



上海汽车集团股份有限公司

2016年中期业绩介绍会

2016年8月25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

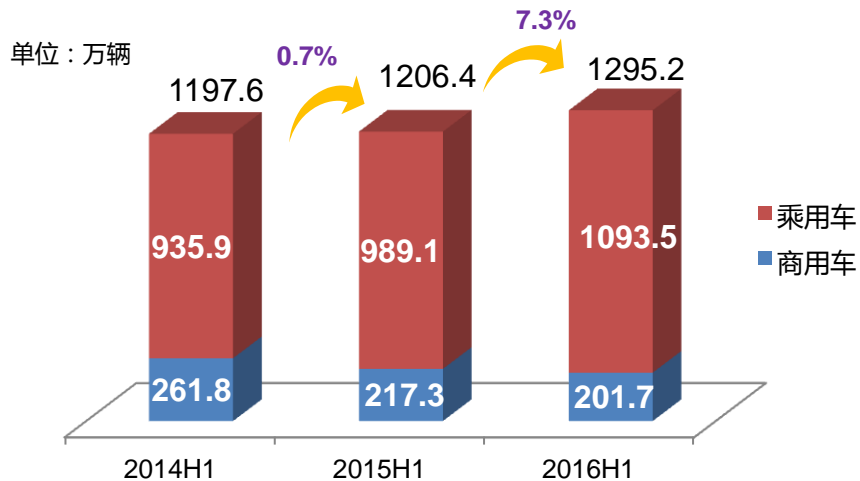


业绩情况



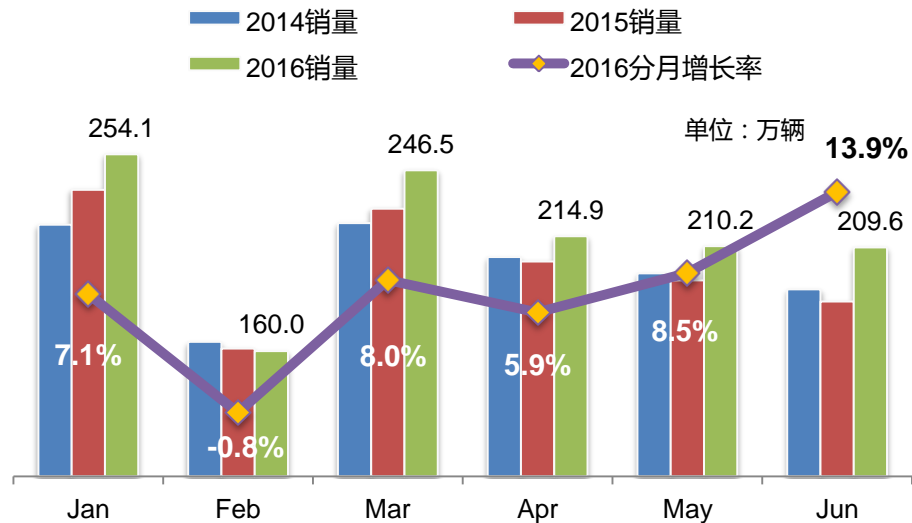
一、2016年上半年国内市场-总体情况

上半年国内车市平稳增长



➤ 上半年，国内汽车市场呈现平稳增长的走势，销量达到1295.2万辆，同比增长7.3%；小排量汽车购置税减半刺激政策带来的增长效应仍在延续，但力度有所减弱。

月度销量增速稳步提升



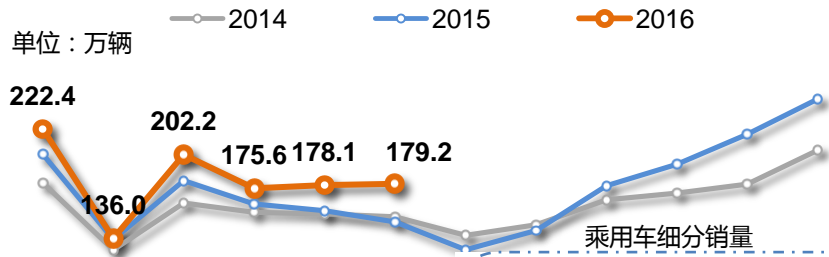
➤ 上半年，国内汽车月度销量增速稳步提升；2季度由于去年同期基数较低的原因，同比有较大幅度的增长。



