



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 2020年中期业绩介绍会

2020年8月28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 2020年上半年国内汽车市场的主要特点

第二部分 2020年上半年公司经营业绩和创新发展的

第三部分 2020年下半年市场展望与公司重点工作

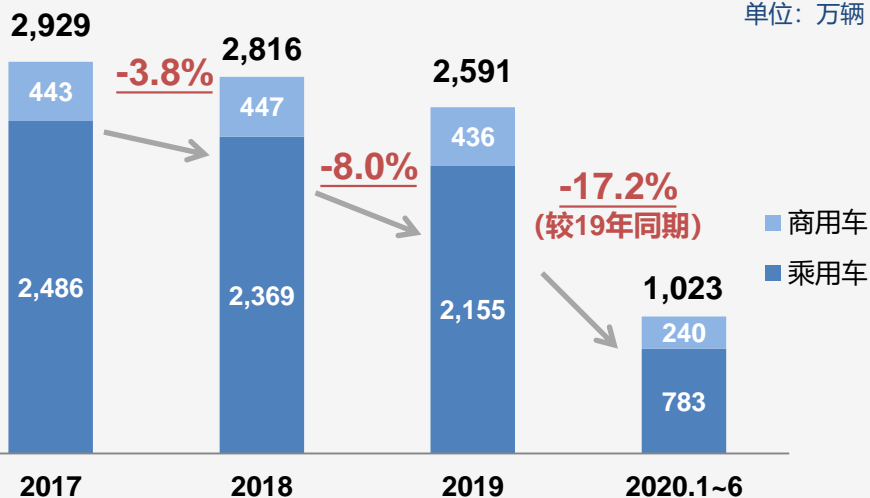


2020年上半年国内汽车市场主要情况

新冠疫情加速车市下滑 二季度反弹明显

2017-2020年中国汽车市场销量走势

单位：万辆



2020年1-6月中国汽车市场月度情况

单位：万辆



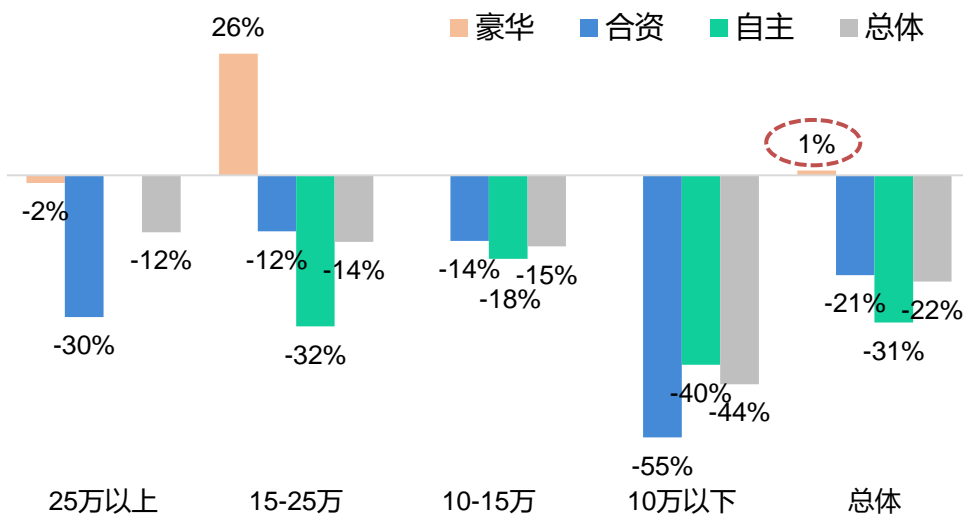
- 今年以来，新冠疫情对世界经济和全球汽车产业造成了巨大冲击，国内车市继续加速下滑。上半年，国内市场销售整车1023.4万辆，同比下降17.2%；其中，乘用车销售783.2万辆，同比下降22.9%，商用车销售240.2万辆，同比增长9.1%。
- 从月度数据看，虽然1-3月国内车市销量同比下滑明显，但随着国内疫情得到有效控制，以及中央和地方政府一系列“稳增长、促销费”政策的连续出台，国内车市二季度销量环比增长显著，4-6月销量同比连续三个月实现了正增长，上半年整体呈现“V型”走势。



