

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：2022-3

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
参与单位名称及人员姓名	中信建投、信达澳银基金、博时基金、汇添富基金、南方基金
时间	2022年5月5日
地点	电话会议
上市公司接待人员姓名	资本运营部战略价值管理高级经理——揭中华；IR 高级主管——李楠
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司业绩回顾</p> <p>2021年，长安汽车克服疫情、保供、限电停产等不确定性因素影响，主要经营指标均达成预算且稳定向好，全年销售汽车230万辆，同比增长14.8%。2021年公司营业收入为1,051.4亿元，同比上升24.3%。归母净利润为35.5亿元，同比上升6.9%，扣除来自于合联营企业投资收益后，自主净利润达26.3亿元，盈利贡献占比约74%。</p> <p>2022年1-3月，长安汽车累计销售汽车65.15万辆，同比增长1.6%。2022年一季度公司实现归母净利润45.36亿元，同比增加36.8亿元，扣除因阿维塔出表等带来的非经常性损益后，扣非归母净利润达到22.7亿元，同比提升15.5亿元。</p> <p>二、交流问答</p> <p>（一）公司一季度业绩亮眼，盈利能力大幅度提升的根本原因是什么？</p> <p>答：2022年一季度上市公司归母净利润实现45.36亿元，同比增加36.8亿元，扣除因阿维塔出表等带来的非经常性损益后，上市公司扣非归母净利润达到22.7亿元，同比提升15.5亿元。主要得益于自主板块提升，公司一季度自主扣非净利润实现21.6亿元，同比提升17.2亿元。主要原因如下：</p> <p>一是在当前资源紧缺的情况下，公司主动调整资源分配，向高价值产品倾斜，CS75Plus、CS55Plus、UNI系列等产品销量占比同比明显，销售结构优化带来收入、利润增加。</p> <p>二是新能源销售规模持续上升，积分成本同比减少为零。2022年1季度，新能源科技销量3.23万辆，同比增长182.3%，实现自主积分为正。</p> <p>三是面对原材料涨价、物资短缺等不利影响，积极推进降</p>

本行动，降低原材料涨价影响。

四是推进费用资源优化及节支行动，管理费用、财务费用等运营费用同比降低。

2022年公司持续推出备受市场期待的产品，同时持续推进成本领先行动，坚持利润目标底线，规模与盈利同时发展，用更好的效益回报股东。

（二）疫情对公司的影响如何，能否展望一下改善预期？

答：自三月以来，国内疫情持续发酵，呈现多点散发、局部暴发态势，波及29个省市，同时行业缺芯少电的严峻形势仍未见明显好转。特别是上海、苏州等地疫情的爆发，导致零部件生产受限、物流通道受阻，给国内汽车行业带来严重影响。

当前，长安汽车正全力防范化解重大经营风险，全力拼抢物资，重点保障新品和核心产品生产，在政府支持下完善手续打通物流渠道，力争将相关影响降到最低。

同时，积极寻找封控地区零部件替代、转产方案，降低整体供应风险。公司希望随着疫情逐步得以控制，当前供应、物流紧张的问题会有所缓解。

（三）公司新能源板块未来的战略如何，公司如何去实现？

答：到2025年，长安汽车总销量达到400万辆，其中，长安自主品牌300万辆，新能源销量达到105万辆，占比达到35%。2030年，长安汽车总销量达到550万辆，其中，长安自主品牌450万辆，新能源销量达到270万辆，占比达到60%，海外销量占比达到30%。

品牌方面，公司已经推出了全新高端品牌阿维塔和全新数字纯电品牌，将在新赛道全面发力。

技术方面，公司已经在三电及整车集成方面积累了深厚的技术沉淀，同时将打造智能电动数字超级平台。

产品方面，2022年是长安汽车新能源产品发力之年，将投放阿维塔11、长安LUMIN、C385、C673等众多全新产品。到2025年前，我们至少还要推出26款新能源产品。

资源保障方面，公司实施了组织优化与重构。推进“小总部+事业群+共享平台+孵化创新”组织改革，形成矩阵式、扁平化管理模式。先后成立智能化研究院、阿维塔科技公司、新能源科技公司、软件公司、梧桐车联，为新能源、智能化发展提供组织保障。

公司持续优化人才队伍建设。加大支撑战略转型人才储备，在新能源、自动驾驶、智能交互等关键战略转型领域，已拥有约5000人的工程研发团队，其中引进高级专家约100人。

公司将不断创新开展激励机制。实施高职级人员任期制聘用制、迭代项目跟投机制、核心员工股权激励，充分激发企业的活力。长安汽车将以新赛道为契机，全面加速向智能低碳出行科技公司转型。

（四）长安深蓝品牌的规划如何？

答：在4月13日长安全球伙伴大会上，我们已发布全新数字纯电品牌——长安深蓝。深蓝品牌以“用数字科技重构出行想象”为愿景，以创新重构、万物互联、体验随心、低碳生活

	<p>为品牌价值，让品质体验需求崛起的用户，体验科技为生活带来的便捷与美好。4月17日，我们召开了深蓝之旅技术交流会，讲解了深蓝品牌相关技术。</p> <p>到2025年，深蓝品牌销量60万辆，目前共规划5款产品。今年C385、C673两款产品将亮相。</p> <p>在综合工况下，C385纯电动版续航里程可达700公里以上，综合工况电耗低至12.3KWH/100KM以下，百公里电费低至6.4元；增程版满油满电续航里程可达1200公里以上；氢电版续航里程可达700公里以上，可实现3分钟超快补能，这将是中国首款量产的氢燃料电池轿车。</p> <p>C385发布后，十天之内有1200余家经销商报名，有意愿成为订单中心。现在每天有30-40家经销商打进热线，希望入网。目前C385获得媒体一致好评赞誉。同时消费者普遍认为，C385颜值与实力并存，充满期待。</p>
附件清单(如有)	
日期	2022年5月6日