

证券代码：600166

证券简称：福田汽车

编号：临 2023-052

北汽福田汽车股份有限公司

关于 2022 年度及 2023 年第一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 5 月 12 日(星期五) 15:00-16:00 通过电话会议的方式召开了业绩说明会，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 5 月 5 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 2022 年度及 2023 年第一季度业绩说明会暨问题征集的公告》(公告编号：临 2023-049)。

2023 年 5 月 12 日(星期五) 15:00-16:00，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，董事会秘书龚敏先生，独立董事李亚先生、刘亭立女士，新能源业务副总裁秦志东先生，营销副总裁刘旭光先生，财务副总裁李庆华女士，董事会办公室主任、证券事务代表陈维娟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

2022 年，商用车市场深度回调，全年实现销量 330 万辆，同比下滑 31.2%。福田汽车实现销售 46 万辆(含福田戴姆勒产品)，市占率为 13.9%，同比提升 0.4 个百分点，保持了商用车第一的位次；其中新能源车销量 2.18 万辆，同比提升 155%；海外出口 8.77 万辆，同比提升 53%，连续 12 年保持商用车出口第一位；在去年商用车市场下滑严重的环境下，海外出口和新能源这两个战略业务都实现了大幅增长并超额完成目标，说明公司的经营质量和比较优势都得到了明显的提升，也为十四五发展奠定了较好的基础。

2023 年一季度商用车市场总销量 93.8 万辆，同比下滑 2.9%；公司一季度实现销量 16 万辆，同比增长 14.4%，市场占有率 17.1%，同比提升 2.6 个百分点，比较优势还是比较明显。

公司 2022 年实现营业收入 464.5 亿元,同比减少 15.5%;实现利润总额 1.36 亿元,扣除北京宝沃相关事项(主要是宝沃抵债资产折旧)对利润总额的影响约-2.29 亿元后,公司利润约为 3.65 亿元,同比增加 0.23 亿元。主营业务影响因素为:2022 年商用车行业销量下滑 31.2%,公司同比下降 29.21%,略优于行业降幅;公司坚持“聚焦商用车”、“精益运营”战略,持续推动全价值链降本增效,期间费用率有所降低;报告期内聚焦核心市场和优势产品,海外业务以及大中客销量同比提升,降低了国内商用车市场下滑对利润的影响。

2022 年一季度公司实现营业收入 149.7 亿元,同比增长 20.9%,利润总额为 3.51 亿元,同比增长约 2.06 亿元,主要原因为产品销量同比增长,市占率不断提升,公司市场竞争力不断提升;福田康明斯、采埃孚福田等合联营公司投资收益同比增加,影响利润同比增长;持续推动全价值链降本增效,销售费用率及管理费用率同比均有所下降。

三、投资者提出的主要问题及公司回复情况

1、公司对今年和未来 3 年重卡、轻卡、客车行业的判断?

答:今年从整体看经济恢复情况较好,一季度 GDP 达到 4.5%,增速超预期;具体来看,出口和投资都起到一定拉动作用,居民消费目前也在向好。随着经济逐步向好,商用车市场将延续恢复势头,今年二季度和下半年整体的销量走势预计稳中有升。

重卡:2023 年预计销量 85 万辆左右,同比增长 25%左右,核心驱动因素主要是消费的恢复对于大宗物流和干线物流起到支撑作用、基建的拉动以及出口的加持。轻卡:2023 年预计销量 180 万辆左右,同比增长 10%左右,主要是消费的带动,因为轻卡的应用场景主要在城市配送和县域经济服务。轻客:2023 年预计销量 38 万辆左右,同比增长 18.8%左右;大中客销量 9 万辆左右。预计未来三年商用车仍将保持平稳增长态势,整体区间应该会在 400 万-450 万之间稳步增长。

2、公司 4-5 月份订单和排产状况,如何看待 Q2 销量和下半年的市场销量情况?如何展望 Q2 及未来的业绩?公司今年的收入和业绩目标?

答:从 4、5 月份的订单情况来看,订单量基本保持在 5 万台/月,排产情况也基本如此,整体情况较好。

根据证监会有关规定,上市公司不能提前做业绩预测,因此我们对二季度和下半年商用车行业的总体发展趋势做一个判断。

我们认为二季度商用车市场会相对平稳,预计销量 95 万辆左右,同比增长 28%-30%,核心原因:一是出口市场的增长还会延续;二是随着中央和各地方政府稳经济增长和促

进消费的政策落地，消费端会有一个比较强的支撑；三是商用车结构上会出现几点变化：在 3060 双碳目标战略引领下，新能源的市场会持续向好，对油车形成一定的结构性转化；受经济复苏节奏缓慢影响，市场需求仍以经济型产品为主；县域经济和乡村振兴深入推进，货物运输品质要求提高，带动环卫车、冷藏车等专用车市场需求稳定增长。

