



BAIC Motor
2017 Interim Results Announcement

北京汽车股份有限公司2017年上半年业绩推介材料

2017.08

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提供或披露，且不得复制上述信息。





1 2017年上半年业绩概览

2 2017年上半年行业发展情况

3 2017年上半年经营情况

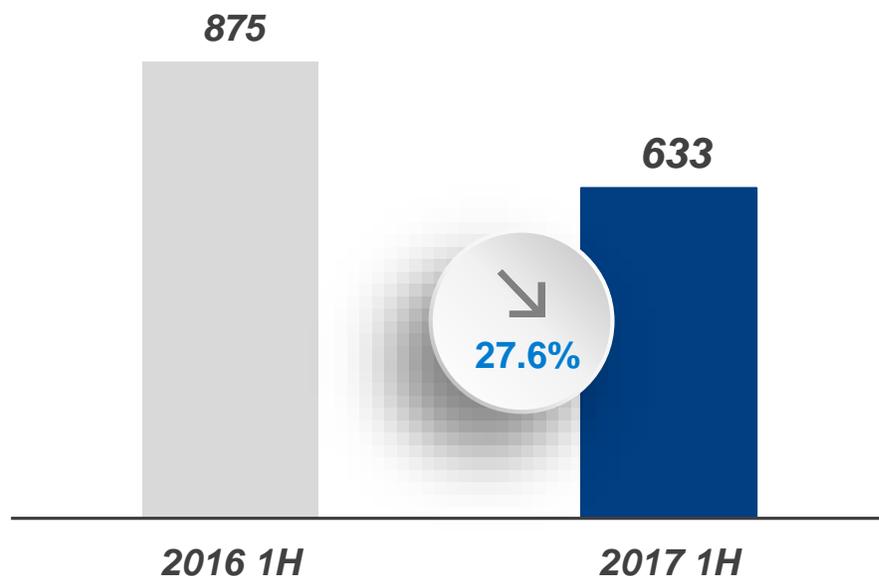
4 合并财务报表数据

5 发展展望

2017年上半年整体销售情况

2017年上半年，中国乘用车市场增速明显回落，受行业增速放缓、市场竞争加剧以及韩系车经营压力升级等因素影响，本集团整体销售业绩有所下滑，旗下北京品牌、北京奔驰、北京现代、福建奔驰合计实现整车销售63.3万辆、同比下滑27.6%

本集团2017年上半年销量情况（千辆）



北京汽车
BAIC MOTOR



Mercedes-Benz
北京奔驰



北京现代



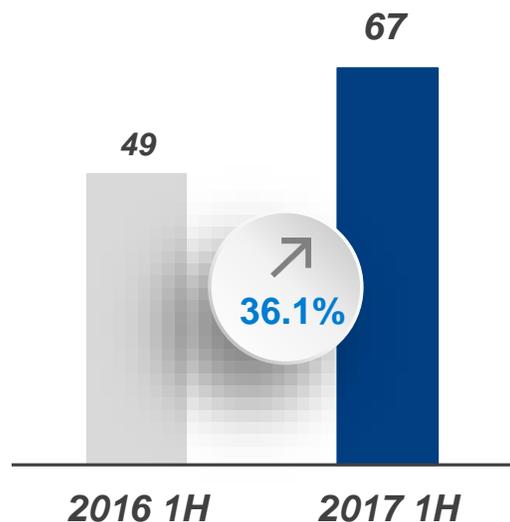
Fujian Benz
福建奔驰



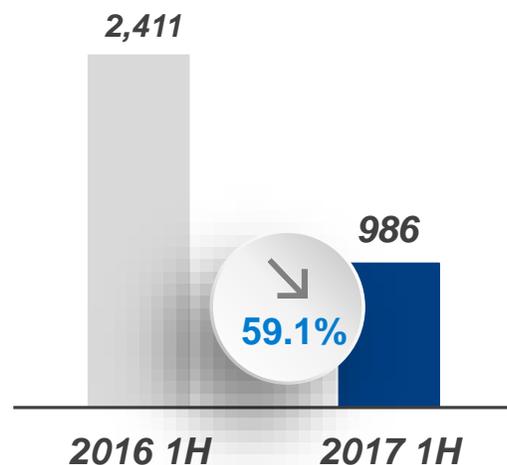
2017年上半年整体业绩情况

报告期内，本集团实现合并口径营业收入667.4亿元人民币、净利润50.5亿元人民币、归属于权益持有人净利润9.9亿元人民币、基本每股收益0.13元人民币

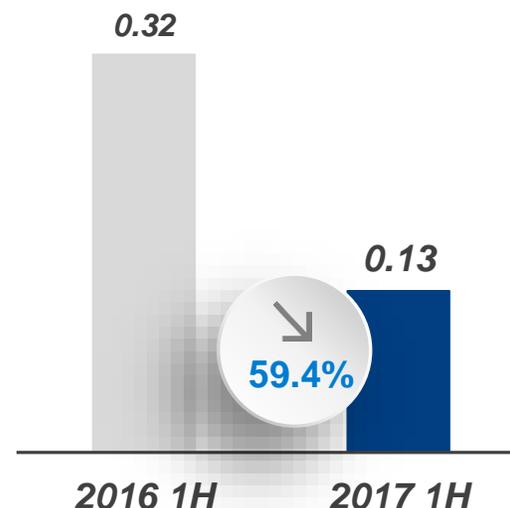
营业收入（人民币十亿元）



归属于权益持有人净利润
(人民币百万元)



