



---

# 上海汽车集团股份有限公司

## 2014年中期业绩介绍会

2014年8月14日

# 声 明



此文件由上海汽车集团股份有限公司（简称“上汽集团”或“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。上汽集团或其关联公司、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 上半年业绩回顾

## 第二部分 下半年经营展望

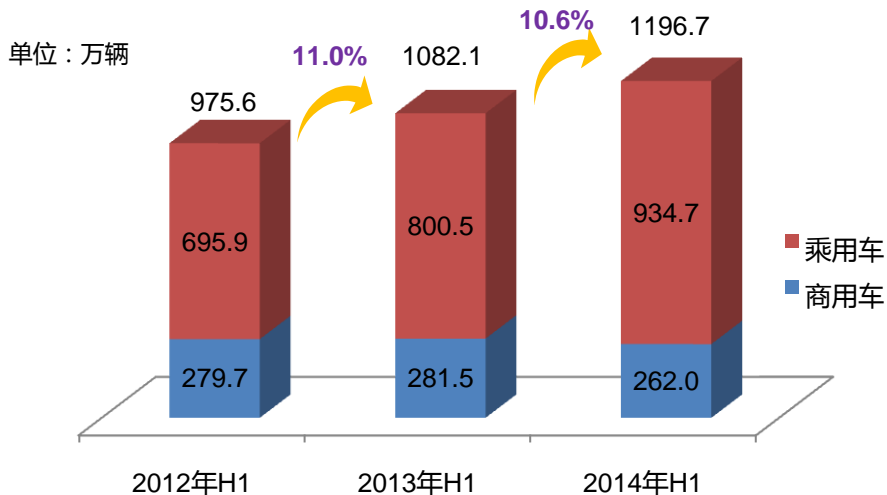


# 业绩情况

# 2014年上半年国内汽车市场情况

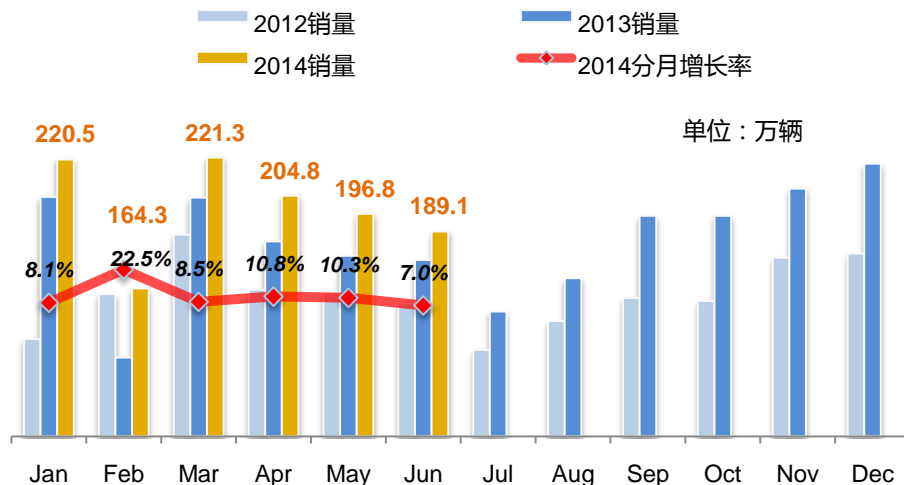


## 上半年汽车市场态势良好



➤ 2014年上半年，与增速放缓的宏观经济形势相比，上半年国内汽车市场走势良好，继续保持两位数的较快增长。

## 汽车市场月度销量稳定增长



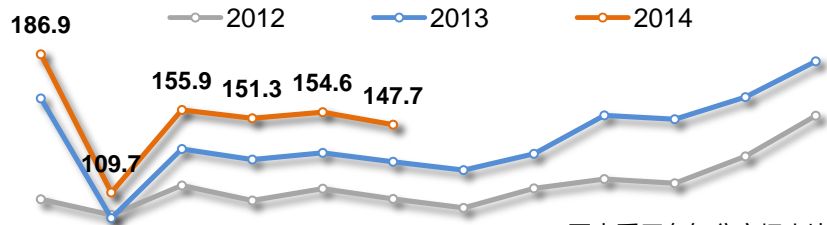
➤ 上半年各月份国内汽车市场销量相比去年同期均保持较快增长，6月份市场增幅有所收窄，表现略低于预期。

