



**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年度业绩说明会

2021年3月26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，仅供业绩说明会使用，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说明会的日期，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年国内汽车市场的主要特点

## 第二部分

## 2020年公司经营业绩和创新转型

## 第三部分

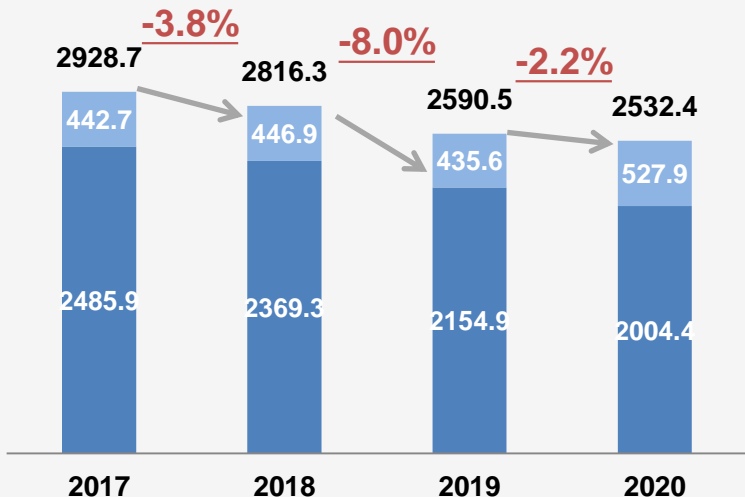
## 2021年汽车市场展望与公司重点工作



# 2020年国内汽车市场主要情况

## 国内车市调整中迎来触底反弹

### 2017-2020年中国汽车市场销量走势



### 2020年1-12月中国汽车市场月度情况



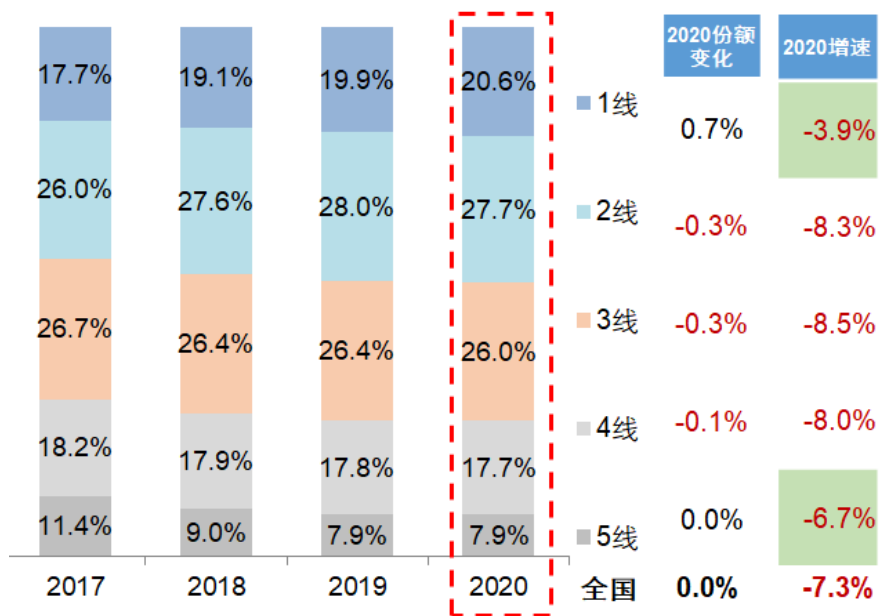
- 2020年受新冠肺炎疫情冲击，世界经济和全球汽车市场出现了深幅调整，但随着国内疫情得到有效控制，我国生产生活率先恢复，国内车市也从4月份开始回暖，结束了长达21个月的连续下滑。全年国内市场销售整车2532.4万辆，同比下降2.2%。