2020年上半年汽车市场主要特点（一）

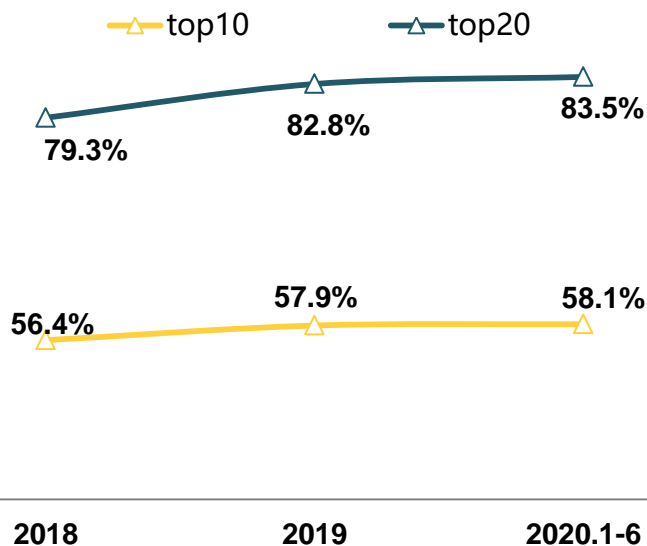
1 乘用车市场消费升级延续

2020年上半年各价位段各品牌销量同比



数据来源：零售，不含进口

厂商集中度进一步提升



数据来源：上险数

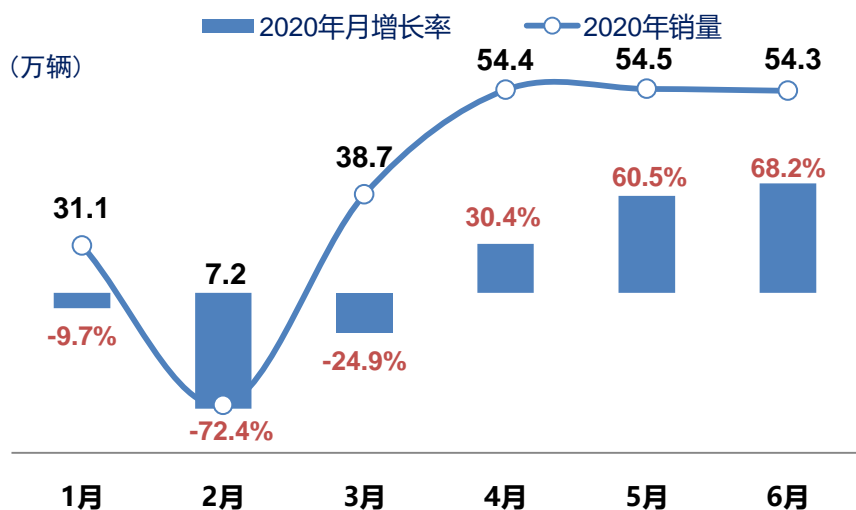
- 从品牌层次细分来看，豪华车上半年已率先恢复正增长，自主品牌则表现较差，下滑超过30%，消费升级趋势延续；从价位层次来看，25万以上车型下滑12%，10万以下车型下滑44%，分化明显；
- 行业下行周期中，市场份额持续向头部厂商加速聚集，上半年前10厂商份额较2019年继续上升0.2个百分点，前20份额提升0.7个百分点，行业集中度进一步提升。



2020年上半年汽车市场主要特点（二）

2 商用车市场货车带动整体上涨

2020年上半年商用车月度销量走势



2020年上半年商用车国内销量和增幅

商用车-广义	销量	同比增速
微货	298,407	14.1%
微客	136,427	-23.5%
货车	1,813,165	14.5%
其中: 重型	784,733	28.5%
中型	64,083	5.3%
轻型	964,349	5.7%
客车	153,684	-13.2%
其中: 大型	15,132	-28.6%
中型	14,659	-42.8%
轻型	123,893	-4.9%

