

2022

年度业绩报告





我们是中国规模最大的汽车经销商之一



客户规模

354万

保有客户¹

672万

入厂台次²

财务规模

1,799亿元

营业收入²

198亿元

综合利润²

销量规模

66万辆

总销量²

14万辆

二手车销量²

业内认可

投资级发行人

三大信用评级机构

#1

2022年中国汽车经销商集团百强³

¹截至2022年12月31日，12个月内按车架号计算入厂客户数及新车购买用户数；²2022年全年；³凯达卓越发布

客户至上



服务满意度

规模
效应

管理
体系

稳健
增长



+



店数
360家
2019年 → 417家
2022年

豪华品牌销量占比
50%
2019年 → 59%
2022年

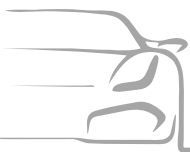
综合利润
143亿元
2019年 → 198亿元
2022年

15%
保有客户

16%
入厂台次

28%
投保客户

19-22年复合增长率



卓越的品牌组合

规模效应

管理体系

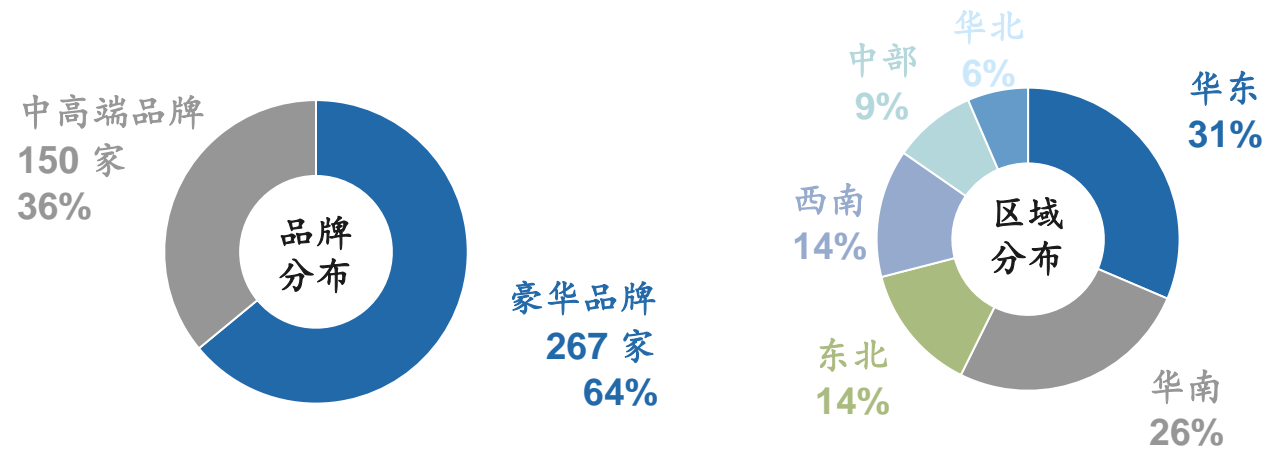
稳健增长

财务表现

持续聚焦核心豪华品牌优化

运营经销门店数及分布

截至2022年12月31日，经销店数量达到417家

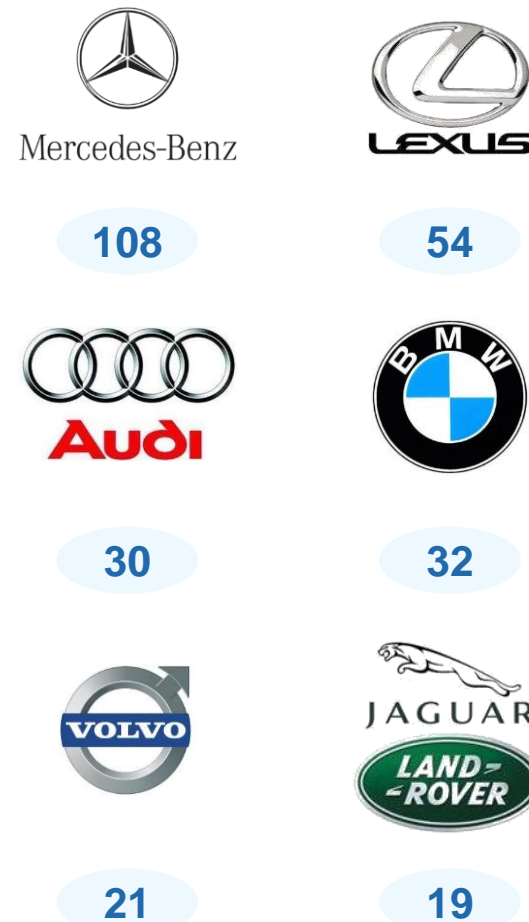


2022年新建店24家，退网19家

部分新建及并购网点

品牌	2022	城市
奔驰乘用车	8	绍兴、泰州、南京、南昌、烟台、潍坊、厦门、惠州
雷克萨斯	5	苏州、中山、南通、佛山、天津（收购）
宝马	4	淮安、徐州、青岛、广州
奥迪	2	天津、台州

豪华品牌¹

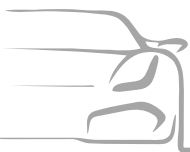


xx 门店数量

中高端品牌²



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）



优质的全国网络布局

规模效应

管理体系

稳健增长

财务表现

持续聚焦高能级城市和地区



417家

总门店数



24家

本年新增门店数



~50%

门店位于“万亿俱乐部”城市¹



318家

门店位于高能级城市²

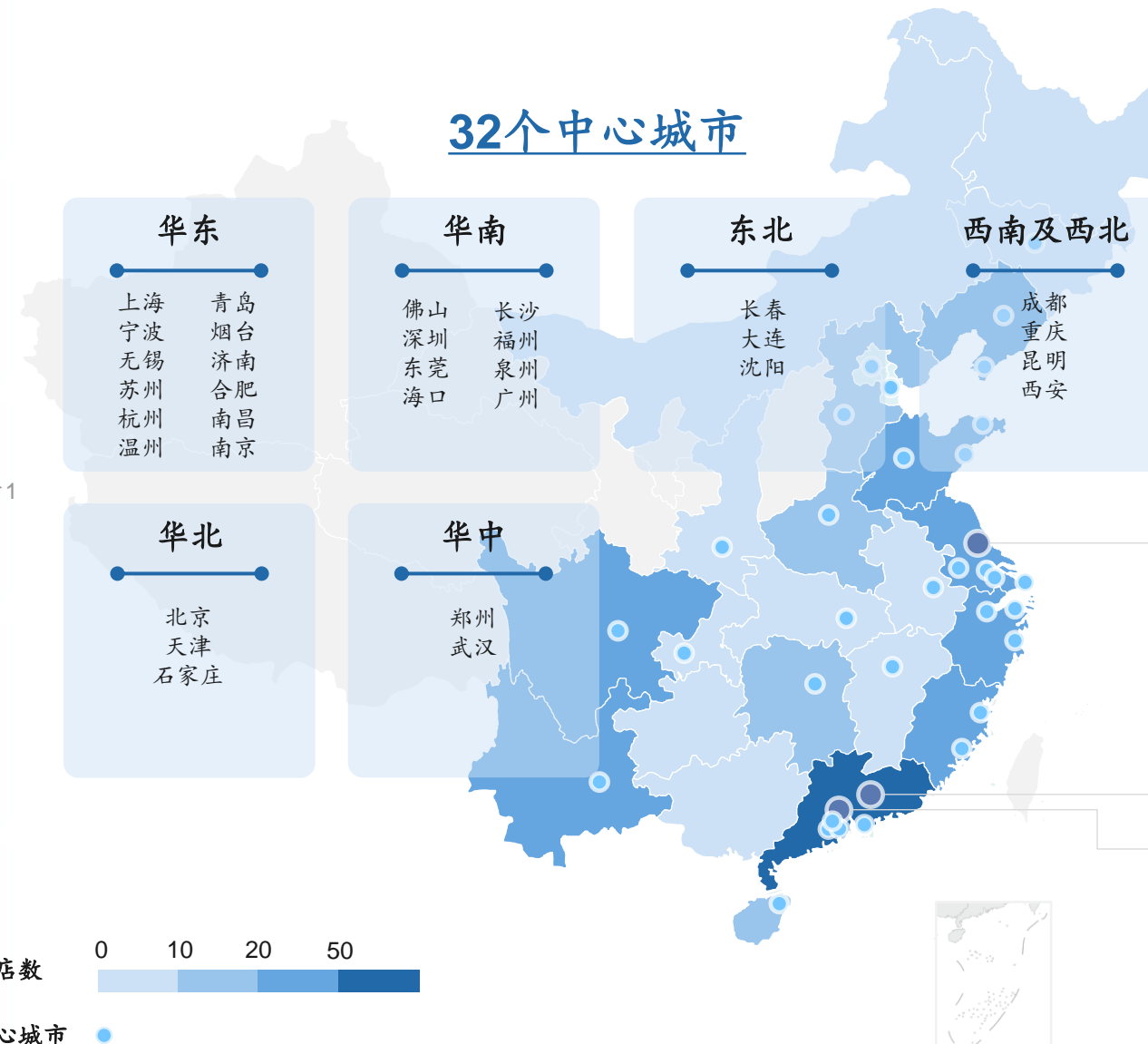


32个

中心城市管理结构



中心城市 ●



南通中升雷克萨斯

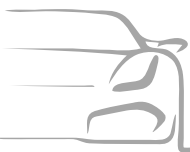


惠州怡星奔驰



番禺中升雷克萨斯

¹ 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; ² 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



