

2023 中期业绩报告





我们是中国规模最大的汽车服务集团之一



客户规模

保有客户¹

354万 | **363万**

截至2022年12月31日 | 截至2023年6月30日

入厂台次

672万 | **373万**

2022年全年 | 2023年上半年

财务规模

营业收入

1,799亿元 | **819亿元**

2022年全年 | 2023年上半年

综合利润

198亿元 | **90亿元**

2022年全年 | 2023年上半年

销量规模

总销量

66万辆 | **29万辆**

2022年全年 | 2023年上半年

二手车销量

14万辆 | **7万辆**

2022年全年 | 2023年上半年

业内认可

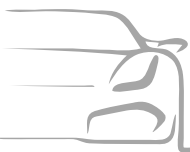
投资级发行人

三大信用评级机构

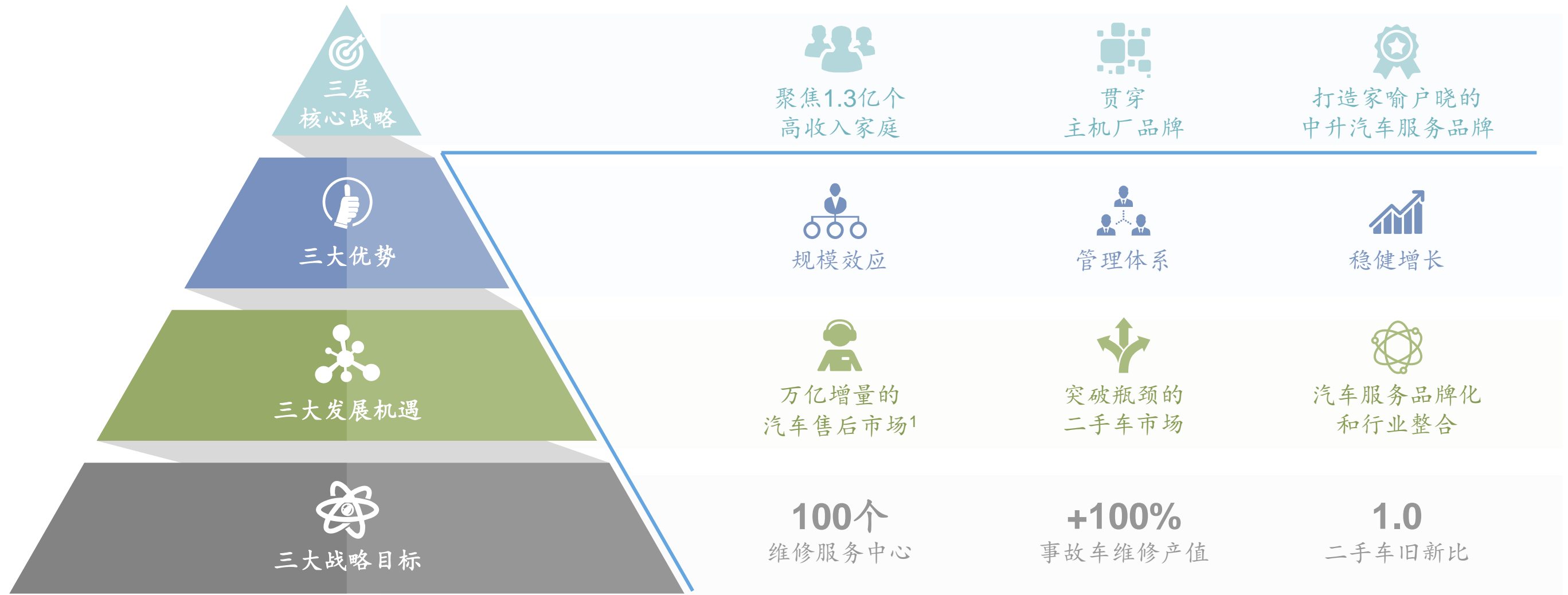
#1

2023年中国汽车经销商集团百强²

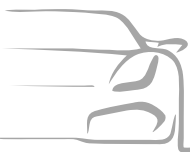
¹ 12个月内按车架号计算入厂客户数及新车购买用户数; ² 凯达卓越发布



成为中国品质消费者最信任的汽车服务品牌



¹ 2020-30年第三方研究预计增长空间



品牌组合

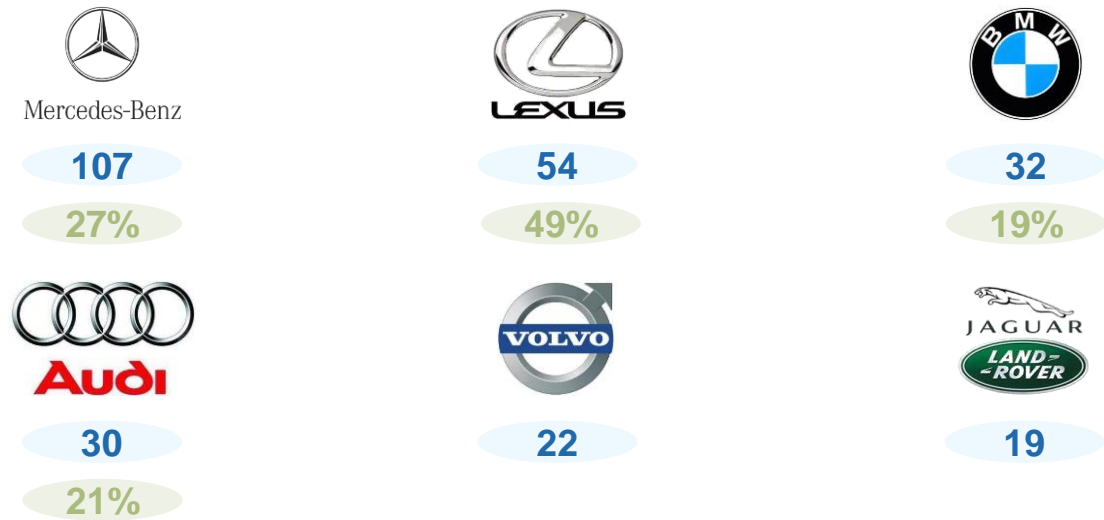
规模效应

运营发展

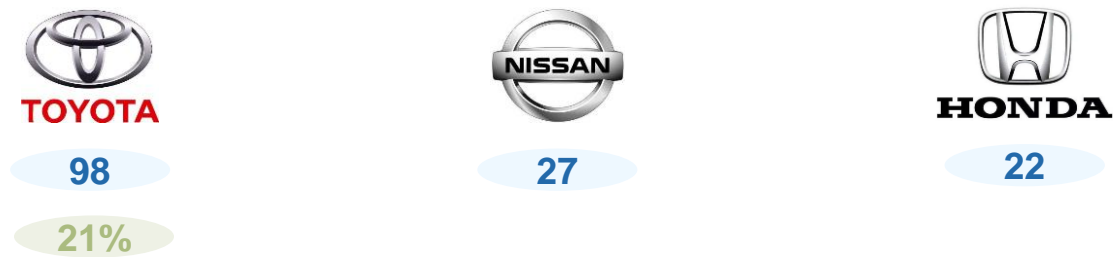
财务表现

截至2023年6月30日，经销店数量达到416家

豪华品牌267家经销店¹

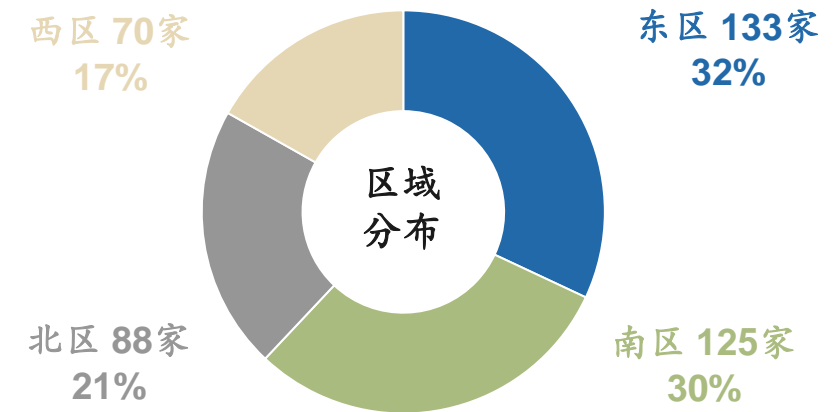


中高端品牌149家经销店²



● 门店数量 ● 市占率³

2023年上半年新建店2家，退网3家

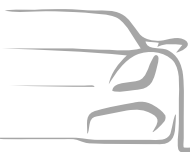


百分比为区域内门店数量占中升门店总数比例

新建及并购门店

	2023年上半年	城市
沃尔沃	1	青岛
丰田	1	北京（并购）

¹ 其他豪华品牌包括保时捷（2家门店）和英菲尼迪（1家门店）；² 其他中高端品牌包括大众（1家门店）和广汽乘用车（1家门店）；³ 市占率=2022年全年中升在32个中心城市的某品牌新车销量/该品牌在该等城市新车销量总数



