

证券代码：600733

证券简称：北汽蓝谷

北汽蓝谷新能源科技股份有限公司

2024年6月14日投资者关系活动记录表

编号：2024-004

投资者关系 活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（）
参与单位 名称	中信建投、中信证券、光大证券、国金证券、鹏华基金、国金证券
时间	2024年6月14日
地点	公司会议室
上市公司接 待人员姓名	证券事务代表：董骁 资本市场管理主管：王亚楠
投资者关系 活动主要内 容介绍	<p>问题一：6月4日，工业和信息化部发布公示，极狐汽车获得首批智能网联汽车准入和上路通行试点名单，试点准入对于北汽蓝谷有什么意义？</p> <p>答：本次北汽蓝谷子公司“北京新能源汽车股份有限公司”（生产企业：北汽蓝谷麦格纳汽车有限公司）联合“北京出行汽车服务有限公司”分别作为生产主体和运营主体，以极狐阿尔法S先行版L3车型为试点车型，经过专家初审和择优答辩两大轮筛选，在近30家主流汽车企业中脱颖而出，以优异成绩进入L3试点准入名单。</p> <p>进入试点名单，充分证明了公司全方位开展智能网联汽车的前瞻性技术储备研究和应用探索取得成效；公司在整车开发的功能安全、预期功能安全、网络安全与数据安全、软件升级等五大安全过程保障体系、六位一体冗余安全架构的自动驾驶方案，以及极致的产品安全目标等方面具备优势。</p> <p>北汽蓝谷将从出行服务方面探索全新的商业模式，实现量产L3自动驾驶车辆商业化示范运行，为客户提供全方位的车辆服务。</p>

问题二：L3测试牌照与本次试点准入有什么关系？

答：地方L3测试牌照是依据《智能网联汽车道路测试与示范应用管理规范（试行）》和各地方示范区政策由企业取得的相应测试牌照。拥有该牌照的企业拥有通过开展实际道路测试、验证产品在实际道路交通运行环境下产品安全性的资质。

公司于2023年12月获得的北京高级别自动驾驶示范区首批量产乘用车L3测试牌照，也是本次ICV试点的重要基础。本次试点准入根据《关于加强智能网联汽车生产企业及产品准入管理的意见》要求，强化了主机厂五大安全过程保障体系，智能网联汽车产品模拟仿真、封闭场地、实际道路、网络安全数据安全等一系列测试验证要求。

北汽蓝谷下一步将根据政策要求，在国家部委和地方政府指导下，进一步详细制定并完善产品准入测试与安全评估方案，并在多方监督下，按要求开展测试与安全评估工作。

问题三：作为坚持自主研发路线的代表企业，在财报中也讲到会加大技术的投入，保持技术领先。目前北汽蓝谷在核心技术领域都取得了哪些成果？未来的技术发展方向是什么？

答：公司主要在核心三电技术、平台架构及开发体系等方面取得了一定的成绩：

核心三电技术方面：北汽蓝谷坚持“三电”技术自主掌控。自研自产的极光动力电池产品和自主开发的极锋电机均搭载在最新车型阿尔法T5车型上并已经量产交付，实现整车充电性能和动力性能行业领先；同步储备预研更高快充能力的4C超充电池系统及整车匹配开发，推进了直冷直热电池系统的研发，优化了冷凝/蒸发温度控制，热泵余热利用以及电机堵转加热等关键技术开发。电控领域完成了分布式驱动关键控制策略模型、动力学仿真平台及原地转向等功能的开发，第四代BMS更是获得行业最高等级ASIL-D等级功能安全产品认证。

平台架构及开发体系方面：北汽蓝谷与麦格纳联手打造的全冗余架构电动车硬件平台“BE21平台”，已经具备了新能源整车从设计到试验验证的全流程开发能力，形成了跨平台、模块化架构的正向开发体系；将基于

现有平台持续迭代升级，全方位提升车辆操稳、动力、充电、智能化等性能表现，满足纯电、增程双动力布局需求。

未来公司将围绕用户需求，持续加大研发能力建设。布局新体系电池开发、全温域热泵、轴向磁通电机、1000V6C高压快充系统等前瞻性技术预研；量产自主可控城市NOA系统和多模态感知交互座舱系统。

问题四：除产品及技术规划外，今年北汽蓝谷在服务、营销、渠道等领域将作何打算？

答：公司2024年将继续普及和深化“一车一策”和“一城一策”的举措。针对不同的车型、不同的销售区域，制定和执行更加精细化的营销策略，用这种类似“定制化”的服务，来精准定位不同的目标客群，直达用户内心。“一车一策”是构建产品个性化标签，通过联动全渠道媒体平台等方式，更好地输出产品价值。“一城一策”的方式在考拉身上已经取得了一定的效果，未来将推广到更多车型的宣传上，将北、上、广、成、郑五座城市作为战略城市，拉动周边城市整体上量。

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。

附件清单
(如有)

无

日期

2024-6-14