（上接A56版）

B.MRP：市场风险溢价

2017年12月31日，公司通过香港恒生指数推算的2012-2016年分别往前推10年平均市场收益率水平减去相应期间香港市场10年期国债收益率水平后得到香港市场平均市场回报率水平为8.2%，然后再考虑中国大陆市场和香港市场的country risk premium差异0.3%来计算中国大陆的市场风险回报率水平。最终MRP为8.5%。

相较而言，美国股票市场比香港股票市场更为成熟。2018年，评估机构采用美国股票市场标准普尔500指数和国债收益率数据，计算得到截至目前美国股票市场的风险溢价为5.96%，然后再考虑中国的市场风险溢价1.03%，最终MRP为6.99%。鉴于上市公司年报一般不予披露相关商誉减值测试采用的折现率参数确定过程，经查阅截止问询函回复日国内上市公司公告的，以2018年12月31日为评估基准日进行的相关并购重组项目财务顾问报告，其披露的MRP取值范围为4.24%～7.65%，通过去重（避免同一评估机构影响）统计得平均值为6.64%、中位数为6.94%，本次公司2018年度商誉减值测试聘请的评估机构于计算折现率参数时采用的MRP为6.99%与上述中位数6.94%接近，属于合理取值区间。

综上，由于Rc和MRP存在差异，导致2017年12月31日的Re（权益资本成本）高于2018年，并最终导致税后折现率的差异。在商誉减值评估过程中，折现率和被评估资产组未来业务收入的增长率及股东、债权人的期望回报率是相辅相成的关系。2017年度乘用车市场行情较好，因此部分管理区域有业务扩张战略计划并在财务预测中考虑了扩张性资本性支出以及相应收益，而在2018年度受到乘用车市场整体增速放缓的影响，管理层收缩了业务扩张，稳扎稳打，业务的增长主要靠自身资源的自然增长，相应的期望回报率水平也较低。基于对应的财务预测情况，管理层在2017年度商誉减值测试采用的折现率中谨慎地额外考虑了一部分不确定风险因素，因此2017年度商誉减值测试的折现率较2018年度高。

此外，通过比较公司与同业上市公司于2018年度针对商誉减值测试折现率参数的取值情况，公司采用的相关参数落在行业区间范围的高端，总体上高于行业平均水平。经复核历史年度减值测试情况，其采用的折现率水平高于2018年度参数取值主要由于企业于历史年度处高速发展阶段，预测期内考虑了测试时点已有的扩张性战略计划的影响并采用了与之相匹配的较高水平折现率对冲预测期增量不确定风险影响，而2018年度商誉减值测试中仅考虑现有业务的自然增长对结果的影响，两者的假设前提不一致，故测试采用的折现率不具可比性。

综上所述，公司2018年12月31日较2017年12月31日所现率下调合理，不存在通过调节折现率少计提商誉减值的情形。

⑥北方区域和广汇宝信商誉减值测试主要参数预测情况

针对存在一定减值风险的北方区域和广汇宝信的商誉减值测试，公司与评估师对于这两个区域于2019年12月31日的可收回金额的测试结果如下：

单位：亿元

资产组组合名称	2019年12月31日包含全部商誉的资产组组合账面价值（注）	2019年12月31日的可收回金额	测算的归属于母公司股东的商誉减值损失(如有)
	a	b	若b＜a，c=a-b；若b≥a，c=0
北方区域	31.02	29.27	1.75
广汇宝信	148.98	160.70	-

注：上述金额为截至2019年12月31日，计提本年度商誉减值前的账面价值。

A.关于北方区域商誉减值测试中主要参数说明如下：

a.预测期

本次商誉减值测试将收益期分为详细预测期和永续期两个阶段。详细预测期为5年，即2020年至2024年，2025年起进入永续期。

b.收入增长率

北方区域的管理层基于该资产组组合过去的业绩、行业发展趋势和管理层对市场发展的预期估计，对未来5年的营业收入按照业务类别（主要包括整车销售业务、装潢业务、售后服务业务、佣金业务、其他业务，下同）分别进行预测。其中整车销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了细分预测。资产组组合历史及预测期预测的营业收入、收入增长率数据如下：

