

证券代码：600104

证券简称：上汽集团

上海汽车集团股份有限公司
2025 年 1-5 月投资者关系活动记录表

编号：2025-01

投资者关系活动类别	■ 特定对象调研 ■ 分析师会议 ■ 媒体采访 ■ 业绩说明会 ■ 新闻发布会 ■ 路演活动 ■ 现场参观 □ 其他
时间	2025 年 1-5 月
接待对象	包括但不限于：中信证券、中金证券、东吴证券、国泰海通、长江证券、国联民生证券、财通证券、申万宏源、华泰证券、平安证券、国海证券、兴业证券、光大证券、华创证券、信达证券、摩根士丹利、摩根大通、瑞士银行、高盛、UBS、盛博、富瑞金融、野村证券、中信里昂、花旗银行、德意志银行、汇丰前海、国泰证券、中粮资本、华夏基金、嘉实基金、新华资产、泰康资产、博时基金、大成基金、景顺长城基金、兴银理财、广发基金、南方基金、鹏华基金、易方达、华泰保兴、国君资管、浦银安盛、万家基金、高毅资产、河北港、三井住友、淡马锡、Citic AM、Green Woods、Dymon Asia、Milestone Capital、Point72、Metlife、Manulife、巴克莱银行、OPTIMAS CAPITAL、法巴资本、UGI 等机构投资者及个人投资者
地点	上海、北京、武汉、无锡、杭州等地及线上
上市公司接待人员	董秘、证券事务代表等
投资者关系活动内容记录	1、公司一季度的盈利水平如何？公司之后的盈利有什么增长点？ 答：今年一季度，上汽销售整车 94.5 万辆，同比增长 13.3%；实现营业总收入 1408.6 亿元，归属于上市公司股东的净利润 30.2 亿元，同比增长 11.4%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益

的净利润 28.5 亿元，同比增长 34.4%。

公司一方面通过深入推进全面深化改革，以改促进、以进促稳；另一方面积极把握市场机会，以更有力的举措推动经济运行提质增效。公司力争全年整车销量超过 450 万辆，营业总收入超过 6740 亿元，全面完成年度目标任务，为“十五五”开局打好基础。

2025 年“大乘用车板块”计划推出 10 款全新及大改款车型，其中新能源车型有 8 款，通过学习借鉴消费电子头部企业在研发、运营、营销等方面的经验，全面提升产品竞争力、用户体验感和渠道覆盖面，力争全年整车销量超过 100 万辆，同比增长 40%以上，并且盈利水平得到显著改善。智己汽车也将坚持创新技术引领，以大中型增程 SUV 新品上市为契机，上规模、强声量，力争全年销量增长 50%。同时，公司通过加强自主优势技术赋能和股东方优势资源共享，推动“新合资”模式落地见效，努力实现合资业务稳销量、稳份额、稳盈利的年度目标。2025 年公司力争实现自主品牌销量超过 290 万辆，同比增长超过 20%，占公司总销量的比重超过 60%。

同时，公司还将着力推进产品定义从“工程师思维”向“用户思维”转变，打通产品与营销链路并实现互锁；在保持每年 200 亿元以上研发投入强度的同时，进一步提升研发成果转化效能。围绕造型（Styling）、智能（Smart）、安全（Safety）、可持续性（Sustainability）、用户满意度（Satisfaction）的“5S”用户体验基础，构建具有成本竞争力的产品核心价值体系；并从提高用户的体验价值出发，实现新一代固态电池、整车中央协调运动控制

平台（VMC）2.0、线控转向、“银河”智能车全栈 3.0 等自主核心技术

技术的量产落地，推出更多“首创、首发、首用”的技术创新成果。

2、中国重启与欧盟的电动车关税谈判，最新说法是欧盟会设定最低价以替代直接加征关税，这对上汽来说意味着什么？从初裁结果出来至今，上汽启动了哪些调整？接下来的海外战略和布局是怎样的？

答：公司也关注到近期中欧重启电动车关税谈判，如果达成，将有利于妥善处理中欧经贸摩擦，也对公司在欧洲市场的整车销售带来帮助。自去年初裁结果发布至今，公司通过积极调整出口车型结构，在欧洲市场保持了销量的稳健增长。

