

# 北汽蓝谷新能源科技股份有限公司

## 2024 年半年度业绩说明会会议记录

一、会议时间：2024 年 9 月 6 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：张国富

副经理：刘观桥

职工董事、副经理、财务总监：宋军

独立董事：郑建明、成波、马静

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：

**1.近期上市的享界 S9 反响挺热烈的，请问我们在与华为智选合作中，有啥特别突出的亮点？北汽如何从制造端，为享界赋能？**

答：尊敬的投资人，您好！

8 月 6 日，北汽新能源与华为合作推出的享界 S9 正式发布。北汽集团将享界 S9 作为核心战略，提升到第一高度，All in 享界 S9。从 2017 年华为、北汽双方互访，到今天首款车型发布，八年间，我们始终两个奋斗者伙伴、一部世界级好车为愿景，北汽为享界量身打造的全球领先智能制造工厂，整体综合自动化率达到了行业先进水平，部分关键工序实现了 100% 的自动化。

通过华为智选模式，享界 S9 能够接入华为的生态系统，获得包括智能座舱、车载智能系统在内的关键技术升级，这些技术和华为的市场资源共同为车辆提供了更加智能、便捷的用户体验。同时，华为的线上线下销售渠道也为享界 S9 打开了更广阔的市场入口，使得产品能更直接地触达消费者。

北汽集结六十余年的制造经验、研发实力以及全产业链优势资源 ALL IN 享界 S9，以先进的理念、严苛的标准，并采用先进的设备，建立了北汽新能源享界超级工厂，制造体系全面对标头部豪华车标准。

谢谢！

**2.请问，像今年年初“与辉同行”这样比较新颖有效的营销合作，北汽在下半年是否还会继续啊？另外，公司将来是否还会和“与辉同行”有其他形式的合作？**

答：尊敬的投资人，您好！

选择和“与辉同行”进行合作，是北汽新能源在数字化营销方面进行的积极探索。事实证明，这一步棋我们走对了。两个在各自领域坚守初心的“清流”，共创了跨界合作的佳话，取得了显著的成效，为极狐汽车的品牌形象和市场成绩带来了积极的推动作用。

合作期间，“与辉同行阅山河”三站累计获得数亿的观看量，很多网友和粉丝都因此对极狐路转粉，甚至成为极狐的车主。与此同时，极狐官方也发布了相应的互动内容，同样收获了非常可观的阅读量和互动量，公众对于合作都持有认可与支持的态度。

在此之后，我们紧抓奥运这一大流量平台，再次和“与辉同行”携手，打出了一系列营销组合拳，通过《奥运健儿说》、《东方浪漫耀巴黎》等直播节目狠狠营造了一波声势，释放更多品牌声量和曝光度。

既然我们已经探索出了一条正确的营销方式，那么这条正确的道路就要坚定不移地走下去，

争取打造出具有极狐特色的精准高效营销体系，把产品的价值和魅力有效传递给目标消费者，让更多用户体验到极狐带来的极致守护。

### 3.请问公司后续如何做好市值维护？

答：尊敬的投资者，您好！

公司非常重视市值管理工作及对股东的回报，并坚持长期价值理念。公司将持续努力做好生产经营，不断提升核心竞争力，并继续与广大投资者保持充分沟通，传递公司投资价值。感谢您的关注！

### 4.北汽极狐品牌后续的销量趋势会如何，未来还有哪些规划？

答：尊敬的投资人，您好！

极狐最近销量显著上升，连续3个月稳定在8000辆以上，并在8月份已经突破1万辆大关，意味着品牌站上了新的发展台阶。年初公司制定了“上量 成长”的经营目标，目前已经初具成效。

具体来看，极狐主要做了以下几件事，今后也将在这些维度持续发力：

第一，丰富具备竞争力的产品矩阵，为用户提供越级价值的同时不断夯实极狐汽车独有的价值标签。在深入洞察用户需求的基础上，基于极狐领先的“场景化造车”理念，加大新车投放力度，随着阿尔法 T5、S5、考拉 S 等数款新车上市，极狐的产品矩阵做到了轿车、SUV、MPV 的全系列覆盖，实现了紧凑级、中型、中大型全级别覆盖，向用户提供了“越级”价值，打出了极狐独有的价值标签。

第二，在营销思路上创新，通过一系列有行业影响力的营销事件，让极狐汽车赢得用户的共情。当红流量 IP“与辉同行”，合作的首个汽车品牌就是极狐。从今年4月开始，双方开启阅山河之旅，携手走过河南、海南、山西、重庆等地，奥运期间更是作为与辉同行·运动健儿说、东方浪漫耀巴黎特别栏目的特约合作伙伴，赢来全网高度关注，累计获得10亿多的流量，实现了品牌曝光度和好评度双重蝶变。

