证券代码:000980　　证券简称:*ST众泰　　公告编号:2020—046

众泰汽车股份有限公司关于深圳证券交易所2019年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证本公告内容的真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

众泰汽车股份有限公司(以下简称“公司”或“众泰汽车”)于2020年6月29日收到深圳证券交易所《关于对众泰汽车股份有限公司的年报问询函(公司部年报问询函〔2020〕第186号)》,公司高度重视,对问询事项进行了认真分析和核查。现就年报问询函中的相关问题答复公告如下:

1. 年报显示,你公司2019年营业收入29.86亿元,同比下降79.78%;净利润为-111.91亿元,同比下降1,498.98%。2019年,公司合计生产汽车1.62万辆,同比下降88.67%,销售汽车2.12万辆,同比下降86.30%。天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)对你公司出具了无法表示意见的审计报告,具体原因为无法就持续经营能力相关重大不确定性、业绩补偿可回收性、重大预付款项相关不确定性、逾延所得税资产确认及或者事项获取充分、适当的审计证据。

(1)请你公司结合汽车行业及可比上市公司产销量,说明2019年经营业绩、产销量大幅下降的原因及合理性。

回复:

A、行业发展情况

我国汽车市场在经历了十年的快速发展,截止2019年底全国汽车保有量达到2.6亿辆。自2018年开始“遇冷”后中国汽车产业出现了28年以来的首次下降,消费主力减少,以及近年来我国城市公共交通的完善、高铁线路网的扩散、城市限行等影响从而造成了汽车销量低迷的状态,是我国汽车产销量首次出现负增长。

2019年国内面对复杂多变的宏观经济形势以及中美贸易摩擦反复不断,同时,为积极响应国家助力打赢“蓝天保卫战”的号召,全国21省市发文将要宣布提前实施国六排放标准,加之新能源补贴退坡等不利因素影响,中国汽车市场进一步低迷,企业承受压力较大。2019年,中国车市在28年高速增长后连续第二年现负增长,全国汽车累计产销量分别完成25721万辆和2576.9万辆,同比分别下降7.5%和 8.2%,产销量降幅比上年分别扩大 3.3 和 5.4 个百分点;其中,乘用车降幅更为明显,产销量分别为2136万辆和2144.4万辆,同比下降9.2%和9.6%;新能源汽车产销量分别为124.2万辆和120.6万辆,同比分别下降2.3%和4.0%;中国品牌乘用车销售840.7万辆,同比下降15.8%。2019年度产销量同比下滑幅度超过2018年。

B、各车企汽车销量情况

具体列各大汽车生产制造集团来看,2019年度汽车销量前一位企业排名与上年一致,上汽集团仍处于绝对领先地位。与上年同期相比,汽车销量前十位企业中仅一汽集团和华晨汽车小幅提升外,奇瑞和长城基本持平,各其他企业汽车销量均出现不同程度下滑。

C、同行业可比公司经营业绩情况分析

通过日潮资讯查询中国证券市场与汽车制造行业相关的海马汽车、力帆、长安及江淮汽车四家上市企业的经营业绩及产销量情况。海马汽车、力帆汽车、长安汽车及江淮汽车与众泰汽车同属于国内民族品牌,具有一定的可比性。

以这四家企业的平均值作为同行业可比公司,进而根据企业自身经营情况进行指标对比如下:

①营业总收入及营业利润对比

可比案例上市公司		营业总收入及营业利润对比指标(万元)					
		2018年			2019年		
众泰汽车	营业总收入	1,476,443.95	同比	-29.03%	营业总收入	298,584.71	同比	-79.78%
	营业利润	80,076.4	同比	-36.28%	营业利润	-552,843.13	同比	-790.39%
海马汽车	营业总收入	529,814.66	同比	-47.43%	营业总收入	483,220.52	同比	-8.79%
	营业利润	-227,334.76	同比	-60.63%	营业利润	9,761.53	同比	104.29%
力帆汽车	营业总收入	1,101,301.45	同比	-12.60%	营业总收入	744,977.32	同比	-32.35%
	营业利润	24,687.94	同比	58.67%	营业利润	-512,150.56	同比	-2174.50%
长安汽车	营业总收入	6,629,827.03	同比	-17.14%	营业总收入	7,069,524.51	同比	6.48%
	营业利润	-20,143.84	同比	-102.82%	营业利润	-210,710.81	同比	-946.03%
江淮汽车	营业总收入	5,016,063.93	同比	1.95%	营业总收入	4,736,215.33	同比	-5.58%
	营业利润	-151,947.18	同比	-862.28%	营业利润	23,099.48	同比	115.20%
平均下降率	营业总收入			-18.81%	营业总收入			-10.06%
	营业利润			-241.77%	营业利润			-725.26%

