公司代码:600297　　公司简称:广汇汽车

广汇汽车服务集团股份公司

2021 年度报告摘要

孙广信 50.0578%

广汇集团 32.9325%

广汇汽车

第一节 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www.sse.com.cn网站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性、准确性、完整性,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 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

公司经普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)审计确认,2021年公司实现合并报表归属于母公司股东的净利润为1,608,516,840.09元,截止2021年底母公司可供股东分配的利润773,192,378.29元。

经公司第八届董事会第七次会议审议,2021年度公司拟不进行现金分红,不送红股,不进行资本公积转增股本,公司未分配利润用于保障公司日常生产经营发展、优化债务结构及补充流动资金需要。本次利润分配方案尚需提交公司2021年年度股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1 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

2 报告期公司主要业务简介

(一)行业发展情况

2021年,是我国十四五规划、全面建设社会主义现代化国家新征程的第一年,面对新冠疫情反复所带来的严峻挑战,伴随全球范围之片刻融的不利因素,汽车行业仍旧经受着巨大考验。与此同时,我国持续扎实推进“六稳”、“六保”工作,严格把关疫情的控防施,保障市场主体和产业供应链的稳定。随着刺激汽车消费政策及时出台,市场需求逐步恢复,产业循环持续改善,消费市场稳定复苏,行业在重累计销量结束了连续三年的负增长,实现了全年稳中有增的良好态势。根据中汽协发布的数据,2021年,我国汽车产销双双超过2,600万辆,产销量继续蝉联全球第一。

1、乘用车市场回暖,自主品牌大放异彩

2021年,乘用车市场整体销量达到2,148.2万辆,同比增长6.5%,结束了自2018年以来连续三年下降的局面。从分季度看,乘用车市场呈现先升后降的态势。2021年年初,得益于国家税费政策的持有效,以及基数较低,乘用车市场表现出大幅回升的良好状态;下半年,随着芯片供应不足问题逐步显现,乘用车市场开始出现下滑,且降幅有所扩大,四季度,芯片问题有所缓解,降幅解有所收窄。从品牌细分市场来看,尽管受到缺芯影响,但豪华车品牌表现依旧强劲,全球范围内豪华车,超豪华车销量大增,作为豪华车的消费主力军,国内市场豪华车市场表现前承旺盛。根据乘联会数据,2021年国内豪华车零售销量365.9万辆,同比增长56%。

从国别细分市场来看,自主品牌崛起,受疫情和芯片短缺的影响,日系德系表现欠佳。根据中汽协数据,2021年,中国品牌汽车的市场份额超过50%,在乘用车行业中,自主品牌乘用车累计销售1,044.53万辆,同比增长20.1%,市占率达48.4%,同比提升6个百分点,接近历史最好水平。近年来,随着消费者的年轻化以及国潮的兴起,消费品类的国货风潮从纺织等电子行业延伸至汽车行业,自主品牌抓住了新能源乘用车发展契机,率先推出众多设计感强、智能化程度高、性价比高的中高端电动和插电混动新能源汽车产品,深得消费者认可,市场终端零售预节节攀升。根据中汽协数据,自主品牌在2021年新能源乘用车销量达到262万辆,表现率较近30%,领先合资品牌。自主品牌的崛起趋势达到明朗,将成为乘用车市场的主要增量。

2、多因素驱动汽车后市场,万亿级市场规模继续见固

根据公安部统计,2021年全国汽车保有量达3.02亿辆,较去年增加198万辆,增长8.16%,汽车驾驶人4.44亿人,2021年新领证驾驶人2,760万人,汽车保有量及驾驶人数均稳定增加。截至2021年底,我国千人保有量为209辆,远低于发达国家千人保有量600-800辆的平均水平,同时,根据有关行业研究报告指出,我国汽车平均车龄已达到6年以上,呈现逐年上升趋势。加之人均可支配收入、女性车主和年轻车主的增加,车主对美饰、养护和维修等汽车服务提出了更高要求。

总体而言,汽车保有量增加、平均车龄的增长以及年轻车主、女性车主的增多等因素将共同为汽车行业的汽车养护与维修市场的持续增长,但市场增长趋势明显,竞入者不断增加,加之缺少相关法规对管理人员进行规范,汽车后市场整体行业目前仍处于“散、乱、小”阶段,亟需利用“数字化”赋能传统服务场景,升级优化客户服务体验,促进行业高质量整合,以市场为主导规范行业。

