公司代码:600297 公司简称:广汇汽车

广汇汽车服务股份公司

2017 年度报告摘要

一 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

经普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)审计,2017年公司实现合并报表归属于母公司股东的净利润为3,884,358,157.12元,母公司实现净利润1,211,025,050.31元,年末母公司可供股东分配的利润1,636,663,057.18元。

根据《公司法》、《公司章程》、《上海证券交易所上市公司现金分红指引》等要求,结合公司的实际情况,公司拟定的2017年度利润分配方案为:以2017年12月31日公司总股本8,144,309,682股为基数,每10股分配现金股利1.5元(含税),共计分配现金股利1,221,646,452.30元(含税),剩余未分配利润滚存至下一年度。

二 公司基本情况

(一)公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	广汇汽车	600297	美罗药业

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	许星	董昊明
办公地址	上海市闵行区虹莘路3998号	上海市闵行区虹莘路3998号
电话	021-24032833	021-24032833
电子信箱	IR@chinagrandauto.com	IR@chinagrandauto.com

(二)报告期公司主要业务简介

1、主营业务

公司是中国最大的乘用车经销与服务集团、中国最具规模的豪华乘用车经销与服务集团、中国最大的乘用车融资租赁提供商,主要从事乘用车经销、乘用车售后服务、乘用车衍生等覆盖汽车服务全生命周期的业务。其中,乘用车经销业务即新车销售业务;乘用车售后服务业务主要包括车辆维修养护、车辆零配件销售和装饰装潢业务;乘用车衍生业务主要包括保险及融资代理、汽车延保代理、二手车交易代理、汽车融资租赁等服务。近年来,随着市场环境的变化和经营理念的改变,公司在稳步促进新车销售增速的同时,注重业务转型升级,逐渐由“重销售”向“重服务”转变,大力发展对公司毛利贡献较高的乘用车售后及衍生业务,降低行业波动对公司的影响,也使公司的利润结构得以优化,从而确保公司长期稳定、持续、健康发展。

2、经营模式

公司的主营业务主要包括乘用车经销、售后服务业务以及乘用车衍生业务,其主要经营模式如下:

(1)乘用车经销与服务业务

乘用车经销及服务业务主要由整车销售业务及售后服务业务组成。主要是通过与汽车供应商签订授权经营合同,成立集整车销售(Sale)、零配件(Sparepart)、售后服务(Service)、信息反馈(Survey)服务为一体的4S店,利用总部、区域、店面三级管理架构进行管理,在授权范围内从事汽车品牌销售、维修、车辆养护、零部件供应等活动。

(2)乘用车衍生业务乘用车衍生业务要包括保险及融资代理、汽车延保代理、二手车交易代理、汽车融资租赁等服务。

①保险代理业务:公司通过所属各区域平台公司或经销服务网点为客户提供汽车保险业务的咨询、出单等代理服务,并向保险公司收取相应的代理佣金。

②汽车融资代理业务:公司以经销服务网点为平台,为购买新车或二手车的客户提供就汽车金融公司和商业银行推出的汽车消费信贷产品的代办服务,并向汽车金融公司和商业银行收取相应的代理佣金。

③汽车延保代理业务:公司通过与国内知名的保险公司合作,为客户提供超过原厂保修期限的汽车保修服务。公司作为最早涉及该领域的汽车经销商之一,通过该业务的开展,为未来的保养维修零售后业务提供了良好的平台支持,增长潜力广阔。

④二手车交易代理业务:公司通过各地营销网络,以旧换新或者代理客户寄售的方式获得二手车,并通过提供二手车认证和线上线下交易平台进行代理交易的服务,并向客户收取相应的代理佣金。近些年,随着二手车交易市场的不断发展,公司持续在二手车代理业务模式上进行创新。

⑤汽车融资租赁业务:基于融资租赁业务的特殊性,公司已成立具有汽车融资租赁经营资格的租赁公司,为客户购买其指定车辆,并按合同约定将该车辆由租给客户,由客户在租赁期限内占有、使用,并按照本金和一定的利息加成支付租金,待期限届满且租金付讫后将车辆以象征性的价格无条件地过户给客户。融资租赁业务拥有较高的利润率,业务成熟后也可以为二手车业务提供车源,带动二手车业务发展。