全国网络布局及结构

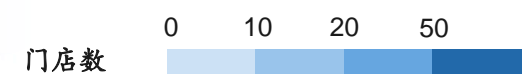
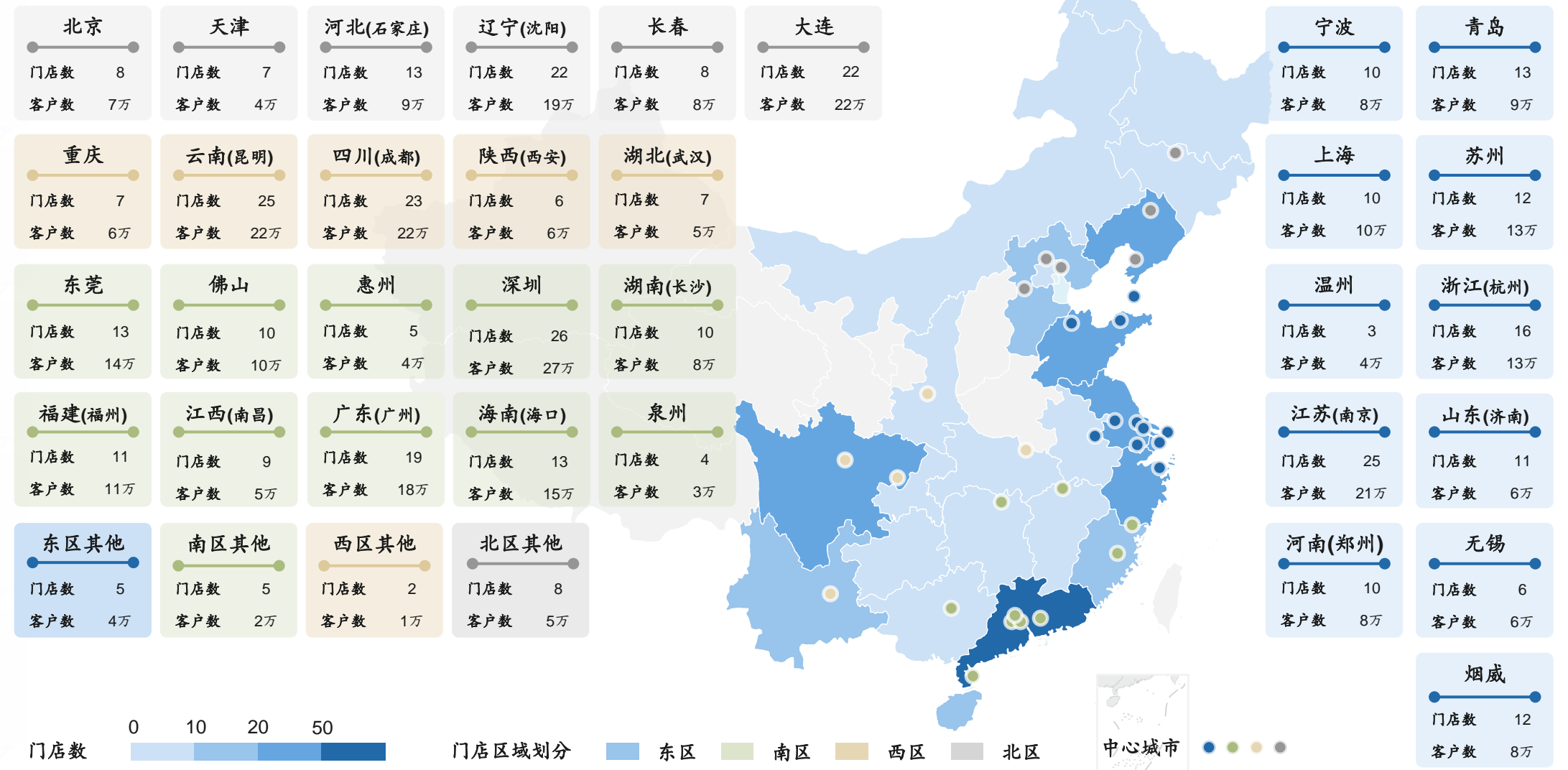
规模效应

运营发展

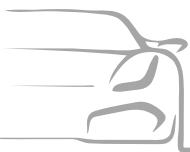
财务表现

- 416家** | 总门店数¹
- 2家** | 本年新增门店数
- ~50%** | 门店位于“万亿俱乐部”城市²
- 318家** | 门店位于高能级城市³
- 32个** | 中心城市管理结构

32个中心城市



¹ 数据截至2023年6月30日; ² 万亿俱乐部包括24个城市: 上海、北京、深圳、重庆、广州、苏州、成都、武汉、杭州、南京、天津、宁波、青岛、无锡、长沙、郑州、佛山、福州、泉州、济南、合肥、西安、南通和东莞; ³ 高能级城市包括4个一线城市、15个新一线城市及30个二线城市



整车销售构成

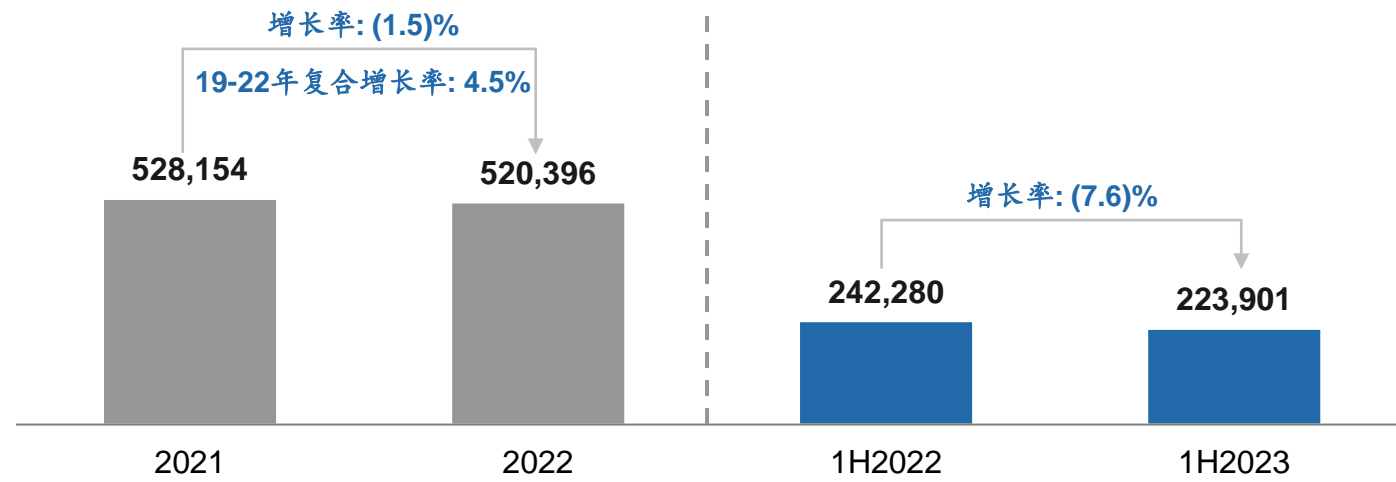
规模效应

运营发展

财务表现

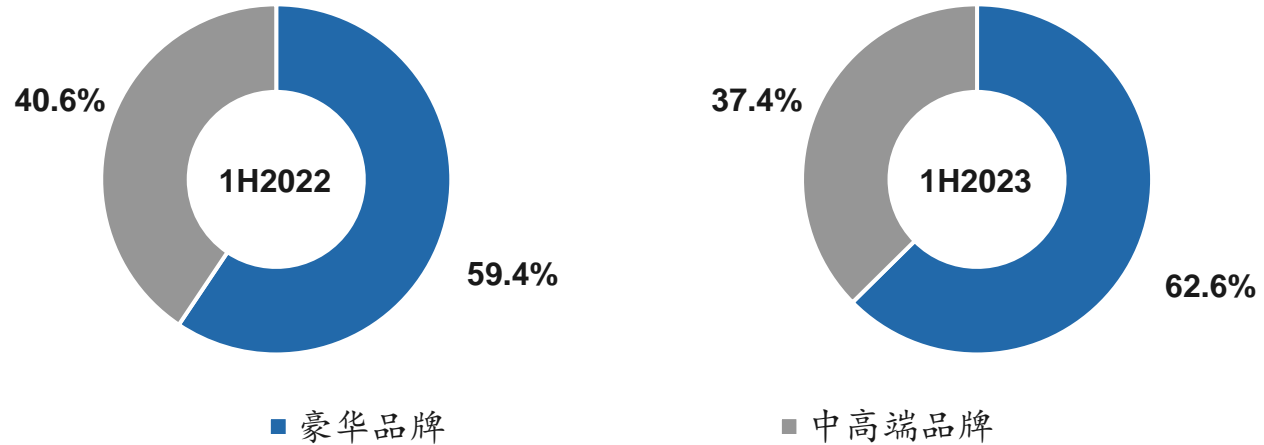
新车销量

(台)



