

北汽蓝谷新能源科技股份有限公司
2023 年半年度业绩说明会会议记录

一、会议时间：2023 年 9 月 27 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：樊京涛

副经理：高健

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.北汽定增 80 亿计划，虽然只拿到 60 亿，其中有拓展极狐销售渠道的安排，为何全国 200 左右数量的极狐店面一直没大幅增长？某些边缘城市例如凉山州有店面无销量，而南宁、石家庄、沈阳等省会城市却没有极狐门店，这种怪状如何改善？

答：尊敬的投资者您好，公司积极拓展渠道，下半年规划了进入 40 余个 3-5 线空白市场的计划，并按计划推进中。但是门店从选址到建设验收需要时间，9-10 月会有更多店验收开业。凉山州的经销商是第一批主动响应极狐的经销商，加入极狐大家庭很早，该经销商受限于市场容量问题销量较低，相信随着考拉这种更符合当地市场的车型上市后，该地销量会有提升。

南宁、石家庄、沈阳已经有经销商加盟，目前正在进行店面建设。相信随着 20 万以下产品的陆续投放，渠道向 3-5 线市场的扩张将在四季度提速。

问题 2.我注意到，8 月份机构调研北汽蓝谷，为什么到 9 月份才有公告？要知道，资本市场是有时效性的。

答：尊敬的投资者您好，公司始终高度重视投资者关系管理工作，并将继续严格按照《上海证券交易所股票上市规则》及《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 1 号》等相关文件履行投资者关系活动记录表的披露义务。未来，公司将通过上证 e 互动平台“上市公司发布”栏目更加及时地发布投资者业绩说明会、证券分析师调研、路演等投资者关系活动记录信息。感谢您的关注！

问题 3.前几天看到新闻说考拉的订单量超过 5000 台，这个增长势头未来会继续保持么？

答：截止 9 月 20 日，考拉上市时订单突破 5200 台。作为一款聚焦亲子细分市场打造的全新车型，极狐汽车考拉基于用户需求场景开发，主打健康、安全、便利。考拉上市后，极狐线上的搜索量、线下的进店量都保持持续增长，随着考拉商品车的陆续到店，考拉也将迎来交付的高峰。

问题 4.宣传考拉的座椅通风，只是坐垫通风，开车的人都知道，最需要的座椅通风是背部通风，不知道贵公司搞的坐垫通风，意欲何为。

答：尊敬的投资者您好，感谢您对北汽蓝谷的关注！

考拉从用户体验出发，座椅通风功能同时包括了靠背和坐垫通风，欢迎到极狐汽车销售网点体验。

问题 5.听说公司有 4C 电池了，目前进展如何？

答：尊敬的投资者您好，感谢您对公司的关注！为了尽量缩短充电时间，让用户能够快速高效完成充电，公司开展了全气候超充电芯及电池系统的自主开发，目前可实现整车充电 10min 补能 400 公里、电池低温加热速率 $\geq 6^{\circ}\text{C}/\text{min}$ ，冬季（ -10°C ）充电时间缩短 40%等行业领先的功能，公司布局核心专利群 139 篇，其中发明专利 71 篇，授权 28 篇。

问题 6.根据财报，由于销售不佳现金流不足，亏损严重，公司账面资金很不充裕了，根据新规明年无法再通过增发股份融资了，请问公司在资金储备方面有什么计划吗？

答：尊敬的投资者您好，感谢您对北汽蓝谷的关注！

截至 2023 年半年度公司货币资金余额 80 亿元，货币资金充足；同时，作为 A 股上市企业，公司具备较强的资信实力，最近一期信用评级达到 AA 水平，且与多家金融机构建立了良好的合作关系，可以对公司的业务经营提供有力的资金保障。

问题 7.考拉据说月度生产能力只有 2000，什么原因产能不足？

答：尊敬的投资者您好，极狐新产品考拉自投放市场以来，备受市场关注和消费者的喜爱，订单短期增加较多，导致局部地区供不应求。生产相关部门正在快速拉动产能提升，预计将在四季度内完成产能爬坡，保障市场需求得到满足。

问题 8.考拉家庭版的五座版本，否有有生产计划？

答：尊敬的投资者您好，考拉家庭版的五座版目前正在开发，秉承考拉理念，计划明年下半年上市。

问题 9.有一家媒体“长江商报”近 2 年来一直在对北汽蓝谷黑化报道，请问公司都没关注到么？如果有，为何不采取相关措施，正面引导舆论？

答：尊敬的投资人，感谢您对北汽蓝谷的关注！公司重视媒体关系，也在密切关注各方面舆情，将继续做好媒体沟通和公关传播工作，争取各方理解支持，为公司发展营造良好氛围，对于不实信息与抹黑也将坚决维权。