项目	2018（实际）	2019（实际）	2020（预计）	2021（预计）	2022（预计）	2023（预计）	2024（预计）	永续期首年（预计）
收入增长率	-2.43%	-4.56%	4.35%	4.05%	3.72%	3.38%	3.01%	3.00%

注：以上收入增长率为资产组组合营业收入增长率

i.历史年度业绩表现情况

报告期内，北方区域主营业务收入出现负增长，其主要原因系北方区域内今列汽车经销品牌出现经营波动。报告期内，各品牌业绩表现情况如下：

单位：万元

项目	2016年	2017年	2018年	2019年
捷豹路虎	252,542.11	257,452.72	212,386.36	167,693.84
捷豹路虎增长率		1.94%	-17.50%	-21.04%
长安福特	24,339.21	26,407.26	13,309.74	3,968.56
长安福特增长率		8.50%	-49.60%	-70.18%
除捷豹路虎、长安福特外其他品牌	440,785.14	446,706.26	490,643.89	507,553.72
除捷豹路虎、长安福特外其他品牌增长率		1.34%	9.84%	3.45%
合计	717,666.46	730,566.24	716,339.99	679,216.12
管理区域整车销售业务的收入增长率		1.80%	-1.95%	-5.18%

注：以上收入增长率为资产组组合整车销售业务收入增长率

由上表可见，北方区域2018年和2019年业绩下滑的主要原因系捷豹路虎和长安福特两个主要品牌出现较大比例的下滑。剔除捷豹路虎和长安福特后，北方区域2017年、2018年和2019年整车销售收入分别同比增长1.34%、9.84%和3.45%。经比对中国汽车流通协会发布的《中国汽车经销商集团百强排行榜》数据，行业前十大经销公司2018年度较2017年度整体增长率为2.36%，调整后的北方区域整车销售业务收入增长水平高于行业平均水平。

ii.2019年商誉减值测试预测

基于2018年和2019年北方区域捷豹路虎和长安福特两大品牌表现不佳的情况，2019年度商誉减值测试过程中，会计师和评估师针对以上品牌，通过了解其新车型推出计划、定价策略、营销策略及经销商商务政策等综合确定预测期增长趋势。

捷豹路虎方面，2019年通过主动调整目标、库存系数的优化、商务政策的正向引导、以及多次频繁与经销商合作伙伴的透明化沟通等举措，下半年业绩逐渐得以改善，特别是中国市场的运营情况稳步提升，直到其第三财季（10月-12月），捷豹路虎中国区销量同比增长24.3%，产品迭代受到了市场的肯定。2020年初，原于英国本部负责捷豹路虎品牌全球销售计划的李大龙先生出任奇瑞捷豹路虎联合机构总裁，上任后李大龙先生进一步完善集团顶层设计，提升品牌运营能力，2020年捷豹路虎将迎来多款主力车型的迭代周期，同时伴随新款发现运动、全新卫士、揽胜21年款、揽胜运动21年款、揽胜星脉21款等车型的上市，预期品牌市场号召力将显著提升。另一方面销售目标的平稳抓压及进口车供应收缩，能一定程度保障市场价格的稳中回升。此外，捷豹路虎主机厂通过推出奖励计划给予经销商额外返利支持以改善经销商盈利水平。公司北方区域的捷豹路虎店面在区域内拥有较高的市场份额，店面经营较为成熟，有较强的竞争力，将首先从品牌的反弹态势中获益。2020年-2024年，北方区域的商誉减值测试中，捷豹路虎的收入增长率预测分别为0.00%、0.99%、1.49%、1.49%和1.50%。考虑到该品牌去年第三财季已有明显复苏迹象，且今年多款新车型上市，由于收入增长率建立在较低的基数上，该收入预测符合品牌的实际情况。

长安福特方面，2020年将全新推出第六代探险者、新一代领界、福克斯旅行版、新一代大七座SUV、小改款的新蒙迪欧、四缸福克斯等多款车型，2021年亦计划推出5款全新或换代车型。随着新车型上市，主机厂对于新车型的价格管控趋于合理，将有效提升经营利润，避免行业恶性竞争。北方区域2019年长安福特的销售收入仅为3,968.56万元，绝对销售规模为前三处于较低的水平，进一步下跌的可能较小。2020年-2024年，北方区域的商誉减值测试中，长安福特的收入增长率预测分别为-0.03%、0.88%、1.45%、1.43%和1.41%。随着新车型的推出，公司有信心该品牌未来保持稳定的销售规模。

