

上海吉祥航空股份有限公司投资者关系活动记录表

编号： 2024-002

<p>投资者关系活动类别</p>	<p> <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>中报业绩交流</u>） </p>
<p>参与单位名称及人员姓名</p>	<p>中欧基金、嘉实基金、海富通基金、浙商基金、安信基金、长江养老、国投瑞银、新华基金等 70 余家机构投资者及研究机构</p>
<p>时间</p>	<p>2024 年 8 月 15 日（星期四）下午 15:30-16:30</p>
<p>地点</p>	<p>电话会议</p>
<p>上市公司接待人员姓名</p>	<p>1、董事长助理兼董事会秘书徐骏民先生 2、证券事务代表王晰</p>
<p>投资者关系活动主要内容介绍</p>	<p style="text-align: center;">机构投资者及研究机构提出的问题及公司回复情况</p> <p>（1）上半年的收益表现</p> <p>今年春节假期较为火爆，假期结束后，由于多重因素，导致单客机票价格出现了较为显著的下降趋势，市场波动与调整在整个航空发展历史来看实为常态，行业对此亦展现出了较为迅速的反应机制。本次价格调整周期应该说相对较短，至六月中下旬，随着暑期运输高峰的临近，航空业收益水平显著回暖。</p> <p>（2）如何看待后续航空市场</p> <p>对于市场前景，公司依然保持乐观态度，坚信未来航空消费将持续保持增长态势。这一预期已得到去年与今年市场情况的充分验证，无论是从国内还是国际的出行数据分析来看，均呈现出积极的增长趋势。进一步地，将航空行业的同比增长与环比增长数据与其他行业进行横向对比，航空消费的增长显著。</p> <p>（3）如何看待公司的经营前景</p> <p>对于公司而言，最为艰难的阶段已过去。首先，公司已成功完成了机队与航线结构的优化匹配，经过公司不懈努力，已有效部署了宽体机的运营网络，为公司的未来发展奠定了坚实基础。其次，公司虽面临较大的美元敞口风险，但当前美元升势已显露出疲态，人民币进一步贬值空间不大，本次半年度的汇兑损益对比上年同期已大幅收敛。再者，当前国际油价维持在 80 美元/桶左右，中等的油价水平将有利于公司释放盈利潜力，进一步巩</p>



固市场地位。

(4) 如何看待市场的表现

从市场的角度来看，供求关系是核心。过去几年，我国民航的飞机引进速度大幅度降低，未来几年也很难看到增速的大幅提升。鉴于当前的飞机交付能力与保障能力的现实状况，预计未来三至五年内，机队整体规模将维持在一个相对低增长的状态。对于整个航空行业而言，实则构成了一个较为有利的发展环境，有助于行业在稳健中寻求进一步的优化与提升。

(5) 吉祥航空中期分红的考虑

2024 年中报公司计划进行中期分红，主要考虑到：（一）积极响应市场期许，投资者期待上市公司多做分红，因此，公司决定以真金白银的形式回馈股东，直接回应市场的关切与期待。（二）秉承上市公司责任。公司在 2015 年便已有过三季度分红的先例，中期分红不仅非特例，更是公司一贯秉持的企业行为准则，体现了公司对股东利益的持续重视与尊重。（三）业绩稳健增长支撑。回顾 2023 年，受子公司过往年度亏损等因素影响，公司的分红规模有所受限。进入 2024 年上半年，公司业绩实现了显著增长，为中期分红提供了坚实的财务基础。赚钱分红是公司长期的原则。（四）关于回购注销，公司持开放态度并愿意积极探索。公司将密切关注资本市场，若此举能得到广泛认可，公司将考虑将其作为长期策略加以实施。

(6) 今年暑运表现如何

2024 年暑运市场的表现与上一年度形成了鲜明对比。2023 年暑运期间，7 月极为繁荣而 8 月中旬降温。相比之下，2024 年的市场则表现为 7 月同比较低，8 月有所回升。上半年，公司客收与 2019 年同期相比略低 1%，而与 2023 年同期相比则出现了较为明显的下滑。进入 6 月中下旬，随着暑运旺季的开启，机票价格逐渐回暖。展望未来，公司将密切关注 9 月上旬的市场动态，这一时期恰逢暑假与中秋之间的过渡期，以及紧随其后的十一长假之后，市场将再次进入淡季，这对整个行业提出了考验。公司作为行业中的一员，虽运力占比较低，对票价的整体影响能力有限，但公司仍将密切关注各航空公司的定价策略，审慎评估市场形势，采取对公司最为有利的应对措施，以维护市场的健康发展和公司的长期竞争力。