问题 10.公司 ADS2.0 何时开图？

答：尊敬的投资者您好，感谢您对公司的关注！公司 HI 产品具备华为 ADS2.0 功能，预计于本年度末逐步兑现释放。后续智选产品也将全部具备 ADS2.0 功能。

问题 11.公司后续产品储备、规划是什么？今年有什么新产品，何时上市？

答：尊敬的投资者您好，公司目前在对三个不同产品线进行开发，包括阿尔法系列车型，场景化车型以及智选合作车型。其中阿尔法 N6 系巩固品牌形象与技术实力、N5 系实现销量最大化；场景化产品以考拉为代表，通过场景化定义、满足和超越细分人群需求，逐步拓宽品牌边界，寻求新增长机遇；智选合作车型借助华为赋能，进一步提升产品洞察力与定义能力及销售能力，打造品牌技术标杆、豪华形象。

本年度末与明年年初，公司将按计划推出 N5 系列产品，为公司销售带来新的增长势能。

问题 12. 2023 年的定增机构中，有没有把限售股做为券源，提供融券？请给投资者明确答复，每次投资者提问，都是复制黏贴推三推四。

答：尊敬的投资者您好！公司严格遵守法律法规开展经营活动及相关工作，根据上海证券交易所转融通证券出借交易实施办法（试行）（2023 年修订）第二十条“可参与证券出借的证券类型包括：（一）无限售流通股；（二）参与注册制下首次公开发行股票战略配售的投资者（以下简称战略投资者）配售获得的在承诺的持有期限内的股票；（三）符合规定的其他证券。战略投资者在承诺的持有期限内，不得通过与转融券借入人、与其他主体合谋等方式，锁定配售股票收益、实施利益输送或者谋取其他不当利益。”因此上市后向特定对象发行的且仍在限售期内的股票不得作为融券券源。谢谢！

问题 13.请问公司大股东是否参与了转融通操作？

答：尊敬的投资者您好！经过审慎论证，公司控股股东及其关联人未做过融券业务。谢谢！

问题 14.公司的门店越开越少，从 200 多家店开到现在只剩 181 家店，EU 渠道的 300 多家店为何不能利用起来？难道不属于北汽蓝谷么？如果不属于为何销量算在蓝谷。

答：尊敬的投资者您好，目前极狐汽车 200 余家店面，分布在 65 个目标主销城市，覆盖 86%的 20-35 万 BEV 对私市场。城市覆盖率上，已完成 1 线城市 100%覆盖，四季度借助考拉车型上市，将向 3-5 线市场进一步拓展渠道。同时，结合网络发展规划，极狐进行网络开发的过程中，已经吸收了北京品牌的优秀投资人

问题 15.公司极狐这几年的销售费用上都比较高，在销售端有没有哪些改善呀？

答：尊敬的投资者您好，在公司倾注优势资源集中打造与持续改进中，极狐的销售体系已经取得了长足进步，销量提升效果初现，并为后续销售提升打下了坚实基础，具体体现为以下几个方面：

1、更加市场化的考核标准，激励市场销售人员全力兑现业绩指标。本年度以提升销量为目标，公司开展了优质资源全力支持销售的积极策略，对于一线销售人员及与销售业绩强相关部门采取了业绩强绑定、重激励、能上能下的考核指标体系，进一步释放销售端活力。

2、加强销售成功经验迅速复制、扩大销售人员技能库。对于单店、单人销售业绩过硬的，深入分析原因，高度还原和复制成功话术要点，对新上岗销售人员进行培训，对销售团队实现迅速赋能。

3、品牌力进一步提升，品牌形象高度聚焦。极狐聚焦“洞察、智慧、极智”的品牌精神标签，并建立起极狐即代表品质安全的消费认知，提升传播效率，有效触达目标人群。极狐阿尔法 S 和阿尔法 T 在各大垂直媒体关注热度峰值进入前 20，老用户转介绍率达 60%以上。

2023 年度上半年公司销量增势明显，累计销量 35191 辆，同比增长 106.88%，未来随着新产品逐步投入市场，公司还将进一步释放增长潜力。

问题 16.华为智选工厂何时开？为什么卖其他生产基地又买福田的生产基地？

答：尊敬的投资者您好！华为智选车型由北京高端智能生态工厂负责生产，北京高端智能生态工厂迁址变更项目于 2023 年 8 月 30 日通过公司股东大会审议后启动技术改造。综合考虑智选模式首款产品的投产时间需要、工厂技术改造的投资经济性等因素，公司决策通过购买北汽福田汽车股份有限公司北京多功能厂设备类资产并实施产线技术改造，并租赁密云工厂的土地厂房及附属设施，以满足公司新产品生产规划要求。

