(上接A22版)

九、行业状况与竞争情况

（一）政策背景

1、 客车行业及零部件制造行业

（1）客车行业

汽车行业是国民经济的支柱行业之一，近年保持较快的增长势头。客车行业是汽车行业中发展较早、较为成熟的子行业。近年来伴随着中国经济的发展，为客车市场的发展带来保障；迅速发展的公路交通，可使公路客运量与周转量不断上升，继续支持客运市场的发展；随着国内居民整体消费水平的提高，国内旅游产业仍将持续迅速升温，旅游客车的需求将持续增长；随着人口城市化进程的加快，城市公交车市场出现了空前的、长期的发展机遇；国家大力推动农村“村村通”工程，加大对农村客运的政策支持和财政补贴力度，为客车运市场的繁荣创造了良好环境。1999-2002年是中国客车业的高速发展期，2004年以后是客车行业的稳定增长期，随着国内动车组和高速铁路的开通，2009年国内客车行业开始进入产品和市场需求的结构性调整时期，但是需求总量将仍然呈上升趋势，主要客车厂家的市场集中度也逐渐上升。2012年以来，随着国内经济刺激政策的陆续退出，国内经济增速有所下滑，经济发展步入降增速、调结构新常态，加之国内高铁、城际铁路通车里程的快速增长，客运市场受到一定分流，客车行业增速有所放缓，但得益于城镇化、校车和新能源客车的拉动以及国际市场的拓展，客车行业仍保持一定的增长速度。2014年度，国内大中型客车的总销量同比下滑6.20%（数据来源为中国客车统计信息网），需求结构的分化更加明显。中长途公路客运受其他交通方式的挤压，公路客车销量继续下降；公交客车市场受益于大力发展公共交通和推广新能源汽车的政策，实现了同比略增。

在客运大巴市场不景气的情况下，校车市场得到全面启动，有效地拉动了整体客车市场需求。近年来各地校车安全事故频发，引起社会广泛关注，校车管理亟需得到加强。2012年4月，国务院发布《校车安全管理条例》，对校车生产、采购和运营做出了具体规定，并对校车经费进行了一定的要求，其指出“国家建立多渠道筹措校车经费的机制，包括财政资助、税收优惠、鼓励社会捐赠等多种方式”。该条例的出台使得校车安全有法可依，对于各级政府和学校配置校车起到了较大的鼓励和规范作用。此外，同年国家质量监督检查检疫总局、国家标准化管理委员会发布《专用校车安全技术条件》和《专用校车学生座椅系统及其车辆固定件的强度》等强制性国家标准。该类标准的发布实施直接规范了专用校车生产和安全管理水平。

在政策的支持下，校车市场得到快速释放，2012-2013年国内校车销售量分别达到2.44万辆、2.84万辆，2014年校车市场有所回调，上半年5.米以上校车销量仅有0.88万辆。校车市场的快速发展，在一定程度上对客车市场起到了较大的拉动作用。据统计，我国目前在读小学生人数在0.90亿人以上，整体校车市场规模达100-150万辆，目前仅有小部分校车符合国家相关规定，预计后续校车发展空间仍然较大，未来国内校车需求将逐步释放，并带动客车行业的发展。

国内传统客车市场需求放缓的同时，出口市场也对整体市场取到了一定的拉动作用。据中国汽车工业协会统计，2014年我国共出口客车8.39万辆，同比增长28.05%，增幅高于上年同期18.55个百分点，出口量占当年销量比重为14.69%，比上年高出2.76个百分点。其中，2014年大型客车出口1.55万辆，同比增长14.46%；中型客车出口0.88万辆，同比增长35.36%；轻型客车出口5.96万辆，同比增长31.04%，各类型客车出口表现均明显好于同期。

（2）零部件制造行业

全球汽车工业的发展，带动了全球汽车配件产业的发展壮大，这为中国汽车配件企业的发展提供了庞大的市场空间。根据2013年统计数据，中国汽车零部件行业主要集中在东北、河北（含北京）、江浙、两广、湖南和四川（含重庆）六大地区，大多数零部件供应商位于关键市场。就低于集中度而言，零部件的行业布局接近汽车整车制造行业。华东地区是汽车零部件和整车制造行业的最大集群地，占汽车零部件行业39.00%，整车制造行业37.00%。汽车零配件公司正在西部地区扩大生产和销售规模，与整车生产和销售的趋势相同。其中外商投资企业的平均产值远高于本土企业。从行业产值角度来看，金属加工（金属零配件）是主要细分行业，约占行业总产值的76.00%，其中括底盘系统（包括传动、转向、制动、驱动）约占49.00%，车身金属零配件约为9.00%，发动机系统约占18.00%。尽管本土领军企业的主导地位已形成，但跨国企业的市场份额不容小觑。

