

证券代码：中国重汽

证券简称：000951

中国重汽集团济南卡车股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：20230401

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 checked="" 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	通过电话会议的方式参与公司 2022 年度业绩说明会的广大投资者
时间	2023 年 4 月 1 日 10:00-11:00
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	公司销售部总经理李海龙先生 公司董事、财务总监毕研勋先生 董事会秘书张峰先生及相关人员
投资者关系活动主要内容介绍	<p>一、公司管理层首先简单介绍了 2022 年度公司的整体情况</p> <p>从整体情况来看，过去的一年，世界形势复杂多变，按照政府工作报告的说法就是风高浪急的国际环境。国内经济也受到需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力叠加的影响。但整体来看中国经济发展依然较为平稳，经济总量在持续扩大。根据国家统计局 2022 年国民经济和社会发展统计公报显示，2022 年国内生产总值 121.02 万亿元人民币，比 2021 年增长 3.0%。全国固定资产投资（不含农户）同比增长 5.1%，基础设施投资同比增长 9.4%，各项指标显示中国经济保持着强大的韧性和潜力。</p> <p>虽然经济总量的持续增长为商用车行业提供了有力的基本支撑，但短期内商用车整体外部环境仍面临较大压力。2020 年的国三重卡的加速淘汰，2021 年的排放标准升级等造成了市场消费透支，库存高企等一系列不利影响，终端需求不断收窄；同时，国内各地复工复产和基建投资项目的延缓启动，也给公路货运市场造成严重冲击，使得 2022 年重卡市场全年呈</p>

现低迷态势。根据中国汽车工业协会统计资料，全年实现重卡销售约 67.2 万辆，同比下降 51.8%。

面对复杂的经济形势、艰难的行业环境，公司始终坚持将客户理念导入研发、制造、销售全过程，加快产品、市场、业务结构调整，全力在逆境中突围，保持了强大的发展韧性和极强的市场竞争力。全年累计实现重卡销售 9.6 万辆，同比下降 52.50%；实现销售收入 288.22 亿元，同比下降 48.62%；实现归属于母公司净利润 2.14 亿元，同比下降 79.41%。从整体运营情况来看，各项主要指标明显好于行业平均水平，是国内重卡行业中运营质量最好的企业之一。

从财务状况来看，2022 年，公司实现销售收入 288.22 亿元，同比下降 48.62%；实现利润总额 5.86 亿元，同比下降 71.90%；实现归属本公司股东净利润 2.14 亿元，同比下降 79.41%；经营性现金流量净额为 70.3 亿元，同比增长 240.80%；综合毛利率 6.18%，比去年同期下降了 1.2 个百分点。

上述经营指标的下降主要是受到重卡行业下滑影响。2022 年，重卡行业下滑 51.8%，其中国内行业下滑约 70%，公司产销量下滑在 50%左右。同时叠加行业波动所产生的竞争加剧，全球供应链紧张以及原材料价格高位运行等因素，使得公司盈利出现较大幅度下降。但同时从公司自身来看，我们也在持续深化改革，严控费用，降本增效。

从公司的财务报告中可以看到，公司 2022 年营业收入大幅减少主要是整车销售收入减少所致。公司 2022 年整车销售收入约 226.43 亿元，同比下降 52.59%；配件销售收入 61.1 亿元，同比下降 25.42%。

公司 2022 年毛利率较上年减少约 1.2 个百分点，主要是因为整车销售毛利率下降的影响，2022 年整车综合毛利率约 3.47%，较上年减少约 2.47 个百分点，主要是受公司产销大幅减少导致平均单车制造成本增加以及为应对市场激烈竞争进行的促销价格优惠，这两方面的综合影响所致。

公司近年来的期间费用控制成果较为显著。公司期间费用率已由 2017 年的 5.25%下降到 2022 年的 1.70%。

为保持竞争力，公司紧密围绕市场需求，不断进行研发投入。近五年来，已累计投入研发 19.23 亿元。研发的持续投入，丰富了公司的产品线，助力了公司产品结构、市场结构的调整。2022 年虽然由于市场销量下降，部分适应性改进研发项目减少而导致研发费用投入绝对数有所减少，但研发费用占公司总收入的比例已提升至 1.5%。

2022 年度公司利润分配预案为按公司 2022 年末总股本 1,174,869,360 股扣除已回购股份 5,874,409 股后的 1,168,994,951 股为基数，每 10 股派发现金股利 0.82 元（含税），合计派发现金股利为 9585.76 万元，股利支付率达到 45%。公司股利支付率连续多年处于 30%以上，大幅高于 A 股平均水平。

