

证券代码：601127

证券简称：赛力斯

赛力斯集团股份有限公司投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<input type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（请文字说明其他活动内容）
时间、接待对象	2026年3月30日 20:00-21:30 国联民生证券、东吴证券、中金公司、中信建投、中泰证券、长江证券、招商证券、广发证券、国信证券、国盛证券、华西证券、银河证券、方正证券、华泰证券、西部证券、天风证券、中信证券、国泰海通证券、国金证券、东北证券、华创证券、东方证券、西南证券、开源证券、国海证券、甬兴证券、中邮证券、兴业证券、摩根士丹利、美银证券、UBS、德意志银行、摩根大通、汇丰银行、高盛、野村国际证券、Jefferies 等
地点	进门财经平台（线上会议）
上市公司接待人员	公司管理层
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次线上会议主要交流的问题如下：</p> <p>Q1：问界 M6 在 3 月 23 日开启预售，请问现在的订单情况？问界 M6 对公司的利润增长是否会有贡献？</p> <p>A：问界 M6 开启预售 24 小时订单超 6 万，随着展车进店，订单数进一步快速增加；从目前的订单看，年轻化人群和纯电比例大幅提升。</p> <p>问界 M6 搭载华为乾坤智驾 ADS4 高阶版、空气悬架；可玩性极强的灵感橱窗，整车运动、好看、好玩、智能。</p>

问界 M6 基于魔方平台打造，采用平台化和规模化的供应链，公司的产品策略是打造大单品，目标就是每款车都要对公司实现盈利贡献。

问界各车型定位清晰：M9 产品定位全景智慧旗舰 SUV，科技车皇，宜商宜家；M8 产品定位家庭智慧旗舰 SUV，全家都满意；M7 产品定位幸福旗舰 SUV，覆盖主流高端 SUV 需求；问界 M6 产品定位新锐智慧 SUV，满足小家庭需求及悦己个性表达；M5 产品定位高颜都市性能 SUV，年轻、运动、操作灵活。不同车型在价格带、空间形态、功能配置上各有侧重，希望问界成为大家购车首选。

Q2：新品类拓展方面，请问公司是否会推出轿车、MPV 等产品？公司中长期的产品规划和销量目标？

A:2025 年，问界在高端新能源 SUV 市场份额超 20%。公司的首要任务是在这一高速增长 SUV 赛道上持续保持领先，进一步丰富产品布局，夯实 SUV 产品矩阵。

同时，问界在坚持高端定位的前提下，拓展多元品类和价格带。拓展的新产品仍然会坚持大单品战略，更强调全生命周期的持续成功。

魔方技术平台支持多元动力、多品类、多尺寸扩展，公司将结合品牌发展阶段与市场节奏，推进新品类布局和产品准备。同时以持续技术迭代和焕新，实现产品力、用户体验领先。

销量上每年都努力保持一定速度增长，未来两年内争取尽快完成第二个百万辆目标。

Q3：公司加大了研发投入，在平台化、电子电气架构等方面有哪些独特的技术储备，能帮助供应商在问界

车型上发挥出比竞品更好的体验？这种外部赋能+内部深耕的模式，是否能形成独特的技术护城河？

A：公司多年高强度研发投入，已经具备持续打造大单品的能力基因。我们与华为的联合设计，形成了问界电动化及智能化的领先优势。

电动化方面，超级增程纯电驱动、无里程焦虑、全场景高效适配。2025 年公司增程器市场份额达 37.5%，位居行业第一。

智能化方面，截至 2 月 28 日，问界累计辅助驾驶用户 87 万，累计辅助驾驶里程 61.3 亿公里，其中 2026 年春节期间问界辅助驾驶里程 3.3 亿公里，问界 M9 辅助驾驶里程占比高达 51.9%。公司发布了智能安全体系，首创“以场景定义安全”。2025 年，问界汽车为用户避免了 136 万次可能的碰撞，自动紧急避让（eAES）避免潜在事故 1,753 次，误操作提示 6,035 万次。

公司以 AI 赋能的“产业大脑”和数智能力底座为基础，实现从产业生态协同到集成化价值跃升的持续演进。通过智能化生产与智能化质量管理的深度协同，实现质量全流程可视化及可追溯化，强化制造一致性与质量稳定性。2025 年，问界品牌单月最高交付超 5 万辆。问界 M9、问界 M8、问界 M7 包揽杰兰路中大型及以上 SUV 市场产品质量榜单前三名。