2015-2019年国内乘用车市场不同品牌销量增长趋势情况如下表所示：

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
超豪华	8.8%	50.1%	12.1%	2.3%	7.9%
德系豪华	12.6%	17.4%	11.9%	9.7%	8.7%
日系豪华	1.9%	47.0%	21.2%	11.8%	16.0%
德系	-3.5%	19.3%	0.6%	-4.7%	4.8%
日系	13.3%	13.%	6.6%	0.7%	9.3%
美系	5.7%	13.3%	-4.7%	-20.5%	-19.5%
欧系（非德系）	-3.3%	9.3%	-5.3%	-23.3%	-30.8%
韩系	-0.6%	10.8%	-33.7%	-8.5%	-9.9%
自主	27.3%	26.8%	33.5%	-12.3%	-10.5%

如上表可知，2018年和2019年汽车经销行业的下滑主要集中于美系、欧系（非德系）和自主品牌。除捷豹路虎和长安福特外，广汇汽车北方区域的品牌主要由德系、日系及相关合资品牌构成，主要以中高端为主并加入部分豪华品牌门店以完善多样性，未来具备较好的增长空间。

此外，北方区域在经历过去两年捷豹路虎等品牌下滑后，积极谋求运营风险的合理分化。北方区域在依托沃尔沃、大众及一系列日系品牌业绩稳步提升的基础上，于2018年度引入一汽红旗、2019年度引入通用凯迪拉克，以上两品牌的引入初期即贡献营业收入1.05亿元，为北方区域实现后续全年预算目标提供了切实可行的方案。

基于上述情况，管理层对管理区域于未来期间内的经营预期作出如下判断：

单位：万元

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
捷豹路虎	167,701.17	169,369.20	171,892.63	174,458.83	177,067.80
捷豹路虎增长率	0.00%	0.99%	1.49%	1.49%	1.50%
长安福特	3,967.20	4,002.00	4,060.00	4,118.00	4,176.00
长安福特增长率	-0.03%	0.88%	1.45%	1.43%	1.41%
除捷豹路虎、长安福特外其他品牌	536,953.92	563,990.42	589,620.75	613,124.74	635,296.17
除捷豹路虎、长安福特外其他品牌增长率	5.79%	5.04%	4.54%	3.99%	3.62%
合计	708,622.29	737,361.62	765,573.38	791,701.57	816,539.97
管理区域整车销售业务的收入增长率	4.33%	4.06%	3.83%	3.41%	3.14%

注：以上收入增长率为资产组组合整车销售业务收入增长率

北方区域永续期的预期收入增长率为3%，系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。

在经过上述复核工作并结合国内乘用车人均保有量远未达发达国家水平及消费升级势头延续的大背景下，公司认为盈利预测数据与行业的预测趋势及自身经营特征匹配一致，符合审慎性要求。

c.毛利率

北方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，对未来5年的毛利按照业务类别分别进行预测。资产组组合历史及预测期预测的毛利率数据如下：

项目	2018（实际）	2019（实际）	2020（预计）	2021（预计）	2022（预计）	2023（预计）	2024（预计）	永续期首年（预计）
毛利率	9.07%	9.84%	9.74%	9.81%	9.79%	9.79%	9.75%	9.75%

公司在商誉减值时对北方区域的毛利率采取较为稳健、保守的预期估计，毛利率维持在9.74%-9.81%的区间，与资产组组合过往业绩、行业现状和行业发展趋势保持一致。

d.期间费用

资产组组合的销售费用主要包括职工薪酬、折旧和摊销、销售服务费、物流仓储费、办公、通讯及差旅费、广告及业务宣传费、业务招待费、租赁及物管费等；管理费用主要包括职工薪酬、折旧和摊销、办公、通讯及差旅费、业务招待费、广告及业务宣传费、资源费、排污保洁费等。