下半年我们判断整体销量在 190 万到 200 万之间，同比增长 20%左右，全年销量在 380 万-400 万辆左右，核心驱动因素就是经济的好转、消费的支撑作用以及基建的开工等等，以此带动自卸、搅拌、皮卡等工程类车辆需求，同时消费带动了整个干线的重卡、区域集散的中卡、再到城市配送的轻卡的全面复苏。

2023 年公司销量目标是确保实现销量 55 万辆（含福田戴姆勒），争取实现 60 万辆（含福田戴姆勒）。公司安排了八大战略，第一个是新能源战略，也作为福田的第一战略，在新能源上做了独特的战略性安排和战略性投入布局，保证经营质量，既稳扎稳打，同时又从规模上实现领先；去年实现销售 2.18 万辆，今年目标是保 4 万争 5 万。第二是国际化战略，今年海外销售目标 10 万辆，要通过重卡和皮卡来实现增量，同时海外也是公司利润的主要来源之一。第三是南方战略，南方市场基本上在 100 万台左右的规模，是我们增量最大的一个潜在区域，我们今年的目标是占有率增加三个点，净增量至少是 3 万辆。第四是后市场战略，包括配件、二手车等后市场业务，未来我们要建立一个 8-10 亿利润的目标。第五是规模领先战略，规模要做到第一，同时提高利润水平。再就是投资战略、数字化战略和人才战略，公司围绕八大战略和 2025 年目标做充分的布局 and 安排。

3、去年降本对盈利的影响量化来看有多大？降本增效还有多少潜力可挖掘？

答：从管理会计口径看，2022 年实现采购降本降幅 2.6%，管理和销售人员人工成本降幅 6%，广告与传播费用、会议费及咨询费共降幅 27%。2023 年继续大力推进采购降本，2023 年通过费用精细化管理、生产组织模式调整等降本手段及措施，目标实现营销费用降低 0.4%，工厂单台制造费用降低 10%，一般管理费用降低 5%-10%。

4、截止目前，公司出口情况？

答：从近三年中国商用车出口看，从 2020 年 23 万辆到 2021 年 40 万辆再到 2022 年 58 万台，出口连续增长，主要原因是海外汽车产业链断供，给中国商用车提供了进入市场的机会，同时中国商用车整体的竞争力在提升，中国商用车在产品的平台架构、功能配置、性能与可靠性等方面大幅升级并且具有明显的性价比优势，从而保持商用车出口的高增长。

2023 年一季度中国商用车出口 16.8 万辆，同比增长 28%，今年出口增幅虽会有所放缓，从目标市场看，今年出口总量预计 70 万左右，保持 20%的增长率。

公司 2022 年出口 8.8 万辆，同比增长 56%，2023 年一季度出口 2.8 万辆，同比增长 25%，今年出口预计超过 10 万辆，从结构上看，重卡、皮卡、新能源将有较大贡献。

5、出口的持续性和展望？

答：从商用车总趋势上判断，预计未来三年海外商用车出口仍保持 10%左右增速，预计 2025 年超 80 万辆，主要原因：一是从今年开始全球的经济整体在恢复；二是中国产品本身的竞争力与性价比有较大优势；三是中国无论商用车企业，还是乘用车企业都加大了海外的布局，由贸易到 KD 工厂属地化，再到在主要目标市场产业化落地；四是汽车的产业链很长，中国产业链的优势将继续保持。中国商用车规模大，具备成本优势，支撑产品迭代。因此，即使未来地缘政治有影响，或者全球经济复苏不及预期，中国商用车出口仍将会持续增长。

6、扣除投资收益后的一季度利润表现一般，这块非经主要是什么？未来趋势是怎样的？

答：2023 年一季度非经常性损益 1.32 亿元，同期为 0.58 亿元，增加 0.74 亿元。主要由于：本期处置智悦发动机等资产，影响非经损益增加 0.64 亿元；公司间接持有亿华通股票本期股价上涨，影响非经损益增加 0.51 亿元；政府补助同比减少 0.25 亿元。

未来公司将持续推进聚焦商用车，对核心业务要素进行创新变革，加大扭亏控亏力度，推进全价值链降本，致力于提升可持续的主营业务盈利能力。

7、为什么公司收入持续高于现金流量表中的现金流入？

答：公司现金流包含增值税，但营业收入为不含税金额，营业收入加上增值税后仍大于现金流量表的销售商品、提供劳务的现金流入主要原因为：影响比较大的是公司收入确认口径的问题，票据背书是公司的重要结算方式，由于票据背书不产生现金流入，影响销售收款和采购付款现金流同时减少；公司国内批发业务主要为现款提车，出口业务和公交集团等大客户业务存在分期或信用证结算情况。