中国汽车零部件产业规模迅速扩大，出口迅速转长。零部件企业创新活动踊跃、关键零部件基本都实现了本土化生产。根据国家统计局数据显示，2014年，汽车零部件及配件制造行业实现销售收入290,739,393.9万元，同比增长13.06%。在快速发展的同时，中国汽车零部件产业也存在一定的不足：一是规模比较小、实力弱；二是处在国际分工中最低端；三是研发能力严重不足。

2、 工程机械行业

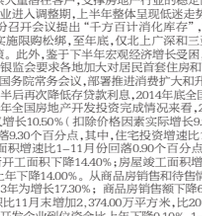
工程机械行业属于技术密集、劳动密集、资本密集型的行业。经过50多年的发展，中国工程机械行业已形成了一个完整的体系，产品类型20大类、4,500多种规格型号的产品，并已经具备自主创新、对产品进行升级换代的能力。经过十年的高速发展，从2012年开始，我国工程机械行业进入了一个滞销调整的发展阶段，中国工程机械工业协会历年统计资料显示，2012年，86家企业年销售收入同比下降8.16%，利润总额下降35.44%，销售利润由2010年的10.78%下降到5.90%；2013年，93家企业与上年同比，销售收入又下降11.74%，利润总额下降32.56%，盈利能力滑坡大于销售收入。

面对这样的发展形势，行业内企业纷纷谋求产业转型升级。2014年全国20大类工程机械产品的销售收入突破6,000亿元，大多数企业在转型升级方面收效明显，综合实力迅速增强，国际竞争力和国际产业地位大大提升。根据“十二五”规划，到2015年，工程机械行业销售收入将达到9,000亿元，年复增长率保守估计为17.00%。

工程机械是典型的投资驱动型行业，其主要是为基础设施建设提供装备，涉及到的领域有铁路、公路、水利、航空、市政建设、房地产等方面，可以说固定资产投资是拉动工程机械行业发展的主动力。在我国现行政府主导固定资产投资的经济发展模式下，能够迅速的产生对工程机械行业的需求，使得工程机械行业能够迅速发展扩大。

通过对工程机械国内实际需求额与固定资产投资进行相关性分析，得出相关系数为0.977，属高度相关，进一步验证了固定资产投资是我国工程机械行业发展的重要影响因素。

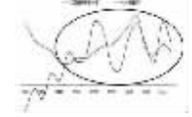
图-工程机械行业与固定资产投资相关图



注：工程机械国内实际需求额=境内工程机械厂家销售额+工程机械进口额-工程机械出口额

如下图，工程机械行业具有较强的经济周期性，工程机械是经济周期性行业，每次经济复苏行业基本面都快速回暖。在1998-2000、2005-2007、2009-2010经济复苏或反弹时期，工程机械行业销售额都随经济增速的扩大出现了明显反弹，实现较高增长。2000-2001、2007-2008年、2010-2013经济增速回落时，工程机械销售增幅也迅速回落。

图-工程机械经济周期关联图



3、 房地产行业

2005-2014年是中国房地产快速发展的黄金十年，房地产行业的快速增长带动了房地产投资额、供销量及销售价格约20.00%的复合增长率，期间虽然经历了数次宏观调控，但中国房地产业整体稳定向上发展的趋势不变。2014年后，随着政府各种“限购、限贷”等行政政策的取消，中国房地产业开始由“政策市”向“市场导向”的更加健康的房地产市场转变。中国住建发展的房地产行业与城市化进程的加快息息相关，截至2013年底，中国城镇化率达到54.00%，远低于发达国家70.00%-80.00%的水平，正处于快速发展阶段，长期来看，中国的城市化远远未结束，这意味着今后至少10年中国经济保持稳定增长仍然是可以预期的，稳定的经济增长是房地产业发展的前提。从行业目前现状来看，短期内，部分库存量高、去化周期长的城市有一定风险，但不断推出的利好政策将有助于推动市场经营环境的逐步好转，从根本上说，稳定的经济增长和城镇化进程的加快将为房地产行业提供大量潜在客户，支撑房地产行业的稳定向上发展。

