



上海汽车集团股份有限公司

2017年度业绩介绍会

2018年3月30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 2017年国内汽车市场的主要特点

第二部分 2017年公司创新发展与经营业绩

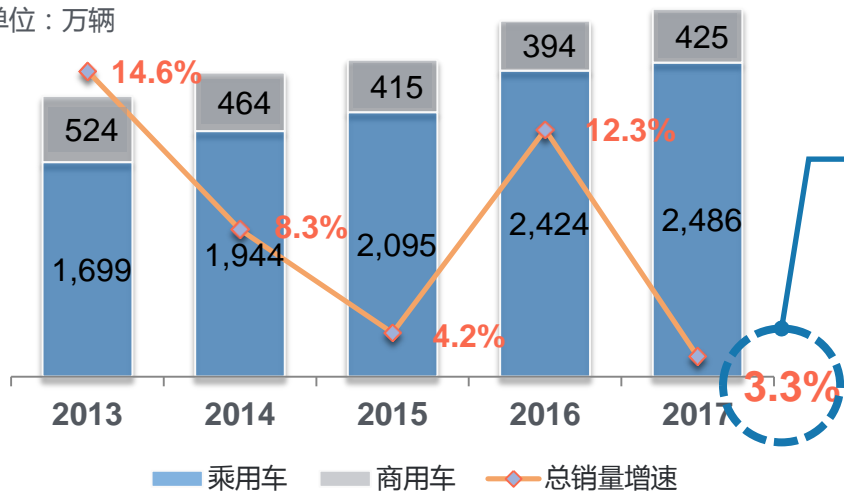
第三部分 2018年市场展望与公司重点工作

2017年国内汽车市场的主要特点

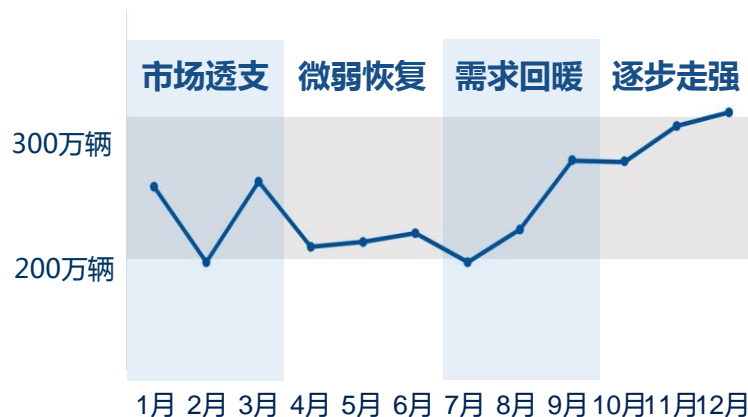
2017年国内车市总体偏冷，走势前低后高

◆ 中国汽车市场年度销量和增速走势

单位：万辆



◆ 2017年中国汽车市场月度销量走势



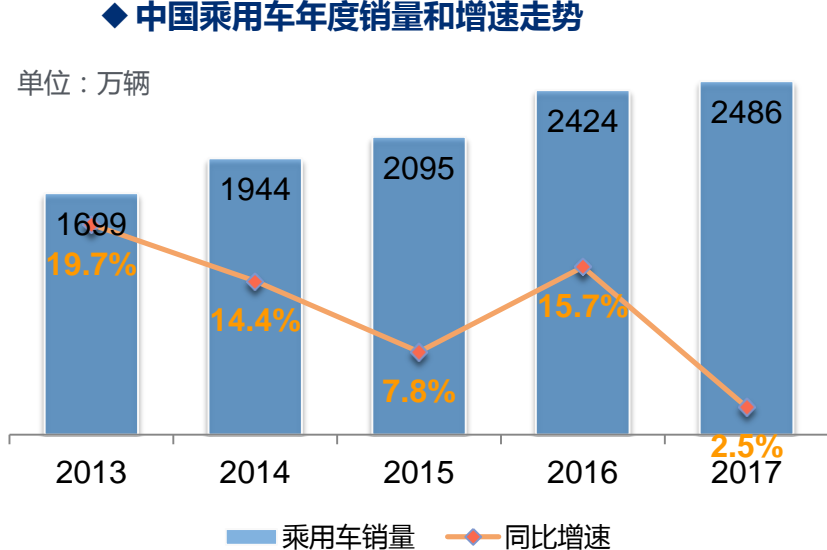
2017年，国内汽车市场总体偏冷，走势前低后高，小排量汽车购置税优惠政策退出的刺激效应弱于预期。全年国内市场整车销量2911万辆，同比增长3.3%，增速同比回落9个百分点。

