

2025 中期业绩报告



中升愿景：成为中国品质消费者最信任的汽车服务品牌

品质定位

229千辆

新车销量

14.6%

豪华品牌市场占有率¹

品牌信任

4.54百万

活跃客户²

3.80百万

会员体系客户

汽车服务

111千辆

二手车销量

4.00百万

售后入厂台次

本地规模³

137千人

中心城市平均客户数

15个

中心城市平均店/场地数

中升汽车服务品牌化的战略背景

传统豪华品牌保有量仍巨大



~16.0百万
32个中心城市
传统豪华品牌保有量¹

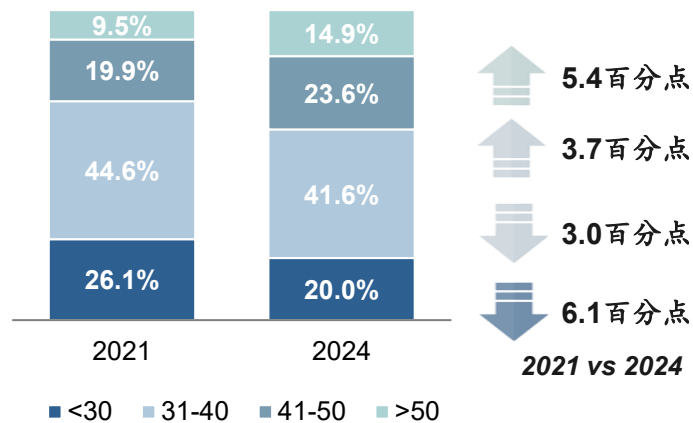


~4.1百万
32个中心城市
新能源豪华品牌保有量¹

以客户为中心

消费者越加有经验且挑剔

购车意向用户年龄分布²



中国乘用车市场复购率³



中升品牌汽车服务

市场加速整合



62.3%
全国豪华品牌在中升
布局的32个中心城市
保有量比例⁴



14.6%
中升豪华品牌活跃客户
32个中心城市市占率

品质定位

以客户为中心的中升品牌化汽车服务



中升品牌化汽车服务
跨品牌运营



以客户为中心



聚焦品质定位



中心城市布局

32个中心城市



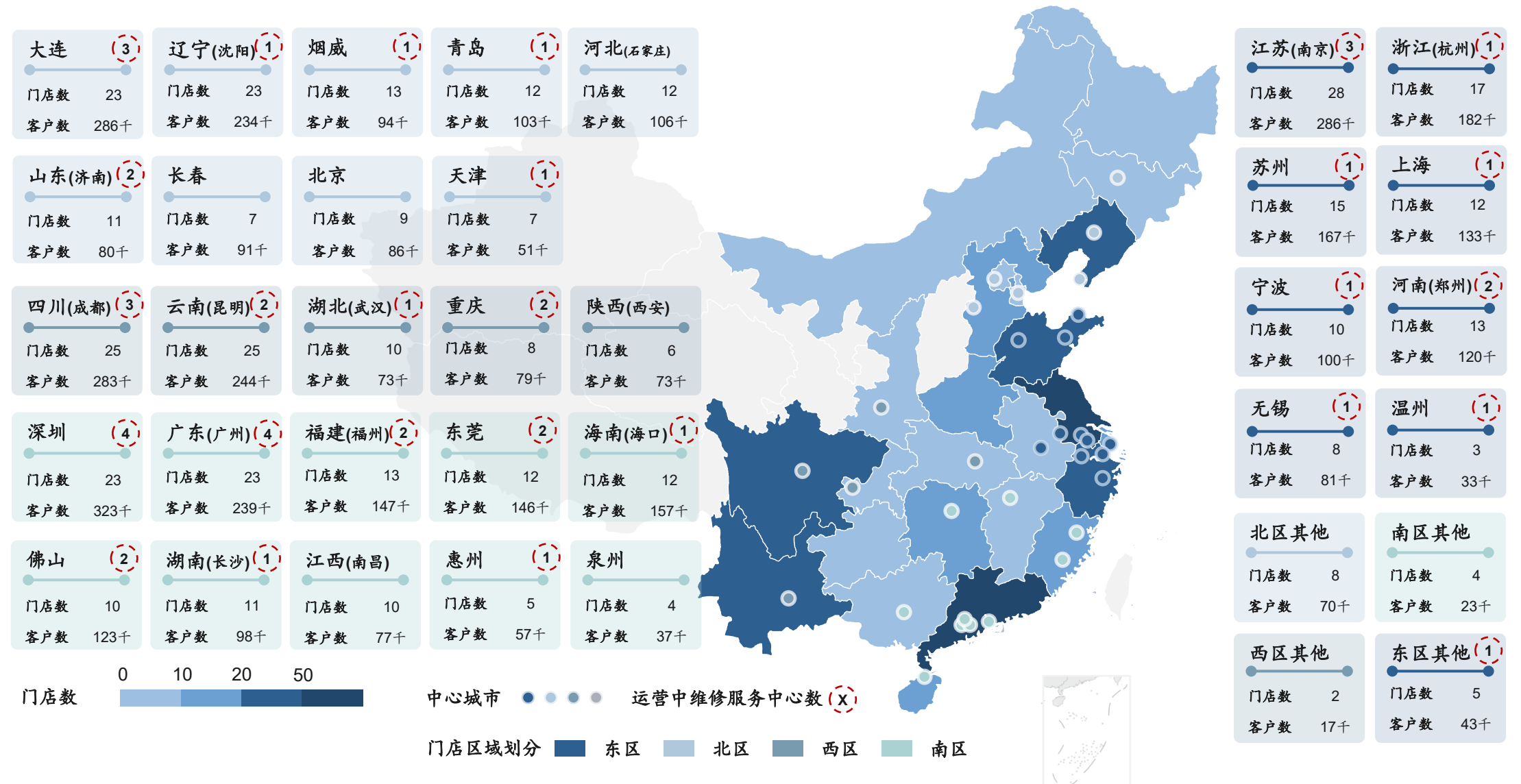
439家

总门店数¹



46家

运营中维修服务中心数¹

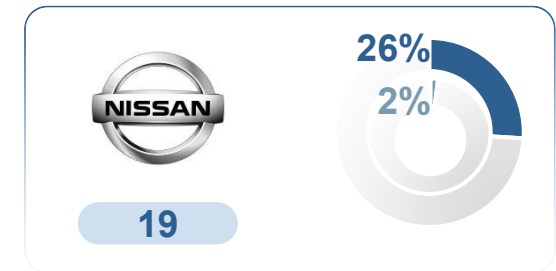
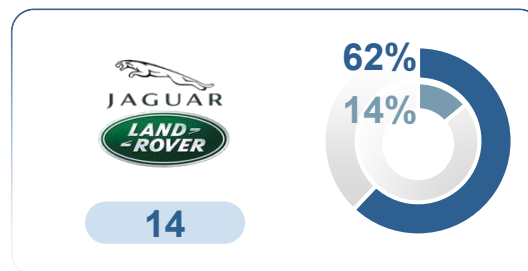
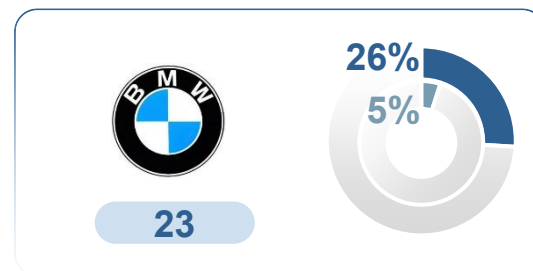
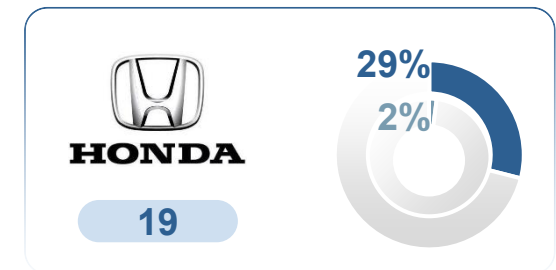
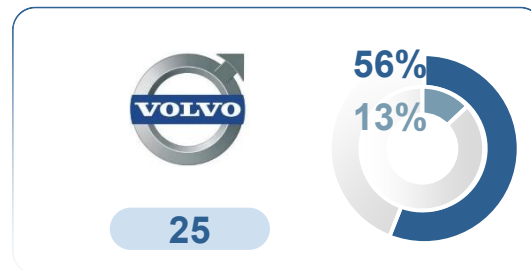
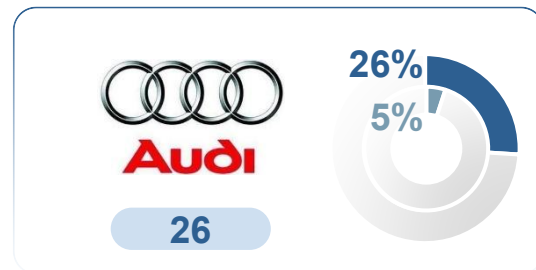
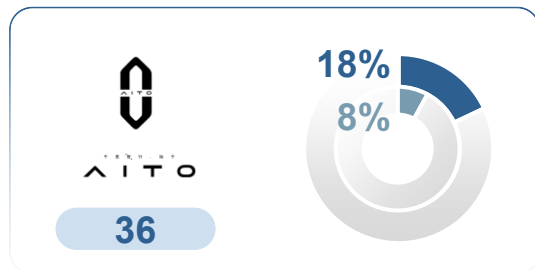
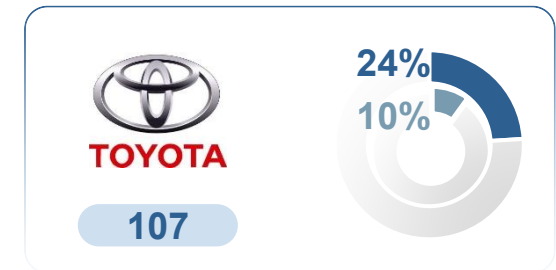
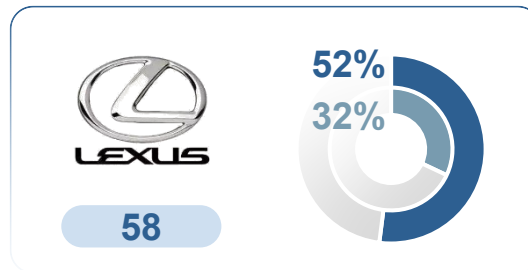
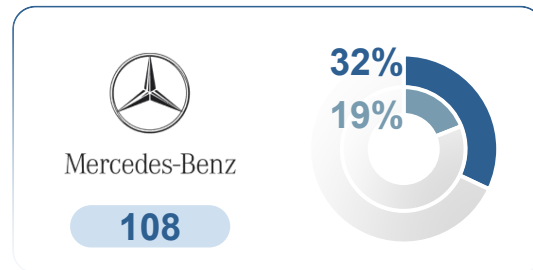