单位: 辆

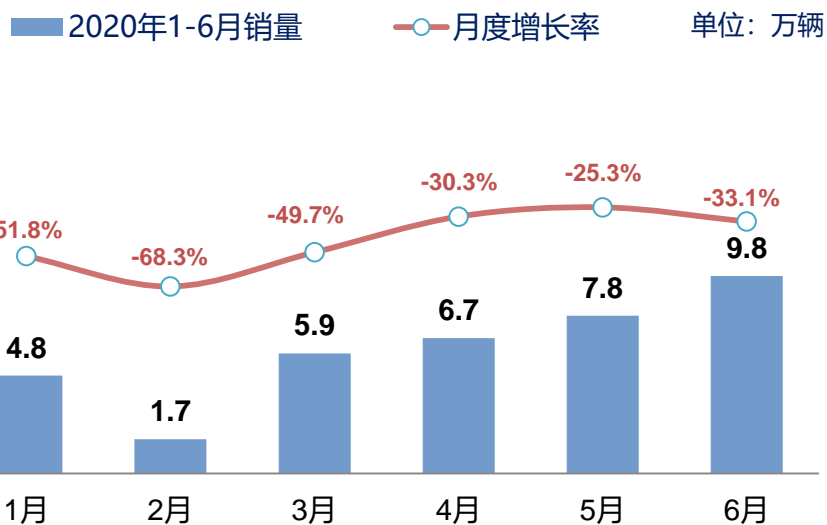
- 商用车市场在公路物流需求增长、基建投资加速等利好带动下，4月率先恢复正增长，上半年销量达到240.1万辆，同比增长9.1%；
- 从细分市场来看，微型车中微货上半年销售29.8万辆，同比增速为14.1%，表现好于微客；货车销量达到181.3万辆，同比增长14.5%，其中重卡市场销量更是创出6月历史新高，上半年累积增幅达28.5%；客车则受到出行需求减少的影响，同比下滑13.2%。



2020年上半年汽车市场主要特点（三）

3 新能源市场受单位客户影响继续下滑

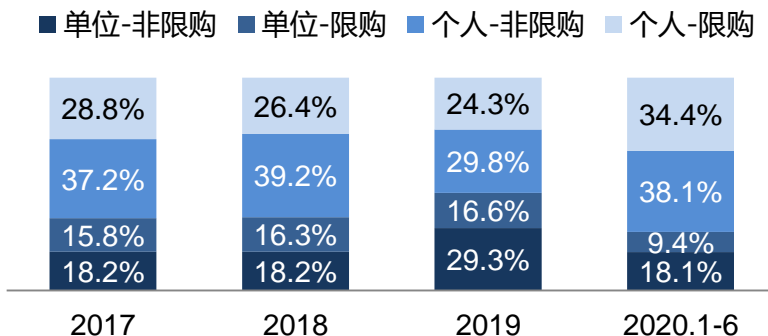
2020年1-6月新能源市场月度情况



新能源市场细分销量同比

	2018	2019	2020.1~6
单位用户	76.6%	23.9%	-60.6%
个人用户	72.6%	-23.0%	-13.7%

新能源市场细分份额占比



- 新能源汽车上半年累计销售36.7万辆，同比下降40.6%；其中乘用车销量33.0万辆，同比下降41.9%，商用车销量3.8万辆，同比下降26.7%；
- 月度来看，虽然2月后销量逐月攀升，但同比仍持续大幅负增长，一方面是去年6月新能源补贴大幅退坡，抢装造成行业上半年批发基数较高，另一方面是疫情期间，单位用户尤其出租、网约车更新需求锐减，上半年销量同比下滑60%，市场份额下降至27.5%，较2019年下降了18.4个百分点；
- 新能源个人需求表现相对稳定，销量同比下降13.7%，好于乘用车整个市场22.9%的跌幅，份额上升至72%。



第一部分 2020年上半年国内汽车市场的主要特点

第二部分 2020年上半年公司经营业绩和创新发展的

第三部分 2020年下半年市场展望与公司重点工作



2020年上半年公司总体经营业绩

2020年上半年销量完成情况

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	204.9	-30.2%	上汽大通	6.8	8.5%
其中：出口及海外销量	13.2	-8.9%	上汽正大	1.1	-16.2%
新能源车销量	5.8	-28.8%	上汽印尼	0.2	-69.6%
乘用车公司	24.1	-22.5%	上汽印度	1.0	----
上汽大众	57.7	-37.2%	上汽依维柯红岩	3.9	24.5%
上汽通用	55.6	-33.3%	上海申沃	0.1	129.4%
上汽通用五菱	53.1	-28.7%	南维柯	1.2	-6.5%



