



2023

年度业绩报告

我们的战略愿景



成为中国品质消费者最信任的汽车服务品牌

品质定位

豪华品牌销量
30万辆

豪华品牌市场占有率¹
16%

品牌信任

保有客户²
379万

会员体系客户
239万

汽车服务

二手车销量
16万辆

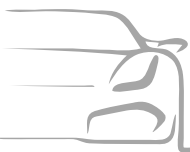
售后入厂台次
747万

本地规模

中心城市平均客户数
11万

中心城市平均店数
13个

¹ 豪华品牌市场占有率 = 截至2023年末中升在32个中心城市的豪华品牌保有客户数/拟合市场保有量 (该城市过去8年传统豪华品牌销量总数); ² 12个月内按车架号计算入厂客户数及新车购买用户数



中心城市布局



420家 | 总门店数¹



13家 | 本年新增门店数



>50% | 门店位于“万亿俱乐部”城市²

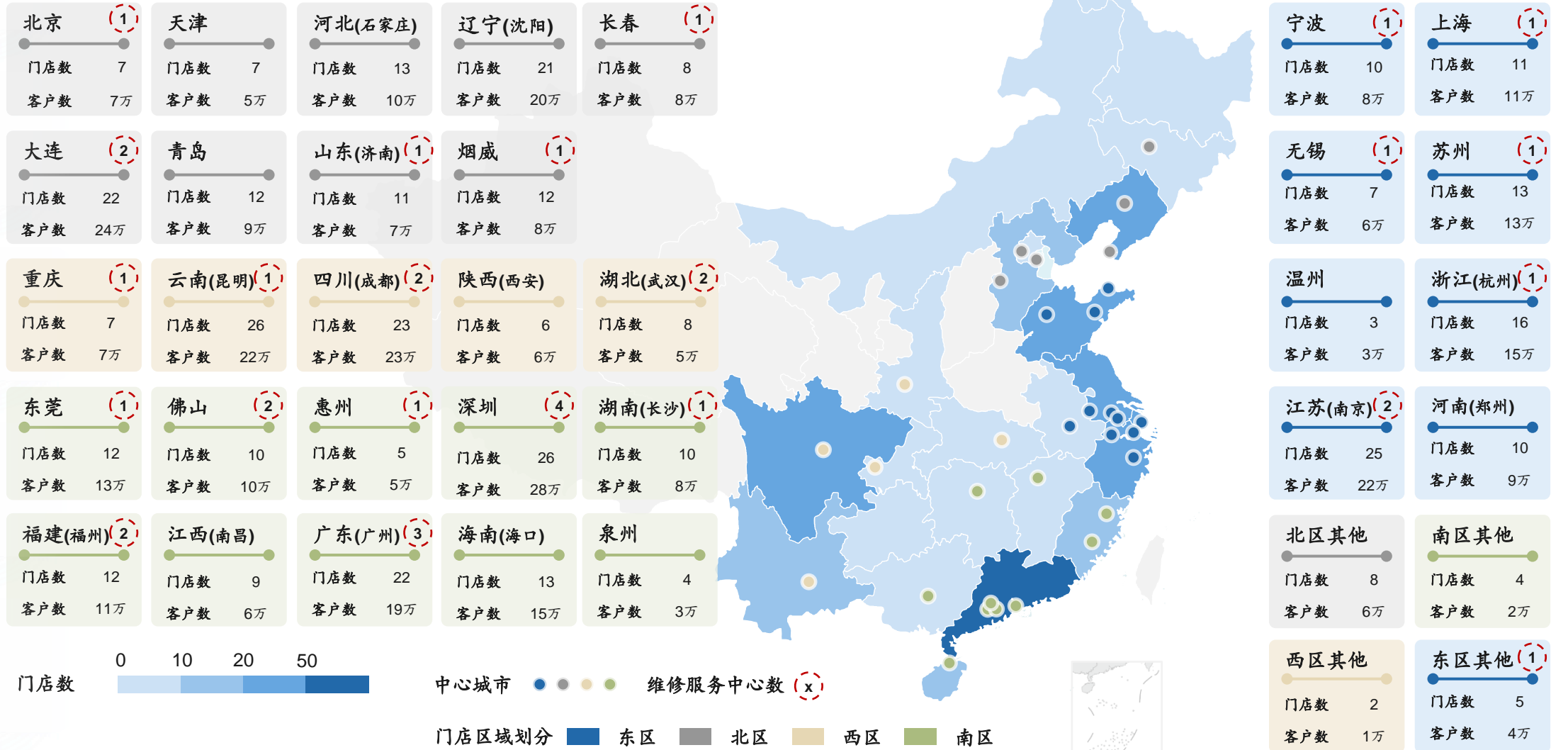


34家 | 维修服务中心数³



32个 | 中心城市

32个中心城市



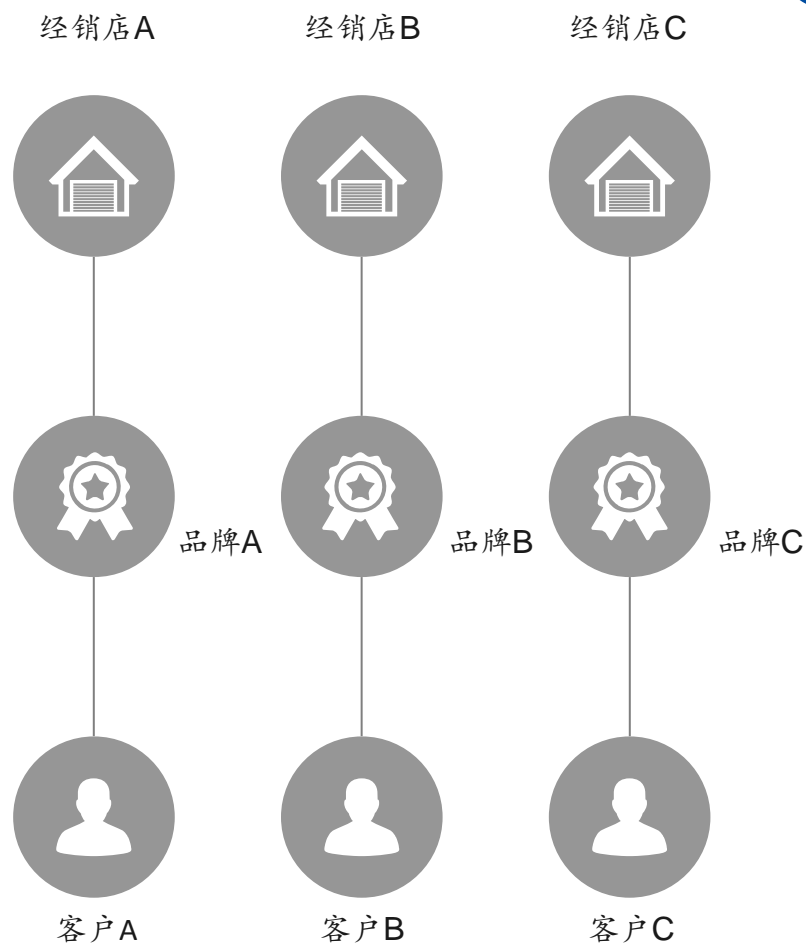
¹ 数据截至2023年12月31日; ² 万亿俱乐部包括26个城市: 上海、北京、深圳、重庆、广州、苏州、成都、武汉、杭州、南京、天津、宁波、青岛、无锡、长沙、郑州、佛山、福州、泉州、济南、合肥、西安、南通、东莞、常州和烟台; ³ 截至2024年3月运营中及在建中数据

