
概 要

概覽

我們是中國領先的乘用車製造商。根據華通人的資料，就2013年的北京汽車、北京奔馳和北京現代的乘用車總銷量而言，預期我們上市後將成為香港聯交所上市公司中的第二大乘用車製造商。我們於中國從事廣泛且多樣的乘用車車型設計、研發、製造及銷售，亦提供相關服務。

我們相信，我們是中國能夠契合市場需求且具高速增長潛力的乘用車製造商。我們擁有(i)具有先進技術平台且銷售快速增長的北京汽車自主品牌(「北京」品牌)業務、(ii)歷史悠久的梅賽德斯—奔馳豪華車業務，以及(iii)銷售穩健增長的北京現代中高端品牌業務。我們提供的乘用車品牌組合高度多元化且互補，覆蓋了合資豪華、合資中高端、自主品牌中高端和自主品牌經濟型乘用車不同的細分市場。我們提供多種乘用車車型，覆蓋了中大型、中型、緊湊型及小型轎車、SUV、MPV和交叉型乘用車產品，可滿足消費者對不同種類車型的要求。

目前，北京汽車的自主品牌乘用車業務通過三個產品系列運營，包括中高端紳寶系列、經濟型北京系列及威旺系列。2011年、2012年、2013年及截至2014年6月30日止六個月，北京汽車的自主品牌的銷量分別達到24,415輛、77,561輛、202,280輛及153,730輛。

我們於2013年1月4日從北汽集團受讓獲得北京奔馳50.0%的股權，並於2013年11月18日增持到51.0%的股權，因此北京奔馳成為我們的附屬公司，並從2013年11月18日起併入我們的財務報表。根據華通人的資料，按照2013年銷量計算，北京奔馳在中國合資豪華乘用車市場中佔15.3%的市場份額，是中國合資豪華乘用車市場第三大生產商。2011年、2012年、2013年及截至2014年6月30日止六個月，北京奔馳的銷量分別達到93,377輛、103,445輛、116,006輛及64,494輛。梅賽德斯—奔馳是戴姆勒擁有的品牌，北京奔馳獲授權使用。

北京現代是我們和現代汽車的合營企業。我們的附屬公司北汽投資及現代汽車各持有北京現代50.0%的股權。根據華通人的資料，按單個品牌銷量計算，北京現代是2013年中國第二大的合資乘用車品牌，在中國合資中高端乘用車市場中佔10.6%的市場份額。2013年，北京現代的銷量超過100萬輛，自2002年成立起至2014年10月的累計銷量超過600萬輛。2011年、2012年、2013年及截至2014年6月30日止六個月，北京現代的銷量分別達到739,800輛、859,595輛、1,030,808輛及552,970輛。有關北京現代及其產品詳情，請參閱本文件第173頁開始的「業務—北京現代」。現代是現代汽車擁有的品牌，北京現代獲授權使用。

北京汽車、北京奔馳及北京現代主要通過分銷商分別進行銷售和營銷活動，北京汽車、北京奔馳及北京現代均已在中國建立龐大的分銷網絡。

概 要

此外，我們製造發動機和其他核心汽車零部件，用於製造我們的乘用車，同時也銷售給其他汽車製造商。

我們的品牌

北京汽車

目前，北京汽車的自主品牌（「北京」品牌）業務生產三個產品系列的乘用車，即紳寶、北京和威旺。

紳寶

我們於2013年5月開始銷售紳寶系列乘用車。紳寶系列乘用車（紳寶D20除外）的開發基於2009年收購並加以開發的薩博技術。紳寶是自主品牌中高端乘用車產品系列，以重視車輛性能和成本效益的消費者為目標群。我們目前生產和銷售紳寶產品系列旗下的D70、D50和D20轎車，並計劃於2015年推出D60、D80和紳寶CC轎車以及紳寶產品系列旗下的SUV車型X65、X55和C33。2013年及截至2014年6月30日止六個月，我們分別售出10,032輛及10,274輛紳寶系列乘用車。

北京

我們於2012年開始銷售北京系列乘用車。我們的北京產品系列主要集中於經濟型乘用車。往績記錄期間，我們生產和銷售北京產品系列旗下的E系列轎車和北京40越野車。根據我們重新打造自主品牌乘用車的計劃，我們於2014年11月停止生產E系列產品線並將E系列中期改款重新包裝為紳寶D20。我們目前根據有關過渡期安排生產和銷售北京40越野車。請參閱本文件第192頁開始的「與北汽集團的關係 — III.除外公司業務與本公司業務之區分 — 3.越野車分公司 — 營運獨立」。2012年、2013年及截至2014年6月30日止六個月，我們分別售出20,008輛、60,297輛及49,526輛北京系列乘用車。