2020年上半年公司主要工作（一）

1 抓疫情防控 稳复工复产

- 公司把保障员工生命安全和身体健康放在首要位置，严格落实防疫要求，筹措防疫物资，全力守护员工安全健康；
- 公司积极履行社会责任，累计捐赠现金和物资超过6000万元，为全国打赢疫情防控阻击战贡献了上汽力量。
- 保障疫情防控的同时，公司协调全球供应链资源，加强风险零部件备货，合理组织安排生产化解了产业链风险，稳步推进复工复产；
- 加大终端的金融支持和营销力度，疫情期间为经销商纾困减压。





2020年上半年公司主要工作（二）

2

应对新挑战 抢抓新机遇

NEW 推新品

- 公司下属整车企业推出了荣威RX5 PLUS、大众威然、凯迪拉克CT4、别克全新GL8等10余款新品，积极抢抓健康出行、消费升级、市场回补等热点需求。



抢热点

- 结合各地促进汽车消费政策，制定专项方案，提供优质产品和服务；加快推进营销体系变革，综合运用虚拟展厅、视频直播等线上营销方式，加强线上营销能力建设。



拓海外

- 疫情初期海外市场受影响较小，公司确保海外销售的生产需要，海外销售出现“开门红”。上半年公司整车出口销量继续保持国内领先，MG品牌继续保持中国出口单一品牌销量第一。





2020年上半年公司主要工作（三）

3 众新标推出 助品牌向上

- 荣威实施“双标战略”，推出了新“狮标”和全新“R标”，新“狮标”寓意年轻化，新“R标”则将成为旗下中高端新能源车型的专属标志，借此努力打造“新国潮”的品牌新形象；名爵发布“mission 100”战略，以“数智科技”为核心理念，启动品牌战略新一轮提速；
- 上汽大通推出了新能源乘用车产品EUNIQ系列，进一步强化“定制基因”，塑造科技、年轻、时尚的品牌新形象；
- 五菱品牌为彰显与时俱进的乘用车创新和全球化发展，新增全球“银标”，努力打造多元化、年轻化、全球化的新特质。





2020年上半年公司创新转型发展（一）

1 新能源技术的突破与溢出



核心技术

- 上汽英飞凌实现了世界最先进的第七代IGBT的顺利量产，相比进口产品成本大幅下降；
- 300型燃料电池技术已在公司多款商用车产品上实现应用，并已获得公司以外多家企业的订单，400型燃料电池电堆和系统研发快速推进。



海外溢出

- 上汽新能源车登陆欧洲后，面对严苛的产品标准和严峻的疫情考验，销量保持节节攀升，6月份上汽电动车在欧洲市场的销量已跃上“千辆级”台阶；
- 在英国电动车市场，MG EZS销量稳居前三，在荷兰和挪威也已跻身市场前列，首批328辆上汽大通 MAXUS EV30纯电动智能物流车发运挪威，上汽自主品牌新能源产品加快走向全球。





2 智能网联核心技术产业化落地

- 公司对标全球领先智驾技术，已基本实现AI Parking和AI Pilot功能并同步启动测试；洋山港5G智能重卡已实现实景自动泊车和5车编队功能；
- 智能驾驶决策域控制器iECU完成硬件升级，智能车联终端T-Box已搭载在RX5 MAX上实现量产，自主开发的高级驾驶辅助系统ADAS产品已进入试验阶段；
- 人工智能实验室通过视觉SLAM算法将智能驾驶车辆定位精度提高到10cm以内，并且在多模态智能座舱开发、智能调度算法以及智能客服等方面取得重要新进展。

