

证券代码：000800

证券简称：一汽解放

一汽解放集团股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-004

<b>投资者关系活动类别</b>	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	九泰基金、国新证券、康曼德资本、鑫巢资本、西部证券、中科沃土基金、工银理财、亚东资本、英大证券、上海久期投资、德邦证券、西南证券、华创证券、东兴证券、民生证券、中信证券、东吴证券、国盛证券、海通证券、信达证券、中金公司、山西证券、广发证券、国君资管、中国人寿养老
<b>时间</b>	2024年4月2日 13:30—15:00
<b>地点</b>	北京
<b>上市公司接待人员姓名</b>	党委副书记、总经理 李胜 党委副书记、工会负责人 王浩 常务副总经理 于长信 纪委书记 任丛林 副总经理 季一志 副总经理 王建宇 新能源事业部总经理 裴国权 董事会秘书兼资本运营部部长 王建勋 党群工作部高级主任师 李日升 证券事务代表 杨育欣
<b>投资者关系活动主要内容介绍</b>	公司管理层首先向投资者简要介绍了公司情况，随后与投资者开展沟通交流，主要内容如下： <b>一、公司情况介绍</b> 2023年，公司实现营业收入639.05亿元，同比增长66.71%，实

现归母净利润 7.63 亿元，同比增长 107.66%，基本每股收益 0.1651 元/股，同比增长 124.93%，营业净利率 1.19%，较上年同期增长 0.24 个百分点。2023 年公司的销售费用率为 2.51%，较上年同期下降 0.76 个百分点，管理费用率为 3.02%，较上年同期下降 2.3 个百分点。

2023 年，公司实现整车销量 24.2 万辆，同比增长 42%，其中中重卡销售 20.5 万辆，同比增长 46.1%，销量增速领先行业。中重卡终端份额 26.3%，同比提升 0.6 个百分点，行业第一。天然气重卡市场份额 33.6%，行业第一，牵引车销量连续十八年行业第一。海外市场销量实现跃迁式增长，全年销售 4.5 万辆，同比增长 60.7%。新能源车实现销量 0.72 万辆，同比增长 164.5%。

## 二、交流环节主要内容

### 1. 问：对今年天然气重卡行业的判断？

答：总体来看我国天然气供应水平明显改善，油气差价将保持在 2.3-3 元，成本优势下天然气重卡需求仍将保持较快增长趋势。凭借产品投放、售后服务以及用户口碑等方面的优势，公司在天然气重卡市场市占率较高，处于领先地位，天然气重卡市场景气度的持续将有利于公司销量提升。

### 2. 问：公司与华为的合作方式以及未来的落地计划？

答：公司与华为合作历史悠久，在流程化组织建设、数字化等方面合作基础深厚。2023 年双方签署战略合作框架，聚焦智能驾驶领域，结合公司在智能车的底盘、线路、智能控制以及华为在云控、芯片、操作系统等方面的优势，实现优势互补。公司与华为共同打造的自动驾驶产品预计在 2025 年可实现低速场景的示范运营。

### 3. 问：公司未来利润率改善的措施？

答：一是改善产品与市场的结构，提升收益水平。二是持续压降成本，控制费用支出。三是积极开拓后市场及新业务，拓展盈利空间。通过开拓保外备品、金融保险等业务，实现对解放营收和利润增长的支持。

	<p><b>4. 问：公司支撑销量增长的主要动力来源？</b></p> <p>答：面对市场的竞争与变化，2024 年公司制定了富有挑战性的销量目标。动力来源如下：一是从上到下全员支持营销。二是新产品投放提供强大动力。三是通过内部组织结构调整以及营销人员贴近代理商等方式，实现营销体系全面深度变革，向变革要增量。四是随着海外国家需求增长和中国产品竞争力的提高，未来海外销量会实现大幅增长。</p> <p><b>5. 问：未来公司在海外市场的发展战略？</b></p> <p>答：一是加快突破重点市场、潜力市场、空白市场三大贸易市场。二是启动战略市场本地化布局，成立办事处，深入研究本地客户需求、竞争格局、产品适应性、政策法规、潜在合作伙伴等。三是成立欧洲办事处，导入现有新能源产品的同时探索合资合作等方式进入，加快进入高端市场。四是坚持品牌统领，围绕品牌、产品、市场、用户四个业务维度规划线上、线下同步开展传播，强化 FAW TRUCKS 品牌宣传。五是持续提升产品竞争力、提高海外服务保障能力，打造两个关键核心竞争力领先。六是强化海外渠道、KD 支持、金融保障三大支撑，提升海外营销体系支撑能力。七是提升盈利、洞察、数字化、团队四项基础能力，打造坚实的基础支撑体系。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024 年 4 月 2 日