威旺

我們於2011年開始銷售威旺系列乘用車。我們的威旺產品系列主要集中於交叉型乘用車和MPV產品，並以中國的小微企業用戶和個人用戶為目標群。我們目前生產和銷售威旺系列旗下的交叉型乘用車威旺306與威旺307。往績記錄期間，我們銷售銀翔汽車替我們生產的MPV型乘用車威旺M20。我們於2014年第三季度開始由株洲分公司生產威旺M20，亦銷售銀翔汽車替我們生產的交叉型乘用車威旺205與威旺206。我們計劃於2015年推出威旺306和307的中期改款車型。2011年、2012年、2013年及截至2014年6月30日止六個月，我們分別售出10,016輛、46,368輛、130,274輛及93,540輛威旺系列汽車。

北京奔馳

北京奔馳於2006年開始銷售梅賽德斯 — 奔馳品牌乘用車。北京奔馳目前生產和銷售E級轎車、C級轎車及GLK SUV。北京奔馳於2014年8月發佈新長軸距版C級車型，並計劃於2015年發佈新一代GLK SUV、標準軸距版C級轎車及GLA SUV。2011年、2012年、2013年及截至2014年6月30日止六個月，北京奔馳分別售出93,377輛、103,445輛、116,006輛及64,494輛乘用車。

概 要

我們的產品

往績記錄期間，我們出售轎車、SUV、MPV及交叉型乘用車四個產品類別的乘用車。下表載列所示期間按車型劃分的北京汽車之持續經營及北京奔馳各自已售乘用車銷售詳細情況：

	市場定位	截至最後實際 可行日期之 生產商建議 零售價格範圍 (人民幣千元)	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
			2011年	2012年	2013年	2014年
		銷量(輛)				
北京汽車						
紳寶						
D70	中高端中型轎車	139.8至215.8	—	—	10,032	2,072
D50	中高端緊湊型轎車	74.8至119.8	—	—	—	8,202
北京⁽¹⁾						
E系列	經濟型小型轎車	53.8至87.8	—	20,008	60,297	44,603
北京40	越野車	146.8至186.8	—	—	—	4,923
威旺⁽²⁾						
306	經濟型交叉型乘用車	31.8至46.8	10,016	46,368	82,838	31,450
307	經濟型交叉型乘用車	44.8至51.8	—	—	2,226	4,089
M20	小型MPV	43.8至63.8	—	—	12,933	37,598
205	經濟型交叉型乘用車	29.8至35.8	—	—	30,927	20,074
206	經濟型交叉型乘用車	32.3至40.8	—	—	1,350	329
新能源汽車 ⁽³⁾	—	—	—	644	1,677	390
其他 ⁽⁴⁾	—	—	14,399	10,541	—	—
小計			24,415	77,561	202,280	153,730
北京奔馳⁽⁵⁾						
E級(長軸距版)	豪華中大型轎車	429.0至798.0	44,951	36,765	39,623	24,525
C級	豪華中型轎車	315.0至468.0	32,585	30,970	35,411	12,843
GLK	豪華SUV	398.0至558.0	259	25,929	40,972	27,126
其他 ⁽⁶⁾	—	—	15,582	9,781	—	—
小計			93,377	103,445	116,006	64,494

- 根據我們重新打造自主品牌乘用車的計劃，我們於2014年11月停止生產北京E系列產品線並將北京E系列中期改款重新包裝為紳寶D20。北京40越野車已於2013年12月底推出。有關北京40生產及銷售的詳情，請參閱「與北汽集團的關係—III. 除外公司業務與本公司業務之區分—3. 越野車分公司—營運獨立」。
- 我們於2014年下半年利用北汽有限的產能生產少量的威旺306，並採購整車，憑藉獨家銷售代理安排通過我們自有的分銷網絡轉售。更多詳情請參閱「業務—製造設施及過程—與北汽有限的臨時安排」。往績記錄期間，我們從銀翔汽車購買其生產的威旺M20、威旺205及威旺206並轉售。我們的株洲分公司於2014年第三季度開始生產若干威旺M20車型。更多詳情請參閱「業務—製造設施及過程—與銀翔汽車的安排」。
- 2013年10月，我們把新能源出售給北汽集團。詳情請參閱本文件「歷史、重組及公司架構—重大收購及出售」、「與北汽集團的關係—III. 除外公司業務與本公司業務之區分—5. 新能源」及「關連交易—有關北汽集團及其聯繫人的持續關連交易—非豁免持續關連交易—4. 產品購買和服務接受框架協議(「交易4」)—新能源過渡期內的新能源汽車零部件和配套組裝服務採購安排」。
- 其他主要包括由北汽有限生產的商用車和越野車。我們於2012年11月將北汽有限出售給了北汽集團。
- 於2011年、2012年及2013年1月1日至2013年11月17日期間，我們並無將北京奔馳併表，其於該等期間的銷量僅供參考及作比較。
- 該等乘用車包括梅賽德斯—奔馳E級、GLK、A級和B級乘用車，由戴姆勒製造，由北京奔馳於2011年及2012年進口並於中國出售。

