



在閱讀下述討論內容時，請一併參閱包含在本年報及其他章節中本集團的合併財務報表及其註釋。

概述

截至二零零六年十二月三十一日止年度，本集團實現營業額171.11億元人民幣，較上年上升19.94%，但由於汽車板塊業績下滑，致使本期本公司權益持有人應佔淨虧損為3.31億元人民幣。

截至二零零六年十二月三十一日止年度與截至二零零五年十二月三十一日止年度的比較列表如下：

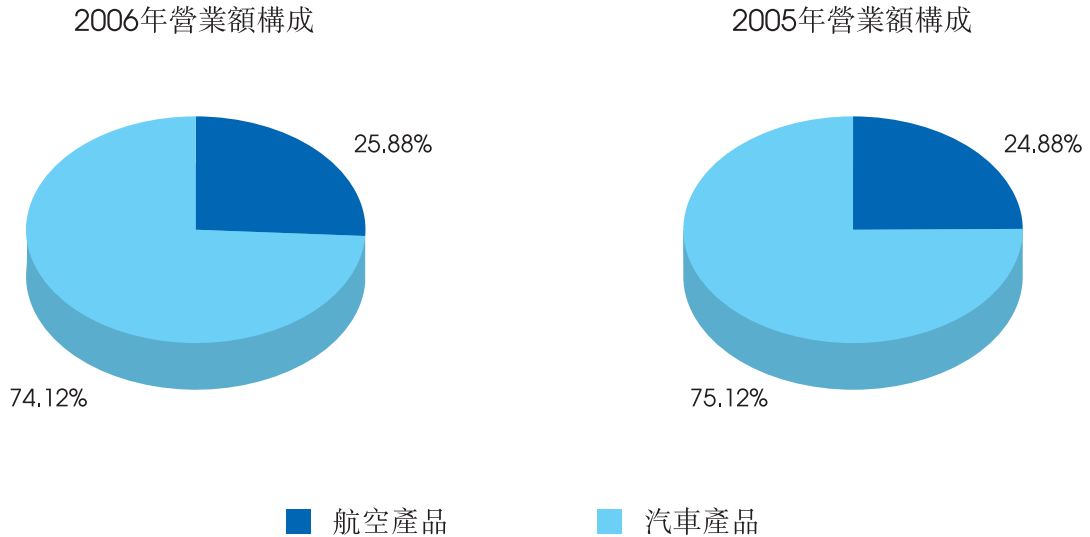
合併經營業績

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度		
	二零零六年	二零零五年	變動率
營業額	17,111	14,266	19.94%
其中：汽車板塊	12,683	10,716	18.36%
航空板塊	4,428	3,550	24.73%
銷售成本	(15,205)	(12,395)	22.67%
其中：汽車板塊	(11,443)	(9,369)	22.14%
航空板塊	(3,762)	(3,026)	24.32%
其他收入	183	209	(12.44%)
銷售及配送開支	(1,157)	(781)	48.14%
行政開支	(1,178)	(950)	24.00%
經營(虧損)/溢利	(246)	348	N/A
財務開支淨額	(272)	(154)	76.62%
應佔聯營公司溢利	45	45	—
除稅前(虧損)/溢利	(473)	240	N/A
稅項	(13)	(52)	(75.00%)
少數股東權益	155	(70)	N/A
本公司權益持有人應佔(虧損)/溢利	(331)	118	N/A



管理層討論及分析

1、營業額構成



本集團二零零六年度營業額為171.11億元人民幣，較二零零五年度142.66億元增長19.94%。其中：汽車產品126.83億元人民幣，較二零零五年增長18.36%，佔總營業額的74.12%；航空產品44.28億元人民幣，較二零零五年增長24.73%，佔總營業額的25.88%。

從上圖來看，航空產品在整個營業額中所佔的比例二零零六年比二零零五年上升約1個百分點，航空產品的營業額在本集團總營業額中的比重正逐年增長。

本集團主要是在中國內地經營，營業額主要來源於中國內地。

2、銷售及配送開支

本集團二零零六年銷售及配送開支為11.57億元人民幣，較二零零五年增長3.76億元，增幅為48.14%。增長的主要原因是：本期汽車及發動機三包服務費計提增加0.90億元；由於汽車銷量上升及油價上漲，運輸費用大幅增加；同時為應對市場競爭，促進汽車銷售，本集團加大廣告費用的投入，廣告費用增加0.67億元。