中升中心化客户运营优势

中升新渠道客户运营规模

传统模式：基于单车VIN及单品牌经销商服务

中升模式：跨门店跨品牌围绕客户、车、生活全方位客户运营



239万

中升GO订阅会员数



683万

企业微信客户数



1,575万

直播平台粉丝量

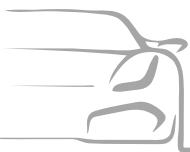
本地市场中心化客户运营 (续)









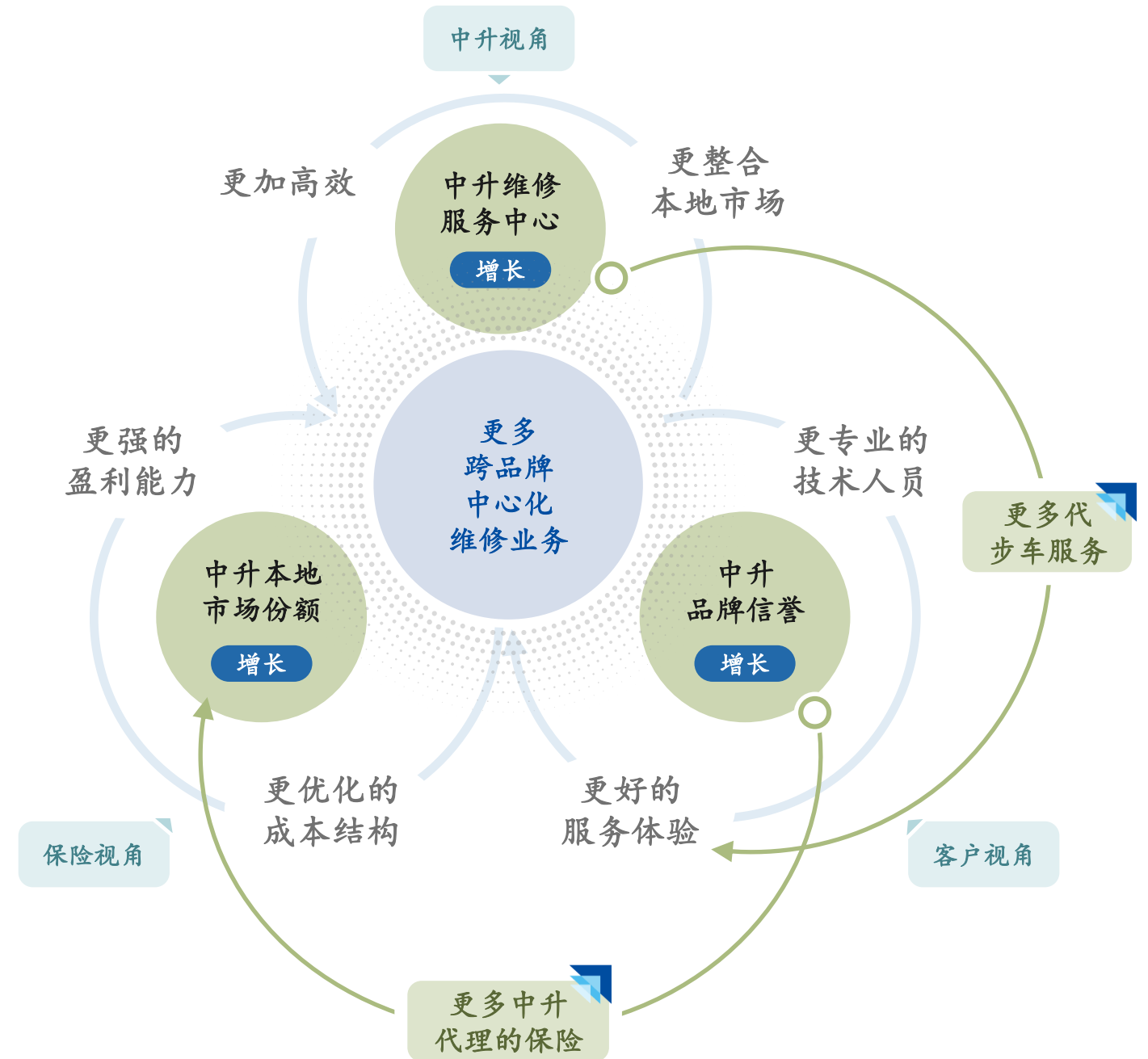
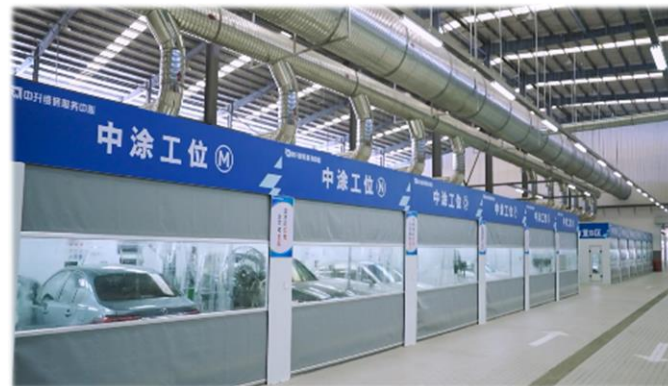


维修服务中心业务发展亮点

维修服务中心的建立与覆盖情况

已运营 建设中 规划中

	已运营	建设中	规划中
维修服务中心数量	20	14	12
覆盖城市数量 ¹	15	24	29
覆盖经销商数量 ¹	169	235	274
覆盖活跃客户数 ¹	171万	234万	269万



¹ 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

高质量 高单车利润的 交易数量增长



多渠道车源

- 置换/外采/直采
- 提升高品质车源比例
- 内拍/保客/车队
- 挖掘核心盈利车型



全方位获客

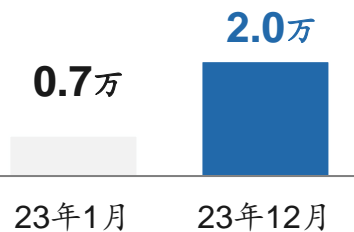
- 保有客户基盘
- 自然到店流量
- 社交媒体引流
- 客服中心及维修服务中心推流



