



上汽集团
SAIC MOTOR
爱上汽车 畅行天下

上海汽车集团股份有限公司 2019年度业绩介绍会

2020年4月14日



此文件由上海汽车集团股份有限公司（简称“上汽集团”或“本公司”）编制，仅供业绩介绍会使用，严禁复印或转发给任何其他人士。此文件所包含的信息没有经过独立查证，对于文件所包含的信息或意见是否公平、准确、完整或正确，没有任何明确或隐含的声明或保证。此文件的目的是并非提供有关本公司财务或交易状况或前景的完整或全面分析，因此将会获得此文件的任何人士应该明确不应该完全依赖此文件的内容。此文件所提供的信息和意见截止到此介绍会的日期，未来可能会出现变动，恕不另行通知。本公司或其关联公司、顾问或代表，均不会对使用此文件或其内容或由于此文件的其他方面而造成的任何损失负任何责任（不论是因为疏忽或其它原因）。



第一部分

2019年国内汽车市场的主要特点

第二部分

2019年公司经营业绩和创新发展的

第三部分

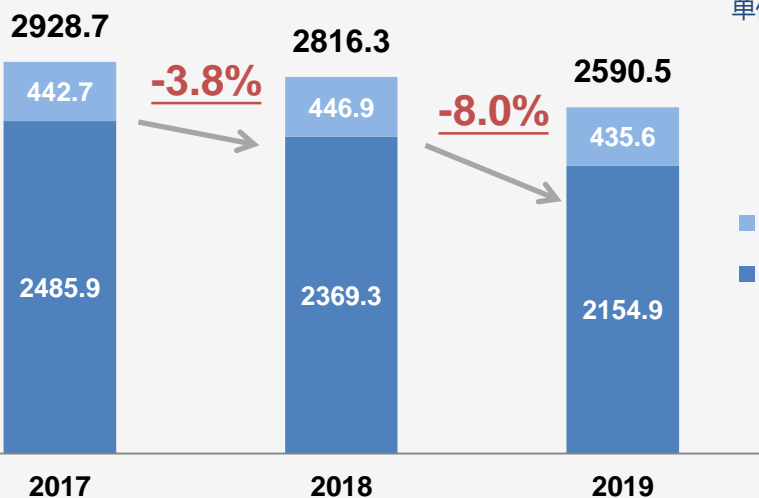
2020年汽车市场展望与公司重点工作



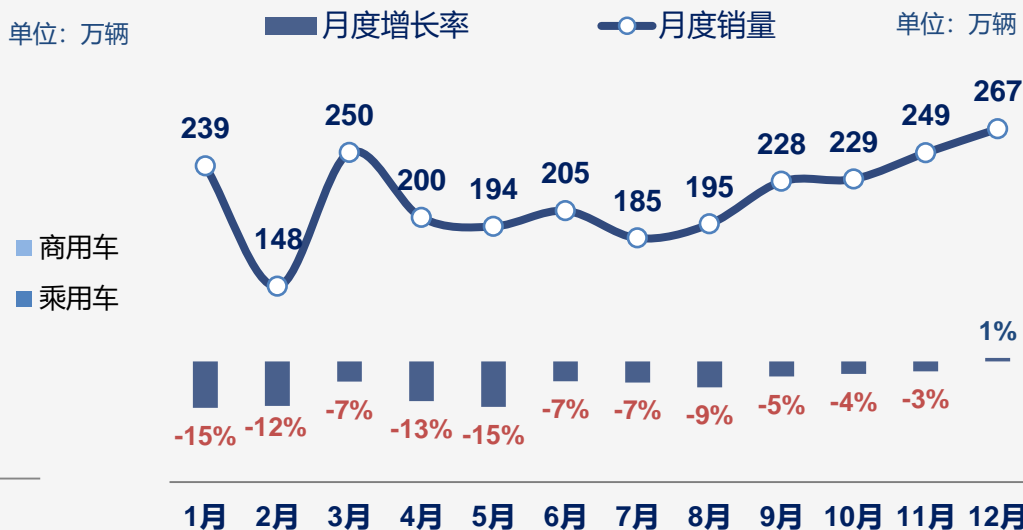
2019年国内汽车市场主要情况

国内车市延续低迷 跌幅进一步加深

2017-2019年中国汽车市场销量走势



2019年1-12月中国汽车市场月度情况



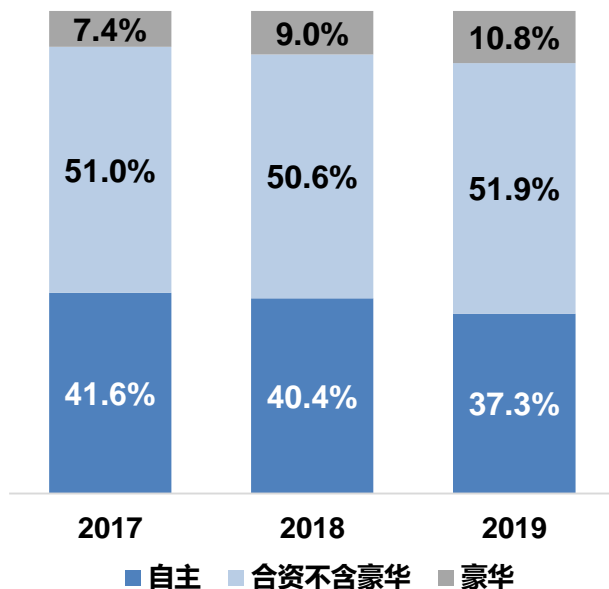
- 2019年国内汽车市场受经济增速下行和行业政策因素的叠加影响，延续了2018年下半年以来的低迷走势，而且整体跌幅进一步扩大；全年国内市场销售整车2590.5万辆，同比下降8.0%；其中，乘用车销售2154.9万辆，同比下降9.1%，商用车销售435.6万辆，同比下降2.2%；
- 从月度来看，1-3月同比降幅逐渐收窄，受到国五国六切换扰动影响，4月、5月跌幅再度加深，进入8月后行业跌幅逐月收窄，并最终在12月小幅转正。