Q4：公司 2025 年四季度销量增长，但利润下降。请问具体原因是什么？

A：公司 Q4 新能源汽车销量 16.8 万辆，环比增加 3.5 万辆。Q4 销售费用 82.04 亿元，环比增加 11.55 亿元；研发费用 28.95 亿元，环比增加 7.65 亿元。Q4 根据会计准则计提资产减值 12.57 亿元。同时，碳酸锂和

内存等关键原材料成本上涨对公司的利润水平造成一定影响。

销售费用投入方面：尽管问界在高端 SUV 领域已获得用户广泛认可，但高端品牌建设仍需遵循系统性和长期性特征持续投入。当下对于问界而言，尚处于品牌建设投入期，公司正在构建服务百万量级用户的体系能力，服务用户的渠道需要进行全面升级，为产品、用户体验升级夯实长期向上发展根基。但长远来看，销售费用率会呈下降趋势。

研发费用投入方面：公司在坚持主要投向问界业务的基础上，同步加大了对出海车型、创新业务的研发投入，因此四季度公司研发费用环比有所增加。我们知道大家非常关心公司的研发投入所转化形成的技术竞争力，在前一个问题中，我们已通过详实的数据展示了公司多年持续高强度研发投入所构筑的技术领先优势。

人才方面：公司聚焦高技术人才，2025 年末的研发人员总数较上年同期增加近 3,000 人，同比增长 45%；聚焦中高层人才，核心骨干同比增长 41%；聚焦高学历人才，通过校招引入的博士人数增长 105%，硕士人数增长 72%。人才引进集中在下半年。

资产减值是基于会计审慎原则进行的必要减值，对当年利润有影响，但今后有利于公司健康发展，提升资产质量和效率，夯实业绩持续增长基础。

此外，我们在保障供应链安全的前提下，通过集成化集聚化、技术创新、提高运营效率实现降本增效，将盈利能力保持在合理水平。

Q5：前面管理层提到了中长期的销量规划，请问公司 2026 年的销量目标？

A: 问界将深耕高端市场。

国内，公司将在巩固高端市场领先地位的基础上，争取规模量增长，并构建服务好百万量级车和用户的体系能力。

海外，公司正加快海外产品的市场布局。今年下半年将有多款车型在海外多国上市销售，贡献新的增量。

Q6: 公司已经在港股上市，但出海业务暂无显著进展，大家都期待公司在海外能够尽快取得突破。请问，公司出海业务的战略规划和销量目标？

A: 问界坚定高端出海，在电动化和智能化方面打造竞争力。去年公司针对目标市场因地制宜开展产品适配，在电动化、智能化关键技术与场景化体验方面持续投入，也同步搭建了服务高端用户的销服体系。但受海外客观因素的影响，出海进展较计划有所延迟。

今年我们已经对重点区域布局进行调整，率先进入中亚等市场，逐步建立适配全球的体系化产品矩阵与成熟销服能力，并不断开拓新的海外市场。

公司出海业务，长期目标是海外销量占公司销量的30%。

Q7: 公司创新业务的具体规划？产品落地的形态和时间节奏？

A: 技术层面，汽车向 L4+具身智能方向演进，同源、同构、同链是未来核心技术发展趋势。场景应用上，公司将聚焦车业务协同，包括面向 C 端的零售、服务、陪伴以及面向 B 端的制造、物流。

产品形态包括双足、四足、轮式及轮足复合智能机器人，预计今年内会与大家见面。

	<p>Q8: 大家期待公司能有更好的业绩，也期待公司能在资本市场有更好的表现。请问，公司采取了哪些措施维护广大股东的权益，特别是中小股东的权益？</p> <p>A: 首先感谢股东对公司发展真金白银的信任和支持。无论在转型的艰难时刻，还是技术攻坚的关键阶段，都给予了赛力斯莫大的发展动力。我们也将以稳健的经营和长期可持续的成长回报股东。</p> <p>本次董事会审议通过了回购计划，回购规模 10-20 亿元，回购股票将全数用于注销，提升每股收益。除了这次回购，我们在 2023 年也实施了股票回购计划，回购金额超 2 亿元。</p> <p>公司 2024 年盈利之后，坚持多次分红，加上 2025 年度分红后，累计分红近 40 亿元。</p> <p>公司的团队始终看好公司，坚持长期主义，近两年累计增持超过 2 亿元。从年报披露的持股数量明细可见，公司高级管理人员在增持后从未减持。</p> <p>未来，我们首先会做好经营，通过公司的长期发展，夯实核心竞争力，提升公司内在价值，同时综合运用各种合规措施做好市值管理、倾听广大股东的心声与建议。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2026 年 3 月 30 日