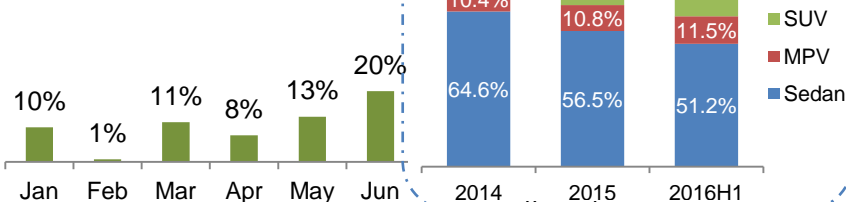
一、2016年上半年国内市场车-细分情况

乘用车市场增速显著回升

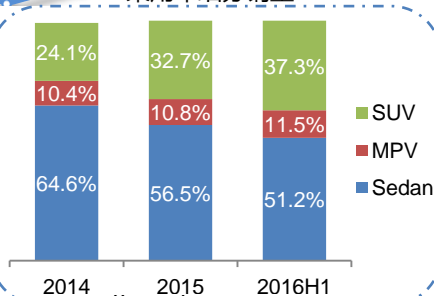
1-6月国内乘用车市场销量



1-6月国内乘用车月度销量增幅



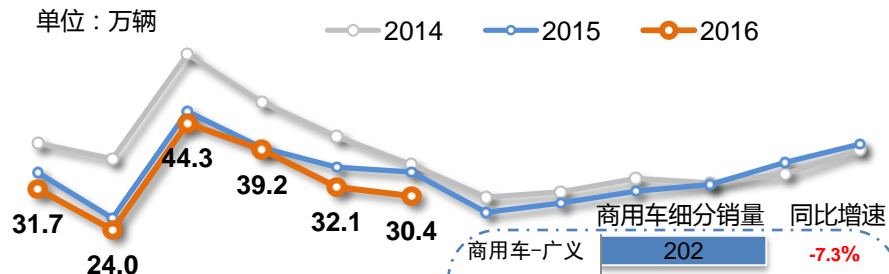
乘用车细分销量



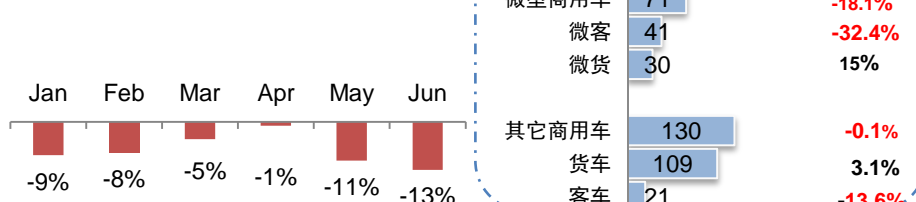
➢ 上半年，国内乘用车销量1093.5万辆，同比增长10.6%，月度销量增速显著回升。轿车市场份额继续下滑，SUV市场持续火爆，15万元以下SUV紧凑型产品成为增长主力。

商用车市场下滑幅度逐月增大

1-6月国内商用车市场销量



1-6月国内商用车月度销量增幅



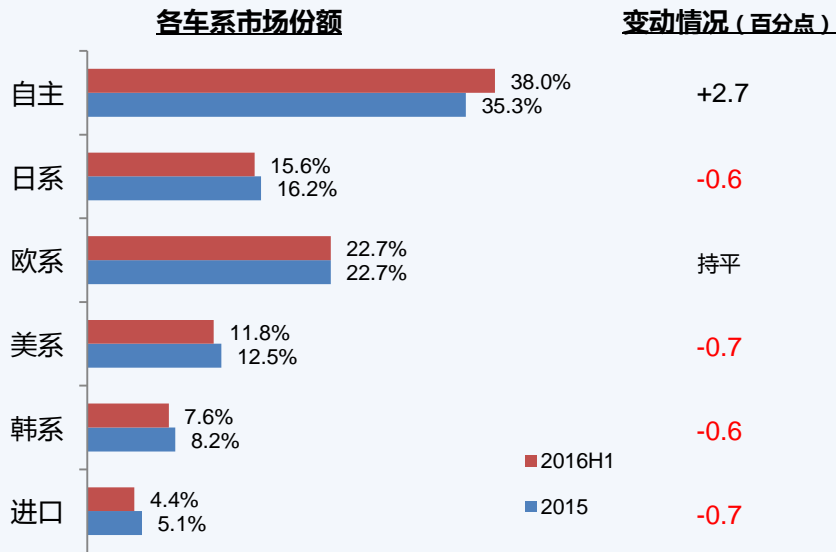
商用车细分销量	销量	同比增速
商用车-广义	202	-7.3%
微型商用车	71	-18.1%
微客	41	-32.4%
微货	30	15%
其它商用车	130	-0.1%
货车	109	3.1%
客车	21	-13.6%