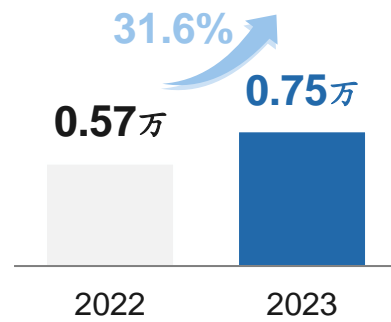
精细化运营

- 动态精准收购定价
- 充分撬动各业务板块资源优势
- 集中运营区域大店
- 打造中升品牌服务

单月销量



单车利润贡献



二手车置换率



销量前30门店零售率



社交平台私域流量示例

粉丝量

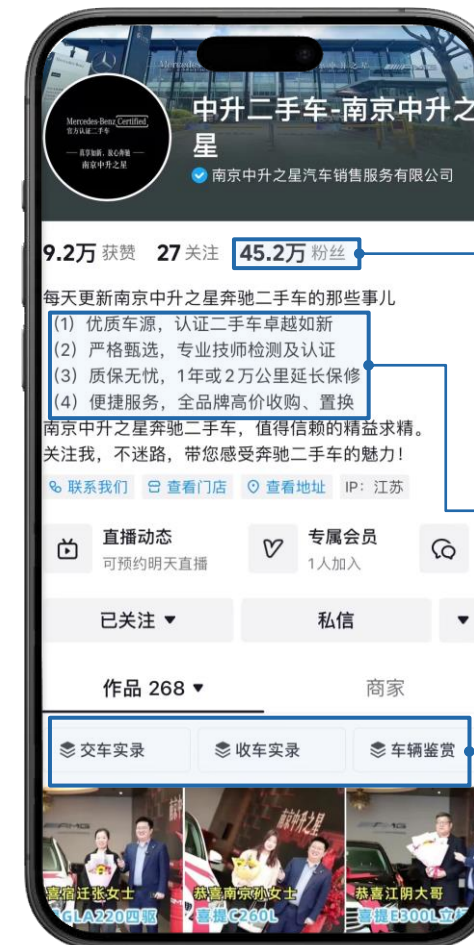
45万

月线索量¹

1万+

线索转化率²

1.5%+



持续上涨的粉丝量和高直播频率获取客户线索

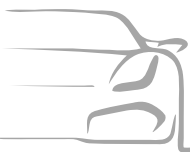


品质、服务介绍并将业务面向全品牌开放



交车、收车及车辆鉴赏全过程录制, 吸引更多非实时直播的流量

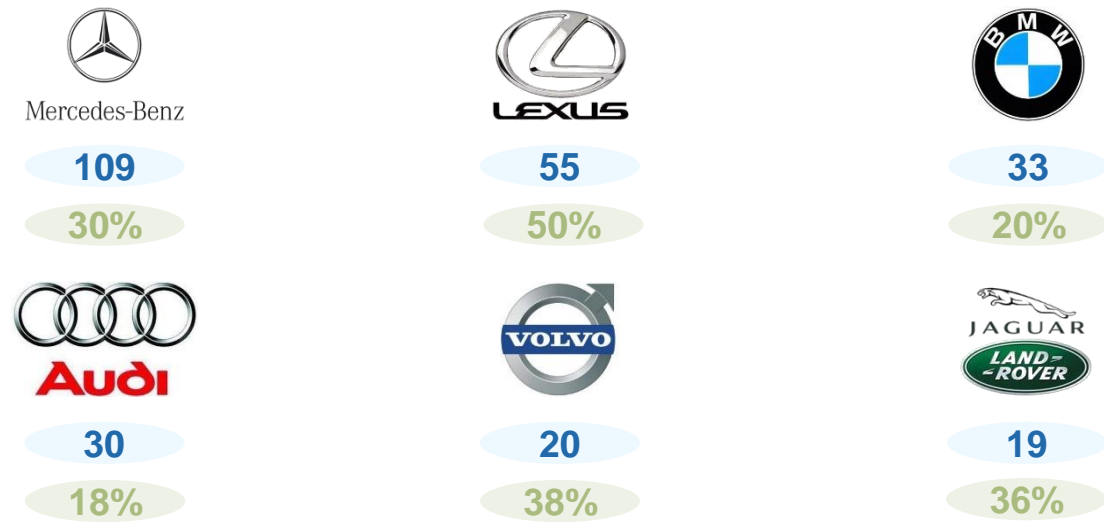
¹ 通过平台向该二手车账号留资的月度客户数量; ² 转化为成交订单的线索量/总线索量



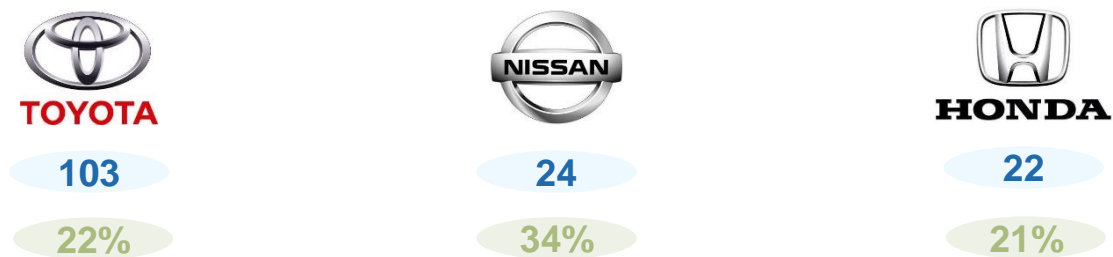
品牌组合及本地市占率

截至2023年12月31日，经销店数量达到420家

豪华品牌269家经销店¹



中高端品牌151家经销店²



● 门店数量 ● 市占率³

2023年新增店13家，退网10家

新建及并购门店

	2023年	城市
奔驰	4	苏州、南京、广州、云浮
雷克萨斯	1	广州
宝马	1	东莞
沃尔沃	1	青岛
丰田	6	济南、无锡 并购：上海、武汉、昆明、曲靖

部分退网门店⁴

	2023年	城市
奔驰（商务）	3	并入奔驰乘用车店：厦门、潍坊 其他：沈阳
日产	5	改建维修服务中心：昆明、大连 其他：汕头、汕尾、揭阳

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=2023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；⁴ 其他退网门店为沃尔沃（2家门店）

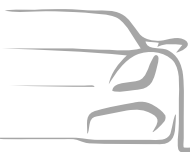
各品牌积极布局新能源转型

主要外资车企电动化布局


70%
 2023年中升新能源
 车型销量同比增幅

品牌	新能源车型汇总 ¹ (*为2024年上市车型)	全新电动平台及技术	电动化销量目标	新能源车型渗透率涨幅
 Mercedes-Benz	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> EQA EQS 迈巴赫EQS EQB EQE SUV SUV* EQC EQS SUV 新一代EQA* EQE 纯电G级* 新一代EQB* </div> <div style="border: 2px solid blue; padding: 5px; display: inline-block;"> C级 / E级 / S级 / GLE插电混 多款迈巴赫 / 多款插电混车型* AMG车型插电混 </div>	<ul style="list-style-type: none"> 25年中小型车模块化架构平台MMA国产 26年起推出MB.EA/AMG.EA/VAN.EV (中大型车/性能车/商务车纯电平台) MB.OS智能化系统, 且更多车型搭载8295芯片 获北京首批L3测试许可 	50% 2030年销量占比	10%+   奔驰纯电G级  奔驰纯电CLA
 BMW	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> iX1 i7 iX2* iX3 iX i5旅行车* i3 i5* </div> <div style="border: 2px solid blue; padding: 5px; display: inline-block;"> XM插电混 5系插电混 7系插电混 </div>	<ul style="list-style-type: none"> 26年NCAR纯电平台国产 获上海首批L3测试许可 至26年底国内建设7千个超充电桩 (奔驰宝马合营) 	20% 50% 2024年销量占比 2030年销量占比	70%+   宝马i5
 Audi	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> e-tron Q4 e-tron RS e-tron Q2 e-tron Q5 e-tron Q6L e-tron* </div>	<ul style="list-style-type: none"> 24年全新纯电豪华平台PPE国产 L2++ADAS 	100% 2033年产量占比	150%+   奥迪 Q6L e-tron
  TOYOTA LEXUS	<div style="border: 2px solid red; padding: 5px; display: inline-block;"> BZ3 铂智4X 两款本土丰 BZ4X 雷克萨斯RZ 田纯电车型* </div> <div style="border: 2px solid blue; padding: 5px; display: inline-block;"> 雷克萨斯 RX插电混 雷克萨斯 NX插电混 </div>	<ul style="list-style-type: none"> 26年全新纯电平台BEV上市 液态电池续航提升至1000KM以上 27-28年固态电池实现商用 	150万 350万 2026年销量 2030年销量	170%+   180%+   雷克萨斯RX插电混

