



股票简称：上汽集团

股票代码：600104

上海汽车集团股份有限公司

2023年年报业绩说明会

2024年4月1日 中国·上海

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）。



目录

CONTENTS



01 2023年经营业绩回顾

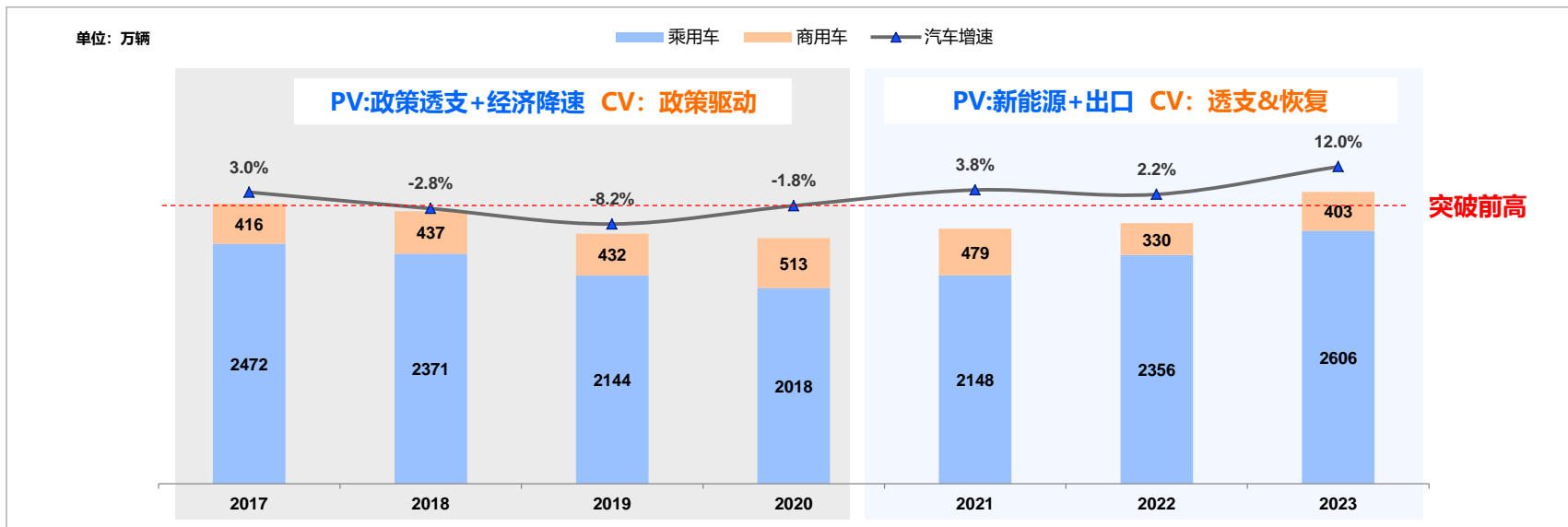
- 国内车市简析
- 公司经营概况
- 主要财务数据



02 2024年公司经营展望

24°

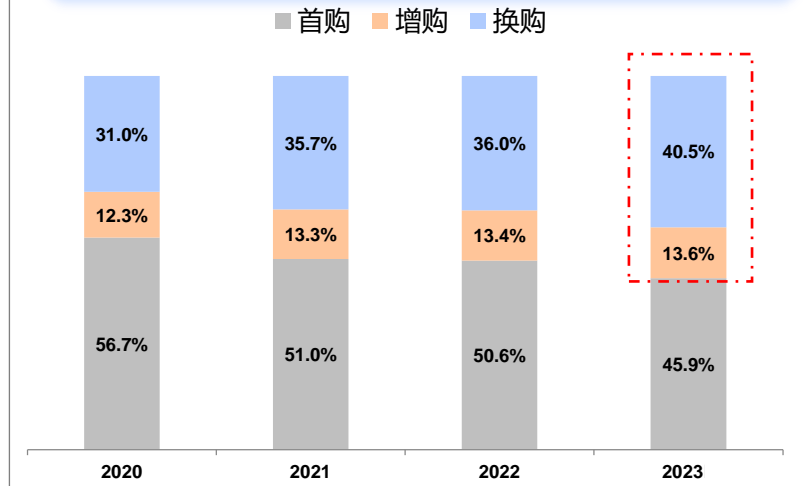
- 2023年初受部分汽车消费提前透支、价格战引发持币观望等多重因素影响，车市消费恢复相对滞后；下半年在促消费政策推动以及车企新品带动下，市场需求逐步释放；全年“低开高走、逐季向好”。
- 全年实现国产批发3009.4万辆，同比增长12%，创历史新高；其中，乘用车销售2606.3万辆，同比增长10.6%，成为稳消费的重要基本盘；商用车销售403.1万辆，同比增长22.1%，实现谷底反弹。