# 国内汽车细分市场情况

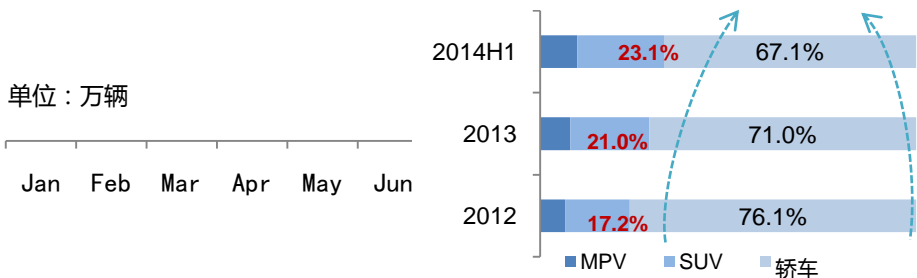


## 乘用车市场持续增长

1-6月国内乘用车市场销量



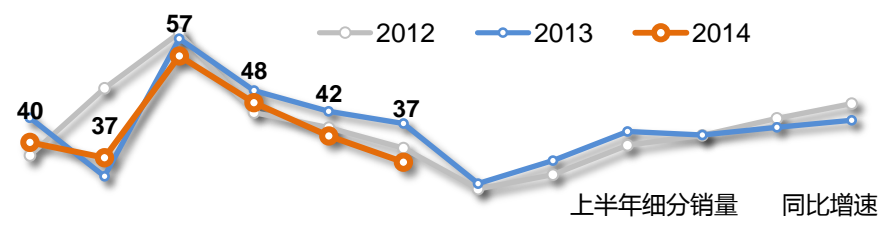
国内乘用车细分市场占比逐年变化



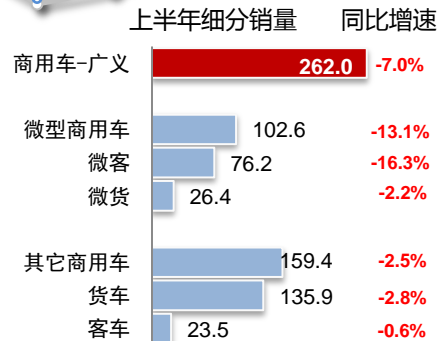
单位：万辆

## 商用车市场下滑明显

1-6月国内商用车市场销量



单位：万辆



➢ 上半年，国内乘用车市场同比增长16.8%；细分市场方面，豪华轿车、SUV和MPV市场表现相对抢眼，产品消费个性化、高端化的趋势依旧延续，中低端轿车市场有所萎缩。

➢ 上半年，国内商用车市场受微车消费升级、生产一致性法规、排放要求提升等因素影响，同比下降6.9%，商用车大类细分市场销量均为负增长。

# 上汽集团国产整车销售

单位：辆



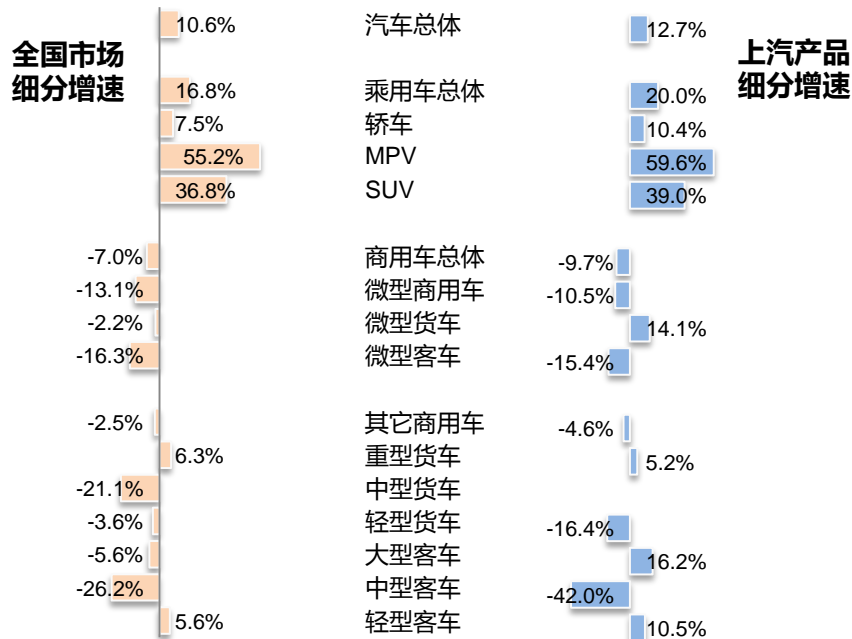
类型		2014H1	2013H1	同比增速
乘用车	自主品牌*	512,765	368,366	39.2%
	合资品牌	1,782,755	1,564,785	13.9%
	小计	2,295,520	1,933,151	18.7%
商用车	微型车	480,900	537,549	-10.5%
	其它商用车	84,594	93,586	-9.6%
	小计	565,494	631,135	-10.4%
<b>整车总计 (含出口)</b>		<b>2,861,014</b>	<b>2,564,286</b>	<b>11.6%</b>
其中：出口		37,785	58,663	-35.6%

