

证券代码:600166 证券简称:福田汽车 番号: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

本公司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在上海证券交易所网站(www.sse.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病公务未能出席)、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、刘立女士、营销副总裁刘旭光先生、营销总司副总监方士先生、海外事业部总裁代洪凯先生、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置。第三季度实现销量146万辆，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%，市占率为2%，同比提升了24.4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%，同比提升了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%，占有率为14.1%，同比提升了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，同比增加227.5%，主要原因因为：①本期公司销量同比增加25%带来利润增长，尤其是海外市场同比大增；②合营企业利润同比上涨；③本期持续推进全价值链降本增效，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，同比提升了700.0%，公司主营业务同比改善明显；环比下降40.6%，主要原因因为：①海外出口销量环比下降，影响利润环比下降；②大客户订单交付不均衡，三季度交付量环比下降，影响利润环比下降。

2023年四季度及明年，公司将继续坚持“市场占有率”和“利润率”双重增长为指引，继续推出产品新能源、国际化、南方战略，全面推进新产品市场的转化，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O、皮卡的火炬、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，往后看还会不会有？处置之后对经营费用有什么影响？

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0.84亿元，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) 新能源布局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、碳排放要求、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支持，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，通过今年的持续努力，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年福田重卡AMT市场一样，我们正在引导轻卡市场AMT随着市场和客户接受度的提高，轻卡AMT渗透率也将很快会快速提升。

福田混动轻卡布局了PS、P2路线，目前多种技术路线并存，同时还将自主研发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机指引，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将保持竞争优势，天然气重卡从资源准备、市场准备、市场策略等都已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量虽然受到一点抑制，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5月开始，我们在天然气重卡的市占率快速回升，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款车型，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。

三是针对一些区域性的产品，我们也做了一些区域性的产品设计，比如按LNG/HCNG的双燃料，主要是满足新疆、西北等部分富气地区，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？明年如何影响发展？

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430万辆到440万辆之间。

6、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，从国家政策来看，今年四季度国家投放的1亿万特别国债，重点投到了水利、东北、东北救灾等，结合1亿万国债商业银行认购周期和近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带来的结构性的增长机会。(1)是以重卡为代表的气机车的增长，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，重卡气机车TCO具备较大优势，重卡市场今年仍然持续以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，包括轻型卡车、微卡、小VAN等VAN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。

7、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将在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，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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、针对福田戴姆勒重卡产品，对标的整体的市场竞争情况，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是国内高端重卡市场，占到重卡目标市场的15%-20%。奔驰重卡有两个核心优势：第一是油耗低，行驶里程越长，油耗节省带来的收益就越多。第二是可靠性高，对于快运快递客户最大的减少了停驶和误工影响。综合以上两点，奔驰重卡在快运、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

7、针对福田戴姆勒重卡客户，对标的整体的市场竞争情况，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是国内高端重卡市场，占到重卡目标市场的15%-20%。奔驰重卡有两个核心优势：第一是油耗低，行驶里程越长，油耗节省带来的收益就越多。第二是可靠性高，对于快运快递客户最大的减少了停驶和误工影响。综合以上两点，奔驰重卡在快运、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。

8、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

8、针对福田戴姆勒重卡客户，对标的整体的市场竞争情况，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是国内高端重卡市场，占到重卡目标市场的15%-20%。奔驰重卡有两个核心优势：第一是油耗低，行驶里程越长，油耗节省带来的收益就越多。第二是可靠性高，对于快运快递客户最大的减少了停驶和误工影响。综合以上两点，奔驰重卡在快运、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。

9、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

10、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

11、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

12、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

13、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

14、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

15、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

16、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

17、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

18、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

19、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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，所以商用车产品的竞争力在持续加强，比较优势在逐步扩大。

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。

20、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：(1) 大型客车的引导，区域的贸易，包括南亚、非洲、中亚这些国家的基本投入会给我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