



上海汽车集团股份有限公司

2016年度业绩介绍会

2017年4月6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“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 2016年业绩回顾

第二部分 2017年市场预测



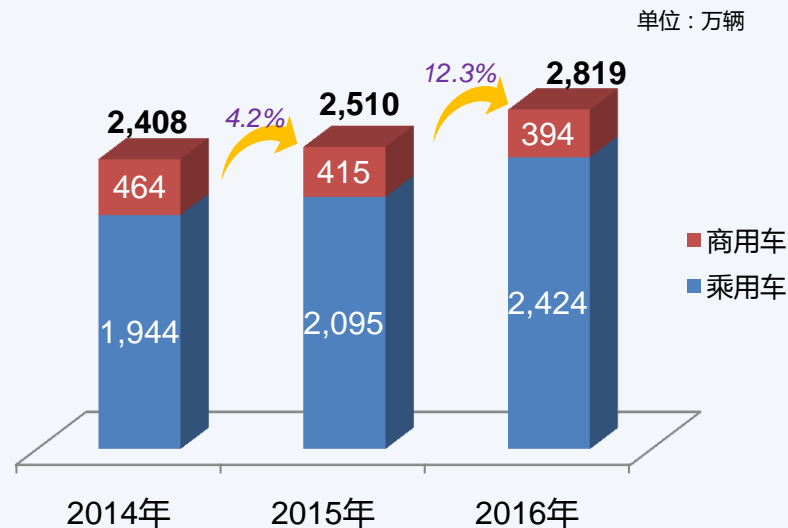
行业情况



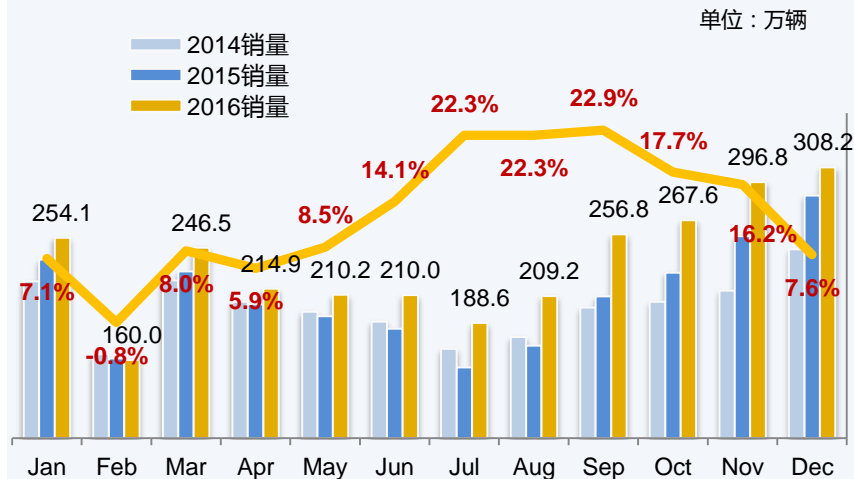


1、2016年国内汽车市场总体情况

国内汽车销量增速再次回升至两位数水平



国内汽车市场走势跌宕起伏、前抑后扬



(数据来源：中汽协、乘联会、公司)

1

2016年，国内汽车销量达2818.7万辆，同比增长12.3%，增幅较上年显著提升。国内车市出现出乎意料的快速增长主要是受到鼓励消费政策的影响，国内经济逐步企稳也提供了环境支持。

2

2016年，全年汽车销量呈现前抑后扬，小排量汽车购置税减半优惠政策对车市的影响大大超出年初预期；特别6月份以后，在优惠政策或将退坡的预期下，导致终端需求快速爆发。

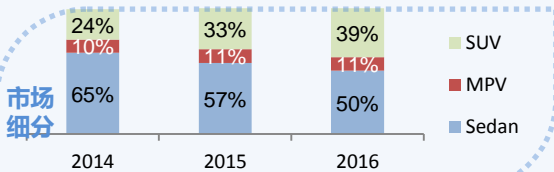
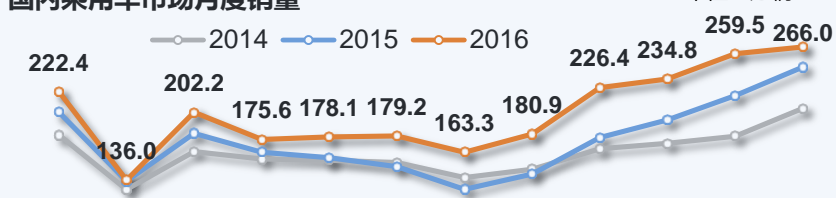