3、行业概况及行业地位

(1)行业概况

2017年,国民经济延续了稳中有进、稳中向好的发展态势,整体形势好于预期,全年国内生产总值比上年增长6.9%。经济运行保持在合理区间,经济增长的质量和效益得到提升,需求结构已经从主要依靠投资拉动转为投资和消费共同拉动,其中消费支出对国内生产总值增长的贡献率占据首位,达58.8%。受益于经济良好运行和居民消费水平的进一步提高,2017年中国汽车行业持续稳健发展。

①汽车经销行业稳步增长

受2016年汽车乘用车购置税减半政策带来的刺激效应政策退坡等因素影响,2017年乘用车整体增速较2016年实现微增长。根据中国汽车工业协会统计数据,2017年我国汽车产销量分别为2901.54万辆和2887.89万辆,同比增长3.19%和3.04%;其中乘用车销量产销量分别为2480.67万辆和2471.8万辆,同比仅增长1.58%和1.4%。但受益于居民消费结构的升级和消费水平的提高,同时主要豪华品牌更新换代,2017年汽车市场消费升级明显,豪华车销售市场增速远超乘用车增长速度,12个主流豪华汽车品牌全年在中国销量达到257.5万辆,同比增长18.4%。未来伴随着中国经济的稳健发展、人均消费水平的不断提升以及汽车驾驶人数量的大幅增长,中国汽车经销市场在保持稳步增长的同时,将会向高质量发展进行转变,中高端和豪华汽车市场份额将进一步提高。

②汽车后市场及衍生业务快速发展

2017年4月6日,工业和信息化部等三部门印发的《汽车产业中长期发展规划》将推动汽车企业向生产服务型转变,实现从以产品为中心到以客户为中心的发展,鼓励发展汽车金融、二手车、维修保养、汽车租赁等后市场服务,作为中长期的重要任务之一,我国的汽车后市场将迎来发展的黄金时期。

?售后服务行业

根据公安部交管局的数据显示,截止2017年年底,全国汽车保有量约2.17亿辆,同比增长11.85%,其中有24个城市保有量超过200万辆。随着汽车保有量的快速上升,以及汽车平均车龄的增长,汽车售后服务的需求不断增加。我国汽车售后服务市场规模快速扩大,经销商的利润结构也得以优化。根据相关数据显示,2017年中国汽车后市场容量已超过1.3万亿元,汽车后市场规模在2016迈过万亿大关之后继续保持高速增长,成为仅次于美国成为全球第二大市场。其中,4S店及汽服连锁渠道仍占据85%的绝对市场份额,且均有微幅增长。目前,汽车售后市场依旧处于高速发展的初期,未来的中国汽车售后市场将围绕“满足用户需求”、“提供高品质服务”等方面展开。

?二手车行业

根据中国汽车流通协会发布的数据显示,2017年我国二手车交易量达到1240万台,同比增长19.2%,其中乘用车二手车占比达到75%,二手车交易量增速已经远超新车,但与发达国家仍有差距。今后几年,随着“国八条”对二手车市场流动环境、交易登记、税收政策、金融支持等方面的政策辅助逐步落地实施,二手车行业规范将逐步完善,二手车行业将进入长周期的快速发展通道。伴随着汽车保有量和社会平均车龄的不断增长,汽车销售中的换购增购比例将超过50%,经销商二手车将成为二手车行业中最重要的力量。

?资租赁行业

根据罗兰贝格与建元资本发布的《2017中国汽车金融报告》数据,目前全球范围内汽车消费30%是现金购车,另外70%都借助金融杠杆进行消费,其中普通的汽车信贷占55%,融资租赁占15%。在北美地区,汽车金融的渗透率高达80%,其中融资租赁46%,普通汽车贷款34%。而我国汽车金融总体渗透率为35%左右,融资租赁作为信贷之外的另一种金融购车方式,渗透率约为5%,与发达国家尚有较大差距,我国汽车租赁市场的潜力有待进一步挖掘。据罗兰贝格预测,2025年我国汽车融资租赁渗透率将至少达到9%。未来随着中国经济高速发展,市场政策环境的完善与消费者消费模式的逐渐转变,融资租赁将成为国内汽车金融领域新的爆发点。

