



## 上汽集团：研发投入力度增强 新能源汽车业务快速发展

作者：鲁光远 朱嘉林 张威

电话：010-58352887

邮箱：luguangyuan@xinhua.org

上汽集团积深厚淀，渗透进汽车产业链的各个方面，同时通过合资的形式借助全球汽车巨头的实力推动自身的发展。当下，上汽采用自主品牌和合资品牌共同发展的策略，预计在未来的中国汽车市场中仍将保持强大竞争力。

编辑：杜少军

审核：张 骐

官方网站：[www.cnfic.com](http://www.cnfic.com)

客服热线：400-6123115



## 目录

一、汽车业务积淀深厚 .....	3
二、新能源汽车业务发展迅猛 .....	4
三、毛利率下降明显 研发费用大幅增长 .....	5

## 图表目录

图表 1：上汽集团营收情况 .....	4
图表 2：上汽集团各部分业务营收状况 .....	4
图表 3：中国新能源汽车渗透率快速提升 .....	5
图表 4：上汽集团新能源汽车销量占比快速提升 .....	5
图表 5：上汽集团产能利用率情况 .....	6
图表 6：上汽集团情况毛利率 .....	6
图表 7：上汽集团费用情况 .....	6
图表 8：上汽集团销售费用情况 .....	6
图表 9：上汽集团研发费用情况 .....	7
图表 10：行业研发支出情况（亿元） .....	7

## 上汽集团：研发投入力度增强 新能源汽车业务快速发展

上汽集团积深厚淀，渗透进汽车产业链的各个方面，同时通过合资的形式借助全球汽车巨头的实力推动自身的发展。当下，上汽采用自主品牌和合资品牌共同发展的策略，预计在未来的中国汽车市场中仍将保持强大竞争力。

### 一、汽车业务积淀深厚

上汽集团的起点是1955年成立的上海市内燃机配件制造公司。1958年后，后者开始涉足汽车制造业务，并逐渐演变成了今天的上汽集团。1958年9月，第一辆凤凰牌轿车在上海汽车装配厂试制成功，实现上海轿车制造“零”的突破，形成中国轿车工业北有“红旗”，南有“凤凰”的格局。1964年，凤凰牌轿车改名为上海牌轿车，并在1975年形成5000辆年生产能力。

1978年以来，上汽抓住改革开放机遇，坚定不移地走利用外资、引进技术、加快发展的道路。

1984年10月，经过数年谈判和筹备，上海大众汽车有限公司举行奠基仪式。1985年3月21日，上海大众汽车有限公司成立并于同年9月正式开业。

1997年6月12日，上海通用汽车有限公司正式成立，投入15.2亿美元，这是当时中美最大的合资项目。1998年12月17日，上海市一号工程——上海通用建成，创造了23个月建厂出车的“上海速度”。

与此同时，上汽还积极拓展零部件和服务贸易。1988年9月1日，中外合资上海纳铁福传动轴有限公司成立，上汽对外合作正式进入零部件领域。此后，与德国博世公司合资的联合汽车电子有限公司、中德合资的上海上汽大众销售总公司、中美合资的延锋伟世通汽车饰件系统有限公司、安吉天地汽车物流有限公司、安吉汽车租赁有限公司、上汽通用汽车金融有限责任公司等相继成立。极大地完善了上汽集团的产业链布局。

进入新世纪以来，上汽成功采取并购重组、合作经营等方式不断拓展国内外市场，延展业务线条，不断做大做强。国内市场：2002年11月18日，上汽、通用中国和五菱三方合资成立上汽通用五菱汽车股份有限公司，开创整车中中外合作的新模式；2002年12月20日，上汽、通用中国、上海通用收购成立上海通用东岳汽车有限公司；2004年6月8日，上汽重组中汽成立上汽（北京）有限公司；2005年6月2日，上汽通用五菱汽车股份有限公司青岛分公司成立；2007年6月15日，上汽和依维柯、重庆红岩联合组建上汽依维柯红岩商用车有限公司；2007年12月26日，上汽和南汽全面合作，成为