豪华品牌主导整车销售

规模效应

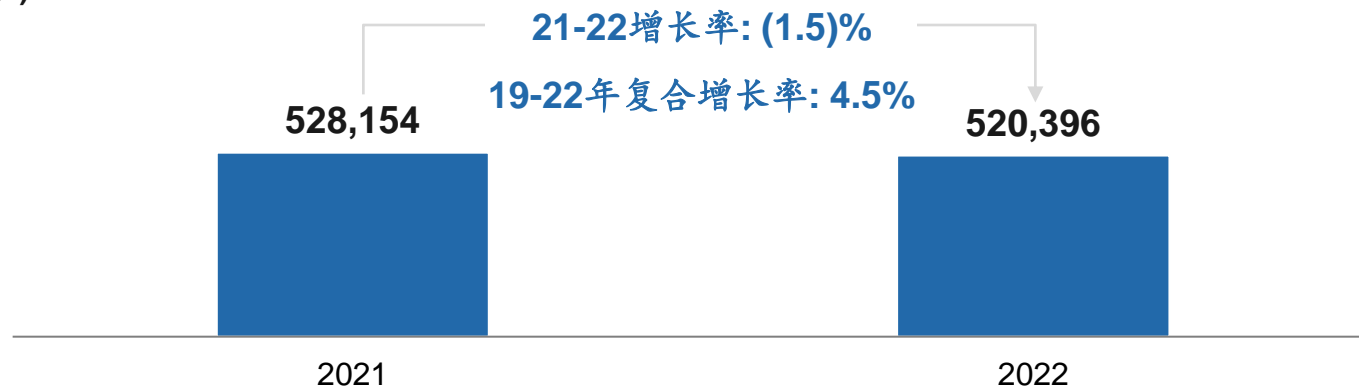
管理体系

稳健增长

财务表现

新车销量

(台)



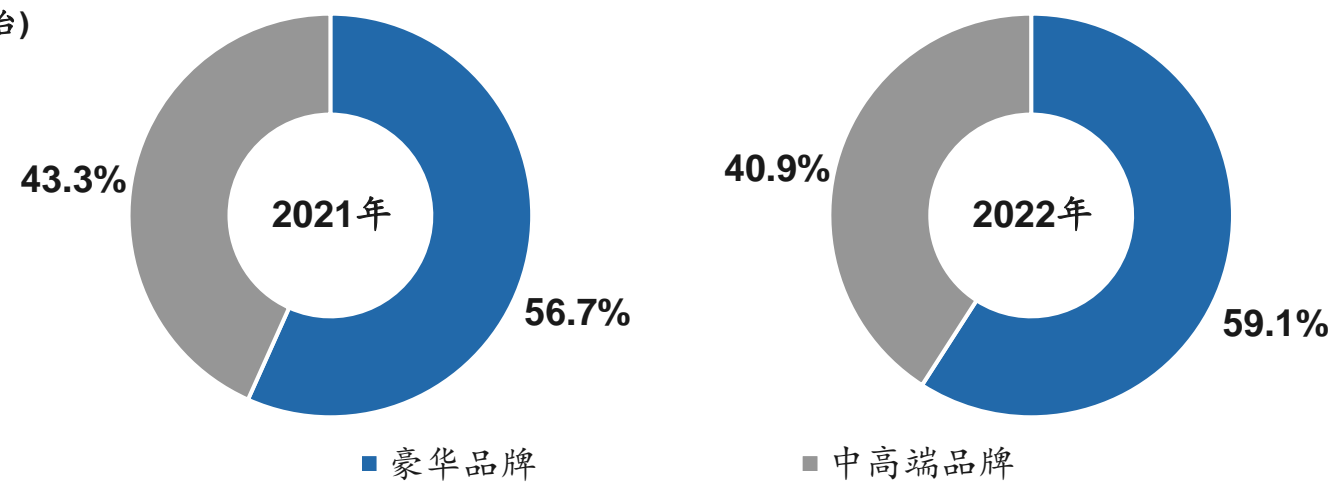
二手车交易量

(台)



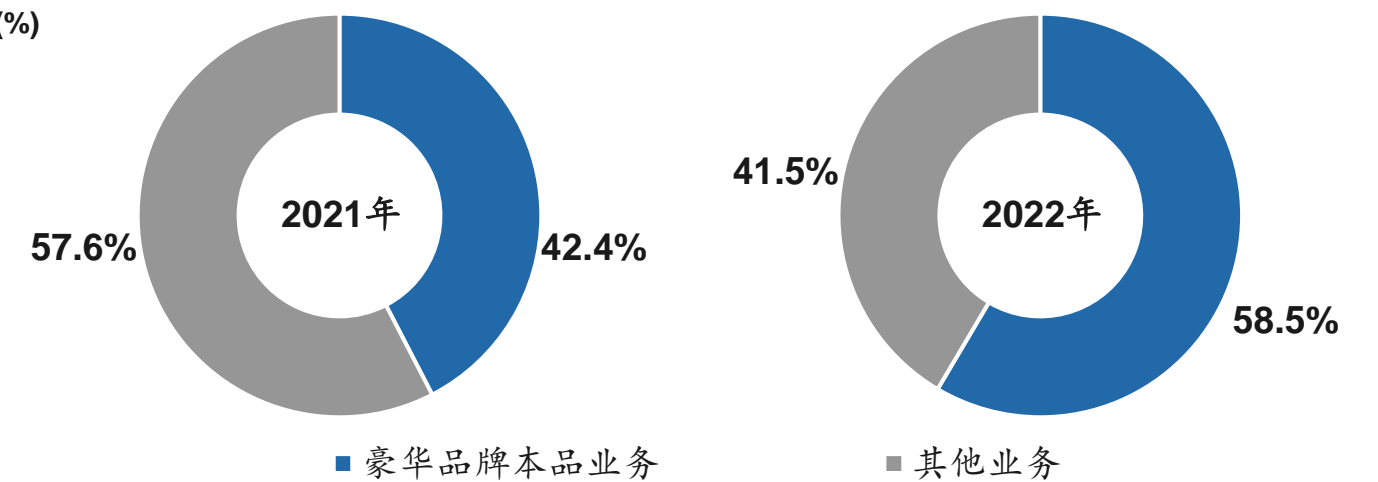
新车豪华品牌销量占比

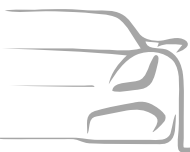
(台)



二手车豪华品牌本品业务占比

(%)