¹ 新能源车型划分: 纯电车型 插电混车型

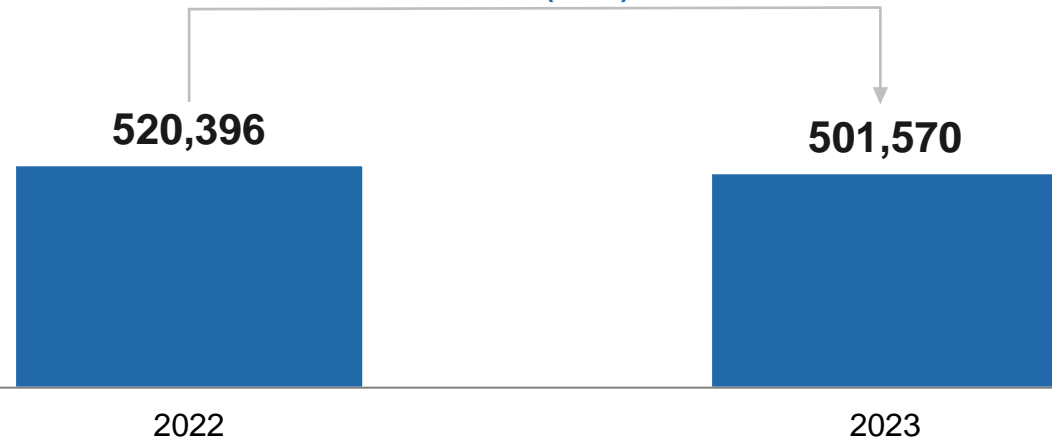


整车销售构成

新车销量

(台)

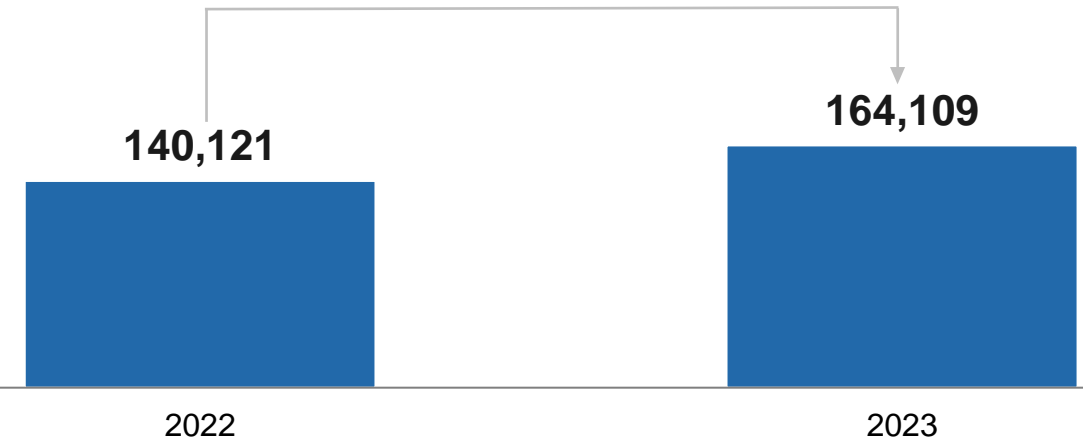
变化率: (3.6%)



二手车交易量

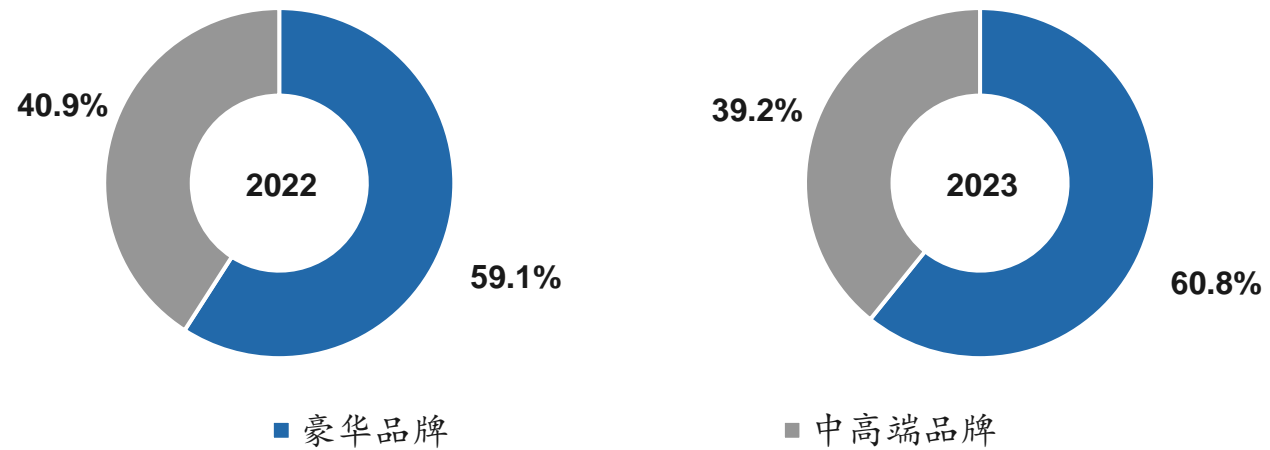
(台)

增长率: 17.1%



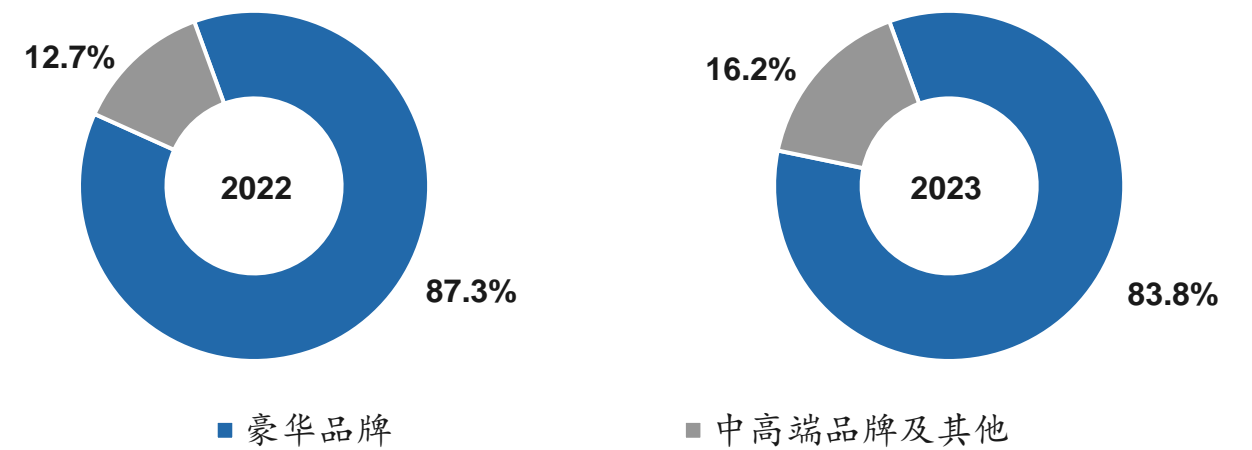
新车豪华品牌销量占比

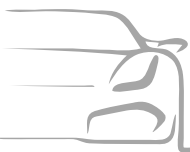
(%)



二手车零售豪华品牌销量占比

(%)