2、2016年国内乘用车与商用车市场

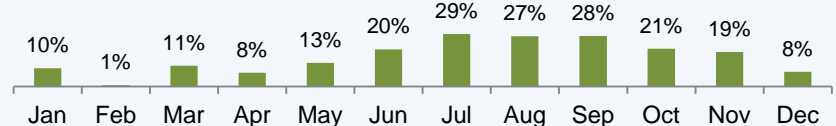
乘用车市场增幅明显，SUV份额继续提升

国内乘用车市场月度销量

单位：万辆



月度销量增幅



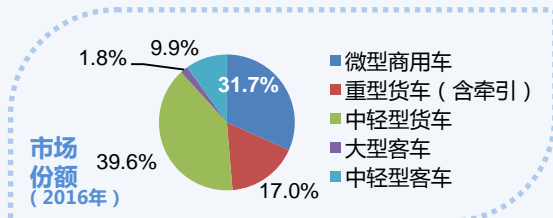
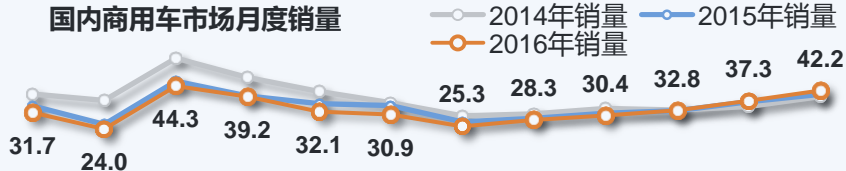
2016年，国内乘用车销量2424.3万辆，增长15.7%，增幅相比2015年增加7.9个百分点；市场结构变化延续前期发展趋势，SUV份额继续稳步提升。

3

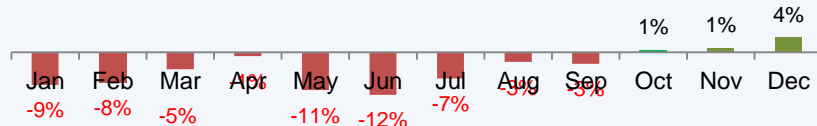
商用车市场降幅收窄，微型车深度下滑

国内商用车市场月度销量

单位：万辆



月度销量增幅



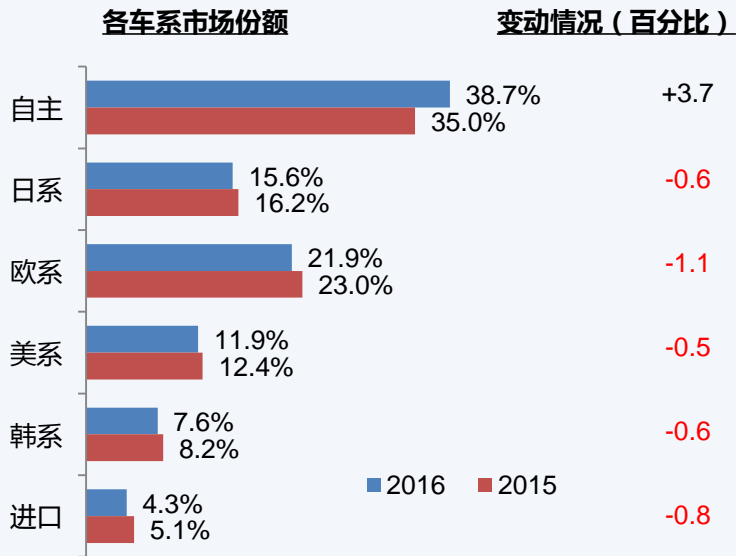
2016年，国内商用车销量394.4万辆，下降5.1%，比2015年降幅收窄5.3个百分点；其中货车同比增长10%，客车同比下降12.7%，微型车市场下滑明显。

4



3、2016年国内汽车市场主要特点

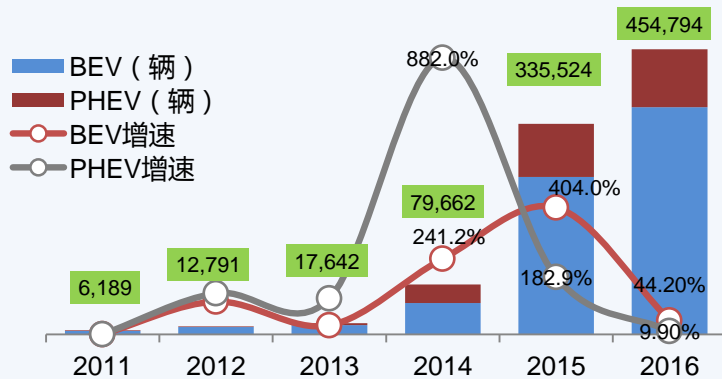
自主品牌市场份额显著提升



5

2016年，自主品牌份额继续增长，接近39%，相比2015年上升近4个百分点。其他车系市场份额均有不同程度下降。

新能源汽车销量增速放慢



BEV比例	90.1%	88.9%	82.8%	62.6%	74.8%	79.6%
PHEV比例	9.9%	11.1%	18.2%	37.4%	25.2%	20.4%