➢ 上半年，国内商用车销量为201.7万辆，同比下滑7.3%。一方面和经济下滑传导至生产端有关；另一方面，微客需求升级和轻客新安全标准出台也是重要原因。



一、2016年上半年国内市场-情况关注

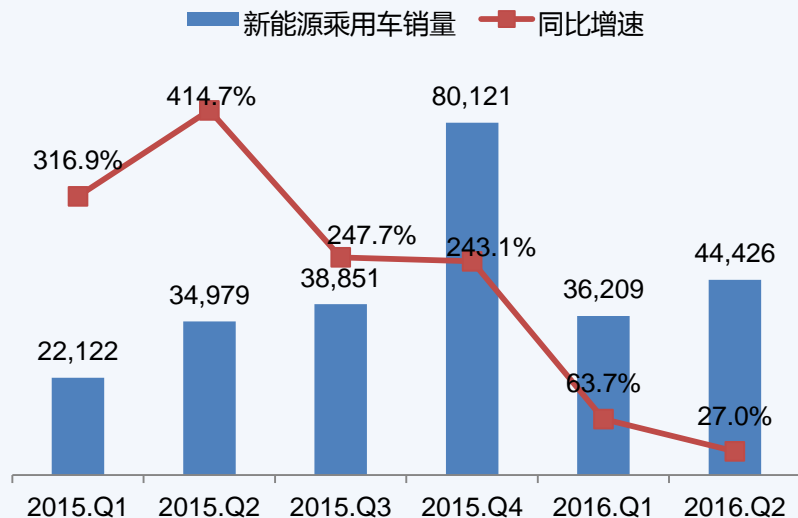
自主品牌市场份额显著增长



1

上半年，受益于小型SUV的热销，自主品牌乘用车份额继续增长，达到38%，为历史最高水平；欧系乘用车市场份额持平，其他车系市场份额均下滑。

新能源乘用车增速回落



数据来源：乘联会；注：统计数据仅含纯电动和插电式混合动力车型

2

上半年，新能源乘用车销量增速大幅回落，一季度增速63.7%，二季度增速仅为27%，表现低于年初市场预期，与补贴政策细则落地较晚以及加强查处骗补有关。

二、上汽集团整车销售-总体情况



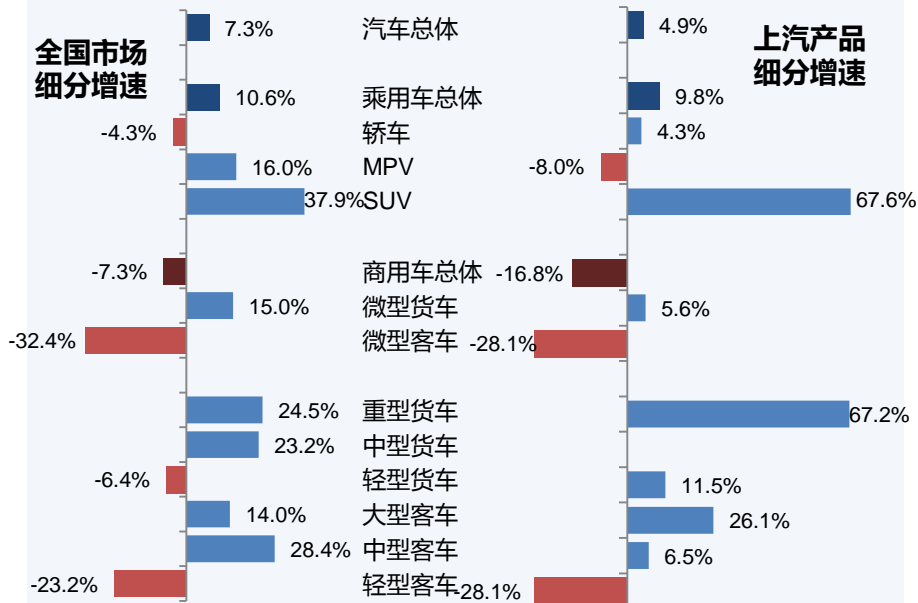
单位：万辆

	类型	1-6月 完成	同比 增减
乘用车	乘用车公司	11.0	60.8%
	上汽大众	97.0	2.9%
	上汽通用	83.4	4.1%
	上汽通用五菱乘用车	63.5	24.%
	上汽大通乘用车	0.8	31.2%
	上汽正大	0.4	248.6%
	小计		256.1
商用车	上汽通用五菱商用车	37.7	-20.3%
	上汽大通商用车	1.4	41.7%
	上汽依维柯红岩	0.8	67.2%
	上海申沃	0.1	17.7%
	南京依维柯	4.1	0.21%
	小计		44.1
整车总计（含出口）		300.2	4.9%