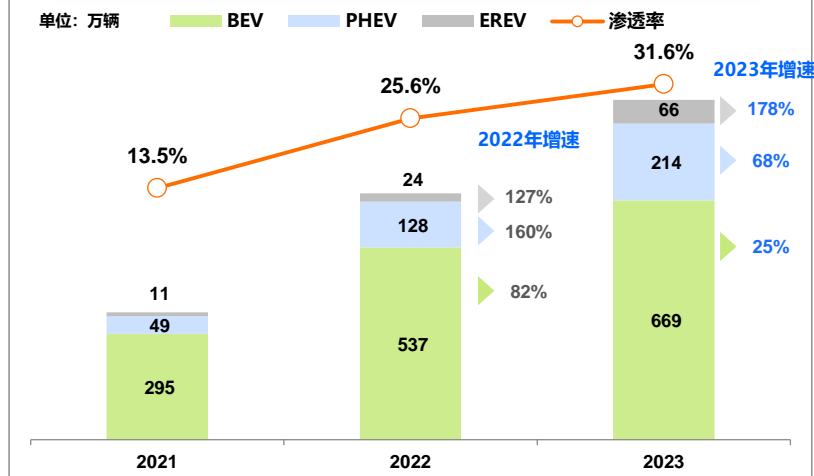
数据来源：中汽协批发

- 2023年我国汽车销量中“增换购”比例首次超过首购，升级化需求推动产品力快速提升；
- 新能源汽车全年销量达到949.5万辆，同比增长37.9%，市场渗透率达到31.6%，较上年增长5.9个百分点。其中，插混（含增程）势头强劲。