更重要的是，极狐的营销并不停留在声量上，而是与订单转化密切关联。我们采用“线上线下”结合方式，方便用户更广泛地接触和了解极狐，成功把与辉同行直播间的路人转化成粉丝。跨界出圈的品牌营销，让极狐汽车赢得了用户的共情，打开了增长的通道。

第三，购车政策不断加码，持续拉近极狐与消费者之间的距离。在“宠粉”这方面，极狐从不手软，实打实的优惠政策，进一步提升了产品的价值感，也努力做到让用户轻松享受到我们的极致守护。考拉 S 是10万级唯一全系搭载宁德时代电池，还带侧滑门的大空间 SUV；阿尔法 T5/S5 双子星是16万级唯一搭载800V超充的纯电 SUV 和纯电轿车，这些关于极狐产品“比值更值”的认知已经逐渐在市场中打响。在北汽极狐最新的购车季中，我们给出了前所未有的力度，购买阿尔法 S/T 森林版和森林版 PRO 的消费者，至高可享受每台10万元的置换补贴，购买阿尔法 T5/S5 双子星最高可享5.18万置换补贴，购买考拉 S 至高享2.5万元置换补贴。

谢谢！

### 5.请介绍下上市公司的归母净资产情况，是否存在归母净资产为负的情况？是否存在退市风险？

答：尊敬的投资者，您好！

按照上市规则，公司未触及退市标准。公司将持续提升经营能力，提高公司内在价值。此外，公司高度关注投资者回报，在达到利润分配条件时，按规定实施利润分配，积极回报投资者。

感谢您的关注！

### 6.领导您好，想问下公司将开展市值管理工作？

答：尊敬的投资者您好，感谢您对公司的关注！

公司非常重视市值管理工作，并出具了 2024 年“提质增效重回报”行动方案，从经营提质增效、提升信息披露质量、强化投资者关系管理、注重股东回报等多个方面做好具体措施。

在经营方面，公司聚焦主业，着力优化产品结构和业务布局，构建了极狐、BEIJING 和享界三大品牌，形成了日趋完善的产品矩阵和日益丰富的品牌形象，为销售提量和持续提升盈利能力打下坚实基础；

在信息披露和投资者关系管理方面，公司将进一步提升信息披露质量，并及时根据资本市场表现及公司业务开展情况，制定并完善投资者交流计划，以系统化的方式增强与投资者的互动和沟通，建立多元化的投资者沟通交流渠道；

在投资者回报方面，公司综合考量公司业务现状、未来规划以及经营发展需要，努力实现公司发展、业绩增长与股东回报之间的平衡关系，旨在确保公司长远发展和业绩增长的同时，实现与全体股东利益的统一提升。谢谢！

### **7.当前北汽财务状况仍处于亏损状态，我们是否已有具体的市场策略与成本管理措施来改善盈利情况？**

答：尊敬的投资者您好，感谢您对北汽蓝谷的关注！

面对公司当前的亏损状态，我们正积极采取一系列的策略来改善这一局面。

首先，通过实施城市差异化营销策略，优化销售和服务网络，借助数字化手段，不断推动销量提升，发挥规模化效应，降低固定成本的分摊。

其次，在成本控制与运营优化层面，我们正积极推进供应链的精细化管理与生产流程的技术革新。从而有效控制成本，提升生产效率。

通过这些策略的实施，我们希望在激烈的市场环境中不断提升公司的盈利能力，推动企业向好发展。

### **8.北汽为什么选择在这个时候做增资，对公司有什么意义？对中小股东有什么意义？**

答：尊敬的投资者，您好！

新能源汽车市场竞争愈发激烈，价格战日趋白热化，挤压利润空间；公司为持续推进产品向上、经营优化，在技术研发、品牌渠道建设、品牌形象锐化、运营提升等方面持续投入。因此，为满足子公司业务发展的需要，优化公司资本结构，子公司北汽新能源拟实施增资扩股，以进一步加强北汽新能源核心竞争力，为公司持续发展提供有力保障，切实保护中小股东利益。

谢谢！

### **9.近期极狐产品出现了一些质量问题，有不少媒体报道。面对这些情况，公司准备如何回应消费者？公司打算采取哪些具体措施加强产品质量监控，以防类似问题出现？**

答：尊敬的投资者，您好！

针对近期有关极狐产品质量的报道，我们深感歉意并高度重视消费者反馈。一直以来，北汽新能源及极狐品牌致力于提供最高品质的产品与服务，我们对此类事件的发生表示遗憾，并将采取以下具体措施来加强产品质量监控和安全隐患排查：