二、上汽集团保持国内市场领先优势



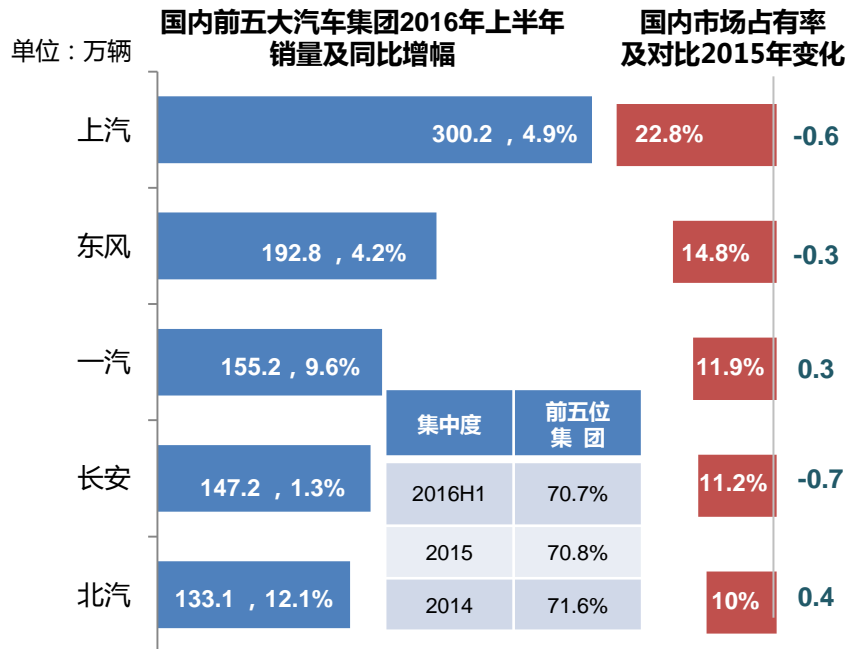
国内市场与上汽集团细分增速对比



注：全国汽车市场销量不含出口

➤上半年，上汽集团SUV细分市场增速达67.6%，重型货车增速为67.2%，轿车增速4.3%，高于国内市场平均水平。

上汽集团继续保持行业领先地位



➤上半年，上汽集团与主要竞争对手的领先优势进一步扩大。但市场占有率对比2015年底略有下滑。国内前五大汽车集团市场集中度与去年基本持平。

三、业务情况—自主品牌整车



上汽自主品牌快速崛起

◆上汽乘用车



ROEWE 荣威



MORRIS GARAGES
发现你的不同

- 提升终端营销能力，同时加大一级网络渠道开拓和二级网络下探，并且积极探索电商营销，取得了明显成效。
- 荣威“350+360”双车战略成效明显；名爵锐腾新增中高配手动挡车型，增强在细分市场竞争力。
- 国内首款量产互联网汽车荣威RX5上市，市场反应热烈，预购订单踊跃。



荣威RX5

国内销量	2015H1	2016H1	增幅
上汽乘用车*	68,198	109,688	60.8%
上汽大通	15,681	21,598	37.7%

◆上汽大通



- 面对国内轻客市场整体下滑的趋势，通过满足用户多样化的需求，着力打造产品差异化优势；同时加大新能源产品和海外市场拓展。上半年整车出口3795台，同比增长115%
- 研究“互联网+大数据+智能制造”发展趋势下的商用车定制化业务体系，积极探索C2B定制化业务发展方向。



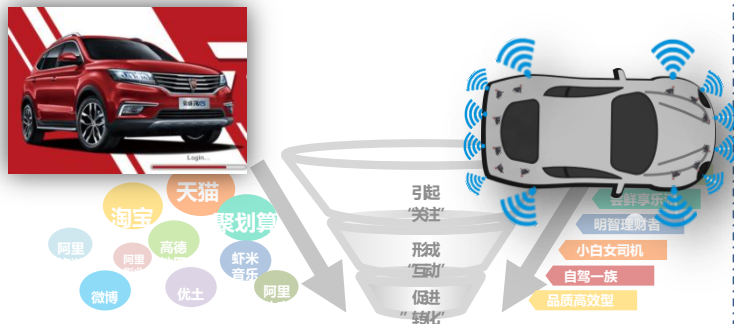
大通G10

三、业务情况-公司自主创新与新能源汽车



自主创新加快植入互联智能基因

- 以互联网汽车为突破，加快构建基于移动服务的生态圈，完成阿里和上汽集团线上线下优势资源的集成。
- 集中资源重点突破自动驾驶和自动泊车的关键技术。有序推进智能驾驶研发工作，通过自主控制算法原理开发，实现智能驾驶车辆的巡线行走、自动泊车功能。

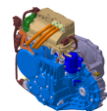


新能源车在市场端与研发端齐发力

- 上半年，上汽乘用车新能源汽车销售9,231台，同比增长1.6倍；上汽大通新能源汽车销售767台，同比增长7倍。
- 插电强混版互联网汽车eRX5、新一代纯电动轿车以及第二代电驱变速箱研发项目取得积极进展。
- 燃料电池汽车的电池系统、电堆及核心零部件加快改进升级，搭载新型电堆的荣威950燃料电池车完成上汽燃料电池车研发史上首次冬季试验。



eRX5



第二代EDU





荣威950燃料电池车

三、业务情况——主要合资整车企业



上汽大众销量保持平稳增长

单位：万辆			总体销量
2015H1	80.50	13.78	94.28
2016H1	81.81	15.19	97.00
增幅	+1.6%	+10.2%	+2.9%

- 深挖营销潜力，采取多样化促销组合，优化产品的销售结构。
- 积极推进电商销售，尤其是加快营销网络向三四五线城市下沉。
- 进一步增强产销联动，保证库存结构合理可控。



全新途安



新帕萨特






新速派

三、业务情况——主要合资整车企业（续）



上汽通用积极应对市场挑战

单位：万辆	 CHEVROLET			总体销量
2015H1	31.69	44.72	3.77	80.18
2016H1	21.79	56.90	4.74	83.43
增幅	-31.2%	+27.2%	+25.7%	4.1%

