

北汽蓝谷新能源科技股份有限公司

2023 年年度暨 2024 年第一季度业绩说明会会议记录

一、会议时间：2024 年 5 月 24 日下午 15:00-16:00

二、会议地点：上海证券报·中国证券网（<https://roadshow.cnstock.com>）

三、公司出席人员：

董事、经理：代康伟

副经理：张国富

职工董事、副经理、财务总监：宋军

独立董事：郑建明

董事会秘书：赵冀

四、本次业绩说明会投资者提出的主要问题及公司答复：

问题 1. 2023 年北汽蓝谷公司销量虽大幅增长但依然在行业中处于中下游水平，2024 年第一季度同比下滑了 33%，公司如何应对销量的问题？

答：在应对产品销量提升方面，公司将通过以下措施提升销量：

1.产品突围：2024 年，是公司产品大年，由阿尔法 S 先行版、阿尔法 T&阿尔法 S 的森林版、极狐考拉、阿尔法 T5，阿尔法 S5 和享界 S9 等七款产品组成的矩阵逐步到位。依托这些产品组成的强大阵容，我们将以极狐上量为核心目标，建立突围能力。

2.守正出奇：公司将围绕消费者、营销策略、渠道管理、运营效率、海外业务以及在竞争中胜败能力六大体系持续优化，助力全年销量目标达成。如，构建差异化营销体系，坚持一城一策、拉动北/上/广/成/郑五大战略城市，以点带面、拉动周边城市实现整体上量。此外，在营销服务方面，从“人找服务”向“服务找人”转变，夯实服务体系能力，推出服务品牌及服务承诺，构筑数字化服务体系一键触达用户。同时打造口碑，形成口碑营销。

问题 2. 请问北汽集团将持有北汽蓝谷股权托管至北汽股份，是不是代表北汽蓝谷前景不被集团看好啊？

答：托管项目是为了进一步落实北京市“十四五”规划要求，更好地体现北汽集团在新能源乘用车战略资源的协同优势，提高企业的经营水平及管理效率，形成整体合力，实现企业规模扩大和结构优化，打造行业竞争优势。

托管项目将为北汽新能源带来更丰富、更直接、更强有力的资源支持，包括全球化研产销产业链资源、重要合作伙伴的产业协同等，推动北汽新能源业务更好更快发展。托管完成后，北汽股份将以更强的体系能力赋能北汽新能源，可以为北汽新能源发展提供更直接、更强有力的资源支持。

问题 3. 从今年的北京车展阵容就看的出来，今年的汽车市场竞争比较激烈。想问这种情况下，极狐如何把握市场机遇，在新产品方面未来有什么规划？

答：今年极狐的产品布局会加快节奏。跟华为合作的享界 S9 已在北京车展亮相，包括面向更年轻群体打造的 S5 也已经推向市场，持续拓宽极狐产品的市场竞争维度。在打造全新产品上市的同时，极狐品牌围绕产品线布局，优化迭代现有产品，阿尔法 T 和阿尔法 S 分别推出 24 款全新年款，持续夯实中高端品牌定位；在场景化细分市场，考拉在母婴战线收获宝妈们的青睐，又针对年轻小家庭用车，推出 5 座版车型，进一步增补适用场景，扩大营销基本面。市占率方面，重点打造线上线下、公域私域、流量留存、内容社交的新数字化营销能力，围绕享界、S5 等形成营销主基盘，促进极狐上量。

问题 4. 公司今年新上了 T5、S5 等车型，请问目前整体订单量情况怎么样？

答：T5 车型，今年累计新增订单接近 10000 台，是目前极狐品牌的主销产品。3、4 月订单持续增长，5 月车展季，T5 订单再破新高，对整体经销商信心提振明显。S5 车型在 4 月 22 日开启预售，目前新增订单持续增长，展车、试驾车已经全部到店。

问题 5. 数据显示从 2023 年开始，北汽蓝谷经营活动现金流量净额持续为负，想请您介绍下这种情况是什么原因导致的？公司未来准备采取哪些措施进行改善？

答：主要原因：一方面公司为维护好上下游关系，与供应商保持良好合作，积极支付供应商货款，保证原材料供货稳定、质量上乘；另一方面新能源汽车渗透率持续增长，市场竞争加剧，公司在加强用户体验提升等方面持续投入，不断提升综合竞争力。