概 要

製造設施及產能

我們擁有專門的生產設施製造和組裝我們的產品。我們所有的生產基地均位於中國境內，且均配備先進的生產設施，不僅能提升效率和維持產品優質水準，亦能透過擴產而節省單位產品成本。下表載列最後實際可行日期我們現有設施的相關資料：

	地點	投產日期	土地面積 (平方米)	建築面積 (平方米)	產品	設計年產能 (輛)
乘用車						
北京汽車						
北京分公司	北京	2013年3月	1,060,386	385,850	乘用車	150,000
株洲分公司(一號工廠一期)	株洲	2011年6月	531,706	258,818	乘用車	100,000
株洲分公司(一號工廠二期)	株洲	2013年6月	531,706	73,900	乘用車	100,000
北京奔馳						
MRA工廠	北京	2006年7月	1,983,256	358,163	乘用車	230,000
發動機						
北京汽車						
動力總成	北京	2012年12月	297,000	133,780	發動機	100,000 ⁽¹⁾
株洲分公司(一號工廠二期) ⁽²⁾	株洲	2013年6月	531,706	73,900	發動機	100,000
北京奔馳						
發動機廠	北京	2013年11月	292,518	160,700	發動機	300,000

- (1) 動力總成經批覆的發動機設計產能為300,000台，截至最後實際可行日期，已達產的設計產能為100,000台，在建的設計產能為200,000台。
- (2) 與株洲分公司的乘用車生產單位共用土地和樓宇。

下表載列往績記錄期間北京汽車和北京奔馳各自的乘用車生產線的設計年產能、產量和平均利用率：

	於12月31日或截至該日止年度									於6月30日或截至該日止六個月		
	2011年			2012年			2013年			2014年		
	設計產能	實際產量	利用率 ⁽¹⁾	設計產能	實際產量	利用率 ⁽¹⁾	設計產能	實際產量	利用率 ⁽¹⁾	設計產能	實際產量	利用率 ⁽¹⁾
北京汽車												
北京分公司	—	—	—	—	—	—	150,000	11,957	9.6%	150,000	17,433	23.2%
株洲分公司	100,000	14,008	24.0%	100,000	66,124	66.1%	200,000	150,088	94.8%	200,000	75,703	75.7%
合計	100,000	14,008	24.0%	100,000	66,124	66.1%	350,000	162,045	57.2%	350,000	93,136	53.2%
北京奔馳												
MRA工廠	100,000	80,172	80.2%	100,000	96,839	96.8%	120,000	118,819	101.8%	120,000	56,257	93.8%

- (1) 平均利用率通過實際產量除以所示期間設計產能的加權平均值，假設產能擴張發生在當年的第N月，則當年設計產能的加權平均值 $= (N-1)/12 \times \text{擴張前年設計產能} + (13-N)/12 \times \text{擴張後年設計產能}$ 。假設產能擴張發生在截至2014年6月30日止六個月的第N月，則當期設計產能的加權平均值 $= (N-1)/6 \times \text{擴張前年設計產能} + (7-N)/6 \times \text{擴張後年設計產能} / 2$ 。

供應商和採購

我們已與供應商建立長期業務關係，並協商了有優惠條款及穩定的定價政策的供應

概 要

協議。我們已與蒂森克虜伯、江森自控及李爾等諸多世界知名汽車零部件供應商建立長期業務關係，以保證產品質量。我們與主要供應商的業務關係超過3年。

我們從供應商採購多種不同的原材料和零部件。用於產品生產的主要原材料和零部件，包括鋼材、輪胎以及多種預製及成品零部件，例如發動機和車軸。此外，我們亦採購生產設備、模具、備件、輔助材料、資訊技術及服務。2011年、2012年、2013年及截至2014年6月30日止六個月，我們的採購成本(不包含2013年自銀翔汽車採購乘用車的成本)分別佔我們銷售成本總額的88.1%、95.1%、87.2%及89.5%。

我們在不影響產品質量的情況下採取多項措施減少或控制採購成本。我們相信，隨着我們生產規模增大及採購量的增加，我們的議價能力會增強，從而在與供應商協商過程中降低原材料及零部件價格。此外，我們不斷優化乘用車產品設計，以實現更高的成本效益。我們亦實行乘用車所用零部件標準化及模塊化，不僅提升生產效率，亦改善產品的成本結構。

我們的經銷網絡

下表載列所示期間及所示日期北京汽車經銷商及其運營的經銷店數量的變化情況：

	於12月31日或截至該日止年度										於6月30日或截至該日止六個月				
	2010年			2011年			2012年			2013年			2014年		
	總計	新設	終止	總計	新設	終止	總計	新設	終止	總計	新設	終止	總計		
經銷商.....	—	73	—	73	182	2	253	179	19	413	89	34	468		
經銷店.....	—	73	—	73	182	2	253	179	19	413	89	34	468		