8、公司新能源车价格走向，定价策略及盈利情况？

答：新能源车价格主要受原材料价格、市场竞争和价值链的成熟度多重驱动。首先，新能源车三电系统占整车成本 60-70%，其中电池约占 50%左右，电池价格的波动直接决定了新能源车价格走向。特别是碳酸锂的价格的波动，电池级碳酸价格从 2022 年 11 月的 60 万元/吨降至现在不足 20 万元/吨，降幅超过 60%，磷酸铁电池价格大概降了 20-

25%，新能源整车的价格也将随之下行，会对新能源补贴退坡形成一定的对冲。

其次，新能源市场将从政策驱动转变为政策+市场的双轮驱动，进而实现完全市场驱动，随着新能源的市场化进程，新能源车的价格也将逐步合理下行。再次，随着客户环保意识增强、新能源车 TCO 优势显现，市场规模将逐步扩大，新能源车的价值链也将越来越成熟，单车成本将逐步降低。

公司新能源的定价策略总体采用市场竞争定价与成本导向定价相结合的模式。对于市场规模大且已经实现 TCO 驱动的市场如小 VAN，完全采用竞争定价，抢占市场或保持竞争优势，提升规模；对于市场规模较大且 TCO 驱动初步显现的微卡、中 VAN 和轻卡市场，采用市场竞争定价为主导，同时结合品牌的情况有一定的议价，以实现保持或提升市场地位；其他采用市场竞争定价和成本导向定价相结合，保持产品一定的附加值水平及价格竞争力。

盈利情况：目前新能源的还是处于前期投入阶段，受到规模化不足、市场竞争激烈影响，新能源业务盈利情况不太理想，公司目前新能源的盈利来源主要为出口和客车业务。随着新能源业务规模提升、海外战略的强化及电池价格下行，盈利情况将会得到逐步改善。

9、22 年报披露还有一定宝沃影响，未来宝沃的影响如何展望？

答：2022 年度北京宝沃相关事项对公司利润总额影响约-2.29 亿，主要为北京宝沃抵债资产折旧以及相关债权减值的影响。今年公司与东安进行了产业链合作，智悦发动机合资公司的设立，有效盘活了该部分 5.7 亿元的资产，后续公司将积极推进宝沃资产的利用和盘活，提高资产的利用效率，有效去除历史负担。因为公司已经对北京宝沃相关的资产和债权进行了足额的减值计提，未来不会对公司利润产生大的负面的影响。

10、针对重卡和轻卡产品，在动力系统主要依赖于合资公司的情况下，公司如何构建长期产品竞争力，提升市场占有率？

答：从重卡价值链来看，欧曼重卡产品动力链主要由福康发动机和采埃孚福田变速箱这两个核心动力模块支持。重卡未来的竞争力主要体现：第一，康明斯和采埃孚与我们是长期战略合作伙伴，在技术和规模上相互支撑和支持。第二，虽然发动机变速箱是合资公司的产品，但是公司掌握了整车集成以及匹配标定技术，由此带来的油耗优势和性能优势，为重卡产品带来了很大的价值；公司在整车产品上布局了全新平台包括油车、纯电动、氢燃料产品，同时在核心模块包括整车控制器 VCU、电驱动、电机控制器 MCU、电池 Pack 和氢燃料电池等将逐步实现自主化，部分技术和模块已在公司新能源车型上

陆续体现。随着重卡产品的新能源化，自主技术和模块将支撑公司未来的差异化竞争力。

轻卡产品一直是公司最具优势的产品，无论是国内还是海外，今年一季度这个优势又进一步体现。公司 3.5T-4.5T 轻卡产品市占率已达 34%，6T 轻卡产品市场占有率 27%，3.5T-14T 轻卡产品整体市占率已达到 30%。轻卡产品公司具备规模优势，福田汽车将“既有优势，再造优势”，在新能源、混动、AMT 上加大投入和推广力度，实现持续的竞争力。

11、公司内部在组织或流程上有什么变化或变革来增强运营管理效率，目前已经体现了什么样的效果，未来的效果如何评估？

答：公司前期的“三年行动计划”调整已见成效，公司在这个基础上已经实现了稳步的增长，今年进一步提出了“二次创业”，制定新的“三年行动计划”以推动公司实现跨越式增长。基于 2025 年战略目标规划，福田汽车需打造支撑总量 100 万辆、其中新能源和海外各 15-20 万辆规模的运营体系，为此公司已经启动了为期三年的“业务流程变革与数字化转型”项目，从战略、营销、研发、供应链、财务等领域全面推进体系升级，提高运营效率，目前已经取得阶段性成果。

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。

上述交流回复内容涉及预测数据不代表公司对 2023 年度的盈利和预测，存在一定的不确定性，敬请投资者特别注意投资风险。

特此公告。

北汽福田汽车股份有限公司

董 事 会

二〇二三年五月十四日