



北京汽车
BAIC MOTOR



BAIC Motor

2019年度业绩推介材料

北京 · 2020年3月

声 明



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士提供或披露，且不得复制上述信息。



Part 1. 业绩简述



业绩简述



销售表现：本集团2019年汇总销量142.5万辆、同比下滑2.4%，跑赢行业

自主业务：推进智能化+电动化“双轮驱动”战略，新能源销量占比超60%
发布新“BEIJING”品牌、提升产品力

北京奔驰：继续保持高速良性增长，对奔驰乘用车中国区销量贡献超80%
完善电动化时代的产能布局，首款电动车EQC上市

北京现代：受行业竞争以及结构性调整影响，业绩承压
新一代车型投放受到好评，电动化产品取得先机

财务表现：2019年经营表现稳定，实现净利润40.83亿元、每股收益0.5元
经营性现金流相对充足

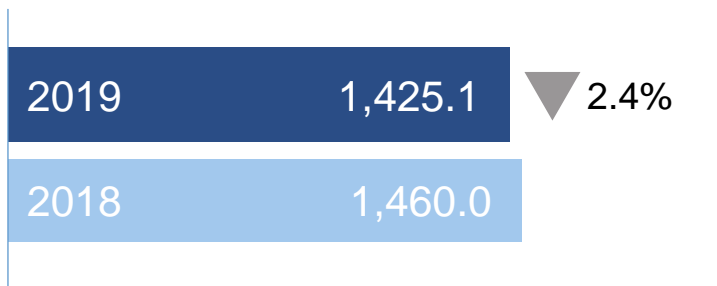
利润分配：董事会建议每股分配0.17元人民币，股利支付率近34%



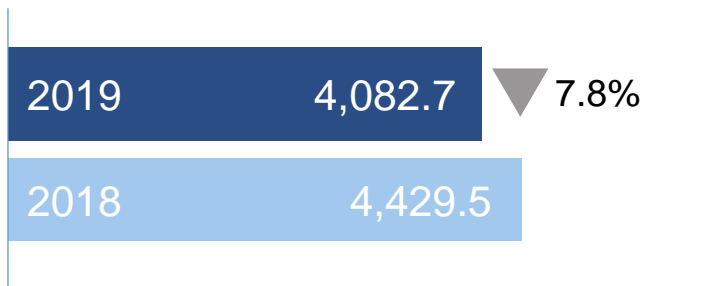
关键指标



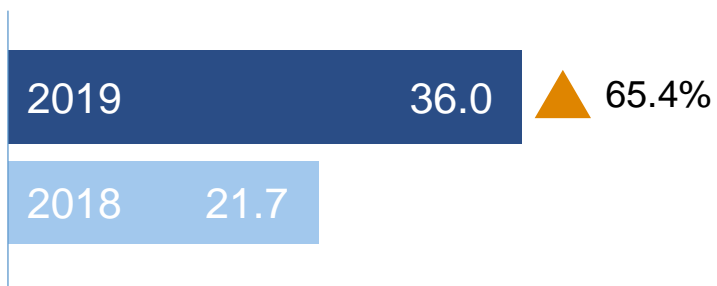
汇总销量
(千辆)



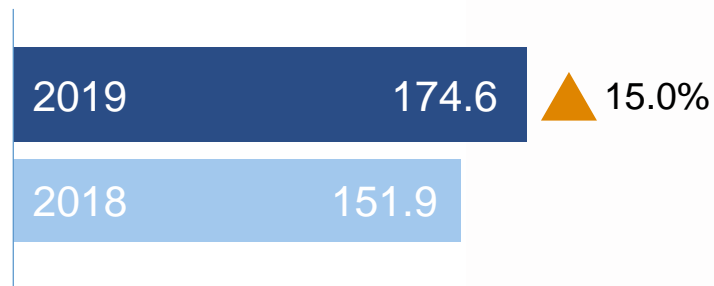
归属母公司所有者净利润
(百万元)