乘用车消费首购及增换购比例



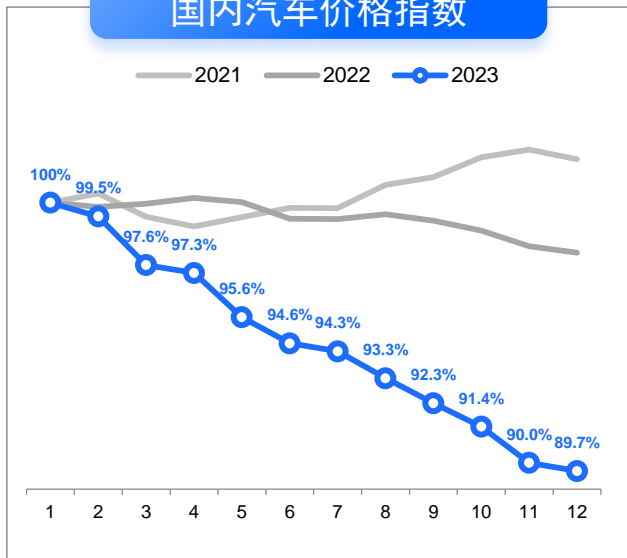
不同类型新能源同比增速



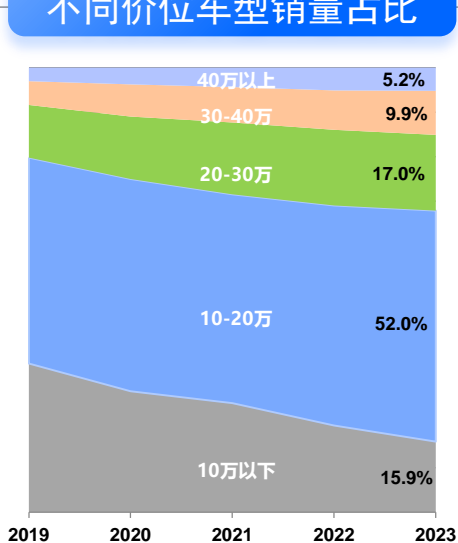
数据来源: SIC、中汽协批发

- **“卷”价格**：市场价格战贯穿全年、力度空前，新能源汽车市场结构加快从“哑铃型”向“纺锤型”转变，产品价格更加向10-20万元价位段集中；
- **“卷”配置**：800V高压、激光雷达、高算力芯片、城市NOA等电动智能化新技术加速落地，实现“入门即标配”。

