证券代码:600166　证券简称:福田汽车　公告编号:2019-053

北汽福田汽车股份有限公司关于上海证券交易所《关于对北汽福田汽车股份有限公司2018年年度报告的事后审核问询函》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个别及连带责任。

北汽福田汽车股份有限公司（以下简称“公司”）于2019年5月10日收到上海证券交易所出具的《关于对北汽福田汽车股份有限公司2018年年度报告的事后审核问询函》（上证公函【2019】0616号，以下简称“问询函”），根据上海证券交易所相关规定和要求，公司现对《问询函》中的问题回复如下：

一、关于公司经营情况

1. 根据年报及前期信息披露，公司自2014年至2018年连续五年扣非后净利润为负，扣非后净利润累计亏损金额66.18亿元。公司在营业收入和资产规模增长、销售毛利率基本持平的情况下，扣非后净利润连续多年亏损。请公司补充披露：

回复：

（1）按照细分车型分项列示公司最近五年的产销量结构、产能及产能利用率的变化情况；

分类	销量（万台）						产量（万台）						产销差异	产能利用率				
	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	小计	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	小计		2015年	2016年	2017年	2018年	平均
轻卡	39	35.5	35.1	35.7	33.5	178.7	37.6	35.3	35.7	34.9	33.3	176.8	-1.9	118%	89%	87%	104%	100%
中重	12	8.1	8.4	12.9	12.3	53.7	10.5	7.9	8.4	13.7	12.2	52.8	-1	66%	70%	115%	102%	88%
轻客	3.2	4	3.6	3.8	3.5	18	5.7	4.1	3.6	3.6	3.4	20.5	2.4	51%	30%	30%	29%	35%
大中	0.6	0.8	0.9	0.9	0.3	3.5	0.6	0.8	0.9	0.9	0.4	3.6	0.1	55%	112%	115%	52%	83%
乘用	0.7	0.7	5.1	6.9	4.9	18.2	0.7	0.6	5.1	6.9	4.9	18.3	0.1		36%	50%	41%	32%
小计	55.5	49	53.1	60.1	54.5	272.2	55.2	48.7	53.7	60	54.3	271.9	-0.3					

近五年整体产销差异0.3万台，从整体层面看公司加强了订单管理，执行以销定产的方式，更多的要求销售预付款进行排产，尽可能的降低公司资金投入。但是受到商用车竞争激烈和整体市场的影响，公司目前轻客及乘用车平均产能利用率较低，分别为35%、32%，其他车型平均产能利用率均高于80%。

（2）结合公司经营战略、产品结构、产能及产能利用率、费用情况等，说明公司在营业收入和资产规模增长、销售毛利率基本持平的情况下，扣非后净利润连续多年亏损的主要原因；

近五年公司扣非后净利润亏损主要由于期间费用率高于毛利率，从2016年乘用车投产开始，亏损额加大。

2014年主要由于受到整体商用车市场下滑及排放标准提升的影响，公司售后服务费、研发费用等费用增加以及受到汇率变动影响汇兑损失增加影响扣非净利亏损；

2015年主要由于销量下降，但公司产品结构调整初步显现成效，在公司销量降低的情况下保持了营业收入及毛利率的略增，但仍受商用车市场下滑及排放标准提升影响，公司研发费用、售后服务费增加，同时为了促进销量提升，销售人员人工有所增长，广告宣传投入增加，最终导致扣非净利亏损；

2016年主要由于乘用车投产，乘用车净利润亏损4.8亿元，导致了公司当年经营性利润亏损；扣除乘用车的影响公司当年扣除非经常性损益净利润盈利；

2017年主要由于新能源补贴标准下降及政策延迟下发导致新能源客车销量降低、原材料价格大幅上涨、人民币升值导致相关应收账款的汇兑损失增加、贷款利息支出增加、折旧摊销同比增加等原因导致净利润下降所致；其中乘用车净利润亏损9.8亿元，扣除乘用车的影响公司当年扣除非经常性损益净利润盈利；