2014年，中国房地产行业进入调整期，上半年整体呈现低迷走势，下半年，房地产市场各项利好政策出台，住建部在7月份召开会议提出“千方百计消化库存”，定调了楼市下半年的政策主线，部分二、三线城市开始实施限购松绑，至年底，仅北上广深和三亚继续实施限购政策，其他城市基本取消或放松限购政策。此外，鉴于下半年宏观经济增长受困，中央出台多项宏观经济调控政策，2014年9月底，央行与银监会要求各地加大对居民首套住房和改善型住房需求的支持；10月29日，李克强总理主持召开国务院常务会议，部署推进消费扩大和升级，时期确要稳住住房消费；11月21日，央行在时隔两年半后再次降低存贷款利息，2014年底全国楼市整体回升。根据国家统计局所发布的数据，从2014年全国房地产开发投资完成情况来看，2014年，全国房地产开发投资95,036.00亿元，比上年名义增长10.50%（扣除价格因素实际增长9.90%），增速比1-11月份回落1.40个百分点，比2013年回落9.30个百分点，其中，住宅投资增速比1-11月份回落1.30个百分点；房地产开发企业房屋施工面积增速比1-11月份回落0.90个百分点；房屋新开工面积降幅扩大1.70个百分点，其中，住宅新开工面积下降14.40%；房屋竣工面积增速回落2.20个百分点；房地产开发企业土地购置面积比上年下降4.00%。从商品房销售和待售情况来看，2014年，商品房销售面积比上年下降7.60%，2013年为增长17.30%；商品房销售额下降6.30%，2013年为增长26.30%。2014年末，商品房待售面积比11月末增加2,374.00万平方米，比2013年末增加12,874.00万平方米。同时，2014年，房地产开发企业到位资金比上年下降10.10%，1-11月份为增长6.60%，2013年为增长26.50%。

进入2015上半年，二套房首付降低、央行三次降息两次降准叠加2014年下半年的利好政策效果显现，中国房地产市场呈现销售面积回升，新开工面积企稳的特征。2015上半年在宽松政策环境和经济周期的作用下，全国商品房销售额同比增长10%，一二线城市同三四线城市分化明显，随着经济转型预期和政策调整持续作用，市场短期有望延续复苏趋势。从供给角度来看，市场已经严重分化，一二线城市由于聚集了过多的资源，需求集中，而供给和存量相比需求都较为短缺，因此市场供不应求，房价暴涨；然而，三四线城市由于库存积压较多，供过于求，部分城市出现了房价下跌的现象，例如鄂尔多斯与温州之后的江苏常州、辽宁营口、贵州贵阳、河北唐山、云南呈贡、海南三亚等。

房地产行业呈现出强者愈强的格局，主要是房地产龙头企业拥有更强的市场把控能力以及资源吸聚能力，目前百强开发商阵营市场份额已达40%。首先，龙头房企由于其资金实力雄厚和品牌影响力较大，因而在取地节奏上远高于其他梯队的房企，充足且合理的土地储备保证了龙头房企未来更高的增长速度。其次，龙头房企具有更加多层次和畅通的融资渠道，其融资成本也往往低于中小房企，因此龙头房企在规模扩张方面有更为优异的表现。最后，中小型企业在资源、人才储备方面相对落后，同时限于企业规模，在品牌建设、布局战略等方面也受到掣肘，市场份额逐年缩小。

（5）住房产业化将带来房地产的革命。

发达国家的住宅产业化水平多已超过70.00%，地震多发国家如日本，有些建筑产品已高达90.00%，一栋建筑可以在几十个小时内装配建成。而中国住宅产业化率不及30.00%，整体仍处于起步和试点阶段。住宅产业化将从根本上解决房屋的质量问题，将建筑的误差从厘米缩小到毫米，最终杜绝“跑、冒、滴、漏”现象；房屋建造周期大为缩短，从而使投资周期相应地缩短，以生产效率的提升促进投资收益率的大幅提升。

4、金融行业

金融业在国民经济中处于牵一发而动全身的地位，关系到经济发展和社会稳定，具有优化资金配置和调节、反映、监督经济的作用。我国经过十几年改革，金融业以空前未有的速度和规模在成长。随着金融体制改革，资本市场的不断深化，我国金融体系步入正轨，金融业在支持经济增长，服务个人和企业的金融需求上发挥巨大作用。但其潜在的系统金融风险也在不断积累，与发达国家相比我国金融业存在较多不足，直接融资比例过低，银行业占有较大地位，而证券保险业的发展不足难以适应多元化经济主体的投资需求。随着国家走出去战略的实施，我国金融企业的国际竞争力会进一步加强，金融机构的经营体制也会在今后的金融改革中得以提升和创新。同时金融业监管力度也会前所未有的加强，并且会表现出从分业经营与监管转向混业经营及监管的发展态势。随着我国经济步入新常态，金融业面临着更加复杂的国际及国内发展环境，借力金融市场改革，民间资本进入金融业规模及范围会进一步扩大。资本市场上，银行、证券、保险等企业之间的并购重组将会逐渐增多，金融资源也会得到进一步的优化配置，金融行生产品的创新也会进入高产阶段。

