

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**  
**2023 年 1-4 月投资者关系活动记录表**

编号：2023-1

|               |  |
|---------------|--|
| 投资者关系活动类别     | <input 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<br><input checked="" type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观      其他 |
| 时间            | 2023 年 1-4 月   |
| 接待对象          | 中信证券、长江证券、招商证券、中金证券、广发证券、天风证券、华西证券、中信建投、财通证券、海通证券、民生证券、申万宏源证券、东吴证券、兴业证券、摩根士丹利、瑞信、瑞银、美银美林、Jefferies、高盛、野村证券、凯基证券、万家基金、华泰柏瑞、易方达、大成基金、招商基金、景顺长城、国华人寿、高毅资产、汇添富、华安基金、上投摩根、西部利得、英国 Schonfeld 基金、Auerbach Grayson、BofA Securities 等机构投资者及个人投资者  |
| 地点            | 上海、深圳、杭州、成都等地及线上   |
| 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、面对电动智能网联“新赛道”的竞争，公司有什么战略规划？</p> <p>答：公司将坚持以市场为导向，牢牢把握“新四化”的大方向，以自主品牌核心能力建设为主要抓手，以重大创新成果持续快速落地为驱动，以数字化转型为支撑，实现制造与服务并举发展，着力打造一个品牌更有影响力、体系更具竞争力、体制机制更灵活的新上汽。在继续保持整车销量国内行业领先地位的同时，着力推动结构</p>  |

调整和布局优化。计划到 2025 年，公司力争全球整车销量达到 700 万辆，其中：

在品牌结构上，从合资为主向自主品牌与合资品牌鼎势发展转变，自主品牌全球销量占比达到 60%；

在产品技术上，从传统汽车向电动智能网联升级发展转变，新能源汽车占公司全球销量比例达到 50%，整体装备 L2 级及以上技术的智能网联汽车的国内销量占比超过 50%；

在市场结构上，从国内为主向深耕国内与拓展海外并重发展转变，海外销量达到 150 万辆，占比超过 20%，力争成为具有产业全球竞争力和品牌国际影响力的万亿级汽车产业集团，争创世界一流汽车企业。

2、在新能源车发展上公司对自主品牌的规划是什么？

答：上汽集团在 4 月上海车展上发布了“新能源汽车发展三年行动计划”：到 2025 年，上汽新能源车年销量达到 350 万辆，其中自主品牌在新能源整体销量中的占比将达到 70%，基本完成新老赛道的发展动力切换。

3、在新能源赛道上，公司对旗下汽车品牌有没有新的定位？

答：公司优化了品牌阵营，为用户提供多样化的选择：

智己定位“高端智能电动车品牌”，将率先搭载新一代“三电”系统、“中央计算+区域控制”的全栈 3.0 智能车解决方案等最新技

术创新成果，为用户带来极致驾控、智能、安全体验，成为智慧新伙伴，未来三年，将再推出中型智能电动 SUV、中型智能电动轿车等 3 款全新车型。

飞凡和荣威致力成为中国消费者“首选的新能源汽车品牌”，提供纯电、插混等多种新能源解决方案；飞凡品牌将为用户带来超越同级车的极智舒适感受，荣威品牌将为中国用户提供高品质的出行体验，未来三年，将推出 6 款全新主力车型，1 款入门型 A 级电动车、3 款中型电动车、2 款中大型电动车，以及至少 5 款混动产品。

MG 定位“全球知名汽车品牌”，传承百年经典，赋予运动、潮流等全新理念，让全球用户爱上中国车。

五菱定位“人民的代步车”，为用户打造具有超高性价比的精品电动小车。

上汽大众和上汽通用等合资品牌全面实施品牌焕新，将百年造车经验和电动智能新时代完美结合，推出更多满足中国消费者需求的新能源产品。

4、公司 2022 年海外表现请详细介绍下。

答：2022 年全年，公司克服芯片短缺、海运舱位紧张等重重困难，MG 品牌海外年销量首次突破 50 万辆，连续 4 年排名中国单一品牌海外销量第一；海外销量结构中，自主品牌占比进一步提升至 2/3，其中新能源车销量突破 18 万辆，同比增长 207%；公司已在海外形