客户规模持续扩大

规模效应

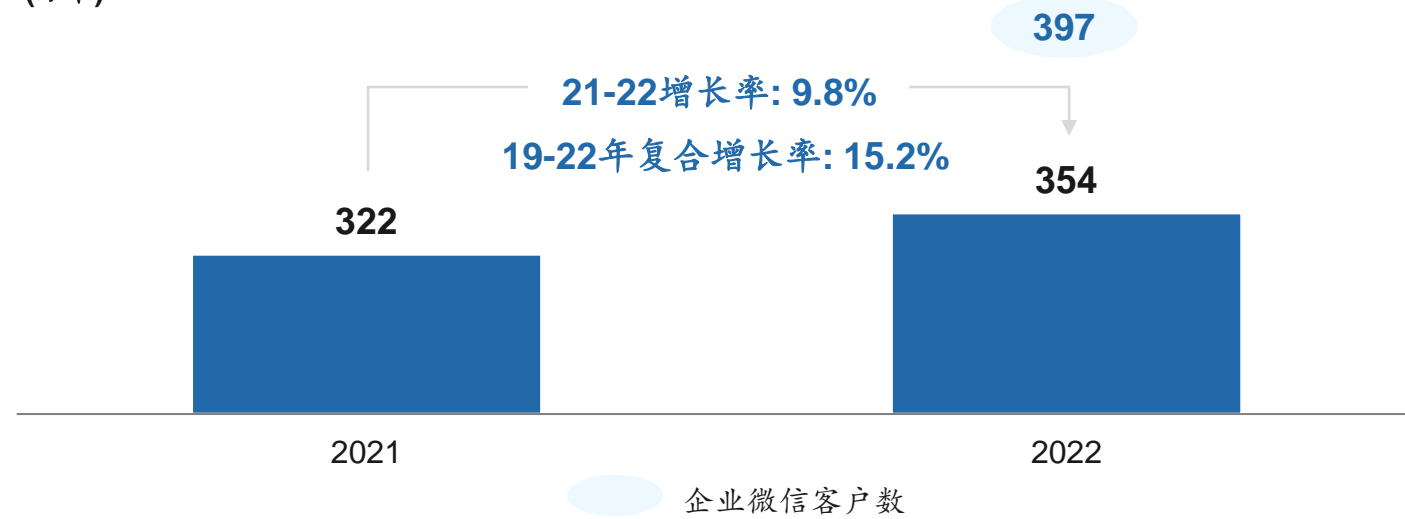
管理体系

稳健增长

财务表现

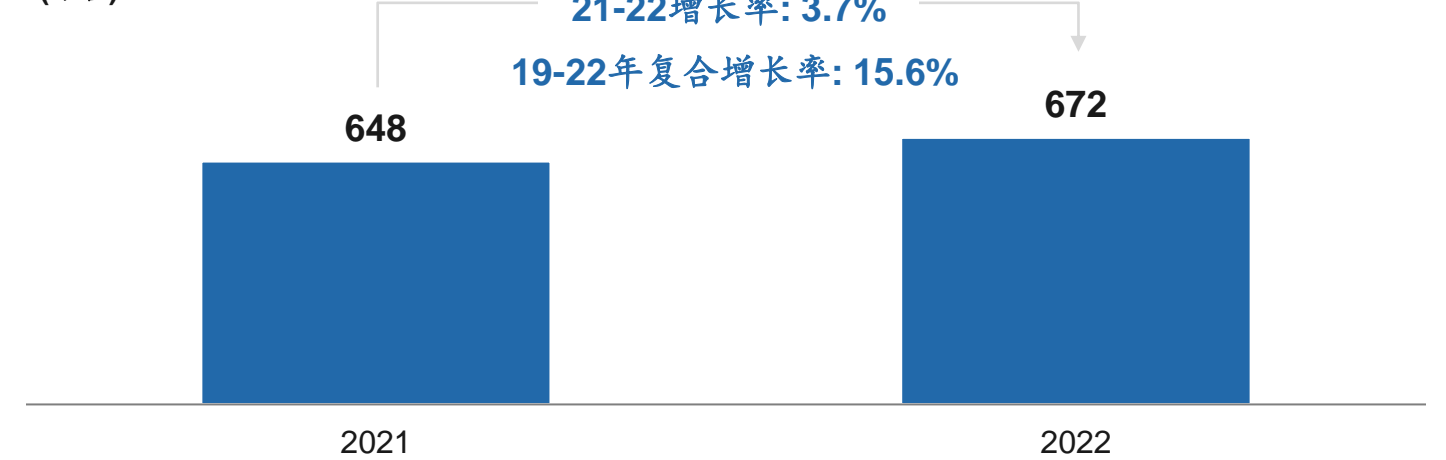
保有客户数总量

(万个)



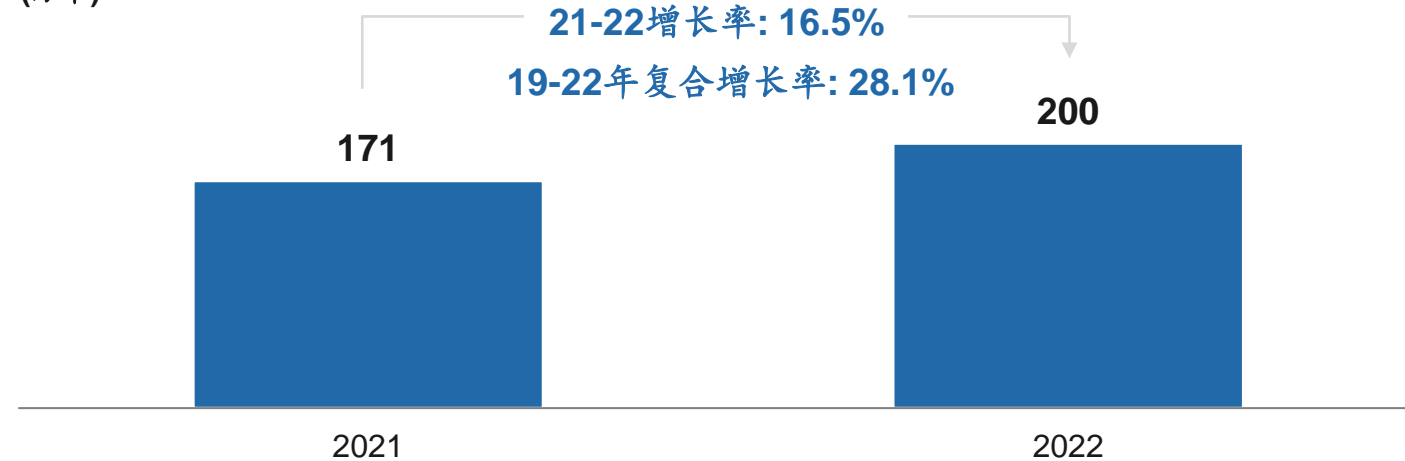
入厂台次

(万台)



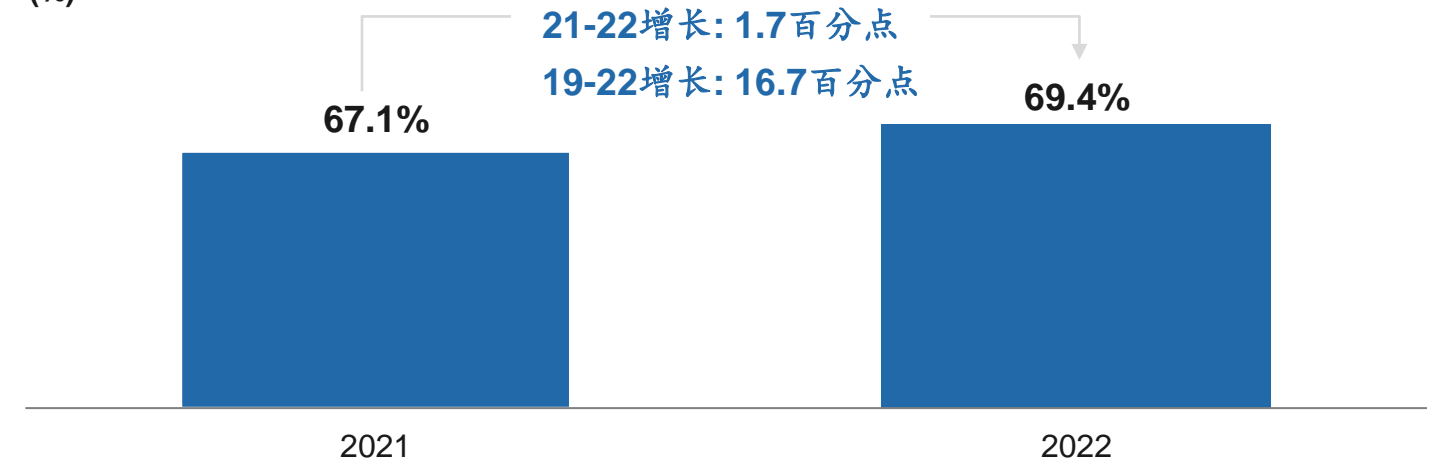
投保客户数

(万个)



金融渗透率

(%)