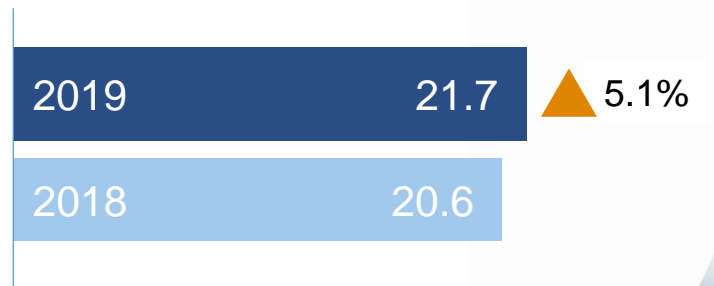
经营活动现金流净额
(十亿元)



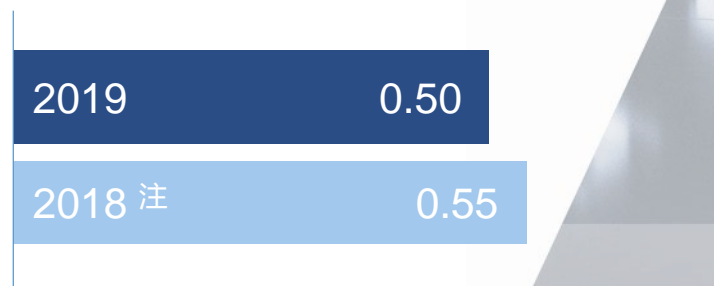
营业收入
(十亿元)



经营利润 EBIT
(十亿元)



每股收益
(元)



注：数据来源为国际准则审计报告
就公司2018年度每股收益而言，因2018年4月实施H股配售，2018年全年加权股本小于2019年股本

股利分配

归属母公司所有者净利润 (百万元)

2019	4,082.7
2018	4,429.5

每股收益 (元)

2019	0.50
2018 注	0.55

每股派息 (元)

2019	0.17
2018 注	0.19

股利支付率 (%)