3、行政開支

本集團二零零六年行政開支為11.78億元人民幣，較二零零五年增長2.28億元，增幅為24.00%。主要由於本年研發費支出增加1.35億元，管理人員工資及退休養老補償增加0.69億元。



4、經營(虧損)/溢利

本集團二零零六年度經營虧損為2.46億元人民幣，較二零零五年盈利3.48億元減少5.94億元，主要是由於汽車整車毛利率下降，期間費用有所增加導致。

5、財務開支淨額

本集團二零零六年財務開支淨額為2.72億元人民幣，較二零零五年增加1.18億元，增幅為76.62%。主要由於匯率波動，導致本年度產生匯兌損失0.14億元，較上年同期的匯兌收益0.58億元減少0.72億元。

6、稅項

本集團二零零六年度所得稅費用為0.13億元人民幣，較二零零五年的0.52億元減少0.39億元。詳情載於財務報告附註9。

7、少數股東損益

本集團二零零六年度少數股東損益為虧損1.55億元人民幣，較二零零五年的收益0.70億元人民幣減少2.25億元，主要是由於二零零六年本集團部分非全資子公司產生虧損所致。

資產、負債及權益情況

人民幣百萬元	於十二月三十一日		變動金額
	二零零六年	二零零五年	
流動資產	14,760	12,668	2,092
非流動資產	10,051	10,044	7
總資產	24,811	22,712	2,099
流動負債	15,659	12,759	2,900
非流動負債	1,030	1,243	(213)
總負債	16,689	14,002	2,687
股本	4,644	4,644	0
儲備	(315)	521	(836)
擬派末期股息	—	49	(49)
所有者權益	4,329	5,214	(885)
少數股東權益	3,793	3,496	297



管理層討論及分析

二零零六年十二月三十一日本集團總資產為248.11億元人民幣，總負債為166.89億元，少數股東權益為37.93億元，所有者權益為43.29億元，其中：

1、總資產

總資產較二零零五年增加20.99億元人民幣，主要是流動資產增加所致。本年度流動資產較二零零五年增加了20.92億元，其中：應收賬款增加了7.88億元，本集團本期信用政策未有調整，應收賬款增加主要是由於本期銷售額增加所致；存貨增加6.78億元，主要由於本期原材料採購及產成品有所增加。

2、負債

總負債較二零零五年增加26.87億元人民幣。其中：流動負債增加29.00億元，主要由於應付貿易賬款增加12.22億元，短期借款增加13.05億元；非流動負債減少2.13億元，主要由於長期借款有所減少。

3、貸款擔保和抵押

於二零零六年十二月三十一日，本集團有總借款為人民幣66.72億元，其中：抵押借款為1.10億元，抵押擔保物為機器設備及銀行承兌匯票，賬面淨值約為2.43億元。

擔保借款為45.43億元人民幣，其中：集團內部提供的擔保為35.67億元，第三方提供的擔保為1.45億元，中航第二集團公司及其子公司提供的擔保為8.31億元。

4、所有者權益

二零零六年所有者權益為43.29億元人民幣，較二零零五年減少8.85億元，變動詳情載於財務報告附列之股東權益變動表及附註36及附註37。

5、開發成本

二零零六年度本集團發生的技術開發成本為2.81億元人民幣，較二零零五年增加0.25億元。

6、匯率風險

本集團出於業務需要保有歐元及美元貸款，同時本公司還存有部分募集所得的港幣存款。匯率的不確定性給本集團帶來了一定的匯率風險。詳情載於財務報告附註41(a)(i)。

7、或然負債和擔保

於二零零六年十二月三十一日，本集團並未為任何第三方提供擔保，也無重大或然負債。

8. 資本負債率

於二零零六年十二月三十一日，本集團資本負債率為26.89%（於二零零五年十二月三十一日為24.35%），以二零零六年十二月三十一日的借款總額除以資產總額計算。



現金流量情況

1、流動性資本和資本來源

於二零零六年十二月三十一日，本集團的現金及現金等價物淨額為31.56億元人民幣，主要是由下列來源產生：

- 年初現金及銀行存款；
- 營業運作所得；及
- 新增銀行借款。

下表列出了本集團二零零六年度和二零零五年度的現金流量情況：

單位：人民幣百萬元(百分比率除外)

