

# 长安汽车2017年半年度业绩

# CHANGAN

*Driving Forward With You*

2017年8月31日



长安汽车  
CHANGAN



行业领跑者

# 声明 Disclaimer

此文件由重庆长安汽车股份有限公司（简称“长安汽车”或“公司”）编制，仅供业绩介绍会交流和一般参考之用。本资料纯属简报性质，并非提供有关公司业务、经营或财务的现有状况或未来前景的完整描述或全面分析。长安汽车或其关联公司、顾问或代表，均不会因对此文件的使用造成的任何损失负任何责任。

The presentation is prepared by Chongqing Changan Automobile Co., Ltd (abbreviation as “Changan”, “CA” or “Company”), and solely for corporate communication and general reference only. The presentation is a brief introduction but NOT a complete description for company’s current or future business, operating or financing results. Neither CA nor any officer or employee of CA accepts any liability whatsoever for any direct, indirect or consequential damages or losses arising from any use of the presentation or its contents.

# 目录



**1** 行业概况  
Industry Overview



**2** 经营情况回顾  
Review of Business  
Conditions



**3** 财务概要  
Financial Summary

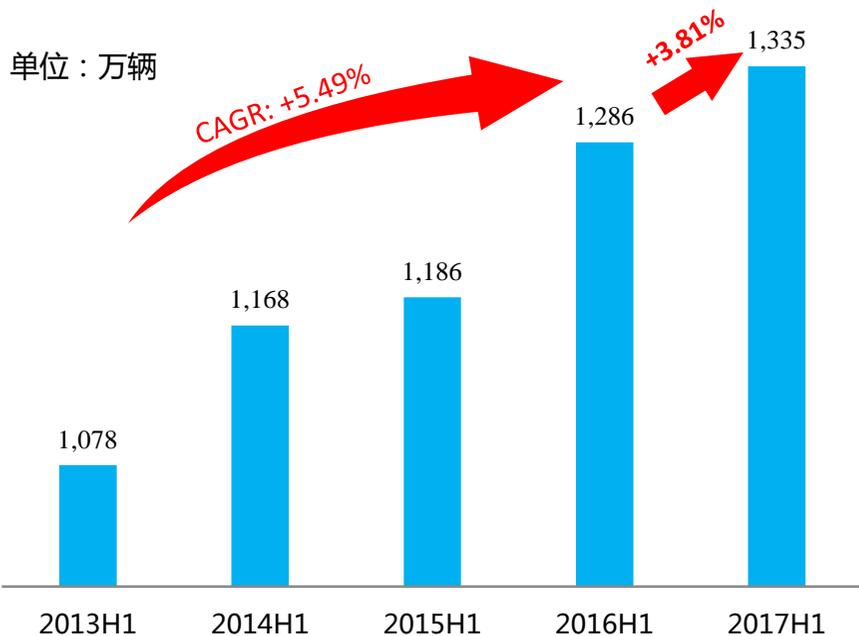


**4** 未来展望  
Prospects

