

证券代码：600166

证券简称：福田汽车

编号：临 2023-102

## 北汽福田汽车股份有限公司

### 关于 2023 年第三季度业绩说明会召开情况的公告

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。

北汽福田汽车股份有限公司(以下简称“公司”)于 2023 年 11 月 10 日(星期五) 17:00-18:00 通过电话会议的方式召开了 2023 年第三季度业绩说明会，现将说明会召开情况公告如下：

#### 一、说明会召开情况

公司于 2023 年 10 月 31 日在上海证券交易所网站(www.see.com.cn)及指定信息披露媒体披露了《关于召开 2023 年第三季度业绩说明会暨问题征集的公告》(公告编号：临 2023-099)。

2023 年 11 月 10 日(星期五) 17:00-18:00，公司董事、总经理武锡斌先生(董事长常瑞先生因重要公务未能出席)，副总经理、财务负责人李艳美女士，董事会秘书陈维娟女士，独立董事李亚先生、叶盛基先生、刘亭立女士，营销副总裁刘旭光先生，营销总公司副总监方宜士先生，海外事业部副总裁代洪凯先生，董事会办公室副主任、证券事务代表王桂青女士及相关人员出席了本次业绩说明会，与投资者进行了互动交流和沟通，对投资者普遍关注的问题进行了回答。

#### 二、基本情况介绍

2023 年前三季度福田汽车秉承初心，紧抓双碳战略和出口机遇，深化价值创造体系，实现销量 45 万辆，同比增长 25%，占有率为 15.3%，同比提升了 0.8 个百分点，保持了商用车第一的位次。第三季度实现销量 14.6 万辆，同比增长 32.9%，环比增长 1.8%，市占率同比提升 1 个百分点，环比提升 1.2 个百分点。

公司严格落实年初提出的八大战略，并取得了战略成果。其中新能源方面，前三季度实现销量 2.6 万辆，同比提升了 90%，市占率 9.2%，同比提升 2.4 个百分点；海外出口方面，实现销量 8.9 万辆，同比提升了 31.8%，市占率 16.2%，同比提升 0.2 个百分点，新能源和海外增速均高于行业水平；南方市场实现销量 8.7 万辆，同比增长 46%，

占有率 14.1%，同比提升 3.7 个百分点。新能源、海外出口和南方市场这三大战略业务都实现了大幅增长。

10 月 31 日公司披露了 2023 年第三季度报告，2023 年前三季度公司归母净利润约为 7.9 亿元，同比增长 227.5%，主要原因为：①本期公司销量同比增加 25%带来利润增长，尤其是海外业务同比大幅增长；②合联营企业利润同比上涨；③本期持续推动全价值链降本增效，费用率同比下降，影响当期利润同比上升；④本期处置密云工厂部分机器设备收益增加所致。第三季度实现归母净利润 1.83 亿元，同比提升 700.8%，公司主营业务同比改善明显；环比下降 40.6%，主要原因为：①海外出口销量环比下降，影响利润环比下降；②大客车订单交付不均衡，三季度交付量环比下降，影响利润环比下降；③投资收益及公允价值变动影响利润环比下降。

2023 年四季度及明年，公司将继续坚持“市场占有率”和“利润率”双增长为指引，继续推进产品新能源、国际化、南方战略，全面推动新产品的市场转化，尤其是今年下半年和明年一季度推出的新产品，包括重卡 2024 款全系产品、轻卡的 AMT 和混动产品、微卡的祥菱 Q、皮卡火星、大 VAN 的大麦、中 VAN 的 VM2、欧辉的通学车等，这些新产品将建立差异化的竞争优势，对明年将产生较大的增量贡献，持续推动公司高质量发展。

### 三、投资者提出的主要问题及公司回复情况

**1、第三季度资产处置收益是什么，往后看还会有不会有？处置之后对经营费用有啥影响？**

答：第三季度资产处置收益主要是处置密云工厂机器设备收益。该部分资产处置后，每年资产折旧减少 0.84 亿左右，体现为经营成本的减少和利润的增加。

**2、轻卡电动化的进程如何展望？现在各家竞争力如何？福田在轻型 AMT 和混动轻卡方面的储备如何？如何展望？**

答：（1）新能源路权是比较明显的驱动力，另外受到购置税减免政策延续影响，2023 年预计渗透率在 10%左右，未来随着国家及地方路权、降碳要求、以及三电成本的下降（尤其是电池的成本下降），再加上基础设施进一步完善，以及工信部等八部委推动公共领域全面电动化的要求，2024 年新能源渗透率将进一步提升，预计在 12-15%之间。