从经营情况来看，一是公司坚持战略引领和创新发展的，紧密围绕市场需求，加快产品优化升级和结构调整，均衡性达到行业最优，公司抗市场波动能力大幅提高，同时在国内细分市场取得全面突破。牵引车市场，公司凭借产品组合优势以及低油耗、高可靠性的口碑，在长途物流运输、快递、危险品、500 马力以上等多个细分市场销量领先；载货车市场，通过不断优化产品结构，实现销量占比不断提升，从国内重卡保险数据来看，报告期内公司载货车市占率从 6.68% 增长至 9.36%，首次进入行业前列；基建类工程车市场，受整体环境影响，结构占比进一步降低，与行业基本相当。其中搅拌车市场，通过丰富产品组合，不断深化与改装厂的战略合作，强化终端市场开发，占有率连续多年行业第一。专用车市场实现细分市场全覆盖，增长态势良好，尤其是冷藏车市场凭借多档次组合助力市场占有率显著提升。

二是公司加快正向研发能力建设，关键核心技术走在前列。构建了以整车平台为牵引，整车与系统协同创新体系，重型汽车多平台可靠性、经济性、动力性均达到国际领先水平。新黄河重卡逐步推向市场，推出全国首家与天然气发动机匹配的 AMT 产品，氢燃料电池重卡在多场景批量应用，研发技术不断转化为优质产品。

三是公司持续进行网络渠道优化。一方面扶优扶强：通过培育提升工作流程，提升运营管理赋能；建立经验分享、视频交流等全过程培训机制；专项研究支持政策，分类出台三类台阶政策；全力助企纾困，主动帮助经销渠道解决实际困难，出台针对性措施。另一方面优胜劣汰：对区域网络进行专题调度，重点组织区域渠道规划，本部牵头进行评审；坚持动态管理，严格执行经销网络运营评价标准；重点优化 MAX 网络授权，确保优势渠道发挥作用；梳理淘汰低效网络，全年清理 62 家。

四是抢抓市场机遇，全力协助中国重汽国际公司拓展海外市场，通过发挥动力链升级优势、新产品导入优势，提升产品差异化竞争力，补齐细分市场产品短板，有序推动了出口产品结构升级，产品海外销售实现新突破。

二、问答环节

1、公司管理层如何看待重卡行业 2023 年以及以及未来的发展？公司将如何应对？近期订单和终端销售情况如何？

从行业发展来看，宏观经济是影响重卡行业发展的主要因素，同时产业政策也会对行业起到推波助澜的作用。随着社会经济逐渐回归正常，国家各项稳经济政策的落地，居民消费信心恢复、固定资产投资增速加快将拉动经济企稳增长。同时，庞大保有量带来的自然更新、宏观经济企稳增长带来的需求增长和市场“超跌”后的需求反弹，政策上加快国四车辆更新、提高国六及新能源保有量占比等因素将给行业需求带来新增量。

公司未来将继续以客户为导向，以产品为核心，不断提升品牌、渠道、行销能力，构建全系列商用车领先优势，持续提升细分市场占有率，不断巩固行业龙头地位。

从当前数据来看，1-2 月份重卡行业销量约 12.6 万辆，3 月份预计行业销量在 8 万辆以上。二季度随着国家各项稳经济政策陆续落地，居民消费信心逐步恢复、固定资产投资增速加快，商用车市场将重回上升通道。从全年销量来看，2023 年重卡行业将呈现恢复性增长态势，行业销量将达到 85 万辆左右，同比增长 20%以上。

2、2022 年重卡出口情况如何？2023 年以及今后海外市场预期如何？

2022 年，全球经济增速进一步放缓，当然也存在积极向好的一面，全球能源、矿产需求爆发式增长，海外重卡需求依然维持高位。全球重卡销量约 178 万辆，中国以外市场约 128 万辆，中国品牌可进入的海外市场重卡市场约 40 万辆，海外市场有着巨大的发展空间。相比欧美重卡品牌，中国品牌供应链恢复较早，产品供给能力快速满足市场需求，中国品牌海外市场美誉度持续提升。

2023 年，全球经济仍将存在一定波动。一方面新兴经济体和发展中国家市场经济将率先触底反弹，带动海外重卡需求继续增长；另一方面全球经济特别是发达国家市场经济疲软以及地缘事件影响，对海外市场需求造成巨大的不确定性。公司预计，中国重卡出口仍将高位运行，2022 年出口 17.5 万辆左右，预计 2023 年仍有所增长，各家企业纷纷布局海外市场，出口竞争态势愈发激烈。

