

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
2026 年 1-3 月投资者关系活动记录表

编号：2026-01

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
时间	2026 年 1-3 月
接待对象	包括但不限于：长江证券、财通证券、中信证券、兴业证券、国海证券、华源证券、西部证券、农银汇理、中银基金、华夏基金、华泰保兴、恒越基金、浦银安盛、诺德基金、平安基金、华宝信托、Brilliance Capital、杭银理财、国泰基金、高盛证券、UBS、美国资本、法巴银行、德意志银行、Citadel International Equities、Boyu Capital、Bright Valley Capital、Polymer、Schroders、UG、Point72、Tiger Pacific 等机构投资者及个人投资者
地点	上海、重庆等地及线上
上市公司接待人员	董秘、证券事务代表等
投资者关系活动主要内容记录	<p>1. 上汽 2025 年的销量结构有何亮点？</p> <p>答：2025 年上汽全年整车销售 450.75 万辆，同比增长 12.3%，市场占有率 13.1%，同比上升 0.3 个百分点。公司通过全面深化改革，自主品牌扛起大旗，合资品牌焕新加速。自主品牌 2025 年销量达 292.8 万辆，同比增长 21.6%，占公司整体销量的比重达到 65%，同比提升约 5 个百分点，自主品牌已成为集团发展的核心引擎。上汽大众、上汽通用结合全球品牌基因并深度融合中国顶尖智电技</p>

术，推出中高端智电新品加快智电转型步伐，上汽通用销量同比增长 23%，上汽大众强势稳居“年销量百万俱乐部”，合资 2.0 模式正加速落地见效。

2. 公司智能化电动化方面的转型取得了哪些突破？

答：公司 2025 年新能源车销量达 164.3 万辆，同比增长 33.1%，高于全国新能源汽车市场平均增速近 5 个百分点。新能源业务再创历史新高，其中自主品牌新能源车销量近 150 万辆，同比增长近 50%。全新 MG4、荣威 M7、智己 LS6/LS9、五菱缤果 S、大通大拿等新能源产品集中投放，实现了从入门到高端、从纯电到混动的全品类、全价位覆盖。

围绕全新一代智电产品，2025 年公司在技术创新和落地领域也成果斐然：上汽固态电池研发应用取得关键突破，在国内率先实现第二代半固体电池技术在全新 MG4 上搭载并批量交付；“恒星”超级增程、“灵蜥”底盘 2.0 等新技术实现量产装车；获颁上海市新一批智能网联汽车示范运营牌照，成为行业唯一获得乘用车和商用车领域“双牌照”企业；Robotaxi3.0 正式进入商业化运营新阶段，全程可实现“零接管”。

3. 公司 2025 年海外业务表现情况？

答：2025 年上汽正式发布海外战略 3.0-Glocal “全球+本土”战略，推动从“产品出海”向“价值链出海”升级，海外业务保持

稳健增长。2025 年全年出口及海外市场销售 107.1 万辆，同比增长 3.1%，海外累计销量突破 600 万辆，成为中国汽车品牌“出海”中坚力量。截至目前，上汽已形成 1 个“三十万辆”级（欧洲）和 5 个“五万辆”级（美洲、中东、澳新、东盟、南亚）的海外区域市场，产品和服务遍布全球 170 多个国家和地区。

MG 品牌成为海外核心增长极，在欧洲市场销量超过 30 万辆，成为欧洲最畅销的中国品牌，并在澳新、中东、拉美、东南亚等地区的 18 个国家乘用车市场排名跻身当地前十；上汽通用五菱深化“印马泰”一体化战略，印尼基地新能源汽车产销占比提升至 80%；智己 IM5 和 IM6 相继登陆泰国、英国、澳大利亚等市场；上汽商用车的轻客和皮卡产品在欧洲、澳洲、拉美三大市场也实现快速增长。

4. 公司在营销上比以往有了明显的改善，请介绍下主要采取了哪些措施？

答：公司旗下各整车品牌成功搭建运营管理看板与新车流量跟踪体系，实现流量到销量的闭环管理；联动抖音、小红书等平台，实现内容深度共创、线上互动量和触达率显著提升。结合全新 MG4 上市，上汽 MG 在 86 城布局 120 家快闪店，通过“轻量化引流”促进 4S 店高效率转化，2025 年 8 月底正式上市的全新 MG4，从 9 月份开始销量“月月破万”。后续公司将持续探索新营销模式，运用 AI 工具提升订单转化，努力提升品牌声量和产品销量。

5. 上汽与华为合作的尚界汽车进展如何，今年推出的尚界 Z7 的订单情况？目前有多少服务门店？

答：尚界作为上汽与华为的合作项目，自 2025 年 2 月双方签署深度合作协议以来，已在产品定义、生产制造、供应链管理、销售服务等领域展开了有效合作，9 月下旬投放首款产品尚界 H5，并快速跻身国内 15-20 万元级市场主流产品阵营。双方将继续深化合作，努力打造更有竞争力、更能给用户带来卓越智能电动化体验的产品。尚界第二款产品智能轿跑 Z7/Z7T 已经亮相，发布 24 小时后获得超过 2.5 万个订单，双方将发挥各自优势资源，努力将其打造为市场爆款。尚界目前的服务门店包括鸿蒙用户中心、尚界用户中心（专网）、商超体验店等多种形态，具体数量及相关信息，可以通过尚界汽车和鸿蒙智行官方媒体平台查阅。

6. 公司 2025 年在市值管理方面做了哪些工作？2026 年有什么计划？

答：公司在聚焦主业提升经营效率和盈利能力的同时，结合自身情况，规范运用市值管理工具，开展了以下工作：在现金分红方面，公司将 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，通过提升现金分红比例，持续努力回报股东。在投资者关系管理方面，公司举办“懂车更懂你·2025 上汽之夜”，组织投资者参加年度车展、品牌新车发布会、技术交流会等活动，为广大投资者走进企业、了解上汽改革创新转型工作进展创造有利

	<p>条件。在信息披露方面，公司进一步提升对定期报告、ESG 报告、产销快报等的披露质量，公司连续第 12 年获得上海证券交易所“上市公司信息披露 A 类”评价，MSCI（明晟）和 Wind（万得）对公司的 ESG 评级均得到提升。在股份回购方面，公司迄今已累计完成了三轮股份回购，共投入资金约 47.47 亿元，并于 8 月份对 2021 年股份回购方案回购的 80,021,941 股股份完成注销，努力提升公司投资价值和投资者获得感。</p> <p>2025 年度公司通过全面深化改革，取得了“经营筑底企稳基本实现、回升提速态势渐显”的初步成效，但是受市场竞争加剧、行业预期变化等多重因素影响，仍属于长期破净公司，公司将进一步完善举措并制定 2026 年度估值提升计划，具体情况将在相关公告中披露。</p>
附件清单 (如有)	无