# 2020年汽车市场主要特点（一）

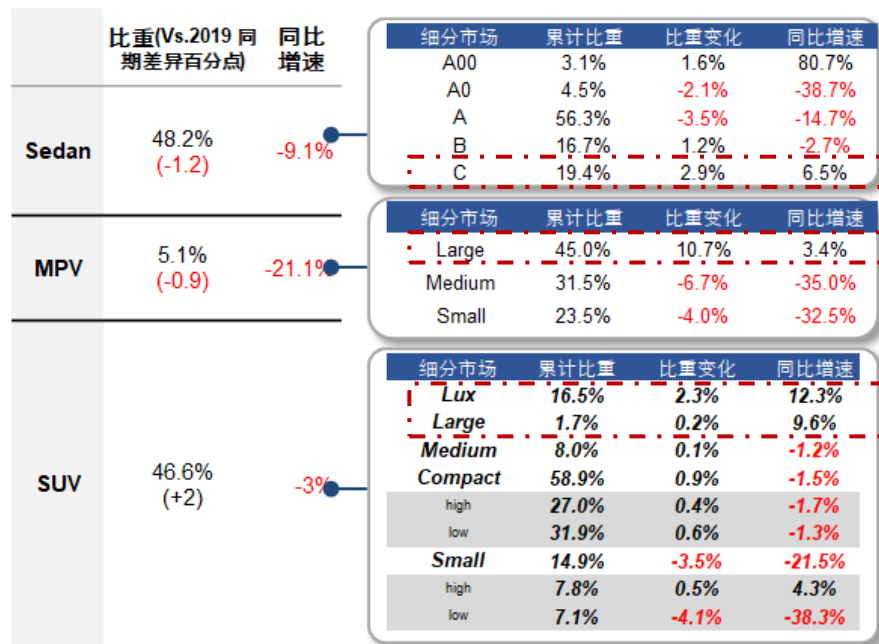
## 1 乘用车市场消费升级趋势延续

### 不同城市级别乘用车销量份额变化



来源：上险数

### 2020年整体细分市场结构变化



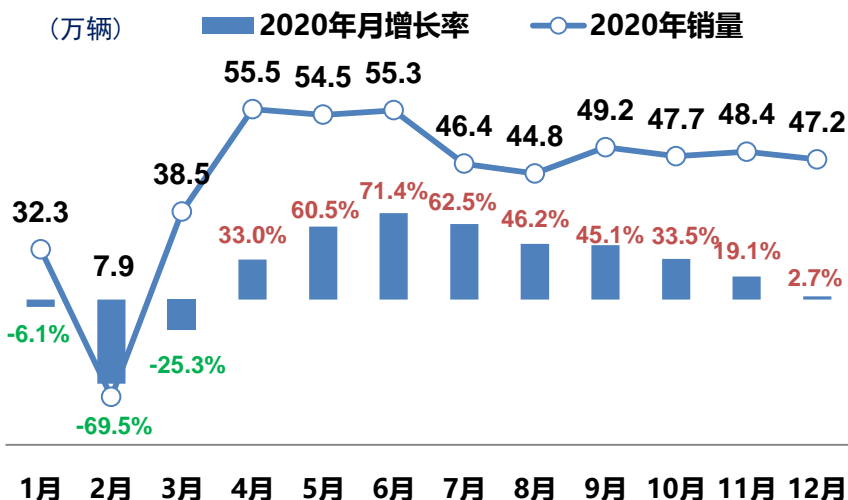
- 从分级市场份额来看，一线城市的份额已经连续四年持续提升，2020年较2019年提升0.7个百分点，一方面是上海、深圳等限购城市指标扩容，另一方面得益于一线城市较强的购买力；
- 从细分市场结构来看，2020年SUV份额提升2个百分点，而C级轿车、大型MPV、豪华型SUV以及大型SUV均同比增长，份额持续提升，消费升级趋势延续。



# 2020年汽车市场主要特点（二）

## 2 货车带动商用车市场增长

### 2020年商用车月度销量走势



### 2020年商用车国内销量和增幅

商用车-广义	销量	同比增速
微客	699,338	-0.9%
微货	362,204	17.2%
货车	3,815,211	27.5%
其中: 重型	1,570,765	44.9%
中型	153,091	29.3%
轻型	2,091,355	16.9%
客车	402,715	0.1%
其中: 大型	48,029	-9.1%
中型	41,979	-34.1%
轻型	312,707	9.4%