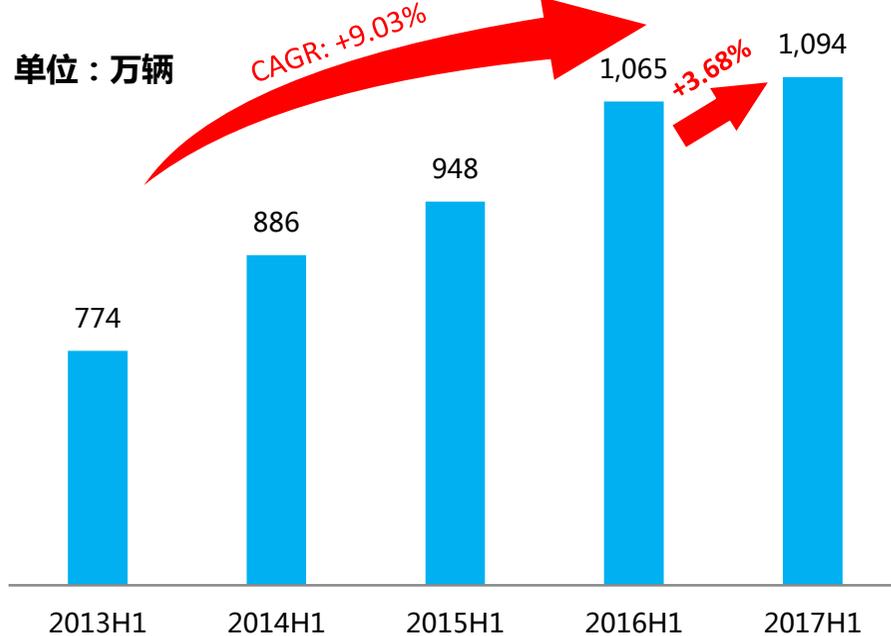
# 1.1 2017上半年行业销量情况

1-6月，汽车销量完成1335.4万辆，同比增长3.81%，增速下滑4.3个百分点。狭义乘用车同比增长3.68%，增速低于行业。

### 2013 – 2017年H1汽车行业销量



### 2013 – 2017年H1狭义乘用车销量

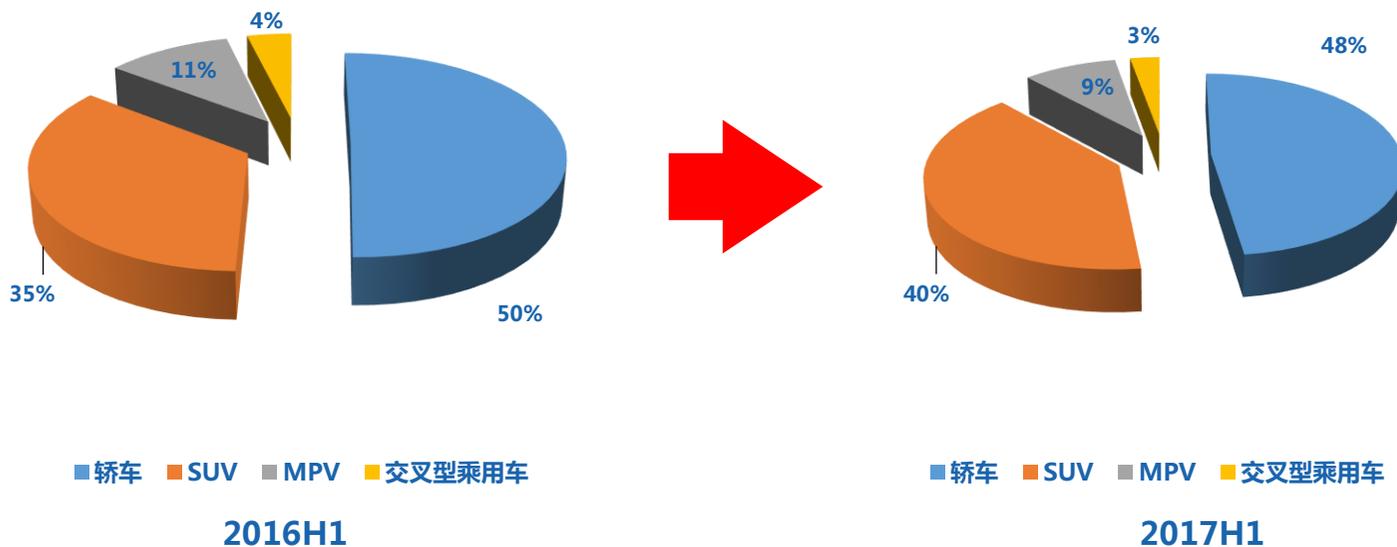


数据来源：中国汽车工业协会、长安汽车

# 1.2

## 2017上半年乘用车细分板块情况

### 乘用车市场结构占比



SUV板块继续快速增长，蚕食轿车、MPV、交叉型乘用车板块市场份额。

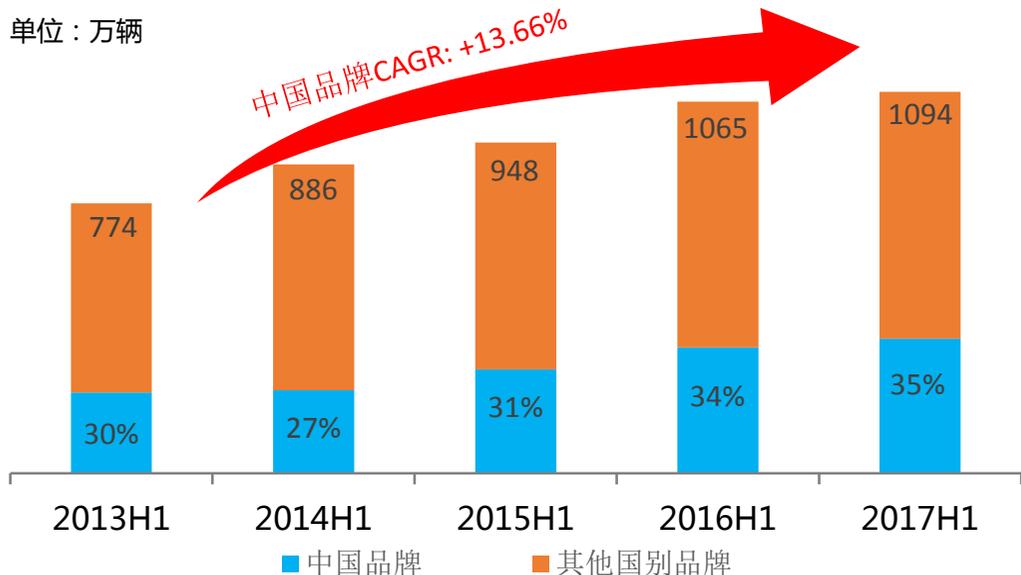
数据来源：中国汽车工业协会、长安汽车

# 1.3

## 中国品牌乘用车市场表现

2013 – 2017年H1中国品牌狭义乘用车销量

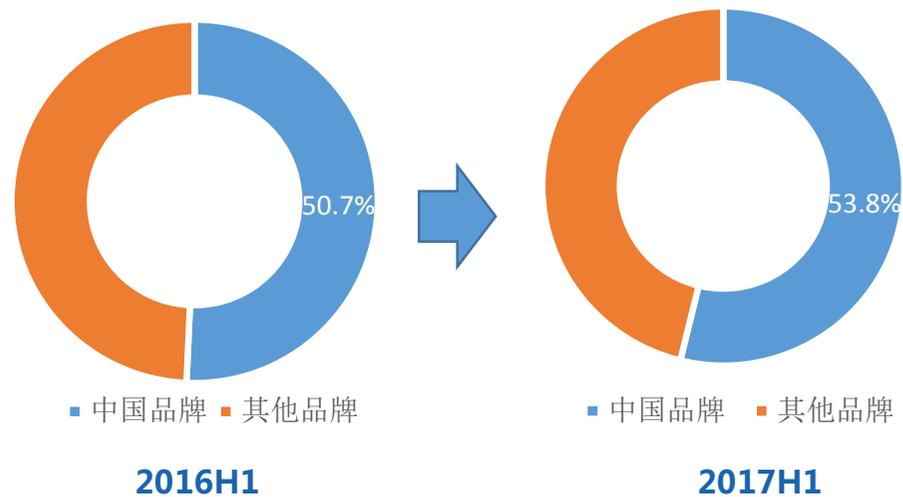
单位：万辆



中国品牌狭义乘用车保持较快增速，2017年上半年销售386.21万辆，市场占有率较2016年上半年提升1个百分点，达到35%。

数据来源：中国汽车工业协会、长安汽车

中国品牌SUV市场占比



中国品牌的增长主要得益于SUV的强劲表现，2017年上半年，中国品牌SUV共销售243.63万辆，占SUV总销量的53.8%，同比提升超过3个百分点。

# 目录

1

行业概况  
Industry Overview

2

经营情况回顾  
Review of Business  
Conditions

3

财务概要  
Financial Summary

4

未来展望  
Prospects

## 2.1 企业经营亮点

长安品牌汽车连续10年居自主品牌第一，且规模大，长安品牌销量超过公司总销量的60%。

2017年1-6月：

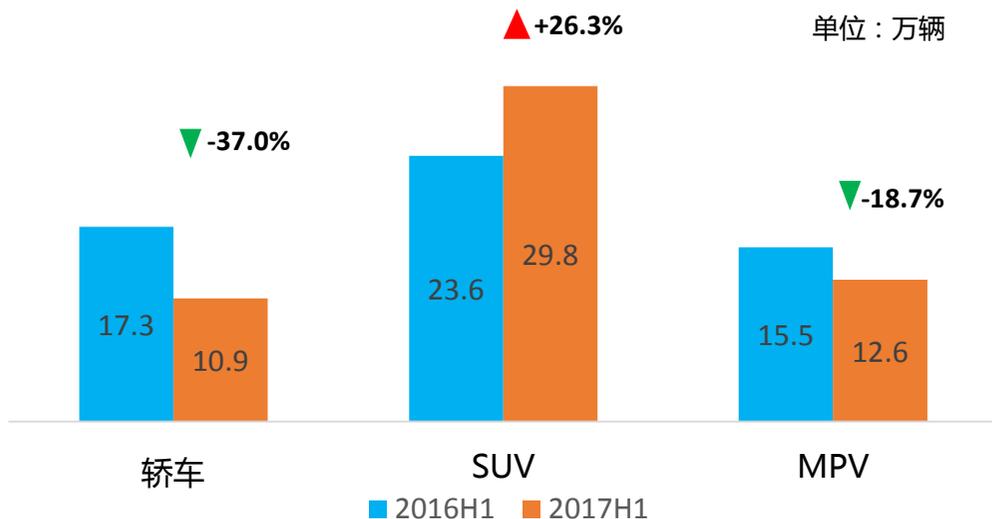
- 长安汽车销售 **143.0万辆** 排名汽车集团第四位
- 长安品牌汽车销售 **87.0万辆**
- 长安品牌乘用车销售 **59.0万辆**



