

公司代码：600104

公司简称：上汽集团

上海汽车集团股份有限公司 2020 年半年度报告摘要

一 重要提示

- 1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 本半年度报告未经审计。
- 5 经董事会审议的报告期利润分配预案或公积金转增股本预案
无

二 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	上汽集团	600104	上海汽车

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陈晓东	陈晓东
电话	(021) 22011138	(021) 22011138
办公地址	中国上海市静安区威海路489号	中国上海市静安区威海路489号
电子信箱	saicmotor@saic.com.cn	saicmotor@saic.com.cn

2.2 公司主要财务数据

单位：元 币种：人民币

	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
总资产	833,295,812,785.30	849,333,279,599.19	-1.89
归属于上市公司股东的净资产	246,965,081,861.99	249,702,009,694.74	-1.10
	本报告期 (1-6月)	上年同期	本报告期比上年 同期增减(%)
经营活动产生的现金流量净额	29,357,664,200.45	129,092,387.31	22,641.59
营业收入	274,520,292,130.57	367,915,848,858.17	-25.39
归属于上市公司股东的净利润	8,394,265,990.37	13,764,335,004.43	-39.01
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	7,176,080,833.04	12,494,882,400.12	-42.57
加权平均净资产收益率(%)	3.31	5.72	减少2.41个百分点
基本每股收益(元/股)	0.718	1.178	-39.05

2.3 前十名股东持股情况表

单位: 股

截止报告期末股东总数 (户)				196,782		
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例 (%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结的股份数量	
上海汽车工业 (集团) 总公司	国有法人	71.24	8,323,028,878	0	无	
跃进汽车集团公司	国有法人	3.54	413,919,141	0	无	
香港中央结算有限公司	未知	3.27	381,625,163	0	无	
中国证券金融股份有限公司	未知	2.99	349,768,497	0	无	
中海信托股份有限公司—中原股权价值 1 号单一资金信托	未知	0.95	111,200,000	0	无	
中央汇金资产管理有限责任公司	未知	0.86	100,754,000	0	无	
河北港口集团有限公司	未知	0.75	87,719,298	0	无	
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪	未知	0.72	83,650,834	0	无	
广东恒健投资控股有限公司	未知	0.68	79,711,098	0	无	
华融汇通资产管理有限公司	未知	0.65	76,219,362	0	无	
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司前 10 名股东中, 上海汽车工业 (集团) 总公司与其他 9 名股东之间不存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》规定的一致行动人, 其他 9 名股东之间未知是否存在关联关系或一致行动人的情况。					

2.4 截止报告期末的优先股股东总数、前十名优先股股东情况表

适用 不适用

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 未到期及逾期未兑付公司债情况

适用 不适用

单位:亿元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	发行日	到期日	债券余额	利率 (%)
上海汽车集团股份有限公司 2019 年公开发行公司债券 (第一期)	19 上汽 01	155709	2019/9/19	2022/9/19	30	3.42
上海汽车集团股份有限公司 2019 年公开发行公司债券 (第二期)	19 上汽 02	155847	2019/11/14	2022/11/14	20	3.60

反映发行人偿债能力的指标:

适用 不适用

主要指标	本报告期末	上年度末
资产负债率(%)	64.87	64.58
	本报告期(1-6月)	上年同期
EBITDA 利息保障倍数	18.41	19.45

关于逾期债项的说明

□适用 √不适用

三 经营情况讨论与分析

3.1 经营情况的讨论与分析

今年以来，突如其来的新冠疫情对世界经济和全球汽车产业造成了巨大冲击，国内车市更是雪上加霜，出现了深度下探。上半年，国内市场销售整车 1023.4 万辆，同比下降 17.2%；其中，乘用车销售 783.2 万辆，同比下降 22.9%，商用车销售 240.2 万辆，同比增长 9.1%；新能源车销售 36.7 万辆，同比下降 40.6%。虽然国内车市销量同比下滑明显，但随着国内疫情得到有效控制，以及中央和地方政府一系列“稳增长、促消费”政策的连续出台，国内车市从第二季度开始销量环比增长显著，乘用车消费升级趋势依然明显；疫情后的市场需求新热点不断涌现，特别是商用车市场在公路物流需求增长、基建投资加速等利好带动下，率先恢复正增长，重卡市场月销量更是创出历史新高。