问题 17.高端车销量在北上广深，低端车销量在三四线城市。公司前期所有资源都在几个一线城市，现在就北京有点销量，其他大城市基本零销量。

请问考拉不考虑下沉销售吗？谢谢。

答：尊敬的投资者您好，随着考拉等 15 万元-20 万元产品陆续投放市场，极狐已经在今年下半年将渠道开发的重点向 3-5 线城市转移。

问题 18.贵公司的电车产品，充电 80%需要多长时间？有无换电业务？

答：尊敬的投资者您好，感谢您对公司的关注！极狐阿尔法 S 和 T 的快充功率达到 100kW，在大家经常使用的公共充电桩，从 SOC30%到 80%用时 30 分钟以内，充电 10 分钟续航近 120km。极狐阿尔法 S HI 版采用 800V 高压超充平台，最大充电功率突破 180kW，从 SOC30%到 80%仅用 15 分钟，充电 10 分钟续航接近 200km。另外，换电技术目前聚焦在对公市场。

问题 19. 2023 定增的 60 亿资金中，新款车型有两款涉及与华为的合作，是否还会履行。如果有变化，要不要公告？

答：华为智选车型由北京高端智能生态工厂负责生产，北京高端智能生态工厂迁址变更项目于 2023 年 8 月 30 日通过公司股东大会审议后启动技术改造。综合考虑智选首款产品的投产时间需要、工厂技术改造的投资经济性等因素，公司决策通过购买北汽福田汽车股份有限公司北京多功能厂设备类资产并实施产线技术改造，并租赁密云工厂的土地厂房及附属设施，以满足公司新产品生产规划要求。

问题 20. 尊敬的投资者您好，考拉家庭版的五座版目前正在开发，秉承考拉理念，计划明年下半年上市。小改的 5 座版居然需要一整年的时间，贵司这是什么效率？能否详细解释一下？

答：尊敬的投资者您好！首先，考拉今年 9 月份上市，受到了广泛的关注，也给我们提出了建议，考拉本身就是一款以用户需求为导向的产品，所以我们明年也会依托五座版持续升级现有产品。另外，五座版随着乘员数量的增加，不光是车辆参数的调整和整车调校的变化，也会带来不一样的使用场景需求的变化，需要我们在产品功能方面也做出更多的调整才能满足五座用户的需求。

问题 21. 极狐考拉除了传统的汽车销售渠道外。有没有尝试跨界进入大的母婴用品店展示销售。

答：尊敬的投资者您好！考拉亲子版车型所搭载的儿童座椅，就是极狐汽车与好孩子集团联合开发的专属安全座椅。目前，公司通过 IP 联名企划、渠道网络共建等方式，与母婴商店、月子会所、妇产医院等展开异业合作，同时拓展亲子出行生态圈，提升出行体验。

问题 22. 北汽这两年好几十亿的销售费用都花哪去了，我们投资人看着都很着急，到底销售端有没有改善？

答：尊敬的投资者您好！公司非常重视销售工作，将销售上量列为年度重点工作，已在几个方面取得初步成效：截至 2023 年 6 月份，极狐汽车建设完成 206 个门店，分布在 65 个主销城市，对 20-35 万价格区间市场覆盖率达到 86%；我们聚焦“洞察、智慧、极智”的品牌标签，初步建立起品质、安全健康的市场认知；极狐阿尔法 S 和阿尔法 T 在各大垂直媒体关注热度峰值进入前 20，老用户转介绍率达 60% 以上，单店销能也在稳步提升。

2023 年度上半年公司销量增势明显，累计销售 35191 辆，同比增长 106.88%。同时，极狐还在持续完善产品矩阵，全面突破 15 万到 30 万的纯电市场。今明两年，极狐将以场景造车的理念，陆续推出多款新品，实现产品策略从竞品对标到场景化应用的转型。谢谢！

问题 23. 公司提出的场景化造车具体指的是什么，场景化造车是公司未来战略么？

答：尊敬的投资人您好！感谢您对公司的关注！汽车行业已经到了一个非常卷的阶段，走出同质化竞争的泥潭是全行业的共同焦虑，场景化造车是北汽新能源超越产品同质化的竞争策略。

考拉就是我们场景化造车的第一个产品，从目前考拉上市的反应看，还是得到了消费者的认同。

场景化造车理念分为两个层次，一个是始终以用户为中心的产品价值观，要满足甚至超越用户的期待；第二个是打造移动的第三空间，解锁智能汽车的功能上限。场景化造车是针对特定人群在特定场景下的特定需求，给予一个出行解决方案。它的本质是极致体验。当我们把产品的个性化和定制化做到极致，成为客户眼里的独一无二，就可以在极大程度上避免价格战的侵扰，保障企业按自己的节奏平稳经营。