

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：2022-001

投资者关系活动类别	<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 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 checked="" type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ）
参与单位名称及人员姓名	云君资管、淡水泉、德邦基金、福建丹金恒信资管、富国基金、工银安盛资管、广发证券、国联证券、国信证券、华泰证券、华西证券、华夏久盈、汇安基金、汇利资产、交银康联资管、民生证券、南方天辰、南山人寿保险、平安资管、瑞信证券、瑞银证券、三峡资本、上国投、上海白溪私募基金、上海电气集团财务有限责任公司、上海天猊投资、尚诚投资、申港证券、深国投、首创证券、天风证券、天弘基金、喜马拉雅资本、亚东投资、长江证券、招商基金、中国人寿保险、中金公司、中睿合银、中信建投、中信证券、中邮创业基金、Brighter Investment、CLOUDALPHA MASTER FUND、destination capital、Greencourt Capital、GREENWOODS、Polunin Capital
时间	2022年3月31日 15:00—16:30
地点	线上电话会议
上市公司接待人员姓名	董事长、党委书记 胡汉杰；副总经理 欧爱民；新能源事业部总经理 季一志；董事会秘书兼资本运营部部长 王建勋；财务控制部部长 司玉琢；产品管理部部长 彭龙；战略管理部部长 丰永刚；F事业部部长 王景晟；销售公司副总经理 吕武峰
投资者关系活动主要内容介绍	公司董事长、党委书记胡汉杰先生首先向投资者简要介绍了公司经营情况，随后与投资者开展沟通交流，主要内容如下： 一、公司经营情况 2021年公司实现整车销量44万辆，其中中重卡销量37.34

万辆，轻卡销量 6.53 万辆。中重卡市场份额 23.7%，同比提升 1.5 个百分点，作为公司的核心业务，公司实现了中重卡销量全球“五连冠”、重卡销量全球“六连冠”、牵引车销量连续十六年行业绝对领先。

面对市场环境不利的挑战，公司克服困难，实现了净利润与净利率的双提升。2021 年全年公司实现利润总额 41.09 亿元，同比上升 17.80%，归属于上市公司股东净利润 39 亿元，同比上升 45.97%，公司主营业务毛利率 9.87%，同比提升 0.86 个百分点，营业净利率 3.95%，同比提升 1.63 个百分点。

面对行业发展的新趋势，公司识难克难，不断发掘新的增长极。2021 年，一汽解放高端重卡 J7 销售同比提升 84%，实现高端领航；海外市场方面，全年海外销量 1.5 万辆，同比大增近 150%，创历史新高；公司新能源产品全年销售 2228 辆，同比增长 15.68%。在公司智能车产业落地稳步推进，在干线场景、港口场景、环卫场景以及线控平台方面都有新进展。在车联网及后市场领域，公司致力于成为商用车行业第一车联网生态服务提供商，打造车联网云脑平台及全场景车联网产品，通过优质服务引领商用车后市场业务的发展。

二、交流环节主要内容

1、问：2021 年四季度公司利润高于市场预期，原因是什么？公司整体降本增效的情况及国六车辆的盈利性变化情况如何？

答：2021 年解放的降本减费力度是历年来力度最大的，在采购降本方面公司也做了很多工作，部分采购件降本商务谈判在四季度集中实现，这也是四季度业绩较好的主要原因。国六切换以后在 2021 年下半年市场上国五国六共存，国六价格较低，但四季度有所回升，国六作为新品，还有降本空间，整体上目前国六盈利性与国五基本相当。

2、问：公司对 2022 年新能源业务整体的规划？重卡未来是充电，还是换电模式？

答：公司 2021 年推出新能源“15333”战略，分别从目标、市场布局、模式创新等方面都做了一些安排，储备了混动、换电、纯电、氢燃料等路线，产品系列齐全，今年都会推向市场，今年公司新能源销量力争突破万辆。

目前市场上新能源产品种类较多，去年行业内换电相对较热，主要是因为钢厂等部分场景推动。随着政策推动和配套设施发展，环卫、搅拌等部分场景会更倾向充电方式，充电和换电都有发展空间，解放在各领域也都有储备。插电有其特殊性，技术更为复杂，部分城市对插电没有特殊政策，但部分城市认可，特殊场景也需要插电来节油，效率较高，经济利益驱动下，插电在部分场景还是有竞争力的。氢能源短期还是靠政策推动，从经济性和市场接受程度上目前还不具备商业条件，伴随着“3+2”城市示范群推广，也有阶段性的市场空间。