**强化质量管理体系：**基于极狐麦格纳工厂现有的 97% 自动化生产线，我们将进一步完善标准化、全追溯的质量管理体系，增加质量检查节点，确保每个生产环节的透明度与可追溯性。

**技术创新与安全升级：**利用我们的技术优势，如 L2 级驾驶辅助系统、800V 超充技术等，持续进行技术革新，同时针对已发现的问题进行根源分析，并迅速在现有及未来产品中落实改进措施。

**加强内部培训与外部沟通：**提升员工的质量意识与专业技能，同时，加强与外界的信息交流，定期公布质量改进措施及成果，增强公众对我们质量提升工作的信心。

极狐品牌对品质的承诺坚定不移，每款车型的设计与生产都力求完美。我们将此次事件视为提升质量管理水平的重要契机，确保今后交付给用户的每一辆车都能达到甚至超出期望，重申我们对用户安全与健康的承诺。谢谢！

#### **10.公司享界当前产能建设情况如何啊？**

答：尊敬的投资者您好！

公司北京高端智能生态工厂项目备案的年产能为 12 万辆，目前该项目处于正常有序进行中，具体详见公司 6 月 8 日发布的《北汽蓝谷新能源科技股份有限公司关于北京高端智能生态工厂建设项目的进展公告》（临 2024-034），感谢您的关注！

#### **11.我看北汽最近几个月的产销数据，尤其是极狐销量显著上升，您认为其中最关键的推动因素是什么？**

答：尊敬的投资者，您好！

近期，极狐品牌销量显著提升，原因来自产品矩阵完善、品质优势、营销升级等方面。

产品矩阵完善方面，我们推出了极狐阿尔法 T5、极狐阿尔法 S5、阿尔法 S 先行版 PRO、极狐考拉 S 等车型，这些车型以其卓越的性能、舒适的驾驶体验以及远超市面上同等价位竞品的综合品质，赢得了消费者的广泛好评与信赖。

品质优势方面，近年来，北汽新能源以高标准和麦格纳建设世界级制造工厂，用豪车标准打造极狐系列车型；为极狐建设了世界级的试验验证中心，严格控制出厂质量；和华为一起提供了世界级的整车数字化解决方案，产品智能化水平处于行业领先地位；建立了以“极致安全”为目标的“一核三环”安全开发保障体系，并进入国家首批智能网联汽车准入和上路通行试点联合体名单。

营销升级方面，今年上半年，我们不断优化营销体系，实施差异化营销策略，深入理解各城市消费者的具体需求与文化特色，以此为基础推出了一系列精准定位的市场活动。通过对核心市场的深度渗透，有效带动了周边市场的销量提升，这一系列策略的实施大大增强了极狐品牌的市场竞争力和品牌影响力。谢谢！

#### **12.今年上半年北汽的具体经营情况究竟如何啊？公司对 2024 下半年有何预期？**

答：尊敬的投资者，您好！

2024 年上半年，面对新能源汽车市场的激烈竞争以及市场变革的不断加速，公司不仅稳步推进了营销体系的升级、技术和产品研发的深化，还在制造效率、市场拓展以及服务质量等方面取得了显著成效。通过实施创新营销策略，公司 1 至 8 月销量达到 52068 辆。同时，极狐品牌销量持续增长，7 月起连续 3 个月销量突破八千，8 月销量超过了 1 万辆。

下半年，营销方面，公司将结合市场形势深入分析各城市的特色文化和消费习惯，实施精准营销。此外，公司将继续优化渠道布局，增加渠道密度，提升城市覆盖率，并利用信息化工具实现销售过程的精细化管理，快速响应客户需求，为用户提供更便捷、更高效的服务体验。研发方面，公司研发重心将放在极狐品牌和享界品牌，通过全方位的技术革新，持续增强全系产品的市场竞争力，让消费者用车更方便更安全。未来将有更多融合尖端科技、设计美学与环保理念的新车型面世，旨在为不同用户群体提供更广泛的选择。售后服务品质方面，公司将一方面围绕“扩网、提能”策略，继续完善维保和能源两张网络，强化服务质量和客户体验；另一方面，将围绕极狐服务“五心”服务承诺，强化“服务找人”理念，打造数字化服务系统，快速响应用户需求，实现全生命周期的用户经营，守护极狐品牌口碑。谢谢！