中国汽车工业战略重组里程碑。此外，在南京、无锡、宁波、武汉、长沙等地均有分公司成立或有相关项目落地。

国外市场：2002年10月，上汽入股通用大宇项目，占有10%的股份，中国汽车资本第一次参与国际汽车工业重组。2012年12月，上汽集团与泰国正大集团合资项目签约，积极探索东盟市场，不断拓宽公司海外布局。同时，上汽先后在德国、美国、日本、韩国等国设立公司，建立海外基地。

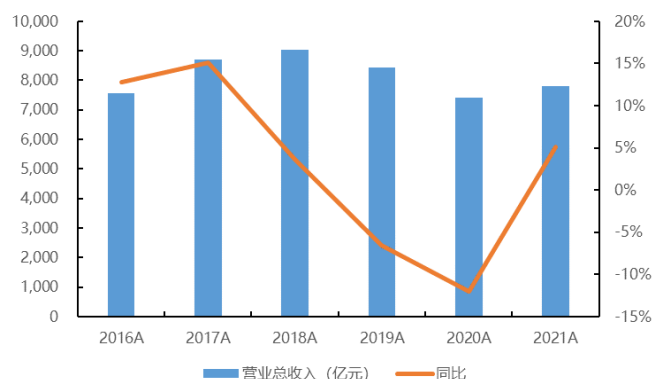
2021年，上汽实现整车批售546.4万辆，终端零售达到581.1万辆，同比增长5.5%，整车销量连续16年保持全国第一；自主品牌整车销量达到285.7万辆，同比增长10%，占公司总销量的比重首次突破50%，达到52.3%；新能源汽车销售73.3万辆，同比增长128.9%，排名国内第一、全球前三；海外销量达到69.7万辆，同比增长78.9%，整车出口连续6年保持国内行业第一

我们认为，经过数十年的发展和积累，上汽集团在汽车行业有着深厚的积淀，业务布局渗透进汽车产业链的几乎各个方面，同时通过合资的形式与大众、通用绑定，能够借助全球汽车巨头的实力推动自身的进一步发展。在汽车电动化、智能化趋势明显的当下，上汽采用自主品牌和合资品牌共同发展的策略，预计在未来的中国汽车市场中仍将保持强大竞争力。

## 二、新能源汽车业务发展迅猛

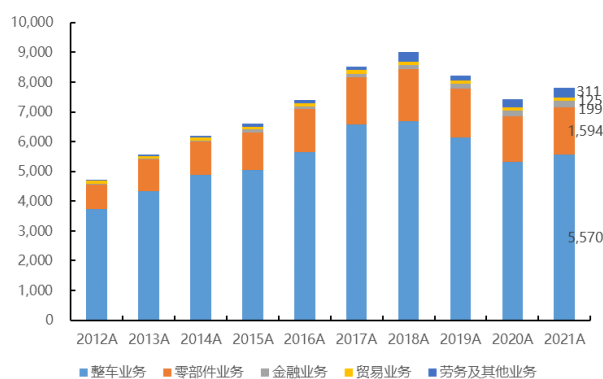
2021年上汽集团实现营业总收入7798.46亿元，同比增长5.08%。分业务来看，整车、零部件、金融、贸易、劳务及其他五部分业务收入分别为5569.67亿元、1594.07亿元、199.31亿元、124.51亿元、310.90亿元，收入增速分别为4.9%、2.9%、4.4%、19.6%、15.8%，收入占比分别为71.4%、20.4%、2.6%、1.6%、3.99%。整车业务贡献了超过70%的营收，是上汽集团的业务主体。

图表 1：上汽集团营收情况



来源：公司公告、新华财经

图表 2：上汽集团各部分业务营收状况



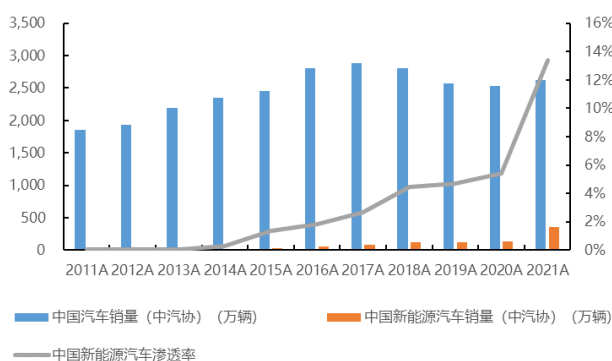
来源：公司公告、新华财经

2011-2021年，中国汽车总销量从2459.76万辆增长到2627.50万辆，年均复合增速为3.57%，与之对比的是，新能源汽车销量从0.8万辆增长到352.1万辆，年均复合增速为83.44%，新能源汽车渗透率快速提升，从0.04%增长到13.40%。