現金流量主要項目	二零零六年	二零零五年	同比增減	變動率
來自經營活動現金流量淨額	910	1,506	(596)	(39.58%)
來自投資活動現金流量淨額	(1,551)	(1,939)	388	(20.01%)
來自融資活動現金流量淨額	854	817	37	4.53%
現金及現金等價物淨增加／(減少)	213	384	(171)	(44.53%)

2、經營活動

本年度經營活動現金流量為淨流入9.10億元人民幣，較二零零五年減少5.96億元。詳情列載於財務報告附註38(a)。

3、投資活動

本年度投資活動現金流量為淨流出15.51億元人民幣，較二零零五年下降3.88億元，其中：原期滿日超過三個月的定期存款的增加額為2.46億元人民幣，較二零零五年的減少額4.10億元人民幣，增加6.56億元。

4、融資活動

本年度融資活動所得現金流量為淨流入8.54億元人民幣，較二零零五年增加0.37億元。

於二零零六年十二月三十一日，本集團總借款為66.72億元人民幣，其中短期借款54.01億元，即期部分的長期借款為4.34億元，非即期部分的長期借款為8.37億元。



管理層討論及分析

本集團長期借款到期情況如下：

期限	人民幣百萬元
一年內償還	434
一年至兩年內償還	233
兩年至五年內償還	366
五年後償還	238
合計	<u>1,271</u>

於二零零六年十二月三十一日，本集團有銀行借款60.99億元人民幣，平均利率為5.29%，佔總借款的91.41%；其他借款為5.73億元人民幣，平均利率為1.42%，佔總借款的8.59%。

於二零零六年十二月三十一日，本集團外幣借款折合人民幣為8.04億元，佔總借款的12.05%，其中：美元借款為0.60億美元，歐元借款為0.33億歐元。

板塊資料

本集團的主要業務分為兩個板塊：汽車板塊和航空板塊。

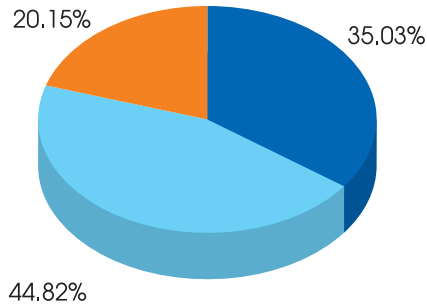
汽車板塊

人民幣百萬元	截至十二月三十一日止年度				二零零五年			
	二零零六年	二零零六年			二零零五年	二零零五年		
	銷售量 (輛)	銷售收入	銷售成本	毛利率	銷售量 (輛)	銷售收入	銷售成本	毛利率
汽車產品合計	—	12,683	11,443	9.78%	—	10,716	9,369	12.57%
汽車整車合計	344,359	10,127	9,449	6.69%	331,045	9,395	8,297	11.69%
微型客貨車	236,651	5,684	5,156	9.29%	239,578	5,724	4,947	13.57%
轎車	107,708	4,443	4,293	3.38%	91,467	3,671	3,350	8.74%
其他汽車產品	—	2,556	1,994	21.99%	—	1,321	1,072	18.85%