数据来源：中汽协；注：统计数据仅含纯电动和插电式混合动力车型

6

2016年，新能源汽车市场同比增长36%，增速明显放缓。但受部分城市传统车限牌限购等因素影响，新能源车在一二线城市表现依旧抢眼。



公司情况





1、上汽集团整车销售情况

单位：万辆

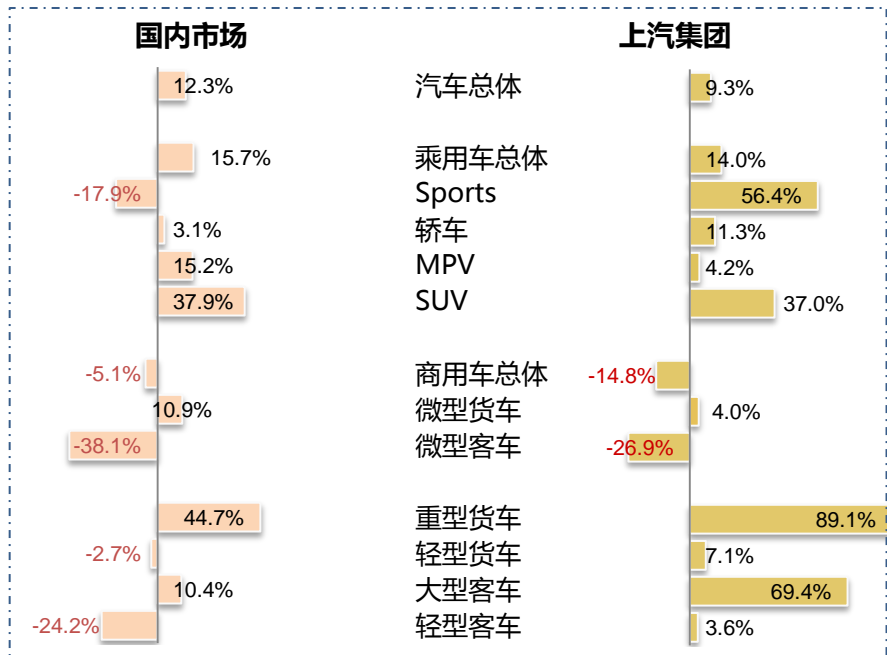
整车企业	2016年	2015年	同比增长
上汽大众	200.1	181.2	10.5%
上汽通用	188.7	175.2	7.7%
上汽乘用车	32.2	17	89.2%
上汽通用五菱	213	204	4.4%
上汽大通	4.6	3.5	31.6%
上海申沃	0.2	0.2	-4.6%
上汽依维柯红岩	1.6	0.9	78.2%
南京依维柯	7.6	7.7	-1.6%
上汽正大	0.9	0.5	77.4%
合计	648.9	590.2	9.95%

- 2016年，上汽集团牢牢把握市场增长机遇，重点新品成功上市，自主品牌实现跨越，合资品牌表现稳健，开启自主合资两翼齐飞发展的新局面。全年实现整车销量648.9万辆，同比增长9.95%
- 上汽自主品牌乘用车和商用车的销量增幅远高于行业平均水平；
- 上汽大众排名国内乘用车销量第一；上汽通用排名国内乘用车销量第二；上汽通用五菱**整车**年销量继续保持全国第一，其乘用车销量成功跻身国内前四。



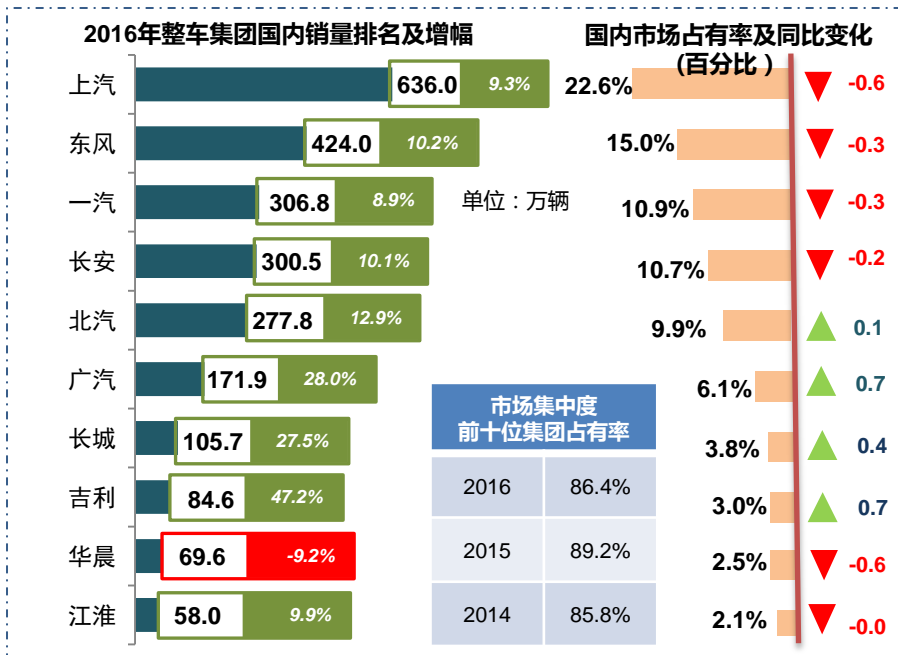
2、上汽集团继续保持国内市场领先优势

上汽集团整车细分增速对比



➤2016年，公司SUV销量增速为37.0%，与行业持平；轿车增速为11.3%。

上汽集团销量继续位居全国首位



➤2016年，公司国内市场占有率达到22.6%。前十大汽车集团集中度有所下降，市场占有率为86.4%。

3、整车业务——上汽自主品牌



上汽自主品牌全力实施创新转型、升级发展战略



上汽乘用车



国内销量	2015	2016	增幅
上汽乘用车*	170,017	321,717	89.23%

* 上汽乘用车包括荣威与MG

单位：辆

- 凭借多款创新产品，尤其是荣威RX5互联网汽车的成功上市，全年突破32万辆，同比增长89%，经过多年积累，上汽自主品牌乘用车实现战略性质的突破。
- 打造互联网汽车的生态圈，构建全新的出行生活服务体系和商业模式；随着名爵ZS和荣威i6两款新品的上市，未来将形成互联网汽车的系列化产品。