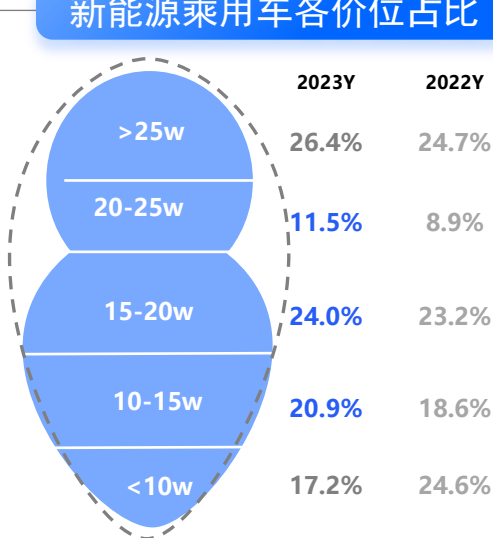
国内汽车价格指数



不同价位车型销量占比



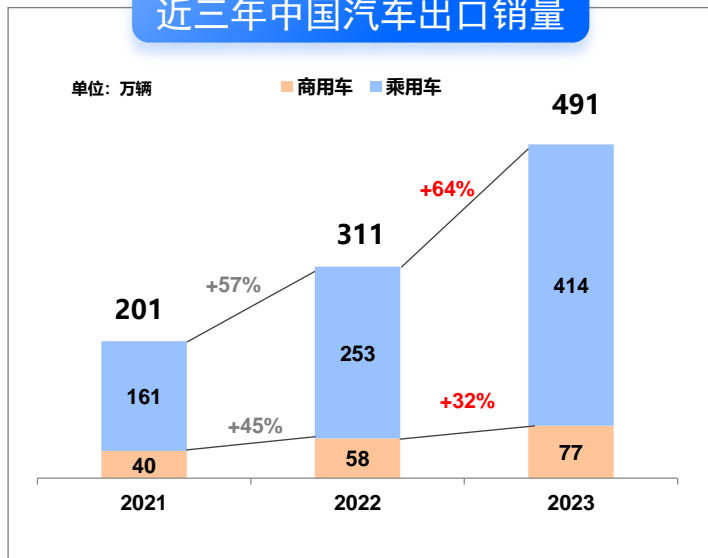
新能源乘用车各价位占比



数据来源：SIC、乘联会国内批发

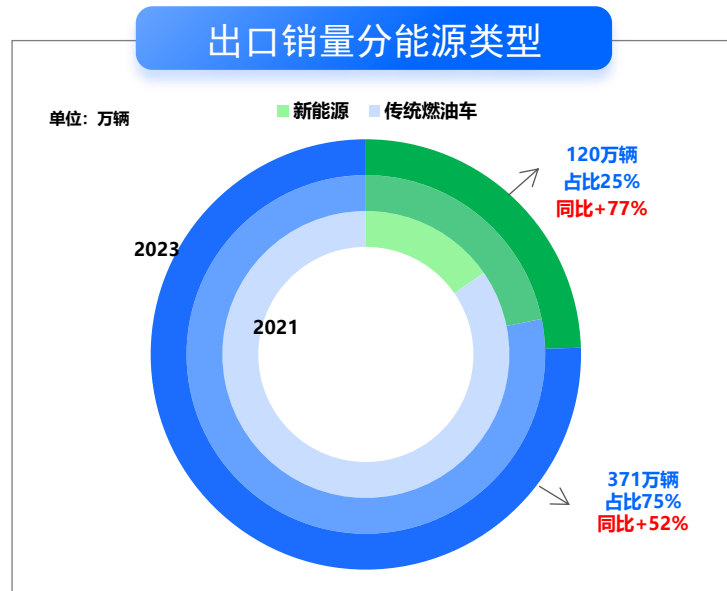
- 2023年汽车出口达到491万辆，同比增长58%，超越日本成为全球最大汽车出口国；
- 出口对我国汽车销量增长的贡献率达到55.7%。其中，新能源汽车出口120.3万辆，同比增长77.6%。