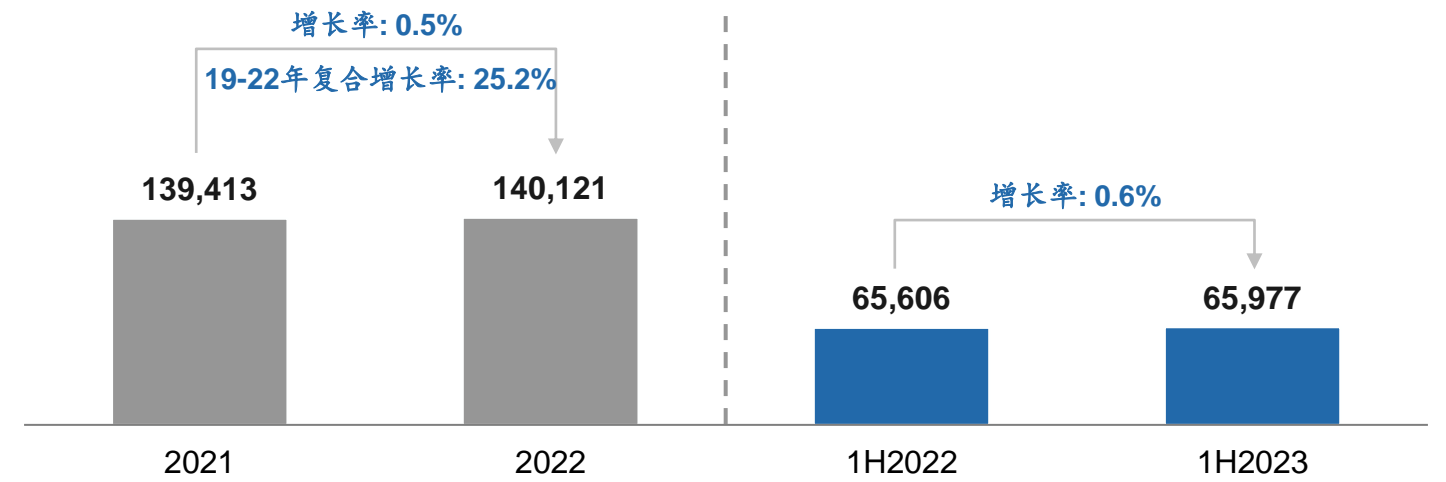
新车豪华品牌销量占比

(%)



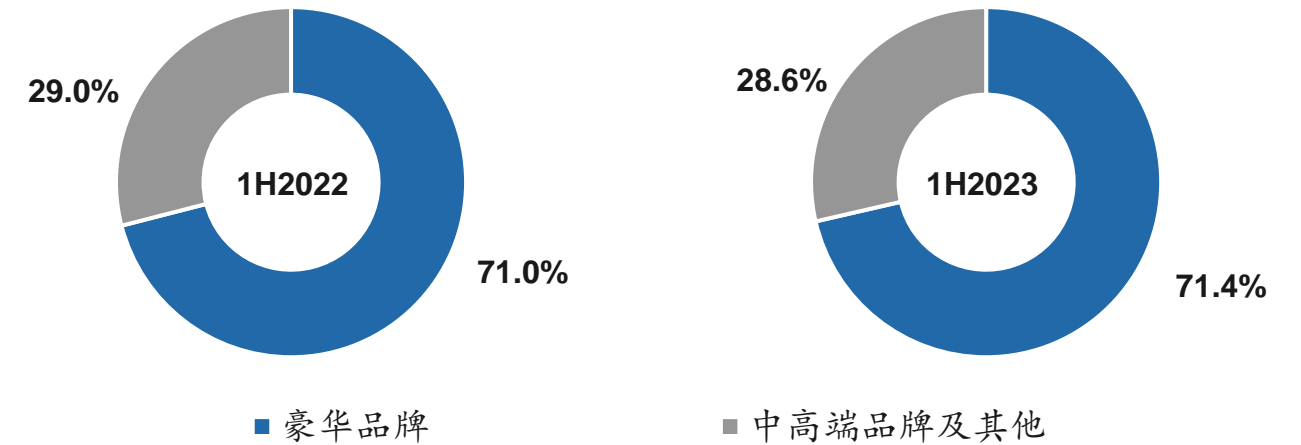
二手车交易量

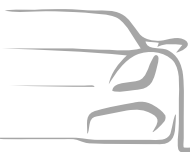
(台)



二手车豪华品牌销量占比

(%)





客户规模持续扩大

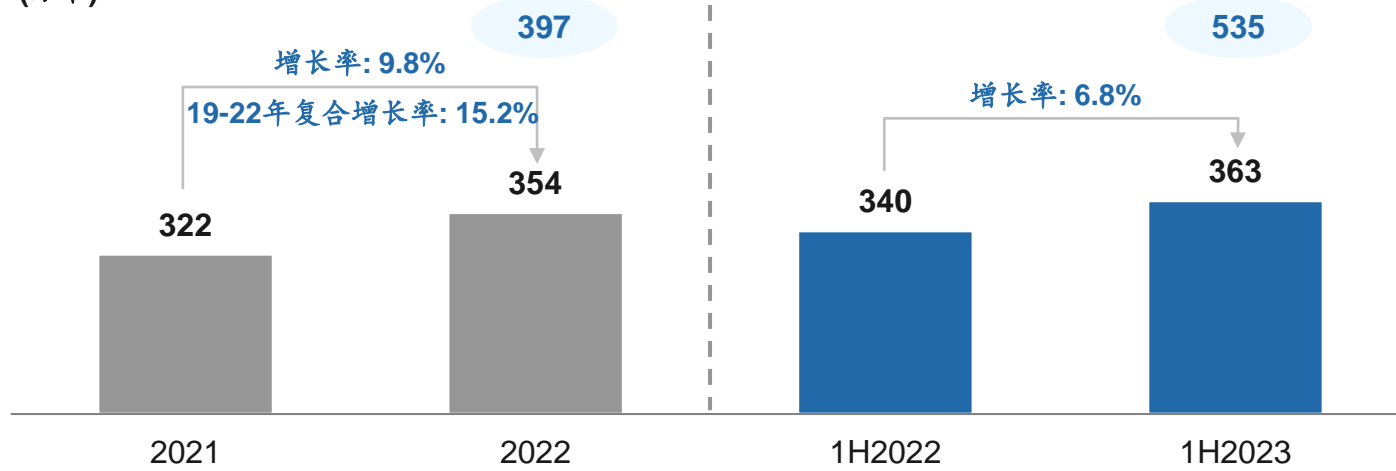
规模效应

运营发展

财务表现

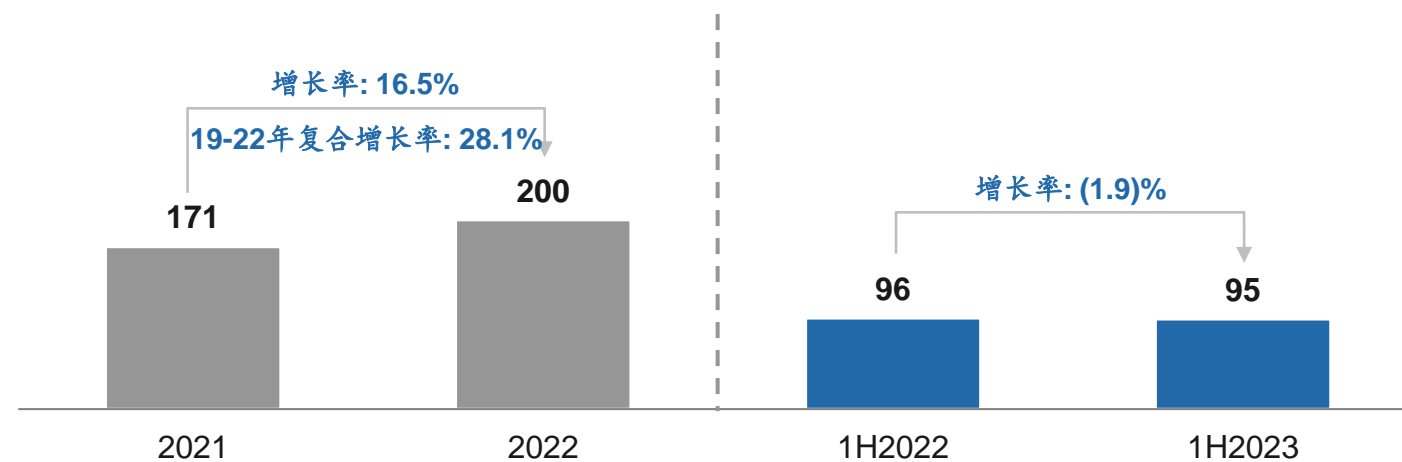
保有客户数总量

(万个)



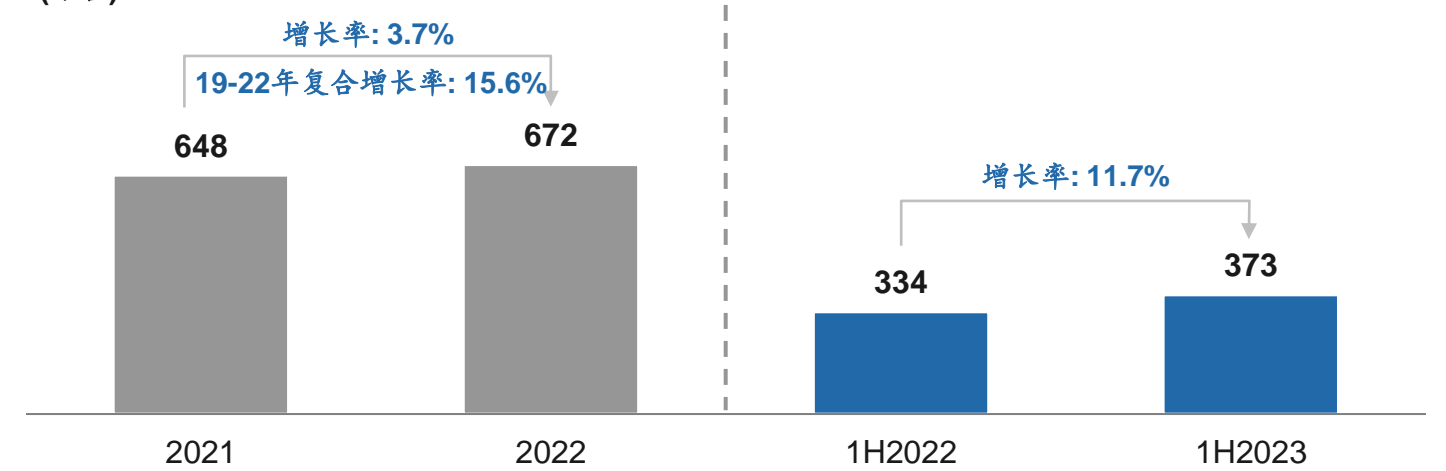
投保客户数

(万个)