基本每股收益（人民币元）



2017年上半年业务拓展情况

本集团加大新产业布局，加深与战略伙伴的战略合作，进一步谋局新能源业务发展以及汽车金融业务扩张，为产业升级作好准备



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%

深化与戴姆勒合作

签署框架协议，北京奔驰引入戴姆勒纯电动车型，并建设电池工厂

加强汽车金融布局

向奔驰租赁增资，向北汽财务增资，延伸汽车金融业务布局





1 2017年上半年业绩概览

2 2017年上半年行业发展情况

3 2017年上半年经营情况

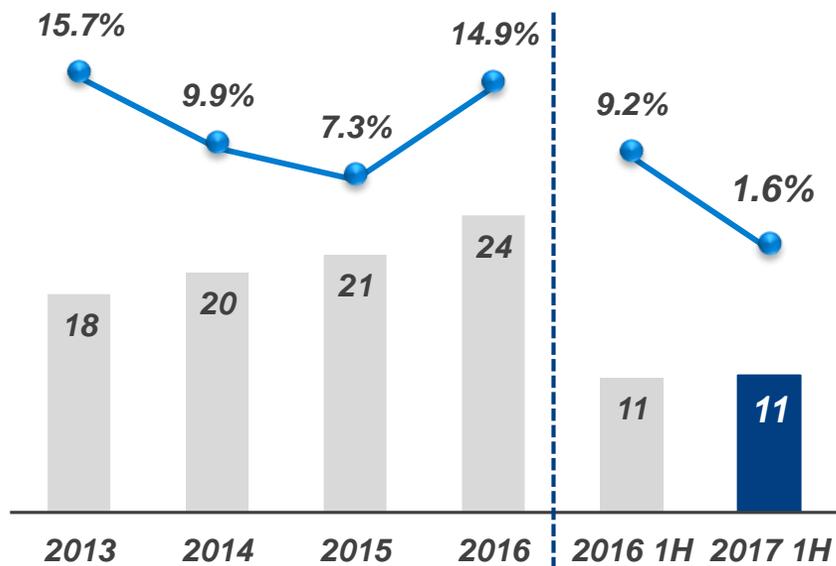
4 合并财务报表数据

5 发展展望

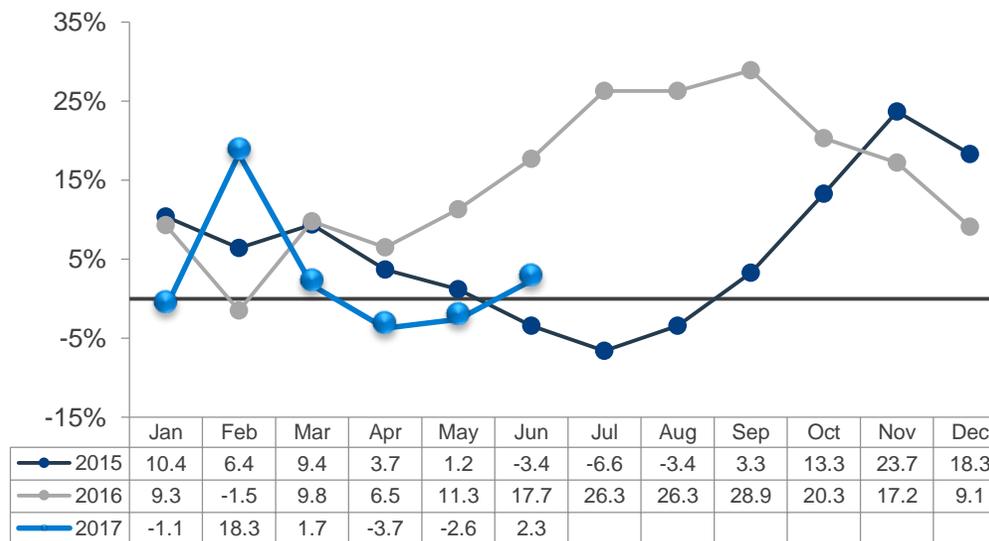
乘用车行业整体发展情况

受宏观经济形势、购置税优惠政策调整、同期基数较大等多因素影响，2017年上半年，中国乘用车市场实现批发销量1,125.3万辆，同比增长1.6%，为近年来最低增速，且销量与增速呈现逐步回落态势