2019	34.0
2018	34.5

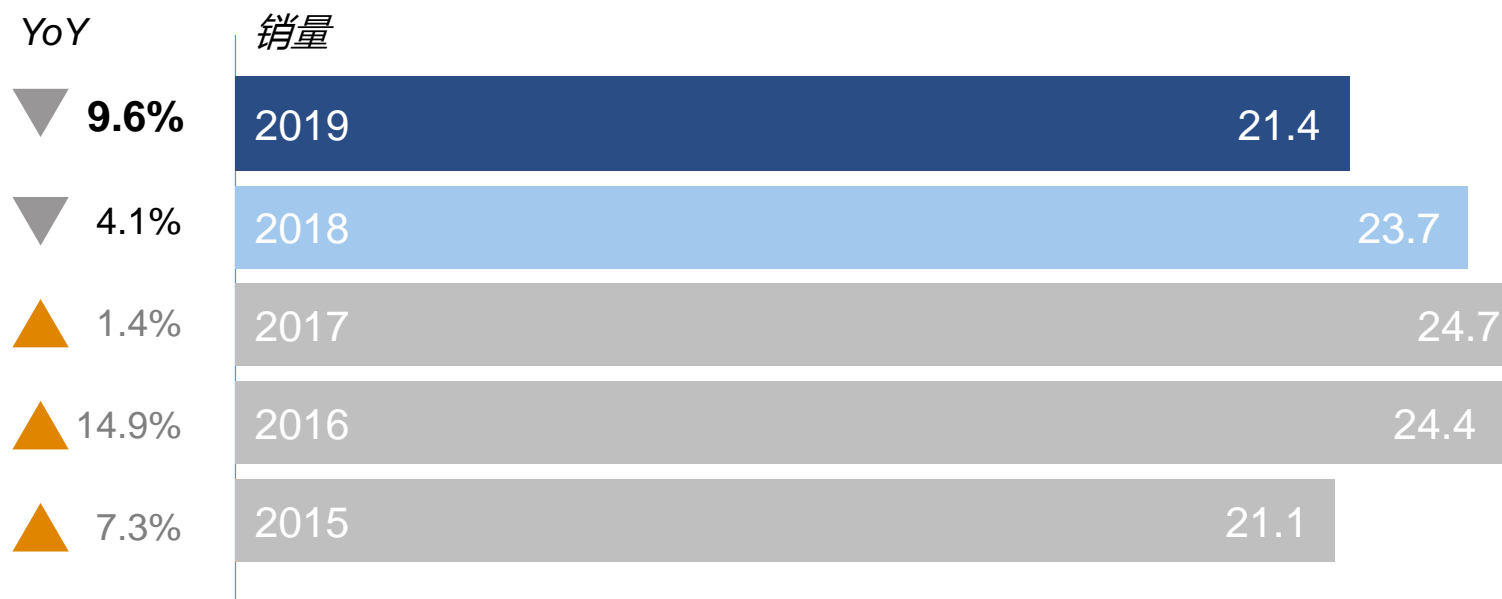
Part 2. 2019年行业发展情况



2019年：乘用车行业连续第二年下滑



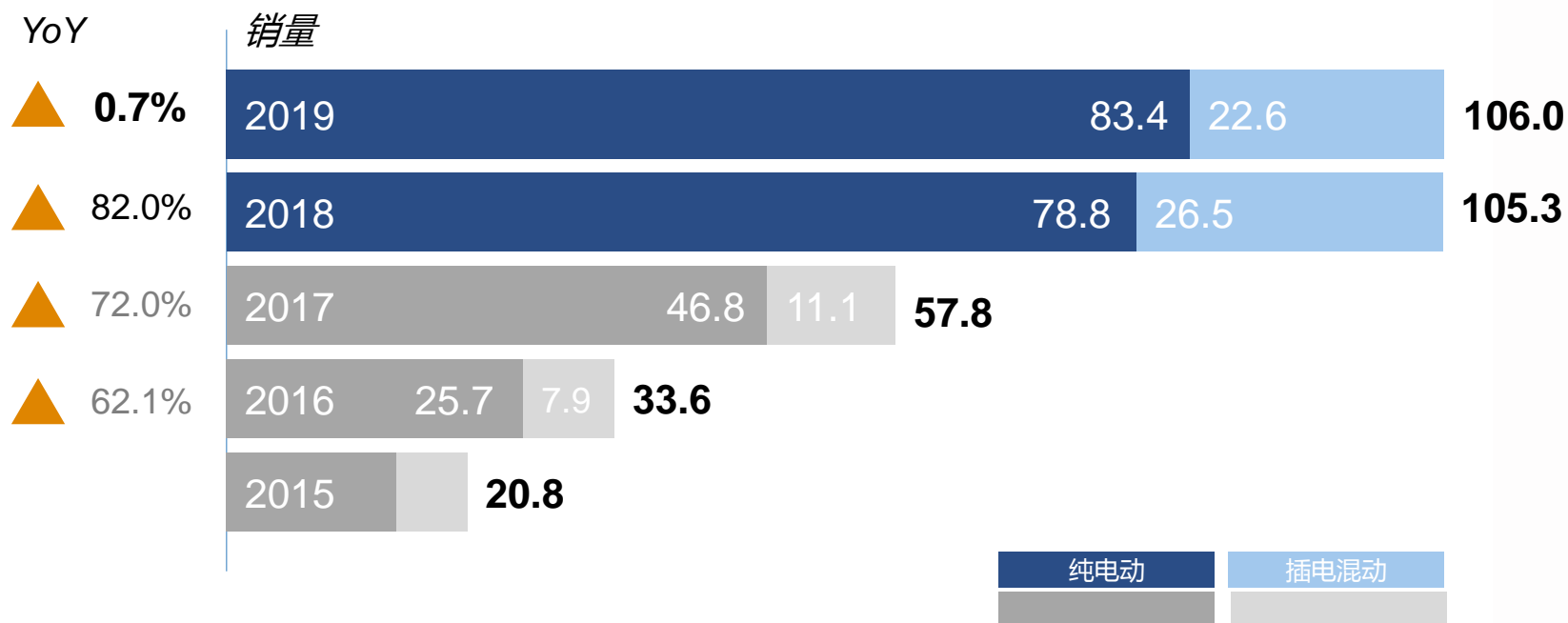
中国乘用车市场年度销量及增速（百万辆）



数据来源为中国汽车工业协会（“中汽协”），销量为批发数、下同

2019年：新能源产品实现微增长

新能源乘用车年度销量（万辆）



2019年：政策密集出台、引导转型升级

行业监管与引导政策频繁出台

2018

- 外资准入政策调整
- “双积分”政策执行
- 整车及零部件关税调整
- 增值税税率下调

2019

- 增值税及社保费率再下调
- 部分地区提前实施“国六”
- 多部委出台稳定汽车消费政策
- 新能源补贴继续退坡
- 部分地区放宽限购、增加供给
- 放开电池白名单限制
- “双积分”政策修改征求意见