近期公司发布了海外战略 3.0——“Glocal 战略”，即“全球+本土”的组合战略。未来 3 年，上汽将依托自身深厚的电动智能网联技术积累，打造包括 SUV、轿车、MPV、皮卡在内的 17 款全新海外车型，搭载全新 HEV 混合动力系统的车型将覆盖全球主流细分市场，同时固态电池等颠覆性技术也将实现落地应用，更好满足全球用户的需求。

虽然当前国际经贸形势的不确定性挑战明显加大，但公司已形成了清晰的海外市场应对策略，有针对性地做好产品投放，积极调整海外区域市场的销售结构，持续提升在全球市场的品牌形象，力争海外销量继续保持稳健势头。

3、尚界在合作模式、研发体系等方面与其他几界有什么不同？什么时候可以对外公布更多信息？尚界 5000 人的团队是什么样的构成？从上汽体系内吸收了多大比例人员？

答：SAIC 尚界将体现“风格至尚、科技至尚、信赖至尚、人人至尚”的品牌主张，风格维度秉持简约纯粹的家族化设计理念，造型时尚大气；科技领域依托华为智慧出行解决方案，提供智能化出行体验；品质管控将高安全性与高可靠性置于首位；以需求为导向，专注打造令消费者喜爱的时尚精品，为千家万户创造高品质出行生活。

上汽拥有 70 年汽车工业底蕴和近 1 亿用户积累，将整合集团优质资源支持 SAIC 尚界品牌发展，确保其从诞生之初便具备行业顶尖的品质基因和技术实力。目前，上汽已为 SAIC 尚界项目组建超 5000 人的专业运营及技术团队，与华为工程师开展全生态链的深度合作。首款车型计划于今年秋季正式上市。

上汽与华为的合作团队不仅依托于上汽集团在研发、生产、质量上的人才积累，而且结合华为在智能终端上的优势，实现团队的深度融合。

自项目自成立以来，上汽集团通过人员内招外引，已组建了一支“能拼善战”的工作团队。随着项目进展，团队规模将实施动态扩容。

4、从媒体上了解到上汽成立了大乘用车板块，请问公司在大乘用

车方面有些什么新的思路和打法？对荣威和名爵两个品牌的定位是什么？

答：去年公司对乘用车分公司、上汽国际、研发总院、零束科技、海外出行等企业实施一体化管理，设立了“大乘用车板块”，以平台化、扁平化方式，梳理整合现有组织机构，提高运营效率。同时，通过统一型谱规划、优化开发流程、加强产品定义等举措，完善产品开发过程中各环节管理工具；实施整体业绩考核，以板块业绩为主导，推动相关企业增强协同、形成合力。

对于荣威品牌，将紧扣“中国家庭对美好出行的想象”这一时代命题，以“体面、超值、信赖”为三大核心价值，开启品牌发展新篇章。MG 品牌将定位为年轻人打造的 dream car，并通过与 OPPO 合作，打造全生态、全场景、全优化的全新智趣体验。

5、公司在市值管理方面有些什么举措和办法？

答：公司已制定《市值管理制度》，并在已披露的“提质增效重回报”行动方案基础上，从筑牢价值基础、推动价值创造、提高价值实现三个方面，制定和披露了《2025 年度估值提升计划》（详见公司发布的公告）。

2024 年，公司完成了第三轮股份回购，年内以现金为对价、采用集中竞价方式实施股份回购金额约 7.42 亿元；截至目前，公司已累计完成了三轮股份回购，共投入资金约 47.47 亿元，并于 2024 年对首轮回购的约 1.08 亿股股份完成注销（首轮回购投入资

	金约 22.47 亿元)。公司将严格按照有关法律法规，对于存放在公司回购专用证券账户的已回购股份，如果在 3 年持有期限届满前，未用于实施员工持股计划或者股权激励的，相关已回购股份将按规定予以注销，并履行相应决策程序和信息披露义务。 在现金分红方面，公司制定了《未来三年（2024 年-2026 年）股东回报规划》，明确公司年度现金分红总额不低于当年度经审计合并报表归属于上市公司股东的净利润的 30%。在制订 2024 年度分红方案时，公司拟将 2024 年度经审计合并报表归属于上市公司股东净利润的 60%用于现金分红，进一步增强投资者的获得感。
附件清单 （如有）	无