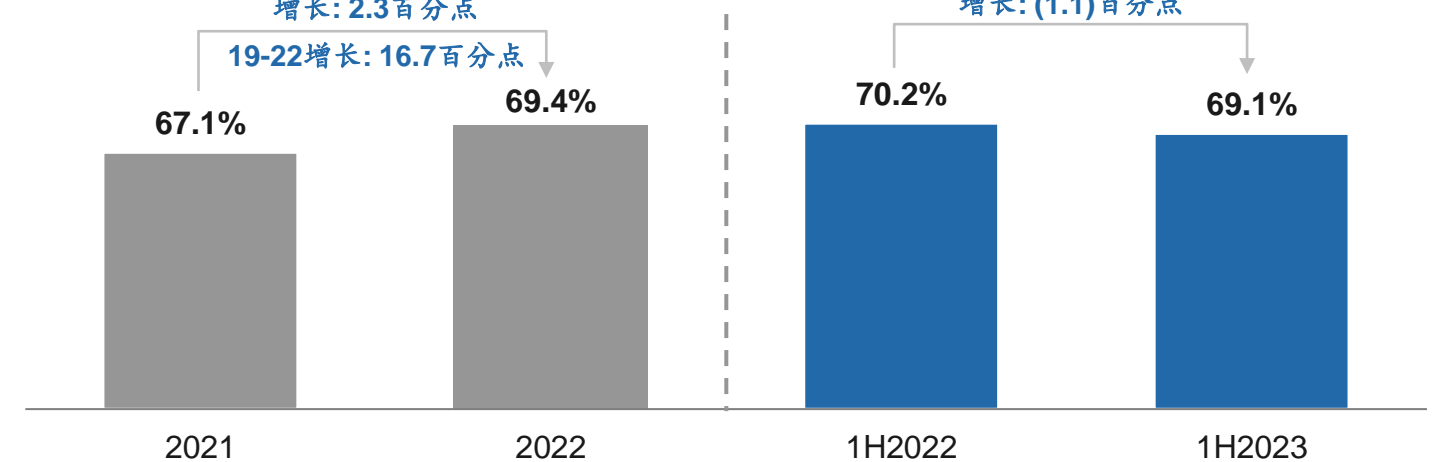
入厂台次

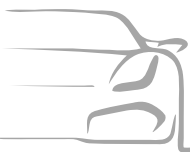
(万台)



金融渗透率

(%)





二手车业务发展亮点

规模效应

运营发展

财务表现

丰富的车源获取渠道



优良的服务模式和消费体验



驱动
高质量
高单车利润
的交易数量增长



精准的定价模型



逐步完备的销售流转渠道

27.6%

二手车置换率¹

55%

内拍成功率¹

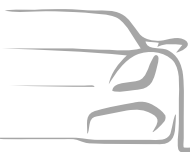
1.5万台

单月销量²

0.8万元

单车利润贡献¹

¹ 2023年上半年数据; ² 2023年6月数据



客户服务中心业务发展亮点

规模效应

运营发展

财务表现

客户服务¹

30
客服中心

73%
门店覆盖率

551万
企微客户数

184万
中升GO注册会员

100万
中升GO订阅会员

续保业务

过往痛点

我们的解决方案



18%
人员减少²

25%
人均续保单数提升²

其他业务

售后业务拓展

- 精准投放营销信息与客户权益
- 高频次触达客户

新车及二手车线索挖掘

- 门店、维修服务中心引流
- 挖掘客户需求，开拓潜在消费点

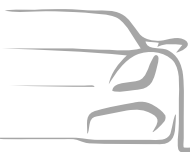
中升GO客服运营

- 多样化会员权益高频推送，提高客户活跃度与粘性
- 多平台对接，实现全生命周期客户服务

产品及服务创新



¹ 截至2023年7月31日；²2023年上半年与2022年上半年（即客服中心成立前）对比数据



维修服务中心业务发展亮点

规模效应

运营发展

财务表现

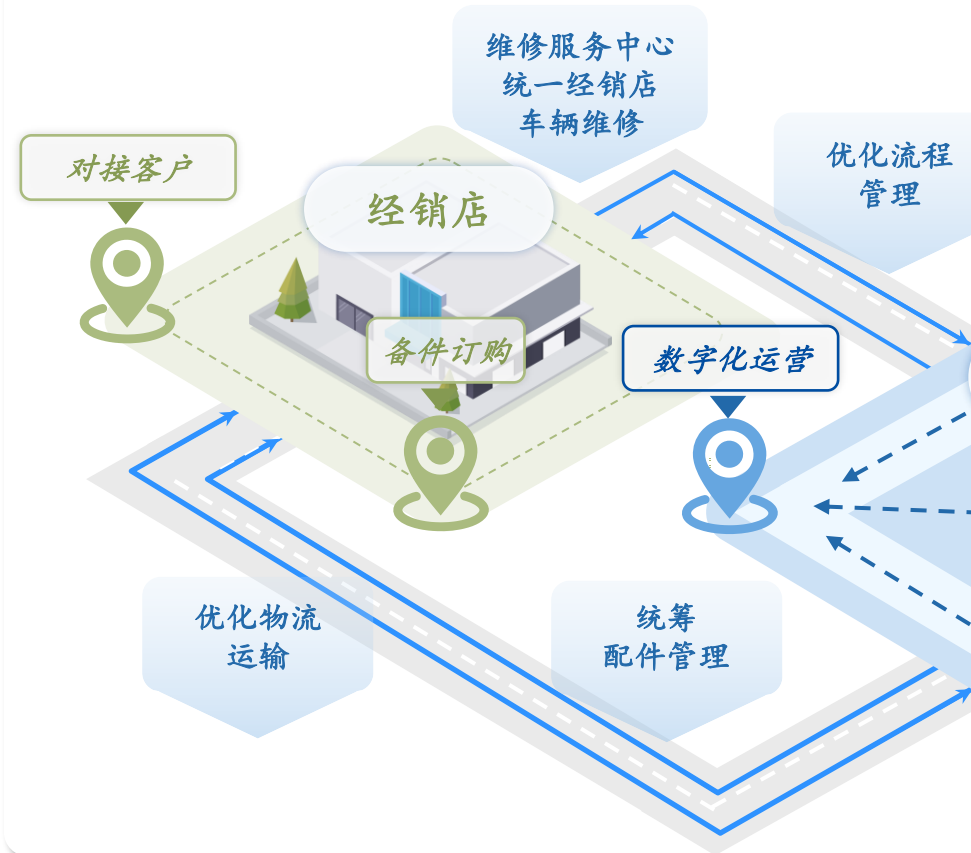


维修服务中心的建立与覆盖情况

	已运营	建设中	规划中
维修服务中心数量 ¹	9	5	21
覆盖城市数量 ²	7	16	29
覆盖经销商数量 ²	107	131	273
覆盖活跃客户数 ²	110万	131万	256万

