

证券代码：600297

证券简称：广汇汽车

公告编号：2023-012

广汇汽车服务集团股份有限公司 关于回复上海证券交易所监管工作函的公告

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法律责任。

广汇汽车服务集团股份有限公司（以下简称“公司”、“广汇汽车”）于近期收到上海证券交易所下发的《关于广汇汽车服务集团股份有限公司业绩预告相关事项的监管工作函》（上证公函【2023】0068号）（以下简称“《监管工作函》”），根据上海证券交易所的要求，经公司认真研究和讨论，结合公司的实际情况，现就监管工作函之相关事项回复如下：

1. 公司本次亏损为上市以来首次亏损，且亏损额较大。2022年三季度报公司披露归属于上市公司股东的净利润为盈利7.75亿元，本次披露亏损超20亿元，偏离于前期市场预期，亏损原因涉及主营业务、费用损失等。请公司：（1）列式并量化分析导致公司2022年度亏损的具体原因及对应的预计亏损金额，以及前期是否对本次亏损进行充分风险提示；（2）结合前述情况说明你公司主营业务盈利能力是否出现不利变化，较同行业公司变化趋势是否一致，针对上述情况公司已采取及拟采取的解决方案及应对措施，相关不利因素是否消除，并充分揭示相关风险；（3）自查是否存在利用不当利润调节损害投资者利益的情形。

回复：

（1）列式并量化分析导致公司2022年度亏损的具体原因及对应的预计亏损金额，以及前期是否对本次亏损进行充分风险提示

1) 列式并量化分析导致公司2022年度亏损的具体原因及对应的预计亏损金额

公司预计 2022 年度归属于上市公司股东的净利润为-22.8 亿元到-26.7 亿元，较 2021 年度归属于上市公司股东的净利润 16.1 亿元下降 38.9 亿元到 42.8 亿元。导致公司 2022 年度亏损的具体原因及对应的预计亏损金额如下：

①毛利影响：受疫情影响，新车销售及售后维修等主营业务规模较去年同期均出现较大幅度下滑。全年新车销售量为 58.94 万台，同比下降 15.40%，维修台次为 613 万台，同比下降 18.67%，整体导致公司 2022 年度营业收入较上年下降 250 亿元左右。公司新车销售及维修等主营业务的毛利率也出现下降，主要由于公司营业收入受疫情影响大幅下滑，而店面固定营业成本支出(如门店长期资产折旧摊销、售后服务人员薪酬费用等)仍然继续发生，导致售后维修业务毛利率下降；部分 4S 店无法达成主机厂季度及年度考核指标，导致新车采购成本上升，综合导致主营业务毛利率下降。收入规模下降叠加毛利率下降使得公司整体毛利同比减少约 53-55 亿元。

2022 年第四季度以来，疫情影响愈发严重。2022 年 10-11 月因全国多地疫情封控、限流等因素影响，新车销售及售后维修规模下降尤为明显，新车销量同比下降 22.71%，售后维修台次同比下降 37.14%。2022 年 12 月以来随着防疫二十条及防疫新十条等措施的出台，各地防疫政策逐渐松绑，叠加购置税减半政策即将在年底结束，公司为加快资金回笼和库存的周转效率，于 2022 年 12 月对疫情期间积攒的库存车辆实施了集中让利销售，使得 12 月份新车销量同比恢复增长，但 12 月的让利销售使得新车销售客单价同比下降 2.4%，进一步侵蚀毛利空间。

②期间费用影响：受疫情影响，公司暂停营业或无法正常开展经营的门店家数较多，公司营业收入规模下降，但期间费用下降幅度不大。公司仍然继续承担每月员工薪酬、长期资产折旧摊销、利息费用等各类固定费用支出（如月均计入销售费用、管理费用的人员薪酬及长期资产折旧摊销等固定费用约 5 亿元、月均利息费用约 2 亿元等）。2022 年，受部分门店暂停营业或无法正常开展经营等因素影响，虽然整体收入规模大幅下降，但期间费用仍然维持高位。

③其他影响：除上述毛利及期间费用导致的波动外，其他项目如减值损失、投资收益、公允价值变动损益、营业外收支等项目的波动综合导致税前利润较上年下降 1-1.5 亿元。

④所得税费用及归属于少数股东的损益的变动影响：结合①-③项内容，公

司 2022 年度税前利润整体下滑 49-51.5 亿元，因此，公司所得税费用相应下降约 4.5-5 亿元。此外，归属于少数股东的损益较上年也下滑 4.5-5 亿元。扣除所得税费用及归属于少数股东损益变动的的影响，2022 年度归属于上市公司股东的净利润较 2021 年度下降 38.9 亿元到 42.8 亿元。