（四）竞争情况

1、客车及零部件制造行业

目前，客车行业竞争格局总体较为稳定，新进入者相对较少。其中一线品牌主要由宇通、金龙系构成，合计占据了行业50.00%以上的市场份额，除有一定规模的厂家之外，国内存在一大批年销量小于1,000台的厂家，市场份额有进一步向优势企业集中的空间。

发行人关注市场需求，以客户为核心不断进行产品与技术创新，先进的制造工艺水平，使宇通客车产品质量优于竞争对手。目前，公司拥有国内客车行业第一家国家级企业技术中心，国家认可实验室、建立了从需求定义、产品策划、研发设计、生产交付、市场推广到效果评估的创新管理体系。2014年11月，“国家电动客车电控与安全工程技术研究中心”落户宇通，“中心”的建立，在发行人创新发展史上具有里程碑意义，代表其拥有了最高级别的国家研发平台。同时，该中心的建立也必将给公司新能源客车的发展带来新的机遇，并促进我国电动客车产业优势创新资源整合，实现电动客车产业技术链衔接，加快关键技术攻关和突破。发行人拥有完善的销售渠道和售后服务体系，客车产品国内销售采取以直销为主、经销为辅的销售模式，二者的比例约为8:2。国内市场覆盖了全国所有地区，销售网络分为14个销售大区，拥有超过250名授权经销商；国外市场销售网络分为9个销售大区，拥有7个海外办事处以及于世界各地超过70个国家及地区拥有超过120名授权服务供货商及超过210个服务站，有效保障了海外各区域车辆运营状况。宇通客车率先在行业成功实施了CRM客户管理系统，建成了功能完善的客户服务管理平台，24小时为客户提供购买咨询、服务请求、配件查询、问题反馈等一站式服务。

2、工程机械行业

2015年1-3月，全国工程机械行业11家上市公司销售收入同比下降36.00%，净利润同比下降157.00%。与11家上市公司主要指标相比，宇通重工在包括本公司在内的12家公司中主要指标较为良好，其中，总资产周转次数:0.45次，位列第三；总资产周转天数:793天，位列第二；存货周转天数:87天，位列第一；应收账款周转天数:69天，位列第一。各项指标均处于行业领先地位。

3、房地产行业

绿都地产作为区域发展型开发商，战略布局城市以郑州为中心，兼顾省内洛阳、新乡、开封、焦作、南阳等城市。2015年上半年，CRIC研究中心发布中国房地产企业销售排行版TOP100中，绿都地产以381亿元的销售额位列中国房企百强97位（河南省内第三），以62.4万平方米的销售面积位列中国房企百强53位（河南省内第二）。作为区域发展型开发商，其主要竞争对手为省内房地产企业，2015年上半年建业地产控股有限公司销售额589亿，排名65，销售面积105.2万平方米，排名27位。正商地产有限公司销售额46亿，排名83，销售面积55.9万平方米，排名64。

（五）行业竞争优势

2012年度、2013年度、2014年度及2015年1-9月，发行人客车及零部件板块实现收1,987,402.80万元、2,220,272.63万元、2,543,673.13万元及1,881,122.61万元，占发行人营业总收入比重分别为83.66%、82.28%、82.80%和79.31%，是发行人主要营业收入来源，发行人行业竞争优势主要体现在客车及零部件板块。

1、稳定、务实的管理团队

发行人的董事会及管理团队稳定并具有丰富的管理经验，对行业、市场、产品和企业管理有深入的理解。汤玉祥董事长对于客车行业有超过30年的管理经验，整个管理团队专业结构和年龄梯队合理，具有良性的视野，善于把握机遇，执行力极强，在多年的市场竞争和企业发展中得到充分锻炼和证明。

2、卓越的研发能力

宇通集团极为重视研发，拥有一支超过2,500余人、经验丰富的专职研发队伍，早在2000年便成立了行业内首家博士后工作站，2011年投资设立行业首家客车和客车零部件实验中心2014年国家电动客车电控与安全技术研究中心落户宇通。2008年国家科技部、国务院国资委和中华全国总工会联合授予宇通客车国家首批“创新型企业”，是客车行业内唯一入选企业；2010年，被科技部认定为“国家火炬计划重点高新技术企业”，属客车行业首次认定。

