

公司代码：600297

公司简称：广汇汽车

广汇汽车服务股份公司 2016 年年度报告摘要

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，2016 年公司实现合并报表归属于母公司股东的净利润为 2,802,902,398.89 元，母公司实现净利润 1,675,621,634.93 元，按照母公司 2016 年净利润的 10%提取法定盈余公积金 167,562,163.49 元，加上母公司以前年度滚存未分配利润 190,705,620.51 元，母公司可供股东分配的利润为 1,698,765,091.95 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 2016 年度利润分配方案为：以 2016 年 12 月 31 日公司总股本 5,500,400,678 股为基数，每 10 股分配现金股利 2 元（含税），共计分配现金股利 1,100,080,135.60 元（含税），剩余未分配利润滚存至下一年度；同时以资本公积向全体股东每 10 股转增 3 股，共计转增 1,650,120,204 股，转增后公司总股本为 7,150,520,882 股。

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
姓名	许星
办公地址	上海市闵行区虹莘路3998号
电话	021-24032833
电子信箱	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保养、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，降低对行业增长和乘用车厂商的依赖性，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业务、乘用车售后服务业务、乘用车衍生业务，其主要经营模式如下：

公司主要通过汽车供应商或汽车总经销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、售后服务、配件供应等活动，同时开展车辆装饰装潢、保险及融资代理、汽车延保代理、二手车交易代理、汽车融资租赁等衍生服务。

除传统4S店经营模式外，公司积极利用互联网和移动技术，大力发展“广汇汽车云服务”等车联网业务；并与阿里巴巴集团签署了战略合作协议，在二手车拍卖及认证、汽车销售及服务O2O、大数据分析与客户价值挖掘、金融服务等方面开展全面合作。

另外，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出租给客户，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

(1) 行业概况

2016 年是我国“十三五”规划的开局之年，国民经济在下行趋势的压力下，保持总体平稳、稳中有进、稳中向好的发展态势。汽车行业加大供给侧改革力度，产品结构调整和创新步伐持续加快，汽车行业整体的经济效益指标也呈明显增长态势，汽车产业已经是国民经济的支柱产业，其中汽车流通行业也起到了极其重要的作用，具有一定规模和实力的大型汽车经销集团不断涌现。

①汽车经销行业屡创佳绩

受益于国民经济的稳健运行，国家对汽车行业加大供给侧改革力度，加之排量不高于 1.6L 的小型车的减税政策、城市以外地区的潜在需求、以及 SUV 车型的畅销等需求因素，2016 年国内全年汽车产销均超过 2800 万辆，连续八年蝉联全球第一。乘用车产销也再创历史新高，产销分别完成 2442.1 万辆和 2437.7 万辆，比上年同期分别增长 15.5%和 14.9%。销量持续高位运行，汽车保有量进一步增加，据公安部交通管理局统计，截止 2016 年底，全国汽车保有量约 1.94 亿台，全国汽车驾驶员人数为 3.1 亿。虽然近年来新车销售的增速有所放缓，但目前我国汽车千人保有量仍远低于欧美等发达国家，驾驶员人数远超汽车保有量，这些因素表明我国汽车经销行业潜在市场容量仍有很大的潜力。但同时仍需注意到，汽车市场竞争激烈、车辆价格下探等因素已导致新车销售利润下降，各经销企业已不再以单一的“卖产品”为主要利润来源。

②售后服务增长迅猛

根据 2016 年中国汽车后市场研究报告显示，中国汽车后市场规模超过万亿。中国汽车后市场正在由“汽车制造和汽车消费”向“汽车服务”转型，汽车服务产业链各个细分市场增长均将提速，其中售后服务增长最为迅猛有望达到 36%，传统倚重新车销售获取利润的模式已难以为继。面对市场环境的变化，经销商呈现出由“卖产品”向“卖服务”转变的趋势，经营理念的改变也使经销商的利润结构得以优化。从我国的汽车保有量来看，我国汽车售后服务市场尚不能与整车市场的发展相匹配，具有很大的成长空间。

③二手车行业潜力巨大

2016 年，随着国家城镇化战略的推进和“限迁”政策的放开，中国二手车交易市场开始发力，并成功迈进“千万辆时代”。根据中国汽车流通协会发布最新统计数据显示，2016 年中国二手车交易量累计同比增长 10.33%，达 1039.07 万辆，首次突破千万级大关。但相比发达国家，我国二手车与新车销量比为 0.2-0.3: 1 的水平，远不及发达国家 2-3: 1 的水平。随着驾驶员人数的不

断增长、二手车消费习惯的逐渐养成以及二手车行业规范的逐步完善成熟，我国二手车行业将迎来快速发展时期。

④融资租赁行业快速发展

根据罗兰贝格发布的《2016 中国汽车金融报告》数据，从发展空间来看，全球发达国家汽车市场平均金融渗透率已达 70%，美国和德国的汽车金融渗透率分别为 81%和 64%。而我国作为全球汽车的产销大国，2015 年整体渗透率仅为 35%左右，与世界发达国家水平还有着巨大差距，这也意味着汽车金融行业在中国有着巨大发展空间。从发展速度来看，尽管目前整体金融渗透率较低，但我国汽车金融市场增速较快。从 2001 年至 2015 年，国内汽车信贷市场规模由 436 亿元增长近 20 倍至 9000 亿元左右。未来随着市场政策环境的完善与消费者消费观念的转变，汽车金融市场的潜力将会得到释放，汽车金融将成为汽车市场发展的重要动力之一。