(2)行业地位

2017年5月,中国汽车流通协会发布了“2016年中国汽车经销商集团百强排行榜”,公司在各大经销商集团中营收规模和乘用车销量均排名行业第一,2016年营业收入突破千亿大关,升至1354.22亿元,成为国内首家营收突破千亿元的汽车经销商集团。

序号	集团名称	营业收入(亿元)	全年销售台次(含二手车)
1	广汇汽车服务股份公司	1354.22	914,954
2	中升集团控股有限公司	715.99	328,000
3	利星行汽车	661.77	157,505
4	庞大汽贸集团股份有限公司	660.09	521,761
5	上海永达控股(集团)有限公司	559.89	172,646
6	国机汽车股份有限公司	506.85	170,695
7	恒信汽车集团股份有限公司	442.84	241,167
8	大昌行集团有限公司	399.57	83,306
9	浙江物产元通汽车集团有限公司	363.94	232,000
10	中国正通汽车服务控股有限公司	315.19	105,640

2017年6月,中国A股股票首次被纳入MSCI指数,本次被纳入的A股股票共有222只,广汇汽车作为唯一的汽车经销商集团被纳入。2017年11月,广汇汽车荣获“2017最佳汽车金融服务经销商集团”奖项。

4、报告期内核心竞争力分析

公司的核心竞争力是公司能够持续取得竞争优势的能力,关系着公司在市场竞争中能否胜出,更关系着公司的生存与发展。报告期内,公司的核心竞争力主要包括:

(1)丰富的品牌类型和遍布全国布局的渠道优势

截止报告期,公司拥有从超豪华、豪华到中高端等不同档次的50多个乘用车品牌,以及800家经销网点,覆盖全国28个省、自治区、直辖市,使得公司拥有1050万基盛客户。广泛的网点布局和品牌资源,避免了公司对单一品牌或区域形成依赖,既有效的降低了新渠道推进的成本,又提高了公司的经营管理能力和周期性抗风险能力,是实现渠道并购和销售增长的重要保障,使公司在汽车电商、售后服务、二手车、融资租赁等业务方面具有了得天独厚的优势。

(2)优势明显的乘用车销售规模效应

公司作为超大型汽车经销服务集团,能够得到规模效应带来的低成本优势,尤其是在集采、佣金服务等方面优势明显,能够将这种优势最大化的发挥到主营业务中去,将成本优势转化为企业的实际利润。回报资本市场及股民,提升自身品牌价值,进而不断整合行业资源,稳健实现自身的良性发展。

(3)成熟完善的管理架构以及科学的管理手段

公司采用总部、区域、店面三级管理架构,总部负责战略,把握大局;区域负责经营,贴近一线;店面负责具体实施,确保公司战略方向正确,经营决策效率高效。同时采用最先进的管理手段,投入较大资金引进世界上最好的ERP公司SAP共同打造最适合公司的ERP系统,切实实现对标准业务流程和关键内控点的控制,大幅度提高公司管理透明度和管理效率,为企业精细化管理提供有力保障。

(4)具备强大造血功能的人才发展体系

公司以加强人才资源能力建设为核心,以加大人才开发投入为支撑,以创新体制机制为动力,采用四级阶段选拔机制,层层选拔和分级培养储备,搭建畅通的员工晋升通道,全面推进企业内部的良性竞争,夯实企业人才梯队建设,通过优化奖励机制,提高人力资源管理效率,储备充足的人才后备力量。

(5)强大高效的行业并购整合能力

公司拥有雄厚的资金实力和成熟的收购模式,通过经验丰富的并购团队、系统化的整合方式、成功的管控模式,能够吸收最优质的经销商并入广汇汽车经销集团,将企业先进的内控系统及创新业务推广到新收购店面,从而做到快速高效提升被收购门店的管理效率。

(6)不断创新的创新能力

公司具有敏锐的行业嗅觉,不间断创新的能力,能够根据政策和经营环境变化,不断寻找能提高消费者满意度、提升企业经营业绩的服务模式和创新业务,拓展新的合作品牌与项目,延伸服务链条,深化伙伴关系。在融资租赁、二手车等衍生业务方面,保持了行业领先性。

(7)多元化的融资渠道

公司长期与各大金融机构保持战略性合作关系,具有较强的融资能力和较为明显的资金成本优势。同时公司附属公司广汇宝信在香港联交所上市,为公司获得境外金融机构融资开辟了新渠道,多元化的融资渠道为公司的平稳发展保驾护航。