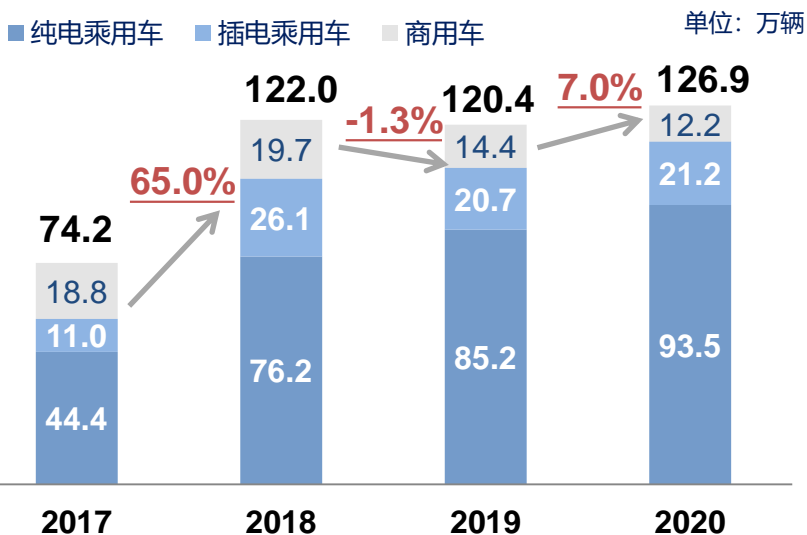
- 2020年国内商用车市场销量为527.9万辆，同比增长21.2%，远好于整体市场的下滑2.2%和乘用车市场的下滑7%，完成了全年销量的转正；
- 从结构来看，四种货车重型、中型、轻型和微型都取得了两位数以上的增长，特别是重卡，在国内疫情逐步恢复后，单月销量多次刷新历史同期新高，5月更是创下了17.9万台的单月最高。货车的高速增长带动了商用车整体市场的回暖与反转。



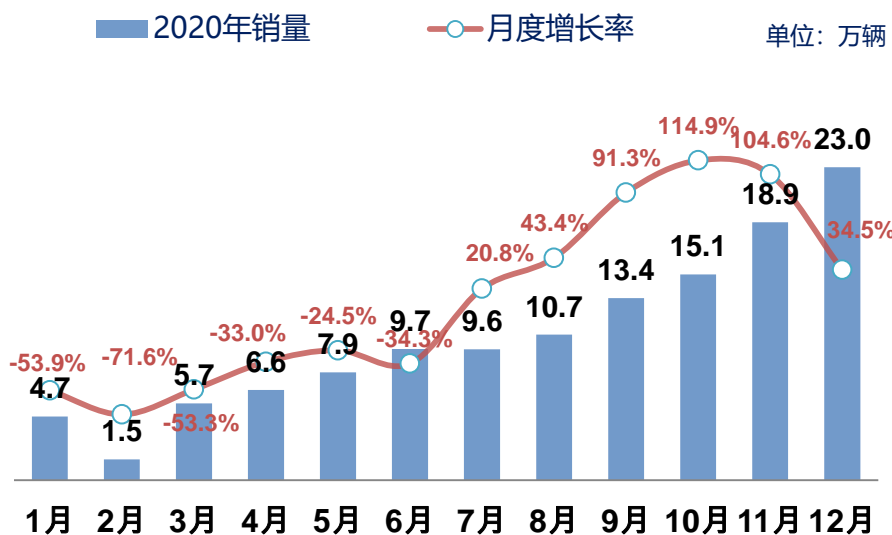
# 2020年汽车市场主要特点（三）

## 3 新能源汽车市场下半年反弹强劲

### 2017-2020年新能源汽车销量及增速



### 2020年1-12月新能源市场月度情况



- 2020年国内市场销售新能源车126.9万辆，同比增长7%；其中乘用车销量114.7万辆，同比增长9.7%，商用车销量12.2万辆，同比下滑13.2%；
- 从月度销量来看，下半年销量逐月走高，12月达到了23万辆，主要是高端电动车和经济型代步产品等私人需求的增长带动。



第一部分 2020年国内汽车市场的主要特点

**第二部分 2020年公司经营业绩和创新转型**

第三部分 2021年汽车市场展望与公司重点工作





# 2020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	560.0	-10.2%	上汽大通	19.3	25.9%
其中：出口及海外销量	39.0	11.3%	上汽正大	2.9	23.7%
新能源车销量	32.0	73.4%	上汽印尼	0.7	-71.2%
上汽乘用车	65.8	-2.3%	上汽印度	3.0	82.1%
上汽大众	150.6	-24.8%	上汽依维柯红岩	8.0	37.9%
上汽通用	146.7	-8.3%	上海申沃	0.2	83.1%
上汽通用五菱	160.0	-3.6%	南维柯	2.8	11.3%