中心城市新车销售品牌组合及本地市占率

共439家品牌经销店¹

豪华品牌 293家经销店²

中高端品牌 146家经销店³



门店数量 中心城市市占率⁴ 全国市占率⁵

中升战略执行的核心原则——注重本地市场集中度



中升战略执行的核心原则——注重物业运营效率优化

案例展示一

将退网门店物业改建为维修服务中心



案例展示二

将既有物业由一个品牌拆分成多个品牌



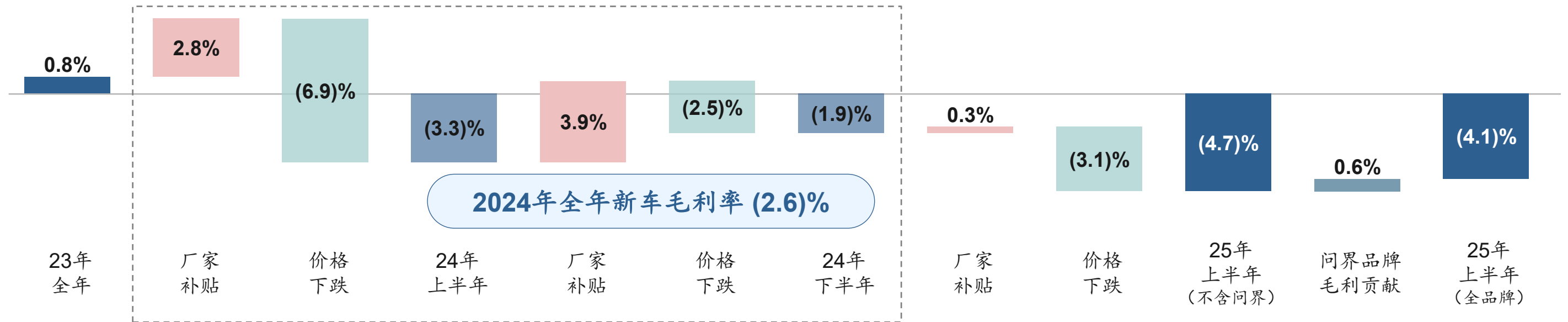
优化门店结构和运营效率

注重增益
严控投入

0 新车业务即将迎来曙光

厂家补贴缓解经销商压力，唯推动经销网络整合和带来产品焕新才是改善新车经销毛利的根本

新车毛利率边际变动（过去18个月）



过去18个月主机厂补贴
单台累计上升



~19千元

或

7.0个百分点

● 主机厂补贴力度逐步加大

● 补贴节奏动态且不均匀

过去18个月市场价格
单台累计下降



~33千元

或

12.5个百分点

● 主机厂间竞争格局异常激烈

● 经济环境亦相对较弱

0 新车业务即将迎来曙光（续）

1 经销格局加速整合

 中升中心城市业务密度及品牌集中度进一步增强

89家 / 20%
本地市场独家门店

203家 / 46%
主导本地市场（含独家）

 各地不同品牌经销商格局整合加速

- ✓ 前所未有数量的潜在各品牌门店转让信息流
- ✓ 转让方转让意愿明显增强

2 进入产品焕新大周期

 各主要品牌即将进入大规模产品迭代焕新周期

- ✓ 全部基于最新平台设计
- ✓ 无论油电车型均兼顾“智能”和“智驾”
- ✓ 积极与国内软件供应商合作提供本土化产品

 部分国际主机厂已见成效

- ✓ 丰田及大众在市场目前表现抢眼
- ✓ 软件水平“跟上”后其原本品牌特色重新凸显

3 “反内卷”卓见成效

 相关监管部门及央媒均已行动反对过度市场竞争



收窄**3.1**个百分点
7月豪华品牌乘用车折扣率较上半年平均折扣



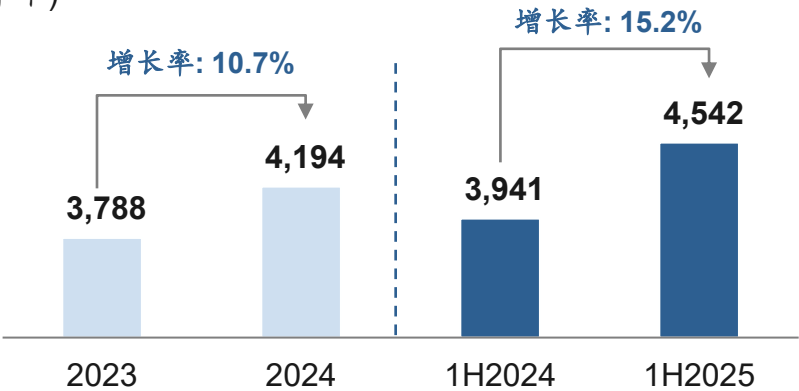
扭转近半年来的通缩趋势
7月居民消费价格指数（CPI）环比转正



中升品牌售后服务战略持续奏效

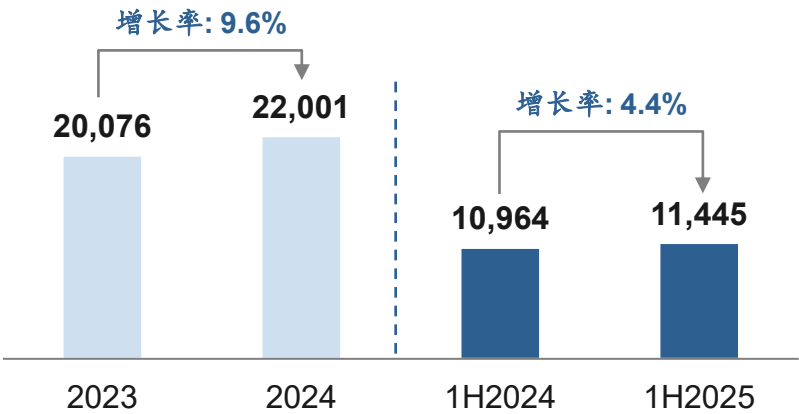
活跃客户数总量

(千个)



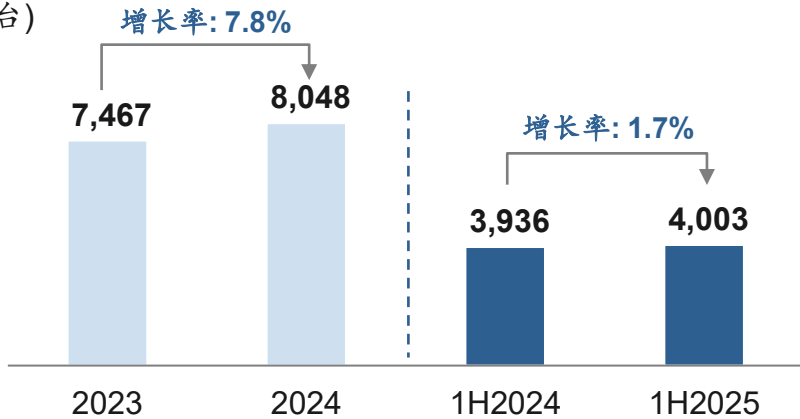
售后服务收入

(百万元人民币)



