

郑州宇通客车股份有限公司

关于 2015 年年度报告事后审核问询回复的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

2016 年 4 月 11 日，郑州宇通客车股份有限公司（以下简称“本公司”或“公司”）收到上海证券交易所发出的《关于对郑州宇通客车股份有限公司 2015 年年度报告的事后审核问询函》（上证公函【2016】0343 号），现就函件中有关问题回复公告如下：

一、关于行业政策对公司的影响

问题 1、年报披露，公司新能源客车销售 2.04 万辆，占公司汽车总销量的 30.5%，营业收入 140 亿元，占总收入的 44.7%。其中纯电动客车销量为 1.39 万辆，同比增长 706.8%；插电式混合动力客车销量 6560 辆，同比增长 17.8%。请补充：（1）以用途和车型长度分类，披露新能源汽车销量及销售收入情况；（2）结合产品特点、主要销售客户、同行业竞争对手等情况，说明行业政策（包括但不限于中央及地方新能源客车相关扶持政策、整车排放政策等）对公司新能源客车销售的影响。

回复：

（1）参照行业用途的分类标准，公司客车产品覆盖座位客车、公交客车、校车和其他车型，其中新能源产品主要为座位客车和公交客车，2015 年销量及收入情况如下：

用途分类	销量	收入（万元）
座位客车	4,180	326,723
公交客车	16,266	1,070,915
合计	20,446	1,397,638

公司新能源客车参照行业标准,可分为大型车(10米<长度)、中型车(7米<长度≤10米)和轻型车(5米<长度≤7米),2015年销量及收入情况如下:

长度分类	销量	收入(万元)
大型车	10,054	815,646
中型车	5,785	376,050
轻型车	4,607	205,942
合计	20,446	1,397,638

(2) 新能源客车主要用于公共交通、短途客运等,相对于传统客车,具有节能环保、运营成本低、舒适性高等特点,主要客户为公交运营企业、客运企业等。

根据节能环保、减少碳排放及能源结构调整的需要,国家及地方政府通过对用车客户进行购车补贴和运营补贴,并综合运用减免税、电价优惠等措施,对新能源汽车产业进行扶持推广,基于新能源汽车技术的日臻完善,用户对于新能源汽车正逐渐接受并认可,近两年公司新能源客车销量快速增长,在实际运营中显示出了良好的经济效益和社会效益。

问题 2、年报披露,公司 2015 年销售新能源汽车所获政府补助共计 68.57 亿元,其中纯电动客车补贴 52.35 亿元,插电式混合动力客车补贴 16.22 亿元,较公司归属上市公司股东净利润(35.35 亿元)高 33.22 亿元。请你公司详细说明:(1)截至目前,新能源汽车补贴的最新政策及趋势;(2)补贴政策退坡对公司相关产品销售、主营业务收入及利润的影响,并充分提示风险;(3)相关行业政策对公司主要产品价格及经营战略的影响。

回复:

公司 2015 年度共取得新能源客车销售收入 139.76 亿元,其中 68.57 亿元为国家财政对消费者的新能源汽车补贴款。根据国

家财政部、科技部、工信部及发改委发布的《关于继续开展新能源汽车推广应用工作的通知》、《关于 2016-2020 年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》，新能源汽车补贴为国家对于消费者的补助，由汽车生产企业统一申报，国家财政代替消费者支付给汽车生产企业，减少了消费者实际承担的购车成本。因此该款项为正常的销售收入，并不是对本公司的补助，公司在实际订单交付后已按照会计准则确认为营业收入。

（1）最新政策及趋势

2015 年 4 月份，四部委联合下发了《关于 2016-2020 年新能源汽车推广应用财政支持政策的通知》，在指标方面：增加了新能源客车 EKG 和续航里程指标；在补贴政策方面：2017 - 2020 年除燃料电池汽车外其他车型的补助标准适当退坡，其中：2017 - 2018 年补助标准在 2016 年基础上下降 20%，2019 - 2020 年补助标准在 2016 年基础上下降 40%；在售后质保方面：要求商用车生产企业对消费者提供动力电池等储能装置、驱动电机、电机控制器不低于 5 年或 20 万公里的质保期限。截止目前，国家尚未发布最新的新能源汽车补贴相关政策。

（2）补贴政策退坡的相关情况

为了推进节能减排，促进大气污染治理，国家自 2009 年起对新能源汽车行业实施补贴政策并逐步优化完善，近几年国内新能源汽车取得了快速发展，行业规模持续扩大。

在新能源汽车行业逐步进入到自由竞争、良性发展的阶段后，补贴逐步退坡是必然的趋势。在行业发展初期，国家推行优惠补贴政策旨在扶植企业加大对新能源产品的研发及投入，引导市场与客户逐步接受新产品，以实现行业的良性发展。随着行业进一步发展，企业技术水平以及核心竞争力不断增强，规模化效应逐步显现，产品成本不断下降，企业已初步具备市场化竞争的条件