\* 乘用车自主品牌包括上汽乘用车荣威与MG、上汽商用车G10 和上汽通用五菱宝骏、五菱宏光。

# 上汽集团保持国内市场领先优势

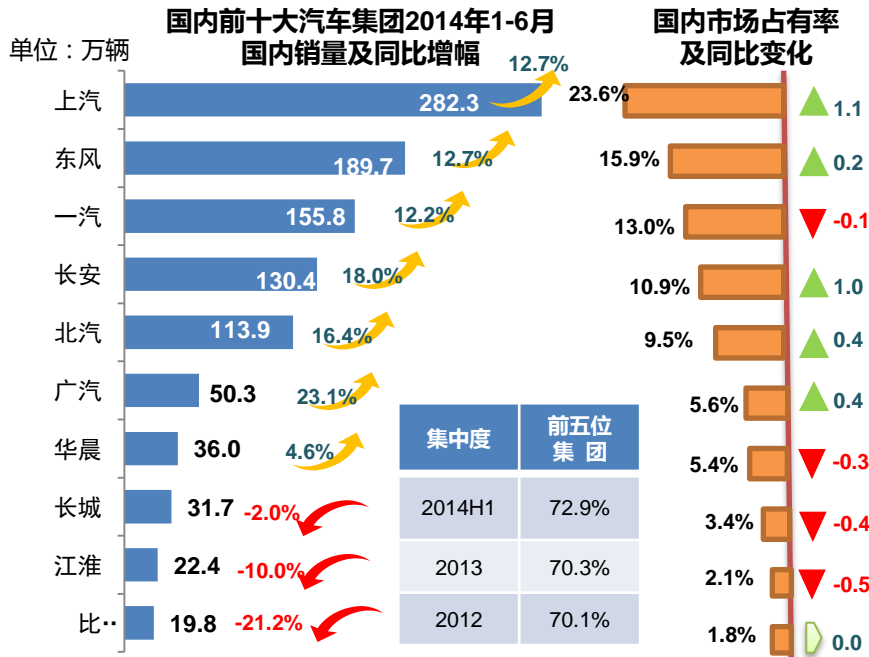


## 国内市场与上汽集团整车细分增速对比



➤ 1-6月，上汽集团国内销售（不含出口）增长12.7%，乘用车表现优于行业平均水平。

## 上汽集团继续保持行业领先地位

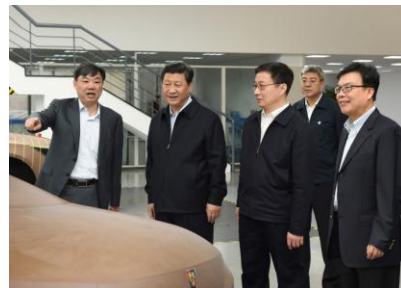


➤ 1-6月，上汽集团进一步扩大市场优势，市场占有率比去年同期增加1.1个百分点。国内前五位市场集中度有所提升。



## 上汽自主品牌梳理品牌定位，加快市场拓展

按照习总书记5月视察上汽自主品牌时提出“**中央已决定，公务车都要用国产车，这对自主品牌是个机会，大家一定要努力**”的要求，上汽把自主品牌发展作为可持续发展的头等战略，清晰品牌战略、持续品牌传播，加快市场拓展，尽快做大规模。



国内销量	2013H1	2014H1	增幅
上汽乘用车*	105,750	102,340	-3.2%
上汽商用车*	5,076	7,585	49.4%

\*上汽乘用车包括荣威与MG，上汽商用车为大通

单位：辆

导，结合卓越质量战略规划发展需求，完善质量管理审核制度，优化质量管理体系；以“零缺陷、零浪费、高效率”的精益生产为目标，打造安全、柔性、敏捷的精益制造体系。

➤**拓展海外业务** 海外项目整体进展顺利，整车出口略有下降。

### ◆上汽乘用车

➤**梳理品牌定位** 推进荣威、MG双品牌差异化发展，重点开展品牌定位优化及未来发展规划项目。

➤**完善流程体系** 以全球产品开发流程为指导，以质量要求和业务活动为输入，持续完善研发流程标准；以精益体系为指

### ◆上汽商用车

上汽商用车公司在宽体轻客MAXUS V80的基础上，6月推出大通G10，正式进军MPV市场；同时，积极利用原LDV销售网络资源，快速拓展海外市场。

## 上海大众销量与效益快速增长

单位：万辆			总体销量
2013H1	66.06	12.37	78.43
2014H1	80.34	13.70	94.05
增幅	+21.6%	+10.8%	+19.9%