大平台化战略管理体系升级

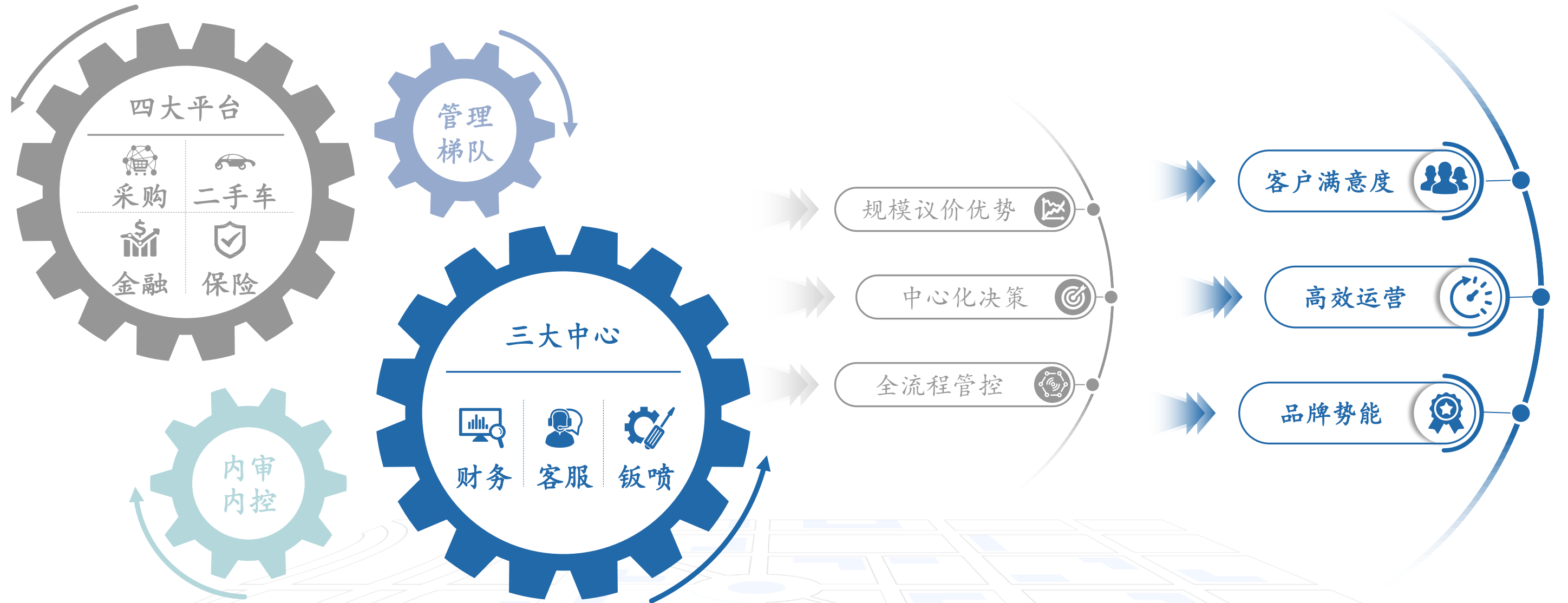
规模效应

管理体系

稳健增长

财务表现

管理梯队、组织架构和内审内控三位一体，实现门店业务端聚焦提供最优质服务，确保高效运营和利润贡献



聚焦的品牌覆盖



优质的门店网络布局



售后贴膜服务



钣喷中心自有拖车



大连钣喷中心

63%

烤房数量平均降低

31 pct

烤房利用率

36%

人员数量减少

~30 亿

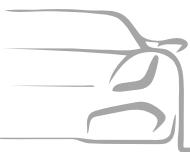
采购规模

~100 亿

年保费规模

67%

3 年龄回厂率



围绕客户体验的持续创新

规模效应

管理体系

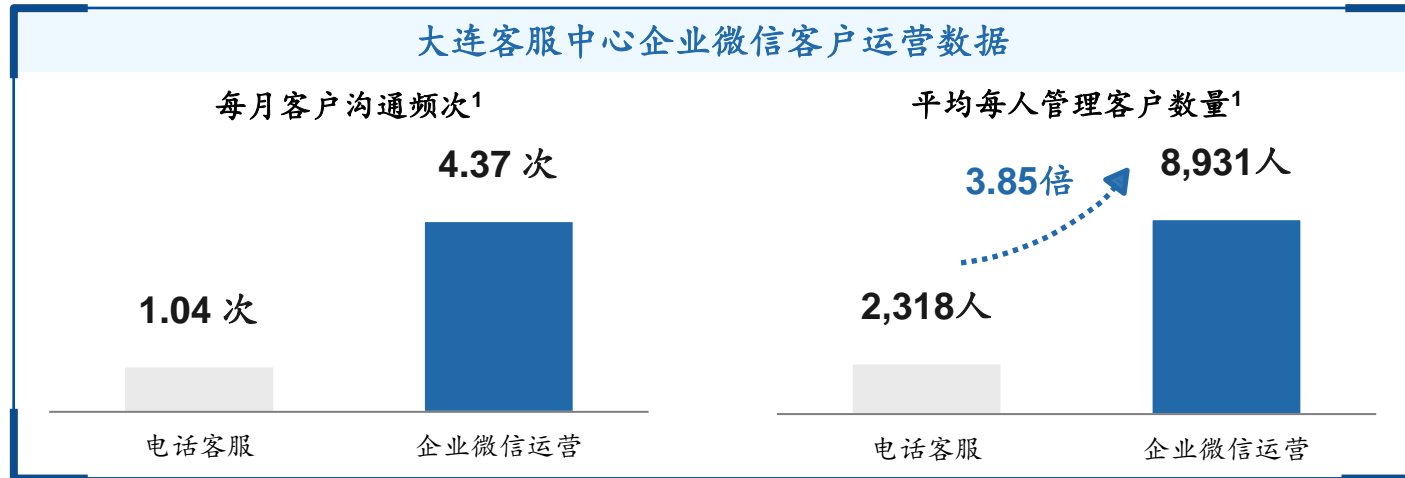
稳健增长

财务表现



我们不断创新运营模式、产品及服务使我们始终站在行业前端

全渠道运营创新



服务与产品创新



大连钣喷中心



客服中心

雷克萨斯异地接机服务

领卓越·享尊荣
中升雷克萨斯异地接机服务

凡在中升集团旗下雷克萨斯经销商购买LS/LM车型的顾客，可专享国内其他城市免费一年12次商旅接送机服务。全程尊享之旅，只为您所享！

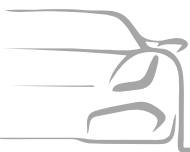
请提前24小时在中升出行小程序预约，接送服务时间仅限每日8:30-18:00的航班。

提供异地接送服务城市：
北京、上海、深圳、广州、天津、大连、重庆、成都、大庆、南昌、泉州、福州、南京、宁波、石家庄、唐山、无锡、苏州、杭州、湛江、佛山、东莞、惠州、昆明、海口、三亚、温州、西安