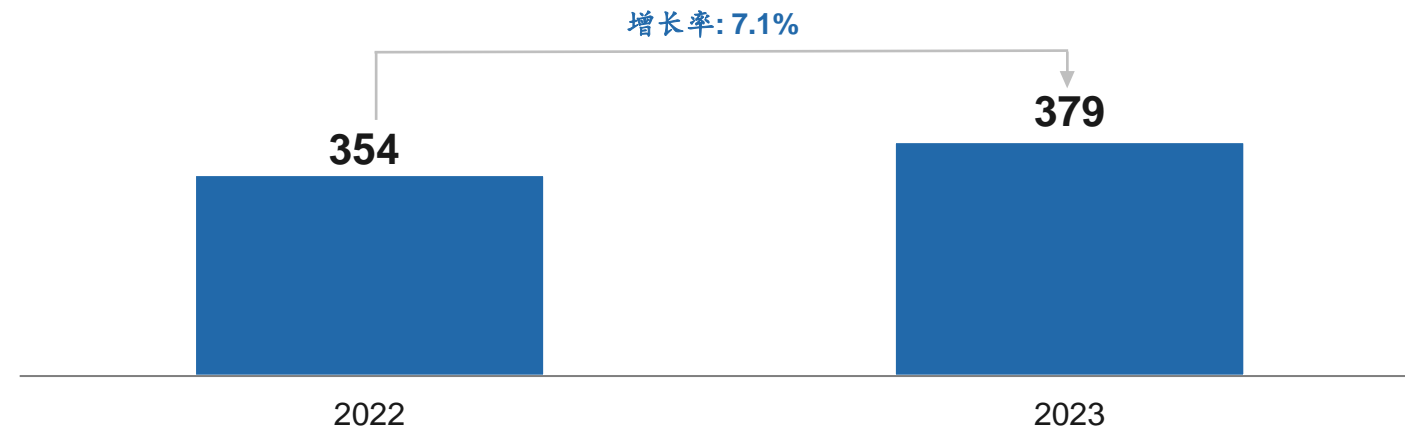




客户规模持续扩大

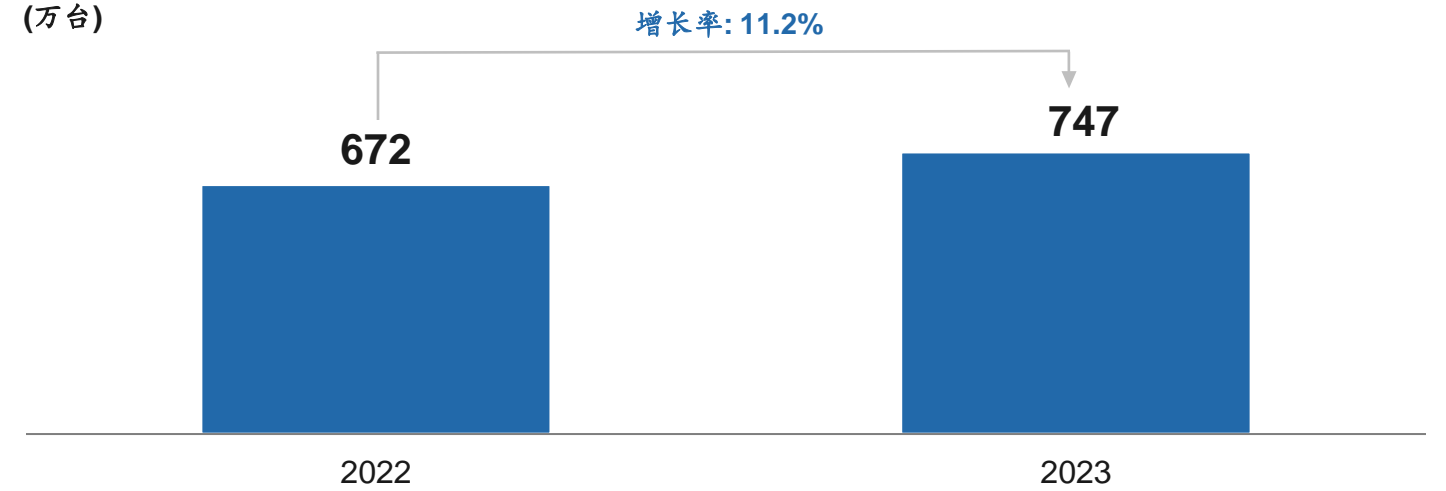
保有客户数总量

(万个)



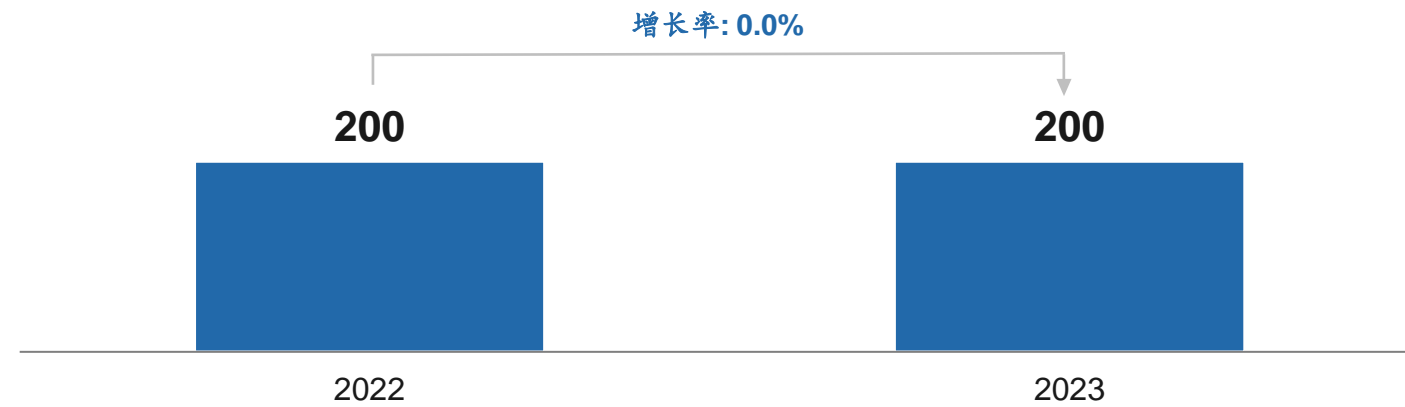
入厂台次

(万台)



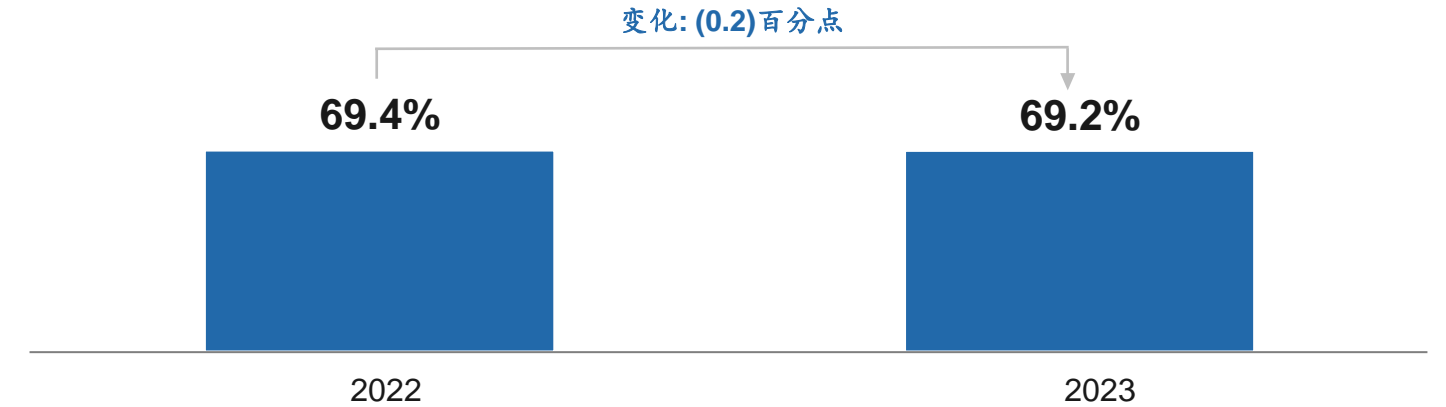
投保客户数

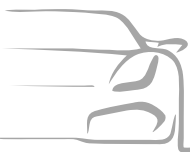
(万个)