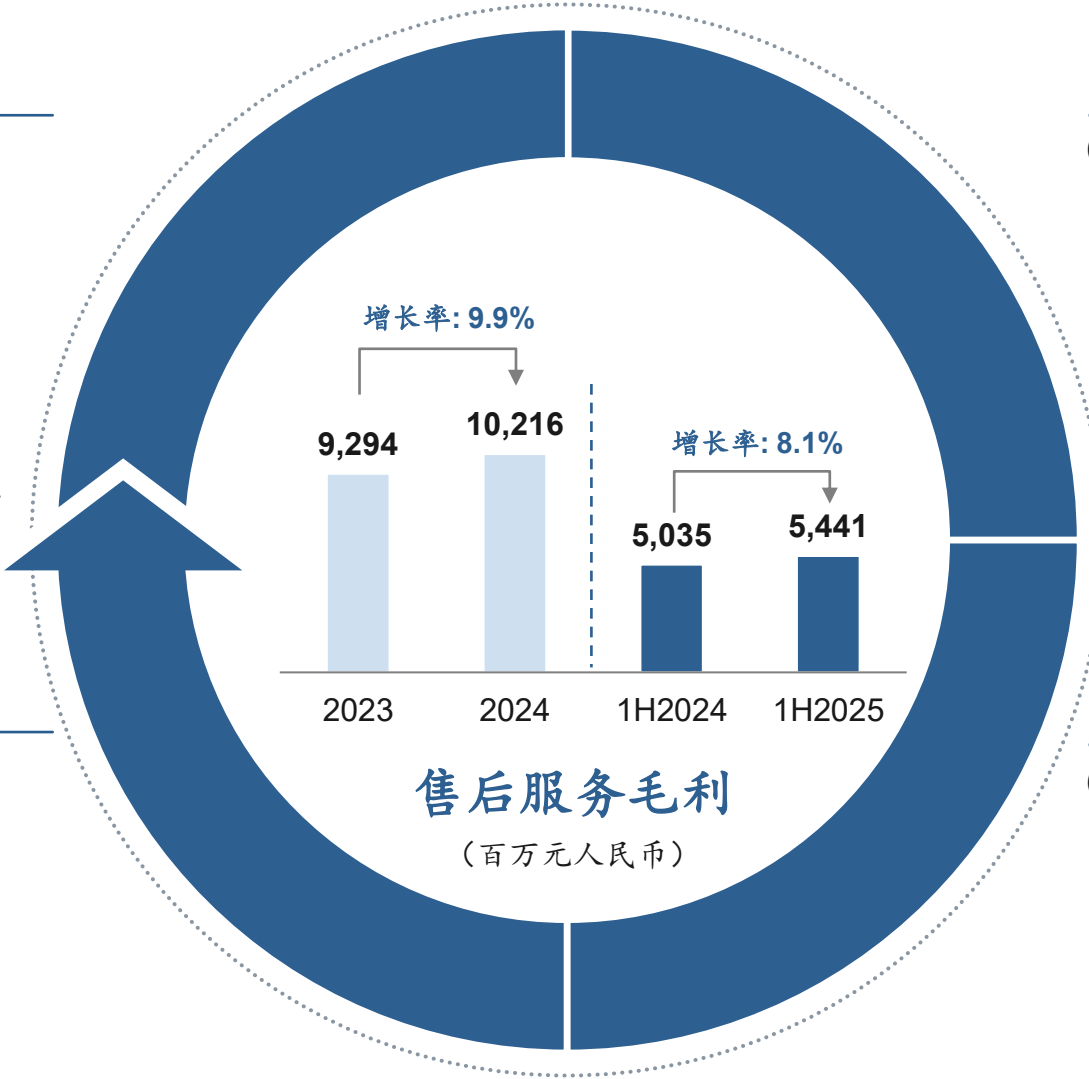
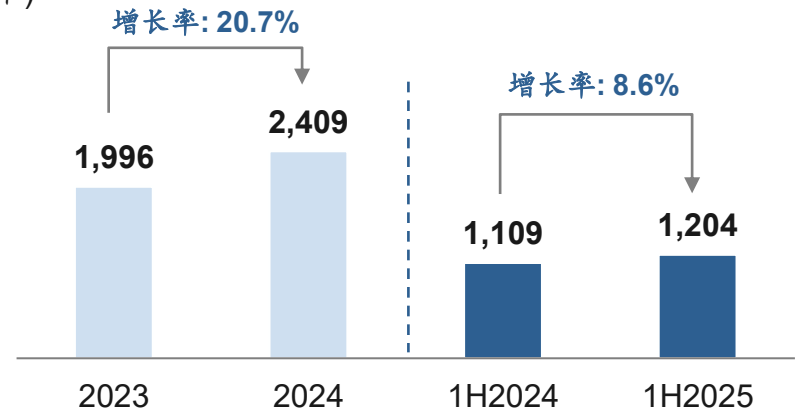
入厂台次

(千台)



投保客户数

(千个)



售后业务将持续发力

自2024年11月以来，中升进行了近年来最大规模的门店/场地调整



57家
新增品牌经销店



20家
新增维修服务中心



37家
退网品牌经销店

精心布局和高效管理成功对冲结构调整对售后业务的负面影响

2025年上半年同比变动	入厂台次（千台）	产值（百万元）	
退网门店的售后服务损失	-249	-661	~50% 中高端品牌占比 80%+ 豪华品牌占比
新增门店的售后服务贡献 ②	149	331	
存续门店的售后服务增长 ③ ④	167	813	
集团合计变动	67	481	