Part 3. 各业务分部经营情况

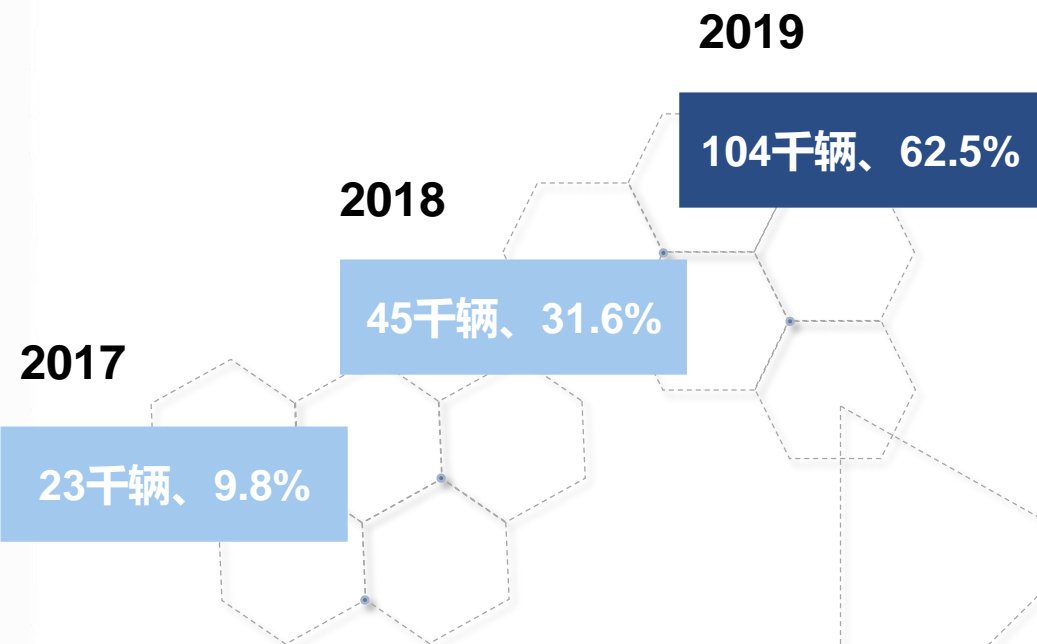


自主业务：持续优化结构，新能源车超60%



● 2019年新能源车销售比例超60%

● EU5车型获行业销量冠军

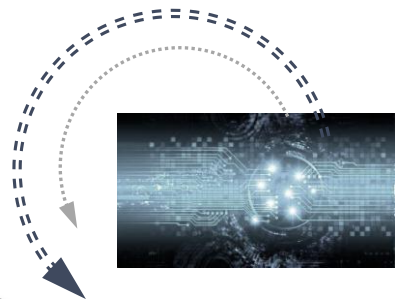


自主业务：“三力提升”步入纵深



产品力

践行“双轮驱动”战略



智能化 + 电动化



品牌力

发布新“BEIJING品牌”，品牌焕新



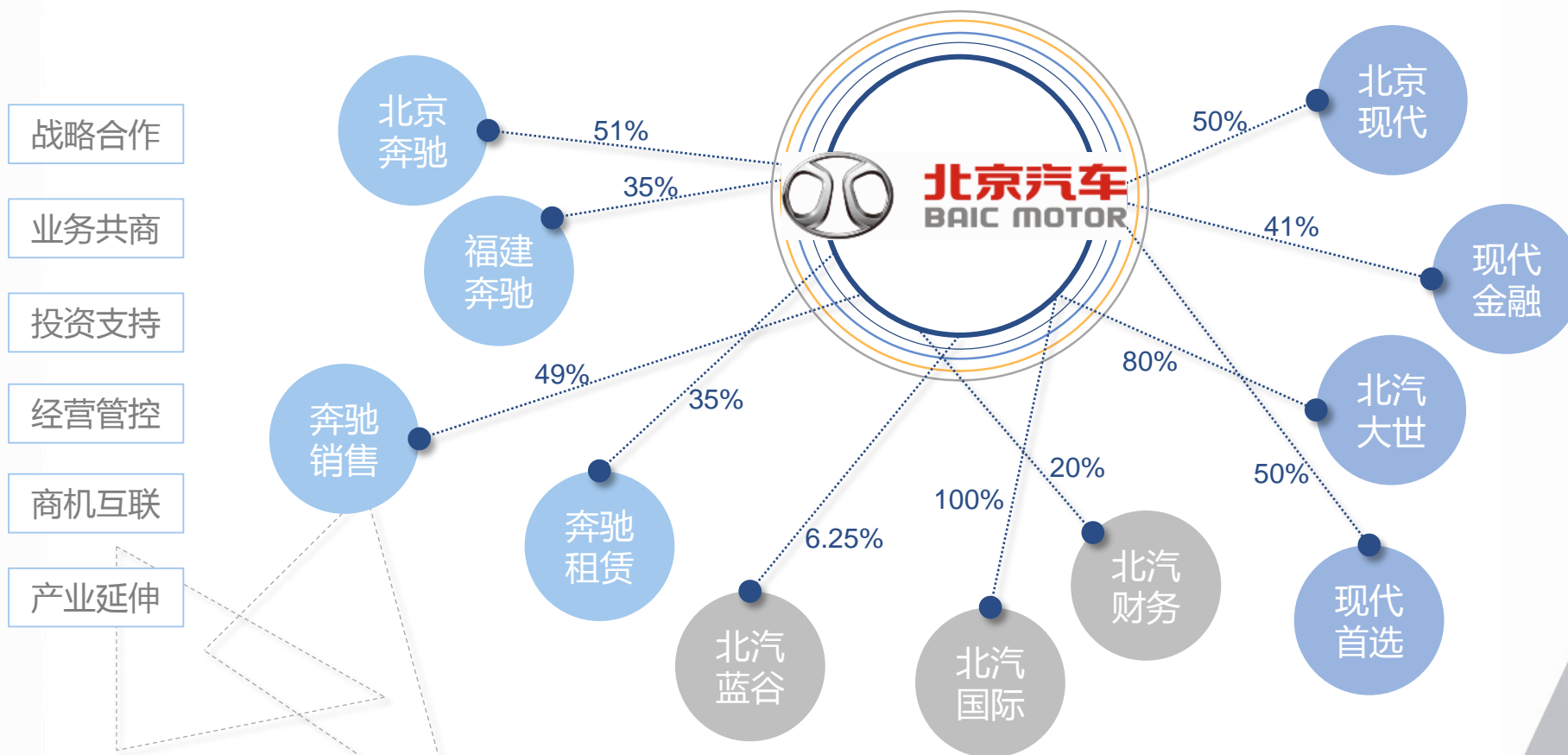
营销融合、渠道归一

营销力



自主业务：总部管理支撑战略发展

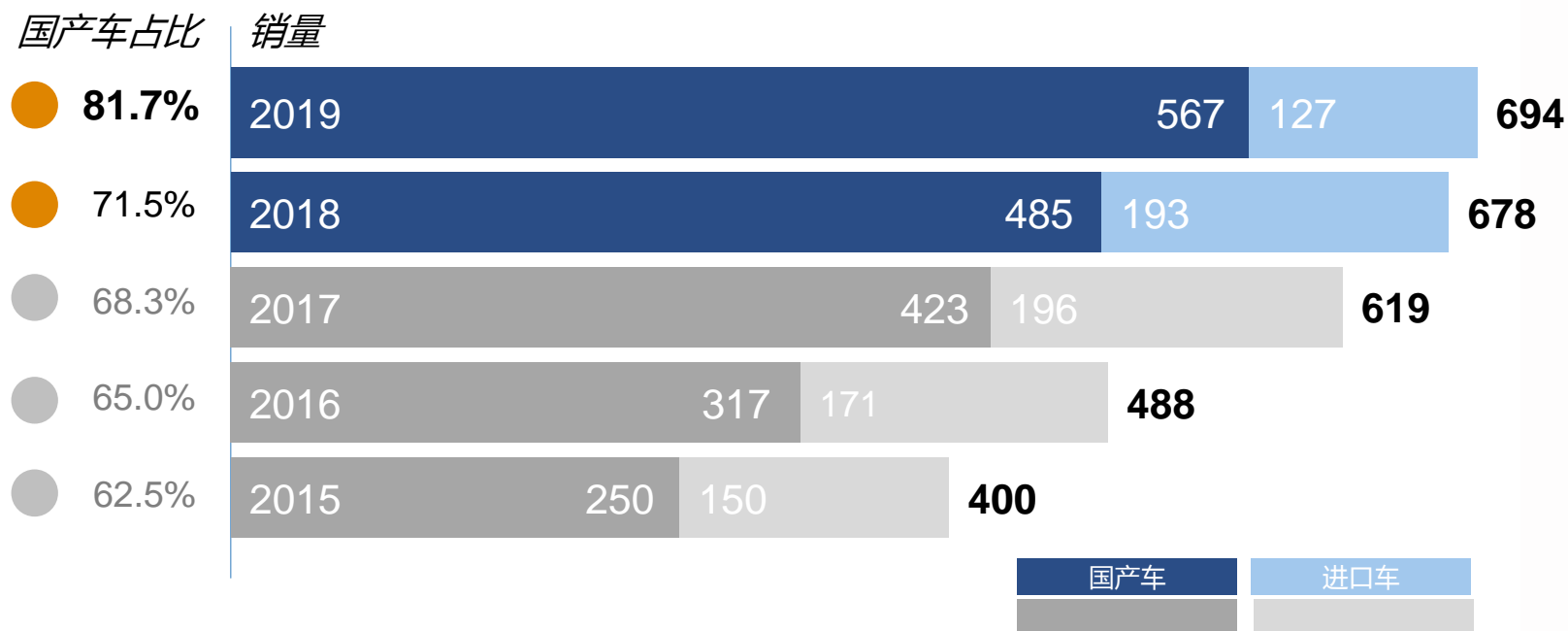
作为上市公司主体，自主业务直接投资、管理合资实体



北京奔驰：支撑奔驰品牌中国区销量提升



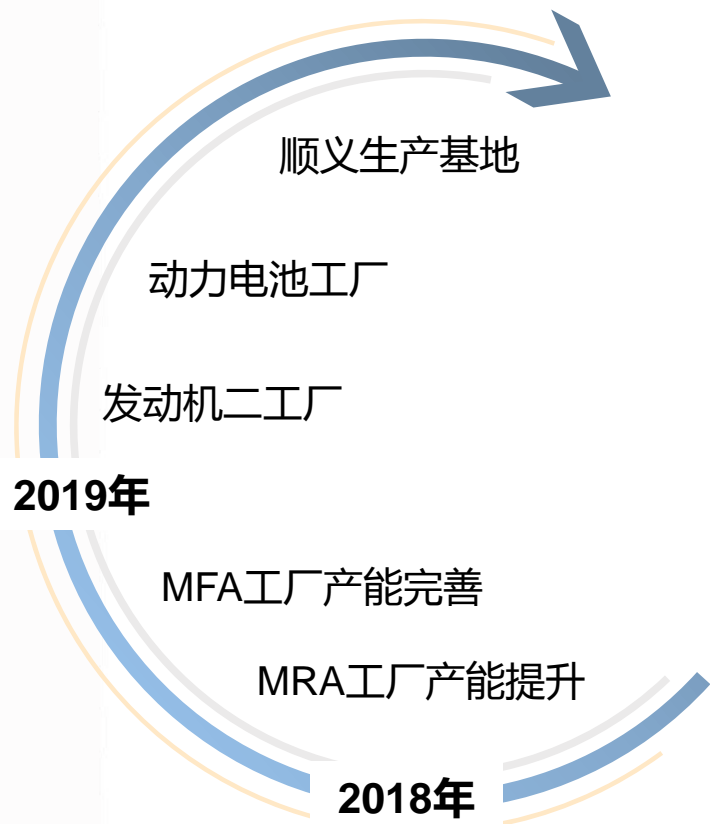
梅赛德斯-奔驰乘用车中国区销量情况（千辆）



北京奔驰：产能逐步提升、产品日渐丰富



● 北京奔驰产能逐步完善



● 北京奔驰产品进一步丰富



A-Class



C-Class



E-Class



GLA SUV



GLB SUV



GLC SUV



EQC BEV



M264



M270



M274



M282