发行人的科研能力得到了市场和行业的广泛认可，并多次参与行业标准制定。截至2014年12月31日，发行人共参与制定了GB 12676-2014《商用车辆和挂车制动系统技术要求及试验方法》、GB 13057-2014《客车座椅及其车辆固定件的强度》、GB 30678-2014《客车用安全标志和信息符号》、GB 24407-2012《专用校车安全技术条件》等42项行业标准。

截至2015年9月末，宇通客车拥有有效专利881项，软件著作权25项。宇通客车旗下精益达零部件公司拥有有效专利309项。专利质量、数量和经济价值均处于国内同行业领先水平，丰富的专利成果使公司在战略性领域具备极强的竞争力并处于领先地位。发行人近年所获主要荣誉认可见下表：

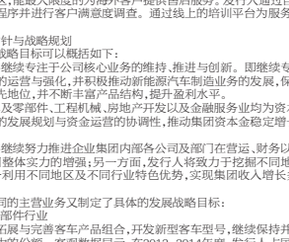
表-发行人近年获得的主要荣誉认可

年份	实体	认证及资格	颁发机构	最近复续后届满时间
2011	宇通客车	ISO 14001:2004	Société Générale de Surveillance (SGS)	2017
2011	精益达汽车零部件	CCC	中国质量认证中心（COC）	2016
2010	精益达汽车零部件	ISO/TS16949:2009	DQS-UL	2016
2009	精益达汽车零部件	E-Mark	荷兰车辆认证中心	—
2008	宇通客车	GB/T19022-2003（A级）	湖南省质量技术监督局	2018
2007	精益达汽车零部件	GB/T24001 GB/T28001	中国质量认证中心（COC）	2015
2004	宇通客车	ISO/TS16949:2009	DQS-UL	2017
2003	宇通客车	CCC	中国质量认证中心（COC）	2015
1998	宇通客车	ISO9001:2008	DQS-UL	2017

3、全面的产品覆盖

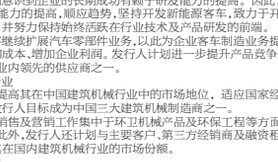
从产品来看，宇通客车业已形成全面的产品线，产品覆盖5米至25米等各个产品尺寸，产品类别覆盖公路客运、旅游、公交、团体、校车、专用客车等各个细分市场，包括普档、中档、高档等各个档次，203个产品系列的完整产品链。

表-发行人客车主要产品情况



公司客车产品保持较大、中型客车为主的产品结构。2012-2014年公司大型客车分别实现销量23,505辆、25,584辆和27,398辆，中型客车23,969辆、25,020辆和25,880辆，同期大中型客车占比分别为91.85%、90.25%和86.77%，整体呈略微下降态势，主要系校车业务中存在相当部分轻型客车，但整体来看，公司以大、中型客车为主的产品结构没有变化。

图-发行人最近三年及一期客车产品销量结构

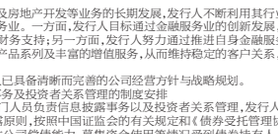


数据来源:宇通集团提供

4、逼逼领先的市场份额优势

2014年宇通客车年销量突破60,000台大关，销售业绩连续13年位列行业第一，产品出口120多个国家和地区，2014年出口额48.00亿元，占中国客车出口额的33.50%，位居行业第一。2014年，宇通客车在国内大中型客车市场占有率为33%，超过行业第2名至第5名的总和；在中国大中型客车出口总量中占比高达25.2%，稳居行业第1名。

图- 2014年中国大中型客车销量占比



数据来源:中国客车信息网

5、高效的产业价值链整合和管理能力

上游原材料采购方面，发行人拥有行业领先的客车零部件生产商，并实现了25%的零部件自给率；同时，客车与零部件制造在投资、技术、管理方面的资源共享和协同，减少了资源的重复投入，为客户提供更加优质、更具性价比的产品创造了非常有利的条件。下游产品销售方面，发行人创新运用汽车金融业务模式，向客户提供“商业银行贷款+担保公司担保+汽车厂商回购担保+终端客户购车”四位一体的商用汽车金融业务解决方案，并建立了完善的风险管理体系，实现了促进主业销售和资金快速回流的良性循环。发行人上下游产业价值链的高效整合，使其控制了价值链的关键增值环节，支撑了发行人毛利率及营运资金周转效率远高于行业平均水平。