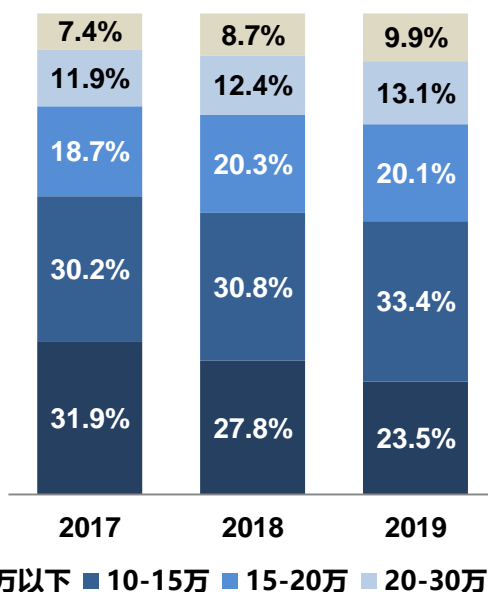
2019年汽车市场主要特点（一）

1 乘用车市场消费升级趋势延续

高端品牌市占率提升



市场销量价格重心上移



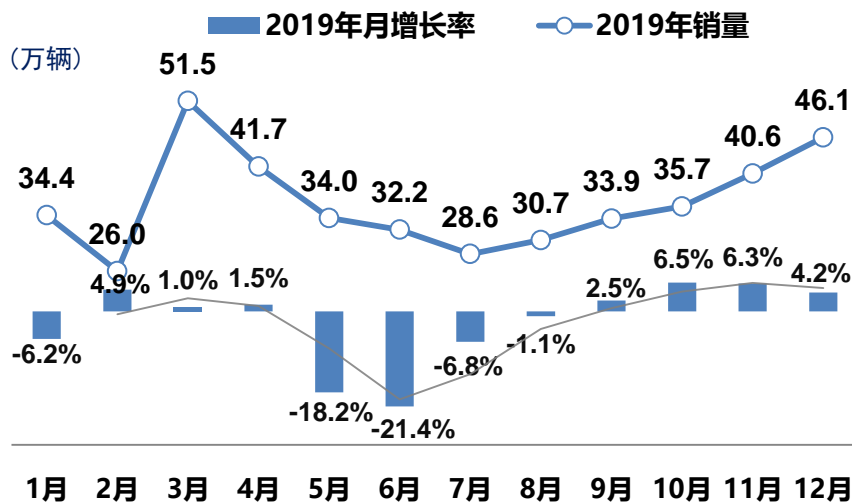
- 2019年中国豪华车销量同比增长近10%，市占率提升至10.8%，与整体市场的低迷形成鲜明对比；
- 虽然豪华车价格下探造成了市场的逐级下压，但国内乘用车市场并没有因此出现销量价格体系结构的整体下移，反而消费升级更加明显；
- 从近三年乘用车市场新车销量的售价结构看，10万元以下产品的销量占比持续大幅萎缩，而10-15万元产品的占比大幅提升，国内乘用车市场的价格重心出现了明显的上升趋势。



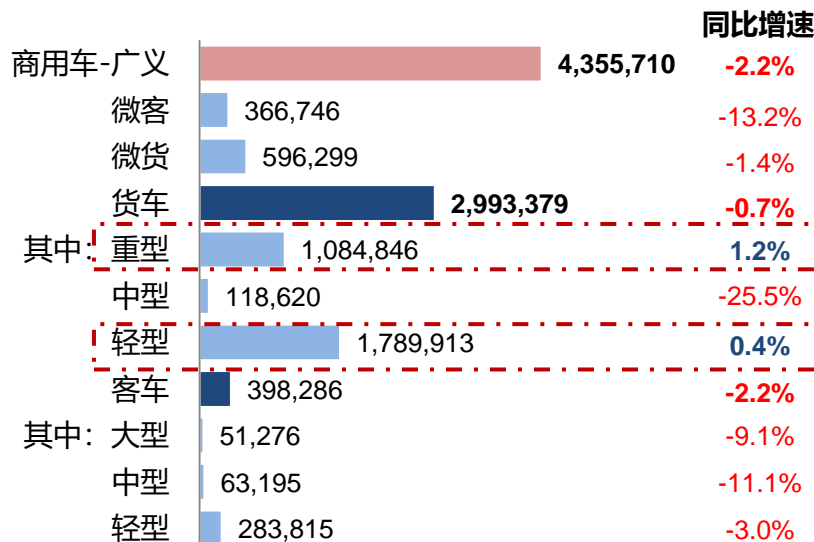
2019年汽车市场主要特点（二）

2 商用车市场重卡一枝独秀

2019年商用车月度销量走势



2019年商用车国内销量和增幅



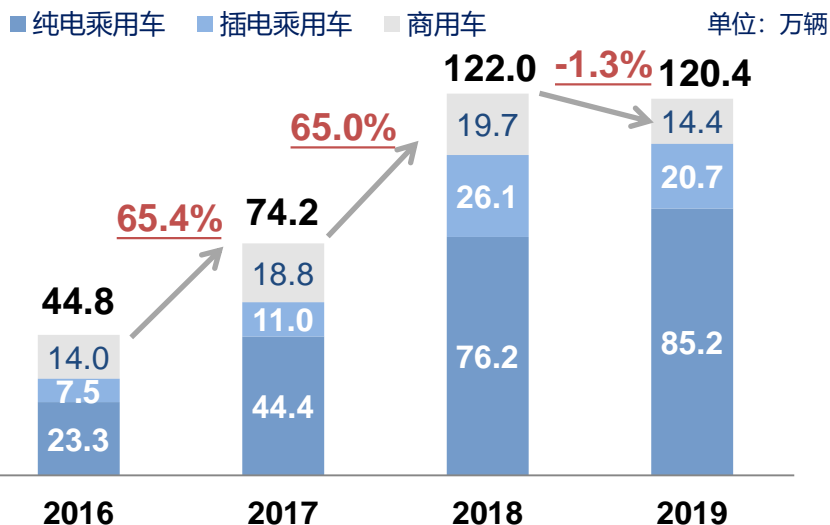
- 2019年的商用车市场继2017-2018连涨两年之后遭遇下滑，广义商用车国内全年销量435.6万辆，同比下滑2.2%，下滑幅度小于乘用车；
- 从月度来看，商用车销售开局平稳，5-6月下滑幅度较大，下半年回升企稳，主要原因是轻卡在5月“大吨小标”整治后，8月开始有明显的反弹；
- 重卡在国三淘汰和整治超载的支撑下，再次创下历史新高，批发销量108.5万辆，同比增长1.2%。