(2) 行业地位

公司在中国汽车流通协会发布的“2015 年中国汽车经销商集团百强排行榜”中营收规模和乘用车销量均排名行业第一。在过去的五年间，广汇汽车长期占据此排行榜榜首，同时旗下二手车业务及汇通信诚租赁有限公司也多次获得中国汽车流通协会颁发的“二手车百强企业（第一名）”及“汽车金融服务创新奖”，广汇汽车已经成为了行业中当之无愧的龙头企业。具体同行业营业收入对比情况如下：

证券代码	证券简称	营业收入 (亿元)	营业收入同比 增长率%	营业收入 (亿元)	营业收入同比 增长率%
		2015 年		2016 半年度	
600297.SH	广汇汽车	937.00	8.50	537.43	23.98
600335.SH	国机汽车	641.64	-28.98	261.90	-26.36
601258.SH	庞大集团	563.75	-6.53	287.25	6.72
002607.SZ	亚夏汽车	52.21	-0.31	27.80	12.8
0881.HK	中升控股	591.43	7.95	317.42	18.06
3669.HK	永达汽车	356.58	8.26	187.10	12.52
1728.HK	正通汽车	293.61	-5.01	145.96	5.23
3836.HK	和谐汽车	106.20	4.16	49.28	-1.60
1268.HK	美东汽车	48.08	24.73	25.98	21.99
1771.HK	新丰泰集团	74.87	-4.98	35.70	-3.51
平均值		366.54	0.78	187.58	6.98

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 57 个乘用车品牌，以及 733 家经销网点，覆盖全国 28 个省、自治区、直辖市，使得公司拥有 885 万基盘客户。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搭建的成本，又提高了公司的经营管理能力和抗风险能力，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) 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，以及经验丰富的并购团队、系统化的整合方式、成功的管控模式，能够吸收最优质的中小型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。

(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 共同打造最适合我们的 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，充分发挥企业的规模优势。

(4) 多元化的融资渠道

公司长期与各大金融机构保持战略合作关系，具有较强的融资能力和较为明显的资金成本优势。2016 年在完成对宝信汽车的并购后，借助其在香港联交所上市的背景，获得境外金融机构融资的新渠道，通过资本市场运作，实现“内生增长”与“外延扩张”的“双轮驱动”，为公司发展壮大注入新的动能。

(5) 不间断的创新能力

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、提高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、二手车等创新业务方面，保持了行业领先性以及规模效益领跑。

(6) 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好竞争,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。

(7) 优势明显的集团规模效应

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。回归资本市场及股民后,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。

上述核心竞争力体现了公司在品牌、布局、并购、管理、融资、创新、人才、规模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

	2016年	2015年	本年比上年 增减(%)	2014年
总资产	111,959,527,046.24	75,811,480,492.76	47.68	61,489,846,655.43
营业收入	135,422,263,100.96	93,700,035,201.10	44.53	86,356,872,109.99
归属于上市公司股东的净利润	2,802,902,398.89	1,988,341,217.32	40.97	1,603,328,546.47
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	2,615,974,359.62	1,877,523,018.62	39.33	1,399,214,619.84
归属于上市公司股东的净资产	23,566,494,214.81	20,983,087,174.06	12.31	14,342,375,648.94
经营活动产生的现金流量净额	3,307,651,583.39	5,563,431,807.83	-40.55	1,191,550,158.19
基本每股收益(元/股)	0.5096	0.3939	29.37	0.3540
稀释每股收	0.5096	0.3939	29.37	0.3540

益（元/股）				
加权平均净资产收益率（%）	12.58	11.41	增加1.17个百分点	11.21

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	25,810,767,474.05	27,931,873,133.44	35,942,650,547.74	45,736,971,945.73
归属于上市公司股东的净利润	736,018,074.74	644,034,557.20	623,755,934.17	799,093,832.78
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	685,473,409.82	578,610,608.89	612,661,922.94	739,228,417.97
经营活动产生的现金流量净额	-4,259,400,370.96	461,973,377.49	2,152,113,184.22	4,952,965,392.64

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

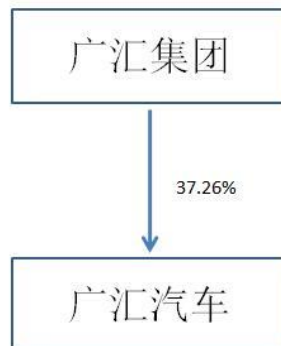
单位：万股

截止报告期末普通股股东总数（户）							61,467
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）							44,586
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	0	204,940.4958	37.26	200,440.4958	质押	127,556.9352	境内非国有法人
CHINAGRAND AUTOMOTIVE (MAURITIUS) LIMITED	0	151,074.4164	27.47	151,074.4164	无		境外法人
鹰潭市锦胜投资有限合伙企业	0	41,564.0406	7.56		质押	38,500.0000	境内非国有法人
新疆友源股权投资合伙企业(有限合伙)	-213.1500	14,734.9739	2.68		无		境内非国有法人

BluedChariot Investment Limited	0	14,542.2986	2.64	14,542.2986	无	境外法人
赵素菲	0	7,433.1000	1.35		无	境内自然人
国华人寿保险股份有限公司—自有资金	0	6,673.0500	1.21		无	境内非国有法人
中国银河证券股份有限公司	115.0400	6,061.4900	1.10		无	国有法人
招商财富—招商银行—重庆中新1号专项资产管理计划	0	4,459.800	0.81		无	境内非国有法人
创金合信基金—招商银行—鹏德成长1号资产管理计划	-500.0100	4,034.175	0.73		无	境内非国有法人
上述股东关联关系或一致行动的说明	未知有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					

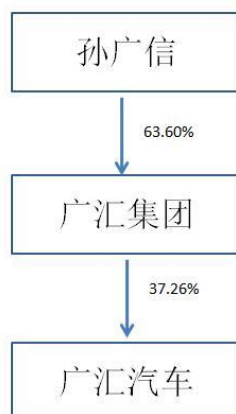
2、公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√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



