



福内准字 2012-E006

董办简报

2025.8
2025 年第 8 期



公司名称：北汽福田汽车股份有限公司地址：北京市昌平区沙河镇沙阳路邮编：102206

公司网址：www.foton.com.cn 投资者热线：010-80716459

CONTENTS 目录

行业指标

P3 汽车上市公司指标统计

福田快讯

P6 公司近期重要事项

信息披露专栏

P28 决议公告/临时公告/定期报告

产销快报

P30 福田 2025 年 8 月份各产品产销数据

证券市场

P31 沪市动态

P31 汽车板块动态

数据研究

P38 主要汽车上市公司 2025 年 7 月销量汇总

监管动态

P40 2025 年 8 月监管案例

董办简报

2025 年第 8 期

《董办简报》创办于2006年，内容涵盖公司近期重要事项和信息披露公告，月度产销快报等。

《董办简报》是福田汽车对外宣传的窗口之一，也是公司对内进行沟通的渠道之一。投资者通过《董办简报》可以较为全面地了解近期的公司经营管理情况；公司董事、监事、经理层及员工通过《董办简报》也可以较为全面深入地了解公司近期重要事项的决策及治理情况。

主办：董事会办公室

主编：陈维娟

责任编辑：王雯

编辑：李正超

投稿邮箱：600166@foton.com.cn

联系电话：010-80716495

版权所有。

上证指数 K 线图



(上证指数 K 线图, 截至 8 月 31 日)

福田汽车股价走势图



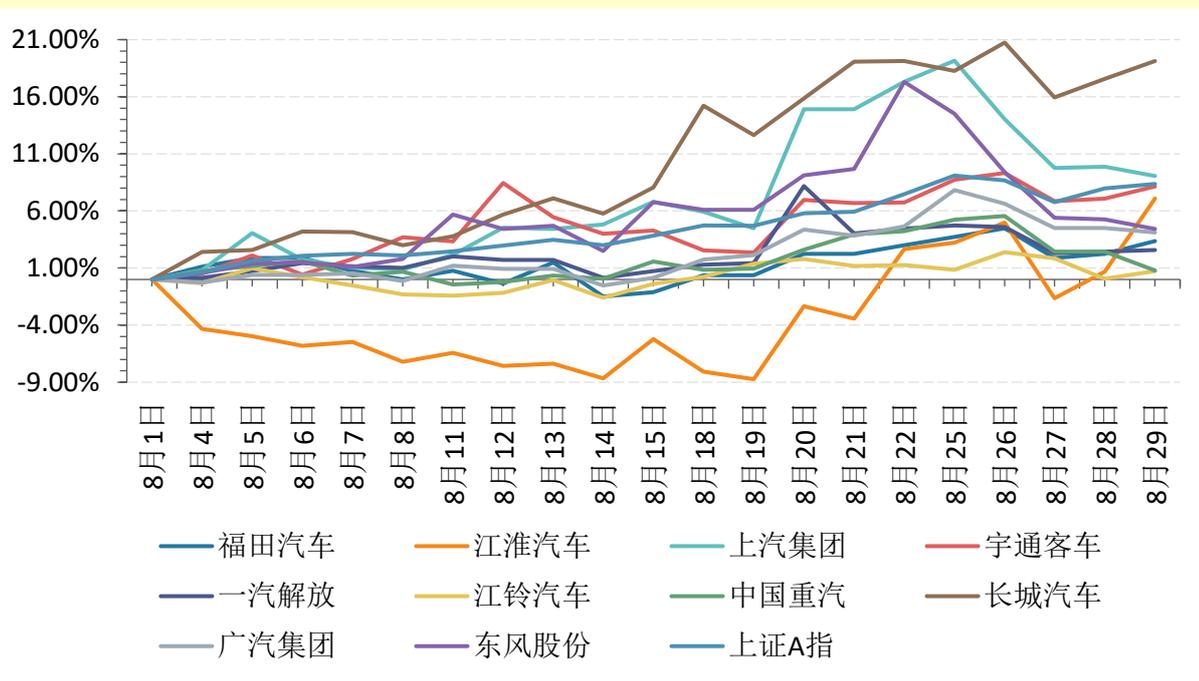
(福田汽车 K 线图, 截至 8 月 31 日)

21家汽车行业上市公司指标统计（按股价涨跌幅排序）
（8月1日-8月31日）

序号	证券简称	2025年8月1日-31日股价		(截至2025年8月31日) 估值指标				
		收盘价元 (8.31)	涨跌幅%	每股 收益元	市盈率 (TTM)	市净率	总股本 /亿股	总市值/亿 元
1	千里科技	11.82	43.80	0.01	1,187.70	5.06	45.21	534.39
2	长城汽车	25.85	19.51	0.74	18.51	2.63	85.59	2,006.03
3	宇通客车	27.62	10.83	0.87	13.97	4.64	22.14	611.49
4	江淮汽车	54.45	10.00	-0.35	-41.61	11.23	21.84	1,189.19
5	上汽集团	18.79	9.37	0.53	204.51	0.73	114.95	2,159.96
6	北汽蓝谷	8.84	8.87	-0.41	-7.37	15.38	55.74	492.70
7	比亚迪	114.06	8.38	1.71	24.68	4.94	91.17	10,038.97
8	赛力斯	136.91	7.88	1.87	30.79	8.36	16.33	2,236.24
9	海马汽车	4.65	6.16	-0.05	-122.00	4.55	16.45	76.48
10	东风股份	7.55	5.45	0.05	247.62	1.81	20.00	151.00
11	中通客车	11.52	5.40	0.32	20.77	2.25	5.93	68.30
12	曙光股份	3.71	5.40	-0.21	-7.26	2.12	6.84	25.36
13	中集车辆	9.10	5.32	0.21	18.43	1.18	18.74	132.28
14	广汽集团	7.85	3.97	-0.25	-24.77	0.72	101.97	670.15
15	福田汽车	2.77	2.97	0.10	49.48	1.45	79.17	219.31
16	一汽解放	7.15	2.73	0.00	214.78	1.35	49.21	351.87
17	金龙汽车	12.52	1.46	0.16	43.25	2.84	7.17	89.77
18	江铃汽车	20.70	1.21	0.85	13.00	1.59	8.63	141.16
19	安凯客车	5.87	1.03	0.02	282.38	6.28	9.40	55.15
20	中国重汽	18.14	-0.71	0.57	13.93	1.37	11.75	213.12
21	长安汽车	12.57	-2.26	0.23	18.38	1.64	99.14	1,105.54

注：福田汽车市盈率（TTM）为49.48，排名行业第五，高于汽车行业平均市盈率29.51。

主要汽车行业上市公司涨跌幅趋势 (8月1日-8月31日)



长城
上汽
A股
宇通
江淮
东风
广汽
福田
解放
重汽
江铃



累计同比增长 143%! 揭秘福田汽车的新能源“暴涨逻辑”

销量持续攀升，新能源表现尤其亮眼，福田汽车这支商用车劲旅，正加速在行业超越领先。

8月3日，福田汽车公布最新销量：7月，福田汽车实现新车销售近4.6万辆，同比增长19.8%。其中，新能源车型继续领涨101.2%，销售0.8万辆；重型货车销售超1.1万辆，同比增长134.5%；轻型货车销售近3万辆，继续保持行业第一；海外市场销售1.1万辆，持续推进稳步跃升。

值得注意的是，这并非福田汽车偶然一次的表现。今年以来，福田汽车已连续保持连涨态势，重卡、轻卡、新能源、海外等各个业务版块齐头并进。

最值得说道的是新能源，如果说福田汽车全线上涨的凶猛态势已经足够令人注目，但更令人注目的，是福田汽车的新能源，这是划出上扬弧线的关键一笔。

今年以来，福田汽车新能源销量“连月暴涨”。1-7月，福田汽车新能源销量累计达到5.8万辆，同比增长143%，远超行业均值。福田汽车的增长引擎正在强势点燃，引领商用车行业加速驶向新能源智能化转型深水区。

福田汽车也对此表现出了更积极的态度和举措，在其7月28日的年中商务会上，福田汽车密集发布了多项新能源智能化平台、技术和产品。包括：

启明星全新纯电轻卡专属平台、爱易科新能源重型超级电驱。以及全新打造的多款电动化产品，例如：纯电小卡“福田卡文乐迪”、纯电中VAN祥菱U7、纯电微卡风景T7、欧曼银河全系新能源。

福田汽车董事长常瑞表示，福田汽车将加速向“全面国际化、全面新能源化、全面智能化”迈进。“力争到2030年，新能源销量占比提升至50%”，向争创世界一流商用车企业加速迈进。

究竟是什么因素，使得福田汽车的新能源突然爆发、持续飙升，超越并引领行业？福田汽车此番趁热打铁，加速淬炼新能源智能化的“东方舰队”，在其未来征程上会留下怎样的注脚？

福田汽车，最终能否成功兑现“世界一流商用车企业”的战略誓师？

福田汽车新能源业绩成色如何？

在福田汽车的新能源销量增长中，欧曼一骑绝尘，同比增幅达到了 229.8%；其他品牌也不遑多让，欧航欧马可同比增长 37.2%，奥铃同比增长 107.1%，时代同比增长 80.5%，图雅诺同比增长 86.8%。

这说明福田汽车的新能源发力，覆盖了重卡、轻卡、VAN 等全场景。品类发展均衡，则不会产生单一依赖风险，更有利于福田汽车接下来的新能源军团化作战。

新能源市占率方面，福田汽车新能源轻卡的市占率，从 2024 年的 13.4%，提升到了 2025 上半年的 17.1%。新能源重卡的市占率，则从 2024 年的 6.6%，提升到了 2025 年上半年的 12.1%。VAN 的新能源市占率，从 2024 年的 8.3%，提升到了 2025 年上半年的 10.8%。

今年以来，受政策、经济、技术、基建、全球化等多方面的共振促进，商用车市场新能源渗透率快速提升。比如，双碳目标与法规倒逼、新能源货车置换补贴、油价电价剪刀差扩大、超充和换电技术突破、续航和补能效率提升、补能基建网络加速覆盖、新能源出口需求激增，诸如种种有利条件，迅速刺激商用车在城市物流、干线运输、封闭场景等细分市场以及海外的新能源增长。

中国电动汽车百人会副理事长张永伟预测，2025 年我国新能源商用车销量将达 90 万-100 万辆（同比增长 80%），渗透率突破 30%。相比之下，2024 年我国商用车新能源渗透率还只有 17.9%。也就是说，2025 年，我国商用车新能源渗透率增长，或将近翻番。

快速增长的大环境是给每个企业的平等机会，但能否把握机会吃到新能源发展的红利，还得要企业各凭本领。目前来看，福田汽车无论在新能源渗透率最高的客车、环卫、冷链，还是增长快速的轻卡、重卡等细分场景，都已深入布局，且展现强大攻势。