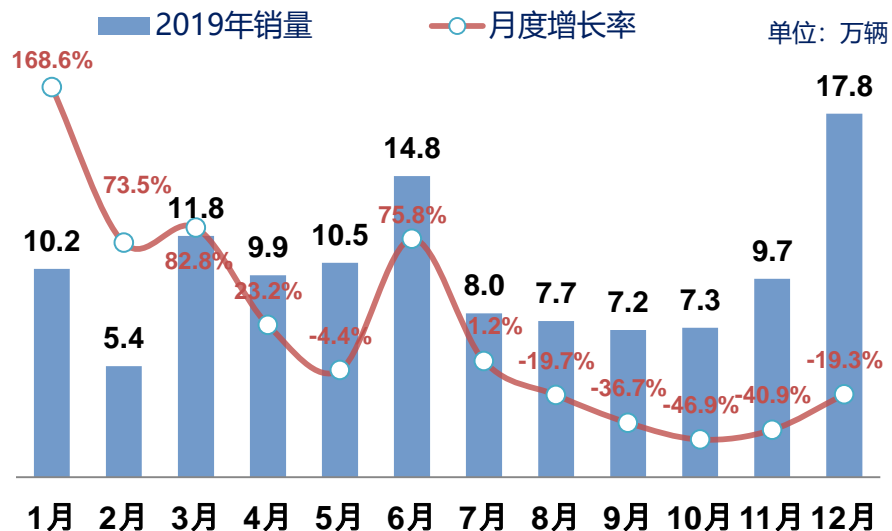
2019年汽车市场主要特点（三）

3 新能源汽车市场出现阶段性调整

2016-2019年新能源汽车销量及增速



2019年1-12月新能源市场月度情况



- 新能源汽车2019年累计完成销售120.4万辆，同比下降1.3%；其中乘用车销量106万辆，同比增长3.6%，商用车销量14.4万台，同比下滑26.8%；
- 新能源乘用车中，纯电动车型销量为85.2万辆，同比增长11.9%，插电式混合动力车型销量为20.7万辆，同比下降20.6%；
- 6月26日补贴政策退坡成为市场走势分水岭，下半年新能源汽车销量跌幅加深，12月有所收窄，但单月仍下滑19%。



第一部分 2019年国内汽车市场的主要特点

第二部分 2019年公司经营业绩和创新发展

第三部分 2020年汽车市场展望与公司重点工作



2019年度公司总体经营业绩

全年销量完成情况

单位：万辆

企业名称	销量完成	同比增减	企业名称	销量完成	同比增减
集团整车销量	623.8	-11.5%	上汽大通	15.3	21.4%
其中：出口及海外销量	35.0	26.5%	上汽正大	2.4	-13.4%
新能源车销量	18.5	30.4%	上汽印尼	2.5	116.6%
乘用车公司	67.3	-4.1%	上汽印度	1.7	----
上汽大众	200.2	-3.1%	上汽依维柯红岩	5.8	0.1%
上汽通用	160.0	-18.8%	上海申沃	0.12	41.7%
上汽通用五菱	166.0	-19.4%	南维柯	2.6	-17.7%



2019年度公司主要经营业绩（一）

1 合资企业把握消费升级趋势



■ 上汽大众销量继续跑赢行业的同时，推出了途铠、途昂X等多款SUV新品，并利用新品效应带动整体销售，SUV销量占比持续提升。



■ 上汽通用别克GL8在MPV市场延续优异表现，凯迪拉克品牌紧抓消费升级趋势，推出全新轿车CT5，XT系列SUV持续热销。



■ 上汽通用五菱加快乘用车转型步伐，发布了宝骏品牌新标识“钻石标”，并在年内连续推出4款新宝骏车型，带动公司整体销售结构向上优化升级。





2019年度公司主要经营业绩（二）

2 自主品牌表现依然亮眼

上汽乘用车



- 上汽乘用车销量跑赢行业并在自主品牌中表现优异；
- 首款量产智能座舱RX5 MAX上市热销，巩固了RX5家族市场地位。



上汽大通



上汽大通
MAXUS

上汽跃进
YUEJIN

- 上汽大通销量逆势连续三年实现两位数增长；
- 推出了智能宽体轻客V90和高端商务旗舰MPV G20，市场竞争力获得提升；



2019年度公司主要经营业绩（三）

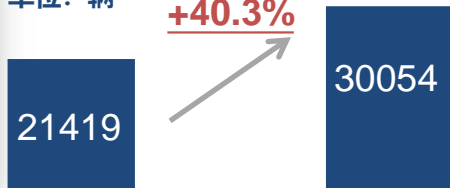
3

新能源车推陈出新多点开花



荣威Ei5销量大幅增长

单位：辆



2018年

2019年



NO.1

宝骏E100微型电动车市场

- 公司全年实现新能源汽车销售18.5万辆，同比增长30.4%，在国内新能源车市遇冷的背景下，继续保持较快增长势头；
- 荣威Ei5推出长续航版后，市场竞争力进一步提升，销量同比增长超过40%；
- 上汽大众帕萨特PHEV和途观L PHEV快速跻身插电混动市场销量排行榜前列；
- 上汽通用五菱宝骏微型电动车加快向全国范围推广，全年销售6万辆，并从7月份起稳居国内微型电动车销量第一。