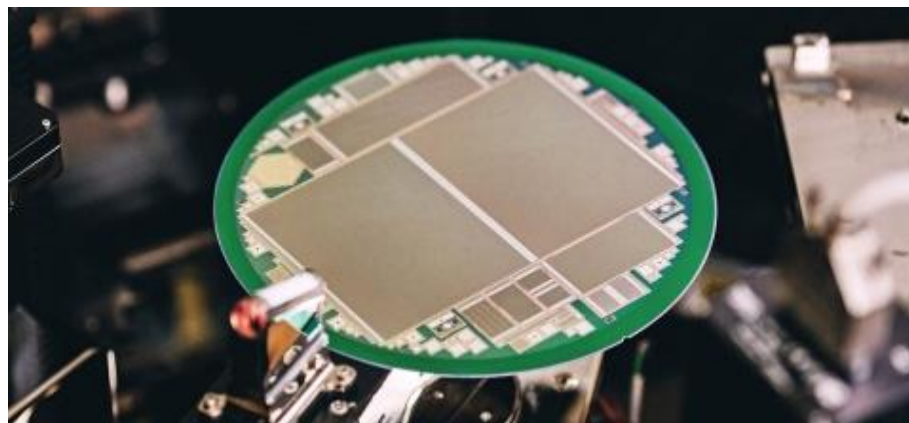




3

“软件定义汽车”能力提升

- 上汽集团“零束”分公司正式成立，主要承担新一代中央集中式电子架构、云管端面向服务的软件平台、汽车数据基础架构和网络安全、操作系统和AI算力芯片，以及开放的软件集成开发环境等基础技术平台的研发任务；
- 针对芯片和操作系统等新四化的关键技术，集团已制定具体的实施计划，将通过联合开发形成相关能力。





财务数据



2020年上半年度主要财务指标（一）

	2020年1-6月	2019年1-6月	同比增减 (%)
销量 (万辆)	204.91	293.73	-30.24
合并营业总收入 (亿元)	2837.40	3762.93	-24.60
利润总额 (亿元)	126.95	210.96	-39.82
净利润 (亿元)	109.88	183.24	-40.04
归母净利润 (亿元)	83.94	137.64	-39.01
扣除非经常性损益后归母净利润 (亿元)	71.76	124.95	-42.57
基本每股收益 (元)	0.718	1.178	-39.05
扣除非经常性损益后基本每股收益 (元)	0.614	1.069	-42.56
经营活动产生的现金净流量 (亿元)	293.58	1.29	22641.59
每股经营活动产生的现金净流量 (元)	2.51	0.01	22641.59
净资产收益率 (加权) (%)	3.31	5.72	减少2.41个百分点