2018年扣非净利增亏的主要原因：（1）主营业务影响因素：①2018年乘用车业务受市场影响，广告促销费同比增长，销量下滑，导致本期亏损26.6亿，同比增亏17.7亿元，其中北京宝沃本期净利润亏损25.4亿元；②大客车订单签订时间晚于预期，北京公交大客户订单2,790台于2018年12月底签订，于2019年陆续交付产生收益，影响客车2018年亏损9.5亿元，同比增亏6.7亿元；③本期融资余额较上年增加56亿元，财务费用同比增加，影响利润同比减少3亿元；④本期研发投入同比增加，开发支出转无形资产摊销增加，影响利润同比减少3.2亿元。⑤本期研发投入增加，研发费同比增加影响利润同比减少1亿元；⑥合资公司福田戴姆勒、福田康明斯利润同比下降影响投资收益同比减少2.1亿元。

（3）针对上述原因，公司后续改善主营业务盈利能力的具体措施。

公司于2018年5月制定了“三年行动计划”，确立了战略方向，聚焦商用车，坚持商用车第一品牌不动摇，商用车定位于城市及干线物流产品和服务综合方案供应商。以高质量发展为主线，聚焦价值，精益运营，从规模扩张型发展模式向精益式价值增长型转变。本着“有所为有所不为”的原则，大力发展主营业务，突出重卡、轻卡、VAN、皮卡等，加快非主营、亏损业务的改革调整，显著提高资产利用效率，提高盈利能力，实现有价值有质量地增长。

具体策略及措施如下：

（1）聚焦价值，大力发展主营业务，聚焦城市及干线物流产品和服务综合方案供应商，以价值为导向推动核心业务优化重组，提升业务竞争力，建设中国商用车行业第一品牌。

（2）坚持“转型创新、精益运营、提质增效”的经营方针，由规模扩张型向价值增长型转变直接体现在盈利能力和结构调整上，实现有质量、有价值、可持续的增长。

（3）精益质量，加强质量管理，2019年自上而下建立质量一把手责任制和质量零容忍评价体系。

（4）营销模式由“传统制造型”向“制造服务型”转型升级，以车联网、大数据平台为载体，充分利用车联网近81万运营总量的在线监控、800T的数据采集以及每日13亿条的信息反馈，为福田汽车全价值链提供有效的数据支撑，推动互联网营销平台升级，创新互联网营销模式，提升数字营销能力，建立客户全生命周期的营销服务体系，通过后市场业态为客户提供一站式解决方案，提升企业竞争力，创造新的利润增长点。

（5）推行季度绩增计划，重点加强收益及运营资金过程管理，聚焦价值，精益管理、优化结构、降本增效。

（6）新能源汽车依靠高质量运营，资源支撑，实施双品牌战略，推进智蓝全新物流车开发，开拓中高端市场。

2.年报披露，公司报告期内商用车销售49.35万辆，同比下降6.33%，跌幅高于行业整体水平。其中，轻型卡车和中重型卡车分别实现销量33.47万辆和12.32万辆，分别同比下降6.16%和4.33%。公司“三年行动计划”的战略方向为聚焦商用车，大力发展主营业务，加快非主营、亏损业务的改革调整。请公司补充披露：

回复：

（1）结合商用车各细分车型行业整体和主要竞争对手情况，说明公司报告期内商用车销量跌幅高于行业整体水平的具体原因；

通过2018年商用车细分车型行业整体情况（表1）分析可以看出，整体市场除中型货车、大中客出现较大幅度下滑外，其他细分车型均同比增长，福田2018年除轻型货车有小幅增长，其他细分车型均出现不同程度下滑。

表1　2018年商用车细分车型行业整体情况

单位:万辆

车辆类型		整体市场					福田				
		销量	同比	结构	结构同比变化	增量	销量	同比	结构	结构同比变化	增量
货车	重型货车	114.8	2.8%	29.5%	-1.2%	3.1	11	-3.5%	24.0%	0.6%	-0.4
	中型货车	17.7	-22.7%	4.6%	-1.7%	-5.2	1.3	-13.3%	2.8%	-0.2%	-0.2
	轻型货车	189.5	10.2%	48.8%	1.5%	17.6	32.9	8.2%	71.8%	9.3%	2.5
	微型货车	66.6	17.1%	17.1%	1.5%	9.7	0.6	-88.7%	1.3%	-9.6%	-4.7
	小计	388.6	6.9%	100%	0.0%	25.2	45.8	-5.8%	100%	0.0%	-2.8
客车	大客	7.7	-18.2%	15.9%	-2.0%	-1.7	0.2	-75.0%	5.7%	-13.3%	-0.6
	中客	7.4	-13.3%	15.2%	-0.9%	-1.1	0.1	-50.0%	2.9%	-1.9%	-0.1
	轻客	33.5	-3.9%	69.0%	2.9%	-1.4	3.2	0.0%	91.4%	15.2%	0
	小计	48.5	-8.0%	100%	0.0%	-4.2	3.5	-16.7%	100%	0.0%	-0.7
总计		437.1	5.1%	/	/	21	49.4	-6.3%	/	/	-3.4