中升之星代步车

¹ 电话客服和企业微信运营成果比较基于集团内非大连区域的客服以及大连客服中心运营数据



反复实践证明的并购及整合能力

规模效应

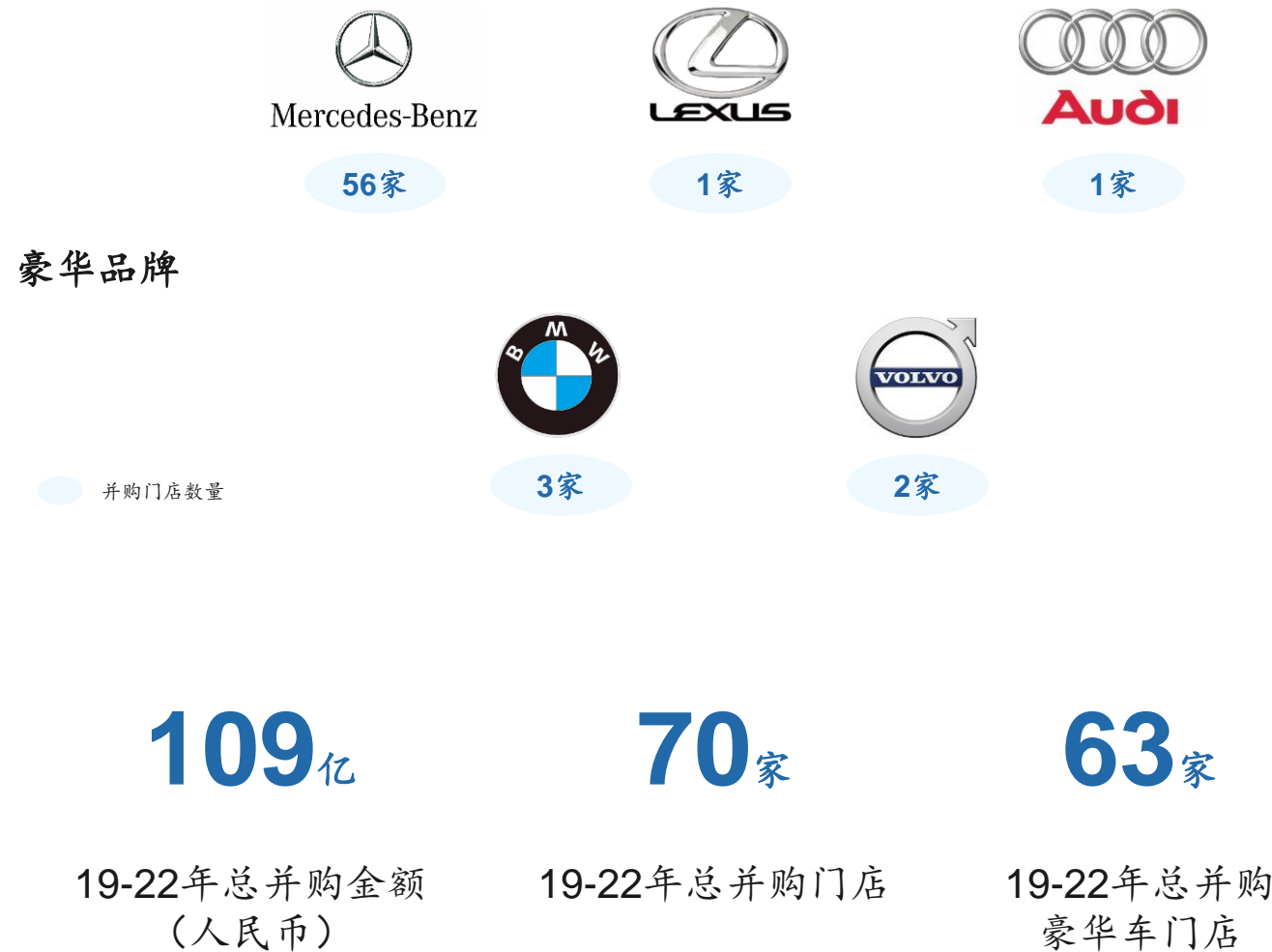
管理体系

稳健增长

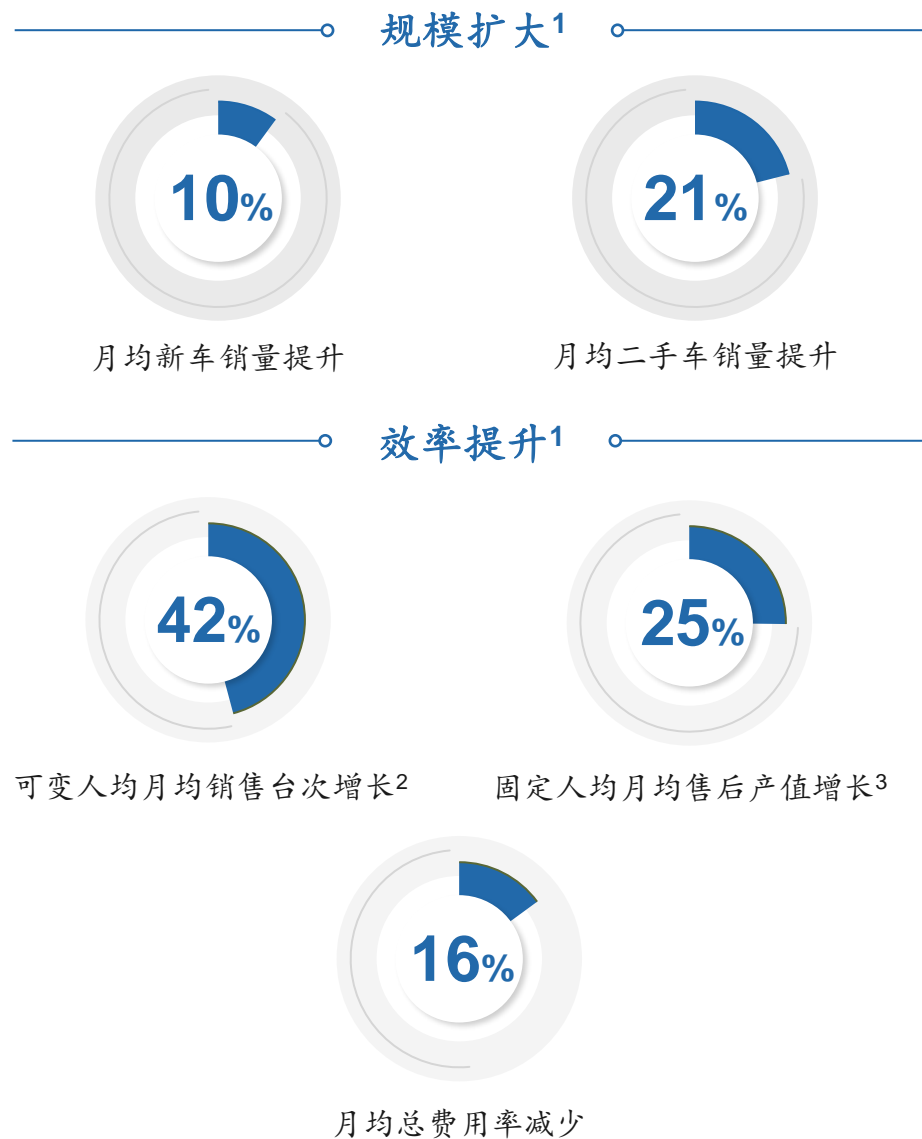
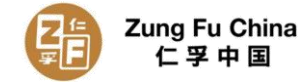
财务表现

基于成熟的管理体系和人才梯队，持续迭代输出了并购整合的能力

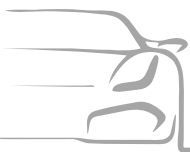
并购历史



卓越的并购整合能力



¹ 变化率= (次年-纳入对标当年)/纳入对标当年*100%，仁孚中国2021年10月纳入中升运营对标体系，对比区间为2021年10-12月均值和2022年年均值；
² 可变人均月均销售台次= (月均新车销量+月均二手车销量)/可变经营部门人数；³ 固定人均月均售后产值=月均售后产值/固定经营部门人数