# 2020年度公司主要经营情况（一）

## 1 新款产品表现亮眼

- 名爵新MG5、别克全新GL8、五菱凯捷和宏光MINI EV、红岩杰狮牵引车等新品的市场表现突出，尤其是五菱宏光MINI EV微型电动车，通过“人民的代步车”的精准定位，从8月份起就一直占据国内电动车销售榜首位置，激活了整个微型电动车市场。
- 同时，上汽通用凯迪拉克品牌、五菱微车及MPV、上汽大通宽体轻客、红岩自卸车等继续在细分市场保持领先地位。





## 2020年度公司主要经营情况（二）

### 2 营销变革稳步推进

- 通过“云发布”、虚拟展厅、视频直播等手段，加快提升线上营销能力。
- 打造荣威“城市异想空间”网红地标和城市体验店，积极探索汽车新零售模式。
- 推出终身质保、终身免费保养、二手车回购等增值服务，制定“以旧换新”“致敬抗疫英雄”等营销专案，办好“五五购物节”“双11”等汽车专场活动。





## 2020年度公司主要经营情况（三）

### 3 海外市场逆势上扬

- 公司发挥新能源、互联网等差异化竞争优势，海外销量规模和市场份额实现逆势上扬。全年整车出口及海外销售39万辆，同比增长11.3%，占全国整车出口的比重超过1/3，已连续五年蝉联全国第一。
- 自主品牌的海外销量达26.7万辆，占公司海外总销量的比重将近70%；特别是在欧洲市场，公司自主品牌销量超过4万辆，并且新能源车型占到六成。
- 公司产品和服务已进入全球60余个国家和地区，已培育形成了9个“万辆级”海外区域市场，公司在中东、印度、泰国市场的年销量已达“3万辆级”，在埃及、澳新市场也实现了翻倍式增长。





## 2020年度公司创新转型（一）

### 1 品牌战略升级向上

- 在品牌战略升级方面，为把握消费升级趋势，加强创新赋能、推动品牌向上，结合荣威新“狮标”和新R标、五菱全球“银标”、大通EUNIQ等品牌焕新工作，公司启动了新一轮产品投放，加快创新技术的落地应用，着力提升品牌的年轻化和智能化形象。
- 公司还携手阿里巴巴和张江高科，打造高端智能电动汽车品牌“智己汽车”，致力成为“智能时代出行变革的实现者”。



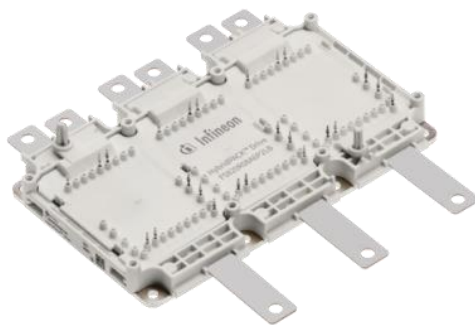


### 2 深耕新能源产业链建设

- 公司加快推进纯电动专属架构、电驱变速箱EDU G2+等新一代“三电”核心部件开发和产业化应用。
- 新一代燃料电池电堆产品PROME M3的一级零部件已全部实现国产化，上汽英飞凌第七代IGBT顺利量产，成本较进口产品大幅下降，为公司IGBT供应提供了重要保证。
- 公司与宁德时代、Quantum Scape、清陶等企业战略合作，加快新一代锂电池、固态电池的国内外布局；结合“车电分离模式”，加快充换电站建设布局。



PROME M3电堆



第七代IGBT

CATL 宁德时代





## 3 智能网联战略加快落地

- 荣威MARVEL-R获得国内行业首张5G进网许可证，成为全球首款量产5G智能电动车产品；“洋山港智能重卡”项目实现5车“队列”行驶功能和港区低速无人驾驶，完成2万标箱试运营。
- 智驾“4i核心技术”——域控制器iECU、5G智能网关iBOX、智驾底盘iEPS和iBS已实现产业化落地。
- 通过战略投资地平线、晶晨半导体等“独角兽”企业，加快布局车规级AI芯片开发，并携手地平线建立人工智能联合实验室，推动机器视觉算法研究和产业化应用不断深入。