北京奔驰：多维度实现产品突破



北京奔驰2019年新车型投放情况



GLB SUV
全球新车首发



EQC 纯电动SUV
奔驰品牌全球首款电动车



A35 L AMG
北京奔驰首款AMG车型



北京现代：战略车型及电动化提升竞争力

北京现代2019年战略车型投放情况

第四代胜达

Sensuous Sportiness 感性运动设计理念

Hyundai Smart Sense 智心合一系统

4930/1910/1720 mm，轴距 2865mm

提供六座/七座版本选择

智能网联系统

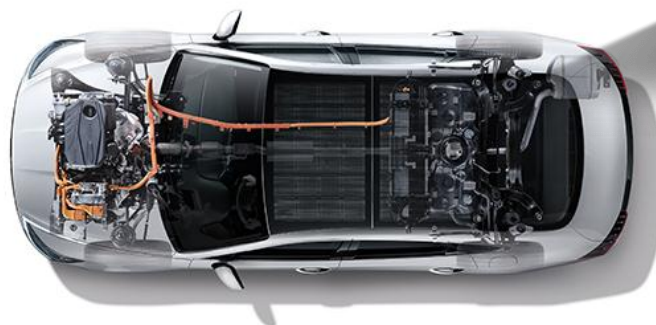
强大指纹识别系统



昂希诺 EV 综合续航500公里



菲斯塔 EV 综合续航490公里



领动PHEV 突破混动技术

数据来源：公司资料

北京现代：产品、技术、战略合作深化升级



北京现代持续推进产品、技术、营销、管控优化

品牌营销

SMART+战略发布

- SMART+ Clean 智+环保
- SMART+ Connected 智+互联
- SMART+ Freedom 智+自由

技术提升

打造第三代技术平台



- 设计更友善
- 碰撞更安全
- 操控更运动
- 气动更高效
- 多动力总成适配

成本竞争力优化

强化新车成本前期管控

确保新能源车零部件价格竞争力

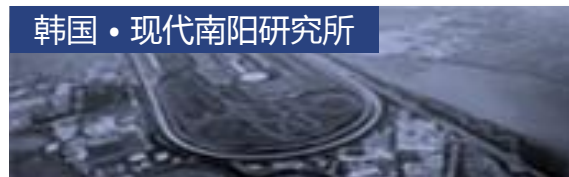