预测时，对于折旧和摊销根据各个资产的原值、会计折旧或摊销的年限、残值率计算求得；销售费用中职工薪酬、销售服务费按历史年度占营业收入的比例进行预测，其他费用主要按年增长率进行预测。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，确保上述假设有合理的理由及内外部的信息所支持。

广汇宝信期间费用的历史年度及预测期预测的数据如下：

项目	2018（实际）	2019（实际）	2020（预计）	2021（预计）	2022（预计）	2023（预计）	2024（预计）	永续期首年（预计）
销售费用率	3.45%	3.41%	3.31%	3.26%	3.21%	3.17%	3.14%	3.14%
管理费用率	1.44%	1.63%	1.45%	1.44%	1.43%	1.42%	1.42%	1.42%

根据公司制定的“节费增效”战略目标，2020年公司将持续加强费用管控，并制定销售与管理费用总额同比下降10%以上的管控目标。西北、四川、广西等部分区域已于2019年度起试行“节费增效”，并通过业务流程梳理优化、提高工作效能、优化调整人员结构、持续优化薪酬结构及绩效考核方案、提升成本效益等方式对薪酬成本实施有效管控，具体情况如下表所示：

项目	西北区域		四川区域		广西区域		陕西区域	
	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年
营业收入增长率		5.20%		2.08%		-0.06%		7.30%
销管费用率	5.30%	4.96%	4.22%	3.92%	4.57%	4.26%	4.48%	4.39%

此外，公司采用网络或电话等线上、远程模式压缩差旅会务支出，同管理区域内店面的办公、电话、网络、耗材通过招投标确定统一合作供应商，提升集采率、充分发挥批量集中采购优势等均已取得一定效果。

2019年商誉减值测试中，北方区域2020年预测销售与管理费用同比下降5.3%，相较公司制定的下降10%以上的年度管控目标仍存一定空间，显示了管理层对测试判断保持谨慎、稳健的态度。

同时，评估人员通过对管理层、区域营运负责人等进行访谈，搜集、整理了各区域针对“节费增效”战略目标所制定的具体实施策略，并就可行性、匹配性等与发行人相关负责人进行探讨和复核，最终认为相关实施方案与发行人制定的整体战略目标方向一致，具备可操作性。

预期北方区域未来销售费用率维持在3.17%-3.27%的区间，管理费用率维持在1.57%-1.61%的区间，与资产组组合过往业绩、行业现状和行业发展趋势保持一致。

e.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)）。商誉减值测试采用资本资产定价模型（CAPM）确定权益资本成本，计算公式如下：Re=Rf+β*MRP+Rc。其中，债资比（D/E）参考了可比公司的公开信息。Rf为目前无风险报酬率，采用债券市场评估基准日中长期（距到期日10年以上）国债的平均利率作为无风险报酬率；β根据资产组组合的业务特点，通过同花顺IFIND资讯系统查询；MRP市场风险溢价参考行业惯例，采用金融学家Aswath Damodaran的最新研究数据；Rc根据资产组组合相对应的经济体相对于可比公司所面临的特别风险；Rd根据于评估基准日资产组组合近期融资成本，综合考虑其付息债务资本成本；资产组组合适用所得税税率。按照上述模型，测算选用的税后折现率为10.00%，折算为税前折现率为12.55%。

综上，经公司及评估师测算，2019年末，公司认为除北方区域存在1.75亿元商誉减值外，2019年度不存在大额商誉减值的风险。因此，根据商誉减值测试结果，公司于2019年度计提了17,531.66万元的商誉减值准备。