三、经营情况讨论与分析

(一) 经营情况讨论与分析

2016 年是广汇汽车发展历程中值得纪念的一年，也是具有里程碑意义的一年。公司秉承“战略先行，持续创新”的发展战略，在董事会的正确领导下，在全体员工的共同努力下，围绕年初制定的各项工作计划目标扎实推进，在战略布局、收购发展、塑造品牌等工作上取得长足进步，同时持续进行精细化管理和业务创新，全面提升客户满意度，全年实现营业总收入 1354.22 亿元，归属于上市公司股东的净利润 28.03 亿元，取得了企业历史上最佳的经营业绩。

公司 2016 年度工作主要体现在以下几方面：

1、整合资源，优化结构

2016 年，汽车行业政策频发，汽车经销商网络整合加剧，行业转型升级加速，公司积极把握政策利好和市场机遇，成功要约收购了香港联合交易所有限公司主板上市公司宝信汽车(1293.HK)，并收购了大连尊荣、深圳鹏峰等汽车经销集团，使公司现有业务在品牌覆盖、地域布局、产融结合等方面形成良好的协同效应。

在完成借壳上市的伊始，公司通过自身的运作成功并购了港股上市公司，彰显了公司自身实力，也是对自身管控能力充分自信的体现。资本市场的运作最终还是要助力企业的腾飞，要约并购上市公司的举动，引起了行业不俗的反响，这极大地提高了公司的在市场的认知度，使得公司在推进全国渠道建设的进程中更显高效。

高效率的并购既填补了公司的超豪华和豪华汽车品牌的空缺(目前已经基本位居奥迪、宝马、捷豹路虎、沃尔沃等品牌的第一销售阵营)，同时也进一步丰富了公司乘用车经销品牌数目，品牌数量达到 57 个，基本实现对国内乘用车市场主流品牌的全部覆盖。截至 2016 年 12 月 31 日，公司共经营 733 个营业网点，包括 674 个 4S 店面，覆盖全国 28 个省、自治区、直辖市。

截止 2016 年 12 月 31 日本公司营业网点的分布情况



下述表格列示了本公司截止 2016 年 12 月 31 日按品牌划分的 4S 店数量：

	2016 年 12 月 31 日
超豪华及豪华品牌	175
中高端品牌	471
其他品牌	28
合计	674

2、传统业务,稳中有进

公司坚持“以利润为核心，以精细化管理和业务创新为抓手”的管理思路，稳步发展传统业务，超额完成年初确定的目标。

2016 年，在整车销售的管理和营销方面，公司严格控制库存深度和超期库存，达成库存管理目标，夯实数字营销体系，多措并举促进销量提升。全力打造和谐、共赢的厂家关系，获得厂家的认可和支持。全年累计销售新车 82.49 万台，同比增长 30.40%，销售市场份额占整个中国乘用车市场 3.38%。

2016 年，在维修服务业务方面，公司以服务客户为导向，打好基础不断创新，通过“广汇汽

车 GH60 快保”、“钣喷标准化”、售后风险管控检核、维修看板管理等项目，提升客户满意度和品牌美誉度；同时制定差异化的“基础保养卡”方案，满足客户对保养价格和内容的透明度需求及便利性需求，增加客户黏性，吸引客户回厂保养维修。全年累计维修进场台次 661.34 万台，同比增长 18.51%；维修服务收入 104.43 亿元，同比增长 42.24%。

3、衍生业务,突出亮点

传统业务稳步发展、衍生业务不乏亮点是公司一直以来产业整合的重要理论指导，在传统业务稳定的情况下，公司综合考虑经济环境和市场购买力的影响，加速发展汽车保险、延保、融资租赁、二手车交易等衍生业务，2016 年公司各项衍生业务的业绩都取得了显著增长，从源头上加速了车辆销售的经济循环，提升了企业的综合竞争力：

2016 年，佣金代理业务实现较快发展，全年完成收入 28.84 亿元，同比增长 88.40%，毛利率 77.59%。公司持续推行续保业务规范发展，以保险综合成本率为主要控制点提升保险综合收益率，大力推广玻璃保障卡、划痕保障卡等保险自营项目，为保险业务发展探索出新模式。同时，凭借自身规模优势，同多家保险公司签署战略合作协议，并在汽车保险、企业福利保险、汽车金融信用保证保险等方面达成合作，创新车险合作模式，为客户提供更好的保险服务体验。

2016 年，公司二手车业务高速发展，全年代理交易台次 9 万台，同比增长 97.59%；同时，公司加快构建符合经销商集团特点的内部业务链和服务链：一方面，夯实 4S 店作为内生性车源来源和厂商品牌认证二手车代销网点的业务链定位，4S 店置换能力在当年度实现翻番增长；另一方面，全国范围快速布局，建设规范化、多功能的二手车交易服务中心，作为外延性车源中心、批发拍卖组织中心、优质二手车零售中心、及专业化的检测、整备和代办交易服务中心，至 2016 年底，在运营的省级中心 20 家，待验收 4 家，在建及筹备建设 3 家。二手车业务的大幅增长和市场的巨大潜力，使公司坚持把二手车业务作为公司新业务的增长点来推动。

2016 年，汽车融资租赁业务量在严格控制资产逾期的前提下仍显著增长，全年共完成融资租赁 16.6 万台，同比增长 46.58%；风控体系持续改善，全资子公司汇通信诚已正式接入中国人民银行金融信用信息基础数据库，成为了中国首家征信直连的全国性融资租赁公司。同时与“量富征信管理有限公司”强强联手，打造融资租赁行业领先的贷前、贷中、贷后评分卡，利用先进的 ABC 评分卡，风控能力与资产质量进一步提升。成果运用上，拥有自主知识产权的自动审批模型上线后，新车自动审批占比已超过 25%，快速的审批程序，极大地提高了客户的体验满意度。