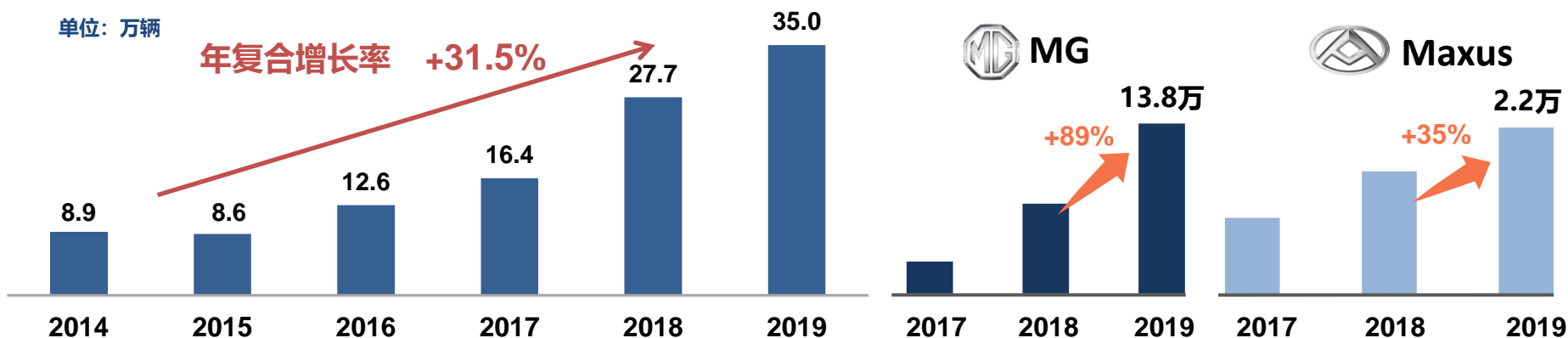
2019年度公司主要经营业绩（四）

4 海外销量进一步扩大领先优势

2014年-2019年上汽海外销量

单位：万辆

年复合增长率 +31.5%



- 在全球贸易局势恶化、全国整车出口普遍下滑的背景下，公司海外销量逆势增长，全年实现整车出口及海外销售35万辆，同比增长26.5%，连续四年排名第一，占比高达中国车企海外总销量的33%；
- 在海外销量结构方面，公司通过持续深耕海外市场，2019年MG、Maxus等自主品牌的海外销量达到18.6万辆，同比增长82.3%，占公司整体海外销量的比例超过50%；
- 其中，MG品牌海外销量达到13.8万辆，同比增长89.3%，单品牌海外销量首次排名全国第一。



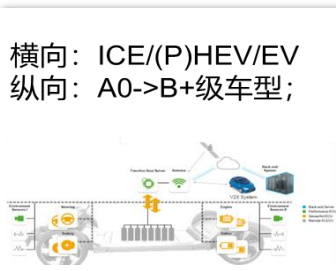
2019年度公司创新转型发展（一）

1 积极顺应技术变革，推动新四化创新落地

- 公司加快提升“三电”系统的自主核心能力，EDU G2 Plus、电轴、专属电动车架构等技术和产品持续推进；在燃料电池前瞻技术领域，启动了400型燃料电池电堆和系统的开发，加快提升面向未来的核心竞争力；
- 持续推动合资企业新能源项目落地及新能源产业链建设：上汽大众MEB新能源工厂正式落成；上汽大众MEB、上汽通用BEV3等重点电动车平台开发项目稳步推进；联合电子、上汽英飞凌等新能源产业链不断壮大；
- 在持续提升产品技术、安全可靠性和成本竞争力的同时，聚焦续航、充电等用户关切事项，加快能力布局和技术突破，努力把上汽新能源在技术和产业链上的优势，切实转化为市场竞争优势。



EDU G2 Plus



新一代电气架构



400型燃料电池电堆



2 智能驾驶商业化落地迈出重要步伐

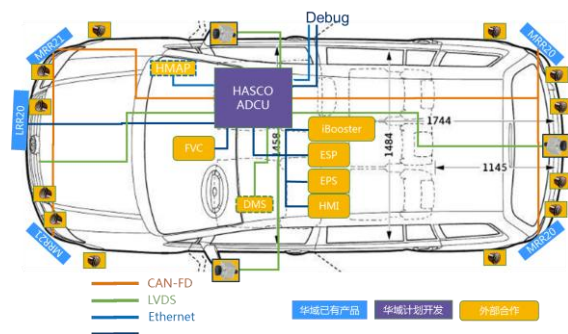
- 公司与上港集团、中国移动合力打造的上海洋山港5G自动驾驶重卡项目，完成了示范区内4.8万公里的智能驾驶道路测试，实现了“深水港物流园—东海大桥—洋山码头”总长72公里的集装箱智能转运；
- 面向未来的电子电器架构、新一代智能座舱等自主开发工作加快推进，并围绕智能驾驶产业链，在域控制器、智能网关、智驾底盘、ADAS系统等领域，加快产品开发和能力布局；
- 上汽大众、上汽通用、上汽通用五菱三家合资整车企业，在移动互联、智能驾驶本土化开发等方面也取得重要进展。



洋山港5G自动驾驶重卡项目



智能座舱、智驾底盘、ADAS





3 共享化 – 直联消费者 服务促转型

人的智慧出行

- 享道出行在郑州、苏州、昆山、杭州、宁波相继开城，注册用户已超700万，日均订单稳定在10万单以上，并发布了面向企业级租车服务的“享道租车”品牌。



车的便捷服务

- 车享家目前已在全国150个城市开设2500家门店，会员数超过400万。



物的高效流动

- 上汽安吉物流继续深耕整车和零部件物流网络的同时，加快智能化、社会化综合性物流平台建设，提升面向非汽车领域的客户服务能力。





2019年度公司创新转型发展（四）

4 国际化 - 提升差异化竞争能力

- 整车销售形成了7个“万辆级”市场：印度、泰国、英国、印尼、智利、澳新、中东GCC；
- 安吉物流在海外建成了4家物流分公司，开辟了3条汽车滚装远洋航线；
- 零部件紧随集团海外战略，在海外已建立多个零部件制造基地；
- 五菱印尼多元金融公司正式运营，海外出行公司树立智能网联新优势。



