



北京汽车
BAIC MOTOR



BAIC Motor
2017 Annual Results Announcement

北京汽车股份有限公司2017年年度业绩推介材料

2018.03



声 明



北京汽车
BAIC MOTOR

本演示片及其包含的信息不构成对买卖北京汽车股份有限公司（“公司”）的任何证券的建议，不构成买卖公司任何证券的要约，且不构成任何合同或承诺的基础或依据。对于本演示片包含的信息或意见的公正性、准确性、完整性或正确性，我们未作出任何明示或默示的陈述或保证，且不应依赖上述信息或意见。对于由于使用本演示片或其内容产生的或由于其他原因与本演示片相关的无论任何性质的损失，公司及公司的任何顾问或代表均不承担任何责任或义务（无论是由于疏忽还是由于其他原因）。本演示片包含的信息可能会发生更新、整理、修改、核实和修订，且上述信息可能会发生重大变更。本演示片包含有关公司的财务状况、经营业绩和业务以及公司管理层的某些计划和目标的预测性声明，当中涉及可预见和不可预见的风险、不确定因素和其他因素，且这些风险、不确定因素和其他因素可能导致公司未来的实际业绩和表现与上述预测性声明明示或默示的业绩和表现存在重大差异。上述预测性声明基于公司目前和未来的业务战略以及根据公司未来开展业务的政治和经济环境作出的各种假设作出。上述预测性声明反映了公司管理层在数据公布之日的意见。任何人均不应依赖上述预测性声明。公司不保证上述预测性声明与公司未来业绩和事件保持一致。我们向贵方提供本演示片包含的信息应予保密，上述信息不得向任何其他人提供或披露，且不得复制上述信息。





1 2017年全年业绩概览

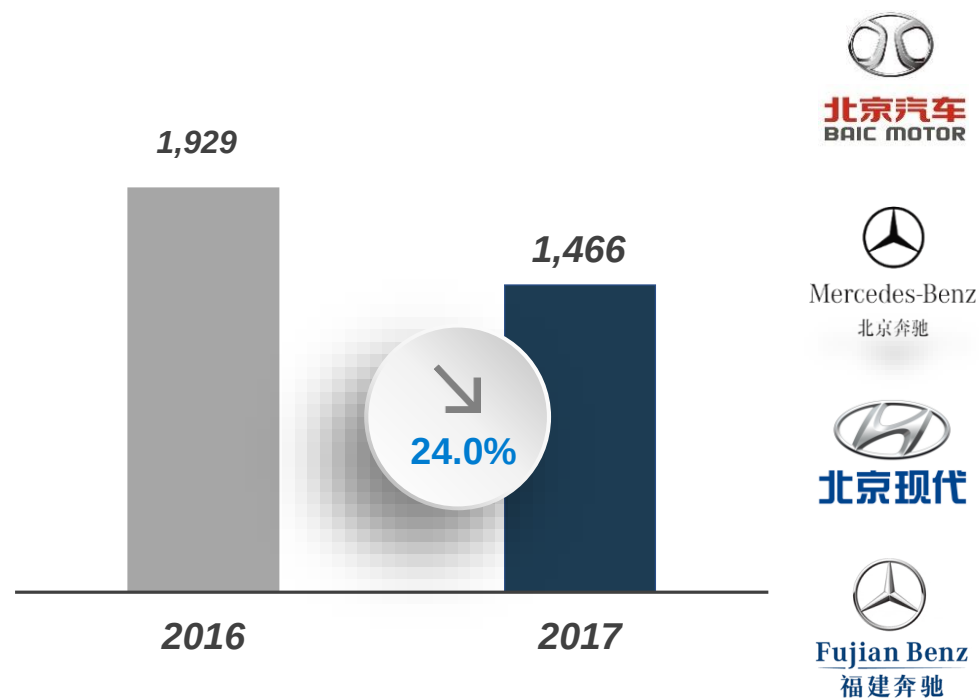
- 2 2017年行业发展情况
- 3 2017年本集团经营情况
- 4 合并财务报表数据
- 5 发展展望

1

2017年整体销售情况

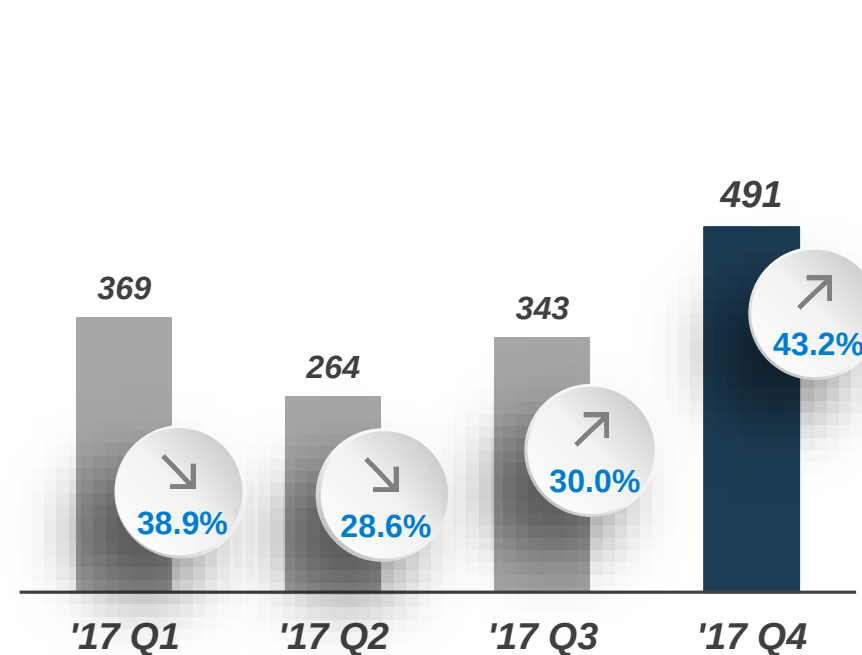
2017年度，受中国乘用车行业整体增速放缓、市场竞争加剧以及部分非经营因素影响，本集团销售业绩承压，全年合计实现整车销售146.6万辆、同比下滑24.0%；2017年下半年以来，随着北京现代经营复苏，本集团销售业绩良性回转

本集团2017年全年销量情况（千辆）



■ Stock Code: 1958.HK

本集团分季度销量及环比变化情况（千辆）



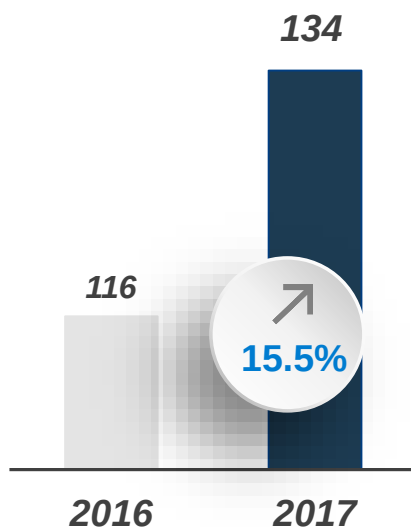
注：汇总口径，批发数



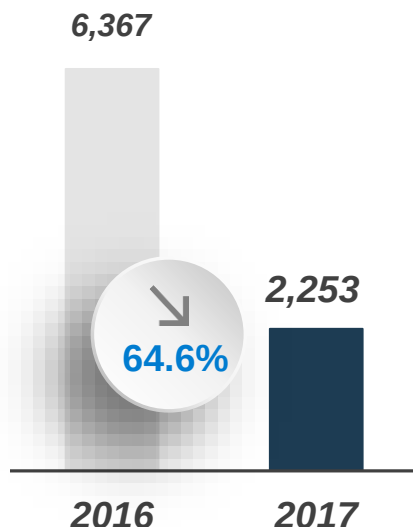
2017年整体业绩情况

2017年度，本集团实现合并口径营业收入1,341.6亿元人民币、年度利润110.0亿元人民币、归属于权益持有人净利润22.5亿元人民币、基本每股收益0.30元人民币；董事会建议分派现金股利0.1元人民币/股，本集团连续多年保持高水平分红比例、切实提升股东回报