2017年国内汽车市场的主要特点

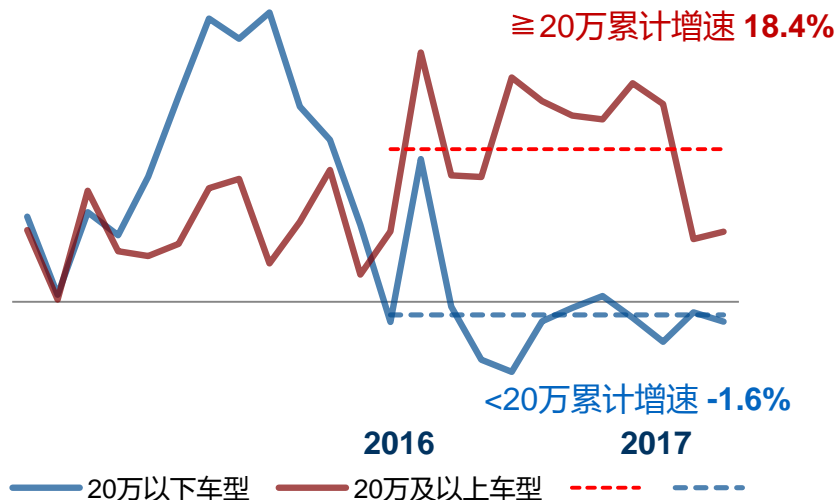
乘用车市场增速“降挡”，消费“升挡”

◆ 中国乘用车年度销量和增速走势

单位：万辆



◆ 中国乘用车按价格销量增速对比

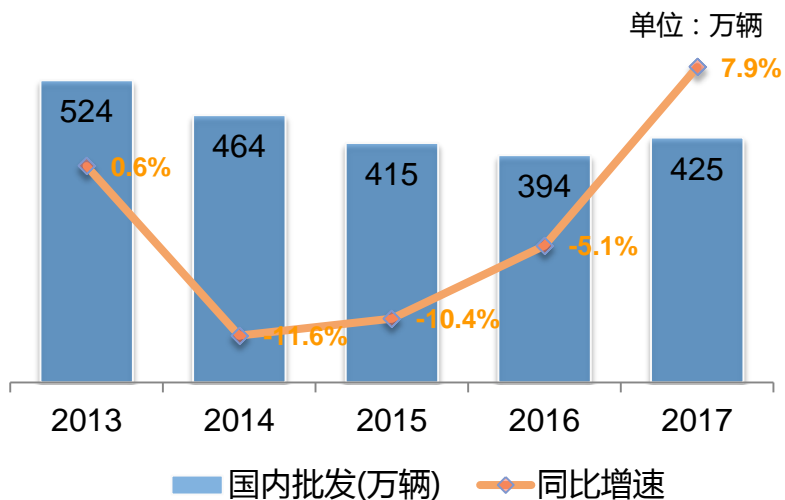


2017年国内乘用车销量2485.9万辆，同比增长2.5%，虽然增速“降挡”明显，但消费升级的趋势更加强烈。20万元以上乘用车销量累计增速达18.4%，而20万元以下乘用车销量累计增速为-1.6%。

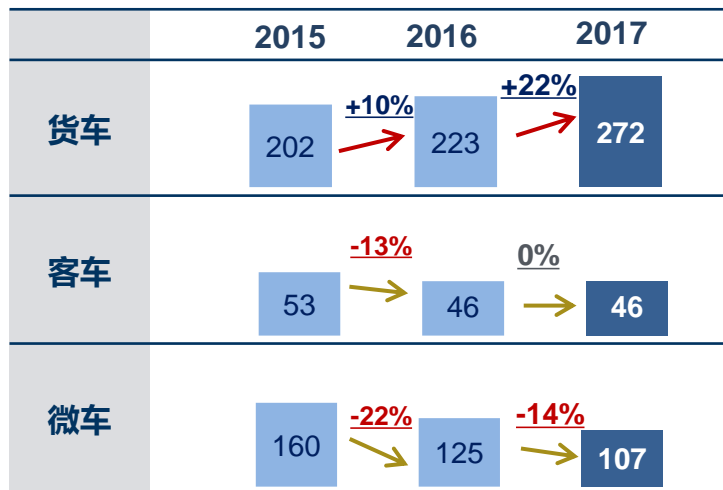
2017年国内汽车市场的主要特点

商用车增长大幅超出预期，市场分化明显

◆ 中国商用车年度销量和增速走势



◆ 中国商用车分车型销量和增速对比

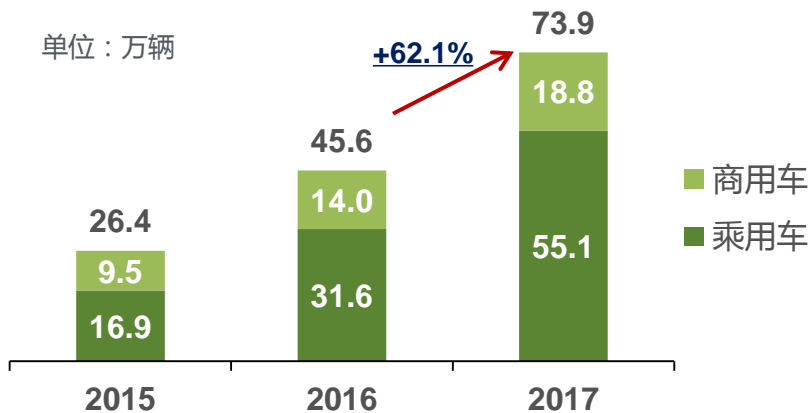


2017年国内商用车销量425.4万辆，同比增长7.9%，增速大幅超出市场预期，并且市场分化十分突出：货车强劲增长，增速达22%；客车市场相对低迷，销量持平；微车市场持续萎缩，销量同比下降14%。