（2）目前新能源主要以纯电路线为主，插电混技术开始得到应用，部分示范区域有氢燃料需求，但整体仍以纯电为主。福田作为传统商用车优势企业，在轻卡产品线上具有很好的基础，新能源的产品资源全覆盖，通过今年的持续发力，目前销量已经上升到

行业第二。

(3) 去年轻卡 AMT 市场销量总计仅有 1000 多台，今年 7 月福田轻卡 AMT 正式投放，目前已累计投放超过 3000 台，预计今年可以实现 5000 台以上，在轻卡 AMT 市场占有率将超过 80%，同 2019 年福田引导重卡 AMT 市场一样，我们正在引导轻卡市场 AMT，随着市场与客户接受度的提高，轻卡 AMT 渗透率也将会快速提升。

福田混动轻卡布局了 PS、P2 路线，目前多种技术路线并存，同时还自研自制混动变速箱和发动机，打造差异化优势。今年预计可投放 3000 台以上。福田轻卡从混动、AMT 的布局打造差异化，将形成明年的增量，对轻卡收益也会有改善。

### **3、公司对明年福田戴姆勒的盈利是否有目标指引，预计如何扭亏？**

答：福田戴姆勒公司目前有欧曼和奔驰两个品牌。欧曼品牌整体经营情况趋于良性，明年会有 24 款新产品推出，欧曼 AMT 将继续保持优势，天然气重卡从资源准备、市场准备、市场策略等均做了系统部署及安排，预计明年会产生较大的增量。奔驰重卡已经实现市场突破，最近 9 月、10 月奔驰重卡月销量已经超过 500 台，而且销量还在不断攀升。奔驰重卡客户对油耗、综合 TCO 等方面评价良好，优势明显，随着明年商用车市场转暖，预计销量会快速提升。利润相关信息为公司敏感信息，不进行对外沟通和披露。

### **4、天然气重卡渗透率提升对我们的影响及应对措施？**

答：从今年年初到现在，天然气重卡销量和渗透率在持续攀升，9 月单月天然气重卡在牵引车的渗透率在 72% 左右，渗透比例非常高。10 月随着北方供暖季的到来，天然气的零售价格逐渐上涨，但和油价的价差依然维持在 1-2 元左右，比过去价差稍微有所收窄，所以冬季天然气重卡的需求虽略微受到一点抑制，但是大趋势不会改变。我们判断从今年四季度至少到明年上半年，天然气重卡依然会有比较强的竞争优势，核心在于 TCO。针对这种情况，我们已经做了很多工作，比如配福康天然气发动机的产品在产品系列（从高端到经济性产品）和马力段（400-530）均做了全系布局。从 8 月开始，我们在天然气重卡的占有率快速回升，到 9 月已回升到接近 17%。

后续还会有一些措施，一是我们已准备了大马力（580/600 马力）天然气重卡产品。二是 2024 款产品，在全系产品基础上做了很大的性能提升，同时价格变化又不是很大，所以相当于进一步强化了我们天然气重卡产品的竞争力。2024 款全系产品预计会在今年年底发布。三是针对于区域性的产品，我们也做了一些区域性的产品设计，比如说 LNG 和 CNG 的双燃料，主要是满足新疆、西北等部分富气地区，应对于客户灵活多变的需求，在特殊场景和区域需求上做一些产品补充。四是在整个供应链上面，已经做了全面部署，

提前锁定供应链资源，保证后续产品供应。

## 5、明年商用车行业如何展望？出口明年如何发展？

答：商用车市场 1-10 月份已达到 330 万辆，我们预计今年整体销量预计在 400 万辆左右。我们判断明年商用车市场应该比今年好，预计会有 8%-10%左右的增长，市场总量会在 430 万到 440 万辆之间。

明年国内及出口市场核心驱动因素主要包括以下几方面：第一，从宏观经济来看，现在消费持续向好，明年消费依然是驱动商用车市场增长的一个主要因素。第二，从国家政策上看，今年四季度国家投放的 1 万亿特别国债，重点提到了水利、华北、东北救灾等等，结合 1 万亿国债商业银行认购周期和兑现周期两个特点以及往常经验来看，在明年一季度和二季度的前半段，会对商用车形成一个比较好的、有力的支撑。第三，是从能源供给端看，今年和明年还会有持续性的变化，主要是 TCO 驱动带来的结构性的增长机会。(1) 第一是以重卡为代表的气体机的增长，到 10 月份基本上将近 80 万辆的重卡市场，比去年增长 10 万辆左右，核心原因在于油价的持续高位以及气价相对较低，重卡气体机 TCO 具备较大优势，重卡市场明年仍然持续以 TCO 为驱动的市场趋势，同时会向一部分的中卡和跑城际运输的轻卡转移。(2) 第二是新能源的增长，包括城配轻卡、微卡、小 VAN、中 VAN 等产品，TCO 驱动带来的结构性增长机会主要是来源于新能源纯电和混合动力这两种产品，目前轻型商用车客户已经逐渐认识到新能源带来的整车 TCO 的巨大优势。