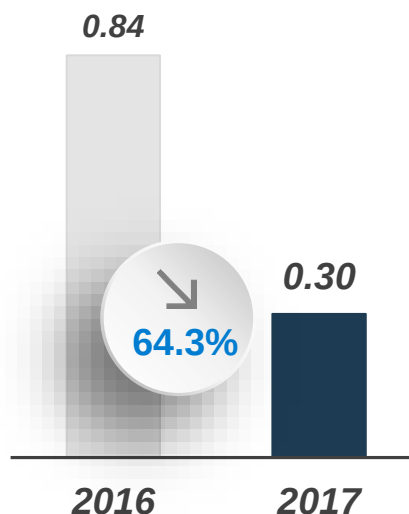
营业收入
(人民币十亿元)



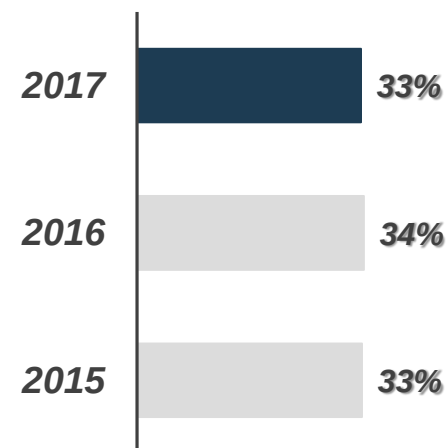
归属权益持有人净利润
(人民币百万元)



基本每股收益
(人民币元)



近三年股利支付率





2017年业务拓展情况

2017年度，本集团加深与战略伙伴的战略合作，进一步谋局新能源以及智能化战略升级，为迎接汽车行业的整体变革蓄势储能；同时，本集团推动内部产能资源整合、发挥资源“乘数效应”

战略升级

资源整合

坚定推动新能源战略

- **北京奔驰** 启动电动车整车以及动力电池项目建设，连建两座电动车生产基地
- **北京品牌** 主力纯电动车型续航里程进一步提升、全面推进PHEV等多技术路线的研究
- **北京现代** 明确新能源计划，并于2017年推出首款纯电动车型

智能化战略升级

- 进一步与**百度**签署战略合作协议，明确智能化领域的合作与实施路径
- 与**科大讯飞**签署战略合作协议，在北京品牌2.0产品上全面智能升级
- 与**延锋**签署战略合作协议，在智能驾舱、轻量化等方面全面合作

集团内部产能资源优化整合，发挥资源乘数效应





2017年业务拓展情况（续）

本集团加深与戴姆勒等战略合作伙伴的合作深度，并进一步加大汽车金融领域投资；资本战略方面，2017年10月，本公司宣告拟实施A股IPO，并于2017年12月获股东大会批准，目前正在推进各项申报准备工作

战略合作
产业延伸

资本战略升级

深化战略合作关系、合理延伸产业链条

- 进一步深化与戴姆勒的战略合作伙伴关系
 - 北京奔驰引入戴姆勒纯电动车型，新建电动车及电池工厂
 - 两次向奔驰租赁增资，以加深奔驰品牌汽车金融合作
- 进一步向北汽财务增资，延伸北京品牌汽车金融业务布局
- 认购及增持北汽新能源新增注册资本，增持后持股8.15%，并将于其上市后继续持股

启动A股上市工作，打通境内外融资渠道

- 2017年10月，董事会同意启动A股IPO；2017年12月，股东大会批准A股上市计划
- 目前，正在积极推进各项申报准备工作



1 2017年全年业绩概览

2 2017年行业发展情况

3 2017年本集团经营情况

4 合并财务报表数据

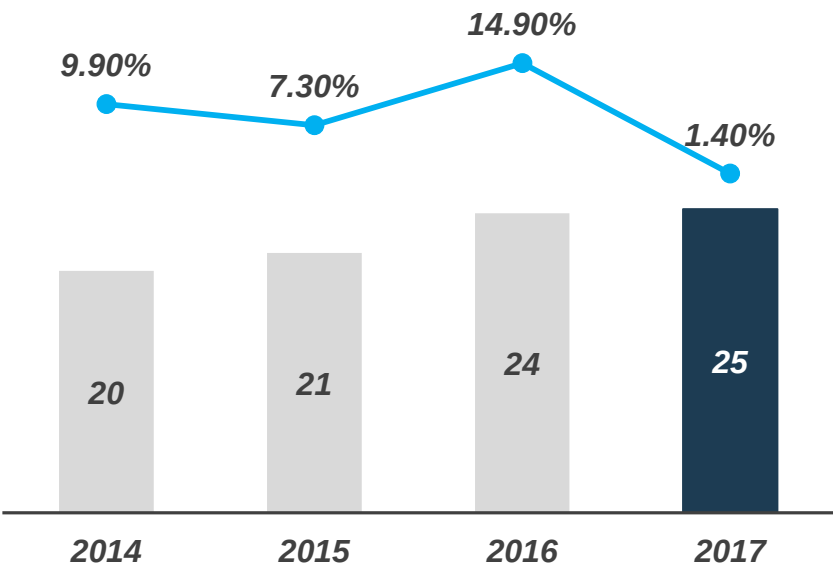
5 发展展望

1

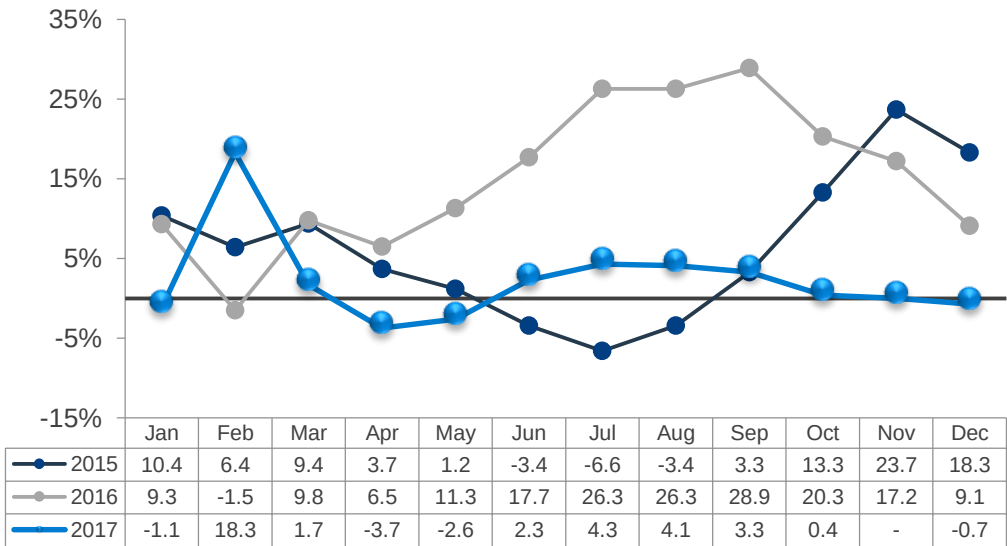
乘用车行业整体发展情况

受宏观经济增速放缓、行业政策调整、上年基数较大等因素影响，2017年中国乘用车市场实现销售2,471.8万辆，同比增长1.4%，增速远低于近年平均水平；同时，中国市场仍然是全球最大的乘用车单一市场，中国在全球乘用车市场的引领地位日益突出