近三年中国汽车出口销量



数据来源：中汽协

出口销量分能源类型





目录

CONTENTS



01 2023年经营业绩回顾

- 国内车市简析
- 公司经营概况
- 主要财务数据



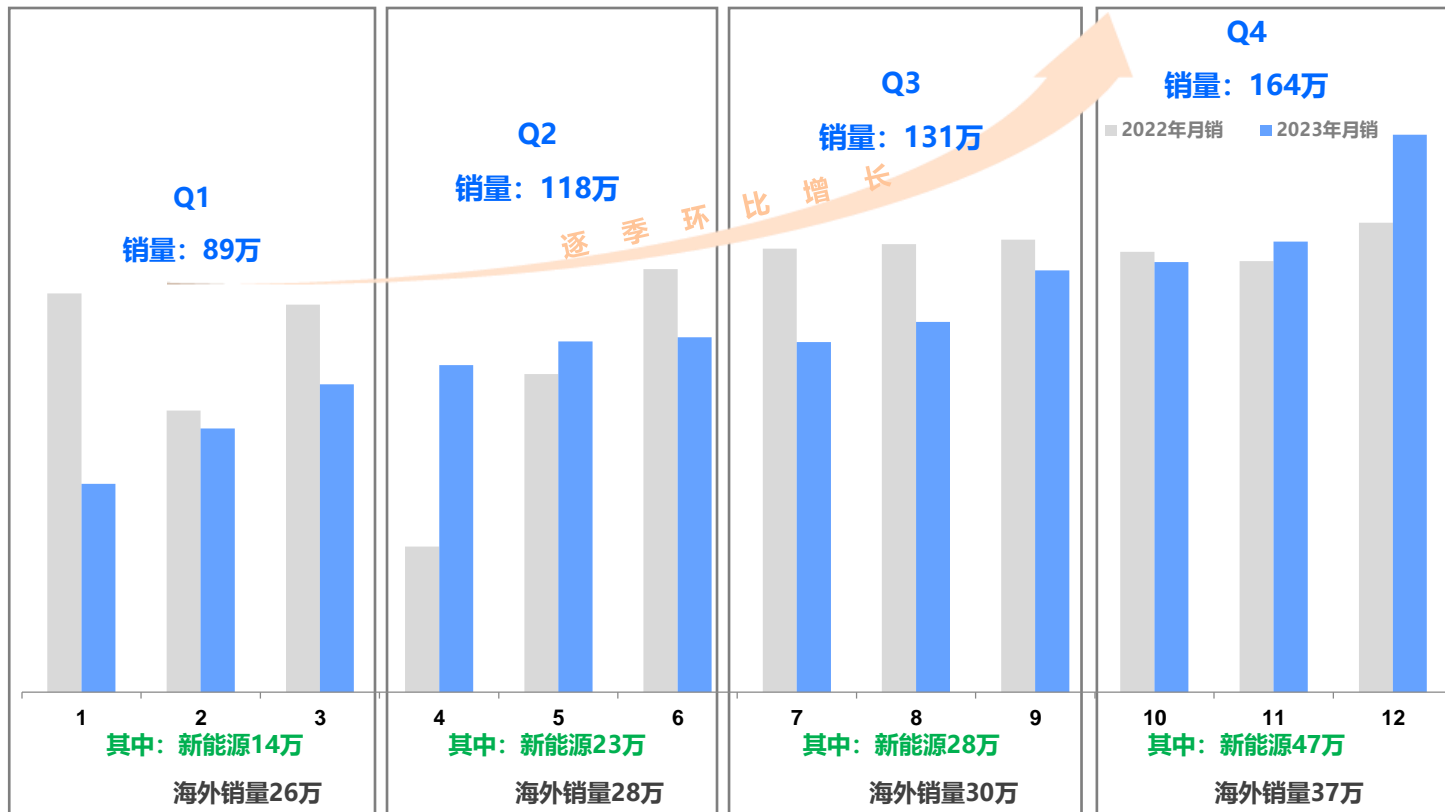
02 2024年公司经营展望

24°



2023年公司整车销量完成情况

会议材料 注意保管



全年实现批售

502.1万辆

自主品牌整车销量

占集团总销量的比例

55%

(↑2.5个百分点)

新能源汽车销量

112.3万辆

(↑4.6%)

海外销量

120.8万辆

(↑18.8%)



聚资源、快落地，全力推进新能源汽车发展三年行动计划

会议材料 注意保管

4 创新项目管理机制

打造行业领先技术

拓展“新赛道”合作



新能源汽车发展三年行动计划指挥部

智己汽车

“强项目”
管理

上汽乘用车



攻坚团队



智己LS6

跃居国内中大型
纯电SUV月销榜首



荣威D7

综合续航达1700公里
“纯电续航、亏电油耗”双冠



智己汽车获得
首批L3级
自动驾驶道路
测试牌照



与德国奥迪签署
合作谅解备忘录
共同开发多款全
新智能电动车型



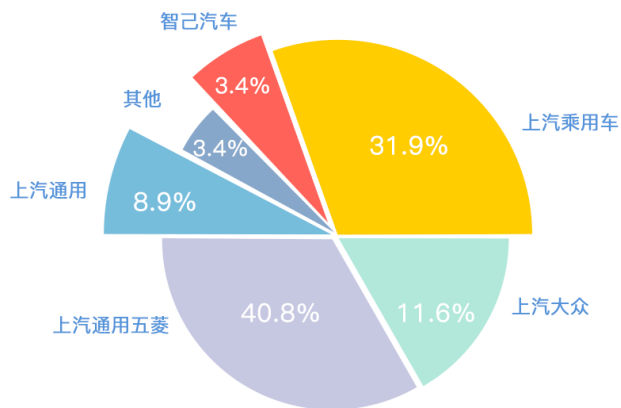
上汽通用汽车软件及数字化中心成立！
THE FOUNDING OF SAIC-GM SOFTWARE AND DIGITAL BUSINESS DEPARTMENT

上汽通用新设
软件及数字化中心

上汽清陶合资公司
加快固态电池产业落地



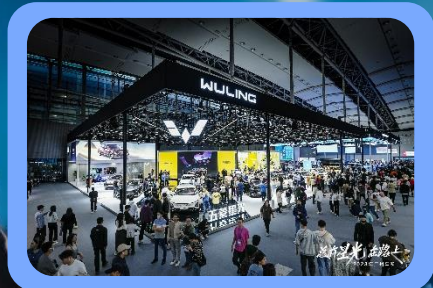
2023年上汽集团新能源汽车销量构成



2023年上汽集团新能源汽车
销售总量：112.3万辆

其中：15万元以上新能源乘用车销量占比**43.6%** (↑19.2个百分点)