4、开源节流，降本增效

作为一个“新生”的上市企业，公司在多年传统经营的背景下，开源节流、降本增效，加快企业迈向国际领先的汽车综合服务集团脚步。2016年，公司从保障资产质量的角度出发，降低整车库存、配件库存、大幅度处理超期库存，使公司经营资产处于近年以来最佳状态。截止年底，新车库存当量同比下降 25.7%，零配件物理库存当量同比下降 1.05%。全年通过集中采购共节省 1.81 亿元采购成本。在对区域和品牌维度进行对标分析及逐月监控的前提下，通过合理商定市场单台广宣费用，使广汇汽车 2016 年在新车销售台次实现同比增长 30.4%的情况下，平均单车费用下降幅度达 12.3%；与此同时，对市场费用使用进度进行严格管控，按照市场费用使用进度不能超过新车销售完成进度的原则，分区域、分品牌进行深入分析，合理匹配各区域的资源支持。

5、拓宽融资渠道，助力企业腾飞

作为资金密集型行业的汽车流通行业，公司需要大量的资金应对建店、整车库存、零配件库存及营运等公司经营所涉及的各方面，制定行之有效的融资策略已经成为公司的一项重要工作。

2016年，公司融资工作实现重大突破，为实现企业产业布局奠定了坚实基础。在经历了金融市场资金供给偏紧、监管政策调整及汽车经销商融资环境变化等一系列不利因素的考验后，公司经过不懈努力，首次运用了多种融资工具，使得融资渠道更加丰富。同时，扩大和巩固了公司在金融领域的知名度，为将来公司尝试其他新型融资工具提供了基础；与各大银行合作持续深入，总对总授信均成功延续，间接融资渠道得到了进一步扩展。本着未雨绸缪，积极开拓新融资渠道的思路，公司努力搭建海外融资架构，为将来的跨境资金管理做好准备，现已基本建立起“兼顾境内和境外，总部和区域”的资金管理模式，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。

6、科学管理，精益求精

公司一向高度重视信息化建设，将其视为降本增效，实现精细化管理的必由之路。将信息化建设作为打造企业核心竞争力的重要环节。信息化推动着企业整个精细化管理的进程，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，完善企业的自我运行机制，为企业的平稳运行提供保障机制。

2016年，广汇汽车信息化部署圆满收官，最先进的企业管理 ERP 系统在原有店面的整体上线，为实现管理流程精细化、数据更新实时化、内部控制系统化、精品采购集约化、并购整合高效化

创造了技术条件，实现了信息化建设跨越式发展。

信息化建设直接带动了线上业务成长显著，依托于 ERP、CRM 体系的售后电商平台，将广汇汽车线上线下的优势相融合，架设广汇汽车与客户互动的沟通桥梁，为客户提供更加快捷便利的标准化服务，实现以客户为中心的业务互联网化是售后电商项目的目标。2016 年促成广汇汽车与支付宝签署战略合作协议，实现全国 600 余家门店支付宝扫码支付上线，12 月作为 4S 体系独家合作伙伴组织全国门店参与支付宝双 12 狂欢节。

（二） 报告期内主要经营情况

截止 2016 年 12 月 31 日，公司资产总额 1,119.60 亿元，较年初增加 361.48 亿元。其中，流动资产 636.25 亿元，比年初增加 161.72 亿元，流动资产占总资产比重 56.83%，较年初比重 62.59% 减少 5.76 个百分点；非流动资产 483.35 亿元，比年初增加 283.58 亿元增加了 199.77 亿元，非流动资产占总资产比重 43.17%，较年初 37.41% 增加 5.76 个百分点。截止 2016 年 12 月 31 日，公司总负债 832.04 亿元，资产负债率 74.32%；流动比率 99.00%，同比增加 1.18 个百分点。公司的负债率及偿债能力稳定。

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	135,422,263,100.96	93,700,035,201.10	44.53
营业成本	123,444,564,910.96	85,054,068,019.47	45.14
销售费用	3,437,069,577.73	2,487,012,254.33	38.20
管理费用	2,077,843,994.45	1,579,172,662.86	31.58
财务费用	2,030,795,469.88	1,377,848,415.01	47.39
经营活动产生的现金流量净额	3,307,651,583.39	5,563,431,807.83	-40.55
投资活动产生的现金流量净额	-12,499,095,291.40	-3,785,557,050.91	-230.18
筹资活动产生的现金流量净额	14,235,754,317.95	-2,496,822,699.48	670.15
研发支出	77,854,995.98	60,021,378.01	29.71

2.1.1 收入和成本分析

2016 年营业收入 13,542,226.31 万元，同比增加 4,172,222.79 万元，增幅 44.53%，主要是由于业务规模扩张，公司发挥规模效应以及收购后协同效应显现，本期业务各项业务收入增加所致；

