证券代码：000625、200625 证券简称：长安汽车、长安B

重庆长安汽车股份有限公司投资者关系活动记录表

 编号：2019-22

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | ■特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动□现场参观 □其他（请文字说明其他活动内容）  |
| 参与单位名称及人员姓名 | 泰康资产——颜运鹏 |
| 时间 | 2019年5月10日 |
| 地点 | 公司会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 合资合作部高级经理——周江 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 1.长安福特未来的规划及产品投放计划答：2019年4月，福特汽车公司在 “福特中国2.0”发布会上，宣布全新的业务提升计划，加速公司业务转型，聚焦中国市场，进一步兑现其“更福特、更中国”的承诺，正式开启福特在中国市场的2.0时代。此次发布主要集中在加速产品研发和投放速度、研发智能科技、深化战略伙伴合作关系、坚持创新和本土人才培养等五大计划，并通过建设中国创新中心、中国设计中心、中国产品中心和中国新能源车中心在内的四大中心来加速这一计划的实施。作为“福特中国2.0”转型的核心之一，福特汽车推出“福特中国产品330计划”，将加速在中国的新产品开发和市场投放速度，更好地提升产品的市场竞争力。根据这一计划，公司计划在未来三年内，在中国市场推出超过30款新车型，产品涵盖福特和林肯两大品牌，其中超过10款为新能源车型，并加大在自动驾驶方面的研发力度，为中国消费者提供更多针对他们的需求而打造的产品。 2. 公司2019年的经营目标？答：公司董事会2019年的经营目标是：力争实现产销汽车超过215万辆。为达成上述目标，公司聚焦“发展、改革、党建、科技创新、管理、三大攻坚战”六大质量提升要求，以提升品牌、整合资源、创新营销、开拓海外四大战略举措为抓手，深化改革、提升效率、狠抓营销、质量领先，全力推进长安汽车第三次创业——创新创业计划。3.长安汽车发展战略如何？答：面对汽车市场“低增长，微利润”的新常态，长安汽车将以“愿景2025”为牵引，改革创新，激发活力，聚焦核心，整合资源，强化效率，提升效益。以创新为驱动，将“效率”打造成为组织核心竞争力。以四大战略举措为抓手，强优去劣，实现第三次创业——创新创业计划。 坚持自主与合资两条腿，坚持传统业务与新兴业务协同，打造世界一流汽车企业，从服务客户向经营客户转型，从经营产品向经营品牌转型，从传统产品向智能化+新能源产品转型，从提供产品的传统企业向智能出行科技公司转型。4.长安汽车品牌如何构成？ 答：打造基于战略、基于客户、满足不同细分市场的品牌架构，形成AB汽车（高端品牌）、长安汽车、欧尚汽车和凯程汽车四个独立品牌，推动各品牌业务高质量发展；以及长安福特、长安马自达、长安标致雪铁龙、江铃控股等合作、合资品牌。 在合资合作领域，长安汽车是首家向外资输入产品的中国品牌车企，改变中国汽车产业40年格局，在产能共享（统筹利用合资及自主工厂产能）、产品输出（向合资企业输入悦翔V3、逸动EV、新奔奔EV等产品）、合作开发（与PSA合作开发产品）等方面深化合作。 |
| 附件清单（如有） |  |
| 日期 | 2019年5月13日 |