从出口的情况来看，今年预计 70 万辆左右，判断明年出口会保持高增长的态势，我们判断明年出口的增幅在 15%左右，出口规模预计 80 万辆左右。主要基于以下几点：

第一是一带一路的引导、区域的贸易，包括像南亚、非洲、中亚这些国家的基建投入会给中国商用车出口带来一个比较好的环境。

第二是目前中国商用车在国际市场上的竞争力在持续的加强，像我们持续引导重卡、轻卡等这些相关行业的高端产品的出口，今年也已经取得了很大的突破，所以中国商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐渐扩大。

第三是新能源出口带来的机会比较大，也将给中国商用车带来新的出口增量。

## 6、针对福田戴姆勒奔驰重卡产品，对标的整体的市场容量情况，我们目前的客户主要是有哪些？未来成长空间如何？

答：福田戴姆勒奔驰重卡主要定位于国内高端重卡市场，占到重卡目标市场的 15%-20%。奔驰重卡主要的客户是快递、快运等高效物流客户，年行驶里程在 20 万-30 万公

里。奔驰重卡有两个核心优势：第一是油耗低，行使里程越长，油耗节省带来的收益就越多。第二是可靠性高，对于快递快运客户最大化的减少了停驶和误工影响。综合以上两点，奔驰重卡在快递、快运等高效物流市场具有明显优势。我们的终端客户已经体验到了奔驰重卡的价值，预计从明年开始奔驰重卡的销量将会有比较明显的提升。

#### **7、前三季度客车内销、出口销量结构情况，出口客车未来的预期情况如何？**

答：大中型客车及轻型客车市场情况不同，大中型客车国内市场趋于稳定，客户群体以公交公司、旅游客运公司为主，每年行业销量稳定在 6-7 万左右（不含底盘、中巴）。轻型客车目前以营运类用户及自备类散户为主，组织用户仅占 20%，每年行业销量在 40 万左右。1-10 月公司客车销量约 4.8 万台，其中轻型客车销量约 4.4 万台（出口约 1 万台），大中型客车销量约 0.4 万台（出口约 1000 台）。

两类客车新能源占比均较高，大中客方面，城市客车目前在很多大城市，新车全部换成新能源。轻型客车中新能源渗透率达 40%，相比于油车，新能源轻客的 TCO 比油车更低，且更具备路权优势，这也是国内轻客市场增长的一个重要因素。

公司对明年客车销量具备充足信心。轻客方面：①国内：今年年底会投放全新平台产品，车型介于欧式 VAN 及日式 VAN 之间，可有效整合轻客市场中多种不同需求，同时产品价格和功性能优势明显；②海外市场：一方面拓展出口国家，同时在已取得突破的国家市场进一步提升销量，比如中北美、欧盟等区域，明年我们将在欧盟市场出台 7-8 方纯电动产品，瞄准欧洲自备类用户，具备环保性、TCO 优势，并且在功性能方面针对欧洲客户做了很多适应性改进。

大中客从两方面提升，一是整车产品，分为燃油型和新能源型，新能源大客车在智利等国家出口比较好，燃油型客车我们在印度等国家有较强的合作；二是底盘产品，随着国际化深入，公司逐渐加强与当地企业合资合作，采取公司出口底盘、当地企业提供车身，在当地组装整车的方式。

#### **8、请管理层梳理一下合联营企业的经营情况？**

答：福田主要的合联营企业包括福田戴姆勒、福田康明斯、采埃孚福田等。从今年的整体表现来看，合联营企业的整体利润及投资收益和同期相比大幅度增长，主要是重卡销量增长以及拉动的发动机、变速箱等零部件销量增长带来利润增长。

公司对长期以来关注和支持公司发展并积极提出建议的投资者表示衷心感谢。

本次业绩说明会如涉及对行业的预测、公司发展战略规划等相关内容，不能视作公

司或管理层对行业、公司发展或业绩的承诺和保证，存在一定的不确定性，敬请广大投资者注意投资风险。

特此公告。

北汽福田汽车股份有限公司

董 事 会

二〇二三年十一月十二日