2) 前期是否对本次亏损进行充分风险提示

公司严格按照有关法律、法规及规范性文件的相关规定履行信息披露义务，已对导致本次亏损的相关风险进行了充分提示。公司在前期已披露的定期报告的“管理层讨论与分析”等相关章节中，已充分阐述公司所属行业发展前景、主营业务发展战略、经营进展及结果分析，并于“可能面对的风险”等相关章节充分提示了宏观、市场以及公司相关业务可能遇到的风险。根据公司 2022 年半年度报告披露，公司将新冠肺炎疫情持续对产业链供需端带来不利因素和不确定性，以及对公司经营的影响做了充分风险提示。

(2) 结合前述情况说明你公司主营业务盈利能力是否出现不利变化，较同行业公司变化趋势是否一致，针对上述情况公司已采取及拟采取的解决方案及应对措施，相关不利因素是否消除，并充分揭示相关风险

1) 公司主营业务盈利能力是否出现不利变化

2022 年，受新冠疫情反复、各地疫情防控政策等影响，导致公司正常经营活动受到一定冲击，新车销售及售后维修等主营业务规模较去年同期出现较大幅度的下滑。公司相当一部分店面连续数月停业或关闭，尤其在第四季度对公司正常经营产生极大冲击。但是整体来看，2022 年业绩属于疫情导致的阶段性影响。

随着疫情管控政策全面优化调整，国家将继续坚持稳中求进的总基调，大力提振市场信心，实施扩大内需战略，积极推动经济运行整体好转，实现质的有效提升和量的合理增长。在近日举办的国新办发布会上，商务部相关负责人表示，2023 年将聚焦汽车等重点领域，推动出台一批新的政策，把政策成效发挥到最大，继续稳定和扩大汽车消费。根据中国汽车工业协会的测算，在汽车消费预期转好，加之新的一年芯片供应短缺等问题有望得到较大缓解，预计 2023 年汽车市场将继续呈现稳中向好的发展态势，增长率有望达到 3%左右。

自 2022 年底防疫二十条（2022 年 11 月 11 日）及防疫新十条（2022 年 12 月 7 日）等措施的出台，各地防疫政策松绑，公司受影响的店面快速恢复正常经营，2023 年 1 月已顺利达成公司制定的预算目标，新车销售台次、售后维修台次及营业收入逐步恢复到正常经营水平。

综上所述，经公司充分评估后，随着疫情阶段性影响的消除，公司日常经营、管理均处于健康平稳状态，主营业务盈利能力加速提升，公司盈利能力不会出现不利变化。

2) 公司业绩表现较同行业公司变化趋势是否一致

公司 2022 年业绩承压，较 A 股同行业公司，业绩变化趋势基本一致。但因公司门店分布与部分同业存在差异，导致与部分同行业公司盈利变化有所不同。

①疫情扰乱使得汽车经销商行业整体承压

公司预计 2022 年度归属于上市公司股东的净利润为-22.8 亿元到-26.7 亿元，业绩首次亏损。对比可比同行业 A 股上市公司，业绩趋势基本一致。

2022 年，疫情扰动对汽车行业的经营活动造成了较大的影响，特别是进入第四季度后，疫情快速发展且波及范围持续扩大，汽车市场旺季走弱。疫情管控下，多地经销商经营受阻，各地车展及宣传活动也无法顺利展开，多个汽车消费强势区域汽车销量损失严重。基于此，经销商冲击年度销量目标计划搁置，并且消费者对购车信心不足，市场需求转弱也导致终端库存难以消化，经销商库存达到高位。根据汽车流通协会“汽车经销商库存”调查结果显示，2022 年 10 月，汽车经销商综合库存系数为 1.76，环比上升 19.7%，同比上升 36.4%；11 月，汽车经销商综合库存系数为 1.88，环比上升 6.8%，同比上升 39.3%；12 月中旬，虽然疫情防控拐点到来，叠加购置税及新能源补贴政策即将到期，汽车消费有所反弹，但为了解除库存和资金压力，年末汽车经销商让利促销活动使得盈利受到进一步侵蚀。公司 2022 年业绩承压，变化趋势与整体行业形势基本一致，在进入下半年后，疫情封控影响的店面范围及时间累计逐步增加，对下半年、尤其是第四季度的收入及利润造成了负面影响。