二手车战略顺势而为

规模效应

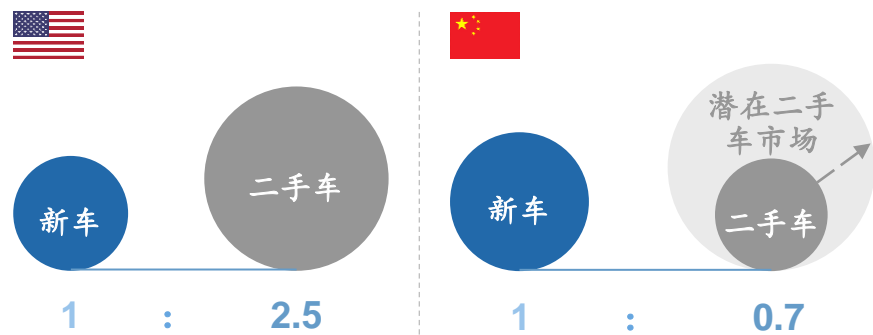
管理体系

稳健增长

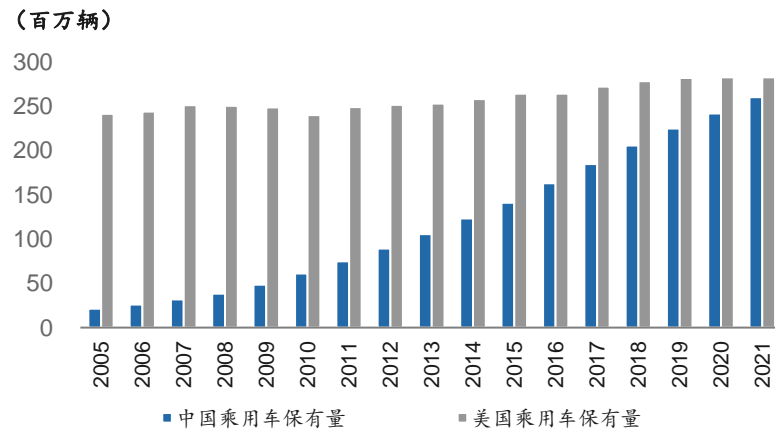
财务表现

二手车市场机构化转型过程中得以撬动各方面自身优势

中国二手车市场前景广阔

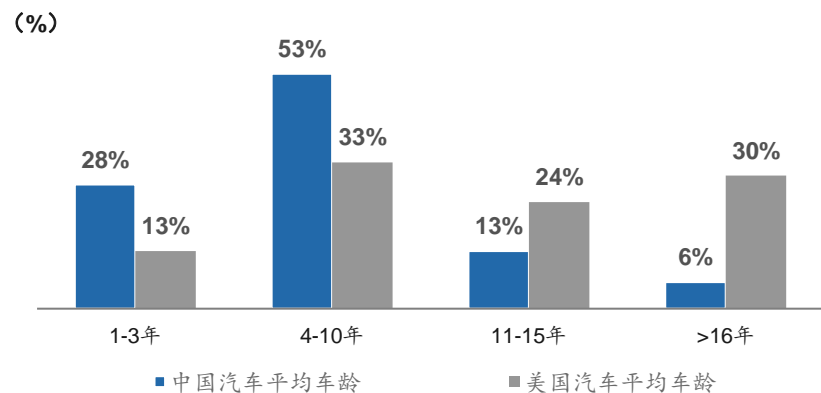


中国汽车保有量持续提升



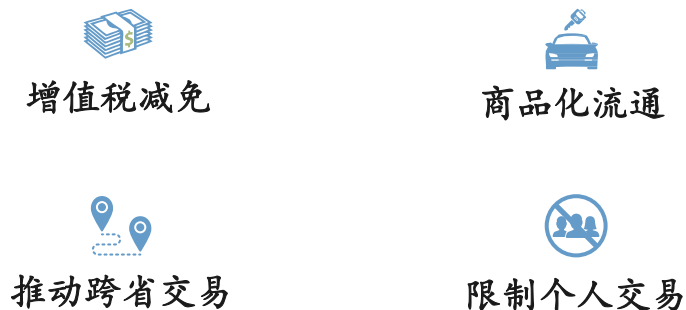
数据来源：国家统计局、中国汽车工业协会、Statista

中国乘用车平均年龄仍然较短



数据来源：中国汽车工业协会、Statista

政策利好二手车市场发展



中升优势

豪华品牌天然具备二手车受众

客户基数大 + 门店覆盖广

线下网络的成本优势
无需买量投入，无额外开店成本

更易建立品牌心智
树立长期品牌形象

自主的
经销业务

新的收入
增长点

独立的
销售品类

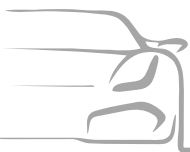
中国二手车市场

现状

趋势

规模小、增长缓、分散化

政策推动、机构化、经销商市场



新能源战略步步为营

规模效应

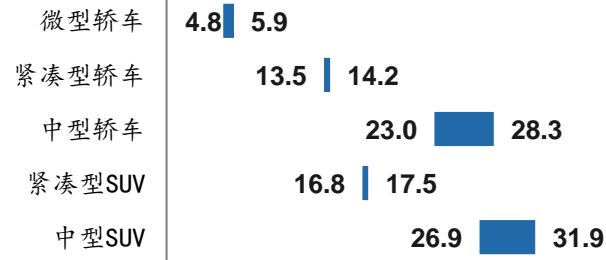
管理体系

稳健增长

财务表现

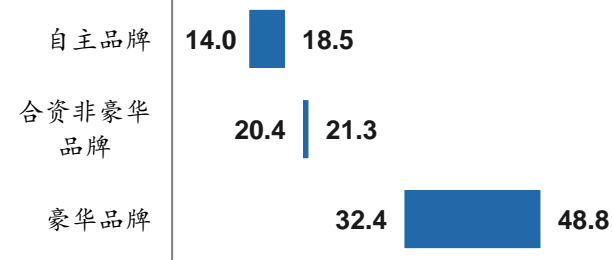
2022年各新能源车型价格范围

(单位: 万元)

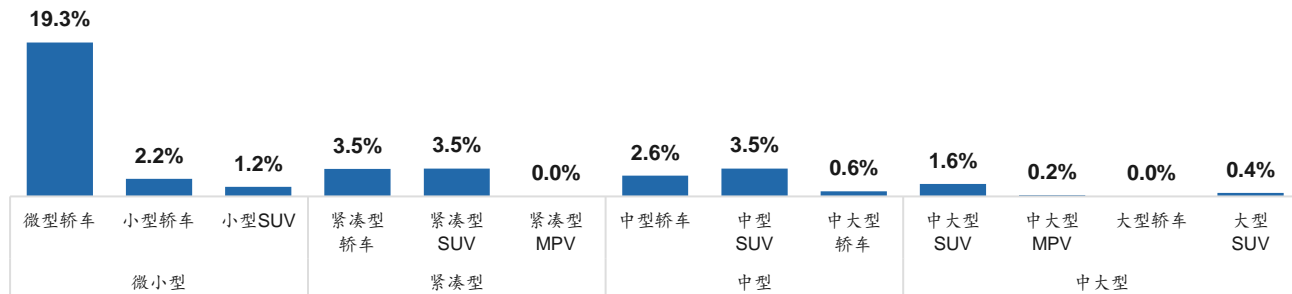


2022年各新能源品牌价格范围

(单位: 万元)

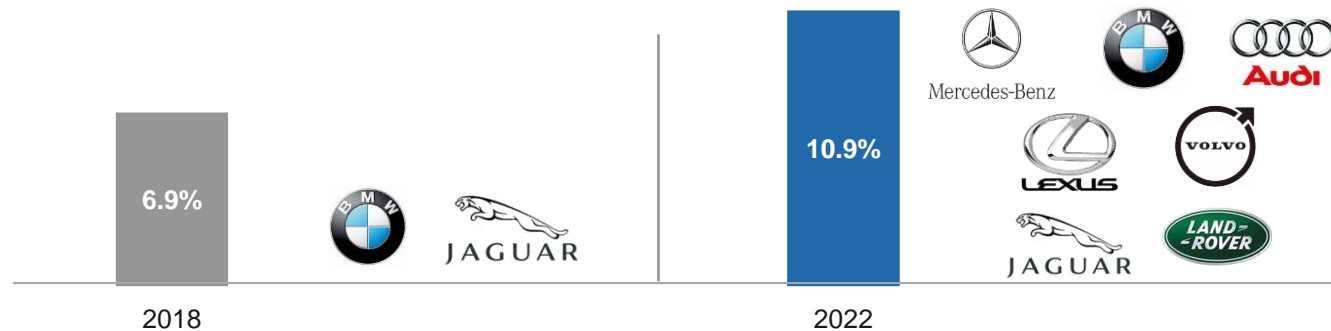


2022年新能源车市场份额¹ (按车型划分)



传统主机厂的核心豪华品牌²市场份额持续扩张, 未来大有可为

2022年中国非燃油车销量中传统主机厂核心豪华品牌占比²



梅赛德斯-奔驰 EQE SUV



雷克萨斯 RZ



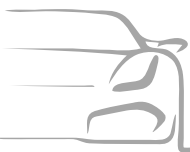
宝马 iX3



奥迪 Q4



¹ 按新车销量计算; ² 包括梅赛德斯-奔驰、雷克萨斯、奥迪、宝马、沃尔沃和捷豹路虎



持续稳健增长的综合利润

规模效应

管理体系

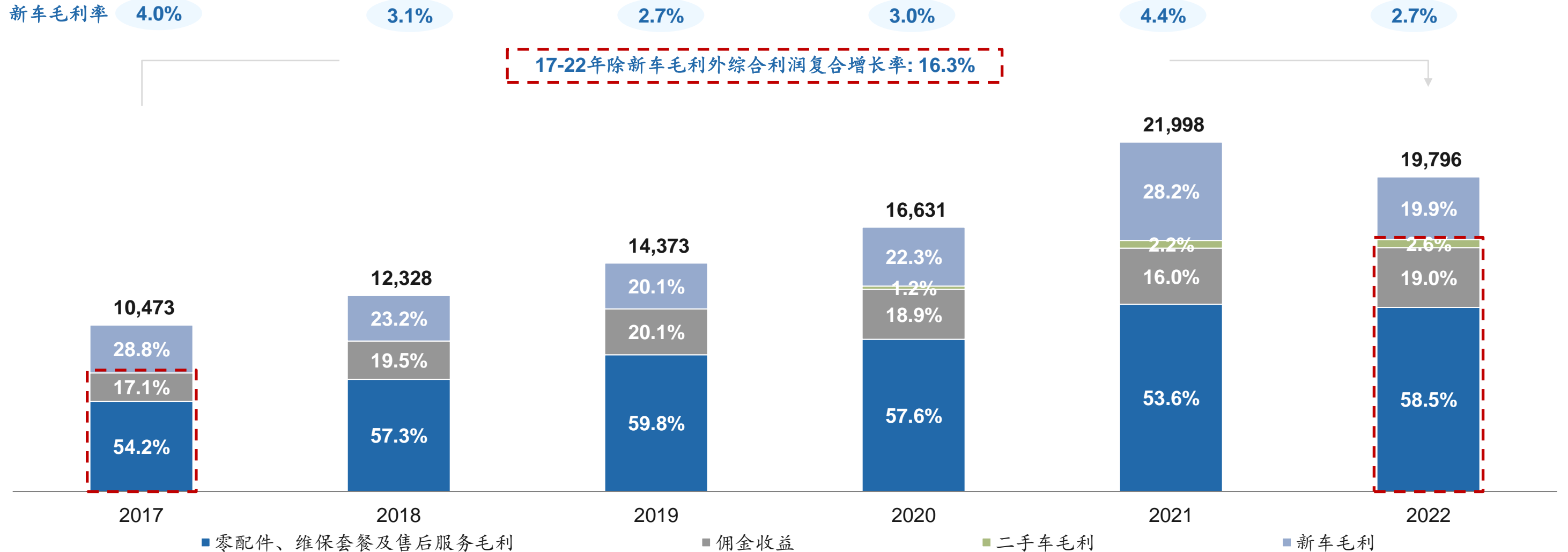
稳健增长

财务表现

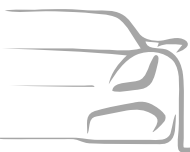
除新车毛利外综合利润规模更能够体现客户规模及管理体系对业务增长的重要性

综合利润构成^{1, 2}

(百万元人民币)



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；²2019年以前二手车业务利润包含在增值服务利润中，未单独披露