中国乘用车市场年度销量及增速（百万辆）

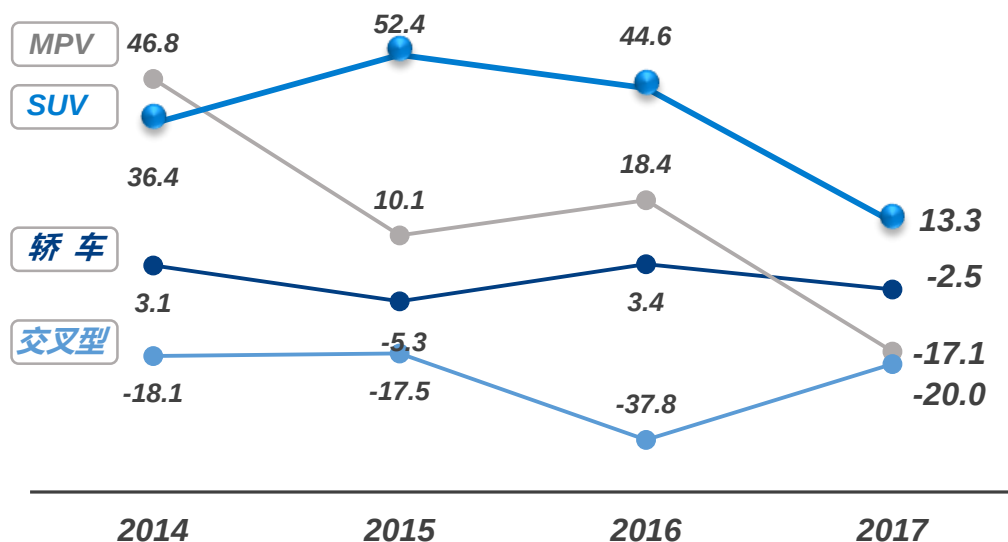


中国乘用车市场月度销量增长率

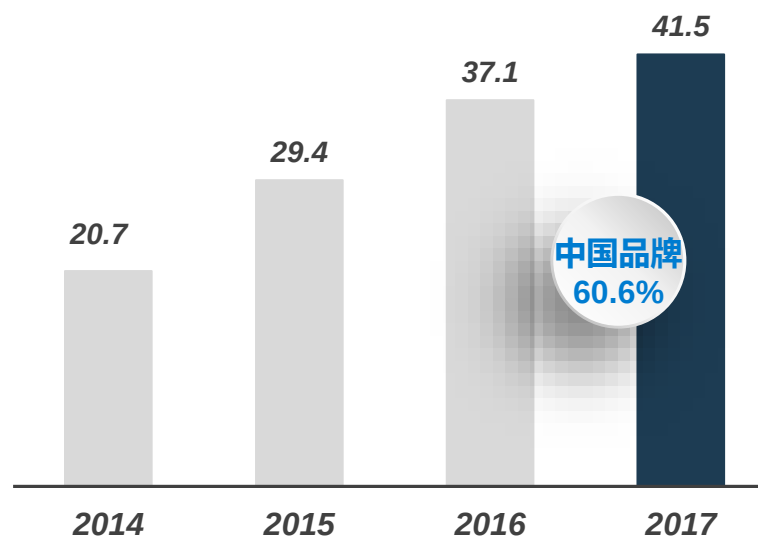


2017年度，除SUV车型外，其他乘用车类别车型销量均为同比负增长；SUV车型市场占有率进一步提升至41.5%，其中中国品牌SUV产品增速达18.0%、销量占SUV总销量的比例扩大至60.6%

乘用车类别车型销量增速（%）



SUV车型市场份额（%）

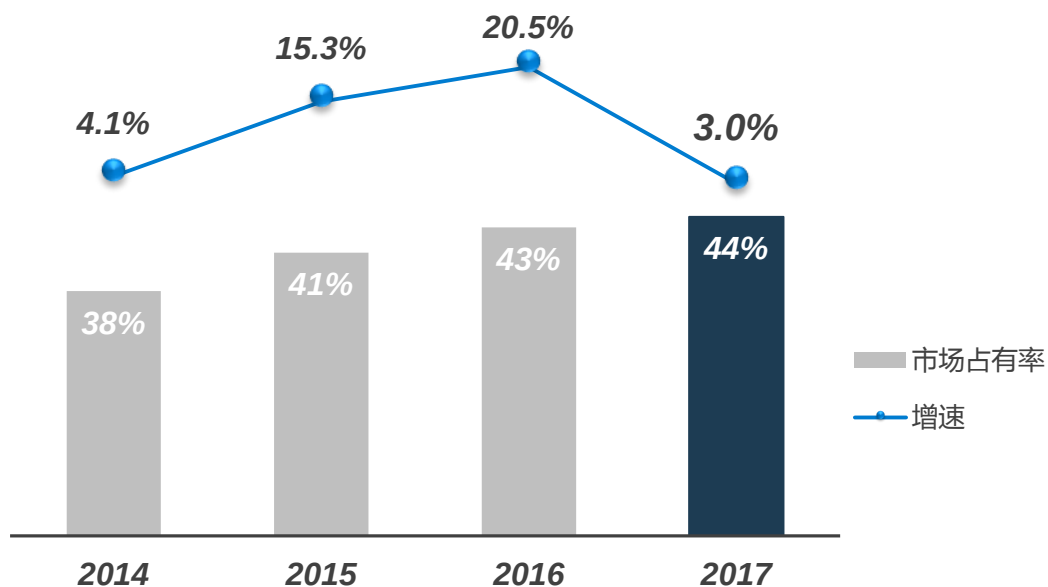




3 乘用车系别市场发展情况

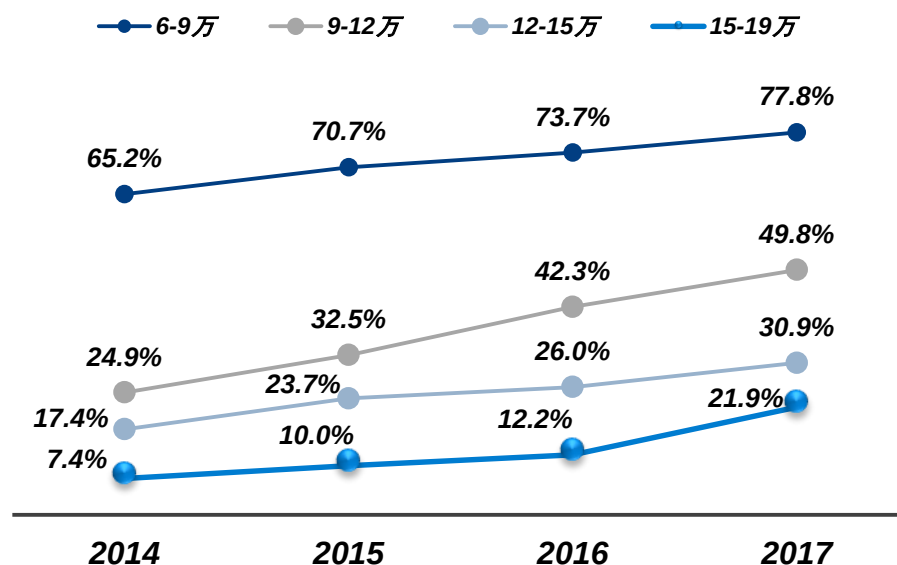
2017年度，中国品牌乘用车实现销售1,084.7万辆，同比增长3.0%，高于行业整体增长水平，市场份额提升至43.9%；中国品牌在市场份额、产品品质以及产品价格方面全面保持向上态势，特别是在智能化升级、新能源产业发展方面走在行业前列