- 别克品牌表现优异，同比增长27.2%，远超市场平均水平，担当起中流砥柱的重任。
- 凯迪拉克品牌表现稳健，同比增长25.7%，XT5和CT6两款新品对品牌形象提升起到积极作用。
- 细分市场竞争更为激烈，雪佛兰品牌销量下滑明显。



新君越



XT5



CT6





迈瑞宝XL

三、业务情况——主要合资整车企业（续）



上汽通用五菱销量结构持续优化

单位：万辆	 五菱	 宝骏	总体销量
2015H1	80.31	18.30	98.61
2016H1	68.14	33.11	101.25
增幅	-15.2%	+80.9%	+2.7%

- 面对微车市场持续萎缩的不利形势，主动调整产销结构，加大乘用车产品投放。
- 深挖千万底盘用户升级需求，注重口碑营销，不断强化五菱和宝骏亲民可靠的品牌形象。
- 继续发挥网络布局的重要优势，在逐步提升网络质量的同时，继续推进网络下沉，县级网络覆盖率已近80%。



宝骏560



宝骏730



五菱宏光S

三、业务情况——零部件板块



零部件业务提升能级、扩大市场

紧密零部件

- 上汽变速器的双离合自动变速器、EDU电驱变速器业务快速增长，进一步加快产品转型的步伐，同时也为业内整车客户产品升级和业外市场拓展，提供了有力支持。
- 联合电子新兴业务大幅提升，其中电力驱动、变速箱控制等均实现了翻倍增长。



UAES

独立供应零部件

- 坚持“中性化、零级化、全球化”的发展战略，一方面跟踪业内整车客户需求，切实保障供应链安全，为热销车型的市场供应提供坚实保障；另一方面，加快海外并购后的整合，积极拓展业外和海外市场。上半年业外市场占比达43%，海外业务实现两位数增长。
- 继续优化新能源驱动电机和控制器产品性能、丰富产品系列，积极争取进入主力合资品牌市场。



三、业务情况-汽车金融板块

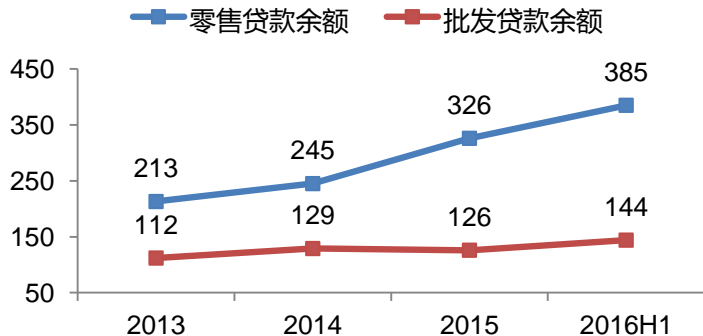


汽车金融业务快速发展

- 2016年上半年，设立上汽金控管理公司，搭建上汽金融业务的投资平台和管理平台，加快构建上汽产融结合的生态圈，为产业链提供全方位金融服务。
- 上汽财务公司和上汽保险销售公司以创新方式制定互联网汽车金融支持综合方案，促进互联网汽车营销推广，进一步推进上汽金融业务的协同发展。
- 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稳步增长。

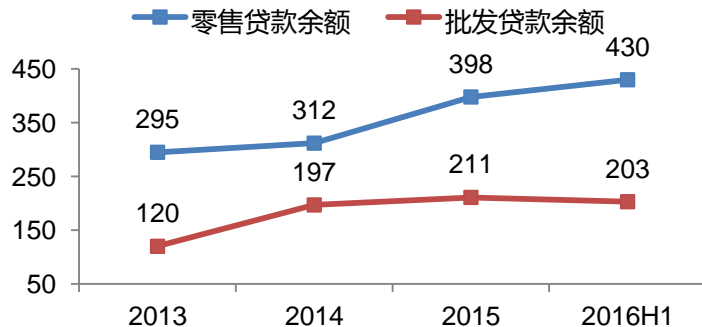
上汽财务公司贷款余额变化

(单位: 亿元)



上汽通用金融公司贷款余额变化

(单位: 亿元)