(7) 如何看待公司和行业的飞机利用率

上半年，公司的飞机日利用率维持在一个较高水平，尤其在暑运期间，公司充分调动并高效利用了所有可投入运营的飞机资源。自今年 9 月起，受 neo 发动机替换与维修计划的影响，飞机的日利用率预计将会有所下降。就整个行业而言，当前难以一概而论地评估飞机利用率的走势。各家航空公司面临的具体情境各



异,加之国际航线恢复进度的不确定性,使得整体预测变得复杂。

(8) 如何看待发动机维修对公司的影响

发动机维修周期已缩短,从原先的 10 个月缩减至 8 个月,一方面厂家在初期制定的维修方案采取了较为谨慎的态度,随着维修工作的逐步深入,维修方案进行了优化调整,减少了不必要的工作量;其次,厂家通过扩大维修颁证机构,提升维修能力。同时,公司不仅努力争取更多的维修机位资源,还预先准备了备用发动机,以确保在维修过程中能够迅速替换,从而减少因发动机维修而导致的航班延误或取消,降低负面影响。

截至目前,公司待修发动机涉及 20 架飞机,预计将于 2025 年 10 月前完成所有维修工作。公司审慎选择在航空运输淡季进行发动机维修工作,以最大程度地降低对公司收益的不利影响。

(9) 公司国际航线的计划安排

在国际航线布局上,公司致力于构建一个中枢辐射的航线网络。当前公司的核心任务是在既有国际航线的基础上,进一步拓展其两端的辐射范围,以优化航线网络结构,例如公司利用合作伙伴如爱琴海航空的网络优势,将希腊航线延伸至北非地区,拓宽航线覆盖;同时,在欧洲至亚洲的航线上,采用以上海为中转枢纽辐射亚洲地区。在亚洲地区,公司将重点放在加密日本、新加坡、马来西亚等航班上,以恢复至 2019 年的航班量。同时,公司计划在未来陆续开通新的旅游航点,如今年已开通的巴厘岛、槟城等热门目的地,并持续关注其他具有吸引力的岛屿等热门旅游点。

(10) 如何看待公司的成本下降

公司单位成本相较于 2019 年的显著下降,主要基于航线结构与机队结构的改善。例如,2024 年度,公司优化了航线布局,使得 B787 宽体机更多地执飞长途航线,这一调整有效提升了资源利用效率。同时,近三年引进的飞机的座位数均比以往的 ceo 飞机要多,使得公司座位总数增加明显,进而促使座公里成本得以降低。这一过程充分展现了公司在提升生产效率方面的显著成效。

关于票价水平的同比变化,其并不足以全面反映公司的经营状况。此外,如日本和泰国,在今年上半年出现了价格波动,部分时段价格偏低,这主要是由于运力增长较快而阶段性需求未能及时匹配所致,从而给票价带来了一定的下行压力。

(11) 如何看待公司的成长属性

通常而言,市场倾向于将航空公司的规模简单等同于其拥有的飞机数量,然而,这一观念在未来或将发生转变,运营效率将成为衡量航空公司实力的更为关键的指标。具体而言,若能实现每架飞机利用率的显著提升,例如提升 10%,这相当于为公司额



	<p>外增添了超过十架飞机的运营能力。公司目前新飞机引进速度有所放缓，在此背景下，提升运营效率开启了新的发展机遇窗口。针对 2025 年的规划，鉴于公司当前订单量相对较少，飞机引进速度趋于平缓，加之供应商的飞机交付进度也滞后，公司也将积极探索通过短期租赁飞机的方式，以缓解部分因新飞机交付延迟而造成的空档期问题。2025 年，随着管理效能与运营效率的持续提升，公司的飞机利用率将实现稳步增长，进而带动整体运输量的继续提升。</p>
附件清单(如有)	无
日期	2024-08-16