在年中商务会上，福田汽车仅展车就带来了58款，覆盖传统燃油、燃气、纯电、混动、氢能等全技术路线；也覆盖重型牵引、城市微货、市政环卫、城际客运、末端配送、短途接驳等所有商用车使用场景。

福田汽车做对了什么？

透过销量看本质，福田汽车新能源的振翅高飞，看似好风凭借力，实则是打了一场有准备的仗。销量层面的指数级增长，背后是技术积累量变到质变的过程。

早在2003年，福田汽车就开启了新能源汽车研发。新能源起步早，拥有深厚的技术积淀是一方面，另一方面是在2023年，福田汽车发布了新能源战略2.0，明确“2030年新能源占比要超过50%”的战略目标。

这一举动展现了福田汽车的新能源战略定力。2023年我国商用车新能源渗透率仅为11.1%，若没有足够的技术实力和自信，或缺乏高度的战略前瞻和胆识，都难以支撑企业向前迈出这关键的一步。

在2003年到2023年的新能源1.0时期，福田汽车抢先布局氢能源，首批拿下燃料电池客车及卡车的技术攻坚，并在2015年明确纯电、混动、燃料电池“三线并举”的技术路线，还在2022年进行了聚焦“智能控制、动力能源、驱动效率、车辆安全”的技术提升和新能源生态初步构建。

2023年4月，福田汽车新能源战略升级到2.0，明确“新能源30·50战略”，即“2030年新能源占比超过50%，2050年实现碳中和”。这次战略升级，是今天福田汽车新能源气势如虹的重大伏笔。

在“新能源30·50战略”强势指引下，福田汽车将资源向纯电、混动、氢燃料三线深度倾斜，研发投入不仅占据行业前列（2024年超21亿元），三电技术、氢能、智能驾驶更是核心突破点。

2024年底，福田汽车又推出了爱易科全域智慧生态品牌。包含“智·生态”与“电·驱动”两大板块的爱易科，全面构建起围绕“车+能源+碳”的全价值链生态闭环。

如今，爱易科自主三电技术，已经在福田汽车的轻卡产品上广泛应用。这次年中商务会，福田汽车又一次亮相爱易科新技术——超级电驱动，成为引领新能源商用车新标准的重要里程碑。

爱易科超级电驱动围绕“安全、节能、智能”，展现出了全面领先的技术优势，该系统全面匹配重卡、客车，可电可氢，涵盖电控、电驱桥、电池。

爱易科的超级电驱动，可使整车综合效率再提升 3%，能耗降低 2%；重型集成式电驱桥采用 800V 高压平台，效率高达 97.7%，整机最大峰值功率 380kW，最大输出扭矩 33500Nm，动力强劲。电池包适应全气候工况，即使在-40°C极端环境下，也能使整车续航里程提升 10%，冷启动加热到位时间缩短 65%。

全新发布的全球首个纯电轻卡专属平台“启明星”，是福田汽车历时 3 年研发，超过 17 亿元投入的全新力作。根据福田汽车的定义，启明星实现了能效、智能、安全、尊享和生态五大方面的技术突破。

启明星搭载 800V 高压双电机，结合轻量化技术和模块集成、低阻力底盘、高效驱动系统，使整车能耗降低 20%。启明星支持 L2 级组合辅助驾驶，同时支持预埋硬件升级至 L4 级自动驾驶。启明星在制动、碰撞、电池安全方面，满足更严苛的标准测试。基于启明星平台，驾驶室可实现更舒适的设计布局。基于启明星平台，还可实现数字集成和一体化管理。

福田汽车的新能源智能化技术，正随着全新平台和技术不断释放，加速进入战略收获期。也正是长期以来的技术为本，才构建起今天强大的技术城池，助力福田汽车新能源跨越式上升。

未来还会有哪些动作？

从年中商务会伴随爱易科新技术和启明星新平台的发布，福田汽车同步推出多款全新电动化产品来看，接下来，福田汽车无疑将加速推进技术的应用落地、场景覆盖，以及平台和技术的继续进化迭代。据悉，基于启明星平台打造的欧马可高端轻卡，以及其他品牌纯电车型，将在技术催化 and 行业需求中加速密集投放。与此同时，福田汽车在新能源智能化赛道的饱和投入还将加大力度，引领商用车行业加速新能源智能化的转型变革。

福田汽车自主研发的半固态电池，将随着启明星平台加速车型应用和场景扩展。从轻卡、微卡到工程车，液冷散热与 2.2C 超快充技术，都将快速推动量产。

福田汽车联合宁德时代、国家电网打造的兆瓦级超充站（5 分钟补能 400 公里），3 年规划投建 100 个补能场站、2000 个充电桩，构建“充换电+微电网+回收”闭环。与此同时，降低购车成本 40%的“车电分离”模式，也将成为推广重点。

福田汽车目前已有 6 款车型获碳标识认证，并计划推动更多车型获得认证，持续丰富“车+能源+碳”生态。

福田汽车的全球化技术输出，也将持续加码。在泰国、巴西的属地化工厂导入半固态电池技术，推动“中国标准”出海的同时，福田汽车氢燃料电池车型也已服务国际赛事。

据悉，福田汽车将加速补能网络与碳管理服务输出海外，全面抢占新能源商用车制高点。

商用车的新能源智能化转型正在全面加速，同时不断涌向全球。在这一变革中，全球商用车产业格局必将重构。中国汽车在燃油车时代的被动跟随，有望得到全面改写。

在这场波涛与骇浪、机会与挑战中，卡位赛已悄然打响，福田汽车这支转型先锋，正在乘风破浪、引领前行，带着“争创世界一流商用车企业”的美好愿景，全力淬炼新能源“东方舰队”，加速驶向全球蓝海。

（来源：汽车大观）

洪灾驰援显担当 守望助农传爱心 北汽福田以行动诠释国企温度

近日，北京遭遇了极端强降雨，密云、怀柔、延庆等北部山区突发山洪。山洪泥石流导致农田被毁、道路中断，严重威胁当地农业生产。对于密云等地的农户而言，这场灾害不仅冲毁了田垄，更使丰收在望的玉米陷入困境——交通受阻、销售渠道中断，大量优质农副产品无奈滞留田间地头，农户面临“丰产难丰收”的处境。

闻令即动，福田速度响应驰援号召

灾情紧急，刻不容缓。北汽福田闻令而动，迅速响应集团驰援号召。在深入了解到受灾区域农副产品面临的困境后，按照北汽集团部署安排，北汽福田与北汽新能源紧急采购了遭遇洪灾的玉米10万根。这份沉甸甸的订单，是对受灾农户最直接、最有力的帮扶，有效缓解了农户的燃眉之急，守护了他们的劳动成果。

采购只是第一步，如何将这份爱心及时、安全地运输，是更大的考验。北汽福田凭借其强大的体系能力和高效的应急响应机制，火速调集11辆福田欧马可智蓝换电轻卡，组建应急运输车队。在了解到受灾区域的严峻情况后，北汽福田员工心系灾情、忧心农户，纷纷踊跃报名争当志愿者，勇挑重担，主动承担驾驶车辆深入灾区和协助搬运玉米的重任。从响应号召到采购决策落地，再到车队高效集结，北汽福田为遭遇洪灾的农副产品开辟了一条希望之路。

整装出发：科技赋能，使命必达

8月6日清晨，身披“北汽集团 情暖密云驰援灾区”，“北汽福田 守望相助共克时艰”红色标语的欧马可车队，在北汽福田厂区整装待发。这支新能源车队肩负双重使命：既要克服暴雨损毁道路和塌方路段的阻碍，更要确保玉米的鲜嫩与完好。

出征的欧马可智蓝ES1换电轻卡搭载由宁德时代高能量密度电池及福田自研高效电驱、电控系统组成的超能动力链，为整车带来出色的动力保障，充分满足复杂路况下的高效运输需求，在恶劣路况下构筑起守护农产品品质的坚实屏障。5分钟快速换电与长续航特性，是此次极速驰援、突破灾区补能限制的关键利器，确保农副产品高效直达。

责任铸魂：基因传承，使命担当

北汽福田此次极速驰援，是其深植于血脉的责任基因。作为中国商用车领军企业，北汽福田自创立之初便将“责任”熔铸于企业发展灵魂。北汽福田坚决贯彻相关文件要求，连续多年向密云乡村派驻第一书记，帮助所在村建强基层组织、提升基层治理水平，依托自身优势推动精准扶贫，每年均超额完成密云农产品采购计划。洪灾发生后，福田派驻第一书记与村两委并肩奋战防

汛一线，保障全村无人员伤亡。后续将进一步加大采购力度，为密云灾后重建注入动力，推动乡村经济发展。

这份责任的践行，体现在服务国家重大时刻的担当里：从服务阅兵盛典，再到“双奥”，以及全国两会、G20峰会、APEC会议等各类国家高规格盛事。这份责任的温度，更融入在服务社会民生的点滴长河中：连续6年举办的“金色之路《大山里的汽笛》”公益活动，为留守儿童送去关爱与希望；深入乡村振兴一线，通过“产业帮扶+就业扶持”的创新模式，助力贫困地区实现可持续的脱贫致富。正是这份一以贯之的责任坚守，塑造了企业“在关键时刻挺身而出、全力以赴”的鲜明品格。此次暴雨中的“极速抢收”，正是这种责任担当的又一次生动诠释。

此次驰援的价值，不止于物质层面的援助，更传递了北汽福田对受灾农户及社会的深切关怀与坚定信心。同时，深刻体现了北汽福田对“商用车引领者”内涵的理解——真正的引领，不仅在于技术的突破与市场的开拓，更在于价值的创造与责任的担当。北汽福田始终自觉地将企业发展融入国家发展与社会进步之中，将履行社会责任视为与科技创新、市场拓展同等重要的核心驱动力。这份高度的自觉与坚定的实践，正是北汽福田能一次次在国家需要、人民期盼时站出来的力量源泉与行动逻辑。

风雨终将过去，阳光总会重现。北汽福田将继续以绿色科技创新为引擎，以社会责任为纽带，在服务国家战略、助力乡村振兴、推动绿色发展的道路上永不止步，让这条承载着责任与爱心的传送带，持续运转，传递希望，连接未来。

(来源：第一商用车网)

加速国际旅游胜地建设 福田欧辉多款纯电客车交付海南瀚达

2025年8月7日，福田欧辉与海南瀚达旅游客运有限公司交车仪式在北京市隆重举行，福田欧辉向海南瀚达批量交付30台BJ6826、BJ6906纯电城间客车。车辆交付后，将在海南各大黄金旅游线路投运，为旅客带来更绿色、高效、智慧的出行体验，加速海南客运交通的绿色低碳转型，助力海南“世界一流国际旅游胜地”建设。

携手共进 赋能海南文旅融合新发展

海南位于中国最南端，坐拥得天独厚的热带滨海风光，椰林摇曳、碧海银沙、雨林葱郁，旅游资源极为丰富。近年来，海南积极响应国家战略，加快建设旅游强省，全力推进国际旅游消费中心建设，致力于打造世界一流旅游目的地，推动文旅市场持续升温，游客对高品质的旅游客运需求也随之增长。