中国品牌市场占有率及销量增速



■ Stock Code: 1958.HK

中国品牌细分价格区间市场份额

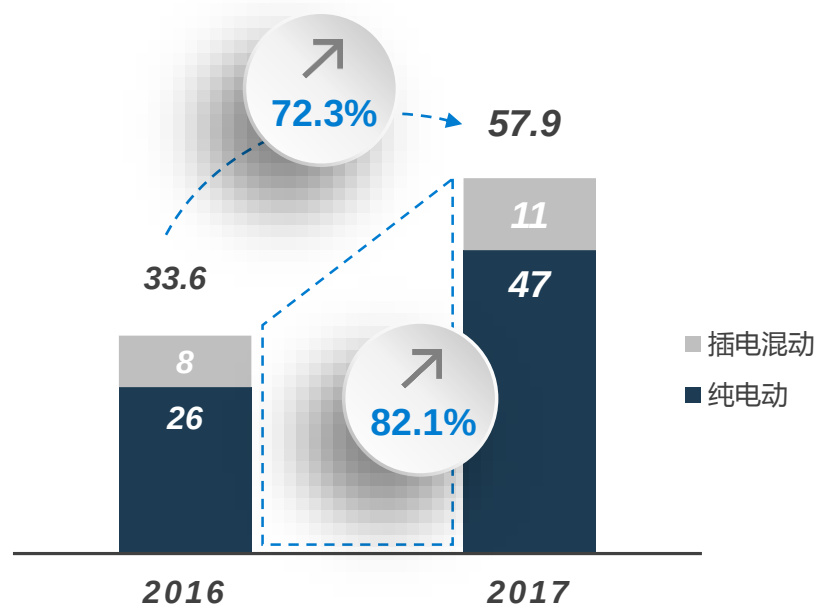


注：每个价位段销量：100%=合资+自主；
数据来源：全国乘用车市场信息联席会（下称“乘联会”）

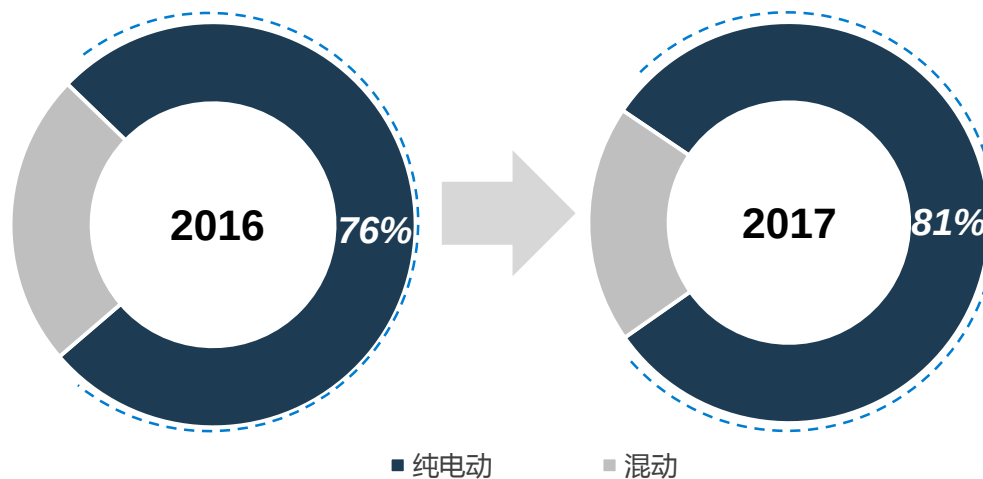


2017年度，新能源乘用车市场发展依然迅猛，合计实现销售57.9万辆、同比增长72.3%；其中，纯电动乘用车实现销售46.8万辆、同比增长82.1%，占新能源乘用车销量的比例提升至80.8%

新能源乘用车销售及增长情况（万辆）



纯电动新能源乘用车销量份额



能源危机、环保趋严等因素推进新能源乘用车技术和产业升级与发展；互联网、4G/5G、大数据、人机交互技术催生网联化趋势；以人工智能、云计算和大数据等技术为代表的新一轮科技革命引领汽车智能化发展，智能驾驶、智能互联、智能座舱等领域成为行业风口；汽车共享化也成为热门研究方向和商业模式



电动化

- 日趋严格的环保要求、能源结构调节需要
- 高车辆效率需要
- PEV、PHEV、FCV技术升级



网联化

- 汽车网联化将逐步产业化、市场渗透率持续上升
- 传统车企与互联网企业的战略合作，形成汽车产品和服务融合生态圈



智能化

- 自主式和网联式加速融合，更高级别驾驶辅助技术出现
- 传统车型与算法企业深度合作、推动智能化升级



共享化

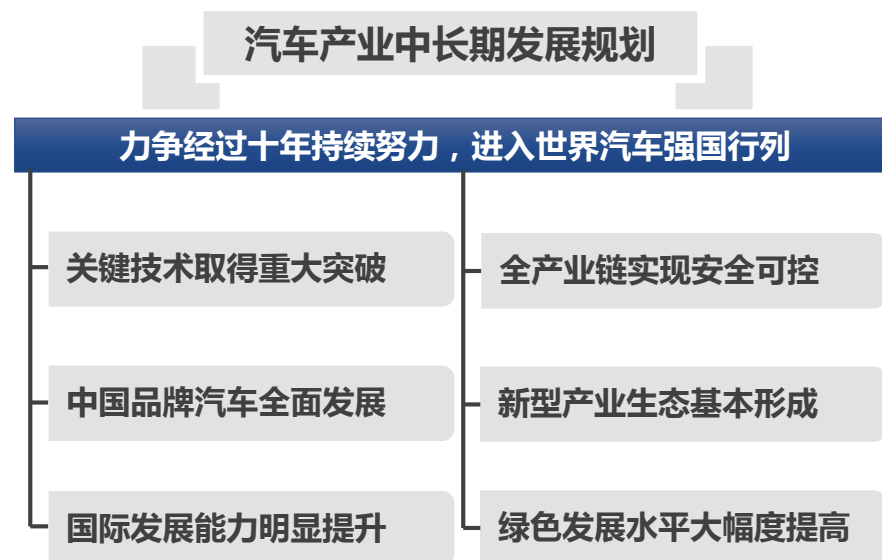
- 推进汽车共享领域、便利出行
- 新共享理念和商业模式不断涌现





6 行业监管政策日趋完善

2017年度，行业监管政策进一步完善，产业发展规划升级明确：《汽车产业中长期发展规划》制定了汽车产业的总体发展目标，力争在十年内使我国迈入世界汽车强国行列；双积分政策正式发布并从2018年4月起实施