荣威RX5—上汽乘用车全球首款量产互联网汽车，产品供不应求，引领市场掀起互联网汽车热潮



上汽大通



国内销量	2015	2016	增幅
上汽大通	35,053	46,123	31.58%

单位：辆

- 上汽大通借力里约奥运会、G20峰会等事件营销，持续提升产品美誉度和品牌知名度，并不断加大在新能源、C2B大规模定制、移动互联、分时租赁等领域的技术创新和商业模式创新，努力打造差异化的竞争优势，全年销量逆势增长32%。



G10



V80



C型房车



T60

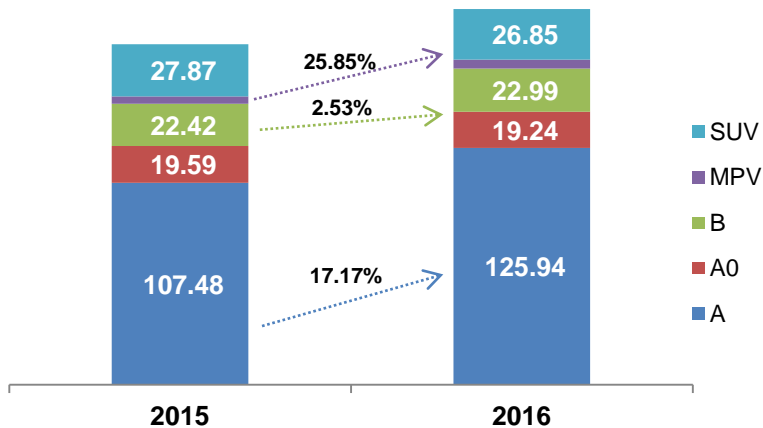
3、整车业务——上汽大众



上汽大众成为全国第一家年销量突破200万辆的乘用车企业

2015-2016年各细分车型销量及增速

单位：万辆



- 2016年，上汽大众在A级轿车细分市场依旧表现优异，在朗逸等车型热销的带动下，同比增长超过17%；MPV 销量同比增长超过25%；B级车销量保持小幅增长；SUV产品略有下降。

单位：辆			总体销量
2015	1,532,009	280,068	1,812,077
2016	1,671,689	330,088	2,001,777
增幅	+9.1%	+17.9%	+10.5%

- **大众品牌** 大众品牌通过全新帕萨特和C级车辉昂的上市，品牌形象得到进一步提升；同时通过抓好朗逸、途观、凌渡等重点产品的销售，持续优化产销结构。
- **斯柯达品牌** 斯柯达品牌的市场表现也有明显改善，销量增速达17.9%。

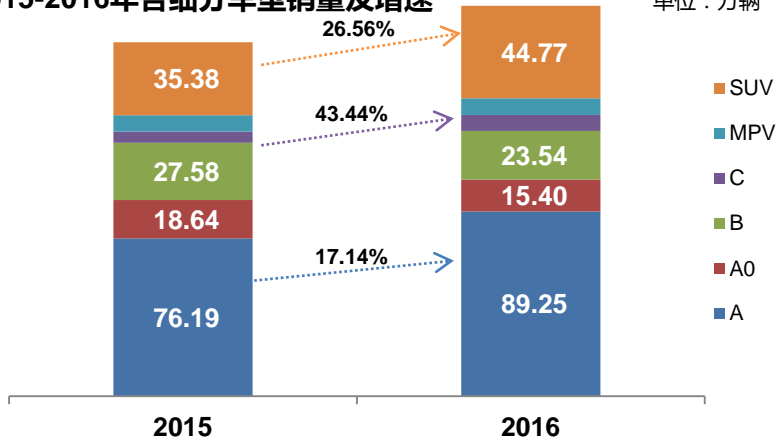
3、整车业务——上汽通用



上汽通用调整优化产品结构，有效扩大中高端品牌产品优势

2015-2016年各细分车型销量及增速

单位：万辆



- 2016年，上汽通用在昂科威热销的带动下，SUV销量同比增长超过27%；C级车在凯迪拉克新车型的带动下，同比大幅增长43%；A级轿车销量同比增长17%，A0级轿车销量下滑。



单位：辆	CHEVROLET		Cadillac	总体销量
2015	636,635	1,035,373	80,007	1,752,015
2016	538,852	1,230,203	118,016	1,887,071
增幅	-15.4%	+18.8%	+47.5%	+7.7%

- 凯迪拉克品牌** 领跑国内豪华品牌第二阵营，重点车型XT5月销已达5000台水平
- 别克品牌** 新君越月销稳步攀升至1万辆水平，昂科威销量排名SUV市场前三，英朗持续热销，有效弥补凯越停产的影响，共同担起了别克品牌中流砥柱的重任
- 雪佛兰品牌** 全年销量有所下滑，努力调整车型改善结构，重点车型“双迈”的月销已经过万，科沃兹月销稳定在万辆以上

3、整车业务——上汽通用五菱



上汽通用五菱优化产品结构，加快向乘用车市场转型

单位：辆	 五菱	 宝骏	总体 销量
2015	1,537,135	502,872	2,040,007
2016	1,369,618	760,559	2,130,177
增幅	-10.9%	+ 51.2%	+4.4%