中国乘用车市场年度销量及增速（百万辆）



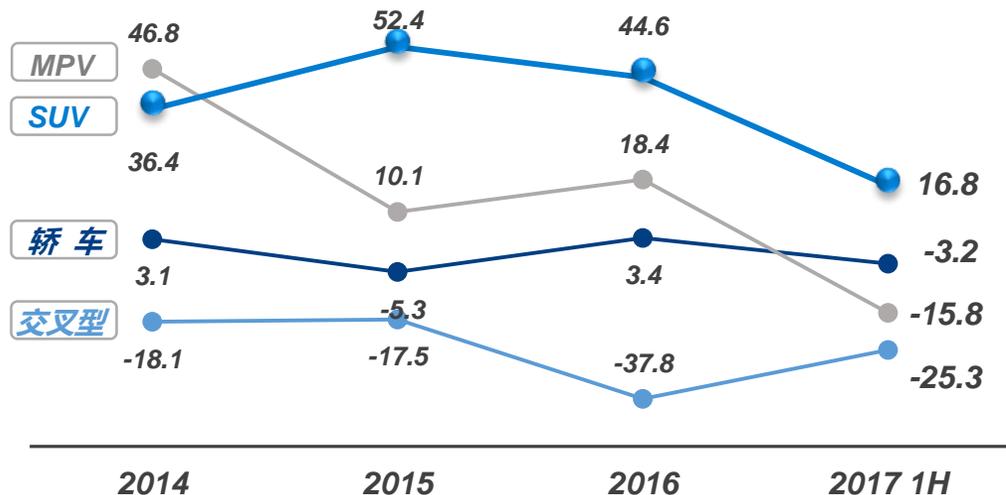
中国乘用车市场月度销量增长率



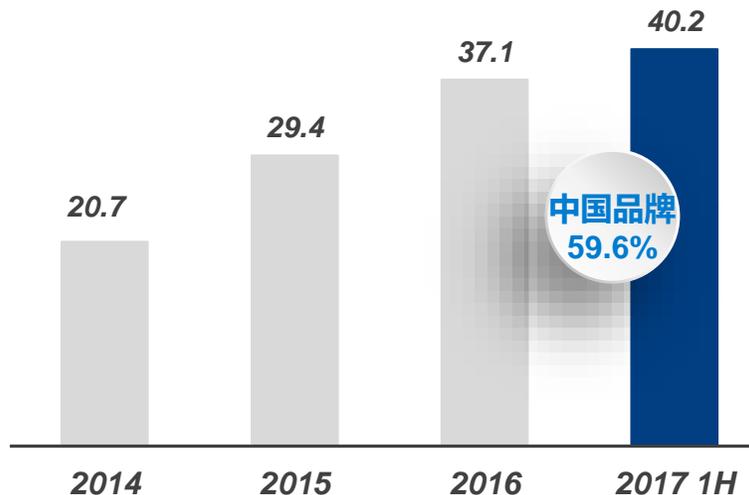
乘用车类别市场发展情况

除SUV车型外，其他乘用车类别车型销量均为同比负增长，MPV车型增速由正转负；SUV车型销量增速放缓至16.8%，市场占有率进一步提升至40.2%，其中中国品牌SUV产品增速达24.4%、销量占SUV总销量的比例扩大至59.6%

乘用车类别车型销量增速 (%)



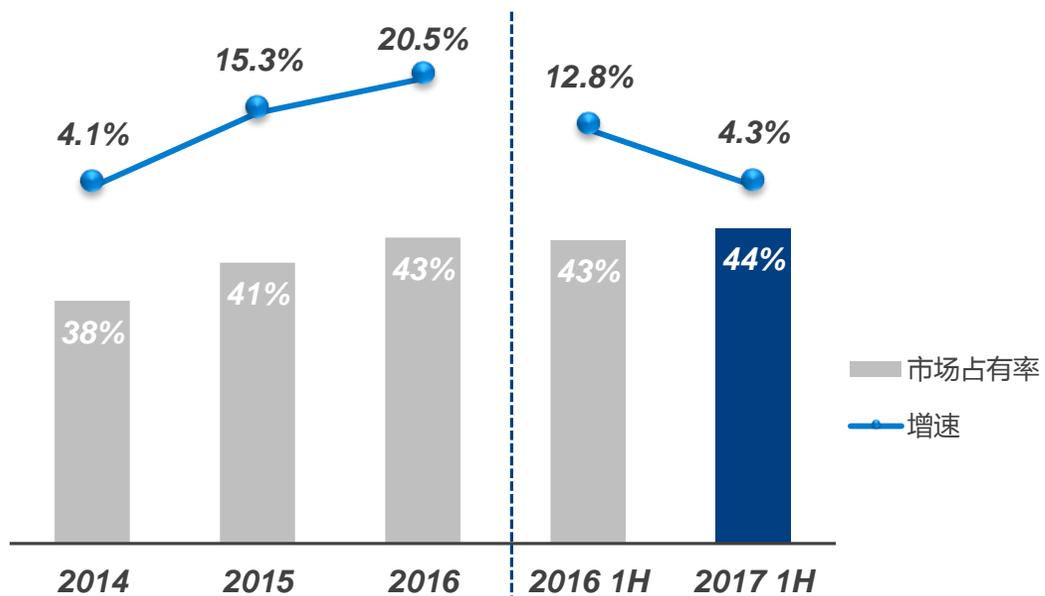
SUV车型市场份额 (%)



乘用车系别市场发展情况

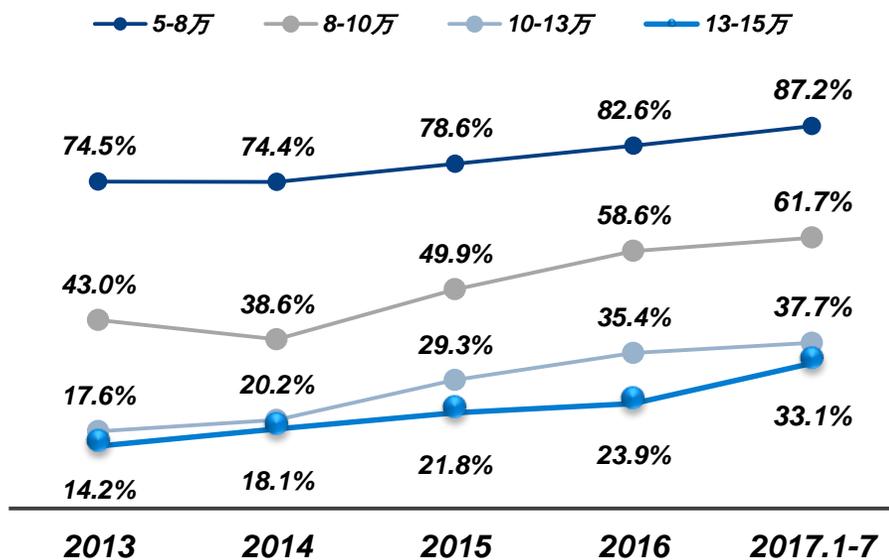
系别市场方面，中国品牌乘用车实现销售494万辆，同比增长4.3%，继续保持高于行业整体增长态势，市场份额同比提高1.1个百分点至43.9%；中国品牌在市场份额、产品品质以及产品价格方面全面保持向上态势