## 2.2

# 长安品牌产品结构不断优化

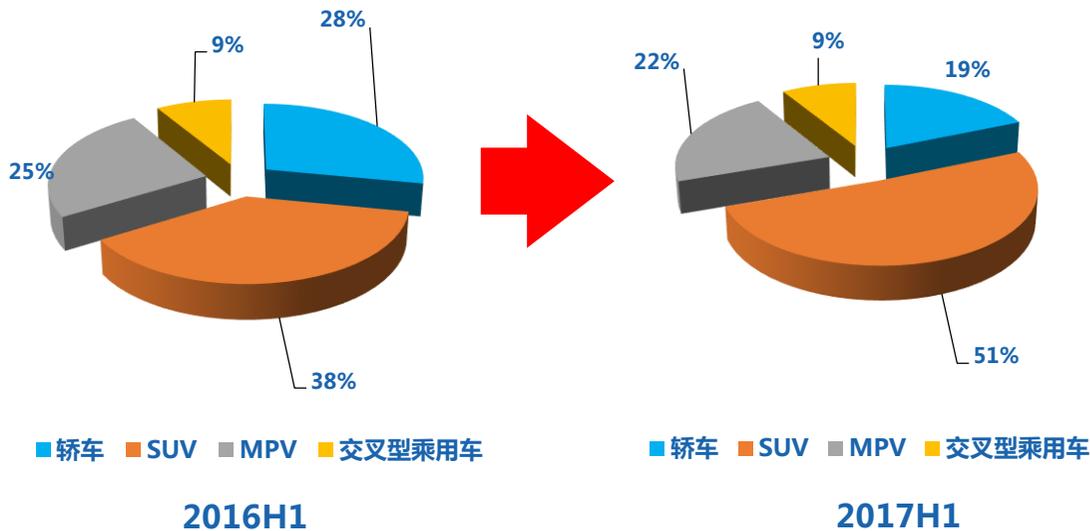
### 长安品牌乘用车（狭义）分类型销量分析



分类别看，长安品牌SUV表现抢眼，上半年销售29.8万辆，同比增长26.3%；除SUV产销同比保持增长外，轿车、MPV产销继续呈现下降趋势，与行业表现一致。

数据来源：中国汽车工业协会、长安汽车

### 长安品牌乘用车（广义）产品结构

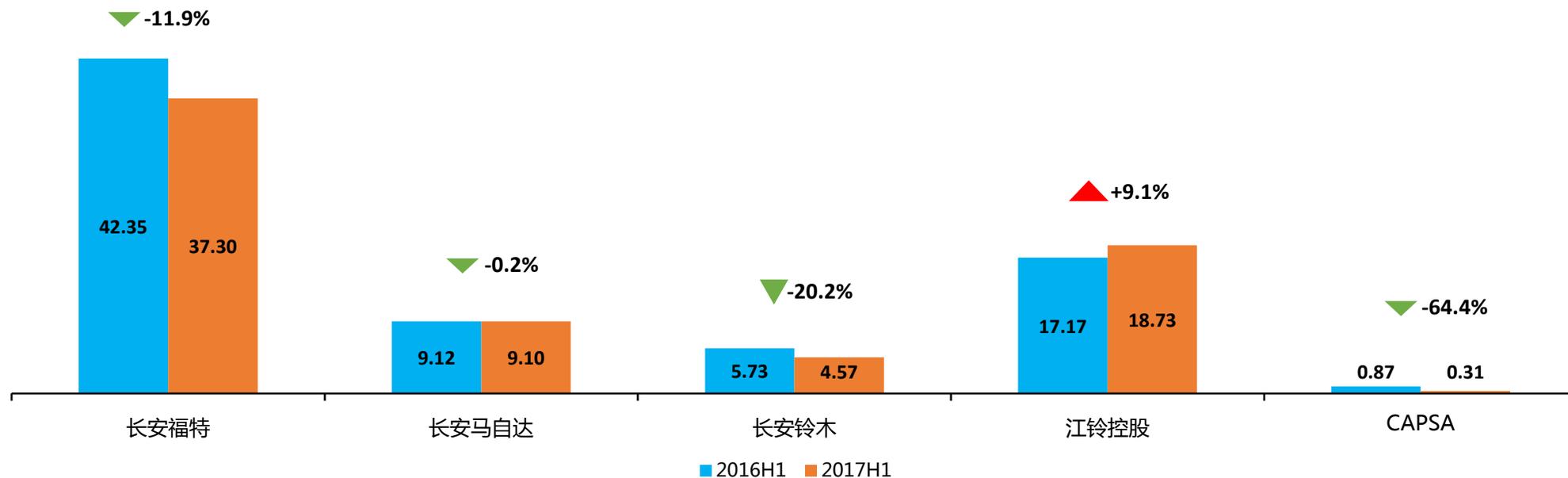


2017年上半年，长安品牌乘用车产品结构同比出现显著变化，SUV占比提升13个百分点，占比达到一半以上。

## 2.3

# 合资品牌销售情况

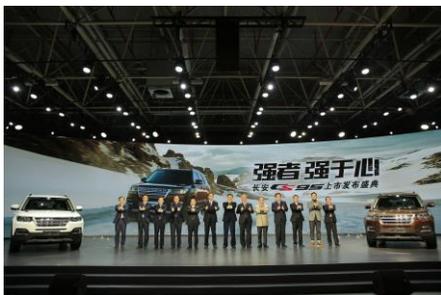
单位：万辆



数据来源：中国汽车工业协会、长安汽车

## 2.4

# 新品上市表现抢眼



3月28日，CS95上市，上市  
10天订单破万



7月26日，CS55淡季上市，上市  
12天订单破万



搭载“生命动感”全新设计哲学的首款产品——睿骋CC将于2017年底上市

2 0 1 7 年

5月18日，家用型MPV凌轩上市



7月31日，欧尚A800上市，上  
市半个月订单破万



9月，欧诺S上市



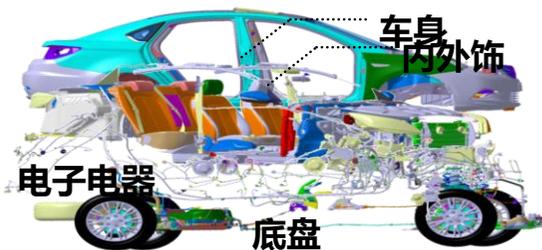