三、业务情况-服务贸易板块



汽车服务贸易创新业务

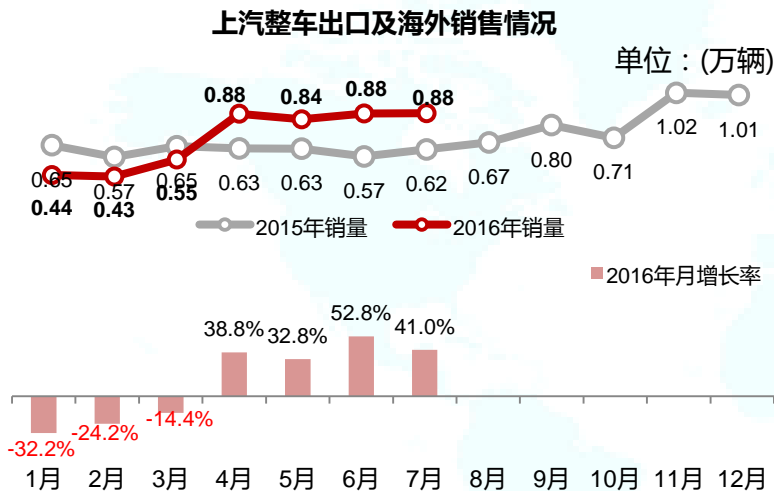
- 2016年上半年，上汽集团继续在产业链后端加快发展创新业务，围绕互联网电商、共享经济、新能源使用等方面构建创新发展生态圈。
- 重组优化车享平台，进一步完善和深化市场化运作，同时加快拓展“车享家”线下网络布局，打通线上与线下资源，加快建设以用户为中心的业务生态圈。
- 新能源分时租赁业务整合资源，成立“环球车享汽车租赁有限公司”，立足全国、面向全球，目标是要打造成为全球最大的新能源汽车分时租赁运营服务企业。
- 加快新能源充电桩和配套信息平台建设，上半年已建成并投入使用有1500多根充电桩，对应充电网点85个，移动端APP和微信内嵌应用均实现线上运行。



三、业务情况-海外经营



整车出口与海外销售



- 上半年，全球经济复苏乏力，汽车市场需求不振，全国整车出口销量34.2万辆，同比下降18.9%；上汽集团出口量居全国第一，达到40,172辆，同比增长15.7%，海外基地产品销量超过4000辆。

跨国经营

进一步完善集团层面管理架构，成立国际经营指导委员会，设立国际经营业务板块，优化国际业务部管理职能，统筹规划、统一管理。

- **加快推进上汽国际业务转型** 以打造“上汽通商”为目标，定位为CBU整车、KD代工模式，成为海外营销价值链的投融资主体和国际贸易公共平台。
- **完善海外基地的管理模式** 调整充实对海外基地运营的管理支持体系，增强协同效应。
- **稳步推进重点海外项目** 积极推进印尼项目并正式启动伊朗KD项目合作。





财务情况



一、2016年半年度主要财务指标（一）

	2016年1-6月	2015年1-6月	同比增减（%）
销量（万辆）	300.18	286.21	4.88
营业总收入（亿元）	3512.65	3236.15	8.54
净利润（亿元）	213.14	199.05	7.08
归母净利润（亿元）	150.60	141.65	6.32
基本每股收益（元）	1.366	1.285	6.30
扣除非经常性损益后基本每股收益（元）	1.267	1.245	1.77
每股经营活动产生的现金净流量（元）	-0.439	1.066	-141.16
经营活动产生的现金净流量（亿元）	-48.37	117.52	-141.16
净资产收益率（加权）（%）	8.34	8.56	下降0.22个百分点



一、2016年半年度主要财务指标（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）	5,150.91	5,116.31	0.68
所有者权益（亿元）	2,169.23	2,109.17	2.85
归属于母公司 所有者权益（亿元）	1,758.97	1,751.29	0.44
每股净资产（元）	15.95	15.88	0.44
资产负债率（%）	57.89%	58.78%	减少0.89个百分点