智能驾驶计算平台 i-ECU



车联网智能终端 i-BOX



智能转向系统 iEPS



智能制动系统 iBS



## 2020年度公司创新转型（四）

### 4 提高产业数字化水平

- 公司有序布局软件开发、大数据、人工智能、云计算、网络安全等新兴技术领域，加快建设“数据决定体验，软件定义汽车”的技术能力，着力提升汽车产品、出行服务、运营体系等的数字化水平。
- 在12月上海首批授牌的20家智能工厂中，上汽共有上汽大众MEB工厂、上汽通用凯迪拉克工厂、上汽乘用车临港工厂等数字化工厂入选。郑州数据中心完成交付验收，数据存储、云安全及容灾能力进一步提升。

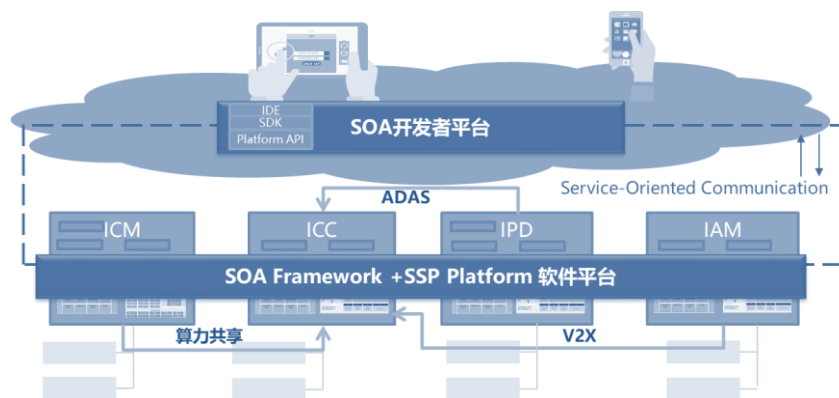






## 5 构建云管端一体化全栈解决方案

- 零束软件中心创新打造全栈智能汽车数据平台解决方案，并自主开发“中央集中式和域控制”电子架构、“开放型面向服务架构”的SOA软件平台、具有数据闭环能力的车辆数据平台，努力打造“云管端”一体化的全栈式技术解决方案。
- 由上汽软件中心主导开发的SOA软件平台可使汽车产品具备硬件预装、软件迭代的订阅式服务能力，为用户提供全生命周期可定制化的软件服务。





# 财务数据



## 2020年度主要财务指标（一）

	2020年1-12月	2019年1-12月	同比增减 (%)
销量（万辆）	<b>560.05</b>	623.80	<b>-10.22</b>
合并营业总收入（亿元）	<b>7421.32</b>	8433.24	<b>-12.00</b>
利润总额（亿元）	<b>358.92</b>	409.58	<b>-12.37</b>
净利润（亿元）	<b>291.88</b>	352.89	<b>-17.29</b>
归母净利润（亿元）	<b>204.31</b>	256.03	<b>-20.20</b>
扣除非经常性损益后归母净利润（亿元）	<b>177.44</b>	215.81	<b>-17.78</b>
基本每股收益（元）	<b>1.752</b>	2.191	<b>-20.04</b>
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	<b>1.522</b>	1.847	<b>-17.60</b>
经营活动产生的现金净流量（亿元）	<b>375.18</b>	462.72	<b>-18.92</b>
每股经营活动产生的现金净流量（元）	<b>3.22</b>	3.96	<b>-18.75</b>
净资产收益率（加权）（%）	<b>8.02</b>	10.53	<b>减少2.51个百分点</b>