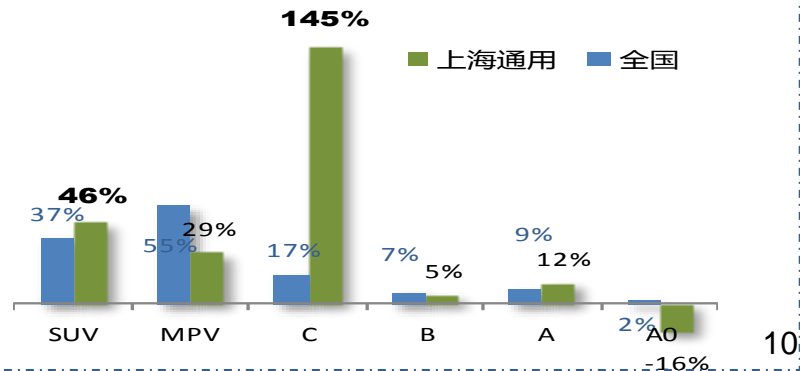
- 合理配置生产资源、努力克服产能瓶颈
- 实施“卓越一线体系”，创新营销举措



## 上海通用高附加值产品销量提升




单位：万辆				总体销量
2013H1	35.95	40.13	1.97	78.05
2014H1	35.81	45.04	3.38	84.23
增幅	-0.4%	+12.2%	+71.6%	+7.9%

上海通用上半年各细分产品增幅相比全国市场平均增幅





## 上汽通用五菱商乘并举，逆势攻坚

单位：辆	 微型商用车	 五菱宏光	 宝骏	总体销量
2013H1	53.75	21.74	4.53	80.02
2014H1	48.09	37.16	3.84	89.10
	-10.5%	+70.9%	-15.2%	+11.4%

➤ **商用车业务** 开展专项营销活动，顶住微车市场下滑压力，持续提升微车市场份额。

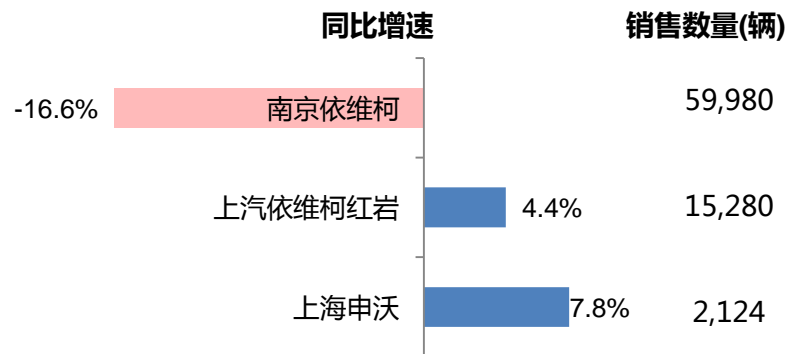


➤ **乘用车业务** 积极加强双品牌联动，着力开拓乘用车市场，五菱、宝骏联动，MPV产品同比增长71%。

宝骏 610



## 其他商用车企业调整结构，夯实基础



➤ **南京依维柯** 受轻卡产品排放未达国家标准等因素影响，上半年整车销售同比下滑16.6%；

➤ **上汽依维柯红岩** 合理调整产品结构，巩固工程自卸车传统产品销量，积极开拓公路运输车辆新市场；

➤ **上海申沃** 重点推进新能源大客车的研发和市场推广工作，年内订单数量明显上升，生产处于满负荷运作状态。

# 公司自主创新与新能源汽车



## 扎实推进项目建设，提高自主研发能力

上汽自主品牌持续深化体系建设，通过统一的全球整车开发流程，集成各方工程资源，形成中国主导、跨国联动的上汽自主研发体系，重点加强对造型、整车集成、前期工程、底盘、电子电器、动力总成和新能源汽车等领域技术能力的培养。

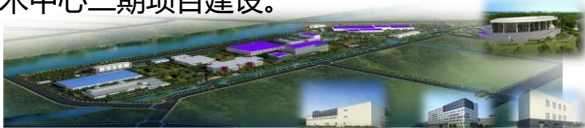
▶ 全新一代动力总成“CUBE-TECH”亮相北京车展，标志自主品牌动力总成产品达国际先进水平。