⑦2019年对商誉的减值测试是否已充分考虑到是否2020年一季度亏损的因素

公司2020年一季度业绩下滑的主要因素系新冠肺炎疫情爆发以及各地疫情的防控政策致使的门店关闭以及消费停滞。由于：（1）汽车消费的需求是能够积压的，2003年非典疫情后当年全国基本型乘用车销量同比增长75.3%，2008年金融危机期间，汽车行业整体销量短暂下滑接近15%，而后续伴随刺激性货币政策、行业政策及消费需求的影响，销量同比增长峰值一度逼近125%。本次疫情使公众短期内可能对公共交通有所顾虑并造成出行不便，对后续汽车消费积压需求的释放反而有积极影响。随着各地政府近期各项汽车消费刺激性政策的大范围发布，疫情过后公司2020年下半年及后续年度业绩具备较好的增长空间；（2）一季度为汽车经销行业传统淡季，今年春节又较早，公司下半年业绩往往优于上半年，根据3月、4月和5月公司最新的业务和财务数据，新冠肺炎疫情已被证明主要系一次性短期影响，对于公司2020年下半年及后续年度业绩不具备持续不利影响；（3）根据《企业会计准则第29号——资产负债表日后事项》，2020年爆发的新冠肺炎疫情属于2019年度的期后非调整事项。因此，公司认为2019年度商誉减值测试无需根据2020年一季度新冠肺炎疫情的影响进行调整。

在A股上市公司2019年年报以及评估基准日为2019年12月31日收购项目的资产评估报告中，将新冠肺炎疫情相关影响作为资产负债表日后非调整事项较为普遍，如中信重工、上海电气、科大智能、高盟新材等相关案例中，均未考虑新冠肺炎疫情的相关影响。

⑧报告期内不存在被收购标的未实现预期业绩的情形

公司收购的目的是扩大其经销网络，并产生协同效应，并不局限于某个特定的收购项目，而是通过收购后对管理区域内的所有经销企业进行整合、根据管理区域统一管理、制定相应的经销策略、对管理区域内资源进行统一调配而形成的超额收益。收购双方基于被收购方品牌结构的布局、地域分布、规模、市场情况、公司的协同效应等综合因素确认收购对价，因此不涉及对预期业绩的预测。

公司的收购项目不涉及业绩承诺，仅少数收购项目会根据收购后一段时间内的经营情况调整或有对价。历史上，个别根据收购后一段时间内的经营情况调整或有对价的项目，其对价调整期实际经营情况均达到预期。

⑨商誉减值测试符合《会计监管风险提示第8号—商誉减值》的相关规定，商誉减值计提充分，不影响发行条件

商誉减值测试符合《会计监管风险提示第8号—商誉减值》的相关规定，商誉减值计提充分，不影响发行条件。

A.商誉减值的会计处理及信息披露

a.定期或及时进行商誉减值测试，并重点关注特定减值迹象

按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，对企业合并所形成的商誉，公司在每年年度终了进行减值测试。公司已充分关注商誉所在资产组组合的宏观环境、行业环境、实际经营状况及未来经营规划等因素，合理判断商誉是否存在减值迹象。

b.合理将商誉分摊至资产组或资产组组合进行减值测试

按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，对因企业合并形成的商誉，公司已购买日起按照一贯、合理的方法将其账面价值归集至相关的资产组或资产组组合，并据此进行减值测试。

c.商誉减值测试过程和会计处理

按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，在对商誉进行减值测试时，公司对与商誉相关的资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或资产组组合进行减值测试，确认相应的减值损失(如有)，再对包含商誉的资产组组合进行减值测试。对包含商誉的资产组组合存在减值的，公司先抵减分摊至资产组或资产组组合中商誉的账面价值；再按比例抵减其他各项资产的账面价值。

其中，公司各资产组组合的可收回金额的估计，系根据其公允价值减去处置费用后的净额与预计未来现金净流量的现值两者之间较高者确定。

d.商誉减值的信息披露

按照《企业会计准则》《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定（2014年修订）》(证监会公告（2014）54号)的规定，公司在财务报告中详细披露与商誉减值相关的、对财务报表使用者作出决策有用的所有重要信息。

B.商誉减值事项的审计

公司2018、2019年年度的财务报表审计机构普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)按照《中国注册会计师审计准则》执行了审计工作，并分别于2019年4月23日、2020年4月27日出具了报告号为普华永道中天审字(2019)第10058号、普华永道中天审字(2020)第10058号无保留意见的审计报告。