下表載列所示期間及所示日期北京奔馳經銷商及其運營的經銷店數量的變化情況：

	於12月31日或截至該日止年度										於6月30日或截至該日止六個月				
	2010年			2011年			2012年			2013年			2014年		
	總計	新設	終止	總計	新設	終止	總計	新設	終止	總計	新設	終止	總計		
經銷商.....	122	21	—	143	30	—	173	65	—	238	36	—	274		
經銷店.....	166	46	—	212	52	2	262	83	4	341	41	2	380		

終止經營

於2011年及2012年，我們透過北汽有限生產自主品牌商用車，以及分別通過中都物流及北汽鵬龍從物流業務和拍賣業務(統稱「終止經營」)。於2012年，我們將所持中都物流51.0%的股權、北汽鵬龍100.0%的股權和北汽有限51.0%的股權悉數售予北汽集團。於往績記錄期間，終止經營的收入及其他損益項目已於「終止經營的年度虧損」入賬，並已於合併綜合收益表獨立披露。因此，2011年及2012年淨利潤反映終止經營的虧損分別為人民幣196.2

概 要

百萬元及人民幣80.7百萬元，因此不得視作我們日後表現的指標。請參閱本文件第36頁開始的「風險因素—有關業務的風險—我們於往績記錄期間的經營業績因涉及收購和出售而不可作為未來表現的指標」、本文件第98頁開始的「歷史、重組及公司架構」及本文件第296頁開始的「財務信息」。

北京現代

北京現代於2002年開始生產和銷售現代品牌乘用車。現代是全球主要的中高端汽車品牌。根據華通人的資料，以單一品牌銷量計，2013年現代品牌汽車名列全球第五，而2013年北京現代的乘用車在中國所有合資中高端乘用車品牌當中名列第二。北京現代注重中高端轎車和SUV的開發與生產，以中國年輕的中產階級客戶為目標群。2011年、2012年和2013年，北京現代分別售出739,800輛、859,595輛及1,030,808輛乘用車，複合年增長率為18.0%；截至2014年6月30日止六個月，北京現代出售552,970輛乘用車。於2011年、2012年、2013年及截至2014年6月30日止六個月，北京現代的收入分別為人民幣68,711.0百萬元、人民幣77,311.5百萬元、人民幣103,167.3百萬元及人民幣54,393.0百萬元，同期的淨利潤分別為人民幣6,832.4百萬元、人民幣7,470.0百萬元、人民幣10,799.2百萬元及人民幣5,537.5百萬元。

競爭優勢

- 我們是中國領先的乘用車製造商，擁有互補的品牌和產品組合，並在高速增長的細分市場中擁有優勢定位；
- 我們的北京品牌擁有悠久的歷史、先進的技術和精準的市場定位，將發佈大量具有競爭力的新北京品牌車型；
- 得益於歷史悠久的梅賽德斯—奔馳豪華品牌，北京奔馳將通過新車型發佈、國產化率提升和銷售平台整合獲得強勁增長動力；
- 北京現代擁有高速增長的中高端乘用車業務，以及具有競爭力的產品組合，由中國市場新進入者迅速成為市場領導者；
- 我們擁有多元化和國際化的股權結構，以及完善的企業管治；及
- 我們擁有往績卓越的國際管理團隊，配以專業人才隊伍的支持。

業務策略

- 進一步豐富產品組合並提供新的車型；
- 繼續改善我們北京品牌乘用車業務的成本結構並提高其盈利能力；
- 進一步加強我們的研發和創新能力，增強競爭力和實現可持續發展；及
- 進一步開拓汽車營銷方面的商業模式和銷售網絡。

概 要

控股股東及首次公開發售前戰略投資

控股股東

北汽集團為於1994年6月30日成立的國有企業，其註冊資本約為人民幣45.5億元。根據華通人的資料，按2013年乘用車銷量計算，北汽集團是中國第五大汽車集團，市場份額為8.2%，主要業務包括生產、銷售及進出口汽車與零件、國有資產經營管理、投資及投資管理、技術開發、服務與諮詢及房地產開發與銷售等。我們認為就若干乘用車車型的生產及銷售而言，控股股東與我們之間或有有限競爭。儘管北汽集團生產的越野車和我們生產的SUV可能在功能、技術規格或客源有少許重複，但基於此兩類乘用車的差別，我們的董事及聯席保薦人認為北汽集團和我們在SUV及越野車方面的競爭相當有限。有關我們與北汽集團的關係(其中包括業務區分及獨立於北汽集團)的詳情，請參閱本文件第182頁起的「與北汽集團的關係」。