与能力。国家政策正是在此背景下采取逐步平稳过渡的方式退出，其目的是激发行业市场竞争的动力，逐步培养企业自身发展的能力。

新能源客车销售价格比传统客车高，但在后期的运营成本、维护保养成本方面具有较大的优势，目前客户已经逐步认可新能源客车产品。从短期来看，补贴退坡会增加客户实际承担的购车成本，行业总体销量在短期内存在同比下降的风险，如果行业总量出现下降，则公司也会受到一定影响，后续公司将通过提高新能源客车市场占有率以及加强各项成本的管控，力争降低或消除在收入及利润方面下降的风险；从长期来看，国家于近期发布《关于“十三五”新能源汽车充电基础设施奖励政策及加强新能源汽车推广应用的通知的精神》等一系列政策，旨在通过多种举措推进新能源汽车的发展与应用。随着企业技术水平和自身竞争力的提升，在规模化效应下的整车成本会不断下降，行业集中度会进一步提升，这样更加有利于优势企业的发展。

（3）国家的新能源产业补贴政策推动了新能源汽车行业的发展，随着新能源产品技术的日臻完善以及规模化效应的逐步显现，产品成本呈下降趋势，在保持一定盈利水平的前提下，产品价格也将逐步下降。

公司在 2011 年投入资金建设节能与新能源客车生产基地，未来仍将新能源客车作为重点细分市场，加大技术投入，不断提升产品质量，降低产品成本，提升盈利能力，引领新能源客车行业健康发展。

二、关于主营业务及主要产品

问题 3、公司 2015 年主营业务毛利率为 25%较 2014 年增加 1%；分季度看，产品毛利率呈稳步上升趋势，从一季度的 23%升

至四季度的 28%。(1)请结合宏观政策、行业总体情况、产品类别及销量情况,分析主要产品毛利率上升的原因,并说明四季度产品毛利率大幅提高的原因。(2)公司披露的月度产销数据显示,主要产品产销量在 2016 年 1 季度呈明显下降趋势,其中 2 月产销量同比、环比均大幅下降,3 月产销量较 2 月有所回升,但仍处于较低水平。请你公司结合主要产品特点、行业政策、同行业竞争对手情况分析产销量下降的原因,产品销售是否受季节影响,并提示相关风险。

回复:

(1)公司 2015 年主营业务毛利率为 25%较 2014 年增加 1%,主要原因是由于 2015 年大宗原材料价格比 2014 年下降较多,公司采购成本下降,整车毛利率提升。

第四季度毛利率比前三季度高主要是因为行业存在显著的季节性特点,通常第四季度营业收入最高(2015 年第四季度营业收入占全年的 39.35%),规模化效应显现,固定成本率下降,毛利率提升。

销售收入占比情况表

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入(万元)	427,332	611,392	854,183	1,228,181
占比	13.69%	19.59%	27.37%	39.35%

(2)2016 年第一季度累计实现销量 12,366 台,同比增长 18%,实现了较好的增长。根据行业的季节性特点,通常第一季度是销售淡季,第四季度是销售旺季,各季度产销量占全年的比例波动较大,季度环比不具有可参考性。另外,受 2016 年农历春节时间(2 月 8 日)比 2015 年提前的影响,2 月份实际工作日较少,故各月度之间的同比数据出现波动属于正常现象。

问题 4、年报披露，新能源客车的关键零部件中，整车控制系统为自主研发自主生产，集成式电机控制器、电机、超级电容和动力电池系统均与行业综合实力较强的供应商联合开发。请补充披露：（1）公司与上述供应商的合作模式，包括但不限于专利归属、技术准备、采购定价依据、管理机制等；（2）相关零部件的售后服务及保养模式；（3）合作开发关键零部件的优势，以及存在的问题和风险。

回复：

（1）公司与供应商的合作主要采取联合开发并由供应商组装生产的模式。本公司主要负责关键零部件技术参数的设计匹配，整车及集成系统验证方案的设计和平台搭建，供应商根据本公司的技术要求生产产品，并保证各个生产环节的质量控制。

新能源关键零部件所涉及的知识产权包含双方共有的知识产权和各自单独拥有的知识产权，其专利归属视各零部件的具体情况由双方商定。

联合开发产品的定价采用定价模型、类比定价或成本分析的方法来确定最终采购价格，其采购价格水平与市场相比具备一定的竞争力。

（2）根据公司与供应商签订的相关质保协议，供应商提供关键零部件的售后服务，并承担因供方质量问题而产生的售后成本。

（3）公司专注于客车领域关键技术的研发与探索，通过多年以来的自主研发和系统的技术创新，逐步掌握了零部件系统匹配以及整车性能匹配的相关经验与技术，而供应商作为各自行业内的领先企业，具备研发生产专业化产品的能力。双方发挥各自的优势，实现跨领域合作，联合开发出的产品具备定制化、专用化的特点，更加符合客户的需求。