上述核心竞争力体现了公司在品牌、布局、规模、管理、人才、并购、创新、融资等各方面具备的强劲实力,使公司在激烈的市场竞争中,不但能稳步扩大企业规模及综合实力,也能始终保持竞争优势和可持续发展的能力。

(三)公司主要会计数据和财务指标

1、近3年的主要会计数据和财务指标

单位:元 币种:人民币

	2017年	2016年	本年比上年增减(%)	2015年
总资产	135,246,038,437.32	111,959,527,046.24	20.80	75,811,480,492.76
营业收入	160,711,522,502.90	135,422,263,100.96	18.67	93,700,035,201.10
归属于上市公司股东的净利润	3,884,358,157.12	2,802,902,398.89	38.58	1,988,341,217.32
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	3,636,156,393.01	2,615,974,359.62	39.00	1,877,523,018.62
归属于上市公司股东的净资产	35,336,689,223.67	23,566,494,214.81	49.94	20,983,087,174.06
经营活动产生的现金流量净额	4,986,739,444.50	3,307,651,583.39	50.76	5,563,431,807.83
基本每股收益(元/股)	0.53	0.39	35.90	0.30
稀释每股收益(元/股)	0.53	0.39	35.90	0.30
加权平均净资产收益率(%)	15.05	11.89	增加3.16个百分点	11.41

2、报告期分季度的主要会计数据

单位:元 币种:人民币

	第一季度(1-3月份)	第二季度(4-6月份)	第三季度(7-9月份)	第四季度(10-12月份)
营业收入	32,802,802,506.10	37,479,990,076.23	41,849,100,653.10	48,579,629,267.47
归属于上市公司股东的净利润	970,664,489.87	1,031,554,266.38	905,361,606.94	976,777,794.93
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	965,117,992.66	1,136,110,891.45	989,424,741.45	545,502,767.45
经营活动产生的现金流量净额	-7,357,377,333.88	981,885,895.56	4,095,873,335.25	7,266,357,547.57

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

□适用 √不适用

(四)股本及股东情况

1、普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前10 名股东持股情况表

单位: 万股

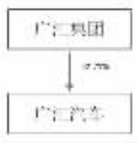
截止报告期末普通股股东总数(户)	32,552
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)	31,366
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)	-
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数(户)	-

前10名股东持股情况

股东名称(全称)	报告期内增减	期末持股数量	比例(%)	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		股东性质
					股份状态	数量	
新疆广汇实业投资(集团)有限责任公司	61,482.1488	266,422.6446	32.71	260,572.6446	质押	171,301.8067	境内非国有法人
CHINA GRAND AUTOMOTIVE (MAURITIUS) LIMITED	45,322.3249	196,396.7413	24.11	196,396.7413	质押	196,396.7413	境外法人
慶潭市锦胜投资有限合伙企业	12,469.2122	54,033.2528	6.63		质押	52,000	境内非国有法人
泰达宏利基金-招商银行-大业信托-大业信托-顺利1号集合资金信托计划	19,875.77	19,875.77	2.44	19,875.77	无		境内非国有法人
Blue Chariot Investment Limited	4,362.6896	18,904.9882	2.32	18,904.9882	无		境外法人
新疆友源股权投资合伙企业(有限合伙)	1,169.6479	15,904.6218	1.95		无		境内非国有法人
中国人寿保险股份有限公司-分红-个人分红-005L-FH002P	11,459.2965	11,913.9545	1.46	9,937.88	无		境内非国有法人
中国证券金融股份有限公司	10,957.811	11,522.0078	1.41		无		境内非国有法人
北信瑞丰基金-招商银行-华鑫国际信托-华鑫信托·慧智投资110号集合资金信托计划	9,937.8867	9,937.8867	1.22	9,937.8867	无		境内非国有法人
诺德基金-招商银行-华宝信托-华宝·广汇1号单一资金信托	9,937.8819	9,937.8819	1.22	9,937.8819	无		境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	未知天限售条件股东之间是否存在关联关系或是否属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

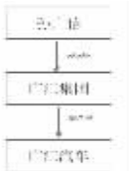
2、公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