6、完善的客户服务网络

客车及工程机械做为持续运营的生产工具，其对运行稳定性和服务及时要求极高，发行人为更好提升客户体验、为客户创造更大价值，通过设立83家全资4S中心建立起服务网络，外包全国约980家服务站，与150余家零部件供应商及分销商建立合作关系。销售服务网络覆盖全国绝大部分省市，服务半径均在50公里以内，能确保72小时内解决客户的维修服务问题。在海外市场，公司同样加强服务和配件网络建设，规范培训，强化技术支持体系，以保障海外销售车辆的运营。覆盖全球几十个国家和地区，能最大限度的为海外客户提供售后服务。发行人通过自己的客户关系管理系统迅速跟进修理程序并进行客户满意度调查。通过线上的培训平台为服务站进行远程技术支持及线上测试。

十、公司经营方针与战略规划

发行人的整体战略目标可以概括如下：

首先，发行人将继续专注于公司核心业务的维持、推进与创新。因继续专注于客车制造及汽车零部件生产业务的运营与强化，并积极推动新能源汽车制造业务的发展，保持公司在汽车类制造业务中的行业领先地位，并不断丰富产品结构，提升盈利水平。

其次，由于客车及零部件、工程机械、房地产开发以及金融服务业均为资本密集型产业，发行人将全力保证集团的发展规划与资金运营的协调性，推动集团资本金稳定增长，以此支持各项业务的发展需求。

最后，发行人将继续努力推进企业集团内部各公司及部门在营运、财务以及发展策略上的协调发展，以促进集团整体实力的增强；另一方面，发行人将致力于挖掘不同地区市场内的多行业协同发展优势，充分利用不同地区及不同行业特色优势，实现集团收入增长多元化，并推持协同发展的良好势头。

发行人对于不同的主营业务又制定了具体的发展战略目标：

（一）客车及零部件行业

发行人将继续拓展与完善客车产品组合，开发新型客车型号，继续保持并积极扩大公司在国内大中型客车市场中的份额。客观数据显示，在2012-2014年度，发行人占国内大中型客车市场中的份额由30.2%稳步增长至33.1%。与此同时，发行人也将采取积极略措施扩大客车出口量，并努力成长为世界范围内客车产品的主要供货商之一。

此外，发行人深刻意识到企业的长期成功有赖于研发能力的提高。因此，发行人将千方百计推动其汽车产品研发能力的提高，顺应趋势，坚持开发新能源客车，致力于开发出国内客车行业领先的环保产品组合，并努力保持始终活跃在行业技术及产品研发的前端。

另外，发行人也将继续扩展汽车零部件业务，以此为企业客车制造业务提供强大及稳定的产品供应，从而降低采购成本、增加企业利润。发行人计划进一步提升产品竞争力及品牌影响力，成为国内汽车零部件行业内领先的供应商之一。

（二）工程机械行业

发行人一直不断提高其在中国建筑机械行业中的地位，适应国家经济稳步增长及城市化持续推进的趋势，发行人目标成为中国三大建筑机械制造商之一。

发行人计划将其销售及营销工作集中于环卫机械产品及环保工程等方面，并致力于成为综合解决方案供货商。此外，发行人还计划与主要客户、第三方经销商及融资租赁服务供货商组成策略联盟，以此增加其在国内建筑机械行业的市场份额。

（三）房地产行业

根据发行人业务规划，2015年10月，发行人经2015年第六次临时股东会批准，将所持有的发行人子公司郑州绿都地产集团有限公司100%股权分别转让给发行人的两位股东郑州通泰志合企业管理中心和郑州亿仁实业有限公司。未来，郑州绿都地产集团有限公司将独立于发行人继续推进房地产开发业务的发展。

（四）金融行业

为配合汽车制造及房地产开发等业务的长期发展，发行人不断利用其行业经验及优质资源，积极推进发展金融服务业。一方面，发行人目标通过金融服务业的创新发展，向集团内制造业务等提供充足而灵活的财务支持；另一方面，发行人努力通过推进自身金融服务业的发展，能够向其客户提供更完善的产品系列及丰富的增值服务，从而推持稳定的客户关系，并进一步提高品牌的市场认可度。

综上所述，发行人已具备清晰而完善的公司经营方针与战略规划。

十一、信息披露事务及投资者关系管理的制度安排

发行人将安排专门人员负责信息披露事务以及投资者关系管理，发行人将遵循真实、准确、完整、及时的信息披露原则，按照中国证监会的有关规定和《债券受托管理协议》的约定进行重大事项信息披露，使本公司债券能力、募集资金使用等情况受到债券持有人、债券受托管理人和股东的监督，防范偿债风险。

第四节 财务会计信息

发行人财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部2006年2月15日颁布的《企业会计准则-基本准则》和38项具体会计准则，以及企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他规定，并基于重要会计政策、会计估计进行编制。