- 1 通过品牌门店调整优化售后业务结构
- 2 新增门店贡献增量且仍在爬坡
- 3 存续门店拥有强劲的内生增长能力
- 4 同城承接部分原有业务

0 售后业务将持续发力（续）

售后服务业务增长驱动力

1 近期新增门店售后业务继续爬坡



2 积极布局更多市场整合机会

目前已确认下半年将投入运营的门店

13家
传统豪华品牌

2家
传统中高端品牌

4家
新势力品牌

3 存续门店售后产值保持增长

3-1 客户运营巩固内生增长力



3-2 各个击破加速整合局部市场



沈阳捷豹路虎



因同城他店退网
沈阳中升捷豹路虎店
售后产值同比增长**120%**

因同城他店退出
中升首次进入郑州市市场
成为品牌当地市场**独家**经销商

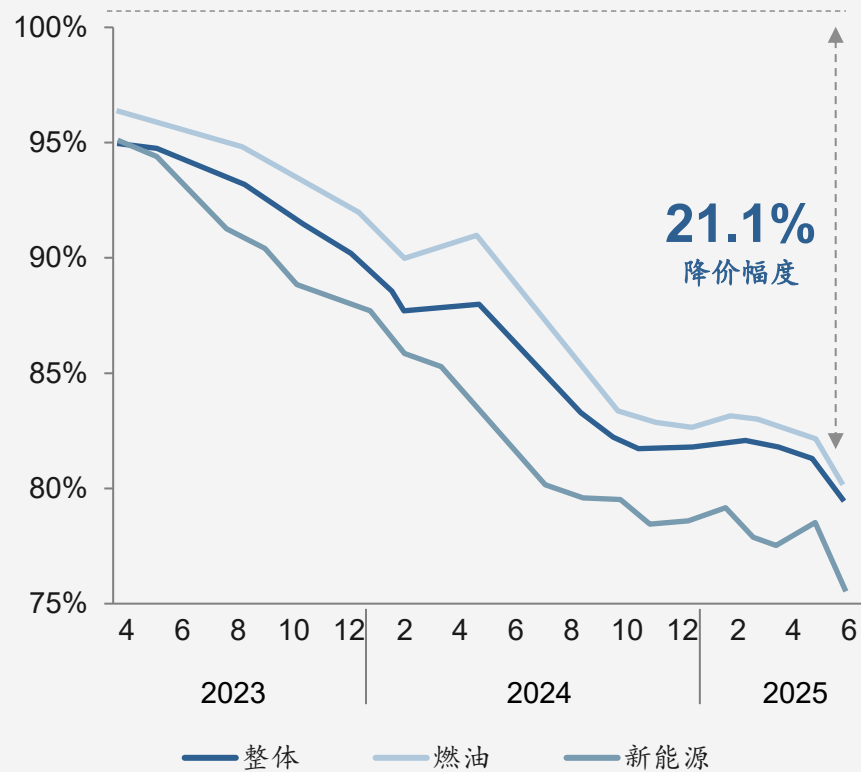


郑州沃尔沃



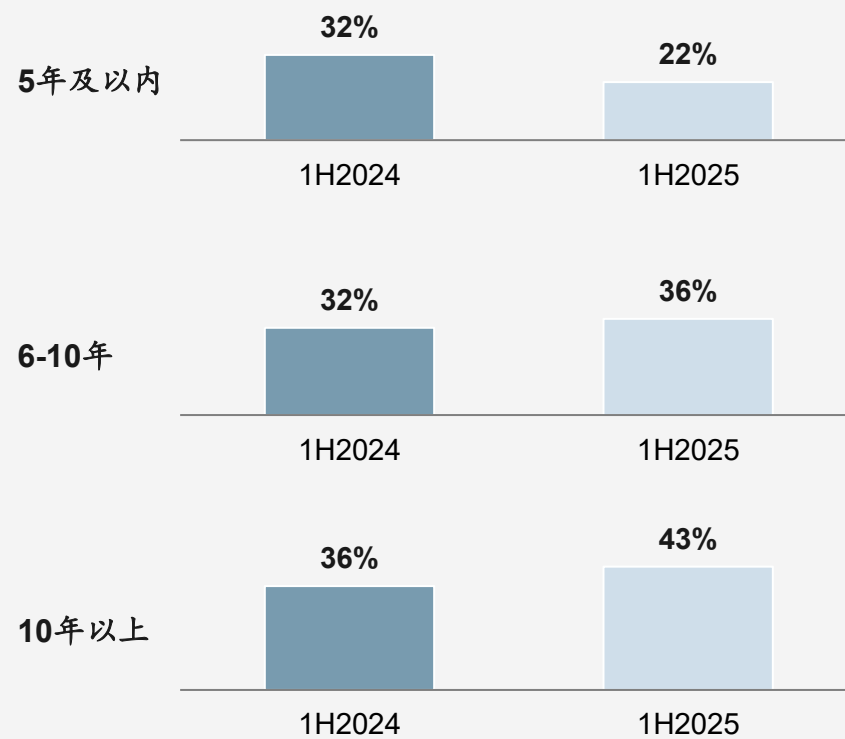
新车降价幅度扩大致二手车承压

新车降价指数¹



政策刺激下高龄车型交易活跃

中升成交二手车车龄分布



中升二手车结构优化，持续盈利



二手车置换率²

41%



二手车零售数量

24千台



单车利润贡献

~2,400元



中升二手车零售中心

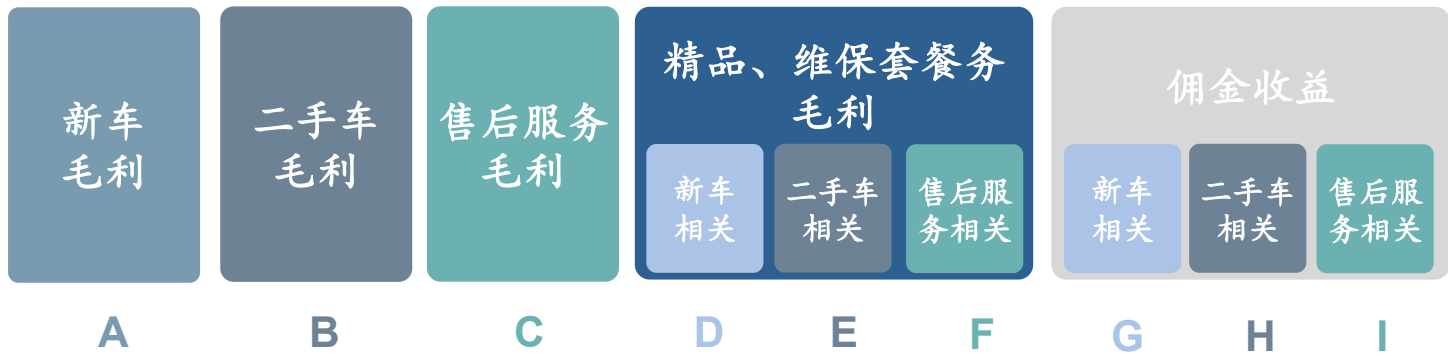
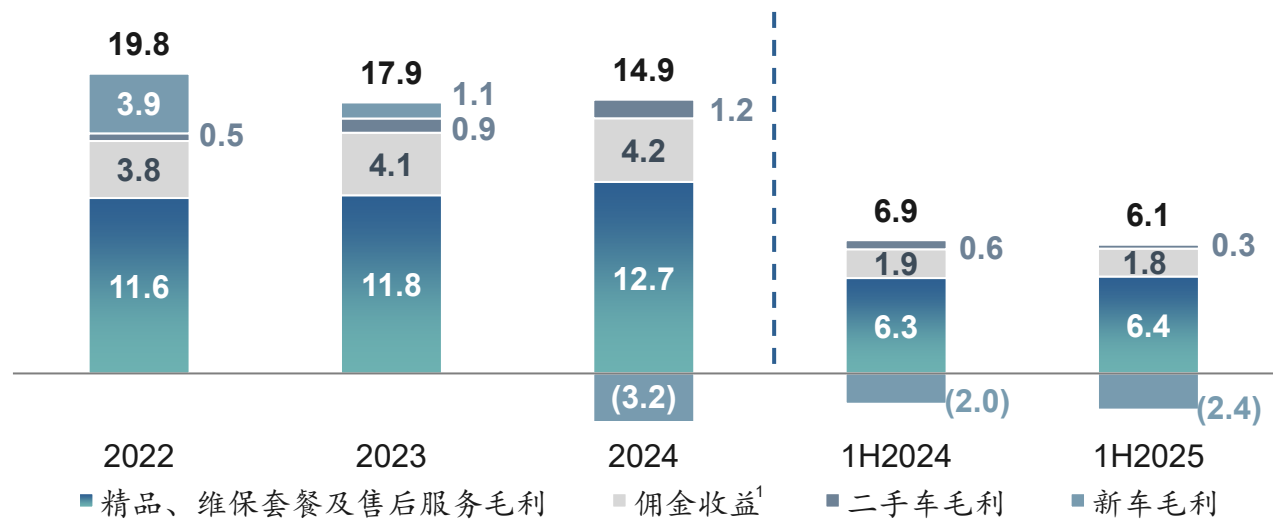
10座
(贡献12%零售量)



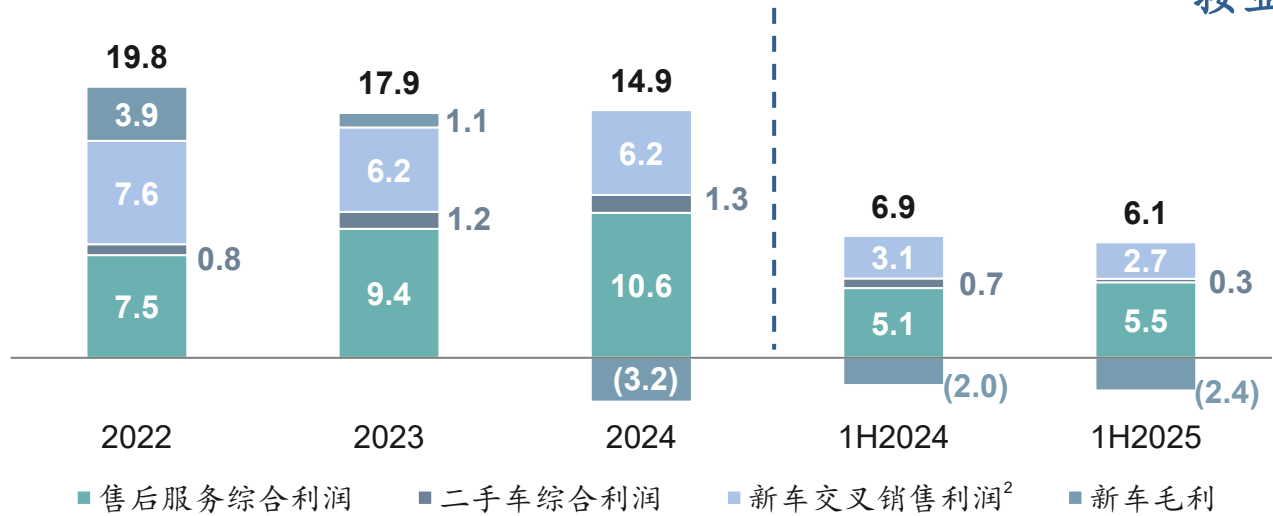
综合利润（毛利+佣金收益）重编

(十亿元人民币)

财务报表披露格式



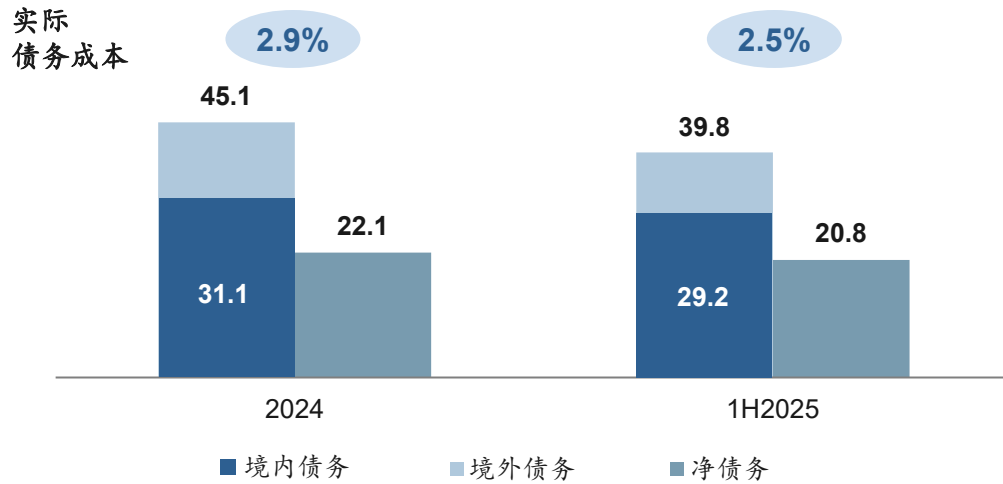
按业务板块逻辑重编



主动稳健的债务及流动性管理

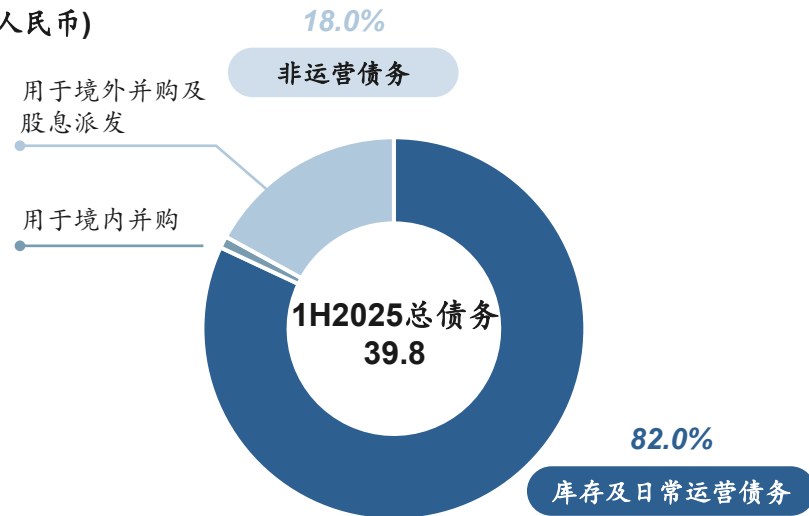
总债务/净债务^{1,2}

(十亿元人民币)



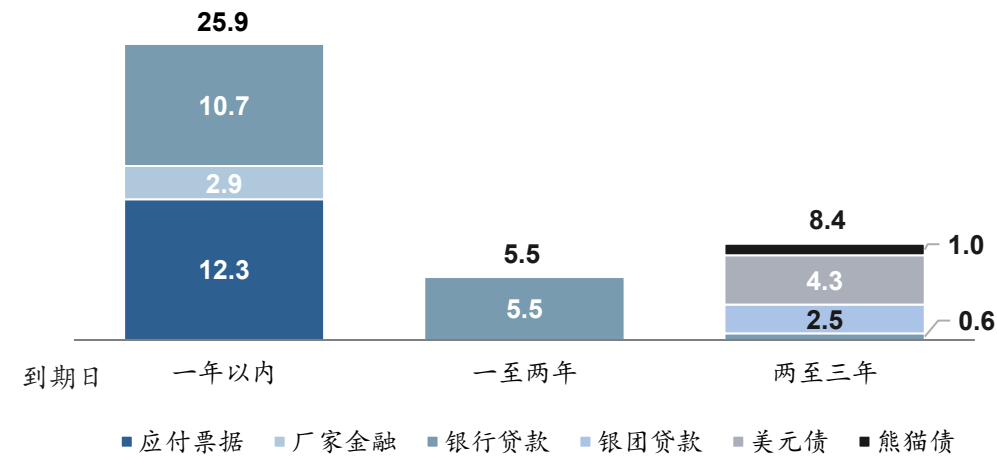
债务结构

(十亿元人民币)