②公司门店数量及布局与部分同业存在差异导致受疫情影响程度不同

2022 年下半年，全国多地疫情爆发，因公司门店众多且分布广泛，受到疫情影响也更为严重。2022 年全年，公司受疫情影响的店面达 600 多家，占比达 75%以上，影响时间最长的店面超过 100 天。尤其是在公司门店覆盖度较高

的地区（如西部、华北、东北等）受防控影响较为严重，正常经营受到极大冲击，第四季度部分店面甚至基本无客流，因此公司受疫情影响的程度高于市场平均水平。

A 股同业公司	业绩预告情况	网点数 (家)	覆盖度较高的地区
广汇汽车	预计 2022 年年度归属于上市公司股东的净利润为-22.8 亿元到-26.7 亿元。预计归属于上市公司股东扣除非经常性损益后的净利润为-25.9 亿元到-29.8 亿元。	783	西部地区（新疆、甘肃、宁夏、陕西、四川、重庆、广西等）、华北地区、东北地区
庞大集团	预计 2022 年度实现归母净利润为-9 亿元至-11 亿元，比上年同期减少 17.9 亿元至 20.0 亿元。预计扣非归母净利润为-12.5 亿元至-14.5 亿元，比上年同期减少 8.6 亿元至 10.6 亿元。	281	华北地区（京津冀地区）
申华控股	预计 2022 年度经营业绩将预计亏损，实现归母净利润在 -2 亿元至-1 亿元之间，扣非归母净利润在-2.1 亿元至-1.05 亿元之间。	25	华东地区、东北地区

3) 针对上述情况公司已采取及拟采取的解决方案及应对措施，相关不利因素是否消除

为提升公司的市场竞争力，公司提质增效方面多措并举。针对业绩下滑，公司始终围绕汽车经销商根基业务这条主轴，顺应市场发展趋势，持续推进品牌优化战略，加强新能源品牌的建设，并积极采取各类降本增效管理措施，优化公司运营效率，提升整体经营质量，降低外部因素对公司经营产生的系统性

风险，提升未来业绩。具体措施如下：

①**持续品牌优化工作**。公司紧跟市场趋势，积极翻建、盘活弱势品牌和低效店面，重点发展高端豪华品牌及新能源品牌，提升资产回报率；

②**强化精益管理**。公司持续推进降本增效策略，加强精细化管理力度，对固定费用和变动费用进行动态分析跟踪，提升费用使用效率，2022 年销管费用得到有效管控；

③**持续优化债务结构**。公司在确保足够资金安全的前提下，不断推进运营效率优化工作，主动降低有息负债规模，有效降低了利息支出，调整债务结构。截至 2022 年末，公司整体有息债务规模较年初有大幅度的下降，资产负债率已从年初的 66.8% 降至 65% 左右。同时，公司流动比率同比上升，负债久期更趋合理，公司整体债务结构持续得到优化；

④**提高资金使用效率**。公司将不断加强财务管理，降低融资成本和融资风险，增强流动性安全。同时，公司加大对各大品牌库存优化管理，降低库存中超期库存占比，促进库存变现能力，提高资金使用效率。

基于以上分析，公司 2022 年度的业绩亏损为疫情影响的阶段性表现，随着疫情影响全面解除，公司精细化管控会使公司走向更加稳健发展的道路。基于目前日常经营活动的正常推进，公司持续开展组织架构调整、优化品牌、压降负债、提质增效等各项经营提升工作，增长动能将得到逐步释放，业绩将稳步回归至正常水平。

4) 相关风险提示

公司正在积极推进主营业务的业绩提升及持续推进各项降本增效工作，并根据实际发展情况进行适当的动态调整，以确保新车销售、售后维修等主营业务的稳健发展，加速促进业绩逐步改善，但目前仍可能出现对业绩改善存在潜在负面影响的内外部不可控因素，具体风险因素如下：

①宏观经济和政策波动风险

乘用车市场发展与国内外经济环境变化联系较为密切，经济周期的变化将直接影响乘用车行业水平的发展。如果未来国家宏观经济出现增速减缓或持续性衰退，影响到居民可支配收入的增加，则居民购车消费将会相应减少，行业将受到一定程度的冲击，可能会影响公司主要业务的发展。此外，汽车限购政策、国家汽车产业政策等汽车行业相关政策的调整均可能对公司的新车销售业