以下信息主要摘自发行人财务报告，其中关于发行人2012年度、2013年度、2014年度财务数据均摘引自经审计的财务报告;2015年1-9月的财务数据，摘引自发行人公布的2015年前三季度报告，未经审计。由于财政部于2014年1月26日起相继修订和发布了第2、9、30、33、37、39、40、41号企业会计准则，发行人已按要求于2014年7月1日执行上述新的企业会计准则，并按照新准则的衔接规定对财务报表进行调整。其中，2013年期末数摘自2014年审计报告期初数，2012年期末数摘自2013年审计报告期初数。

发行人2012年度、2013年度和2014年度的财务报告经过亚太（集团）会计师事务所（特殊普通合伙）审计，出具了亚会审字【2013】207号、亚会B审字【2014】110号及亚会B审字【2015】169号的标准无保留意见的审计报告。投资者欲对发行人的财务状况、经营成果及其会计政策进行更详细的了解，请查阅公司最近三年经审计的财务报告及最近一期未经审计的财务报表。以上文件已置备于承销商处供投资者查询。

由于发行人的多项业务依托于下属子公司来开展，因此合并口径的财务数据相对母公司口径数据更能充分反映发行人的经营成果和偿债能力。为完整反映发行人的实际情况和财务状况，本募集说明书摘要及本节中以合并财务报表的数据为主要分析对象。

一、最近三年及一期的财务会计报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位:万元

项 目	2015年9月末	2014年末	2013年末	2012年末
流动资产:				
货币资金	1,153,939.68	817,042.66	757,497.17	684,873.23
结算备付金	149,721.13	67,376.62	23,318.27	12,398.69
贴现资产	–	8,688.37	64.60	–
拆出资金	105,209.17	88,187.21	–	–
衍生金融工具	4,314.90	1,209.09	–	–
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	410,696.67	161,128.76	225,888.40	178,362.86
应收票据	63,538.25	73,036.42	85,907.52	78,975.00
应收账款	748,967.84	892,359.90	451,771.51	342,432.14
预付款项	80,372.16	128,890.47	127,811.02	105,028.40
应收利息	7,806.89	3,946.21	3,325.60	3,649.65
应收股利	–	–	–	–
存出保证金	99,779.49	81,468.38	58,429.66	19,341.72
其他应收款	384,678.88	362,117.94	248,422.07	165,630.29
买入返售金融资产	7,238.01	10,804.28	46,026.01	2,040.32
存货	1,112,858.16	961,423.83	688,057.67	576,634.79
一年内到期的非流动资产	48,505.97	51,699.81	28,265.77	15,525.42
其他流动资产	225,061.63	29,021.61	84,639.70	90,627.33
流动资产合计	4,602,688.82	3,738,401.57	2,827,424.96	2,275,519.74
非流动资产:				
发放贷款及垫款	76,053.38	33,224.00	–	–
可供出售金融资产	132,105.73	80,873.46	118,872.89	62,793.10
持有至到期投资	47,645.65	4,038.50	–	–
长期应收款	41,184.92	32,028.86	77,324.22	72,621.50
长期股权投资	38,054.98	33,687.60	32,624.29	74,941.30
投资性房地产	8,182.89	7,098.45	7,887.17	8,269.99
固定资产	453,802.09	490,941.81	459,398.12	374,842.83
在建工程	156,469.91	99,874.92	59,386.77	53,663.16
固定资产清理	7.92	24.44	16.68	37.18
无形资产	119,882.07	116,068.08	110,806.94	110,791.52
商誉	15,151.65	15,151.65	14,771.65	14,773.90
长期待摊费用	1,519.67	3,060.79	2,453.11	2,332.84
递延所得税资产	91,206.56	81,715.15	49,246.96	45,801.84
其他非流动资产	42,017.99	13,042.31	15,081.03	18,727.34
非流动资产合计	1,220,285.41	1,010,830.02	947,889.82	839,596.51
资产总计	5,822,974.24	4,749,231.59	3,775,294.78	3,115,116.25
流动负债:				
短期借款	13,233.60	33,233.60	19,274.41	119,104.01
吸收存款及同业存放	3,967.83	2,927.31	–	1,347.31
拆入资金	10,000.00	6,000.00	–	–
贴现负债	5,240.56	5,781.74	–	––
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债	15.11	–	–	186.07
衍生金融负债	4,337.48	853.40	–	–
应付票据	350,314.99	307,607.95	198,182.46	108,679.46
应付账款	831,881.14	785,959.14	572,825.35	502,292.34
预收款项	799,281.95	504,353.56	398,456.13	214,224.42
卖出回购金融资产款	175,835.38	132,763.84	94,090.00	84,172.27
应付职工薪酬	82,615.31	73,071.01	60,588.44	54,881.57
应交税费	-7,807.20	26,373.77	7,493.70	42,784.69
应付利息	17,794.64	10,877.32	7,070.62	6,537.89
应付股利	–	1,881.48	1,709.18	–
其他应付款	131,496.29	314,859.37	191,772.35	278,023.36
代理买卖证券款	715,439.42	236,737.36	144,061.54	120,652.11
存入保证金	21,001.73	115,067.42	59,241.24	–
一年内到期的非流动负债	171,941.45	176,055.95	216,016.05	36,883.02
其他流动负债	163,365.19	16,951.23	65,814.70	32,578.68
流动负债合计	3,489,953.88	2,751,355.43	2,036,596.16	1,602,347.30
非流动负债:				
长期借款	286,333.13	238,519.87	212,054.27	222,466.11
应付债券	264,984.81	89,996.67	139,859.56	109,622.89
长期应付款	104.01	5,438.23	122.37	270.17
专项应付款	15,812.77	120.00	–	–
预计负债	49,928.59	47,641.27	48,439.74	56,386.33
递延收益	28,693.56	52,985.24	28,896.52	–
递延所得税负债	21,016.71	16,001.72	5,523.95	6,920.00
其他非流动负债	–	–	–	20,830.83
非流动负债合计	666,873.57	450,703.00	432,896.41	416,496.33
负债合计	4,156,827.46	3,202,058.43	2,469,492.57	2,018,843.63
所有者权益:				
实收资本（或股本）	80,000.00	80,000.00	80,000.00	80,000.00
资本公积	94,378.14	93,741.44	29,142.13	46,890.08
其他综合收益	726.75	2,689.27	15,976.22	–
专项储备	30.43	11.57	12.42	–
盈余公积	42,883.82	42,883.82	42,883.82	36,806.93
未分配利润	731,497.56	643,555.47	497,915.65	394,258.93
归属于母公司所有者权益合计	949,516.69	862,881.58	665,930.25	557,955.93
少数股东权益	716,630.09	684,291.58	639,871.96	538,316.70
所有者权益合计	1,666,146.78	1,547,173.16	1,305,802.21	1,096,272.63
负债和所有者权益总计	5,822,974.24	4,749,231.59	3,775,294.78	3,115,116.25