中国品牌市场占有率及销量增速



数据来源：中汽协

中国品牌细分价格区间市场份额



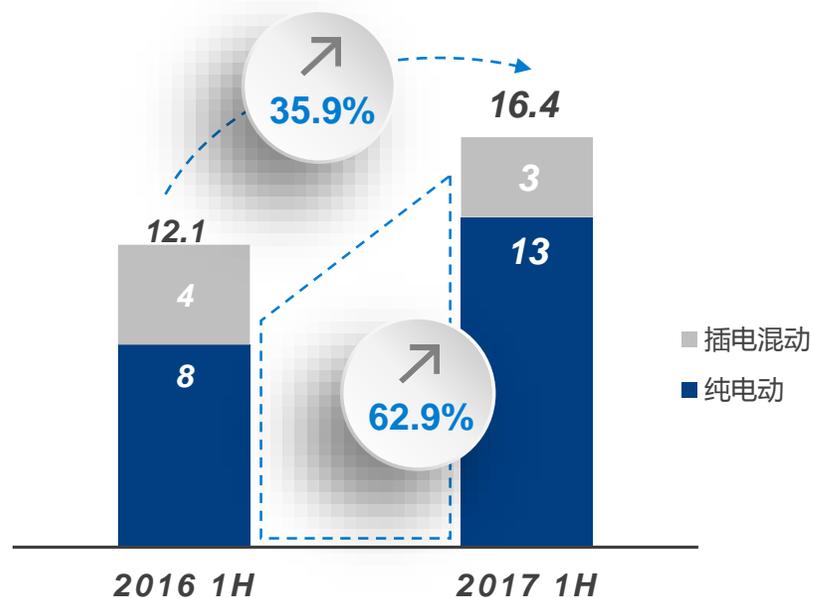
注：每个价位段销量：100%=合资+自主；
数据来源：全国乘用车市场信息联席会（下称“乘联会”）



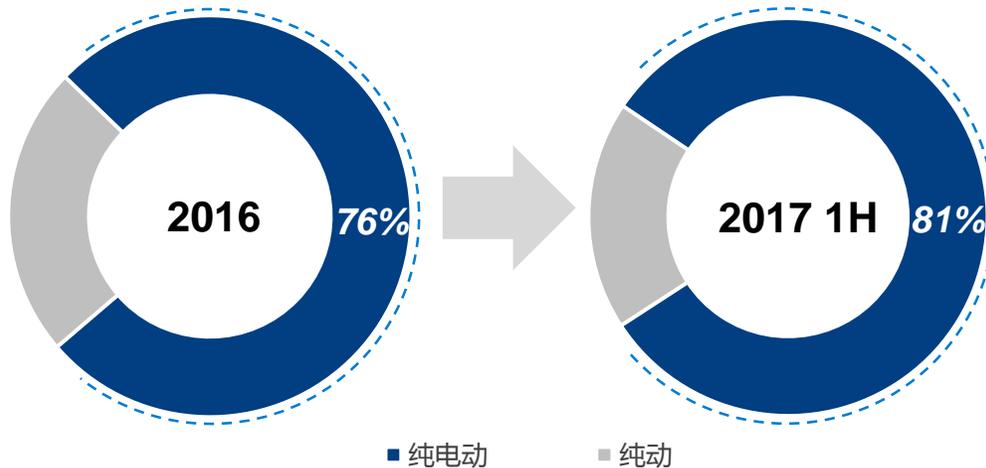
新能源乘用车发展情况

新能源乘用车市场热度不减，合计实现销售16.4万辆、同比增长35.9%；其中，纯电动乘用车实现销售13.4万辆、同比增长62.9%，占新能源乘用车的比例提升至约80.5%