通过新技术/选装零部件国产化节俭成本

中韩合作开发

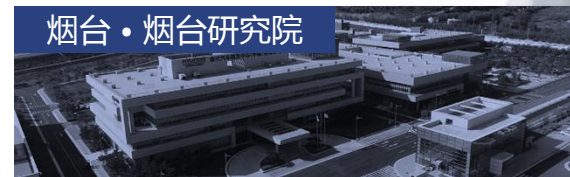
北京·北京现代



韩国·现代南阳研究所



烟台·烟台研究院



Part 4. 简要财务数据



合并口径财务指标



北京汽车
BAIC MOTOR

单位：人民币百万元

	2019	2018	YoY
收入	174,633	151,920	15.0%
毛利	37,487	37,007	1.3%
分销费用	10,294	10,432	-1.3%
行政费用	6,962	6,437	8.2%
其他利得/（损失）- 净额	1,766	623	183.5%
经营利润	21,684	20,628	5.1%
财务费用 - 净额	64	357	-82.0%
权益法核算投资享有溢利/（亏损）	-305	904	-133.7%
除所得税前利润	21,314	21,175	0.7%
年度利润	14,323	14,271	0.4%
归属于：本公司权益持有人	4,083	4,430	-7.8%
基本和摊薄每股收益（人民币元）	0.50	0.55	-9.1%

数据来源：国际准则审计报告

合并口径财务指标



单位：人民币百万元

	2019.12.31	2018.12.31	YoY
资产总额	193,212	172,034	12.3%
负债总额	120,585	102,796	17.3%
归属本公司所有者权益	50,403	48,415	4.1%

