

## 北汽福田汽车股份有限公司 2024年3月14日投资者关系活动记录表

编号：2024-008

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 checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 一对一沟通 <input type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参与单位及人员	东吴证券、银华基金、南方基金、阳光保险资管、诚通基金、明世伙伴基金、长盛基金
时间	2024年3月14日
地点	北京
接待人员	福田海外事业部副总裁：毛 睿 福田汽车市值管理主管：周鹤道 福田汽车信息披露主管：刘裕霖
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>1、自2020年以来，海外消费者对中国的商用车产品的看法是否发生了本质变化，已经认可了中国的品牌？</b></p> <p>答：我们认为海外消费者对中国的商用车产品的看法确实发生了质的改变。商用车出口21年突破40万辆，22年和23年分别达到58万辆和77万辆，同比增速达到45%和32%。</p> <p>相比乘用车商用车客户更关注成本、收益和TCO。中国是全球商用车竞争最激烈的市场之一，在中国商用车市场经历竞争和提升走出国门的主流品牌已具备TCO优势和较强的竞争力。近三年，海外品牌供应链短缺影响加速了海外客户对中国商用车的接触和使用概率，更快改变了客户对中国商用车的认知。</p> <p>中国商用车品牌在安全、环保、动力、经济、舒适和可靠性等技术指标上取得的显著进步和产品力的提升，进一步促进了用户复购和销量的进一步增长，也同步增强了消费者对中国品牌的认可度。</p> <p>以福田汽车为例，福田品牌在海外市场也获得多个奖项，比如连续2年在GCC市场获得最受信赖卡车奖和最受信赖品牌奖，这也是中国商用车品牌在海外得到认可的见证之一。</p> <p><b>2、福田汽车在海外市场的优势有哪些？</b></p> <p>答：首先，福田汽车早在2004年就开始拓展海外市场，具有海外业务先发优势。目前海外业务已遍及全球130多个国家和地区，海外市场已经布局超过1000家海外分销网点和1200多家服务网点，在哥伦比亚、智利、印度等市场在当地卡车行业或细分行业有领先优势；第二，公司高度重视科技和研发投入，持续加大在</p>

	<p>全系列新产品、新能源、智能网联、轻量化、混动等方向的技术研究与开发投入。公司专门设立海外技术中心组织，深入海外属地产品需求研究。其中，在新技术方面，我们已经在新加坡、智利等地开展车联网试点，并逐步规划其他市场推广推向全球，具备产品和技术优势；第三，公司持续优化产品竞争力，完善产品布局，加快产业化市场战略布局和落地转化，加大国际合作力度，打造属地产业生态，构建核心竞争力。</p> <p><b>3、2024年商用车市场新能源发展情况如何？福田汽车新能源产品的销量如何？</b></p> <p>答：公司判断2024年新能源商用车销量将超过60万辆，同比增长在40%左右。主要有以下几点原因：①随着新能源汽车规模增长以及动力电池价格下降，部分产品如轻卡和VAN相对于传统油车的TCO将具有一定优势；②得益于国家第一批15个城市公共领域车辆全面电动化正式启动，从2023年到2025年共3年时间，在城市公交、出租、环卫、邮政快递、城市物流配送5个领域新增及更新车辆电动化率不低于80%，累计推广目标将达到33万辆；③当前国四排放及以下商用车保有量高达1090万辆，随着环境污染治理攻坚战的持续深入，国四及以下货车淘汰的趋势愈加明朗，多地出台老旧车淘汰奖励政策，这也将推动新能源市场持续快速增长。公司2024年新能源产品的销量目标为8万辆。今年1-2月份，公司新能源产品销售约5100辆，同比增长约32%。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024年3月15日
备注	接待过程中，公司与投资者进行了充分的交流与沟通，并严格按照公司《信息披露管理制度》等规定，保证信息披露的真实、准确、完整、及时、公平，没有出现未公开重大信息泄露等情况。