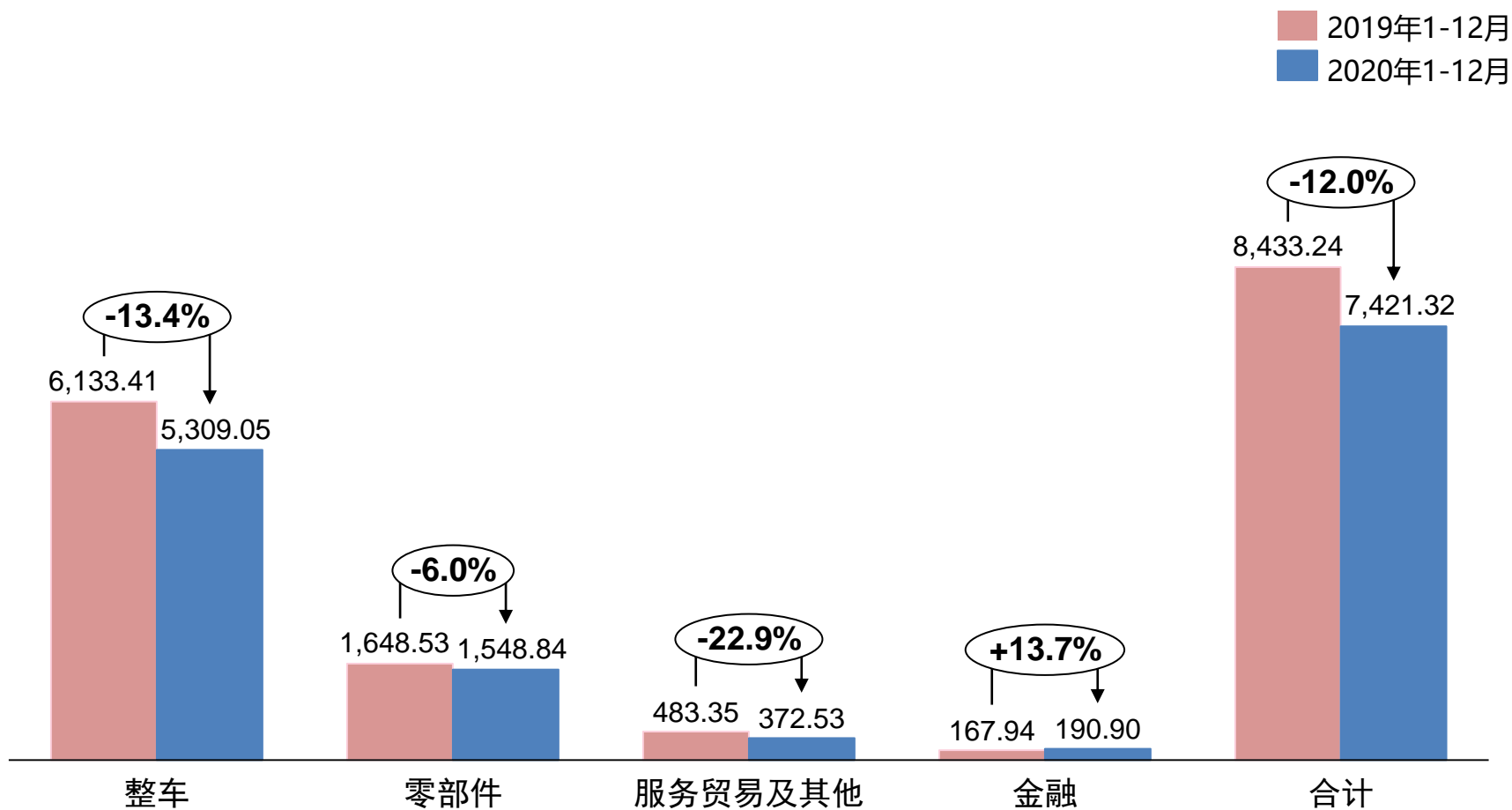


## 2020年度主要财务指标（二）

	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）	<b>9,194.15</b>	8,493.33	<b>8.25</b>
所有者权益（亿元）	<b>3,100.41</b>	3,008.40	<b>3.06</b>
归属于母公司所有者权益（亿元）	<b>2,601.03</b>	2,497.02	<b>4.17</b>
每股净资产（元）	<b>22.262</b>	21.372	<b>4.17</b>
资产负债率（%）	<b>66.28</b>	64.58	<b>增加1.70个百分点</b>