#### **13.公司当前渠道门店扩展策略和实际效果如何？**

答：尊敬的投资者，您好！

本年度，公司在渠道拓展方面继续坚持长期经营和长期共赢，致力于销售体系能力全面进阶，和经销商伙伴共赢共成长。渠道方面，极狐的单店月均销量已达到 40 台，已经有一批经销商月销实现了破百，头部经销商月销稳定在 300 台左右，极狐的渠道质量和能力得到了显著提升。基于 2024 年年度整体销售目标，极狐品牌制定了整体渠道开发标准，在年内将完成渠道的全面布局提升，上半年已新建成 25 家，累计覆盖 77 个城市。全年目标覆盖城市 124 个、门店 303 家，实现 1-3 线城市的全覆盖。

其次，公司继续积极开拓服务渠道升级服务体系，从被动响应变为主动出击，将售后服务打造为极狐上量的全新驱动力。极狐汽车全国服务中心已经增加到 165 家，覆盖全国 100 余个城市。通过数字化转型等新手段实现用户体验大幅提升，客户满意率不断创出新高，目前，极狐的用户售后满意度五星好评 4.99 分，参评率达到 90% 以上。补能网络建设方面，极狐已经建设运营充电站达到 141 座，极狐 APP 充电地图接入超 85 万根公共充电桩，良好的服务口碑，加上便捷的补能网络，成为极狐上量的全新驱动力。谢谢！

**14.请问一下公司，北汽新能源本次增资采用何种方式，主要意向投资人是否均已确定？**

答：尊敬的投资者，您好！

北汽新能源本次增资将通过北京产权交易所公开挂牌确定市场化战略投资者增资不超过 100 亿元，及通过非公开协议增资的方式引入北京汽车增资不超过 20 亿元。公司将根据公开挂牌进展情况，及时披露增资方及相关后续进展情况。感谢您对北汽蓝谷的关注！

**15.近期北汽的高管人员有一些调整，外界对此也很关注，请解读一下高管调整的意义和对公司的影响？**

答：尊敬的投资者，您好！

此次高管调整体现了北汽集团对补强北汽新能源能力、加快自主改革和复兴步伐的强烈信心。北汽新能源新高管上任后，在经营管理、市场化能力、产品定义、人才队伍等方面进行了一系列创新变革，全面加快经营策略调整，极狐声量、销量开始“起势”，8 月份极狐品牌全产品首次突破月销万辆大关，凝聚了广大干部职工的辛勤付出与无私奉献，也在一定程度上证明公司各项改革举措初见成效，谢谢！

**16.享界 S9 的销量是单独公布还是跟北汽的销量一起公布**

答：尊敬的投资者您好！公司产销快报包含享界相关数据。谢谢！

**17.请问，咱们目前北汽蓝谷在核心技术领域都取得了哪些成果？未来公司的技术发展方向都有哪些？**

答：尊敬的投资者，您好！

1、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最新车型阿尔法 T5 量产交付，实现了整车充电性能和动力性能的行业领先；此外，同步储备预研了更高快充能力的 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。

2、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；后续将基于现有平台持续迭代升级，通过底盘、能源动力、域控制器升级等全方位提升操纵稳定性、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。

3、未来技术发展方向：围绕用户需求，持续加大研发能力建设。目前已布局新体系电池开发、全温域热泵、轴向磁通电机、高压（1000V）快充（6C）系统等前瞻性技术预研；已量产自主可控城市 NOA 系统和多模态感知交互座舱系统。

感谢您的关注！

**18.今年各新能源车厂商在市场上投放的新车非常多，北汽如何在这么激烈的市场中突围，还应该在哪方面加强能力建设？**

答：尊敬的投资者，您好！

在产品方面：公司积极布局未来，针对国内日益增长的大家庭出行需求，已经着手研发多款新车型，并对现有产品的迭代进行预研，此举将进一步满足当前市场目标人群多元化、全场景的用车需求。

在营销方面：我们持续加大在销售动作、渠道建设、服务能力等方面投入，同步通过系统性的管理方法，提升店端的销售和服务能力。谢谢。

**19.汽车市场竞争越来越激烈，从北京车展阵容就可见一斑，在竞争如此激烈的市场，极狐如何把握市场机遇，在新产品方面未来有何规划？接下来将通过哪些举措进一步扩大市场占有率？**

答：尊敬的投资者，您好！

在产品规划上，今年，极狐的产品布局会加快节奏。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 S5、考拉 5 座等形成营销主基盘，促进极狐上量。

接下来，极狐将全面做好销量提升、渠道建设、产品推广、品牌传播、服务保障等工作，扩大市场占有率。具体有以下举措：

第一、产品方面：持续丰富产品矩阵，拓宽市场竞争维度。

第二、渠道和服务方面：今年，我们将计划实现从现有的 244 家增加至 303 家，在 2025 年做到覆盖 150 城市、350 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；

第三、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。谢谢！