受疫情冲击，公司经济运行节奏受到影响，经营挑战加大。公司围绕“加强疫情防控”和“稳定生产经营”两条主线，主动应变、危中寻机，努力把疫情造成的损失降到最低。上半年，公司实现整车销售 204.9 万辆，同比下降 30.2%；其中，乘用车销售 163 万辆，同比下降 35.8%，商用车销售 41.9 万辆，同比增长 5.0%。公司实现新能源车销售 5.8 万辆，销售速度跑赢新能源车整体市场约 12 个百分点；实现整车出口及海外销售 13.2 万辆，其中自主品牌海外销售 7.9 万辆，同比增长 17.3%，公司整车出口销量继续排名全国第一。报告期内，公司实现营业总收入 2837.40 亿元，同比下降 24.60%；实现归属于上市公司股东的净利润 83.94 亿元，同比下降 39.01%；其中，第二季度公司实现营业总收入 1777.94 亿元，同比增长 0.96%；实现归属于上市公司股东的净利润 72.73 亿元，同比增长 31.92%。

面对疫情带来的挑战，公司主要开展了以下三方面工作：

1、全力抓好疫情防控，稳步推进复工复产

面对突如其来的疫情，公司把保障员工生命安全和身体健康放在首要位置，严格落实防疫要求，千方百计筹措防疫物资，建立健全应急管理机制，细致做好各项防护措施，全力守护员工安全健康。截至报告期末，公司在国内确诊病例员工已全部治愈，疑似病例数实现“清零”。与此同时，公司还积极履行社会责任，上汽大众、上汽通用分别向上海和武汉捐赠现金；上汽大通、南维柯等企业加班加点生产交付 800 多辆负压救护车驰援前线；上汽通用五菱等企业利用自身条件优势积极转产口罩等防疫物资；上汽安吉物流免费向武汉地区抢运救援物资；公司及下属企业累计捐赠现金和物资超过 6000 万元，为全国打赢疫情防控的阻击战贡献了上汽力量。

在抓好疫情防控工作的基础上，公司积极化解产业链风险隐患，稳步推进复工复产。一方面，努力协调全球供应链资源，加强风险零部件备货，合理组织安排生产，狠抓现金流管理和降本增效，守牢生产经营的底线；另一方面，加大终端的金融支持和营销力度，调整经销商考核政策，主动为经销商纾困减压，确保产业链和资金链安全。

2、积极应对挑战变化，努力激活市场销售

在抢抓国内消费热点方面，公司下属整车企业推出了荣威 RX5 PLUS、大众威然、凯迪拉克

CT4、别克全新 GL8 等 10 余款新品，以及杀菌消毒等加装产品和服务，积极抢抓健康出行、消费升级、市场回补等热点需求；并结合上海“五五购物节”及各地促进汽车消费政策，推进实施“以旧换新”、“致敬抗疫英雄”等活动，制定营销服务专案，提供优质产品和服务。公司还加快推进营销体系变革，综合运用虚拟展厅、视频直播、线上预约、上门送车等线上营销方式，加强线上营销能力建设；并根据不同区域的市场特点和疫情等级，加大区域营销的决策自主权，推进营销体系的扁平化管理和精细化运营。上半年，上汽大众 A+级以上车型的销量比例已达 63%，上汽通用中高端车型的销量比例超过 55%，产品销售结构得到优化升级；上汽通用五菱积极把握“口罩营销”、“地摊经济”等热点，微车市场份额同比增加了 2 个百分点；乘用车分公司以推出荣威 RX5 PLUS 为起点，进入到新一轮产品投放周期，并通过品牌“焕新”、造型“出新”、营销“创新”和二手车认证“托底”等举措，助力荣威和名爵品牌向上升级；上汽大通宽体轻客和上汽红岩重卡产品抓住政策机遇，销量实现两位数增长；享道出行的注册用户数已突破 1000 万人，较年初增长超过 40%；上汽财务公司、上汽通用汽车金融公司等金融板块企业积极应对车市下滑和市场竞争压力，经营业绩继续保持稳健增长。

在拓展海外市场销售方面，在疫情暴发初期，海外市场受影响较小，公司优先确保海外销售的生产需要，海外销量取得“开门红”。随着疫情在全球加速蔓延，海外市场受到较大冲击，公司一方面积极响应当地政府要求，严格做好防疫工作，努力推动复工复产，并积极开展公益活动，提升品牌形象；另一方面深挖全球市场机遇，加快拓展海外营销网络，加大数字化营销力度，努力化危为机。上半年，公司整车出口销量继续保持国内领先，在公司海外销量结构中，自主品牌销量占比近 60%，MG 品牌继续保持中国出口单一品牌销量第一，尤其是在中东、澳新、英国、埃及和东南亚市场的销量及市占率都有显著增长；上汽法国首家品牌店 5 月份正式开业，并通过“云直播”实现用户引流和品牌传播。上汽新能源车登陆欧洲后，面对严苛的产品标准和严峻的疫情考验，销量保持节节攀升，6 月份上汽电动车在欧洲市场的销量已跃上“千辆级”台阶；其中，在英国电动车市场 MG EZS 销量稳居前三，在荷兰和挪威也已跻身市场前列，首批 328 辆上汽大通 MAXUS EV30 纯电动智能物流车发运挪威，上汽自主品牌新能源产品加快走向全球。