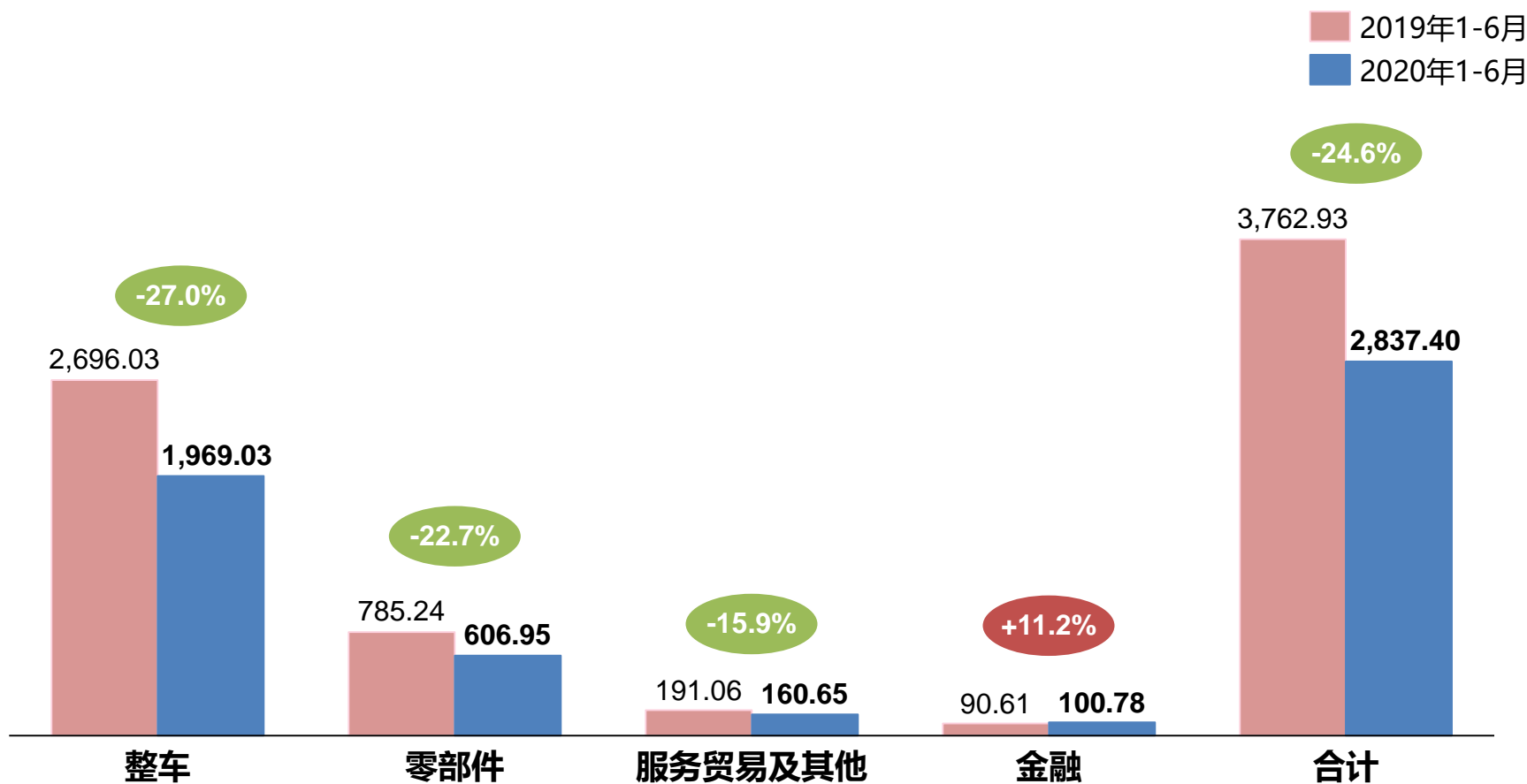


2020年上半年度主要财务指标（二）

	本报告期末	上年度期末 (新准则)	本报告期末比 上年度末增减 (%)
总资产 (亿元)	8,332.96	8,493.33	-1.89
所有者权益 (亿元)	2,927.69	3,008.16	-2.68
归属于母公司所有者权益 (亿元)	2,469.65	2,496.79	-1.09
每股净资产 (元)	21.138	21.370	-1.09
资产负债率 (%)	64.87%	64.58%	增加0.29个百分点