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





1

2017年上半年业绩概览

2

2017年上半年行业发展情况

3

2017年上半年经营情况

- 北京品牌
- 北京奔驰
- 北京现代
- 福建奔驰

4

合并财务报表数据

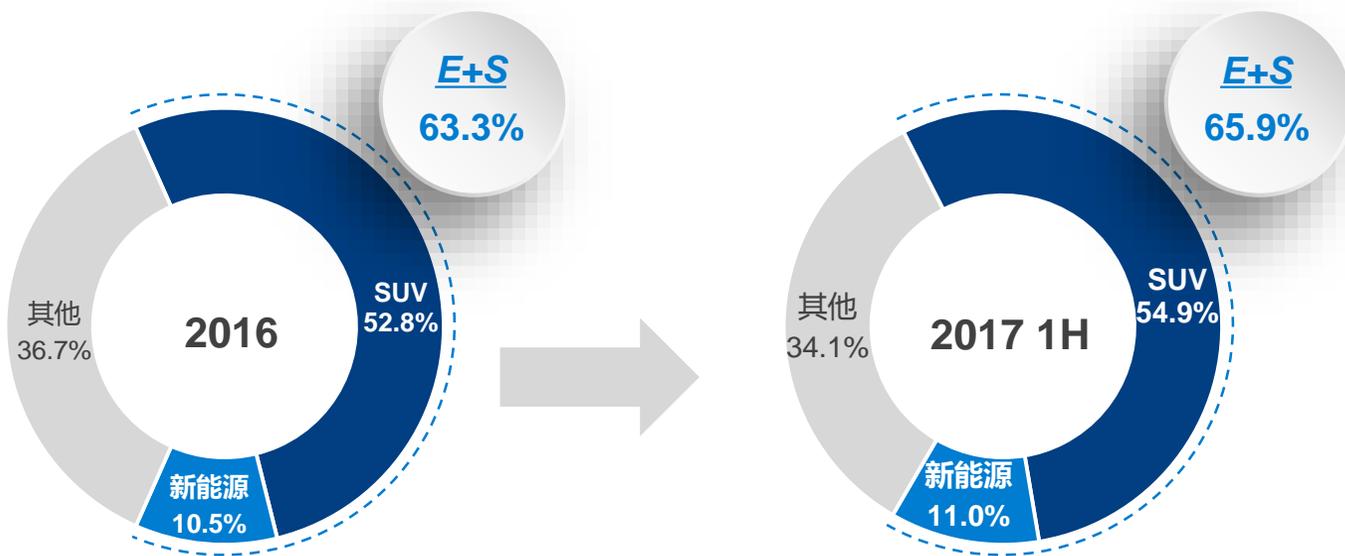
5

发展展望

北京品牌：产品结构优化调整

虽然整体销量承压，但报告期内北京品牌的产品结构进一步优化提升，“E+S”占比提升至65.9%，SUV产品销量占比达54.9%

类别产品销售结构变化



北京品牌：新能源产品升级

2017年上半年，北京品牌相继投放EX260、EH300、EU400三款纯电动新能源车型，进一步引领国内新能源产品的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

EU400

纯电动紧凑型
轿车



EX260

纯电动紧凑型
SUV



EH300

纯电动B级
商务轿车



北京品牌：越野车优势突显

北京品牌的越野车产品进一步收获市场的青睐和认可：2017年上半年，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，助力公司差异化发展

北京（BJ）80



北京（BJ）40

北京（BJ）20



北京品牌：绿色工厂智能制造

2017年上半年，北京品牌完成了北京基地二期以及株洲基地二工厂两座智能工厂的建设工作，进一步扩大新能源产品产能、提升生产技术水平，为北京品牌2.0产品投放市场提供保障



2017年7月，北京基地

- 二期竣工，15万新能源汽车产能达成
- 获得首批“绿色工厂”称号



2017年5月，株洲基地

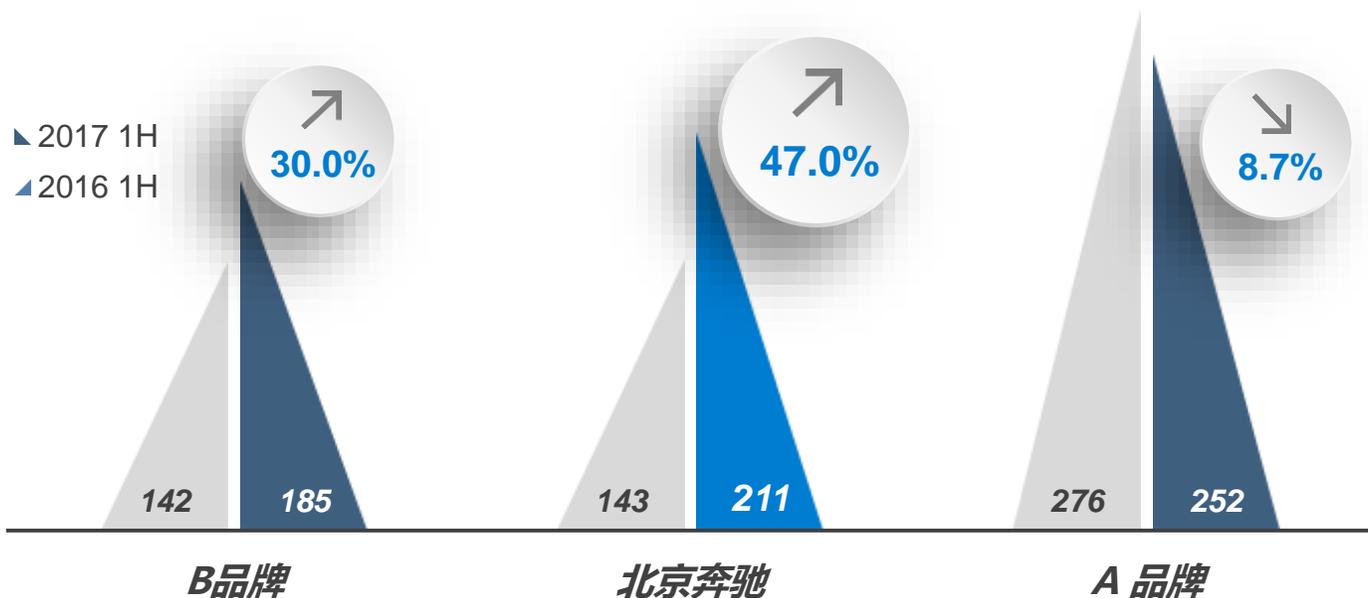
- 二工厂竣工
- 数字智能化生产为核心标准



北京奔驰：行业排名提升

自2016年跃升至国内第二大豪华乘用车制造商以来，北京奔驰的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

国产豪华乘用车品牌销量及增速 (千辆)