## 2.5 研发实力保持行业领先

长安汽车对标国际一流，建立全球9大协同研发格局，拥有涵盖碰撞安全、NVH等16个领域的国际化、高标准实验室，掌握ESP、TCS、VVT、TCT、ICCS等先进技术，研发实力连续8年居中国汽车行业第一。

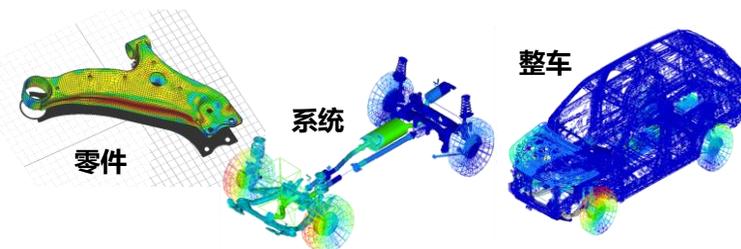
### 六大研发能力



整合全球顶级资源的造型设计能力



完全自主的平台开发能力



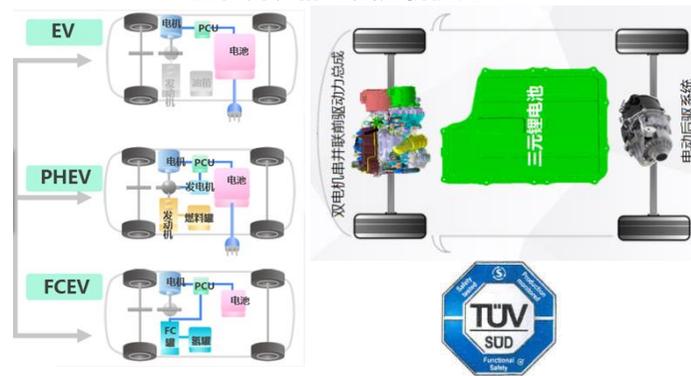
全过程开发的仿真分析能力



高效快速的试制能力



科技智能的软件开发能力



安全可靠的新能源系统开发能力

## 2.6 致力品牌突破

成功入选央视“2017国家品牌计划”，受到多家权威机构好评，成为中国汽车行业中，向创新中国、品质中国、品牌中国转变的优秀代表。



“入选国家品牌计划”



“智色双旋设计理念发布”



“赞助欢乐中国人”



“赞助重庆国际马拉松”



“COC全国汽车场地越野锦标赛”

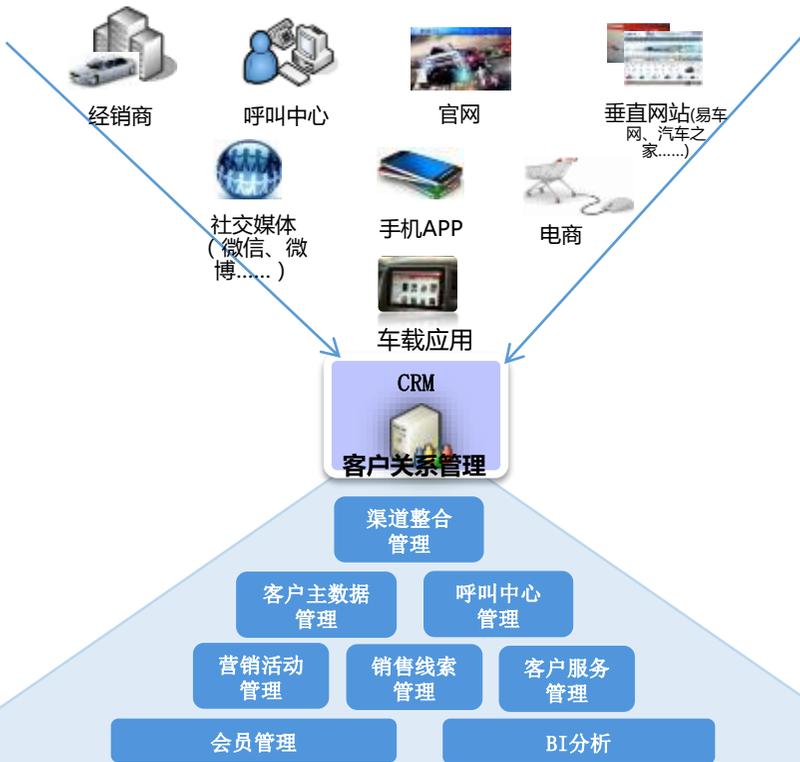
### IPSOS品牌监测报告

- 长安汽车品牌具有**高质量产品的提供者**的形象
- 长安汽车产品具有**高品质感和质量可靠性高**的形象
- 长安汽车作为行业的领导者，能代表中国的自主品牌，快速成长的企业