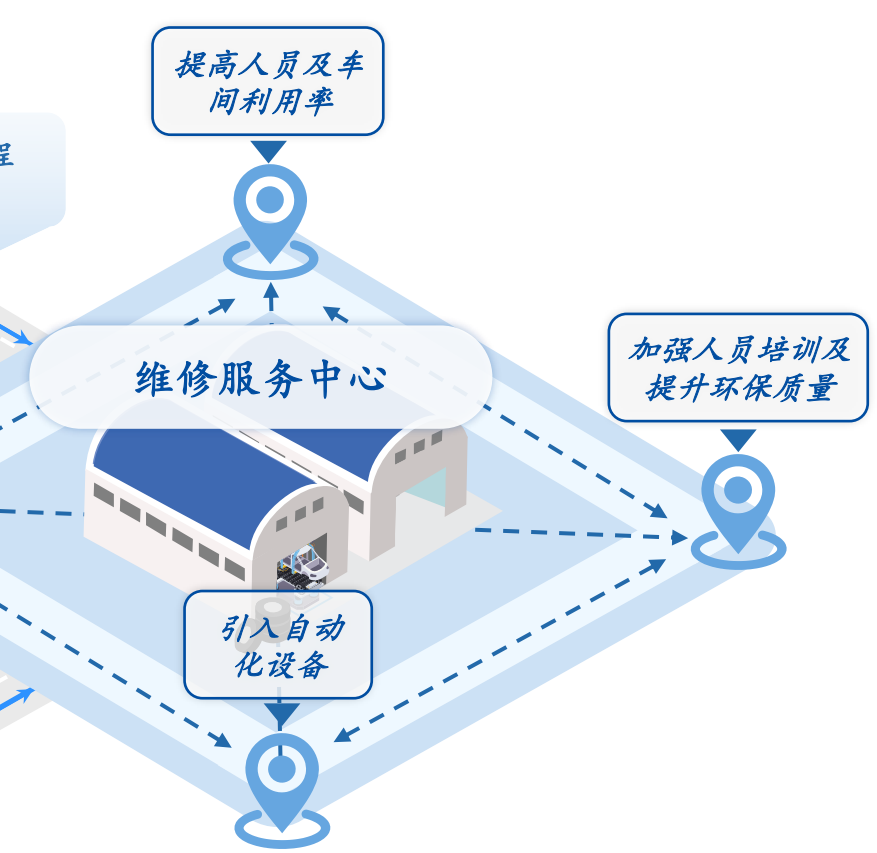
维修服务中心与经销商的流程衔接

将城市内经销商的钣喷业务陆续并入维修服务中心，提高维修效率，提升客户体验



维修服务中心内部流程建立和优化

维修服务中心采用集约化运营模式，内部流程高效，人员择优选配，使整体运营降本增效



维修服务中心成立前后对比

2023上半年相比
2022年上半年

3.4倍
烤房利用率提升

67%
单人日均喷漆面积提升

维修服务中心成立之后对比

2023上半年相比
2022年下半年

46%
日均钣金工时提升

76%
日均完工数量提升

¹截至2023年8月，共有9家已运营维修服务中心，包括大连（1家）、深圳（2家）、成都（2家）、南京（1家）、昆明（1家）、福州（1家）和武汉（1家）；²覆盖城市数量、覆盖经销商数量、覆盖活跃客户数指已运营、建设中、规划中维修服务中心建设完毕时所对应的覆盖城市、覆盖经销商数量、覆盖活跃客户数

各品牌积极布局新能源转型

规模效应

运营发展

财务表现

主要外资车企电动化和智能化进程

主要外资车企研发投入

新能源汽车市场增速¹ (1H2023 同比)

新能源汽车保有量的提升将进一步提高事故车业务的重要性

相较燃油车，新能源汽车在事故车业务中

平均出险率增加³

↑ ~10百分点

平均单车产值增加⁴

↑ ~20-30%

单均保费差价⁵

↑ 21%



- 中国作为世界上最大的汽车市场，将成为奔驰于2025年推出的**下一代电动车的市场核心**
- 从2025年起，奔驰**所有新车型平台将只生产电动汽车**

- 宝马在中国建立了除德国总部之外最大、最完备的**电动化研发体系，并持续升级**
- 2023年下半年将在沈阳投产**创新纯电动车型iX1和i5**

- 丰田赋予在中国的**研发中心以全新的研发使命，将研发重心进一步向智能化、电动化领域转移**

- 奥迪将与上汽集团**合作开发电动车型**

销量增长 市场份额提升

140%+

80%+

110%+

50%+

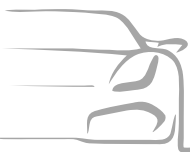
180%+

110%+

330%+²

220%+²

¹ 数据来自行业上险量统计; ² 仅含奥迪新能源汽车数据; ³ 银保信数据, 2016-2022年; ⁴ 数据来自行业专家估计; ⁵ 银保信数据, 2021年



综合利润构成

规模效应

运营发展

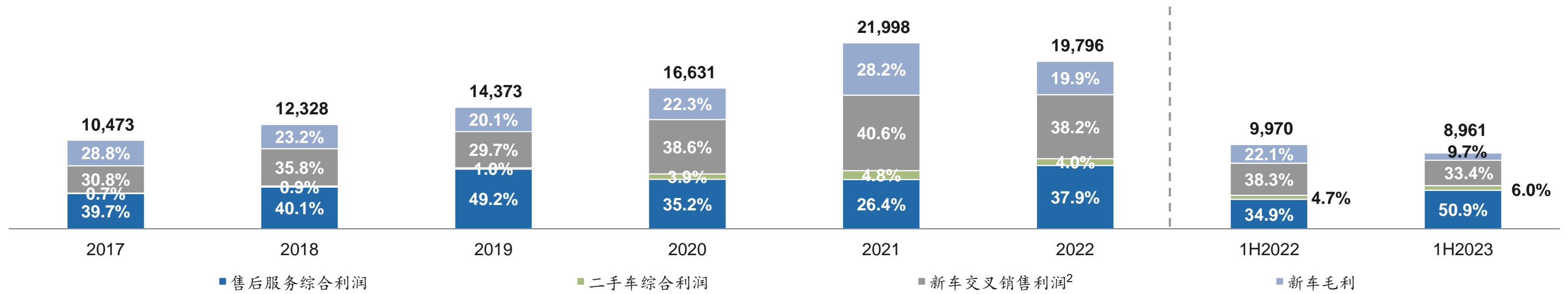
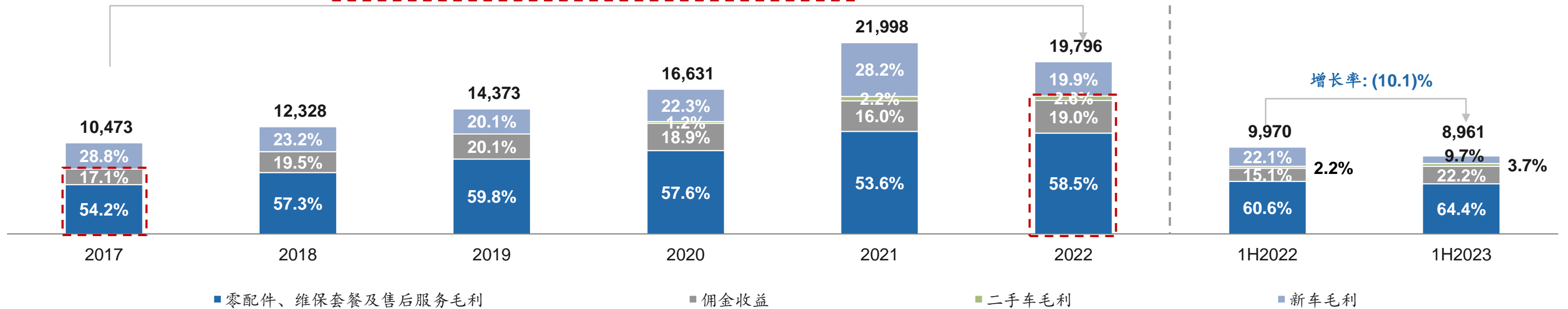
财务表现



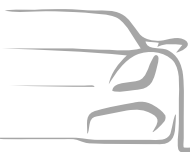
综合利润（毛利+佣金收益）¹

(百万元人民币)

17-22年除新车毛利外综合利润复合增长率: 16.3%



¹新车毛利, 二手车毛利, 零配件、维保套餐及售后服务毛利, 以及佣金收益之和; ²随同新车交易交叉销售产生的零配件和维保套餐毛利及佣金收益之和



收入及构成变化

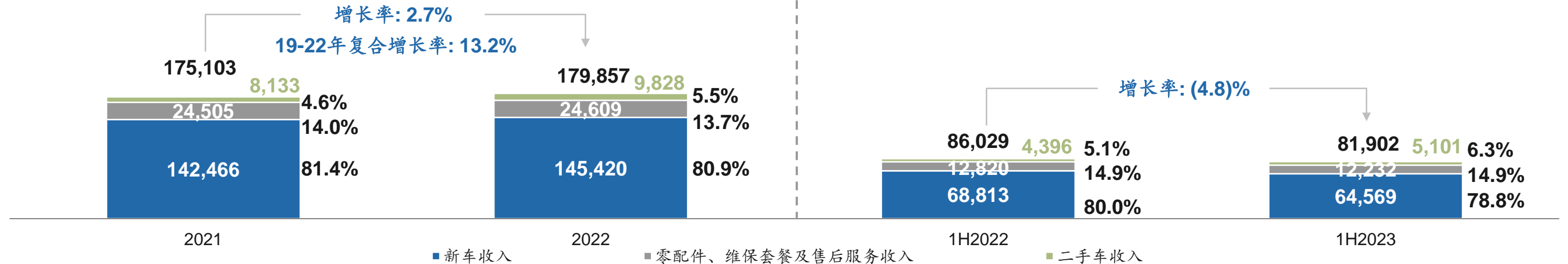
规模效应

运营发展

财务表现

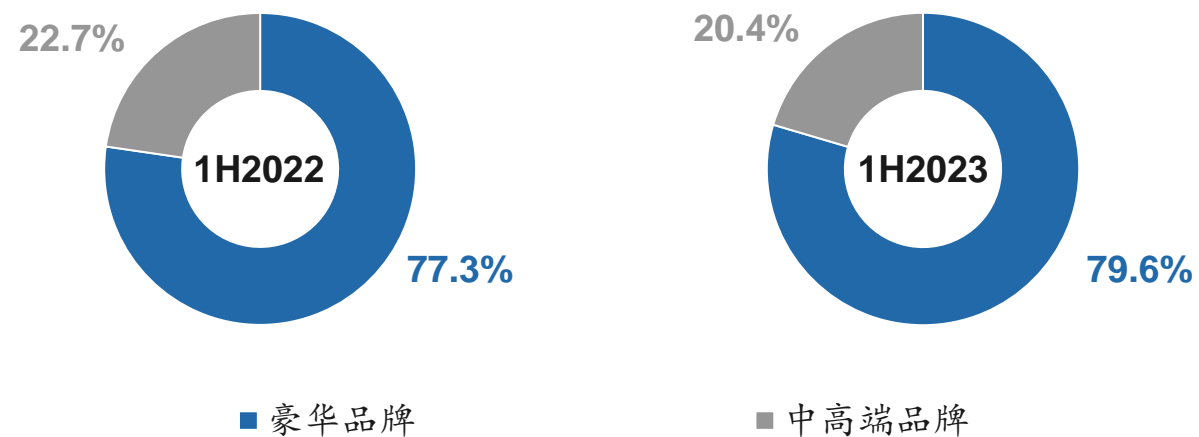
收入

(百万元人民币)