▶ 依托平台架构项目，继续提升全过程整车研发能力，培育模块化开发优势。



▶ 稳步推进安亭技术中心二期项目建设。



## 拓展新能源汽车销售服务，加强市场推广

进一步加快新能源汽车产业化步伐，同时针对现有技术扩展运用，夯实“电池、电驱动、电控”核心技术，积极开发新一代技术，努力抢占未来产业发展的制高点。

上半年重点开拓上海、北京等新能源汽车核心市场，根据各地政策调整市场策略，并成立售后快速响应团队。插电式混合动力荣威550销售211辆，上海申沃纯电动大客车销售80辆。



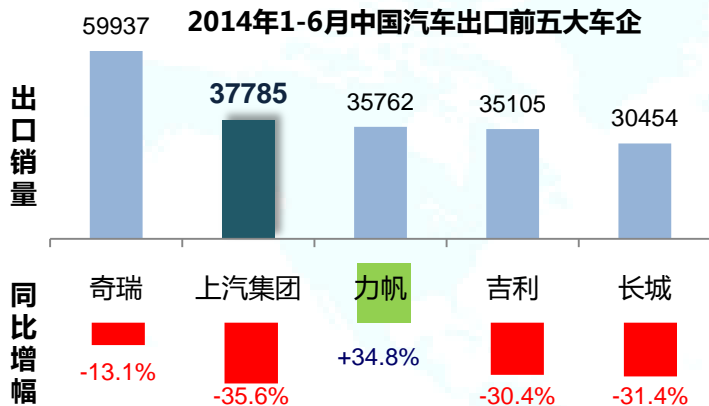
荣威550插电强混



荣威E50纯电动

1-6月，上汽新能源产品共实现销售447辆，留存订单1550辆。

## 出口业务



- 上半年，受部分新兴市场国家美元流出本币贬值，以及中东、西亚等地区政局不稳的影响，全国整车出口销量相比去年同期下降10.0%，上汽集团出口销量位居全国第二位。其中，上海通用出口2.26万辆赛欧，继续位列国内单一车型出口量首位。

## 海外经营

- **英国公司** 延续MG3市场热度，针对性制定线上线下活动，包括BTCC赛事营销、伯明翰国际机场合作项目、工厂开放日一日游等；通过直邮与电话销售相结合的方式，推动MG6产品的Fleet销售。
- **泰国基地** 进展总体较顺利。4月，上汽商用车大通汽车（泰国）有限公司于在泰国完成合资公司登记；6月4日，MG6在泰国工厂正式下线，标志上汽泰国生产基地正式投入使用，自主品牌产品开始进入东盟市场。

### ➤ 其他市场开拓

上半年完成上汽中东公司和上汽南美公司的注册，加快拓展海外新兴市场。



## 汽车服务贸易

2014年上半年，上汽服务贸易板块，积极提升服务能级，全力保障产业链运行平稳，实现合并营业收入246.8亿元，同比增长14.1%。其中，完成整车运输380万辆；继续推进原材料集中采购；并有序推进上海、南京两地光伏发电等项目。

### 新兴服务业态

#### ■ 加快电子商务平台建设



上汽“车享”电商平台3月28日正式上线运营，至6月底平台日均访问量保持在10000左右，吸引注册会员1.4万。

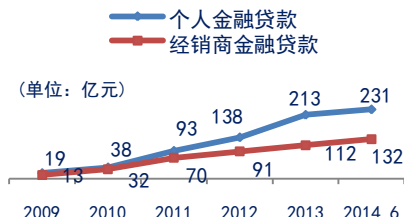
#### ■ 有序推进车联网项目建设 ■ 加快自贸区平台建设



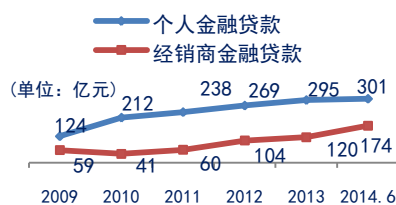
## 汽车金融业务

- **上汽财务公司** 汽车金融业务规模及增速在业内继续保持领先，批发信贷继续保持零逾期，并全面推广“车贷E管家”，同时直联人行推进电票业务线上清算。
- **上汽通用金融** 保持各项业务良性增长，渠道覆盖率和经营效益呈稳步增长。