成2个“十万辆级”和4个“五万辆级”区域市场，并且海外体系建设持续完善，整体经营质量显著提升。

5、请问公司的新能源出海规划是什么样的？

答：上汽已形成新能源和智能网联等方面的创新技术优势，并积极向海外溢出，打造差异化竞争力；在欧洲成熟市场就是以电动车为市场切入点，运用创新的商业模式，满足消费者的绿色移动出行需求，构建智能网联汽车生态圈；上汽的新能源车型因出色的性价比，在海外市场受到用户追捧，其中最新上市的首款全球电动车型MG4在欧洲率先上市后获众多媒体好评，在英国、德国、法国、奥地利、荷兰等多个国家获得年度电动车大奖。

6、公司在电池安全方面有哪些优势？

答：公司通过“预、导、卧、隔、疏”的电池包创新设计，已经实现动力电池系统的零热失控，比如：大数据远程监控预警热失控、热失控酝酿期即开启最大功率散热、躺式电芯设计确保单个电芯热失控不发生骨牌效应、对所有电芯物理隔离以确保单个电芯热失控不影响周边、精确设计泄压通道以确保热气及时疏散。同时，公司正加紧着手固态电池电芯研发工作，全力推进固态电池的规模化应用，在为用户提供更高能量密度动力电池的同时，让用户依然享受安全的用车体验，首款搭载固态电池的量产产品将于2025年下线。

7、面对芯片卡脖子的情况，公司在芯片国产化方面的进展情况如何？

答：为了解决芯片卡脖子问题，公司一方面通过与合作伙伴积极协调，在全球范围找货抢货；另一方面也在加快推进芯片国产化，2022年国产芯片占比在7%左右，今年占比力争超过10%，2025年力争达到30%。未来，公司将继续推动高车规等级、高功能安全类芯片的国产化。

公司已经形成较成熟的国产芯片机制，制定了“加快落地成熟芯片，实施重大项目攻关，完善产业生态体系”三大策略，以推动下属整车和零部件企业扩大国产芯片应用，具体包括联合发起设立汽车芯片工程中心，搭建国产芯片整车验证平台，推动成立第三方检测平台等工作。2023年力争完成100款国产芯片的整车验证。

8、公司对于7月1日后实施的国六b & RDE 排放法规的准备情况？

答：公司今年一季度狠抓零售，零售比批发高出约15万辆，降库取得明显成效，因此目前从总量上看，公司不满足国六b & RDE 排放法规的库存较低，市场销售节奏可控，排放法规切换不会对公司造成较大影响。

9、公司面对行业变革，在新的竞争赛道上，形成了哪些核心技术优势？

答：公司面向行业新赛道，不断打造技术新优势：公司把握“场景

创造价值、数据决定体验、软件定义汽车”的行业变革趋势，着力打造新一代智能电动车的整车架构，并以此拉动多个整车技术攻关项目，加快关键技术研发和落地，塑造从芯片、操作系统、软件、数据闭环到对应场景的全新整车集成能力，具备中央集中式控制结合区/域控制、云管端一体化、数据驱动和迭代、智能感知、智能驾驶、智能座舱、整车运动智能控制、一体式铸造、分布式制造等产品和制造技术的最新特征。同时，公司紧盯技术发展趋势，在固态电芯、800V 高压、ChatGPT 人工智能和机器学习的技术应用、可再生能源和材料科学等领域，加大技术研发深度，加快形成自主核心能力。

10、 智己 LS7 和飞凡 F7 上市交付的情况怎样？

答：4 月份智己汽车销售 2009 辆，保持稳步增长态势；智己 LS7 成功夺得“30 万元以上中国品牌纯电 SUV”月度销量冠军，为用户创造更智能、更好开的颠覆性体验。“中大型纯电旗舰轿车”飞凡 F7，打造全感官联动沉浸式空间“巴赫座舱”，深受消费者青睐，4 月下旬正式启动全国多地集中交付，单周交付量已突破 700 辆。

附件清单  
(如有)

无