销量增速第一



销量规模第二

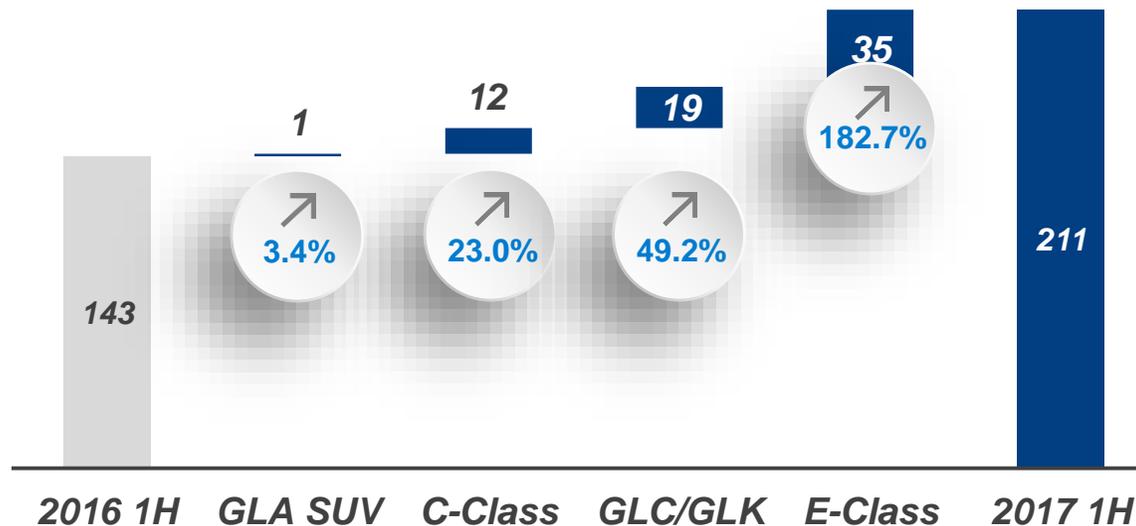


北京奔驰：各车型销售表现

报告期内，北京奔驰全系产品受到市场的认可，全新E级轿车销量同比增长182.7%、月销峰值达到1万台；2017年6月，GLA级SUV中期改款款车型上市，加长后的车身设计更加迎合中国市场消费需求

2017年6月，GLA中期改款款车型上市

细分车型销售贡献以及销量增速（千辆）



北京奔驰：推进生产布局

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，并正在大力推进生产布局优化，不断提升整车与发动机工厂的生产能力

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年启动二工厂建设工作

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

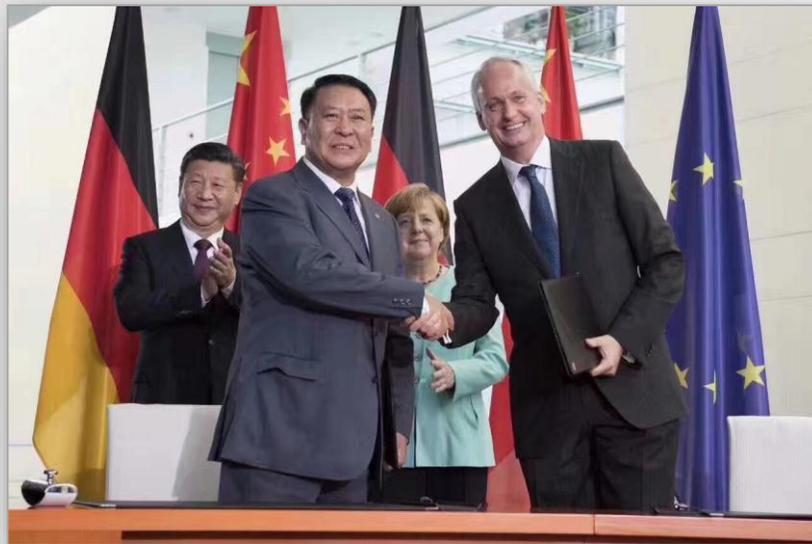


北京奔驰：进军新能源领域

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；目前北京奔驰已启动项目实施，计划于2020年前完成首款电动车的投放



6月1日，在中国国家总理李克强与德国总理默克尔的共同见证下，北汽与戴姆勒签署框架协议，将通过在华对新能源汽车领域的投资，进一步加强双方的战略合作



7月5日，在中国国家主席习近平与德国总理默克尔的共同见证下，北汽与戴姆勒签署新的框架协议，共同投资50亿元人民币，在北京奔驰建立纯电动车生产基地及动力电池工厂，引入梅赛德斯-奔驰品牌的纯电动产品

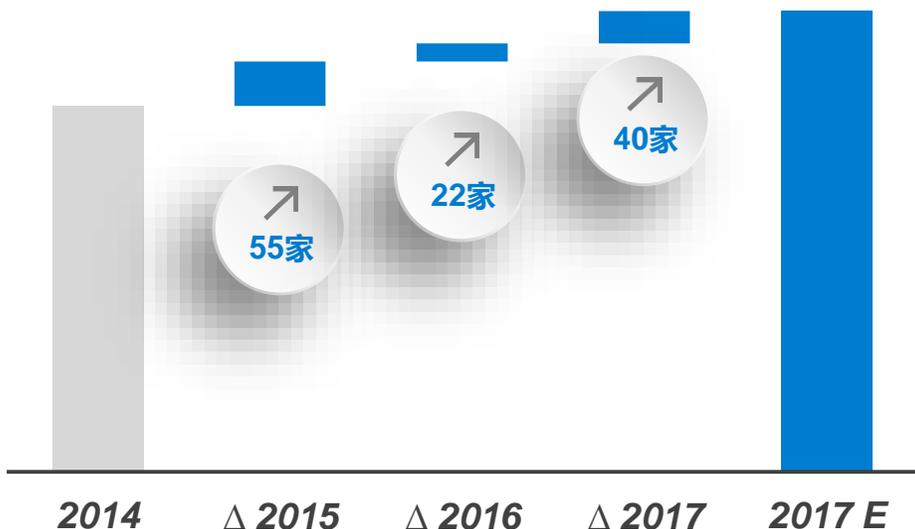


北京奔驰：销售网络扩张

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6月底，已达到540个经销商网点和近220个覆盖城市规模