上汽财务公司贷款余额变化



上汽通用金融公司贷款余额变化



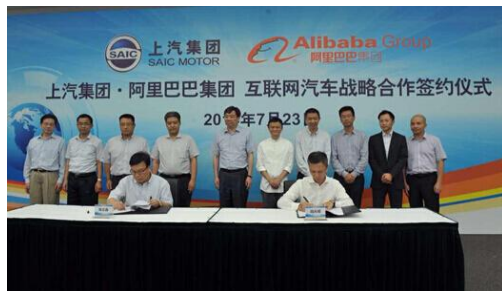
## 抓住机遇推进改革，加快公司创新发展

贯彻十八届三中全会《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》和上海国资国企改革20条的精神和要求，上汽集团将抓住机遇加快推进改革，进一步完善市场化运行体制和机制，充分调动激发公司内部的创新发展活力。

公司在继续加强汽车产业链整体发展的同时，将扎实推进创新驱动发展战略，重在加快向产业链两端延伸。如用新的业务模式加快前瞻性技术研究和应用，考虑在硅谷设立专门风投机构；加快互联网经济与传统业态的结合；拓展新业务领域，加快汽车金融业务发展。



7月4日，上汽集团联手中信集团开启多领域战略合作



7月23日，上汽集团携手阿里巴巴打造国内首辆“互联网汽车”<sup>15</sup>



# 财务情况



# 2014年上半年主要财务指标（一）



	2014年1-6月	2013年1-6月	同比增减（%）
销量（万辆）	286.10	256.43	11.57
营业总收入（亿元）	3200.14	2809.28	13.91
净利润（亿元）	192.64	167.21	15.21
归母净利润（亿元）	135.73	114.66	18.37
基本每股收益（元）	1.231	1.040	18.37
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	1.206	1.006	19.88
每股经营活动产生的净现金流量（元）	0.492	0.528	-6.83
经营活动产生的净现金流量（亿元）	54.28	58.22	-6.76
净资产收益率（加权）（%）	9.40	9.07	增加0.33个百分点



## 2014年上半年主要财务指标（二）

	本报告期末	上年度期末	本报告期末比 上年度期末增减（%）
总资产（亿元）	3,735.43	3,736.41	-0.03
所有者权益（亿元）	1,597.28	1,617.32	-1.24
归属于母公司所有者 权益（亿元）	1,378.76	1,377.57	0.09
每股净资产（元）	12.51	12.49	0.16
资产负债率（%）	57.24%	56.71%	增加0.53个百分点

2014年6月末不含财务公司的资产负债率为54.32%。本期母公司资产负债率为18.09%。

# 业务分部企业名单



	合并范围内企业		权益法核算企业
整车	乘用车分公司 乘用车技术中心 南汽 上汽英国控股公司 商用车技术中心 上汽商用车	大众销 通用销售 通用五菱 彭浦 唐山客车 上汽正大	上海大众 申沃 上汽依维柯 上汽依维柯红岩 泛亚 南维柯 上海通用 通用东岳 通用东岳动力 通用北盛
零部件	上汽变速器 上柴 汇众 中联电子 联创 华域 南汽模具 极能		联合电子 大众动力总成 大众变速器 上汽菲亚特动力 捷新动力电池 中发联 新源动力 捷能