单位：人民币百万元

	2019	2018	YoY
经营活动现金流净额	35,953	21,733	65.4%
投资活动现金流净额	-11,615	-9,532	21.8%
融资活动现金流净额	-10,429	-13,700	-23.9%
自由现金流净额	27,037	15,492	74.5%
资本开支	8,329	6,414	29.9%
研发支出	3,081	2,403	28.2%
净债务/（现金）	-25,760	-11,527	123.5%

数据来源：国际准则审计报告

Part 5. 2020年展望



应对疫情复工复产情况

合资品牌运营保障措施

- **北京奔驰**：关注疫情发展情况，编制下一阶段爬坡生产计划；奔赴天津等地区，推动供应商复工、产能提升工作；目前已恢复正常生产状态
- **北京现代**：根据属地政策分工厂逐次复产；以日为单位进行配套企业零部件调度安排，目前已恢复正常生产状态
- **福建奔驰**：已于2月10日复工，零部件供应有保障
- **复工安全保障**：强化对员工返岗后的防疫物资安全管理、隐患排查、信息报送等工作

北京品牌运营保障措施

一季度销售保障措施

疫情期间已实施策略-疫情期间蓄力

- 政策支持**—针对金融、运营给予经销商支持
- 线上营销**—将经销商集客重心转向线上
- 以危为机**—推动BEIJING品牌营销模式变革
- 服务保障**—制定客户服务保障举措
- 物流保障**—调整运力结构，加强信息沟通

2020年公司经营战略