上汽集团部分整车企业
新能源汽车销量



积极把握营销变革趋势，着力推进内容中心建设和营销组织变革，加大与头部互联网平台的合作力度，加快推动营销模式焕新转型



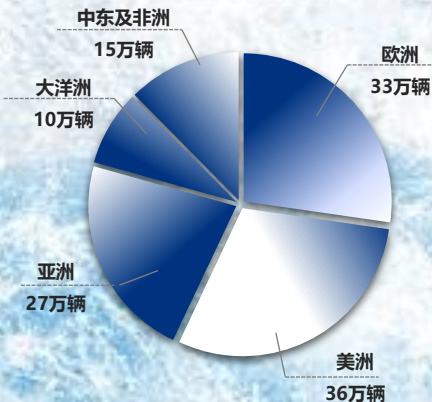
海外销量连续8年领跑

120.8万辆

同比增长 18.8%

自主品牌占比 92%

新能源占比 24%



- 欧洲成为公司首个“20万辆级”海外区域市场，MG品牌单月交付量稳定在2万辆+
- MG品牌全球年销量超80万辆，拳头产品ZS/AP/HS系列继续保持较快增长；在英国、西班牙纯电市场跻身前二，并在全球各大主要市场跻身前十
- MAXUS等商用车产品全年出口销量也已站上10万辆新台阶



MG4 英国年度电动车



MG4 德国2024年度紧凑型车



MG4 澳大利亚年度车



MG Cyberster 英国2024最受期待车型



MG 泰国最受尊敬品牌

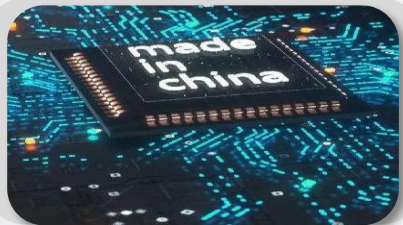


MIFA 9 泰国年度家用电动车



Wuling Air EV 印尼年度最佳新秀车型

国产芯片



- 成立项目专班，持续推进国产化芯片应用
- 搭建整车验证平台，完成首轮冬夏季实验

机制变革



- 下属企业净利润增量激励、军令状专项考核、营销人员专项激励等
- 加强年轻干部人才培养，青年海外“特战队”

产融结合



- 通过战略直投、市场化基金等方式，加快完善产业链供应链布局
- 重点围绕热管理、碳化硅、芯片国产化、前瞻技术、降本等领域，推进投后管理与协同赋能

运力保障



- 安吉物流国内整车运输达640万辆
- 自有7艘滚装船3.28万车位外贸运能
- 多式联运项目被纳入“国家级示范工程”

强基础
增活力



目录

CONTENTS



01 2023年经营业绩回顾

- 国内车市简析
- 公司经营概况
- 主要财务数据



02 2024年公司经营展望

24°



2023年度主要财务指标（一）

会议材料 注意保管

	2023年1-12月	2022年1-12月	同比增减
销量（万辆）	502.09	530.26	-5.31%
合并营业总收入（亿元）	7447.05	7440.63	0.09%
利润总额（亿元）	259.73	280.71	-7.47%
净利润（亿元）	200.60	228.43	-12.18%
归母净利润（亿元）	141.06	161.18	-12.48%
扣除非经常性损益后归母净利润（亿元）	100.45	89.92	11.71%
基本每股收益（元）	1.226	1.400	-12.43%
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	0.873	0.781	11.78%
经营活动产生的现金净流量（亿元）	423.34	95.05	345.41%
每股经营活动产生的现金净流量（元）	3.678	0.826	345.28%
净资产收益率（加权）（%）	4.98	5.84	减少0.86个百分点



2023年度主要财务指标（二）

	本报告期末	上年度期末	本报告期末 比上年度期末增减
总资产（亿元）	10,066.50	9,901.07	1.67%
所有者权益（亿元）	3,429.07	3,363.00	1.96%
归属于母公司 所有者权益（亿元）	2,863.19	2,792.34	2.54%
每股净资产（元）	24.51	23.90	2.54%
资产负债率	65.94%	66.03%	减少0.09个百分点