1

2017年全年业绩概览

2

2017年行业发展情况

3

2017年本集团经营情况

- 北京品牌
- 北京奔驰
- 北京现代

4

合并财务报表数据

5

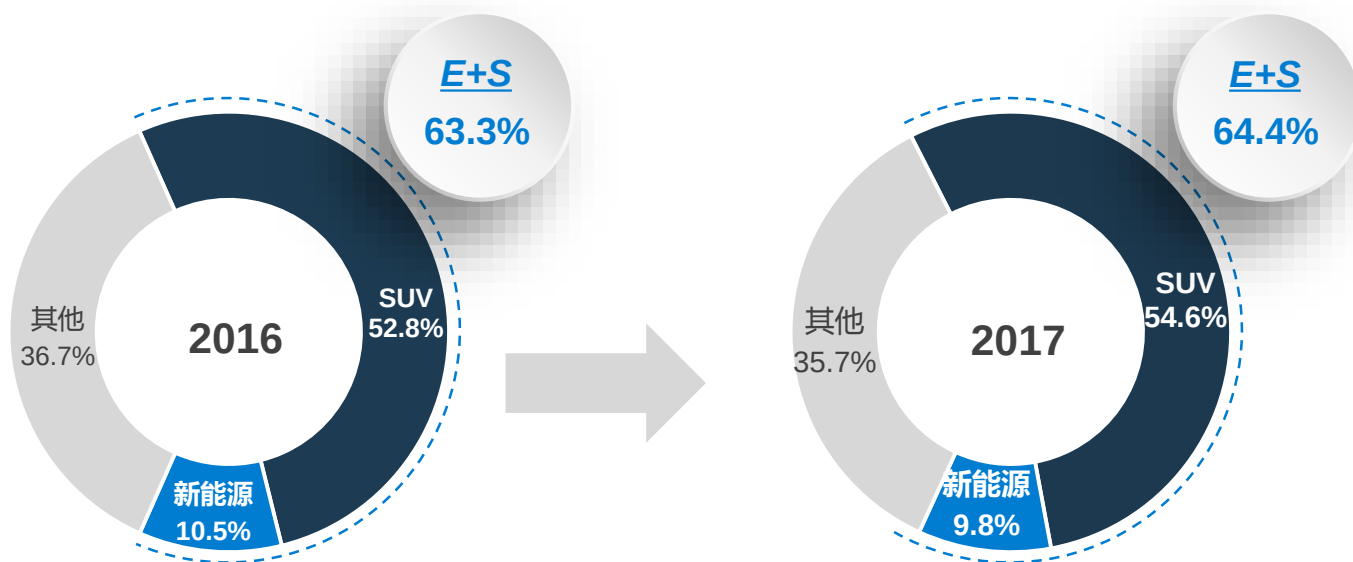
发展展望

1

北京品牌：产品结构优化调整

虽然整体销量承压，2017年度，北京品牌的产品结构进一步优化提升，“E+S”占比提升至64.4%，SUV产品销量占比提升至54.6%

类别产品销售结构变化



1 北京品牌：北汽绅宝成功推出首款2.0产品 - 全新绅宝D50

北汽绅宝开启2.0时代，2017年11月，北京品牌2.0开篇之作同时也是“智能化”战略落地后的首款产品全新绅宝D50成功上市，其在造型、内饰、车载互联体验等方面获得广泛认可



- 北汽二代全新设计语言
- “翼展飞翔”式前格栅造型
- 琴键式LED尾灯
- 溜背设计

高颜值

- 9寸智能车机
- 智能语音交互
- 7寸液晶仪表

高智能

- 360度全景影像系统
- 全系标配ESP+EPB
- 胎压监测报警

高安全

- 内饰设计语言
- 豪华高CONSOLE设计
- 高质感“卡门红”色漆

高品质

最受欢迎新车
北京晚报

经济型轿车感知价值奖
汽车商业评论轩辕奖

年度家用轿车
网易汽车

北京品牌：越野车优势突显

北京品牌越野车产品进一步收获市场青睐，差异化竞争优势明显；2017年，北京（BJ）80车型成为系列活动的阅兵专用车，为北京品牌“越野世家”的口碑再增含金量；北京（BJ）40车型借助“战狼2”等热门话题赢得市场广泛关注

北京（BJ）80



北京（BJ）40



北京（BJ）20



1

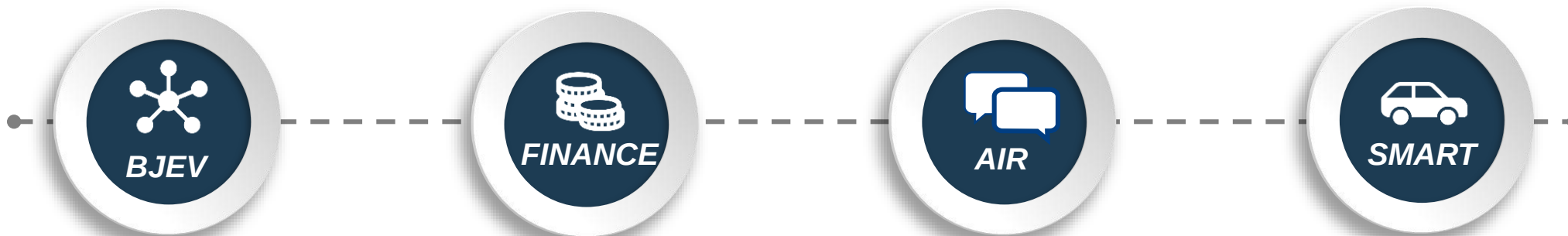
北京品牌：新能源产品升级

2017年，北京品牌明确新能源战略，将按照纯电动、混合动力与48V系统三大平台进行技术积累和产品布局；同时，北京品牌相继投放EX260、EH300、EU400三款纯电动新能源车型，继续引领国内新能源乘用车技术迭代和产品升级；EU400车型综合工况续航里程提升至360km，更大限度满足用户需求



1 北京品牌：2017年业务拓展及技术合作

2017年度，北京品牌加大新产业布局，深化与战略合作伙伴合作，进一步谋局新能源业务发展及汽车金融业务扩张，为产业升级积蓄动能；同时确定“智能化”战略，与百度、科大讯飞等行业翘楚签署战略合作协议，在智能驾驶、智能互联等领域广泛合作



增资北汽新能源

认购及增持北汽新能源新增注册资本，增持后持股8.15%

加强汽车金融布局

向北汽财务增资，延伸汽车金融业务布局

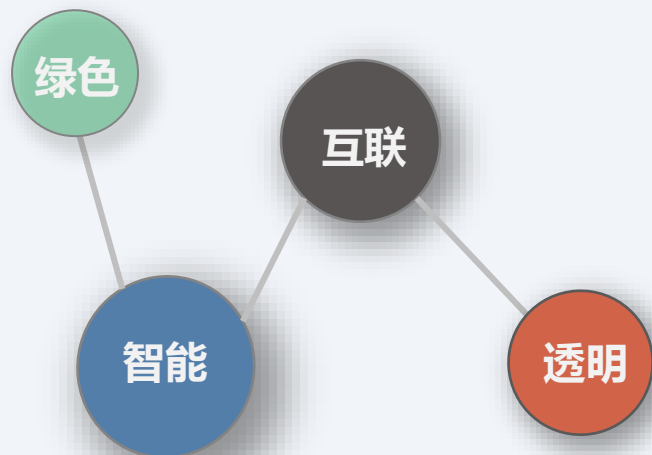
“智能化”战略落地

与百度、科大讯飞、延锋等企业签署战略合作协议，谋局智能驾驶、大数据、云服务、智能语音等新兴科技领域，深耕智能化



1 北京品牌：绿色工厂/智能制造

2017年，北京品牌完成了株洲基地二工厂建设工作，该工厂按照“中国制造2025”标准规划建设，具有“智能、透明、互联、绿色”属性，配备高度自动化、柔性化生产线；工厂助力北京品牌进一步优化产能、提升生产技术水平，为北京品牌2.0产品投放提供保障