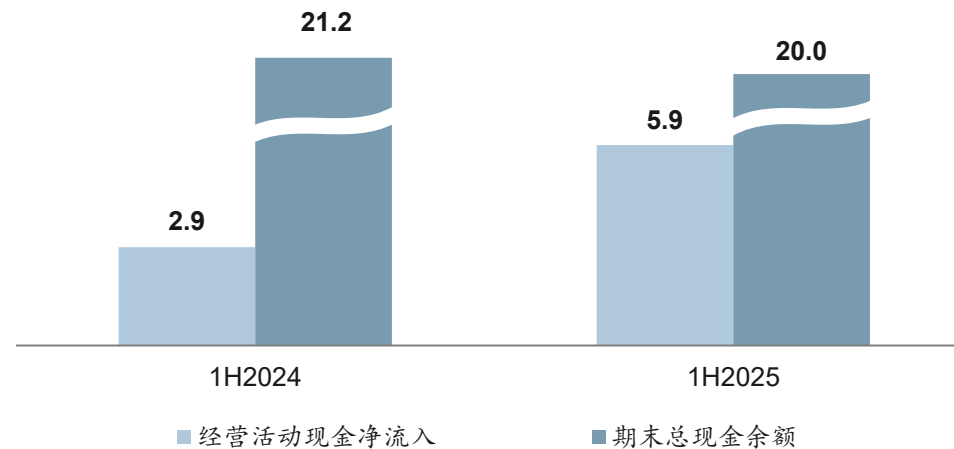
现有债务到期情况²

(十亿元人民币)



经营活动现金流及资金储备

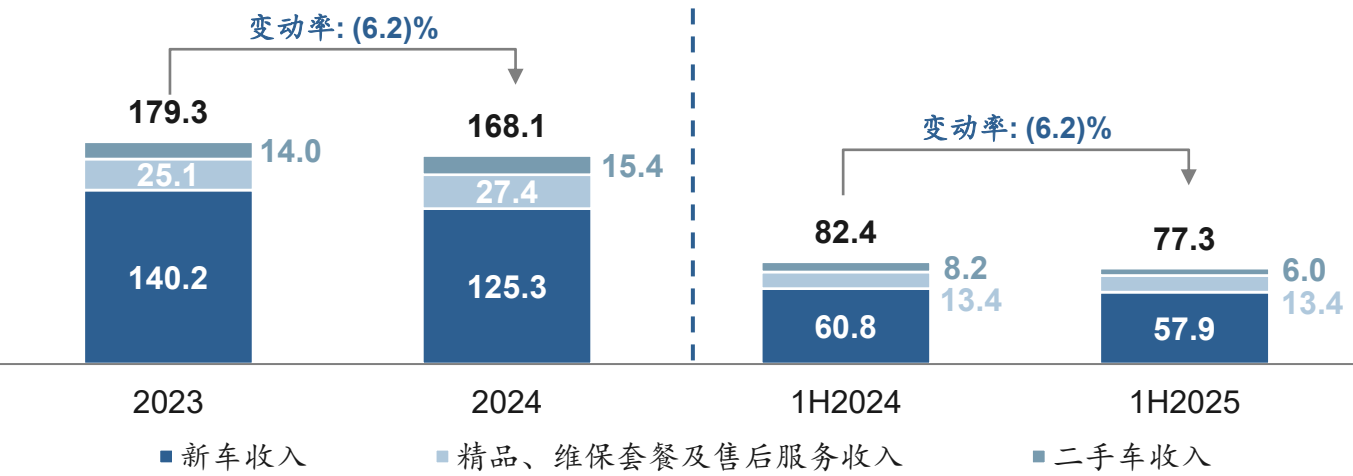
(十亿元人民币)



- 通过积极有效的债务管理，实现多样化可获得的资金来源，不断优化债务结构和流动性
- 境内外融资渠道多管齐下，巩固债务偿还能力：
 - 2025年5月如期偿还**3,124**百万港币可换股债券
 - 2025年8月提前赎回剩余约**158**百万美元高级无抵押债券（2026年1月到期）
- 经营活动现金流保持健康净流入，期末资金余额和流动性充裕

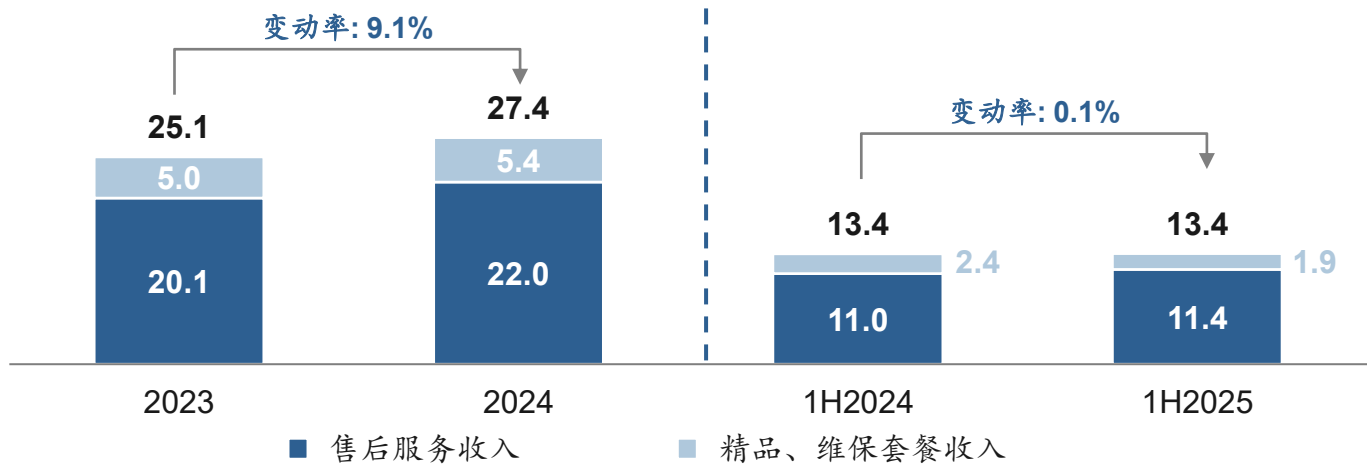
收入

(十亿元人民币)



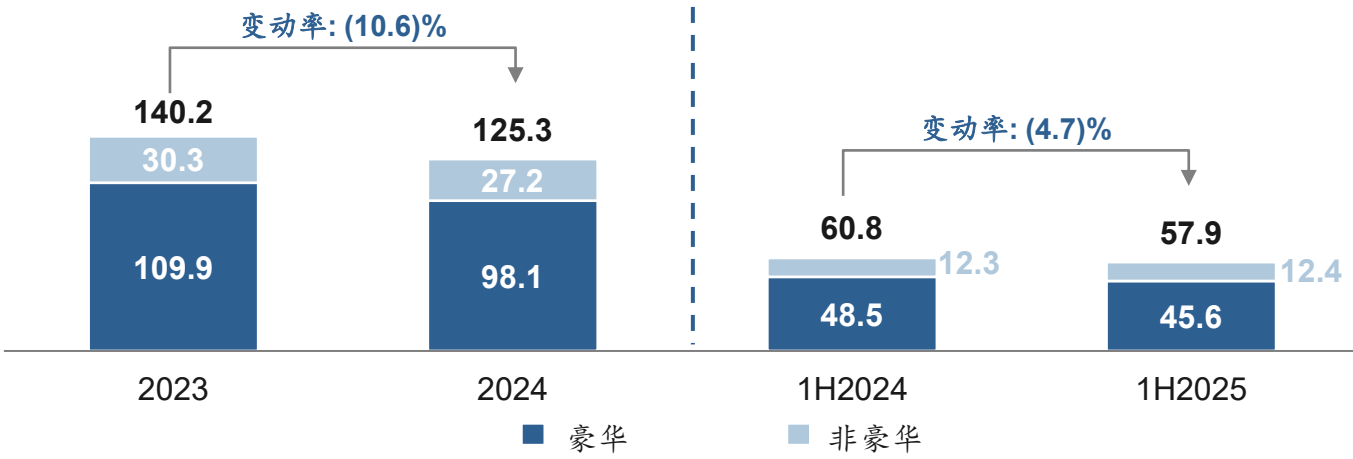
精品、维保套餐及售后服务收入

(十亿元人民币)



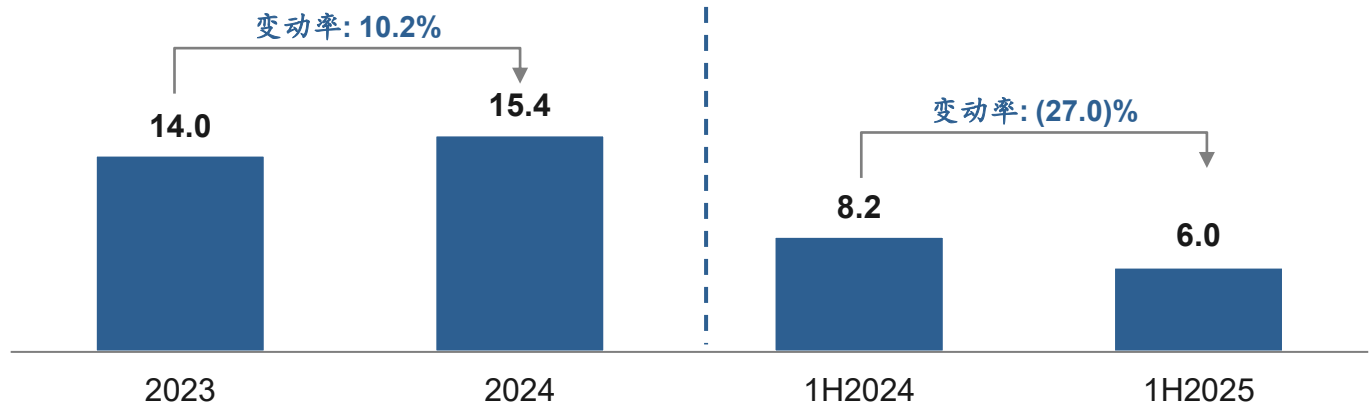
新车收入

(十亿元人民币)