2016 年营业成本 12,344,456.49 万元，同比增加 3,839,049.69 万元，增幅 45.14%，主要是业

务规模扩张，营业收入增加，营业成本相应增加所致；

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	12,002,469.55	11,517,443.66	4.04	45.30	45.56	下降 0.17 个百分点
维修服务	1,044,332.28	694,366.72	33.51	42.24	41.23	增加 0.48 个百分点
佣金代理	288,431.53	64,635.28	77.59	88.40	85.07	增加 0.40 个百分点
汽车租赁	169,765.16	51,540.33	69.64	-9.09	-4.24	下降 1.54 个百分点
其他	37,227.79	16,470.50	55.76	4.16	31.03	下降 9.07 个百分点
合计	13,542,226.31	12,344,456.49	8.84	44.53	45.14	下降 0.39 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	3,048,035.18	2,800,088.63	8.13	37.42	36.26	增加 0.78 个百分点
西北大区	2,520,459.37	2,294,606.65	8.96	23.82	24.85	下降 0.75 个百分点
四川区域	1,008,958.27	936,535.12	7.18	11.03	11.01	增加 0.02 个百分点
重庆区域	941,613.88	875,239.33	7.05	11.15	10.99	增加 0.14 个百分点
广西区域	1,288,680.46	1,182,974.44	8.20	52.34	52.07	增加 0.16 个百分点
安徽区域	622,328.05	573,410.11	7.86	13.84	13.55	增加 0.24 个百分点
北区区域	1,135,704.07	1,039,972.81	8.43	111.00	106.67	增加 1.92 个百分点
江西区域	554,847.32	517,122.36	6.80	22.96	23.90	下降 0.71 个百分点
陕西区域	603,709.13	560,285.75	7.19	41.84	42.45	下降 0.40 个百分点
贵州区域	612,123.92	567,903.87	7.22	85.17	85.29	下降 0.07 个百分点

						个百分点
华东区域	842,270.88	768,842.14	8.72	不适用	不适用	不适用
云南区域	193,730.62	175,934.95	9.19	不适用	不适用	不适用
汽车租赁	169,765.16	51,540.33	69.64	-9.09	-4.24	下降 1.54 个百分点
合计	13,542,226.31	12,344,456.49	8.84	44.53	45.14	下降 0.39 个百分点

主营业务分行业、分产品、分地区情况的说明

适用 不适用

(a) 主营业务分行业情况说明

整车销售：主要是业务规模扩张及收购影响，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：主要是业务规模扩张及收购影响，营业收入和营业成本同比增加。毛利率提升的主要原因是公司收购超豪华及豪华品牌较多，且超豪华及豪华品牌维修毛利率较高，使维修服务整体毛利率有所提升。

佣金代理：主要是保险和车贷佣金的收入同比增加较多，车贷渗透率有所提升以及公司规模经济效应影响，使保险的返佣比例以及车贷的佣金率提升，从而造成毛利率上升较多。

汽车租赁：主要是融资租赁行业竞争愈发激烈，公司加强风险控制，为增加客户保有量以拓展其他业务板块，主动调低部分产品利率，加之金融市场资金供给偏紧，部分融资渠道成本偏高造成毛利率下降。

其他：收入增长主要是本年汽车租赁贷后业务收入增加较多，毛利率下降主要因对应的成本增加较多所致。

(b) 主营业务分地区情况说明

华北大区：主要是因为收购项目较多且豪华品牌较多，使收入和毛利率均有所增长，另外区域延保业务佣金增长较快且毛利率较高，也影响整体收入及毛利率增长。

广西区域：主要是本年收购深圳鹏峰项目以及原有店面新车销售台次及收入同比增长的综合影响。

北区区域：主要是本年收购大连尊荣项目以及原有店面保险佣金业务收入同比增长的综合影响。

贵州区域：主要是 15 年 10 月收购的贵州华通项目本期协同效应逐渐显现贡献的收入和毛利。

江西区域：主要是收购整合后的规模效应和协同效应逐渐显现，本年新车销售台次及收入同比增长较快以及保险佣金业务收入同比增长较快的综合影响。

陕西区域：主要是新增收购项目以及区域主动采取促销政策，使新车销售台次及收入同比提升所

致。

西北大区：主要是本期收购项目较多及 2015 年收购项目贡献业绩所致。

华东区域：该区域为本年因收购宝信项目而新设的区域，主要包括江、浙、沪三省的店面。

云南区域：该区域为本年因收购云南中致远项目而新设的区域，主要包括云南省的店面。

2.1.1.2 产销量情况分析表

适用 不适用

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)	824,922	78,320	30.40	4.96
售后维修进场台次	6,613,376		18.51	
融资租赁发生台次	165,795		46.58	
二手车代理交易台次	90,032		97.59	

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 30.40%、97.59%，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 46.58%，主要系公司持续优化现有产品，同时研发多样化租赁新产品，对终端产品竞争力的提升帮助明显，同时加大新收购店面的租赁业务导入所致。

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	11,517,443.66	93.30	7,912,423.08	93.03	45.56	
维修服务	零部件成本	549,825.30	4.45	382,890.25	4.50	43.60	
维修服务	人工成本	89,362.70	0.72	65,126.46	0.77	37.21	
维修服务	间接费用	55,178.72	0.45	43,650.37	0.51	26.41	
佣金代理	佣金成本	64,635.28	0.52	34,925.55	0.41	85.07	
汽车租赁	租赁成本	51,540.33	0.42	53,821.51	0.63	-4.24	
其他	其他	16,470.50	0.14	12,569.58	0.15	31.03	
合计		12,344,456.49	100.00	8,505,406.80	100.00	45.14	

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 45.14%，主要由于公司业务规模扩张及收购项目影响，

营业收入增长较多，营业成本相应有所增长。

2.1.2 费用

单位：元

项目	2016年	2015年	本年度比上年增减%
销售费用	3,437,069,577.73	2,487,012,254.33	38.20
管理费用	2,077,843,994.45	1,579,172,662.86	31.58
财务费用	2,030,795,469.88	1,377,848,415.01	47.39

报告期内，费用增加主要系集团业务规模扩张和收购业务增加、店面数量增加所致。公司加大费用管控，精细化管理，本期销售费用、管理费用、财务费用占营业收入的比重分别为 2.54%、1.53%、1.50%，与上年相比略有下降。