2016年，微车市场容量大幅萎缩，上汽通用五菱积极应对市场挑战，快速调整产销结构。微车产品继续保持市场领先优势；乘用车宝骏品牌热销，同比增速达51.2%。

- **加快推出乘用车产品** 2016年上汽通用五菱推出宝骏310、宝骏730/560改型车；并在2017年推出全新A0级SUV——宝骏510。



宝骏
730



宝骏
560



宝骏
310

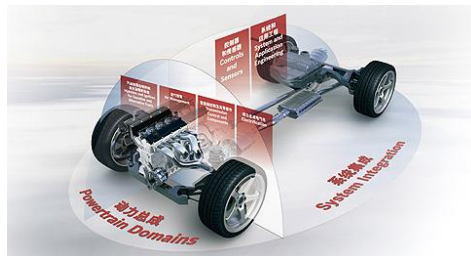
- **积极开拓国际市场业务** 印尼基地已基本完成厂房建设，将在2017年下半年上市第一款车五菱宏光，争取年底投产另一款五菱MPV产品。

4、零部件业务



零部件板块有效保障整车发展，快速响应市场需求

- **上汽变速器**产品覆盖手动变速箱、自动变速箱和新能源汽车变速箱，2016年手动变速器全年销量超过220万台，DCT双离合自动变速器全年销量达到50万台，成为国内最有影响力的变速器企业。
- **联合电子**在发动机管理系统、车身电子等传统优势业务方面快速增长，同时新能源电力电子、电机等新业务更是实现翻倍增长。
- **华域汽车**继续坚持“零级化、中性化、国际化”发展战略，积极推进汽车内饰、轻量化铸铝等核心业务的国际经营，海外业务呈现稳中有升的向好态势。2016年实现归属于上市公司股东的净利润60.76亿元，比上年同期增长16.11%。



5、服务贸易业务



服务贸易板块努力打造行业领先、品牌卓越的汽车服务提供商

- **安吉物流** 2016年实现销售收入185亿元，位列国内物流行业第13位、汽车物流行业第1位。运输商品车超过708万辆，运输总公里数51.2亿公里，市场占有率达31%
- **车享** 深化“车享”电商平台线上电商平台功能建设和线下网店布局，平台日均访问量达50万，全年新增会员300万，车享家服务门店已超过700家，计划2020年形成1万家规模
- **环球车享** 2016年完成e享天开和EVCARD分时租赁业务的合并，成立了环球车享，成为上汽集团汽车共享化的重要载体
- **安悦充电** 成立上汽安悦充电科技有限公司，加快拓展面向全市、进而全国的新能源汽车充电服务体系，目前全国已建成充电桩4450根，计划2020年建设5万个充电桩



6、汽车金融业务

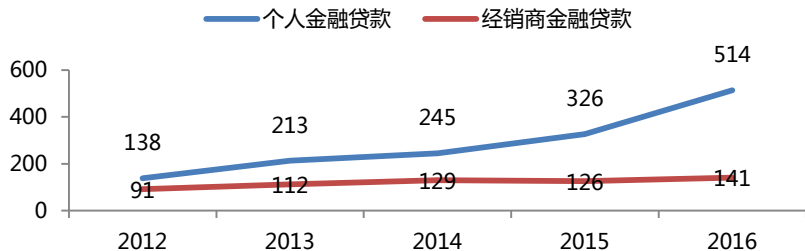


金融板块产融联动，推动上汽金融业务做大做强

上汽财务公司

- 2016年，上汽财务公司汽车金融贷款渗透率达到31.8%
- 2016年，上汽财务公司汽车金融信贷余额同比增长44%；个人零售贷款合同累计新增 69万单，同比增长69%
- 2016年，上汽财务公司汽车金融业务覆盖全国383个城市，2041家经销商

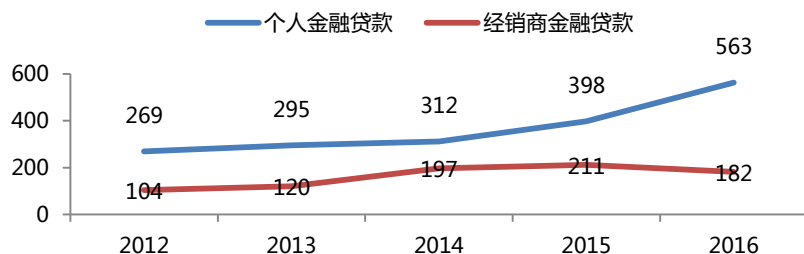
财务公司贷款余额变化 单位：亿元



上汽通用金融公司

- 2016年，上汽通用金融公司贷款渗透率达到29.3%
- 2016年，上汽通用金融公司汽车金融信贷余额同比增长22%；个人零售贷款合同累计新增 82万单，同比增长43%
- 2016年，上汽通用金融公司金融业务覆盖全国350个城市，4895家经销商

通用金融公司贷款余额变化 单位：亿元





7、国际业务拓展

2016年，上汽集团整车出口量居国内行业第一，全年出口12万辆，同比增长50.2%；海外重点区域市场销量再创新高，MG品牌增长20%，Maxus品牌增长53%；同时，在上海自贸区设立上汽国际商贸有限公司，着力开拓中东、南美、东南亚等海外市场。

- 上汽正大2016年实现全年整车销量8706辆，同比增加77.38%；同时，泰国新工厂启动建设
- 印尼基地的整车及零部件园区建设按期推进，计划于2017年下半年建成投产
- 完成收购通用印度工厂的谈判，并正式签署协议



8、纵深推进创新驱动、转型发展战略



围绕“电动化、网联化、智能化、共享化”的趋势，推进创新发展战略

电动化

- 2016年，荣威新能源汽车销售2万辆，同比增加80%；上汽大通新能源汽车销售3619辆，同比增长257%；
- 第一代电驱变速箱EDU已形成批量生产能力，第二代EDU关键技术取得突破，自主开发的电池管理系统实现量产；
- 燃料电池汽车完成了200B电堆在荣威750、950上的国家创新示范工程项目，并启动了300型大功率高密度电堆开发。