金融渗透率

(%)



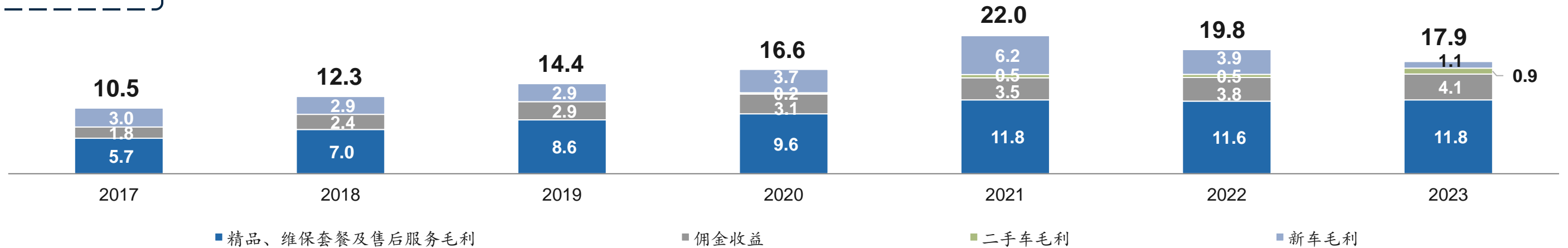


综合利润构成

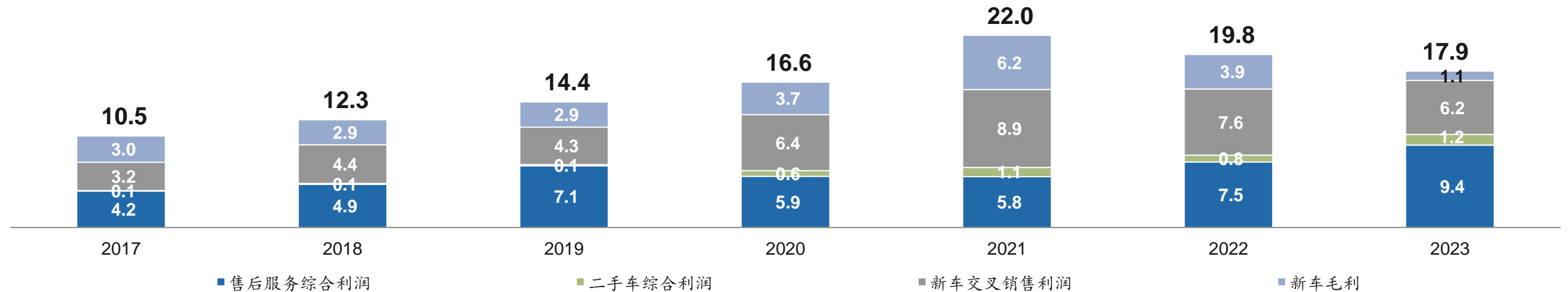
综合利润（毛利+佣金收益）¹

(十亿元人民币)

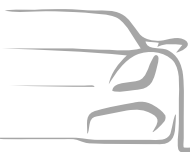
财务报表披露格式



按业务板块逻辑重编



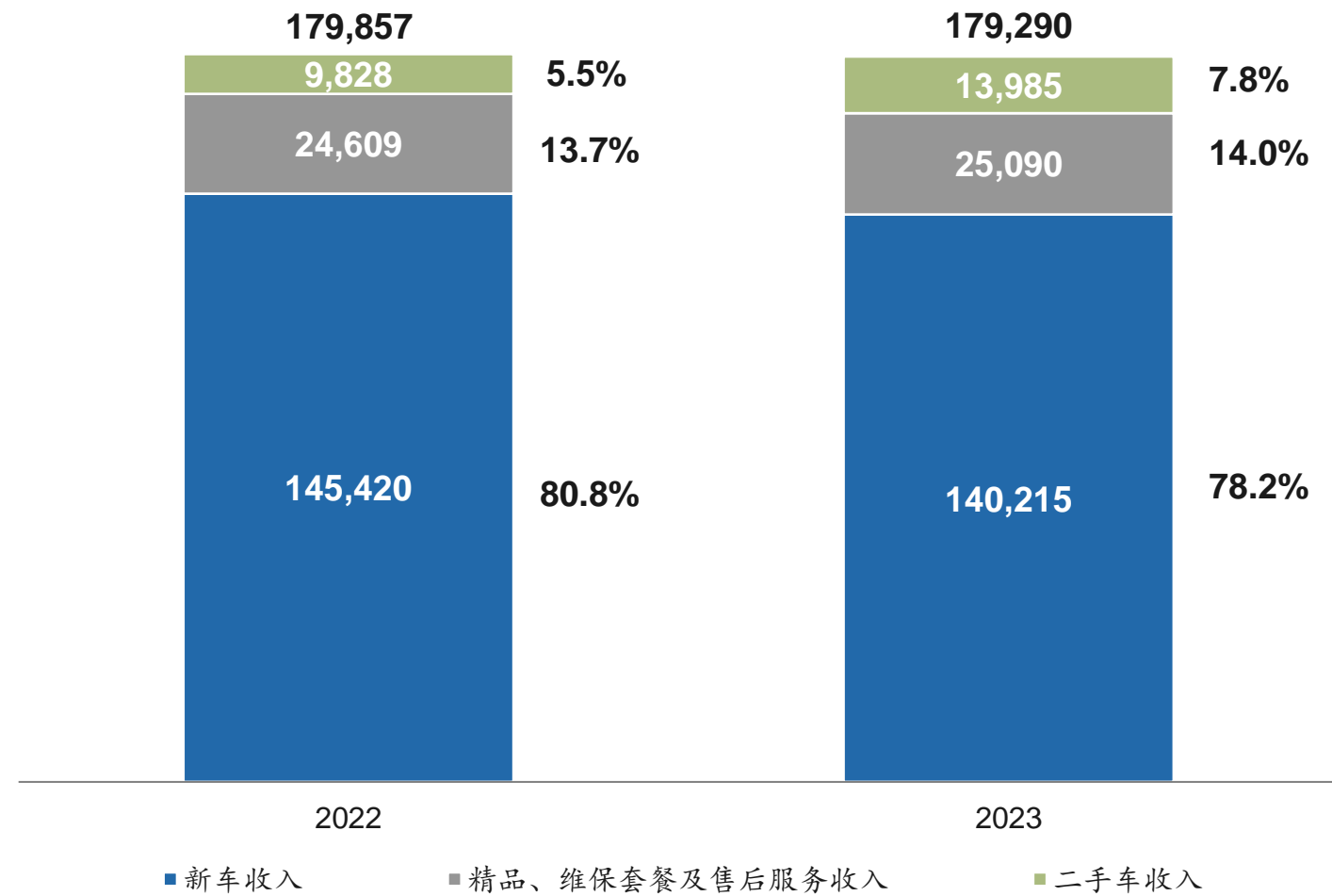
¹新车毛利，二手车毛利，精品、维保套餐及售后服务毛利，以及佣金收益之和；²随同新车交易交叉销售产生的精品和维保套餐毛利及佣金收益之和



