

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：2023-006

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	中邮证券、中信证券、中信建投自营、中信保诚资管、中信保诚基金、中欧基金、中科沃土基金、中金公司、浙商证券、长江证券、长城证券、亚东投资、兴业研究、信达证券、西南证券、尚诚资产、前海固禾、银叶投资、聊塑资产、理成资产、白溪私募基金、瑞士信贷、诺德基金、开源证券、旌安投资、华西证券、华泰证券、华泰柏瑞、华安证券、星海未来私募基金、海通证券、海创基金、国联证券、广发证券、工银安盛人寿保险、东方财富证券、东北证券、财通证券、高信百诺投资、北大方正人寿保险、UBS、Prudence Investment、Petrel Capital Greater China Fund、JM GREAT CHINA FUND、JM Capital、HGNH International Asset、Grand Alliance Asset Management、Fenghe Asia、CLOUDALPHA MASTER FUND、China Galaxy Asset Management、Cathay Life Insurance、BRILLIANCE – BRILLIANT PARTNERS FUND LP
时间	2023年4月28日 10:00—11:00
地点	线上电话会议
上市公司接待人员姓名	董事会秘书兼资本运营部部长 王建勋
投资者关系活动主要内容介绍	公司管理层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

2023年第一季度，随着运输需求逐步复苏，终端需求呈现回升态势。公司第一季度实现整车销量5.85万辆，其中中重卡4.92万辆，第一季度累计终端份额达27.1%，较2022年提升1.4%，持续扩大终端领先优势。公司第一季度实现营业收入140.38亿元，归母净利润0.62亿元。

面对未来，解放将以始终如一的奋斗姿态，继续开拓进取，创新前行。围绕如下几个方面重点开展工作，一是在国内要继续夯实优势市场，补齐短板市场，持续保持领航地位；二是海外市场要销量提升、体系建设双提速，力保目标达成；三是在盈利能力提升方面，充分发挥IPD变革成果，基于端到端的管理理念，从新品策划等维度持续发力；建设费用管理体系，深挖降本空间；提高后市场获利能力，增强股权投资管理，拓展金融收益渠道，持续盈利能力。四是新能源转型方面，紧抓新能源发展大势，蓄势聚能，在技术、产品、生态等方面全面布局。五是自动驾驶方面，针对产业和市场需求，加快智能车产品和技术突破，结合三种商业模式，快速构建核心竞争优势，建立行业领先地位。六是智能网联方面，做大规模，提升客户粘性，助力销售，围绕网联生态、网络货运平台、售后等运营场景孵化新增增值服务。

二、交流环节主要内容

1. 问：公司对于出口业务的布局以及对未来的展望？

答：公司当前聚焦海外的一般贸易市场，着力实现重点市场、多渠道市场、轻型车市场突破，加快完善海外体系能力，加大网络布局，深入挖掘客户，针对性导入具有竞争力的产品，扩大J6产品的出口，部分市场导入J7产品，扩大市场份额，夯实基础，重铸解放海外品牌形象。

中长期来看，重点关注需深度本地化且需求总量大的市场，采取“先销售后投资”的策略，寻求跨越式发展机会，根据市场情况，加大KD组装业务发展，加大本地化投资，利用属地化优势，争取市场突破，实现出口增量。

长期来看，欧洲高端市场将以新能源产品为目标和突破口，跨越贸易门槛，实现批量销售。

	<p>2. 问：出口业务的主要竞争点以及公司的策略？</p> <p>答：海外市场给中国企业带来了非常好的市场机会，海外出口除了依靠产品本身的竞争力以外，产品口碑以及品牌形象亦非常重要。公司产品具有非常强的竞争力，未来会在品牌形象的建设方面加大力度。公司近三年海外销量增长显著。未来公司一方面会加大海外渠道铺设，增加资源投入，拓展市场，另一方面会加强海外品牌建设宣传，提升品牌形象，增强客户认知。</p> <p>3. 问：公司后续为提升盈利能力会采取哪些措施？</p> <p>答：公司计划采取以下几个方面的措施：一是销量方面努力争取实现在终端市场和行业销量中 2023 年取得“双第一”目标；二是产品结构方面，努力提升高毛利产品的销量占比；三是降本减费方面，公司会进一步严格预算管理要求，强化全价值链降本；四是在后市场业务方面，持续增强客户粘性的同时为公司寻求新的利润增长点。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2023 年 4 月 28 日