二、业务分部企业名单

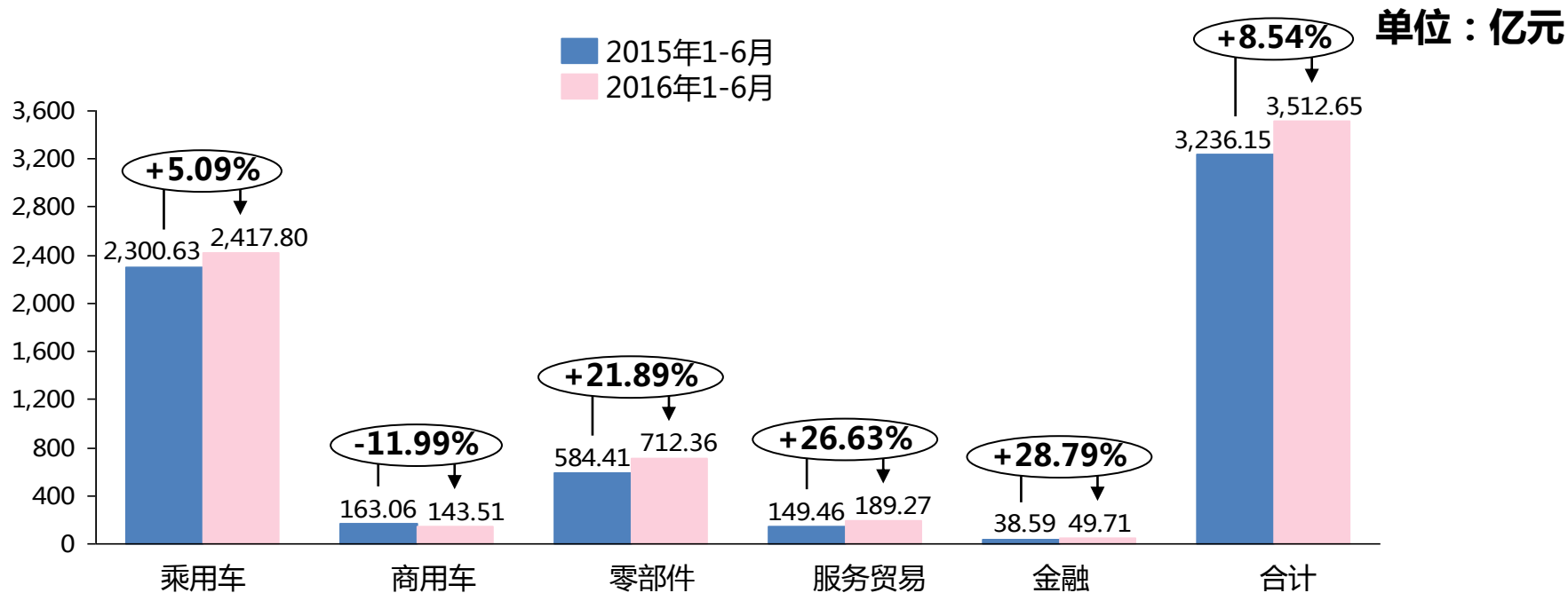
	合并范围内企业		权益法核算企业	
整车	乘用车分公司	大众销售	上汽大众	上汽通用
	乘用车技术中心	通用销售	申沃	通用东岳
	南汽	上汽通用五菱	上汽依维柯	通用东岳动力
	上汽英国控股公司	彭浦	上汽依维柯红岩	通用北盛
	商用车技术中心	唐山客车	泛亚	青岛清洁能源客车
	上汽大通	上汽正大	南维柯	万向新能源客车
零部件	上汽变速器		联合电子	新源动力
	上柴		大众动力总成	捷能
	中联电子		大众变速器	
	联创		上汽菲亚特动力	
	华域（2015年7月起合并延锋内饰海外业务）		捷新动力电池	
	极能		中发联	

二、业务分部企业名单（续）



	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（2015年4月起合并安吉零部件物流公司） 中汽投资 北京公司 汽车报 进出口 尚元投资 销售公司 活动中心	资产经营 工业香港 北美公司 尚鸿置业 卢森堡 新能源销售（深圳）公司 环球车享 赛可租赁	
金融投资	上汽财务公司 上汽香港 股权投资公司 金控公司	上汽保险 投资管理公司 安吉租赁	

三、合并营业总收入分部分析 —按业务分类

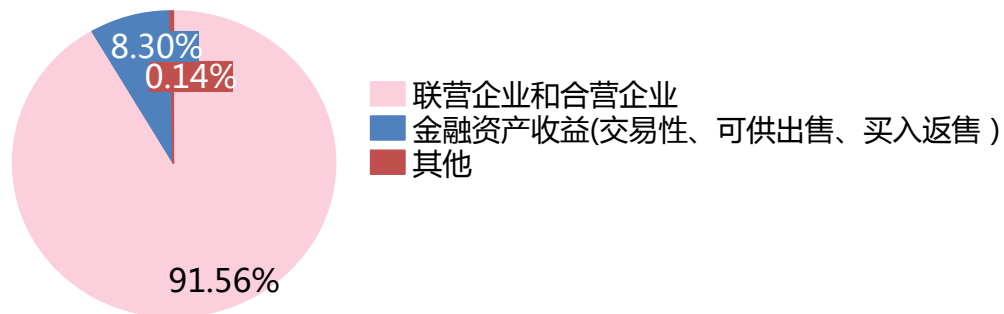


1、本图系根据合并报表营业总收入的业务分类。

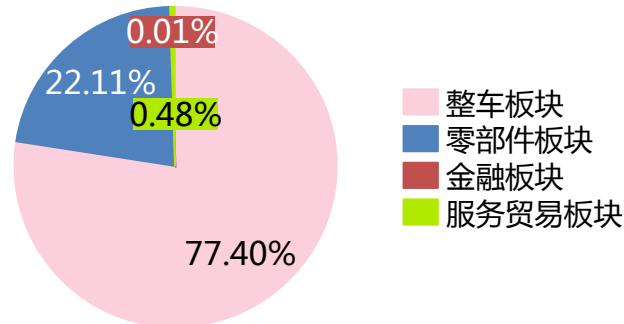


三、投资收益分析

2016年1-6月投资收益组成 (按性质)



2016年1-6月投资收益中的联营和合营企业分析



按性质	单位：万元
联营企业和合营企业	1,320,095
金融资产收益 (包含交易性、可供出售和买入返售)	118,512
其他	3,192
合计	1,441,798

