作,巩固现有的优质市场,提升潜力市场,开发新市场,继续

推进国际化进程,进一步提升管理水平。

⑨研发计划

加大研发投入,提升公司研发设计,提高产品品质,提升公司研发设计,提高产品品质,提升公司研

发设计,提高产品品质,提升公司研发设计,提高产品品质,提升公司研

发设计,提高产品品质,提升公司研发设计,提高产品品质,提升公司研