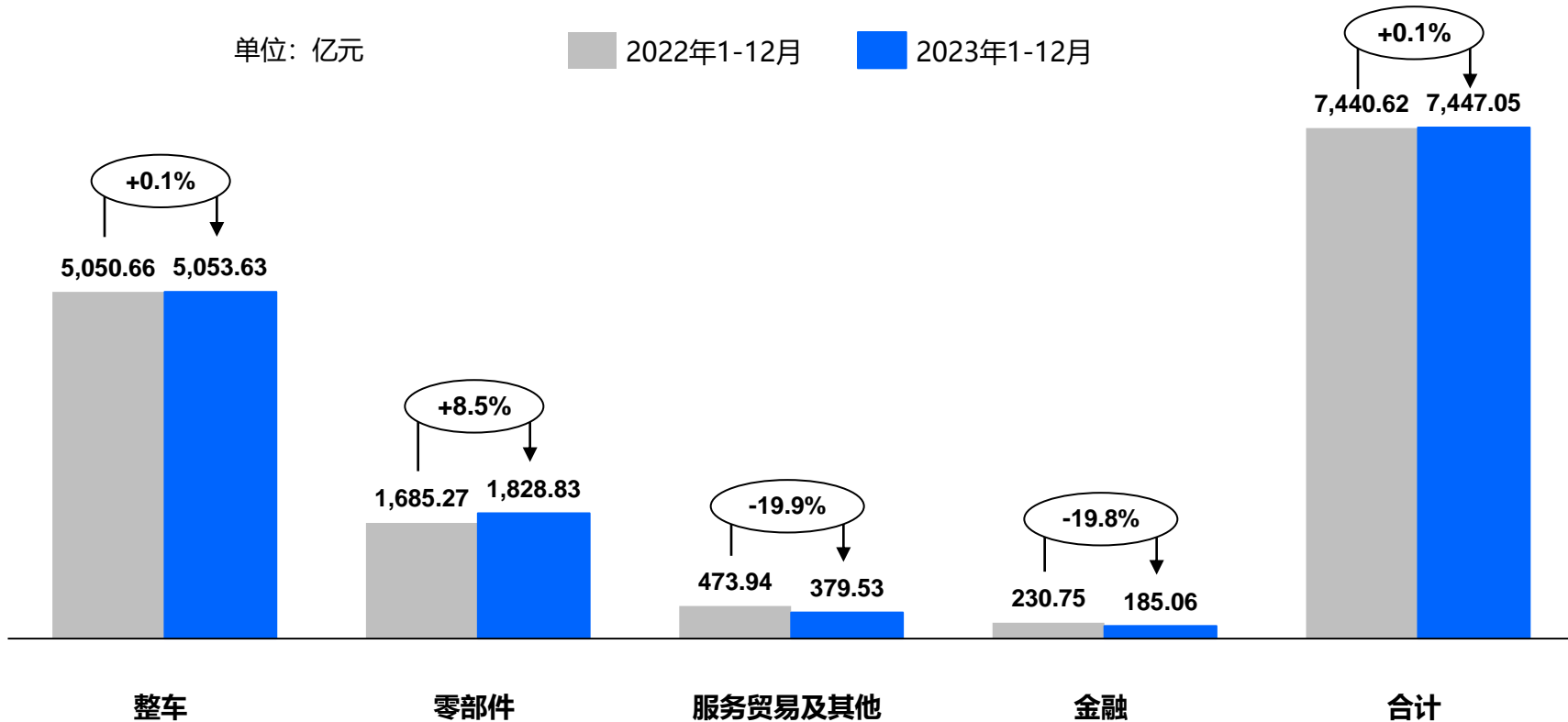
合并营业总收入分析

会议材料 注意保管

单位：亿元

2022年1-12月

2023年1-12月





研发支出分析

单位：亿元		2023年1-12月合并研发支出（不含上汽大众、上汽通用研发支出）			
	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	45.44	0.00	45.44	0.00
开发支出	32.78	174.69	33.34	138.21	35.63
合计	32.78	220.13	33.34	183.65	35.63
占营业收入		3.03%		2.53%	