收入及构成变化

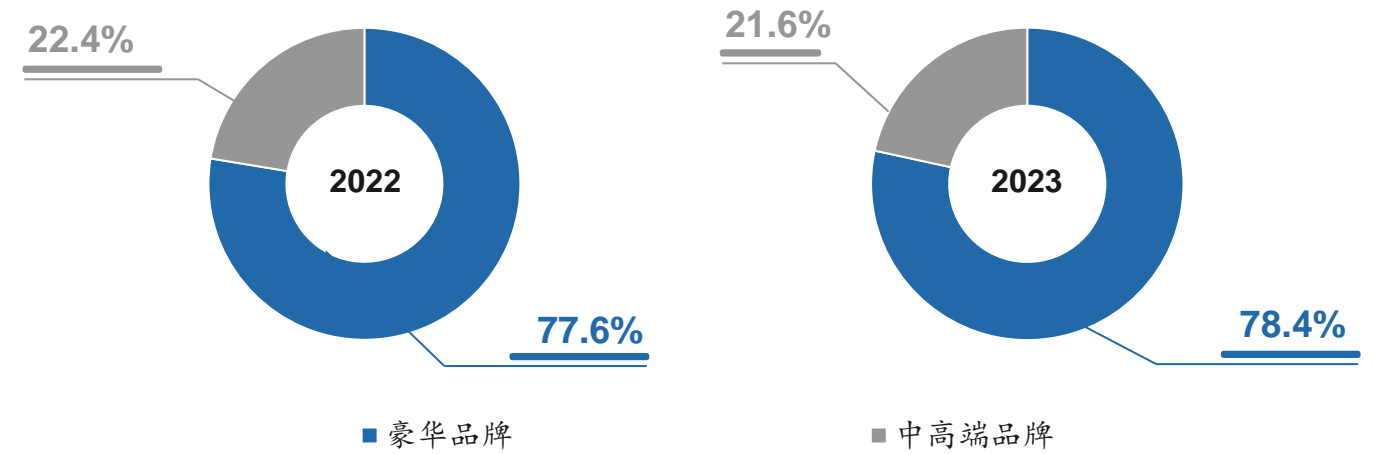
收入

(百万元人民币)



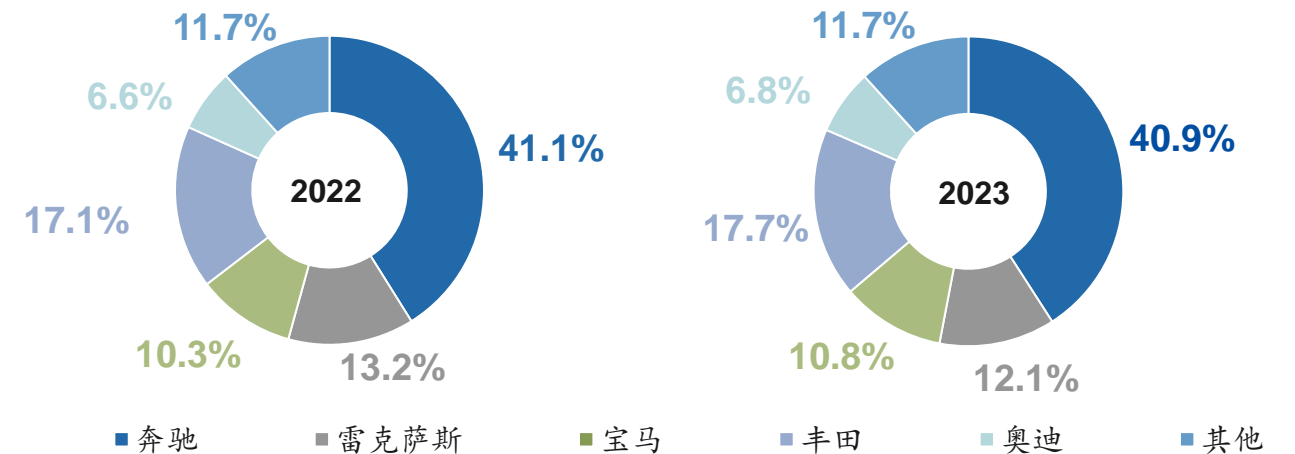
豪华品牌新车销售收入占比

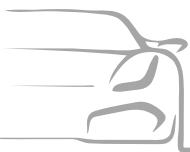
(%)



新车销售收入按品牌分析

(%)





综合利润构成

新车毛利

(百万元人民币)

毛利率

2.7%

3,940

2022

0.8%

1,058

2023

精品、维保套餐及售后服务毛利

(百万元人民币)

毛利率

47.1%

11,586

4,075

7,511

2022

46.9%

11,766

2,472

9,294

2023

■ 售后服务毛利 ■ 精品、维保套餐毛利

二手车毛利

(百万元人民币)

毛利率

5.2%

506

2022

6.7%

940

2023

佣金收益

(百万元人民币)

占整车收入

2.4%

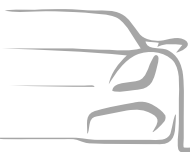
3,764

2022

2.7%

4,132

2023



各项费用变化

销售费用

(百万元人民币)

占总收入

4.4%

7,841

2022

4.3%

7,737

2023

管理费用

(百万元人民币)

占总收入

1.4%

2,446

2022

1.3%

2,419

2023

财务费用

(百万元人民币)

占总收入

0.7%

1,219

2022

0.8%

1,507

2023

有效所得税率¹

(%)

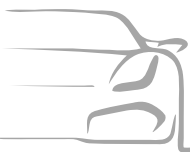
25.9%

2022

26.9%

2023

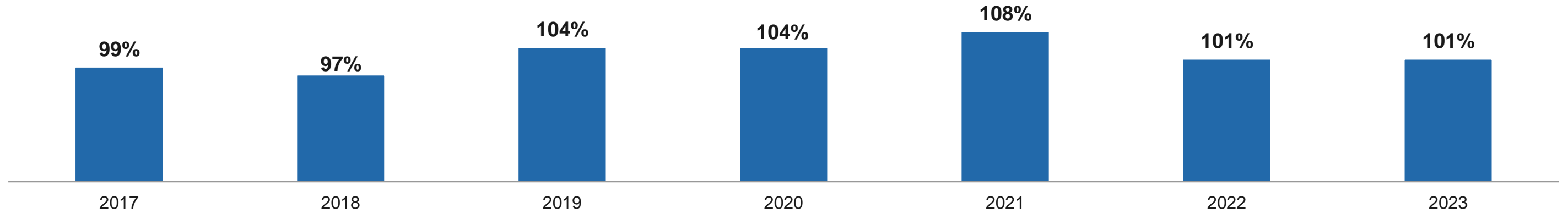
¹2022年有效所得税率因香港会计准则第12号的修订已重列



整体运营效率及财务回报率

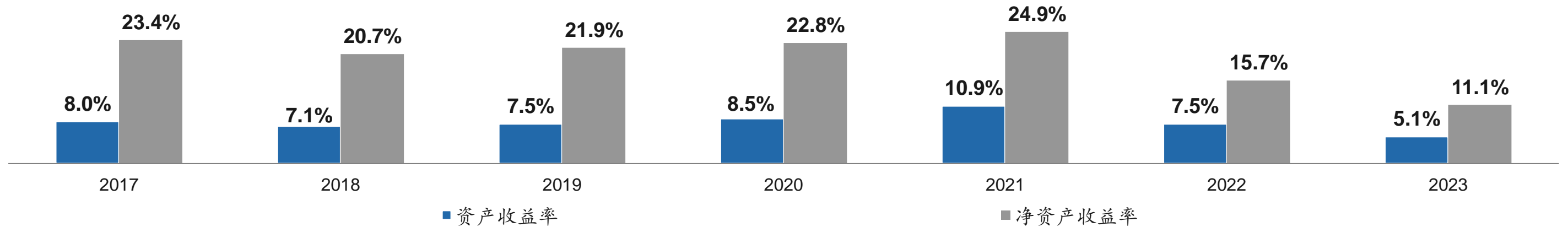
零服吸收率¹

(百万元人民币)