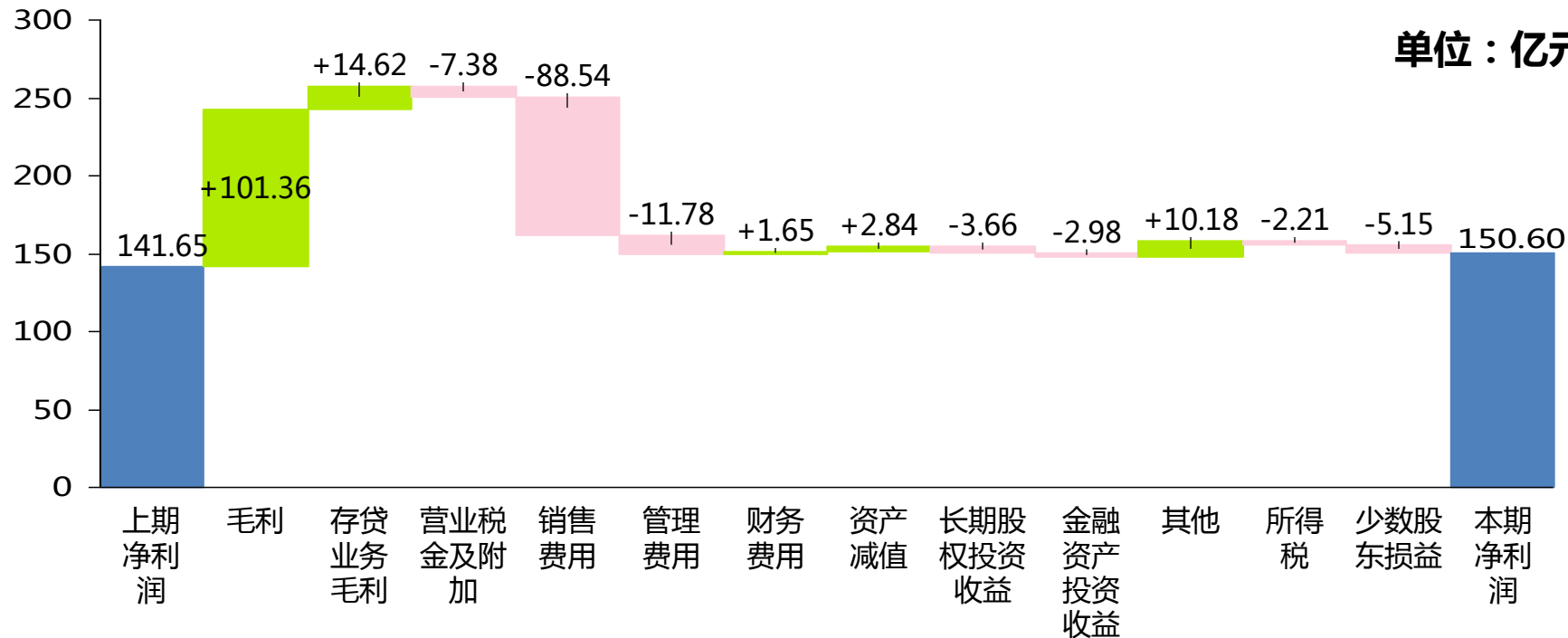
对联营企业和合营企业分析	单位：万元
整车板块	1,021,746
零部件板块	291,844
金融板块	173
服务贸易板块	6,331
合计	1,320,095

注：1. 本图系对2016年1-6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，其他收益为税前收益。



四、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。

五、研发支出分析



单位：亿元

2016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	6.75	0.00	6.75	0.00
开发支出	0.04	34.53	0.00	34.51	0.06
合计	0.04	41.28	0.00	41.26	0.06
占营业收入(%)		1.19%		1.19%	

2016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	6.17	0.00	6.17	0.00
开发支出	0.00	16.73	0.00	16.73	0.00
合计	0.00	22.90	0.00	22.90	0.00
占营业收入(%)		21.05%		21.05%	



第一部分 上半年业绩回顾

第二部分 下半年经营展望

国内汽车市场总体平稳，结构分化明显，竞争日趋激烈

有利因素

- 购置税优惠政策的效果将继续保持，同时新产品继续放量，市场拉动有望增强。
- 新能源车补贴、黄标车及老旧车淘汰、公车改革等政策年内将继续推进，利好市场销售。
- 积极的财政政策会对商用车市场发展带来一定增长机遇。

不利因素

- 国内经济下行压力加大，对汽车市场的支持力度有所减弱，对消费者信心和购买力提升产生影响。
- 各企业新品持续投放，市场竞争更趋激烈，经销商盈利下滑，渠道稳定性面临挑战。

预计今年全年国内汽车销量在2,685万辆左右，同比增长7%。其中，预计乘用车销量在2,285万辆左右，同比增长约9%；商用车销量在400万辆左右，同比下降约3.7%。

基于全年任务的下半年主要工作



全年的工作主基调：稳重求进，重在求进

1

抓当前、拓市场，努力提升经济运行质量和效益，为创新转型夯实基础

2

抓长远、谋全局，扎实推进“十三五”战略项目，为创新转型拓展空间

3

抓改革，求突破，着力营造更好的制度环境，为创新转型增添动力



上海汽车集团股份有限公司

2016年中期业绩介绍会

2016年8月25日