海南瀚达旅游客运有限公司作为海南交通运输行业的重要力量，多年来始终致力于为玩家提供安全、舒适、高效的出行服务，并凭借卓越的服务体验赢得用户广泛赞誉。此次批量引入30台福田欧辉纯电城间客车，旨在通过欧辉高品质客车进一步提升旅游服务的质量和水平。

此次交付，不仅是双方合作的重要里程碑，更为海南旅游客运高质量发展注入绿色动能。这些车辆将串联起海南的椰林、沙滩、雨林等热带风情资源，推动“魅力海岛”从传统观光向生态文旅升级，为海南乃至全国文旅融合高质量发展持续贡献力量。

品质客车 助力绿色智慧交通再升级

近年来，海南省持续推动交通绿色高质量发展，加快新能源车辆推广应用，构建低碳、高效的旅游客运交通体系。此次交付的欧辉 BJ6826、BJ6906 城间客车，面向中高端公路客运和旅游市场，具备超长续航、高效节能、零排放、智慧互联等优势，全面满足旅客高品质出行需求，助力海南客运交通绿色高质量转型。

本次交付的这批纯电旅游客车，外观造型时尚动感，车身线条流畅，涂装融入椰树等热带风情元素，彰显海南热带海岛活力。车内空间宽敞，采用2+2座椅布局，配备人体工学双密度海绵座椅，有效缓解长途疲劳，让旅客于舒适中尽览海南山海和人文之美。

同时，为提升旅客出行体验，这些车辆采用贯通式行李舱，配备大容量行李架、液晶小电视、USB接口等设施，不仅满足旅客行李存放需求，更兼顾娱乐与便捷充电功能，让每一段奔赴山海的旅程都惬意无忧。

针对海南旅游线路长、经典较为分散的特点，本次交付的欧辉 BJ6826、BJ6906 两款车型均采用纯电驱动，搭载亿纬锂能高性能、大电量动力电池。其中，BJ6826EVUA-2 配备亿纬 242.88 度动力电池，BJ6906EVU 配备亿纬 256 度动力电池，具有长续航、高安全、更可靠等优势，确保车辆在海南高温、多雨等复杂工况下稳定运行，为车辆全生命周期稳定运营提供可靠保障，助力客户降本增效。

在安全性方面，车辆采用全承载车身结构与 4D 防护技术，配备胎压报警、爆胎应急安全装置、疲劳驾驶预警、360°环视系统等多项主动安全技术，全方位保障行车安全，让游客在欣赏海南美景的途中倍感安心。

此次交付，不仅是旅游客运装备的全面升级，更是福田欧辉赋能海南绿色交通发展的生动实践。未来，福田欧辉将继续秉持绿色发展理念，持续深耕新能源客车市场，同时携手更多旅游客运合作伙伴，共同推动旅游客运市场蓬勃发展，助力构建“宜游、宜行、宜享”的现代文旅新生态。

(来源：客车网)

福田汽车：属地化战略助力东非市场大发展 向坦桑尼亚客户交付

107 台重卡

近日，福田汽车在坦桑尼亚市场实现重要突破，成功向当地客户批量交付 107 台欧曼自动挡牵引车，其中 100 台服务于危化品运输领域，7 台应用于快消品运输行业。此次交付满足了当地客户对运输装备可靠性、质量及驾乘舒适性的严苛需求，是福田汽车持续深耕非洲市场、落实属地化战略的关键一步。

本次交付的福田欧曼自动挡牵引车，搭载成熟的康明斯发动机与采埃孚自动变速器动力组合，针对坦桑尼亚复杂多变的道路环境进行了专项适应性开发与强化，显著提升了车辆的耐用性与多路况适应能力，确保在各类严苛条件下均能实现稳定高效的运输作业，充分满足客户对高效物流装备的期待。

作为福田汽车东非重要战略市场，坦桑尼亚业务正加速推进全系商用车布局。以直销模式锚定行业头部客户，协同当地经销商网络，福田汽车持续导入涵盖重卡、轻卡、皮卡等多元化产品阵容。通过不断提升全线产品力与本地化服务水平，福田汽车致力于为坦桑尼亚客户提供覆盖销售、服务的综合解决方案，巩固其作为坦桑尼亚市场中国商用车领先品牌的地位。

本次自动挡牵引车的批量交付，是福田汽车深化属地化战略的重要体现。该车型与已在市场运营的轻卡、皮卡等产品线形成有力协同，共同助力当地客户优化物流运输网络，有效覆盖从城市配送到干线运输的多样化需求，为巩固其在非洲市场的品牌影响力及拓展东非区域业务奠定了坚实基础。

在福田汽车清晰的非洲战略指引下，坦桑尼亚市场 2025 年上半年表现强劲，已完成年度销售目标的 56.8%，业务规模同比增长 2238%。展望未来，福田汽车将继续深挖坦桑尼亚及非洲市场需求，持续提升产品与服务品质，全力冲刺下半年业绩目标，持续拓展非洲市场发展空间。

(来源：中国证券报·中证网)

上半年净利润大涨近 88%! 深度解码福田汽车的增长密码

2025 年 8 月 28 日，福田汽车发布 2025 年半年报告，上半年实现归属于母公司所有者的净利润 7.77 亿元，同比大涨 87.57%! 在商用车行业“内卷”加剧与转型阵痛的双重压力下，福田汽车为什么能持续打开增长空间？有啥增长密码？请看方得网分析报道。

经营创新高 重卡领涨

半年报公布数据显示，2025 年上半年，福田汽车实现归属于上市公司股东的净利润 77,686 万元，与上年同期相比，同比增加约 87.57%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 55,060 万元，与上年同期相比，同比增加约 80.81%。

今年上半年利润大幅增长，据福田汽车方面分析，主要有四方面原因：第一，持续聚焦商用车主业发展，销量实现 32.75 万辆，同比增长 9.1%；第二，公司坚定不移贯彻国际化战略，聚焦

核心国家和地区，海外业务增长，盈利同比提升；第三，着眼营销模式创新，积极拓展后市场业务，打造利润新增长点；第四，持续推动全价值链降本增效，费用率同比下降。

方得网观察发现，新能源、出口与重卡市场增长，是福田汽车今年业绩全面飘红的三大推动力。

从企业发布数据来看，在半年度实现 32.75 万辆的基础上，1~7 月福田汽车各类车型累计销量已达 37.3 万辆、同比增长 10.3%。

其中，福田汽车在重卡市场的快速增长格外醒目：2025 年 1~7 月，福田重卡销量 7.8 万辆，同比大幅增长 81.2%；其中，2025 年 7 月，福田重卡销量超 1.1 万辆、同比大涨 135%，大幅领跑行业增速，一举冲进了行业前三！

2025 年，福田汽车在重卡领域的全新平台银河重卡、全新星辉系列产品扩大市场推广力度，覆盖各细分场景工况、各能源技术路线，通过能耗、轻量化等核心特性大幅优化，竞争力实现跃升；同时，福田汽车继续强化牵引车等传统优势业务，积极开发工程车、专用车市场，并推动生态价值链业务不断做大做强，提升网络渠道数量、覆盖度，形成全价值环节作业能力，促进销量规模持续增长。

新能源涨 143% 新的利润增长点

2025 年 1~7 月，福田汽车新能源车型销量 5.8 万辆、同比激增 143%！其中，新能源重卡销量超 1.1 万辆，同比增长 262.4%。

方得网分析认为，以“爱易科”轻型、重型电驱动技术为代表，福田汽车实现了供应链从“外购”到“自主”，三电核心模块自研自制，构筑起新能源时代的差异化核心竞争力，掌握定义行业标准的话语权，为市场持续领先奠定坚实基础。

福田汽车 2025 年中商务会发布的全球首个纯电轻卡专属平台“启明星”，以能效、智能、安全、尊享、生态五大维度的革命性突破，重新定义纯电轻卡的用户价值标准。行业首创的 MTCU（电机控制器+换档控制器）+SiC（碳化硅）+油冷扁线电机电控系统，综合效率提升 3%；

140kW 额定功率，比行业平均高 40%；零部件数量减少 11%，整车重量降低 15%；结合低阻力底盘、高效驱动系统、多源热泵管理系统，整车能耗降低 20%，续航可提升 20%，实现“强动力与低能耗”的兼得，引领新能源轻卡行业进入“全域价值进化”的新时代。

值得注意的是，积极布局新能源生态与后市场转型，已形成了福田汽车新的利润增长点。

以 2012 年成立的车联网公司为起点，福田汽车目前已形成车联网、电池租赁(与宁德时代、亿纬锂能合作电池银行)、补能(自建及与特来电合作)、微电网等新能源生态，加上金融保险、二手车运营业务以及会员服务后市场业务，构建了完整的后市场和新能源生态，以此实现价值链的全面延伸。

出口第一 国际化提速

作为中国商用车行业连续多年出口销量第一，福田汽车 2025 年上半年海外销量就达 7.85 万辆，7 月出口销量 10804 辆，继续位列行业第一，盈利显著改善。

具体来看，福田汽车在巩固中南美优势市场基础上，加大在东南亚、中东、非洲市场的投入力度，并在欧洲市场取得突破。

2025 年 3 月，福田泰国市场第 2000 辆重卡正式下线，并同步向大客户交车；4 月，巴西工厂首台车下线；6 月，福田汽车与沙特政府及企业签署 KD 工厂本地化建设备忘录，并向沙特客户集中交付 1000 辆校车；8 月，107 辆福田欧曼牵引车交付坦桑尼亚。

而在欧洲，福田纯电动卡车已在德国、意大利、波兰等欧洲国家市场销售，纯电动环卫专用车已服务德国多个州及行政区。包括纯电动轻卡、VAN 等多款福田汽车新能源产品，已通过 WVTA 欧盟整车型式认证，正全面驶入欧洲市场。

据福田汽车方面透露，今年海外重卡部署做了一系列调整，包括：国内和海外重卡业务高效协同，同平台整合国内外资源，提高竞争力；在海外推出高端产品，投放全新银河产品参与高端市场竞争，形成中高端不同产品组合；加大在战略市场属地生产运营投资，加大海外重卡销售队伍人员建设和组织建设投入。

据了解，福田汽车已在全球建成 32 个海外智能制造基地，拥有 21000 多家市场网络，覆盖 130 余个国家和地区，引领中国商用车从“进口品牌”到“属地制造”的战略转型。

以区域市场为支点，构建全球运营网络，福田汽车正通过“研发-制造-服务闭环”的全链条出海模式，在全球商用车竞争中塑造差异化优势，稳步向“世界一流商用车企业”目标迈进。

坚定推进“全面国际化、全面新能源化、全面智能化”三大战略，在营销、研发、制造领域深化矩阵式组织管理创新，福田汽车加快走向高质量、内涵式增长，力争在行业转型中率先胜出！

(来源：方得网)