销售费用 34.37 亿元,同比增长 9.50 亿元,增幅 38.20%。主要因业务规模扩张较快造成销售人员职工薪酬、市场推广服务费及折旧摊销增加较多所致。

管理费用 20.78 亿元,同比增长 4.99 亿元,增幅 31.58%。主要因业务规模扩张较快造成管理人员职工薪酬、折旧摊销、办公差旅费及租赁物管费增加较多所致。

财务费用 20.31 亿元,同比增长 6.53 亿元,增幅 47.39%。主要因业务规模扩大,融资增加,利息支出增加所致。

2.1.3 研发投入

研发投入情况表

单位：元

本期费用化研发投入	-
本期资本化研发投入	77,854,995.98
研发投入合计	77,854,995.98
研发投入总额占营业收入比例 (%)	0.06
公司研发人员的数量	83
研发人员数量占公司总人数的比例 (%)	0.16
研发投入资本化的比重 (%)	100

情况说明

适用 不适用

研发投入指集团 ERP 项目投入。

注:2014 年,广汇汽车启动三年信息化重点建设,与国际领先的管理软件企业 SAP 建立战略合作关系。2015 年 2 月,广汇汽车与 SAP 共同打造的汽车经销行业首个管理“灯塔”项目——广汇汽车 ERP 系统正式上线。这标志着公司标准化、规范化、精细化管理模式的进一步成型,切实实现了对标准业务流程和关键内控点的控制,大幅度提高了公司管理透明度和管理效率,充分发挥广汇汽车作为大型汽车经销商集团的规模化优势。

2.1.4 现金流

报告期内，公司经营活动产生的现金流净额为 33.08 亿元，同比减少 22.56 亿元，主要因以下两个因素综合影响：（1）销售商品、提供劳务引起现金流流入抵减购买商品、接受劳务的现金流流出，综合影响导致的现金流净流入同比减少 10.23 亿元；（2）支付给职工以及为职工支付的现金同比多流出 9.05 亿。投资活动产生的现金流量净额为-124.99 亿元，同比减少 87.14 亿元，主要因以下两个因素综合影响：（1）因收购项目增加较多造成现金流出同比增加 94.39 亿元；（2）因保证金净收回造成现金流入同比增加 7.91 亿元。筹资活动产生的现金流量净额为 142.36 亿元，同比增加 167.33 亿元，主要因以下几个因素综合影响：（1）15 年非公开发行新股造成现金流入 58.90 亿元，16 年子公司发行高级永续债造成现金流入 26.98 亿元，现金流入同比减少 31.92 亿元；（2）15 年因要约收购宝信汽车集团不超过 75%的股权需向银行借款因而存入保证金存款造成现金流出 50.96 亿元，16 年收回该保证金存款，现金流入同比增加 101.92 亿元；（3）因发行公司债造成现金流入同比增加 46.50 亿元；（4）因收购规模扩大使净增加借款增加造成现金流入同比增加 52.75 亿元。

2.2 资产及负债状况

单位：万元

项目名称	本期期末数	本期期末数 占总资产的 比例（%）	上期期末数	上期期末 数占总资 产的比例 （%）	本期期末金 额较上期期 末变动比例 （%）	情况说明
货币资金	2,164,125.66	19.33	1,737,172.28	22.91	24.58	主要因本年收购子公司支付的现金及净借款筹集的现金均较多且后者大于前者造成货币资金增加。
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	10,323.29	0.09	-	-		主要是为规避汇率波动风险而新增外汇远期合约所致。
应收票据	309.29	-	896.99	0.01	-65.52	主要是银行承兑汇票到期收回。
应收账款	310,657.99	2.77	165,443.72	2.18	87.77	主要因收购并表增加及营业收入增加较多所致。
预付款项	1,347,567.70	12.04	546,872.14	7.21	146.41	主要因收购并表增加及因业务规模扩大造成预付厂家的整车及零部件货款增加较多所致。

应收利息	2,334.41	0.02	311.06	-	650.47	主要因理财产品应收利息增加所致。
其他应收款	236,617.50	2.11	141,085.08	1.86	67.71	主要因收购并表增加及与被收购单位原股东往来款项增加所致。
存货	1,541,803.47	13.77	1,394,393.82	18.39	10.57	主要由于业务规模扩大和收购并表增加，库存商品增加较多所致。
长期应收款	642,803.54	5.74	460,950.84	6.08	39.45	主要因融资租赁业务规模扩大使应收融资租赁款增加所致。
长期股权投资	44,120.22	0.39	23,711.51	0.31	86.07	主要因战略性新增对消费金融公司股权投资所致。
投资性房地产	7,999.58	0.07	336.82	-	2,275.03	主要因本年加强长期资产的使用效率，出租了部分房屋建筑物和土地使用权所致。
固定资产	1,133,656.03	10.13	743,243.53	9.80	52.53	主要因收购并表增加较多所致。
在建工程	165,661.29	1.48	113,494.99	1.50	45.96	主要因收购并表增加较多所致。
无形资产	870,950.58	7.78	482,408.42	6.36	80.54	主要因收购并表增加及因收购造成经销商特许经营权增加较多所致。
商誉	1,607,025.61	14.35	756,791.94	9.98	112.35	主要因本年收购规模较大溢价较多所致。
长期待摊费用	96,983.90	0.87	38,484.82	0.51	152.01	主要因收购并表造成装修费增加较多所致。
递延所得税资产	18,682.84	0.17	6,102.10	0.08	206.17	主要因收购并表增加较多所致。
短期借款	2,260,447.68	20.19	1,320,438.80	17.42	71.19	主要因收购并表