## 2.7

# 深化营销服务

- 建立客户关系管理（CRM）系统，统一客户管理，统一线索管理，统一服务管理。
- 开通20多个APP、微信、微博，围绕21个客户接触点，提供随时、随身、随地的全天候24小时服务，受众达1400万。
- 通过“长安FAN粉丝盛典”、“CX70千城万人交车”等大型活动，创新粉丝营销、群体营销新模式。



长安FAN粉丝盛典

CX70千城万人交车



通过车享网获得数据，未来通过大数据创造汽车用户最佳体验

## 2.8 加强全球产业布局

### 海外战略总体布局“883”

- ◆ **乘用车八大营销市场**：智利、秘鲁、哥伦比亚、巴拉圭、埃及、海湾、阿尔及利亚、阿塞拜疆。
- ◆ **商用车八大营销市场**：阿尔及利亚、埃及、智利、秘鲁、哥伦比亚、巴拉圭、越南、马来西亚。
- ◆ **三大基地**：俄罗斯、伊朗、印度。



80%规划布局在“一带一路”上

## 2.9 合资自主互补，共赢发展图强

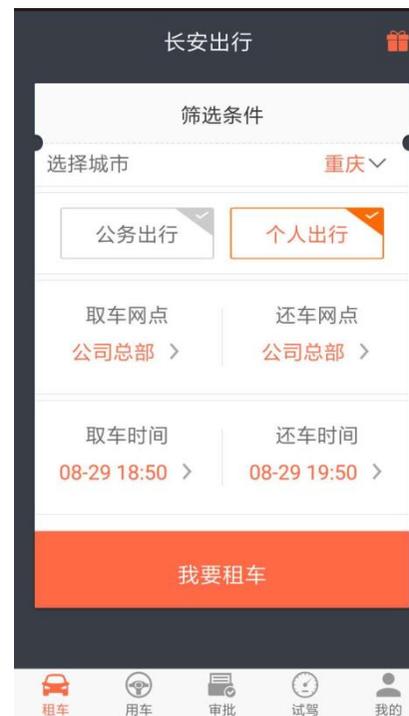
- **产能共享**：统筹利用长安汽车合资及自主工厂产能。
- **产品输出**：向合资企业输入悦翔V3，新奔奔，逸动纯电动等自主产品。
- **合作开发**：同外资合作伙伴共同开发新产品。

唯一向外资输入产品的企业



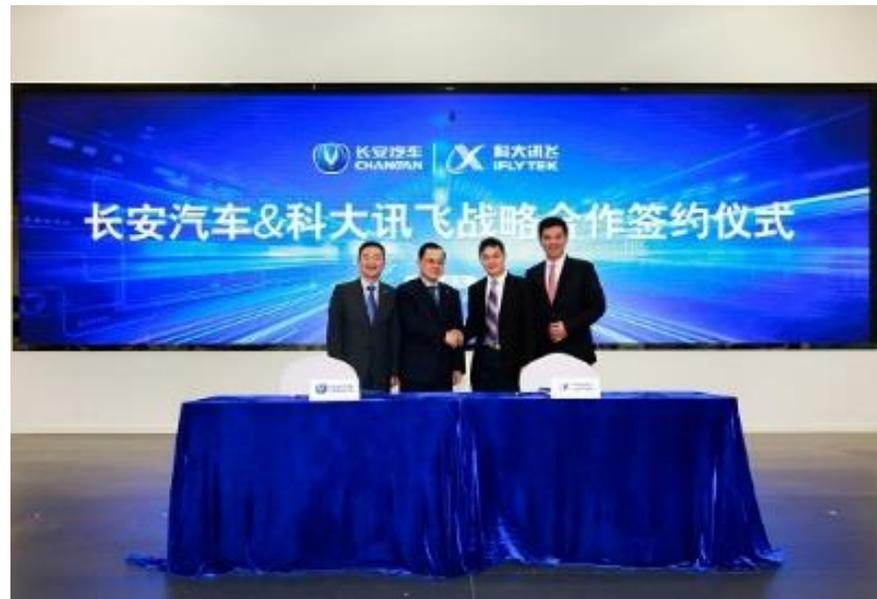
## 2.10 积极打造生态圈，新业务初见成效

- 电商、汽车租赁、二手车稳步推进，电商平台2017年上半年销售整车超过50000辆。
- “长安出行”分时租赁平台二期试乘试驾已上线，网约车及长租车平台项目稳步推进。



## 2.11 加强跨界合作

基于公司新能源和智能化战略，努力探索相关投资机会，与蔚来汽车签署框架性合作协议并开展实质的投资合作，进一步优化汽车产业链布局；与百度、科大讯飞和中国联通等探索合作路径。