3、公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4、报告期末公司优先股股东总数及前10 名股东情况

□适用 √不适用

(四)公司债券情况

□适用 √不适用

三、经营情况讨论与分析

(一)经营情况讨论与分析

2017年,我国宏观经济超预期,乘用车销售市场整体保持微增长,公司在全体股东的大力支持下,以价值创造和回报股东为导向,夯实三级架构体系,提质增效,主动应对产业升级的市场变革,积极探索乘用车综合服务体验新高度,充分发挥公司两市的资本活力,推动企业有序健康发展。全年实现营业总收入1,607.12亿元,归属于上市公司股东的净利润38.84亿元,盈利能力持续提高,利润结构不断优化,业务水平全面提升。

公司2017年度工作主要体现在以下几方面:

1、整合资源,稳步发展

2017年,公司延续并购整合的发展战略,利用产业变革的时机,低成本巩固网状营销体系,在现有4S店的基础上,进一步扩充超豪华、豪华及中高端品牌经销网点,并购重组的指导战略已由“中西部、中高端”的前期规划,转而发展到由西到东、从北向南的全国全品牌全面覆盖,其中豪华、超豪华品牌占比不断提升,公司全方位经营结构不断优化。

截至2017年12月31日,公司已建立了覆盖28个省、自治区及直辖市的全国性汽车经销网络,经销50多个乘用车品牌,运营800个营业网点,包括737家4S店。其中超豪华、豪华品牌4S店达到195家,目前已位居包括宝马、奥迪、沃尔沃、捷豹路虎、玛莎拉蒂等众多豪华及超豪华品牌的第一销售陈营。

2017年,公司在延续发展战略,继续扩张业务规模的同时,对2016年收购的广汇宝信、大连尊荣等项目的整合进一步推进,收购项目的经营状况明显改善。科学选择并购标的,以及整合过后的良好运营,使公司在消费升级大背景下获益,豪华品牌的强劲表现也是公司业绩大幅增长的重要因素。

下述表格列示了本公司截止2017年12月31日按品牌划分的4S店数量:

	2017年12月31日	同比增加
超豪华及豪华品牌	195	20
中高端品牌	512	41
自主品牌	30	2
合计	737	63

2、传统业务,稳中有升

2017年,公司传统业务方面秉承“加强精细化管理,夯实基础业务,大力发展创新项目,以利润为核心目标”的管理思路,稳中有序达成各项业务目标。

2017年,在整车销售方面,公司通过KPI系统对客流进行了重新定义与规范,统一录入口径,优化销售漏斗体系,加强了前端指标管控;积极开展数字营销业务,通过提高网电销量占比,提升单车综合收益;坚持进销比的动态平衡,关注销售出口,把握新车采购进度,双管齐下保持库存量低于行业平均水平。2017年实现新车销售88.12万台,同比增长6.8%。同时,新车毛利占比持续降低,毛利结构日趋接近国际成熟经销商水平,降低了新车市场销量波动带来的影响,增加了公司周期性抗风险能力。

2017年,在售后业务方面,公司紧紧围绕“强化以ERP为工具提升售后基础管理水平,促进售后创新业务的开展”的目标,强化ERP管理平台作用,全面优化售后管理,顺应市场需求创新售后项目。通过管理改善,开展创新项目(包括车辆高性能保养、损伤零件修复、3D炫彩漆、GH60快保业务),进一步提升客户满意度,实现售后业务增长;同时开展售后运营体系培训认证工作,不断提升对提高售后管理水平,为实现售后业务管理标准化、体系化、规范化打下坚实基础。2017年实现维修台次718.03万台,同比增长8.57%;维修收入132.06亿元,同比增长26.45%。

3、行业业务,势头强劲

公司一直注重衍生业务的发展对优化公司经营和提高利润水平具有结构性的重要影响。在充分调研市场需求基础上,结合企业规模优势,平衡高速增长与可持续发展的关系,科学合理创新拓展衍生业务,加速拓展汽车保险、延保、二手车交易、融资租赁等汽车后市场业务,增强公司盈利能力。2017年公司各项衍生业务再创新高,提升了企业的综合竞争力。

