

证券代码：600166

证券简称：福田汽车

编号：临 2024-038

## 北汽福田汽车股份有限公司

### 关于未弥补亏损达实收股本总额三分之一的公告

公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

2024年4月25日，北汽福田汽车股份有限公司（以下简称“公司”）召开第九届二次董事会会议，审议通过了《关于未弥补亏损达实收股本总额三分之一的议案》，根据致同会计师事务所(特殊普通合伙)为公司出具的标准无保留意见的审计报告，截至2023年12月31日，公司合并报表未分配利润为-5,053,913,106.12元，公司实收股本为8,003,763,475元，未弥补亏损金额超过实收股本总额的三分之一。根据《公司法》和《公司章程》相关规定，本事项需提交公司股东大会审议。

#### 一、未弥补亏损达实收股本总额三分之一的原因

主要由于公司2021年亏损所致。公司2021年亏损主要是由于北京宝沃汽车股份有限公司相关事项计提减值影响上市公司利润总额-52.91亿元。

#### 二、应对措施

##### （1）坚持战略引领，强化战略落地

坚持战略引领，聚焦商用车主业发展战略，紧密衔接战略和运营，建立战略管理的闭环系统，实现可持续高质量发展。

##### （2）推进南方战略，实现南方市场腾飞

坚持持续提升南方市场体系能力：一是建设南方制造基地，增强地产车品牌背书，提高产品交付效率；二是加大研发投入，继续提高产品定义能力、产品创新策划能力、加快产品开发响应速度，满足不断变化的区域型产品需求；三是完善区域营销中心建设，贴近市场一线，集中力量为经销商和终端客户提供全方位营销保障。

##### （3）新能源发展再提速

2024年再提速新能源业务，坚持纯电、混动和氢燃料三条技术路线并行开发，通过

市场化体制机制搭建新能源运营体系，建设营销生态，提升新能源销售能力，完成上游核心零部件产业布局和营销生态建设，快速推广新能源产品。重点围绕公共领域试点城市推进新能源销量规模增长，以河南、广州、深圳、长沙及华南区域突破，巩固南方城市；利用基盘拓展北方市场；系统推进 15 个公共领域试点城市开发。同时构建高效的价格决策机制，提高市场价格反应效率及价格竞争力，并补齐油改电平台产品，提高产品市场覆盖度，加快推进全新平台产品开发，2024 年全新平台中小 VAN 上市。

#### **(4) 海外战略**

坚持以“商用车出口第一”为总体目标，以“抓住机会市场、稳定基盘业务、突破弱势区域、开发高潜市场”为手段，加速产业化市场开发与制造项目落地，全面推进制造属地化、人才属地化和运营属地化；力争突破欧洲、日本、澳新等高端市场，打造商用车高端品牌；实现商业模式创新，深度推进国际合作项目落地；强化体系能力，优化产品结构，赋能后市场，提高运营效率，全面提高全价值链环节精益化运营能力，为未来可持续发展打下坚实基础。

#### **(5) 产品策略**

加强重卡星辉版、祥菱 Q、火星皮卡、图雅诺大 V、精灵 6 方等新产品上市和推广力度，快速提升销量；随着新技术、新模式、新业态的出现，建立场景化流程，对产品创造 FCVDS 流程升级；利用 REMS 数字平台，实现产品需求管理从无序到有序，为高效研发、精益研发提供支持；启动驾驶数据动态自适应管理系统项目。

#### **(6) 研发策略**

继续加大研发投入，加强研发能力建设，坚持以技术创造价值为导向，锻造精准的市场需求定义能力、强大的工程能力和体系能力；新能源和智能网联领域通过自研自制和合资合作实现核心模块和核心技术自主可控，确保战略安全。

#### **(7) 营销策略**

组织变革：2024 年将持续推进陕甘宁、云贵、长三角区域营销中心建设，坚定区域营销中心组织定位，聚焦协同，对外提升直销业务作战能力，协同公司、各事业部资源，举全营销价值链之力，提升公司在各区域的核心竞争力，提升公司品牌形象，提升公司的收益空间。

营销力提升：渠道调整，提升渠道效率及新能源分销能力。以市场洞察为核心能力，快速响应为根本手段，搭建以客户为中心的营销创新体系。围绕精益营销、数字营销和标准营销，通过数字化手段，加快营销核心能力建设，实现以体验和效率为核心的营销

数字化转型，营销生态建设方面围绕电池银行+换电一体化解决方案、整车销售+金融服务+租赁平台+二手车业务、充电合作+产品全生命周期碳减排，三个方面统筹推进。

深耕后市场：全面布局后市场生态，加快二手车公司运营。基于传统能源+新能源客户的全生命周期需求，持续升级后市场生态，在维保与配件、二手车全价值链经营、保险、租赁、软件订阅服务、能源服务、货源服务等不断深化后市场产业布局，协助经销商实现“新车+二手车”经营转型。

#### **(8) 供应链策略**

采购：供应链减量发展推进；通过主供联合攻关提高质量降低索销比；继续按降本目标推动目标达成，提升产品竞争力。

制造：生产保障以订单高质量交付为目标，通过产销协同、职能领导分厂区挂靠、多元化用工、物流多式联运、设备提前保养等措施，确保旺季订单准时交付；零部件交付保障主要采取风险供应商专人常驻、重点供应商走访、例会协调、提前建储、资金支持等方式，确保旺季零部件准时交付；基于数字化单车标准制造成本管控推进，完成能碳管理信息化平台建设，通过能碳、物流专项降本及工艺技术降本等项目深挖降本空间，持续推动精益制造降本。

质量：通过与国际主流品牌全面对标，建立国际质量标准；真正以客户为中心，不断强化质量责任感，全面提升客户质量体验；通过高层领导挂靠，举全公司之力向五大质量顽疾开战；推动两个质量转变，从质量改进向质量预防转变，从实物质量向经营质量转变；五是要扎实推进质量流程变革及数字化转型，打造卓越质量体系。

#### **(9) 精益制造**

实现制造资源布局，加快生产区位调整。实现制造资源合理布局，同时以工艺技术与精益管理双轮驱动，建设资源节约型、环境友好型精益工厂，做到“投资经济性、技术先进性和管理合规性”的平衡，实现上质量、降成本、增效益。

#### **(10) 价值管理**

加强贯穿产品线和职能线的价值创造体系建设，推动全价值链降本增效，改善经营质量；职能线建立费用标准，通过期间费率管理评价产品线运营质量，实现灵活管控和产品线弹性运营之间的平衡。

#### **(11) 精益管理模式**

总部与事业部高效协同，总部加强战略管理与支持能力，事业部高效运营和价值创造，明确了集中决策、分散运营、横向协同、纵向管控的管理思想、基于资源统筹协调

与平衡，进行组织精简，层级压缩，推进关联业务整合、共享。建立专业管理中心、共享平台、业务 BP 管理模式，最大化发挥职能业务横向协同，合理分工、高效协同。基于组织调整进行岗位重组优化、建立岗位标准模型，精准匹配，降本增效。

特此公告。

北汽福田汽车股份有限公司

董 事 会

二〇二四年四月二十六日