# 目录

1

行业概况  
Industry Overview

2

经营情况回顾  
Review of Business  
Conditions

3

**财务概要**  
**Financial Summary**

4

未来展望  
Prospects

## 3.1 主要财务数据

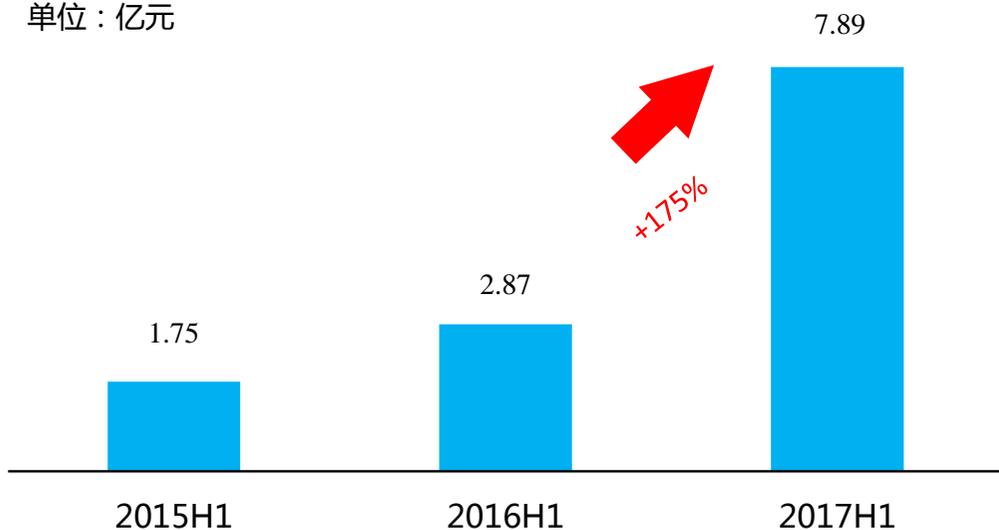
项目	截至2017年6月底	截至2016年6月底	变动情况(%)
总资产(亿元)	1072.83	954.79	12.36
所有者权益(亿元)	449.26	365.72	22.84
归属母公司所有者权益(亿元)	451.00	367.97	22.58
每股净资产(元)	9.39	7.89	19.01
资产负债率(%)	58.12	61.70	-3.58

项目	2017H1	2016H1	变动情况(%)
营业收入(亿元)	335.55	358.02	-6.28
利润总额(亿元)	47.08	57.06	-17.49
归属母公司股东的净利润(亿元)	46.21	54.91	-15.84
基本每股收益(元)	0.96	1.18	-18.64
净资产收益率(加权)(%)	10.42	15.43	-5.01