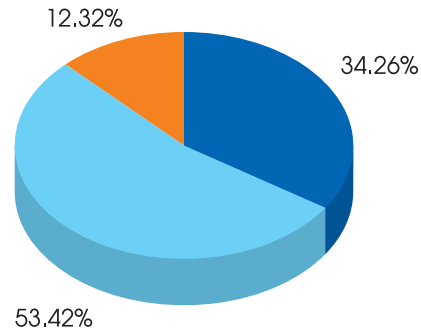


銷售收入

2006年汽車板塊銷售額



2005年汽車板塊銷售額



■ 轎車

■ 微型客貨車

■ 其他汽車產品

本集團二零零六年度汽車產品銷售收入為126.83億元人民幣。其中：汽車整車銷售收入為101.27億元，較二零零五年增長7.32億元，增幅為7.79%。

從上圖看，二零零六年本集團的汽車產品結構較二零零五年有一定變化：二零零六年轎車佔汽車板塊銷售額比重約為35.03%，較二零零五年34.26%上升了0.77個百分點；微型客貨車佔汽車板塊銷售額的比重約44.82%，較二零零五年53.42%下降了8.60個百分點；其他汽車產品佔汽車板塊銷售額約為20.15%，較二零零五年12.33%上升了7.82個百分點，主要由於本集團發動機對外銷量快速增長。

銷售成本

本集團二零零六年汽車產品銷售成本為114.43億元人民幣，其中：汽車整車銷售成本由二零零五年的82.97億元上升至二零零六年的94.49億元。主要原因是汽車整車銷量上升帶動銷售成本上升以及新生產線折舊及汽車模具攤銷增加所致。

毛利率

本集團二零零六年度汽車產品整體毛利率為9.78%，較二零零五年下降約2.79個百分點，其中經濟型轎車與微型客貨車毛利率下滑幅度較大。本年度受市場壓力，在經濟型轎車與微型客貨車的營銷方面，採取了系列降價措施來擴大銷售，加上本年度九江、深圳汽車生產線陸續建成投產，固定資產折舊、工裝模具攤銷等費用上升，但銷量未達預期，產能利用率不高，上述因素綜合作用，導致汽車產品毛利率下滑。



管理層討論及分析

二零零六年中國汽車市場回顧

二零零六年，中國汽車產銷分別達到728萬輛和722萬輛，同比分別增長27%和25%。其中，轎車銷量達到382.89萬輛，同比增長36.89%，與上年同期相比增幅提高12.58個百分點。在轎車主要品種中，受國家鼓勵小排量汽車優惠政策的影響，排量在1L-1.6L的轎車銷售207.81萬輛，佔轎車銷售總量的54.28%；中國自主品牌轎車表現突出，共銷售98.28萬輛，佔轎車銷售總量的25.67%。微型客貨車增長平穩，二零零六年銷售微型客車91.79萬輛，同比增長10.40%；銷售微型貨車27.04萬輛，同比增長21.12%。

數據來源：中國汽車工業產銷快訊(2007年第1期)

二零零六年本集團汽車業務回顧

本集團的汽車業務在二零零六年經歷了嚴峻挑戰。全年共銷售汽車344,359輛，比上年同期增長4.02%。其中：銷售轎車107,708輛，比上年同期增長17.76%；銷售微型客貨車236,651輛，比去年同期下降1.22%，微型客貨車儘管出口銷量增加，但國內銷量下降較多，導致總銷量仍然下降。截至二零零六年十二月三十一日止年度，本集團汽車產品實現銷售收入126.83億元，比上年增長18.36%，主要由於售價相對微型車較高的轎車銷量上升及轎車發動機外部銷量增加所致。整個汽車板塊業績，則由於汽車整車毛利率下降較大及期間費用上升，虧損6.20億元人民幣。

新車投放

二零零六年，本集團相繼推出6款新車，分別是哈飛賽豹V系、昌河兩廂利亞納、昌河愛迪爾II等轎車，昌河福瑞達、哈飛民意M408等微型客車，哈飛民意貨車。同時推出三款改型車，分別是新款北斗星(1.4L)、新款賽馬、新款路寶(1.3L)等。新車上市後銷售良好，昌河鈴木北斗星(1.4L)二零零六年銷售突破3萬輛；昌河福瑞達8個月共銷售2.3萬輛，單月銷量最高突破5000輛；哈飛賽豹V上市以來頗受好評。目前本集團已形成了微型客車、微型貨車、微型轎車、經濟型轎車、中級轎車的多品種系列化格局，為二零零七年汽車發展奠定了基礎。