通过2018年商用车企业销量情况（表2）分析可以看出，除东风、福田、江淮、陕汽出现下滑外，其他品牌均不同程度增长。五菱全年同比增长55.7%，占有率同比增长3.0%，提升最多；以传统轻型货车为主营业务的福田、江淮跌幅相似。目前福田在商用车企中仍然处于第一梯队中，商用车市场的竞争激烈，新进企业由于基数低带来的大幅增长都将会对公司产生冲击，聚焦商用车，提升商用车第一品牌的压力剧增。

表2　2018年商用车企业销量情况

排名	企业名称	2018年销量（万辆）	市场份额	2017年销量（万辆）	市场份额	同比增长	市场份额同比变化
1	北汽福田汽车股份有限公司	54.3	12.4%	60.1	11.2%	-9.7%	1.2
2	东风汽车股份有限公司	47.4	10.8%	48.7	9.1%	-2.7%	1.7
3	江淮汽车股份有限公司	32.7	7.5%	33.5	6.2%	-2.4%	1.3
4	广汽菲亚特汽车有限公司	30.7	7.0%	32.1	6.0%	-4.4%	1
5	一汽解放汽车有限公司	29.7	6.8%	29.8	5.6%	-0.3%	1.2
6	广汽日野汽车有限公司	29.2	6.6%	27.5	5.1%	6.2%	1.5
7	北京汽车股份有限公司	25.3	5.8%	29.6	5.5%	-14.5%	0.3
8	重庆长安汽车股份有限公司	21.1	4.8%	19.7	3.7%	7.1%	1.1
9	安徽江淮汽车集团股份有限公司	19.4	4.4%	19.2	3.6%	1%	0.8
10	山东重汽集团有限公司	19.3	4.4%	17.8	3.3%	8.4%	1.1
11	上汽大通汽车有限公司	15.8	3.6%	12.9	2.4%	22.5%	1.2
12	陕汽集团有限公司	14.3	3.3%	16.1	3.0%	-11.2%	0.3
	其他	73.9	16.8%	102.6	19.2%	-28.1%	-2.4
	总计	437.1	100%	534.6	100%	-18.2%	0

从以上两点分析可以得出，福田2018年整体业务下滑主要为微型货车、大中客的大幅下滑所致。同时，整体市场重型货车在同比增长的情况下，福田重型货车出现下滑。

（2）轻型卡车和中重型卡车销量下滑的具体原因；

通过2018年福田轻型卡车和中重型卡车销量情况（表3）分析可以看出，轻型卡车下滑主要源于轻型卡车中的微型货车出现大幅下滑，中重型卡车下滑主要源于中型货车的大幅下滑。

微型货车大幅下滑主要原因为老产品驭菱市场生命已超过10年，产品老化严重，竞争力差，驭菱全新升级换代产品祥菱M，2018年9月底上市，上市时间较晚，未能实现较大销量贡献。

中型货车下滑原因为老产品欧曼ETX产品老化、竞争力不足，福田戴姆勒逐渐停止中卡业务投入，福田将中卡业务转移至欧马可，欧马可中卡M4新平台欧马可S5产品2018年7月份上市，上市时间较晚，未能实现较大销量贡献。

重型货车下滑主要原因为：欧曼产品竞争力略有不足，而主要竞争企业增长的主要原因来自近两三年新上市的有竞争力的产品拉动，如解放J6，东风D760，陕汽X3000；公司重卡金融产品缺乏竞争力，对整车销售支持不够，部分央企车企利用金融资源优势，以低成本获取金融支持，在终端市场进行金融促销，拉动销量提升。

表3　2018年福田轻型卡车和中重型卡车销量情况

单位:万辆

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]