# 业务分部企业名单

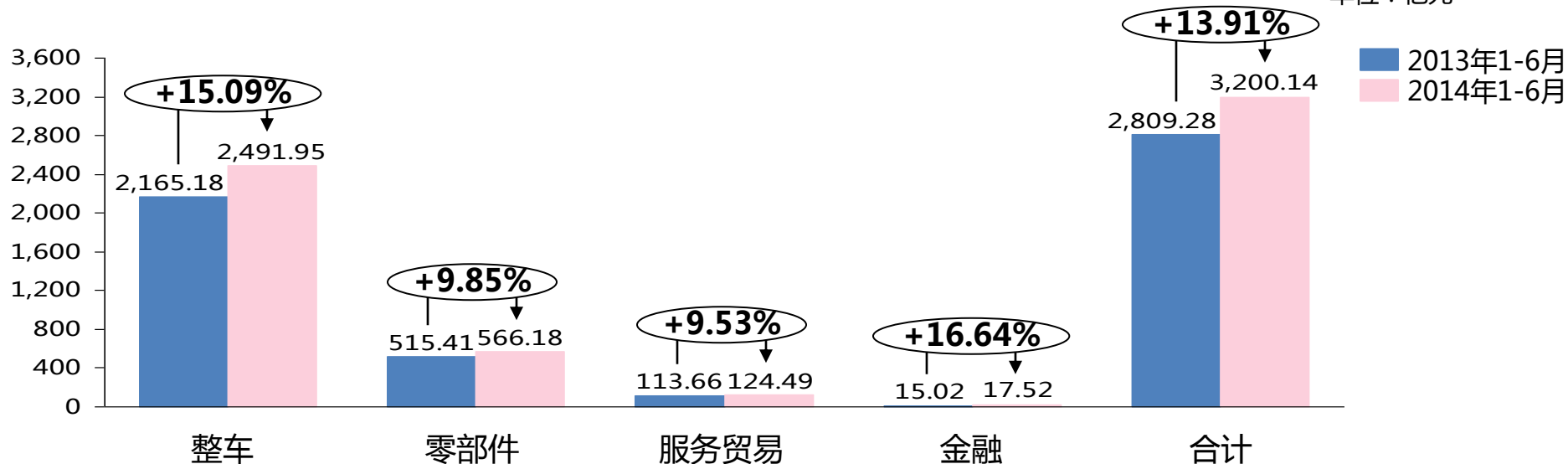


	合并范围内企业	权益法核算企业
服务贸易	东华实业 安吉物流 中汽投资 北京公司 采购中心 汽车报 进出口 尚元投资 销售公司 活动中心 资产经营 信息公司 工业香港 北美公司	
金融投资	上汽财务公司 上汽香港 股权投资公司	上汽通用金融

# 合并营业总收入分部分析



单位：亿元

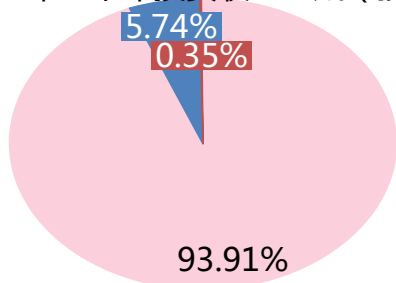


本图系根据合并报表营业总收入的业务分类。

# 投资收益分析

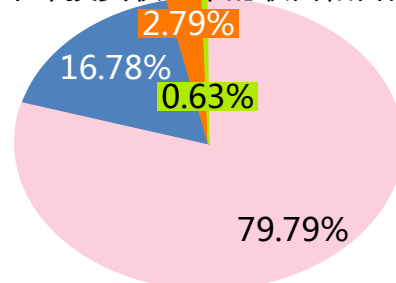


2014年上半年投资收益组成 (按性质)



- 联营企业和合营企业
- 金融资产收益(交易性、可供出售、买入返售)
- 其他

2014年上半年投资收益中的联营和合营企业分析



- 整车板块
- 零部件板块
- 金融板块
- 服务贸易板块

单位：万元

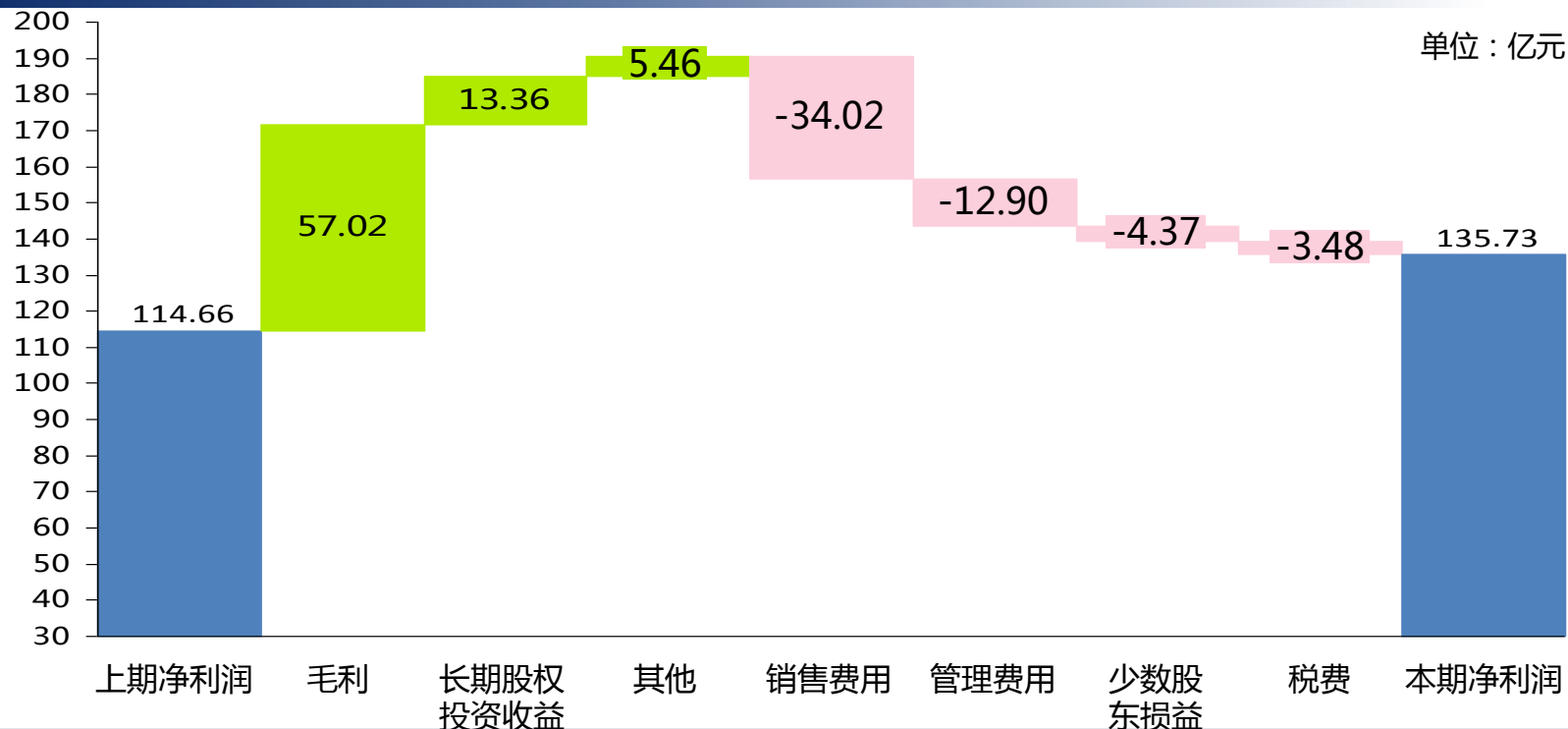
按性质	单位：万元
联营企业和合营企业	1,394,577
金融资产收益(包含交易性、可供出售和买入返售)	85,276
其他	5,214
合计	1,485,066