收入及构成变化

规模效应

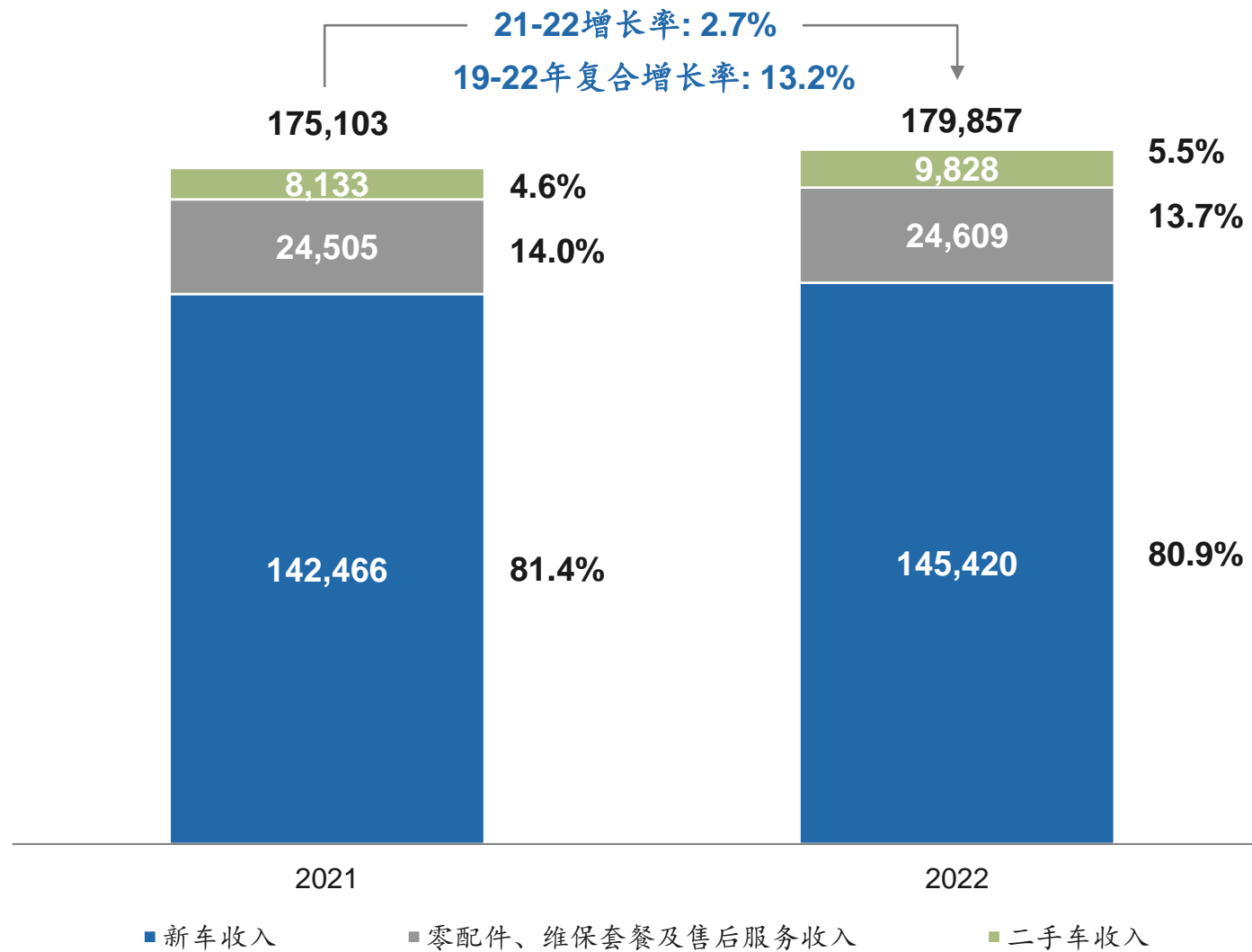
管理体系

稳健增长

财务表现

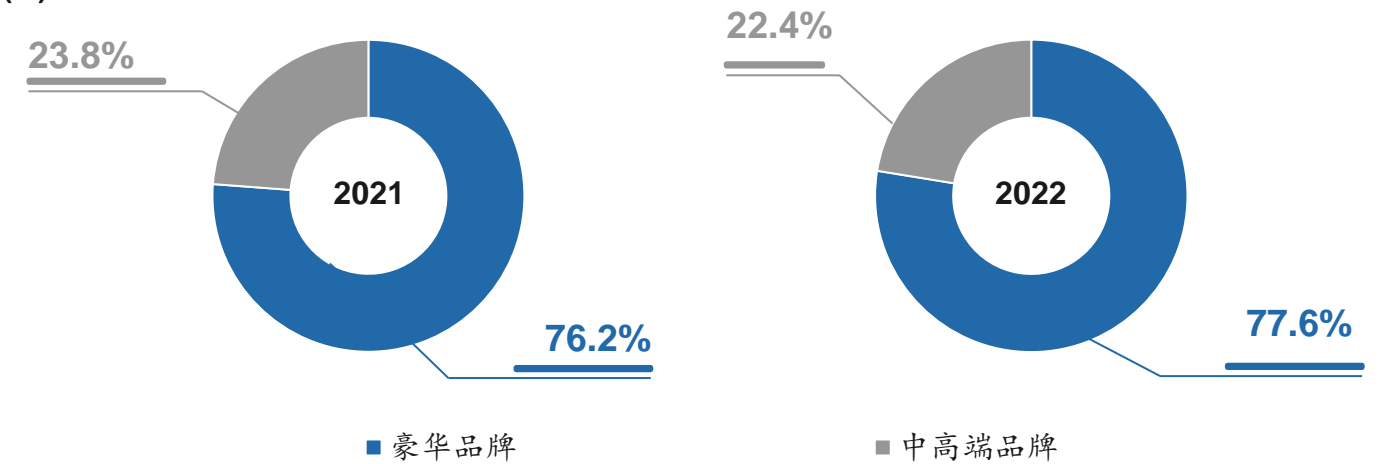
收入

(百万元人民币)



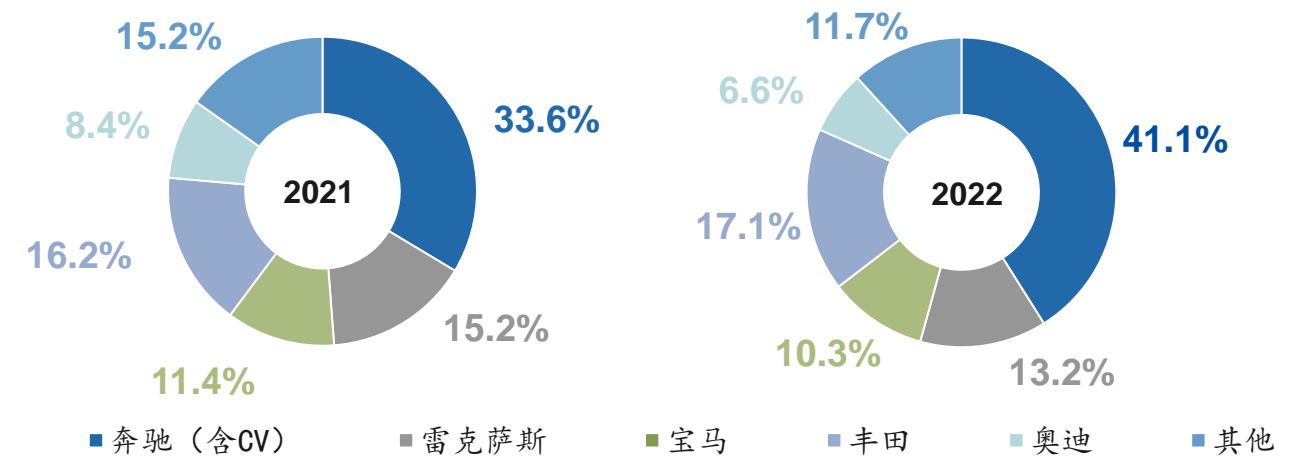
豪华品牌新车销售收入占比

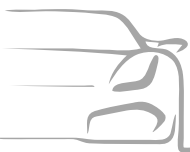
(%)



新车销售收入按品牌分析

(%)





综合利润构成

规模效应

管理体系

稳健增长

财务表现

新车毛利

(百万元人民币)

毛利率

4.4%

2.7%

6,197

3,940

2021

2022

零配件、维保套餐及售后服务毛利

(百万元人民币)

毛利率

48.1%

47.1%

11,783

11,586

2021

2022

二手车毛利

(百万元人民币)

毛利率

6.0%

5.2%

489

506

2021

2022

佣金收益

(百万元人民币)

占新车收入

2.5%

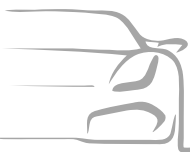
2.6%

3,528

3,764

2021

2022



各项费用变化

规模效应

管理体系

稳健增长

财务表现

销售费用

(百万元人民币)

占总收入

4.1%

7,170

2021

4.4%

7,841

2022

管理费用

(百万元人民币)

占总收入

1.5%

2,573

2021

1.4%

2,446

2022

财务费用

(百万元人民币)

占总收入

0.6%

1,120

2021

0.7%

1,219

2022

有效所得税率

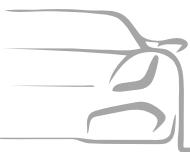
(%)