结构性反差下的突围：商用车巨头用“复合护城河”打赢新周期攻坚战

当全球地缘政治冲突此起彼伏，数字技术革命浪潮汹涌，商业世界正经历从 VUCA（不稳定、不确定、复杂、模糊）时代向 BANI（脆弱性 Brittle、焦虑感 Anxious、非线性 Nonlinear、不可知 Incomprehensible）时代的剧烈嬗变。在这个新周期中，不确定性不再是变量，而成为一种结构性常态。

世界经济的预期增速持续下调，全球货物贸易陷入衰退，欧盟碳边境机制与美国关税政策共同推动“绿色壁垒”上升，产业链碎片化与区域化取代全球协作成为主基调。在这一变局背景下，承担中国货运总量七成以上的公路运输体系，亦成为周期重塑的放大器与牵引场。

此时，传统的产能导向正遭遇瓶颈。

2025 年前七个月，中国商用车销量同比增长仅为 3.9%，已折射出增量红利的枯竭与内卷困局的加剧。但另一组数据更值得注意：新能源商用车同比增长近 70%，行业头部企业福田汽车则在整体承压中实现 37.3 万辆销量、10%以上的逆势增长，并在重卡出口、新能源渗透率等关键维度上持续突破。

这种“结构性反差”不仅是一家企业的业绩亮点，更是观察产业演化方向的前沿窗口。变化背后，战场早已换了底层逻辑。

从“钢铁洪流”到“运力算法”，从“造车能力”到“系统交付力”，从“出海卖车”到“属地生态落地”，商用车正在被重新定义为一类战略性基础设施——既是实体经济的物理载体，也是智能化、能源化、生态化能力的集成终端。

在行业专家看来，在这个以“焦虑、不连续、不可知”为特征的时代周期里，企业要实现真正可持续的增长，仅靠规模堆砌已经行不通，更重要的是要通过能力协同、场景复用与生态输出构建起复合护城河。对于商用车企而言，未来谁有能力定义运力、重塑增长、突破边界，谁才有实力成为王牌玩家。

运力系统重构进行时

凌晨3点的连云港港口，集装箱吊机有条不紊地完成装卸作业，巨轮出发，货物西行。然而在这条30年未曾断流的贸易动脉上，一场深刻变革正在悄然酝酿：货轮的装载逻辑、货物的流动公式、货源的组织方式等都已发生变化。这背后的结构性张力清晰可见。

国际货币基金组织与联合国贸发会议相继下调全球增长预期，2025年全球经济增长或仅为2.3%，为近20年最低之一。世贸组织预测全球货物贸易萎缩达0.2%-1.5%。与此同时，欧盟碳边境机制正式生效，美国强化关税博弈与技术管控，联合国亦在最新报告中指出全球贸易政策不确定性处于历史高位。

地缘冲突、绿色门槛与技术封锁，构成了中国制造在全球市场面临的“三重铁幕”。在一片不确定的国际环境中，中国经济却展现出超强韧性：2025年上半年GDP同比增长5.3%，制造业固定资产投资增长7.5%，设备出口同比增长12%。其中，高技术制造业增速超过9%。显然，中国制造并未“躺平”，而是在高压环境中主动突围。

作为承接制造—物流—消费三链闭环的关键载体，公路运输系统也成为周期重塑的放大器。

数据显示，2025年前七个月商用车整体销量增长不足4%，但新能源商用车却同比增长近70%。这表示，结构性裂缝开始显现。更深层的两个趋势是，商用车正从“工业品”转向“系统终端”，从“运车”转向“运力”。

在能源结构方面，商用车行业率先感受到全球非线性变革的震荡。

欧美已经划定低碳转型路径，并为商用车制定了严苛的碳排放标准；日韩深耕氢能；中东等资源型国家坚守柴油平台，并通过技术升级延长内燃机生命周期。而以东南亚、南美、非洲为代表的新兴市场，则更青睐压缩天然气、油电混合等“过渡技术”。这意味着，能源技术路线图不再单轨，而是多元并存，属地依赖度显著增强。

这些都对商用车企业提出了新的系统性要求。其中，车辆是否适配属地能源生态，直接决定其商业闭环能力。不同国家的政策结构、补能体系、道路法规和运营场景，正在构成“地理化”的技术边界。

与此同时，绿色转型与数字化叠加，进一步拉升“运力重构”的门槛。

用户不再满足于动力参数和性价比，而是更看重车辆在特定场景下的系统适配、智能调度能力、全生命周期成本，以及售后网络的反应速度。行业专家指出，“从卖产品到交付系统、从工业品到运力终端”的趋势，已成为商用车产业的底层转型逻辑。

这也将企业转型的核心，从单纯的制造力升级为完善的系统能力。换句话说，未来，企业的竞争力不再是单点技术的叠加，而是场景驱动下的多模块协同，包括技术、供应链、属地服务、数据、金融、售后等。然而，真正具备这种协同能力的企业并不多。

自2021年起，商用车行业连续低迷，尤其是重卡、轻卡等细分市场下滑明显。即便2024年起略有回升，但大多数企业仍处在“防御型增长”区间。此时，愿意主动转型、重构生态的企业仍属少数。与之形成强烈对比的是，2025年前七个月，福田汽车销量逆势增长10%以上，新能源商用车同比增长143%，重卡增长81%，重卡出口增长150%，成为周期反转中的典型样本之一。在观察人士看来，这样的增长并非源于传统式规模扩张，而是建立在“系统能力重写”之上的结构性跃迁。

商用车“卷而不进”

在周期重塑与技术变革的交汇点上，商用车行业呈现出明显的分化趋势。个别头部企业通过组织与生态转型突围，但更多企业却陷入增长停滞的困局；行业表面热度不减，实则“卷而不进”。

“问题并不新，根源却很深。”一位长期跟踪商用车行业的分析人士直指行业问题所在。

回顾过去十年，中国商用车行业之所以高速发展，主要受益于三重红利：其一，基建投资驱动的干线重卡需求；其二，电商崛起带来的城配轻卡爆发；其三，政策窗口期的阶段性刺激，包括蓝牌轻卡治理、国三淘汰、黄标车置换等。这些因素共同支撑起过去多轮销量高峰。

但随着基建进入存量更新阶段、电商物流平台趋于集中，以及政策红利逐步退坡，行业正在经历“结构性低速期”。更具颠覆性的是用户逻辑的变化。

平台化趋势重构了货源分发机制。运满满、京东物流、顺丰快递等平台企业成为主要的运输资源调度方，用户从个体司机转变为平台调度中心、园区运营方、定制物流集采商。这类客户对车辆的要求早已超越性价比，而更关注系统集成、属地适配、数字化运营能力。这导致整车厂的传统打法逐渐失效。

上述分析人士表示，当前，很多企业仍以“产品导向—渠道铺货”为主线，但下游场景已进入“场景驱动—系统交付”的新阶段。然而，传统的批发式销售逻辑，在高频细分场景如冷链、城配、环卫、基建等面前效率十分低下。

从结构数据来看，这种错配愈发明显。2025年前七个月，新能源商用车在中国市场的渗透率突破22%，同比增长近60%，但未能拉动总销量进入景气通道。部分企业新能源车销量“飙升”，却依赖于平台大单或政府项目支撑，缺乏真实用户的商业闭环。

行业出现“结构性反弹≠全面复苏”的症状。其中一个关键问题在于，产品逻辑和场景逻辑错位。

一位传统商用车企高管指出：“许多新能源车型看似‘推出’，实则是旧油车平台的‘改壳’。研发与市场之间断链，销售与服务脱节，导致产品虽上线却难落地。”在冷链、城配等高

频场景中，用户对能耗、补能、调度、维保、金融等全周期要素有清晰预期，而多数整车厂并未建立跨职能协同能力。

要知道，相较于乘用车用户的“体验主义”，商用车用户是彻底的“结果导向型”——他们购买的不是一辆车，而是一套可盈利、可复制的运力系统。而这恰恰是行业普遍缺乏的能力。

“更深层的问题出在组织机制上。”在这名高管看来，不少企业即使意识到场景需求，却因组织结构刚性，难以真正实现转型。

比如，技术团队闭门造车，销售端仍以 KPI 驱动批发，中后台缺乏属地响应机制，生态伙伴只是招商目录上的名义存在等。很明显，这样的分工方式已无法应对多变场景和属地需求。

相较之下，部分企业正在尝试新的突围路径。

据福田汽车副总经理、新闻发言人刘旭光介绍，福田汽车在冷链、城配、重载等细分场景中尝试“打包交付”模式：不仅提供车辆，还整合属地能源公司共建补能设施，联合金融机构推出租赁方案，搭建智能调度平台，实现“系统闭环”。

尽管上述路径仍在打磨，但其核心逻辑已脱离了传统制造导向，转向“生态组织型能力”。而这类模式的关键，是企业能否参与客户的盈利模型，而非仅作为一次性设备供应商。

除了福田，还有一些企业开始尝试“与场景共建”。比如，与地方共建充电微网；与平台客户共研属地车型；与保险、金融机构共担残值风险。虽然这些探索尚处试验期，但相较“坐等客户”，已是前进一步。

一组值得注意的数据是，根据中国汽车流通协会商用车专业委员会统计，2025年上半年，新能源商用车累计零售同比增长 57%，其中，前十大车企占据近六成份额。这种集中趋势意味着，资源与能力正向头部聚拢，而中腰部企业的组织弹性、技术协同与生态整合力正在面临结构性淘汰。

从本质上说，商用车行业面临的并非“新能源转型”的单点技术挑战，而是“周期错位+组织滞后”的系统性挑战。没有能力协同与场景闭环，再高的增长也可能是短期繁荣。

组织、生态与盈利的底层逻辑再造

周期变了，逻辑也变了。在多数企业仍在卷参数、卷价格、卷指标时，极少数企业已开始尝试“非共识增长”路径。它们不跟风技术热点，不依赖政策红利，而是从组织、生态与盈利模型三方面进行深层次能力重构，建立适配新周期的增长机制。

福田汽车便是这一路径的早期实践者。不同于新能源赛道中“抢发布、抢资本”的爆发式打法，福田汽车的转型策略颇为克制——既不押注某一单一技术路径，也不以产品性能作为唯一突破点，而是围绕“场景理解—组织响应—生态协同”构建长期主义的系统能力。福田汽车副总经理秦志东向我们透露，这套逻辑的转变始于一次“失利”。

2023年，福田在新能源转型大年中遭遇南方市场的阶段性下滑。原以为靠技术优势与成本控制就能复制在北方市场的成功逻辑，却未曾预料属地用户的需求体系已发生结构性变化。随之而来的，是一轮全面的现场调研与战略反思。核心管理层由董事长常瑞带队，深入华南一线市场展开用户走访和场景复盘。

值得一提的是，这次调研并非例行式访问，而是一次系统性“重建认知”的行动。调研结果显示，福田在当地的新能源推进受阻，关键不在产品，而在于组织“距离用户太远”，缺乏对属地政策、补能基础设施、用户运营逻辑的真实理解。正是这一轮“走出去”的行动，推动福田在组织模式上启动一场系统性重构。