						增加及业务规模扩大需补充流动资金造成借款增加较多所致。
应付票据	2,273,804.44	20.31	1,869,424.82	24.66	21.63	主要因收购并表增加及业务规模扩大需增加使用银行承兑汇票支付厂家货款所致。
应付账款	157,735.91	1.41	98,694.07	1.30	59.82	主要因收购并表增加及营业收入增加较多造成应付供应商货款增加较多所致。
预收款项	230,304.17	2.06	174,494.22	2.30	31.98	主要因收购并表增加所致。
应付职工薪酬	48,873.26	0.44	24,160.66	0.32	102.28	主要因收购造成员工规模扩大所致。
应交税费	111,504.24	1.00	53,381.54	0.70	108.88	主要因业务规模扩大造成应交增值税及所得税增加较多所致。
应付利息	65,140.94	0.58	53,867.07	0.71	20.93	主要因借款平均余额增加较多造成应付利息增加所致。
应付股利	3,019.43	0.03	7,630.39	0.10	-60.43	主要因江西运通、北京寰宇向原股东支付股利。
其他应付款	480,319.24	4.29	291,122.49	3.84	64.99	主要因收购并表增加和应付股权收购相关款项增加所致。
一年内到期的非流动负债	794,774.19	7.10	957,030.99	12.62	-16.95	主要因本年偿付到期中期票据较多所致。
长期借款	974,170.73	8.70	211,618.77	2.79	360.34	主要因经营规模扩大造成融资需求增加较多所致。
应付债券	685,000.00	6.12	180,000.00	2.37	280.56	主要因本期发行

						50 亿公司债券所致。
递延所得税负债	164,269.05	1.47	69,816.78	0.92	135.29	主要因收购增加较多造成因非同一控制企业合并资产评估增值形成的应纳税暂时性差异增加较多所致。
其他综合收益	-21,629.11	-0.19%	-19.54	0.00%	110591.45%	主要因本年人民币汇率波动造成外币报表折算差额减少较多所致。
盈余公积	44,922.16	0.40	28,165.94	0.37	59.49	主要因本年实现净利润提取盈余公积所致。
未分配利润	968,029.27	8.65	704,495.24	9.29	37.41	主要因本年实现净利润及提取盈余公积所致。
少数股东权益	518,859.57	4.63	91,925.29	1.21	464.44	主要因要约收购宝信汽车集团 75% 的股权以及子公司发行高级永续债所致。

2.3 行业信息性信息分析

详见公司 2016 年度报告“第四章公司业务概要”中“一”、报告期内公司所从事的主要业务、经营模式及行业情况说明之(三)“行业情况”部分。

2.3.1 报告期末已开业门店分布情况

地区	经营业态	自有物业门店		租赁物业门店	
		门店数量	建筑面积 (万平米)	门店数量	建筑面积 (万平米)
华北大区	4S 店面及其他营业网点	105	46.74	32	19.38
西北大区	4S 店面及其他营业网点	149	67.01	22	4.67
四川区域	4S 店面及其他营业网点	36	19.08	23	9.51
重庆区域	4S 店面及其他营业网点	20	8.18	10	2.91
广西区域	4S 店面及其他营业网点	64	29.04	18	7.86
安徽区域	4S 店面及其他营业网点	21	10.12	5	1.42
北区区域	4S 店面及其他营业网点	40	21.51	31	16.46
江西区域	4S 店面及其他营业网点	23	7.75	16	5.80

陕西区域	4S 店面及其他营业网点	27	12.70	5	1.69
贵州区域	4S 店面及其他营业网点	22	14.12	4	2.34
华东区域	4S 店面及其他营业网点	9	6.42	35	18.62
云南区域	4S 店面及其他营业网点	1	0.53	15	5.77
合计		517	243.20	216	96.43

四、关于公司未来发展的讨论与分析

（一）行业格局和趋势

2017 年是实施“十三五”深化改革成果转化的开端，许多行业都经历巨大的变革和洗牌，“三去一降一补”将实质性地推进市场的优胜劣汰。我们认为：2017 年中国汽车行业增速将可能有一定的下滑，虽然可能对新车销售增长造成一定影响，但由于近年来各汽车经销集团业务转型升级的成果已逐渐显现，且行业集中度不断提高，各经销集团在资源整合、规模效应等方面具备的优势，将使 2017 年汽车经销行业延续增长的态势。

1、汽车市场展望

受经济增速放缓、2016 年消费透支和 2017 年购置税政策等因素的影响，对于 2017 年中国汽车市场，中国汽车工业协会预测，2017 年，我国汽车市场增速同比将有所下滑，预计为 5%，销量为 2940 万辆，其中乘用车增速 5%，销量将达到 2570 万辆。但目前我国千人汽车保有量是 110 多辆，与发达国家相比还有较大差距，我国汽车市场的正增长预计还将继续保持 5—10 年时间。此外，越来越多的汽车消费人群已经步入升级换购的阶段。随着我国人均收入水平的持续提升，消费观念也随之不断更新，同时对于产品与服务的质量提出更高要求。二次购车的消费者更加注重汽车的品牌及操控性能，换车消费升级有望带动豪华、高端车需求持续增长。综上所述，2017 年汽车销售市场总体平稳，但依然不缺乏机遇。

2、汽车流通行业趋势展望

随着汽车市场增速放缓，单一或小规模 4S 店的生存形势将更加严峻，行业集中度将不断提高。同时，汽车反垄断指南及汽车销售管理办法等政策的实施，将大幅消减整车厂家对汽车经销商的经营干涉、维护经销商独立运营权，重新平衡汽车厂家和经销商之间的关系，在一定程度上改善中国汽车流通秩序，促进汽车市场均衡发展。未来汽车销售渠道的变革与创新成为发展新趋势，将形成多样化经营模式。传统汽车经销业务应积极谋求转型升级，主动适应新模式，持续进行业务结构调整，在竞争中生存和发展。