C.与商誉减值事项相关的评估

公司管理层在《会计监管风险提示第8号—商誉减值》出台后，仔细研究相关规定并与实际商誉减值测试进行比对，并对商誉检查测试流程进行细化。2018年度及2019年度，公司管理层本着认真、严谨的原则，委托金证通评估对与商誉相关资产组（组合）可收回金额进行了详细评估，对包括折现率在内的各项关键参数进行了更为细致地分析和认定。公司管理层将其评估结果作为2018年12月31日及2019年12月31日商誉减值测试分析工作的依据。金证通评估按照相关法律法规、《资产评估准则》及依法制定的其他业务规则勤勉执业，并于2019年4月23日及2020年4月26日出具了金证通评字[2019]第0093号《广汇汽车服务股份公司拟进行商誉减值测试所涉及的汽车经销服务业务与商誉相关资产组(组合)可收回金额资产评估报告》及金证通评字[2020]第0074号《广汇汽车服务股份公司拟进行商誉减值测试所涉及的汽车经销服务业务与商誉相关资产组(组合)可收回金额资产评估报告》。

综上，公司商誉减值测试符合《会计监管风险提示第8号—商誉减值》的相关规定，商誉减值计提充分，商誉减值计提结果不影响本次可转债的发行条件。

（6）长期待摊费用

公司的长期待摊费用主要是租入固定资产的改良支出及装修费。2017年末、2018年末和2019年末，公司长期待摊费用分别为98,492.61万元、110,445.85万元和129,350.02万元，占总资产的比重分别为0.73%、0.78%和0.91%。报告期内，长期待摊费用增长主要系新增4S店的装修费及新收购公司纳入合并财务报表所致。

报告期各期末，公司的长期待摊费用的明细如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
装修费	59,255.67	56,153.75	50,596.42
预付租赁费	22,508.42	5,837.85	5,461.07
租入固定资产改良支出	46,743.99	44,836.63	30,863.40
其他	841.93	3,617.62	11,571.72
合计	129,350.02	110,445.85	98,492.61

（7）其他非流动资产

报告期内，公司的其他非流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
不可撤销的长期质押的其他货币资金	110,011.28	-	-
预付股权转让款	3,150.00	8,610.00	22,075.00
预付购地款	11,168.40	14,254.58	99,927.53
预付工程设备款	28,186.57	35,325.44	43,398.10
长期押金	674.57	1,040.04	4,415.01
继续涉入资产-专项资产管理计划	35,206.55	54,958.96	31,521.32
应计利息	2,852.32	-	-
其他	-	1,035.91	657.28
合计	191,249.69	115,224.93	201,994.23

截至2017年末、2018年末和2019年末，公司的其他非流动资产金额分别为201,994.23万元、115,224.93万元和191,249.69万元，占总资产的比例分别为1.49%、0.81%和1.35%，总体占比较小。2018年末，公司其他非流动资产较2017年末减少86,769.30万元，降幅为42.96%，主要原因系收购4S店股权交割入账冲减预付股权转让款、购买土地入账冲减预付购地款以及新增确认继续涉入资产的综合影响。2019年末，公司其他非流动资产较2018年末增加76,024.76万元，增幅为65.98%，主要系其他货币资金中110,011.28万元不可撤销的长期质押的其他货币资金量分类至其他非流动资产所致。

（二）负债结构分析

报告期各期末，公司负债结构情况如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	8,031,918.41	82.54%	7,626,167.99	80.02%	6,827,243.76	75.01%
非流动负债	1,699,579.14	17.46%	1,904,607.12	19.98%	2,274,943.89	24.99%
负债总额	9,731,497.55	100.00%	9,530,775.11	100.00%	9,102,187.65	100.00%

截至2017年末、2018年末和2019年末，公司的负债总额分别为9,102,187.65万元、9,530,775.11万元和9,731,497.55万元，2017年至2019年的复合增长率为3.40%。公司负债增长的主要原因是随着业务规模的扩大和业务发展需要，公司增加了银行借款、应付票据和应付账款的规模。

截至2017年末、2018年末和2019年末，公司流动负债占负债总额的比例分别为75.01%、80.02%和82.54%，占比较高，主要系公司通过短期借款进行融资，以及日常经营过程中产生的应付票据、应付账款金额较大所致，与公司资产结构主要为流动资产相匹配。