改善措施：公司将通过创新多元化产品，丰富产品结构，随着销量的上升，经营业绩逐步改善，为公司经营发展提供充足的资金保障。

问题 6. 请问 2024 及 2025 年的公司车型推出计划？北京汽车托管股权后的经营变化？

答：2024 年，是我们的产品大年，北汽蓝谷近期将正式上市极狐考拉新五座、阿尔法 S5 和享界 S9 等全新产品。2025 年，我们将在以上产品组合及阿尔法 T、阿尔法 S 基础上进行技术升级，进一步完善轿车、SUV、MPV 产品矩阵，紧抓用户喜好和需求，走出一条符合极狐的上量+成长性之路。

托管项目是为了整合北汽集团新能源乘用车战略资源，提高企业的经营水平及管理效率，实现企业规模扩大和结构优化，打造行业竞争优势。将为北汽新能源带来更丰富、更直接、更强有力的资源支持，包括全球化研产销产业链资源、重要合作伙伴的产业协同等，推动北汽新能源业务更好更快发展。本次股份托管后，北京汽车成为上市公司的直接控股股东，北汽集团为上市公司间接控股股东，北京市国资委仍为上市公司的实际控制人。

问题 7. 公司和董宇辉的合作目前看效果到底咋样了？

答：北京车展期间，极狐汽车成为“与辉同行阅山河专属座驾”，借势董宇辉个人和直播间的话题度和热度，通过河南之旅以及海南嫦娥六号探月之旅，有效提升了极狐品牌的传播声势和好感度。截至目前，河南站累计直播观看量超 1.15 亿，日均直播观看量超 2500w+，海南航天直播观看量 2000w+。截止目前，与辉同行&极狐全网舆情报道共计 14952 条，健康度 99.95%；包括《新华社》《央广网》以及澎湃、汽势、东方网在内的党政行业媒体结合破界、极致、守护为关键词为品牌定调。

此外，极狐官方矩阵平台累计发布 27 条内容共计 69 频次，共计获得阅读量 2365w+，互动量 24.5w+，涨粉 3.75w（涨幅提升 138%），其中官方抖音一支视频登上热榜。

问题 8. 享界在北京车展上已经亮相了，那具体什么时候正式上市呢？

答：享界 S9 预计 7-8 月份正式上市，具体请以公司发布的信息为准。

问题 9. 享界 s9 7-8 月上市，交付会在 8 月份吗？

答：享界 S9 预计 7-8 月份正式上市，具体请以公司发布的信息为准。

问题 10. 想问下公司大股东是否参与了转融通操作？

答：根据中国证券金融股份有限公司下发的数据，公司大股东不存在参与转融通业务出借股份情况。

问题 11. 2023 年极狐汽车在海外市场有了一些布局，今年在海外市场有哪些动作？

答：2023 年极狐海外业务实现了从 0 到 1 的突破。按照“依托核心合作伙伴资源，迅速打开局面，通过贸易快速进入”的市场发展模式，我们加大开拓国际市场的战略步伐，稳步推进与欧洲、中东和南亚等海外市场的合作。

2024年，我们将搭建海外分销和服务网络，重点在欧洲的挪威、丹麦、希腊、西班牙、德国等国，亚洲的越南、缅甸、黎巴嫩、阿联酋等市场布局。

问题 12. 2024 年公司在营销方面会有什么新的方式吗?后面渠道建设节奏大概是怎么样的?

答：2024年，我们将继续秉承用户至上的核心理念，以及产品品质作为第一优先级的竞争策略，进行营销工作布局：

一是持续完善产品矩阵，为用户提供更多选择。4月22号，阿尔法S5正式发布预售，同时还推出了搭载HUAWEI ADS 2.0(华为高阶智能驾驶系统)的极狐阿尔法S先行版PRO，目前6款在售车型，已形成较为丰富的产品矩阵，此外上市在即的享界S9也将作为北汽蓝谷旗下新能源汽车的重要产品，成为公司业绩的新看点。

二是持续使极狐品牌形象更加立体。4月11日，极狐汽车发布了全栈生态自进化技术体系——达尔文2.0技术全新架构，并全面展示了极狐产品品质背后的硬核技术。基于IMC架构，我们倾力打造了七大技术板块——“极盾”安全、“极净”健康、“极光”电池、“极锋”动力、“灵韵”底盘、“灵智”OS以及“极享”座舱，这些技术在S5、S9等新产品上已陆续落地。