2017年,公司佣金代理业务发展较快,截止2017年12月31日,共完成收入45.84亿元,同比增长58.94%,毛利率79.53%。公司持续对保险、延保等业务的创新经营,加强与保险公司在车险业务方面的创新合作,积极开拓合作模式推广服务,2017年新车首保率达72.64%,同比增长2.92个百分点,续保率达63.19%,同比增长5.22个百分点。

2017年公司二手车经营规模实现翻倍式增长,全年代理交易合次20.33万台,同比增长125.84%,累计置换率12.60%,累计新旧车销售比达到4:1,远远超过市场和同业的增长水平。公司坚持以4S店二手车业务为基石、以连锁化专业化二手车交易服务中心为支撑的发展路径,建立并运营专业化多功能的34家二手车交易服务中心,打造各省区二手车流通服务网络,提供覆盖检测、估价、整备、拍卖管理、零售、金融服务、交易过户服务、跨地域流通等二手车业务全环节的一站式服务。同时,进一步巩固与阿里巴巴O2O二手车商平台合作,搭建跨越区域覆盖全国的广汇二手车交易服务平台,截止2017年末,与阿里巴巴共同开展的二手车O2O拍卖平台已覆盖25个省市,年上拍量超10万台,成交台次超4万台。2017年公司二手车业务已形成区域副总级干部挂帅,分别对应4S店业务管理和专业二手车中心业务管理的管理构架和团队,并形成了针对一线操作人员的培训体系。

2017年,公司融资租赁业务在严格防控风险的原则下,共完成融资租赁21.06万台,同比增长27.04%。公司融资租赁方面持续升级优化贷前、贷中和贷后风控体系,继续保持行业领先的风控管理能力和催收保障能力。同时,公司注重为客户提供创新化、差异化、专业化的租赁产品和服务,持续开发具有差异化的创新租赁产品,如“快捷融”、“汇享融”、电商租赁、LCV租赁产品、主机厂合作项目,保有客户再营销、残值租赁等,在新业务比比持续增长的同时,有效提高了客户的体验满意度。

4、完善机制,科学管控

公司一向高度重视信息化建设,将其作为打造企业核心竞争力的重要环节。信息化是企业实现精细化的必由之路,对企业管理的逐级渗透,也将信息化的成果迅速转化为企业的生产力,协助企业实现降本增效,为企业的平稳运行保驾护航。

2017年,公司售后业务以ERP售后分析体系作为强化工具,夯实售后基础管理;在保险业务方面开发“广汇保险业务管理系统”、继续推动CRM系统建设;在二手车业务方面开发贸通线上电商交易平台和线下业务操作及管理的广汇二手车管理系统;在融资租赁方面,基于租赁SAP系统的上线,结合人行征信、反欺诈模型、大数据风控、大数据分析和挖掘、申请评分卡(A卡)、渠道评级模型、客户评级模型等行业领先的风控科技应用,显着提升了风控部门的风险拦截能力。同时,自动化决策模型的应用及风控审批团队的专业能力持续提升,全年自动化决策率提升至40%,全年平均合同审批时效控制在45分钟以内。

随着互联网和大数据等技术概念广泛应用,传统企业正在面临转型升级。车企的变革正悄然开始,在“互联网+”的潮流下,汽车全产业链都在发生大的变化。公司作为拥有丰富网点资源的经销商,积极转型拥抱互联网。2017年,广汇汽车互联网服务平台“汇养车”已在全国门店上线,为客户提供了全面的维保记录、业务及客户权益查询功能,实现了维修保养服务和各类增值业务的线上预约、购买及评价,并通过在线客服、专家问答、服务评价等功能强化了公司线上、线下的服务能力。截止2017年年底,汇养车累计保有客户达107万,线上支付订单15.27万个。

5、克难求进,运转稳健

作为资金密集型行业,随着公司业务发展水平的稳步提升,需要大量的资金应对网络布局的快速扩张、融资租赁余额的不断增长、整车库存、零配件库存及营运等公司经营所涉及的各方面,制定有效的融资策略已经成为公司的一项重要工作。

2017年,公司在巩固拓展现有业务的同时,持续发力资本市场,实现了重组上市以来首次非公开发行,募集资金80亿元,打通了资本市场直接融资通道。同时充分运用海外融资渠道,完成广汇宝信根银一般投权配售新股项目,附属公司美元永续债等项目。有效控制了企业负债率,为企业持续向前发展提供了源源不断的推动力。多种融资工具的运用扩大和巩固了公司在企融领域的知名度,也为将来公司尝试其他新型融资工具奠定了基础。