目前关键零部件均采取多渠道供货，这在一定程度上规避了依赖单一供应商的风险，但会对供应商的规模化效应及成本领先产生一定影响。

问题 5、年报披露，公司核心零部件前五名供应商的采购比例较高，请补充披露：（1）公司以外购方式获得核心零部件的比例；（2）公司各类核心零部件前五大供应商的采购占比；（3）上述关键零部件的采购是否存在高度依赖单一供应商的情形，如是，请提示风险。

回复：

（1）外购方式获得核心零部件的比例

品类采购额占比	发动机	车桥	轮胎	电池	变速箱	空调
品类外购金额/该品类外购及自制总金额	100.00%	42.55%	100.00%	100.00%	100.00%	21.87%

（2）各类核心零部件前五大供应商采购额占总外购金额比例：

品类采购额占比	发动机	车桥	轮胎	电池	变速箱	空调
品类前五大供应商采购额/该品类外购总金额	93.31%	97.91%	89.76%	100.00%	90.20%	73.38%

（3）公司不存在高度依赖单一供应商的情形。对同一品类的外购零部件，公司通常选择多家供货渠道，供应商之间的竞争较充分，不存在单一供应商垄断的现象。

问题 6、请结合公司主要整车产品类别，说明公司是否需要承担整车售后服务及保养义务，并说明对公司经营业绩的影响。

回复：

在国内市场，公司提供符合《中华人民共和国产品质量法》

等法律法规和公司《产品质量保修规定》约定内容的售后服务；在海外市场，公司提供符合当地法律法规和行业通用标准的售后服务。公司在确定产品售价时已综合考虑所承担的售后服务成本，且已在当期损益中预提了售后服务费，不会对公司的经营业绩产生较大影响。

三、关于公司海外业务

问题 7、针对公司海外销售，年报披露：在中国 5 米以上客车出口数量同比下滑 24.41%大幅下滑的情况下，公司实现销量 7,018 台，同比增长 7.3%；年报同时披露，公司 2015 年海外销售收入 36 亿元，较 2014 年下降 13%。请补充说明：(1)海外销售收入总体下降的原因；(2)海外销售毛利率上升的原因。

回复：

(1) 2015 年公司出口销售客车 7,018 台，同比增长 7.3%，由于出口销售的产品结构同比发生变化，中型客车占比上升，大型客车占比下降，导致海外销售收入较同期下降 13%。

(2) 2015 年大宗原材料价格较 2014 年下降，同时公司内部推行生产降本及研发降本工作，整车总体成本持续下降，因此海外销售毛利率较同期上升。

四、关于财务信息披露

问题 8、财务报表“预计负债”项目显示，“售后服务费”期末余额为 4.96 亿元，较期初增加 1.81 亿元，增幅达 58%；同时，“销售费用”中“售后服务费”为 5.62 亿元，较上年度增加 2.27 亿元，增幅达 68%。请你公司说明上述两项“售后服务费”的具体内容、计提原则、会计确认的具体依据，并分析上述费用相对公司主营业务收入增幅较大的原因。

回复:

(1) 销售费用中的售后服务费包括当期按销售收入的一定比例计提的服务费和针对个性化订单提供延期质保所计提的服务费, 预计负债中的售后服务费是售后服务费累计计提金额和累计实际支出金额之间的差额, 主要用于向已销售产品提供质保期内的售后服务。

(2) 计提原则及确认依据

按照销售收入计提的标准: 海外业务售后服务费按海外出口整车收入的 2% 计提, 国内业务售后服务费按国内整车收入的 1% 计提。

针对个性化订单提供延期质保所计提的服务费是根据服务期限及承诺超出标准部分按公司收费政策来确定, 已在对应订单的销售价格中予以适当考虑。

(3) 本期预计负债中的售后服务费期末余额 4.96 亿, 较期初增加 1.81 亿, 销售费用中的售后服务费 5.62 亿, 较上年度增加 2.27 亿, 一方面是由于收入增加, 按照既定比率预提的售后服务费相应增加; 另一方面是根据客户的需求, 对于新能源客车的电池、电机、电控等主要零部件超出国家标准质保期所预提的延期质保服务费, 2015 年公司新能源客车增长较快, 导致该部分售后服务费增加。

特此公告

郑州宇通客车股份有限公司董事会
二零一六年四月二十日