同一时期，上汽汽车总销量从400.09万辆增长到546.35万辆，年均复合增速为3.14%，市场占有率从21.66%微降至20.81%。上汽集团新能源汽车销量则从2015年的1014辆增长到2021年的73.26万辆，上汽新能源车销量在集团汽车总销量中的占比则从0.02%提升至13.41%。上汽新能源车销量在新能源汽车行业总销量中的占比则从0.31%提升至20.81%，居于市场首位。

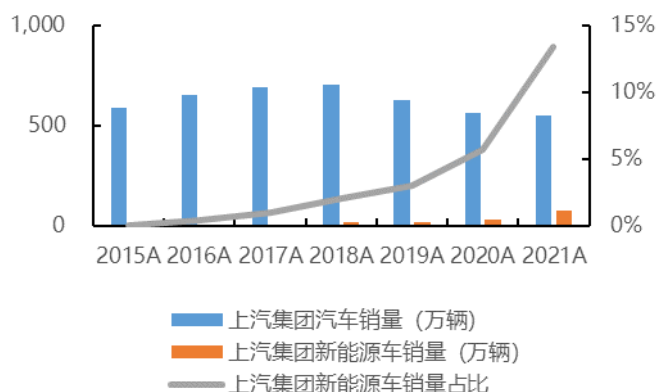
与此同时，上汽燃油车销量呈现出下滑的趋势，在2018年销量到达顶点之后连续下降，2021年传统燃油车已降至473.1万辆。新能源汽车成为上汽集团汽车业务主要增长点。

图表 3：中国新能源汽车渗透率快速提升



来源：公司公告，中汽协、新华财经

图表 4：上汽集团新能源汽车销量占比快速提升

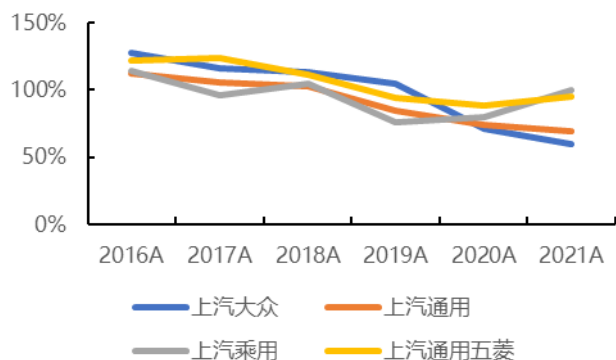


来源：公司公告，中汽协，新华财经

### 三、毛利率下降明显 研发费用大幅增长

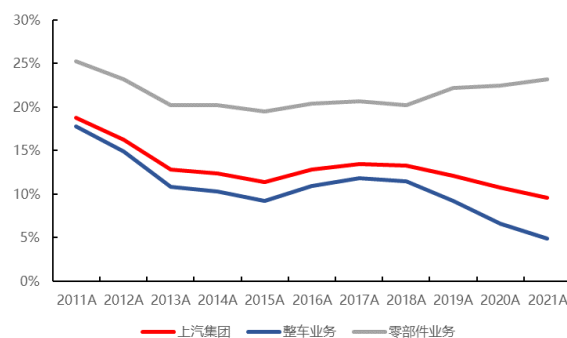
上汽集团汽车业务毛利率在2017年到达11.82%的高点之后即开始逐步下滑，2021年降至4.91%，一方面是因为我国汽车市场2018年以来，经历了产销“三连降”，同时新能源汽车又挤占了很大一部分份额，导致传统燃油车需求规模下降，进而使产能利用率大幅下降，叠加疫情、原材料涨价等因素的影响造成上汽集团毛利率从2017年13.47的高点降至2021年的9.63%。