本集團汽車產品自主創新取得新成果，以自主創新為主的一系列車型獲得國內外多項大獎和榮譽：

哈飛賽馬、路寶、賽豹、昌河愛迪爾四款整車，4G1、4G9二款發動機及變速箱獲得2006年中國汽車自主創新成果大典「集成創新大獎」和「引進、消化吸收再創新大獎」；

哈飛民意2006年獲得國家科技部、商務部、國家質檢總局和國家環保總局頒發的「國家重點新產品證書」；

哈飛賽豹V獲得中國汽車風雲榜「最具民族影響力運動型轎車」；昌河利亞納獲得2006年美國汽車初期品質調查經濟型乘用車領域第一名；昌河北斗星在國家發改委頒佈的0.8L排量以上所有車型中油耗最低，摘取「節能之王」的桂冠；哈飛路寶獲得中央電視台CCTV杯1.1L節油大賽總冠軍；昌河福瑞達榮獲「2006中國顧客最滿意的微型車大獎」。

市場營銷

二零零六年，本集團大力開展市場營銷工作，營銷網絡得到進一步優化，經銷商實力得到進一步加強。堅持以顧客為中心，通過努力打造哈飛「向日葵」行動，昌河「一路關懷」的服務品牌，不斷完善售後服務體系，同時通過開展戶外、電視、網絡、廣播、報紙等多方位、多層次的宣傳，使企業及產品的品牌形象得到進一步提升，增強了本集團汽車品牌的市場競爭力。二零零六年，哈飛品牌入選商務部評選的「2006年度最具市場競爭力品牌」；昌河品牌榮獲「2006年度中國汽車行業最受消費者喜愛十大知名品牌」的稱號；哈飛汽車、昌河汽車雙雙被商務部、發改委授予中國首批國家汽車及零部件出口基地企業的稱號。



生產布局與國際合作

經過二零零六年的調整重組，完成了汽車分業經營，本集團汽車產品更加清晰，產業特點更加突出，專業發展方向更加明確，生產佈局更為合理。十一月，哈飛汽車深圳生產基地投產；十二月，與三菱合資的4G9發動機生產線全面建



管理層討論及分析

成。昌河汽車與鈴木的合作進一步加強，完成了昌河鈴木第三次增資擴股；哈飛汽車與馬來西亞NAZA公司技術合作和散件出口合作取得突破進展，開創了國內汽車企業國際合作嶄新的模式。

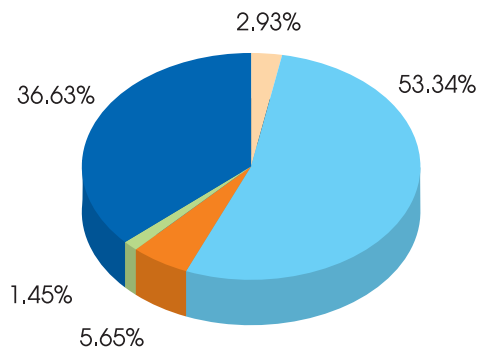
航空板塊

截至十二月三十一日止年度

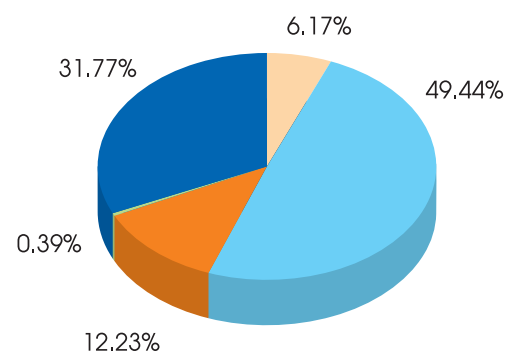
人民幣百萬元	二零零六年				二零零五年			
	銷售量 (架)	銷售收入	銷售成本	毛利率	銷售量 (架)	銷售收入	銷售成本	毛利率
航空產品合計	163	4,428	3,762	15.04%	101	3,550	3,026	14.76%
直升機	96	2,362	2,111	10.63%	49	1,755	1,591	9.34%
教練機	63	250	197	21.20%	50	434	346	20.28%
通用飛機	4	64	58	9.38%	2	14	21	(50.00)%
航空零部件		1,622	1,349	16.83%	—	1,128	924	18.09%
其他		130	47	63.85%	—	219	144	34.25%