北汽集團在往績記錄期間一直是我們唯一的控股股東。截至最後實際可行日期，北汽集團持有本公司全部已發行股本的約55.22%。全球發售完成後，北汽集團將持有本公司全部已發行股本的約[編纂]% (假設並無行使超額配售權) 或約[編纂]% (假設已全面行使超額配售權)。北汽集團預期於上市後繼續為本公司唯一的控股股東。

首次公開發售前戰略投資

2013年2月1日，本公司、北汽集團與戴姆勒訂立股份認購協議，本公司向戴姆勒發行765,818,182股非上市外資股，相當於首次公開發售前戰略投資完成時本公司經擴大全部已發行股本的12%。每股認購價為人民幣6.7元，而戴姆勒就根據股份認購協議認購該等股份已付的總金額為人民幣5,130,981,819.40元。請參閱本文件第98頁起的「歷史、重組及公司架構」。

財務信息概要

我們的持續經營在2011年和2012年整體包含北京汽車分部，在2013年包含北京汽車分部和北京奔馳分部。我們於2013年1月4日收購北京奔馳50%股權，使得北京奔馳成為我們的合營企業。我們再於2013年11月18日增持北京奔馳1%股權，使得北京奔馳於同日成為我們的附屬公司。我們將自2013年1月4日至2013年11月17日期間稱為「合營企業期間」，將自2013年11月18日至2013年12月31日期間稱為「附屬公司期間」(在討論北京奔馳2013年的會計處理及經營業績時使用)。北京奔馳於2011年、2012年及2013年1月1日至2013年11月17日收購控制性權益前單獨的財務信息載於本文件附錄一會計師報告的第三節。北京奔馳於合營企業

概 要

期間在我們的合併財務報表入賬列作於合營企業的投資。北京奔馳在附屬公司期間的財務報表已依據國際財務報告準則採用收購會計法按北京奔馳的公允價值併入本集團的財務報告中。由於我們對於北京奔馳在附屬公司期間與合營企業期間的會計處理方法不同，因此我們於往績記錄期間的經營業績未必可作為日後財務表現的指標。請參閱本文件第36頁的「風險因素—有關業務的風險—我們於往績記錄期間的經營業績因涉及收購和出售而不可作為未來表現的指標」。

下表載列(i)(a)北京汽車在2011年、2012年及2013年，(b)北京奔馳在附屬公司期間及(c)本集團在2013年與截至2013年及2014年6月30日止六個月的合併綜合收益表概要、(ii)本集團截至2011年、2012年及2013年12月31日以及2014年6月30日的合併資產負債表概要及(iii)(a)北京汽車在2011年、2012年及2013年、(b)北京奔馳在附屬公司期間及(c)本集團在2013年與截至2013年及2014年6月30日止六個月的合併現金流量表概要。我們從本文件附錄一會計師報告所載的合併財務信息中得出有關北京汽車(除2013年以外)以及本集團於2013年與截至2013年及2014年6月30日止六個月的合併財務信息概要。北京汽車於2013年的財務信息和北京奔馳在附屬公司期間的財務信息均摘錄自我們的未經審計管理層報表。閣下於閱讀本概要時，應與本文件附錄一會計師報告所載的合併財務信息(包括其隨附附註)及本文件第296頁開始的「財務信息」所載數據一併閱讀。

合併綜合收益表概要

	北京汽車			北京奔馳	本集團 ⁽²⁾		
	截至12月31日止年度			附屬公司 期間	截至 12月31日 止年度	截至6月30日止六個月	
	2011年	2012年	2013年		2013年	2013年	2014年
			(未經審計)	(未經審計)		(未經審計)	
				(人民幣千元)			
收入.....	1,915,738	3,519,669	6,847,499	5,934,369	12,781,868	2,293,837	25,126,877
銷售成本.....	(1,888,490)	(3,687,797)	(7,825,417)	(4,541,270)	(12,366,687)	(2,607,290)	(21,711,810)
毛利/(虧損).....	27,248	(168,128)	(977,918)	1,393,099	415,181	(313,453)	3,415,067
分銷費用.....	(398,640)	(1,030,547)	(1,610,660)	(592,637)	(2,203,297)	(489,616)	(2,071,834)
行政費用.....	(354,469)	(505,532)	(796,920)	(454,440)	(1,251,360)	(290,836)	(1,275,454)
其他利得/(虧損)淨額 ⁽¹⁾	106,426	1,855,459	634,847	(15,197)	619,650	50,892	13,407
經營(虧損)/利潤.....	(619,435)	151,252	(2,750,651)	330,825	(2,419,826)	(1,043,013)	81,186
財務費用淨額.....	(81,876)	(158,253)	(480,088)	4,376	(475,712)	(206,502)	(236,568)
合營企業投資收益份額.....	3,571,598	3,834,902	5,986,518	—	5,986,518	2,951,154	2,777,840
聯營企業投資(虧損)/收益 份額.....	(86,147)	(42,844)	35,749	—	35,749	11,881	35,364
除所得稅前利潤.....	2,784,140	3,785,057	2,791,528	335,201	3,126,729	1,713,520	2,657,822
所得稅費用.....	(21,324)	(226,316)	(26,577)	(86,739)	(113,316)	(8,790)	(318,244)
持續經營的利潤.....	2,762,816	3,558,741	2,764,951	248,462	3,013,413	1,704,730	2,339,578
終止經營							
終止經營的虧損.....	(196,184)	(80,670)	—	—	—	—	—
期間利潤.....	<u>2,566,632</u>	<u>3,478,071</u>	<u>2,764,951</u>	<u>248,462</u>	<u>3,013,413</u>	<u>1,704,730</u>	<u>2,339,578</u>
歸屬於：							
本公司權益持有人.....	2,598,483	3,417,427	2,649,664	126,716	2,776,380	1,650,211	1,809,713
非控制性權益.....	(31,851)	60,644	115,287	121,746	237,033	54,519	529,865