网联化

- 第一款全球量产互联网汽车荣威RX5的成功上市，2016年上市5个月销量突破9万辆。
- 建立起车载硬件设施与车载互联网系统的应用开发体系，强化客户体验，提高客户粘度向打造面向未来的自主品牌互联网汽车及其生态圈，迈出了坚实的第一步。



8、纵深推进创新驱动、转型发展战略（续）



围绕“电动化、网联化、智能化、共享化”的趋势，推进创新发展战略

智能化

- 上汽智能驾驶汽车MG IGS 进行了试验场道路模拟测试和高速公路实车测试，总里程超过2万公里
- 积极研究基于5G的通讯技术，探索车与车、车与交通基础设施的通讯，实现了基于LTE-V的V2X功能在荣威RX5上的集成开发
- 启动支持智能驾驶产品开发的算法软件技术自主布局，以及基于具有自主迭代功能的智能汽车整车控制平台的自主开发工作。



共享化

- 环球车享积极探索新商业模式，开发适应共享模式的差异化新能源产品。截止2016年底，累计投放新能源汽车8400辆，建成网点2800个，发展注册会员33万人，业务覆盖城市20个。



9、探索体制机制变革和品牌建设

探索体制机制变革

- 2016年12月，公司非公开发行股票项目获得中国证监会正式批复同意，核心员工持股计划顺利实施。共有2207名核心员工参与持股计划，认购金额合计为11.05亿元，形成企业与员工利益共享、风险共担、责任共当、事业共创的激励约束长效机制。
- 探索建立市场化的经营体制，车享家成功引进外部投资者，完成市场化A轮融资。
- 深化激励机制创新，结合创新业务的发展规律，针对分时租赁、加州创投、股权投资、新能源汽车开发的核心团队，实施业绩分成，探索员工持股、股权激励等激励约束机制。

强化上汽集团品牌建设

- 2016年，上港足球队身披“上汽”战袍，征战全年亚冠、中超和足协杯比赛。
- 2016年，上汽集团冠名“上汽·上海文化广场”深化上汽品牌建设，推进跨界融合，塑造集团品牌形象，并为上汽·上海文化广场提供贵宾接待用车等服务。





财务情况



1、2016年度主要财务指标



	2016年1-12月	2015年1-12月	同比增减(%)
销量(万辆)	648.89	590.19	9.95
合并营业总收入(亿元)	7,564.16	6,704.48	12.82
利润总额(亿元)	504.92	458.10	10.22
归母净利润(亿元)	320.09	297.94	7.43
基本每股收益(元)	2.903	2.702	7.44
扣除非经常性损益后基本每股收益(元)	2.751	2.479	10.97
每股经营活动产生的现金净流量(元)	1.032	2.357	-56.22
经营活动产生的现金净流量(元)	113.77	259.93	-56.23
净资产收益率(加权)(%)	17.53	17.91	减少0.38个百分点

1、2016年度主要财务指标（续）



	本报告期末	上年度期末	本报告期末比 上年度末同比增减（%）
总资产（亿元）	5,906.28	5,129.56	15.14
所有者权益（亿元）	2,350.96	2,109.17	11.49
归属于母公司所有者权益 （亿元）	1,919.21	1,751.29	9.59
每股净资产（元）	17.41	15.88	9.63
资产负债率（%）	60.20%	58.88%	增加1.32个百分点

注：按照财政部颁布的财会[2016]22号《财政部关于印发〈增值税会计处理规定〉的通知》及《企业会计准则第30号-财务报表列报》的要求，上年度期末总资产、总负债、资产负债率已按照本年度财务报表的列报方式进行了重分类。



2、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
	乘用车技术中心	通用销售
	南汽	上汽通用五菱
	上汽英国控股公司	彭浦
	商用车技术中心	唐山客车
	上汽正大	
	上汽大通 (12月31日从南维柯购买了跃进业务) 申沃 (自7月1日起纳入合并范围) 上汽依维柯红岩 (自12月31日起纳入合并范围)	
零部件	上汽变速器	联合电子
	上柴	捷能
	中联电子	大众动力总成
	联创	大众变速器
	华域 (2015年7月起合并延锋内饰海外业务)	上汽菲亚特动力
	汇众 (自2016年1月1日起变更为华域子公司)	捷新动力电池
	极能	中发联 新源动力