銷售收入

2006年航空板塊銷售額



2005年航空板塊銷售額



■ 直升機 ■ 教練機 ■ 通用飛機 ■ 航空零部件 ■ 其他

本集團二零零六年航空產品銷售收入為44.28億元人民幣，較二零零五年增長8.78億元，增幅為24.73%。其中整機銷售收入為26.76億元，較二零零五年的22.03億元增長4.73億元，增幅為21.47%，主要得益於直升機銷量的增長。

航空零部件銷售收入為16.22億元人民幣，較二零零五年的11.28億元上升4.94億元，上升幅度為43.79%，上升的主要原因是對中航第二集團的航空零部件的銷量增加。

從上圖看，二零零六年本集團航空產品結構較二零零五年有一定變化：二零零六年直升機佔航空產品銷售額的比重由二零零五年的49.44%增長為二零零六年的53.34%，增長了3.90個百分點；教練機佔航空產品銷售額的比重約為



5.65%，較二零零五年下降6.58個百分點；通用飛機佔航空產品銷售額的比重約為1.45%，較二零零五年有所上升；航空零部件佔航空產品銷售額的比重約為36.63%，較二零零五年的31.77%上升了4.86個百分點；其他產品佔航空產品銷售額的比重約為2.93%，較二零零五年下降了3.24個百分點。

銷售成本

二零零六年本集團航空產品的銷售成本為37.62億元人民幣，較二零零五年的30.26億元增長7.36億元，增幅為24.32%，基本與收入增長幅度持平。



毛利率

本集團二零零六年航空產品整體毛利率為15.03%，較二零零五年上升了0.27個百分點，與二零零五年相比基本保持穩定。

中國航空產品市場情況

中國國民生產總值的快速增長、交通運輸結構性調整、社會不斷進步和人民生活水平不斷提高，形成了巨大的直升機與民用飛機潛在市場，為中國民用航空製造業提供了廣闊的發展空間。全球知名的飛機製造商，如空中客車公司、巴西航空工業公司、波音公司等紛紛調整生產結構，開展與中國本土飛機製造商的合作，擴大在中國的零部件生產份額，建立飛機生產線以及成立合資公司等，亦為本集團參與國際合作，提高自身實力提供了契機。



二零零六年本集團航空業務回顧

本集團是中國規模最大的直升機製造商和主要的飛機製造商。二零零六年，中國經濟保持高速增長的良好態勢，中國政府對本集團的直升機採購訂單持續增加，加上航空零部件銷售增長，本集團航空業務繼續保持快速發展。二零零六年，本集團實現航空產品銷售收入44.28億元人民幣，較上年同期增長24.73%；航空板塊業績為4.04億元人民幣，較上年增長46.91%。



管理層討論及分析

本集團的直-8、直-9、直-11直升機品種已形成系列化，發展態勢良好。二零零六年，本集團銷售直升機96架，實現銷售收入23.62億元人民幣，較上年同期增長34.59%；昌河阿古斯特與北京市公安局簽訂2架CA109型直升機合同，並將服務於二零零八年北京奧運會。

本集團教練機銷量呈上升趨勢，但二零零六年由於單價較高的出口型系列飛機受合同階段性交付數量減少的影響，導致教練機銷售收入較上年下降。本集團將努力加強對新的國外市場的開拓，確保簽訂更多的教練機出口合同。

通用飛機方面，本集團二零零六年共簽訂9架運-12系列飛機銷售合同；新改進的運-12E型飛機亦簽訂了出口合同。同時抓住國家大力扶持農業現代化建設的有利契機，積極開拓農林飛機市場。