合并营业总收入分部分析 —按业务分类

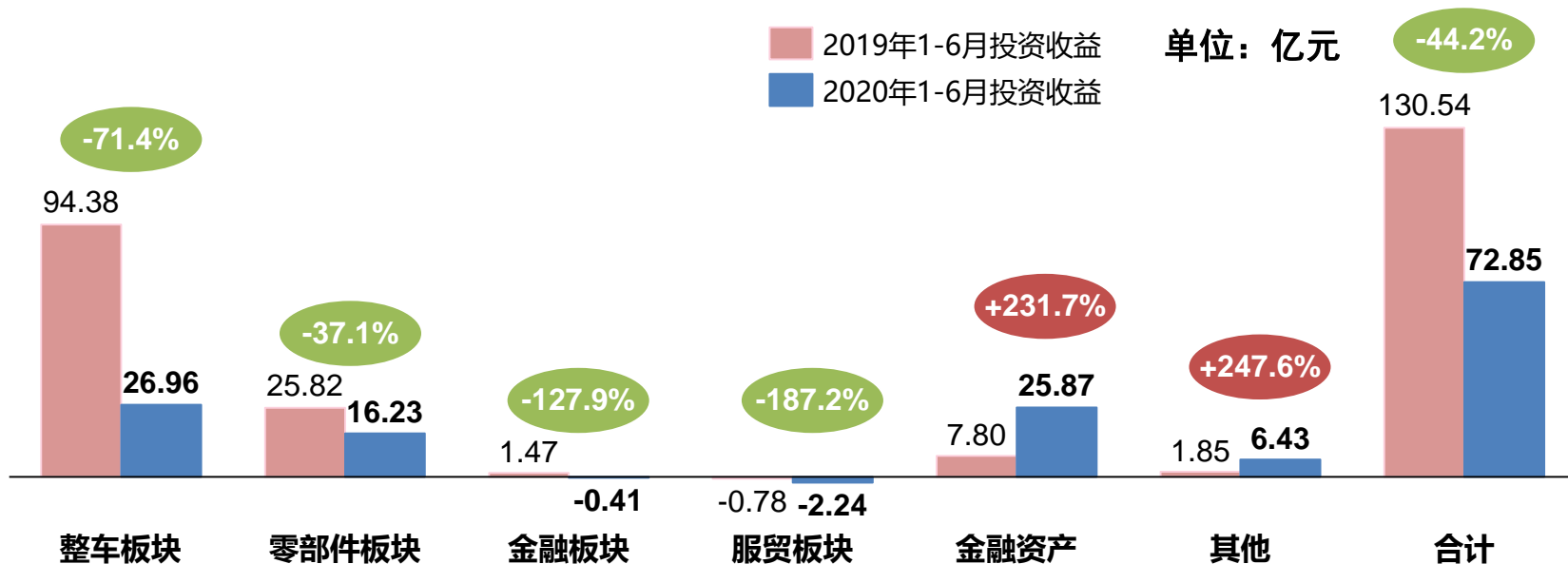


注：本图系根据合并报表营业总收入的业务分类。

单位：亿元



投资收益分析



2020年1-6月投资收益构成	单位：亿元	同比
权益法核算投资收益	40.54	-66.5%
—整车板块	26.96	-71.4%
—零部件板块	16.23	-37.1%
—金融板块	-0.41	-127.9%
—服务贸易板块	-2.24	-187.2%
金融资产收益（包含交易性、其他权益工具和买入返售）	25.87	231.7%
其他	6.43	247.6%
合计	72.85	-44.2%

注：权益法核算的投资收益（整车、零部件、金融和服务贸易板块）为税后收益，其余收益为税前收益。



研发支出分析

单位：亿元

2020年1-6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	11.33	0.00	11.33	0.00
开发支出	16.47	51.39	0.00	47.09	20.76
合计	16.47	62.72	0.00	58.43	20.76
占营业收入 (%)		2.28%		2.13%	

2020年1-6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	9.06	0.00	9.06	0.00
开发支出	15.48	12.33	0.00	8.42	19.40
合计	15.48	21.39	0.00	17.48	19.40
占营业收入 (%)		10.40%		8.50%	



第一部分 2020年上半年国内汽车市场的主要特点

第二部分 2020年上半年公司经营业绩和创新发展的

第三部分 2020年下半年市场展望与公司重点工作



2020年度国内汽车市场展望



机遇

- 国内经济在稳增长政策推动下持续向好，促进了购买力、消费信心的修复；
- 促进汽车消费政策仍将持续发力，进一步增强汽车市场信心。



挑战

- 新冠疫情仍在全球蔓延，经济形势的不稳定不确定性风险依然较大；
- 全球产业链协作面临挑战。

预计2020年国内汽车市场销量在2330~2410万辆，同比增速约 -10% ~ -7%

其中：乘用车1870~1930万辆，同比增速 -13.2% ~ -10.4%

商用车460~480万辆，同比增速 5.6% ~ 10.2%



2020年度下半年公司重点车型

下半年各品牌重点车型

上汽大众



途观 X



途岳 纯电版



MEB 首款车型

上汽通用



昂科威S



纯电 微蓝7

上汽乘用车



MPV iMAX8



i6 MAX



纯电ER6



第三代MG6

上汽通用五菱



五菱汽车
品质驱动生活



五菱宏光 MINI EV



银标首款车 凯捷



新宝骏 RS-7



2020年度下半年公司重点工作

下半年重点工作

- 1 在新品攻势上进一步发力 将新产品和新服务快速转化为市场销量
- 2 在快速响应上进一步发力 把握用户出行新需求开辟新的细分市场
- 3 在市场开拓上进一步发力 打造汽车消费新场景创造海外新的增量
- 4 在练好内功上进一步发力 提高运行效率增强抵御市场波动的能力
- 5 在技术赋能上进一步发力 推动新能源智能网联技术成果转化落地
- 6 在深化改革上进一步发力 激发员工动力与活力推动创新转型发展



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 2020年中期业绩介绍会

2020年8月28日