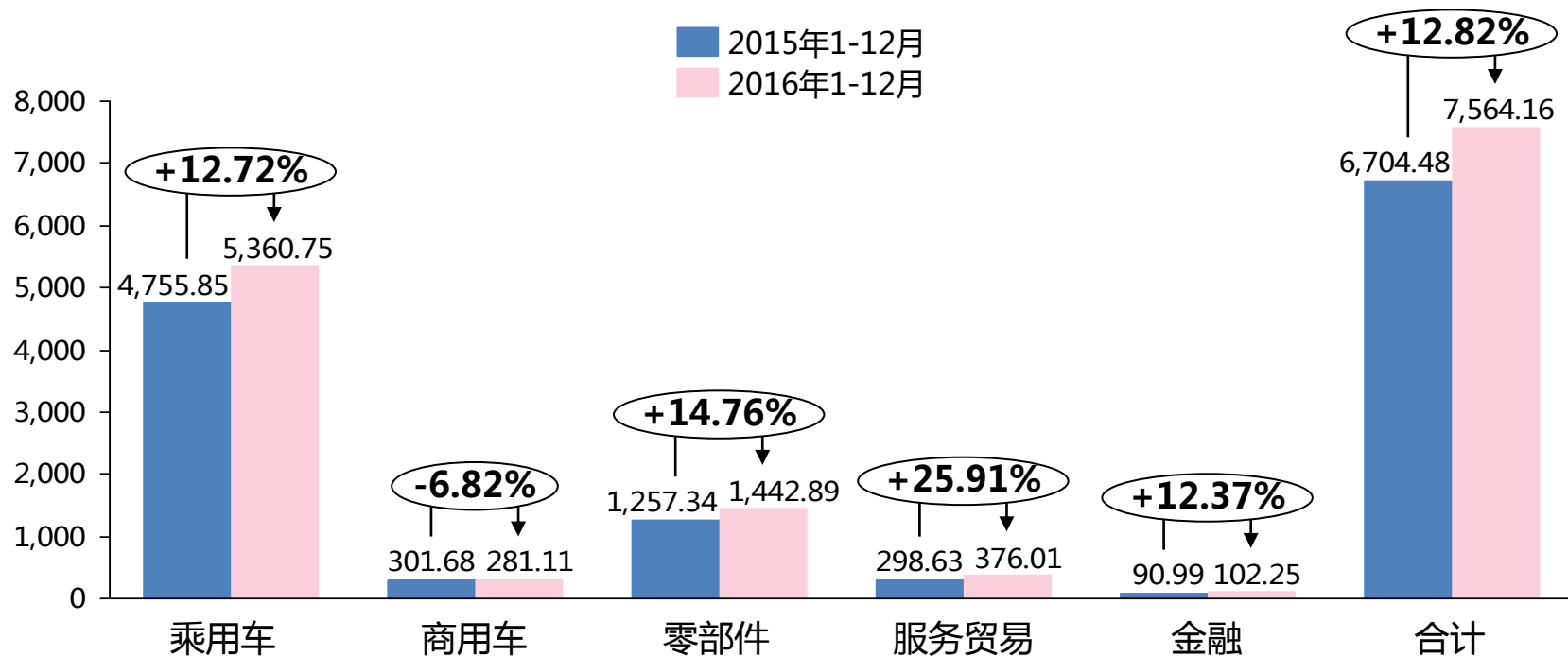


2、业务分部企业名单（续）

	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	
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

3、合并营业总收入分部分析 — 按业务分类

单位：亿元

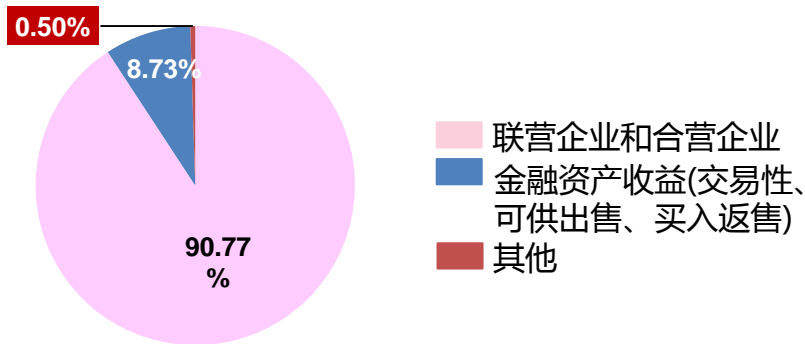


注：本图系根据合并报表营业总收入的业务分类。

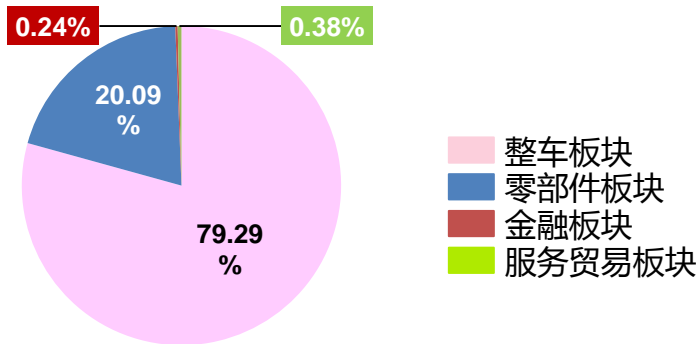


4、投资收益分析

2016年1-12月投资收益组成（按性质）



2016年1-12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	2,775,150
金融资产收益(交易性、可供出售、买入返售)	266,930
其他	15,146
合计	3,057,226