(注:表中营业利润均为营业利润扣除商誉减值)

②产销量对比

可比案例上市公司		产销量对比指标(万辆)					
		2018年			2019年		
众泰汽车	产量	14.3	同比	-41.96%	产量	1.62	同比	-88.66%
	销量	15.49	同比	-31.99%	销量	2.12	同比	-86.29%
海马汽车	产量	6.03	同比	-55.24%	产量	2.89	同比	-52.06%
	销量	6.76	同比	-51.88%	销量	2.96	同比	-56.41%
力帆汽车	产量	9.75	同比	-26.72%	产量	2.06	同比	-78.93%
	销量	10.2	同比	-23.21%	销量	2.53	同比	-75.22%
长安汽车	产量	199.8	同比	-26.73%	产量	179.7	同比	-10.08%
	销量	207.4	同比	-25.58%	销量	175.9	同比	-15.16%
江淮汽车	产量	46.4	同比	-6.81%	产量	42.0	同比	-9.29%
	销量	46.2	同比	-9.48%	销量	42.1	同比	-8.91%
平均下降率	产量			-28.88%	产量			-37.59%
	销量			-27.54%	销量			-38.93%

D、企业经营业绩、产销量大幅下降的主要原因及合理性:

①企业经营业绩、产销量大幅下降的主要原因

2019年度公司累计生产汽车16.215辆,销售汽车21.224辆。公司完成销售收入298,584.71万元,同比下降79.78%,营业利润-552,843.13万元(剔除商誉减值)。同比下降790.39%。

其主要原因:一是受宏观经济形势的影响,汽车行业整体景气度高涨,行业竞争日趋激烈,公司自主品牌知名度不高,自其2019年以来负面信息较多,口碑较差,致使客户流失大加之公司流动资金短缺,生产处于间歇性状态,产品在市场上出现较长的空档期导致累导致公司整车汽车销量大幅下降,未达预期。由于销量大幅下降,公司营收收入大幅下降,经营成本相对上升,导致经营亏损较大。二是汽车行业整体毛利率水平有所下降,产品溢价能力弱,导致公司产品毛利率下降幅度较大。三是公司生产能利用率下降,导致分摊的单位固定成本增加。四是由于公司部分主要销售市场提前实施国六排放标准,造成公司国五排放标准燃油汽车产品销售受到较大负面影响。五是新能源国家补贴退坡,导致新能源汽车的售价下降。六是计提大额资产减值准备185.9亿元。

②企业经营业绩、产销量大幅下降的合理性

根据前表数据,通过公司与市场可比案例的业绩情况比较,公司年度营业收入、营业利润同比下降率、产销量下降率高于市场可比案例,单项指标略有差异。虽然执同对比波动较大,但与同行业企业趋势一致。主要由于近两年汽车行业出现比较大的波动,产业变革加剧,行业整体下滑趋势明显,在此大背景下,同行业车企在营业总收入、营业利润等指标普遍出现不同程度下滑。因此,2019年的经营业绩、产销量大幅下降具有合理性。

(2)请结合公司目前经营情况、在手订单、业务竞争力情况说明你公司是否具备持续经营能力,按照持续经营假设编制年报是否符合会计准则要求。

回复:

公司目前因资金到位问题尚未正常生产,因将复产的年型原来都有订单单,经销商提车款保证金、大客户采购意向,但因资金问题未能生产出车,长时间未交付车后部分订单已退单,生产出车后订单销售是有保障的。如T1000和T700复产车型去年就有近万台出口订单未交付,T300小强版2019年上市时经销商预订量在一周内就达到了5000台,TS系经销商意向约车率达到了100%。

目前复工复产情况工作已经就绪,资金到位即可正式复产持续经营,情况如下:

首先,公司整车研发、制造、销售产业链基础完整、设备与产能充分。核心复产基地集团化管控,调配公司核心资源和各基地骨干人员进行质量和制造能力支持;原三个研发院正作即将完成,将按“项目制”方式精细化研发新车型;销售体系“合二为一”工作也即将整合完善,并推出“大区域代理制”和扩大消费者终端销售点网络,推出诱饵复产销量。

第二,公司新车型储备充足,长期研发能力强。燃油车方面正在上市一款新车型TS5,年底投上市一款备受市场期待的自主设计家族盘清的“TS7”核心新车型,另外还有一款跨界车型Z35计划在明年上市;纯电动新能源车方面将推出E200车型就电动新车型,后续还将推出精品纯电小车新车型“众泰新能源W15”及纯电动客货多功能新车型“众泰新能源V1A”,抢占有巨大市场潜力的宜商宜家多功能用车市场。这些新车型都是按公司“部分市场领先”的新战略方向进行研发的,上述新车型在上海车展上都得到经销商和消费者的强烈认可,有较强的市场竞争力。

第三,供应链方面,公司与部分核心供应商经过有效沟通,并通过预付货款方式确保公司复工复产后,零部件的准时供应。同时公司已对其他相关成本进行了多轮降本努力,旨在保证复产车型的盈利能力。

第四,公司融资方面已经有了确切的渠道与具体的安排,可保障公司持续经营、正向现金流的资金需求。一是已与某家电商平台商谈进行供应链合作,以期实现销售渠道;二是大股东铁牛集团通过名下一处地产资源盘活处置变现,所得收益通过履行2018年业绩承诺,用于支持众泰汽车谈妥投复产,该地产盘活处置已签订合作备忘录;三是众泰汽车已与相关金融机构基本达成了融资支持有序资质内,并已完成基础尽调,四是公司下属国外生产基地通过合作、出售等方式实现“瘦身”;五是国家新能源汽车补贴政策支持资金将陆续到位。

综上,公司通过汽车产业链完整、设备及产能充分,研发投入效果显现,新车型储备丰富,营销体系完善,目标市场定位清晰,融资指向明确,供应链保供能力强,可保证公司经营的持续性和盈利性,按照持续经营假设编制年报符合会计准则要求。

(3)请公司结合2020年经营计划,说明公司提高产品质量、拓宽销售渠道、增强盈利能力的主要措施,并充分提示相关风险。

回复:

公司2020年按“细分市场领先”的战略方向和规划恢复正常生产经营。在质量上按“零缺陷”出厂要求,进行全流程质量把控,在销售上建立“大区域代理制”及扩大终端销售点网络,由大区域代理对深入终端消费者的汽贸店、大卖场等多渠级网络进行管理,同时加大出口及国际合作力度,拓宽销售的渠道,增强获客能力,同时增加市场营销投入以及修理厂代理范围,加强配件供应及调配能力,增强客户粘性。在增强盈利能力上,一方面按细分市场领先战略方向优化车型组合;另一方面通过车型技术和装置降本的方式实现盈利能力的提升。

A、提高质量措施方面:

建立OTS零件认可流程,零件不认可则不批量;通过项目成熟度管理确保交付物满足项目节点要求方可进入下一节点,避免零件、整车带严重缺陷进入SOP;加强样件管理,避免样件、样车流入市场销售;形成售后质量采集、售后问题分析、质量改进、用户反馈的质量改进闭环管理;参考主流整车企业,优化公司产品质量管理流程,建立合理的质量标准;提高SOE团队能力,从供应端避免产品质量问题。

B、拓宽销售渠道方面的措施

建立“大区域代理制”,由区域代理加大拓展代贸、大卖场等终端销售渠道,拓展联客点;通过小强版车型,提高客户流量,吸引经销商在网;通过精彩时代、原厂加装件、授权配件的销售,增加经销商盈利能力;完善DMS系统平台,收集经销商反馈,听取产品意见、提供经销商定制车型的选择;继续联合象安科技的成功经验,以点带面,全面铺开,逐步覆盖全国;在大卖场、超市、商场、社区、学校、医院、机关、企业、工地、家庭、酒吧、娱乐场所等场景