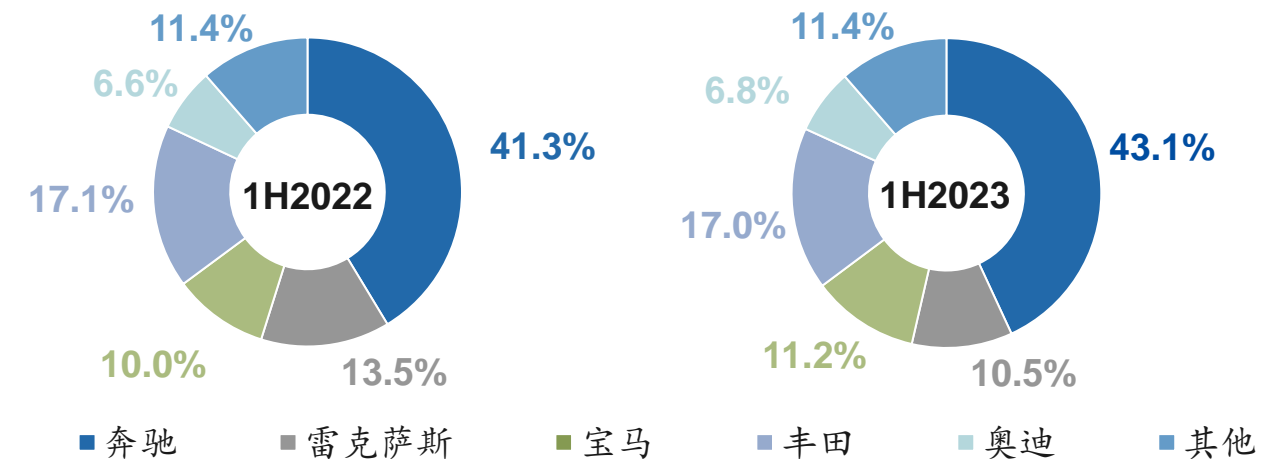
豪华品牌新车销售收入占比

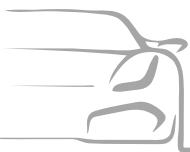
(%)



新车销售收入按品牌分析

(%)





综合利润构成

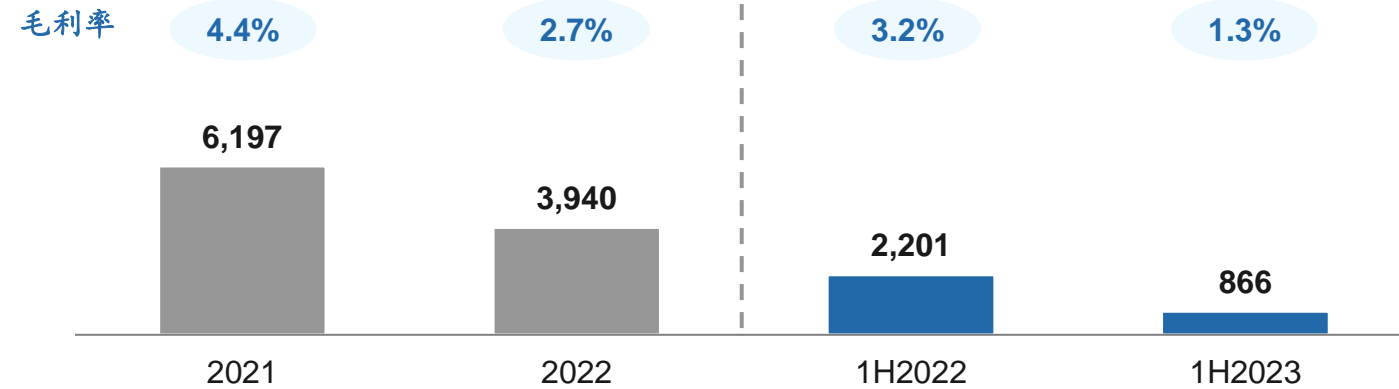
规模效应

运营发展

财务表现

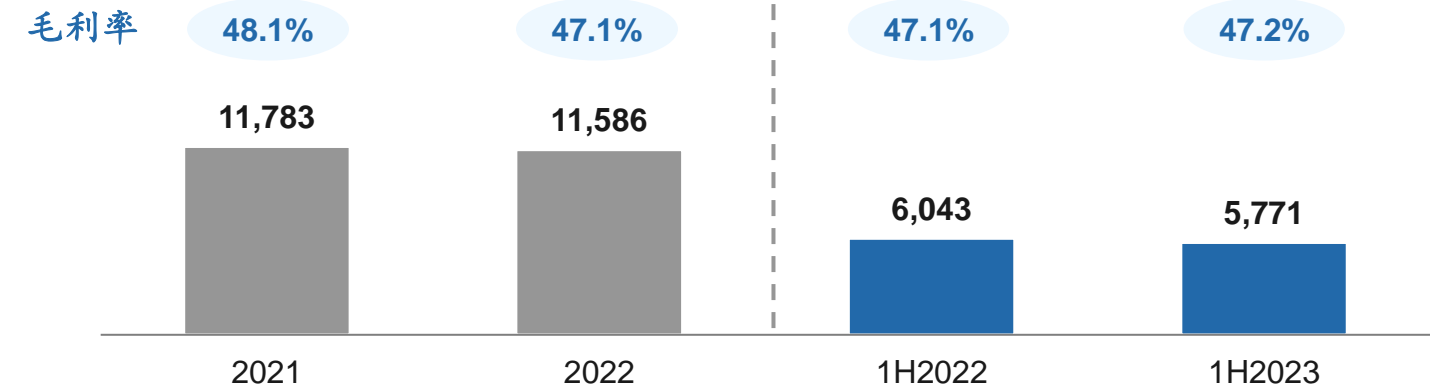
新车毛利

(百万元人民币)



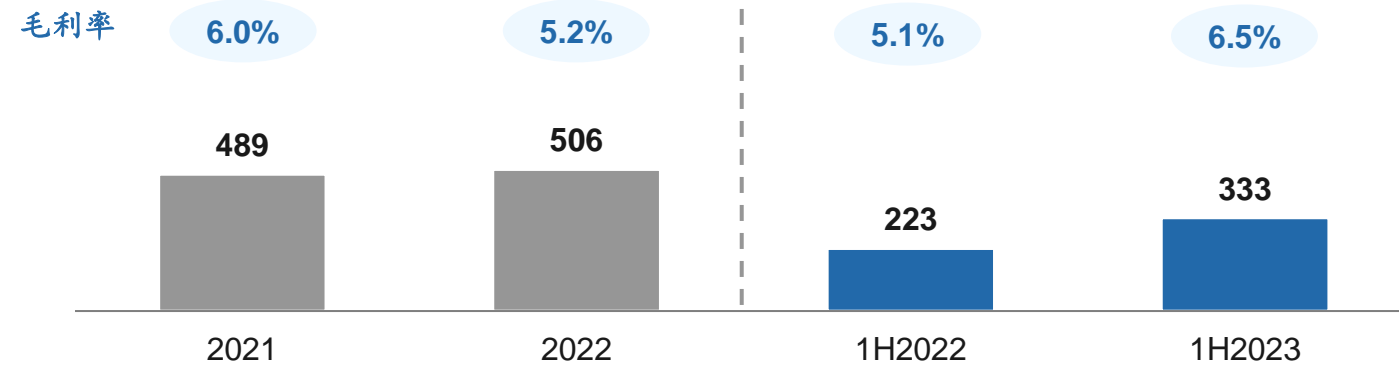
零配件、维保套餐及售后服务毛利

(百万元人民币)