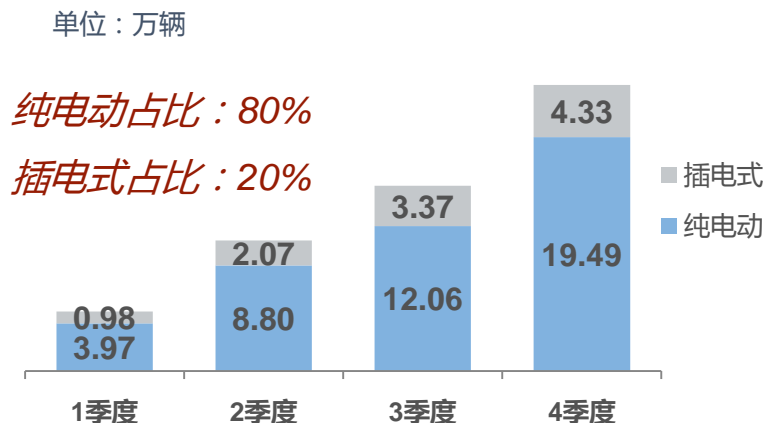
2017年国内汽车市场的主要特点

新能源汽车持续快速增长

◆ 2015-2017年新能源汽车销量



◆ 2017年纯电动和插电式乘用车季度销量



2017年，国内新能源汽车销量达74万辆，同比增长62.1%，继续领跑全球。其中新能源乘用车55.1万辆，同比增长74%；新能源商用车18.8万辆，同比增长34%。全年走势先抑后扬，季度环比连续走强。新能源乘用车销量中，纯电动车型占比达到80%，同比增长174.4%；插电式混合动力车型同比增长51.1%。

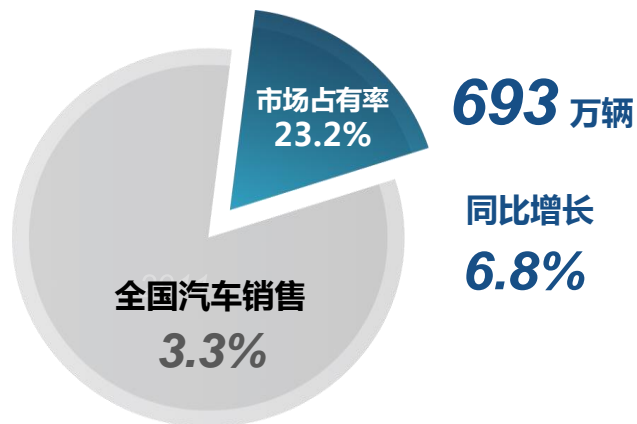
第一部分 2017年国内汽车市场的主要特点

第二部分 2017年公司创新发展与经营业绩

第三部分 2018年市场展望与公司重点工作

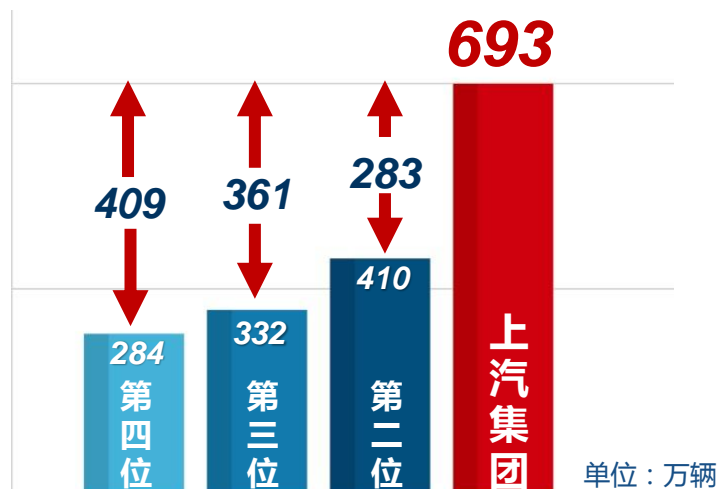
2017年上汽集团经营业绩情况

上汽集团销量逆势走强



收入和利润增速
均高于销量增速

市场领先优势进一步扩大



2017年，虽然国内汽车市场总体偏冷、增速放缓，但上汽集团实现了“逆势走强”。全年公司实现整车销售693万辆，同比增长6.8%。其中，乘用车销售618.8万辆，同比增长9.2%；商用车销售74.2万辆，同比下降9.8%(不含微车的一般商用车同比增长24.6%)。公司国内市场占有率达到23.2%，同比大幅提升0.6个百分点，进一步扩大了在国内市场的领先优势。

合资自主两翼齐飞，产销结构优化升级



合资企业市场表现强势



2017年公司三家主要整车合资企业上汽大众、上汽通用、上汽通用五菱的销量全部超过200万辆，上汽在国内整车企业销量四强中占据三席，途观L、途昂、GL8以及凯迪拉克品牌等高端产品实现热销，合资企业继续保持了强势的市场表现。