2、合并利润表

单位:万元

项 目	2015年1-9月	2014年度	2013年度	2012年度
一、营业总收入	2,371,920.67	3,071,976.45	2,698,447.60	2,375,456.24
其中:营业收入	2,273,120.66	3,004,556.95	2,655,965.34	2,348,733.90
利息收入	17,832.42	18,548.32	12,843.74	9,197.59
手续费及佣金净收入	80,967.58	48,871.19	29,638.53	17,524.75
二、营业总成本	2,120,919.78	2,800,235.50	2,427,812.14	2,136,794.21
其中:营业成本	1,763,498.10	2,260,650.35	2,016,794.43	1,767,423.45
利息支出	5,101.06	9,292.72	6,160.54	2,147.44
手续费及佣金支出	–	5,168.26	3,286.01	3,036.85
营业税金及附加	48,654.74	47,377.99	39,421.81	31,548.38
销售费用	131,697.97	168,224.71	145,936.87	131,559.44
管理费用	161,980.74	240,638.49	188,759.50	165,822.35
财务费用	5,346.00	20,850.50	20,447.81	15,058.25
资产减值损失	4,690.17	48,032.49	6,935.17	20,198.04
加:公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-30,513.71	13,727.12	-737.80	658.28
投资收益（损失以“-”号填列）	32,197.14	73,547.59	18,765.22	30,299.03
汇兑损益	27.25	257	-21.75	-1.60
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	252,711.56	359,018.23	288,641.13	269,617.74
加:营业外收入	103,719.74	115,756.43	31,075.62	22,402.83
减:营业外支出	2,847.68	4,725.22	3,035.90	271.98
其中:非流动资产处置损失	–	421.52	409.74	130.88
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	353,583.62	470,049.44	316,680.85	291,748.60
减:所得税费用	54,375.24	65,181.22	54,759.95	49,213.46
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	299,208.38	404,868.22	261,920.90	242,535.14
归属于母公司所有者的净利润	176,398.32	253,639.81	132,233.62	133,790.22
少数股东损益	122,810.06	151,228.41	129