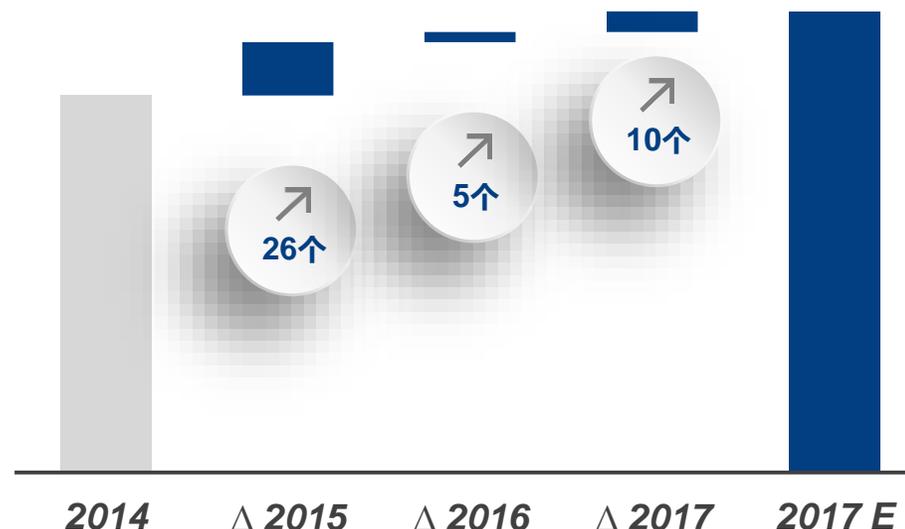
奔驰经销商网点数量以及增长情况

(截至2017.6.30)



奔驰销售网络城市覆盖数量以及增长情况

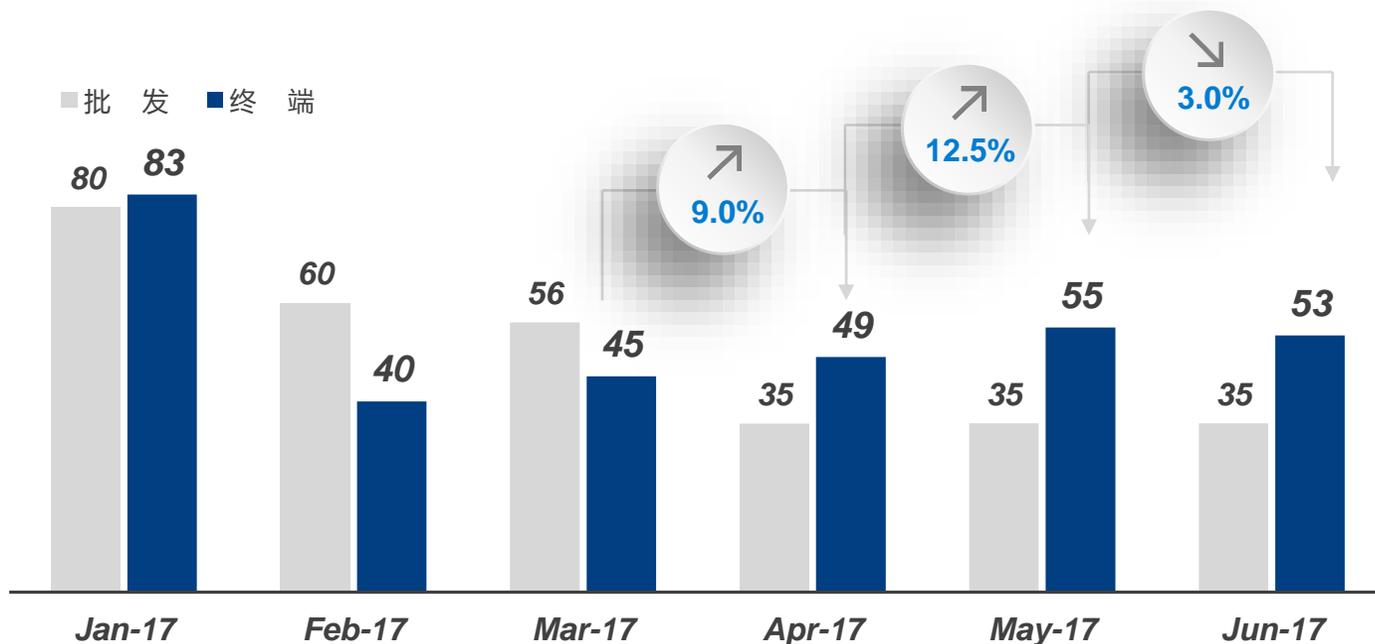
(截至2017.6.30)



北京现代：销售改善及年度销量目标

通过积极努力，自2017年3月起，北京现代的终端销量触底回升，目前库存已降至合理水平，为进一步恢复发力打下了基础；2017年8月，结合市场情况，北京现代调整并确定了2017年全年销售目标

分月度销量情况（千辆）



2017

80万辆

年度销量目标



北京现代：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

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；

北京现代：满意度持续提升

在J.D. Power 2017年一系列汽车满足度调查中，北京现代在销售服务满意度（SSI）、客户售后服务满意度（CSI）均荣获主流车细分市场排名第1位，体现了过硬的产品品质以及良好的市场口碑