自主品牌销量增速名列前茅

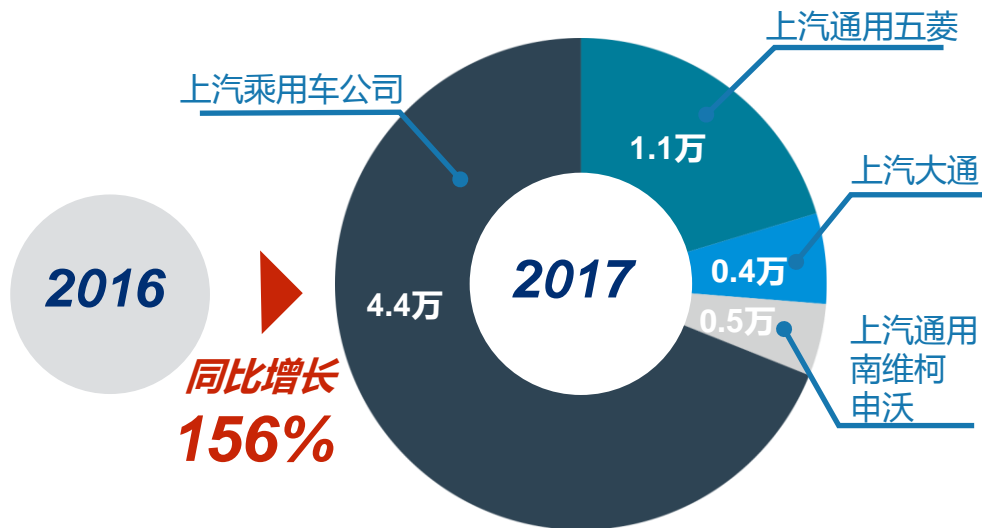


2017年上汽自主品牌乘用车荣威和名爵销量达52.2万辆，同比增长62.3%；上汽大通销量达7.1万辆，同比增长54%；在国内自主品牌表现分化的背景下，销量增速名列前茅。同时，公司积极把握消费升级的趋势，自主品牌乘用车中，互联网汽车产品销量占比超过40%。

新能源汽车销量翻倍，中高端定位站稳脚跟



新能源车销量翻倍增长



自主品牌新能源乘用车站稳中高端

平均售价

¥216,000



树立上汽新能源中高端品牌形象，实现可持续发展

2017年上汽集团新能源汽车销售6.4万辆，同比增长156%。上汽自主品牌新能源乘用车在中高端市场站稳脚跟，产品平均售价达到21.6万；上汽大通FCV80燃料电池轻客率先在国内实现商业化运营；上汽通用五菱E100产品开创了全新的商业模式；公司逐步形成新能源汽车完备的产品组合优势。

核心技术研发升级，创新布局不断完善



核心技术研发升级

- **夯实电动化基础方面**，公司持续推进第二代电驱变速箱和电池管理系统、电轴、逆变器等“三电”系统关键部件以及全新电动车E架构的自主开发工作；启动300型大功率燃料电池电堆项目产品研发，技术能力达到国际一流技术水平。



电动车专属架构

- **提升智能网联技术优势方面**，发布斑马智行2.0系统，启动全球最大规模互联网汽车用户OTA空中升级。在泰国发布i-Smart车联网系统，实现国内网联技术优势向海外溢出。聚焦“最后一公里”自主泊车项目，与Mobileye等合作研究基于视觉的自动驾驶解决方案，全面提升在智能驾驶领域的核心技术能力。



iGS智能驾驶汽车

创新布局不断完善

- **完善新能源产业链布局方面**，公司与宁德时代、英飞凌分别在电池电芯、电池系统、IGBT模块等核心零部件上开展合资合作。
- **合资企业加快“新四化”布局**，上汽大众MEB、上汽通用BEV3等电动智能网联专属平台项目的开发也在加快推进。
- **战略合作不断落地**：公司控股中海庭，在车用高精电子地图领域进行战略布局；并与全球著名的智能驾驶控制策略提供商TTTech签署合资协议，共同推进智能驾驶控制器的产业化发展。

CATL



英飞凌

TTTech

四化融合深入推进，出行生态加快建设



四化融合深入推进

- **加快“互联网+新能源”的融合发展**：首款量产互联网汽车荣威RX5取得成功后，公司又推出了荣威RX5的插电混动和纯电车型，以及荣威ei6插电混动等车型，并整合资源打造互联网汽车的服务生态圈。
- **继续推出“电动+智能网联”产品**：公司将面向终端用户和商业用户，继续推出“电动+智能网联” 高端家用产品及城市出租、物流等专用新能源车型。
- **以新能源汽车为载体，打造海外市场新优势**：公司在海外通过共享等创新型商业模式，提供绿色移动出行方案以及网联生态服务，立足四化融合，打造海外市场新的竞争优势。



荣威“光之翼”