1、流动负债结构分析

单位：万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占总负债比例	金额	占总负债比例	金额	占总负债比例
短期借款	2,202,802.42	22.64%	2,017,813.49	21.17%	1,743,814.07	19.16%
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	——	——	299.55	0.00%	1,978.58	0.02%
衍生金融负债	2,019.48	0.02%	-	-	-	-
应付票据	2,889,470.85	29.69%	2,776,075.22	29.13%	2,615,265.68	28.73%
应付账款	168,097.02	1.73%	167,537.50	1.76%	194,117.82	2.13%
预收账款	249,680.91	2.57%	256,688.31	2.69%	254,396.92	2.79%
应付职工薪酬	43,718.28	0.45%	53,394.91	0.56%	51,542.92	0.57%
应交税费	147,922.23	1.52%	121,522.20	1.28%	132,719.75	1.46%
其他应付款	322,511.38	3.31%	499,075.71	5.24%	566,291.81	6.22%
一年内到期的非流动负债	1,782,524.27	18.32%	1,450,792.51	15.22%	1,266,426.56	13.91%
其他流动负债	223,171.57	2.29%	282,968.60	2.97%	689.65	0.01%
流动负债合计	8,031,918.41	82.54%	7,626,167.99	80.02%	6,827,243.76	75.01%

注：根据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》（财会[2017]7号）、《企业会计准则第23号——金融资产转移》（财会[2017]8号）、《企业会计准则第37号——金融工具列报》（财会[2017]14号），公司对2019年的财务报表的流动负债项目的列示及数据进行了调整：将原列报于“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债”的外汇远期合约作为“衍生金融负债”列报。

报告期各期末，公司流动负债主要由短期借款、应付票据、应付账款、预收款项、其他应付款和一年内到期的非流动负债构成，具体分析如下：

（1）短期借款

单位：万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
抵押借款	777,280.76	35.29%	679,645.05	33.68%	541,616.61	31.06%
质押借款	96,558.69	4.38%	60,738.43	3.01%	190.00	0.01%
保证借款	1,446.79	0.07%	9,959.78	0.49%	45,460.16	2.61%
信用借款	1,324,899.75	60.15%	1,267,470.22	62.81%	1,156,547.30	66.32%
应计短期借款利息	2,616.43	0.12%	-	-	-	-
合计	2,202,802.42	100.00%	2,017,813.49	100.00%	1,743,814.07	100.00%

注1：抵押借款主要为以土地使用权、房屋和建筑物、整车合格证为抵押物获得的借款。

注2：根据《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号)的相关规定，其他应付款科目中的应付利息仅反映相关金融工具已到期应支付但于资产负债表日尚未支付的利息。基于实际利率法计提的金融工具的利息包含在相应金融工具的账面余额中。故于2019年1月1日，公司将基于实际利率法计提的短期借款的利息共计3,409.43万元，调整至短期借款。

公司的短期借款主要由金融机构借款和信用借款构成。截至2017年末、2018年末和2019年末，公司的短期借款金额分别为1,743,814.07万元、2,017,813.49万元和2,202,802.42万元，占总负债的比例分别为19.16%、21.17%和22.64%。

公司2018年末短期借款较2017年末增加273,999.42万元，增幅为15.71%，主要系短期银行借款增加的影响。公司2019年末短期借款较2018年末增加184,988.93万元，增幅为9.17%，主要系短期银行借款增加的影响。

（2）应付票据

公司的应付票据主要为银行承兑汇票。由于汽车制造商通常要求公司下订单时全额付款，因此公司通常以银行承兑票据或现金支付。银行承兑票据的到期日一般自发行日期起介于30日到180日不等。

截至2017年末、2018年末和2019年末，公司应付票据金额分别为2,615,265.68万元、2,776,075.22万元和2,889,470.85万元，占总负债比例分别为28.73%、29.13%和29.69%。报告期内，公司应付票据规模逐年稳定扩张，与公司采购和销售规模逐年增长相匹配。

（3）应付账款

公司的应付账款主要为应付部分供应商的整车及零部件采购款，公司应付账款占负债总额的比例较低。截至2017年末、2018年末和2019年末，公司应付账款金额分别为194,117.82万元、167,537.50万元和168,097.02万元，分别占总负债的比例为2.13%、1.76%和1.73%。