SSI - 665分

细分行业 No.1



CSI - 744分

细分行业 No.1



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



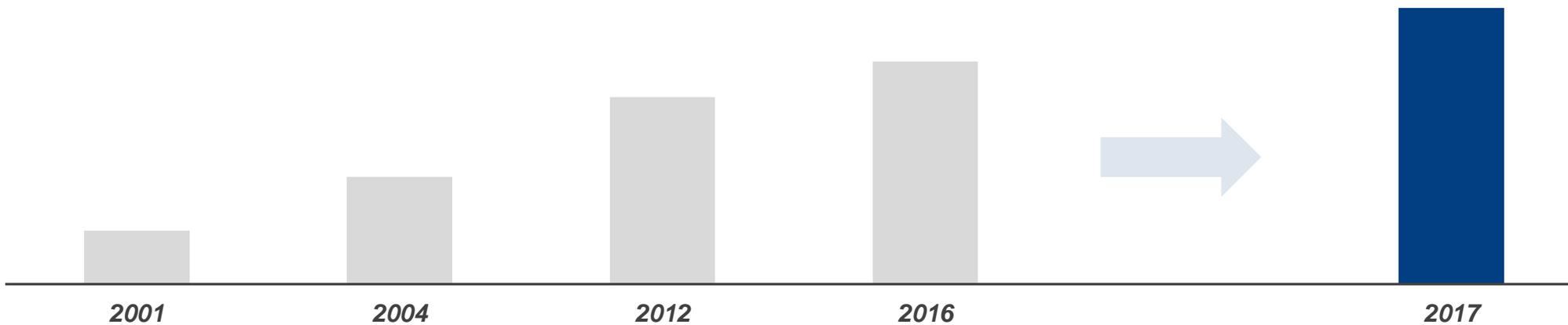
三工厂·北京



四工厂·沧州



五工厂·重庆



■ Stock Code: 1958.HK

数据来源：公司资料



福建奔驰：产品及营销创新

2017年上半年，福建奔驰推出两款V-Class年度车型，进一步提升高端商务用车的市场占有率；同时合资股东也在积极推动福建奔驰与北京奔驰的销售渠道整合工作

2017年，投放两款 V-Class年度车型



推动与北京奔驰销售渠道整合





- 1 2017年上半年业绩概览
- 4 2017年上半年行业发展情况
- 3 2017年上半年经营业绩情况
- 4 合并财务报表数据**
- 5 发展展望

简要财务数据（合并口径）

单位：人民币百万元

项 目	2017 1H	2016 1H	YOY
收 入	66,737.1	49,038.8	36.1%
毛 利	17,490.7	10,754.4	62.6%
分销费用	6,218.7	4,554.4	36.5%
行政费用	2,123.3	1,923.5	10.4%
其他利得/（亏损）- 净额	-808.9	-246.8	减利 562.1
财务费用 - 净额	325.8	254.7	27.9%
在采用权益法核算的投资中享有的溢利/（亏损）份额	-132.3	1,978.8	减利 2,111.1
除所得税前利润	7,881.7	5,753.8	37.0%
年度利润	5,047.9	4,420.3	14.2%
归属于：本公司权益持有人	985.7	2,411.3	-59.1%
非控制性权益	4,062.2	2,009.0	102.2%





- 1 2017年上半年业绩概览
- 4 2017年上半年行业发展情况
- 3 2017年上半年经营业绩情况
- 4 合并报表财务数据

5 发展展望

2017年下半年经营方针



提振销售
降低库存

变革创新谋
业务突破

紧跟趋势投
放改款产品

集中优势力
保D50成功

北京品牌

产品 & 能力



Mercedes-Benz
北京奔驰



保产量
保效益

持续优化
产能

持续提升
生产效率

推进新能源
生产准备

北京奔驰

产量 & 效益



北京现代



调整产品
战略入手

持续改善
经营

推进成本
节俭

全力达成
销售目标

北京现代

战略 & 调整



Fujian Benz
福建奔驰



加快
技术升级

深化渠道
融合

抓住机遇
快速增长

进一步
改善产能

福建奔驰

渠道 & 产品



2017年下半年新车型发布计划



北京汽车
BAIC MOTOR

绅宝品牌



全新绅宝D50

X25、X35年度款

北京品牌



BJ20改款车型

威旺品牌



407EV (电物流车)



北京现代



全新瑞纳



全新索纳塔 锋芒

全新第九代索纳塔



新一代 IX35



北京品牌：全面推进经营提升战略

面对行业发展的新趋势、新“常态”，整车企业的经营和发展面临着新的挑战与压力，北京品牌制定了全面的经营提升战略，力争尽快完成转型、回复快速发展态势



消费快速升级



法规日趋严格



竞争进入白热化

Q1

是否具备差异化的**产品优势**
—洞悉消费需求，促进商品性提升

Q2

是否有满足竞争的**成本能力**
—毛利转正，单车边际贡献最大化

Q3

是否完成高端化的**品牌塑造**
—绅宝品牌高举高打，品牌溢价力攀升

Q4

是否拥有强大的**研发体系**
—二代产品按期推进，智能网联上线

Q5

是否具备成熟的**供应链流程**
—培养北京品牌的核心供应商体系

Q6

是否搭建完备的**渠道支撑**
—以客户为中心，拥有强大的销售力



北京品牌：2.0时代首款产品

作为北京汽车首款2.0车型亮相，全新绅宝D50产品计划于2017年10月上市，该产品在NVH、经济性、智能化方面均有实质性的提升，旨在为用户提供越级的乘坐体验



北京品牌：研发技术规划

2017年上半年，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
- 2017年：减重5%
- 2020年：再减重5%



北京品牌：创新营销手段、推进渠道下沉



更多渠道模式正在探索



天猫汽车自动贩卖机



国美/苏宁-家电+汽车



中石化-汽车新零售



链动车城



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