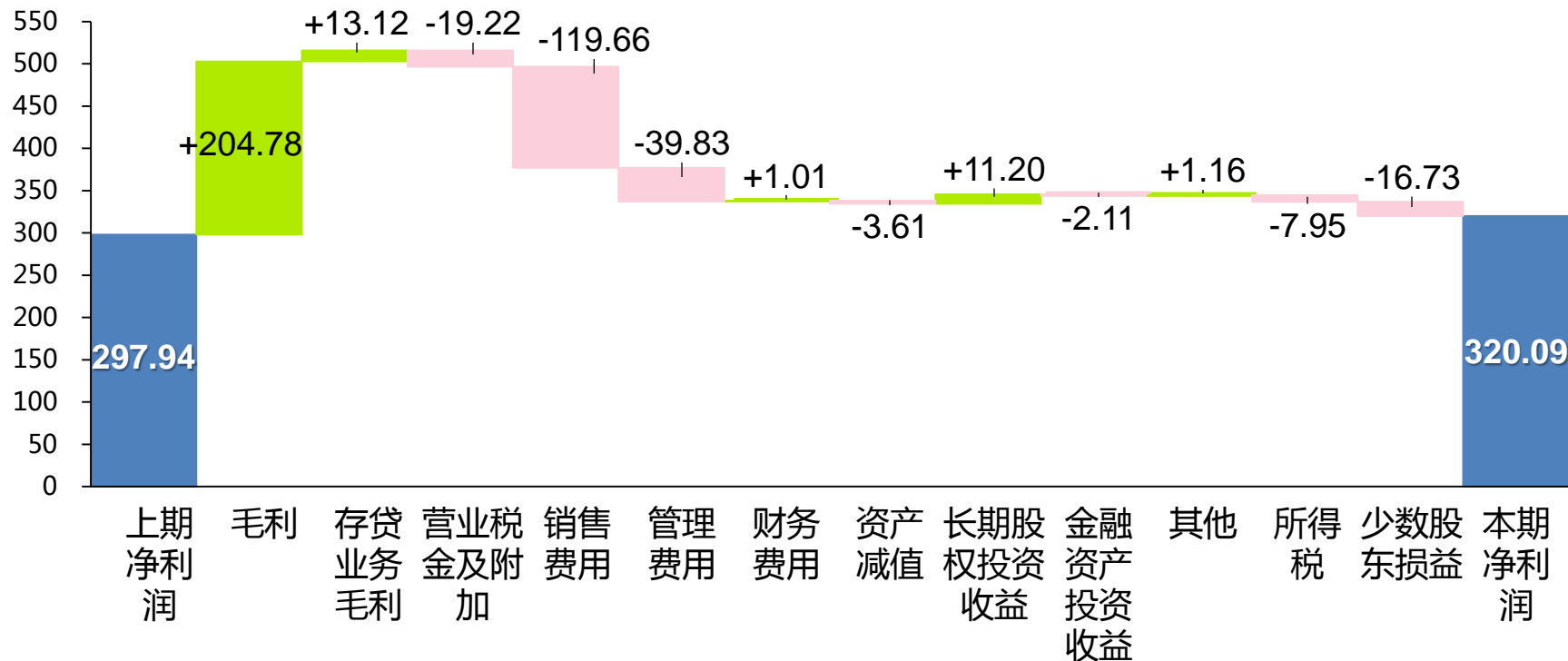
对联营和合营企业分析	单位：万元
整车板块	2,200,428
零部件板块	557,527
金融板块	6,678
服务贸易板块	10,516
合计	2,775,150

注：1. 本图系对2016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，其他收益为税前收益。

5、合并归母净利润增减变动因素分析

单位：亿元



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。

6、研发支出分析

单位：亿元



2016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	17.48	0.00	17.48	0.00
开发支出	0.04	77.33	0.00	76.62	0.75
合计	0.04	94.81	0.00	94.10	0.75
占营业收入 (%)		1.27%		1.26%	

2016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	12.40	0.00	12.40	0.00
开发支出	0.00	36.14	0.00	36.14	0.00
合计	0.00	48.54	0.00	48.54	0.00
占营业收入 (%)		14.48%		14.48%	



第一部分 2016年业绩回顾

第二部分 2017年市场预测

谨慎，预计2017年国内汽车市场低速平稳增长

- 目前中国经济隐现“L型”，有企稳迹象，经济结构调整已经初见成效，对未来经济增长的信心开始恢复；
- 小排量乘用车购置税政策虽然退坡，但仍然延续，将会在下半年发挥影响；
- 二手车限迁政策将在2017年全面解禁，预计将促进二手车交易量，影响强于2016年；
- 90后消费者开始成为购车潜在人群，环保理念和消费理念会产生新的需求，会对新能源及智能汽车的需求增加，推动产业的升级和更替。

有利因素

不利因素

- 国际环境不确定性大幅增加，英国脱欧及特朗普上台助推了贸易保护趋势，人民币汇率和进出口面临很大挑战；
- 宏观经济面对的不利因素仍然较多，房地产和汽车的下拉力度最大，通胀压力抬升，货币政策开始转向，流动性将逐渐收紧；
- 小排量车购置税优惠减少，新能源车补贴退坡，燃油车排放标准、油耗指标不断升级，逐步推行企业碳排放限额等相关措施，均会增加成本压力；
- 2017年消费环境全面弱于2016年，居民收入以及贷款增长的放缓，股市和房地产增长放缓也将影响消费信心。

	2016年 销量（万辆）	2017年预计 销量（万辆）	预计同比 增长（%）
乘用车	2424.3	2550	5.0%
商用车	394.4	380	-3.8%
汽车总计	2818.7	2930	3.7%

公司2017年主要重点工作



1 抓住新品上市机遇，持续优化产销结构；自主品牌发挥好新能源和互联网产品优势

2 研发端和市场端持续发力，以技术突破打造创新产品，以模式创新带动业务转型

3 完善国际经营体系，加强多方资源协同，全面提升海外业务能力

4 加强人才队伍建设，提高内控管理水平，积极履行社会责任

5 围绕公司价值和品牌建设，完善对投资者和公众的传播体系，进一步加强市值管理工作。



上海汽车集团股份有限公司

2016年度业绩介绍会

2017年4月6日