3、问：出口业务方面，重卡海外市场空间广阔，公司目前在出口业务的布局以及战略规划？

答：公司一直把海外业务作为公司核心战略，近年来持续加大海外布局，2020 年初成立商用车海外营销部，成立后随着整体体系能力的提升，2021 年取得显著成效，全年实现海外销量 1.5 万辆，同比提升近 150%。公司预判 2022 年国内重卡需求略有下降，海外市场稳中有升，公司会抓住需求方向调整产品与网络布局，实现海外市场地位的提升与整体份额的提升。此外，公司作为上市公司，也会利用资本力量加速国际化布局，从研发到产业，包括网络、金融和服务，加快走出去步伐，助推公司海外业务成长性。随着新四化转型带来新的机遇，国内企业电动化、智能化等场景丰富，公司在研发投入，场景的试运行等方面速度明显快于国际，也会助推公司技术领航、走向海外。

4、问：随着环保标准替换，中轻卡未来降本路径如何？

答：中轻卡行业整体盈利水平不高，近年来随着市场竞争加剧，各厂商成本压力都较大，公司近几年也在持续进行降本：首先，从设计端降本，公司构建新的平台，通过统一平台加上模块化和标准化，在设计上实现降成本；其次，采购端降本，

解放作为轻卡市场的后进入者，采购体系以中重卡供应商体系为主，目前公司重要的方向是重构轻卡供应商体系，实现采购端降本；同时，从内部潜力挖掘的角度，随着产能提升，也会通过规模化生产、提高内部生产作业效率实现成本降低。此外，除以上降本路径，在轻卡战略布局上，公司也始终围绕高端化发展，去年推出领途高端产品，原有 J6F 等也在持续提升，不断提高产品溢价能力以及轻卡品牌高端化。

5、问：随着商用车市场的高端化，公司对给客户带来价值的空气悬架、AMT 等关键部件的技术储备和实施路径？

答：公司的愿景是做世界一流的商用车企业，就要做面向世界一流的产品，无论在关键核心技术及总成，包括空气悬架等关键零部件上，解放通过自身雄厚的研发实力和基于供应商开展的联合开发，会始终锚定面向中国市场和全球市场的高端化战略。实施路径上，基于高端化战略，通过系统对标，对国际友商产品的性能、可靠、耐久、成本上进行综合分析，从前瞻技术储备到前瞻总成开发，形成一整套管理机制，保证公司产品持续提升，保证产品领先战略。同时公司也把基于中国市场的智能网联加持到产品上，通过对需求的深入洞察实现精准产品配置，保证产品满足面向不同细分市场不同客户的需求。

6、问：公司在追求自身盈利性的同时如何保证供应商与经销商的利益？

答：公司连续几年的利润、毛利率增长很大程度上得益于成本改善工作，但这是基于建立可持续发展的产业链，并非单纯的解放自身利益最大化。公司与供应商建立联合成本改善机制，包括研发人员与供应商联合改进产品，在产品结构，材料改善等方面通过 20 余种方法降成本。在经销商端，解放体系内的经销商运作是比较良性的，在目前竞争态势激烈的情况下也是如此，在全价值链降成本方面，双方基于的也是共赢的方式。

7、问：公司向“智慧交通运输解决方案提供者”转型的具体途径和规划？

答：公司近 70 年在传统商用车领域积累了大量技术、人

	<p>才、产品等优势，商用车作为生产资料，更关注的是为用户创造更大的价值。同时从生态友好和环境友好出发，公司作为行业龙头也要承担责任，2018 年公司推出哥伦布智慧物流开放计划，打造共创、共赢、共享的商用车生态环境，在自动驾驶、车联网、新能源等方面取得显著成效。</p> <p>公司也与生态伙伴成立了几家公司：（1）苏州挚途科技，专注于智能车的研发，从 L2-L4 级智能驾驶和多场景研发，公司都是走在前列的，更重要的是核心技术，包括感知、算法、整车落地公司都在全系列布局，成果卓有成效。（2）南京成立鱼快创领，着眼于车联网，既赋能于整车，也赋能于用户，用户通过解放行 APP 与公司形成数字化沟通，实现厂家与用户、生态伙伴的数字连接。同时公司推出四剑客（加油、安全管家、车队管理、ETC）让用户感觉到为其带来的价值，公司以解放行为触点，作为让用户感知公司从单一整车提供者到智慧交通运输解决方案提供者转型的主要抓手。（3）在天津成立赋界科技，主要围绕后市场业务，打造网络货运平台解决用户痛点，在二手车、租赁、担保、快修等方面，让用户感受更好，降低TCO。</p> <p>除以上转型布局外，在产品研发端加大投入，所有转型的前提是产品和技术，公司致力于为不同场景下的用户提供最优解决方案。同时公司也在向新能源转型，公司会继续落实新能源“15333”战略，打造智慧交通运输解决方案的平台，为用户提供更好的服务。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2022 年 3 月 31 日