哈爾濱安博威二零零六年交付6架ERJ-145支線飛機，並與海航集團有限公司簽訂50架ERJ-145支線飛機的銷售合同，將從二零零七年九月開始到二零一零年交付。

航空產品研發

本集團投資參與研發的L15高級教練機在二零零六年三月首飛成功，並作為中國自行研製的第三代新型高級教練機在第六屆珠海航展亮相；農-5B型飛機於二零零六年底首飛成功，為通用飛機市場提供了更多的選擇機型。

國際合作

本集團直升機國際合作繼續穩步發展，並從單純的零部件轉包生產逐步轉向整機合作生產。通過與歐直公司、阿古斯特、西科斯基公司等國際著名直升機企業合作，擁有了HC120、A109E、S92、S300等合作機型。飛機對外合作在鞏固和擴大與空中客車公司、巴西航空工業公司、波音公司等國際著名飛機製造商原有生產份額的基礎上，哈飛航空、洪都航空在負責於中國組裝空中客車A320系列飛機的天津中天航空工業投資有限責任公司中各佔據10%的份額。



航空產品訂單

截止本報告發佈之日，本集團已落實的航空產品訂單情況如下：直升機訂單100架；教練機訂單30架；通用飛機訂單27架；支線飛機訂單50架。本集團正在積極爭取更多的航空產品訂單。





未來展望及策略

二零零七年，本公司相信中國經濟仍將保持平穩適度的增長態勢，這將帶動汽車製造業與航空製造業的增長。

汽車業務

二零零七年中國汽車市場展望

中國目前汽車保有量還很低，汽車消費的潛力十分巨大。隨著中國經濟的增長，城鄉居民的收入水平不斷提高，私人購車需求將不斷上升。據中國汽車工業協會預測：二零零七年中國汽車生產有望達到850萬輛，同比增長16.76%，轎車增幅將高於整體增長幅度，達到25%左右。

在國家建設節約型社會、鼓勵節能環保型小排量汽車發展的政策推動下，安全、環保、節能、經濟、實用的小排量、經濟型汽車正越來越受消費者歡迎。自主品牌轎車，在國家政策支持下，影響力不斷提升，將成為中國車市的一大亮點。

本集團汽車業務展望及策略

本集團目前開發、生產、銷售的車型以具有自主知識產權、油耗低的小排量汽車為主，大部分車型排量在0.8L-1.4L之間，具有「安全、環保、節能、經濟、實用」的特點，符合中國鼓勵發展節能環保型汽車的要求和世界汽車發展趨勢。

本集團將堅持發展「安全、環保、節能、經濟、實用」的小排量汽車的方針，按照做大微車、做強轎車、自主開發與國際合作相結合的思路，深入研究市場，努力在市場營銷、新品開發、結構調整與成本控制等方面開展富有成效的工作。

汽車營銷

進一步加強市場營銷和廣告宣傳，提升品牌形象，確保二零零七年汽車銷量增長；高薪聘請高級營銷人才，拓寬營銷思路，推動銷售系統改革，加快二、三級市場的開發，將微車銷售向農村及中小城鎮擴展；同時進一步開拓國際市場，保證出口汽車穩步增長。



新品開發

二零零七年，本集團將推出哈飛路尊、昌河浪迪乘用車、昌河福瑞達單雙排貨車等三款新車及其他改進車型，其中哈飛路尊、昌河浪迪將在上半年投放市場；昌河福瑞達單雙排貨車將在下半年投放市場。本集團還將積極推進柴油發動機及高性能汽油發動機的開發，同時加快對現有發動機性能的提升。



整合及管理改進

公司計劃將昌河汽車合肥分公司(生產昌河品牌系列的轎車、微型汽車)變更為具有獨立法人資格的合肥子公司，以獲得當地政府更大支持，加快自主品牌汽車的發展。同時整合現有資源，在新品開發、配套採購、物流配送、銷售服務等各個部分，提高資源使用效率，並積極推進精益化生產方式，深化成本控制工程，提高效益，扭轉銷量增長利潤卻降低的局面。

