证券代码：000625、200625 证券简称：长安汽车、长安B

重庆长安汽车股份有限公司投资者关系活动记录表

 编号：2019-21

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | ■特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动□现场参观 □其他（请文字说明其他活动内容）  |
| 参与单位名称及人员姓名 | 天风证券——张程航；上投摩根——章韧；殷实投资——陈曦；亘曦资产——何亚东 |
| 时间 | 2019年5月6日 |
| 地点 | 公司会议室 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会办公室主任——揭中华；合资合作部高级经理——周江 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 1.长安汽车发展战略如何？答：面对汽车市场“低增长，微利润”的新常态，长安汽车将以“愿景2025”为牵引，改革创新，激发活力，聚焦核心，整合资源，强化效率，提升效益。以创新为驱动，将“效率”打造成为组织核心竞争力。以四大战略举措为抓手，强优去劣，实现第三次创业——创新创业计划。 坚持自主与合资两条腿，坚持传统业务与新兴业务协同，打造世界一流汽车企业，从服务客户向经营客户转型，从经营产品向经营品牌转型，从传统产品向智能化+新能源产品转型，从提供产品的传统企业向智能出行科技公司转型。2.长安福特未来的规划及产品投放计划答：2019年4月，福特汽车公司在 “福特中国2.0”发布会上，宣布全新的业务提升计划，加速公司业务转型，聚焦中国市场，进一步兑现其“更福特、更中国”的承诺，正式开启福特在中国市场的2.0时代。此次发布主要集中在加速产品研发和投放速度、研发智能科技、深化战略伙伴合作关系、坚持创新和本土人才培养等五大计划，并通过建设中国创新中心、中国设计中心、中国产品中心和中国新能源车中心在内的四大中心来加速这一计划的实施。作为“福特中国2.0”转型的核心之一，福特汽车推出“福特中国产品330计划”，将加速在中国的新产品开发和市场投放速度，更好地提升产品的市场竞争力。根据这一计划，公司计划在未来三年内，在中国市场推出超过30款新车型，产品涵盖福特和林肯两大品牌，其中超过10款为新能源车型，并加大在自动驾驶方面的研发力度，为中国消费者提供更多针对他们的需求而打造的产品。 3. 长安汽车智能化战略情况？答：2018年8月24日，长安汽车发布智能化战略——北斗天枢计划。该战略的核心是，长安汽车将从传统的汽车制造企业向智能出行科技公司转型。以“在你身边，相知相伴”为理念，长安汽车将打造车内智能出行伴侣“小安”，为客户提供安心、开心、知心、省心的“四心”智能移动体验，创造美好出行生活。为实现以上战略目标，长安汽车将实施“4+1”行动计划——知音伙伴计划、合作共创行动、智能体验行动、智能联盟行动+千人千亿计划。知音伙伴计划——个性化定制懂你的“汽车平台”和服务。长安汽车将以客户为原点，构建从识别、达成、评价到改善的全过程客户体验体系，精准洞察客户痛点与兴奋点，基于“人、车、地”多场景模拟，设计用户体验方案，并贯穿于产品和服务的全生命周期。到2020年，建立1个客户体验中心、5大体验研究基地，打造千人级客户体验团队，形成千万级客户体验大数据。到2025年，将建立5个全球体验中心、9大体验研究基地，打造万人级客户体验团队，形成亿级客户体验大数据。合作共创行动——开放技术创新平台。联手科技企业、互联网及供应商资源，打造软件数字化开放平台。2020年前，建成L3级自动驾驶智能开放平台；2025年，建成L4级自动驾驶的智能开放平台。智能体验行动——为您提供极致出行体验。2020年，长安汽车将不再生产非联网新车，实现新产品100%联网；2025年，长安汽车的车载功能实现100%语音控制，L4级智能驾驶产品将上市。智能联盟行动——组建北斗天枢联盟。将整合全球资源，构建智能驾驶、智能网联、立体交通三大产业生态联盟，与合作伙伴实现共赢。千人千亿计划——夯实两大保障。人才保障方面，到2020年，打造2000人规模的开发团队，其中软件开发人员占比40%。到2025年，打造5000人规模的开发团队，软件开发人员占比提升至60%。资源保障方面，整合社会资源，重点布局智慧出行、人工智能、芯片、高精地图、语音交互、全息技术等领域。 |
| 附件清单（如有） |  |
| 日期 | 2019年5月6日 |