3、二手车市场蓬勃向前,汽车经销集团有望从中获益

2021年,随着二手车政策的不断落地,汽车消费需求增加,全国二手车销量增速相较于新车销量仍保持较高的增长态势,根据中国汽车流通协会发布的《2021年全国二手车市场深度分析报告》显示:2021年,全国二手车交易量1,841.51万辆,同比增长22.62%。二手车转籍比例逐年上升,购区域流通性显著增强,2021年二手车转籍比例达27.32%。

当前,中国汽车市场进入增换购的高峰期,二手车市场交易将逐步标准化、专业化。随着行业政策不断建立健全,二手车交易将成为拉动整个汽车市场增长的主要驱动力,根据中国汽车流通协会数据,2021年,我国新旧车比之将达到0.74:1,但和更加成熟的欧美市场相比,我国二手车市场仍然有较大的发展潜力。同时,我国二手车市场已经从单一的价格竞争逐渐走向品质、服务、消费者保障等多元素的竞争,具有规范化、品牌化的汽车经销集团将会在未来的二手车市场快速发展中收益,成为二手车行业发展的中坚力量。

4、汽车金融行业趋于成熟,细分领域蓬勃有待挖掘

近年来,我国汽车保有量持续稳定增长,人们对于汽车金融的消费认知也不断上升,与此同时,随着互联网的发展,汽车金融的行业聚焦不断凸显,越来越多的企业进入汽车金融行业,为这非完善我国汽车金融行业监管体系,推动汽车金融行业进一步规范化发展,国家出台了一系列汽车金融领域相关政策,对融资租赁行业的风控合规提出进一步的要求。

当前,我国汽车融资租赁渗透率达到10%,但对比美英等发达市场还有很大空间,从细分领域来看,随着新能源和二手车行业等细分领域的高速发展,也将会给融资租赁市场带来一定的动能。根据罗兰贝格数据,目前国内二手车金融渗透率仅为30%左右,参与主体较少,主要为融资租赁公司和少数股份制银行和第三方平台,与欧美成熟市场60%左右的渗透率相比,中国二手车金融仍在发展初期,随着行业监管趋势的规范化发展分领域的高速发展,汽车融资租赁市场“蓝海”有待充分挖掘。

5、新能源汽车产业进入快速发展期,未来市场潜力巨大

根据工信部数据,2021年国内新能源汽车销量达到352.1万辆,同比增长16倍。纯电动车、插电式混合动力汽车和燃料电池汽车均实现增长,其中,纯电动汽车销量291.6万辆,同比增长16倍;插电式混合动力汽车销量60.3万辆,同比增长14倍;燃料电池汽车销量0.2万辆,同比增长1倍。2021年1-12月国内新能源汽车销量计渗透率达到13.4%,已经接近预期目标,而于2020年的不百分点,新能源汽车呈现出快速发展的态势。

随着“碳中和”和“碳达峰”任务目标的提出,国家发改委、国家能源局等十部委发布《关于进一步提升电动汽车充电基础设施服务保障能力的实施意见》(《意见》)。《意见》强调,要以“充换电设施为主、公共充电桩为辅、分散式充电桩为补充”为原则,合理布局充电设施建设,进一步提升电动汽车充电保障能力,形成适度超前、布局均衡、智能高效的充电基础设施体系。根据国务院在2020年11月21日发布的《新能源汽车产业发展规划(2021-2035年)》预计在2025年新能源汽车的销量能达到汽车总销量的20%,新能源汽车未来市场潜力巨大。

6、数字化营销模式,已成为经销商转型的关键

由于疫情的影响,传统的线模式遭受冲击,依托互联网,运用大数据和人工智能,线上结合线下的数字化营销模式被推至前台。2021年,汽车营销已经历从“以产品为中心”到“以客户为中心”的发展过程,营销模式也从基于4S店的“销售体系”与“售后服务体系”模式转变为“数字化营销体系”。

与此同时,主流技术的发展对数字化营销也起到重要系数影响,大数据、人工智能、云计算等技术手段在汽车营销上已得到广泛应用,通过多维度的数据采集,生成涵盖所有全面的用户画像,数据标签,以大数据分析对潜在客户进行个性化营销,通过人工智能与算法,制定营销策略,提高营销中资金的效率和价值,综上所述,过去广微网、大象光的营销方式弱点明显,技术及数据的发展让精准营销成为市场主流。

二、行业地位

2021年5月,中国汽车流通协会发布《2021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新增台数方面,公司在各大经销商集团中营收规模和乘用车新增台数方面,公司在各大经销商集团中营收规模和乘用车新增台数方面