对联营企业和合营企业分析	单位：万元
整车板块	1,112,788
零部件板块	233,983
金融板块	38,957
服务贸易板块	8,849
合计	1,394,577

注：1.本图系对2014年上半年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，其他收益为税前收益。

# 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

2014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	7.08	0.00	7.08	0.00
开发支出	0.41	20.05	0.00	20.08	0.38
合计	0.41	27.13	0.00	27.16	0.38
占营业收入(%)		0.85%		0.85%	

2014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	5.43	0.00	5.43	0.00
开发支出	0.00	8.96	0.00	8.96	0.00
合计	0.00	14.39	0.00	14.39	0.00
占营业收入(%)		17.13%		17.13%	





## 第一部分 上半年业绩回顾

## 第二部分 下半年经营展望

# 2014年下半年国内汽车市场预测



## 汽车市场总体保持平稳，增长约束与局部机遇愈发凸显

### 有利因素

- 根据国务院《2014 - 2015年节能减排低碳发展行动方案》，全国将淘汰黄标车600万辆，预计会对车市总体需求产生较大拉动作用；
- 公务车改革政策落实和部分城市限购限行预期，对乘用车市场的刺激作用在年内还将持续；
- 国务院常务会议决定自2014年9月至2017年底对获得许可的新能源汽车免征车辆购置税；
- 柴油车国四排放标准将于明年初实施，预计下半年商用车市场需求将有所提升。

### 不利因素

- 宏观经济对车市的支撑作用短期内难以明显改善，不利于汽车消费持续增长；
- 一些三四线城市经济增速放缓，可能影响到乘用车消费的增长；
- 可能会有新的城市加入限购行列，不利于该城市的经销商运营稳定，特别是相对弱势品牌的网络会带来较大压力。

公司对下半年的国内汽车市场“谨慎乐观”，预计全年国内汽车销量2410万辆，同比增长约8.5%；其中，预计乘用车市场约1885万辆，同比增长约11%左右，商用车市场约525万辆，与去年持平。

# 公司下半年主要工作



1

合资整车企业要全力开拓市场，努力把握结构性增长机会，力争进一步扩大市场优势，提升产品和服务质量；

2

自主品牌乘用车要启动新一轮业务战略优化工作，加快提高整车和动力总成开发能力，并扎实推动新能源汽车产业化和整零协同，提升自主品牌板块综合实力；

3

商用车板块要抢抓市场机遇，努力扩大销量，深化自主品牌建设，推动大通品牌保持上升势头；

4

围绕整车业务，在实现高质量配套服务的同时，加快提高零部件、服务贸易和汽车金融的核心能力；

5

全力确保海外重点项目推进，深化探索国际经营。



---

# 上海汽车集团股份有限公司

## 2014年中期业绩介绍会

2014年8月14日