# 合并营业总收入分部分析 —按业务分类

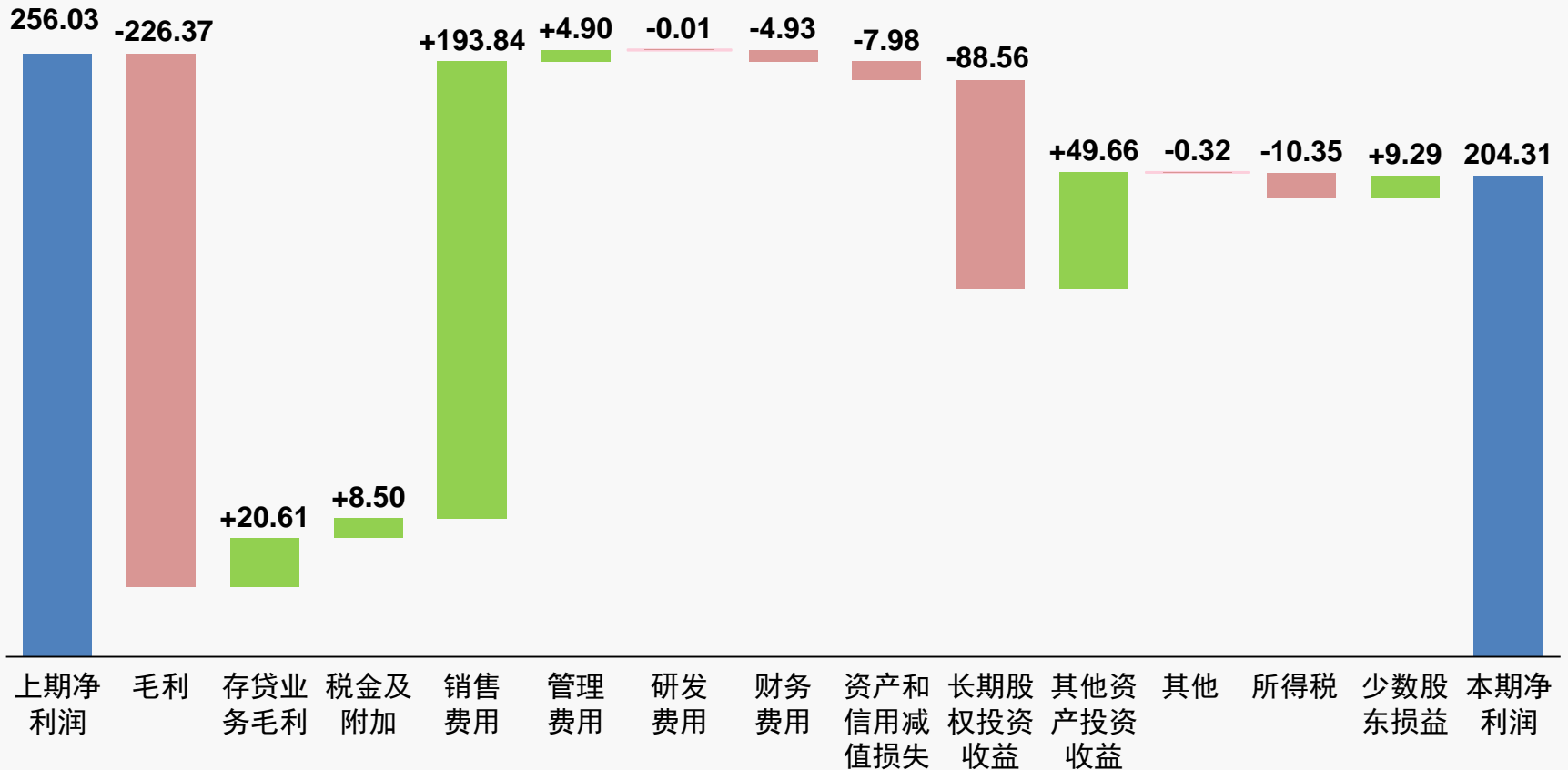


注：本图系根据合并报表营业总收入的业务分类。

单位：亿元



# 合并归母净利润增减变动因素分析

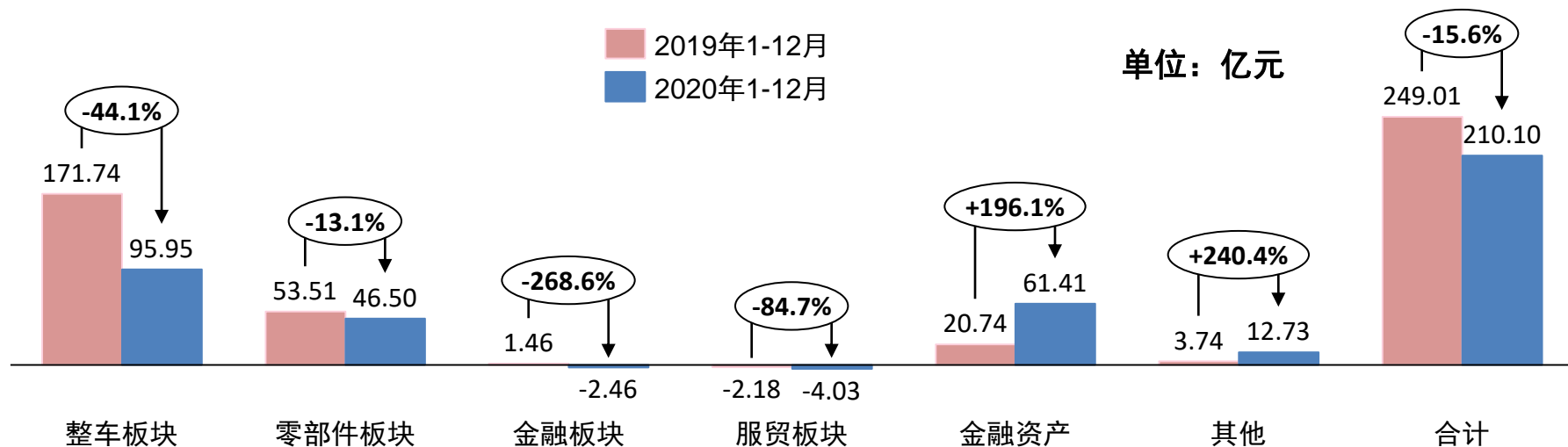


注：本图系根据合并报表项目分析，为归属于母公司的净利润。

单位：亿元



# 投资收益分析



2020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	135.96	-39.4%
--整车板块	95.95	-44.1%
--零部件板块	46.50	-13.1%
--金融板块	-2.46	-268.6%
--服务贸易板块	-4.03	-84.7%
金融资产收益（包含交易性、其他权益工具和买入返售）	61.41	196.1%
其他	12.73	240.4%
合计	210.10	-15.6%

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1-12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	36.64	0.00	36.64	0.00
开发支出	16.47	113.03	7.72	97.31	24.47
<b>合计</b>	<b>16.47</b>	<b>149.67</b>	<b>7.72</b>	<b>133.95</b>	<b>24.47</b>
<b>占营业收入 (%)</b>		<b>2.07%</b>		<b>1.85%</b>	

## 2020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	22.39	0.00	22.39	0.00
开发支出	15.48	26.09	6.85	11.54	23.18
<b>合计</b>	<b>15.48</b>	<b>48.48</b>	<b>6.85</b>	<b>33.93</b>	<b>23.18</b>
<b>占营业收入 (%)</b>		<b>8.07%</b>		<b>5.65%</b>	





第一部分 2020年国内汽车市场的主要特点