概 要

- (1) 我們的其他利得或虧損淨額包括一次性出售資產及投資的利得或虧損和政府補助等非經常項目。具體而言，我們2012年的其他利得淨額包括但不限於：(i)出售附屬公司、合營企業和聯營企業的利得總額人民幣1,118.7百萬元；及(ii)北京政府為鼓勵我們建立自主品牌經銷網絡及提升品牌形象而提供的無條件政府補助人民幣613.0百萬元。
- (2) 截至2013年6月30日止六個月，我們唯一的業務分部為北京汽車。

北京汽車的合營企業投資收益份額其中包括2011年、2012年及2013年應佔北京現代利潤人民幣3,416.2百萬元、人民幣3,735.0百萬元及人民幣5,399.6百萬元與合營企業期間應佔北京奔馳利潤人民幣571.2百萬元。本集團的合營企業投資收益份額其中包括截至2014年6月30日止六個月應佔北京現代利潤人民幣2,768.8百萬元。

北京汽車於往績記錄期間錄得毛虧及經營虧損且有負經營現金流量有多個原因，包括：(i)北京汽車為爭取市場份額及推廣北京汽車自主品牌而向客戶提供大量銷售折扣及回扣(尤其於2012年及2013年)；(ii)北京汽車於往績記錄期間(尤其是在新型號推出初期)的銷量不足，故我們的生產尚未達到規模經濟效益；(iii)因我們較新的第三方供應商需要定製零部件以符合我們的規格，故需要高生產準備成本，導致大額原材料成本；(iv)新生產設施及開發費用導致大額折舊及攤銷；及(v)市場競爭激烈影響北京汽車的銷量增長。根據營銷策略，我們擬繼續向北京汽車客戶提供銷售折扣及回扣，確切數額視乎北京汽車新車市場反響、北京汽車品牌知名度及北京汽車競爭對手的營銷活動而定。董事預計在滿足若干假設及條件(例如北京汽車自主品牌受到更加廣泛認可、北京汽車實現規模經濟效益以及北京汽車繼續採取嚴格的成本控制措施)的情況下，北京汽車於全球發售後三個財政年度內將錄得毛利及經營利潤增長。詳情請參閱「財務信息」。本集團於往績記錄期間錄得淨利潤，純粹是由於合營企業期間北京現代的投資收益份額及(較小程度上)北京奔馳的投資收益份額，再加上附屬公司期間北京奔馳的收入貢獻所致。

北京奔馳於2011年、2012年及2013年的收入分別為人民幣28,688.2百萬元、人民幣29,673.4百萬元及人民幣33,220.2百萬元。北京奔馳的財務業績僅作比較和說明用途。投資者謹請注意，2011年及2012年北京奔馳的收入並無併入我們的收入，而北京奔馳2013年的財務業績乃合併2013年1月1日至2013年11月17日期間與2013年11月18日至2013年12月31日期間的財務業績所得。2011年、2012年及2013年，北京奔馳的淨利潤分別為人民幣3,479.2百萬元、人民幣1,910.9百萬元及人民幣1,506.6百萬元，淨利潤率分別為12.1%、6.4%及4.5%。北京奔馳的淨利潤率下降主要是由於分銷費用尤其是2012年及2013年的服務費大幅增加，以及2012年確認非經常性搬遷補償所致。請參閱本文件第348頁開始的「財務信息 — 北京奔馳的財務信息」。

截至2014年6月30日止六個月，我們於期內收入及利潤分別為人民幣25,126.9百萬元及人民幣2,339.6百萬元。同期，北京奔馳於期內對我們總收入及利潤貢獻的收入及淨利潤