单位：亿元		2023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	23.99	0.00	23.99	0.00
开发支出	27.09	26.02	22.78	1.02	29.31
合计	27.09	50.01	22.78	25.01	29.31
占营业收入		4.06%		2.03%	



目录

CONTENTS



01 2023年经营业绩回顾

- 国内车市简析
- 公司经营概况
- 主要财务数据



02 2024年公司经营展望

24°

市场趋势

- 电动化和智能化的长期趋势已确立
- 但演进节奏将遵循“波浪式前进、螺旋式上升”的发展规律



竞争态势

- 行业“内卷”仍将持续，“快鱼吃慢鱼”
- 市场出清过程中，份额将更加向头部企业集中



产业升级

- **关键技术突破**：800V高压、半固态/全固态电池、大算力芯片、整车操作系统、AI大模型
- **把握海外市场**：助力中国车企提升销量规模和盈利能力，展现国际竞争力、提高品牌影响力



竞争胜出的关键：提升成本竞争力、缩短开发周期、加快软件迭代、提高响应速度、开拓海外市场

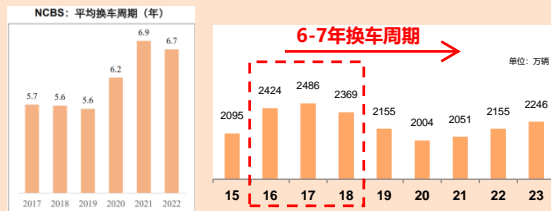
1 预计宏观经济回升向好，居民消费信心逐渐恢复

促消费、稳增长政策持续推进

2 “鼓励汽车、家电等传统消费品以旧换新，推动耐用消费品以旧换新。”

据SIC测算，2023年国III及以下汽车保有量~3647万台，国IV保有量~9423万台。

2015-2017年上一轮购车高峰进入置换阶段






1 国内行业价格竞争持续激烈，可能引发市场波动，影响汽车消费需求恢复的节奏

“保险/现金补贴” “电比油低” “油比电强”



2 部分海外区域市场实施贸易保护措施，可能对我国整车出口造成不利影响

-  欧盟对中国进口电动汽车反补贴调查
-  美国对中国制造联网汽车开展审查
-  巴西终止电动汽车进口免税并逐步提高关税





2024年国内汽车市场需求及出口预测

会议材料 注意保管

	全年预测 (万辆)	同比增减
整体市场	2680	3%
其中：乘用车	2300	2.3%
商用车	380	8.6%
新能源	1080	30%
出口	550	10%

围绕“上汽新能源汽车发展三年行动计划”，抓好市场开拓、营销变革、提质增效

产品端

紧紧围绕用户体验和需求场景，创新产品概念、精准产品定义，充分发挥DMH超级混动、“中央计算+区域控制”银河全栈3.0智能车解决方案、整车中央协同运动控制平台（VMC）等行业领先技术优势，打造更具竞争力的智驾、智舱体验，并通过提升“软件定义汽车”能力，实现产品的快速迭代升级

营销端

紧紧围绕流量经济的大背景，创新传播方式，高质量输出传播内容，加快形成流量数据的闭环管理，用好新媒体手段实现对目标用户的精准传播，更好地引流聚流，着力提升流量向销量的转化效率

组织端

紧紧围绕市场竞争的新态势，打通产品和营销两端，将产品开发与市场表现紧密挂钩，建立相应的激励约束机制，实现产品全生命周期的闭环管理；推进组织扁平化，加快市场响应速度



股票简称：上汽集团

股票代码：600104

问 答 环 节

Q&A SESSION



股票简称：上汽集团

股票代码：600104

上海汽车集团股份有限公司

2023年年报业绩说明会

2024年4月1日 中国·上海