第二部分 2020年公司经营业绩和创新转型

**第三部分 2021年汽车市场展望与公司重点工作**



# 2021年度国内汽车市场展望

## 机遇

- 长期来看，一是实施扩大内需战略，有利于国内车市的可持续发展；二是深化改革创新，有利于汽车企业提质升级；三是推进更高水平对外开放，有利于汽车产业融入全球。
- 今年来看，全球经济恢复性增长、宏观政策“不急转弯”、低基数都是有利因素。

## 挑战

- 如果新冠肺炎疫情出现反弹反复，可能会对全球经济恢复以及汽车产业链稳定造成不利影响。
- 芯片短缺问题也将对全球汽车供应链带来挑战。

**预计2021年国内汽车市场需求总量2610万辆，同比增长 3.1%**

**其中：乘用车2150万辆，同比增长 7.3%**

**商用车 460万辆，同比下降12.9%**

**新能源汽车170万辆左右，同比增长34.0%**



# 2021年度公司重点车型

## 2021年各品牌规划重点车型

上汽大众



ID. 4X



ID. 6



ID. 3



明锐Pro

上汽通用



全新一代昂科威



全新A级轿车

上汽乘用车



RX5 MAX 掀背



全新紧凑型SUV



Marvel R

上汽通用五菱



征途皮卡



中大型SUV

智己汽车



首款中大型轿车



## 2021年度公司目标及重点工作

### 2021年销量目标及重点工作

- 1 整车业务把握市场节奏优化产销结构，深化新能源体系化能力建设
- 2 零部件业务持续优化业务布局，增强关键核心技术的自主可控能力
- 3 移动出行和服务业务坚持以用户为导向，聚焦电动智能网联新赛道
- 4 用好金融工具链增强金融业务的支持赋能，加快提升金融科技水平
- 5 继续完善国际经营业务布局，深耕海外基地，紧抓海外市场新机遇
- 6 技术创新以市场导向，加速技术产品化、产品差异化、企业市场化
- 7 抓好常态化疫情防控，完善体系机制建设，提升管理水平工作效能

公司力争全年实现整车销售617万辆，同比增长10.2%



**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年度业绩说明会

2021年3月26日