2023 年，公司将继续协助重汽国际公司不断丰富出口产品类型，提升海外营销及售后网络能力，加大海外市场拓展。

3、四季度利润率大幅下降以及 ASP 同环比略有降低的原因是什么？未来是否能够改善？终端销售价格会有什么变化？

四季度公司销售整车 2.2 万辆，环比三季度下降 8.1%，同比下降 6.2%。销量下降使得单车固定费用难以有效摊薄，挤压公司盈利空间。另外，为应对市场竞争公司开展了部分专项促销政策，也影响公司毛利率。

随着国内商用车市场的恢复性增长，公司产销量增长，产品结构也在逐步优化，高附加值产品占比逐步提升，辅助以持续的降本控费等精细化管理手段，公司盈利水平将逐步改善提升。

为保市场价格体系稳定，公司商用车终端销售价格将保持相对稳定。同时，通过产品配置提升、完善服务政策，提升网络能力和开展二手车检测和认证等措施，来保持产品的价格稳定和市场竞争力。

4、公司 2022 年产品结构如何？2023 年会不会有什么变化？

从公司 2022 年的整体销售情况来看，国内与国际市场销量基本相当，但产品结构有所不同。公司国内产品结构中牵引车及载货车物流用车占比达到 66%，自卸车及搅拌车占比 17%，基本与国内行业结构一致。销往国际市场产品中，自卸车占比 48.6%，牵引及载货占比 44.5%。

随着国内市场的恢复，预计 2023 年国际市场销量在公司销量占比将略有下降。

5、公司在智能驾驶方面布局如何？未来会有什么样的发展？

目前，公司在两类场景（封闭区域低速物流、开放区域高速物流等）、两种产品（作业车辆产品、道路车辆产品）、两个技术平台（辅助驾驶、自动驾驶）全面布局，L1 级驾驶辅助产品已量产释放，L2 级驾驶辅助新产品已全面导入。

在封闭区域场景，例如智慧港口应用场景，支持集装箱自动驾驶的 HOWO 智能电动集卡在宁波港，天津港等港口批量落地，累计销售运营 200 余台，累计完成自动驾驶集装箱运输作业超过 200 万标准箱，在港口市场占有率位居行业首位；例如智慧矿山应用场景，支持露天矿区自动驾驶运输要求的智能矿卡产品已完成研发和技术验证，具备批量销售条件正在分批导入。

在开放区域场景，例如高速干线物流应用场景，黄河高阶智能驾驶产品累计实现示范运营 50 余万公里，在单日 800-1200 公里运距场景中，可实现单车由双驾驶员配置降低为单驾驶员配置，百公里油耗降低 5%以上；例如通用型公路物流运输应用场景，自主研发具备 L2+级高级辅助驾驶产品，已实现批量交付，可显著降低驾驶员驾驶疲劳强度，提升产品主动安全性和燃油经济性。

未来，公司将面向全系列商用车推动辅助驾驶、自动驾驶、单车智能与车路协同产品研发，突破核心人工智能算法，建设智能驾驶计算中心和智能驾驶仿真测试中心等关键性研发资源，分阶段构建“人、车、云、路、网、图”交互式发展的技术架构，持续推动全新业态智能网联产品进入示范应用与规模化量产。

6、公司今年分红比例达到 45%，未来分红比例的规划或趋势？

公司认为现金分红是上市公司以实际行动积极回报广大投资者，向股东兑现收益的方式，也是展示上市公司价值创造和收益分享能力的有效路径。公司近年来也在不断提升年度分红比例，平均年度分红比例均在 30%以上，处于国内汽车行业上市公司前列。2022 年公司根据实际生产经营情况，并结合投资者诉求，确定分红比例为 45%。

未来，公司将持续关注股东期望，综合考量市场环境、生

产经营、现金流、未来发展资金需要等因素，平衡公司发展和股东最佳利益，提出合理的分红比例，保持分红派息政策积极稳健，给予股东满意的回报。

7、管理层怎么看待高端重卡发展趋势？公司将如何应对？

整体来看，重卡行业高端化趋势越来越快，且不可逆转。具体来说，首先，国家相关法规一直推动重卡产品加速安全和环保升级，拉动行业向高端发展；其次，客户群体年轻化趋势明显，80、90后对于车辆智能化、舒适性需求越来越高，推动重卡产品不断升级；另外，客户组织化程度不断提高，在物流行业加速整合背景下，客户越来越重视车辆运营效率，更加关注车辆动力性、可靠性和TCO（全生命周期）成本，倒逼物流车辆不断向高端大马力发展。例如，大马力车型、AMT车型、液力缓速器渗透率占比不断加大。