I-Smart互联网汽车



MG Hector



MAXUS EV 80



5

金融业务助力创新转型

降低公司资金成本



协同整车汽车销售

发挥资本纽带功能



助力创新业务发展



财务数据



2019年度主要财务指标（一）

	2019年1-12月	2018年1-12月	同比增减 (%)
销量 (万辆)	623.80	705.17	-11.54
合并营业总收入 (亿元)	8,433.24	9,021.94	-6.53
利润总额 (亿元)	409.58	543.44	-24.63
净利润 (亿元)	352.89	484.05	-27.10
归母净利润 (亿元)	256.03	360.09	-28.90
扣除非经常性损益后归母净利润 (亿元)	215.81	324.09	-33.41
基本每股收益 (元)	2.191	3.082	-28.91
扣除非经常性损益后基本每股收益 (元)	1.847	2.774	-33.42
经营活动产生的现金净流量 (亿元)	462.72	89.76	415.53
每股经营活动产生的现金净流量 (元)	3.96	0.77	415.53
净资产收益率 (加权) (%)	10.53	15.67	减少5.14个百分点

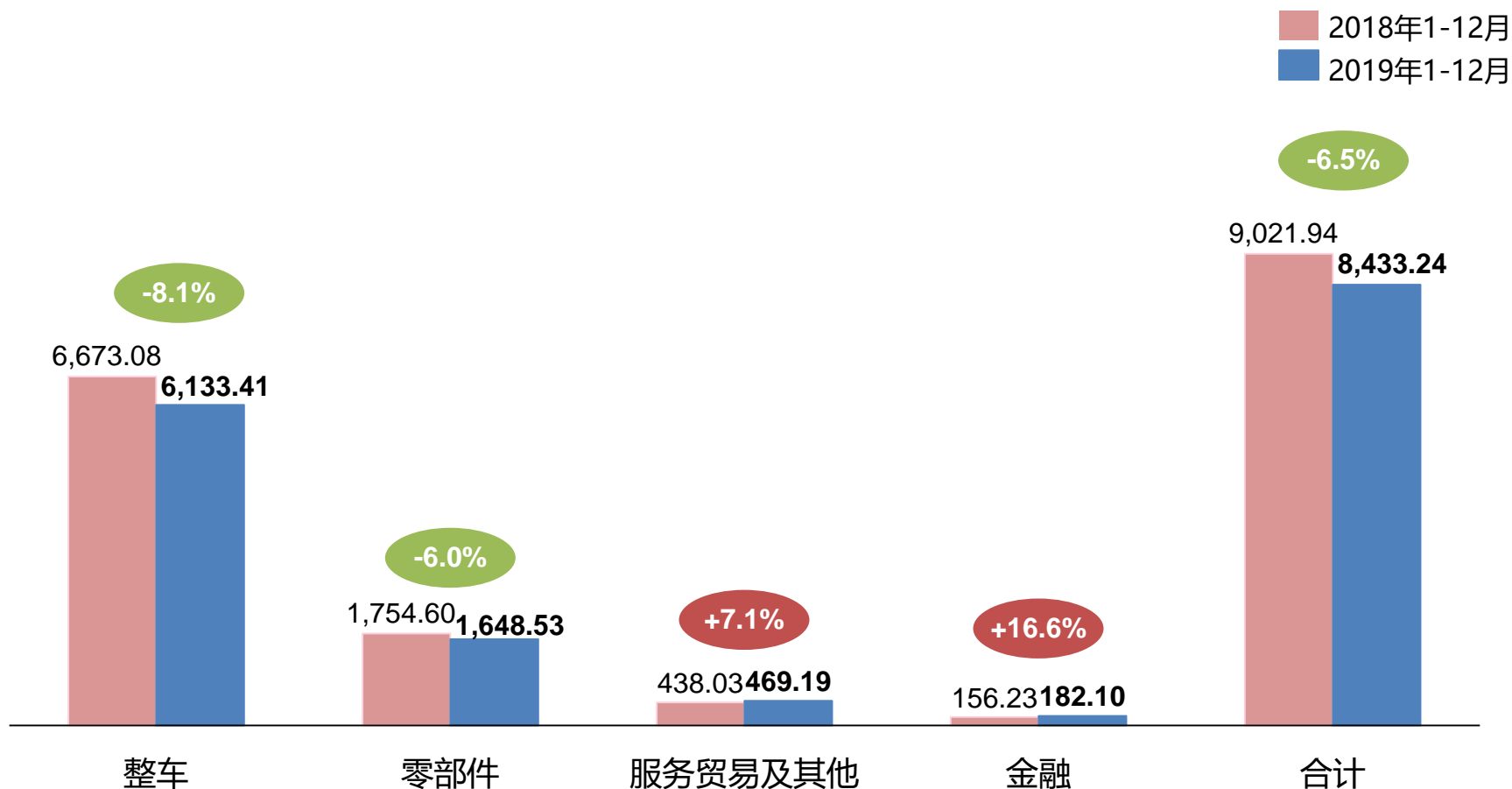


2019年度主要财务指标（二）

	本报告期末	上年度期末	本报告期末比 上年度末增减（%）
总资产（亿元）	8,493.33	7,827.70	8.50
所有者权益（亿元）	3,008.40	2,847.20	5.66
归属于母公司所有者权益（亿元）	2,497.02	2,343.69	6.54
每股净资产（元）	21.372	20.060	6.54
资产负债率（%）	64.58	63.63	增加0.95个百分点