北京汽车
BAIC MOTOR



北京汽车
BAIC MOTOR



“BEIJING”品
牌焕新

三力提升
升级

改革实现
破局

.....

北京品牌

品牌 & 改革



Mercedes-Benz
北京奔驰



提升新工厂
运营能力

推进电动化
车型投放

加强与戴姆
勒的合作

.....

北京奔驰

电动化 & 新产能



北京现代



品牌形象
革新

战略车型
投放

电动化
升级

.....

北京现代

品牌 & 成本 & 电动化



Fujian Benz
福建奔驰



多渠道
提升销量

科学管理
降本增效

优化采购
推进国产

.....

福建奔驰

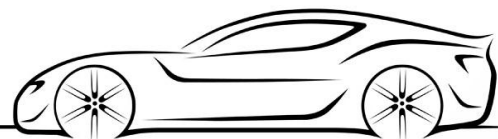
销量 & 产品



2020年新车型投放计划



BEIJING U5中期改款、EU5年度款



BEIJING X7 燃油 + PHEV 车型



Mercedes-Benz
北京奔驰



E-Class 中期改款



全新GLA



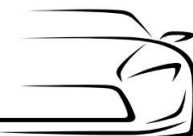
北京现代



菲斯塔EV



第十代索纳塔



第七代伊兰特

Q1

Q2

Q3

Q4





北京汽车
BAIC MOTOR

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