(二)报告期内主要经营情况

截止2017年12月31日,公司资产总额1352.46亿元,较年初增加232.87亿元。其中,流动资产822.78亿元,比年初增加186.53亿元,流动资产占总资产比重60.84%,较年初比重56.83%增加4.01个百分点;非流动资产529.68亿元,比年初增加46.34亿元,非流动资产占总资产比重39.16%,较年初43.17%下降4.01个百分点。截止2017年12月31日,公司总负债910.09亿元,资产负债率67.29%;流动比率1.21,同比增加0.22。

2.1 主营业务分析

利润表及现金流量表相关科目变动分析表

单位:元 币种:人民币

科目	本期数	上年同期数	变动比例(%)
营业收入	160,711,522,502.90	135,422,263,100.96	18.67
营业成本	145,090,930,697.93	123,444,564,910.96	17.54
销售费用	4,377,366,637.10	3,437,069,577.73	27.35
管理费用	2,433,312,699.80	2,077,843,994.45	17.11
财务费用	2,455,587,034.12	2,030,795,469.88	20.92
经营活动产生的现金流量净额	4,986,739,444.50	3,307,651,583.39	50.76
投资活动产生的现金流量净额	-4,850,439,001.13	-12,499,095,291.40	61.19
筹资活动产生的现金流量净额	10,742,118,550.44	14,235,754,317.95	-24.54
研发支出	60,872,198.54	77,854,996.98	-21.81

2.1.1收入和成本分析

2017年营业收入增加主要是受益于规模扩张和豪华品牌的快速增长,新车销量增加及各衍生业务板块的产品创新,公司新车销售、售后维修、佣金代理、融资租赁等业务板块收入同比增加;

2017年营业成本增加主要因经营规模扩大和对外收购的影响,新车销售、售后维修、佣金代理、融资租赁等业务板块的业务量和成本规模扩大;

2.1.1.1主营业务分行业、分产品、分地区情况

单位:万元 币种:人民币

主营业务分行业情况					
分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
整车销售	14,057,468.39	13,516,930.70	3.85	17.12	17.36	下降0.20个百分点
维修服务	1,320,559.37	825,788.98	37.47	26.45	18.93	增加3.96个百分点
佣金代理	458,436.18	93,833.78	79.53	58.94	45.17	增加1.94个百分点
汽车租赁	194,446.07	53,187.17	72.65	14.54	3.20	增加3.01个百分点
其他	40,242.24	19,352.44	51.91	8.10	17.50	下降3.85个百分点
合计	16,071,152.25	14,509,093.07	9.72	18.67	17.54	增加0.87个百分点

主营业务分地区情况						
分地区	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
华北大区	3,642,397.42	3,326,486.89	8.67	19.50	18.80	增加0.54个百分点
西北大区	2,533,151.48	2,281,028.20	9.95	0.50	-0.59	增加0.99个百分点
四川区域	1,238,216.54	1,139,942.33	7.94	22.72	21.72	增加0.76个百分点
重庆区域	954,991.85	880,972.28	7.75	1.42	0.66	增加0.70个百分点
广西区域	1,606,591.08	1,455,334.56	9.41	24.67	23.02	增加1.21个百分点
安徽区域	628,478.41	570,442.81	9.23	0.99	-0.52	增加1.37个百分点
北区区域	1,177,311.37	1,060,364.53	9.93	3.66	1.96	增加1.50个百分点
江西区域	573,291.37	533,723.44	6.90	3.32	3.21	增加0.10个百分点
陕西区域	825,235.58	758,056.65	8.14	36.69	35.30	增加0.96个百分点
贵州区域	604,892.93	556,688.94	7.97	-1.18	-1.97	增加0.75个百分点
华东区域	1,733,187.58	1,559,945.79	10.00	105.78	102.90	增加1.28个百分点
云南区域	358,960.57	332,919.48	7.25	85.29	89.23	减少1.94个百分点
汽车租赁	194,446.07	53,187.17	72.65	14.54	3.20	增加3.01个百分点
合计	16,071,152.25	14,509,093.07	9.72	18.67	17.54	增加0.87个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