合并营业总收入分部分析 — 按业务分类

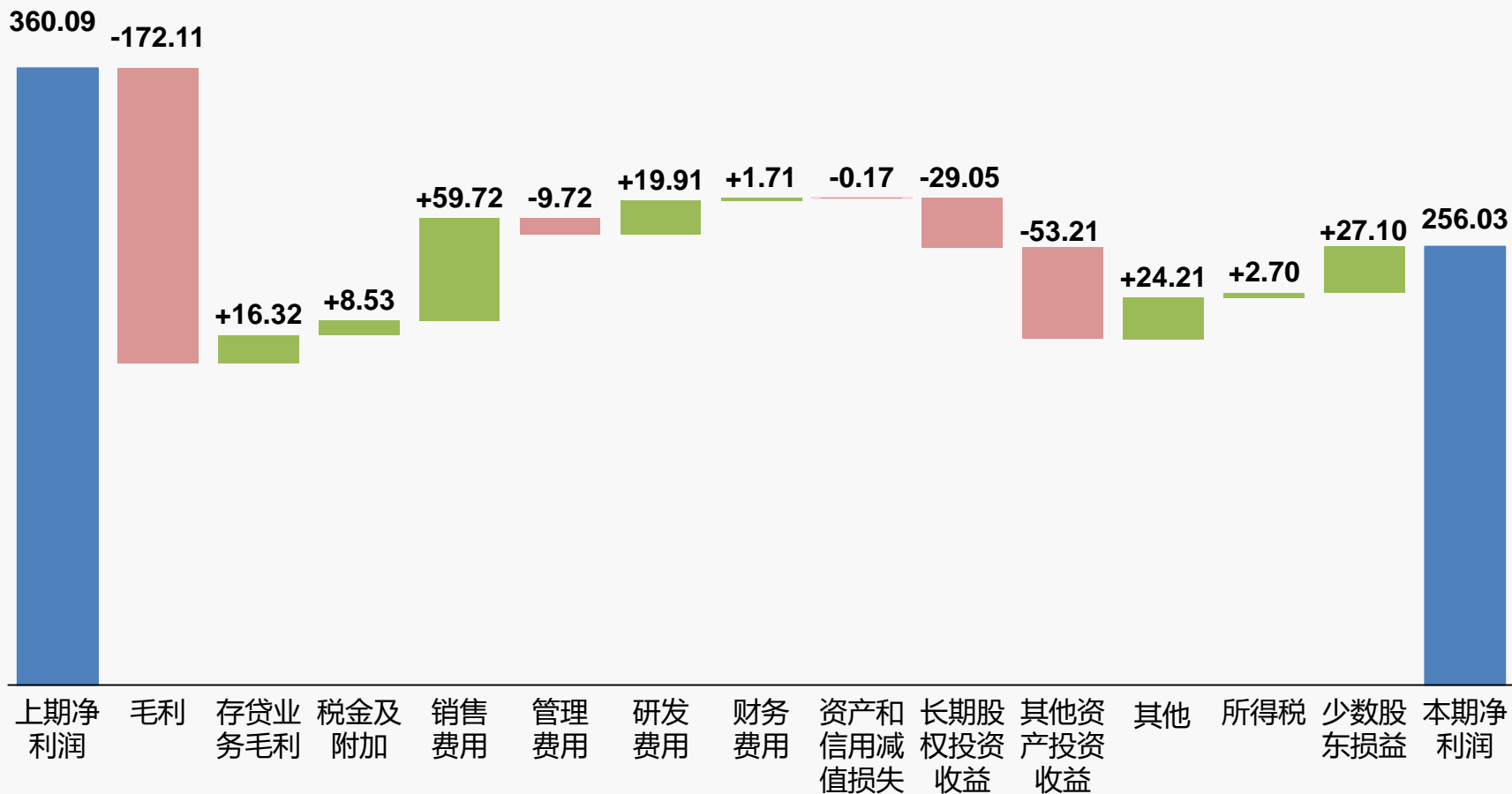


注：本图系根据合并报表营业总收入的业务分类。

单位：亿元



合并归母净利润增减变动因素分析



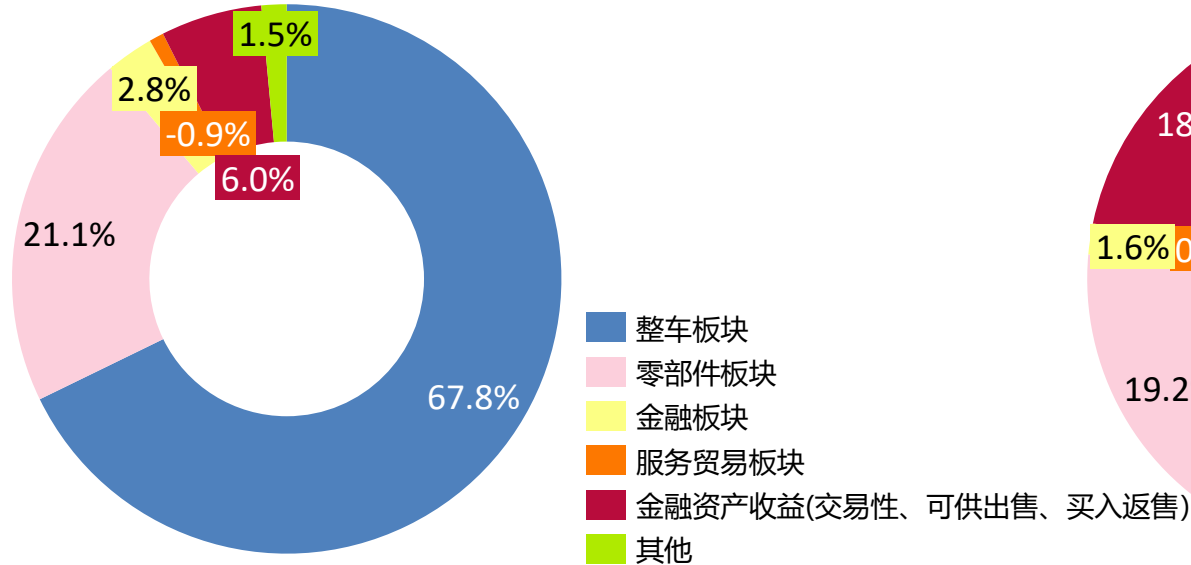
注：本图系根据合并报表项目分析，为归属于母公司的净利润。

单位：亿元

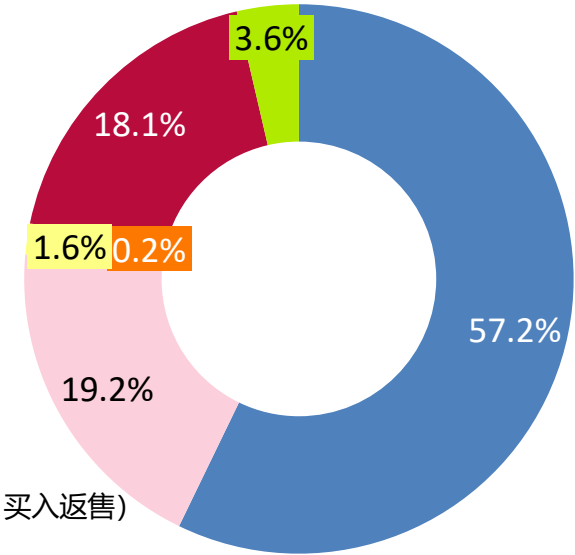


投资收益分析

2019年1-12月投资收益构成



2018年1-12月投资收益构成



2019年1-12月投资收益构成	单位：亿元	同比
权益法核算投资收益	230.17	-11.2%
--整车板块	171.74	-9.3%
--零部件板块	53.51	-16.0%
--金融板块	7.10	34.8%
--服务贸易板块	-2.18	-380.4%
金融资产收益（包含交易性、其他权益工具和买入返售）	15.10	-74.8%
其他	3.74	-68.9%
合计	249.01	-24.8%

2018年1-12月投资收益构成	单位：亿元
权益法核算投资收益	259.21
--整车板块	189.43
--零部件板块	63.74
--金融板块	5.27
--服务贸易板块	0.78