2017年5月，株洲基地

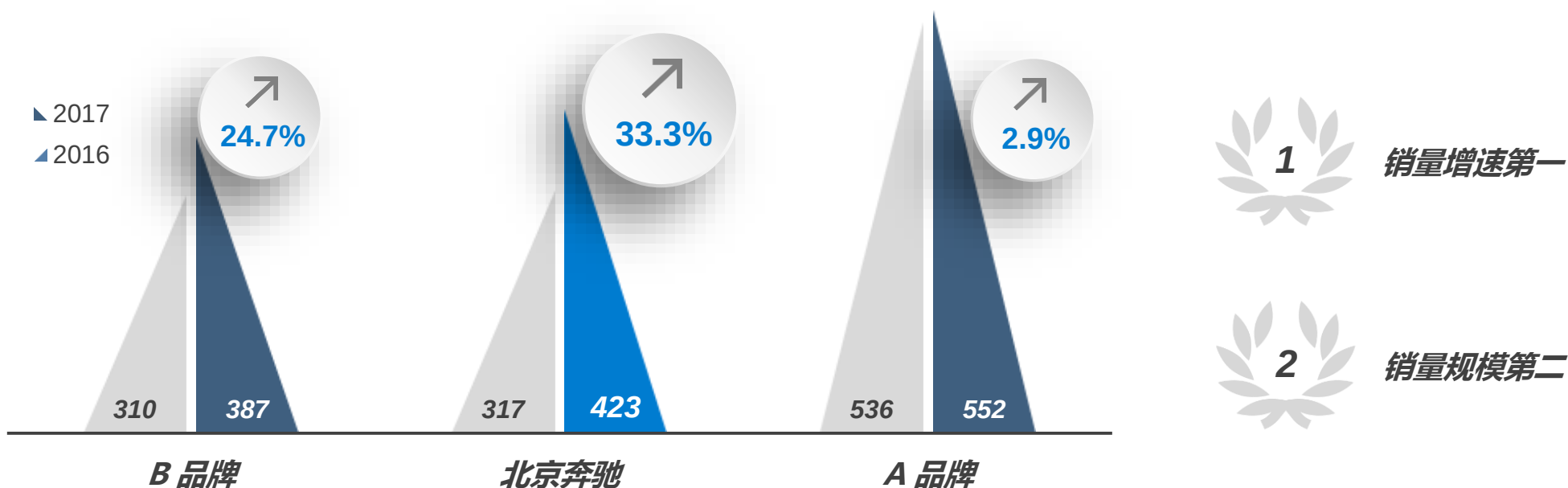
- 株洲基地二工厂竣工
- 数字智能化生产为核心标准，绿色、品质、智能为战略核心
- 全新绅宝D50于株洲基地生产



2 北京奔驰：销量增长情况

自2016年跃升至第二大主要国产豪华乘用车制造商以来，北京奔驰销量增速表现持续优于竞企，快速发展的同时也持续领跑国内豪华车市场；2017年，国产奔驰乘用车对奔驰品牌乘用车在华销量贡献度超过70%

国产豪华乘用车品牌销量及增速（千辆）



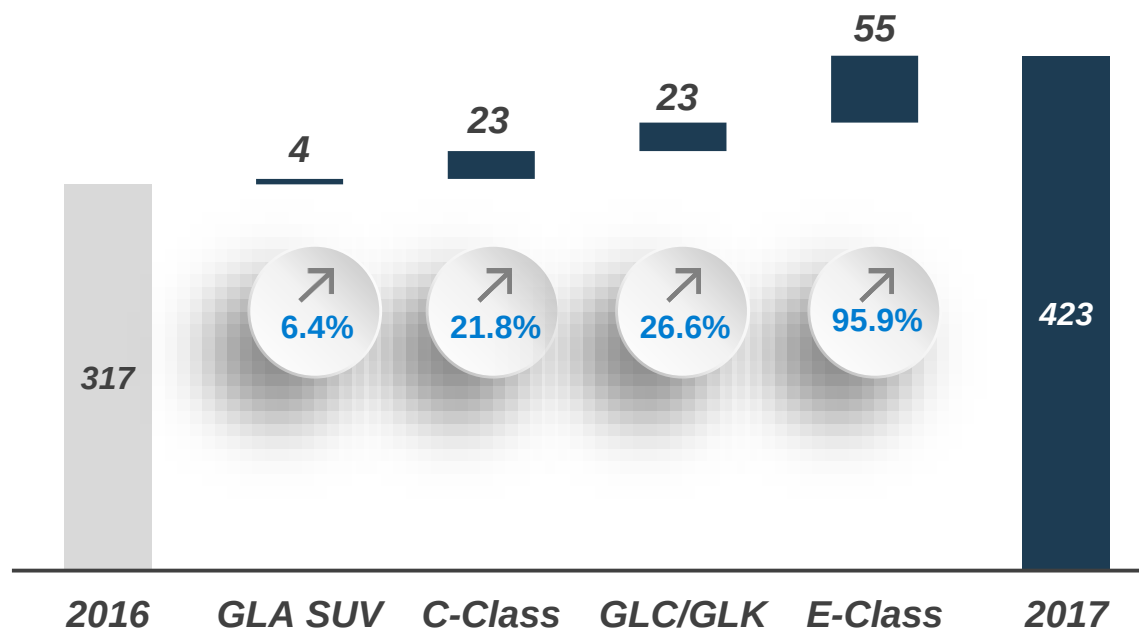
2

北京奔驰：各车型销售表现

北京奔驰全系产品均受到市场认可，各车型均创造历史最好销售成绩，全新E级轿车销量同比增长95.9%、月销峰值超过1万台、成为销量增长的主要驱动力；2017年6月，GLA级SUV中期改款车型上市，更加迎合中国市场消费需求

2017年6月，GLA中期改款车型上市

细分车型销售贡献以及销量增速（千辆）



北京奔驰：进一步完善产能建设

2017年度，北京奔驰发动机二工厂建成投产，MFA工厂涂装、冲压、焊装产线建成投产，整车与发动机生产能力进一步提升；北京奔驰拥有先进的生产设施、开创行业先河的技术水平以及与戴姆勒全球工厂体系一致的生产标准，全面保障产品品质

MRA工厂

戴姆勒海外产能最大总装车间



发动机工厂

戴姆勒首个海外乘用车发动机工厂
2017年，二工厂建成投产



MFA工厂

戴姆勒技术最先进的前驱车工厂
2017年完成涂装、冲压、焊装生产线建设、突破产能瓶颈



北京奔驰落实“中国制造2025”和绿色制造体系建设要求，将MFA工厂建设成绿色智能环保工厂；同时持续推进“智能制造”进程和管理创新，致力于将北京奔驰打造成德国工业4.0与“中国制造2025”的践行示范区



智能管理

- 预测性维修
- 动能管理



智能生产

- 智能机器人
- 预测电检返修



智能装备

- 智能烤箱
- 质量智能分析



智能物流

- Pick by X自动拣货
- RFID循环包装

北京奔驰：加速新能源布局

2017年6-7月，在中德双方领导人的见证下，北汽与戴姆勒两次签约，明确了北京奔驰新能源产品导入及电池工厂项目战略规划，目前北京奔驰动力电池工厂已开工建设；北京奔驰将新建纯电动车生产基地，并计划于2020年前完成首款电动车的投放



6月1日，中国国家总理
李克强与德国总理默克
尔共同见证北汽与戴姆
勒签署框架协议



7月5日，中国国
家主席习近平与
德国总理默克尔
共同见证北汽与
戴姆勒签署新的
框架协议



2017年，位于北京
亦庄的北京奔驰纯
电动车整车工厂及
动力电池工厂已开
工建设

01



北京奔驰将在北京顺
义新建纯电动车生产
基地，并引入梅赛德
斯-奔驰纯电动车产品，
基地建设已经启动

02



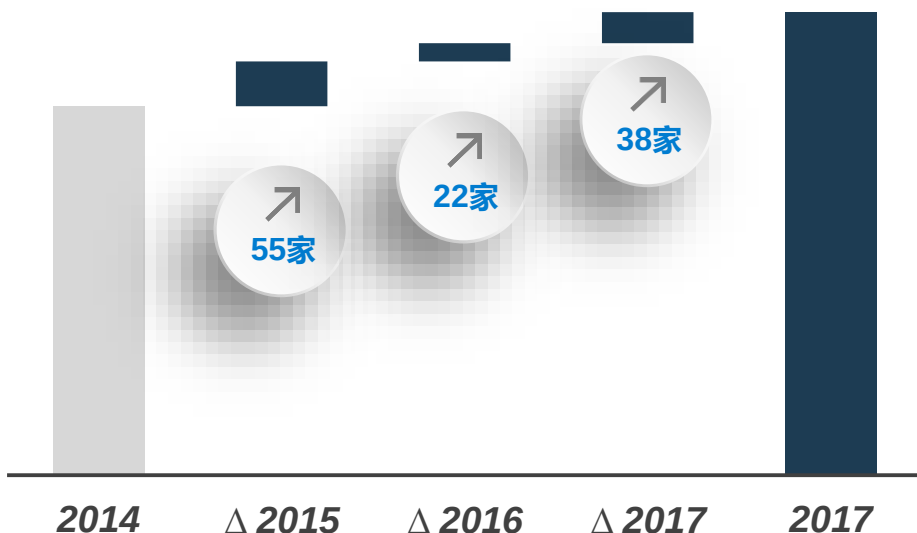


北京奔驰：销售网络扩张

通过合营公司奔驰销售管理公司的大力整合，梅赛德斯-奔驰品牌在中国的经销商网点数和城市覆盖数已达到行业领先水平，截至2017年12月底，已达到566个经销商网点和224个覆盖城市规模