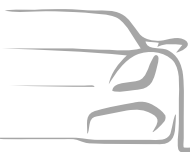


资产收益率和净资产收益率

(%)



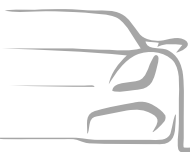
¹ 零服吸收率=售后服务毛利/(销售费用+管理费用+财务费用)



其他财务状况摘要

(人民币百万元)	2022	2023
现金、现金等价物及在途现金	11,829	15,730
经营活动现金流量	8,785	6,426
减：资本支出 ¹	2,432	1,136
减：租赁付款	778	817
自由现金流量	5,575	4,473
除税前溢利	8,951	6,831
减：利息收入	240	455
加：财务费用	1,219	1,507
加：折旧及摊销	2,851	2,218
息税折旧摊销前利润 (EBITDA)	12,781	10,101
已付股息	1,728	2,375
购回股份	405	449
支付给股东的现金	2,133	2,824

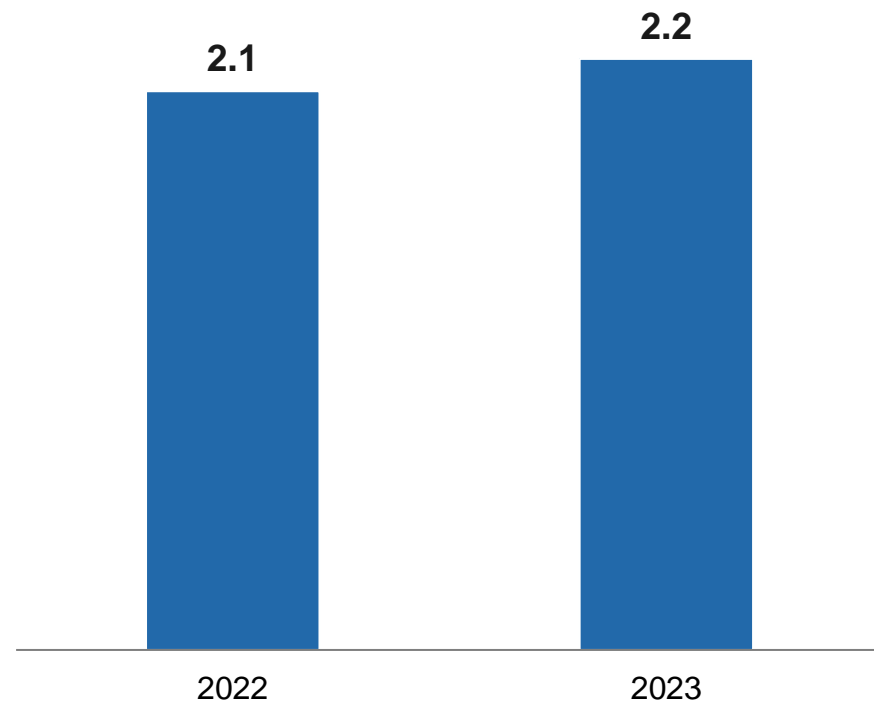
¹ 包括物业、厂房及设备、土地使用权、无形资产以及作为长期资产持有的车辆(试驾车、代步车等)的资本性支出，经扣除相关出售所得款项



负债率及流动性

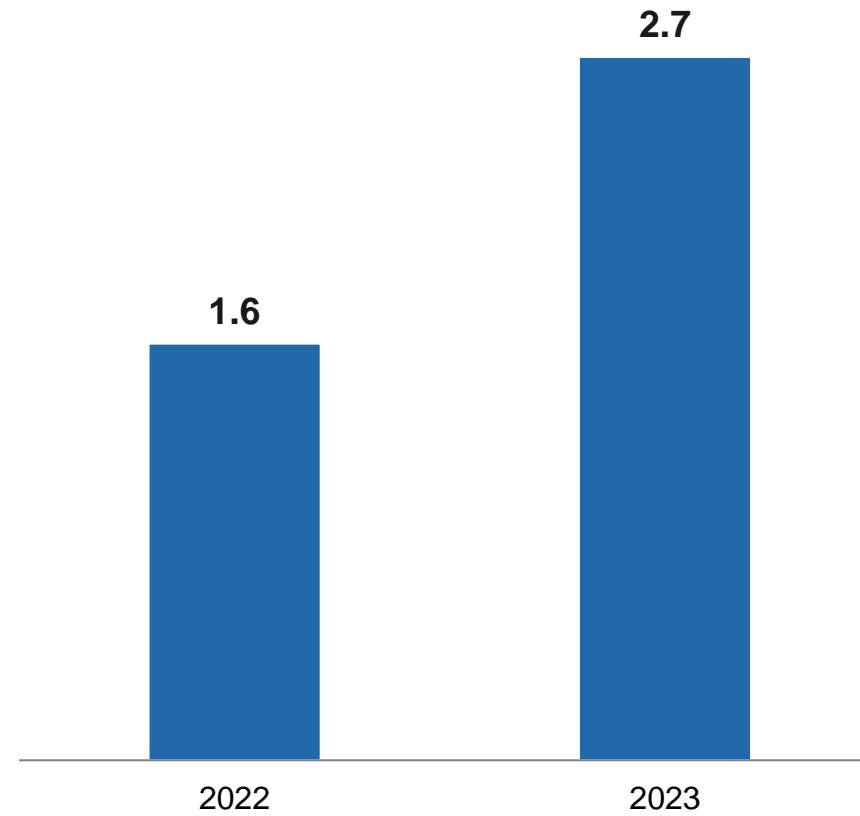
总资产/净资产

(倍)



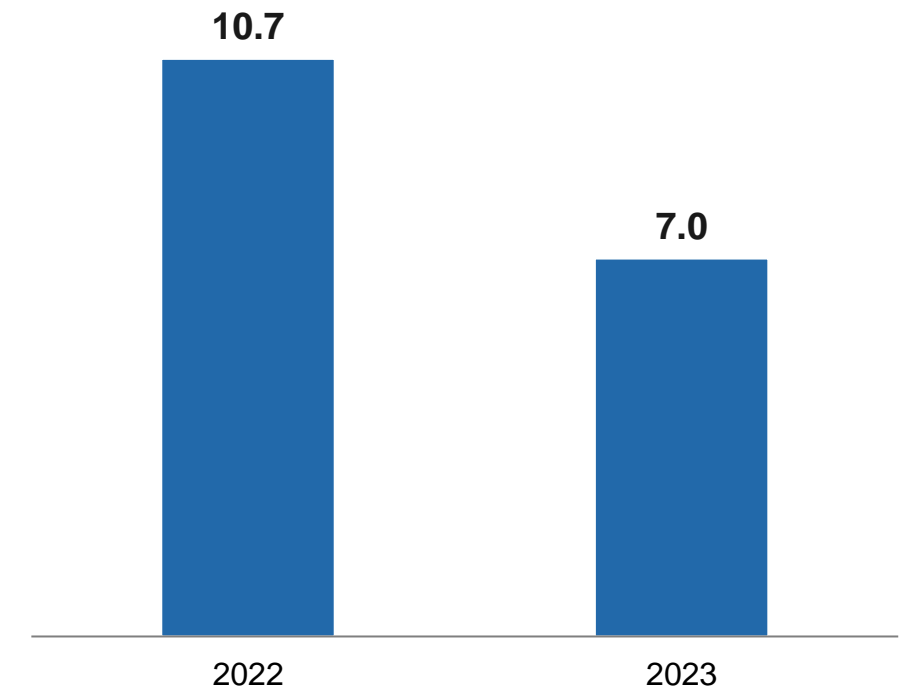
债务/息税摊销前利润¹

(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