金融资产收益（包含交易性、其他权益工具和买入返售）	60.01
其他	12.04
合计	331.26

注：1.本图系对投资收益项目的分解分析。

2.对联营企业和合营企业的投资收益分为四个板块（整车、零部件、金融和服务贸易）为税后收益，其余收益为税前收益。



研发支出分析

单位：亿元

2019年1-12月合并研发支出

	年初数	本年发生	转入无形资产	计入当期损益	期末数
研究支出	0.00	33.51	0.00	33.51	0.00
开发支出	5.39	114.17	2.66	100.44	16.47
合计	5.39	147.68	2.66	133.95	16.47
占营业收入 (%)		1.79%		1.62%	

2019年1-12月母公司研发支出

	年初数	本年发生	转入无形资产	计入当期损益	期末数
研究支出	0.00	28.22	0.00	28.22	0.00
开发支出	4.92	26.38	2.66	13.16	15.48
合计	4.92	54.60	2.66	41.38	15.48
占营业收入 (%)		8.55%		6.48%	



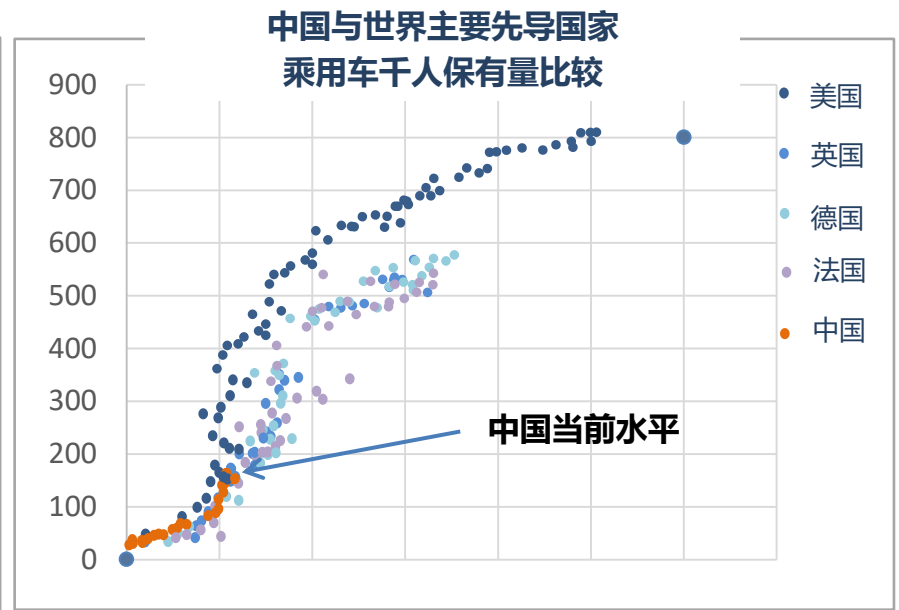
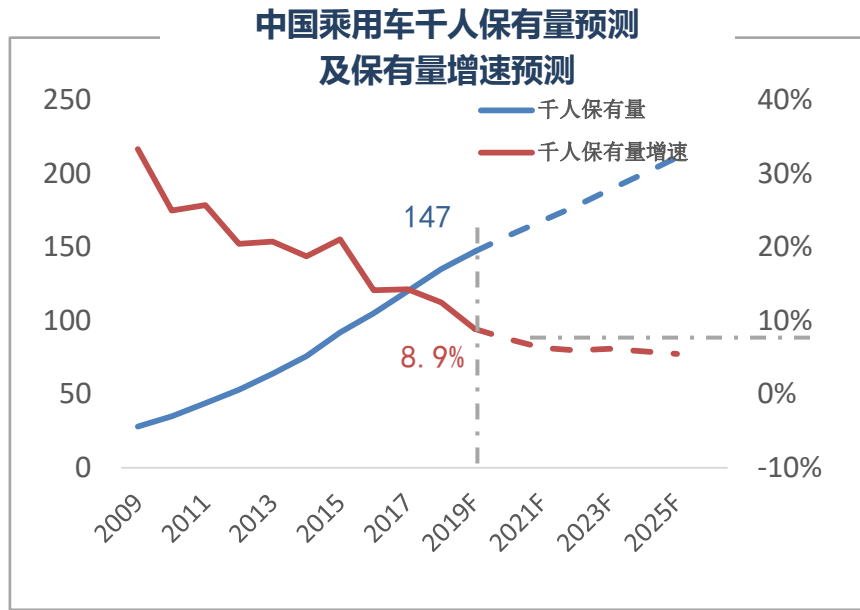
第一部分 2019年国内汽车市场的主要特点