## 3.2 自主板块盈利

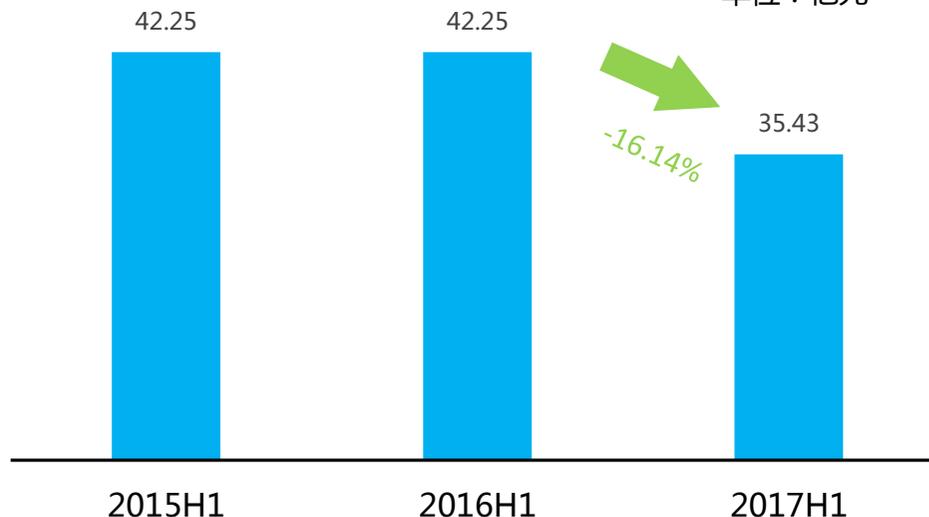
### 自主板块净利润

单位：亿元



### 期间费用

单位：亿元

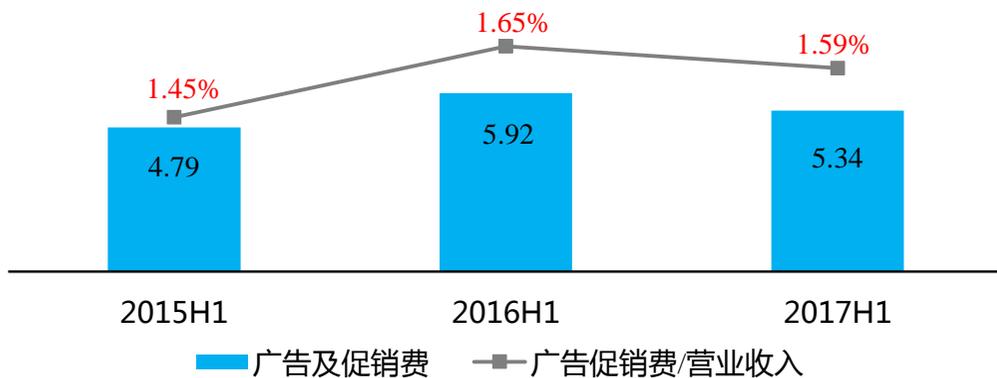


随着长安品牌销量增加和盈利结构不断改善，2017上半年自主板块实现净利润 7.89亿元，同比增长175%。

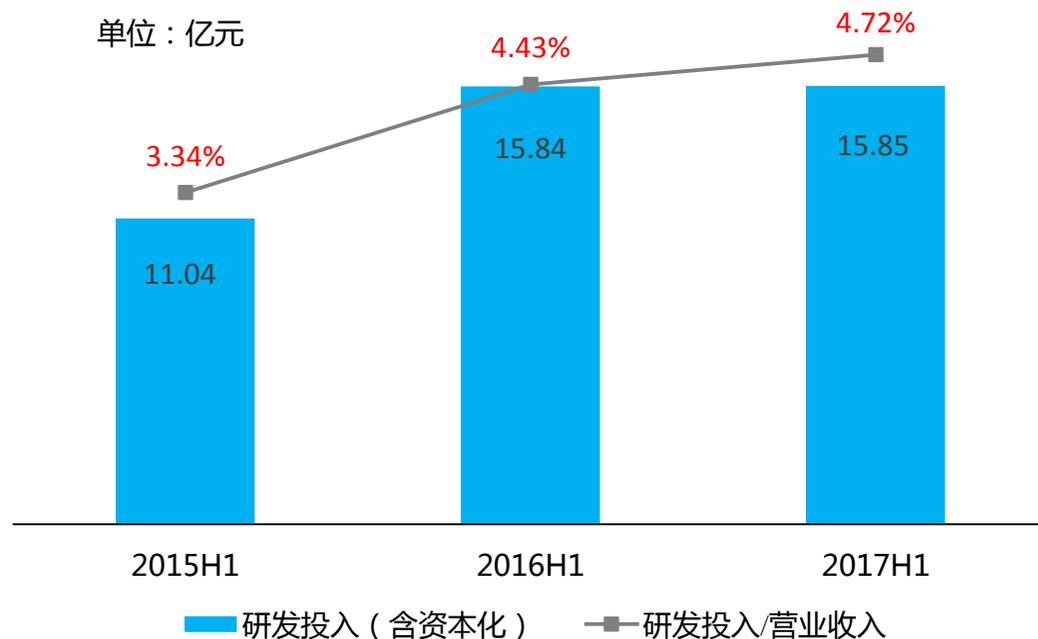
2017年上半年，期间费用（管理、销售、财务费用合计）同比下降16.14%，占比下降1.24个百分点。