26.9%

2021

26.1%

2022



单店效率及整体回报率

规模效应

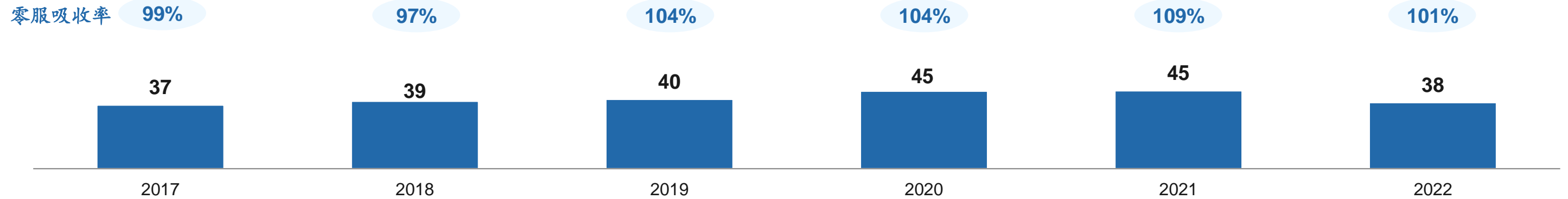
管理体系

稳健增长

财务表现

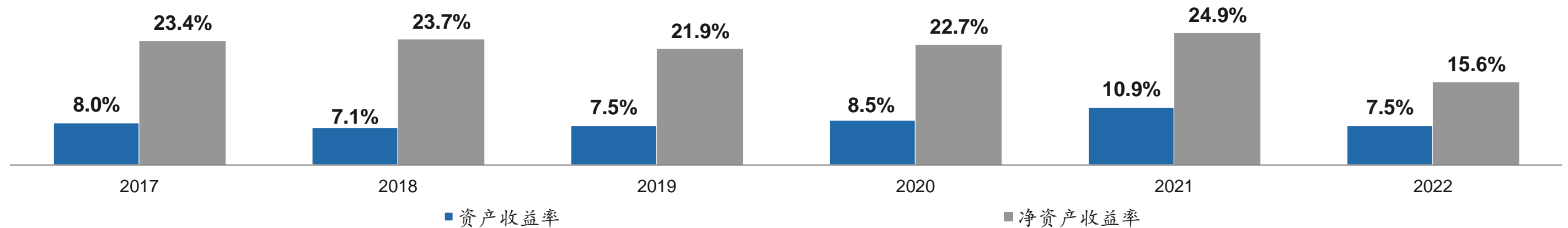
店均毛利和零服吸收率

(百万元人民币)

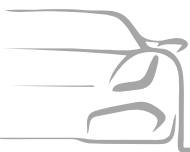


资产收益率和净资产收益率

(%)



¹2019年以前二手车业务利润包含在增值服务利润中，未单独披露



财务状况摘要

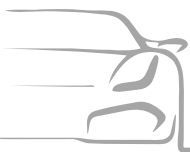
规模效应

管理体系

稳健增长

财务表现

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



负债率及流动性

规模效应

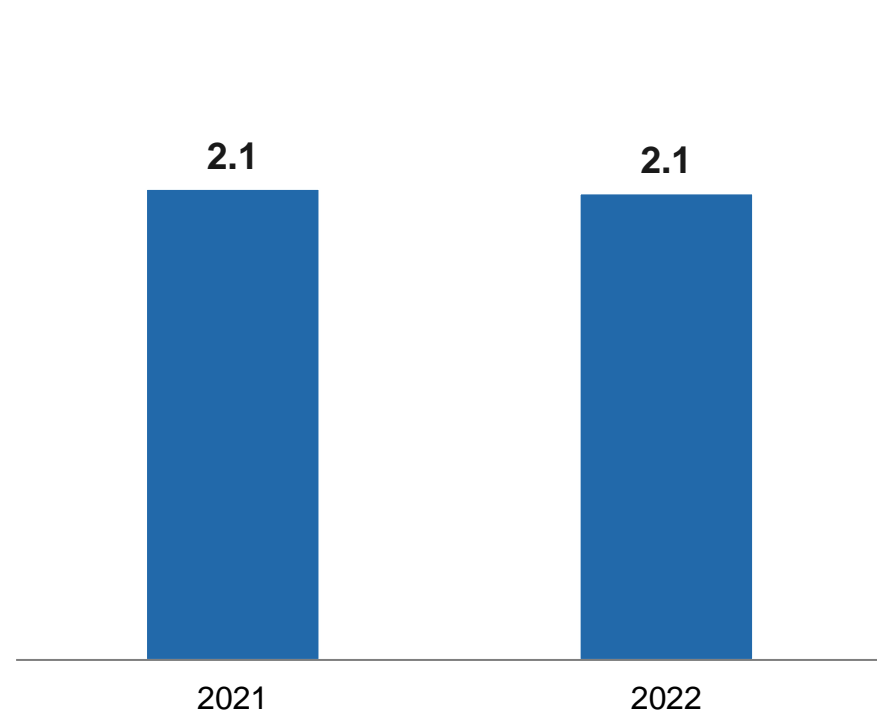
管理体系

稳健增长

财务表现

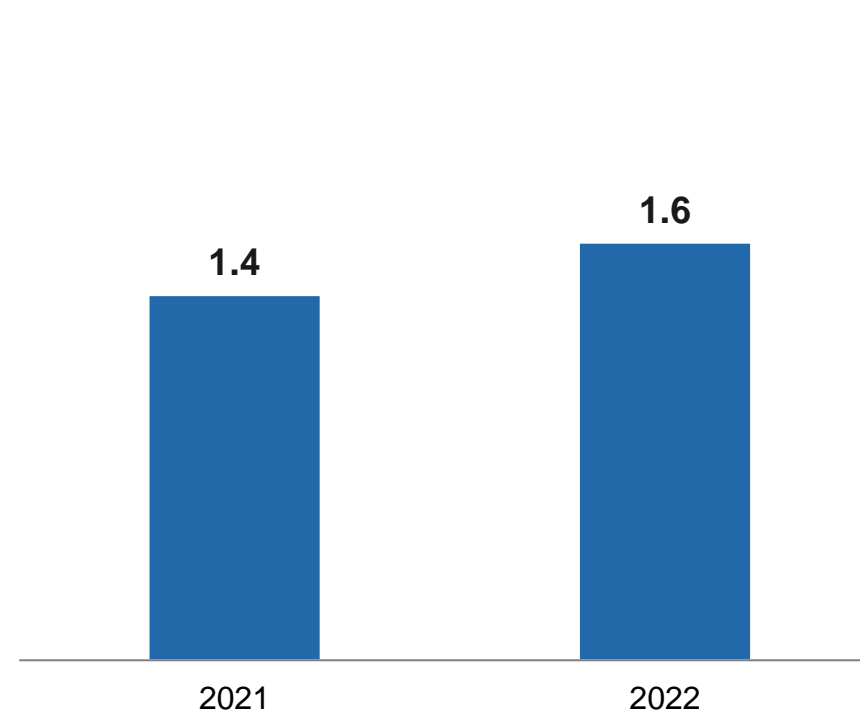
总资产/净资产

(倍)



经调整债务/息税折旧摊销前利润 (EBITDA)

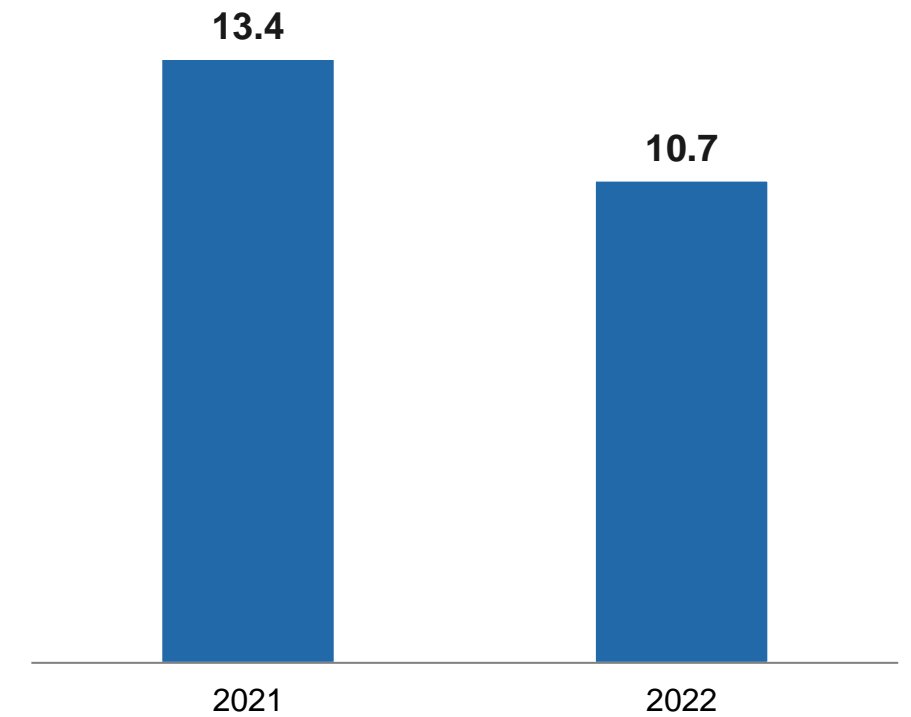
(倍)



经调整债务包含厂家金融和票据并减去存货

利息覆盖率

(倍)



利息覆盖率=EBITDA/财务费用