二手车收入

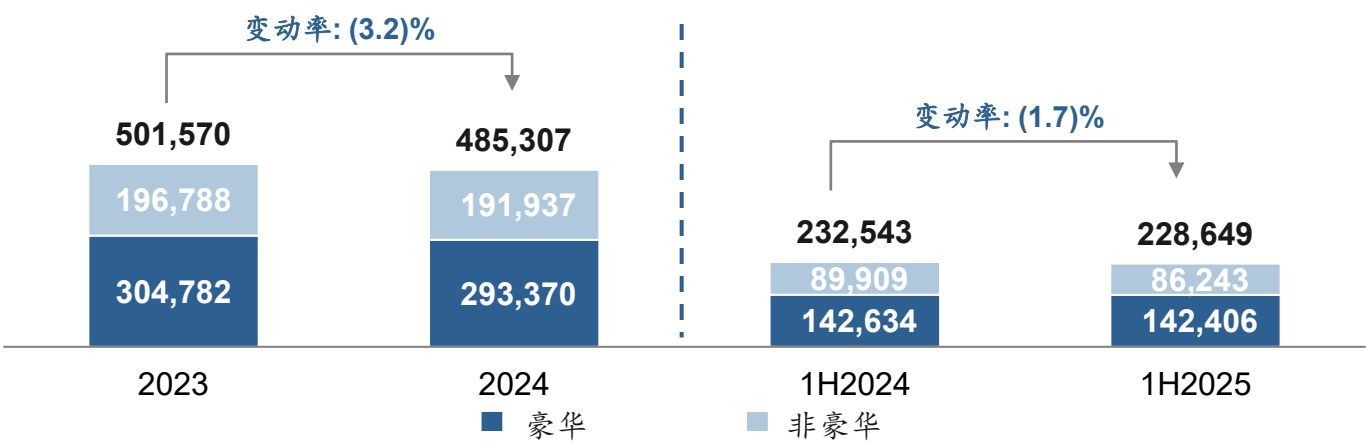
(十亿元人民币)



整车销售构成

新车销量

(台)

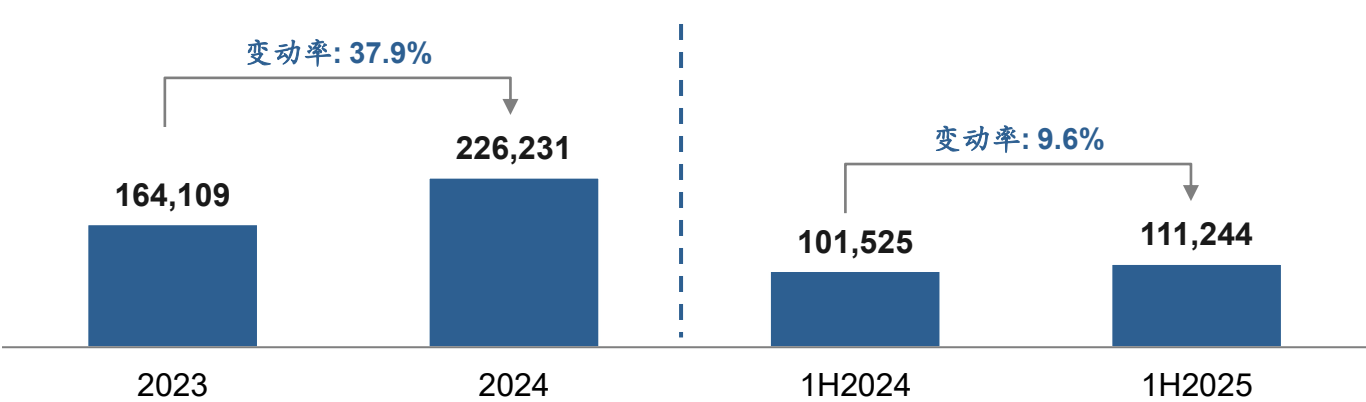


新车销量按品牌分析

品牌	1H2024	1H2025
奔驰	28%	26%
雷克萨斯	12%	13%
宝马	9%	7%
问界	-	5%
奥迪	8%	6%
豪华占比	61%	62%
丰田	30%	32%
其他	13%	11%

二手车销量

(台)



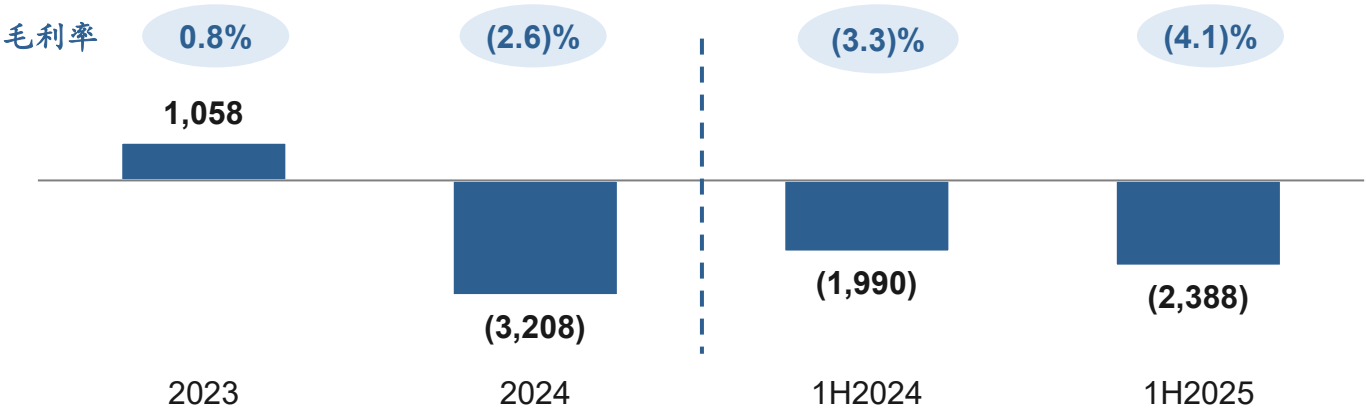
新车销售收入按品牌分析

品牌	1H2024	1H2025
奔驰	41%	35%
雷克萨斯	13%	14%
宝马	10%	7%
问界	-	7%
奥迪	8%	6%
豪华占比	80%	79%
丰田	17%	19%
其他	11%	12%

综合利润构成

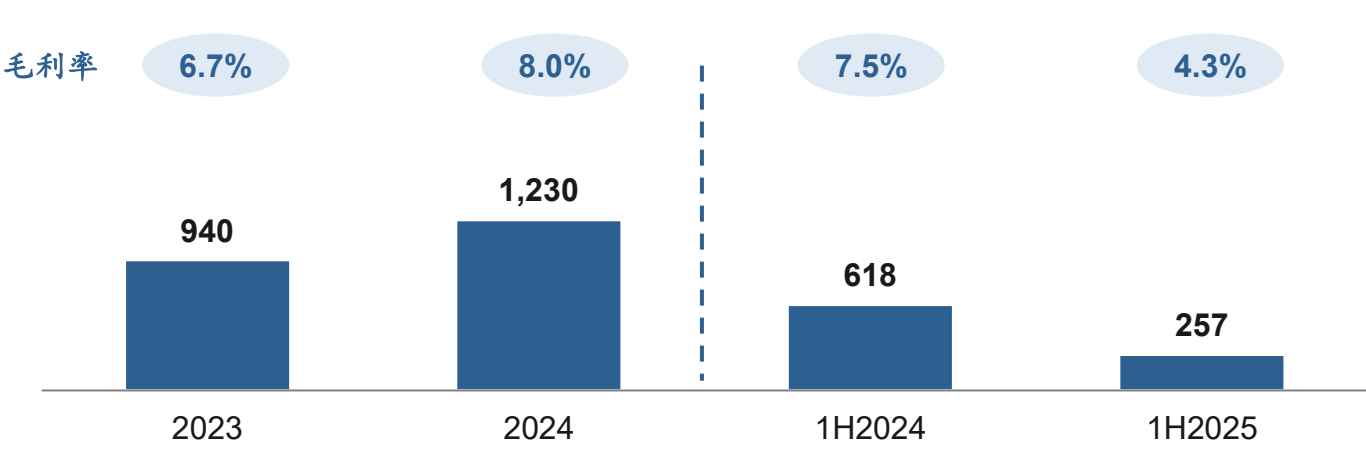
新车毛利

(百万元人民币)