由此，一个由总部高层牵头，一线市场团队与产品、技术、金融、服务等中后台团队同步参与的季度碰撞机制被命名为“黄埔夜会”，并成为福田汽车的长效机制。其目的是把组织驱动从“总部流程”改为“场景牵引”，以用户的问题来反向校准企业的产品路径和服务模式。与此同时，福田也调整了其内部组织结构：从以产品为核心的“纵轴事业部体系”转向“平台+场景业务矩阵”的双轴制。

平台负责构建通用能力，如技术研发、供应链管理、客户服务等；场景业务矩阵则根据冷链物流、城乡配送、基建运输、环卫作业等不同应用场景设立相对独立的作战单元，拥有研发、销

售与售后等完整资源。这种“业务矩阵自治”的制度，提升了场景匹配效率，也提升了各区的响应速度。

在刘旭光看来，这种矩阵式的组织重构是福田最关键的变革之一。不同于传统单线条管理，福田的矩阵体系强调“多重心+动态平衡”。营销端同时设有产品线、客户线和区域线三条交叉主线，谁更接近客户、谁更能驱动场景，就担任主导，并通过链群合约机制拉动全链条资源形成战斗小组。这种灵活的资源协同，不仅突破了过去组织惯性，也使企业在不同市场和客户需求中快速切换重心。

同时，福田在战略管理上实行“5+3+1”体系，即五年战略路径、三年跃升计划、一年策略导向，并叠加季度滚动管理，确保战略与战术的动态校准。刘旭光直言：“在高度不确定性环境下，季度滚动机制是把长期主义与短期绩效结合的关键方法论。”如果说组织结构的重塑是福田汽车应对新周期的第一重转变，那么生态系统构建则是其第二重转向。刘旭光表示，近年来，公司逐步意识到，新能源商用车无法靠产品单点决胜，必须嵌入属地生态之中才能跑出模型。

2024年，福田汽车在北京冷链园区项目中推进了一套“车—能—数—服”一体化方案，不仅提供新能源轻卡，还协同地方能源公司建设微电网与低温充电桩，配套智能调度系统和租赁金融产品，为用户构建起从购置、运营到维保的全链路闭环。

这一项目上线后，客户车辆使用效率大幅提高的同时，运营成本也明显下降，展示了生态嵌套效应带来的真实商业回报。

现在，几乎所有的福田人都意识到，过去他们卖车，现在卖的是车队运营效率。

在出海方面，福田汽车进一步强化了这种能力模型。以泰国为例，当地客户面临“有光无电”的结构性痛点——屋顶光伏资源丰富，但储能能力不足。福田提供“储能型电卡”解决方案，将绿电就地吸纳，通过智能调度匹配园区物流路径，实现能源效率与运营效率双提升。

不过，仅有这些变化还不够，福田汽车第三个重要转向在于盈利模型的重塑。与大多数企业“以价换量”抢占市场不同，福田汽车更加强调系统闭环盈利。比如，通过电池租赁降低用户的

购置门槛，结合属地补能、维保、调度平台收费形成“系统现金流”等。而企业自身则在生态打包中获取综合毛利，构建非单车维度的利润模型。其本质可以理解为“制造盈利”向“系统盈利”的转型。

不过，这条路径并非没有挑战。多位专家指出，福田的“平台+矩阵”模型管理复杂度高，对组织柔性及属地人才储备要求极高。此外，生态协同的打通也并非一蹴而就，尤其是初期利润表现难以媲美传统爆款车型，属地运营一旦滞后，客户体验将迅速折损。但在 BANI 时代，这或许是为数不多能穿越周期的路线。

“生态系统不是资产负债表上的数字，却是抗风险能力的底层来源。”一位战略咨询顾问指出，“谁能在不确定中建立确定性，谁就能真正构建穿越周期的增长引擎。”

福田汽车的组织重构与盈利机制的变化，或许并不适用于所有企业，但其对用户需求的及时响应，却为中国商用车行业提供了一个可学习、可移植的范式。

价值链出海，重塑中国制造话语权

如果说前 30 年中国商用车依靠“产品力”在国内市场站稳脚跟，那么下一个十年，则必须凭借“系统力”在全球市场建立护城河。

2025 年前七个月，中国商用车出口量近 58 万辆，占比逼近总销量的四分之一。更关键的是，新能源车型出口增速显著高于燃油车，尤其在东南亚、南美、中东等“全球南方”市场，已成为中国产品加速渗透的主力。

这场“出海潮”不再是简单的“贸易扩张”，而是一次产业逻辑与角色定位的整体跃迁。

传统的出口模式，以产品为中心，依赖经销网络或境外批发完成销售，产品生命周期由首批订单决定，项目易起难续。面对属地基础设施不成熟、补能体系不完善、政策波动频繁的市场环境，这种“单边输出”极易中断，而“生态出海”则从底层逻辑入手重构增长模型。

与传统出口不同，福田汽车在出海项目中强调“场景嵌套”和“能力输出”。同样以泰国市场为例，其在当地推动的园区物流项目不仅包括新能源重卡本身，还同步嵌入屋顶光伏储能、电池租赁服务、智能调度系统、售后支持网络和金融服务一体化生态方案。

这是一种“价值链出海”。企业不再是单一整车商，而是系统赋能方，通过与属地联合共建基础设施，从产品交付者转型为场景解决者。

角色的变化，带来增长模型的跃迁。企业通过在属地工厂、本地项目团队、属地金融产品与售后能力，建立起具备复用能力的“生态模板”。这种生态出海模型，绕过了单车价格竞争，将决策重心从“定价策略”转向“系统效率”。

这一转变让福田汽车利润结构产生了显著差异。“2025年上半年，福田出口业务平均毛利为国内业务的2倍-3倍。而其高利润并非由单价驱动，而是系统服务、属地溢价与生态整合带来的复合收入。”刘旭光说道。对此，资本市场已率先响应。

2025年中，福田旗下卡文新能源完成Pre-A轮融资，募资金额超过12亿元，成为中国新能源商用车领域最大单笔融资之一。投资机构普遍看重其“系统出海模型”所带来的复利效应与属地市场黏性。

更重要的是，这种出海范式正在成为“全球南方国家”争相研究的样板。在“一带一路”倡议深化与绿色基础设施需求爆发的背景下，东南亚、非洲、拉美多国亟须建设高性价比、可持续的运输系统，而中国商用车企业的“生态出海”恰好填补这一结构性缺口。

多项研究报告指出，中国制造的“生态出海能力”已被世界南方视为“第二阶段工业化升级”的关键支撑路径，其技术集成能力、属地适配能力、绿色能源整合能力正在成为新一轮南南合作的重要内容。

从“造车”到“建网”，从“交车”到“交方案”，这是中国商用车企业在全世界舞台上角色的根本性转型。这也意味着，未来的全球竞争不再是零和博弈，而是系统能力的竞争。换句话说，

谁能理解属地场景、协同能源与运营、构建长期陪伴式生态服务，谁就拥有稳定的现金流和不可替代的用户黏性。

值得一提的是，在这一转型过程中，福田汽车已经将“全面国际化、全面新能源化、全面智能化”确立为三大核心路径，而这一切都是为了实现“争创世界一流商用车企业”的战略目标。事实上，在营销、研发、制造等领域，福田汽车早已同步深化矩阵式组织管理创新，以确保战略目标能够系统落地。

这不仅是企业自身战略路径的落地实践，也是中国制造在全球产业链重构中的前瞻性探索。它所代表的，是一种从产品价值向系统价值、从价格竞争向效率竞争的范式转变。

当然，福田汽车并不是这场结构性跃迁的唯一选手，但它率先将系统力落地为商业模式，并在复杂周期中验证了生态路径的现实韧性。这种模式所昭示的，不只是单一企业的转型成果，更是中国制造正在进入“第二成长曲线”的重要注脚。

而新的世界底层变量中，谁能找到确定性，谁就将拥有重构秩序的主动权。

(来源：财经杂志)

一、决议公告

序号	决议公告	公告日期	审议通过	查询索引
1	董事会决议公告	2025-8-2	1、《关于取消监事会并修订〈公司章程〉〈股东大会议事规则〉〈董事会议事规则〉及废止〈监事会议事规则〉的议案》 2、《关于修订〈董事会审计/内控委员会议事规则〉的议案》 3、《关于修订公司系列制度、废止并制定行为规范相关制度的议案》 4、《关于召开2025年第七次临时股东大会的议案》	www.sse.com.cn 编号：临2025-059
2	监事会决议公告	2025-8-2	1、《关于取消监事会并修订〈公司章程〉及废止〈监事会议事规则〉〈监事行为规范〉的议案》	www.sse.com.cn 编号：临2025-060
3	2025年第七次临时股东大会决议公告	2025-8-20	1、《关于取消监事会并修订〈公司章程〉〈股东大会议事规则〉〈董事会议事规则〉及废止〈监事会议事规则〉的议案》 2、关于修订《股东邀请制度》的议案	www.sse.com.cn 编号：临2025-066
4	董事会决议公告	2025-8-28	1、关于审议《2025年半年度报告及摘要》的议案 2、《关于对北京汽车集团财务有限公司的风险持续评估报告》的议案	www.sse.com.cn 编号：临2025-068

二、临时公告

序号	公告类型	公告日期	公告	查询索引
1	公司章程修改	2025-8-2	关于关于取消监事会并修订《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》及废止《监事会议事规则》的公告	www.sse.com.cn 编号：临2025-061
2	股东大会通知	2025-8-2	关于召开2025年第七次临时股东大会的通知	www.sse.com.cn 编号：临2025-062

1	经营数据	2025-8-3	2025年7月份各产品产销数据快报	www.sse.com.cn 编号：临 2025-063
4	担保进展	2025-8-12	关于年度担保计划范围内担保进展的公告	www.sse.com.cn 编号：临 2025-064
5	其他应披露的事项	2025-8-15	关于公司补缴税款的公告	www.sse.com.cn 编号：临 2025-065
6	取消职工监事	2025-8-20	关于取消职工代表监事的公告	www.sse.com.cn 编号：临 2025-067
7	政府补助	2025-8-28	关于获得政府补助的公告	www.sse.com.cn 编号：临 2025-070
8	非公开发行限售股上市流通	2025-8-29	非公开发行限售股上市流通公告	www.sse.com.cn 编号：临 2025-071

三、定期报告

序号	公告类型	公告日期	公告	查询索引
1	定期报告	2025-8-28	《2025年半年报告及摘要》	http://www.sse.com.cn/assortment/stock/list/info/announcement/index.shtml?productId=600166&SecurityCode=-