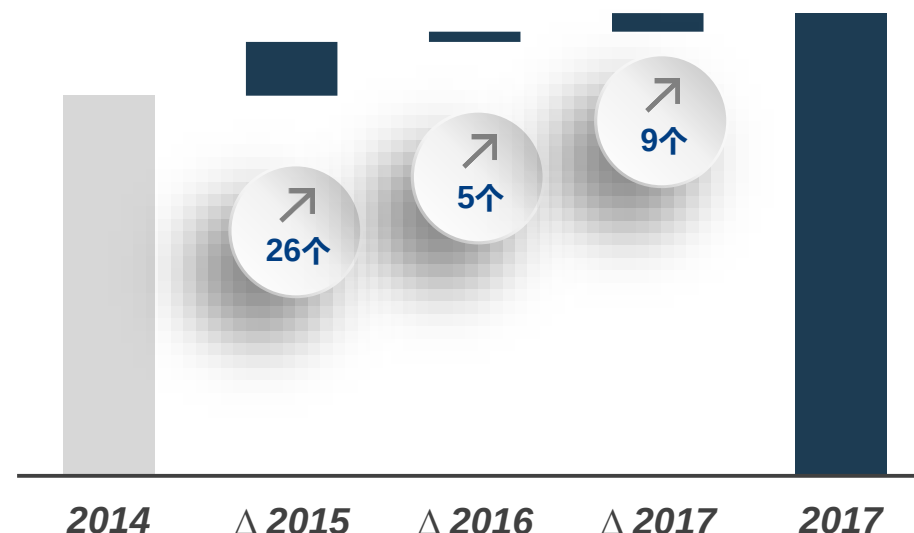
奔驰经销商网点数量以及增长情况

(截至2017.12.31)



奔驰销售网络城市覆盖数量以及增长情况

(截至2017.12.31)



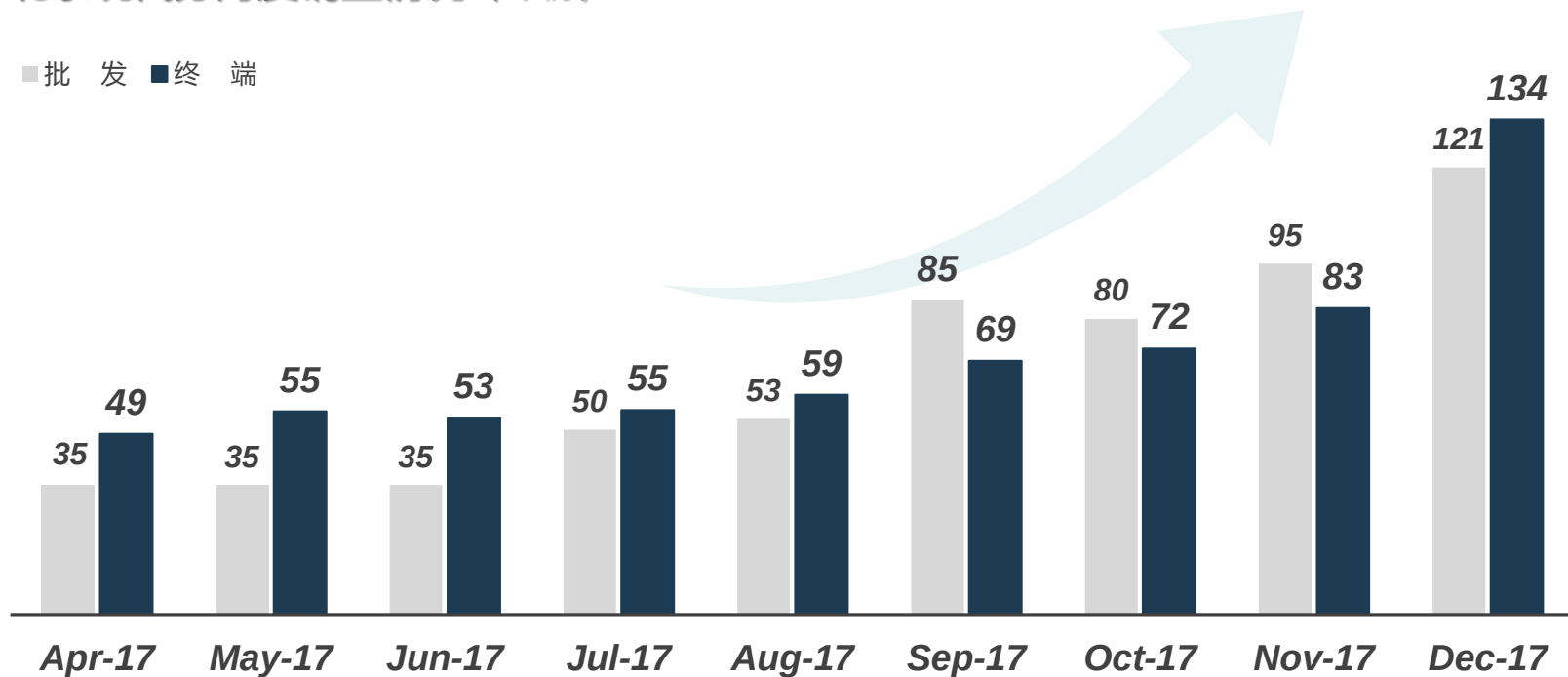


北京现代：重回细分市场主流

自2017年三季度开始，北京现代销售持续回暖，连续三月销量环比保持正增长，特别是在9月大幅增加促销后，重点车型销量环比大幅提升，领动、名图、全新途胜销量破万，重回细分市场主流

北京现代分月度销量情况（千辆）

■ 批 发 ■ 终 端



D+S占比
48.5%



北京现代：重回细分市场主流

2017年11月，北京现代新一代IX35上市，新车采用了更加本土化的设计，更迎合国内消费者的喜好，配备多项智能技术，上市首月便取得约1.5万辆的销售业绩，获得市场的认可



百度通信型导航+语音识别

FCA前碰撞预警制动系统

Blue Link 车辆远程控制



上市首月销量

14,474辆

北京现代：能力体系行业翘楚

在J.D. Power 2017年一系列汽车满足度调查中，北京现代在销售满意度研究（SSI）、售后服务满意度研究（CSI）、中国新车质量研究（IQS）均荣获主流车细分市场排名第1位，在能力体系上成为行业翘楚



SSI – 665分
细分行业 No.1



CSI – 744分
细分行业 No.1



IQS – 86分
细分行业 No.1



北京现代：快速推进新能源战略

2016年，北京现代发布新能源计划 - NEW计划，明确将于2020年前推出9款重磅新能源车型；2017年8月，北京现代发布首款纯电动新能源战略车型 - 新伊兰特EV，进一步迎合市场需求和行业发展趋势

2018

第九代索纳塔
PHEV
.....