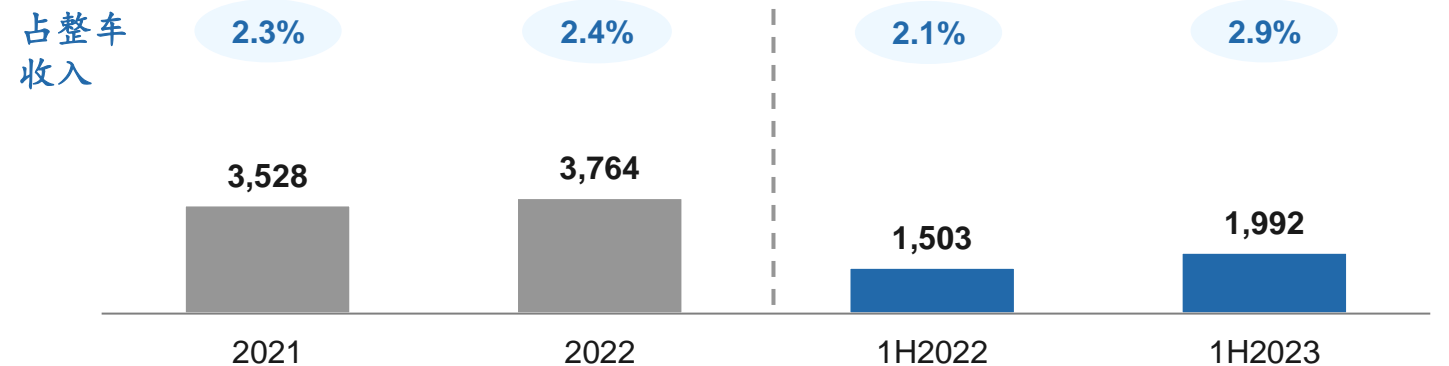
二手车毛利

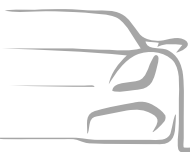
(百万元人民币)



佣金收益

(百万元人民币)

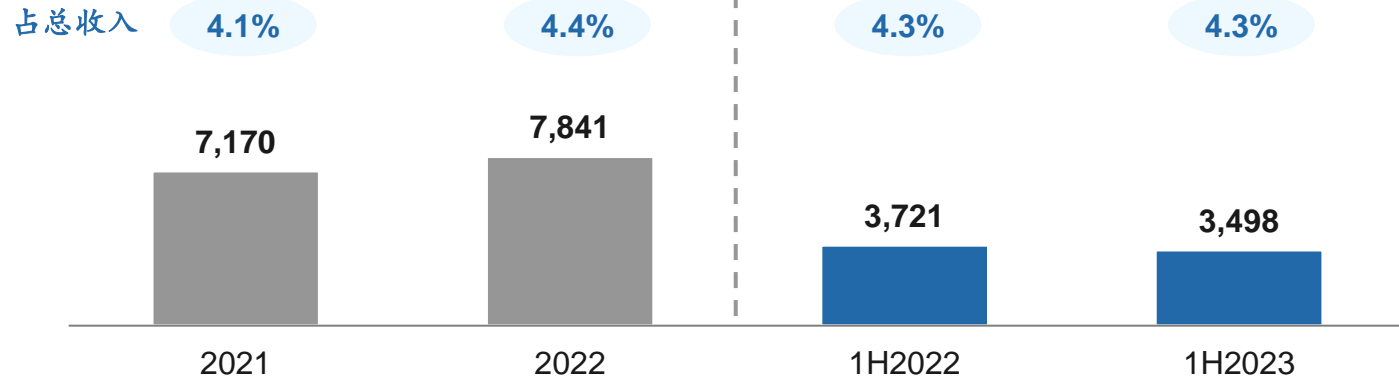




各项费用变化

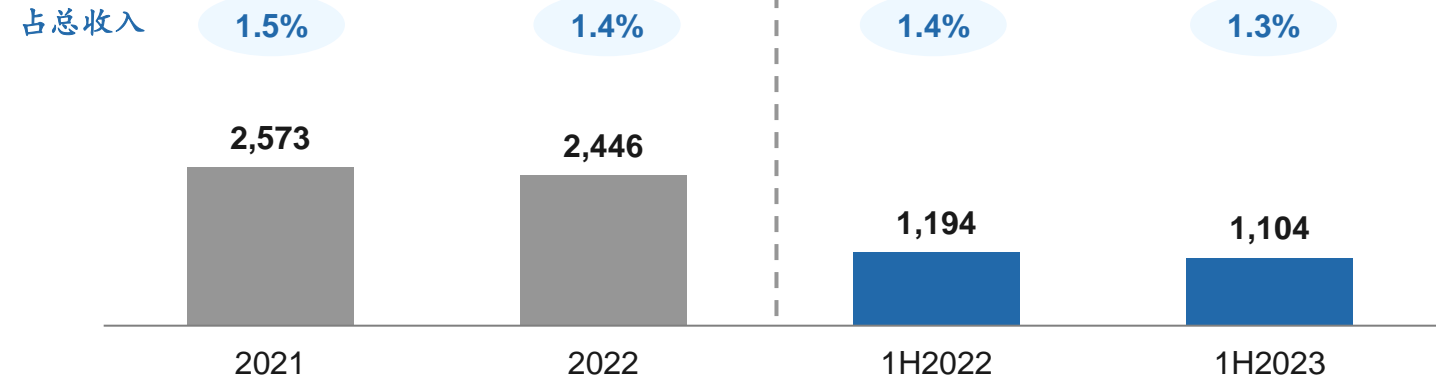
销售费用

(百万元人民币)



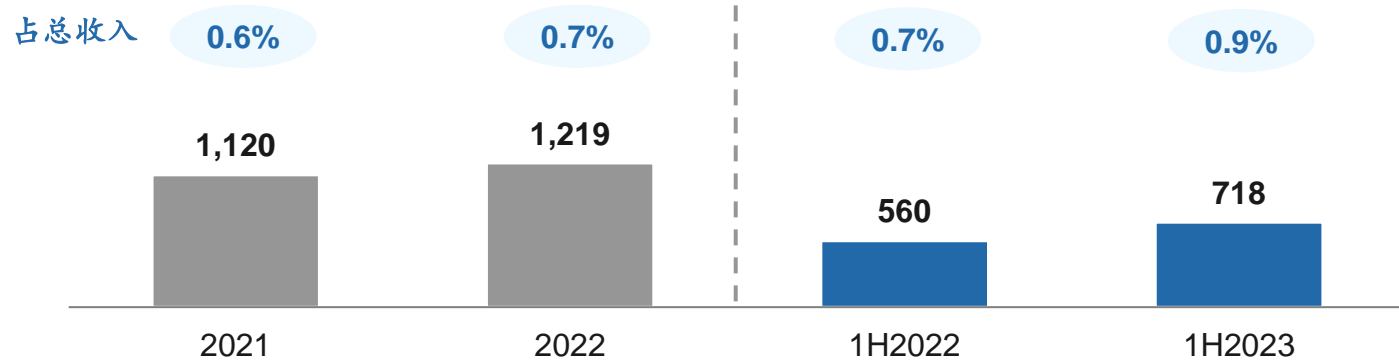
管理费用

(百万元人民币)



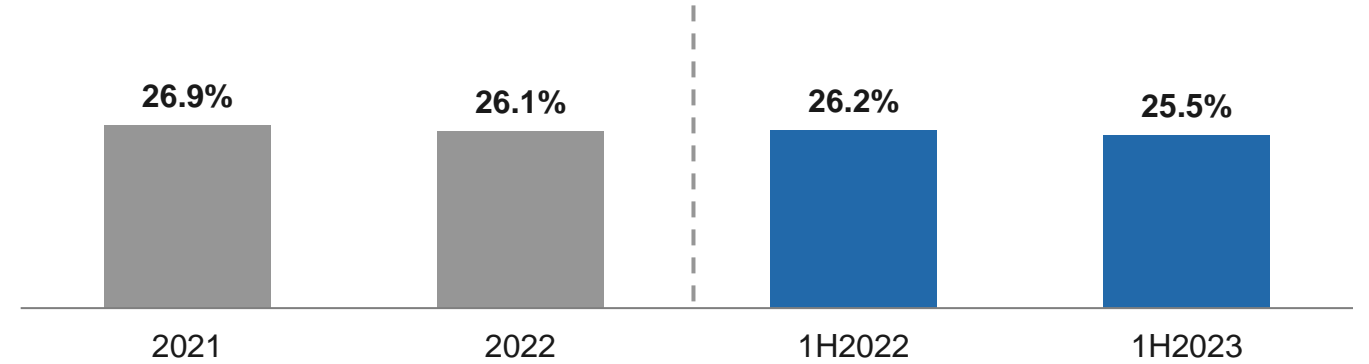
财务费用

(百万元人民币)

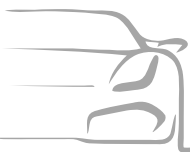


有效所得税率¹

(%)