第二部分 2019年公司经营业绩和创新发展

第三部分 2020年汽车市场展望与公司重点工作



未来中国汽车市场的展望（一）



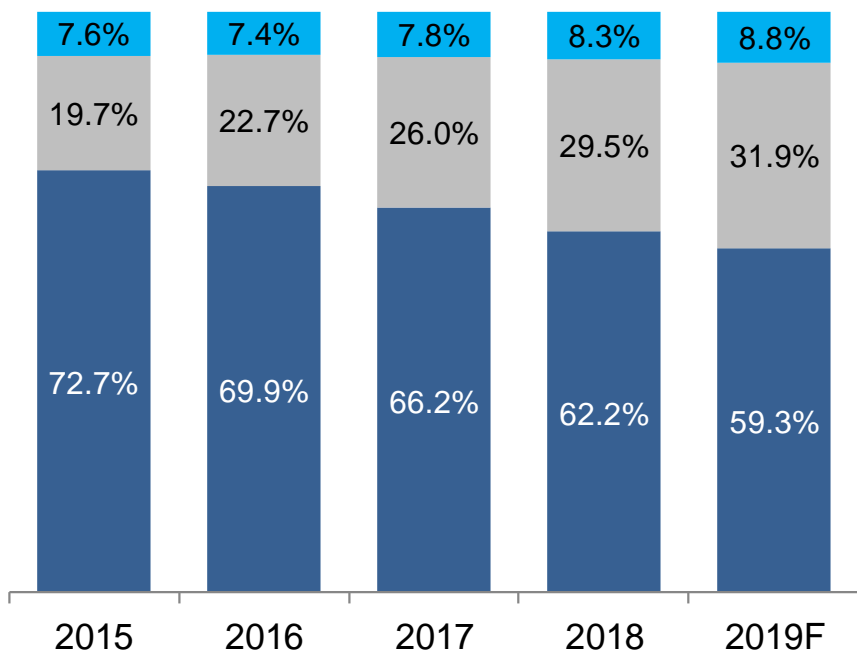
- 根据公安部数据和国信中心数据，2019年中国乘用车千人保有量约147辆，增速降至8.9%；
- 虽然保有量增速下台阶，但根据先导国家经验，并不是市场的“顶”，后续保有量及保有量的增速（斜率）仍将有快速的增长；
- 展望今后一段时期，新冠肺炎疫情等阶段性的困难挑战，不会改变中国经济长期向好的大趋势，我国超大规模汽车市场的体量优势依然未变，汽车消费升级的发展趋势依然未变，全球汽车业变革的中心地位依然未变。



未来中国汽车市场的展望（二）

中国汽车市场消费趋势

■ 首购 ■ 换购 ■ 增购



- 从消费结构来看，首购人群的增量红利逐步消退，存量消费者的比重持续增加，市场从过去以首购为主的增长阶段，逐步进入到以增换购为主的发展阶段，市场进入“存量竞争时代”；
- 根据日、韩等亚洲先导国家的汽车发展经验，换购占比从35%提升至50%平均需要2-3年时间，未来几年中国市场换购比例持续上升的趋势是较为明确的。



2020年度国内汽车市场展望

机遇

- 随着疫情的消退，阶段性被抑制的汽车消费需求必将出现回补；
- 为对冲疫情的影响，国家将进一步加大基建投资、稳定就业、促进消费的力度，更多稳增长的政策有望相继出台，汽车市场危中有机。

挑战

- 新冠肺炎疫情的发展趋势是影响今年车市走向最重要的风险因素，海外疫情在全球的快速蔓延，将加剧世界经济的下行压力，并加大全球汽车产业链的供应风险，消费需求和生产供给都将面临挑战。

预计2020年国内汽车市场需求总量在2290~2380万辆，同比增长-11.6%~-8.1%

其中：乘用车1900~1980万辆，同比增长-11.8%~-8.1%

商用车390-400万辆，同比增长-10.3%~-8.0%

新能源汽车125万辆，同比增长4%



2020年度公司重点工作及目标（一）

市占率继续保持国内领先

- 挖掘“存量”和开拓“增量”两个市场，拼搏存量市场巩固领先优势，全力拓展新能源汽车、国际经营、后市场等增量机会，抢占市场先手；
- 2020年新产品依然强劲：

上汽大众



全新 B级MPV Viloran

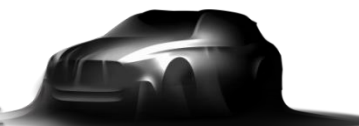


途观 Coupe版



途岳 纯电版

上汽通用



全新 B级 SUV



雪佛兰
CHEVROLET



中大型SUV 开拓者



Cadillac



CT4

上汽乘用车



全新 A级MPV



全新A级轿车



全新纯电Ei6

上汽大通



上汽大通
MAXUS



全新纯电EUNIQ 6

上汽通用五菱



全新 宝骏、五菱宏光V等20款新车

公司力争全年实现整车销售600万辆左右



2020年度公司重点工作及目标（二）

变与不变



坚持品牌向上

- 上汽大众：坚持品牌向上，积极推进奥迪项目；
- 上汽通用：推出全新GL8艾维亚家族，凯迪拉克推出全新CT4，把握消费升级；
- 上汽乘用车：推出全新R标，以纯电属性、数字智能、全新体验，面向新能源中高端车；
- 上汽通用五菱：建设“与众不同”的新宝骏，跨界创新打造独特性卖点，加强品牌、渠道和体系建设，新宝骏品牌下推出7款新车，加大产品投放力度。



紧抓市场机遇

- 重点挖掘由疫情带来的“安全健康和私密性出行需求、因疫情出现的亟需购车需求、受疫情影响较小的刚需用户”等三类需求；
- 加快线上营销能力建设，将线下营销活动转移到线上进行，推动营销渠道的轻量化运营，形成工作闭环；
- 密切跟踪国内及海外市场形势变化，如果疫情好转，市场出现需求回补，快速响应市场需求，加强供应链体系的产销协同。



上汽集团
SAIC MOTOR
爱上汽车 畅行天下

上海汽车集团股份有限公司 2019年度业绩介绍会

2020年4月14日