三是深化龙头伙伴合作。北汽蓝谷持续构建造车朋友圈，深化开放合作，是唯一一家与华为采取“HI+智选”双模式合作的车企，也将与宁德时代的合作不断加深，在供货、技术开发、标准制定、售后服务等方面开展深层次的合作，为用户提升高品质体验和服务保障。

四是在线上开展与辉同行等大事件曝光，线下同步建设极狐门店和服务网点，让用户能更广泛的接触和了解极狐，形成线上+线下互补的营销格局。

在渠道和服务方面：今年，我们将计划实现从2023年底的244家增加至300家，在2025年做到覆盖【100+】城市、【380+】家网点的营销服务网络规模。今年，我们还将持续加强服务、补能网络的建设，初步规划约【300】座超充站，构建覆盖京津冀、长三角、珠三角、川渝四大城市圈，提升整体服务能力水平；营销方面：持续强化三个重点动作，用户共创、圈层运营、营销IP打造，进一步提升极狐品牌的知名度、美誉度和影响力。

问题 13. 公司前不久与宁德时代、小米共同合资建设电芯工厂，这个合作布局是怎么考虑的?

答：共建电芯工厂是基于市场趋势、行业发展和自身优势的多方面考虑。旨在整合核心、优质供应链资源，谋划极狐的长远、稳健发展。这一布局将有助于提升我们产品的竞争力，为公司未来的发展注入新的动力。与宁德时代、小米汽车的合作，是基于各方在各自领域的优势互补。宁德时代是全球装机量最高的电池制造商，小米汽车作为新兴的造车势力，具有强大的品牌影响力和市场号召力，而北汽蓝谷作为国内新能源汽车领域的领军企业，具有深厚的市场积淀和研发实力。这一合作将极大提升北汽蓝谷在新能源核心零部件领域的自主研发能力与供应能力。

问题 14. 北汽集团领导履新了，请问对公司提出了什么样的新要求?

答：随着北汽集团领导履新，第一站调研即到访北汽蓝谷，进一步提出了“举集团之力支持极狐发展”，并给出了“合资看奔驰、自主看极狐”的极高定位。未来，北汽集团将集合最优的资源、最强的人力、最好的技术，推动极狐汽车步入强劲的增长周期。

并对公司提出了一系列新要求，如：借产品大年的新品上市，形成销量起势；确保享界S9成功上市，展示并宣传好北汽高端品质保障能力；用好1000亿投资，在更智慧、更节能、更安全方面持续加码技术内核，为用户创造更优的体验感知。总之就是要把品质北汽、技术北汽的形象深入用户心理，展示极狐核心竞争力，以应对市场挑战。

问题 15. 公司与头部企业合作频繁，为何业绩却不尽如人意，对此管理层有没有解决方案？

答：2023 年新能源汽车市场竞争加剧，公司利润空间受到一定挤压，但是，面临挑战的同时也为公司带来了优化成本结构、提高运营效率、加强产品创新的压力和机会。

未来公司将始终坚持为用户造好车，为用户提供高品质服务的初衷。

一是持续研发及服务投入，通过打造技术越级体验、提升终端用户场景体验感等，在产品力、智能化等方面更满足用户需求。

二是持续降本增效，通过优化生产流程，提高生产效率，通过优化供应链，在确保零部件稳定供应的同时降低成本。

三是坚持变革创新，推出更多消费者喜欢的车型。随着满足细分用户群体需求的新品陆续上市，整体销量会进一步提振，促进收入提升及财务改善。

从市场趋势来看，2024 年我国汽车行业仍将保持稳中向好态势，但是，行业竞争也将日趋激烈，公司将坚持技术创新，通过高效的研发和优质的产品上市，提升公司的核心竞争力，短期看公司的投入产出带来了亏损压力，但长远看意义重大。只有以用户口碑为基础，持续扩大市场，才能让公司在良性发展的道路上越走越远。

问题 16. 公司是比较早进入新能源汽车行业的，那么公司目前的行业定位领导觉得是怎么样的？是否符合管理层的预期呢？业内竞争激烈，公司如何脱颖而出？

答：过去的一年，公司通过聚焦“场景化造车”、持续加大研发投入、适应数字化时代营销的新规则，为极狐的商业成功持续加码，实现企业核心竞争力的提升。

2024 年，我们将继续秉承用户至上的核心理念，以及产品品质第一优先级的竞争策略，持续完善产品矩阵，实现优异的市场表现；深化龙头伙伴合作，蓄力长远发展；依托北汽集团全方位资源，推动极狐长期性战略发展。