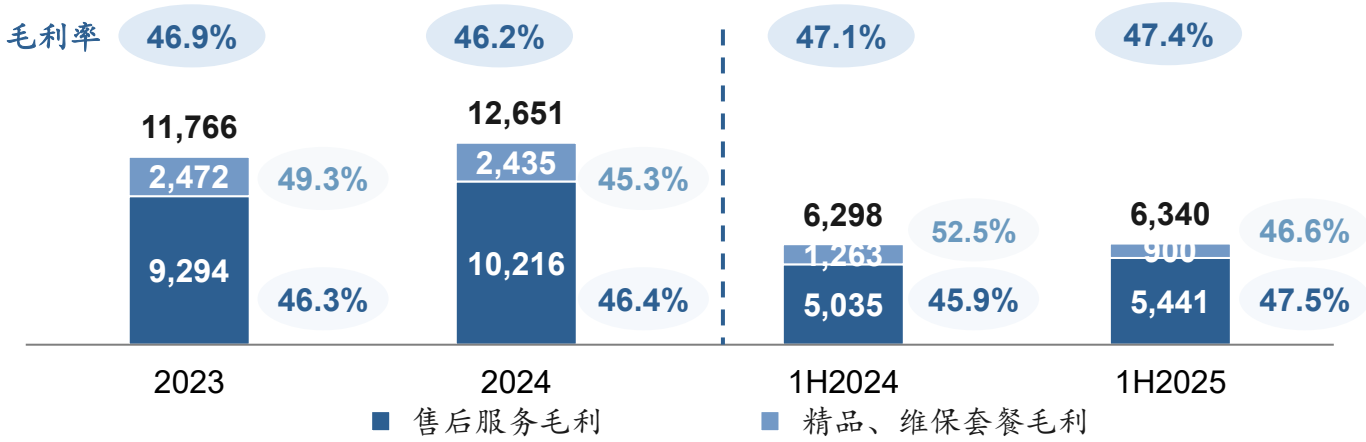
二手车毛利

(百万元人民币)



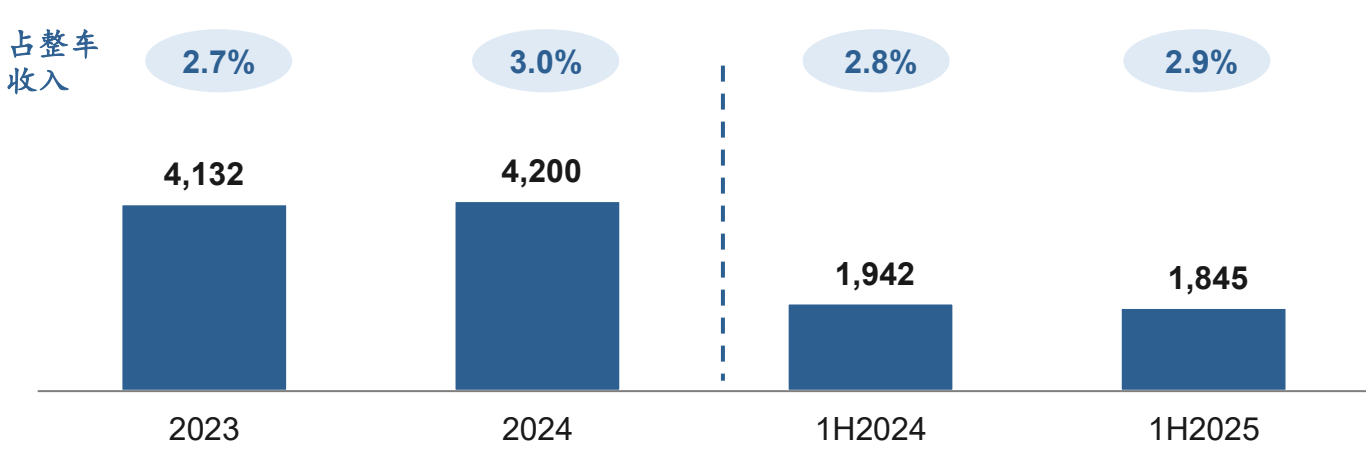
精品、维保套餐及售后服务毛利

(百万元人民币)



佣金收益

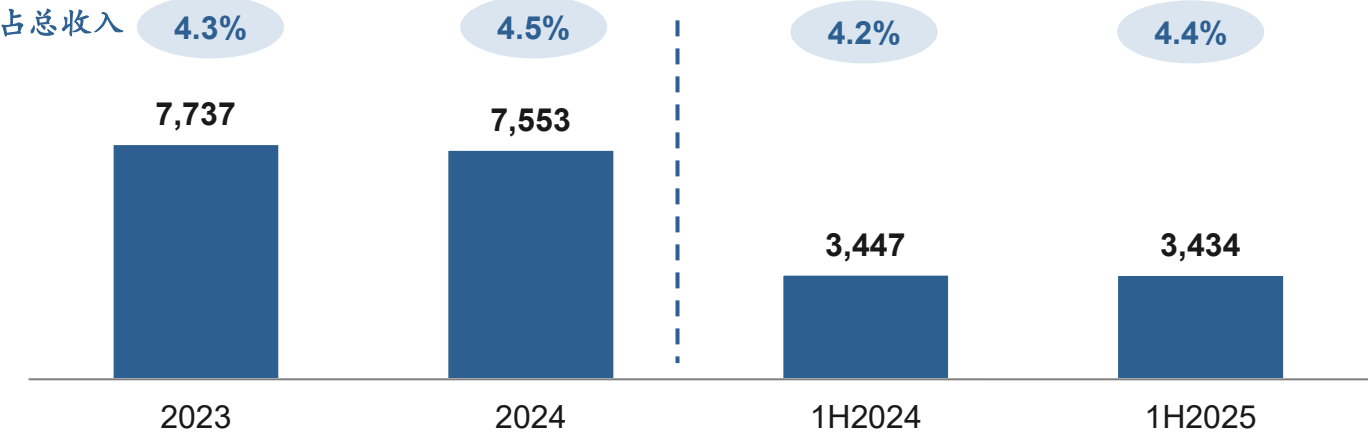
(百万元人民币)



各项费用指标

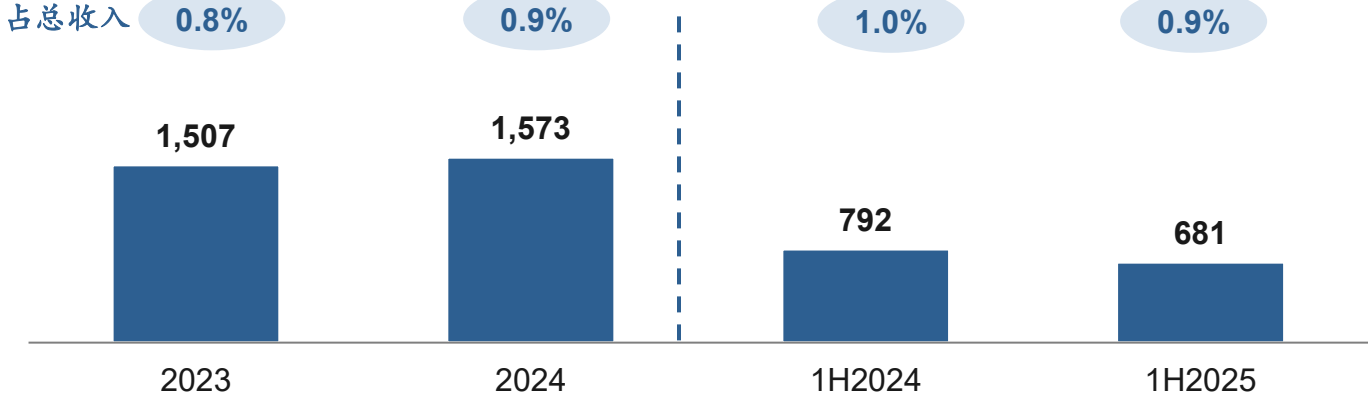
销售费用

(百万元人民币)



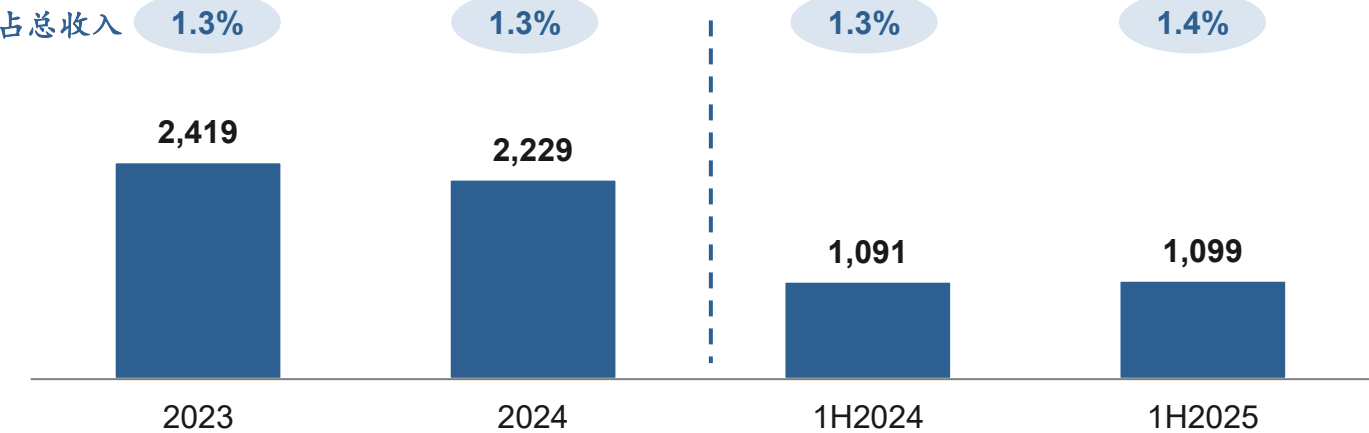
财务费用

(百万元人民币)



