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：2020-7

|  |  |
| --- | --- |
| 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 | 观富资产——赵栋 |
| 时间 | 2020年5月12日 |
| 地点 | 科技大楼一楼 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事会办公室主任——揭中华 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 一、交流问答  1.蓝鲸动力平台对公司有什么战略意义？  答：为了实现“永不妥协的高效能汽车动力解决方案”，在长安汽车中国、英国及全球研发团队“时差接力”的不间断研发努力下，以“引领汽车文明，造福人类生活”为使命的长安汽车深挖用户核心需求，整合全球研发资源，历时4年打造了中国品牌首个基于领先的模块化顶层设计，面向下一代排放、油耗标准的全新模块化发动机研发平台——蓝鲸NE动力平台，填补了中国汽车平台化开发领域的空白。基于领先的模块化顶层设计，蓝鲸NE动力平台设计兼容1.0-1.8L排量，通用化率高达98%，产线自动化率、智能化率均达到国际先进水平。在满足国6b排放标准的同时，蓝鲸NE动力平台预设欧7升级路径，配合3.0Nm/kg的轻量化技术指标，全系兼容48V、HEV、PHEV、REEV设计，全面拥抱电气化时代，打造了“10年都不过时的动力技术平台”，坚定助推长安汽车“香格里拉计划”落地。  2019年11月4日，“中国心”十佳发动机评选结果揭晓，蓝鲸1.4T高压直喷发动机榜上有名。该奖项是世界三大发动机评选之一，是中国市场唯一有影响力的发动机评选，这也是长安连续三年荣获该项荣誉，2019年，长安蓝鲸1.4T高压直喷发动机在众多机型中，脱颖而出；蓝鲸NE1.5T高压直喷发动机已于2019年11月在英国亮相，按照产品规划很快将会应用在长安新的产品当中，敬请期待！  2.公司研发投入转化为产品力的体现有哪些？  答：2019年长安汽车全球研发中心正式投用，进入“开放共享，全球协同”研发4.0时代。全年申请专利904件，其中申请发明专利402件，截至2019年，拥有有效发明专利1415件。与华为、腾讯、博世、青山成立联合创新中心，打造急速创新高地。CS75PLUS荣获2019国际CMF设计至尊金奖，荣获2019年度中国智能汽车指数测评和中国汽车健康指数VOC/VOI板块测评双料冠军。蓝鲸NE平台化产品最高热效率40%，多项指标行业领先，荣获“中国心”十佳发动机称号。  3.公司第三次创新创业落地情况如何？  答：2018年4月，正式对外发布第三次创业-创新创业计划，以打造世界一流汽车企业为目标，以创新为驱动，将效率打造为组织核心竞争力，着力推动四大转型，助力长安汽车向智能出行科技公司转型。  1个目标——打造世界一流汽车企业。  1大核心——将效率打造成为组织核心竞争力。  4大转型——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，从提供产品向提供产品+服务+出行解决方案转型。  3大创新——模式创新：整合公司内外资源发展；经营创新：经营品牌、客户、资源；管理创新：核心是激励创新，激发员工内动力，提升效率。  战略转型深入推进，改革创新稳步实施。进一步明确了“强主业、稳转型、拓市场、建生态”的总体发展思路，通过对行业形势的充分研判，结合企业发展规划，着力围绕“智能”“出行”“科技”的战略布局，进行资源聚焦配置。有序推进新能源、江铃控股、长安PSA等8大改革项目。江铃控股改革成为行业首个央企、地方国企、民企混改案例。深化组织变革，基于矩阵式变革要求，构建专职化战略业务承载团队，组织活力、效率不断提升；强化激励约束，持续开展人岗匹配与项目跟投机制；人员结构持续优化，加大对智能化、新能源、资本运营等领域人才引进和投入。  4.长安福特目前更加中国化的进展情况如何？  答：2019年9月，公司与福特汽车公司在重庆签署深化战略合作协议，并发布长安福特加速计划。双方将以合资企业长安福特汽车有限公司和全国销售服务机构（NDSD）为载体，汇集双方母公司优势，增强长安福特的研发能力，加速产品更新升级与智能制造水平，将长安福特在“研、产、供、销”体现全面升级，为中国市场和中国消费者提供更加符合本土出行需求和品味的技术与产品。  一是加速产品更新：未来三年，长安福特将投放至少18款新车型，进一步完善产品谱系，首款林肯品牌SUV车型年内在长安福特投产，明年，全新福特探险者也将进行国产。  二是加速针对中国客户的产品研发和测试能力：成立长安福特研究院，从产品规划、造型结构、整车项目管理等各环节产品进行开发，根据中国消费者的审美和使用偏好、设计出更好的产品，服务中国市场，并与福特汽车（中国）有限公司实现资源共享，加速本土研发测试能力及产品验证速度，缩短开发周期。  三是加速智能制造水平升级：加速福特品牌和林肯品牌新车型的国产化进程，并为未来新能源车型国产化做准备。  四是加速营销能力提升：秉承着“以消费者为中心”以及“创新和先锋”的品牌精神，强化福特品牌形象，全面提升客户体验，并优化经销商网络，提高经销商盈利能力，确保持续性发展。 |
| 附件清单（如有） |  |
| 日期 | 2020年5月12日 |