截至2019年12月31日，公司前五大应付账款的明细情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	与广汇汽车关系	金额	占应付账款总额的比例	形成原因
1	上汽通用汽车销售有限公司	非关联方	17,656.01	10.50%	整车和零部件采购
2	梅赛德斯－奔驰（中国）汽车销售有限公司	非关联方	10,743.29	6.39%	整车和零部件采购
3	北京奔驰汽车有限公司	非关联方	9,368.83	5.57%	整车和零部件采购
4	华晨宝马汽车有限公司	非关联方	6,918.58	4.12%	整车和零部件采购
5	上海上汽大众汽车销售有限公司	非关联方	6,446.37	3.83%	整车和零部件采购
合计			51,133.09	30.42%	

（4）预收款项

公司预收款项主要为4S店根据销售合同向购车客户在提车前预先收取的全部或部分购车款项。截至2017年末、2018年末和2019年末，公司预收款项金额分别为254,396.92万元、256,688.31万元和249,680.91万元，占总负债比重分别为2.79%、2.69%和2.57%，整体规模保持稳定。

2018年末，公司预收款项金额较上年末增加2,291.39万元，增幅为0.90%，基本保持稳定。2019年末，公司预收款项较2018年末下降7,007.39万元，降幅为2.73%，主要系乘用车行业下行，预收新车款减少所致。

截至2019年12月31日，公司前五大预收款项的明细情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	与广汇汽车关系	金额	占预收款总额的比例	形成原因
1	西安优享空间汽车销售服务有限公司	非关联方	1,065.22	0.43%	车款
2	黄超	非关联方	635.05	0.25%	车款
3	北京木棉上元投资管理有限公司	非关联方	592.24	0.24%	租赁费
4	山东省机关事务管理局	非关联方	371.55	0.15%	车款
5	四川筝沪汽车租赁有限公司	非关联方	346.97	0.14%	整车定金
合计			3,011.03	1.21%	

（5）其他应付款

公司的其他应付款主要为公司应付的工程款、股权收购款、保证金（保险、按揭履约金及二级网点等）、预提费用、应付利息、应付股利、应付被收购单位往来款以及代收代付融资租赁保险费等。截至2017年末、2018年末和2019年末，公司其他应付款金额分别为566,291.81万元、499,075.71万元和322,511.38万元，占总负债比例分别为6.22%、5.24%和3.31%。

报告期各期末，公司其他应付款构成明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
应付保证金	126,482.77	138,902.34	121,629.93
应付股权收购款	40,920.00	120,919.86	237,639.44
预提费用	56,305.66	51,920.05	40,403.34
应付被收购单位原股东及其关联单位款	5,422.75	22,614.52	66,211.58
应付工程款	16,498.17	13,592.89	17,301.44
代收代付融资租赁相关款项	8,304.97	14,151.52	9,842.96
专项资产管理计划应付信托持有人款项	13,490.15	40,715.88	856.83
限制性股票回购义务	16,886.66	24,839.77	-
应付利息	-	39,002.46	50,555.87
应付股利	2,873.83	4,466.60	3,212.56
其他	35,326.42	27,949.81	18,637.85
合计	322,511.38	499,075.71	566,291.81

注：根据《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2019]6号)的相关规定，其他应付款科目中的应付利息仅反映相关金融工具已到期应支付但于资产负债表日尚未支付的利息。基于实际利率法计提的金融工具的利息包含在相应金融工具的账面余额中。

截至2019年12月31日，公司其他应付款前五名情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	与广汇汽车关系	金额	占其他应付款总额的比例	形成原因
1	太平财产保险有限公司	非关联方	17,644.92	5.47%	保证金
2	国金证券有限责任公司	非关联方	15,621.16	4.84%	出表代收代付款
3	深圳市俊峰实业发展有限公司	非关联方	7,155.00	2.22%	股权收购款
4	山东泰岳实业集团有限公司	非关联方	7,147.75	2.22%	股权收购款
5	庞大汽贸集团股份有限公司	非关联方	5,293.61	1.64%	股权收购款
合计			52,862.44	16.39%	

（6）一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债情况如：

单位：万元

	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
抵押借款	15,205.47	0.85%	4,247.00	0.29%	-	-
质押借款	437,561.70	24.55%	428,767.85	29.55%	382,476.71	30.20%
保证借款	-	-	-	-	9,750.00	0.