(a)主营业务分行业情况说明

整车销售:主要因业务规模扩张及市场营销推广影响,营业收入和营业成本同比增加;但因市场竞争日趋激烈,收购公司原有毛利率较低对并表后毛利率产生一定影响,另外公司为加强后市场业务提高客户保有量的战略,综合影响导致毛利率略有下降。

维修服务:主要因业务规模扩张和收购影响,营业收入和营业成本同比增加;相比同期,收购后公司充分发挥规模效应和集中采购优势,同时,收购的超豪华及豪华品牌毛利率相对较高,使得公司维修服务整体毛利率提升。

佣金代理:主要因公司规模经济效应、二手车品牌效应、采购车贷渗透率提升和保险产品集中采购的影响,使保险的返佣比例以及车贷的佣金率持续提升,佣金代理业务规模、毛利率同比增加。

汽车租赁:主要是持续进行产品创新,在原租赁产品的基础上进一步推广残值租赁等金融产品,生息资产规模扩大,租赁收入同比增加,另外,由于租赁资金成本规模化效益增强,以及利用了更多的自有资金,融资成本成本降低,毛利率提升。

其他:主要是因为去年同期汽车租赁贷后业务规模扩张较大,以及公司加大风险管控和催收力度,增加了运营成本,使得收入和毛利率有所减少。

(b)主营业务分地区情况的说明

华北大区:主要因对外收购门店较多,经营规模扩大影响;

四川区域:主要因子公司广汇宝信2016年四季度并表宝信四川港宏项目;

广西区域:主要因2016年6月并表宝信项目,及2016年下半年并表深圳鹏峰项目,经营规模扩大影响;

北区区域:主要因2016年2月并表大连尊荣项目及2016年6月并表宝信项目,经营规模扩大影响;

陕西区域:主要因2016年6月并表宝信项目及2017年收购西安英和项目使经营规模扩大影响;

华东区域:该区域系2016年6月并表宝信项目而新成立的;

云南区域:该区域系2016年5月并表云南中致远项目而新成立的。

2.1.1.2产销量情况分析表

主要产品	销售量	库存量	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
新车(台)	881,236	85,393	6.83	9.03
售后维修进场台次	7,180,386		8.57	
融资租赁发生台次	210,630		27.04	
二手车代理交易台次	203,332		125.84	

产销量情况说明

新车销售台次、二手车代理交易台次同比分别增长6.83%、125.84%,主要系业务规模扩张以及原有店面自身销量增长所致。

融资租赁发生台次同比增长27.04%,主要系公司持续优化现有产品,同时研发残值租赁等新产品,对公司产品竞争力的提升帮助明显,交易量上升。

2.1.1.3成本分析表

单位:万元

分行业情况						
分行业	成本构成项目	本期金额	本期占总成本比例(%)	上年同期金额	上年同期占总成本比例(%)	本期金额较上年同期变动比例(%)	情况说明
整车销售	新车成本	13,516,930.70	93.16	11,517,443.66	93.30	17.36	
维修服务	零部件成本	673,318.24	4.64	549,825.30	4.45	22.46	
维修服务	人工成本	95,620.98	0.66	89,362.70	0.72	7.00	
维修服务	间接费用	56,849.76	0.39	55,178.72	0.45	3.03	
佣金代理	佣金成本	93,833.78	0.65	64,635.28	0.52	45.17	
汽车租赁	租赁成本	53,187.17	0.37	51,540.33	0.42	3.20	
其他	其他	19,352.44	0.13	16,470.50	0.14	17.50	
合计		14,509,093.07	100.00	12,344,456.49	100.00	17.54	

成本分析其他情况说明

报告期内,营业成本较上年同期增长17.54%,主要由于公司业务规模扩张及收购项目影响,新车销售、售后维修、佣金代理、融资租赁等业务板块的业务量和成本规模扩大。

2.1.2费用

单位:万元

项目	2017年	2016年	同比增幅
销售费用	437,726.66	343,706.96	27.35%
管理费用	243,331.27	207,784.40	17.11%
财务费用	245,558.70	203,079.55	20.92%

报告期内销售费用合计43.77亿元,同比增加9.40亿元,增幅27.35%,主要是公司经营规模扩大,人工成本、市场推广、折旧及摊销等费用相应增加。

报告期内管理费用