销售快报

福田汽车 2025 年 8 月份各产品产销数据

产品类型			销量 (辆)					产量 (辆)					
			本月数量	去年同期	本年累计	去年累计	累计同比增减	本月数量	去年同期	本年累计	去年累计	累计同比增减	
汽车产品	商用车	货车	中重型货车 (含福戴)	12945	5934	97291	67072	45.05%	9779	4103	95918	70314	36.41%
			轻型货车	33892	32226	292634	275615	6.17%	33121	32528	292930	271640	7.84%
	客车	大型客车	265	254	1716	2506	-31.52%	108	25	2516	2601	-3.27%	
		中型客车	538	56	1810	1149	57.53%	195	8	1833	1292	41.87%	
		轻型客车	3261	3329	26603	32389	-17.86%	3284	2881	28491	31709	-10.15%	
	乘用车		474	280	4754	1904	149.68%	579	125	5351	2028	163.86%	
	合计		51375	42079	424808	380635	11.61%	47066	39670	427039	379584	12.50%	
	其中新能源汽车		7773	5150	65709	29004	126.55%	7414	4392	68126	29475	131.13%	
发动机产品 (含福康)			19126	20478	172393	175721	-1.89%	20861	17087	182145	178969	1.77%	

注：1. 本表为销售快报数据，具体数据以定期报告数据为准。2. 福田戴姆勒与福田康明斯是 50：50 的合资公司。福戴重型货车 8 月销量 9036 辆，1-8 月累计销量 65040 辆，累计同比 69.35%；福康发动机 8 月销量 13124 台，1-8 月累计销量 118534 台，累计同比 12.33%。
3. 新能源汽车包括纯电动汽车、氢燃料电池汽车、插电式混合动力汽车。4. 商用车数据含非完整车辆，轻型货车数据含微型货车。

**证券市场**

沪市动态

精文减负，上交所修订上市公司自律监管指南

近日，上交所发布新修订的上市公司公告格式指南和业务办理指南。本次修订充分吸收了在上交所大走访中收集到的意见和建议，较大幅度简化报备文件，精简公告正文，提升公告格式的友好度。经测算，规则修订后上市公司备查文件数量将减少 50%以上。

公告格式和报备文件是上市公司信息披露的参照要求和佐证材料。随着上市公司规范运作水平的持续提升，格式内容冗余和备查文件繁琐问题日渐凸显，客观上增加了上市公司信息披露成本和负担。一是部分公告格式正文和备查文件内容重复，校验作用发挥不明显；二是一些备查文件与披露事项关联度较低，已不具备提交的必要性；三是有的公告格式过繁过细，不利于投资者有效理解。有鉴于此，上交所对现行公告格式指南进行了全面梳理，精简优化格式内容和备查文件的种类、数量，让上市公司编制公告更轻松，让投资者查阅公告更高效。

下一步，上交所将在中国证监会指导下，持续优化信息披露规则，提高上市公司信息披露质量和投资者友好度。

（来源：上海证券交易所官方网站）

汽车板块动态

泪目！奇瑞 20 年上市路终通关

8 月 27 日，中国证监会正式通过奇瑞汽车港股上市申请及境内股份“全流通”备案。这意味着，历经 20 年波折的奇瑞汽车，终于即将叩开资本市场的大门，圆了上市梦。

一、核心信息：港股拟发 7 亿股，20 亿股境内股份可流通

根据此次核准方案，奇瑞汽车的上市布局包含两大关键动作：

1) 港股新发股份：计划在香港联合交易所公开发行不超过约 7 亿股普通股，募集资金将主要用于技术研发（尤其是新能源汽车、智能网联领域）、产能扩建、供应链优化及补充流动资金，为后续发展注入资本动力；

2) 境内股份全流通：除新发股份外，奇瑞汽车 18 位现有股东持有的合计超 20 亿股境内未上市股份，也将获得“全流通”资格——这些股份可通过合规流程转换为港股流通股份，既解决了早期股东的股权流动性问题，也让公司股权结构更符合国际化资本市场要求。

对奇瑞而言，这不仅是一次简单的“上市融资”，更是 20 年资本征程的“终点”，也是开启全球化发展的“新起点”。

二、20 年上市路：四次冲刺遇阻，从股权纠纷到金融危机，坎坷远超想象

回顾奇瑞的上市历程，用“一波三折”都不足以形容其艰难——从 2004 年首次启动上市计划，到终于获批，20 年间四次关键冲刺均因意外状况搁置，每一次挫折都曾让上市梦濒临破碎。

1. 2004 年：首次启动，因上汽股权纠纷“胎死腹中”

早在 2004 年，中国汽车市场刚进入快速增长期，奇瑞就已瞄准资本市场，计划通过上市扩大产能。但当时奇瑞与上汽集团存在股权关联——2001 年奇瑞曾“挂靠”上汽集团，借助其生产资质实现量产，这种特殊的股权关系导致奇瑞的产权归属、利润分配存在争议。最终，因股权结构不清晰，首次上市计划被迫搁置，这一停就是 4 年。

2. 2008 年：股改后再冲，撞上经营瓶颈 + 全球金融危机

2007 年，奇瑞完成股权改革，厘清了与上汽的股权关系，2008 年再次启动上市流程。彼时奇瑞正处于快速扩张期，旗下车型覆盖经济型轿车到 SUV，年销量突破 35 万辆，看似具备了上市的“硬实力”。

但天不遂人愿：2008 年全球金融危机爆发，资本市场遇冷，投资者对汽车行业信心不足；与此同时，奇瑞因扩张过快，出现产品质量投诉增加、利润率下滑的经营瓶颈，全年净利润同比下降超 40%。双重压力下，第二次上市计划无奈中止。

3. 2009-2019 年：三次尝试“曲线上市”，旗下公司 IPO、借壳均失败

金融危机后，奇瑞并未放弃上市目标，转而尝试“曲线救国”——通过旗下子公司上市，为整体上市铺路，但每一次尝试都以失败告终：

1) 2009 年，奇瑞计划推动核心零部件子公司“奇瑞科技”IPO，但因股东人数超过 200 人（当时 A 股对非上市公司股东人数的限制），不符合上市条件，申请被驳回；

2) 2015 年，新能源汽车热潮兴起，奇瑞旗下“奇瑞新能源”启动上市筹备，却因当时新能源汽车补贴政策调整、公司盈利不稳定，最终放弃申报；

3) 2018-2019年，市场传言奇瑞考虑借壳上市，潜在标的包括多家A股上市公司，但因壳资源价格过高、监管政策收紧，借壳计划也无疾而终。

这十年间，中国汽车市场从燃油车主导转向新能源转型，吉利、长城等同行先后成功上市，借助资本力量加速发展，而奇瑞却被困在“上市门槛”外，错失了多轮发展机遇。

4. 2025年：递表港股终获批，20年坚持迎来曙光

直到2024年2月，奇瑞汽车终于调整策略，选择以“H股”为突破口，向香港联交所递交上市申请，并同步申请境内股份“全流通”。此次选择港股，一方面是因为港股对汽车行业包容性更强，更认可新能源转型中的传统车企；另一方面，奇瑞近年来在海外市场（尤其是东南亚、中东）表现亮眼，港股上市可更好地对接全球投资者，为国际化布局服务。

经过6个多月的审核，8月27日证监会的核准通知，终于为奇瑞20年的上市路画上了“句号”——这份坚持，不仅让奇瑞成为继吉利、长城、比亚迪后，又一家登陆港股的主流自主品牌车企，也让中国汽车行业看到了“老牌车企”的韧性。

三、上市意义：不止“融资”，更是奇瑞转型的“加速器”

对如今的奇瑞而言，上市的意义早已超越“解决资金问题”：

1) 技术研发再提速：近年来奇瑞在新能源领域投入巨大，推出了鲲鹏混动系统、800V高压平台等核心技术，但研发需要持续的资金支持。港股上市后，募集资金将重点投向固态电池、智能驾驶算法等前沿领域，帮助奇瑞在新能源赛道上缩小与比亚迪、特斯拉的差距；

2) 海外市场再突破：2023年奇瑞海外销量突破90万辆，稳居中国车企出口前三，港股上市后，可通过国际资本市场提升品牌知名度，吸引海外合作伙伴，进一步拓展欧洲、南美等高端市场；

3) 股权结构再优化：18位股东的20亿股境内股份实现全流通，将吸引更多机构投资者入驻，改善公司治理结构，让决策更市场化、专业化。

当然，上市也意味着更大的压力——港股市场对业绩透明度、盈利能力要求更高，奇瑞需要在新能源转型中持续交出亮眼的成绩单，才能赢得投资者的长期信任。

四、行业启示：老牌车企的“韧性样本”，转型路上没有“迟到者”

奇瑞20年上市路，堪称中国汽车行业“韧性”的代名词。从2004年首次冲刺，到2025年终获核准，期间经历了股权纠纷、金融危机、政策调整、行业转型等多重挑战，但奇瑞始终没有放弃上市目标，而是不断调整策略，适应市场变化。

这对当下的中国汽车行业而言，也有着重要的启示意义：在新能源转型的浪潮中，无论是“新势力”还是“老品牌”，都需要兼具“坚持”与“灵活”——坚持长期主义，深耕技术研发；灵活调整策略，适应资本市场规则。

如今，奇瑞的上市梦终于实现，20年的等待与坚持，让这家诞生于安徽芜湖的车企，迎来了新的发展阶段。未来，随着资本的注入、技术的迭代，奇瑞能否在新能源赛道上“后来居上”，值得整个行业期待。而这段坎坷的上市路，也将成为中国汽车行业发展史上，一段值得铭记的“奋斗故事”。

（来源：汽车产业前线观察）

卡泰驰完成战略入股汽车之家，加速构建汽车产业新生态

2025年8月27日，海尔集团公司（海尔集团）旗下卡泰驰控股（Cartech Holding Company）正式宣布，成功完成战略入股汽车之家（纽约证券交易所股票代码：ATHM；港交所股票代码：2518）的交易交割及董事会改组。

这是海尔深化汽车产业生态布局的重要里程碑，汽车之家正式成为海尔汽车产业生态的新成员。如此前公告所述，海尔集团通过旗下卡泰驰控股以总价约18亿美金收购中国平安旗下云辰资本（Yun Chen Capital Cayman）持有的汽车之家约43.0%的股份（基于截至2025年6月30日汽车之家已发行在外股份），成为汽车之家控股股东。中国平安财产保险股份有限公司（平安产险）将继续作为汽车之家的主要股东之一，通过云辰资本间接持有在汽车之家约5.1%的股份，并保留一个董事会席位。

依托卡泰驰在全国范围内深厚的线下服务网络与数智化运营能力，海尔将全面支持汽车之家，以用户体验为核心，共同打造“内容+交易+服务”三位一体、线上线下深度融合的出行平台新范式，全面提升用户在看车、买车、用车、换车各环节的体验，实现从内容触达、交易转化到服务闭环的无缝连接。

汽车之家将加速构建线上线下高效协同的新零售模式，依托全国卫星门店的持续布局，整合VR、AI等前沿技术，打造一站式O2O汽车生态体系。此外，借助海尔国际化经验，汽车之家还将继续拓展国际化布局，尤其着力支持中国车企“走出去”，加快向全球智慧车生活平台升级。