3、融资租赁业务的未来发展趋势

随着未来乘用车销售量的进一步增长以及国内 80、90 后等购车主力军的出现，国内对汽车金

融的需求将越来越大，对汽车金融产品丰富度要求也将越来越高，汽车金融市场将在未来的五年迎来高速增长的势头，根据德勤《2015 中国汽车金融白皮书》预计，2020 年中国汽车金融的渗透率将达到 50%，市场规模预计突破 2 万亿元。作为汽车金融的重要组成部分，乘用车融资租赁业务将大有可为。

4、二手车业务的未来发展趋势

2016 年，国务院办公厅发布《关于促进二手车便利交易的若干意见》（国八条），中国二手车流通行业成功迈进“千万辆时代”。预计到 2022 年，中国二手车年交易量将达到 2500 万台次，净交易量 1800 万台，成为全球仅次于美国的第二大二手车市场。而进一步贯彻落实“国八条”无疑将是 2017 年二手车市场政策实施的主旋律，政策环境总体上将有利于二手车行业的活跃和发展，二手车业务也将与国外成熟市场一样成为 4S 店经销商集团的主要业务。

（二）公司发展战略

公司以“建立管理和服务标准，成为行业标杆；成为对社会有责任感的企业”为使命，坚持“战略先行，持续创新”的发展战略，通过寻求收购机会及内生发展扩张，全面增强公司全国性网络覆盖、优化超豪华、豪华及中高端品牌覆盖，继续发展乘用车融资租赁业务和二手车交易代理业务，加强精细化管理提高经营效率，打造“最优秀的世界级汽车服务集团”。

（三）经营计划

2017 年，公司将全面、深入、动态的研究分析行业形势，最大限度的发挥集团优势、规模优势，进一步巩固行业龙头地位，并在以下几方面积极部署，不断发展：

1、补短板、求创新，全面提升企业整体业务水平

2017 年公司将始终坚持以实现企业利润为目标；固本强基，牢牢抓住整车销售和维修两个基础和根本业务。在实现两项业务精细化管理的同时，向汽车后服务市场发力，积极进行公司新业务的拓展，促进二手车、租赁业务的进一步发展，培植新的利润增长点，提升公司抗风险能力。力争 2017 年基础业务、创新业务都成为公司实现高利润的平台。同时，通过下列措施全面提升企业整体业务水平：

补短板，对标最优区域，补齐区域劣势；对标最优店面，补齐新收购店面和原有较差店面的业务水平。通过督导制度，对店面进行业务检核，查漏补缺，管理提升；通过品牌对标，推进品牌内部比学赶帮超，共同进步，形成品牌合力，全面提升广汇整体业务管理水平。

2、迎挑战、创领先，助推融资租赁与二手车业务两翼齐飞

2017年，融资租赁业务在着力于新车业务的同时，将配合二手车平台重点跟进二手车融资租赁业务的转化和开发。公司将继续建立专业领先的风控体系，持续提升审批效率、渠道和客户服务体验，进一步防范贷前风险。在现有基础上，继续开发二手车自动审批系统，借助第三方大数据平台建立反欺诈体系，完善现有的风险评分模式及自审风控模型，持续优化资产质量。

2017年，二手车业务将根据市场大势继续布局，一方面继续“夯实基础，提升能力”，另一方面要“搭建平台，打造模式”。4S店方面，继续强化团队能力、加强培训，深挖置换和售后回购车源潜力，与新车、售后、租赁等业务形成联动和服务闭环，创建全员二手车业务；专业交易服务中心方面，积极扩大外部车源获取，开拓外部合作和区域间合作模式，建立广汇二手车品牌形象，优化认证二手车产品和服务，提升销售能力，植入广汇增值业务，形成广汇二手车生态体系。同时，深化开拓适合广汇二手车的线上线下拍卖业务形式，开拓广汇二手车电商零售业务，进一步开发功能更强大的广汇二手车管理系统，打造广汇二手车业务体系。

3、严内控、盘资产，降本挖潜助衍生内力

2017年，公司将进一步加强资产优化管控，提升重大项目现场管控力度，把好工程决算结算关；推进闲置资产处置，探索资产处置优化新模式，按公司总体预算安排把控处置节奏，提高资产使用效率。另外通过集中采购、优化管理，进一步降低成本，提高市场费用使用效率，预防内控风险；同时进一步降低人力服务、广告宣传等费用，将事前预测、事中把控、事后分析相结合，努力提升全年降本目标。

4、育人才、带队伍，积蓄力量

2017年，公司将以促进发展为主题，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，抓好人力人才工作。规范员工薪酬福利体系，实现员工福利标准的内部统一；加强人工成本预算管理，实现“三降两升”的管控目标；完善组织体系，提高组织效能，确保更高的生产效率和更优的服务能力；规划人才发展策略，有计划地进行人才培养和储备；提升绩效考核工作水平，督促业绩提升，实现能者上，庸者下的管理目标；积极推进创新项目评选，宣传榜样力量；落实团建工作，加速企业文化建设。

5、拓网点、强整合，合作共赢创造价值

2017年公司将根据收购计划，在全国范围内拓宽网点布局，加强项目收购并积极整合，扩张公司发展版图。一方面，公司将为新项目输入精细化管理理念、完善的运营体系以及高端管理人才；另一方面，各项目也将成功的经营思路和优秀的经验、优势和特色汇入广汇汽车，为公司发展注入新活力，实现多方共赢。

五、其他事项

1、导致暂停上市的原因

适用 不适用

2、面临终止上市的情况和原因

适用 不适用

3、公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

适用 不适用

4、公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

适用 不适用

5、与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

本年度纳入合并范围的主要子公司详见附注九，新纳入合并范围的子公司详见附注八(1)，不再纳入合并范围的子公司详见附注八(5)。

董事长：李建平

广汇汽车服务股份公司

2017年4月27日