

万元，较上年同期增长 30.46%。

2022 年度，市场经济运行持续下行，海外售后市场受前期海运等因素影响，终端消费市场低迷，部分客户处于一个消库存阶段，2022 年度公司整体营收有所下降。从 2022 年年度报告分季度经营数据看，2022 年第四季度营收环比第三季度已经有明显改善，环比增长 41.96%。

截至 2023 年 3 月 31 日，公司总资产为 287,104.53 万元，较上年度末增长 0.17%；归属于上市公司股东的净资产为 236,158.14 万元，较上年度末增长 1.06%。2023 年 1-3 月，公司实现营业收入 13,602.80 万元，较上年同期增长 10.55%；归属于上市公司股东的净利润为 2,485.35 万元，较上年同期下降 35.75%。

三、互动交流

1、公司 2023 年第一季度营业收入较上年同期相比增长 10%以上，但净利润却同比下降，主要是什么原因？

回复：2023 年第一季度，公司整体生产经营情况逐步向好，实现营收小幅增长。2023 年 1-3 月，公司归属于上市公司股东的净利润较上年同期下降，主要是由于公司在上年同期收到杭州云栖创投股权投资合伙企业（有限合伙）分红款 23,836,654.16 元所致，排除上年同期该部分利润贡献，公司 2023 年第一季度经营业绩较上年同期相比，也实现了大幅增长。

2、根据公司 2022 年年度报告数据显示，公司“重型车零部件”产品毛利率较上年同期下降，主要原因是什么？

回复：公司 2022 年年度报告中“重型车零部件”的产品分类是指公司控股子公司陕汽兆丰生产的商用车传动轴产品，该部分业务销售规模较小，加上其相关的固定资产折旧费用较高，因此毛利率有所下滑。公司的商用车汽车轮毂轴承单元产品包含在“轮毂轴承单元”产品分类，未归类至“重型车零部件”产品分类。

3、请介绍一下公司海外业务的客户结构以及海外业务的规划布局？

回复：公司海外售后业务主要集中于北美中高端市场，在售后市场，

公司采用 ODM 销售模式成为市场头部客户的战略供应商，根据客户品牌战略及市场定位提供差异化创新解决方案。主要通过海外连锁经销商、独立品牌制造商、进出口贸易商三个销售渠道实现。

未来公司在海外售后市场中，一方面要将拓展优质大客户与深挖存量客户并举，提升原有市场占有率；另一方面要充分利用公司在海外售后市场长期积累的品牌、技术、质量优势，加强东南亚、中东等新兴市场的业务开拓，努力拓展市场空间，优化客户结构，形成增量业务，打造公司在海外售后市场新的业绩增长点。

4、公司汽车轮毂轴承单元产品在海外售后市场一直保持了较高的毛利率，公司在进行战略规划布局，由海外中高端售后市场切入国内主机配套市场的时候，认为公司有哪些竞争优势？

回复：公司多年来专注于汽车轮毂轴承单元产品的研发、生产和销售，一直坚持布局海外中高端售后市场，保持了较高的产品毛利率。随着国内汽车整车行业的快速发展，结合公司二十余年的技术、经验积累，公司已具备了足够的正向开发能力，考虑到进入主机配套市场业务对于公司未来规模化发展有着重要的作用，公司提出了“主机+售后”的双轮驱动发展战略。公司在开拓主机市场配套业务上主要有以下几方面优势：

(1) 公司基于对募集资金投资项目的持续投入，随着部分募投项目的建成落地，公司整体产能也会随之扩充，为主机配套业务大批量，少品种的生产需求提供保障。

(2) 公司从最初的机器换人，到 5G 赋能应用，再到未来工厂的建设，持续不断地进行数字化转型，提升企业智能制造水平。通过生产工序的自动化，供应链的精细化管理等举措，不断提升企业制造能力、生产效率，统筹生产经营的各个环节，实现降本增效，提高了公司的整体竞争力。

(3) 为了扩大汽车零部件业务，提升产品质量水平，确保自身供应链安全可控，公司积极布局上游产业链，加快建设锻造业务，推进核心产业链覆盖，加强主机配套业务产品供应链的安全保障。

	<p style="text-align: center;">5、请介绍一下公司未来的产业布局。</p> <p>回复：未来，公司在持续践行“双轮驱动”发展战略的同时，深化国际、国内双循环，加强海外市场大客户、新客户的拓展，以及国内主机业务的项目对接；积极推进新能源车载电控项目建设，充分发挥电控业务与公司现有轴承产品的协同效应，提升单车价值量，增强公司产品在新能源汽车产业链中的竞争优势；公司持续聚焦在高端工业轴承领域的突破，加强与科研院所的合作，提升公司在高端工业轴承方面的研发实力及产业化能力，并实现高端工业轴承的技术验证突破。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 4 月 28 日