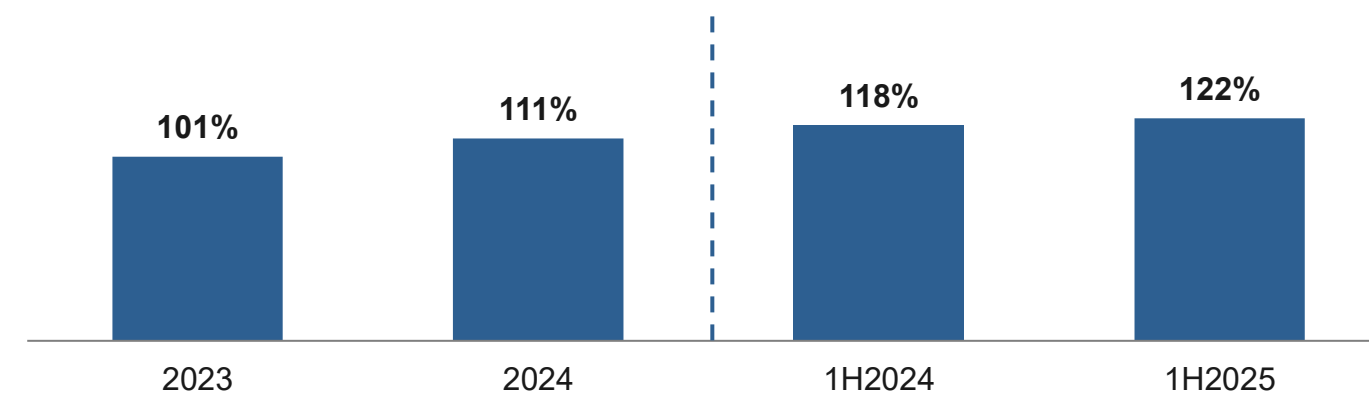
管理费用

(百万元人民币)



零服吸收率¹

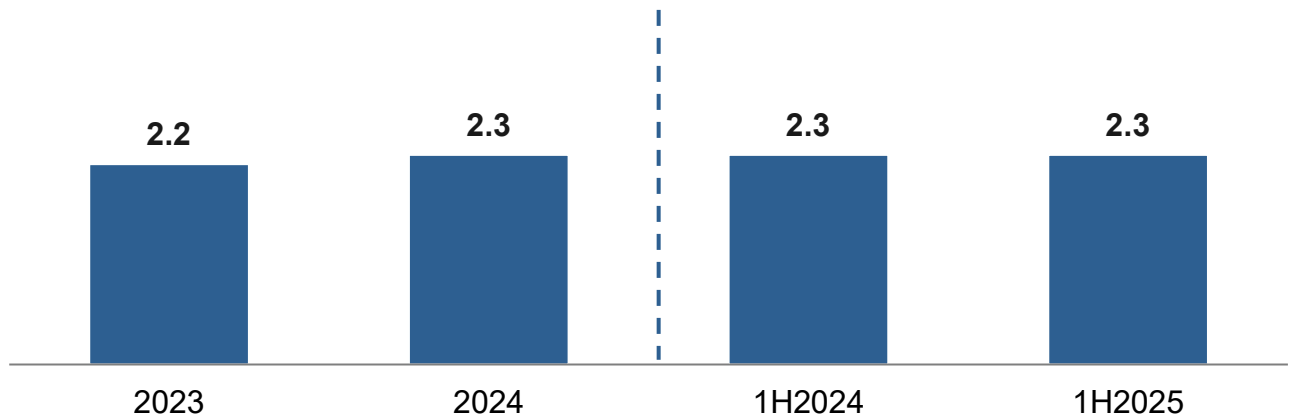
(%)



¹ 零服吸收率=精品、维保套餐及售后服务毛利/(销售费用+管理费用+财务费用)

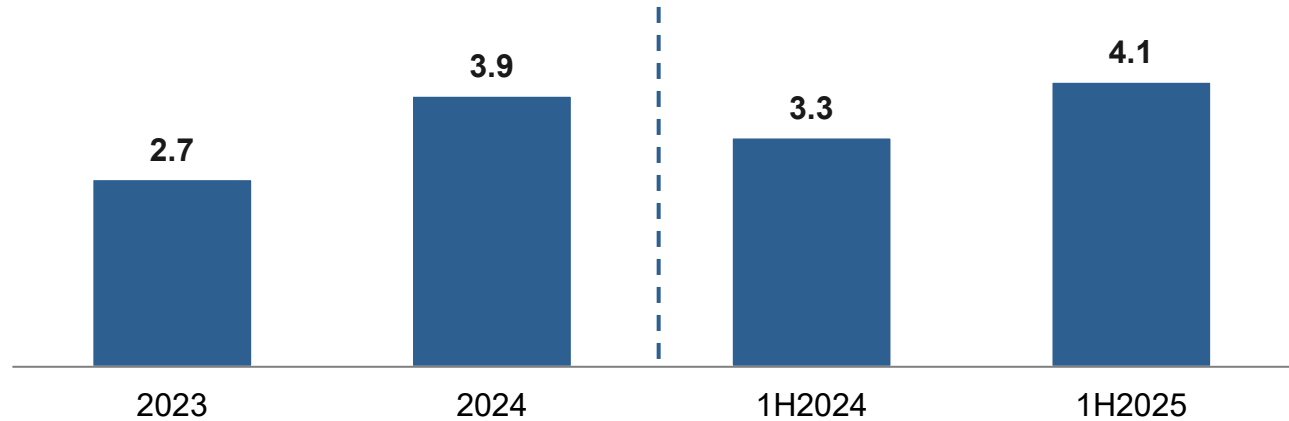
总资产/净资产

(倍)



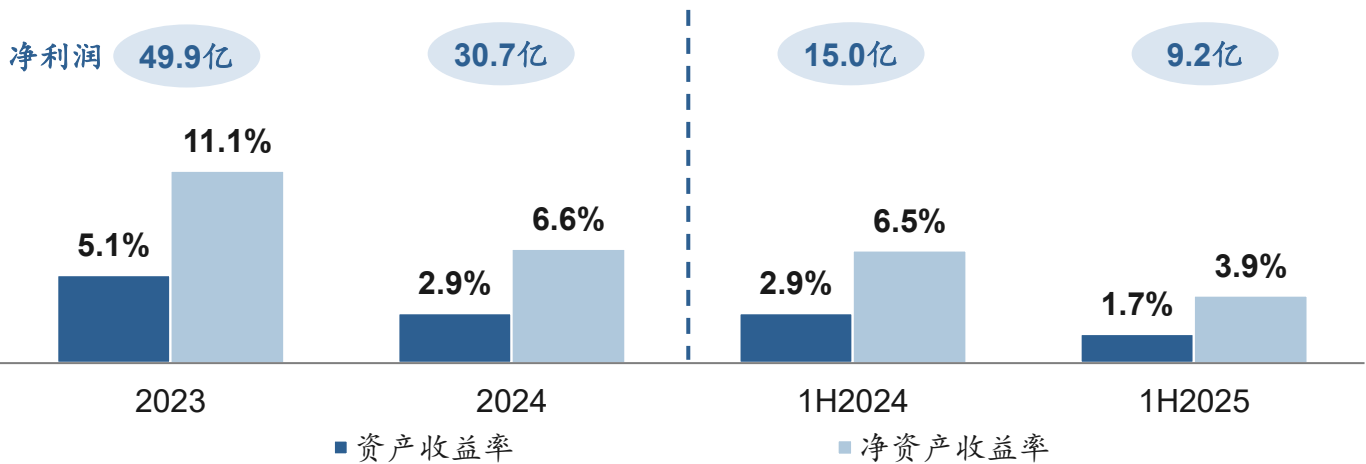
债务/息税摊销前利润¹

(倍)



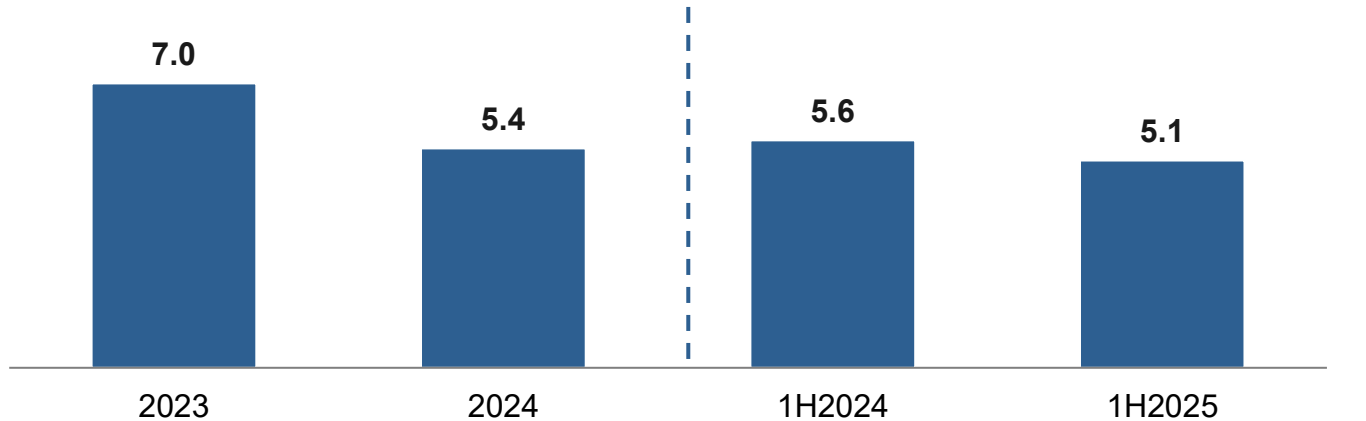
资产收益率和净资产收益率

(%)



利息覆盖率²

(倍)



¹ 债务为经调整债务，为银行贷款及其他借贷、租赁负债、可换股债券、应付票据合计并减去存货；² 利息覆盖率 = (除税前溢利 + 财务费用 + 折旧及摊销) / 财务费用

(人民币百万元)	1H2024	1H2025
现金及现金等值物	17,146	12,859
定期存款	1,897	4,055
已抵押银行存款	1,810	2,999
在途现金	349	124
资金余额	21,202	20,037
经营活动现金流量	2,926	5,948
减：资本支出 ¹	697	1,281
减：租赁付款	533	694
自由现金流量	1,696	3,973
除税前溢利	1,964	1,221
减：利息收入	224	302
加：财务费用	792	681
加：折旧及摊销	1,675	1,566
息税折旧摊销前利润	4,207	3,166
净利润	1,500	924
归母净利润	1,560	1,011
归母每股基本盈利（人民币元）	0.662	0.427