概 要

分別為人民幣19,156.7百萬元及人民幣964.6百萬元，而北京汽車於期內對我們總收入及利潤貢獻的收入及產生的淨虧損分別為人民幣5,970.2百萬元及人民幣1,393.7百萬元（不包括應佔北京現代的利潤）。

本集團合併資產負債表概要

	於12月31日			於6月30日
	2011年	2012年	2013年	2014年
	(人民幣千元)			
總流動資產	4,461,067	9,093,987	33,403,602	30,281,474
總流動負債	7,676,605	7,287,642	36,779,409	36,523,389
流動資產／(負債)淨額 ⁽¹⁾	(3,215,538)	1,806,345	(3,375,807)	(6,241,915)
非流動資產總額	17,339,867	22,688,251	50,082,409	51,651,296
非流動負債總額	2,824,686	8,482,330	16,447,015	13,488,033
資產總額	21,800,934	31,782,238	83,486,011	81,932,770
負債總額	10,501,291	15,769,972	53,226,424	50,011,422
權益總額	11,299,643	16,012,266	30,259,587	31,921,348

- (1) 2011年12月31日，我們的流動負債淨額為人民幣3,215.5百萬元，主要是由於我們於2010年成立，2011年流動資產有限所致。2013年12月31日，我們對北京奔馳進行合併後有流動負債淨額人民幣3,375.8百萬元。北京奔馳於2013年12月31日有流動負債淨額人民幣3,941.7百萬元，主要是由於擴大業務導致大額其他應付款，例如折扣、服務費、廣告費及應付建築費和產能擴充引致的大量借貸所致。2014年6月30日，我們的流動負債淨額增至人民幣6,241.9百萬元，主要反映(i)北京奔馳於2014年上半年加大未售車輛的銷售力度令存貨減少；(ii)為在建工廠增添不動產、工廠及設備令現金及現金等價物減少；及(iii)短期借款隨一年內到期的長期借款增加而增加。請參閱「財務信息 — 流動資產及負債淨額」和「財務信息 — 北京奔馳的財務信息 — 流動資產及負債淨額」。

本集團合併現金流量表概要

	北京汽車 ⁽¹⁾			北京奔馳	北京奔馳 業務合併及 增資 影響抵銷	本集團 ⁽²⁾		
	截至12月31日止年度			附屬公司 期間	截至 12月31 止年度	截至12月31 日止年度	截至6月30日止六個月	
	2011年	2012年	2013年		2013年	2013年	2014年	
	(未經審計)			(未經審計)	(未經審計)		(未經審計)	
	(人民幣千元)							
經營活動(所用)／所得現金淨額	(1,017,282)	(623,502)	(3,918,911)	1,516,409	—	(2,402,502)	(539,877)	(1,400,993)
投資活動(所用)／所得現金淨額	(2,449,156)	(5,689,720)	(4,344,535)	(2,410,059)	10,392,141	3,637,547	(554,543)	1,021,314
融資活動所得／(所用)現金淨額	2,047,673	7,385,510	11,734,929	816,302	(216,000)	12,335,231	4,495,227	(1,638,102)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(1,418,765)	1,072,288	3,471,483	(77,348)	10,176,141	13,570,276	3,400,807	(2,017,781)
年末現金及現金等價物	1,817,526	2,891,385	6,360,451	10,098,593	—	16,459,044	6,290,402	14,440,746

- (1) 北京汽車投資活動所得現金包括合營企業與聯營企業支付現金股息。
 (2) 截至2013年6月30日止六個月，我們唯一的業務分部為北京汽車。

股息政策

2011年，我們並未宣派任何股息。2012年、2013年及截至2014年6月30日止六個月，我們分別支付現金股息人民幣1,500百萬元、人民幣212.5百萬元及人民幣1,595.5百萬元。於

概 要

2014年6月23日舉行的股東週年大會上，我們宣派股息人民幣678.0百萬元，已於2014年第三季度以現金支付予股東。然而，我們無法保證我們可於任何未來年度宣派任何股息。此外，宣派或派付股息可能受法律及／或我們日後可能訂立的融資協議的限制。

最新發展及無重大不利變動

截至2014年10月31日止十個月，我們售出358,130輛乘用車，包括來自北京汽車的242,157輛及來自北京奔馳的115,973輛。同期，北京現代售出904,854輛乘用車。截至2014年10月31日止十個月，主要因合併北京奔馳及業務增長，我們的收入及毛利較2013年同期大幅增長。因此，截至2014年10月31日止十個月我們的毛利率亦有增長。