公司也做好了应对准备。一方面，打造科技含量最高、产品性能最优的高端重卡。一是巩固并扩大500马力以上牵引车、专用车（消防车、泵车、电视转播、油田作业）、AMT等高端产品差异化竞争优势；二是建立全方位整车仿真平台，实现整车NVH、操作平顺性、风阻等关键性能指标全球领先；三是加速新材料新工艺应用，推进生产线柔性化、数字化、智能化水平，满足客户个性化需求。另一方面，加速实现营销转型，布局价值生态。从卖价格向卖价值转型、卖产品向卖方案转型，为高端客户提供“买用养换”TCO解决方案，从金融、保险、车管系统、车联网、ETC、后市场、二手车等方面，实现客户价值最大化。

8、国四全面淘汰的政策是否会实行，如果会的话可能会在什么时候开始实行？

2022年11月，生态环境部等15部门联合印发了《深入打好重污染天气消除、臭氧污染防治和柴油货车污染治理攻坚战行动方案》，其中将柴油货车污染治理攻坚战作为“十四五”深入打好蓝天保卫战的标志性战役之一。柴油货车污染攻坚战以货运量较大的京津冀及周边地区、长三角地区、汾渭平原相关省（市）以及内蒙古自治区中西部城市为重点，推动运输结构调整和车船清洁化，加强柴油货车和非道路移动机械监管，强化部门、区域协同防控。目标是到2025年，新能源和国六排放标准货车保有量占比力争超过40%。

从目前来看已经有不少城市开始限制国四车辆运营，也有部分城市发布了国四淘汰补贴的相关细则，预计从实施区域和安排上可能会与国三淘汰进程一致。

9、公司莱芜基地建设进展如何？未来还有哪些资本开支计划？

公司在莱芜的智能网联（新能源）重卡项目计划投资61.14亿元，自2020年项目启动以来，已经累计投入近42亿元（含已签合同未付款项目）。目前项目涉及的整车四大工艺，冲压线、焊装线、涂装线、总装（内饰）线等均已建成完善，并投

	<p>入试运营中，公司正在进行车型扩展以及节拍优化调整等工作。</p> <p>公司今后还是主要围绕莱芜基地建设完善进行投入，主要涉及产线自动化、质量水平提升、产品研发能力提升、环境保护和职工健康安全关怀和信息化水平提升等方面。</p> <p>10、当前公司新能源重卡布局进展如何？2022 年电动重卡渗透率快速提升，公司如何看待 2023 年电动重卡渗透率情况？</p> <p>2022 年，新能源重卡逆势高增，从 2020 年 0.26 万辆增长到 2022 年 2.52 万辆，渗透率从 0.17%提升至 5.40%。其中，新能源重卡动力类型以纯电动为主，占比约 90%，这当中换电产品 1.6 万辆，占比 71.4%，其余为充电产品。换电和充电产品对应不同应用场景。</p> <p>2023 年，新能源汽车国补取消，市场从“政策拉动”逐步向“市场驱动”转型。1-2 月份，新能源重卡销售 2600 余台，渗透率为 3%。新能源重卡以纯电动为主，其中换电产品占比 64%。</p> <p>换电是一种技术路线，也是一种商业模式。通过车电分离和电池经营性租赁，降低客户初始购车成本，从而推动了市场快速新能源化转型，但受限于换电标准不统一、换电站建设困难等因素，不少客户购买了换电车辆后实际还在充电运营。充换电在不同场景中各有优势，在市政环卫、城配轻卡等运营效率要求不高的场景，充电是主流；在钢厂短倒等一些运营效率要求很高的场景，换电更加适用。</p> <p>公司在新能源产品方面有比较完备的布局。围绕“一主引领、两翼驱动”产品规划，打造以纯电动为核心，混动和燃料电池为支撑的技术矩阵，面向港口、钢厂、城建渣土、水泥搅拌、市政环卫、城配物流等典型应用场景，开发了牵引、自卸、专用、轻卡载货等系列产品；从技术路线来看，充换电并举，通过与行业优秀企业合作，开展全面的产业布局，根据客户实际场景运营特点和需求，为客户提供产品销售、整车租赁、车电分离、充换电站建设、运力承接和二手车回收等充电或换电整体解决方案。从产品来看，通过中央驱动+换电和电驱桥+充电的差异化产品组合策略，公司新能源重卡市场份额稳步上升。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2023 年 4 月 1 日