## 3.3 广告和促销费用及研发投入

单位：亿元



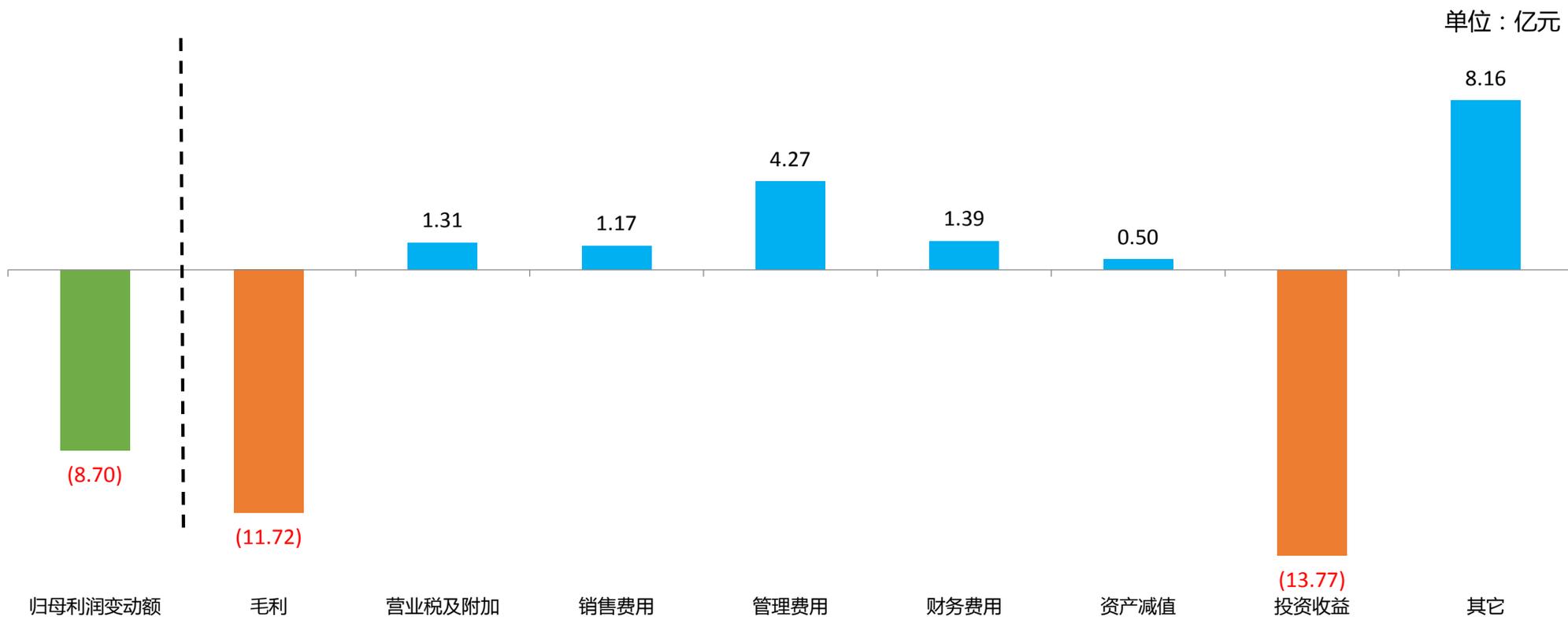
单位：亿元



长安汽车持续加大研发投入，2017上半年研发投入总计15.85亿元，占收入比为4.72%。

### 3.4

## 合并归母净利润增减变动因素



# 目录

1

行业概况  
Industry Overview

2

经营情况回顾  
Review of Business  
Conditions

3

财务概要  
Financial Summary

4

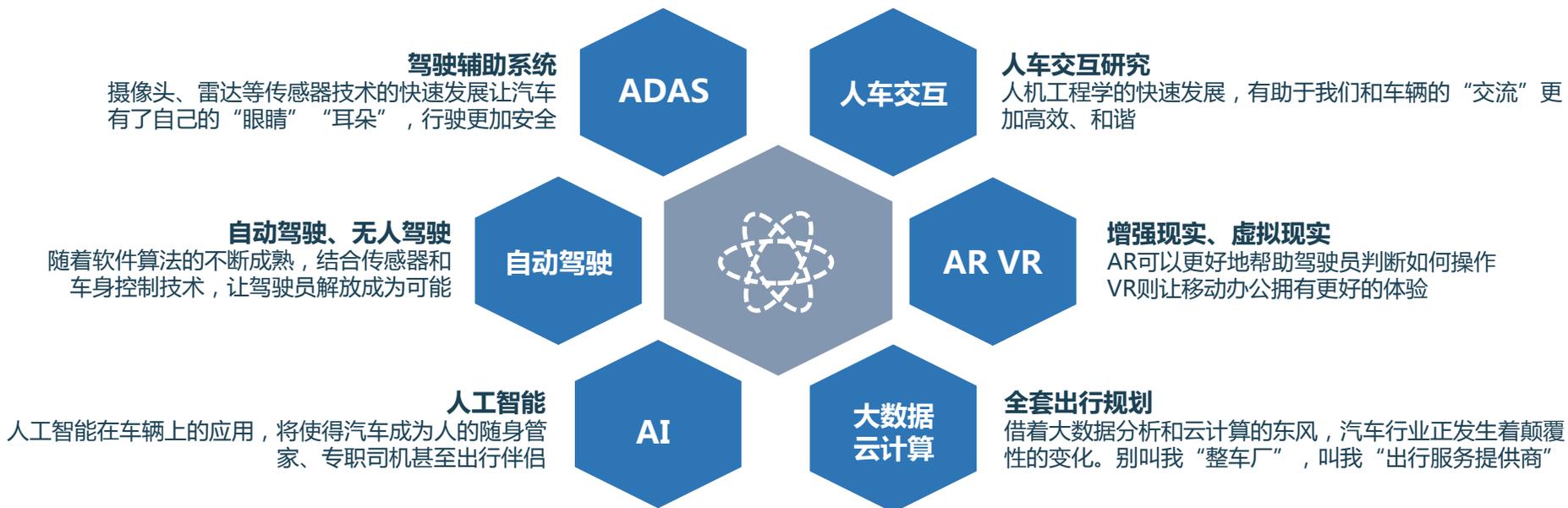
**未来展望**  
**Prospects**

## 4.1

# 汽车未来发展趋势——智能化

智能化汽车实现了“解放”驾驶人员，汽车由“出行”变成“出行+办公”

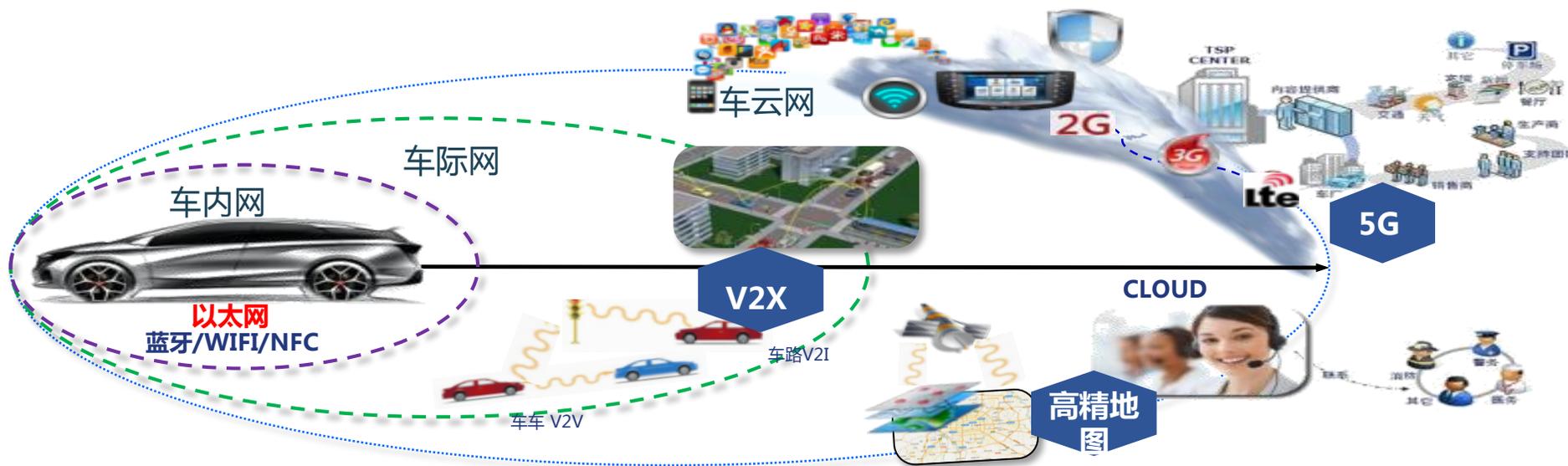
- ◆ 机械自动化和软件复杂化，推动自动驾驶技术诞生，“解放”驾驶员大脑、眼睛和四肢。
- ◆ 人工智能和交互技术的研究，让车辆不再是冰冷的机器，而拥有了“像人一样”的感觉。
- ◆ 人类在电子科技、机械自动化和设计学领域的**技术变革，让汽车逐步走向智能化。**



## 4.2 汽车未来发展趋势——互联化

汽车互联从提供“出行功能”到提供“出行服务”（体验、信息、价值）

- ◆ 汽车互联支撑汽车更加智能化，汽车互联已经形成了**车内网**、**车际网**和**车云网**三个网络层级，车内网已经运用成熟，车云网已经开始应用，车际网即将实现产业化；
- ◆ 汽车互联化，极大地扩展了汽车的应用范围，使得车辆不再仅仅是满足运输需求的交通工具，而是成为人们日常生活、办公需求的移动网络连接终端。



## 4.3 汽车未来发展趋势——电动化

电池、快充以及电机等技术的发展促进“清洁高效”的成本逐渐降低，支撑汽车向着电动化的方向发展



## 4.4 长安汽车未来发展方向

长安汽车将把握三大方向技术变革，致力于打造“智能化、互联化、电动化”三大技术标签



## 4.5

# 长安汽车新品规划

2020年以前，长安汽车将推出**47款全新车型**（28款传统动力+19款新能源）、**55款款车型**和**11款发动机**，实现持续的产品和技术升级，推动长安汽车快速发展

47款全新车型



长安汽车  
CHANGAN

— 前进 与你更近 —

平均每年9款



长安欧尚

28款

全新产品



19款

新能源



55款

款车型



11款

发动机





第二代逸动



第二代逸动XT



CS35换代



紧凑型SUV PHEV



第三代悦翔



SUV



SUV



MPV



MPV EV

长安行天下

CHANGAN DRIVES THE WORLD