本公司於2014年7月向北汽集團收購廣州公司的全部股權。本次收購的收購價參考獨立估值師的資產評估結果釐定，約為人民幣2,369.8百萬元，其中我們於2014年6月支付人民幣710.9百萬元，預期於2014年12月至2015年6月分期支付餘下款項。資產評估反映廣州公司日後盈利能力的現值。廣州公司於我們收購前並無進行任何汽車生產。我們計劃在廣州公司生產紳寶D60及紳寶X65。廣州公司2014年6月30日的總資產為人民幣2,927.8百萬元，而2013年與截至2014年6月30日止六個月的經營虧損分別為人民幣65.1百萬元及人民幣32.7百萬元。有關廣州公司2011年、2012年及2013年與截至2013年及2014年6月30日止六個月的財務信息，請參閱本文件附錄一第II節附註39及第IV節。

2014年8月12日，我們發行人民幣10億元的非公開定向債券，年利率5.4%，為期三年。我們擬將發行該債券所得款項用於研發及撥充營運資金。

我們於2014年9月發行兩批本金總額人民幣10億元的中期票據，用作研發活動和營運資金用途。該兩批票據為期七年，年利率分別為5.54%及5.74%。我們計劃，會視乎市況，在全球發售後不久額外發行人民幣500.0百萬元的中期票據。

董事確認，自2014年6月30日直至本文件日期，本公司財務或經營狀況概無任何重大不利變動，亦無發生對本文件附錄一會計師報告所載合併財務報表信息產生重大影響的事件。

上市條件及費用

我們符合上市規則第8.05(3)條的市場資本化／收益測試規定。截至2014年6月30日，我們的全球發售上市費用為人民幣[編纂]百萬元，其中人民幣[編纂]百萬元計入合併綜合收益表，而人民幣[編纂]百萬元資本化為遞延費用，並將於上市後當作我們的權益扣減入賬。直至全球發售完成，我們預計將產生約人民幣[編纂]百萬元的額外上市費用(假設發售價為

概 要

每股H股[編纂]港元，即所述發售價範圍每股H股[編纂]港元至[編纂]港元的中間價)，其中人民幣[編纂]百萬元預計計入合併綜合收益表，人民幣[編纂]百萬元預計將當作我們的權益扣減入賬。上述上市費用為最後實際可行的估計，僅供參考，實際金額或會不同於此估計。我們預計該等上市費用不會對2014年的經營業績產生重大影響。

發售統計數據

本表的所有統計數據均假設超額配售權不會獲行使：

	按發售價 [編纂]港元計算	按發售價 [編纂]港元計算
市值 ⁽¹⁾	[編纂] 百萬港元	[編纂] 百萬港元
未經審計備考經調整合併每股有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

(1) 市值按預期全球發售後已發行H股[編纂]股計算。

(2) 未經審計備考經調整合併每股有形資產淨值已作出「附錄二—未經審計備考財務信息」所述的調整。

所得款項用途

假設發售價為每股H股[編纂]港元(即指定發售價範圍每股H股[編纂]港元至[編纂]港元之中間價)且超額配售權未獲行使，我們估計，經扣除全球發售相關的承銷佣金、費用及其他預計開支後，全球發售所得款項淨額約為[編纂]百萬元。我們並不會收取出售股東在全球發售中出售銷售股份的任何所得款項。

根據業務策略，我們計劃將全球發售所得款項淨額按下列金額(假設超額配售權未獲行使)用作以下用途：

- 約[編纂]%(即[編纂]百萬元(人民幣[編纂]百萬元))用於固定資產投資；
- 約[編纂]%(即[編纂]百萬元)用以開發北京汽車乘用車；
- 約[編纂]%(即[編纂]百萬元)用以發展銷售網絡及推廣北京汽車乘用車；
- 約[編纂]%(即[編纂]百萬元)用以償還銀行借款；及
- 約[編纂]%(即[編纂]百萬元)用以補充營運資金及作一般企業用途。

概 要

風險因素

我們相信我們的營運涉及若干風險及不確定因素，當中部分並非我們所能控制。該等風險及不確定因素已分類為：(i)與我們的業務有關的風險；(ii)與我們的行業有關的風險；及(iii)與於中國經營業務有關的風險。亦有與全球發售有關的風險。我們的業務可能會受到如下風險因素的重大不利影響：

- 我們未必能夠開發和發佈得到市場廣泛認可的新乘用車；
- 倘我們未能與合資方達成重要共識，則合資公司的經營可能受到不利影響；
- 合資公司的業務表現或合資方與我們的關係惡化可能會對我們的財務狀況及經營業績有不利影響；
- 我們無法保證自主品牌會獲得成功及獲利；
- 倘我們未能成功通過經銷商網絡出售及分銷乘用車，則我們的經營業績及市場地位可能受到不利影響；
- 如果我們未能建立或保護我們的品牌形象，或合資方未能保護其品牌或企業形象，我們的財務業績及市場地位可能會受到不利影響；及
- 我們日後能否成功部分取決於我們擴充產能的能力，當中涉及風險及不明朗因素。

有關我們所面臨風險的進一步詳情，請參閱本文件第32頁起的「風險因素」。