在技术创新方面，卡泰驰与汽车之家将联合探索AI技术在内容生成、智能客服与场景化服务等多元场景的应用，推动家车智能互联与智能硬件研发，持续提升O2O全链路服务的智能化水平与运营效率。

同时，汽车之家也将依托海尔开放生态体系与人单合一管理模式，在组织协同、用户运营与产业链整合等方面深度接入海尔生态，探索人单合一的跨界实践，全面激发平台活力，助力实现长期可持续发展与能力跃升。

海尔集团董事、汽车之家董事会主席兼首席执行官刘斥表示：“四十多年来，海尔一直致力于以用户为中心，踏准时代节拍持续创新。汽车之家的加入是我们构建汽车全链路生态的重要里

程碑。汽车之家拥有优质团队和在汽车垂直领域的深厚经验，未来在海尔人单合一模式与生态资源的持续赋能下，将聚焦用户全流程最佳体验，推动业务智能化转型，持续完善线上线下高效协同的服务平台，满足全球用户多元化的汽车生态需求。”

平安产险党委书记、董事长兼首席执行官龙泉表示：“我们很高兴与海尔携手，顺利完成此次交易。通过汽车之家平台，可以将我们双方专业优势最大化，服务好千千万万的车主和用户，助力中国汽车产业的全生态创新和高质量发展。”

本次交易已获得所有必要的审批，并完成所有交易交割先决条件。

（来源：中国汽车报）

东风集团股份发布重大公告 将推动子公司岚图汽车港股上市

8月22日，东风汽车集团股份有限公司（0489.HK，以下简称“东风集团股份”）发布公告称，子公司岚图汽车科技有限公司（以下简称“岚图汽车”）将以介绍上市方式登陆香港联交所，东风集团股份将同步完成私有化退市。

国际智能运载科技协会秘书长、黄河科技学院客座教授张翔在接受《证券日报》记者采访时表示，此次东风集团股份采用“岚图上市+集团退市”的联动创新模式，为传统车企应对行业变革及央企资本运作提供了可参考的范例。既有助于东风集团股份加快转型发展，又通过股权分派让上市公司广大股东共享岚图汽车发展红利。

推动子公司岚图汽车在香港联交所上市

根据公告，本次交易采用“股权分派+吸收合并”的组合模式，两大核心环节互为前提、同步推进。在第一环节，东风集团股份将其持有的岚图汽车79.67%股权按持股比例向全体股东分派，随后岚图汽车以介绍上市方式登陆香港联交所。在第二环节，东风汽车在境内全资子公司东风汽车集团（武汉）投资有限公司作为吸并主体，向东风集团股份的控股股东东风汽车支付股权对价，向其他小股东支付现金对价，实现对东风集团股份的100%控制。

本次交易采用岚图汽车股权+现金对价支付，总体收购价格为10.85港元/股（折合9.95元/股），其中现金对价6.68港元/股（折合6.13元/股），岚图股权对价4.17港元/股（折合3.82元/股）。

北京艾文智略投资管理有限公司首席投资官曹辙在接受《证券日报》记者采访时表示，对中小股东而言，“现金+股权”双重选择颇具诚意：现金对价提供确定性回报，股权分派激活价值实现，岚图汽车上市助力价值创造。

“其收购对价含现金与岚图股权，保障股东获确定收益，并使其有机会分享岚图成长红利。该兼顾国有资产价值重塑与股东利益的平衡思路，对央企资本运作优化股东回报体系、稳定投资者信心等，存在启示价值。”曹辙说。

东风集团股份相关负责人向《证券日报》记者表示，岚图汽车本次香港上市后，在进一步拓宽融资渠道、提升品牌形象、拓展国际事业的基础上，凭借其领先的技术、优质的产品以及广阔的市场前景，有望进一步激发公司价值创造能力，充分释放价值增长潜力。

聚焦新能源转型的资源配置方式

张翔认为，此次运作也示范了聚焦新能源转型的资源配置方式：行业转型需传统车企集中资源发展新能源。东风集团股份此次剥离低效上市平台，推动具潜力的岚图汽车独立上市获取资源，是“腾笼换鸟”聚焦新能源核心赛道的实践，为传统车企资源向新能源倾斜、加快向科技及创新型企业发展提供借鉴。

事实上，近年来，东风集团股份的估值表现持续处于低位，股票市值长期显著低于净资产水平。东风集团股份目前处于停牌状态，截至2025年7月31日，公司总市值为391.2亿港元，收盘价为4.74港元/股，PB仅为0.25倍。

受此低迷估值状况的制约，东风集团股份自上市以来始终未能开展股本再融资业务，H股上市平台的融资功能已基本丧失。造成这一局面的原因，除了港股市场对其长期存在的低估值桎梏外，还与公司自身属性密切相关：作为控股型企业，东风集团股份体内资产类型繁杂，导致估值逻辑较为复杂，投资者难以全面、充分地发掘其潜在投资价值。此外，尽管旗下岚图汽车近年来市场表现尚可，但这一业务亮点在东风集团的整体估值中始终未能得到有效体现。

岚图汽车作为高端智慧新能源品牌，近年来保持良好发展势头，是东风汽车旗下最具价值和成长性的优质资产之一。2024年岚图汽车实现交付85697辆，同比增长约70%；2025年以来，岚图汽车更是实现了连续5个月销量破万，7月交付量更是突破12000辆。爆款车型梦想家自2023年起销量稳居新能源MPV TOP2，多月位居新能源MPV品类月度冠军；新车型岚图FREE+上市后15分钟大定锁单11583辆。

“东风集团股份借优质新能源子公司岚图上市切换估值逻辑，摆脱旧上市主体低估值束缚，为类似估值受困的传统车企，指明借新能源业务调整估值的资本运作方向。”张翔说。

（来源：证券日报网）

长城汽车巴西首家工厂投产，计划选址建设第二工厂

盖世汽车讯 据彭博社报道，中国汽车制造商长城汽车（GWM）在巴西的首家工厂虽刚投产，但已开始选址规划第二工厂，以扩大其在南美最大经济体巴西的布局。

长城汽车位于巴西圣保罗州伊拉塞马波利斯市（Iracemópolis, São Paulo）的工厂于8月15日正式投产。该工厂是长城汽车四年前从戴姆勒集团（Daimler AG）收购所得，投产后将生产三款车——哈弗H6、哈弗H9两款SUV，以及Power P30皮卡。

尽管该工厂年产能为5万辆，长城汽车国际业务首席执行官 Parker Shi 仍表示，该公司的最终目标是在巴西实现年销量25万辆至30万辆（含本地生产及进口车型）。

长城汽车巴西公司机构事务总监 Ricardo Bastos 在上述工厂投产仪式的采访中透露，该公司已与圣卡塔琳娜州（Santa Catarina）、巴拉那州（Paraná）、圣保罗州（São Paulo）和圣埃斯皮里图州（Espírito Santo）等巴西多个州进行洽谈，并已收到相关提案。

Ricardo Bastos 说道：“我们最终可能会考虑通过整合现有资源建设一座更大规模工厂的方案，也不排除从零开始新建工厂的可能性。”他补充称，关于长城汽车巴西第二工厂的最终决策将在2026年中期之后做出。

新工厂或将作为长城汽车新车型系列的生产枢纽，以填补长城汽车在巴西市场的产品空白。目前巴西市场多数车型定价约为15万雷亚尔（约合2.77万美元），而长城汽车当前在售车型价格均高于20万雷亚尔。

Ricardo Bastos 指出：“我们需要在20万雷亚尔以下的细分市场推出具有竞争力的产品。”新车型系列可能包括一款比哈弗H6尺寸更小的SUV，以及一款紧凑型皮卡。

Ricardo Bastos 强调：“这无疑是长城汽车未来规划的重要组成部分。新车型系列不会局限于一两款车型，还可能在长城汽车设有生产基地的其他国家进行复制生产。”Ricardo Bastos 补充道：“无论是品牌运营还是与经销商的合作，巴西都为我们提供了宝贵的实践经验。”

伊拉塞马波利斯工厂是长城汽车承诺在巴西投资100亿雷亚尔的一部分，其中40亿雷亚尔计划于2026年前投入，剩余60亿雷亚尔将于2032年前到位。

长城汽车在巴西的第二阶段投资可能面向多个领域，包括供应链建设、重型车辆等其他业务板块，以及电池组组装——Ricardo Bastos 强调，此举对提高汽车零部件本土化率至关重要。而汽车零部件本土化率提升后，长城汽车将有资格把巴西产汽车出口至阿根廷、乌拉圭等其他南方共同市场（Mercosur）国家。

长城汽车总经理穆峰（首次访巴）与巴西总统路易斯·伊纳西奥·卢拉·达席尔瓦（Luiz Inacio Lula da Silva）共同出席了工厂投产仪式。仪式上，长城汽车宣布将在南美设立首个研发中心，该中心将配备60余名技术人员及工程师，专注于灵活燃料（flex-fuel）技术研发，以及针对巴西驾驶环境对全球车型进行适应性改造。

Ricardo Bastos 表示：“我们在巴西的发展空间广阔，核心举措包括：做好消费者服务、推行统一定价政策，以及通过健康的渠道网络为客户提供服务。”

长城汽车预计，其2025年在巴西的销量将达到3.6万辆，同比增长23%，且高于今年早些时候公布的3.1万辆预期。

（来源盖世汽车网）

汽车行业 2025 年 7 月产销综述

7月，车市进入传统淡季，部分厂家安排年度设备检修，产销节奏有所放缓，环比呈现季节性回落。从行业市场环境看，以旧换新政策效果继续显现，行业综合整治“内卷”工作取得积极进展，企业新车型持续投放，助力车市平稳运行，同比实现增长。其中，新能源汽车延续快速增长态势，汽车出口保持平稳。

7月30日召开的中央政治局会议全面部署下半年经济工作，明确宏观政策要持续发力、适时加力，将有效释放内需潜力，推动市场竞争秩序持续优化。近日，国家层面已经下达了第三批超长期特别国债支持消费品以旧换新资金，第四批将于10月份按计划下达，并将督促地方细化资金使用计划，确保资金有序均衡用到年底。国家政策的明确将有助于稳定消费信心，持续提振汽车消费，确保下半年行业平稳运行。

2025年7月，汽车产销分别完成259.1万辆和259.3万辆，环比分别下降7.3%和10.7%，同比分别增长13.3%和14.7%。2025年1-7月，汽车产销分别完成1823.5万辆和1826.9万辆，同比分别增长12.7%和12%。

2025年7月，商用车产销分别完成29.8万辆和30.6万辆，环比分别下降15.8%和17.1%，同比分别增长16.3%和14.1%。2025年1-7月，商用车产销分别完成239.7万辆和242.8万辆，同比分别增长6%和3.9%。