航空業務

航空產品市場展望

中國的民用航空市場正蓬勃發展。隨著國民經濟增長，交通運輸、緊急救援、電力工程、消防、公安執法和旅遊等均對直升機提出使用需求，而中國目前只有一百多架民用直升機，需求潛力很大，據有關預計，到二零一八年，中國對民用直升機的市場需求將增至兩千三百架。中國旅遊業、航空貨運以及農林飛機市場的增長，也將持續促進對教練機、通用飛機和支線飛機需求量的上升。空中客車公司、波音公司在其市場預測報告中，均認為中國內地未來飛機需求數量將非常巨大。

本集團航空業務展望及策略

本集團是中國規模最大的直升機製造商和主要的飛機製造商。得益於中國宏觀經濟的平穩增長和民用航空市場的不斷發展，本集團的航空產品在未來幾年將保持持續增長。由於中國政府計劃採購訂單增加，加上直升機在民用市場的應用領域不斷拓寬，本集團未來幾年直升機的生產和銷售將會繼續增加；中航第二集團及中航第一集團航空業務的快速發展，導致對本集團航空零部件的需求上升，加上與空中客車公司、波音公司等知名航空產品製造商轉包業務的不斷推進，本集團的航空零部件業務在未來幾年將保持穩定增長；隨著國家民用航空市場和低空空域逐步放開，輕型通用飛機的需求量上升，給集團通用飛機業務亦帶來了廣闊的發展空間。



研發與推廣

本集團將在現有機型的基礎上，針對國內外需求和市場變化趨勢，加強開發力度，推進新機研製和改進改型工作，爭取更多的用戶。二零零七年，公司將以參加香港亞洲航空博覽會為契機，大力宣傳集團的航空產品，尤其是中國直升機產業五十年發展歷程取得的成果，進一步開拓國際市場。

管理改進

深化企業改革，搞好新生產線建設，完善和提升航空產品批生產能力，加大國內外配套產品協調力度，保證航空產品均衡生產和交付。並積極推行精益生產和六西格碼管理等，提高航空企業運營效益。

國際合作

利用世界主要航空企業調整結構，越來越多的加工產品和份額往中國轉移的契機，擴大集團轉包生產份額，不斷推進與EADS、阿古斯特等國際著名航空企業的合作。

募集資金使用

按照募集資金的使用計劃，截止二零零六年十二月三十一日，募集資金共計投入8.95億元人民幣，其中：已投入汽車產品的資金為7.00億元人民幣，用於新車型及新型發動機的研發；已投入航空產品的資金為1.95億元人民幣，用於新型高級教練機的研發。其餘部分均以孳息短期存款存於中國的銀行，本公司也將按照既定的用途來使用其餘部分資金。

僱員情況

於二零零六年十二月三十一日，本集團擁有員工27,469名。本集團已向其員工提供適當的薪酬、福利和培訓。

員工情況表

	僱員數目	所佔百分比
汽車和發動機	16,504	60%
航空	10,187	37%
其他業務	778	3%
	<hr/>	<hr/>
總計：	27,469	100%
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>



管理層討論及分析

截至二零零六年十二月三十一日止年度，本集團共發生員工成本9.97億元人民幣，較二零零五年的7.93億元人民幣增長2.04億元。

員工薪酬

本集團員工薪酬按照公平合理及與市場相若的原則釐定，包括基本酬金、公共住房基金供款、退休金供款。本集團亦會按僱員之個別表現酌情向僱員發放年終花紅。

員工培訓

本集團堅持認為汽車製造業和航空製造業對員工的知識和技能有較高要求。因此，實行完善的員工培訓是本集團不斷發展的關鍵。為此本集團不斷檢討現有的員工培訓制度，努力為員工提供全面、系統的培訓計劃。

本集團為高級管理人員提供戰略管理、人力資源管理、財務管理等專題培訓課程、講座和考察。同時為集團總部和子公司各專業部門舉辦各種專業技術和管理技巧的培訓。為新入職的員工提供全面的入職培訓，包括企業文化、經營理念、管理規範等方面的培訓。

本集團還通過眾多國際合作夥伴為管理人員和技術工人提供境外培訓。通過培訓，使員工能夠不斷汲取新的知識，不斷的充實和完善自己，加強企業的競爭力，以適應不斷變化的市場發展。