出行生态加快建设

- 公司围绕“人的智慧出行、车的便捷服务、物的高效流动”等用户需求，加快向出行服务与产品的综合供应商转型。
- **人的智慧出行方面**：环球车享分时租赁业务2017年上牌运营车辆达到2.7万辆，进入60座城市，上线网点超过8000个，注册会员达到173万人。
- **车的便捷服务方面**：车享电商业务2017年销售整车超过7万辆；车享家完成10亿元的B轮融资，线下网点规模达到1500家。安悦充电累计建设3.8万根充电桩，其中公共充电桩超过1.2万根。
- **物的高效流动方面**：上汽安吉物流人工智能实验室正式成立，“车好运”等智慧物流服务平台发展迅速。



产融结合持续深化，国际经营加快步伐

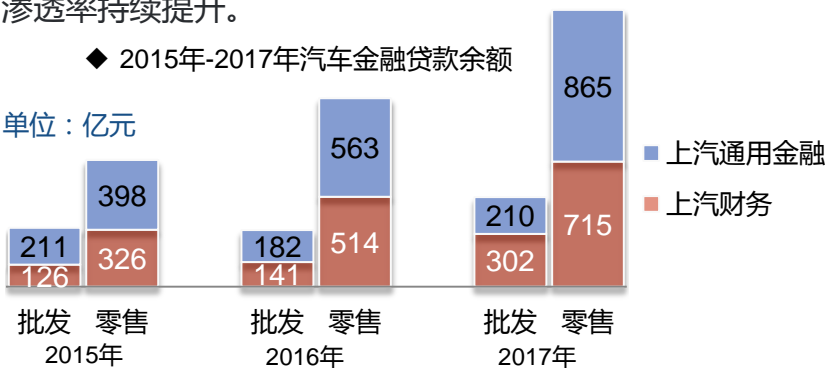


产融结合持续深化

- **汽车金融**：贷款规模突破2000亿元，汽车消费贷款业务渗透率持续提升。

◆ 2015年-2017年汽车金融贷款余额

单位：亿元



- **金融投资**：2017年上汽股权投资公司管理资产规模达276亿元，并成立了创发基金和上汽中原母基金。
- **保险业务**：上汽保险销售公司完成对全国前四大保险公司战略合作全覆盖；基于用户驾驶行为的UBI创新型保险项目正式上线。

国际经营加快步伐

- 2017年公司实现整车出口和海外销售共计17万辆，同比增长31.8%，整车出口销量继续排名全国第一。

- **上汽正大**：年销量超过1.2万辆，同比增长39.6%；

泰国新工厂2017年12月

竣工投产。海外首款互联

网汽车产品MG ZS市场

反响热烈。



- **上汽印尼**：2017年首款产品Confero S实现上市销售。

- **MG印度**：完成Halol工厂交接，加快推进工厂改造、产品开发、地产化、营销网络建设等重点工作。

财务数据

2017年度主要财务指标（一）



	2017年1-12月	2016年1-12月（重述）	同比增减（%）
销量（万辆）	693.01	648.89	6.80
合并营业总收入（亿元）	8,706.39	7,564.14	15.10
利润总额（亿元）	542.61	504.90	7.47
归母净利润（亿元）	344.10	320.06	7.51
基本每股收益（元）	2.959	2.903	1.93
扣除非经常性损益后归母净利润（亿元）	329.16	303.29	8.53
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	2.831	2.751	2.91
经营活动产生的现金净流量（亿元）	243.01	113.61	113.90
每股经营活动产生的现金净流量（元）	2.080	1.031	101.94
净资产收益率（加权）（%）	16.87	17.51	减少0.64个百分点

◆ 捷能自2017年1月1日起纳入合并范围，属于同一控制下企业合并，已重述上年度期末数。

2017年度主要财务指标（二）



	本报告期末	上年度期末（重述）	本报告期末比 上年度期末同比增减（%）
总资产（亿元）	7,235.33	5,907.10	22.49
所有者权益（亿元）	2,721.06	2,352.73	15.66
归属于母公司所有者权益（亿元）	2,253.35	1,920.98	17.30
每股净资产（元）	19.287	17.423	10.70
资产负债率（%）	62.39	60.17	增加2.22个百分点

◆ 捷能自2017年1月1日起纳入合并范围，属于同一控制下企业合并，已重述上年度期末数。

业务分部企业名单（一）



	合并范围内企业			权益法核算企业	
整车	乘用车分公司	大众销售	国际印尼	上汽大众	青岛清洁能源客车
	乘用车技术中心	通用销售	上汽正大	上汽通用	万向新能源客车
	南汽	上汽通用五菱	上汽英国控股公司	通用东岳	南维柯
	中海庭	名爵印度		通用东岳动力	斑马网络
	商用车技术中心	唐山客车	彭浦	通用北盛	
	上汽大通（2016年12月31日从南维柯购买了跃进业务）			上汽依维柯	
	申沃（自2016年7月1日起纳入合并范围）			泛亚	
上汽依维柯红岩（自2016年12月31日起纳入合并范围）					
零部件	上汽变速器	联创	捷创	联合电子	捷新动力电池
	上柴	华域	上汽时代	大众动力总成	中发联
	中联电子	极能		大众变速器	新源动力
	捷能（自2017年1月1日起纳入合并范围，重述去年同期数）			上汽菲亚特动力	时代上汽