2025年7月，客车产销分别完成4.4万辆和4.2万辆，环比分别下降12.3%和21.2%，同比分别增长23.7%和16.3%。2025年1-7月，客车产销分别完成30.5万辆和30.7万辆，同比分别增长10.3%和9.7%。

2025年7月，货车产销分别完成25.4万辆和26.4万辆，环比分别下降16.3%和16.4%，同比分别增长15.1%和13.8%。2025年1-7月，货车产销分别完成209.2万辆和212.1万辆，同比分别增长5.4%和3.1%。

2025年7月，商用车出口7.6万辆，环比下降16%，同比增长8%。2025年1-7月，商用车出口57.7万辆，同比增长10.2%。

主要汽车上市公司 2025 年 7 月份产销信息汇总

序号	证券简称	销量				产量			
		7月 (单位: 辆)	月度 同比	本年累计↓ (单位: 辆)	累计同 比	7月 (单位: 辆)	月同比	本年累计 (单位: 辆)	累计 同比
1	比亚迪	344,296	1%	2,490,250	27%	317,892	-1%	2,454,925	26%
2	上汽集团	337,539	34%	2,390,122	15%	323,284	36%	2,457,704	20%
3	长安汽车	210,604	23%	1,565,860	4%	195,920	35%	1,401,299	2%
4	东风集团股份	154,551	43%	978,462	-9%	142,885	13%	969,164	-10%
5	广汽集团	119,482	-15%	874,782	-13%	128,490	-18%	930,155	-8%
6	长城汽车	104,372	14%	674,161	4%	101,045	18%	672,226	4%
7	福田汽车	45,974	20%	373,433	10%	40,313	-2%	379,973	12%
8	赛力斯	47,943	2%	246,546	-13%	46,518	-5%	249,105	-13%
9	江淮汽车	25,197	-22%	215,811	-9%	24,843	-29%	220,184	-8%
10	江铃汽车	23,834	-12%	196,526	5%	25,707	1%	197,883	7%
11	东风股份	8,708	-14%	77,587	-18%	7,310	-18%	70,524	-21%
12	北汽蓝谷	10,280	-6%	77,432	99%	10,745	-8%	78,754	162%
13	千里科技	10,222	142%	48,950	74%	9,172	393%	35,578	110%
14	金龙汽车	3,402	22%	25,912	1%	3,904	11%	28,139	8%
15	宇通客车	3,219	-4%	24,540	3%	3,849	48%	25,262	6%
16	中通客车	1,013	-6%	6,852	1%	1,009	11%	7,137	-5%
17	安凯客车	668	48%	4,410	39%	524	35%	4,613	50%

说明：数据来源为上市公司 2025 年 7 月份产销快报公告。

注：中国重汽、一汽解放、海马汽车未披露产销公告。

1、上市公司监事亲属违规操作股票，存在短线交易行为

一、相关主体违规情况

根据中国证券监督管理委员会江苏监管局出具的《行政处罚决定书》（〔2025〕14号，以下简称《决定书》）查明的事实，江苏振江新能源装备股份有限公司（以下简称振江股份或公司）时任监事董冰在股票买卖方面存在如下违规行为。

董冰于2023年6月5日至2024年7月8日担任振江股份监事。2023年6月5日至2024年2月21日，董冰母亲王某华控制并操作本人海通证券账户以及董冰父亲董某臣的海通证券账户，累计买入“振江股份”44,200股，累计卖出“振江股份”36,500股。2023年6月26日至2023年7月10日董冰配偶向某彬控制并操作本人国泰君安证券账户，累计买入“振江股份”10,000股。自2023年6月5日至2024年2月21日期间，王某华、向某彬多次买卖“振江股份”，区间内违规成交股数为36,500股，违规交易金额为1,222,966.00元。

二、责任认定和处分决定

（一）责任认定

根据《决定书》认定，在董冰担任公司监事期间，其母、其配偶多次买卖“振江股份”的行为，导致董冰构成短线交易行为，违反了《中华人民共和国证券法》第四十四条第一款、第二款，《上海证券交易所股票上市规则（2023年8月修订）》（以下简称《股票上市规则》）第1.4条、第3.4.1条、第3.4.11条等有关规定及其在《董事（监事、高级管理人员）声明及承诺书》中做出的承诺。

对于本次纪律处分事项，相关责任人在规定期限内回复无异议。

(二) 纪律处分决定

鉴于上述违规事实和情节，经上海证券交易所（以下简称本所）纪律处分委员会审核通过，根据《股票上市规则》第 13.2.3 条和《上海证券交易所纪律处分和监管措施实施办法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 10 号——纪律处分实施标准》等有关规定，本所作出如下纪律处分决定：对江苏振江新能源装备股份有限公司时任监事董冰予以通报批评。

(来源：上海证券交易所官方网站)

2、上市公司存在关联方非经营性资金占用、对外担保未履行决策程序和披露义务等违规行为

一、上市公司及相关主体违规情况

经查明，正平路桥建设股份有限公司（以下简称公司）在信息披露、规范运作方面，有关责任人在职责履行方面，存在如下违规：

(一) 关联方非经营性资金占用

根据公司于 2025 年 4 月 30 日披露的 2024 年年度报告及《非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项说明》等相关公告，2024 年度公司控股子公司贵州水利实业有限公司（以下简称贵州水利）的股东贵州欣汇盛源房地产开发有限公司（以下简称欣汇盛源）存在对贵州水利的非经营性资金占用，系由贵州水利通过指定供应商向欣汇盛源付款的方式形成，占用金额 1,754.92 万元，占公司上一年经审计净资产的 1.80%。截至 2024 年 12 月 31 日，上述占用资金尚未收回。2025 年 7 月 4 日，公司披露《关于对上海证券交易所 2024 年年度报告信息披露监管工作函的部分回复公告》。经公司核查，公司年度报告披露的非经营性资金占用，实际占用金额为 1,320.92 万元。公司前期披露的占用金额 1,754.92 万元，其中 434 万元未支付亦未构成实际占用。公告还显示，上述资金占用系李正光在其担任贵州水利董事长及总经理期间，利用职务便利做出的个人行为，未按规定经贵州水利股东会、董事会审议，也未告知公司。

(二) 对外担保未履行决策程序和披露义务

根据公司于2025年7月4日披露的《关于对上海证券交易所2024年年度报告信息披露监管工作函的部分回复公告》，2021年7月14日，公司控股子公司贵州水利的供应商贵州兴禹顺工程项目管理有限公司（以下简称兴禹顺公司）借给欣汇盛源600万元，2021年8月因欣汇盛源无力归还，贵州水利董事长李正光协调贵州水利另一供应商曲靖顺全水泥制品有限公司（以下简称曲靖顺全）向兴禹顺公司转款600万元。后兴禹顺公司未能还款，曲靖顺全起诉兴禹顺公司。2024年4月2日，李正光安排贵州水利与曲靖顺全、兴禹顺公司签署《还款协议书》，约定兴禹顺公司陆续偿还600万元借款及相关诉讼费用，贵州水利为兴禹顺公司上述应付款项承担连带保证责任。截至2024年3月31日，公司及其控股子公司对外提供的担保总额已超过最近一期经审计净资产的50%，其后公司提供的任何担保均达到股东大会审议标准。公司未依规就上述担保事项履行决策程序和信息披露义务。

由于兴禹顺公司无力归还，根据上述《还款协议书》约定，在李正光安排下，贵州水利于2024年4月、7月合计代付175.99万元（含借款本金及诉讼费用），从而构成资金占用。公告显示，近日贵州水利已与相关单位签订协议，解除了贵州水利对《还款协议书》约定的连带保证责任，不再支付剩余的434万元。

二、责任认定和处分决定

（一）责任认定

公司存在关联方非经营性资金占用、对外担保未履行决策程序和披露义务的违规行为。其行为违反了《上市公司监管指引第8号——上市公司资金往来、对外担保的监管要求》第五条、第七条，《上海证券交易所股票上市规则》（以下简称《股票上市规则》）第2.1.1条、第2.1.7条、第4.1.3条、第6.1.10条等有关规定。针对公司上述违规事实，上海证券交易所（以下简称本所）已对公司及有关责任人作出纪律处分（〔2025〕134号）及监管措施决定。

其他责任人方面，根据公司公告，贵州水利董事长兼总经理李正光主导安排实施相关资金占用、违规担保行为，侵害上市公司利益，其行为违反了《股票上市规则》第1.4条等有关规定。对于本次纪律处分事项，当事人在规定期限内回复无异议。

（二）纪律处分决定

鉴于上述违规事实和情节，经本所纪律处分委员会审核通过，根据《股票上市规则》第13.2.1条、第13.2.3条和《上海证券交易所纪律处分和监管措施实施办法》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第10号——纪律处分实施标准》的有关规定，本所作出如下纪律处分决定：对正平路桥建设股份有限公司控股子公司贵州水利实业有限公司董事长李正光予以通报批评。

（来源：上海证券交易所官方网站）

3、上市公司收购方未按规则要求在签订股权转让协议后及时披露详式权益变动报告书，也未聘请财务顾问出具核查意见，存在违规行为

经查明，2025年8月11日，湖北华嵘控股股份有限公司（以下简称公司）提交《关于控股股东及其一致行动人签署股权转让协议暨控制权拟发生变更的提示性公告》称，公司控股股东浙江恒顺投资有限公司及其一致行动人上海天纪投资有限公司与海南伯程汇能科技中心（有限合伙）（以下简称海南伯程）签署《股权转让协议》，控股股东及其一致行动人拟以交易作价约4.5亿元，向海南伯程转让25.01%的公司股份，转让完成后实际控制人将由楼永良变更为林木顺。收购资金来源包括自有资金2.4亿元及自筹资金2.1亿元，截至公告披露日，海南伯程仅实缴出资2,000万元。上述公告披露后，公司股票两次触及股票交易异常波动。8月14日、8月19日，公司提交的股票交易异常波动公告称，收购方的相关收购资金尚未准备到位。根据规则规定，收购方应当于协议签署后三日内披露详式权益变动报告书并聘请财务顾问出具核查意见，截至目前，海南伯程尚未披露权益变动报告书，也尚未聘请财务顾问出具核查意见。

上市公司控制权转让事项，受到市场高度关注，可能对公司股价和投资者决策产生较大影响。收购方海南伯程、林木顺未按规则要求在签订股权转让协议后及时披露详式权益变动报告书，也未聘请财务顾问出具核查意见，影响投资者的知情权和合理预期。上述行为违反了《上市公司收购管理办法》第十七条，《上海证券交易所股票上市规则（2025年4月修订）》（以下简称《股票上市规则》）第1.4条、第2.1.1条、第2.1.3条、第3.4.2条等有关规定。

鉴于上述违规事实和情节，根据《股票上市规则》第13.2.1条、第13.2.2条和《上海证券交易所纪律处分和监管措施实施办法》等有关规定，我部作出如下监管措施决定：对湖北华嵘控股股份有限公司收购方海南伯程汇能科技中心（有限合伙）、林木顺予以监管警示。

（来源：上海证券交易所官方网站）