务产生一定的影响。

②市场竞争加剧风险

随着新兴技术的发展，创新性的商业模式不断涌现，汽车服务行业可能面临新兴商业模式的冲击。鉴于上述情况，公司需适应市场趋势和变化，更好地实现客户多样化需求，并及时应对新兴商业模式的发展冲击，如不能积极应对，则可能会对公司在乘用车经销及服务领域的竞争力产生一定的影响。

③融资租赁业务信用风险

融资租赁业务与不同消费者的信用记录及还款能力密切相关，信用不良的客户有可能会无法按时偿付定期租金。虽然公司已制定了较为完善的风险控制体系，并积累了丰富的融资租赁业务经验，但如果未来国家宏观经济出现增速减缓或持续性衰退，影响到居民可支配收入，仍不排除在将来融资租赁产生应收款项可能出现坏账增加的风险。

④存货积压或减值的风险

公司一般在采购车辆后再进行销售，由于购销之间存在一定的时滞，且采购车辆单价相对较高，因此存货规模较大。目前乘用车经销市场具有竞争激烈、更新换代快、新产品上市周期短、价格变动频繁等特点，如果因汽车制造厂商推出新车型、下调汽车售价等原因导致存货的可变现净值下降，汽车制造厂商一般会给予汽车经销商相应的降价补贴，因此对汽车经销商的经营业绩影响较小。但是，公司根据市场情况主动下调汽车售价，导致存货的可变现净值下降，并低于其采购成本时，公司将面临一定的存货减值风险。

⑤融资形势趋紧及汇率波动的风险

汽车经销商作为汽车产业链中的零售窗口，在汽车销售环节需占用大量的资金。一般而言，国内汽车经销商自有资金较少，主要通过银行借款等方式来进行经营。制定行之有效的融资策略对汽车经销商而言极其重要，汽车经销商通过融资经营将有利于提高资金的综合使用效率，解决资金紧张的矛盾。但如果金融机构对汽车经销商的金融服务业务规模整体收缩，可能对公司的融资规模造成一定的影响；另外，公司发行的海外债券以及获金融机构以外币计值的贷款与汇率市场的变化紧密相关，当发生外汇汇率走势不利于公司偿还借款的情形时，公司未来偿债风险加会增加，进而对公司经营产生不利的影响。

⑥中美地缘政治摩擦的风险

中美贸易摩擦爆发以来，因加征关税商品清单中包含汽车及零部件，汽车产业成本增加，市场结构以及企业利润发生一定程度的变化，部分成本的转嫁导致消费者购车热情度降低，从而对汽车经销商的经营带来不利影响。随着中美政治对抗加剧，中美贸易摩擦形势反复，作为国民经济重要支柱的汽车产业，产业链的任何一环受到中美关系恶化影响都可能导致汽车产销量的萎缩。公司作为中国领先的乘用车经销集团，可能受到中美贸易摩擦加剧导致业务量下降的风险。

(3) 自查是否存在利用不当利润调节损害投资者利益的情形

综上，经自查，在结合同行业情况、公司业务特点等分析引起公司 2022 年度业绩出现大额亏损的主要因素后，公司不存在利用不当利润调节损害投资者利益的情形。

2. 公告显示，因联营企业上海爱卡投资中心（有限合伙）线下业务的战略推进不达预期，公司拟对持有其 43.48% 股权产生的长期股权投资计提部分减值损失。请公司说明近两年一期爱卡投资的主要财务数据，说明本次资产减值的具体金额、依据、减值迹象出现时点及计提金额的合理性，相关会计估计判断和会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

回复：

(1) 近两年一期爱卡投资主要财务数据

上海爱卡投资中心（有限合伙）（以下简称“爱卡投资”）主要经营主体为塞纳德（北京）信息技术有限公司（以下简称“塞纳德”），以下主要说明塞纳德 2020 年至 2022 年主要财务数据。

单位：万元

项目	2020 年	2021 年	2022 年
营业收入	38,828.32	23,393.99	9,954.39
利润总额	7,805.85	-4,808.63	-4,611.96
净利润	6,545.85	-4,762.45	-4,396.23
归母净利润	6,249.56	-4,518.98	-4,371.23

注：2022 年财务数据尚未审计。

2022 年在新冠疫情冲击以及汽车芯片短缺的持续影响下，整车产业受到较大范围的影响，复工复产相对较为缓慢，整车厂整体上减少广告投放支出，同时爱卡投资的广告服务的市场份额被头部企业所蚕食，导致公司广告服务收入出现大幅度下滑。其次，2022 年爱卡投资的线下业务（如露营项目等）在新冠疫情影响下，线下业务推进较为缓慢。