图表 5：上汽集团产能利用率情况



来源：公司公告、新华财经

图表 6：上汽集团情况毛利率

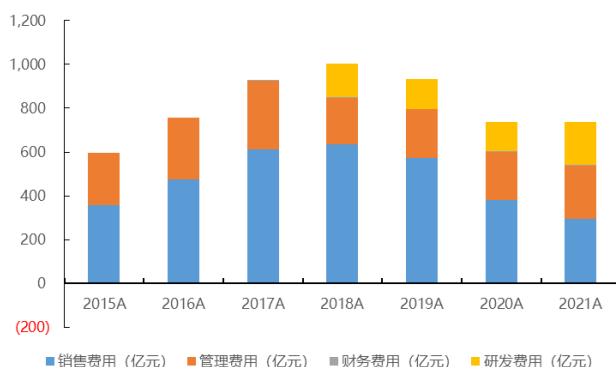


来源：公司公告，新华财经

2021年，上汽集团销售费用、管理费用、财务费用、研发费用分别为295.05亿元、241.04亿元、5.64亿元、196.68亿元，同比增速分别为-22.49%、10.48%、9.09%、46.83%，费用率分别为3.78%、3.09%、0.07%、2.52%

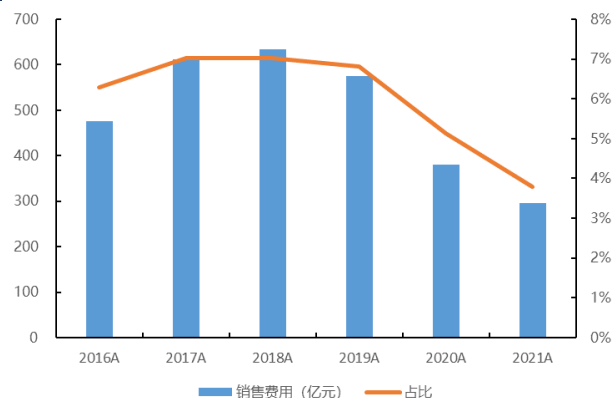
近年来，上汽集团的销售费用有较大的压缩，销售费用从2018年高峰时的634.23亿元降至2021年的295.05亿元，销售费用率也大幅下降3.25个百分点至3.78%。

图表 7：上汽集团费用情况



来源：公司公告、新华财经

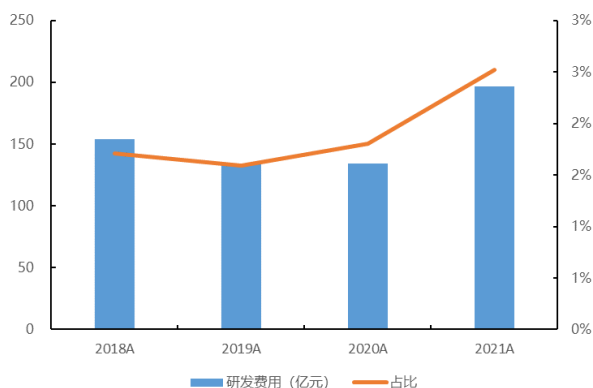
图表 8：上汽集团销售费用情况



来源：公司公告，新华财经

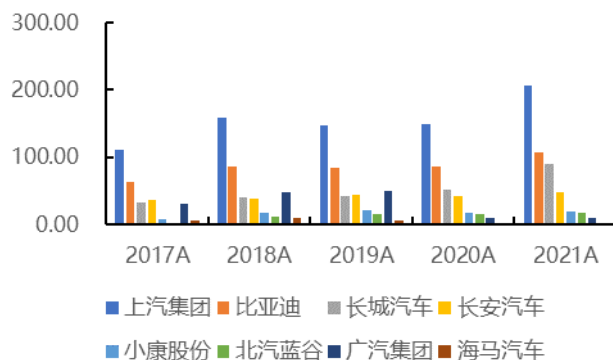
与之对比的是，2019-2021年上汽研发费用从133.94亿元增长到196.68亿元，研发费用率从1.6%提升到2.5%。而从研发支出金额的角度看，上汽集团同样长期保持在国内车企的首位，2021年上汽集团研发支出共205.95亿元，其次分别是比亚迪、长城汽车、长安汽车、小康股份、北汽蓝谷、广汽集团、海马汽车，其研发支出分别为106.27亿元、90.67亿元、48.27亿元、19.49亿元、18.36亿元、9.89亿元、1.50亿元，显示出了上汽集团的强大实力和对研发的高度重视。

图表 9：上汽集团研发费用情况



来源：公司公告、新华财经

图表 10：行业研发支出情况（亿元）



来源：公司公告，新华财经

## 重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。