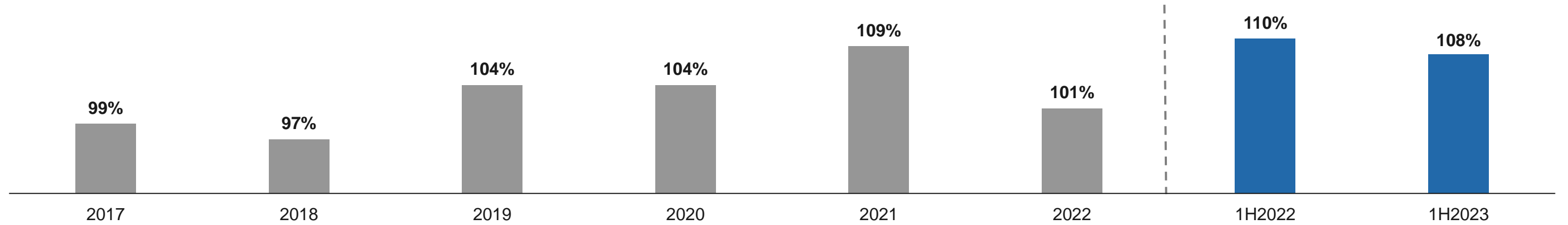


¹2022年上半年有效所得税率因香港会计准则第12号的修订已重列



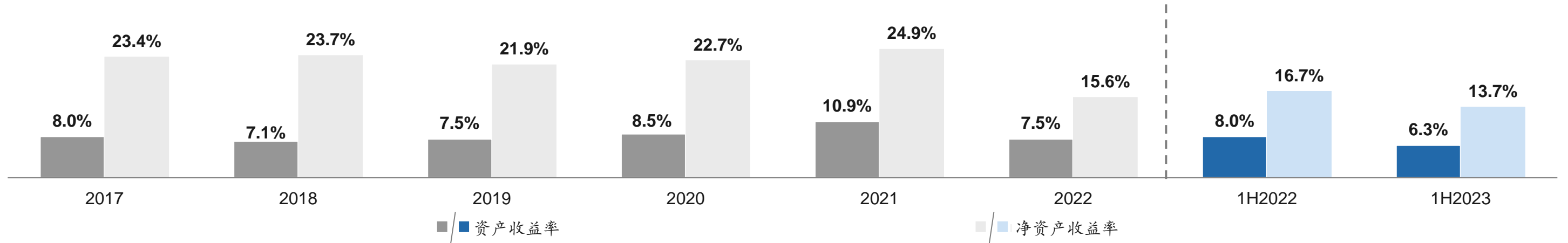
整体运营效率及财务回报率

零服吸收率¹

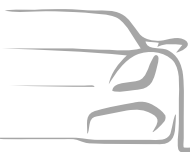


资产收益率和净资产收益率²

(%)



¹ 零服吸收率=售后服务毛利/(销售费用+管理费用+财务费用)；² 2022年上半年和2023年上半年的资产收益率和净资产收益率为简单年化数据



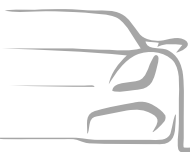
财务状况摘要

规模效应

运营发展

财务表现

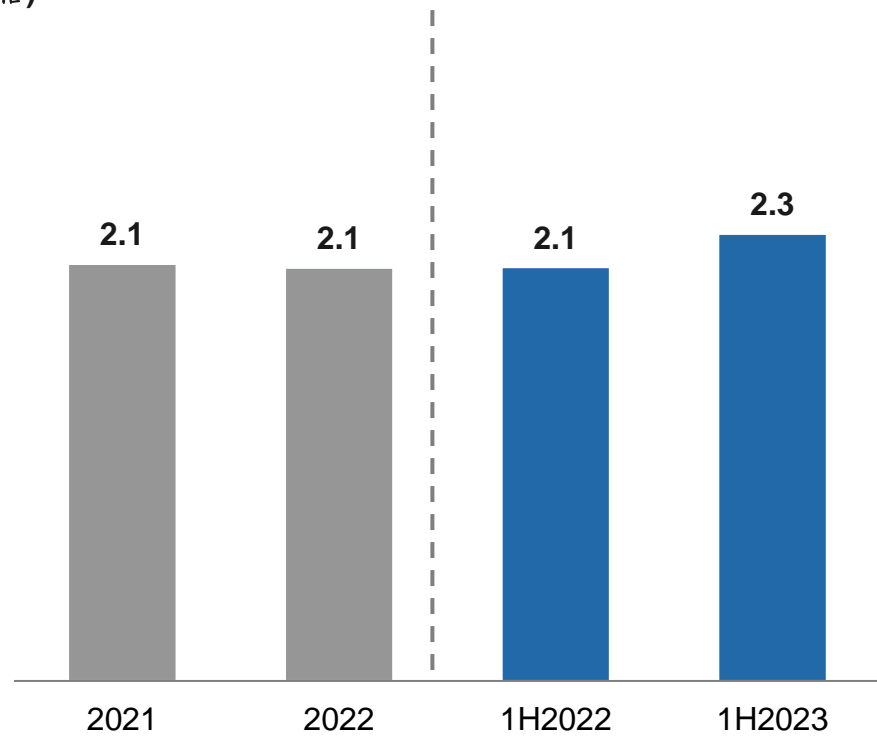
(人民币百万元)	2021	2022	1H2022	1H2023
现金、现金等价物及在途现金	11,184	11,829	11,747	16,541
经营活动现金流量	10,872	8,785	3,653	3,467
减：资本支出	4,073	2,432	918	839
减：租赁付款	728	778	330	354
自由现金流量	6,071	5,575	2,405	2,274
除税前溢利	11,504	8,951	4,688	4,048
减：利息收入	183	240	118	231
加：财务费用	1,120	1,219	560	718
加：折旧及摊销	2,374	2,851	1,439	1,029
息税折旧摊销前利润 (EBITDA)	14,814	12,781	6,569	5,564
已付股息	1,113	1,728	-	-
购回股份	27	405	63	273
支付给股东的现金	1,140	2,134	63	273



负债率及流动性

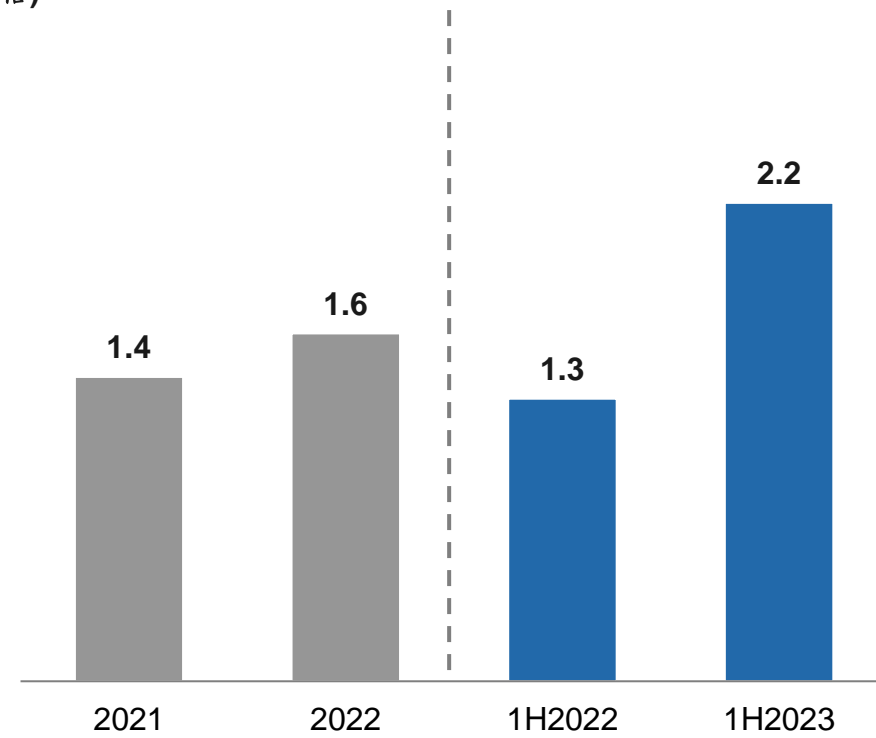
总资产/净资产

(倍)



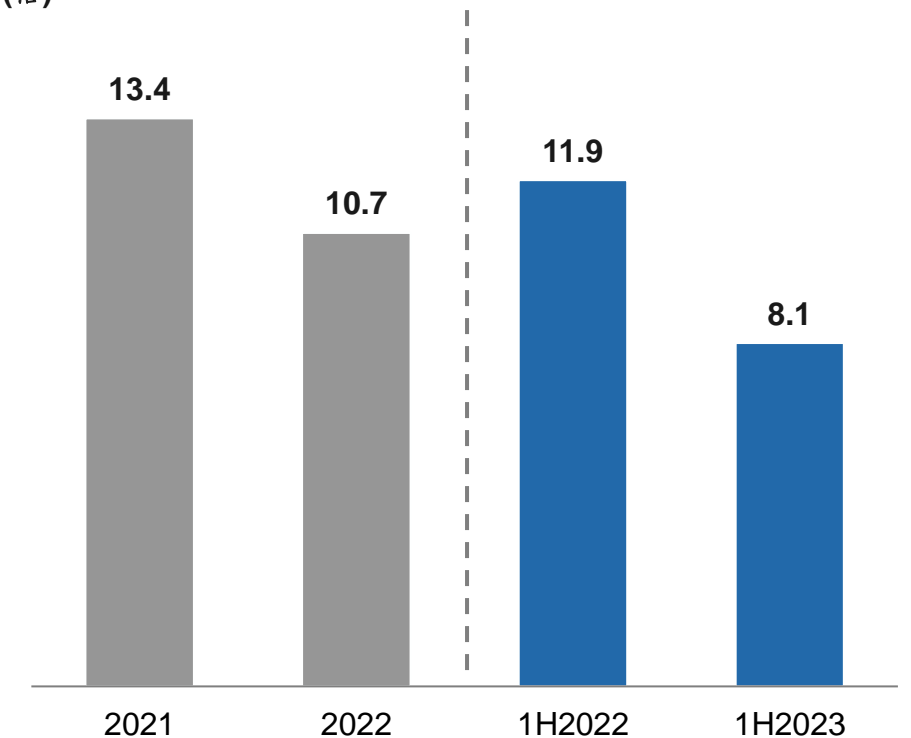
债务/息税摊销前利润¹

(倍)



利息覆盖率²

(倍)



¹经调整债务包含厂家金融和票据并减去存货；²利息覆盖率=(除税前溢利+财务费用+折旧及摊销)/财务费用