2017

新伊兰特EV
续航里程270 Km
(综合工况)



2016

第九代索纳塔
混动版



北京现代新能源战略

新能源战略—NEW计划

N, nine, 代表北京现代预计将在2020年前推出九款重磅新能源产品，进一步完善新能源产品在各细分市场的布局；



W, New Way. 代表北京现代所倡导的一种健康环保的生活方式和出行方式。

E, 代表新能源技术。未来HEV、PHEV、EV及FCV技术将在北京现代的新能源产品中得到全面应用；

3

北京现代：新工厂建设情况

2017年8月，北京现代第五座工厂-重庆工厂建成投产，五座工厂形成合力，为后续竞争发力奠定了基础



一工厂·北京



二工厂·北京



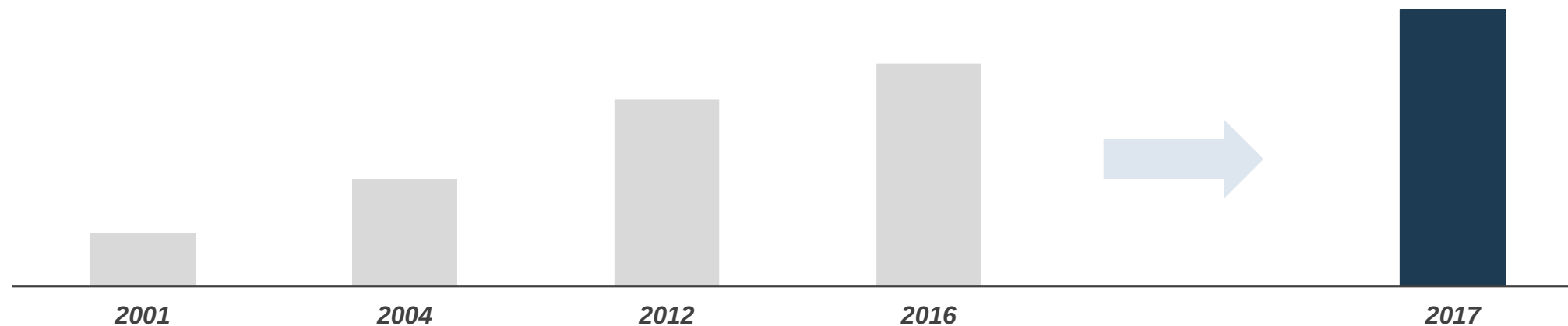
三工厂·北京



四工厂·沧州



五工厂·重庆



3

北京现代：打造矩阵式产品布局

在2017年的广州国际车展中，北京现代首发了旗下全新运动SUV-ENCINO，该车采用了现代品牌全新的设计语言，并且拥有不俗的动力系统，标志着北京现代在打造性能车系方面迈出了坚实的一步；以此为开端，未来北京现代将打造矩阵式产品布局，更好地满足本土消费者需求



北京现代矩阵式产品布局





- 1 2017年全年业绩概览
- 2 2017年行业发展情况
- 3 2017年本集团经营情况

4 合并财务报表数据

- 5 发展展望



1 简要财务数据（合并口径）

单位：人民币百万元

项 目	2017 FY	2016 FY	YOY
收 入	134,158.5	116,199.0	15.5%
毛 利	35,499.3	26,231.7	35.3%
分销费用	11,919.5	10,603.1	12.4%
行政费用	5,007.0	4,297.4	16.5%
其他亏损/（利得）- 净额	1,054.7	-189.1	增加 1243.8
财务费用 - 净额	447.9	467.9	-4.3%
在采用权益法核算的投资中享有的溢利/（亏损）份额	-33.8	4,216.7	减少 4250.5
除所得税前利润	17,036.4	15,269.1	11.6%
年度利润	10,998.3	11,536.2	-4.7%
归属于：本公司权益持有人	2,252.8	6,366.9	-64.6%
非控制性权益	8,745.5	5,169.2	69.2%
基本和摊薄每股收益（人民币元）	0.30	0.84	-64.3%
资本性支出（资本开支与研发支出）	11,527.8	8,875.7	29.9%





- 1 2017年全年业绩概览
- 4 2017年行业发展情况
- 3 2017年本集团经营情况
- 4 合并报表财务数据
- 5 发展展望**



2018年本集团经营方针

加快产品升级

以客户为中心，坚定产品路线
全面加快电气化及智能网联技术的应用，实现产品迭代升级

合力加减乘除

加：提升“产品力、营销力、品牌力”，实现核心竞争力的突破
减：整合资源，减产能冗余、减机构臃肿、优化流程和效率
乘：发挥资本市场的杠杆效应、合资合作的拉动效应、管理提升的促进效应
除：践行核心价值观，祛除不良作风，打造狼性团队，提升企业软实力

坚持转型发展

转变经营理念、创新工作方法，坚持全员向经营者转型
推动企业步入良性发展轨道

积聚成长动能

挖掘成长潜力、激发增长活力，积聚企业发展持久动力





2018年新车型发布计划



北京汽车
BAIC MOTOR



北京汽车
BAIC MOTOR

绅宝



X55中期改款/全新D70/X35中期改款
SUV 下半年发布/轿车 下半年发布/SUV 下半年发布

北京



BJ40L中期改款/BJ90
越野车 上半年发布/越野车 上半年发布

新能源



EX360/全新EU450/EX5
SUV 上半年发布/轿车 上半年发布/SUV 上半年发布



Mercedes-Benz
北京奔驰



全新A级车



GLC长轴版



新一代C级车



北京现代



C2高端车
轿车 下半年发布



Encino
SUV 即将发布



全新胜达
SUV 下半年发布



全新第九代索纳塔/领动
PHEV轿车 即将发布/下半年发布



北京品牌：全面进入2.0时代



北京汽车
BAIC MOTOR

继首款2.0车型全新绅宝D50成功上市并取得不俗成绩后，北京品牌全面进入2.0时代。北京汽车将深耕产品2.0，科学规划车型，加速新能源布局，聚焦产品力提升；明确品牌战略，规范品牌管理，打造形象清晰、特质鲜明的品牌形象，重塑品牌力

产品力 +

电动化

品牌力 +

2018年产品导入

- 全新车型：新D70
- 改款车型：X55中改
X35中改

后续产品定义/立项，启动

- A级跨界SUV
- 5+2座SUV
- 换代X55
- MPV/Wagon

启动48V商品开发

- C40D 48V
- C53F 48V

启动PHEV/HEV先导车 产品开发

- C62X PHEV

启动混动核心资源开发

- 混动发动机开发
- 混动变速箱开发

品牌绩效综合力

北汽绅宝 35%

品牌形象-理性价值

北京汽车 5%

声望、知名度、美誉度

北汽绅宝 35% 5% 5%

传播核心效力

官网、双微平台 50%



北京品牌：研发技术规划

2017年，北京品牌明确了智能化、网联化、电动化、轻量化的研发战略，并匹配以产品规划，角力汽车2.0时代的行业竞争



智能化

Nova - PLS

- 树立一个愿景
- 建立三大技术平台
- 四个阶段实推进



网联化

Nova - Link

- 多维度互联网合作
- 丰富各梯度产品配置
- 多维度满足客户需求



电动化

2.3.1战略

- 明确二条技术路线
- 开发三大平台：
 - BEV纯电驱动平台
 - PHEV/HEV强混合动力平台
 - 48V低压中轻混合动力平台
- **2020年车型100%电动化**



轻量化

5.8.5工程

- 整车减重80Kg以上
- 继2017年减重5%后，
至2020年再减重5%



欢迎访问我们的公司网站：www.baicmotor.com

以下为投资者查询方式：

电话: +86 10 5676 1958 (北京)

电邮: ir@baicmotor.com