3、加快推进创新转型，增强公司发展后劲

在品牌战略升级方面，荣威实施“双标战略”，推出了新“狮标”和全新“R 标”，努力打造“新国潮”的品牌新形象；名爵发布“mission 100”战略，以“数智科技”为核心理念，启动品牌战略新一轮提速；上汽大通推出了新能源乘用车产品 EUNIQ 系列，进一步强化“定制基因”，塑造科技、年轻、时尚的品牌新形象；五菱品牌为彰显与时俱进的乘用车创新和全球化发展，新增全球“银标”，努力打造多元化、年轻化、全球化的新特质。

在新能源核心技术方面，上汽英飞凌顺利实现全球最先进的第七代 IGBT 量产，相比进口产品成本有了大幅下降；400 型燃料电池电堆和系统研发快速推进，300 型燃料电池技术已在公司多款商用车产品上实现应用，并已获得公司以外多家企业的订单。

在智能驾驶项目建设方面，公司对标全球领先智驾技术，已基本实现 AI Parking 和 AI Pilot 功能并同步启动测试；洋山港 5G 智能重卡已实现实景自动泊车和 5 车编队功能；AIT 港口集装箱智能运输车首辆样车已成功下线。

在智能网联核心技术产业化方面，智能驾驶决策域控制器 iECU 完成硬件升级，智能车联终端 T-Box 已搭载在 RX5 MAX 上实现量产，智能底盘中的第四代冗余电子转向系统 EPS 完成产品交样；自主开发的高级驾驶辅助系统 ADAS 产品已进入试验阶段。人工智能实验室通过视觉 SLAM 算法将智能驾驶车辆定位精度提高到 10cm 以内，并且在多模态智能座舱开发、智能调度算法以及智能客服等方面取得重要新进展。此外，搭载最新智能互联技术（斑马智行 VENUS 系统）的荣威 RX5 PLUS 上市；面向国际市场的“i-Smart”智能网联系统已在超过 30 种的海外车型上使用，激活用户超过 7.5 万，并已覆盖东南亚、印度等区域。

在软件技术方面，上汽集团零束软件分公司正式成立，将承担新一代中央集中式电子架构、

云管端面向服务的软件平台、汽车数据基础架构和网络安全、操作系统和 AI 算力芯片，以及开放的软件集成开发环境等基础技术平台的研发任务。针对芯片和操作系统等新四化领域“卡脖子”的关键技术，公司已制定了具体的实施计划，通过联合开发，加快形成相关能力。

在数字化转型方面，数字化营销项目已在名爵、大通等品牌试点推进；上汽数据中台通过底层架构改造，平台运算能力提高了 30%；上汽大众 MEB 工厂、上汽通用凯迪拉克工厂、自主品牌临港工厂积极推进“数字化样板工厂”建设；公司“产品数字化、体系数字化、生态数字化”水平持续提升。

在深化改革方面，公司进一步完善组织机构和激励约束机制，并在新能源、智能网联、移动出行服务等创新领域，积极引入战略投资者，建立健全多元化市场化的融资渠道，持续深化混合所有制改革；同时，进一步加大干部人事改革力度，加强人工智能、软件技术等关键技术领域的人才高地建设，推动实现组织流程更高效、资源配置更优化、激励约束更有效的改革目标。

3.2 与上一会计期间相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况、原因及其影响

适用 不适用

2017 年财政部修订并发布了《企业会计准则第 14 号—收入》，根据上述会计准则的修订及执行期限要求，公司对原会计政策进行相应变更，并从 2020 年 1 月 1 日起开始执行。上述变更已经公司董事会七届十一次会议、监事会七届十一次会议审议通过，独立董事就该事项发表了意见。本次会计政策变更不需要对公司比较财务报表进行追溯调整，不会导致公司收入确认方式发生重大变化，亦不会对公司财务状况、经营成果和现金流量产生重大影响。详见本公司于 2020 年 4 月 30 日披露的临 2020-018 《上汽集团关于会计政策变更的公告》。

3.3 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况、更正金额、原因及其影响。

适用 不适用

上海汽车集团股份有限公司

董事长：陈虹

2020 年 8 月 28 日