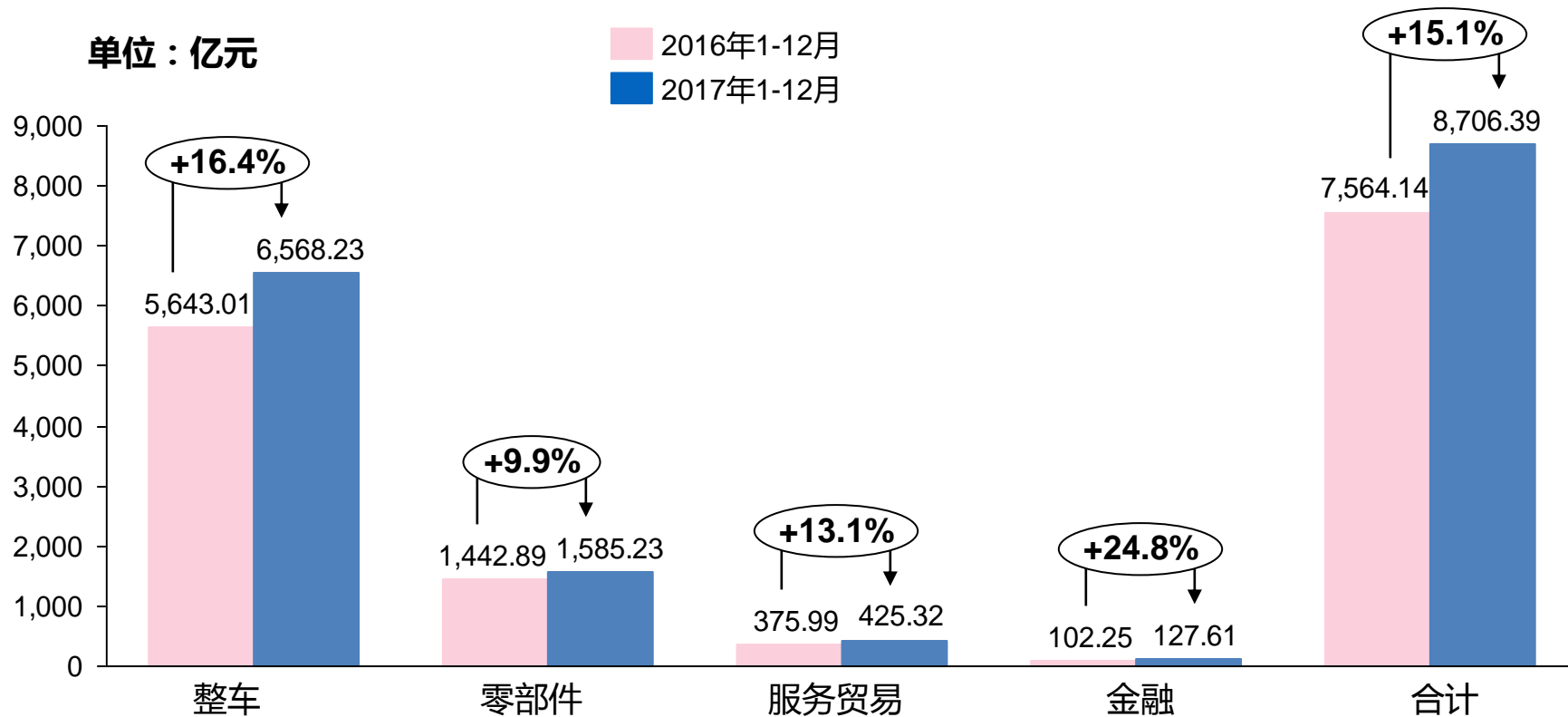
注：红色为新增

业务分部企业名单（二）



	合并范围内企业	权益法核算企业
服务贸易	东华实业 安吉物流 中汽投资 北京公司 汽车报 进出口 尚元投资 销售公司 上汽国际	新能源销售（深圳） 环球车享 工业香港 北美公司 尚鸿置业 卢森堡 活动中心 资产经营 帆一尚行
金融投资	上汽财务 上汽香港 股权投资	上汽保险 投资管理 金控公司