(2) 本次减值具体金额、依据、减值迹象出现时点及计提金额的合理性

于 2022 年底，鉴于塞纳德线下业务推进不及预期及疫情影响了整车厂广告投放支出等原因，塞纳德管理层调低了其未来经营预测数据。公司对未来预计现金流量进行合理分析后，初步测算并比较了资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值，并以预计未来现金流量的现值作为相关资产的可收回金额，发现存在长期股权投资减值迹象。据此初步计算所得的爱卡投资减值金额在 1.8-2.5 亿元。

(3) 相关会计估计判断和会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

公司持续关注爱卡投资经营状况，考虑到爱卡投资连续两年亏损，公司基于审慎的原则，按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定对持有的爱卡投资的长期股权投资进行减值测试。在对于该长期股权投资进行减值测试时，公司将长期股权投资的账面价值与其可收回金额进行比较，如果可收回金额低于账面价值，相关差额计入当期损益。长期股权投资的可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。公司采用现金流量折现方法确定公允价值，最终以预计未来现金流量的现值作为相关资产的可收回金额。在公司按照权益法确认持有的爱卡投资的长期股权投资本年发生的净亏损后，计提减值准备导致的损益影响为 1.8-2.5 亿元。相关会计估计判断和会计处理符合《企业会计准则》的规定。

截至目前相关的长期股权投资减值测试工作尚在进行中，最终减值准备的计提金额由公司与聘请的具备证券期货从业资格的评估机构进行评估后确定。

3. 公司报告期内对资产收益率较低或已破产的主机厂品牌进行“关停并转”并产生相关损失和费用。请公司说明报告期内“关停并转”店面的相关数据，

并结合前期信息披露情况，核实相关信息披露是否及时。

回复：

(1) “关停并转”店面情况

报告期内，公司着力优化品牌结构，整合多方资源，持续布局新能源汽车领域，对于资产收益率较低或已破产的主机厂品牌进行重新评估，确认相应损失或费用约 4 亿元至 5 亿元，具体情况如下：

1) 已破产主机厂品牌 “广汽菲克” 导致的一次性损益影响

广汽集团于 2022 年 10 月 31 日的第六届董事会第 27 次会议决议公告，同意合营企业广汽菲亚特克莱斯勒汽车有限公司因资不抵债，按现行法律法规相关规定向法院申请破产。公司受影响门店 12 家(广汽菲克 7 家、克莱斯勒 5 家)，公司已积极申报相应债权并已收回部分款项，但部分应收债权、品牌特许经营权及尚未摊销完毕的建店成本等存在回收风险。公司经初步评估将无法收回的部分债权、品牌特许经营权及尚未摊销完毕的建店成本等资产一次性计入损失或者成本费用，确认相应损失或者成本费用约 1.5 亿元至 2 亿元。

2) 优化品牌，转型布局新能源销售网络导致的一次性损益影响

2022 年，国内疫情多点散发，汽车芯片供应短缺问题尚未得到彻底改善，加之国际油价及原材料价格的大幅上涨，汽车行业面临前所未有的困境和挑战。面对“危”与“机”并存的特殊时期，公司在董事会及管理层的有力带领下，在新能源汽车销售和服务领域持续发力，依靠自身的经营管理口碑、服务能力以及终端资源，已同多个新能源品牌厂商建立密切联系，从而整合现有资源，持续布局新能源汽车领域。

截至 2022 年底，公司已有 15 家门店转型经营新能源品牌，新品牌包括 AITO、小鹏、岚图、欧拉等。从老品牌转换为新品牌需要经过清理库存、售后转店、债权确认和回收等相应流程，公司于 2022 年下半年陆续完成相应的事宜。2022 年度，相应的应收债权及品牌特许经营权等资产的一次性计入损失或者成本费用约 2.5 亿至 3 亿元。

(2) 前期信息披露情况

公司根据上海证券交易所《上市公司自律监管指引第 3 号——行业信息披

露》等相关要求，已按季度披露公司主要经营数据，对报告期内门店的变动情况及时进行了披露。2022 年，公司资产处置收益约为 7,500 万元，其中约 8,000 万元为试乘试驾车处置收益，剩余固定资产、无形资产及其他长期资产处置损益为亏损约 500 万元。上述情况未达到相关披露标准。

特此公告。

广汇汽车服务集团股份有限公司

董事会

2023 年 2 月 7 日