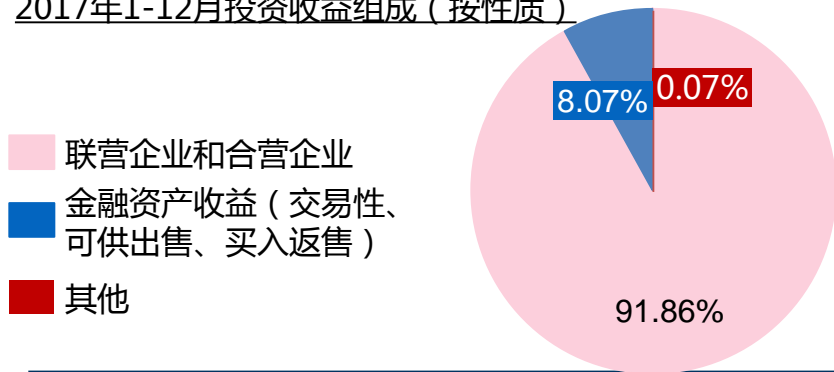
合并营业总收入分部分析 — 按业务分类



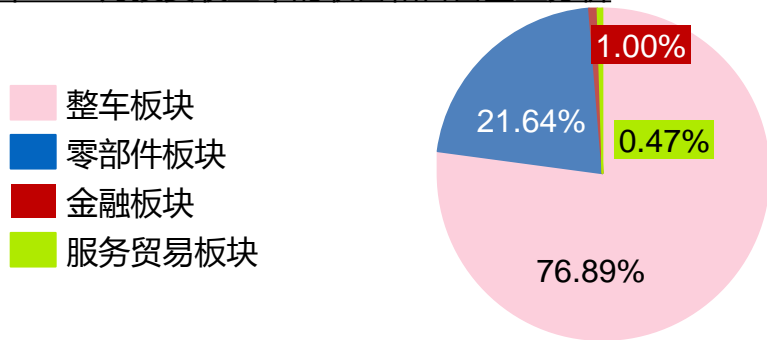
1. 本图系根据合并报表营业总收入的业务分类。

投资收益分析

2017年1-12月投资收益组成（按性质）



2017年1-12月投资收益中的联营和合营企业分析



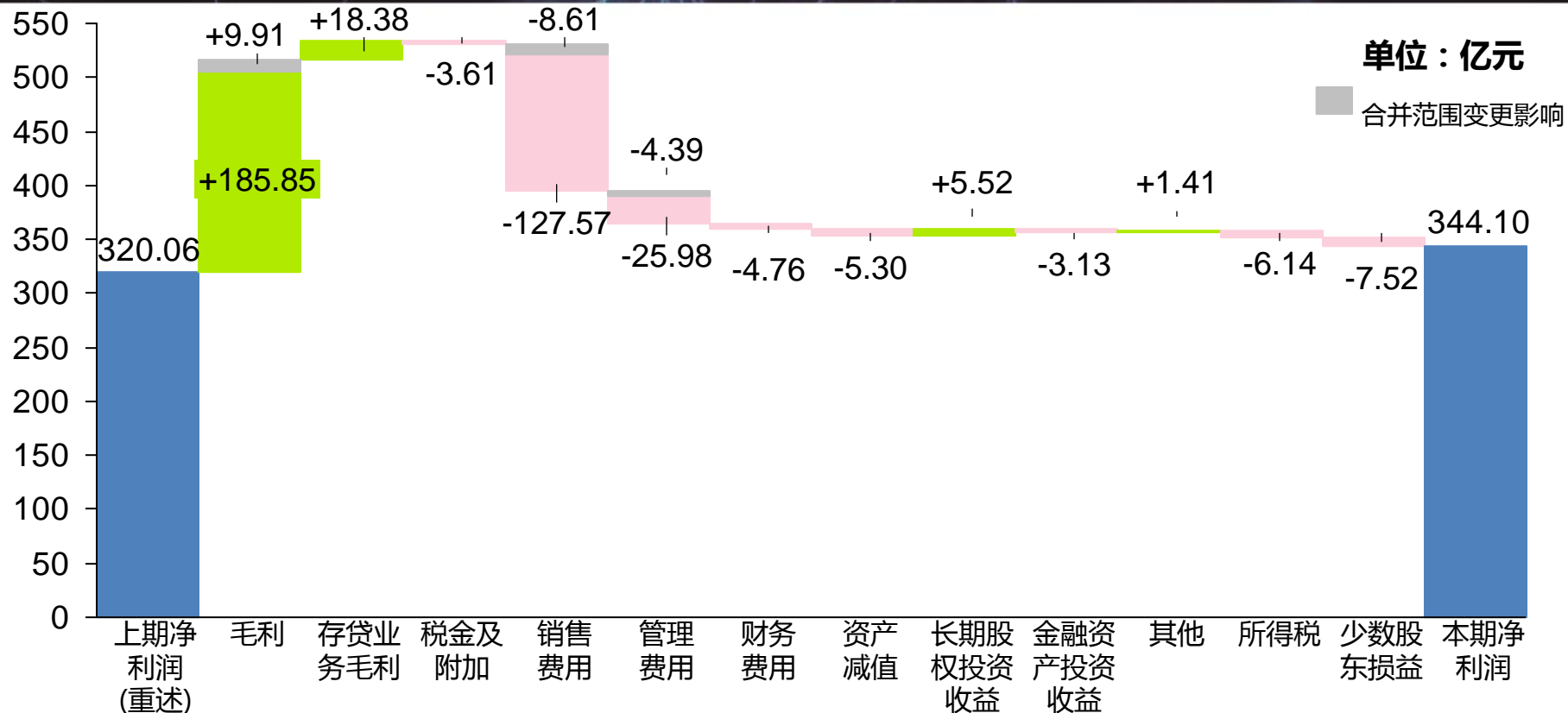
按性质	单位：亿元
联营企业和合营企业	283.04
金融资产收益(包含交易性、可供出售和买入返售)	24.86
其他	0.22
合计	308.12

对联营和合营企业分析	单位：亿元
整车板块	217.62
零部件板块	61.25
金融板块	2.83
服务贸易板块	1.33
合计	283.04

注：1.本图系对2017年1-12月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为税后收益，其余收益为税前收益。

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。

研发支出分析



单位：亿元

2017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	27.83	0.00	27.83	0.00
开发支出	0.02	82.79	0.00	82.80	0.01
合计	0.02	110.62	0.00	110.63	0.01
占营业收入 (%)		1.29%		1.29%	

2017年1-12月母公司研发支出

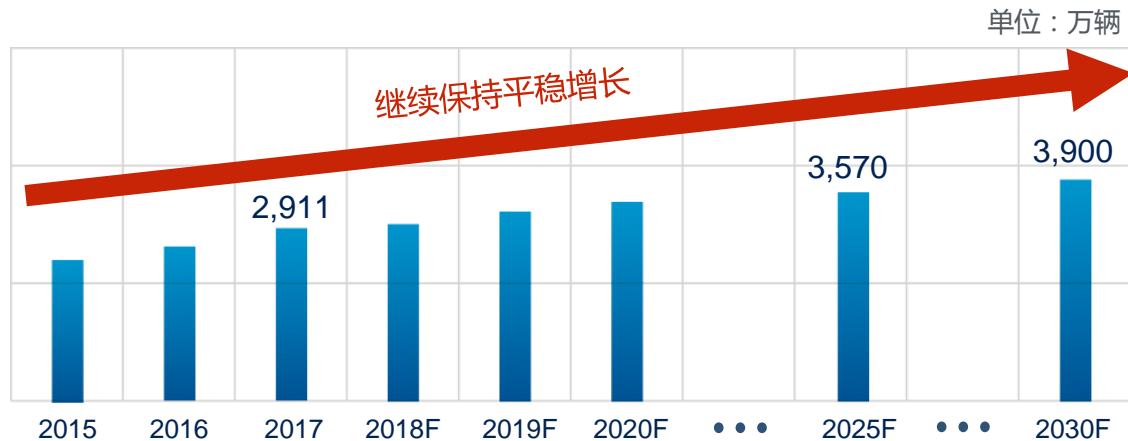
	年初数	本年发生	转入无形资产	计入当期损益	期末数
研究支出	0.00	23.42	0.00	23.42	0.00
开发支出	0.00	39.98	0.00	39.98	0.00
合计	0.00	63.40	0.00	63.40	0.00
占营业收入 (%)		11.08%		11.08%	

第一部分 2017年国内汽车市场的主要特点

第二部分 2017年公司创新发展与经营业绩

第三部分 2018年市场展望与公司重点工作

新技术、新模式赋予汽车行业新内涵和新生命



- 中国汽车市场尽管潜在增长明显降速，但未来的发展空间仍然巨大。预计年销量在现有高基数的基础上仍有1000万辆以上的增长空间。
- 汽车行业“总量继续扩张，增速相对放缓，质量结构优化，服务体验升级”的发展特征日益显著。“电动化、智能网联化、共享化、国际化”成为行业发展新趋势。随着互联网和实体经济加快对接，以及新生代消费者的逐步崛起，汽车产品与服务加速融合，新的商业模式加速涌现，汽车产业的业态正在重塑。

机遇

- 宏观经济继续稳中向好，居民可支配收入持续增加，居民购买力提升，为国内车市增长提供支撑。
- 国内汽车市场从“政策助力”向“内生动力”回归，消费升级带来结构性增长机会。品牌高端化、产品升级化、服务个性化等趋势将不断触发汽车消费的新热点。
- 新能源汽车和智能网联汽车将继续保持快速增长。

挑战

- 乘用车市场1.6L及以下小排量产品受购置税优惠政策退出和消费升级影响，销量和 market 占比可能继续下降；商用车市场的重卡“治超”、环保升级等刺激效应逐步减弱，面临较大下行压力。
- 汽车行业创新转型过程中，具体实施路径存在不确定性，技术跨界融合更具复杂性，产业边界趋向模糊性。

	2017年 销量 (万辆)	2018年预计 销量 (万辆)	预计同比增长 (%)
乘用车	2486	2570~2600	3.4%~4.6%
商用车	425	390~400	-8.3%~-5.9%
汽车总计	2911	2960~3000	1.7%~3.1%

公司2018年主要重点工作



1

把握消费升级趋势，做优做强自主品牌，推动合资合作向更高水平跃升

2

探索“新四化”的再差异化发展，完善前瞻布局，创新战略向纵深推进

3

搭建汽车服务生态架构平台，完善“服务端”与“出行端”的生态布局

4


进一步深化产融结合，以出行金融服务生态建设为重点，加快创新突破

5

提升海外销量规模，坚持低成本运营和差异化竞争，完善国际经营体系

2018年，公司力争全年实现整车销售725.5万辆，同比增长4.7%；

其中新能源销量12万辆，同比翻倍；海外销量超过20万辆，同比增长23.4%。

A futuristic car is shown in motion, with a digital overlay of data points and lines. The car is dark-colored and has a sleek, aerodynamic design. The background is a light blue gradient with a grid of white lines and various numerical data points scattered throughout. The text is centered in the upper half of the image, overlaid on a semi-transparent white rectangular area.

一个更加充满创新活力和科技魅力的 国际化“新上汽”